

本道の小規模企業振興のあり方検討に向けた主な視点及び論点

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
I 基本的な認識		
<p>・ 少子高齢化や人口減少により過疎化が進展する中、地域の経済・雇用を支える小規模企業の存続が困難となれば、地域社会の基盤を揺るがす危機的な状況を招く恐れがある。</p>	<p>①札幌も地方も大型店、郊外店ができて中心部の商店街は疲弊している。その大型店も苦勞しているところは閉店する可能性もある。街が崩壊しないよう小規模企業の振興は行政とともに、まちづくりという観点から考える必要がある(土屋委員)</p> <p>①小規模企業の強みは、大きな会社にはできないユニークで大胆な判断ができること(阪口委員)</p> <p>①小規模企業、特に商店街、飲食店は、地域のコミュニティの担い手になっている。(土屋委員)</p> <p>①商店街が無くなることによるコミュニティの崩壊が、北海道も含めた全国的な問題となっている。(土屋委員)</p> <p>①商店街として物販からサービスへ転換しようとして活動している。サービスに物販が入るという考え方で若手にも参加をしてもらって活動。(土屋委員)</p> <p>②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。(大野G)</p> <p>②小規模企業の強みは、大手にはないフットワークの良さ。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。(大野G)</p> <p>②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。(大野G)</p> <p>②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。(大野G)</p> <p>②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。(佐藤G)</p> <p>②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。(佐藤G)</p> <p>③小規模企業の強みは、小規模・フルオーダーに柔軟に対応できること。ヒト・モノ・カネの地域内循環の仕組みができれば事業が回っていきける可能性が十分ある(小川G)。</p> <p>③小規模企業の弱みは、人材育成の余裕がないところ。また、人材育成事業は、例えば、この講座を受けると販促に繋がるなど旨味が見える必要がある。(小川G)</p> <p>③ビジネスを成功させたいという気持ちと、地域で会社をおこすことによって、どれだけ地域に貢献できて、地域の文化や風土をより多くの人達に発信していけるかということを考えている。流通の条件がどんなに不利だとしても、ここでやらなければ北海道の地方で仕事をやりたいという若い人は未来永劫出てこないという思いを持っている。(伊藤G)</p>	

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
II 本道特有の視点		
<ul style="list-style-type: none"> ・豊かな自然環境や豊富な農林水産資源、多様なエネルギー資源など、本道の優位性と特性を踏まえたメリハリのある施策展開の必要性と可能性。 ・広大で地域によって産業特性が異なる本道のそれぞれの地域の事情を踏まえた、きめ細やかな支援の必要性とあり方。 	<ul style="list-style-type: none"> ①国の出先機関や関係機関などの(管轄)は、北海道は(他県と異なり)一つにまとまっているので、動きやすい。(中野委員) ①北海道の素材を使っているということで、広い土地であったり北海道ならではのものが重要だと思っている。(高瀬委員) ②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。(西原委員) ③北海道を出て東京を仕事をしていて不満に感じたのは、北海道には創造性を求められていなかったこと。どれだけ安く、そこそこ良いものが、早く入れられるのかということが北海道へのニーズだった。(伊藤G) 	
III 主な論点		
<p>1 小規模企業支援に係る基本的な考え方について (1) 人口減少による需要の減退、業種によって人手不足が顕在化する中での小規模企業支援はどのような観点から取り組むべきか。</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p>①これまでの成長発展に加え持続的発展も支えるべきではないか</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p>②商圈の広いメーカー等と商圈が地域に限定される商業やサービス業とを別けて考える必要はないか</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p>③多様な主体(女性、若者、高齢者等)の活用を図るべきではないか</p> <p style="text-align: right;">(続く)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ①女性が働く上での(保育等の)インフラ整備が必要。女性は子育ての負担から働くのを躊躇しがち。(西原委員) ①若者を見つけてきて、採用して、育成して、人並みに生活させるためのハードルがとても高い。売上を伸ばさないと高い給料を払えない。(西原委員) ①会社よりも経営者の良さをいろいろな形でサポートしていく。最終的には経営者自身のやる気が重要。(中野委員) ①小規模企業をいくつかのカテゴリに分けて考えていくと、より実のある施策になると思う(穴沢部会長)《再掲》 ②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。(大野G) <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <ul style="list-style-type: none"> ①(小規模企業には)商店街のように地域のコミュニティに根付いていく形の役割がある一方で、経済を引っ張っていく、成長の核となるような新しいものを作っていく役割もある。そこにはリスクを伴うので、リスクを個人で完全には取れない場合に、何らかの形でのサポートが必要になるのではないか。(穴沢部会長) ①全体を底支えする支援の一方で、突出して引っ張っていく部分の支援も必要。新たな産業創造の支援の場を作ったり、それを伸ばすためのサポートをやれると、北海道としてすごく面白い取り組みになる(中野委員) <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <ul style="list-style-type: none"> ①小規模企業をいくつかのカテゴリに分けて考えていくと、より実のある施策になると思う(穴沢部会長)《再掲》 <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <ul style="list-style-type: none"> ①20代から30代はいろいろな意欲がある時期だが子育て時期とも重なってしまう。働く女性への支援として、保育園は増やせなくてもファミリーサポーターを増やすとか、そこを安く利用できるなど女性への金銭面での支援が考えられないか(阪口委員) 	

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
<p>(続き)</p> <p>③多様な主体(女性、若者、高齢者等)の活用を図るべきではないか</p>	<p>①若い人は何をしたいかわからないところがあるが、道筋を作ると、多彩なアイデアがでてくる。(土屋委員)</p> <p>①労働力が減少している中で女性の活躍の場がこれから増えていく。バックアップ体制に課題がある、個人に依存する形だったのを、これからは社会として、行政として支えていく時代に移りつつあるという気がする(穴沢部会長)</p> <p>①女性が働く上での(保育等の)インフラ整備が必要。女性は子育ての負担から働くのを躊躇しがち。(西原委員)《再掲》</p> <p>①若者を見つけてきて、採用して、育成して、人並みに生活させるためのハードルがとて高い。売上を伸ばさないと高い給料を払えない。(西原委員)《再掲》</p> <p>①女性の意識改革も必要。3歳児神話にとられすぎないこと。夫に育児をさせることに、女性も含めて世の中の目がすごく厳しい。(阪口委員)</p> <p>①女性の社員が多いので、ワークライフバランスへの対応は経営者として悩みが多い。(西原委員)</p> <p>①学生の意識が私の時と違う。夢がない状況で、すごく現実的。せつかくこれだけの自然がいっぱいあって環境が整っているの、もっと広い視野をもってもらえたら良い(高瀬委員)</p> <p>①意欲的にならない、モチベーションが上がらないということについては、どこかで面白いことが始まって、前に進んでいるのを見ると刺激を受けていく。件数が増えていくとそういう雰囲気にならなくていいのではないか。(中野委員)</p> <p>③プロデューサー役、シナリオライター役、ディレクター役が、お互いに連携しながら進めるスタイルがうまくいって商品化・事業化に繋がっている。女性の方が実はビジネスセンスにあふれていて、近年は商品化・事業化に非常に成果をあげている。女性支援の大切さを改めて認識。(小川G)</p>	
<p>④創業、事業承継を企業の新陳代謝促進の視点で捉えるべきではないか</p> <p>(続く)</p>	<p>①商店街における物販は、ある意味使命は少し終わった部分があるので、物販からサービスへの転換、サービスに物販を含むという考え方を発信。こうした中で、店舗の新陳代謝が進んでいる。(土屋委員)</p> <p>②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。</p> <p>②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、創業者自身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。(大野G)</p> <p>②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。(中野委員)</p> <p>②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。(中野委員)</p> <p>②家族の中で継承する者がいなければ、続けることができないのが現状。若い人等で起業意欲のある人とのマッチングをする機関があれば良いと思う。銀行等にもそうした機能があると思うが、十分機能していないのではないか。(土屋委員)</p> <p>②商工会議所等で支援策等を把握して説明会やマッチングをしてもらえるとよい。若い人も増えるのではないか。(土屋委員)</p>	<p>◎地域の高齢者の要望を踏まえた生活関連サービスや介護・デイサービスに全国で初めて商店街が取り組んでいる。地方自治体とコラボしたビジネスモデル。(土屋委員)</p> <p>◎道内の事業承継のコンサルティングは、よろ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。(中野委員)</p>

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
<p>(続き)</p> <p>④創業、事業承継を企業の新陳代謝促進の視点で捉えるべきではないか</p>	<p>③創業を希望する人は多いが、事業を引き継がせたい人や空き店舗をうまくマッチングできる場や情報がない。また、情報だけがあって人が介在しなければ誰も何もしていない状況となる。地域の商工会などの役割は大きい。(土屋委員)</p> <p>③商店では子どもが店を継ぐケースは少ないので、新たな担い手を見つける手だてが必要。(土屋委員)。</p>	<p>◎マッチングの方法として、商店街に加入している不動産屋に空き店舗の情報を発信させるといったやり方もあるのではないかと。(土屋委員)</p>
<p>⑤従前の支援機関等による支援のみならず、地域社会全体でサポートする視点を加えるべきではないか。</p>	<p>①意欲的にならない、モチベーションが上がらないということについては、どこかで面白いことが始まって、前に進んでいるのを見ると刺激を受けていく。件数が増えていくとそういう雰囲気地域になっていくのではないかと。(中野委員)《再掲》</p> <p>②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。(佐藤G)</p> <p>②(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。道外の人に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と。(高瀬委員)</p> <p>②北海道への移住者が地域にも散らばり、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。(阪口委員)</p>	
<p>⑥社会的課題をビジネスの手法で解決しようとするソーシャルビジネスをどのように捉えるべきか</p>		
<p>⑦商品・サービスの付加価値の向上や販路を開拓していくためにはどのような姿勢が重要か 《新規追加》</p> <p>(続く)</p>	<p>③大手百貨店とマッチングする際、特定の卸売業者との繋がりを求められることがある。普段つき合いがないと自分で取引先を探すことになるが、小規模企業の場合、量が足りなかったりするので、地元の小規模事業者が集まって量をカバーするような仕組みを考える必要があるのではないかと。(小川G)</p> <p>③ものづくりでは、他人がやったことがないものや新しいものに価値があると思いがちだが、一流メーカーのように資金がないと新規原料を売り込むのは困難。商品は誰でも知っているもので、いわれや環境や北海道らしさで思い切り差別化をしてリスクを少なく市場に流していくことに注力している。(伊藤G)</p> <p>③北海道というだけではモノを買ってくれない。なぜそれを作らなければいけなかったのか、なぜそうでなければいけなかったのか、物語をきっちり編み込まなければ、今の時代、新しさだけでは物は絶対売れない。ただし、それがきっちり編み込まれていけば、どんな僻地でも商売のチャンスがある。(伊藤G)</p> <p>③北海道物産展に来るお客様は北海道のモノがすごく好きなので市場のセグメント化は終わっており、一般店で同期間販売するよりも売上が見込める場合もある。そこで、顧客の声を直接聞くことで、商品の方向性や目指すべき市場、売り方が良くわかるようになってきた。(伊藤G)</p> <p>③地域ブランドは、素材や加工などの何を保証しているかが見える形になっていることが重要。(小川G)</p> <p>③ブランド価値とは第三者が決めていくこと。取引先が持っている価値などで肉付けされていく側面もある。(伊藤G)</p>	<p>◎コアブランドが遠軽町の蜂蜜(「菩提樹の花の蜜」に限定)を使った化粧品。希少価値が高くて大きなロットに載せていけないので大手メーカーでは商品化しづらい。大手との差別化ができる高価格で富裕層向けのブランド原料になっている。蜂蜜の良さは大手メーカーのCMで周知されている。トレーサビリティがとれていて顔がみえて、土地の四季をしっかりと話ができる(伊藤G)。</p> <p>◎北海道物産展が売れるのはわかっている。今は、北海道の企業として、お客様に北海道に来てもらって売る。交通費を使ってまでエゾシカの皮製品を買いにくる商品にするためブランド力を上げて行くことを考えている。(高瀬委員)</p>

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
<p>(続き)</p> <p>⑦商品・サービスの付加価値の向上や販路を開拓していくためにはどのような姿勢が重要か 《新規追加》</p>	<p>③ブランド力を高めようとする企業には、普通に考えれば商談なんて不可能だというような一流企業を集めたビジネスマッチングの場があると良い。こうした企業と会うことで、マーケティングやブランディングの考え方を換えられる人たちが沢山いると思う。これができるのは行政しかない。(伊藤G)</p> <p>③ブランドは多面的なところがある。ブランド価値を形成するためには、取引先のブランドバリューだったり、市場の方々が今、何をブランドと感じていて集まっているのかというところと結びついていかないと形成されづらい。(伊藤G)</p> <p>③認証制度はどこも一生懸命取り組んでいるが、制度ばかり乱立していて全くブランドになっていないのではないかと。また、全く知られていないメーカーがたくさん集まっても、ブランドにはならない。マーケティングやブランディングは、相手を選んでいかなければボタンを掛け違えて単なる地方の取組で終わってしまう。(伊藤G)</p> <p>③地域ブランドは、戦略的に冠を取る視点でやっている面もある。どこと連携しているとか、賞を受賞したというような、取りやすいところをめがけてやっていく。助成金や融資を受けるなど、も後々の展開を考えたとき全然違ってくる。そこを意識付けしてあげないとブランドはできないと思う。(小川G)</p>	<p>◎さまざまな業種が混在するビジネスマッチングでは、意図しない企業のバイヤーから熱心に商談を持ちかけられ、時間の無駄が生じることがある。(伊藤G)</p> <p>◎化粧品原料に載せている遠軽町の名産品を取引しているホテルのレストランで扱ってもらうなど、農家に流通を見せていくことで六次産業化を間接的に支援。(伊藤G)</p>
<p>2 支援施策のあり方について</p> <p>(1) 支援対象を明確化した上で支援施策を構築する必要があるか。</p> <p>①成長志向の企業、地域に密着した現状維持型の継続志向の企業</p> <p>②これまでの中小企業施策(支援メニュー、助成限度額、申請書類等)は小規模企業に対応したものとなっているか。</p> <p>(続く)</p>	<p>①小規模企業をいくつかのカテゴリに分けて考えていくと、より実のある施策になると思う(穴沢部会長)《再掲》</p> <p>①(小規模企業には)商店街のように地域のコミュニティに根付いていく形の役割がある一方で、経済を引っ張っていく、成長の核となるような新しいものを作っていく役割もある。そこにはリスクを伴うので、リスクを個人で完全には取れない場合に、何らかの形でのサポートが必要になるのではないかと。(穴沢部会長)《再掲》</p> <p>①全体を底支えする支援の一方で、突出して引っ張っていく部分の支援も必要。新たな産業創造の支援の場を作ったり、それを伸ばすためのサポートをやれると、北海道としてすごく面白い取り組みになる(中野委員)《再掲》</p> <p>①小規模企業支援は、これまで中小企業と言っていたのをさらに分けてきめ細かい形での検討となると思う(穴沢部会長)</p> <p>①介護福祉で一番大きい問題は人手不足。特に、幹部候補になりそうな若い人がなかなか採用できない。また、若年者をいかに研修していくかが難しい。大きい会社だと外部研修やハローワークの助成金などもあるが小さい会社だと難しい。(西原委員)</p> <p>①私は職人であるが、経営もデザインも全部自分でやらなければならない時間が足りない。経営者一人ではできないことが、すごくたくさんある。経営面でわからないこともある。(高瀬委員)</p> <p>①小規模企業では、あれもやりたいこれもやりたいと言うのは現実的には難しい。個別の事業者の特徴、環境などを見て相談に乗る必要(中野委員)</p>	

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
<p>(続き)</p> <p>②これまでの中小企業施策(支援メニュー、助成限度額、申請書類等)は小規模企業に対応したものとなっているか。</p>	<p>①自分で考える力を付ける人を育てることが長期的に取り組むこと。時間軸による支援アプローチが重要。(中野委員)</p> <p>②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。(大野G)</p> <p>②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。(大野G)</p> <p>②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。(大野G)</p> <p>②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。(大野G)</p> <p>②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。(中野委員)</p> <p>②(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。(大野G)</p> <p>②いろいろな指導機関が連携し情報の共有化が出来ると良い。データベースなどがあって、各機関が利用し、連携しながらサービスの提供をお願い。(土屋委員)</p> <p>③例えば、助成金はマーケットインの発想ができない。少額でも構わないのでお金をもらいながらビジネスのやり方を学べるような助成金があると良いのではないか。(伊藤G)</p> <p>③補助金の申請書類を書く労力を負担と考えるべきではない。売上げを上げることに比べたら全然難しくない。(伊藤G)</p> <p>③実際に会社でどんな経験を積んでも、自分で創業したときはわからないことが沢山でてくる。色々なパンフレットはたくさんあるが、何をどう相談していいかわからない。実はすごく身近で細かな悩みも多いが、相談してもそこは自分で解決してということになってしまう。(伊藤G)</p>	<p>◎大手通販や人気テレビショッピングの参入は相当ハード。掛け率のシビアさ、原料のトレーサビリティとかコンプライアンス上の書類を整備しなければならない。中小企業にはハードルが高いが、これをクリアできれば、信用を必要とされる大手企業とも取引できるだけの資料、経験が手に入る場合もある。(伊藤G)</p>
<p>③施策広報は隔々まで行き届いているか。</p>	<p>①国の小規模企業への支援はよりきめ細やかになると思うが、具体的にどう落とし込まれるか、PR不足もあって私どもまで情報が入ってきていない(土屋委員)</p> <p>①施策のPRが足りていないところがある。(支援制度等が)浸透していないことがあるので、知っていれば活用できたのにもということもあるのではないか。金をかけずにできる部分が多々あるかと思うので、やり方を考えるべき(穴沢部会長)</p> <p>②金融機関でいうと、例えば、信用金庫は、支店単位でも支援制度の相談窓口や担当部署があると便利だと思う。(土屋委員)</p> <p>②いろいろな指導機関が連携し情報の共有化が出来ると良い。データベースなどがあって、各機関が利用し、連携しながらサービスの提供をお願い。(土屋委員)《再掲》</p> <p>③小規模企業ほど銀行との付き合いが薄く情報を得にくい。また、銀行の方も末端に行けば行くほど、行政の支援策をほとんど知らないのではないか。(土屋委員)</p>	
<p>④NPO法人や社団法人等、小規模企業振興基本法等の対象となっていない担い手を支援の対象へ加える必要はないか。</p>		

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
<p>(2) 企業のライフサイクル(創業期、成長発展期、安定・成長期、事業承継・廃業期)に応じた小規模企業特有の課題は何か。</p>	<p>①小規模企業では、あれもやりたいこれもやりたいと言うのは現実的には難しい。個別の事業者の特徴、環境などを見て相談に乗る必要(中野委員)《再掲》</p> <p>①「気づき」を与え、支援というより企業の良さを外部からサポートし、自力で取り組める方向に持っていくことが必要(中野委員)</p> <p>①自分で考える力を付ける人を育てることが長期的に取り組むこと。時間軸による支援アプローチが重要。(中野委員)《再掲》</p> <p>①小規模企業の強みは、大きな会社にはできないユニークで大胆な判断ができること(阪口委員)《再掲》</p> <p>①現場が忙しくなると視野が狭くなっていくので、「気づき」を与えてくれる人が必要(阪口委員)</p> <p>①収益の柱が一本だとその事業の失敗が即廃業に繋がる。複数の商品やサービスを持つこと、お客さんを何種類か作るなど、いくつかの柱を持つことで、失敗した時でも、とりあえず会社は潰れない。経営の多層化や、新たな事業を創造していくことを上手く支援していければ良い(阪口委員)</p> <p>①経営がわからず仕事をしているところがある。勉強が必要。(高瀬委員)</p> <p>③小規模企業の弱みは、人材育成の余裕がないところ。また、人材育成事業は、例えば、この講座を受けると販促に繋がるなど旨味が見える必要がある。(小川G)《再掲》</p> <p>③ソフト支援だけではなくハード支援も必要。新商品を作る、新事業を始めるときには必ず買わなければならない機械等があるので、少額でも補助金で支援してもらえるかどうか非常に大きい。それがないと新規の事業化がなかなかできないというのが今の現状。(小川G)</p> <p>③卸価格の相場がわからないまま起業してしまっているという話をよく聞く。モノが売れないと話にならないが、安売りをしてはもっと話にならない。それは即ち、モノの価値がないと自分で言っているのと同じこと。安売りすると長く続く商品にはならない。(伊藤G)</p>	
<p>(3) 地域における多様な主体(若者、女性、高齢者等)による創業や第二創業の拡大を図るためには何が必要か。</p> <p>(続く)</p>	<p>①女性は値段設定がうまくない。また、営業があまり得意ではないところがある。営業面、値段設定、商品開発に特化して支援をしていくと事業が継続しやすくなる可能性がある。(阪口委員)</p> <p>①収益の柱が一本だとその事業の失敗が即廃業に繋がる。複数の商品やサービスを持つこと、お客さんを何種類か作るなど、いくつかの柱を持つことで、失敗した時でも、とりあえず会社は潰れない。経営の多層化や、新たな事業を創造していくことを上手く支援していければ良い(阪口委員)《再掲》</p> <p>①金融機関から創業資金を借りる際、事業計画は立派でも介護ビジネスの経験がないということで断られたが、行政の制度融資(創業)では借りることができた。創業支援ではこういうことも大切。(西原委員)</p> <p>①介護は競争激化、児童福祉サービスも競争が激しい。そういう中で地域に対してどうアプローチしていくかということを考えて事業を実施している。(西原委員)</p> <p>②これから北海道への移住者が増え、彼らが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。(阪口委員)</p>	

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
<p>(続き)</p> <p>(3) 地域における多様な主体(若者、女性、高齢者等)による創業や第二創業の拡大を図るためには何が必要か。</p>	<p>②「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。(穴沢部会長)</p> <p>②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。(中野委員)</p> <p>③学生・社会人の起業の課題はキーマンとの繋がりが無いこと。場所はいいとしても、仕入れや金融機関はどこと取引して、どういうビジネスパートナーと繋がっていけば事業が回っていくのかが全然わからない。何らかの形で支援ができないかと思う。(小川G)</p> <p>③起業の「楽しさ」や良さがわからない。安定志向が強い中で成功例があるけど失敗例がないから怖くてできないという状況がある。失敗事例の共有は非常に大事。(小川G)</p> <p>③地域での起業は、生活ができなくなると言う怖さがある。住む場所もなく、食べていけるかわからないで起業することは多分できない。少なくとも衣食住は、ある程度保証できる環境作りやフォローアップが必要ではないか。(小川G)</p> <p>③上の世代はまだまだ元気なので、次世代に任せようとする経営者が非常に少ないのが地方の現状。例えば、年齢制限をつけた次世代創業のための助成金を考えられないか。(伊藤G)</p> <p>③新規参入に必要なのは「カッコ良さ」をどう伝えるかということだと思う。中小企業に入りたいという学生は、楽しさや魅力を感じているから。しかし、大体の学生はそれを知らない。(小川G)</p> <p>③遠軽町のものが商品になって銀座や日本橋の百貨店の中で売られていることを地域の人に見せてあげて、地域に新しい価値を生み出そうとするきっかけを作り続けていき、地域の人たちに会社が必要だと思ってもらえるようにするためには「カッコよく見える」ことは重要。(伊藤G)</p>	<p>◎飲食では地域だと卸の縛りがあるが、そういう知識も全くない。商工会議所や行政がそこまで支援することはなかなかない。金融機関に期待しているが簡単ではない。(小川G)</p> <p>◎学生達に、「面白い」とか、「楽しい」などという動機付けをするため、売ることの楽しさや自ら企画することの楽しさを、企業連携のプログラムに取り込んでいる。(小川G)</p> <p>◎一度、道外に出ると物の見方が変わるが、ずっと地元にいる中で新しい価値を見つけることは困難。(伊藤G)</p>
<p>①クラウドファンディングなど新たな資金調達手段の拡大を図るべきではないか。</p> <p>(続く)</p>	<p>②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。(阪口委員)</p> <p>②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。(西原委員)</p> <p>②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。(中野委員)</p> <p>②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。(佐藤G)</p>	

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
<p>(続き)</p> <p>①クラウドファンディングなど新たな資金調達手段の拡大を図るべきではないか。</p>	<p>②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。(穴沢部会長)</p> <p>③アメリカのベンチャーのように、大手企業が自社のシーズやニーズ等に対応できる企業を自分で育てるファンディングができれば面白いと思う。首都圏近郊にあるちょっとお金があって余力のある会社が企業の社会的責任の一環としてファンディングができる仕組みがあれば良い。(小川G)</p>	
<p>②成功企業家をメンター(助言者)として活用すべきではないか。</p>	<p>②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。(穴沢部会長)</p> <p>②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。(中野委員)</p> <p>②助言役として、地方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。(阪口委員)</p> <p>②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(中野委員)が、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。(阪口委員)</p> <p>③起業の「楽しさ」や良さがわからない。安定志向が強い中で成功例があるけど失敗例がないから怖くてできないという状況がある。失敗事例の共有は非常に大事。(小川G)《再掲》</p>	
<p>(4) 小規模企業振興の継続性、実効性を確保するためには何が必要か。</p>	<p>②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。(中野委員)《再掲》</p> <p>②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。(大野G)《再掲》</p> <p>③成長して小規模企業から卒業するときには、また、違うハードルに直面する恐れがあり、そのクリアの仕方も長期的に見せていく必要があると思う。(穴沢部会長)</p>	
<p>(5) 地域に密着した継続志向の企業に対する効果的な支援手法は何か。</p> <p>(続く)</p>	<p>②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。(大野G)《再掲》</p> <p>②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。(佐藤G)</p> <p>②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。(佐藤G)</p> <p>③小規模企業向けには小規模な助成事業が必要。小さい額で良いので数多く使えることが大事だと思う。(小川G)</p> <p>③アメリカのベンチャーのように、大手企業が自社のシーズやニーズ等に対応できる企業を自分で育てるファンディングができれば面白いと思う。首都圏近郊にあるちょっとお金があって余力のある会社が企業の社会的責任の一環としてファンディングができる仕組みがあれば良い。(小川G)《再掲》</p>	<p>◎小規模企業は失敗してもリスクにならない規模でやりたい。でも、そのぐらいの規模だと融資する方としてはそんなモノ失敗するかもしれないのに融資できないとなる。そこは行政の支援が必要。(小川G)</p>

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
<p>(続き) (5) 地域に密着した継続志向の企業に対する効果的な支援手法は何か。</p>	<p>③食品加工を技術支援する施設で試作した商品の販売は認められていないが、そうした規則を少し緩和するとか、他の地域の人でも施設を使用できるようにするとか柔軟に対応できるようにするべきではないか。(小川G) ③行政に人事異動があり、自社の悩みなどをある程度把握した段階で担当者が異動することも多い。窓口がポータルとなってワンストップサービスの機能があることもすごく大事だが、私達がこれまで相談してきた内容を、誰が変わっても引き継げるようなデータベース(カルテ)にしておいてほしい。(伊藤G) ③企業カルテをデータベースにすることは時間がかかるかもしれないが、統一したフォーマットを企業に渡して企業側が相談履歴として残しておくようにすると相談がスムーズに進むのではないか。(中野委員)</p>	
<p>3 支援体制のあり方について</p> <hr/> <p>(1) これまでの商工会・商工会議所や中小企業支援機関等による支援をどのように評価すべきか。新たに期待する役割はないか。</p> <hr/> <p>(2) 地域において小規模企業をサポートする新たな支援ネットワークを構築する必要はないか。</p>	<p>②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(中野委員)が、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。(阪口委員)《再掲》 ②商工会議所は、支所長によって対応がまちまちであるが、本当に熱心な対応で融資や大学連携等が進む場合もある。(土屋委員) ②商店街振興組合連合会事務局では、担当職員が少なくなっているものの、指導機関として中小企業庁の支援策について十分な指導を受けている。(土屋委員) ③創業を希望する人は多いが、事業を引き継がせたい人や空き店舗をうまくマッチングできる場や情報がない。また、情報だけがあって人が介在しなければ誰も何もしていない状況となる。地域の商工会などの役割は大きい。(土屋委員)《再掲》</p> <hr/> <p>①新たに作るのではなく既存の支援体制を機能的に使う。ネットワークを繋がりやすくすれば機能的な支援体制ができると感じる。言葉だけでは無く、人と上手く有機的に繋がるような仕組みができれば良い(中野委員) ②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。(佐藤G) ②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。(穴沢部会長) ②まちづくりは行政が主導するとうまくいかない。しかし行政の側面支援がないとやはりうまくいかないで、民間と行政がうまくかみ合うといい方向に行くと思う。(大野G) ②(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。(高瀬委員) ③商工会議所と地銀には自分のエリアだけではなく、広域的に支援する視点を持って欲しい。(小川G)。</p>	<p>◎オホーツクはオホーツクというブランドで売らないといけない。モデル事業でもいいので、地銀を入れてブランディングして、オホーツク全体の人に融資なり事業支援できる体制を作っていくことが必要。同様に商工会議所でも、例えば網走の農家と北見の加工業者が連携して事業を展開し、隣の商工会議所が支援するときに、例えば網走信金と北見信金がそれぞれ融資をしてあげるといったような仕組みを作らなければならないと厳しい。(小川G)</p>

検討に向けた主な視点及び論点	小規模企業振興のあり方検討部会 委員発言要旨	
〈26.10.7 本道における小規模企業振興のあり方検討(案)より抜粋〉	意見・提言 (①第1回、②第2回、③第3回)	備考
<p>(3) 新たな支援手法として注目されつつあるプロボノやコワーキングスペースなどに対してどのような認識を持っているか。</p>	<p>① 違う観点から新しいビジネスを創造していくことが必要。一人一人の考えるアイデアの延長ではなく、他人の見方が繋がると新しいアイデアになる。そういった場を作りつつ、支援体制としてそれを伸ばしてあげるようなことで新たな取組が出てくる(中野委員)</p> <p>① 新しいアイデアのほとんどは「新しい組み合わせ」。一人で考えるよりは、いろいろな人と考えてこれまで無かった組み合わせにより新しいものが出てくる。どのようにネットワークを広げていくかというところに最後は繋がっていく。そのようなことをリソースが少ない小規模企業はやらなくてはいけない。自前では無理なことをお互いに協力しながらほどよい緊張感のあるネットワークが必要(穴沢部会長)</p>	

G : ゲストスピーカー