

第12回栗東市中小企業振興会議概要

平成28年10月26日(水) 午後1時30分～3時30分

栗東市役所3階 談話室

1. 開会(環境経済部商工観光課長)

2. 市民憲章唱和

3. あいさつ

(野村市長あいさつ省略)

(近藤副会長あいさつ省略)

4. 報告事項

(1) 前回会議からの取組み概要について

(2) 関係各課への意見照会結果について

事務局

(事務局説明省略)

副会長

第22回専門部会でのおもな意見について説明(説明省略)

報告事項につきまして意見があればよろしく申し上げます。

委員

意見や質問なし。

副会長

特にご意見やご質問がないようですので、協議事項の方へ移ります。

5. 協議事項

- (1) 今後のスケジュール（案）の見直しについて
- (2) 施行した新制度の課題抽出について
- (3) 制度設計中の施策について
- (4) 各施策の評価・検証の方策について

副会長

(1)～(4)につきましては、それぞれ関連しておりますので、まずは全体的なことの説明を事務局からお願いします。

事務局

(事務局説明省略)

副会長

みなさんご意見やご質問いかがですか。

委員

市民の消費行動のパーセンテージ（41.4%）の根拠は何か。

商工会

三方よしプランの作成の際に市民に対してアンケート調査を行っており、それがもとになっている。

副会長

平成28年度の中小企業振興会議のスケジュールは、評価・検証指標の設定を議論の軸にしながら進めていき、12月の振興会議で来年度の方向性を確認して、新年度予算を要求していくという進行でよろしいか。

委員

本日議論する内容についてもう一度確認したい。

事務局

まず、一点目については今後のスケジュールの方向性についての確認。二点目が既に実施している事業についての意見等をいただきたい。3点目が制度設計中の施策について意見をいただきたい。4点目がそれぞれの評価・検証について栗東市の商工振興においては、こういった視点を持つてばいいのかについて意見をいただきたい。

副会長

基本的には、3点目と4点目について行えばいいということか。

事務局

そのとおり。

副会長

スケジュールについては特に意見等ございませんのでこれで進めようと思います。ビジネスチャンス拡大「りっとう元気力向上相談会」はどのような状況か。

事務局

毎月2枠の相談枠を設けており、毎月1件の申し込みをいただいている。

7月から開催しているので、合計4件。内訳は創業相談が2件、経営相談が2件。

信用保証料の助成金制度に関しては、金融機関への説明会の実施など周知に力は入れているが現在7件の申請である。

小規模事業者持続化補助金に関しては、国の実績報告に併せての申請となっているので、今後出てくると考えている。

市の持続化補助金は国の補助金の上乗せ制度なので、国の採択を受けた24事業者が対象となる。

持続化補助金については、国の二次補正で追加募集するとの発表があったが、市の予算は26年度実績をベースに要求しているので、追加募集に対応できると考えている。

委員

元気力向上相談会の周知はどうされたのか。

事務局

商工会の全会員発送で周知を行った。

委員

それだと既に創業した方だけになると思うがそれでもよかったのか。

事務局

創業塾の受講者にも周知を行った。

委員

指標について、開業数のみに焦点を当てて設定しているが、継続年数を指標に取り入れてみてはどうだろうか。

事務局

正確な数値の把握は困難だが、例えば、創業塾の受講生であれば追跡調査を行い、継続年数の把握はできると考えている。また、今後継続支援も必要であると考えている。

副会長

開業数もある時点の数字ではなくて、1年ぐらい継続している企業のデータを把握できたらいいのではないか。

開業事業者数の把握は難しい。税務署が把握するのは開業後時間が経過してからである。また、許認可業種でないとは届出は不要である。

事務局

開業数について157件（H24経済センサス）から3年間で220件にする。つまり63件増やすとあるが、これは創業支援事業計画において市と商工会がそれぞれ実施する創業支援事業における年間の創業者の件数の目標を設定しており（市ワンストップ相談窓口6件、商工会ワンストップ相談窓口6件、創業塾9件）、それが63件の根拠となっている。しかし、平成27年度創業塾を受講された中で創業したのは2件（市外）であり、それ以外については把握するのが困難である。創業支援事業（創業塾など）を受けた方だと継続支援をしながら、その後創業されたら把握できるが、それしか創業者としてカウントしていない。

副会長

商工会は新規開業者には会員の誘いをすると思うが、新規開業者の情報収集はどのように行っているか。

商工会

把握することが困難なので、商工会員であったり、役員の協力を得て紹介してもらっている。

委員

創業塾を受講してその後数年立ってから開業したり、また、グラフィックデザイナー一等住居の中で仕事をされていると把握は困難になるのではないか。

経済センサスの数字だけでは実態把握はできないのではないか。

税務署の情報を得られたら良いが、税務署の情報を市に提供してもらうのは困難だと思う。また、税務署に届出を出し忘れていての方もあるので実態を把握するにはもっと違う方法を考えたほうがいいのかもわからない。商工会がつかんでいる情報の方が実態に近い可能性もある。

事務局

創業支援事業者への支援体制を今後構築していきたいと考えている。創業支援事業に関連する機関で構成する推進会議を立ち上げ、その会議において情報交換をしたいと考えている。

また、創業塾の受講者などに商工振興情報（創業関連情報）などを提供するためのメールマガジンを考えている。

委員

創業や開業を考えている方が市役所に行くだろうか。もっと違うところに足を運ぶのではないだろうか。

副会長

そうなってくると、創業や開業を考えている方がどこに集まっているのかを考えないといけない。

例えば、創業や開業をする場合に資金調達をしないといけないので、金融機関に足を運ぶ。店舗を新たに構えるのであれば、不動産業者へと行く。また、税理士や会計士に話をしておいて新規開業予定者がいればチラシを渡すようお願いすることも考えられる。

そして、実際に創業・開業した場合はその情報を渡してもらえるように連携体制を構築しておくことが必要になってくるのではないだろうか。

そういったことを積み重ねていくほうが実態に近づくのではないか。

委員

税務署は記帳指導制度があり、開業すると青色申告する際に税理士が教えてくれる。

その担当している税理士とうまく連携できればもっと実態把握できるのではないか。

創業・開業者の把握となるとまずは税務署となるが、税務署から情報を提供してもらうのは難しい。

事務局

税務署には情報提供の相談をしたが難しいとのことであった。

副会長

税務署から情報をもらうことは難しいが、市の創業関連情報（パンフレットやチラシ）を創業希望者へ提供してもらえるように依頼することはできるのではないか。

創業・開業者の数字の完全把握はどの手段を用いても無理であるので、出来る限りの把握に努めていけばいいのではないか。

委員

栗東で創業・開業したから事業を継続できていることを指標としてもいいのではないか。

また、市の創業関連情報を提供する場合は、継続年数の長い企業が栗東市にたくさんあることをアピールしたほうが栗東市に起業しようという意欲がでるのではないか。

また、年代毎の支援があってもいいのではないか。

副会長

相談会に参加するメリットをもっと前面に出したほうがいいのではないか。

チャレンジショップは現状どうなっているか。

事務局

10月1日から栗東駅前ウイングプラザでオープンしている。

副会長

来年春までか。

事務局

平成29年の3月末までである。

専門部会でも3月以降どうするのかと意見をいただいた。

チャレンジショップ参加者が市内で創業・開業すると一番良いので、そうなるような継続支援を考えないといけないと思っている。

副会長

不動産の紹介であったり、初期費用の軽減支援であったり、創業・開業の後押しをすることが考えられる。

チャレンジショップのオープニングチラシはどのように配布したか。

商工会

ウイングプラザ周辺住民へ配布（ポスティング）した。

副会長

ポスティングでしたら、効果は大分あったと思う。

事務局

HP等での周知も行った。

委員

期間終了後（平成29年4月以降）はまた5組の募集をするのか。

事務局

現在のところどういった形で実地するのか未定なので、空き店舗対策として実施するのかといったことも含めてこれからの議論となると思う。

副会長

チャレンジショップの出店者にお客さんがついてきたら、現在の場所でも実施しているような余地も残したほうがいい。

事務局

チャレンジショップ事業は空き店舗対策の社会実験としての側面があり、今回はウイングプラザで実施したが、他にも空き店舗はあるので、そういった所の対策も考えなくてはいけない。

委員

このチャレンジショップは創業希望者と既に事業を行っている方のどちらが出店されているのか。

商工会

例えば、ADマーケットの出店者は、市の長寿福祉課が担当している事業である栗東100歳大学の卒業生である。他の方は、創業・開業前のお試しで出店されたりしている。

委員

基本的には創業を希望されるかたなのか。

商工会

そのとおり。

副会長

チャレンジショップ事業の募集はどのように行ったのか。

商工会

商工会員への周知や情報誌での募集の告知を行った。

副会長

チャレンジショップに応募された方がどこでその募集情報をつかんだのか把握されているか。

商工会

情報誌を見て応募された方が多かった。

副会長

そうすると、創業関連情報は情報誌に継続的に掲載するのが良さそうである。

事務局

栗東市の創業支援事業計画に位置づけている事業についてではあるが、まず、創業塾で体系的な知識を身につけてもらい、その次のステップとしてチャレンジショップで出店してもらい、創業の目処が立てば本格的な創業というように各段階に応じた支援をしていくことをイメージはしている。こういった支援を前半期ロードマップの中で確立して継続して取り組むことを考えている。

副会長

段階に応じた支援を実施していることを創業希望者に一目で分かるような形で伝えられると良いのではないかと。創業塾だけが、あるいはチャレンジショップだけが創業支援施策であるかのように伝わってしまうとなかなか踏ん切りがつかないような創業希望者もいるかもしれない。

委員

創業支援事業を受けることができる基準を明確にしておかないと、制度を悪用されかねない。

委員

チャレンジショップには応募基準はあるのか。

商工会

審査基準はあり、現に応募の時点で審査基準を満たさない場合はお断りをしている。例えば、既に事業をされている方がショールームのように利用されたりする場合は創業支援につながらないので断っている。

委員

創業希望者にとって半年という期間は短いのではないかと。

また、10年以上経っても継続して事業を行っているような方への支援を考えてもいいのではないかと。

さらに言うと創業希望業種によってはチャレンジショップに応募しにくい場合もあるので、そういった方への支援も考える必要がある。

委員

チャレンジショップ事業は創業・開業の手続きをする前の段階の支援なのか。

商工会

基本的にはそのとおりである。（ただし、自宅でネット販売を既に実施しているが、栗東で店頭販売を予定しており、その前段階としてチャレンジショップ事業を活用する方は支援対象者（審査基準を満たす）となる。）

委員

創業支援を長い期間実施するとして、最初の6ヶ月をチャレンジショップで支援して、その後、また違う支援を実施するのであればいいが現状そのようになっていないように思える。

事務局

チャレンジショップ事業は、都市整備の協力や国の補助金を活用する等してテナント料を実際の金額から下げて実施している。もし、実際のテナント料で事業を実施した場合採算性はどうかということはこの半年間で学んでもらう。

副会長

成功したチャレンジショップ事業でも定着するのは半分もいかない。そのため、ある程度敷居を下げて実施しないと応募自体がなくなってしまう。

敷居を高くした事業については来年度以降、空き店舗対策を踏まえた上で実施できたらいいのではないか。

全く創業・開業の意思もなくチャレンジショップ事業を利用した方へはペナルティを設定してもいいのではないか。

委員

このチャレンジショップ事業では建設業のような業種は応募できない。今回のチャレンジショップ事業への出店者は、一回お試し開業をしてみないとうまく事業がいくのかわからないような方たちばかりである。こういった方たちへの支援としてチャレンジショップ事業をする意義はあると思うが、本格的に創業・開業しようと思っっている方への支援は別に考えないといけない。

委員

お試し開業をして、それから本格的な開業という方よりも、最初から創業・開業を目指している方への支援をしたほうが良いのではないか。

事務局

栗東市創業支援事業計画を策定、事業を予算化し、商工会の協力の下、創業支援事業を実施している。創業塾の卒業生が、チャレンジショップ事業を活用し、経営のノウハウを学んでから本格的な創業・開業をする流れをイメージしている。チャレンジショップ事業も現在実施している形ではなく、飲食業を対象業種として、1週間サイクルで交代するようなことも考えられるが重要なことは栗東市に魅力を感じてもらい、経営のノウハウを勉強し、本格創業が理想である。最終的にはそういった形で構築できたらと考えている。

委員

ビジネスチャンス拡大「りっとう元気力向上相談会」について、相談は業種業態によって様々であり、そのため、様々な専門家を派遣することになっていると思うが、具体的にどういったことに相談に乗ってくれるのかがわからない。

事務局

この元気力向上相談会は創業支援事業計画の中での取組ではなく、既存の企業も対象として取り組んでいる。

栗東市商工振興ビジョンロードマップにおいて、創業支援に偏っているのではないかという指摘もあったので、既に事業を営んでいる方向けの制度として相談会を実施している。

委員

商工会にも似たような相談会があるが、商工会員の利用が少ない。そのため、この相談会ももっと利用が増えるような工夫が必要ではないだろうか。例えば、栗東市に見合う業種に絞るとか考えないといけない。

委員

創業支援はうまくいったら創業・開業するような方も含めて、幅広く門戸を開くべきであると思う。

例えばアメリカのあるファンドはキャピタルゲインで収益をあげるのは投資した企業のうち3割で良いと考えている。残りの7割は失敗である。

そのため、支援というのは幅広く行うべきではないだろうか。支援をすることにより創業・開業への勇気をもってもらえばいいのではないか。成功するような方にしか支援しないのであれば対象者がいなくなってしまう。

行政や地域が支援するのであれば対象者は広く捉えるべきである。

副会長

チャレンジショップ事業に出店されている方の中には、経営を本格的に実施するのではなく、ちょっとしたお店を構えたいという方もいらっしゃると思う。

京都ではそういう方がお店を出店することで街に活気が生まれたということもあるので、出店の際の審査は厳格にするべきであるが、間口は広げておいたほうがいい。

ただ、栗東ならではのものに焦点をあてるべきというのはそのとおりである。

消費者ニーズ調査の結果を踏まえた上で支援の対象を絞ることを考えてみてはどうだろうか。

委員

観光や介護事業をしようと考えている方用に絞って、専門家を準備して相談会を実施したほうがいいのではないか。

副会長

「りっとう元気力向上相談会」の申込者は現在2枠のうち1枠の応募があるので、今回出た意見を反映させて実施すればもっと利用者は増えるのではないだろうか。

委員

チャレンジショップ事業のチラシについてですが、どういった方が出店されているのか見えない。

ものを売るのではなく事を売っていくことが大事である。もっとオーナーが前面に出てきても良いのではないか。そういったことが顧客獲得につながっていく。こういったことに市も支援してみてはどうだろうか。

副会長

出店されている方が地元出身であると消費者としては愛着がわく。

委員

今回の議論の中で求められていることの一つにそれぞれの役割というものがあるが、出店者の顔がもっとはっきりとすれば、市民も出店者を応援したくなり、市民に応援された出店者は市内に創業・開業してくれるのではないだろうか。

委員

振興会議の委員として、もっと市民に支援施策の紹介をしないといけない。

委員

商工会にも協力してもらって出店者のキャッチコピーを考えてもっと出店者を前にもってきてもいいのではないか。

商工会

今後は意見を反映させたかたちでチャレンジショップ事業を実施していきたいと考えている。

副会長

内部調整が必要かもしれないが、もし可能であれば、出店者の顔が見える形で、市の広報などにも掲載できたらいいのではないか。

委員

チャレンジショップ事業を実施した後に、創業した方にはチャレンジショップ卒業生として認証してあげたらいいのではないか。

委員

栗東ブランドについてはどのような考えか。

事務局

全庁的に栗東ブランドについては検討するべきであると考えており、元気創造政策課で関係課のコア会議を開催し内部協議を実施しているところである。外部委員を呼んでシティセールス戦略の会議を開催している。

まずは、市の栗東ブランドに対する考えを整理したうえで、商工観光課としてどのように関わっていけるのかということを考えたい。

委員

栗東ブランドは、地産地消を推進する目的で気軽に活用できるようなものなのか、格式のあるものとして利用できるものなのか、といったことや地元をアピールするものとするのかそれとも世界で通用するレベルのものにするのかといったことを整理しておく必要がある。

事務局

ご指摘のとおり、栗東ブランドの内部会議においても、広く対象をとるのか、それとも狭く対象を取るのか議論している最中である。

委員

栗東ブランドの議論を進めていくためにも、栗東でどんな商品が販売されているのか調査する必要がある。

副会長

栗東は知名度があるが、イメージが固定されてしまっている。そのため、栗東に作られているものや扱われているものをある意味、新たに作っていかないといけない。この振興会議でも議論できればと考えている。

第22回の専門部会では市内購買割合について、ネット通販で購入している消費者が多いため（この場合市内購買にカウントされない）、市内事業者がネット通販で販売した場合をカウントしないといけないという意見があった。

栗東市内の購買を増加させることが困難な理由の一つに、栗東の人口が集積している場所が草津の商店街に近いことが挙げられる。

委員

先ほど話しにあった栗東ブランドをうまく活用して、市外の購入者が増加すれば良い。

観光客も呼び込めればいいのではないかな。

強引に市内購入者を増やすのは無理があるので、栗東に魅力を感じてもらい結果として購入が増える方向がいいのではないかな。

行政側から何か市内で購入することを促すようなメッセージを発信する必要があるのではないかな。

事務局

域内調達拡大運動において、市内購買を促す働きかけをすることが考えられる。

5つのグループ分けをしているが、このグループの事業が相互に関わりあって、設定した指標を達成するということも考えられる。

委員

東海道沿いは結構街道ウォーカーが多いが、商品を購入しない。

事務局

こういった街道ウォーカーは観光客としてカウントされない。しかしこういった方へのサービスをこれからは考えていかないといけない。

副会長

空き店舗対策の中でこういった街道ウォーカー向けの店をやらしてもらえるような方を探すのも良いのかもしれない。

委員

テナント入居者が頻繁に変わると印象が悪くなるので、そうならないような対策を考える必要がある。

副会長

街道ウォーカーはメーカーの既製品を求めているわけではない。ガイドブックにヒントがあると思う。例えば奈良では歴史が感じられる建物の中で低農薬のヘルシーカフェを開いているが成功している。こういったものもブランド化につながる。

(5) その他

副会長

意見が出尽くしたようですので事務局から何かありますか。

事務局

他に意見がある方につきましては、ご意見シートの提出をお願いします。

評価検証については議論を重ねないといけないと考えており、専門部会で深めて今度の振興会議では示せるようにしたいと考えている。

副会長あいさつ

(近藤副会長あいさつ省略)

6. 閉会

部長あいさつ

(部長あいさつ省略)

課長

以上をもちまして第12回栗東市中小企業振興会議を閉会いたします。

長時間に渡りまして、ご議論、誠にありがとうございました。