

令和元年度 第2回 江南市中小企業振興会議 会議録

●日 時 令和2年1月28日(水) 午後2時～午後3時20分

●場 所 市役所 3階 第3委員会室

●出席委員 13名 (敬称略・順不同)

株式会社林商店代表取締役	林 康雄
株式会社総合家具ヤマケン専務取締役	山口 貴通
江南商工会議所中小企業相談所長	尾関 昇宏
森永乳業株式会社中京工場事務部長	福田 篤司
三菱UFJ銀行江南支店長	阪井 忍
岐阜信用金庫江南支店長	堀 正樹 (新)
中部大学経営情報学部教授	森岡 孝文
愛知江南短期大学長	伊藤 由香
愛知県立古知野高等学校進路指導主事	加藤 宏和
市民代表	石井 隆弘
犬山公共職業安定所長	福崎 守
尾北民主商工会事務局長	兼松 勇次
江南市経済環境部長	武田 篤司

●欠席委員 なし

●事務局

商工観光課長	山田 順一
主査	大西 ゆりや
主任	西村 高幸

●傍聴者数 0人

●配付資料

- ・市内事業所景況等調査結果(事業所規模別 抜粋)(資料1)
- ・中小企業振興支援策の認知度向上について(資料2)
- ・施策体系(案)(資料3)
- ・市内事業所景況等調査結果(別途資料)

●参考資料

- ・江南市中小企業振興基本条例
- ・江南市中小企業振興会議設置要綱

開会（午後 3 時 20 分）

1. 会長あいさつ

2. 議事

**議長**

それでは、次第 2 の議事に入ってまいりたいと思います。（1）前回の会議での意見について①事務所規模別の景況調査結果について事務局より説明をお願いします。

**事務局**

資料 1 に基づき説明する。

**委員**

景況調査内の従業員数ですが、正社員の数値ですか。

**事務局**

調査のなかで、正社員とパートと分けておりませんので、正社員の数値とは限りません。

**委員**

50 人から 100 人の間の数値ですが、5 社しかいない。調査票を送る段階でこの規模が少ないことが分かっていたのか、たまたま回答があった企業が少なかったのかどちらでしょうか。

**事務局**

市内の事業所の中から無作為に抽出して、調査票を郵送しておりますので、回答があった企業の中で、50 人から 100 人の間の事業所が少なかったことが要因です。

**委員**

10 人以下の小規模企業者が総合的な業況判断でも「やや悪化」が多い。資金繰りはあまり変わっていない。極端によくなっていないし、悪くもなっていない。ただ、影響は中小企業者が受けていると考えられます。第 1 回でもお話ししましたが、中小企業の現状は悪くもないが、良くもない。非常に中途半端な状況です。その中でも、特に小規模企業者の景気は悪いのではないかと思います。

**事務局**

全体的にやや悪化状況の中で、真っ先に影響を受けているのは小規模企業者であると認識しております。

## 議長

他に質問もございませんようですので、②中小企業振興支援施策の認知度の向上について、事務局より説明をお願いします。

## 事務局

資料2に基づき説明する。

## 委員

小規模企業者やそれより小さい小企業者には、施策が使いづらい。知らないことも確かにありますが。一番よく使うのが融資の際の保証料や利子を補助してくれる制度。これは金融機関でしっかり教えていただいているのでもれなく使わせてもらっている。これは小規模企業者の中でも有名な制度です。実践的なので有名であるということもあると思います。なかなかホームページを見る、パンフレットを見る余裕がない事業者も多い。積極的に誰かからPRをうけたり、例えば先ほど説明を受けたような市職員が企業訪問の際に支援策を案内するといった説明がありましたが、効果的だと思います。それぞれの企業や事業者に当てはまる制度があるので、なかなか企業訪問でも難しいとは思いますが、口伝えも重要ではないかと考えます。メールマガジンやパンフレット更新では、どこまで効果的に施策が浸透していくものかと思います。

## 委員

今度青年会議所と市議と意見交換会を行う予定です。そこで市議の方々から事前に質問をいただいております。青年会議所の企業の中で、助成金や補助金や税制優遇制度を使ったことがありますか。使ったらどのような制度か教えてください。との内容でした。その回答は本当にごくわずかの企業しか使っていない。ほとんどの企業の意見としては、そもそも制度の使用を考えたこともなかったとのこと。使った企業として、金属加工業の企業に至ってはよく利用している印象があります。業種によって、認知度に差があるのではないかと思います。小売業は使える制度や税制優遇をうけられるものが少ない。

## 委員

金属加工業の方が多いいというのは、例えばものづくり補助金ですと、メーカー側が機械を設置してもらえらるための売り込みとして、補助金の制度をメーカー側が企業に説明しているケースがあります。サービス業ですと、何かのサービスのプラスになるといった補助金だと考えられますが、宣伝広告費といったものになっていくと思います。そういったものですと、印刷業者が補助金の後押ししていけるように制度を企業に伝えていってもらえると良いかと思ひます。商工会議所としては、会議所ニュースといった紙媒体とホームページで情報発信をしているのですが、結果が出ていないと感じます。こちらから声をかけて、制度を利用される方が多い認識です。

## 委員

前回の資料でいただいた江南市の施策制度ですが、対象者が製造業に特化しているように感じられます。税制的にもそうだと思います。先端の機材を入れると優遇されるとか、国の制度もそうなっている。なかなか製造業以外の企業に補助金や助成金が行くことは少ないと思います。5人以下の企業だったり、家族専従者だったりすると、最先端の機械を入れようとしても入れられない状況です。

## 委員

資料2記載の、現在の支援策の過不足として、「充分である」とした方は上昇している。「わからない」とした方も減っていて、改善しています。このあたりの分析はしていますか。何かやった結果、改善されているのかどうか。

## 事務局

特に何かを行ったこともありません。改善が見えるのは、制度が浸透しつつあるからではないかと思います。

## 委員

パンフレット等を見た統計は取っていますか。

## 事務局

取っておりません。

## 委員

パンフレットやメールは、意識が高くないとなかなか見ないのではないかと思います。先ほどから出ている人伝えが一番効果あるのかなと感じます。

## 事務局

企業訪問の際には全般的に企業の実態や景況感をお尋ねしますので、制度の説明ばかりではありません。多くても半日で2社訪問している。職員も2人でやっている。なかなか口伝えも追いついていないのが現状です。

## 委員

目的もなく、制度が目に入ってくることはないと思います。利子補給の補助は、具体的に使うといったシーンになって知ってもらう。知ってもらうには、コンタクトする人に伝えてもらうことが一番良いと思います。

制度があるから、このパンフレットを見てくださいと話しても、なかなか見ないのはわかりますね。

ものづくりの方は形として残ってくるのでいいですが、サービスは無形。商工会議所は具体的に相談を受けたときに、相談に乗ってもらえるので、積極的に知ってもらえるようにしていくべきと考えます。

## 委員

情報を見ていただく場合、商工会議所の場合は会議所ニュースとホームページ、メールマガジン。登録していただいている特定の方しか発信していない。小規模な事業所だと、ネット環境が整っていないところもある。そういったところは出向いて説明をする。もしくは会議所ニュースを見ていただいていると思いますが、なかなかその時間がないのがあります。お会いした時に話すことが大事だと思います。あとは、パソコンで情報を見るのではなく、スマートフォンを介してみる方が多くなってきている。情報発信するものも、そういった簡易に見ることができる、そちらの方にシフトしていくことも大切だと思います。

小売業や飲食業の方も、LINEを使ってクーポンをつけて情報発信しているところも多い。そうやって集客力アップを図っている。

## 委員

景況調査では、現在の支援策の過不足を聞いていると思いますが、「充足である、不足している、わからない」。この三つで、どうなったら、どういうふうにしていくか想定しているのでしょうか。質問するからには、回答をどう活用していくかが大事です。中小企業の振興支援策はいくつかあって、全部の企業に全部当てはまるわけではないですよ。どういう企業がどういう支援策を使いたいかわからないといけないと思います。不足していると回答した企業がたくさんいた場合、何が不足しているのかわからない質問だと、次にどう進むべきかイメージがわからないと思います。この質問の項目だと「わからない」は「知らない」のか。「良いかどうかすらわからない」なのか。わからない人たちが一番多いのにもかかわらず、因数分解ができないのではないかと思います。

## 事務局

現状支援策そのものを知っているかどうかの問いかけしかしていなくて、分かった上で課題であったりとか、要望であったりとか、そこまで深堀りはできておりません。支援策を考えていく上の質問ではなくて、景況調査をやっていく上での一つの質問です。次のステップとしては、施策を知ってもらうことが大事だと思っています。

## 委員

自分の会社で何万人規模の調査を担当したことがあります。調査のやり方はいろいろありますが、だいたいこのような施策は、発信主義になるといかに着信させるかということを考えないと、どれだけ良い施策を出しても響かなくなってしまいます。質問の中に、施策をいくつか並べて、それに対して「良い」と思っているのか。そもそも「知らない」のか。インターネットでの回答が可能なら、施策の説明先に飛べるようなリンクを貼るとかの工夫をしてもいいのではないかと思います。こういう調査をしながら、施策の認知度を上げていくことが重要ではないかと考えます。

## 委員

知っていてわからないのか、そもそもわからないのか。理解できているのか。理解できている上で、何が不足しているのか。紙で調査すると結構大変だと思いますが、インターネットでやると比較的楽にできると思います。施策を知ってもらうための仕掛けづくりもできるのではないかと考えます。今後に生かせる提案であったと思います。

## 委員

施策も知ってもらえる。インターネット回答だと、知らない人は「知らない」と回答しつつ、リンクが貼ってあれば見に行ってもらえると思います。

## 議長

他に質問や意見もございませんようですので、(2) 施策体系（案）について、事務局より説明をお願いします。

## 事務局

資料3に基づき説明する。

## 委員

体系づくりをして、その後具体的な施策を実施するための事業計画のようなものを立てていくということで、こちらを作成したと思いますが、協議ということは、この中の体系が良いか悪いか、または追加したほうがいいのか。そのようなことを求められているという認識でよろしいのでしょうか。

## 事務局

その通りです。事務局として作成した案になります。基本理念につきましても、事務局として「中小企業の持続的発展」を目的といたしましたが、市の場合では他の目的でもいいのではなど、ご意見等いただきたいと思います。

## 委員

今回、先に体系を作ることとなりますが、どんな施策を作ったらいいか検討したいと考えています。あと、今後具体的な施策を検討していくといった流れになると思います。今回の事務局案を見ますと、資料3に（参考）として条例がついてますけど、この条例の8つに対応したものが基本施策においてあります。もう一点は、ある程度着地点を想定しながら進めていくと思うと、今の景況調査のアンケート結果だけでこういう施策のジャンル分けをしてもいいのだろうか。さらに調査をした後で、もう少し分析をしてから進めたほうがいいのか。

## 委員

今回の体系図は案です。何か話すときに、案がないと話が進まないのので、事務局が作成してくれました。恵那市を例に挙げますと、施策の基本方向。次に基本施策を作って、具体的な事業展開になっていく。その事業展開に基づいて、事業施策を

作っていく。このような体系になっているのです。埼玉県久喜市の方は、目指す将来像が三つあって、その三つを目指すために、五つの基本施策を設定して、その後で具体的な推進施策を展開しています。江南市として事務局の方から提示いただいた基本理念や基本方針がこれでいいのか。基本理念があって、基本方針があって、基本施策があって、それから具体的な施策の検討に入っていく。この体系を作る前に整理しておかないと、個別の施策に対して議論してもわかりにくいと思います。何か抜けているところ、案ですので、ご提案していただけたらと思います。

そもそもこの基本理念の「中小企業の持続的発展」はどう思われますか。

#### 委員

体系自体には異議なしです。ただ、将来江南市で中小企業を営んでいく中で、イメージがしづらい。こんな街になったらいいといったビジョンがあってもいい。

#### 委員

ビジョンといった図があると分かりやすい。どうやってイメージできるかが大事です。

#### 委員

地域経済の発展の視点が抜けていると思います。小規模企業振興基本法の第2期の計画の中で小規模企業が持続的発展をするとともに、地域経済、地域そのものの持続的発展という問題が出ていて、どう地域経済を守り、発展させるか。例えば地域経済の循環。久喜市の例を見ると、基本施策の中に市内経済の循環の促進とある。江南市内で経済を循環させる。数年前に江南市で住宅リフォーム補助をやったことがあり、これは市内の事業者を使ってリフォームすると補助金がもらえる。こういったかたちで市内にて循環できるような観点も入れてもいいのではないかと思います。事業承継など、中小企業者だけの理念と思えますので、一般消費者の視点も入れられて考えていけたらと思います。

#### 委員

具体的な施策は別に考えて、地域でできるものは地域でやる。地域の活性化無くして、地域の振興も中小企業の振興もないと考えます。基本方針の中に、地域経済の活性化を入れても良いと思います。事務局には検討していただけるようお願いします。

#### 委員

最近よく自然災害が問題に取り上げられ、防災の視点が注目されています。企業においてはBCPが取り上げられ、いかに早く企業活動を再開できるかの道筋を立てることが重要となっています。防災における企業の取り組みも重要であると考えています。

## 議長

事務局におかれましては、委員より意見のありましたことを加味していただき、検討した結果、難しいものは加味できないかもしれませんが、次回の会議の際に体系の案を作成していただきたいと思います。本日の案を基本ベースとして考えていただくことでよろしいでしょうか。意義はございませんか。意義がないようですので、事務局には再度ご提案していただけるようお願いいたします。

では、他に質問や意見もございませんようですので、次第3の意見交換について、事務局より説明をお願いします。

## 3. 意見交換

### 事務局

今回の議題に関することやその他でも結構ですので、何かご意見、ご質問等ございましたら、いただきたいと思います。

また、みなさんお集まりいただいたこの機会に、ご自由に意見交換をしていただければと思います。

### 議長

ただいまの事務局からの説明に基づきまして、委員の皆様相互での意見交換会を行いたいと思います。

### 委員

恵那市の施策体系を見てみますと、人材不足がありますが、大きな要素の一つだと思います。特に担い手づくりという点で江南市の体系案にも書いてありますが、それを事務局の中でもんでいただく中で、恵那市の「採用力向上」「就職力向上」のみならず、あわせて「定着力向上」の視点も入れていただけたらと思います。入社した企業で、引き続きがんばれる環境づくりで苦慮している企業を市としてバックアップしていくことを盛り込んでいただけたらと思います。

結局いろいろなアプローチをもって、企業を知ってもらうことが大事。企業に何年いて、企業が引き続き存続するだけの期間いてくれるかということ、悩ましい問題だと考えます。特に今、SNSで情報を収集できる。企業母体が大きくなければ、どうすれば情報収集してくれている人に対して良いアプローチができるか、ノウハウが少ないのではないかと思います。そこを地域の方々が知恵を出し合って、地域から人材を離さない。民間のシンクタンクの調査ですが、愛知だけで10年後、30万人の人材不足がでると言われています。東京は130万人。東京の方がいろいろ対策をしてくると、そちらに人材が引っ張られてしまう。この地域に根差した人材を引き続き確保するような、定着に力を入れたプランを、施策に盛り込んでいただき、それをトータルで人材の確保として考えていただけたらと思います。採用、就職のみならず、定着こそ大事だと思います。

## 委員

ある企業から聞いた話ですが、人手不足が非常に深刻となっているとのこと。地域経済の循環という視点もありますが、地元の高校卒業の人材の確保が非常に難しいとの話です。江南近辺にも工業高校等ありますが、募集に行っても順番待ちで時間がかかる。話を聞いてもらうのも難しい状況だそうです。高校サイドからの話ですと、離職率というものが非常に高いところだそうです、そこに生徒を送らないとのこと。このような地域の雇用に対する支援があるといいと思います。企業の皆さんはこの雇用に対してかなり苦慮しているとの話がありましたので参考までに話しました。

## 委員

高校側の求人数は、昨年より良かった。年によって異なりますが、景気が良いと進学率も上がる傾向にあります。就職と進学がおよそ半々の高校ですと、よりわかりやすく傾向がでます。景気が良いと、家計状況も安定することとなりますので、進学に目が向きやすくなります。そういうタイミングに限って、求人もたくさん来る。景気が鈍化すると、進学率は下がり、就職が増えてくる。そうすると、求人は少し減っていく。反比例することも中にはあります。求人に関して、地元志向が強い生徒もいます。地元就職はしていくのですが、地元は生徒が住んでいる地元なので、必ずしも江南市ではありません。自分の住んでいる市町に就職する形もある。名古屋市内まで出ていく生徒も少ないし、県外もよっぽどない。求人の殺到する時期は、企業の方に待っていただく状況になっている。

## 委員

短大としては、専門分野が決まっているので、一般職としての就職は少ないのが現状です。市内の学生が多いかということ、少なくはない。女子が多いので、自分の地元で就職を考えている生徒が多い。高校と同じ状況となります。江南は公立高校がいくつもあって、多くの高校生が駅を利用するが定着しない。江南市内を就職先として目を向けるかということ、なかなか少ないのが現状ではないかと思います。

## 委員

地元とはどこをさすのが重要。地元の中に、江南市を含めるためには、魅力づくりを考えるべきだと思います。江南市に就職する人をどうやって増やしていくかが大事だと思います。それについての仕組みづくりを考えないといけないと思います。交流人口ではなく、定住人口を増やす。定住した人が、江南市で雇用が見つかるようにしていかないといけない。その仕組みづくりが重要となります。

## 委員

江南市には様々な素晴らしい企業がありますが、市民が市内企業を知らないケースが多い。企業のPRも重要だと思います。江南市にある企業を江南市に来た人に知ってもらう、あるいは地元の人に知ってもらうことも必要だと考えます。

## 委員

江南市の求人状況の発信も大事です。

## 委員

市内在住の人には外に行ってほしくないし、外からは来てほしいと思います。江南市を中心に人が集まってもらえることが理想です。

## 委員

名古屋市に近いので、外に出ていくことが多いですが、地元でも就職先はたくさんあります。就職フェアとかあるのですが、限られた人にしか伝わらない。駅とかにコマース化して、多くの人目に留まるようにPRしていき、江南市に人を呼び込めるようにしていけたらと思います。

## 委員

生徒の大企業志向が強いと感じます。会社の規模を見て、就職先を決める。地元の中小企業でも安定しているところもちろんありますが、目が向くところは規模。さらに会社がつけている物が知っているところは目が向く。大事な部品を作っているといっても、それがわからなければ目が向かない。何を作っているのかは、生徒自身の実体験を通じて知っている、目が向くと思います。その知っている企業の中から就職先として生徒が選択することとなります。

## 委員

大学でも大企業志向が大きい。保護者が大企業志向です。中小企業でもシェアが80%の企業もある。自分の会社の技術、製品がすごいということを発信できていない企業も多くあります。表に出していけるようにしていくべきだと思います。企業自身の努力も必要ですが、企業の発掘と発信も重要です。

## 委員

学校の取り組みとして、中学校に対しては高校を売り出す立場になります。高校名だけだと、普通科なのかどうなのかわからない。実際に商業科、家政科、福祉科があることがわからない。愛知県でもほとんどない、複数学科が集まる高校です。名前の力は大事です。〇〇商業高校という名前なら、学校紹介の際でもすぐわかりますが、そうでないとわからない。名前で何かがわからないと、興味関心さえ持ってもらえないと思います。

中学生にどういったふうに情報を流そうとした場合、紙ベースだと難しい。今年やりかけているのは、個人情報関係ネックになっていて愛知県内ではあまり多くなかったのですが、ユーチューブで学校紹介を紹介しています。

企業側も、高校生、大学生、短大生に向けて、どんなツールを使って情報をどう発信するのか。それがパンフレットなのか、ウェブページなのか、ツイッターなのか、LINEなのか、インスタグラムなのか。もっと検討していかないと。思います。

## 議長

それでは意見も尽きたようですので、次第4のその他について事務局より説明をお願いします。

## 4. その他

## 事務局

委員の皆様におかれましては、大変長時間にわたりまして、貴重なご発言をいただき、誠にありがとうございました。

今回出ました意見等につきましては、事務局で次回の会議までにまとめさせていただきます、委員の皆様方にお伝えしてまいります。

なお、次回の会議日程ですが、3月を予定しております。日程が決まり次第、あらためてご案内させていただきます。よろしくお願いたします。以上でございます。

## 議長

ただいまの事務局の説明について、ご意見があればお願いします。特にございませんか。

## 委員

開催案内は、メールでいただくことは可能ですか。

## 事務局

可能です、メールにて送らせていただきます。

## 議長

事務局におかれましては、次回の会議までに、本日委員からいただきましたご意見をまとめ、資料として提出くださいますよう、よろしくお願いたします。これをもって本日の江南市中小企業振興会議を閉会させていただきます。

閉会（午後3時20分）