

山梨県中小企業家同友会 2020年ビジョン

(2016年8月30日発表)

〈目次〉

1 序 「地域の繁栄なくして自社の存続はあり得ない 企業経営者の意識変革を」

2 総合課題Ⅰ～Ⅲ

- 2-1. 総合課題Ⅰ 600名への組織拡大と強化（同友会づくり）
- 2-2. 総合課題Ⅱ 人を生かす経営と同友会らしい魅力あふれる自立型企业づくり（企業づくり）
- 2-3. 総合課題Ⅲ 中小企業振興条例の推進とエネルギーシフト、環境経営の取り組み（地域づくり）

3 業界別アクション

- 前提. 人口減少の中での技術革新・コミュニケーション
- 3-1. サービス業、運輸、卸小売業、金融保険・土業、医療介護
 - 3-2. 製造業（ものづくり）
 - 3-3. 建設業（土木・一般建設・設備工事業）
 - 3-4. 農業

4 魅力ある中小企業と山梨県

- 4-1. 魅力ある中小企業（会員）を増やす〈数値目標〉
- 4-2. 中小企業がつくる「魅力ある山梨県」をめざす

1 序 「地域の繁栄なくして自社の存続はあり得ない 企業経営者の意識変革を」

山梨県中小企業家同友会は1997年6月28日に34名会員で設立し、20年の歴史を刻んで来ました。山梨県経済の健全なる発展を目指し同友会理念の実践を推し進め、2017年6月には20周年を迎えます。

この大きな節目に同友会の原点ともいえる『地域の繁栄なくして自社の存続はあり得ない』の言葉通り、雇用を増やし、地域づくり、仕事づくりを前進させるべく山梨県中小企業家同友会2020年ビジョンを策定します。このビジョンに沿った同友会活動を展開し、会員企業が自立型企业となり、さらなる成長を現実のものとしします。

日本政府はアベノミクスを浸透させてきていますが、未だに経営環境は好転していません。人口減少を伴う厳しい地域経済の中にありますが、山梨県中小企業家同友会としては、地球環境保全のため、「同友エコ」への取り組みや山梨県に続き、市町村への中小企業振興条例制定への運動や経営指針づくりの活動を推進し、更なる同友会の存在意義を発揮すべく事務局との連携を取り高めていきます。

同友会会員である事の優位性を検証し、企業経営者の意識変革を進めるためのビジョンを策定実践してまいります。

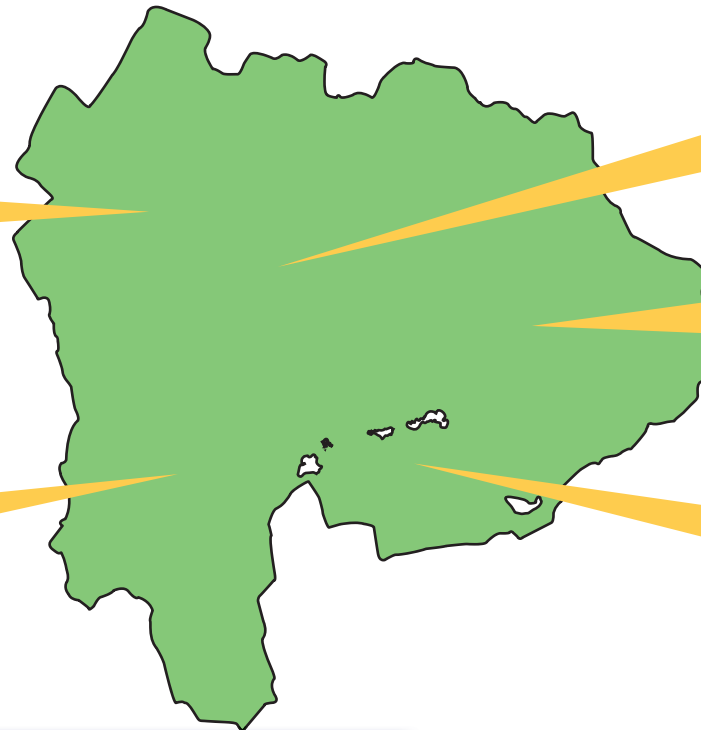
代表理事



2016年8月30日

2 総合課題 I ~ III

2-1. 総合課題 I 600名(組織率5%)への組織拡大と強化(同友会づくり)



北支部(北杜・韮崎・甲斐北部)
80名規模へ

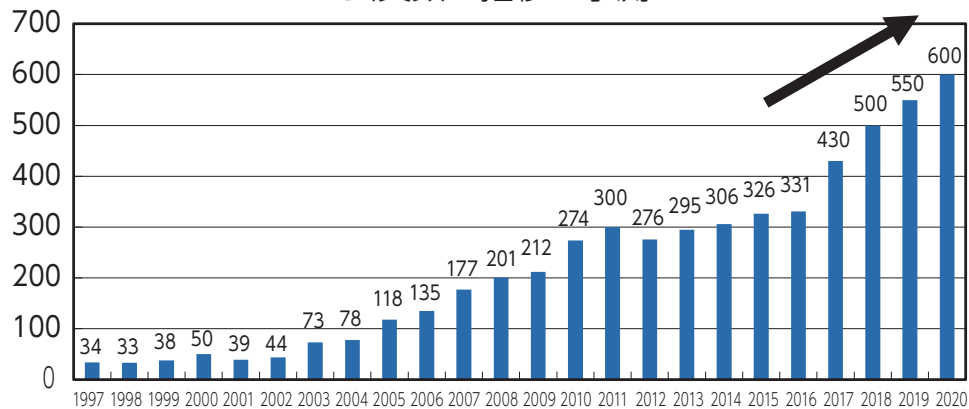
甲府支部(甲府・昭和)
2支部で200名規模へ

東支部(峡東地域)120名規模へ

南支部(南アルプス・中央市・
峡南地域)120名規模へ

【新設】郡内支部(郡内地域)
80名規模へ

会員数の推移と予測



組織拡大と強化

- (1) 県内法人企業数 11,934 社の約 5% の組織率を達成
- (2) 甲府 2 支部体制と郡内での強固な支部の構築
- (3) 委員会活動の強化で活動のすそ野を広げる(組織強化)
 - ・ 共同求人委員会
 - ・ 政策委員会
 - ・ 地球環境委員会
 - ・ 女性経営者委員会(名称仮)

2 総合課題Ⅰ～Ⅲ

2-2. 総合課題Ⅱ 人を生かす経営と同友会らしい魅力あふれる自立型企业づくり (企業づくり)

○労使見解の精神を経営指針作成と実践の中で具現化する
★女性の起業支援・女性経営者の経営バックアップ

○情勢を科学的に分析し、全国の経験からも学び追求する
○あの会社をお願いしたい、あの会社に勤めたいと言われる企業

自立型企业づくりの取り組み①～③

<取り組み①>

経営指針（理念・方針・計画）が確立され、社員と共に実践できる企業

- 労使見解（人を生かす経営）を深く学び、対等な労使関係を築きます。
- 経営指針を作成するだけに留まらず、社内で発表し、社員とともに共有し、実践します。
- 経営指針作成の際には、世界的な情勢や地域経済の現状、自社を取り巻く外部環境を科学的に分析して方針を立てます。
- 1社依存型の経営から脱却します。
- 「企業変革支援プログラム」を活用し自社の強み、弱みを分析し、強みを伸ばし、課題を克服します。

<取り組み②>

社内で人が育つ「共育力」のある企業

- 経営理念を社員と共有して、社員の自主性を育みます。
- 社員同士で育ち合う社風を確立します。
- 社員共育のプログラム、マニュアル、カリキュラムなどを整備して、人が育つ仕組みをつくります。
- 女性が活躍できる環境を整備します。
・出産、子育て支援の体制づくりなど

<取り組み③>

新規雇用（新卒採用）、定期的に人材採用ができる企業

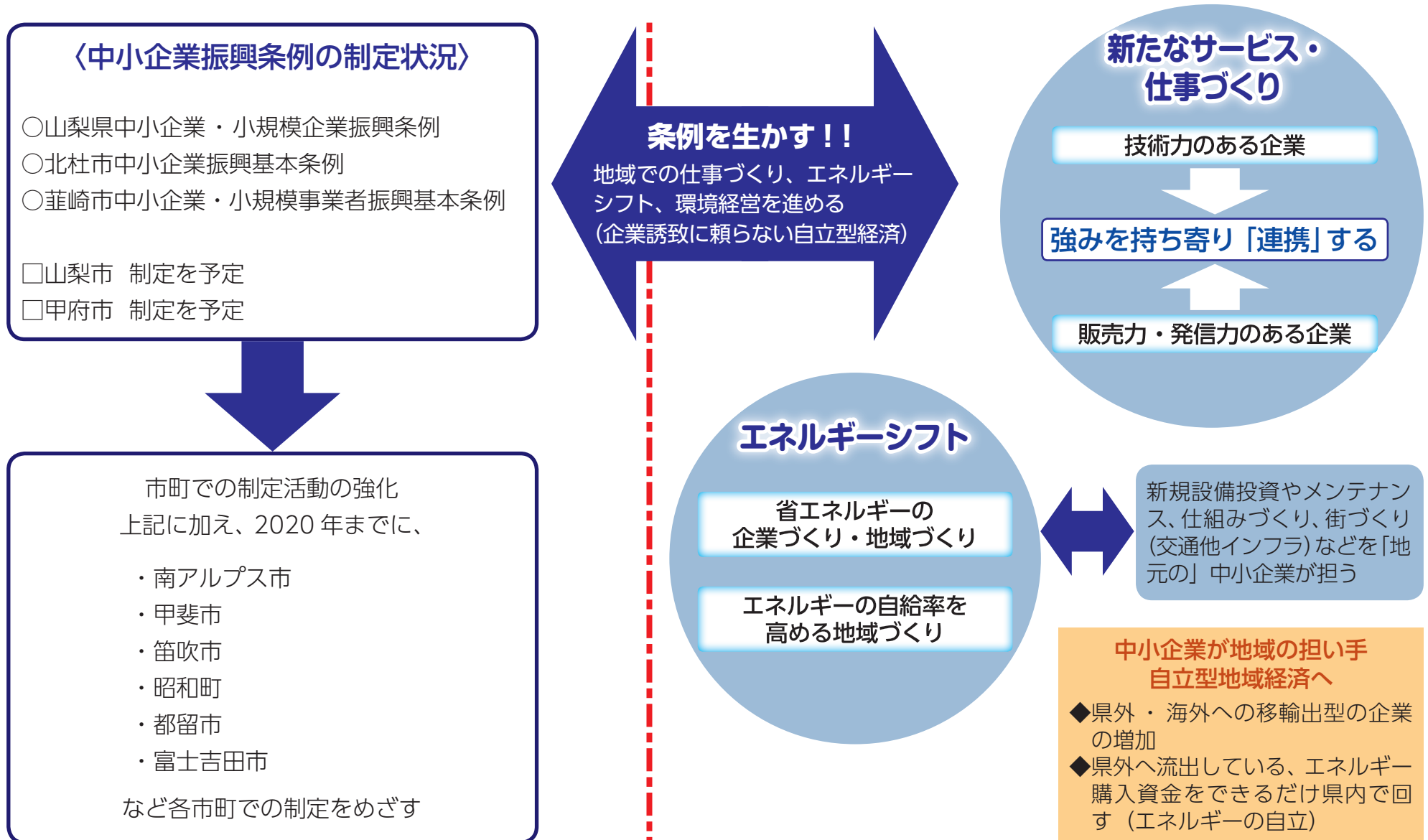
- 就業規則や給与規定を整備して、労働環境を改善し、安心して働ける企業をつくります。
- 新規採用に踏み切り、永続して発展する取引先からの信頼の厚い企業をめざします。

自立的で質の高い企業をめざす

- 自社の存在意義を改めて問い直すとともに、社会的使命感に燃えて事業活動を行い、国民と地域社会からの信頼や期待に高い水準でこたえられる企業へ
- 社員の創意や自主性が十分に発揮できる社風と理念が確立され、労使が共に育ちあい、高まりあいの意欲に燃え、活力に満ちた豊かな人間集団としての企業へ

2 総合課題Ⅰ～Ⅲ

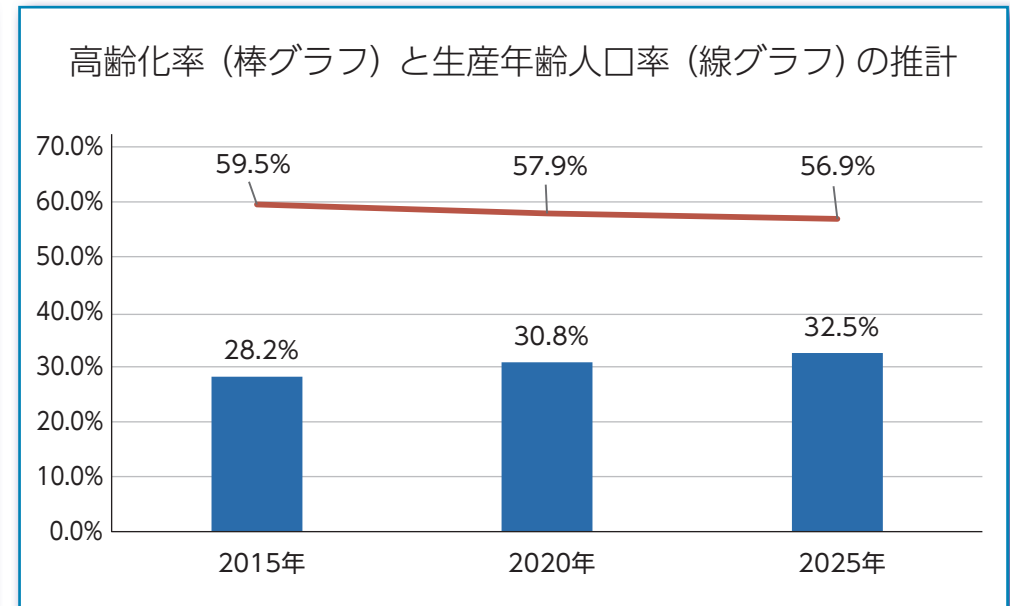
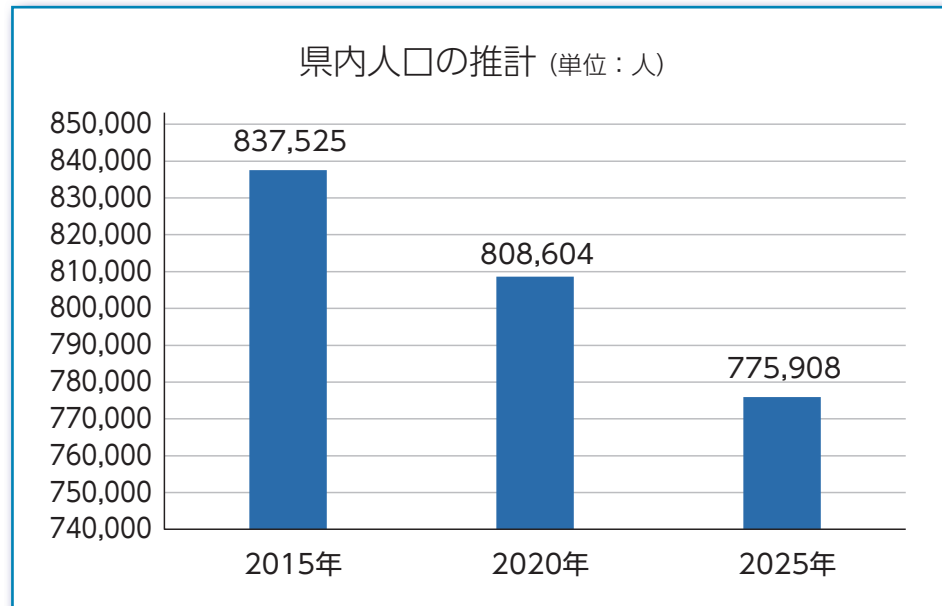
2-3. 総合課題Ⅲ 中小企業振興条例の推進とエネルギーシフト、環境経営の取り組み（地域づくり）



3 業界別アクション

〈前提：人口減少の中での技術革新・コミュニケーション〉

■ 県内人口の減少



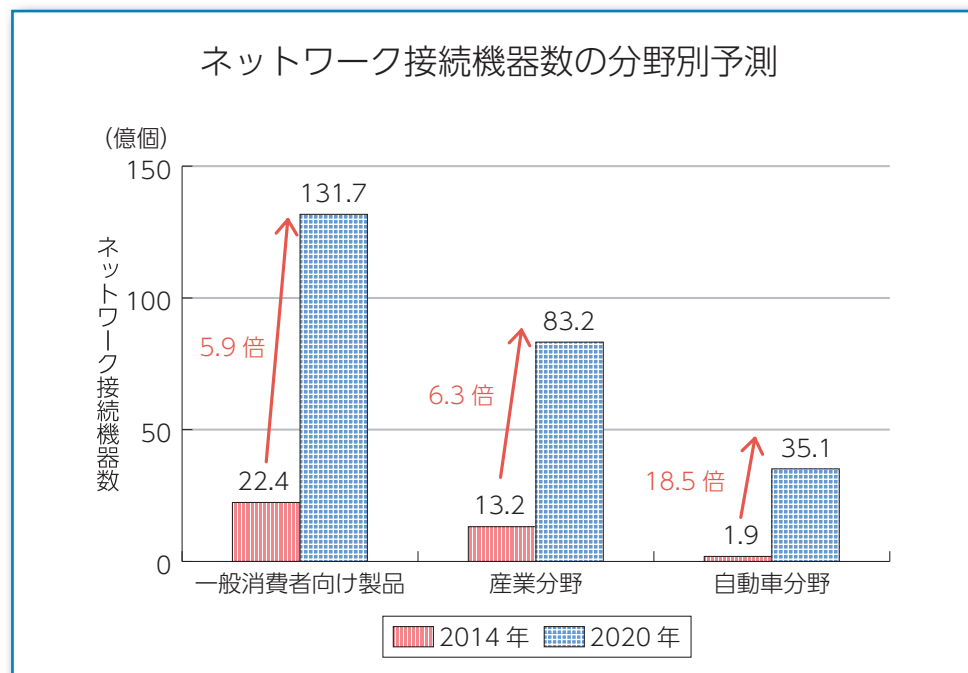
(グラフデータ：国立社会保障・人口問題研究所 2013年公表資料より)

⇒毎年6,000名のペースで減少(2015年83万7525人)→(2020年80万8604人)→(2025年77万5908人)に。高齢化率(2015年28.2%)(2020年30.8%)(2025年32.5%)は上昇し、生産年齢人口率(2015年59.5%)(2020年57.9%)(2025年56.9%)はじわじわ減少する。

⇒**若者の就職希望先の状況に関する県の調査**では、山梨県出身で**県外の大学に進学した大学生の50.7%が県内への就職や進学を希望**。理由は地元へ愛着があるから72.2%、次いで山梨が好き62%、地域に貢献したい33%。

一方21%は希望しないと回答。理由は県外に希望する就職先があるが36%、県内に希望する就職先がないが67%。県内にUターン就職する学生は毎年2~3割にとどまり、望んでも希望する職種や規模の企業が少ないことが県外にとどまる大きな原因と分析している。**大学進学等で県外に出た若者の5人に1人しか山梨に戻ってこない**現状がある。

■ 技術革新…「仕事なくなる」「人（知識・技能）がいらなくなる」IoT（Internet of Things）の急進的な広がり、AI（人工知能）の発達



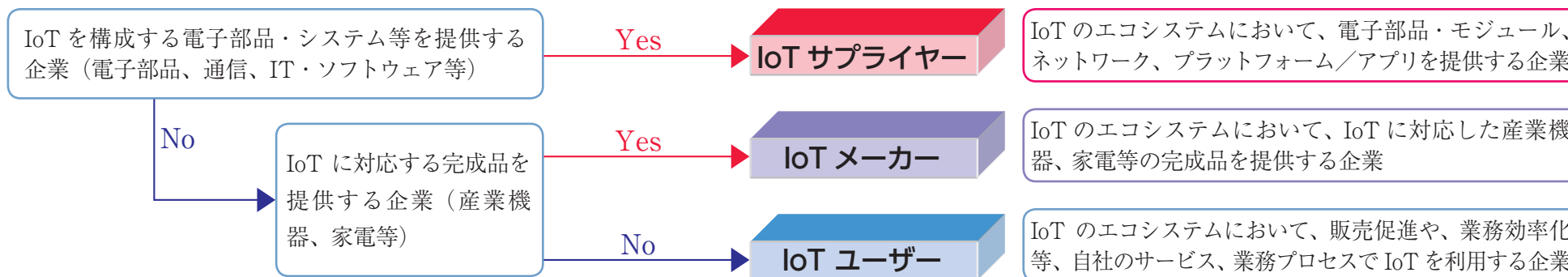
IoTの適用イメージ例

分野	適用イメージ例
施設	・施設内設備管理の高度化（自動監視・制御等）
エネルギー	・需給関係設備の管理を通じた電力需給管理 ・資源採掘や運搬等に係る管理の高度化
家庭・個人	・宅内基盤設備管理の高度化 ・宅内向け安心・安全等サービスの高度化
ヘルスケア・生命科学	・医療機関/診察管理の高度化 ・患者や高齢者のバイタル管理 ・治療オプションの最適化 ・創薬や診断支援等の研究活動の高度化
産業	・工場プロセスの広範囲に適用可能な産業用設備の管理・追跡の高度化 ・鉱業、灌漑、農林業等における資源の自動化
運輸・物流	・車両テレマティクス・追跡システムや非車両を対象とした輸送管理の高度化 ・交通システム管理の高度化
小売	・サプライチェーンに係る高度な可視化 ・顧客・製品情報の収集 ・在庫管理の改善 ・エネルギー消費の低減
セキュリティ・公衆安全	・緊急機関、公共インフラ（環境モニタリング等）、追跡・監視システム等の高度化
IT・ネットワーク	・オフィス関連機器の監視・管理の高度化 ・通信インフラの監視・管理の高度化

（いずれの図表も 総務省平成 27 年版 情報通信白書より）

⇒自社の分野で、IoT・AI がどのように広がるのかを掴み、対策を取る（異業種からの参入に備える、また、異業種への参入も検討する）

⇒個別企業における検討の第一歩



（みずほ産業調査 / 51 2015NO3P49 より作成）

■顧客とアナログな関係を強化…今ある資源を生かしきる、地域や顧客の「つぶやき」を拾うコミュニケーションを重視し仕事につなげる。

⇒	今ある資源	従業員、設備、地域資源、特産品、人脈、立地、景観、既存製品、顧客、蓄積されたデータ・経験・技術 など
	つぶやきを拾うコミュニケーション	顔を合わせたつながり（face-to-face）で地域の困りごと、顧客の何気ないつぶやき・要望・困りごと、顧客のそのまた顧客の抱える課題などを掴む。オーダーメイド・カスタムメイド化、そこにITを駆使したOne to Oneマーケティングでの仕事づくり

3-1. サービス業、運輸、卸小売業、金融保険・土業、医療介護

- ⇒ 利用者の位置情報、ライフステージ、要求、健康状態等を把握した販売・サービス。通りすがりの顧客を「会員化」する（ストック化）
- ⇒ RFID（ID情報が埋め込まれた無線通信タグ）を活用した商品や品質、物流管理でコスト削減・合理化へ
- ⇒ ICTによる通販等の更なる拡大による、卸売・店舗等での小売機能の消滅（中抜き）に対応する
- ⇒ 金融保険・土業は手続き代行から、総合的な経営（生活）コンシェルジュ化。他分野と広く連携しワンストップ窓口へ
- ⇒ IT弱者へのアナログ接触の強化（地域の困り事への対応）

3-2. 製造業（ものづくり）

- ⇒ 製造のみでなく、企画・開発力の強化。1社依存体質からの脱却（顧客の業界を分散させる）
- ⇒ 横請けネットワークの構築（各社の強みを持ちより、自社の弱みをカバーする）。共同受注体制で企画・開発の川上へ
- ⇒ IoT・AIの浸透による生産現場と顧客の変化、モノの作り方だけでなく、顧客や「使われ方」などの激変に先んじる

3-3. 建設業（土木・一般建設・設備工事業）

- ⇒ 中部横断道や中央リニア新幹線、東京五輪など巨大公共事業とその波及投資の情報収集と仕事確保（県外・民需も視野に）
- ⇒ 官公需と民需の2本柱の仕事を確認。営業強化とWEBでの自社情報の発信強化（中小振興条例を生かし、地域の仕事は地域の会社で）
- ⇒ インフラ（及び設備）モニタリングで事故や老朽化対策。点検・管理の徹底と省力化（メンテナンスの仕事を受注）。IoTの導入
- ⇒ 若手人材の確保と育成、シニア層の活用

3-4. 農業

- ⇒ 農産物の加工商品開発（高付加価値化）
- ⇒ 直販体制の構築。品質で差別化し情報を発信して固定客を確保。また連携して大消費地への販路を確保
- ⇒ 観光・サービス業などと連携し、着地型やインバウンドの顧客への販路を確保・リピーター化
- ⇒ IoTの攻めの姿勢での導入（農場・生産・品質管理でロス削減と人件費削減、顧客の管理と定期的な情報発信）

4 魅力ある中小企業と山梨県

4-1. 魅力ある中小企業（会員）を増やす〈数値目標〉

⇒ 会員企業の「経営理念」成文化率は38%
(2013年山梨同友会アンケート結果)

2020年までに達成
経営理念の成文化率・・・会員の60%をめざす

経営理念・方針・計画の成文化率・・・会員の40%をめざす

同友会の会員は「人を生かす経営（労使見解）をベースに、経営指針・人材採用・社員教育に取り組む」
⇒ 「同友会の会員企業に就職したい」「同友会の会員に仕事を依頼したい」「人材育成のことなら同友会へ」

⇒ 会員企業で働く正規従業員数（役員含む）約5,900名、パート・アルバイト約3,200名、合計で約9,100名を雇用。少なくとも4,000世帯（※）以上を支えている。

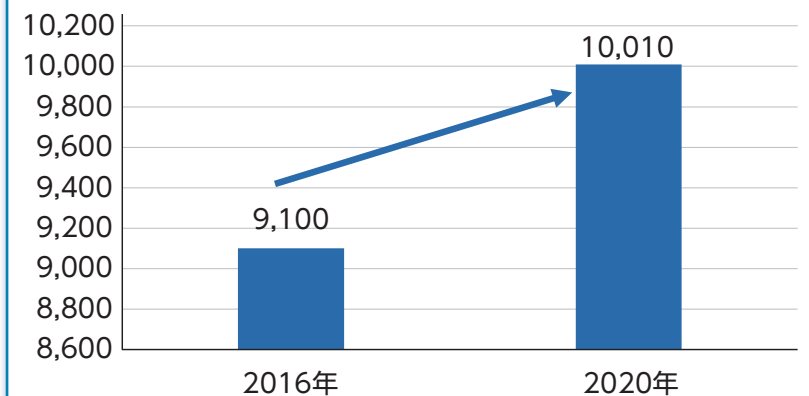
（※H22国勢調査の山梨県の生産年齢人口に対する世帯数の割合から推計）

2020年までに各社で10%以上、正規雇用を増やそう！！

（若者が未来に希望を抱ける雇用環境を実現）

⇒ 全ての会員が自立型企业へ！！
納税や雇用を大前提に、地域から頼られる魅力ある中小企業に

各社で10%以上 雇用を増やす（単位：人）

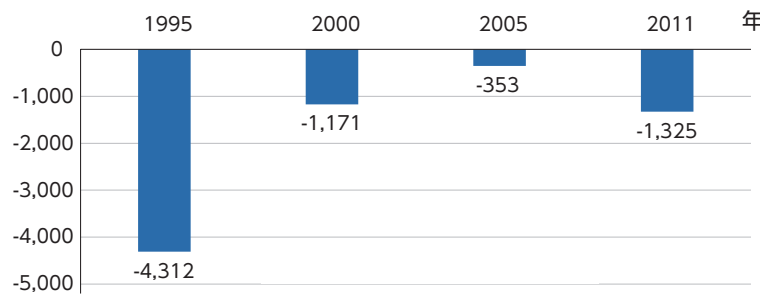
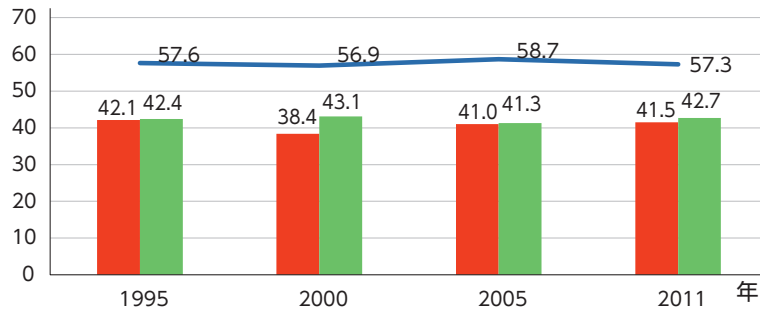


4-2. 中小企業がつくる「魅力ある山梨県」をめざす

〈現 状〉

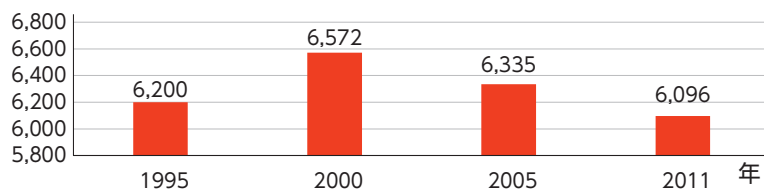
(グラフデータ：山梨県産業連関表から作成)

県際収支 (赤)移輸出率 (緑)移輸入率 (線)自給率



山梨県 県際収支額 (単位：億円)

県内生産額 (全産業) (単位：十億円)



〈あるべき姿〉

〈アクション〉

- 移輸出率を高める (移輸入率を上回るように)
- 自給率を高めていく
- 県際収支をマイナスからプラスにしていく

- 県内生産額を上げていく

地元中小企業を元気にする産業政策 (社員 1000 名の企業を誘致するより、地元の 1000 社が 1 名の雇用を増やせる取り組み)

同友会らしい自立的で質の高い中小企業が多数ある地域 (若者が地元の中小企業で働きたいと思える企業づくり)
→人口減少スピードを抑える

移輸出型企業が稼いだお金を地域の中で、何度も回転させる (雇用や税収増につながる)
→地域の暮らしの豊かさ (子供からお年寄りまで)

「中小企業は日本経済の主力」と宣言された「中小企業憲章」を生かし、中小企業振興条例を制定・実践していく (土台となる理念と仕組みづくり)