

中央会からのお知らせ

兵庫県中央会の関係者 27 名の方が受章の栄に浴されました。
心よりお慶び申し上げますとともに、今後ますますのご健勝と一層のご活躍を祈念いたします。

令和5年春の叙勲・褒章受章者

(敬称略・順不同)

旭日双光章	三木 桂吾	兵庫県鉄工建設業協同組合	
黄綬褒章	井上 位一郎	兵庫県乾麺協同組合	副理事長
	喜村 謙一	兵庫県屋外広告美術協同組合	元理事長

令和5年兵庫県功労者表彰

(敬称略・順不同)

生活消費功労	福井 佳徳	兵庫県美容業生活衛生同業組合	副理事長
産業振興功労	伊藤 康雄	兵庫県中小企業診断士協会	元副会長
	岡田 稔	小野金物卸商業協同組合	理事長
	竹内 良一	全三木金物卸商協同組合	理事長
	武田 善信	兵庫県電機商業組合	理事長
	蓮池 國男	兵庫県商店街振興組合連合会	副理事長
	井出 光一	兵庫県鋸螺釘工業協同組合	副理事長
	杉本 一彦	協同組合尼崎工業会	理事
	土肥 富夫	兵庫県釣針協同組合	理事長
	野水 直哉	淡路瓦工業組合	副理事長
	樋口 雄	兵庫県紙器段ボール箱工業組合	理事長
	山本 敏克	兵庫県皮革産業協同組合連合会	副会長
	由利 昇三郎	兵庫県靴工業組合	前理事長
	鷲尾 吉正	兵庫県靴下工業組合	理事長
農林水産功労	角南 忠昭	神港貿易産業協同組合	理事長
	瀬川 廣美	兵庫県農業機械商業協同組合	理事
食品流通功労	中村 義弘	兵庫県木材業協同組合連合会	理事
	伊藤 充弘	兵庫県乾麺協同組合	理事長
	草野 洋一	兵庫県パン協同組合	理事長
	戀水 賢弘	神戸生鮮食品商業協同組合	副理事長
	山下 裕史	神戸中央青果卸売協同組合	理事
まちづくり功労	山野 浩	兵庫県菓子工業組合	常任理事
	坂本 文男	兵庫県管工事業協同組合連合会	理事
	高井 豊司	神戸市管工事業協同組合	理事長

中小企業のための 地震・津波の補償「地震特約」

ひょうご共済の火災共済に特約としてご加入いただける制度です。

ひょうご共済 地震特約

“ひょうご”の中小企業を補償でサポート!



月刊中央会

6 (オ)

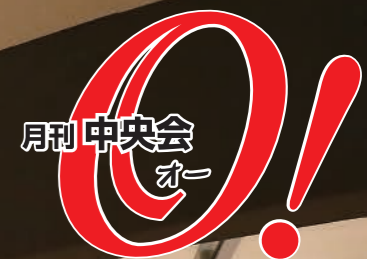
兵庫県中小企業団体中央会時報第785号 2023年6月5日号(毎月1回5日発行)
発行所/兵庫県中小企業団体中央会 〒650-0011 神戸市中央区下山手通4丁目16番3号兵庫県民会館3階
本情報誌は組合等情報提供事業として発行しております。購読料/部30円(会員の購読料は会費に含まれています) TEL 078-33312045

月刊中央会

第785号 2023/June

令和5年6月5日号(毎月1回5日発行)

6



動く つなぐ 結ぶ
組合・中小企業を
サポート

組合・中小企業を
応援します!



特集 令和4年度連携組織活路開拓調査・実現化事業成果報告VOL.2

中央会事業

- ◇先進組合の事例
- ◇「組合事例検索システム」をご活用ください!
- ◇兵庫県中小企業青年中央会(Hyogo-UBA)が通常総会を開催しました

情報レポート

県内中小企業は、経済正常化を受けた景気回復への期待は高まるが、物価上昇の影響や人手不足への警戒感が強い。

お知らせ

- ◇ゴルフ場利用税は県や市町の貴重な財源です!
- ◇関西夏のエコスタイル

コラム

- ◇中小企業のための経営レポート
中小企業がDXを成功させるポイント
現場イズム 代表 内藤 敏

中央会からのお知らせ

- ◇令和5年春の叙勲・褒章受章者
- ◇令和5年兵庫県功労者表彰

令和4年度連携組織活路開拓調査・実現化事業 成果報告 VOL.2

～中央会の支援事業で取り組んだ内容をご紹介します！～

①きっかけ ②取り組み内容 ③支援の結果や今後について

テーマ 新型コロナによる環境変化対応の新販路構築調査と新販売チャネルの構築

①アフターコロナを見据えた新規事業

協同組合情報企画センターは、平成元年に任意の異業種交流会として発足し、平成3年に組合員48社で設立した。設立当時より共同購買事業としてOA・事務文具用品やガソリンなど燃料の共同購買事業、ETCカード共同利用事業、外国人技能実習生共同受入事業等を実施していたが、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、中には廃業した組合員もある。

コロナ禍も3年目に入り組合員が抱える問題点も見えつつあり、相互扶助の精神に基づいて組合員支援として販路拡大を目指すマッチング、在庫の販路、新たな需要の開発等の新規事業をSDGsの8「働きがいも経済成長も」9「産業と技術革新の基盤をつくろう」12「つくる責任つかう責任」を特に念頭において取り組んでおり、組合員6,000社のスケールメリットを活かした新たな販路及び販売チャネルを構築していくことを目的として本事業を実施した。

②組合員へのニーズ・シーズ調査

調査研究事業において、組合役職員が通常業務で得た情報に加え、組合員の抱えている課題等について訪問、電話、WEB等で調査を行い、専門家の意見を踏まえた上で課題内容を分析し、論理的、体系的にまとめて問題解決の最適な方法を研究した。調査によって浮き彫りになった課題は、組合員の帰属意識の低さであった。なかでも、事業の拡大に伴って増加した特定の事業のみを利用する目的で加入した組合員の帰属意識が特に低いことが判明した。

また、マッチングサイトを構築するにあたり、費用対効果からマスターデータを切り離すことで情報漏洩したとしてもリスクは低いとしていたが、万が一のことを考えて暗号化し万全の対策を施すことになった。

③新しい販売チャネルと仕組みで稼働

組合員の帰属意識の低さが浮き彫りになった反面、ヒアリング調査などで直接コンタクトを取ったことによりサイト登録に対しては前向きな反応が多い。アナログな手法ではあるが、来訪や電話などの重要性を改めて認識することができた。

サイトについては、セキュリティ対策に大幅な時間を費やしてしまったことで2月末からの稼働となった。現在の登録件数は限られてはいるものの、組合職員が個別対応し、マッチング作業を行っている段階である。すでにサイトに登録した組合員から好評を得ており、新たな販路としての期待は大きいと感じている。

今後もビジネスマッチングのプラットフォームとしてデジタルと融合し、高い効果を発揮できるようブラッシュアップしていく必要がある。



マッチングサイトの画面



【組織概要】

組合(グループ)名	協同組合情報企画センター
住所	兵庫県神戸市中央区伊藤町121番
ホームページ	https://kenshu.mall.gr.jp/

<担当:連携推進課 赤松>

テーマ 繊維小売業におけるソーシャルメディア等の活用の調査・研究

①ソーシャルメディアの活用

兵庫県繊維品仕入事業協同組合は2021年に組合ホームページを開設したが、組合員とのコミュニケーションはFAXが中心であり、IT化が進んでいない。また、大手アパレルメーカーは実店舗を閉鎖し、積極的にソーシャルメディアなどを活用したECシフトが進んでいるが、ソーシャルメディア等を活用しているのは一部の組合員であり、多くの組合員が活用できていない。そのため、ソーシャルメディアを活用できているライバル企業に差をつけられ、コロナ禍も相まって売り上げを減少させている組合員も多い。

これらの理由からソーシャルメディアの積極的な活用意欲向上とともに販売スキル及びコミュニケーションスキル向上を図り、売上減少に歯止めをかけることなどを目的として本事業を実施した。

②組合員を対象とした調査・研究

ソーシャルメディアについて理解を深めてもらうため、SNSを積極的に活用している組合員を題材に発信方法等の調査・研究を実践的に行った。中にはSNSを利用しても売り上げにはつながらないという考えを持つ組合員も存在し、利用していない組合員にも活用方法をいかにわかりやすく提案できるかがポイントとなった。

既にソーシャルメディアを活用している組合員がどのように活用しているのかを知るために、Instagramを活用している組合員とYouTube、Instagram、LINE、Twitter、Facebookと幅広くソーシャルメディアを活用している組合員の2組合員を研究材料として取り上げ、取材・見学を行った。

取材ではソーシャルメディアをどのように活用しているのか、どのような点が課題になっているのかを聞き取り、実際にSNSに投稿するための写真や動画をどのように撮影しているのか見学した。

③調査・研究結果の報告と今後に向けて

組合役員を対象にした成果報告会においては、上記調査・研究の成果、各種SNSの特性・イメージ、SNSを始める際に必要なもの、コストや留意点について報告を行った。また、2組合員を取材・見学することで明らかになった課題点について解決に向けた対応方針を含めた報告も行った。実際に組合員がSNSを活用した結果を見てもらうことで、これからSNSを始める組合員の参考になったと思われる。

今後は組合員の一番の課題である売上減少に歯止めをかけるため、ソーシャルメディア等の活用の方向性を見出したい。そして組合員同士が、継続的に実践しつつ情報を共有しながら販売スキル及び更なるコミュニケーション力の向上を図りたい。



取材・見学の様子



報告会

【組織概要】

組合(グループ)名	兵庫県繊維品仕入事業協同組合
住所	兵庫県神戸市中央区元町通三丁目2番10号
ホームページ	https://www.hyogo-tgunion.jp/

<担当:情報企画課 中橋>

テーマ

今までにないこはぜ付きパーツならびに新商品開発

①伝統産業の活用

伝統産業の一つとして伝統工芸品ともいえる足袋の留め具『こはぜ』を守り、継承していくために、その事業を営む(株)青山産業研究所が、6年前から本格的に海外への販路開拓や他業種への需要増加を目指し、新しいこはぜの開発や試作品の製造を進めてきた。

こはぜには、着脱の手軽さ、ばね性、外れにくい等の機能的特徴があり、これらを活かすことで和装業界とは異なる業界の製品が持つ課題について解決につながる転用方法があるのではないかとリサーチしたところ、介護業界においてその可能性を見出すことができたため、第一弾の取組みとして「伝統産業を守る会」というグループを結成し、新商品の開発に取り組んだ。

②高齢者用介護下着、足首サポート用脚絆の開発

本事業において介護業界を参入の対象とした理由は、介護現場で、下着や衣服の留め部分について、体が不自由な方や加齢により関節の可動域が狭くなった方にとっては、ボタンやホック等の留め外しの作業が困難と感じる場合が多いとの声を聞いたからである。

こはぜは、その特徴的な形状から取り付けに際し専用のミシンが無く、生地を縫い付ける際には業務用ミシンに特殊な治具を用いる必要がある。その治具を、足袋専用ではなく幅広い対象への縫い付けを想定した規格に改良した点が、一番のポイントである。



高齢者用介護下着

ミシンの完成後、順次試作品の開発を進め、片手でも留め外しが可能な前開きの「高齢者用介護下着」と足首から支え、歩行時の負担を軽減できる形状の「足首サポート用脚絆」が完成した。どちらの試作品も機能性に加えファッションとして楽しんでもらえるよう生地や色、柄なども工夫し採用している。



足首サポート用脚絆

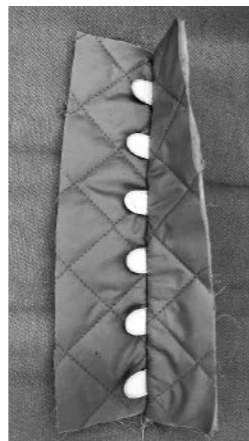


③様々な業界の課題解決へ

本事業では高齢者用介護下着と足首サポート用脚絆の他にもう1種「こはぜ付きパーツ」というこはぜを既に縫い付けた部材も開発した。使用するミシンや治具が理由となり、こはぜの取り付けができない対象に対しても、この部材を用いることでこはぜの取り付けが可能となる。

様々な生地や場所にこはぜを取り付ける提案ができるようになるため、今後さらに他業種へのヒアリングを進め、こはぜを使った課題解決へつなげていきたいと考えている。

今回の試作品のようにこはぜの転用が実用化することによって、こはぜ自体のニーズが高まることと併せて、他業界の課題解決が期待できるため、伝統産業の現代的変容のモデルケースの一つとして確立することを目指し、活動を継続していく。



こはぜ付きパーツ

【組織概要】

組合(グループ)名	伝統産業を守る会
住 所	兵庫県丹波篠山市東吹366-1

<担当:連携推進課 今橋>

テーマ

地域商店街振興のためのパラアーティストデザインによる商店街商品ロゴ制作と展示会

①商店街とパラアートの融合

クリエイターグループ「パンとアガペー」は、商店街振興、クリエイター作品の商品化、イベントの企画開催等を行っている任意グループである。以前から実施していた地域福祉支援活動を通し、商店街の店舗から「日々の経営に追われ新製品や効果的なお店ロゴ、グッズ商品等の開発の余裕がなく、販売戦略が思うようにいかない」「大手広告会社や著名なアーティストを用いた販促は経済面で大きな負担となるためなかなか踏み出せずにいる」等の販促に関する悩みをよく耳にしていた。また、パラアートについては「障がい者を助けるのではなく、障がい者が商店街や店舗に貢献する仕組みを模索したい」という想いが以前からあった。これらの理由から、この度、関西在住のパラアーティストの協力を得て、商店街商品のロゴやその他パッケージ等のデザインを試作することにした。そして、商店街の良さやパラアートの魅力を伝えるため、商店街にて試作品の展示会も開催することにした。

②それぞれがwin-winの関係になるために

はじめに、展示会を開催するために協力してもらう二宮商店街と宇治川商店街、パラアーティストに事業の説明を行った。商店街が展示会をするメリットとして、来場者にアンケートを取り、専門家に事業性評価・分析を依頼し、商店街に来街している客層やパラアート作品(後々店舗にて取り扱う予定のコースターや箸袋など)への関心度を数値化してみることで、今後の販売戦略につなげることが可能であると伝えた。2つの商店街からは快く承諾してもらえた。

パラアーティストには、今まではアートとして見ることしかできなかったが、グッズ化(商業デザイン)することでより多くの人に認知され、グッズを使ってもらえること、来場者へのアンケートで作品にどれほど関心があるのか評価してもらえること、商店街への地域貢献をする喜び、作業から仕事というちょっとした意識の変化を感じられる等のメリットを伝えた。パラアーティストからも承諾を得て、グッズのデザインは商業デザインを学んだ学生に依頼した。

③パラアート事業を地域の宝にしたい

パラアートのグッズが完成し、展示会を宇治川商店街では11月21日~23日、二宮商店街では11月24日~26日の計6日間開催した。6日間で112名の来街者と29名の商店街の店主向けにアンケート調査を実施した。アンケートの分析や実施調査の結果、今回の試みは概ね85%の方が好意的に受け止めており、この事業に意義があると認めてもらった。データに基づいた分析は商店街にとっても資するものがあつたように思う。また、パラアートの商品化を希望する声が多く、どのグッズに興味があるのか等の意見も聞くことができた。

今後は、クリエイターグループ「パンとアガペー」を「六甲の風・神戸港の波」を略した「六神コーポレーション」という株式会社に法人化し、この事業を引き継ぎ、地域貢献と障がい福祉を同時に行う会社に育てていきたい。



宇治川商店街での展示会



二宮商店街での展示会

組合(グループ)名	クリエイターグループ「パンとアガペー」
住 所	兵庫県神戸市中央区下山手通8-11-14-301

<担当:連携推進課 林>

先進組合の事例

A 22 ●組合従業員一丸となってSDGsの課題に取り組む 播州織工業協同組合

住 所	〒677-0033 兵庫県西脇市鹿野町162番地		
U R L	http://ban-ori.com		
設 立	昭和22年2月	主 な 業 種	綿スフ織物等の生産を行う小規模事業者
組 員 数	50人	出 資 金	5,131千円

■背景・目的

播州織は輸出産地として順調に発展したが、1985年のプラザ合意により一挙に国際競争力を削がれ、その市場を国内へシフトせざるを得ない状況となった。1990年代後半に新興国からの製品輸入の強い影響を受け、さらなる苦境にある。当組合はかつての栄光を取り戻すため、新商品開発や最新情報を発信できるよう、創造性豊かな産地づくりに努力している。そのひとつがSDGsへの取り組みで、具体的にはカーボンニュートラルとサステナブルファッションに取り組むことにした。

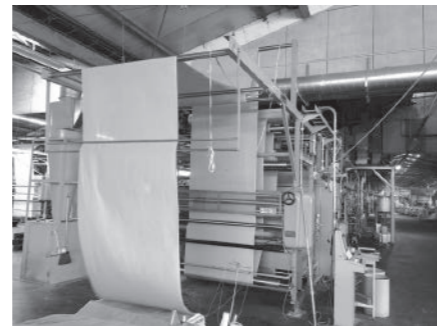
■取り組みの手法と内容

カーボンニュートラルの取り組みとして、最新省エネ対応加工機導入及び変圧器をトッランナー制度対象機器に更新することで、消費電力の省エネ化を図った。さらにアイ・ビー・テクノス株式会社の指導のもと、EMSを導入し各設備を無線回線でコンピューターにつなぎ、各設備の稼働状況と電力消費量を検知、最適なエネルギー消費となるよう工場設備を制御した。データはアイ・ビー・テクノス株式会社にも送られ、常時EMSの監視及びデータ分析が行われており、より効率的な工場設備運営の提案がなされている。

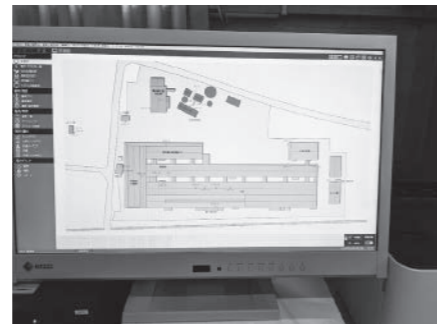
サステナブルファッションの取り組みとしては「脱マイクロプラスチック」を掲げ、水系材料を使用した「播州織」の商品開発を推進している。使わなかった糸や廃棄糸等を「バイオエタノール化」や「廃棄物固形燃料(RFP)化」といった繊維廃棄物の再資源化にも取り組んだ。取り組みの一環として、組合従業員の意識を高めるために「SDGs研修」が実施された。研修では松田常務理事自らが講師を務め、SDGsの概要を講義、従業員全員で学びを基に「自分たちは何ができるか」をディスカッションした。この研修で多くのアイデアが生まれた。

■成果とその要因

年間原油換算エネルギー使用量を初年度28%削減、2年目30%削減、3年目30%削減の省エネを実現できた。研修で生まれたアイデアから脱マイクロプラスチック素材を使用し、抗ウイルス・抗菌防臭・撥水・防汚加工を施した「播州織オリジナルエコバッグ」の開発に結びついた。これはSDGs活動推進に取り組む組合幹部のリーダーシップと従業員の意識改革、モチベーション向上が行動に結びついた結果である。また提携企業の技術協力が大きな貢献となった。



最新省エネ対応加工機



EMS/パソコン操作画面



直営ショップで販売されている「オリジナルエコバッグ」

SDGsへの取り組みを通じた組合事業活性化・社会貢献



Point!

組合幹部のリーダーシップのもとSDGsについて学ぶ機会を設けるなど、様々な機会を通じてSDGs活動への従業員の意識統一が図れたことである。

全国中小企業団体中央会「令和4年度組合資料収集加工事業報告書 先進組合事例抄録」p33より転載

「組合事例検索システム」をご活用ください!

中小企業・小規模事業者や組合等連携組織が新たな事業活動への挑戦や組織体制を見直す際の参考、知識や経験の伝承、ノウハウの移転・活用を目的に全国中央会では、都道府県中央会と連携し、毎年『先進組合事例抄録』を作成しております。

本誌(5頁)でご紹介した先進事例をはじめ、これまでに収集した活動事例は、全国中央会のホームページ「組合事例検索システム」からご覧いただけます。今後の組合運営の参考に検索システムをご活用ください。

■全国中央会ホームページ「先進組合事例抄録」

<https://www.chuokai.or.jp/index.php/manuals/caseabstract/>

組合事例検索

検索

兵庫県中小企業青年中央会(Hyogo-UBA)が通常総会を開催しました

兵庫県中小企業青年中央会(会長 稗田晴彦)では5月16日、ANAクラウンプラザホテルにて【Hyogo-UBA令和5年度第41回通常総会】を開催しました。

第1部の通常総会では、すべての議案について原案通り可決され、役員補充では新たに出向役員として2名の監事が選任されました。第2部の講演会では、SMG菅原経営(株)代表取締役/SMG税理士事務所代表税理士 菅原由一氏をお呼びして「キャッシュリッチ経営で勝ち企業へ!~会社の運命を変える究極の資金繰り~」と題してご講演いただきました。第3部のレセプションでは、片山安孝兵庫県副知事をはじめ、兵庫県・商工中金・近畿ブロック等関連団体から多数のご臨席をいただき、主催者を代表して稗田会長より令和4年度メンバーシップビジネス実績及び昨年10月に開催した創立40周年記念大会開催のお礼、本年度のUBAの展望等について報告を行いました。第4部の交流懇親会では、昨年以上に多くのご参加をいただき、アフターコロナの先陣を切る大規模交流会として時間が足りない程、大盛況のうちに終えることができました。

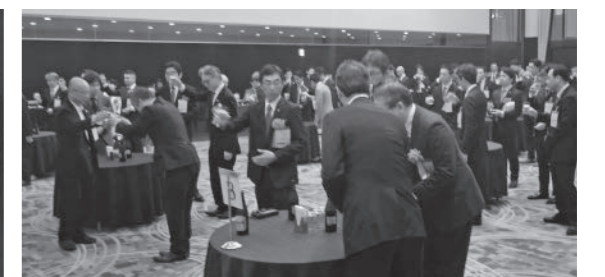
【令和4年度メンバーシップビジネス実績】 ※取引金額、取引件数ともに過去最高
 取引額 : 1,133,751,207円 前年度比+30% (872,185,580円)
 取引件数 : 10,942件 前年度比+27% (8,602件)



稗田会長の挨拶



片山兵庫県副知事の祝辞



交流懇親会
〈担当:情報企画課 阿部〉

新型定期預金 マイハーベスト

高めの金利設定(当金庫内比較)

1年、2年、3年から期間が選べる

お預け入れは50万円から



●神戸市役所南側西入る
神戸支店
 〒650-0032 神戸市中央区伊藤町111
 ☎078(391)7541

●市民会館東隣
姫路支店
 〒670-0015 姫路市総社本町111
 ☎079(223)8431

●労働福祉会館前
尼崎支店
 〒660-0096 尼崎市東灘波町5-19-8
 ☎06(6481)7501

情報レポート

令和5年5月22日集計

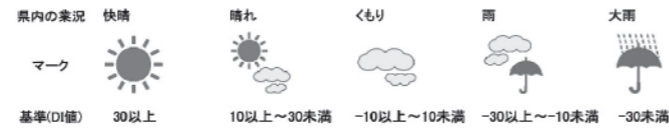
概況 県内中小企業は、経済正常化を受けた景気回復への期待は高まるが、物価上昇の影響や人手不足への警戒感が強い。

内閣府が5月17日に公表した今年1～3月期の国内総生産(GDP)速報値は、季節調整値で前期比0.4%増だった。新型コロナウイルス禍からの正常化を受けた個人消費の回復加速で3四半期ぶりにプラス成長に転じた。

一方、県内の中小企業の主要各DI値を前月と比較すると横ばいから僅かに悪化している。3月は年度末による需要が大きかったが、物価上昇を受けての収益悪化や販売数量の減少が影響しているものと思われる。人手不足への対応は、各業界で喫緊の課題となっている。

業種別景況天気図(前年同月比) 令和5年4月(5月集計)分

業種	項目	景況	売上	収益	資金
製造業	景況	曇り	晴	曇り	曇り
	数値	-15%	15%	-12%	-6%
非製造業	景況	曇り	曇り	曇り	曇り
	数値	6%	3%	-12%	-12%
総合	景況	曇り	曇り	曇り	曇り
	数値	-10%	9%	-12%	-9%



●●●●● 業界の声 ●●●●●

製造業

食料品..... 4月売値上げの影響も若干有りか。来客数は若干減少するも客単価のUPが見られ、GWスタートの影響からか予想外の2桁の売上げの伸びがあった。食パンの伸びが目立った。

木材・木製品..... 建築現場の進捗が悪く、プレカット工場の稼働率も低下している。資材の出荷も低調で今後の建築着工の低下も懸念される。輸入木材が価格を下げており、国産材製品の価格にも影響が出ている。販売価格の低下により各社、採算性が悪化している。

紙・紙加工品..... 本年度は、行動制限の緩和等による需要の拡大等によりパッケージ用板紙は増加の傾向にあると予想されている。また、段ボールにおいても行動制限の撤廃による外出機会の増加や、水際対策の緩和による外国人旅行者の増加に伴い、需要増加が予想され、期待される。

窯業・土木製品..... 販売数量の変動は見られないが、電気や燃料の高騰と輸送費の値上がりなどで収益性の低下がうかがえる。企業努力による利益確保が難しくなっており、価格転嫁せざるを得ない状況である。

鉄鋼・金属..... 人材募集を行っているが、問い合わせはほとんど無くあきらめ感があり、かつ従業員の高齢化も大きな課題となってきた。

一般機器..... 売上げは回復傾向にあるものの、業種によってバラツキや電気料金の高騰・諸物価の高騰等もあり企業収益の回復には不透明感が見られる。

非製造業

卸売業..... 売上高は、前年度比平均105%だった。今後人手不足の顕在化が進行すれば、売上目標額の達成には厳しい状況になるとの意見があった。先の事はまだまだ見えない。

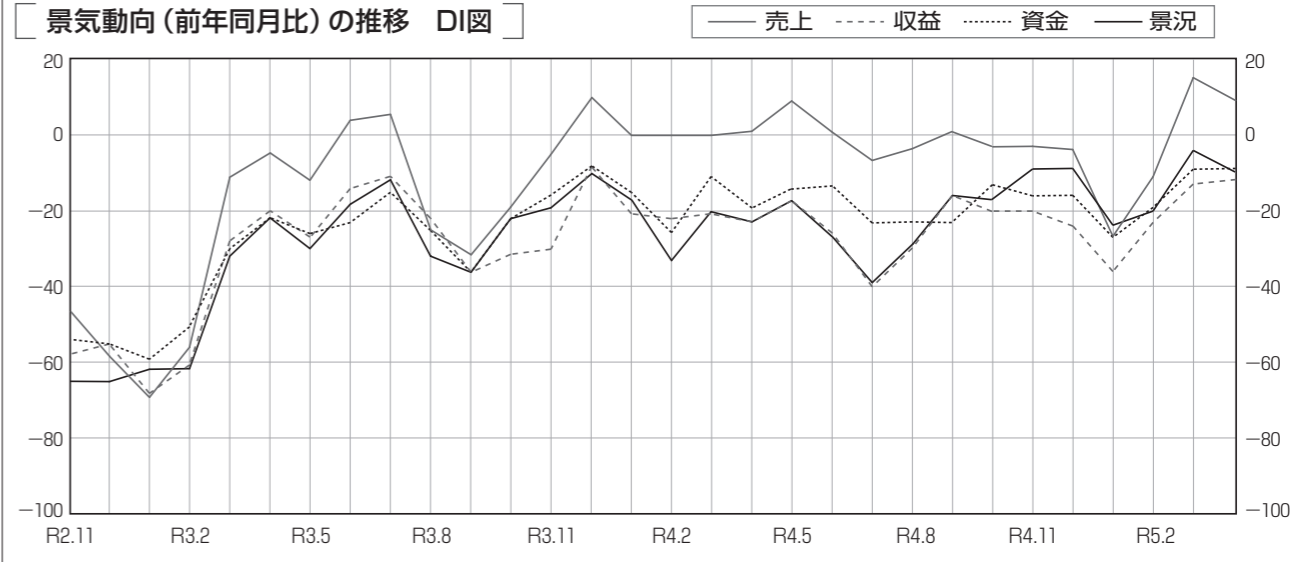
小売業..... 自転車本体の価格が高くなり売れ行きも良くない。この先も高止まりが続くと予想されるので、あまり見通しは良くなさそうである。

商店街..... 長い歴史を続けて来られた店舗の閉店など、明るい話題は少なく、物販は今一つ不調であるが、飲食は以前の賑わいを取り戻しつつある。コロナ対策での融資の返済も始まり、経営面は厳しい。

サービス業..... 4月上旬が好調で中旬以降に寒の戻りを受けて受注が急激に悪化し、最終的にはコロナ禍の影響を受けていた昨年よりも売上げが減少するという最悪な事態になっている。一方で原材料の高騰から販売単価は上昇しているため、受注量は相当に下がっているといえる。

建設業..... 年度初めとあって、業務的には落ち着いた状況だった。当業界の喫緊の課題である若年者の入職に向けて、今年度から新事業に取り組むことになった。組合で若年者を発掘し、最終的には組合員企業で雇用してもらえればと考えている。

その他..... 福祉業界では感染対策を引き続き実施する予定であり、大きな変化はなく、しばらくは感染状況を見ながら、対策を検討していくことになるとと思われる。



DI (Diffusion Index) とは?
 景気が「上向き」か「下向き」かという、景気の方向性を示す指数。DI値は、調査対象組合に「好転」「不变」「悪化」というような選択肢の質問を行い、「好転」の回答構成比から「悪化」の回答構成比を差し引いて算出している。
 ◆DI値 = (「増加」・「好転」した組合数 - 「減少」・「悪化」した組合数) ÷ 回答組合数 × 100

ゴルフ場利用税は県や市町の貴重な財源です!

- ゴルフ場利用税は、その10分の7がゴルフ場のある市町に交付され、周辺環境の保全等地域の行政サービスを支える貴重な財源として役立っています。
- 税額は、ゴルフ場の規模、利用料金等に応じて定められており、一人一日あたり300円~1,200円になります。
- 次の人については、ゴルフ場利用税が非課税となっています。(申出書等の提出と証明が必要です)
 - ① 18歳未満又は70歳以上の人
 - ② 障害者
 - ③ 国民スポーツ大会に参加する選手(同大会のゴルフ競技としての利用に限ります)
 - ④ 学校の教育活動としてゴルフを行う学生、生徒、教員等
 - ⑤ 国際競技大会に参加する選手(同大会のゴルフ競技としての利用に限ります)



※お問い合わせはお近くの県税事務所まで
兵庫県・県税事務所

信用保証のご案内

◆ **会社設立による創業をお考えの方や創業間もない会社を営む方へ** ◆
 当協会は、令和5年3月15日から新たな保証制度
「スタートアップ創出促進保証制度」の取扱いを開始しました。

- 《 制度の主な特徴 》
- ① 経営者保証不要
 - ② 保証料率が低い(0.7%)
 - ③ 自己資金要件あり
- ※創業計画書(スタートアップ創出促進保証制度用)が必要となります

制度の詳細は、当協会ホームページをご覧ください。各事務所・支所にお問合せ下さい。

HPはこちらから **兵庫県信用保証協会** 〒651-0195 神戸市中央区浪花町62番地の1 TEL.078-393-3900(代表)

情報レポート

情報レポート・お知らせ

関西 夏の省エネはこうでなくっちゃ!!

脱炭素アクション

省エネ家電に買い替えましょう

軽装勤務に切り替えましょう

冷感グッズを活用しよう

冷房は室温28℃を目安に!

日中はブラインド等を使用しましょう

関西夏のエコスタイル

令和5年5月1日(月)~10月31日(火)

上記期間以外にも、必要に応じて取組を行います。



関西広域連合
UNION OF KANSAI GOVERNMENTS

滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、
鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市

脱炭素の促進、資源の有効活用の観点から、このポスターは両面仕様となっています。時期に応じて使い分けください。



夏季はエネルギー利用が高まります。「COOL CHOICE」を意識しましょう。



関西広域連合は「関西脱炭素社会実現宣言」に基づき、脱炭素社会の実現に向けてオール関西で取組を進めます。

中小企業のための経営レポート

中小企業がDXを成功させるポイント

現場イズム 代表 内藤 敏 (中小企業診断士)

DXが求められる背景

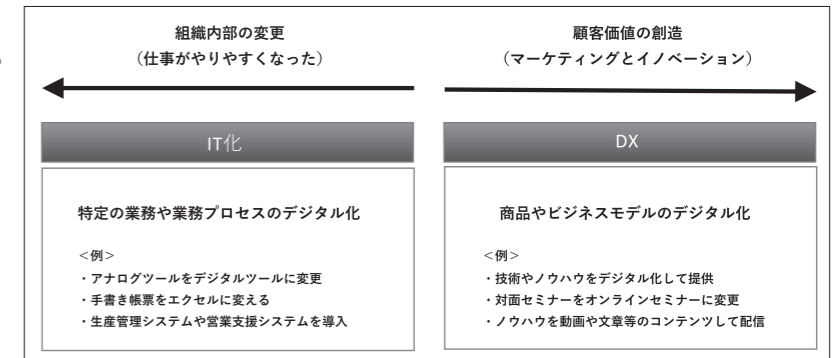
最近、「DX (デジタル・トランスフォーメーション) を進めたい」という経営者の言葉をよく聞くようになりました。DXが求められる背景には、賃上げや事業の収益性の改善が求められる中で、「生産性を高めたい」、「事業を変革したい」という経営者の考えがあります。

DXとIT化の違い

「DX」とよく混同されるのが、「IT化」です。「DX」と「IT化」の違いは、どこにあるのでしょうか?

いわゆる「IT化」は、“手書きの帳票をエクセルに変える”、“生産管理システムや営業支援システム”を導入するなど、組織内部の仕事をやりやすくする取組をさします。

一方、「DX」は、デジタル技術やデータを活用し、製品やビジネスモデルそのものを変革する取組をさします。「IT化」は組織内部の仕事を効率化するのに対して、「DX」は顧客に新たな価値を提供する外向きの活動です。デジタル技術を活用した新事業開発や新商品開発が本来の「DX」の活動です。



中小企業がDXを成功させるポイント

DXは、デジタル技術を活用して製品やサービス、ビジネスモデルそのものを変革する取組であり、中小企業がDXを成功させるには、3つのポイントがあります。

ポイント① 経営者が戦略を決定する

製品やサービス、ビジネスモデルを変革するためには、経営者の意思決定が不可欠です。新たな事業展開、商品・サービス開発に人・モノ・金などの経営資源をどれだけ投入するか、経営視点での意思決定が必要です。特にDXを実行する人材の育成に、どれだけの時間や資金を投入するかは重要な要素になります。

ポイント② マーケティングの視点を持つ

DXは、デジタル技術を活用して製品やサービス、ビジネスモデルそのものを変革する取組であり、それが社会や顧客にとって価値があるのかといったマーケティングの視点を持つ必要があります。将来の事業の方向性を決めることになるため、新しい事業や商品・サービスにニーズがあるかどうかを調べるため、また、戦略的な意思決定をするためにテストマーケティングが必要になります。

ポイント③ 従来のやり方、常識にとらわれない

実際にDXを進めようとする、組織内部の反発や抵抗が生じることが少なくありません。組織の内部には、従来のやり方や常識が企業文化として根付いています。DXは事業活動を変革する取組であり、DXを推進しようとする企業文化が抵抗要因となることがあります。DXを成功させるには、従来のやり方や企業文化も含めて変革を進める必要があります。

まとめ

これまでに述べたようにDXの性質上、経営的な判断が求められることから、中小企業においては、経営者がDXの推進責任者となるべきです。中小企業には難しいと感じるかもしれませんが、DXを成功させている企業では、経営者が“事業を変革する”という固い決意を持っています。DXの推進は簡単な道のりではありません。経営者が不転退の決意をもって進めることが必須条件になります。

なお、中小企業が推進するDXの事例を知りたい場合は、下記URLをご参照ください。

◇経済産業省「DX Selection2022」

https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/dx-selection2022.pdf

Profile

プロフィール



現場イズム 代表 内藤 敏
(中小企業診断士)

モノづくりから販売までをサポートするコンサルタント。中小企業を中心にIT人材の育成や業務システムの導入支援をしている。「事業経営の全ては経営者で決まる」を信条に経営者と共に経営の現場に踏み込み、お客様満足を目指すことをコンサルティングポリシーにしている。
◇ホームページ: <https://genba-izm.com/>