



東京地区生コンクリート協同組合
〒103-0027東京都中央区日本橋3丁目2番5号
電話番号 (03) 3271-2181
URL: https://www.t-namakyo.jp/
発行責任者 高村 尚

＝協組の動き＝

(8月)

26日(月) 理事会(No. 1105)

(9月)

17日(火) 理事会(No. 1106)

30日(月) 理事会(No. 1107)



全国統一品質管理監査

8月21日～10月18日

新年度におけるワーキング四半期活動報告

本年度の協組活動の中心となるワーキングの設置から3ヶ月が経過し、7月初の理事会において各グループの活動状況が以下のとおり報告されました。

① 働き方ワーキング: 当協組は、4月より働き方改革への対応として、働き方改革WGを立ち上げ「業務効率化」「電子化」「週休二日制」のテーマごとに分

2019年度第一四半期出荷実績と今後の展望

---出荷状況---

当協組の2019年度第一四半期出荷実績は、次のとおりとなりました。出荷数量は、前年比80.6%、年初計画比87.0%の765.7千m³と前年及び年初計画に対し大きく割り込んでいる状況です。

この主な要因は、2016年度中に契約した東京五輪・パラリンピック向けの競技場・選手村などの関連施設向け需要が一服し、ホテル関連の需要も峠を越えたことが挙げられます。また、都市部での再開発工事向け数量が小康状態であることも要因です。

一方、引合は前年比318.1% 割決も前年比305.1%と増加しており、新たに都市部の再開発案件が見えてきており、下期以降の出荷数量は持ち直すとみられます。

---市況対策---

2017年12月に 1,000円/m³ の

値上げを打ち出しましたが、概ね満額獲得を達成するところまで持てることができました。引き続き未達先の交渉を行ってまいります。

また、骨材を含めた原材料費や輸送費の継続的な上昇、特に、戻りコン発生が依然として減少しないなか、産業廃棄物処理費の大幅上昇は経営環境を大きく圧迫しています。

さらに、働き方改革対応といった社会的要請にも対応していかなければなりません。

よって、「適正価格」獲得の検討にはいざらざるを得ない状況です。

---東京2020開催期間中の対応---

7月24日および26日に実施された交通試行の結果を踏まえ、開催期間中の対応についてゼネコン及び関係各所と協議を行ってまいります。

③ 女性活躍推進ワーキング: 子育て就労促進のための託児所の設置を含めた公的支援制度の内容を調査中。組合員各社におけるニーズ把握の為のヒアリングもしくはアンケート調査を今後実施予定。

④ イメージアップ推進ワーキング: 新テーマの学生向けアルバイト体験募集支援制度の構築と募集に向けた対応を実施中。

コラム

水野 達郎



去る3月の協組臨時総会において、山下理事の後任として理事に就任いたしました榊東京菱光コンクリートの水野です。その後、5月の定時総会等で副理事長及び技術委員長を拝命いたしました。東京地区生コンクリート協同組合の一員として、微力ながら協組活動に誠心誠意取り組む所存でございますので、どうぞよろしくお願いいたします。

まず簡単に自己紹介をさせていただきます。亥年生まれで今年還暦です。生まれは東京都八王子市、会社に入ってから、転勤で各地を転々としてきました。主に西日本勤務が多く、支店では、広島支店、2回の九州支店、大阪支店、あとは4回の本社勤務(セメント輸出、営業管理、海外部門、経営企画など)と中国(山東省煙台市)駐在であり、日本一の大市場である東京支店エリアの営業経験はありませんでした。

そもそも東京地区生コン協組のエリアが17区であることも知らなかったくらいであり、着任当初は良く状況が理解できないところも多々あり、戸惑いながら協組の

各会議にも出席していました。

最近は、気持ちは若いつもりでも体力気力、ゴルフの飛距離が明らかに落ちており、酒は軽く嗜む程度、ゴルフは100切りが目標になってきました。しかしながら「ゴルフのスコア、或いは飛距離はお金で買える」とも言われており、5月の連休に思い切って道具一式を買い替えてみましたが、中々思ったようには行きません。早くクラブに慣れるには練習が一番と思いい、クラブを買った早々GW中に練習を過ぎて腰を痛めてしまいました。情けない限りです。ぼちぼち腰の具合もよくなりました。

と云うことで、仕事はもちろんのこと、お酒にゴルフに今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

この記事が掲載される頃は、盛夏真っ盛りの猛暑の時期かと思われますので、皆様方に置かれましては、無理をせず健康に十分ご注意ください。

(株)東京菱光コンクリート 取締役社長

	(出荷数量)		(引合、成約、契残)	
	7月(実績)	8月(想定)	7月(実績)	前年比
大型	224,709 m ³	180,000 m ³	引合	160,130 m ³ 132.2%
小型	37,712 m ³	30,000 m ³	成約	134,090 m ³ 128.9%
計	262,421 m ³	210,000 m ³	契残	2,560,687 m ³ 58.1%

JCI 2019札幌大会 第26回生コンセミナー参加

技術委員会では、7月10日に開催されたコンクリート工学年次大会 2019(札幌大会)で開催された第26回生コンセミナー「生産性向上と品質確保 ～未来につながる生コンクリート～」に技術研修会として斎藤理事以下33名で参加しました。

セミナーでは、基調講演(1)として「流動性を高めた現場打ちコンクリートの活用に関するガイドライン」と題して生産性向上検討協議会より示されたガイドラインの制定経緯から課題点まで幅広い内容の報告があり、基調講演(2)では「寒冷地のコンクリート構造物の耐久性を目指して」と寒冷地におけるコンクリートの耐

東京生協ニュース：まど

久性を確保のための方策が示されました。さらに話題提供4題は、発注者、生産者、施工者(土木・建築)のそれぞれの立場から生産性向上と品質確保についての報告があり、これをもとに開催されたパネルディスカッションでは様々な内容が取り上げられ討議が行われました。

今回のテーマとなった生産性向上については全国的に対応する必要がありますが、品質確保については地域により要求される項目が異なることを改めて認識することができ意義深いものでした。



平成30年度コンクリート 主任技士合格者座談会

技術者としての第一歩

7月24日当協組事務所にて平成30年度コンクリート主任技士合格者5名(欠席1名)を対象に合格祝いと他社交流を目的に座談会が開催されました。

開会に当たり水野技術委員長から、資格取得により社会的に認知されたことになるが、引き続き努力を怠らず、次のステップを目指してほしい、と今後の期待が述べられました。

その後、意見交換に移り、合格までの苦労談や若い人に魅力ある職場作りなどを議論し、最後に資格をどう活かすか今後の抱負を発表いただきました。

藤井裕治さん/三多摩アサノコンクリート(株):設備担当だが、少人数で業務執

行しているのが、品質関係の問い合わせにも対応できるようになりたい。来年は新人採用予定で、教育にも注力したい。

古橋昭彦さん/日立コンクリート(株):工場勤務後、3年間現場立会を経験し、両者の求めるものの違いを認識してきた。9月に工場に戻るの、そうした認識の上で迅速にトラブル対応できる技術力を身に付けたい。

鈴木大地さん/船橋レミコン(株):現場で問い合わせ・トラブルという場合に、資格取得によるネームバリューが生まれる。知識を軸にして、経験と合わせ更にステップアップを図りたい。

原島聖明さん/上陽レミコン(株):業務は取得前と変わらないが、周りの期待を感じる。試し練り担当として取引先からの質問に明確にしっかりと答えられるよう知識・能力アップをしていきたい。

新聞記者懇談会

当協組の現状の取り組みをPR

7月9日に当協組会議室にて、日経新聞及び業界紙6紙の記者との懇談会を開催し、当協組の現状の各種取り組み内容について説明を行いました。席上で説明したテーマは次のとおりです。

- (1)今後の市況対策
- (2)働き方改革等への対応
- (3)残コン・戻りコン・キャンセル減少への対応
- (4)オリンピック期間中の交通規制に対する対応

本懇談会の内容については、いくつかの新聞紙に記事が掲載されております。

このようにメディアに情報を発信していくことは肝要なことだと思われまますので、今後も四半期に1回程度の頻度で記者懇談会を定例開催していく予定です。

須藤孝行さん/上陽レミコン(株):現場や販売店の問い合わせに対応できるようにしたい。資格取得が終わりではないので、更に知識を深めていきたい。後進の指導にも活かしたい。

最後に新井技術部長が、NEXCOでは主任技士を取得して初めて技術者として見てくれる。今後は自分から幅広い情報を集めて、ゼネコンと対等の話ができるようにして頂きたい。これで終わりではなく色々なことへの挑戦の第一歩と認識して頂きたいと締めくくりました。



〔後列左から〕高村専務理事、原島さん、鈴木さん、古橋さん、水野技術委員長、新井技術部長
〔前列左から〕須藤さん、藤井さん

わが社の イメージアップ

東京エスオーシー(株)

生コン業界のイメージは、一般の方々からどう思われているのか？

これまであまり考えたことはありませんでしたが、少し考えてみました。

ミキサー車は子供に人気があり、誰もが知っている特装車両です。一方、生コン工場はというと、一般の方々は見ることが無い、若しくは視界に入っているが気にも留めていないのが現実でしょう。私も近所にある生コン工場に気付いたのは、この業界に入ってからでした。イメージアップと言いますが、まずはこの業界を一般の方々に知ってもらうことから始めて行かなければならないと感じます。

当社でのイメージアップの取り組みは、建設会社、大学生の方々への工場研修やインターンシップを積極的に受け入れていることです。授業や研修の一環であり、色々な質問が積極的に飛んできますが、土木や建築を専攻している学生からは専門的な質問の他に、意外と素朴な質問が飛んできます。例えば、生コンクリートは製造後、1~2時間程度で硬化してしまうと思っている方や、生コンクリートは工場で練り混ぜる



ものではなく、アジテータドラムで練り混ぜているので、工場は材料を投入する設備のみだと思っていた方もいます。土木・建築を専攻している学生の方でも疑問が多々あるのに、一般の方々には知らない事が沢山あるのだろうと思うと、認知度はまだまだ低いものだと感じます。

研修受入は、業務の時間を割くため大変ではありますが、生コン工場をPRする良い機会となり、またその都度、社員や運転手が構内の清掃を心掛けるため、工場美化にも繋がります。また、インターンシップで来ていた学生も、それがきっかけで入社してくれた社員もいて、十分すぎる効果を得ています。

去年は当社のホームページ(HP)をリニューアルし、採用活動に積極的に取り組んでいます。HPには、社員の一日の作業の流れを紹介し、先輩社員の声を掲載しています。特別なことではありませんが、冒頭でも述べたように、まずは工場のことを知ってもらうことが大切で、採用活動の大事な要素になります。

色々考えて参りましたが、生コン業界はイメージアップ活動の後発組(?)です。インフラ整備には欠かせなく、社会基盤を作る仕事を担っているのですから、もっとこの業界を知ってもらっても良いのだろうと思います。今からでも遅くはないので、会社全体で積極的に取り組んで行きたいです。