

第34回仙台中小企業活性化会議要旨

I 会議概要

1. 開催日時

令和6年3月28日（木） 15：00～17：00

2. 開催場所

仙台市役所本庁舎8階 第二委員会室

II 議事

1. 開会

○（事務局）経済企画課企画調整係長

それでは、定刻になりましたので、第34回中小企業活性化会議を開催させていただきます。

本日の司会を担当いたします仙台市経済局経済企画課の山口と申します。よろしくお願いいたします。

開会に先立ちまして、会議の成立についてでございます。

本日の会議は、委員10名のうち8名のご出席をいただいておりますので、本会議の組織及び運営に関する規則第3条第2項の規定による定足数を満たしていることをご報告いたします。

なお、中嶋委員につきましては、遅れて参加するのご連絡をいただいております。到着次第ご参加ということになりますので、最終的には委員9名になる予定でございます。

2. 市長挨拶

○（事務局）経済企画課企画調整係長

それでは、開会に当たりまして、市長の郡よりご挨拶申し上げます。

○郡和子市長

委員の皆様方には年度末のお忙しい中お集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

また、常日頃から市政各般にわたって深い特段のご理解とご協力を賜っておりますことにも、この場をお借りいたしまして御礼申し上げたく存じます。本当にありがとうございます。

前回の会議では、本市の経済政策の指針となる仙台経済COMPASSの中間案について、活発にご議論をいただきました。そのご議論と、またパブリックコメントも行いまして、それらを踏まえた上で仙台経済COMPASS最終案を取りまとめたところをごさいます、今日はそのご報告をさせていただきます。

そして、その中でも重要な、その仙台経済COMPASS推進に当たってのテーマの一つとなる「新たな市場への挑戦」にまつわる議題でお話をいただければと思うところをごさいます。

アフターコロナを迎えまして、都市間競争も、またグローバル化も、すごいスピードになっていると思っております。本市にとって、国内だけでなく世界の流れというの意識しながら、国際的なプレゼンスを高めて、選ばれる都市になりたいと、このように考え、また、来年度はそのスタートとなるわけですので、選ばれる都市になるために一層力を入れてまいりたいと考えているところです。

一方で、地域に目を向けますと、人口減少、そしてまた人手不足がやはり深刻化してきているところでもごさいます。市場の縮小なども既に表れているところをごさいます、地域経済の持続的な発展に向けた取り組み、これは待ったなしだと思っております。

地域の中小企業におかれては、利益をいかに獲得して伸ばしていくかといった視点のもと、事業者にとっては新たな市場を求めて国内だけでなく海外に向けても目を向けるということがとても重要になってくると私ども考えているところをごさいます。「国際」が一つのキーワードであって、今日はそうした観点でご議論をお願いできればと思っておりますので、どうぞよろしくお願いたします。

いよいよ4月からは仙台経済COMPASSという地域経済の集中変革期間、これに突入をしております。皆様方と議論を深めながら、変化の激しい時代にあっても地域経済が活力を持てるように、しっかりと取り組ませさせていただきますので、また委員の皆様方には忌憚のないご意見を賜りますようお願いを申し上げて、私からの挨拶とさせていただきます。今日はどうぞよろしくお願申し上げます。

○（事務局）経済企画課企画調整係長 続きまして、お手元の資料についてご確認を

お願いいたします。

(資料1-1、1-2、1-3、1-4、2、3、参考資料の確認)

続きまして、本会議は公開制となっております。

議事録作成のため、議事内容を録音しておりますことをご了承願います。

また、公開に先立ちまして、議事録署名委員には議事録につきまして福島会長と共に内容の確認をお願いいたします。今回は委員の五十音順で神部委員となりますので、ご協力よろしくをお願いいたします。

それでは、会議の進行を規則第3条第1項に基づき、議長である福島会長にお願いいたします。よろしくをお願いいたします。

○福島会長

初めに、会議の進め方について事務局のほうからご説明をお願いします。よろしくをお願いします。

○(事務局)経済企画課長

(次第に基づき説明)

○福島会長

事務局より説明がありました会議の進め方について、何かご意見のある方はいらっしゃいますか。

ないようですので、このまま進めさせていただきたいと思います。

3. 報告事項

(1) 仙台経済COMPASSの策定及び令和6年度の主な取り組み

○福島会長 それでは、「仙台経済COMPASSの策定及び令和6年度の主な取り組み」について、事務局より説明をよろしくをお願いします。

○(事務局)経済企画課長

(資料1-2、資料1-4に基づき説明)

○福島会長 事務局からのご報告について、何かご質問とかご意見がある方はいらっしゃいますでしょうか。

私からよろしいですか。「進捗管理指標」のところの「質の向上」で「多様な人

材の活躍」という、その多様というのはどういった指標でしょうか。

- （事務局）経済企画課長 多様というのは、調査の中では例えば女性でありますとか、高齢者であるとか、外国人であるとか、障害のある方であるとか、そうした方々の活躍に企業が取り組んでいるかどうかということ調査して、その数字がこのような形になったものでございます。
- 福嶋会長 結果的にはいろんなものを含んでいるということですね。
- （事務局）経済企画課長 はい。
- 福嶋会長 ありがとうございます。

4. 議論

（1）域外から需要を取り込み外貨を稼ぐには

- ・事務局からの説明【資料2】
- ・田口委員からの説明【資料3】
- 福嶋会長 続きまして、意見交換に移りたいと思います。

最初に、今回のテーマについて事務局から市として問題意識、現状と課題、取り組み状況についてお話しいただければと思います。よろしく申し上げます。

- （事務局）経済企画課長
(資料2に基づき説明)

- 福嶋会長 ありがとうございます。

次に、田口委員のほうから本件の追加資料ということで、ご説明をお願いいたします。よろしく申し上げます。

- 田口庸友委員

今日の議論のきっかけとなるようなお話ということで、私のほうからさせていただきますが、私は国際経済の専門でも何でもありませんので、あくまで地域経済の視点から、データを中心に、データと気づいた点についていくつかお話をさせていただきます。

最初に、なぜ国際化という視点が必要かということについて、2ページにあります。これは先ほど来出ていたような話で、仙台は非常に恵まれておりまして、全体で見れば東京一極集中の中で、実際は多層的集中、東北の中で地域の中核都市に人、物、金が集まるという中で、今まで成長の土台になってきたということがある

のですが、後で見ますように、東北域内は危機的な少子化の状況がありますので、非常に厳しいものになってきていると言えらると思ひます。

なぜ必要か、3点ありまして、需要面、供給面、あとは金融・国際経済面がありまして、需要面については地域ごとにまとまっている中核都市に仙台から出て行っても、なかなか「規模の利益」で太刀打ちできないと。国内市場では伸長の余地は限定的になっているということが挙げられます。

供給サイドについて見ますと、ご案内のとおり人手不足が深刻で、先ほど話がありました三種の神器と言われている女性、高齢者、外国人のうち、女性と高齢者はもう既に頭打ちになってきていると。デジタル化などの人手不足対策はあるのですが、地方に行けば行くほど介護ですとか労働集約型の人手がないといけないような産業が多いということで、そういった意味で海外は重要な労働供給源であるということがあります。

また、近年ですと、国際経済では米中対立、地政学リスクといったのがありまして、これまで世界経済の中心であったグローバルサプライチェーンを再構築しなければならぬと。国内投資の機運が高まっているということと、あと海外が成長しているということと、今は33年ぶりの円安基調となっていますけれども、日本が安くなっているということで、投資・消費を呼び込む好機になっているということですから。要するに需要・供給ともに海外頼みになっているということが背景にあります。

3ページ、左側ですが、これはアジアの経済成長率の見通し、IMFの最近のものになっています。この赤い線が日本ですが、1%弱。ほかの地域は、かつての日本の高度経済成長時代のような非常に高い成長率が続く、伸びしろのある地域が周りに多いということが挙げられます。

また、右側、注目いただきたいのは赤い折れ線なのですが、これが実質実効為替レート。あまり聞き慣れないですが、いわゆる円の購買力、通貨の実力です。これが直近ですと2020年を100として72.87、実に53年前の水準になっていると。これは単純な円とドルだけではなくて、世界の通貨に対しての購買力ですので、要は円の購買力がこれだけ53年前に落ちていると、何をかうにも高くなっているということが言えます。

その結果、最近起きているのは、国内経済最大の課題は今賃上げと値上げだということをおっしゃっていますが、実はこれには限界がありまして、この図を見ていただ

きたいのですけれども、今起きているのは所得が海外に流出していると。この失われた所得を政府と家計と企業が値上げだ、賃上げだ、増税だ、給付だと、くるくるくるくる回しているだけということになっています。これでは本質的な解決にはならないということがありまして、5ページにありますように、当たり前ですが、これを抑えようと思ったら2つしか方法がありません。1つは所得流出を抑える、2つ目は海外から所得を得ると。これをやらないと、国内で値上げ・賃上げを繰り返しても、多分どこかでゆがみが出てくると。例えば中小企業とか家計に負担が、しわ寄せが来ると。あとは政府の財政赤字が膨らむと。どこかで負担しなければならないということですが、例えば海外の所得を得るというのは、今、日本は世界的には和食、健康食ブームがあって、日本の農林水産品の輸出は2021年に1兆円を超えたということです。アルコールなんか非常に人気だということがあったり、あとは当然インバウンドですけれども、コロナ前からゴールデンルートの爆買いから地方への個人客といったシフトがあったり、ということです。こうやって見てくると、いずれも仙台・東北に地の利、伸びしろがあるということも言えるかなと思います。

そして、6ページ、最近の話題から少し挙げます。

今絶好調なのは日本の株式市場でして、日経平均株価が34年ぶりに最高を更新したと。また、今年の3月の東証プライム上場企業の純利益は約43兆円と、3年連続過去最高の更新の見込みであるということです。バブルと違って、しっかりとした企業収益の裏付けを持った株高になってきているということがニュースとなっていますが、一方で右側、日本が長らくGDP第3位の座から転げ落ちて、ドイツの後塵を拝したと。それだけでなく、2026年には恐らくインドにも抜かれるだろうということが言われております。

どうしてこんな絶好調の事業収益、株価とこのGDPの停滞というのがあるのかということですが、答えはこちらにあります、7ページの左側です。実質GDPの主要項目を94年から並べておりますが、見ると、いわゆる内需項目はほとんど横ばい、ないし若干減っていると。伸びているのは輸出や海外からの所得、これが唯一伸びているということです。要するに日本経済は海外で稼いでいるということが言えると。

それもそのはずで、右側のように海外現地法人の純利益、海外生産比率、年々増えています、製造業だけでなく、この調査の直近、2021年ではむしろ非製造業の

ほうが海外で稼いでいる、大体9兆円ぐらい稼いでいます。製造業は5.2兆円ということ。要は業種を問わず海外で稼いでいると言えるということです。

そして、東北ではどうかというと、昨年、東北では3社、企業が上場しました。この3社の特徴としては、東北域外で収益を稼いでいるということです。このジーデップ・アドバンスは、噂のエヌビディア関連をテコに業績を伸ばしているということですし、この青森のオカムラ食品工業というのはサーモンの養殖とかで海外で36%売り上げていると。そして、ポケットマルシェを運営している雨風太陽さんというのは、8割程度が大都市圏と、東北以外で稼いでいるということで、売上高に占める東北地域の割合というのは40%以下というところが半分ぐらいだと。だから、東北以外のところで稼いでいるという特徴があるということが言えます。

9ページ、しからば仙台はどうかということですが、最近経済成長、コロナショックなんかもありましたので少し鈍化していますが、注目したいのは、この震災前です。かなりやっぱり停滞は続いていたと。で、震災以降伸びたというのが見て取れると思います。これは復興需要かなと思いますが、復興需要の寄与度はこのオレンジの部分、決してそんなに大きいわけではない。直接的にいろいろな災害公営住宅ですとか復旧をした直接的な効果はそれほど大きくないですが、この間に交流人口、関係人口を含めた人口が増えたと。それに伴って、右側ですと個人消費がやっぱり伸びていると。これが震災後の仙台経済成長のエンジンだったということがあります。

一方、人口に依存した非基盤型の産業が中心だったということが言えるということがあって、これは人口が減少すれば減っていくという仕組みになるということがあります。

ちなみに、10ページの左側は政令指定都市、縦軸に人口増加率、横に経済成長率のマトリックスがありまして、人口も経済成長率も増えている市というのはこの第二象限、右上のところにあります。仙台市はここに入っています。例えばですけれども、人口は増えていない、減っているけれども経済が伸びているところは神戸や堺。あるいは人口は増えているけれども平均に比べれば経済成長率が低いところに、比較的大きな大阪や横浜などの大都市が入っているということがあって、結構意外な結果だと思います。

ただ、1つ言えるのは、この右側にありますように、これは人口の増加率と産業

の成長率の相関関係です。人口が増えれば伸びる産業、人口との相関関係を示したものでありまして、例えば宿泊・飲食サービスとか金融・保険といった産業では、人口が増えれば増えるほど経済成長も大きいという関係が見られているということです。

そうすると、人口が減っても増える可能性があるというのは例えば農林水産業、製造業、教育、ちょっとこれは意外ですけれども。あと卸売といったところが人口と関係なく成長できる余地があるというふうな見方ができるのかなということが言えまして、この分野は実は仙台ではあまり強くない分野ということで、このままでは人口の減少とともに仙台の経済成長も鈍化していくのではないかとということが見て取れると思います。

一方、人口のほうはどうかといいますと、これは仙台市とほかの地域との転入・転出超過の状況です。注目していただきたいのは、転入超過です。この東北の中には宮城県は入っておりません。だから、実際もっと仙台の転入者が多いですけども、コロナ前、2019年は転出超過。コロナになって、2022年は転入超過ですが、2023年になってまた再びちょっと転入超過幅が縮小していると。よく言われますが、仙台は東北から人を集めて首都圏に放出しているという、いわゆる壊れたダムみたいな話をされるのですが、東北と首都圏を足して、2019年の段階では確かに首都圏への流出のほうが多かったと。ただ、2022年、これが大幅に増えて、ここのところ少し鈍化してきているということと言えます。

ですから、東北から人口を集めているうちは大丈夫なのかなというふうに思いますが、先ほど言いましたように、12ページの左側、東北6県の出生者、生まれた子供の数です。今日は親会社の銀行で入行式をやっておりましたが、今入行するような大学卒の子たちというのは大体2001年、2000年ぐらいに生まれた子たちです。大体8万5,000人ぐらい東北では生まれているということですが、これが何と直近ではもう4万人ぐらいになってきているということです。半分になっているということです。ですから、将来例えば東北から仙台に出てくる若者の数というのはもう半分になっているので、もうもたないのではないかなということがこの中から予想されるということです。いわゆる仙台の人口供給をしてきた東北の出生数が危機的な状況にあるということです。

そうかと思うと、意外なのが12ページの右側にある、これは社会保障・人口問題

研究所が5年に一遍出している将来推計人口です。これは5年に一遍やって、昨年末に直近の推計が出ました。これによると、2030年の推計人口を見ると、5年前、2018年の推計ですと仙台市は104万8,000人でしたが、今回の推計では109万人になっています。2040年の推計は、5年前の推計だと100万人を切っていたのですが、今回は105万人となっています。このような状況、どうしてこうなっているのかということがあって、明確な理由はないですが、どうも外国人の流入を想定しているということらしいです。ですので、もし仙台が外国人を集められなければ、これは下振れするということなのだと思います。

では、今現在の外国人の状況について、13ページですけれども、在留外国人ですが、宮城県は約2.5万人で、順位としては21位と。人口当たりで32位ですから、ちょっとやはり経済規模からすると劣位だと。仙台市も人口比では1.4%。この比率というのは大体山口県と同じぐらい、28位程度となって、やはり外国人の比率で言うともまだ低位なものかなと思います。

そして、先ほど労働供給の話をしましたけれども、外国人労働者、14ページのところにあります。人手不足を反映して年々増えているということは言えまして、直近2023年10月には1万6,600人となっております。

どういった業務に従事しているのかというのが真ん中の表ですけれども、宮城県と仙台市を全国と並べて、特徴的なのは卸・小売業が多い。イメージは夜間のコンビニだと思います。そして、ホテルが多いとか、宿泊・飲食サービスといったもののウエートが高いということが言えると思います。やはり宮城県は全国では圧倒的に製造業、工場の技能実習生、工場労働力としての受け入れが多いのですが、それに加えて仙台市ではコンビニといった卸・小売や宿泊・飲食サービスが多いということです。問題なのは、外国労働者が就業している分野は労働生産性が低い分野だということ。建設業、食料品製造、卸・小売、特に宿泊・飲食サービスといったものに対し、安い労働力として受け入れているという側面があるということだと思います。

これがいつまでもつかというのは、この右側にありますけれども、G7と韓国の平均賃金、よく言われますけれども、今日本は韓国にも抜かれて、この中で最下位と。さらに言いますと、今円安で彼らの手取りは目減りをしているということで、それだけでなく宮城県の最低賃金というのは全国比から80円ぐらい低いということ

です。労働市場として魅力がないので、便利で安い労働力というのは早晚行き詰まることは必至だと思います。

続いて15ページ、インバウンドですが、2022年10月から水際対策が緩和され徐々に増えています。宮城県のインバウンドの回復は比較的好調でして、2023年には2019年を100とすると98.9と。ほぼ回復してきていると言えると思います。

国で見ますと、コロナ前と比べると中国やタイがまだ回復が不十分ですが、アメリカ、マレーシア、オーストラリア、韓国、台湾、シンガポール、こういった国々でコロナ前を上回っていると。割とインバウンドの裾野が広がっているということが言えると思います。

ただ、人口当たりの宿泊者数で見ると、ちょっと順位が低いと。誘客力が低いということが言えると思いますし、16ページの左側にありますように、その外国人が2023年4月から9月に消費した消費単価、上位にあるように見えますが、やはり上位圏に比べるとどちらかという平均に近いほうということがあって、あまり外国人がお金を使いたいと思うような場所が少ないのではないのかと考えられます。

また、仙台空港で降りた外国人の滞在日数も、平均から見ればやや短いということがあって、秋保のような滞在時間を引き伸ばせる魅力的な観光資源の集積というのが大事になってくる。近年、「仙台夜市」という構想がありますけれども、あれもやはり日本人だけじゃなくて外国人に喜んでもらえるような場所になれば、滞在時間や消費額が増えるのではないかなと思っております。

あと、17ページ、これは先ほどの仙台市の調査もあるので割愛しますが、全国に比べ東北は海外への進出や取引というのは比較的低位だということがありまして、規模が小さければ小さいほどその傾向が強いと。

非常に興味深いのが、海外進出・取引の課題とか、期待する支援サービスとあるのですが、これは全体の中に大企業、中小企業とある中で、大企業のほうが非常に高いパーセンテージで、中小企業は低いということです。これは、大企業のほうが海外進出しているので、問題意識が高いと。中小企業はそもそも海外進出する意欲があまりないので、問題意識が低いと。そういう裏返しではないのかなと思います。中小企業が本気で進出しようと思ったら、これはいろいろな課題がもっと明らかになると思いますので、そうした状況を象徴していると思います。

そして、東北からの輸出についてです。何ととっても食、農林水産品が欠かせな

いだろうと思います。これだけ豊富な食料資源が整っている地域というのは全国的にも珍しいということがありますし、右側には東経連さんが支援した輸出の支援実績がありますけれども、香港が中心になっていて、これは経済団体が後押しした例ということで、少しずつ数を増やしているということです。

19ページにありますのは、日本全国の農林水産物の輸出の推移ですけれども、2021年に初めて1兆円を突破して、去年は原発の処理水の海洋放出の問題で中国が禁輸したのでちょっと鈍化しましたが、それでも前年比2.9%上回ったということです。何が売れているかというところ、ちょっと鈍化していますけれどもホタテとか、ウイスキー、牛肉、あとはブリとかカツオ、マグロ。こうやって見ると、東北の産品が多くてポテンシャルはあるのかなと。海外の需要はチャンスなのかなと思います。

そこでなんですが、東北の企業がそのまま現地から送るとしてもリソースが足りないという課題があると思います。例えば、仙台に持ち株会社をつくって、もちろん各地方の地域にあってもいいと思いますが、この仙台の本社機能が、プロモーションからいろいろな計画まで、東北の様々な輸出の支援を集中的に担うというやり方で、ロットを稼ぎながら海外展開していくというやり方が一つ、あるのかなと思います。

そして、またちょっと話は変わりますが、今年の4月からいろいろ動き出す要素があります。次世代放射光施設ですとか東北大の国際卓越研究大学の認定、あとは近いうちに建設が始まると言われるJSMCの工場などがありますけれども、長年仙台がシリコンバレーというものを目指した中でいろいろ浮かんでは消えていたのですが、そのための要素がようやく揃ったと。何が大きいかというと、これらに共通してマネタイズ、事業化する強いインセンティブが働くようになったと。これまでは研究者は高い研究、各人が各人バラバラに自分の目標に向かっていたのですが、研究施設、大学、製造工場が揃うことで、マネタイズという共通の目標に向かっていける、といったことが言えると思います。

ただ、推進に向けて何といっても重要なのは人材で、これが必要だということですが、21ページにあります宮城県の留学者、在留資格の入学者は5,387人、国籍別に見ますと中国、ネパール、ベトナム、バングラデシュといったところが多くて、どちらかというと実質的な出稼ぎが中心というか、東北地域をけん引する高度人材

とは結び付きにくいとも考えられます。これだけ少子化も進んでいますから、国内外を問わず就労条件付きの減免奨学金などを導入するというのも、高度人材育成の一法なのかなと思います。

最後、今日のご議論のポイントになればと思って4つほど書き込みました。国内というのは非常に馴染み深いところですが、とにかく競争が激しいred oceanだと。海外は未知だというだけで、まだまだblue oceanがいっぱいあるということです。みんなそれはわかっているのですが、わかりながら躊躇している企業の背中を押す施策とは何なのかということがご議論のポイントかなと思います。

あと、ある程度「規模の利益」が必要だと。海外展開は中小企業単独では大変難しいと。ところが、それはわかっているのですけれども連携も難しいと。なぜ必要性を理解しながら連携がうまくいっていないのかというところも議論のポイントになるかなと思っております。

3つ目は、日本の長期停滞の中で根づいた安売り経済というノルムがあります。安いことはいいことだ、サービスはタダだ、という非常に根強いノルムがあるのですけれども、インバウンドや海外に対してはこの発想が非常にネックになると思います。海外が求めているのは、クオリティの高さであったり、ほかにない経験だったりする中で、日本人は安くすればいいという発想がどうしても抜け切れないと。そういった、どうすれば海外や外国人に付加価値を訴求することができるかといったことも重要かなと思います。

最後、地域経済や企業の異文化との関わり方ということです。商取引自体は世界で最も標準化が進んだ分野ですが、そのプレイヤー自体は様々な宗教、文化、慣習などのバックグラウンド、背景があって、異なっています。地域企業が国内外で異文化と関わる上で、障壁や打開策を知ることがポイントになるかと思います。

私からは以上です。

○福嶋会長 どうもありがとうございました。

データをたくさん示していただいて、いろいろ数字を見てもみると、ちょっとまづいなという非常に危機感をかき立てられるような数字ばかりだったと思います。

まず少子化ですよ。こんなに急激に進んでいるというのは非常にショッキングでして、国内需要にも今後そんなに期待はできないということが大変よくわかりました。外国人がそれに代わり、流入してくるというのも不可避なのだと思います。

我々が今まで常識と思っていたことが、だんだん常識じゃなく、普通になっていくと。例えば外国人の方は生産性の低いところで働くのが普通だと思っていたものが、これからはどんどんそうではなくなってくるし、そういった人たちも共生していくというふうに意識が変わらないといけない時代になっているということはちょっと自覚しなくてはいけないと思っております。

あとは、海外進出ですね。中小企業の海外進出については、もういくつかの産業はかなり進んでいて、例えば日本酒メーカー、酒造メーカーや、農業分野でもいくつか問題意識を高くして輸出に取り組んだりしていると。ただ、それが一部だけじゃなくてもっと広がっていかなくてはいけない。

あと、個別で1社1社進出していくのではなくて、まとまって行くという考え方は今後必要なのではないかなと思います。例えば大田区には非常に熟練がいる中小・零細企業がたくさんあるのですが、そういった地域でも事業継承していく人たちがだんだん減っていますが、タイとかに進出しています。どうやっているかという、まさに大田区なんかもサポートするのですが、そういった事業者さんたちが集まって「大田ブランド」というのをつくって、それでタイに進出するみたいなことをやっています。だから、日本の企業は海外に出ると、日本人の傾向かもしれませんが、どうしても独立、孤立したがるのですが、仙台市として何かまとまって進出するとか、そういったことができればいいのかもしれませんが。

あとは、様々な文化があると思うのですが、そういったことに対する理解ですね。これをどう活用していくかということも一つ問題なのではないかと思えます。

あと、田口委員からいろいろ論点として、最後の22ページで国際化のポイントということをもとめていただいておりますけれども、皆さんのほうから何か質問とかご意見とかありましたら、挙手してご発言いただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

○千葉大貴委員

私も今会長のほうからあったとおり、人口減少というのは本当に大きな最大の社会課題だなと感じています。というのは、今デジタル庁の仕事をやっているのですが、推計で見るとこれから80年間で大体100年前の人口水準に戻っていくという推計です。グラフにすると、もうジェットコースターの様です。この100年でわーん

と上がっていったものが、2008年にピークに来て、そこから思いっきりストーンと落ちてくる。よく経営者の皆さんとお話をすると、大体60代、70代の経営者の方々が周りに多いのですが、やっぱり未曾有の大災害じゃないですけども未曾有の社会変化という話をするんですよね。どんどんマーケットが縮小していくというのは経験したことがないと。例えば70代、80代の経営者の方であっても、これまでは経済がどんどん上っていく中で会社、事業を考えていたのが、これからは急降下していく中で事業を考えろと言われていて、もう打つ手がないというか、アイデアが浮かばないというのが本音だという話をされていました。そこで、恐らく必要になるのが発想の転換ですよ。減っていく時代の中でどういう商売をやっていくかというのは、根本的な今までのやり方ではないのだろうなということ。

仙台市の発表の中で、私がすごくいいなと思ったのは、やっぱり防災とかですね。これから来る災害に対してしっかりと備えるということをすごくされているのはすばらしいなと思いました。

例えば私たちは秋保のエリアですごく大事だと思っているのはマーケティングです。マーケティングで必要なのは先読みと実装です。これから社会がそうなるのであれば、じゃあそれに備えた商売を考えていこう、そういう体制をつくっていこうという前提の中で動くべきなのですが、今まではそれがすべて上がっていくという前提、拡大志向の中でしか考えてこられなかったもので、減っていくということに対してアイデアが浮かばないというところだった。じゃあ減るものに対して増えていくものは何かということを考えていけば、海外需要ももちろんそうですが、やはりこれから南海トラフとか色々な自然災害であったり、大きい変化の中で生まれてくる需要であったり、実はチャンスというのはたくさんあって、それに対して目を向ける方というのが意外と少ないというのが実情かなと思っています。

そういう中で、秋保ですと、そのエリアの中でそういったマーケティング機能をしっかり実装して考えていく主体は誰だっていうと、いないのです。吸収合併の中で役場がなくなった秋保においては、秋保のまちづくりを本気で考える組織・団体というのが、秋保総合支所さんというのはあるのですけれども、行政サービスの執行機関という形になっているので、まちづくりプランというのもまだつくられていないというのが実際だったりします。

すみません、ちょっと脱線してきましたが、やはりこの先読みと、これから人口

が減少していくということは確実な事実。自然災害が来るというのも、やっぱり90%の確率で地震が来るとなれば、これはほぼ事実として考えたときに、企業がどういう対策をとっていくのか。じゃあそのときにマーケットはどう動くのか。震災の後に仙台市の経済活動が上がったという話がありましたが、逆にそういったときにどんどん仙台市としてどう成長していくのか。これはすごく大きいポイントかなと思っています。そういったことを思いながら聞いていました。

○福嶋会長 ありがとうございます。

○神部光崇委員

いわゆる実際輸出していかに多く取るかということが今論点だと思うのですけれども、まず前提となる基本的な考え方として、やっぱり外貨を取ることについては、域内にいかにキラーコンテンツをつくるか、オンリーワンの要素をどれだけ高められるかというコンセプトをみんな共有しなくてはいけないと思います。例えば観光地であれば蔵王、松島もありますが、最近キツネ村が非常ににぎわっているらしいのですが、あと東北大の卓越大学やナノテラス、経営資源、水とか電気とか、こういった部分も、やはり半導体のことなどを考えれば、どれだけ競争原理が働いて、競争というか優位な条件を出せるかというところが、割と目立ちませんが基本的なところとして大切だと思います。子供の教育機関についても優位性が確保できるとか、そういう一つ一つのところで差別化して、オンリーワンの要素を色々な分野でベクトルを合わせてつくって行って、全体として地域の優位性を高めるという、そういう地道な努力がまずベースにあって、いろいろ考えていくべきじゃないかなと思っています。

私の知り合いがこの間台湾に行ったら、先方の方がパークタウンの地図を出してきて、ここの土地を買いたいと言ったそうです。そんな具合に、いろいろ動きが出ているようですので、やっぱりその辺の意識をみんなを高めていく必要があるのかなと思っています。

あと、具体的な外貨の獲得については、ここでは特に輸出ですけれども、あとはやはり海外の投資家を取り込むという部分もあると思います。千葉委員は秋保ですけれども、ウェルカム秋保ということで、海外投資家、例えば東南アジアの投資家とか、その辺の方に対して、行政としても来てくださいよと、すばらしいところで

すよ、スキーのリゾートや色々なリゾートをつくれるはずですよ、とプレゼンする機会を、予算措置を講じて働きかけするというのも考えてもいいのではないかなと思います。

あと、外国人のところでは、資料にもありましたがやはり安価な労働力という考えだけじゃなくて、より自分の会社のキーパーソンとしてどれだけ育ててもらおうかというところまで考えていく必要があるのではないかなと思います。特に（東北大学が）卓越大学になって、外国人の留学生も増えてくるといいますから、彼らがやはり仙台の地元の企業に就職して、仙台のファンになっていくという、そういった努力が積み重なって、外国人が多く来てもらえる要素にもなってくるのではないかなと思います。

○福嶋会長 ありがとうございます。

○千葉大貴委員

本当に海外からのお金の流れはできてきています。私も今、月に多分五、六社ぐらいは秋保を案内していて、多分きっかけは星野リゾートさんが決まってから、そういう方々がとても多くいらっしゃって、投資の話がすごいです。ホテルを買いたいとか、土地を買いたいとか、そんな話がバンバン来ているのですけれども、ただ、一つ特徴としてすごく感じるのは、ソーシャルインパクトの指数というか考え方です。単に儲かるからというよりかは、やはり地域課題であったり、社会課題、環境も含めて、そういったものに対しての解決策や要素を秋保に求めているようです。そういった方々が今どんどん移住してきており、特に「グレートデーン」というブルワリーができてから本当に外国人が増えているんですよね。そういった方々と話をすると、「グレートデーン」があることによって、まず自分たちがここに着地できるという足がかりになっているのですが、やっぱり行く場所がないです。まだまだ秋保は弱くて、そこからじゃあ次、そういった人たちが一緒に働いて、例えば地元の人と何か文化をつくるかというところまでは至っていません。恐らく本当はインキュベーションのような機能が秋保にあって、そういった新しいスタートアップがどんどんできるようになってくれば、外国の方と地元の方が一緒につくる新しい文化、新しい会社というのができるのですが、今のところは海外の企業が来たというところで、多分星野リゾートもそうなのですが、黒船が来たみたいな感じの状態はまだとどまっているというのが現実かなと。ですので、異文化との関わり方という

のは、私はやっぱりローカルスタートアップの考え方がすごく大事ななと感じています。

○福嶋会長 ありがとうございます。

外国人については、大学では今、留学生のほうが、特に大学院のほうで、高学歴を求めて入学してきており、ほとんどのマスター、ドクターは圧倒的に留学生が多いです。おととい卒業式をやりましたが、学位を取るのは留学生の方がほとんどで、日本人はちょぼちょぼという。これで大丈夫なのかという気も大学の教員としてはしているのですが、留学生の中でもすごいアクティブで、多分仙台でスタートアップをつくるという子も何人かいるんですね。そういう人たちが日本人の学生に対してインパクトを与えている、ちょっと刺激を与えているというようなことも少しずつ始めてきております。日本人の学生はこれからどんどん減っていくと思うので、大学はひょっとしたらこれからは外国人のためのものになる可能性もあるのではないかと思います。ちょっと危機感は抱いております。

ただ、意欲も非常に高い、向上心が非常に強い人たちが集まってくるということは地域にとっても大変いいことだと思いますし、それはそれで前向きに捉えようと考えております。

○神部光崇委員 まず、さっき言い忘れたのは人口問題なのですが、取り組みとしては成果が出るまでに時間がかかる話でもあるので、やっぱり移民の話の正面切って少しみんなが議論しないと駄目な局面になってきているような感じがします。どうしても避けて通るといえるか、そんな感じがありますけれども、むしろやっぱり対峙して、しっかりそれを取り込んだモデルをつくるというのも必要なのではないかなと思っております。

あと、具体的な話で、海外事業の展開推進の事業のことなのですが、着眼点はいと思うのですがけれども、実際例えば目利きをどうするのかとか、やっぱり海外取引ですとドキュメンテーションの問題やカントリーリスクの問題、それから例えば売り先の信用リスクの問題など、単にビジネスの販売先を見つければ終わりということではなくて、やはり中長期のリレーションをしっかりとった中で海外事業をやっついていかなくてはいけないので、その辺のノウハウが今足元の企業にあるかどうか。その辺の指導や、タイムリーな情報提供など、そういったものを誰がやる形になるのですか。仙台市がなさるのですか。

○（事務局）産業振興課長

今回の海外展開推進事業の件を少しご説明させていただきますと、今回民間企業様への業務委託という形でこの事業を展開することとしております。まず500社程度のリストアップからやっていくのですけれども、プロポーザル形式で事業者様を選定させていただきましたが、今回委託先に決定した企業様につきましては、既にオンライン上のプラットフォームを運営しており、登録制で、海外展開を支援されている企業様を登録いただくことと、あと実際に海外展開をしたい企業様からご相談を受け付ける形で、そことマッチングしていくということをしている事業者様でございます。支援している事業者様については、国内外の様々な国、分野で、専門性を持った企業様が3,500社程度登録されていまして、自社事業として相談を受け付けながらマッチングしているという実績がございます。

単にマッチングをするだけではなく、受託事業者様自身でコンシェルジュという方々を雇っております、しっかりその企業様の課題を深掘りした上で、海外展開をしていくのがいいのかどうかというところも含めてヒアリングを行って、その上で、海外展開するのであればどういった国がいいのか、どういったプロセスでの進めていくのがいいのかというところを整理し専門の企業様にマッチングする、そこで具体的な支援を受けていくという形になっておりますので、入口としては今回我々もそういった形を活用させていただくことで、まず一步を踏み出させていただきたいと思っております。

ただ、今回は掘り起こしというところが我々の目的になっておりますので、そういった関心を企業様に持っていただいて、一步踏み出させていただくことを目指しておりますけれども、中長期的なリレーションや今、委員からお話がありました、その先どうするのだというところは確かに我々も課題感を持っておりますし、その後個社で海外に展開するというよりも、先ほど来お話あるようにある程度地域でまとまってというやり方も確かにあろうと思っておりますので、そこは我々も事業をやりながら並行してその先の支援策についてしっかり検討していかなければいけないと思っていたところでございます。

○神部光崇委員 この契約は何年までなのですか。

○（事務局）産業振興課長 こちらの事業自体は令和5年度の補正予算で組んだのですが、令和6年度に繰り越しております、来年度いっぱい事業ということでは

ず進めさせていただければと思っております。

○神部光崇委員 例えば3年後に輸出先が倒産したという場合はどうなるのですか。

○(事務局)産業振興課長 もちろん我々も支援策を来年度でスパッと切るのは望ましくないと思っておりますので、この事業をやりながらその後の支援策をどうしていくかというところは、その次の予算に向けて検討していきたいと思っております。

○神部光崇委員 これは地域の持続性を高めるための一つの方法であって、やっぱり課題としては長い課題だと思います。それをコンサルに1年でお願いして、それで終わりという形で対応していいのかどうか。やっぱりもうちょっとハンズオンで、きちんと定性的、定量的なものを知ったところからボトムアップで酌み上げていって、個別のニーズを拾って、中長期的にケアをしていくという体制をつくるべきではないかなと思います。

○(事務局)産業振興課長 従来から、仙台市だけではなく、ジェトロ様ですとか中小機構様ですとか、ハンズオン支援など中長期的な支援に取り組まれている機関の方々と連携をさせていただきまして、そちらの支援策につないでいくという取り組みもさせていただいております。やはりどうしても、海外展開の意向があり相談に来られた企業様を、そういう形で支援機関につなげていくというケースが多く、本市とつながっている企業様がある程度限定されていたので、今回はそこに限らず、もう少し裾野を広げていくため、この取り組みにより一歩踏み出す企業様を増やしていきたいと思っております。もちろんこの事業だけではなく、ジェトロ様ですとか中小機構様をはじめ、既にハンズオンで中長期的に海外展開を支援している事業もございますので、そういった事業ともしっかりと連携しながら、中長期的な取り組みにつなげていきたいと思っております。

○神部光崇委員 ぜひお願いします。

そして、やはり今回は全く輸出とかをしない先を対象にしているのですよね。海外への販路拡大に取り組んでいない市内の企業ということですね。

○(事務局)産業振興課長 今まで取り組まれていないところですか、取り組む意向はあったけれどもうまくいかなかったところに対して、こちらも伴走させていただく予定です。

○神部光崇委員 ですから、非常にわからないことだらけの船出になると思うので、丁寧をお願いしたいと思うし、今お話は出ませんでしたけれども、やはり銀行の力

も活用して、支援のプラットフォームをつくって回していくこともぜひご検討いただければと思います。

○（事務局）産業振興課長 ジェトロ様、中小機構様を例で出させていただきましたけれども、例えば商工会議所様や金融機関様にもこの事業実施に当たって事業説明と協力依頼に回らせていただいております、そういった関係機関の皆様ともしっかり連携しながら、経産局や宮城県なども含めて連携を図りながら、進めさせていただきたいと思っております。

○（事務局）イノベーション推進部長 1点だけ補足をさせてください。

今ご質問のあった事業は、そもそも仙台市内の企業でまだまだ輸出の段階には行っていない、要は裾野の拡大、掘り起こしに向けてちょっと一歩踏み出さなくてはいけないなという問題意識です。

今仙台市の事業で特にパイプが、先ほど中長期的なリレーシヨンの構築が非常に大事だというお話をされました。全くおっしゃるとおりで、その意味で今一番太いパイプと現地での支援が比較的手厚く、情報も、それから様々なリスク、パートナーの探索に至るまでサポートを提供できているのが、我々にとってはタイと台湾、この2か所が一番太い状況にはあります。ただ、これからその裾野の拡大を図っていくと、企業さんによって行きたいマーケット、関心があるところというのはそれぞれ違ってくる。まだまだ数が少ないところを掘り起こしながら、今持っているこの太いパイプをまずしっかり生かしていくのですけれども、さて、ここから先、本気で皆さんが意欲を持ち始めるときに、どういうサポート体制を組むかという点について、まさに今経産局さんとかジェトロさんとかとも意見交換しながら、今後つくっていかなくちゃいけないだろうなというふうに思っていますが、まだ現状においては、これからまず1回ザーッと掘り起こさないと駄目だなということでの今回の事業というふうにご理解いただければと思います。ただ、おっしゃる問題意識は全くそのとおりだと理解しています。

○（事務局）産業政策部長 私からも1点だけ補足させていただきたいと思っております。

先ほど田口委員の資料にもありました、上場企業でオカムラ食品さんという青森の会社がありまして、こちらの会社さんは上場に当たりまして政府系金融機関からお金を借りようとするとき、協調融資が必要なので、民間からもということがあったのですけれども、青森市内で金融機関を探したところ、海外展開に対してはなか

なか後ろ向きなところが多く、協力するところが得られず、仙台市で海外展開に非常に意欲を持っている民間の金融機関と組んで協調融資を得て上場に至ったという経緯がありますので、そういう仙台市のポテンシャルなども生かしながら進めていきたいと考えております。

○福嶋会長 ありがとうございます。

○千葉大貴委員 私も今農林水産省のEAT!MEAT!JAPANというプロジェクトで、全国の輸出事業者さんの審査とサポートをやっています。毎年200社ぐらい応募があって、お話を聞いているのですが、やっぱりなかなか小さい中小企業さんの輸出は難しいというのが実感です。田口委員のレポートは、すごく的確なことがいっぱい書かれていて、理由もここに書かれていると思うのですけれども、中途半端に出ていっても、ナショナルリスクもありますし、やっぱりこの規模の経済に勝てないですね。単発でそういった売り場をつくれたとしても継続していかないというところがあります。じゃあどうするかという話で、さっきの「グレートデー」の社長さんは日本に進出してきた立場で、もともとイタリア系移民で、アメリカで成功して、海外に展開しているという方々なのですが、彼らは「Burn the ship」という言葉を使って、「船を焼け」ということなのですが、何かというと「退路を断て」という。今回、醸造責任者は、向こうの自宅を全部売却して、家族ごと来ました。それぐらいの覚悟でやると。工場も本当であればもっと小さいマイクロブルワリーからスタートしたらいいのではないかという話をずっとしていたのですが、もうそこは徹底してこだわって、「8億円規模ぐらいやらないと絶対成功しない、最初からこれぐらいやるんだ」という話を一貫して。日本のメンバーは結構そこに対して「いやいや、日本はそうじゃないから」と言っていたのですが、結果、始まってみたらその規模の体制でどんどんどんどんマーケットを侵食、一月で3万本以上売ったと言っていました。

そうすると、海外ビジネスの成功の秘訣というのは、恐らくそういった法則が、多少なりともあるのだろうと。そういうことを考えると、やっぱりその支援の仕方、資金調達も含めて、指導の仕方も、正直200社毎回審査しているんですけども、本当にキラッと光るのは数社です。その数社の中でのノウハウというのをもっと仙台市の中で共有して、支援したほうがいいのではないかなということは感じました。

○田口庸友委員 そうですね、確かに覚悟の大きさというのは成功の秘訣なのかなと

思いますけれども、中小企業が海外に展開したいと思っているところはいっぱいあると思います。でも、やっぱり規模が小さいと難しいというのがあって、逆にある程度の規模があれば、日本製品、商品の品質の評価が高いということで、非常に高い価格で多く買ってくれるというところもあるということです。グローバル経済はいまだにやっぱりスケールメリットが効くということが言えて、国内と全く発想が逆なのかなと思います。先ほど海外で稼いでいる企業という話をしましたけれども、何か新しいことをやっているわけじゃないです。日本でかつてやってきたことが日本で通用しなくなったので、海外で大成功しているということです。特に東南アジアとかなのです。ということを見ると、今中小企業が出ようと思ったら、かつて日本が成功したモデルというのを、規模の経済、右肩上がりの発想でいくということが必要で、そういった意味で先ほど見せたアジアの経済成長率を見ると、まさに高度成長期から後の日本だなということがありますので、やっぱりある程度のスケールメリットを持って行くということが大事なのではないかなと。

ただ、今日言ったのは、なぜそれがわかっていてうまくいかないのだろうと。これは若干偏見もあるかもしれませんが、経営者の高齢化という問題が大きいと思います。新しいことを躊躇するというよりは、自分の成功体験が強すぎたので、発想が変えられないということがやはり大きいかなと思っています。ですから、チャンスは、若い経営者に代わったような企業が中心になって発想を変えていける、その代替わりした企業がこれまでのしがらみを捨てて手を取り合えるというようなことができれば、海外は大きなチャンスではないのかなということがありまして、いろんなリスクはもちろんあるのですけれども、それはどこでもそうですし、ただ日本が馴染みだけであって、海外も馴染めばむしろそっちのほうがやりやすいということもあると思います。そういうことを考えると、ある程度の時間も必要だと思いますし、経営者の代替わりとともにスケールメリットを持って、日本企業が手を携えて海外に打って出るといったことは、それは仙台市の支援の対象になるのではないのかなと思ったりします。

- 福嶋会長 確かに、よく国際経営などで出てくる若い経営者の事例は、後継者が例えば商社や銀行などに勤めていて、戻ってきてお父さんを継ぎましたと。そして、何か新しいことをやりましょうということの一つで国際化をやっているというケースがよくあります。留学していたりすると、海外に進出することはそれほど抵抗あ

りませんというような形で進めているという事例は確かに見かけます。経営者の若さというのは一つ鍵なのかもしれないですね。

- 長内綾子委員 規模がすごく小さい事業の話なのですが、多分今年度の経済局の海外販路拡大の補助金をいただいていたタゼンさんに実は私も関わっていて、1月にフランスのパリで行っていたメゾンという展示会にブースを出展されて、私のほうではそのデザインとかディスプレイの指導とか、そういうのをお手伝いさせていただきました。そもそも副社長が銅の製品を作られている職人さんです。それを海外で売りたいという話は前々から10年計画みたいなのを一緒につくって、その中で何年後には海外進出しようみたいなのをやっていたのですけれども、最初の意外なきっかけというのが、去年シンガポールの飲食店の方に80万円ぐらいするやかんを納めたことがあったと。それがどういうきっかけだったかという、たまたま仙台出身でハンドメイドの靴を作っていたらっしゃる方がいて、その方と小さな展示会で一緒になったと。そして、今度シンガポールで自分の個展をするけれども、よかったら一緒に行きますかみたいな軽い気持ちの視察で行ったと。そしたら、向こうのその展示会を主催してくださっている方というのがさっき言った飲食店の方で、要は友達の友達という信頼感、信用みたいなことで、「この人が紹介してくれる人だから、すごくいい人に違いない」ということで、仕事につながったという話がありました。それは多分大いにあると思っていて、何か大きな輸出のものになると当然そういうことだけではないのしょうけれども、さっき言っていたような小さなビジネス、オリジナルを作っていたらっしゃる方みたいな方たちに限っては、そういうやり方もすごく有効だろうと思っています。実際そのメゾンに出るときも、「友達100人つくれるかな」というのをテーマにしました。つまり、その場ですぐ受注につながらなくても、とにかく面白いと思わせる。それって一つのプロデュース力だと思うのですが、仙台はそのプロデュースをできる支援者がいない気がします。少ないと思います。さっき仙台市ブランドみたいな話が1個出ていましたけれども、多分何年前に経済局でされていましたよね。それが花開かなかった理由は何なのかというのは多分振り返られているとは思いますが、やっぱりプロデュース能力と、どの企業に声をかけるかというのが、公募になっている時点でアウトだと思います。この会議でも何回か言っていますけれども、もうこの人に支援すると決める、その目利き力を担当課の皆さんには鍛えていただきたいし、

外部の専門家をうまく使うということをされるべきではないかなと思います。そのくらい本気でブランドをつくるということは大変なことなので、集まってきた人たちでブランドをつくりましょうなんてできるわけがないです。そこはもう過去を繰り返さずにやっていただけるといいかなと思いました。

タゼンさんも、熱燗を作る酒器を作っているのですけれども、日本酒のメーカーさんと一緒にコラボしたりしています。そういう他業種とのコラボレーションというのも今は当たり前かもしれないです。その仕組みと、それをちゃんとプロデュース、ブランディング、支援できるクリエイティブ能力の高い方というのをしっかりと味方につけていただけるといいのではないかなと思います。

○福嶋会長 ありがとうございます。

○神部光崇委員 この間タゼンさんは会社の社屋のところでプレゼンテーションをされていて、外国人さんがいっぱい見ていましたよ。

○長内綾子委員 本当にパリのメゾンを見に来た方が、仙台に遊びに来られているんですね。

○福嶋会長 展覧会、展示会みたいなものですよ。展示会などに出展するのを支援するという事はやられているのですか。

○（事務局）産業振興課長 やっています。

○福嶋会長 岩手のほうの地域で、医療機器を作っている会社たちが複数社で一緒になって、ドイツのMEDICAという医療機器最大の展示会に出展しています。そこに費用だけじゃなくて高校生や高専生、大学生を連れて行って営業させるみたいなことをさせていたりとかして、いわゆる将来のことを考えて人材育成と今の国際化というのを一緒に兼ねてやっているグループがありました。なかなか高校生も、英語はしゃべれないけれども、二、三日行くとかなり営業トークができるようになっていて、それはすごく好評で、しかも高校生の渡航費は全部皆さんのドネーションでやっていました。

○千葉大貴委員 学生の話で思い出したのですけれども、仙台は専門学校がすごく多いじゃないですか。私の会社は榴ヶ岡にあるのですけれども、三幸学園さんという専門学校がたくさんあって、本当に実践的な教育をされています。今は商品開発なども、有名ホテルのウェスティンさんとかロイヤルパークホテルさんとかのメニュー開発をやったりもしていて、生徒さんが作った商品を売る日になると長蛇の行

列ができています。あの学生さんたちは東北六県から来ているのですが、優秀な方が多くて、学校の授業だけで終わってしまうのはもったいないと思っています。私たちもたまに講義をするのですが、ああいう専門学校の方々はずぐに働きたい、もしくは即戦力なので、例えば今、二口の奥のほうにアウトドアの開発を考えているのですが、そういったところで一緒に何かできませんかと話をしたら、サテライトが欲しいと言われました。授業をやるのだったら、秋保で授業ができる場所を用意してくれたら、すぐにカリキュラムを組みますとおっしゃっていたので、多分生徒からしても、実践的に現場に入って教育を受けて、そこで自分の経験も積めるし、いろんな人脈やつながりも作ることができる。これは海外のスローフードとか色々なところでやっているやり方です。東北大学は本当に皆さん優秀な方が多いのですが、一方で専門学校の学生さんたちは現場の即戦力としてはすごくネットワークも軽く優秀なので、そういった方々との連携というのもできないかなと思いました。

○福嶋会長 将来への投資みたいなところでもありますよね。

○千葉大貴委員 はい。そのまま社員でうちは1人採りました。

○福嶋会長 そうなのですか。

○加藤牧子委員 私どももスタートアップで、まだ小さい会社ですが、一応製品の輸出など少し実績があります。ただ、自分たちで輸出するというのはやっぱりちょっと難しいというところがありまして、商社さんを介して物を販売しているというのが現状になります。

自分たちの商品は、ちょっと細くなるのですが、試薬と原料という2つの種類をやっています。試薬は大きい試薬ばかりを扱っている商社さんをお願いをしております。そうしますともうその販売網が結局今の時点であるわけなので、そこに自分たちの商品も一緒に乗っけてもらうことで販売につながったというところが取り組みとしてはありました。

原料のほうはやはりなかなか得意・不得意とか、化学向けとか化粧品向けとか食品向けとかいろいろ種類があるので、商社さんは結構自分たちの得意分野というのがそれぞれ違うので、その都度いろいろな商社さんとやりとりをしているというのが現状にはなっています。

なので、そこでどうしていくかというようなところですが、田口委員の資

料も拝見していて、やっぱり1個1個に支援するというよりは、まとまって会社なり商社さんなりをうまく使って物を出していくというのがいいのではないのかなと感じているところです。

この販路開拓推進事業のほうは、どちらかというと個別の対応が多いのかなと感じるところはあるのですが、それが何かまとまってできるようなことがないのかとか、そもそも取り組んでいない人たちに個別にアプローチするというのは結構無駄になることが多いのではないかなと思っておりまして、例えばまとまってセミナーみたいなものをしてみるとかはどうなのかなと感じたところです。

あと、東北大のスタートアップは、最近は海外に出ようとして活動している企業をいくつか聞いていまして、海外の展示会に結構出始めていると感じています。自分たちはまだちょっと出られてはいないので、やっぱり展示会に出るといのはすごくお金がかかるので、自分たちがもしやるとすると、ジェトロさんとかがやっているような企業を集めてジャパンプースみたいな形で一緒に出ていくような取り組みとかが結構入りやすいのではないかなと思っているので、何社か集まって出られるような仕組みをつくっていただけるとか、そういう取り組みにつながるような支援をしていただけるといのが中小企業としてはいいのではないかなと感じているところです。

○福嶋会長

東北大のあるAIの会社が、トロントでやっている展示会に出て、ちょっと話題になっていたんですね。その直後に私もちょっとトロントに行って、東北大のベンチャーが出ていたよみたいなことを言われました。ジェトロ・トロントが結構支援していましたね。

○加藤牧子委員　あと、CESというラスベガスでやっているすごく大きい展示会に東北大のベンチャーが2社出ていました。2023年と2024年も出ていたのですけれども、結構そういう大きなところにも出始めているので、やっぱり海外に出ていくとなるとそういうところを踏んでいくのだろうなと感じました。

○福嶋会長　ありがとうございます。

○高橋蔵人委員　1つその前に質問ですけれども、今回目標値を6%から10%にしたという、パーセント表記なのですか、これは金額でいうとどれぐらいをイメージして言っているのですか。それによってアドバイスや、話す施策の内容が全

く違うので。

○（事務局）経済企画課長 この数字は企業向けのアンケートで集計した数字で、具体的な金額までは把握しておりません。本当に取り組んでいるのかいないのかというところまでしか現状では集計していないというのが現状でございます。

○高橋蔵人委員 そうですね。なので、ここですごく難しいのは、海外需要と私議論を2つに分けたいのですが、域外から取ってくる、さっきの上場スタートアップみたいに国内だけで外から取ってくるという話と外向けの話というのは結局最終的な経済インパクトは薄いはずなのです。そんなに大きくないと思います。ただ、外でやっているという、何かそこがすごく大きく取り上げられるけれども、我々仙台市民が普段住んでいる中で触れ合うかということ、ちょっと乖離があると思っています。なので、この割合を増やすのであれば今の施策でいいと思います。どんどんやればいいと思います。先ほど委員も言っていたように指名で、「あなたの領域はすごいチャンスがあるから、行こうよ、行こうよ」と。そしたら10%いくと思います。10%というこの数値的な目標に対しては、私はもうやり切り力だと思っています。そこに対してはフィットする領域、業界があると思うので、一次産業であるとか文化だとか、やはり日本に付加価値が付きやすい領域が強くて、それ以外はどっちかという弱いので、もう振り切ってしまうとこの10%というのはいくのではないかなと思っています。なので、これは毎回なのですが、額の議論がおそらく行政側って難しいと思うんですね。金額コミットがしづらいので、そういうところを我々のほうに金額とともに言うことで、施策はやはり変わってくるのですよ。私ずっと前にも、経済COMPASSでこれまでにないぐらいの仙台市の収益として上げていきたいということであれば大企業1社を、エレクトロンを東京本社からこっちに移すだけで終わりですよねという話をしたと思います。やっぱり額の議論と施策の議論がひもづかないことが毎回のイシューという課題設計で、私はすごくつらく感じるどころです。効果的に、すごく議論を活発かつインパクトあるものにするためにも、もう一步落として議論させていただくと、すごく助かるなと思います。

例えば、5年ぐらい前、高度人材とって、東北大に海外から優秀な学生たちが当時3,000名ぐらい来ていますと。そういう学生の多くが、宮城県に残りたいと、東京に行きたくない。特にさっき留学生がたくさんいるとって、ここにもデータが出ていましたけれども、実は中国の方が一番今アジア圏で多いです。昔、東北

大が付き合えていたようなレベルの大学とは今付き合えていなくて、工学部の一部の領域とか高い領域においては日本で一番と言われるような東北大と海外の1番が付き合えているのですが、実は今レイヤーが落ちているんです。そういった優秀な学生を仙台に残したいと実は思っている中でPBLの取り組みをしてほしいとやったこともそういえばありました。あとはやっぱり物を売るのか、仕組みを売るのか。シンプルに言うと、ビジネスなので売るチャンスはあると思うのですが、我々一次産業をやっている中、もしくはものづくりをやっている中で、よし、オーダー1万来ましたっていったら、もう1万取れないんですよね。生産能力にそもそも課題があるから。なので、やっぱりさっきの金額と一緒に売りたいけれども、我々にはキャップがはまっていると。上限がはまっているという条件下の中で、500円で売ったものを1万円で売りたい努力なのか、それともこれを5,000個売りたいのか、もう総じてわかっているようなことは、やっぱりそういうところも変えながら議論すべきだなと思っています。

例えば仕組みを売るということのヒントになるかわからないですが、この間「仙台グローバルスタートアップ・キャンパス」でボストンに行きました。ボストンで、ハーバードを出て、MBAを出て、ラーメン屋をやっていますという日本人の学生がいました。SMB卒ですね。彼は儲かっていると言っていました。何で日本のラーメン屋は外に行くと儲からないのだと言ったら、普通にビジネスが理解できる経営者で、英語ができて、ラーメンを作れる人がいないだけだと。ラーメンは作れるけれどもビジネスがわからない人が多いと。外に行けば、当然小麦の値段は安いし、豚骨だって、骨だって良品質なものができるし、単価も高いというので、フィットすると。もしかしたら我々が売るのは、こういった仕組みとかノウハウという視点であれば、さっきの上限というのはなくなります。一つでも仕組みを考えれば1,000個でも2,000個でも3,000個でもパッケージして売れるので、物とかにとらわれずに、特に仙台市が力を入れているデジタルの領域であるとか、少し自分たちが金額基準でどういったところを目指したいかによって中身がいくつか変わるのではないかなと思いました。

あとは、域外需要ということで、今のは海外の話ですが、やはり半導体に来る中で、あれはやっぱり一つ経済を回すトリガーになり得るという中で、東北域外からの集客をどう持ってくるかというのはまず戦略的に取り得ると思うので、そ

ういったところも一つじゃないかなと思います。

ただ、すごく難しい課題設定で、どこから話せばいいのかわからないときに、先ほど委員もおっしゃっていましたが、仙台市はまず国内で域外に対してブランドをすることが得意なのかと。実は私はプロジェクトの下のほうで関わっていて、ちょっといろいろ思ったことが当時あったので、得意じゃないのに、すぐ外でというのは安易ではないかと思いました。すぐ外というのは安易な話なので、件数としてはこれぐらいだけでも、まずはここを集中してやりますだけでいいのではないかなと私は捉えています。

なので、ここにはすごい 이슈が凝縮されているので、私はもうここだけじゃなくて、やっぱり手段の一つとして、先ほど言ったように人口が減少する中、中小企業の経営者という数値もやっぱり出していただいて、そういった経営者がたくさんいる中で、今やっている中小の中堅企業の支援パッケージという中の一つとして、企業統合をもっと図る施策の中で、コングロマリット化する中の手段の一つとして海外とかポートフォリオを組んでいく一つとして一緒にという中で、田口委員が言っていたような地域商社のようなホールディングスをつくって、などということが、すべて課題としてつながってくる事象の一つだと思うので、その連続性を持てば、選ばれる都市というのに仙台がだんだん強みを持っていけるのではないかなと思います。

○福嶋会長 ありがとうございます。

○羽山暁子委員 個人的な感想でいうと、海外のビジネスを立ち上げたいなという気持ちで今ワクワクしているという感想です。去年ですけれども、新卒採用にうちの会社が動こうとしました。そのときに、A I Uの学生がインターンに来てくれて、すごく優秀な子で、彼女が来てくれるといいなと思っていたのですけれども、最後の最後で秋田の企業に就職をしてしまいました。どこに就職したかというと、花火師の工場に就職をしまして、それは秋田県の雇用労働政策課がインターンシップのマッチングの事業をやっていて、そこから紹介をされて、大曲の花火師さんが「海外に出ていきたいのだけれども、その事業を担える子がいなくて」というので、本当に立ち上げのレイヤーで、「これやってみたい」ということで、そこに新卒で就職をしました。選ばれなかったのですけれども、結果的に今でもすごい仲良くしていて、「どうよ」という話をするので、かなり大変そうではありながら、秋田県さ

んのサポートも少し受けながら販路を開拓しているようです。彼女はすごいパワフルなので、カナダ人の採用を今度彼女が友達から引っ張ってきて、そこでちょっと販路ができそうですというので、結構楽しそうにやっているということがありました。その子は東京からA I Uに行った子ですけれども、そういう子もいるという、私のただのn = 1の経験です。

そういう中、何かマッチングがあると、さっきどこかでインターシップという話もありましたけれども、そういう町工場だったり、小さい中小企業はなかなか学生を発見できないと思うので、そういうところに対する企業側のニーズと学生側のニーズというのを丁寧に掘り起こしながらマッチングするという機能は必要なのかなと思っています。

○福嶋会長 ありがとうございます。

○高橋蔵人委員 私、ドイツ人の学生をインターンというか採用前提でここ9か月ぐらいずっと雇っていました。東北大の博士を出て、彼も高度人材で、地元に残りたいと。地元の中小を受けたけれども、想定した企業はありませんでした。東北大から私のところにかかってきて、やってくれないかと言われて始めました。ただ、やっぱりわかったのは、中小企業というのは売り上げとセットじゃないと採用できないということです。この人ちょっとこういうことができるから」では、大企業でないと難しいです。この人を採用できれば、売り上げも一緒に月100万、1,000万円、1億上がるという、そのセットがないとやはり企業は採用が難しいですね。実際、ずっと悩んだ結果、彼は一回国に帰ってもう一回戻ってくるようになったのですけれども、すごく難しいなと思いました。なので、今おっしゃっていただいたようなインターンシップという機会は昔からやっているのですが、まだやり切れていないと思うので、やっぱりすごくいいなとは思っています。私が彼に課した仕事の一つは、疑似的に我々が国外輸出した場合の市場調査とかをお願いしたのですけれども、そういうのはフィットするのですが、売り上げにならないのですよね。事業開発費としてコストなので。そういう領域であればものすごく生きる。ただ、そこで彼らの価値は、やっぱり国内の日本企業ということを知って、自分にフィットする会社に次にしっかり勤めてもらうとか、あとはこういった学生を地域の何社かで、どこかが採用して業務委託という形で送り出せないかという仕組みも考えたのですけれども、なかなかうまくいかずに終わってしまったというのがあるので、学生時代にや

はりインターンシップというか、先ほど言っていた国外に行く前にまずは疑似的な国外輸出というものをそういった学生とか大学を通してまずは実現してみるということも一つあるのではないかなと。施策パッケージの中で少し交流とありましたけれども、そこをもう少し他事業というか、仙台の、特に経済局でやっているような少し先進的なクロス展開、ほかの事業でやっているような企業に対して例えば親和性を持って取り組むとか、クロスファンクショナルでやればここもすごく活きるのではないかなと思いました。

○福嶋会長 ありがとうございます。留学生はビザの問題も神経質なので、やっぱりインターンシップで例えばビザがありますとなるとかなり熱心にやる子も増えると思います。

○中嶋竜夫委員

本日皆さんのお話を聞くと、共感できる部分もあって、私もそうだというふうに思っていたのですけれども、外貨を稼ぐという、稼ぐ金額がわからないと、ちょっと考えるのが難しいなどは思っていました。なので、その金額というか規模というか、それがある程度明示されないと、どうやって稼ぐという意味合いではなかなか考えを巡らすのは難しいと思っておりましたので、申し上げます。

あと、私が所属しているソフトウェア業界の話を少しいたしますと、仙台のソフトウェア企業は大体600社から700社ぐらいあるのですけれども、海外展開を考えているかというのと、考えていないと言ってもいいのかなと正直思います。ただ、私の知人で海外展開している企業があったので、少し話を聞いてみました。その企業は日本のスタッフは20名ぐらいで、海外スタッフは100名ぐらいの仙台が地元のソフトウェア企業です。理由は割愛いたしますけれども、例えば我々が日常的に普段行っているソフトウェア業で外貨を獲得するというのは、恐らくかなり難しいだろうという結論になりました。いわゆる受託開発系ですね。あともう一つ考えられるのがパッケージもしくは製品を販売しようということですが、それは海外展開云々以前の問題として、パッケージを開発するのは非常に難しい。これで成功するのは仙台の企業ではほとんどないと言ってもいいぐらいなので、極めて難易度の高い試みになるだろうなと思いました。

じゃあ現実的にどうするのかということ、やはり訪日外国人需要の取り込みに向けて、我々は手段として恐らく協力できるのだろうなというのが普通に考えられるこ

とですかね。ソフトウェア業で稼ぐというよりは、仙台ならではのコンテンツを海外に発信していくとか活用していく段階での手段として地元のソフトウェア企業は考えられるだろうというふうに思いました。

また、越境ECもそうですね。まさにソフトウェア業に関する部分なので、いわゆる観光客、ツーリズムの部分と越境ECというところがやはり取り組みやすいだろうなというのは率直に思ったところです。

あと、中小企業1社だけだと取り組みが難しいというお話も全くそのとおりで、私と地元の若手のIT企業の社長がほかに4名、全員5名で実は今ホールディングスを設立しようと取り組んでいます。やはりこれは中小企業だとどうしても体力的、資金的に、あるいはマンパワー的にできることに限界があるので、その場合はM&Aなり、合併するというのはかなり難易度が高いのですけれども、ホールディングスのような形態で、ボリュームあるいは企業規模というのを大きくして、何か共通の課題を取り込むというのは恐らく有力だということで、ここ1年ぐらい取り組んできました。それが今まさに形になろうとしているので、そういったお話も今日あったので、自分たちが取り組んでいることもあながち大きく間違っていないという自信にもつながった次第です。

○福嶋会長 ありがとうございます。

○長内綾子委員 行政の一番のまずいところと言うと、縦割りであると思います。部局ごとの連携がなかなか取れない。それをやっぱり改善していただきたいなと思っています。経済は特に文化観光局とも密接というか、今はもう一緒ぐらいの話だと思えるのですけれども、この手の話が出てくると理系の話ばかりで、文化と全然関係ないなみたいな気がします。まちなかの回遊の話もそうですけれども、文化コンテンツでどうやってお金を稼ぐのかみたいな話ももっとこの会議でやれたらよかったなと正直思っていました。既に何年か前に市役所もやっていたけれども、ジョジョとのタイアップですとか、ハイキュー!! と仙台ならではの文化コンテンツをつくらうと思ったら、投資と費用対効果で結構稼げるものってあるだろう、みたいな話とか、メディアテークの事業費をちゃんとつけて、いつ来ても何かやっているみたいな状況をつくっているとか、それは本当に経済の話と一緒にだと思います。なので、来年度どういうお話になるかわからないですけれども、もうちょっと文化観光局さんと経済局と一緒にやっていけるといいと思います。

○（事務局）経済局長 結論から言うと、これまでにないレベルで経済局と文化観光局の連携を進めようと思っておりますし、来年度の文化観光局がこの場に出席してもいいと思うぐらいです。

先日、ハーバード・ビジネス・スクールの皆さんが、毎年仙台に来てくれていて、社会課題のフィールドワークをしているのですが、担当している東北大学の先生が言うには、参加者の中には日本のアニメなどにすごく興味を持っている人がいて、アニメコンテンツやアニメに関連するような仙台市のマップをいただけないかという依頼があり、文化観光局にお願いして作ってもらいました。中小企業は体力も規模の話もあるし、輸出を単独行うのは厳しいというお話がありました。また、言葉がしゃべれてラーメンが作れてという人がなかなかいないという指摘もありましたが、ここに来てくれる人たちを対象として何かを売っていくというところから始めていて、徐々に段階を上げていくということはあり得るのではないかと考えています。

また、すべての中小企業が海外市場を狙うかということ、現実的にまず無理だと思います。企業は単体で成り立っているわけではなくて、必ず産業連関というのがあるから、そこに納入している人たちも域内にいるわけですから、そうやって地域全体として稼ぐというようなやり方は、地道ではありますが、確実に成果が出るのではないかと考えています。

もう一つは、ホールディングスの話もありました。確かに地域商社のようなやり方やブランディングは、東北はあまり得意ではない、いいものはあるけれども売れていないというところがあると思うので、目利きの力も借りて、総合力でやってみてくれないかと思っています。

いずれにしても、もう少し局横断的な、付加価値を高め、そこにみんなが乗っていくような仕掛けというものを考えていきたいと思っています。

○長内綾子委員 期待できそうですね。

○福嶋会長 ありがとうございます。

○田口庸友委員

最後に言おうと思っていたのですが、実はこの補助金とか支援で、東日本大震災で経験したグループ補助金という、いい制度があるので、ぜひこれをこの施策にも生かしてほしいです。単独の支援をするのではなくて、ある程度まとまってやろうと。例えばこのホールディングの利害関係ではないですが、点の支援

でなくて線と面の支援といったものが、色々な制約はあると思いますが、検討していただくとセットで支援ができると思います。そうすると相乗効果が大きいのではないかなと思いますので、ご検討いただければと思います。

○福嶋会長 ありがとうございます。

○千葉大貴委員 田口委員のレポートのまとめをずっと見ていて、連携がなぜできないかというところですけども、やっぱり生態系をつくるしかないと思います。これができたらこれが動いてとか、この人たちを生かすためにはこの人たちが必要だねという生態系ができて、それぞれが認め合った中で、価値を生み出し利益を享受できると、恐らくその地域というのは元気になってくると。

今、経済産業省のほうで地域課題解決のための方針策定というのをやっていて、今秋保の会社がローカル・ゼブラ企業というのに選出されたのですけれども、やっぱりその生態系の中で、さっきのブランディングの話でいうと、私さっき200社毎年審査していると言ったのですが、大体が毎回一緒です。味噌、醤油、お茶など、出てくるものが大体一緒です。なので、3年目で「もう無駄じゃないですか」みたいな話になるぐらい、毎年日本中から上がってくるコンテンツが一緒です。となると、やっぱりおいしいとか安いとか、そういうことではないのだなと。地域らしさということをどういうふうに追求していくかということも大事かなと思います。私は兄がアメリカ人で、義理の姉がトルコ人なのですけれども、彼らが日本に来たときに一番楽しんだのが、楽天の試合でした。楽天はちょっと特殊ですよ。観覧車があったり、色々なイベントがあって、勝つと最後にDJブースみたいなところでイーグルス音頭を歌うみたいな。「何だこれは」みたいに外国人も愕然としていました。やっぱりその体験の中で、私たちは今秋保で50社ぐらい入っているAKIU VALLEY協議会という団体をつくっておりますが、イヌワシという二口に生息している神聖な鳥がいるので、コンテンツとして発信していこうと考えています。楽天も、実はベガルタもイヌワシですよ。

○郡和子市長 ベガッ太君。そうですね。

○千葉大貴委員 海外のサッカーのまちでも、みんなそのTシャツを着ていたりとか帽子をかぶっていたりして熱狂的ですよね。イヌワシという文化においても、シンボルになるものや文化が附帯していくと、単なる野球じゃなくなってきましたよね。やっぱりそのまちの野球か、そのまちの森とか自然という話になってくるので、

何かそういう単なる価値を生み出すというのは実は特異なものではないというところは最後にちょっと一言伝えたいと思いました。

○福嶋会長 ありがとうございます。

それでは、本日の議論について郡市長からコメントをいただければと思います。

○郡和子市長 毎回この会議は刺激的なお話が多いわけですがけれども、今回特に来年度この仙台経済COMPASSを具現化していく上でどのようなことが必要なのかということで、活発にご議論いただきました。実に様々な事例の紹介もいただきましたし、それから新しいヒントも頂戴いたしました。それから、叱咤激励もあったかと思います。

そういう意味で、やはりこれから先、人口減少が避けられない中で、どういうふうに市場を拡張していくのかという観点からいうと、やはりまだまだ手を尽くしていくべきことがあるとあっていて、今般、仙台経済COMPASSとしてまとめさせていただいたところでございます。

文化コンテンツとの融合ですとか、スポーツとの融合ですとか、様々な歴史的なもの、あるいは手仕事との提携ですとか、いろいろな「らしさ」ということを強調してやっていくというようなお話も、私自身も非常に心に響いたところでして、ぜひ新たな購入者を増やしていく、そしてまた新たな地域への文化的な形でのアピールを増やしていく、そういう取り組みも含めて、スタートを切らせていただきたいと思いますので、これからもぜひまた様々ご意見をお聞かせいただければ幸いに存じます。本当にありがとうございました。

○福嶋会長 ありがとうございます。

今日の議論の総括はもうほとんど皆さんにさせていただいたということで、今日は割愛させていただいてよろしいでしょうか。

反省点としては、国際化、外貨を稼ぐということで、アウトバウンドとインバウンドが少々ごちゃごちゃになっていたこと。あとは、業種によってやっぱり状況が違うということもわかってきましたが、その中にあっても例えばまとまって支援しましょうとか、あるいは可能性があるところ、やっぱりフィージブルの部分とそうじゃないところがありますので、目利きとか、若手であるとかという、色々なキーワードが出てきたと思います。それをまたまとめて、次の施策に生かしていただければと思います。

ということで、本日の会議はここまでとさせていただきたいと思います。皆さん、大変活発なご議論をいただき、どうもありがとうございました。

5. 閉会

○（事務局）経済企画課企画調整係長 皆様、長時間にわたりご議論ありがとうございました。

本日、委員の皆様からいただいたご意見やご提案など、次回の会議に向けて事務局のほうで整理させていただきたいと思います。

以上をもちまして、第34回仙台市中小企業活性化会議は閉会とさせていただきます。

補足

（※仙台市中小企業活性化会議では、時間の都合で発言できなかった意見等について後日委員より提出があった場合、会議において発言された意見として取り扱うこととしている。）

○加藤牧子委員

当社の海外販売は商社を利用している旨を発言しましたが、言葉が足りなかったと考えているので、追加をお願いいたします。

当社製品の販売として、海外での実績がある。すべて商社を経由しており、自社では輸出を行っていない。

製品は、試薬と原料がある。試薬は専門商社が世界中の販売ネットワークを持っており、そこに当社の製品を載せてもらう形とした。原料は、様々な分野があり、例えば、食品、化粧品、化学品向けなどそれぞれ商社の得意な顧客や得意な地域も異なるため、顧客にあった商社と複数付き合っている。

そのため、販路開拓支援では、自社で輸出することだけを考えるのではなく、そういった商社うまく絡ませることも考えるのが良いのではないかと思う。