

### 3 議事

#### (1) 中小企業・小規模企業振興会議の位置づけについて【資料1】

(質疑等)

なし

#### (2) 令和3年度市振興事業の実績について【資料2・資料3・資料4】

(質疑等)

(委員)

資料4の物価高騰対策第2弾の支援金の補助件数が少ないのはなぜか。

第1弾の申請期間は約5カ月で第2弾の申請期間は約2.5カ月で設定したのはなぜか。

(事務局)

第2弾の支援金については1/31まで申請を受け付けていて、資料では1/12時点での実績となっているが、今日(1/31)時点では約1,750件となっている。

支援金については、国の交付金を使っていて、中小企業に対し早急に支援するよう国から求められていることからこのような期間を設定した。

また、第1弾の補助金を申請した方のうち、第2弾の支援金を未申請の方に対しては、忘れずに申請していただくよう通知を出している。

(事務局)

第2弾の支援金については、光熱水費に係る領収書の添付を省略した。第2弾の申請方法の簡素化により、第1弾の補助金の申請件数も底上げされたのではないかと感じている。

(委員)

資料2の融資制度利子補給金について、基準値から利子補給件数が減少しているのはなぜか。

(事務局)

東日本大震災関連の震災対策資金が終了したことが大きな要因と考えている。

(委員)

おそらく、R2年度～R3年度にかけてのコロナ関連の民間ゼロゼロ融資が優先的に利用された影響もあると考えられる。

(事務局)

基準値がH28年度の実績ということで、当時の経済環境や時代背景により平年より値が大きく出ている場合もある。

#### (3) 事業所経営・労働条件等実態調査の結果概要について【資料5】

(質疑等)

(委員)

県の転出超過が6,000人を超えたと聞いた。事業承継と移住支援・創業支援を上手くマッチングできるような仕組みがあれば地域活性化につながるのではないか。

(事務局)

事業承継については、非常に大きな課題と捉えている。日本政策金融公庫のホームページ上では、事業承継に係るマッチング支援を行っていて、市のホームページからも公庫のホームページにつながるようになっている。市としては、公庫にどのような相談があって、どのような形で成約に至っているかを把握したいが、公庫からは、その情報は開示できないと言われている。

活用できるツールは活用していくほか、先ほど委員からあった移住支援等とのかけ合わせについては、市として総合的に判断していきたい。

(委員)

銀行としては、相談があれば、事業承継支援として事業者間の紹介のようなことを行っているが、情報保護のため、成約に至るまで、中に入していくことは難しい。マッチングについては、事業者間で行っていただいているのが現状である。

(委員)

製造業については、製造品目が多岐にわたり、一般に何を作っているのか認知されていない。自社のホームページはあるが、写真や文字だけではなかなか伝わらない所もある。

市が主体となって企業のPR動画を作成して、YouTubeなどで情報発信を図ってみてはどうか。

(事務局)

市では、市内企業や製造品をPRすることを目的に「ものづくり企業ガイド」というサイトを公開している。

動画については、簡単なものはお金をかけずに作ることができる。PR方法については、拡散力やリーチ力を考慮して、YouTubeなど効果的なSNSやツールを検討していきたい。

#### (4) 令和5年度市振興施策の概要について【資料6】

(質疑等)

(委員)

「外国人労働者交流促進事業」があるが、市内企業に勤務する外国人労働者の国別の内訳などは市で把握しているのか。

(事務局)

把握していない。

(委員)

労働力不足の時代において、外国人労働者は貴重な人材である。市は外国人労働者を受け入れる体制を整備しなければならないと思う。そのため、市が外国人労働者の現況を把握していないのは問題ではないかと考えている。

(事務局)

今後、どのような形で、外国人労働者の現況を把握していくかについては、持ち帰り検討することとした。

(事務局)

就業人口増加、人材確保の面からすると、いかに若い人材を集められるかが重要ではないかと考えている。

そのために、来年度予算案に高校生情報発信事業を計上予定である。これは、高校生に企業見学をしてもらい、その感想などを、SNS を通じて情報発信をしてもらうことによって、情報の発信者側、受け取り側の双方に地元を知ってもらい、地元就職に興味を持つてもらうことを目的としている。

また、今年度、コメの消費拡大と生活支援を目的に、市外の大学等に就学した学生を対象に、地元の農産物やパックご飯などを贈った。その結果、保護者などから大変好評だった。来年度は、Uターン支援を目的に、「ふるさと学生エール便」として、市の產品と合わせて市内の企業情報などを届ける事業を予定している。

(委員)

外国人労働者を呼び込むためには、就業支援だけでなく、生活支援も必要だと考えている。

(委員)

若者への情報発信において、YouTuber を活用するといった可能性はあるのか。

(事務局)

昨年5月から商工課の若手職員で YouTube、Twitter、LINE 等の SNS の中で、どれがリーチ力があり、効果的な情報発信ができるかを検討してきた結果、商工課 Instagram を開設し、情報発信を行っている。

商工課においては、少ない経費で効果を上げることを目標に SNS の導入を検討しているところである。

(事務局)

情報発信するうえで、どこをターゲットにするかは非常に重要である。

須賀川市を知ってもらううえで、最大の強みといえば、ウルトラマンなので、PR の手段として上手く活用していきたいと考えている。

#### 4 その他

(質疑等)

(委員)

市の今までの施策は、どちらかというと既存企業の事業継続や雇用の維持に重点を置いていた。

これからは、新しいものを取り入れていかなければ須賀川の経済は衰退していくばかりだと思うが、今後の地域産業について、どのように見ているかお聞きしたい。

(事務局)

企業振興については、商工課長が岩手県の北上市や山形県の米沢市などを訪問して、先進地視察を行い、様々な手法や事例について研究しているところである。

既存企業を大事にしているところに企業が集まるのではないかと感じている。まず、市としては、地元企業に重きを置き、いかに支援していくかを考えている。

(委員)

須賀川には松明あかしや花火大会など大きなお祭りがあるが、昨年は行事自体の開催見合せなどの影響で、飲食店などにとって露店の出店などができなかった。露店を1回出すと約15

万円の売上が見込める。

須賀川市の行事などの中止の判断は、少し早すぎるのではないかと思っているところである。

(事務局)

事務局は観光交流課になるが、祭りにはそれぞれ実行委員会があり、開催の可否については各実行委員会が判断している。例えば、花火大会に関しては、交通整理を実施したり、花火師に協力をお願いしているため、直前まで開催の可否について検討するのは難しい。判断が早すぎるという意見に関しては、やむを得ないと感じている。

一方で、商工課としては、小規模のイベントを数多く開催していくため、「イベント等消費喚起応援事業」により、イベントに対して支援を行っている。

昨年は、市民交流センターにて、「商工フェスタ」や「みらいの農業フェア」を開催することができた。

(委員)

コロナ禍も3年が経過している。今年は、以前のような活気ある祭りを開催していただきたいと思っている。

(事務局)

コロナウイルスも感染症法の5類に変更されようとしている。市としても、例年のように祭りを開催できるように検討していきたい。

以上