

北海道商工業振興審議会 第2回 小規模企業振興のあり方検討部会

議 事 概 要

日時：平成26年11月17日（月） 14:15～16:15

場所：北海道庁別館西棟4階 経済部2号会議室

1 開 会

2 議 事

(1) 前回のまとめ

- ア 事務局から資料1の説明
- イ 説明に対する質疑 特になし

(2) ゲストスピーチ

ア 北門信用金庫 営業第一本部 大野統括調査役より、北門信用金庫の取組、事業承継の事例、小規模企業に関する認識、行政に望むこと等について説明

- ◎ 企業を守ることは雇用や地域を守ること。企業再生支援は重要なテーマ。
- ◎ 小規模企業の強みは、大手にはないネットワークの良さ。地域に古くから根ざし、地域住民の要望やニーズに応え、財やサービスを提供し、地域活動にも貢献。
- ◎ 小規模企業の弱みは、商圈が限定されており、人口減少による商圈の需要縮小や、大規模小売店舗の進出等による影響を受けやすいこと。また、土木・建築では下請・孫請けになることが多く、製造業においても受発注の主導権が無く、大手企業の経営動向の影響を受けること。
- ◎ かつての強みが強みとして作用しなくなり、弱みがよりクローズアップされる状況。
- ◎ 一方、他社と差別化して独自性で好調を維持している企業に着目するのも（施策を検討する上で）一つの手段。
- ◎ 制度融資のように用途に合った補助金があれば大きな効果が期待できる。
- ◎ 国の補助金の申請書類の作成は小規模企業には大変な労力。本業に集中できなくなるケースがある。
- ◎ 金融機関に審査スキルやノウハウがない分野では、国や道の制度資金は使い勝手が良く、よりどころになる。
- ◎ 中小・小規模企業は最終的には経営者。経営者向けの支援を手厚くする必要がある。

イ 株式会社エフエムもえる 佐藤社長より、起業の経緯や苦労、小規模企業振興についての考え、地域振興のあり方、道庁に望むこと等について説明

- ◎ 小規模企業の強みでもあり弱みでもあると思うが、人の力量に大きく左右される。
- ◎ 昔から会社を経営していても、新しい事業を立ち上げた時は、1年や2年で信用を得ようとするのは相当難しい。
- ◎ 地方に地域のことがわかっている人がいないと、道庁はもちろん霞ヶ関に対してもなかなか声が通らない。振興局が無くなると地方のソフト事業は非常に厳しいことになる。地元の文脈で物事を考えてくれる人、セクションは絶対に必要。
- ◎ 雇用交付金は、ふるさと雇用のように複数年雇用できるようにして欲しい。1年では人材を育成することは難しい。

ウ ゲストスピーカーの説明に係る意見交換

- ◎ 事業承継のコンサルタントが力をいれるべきなのは、本業をきちんと承継するアドバイスや支援。経営を引き継ぐにあたり、事業をどうソフトランディングさせるかが一番重要。

- ◎ 道内の事業承継のコンサルティングは、よらず支援拠点や支援機関にいるコンサルタントが行うこともあるし、地元の中小企業診断士等の専門家がチームを組んで取り組む事例もある。
- ◎ 道内の企業は若く、創業者が社長を続けているケースが多く、創業者自体が事業承継に取り組みたくないため、事業承継の話をしにくいところがある。
- ◎ 事業承継は一人の情報量では対応できないのでネットワークが大切。また、事業承継というお見合いの席に出る前に魅力的な会社を作ろうとする意味での整理が必要。
- ◎ 中小・小規模企業は人の要素が経営力そのものであり、人を代えるというのは会社が変わるということ。事業承継に限らず、人が代わっても事業が続くよう、会社が人に依存せず、いろんな意味で力を付けていくような支援が必要。
- ◎ ビジネスマッチングの場も必要。その場では、自社の良さをきちんと情報発信できる状態にしておくことが重要。
- ◎ (ビジネスマッチングなどの) イベント自体が多すぎて飽和状態。その中でどう目立つかが重要。
- ◎ 地域おこし協力隊という地域に残り起業を目指すスキームがある。うまく使える制度がだんだん出てきているので、引き続き地域のために続けていただきたい。

(3) 「本道の小規模企業振興のあり方」の検討について (意見交換)

ア 人口減少問題及び北海道への移住について

- ◎ 人口流出と人口減少は分けて考えなければならない。人口減少は国に考えてもらうとして、人口流出については、道や自治体が地方に行けば面白いことができるというイメージ戦略、モチベーションを持って地方に行けるトレンドを作っていたきたい。
- ◎ (Uターン促進策としては) 私は東京に出て北海道の良さを実感した。道外の方は北海道にすごく魅力を感じているが住民は気付かない。地元の良さを認識してもらうよう、メディアを使って地元製品の良さを発信できれば市民に通じるのではないかな。
- ◎ 北海道への移住者が地方にも散らばり、そこで何ができるか考える人が増えている。外部から来ても活動できる環境が大事。
- ◎ これから北海道への移住者が増え、彼らもたらす新しいアイデアや技術は北海道にとって大きな力になるので、移住者にウェルカムなイメージを発信できる制度、助成や廃業予定者とのマッチングなどの施策も考えられると思う。
- ◎ 「ワインを作っている人が楽しそうで、何か面白そう、仲間に入りたい」ということでUターンした起業家がいる。特に小規模企業の場合、「面白そう」というのがモチベーションとなりえると思う。
- ◎ 教える側、教わる側の接触の仕方も、地域の中で人を育てて行く上で大事。
- ◎ 集団の中に、異分子、よそ者が入った方が活性化する。元々地元だが、東京や関西の大学に行き戻ってきた人も違うものを持ち込める。地域の活性化には、地元を出て行った人の役割は大きなものがある。一方で、昔からの地元の繋がりも悪くすると排他的になるが、うまくすれば非常に強いネットワークになるという利点はある。

イ クラウドファンディングについて

- ◎ 小さな企業でも参加できるクラウドファンディングや、それを地域に広めていく施策があればいい。また、クラウドファンディングに限らず地域の人が若い経営者に援助するような仕組みがあれば、お金が地域に還流して地域にとっても良いと思う。
- ◎ 出資を集めることはハードルがすごく高い。他の株主を入れることで自分がやりたいことができなくなる可能性もある。銀行融資にも利点はある。

- ◎ クラウドファンディングや地元の方の出資は、リターンを期待するよりは応援する気持ちが強い、ひとつの新たな資金調達の手段。ただ、クラウドファンディングのコストは決して安くはない。事業内容によって合う合わないがある。
- ◎ 私の会社は株主配当はゼロ。自ら事業に参加しているという当事者意識を持ってもらうために千円出資してもらっている。株主総会では説明をきちんと行い、熱心にこちらの思いを伝え、それが新しい顧客の紹介などの支援に繋がっている。クラウドファンディングの考えに近い。
- ◎ ほんの少しのお金でも、それを望んでいる人には非常に役に立つ。お金のニーズとシーズをつなぐときに注意深く見て、欲しい人はいろいろな形で発信して、助けてもらうことが必要。

ウ 起業支援について

- ◎ ベンチャーマインドの強い地域とそうではない地域があるなど、北海道の中でも地域によって考え方が異なる。
- ◎ 動機付けが重要。経営者のやる気を支援できるものがあると良い。何らかの形で認められるのも一つの動機付けなので、精神的なやる気を引き出すために応援するという支援のやり方もあるのではないかな。
- ◎ 成功起業家をメンターとして活用する場合に、自分の成功経験ではなく、失敗の経験話すなど失敗のリスクを減らすアドバイスが有効だと思う。
- ◎ 助言役として、田舎ではコピーライターやデザイナー、翻訳者など実務的なものを補助なり支援していくと効果的なような気がする。
- ◎ 商工会議所など支援機関でも、メンター的なことはできるが、そうしても相談者と相談を受ける側の相性や経験に左右される。(有能な指導員等) できる人には業務が過度に集中しがち。

エ その他

- ◎ まちづくりは行政が主導するとうまくいかない。しかし公共の側面支援がないとやはりうまくいかないの、民間と公共がうまくかみ合うといい方向に行くと思う。
- ◎ (主体意識を持って地域に関わる人を増やすためには、) 市民が参加しやすい、取り組みやすい方法が必要。気持ちがあっても、どうしていいかわからない。

(4) その他

- 事務局から次回部会について説明

出席者			
【出席委員】 ◎部会長 (五十音順、敬称略)			
◎穴沢 眞	小樽商科大学	商学科教授	
阪口 あき子	株式会社シンプルウェイ	代表取締役	
高瀬 季里子	株式会社24K	代表取締役	
中野 貴英	北海道よろず支援拠点	コーディネーター	
西原 潤	株式会社ジュネリカ	代表取締役	
【ゲストスピーカー】 (五十音順、敬称略)			
大野 昌人	北門信用金庫	営業第一本部統括調査役	
佐藤 太紀	株式会社エフエムもえる	代表取締役	