

市内中規模事業所の事業活動にかかる 実態調査ヒアリング結果報告

※アンケート調査票の回答があった1,023社のうち、「域外への事業展開を行っている」と回答した企業から14社を抽出し、ヒアリング調査を実施。

平成30年10月24日
仙 台 市 経 済 局

域外へ事業展開したきっかけ/うまくいった要因

- 取引のあった企業の域外進出に併せて、進出地域での協業体制が構築できた（広告代理店）
- 大手企業の子会社との取引がきっかけで親会社を紹介してもらい、東京進出につながった（土業）
- 全国展開している大手顧客との取引から、新たな取引が生まれている。近年は東南アジア進出を打診されており、進出を検討中（空調工事）
- 代表者の人脈を使ってコネクション営業しているほか、大手主催のコミュニティなどへの参加をきっかけに受注が増加（システム開発業）
- 栃木県の結婚式場を取得したことがきっかけで、栃木県・茨城県域のマーケティング調査を実施し、更に事業を展開（ブライダル事業）
- 公共事業が減っているため、他地域に展開していかざるを得なかった（建設コンサル）
- 同業種は定休であることが多い日曜にも営業することで、他社との差別化を図れており、全国から注文が入るようになった（自動車リサイクル部品販売業）
- 「英語を話すこと」ことではなく、「簡単な英語を使って商品販売につなげる方法」に焦点を当てた結果、他社との差別化を図ることができた（英語研修）

課題に感じていること/行政に求める支援

人材に関すること

- 派遣会社を使っているが、紹介料が高額で中小企業が対応できるレベルを超えている。企業の負担が軽減される採用システムを構築してほしい（土業）
- 生産体制の人員不足に加え、営業や管理職等も不足している（製造）
- 人事・経理・総務といった間接部門の統括責任者がおらず、社長がすべて管理している状況で、今後の事業拡大に支障が生じている（空調工事）
- マネージャー人材の育成が他地域への出店スピードに追い付かない（ブライダル事業）
- 初めから新卒採用は狙っておらず、中途採用中心に展開しているが、同業の大手と比較すると知名度が低く、人が集まりにくい（自動車部品リサイクル）
- 中小企業はどうしても知名度が低いので、例えば社員が働きやすい環境づくりをしているなど、市からのお墨付きがあると採用活動がしやすくなる（自動車部品リサイクル）

情報発信に関すること

- 公的支援の情報を社長自らが全て確認することは困難。今回の調査を機に、公的機関から対象となりそうな企業へ積極的にアナウンスしてほしい（空調工事）
- IT産業を応援していることをもっと市として発信し、地場企業へPRして盛り上げて欲しい（システム開発）

資金調達に関すること

- 開発先行投資型の事業なので、現在は何とか資金調達はできているが相応の売上げが確保できないと返済できない。収益体質の強化が課題だが、何か先行投資に対する資金的な支援があると良い（ソフトウェア）
- 他都市に事業所を開設した際の税制優遇などの措置（建設コンサル）
- 運転資金をより弾力的に導入できるような支援制度（製造）
- 法務関係の相談が必要となるケースが多いが、顧問弁護士はお金がかかるのでスポットで活用できる制度があると良い（建設コンサル）

その他

- 行政からの発注について、地場企業に配慮した仕組みを作って欲しい（建設コンサル）
- 他地域に進出するときは土地勘がないので、安く入居できる施設などを紹介して欲しい（建設コンサル）
- 人材育成などに関する魅力的な内容のセミナーは関東圏で行われていることが多い。市内でも魅力あるセミナーを積極的に開催して欲しい（自動車部品リサイクル）
- 域外進出したばかりだとその地域で警戒を持たれてしまうので、企業のイメージアップにつながる支援があると良い（ブライダル事業）