

第9回小樽市中小企業振興会議

【 議事録 】

日時：令和3年10月22日(金)14:00～16:00

会場：小樽市役所 第2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、大田委員、中山委員、栗原委員、齋藤委員、中田委員、佐橋委員、加藤委員、阿部委員、佐々木委員、

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>

本日はご多忙のところ、ご出席をいただきまして誠にありがとうございます。ただいまから第9回小樽市中小企業振興会議を開催いたします。本日の会議につきましては、お手元の次第に沿いまして、概ね2時間程度予定をしておりますので、よろしく願いをいたします。なお、本日、委員の過半数の出席をいただいておりますので、成立をしていることをご報告いたします。

次第2：意見交換

会 長 前回、6月に開催いたしまして、本来であれば8月に第9回を開催する予定でしたが、緊急事態宣言が発令されたこともあって、少し間があきました。前は5つの取り組むべき視点のうち、テーマを2つに絞って、そのテーマに対する事業案を提出していただきました。また、11月には答申することを今想定していますが、本日はその事業案と答申案が事務局から提示されましたので、活発なご意見をいただければと考えております。それでは意見交換に移りたいと思います。関連がありますので資料1から4までの資料を、事務局から説明をお願いします。

事務局 <資料1「「取り組むべき視点」に対する事業案」について説明>

<資料2「答申書仮案の構成及び概要」について説明>

<資料3「答申書仮案」について説明>

<資料4「第9回振興会議で議論していただきたいこと」について説明>

会 長 ただいまの説明に関して何かご質問ございますか。今まで議論した内容を、仮案という形でまとめたということだと思っておりますが、まずは進め方について、前回絞った取り組むべき視点の中の2つのテーマに対して、皆様から提出していただいた事業案が分野ごとに整理されておりますので、その中から事業化すべき分野について、まずご意見をお聞きしたいと思います。その後、意見が多かった事業化すべき分野の事業案、また、その方向性について、ご意見を伺えればと思います。最後に、答申案の内容、特に提言のところ何かご意見がありましたら、整理していきたいと思っております。今の進め方につい

て、何かご意見ございますか。よろしいでしょうか。では早速ですけども、そのように進めさせていただきます。それでは②「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」、④「魅力ある小樽産品の開発と国内外への販路開拓拡大」、この二つに対する事業化すべき分野について、皆様のご意見を伺いたいと思います。1人ずつご意見を伺えればと思いますので、委員お願いします。

委員 まず、②の若者に魅力ある環境づくり、これによる人手不足への対応につきましては、取り組むべき視点に対する事業案で、資料1で示されてる中から、今ほど事務局からお話がありました、人口減少にも着目したという、お話がございまして、私もその課題認識を一緒にしているところでございます。取り組むべき視点として「若者に魅力のある」という、ある意味、小樽市内にいらっしゃる方の中で、若い人・世代に着目したことによって、少し人手不足を解消する着目点を狭めてる気がしてございます。私が推し進めていけば良いなと思っておりますのは、今人手不足になっている、また一方で人口減少になっているという課題からすると、今この小樽に住んでいらっしゃる方全員を、まずは、この雇用就業の対象者の枠組みにとらえて、その中から、女性も含めた、雇用の環境をPRする、提示することにより、この事業分野では、こういうスキルが、こういう人が必要なんだということをもう少し詳しくアピールすることで、私が見てるスキルが役立つかもしれないと思う方も増えるのではないかと考えました。従って、対象を資料1の④の、高校生大学生という若い世代の方と合わせて、⑤にあります女性の復職支援ということで、記載されている幾つかの、要は、女性ということでその年齢層についてはこだわらないという観点も含めた、オール世代に着目した、人手が足りないことへの対応をしていただきたい。人々を広げていく視野で、この人手不足への対応というところに事業を結びつけていってはいかがかなと考えております。

もう一つの「魅力ある小樽産品の開発」、こちらの方もよろしいですか。資料の1で、魅力ある小樽産品、この①に記載しております、魅力ある産品ということで、新産品を開発することも、当然、その手段としては有効でありますけれども、発信力が弱い故に良い物だけでも、目立っていない。そういう品物がまだまだ小樽市内のお店にはあるのではないかと、存在しているだろうと考えておりますので、この①の地場産業の集結で新産品を開発ということで、発信力が弱い故にちょっと伸び悩んでるっていうところについては、大きな視点で、そこも巻き込んだ状態での小樽の品物ですよというPRをすることによって、小樽の品物の全域に関わって販路が拡大するという方向感を目指してはどうかなということで、販路拡大に関しては、資料の中ではこの①の項目になぞった方向感を進めていくべきではないかなと考えております。

会長 大変、貴重なご意見ありがとうございます。続きまして、委員お願いします。

委員 はい。「若者に魅力ある」の方からの発表になりますけど、今の委員がおっしゃった通りの方向性で私も賛成でございます。まずは就業希望者を女性も含めて、高校生も含めて増やしていくということの方向性でよろしいのではないかと考えております。それプラスアルファなんですけれども、起業支援、資料の3ページに④番にあるんですけれども、そもそも市内の高校生に、そういった起業マインドといいますか、そういったものを植え付けるような取組をすることによって、小樽の中でも自分たちで仕事を生み出し

て、雇用を生み出すことができるんだというような意識を醸成させることができればなお良いのかなと思ひまして、先ほど委員から発言のあった事業内容に、プラスこの起業支援の4番を加えるとよりいいのではないかなと思ひました。

2番目の「魅力ある小樽産品」についてなんですけれども、街を歩いていると非常に魅力溢れる商品というのは、あちこちあるなというのが、正直な感想でございまして、なぜこれが全国的に売れないのだろうと本当に不思議に思うぐらい魅力のある商品に私は溢れていると思ひます。そうするとやっぱり弱いのはどっちかということ、この情報発信の分野なのかなと思ひまして、既にある良いものを適切な情報発信の方法によって、よりPRすることができれば、小樽産品のもともある魅力が知れ渡るということで良い効果が生み出されるのかなと思ひまして、この情報発信の事業内容を、私は推させていただきます。答申案についての意見は特にございません。

会 長 ありがとうございます。続きまして、委員お願いします。

委 員 まずは「若者に魅力のある環境づくり」の方は、一応私も当初優先順位で意見を求められたときに、私の方で書いたのが市内の就業希望者に対して、就業希望者と市内の企業とのマッチングはどうでしょうかということで書かせていただきました。当然、高校生もありなんですけど、Uターンだとか、海外の方だとかもっと幅広い分野で、マッチング支援をどうやっていくかというのを考えるのが一つなのかなと思っております。あと人手不足は、「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」と書いてありますが、これを進めていくことは現状として多分無理だと思うんですね。ですから、これをどう活用するのかというのを、どこで考えるのか。考える場所を作ってそれを、発信できるというのを、前にセンターを作るという話もありましたけど、そういうところがあつたほうがいいのかと思っております。一応、そのマッチング事業で、小樽で働きたいという人たちの、働き場を見つけるという意味ではマッチング事業というのが大事なのかなと思っております。

あと「魅力ある小樽産品」の方なんですけれども、今、結構小樽市内でコラボ商品を作っている方が多くて、今年の7月に道新に記事が出てたんですよ。観光協会が主体となつてやられてるんですね。これを、もっと大々的にできるような仕組みづくりができればいいのかなと。今一部の方たちだけでやっているものですから、それをもっとできるような、仕組みづくりができる提言ができればいいのかなと思ひます。

会 長 ありがとうございます。委員ご意見いただければと思ひます。

委 員 事前に資料もちょっと拝見してきたんですけども、お話を伺つて、まず「若者に魅力ある環境づくりや地元定着」云々というところは、今何か施策に着手しても、長期的な取組が必要になってくる政策かなと思っております。マッチングも大変重要なことで必要なことですし、あわせて、若者が小樽にいたい、もしくは小樽に来たいと思えるような、そういった企業は、実はたくさんおありだと思ひます。私もものづくりで頑張つてらっしゃる企業とかたくさんおありなのを見てます。ところがそれが上手に発信されていないのかなという気はしないではない、ちょっと懸念するところかなと思ひます。なの

で、そのマッチングの場を作る。作るのと同時に、そこに企業の魅力をPRするような、その魅力を発信するような施策が盛り込めていければ、非常に効果が大きくなるかなと思っております。これは②の「魅力ある小樽産品の開発と国内外の販路拡大」というところにも同じように繋がってくるところで、若者の就業希望者を増やすために企業の魅力を発信する。企業の魅力を発信するということは、例えば、お土産に関わる業種の皆さんであれば、自分のところにこんないいものがあるよ、小樽にはこんな素敵なものがあるよという魅力をどんどん発信するような仕組みを作っていくということかなと、共通するところかなと思っております。

あと、国内外への販路開拓拡大ということで、前半部分には、インバウンド需要の回復を見越した取組、後半部分には、対面販売からオンライン販売への形態の変化に対応する取組のようなことが書かれておりますが、このスパンを、どれだけのスパンで見るかということがまず必要かなと。インバウンド需要が果たして戻ってくるまでに何年かかるかというのは、正直見越せないのかなという気がしております。であれば、国内観光客にも大変魅力のある商品づくりと、それをオンラインで全国に発信できるような仕組みづくり、こちらが優先されるべきなのかなとも思っております。

会 長 ありがとうございます。では続きまして委員お願いします。

委 員 私がかねてより、この条例の検討委員会の頃からであります。地域内循環経済の構築とりわけ観光客相手ではなくて、地元住民の目線での地域振興を望んでいると、ことあるごとに発言させていただいてきました。残念ながら予期せぬコロナ禍で、売り手も買い手もかつてない厳しい状況に置かれている中で、今こそ、地域住民の衣食住そして、雇用が守られずして、地域振興などありえないという観点から、私は取り組むべき視点の②「若者に魅力ある環境づくり、地元定着人手不足の対応」を、まずは優先課題とすべきと考えますが、「小樽産品の開発と国内外への販路拡大」に関しては私も、情報発信を推し進めていくべきではなかろうかと考えています。若者の魅力ある環境づくり、その中でも、事業分野、就業支援の②または⑥にも触れると思うのですが、市内の高校生大学生に広くアルバイトを募集、雇用する仕組みを強めるのが今有効だと思います。先ほどお話もあったかとは思いますが、またその際、短期アルバイトも可にした方が、また望ましいのではないかと思います。小樽の産業やものづくりの魅力を知ってもらうのに、最短だと思いますし、その経験が、他地域に広がる契機にもなりうると思います。また、事業分野の起業支援①の空きスペースの活用も今後ますます需要が高まるものと思われ、市内の古民家情報を広く公開するのも、これは喫緊の課題と考えます。この二つに共通しているのは、今、小樽に存在する人的物的資源を有効活用し、雇用の拡大と地域振興の両方を可能にできることです。以前お話がありました、小樽ワークステーションが盛況なのは、魅力溢れる市内企業が多いこと、そして、それが楽しくいいものだということを知る子供たちが多い。また、増えているからだと私は確信します。さらには、ご存知のように、銭函地域を中心に多くの若手起業家が、その大胆な発想でまちづくりを行っています。小樽市内においても、空き家空き店舗対策は急務であり、それを求める起業家も多いと聞きます。そのマッチングやイノベーションの奨励を企業団体ばかりではなく、自治体主導で行っているところは、全国的にも増えています。小樽でもぜひ実現させたいと思います。小樽にはこうした人材や建物など、札

幌以上に魅力的な、そして地域振興にうってつけな逸材がそろっていると思いますし、それらをしっかりと生かして発信していく。今まさに絶好のチャンスであると考えています。以上です。

会 長 ありがとうございます。委員お願いします。

委 員 非常に何を言っているか困っております。まず「若者に魅力ある環境づくり」というのは、確かに今の高校生や大学生に、いろいろ就職支援とか、することも最もなんですが、現状を考えると、昔でしたら、例えば小樽の商業高校とか工業高校の方もしくは水産高校の方は、昔はすぐ就職でしたよね、ほとんどの方が。だけど今そういう、高校を出てすぐ働く人自体が、小樽市の中で非常に少ないということも、現実なんですよ。だからそこをどう持ってくるかというのは、ましてやこの先細りの人口の中で、やっぱり外からの人に来てもらうということ、今いる人口の中で考えるのではなくて、外からいろんな若者が来てもらえる環境づくりということが、年がたてば、それが生産人口になったり、小樽の活性化になるのではないかとということで、今札幌、小樽近郊で、人口増加ということを考えると、江別市や恵庭市は、ここ20年30年で人口増加になっております。例えば江別市、小樽の人口を抜かれましたけれども、札幌学院大学、酪農学園大学、北翔大学に加え、平成元年に北海道情報大学、そういうことで、1990年の人口が11万5000だったのが、今5000人ほど増えております。12万近くありますので小樽が抜かれました。恵庭市は、ハイテクノロジーの学校や動物学校、あと北海道文教大学。そういう形で何とかしたおかげで、30年前から比べて約1万6000人の人口が増えているんです。それに比べ小樽に関しましては小樽女子短大がなくなり、北海道薬科大学が北海道科学大学となり、移転しました。銭函3丁目、5丁目の工業団地の方は、就業者のほとんどが札幌から通ってるとか、比べて桂岡は、本当にもう疲弊しております。そういうことも含めて、北広島市の地価も上がったことですし、やっぱり札幌ドーム、ファイターズが北広島市に行くという、なんかそういう起爆剤みたいなものを、現状の中学生高校生とかそういうことを考える前に何かちょっと起爆剤みたいのを持ってこなければ、なかなか、人口増加に繋がらないのではないかなという感じがしております。やっぱりものづくりに関しては、みんなで協力して、共通の見解の中で発信作りをしていければなと思います。以上です。

会 長 ありがとうございます。では委員お願いします。

委 員 「若者に魅力ある環境づくり」云々という2番目の取り組むべき視点の問題なんですけど、これに関して言えば、若い人たちを募集かける云々という場面に遭遇したときに、やはり、小樽市内における賃金の問題はもう隠せなくなってきているというのは、しみじみ思います。ただ問題なのは市内にある中小企業は、財務状態がそれぞれ傷んできてくる部分があると思うんですよ。その上で最低賃金が見直される段階で、余裕があった部分がだんだん狭まってきているだろうなというのは、しみじみ思う部分があります。例えば、そういうところをカバーするために外国人労働者を入れたりというような状況が出てますが、それでは根本的な解決にならない。何らかの補助金を投入して、最低賃金をある程度超えるような金額で募集する環境というのが、近づいているのかなという

気はしました。それともう一つは、AIとかIoT、ビッグデータその他に関しては、やはり大企業中心ですとか、先端で走ってる方々が、やっていただけているかと思いますが、確かに小樽市内においてこれを進めていくことは難しい部分があります。先ほど委員から言われましたけど、中央で管理するような組織がいいのかなという、なるほどなと思う部分があるんですが、中途半端なことをやっても難しいだろうし、そこら辺は非常に難しいだろうなという部分があって、この小樽という街がやはり、本当に先端の部分からかなり置いていかれてるというのは、しみじみとこの頃感じて、私自身がだんだんついていけなくなって、65を超えると、頭と思考と能力がだんだん落ちてきて、できることに限りがあるので、そういう意味でのいわゆる若手の経営者をこういう場面に多く、やっていただいて、提言いただけるような環境を作るのは、喫緊の課題じゃないかなと。逆にね、僕らのような60代より上の方々が動くよりも、30代40代、そういう方がこういう会議に入っていただいて、発言をしていただけると、将来において、方向性というか、やる方向が見えてくる部分もあるのかなというのを感じていました。あとは「魅力ある小樽産品」、これも地道に一つずつやるしかないということと、皆さんに提言していただいたとおりその発信力、それが欠けているというのは、確かにしみじみ思います。確かにそれを発信して、こうやっていくということと問題は北海道という物流から外されたところでの、中央へ送ることの大変さ、前に申し上げましたが、運賃がめちゃくちゃ高いと。これをどうクリアするのかという問題も、やっぱりここに絡んでくるのかなという部分と、それを含めて、こうやって全体的にやらないと駄目なことが多いんだろうなと思いますよね。そこら辺をどう構築するかというのは、考える余地があるのかなと思います。あとは皆さんおっしゃってるとおりです。同様に感じておりますので、その部分をちょっとだけ補足させていただきました。

会 長 ありがとうございます。では委員お願いします。

委 員 私の意見を言わせていただきますと、まずその「若者に魅力のある環境づくり」。地元に住んでいただく働いていただくということですけど、そもそも、皆さんおっしゃられてるとおり、若者に対して、情報が伝わってるかどうかということなんです。私、皆さんもそうでしょうけど長年、小樽に住まれていると、この小樽の街の良さ、人の良さ、いろんな素晴らしい会社があって企業があって、いろんなものがあるということは、住んでる方は、もちろん知ってますが、若い方がどうやってその情報に触れているんだろうかというとおそらく触れられてないと思ってます。要するに商品開発もそうなんです。非常に魅力的な商品がたくさんあるにもかかわらず、おそらく知らない人がたくさんいるだろうということです。ですから新しいものを開発していったり、例えば新しい企業を誘致したり学校を作ったりということもあるかもしれませんが、そもそも、我々の街小樽にある魅力が、若い人たちにちゃんと伝わっていないのだろう私は想像しています。ですから調査をするべきかなと思うのは、実際にもう移住されてきた方もしくは起業された方が、かなりいらっしゃいます。商店街空き店舗にこのコロナ禍においてもお店を開かれたり、市場の中の空き店舗にお店を開かれたり、そういう方が結構いらっしゃる。もちろん市外の方もいらっしゃいます。そうすると移住もされてきてますので、まず、どうして小樽に来ようと思ったか。実際起業してみてどうだったかみたいなのところ、どこの情報に触れてきたんだろうかというのを実際調査されてみて、それを効

果的にそこに事業としてやることで、同じような世代の人たちに対してしっかりと情報を伝えて、我々の街に移住していただくとか、この小樽で起業していただくというきっかけづくりになるのかなと思います。

同様に商品の開発とか販路の方ですけれども、今「オタテ」というのを、大々的にやられて、皆さんものすごく目にされてると思います。かなり効果出てるのではないかなと思ってまして、同様に実は今、シャコの時期でもありますし、実はアワビも水揚げされてまして、ここ最近ご家族でやられてる漁師さんのところにお伺いして、簡単にスマホで撮影したものをInstagramにアップするというような誰でもできそうな情報発信をやったところ、それをたまたま見た大手の回転寿司のチェーン店からそこにオファーが入りまして、もう家族で2、3名でやられてるような小さい漁業部ですけれども、回転寿司からオファーがあって、もう獲れただけ全部買いたいみたいな、今までは組合に卸すだけだった漁師さんが、SNSで情報発信することで、それが大手の企業に伝わってそこから実際に商売に繋がるというのが、ここ最近事例としてありましたので、ホタテも成功してると思いますけども、我々の小樽には、シャコですとかニシンですとか、いろんなものがたくさんありますので、そういうものをやはり、情報発信していく。ただそれが高齢な漁師さんに、じゃあInstagramやった方がいいですよって言ったところでできますかという、できないので、それをどう事業化するのか誰がやるのか。センターみたいのを作るのか、それとも委託してそれを継続してずっとやり続けるような、予算があるときだけやるのではなくて、ずっとやり続けなければいけないと思いますので、そういったところを事業化されたいかなと思います。以上です。

会 長 ありがとうございます。では委員お願いします。

委 員 まず、結論からと言いますか提言にある内容については、特段意見はございません。皆さんの今までいろいろご意見出された中でほとんど私も同じような意見ですが、やはり就業支援、それから起業支援、それがやはり事業化するという中ではそこが一番いいのかなと思っております。就業支援というところに意見を述べさせていただいておりますが、内容的には、インターンシップの実施ですとか、講演会、企業のセールスに当たるような講演会ですとか、それを業界だけじゃなくて、行政機関との連携、場合によっては大学との連携、そういうことをやりながら、若い人方に、小樽の企業の魅力等を少しでも感じてもらい、そこに就職していくというような道筋ができればいいなと思ってます。他のご提案の中にも、若者にももちろん限らず、女性の復職支援ですとか、いろいろありますけど、それは若者に特化することは確かに私もないのかなと思っております。ある意味、起業支援というか、就業支援というか、それが非常に大事だと思うんですけど、やはり我々は、私で言えば当社も非常に人手不足であり、ここ数年間、人材確保に非常に苦労しております、いろんなことをやってみたんですけど、やはり企業側の努力というのは非常に大事だと思うので、就業する方々の支援ももちろん大事なんですけど、企業の方もやっぱり努力、アクションが非常に大事だと思います。そういう中で、先ほどのような例えばインターンシップや講演会をやるという中で、行政のそういう支援も含めた中でやることで、いろんなチャンスが生まれてくるのかなと。当社も実際に、今年の春、やっと若者といいますか、地元の高校生3名、それから地元の大学に通ってる方1名と、4名の方が当社に来ていただくことができました。どういう方法かと

いうと、やはり各学校に結構足繁く通って、当社の事業内容の説明や小樽の港湾の重要性ですとか、どのような仕事をしてるのかということ、担当の先生ですとかいろんな方々にお話して、実際に生徒さんに、企業訪問をしていただいて、現場を見ていただいたり、いろんなことをやった結果、高校生が3名、それから大学生に関しては、インターンシップという形でまだ実際にやってないですけど、半年ほど人材派遣会社を通して、アルバイトというかそういう形で、半年ほど、もちろん授業に差し支えないレベルで、週に何回か、来ていただきました。そういう中でご本人も、当社の仕事をしながら、そのまま続けたいということで、そのまま就職していただけたということもあります。そういう意味でも、政策性的話が非常に大事だと思いますけど、企業側も努力が必要だと思いますし、それに行政の支援ですとか、お手伝いがあると、もっとその辺が充実したものができのかなということを感じております。来年もまた、地元の高校生1名に何とか来ていただくことになりました。やはり一つルートができると、続いて毎年いろんな形で人材確保が出来ていけるのかなと実感しているところで

す。

あと「魅力ある小樽産品の開発」とかその辺のところですけど、これはすでになされてるということで書いてますけど、小樽の学生さんと商店街とが一緒になって、新製品の開発とか、そのようなことをできたらいいなと。それに対する支援ができればいいのかなと。学生さんが実際に、そういう商店街の方と一緒に現場を見るということも一つ、学べることだと思いますし、企業側も若い方々、学生さん方のいろんなアイデアがいただけるということで一緒になって考えることは非常に双方にメリットがあることだと思いますので、そういうところの支援ができるような形を作ればいいなと。確かに発信力がちょっと弱いので、小樽には良いものがあるんですけど、小樽の人も知らないことがもしかしたらあるのかなと思いますけど、最近は結構商大の方々がいろんなことで頑張ってるって、地元の方もいろんなところで知れてるところもあるかなと思いますけれど、もうちょっとそこは行政にももっとこう、示した中で何かできればいいのかなと思っています。以上です。

会 長 ありがとうございます。では委員お願いします。

委 員 2つのこの取り組むべきという部分の中で、1番の若者に魅力のある環境づくりとか地元定着するためには何が必要かなという視点で考えると、暮らしやすさとか、若者に何が魅力なのかというところをきちんと押さえて、そこから入るべきかなと思って。ただ、この辺のところは非常に難しい問題で一朝一夕にいかないし、次の販路の問題もそうですけれども、結局、今もコロナ禍で非常に皆さん苦しんでるという現状の中で考えた時にまず一つは、施策として考えていくべきことは、短期的なものの中長期的なものに分けて整理していくべきかなと思っています。人口が減って、そして学校がどんどん減って閉鎖されていくという状況の中で、いわゆる爆発するような起爆剤が必要じゃないかという観点で、私はちょっと実現不可能だろうなと思いつつも、書かせていただいたのは、小樽と札幌、この部分で、札幌に隣接し、札幌は20倍ぐらいの人口規模を持っていて、30分ぐらいで行ける距離だから、やっぱり移住が必要ですし、基本的にはその起爆剤をもって子育て特区みたいなものを作らないと、要は書かせていただいたのは、年間で企業それから学生さん含めて、札幌には、道内4万人ぐらい動いてると

いうものは、過去のデータの中で今も同じぐらいだと思うんですけども、その5%でも、小樽に住んでもらうような環境づくりをして、特区を作ってそこで子育て世代中心に、生活していただき、そしてそこにある程度の特典をつけて、学校それから教育、子育て、こういった部分を、できるようなものを、長期的に考えていくような視点を持ってやっていくことが、あとは皆さんここに出されているような部分を、皆さんのご意見本当に、なるほどなと思いながらいろいろ聞かせていただきました。そういう部分のところまで進んでいく。ただ暮らしやすさと、この中でも、家賃の問題だとか、それから、いろんな問題がありましたよね。だからそういう部分の一時にはもうすぐは解決できないとは思いますが、視点としては、それぐらいやらないと、人口減少に歯止めがかからないんじゃないかなと思います。その魅力とは何というところが、情報発信が足りないというそれはそうですよね。現実的にそれも必要だと思います。資料1の1番最後の7ページにあります最後の部分なんですけども、小樽産品アンテナショップと書かせていただいたんですが、ちょっと補足で、小樽市で、アンテナショップの過去の経緯はこうでしたという部分があるんですけども、これはこれとして、どちらかというところのアンテナショップは、アンテナショップという名前ではあるんだけど実質はアンテナショップではなくて、いわゆる商品売る場所であったに過ぎないという位置付けで、そう思ってる部分が、会員も含めてあったのかなと思います。現実的に数字の推移等はこれとおりのので、ただ、今何をやらなきゃいけないかと考えたときに、この場で言わせていただいたのは、バブルがはじけてから高度経済成長から低成長に入ったとき、流通構造がかなり変わってきている。それからライフスタイルも変わってきている。可処分所得も変わってきている。いろんなことが、環境変化起きて、その結果として流通構造自体が変化してきているものに対応していかなきゃいけない。だから、生産と卸と小売があって、小売はこの10数年でもう半分近くなくなった。卸は完全に寡占化されている。じゃあ作ったものをどこに売るのというのが、どんどん縮小してる。これが現実なんだという話をさせていただいた。もう一つは、生産年齢人口が減り、人口全体が減ってるという部分ともう一つは、ミレニアル世代、Z世代が生産年齢人口の半分ぐらいまでになっている。18歳から35歳ぐらいまでの年齢層が実際に生産年齢人口の半分ぐらいに来てると。そうすると、これからの5年後10年後20年後を考えたときには、この人たちのライフスタイルは、我々の年寄りとは全然違うライフスタイルで、SNSを自由に使う。だから情報発信、先ほど皆さん言われているような、新しい部分の情報発信の仕方をしていかないといけないだろうし、デジタル化が必要なんだろうけれども、難しいでしょうねと私もそう思います。現実問題としていろんな部分が、今起こってる。ましてや、流通構造の変化だとか、そういう部分に対応する部分で、服飾関係では、自分たちで作って自分たちが販売を直接していくという、この6次産業化に、取り組んでいるところが勝ち組になっている。大手Aパレルなどは、みんな廃業したり、どんどん縮小して、従来の流通構造がどんどん疲弊して壊れてきた。だから、先ほど、皆さん言われたように直接消費者に届ける。それから、卸や大手がやらない部分を誰かが補完しなくてはならない。自分たちで作ったものを自分たちで販売していくんだという一つのトライアルを、今後地域としてやっていくべきではないかという意味で、しかも、量をこなすということに関しては、今のリアル店舗では限界がある。ただ、リアル店舗というのは基本的に私はもうアンテナショップ、その商品の価値をブラッシュアップしていくために、または新製品を作ったときに、それを評価していただくと。それを時代に対応

していくようなものとして、製品化したものをネット中心に大量販売していく、また卸しをしていくシステム、その構造そのものを新しい時代に対応していく部分に変えていくべきだという意味で、このアンテナショップというのは書かせていただいたんです。我々はそれを目指して今やろうとしているということを、まずお話させていただいた。ただし、もう一つ、可処分所得の問題でGDPが今世界3位で、でも1人当たりで見たら20番台だという資料を見たのですが、そういう問題を含めて、コロナが、30年かかって、構造的なものをどんどん変えてきているのを、一気に加速させたという認識なんです。ですから、先ほど言った短期的な対応と中長期的な対応を施策として持つていくべきではないかということが一つと、もう一つは、我々が携わってる会員の商品群しか知らないんです。機械であるとか、一次産業が、どうなっているとか、そういう部分かわからないのですよね。だから小樽の成長産業的なもの、こういう部分のものを他にもないのかという視点で、きちんと把握し、その見極めをしながら今後の施策の中に、隠れた宝があるのかもしれないという発想は、持つてもいいのかなと個人的には思っています。いずれにしても、リアルとバーチャル、バーチャルと言っても、アメリカは、ネット販売の先進国ですが、2割ぐらいです。北海道、日本全体で見ても3割は行ってないですよね。百貨店がやり始めたのですが、4、5%ですよね。だからこれが定着していくという前に、まだまだリアルが必要であり、とあるデパートでは、店舗は出会いの場という位置付けでやられているという話も聞いたことがあります。だから、リアルとバーチャルを、どうやって融合させながら、地域の産品を卸したり、小売していく機能を持たせるようなところを方向性として、中長期的には持つべきかなと思いました。あともう一つは、シンクタンク的な発想ですよね。先ほど、そういう部分のイメージ的な将来、こういう方向性を、現状を把握しながらシンクタンク的な発想は必要かなと思います。以上です。

会 長 ありがとうございます。続きまして委員をお願いします。

委 員 やはり人手不足と言ったら、皆さんおっしゃるとおり、表面化してきているなど、会員の皆さんも非常にそれが、不足だっている話を今聞いているということで、本来の魅力ある環境づくりということで、自分としては①の合同企業説明会。過去何度か合同企業説明会に出たのですが、たくさんの参加企業がある中で、人気のある企業とそうではない企業があって、それはやっぱり、パネルをうまく使ったり、それからプロモーションビデオを流したりと、その辺で若者に対して、非常にアピールが上手い企業は、たくさん社員を取れるのかなということを実感しております。自社も、過去何度か新卒者を採用したのですが、ちょっと魅力がなかったのか、2年ぐらいでやめてしまうというような状況で、そういう意味では、考えていかなければならないのかなと思っております。そして、⑤の女性復職支援は非常にすばらしい制度だなというのを思っております。やはり、若い人であったり、女性の感覚というのは、ものづくりの人たちにとっては時代の先を読むような、そういう商品づくりにとってアドバイスがすごくいいのかなということも思っております。

あとは「魅力ある小樽産品の開発と国内外への販路拡大」ということで、自分としては、今コロナでこういう状況ではありますが、やはり海外に向けて、小樽から情報を発信していくべきだろうということで、勝手に、海外事業部みたいのを作った方がいいの

ではないだろうか。そこで、やはりオール小樽のものを海外に持ち込んでいく。それから、ジェット口に職員の出向を定期的に行って、ジェット口の中で、小樽市の占める割合をどんどん大きくしていくことによって、特にアジアに向けて、小樽のものを販売をしていこうということが一番長い意味ではいいのかなと。先ほど何人かの委員の方がおっしゃっていましたが、小樽のものづくりに関して、非常に丁寧なおいしいものを作っていると。ただ、ネーミングであったり、パッケージがどうしても弱いというか、暗いイメージがあるものですから、なかなか、お客様が手に取るとか、買うという行為に結びつかないのがすごく大きいのではないかなとは思ってまして。その辺をもっと、商大の方であったり、商業高校、未来創造高校の方とかいろいろな若い人に今逆に指導してもらって、少しでも、アピールできるような商品を作っていけば、間違いなく食べて美味しいので、あとはいかに見せるかだけだなと。先ほど、委員からお話ありましたけど、やっぱりネットというものをうまく利用すれば、まだまだ、拡大ができるのかなと思っております。以上です。

会 長 ありがとうございます。委員お願いします。

委 員 今、問いかけてられているテーマについては資料1に、もう示されているのではないかなと僕は思いながら聞いております。ですから、ここでそれをさらに議論してもしようがないかなと。じゃあどうすればいいのかということ、これを題材に、事務局が中心となって、事業案を基に制度設計の上、予算要求していくような案を提案してもらわないと我々としては何とも言えないなと。あるいは、この資料1で書かれているいろんな提案が不十分であれば、それなりの若者のしっかりした組織を作って、そこで議論していただくとか、そういうふうを考えられるといいのかなと。そう思いました。ですから一番大事なことは、ここまで提言ができてまとまってるなと僕は思うのです。このレベルでは、それをさらに進めるために、誰がさらに先に進めるんですかというのを、事務局の方で明確にした方がいいと、それなりの組織を作るのか、それとも今担当してる事務局が中心となって、もう一歩進んでまとめていくつもりなのか、その辺明確にされるのが一番いいのかなと感じて聞いておりました。以上です。

もう一つこの提言全体を見ると、まとまってる構成になってるなと。ただちょっとピンとこないのは、3ページに2つの優先テーマというのが示されてると。①若者に魅力があると。それから2番目魅力ある小樽製品と、2つが示されてて、次のページを捲っていくと、1番2番3番という項目が出てきます。だからこの1番2番3番というのと前の2つ、前のページに出た①②というのがどういう関係にあるのかというのは、ちょっと見えないなと感じたと。それを除けば議論してきた1番のポイントが2ページに示されてますし、その結果として優先順位として3ページに示す2つを上げた。具体的には4ページ5ページに示される3つの項目について、さらに考えて進めていきたいと思いますという構成になってるのは、結構なことだなと思います。今日、さらにこれを作ったので、もうちょっと具体的なことをということについては、資料1に示されてるとというのが私の感想でございます。以上です。

会 長 ありがとうございました。一通り皆さんからご意見伺いましたけども、②の「若者に魅力のあるその環境づくり」のところに関しましては、就業支援及び3ページの起業支

援、ここはかなり多くの意見が集約されていたのかなと思います。それと、皆さんから指摘があったのは、情報発信の大事さでした。あとはデジタル化に関しては、必要性は十分感じているが、現状を踏まえると、どのように具体的にそれを推し進めるのかというのは、ちょっと工夫が必要だという指摘もありました。あと④の「小樽産品の開発と販路拡大」ですけども、ここは商品開発等に集約されていたのかなと思いました。ここもただ、その次のページにある情報発信、特にそのPRの大事さは、ほとんどの委員からの指摘があったと思います。

あとは若者の定義ですけれども、2つ皆さんから指摘があって、1つは市内に住んでいる高校生や大学生の若者と、もう1つは、これから小樽に来て欲しい若者、特に子育て世代も含めてだと思いましたが、この2つの対策を別々に考えるべきなのかなと思いました。特に後者の方ですけれども若者だけじゃなくて、子育て世代を考えるとやっぱり女性ですよ。なので、ここは女性というのをしっかりと、提案書の中にも明確にうたった方がいいのかなと思いました。

また、商品開発等に関してはコラボ商品の事例が幾つか出てました。魅力ある商品づくりのために、小樽の魅力を、さらに付加価値をつける意味でも企業団体だけではなく、いろんなところとコラボしながら、あと、若者の意見をどうやって反映させるのかということもかなり大事な意見として伺いました。若い世代は、我々よりもはるかにSNSを熟知してますし、我々が考えつかないような奇抜なアイデアを持っていると思います。なので、そういった意味では本当に若者の意見を反映した形での事業化もしくは予算化ができればいいなという意見として伺っていました。何か事務局からご意見ございますか。

事務局 委員から、答申書の構成として、3ページで、2つのテーマに絞ったものが、3つの提言になっているといった部分で、ぶら下がりであれば①の「若者に魅力ある環境づくり」が、提言での(1)と(2)、②「魅力ある小樽産品の開発」が(3)に対応するというので、案の方は作成をさせていただいております。対になってはいないですけども、この会議の中で、特に(2)の事業承継の部分については重要な取組で、ただ事業承継するだけではなくて、やはり若者を中心とした、創業希望者とのマッチングをすることで、外から来てもらえるといった部分にも繋がるということで、①の「若者に魅力ある環境づくり」のテーマの方にぶら下げた提言としたところであります。それから、事業化する分野ということで、②は就業支援と起業支援が多く、④は商品開発等が多かったのかなということで、今日意見をお聞きしたかったのは、例えば資料1に、就業支援が1番最初の項目に載っておりますが、この部分については大事だという意見は非常に多かったのかなと思っています。ですので、この就業支援というのはやっぱり提言の中にやっぱり盛り込んでいくべきだろうと思っています。それで事業の方はそこにたくさんご意見をいただいたのですけれども、これから事業を具体的に予算化をしていかなければなりませんので、実際そのすべての項目を予算化するのは、ちょっと難しいというのが実態でありまして、なるべく意見を集約した形で、事業案を絞っていきいたいというのが、今日、意見をお伺いをしたいところなんです。集約できるものはなるべく集約して考えていきますけども、具体的なその制度設計をしていく段階では、どうしてこの事業になったのかということから、いろんなことを想定して事業を組み立てないとならないものですから、それを組み立てていく上でのヒントを皆さんにいただきました。

いということで、資料1の提案をさせていただいたという形になります。それでこの他に情報発信が、皆さんの大きな意見だったかなと思っています。お示しをした答申書の仮案の中では、その辺はちょっと薄かったかなと今反省をしておりますけども、この情報発信といったところを、例えばこれを事業化をしていくとした場合に、どういう形でやっていけばそれがうまく回っていくのかといった部分について、ご意見をいただければ、事業化に向けて参考にさせていただければと思うんですけども。もしよろしければ、ちょっとご意見をいただきたいなと思っています。

会 長 今事務局から話があった情報化、ほとんどの方が情報化、情報発信についてご意見いただいたと思いますが、どなたか。委員お願いします。

委 員 まず採用の部分で、やっぱりハローワークに出してるだけでは、なかなか効果がないと。さらにプラス、有料で掲載してくれるような求人総合サイトみたいなところに出してもあまり効果がないと。そういったご相談いただいて何かいい案がないですかと、最近使わせていただいたのが、フェイスブックとツイッターです。これらは非常に安価で広告が出せましてターゲットを絞り込めますので、最近、大型トラックの運転手とか、工場勤務の方とか、なかなか集まらない企業の広告を出させていただいて、小樽中心から20キロ圏内で年齢を20歳から35歳向けに出すと。さらにその広告の属性としては、採用したいのは男性なんですけど、女性向けにちょっと出す。何でそれがいいかという、大体その旦那さんが転職したり、就職を探してる時に、ストップかけるのは奥さんなのですよ。「嫁ストップ」という言葉がありまして、旦那が何かしたい時に大体嫁に反対されて辞めるという。奥さんにその広告を見ていただくことによって、こんな採用でてるよ、会社辞めたいと言ったら、こっちに転職したらみたいなことを奥様とかお母様がアドバイスされて、採用に至るみたいな道筋を最近見つけてまして、何が言いたいかという、そういうのを活用できますよということを、例えば、仕事としてのアドバイスとなると、当然そこにお金がかかりますので、求人を出したい企業に対して、求人広告の補助金を主として出しますよとか、同じく販路拡大したい、海外に向けてマーケティングをしたいとか、いろんな商品開発を、新商品をうまく売り込みたいというときにかかる費用を、例えばその事業としてやると、それじゃどこに委託するか、小樽市内に広告代理店とかWebができるような事業者がたくさんあるので、そういったところをご紹介して、そこにかかった経費の幾ばくかを市が面倒見ますよというような形でもいいと思いますし、もっといくと、例えば観光協会とか物産協会とか商工会議所とか、そういったところに、ある程度の年度、年間で予算をつけて、そこで積極的に情報発信していただくというそういった形もあるかなと思います。

会 長 ありがとうございます。他に何か。こういう意見もあるよという方おられますか。もう一方だけお願いします。

委 員 参考になるかどうか自信はないのですが、資料1の2ページ目の①を書いたのです。この話さっきしませんでした。理由があります。事務局の方からもお話がありました、補足ということは、それに類似したことないしは議論だけというのも含めて、やったことがある、ないしは、やろうとしたことがあるみたいなことが書かれていると思い

ます。今まで全くやったことがないことを1からやるのは、実績がないだけに二の足を踏むことになるため、費用対効果ではないけれども、今までやってきたことをブラッシュアップをしていくという方向で話をしていた方が、効果も見えやすいのではないかな。そして、今までのやってきたこと、まだ効果が見えていない、ないしは途上であるというところに今一度光を当てて、それを事業化した方が、いい例が、センターの案が頓挫したのはそういうところにもあるのだと思います。それだけに、全く何もしたことがないところよりも、一度走ったら、例えば私これ見てびっくりしたのが、資料1の②のインターンシップのところで、令和2年度は15事業所を市内の高校学校4校延べ8名の生徒が7事業所、ちょっと少な過ぎやしないか、もう少し増やすためにはどうしたらよかったのかというところで、そこに事業化をしていくというか、力を入れていくことがいいのかなと、以上です。

会 長 ありがとうございます。事務局の方で何かありますか。

事務局 具体的にどの事業を予算化していくかどうかは、これから今日の意見を踏まえて、どういう形ができるのかということも、もちろん考えていかなければならなくて、それで予算要求できるかどうかということも当然ありますので、今日いただいた意見を情報発信に限らずですけれども、踏まえた何かいい案ができるのかというのが、ちょっとこれからになりますけれども、基本はあくまでその資料1でいただいたものをベースにして考えていきたいと思います。

会 長 そうですね。かなりご意見は網羅されているかと思しますので、さらにそれを強化したということ、理にかなってるのかなと思って、私も聞いてました。

では次の議題ですけども、これまで皆さんに事業化すべき分野のご意見いただいて、ある程度整理ができたと思います。今事務局から提案がありましたとおり、資料1に示されている事業の中で、何を予算化すべきなのかということに関しても皆さんからご意見伺えればと思いました。短期とか長期の話も皆さんからご提案がありましたとおり、来年度に向けて、一番急務として取り組むべき事案、事業等に関してはしっかり今から予算要求をしないとイケないと思いますので、そういうところとか、あるいは、こういう事業をさらにこういう要素を加味した方がいいのではないかとか、あるいは、こういう事業と別な事業を組み合わせるとこういったことも考えられるとか、様々なご意見あるうかと思しますので、②の「若者に魅力のあるその環境づくり」と、④の「魅力ある小樽産品の開発」それぞれ、ご意見を伺えればと思います。ちょっと時間押してますので、簡単にまとめてお願いします。委員お願いします。

委 員 予算化に向けた視点でいきますと今、資料の1の方で示されてる内容、それぞれ予算つくわけではないのでございまして、今日の議論、皆さんのご意見を聞いた中で着目したのはやはり発信力の高度化、向上化というところが、この先は、遠い、長いスパンで見ても必要なのかなという意味で、小樽市以外の方が検索した時に、市内の方でもいいんですけれども小樽と入れただけで、画面がようこそ小樽へという画面が開いて、働きたい、買いたい、泊まりたい、行きたい、住みたい、じゃあこのサイトへどうぞという誘導ができるようなそんな仕組みを作る、総合的なポータルサイトみたいなものの構築という

のも、少し検討できないかなと、そこに向けた予算というのはどうなだろうと皆さんのご意見を聞いてて思いついたところでございます。以上です。

会 長 ありがとうございます。続きまして委員お願いします。

委 員 先ほど魅力ある若者の方は、就業支援の4番5番と、起業支援の4番ということで申し上げたんですけど、ただ今皆さんのご意見をお聞きしてますとやはり、情報発信これ後の④の販路拡大の方に繋がるのですけれども、情報発信のところは、皆さん、ご関心あるのかなと思いましたのでこの情報発信の分野の中から、施策を選んで、予算化していけばいいのかなと思います。

会 長 ありがとうございます。続きまして、委員お願いします。

委 員 情報発信の方でいろいろあると思うのですが、何でも小樽市でやろうと思っても無理だと思いますので、例えば今、小樽商工会議所では、四半期ごとに業況調査を行っていますので、協力していただいてアンケート調査の中に、例えばインターンシップ、受け入れてくれる企業はありますかとか、何かそういうのを盛り込んでいくという方法も、それだとそんなに費用はかからない気がするので、そういうのを利用するとか、毎週土曜日に市民ニュースが放送されてますよね、5分ぐらいですけども、ああいうのを利用できないのかなと。そういうのを利用することも、情報発信としてはありなのかなと思います。あと商品開発の方で、コラボ商品についても、多分同じだと思うのです。商工会議所のアンケートの中でコラボしたいですかなど、そういうマッチングを考える場所をつくれればいいのかと思いますけれども。ですから予算の問題と、小樽市そんなにお金ないですから、なるべくお金かけないで始める方法もあるのかなと思います。以上です。

会 長 ありがとうございます。では委員お願いします。

委 員 ②のところも④のところもいわゆる情報発信というところがキーポイントとなると思って、広い意味のいわゆるDX化ということがいえるのかなと思うんですが、DX化というと広くいろんなことがありすぎるので、その中でも、ポイントを絞って人材確保に資するDX化の取組、もしくは、小樽らしい商品アピールをするためのDX化の取組というところにポイントを絞って、それに対する、SNSですとか、ホームページの作成ですとかというところに対して補助金を出すというのが、現実的なのかなという気もします。ただ、そこは事業者もなかなか上手にできない。市の皆さんがそれをやるというのも大変困難なことだと思いますので、市内のそういったことを専門になさっている、あくまでも小樽市内の専門の事業者と提携しながら、10%補助しますよとかそういうやり方が一番、やりやすいのかなという感じを受けております。以上です。

会 長 ありがとうございます。委員お願いします。

委 員 冒頭もお話をしました、事業分野、雇用就業支援の②または⑥、そして起業支援の①に

なると思います。そして、販路拡大に関してはこれも先ほど申しました情報発信だと思います。以上です。

会 長 ありがとうございます。委員お願いします。

委 員 確か小樽市の方で、ものづくりの企業冊子、水産加工業とかありますよね。冊子で今作っているようですが、どういところで配られてるのかはあまり把握してないですけど、そういうのをやっぱり若者向けにSNSだとか、そういう予算プラスアルファの中で、冊子ではなく、ホームページだとかそういう形の方が、いろんな方が物を買いたい人も、小樽に住みたい人も、小樽に興味ある人も小樽はどんな街なんだろうかと知りたい人も見れるような、そういうものに予算をつけて小樽の魅力を、冊子でなく、画像で見えていただくのも、良いのではないかと思います。以上です。

会 長 ありがとうございます。委員お願いします。

委 員 今まで出た中でほとんど情報発信ということで、それはもう当然なんだろうな。すでにペーパーレスの時代に入っちゃってますから、もうパンフの時代ではないだろうな、どこにあるのかわからないですしね、それからもっと開かれている形でもって、先に申しましたとおりこのサイトからどこでも走れるという形のものを、SNSなどいろんなパターンがあると思うのですよ。ある意味いろんな形で知識ある方のあれをアドバイザーにして、きっちりと組み立てていくという形が必要なんだと思います。核を決めて、ターゲット例えば、年代別に分けてターゲットがあると思うのですよ。それに合わせて組んでいかないといけない。そこにある程度可能なお金を投入して、組み立てて、しっかりしたもの、いわゆる全世代に向けて、何らかの形でアクセスできるようなものができてそこからいろんなところへ入っていく。いろんな情報が入っていくという形を作るとするのが正しいと思いますね。

会 長 委員お願いします。

委 員 SNSとかホームページとか、またYouTubeとか、動画、あと最近、ラジオがまた再燃というか、熱が上がってきてラジオ好きな方が非常に増えてきてます。我々のローカルな街にはFMおたるがありますけれども、市内でしか聞けなかったものが今サイマル放送というのをやっております、スマホのアプリで、世界中から聞くことができ、サイマル放送し始めてから、もう全国からコメントやいろんな応援メッセージが届きます。小樽ゆかりの方たくさんいらっしゃいます。小樽商科大学を卒業された研究会の皆さんや、東京小樽会とか関西小樽会と色々な小樽出身やゆかりの方、芸能人の方たくさんいらっしゃるんですけど、そういう方がこのFMおたるを聞いてくださって、小樽出身のミュージシャンが親子対談をして、それまたファンの方がもう何十万人とそれを聞いてみたいのがありますので、そういったラジオも使ってみるとか、そういうところにいろいろアイディアがありますので、そういうところに予算がついていって、発信していけたらいいなと思います。また、プロが発信するものには、どうしても、並列に扱わなければいけない。当然例えば市のホームページとか観光協会のホームページ

は、どこかだけを特別にいいよとお勧めすることができないので情報が並列になってしまう。物産協会もそうだと思いますけど、えこひいきできないんですね、じゃあ一般人が何を見るかという、口コミなのですよね。一般の人が食べて美味しいと思ったとこに行きたいという話で、そういった意味で言うと、小樽市がInstagramをやってそれで発信しても、結局市の発信なので、ユーザーはもちろんその情報には触れますけど、それで行きたいかどうかというよりは、一般の人が行ってこれ美味しかったよとか、ここ楽しかったよとか、この会社すごくいいよとか、そういうのが大事なので、いかにして、そういう体験してもらったこと発信してもらおうかという施策をやるという、コンシューマー ジェネレイテッド メディアと我々CGMと言いますけれども、要するにどうやって、観光客の方が皆さんやってくださってますけど、運河のところで写真撮ってハッシュタグで小樽運河とつけて、世界中に発信してくださっています。それが無料で最大のPRになってまして。そこをどうやってどんどん広げていくかというのがちょっと一つ、また別の視点で必要なことと思います。以上です。

会 長 ありがとうございます。では委員お願いします。

委 員 私も今、皆様方のご意見と同様に提言にあります就業支援、起業支援、商品開発と。こういうことについてやはり情報発信が非常に大事だと思います。今、委員がおっしゃったとおりのことなのかなと。いろんな方法があるのかなと思っております。当社の例で言いますと、当社も実はホームページを昨年変えました。先ほどの人材確保という意味で、ホームページで随分そういうことをアピールしてたのですが、なかなか集まらないで、問い合わせもないと、そういう中でホームページをリニューアルしました。小樽の若いクリエイターの方をお願いして、やはり内容を少し変えてみました。動画を入れたりとか、そういうことで、問い合わせが結構来るようになりまして、東京ですとか道内の大学生からも、そういう募集とかもありました。残念ながら、いろんなことでマッチングできなくて、今年度は地元の方1名ということにはなりましたが、情報発信の仕方によっては、いろんなことができるのかなと思いますので、そこに事業化したらいいかかなと。それぞれの支援に対して、発信のための予算づけというのがいいのかなとは思いました。

会 長 ありがとうございます。委員お願いします。

委 員 情報発信についてはちょっと苦手な方なんですが、ただ一つだけ、一昨日の夜、石造りの小樽の歴史に絡む部分で軟石はどこから掘り出したのだろうというYouTubeをたまたま知り合いが、一昨日の夜10時ぐらいに出したら昨日の夕方に6000人ぐらいが見てるというのでびっくりしたんですね。ちょっと私も見たのですが、非常にSNSはものすごい、爆発力があるんだなと。それを見た人だったり先ほど私言ったように、これはこういった部分YouTubeかな、SNSだとかそういう部分のものを駆使しながらやる。だから、今小樽の中でいっぱい、情報を出してらっしゃるのですよ皆さんがね。いろんな情報を出してて、それを本当に小樽の、オンリーワンみたいな、若者に興味を引くような、そういう部分をピックアップして、それを情報としてまとめて、小樽の若い人たちがそこに興味を持ち音楽から、アートからみんないっぱいやって

いるわけですよ。それを集約して情報発信して、若者の、もうすごいですよね。アニメもそうだし、かなりのことをやっているのです。それをやっぱり、情報としてまとめて若い人に興味を持ってもらって、もっともっと小樽に好感度が4番目5番目という部分の知名度だけあるので、あとは中身をどれだけ集約して、情報発信して、1つのターゲットに向かって、きちんとやっぱり、アプローチ使ってこれ大丈夫かなと皆さんの意見聞いてて思いました。

会 長 ありがとうございます。委員お願いします。

委 員 僕は女性の時代とって久しいのですけれども、やっぱり女性がもっともっと社会で活躍ができるということで、女性復職支援制度に資金をいただければ、すごくいいのかなと思います。それとあとは、やっぱり商品は良いのだけれどもパッケージが、ということが非常に多いので、パッケージやデザインに対しての、何か支援もいただければ、すごくありがたいなと思います。

会 長 ありがとうございます。委員お願いします。

委 員 資料1の中で予算と結びつけていくと非常に良いかなと思うのを挙げさせていただきますと、まず一番良いかなと思ったのは3ページの、起業希望者と後継者を結びつける。これは、もう事業を継続できないよと、でも後継者がいないんだよねというところたくさんあるようですからね。これ非常にいい事業だなとまず感じました。それからちょっと前に戻りますが2ページの、下から三つ目の、市民向けPRとして小樽市民が憩える居酒屋街なんていうのも、何かいいなと思いました。それから、4ページ、一番上ですけども空き家を利用して安く貸していくと。このようなものも面白いかなと。それから5ページだと、小樽というブランド地名を前面に出してロゴやパッケージをこう考えていくと。これも良いのでは。それから最後7ページ、道の駅と書いてありますね。もしできたら結構効果あるかもしれないなと。こう思ったりしました。ちょっといくつか予算をつけて、ひよっとしたら効果があるのではないかというのを挙げさせていただきました。以上です。

会 長 たくさんのご意見、大変ありがとうございました。皆さんが共通的におっしゃったのはやっぱり情報発信の大事さ、さらに言うとデジタル化と言いますか、そのDX化をする中で、従来よりも新たなメッセージとして届けることができるのではないかという意見が多かったと思います。そういった意味ではSNS、ツイッターであるとかフェイスブックであるとか、こういったものをさらに有効に活用する提案というのがかなりあったのかなと思いました。YouTubeもそうですけども。当初この会議で、シンクタンク的な組織の議論がありましたけども、行政だけではなくて、民間も、金融機関も、大学も含めて、みんなでお互いに協力し合って、小樽の魅力づくりとか、情報発信をそこでワンストップ的に発信するというのを、議論していただきましたが、そのハードに予算をつけることよりも、皆さんが今日ご議論いただいたとおり、その中身ですよ。何をするのかというところに焦点を絞って、そこに有効に予算をつけて発信するということができればなと思いましたので、全部その集約ができませんが、事務局には今日出され

た意見をまとめ上げて、答申案について、さらに事業化すべきところの追加とか、修正等もあると思いますので、委員の意見を参考に、最後にまとめていただければと思います。事務局何かございますか。

事務局 事業案それから答申仮案につきましてはご意見いただきましたので、特に答申の方は情報発信の記載をちょっと盛り込むといった部分の修正を加えたいと思います。それから事業の方は、ご意見いただいた中で、多少絞られてくるのかなということがありますので、先ほど申し上げたかもしれませんが、集約できるものは集約をして、事業案を幾つか、考えてみたいなと思ってます。それで今後のスケジュールですけれども、当初は11月、答申という形を予定しておりましたので、もう1回議論をして今回の修正を含めてですけれども、答申案と事業案を固めて、次もう1回11月に行って確定をさせる。そのあと、市長に答申書を手交するという流れが考えられますが、もう一度会議を開くのか開かないのかという部分、その進め方について、今この場ですぐ決定はできませんけれども、会長、副会長と相談をさせていただこうと思っておりますが、そのような形で進めさせていただいてよろしいかどうかをご確認いただきたいと思います。

会長 本来だと11月に答申案をまとめることになるんですけども、皆さんからたくさんのご意見ありましたので、これをもう1回整理をし直して、もう1回皆さんにお集まりいただき、最終答申案をそこでまとめるという形をとらせていただければと思いますが、いかがでしょうか。

それではそのように進めて参ります。あと全体を通して何か皆さんからご意見ございますか。

では事務局は答申書の作成と、事業案の予算化に向けてさらなる準備をお願いしたいと思います。今日はたくさん活発なご議論いただきまして、誠にありがとうございました。

では、事務局なにかございますか。

次第3：閉会

事務局 <事務連絡>

会長 それでは、以上をもちまして、第9回小樽市中小企業振興会議を終了いたします。本日はお忙しい中、誠にありがとうございました。