

**北海道商工業振興審議会 第4回 小規模企業振興のあり方検討部会**  
**議 事 概 要**

日時：平成27年1月19日（月） 13:30～15:30

場所：北海道庁9階 経済部1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（前回までのまとめ）の説明
- イ 事務局から資料2（本道の小規模企業振興のあり方について（素案））の説明
- ウ 説明に対する質疑 特になし

**(2) 「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 「本道の小規模企業振興のあり方」素案について**

- ◎ 素案に何か「インパクトのある言葉」「異質だな」という位のことが欲しい。
- ◎ 北海道は地方によって考え方も違い、支援としても違う部分があると思う。そういった部分をより細かく対応できると「ふるさとを守り育てる」ということに繋がっていく。
- ◎ 北海道で事業をやるメリットなど、北海道としての振興のあり方がうまく出けると良い。
- ◎ 産業別、地域ごとの特性を入れ始めるとかなり幅広くなり、まとまりが付かなくなると思う。まずは共通する部分を取り上げるというのが今回の素案なのかなと思っており、素案は企業を強くするところに重点を置いたものになっている。
- ◎ 小規模企業の中でも、地域密着型のものやグローバル化を目指すものなど、いくつかの区分が可能。施策展開の段階ではわかりやすい分け方が必要。
- ◎ ITの利活用とあるが、具体的なものを付け加え、どう使うかがより鮮明にわかる文章になると良い。
- ◎ 人口減少は今まで日本は経験しなかったこと。これからは一人一人が強くなる必要がある。その強くなった一人一人をうまく結びつけるというところをまず北海道から発信していただきたい。

**イ 小規模企業施策全般について**

- ◎ 創業の先輩などの実体験を、若い人などが聞けば話が膨らんでいく。そういう話をする場を設け、地方の行政、住民、商業者が話をしていくとすごい力になる。
- ◎ 各地に気軽に集まることができ、いろいろな話ができる場を作るとビジネスチャンスが出てくる。
- ◎ ビジネスは起業しようとする人の気持ちに合わせるのが大事。施策はそれを後押しする、背中を押してあげるということ。
- ◎ いろいろな施策があるが、縦割りで非常にわかりにくいので、横断的にわかるようになれば非常に効率がよい。
- ◎ 小規模企業こそ「人」であり、従業員満足度が大事だと思っている。小規模企業は経営者と従業員の距離が近く、勤務日や勤務時間の変更などに、現実を見据えて柔軟に対応できる。北海道の小さな会社が柔軟な対応をした成功事例があれば、北海道としてすごく新しい発信になる。
- ◎ 小規模企業の事業を手助けするためには、何らかの形でシステムという仕組み作りが大切。個人のおつきあいは大事だが、そこに頼っていくと継続性がなくなる。

- ◎ 今の支援は縦割りだが、中小企業や小規模企業のため、全て一つの窓口で繋がるワンストップの場所の整備と言った仕組み作りも今後検討していただきたい。

#### ウ 経営体質の強化について

- ◎ 小さい企業から次のステージに上がるための支援が必要。
- ◎ 官公庁の仕事を受注する際に、小規模企業をまとめるなど、小規模企業が参入しやすい仕組みがあればよい。
- ◎ 北海道は一つのまとまりがあり、支援機関のネットワークの連携が取りやすい。支援側の強み、得意分野を整理し、うまく繋げていき、創業から軌道に乗るまでのサポートをイメージできるようにすれば、地域としての強みになる。
- ◎ 経営体質の強化には、企業が持っている強い部分にきっかけを与えると、うまくそれを活かして次の展開に進める。強みには企業側が気付きにくい部分があり、そこに方向性を示すとか、評価されるきっかけを作るとチャンスを活かせる可能性がある。財務体質の強化も結局は売上増や、賃金を伸ばすことが大事。
- ◎ 経営体質の強化について、拡大の他に長く続けることも小規模企業にとっては重要。拡大とはまた別のベクトルであり、そういう視点での取組も必要。

#### エ 事業承継・創業の促進について

- ◎ 若者、女性とともに、リタイアされたシニア層の起業についても、経験やネットワークを持っておりアウトプットも期待できるので、支援対象に加えて欲しい。
- ◎ 起業について、ビジネスにはある程度リスクがありそれは起業者が負うべきだが、ちょっと背中を押せば一歩踏み出せると言ったものには、ある程度の支援があっても良い。
- ◎ 事業承継は、結婚相手を探すのに似ていて、どう出会うかが難しい。リストがあると効率的だが、それだけではなく、仲人的にいろいろ取り持つ役割が重要。
- ◎ 商店街の空き店舗は、そのままでは活用できない。不動産屋さんに入ってもらい、賃料を相場まで下げるなどの話をしているが、時間がかかる。潜在的な事業承継候補者や創業希望者はいるが、空き店舗の家主との折衝はできない。折衝や情報提供を行う窓口があると空き店舗が埋まっていくと思う。
- ◎ 起業家教育など、そういうことに取り組もうとする人を増やす取組があると面白い。事業承継を促進するためには、自分で継ぎたいと思う人を育てていくことも長い目で見ると必要。
- ◎ 北海道の人には「お上」に頼る意識が強い。他の方に頼らないでいろいろなことをやってみると意識に、若い人たちから変えていかないと、創業者数の増加は難しい。

#### オ 地域での小規模企業の役割について

- ◎ 地域内循環は、事業の継続だけではなく、地域社会の継続のためにも重要視する必要がある。地方都市に行けば行くほど地域を守るために地域内循環が必要だという認識がないのではないか。地域内循環がうまく行くと、非常に住みやすい地域ができ、それが経営を助けることになる。そういう思いの共有が必要。
- ◎ 経営者の団体などでの繋がりで、経営上のいろいろなノウハウや地域の常識が学べるが、創業間もない企業では会費負担などハードルがある。その部分に支援があればいろんな方と出会えるきっかけになる。
- ◎ 売上のためには、北海道ブランドの活用が有効。海外の北海道ブームへの対応は個別企業や地域で取り組んでいるが、それを底上げすると売上が増えていく。

#### カ 海外との関わりについて

- ◎ 自治体の観光サイトの運営を受託し、SNSで2日に1回、英語と日本語で情報発信をしている。昨年より英語以外での問い合わせや書き込みが非常に多く、知合いの知り合いなどのネットワークを駆使して対応している。
- ◎ 道内経済で今一番勢いがあるのはインバウンド。それを小規模企業にとって大きなビジネスチャンスと捉えて考えていくことが大事。
- ◎ 海外への情報発信について、小規模企業では広告料が負担となる。情報発信を別の形でできれば、相手も情報を求めているので、可能性は十分にある。

#### (4) その他

- 事務局から今後の取扱いについて説明

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
土屋	日出男	発寒北商店街振興組合	理事長
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