

中小企業振興会議 第25回専門部会（協議概要）

- 日 時： 平成28年12月21日（水） 13時00分～14時50分
- 場 所： 栗東市役所庁舎2階第3会議室
- 出席委員： 近藤 宏一委員（座長）、中野 光一委員、川田 尚夫委員、高瀬 博之委員、
武村 文勝委員、中井 榮夫委員
- 欠席委員： 西田 雅彦委員、中村 泰弘委員

1. 開会（商工観光課長）

2. あいさつ（座長）

3. 報告事項

（1）前回専門部会のおもな議論点について

- 報告資料1のとおり説明

4. 協議事項

（1）主体の役割（案）について

（2）評価・検証の視点（案）について

- 事務局説明（協議資料1のとおり）

- おもな意見交換

- ・ウイングプラザでの会議後の会食を開いたが、他のお客さんが殆どいなかった。会議や英会話教室、あるいは「さきら」利用者が活用したくなる工夫が必要では。ベッドタウンという特性からも一旦、帰宅された方が出かけたくなる仕掛けも必要。
- ・消費者調査結果を踏まえて検討する必要がある。イベントだけでなく、事業者と住民との懇談会で意見を聴くことも効果的ではないか。

【座長まとめ】にぎわいの創出を検討する必要があることの追記を検討する。

- ・映画館の半券を提示すれば割引が受けられるなどの取組みがあるが、「さきら」と飲食店が連携して実施することは出来ないか。お客さんが集まる工夫が必要。
- ・会社での会食の機会があったとしても栗東駅前を選択されることはない。なぜなら、どういうお店があるのかも見えてこないため。大手の飲食チェーンの誘致はできないか。
- ・商工会でもあたってみたが、残念ながら、興味はもたれてもマーケティング調査をする段階で出店されていないのが実情。
- ・京都では、店舗が勝手にやっているケースも見られる。栗東駅前に来てもらったついでに来店してもらって認知度を高めていくことも必要。
- ・外食大手では、寡占化が進む一方で、新たなサービス形態を提供しながら様子を見ている傾向がある。なかなか大手チェーンが見向きもしない状況があるだろうが、新たな店舗展開を試みる場を提供するという姿勢で売り込みに行くことも必要。

【座長まとめ】これらの意見を参考としながら、来年度以降の事業に反映していく。

（3）商工振興ビジョンロードマップに基づく事業実施計画の中間評価シート（案）について

（4）平成29年度 実施事業（案）について

- 事務局説明（協議資料2、3のとおり）

- 事業推進にあたっての懸案事項の補足説明（資料なし）

①出向くコンシェルジュ制度によるデータベース構築

- ・出向くコンシェルジュ制度の制度設計にあたり、商工会との事務局協議を実施してきたが、商工会によるデータベースと、本市で作成しようとするデータベースを共同化することが困難。

- ・個別の小規模事業者の巡回訪問等によるデータベース化に関しては、経営発達支援に取り組む商工会が担うこととし、市のデータベース化は、域内調達拡大運動に向けて企業訪問等により調達率の聞き取り等を行うとともに、効果的な企業活動を進めるための政策提案等の聞き取りを行い、これらの中小企業者の声を「知の蓄積」としてデータベース化していくことで整理したい。
- ②元気な中小企業や施策を紹介するメールマガジン配信制度や、元気な中小企業を支援するまちづくりガイドブック
- ・情報拡散、情報発信に関して、力を入れて取り組みを進める必要はあるが、マンパワーや予算等を含めて考えたとき、一定の見直しが必要と考えている。
 - ・メールマガジンに関しては、最低でも毎日の情報更新がなければ期待される機能を発揮できない懸念もあり、例えば facebook を活用するなど、他の手法により代替できるのではないかと考えている。
 - ・まちづくりガイドブックに関しては、先行事例を調べてみると市内での雇用促進に向けたガイドブックを作成している自治体があり、元気な市内企業をデザイン良くPRすることで雇用促進を目指しているものが数多く見つけられた。また、いちよう通り振興会が実施したポスター展のように、元気な中小企業者の横顔を見せて、市内での消費行動を惹起させるポスター類の作成も効果があるのではないかと考えている。
- ③無料送迎バス（社会実験）
- ・買物バスに関しては、すでに民間企業において実施している事例もあり、現状のくりちゃんバスの乗車数を含めて考えると、現時点では時期尚早の扱いとすべきではないかと考えている。
- ④栗東ブランド
- ・認証ロゴマークや産学官連携によるブランド開発販売に関しては、全庁的な作業が遅延しているなかで、連動せざるを得ない状況。
 - ・栗東ブランドに関しては、販路拡大を目的として検討された施策であるが、他の販路拡大策も含めて検討していきたい。
 - ・1つ目が、他の自治体との連携協定による「販路拡大」であり、泉佐野市との協定予定がある。
 - ・例えば、美浦村との連携を持ちかけるなど、栗東市とのご縁のある自治体との連携により販路拡大を図ることも考えられる。
 - ・2つ目が、市民が選ぶお土産グランプリのような投票方式による市のオススメ特産品を公募し、グランプリに選ばれた特産品の販売促進を強化していく。
 - ・3つ目が、特産品のネット通販サイトの検討であり、専門部会でもご議論のあったとおり、市外への販路拡大ツールとして積極的に実施していくもの。
- おもな意見
- ・地域資源をいかした取り組みとして、古い伝統を守ることも重要だが、むしろ若い世代に新たなものを創造してもらうほうが大切であり、例えば、成人式に関わる二十歳の集い実行委員会のメンバーなど、熱意のある若者が各世代にいたので、これらの世代をつないでいくことはできないか。まつりなどを通じて郷土愛を育み、まつりには帰郷したくなるような仕掛けがあれば良い。
 - ・田舎の元気やでは、地元産の野菜が低価格で購入できることを消費者は知っていて、お野菜だけは田舎の元気やで購入するというケースも多く見られる。地元産のものを提供できる仕組みや場づくりを支援していくことも重要ではないか。
 - ・会社のなかでも若手社員を集めた政策提案を募れば斬新なアイデアを出してくれる。
- 【座長まとめ】** 消費者・事業者ワークショップを通じて、あるいは大学生にも調査に関わって貰いながら、若い人の意見を聴取していきたい。
- ・若手事業者や若手社員の考え方を引き出す仕掛けを盛り込んでいくことが必要であり、政策提案を受け付けることも必要だが、そこに集って議論することで生まれることもある。黒壁の事例でも、若手事業者が若いころに文句を言っていたことを自分たちがしなければならなくなってきた、そこから黒壁の試みが生まれてきた。いろんな切り口でこうした場をつくることも効果的である。
 - ・専門部会立上げ期には「馬のまち」をどうするかという議論から始まったが、計画体系としては現状の通りとなったが、具体的な施策を構築するときに、商工会青年部やJCなどの熱意のある

若者の意見を聴くことも重要。

- ・域内調達に関しては、このような取組みがあることを会社の人間は知っていない。こうした取組みを広げていくことが必要であり、市長のトップセールスだけでは限界があり、これらを知って貰う取組みを進めることが重要。また、協力してくれる企業もあるはず。
- ・企業訪問を2月に実施予定であり、この際、チラシの持参や政策提案に向けた取組みを進めていきたい。
- ・データベース化の狙いは、どんな業種をされている企業があるのかを集約して、域内調達を広めていくことにある。例えば企業訪問時に、これらの一覧を見せることができれば良いということでは提案されたもの。
- ・例えば、域内調達を進める場合には、どのようなものなら調達可能かなどを聴くことが効果的では。
- ・地元企業を活用するための橋渡しの役割ができると良いのではないか。
- ・データベース化に関しては、国のRESASを活用した分析も必要であるし、これらを使えるように国のハンズオン支援を受けている。これに加えて、実際に企業訪問をしながら集めた情報をデータベース化しようと考えている。そのためには、一定の時間がかかる。
- ・構築したデータベースを活用して、企業をマッチングさせる取組みが必要となる。また、大企業が進出してきたときに、市として働きかけをしていくことが必要。
- ・以前、商工会でもLEJが進出してくる際、どのような中小企業があるのかを一覧化して情報提供したが、あまり活用は進んでいない。
- ・人権に関する企業訪問では、大半の会社が、人権担当が対応するため調達部門の方では無いケースが多い。このため、対面のヒアリングで情報集約することは困難。いかに前向きできるか。
- ・市内企業のヨコ串のつながりはあるのか。
- ・商工会では以前は会員名簿を作成して配布してきたが、個人情報保護法の関係で出来なくなった。また、商工会では2ヶ月に一度、全会員事業所への情報提供を行っており、自社PRのためのチラシ等の配布を、10,000円/回で実施しており比較的好評。
- ・個人情報保護法に関しては、希望者だけを対象とするなどの工夫でクリアできると考えられるため、事業者カタログのようなものがあれば良いのではないか。
- ・市では、元気な企業を応援するガイドブックを作成するが、市民を対象として企業を紹介するようなものを作っていくことも考えられるし、また商工会では、経営発達支援計画により同種の取組みを検討されていることもあり、それぞれがより効果的な事業展開につながるよう、協議しながら進めていきたい。
- ・ビジネスホテルの客室に、地域の物産や企業等を紹介するカタログを見かけたことがあるが、そのような取組みも効果的ではないか。
- ・コミュニティバスと無料送迎バスが並行して走る場合、無料送迎バスにみんなが乗るという傾向がある。
- ・泉佐野市との物産品の相互利用に向けた協定の話しがあり、双方の観光案内所を通じてそれぞれの物産品を取扱おうというもので、1月下旬には協定を締結していく方向にある。

【座長まとめ】

- ・今回のご意見を反映したなかで、1月の中小企業振興会議に提出していくこととする。
- 事務局補足説明
- ・協議資料2に関しては、現時点での評価・検証に向けたシートとして整理したものであるが、RESASを活用した数値目標の設定など不十分な点もある。
 - ・このため、平成29年度末時点での中間評価に向けて、これらの精度を高めていくこととし、現時点での評価・検証するための資料として、本資料を提示していきたい。

5. 閉会（商工観光課長）

- ・中小企業振興会議、専門部会のそれぞれの委員委嘱期間が、平成29年1月末に終了するため、事実上、今回が最終の専門部会となる。

- これまでのご意見等により、商工振興に向けた推進体制が整理できたため、次の展開として、評価・検証や施策の検討等を引き続き、中小企業振興会議においてご議論いただきたいと考えており、これまでのご意見等に感謝するとともに、今後も協力をお願いしたい。