

愛知中小企業家同友会60周年

変化を飛躍に～「道なきみち」を歩んで

34名でスタート

愛知同友会創立60年を迎えるにあたり、時代の困難に立ち向かい同友会を発展させてくださった諸先輩や、共に「人間らしく生きられる社会」を目指し、ご支援くださった研究機関、他団体、行政の皆様へ深く感謝いたします。



会長 高瀬 喜照

2年7月9日に34名の熱き有志により自主、自立を貫く中小企業家の団体として、東京、大阪に次いで全国3番目に生まれました。それ以来、時代ごとの問題と正面から向き合い、歴史を重ねてまいりました。

人間尊重経営を貫く

具体的には、戦後の復興の中から立ち上がった初期の時代、高度経済

成長の中で労使が対立し「労使員解」が生まれた時代、バブル経済崩壊後の低成長の中で「真の中小企業の姿」を求めた時代、90年代「自立型企業」「地域密着」の2つの旗印を掲げた時代、金融アセスメント法制定運動の時代、災害復興と持続可能社会への社会転換の時代とさまざま

な時代を同友会の先進性と普遍性で常に人間尊重経営の具体化と実践を追求してまいりました。そして現代、私たち中小企業や地域社会は、新たに多くの問題を抱えています。ポストコロナの問題、人口減少問題、ロシア・ウクライナ情勢に起因するエネルギー、食糧資源不足の問題、自動車電動化の問題、急速に進むインフレの問題など山積しています。

企業経営を通してより良い社会の実現をめざす

2022ビジョンを策定 これらの問題解決に向けて今年愛知同友会は「2022ビジョン」を発表して「地域未来創造企業」、「国民や地域と共に歩む自立型企業」で、中小企業の健全な努力が報われる経済、社会を創ろう！をスローガンに、将来のあるべき姿を示しています。これから時間をかけて議論

2022 ビジョン ～「地域未来創造企業」

自主・自立の精神で

戦後の日本経済が激動する中で中小企業の経営者はさまざまな困難に直面し、それを打開するため経済団体を形成してきました。その過程で1957年に日本中小企業家同友会(現東京中小企業家同友会)が設立されました。



代表理事 加藤 昌之

業家同友会の前身が設立され今年で60年になります。これまで長きにわたる活動を続けてこられたのも関係各位のご支援の賜物と、心より厚く御礼申し上げます。

それは自らの経営のあり方において、経営指針を基にした、社員と経営者があてにされていられる関係づくりの「人間尊重経営」を目指してきました。

「人間尊重経営」で地域と共に歩む自立型企業へ

運動が展開されました。それらはその都度、国の政策に大きな影響を与えてきました。



創立60周年の集い(2022年7月14日)



創立60周年の集い(2022年7月14日)

掲載に関しては中部経済新聞の了解済みです。(転載はご遠慮ください)

地域未来 創造企業

愛知中小企業家同友会 2022 ビジョン (概略)



創立60周年の集いで2022ビジョンを発表する佐藤祐一氏

国民や地域と共に歩む自立型企業で、中小企業の健全な努力が報われる経済・社会を創ろう!

1 2022ビジョン発表にあたって

一九九九年に公表した「九九ビジョン」では、「自立型企業」、「地域社会と共に」という二つの旗印が掲げられました。パブル崩壊後の激変の日本経済と、その過程での地域経済の衰退、そして私たち中小企業の存立基盤の揺らぎの中にあっても維持・発展する中小企業像、そのための愛知同友会のあり方を明示したもので、現在も生き続けています。それから二十余年を経過した現在、私たちを取り巻く状況は、一定の進歩はありながらも数多くの課題や困難が山積し、多くの人が

「一九九九年に公表した「九九ビジョン」では、「自立型企業」、「地域社会と共に」という二つの旗印が掲げられました。パブル崩壊後の激変の日本経済と、その過程での地域経済の衰退、そして私たち中小企業の存立基盤の揺らぎの中にあっても維持・発展する中小企業像、そのための愛知同友会のあり方を明示したもので、現在も生き続けています。それから二十余年を経過した現在、私たちを取り巻く状況は、一定の進歩はありながらも数多くの課題や困難が山積し、多くの人が

2 私たちを取り巻く情勢

コロナ危機を経た世界経済の特徴

一九九九年からの約二十二年間にわたる約三度の大きな経済的ショックに見舞われました。なかでも、もっとも経済的落ち込みが激しかったのが、「コロナ危機」です。コロナ危機は、感染症という経済外的要因による人間と人間の結びつき、人間の社会的諸関係の一時的な断絶が、強制的に生産・流通・消費の全体を、時的に急停止させた点、まさに前例のない経済危機でした。そして現在は、コロナ

3 めざす企業像

同友会が 目指している 企業像

一九七五年の愛知同友会の活動方針では、経営指針の確立として十項目の経営課題が提起されています。これが全国に先駆けた「経営指針成文化運動」のスタートです。それから四十年余りを経たずして、経営指針の「成文化」とともに「実践」が、中小企業経営の維持・発展の絶対条件となつています。

九九ビジョンでは、それまでの運動の蓄積から会員企業の目指す姿を次の四点に整理しています。

(1) 経営理念・経営方針・経営計画といった「経営指針」を確立して企業を発展させる。

(2) 経営者と社員、社員同士が共に成長する「共に育つ」企業風土を確立して企業を発展させる。

(3) 問題を発見し、解決のための問題提起・提案ができた時、自ら解決させる力量を持った企業にしよう。

(4) 企業同士はお互いの得意技を自覚し合いながら、得意技を有効に生かしながら、得意なネットワークを構築できる企業にしよう。

これらの前提は、これまでも、そしてこれからも同友会の目指す中小企業経営の基本的な柱であり続けているものです。ただし、経営指針の成文化と実践はあくまでも手段です。

経営指針を成文化し、その全社実践の目的は、同友会の目指す企業のもっとも基礎であり不可欠な営みである。「社員との深い人間的信頼関係を基盤にした強靱な企業経営を確立することにより、社会になくてはならない存在となるべく奮闘努力を重ねること」です。このような考え方を前提に、九九ビジョンでは「自立型企業」が提唱されました。

「自立型企業」のアップデート

自立型企業の条件は、「経営指針」を確立し、「共育ち」の風土が根付いた人間尊重の企業となることを前提に、他社が真似できない得意技を持ち、商品開発力や技術力を蓄え、多様なネットワークを有効に広げる方向性、すなわち「独自戦略」を持つこととです。

このような自立型企業の考え方は、今もなお色褪せてはいません。しかし時代的要請は、ここで言う「独自戦略」にアップデートを

脆弱さを露呈した 日本経済

コロナ危機は、人間の行動への制限による個人消費の急激な縮小(暴落)にサブプライムローンの乱れが加わったことで、全世界的な生産・投資・雇用への連鎖的打撃を生じさせました。したがって、コロナ危機からの回復順序も、行動制限が緩和されたことによる個人消費の回復、つまり需要の盛り返しから始まっています。欧米での急激な消費者物価の上昇はそのあらわれです。しかし日本の消費者物価は世界的に見れば依然として低迷を続けています。

この違いは、日本経済の循環構造の弱体化を示しています。経済の循環構造は、個人消費を起点に成立し、その安定度、強弱が経済循環構造全体の安定度をも左右します。したがって欧米諸国の回復力の強さは、言うなれば個人消費の回復力の強さです。

対して日本経済の循環構造は、個人消費の低迷を起点に脆弱化し、経済の再生力(回復力)をも弱体化させているといえます。そしてそのことが、個人消費を

世界的規模で 迫られる 価値観の転換

「もつと成長を」「もつと消費を」と常に成長を追い求め、大量生産・大量消費を推し進めてきた資本主義経済は、この半世紀間、廉価な労働力を調達し、同時にあり余る商品を売りさばくフロンティアを求め、そして自然資源のさらなる収奪を目指して活動範囲を拡大し続けてきました。こうした背景のもとでの今回のパンデミックは、人間の行動が引き起こしてきた「地球環境との調和の乱れ」が臨界点に達した象徴とも広く指摘されています。

その意味で、いかにして感染症の流行を終息させるのかという当面の課題だけでなく、それを越えた先の経済社会のあり方そのものの変革とともに、私たち人間自身の価値観の転換を世界的規模で迫っていると考えられます。

複合危機の時代

「ポストコロナ」という言葉が最近よく語られますが、その多くは今回のパンデミックを経た後の新しい暮らし方を語るに留まっています。しかし現代は、人類史上かつてない超巨大格差、そこから生み出された社会分断のますますの拡大、さらに航空用語のポインント・オブ・ノー・リターン(回帰不能点)とも比喩される気候危機、度重なる新興感染症の発生、さらには世界各地での軍事的緊張の高まりなど、さまざまな要因が絡み合うことで経済的・社会的・政治的リスクが拡大される「複合危機の時代」です。

個人の心構えや生活習慣の問題のみならず、捉えきれないほどの急激な変化が起きているのが、この時代の特徴です。経済社会と私たち自身の価値観が鋭く問われるのが、これからの時代です。

地域住民目線で 企業の客観視を

このような企業づくりに、自社を客観視する視点が必要となります。それはすなわち、地域(周辺住民)からの目標を持つべきかどうかという事です。自社の利益だけを考える経営者か、「一社員の社員のことだけを考える経営者か?」「地域のいかにでも考えたい」との異なる経営者か?—

「独自の戦略」の確立

かつては「稼ぐ」ことが企業の第一義的目的でしたが、これからは「いかに稼ぐか」という結果ではなく、「いかに稼ぐか」という過程が重要になります。この過程は「人を生かす経営—中小企業における労使関係の見解—」の現代的意義を、各社が企業実践をもって明らかにしていけることでもあります。

地域と共に発展する 「独自戦略」の確立

かつては「稼ぐ」ことが企業の第一義的目的でしたが、これからは「いかに稼ぐか」という結果ではなく、「いかに稼ぐか」という過程が重要になります。この過程は「人を生かす経営—中小企業における労使関係の見解—」の現代的意義を、各社が企業実践をもって明らかにしていけることでもあります。

時代的価値を表現する フロントランナー 型企業

ただし、要請された価格設定と自社のコスト設定の間で、「潤れない企業づくり」という強靱な経営体質の構築は必須条件です。そのためには、他社との差別化や自社の独自性を磨き、新たな市場創造に常に挑戦し続けることが決定的に重要な事です。

そのヒントは、人間の営みの中で、自社の仕事とどのような価値を持つのか、いわば各社の存在意義を、これまでよりも具体性を持って明示することです。それが時代的価値につながるのです。

日本が欧米へのキャッチアップで成長を遂げていた高度経済成長期は、テレビ、洗濯機、冷蔵庫などの家電、あるいは自動車など、すでに成長している市場に安価で良質な製品を作って参入していくために他社に先んじて投資を行い、新鋭の設備と人材を確保すれば、成功がある程度は保証されていた時代でした。言い換えれば、世間の求めているものが明確な時代だったといえます。

しかし、このような時代は「例外時代」です。今日の私たちに求められているのは、自ら考え、そして新たな時代的価値を付加し続けることで社会をリードするフロントランナー型企業への転換です。

1円でも高く 売る努力を

あらかじめ変化の先を知っている人は誰もいません。だからこそ、適切な時代認識を積み重ね、常に社会に對して新しい価値を生み出す意識と人材の蓄積、企業の共育力の向上、自社の価値観をあらわした経営理念の外部発信が不可欠です。

そして何よりも、魅力ある人間集団として組織経営を確立し、企業の全機能をフルに発揮させることが決定的に重要です。

同質的な製品・サービスによるコスト競争で「1円でも安く売る努力」が評価された時代は過ぎ去りました。中小企業こそ、時代的価値を表現することによる高付加価値企業への転換、すなわち「1円でも高く売る努力」が求められています。

4 めどぞす経営者像

視座高い 中小企業経営者に

社長や代表取締役は、社内で決めたり登記したりさえすれば誰でもなることができます。いわば手続き上・形式上の存在です。では経営者や中小企業家という存在も同じようなものなのでしょうか。

的に社会に役立つ事業を遂行する人間の営みです。したがって、その能取りを担う経営者の条件には、「経営指針の確立」が自らと挙げられます。なかでも特に大事なのは、価値判断の基準となる「経営理念」です。

め合い、社会的使命と役割を自覚して地域に幸せをもたらす「社会的存在」が中小企業家です。

地域内経済循環と
地域内再投資力

今後を見据えた時、私たちの存立基盤である愛知県経済社会が克服すべき大きな課題は、①地域循環型経済構造の構築とその過程で地域内再投資力を強化すること、②巨大災害へ備えること、の二点です。

この二点を積極的に発信していくことが決定的に重要

よくな自然災害に留まらず、環境・資源問題、人口減少、高齢化、地域経済の停滞、財政危機、貧困などさまざまです。

5 めどぞす地域像

「地域」とは何か？

姿を捉える上で欠かせないのは、「働き、家族を持ち、子どもを育て、一生を終える」という人間の暮らしている営みの視点です。

愛知に
人を残す

愛知に
人を残す

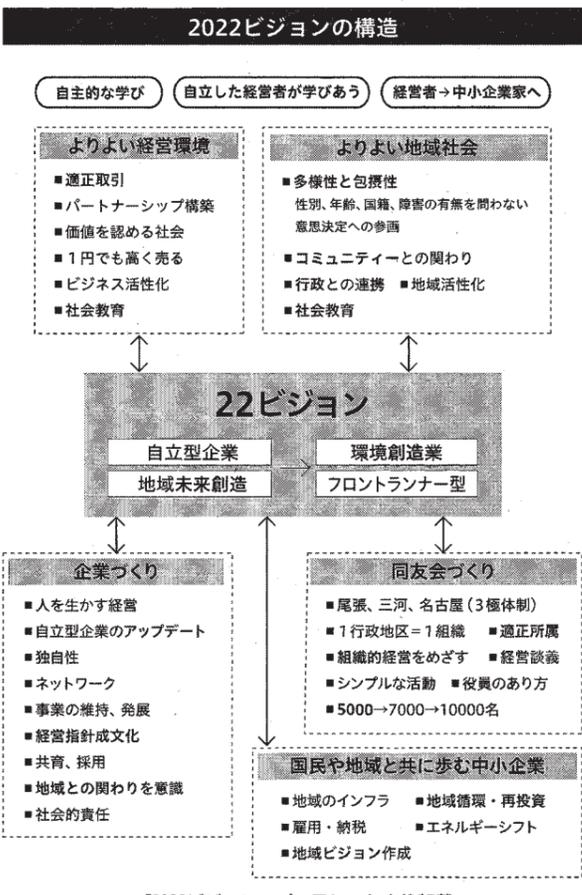
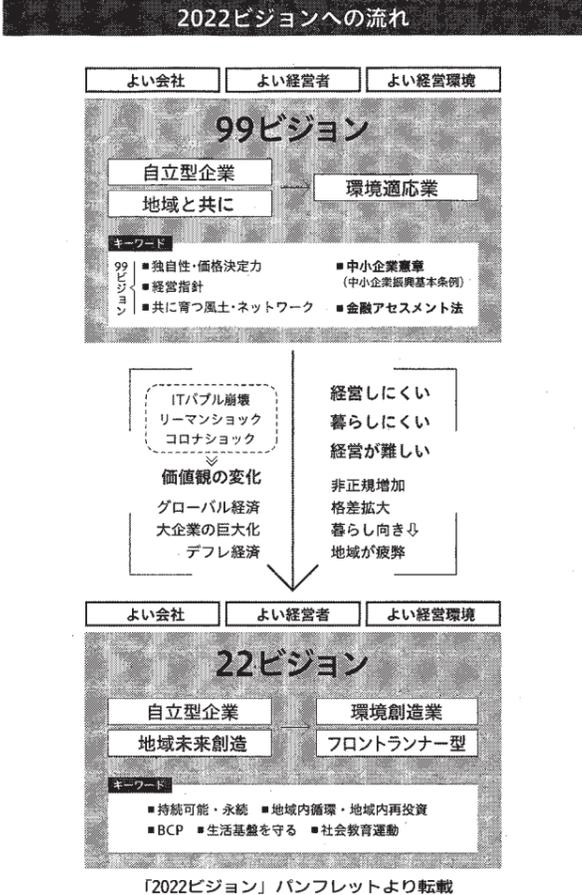
回復力ある
愛知へ

時代的要請となった
「人を生かす経営」

「人を生かす経営」

「地域」という言葉は非常に多義的だ。そのため「地域」という言葉から受け取るイメージも人によって異なる。

愛知に
人を残す



(社)種商研(株)



愛知県中小企業振興基本条例制定1周年の集い(2013年10月)「条例を生かして地域をつくる」をテーマに学ぶ

行政などの懇談 産学地域連携を推進



愛知同友会創立50周年記念式典(2012年7月9日)



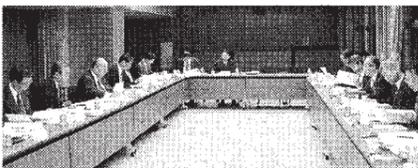
各大学と「産学地域連携基本協定」を締結(2014年)
3月名古屋立大学
8名城大学
11月愛知東邦大学



東海財務局との初の意見交換会(2014年4月)
総勢20名が参加



「不公正な課税強化に反対する請願署名」活動(2014年9~12月)
2か月半で署名10万筆超が集まり、課税強化阻止につながる



中部経済産業局との意見交換会(2012年12月)
中小企業の現場の声を伝える



第52回定時総会(2013年4月23日)
メインテーマに「同友会らしい」黒字企業づくり



中同協「組織強化・広報・情報化交流会」(2013年8月) 愛知で開催

経済天気予報
第1回愛知同友会景況調査(2月分)
景気回復に強い期待
▲同友Aichi独自で初の景況調査



▲同友Aichi独自で初の景況調査

＜EU視察で「欧州小企業憲章」を学ぶ(2002年)
ここから「中小企業憲章」制定運動が始まる



「金融アセスメント法」制定運動(2001年 学習運動・全国署名活動など)



愛知13万筆、全国100万筆超の署名を集め、中小企業の金融環境改善への大きな力に(街頭署名にも取り組む)



東アジア視察(タイ・バンコク、ベトナム・ハノイ)(2012年9月)



2008年リーマン・ショックにもなう急激な世界不況乗り越えるための学習会を繰り返し開催

「金融アセスメント法」推進から 「中小企業憲章」制定へ



名古屋同友会創立総会(1967年7月9日)
準備委員会を代して経過報告する津田昌夫氏

悩みを語り合う中 「ザイルが必要だ」と誰かが言った

写真で見る愛知同友会のあゆみ



第15回定時総会(1976年5月22日)「名古屋中小企業家同友会」から「愛知中小企業家同友会」に改称した総会開催を報じる「中小企業家しんぶん(愛知版)」



第1期「同友会大学」開講(1967年)1993年の第4期まで
勲功修成杉浦昭男氏、山田健雄氏社員として参加が同期



愛知同友会創立30周年スローガンは「REBORN(リボーン)」(1992年)



創立30周年で記念植樹(1993年7月9日創立記念日)



会員による記念舞台公演「萌黄色の季節」(1993年2月)

愛知中小企業家同友会60年の歩み

- 1967年 創立総会(ホテル・マルエ) 倉田孝からスタート
- 8月 機関紙「念報」を創刊(「同友Aichi」の前身)
- 1968年 7月 地区別懇親会を初めて開く(地区の始まり)
- 1964年 8月 求人対策部会を設け、能登(求人)に同向く
- 1966年 4月 愛知同友会協同会設立(当時 名古屋)
- 1966年 4月 春蘭に際して中小企業経営者の学術関係者を発表(男使覚解の基礎)
- 1967年 1月 前進座劇団が第1回「同友会まつり」として再スタート
- 1966年 3月 ゆたか共同作業所建設趣意書を発表
- 1966年 10月 青年部会発会(現在の青年同友会)
- 1971年 第10回定時総会(初めてテーマ別分科会方式を導入)
- 1972年 4月 ゆたか共同作業所が「社会福祉法人ゆたか福祉会」となる
- 11月 第1回展示会開催。後に「びびりセール」と名称を変更
- 1973年 6月 第5回中同協総会(愛知開催)で「3つの目的」が明確に
- 1974年 10月 秋のついで開催(「あいち経営フォーラム」の前身)
- 1976年 10月 同友会ラザビックセルに6000名の入場者
- 1976年 5月 第15回定時総会(名古屋同友会から「愛知同友会」に名称を変更)
- 1977年 9月 初の経済視察団(同友会ベトナム・ラオス経済視察団)
- 1977年 7月 創立15周年記念のついで(中期ビジョンを発表)
- 1978年 5月 第17回定時総会(経緯指針成文化)の方針を発表
- 1979年 11月 第1回合同企業懇話会
- 1980年 7月 愛知同友会創立10周年記念事業「小さな会社はやる気がすごい」(藤田勝著、中経出版)
- 1980年 7月 20周年記念誌「同友」
- 1980年 2月 第13回全国研究集会を愛知で開催
- 1984年 7月 伊勢湾周遊「福祉の船」に1000名参加
- 1987年 1月 第1期同友会大学開講
- 1987年 11月 愛知同友会創立10周年の集い(名ザイルコンサート)
- 1988年 2月 第18回全国研究集会を愛知で開催
- 1989年 6月 映画「伊勢湾台風物語」協力県下1万4千人が鑑賞
- 1990年 6月 女性部会発足
- 1991年 7月 2000名会費を達成
- 1992年 4月 ブロック・支那から「支那」へ名称を統一
- 10月 30周年記念出版「小さな会社が日本を変える」(小栗 崇著、中経出版)
- 11月 30周年記念の集い・式典
- 1993年 2月 30周年記念演劇「萌黄色の季節」(脚本、出演者すべて同友会会員)
- 3月 愛知中小企業研究財団が発足
- 1994年 3月 愛知の景況調査スタート
- 9月 サードイタリヤ・スイス視察(中小企業研究財団)
- 1995年 1月 阪神・淡路大震災(全国同友会と兵庫への義援活動)
- 1996年 2月 第26回全国研究集会を愛知で開催(会員手作りの演劇「萌黄色の季節II」上演)
- 1997年 4月 会の公式ホームページ「Ainet」公開
- 12月 「貸し渋り問題」で記者発表
- 1998年 4月 第1回「あいち経営フォーラム」を開催

さらなる飛躍へ2022ビジョン発表

愛知中小企業家同友会、創立60周年の集い開く



⑤あいさつする高瀬会長
⑥206人が参加した創立60周年の集い



創立会員で菊水化学工業相談役の遠山氏が
動画メッセージを寄せた

中小企業発展の鍵は「地域」

愛知中小企業家同友会は7月14日、名古屋市中区のホテルメルパルク名古屋で、創立60周年の集い「道なきみちを歩んで」を開催した。会員206人が参加した。3部構成で実施。これまでの歩みを振り返ったほか、前愛知県副知事の森岡仙太郎氏を招いた記念講演、さらなる飛躍を目指すための中長期戦略となる「2022ビジョン」の発表などが行われた。

第一部の冒頭、高瀬喜照会長が登壇した。これまでの社会経済情勢と愛知同友会の活動を振り返った上で、現在は大きな課題が山積していることを指摘した。高瀬会長は「人口減少、高齢化、エネルギー不足、食糧不足、物価高など、大きな課題に直面している。愛知同友会は企業経営を通じて、よりよい社会の実現を目指している。本日は、その決意を新たにするスタートの日ではない」と話した。

来賓として、行政や地元経済団体の関係者が出席した。経済産業省中部経済産業局の伊藤廣広産業部長は創立60周年に祝意を述べた上で、コロナ禍を踏まえた無利子無担保融資の延長や、事業再構築補助金などの支援策を説明した。伊藤氏は「中小企業憲章では、中小企業は、経済をけん引する力であり、社会の主役であるという一文で、改めて憲章を読み直さなければならない」と話した。

直し、胸に刻みつつ、中小企業の皆様と一緒になって走る伴走支援を強化していきたい」と話した。

初代代表理事の遠山昌夫氏も登壇し、「愛知同友会は、経済を歩んで、道なきみちを歩んで、よりよい社会の実現を目指している。本日は、その決意を新たにするスタートの日ではない」と話した。

「わが人生『同友会』と題して動画メッセージを寄せた。遠山氏は92歳の今も街中を歩き、変化を肌で実感しながら、日々勉強している」と強調。「あしたの経営を考えない」と宣言する。これからは社会に役立つ仕事をしたい」と意欲を示した。

第二部の記念講演には、トヨタ自動車出身の前愛知県副知事の森岡氏が「愛知県の経済の発展と中小企業家の期待」をテーマに登壇した。

森岡氏は「先が見えない時代に何をやるか。温暖化の問題は世界共通の課題であり、はつきりしている。また、賃金が上昇していない。原資をつくり出すためにも、本格的に生産性向上に取り組む必要がある。自社をどうするかの。長期ビジョンを持つ。従業員と一緒に、実現に向けて進んでほしい」と呼びかけた。

第三部では、将来の飛躍を展望する「2022ビジョン」を発表した。ビジョン推進担当理事の佐藤祐一氏がビジョン策定の背景や内容について報告した。

愛知同友会がこれまで節目としてビジョンを策定してきた。1999年には「九九ビジョン」を公表した。「自立型企業」と「地域社会と共に」を旗印に、会員数拡大などにつなげてきた。

ただ、20年余りが経過し、世の中の価値観が変化した。とりわけ、コロナ禍により、社会経済活動は様変わりした。基幹産業の自動車業界は電動化の進展などで、100年に1度ともいわれる転機を迎えている。

こうした動向も踏まえ、愛知同友会の中長期戦略として2022ビジョンづくりに着手した。理事会や各部局などの議論を集約。こ

創立60周年宣言

「生きてきた生き残るか」「経営者は孤独だ」「明日の手持資金の不足を従業員にも話せない」……。酒をくみかわし、悩みを語り合う中から、「ザイルが必要なんだ」と誰かがひとり言をいった。高く険しい山に登るには、パーティーを組んで、ザイルで身体を結びあって登るのだ。(「同友会(〇年)の歩み」より)

戦後の中小企業運動の理念を継承し、「天は自ら助くる者を助く」の精神を自覚した経営者の集まりである中小企業家同友会。その全国三番目に創立されたのが、名古屋中小企業家同友会(現、愛知中小企業家同友会)です。今から六十年前の一九六二年七月九日、三十四名の名もなき中小企業家によるものでした。

六十年の歩みは、まさに激動の時代と歩みを共にするものでしたが、「人を生

視野広く、視座高い、次代を創る中小企業家になろう

私たちの挑戦は、戦後日本の中小企業運動を超え、創造の中小企業運動に結実します。金融アクセスメント法制定運動や中小企業憲章、中小企業振興基本条例の制定など、まさに「道なきみち」を切り拓くものでした。

私たちは今日、新型コロナの抜本的な転換が不可避です。そのあらわれは、「ビジネスと人権に関する指導原則」や「持続可能な開発目標(SDGs)」に代表される、人間尊重、人権尊重の企業や社会をめざす世界的合意です。

今こそ私たち自身が、生命の尊厳に思いを致し、人の

「地域社会と共に」という今日につながる二つの旗印を掲げ、「学び」から「実践する」同友会への変革の第一歩です。それから十三年「2012ビジョン」では、これまでの「環境適応」としての中小企業から、「環境創造業」としての中小企業へと飛躍する気

概と中小企業家としての誇りを込めた「地域未来創造企業」を掲げました。

創立から六十年を迎えた中、改めて私たちが中小企業と価値を問う直し、中小企業が地域の未来に希望と展望を抱く人々にとって、地域社会に対する信用と信頼を再生させていく切り所となること。これらが私たちが中小企業家に課せられている使命であることを皆さんと確認し合いたいと思えます。

今日(〇)の日から、新たなビジョンの実践を通じて、企業を維持・発展させ、私たちの生きる愛知(地域)のこれから(未来)を創り上げていきましょう。その先頭に立ち、愛知をけん引するのは私たち自身です。

(愛知中小企業家同友会 創立六十周年の集い 二〇二二年七月十四日)

「わが人生『同友会』と題して動画メッセージを寄せた。遠山氏は92歳の今も街中を歩き、変化を肌で実感しながら、日々勉強している」と強調。「あしたの経営を考えない」と宣言する。これからは社会に役立つ仕事をしたい」と意欲を示した。

第二部の記念講演には、トヨタ自動車出身の前愛知県副知事の森岡氏が「愛知県の経済の発展と中小企業家の期待」をテーマに登壇した。

森岡氏は「先が見えない時代に何をやるか。温暖化の問題は世界共通の課題であり、はつきりしている。また、賃金が上昇していない。原資をつくり出すためにも、本格的に生産性向上に取り組む必要がある。自社をどうするかの。長期ビジョンを持つ。従業員と一緒に、実現に向けて進んでほしい」と呼びかけた。

第三部では、将来の飛躍を展望する「2022ビジョン」を発表した。ビジョン推進担当理事の佐藤祐一氏がビジョン策定の背景や内容について報告した。

愛知同友会がこれまで節目としてビジョンを策定してきた。1999年には「九九ビジョン」を公表した。「自立型企業」と「地域社会と共に」を旗印に、会員数拡大などにつなげてきた。

ただ、20年余りが経過し、世の中の価値観が変化した。とりわけ、コロナ禍により、社会経済活動は様変わりした。基幹産業の自動車業界は電動化の進展などで、100年に1度ともいわれる転機を迎えている。

こうした動向も踏まえ、愛知同友会の中長期戦略として2022ビジョンづくりに着手した。理事会や各部局などの議論を集約。こ

れからの中小企業の生き残りの鍵は「地域」という結論に達した。

佐藤氏は「2022ビジョン」は、全体スロウガンを地域未来創造企業に定めた。従来ビジョンは環境に適合するという考えだったが、環境の変化が激化する。むしろ環境を創造するといふ考え方を、中小企業が地域を引っ張っていくべきではない」と意気込みを語った。

2022ビジョンでは、これまでの企業つくり、同友会つくり、地域つくりの三つをアップデートするとともに、「よりよい経営環境」「よりよい地域社会」の二つを加えた。

よりよい経営環境では、適正取引や価値を認める社会、社会教育などのキーワードを盛り込んだ。よりよい地域社会では、多様性と包容性、「コミュニケーション」の関わり、行政との連携などを掲げた。

佐藤氏は「ビジョンはついでに終わりでない。ここからスタート。皆さんと議論を重ねて、ビジョンに向かって進んでいきたい」と締めくくった。その後、創立60周年宣言の採択や、今後の主な活動・企画紹介を行い、閉会した。