

第 8 回小樽市中小企業振興会議 【 議事録 】

日時：令和 3 年 6 月 2 9 日(火)13:54～15:54

会場：小樽市役所 第 1 委員会室（別館 3 階）

出席者：李会長、近久副会長、松田委員、伊澤委員、久末委員、中山委員、川島委員、
栗原委員、齋藤委員、中田委員、岡部委員、加藤委員、阿部委員、佐々木委員、
亀山委員

事務局：産業港湾部長、産業港湾部次長、産業港湾部産業振興課長、
産業港湾部産業振興課主査、産業港湾部産業振興課主事

次第 1：開 会

事務局 <開会宣言>

定刻より若干早いですが、皆さんお揃いですので会議を開催したいと思います。
ただ今から第 8 回「小樽市中小企業振興会議」を開催いたします。
本日の会議は、お手元の次第に従いまして、概ね 2 時間程度を予定しておりますのでよろしく願いいたします。

なお、会議は委員の過半数の御出席をいただいておりますので、成立していることを御報告いたします。

次第 2：意見交換

会 長 それでは意見交換に移ります。事務局から資料 1 について御説明をお願いします。

事務局 <資料 1 「「取り組むべき視点」に対するこれまでの意見等」を説明>

会 長 ただいま事務局から「取り組むべき視点」のうち、これまで御議論いただきました 3 つの課題の議論経過について説明がありましたが、本日は残りの 2 つについて御議論をいただき、その後、5 つの課題うち、どの課題を優先的に取り組むべきかということの皆様から御意見をお聞きしたいということでした。まず、今の提案について、いかがでしょうか。何か御意見等ございますか。

特にないようですので、そのように進めたいと思います。

それでは、4 つ目の課題であります「資料 2 魅力ある小樽製品の開発と国内外への販路開拓・拡大」について事務局から説明をお願いします。

事務局 <資料 2 「魅力ある小樽製品の開発と国内外への販路開拓・拡大」について説明>

会 長 今、取組の方向性について御説明がありました。このことについて、委員の皆様から御意見をお聞きしたいと思いますが、まず商品開発や販路開拓ということで御意見を願います。

委 員 この問題は、はっきり言って難しい、解決することが難しい状況の中でのお話で、方向性としては本当にこのとおりだと思います。ただちょっと思うことがありまして、新商品の開発というのは確かに必要ではあるんですけども、小樽にはすでに素晴らしい商品がたくさんあると思うんですよね。もちろん、ものづくり小樽ということで、ものづくりに対してエンドはないので、新商品の開発は必要不可欠なんですけれども、まず既存の商品をどのように販売していくかということのを先に考えてはいかがかなと。例えば、全国観光土産品連盟などの全国組織になると、一定の基準を満たすとシールを商品に貼れる取組などがありますよね。そのような形で、何の商品であれ、小樽という名前のブランドというものはあるので、そのような形でやっていくと。

もう一つ、例えば、パッケージを小樽みんなで同じような形にするとか、そういう取組があってもいいのではないかなと思います。

あと販路拡大に関しては、資料1のとおりなんですけれども、たまたまこの2月のまだ雪があった頃、どこも行けないので、おいしいものを各地から取り寄せようとしたときに、あっと思った取組があったんですよね。それは秋田市なんですけれども、秋田市の産業振興部というところで、秋田市一丸になっていろんなものを Web サイトで販売していました。商工会議所が後援し、窓口が秋田市産業振興部だったと思うんですよ。それで、例えば、名物の稲庭うどんであればいろんなメーカーのものがあって、そして安く売ったり、送料が安くなったりとか、例えばお味噌だとか工芸品だとか。物産協会、観光協会、商工会議所とか越えて、チーム秋田ということで取り組んでる姿、それを Web サイトを利用してやってる取組は素晴らしいし、見習える良いことは見習えばいいかなという感じを受けました。

また、窓口が多いと事業者としましても、これは物産協会に出した資料だ、これは商工会議所に出した、これは観光協会だって同じような内容の資料でもちょっと様式が違おうと3度手間4度手間5度手間になって、そのうち面倒くさくなるんですよね、正直なところ。やっぱり商売というのは、近江商法じゃないけど三方よし、買う人も、作る人も、そして小樽市もということで、チーム小樽として取り組んでいく、今回の方向には間違いはないのですけれども、今ひとつそこで、小樽市がリーダーシップをとって、いろんな取りまとめをしてくださればいいかなと思います。以上です。

会 長 貴重な御意見ありがとうございました。小樽の地域ブランドの話と、組織のいろんな垣根を越えてオール小樽として取り組むべきだという話が印象に残ったのですが、次に、委員から意見ををお願いします。

委 員 錢函はものづくりが今一番多い場所だと思うんです。その中で小樽というブランドとは何なのかなと、常日頃思うんです。ただ皆様諸先輩からも言われてくるのは、小樽は職人の街だと、職人の集まりだと言われるのですが、本当の意味での小樽のブランドの意味合いということを考えるとなかなか出てこないんです。正直なところ。ですから今後も含めてなんですけれども、何かそこら辺で、我々が小樽というところを売れる商品を作り上げて、またそれを販路拡大に結び付けていけばいいんですが、その辺がちょっと絞り切れないというのが、今実際に思うところです。実際、我々のところにもお客さん「小樽っていいよね」と必ず来るのですが、確かに観光として小樽が良いとしか受け入れられてないというのがおそらく実感だと思うのです。ただしこの

コロナ禍がありましてね、皆さん今ちょっと足を運んでは来られませんので、何かこの小樽というブランド面を皆さんと共に考えて、道内もしくは道外に発信できるものを、何か探り当てたいなと思っております。これが実感なので常日頃考えてはいるのですが、いまいち自分でも小樽ブランドというものが何なのかというところが描けないというところが現状でございます。

会 長 小樽というのは確かに魅力的な街だと、外から見るとかなり言われていまして、こういう話を外ですると小樽は良いよね、みたいな話を常にされるんですけども、本当に小樽らしい小樽産品って何かみたいな話になってくると、たくさんあるので、なんかこう絞り込めないみたいなところも当然あると思いますので、今の話がたぶん問題の核心をついてるのかなと思います。他の委員から何か今の商品開発や販路開拓に関して御意見等ございますか。

委 員 水産加工品ブランド委員会は2年に1回のペースで小樽の水産加工品のブランドを立ち上げて、特に金銀銅という形で3品を選んで新しいブランドもしくは既存のブランドの中でもしっかりしたものの価値を上げて小樽の物ですっていう物を作って売上に、そして小樽に貢献しようっていう形でもって立ち上げた委員会です。それが実際既に3回やって9つのブランドが立ち上がっています。そんな中でうちの商品もひとつその対象になって、その中で委員が先ほど指摘していただいてちょっと嬉しかったんですが、これは個別の私の話で、例えば、小樽から本州の方に物を送るときに、とてつもない一番大きな壁は何かというと送料なんですよ。実際に冷蔵もしくは冷凍で物を送ろうとした時に、2キロパッケージのものが送るだけで1,000円になっちゃうと。それって自分が例えば消費者の立場になった時にすごい負担が重い部分があって、ですからいつも考えさせられるのは、送料が無料となるものを我々はよく利用しますが、どこからそれが出ているのかというカラクリがわからないと。たしかに多量の輸送でコストを削減という形と各企業に対するいろんな制約その他があるのでしょうけど、例えば小樽市が何らかの形で関わることで、先ほど言っていたかもしれませんが、それが半分もしくは3割引きでも良いですよ、その形になってきたときに展開が少し楽になるというような実際の感じはあります。僕の会社は結構量的にさばけてますから、運送事業者がかなりいい条件で出してくれているんですけど、それでも本州へ売ると1,000円を超えちゃう。その実態っていうのは、結構きついですよね。ですから、うちの商品がそれほど高い商品じゃないので、例えばまとめて送るにしても、下手をすると買っていた商品より送料の方が高いよねっていうようなことが実際生じてしまうわけですよ。ですから何らかの形で送料問題はクリアしなきゃいけないっていうのは食品業、魚介だけの話ですけど、それをやっていただけると非常にありがたいっていうのはあります。

それとですね、本当の意味での小樽ブランドっていうことで先ほど委員から意見いただいて、本当にこれ悩むんですよ。魚でもって今ちょっと考えてるのは、小樽でとれた魚をちゃんと利用して蒲鉾もしくは水産加工品として流通する、例えばニシンなんかも輸入物も入ってますけど、それを小樽でとれたという何か産地証明みたいなものを出しながら、小樽ブランドっていうものを展開する時代が必要になってくるのかなっていう感覚はこの頃しています。そこで、実は今年の春、漁師さんが、4月になるとカレイなんてとってられないと、値段が取れないっていう話をされていて、それなら昔うちカレ

イを加工してたんだから、それでもってブランド立ち上げることできるよねという話を
していて、何かそういうルートもやりながら、小樽でとった原材料、それをなんかブラン
ド化する方法も少しやらなければいけないだろうなとちょっと考えてます。そんなと
ころなんですけど、そこらへんが今水産加工関係で言えば取り組んでいること、それか
ら取り組まなきゃいけないかなってところのポイントだと思っています。

会 長 はい、ありがとうございます。委員からかなり具体的な取組事例としてすでに 9 つのブ
ランドが選ばれているという話と、あとやっぱりその課題ですよ、せっかくその選ば
れたブランドがあったとしても、全国に配送される場合に物流コスト、送料の問題があ
る、これはどうしても北海道のハンデキャップだと思いますので、そこを克服する。距
離を克服することは不可能ですけども、それを別な形で補うことを考えないといけない
ということですね。意見がかなり出て参りましたので、今の課題を含めて御意見を願
いします。

委 員 今各委員の皆様からお話があったことは、それぞれの立場で非常に納得いく、そうい
った話だと思います。そんな中で我々が今、事務局からも説明がありましたが、私共小樽
市さんと一緒に稼ぐ力の向上実践事業と一緒にやらせていただいて、人、場所、物とい
う物の流通に関する必要なこの 3 大要素をどのように活性化していくか、拡大してい
かっていう部分を一つの目的としていろんな形で動いてきた、その中でやっぱり一番厳
しく難しいって部分が人の部分なんですよね。人をどのように育てていくかという
のは我々も含めてなんですけれども、人はどこから情報をとってくるのだろうとか、何
を今に時代に即応した形で動いてやっているんだろうとかかという部分については、場
所というのは意外と、例えば今の社会的な変化の中で、物産展であれば百貨店さん主体
でやってたものが、それが今物の流通でいえば食品スーパーであったりドラッグストア
であったり、それから住関連のいわゆるホームセンターであったりというところに、ど
んどんどんどん場所の移行というのは時代の変化の中であるわけです。で、そこに対応
していけばいいんです。先ほど話しました試行錯誤しながら、各皆さん作られてる機械
であっても、食品であっても、今まで作り上げてきたものをブラッシュアップしながら
ものづくりをしている。これをどのように時代の流れに対応していくかという人の部分
が一番抜けている。抜けているって言ったら失礼ですけども、もっともっと力を入れて
やっていけないといけない部分じゃないだろうか。しかも、それはどのように何をする
目的で教育システムだったり、そういう部分のものを作っていくんだろうかっていうこ
とを明確にしながら、やっていくことが非常に重要じゃないだろうか。それについては、
中小企業振興基本条例のそれぞれの立場での役割を認識した上で、動いていくというこ
とを想定すれば、この辺のところはやっぱりどうしても避けて通れない部分ではないだ
ろうか思っております。

それから、もうひとつ必要な部分が、今までいろんなところで申し上げてきたんです
けども、バブルがはじけて、非常にその流れが、この 30 年間ずっときた流れがこのコ
ロナ禍という部分の中で一気に加速したという部分の印象を非常に思っているですよ
ね。それはどういうことかということ、もう当然卸小売の分野で言ったら先ほど申しま
したけれども、いわゆる卸の寡占化が始まっている。で、中小零細がその大手の中に吸収
されていっている。そこからはじき出された製造業の分野の人たちというのは、売る場

所どうするんだというところが一つの大きな課題になっている。そういう部分が出てきているのと、もうひとつは百貨店の衰退。いわゆるソーシャルディスタンスですよ、こういう部分の中でイベントで大量に人を集めてやるのがノーですよという時代の中で、どう生きていくんだという、もちろんホテル、それから飲食業、当然人の動きを止める動きが今コロナの中で出てきたときに、悲惨な状況が今世の中全体で起きているわけですよ。そうするとコロナ禍でも例えば食品スーパーが二桁伸ばしてますよとか、巣ごもり消費によっていろんな住宅関連であったり、IT だとかそういう分野の中での業態変換をしながら努力しながら、やっぱり何とか切り抜けている。これが現状であるとするならば、当然ドラッグストアが昔いわゆる薬品しか置いてなかったのが、今新鮮な野菜を置き集客をしていく、こういうような動きに変わってきて、住関連の物がきている。だから長い目で見てこの30年間で我々が今感じているのは、いわゆるマーケットニーズの変化っていう部分で捉えれば、多品種少量販売、ここにシフトしてきている。だから、そこに対応するような販路を作ったり、そういうことをやっていくことがある。だからそこは、小樽市とずっと数年来、そこに向かって、例えばに書いてありますけど、関東関西で行われている大規模な商談会にみんな出て行って、そこで商品さらして、商談をして、それが小口であるんですけども、少しずつ百貨店以外のところに物流が始まっていると、これをもっともっと大きく広げていくっていうことが一つの流れの中では必要なことではないだろうか。

それと、こういった部分の中で、例えば今は生産年齢人口というのが5万6,000人くらいいるっていうのも、これが実際15年後になったら3万7,000人くらい、2万人近く減ってっちゃう。全体の人口構成も8万人前後になってしまうということ考えたときに、別に人口減少自体はなくならないわけですね、日本全国一緒なんです。ただ、ひとつだけ気になるのは、生産性上げるというのは、例えば労働生産性は、従業員数が生み出す付加価値ですから、これは結局ITやIoTだとかという部分を活用することで労働生産性を上げていくことはできるんですけども、ただ、生産年齢人口が全体に減る中で一番大きく減っていく現実が予測されていること、これはやっぱりまずいんじゃないかと。ということを想定したらおそらく、中小企業の産業振興以外も含めて、全ての政策の中に、この生産年齢人口減少対策、やはり最優先は生産年齢人口を増やしていくための施策を、全ての施策の中に優先していくような、そういう考え方に立つことが必要なんじゃないだろうか。

それから、先ほど委員から出ましたけれども、小樽の地域ブランドという部分、これは前回、委員からも小樽に誇りをもって生きていく、どうそれを次世代につなげていくんだという部分のお話もされていたと思うんです。全くその通りで、この部分のところというのは、先ほどのIoTをじゃあ使える人っていうのはどのくらいいるの？又はそういう人たちを育てるシステムってあるのかというようなことがね、例えばセミナーをやったからすぐそれできるかそういう問題じゃなくて、これはやっぱり5年10年20年かかるかもしれない。そういう次世代、特に今世の中の価値観の変化というのはよく言われている、例えばミレニアル世代、それからZ世代と呼ばれる18歳から35歳ぐらいまでの人が、これから10年後20年後に社会の中核になってるわけですよ、だからその人たちが小樽に住みたいと思うようなことって何ですかということを、やっぱり突き詰めていくことなんじゃないだろうか。例えば私は札幌から通ってますよ。札幌にないの海なんですよ。やっぱりトンネル抜けてパッと海を見ると、やっぱりほっとす

る部分って非常に多いんですよ。こういう部分がやっぱり道内でも日本の中でも差別化できる要素の物、で住んでみたいということ、例えばじゃあ家賃の問題、今長いことになりますけども、生きてそしてまず住むところがあって、子育て教育の問題があって、そしてそれが終わったら老後の問題があって、という部分の人生設計の中で、じゃあ子育て世代の人たちに住んでもらうための条件は何なんだって言ったら、やっぱり家賃であったり、例えば商大の学生さんが札幌から通ってる人が圧倒的に多たって前この会議の中であったんですけども、やっぱり商大生の皆さんに住んでもらうために、極端な話でいえば、札幌の半額の家賃で住んでもらえるような環境を作るんだとか、それから例えば子育て世代の人たちについては教育無料で家賃も軽減しますよとか税も優遇しますよとか、そんなような発想がやはりどこかに、それは全てはできないんですけども、やはり小樽に住んでみたい、住みたいというような考え方に立つようなそういう部分をいろんな施策の中に必ず意識しながら盛り込んでいくということが非常に重要ではないかなと思っています。生産年齢人口に関わる部分のものというのがすべてに共通している課題のように思っていますので、この部分の中でも必要ではないかな。

それからやはり今回の資料で需要と供給の総需要と総供給の部分で、やはり人口減少が進んでいくと、当然域内の消費っていうのが減っていくわけですから、当然いくら外で稼いできたり、観光客の皆さんに来てもらったり、そういう状況の中でもここを増やさない限りある程度一定のところで止めないとやはり経済そのものの仕組み自体が拡大する要素って非常に厳しいんじゃないかなと思うので、この生産年齢人口対策っていうのがすべての政策の中に反映されるような形に、特にこの産業振興に関しては必要ではないかなと思っています。コロナ禍でこの平成27年の資料しかないので、このデータというのは逆にじゃあコロナ禍が終わったらこの令和2年3年っていうのはどうなるんだろうとか、それからその前のもっと遡って10年前っていうのはどうだったのか、この連関性という部分は次の問題で循環の話になると思うんですが、その中でいろんな分析をしながらいわゆる方向性を出す。とにかく住んでもらうにはどうするか。例えば小樽市に住んで札幌に勤めても、当面10年や15年はしょうがないんじゃないか、その中でいろんな対策、それぐらいの極端な話を進めることって無理なのかなってに考えています。それからやっぱり人が動いて、物が動く以外に、循環もあり得ないし、それからそこに投資する魅力をやっぱり小樽の中で魅力を突き詰めていくということを徹底的にやっぱり各分野の中でやるべきじゃないかな。

それともうひとつ最終的にこんなのできないかなって思っているのは、いろんな情報だとか皆さんの話を聞いたところで全く僕の知らないことっていうのがいっぱいあるわけですよ。特に企業の皆さんであったり、そういう人たちはやっぱり社会をよく見ている人たちの情報であったり、現場のいろんな皆さんの意見であったりする部分のもの、その情報を集約し分析して、そして企画立案して実行も自分たちでやるっていう組織運営体、先ほど秋田の例お話をしましたよね、いわゆるそういうような部分の物をいわゆる企画立案実行というような運営体を作るようなことというのはね、非常にやっぱりあったらどうなんだろうかっていうこともちょっと思ったりしていました。

会 長 たくさん御意見いただきましたし、熱い気持ち伝わってくるような御意見ありがとうございました。特に強調されてたところと言うと、人の部分が一番大事だろうと。人材育成とか教育の問題もあるんですけども、生産年齢人口を増やすためにより果敢な、ドラス

ティックな施策をもって、より魅力のある小樽を作る。どっちが先かっていう問題も当然あるんですけども、根本的な課題をおっしゃっていただいていたのかなと思います。おそらくこれを小樽市だけでは当然できない課題・問題だと思いますので、それぞれの組織を代表した皆さんがこう集まっていますけども、それぞれの組織の垣根を越えて横のつながりというのが小樽のもうひとつの課題なのかなと思いますし、今コロナ禍で特に IT とか AI とかがよりこう、日本は今 DX 元年と言われており、そこらへんで急激に次の世代に移り変わるちょうど境目に来ているのかなという印象がありますので、単なる人材育成だけではなくて、そういった面も考慮しながら小樽にふさわしい魅力発見、それをどういうふうに応用するかみたいなところもやっぱり重要な部分かなという気がしました。他に何か御意見ありますか。

では次の議題「観光消費の地域内循環」に移りたいと思います。

事務局からお願いします。

事務局 <「資料3 観光消費の地域内循環」「資料4 観光基礎調査概要」について説明>

会 長 ただいまの説明について、御質問はございますか。これは27年度の資料をベースにした計算で、今コロナ禍で観光需要が止まっていますので、これで言うと893億円の観光による生産波及効果が丸々今ないということではよろしかったでしょうか。

事務局 例えば宿泊でも昨年と比較して、今年半分くらいか3割の売上げのところもありますし、去年1年間で見ても秋に多少売上げが戻ったこともありますので、ゼロになっているということはないと思います。

会 長 はい。それにしても、この資料だけではちょっと読み取れないと。さらに観光需要が減る中で、考えないといけないところもあるのかなと思います。数字自体はどう解釈するのかは置いといてですね、今提示された取組の方向性についてお聞きしたいと思います。委員から御意見をお願いします。

委 員 観光消費の地域内循環っていうところなんですけど、消費の循環っていう話で言うとお金の流れなのかなと思うんですけど、紙幣、紙券ってどれぐらい追えてるのかなって、今電子マネーだと、どれぐらい流通してるか地域内循環みたいなものって結構追えたりしますし、消費者の動向とかっていうのは、ポイントカードや電子マネーの事業者がビッグデータ、要するに消費者の購買データとか持ってるじゃないですか。我々例えば商店街に置き換えてみたときに、正直言ってお客様、小樽市民高齢者の方が何を買ってるのかとか、どういう年齢の方がどういう物が好みで、商店街で実際何が売れてるのかってほぼほぼ把握してないんですよ。ここ数年でキャッシュレスですとかそういった物を導入してはいますが、そういったデータを持ってるのってベンダーさんとかメーカーさんなんですよ。我々は全くデータを持っていないので、実はどう地域内で実際観光客の方が来て、肌感覚ではありますよ、それはもう商店者の感覚でしかないんですよ。夏場になればこういった物が売れるなとか、冬になればこういうのが売れるよとか感覚で商売してるんですよ。これっていうのは正直商店街としては僕はもう5年先10年先ないなと思ってまして、これは事業承継の問題にも関わってくるんですが、やはり商店街のそ

れぞれ個店の店主がいわゆる DX と言われる IT 化を進めていきながらもそれを活用できるような知恵とかを身につけなければいけないんですが、実際ここにいらっしゃる皆さん小樽市民の方ばかりだと思うんで、イメージしていただきたいんですが、梁川通とか都通、花園銀座通商店街、サンモール一番街、堺町は別としても、中心の商店街の商店をイメージしていただいたらほぼ御家族経営ですよ。パパママショップと呼ばれるお父さんお母さんが経営しているところに、それをどうやって導入していくのか、いわゆる情報を搾取されていて、手数料だけもっていかれて、今手数料無料ですって一生懸命導入されてるキャッシュレスがそのうち手数料有料になった時に、どんどん情報と手数料だけが持っていかれて、実は自分達で全然それを活用できてない。だからこういう観光消費の調査とかって言うても、じゃあどこからその数字出てきて、実際本当にそれ正しいんだろうかって常に疑問なんですよ。だからその元になるデータを実はどうやって取って行くかというのは非常に重要だなと思ってまして、例えば 2012 年に商科大学と一緒に地域通貨の「TARCA(タルカ)」というのを研究で作ったことがあります、その時はまだ研究状態で 2012 年ですから、まだガラケー使ってる方の方が多くて、スマホで地域通貨って言うてアプリケーションでやったんですけど、まあなかなか普及もせず、その時小樽信金にも協業を求めたんですけど、なかなかスマホのアプリとお金ってまだその当時ビットコインみたいなものないですし、電子マネーも普及してない時代でしたので、なかなか現実には至らなかったんですけど、実はその後いろんな全国の自治体で地域通貨が普及してきまして、飛騨高山では「さるぼぼコイン」っていうのが実際地域内で循環していて、飛騨信金と地域の団体と自治体も含めて、例えば paypay 以上に使われていて、それが地域内で循環してるっていう実例がもうあるんですね。あれ実はもうもっと早くちゃんとやってたら「TARCA(タルカ)」がそれになったのに、一番手になったのにな、というのをちょっと思い出しまして、この話を聞いたときに。なので大きな話になってしまいますけど、実際お金がどう流れてるのかとか、商店街の中で今後 5 年後 10 年後を見据えてどうしていけばいいのかっていうところをお金というポイントでひとつ見たときに地域通貨の件もそうですし、あとはひとつオタルンカードというのが今使っている方とかお店でも導入されている方が多いと思うんですけども、あれもひとつ、形を変えて、アイデアも変えて今の時代に沿ったものに加えていくことで何か地域内での消費とか循環っていうものに形を変えていけるのではないかなというのは常々思ってますので、そこは私の専門ではないですし、その組織には入ってないんですけども、あれだけ普及して高齢者の方も使えてますので、何か形を変えて、ビッグデータを自分たちが活用できるようになるっていうことを、僕はひとつとても重要だになっていうのを商店街に感じております。以上です。

会 長 今言われたポイントは、小樽だけの問題ではもちろんないんですけども、とりわけ小樽に関して言うと今委員から御指摘のとおりなかなか電子化というのが進んでいないと。大事なポイントとしては、オタルンカードを使って、消費者の行動パターンがどう変わるのかとか、何を期待しているのかっていうのを全く情報管理ができてないというのが商店街の最大の問題だろうという指摘、まさしくそうだなと思って今聞いていたんですけども。おそらくそういったものを商店街単独で解決するということもできないと思いますので、小樽商大でもそういった研究をされてる専門の方がおられますし、あるいは会議所や金融機関と問題を共有しながら小樽全体の循環、観光需要の循環を目指すため

に具体的にどういう取組が必要なのかというのを、そろそろ立ち上げる必要があるのかなと思って聞いてました。大変ありがとうございました。委員から御意見をお願いします。

委 員 今のお話いろいろ頂戴して、特に今の委員の発言はたいへん金融機関としても耳の痛い内容でございまして、金融機関には様々なビッグデータがあるんですけれども、正直言って使いきれてないというのが実態ですね。特に口座のいろんな動きをトランザクションという言葉でくくって、どんな入り払いがあって、こういった入り払いが出ると例えば資金繰りに影響があってこの資金が必要だ、という研究はしているんですけども、じゃあ次の行動として、例えば消費者の立場になった時に、どんなものを購入してどうするかという全てが、いろんなデータがクレジット会社についてしまっているというのが実態です。銀行内部にもクレジットカード部門があってそこで吸収している金融機関はあるんでしょうけれども、大概は外出しなので、いわゆる行動経済学にのっとった、消費者がどういう行動をして、何を買求めて、どの時期だとどういったものか、についてはちょっと分かりかねますよね。だからそういったものを商店街の中でやるっていうのはすごく難があって、先ほど委員からも話があったとおり人材育成というところで、そういった人材がきちんといないと、指導も受けられないという意味では、立場を少し離れますけども、これだけその小樽の観光経済が数字もこれ平成26年の経済センサスからとった中での生産波及効果が約900億円ある。これがまあ仮に合っているとしますと、膨らませると約1,000億円近い経済効果があるものを、どうやって小樽として使っていくんだというところが、すごく難しいなと思って聞いていました。何も解決策はないんですけども、特にIT人材を外からどうやって持ってくればいいのかなんていうことは常々考えていますし、やっぱりここが経営課題の事業者が結構いらっしゃるんですね。社内にはいるんだけどちょっとパツとしない、じゃあ外からもらって言うてもやはり年収が合わないの、なかなかもらいづらいという部分で何か補助的な政策みたいなものがあればいいななんていつも思いながら、事業者と対峙してる部分があって、働く人間が少なくなる中で、いかにITを駆使して、駆使したデータをどう還元をして、せっかく小樽は魅力があるのに、約1,000億近いこれはコロナ前ですけども、多分コロナが癒えればこれを遥かに超えるような反動があって、小樽はかなり経済的には観光含めて良くなるのは自明の理なんですけれども、どうやって利用していくのか、すごく悩ましいなと思って、じゃあそう言った人材をどう持ってくるかというあたりは、例えば行政サイドではそういった何か方法があれば民間の皆さんは助かるかなという部分は少なからずあるんですけども、例えばどうでしょうか、そういう方を持ってくるみたいな何か施策みたいなものってございますでしょうか。

事務局 今直接具体的に人材を引っ張ってくるような施策はないんですけども、デジタル化なのかAIみたいなものが流れとしてはあるので、そこを仮に進めていくとなった場合には活用する人材というのが必要なので、そこはセットで考えていかなければならないのかなと思ってます。

委 員 大したこと言えませんが、以上になります。

会 長 確かにこういったビッグデータ、デジタル化の必要性というのは、みんな思ってるんですけども、具体的にどう展開するのかというのは、やはりこれを進める人にかかっているというのは当然そのとおりだと思っていますし、そういったスキルを持ってる人材を育成するよりは、外から連れてくるというのが多分現実的だと思いますので、そういった人材を小樽に定着させる何らかの仕組みというのを、さっき委員がおっしゃったような対応面も含めてドラスティックなものが必要なのかなって聞いていました。他に何か御意見ありませんか。

では、引き続き事務局から説明をお願いします。

事務局 <「資料5 小樽市中小企業等実態調査」について説明>

会 長 今の説明について、御質問、御指摘等ございますか。

何か気づいた点がありましたら、後でも事務局に質問等していただければと思います。

これで取り組むべき視点の5つの課題について一通り御意見をお伺いすることができました。冒頭で申し上げたとおり、この5つの課題からまずどこに絞り込むべきなのか、5つ全てを全部取り組むというのは現実的ではないと思いますので、優先的にこの課題に取り組むべきだというのがあれば、委員の皆様から御意見をいただきたいと思っています。

順番に御意見をお伺いしたいと思いますが、その前に事務局から何か補足することありますか。

事務局 <補足説明>

会 長 今補足説明があったんですが、今の事務局からの補足説明とコロナ禍での現状等を踏まえて、まずはどこから取り組むべきなのかということをお一人ずつ御意見を順にお伺いしたいと思います。委員お願いします。

委 員 私個人的には4番「魅力ある小樽産品の開発と国内外への販路開拓・拡大」で、ちょっと話があれですけども、もう少し小樽もふるさと納税とかに力入れたらどうなんだろうなと思ってたんですけども、皆さんどうなんだろうね。表のリストを見ても、もっと他の町と比べても小樽市でもう少し推してもらった方がいいんじゃないかとは思っています。以上です。

会 長 ふるさと納税、貴重な資金源にもできるよう頑張ってもらいたいなと私個人的にもそう思います。

事務局 今のふるさと納税の関係ですけど、これまで財政部の契約管財課で所管しておりましたけれど、なかなか営業がそんなにうまくないというところもありまして、去年はコロナ禍もあって、実績だけで言うと増えたんですけど、庁内でも所管についていろいろ議論して、今年度からは産業港湾部、私どものほうで所管することになりまして、これまであまり少なかった、世間的には人気のある一次産品もう少し頑張ろうということも含めて、農林水産課で所管して、うちの部内全体で関係しますので、みんなで協力して

何とか増やそうということで今取り組んでいるところです。要望があれば我々のところに言っていただければと思いますよろしくお願いします。以上です。

会 長 大変心強い、これからも頑張って取り組んでいくんだという決意をいただきました。続きまして、委員よろしくお願いします。

委 員 取組の方向性について今まで議論してきました①から⑤の中で、個人的な考えですけども、①から③にかけてはある程度中長期的に必要な営み、時間がかかる営みも充分有り得るなと認識しています。一方で④⑤については新しい商品の開発というには時間が必要かもしれませんけども、販路拡大や経済の地域内循環というものはコロナ収束を見据えるとか、コロナ禍に関わらず現在のこの小樽後志内のこういった販路なり地域内循環の現在の仕組みをどうしようかという視点で検討をすぐにでも始められるものではないかな、そんな素材ではないかなと考えております。先ほどの議論の中で出ていましたけども外国人観光客なり市内で多様なマネーを使った購買が行われている観光客の大多数は多くはレジでスマホ決済だろうと、一方で小樽市内の市民の買い物客っていうのはやはりがまぐちから小銭出したり紙幣を出したりという買い物の仕方をしているんだろうと、地域内の循環っていう視点で考えるとこの購買の動きの両者を見極めた検討も必要なのかもしれないと皆さんの御意見を聞きながら感じたところであります。蛇足をつけてしまいましたけども以上です。

会 長 続きまして、委員御意見をお願いします。

委 員 先ほど委員のお話も本当にごもつともだなと思ってお聞きしていたんですけど、やっぱり生産年齢人口を増やしていくこと、やはりいろんな施策の根底には人がいないと何もできないと、私もおっしゃる通りだなと思ってまして、小樽に人を増やす、生産年齢人口を増やす取組が非常に大事になってくると私も思いまして、そういった観点から見ると②と③が優先順位が高いのではないかと思います。

特に事業承継についてなんですけれども、資料5の12ページで、ちょっと私も愕然としたんですけども、後継者が決まっていないという方が54.9%もいらっしゃるまして、中小企業庁の調査によりますと、今から3年後の2025年までには経営者の平均引退年齢では70歳に到達する経営者の方が245万人に達してその中の127万人くらいが後継者が決まっていないという企業だというデータがございます。こういった企業がいわゆる経営の内容が苦しくて廃業していくべき・淘汰されるべき存在なのかと言いますと全くそうではなくて、私共の調査なんですけども、6割くらいは直近の休廃業する前の決算において黒字であったという調査も出ております。本当に地域にそういった意味では潤いを与える中小企業・小規模事業者の皆さんには事業承継っていうのは待ったなしの課題だと思ってますので、私は2番と3番を推したいなと思いました。

会 長 はい、ありがとうございました。続きまして委員お願いします。

委 員 私1番から5番の中では2番目と3番目、「若者に魅力のある環境づくりや地元定着、生産性向上による人手不足への対応」それから「地域特性を生かしたビジネスの創出支

援と事業承継」このふたつが、この5つの中では重点的にまず取り組むべきではないのかなと思っております。やはり先ほど委員も言ってましたけれども、人の問題、小樽はどんどん少子高齢化が進んでまして、このままでいったら10年も経たず10万人を切りますよという状態の中で、どうやってまず小樽に定着して働いてもらえるか、働いてくれる人がいなければ、いくら観光客が来たとしても、誰も対応できないということで、逆に観光客も減っていくのではないのかということもありますので、まずこの二つを重点的にやるのがいいのかなと、他がダメというわけではないです。

1番については時間がかかるようなことなので、今でもやられてると思いますので、じっくりやっていけばいいのかなと。あと4番5番についても、4番は今も取組事例ありますけれども、やっぱりこういうコツコツと継続してやっていくことが大事だと思いますので、引き続きやられていけばいいのかなと思います。5番の地域内循環はいろんな資料をつけていただいているんですけども、資料の4はどう見ればいいのか私ちょっとわかんなくて、要は移輸出と移輸入のマイナスをプラスになるといいのかどうなのか、ちょっとよくわかんないんですけども、要は小樽市内で生産したもので全て小樽市産で供給したものを需要に対応できればそれがいいですということなのか、あとは観光消費額も、時期はズレてますけれども、平成27年のデータと30年の入込客数でやってるからちょっとズレがあると思うんですけども、7,178億円の総生産の内の898億円が観光消費額ですよ、となったときに、この12.5%がいいのかどうなのか、これがもっと高くなればいいのかどうなのかっていうのはちょっとよくわかんないんですけども、これについては逆にこういうデータが取れるのであればそのデータの根拠とですね、どこを伸ばしていきましようっていうのを明確にした方がいいのかなとは思いますが、さっき委員も言ってましたけども、このデータはどこから取ってきてるのか私もわからないんですよ。だから精度の高いデータを基に、ここをこういうふうにやっていきましようっていうのがあればいいのかなと思います。ただここで重点的に取り組むのは、②と③がいいのかなと思います。以上です。

会 長 確かにデータの出どころとかあるいは信憑性とかこういう話も当然あるだろうし、あるいはこれを使って何をすべきなのかっていうのはまさしく問われていることであって、そこはまだ提案をされてないのかなという気はしました。続きまして、委員お願いします。

委 員 先ほど取り組むべき視点を、時間軸に分けて説明いただいた箇所があって、確かになと思って聞いていました。①から③は時間がかかります、④は目の前の物ですということとか、あと私が思ったのは、時間はかかるんですが、しっかりやらなきゃいけないこの③の項目と、まずはインバウンド含めて観光が戻ればしっかり取り組まなきゃいけない④のところでしょうか。時間軸を見た中で③と④を私としては優先的に取り組むべき意見として今回発言させていただきたいなと思ひまして、この③と④が形としてしっかり取り組めれば、いろいろ繋がっていくのかなと可能性も感じておりますので、よろしく願ひいたします。

会 長 続きまして、委員願ひします。

委 員 ちょっと前後するのですが、小樽市中小企業等実態調査の集約を頂戴しまして、じっくりと読ませていただきました。市内の企業や業者の皆さんが、いかにコロナで苦しみ、どんなことを喫緊の課題としているのか、またどんな支援策が求められているのか、本当に手に取るようにわかる、たいへん素晴らしい資料だったと思います。特に興味深かったのは先ほど来お話があります経営上の課題における資金の確保、コスト削減が上位というところでありました。今般緊急事態宣言やまん延防止措置等による各種協力金、支援金の支援を私たちは引き続きお手伝いをしているんですが、どちらかというやはり飲食店に向けたものが多いことから、前回も申し上げましたけれど、なぜ飲食店ばかり助成されるのかという声が根強く聞かれています。一方その支援金を受けた飲食店の実態を見てみますと、全てではもちろんありませんが、これまでこさえた仕入、家賃、カラオケ代などの借金の充当と生活費に充てられている方が本当に多くて、本来なら使いたい従業員の雇用維持とか、新規事業の資金にと、そういう活用をしたいんだけど、できない方もいらっしゃる。このまま黙って廃業させたくない。どうにか業態を変えてでも商売を続けたい、そんな声がこの回答に滲んでいると思いました。支援金など資金を直接助成してもらえるのは本当にありがたい話なんですけれど、地域経済に反映されにくくて残念な一面も感じています。

ことのついでにここで話していいかわかりませんが、小樽市はプレミアム付き商品券事業を再度行う計画があると伺いました。こちら本当にありがたい話だと思っています。ただ、一定のまとまったお金が用意できる消費者にしか回りませんで、全ての市民に恩恵が得られにくいとの声も聞いています。額面の引き下げ、市内に本社本店がある店舗で使える券の増量をと個人的には思っています。

申し訳ありません、また前回の会議で申し上げた話を致します。今回は売り手の実態調査をしていただいたんですけれど、買い手、市民の実態調査もお願いをしたいと思うんです。市内のこの地域に住んでいる人は普段ここに買い物に行っていて、プレミアム付き商品券を手に入れたらここで使いたい的なデータは、今回の調査のようにたいへん有益な資料になるものと考えます。この実態を知ることはやはり中小企業と市民を繋ぐことを目的としたこの条例の運営において、また地域内循環経済を作る上でも有益になるものではないかと思っています。

コロナ禍で今厳しい状況に陥っているのは、財政的保証の乏しい小規模事業者です。この条例の14条でも小規模企業者への配慮をうたっておりまして、こうした事業者を下支えすることこそ今まさに求められていると痛感をしているところです。

また、このコロナ禍がどこまで続くのかが見えない中でインバウンドがいつ戻るかもわからない、そんな中においてやはり私は5番目の地域内循環というものにやはり重きを置くべきじゃなからうかと、もちろん5つとも大事なことだと思ってはおります。以上です。

会 長 では委員お願いします。

委 員 私個人的には4番なんですけれども、組合ということを考えますとやっぱり2番ですね。特にこの前も銭函交番のお巡りさんが聞き取り調査に来たんですけれども、やっぱり銭函、人手不足ってということで、銭函は工場が多いと。外国人がすごく増えてきたんですよ。特に、北海道薬科大学がなくなってから、桂岡の薬大生が入ってたアパートとか下

宿に今入居しているのはみんな外国人。大きなトラブルにはなってませんけれども、いろいろニュースにならないようなトラブルなんかもあることも事実ですし、本当にそういうことを考えると、別に外国人の方が悪いわけじゃありませんが、今中国、メキシコ、ベトナム、ミャンマー、あと南アフリカの人など、いろいろな方がいるんですけども、やっぱり言葉が通じないから交通事故だっていつ起きてもおかしくないような状況などいろいろ問題があるので、できれば若い御家族を、一時昭和50年代には、桂岡小学校も新しくでき、そして北海道薬科大学もできて、あの頃一応小樽の文教地区とか言われていたんですか？昔の市長さんもいらっしゃって。桂岡にバス停を作るとかって頑張ってたんですけど、結局そういうのがなくなっちゃって本当に、銭函の一角である桂岡は大変なんで、やはり若い人口、働く人口をあるいは学校の誘致とか、そういう形で労働人口を増やしていただければなと、そこをやっぱり急務、急いでやっていただきたいと思います。

会 長 続きまして、委員お願いします。

委 員 ものすごく困ってしまって。皆さん1番から5番ってそれぞれ取り組まなきゃいけない課題だという形でやってるんですけども。それで、前回までも私申しましたように、やっぱり若手、若年人口の方々が定着しない最大の理由が、家賃問題だって話を昔からしたこともありましたが、今回委員からそこら辺はやっぱり手を入れないといけないよねっていう話をされていて、やっぱりみんな分かってもらえたんだと思う部分があって、すごく感慨深いものがありました。そういうことから考えるとやっぱり2番目の若者に関するそこら辺の手当てを早めにやって、若年者をちゃんと小樽で生活して、例えば札幌へ仕事へ行くというパターンを今からでも遅くないから作っていかなくちゃいけないかなあと思ってます。ただすごくお金がかかることなので、どうやるのかっていう話はやっぱり一番頭が痛いところだなと思います。

それからやはり特産品に関しては、今までもそうなんですけど、本当に生産者の方々いろいろ取り組んでいただいています。ですからそれをやはり少しねじを巻いてやらないといけないのかなっていう意識でもって、担当している関係のところではやる場所はやろうねっていうような流れを作っていきたいなと思ってます。

そして、やはり「地域特性を生かしたビジネスの創出支援」という関係に関しては、これはやっぱり専門家の方々の話をよく聞いてやっていかなくちゃいけない。

この3点がやはりどうしてもやらなくちゃいけない部分の最たるものなのかなっていうのを今まで感じておりましたけれども、問題なのはアンケートを取った中で、実際には資金繰りで皆さん小さいところが苦労している実態がありますよね、調査で4割を超える方がそこに丸をつけてますから。そうすると、そのところをどう手当てしながら、承継をしながらっていう形になると、これ手に負えるの？という感じは実際あって、すごく悩めます。そういうところではなにかとりとめもないんですけども、これで終わらせていただきます。

会 長 続きまして、委員お願いします。

委 員 私は、やはりこの小樽の中でいけば人口は減少しておりますので、この先を考えては、

やはり人材の育成イコール人材の確保だと思っております。ただ最近の学生に確認しますと、以前と違いまして、この道内に残りたいという人は結構増えてきているみたいなんですね。そのためにも我々企業の努力が必要なのかなという気が毎年ちょっとしております。ですから若者が先ほど皆さんいろいろお話ししてます小樽の魅力のある場所、私も小樽が好きなんで、どうしても小樽にいたいと思いつつ仕事をしているんですが、そんな風にしていくためには、やはりこの観光自体を伸ばしていかないと人は伸びないと思うんですよね。ですからこの観光を伸ばすためには何かの一手に絞ってより一層、人を伸ばして行って、そして人材の育成イコール人材の確保という流れに持っていければ、この先の未来、小樽は伸びていくのかなという気はちょっとしております。以上でございます。

会 長 続きまして、委員をお願いします。

委 員 5つの中からということであれば、私は2番になります。人手不足、人材不足への対応というところで、3番の事業承継っていうのが非常に商店街なんかでも問題になってまして、今後恐らく本当に廃業していくんだらうなっていうことが目に見えてるお店がたくさんあるんですが、ただこれを例えば市の条例の中で、事業承継についてこのようにやっていきましょうっていうのを、我々がある程度やったとしても、私の肌感覚でいうと、本人たちがあんまり自覚していないんじゃないかと思って。要はこの数字を見てもわかるとおり、後継者もいないですよ。考えてませんよって言っていて、年齢おいくつですかっていったら70いくつですみたいな。それって本当に御自身のことちゃんと考えられてますか、自分の会社をっていう、要するに御本人の自覚の問題っていうのが結構あるので、我々例えばこういった委員だとか小樽市の皆さんとかが一生懸命商店の皆さんに将来どうするんですか、今後の御自身のお店と商店街と小樽の未来をって言っても、御本人のやる気がなければどうしようもないっていうところに実は行くようなお店が結構あって、これは商店街もそうですし、市場の中の事業者もそうなんですけど、本当にそうしたいと思われている方がいるのか、そう気づかせるっていう施策は必要だとは思いますが、ちょっと違う視点でここは考えていかないといけないのかなって思いまして、それは当然やらなきゃいけないんですけど、それよりは委員がおっしゃったような生産年齢人口のところで、働ける若い人たちを小樽にどんどん入れていくっていう定住人口を増やすっていうことにもつながりますし、小樽で働いて結婚して子供を産んでくれば、そこでまた人口増にもつながるっていうところで、長期的に見て、一番これは今我々小樽市にとって必要なんじゃないのかなっていうことは思ってます。

ちょうどコロナ禍でいろいろ厳しい状況ではあるのですが、弊社で言えば、今求人をおこのひと月くらい出してまして、過去に出したのとちょっと違う応募者が多いなと思っているのが、まず若い人からの応募が非常に増えました。それからもうひとつは市外の方から、小樽に行ったこともない方から「採用決めていただいたら引っ越します」という熱いメッセージを入れていただいて、東京だったり九州だったり全国各地からですね、毎日5通づつくらいメッセージが入るんですね。ハローワークさん経由で出していると、いろんなところが勝手に情報持っていくますので、インディードで見ましたとかで電話が来るのと、自分で検索されて弊社のホームページ見て、問い合わせフォームから、自分のプロフィールとかメッセージ送ってくるような方がいて、在職中の方

なんですけど、都内とか今自分が働いている所よりも、コロナの影響なんでしょうか、北海道、小樽のイメージっていうのがどういうイメージをお持ちかわかりませんが、テレワークでも働けそうだし、そういったところの地方で働いてみたいっていう需要が結構高まってるといっているのは肌で感じています。もう一つの応募としては、小樽出身です、余市出身です。大学を卒業して就職を期に東京へ来ました。でも故郷に帰りたいです、という応募が何件か入ってきてまして、これはまさにIターンUターンに繋がる。今まで一生懸命移住の施策とかやって、なかなか響いてなかった、数字に直結してなかったところがここにきて、もしかすると、IターンUターンとか移住っていうところがこの働き口を見つけるっていうところに直結しそうだと思ったので、今このタイミングでこれをやることによって長期的な小樽のこの先の若者の確保っていうのが可能かなっていうのが私の意見で、2番ということにしました。

会 長 特にコロナ禍で、ビフォーコロナには完全に戻れないと思いますので、コロナが収束したのちに、どういうビジネス環境が継続するのかみたいなことを先読みしながら、今の委員の発言はすごく理にかなっているのかなと思って聞いていました。続きまして、委員お願いします。

委 員 結論から言うと2番かなと思っています。なぜかという、どちらかという小樽の商品もそうですけど、なかなか小樽の人が、小樽市民が気づいてないものって非常にあると思うんですよね。いいものあるのに、と考えるとやっぱり外見よりまず中だろうなと、中を見るって言ったら2番なんだろうなと思います。それと、今日の資料を見て改めて責任の重さを感じるといいますか、この23.7%、いわゆる本当に働いている人の4分の1が観光関係に従事しているということも踏まえれば、なおさら2番のことをしっかりやっていかなきゃいけないんだろうなと思ってます。外を見てはいけないというわけではないんですけど、私が所属する組織では、誘致促進委員会というお客様を小樽に呼ぶ道内・道外・海外という委員会があって、もうひとつおもてなし委員会っていうのがあります。本当にこのおもてなし委員会が、本当に100%うまく回っていければ、他都市と比較するわけではありませんけれども、コロナ前は800万人もお客様が来てるわけですから、その人たちがみんながまた来たい、美味しかった、楽しかった、綺麗だった、とみんな感動して喜んで帰ってもらえれば、誘致に行く必要ないわけですよ。それくらい今の小樽はコロナの前までですけど、恵まれた環境にあるわけですから、中の充実というか、小樽市内の方に小樽を分かってもらう。先ほど委員からも話がありましたけれども、やはり札幌から来たら海があるだけでも感動する。でも小樽に住んでると海は、毎日見ると感動もへったくれもないみたいな、そういうのって結局小樽を分かっているようで分かってないから、変な話4分の1の人が観光に働いているのに、確か数年前のデータで、小樽は観光都市ですかって言ったら半分くらいしか観光都市って市民が思っていないって。実際問題4分の1も働いてるのに、その半分は観光都市じゃないよって言いきっちゃうこの街って。だから住んでる人間が住んでる街を分かってない。ですからもっともっと外を見るよりはしっかり中を見て、このコロナが収束後、V字回復を目指すためには、中身の充実なんじゃないのかなと、要するに市内に対する、市民に対するそれがシビックプライドにもつながっていきますし、そういうようなことをやっていけたらなって思ってます。以上です。

会 長 大変貴重な御意見だったと思います。委員お願いします。

委 員 本当に順番つけるっていうのは非常に難しい話で、全て大事なことなんだと思います。強いてあげるならば、やはり皆さん言ってるように②④⑤なんだろうと思います。特にこういったコロナ禍っていう部分のところを意識したら、当然のことながら北海道物産展をやっても、外に出られない。久しぶり1年ぶりにやったら、非常に喜んでもらったという、そういう期待値っていうものをものすごく感じた。だからこのコロナの中で今でも、まん延防止対策措置がある中でも、人の出入りがどんどんどんどん、人の動きが出てきていると、もう耐えられない、だから恐らく、ある程度ワクチンが浸透していったら、人が一気に動いてくるだろうと。そうするとそこにいろんな仕掛けするだろうと。それで、緊急度で言ったら一番困ってるのは今誰ですかっていう話になったら、やっぱり観光に携わってる人たちが一番緊急度が高いんじゃないのかなって思います。いわゆる観光業の皆さんに商品を卸している事業者に実際に聞くと、かなりその辺のところも非常に厳しい現実にとんどんとんどん広まってきているという現実等も踏まえて、それと反動が一番期待出来て、一番活性化するって考えたときには、緊急度から言ったら、観光関係、やはり今はある程度緊急的に特にインバウンド、今聞いたらインバウンドはもう来年もちょっと難しいんじゃないかなという話、まさに日本全国が今までやってきた観光の成果、今までやってきたことが成果が問われる。そういうような部分を含めて考えたときにやっぱり基幹産業である観光っていう部分のものに当面はスポットを置いて、あるべき姿をもっともっとみんなの意見を、当然やってきているんです、けれども、もっともっと進化させて小樽ならではのオンリーワンであったり、他の地域との差別化、道内でもできること、先ほどいいましたけど突き詰めていくような形の中である程度その辺のところに行っていくのかなと。それで、私言ったように生産年齢人口、本当に感じてまして、そこを全ての施策の中にやっぱり切り口としてね、持っているということは非常に大事なことでぜひそれも含めてお願いしたいなと思います。

会 長 続きまして、委員、御意見をお願いします。

委 員 私は一応4番ということで、お客様が99%小樽以外なんですよ。域外から外貨を稼ぐっていうところで、ずっとやってきてまして、やはりそれには新しい商品を開発して、魅力のある商品でお客様に支持してもらおう。それをずっと手掛けてきたものですから、やはり仕事をしていく上で、新しい商品の開発とそれとやはり売り先の開拓、また拡大ということをやっと考えてきました。今、何年かしたら、コロナが収束したときにはもちろん小樽にはたくさんのお客様も来ますし、小樽から海外にも打って出るような商品を何か考えていければいいかなということで4番がいいかなと思います。以上です。

会 長 最後になりますけども、委員お願いします。

委 員 私は、まず5番を強調したいと。地域内でお金が循環するっていうのは一般にあんまりこう言われてないんですよ。コストは高くても構わないんだと、地域内で循環していればと思うんです。そういう話っていうのはあまりされなくて、いかに安く売るかとい

うことだけが先行しているんですね。そうではないと、コストが高くても、地域内でお金が循環しているんならば、お互いにサービスを提供しあって、ハッピーになれるんだと思っているもんですから、まず5番を優先したいと。でも5番だけで閉じられないんですね。域外に出ていくお金がありますから、その分を外に売って稼がないといけないと、それが4番だろうなと思うんですね。その点委員から、小樽にはいいものが沢山あるんだというようなお話がありましたんで、そういうところを核にして、域外に出ていくお金を取り戻すために、いいものをそれなりの値段で域外に売ると、そういう考え方を持って、何か成立するビジネスモデルを考えていくことかなと思ったりしております。以上です。

会 長 カウントしてみたんですけど、かなり割れているような気がするんですけど。

ちなみに私個人的な意見として、私もひとつに絞ることはなかなか難しいので、長期的な課題としては、皆さんおっしゃったとおり人的資源をいかに確保するか、そのために生産年齢人口をいかに増やすかっていうのは、やっぱり一番根本的な課題として取り組むべきだと思いますし、専門が経営学なので、小樽の課題として、いかに付加価値を上げるのかと、さっき委員おっしゃったように小樽の素材とか原材料を使って、さらに付加価値を高めるとかっていうのも必要だし、それをPRして高くても売れるような形で発信するっていうのも必要だと思います。なので私個人的には2番と4番かなと思います。ひとつにこう絞ることはなかなか難しいのかなと思うのですがいかがでしょうか。事務局どうですか。

事務局 まず絞る前に先ほど委員から産業連関表の関係でお話ありましたので、その点答えられる範囲でお答えしたいと思いますけれども、まず移輸入と移輸出の関係ですが、今マイナスになっているという状態、移輸出の中には観光の消費が入っています。ですからこの移輸出を伸ばすのか、外から入ってくる移輸入を減らして、地域内で回す、それから移輸入を減らす、その動きをどうやってやるのかというところで、この移輸入超過なのか移輸出超過なのかというのは変わってくるんですけども、これは小樽だけが移輸入超過になっているわけではなくて、多くの自治体は小樽と同じような、もちろん金額は違いますが同じような傾向になってます。例えば北海道で言えば第一次産業は移輸出超過になっていますが、全体で見れば同じく移輸入超過になっています。移輸出超過になっているのは、いわゆる鉄鋼の街とか、例えば川崎市とかそういったところは移輸出超過ということで貿易収支がプラスになっていますが、小樽は残念ながらそこはマイナスになってますけども、どちらを増やすのかっていった部分は、これからの観光に力を入れれば移輸出が増えていきますし、観光が増えたことで観光客に売る商品市内でまかなえば移輸入は減ってくるという形になりますので、なかなか一概には難しい問題かもしれませんが、一応考え方としてはそういった形になってます。

それから観光消費の方で、数字が定かなのかどうかといった部分は、ベースになっているのが観光客の動態調査ということで、これはアンケート調査をやって、観光客の皆さんに、どこどこ行きましたかとか、いくら使いましたかというのを、日帰り・宿泊別に集計したものがベースになっています。

それから話は変わりますが、取り組むべき視点で、私もカウントをしておりましたが、一番多かったのが②人材不足の関係かなと思っています。その次には④の販路

拡大の関係、次に③の事業承継関係かなと思ってます。それで②生産年齢人口を増やしていくということで、産業面からみて生産年齢人口をどうやって増やしていくかっていう面で、考えていけないとならないかなと思ってまして、②のテーマの説明文を見ると、お渡しした資料にも書いてあるのですが、資料1の2枚目がこの取り組むべき視点の②ということで、下に説明を2行ほど書いてます。ここでは「人手不足は、少子高齢化による生産年齢人口の減少など我が国の構造的な問題などが要因で深刻化しており、AI、IoT、ビッグデータの活用などにより、労働生産性を向上させる必要がある。」ということで、ここに照らして我々が生産年齢人口をどうやって増やしていけるのかといった部分、なかなか我々だけでは難しい部分もあるのかもしれないけれども、あくまで経済的側面から見て何ができるのかといったところは、皆さんのお力を借りながら具体的な施策にしていかなければならないのかなと思っています。

また、冒頭、取り組むべき視点を絞るとしたのは、ポイントを絞ってやった方がいいだろうという御意見もありましたので、いくつか絞るという形で提案させていただきましたけども、これはひとつではなくても、今の話聞いた中では②と④が多かったという経過もありますので、まずはこのふたつのテーマに沿って、これから具体的な支援策について検討して、11月が答申になっておりますので、我々もその答申に基づいて支援策というのを令和4年で予算化できればと考えて進めておりますので、具体的な支援策について、次回一応8月下旬を予定しておりますけども、それまでに皆さんからの意見も聞きながら具体策について議論していければなと思っております。以上です。

会 長 ただいま事務局からの案が提示されました。時間的な制約の中で、活発な御議論いただきまして、優先的に取り組む課題を絞ることができたと思います。ただ、それを具体的に前に進めるためには、これから更に具体的な案を示す必要があると思いますので、委員の皆様が所属している団体等の意見などとして支援の方向性とか、その具体的な事業案について御提案していただきたい、というものでいかがでしょうか。

<意見等なし>

会 長 ありがとうございます。それでは、そのように進めさせていただきます。後日、事務局から各委員の皆様に御照会をするということになります。事務局いかがでしょうか。

事務局 先ほど言いましたとおり、11月がひとつの最終目標になりますので、具体的な施策については11月の会議までに、ある程度見える形にしたいと思ってます。ですので、その前、次回になりますけども、8月下旬の振興会議では形が見えるようにできればなと思っておりまして、それまで皆さんの所属する団体の御意見等もあるかと思しますので、改めて後日メールで照会をさせていただきます。具体的な方向性ですとか支援策、その辺について御意見をいただいて、次の会議の前には資料としてまとめて、事前に見ていただくというようなスケジュールに今の所は考えておりますので、よろしくお願いいたします。

会 長 ありがとうございます。直前にもらっても、なかなか目を通す時間がないと思いますので、少しでも早く皆様に配布できるように準備をお願いしたいと思います。最後に皆様

から何か、御発言ございますか。

では、事務局何かございますか。

次第３：閉会

事務局　＜事務連絡＞

会　長　では以上をもちまして、第８回小樽市中小企業振興会議を終了いたします。本日は、長い間、どうもありがとうございました。