

南砺市産業振興会議 会議録

1. 開催日時 令和5年10月25日(水) 午前10時～午前11時30分
2. 開催場所 南砺市役所 302 会議室
3. 出席者 委員 12 名
川合委員、山田委員、嶋田委員、藤井委員、浦井委員、石川委員、森岡委員、土井委員、小林委員、長谷川委員
4. 欠席 委員 4 名
丸山委員、山川委員、本多委員、岡部委員
5. アドバイザー 増川氏(尾山氏 欠席)
6. 傍聴人数 0 名
7. 次第
 1. 開会
 2. 会長挨拶
 3. 議事
 4. 議事
 - ・産業振興施策について
 - (1) 商工振興係
 - (2) 企業立地雇用推進係
8. 閉会挨拶(部長)

会長挨拶	第2回の会議は、令和6年度に向けていろいろな施策の方針を皆さんと話し合いながら市に提案していくという大事なタイミング。活発議論をしたい。
事務局	令和6年度に重点的に取り組む中小企業・小規模事業者の振興についての基本的施策について、①創業、新事業創出の支援について、本年度の状況と令和6年度に向けての方針説明ののち、創業支援事業について状況について質問。
委員	今年度、7月から10月まで毎月第一木曜日に「なんとの芽」という創業サロンを立ち上げ、南砺市、南砺市商工会後援で開催した。県立大学、富山高専にも参画を呼び掛け、2回目、3回目は富山高専の学生が参加した。基本的に創業予定者と創業3年目までの方という条件で開催。エントリーは4回延べ40名、参加者24名で、概ね5名は固定2名入れ替わり。創業塾とは違い、創業計画書は一切作成せず、創業前後の不安や、困りごとなどぶち当たっている壁についてのディスカッション。ファシリテーターは公庫の職員や商工会の指導員。各回のアンケートによると満足度が高かったが、中には「補助金が見えない」とあったので、毎回南砺市からの補助金制度の説明の場を設けサポートした。創業者が2名、創業予定者が1名出てきている。創業者1名については、製造業で特許技術を持っており、支援している。具体的には、国のJスタートアップのエントリーをサポート

	<p>トした。加えて大手上場企業、商社、メーカーが入り込むパワーマッチングへのエントリーもサポートした。来年度以降も継続開催する予定。やり方については、今年度と同様の予定。参加者は計画書の作成は希望しておらず、ディスカッションを希望している。来年度もディスカッションの場の提供で展開していきたい。当初見込んでいた、外国人や事業承継を考えている方の参加はなかった。来年度以降はそういった方々を巻き込んでいけたらと考えている。</p>
<p>会長</p>	<p>委員のオーストラリア出身のご主人の外国人コミュニティができています。起業したい方がいるそうなので、公庫と相談できる場があればよい。</p>
<p>委員</p>	<p>委員は起業されたが、創業サロンの話でニーズなどご意見は？</p> <p>先日、よろず支援のコーディネーターから話を聞いたが、今富山で相談がある年代は、若い方だと思ったが、40代～50代とのこと。今まで走ってきたなかで、このままでいいのかという相談はよろず支援拠点に多い。南砺市の未来創造塾に参加したが、こちらは、若い方で、大学の中から起業セミナーを受講され、将来的に起業したいと思っているが、今すぐには奨学金のことなどありすぐに起業ができないので、安定した仕事を求めたうえで、仕事を、いずれは起業することの準備期間と捉えて頑張っているという声を聞いた。自分が起業した時は、副業に対して国が力を入れていた。今のような起業サポートはなかったので少し違うかもしれないが、起業に対してサポートが多いと感じていて、今思うと、補助金の情報が得られず、どこに行けばいいかもわからなかった。最近では、使いたいのに使えないというの大きな要因で、特にコロナ禍は飲食店に対して支援があったが他の業種は難しかった。どの世代に対してか、40代～50代に対するPRと卒業したばかりの方に対してのPRと違ってくると思うのが、幅広く伝わって欲しい。</p>
<p>会長</p>	<p>次に②販路、受注機会拡大の支援について説明を。</p>
<p>事務局</p>	<p>本年度の状況と令和6年度に向けての方針説明</p>
<p>会長</p>	<p>委員から今すすめている具体的進めていることやどんなサポートが必要かなどご意見を。</p>
<p>委員</p>	<p>農水省の事業のGFPグローバル産地づくり事業で、今年3年目の最終年度で大変な補助をいただいている。県の市場戦略のほうからも重点団体ということで大変な支援をいただいている。当然市のほうからも細かな援助をいただいております、大変ありがたい。今年の目標は海外には1億円を目指す。主に海外展開をしているのは、台湾。去年は6～7千万円でトップシェア。今年はテスト販売で商談中。品目の設計も終わり詰めの段階。今年はカナダとタイにあんぽ柿を新たな市場として販売する。更にマレーシア、シンガポール方面についても、来年1月に現地商談に入る。狙っていた中国関係は、上海ルートは福島のものもあり商談が止まっているが、香港ルートは行けそうで詰めの段階にきている。香港から入れば大陸の内部にも入れるので、かなり需要が伸びる。“こめ大福”は昨年開発。味は称賛されて</p>

	<p>いるので自信を持って販売していきたい。1個450円で、他のフルーツ大福に比べて非常に高い商品。一般的なところで販売するつもりはなく、ネット販売に限っている。アメリカの航空会社のファーストクラスのスイーツとして検討してもらっている。ホテルのスイーツとしても検討してもらっている。11月の日本橋とやま館の催事でもお披露目したい。年間で販売できるものがこれしかない。干柿、あんぼ柿は冬だけのもの。年間通して食べたいお客様が多いので開発した。あと、「柿バサ」が桜ヶ池に出来上がった。今日から柿の皮むきに入り、一両日中に柿を掛ける。27日に市長がお披露目するので、桜ヶ池の集客になると考える。富山の田舎の景色は柿バサが懐かしまれており、カメラマンがたくさんくる。撮影スポットとしても注目を浴びるのでは。</p>
<p>会長</p>	<p>具体的にここまで進んでいるということです。クラフトバレーについて青年部の考えはありますか。</p>
<p>委員</p>	<p>確かに、特産品、サービス業としては海外に発信できる場としてとても素晴らしいことだと思うし、是非タイアップしてやっていければいいなどは思っている。青年部として難しいところはあるが、一企業として出る分にはいいと思う。青年部活動としてとなると、「自分たちで作ったもの」とならないと、全体で協力してやるというのは難しいのではないかと思う。青年部から発信していくということであれば、海外展開に迷っているとか、海外に挑戦した部員を見つけて、こういった場があるということ部員につなげて、南砺の新しいブランドが次々出ていくような一つのきっかけになればと思うので、情報を伝えていきたい。</p>
<p>会長 事務局</p>	<p>クラフトバレーフェアは来年も開催するのか。 開催する予定。</p>
<p>会長 事務局</p>	<p>それは、青年部は行けるのか。 是非、行っていただければ。</p>
<p>会長</p>	<p>南砺市内の小規模事業者がいろいろできると思う。商品開発も含めて積極的に参加いただければ、新しい視野が広がる。</p>
<p>委員 会長</p>	<p>ひよんなことがビジネスチャンスになる。 青年部のほうでチームを作ってやることもできるので、参加して欲しい。次の説明を。</p>
<p>事務局</p>	<p>③各産業、伝統工芸等の技術伝承等の環境整備への支援についてと、その他、取り組み等について説明</p>
<p>委員</p>	<p>なんちケプロジェクトは今回で6回目だが、期間は長い、市の補助が少なかったこともあり、一人当たりの上限金額が少ないのと、期間が長いので、間延びしている感がある。参加店舗は400店舗を上回りかなり増えた。5千円と1万円で2種類のシートを設けた。ほぼ1週間で完売した。お盆とお正月に使える設定だが、ほぼ使われている。前はそこそこの金額だったのに使える期間が短く年末に使えなかった。なかなかニーズと合わないのが現状。お盆には使えたが、今回はあまり喜ばれていなかったか</p>

<p>会長</p>	<p>も。しかし、認知度は上がってきており、参加店舗も増えてきた。これを機会に女性部、青年部に入会する人も増えたのでそこは良かったと思う。女性部の全国連でも増員数の表彰を、4位でしたが受けましたので、そこはメリットがあった。継続していければと思う。</p>
<p>委員</p>	<p>引き続き金融機関関係から地元の特に小規模事業者支援について現場のお話や支援策についてご意見を。</p> <p>中小企業事業再構築促進補助金については、使われている方が多いイメージがあるがこれも何回かやっているのもう使ってしまったという方が結構いらっしゃる。補助金の話がでたが、知ってる方はすごく知っていて、IT系とか空調とかなんでも使えるので、使いまくっている。逆に知らない方は全く使っていない。その差がコロナの3年間で如実に出た。小規模の方も使っている方は使っているし、大企業でも使う方は使う。その反対もある。補助金について勘違いしてる方も結構いるので、私たちも南砺市からいただいているチラシをばらまいているが、まだまだ認知度が低いのかなと思うのと、国と県と市で補助金が結構同じで、使える使えないがあるので、調べたことがある人は全部使えるのをわかっているの、その辺はもっとアピールしてもよいと思う。ブランド商品開発支援については、福井の支店長だったとき、福井はJALとANAを使っている。ファーストクラス・ビジネスクラスに日本酒など。ふるさと納税にANAとJALとあるので、そこで使ってもらえるルートがあれば使っていただきたいと思う。</p>
<p>会長 委員</p>	<p>小規模事業者・中小企業についてご意見を。</p> <p>新規創業で20代の方がシェアハウス開設の件で相談に来られた。日常利用している銀行口座はネットバンク。利便性の高いネットバンキングを使う人が増えてきた。各種補助金の相談と、この先市内でシェアハウスを増やしたいということで資金調達ができないかという話だった。県ではスタートアップ事業として、東京近郊在住で富山県内での新規創業によるUターンもしくはIターンを計画している人を対象に、「とやまスタートアッププログラム IN 東京」を開催している。富山県内で起業を志す人を応援する富山県主催の企業育成プログラム。富山県出身である起業家教育第一人者の神戸大学産官学連携本部の熊野教授が監修のもと、起業家、有識者、スタートアップ業界で活躍する各分野の講師が指導を行っている。県内に支店がある金融機関も参画している。半年くらいかけてプランを練って、ブラッシュアップし完成させる。実際に県内で創業を進めていくにあたり、金融機関も参画しているので、補助金や必要な資金の調達について、円滑な対応が可能となっている。例えば南砺市内で創業したいという方がいたら、ある程度形が決まって相談を受けるよりは、事業計画段階から話を聞ければ、各種補助金や資金調達等を円滑に行うための提案が出来る。また、販路拡大についても、地元金融機関なりのネットワークがあるので、ご紹介・マッチングができる可能性があるの、様々な協力が可能。</p> <p>スタートアップ事業は商工会の窓口との連携が必要。情報がいろいろあ</p>
<p>会長</p>	

<p>事務局 会長 委員</p>	<p>ってバラついてしまう。せつかくあるのに活用できないというところは工夫が必要。</p> <p>次は企業立地雇推進係の説明を。</p> <p>企業立地雇用推進係の取組について説明。</p> <p>SNS と出たが、学校ではどうか。</p> <p>例えば、観光産業施設がたくさん城端近辺にできるとして、実際にあるのは、学生は旅館やホテルで働きたいけれども、保護者は違うところがいい。今の受け持っている3年生ではインターンシップにすらそこには行かない。結局本人の意思を尊重して旅館のインターンシップに2週間くらいいった。そうすると、そこで働きたいとなる。でも親を納得させるために1つのインターンシップにしないが、交渉相手が家族になっている現状が、特にサービス業に多いように思う。南砺市に来てくれる学生に南砺の情報をどうやって伝えていくかということだが、南砺市の若い人は首都圏に出ていっているのか？ 関西方面ではなく首都圏なのか？ 金沢は今結構関西に学生が取られている。大阪、京都に大学進学を機に行く学生が多い。南砺もそうであれば、関西方面も集中する方法もある。まず東京に行っているようだったら関西よりも東京に力を入れている現状でよい。</p>
<p>会長 委員</p>	<p>学生あるいは企業の雇用や立地についてご意見を。</p> <p>娘が大学1年生だが、HP を見ない。SNS、インスタ、ツイッターでしか情報収集しない。動画も長いものは見ないので、ぱっぱと切り替わるもので効率よく情報収集するのが大前提。画面のきれいさとか見栄えが、学生に特化するのであれば、そこをかなりブラッシュアップしていかないといけない。大人が読んでわかるとか、そういう観点で作るとみてもらえない。それが中途採用の向けなのか学生向けなのかで工夫が必要。県主催のインターンシップセミナーに行って勉強させてもらっているが、やはり企業の人材獲得はものすごくし烈になっている。やはり情報の出し方みたいなことを言っているとだいぶ乖離している。本当にインターンシップにどれだけ情報を出しても来てくれないとか、どういう体験を組み立てたらいいのか皆さん苦労されている。あの手この手を既にやっても成果が上がらないと悩んでいる。学生には南砺市の魅力をうまくアピールしにくい。就職活動の入り口をつなぐということをしていかないと企業の人材獲得は難しいと思っている。富山県のほうにいくと南砺市の企業は出ていない。遠いということもあるが、富山市、高岡市の企業が多い。名前が知れたところであっても、すごく難しいと言っている。南砺市総力戦で人材獲得に向けてやらないと、南砺市全体のブランド力をアップさせていかないと学生に響かない。学生向け、保護者向け、地域の方向け、いろんなアプローチの仕方があると思う。ただうちの会社いいですよという情報をまとめるだけでは厳しい時代、人の取り合いになっている。そこを施策の中に取り上げて欲しい。</p>
<p>会長</p>	<p>採用の戦略については、アドバイザー的な人はいますか。</p>

事務局	若者採用企業応援プロジェクトで 10 社募集したが、採用コンサルティングにアドバイザーをお願いするのはあまりない。
委員	コンサルを付けたら採用獲得人数は上がったのか。
事務局	今年度のこれからの事業です。求人サイトへの情報の出し方とかハローワークの求人の出し方が格段に向上するので、成果はあるかと考えている。
会長	成功事例があるのでは？
事務局	市内企業の中でも上手に確保している企業もある。
会長	好事例をもっと揉んでもいいのでは。コンサルもいいが、手作り感のあるものもいいのでは。
事務局	たしかに、工夫して上手く自分の会社の魅力を PR しながら集めているので、取組事例として紹介できればと考える。
会長	市内企業の情報提供について、南砺とつながるコミュニティ形成事業について、首都圏にどれくらい学生がいるのか。一過性でははく拠点が必要では。
事務局	そのデータは持っていない。県の首都圏本部とか情報政策課から情報提供いただきながら今後進めていきたい。会長の言うとおりの、1 回で終わりではなく、集まったメンバーの中で自発的にコミュニティを形成し、定期的に首都圏で自分たちで集まる機会を設けるまでにつながっていけば理想ではある。初の試みなので最低でも 30 人程度集めるところから進めていきたいと考えている。本日の出席者の関係者で首都圏にお住まいの若い方がいれば、周知いただきたい。2 月 22 日にさんさんラボという会場を押さえている。
会長	今神楽坂で活動しているが、結構人が集まっている。城端出身の人など。OB があの辺に住んでいる。大学も多い。にゃんと市としてファンが多い。継続的に拠点にするのはどうか。観光と農林と連携して実施できる。
事務局	目的は将来的には U ターンして市内企業に勤めるのが目的であるが、市全体とすれば当然人口対策が大きな課題。U ターン希望者だけでなく、関係人口、応援市民などを含めたファンミーティングのようなものも今後やっていけばどうかという話もでていたので、そこで神楽坂を使っていくというのも検討したい。
会長	ファンが多いところは強いから学生にも魅力的ではないか。拠点づくりは効果のあがるところがよい。 次にアドバイザーの増川さんから全国の状況など含めて総括など。
アドバイザー	企業立地の関連から、今回増設の補助金をつけたのはよいと思う。立地が進んでいくと新しい企業にばかり支援して、もともといる企業に対しては何もしないのかということになる。もともといて、これから頑張ろうとする企業をちゃんとサポートしているという市の姿勢が表れている。6 年度に向けての方針ということで、ニーズ調査を実施するとのことだが、今大きな企業のうねりがきている。半導体が今ホットではあるが、半導体を作っている企業はものすごく大きい。特に富山は A 社があったり、B 社が

A社に変わったり、C社が砺波に4ha、何百億円という投資をして、今度上場して、アメリカでも上場を同時にするという事で事業拡大に向けての設備投資の資金確保をもう既にされている。そういった波及効果を今後期待していいと考える。多くのニーズをきちんと把握して、考えている企業に情報提供できる仕組み、流れを作っていくのが重要。そこで、適地というもの、南砺市は先行造成をしないとこのことでその方針でいいのだが、ただ、企業がうちは5,000欲しい、うちは2ha欲しいとなった時に、場所の紹介ができなければならない。その時には規模感に合わせた場所、ここからだったら5,000切れる、1ha切れるという紹介とともに、市として地権者の動向を探っておくということが重要。すぐ買うわけではなく、約束はできないのでここに企業がきますという話をすると浮足立ってそちらの話が先行してしまう。落ち着いて情報収集として、このあたりならば同意しそうだというところの認識しておいて、企業が出す条件に対応できる案を持っておく必要がある。PEPに関しては、着々と進んでいると聞いている。あとは、これから集客が起こるということは、企業の目線も変わってくるので、特に桜ヶ池周辺の環境を悪化させないような条件設定、例えば立地に関しての審査ができればその審査基準、補助金を出すのであれば補助金の基準に周辺のイメージを悪化させない色調であったり、建て方であったり、高さ制限はされるかと思うが、そういう条件設定をしっかりとしておいたうえで、企業のほうに考えて明確に書かせるといった条件設定が重要。若い人達をどうやって雇うかという、日経に出ていたが、大手が大卒7.4%増ということで、ここ10年で最大だが、それは中央に向かって学生が更に集まるのが現実になっている。南砺市としては、一旦就職してもいいが、帰ってきて欲しいというメッセージをきちんと今のうちから送っておくが重要で、バスツアーは1年生となっているが、3年生へのアプローチは何かしらしていると思うが、基本何かを考えるのは3年生なので、6月くらいからどこに就職するか考えるので、7月に求人票を見て初めてこんな企業があるのかとなる。3年生になった瞬間に就職ガイダンスが始まるが、その段階で情報を入れていくとか、オープンな情報は1年生でもいいが、しっかりとした情報提供として3年生のガイダンスの間に就職説明会として企業に登壇してもらい情報提供をしっかりとすべき。高校の先生は授業も同時にやっているの、地元のことはあまり知らないし、企業のことはもっと知らない。企業が就職担当の先生と会いたいという、事務局の人が先生は授業中なので会えません、資料だけ置いて行ってくださいということになる。学生に対してこの企業がいいというアドバイスができないということなので、市が学校と絡んで先生に時間をとってもらって、学校のトップにも理解をしてもらってそういう機会を設けて説明し、生徒に向かって情報発信する、ガイダンスの場をつくるというのが必要。その時には122社は多いので絞り込んで説明するように。あと動画は当然だと思うが、中学生くらいになると自分で動画が作れるようになるので、若

	<p>手の社員に作らせたりすると若い子とつながりやすい。他人の話はおじさんの話より先輩の話のほうがよく聞く。いい先輩がいるという就職口のほうが高3の子たちにはとても響く。先輩つながりで次から次に毎年つながっていく。就職に関して、若い人、女性を呼び込もうとすると、トイレの整備をする。子育て世代を呼び込みたいのであれば、時短で7時間労働ではなく3時間でもいいというタイムマネジメントを企業の中で作り出せるか企業側が対応できると、そういうところであれば就職したい、長年勤めたいということになる。</p>
<p>会長</p>	<p>ありがとうございました。みなさん他に気になったこと気が付いたことがあれば発言を。</p>
<p>アドバイザー</p>	<p>あんぼ柿のとてもいいお話をうかがって、ファーストクラスの売り込みはとてもいいことだと思う。ファーストクラスは短期間の期間限定。終わったら情報発信してはいけないことではないので、“選ばれた”ということで箔が付くので、きちんとチラシを作って商品パッケージに入れるなりをやっていくほうがよい。あんぼ柿を食べない若い人や、新規の方向けの販路開拓につながるのと、B級品の付加価値をつけることが食品加工にはとても重要であり、廃棄されているものを活用する商品開発は収入増になるので、力を入れて応援すべき。地域のストーリーが大変重要なので、あんぼ柿に限らず、米や酒も連鎖的に紹介できる窓口を作っていくとよりよい。</p>
<p>委員</p>	<p>補足で、我々がこれに取り組んだのはお年寄りの食品と定義されているのを打開したいのでフルーツ大福ブームに乗ってやってみた。孫が全然食べてくれなかったのが、大福が非常においしいと、それからあんぼ柿を食べるようになった。選ばれたことを宣伝に使うのは止められる。干柿は迎賓館のスイーツになっていたが、それを宣伝につかうのはNGと言われた。ただ、宮内庁からご注文いただいている件は報道してもらっており、非常に効果的。航空会社の件は口外できないが、内部の講習会で組合員に話すと、非常にやる気がでる。</p>
<p>アドバイザー</p>	<p>それは航空会社による。JAL、ANAは宣伝に使える。</p>
<p>会長</p>	<p>ブランド作りにまだまだ可能性がある。</p>
<p>委員</p>	<p>B級品に困っている。全国の温泉地に「やまがき」が売られているが、あれは1社しか作っていない。日本中同じもの。その会社から富山のB級品を全部買いたいといってくる。三社柿という名前を使えば絶対売れるとブランド力が強くなってきている。富山干柿の原料の三社柿という名前はみんな使いたがっている。</p>
<p>会長</p>	<p>佐渡でいちばん売れている干柿餅がある。餅にB級品をまぜてある。商品開発は農商工で連携してなにかできないか。デザイン力も大事。デザイン力で小規模事業者でも発信していけるようになる。まだまだご意見あるかと思うが、終わりの時間となったので、進行を事務局に返します。</p>
<p>ブランド戦略部長あいさつ</p>	<p>長時間にわたりご意見をいただきありがとうございました。我々の目指すところは若者と女性の定着で、それを主眼として事業を推進していく。</p>

	<p>本日はまだまだ言い足りなかったこともあるかと思うが、予算編成にまだ時間があるので、ご意見を頂戴したいと思うし、こちらのほうから助言を求めることもあるかもしれないので、ご教示いただければと思う。農商工観連携で「南砺の逸品」事業を実施している。まだまだブランド力がないので、来年度以降もしっかりと取り組んでいきたい。</p>
	<p>閉 会</p>