

令和5年度

経営発達支援計画事業報告書

令和6年4月26日

川西市商工会

令和5年度事業報告書 目 次

| | |
|------------------------------------|----|
| I. 経営発達支援事業の内容 | |
| 1. 地域の経済動向調査に関する事 | 1 |
| 2. 需要動向調査に関する事 | 2 |
| 3. 経営状況の分析に関する事 | 3 |
| 4. 事業計画策定支援に関する事 | 4 |
| 5. 事業計画策定後の実施支援に関する事 | 5 |
| 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関する事 | 6 |
| II. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組 | |
| 1. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関する事 | 8 |
| 2. 経営指導員等の資質向上等に関する事 | 9 |
| 3. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関する事 | 10 |
| III. 地域経済の活性化に資する取組 | |
| 1. 地域経済の活性化に資する取組に関する事 | 11 |

経営発達支援計画事業報告書

I. 経営発達支援計画の内容

1. 地域の経済動向調査に関すること。

【取組内容】

地域の経済動向調査として、域内8社（4業種）を対象に実施する四半期毎の定期調査の把握、また全国商工会連合会の景気動向調査や、兵庫県の経済動向調査から関連情報を収集し、聞き取りした地域の経済動向と共にホームページへ掲載し、会員へ発信した。また RESAS を活用し、データから読み取れる地域経済の特性を分析し、その内容をホームページにて公表した。

（設定数値と実績）

| | | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | R8年度 |
|-------------------|----|------|------|------|------|------|
| ①中小企業景況調査の公表回数 | 目標 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| | 実績 | 4回 | 4回 | | | |
| ②川西市内経済動向調査の公表回数 | 目標 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| | 実績 | 4回 | 4回 | | | |
| ③兵庫県の経済動向調査の公表回数 | 目標 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 | 4回 |
| | 実績 | 4回 | 4回 | | | |
| ④川西市内の経済動向分析の公表回数 | 目標 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| | 実績 | 1回 | 1回 | | | |

【評価】

実施した経済動向調査については、資料をまとめ、年4回商工会のホームページ上で情報発信を行うとともに職員間において情報の共有を図った。また RESAS を活用した経済動向分析においては分析内容を職員間で共有し、巡回指導等を行う際の参考資料とした。

| 令和5年度評価 | | A | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| A | A | A | A | A | A | A |

【次年度に向けた対応】

次年度も引き続き、地域の経済動向に関する情報の収集ならびに分析を行い、定期的に情報発信をおこなうと共に、職員の巡回指導等においても活用する。

講評

地域経済動向調査は当該地域小規模事業者にとってはマクロ環境であり、日々刻々と変化する。四半期ごとの外部環境を「見える化」し「収集」のみならず「発信」事業者と共有することで「より良く」の糸口となるよう、伴走支援に精励いただきたい。

本項については上記①～④目標達成につき委員全員 A 評価となった。

2. 需要動向調査に関すること。

【取組内容】

需要動向に関するアンケート調査に関しては、調査支援希望があった個別事業者4者に対し、事業者ごとにカスタマイズした調査項目をまとめたアンケートを来店客に対し行い、回答について集約し事業者に対しフィードバックを実施した。

消費者ニーズに関するアンケート調査に関しては、川西フェスタ来場者に対しアンケートを行い、回答についてまとめ、川西フェスタ参加事業者に対しフィードバックを実施した。

(経営分析件数の目標と実績)

| | | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | R8年度 |
|------------------------------|----|------|------|------|------|------|
| ①需要動向に関するアンケート調査(個別)対象事業者数 | 目標 | 8者 | 8者 | 8者 | 8者 | 8者 |
| | 実績 | 2者 | 4者 | | | |
| ②消費者ニーズに関するアンケート調査(一般)対象事業者数 | 目標 | 30者 | 30者 | 30者 | 30者 | 30者 |
| | 実績 | 26者 | 32者 | | | |

【評価】

需要動向に関する個別のアンケート調査に関しては、来店者からの生の声を伺うことで現状の商品やサービスに対する評価ならびに今後のニーズ等を把握することができ、今後の経営力向上にむけての参考資料を得ることができた。しかし対象事業者は目標の8者には届かず4者での実施となった。

消費者ニーズに関するアンケート調査では、事業所の認知度や市場ニーズなどについてヒアリングを行い、現状を知る事ができた。

| 令和5年度評価 | | C | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| B | C | C | B | B | C | C |

【次年度に向けた対応】

次年度は、個店のアンケート調査に関して希望する事業者を増やし、また早めに取り組むことで、より今後の事業に役立つ資料の提供に努めていく。消費者ニーズのアンケートについては川西フェスタにて一般消費者の声を収集し、より今後の個社事業の支援ならびに地域全体のニーズを知る機会として活用していきたい。

講評

昨年度に於いては、職員退職により経営指導員が4名から3名となり、マンパワーの不足に喘いだことは否めない。本年度、新たな指導員を迎え、若さと行動力を活かし、目標達成に向け尽力いただきたい。委員には事情を考慮し、B判定との評価もあった。

3. 経営状況の分析に関すること。

【取組内容】

4月に経営分析セミナーを行った。またセミナー参加者や補助金や金融関連の相談者等に対し、ローカルベンチマークを活用し、定量分析たる「財務分析」ならびに重点経営分析事業者には定性分析たる「非財務分析」を実施した。

(計画策定支援の目標と実績)

| | | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | R8年度 |
|-------------|----|------|------|------|------|------|
| ①セミナー開催件数 | 目標 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 | 1回 |
| | 実績 | 1回 | 1回 | | | |
| ②経営分析事業者数 | 目標 | 32者 | 32者 | 32者 | 32者 | 32者 |
| | 実績 | 22者 | 39者 | | | |
| ③重点経営分析事業者数 | 目標 | 16者 | 16者 | 16者 | 16者 | 16者 |
| | 実績 | 7者 | 5者 | | | |

【評価】

4月にローカルベンチマークに関するセミナーを開催した。その後ローカルベンチマークを経営分析のツールとして活用し、経営分析を実施した。財務だけでなく非財務情報に関しても事業者へヒアリングすることで、改めての現状把握ならびに業務の見える化をおこない、課題の洗い出しや今後の対応策の見える化に繋がった。ただ、非財務を含めた経営分析をおこなった事業所数は、目標を下回る結果となった。

| 令和5年度評価 | | C | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| B | B | C | C | B | C | C |

【次年度に向けた対応】

財務はもちろん非財務を含めた経営分析をすることで、より細やかな現状把握や課題抽出ができるようになる。次年度以降もできる限り多くの事業者とローカルベンチマークを活用したコミュニケーションを取ることで、個々の現状にあった形での経営支援に繋げていく。また重点経営分析事業者に関しては事前に職員同士で情報共有しながら、支援事業者数を増やしていく。

講評

経営状況分析については②経営分析は財務面を中心とした定量分析＝数値で表される評価③重点経営分析は非財務面：パーパス（志）、ミッション（果たしたい役割）、ビジョン（3～5年後のありたい姿）など数値で表記できない定性目標（状態を表す）を評価するもので、長期的、根本的、多面的要素が考慮される。更に注力されたし。

4. 事業計画策定支援に関すること

【取組内容】

4月に事業計画策定セミナー、6月、7月、9月にそれぞれ google ビジネスプロフィール活用、IT 活用 (IT ツール全般)、IT 活用 (kintone) に関するセミナーを行った。またセミナー参加者や各種補助金申請者、金融支援事業者等に対し、事業計画策定の支援をおこなった。

(実行支援目標と実績)

| | | R4 年度 | R5 年度 | R6 年度 | R7 年度 | R8 年度 |
|-----------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①事業計画策定セミナー受講者数 | 目標 | 20 者 | 20 者 | 20 者 | 20 者 | 20 者 |
| | 実績 | 7 者 | 14 者 | | | |
| ②D Xセミナー受講者数 | 目標 | 26 者 | 26 者 | 26 者 | 26 者 | 26 者 |
| | 実績 | 5 者 | 24 者 | | | |
| ③事業計画策定総数 | 目標 | 32 者 | 32 者 | 32 者 | 32 者 | 32 者 |
| | 実績 | 50 者 | 58 者 | | | |

【評価】

事業計画策定セミナーおよびD Xセミナーは目標には達しなかったものの、昨年度よりも大きく参加者が増やすことができた。また個別の事業計画策定に関しては、小規模事業者持続化補助金申請の支援が31者と多く、その他支援も含め目標を上回り58者の支援となった。

| 令和5年度評価 | | B | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| B | B | B | B | A | C | C |

【次年度に向けた対応】

次年度も引き続き、個社支援のきっかけとなるセミナー参加者の増加に力をいれていく。また事業計画策定に関しては補助金申請を含め様々な形で来られる相談に対し、経営指導員を中心とした個別相談で対応をおこない、具体的な事業計画の策定の支援数を増やしていく。

講評

小規模事業者持続化補助金（販路拡大のための支援策）は2014年より実施され、今日まで10年超、継続的に実施されている。認知度と共に、おおよそ活用事業者も一巡した感があり、結果、セミナー事業者数が目標に未達となっている。反面、事業計画策定総数に至っては目標を大きく上回り、商工会職員少人数でありながらも計画策定時の伴走支援が数字となって表れている。DXも重要課題であり受講者数目標必達を願う。

5. 事業計画策定後の実施支援に関すること。

【取組内容】

事業計画策定した事業者について実施支援を行った。訪問回数や連絡回数を増やすことでフォローアップのタイミングを増やし、策定した事業計画が着実に実行されているかを確認した。

設定数値と実績)

| | | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | R8年度 |
|------------------|----|------|------|------|------|------|
| ①フォローアップ対象事業者数 | 目標 | 32者 | 32者 | 32者 | 32者 | 32者 |
| | 実績 | 32者 | 33者 | | | |
| ②頻度（延回数） | 目標 | 248回 | 248回 | 248回 | 248回 | 248回 |
| | 実績 | 167回 | 138回 | | | |
| ③売上増加事業者数 | 目標 | 4者 | 4者 | 4者 | 4者 | 4者 |
| | 実績 | 12者 | 18者 | | | |
| ④営業利益5%以上増加の事業者数 | 目標 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 | 2者 |
| | 実績 | 7者 | 15者 | | | |

【評価】

フォローアップの対象事業者数は目標に届いたものの、訪問頻度は目標に届かなかった。売上増加事業者数、営業利益5%以上増加の事業者数は目標数値を上回った。

| 令和5年度評価 | | B | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| A | B | B | A | A | B | B |

【次年度に向けた対応】

事業計画を策定したあとは、各担当が計画的にフォローアップを行い、定例会議において定期的な進捗確認を行いながら、着実な実施支援に繋げていく。

講評

事業計画策定後の実施支援＝フォローアップに関する①～④の項目に関し、②頻度の実績が目標との乖離が著しく、委員からも本件につき質問が及んだ。結果、当初の設定目標がマンパワーをベースに積上げたものではなく、事業者×回数×指導員数での算出で、端的に「無理がある」との見解となった。②項目を除く①、③、④はいずれも目標をクリアしており、理由書を添えて「計画変更」を申し出、個社支援の実態に合う、評価指標、目標値であることを切望する。個社支援は、商工会法の大きな柱の一つであり限り、現在ある資源の「選択と集中」を行い、「商工業者の振興発展」に資する活動に注力いただきたい。

6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること。

【取組内容】

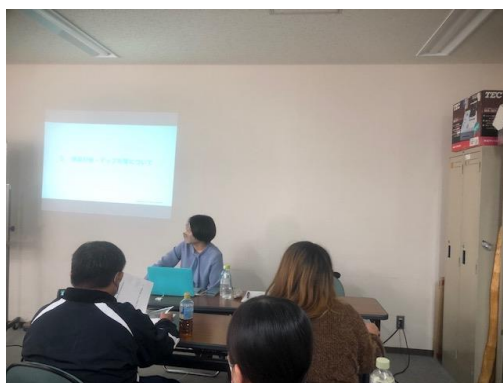
- ①地域展示会 10月に開催した川西フェスタにおいて「川西のいち」として実施し、新たな需要の開拓を支援した。
- ②実店舗来客向上支援 「かわにし食べスタ」を実施し、7月に情報発信に関するセミナー、10月～12月にかけてスタンプラリーを実施し、認知度向上ならびに新たな需要の開拓を支援した。
- ③お店のファンづくり支援 「かわにしビジネスカレッジ (DX 情報発信編)」として、10月に4回シリーズでSNSを活用した情報発信に関するセミナーを実施し、希望者については個別相談も実施し、認知度向上およびファン増加に伴う売り上げの増加・利益の拡大を支援した。
- ④新商品・新サービス周知支援としてはかわにしビジネスカレッジ 2023 (プレスリリース編)として5月にセミナーを行い、その後希望者には随時個別相談を実施し、6月、9月、12月と商品・サービス合同記者発表会と題したメディア向け発表会を実施し、商品・サービスの認知度向上ならびに販路開拓を支援した。



川西のいち



かわにし食べスタ 2023



かわにしビジネスカレッジ (SNS)



商品・サービス合同記者発表会

(目標と実績)

| | | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | R8年度 |
|----------------------|----|------|------|------|------|------|
| ①地域展示会出展事業者数 | 目標 | 30者 | 30者 | 30者 | 30者 | 30者 |
| | 実績 | 24者 | 32者 | | | |
| 新規顧客獲得数/者 | 目標 | 10名 | 10名 | 10名 | 10名 | 10名 |
| | 実績 | 14名 | 108名 | | | |
| ②実店舗来客向上支援参加店舗数 | 目標 | 25者 | 25者 | 25者 | 25者 | 25者 |
| | 実績 | 24者 | 26者 | | | |
| 売上10%増加事業者数 | 目標 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 |
| | 実績 | 6者 | 7者 | | | |
| ③お店のファンづくり支援参加事業者数 | 目標 | 8者 | 8者 | 8者 | 8者 | 8者 |
| | 実績 | 11者 | 7者 | | | |
| 売上10%増加事業者数 | 目標 | 4者 | 4者 | 4者 | 4者 | 4者 |
| | 実績 | 2者 | 1者 | | | |
| ④新商品・新サービス周知支援参加事業者数 | 目標 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 | 10者 |
| | 実績 | 21者 | 22者 | | | |
| メディア取り上げ事業者数 | 目標 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 | 5者 |
| | 実績 | 6者 | 3者 | | | |

【評価】

一年間通して、セミナーやイベントなど様々な形で地域の小規模事業者の需要開拓の支援を行うことができた。また必要に応じ専門家派遣も活用し、それぞれの小規模事業所の実情に応じた支援を行うことができた。参加事業者数は目標に達したものの、売上などの成果指標に関しては一部目標に達しなかった事業もあった。

| 令和5年度評価 | | B | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| B | B | B | B | A | B | B |

【次年度に向けた対応】

次年度も多くの小規模事業者に様々な需要開拓の方法や機会を提案し、参加し、情報発信や集客を積極的に行うことで、販路拡大・売上の拡大に繋げていく。また事業実施前に当事業の目的説明、ならびに実施後もしっかりとフォローしていくことで、売上等の成果にも繋げていけるように支援する。

講評

①地域展示会「川西のいち」は参加事業者数も増え、地域住民への認知度向上や新規顧客獲得につながる事業として今後のさらなる発展を期待する。②「かわにし食べスタ」は飲食関係を対象としたイベントであり、年々参加事業者数が増加し、令和6年度は対象領域を飲食から食品製造販売に広げ、「洋菓子・和菓子」も出展対象とすることで、さらなる参加者の増加と認知度向上に繋がることを確信する。

Ⅱ. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上のための取組

1 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関すること

【取組内容】

職員で構成された経営発達支援計画を確認する会議を毎月1回開催し、事業の進捗状況と事業内容の検証を行った。また事業評価委員会に関しては、毎年4月に前年度の取り組みの評価を行い、その後理事会への報告・承認を経て、ホームページ上で公表するとしている。

【評価】

毎月1回開催する会議においては、職員全員で事業の進捗状況を確認し、全員で商工会事業に対する共通認識をもつことができ、実施期間の遅延や支援目標の未達なども把握しながら、事業を進めていくことができた。また毎月事業の進捗状況をまとめ、会長を含めた商工会三役に報告を行い、職員と三役との情報の共有化も図ることができた。事業評価委員会については4月に実施し、ホームページにて公開した。

| | | | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 令和5年度評価 | | B | | | | |
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| B | B | B | A | A | B | B |

【次年度に向けた対応】

次年度も引き続き毎月会議ならびに報告を行い、事業の進捗状況確認と事業内容の検証を行う。進捗の遅延や目標の未達の状況が見られる際には、早めに原因を見つけ、可能な限り対応していく。

講評

I.経営発達支援計画の内容では各項目につき定量目標が示されていたが、Ⅱは支援力向上の取組＝定性（状態を表す）目標であり、評価指標（数値）を基にした客観評価とは異なる。各委員も判断が難しく、職員に尋ねると「おおむね、行動レベルでは当初の計画通りであったが、効果を考慮すると課題は様々にあり努力する余地がある」との答申があった。「高みを目指す意思の表れ」と高くA評価とする委員と答申を尊重し、今後の更なる期待を込めたB評価に分かれた。

2 経営指導員等の資質向上等に関すること。

【取組内容】

中小機構等関係機関が主催する経営支援機関向けの研修会および当商工会で実施する事業者向けセミナーにおいても積極的に参加し、さらなる支援能力の向上に努めた。

また専門家による個別相談については原則職員が同席し、指導ノウハウや事業計画策定に向けた分析方法や支援の進め方などの習得に努めた。

実務指導では、支援経験豊富な経営指導員が経営支援員をサポートすることで、若手職員の支援能力の向上を図った。

月1回の経営発達支援会議では支援ノウハウの共有を図り、日々の支援内容については「経営カルテ」に入力し、データベース化し、情報の共有を図った。

【評価】

積極的に研修の受講をしたことで、情報や支援ノウハウを身につけることができた。若手職員が先輩職員と支援現場に同席することで、経営相談や補助金申請に係る経営計画の立案ができるようになるなど経営支援力の向上につながった。

| | | | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 令和5年度評価 | | B | | | | |
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| B | B | A | A | A | B | B |

【次年度に向けた対応】

引き続き研修や専門家個別相談の際の同席などで支援ノウハウの習得を行う。また、実際の支援の現場において若手経営指導員ならびに支援員が支援経験豊富な経営指導員のサポートを受けながら支援実績を積み重ねていくことで、職員全体の支援能力の向上を目指す。

講評

経営指導員資質向上に於いては、近年、人事評価と連動する仕組みとなっており、また、多様化する商工会外部環境も大きく様変わりしてきたことで、商工会職員に求められる資質（≡ステークホルダーの期待値）は更に高くなってきている。一方、財源面の観点から人員についても十分とは云えない状況で、経営発達支援計画の「有言実行＝目標必達」が課せられ、限られた時間での「お役立ち」と資質向上のための自己研鑽に精励する職員諸氏の実践活動については委員の高い評価を集めた。前段の1の項目同様努力を評価承認するA判定と期待値を込めたB判定に分かれた。ベテランから若手職員への直接指導等OJTも十分とは云えず、資質向上のため課題は様々にある。

3 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関すること

【取組内容】

3月に地域内金融機関4行と日本政策金融公庫が参加した金融機関会議を実施し、商工会の取り組み、最新の市内の経済動向などの情報共有を行った。

また6月と11月に行われた経営改善貸付団体連絡協議会に出席し、日本政策金融公庫尼崎支店と管内商工会等と連携し、管内経済動向や小規模事業者に対する金融・創業・経営支援の現状と課題、今後の取組みについての情報交換を行い、小規模事業者への支援に向けた支援力向上を図った。

川西市産業振興課とは、定期的に商工関連施策や地域振興事業などの情報交換を行い、情報の共有ならびに支援能力の向上を図った。

【評価】

金融機関会議は商工会自体の取り組みを知って頂くとともに、年度内に新しく赴任された方も合わせて互いに顔合わせすることで、地域内における経営支援に係るネットワークを築くことができた。

また経営改善貸付団体連絡協議会や市産業振興課などにおいて情報交換することで、支援の質の向上を図ることができた。市産業振興課担当者とは定期的に地域の小規模事業者への支援状況の共有や、さらなる地域の小規模事業者支援に関する意見交換を行うことができている。

| 令和5年度評価 | | B | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| B | B | A | A | A | B | B |

【次年度に向けた対応】

次年度についても金融機関や行政と定期的にコミュニケーションを取れる場をもち、情報交換をおこないながら、地域の小規模事業者への経営支援に繋げていく。

講評

限りある「マンパワー」でありながら、外部の関係機関との連携や情報共有。「商工業者の発展・振興」事業者から「地域の発展・振興＝地域活性化」商工会法の根幹をなすミッション（商工会の果たしたい役割）実現のため、事業者のみならず様々の機関と連携する取組は十分になされていると評価する委員が大半ながら、今後に向けての「より良く」を具現化するため。「効果」のみならず、限られたマンパワーを活かす「効率」の観点も必須項目となる。「あれもこれも」となりがちであるが、スクラップ・アンド・ビルド。「あれかこれか」『決断』も重要な要素となる。『決断』とは「決めること」も然りながら「断＝断る」即ち「断ることを決めること」も重要な要素となる。

Ⅲ. 地域経済の活性化に資する取組

1 地域経済の活性化に資する取組に関すること

【取組内容】

①創業ならびに事業承継にかかわる検討

セミナーのあり方やフォローアップについて、市産業振興課と6月と2月に検討する機会を持った。

②魅力ある街づくりに向けた検討

1月に商工会経済振興委員会委員、市内事業者、外部専門家が参加し、「川西SDGs交流会」と称し、SDGsの考え方を活かした経営に関するセミナーや参加者同士の意見交換、ワークショップを行った。



川西SDGs交流会・セミナー



川西SDGs交流会・ワークショップ

【評価】

創業や事業承継に関しては市と協力しながらセミナーや個別支援を進めた。市の女性起業塾で商工会の取組の説明や当会の起業支援セミナーでも市の助成金などの紹介もおこなうなど互いの情報を共有しながら地域全体での創業者支援に努めた。また魅力ある街づくりに向けた検討においては、今年度「ブランドづくり（SDGs）」をテーマに多くの事業者に参加して頂き、知識を深めることができた。また「川西SDGs交流会」を通じ、ひょうご産業SDGs登録宣言事業者数の増加にも寄与することができ、地域のブランドの向上にもつなげることができた。

| 令和5年度評価 | | B | | | | |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 委員① | 委員② | 委員③ | 委員④ | 委員⑤ | 委員⑥ | 委員⑦ |
| B | B | A | A | A | B | B |

【次年度に向けた対応】

創業・事業承継に関しては、今後も市と協力し、支援体制を構築していく。

魅力ある街づくりに向けた検討に関しては、次年度も事業者が主体的に取り組める内容について外部有識者などの参加も含め、様々な見地から検討ならびに事業者支援を続けていく。

2024 年問題：トラック運転手の労働時間と運転時間。働き方改革の一環として運送・物流業界のみならず残業規制や有休消化など企業規模を問わず法令遵守が強化される。小規模事業者にとっては労働環境が大幅に見直される中で、生産性向上は喫緊の重要課題である。さらに 2025 年問題：中小企業・小規模事業者の経営者、約 245 万人が 70 歳超となり、約 127 万人（2 社に 1 社）が後継者未定となっている。さらに年を追うごとに高齢化は進み団塊世代を筆頭に後期高齢者が多くを占める。国が提唱する「人生 100 年時代」と云えども「活力ある中小企業」成長発展は愚か、大廃業時代を迎える。

これまで国内企業 99.7%の中小企業が日本経済を支えてきたが、ここ数年、正念場を迎えている。この難局を打開するには『連携』がキーワードの一つとして挙げられる。

限りある経営資源を補完し『共働』する。「より良くの想い」を『共有』し、新たな価値を『共創』する。『共感・共有』『共働』『共創』をこれからの小規模事業者の指針として、そのジョイント機関として商工会の役割は、さらに大きく高まっている。

経営発達支援計画を基軸とした商工会の「お役立ち」。信頼と実績のある経済団体として行動指針に掲げる、「行きます、聞きます、提案します」地域と共にある商工会。

『利他』の実践者として邁進いただくことを切に願う次第です。