

## 平成27年度 第2回北海道商工業振興審議会議事概要

- 1 日 時：平成27年12月15日（火） 10:00～12:00
- 2 場 所：北海道第二水産ビル 3階 3G会議室
- 3 出席者：出席者名簿のとおり
- 4 議 事：以下のとおり

### 〔報告事項〕

#### (1) 「北海道小規模企業の振興に関する条例（仮称）」の制定について

- ・資料1-1～1-3により、条例の制定に向けての検討経過、条例素案の概要等について、事務局から説明。

《主な意見等》（○：委員・オブザーバー ●：道）

○素案では「～努めるものとする」や「～するものとする」と2種類の書きぶりがあるが、どこまでが努力義務であるかわかるように、条例の書きぶりを工夫していただきたい。

○基本的施策に「事業承継の円滑化」が盛り込まれているが、事業承継の円滑化だけではなく、廃業が多い現状を考えると廃業の円滑化について、条例で表現されていない場合でも、そこに配慮する施策を展開していただきたい。

○基本理念の「考慮する」「配慮する」の表現が抽象的であるため、道の積極的な姿勢が読み取れるような文章にしてもらいたい。

○小規模企業振興の方向性について、例えば経営革新企業や国際展開を図る成長企業への積極的支援、売上の向上に繋がるものや地域資源を活かした事業を行う企業へのバックアップ、地域ぐるみの取組を支援する施策を盛り込む必要があるのではないか。

●条例ということで、汎用的にものを捉えられるようにしており、具体的な取組が必要な部分は基本的な施策で整理し、大きく書いているところは、いつの時代でも対応できるようにしている。ある程度の期間で条例は見直すか、そういったことも配慮しながら記載している。

○「小規模企業者以外の事業者の役割」に「連携」が入っているが、小規模企業1社だけで生き残っていくことは困難であることを考えると、もう少し「連携」を基本理念や道の役割といったところに入れても良いと思う。

○「大学の役割」の中に「新技術の開発、その他の事業活動」とあるが「その他」の範囲が広いので、もう一言踏み込んだ表現があると良いと思う。

- 「小規模企業者の努力」に「持続的な発展」とあるが、小規模企業者にとって最も重要なことは、事業を継続できるのかということである。継続ができてこそ発展がある。よって、まずは小規模企業者がどのような形で継続できるのかということをもう少し掘り下げていただきたい。

## (2)「北海道 食の輸出拡大戦略」の策定について

- ・資料2により、事務局から「北海道食の輸出拡大戦略（案）」について説明。

《主な意見等》（○：委員・オブザーバー ●：道）

- バイヤーとのマッチング事業には注意が必要。「(北海道ブランドが持つ価値を大事にせず)北海道ブランドで金儲けをしてやろう」と考える事業者が多い。そのため、道としては、ビジネスマッチング後における参加企業の動向を把握する必要がある。
- 「作ったものをどう売るか」といったプロダクトアウトの発想ではなく、「現地は北海道に何を求めているのか」といったマーケットインの発想が必要。
- 戦略案の中に「効果的なプロモーションの展開」と謳っているが、一つ一つの商品のストーリーを丁寧に伝える、本物の北海道を伝えるプロモーションが大切。
- 海外展開で成功した事例を紹介してはどうか。たとえば、「何に苦労したか」「どこが成功ポイントだったのか」など、第一線で活躍している人のストーリーを発信することも重要ではないか。
- 本物の道産品を使用していることを証明するステッカーを行政で発行できないか。現地の飲食店の差別化につながる。
- 現地のラーメン店からは、北海道ブランドの発信に協力したいという意見があるので、良い仕組みができないかと思う。
- プロモーションについては、メディアミックスの観点を持って具体的に取り込んでいってもらいたい。
- 海外に行って展示会を行うのも有効だとわかってきた。加えて、海外の方を北海道にお招きして道産品を見ていただくことも今後の取引拡大などに有効。
- 北海道ブランドに傷をつけないためにも、食の安全を担保する仕組みが重要。
- 食の安全については、道産品であることの認証制度といった形で担保していくことが必要ではないか。

○日本の食糧基地として気候変動にも対応しながら食糧を安定供給できるような、生産者の保護についても検討いただきたい。

○今後、農産物の輸出を促進していく上では、長期安定的な生産と輸出を念頭においた生産が必要となる。どこの国にどうやって売っていくのかということ北海道側から発信することが必要ではないか。

●農産物については、生産の部分が重要だと認識している。海外で「何が売れるのか」ということを探りながら、国内供給と平行して、海外も一つの販路として確立していくことが必要。プロモーションについては、国別、品別に考える必要がある。

●食の安全については、加工品であれば HACCAP、農産物であれば GlobalGAP の取得を含めて考えていきたい。

○生産から販売までのバリューチェーンをどのようにつなげていくのかを検討してもらいたい。

### (3)「北海道における健康長寿産業振興の進め方」の策定について

・資料3により、「北海道における健康長寿産業振興の進め方(案)」について事務局から説明。

《主な意見等》(○：委員・オブザーバー ●：道)

○大学との連携や研究シーズの事業化が盛り込まれている。健康長寿産業分野に限ったことではないが、大学発ベンチャーが成功している事例は極めて少ないのが現状。よって、大学発ベンチャーを成功に導く手法や、上場企業に育成するまでの問題点などを掘り下げる必要がある。

○全体的に総花的な印象を受けた。どの分野に重点を置き、ヒト・モノ・カネを投入していくのかということを示した方が良い。

○大学発ベンチャーが開発した医療関係のロボットは、ヨーロッパでは認可を受けたものの、日本では規制が厳しく、今年(平成27年)ようやく認められた。北海道でもこのようなベンチャーを興すにあたっては、粘り強さが必要だと思う。

●大学発ベンチャーは重要な要素であることは認識。成功事例のほか、隘路についても洗い出し、改善に向けてどう取り組むべきかを整理していきたい。

●この進め方は、現状・最近の動き、北海道のポテンシャルを踏まえたうえで、振興を図る分野を3つに絞ったつもりではあるが、説明としてうまく伝わらないところもあり総花的に見えてしまったところもあると思う。今後、具体的な施策に落とし込む際に、取組の絞り込みを行っていきたい。

#### (4)「北海道環境産業振興戦略」の見直しについて

- ・資料4により、「北海道環境産業振興戦略」の見直しの背景、方向性等について事務局から説明。

《主な意見等》(○：委員・オブザーバー ●：道)

- 本戦略は、環境負荷を削減していくことを重点目標としているのか、環境産業の振興に重点を当てているのかを教えてください。
- 本戦略は、基本的には経済活性化に向けた戦略であるため、環境負荷の低減という側面よりは、道内企業の環境関連産業の参入促進、事業展開の促進が目的となっている。
- 水素関連ビジネスについて、供給面では色々なパターンでの供給は可能と思われるが、需要側も念頭に置きつつ戦略を策定いただきたい。
- 戦略の中でスマートコミュニティ関連が盛り込まれているが、これはスマートハウスのようなものを道内に展開していくのか、それとも北海道ならではのスマートハウス技術を本州地域に売り込むのかを教えてください。
- 北海道の優位性を活かしたスマートハウスはほぼ製品化されていることから、このスマートハウスを面的に広げていくことによって、全体の制御技術の確立などを図り「スマートハウス街区」の開発を促進したい。また、スマートハウス街区の技術を道外に売り込んでいくことも目的としている。

#### 〔全体を通して〕

- 議題1～2に挙げられたような、条例や戦略といったものは、どの程度まで具体化されるべきものなのか。
- 施策には予算化が必要なものが多くあるため、条例や戦略の中で具体的な取組について明確に記載するのは難しい面もある。今回の条例でたとえば、条例を基に振興方策を策定し、その振興方策を基に事業を構築することになると思う。