

台湾のごくごく一部見聞録 2023



正岡 利朗
(高松大学経営学部 教授)

Toshiro
Masaoka

この夏も「生命の危機」を感じるほどに太陽光が肌を刺し、ロードバイクでの「出撃」は全面的に見送りました。そのような中、久々の海外ということで台湾に出張してまいりました。そこで、今回の話題は、台湾鉄路の利用と台北市郊外の住宅事情です。

桃園市の開南大学と基隆市の市役所に、短大秘書科の同僚が3泊4日の行程で「交流の打ち合わせに行く」ということで、同行することが決まったのが6月末、当方としては、台湾は退職後の海外旅行第一候補地なので、実にウエルカムです。それで失効していたパスポートを取り直し、7月30日に高松空港19時20分発の中華航空で、21時5分(時差は1時間)に桃園国際空港に降り立ちました。そして、ホテルを台鉄桃園駅付近に確保し、夜食を最寄りのコンビニで調達したのですが、パンなどの食料品は日本の価格とほぼ変わらず、軽い衝撃を覚えました。

翌日は、開南大学への訪問です。この打ち合わせが終わると、この日の用件はこなししたので、台鉄で台北に出ることにしました。ここから活躍するのは「悠遊カード」です。台湾でもっともメジャーな交通系のICカードなのですが、これを使用すると、日本のJRなどと比較して、ただでさえ安い台鉄の運賃がさらに1割引になります。例えば、桃園～(台北)～基隆間の距離は57.4km、普通列車の運賃は84円(2023年8月では1元=4.5円だったので、378円)であるのに対して、JR西日本では同程度の距離で990円かかりますので、さらに1割引となると、移動に対する価格面での抵抗が相当薄らぎますね。

そのみならず、悠遊カードでは、「(プマ号とタロコ号を除く)自強号」という特急列車にも70km以内であれば、普通列車運賃の1割引で乗れてしまいます(急行列車の「莒光号」では距離制限なし)。ただし、優等列車は全席指定なので、空いている席にとりあえず座り、その席の指定券を持った人が現れると、他の席に移動するということとなります。

ここで悩ましい問題が生じます。それは悠遊カードを使って普通列車に乗車する方がよいのか、それとも優等列車に乗車する方がよいのか、つまり、70km程度であれば、両列車の所要時間は大して変わらないので、優等列車でまったく座ることができないなら、普通列車に座って移動した方が、腰痛持ちの当方にとってはマシという価値判断に基づくものです。このことにズバリと答えてくれるHPや旅行ガイドブックを、残念ながら当方には見出せませんでした。「台北&鉄道&混雑」などで検索しても、ただ単に混雑しているという情報しか得られず、普通列車にしても特急列車にしても、「どの程度」混雑しているのかについては答えてはくれません。もちろん、コロナ禍以後に台湾に行ったヒトは周りにはいません。

そこで、自らが体験することになります。まず、昼下がりの時間帯に桃園駅から台北駅まで普通列

車に乗ろうとしていたのですが、桃園駅到着時点ですでに立ち客がいるほど混雑しているため見送り、次の特急自強号に乗ることにしました。幸い、そこそこ混んではいるものの、台北駅まで空き席に座ることができました。台北駅から桃園駅への帰路は帰宅ラッシュの時間帯にかかっていたため、自強号も定期券利用の立ち客でいっぱいでした。そこで、普通列車で移動しましたが、こちらはばらばらと帰宅客が降りていき、ほどなく座れました。なお、台鉄で台北駅を始発終着とする列車はほぼありません。

翌朝は基隆駅までの移動ですが、到着時間の関係で普通列車をチョイスしました。朝方の出勤ラッシュは終わっている時間帯ですが、台北近辺の台鉄では、基隆寄りの方が空いているように前日からの観察で感じられたので、一番東(先頭車)に並んだら、無事座ることができました。そして、基隆からの帰路は、台北通過時が帰宅ラッシュにかかるので、運賃130円を現金払って自強号の指定席にしました。断片的ですが、これらの情報が台湾に行かれる方の参考になれば幸いです。ちなみに路線バスの利用は、初心者にはハードルがかなり高いらしいので、今回は止めておきました。

そして、桃園から台北を経由して基隆に至る道中で車窓から見えていた住宅は、徹頭徹尾、「集合住宅」のみでした。つまり、日本であれば、中心部を過ぎて少し郊外に行くとフツーに目にする「(庭付き)戸建住宅」が並ぶ風景が、鉄路周辺はとまかく遠景に至るまで一切見られないのです。中華人民共和国ではあるまいし。そこで、基隆で合流した通訳の方に尋ねたところ、「台湾では平均的な大卒会社員が就職後20年間飲まず食わずで貯金しても、とても郊外に戸建住宅を買う金は貯められない」とのことです!

この回答には、相当な衝撃を覚えました。「お手軽でおいしく、ほっこりする」という、我々が勝手に抱くイメージで、台湾は海外旅行先として以前よりブームになっているわけですが、いざ住むとなると、そんなに気楽ではないような。大原扁理「いま、台湾で隠居してます」(株)K&Bパブリッシャーズ)では、「1ヶ月の生活費は家賃を含めて5万円です」と書かれているのですが...

調べてみると、台湾の会社員の年収水準は我が国の約半分程度、にもかかわらず、不動産価格は2000年と比較して3倍にもなっており、台北市の郊外でも、マンション価格は数百万円/坪以上が当たりまえのことです。ですので、多くの台湾人にとって、郊外の庭付き戸建住宅は「夢のまた夢」、しかし、集合形式の賃貸住宅は、分譲の場合と比べてまだしも家賃がリーズナブル(大家さんの立場で言えば、利回りが低い)なので、こちらに大半の方が住んでいるようです。うーん、本当に気楽ではないようです。反対に、台湾の方が、日本の都市郊外に戸建て住宅が並ぶ風景を見知ったとしたら、各々、どのような感想を抱くモノなのでしょうね。

成長に向けた価値創出の 担い手とは

～『中小企業白書(2023年版)』を読んで～

VOL.2

プロフィール

桜美林大学リベラルアーツ学群教授 堀 潔

1990年慶應義塾大学大学院商学研究科博士課程単位取得退学。常磐大学専任講師を経て1994年桜美林大学経済学部専任講師。2003年より現職。2021年より副学長。日本中小企業学会常任理事。日本経済政策学会理事。一般社団法人中小企業産学官連携センター代表理事。著書に『地域とイノベーションの経営学～アジア・欧州のケース分析～』（桜美林大学ビジネス科学研究所地域イノベーション研究グループ編：中央経済社）『21世紀中小企業のネットワーク組織』（関智宏・中山健編書：同友館）など。

※本稿は全国中小企業団体中央会発行「中小企業と組合」より出典。文中に記してある図表番号や事例番号は『中小企業白書(2023年版)』に掲載されているものであり。本稿ではこれらの掲載は割愛したので、関心のある図表や事例、コラムに関しては、直接、『中小企業白書(2023年版)』

(<https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2023/PDF/chusho.html>)での確認をお願いしたい。



3. 変革の好機を捉えて成長を遂げる中小企業 （『白書』第2部）

カーボンニュートラル以外にもDX化や国際展開など、個々の中小企業にとっては今後の事業展開を考えていくうえでのいくつかの重要キーワードがあるように思われる。それらの事業展開をどのように構想し、実現していくのか。そこには「戦略」的な発想が必要であるし、それを構想するのは「経営者」である、との考えから、『白書』第2部では「戦略」と「経営者」に関する内容に焦点を当てて分析を行っている。この分析は、売上高の情報が入手できる企業を対象として、直近の売上高が2期連続で増収しているなど感染症下においても成長している企業を「成長企業」として定義して行った(株)帝国データバンク「中小企業の成長に向けたマネジメントと企業行動に関する調査」の調査結果を利用しており、「成長企業の戦略と経営者」に関する考察として興味深い。

(1) 成長に向けた価値創出の実現（第1章）

上記の定義による「成長企業」のうち約7割は直近10年の間に何らかの経営戦略を策定した、と回答している（『白書』第2-1-1図）。経営戦略の策定には①自社が競争優位に立てる市場で事業を展開する「競争戦略論」的な考えと、②他社にはない自社の経営資源の特殊性を活かして事業展開する「内部資源論」的な考えの2方向があるが、調査結果では、最初にターゲットとする市場の分析を行った企業と、自社の経営資源の分析を行った企業がどちらも一定数存在していることがわかった（『白書』第2-1-2図）。ただ、成長企業の多くは、ターゲットとする市場と自社の経営資源のいずれを起点としても、その両方について分析していることが明らかにされており（『白書』第2-1-3図および第2-1-4図）、成長戦略の策定には多面的な観点からの分析が必要であることが示

唆されている。

成長企業が最終的にどのような市場を選択したかについては、「競合他社が多い市場を選定している」企業と「競合他社が少ない市場を選定している」企業がどちらも一定数存在していた（『白書』第2-1-9図）。それぞれの選択をした成長企業の売上高増加率の中央値は「競合他社が少ない市場を選定している」の方がやや高くなっているが（『白書』第2-1-10図）、競合他社が多い市場であっても非効率な部分を標準化して効率化することで競争優位に立つことが可能な場合もあるし、競合他社にない製品・商品・サービスが提供できれば差別化を図ることが可能な場合もあるなど、成長への経路は多様である（『白書』第2-1-11図）。差別化を進めて競合他社が少ない市場に参入したことで成長につなげた（株）アルファテック（神奈川県横浜市）の事例（『白書』事例2-1-1）と、逆に、後発でありながら競合他社の多い市場で業界の常識を覆す取組みを重ねたことにより競争優位性を築き成長を実現した（株）インテリックス（和歌山県和歌山市）の事例（『白書』事例2-1-2）の対比は興味深い。

（2）成長に向けた価値創出の担い手 （第1章および第2章）

中小企業の場合、成長戦略の策定と実行の中心となるのはやはり経営者自身であるから、自社をとりまく経営環境が多様に変化し

ていくなか、経営者自身がリスクリングに取り組むことは自社の成長のために重要である。成長企業の経営者のなかで自身がリスクリングに取り組んでいるのは約4割で（『白書』第2-1-29図）、多くの経営者が「書籍・セミナー受講等による知識の収集」、「社外での勉強会への参加」などの方法でリスクリングに取り組んでいる（『白書』第2-1-30図）。社外での勉強会への参加などでの第三者からの支援や助言により、経営者の成長意欲がより高まる傾向がみられることも報告されており（『白書』第2-1-27図）、経営者がリスクリングに取り組んでいる成長企業は取り組んでいない企業に比べて、売上高増加率の水準（中央値）が高い傾向にある（『白書』第2-1-31図）など、企業の成長を推進していくうえで経営者のリスクリングの重要性があらためて確認される結果となっている。また、経営者がリスクリングに取り組む企業の方がそうでない企業に比べて役員・社員に対してリスクリングの機会を提供していることが見て取れ（『白書』第2-1-33図）、全社的なリスクリングの機運醸成のためにも、まず経営者に取り組むことが重要であることが示唆されている。

また、事業承継問題と関連し、経営者の世代交代が企業変革の好機でもあり、若い後継者ほど、新しい商品・サービスの提供といった事業再構築に取り組む傾向があることも指摘されているが、今回の『白書』で興味深かったのは、事業承継後の先代経営者

の果たす役割についての調査分析であった。事業承継後、約7割の先代経営者が「自社で、会長・顧問・相談役等として勤務」しており、先代経営者が退任後も一定程度経営の意思決定に影響を及ぼしていると示唆される（『白書』第2-2-16 図）。「取引金融機関との関係維持」や「既存取引先との関係維持」など、社外関係者との関係を保つ役割、また、「現経営者の経営に対する規律付け」といったガバナンスの役割を先代経営者果たしており（『白書』第2-2-20 図）、そのこと自体、必ずしも悪いことではないが、研究開発や人材育成など将来に向けて重要と思われる投資には先代経営者の影響が強い企業ほど積極的でないと解される調査結果もあり（『白書』第2-2-18 図）、先代経営者が後継者へ経営を任せることが、後継者が事業承継後、成長に向けた投資を行うことにつながるのではないかと『白書』は述べている。

（3）共通基盤としての取引適正化とデジタル化、経営力再構築伴走支援（第3章）

成長に向けた価値創出は、基本的に企業自身の自助努力によるものではあるが、中小企業が経営努力を行っていくための前提となるべき共通基盤の整備が求められる。『白書』第2部第3章では、「取引適正化」「デジタル化」「経営力再構築伴走支援」の3点について取り上げている。

まず、取引適正化と企業間取引について。

業種にかかわらず、3割弱程度の企業で、2019年、2021年と比べると受注量が増加している（『白書』第2-3-1 図）。2022年9月の「価格交渉促進月間」のフォローアップ調査をもとに推計された「価格転嫁率」は中小企業全体で46.9%で、同年3月の調査結果（41.7%）に比べ若干上昇した。また、業種別の価格転嫁率も算出しており、発注側企業として転嫁に応じている業種（転嫁率が高い業種）は、石油製品・石炭製品製造（56.2%）、機械製造（55.5%）、製菓（55.3%）で、転嫁に応じていない業種（転嫁率が低い業種）は、トラック運送（20.6%）、通信（21.3%）、放送コンテンツ（25.6%）であった（『白書』コラム2-3-1① 図）。今後の適正な価格転嫁に向けては、受注側事業者が特定の企業間取引に依存しないように販売先数を増やすことが重要であるが、価格交渉月間の実施と改善サイクルの強化で、交渉と転嫁が定期的になされる取引慣行の定着が期待されている（『白書』コラム2-3-1③ 図）。また政府としても、下請Gメンの体制強化や下請中小企業振興法「振興基準」の改正などをもって、政策的にさらなる価格転嫁を支援している（『白書』コラム2-3-1④ 図）。

次に、デジタル化について。コロナを経て、中小企業におけるデジタル化の取組状況は業種を問わず高まる傾向にある（『白書』第2-3-12 図）。事業承継を機にデジタル化への取組みを加速させる企業が一定程度確認され、世代交代が変革の好機となることがわ

かった（『白書』第2-3-14 図および事例2-3-1）。しかし、反対に、デジタル化への取組みが進まない企業も少なからず存在する。従業員規模が大きい企業では、「費用の負担が大きい」、「デジタル化を推進できる人材がない」といったデジタル化に取り組むための経営資源の不足を要因として挙げている傾向にある一方で、従業員規模が20人以下の企業では、従業員規模が大きい企業と比較して、「必要性を感じていない」、「どのように推進してよいか分からない」と回答した企業の割合が高く、そもそも必要性を感じていないことやデジタル化の知識、ノウハウの不足が要因となっている様子が見られる（『白書』第2-3-17 図）。デジタル化診断事業「みらデジ」（『白書』コラム2-3-5）に代表されるような公的なデジタル化支援策の活用もさることながら、個別企業が自らの経営戦略との関連でデジタル化を位置づけ、経営者が先頭に立って全社的な意識でデジタル化に取り組むことが何よりも重要である。

さらに、経営力再構築伴走型支援について、『白書』コラム2-3-6から2-3-9までの4つのコラムでは、「伴走型支援」に関するさまざまな支援スキームや活用事例などが紹介されているので参考にされたい。支援機関における課題解決の状況を概観したところ、支援機関の支援により事業者の経営課題は一定程度解決されているものの、解決状況には向上の余地もあることが確認された。また、事業者は、支援機関に対して本質的な課題

設定を伴う支援を期待しており、支援機関においては、本質的な課題設定と事業者の自己変革を促す伴走支援の取組みが進展していることも確認された。支援機関の支援能力向上の取組みについては、支援ノウハウが蓄積されることで、事業者の課題解決や本質的な課題設定、伴走支援の取組みが進展すること、また、支援機関が単独では対応できない経営課題については、支援機関同士で連携して支援することの有効性も確認された。わが国中小企業の成長支援のために、さまざまな機関の連携と協力に期待したい。

来月号に続く

11月号はまとめて代えてとして「[変化]が[日常]となる時代の中小企業経営・政策とは」について掲載予定です。





県内における8月の前年同月比DI値は、収益DI値は横ばい、 売上高DI値と業況DI値は悪化した

2023年8月





































Industry Information

製 造 業	食料品 	<ul style="list-style-type: none"> ●今夏の異常な暑さにより、そうめん類の販売は好調に推移した。(製粉製麺) ●組合員の出荷量推移は前月対比108.9%、前年同月対比で97.4%(7月分)であった。(調理食品) ●日本冷凍食品協会による6月の冷凍食品生産数量は昨対92.8%となり、昨年の9月以降10か月連続で前年実績割れとなった。カテゴリ別ではフライ揚げ物類が99.6%と健闘したもののフライ類以外の調理食品が90.7%、菓子類が86.9%と低迷した。業態別では市販用が87.9%、業務用が102.7%となり、市販用の減少が大きかった。9月から多くの食品の値上げが発表されている。価格は上昇しているが、生産数量は減少が続いている。国内の旅行や移動、海外からのインバウンド等による消費拡大が生産数量の回復につながることに期待したい。(冷凍食品)
	繊維工業 	<ul style="list-style-type: none"> ●記録的な暑さの8月であったが、UVケア手袋は実売では好調だった。在庫過多への危惧も若干好転しそうな気配で、皮革・合成皮革手袋についてはほぼ前年並かやや悪化し、繊維製手袋については強含み傾向は続くが低価格帯の商品の受注増が顕著なのは変わりなく、また円安が進む中で利益面は厳しい状況である。(手袋)
	木材・木製品 	<ul style="list-style-type: none"> ●円安の影響により、原材料価格高騰がまだ続いていることもあり、値上げも難しい。収益改善の見通しが立っていない。香川県産広葉樹を活用する「100% MADE IN SANUKI PROJECT」は、製材した板材を天然乾燥中、今秋から人工乾燥に入る。来春商品化・リリースを目指している。事業継続には、更なる川上～川下の連携とサプライチェーン構築が必須である。(家具) ●新築着工数の減少、建築資材の高騰に伴い、木材製品の流通が悪化している。特に柱・土台等の構造材の荷動きが極めて低調である。(製材) ●木材、建築資材などの流通悪化により値上がりした建設物価が未だ安定せず、値下がりも期待して新築住宅着工を控えている模様で、需要は伸び悩みが続いている。(木材)
	印刷 	<ul style="list-style-type: none"> ●状況はほぼ変わらないが徐々に売上が戻りつつある。しかしながら材料や資材、燃料関係の値上がりの影響が大きく利益を圧迫している。広告媒体はwebやSNSに移行しており紙媒体への現像が著しく減っている。
	窯業・土石製品 	<ul style="list-style-type: none"> ●6月の価格改定以降、新価格が浸透している。輸送費(燃料費の高騰等)の高止まりが懸念される。(生コン) ●繁忙期だと感じられないほど、売上の落ち込みが激しい。原因が分からないので対処にも困っている。(石材加工)
	鉄鋼・金属製品 	<ul style="list-style-type: none"> ●香川県の未来投資に係る補助金において「省エネ」をテーマに応募した組合員もいるようである。共通して、エネルギーコストは5割どころか10割増ともなりそうな勢いであり、売価転嫁もままならず、コスト吸収策が優先課題とも言える。その中でも、アフターコロナにギアチェンジは肌で感じるところがあり、前向きなマインドに転じているところである。(鍍金) ●鉄骨需要は、ここ数ヶ月大幅な変動はなく中小規模地場物件が少ない状況が続いているが、商社物件や加工協力があるFABは仕事量が多く全般的に工場稼働率は一定程度維持し安定している。しかし、現在見積もり件数が少なく年末にかけて需要の回復を期待する声もあり先行き不透明な状況がしばらく続くものと思われる。(建設用金属)
	輸送用機器 	<ul style="list-style-type: none"> ●業況に変化は無い。組合では理事を中心に就業規則等の見直し作成を行っている。(造船)
その他 	<ul style="list-style-type: none"> ●業界全体として、受注状況は概ね回復してきたがコロナ禍前にはまだ届かない。(団扇) ●例年にない猛暑のため消費者の購買欲は低下し、売上は価格の改訂により維持しているが数量は減少している。(漆器) ●8月の業況は前年同月と比べて好調だった。防衛省発注の布団も同業者とともに忙しく売上高も増加した。また、小売業も忙しく売上高は増加している。防衛省発注の布団のおかげで、第一期の納期分を納める事が出来た。第二期分は来月の半ばから始まる。8月の後半くらいから少し落ち着いてきた。(綿寝具) 	
非 製 造 業	小売業 	<ul style="list-style-type: none"> ●インバウンド需要により売上がのびている反面、野菜の育成が暑さにより悪く、またコロナ以降外国人労働者の確保が難しく作植えが減っている。秋以降が不安になる。(青果物) ●燃料油激変緩和補助金縮小により、小売価格は過去最高となった。9月末で終了予定であった補助金は継続されることとなったが、小売価格は高止まりになる可能性が残る。業界として適正な価格転嫁に努める。県外小売業者の進出により、周辺地域SSへの収益悪化の影響がある。(石油) ●エアコンが思いのほか売れなかった。要因としては、コロナ禍3年間での買い替え促進で既に取替していたことや、台風上陸などで熱帯夜が少なかったためと思われる。若者のテレビ離れや、いろんなものの値上げにより業界は低迷している。(電機)
	商店街 	<ul style="list-style-type: none"> ●8月に総合ディスカウントストアが商店街にオープンしたこともあり、8月通行量の前年対比は7月上回り、商店街はお盆過ぎまで数年ぶりの人通りで賑わった。8月下旬は国内観光客は減ったもののインバウンド客は変わらず多く、また夜遅くまで出歩く人も多いことからドラッグストアや総合ディスカウントストアがインバウンド客の受け皿ともなっており、20時以降も盛況である。9月下旬には上海便も復活することから、一層の賑わいが期待できる。ただ一方、昼夜を問わずインバウンド需要で潤う店が少ないことも今の地方商店街の現実でもある。本夏は6月下旬頃から季節物の衣料品や雑貨が良く動き、セールも好調な店が多かった。しかしながら、酷暑やコロナ感染まん延が続き、外出を控えていた高齢者も多く見られ、高齢者を主要ターゲットとする一部の小売店は苦戦を強いられた。高額品需要は高止まりしているものの、懐に余裕のある人も旅行やレジャーへの支出が多くなっており、特に単価の高い高級時計の需要は国内外の中古市場価格も下がり始めていることから、専門店での売上の高い伸びは一息つく状況となっている。今後はイベントや催しへの参加、会合、レジャー、旅行等は益々増え、集いや外出機会が目に見えて多くなることから、必要となる身の回りのものや関連商品の需要は増えてくると思われ、過ごしやすい季節に向けて、売上伸長の期待が高まる。(高松市①)

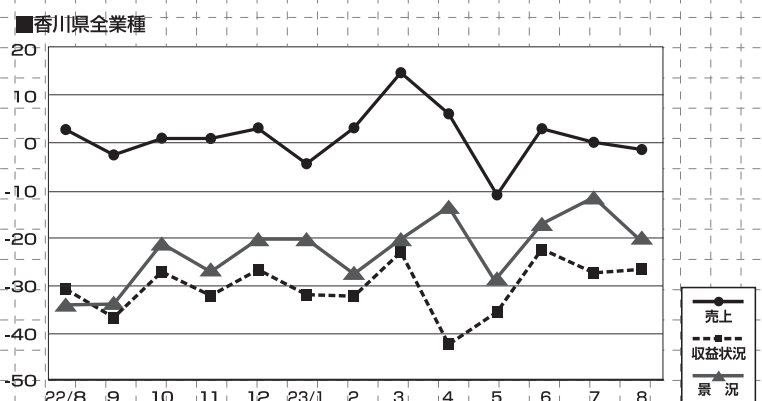
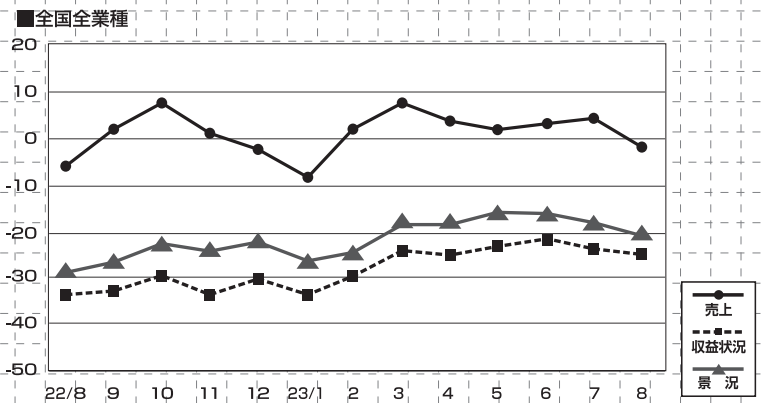
8月の県内景況は、前年同月と比べて売上高DI値は-2.1ポイントで前月調査の0.0ポイントから2.1ポイントの悪化、収益DI値は-27.1ポイントで前月調査と同値、景況DI値は-20.8ポイントで-12.5ポイントから8.3ポイントの悪化となった。物価高騰により消費者の節約志向が高まっていることや、燃料コストの高止まりにより景況感は悪化している。

非製造業	商店街 	<ul style="list-style-type: none"> ●8月初日から人通りが減少し、嫌な雰囲気だったが、週末頃から若い人達の往来が増えていた。相変わらず続く猛暑日により日中の人通りは減少のまま、2週目になり家族連れが増えていように見られた。インバウンドも伸び、日によっては日本人より多いと感じる日もあった。台風・猛暑日等中旬は残念だったが下旬になるとビジネス用などが動くようになった。(高松市②) ●8月は物販小売りにとっては、もともと暇な月だが、これほどの「悪い8月も記憶にない」という悲惨な月だった。生活者は、必要最低限以外のものは買わないという姿勢が徹底している。飲食業も夏休みの旅行・帰省客で一見盛況だが、日によってはひどい時もあるようで、総じて厳しい状況にあると言える。店主が高齢化していて、家族の誰かが病気になれば「休業しなければいけない」という現実があり、気分的にも暗くなる。(丸亀市) ●この際、長めに休みを取ろうとする店が当店を含め多く見られた。2月・8月の季節商品の清算が必要な買取仕入れ小売店は、当店を含めて四苦八苦の商況である。休みはするものの、私共そのものの消費行動も小さくなり経済活動の端にも触れていないような気になる。隣りの町、振興組合に一軒、若い仲間同士で運営するテナント約20坪の少々マニアックなスニーカーショップがオープンした。(観音寺市)
	サービス業 	<ul style="list-style-type: none"> ●昨年の同時期は全国高校総体インターハイが開催され、長期にわたって選手が滞在した。今年度は、全国中学校総体が開催され、競技日程は相当短い、中学生ということにより、応援の保護者が多く短期間に活況を呈した。ただし、例年の満濃公園のモンスターバッシュと日程が完全に重なり、ここは調整がつかなく、残念であった。来年度は何もなく、心配である。(旅館) ●この度、美容所の事業譲渡について法律改正がされ、これまでは譲渡する者は営業廃止届を所轄保健所へ届け出るとともに、譲り受ける者は新たに営業許可申請をして、施設の使用前検査を受けるなどして、改めて許可を得ていたのが、今回の法律改正で個人・法人を問わず事業譲渡を行う際の手続きが、届出だけで済む事となり手続きの簡素化が行われた。(美容)
	建設業 	<ul style="list-style-type: none"> ●2023年10月よりインボイス制度が施行されるにあたり、当組合員企業に登録状況の最終確認を実施したところ、全組合員がすでに登録済であった。しかし、登録は済ませたが、制度施行後の業務に何かしらの不安があるとの声も多く、施行直前講習会を開催する。今後は、電子帳簿保存法に関する講習会も企画したい。(総合建設) ●来年度の四国の物件数はかなり少なく関東圏、関西圏に物件が集中している。(板金工事)
	運輸業 	<ul style="list-style-type: none"> ●令和5年7月の輸送実績は、対前年同月比で、営業収入125.3%、輸送人員108.6%と増加した。(タクシー) ●令和5年7月分高速道路通行料金利用額の対前年同月比は4.7%減となり、対前月比では1.5%増となった。また、7月分利用車両数の対前年同月比は4.6%減となった。(トラック) ●公益財団法人日本トラック協会8月10日発表のトラック運送業界の景況感(令和5年4月～6月期)によると、業界の景況感は、一般貨物、宅配の輸送数量はやや減少したものの、運賃・料金の水準が改善傾向となったことから、業界の景況感は▲32.1(前回▲34.8)と2.7ポイント改善した。今後の見通しは、輸送数量、営業収入、営業損益が改善する見込みを反映して、▲28.8(今回▲32.1)と3.3ポイント改善の見込みである。(貨物)

香川県内の業種別DI値の変化 (対前年同月比)

	売上高	収益状況	業界の景況
製造業	食料品 		
	繊維工業 		
	木材・木製品 		
	印刷 		
	窯業・土石製品 		
	鉄鋼・金属製品 		
	輸送用機器 		
	その他 		
非製造業	卸売業 		
	小売業 		
	商店街 		
	サービス業 		
	建設業 		
	運輸業 		
	その他		

DI値の推移 (対前年同月比)



※集計結果の詳細は、本会ホームページ上でご覧いただけます。
<http://www.chuukai-kagawa.or.jp/>

商工中金だより

お客さまのライフステージごとの経営課題に着目し、特に商工中金として事業性評価能力を向上し、積極的に強化していく3つの分野(カテゴリーS・E・T)を「差別化分野」と位置付けました。お客さまの企業価値向上とともに、商工中金自身の長期的な収益基盤拡大や適切なリスクテイクを通じた持続的成長のため、今後、積極的に対応力向上を図っていく分野です。

Startup (スタートアップ支援)

スタートアップ特有の課題を踏まえた
一気通貫のサポート

- ▶ファイナンスを中心とする適切なリスクテイク
- ▶メザンファイナンス、外部アライアンスの活用
- ▶ビジネスマッチングを通じたセールスサポートの強化

Esg (サステナブル経営支援)

“SPEED”の視点*を活用した
事業性評価やお客さま支援を推進

- ▶CO2排出量削減コンサルティング等、サービス拡充
- ▶従業員エンゲージメント向上、BCP策定支援等
- ▶中小企業組合、関係会社等との連携

*商工中金が独自に定めた、組織・職員のサステナビリティに対する取組みの基本的な視点。
SPEED・・・Sustainability, Productivity, Empathy, Ecology, Digitalの頭文字

TurnAround (事業再生支援)

専門性向上と対応力の底上げにより、
事業再生のトップブランドを構築

- ▶経営危機の未然防止と危機状態からの脱却支援
- ▶多様なキャリアを持つ専門チームによる高度な支援
- ▶人的資本の充実に向けたサポート強化

(お客さまライフステージ)



本業支援 事業性評価を起点とした本業支援
○ビジネスマッチング ○海外展開支援 ○事業承継 ○M&A 等

金融支援 お客さま支援の基本となる金融支援
○資金繰り対策融資 ○セーフティネット機能の発揮 ○財務構築改革支援
○成長投資支援 等

なお、詳細につきましては、商工中金
高松支店までお問い合わせください。

【お問い合わせ先】
株式会社商工組合中央金庫
高松支店
〒760-0052 高松市瓦町 1-3-8
TEL.087-821-6145
FAX.087-851-6074

日本政策金融公庫だより

新型コロナウイルス感染症の影響により、一時的に業況悪化を来しているみなさまを対象とした「新型コロナウイルス感染症特別貸付」を取り扱っております。くわしくは、支店の窓口までお問い合わせください。

○新型コロナウイルス感染症特別貸付の概要

ご利用 いただける方	新型コロナウイルス感染症の影響を受け、一時的な業況悪化を来している方であって、次の1から3のいずれかに該当し、かつ中長期的に業況が回復し、発展することが見込まれる方 1.最近1か月間の売上高または過去6か月(最近1か月を含みます。)の平均売上高が前5年のいずれかの年の同期と比較して5%以上減少している方 2.業歴3か月以上1年1か月未満の場合等は、最近1か月間の売上高または過去6か月(最近1か月を含みます。)の平均売上高(業歴6か月未満の場合は、開業から最近1か月までの平均売上高)が次のいずれかと比較して5%以上減少している方 (1)過去3か月(最近1か月を含みます。)の平均売上高 (2)令和元年12月の売上高 (3)令和元年10月から12月の平均売上高 3.債務負担が重くなっている方(注1)		
お使いみち	新型コロナウイルス感染症の影響に伴う社会的要因等により必要とする設備資金および運転資金		
融資限度額 (いずれも別枠)	国民生活事業	8,000万円	
	中小企業事業	6億円	
ご返済期間 (うち据置期間)	設備資金20年以内(うち据置期間5年以内) 運転資金20年以内(うち据置期間5年以内)		
利率(年) (注2)	国民生活事業	6,000万円以内の部分	融資後3年目まで:基準利率-0.5% 4年目以降:基準利率
		6,000万円を超える部分	基準利率
	中小企業事業	4億円以内の部分	融資後3年目まで:基準利率-0.5% 4年目以降:基準利率
		4億円を超える部分	基準利率
担保	無担保		

(注1)一定の要件を満たす必要があります。要件の詳細は、お近くの支店にお問い合わせください。

(注2)基準利率は、災害発生時の融資制度に適用される利率(融資期間に応じた所定の利率)が適用されます。主な貸付利率は日本公庫HPをご覧ください。

〈支店窓口〉 **株式会社 日本政策金融公庫 高松支店**
URL: <http://www.jfc.go.jp>
〒760-0023 高松市寿町 2-2-7 いちご高松ビル 2・3階

国民生活事業(2階) Tel.0570-085-298 Fax.087-822-9274
中小企業事業(3階) Tel.087-851-9141 Fax.087-822-1423
農林水産事業(3階) Tel.087-851-2880 Fax.087-822-7350

中央会だより

インボイス制度講習会を開催しました

本会は9月13日、ホテルパールガーデン（高松市）において組合事務局代表者等研修会を開催し、組合関係者ら約40名の出席がありました。

今回は、講師に税理士の古川修氏をお迎えし、「適格請求書等保存方式（インボイス制度）の概要」をテーマに、令和5年10月1日以後の取引から導入されるインボイス制度の影響と対策について説明いただきました。

令和5年4月に消費税法が改正され、インボイス制度を機に免税事業者から課税事業者になった方が使える「2割特例」や、税込1万円未満の課税仕入れで、一定の事項を記載した帳簿の保存のみで仕入税額控除ができる「少額特例」の制度が追加されました。

返品や値引き、割戻しなどの売上げにかかる対価の返還を行った場合には、返還インボイスの交付義務がありますが、値引き額が税込1万円未満であれば、返還インボイスの交付義務が免除されるようになりました。

また、クレジットカード会社等が発行したETCカードを利用したときの請求書は、適格請求書に該当しないため、「ETC利用照会サービス」から利用証明書（※）を保存しなければ、仕入税額控除を受けることができなくなりますと解説いただきました。（※9月15日付で任意の一取引の保存のみで差し支えない旨、緩和されました。）



▲講師の古川修氏



▲会場の様子



11月は「しわ寄せ」防止キャンペーン月間です。

～大企業等と下請等中小事業者は共存共栄！

適正なコスト負担を伴わない短納期発注や急な仕様変更などはやめましょう！～

詳しくは、「しわ寄せ」防止特設サイトをご覧くださいか、香川労働局 雇用環境・均等室（087-811-8924）にお問い合わせください。

（「しわ寄せ」防止特設サイトURL）

<https://work-holiday.mhlw.go.jp/shiwayoseboushi/>

BOOK RANKING 県内ベストセラー



順位	書名	著者	出版社／定価
1	大ピンチずかん	鈴木のりたけ	小学館／1,650円
2	すべての恋が終わるとしても140字の恋の話	冬野夜空	スターツ出版／1,375円
3	キレイはこれで作れます	MEGUMI	ダイヤモンド社／1,650円
4	くもをさがす	西加奈子	河出書房新社／1,540円
5	漢道	コムドットひゅうが	講談社／1,760円

香川県書店商業組合調べ