

文京支部 第5回幹事会

2012/09/04 (18:30~21:00)

会場：文京区民センター 3階会議室D

★参加者(敬称略)：田川 飯塚 二木 新井 小林(←) 奥長 森下 平岩 夏目 青木 高橋(青年部)以上 名
(司会 田川氏)

第一部 幹事会 (18:30~20:00)

●報告/確認事項

1. 理事会関係

- ・第41回青年経営者全国交流会 実行委員 夏目氏が前回推薦され・承諾を得ました
- ・その他、理事会関連 ※資料1-2
大組織部報告 奥長支部長より
役員研修 10・20 11・3開催 残 二木氏4~6講

2. 第20回経営研究集会

※別紙資料

参加確認 現在 6名/16名(支部会員15%)
第6分科会 ご出席のお願い

3. 西部協議会

※資料2

代表理事杯ゴルフコンペ /交流行事(幹事会なし チラシ)
10/17 実行委員長：森下氏 文京支部からの積極的なご参加を！

4. 文京支部行事について

●組織部

A) 8月納涼会について

※資料4

- ・開催概要 ボウリング兼新会員歓迎会(新会員は招待にすることが確認)
- ・参加状況/参加確認 10名 ・役割分担 懇親会司会：飯塚氏
参加 16名 懇親会 18名
収支：▲27700円

収入 参加16名(1名招待) 96000 (食事のみ2名)

支出 123700 (景品20000 ボウリング24000 食事79700)

優勝：板倉美千代氏(株シンセイプロセス)

B) 9月例会について

※資料5

・例会の狙い

- ①若手会員・会員企業の後継者に対して、学ぶ楽しさ、経営の楽しさを伝える
- ②青年会員増強の足がかり
- ③BNK538の仲間を増やす

・報告者：森弘吉氏(株エムダイヤ 代表取締役)

・日程 9月25日(火) 18:30~

・参加目標40名 ・狙い 若手の参加 入会者獲得

・参加対象とよびかけ

若手中心に声かけ 後継者のいる会員企業への声かけ

入会対象者への声かけ 他団体への呼びかけ →具体的に[文京区経済課]

会内の他組織(例：青年部)

FAXDM 配信 済 区内 本社 50名以下 50億以下 約1800件

幹事の皆様をお願いしたいこと：今週中の参加登録→20名を目標に

グループ長の依頼

- ・フォロー体制／役割分担

役割分担

司会 (新井氏) グループ長 (ベテランを中心に) 受付 (事務局) 座長 (森下氏)

入会の訴え (二木氏) 懇親会司会 (若手に)

●役員選考委員会報告

2012年度総会決議に基づき、役員選考委員会を7月に発足

副支部長・幹事から選考を行うこと。選考の基準について議論。次回は9月21日

●理念検討会

※資料6

- ・9月26日 報告 中川進氏 @アカデミー茗台

- ・10月例会企画

※資料6-2チラシ 企画書

パネルディスカッション テーマ：経営理念の浸透

会場：文京シビックセンター 5階会議室C

パネリスト：二木氏 夏目氏 小林氏 コーディネーター：真下氏

参加規模30名 9月例会参加者を中心に

DM 配信 承認

→テーマが9月例会と関連が強いことから一緒にPR・参加組織を行うことが確認されました。

→案内を作り直しすることが確認されました。

●政策渉外部

※資料7

- ・文京区経済課長への提案

※添付資料

- ・部会報告

- ・11月例会について

日程候補日：11月5日(月) 講師候補：中山智晴氏 文京学院大学 教授

ふじみ野市にてまちづくり、商店街振興を学生とともにこなっている

次回幹事会にて内容を確認する

●BNK538

- ・秋の企画 北海道アイワード本社 見学ツアーを企画中 →冬に延期を検討

次回幹事会

- 2012年10月2日 火曜日 区民センター2-B

※資料8

- 司会 新井氏 (次々回は越川氏)

- ミニ例会 第二部 【パターン2】 問題提起 10~15分 討議 45~50分

[テーマ] 【後日案内します】

第二部 ミニ例会 20:00~21:00

報告者 小林秀一氏 小林久間吉豆腐店(株) 代表取締役

今年4月に代表取締役役に就任。社名を変更し、小林久間吉豆腐店(株)とした。大正2年から小日向にて豆腐・揚げ物の製造販売を行う。来年100周年。販売先は店頭での小売のほか、料理店、学校給食(区内半数の小中学校で利用)、病院などに卸している。(中小企業家しんぶん 8/15号にも掲載)

また、宅配サービスを数年前より開始。好調だ。

ISP・ひばりヶ丘にテナントを出していたが業績が厳しく撤退。人員整理も経験したのが大学生の時。

大学での専攻は宇宙関係だったが、その時に豆腐店を引き継ぐ決意をした。

豆腐店は最盛期の1/5以下にまで店舗数が減る。小売はほとんど力を入れていない店がほとんど。

同業者同士では廃業の話題が多い。

しかし豆腐の消費量はあまり変わっていない。100周年のイベントも控えている。新しい住民とどう接点を持つのが課題。やりたいことは多い。豆腐料理店や新商品の開発など。地域住民に愛され、顔が見える店頭での販売に力を入れていきたい。