

## 第7回経営基盤・人材部会

### 中小企業が求める情報提供のあり方について

- 中小企業が求める情報は、補助金、研修など施策の情報か、情報の定義をしなければならない。情報を誰に伝えるか、必要なものは自分で求めている。全然勉強する気がない人には情報提供しても意味がない。ボーダーラインのような方の底上げ情報提供をいかにするかが大事。

会議所、同友会、財団、市4団体の研修・講習会の情報をどう届けるか、統括して一括提供が必要。

情報を得たいという雰囲気を作る仕掛け、それはビジネススクールか、経営者学校のようなものと思う。信金の経営塾など先行している事例もあり、そのような学ぶ場をつくる事が大事。
- 情報誌で店の紹介をしているが、その企業のことは意外と知らない。外に発信することが無くもったいない。情報の定義として、インターネットからの情報を思い浮かべるが、情報量が多く整理收拾つかない感じがする。
- 情報は、必要なときに必要な情報がとれて自分の目的に機能する形で提供されるべき。行政の情報は、補助金、固定資産税の減免、特別償却など、自分の企業活動にメリットあるものが多い。中小企業にとって価値ある情報は何か、どういう形(媒体)で受け取ると良いかを会議所、同友会等の意見も参考になるのではないか。
- 情報は、発信する側と受け取る側があって成り立つ。情報は、情けに報いるという事で泥臭く、貴重な情報は、ヒトからヒトへ流れる。振興条例について帯広市民はどれだけ知っているか、PRが大事。人事交流がこれからの課題。
- 市の施策等メールマガジンで配信されるといい。
- カフェ的、テラス的でなんとなく集まって話す場所が必要。顔を合わせて話そうという場所が必要と感じている。
- 企業が求めている情報を的確にかつ、最大公約数的な大事な情報を集中して提供してほしい。市のHPから全部ワンストップで他の全ての情報取れると扱いやすい。メールマガジン登録したもののみ自動的に送られてくる仕組み導入されれば参加情報が効率的に取れる。売りと買いのビジネスマッチングなど中小企業が要望する情報だが、情報の適正管理の必要あり。市が仲介するとかマッチングのテーブルとい

う場面を作ることできないか。

- いい情報いろいろなかたちで発信されているが、時間的制約である程度はわかるが良くはわからない。アンダーグラウンド的な情報、新聞情報では遅い。人とのつながりで得る情報は、有用である。
- 国、道の補助金いろいろなものがあり、自ら探していくと良いものもあるが、いざ申請するとなると書類がたくさん必要となる。自分たちでなかなか探しづらいのでほしい情報を思ったときに取れる仕組みが必要。帯広ビジネススクールのように4団体を集め研修だけでなくそういう情報の発信の場にしてはどうか。
- 法律ができると国が基本的な方針を決定、次にマニュアルが出てきて、さらに具体化な細部のマニュアルが出てくる。そして基本計画を作って、申請して数値目標を立てて次から次に作業がでてくる。法律があつて施行令があつて施行規則がある、そして、基本的な方針、マニュアル、それぐらいでもう10日ぐらいたってしまう。そういうようなことで皆さんと同じように行政現場サイドとしての悩みがある。もう少し簡潔な情報にしてほしいが、簡潔な情報というのはA4のフロー図程度となり、それでは良くわからない。行政としても対応に悩んでいるが、解り易い形で情報発信し皆さん受け取っていただけるようにしていきたい。
- 行政として知りうる情報を早く開示していただくとありがたい。事業承継で株価8割減額できるという話を気にしている。情報に完全性は求めないので、いち早く情報提供していただきたい。

行政は、情報を構築する立場にある。行政がもっている公共性、社会性の中で音頭を取ってくれるとやり易い。企業からちょっと打診してみたいことを行政に聞けるということも大事。

会議所、同友会、団体などから色々な情報を入手し、データベースを作成することにより全国へ発信する可能性が生まれる。
- 十勝応援団のネットワーク化は、最高の話。ヒューマンキャピタルマネジメントは、スキルのエンジェル（創業時に、スキル：技術・経営・特許管理などを提供する大手企業OBの応援団）をしている。今は、北海道経産局が引き継いでいる。

上場企業のOBは、人脈や稟議書の書き方など宝物を持っている。そんな意味合いで帯広のスキルエンジェルを作ることは分かりやすい。道の支援センターに専門家派遣制度があり初めの1、2回は無料、以後は支援センターの事業から個別契約となるが、このような制度も収益を生む情報として使える。

I T、バイオのビジネスマッチング、連携を大阪でやっているが横浜や四国に広がっている。帯広でもそのパターンをまねしてみると良いと思う。

- 自分が求めている情報は、売上に繋がる情報や、将来展望に関する情報など多岐にわたる。情報入手は、様々な手段がありまた入手可能な時代になっている。自分の求めている情報にたどり着ける仕組みが欲しい。
- 行政や会議所は、営利性がなく時間軸を長く持てるので、様々なデータベース作成の情報をどうやって構築するのか協議する場を作るなど、話し合う場が必要である。情報をどう取ってどう流すか、地域活性化は情報が鍵を握っている。短期、中長期でいろいろなスパンで考えるべきである。
- データベースを構築し、必要な情報どう届けるかステップアップを図っていくことを考えている。国・道・市の施策を中小企業者のアドレスをデータベース化し配信することが可能かどうか考えている。

#### 中小企業者の交流の活性化について

- 交流会が飲み会、仲良し会に終わらせないためには、同じテーマ、同じツールが必要。教科書で例えば経営学者の本の読書会のような物差しが有効。一冊の本読んでも10人とも全く違う受け取り方があり議論が深まる。また、交流会、勉強会にカリスマとかシンボリックな人が必要であり交流者のつながりが深まる効果がある。
- 単なる飲み友達とか遊び友達をいくら作っても経営の参考にならない。勉強会で単に聞くだけでは十分ではない、ディスカッションする場、考える場が必要。6~7人の小グループで、なにかテーマを与えて考える場を設定。最後に発表する研修をすると議論もコミュニケーションもできる。

お山の大将的な経営者は人の意見聞かないところが結構あり、そういう人たちが集まって議論すると喧嘩に近い議論にもなるが、対等な立場で議論できる場なので自分の欠点もわかるし交流の活性化になる。
- 自分が主催する交流会では、目的を明示したなかでテーマを提案していなかった反省がある。勢いで議論がほかの方向に進み、結論が迷走することのないように気をつけてやっていきたい。
- 知人で経営状況が良くなく、ご主人である社長が本州に出稼ぎに行っている。帯広では仕事が少なくなり、家族の生活のための仕儀。厳しい現実と受け止めている。

- 同友会で月例会の企画を立てるが、10人以下にグループ分けしラウンドテーブルでの議論方法が鍛えられる。人の意見を聞かないと自分の意見をいえない。異業種で議論すると、気づくことがある。そんな交流の場必要。
- 同業者の組合でここ数年活性化がやりづらくなっている。その背景の一つに規制緩和がある。業界単位で頑張ることが難しくなっている。

二つ目として、同業者の中でも2極分化しており経営環境厳しくなって、組合として共通テーマで話しがしづらくなった。

三つ目として、同業者の組合の公共性を根底から揺るがすような制度改革がおこなわれ、岐路に差し掛かっている。LLC LLBなど考え方合うもの同士がノウハウ持ち寄って一緒に何かを行う時代になっている。そうすると既存の組合、団体が厳しくなっている、補助金が減るとか。そういう中で交流をどうやるかということ、各団体非常に苦慮している。

四つ目、交流会は、目的が明確でなくてはならない、サロンのから問題解決型、使い分けが必要、業界ではなく異業種で人生、マネージメントなどの問題解決型を軸にする。

五つ目、活性化の条件として、信金の経営塾は今年で7回目となった。真面目に開催するのであれば年限を区切ってやるのも一つ。信金の経営塾は30名程度で、毎年2割程度同友会のあすなる会顧問先とネットワーク化を図っている。経営塾は、悪貨が良貨を駆逐するというグレシャムの法則働くのでメンバーのセレクトが大事である。
- 商工会議所の青年部に所属し色々集う場多くある。天馬街道開通時、南十勝の7商工会、浦河と帯広の青年部と交流したが、その後の交流は無くなってしまった。集いたいという人がいたときコーディネートできる機関必要。JCの大会があったのでJCと一緒にやろうと動いたが、トップ替わるとかわってしまうのが残念である。
- 交流を活性化すると勉強会的位置付けになる。目的が明確になると活性化するが、目的が大きくなりすぎても議論が活発化しない。

例えば起業された方に絞った交流会、次は、組織化とか戦略戦術とか理念とかそういう交流会でステップアップを図っていく。

中小零細だと社員の年齢層が大差になる。ひとは20歳、上の女性は40歳、研修会では2～3歳上の女性と会って刺激を受けた。
- 中小企業同士の交流は、目的を決めて、期間をきめて、枠組みを決めてやること

により効果が高まる。社長さん同士が現実を話し語り合える存在が大事、交流の場があることで腹を割って話が出来る相手を見つけることが出来た。

そういういろいろな交流の場が必要だし、学校でも楽しい、ビジネススクール、経営者学校なり益々ほしいと思いを強くしている。

- 中小企業振興基本条例の中に、組織化というものが一つ謳われている。大きな課題があるから謳っている今度次回か次々回組織化についてご意見をいただきたい。商店街に加入に否定的な人が増えてくると昔の連帯が希薄になって崩れてしまう。行政として個店の単位ではなくて、商店街単位で支援していくということがある。
- 自分の肌で感じた団体におこっている現状見た中で考えるというのは、優位性あるシフトだと思うので、実態調査が一番間違いがない政策を打つ上で必要、商工会議所、団体は問題意識、危機意識を持っているので一緒になって実態調査を行う。組合のエリア横断的、町内会のように実態に合わせて見直す必要があると思う。
- 商店街連合会の組合員は、540組合員から現在370ぐらいに減少している。法人格返上の動きがある商店街もある。東電信通組合は、既に解散。  
西一条商店街と名門が協働で事業をやったが、出来れば来年からグループで組みたいという話も出ている。
- 産業基盤部会で組合をどうするか、組織する上で横断的にいろいろ加えるとかそういうソフト面も基盤の一つと考えると経営者の側からすると商工業者に有益な提言が出来ると考えている。
- ロードヒーティングの運営協議会みたいなもの横断的にできてその中でやるとか、目的ごとにやっていかないとだめかなと思っている。
- 組合の構成要員が変わっていかなければならない。組合のあり方そのものも変えていかなければならないし他の組合との連携も必要になってくる。電信通にノウハウ技術をもった会社があるが自分の代でやめる。もったいないと思うので全く違う業種と組み合わせると新たな商品開発が出来るとも思えない。  
組合としてそういったやめていく人に対しても、具体的な提案が出来ると、情報もった組合にしていく必要があると思う。条例でいう組合、組織は従来のものをそのまま延長して行ってそこに入りなさいというのではなくて、形を変え質を変えてそういう組合にしていくと組織率も高めてと、そういう意味に捉えていかなければならないと思う。

- 商店街組織のないところにいい店があるがそうした人にも組合の賦課金的な負担をもらうようなことで横断的な組織で考えようとしている。  
チェーン店が多くなって「本部に聞いて」ということで全然対応してもらえないので組織率があがらない。エリアで組織すること自体が難しくなっていると思っている。組織率という意味では、将来に危機感を持ってやっている。
  
- 「カンパニー北海道」という、民間の交流会が集まって自慢しあう発表会がある。交流の場、機会は、インフラだと思う。こういうことを帯広単位でも出来るかなって思い紹介した。こういう場（市中小企業振興協議会）を作っていることも素晴らしい。
  
- 次回の日程の確認、及び第9回の日程について決定した。  
第8回1月29日14:00 ~ 議会棟 3階 全員協議会室  
第9回2月27日13:30 ~ 10階 第5A 会議室