

会議名	第2回宇部市産業振興計画推進委員会
日時	令和5年10月25日(水曜日) 14時～15時30分
場所	宇部市役所3階 第3-3会議室
出席者 (敬称略)	委員14名(欠席4名) 事務局7名 (宇部市産業経済部2名、中心市街地活性化推進課1名、商工振興課4名)
会議資料	・次第 ・宇部市産業振興計画推進委員名簿 ・第2回産業振興計画推進委員会資料 ・座席表 ・ご意見アンケート
No.	会議内容
1	専門部会の開催状況について
2	令和6年度施策の方向性について
3	今後のスケジュールについて
主な議事内容	
<p>議題(1) 専門部会の開催状況について</p> <p>≪事務局より説明≫</p> <p>≪片山委員(専門部会長)による補足≫</p> <p>(事業承継)</p> <p>税制を変えることは難しいが、実態として事業承継の際、税負担が課題としてある。</p> <p>また、いくら支援機関がアプローチしても、事業者が動かなければ始まらない。その方法をどうするかというのが課題。</p> <p>(人材確保育成)</p> <p>育成ではなく確保が大変。</p> <p>確保について皆、努力しているが、集まらないものは集まらない。</p> <p>今いる人材をいかに辞めないようにするか、今いる人材をいかにレベルアップさせるか、当面、この対応をして、新たな確保については粘り強くやっていく。</p> <p>(質疑応答)</p> <p>⇒なし</p> <p>議題(2) 令和6年度施策の方向性について</p> <p>≪事務局より説明≫</p> <p>(質疑応答)</p> <p>(委員)</p> <p>14ページ、民間企業の方に実施した事業継続に関するアンケートについて、その方法と内容を教えてほしい。</p>	

(事務局)

アンケートの回収率を上げるように、まず、名前を『事業継続』に関するアンケート調査とし、『継続』というような言葉で紹介した。

また、アンケートを受け取る側の心情に配慮して、「このアンケートは、年齢が55歳以上の事業者の皆様今回お配りしています」というような文面とした。

アンケートの内容は、事業者の年齢、業種、従業員の規模、業歴、今の経営者が何代目か、という事業者の属性に関する情報をまず聞いている。

続いて、後継者の有無についての質問や、引き継がせたい後継者候補がいる場合に、それは、お子さんなのか、親族なのか、従業員なのか、その他なのかという質問。事業承継について相談している人は誰か、さらに、後継者がいない方については、承継を検討する年数の目安は何年以内か、承継に関してその方にも相談している人はいるか、活用したい支援は何かなど聞いている。

全体でA4の3ページにわたる質問項目とした。

重点施策2

資料15ページ：経営計画を立てることの有効性を伝え、実践するよう促すためにどうすればよいか、ご意見をいただきたい。

(委員)

事業承継のアンケート結果の開示がもう少しあれば、深掘りできたと思う。

回答している152社に対しては、考えるきっかけとなったといえるが、回答していない626社に対しては、事業承継をしなかったことによる危機感を持たせるような内容の文章を送ることを検討してはどうか。

(委員)

宇部市内の企業同士で事業承継の成約事例が出た。

成功事例をPRすることで、次の相談につながるのではないか。

今回、結びつきに至った経緯は、支援機関の担当者が、譲り渡す側の担当者から相談を受けて、詳細を聞いたところ、当該企業は黒字で、後継者がいないだけだった。

その後、よろず支援拠点と事業承継・引継ぎ支援センターに相談をして、3か月くらいで話がまとまった。成功事例を公表していけば良いのではないか。

(委員)

自社に意識を持っていただく上で身近な話を聞くことは、意義があると思う。

- ・ 経営者が元気なうちに早めに、後継者に段階的に事業承継をして上手くいった事例
- ・ 第三者承継で上手くいった事例
- ・ 準備をしていなかったのに、急遽どうしても対応しなければならなくなったことで、大変だったという事例

こうしたいくつかのパターンに合わせたような形で話をすると、経営者に身近に感じてもらいやすい。

第三者承継だけでなく、後継者になる可能性のある人や承継したばかりの人に対する支援に

向けて、若い方が相談する場所や新規事業を起こしてみたいと考える人たちのコミュニティ作りとして、後継者塾のような取組も良いと感じている。

(委員)

経営計画を策定することが重要だという認識はあるが、小規模事業者が実践するには専門の支援が必要。有効性があるとわかっているにもかかわらず、実施したいという事業者はいないと思う。

一方で企業の支援をする立場からすると、支援する内容は同じ。引受け手を探す、その前に、後継者候補のリサーチ、後継者の育成、組織体制の構築も事業承継の支援の範囲と言えるので、打ち手は多い。

もし、支援を無償で受けられるという施策に持って行くのであれば、打ち手を一覧化することが重要。経営計画の立案・実践を募集するとなると、事業者はやりたがらない。事業者に経営計画の重要性を理解してもらえるか、その企業に後継者がいなくても経営計画がある企業であれば、引き受ける価値があると思ってもらえるか。出口のラインナップを具体化する必要がある。

(委員)

事業承継をうまくしていくためには、事業計画を立てて実践するという方向にとしているが、本来的には企業であれば、経営計画を立てるとするのは当たり前のこと。行政の施策あるいは金融機関が融資するにしても、企業の未来に対して支援しているのだから、企業が自社の未来の計画を立たなければ、審査もできない。計画というのは基本的なところであり、非常に重要。

計画を立てる能力のない人は、誰かが支援する必要がある。

ただ、私が今まで様々な企業を支援した経験上、無料ではうまくいかない。企業がわずかで負担することで、誰かが支援を行うというような形を取れば進んでいく。

また、私は事業計画の策定支援をする際、1年ごとに経営者年齢を入れるようにしている。そうすると5年後に経営者が何歳になっているかが可視化されるため、事業承継を促すことにつながる。

(委員)

様々な機関でセミナーなどのコンテンツを用意しているが、積極的に参加しようという企業が少ないのが悩み。

また、セミナーは特に事業承継が一つの大きなテーマになっているため、金融機関、山口県、宇部市、商工会議所たくさんのセミナーがあるものの、事業者にとっては、その中からどれを受けたら良いのか分からないと思う。

(委員)

主催者側は、事業者のためを思ってセミナーを企画するが、それだけでは伝わらない。

事業者の支援をする側が企業にセミナーで得られることを提案していくべき。

事業者との繋がりがある支援機関が、「御社がこのセミナーを受ければこんな良いことがある」という奨励方式でアプローチすれば良い。

(委員)

現経営者の方にとっては、自分の会社を手放す、誰かに取られてしまうというのではないかという抵抗がある。こうした抵抗感をなくす方向性としては、『誰かに引き継いでください』というような入口で案内するのではなく、『今の事業をもっと良くするため、長く続けていくために経営計画を立てませんか』というようなアプローチの仕方が考えられる。入口は『事業承継』と言わずにアプローチするのが一つの手段として考えられる。

重点施策3

資料18ページ：情報発信が重要だが、具体的にどの層へアプローチするのが有効か、有効な手法は何かなどご意見を伺いたい

(委員)

『みらいWalkers★UBE』は、市内の中学2年生以上が参加となっている。

下関市の『未来創造 job フェア』や山口市の『やまぐち未来のしごとフェスタ』があるが、対象は中学生。

具体的な進路を決めるようになってくるのは高校1年や2年だと思う。ターゲットを中学生から高校生に変えてみてはどうか。

また、大学進学だとオープンキャンパスがある。会社見学を行えば、実際に働く人の姿を見ることができ、どんなものを作っているかということもわかるため、高校生や中学生対象の企業見学をやってみてはどうかと思う。

(委員)

『みらいWalkers★UBE』は評判が良い。企業側の方から、やって良かったという評判を聞く。

この取組で、対象者を高校1、2年生とすると良いのではないか。

また、就職のことを考えると、学生とその親、学校の先生、この3者が参加して、企業の内容を見ていただきたいと考える。

中小企業は、10年20年前とは違い、福利厚生を手厚くしているなど努力している。学生やその親、先生方がその姿を見て、意識を変えていく必要がある。

企業見学についても機会はあるようだが、計画的に、継続してやっている企業はまだないので、実践してみてはどうか。

(委員)

高校生は、山口県のジョブフェアに参加している。

高校では、生徒数が減少しているため、企業側の求人の要望にお答えできないことがある。

特に、新たな求人企業に就職をするというのは難しい状況にある。

また、就職する場合は、有名な企業を親は選ぶ傾向がある。最終製品を作っているところはよく知られているが、中間製品を作っているところは知られておらず、会社の良さが伝わりにくいと感じている。

(委員)

これまでは、会社の規模で、ある程度の一定数の採用ができたが、価値観が変わり、情報が

氾濫している中で、採用される方の情報量は圧倒的に増えている。

『みらい Walkers★UBE』に3年連続で参加し、効果が定量的に判断できないものの、ある程度の手応えある。

この先行き不透明な時代に、安定志向を求める方が増えている現状を打ち破っていくために、今のところ打ち手として考えているのが、小中学生にアプローチをして、私たちの会社で作る製品がどういう形で世の中に貢献しているのかということを知りやすく、丁寧に説明していくことに重点を置いて進めているところ。

(委員)

自社が安定した収益を出せる企業になる必要がある。その上で、どれだけの魅力を出すか。利益を確保し、「将来のことを考えている企業」ということを発信する。

そうすれば、給料が安くても働きがいを感じることができると思う。

企業としての魅力をどうやって発信するかというのは非常に重要な課題だと思う。

(委員)

募集するという意味では、各企業のホームページ、SNSなどで企業イメージを良くしようとしても、そのやり方が分からないという方がおられる。専門家に相談すると、非常にいいものがあるので、そうした方法を活用して企業の魅力を発信するということが大事と思う。

(委員)

大学における取組も様々あって、近々で言えば、11月25日に『山口きらめき企業の魅力発見フェア』を維新公園で実施する。

県内95社の企業が出展し、大学1年生、2年生に積極的に参加をしてもらって、県内にどんな会社があるのかを知ってもらうことに主眼をおいている。

対象者は、大学生以外にも高校生、高専生も参加可能。就職担当の先生や高校の先生にも参加していただける場ということで設定している。

こうしたイベントでは、現実的な問題として、最終製品を製造する企業や、サービス業で見ただことがある又は知っている会社については、学生もブースに行くが、そうでない企業は知られていないので訪問する学生がいない。このことを改善するためにも、早期に企業を知る機会を提供するという目的で、大学1年生の時からやっているが、もっと早い段階で、例えば、高校生や中学生に対しては、サプライチェーンの中ですごく重要なところを果たしている会社が実は市内にある、県内にあるということを知ってもらうことが重要。

高校とか大学を選んだ後に、自分の希望とミスマッチもありうるので、どの層にどうアプローチするのかという手法でいうと、中学生はどんな働く場所がある、働き方があるか知ってもらい、進路の参考にしてもらう発信の仕方が必要。

高校生は、そのまま就職するか、進学するのかという選択肢が具体的に変わってくるので、それぞれの層に向けた情報発信の仕方が必要。

大学生は、その専門性を持って自分たちが本当に働ける場所があるのかという視点で就職に向けて活動するので、それに合わせた情報発信の仕方が必要。

特に工学部については、大学院進学率が6割7割あるので、大学院生として働く場所がある

のかという視点に変わってくる。そのターゲットに合わせた展開ができると良いと思う。

大学の中でも就職又は起業するという事で、起業サロンや企業の方と交流する場づくりをしているが、なかなか定着しない。これについては、企業の方からのご意見もいただきたい。

(事務局)

市の取組についての補足説明。

一点目、『みらい Walkers★UBE』について、中学校2年生を対象としているのは、高校生で「文系」「理系」を選択した結果が、その後の就職に大きな影響を及ぼす。その前に、様々な職業を知った上で、文系、理系への選択というのを含めた道筋をたどってほしいということで設定されている。

二点目、人材の確保に向けては、確保したいと思う人材がどんなことを考えているかを知るのが重要。このため、中小企業経営者を対象に、今の大学生がどんな思考をしているか、新卒の確保に成功している事業者の事例を基にセミナーを開催した。今後も、事業者の方々に人材確保に向けた情報提供をしていきたい。

重点施策3

資料18ページ：リスクリングに向けた取組についてどうお考えかご意見を伺いたい

(委員)

リスクリングは、大切なこと。

従来、スキルを身につけることをあまり意識せずとも経営は上手くいっていたが、現在はそうはいかず、新たな基礎能力が必要。

DXが中心となっているが、事業をするには様々な能力が必要。そして、その能力は常に上げ続けなければいけない。経営者、幹部職員、管理職、誰にとっても、リスクリングが必要と考える。

(委員)

質問になるが、17ページの補助金制度で、事業者から「これらの諸条件を満たすリスクリングのメニューって何でしょうか」と問われた際に、事務局はメニューを提示することができるのか？

このメニューをこなせば、企業にとってどういう効果があるのかを提示してあげると、メニューを提供する側の事業者が営業をかけてくれると思う。

補助金制度に関して、ベンダーはDX推進に向いていて、リスクリングは単価が低いため、追っかけてきてないと思う。一方で、事業者側はラインナップがあると分かりやすい。活用することにより、従業員のレベルがどうなるのかというイメージが湧くと取り組みやすいと思う。

リスクリングの説明については、利用する事業者が分かりやすいイメージ図のほうが良いと思う。

(事務局)

この補助事業を使う事業者向けへのアプローチはできるが、事業者に提案する側に対するア

アプローチというのができていなかったと思う。

今年度、募集期間中に、提案する側へのアプローチを考えていきたい。

(委員)

山口県知事から、Y-BASE が DX に関して実績を上げていると紹介された。視察にも行ったが、デモができる、視覚的に分かりやすいということで大変良いと感じた。

宇部市には Y-BASE の宇部ブランチがあるものの、活用が十分にされていない。常駐者がいない、デモができないという点が残念。リスキリング補助金などを呼び水に、利活用を考えてみてはどうかと思う。

Y-BASE では市販のソフトを組み合わせて、システムを組めるという提案を無料でやってくれるので、一度試してほしい。

(事務局)

Y-BASE 宇部ブランチでは、相談機能があるものの、相談にこられる企業は、自社でこういうシステムを組みたいという相談内容で、すでにベンダーがついているケースが多い。つまり、あらかじめベンダーが考えている仕組みを持って相談に来られているため、そこからアドバイスがやりにくい状態になっていると聞いている。

ただ、Y-BASE の認知度も不十分であるという認識なので、県と一体となってメリットを発信していきたい。

(委員)

人材育成という枠だけで考えると難しい。

事業者は経営上、様々なことを考えている。中でも経営計画が重要。

経営計画を立てることが、人材育成を考えることにつながると思う。

議題 (3) 今後のスケジュールについて

≪事務局より説明≫

(質疑応答)

⇒なし

その他意見・質問

なし

以上