

平成 27 年度 第 1 回北海道商工業振興審議会議事概要

- 1 日 時：平成 27 年 8 月 6 日（木） 10:30～12:00
- 2 場 所：北海道第二水産ビル 4 階 4F 会議室
- 3 出席者：出席者名簿のとおり
- 4 議 事：

〔会長・副会長選出〕

北海道商工業振興審議会条例第 4 条第 2 項の規定に基づき、委員による互選により、委員長に穴沢委員、副会長に森委員が選出された。

〔報告事項〕

(1) 「北海道小規模企業振興条例（仮称）」の制定について

- ・資料 1－1 により、「北海道小規模企業振興条例（仮称）」を制定する背景、これまでの取組について、事務局から説明。
- ・「北海道小規模企業振興条例（仮称）」の方向性や小規模企業施策の具体的方策などを検討するため、事務局から提案した「北海道小規模企業振興条例（仮称）検討部会」の設置について了承された。委員の選考は会長に一任することとされた。

《主な意見等》（○：委員・オブザーバー ●：道）

- 小規模企業振興基本法においても、自治体の責務が定められていることから、条例化の検討は、極めて意義の高いものとする。現在、想定される条例の内容・方向性があればお話いただきたい。
- 経営体質の強化、事業承継の円滑化、創業の促進の 3 つを柱にして条例を組み立てていきたい。特に事業承継や創業を支える枠組みを考えて条例の中に盛り込んでまいりたい。
- 施策の効果を高めていくために、条例の中に施策の効果をモニタリングしていく仕組みや、PDCA サイクルを構築することも検討していただきたい。
- 条例化に向けた検討は良いことだと思う。条例の検討の際には、「いいこと」のみを入れるだけではなく、現場の声を聞いてそれを生かしてほしい。
- 「本道の小規模企業振興のあり方（資料 1－3）」の事例紹介の中で数字が見えないものがあるのが残念。例えば「SNS を活用した販路拡大」の成果が数字として表れていない。また、クラウドファンディングの事例ではどれぐらい資金を獲得したのかといったような具体的な記述があればと思った。

○小規模企業が抱える最も大きな問題は人材不足にあると考える。今までと違った人材を獲得するために、地元で募集をかけるだけではなく、遠くの人たちに来てもらうための施策が必要ではないか。例えば、総務省でテレワーク（ICTを活用して場所や時間にとらわれない働き方）を推進しているが、離れた地域の人を遠隔で雇用できれば良い人材を確保できると思う。

(2)「北海道 食の輸出拡大戦略」の策定について

・資料2-1、2-2により、事務局から食の輸出をめぐる情勢や「北海道 食の輸出拡大戦略」基本方針（案）について説明。

《主な意見等》（○：委員・オブザーバー ●：道）

○道産食品の目標輸出額 1,000 億円という数字は、国の目標が 1 兆円であることを考えると、ちょうどいい数字ではある。しかし、目標である食の輸出 1,000 億円を達成するためには、現在の 600 億円との差である 400 億円を何の品目で埋めるのかを考えることが重要。道における食品輸出の多くを占めるホタテやナマコは一般商社には扱いが難しい商材である。それ以外（農産品、酪農品もしくはこれらの加工品など）のシェアを高めることが必要。

○現在、TPP問題が話題となっているが、国の政策に合わせるだけではなく、北海道独自の輸出施策を作るということが、最も大きな課題になる。

○米をインドネシアに輸出する手伝いをしたが、それを機に現地で北海道米が爆発的に売れるということはない。現在、同国における輸入割当がないため、取引がストップしている。

○メロンを空輸で輸出したがデリケートな商材であるため難しい。北海道を代表する食材の多くがこのように難しい商材であることから、目標額（1,000 億円）と現状（600 億円）の差である 400 億円を埋めるのはかなり難しい。生産地、生産システム、流通システム、全てを考えたうえで戦略を策定しなければ目標の達成は難しい。

○大手商社は海外との取引ノウハウ（法知識、語学など）を有していることが多いが、中小企業ではそのようなノウハウを持っているところは少ない。道には、そのような中小企業をケアする相談窓口を設置してほしい。

○海外に進出する意向はあるものの、失敗への不安から進出を躊躇するケースもあると思う。成功・失敗事例を集めて公開すれば後押しにつながると思う。

- 日本の価値、北海道の価値を考えると 1,000 億円というのは、まだ甘い目標。
- 「食」と一括りにせず、品目別にきめ細かい戦略づくりを行うことも重要ではないか。
また、道産食品をどのように売っていくかということになると、マーケティングの話になるが、日本は世界に比べ弱い部分でもある。また、小さな企業がどれだけリスクをとることができるかというのも課題。
- 輸出額を増やすために、生産量を上げたり、販路を拡大したりするといった活動も重要だが、付加価値を高める活動も必要ではないか。
- 北海道の食品を道外の大手商社が仕入れ、一次・二次加工を行い、道外の港から輸出するケースが多くある。例えば、仁木町のミニトマトを大阪の商社が仕入れ、パッケージング等を行い、道外の港から約 6 万ケース出荷されているという事例がある。北海道にも港はあるものの、東京や大阪の港におけるコンテナ価格は北海道の 2 分の 1 から 3 分の 1 程度であるため、道産食材が道外に流れてしまう。道産食材を直接道内の港から輸出させるためには、道内の物流を活性化し、コンテナ価格を引き下げる必要がある。道外に移出された道産食材がどの程度、道外の港から輸出されているかを調査する必要があるのではないか。
- 本道は貿易に関して「輸入超過」となっているが、北海道と道外という関係でも「移入超過」となっている。そのような点からも、製品の付加価値向上や域外に売っていける商品の発掘が必要。また、検疫体制の強化や物流コスト削減により、なるべく北海道の港から出て行くように考えなければならない。
- 以前は「追跡調査」という形で期間を限定して、どのような物が本州に出て行ったのかといったものがあつたが現在は見当たらない。限定した範囲で良いので、追跡調査のようなものが必要なのではないか。
- 1,000 億円という数字は為替の影響を大きく受けると思うが、数字にとらわれすぎて、施策の方向を見失っては元も子もない。数字が持つ性格を常に振り返りながら施策を展開していくことが必要だと思う。

(3) 「地域経済の強化に向けた基本方針」について

- ・資料 3-1 により、事務局から基本方針の考え方、基本方針を構成する 5 つのイノベーションなどについて説明。

《主な意見等》(○：委員・オブザーバー ●：道)

- 特定分野について重点的に行うといったものが見られず、全体として総花的な印象。漏れがないということも重要であるが、重点思考で、早期に成果を出す取り組みが必要

なのではないか。

○取り組みを推進していくうえで、状況変化などは考えられることから、PDCA を回しながら、時にはスクラップする勇気を持つことが必要。

(4)「北海道における健康長寿産業振興の検討方向」について

・資料4により、事務局から健康長寿産業における振興対象分野、他県等の状況、検討の視点などについて説明。

《主な意見等》(○：委員・オブザーバー ●：道)

○他県の動向を調査したうえで方向性を検討するのも大事ではあるが、早く他県から「北海道はこれをやっている」とベンチマークされるように持って行くべき。そのためには、絞り込みが大事。

○道内におけるバイオ関連産業の売上高の推移を見てみると、機能性食品などは伸びているが、医薬品や研究支援は横ばい。大学の研究シーズを把握して、それをビジネスにつなげていくための調査をしたい。

○健康長寿関連市場は、これから伸びると言われている分野。関連ビジネスを興しやすい環境をつくっていくことが行政の役割だと思う。

○関連企業の誘致を行う場合、何が強みなのかを整理すると、例えば金融機関側としてもアピールしやすくなる。例えば、「水が良い」「製造コストが低い」などといった売りを明確にすると企業誘致に様々な機関が協力できるのではないか。

[全体を通して]

●北海道小規模企業振興条例（仮称）は、条例の制定が目的ではなく、道内の小規模企業を活性化させることが狙い。

●道が所掌する事業の範囲は大変広いため、施策は総花的になりがち。しかし、効果的に地域経済を向上させるためには、社会現象、経済環境を見極めたうえで、何を重点分野とすべきかを考えなければならない。

●先日、お会いした自動車関連産業の社長は、道内の企業に足りないのは「やる気」と話していた。