

第2回協議会議事録要旨

○帯広を創業にとって最も適した地域にするということを第3条第1項に置いたのが帯広の中小企業振興基本条例としての特色。なぜ創業なのか。少産多死になって企業が減っている。地域の雇用力が落ち、人口減少に拍車がかかる。地域をベースにした企業にとって死活問題。日本の起業率は4%、EUは10%台。日本の創業が低いが決して一人あたりの中小企業者数は多くて過当競争になっているわけではない。

創業に関して言えば、起業を促す施策がきちんとできるか。論点の中で大項目に据えて取り上げて論議したい。創業を促す施策は難しいが教育に触れざるを得ない。帯広市には産業複合都市で網羅的にやられているが、中小企業者にとって利用しやすい仕組みをつくることが問われている。

ブランド形成については、ブランド論から始めていかなければならないので、そういった関係の理解を深める必要がある。

○産学官連携。産業クラスターもう一度、見直しをかけること。単発でなく次から次へと湧き出てくるような仕組みをどうつくるか。どうしてこれまで地方都市で出てこなかったか。MOT（マネジメント・オブ・テクノロジー）をどう配置するか。新規創業をやっても補助金ももらっただけで終わってしまう。安定的に資金を創業起業に入れていくか。それが産学官+金融。ブランド形成については、3町村を含めて十勝ブランドをどう作れるか。4つの部会是有機的に連携していく。どう湧き出てくるようにするかがポイント。

○平成11年の中小企業基本法の改正が大きな転換点となっている。改正以前は、中小企業が連携し補助金などを含め構造改革等を行い大企業になんとか付いて行く政策がとられてきたが、この政策が限界を迎え、中小企業自らが、技術なり機動性なりを活かし活路を見出す政策への転換となった。このような中で、創業を支援する施策の重要性は理解するが、志のある企業に対しどのように支援することが可能か、難しい問題でもある。

○地域の中小企業の中にも、経営力の格差が広っており厳しい経済環境であることは言うまでもない。このような中での創業支援だが、経営者自身の信念のもと、厳しい時代だからこの挑戦の意味があると思う。見通し、方向性をしっかり持つ必要がある。

○中小企業は人モノ金が不足している。それぞれやってみたいと思っていると思うが、それを後押しするような仕組みづくりが必要となっている。当社の場合10年前から食品加工進出を計画していたが、ようやく3年前、豆から酢の開発が成功した。ただ、生産、販売、資金回収と1回転回れば動き出すのだが、1回転回すまでが大変。これらの事業を行うにあたり国の補助金を利用したが、申請関係書類の作成に相当労力を費やした。

○中小企業も色々あり単独で研究をすすめられる企業が理想だが、そうでない企業に食品加工技術センターに足を運んでいただけるよう働きかけていきたい。産学官連携より、企業間連携をどんどん進めていき、外から畜大、食品加工技術センターが応援していくことの方が連動性がある。そのような展開が必要。

○大学に過剰な期待をされても困る。しかし地域に根付かない大学というのも問題である。

中小企業の弱いところはマーケティングで時間、人を掛けられない。大学の立場でとしてはあくまでも連携であって、取り組み自体を推進していくという立場ではない。

モノづくりの話を進めるためにまず、十勝の中小企業の特徴を整理したい。地域外を対象とするか、域内を目指す中小企業なのか。どういう特色のある企業なのか。中小企業ひとまとめでなく、症状によって分かれる。業種を転換することも創業ではないかと思う。あらたな転換方法を示すのがポイント。ライフサイクルが変化してあらたな転換方向を示していく。もの言わぬ消費者が増えていて、その潜在ニーズをどう把握していくかが課題。

○国の制度等は現場まで落としこまれていない。現場サイドの要求を吸い上げそれに対してはこういう対応策があるという形でなければならない。企業間連携は足りない部分を補うことによって、少しでもいい形にもっていくものと言える。

○創業の場合 10 件のうち成功は 1~2 件。非常にリスクが高い。

十勝ブランドという名称を使われていることもあるが、どこが他地域のものとは違うのか分かっていないのではないかと。売り方、発信の仕方、外から見ていると足りないと思う。農業、農協など色々な仕組みがあり、それがややハンディキャップになっているのかも知れない。制度的な部分も議論する必要がある。あたらしい人の知恵を入れてやっていく検討も必要。

○観光資源として何があるのか？地元の間には気づかないものであっても、外から来た人に対して価値あるもの、そのような資源の発掘が大事。また、これらを広めるための工夫として広告塔を使うなど情報発信を行い、交流人口の増加、外貨獲得、地域中小企業の活性化をしかけていく必要がある。

○ものづくりにおいても消費者の視点が欠けている感じを受ける。ものを買うのは女性で、女性に訴えかけないといけない。購買意思の 8 割の決定権を持つのが女性であるとの調査結果を得ている。店舗の改善も消費者の視点から考え的確に受け止める仕組みづくりが必要。

○帯広十勝の自然を生かしたもの。食べ物。これらを観光資源として考えていく必要がある。

また、魅了あるイベント催事を誘致し、全国に帯広を発信していくしかけが必要。

○経営革新といった意味で重要となるのは「人材」の部分が大きい。第三者機関にスキルのある人材を確保し、一定期間中小企業に出向く形で経営改善や新商品開発に助言、公的機関への橋渡しを行う。単なるアドバイスではなく、自ら動くような形で応援する仕組みが必要。

○ものづくり創業では、すそ野を広げていく必要がある。地域資源、農業を反映させたような地場の企業育成をしていく。すそ野を広げていくという意味では、小豆を使った豆腐、納豆などが出てきてもいい。普通のをたくさん育てていくという視点が必要。

○中心市街地の活性化の話題の中で、中心街の店舗前に駐車禁止区域が多く、来客者の低下を招くことになっている。駐車場の共同化など小さなことから取り組む積み重ねが必要。また、人材と雇用の分野では、季節ごとに繁忙期が異なる（雑穀は秋冬、コンクリートは春夏）事業所が連携、交流し取り組むことが、十勝の季節感を考えたとき有効なのではと思う。

○帯広がイニシアチブをとり十勝全体で観光を発信していく必要がある。観光資源を十勝の中でひとつ確立し、それを有機的に連携しながら同じ方向に向かったとき、航空会社が増便に加わるなどつながっていくと思う。

また、全国的なコンベンション誘致、スポーツ大会の誘致このキーワードで観光に結び付け交流人口の増加、中小企業のような業種に波及させることが必要。

○観光、交流の視点で考えたとき、十勝帯広の認知度の低さの克服、他と競争して勝てる資源の確保が必要。市民のホスピタリティ意識の向上なども観光資源とするなど教育の視点からも考えていかなければならない。

○すべてに共通する問題が、郷土に誇りが持てるような人材、どれだけ郷土に情熱を持って話せるか。企業にしてもこんな立派な会社があるということを子供のころから知って教育していく。小中学校で地域の財産としての会社を認識し、高等教育でこの地域で何ができるかということをお教える。教育は本当に必要だと思う。

○協議会の目的は、この地域をよくするための条件を整備する。①スピード重視②現在の経済状況への認識、危機感、そういう視点に立って経営に必要な議論ハードだけでなくソ

フト面も含めた議論が必要。

○帯広市をどういうイメージを持ったまちとして認識してもらうか。創業・中小企業の成長に適した地域として全国的に発信していただく。HP を有効に活用してほしい。「創業するなら帯広」—これを地域の目標として打ち出すのはどうか。インターネット上にすべての経済政策、地域中小企業政策について書き込めるような場の設定の検討も必要。

現行の帯広市のホームページが分かりづらい。大切なのはこういう地域を作るということを明確にすること。

○域外から起業したいという条件をつくれれば、新しい企業が生まれる。そういう条件が整っていないから大変。観光資源、魅力あればかなり単純なこと。魅力は何なのか。それを認識していく過程が重要。魅力を考えようというのが第1段階。本当に誇れるものがなければ教育はできない。