

第2期

苫小牧市中小企業振興審議会

報 告 書

～苫小牧市中小企業振興計画の策定に向けて～

※P8～P18抜粋

平成29年4月

苫小牧市中小企業振興審議会

5 創業促進部会の議論について

(1) 基本的視点

創業を促進するためには、中長期的な視点に立ち、女性や専門的な知識及び技術を持つ高齢者を含めた創業を志す方の掘り起こしから、創業後のフォローアップまでの「創業促進及び経営基盤の強化」が重要であると考えています。

創業促進部会では、地域経済の新たな担い手となる中小企業の創業を支援する効果的な方法について検討しました。進めるにあたって、市内創業者の実態及び既存の創業支援事業を把握するとともに、創業者に対する実効性の高い支援策や幅広い視点による創業促進に必要な施策について議論を深めました。

(2) 重点施策

「創業促進及び経営基盤の強化」を進めるにあたって、重点施策を次のように定めました。

①創業希望者を創業につなげる支援

地域の活性化を図る上では、潜在する創業希望者を掘り起こし、創業につなげていくことが必要と考えます。しかし、創業希望者は、資金面や経営面で様々な不安を抱え、創業を断念してしまうケースが多いと推測されるため、市内の地域別人口及び商業立地情報の提供による事業計画立案の支援など、不安を和らげる取り組みが必要と考えます。

《主な意見》

- ◆仕事をしている方のことを考え、セミナーを開催する曜日や時間帯を工夫する。
(創業希望者の掘り起こしになると考える。)
- ◆市内中小企業の実態は、創業件数よりも廃業件数が多く、年々事業所数が減っている。創業の阻害要因を和らげ、創業につなげるが必要と考える。
- ◆創業に必要なマーケティングリサーチとして、市内地域別及び年齢別の人口情報を含む、業種別商業立地情報の発信をするべきである。

- ◆Uターンでの創業は、苫小牧市の商業立地情報及び進出する市場の状況の発信が重要になる。
- ◆創業を考えている人たちが、交流する場を作りたい。

②ターゲットを絞った創業促進支援

起業を考える女性の支援や専門的な知識及び技術を持つ高齢者の創業支援など、ターゲットを絞った創業促進支援が必要と考えます。

《主な意見》

- ◆支援するターゲットを絞り、的確な支援による創業者の掘り起こしが必要。
- ◆女性起業家の創出は、女性の社会参画や地域の活性化につながると考える。
- ◆専門的な知識及び技術を持つ高齢者に対し、経営講座などを行う創業支援は、ニーズがあると考えます。
- ◆業種を限定したセミナーなど、少人数の濃密な支援が効果的と考える。
- ◆業種を限定したセミナーにおいて、同業種の先輩創業者からアドバイスをする場を設けてはどうか。

③支援機関の活用促進

中小企業相談所や金融機関の相談窓口など、中小企業の振興につながる支援機関について積極的に周知し、利用促進を図ることが必要と考えます。

《主な意見》

- ◆創業者への支援制度は比較的多いが、認知度が低く創業希望者まで届いていないと感じる。
- ◆支援機関や創業に関する支援事業の効果的な周知方法が課題ではないかと思う。
- ◆創業希望者が必要な情報を容易に手に入れるように工夫することができないだろうか。
- ◆各機関は独自に情報発信を行なっているが、それを連携できないものか。一方的な線ではなく面でできないか。

- ◆金融機関では事業計画について指導を行っている。創業希望者と創業から事業展開まで一緒に考えることにより、創業の不安を和らげることにもつながる。
- ◆支援機関を活用した創業者の実体験をまとめた冊子を作成し、成功した事例の紹介とともに、支援機関の利用促進を図ることはできないか。

④創業後のサポートなど、経営基盤強化に関する支援

創業後は、経営環境の変化や事業展開等により、多様な経営課題を抱えます。事業の継続と発展のため、関係機関のサポートによる経営計画の見直しや支援事業の活用など、創業後の継続的なサポートが必要と考えます。

《主な意見》

- ◆創業後の経営が安定するまで支援できないか。
- ◆中心部及び西部地区に閉店撤退が相次ぎ、商業コミュニティが成り立たない状況が見受けられる。
- ◆創業者にとって借りやすい融資制度があれば、経営基盤の強化につながると考える。
- ◆市の融資制度の金利は、比較的低利で、創業1年未満の企業でも利用でき、市内中小企業にとって有益である。
- ◆創業後の事業者と支援機関の接点を持つ機会を作ることが大事である。
- ◆創業前に作成していた事業計画が想定を下回る状況であれば、販売計画等の見直しが重要になる。

6 人材育成・事業承継部会の議論について

(1) 基本的視点

中小企業が成長するためには、従業員の確保や養成、後継者の選定や育成などの「人材確保・育成及び事業承継の円滑化」が重要であると考えています。

人材育成・事業承継部会では、人材育成に関する実態及び課題等を把握するほか、企業が競争力を高めるために行う人材育成をどのように考えているか、また、今後どのような人材育成への支援が有効であるかについて検討しました。事業承継については、後継者の選定や育成に手掛けることができない中小企業の実態を理解し、時間や資金面の負担を抑えながら後継者を育成する環境づくりについて議論を深めました。

(2) 重点施策

「人材確保・育成及び事業承継の円滑化」を進めるにあたって、重点施策を次のように決めました。

① 中小企業の人材確保支援

慢性的な従業員の不足から脱却するため、地域内外の若者や女性、高齢者等の多様な人材を確保する支援が必要と考えます。

《主な意見》

- ◆地元企業への就職希望者は多いが、雇用のミスマッチが起こっている。
- ◆苫小牧の地域性を活かし、若者の地元定着を増やす努力が大切である。
- ◆同じ職種への転職を希望する方に対するサポートが必要である。
- ◆労働人口の減少を見据えて、女性の活躍の場面を創出するとともに、託児所の充実を図るべきである。
- ◆求人に応募がない現状を踏まえ、大学等の教育機関と中小企業と連携し、学生の地元企業への認識を高めてもらう必要がある。
- ◆若者が働きやすい職場環境の形成が大切である。

②職業体験による人材育成支援

中小企業が将来の従業員となりうる学生等に対して行う、社会人基礎能力（コミュニケーション能力等）の向上や職業観を醸成するインターンシップ（職業体験）の取り組みへの支援は重要と考えます。

《主な意見》

- ◆職業観の醸成にはインターンシップの活用が重要と考えるが、「時間がない」「金銭的理由」等により活用できない背景を改善していく必要がある。
- ◆人材育成は、時間の確保や金銭面などの理由から、なかなか難しい状況にあるため、企業に代わる人材育成機関の設置が必要である。
- ◆高校生あるいは中学生が経済社会の仕組みを学び、考える必要がある。
- ◆企業側は、大卒・高卒等を採用するにあたって、インターンシップ等の職業への意識を重視する方針を明確にすべきである。
- ◆人材育成は地域社会への投資と捉えるべきである。
- ◆企業の経営目標に人材育成を明確に盛り込むことが重要である。
- ◆社会人基礎力（コミュニケーション能力等）の向上のためには、大学等の教育機関との連携が必要である。

③従業員の専門的な技能の習得と技能向上の支援

中小企業の大部分では、専門的な技能を持つ人材が不足しています。そのような課題を持つ中小企業の経営者に対して、自社の従業員が専門的な技能の習得及び向上ができる支援が必要と考えます。

《主な意見》

- ◆専門性の高い人材の確保やU・Iターンの活用など、中小企業の実態を理解した人材育成支援の環境づくりが課題である。
- ◆その場限りの研修等では効果が薄いため、繰り返して研修が継続できるような工夫をすることが重要である。
- ◆専門性及び技能育成支援の必要性に鑑み、資金面やノウハウ伝授などの相談を中小企業とやり取りする総合的窓口の設置が有効である。

④ 経営者及び後継者の育成支援

経営を取り巻く環境の変化に、柔軟に、長期的に対応していくため、中小企業の経営者及び後継者の育成については、時間や資金面の負担を抑えた効果的な支援が必要と考えます。

《主な意見》

- ◆事業の後継者がいない場合、事業を継続させるためには、会社の魅力づくりに関する支援に加えて、今後の事業承継を促す取り組みが必要である。
- ◆事業承継を円滑にするためには、苫小牧市に愛着をもつことや事業者に対する情報発信が必要である。
- ◆事業承継のノウハウの習得については、北海道中小企業団体中央会等の支援団体の協力が必要である。
- ◆補助金等の経済的な支援制度を知らない中小企業が多いため、共有できる情報内容の整備と伝達方法を構築する必要がある。
- ◆事業承継を考えるにあたって、企業の様々な事情を考慮する必要がある。
- ◆経営者のマインドを向上させるため、市や中小企業家同友会が行っている教育セミナー等の周知を積極的に行う必要がある。
- ◆経営者は経営コンサルタントに教わるだけでなく、経営者自らが明確な経営目標や経営計画を立案できるように努力することが大切である。

7 販路拡大・需要開拓部会の議論について

(1) 基本的視点

中小企業が安定した事業を継続するためには、「販路拡大及び需要開拓の促進」が重要であると考えています。

販路拡大・需要開拓部会では、企業に合わせた段階的な支援や戦略的な総合支援について検討しました。進めるにあたって、中小企業の販路拡大・需要開拓にかかるニーズを喚起する支援やリスクを回避する支援について議論を深めました。

(2) 重点施策

中小企業の販路拡大及び需要開拓を進めるにあたって、アンケート等の結果を基に課題を抽出し、「挑戦する中小企業の発掘」及び「気軽に挑戦できる環境づくり」を目指して、重点施策を次のように定めました。

① ニーズ喚起に関する支援

中小企業の多くは、販路拡大・需要開拓に伴うリスクを懸念し、その必要性を理解しながらも、踏み切ることができない状況にあると考えられます。しかしながら、安定した事業運営には販路拡大・需要開拓が不可欠であるため、その重要性について今一度認識していただく必要があると考えます。

《主な意見》

- ◆販路拡大や需要開拓の必要性に気付いてもらうことが重要である。
- ◆営業利益を横ばいで推移させるだけでも販路拡大・需要開拓にかかる努力をしなければいけないということに気付いてもらい、関心をもってもらう。
- ◆販路拡大にかかるリーフレットを作成してはどうか。
- ◆セミナーを行うことが有効ではないか。
- ◆ニーズ喚起に関するセミナー等は、方法や内容を工夫しなければ、参加者が少なくなってしまう、効果が薄くなると考えられる。
- ◆セミナー後には相談会を実施し、意欲のある中小企業にはこちらから率先してアプローチをかけ支援をしたほうが良いと考える。

②課題解明に関する支援

各支援を効果的に作用させるため、企業の抱える課題にあわせた支援方法を検討する必要があります。もっと売するためにはどうすれば良いのか、また、その商品が売れない原因はどこなのか等、商品や中小企業が抱えている課題を解明することが販路拡大・需要開拓を行う上で非常に重要です。このことから、マーケティングに関する支援が効果的だと考えます。

《主な意見》

- ◆競合他社がどんなものを作っているかを知らずに、物を作り、売っているという状況が見受けられる。
- ◆現状の経営が大変で、販路拡大・需要拡大について進めることができない状況が考えられる。
- ◆良い商品や売れる商品を生み出している企業の方が講師となり、同業種同士の勉強会を行うと良いのではないか。
- ◆「どういった支援を受けると良いか」という点については、事前にコーディネーターに相談をしたり、診断を受けると良いと考える。そうすることで、支援が企業の弱い部分に効果的に作用するのではないか。
- ◆豊富な知識や経験を持ったアドバイザーを見つけられるのであれば、アドバイザー派遣事業は非常に有効ではないか。
- ◆中小企業が気軽に相談できる場所にトータルコーディネーターが居ても良いと考える。
- ◆これからは顧客満足度の時代なので、小規模な顧客満足度調査も、支援の対象としたほうがよい。

③商品の開発に関する支援

新商品の企画は、そのターゲットやコンセプト等に矛盾が生じてしまうと、失敗するリスクが高まります。中小企業が消費者動向等に的確に対応した商品及びサービスの開発が出来るよう支援し、そのリスクを軽減することが必要であると考えられます。

《主な意見》

- ◆新商品の企画アイデアの中にある矛盾を取り除かなければ、商品開発は成功しないのではないか。
- ◆商品のクオリティを高めることにより魅力を上げ、新たな市場を開拓することが必要となるのではないか。
- ◆開発する商品に可能性があるかどうかを判断するのは容易ではない。
- ◆開発した商品に対して責任は取れないので、市が商品開発自体に関わることはできない。支援としては設備導入費用への補助金が一般的ではないか。
- ◆商品開発に関する発想の気付きのセミナーやアドバイザー派遣がよいのではないか。
- ◆アドバイザーを派遣することにより、商品開発のきっかけについての支援を行い、大きな事業になりそうであれば国等のもっと大きな支援を案内するという方法もあるのではないか。
- ◆中小企業の商品開発アイデアを整理してまとめあげる人がいると良い。

④商品のPRに関する支援

消費者は、商品やサービスを購入する際に、商品名やメーカー名、地域ブランド等を、選択の際の「手がかり」や「よりどころ」とする傾向にあります。そのため、これまで情報発信に消極的であった中小企業や、経費が捻出できず情報発信を行っていなかった中小企業にも「商品のPR」を積極的に行ってもらう必要があります。中小企業が少ない費用で最大限の効果が出せるよう、PR方法の手ほどきや広告費の補助等多角的な支援が必要であると考えられます。

《主な意見》

- ◆チラシ、ホームページ、ブログ等の効果的な周知方法の研究など、中小企業の情報発信力の向上が課題と感じる。
- ◆様々な情報発信方法があるが、効果的な方法がわからないのではないか。
- ◆ブランド力を企業はどう考えているのか。
- ◆中小企業の売りたい商品を一覧にしてはどうか。

- ◆展示会にかかる支援は、出展費用の補助もちろん良いが、併せて効果的な出展方法のセミナーやアドバイザーの派遣があるとよい。
- ◆広告宣伝費の補助金の利用はあると思う。
- ◆マッチングは業界を熟知していないと行うのは難しい。
- ◆商品をPRするにあたり、インターネットを活用することは重要である。

8 今後の中小企業振興に向けて

(1) (仮称) 苫小牧市中小企業振興計画について

第2期苫小牧市中小企業振興審議会では、「創業促進部会」「人材育成・事業承継部会」「販路拡大・需要開拓部会」の3部会を立ち上げ、中小企業が抱える課題や支援方法について議論を重ね、中小企業振興が図られる総合的な計画の必要性について検討しました。

議論を深めるにあたり、企業が抱える課題及び希望する支援など様々な情報を把握するため「市内中小企業実態調査」を実施しております。さらに、行政で実施している地元中小企業への支援施策については、多種多様な支援事業や取組みがあることがわかりました。

それらを踏まえ、支援する方向性とそれぞれの重点施策を体系的に考え、中小企業振興に関する施策等を総合的かつ計画的に進めるため、「(仮称) 苫小牧市中小企業振興計画」を策定することが必要であると考えます。

(2) 第3期苫小牧市中小企業振興審議会への引継ぎ事項

第3期苫小牧市中小企業振興審議会では、第2期の審議会及び各部会等で議論された「創業促進及び経営基盤の強化」「人材確保・育成及び事業承継の円滑化」「販路拡大・需要開拓」の3つの柱のもと、それぞれの重点施策及び展開する具体的な事業について、継続・継承することが重要であると考えており、しっかりと議論を深めて、より具体的に効果的なものにしていただくことを期待します。