

- 代替わりして知識や情報が引き継がれていない事業所については、社長と専務など、2名まで懇親会費を参加無料にするなどし、情報提供機会を設けてはどうか。
- メールを活用するなどし、定期的な情報配信を行っていく必要があるのではないか。
- 大阪、兵庫以外の会員数を増やすべく、支部会と同組合役員の交流を深めていく機会をつくるべきでないか。

②外部の関連事業者と連携

- 塗料メーカーなど関連事業者及び団体に対して保証制度の周知を図ってはどうか。
- 塗料メーカーなど建築材料のメーカーでは保証対応が難しいため、当組合の保証制度を利用してもらうメリットをもっとPRしていくべきではないか。(次年度からメーカー及びディーラーを対象として勉強会を実施予定)
- 建築コンサル会社や中央会に登録されている関連組合などに対して、保証制度の周知を図ってはどうか。

③加入促進への対応

- 加入促進のための組合紹介にあっては、メリットを説明できるようなわかりやすいツールが必要ではないか。
- 加入時の財務内容に関する審査や一組合員あたりの限度額など、規約の見直しをする必要があるのではないか。

④その他

- 役員だけのマンパワーでは周知活動に限界があるため、プロジェクトを組成するなど委員会編成が必要ではないか。
- 保証書の保管に困るので、IDとパスワードを発行し、ネット上からダウンロードできるようにするなど、ITを活用してはどうか。

II. 2020年における将来ビジョン

■当組合が2020年に目指す将来ビジョン

当組合のミッション

近畿マスチック事業協同組合は、国土交通大臣認可の ①工事完成保証事業 ②長期性能保証事業 でお客様が安心して工事をご発注いただけることを願う組合員で構成し「安全、安心、便利な社会」創りに貢献します。

将来ビジョン2020

「マスチックローラー工法の責任施工組合」から、「施主、組合員、メーカー、ディーラーなどすべてのステークホルダーが、保証制度によって安心と満足を実現できる組合」と認識される。

□成果指標：2020年度に88事業者の加入達成を目指す

III. 事業計画（2017～2020年度）

■将来ビジョン達成のための重点活動

- (1) 加入時の審査や規約の見直し
 - 見直しに取り組む必要性を認識してもらうための働きかけをする（倒産時のシミュレーションなど）
 - 規約の変更自体は本部の取り組みが必要となるが、近畿から素地を作り積極的にアプローチする
- (2) 既存組合員への情報発信
 - 保証制度に関するわかりやすい説明ツールの作成や移動理事会による意見収集に取り組む
 - 保証制度等組合員への組合の魅力を知するための交流機会を積極的に行う
- (3) メーカーやディーラーとの関係強化
 - 貢献度の高いメーカーやディーラーに対し表彰制度を創設する
 - 共同勉強会など保証制度に関する意見交換を行う
 - 連携可能な団体や事業者をリスト化し、アプローチを行う
- (4) 未加入事業所へのアプローチ
 - 関連団体所属で当組合未加入の事業者の情報収集を行い、個別アプローチする