

○中小企業の振興のため総合的に講ずべき施策

第3章 中小企業の活性化に向けた取組方向

中小企業の活性化には、多様な地域づくり・まちづくりと一体となった取組により、企業を取り巻く地域の市場環境を改善し、これにより地域の活性化と中小企業の活性化の好循環を生み出すことが重要である。このような地域政策ともいえる抜本的な施策を進めていくために、長期的な見地に立ち、第2章で掲げた5つの視点を戦略の基本的方向として、産学官民の連携のもとで継続的に取り組んでいくことが必要となる。

これまでの40回を超える地域勉強会に参加した800人以上の中小企業関係者からは、個別の項目についての各地域における現状や課題、さらにこれを乗り越えるための様々な意見や提案をいただいた。意見・提案の内容はきわめて多岐にわたるものであったが、現状の中小企業が抱える課題のうち、優先的に解決すべきものとして、これらの意見・提案を整理・分類したものが次に掲げる12の課題である。

本章では、この12の課題ごとに、「現状と課題」を分析し、これを乗り越えるための基本的な「施策」の取組方向を定めている。これは、言わば、現状の事業活動において、中小企業が直面している課題に対応するための短中期の戦術を定めたものといえるものである。

なお、それぞれの課題に対する施策の具体化については、県においては毎年度のアクションプランにおいて明らかにした上で、その実現化を図っていくものとし、この県の取組を含めた産学官民の取組については、本戦略の進捗を管理する組織において、詳細に検証することにより、実効あるものとしていく。

12の課題

- | | |
|----------------------------|---------------|
| 1 経営革新の促進 | 2 創業及び再生支援 |
| 3 事業承継の円滑化 | 4 中小企業の海外展開支援 |
| 5 地域づくり、まちづくりと連携した中小企業の活性化 | |
| 6 経済発展とバランスをとった規制、規制緩和の取組 | |
| 7 技術力の向上、企業連携の促進 | |
| 8 中小企業のIT（情報通信技術）利活用の促進 | |
| 9 資金調達の円滑化 | 10 官公需施策の推進 |
| 11 相談・支援機関、機能の充実 | 12 人材確保・人材育成 |

第1 経営革新の促進

1 現状と課題

経済・社会環境が変化する中、企業が存続・発展していくためには、変化する市場等の状況に応じて、業種・業態を変える、新たな製品の開発を行う、新たな商品を提供する、販売方式を変えるなど、柔軟な対応により経営の革新を図る必要がある。経営革新を目指す新たな中小企業を輩出するためには、このような経営革新への取組を支援することが重要である。

(1) 多様性が見られる中小企業の経営革新

○ 経営革新への取組

企業の経営革新は、新製品開発等技術的なもののほか、販売方法、デザイン、サービスの革新や新商品の仕入など、技術的要素を含まないものなど多様性に富んでいる。

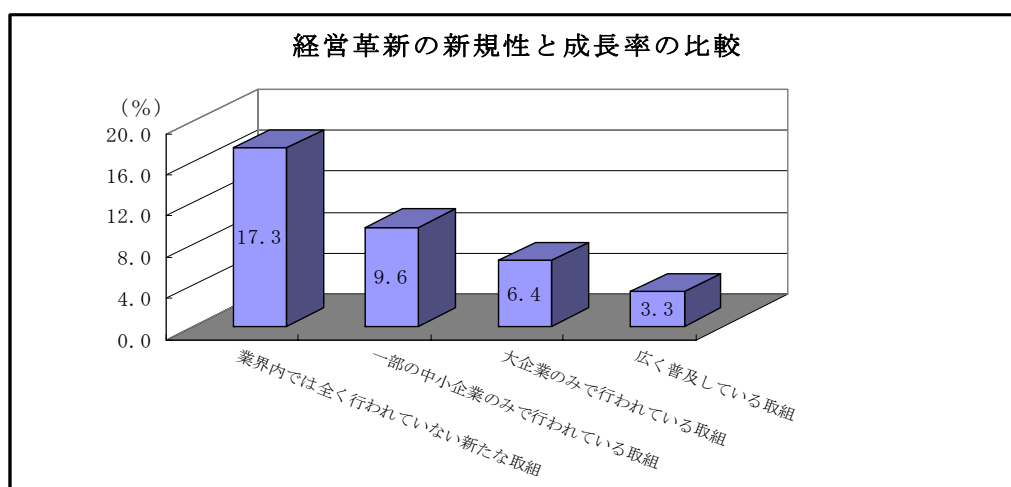
経営革新の具体的行動を見ると、「新しい商品の仕入又は生産」(64.7%)、「新しい技術・ノウハウの開発」(60.7%)、「新分野進出、多角化」(47.8%)などの取組を行っており、経営革新に取り組んでいない企業は全体の15.8%である。

○ 経営革新の新規性と成長率

中小企業で行われている経営革新のレベルは個々の企業によって大きく異なり、業界で全く行われていないような新規性・革新性の高い取組から、既に一般的に普及してしまっているが、他社に遅れないように追従するための取組まである。

革新性の違いは、取り組んだ後の企業成長率に大きな差をもたらしている。「業界内では全く行われていない新たな取組」を行った企業の成長率は、経営革新を行っていない企業に比べ17.3%と高い。

図表 3-1-1



中小企業金融公庫「経営環境実態調査」(2004年11月)
企業成長率 = (2004年従業員数 - 1998年従業員数) / 1998年従業員数
成長率のパーセント数字は、経営革新を行っていない企業の企業成長率を0として比較

(2) 中小企業新事業活動促進法に基づく経営革新

中小企業新事業活動促進法に基づく経営革新制度は、既存の中小企業の経営革新を支援することを目的として、平成11年7月に創設された。具体的には、経営革新を行うことによって付加価値額を3～5年で年率3%、経常利益を年率1%増加させるという経営革新計画を作成し、それが承認された企業は低利融資、税制の優遇、保証枠の拡大等の支援が受けられる仕組みである。

○ 承認企業の付加価値額3%達成割合

中小企業庁「経営革新計画終了企業等調査」によれば、付加価値額の年率平均3%増加を達成した企業は、おおむね3～5割（従業員規模で異なる）であるが、特に規模が小さい企業での達成率が高い。

○ 各種支援策の利用状況

経営革新計画終了企業が利用した支援策は、「中小企業金融公庫の低利融資」43.2%、「経営革新補助金」24.4%などとなっており、終了企業の84.9%が各種支援策を活用している。

(3) 本県の状況

○ 承認状況

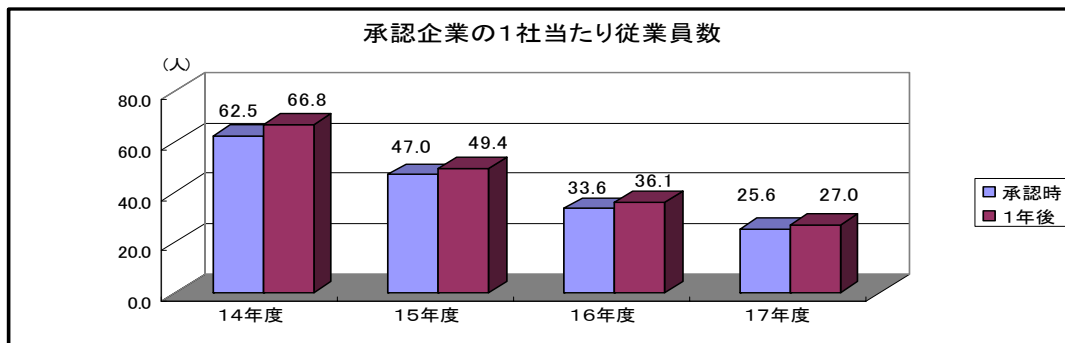
本県の承認件数は、平成18年3月末で436件である。従業員規模別に見た承認件数で最も多いのが、「10～29人」の144件（33%）で、次いで「4～9人」の92件（21%）などで、「3人以下」でも52件（12%）の承認がある。

業種別で承認件数の最も多いのが、「製造業」の169件（38%）で、次いでサービス業の121件（28%）などである。近年サービス業の割合が増加している。なお、本県の承認件数は、全国13位（平成18年3月末）である。

○ 県のフォローアップ調査結果

計画承認後、1年以上2年未満経過した企業で付加価値額が年率3%以上増加した企業の割合は平成17年度調査で43.0%である。これに対して一般中小企業全国平均では18.9%である（中小企業庁：平成10年及び14年工業統計から推計）。承認時の1社当たり従業員数は毎年減少傾向にあるが、承認時に比べて1年後は、全ての年度で増加している(図表3-2-2)。

図表 3-2-2



(県承認企業フォローアップ調査)

2 地域勉強会、研究会での提案

- 経営革新の制度活用を促進するため、中小企業支援業界への周知、様々な集まりへの出前講師、商工会・商工会議所の経営指導員による現場での制度普及を図るべき。
→ 施策①で対応
- 承認を受けた企業を消費者にPRする仕組みが必要である。 → 施策①で対応
- 経営革新計画で承認を得た事業については、十分な融資、税制上の措置、県による活用、評価システムの構築、具体的な取引に結びつくような支援、資金面や人材などの相談に応じる窓口の整備など、フォローを実施してほしい。 → 施策②～③で対応
- 経営革新について、ベンチャーに対する支援は成功しているのかなど、検証が必要ではないか。 → 施策②で対応
- リスクを伴う中小企業の新規分野への進出に対する支援（補助等）が必要
→ 施策③で対応
- 承認を受けた企業の交流、ネットワークの場を作ってもらいたい。 → 施策③で対応
- 経営革新の取組の成果が上がっている企業に表彰制度を考えてはどうか。
→ 施策①で対応

～研究会での意見～

経営革新計画を策定し承認を得ることは、以下のような効果があり多くの中小企業を取り入れるべき。

- ・ 経営者の頭の中にあるアイデアを、計画策定や策定過程の対話の中から具体的な表現や数字にまとめていくことができる。その結果、社長の「思い」が全社的なものになる。
- ・ 取引先や金融機関などの評価が高まる。
- ・ 承認後の報告も必要であるため、計画の事後検証ができる。

3 基本的な施策

中小企業が変化に対応した新たな事業に取り組む場合、経営革新制度の活用が極めて有効な手段であり、県における経営革新推進体制の充実を図りながら、この制度が県内中小企業に広く活用されるよう普及活動などにも、引き続き積極的に取り組んでいく。各支援機関が持つ個々の機能を向上させるとともに、これまでの支援機関等との連携による取組（承認企業の掘り起こし、計画作りへの支援、承認後のフォローなど）を強化し、経営革新への取組を促す各種支援施策を展開することが必要である。それと併せて、経営革新に取り組む企業の状態を踏まえながら、個別的、継続的に支援する体制を整備し、中小企業経営を一層向上・発展させることが重要である。

施 策	概 要
①経営革新への取組の促進	<ul style="list-style-type: none"> ○ 商工会・商工会議所等で実施されるビジネスプラン作成セミナー等に職員を派遣して、経営革新制度の概要や承認取得企業の事例紹介等を行うほか、県のホームページで情報提供を行う等、制度の普及に努める。 ○ 新たな事業活動への取組を通じて、顕著な「経営の向上」を達成した企業を経営革新推進の優秀企業として表彰することにより、経営革新制度の普及・奨励を図っていく。
②経営革新への支援体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県における経営革新推進体制の充実を図るとともに、企業の掘り起こしから計画作成の支援、承認後のフォローアップまで、個別的・継続的に支援し、経営革新計画の実現までサポートする専門的な支援機関として創業・経営革新センターの機能強化を図る。 ○ 商工会・商工会議所の経営指導員に対して勉強会（ケーススタディ等）を実施して、地元中小企業の経営革新計画作りを適切に指導できるように、指導員の資質向上に努める。 ○ 支援機関相互の連携を図り、経営革新をめぐるさまざまな中小企業の相談ニーズに対応したワンストップの窓口相談の機能強化を図る。 ○ 経営革新計画承認企業に対しては、フォローアップとして、1年以上経過した時点で訪問調査を実施し、計画遂行上の問題だけでなく、企業の抱える課題（経営、技術、人材、情報化等）の解決に向けたアドバイスを実施する。 <p style="margin-left: 2em;">なお、難しい課題に対しては、別途登録してある専門家の中から適当な専門家を派遣して課題解決を図り（専門家派遣制度の活用）、経営基盤の強化に努める</p>

<p>③企業の経営革新への支援策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経営革新計画の承認企業に対し、計画実現のための支援策を講じる。 (別表参照) ○ 具体的計画による経営革新の取組や研究開発した新しい技術の事業化など、企業経営に前向きな中小企業に対して手厚い資金支援を行う。 ○ 優れた自社製品や技術、サービスなどを有し、県内外に販路拡大を目指す企業への専門家の派遣や展示会等への出展費用の一部を補助することにより、販売ルートの開拓と事業化を促進する。 また、新たな事業活動への取組を通じて確立したノウハウ等のプレゼンテーションの場や、承認企業相互の交流の場の設置を通じて新たな事業拡大の機会を提供する。
----------------------	---

(別表)

経営革新計画承認企業への支援施策 (平成18年度)

- 県制度融資 (中小企業活性化支援資金)
 - ・ 融資利率 年2.0%
 - ・ 融資限度額 1億円
 - ・ 融資期間 運転資金7年、設備資金10年
- 信用保証協会の保証枠の拡大
(通常枠2.8億円 → 通常枠・別枠で5.6億円)
- 政府系金融機関の融資
 - ・ 金利軽減 (中小企業金融公庫の例: 設備資金7年 2.8%→1.85%)
 - ・ 物的担保徴求の免除 (中小企業金融公庫、商工組合中央金庫)
- 税制等の優遇
 - ・ 設備投資減税、留保金課税の停止措置
 - ・ 特許関係料金減免制度 (特許料・審査請求料が半額)
- その他

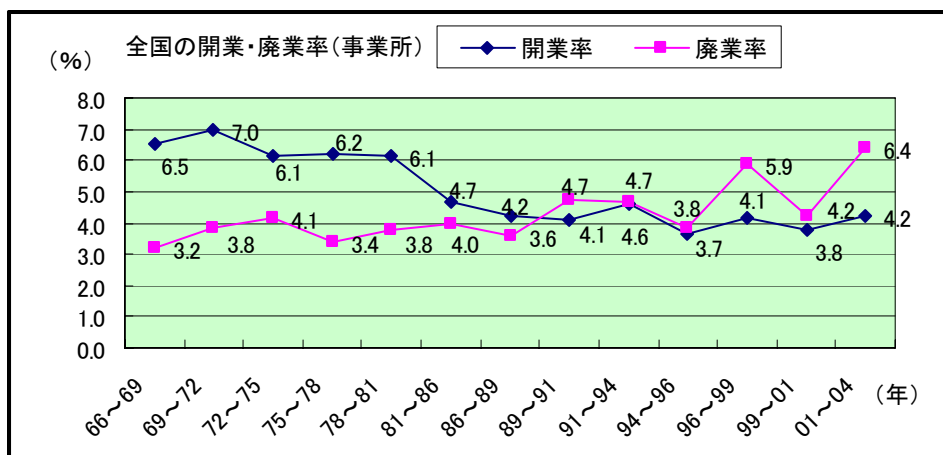
第2 創業及び再生支援

1 現状と課題

(1) 開業・廃業率

- 我が国の事業所開業率は、1970年代から1990年代半ばまで長期にわたり低下傾向にあったが、近年は下げ止まりから上昇に転じつつある。また、廃業率は、長期的な上昇傾向にある。

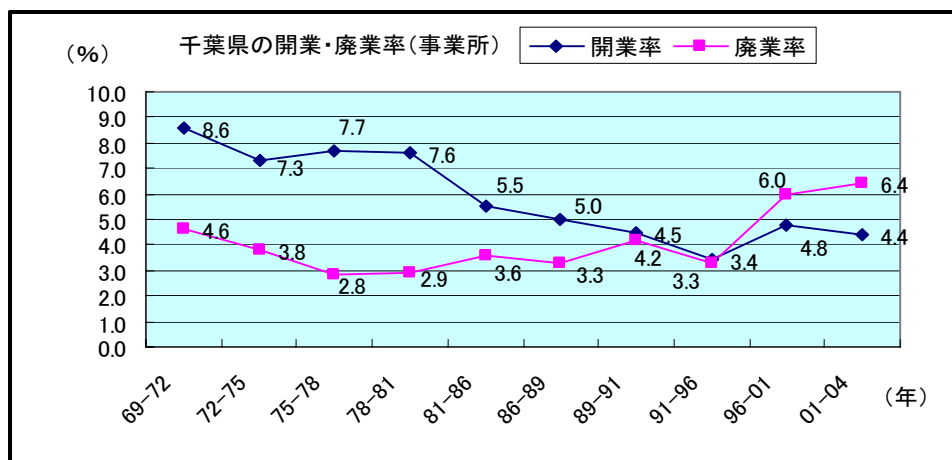
図表 3-2-1



(事業所・企業統計調査)

- 一方、千葉県内においては、開業率の数値は全国を上回っているものの、前回調査と比較して低下している。廃業率は、全国的な傾向と同様に、上昇傾向を示しており、開業・廃業率の乖離は大きくなっている。

図表 3-2-2



(事業所・企業統計調査)

- 本県の 2001 年から 2004 年までの年平均業種別開業率を見ると、情報サービス業などの「情報通信業」が 7.5%と最も高く、次いで介護事業などの「医療・福祉」が 7.2%、以下「教育・学習支援業」(6.1%)、「飲食店、宿泊業」(5.8%) などが高く、一方、「鉱業」は 0.8%、「製造業」は 2.3%と業種によりばらつきがある。

上位業種は、情報化や人口の高齢化、就業形態の多様化に対応した業種が多く、時代の要請に対応した創業活動が活発に行われている様子が見える。

一方、廃業率でも「情報通信業」は 15.4%と高く、新規参入の増加に伴い厳しい競争下にあるものと推測される。以下、「金融保険業」(10.4%)、「飲食店、宿泊業」(8.7%)、「教育・学習支援業」(7.1%) などが高く、「電気・ガス・熱供給・水道業」(3.9%)、「不動産業」(4.8%) などで低くなっている。

(2) 創業希望者数

- 創業希望者数は、1977 年以降常に 100 万人を上回っており、創業環境に関わらず、人数で見た場合、創業希望者は底堅く存在している。(※1)
- 女性の「創業希望者」数の推移を見ると、バブル崩壊後の 1992 年には約 41 万人であったが、その後は継続して増加基調をたどっており、2002 年には 44 万人に上っている。さらに、女性の「創業準備者」が、最近ではバブル期を超える水準にまで増加している。(※2)

(注) 1 「創業希望者」とは、転職希望者及び就業希望者の中で「自分で事業をしたい」(1992 年)又は「自営業」(2002 年)と回答した者を指す。

2 創業準備者とは、創業希望者のうち、創業の準備を行っている者を指す。

- 高齢者(65 歳以上の者)で実際に創業した「創業者」は、2002 年には 2 万 4 千人を超え、実数・創業者全体に占める割合ともに一貫して増加しており、最近では高齢者の「創業希望者」が増加している。(※2)

(3) 創業の基本的な課題

日本商工会議所及び全国商工会連合会が平成 17 年 8 月に実施した、平成 15・16 年度の創業塾修了者に対するアンケートの集計結果は、次のとおりである。

- ① 創業に至るまでの問題点としては、「マーケティング」、「資金調達」に関することをあげている人が多く、「人材の確保」がこれに続いている。
- ② 創業に当たっての問題点としては、「事業計画(ビジネスプラン)が未完成であること」をあげている人が最も多い。
- ③ 創業後発生している問題点としては、「売上の確保」、「利益の確保」をあげている人が多い。

※1 資料：中小企業白書 2003 年版 総務省「就業構造基本調査」

※2 資料：中小企業白書 2006 年版 総務省「就業構造基本調査」

(4) 新たな法制度

平成 18 年 5 月に施行された会社法では、最低資本金制度の撤廃、類似商号規制の廃止など、会社設立手続きの簡素化が図られ、新たな会社類型である合同会社（LLC）が新設された。また、新たな事業体として、平成 17 年 8 月に有限責任事業組合（LLP）制度が創設された。

(5) 廃業についての課題

廃業については、小規模な企業を中心に増加している。経済社会情勢の変化への対応ができなかったもの、後継者が得られなかったものなど形態は様々と想定されるが、廃業を防止するための企業再生支援などの取組の必要性などが指摘されている。

(6) 中小企業の再生支援

現状で、財務上の問題を抱えている中小企業の中には、事業の将来性の見通しが立ち、再生が可能なものが少なくない。このような中小企業の再生支援を目的として、千葉商工会議所に中小企業再生支援協議会が設置されており、金融の専門家、中小企業診断士等の企業再生経験者が中小企業の再生にかかる相談、再生計画の策定支援などにきめ細かく対応している。平成 15 年 2 月の発足以来、平成 17 年度末まで、200 社を超える相談に対応し、計画の策定を完了し、再生に向けた取組を進めている企業も 25 社を数える。

2 地域勉強会、中小企業振興に向けた研究会での提案

- 支援機関は、数字だけの経営計画の作成支援でなく、商品計画、販売促進方策や具体的な営業計画の相談に対応しなくてはいけない。 → 施策①で対応
- 創業のネックはお金が借りられないこと。近年の金融支援ではファンド等の新しい手法もはやっているが、千葉の起業を促すようなファンドを実施してはどうか。
→ 施策②で対応 なお、ファンドについては第 9 資金調達の円滑化参照
- ものづくりの創業では、生産体制、人材、設備、販路などトータルに支援していくことが必要ではないか。
→ 施策②で対応 なお第 7 技術力の向上、企業連携の促進参照
- ハイテク分野などでは、かずさアカデミアパークや東葛テクノプラザなどを活かし、政策的な産業クラスターを作っていくことが重要。
→ 施策②で対応 なお第 7 技術力の向上、企業連携の促進参照
- ビジネスプランの発表会や経営者と創業希望者の情報交換の場など、人的交流の機会を増やすことが必要ではないか。
→ 施策②で対応 なお第 7 技術力の向上、企業連携の促進参照
- セーフティネットの構築や再チャレンジについても検討する必要がある。

～研究会の意見から～

- 創業時の出資者がいない状況であり、例えば、事業に成功した人がベンチャーに出資する、出資の出口を株式公開のみに求めず、M&Aも対象に考える、ファンドを活用する、そういう土壌を醸成していくことが重要。
- 創業時の課題としては、資金調達と人材の確保・育成が大きい。創業に際しての資金調達については、分相応の額を自ら調達すべき。

3 基本的な施策

地域経済の活性化や新たな雇用の創出を図る上で、創業しようとする意欲ある起業家に対する積極的な支援が必要であり、創業・経営革新センター（（財）千葉県産業振興センター）、商工会・商工会議所などをはじめとした支援機関が連携して、創業時から創業後のフォローアップまで継続的に支援する。

また、創業間もない企業は、十分な実績がなく信用力にも乏しいことなどから、経営資源の確保や販路の開拓などが容易でない面があるため、そうした点に配慮した支援策を検討・実施する。具体的には、中小企業が生産する商品を県が試験的に購入するトライアル購入制度などにより、経営資源の確保や実績・販路拡大につなげる検討を行う。

一方、急激な経済環境の変化、自然災害による一時的な経営状況の悪化や、取引企業の倒産の影響などにより、技術力や販売力のある企業の廃業の増加を招くことのないよう、セーフティネットの構築、企業自身の事前の対応の促進、企業の再生などの施策を実施していく。

施策	概要
① 計画作成から事業展開までの支援体制の確立	<ul style="list-style-type: none">○ 創業を目指す意欲ある起業家へのワンストップサービスの推進と情報提供に努める。創業・経営革新センターのホームページにより、様々な情報を発信する。○ 創業する上で必要となる実践的な知識やノウハウを習得するためのセミナー等を開催する。 特に、ITを活用した創業や経営革新の成功事例を紹介するとともに、参加者がITの専門家や企業に相談することができるセミナーを開催する。○ 創業に関する相談について、創業・経営革新センター職員が窓口相談に応じるとともに、専門的な知識を要する相談については、随時、弁護士、公認会計士、税理士、中小企業診断士等専門家による指導・助言を行う。 特に、創業者が抱える課題の解決のため、中小企業診断士、技術士、経営コンサルタント等の専門家を一定期間派遣する。

<p>②創業間もない企業等への総合的支援の充実</p>	<p>○ 新たに事業を開始しようとする者、開業後間もない中小企業者等に対して、円滑で安定した資金供給を行う。</p> <p>○ インキュベーション機能について、施設を増設するなど、その整備を促進する。</p> <p>また、インキュベーション施設に入居した中小企業等を成功に導くために、工学知識だけでなく、経営、財務、知的財産等の知識と経験が豊富なインキュベーション・マネージャーを設置し、東葛テクノプラザなどのインキュベーション入居企業等の着実な成長を支援する。</p> <p>さらにインキュベーション施設卒業後には、工業用地等の情報提供を行うなど企業の受け皿となる体制の整備に努める。</p> <p>○ 中小・ベンチャー企業の販路開拓を支援する（市場ニーズの把握、ニーズを反映した製品づくり、製品及び技術の商社、メーカー、関連企業等への紹介などを行う。）。</p> <p>中小企業の実績・販路拡大策として、県のイメージアップにつながる製品等を地域ブランドとして「千葉ものづくり認定製品」に認定し、全国に情報発信していく。また、中小企業が生産する商品を県が試験的に購入するトライアル購入制度についても検討する。</p>
<p>③中小企業に対する再生支援等</p>	<p>○ 過剰債務等により経営が悪化しているものの、本業において相応の技術力・収益力があり、事業見直しや財務リストラ等により企業再生を図る地域の中核的中小企業に対し、中小企業再生支援協議会と連携して、ファンドや融資等による資金支援を行う。</p> <p>○ 大規模な地震や風水害、大火災、システム障害、感染症のまん延などの緊急事態において、事業中断を最短にとどめ被害を最小化し、中核となる事業を継続あるいは早期復旧するための企業の危機管理対策である「中小企業BCP (Business Continuity Plan：緊急時企業存続計画)」の策定に取り組む中小企業を支援する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セミナーの開催による普及・啓発 ・創業・経営革新センターのホームページでの情報提供 ・窓口相談、専門家派遣事業による個別支援

第3 事業承継の円滑化

1 現状と課題

(1) 経営者の高齢化の進展

自営業者の年齢構成をみると、70歳以上の自営業者の構成比は、1979年（昭和54年）には6.3%であったのに対し、2002年（平成14年）には17.5%と約3倍になっており、高齢化が進展している様子がうかがえる（※1）。

また、企業の経営者の平均年齢は、1982年（昭和57年）の52歳7ヶ月から2003年（平成15年）には58歳2ヶ月となるなど、高齢化しているとされている。（※2）

(2) 経営者の高齢化と従業員数成長率

中小企業においては、大企業と異なり経営者の「右腕」となり得る人が少ないため、経営者の能力の衰えがそのまま企業の存続にまで影響を与えることになる可能性がある。経営者の年齢別に企業の従業員数成長率を見ても、経営者の年齢が高いと成長率が低くなり、60歳以上を超えるとマイナスに転じている。（※3）

(3) 承継準備と承継時期

後継者は、事業を承継してから困らないように事前に経営者になるための準備が必要であるが、そのための準備期間は「子息・子女」と「親族以外」では差がある。これは、親族以外の経営者の場合、承継することが承継直前に決まることが多いためと考えられる。（※4）

(4) 経営者と先代経営者の関係

経営者と先代経営者との関係を見てみると、20年以上前では79.7%の経営者が先代経営者の「子息・子女」であり、「親族以外」の経営者が継いでいる割合はわずかに6.4%であった。ところが、最近では「子息・子女」の割合は41.6%にまで減少し、逆に「親族以外」の割合が38.0%に増加している。

経営者の子供の承継意識が変化してきているためか、「親の会社だから」というのみでは事業を継がなくなっているようであり、その結果、後継者の確保に時間がかかるようになり、それが経営者の交代が遅れる要因になっていると考えられる。（※4）

※1 資料：総務省「就業構造基本調査」

※2 資料：(株)帝国データバンク「社長交代率調査」

※3 資料：経済産業省「企業活動基本調査」（1998）、経済産業省・中小企業庁「商工業実態基本調査」（1998）、中小企業庁「企業経営実態調査」（2003）

※4 資料：(株)東京商工リサーチ「後継者教育に関する実態調査」（2003）

(5) 親の事業の承継

親が事業を行っている就業者への親の事業の承継意思について、調査では、「承継者は決まっておらず、自分は承継するつもりはない」と考えている就業者が 49.5%にのぼっている。男女別に見ると、男性の方が「自分が承継することが決まっている」「承継者は決まっていなが、自分が承継してもいいと思っている」と承継に対して前向きに考えている者の割合が高くなっているが、それでも承継するつもりのない者が 45.8%と半数近くいる。(※5)

(6) 親の事業を承継しない理由

子供が親の事業を承継しない理由としては、「親の事業に将来性・魅力がないから」45.8%、「自分には経営していく能力・資質がないから」36.0%となっている。(※5 複数回答)

(7) 「事業承継ガイドライン」の策定

2005年(平成17年)10月、中小企業庁が有識者や実務家などで構成する「事業承継協議会」を発足させ、検討委員会を設置して事業承継に係る様々な課題を検討し、2006年(平成18年)6月に、「事業承継ガイドライン」等を策定、公表した。

同ガイドラインでは、事業承継計画の必要性、事業承継を円滑に進めるためのステップとして、親族内で承継する場合、従業員等への承継・外部から後継者を雇い入れる場合、M&Aを検討する場合とに分けた事業承継の手引書となっている。

※5 資料：中小企業白書 2005年版(株)ニッセイ基礎研究所「働く人の就業実態・就業意識に関する調査」(2004年)

2 地域勉強会、中小企業振興に向けた研究会での提案

- 成功事例やビジネスモデルを収集し、情報提供していくと良いのではないかと。
→ 施策③で対応
- 企業にとっては事業承継が最も重要な問題であり、事業承継ファンドの創設、後継者教育など、直接的な支援をして欲しい。
→ 施策①③で一部対応
- 事業承継は、後継者対策(経営の承継)と自社株対策(資本の承継)に分けられる。後継者が見当たらない場合はM&Aの活用か事業を終了するかで、社内であればMBOの活用ということになる。資本の承継は、企業が伸びるほど難しくなり、税制の改正が必要である。
→ 国への要望等で対応

～研究会での意見から～

- 子供や従業員が継ぎたいと思うような企業になることが第一。また、会社の意義を子供に伝えることが、継承につながる。

3 基本的な施策

経営者の平均年齢が上昇する一方、親族内での後継者の確保が困難になっており、後継者不在による廃業の多さが指摘されるなど、事業承継は中小企業が直面する大きな課題となっている。中小企業の廃業は、雇用の場の喪失など、地域経済にとって大きな影響がある。そこで、創業・経営革新センター（(財)千葉県産業振興センター）をワンストップの相談窓口として位置づけるとともに、商工会・商工会議所、金融機関など支援機関との連携を強化し、また、制度面では国への要望を行うなど、県内中小企業の円滑な事業承継を支援する。

施策	概要
①円滑な事業承継に向けた支援体制の強化	<ul style="list-style-type: none">○ 創業・経営革新センターにおける窓口相談及び専門家の派遣 事業承継計画の策定、後継者の育成、相続問題等事業承継に関する相談に専門的に対応する体制を整備し支援する。 また、事業承継に関する法務、税務等専門的な知識を要する問題については、弁護士、税理士、公認会計士等専門家が適時・適切な指導・助言を行う。 さらに、事業承継に伴い新事業展開に取り組む中小企業に対し、窓口相談や中小企業診断士等の民間専門家を派遣して、課題解決を支援する。○ 相談支援ネットワークの充実 創業・経営革新センターを中核機関として、他の県内支援機関とのネットワークを充実・強化し、事業承継に取り組む中小企業を支援する。
②M & A を活用した事業承継の支援	後継者がいない場合、事業承継の選択肢の一つであるM & Aについて、(財)千葉県産業振興センターが専門機関との業務提携により中小企業の相談に応じ、円滑な事業承継を支援する。
③事業承継に係る事前対応の促進	円滑な事業承継の重要性、事業承継計画の立案、事業承継の各種方法に即した具体的対策の実行等について、セミナーの開催等により事業承継への取組を普及啓発する。また、創業・経営革新センターのホームページにより、成功事例など様々な情報提供に努める。

第4 中小企業の海外展開支援

1 現状と課題

- 千葉県主要企業の海外進出状況を見ると、平成18年（2006年）1月現在で、延べ498社（実数300社）が653カ所に事業所を設置している。

地域別ではアジア地域が最も多く、延べ384社が496事業所（全体の約76%）を設置している。（ジェットロ千葉貿易情報センターがまとめ）

[主な国（地域）別進出状況]

①中国	159社	217事業所
②米国	49社	55事業所
③香港	45社	55事業所
④台湾	45社	49事業所
⑤タイ	33社	40事業所
⑥韓国	27社	29事業所

《参考》千葉県企業の地域別海外進出状況

地域	延べ企業数	事業所数
アジア	384	496
うちアセアン	100	138
北米	56	63
欧州	36	58
中南米	11	22
オセアニア	10	13
アフリカ	1	1
合計	498	653

※同一会社でも2カ国に進出している場合は2社として計上

[ジェットロ千葉への相談状況（国別・案件別）]

平成17年度相談件数 503件

(国別)	中国	154件	(案件分類)	輸出	36.3%
	米国	54件		輸入	43.4%
	韓国	35件		投資	16.8%
	EU	35件		その他	6.3%
	タイ	23件			
	フィリピン	21件			
	ベトナム	18件			

- 中小企業基盤整備機構による製造業、ソフトウェア業、情報処理サービス業を対象としたアンケート調査(平成17年9月)では、回答のあった4,890社のうち、海外展開(直接投資、業務提携、直接貿易)を実施している企業は、15.4%となっている。

海外展開未実施企業が展開を困難とする理由は、国内の経営のことで精一杯、人材が不足、ノウハウが不足、資金が不足、情報の不足などが上位にあがっている。

また、海外展開している企業で取組が不足であったと感じている項目としては、現地の法律・税制、輸出入手続き、現地のニーズ・競合状態などに関する調査をあげる企業が多い。

県等が中小企業の海外展開を支援するうえでは、このような状況を踏まえ、必要とされる情報を提供するとともに、個別、専門的な実務支援を行う必要がある。

2 地域勉強会、中小企業振興に向けた研究会での意見

- 海産物などの生鮮品の輸入を行っているため、機動的な対応が必要であり、必要なときに、すぐに借りられる融資が必要。(貿易)
→ 第9 資金調達の円滑化の施策①で対応
- 小売業が海外で買い付けを行い、国内で販売する小規模貿易(輸入)であれば容易であり、その手法と、国によって注意しなくてはならないことを周知すると良い。
→ 施策②で対応
- 輸出については、外国語版のホームページを作成する講習会を開催し、成功した人に講師になってもらい次々に広げていくとよい。
→ 施策②で対応

3 基本的な施策

経済のグローバル化が進む中で、中小企業においても、貿易、投資、技術提携などの国際展開の必要性はますます高まっている。特に、少子高齢化の進展による人口減に伴う国内市場の縮小が見込まれ、新たな市場獲得のためにも、海外への販路拡大が必要となっている。

しかし、中小企業にとって、海外取引は国内取引と比べてリスクが高い点やノウハウ、人材、情報などの蓄積が少ないために、容易に挑戦できない状況もある。

このため、相談アドバイスや種々の実務支援等これまでの対応を強化するとともに、今後は、販路開拓や現地企業のマッチング支援など、各企業の具体的な取引実現を図る施策の強化を進めていく。

施策	概要
① 中小企業の海外展開の個別支援の充実	国際ビジネス、海外取引事情等について、日本貿易振興機構や中小企業基盤整備機構等との連携により、豊富な知識や経験を有する専門家による、海外取引提携における契約書作成、ビジネス通訳など個別的・専門的な実務支援を行うほか、海外での特許出願に要する経費の助成を行う。

<p>② 国際展開に向けたノウハウの提供</p>	<p>海外ビジネスに関する豊富な知識や経験を持つ専門家による、貿易実務相談、相手国情報の提供、相手国バイヤー（候補）の紹介などの海外取引へのアドバイスや、貿易実務に関する講座、企業の関心の高い地域、国際展開に関する諸問題ごとのセミナー開催等を行い、中小企業の国際展開を支援する。</p>
<p>③ 海外への販路拡大の支援</p>	<p>ポータルサイトを開設し、海外ビジネス支援サービスを効率的に提供するとともに、県内企業情報を充実させ、中小企業の海外への情報発信を強化する。</p> <p>また、東アジアを中心とした地域の展示会・商談会への出展を支援し、海外への販路拡大、業務提携等のビジネスマッチングを進めるとともに、外資系企業誘致活動と連携し、幕張メッセの国際ビジネスイベントに出展した海外企業や、ミッションで来日した企業と県内中小企業の交流会を開催し、中小企業の海外展開を促進する。</p>
<p>④ 海外拠点の展開</p>	<p>中小企業の海外展開を支援するため、県内企業との取引が特に活発に行われると想定される地域における拠点づくりやネットワーク構築について検討する。</p>