

中小企業振興に向けた施策提言（抜粋）

3 事業継続のための経営基盤の強化・販路拡大の推進

（1）販路拡大を行うための支援

販路拡大への取組は、業種や事業者が取り扱う商品またはサービスの内容によって手法が大きく異なるものであり、BtoB の場合はビジネス上の関わりを強化する方法、BtoC の場合はホームページや広報手段によつての拡大が可能と考える。

より具体的な支援策を構築するためには、対象とする事業者の販路拡大シナリオをある程度整理し、ケースバイケースでの議論の深掘りが必要。

また、販路拡大は新規創業者が最初にぶつかる壁となる可能性が考えられるため、創業向け支援からの紐づいた展開を期待。

取組事例 ・ 事業例

- 業種やマーケティング方式でカテゴライズし、それぞれに適する支援策の議論を継続
- 新規創業後、一定期間内の中小・小規模事業者を対象とした販路拡大の強化に関する補助

（2）販路拡大を目指す事業者の交流促進

C-base には創業間もない事業者が相談に来ることがあり、他の事業者の方と引き合わせた結果、課題解決や新たな仕事へと繋がった事例もあることから、C-base や市内コワーキングスペースの活用は事業者間の交流促進として有効。

また、事業者の困りごとの内容に沿った支援や相談先として関係機関の紹介を受けることができる総合窓口や支援先の一覧など、利便性向上のための取組みが求められる。

改善案

- C-base の利用促進や市内コワーキングスペースの周知強化
- 苫小牧市中小企業者等サポートネットワーク「とまサポネット」の機能向上と周知強化

(3) 経営基盤の強化に対する支援

① 事業者ニーズや社会環境の変化を踏まえた市融資制度の構築

市が行っている各種融資制度は、利用が多い融資もある一方で、長年ほとんど使われていないものもあることから、事業者にとってより活用しやすいよう、条件等の見直しが必要。

改善案

- 各融資の利用状況や社会経済環境の変化を踏まえ、事業者にとってより活用しやすい融資制度の構築

② 市の各種支援策の事業者への周知

事業者が活用できる市の支援策をまとめた「中小企業者サポートブック」は、審議会で行ったひとりの成果であり、今後も内容の改善を重ねつつ、より広く行き届かせるための周知方法の工夫が必要。