

協同

月刊 BUSINESS-LINK 中小企業連携組織活性化情報
京都府中小企業団体中央会

newsline

2022/1

令和4年 年頭所感／会長 阪口雄次 1

令和4年 年頭挨拶／西脇隆俊 京都府知事 2

令和4年 年頭挨拶／門川大作 京都市長 3

特集 2022年は中小企業にとってどんな年になるか 4~5

京都経済お天気

1

2

3

4~5

6

令和4年 年頭所感

現場目線で課題解決を成し遂げるのが 中央会の役目

京都府中小企業団体中央会

会長 阪口雄次



年頭のご挨拶を申し上げます。

壬寅（みずのえとら）年は「陽気を孕み、春の胎動を助く」、冬が厳しいほど春の芽吹きは生命力に溢れ、華々しく生まれると陰陽五行説で言われております。

今まさに、コロナ禍で翻弄された厳しい時が一定収束を見せ、日常を取り戻し、今後の新たな生活様式を構築していく新春を迎えました。

コロナ禍で停滞した経済活動を立て直すには、個々の中小企業組合、中小企業・小規模事業者では取り組みに限界があり、並大抵では成しえないと思います。中央会と致しましては、コロナ禍で浮彫となった組合活動の諸問題、中小企業経営の諸課題を現場目線で議論を深め、組合連携・助け合いにより課題解決を目指して参ります。昨年開設した「お困りごとプラットホーム」を「助け合いプラットホーム」へバージョンアップし、組合・組合員が持つ「強み」や「技術」をPRできる機能を実装し、より実効的な支援に繋がるよう展開して参ります。又、この取り組みにより課題解決した成果事例を公開することで、水平展開も図って参ります。

従前からの経営課題であります「事業承継」「人材確保・育成」「働き方改革における同一労働・同一賃金」問題等は継続して取り組み、更に現在、中小企業経営を圧迫している最低賃金の高騰、原材料費高騰、燃料費高騰、デジタル化推進、取引の適正化問題等の諸課題に対してはネガティブな批判を並べ立てるのではなく、中央会が主体となり、連携して課題解決に繋げられるよう全力で事業展開を図って参ります。

中央会の存続目的「中小企業者の組織化を推進し、その組織、事業及び運営の指導を行い、中小企業団体の組織的な活動を通じて中小企業の振興を図る」を再認識し、その目的達成のため、共助の使命感を共有し、各種事業の更なる充実に会長として覚悟を持って努めて参る所存ですので、今後とも京都府・京都市並びに関係団体のご支援と会員組合各位のご理解、ご協力を切にお願い申し上げます。

結びに、本年が皆様にとりまして健康で幸多い年になりますことを心からお祈りし、年頭のご挨拶とさせて頂きます。

本年も何卒宜しくお願ひ申し上げます。

ほめられて てれくさいけど うれしいな こんどだれかを ほめてあげたい

京都人権啓発推進会議／京都府中小企業団体中央会

2022年は中小企業にとって どんな年になるか

株式会社成岡マネジメントオフィス
代表取締役 成岡秀夫（中小企業診断士）



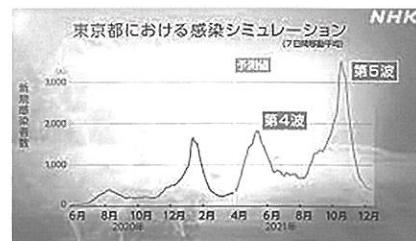
コロナ禍で明け暮れた2021年も終わり、2022年の幕が開いた。この約2年間、コロナ、コロナで痛めつけられた中小企業。

さて、回復の兆しも少しは見えてはいるが、2022年は果たしてどのような世界になるのだろうか。

●コロナは次第に収束するが完全には終息しない

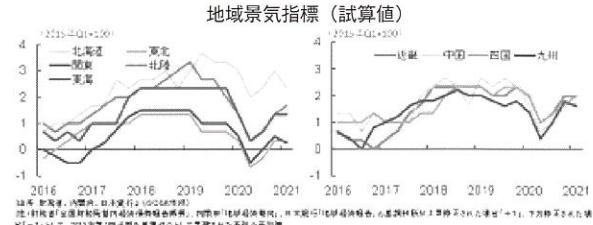
「収束」と「終息」は発音は同じだが、意味は全く異なる。「収束」は感染が収まることであり、「終息」は一定期間完全に感染者が出ない状態になることを指す。しかも全世界的にである。となると、日本では「収束」はそれど、世界的には「終息」は当分ないと予想するのが自然だろう。国内の感染者数は「収束」しつつあり、第6波があっても比較的軽微に乗り切れるだろう。おそらく、今後これくらいの小さな山は何回か訪れ、その都度対症療法的に一時的に規制が強化されるが、一定期間での解除というパターンを繰り返すだろう。まさに「Withコロナ」であり、コロナウィルスと共生しながらの生活が標準になる。感染が「収束」してもマスクを外さない人が4分の1程度は残り、街の開業医では治療薬の処方箋が書かれ近くの薬局で処方される。ワクチンの接種も3回目がほぼ行き渡り、20%程度の未接種者が残るもの、重症化するリスクは極めて低くなる。

海外への渡航や海外からの入国者の受け入れも、以前とほぼ同様の規制水準まで戻りつつあるが、以前のように多くのインバウンド観光客が来日する光景はもう見られない。2023年ごろには相当回復するだろうが、ここ数年でインバウンド観光客を当て込んで事業を立ち上げた人の中には、相当経営的に厳しい環境に身を置くことを余儀なくされる方も多いだろう。



●回復は業界によりまだら模様

このように経済の回復は業種業界により、大きく様相が異なる。好調な製造業は、依然として半導体や環境分野で好調を維持するだろう。当分この好況は続くと思うのが正しい。一方で、観光関連産業はいまだに不況の波からは抜け出せない。観光関連産業は、地元京都では裾野が広く、影響は大きい。近隣からの旅行者を呼び込むマイクロツーリズムという動きもあるが、やはり京都は域外からの観光客の来場で成り立っている。ビジネスの人の動きは少し戻ってきたが、やはりまだ当分はこの停滞した状態は続くと覚悟しておいた方がいい。修学旅行も、5月以降は徐々には戻るだろうが、以前のような活況を呈することはない。この業界では、この落ち込んだ部分の穴埋めをどうするかを考えないといけない。このように、好調な業種とまだ不況から脱出できない業種との格差が拡大する可能性もある。総じて国内景気は「まだら模様」という状態が続くだろう。



●補助金や助成金は次第に縮小

当然のことだが、回復を目指して多くの企業で再スタートが始まったが、人手不足でダッシュできない企業や店舗も多い。居酒屋の深夜営業も難しく、チェーン店の新規開店のスタッフが募集をかけても集まらないので、開店を延期したお店もある。雇用調整助成金の特例措置は順次廃止になり、その他の助成金や補助金も次第になくなっていく。これ以上の費用補填を続けていくと、国庫の財政に大きな影響を与えるので、どこかで中止せざるを得ない。制度の変更は相当前からアナウンスされるので、見落とさない、聞き落とさないことだ。知っていたら、何とか手も打てたのに、知らなかつたばかりに大きなダメージを受ける企業も多くなるだろう。一時的に助成金の支給もあり得るが、継続しての制度維持は難しいから、自力で何とかすることを計画しないといけない。30%程度減少した収入をどうカバーするか。中小企業の最大の課題はここにある。

●人手不足と人余りのアンバランス

前述のように人手不足の業界があるかと思えば、希望退職を募集する企業もある。国内で多くの労働人口の移動が始まっている。サービス業から多くの労働力が排出されても、いきなりIT産業にシフトできるものではない。一時的に実家に戻っていた従業員が、これを機会にまた戻ってくれるかはわからない。人にはそれぞれの事情があるので、コロナ以前と同じ状態に戻るとは限らない。いや、戻らないと思っておいたほうがいい。片方ではコロナ以前と同じ状態に戻らないので、雇用調整を続けないといけない企業もあれば、依然として業績は好調

なので慢性的に人手不足の企業や業界もある。雇用をシフトするには一定の期間と費用が必要だ。国がどこまで面倒を見てくれるか不透明なので、それぞれの企業は自衛措置を講じないといけない。業務や仕事のやり方を抜本的に見直して、変えないといけない。従来5人でやっていた仕事をいかにして3人でやることができるか。生産性を上げるとは、そのようなことに取り組むことだ。それができれば業績も良くなるし給料も上がる。従前と同じでは業績も良くならないし、同時に給料も上がらない。

●定着するニューノーマル生活

メディアのアンケートによると、コロナが収まてもマスクを着けたままで生活をすると答えた人が全体の25%程度に上った。マスクがそうであるように、日常生活のパターンも大きく変化した。自宅で過ごす時間が増えて、そのための需要や新製品の市場が活況を呈している。逆に、人が外出することで成り立つビジネスは厳しい。しかし、例えば学習塾や趣味の教室なども、オンラインでできる内容であれば自宅でできる。そうなると逆に市場が活発になっているビジネスも出現している。一例をあげると、子供のスポーツ教室で個人単独での競技なら、オンラインでの教室が可能だ。また、依然として密を避けるという切り口で、一人でできるようにすることで集客できているビジネスもある。個室のフィットネス、個室のエステ、個室のデンタルクリニックなど、個室という密を避けるコンセプトで訴求している業種もある。要は、経営者の考え方次第で、ピンチにもチャンスにも成り得るということだ。常に前向きに考えていないといいアイデアは出てこない。

●台頭する新しいビジネス

このコロナを機会に、新しい業態のビジネスも多く台頭している。キーワードは「マッチング」だろう。遠隔地にある企業同士が、オンラインでビジネスが成り立つようになった。初対面では難しいが、知己の間柄だとオンラインでの商談も支障はない。医療の現場でも、オンライン診療が可能になった。学習塾でも、学校の授業でも、広告宣伝でも、オンラインという切り口は非常に重要だ。このシステムをうまく活用できる、使いこなせる企業と、旧態依然と面談とFAXでのビジネスしかできない企業との格差は歴然たるものになる。オンラインでのビジネスが可能なら、対象の市場は海外にも拡大する可能性がある。翻訳機能も進化しているので、言葉の壁も以前ほどは高くない。WEBでのビジネスが可能なら、24時間365日営業しているのと同じだ。以前なら、こんな商材はECサイトでの販売はあり得ないとと思っていた商品が、現在では多くのデバイスのおかげでいとも簡単にWEBサイトでビジネスができる。靴の販売、アパレル製品の試着、リアル店舗での下見からWEBでの購入など。旅行の移動のチケットと宿泊の予約は、ほとんどがWEBサイトからの集客に変わった。旅行代理店という業態のできることは非常に狭くなつたが、逆に特徴ある企画が提案できる企業は、生き残れるチャンスが拡大した。



オンラインビジネスのイメージ

●世代交代がチャンス

新しい世代が台頭するチャンスが拡がっている。成功しつつある企業を見ると、若い経営者に世代交代し、新しいビジネス感覚で新しいジャンルを切り開いている企業が多い。同じ糸偏の業界でも、明暗が大きく分かれかけている。同じ金属加工の製造業でも、大きく差がついてきている。この格差は拡がると想定しておいたほうがいい。いずれも業績を伸ばしている企業は、総じてここ数年で世代交代した企業だ。若手の経営者の時代になり、先代からの成功体験が一気に通用しなくなつた。こうなると、なまじ過去の成功体験が邪魔になる可能性がある。リーマンショックも10年以上昔のことになり、今回のコロナショックは以前とは全く異なるパンデミック不況だった。誰もが経験、体験したことのない構造転換のタイミングだった。変化の速度が速く、以前の感覚ではついていけない。過去の10年間での変化が、この2~3年で起つた。戸惑っているうちに、もう局面は変わりつつある。思い切って、次世代に託すのも悪くない。

●キーワードは「環境対策」と「SDGs」

これからビジネスのキーワードは誰もが異口同音に「環境対策」だと言う。2030年、2050年と将来の時期を決めて、それまでにCO2の排出をいくらまで減らすと世界中の主要国が宣言している。できるかどうかは別にして、そこへ向かって多くのエネルギーが集中することは間違いない。自動車産業、エネルギー産業などでは大きな変革が始まるだろう。今までお題目として唱えていたCO2削減を本気で取り組むことになる。

SDGsの流れも、少し前まではどこの国のことかと知らん顔をしていたが、昨今では中小企業も巻き込んで、最新のトレンドになっている。「持続可能な」というキーワードは、今後の大本命だ。世界中の国や地域で大きな地殻変動が起こる可能性が高くなり、無視していると大火傷をする可能性もある。自社では何ができるのか、どうこの動きに関わるのか。やたら廃棄物を出し続ければ、大きな非難を浴びる可能性がある。

今後、電池、水素、クリーンエネルギーの分野で市場が大きく動き、技術開発が大きく進むだろう。大企業だけのことだと思っていると、大間違だ。直接、間接を問わず、これらの大規模なトレンドは確実に、そして早く中小企業の現場に降りてくる。そこから慌てていては遅い。早めに備えることだ。

