

「中小企業活性化シンポジウム～中小企業が元気になる条例をつくろう！～」【10月31日開催】
パネルディスカッション時の発言内容の概要

	植田 浩史 慶應義塾大学経済学部 教授	佐浦 みどり 有限会社 東北工芸製作所 常務取締役	坂本 里和 中小企業庁 創業・新事業促進課長	佐藤 元一 宮城県中小企業家同友会代表理事／ ㈱佐元工務店 代表取締役	伊藤 敬幹 仙台市副市長
①中小企業の現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> 中小企業で働く人の割合は日本の多くの地域で7割超える、一方中小企業は減少傾向 地域内での資金循環機能の低下 これまでのやり方では通じないほど、物事の価値、時代、ニーズの変化が著しく、そのスピードも加速している。この変化への対応の仕方が課題。 激しい価格競争の中であって、サービスの内容で自分の会社を選んでもらうような顧客を作り出す事例もある。新しい「価値」を中小企業自身が創りだし、それによって新たなビジネスを展開していくことが必要では。 	<p>【伝統工芸品業界の衰退】 生活様式、空間の変化や食生活・ライフスタイルの変化 ”工芸品”と”生活者”との接点の少なさ →業界全体の衰退</p> <p>【震災による影響】 主力商品である地元の記念品・贈答品が相次いでキャンセル 東北・仙台への観光客の激減により、お土産品の売上が減少 →これまでとは異なる”新たな事業展開”の必要性 ・新しいライフスタイルに合った商品開発 ・国内外への販路開拓 ・他業種とのコラボレーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> 人口減少、高齢化、地域経済の低迷といった中で、売上の減少、担い手の不足や経営層の高齢化などの課題に直面。 日本の開廃業率は米英に比べ低迷しており、5%以下。近年、経営者の高齢化等を背景として休廃業・解散件数が増加。 エネルギー価格、円安等の問題もあり、特にものづくりでは技術で勝っても市場で負けるなど、新興国との競争に苦戦している状況。 →地域資源をうまく活用することで、国際的な競争にも優位性を築くことが可能。 	<ul style="list-style-type: none"> 円安による建築資材の高騰 前年度単価を参考にするため、スライド算定をしても差が縮まらない 10年来にわたる建設不況による会社の減少と職人の減少→工期が長くなり、経費も増加。 復興需要の減退による仕事量の激減 	<ul style="list-style-type: none"> 本市中小企業を取り巻く環境 ・復興需要の収束 大都市圏と比較するとアベノミクスの効果は限定的 ・東北地方の人口減少 復興の先を見据えた、持続的な成長に向けた取り組みを推進し、東北各地へ経済効果を波及させることが重要 →そのためには、仙台の経済に大きな役割を果たしている中小企業の活性化が不可欠
②活性化に向けた具体的手法について	<ul style="list-style-type: none"> これまでの中小企業施策は、同産業の同じような企業を同じような形でレベルアップさせるという考え方に立っていたが、それは通用しなくなっている。点としての中小企業が自身で考えて事業を展開していかなければならず、これに伴い、抱える課題も多様に広がっている。 企業ごとに課題が多様である以上、サポートする側も様々な形で対応していく必要がある。 企業が何かをする際に色々な企業・機関と関わりをもつにあたっては、その入口（相談窓口）を1つにまとめ、地域のサポート機関がグループ（チーム）のような形で企業に対する支援を行っていくべきであり、そうした場を作るのが自治体の役割。 経営上の課題解決だけでなく、そこで働く人たちの生活をどうサポートしていくかという視点も重要であり、経営に対する支援とセットにして施策を検討していかなければいけない。 	<ul style="list-style-type: none"> 中小企業経営者は家事・仕事と切り離すことが難しい一方、やり方次第では都合もつけられる場合も。家事手伝いのサービスを人件費として補助してくれる制度があれば。 →嫁も子どももより仕事ができるし、家業の仕事を積極的に継承する・手伝ってみようと考ええるきっかけになるのでは。 震災をきっかけに、新ブランドによる事業展開を実施。異業種との交流が増えた。 こういった事業展開は事業の柱が増えるだけでなく、新たな人・市場と繋がることで自然にファンが増えていくことに意義がある。 こうした連携を増やしていくことが求められているのではないかと。 	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ経営企業100選に選定された企業においては、中小企業ならではの機動力、柔軟性、機動力を生かした事例が見られる。 現場にすぐに浸透し、すぐに結果がでてくるという点で、状況の変化に対応する能力は大企業と比較すると中小企業に優位性があり、強みとなるのでは。 学生の間で中小企業の知名度がなく、人材確保につながっていない側面がある。中小企業の優良事例を取り上げ、アピールすることで人材確保につなげていきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 「活性化」は経済的な面だけではなく、人の生活全体が豊かになり、若者が夢を持ちいきいきと暮らすことができるようになることである。 地域のために働くことに使命感やプライドを持って働くことができる人材を育てていくことが必要であり、仕事を通して人づくりを担っていくことが、中小企業経営者としての地域に対する役割である。 	<ul style="list-style-type: none"> 必要とする施策に関するアンケート調査結果では、①人材育成・確保②地元企業への優先発注の促進③販路拡大の支援などの回答が多数。これらのニーズに対応する施策に取り組んでいく。 同じく、地域活動の効果についてのアンケート調査結果では、「企業の知名度・評判の向上」や「人的ネットワークの拡大」「従業員のモチベーション向上」など。 →地域活動は、企業活動による成果の還元といったことだけでなく、企業活動そのものにも良い効果を生み出している。 →地域密着型企業を活性化させることが、地域課題の解決や地域活性化を図るための手法の1つでは 東北全体の経済の発展という点では、いわゆる「ハブ企業」への支援や、中小企業がハブ企業にステップアップしていけるような支援もまた必要。
③条例のあり方・提案	<ul style="list-style-type: none"> 条例で自治体の方向性と覚悟を定める。行政だけではなく、中小企業、団体、市民等全体で、「中小企業振興が重要であること」を共通認識とする。 調査で現状の課題を明確にする。佐藤氏や佐浦氏のような取り組みは統計では出てこない。仙台で何が起きているのか、何が必要なのかを把握するためにも調査が重要である。 調査結果に基づき、産業振興会議のような場を設定し議論を行う。 メンバーの構成、議論の進め方、構成などを工夫し（より細かい実践的な課題に対しては子分科会のような場を設けるなど）創造的な議論を行うことができるようにする。 →これらの関係性の中で進めていくことが重要。 	<ul style="list-style-type: none"> これからの仙台市が目指すあり方を示したのが「仙台経済成長デザイン」であり、このあり方に向けての指針が中小企業活性化条例である。 条例が、企業や市民の幸せにつながるものであり、自分自身の生活に直結するものであるということを改めて考えてもらう仕組み・仕掛けがポイント。 	<ul style="list-style-type: none"> 仙台市として、中小企業の振興に向けた覚悟・姿勢を（条例という形で）発信することに大きな意義。 行政の役割はコーディネート、場づくりがメインとなるため、多様な人々を巻き込んでいく仕掛けが必要である。 地域全体で新しいことに取り組む企業を応援する雰囲気ができれば、若者を引き付けていくことができ、人口減少への対策にもつながるのでは。 	<ul style="list-style-type: none"> 理念条例とし、条例を実効性あるものとするために制定推進の定石（条例・調査・会議）を守る 調査については、零細事業者等の意見と拾い上げ、その時々々の情勢に対応するためにも、全量調査を行ってほしい。 条例の活用推進の具体的エンジンとして「産業振興会議」「円卓会議」を設置、定期的開催する。会議は産学官+市民のメンバーで運営し、問題意識の高揚と、問題提起・解決のための討議の場とする。 地域経済・地域産業・地域企業の現状と課題について調査・分析し、政策に反映させる。広く市民より共感が得られる内容とし、伝え方も工夫する。 	<ul style="list-style-type: none"> 地域経済の活性化という共通の目標に向けて関係者・機関がそれぞれの役割を認識・自覚しあい、連携していくことが重要。 制定に向けて検討中の市民協働条例においても、「企業」が役割に組み込まれており、それぞれの条例が両輪となって進めていかなければいけない。 懇談会等による議論も踏まえ、理念条例を想定。制定後、産業振興会議のような形で、その時々々に応じた具体的な施策を検討していく。