

# 広陵町中小企業・小規模企業振興計画に基づく 振興施策提言書

令和3年11月18日（木）

広陵町中小企業・小規模企業振興会議

# はじめに

広陵町では、中小企業・小規模企業の振興を図るため、町内事業者をはじめとした地域の方々と共に、ワークショップを通して議論を重ねながら、平成30年10月に奈良県の市町村では初となる「広陵町中小企業・小規模企業振興基本条例」を制定しました。

また、平成31年4月には、この条例に基づき、中小企業・小規模企業の振興に関する方針と施策内容の共有を図り、町内事業者、教育機関、金融機関、支援機関、住民のそれぞれが積極的に参画・連携・協力しながら中小企業・小規模企業の振興を推進することを目的とした「広陵町中小企業・小規模企業振興計画」を策定し、計画に記載された5つの基本方針に資する取組を検討すべく、人材・経営基盤を考える「キャリアアップ部会」、地域間連携・ブランド力の向上・情報発信を考える「イメージアップ部会」という2つの課題別小委員会を立ち上げ、令和元年度に初となる提言書を完成させました。

提言書に記載されていた内容に基づき、広陵町では、試作品製作や創業に関する補助金制度の創設、販路開拓等を伴走型で支援する広陵高田ビジネスサポートセンター

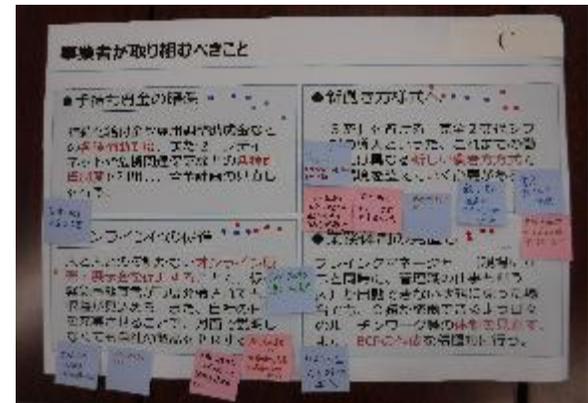
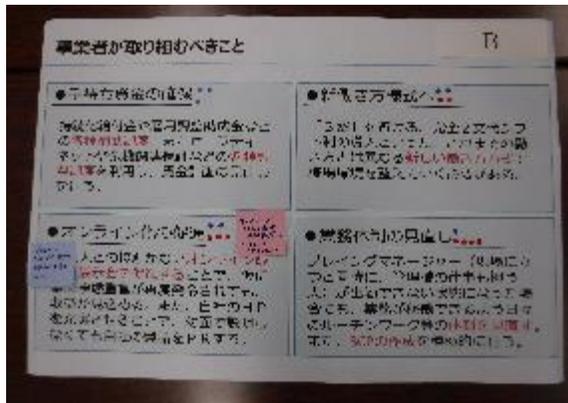
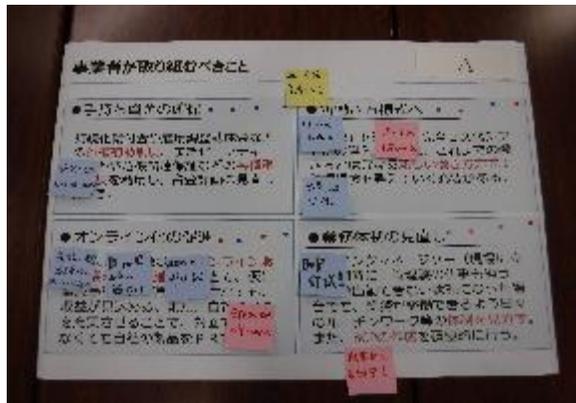
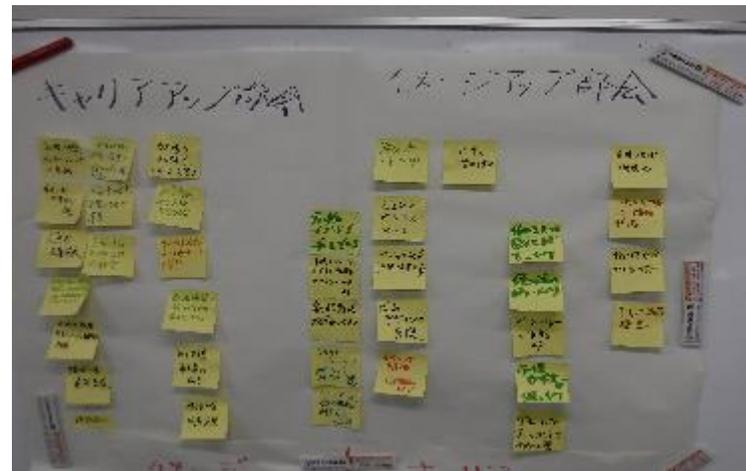
(KoCo-Biz)や広陵町産業総合振興機構(なりわい)を開設しましたが、新型コロナウイルスの感染拡大等により、町内事業者を取り巻く環境は、前回の提言書が完成したときと比較し、大きく変化しています。

そこで、委員一同から挙げられた様々な意見を集約した今後実施すべき取組を新たに提言します。

# 第1回全体委員会

場所・日時：役場3階大会議室（7月30日(金)PM6:00～PM8:00）

参加者：事業者12人 金融機関2人  
関係機関6人 町出席者4人

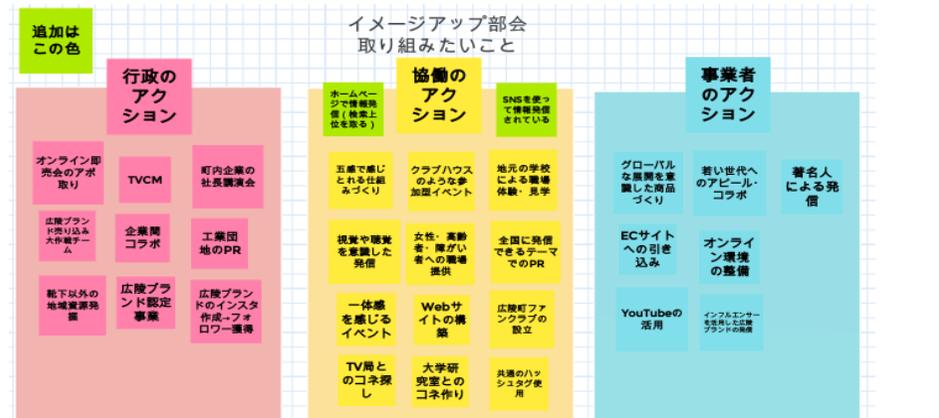
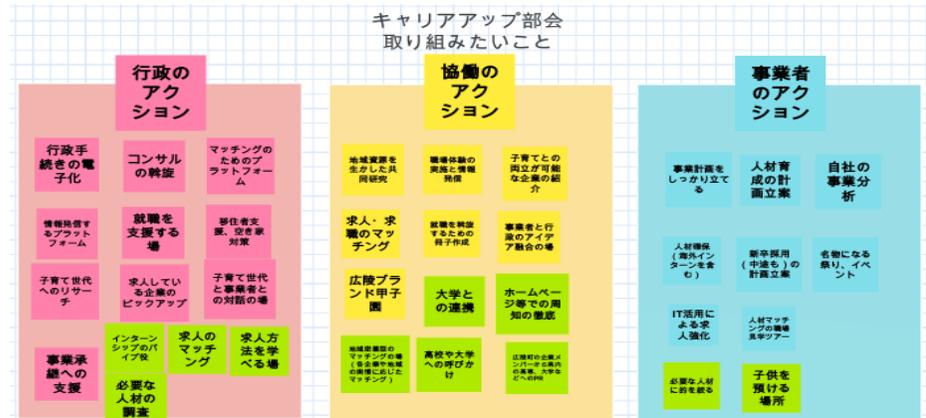
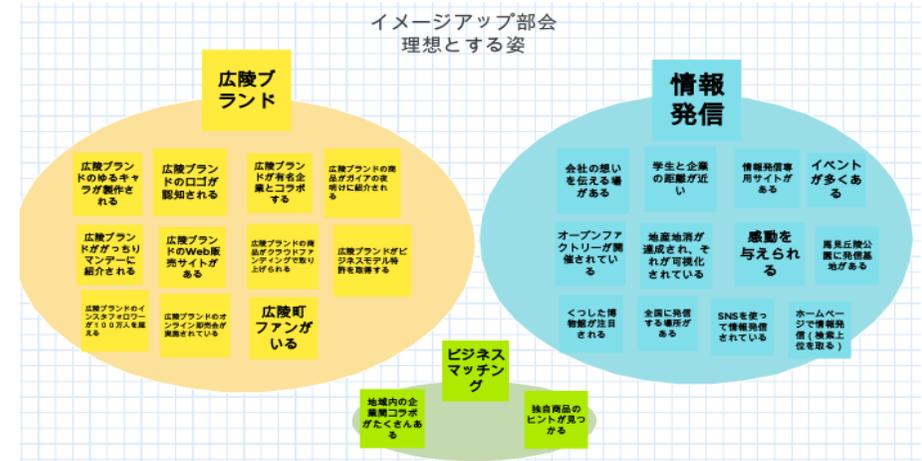
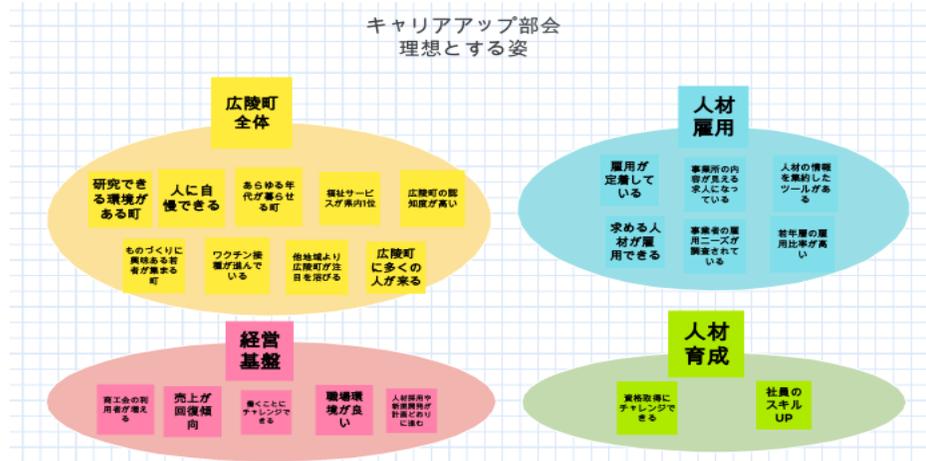


# 第1回課題別小委員会

場所・日時：オンライン会議システム「Zoom」

(8月18日(水)AM10:00~AM11:30、PM2:00~PM3:30)

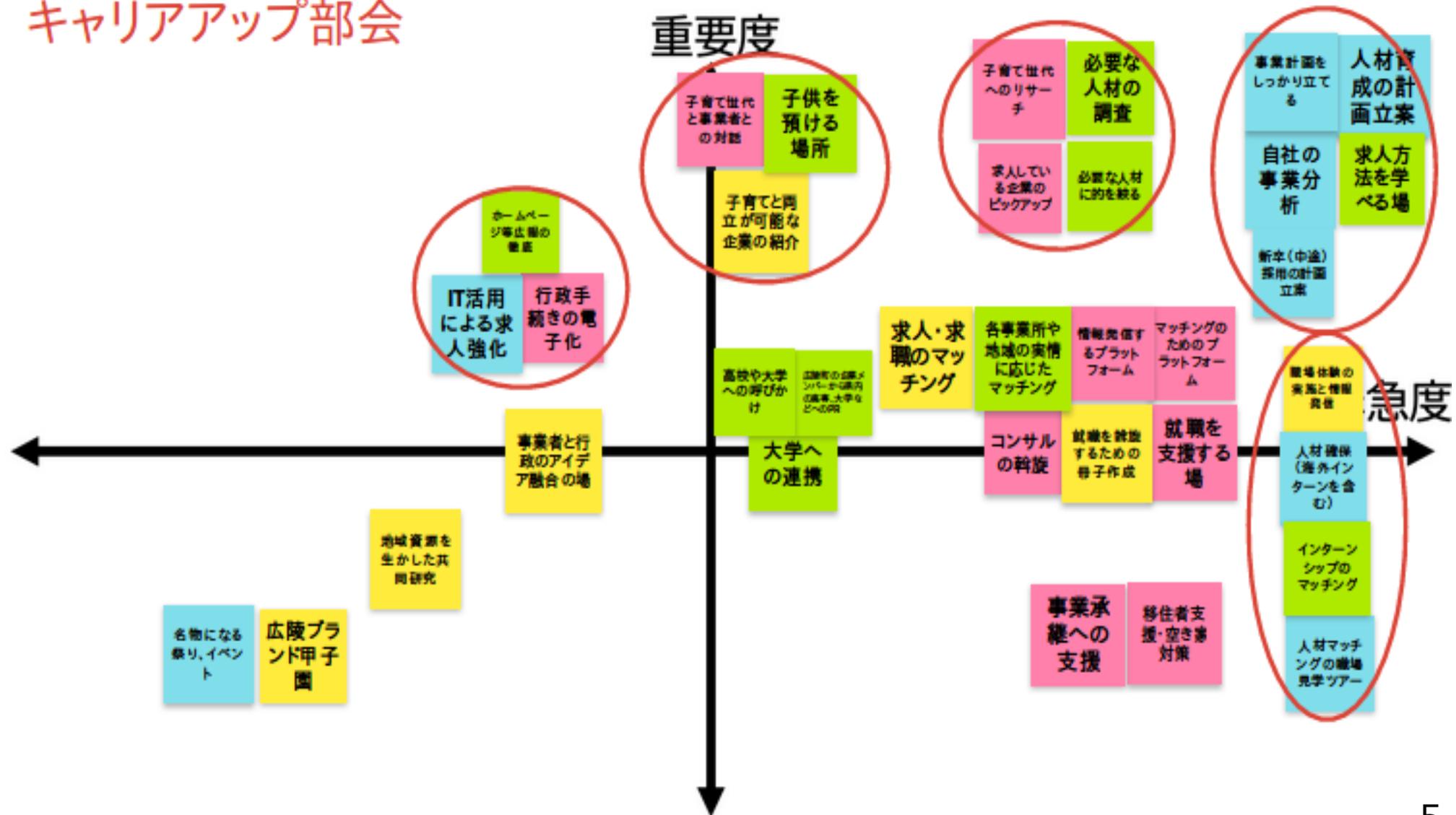
参加者：事業者10人 関係機関3人 町出席者2人





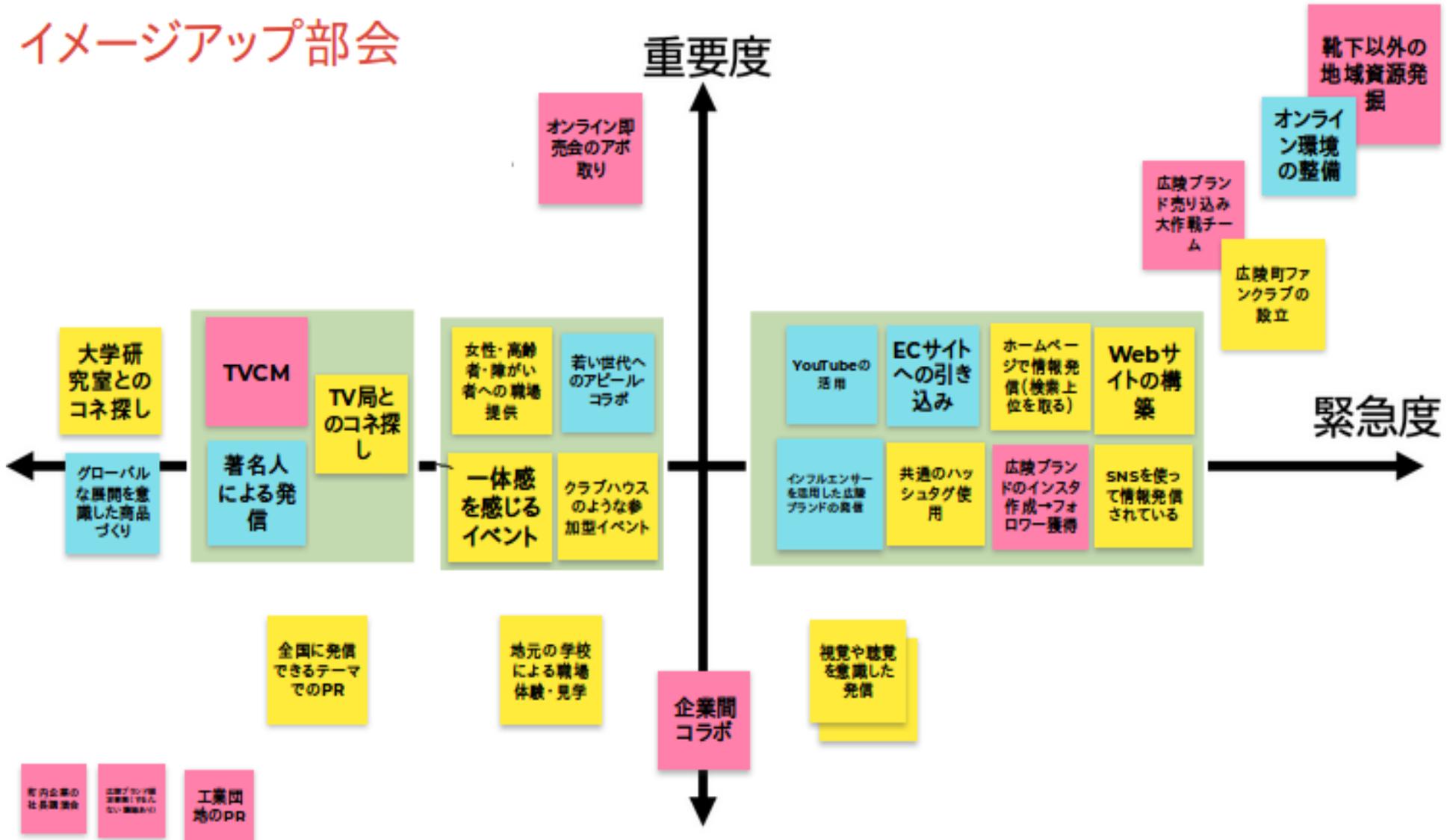
# 第2回課題別小委員会

## キャリアアップ部会



# 第2回課題別小委員会

## イメージアップ部会



# 第2回全体委員会

場所・日時：オンライン会議システム「Zoom」（11月5日(金)PM6:00～PM7:30）

参加者：事業者8人 金融機関1人

関係機関2人 町出席者3人



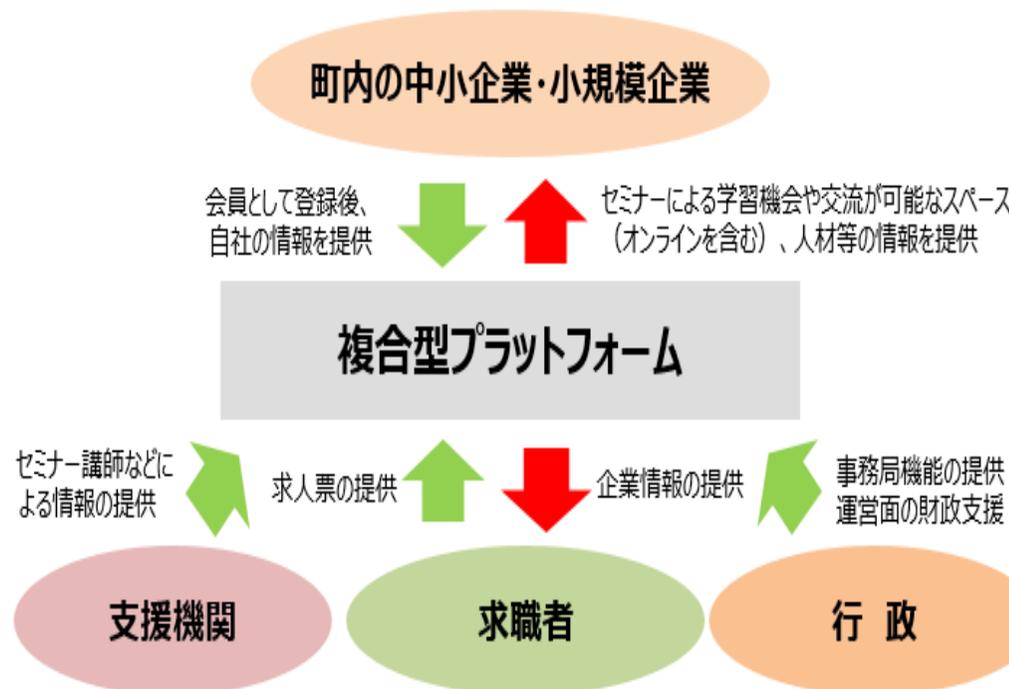
## IMAGINE KANAZAWA 2030とは

持続可能な金沢をパートナーシップで実現するプロジェクトです。

「いま解決できること」に対しては、市民、地域、NPO、企業、行政などが連携してアクションを起こし、結果を出すことが重要です。

一方で「いま解決できないこと」に対しては、世代を超えたテーマとして時間をかけて考えていかなければなりません。立場を超え、世代を超えてつながることで、大きな力が生まれます。

持続可能な開発目標（SDGs）を達成するために、金沢で始まったプロジェクト「IMAGINE KANAZAWA 2030」では、SDGsに関するリアルとバーチャルのコミュニケーションの場で、コレクティブインパクトを生み出すさまざまな主体の連携を促進します。



出典： <https://kanazawa-sdgs.jp/ imagine-kanazawa-2030/>



# キャリアアップ部会

(人材・経営基盤)

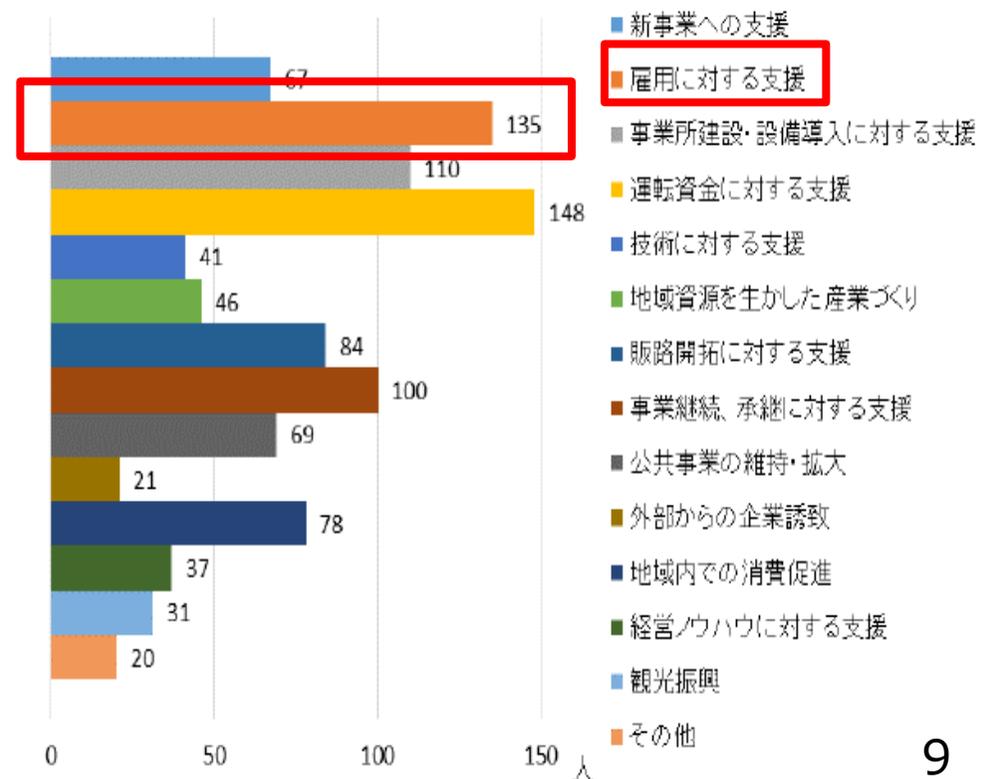
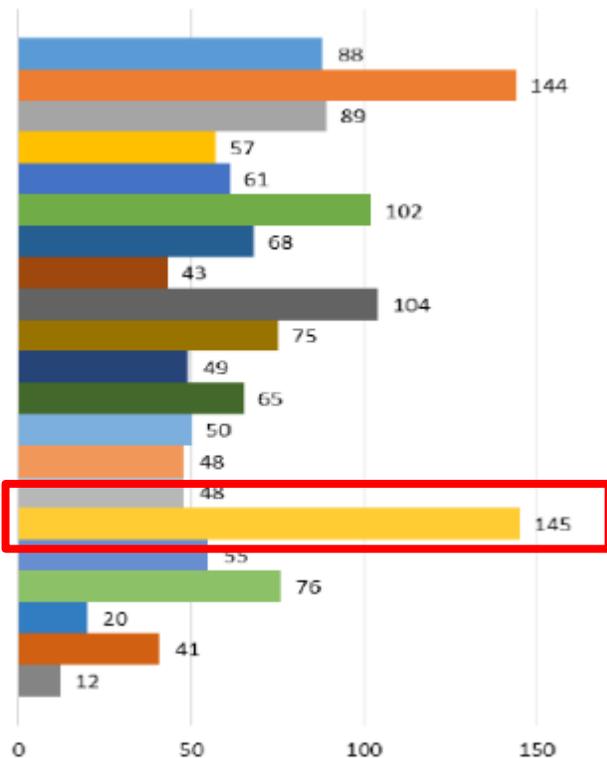


リーダー 東田 誠次 (大和化学工業株式会社)

副リーダー 前川 貴子 (行政書士まえかわ法務事務所)

# 広陵町の現状

- 平成29年1月に実施された「広陵町中小企業・小規模企業事業所実態調査」の結果では、「自社で今後強化していきたい点」として「人材」を挙げる事業者が最も多く、雇用や育成に力を入れたいと考える町内事業者が多いことがわかる。
- また、同調査では行政に対して求める支援として「雇用に対する支援」が2番目に多いことから、広くニーズがあると考えられる。



## 目指すべき将来の姿

企業と多様な人とのマッチングを地域で連携してできるまち

魅力的な企業が集まるまち

# 提案する取組

## 求人する事業者、求職する方双方が集う 地域密着型プラットフォームや場所づくり

「こんな人材が欲しい！」というニーズは事業者ごとに異なり、  
「こんな企業で働きたい！」というニーズも求職者ごとに異なります。

このような人材と企業を**双方が探すことのできる地域密着型プラットフォーム**  
**や場所づくり**を目指し、事業者と行政が**協働**で様々な取組を行っていきます！



子育てと両立するのに、  
近所で働きたいが、  
どんな企業があるか  
わからない

専門スキルを持つ人  
材やSNS発信ができ  
るような若い人材が  
応募してこない



近所にも自分の  
スキルを活かせ  
る企業がある！

これまで応募がな  
かったようなスキル  
を持つ方や年代から  
応募があった！



# 事業者自身が取り組むべきこと

## 経営ビジョンの明確化

将来を見据えた**事業計画**や**人材の採用計画**、**賃金規定**などを作成することにより、応募を検討する求職者に対して、安心感を与える情報の提供が可能となる。  
また、自社の経営ビジョンを明確にすることで、現状の「**強み**」と「**弱み**」を把握し、経営基盤の強化につなげる。

## 自社の「見える化」

町内外を問わず、多くの方に自社の取組や理念などを知ってもらうため、**職場見学ツアー**や**インターンシップの受入**、事業者による教育機関での講演など**体験型**の取組と**SNS**や**HP**などを活用した**発信型**の取組を行うことで、社外の方からの「見える化」を図る。  
取組の実施に当たっては、**アナログとデジタル双方**を活用していくことで、年代を問わず多くの方の目に留まるよう配慮する。

## 行政の取組への積極的な参画

行政が主体となって実施する取組について、自社の雇用や人材育成・経営基盤の強化につながるものだけでなく、**地域産業全体の発展につながる取組に対して積極的に参画する**。

例. プラットフォーム構築における自社情報の提供  
行政が実施するアンケートや実態調査への協力 など

# 行政が取り組むべきこと

## 事業者と求職者ニーズの「見える化」

平成29年度以降、町内の全事業者を対象とした実態調査は実施されていないことから、現在、どのような雇用形態やスキルの人材を求めているのか等を調査する。また、求職者となり得る町民に対しても、どのような雇用形態や就業時間などであれば町内で働く意思があるのか及びどういったスキルを持つ方が町内に住んでいるのかをあわせて調査する。

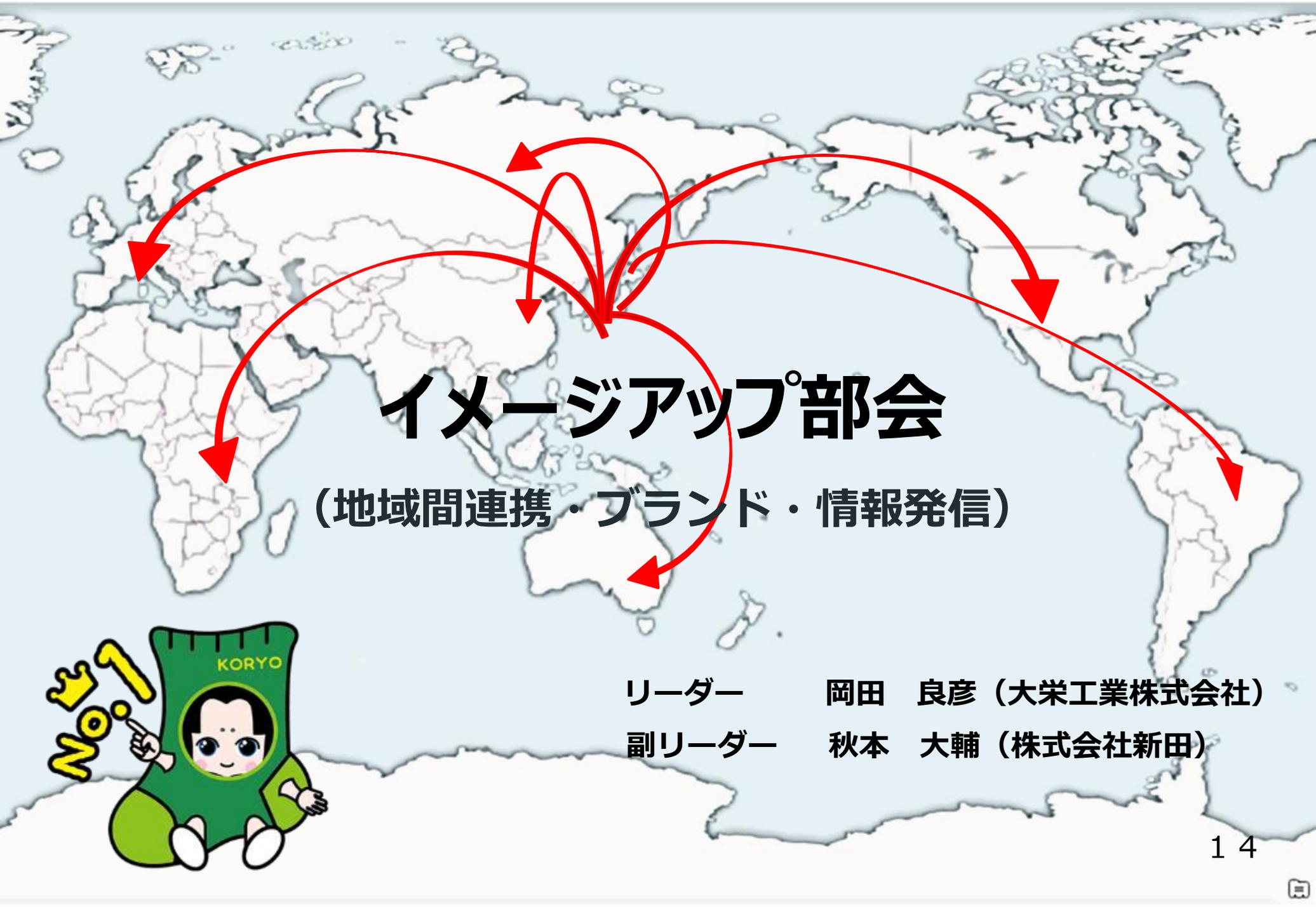
## 学びの場の提供

事業者が、事業計画や賃金規定などを作成するに当たっての支援や求める人材に対して自社の魅力が伝わる求人情報を掲載するためのセミナー開催等、事業者自身が「がんばる企業」に向けて実施する取り組みを支援するため、学びの場を提供する。

## 地域密着型プラットフォームの設立

家庭や身体的な事情などにあわせた多様な働き方を実現し、事業者が必要とする人材を安定的に確保するため、町内の求職者と事業者の情報をチェックできるプラットフォームを構築する。

プラットフォームについては、事業者・求職者双方が持つストーリー性により、ハローワークや民間求人サイトと差別化した地域密着型とする。



# イメージアップ部会

(地域間連携・ブランド・情報発信)



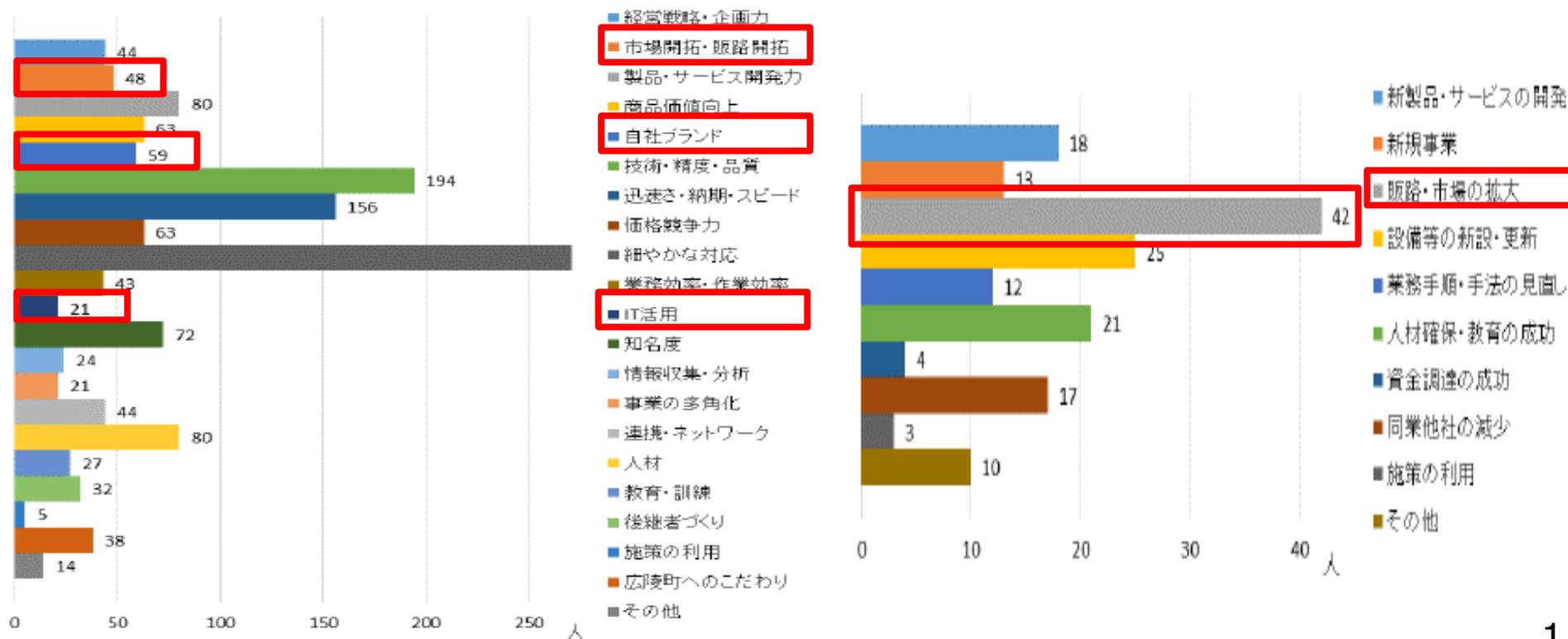
リーダー 岡田 良彦 (大栄工業株式会社)

副リーダー 秋本 大輔 (株式会社新田)



# 広陵町の現状

- 平成29年1月に実施された「広陵町中小企業・小規模企業事業所実態調査」の結果では、「自社の強み」として、「IT活用」や「自社ブランド」、「市場開拓・販路開拓」を挙げる事業者の割合は技術や細やかな対応に比べると著しく低い。
- また、同調査では直近3年間で売上高が増加した事業者に対してその要因を尋ねているが、「販路・市場の拡大」が最も多く、自社の高い技術や商品をどのように発信していくかが問われていると考えられる。



# 目指すべき姿



広陵のヒト・モノ・サービスからたくさんの **感動** が伝わる

ホームページ

SNS

ポータルサイト

【インターネット情報発信】「未体験の活動」から「当然の習慣」へ

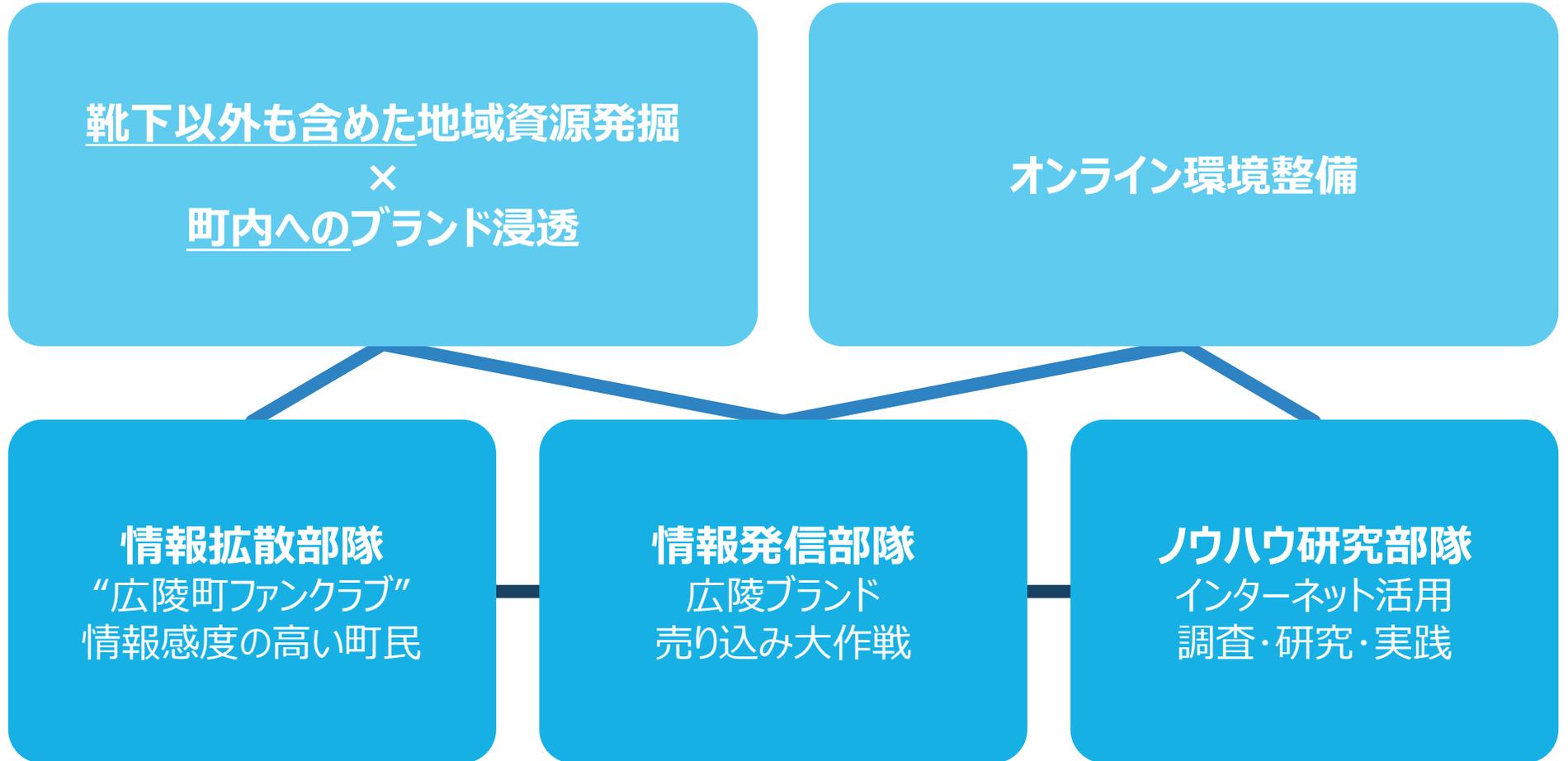
オープンファクトリー

地産地消促進

イベント・発信拠点

【地域レベルでの浸透】「広陵のこと実はよく知らない」から「へ～広陵すごい！」へ

# 提案する取組



**情報発信と情報拡散を積極的に行う体制構築と各分野の目標設定および達成計画**

# 行政が取り組むべきこと

## 長期・大規模・総合的な課題に対する取り組み

### スキーム作り・HQ構築

- ・地域資源発掘、ブランド構築
- ・メディア戦略、ICT活用戦略
- ・町民力の結集

### ノウハウの研究と提供

- ・ブランディング成功事例研究
- ・マスコミ、WEB活用事例研究
- ・講習会、ワークショップ

### 実践に対する支援

- ・支援組織（なりわい、Biz）
  - ・補助金（試作品の補助等）
  - ・アフターコロナの支援プラン
- ※現在の支援策を検証、改善する

### 部会で挙げたアクション ※一部組み替えています。

広陵ブランド認定仕組み作り

靴下以外の地域資源発掘

大学研究室とのコネづくり

TVCM

広陵ブランドのWEBサイト・SNS立ち上げ

アクセス・フォロワー獲得

全国に発信できるテーマのPR

即売会のアポどり

# 事業者自身が取り組むべきこと

## 短期・個別・実践的な課題に対する取り組み

### 自社ブランドの強化

- ・新アイテム開発
- ・商品性向上
- ・ブランドストーリー構築

### 社内体制づくり

- ・ICT、PR人材の獲得と育成
- ・PC、スマホ等の情報機器導入
- ・経営のICT化（DX）

### 実践・トライ&エラー

- ・公式ホームページ
- ・ブログ、SNS、YouTube
- ・DtoC（通販や即売会など）

### 部会で挙げたアクション ※一部組み替えています。

グローバルな展開を意識した商品づくり

自社WEBサイト・SNS立ち上げ

若い世代へのアピール・コラボ

オンライン環境整備

ECサイトへの引き込み

YouTube活用

インフルエンサー活用

企業間コラボ

著名人による情報発信

# 協働で取り組むべきこと

## 複雑・複合的で継続的協議が必要な課題に対する取り組み

### テーマ別タスクフォース

- ・事業者全員のICT活用推進
  - ① ICT機器、ツールの導入
  - ② おしかけレクチャー部隊
- ※課題を見つけて具体的に解決する

### 全町的な巻き込み

- ・町民への町の魅力の再周知
- ・町内事業者応援団（FC）
- ・自主研究活動の奨励、支援

### 行政-事業者の調整

- ・役場と事業者サイトのリンク
- ・定例会、分科会の情報共有
- ・取り組み自体の町内向けPR

### 部会で挙げたアクション ※一部組み替えています。

広陵ブランド大作戦チームの立ち上げ

広陵ファンクラブの立ち上げ

WEBサイト・SNS連携構築

女性・高齢者・障がい者への職場提供

ユーザー参加型イベントの開催

共通ハッシュタグの利用

地元の学校による職場体験・見学

TV局とのコネ探し

工業団地のPR

町内企業の社長講演会