

第2章 第4次元気戦略の基本的方向

県内の経済情勢は、雇用情勢も堅調に推移しているほか、個人消費が緩やかに持ち直しつつあり、緩やかな回復基調が続いている。しかしながら、県内の中小企業経営者の景況感は、依然として厳しい状況にあるとの認識が多く、景気回復の流れを中小企業の隅々にまで行き渡らせていくための各種施策を推進していくことが求められている。

近年、県内の中小企業を巡る状況を見ると、生産年齢人口の減少等を背景に人材の確保・育成に困難が生じているほか、中小企業の経営者の高齢化等を背景に、休廃業・解散による中小企業、とりわけ小規模企業の大幅な減少が生じるなど、「中小企業の経営基盤の強化」が大きな課題となっている。一方で、ものづくり企業の成長発展にも陰りが見え始め、平成27年には製造品出荷額等が対前年比で減少に転じたほか、付加価値額も下落傾向にあり、本県の地域経済の持続的発展を図る上で、主に県内陸部の中小企業の高度化、起業・創業の促進による多様で付加価値の高い地域産業の育成など、「中小企業の成長の後押し」を更に推し進めていくことが求められている。

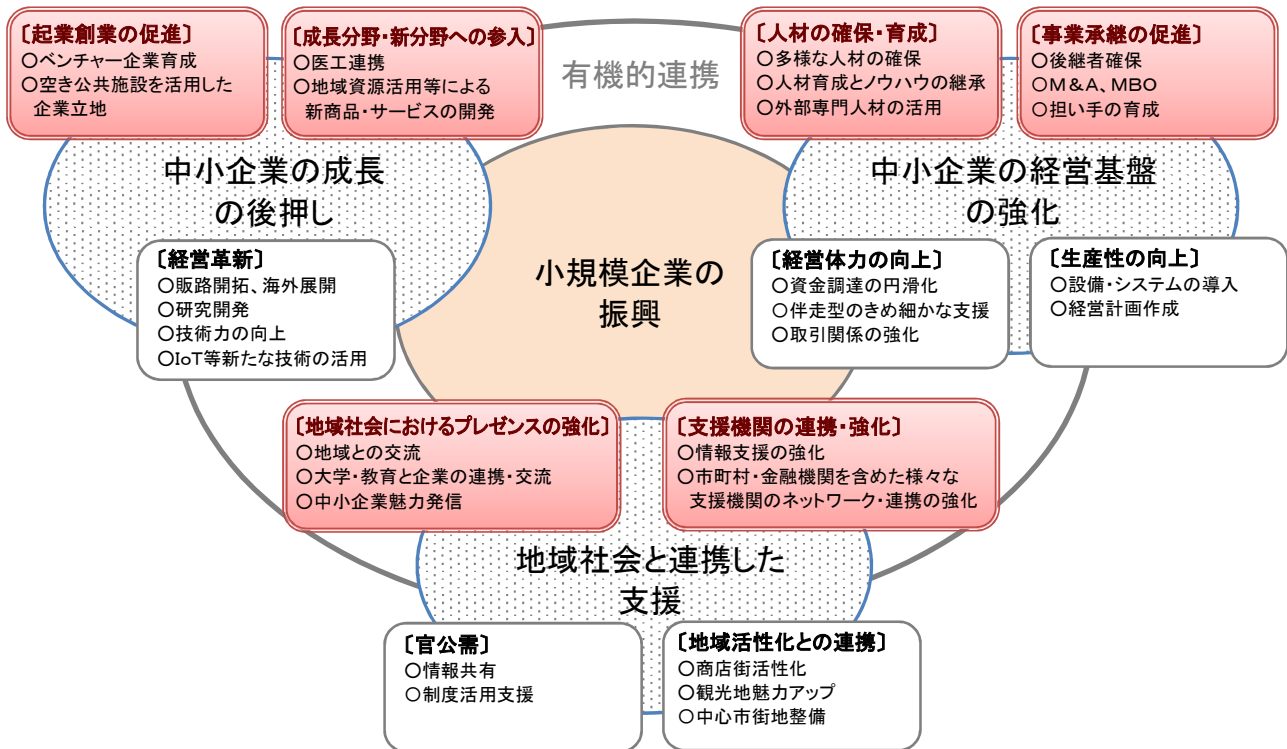
また、県内各地域において中小企業の担い手となる人材確保・育成や、起業・創業を促進していく上で、中小企業が地域社会において果たしている役割の重要性について地域住民や将来の担い手となる子どもたちの理解促進を図るなど、「地域社会と連携した支援」の必要性が指摘されている。

さらに、地域住民に身近な商品・サービスの提供や雇用の維持など、小規模企業が地域経済において果たしている役割の重要性を踏まえ、平成29年12月に条例の基本理念に新たに小規模企業の振興に係る理念の規定を設けたことを受け、新たに「小規模企業の振興」を第4次元気戦略における重要な柱と位置付けた。

第4次元気戦略では、これら「小規模企業の振興」「中小企業の成長の後押し」「中小企業の経営基盤の強化」「地域社会と連携した支援」を基本的方向に掲げ、有機的な連携のもと、施策の充実を図っていくこととする。

こうした観点から、第4次元気戦略における基本的方向を整理すると以下の図表のとおりとなる。(図表2-0)

図表 2-0 第4次元気戦略の基本的方向



1 小規模企業の振興

県内の小規模企業は、企業数が約11万で県内企業数の約86%を占めているほか、常時雇用者数が約20万人で県内の約20%を占めており、地域経済及び雇用を支える重要な存在である。

第1章で触れたように、小規模企業は、地域住民の生活に身近な商品・サービスの提供や、仕入れ・販売において地域に密着した取引関係の構築、さらには起業・創業の担い手となり、地域住民の生活の向上や地域経済の循環、地域における新たな産業の創出において重要な役割を担っている。

また、小規模企業は、地域における伝統行事や消防活動、子どもの見守りなどの防犯活動など、地域社会の一員として地域貢献活動を行い、地域の生活文化や活力を支える役割も担っている。

しかし、県内の小規模企業は、近年大幅に減少してきており、①優れた技術など有形無形の資産を有する小規模企業が経営者の高齢化と後継者不足から減少することで地域の特色ある産業の衰退を招きかねないこと、②地域住民の生活に身近な商品・サービスを

提供し雇用の受け皿を担う小規模企業の減少は、地域住民の生活への影響が大きいこと、③起業・創業後で経営ノウハウが不足しがちな小規模企業への継続した支援が欠けると更なる企業減少を招きかねないこと、④地域における需要の減少や人材採用難等により資金や人材など経営資源が脆弱であることから、小規模企業の事業の維持・拡大が困難となっていること、などの課題が生じている。

こうした地域経済において小規模企業が果たしている役割の重要性に鑑みると、小規模企業については、経営の規模拡大を求める成長発展型だけでなく、規模の拡大を必ずしも求めず、雇用を維持し技術やサービスの向上に努める持続的発展型も積極的に評価し、支援を行っていくことが必要である。

このため、平成29年12月の条例の一部改正により、基本理念として新たに、「小規模企業の振興は、小規模企業者の事業の持続的な発展が図られることを旨として行われなければならない」ことを掲げたところであり、この理念を踏まえ、第4次元気戦略においては、小規模企業の振興を重要な柱として新たに位置づけ、以下のとおり施策の充実を図っていく。

小規模企業の振興

- 条例整備による小規模企業の事業の持続的発展に向けた支援の充実
- 起業・創業後の成長発展を支える支援の充実
- 小規模企業に配慮した伴走型のきめ細かな経営支援の充実
- 企業への積極的な働きかけなど、円滑な事業承継の促進に向けた支援の充実

この施策充実の方向のもとで、第4次元気戦略で新たに位置付ける施策の主なものは以下のとおりである。

- 起業・創業の促進：制度融資（創業資金）の融資枠の充実の検討、クラウド・ファンディングの活用支援、起業家応援事業のフォローアップ
- 資金調達支援：制度融資（小規模事業資金）の融資枠の充実の検討
- きめ細かな経営支援：商工会等の経営発達支援計画の着実な実施による小規模企業への経営支援等を促進
- IT化の支援：小規模企業向けのIT専門家派遣の実施
- 人材の確保等への支援：学校と企業等との連携による子どもたちの職場体験等や放課後子供教室への企業参画の促進、小規模企業への表彰制度
- 事業承継の促進：企業の事業承継の掘り起こし、事業引継ぎ支援センターの事業展開への支援

2 中小企業の成長の後押し

本県では、東京湾アクアライン 800 円化の継続と圏央道や外環道等の広域交通網の整備進展等により「人とモノの流れ」が加速し、今後の成田空港の機能拡張や 2020 年東京オリンピック・パラリンピック開催に向け国内外からの来訪者の更なる増加が期待されているところであり、こうした環境の変化を新商品・サービスの開発や販路拡大などのビジネスチャンスとして捉え、地域の産業活性化へつなげていくことが重要となっている。

こうした背景とともに、健康・医療ものづくりなどの成長分野への参入や中小企業の再投資など、ものづくり企業の事業拡大への支援の強化も進めてきたところであるが、近年の本県の製造品出荷額等の伸びは、コンビナートが立地する臨海部に依存しており、中小企業が多い内陸部では漸増にとどまっている。さらに平成 27 年においては、臨海部に多い化学、石油関連産業の製造品出荷額等が減少したことにより、県全体でも対前年比で減少に転じ、国内順位も第 6 位から第 7 位へと下落する事態となっている。また、近年、本県製造業の付加価値額が下落する傾向も続いている。本県の臨海部に集積している国内最大規模の素材・エネルギー産業は、国内需要の減少と国際競争の激化に伴い事業の再編・集約化の動きがあり、本県産業の持続的発展を確かなものとするためには、内陸部に立地する産業の多様化、高付加価値化をより強く推し進めていくことが求められる。今後、生産年齢人口の減少と人手不足が課題となってくることを踏まえ、幅広い業種で IoT 等の新たな技術の導入による経営革新や、地域資源等を活用したより付加価値の高い商品・サービスの開発、さらには国内需要の減少に対応した中小企業の海外展開への支援などを充実させていくことが求められる。

広域交通網の基盤整備の進展等に伴う本県の立地優位性の高まりを背景として、圏央道周辺をはじめとして企業立地が活発化してきている。今後はさらに基盤整備の効果を県内隅々にまで行き渡るよう、人口減少地域における空き公共施設等の活用による新たな企業立地の促進を図ることも重要となる。

こうした基本的な方向性の下で、第 4 次元気戦略においては、中小企業の成長の後押しとして、以下のとおり施策の充実を図っていく。

成長の後押し

- IoT 導入等による経営革新への支援の充実
- 空き店舗・公共施設の活用による企業立地支援の充実
- 地域資源を活用した新商品開発・事業化等への支援の充実
- 国内需要の減少に対応した海外展開支援の充実

この施策充実の方向のもとで、第4次元気戦略で新たに位置付ける施策の主なものは以下のとおりである。

- 経営革新への支援：IoT 導入等による生産性向上、健康・医療ものづくり推進事業の進展
- 企業誘致の推進：市町村との空き公共施設・空き店舗等への企業誘致
- 起業・創業の促進：クラウド・ファンディングの活用支援、起業家応援事業のフォローアップ
- 地域産業の活性化：訪日外国人向け等の地域資源を活用した新商品、サービスの企画から事業化・販路開拓まで一貫した支援
- 海外展開支援：輸出や海外進出への支援

3 中小企業の経営基盤の強化

県内の経済情勢は、有効求人倍率など雇用情勢が堅調であるほか、個人消費も緩やかに持ち直しつつあり、回復基調が続いている。しかし、県内中小企業の経営者による景況感、回復を実感する割合が半数に満たず、依然として厳しい状況にあるとの認識が多い。

県内の景気回復の流れが中小企業に行き渡るようにしていくためには、先に述べた中小企業の成長の後押しに加えて、きめ細やかな相談対応や専門家派遣等による経営支援、事業資金の円滑な提供に向けた支援など、中小企業の経営基盤の強化に向けた施策の充実を図っていくことが重要である。

また、近年は、景気回復傾向と少子化による生産年齢人口の減少の進行を背景として、様々な産業において人手不足の状態が生じており、とりわけ中小企業は大企業に比べて人材の確保が困難となってきた。

こうした課題に対し、女性や大企業のOBなど多様な人材の活用を促進するための環

境づくり、さらには、インターンシップなど、職業選択を迎える学生等が中小企業の経営者と直接接し、中小企業が地域社会において果たしている役割や仕事の意義、働き甲斐など、中小企業の魅力に関する理解が促進されるよう大学などの学校と産業界との連携により人材の確保・育成の促進を図っていくことも重要である。

また、若手人材の確保や人材活用の在り方についても、生産性を高めつつワーク・ライフ・バランスが実現されるよう働き方改革への対応も重要となっている。

こうした基本的な方向性の下で、第4次元気戦略においては、中小企業の経営基盤の強化として、以下のとおり施策の充実を図っていく。

経営基盤の強化

- 教育現場や産業界と連携した人材確保・育成への支援の充実
- 女性活躍など多様な人材活用に向けた基盤整備の充実
- 国や関係機関との連携促進による働き方改革の推進の充実
- 事業資金の円滑な提供に向けた支援の充実

この施策充実の方向のもとで、第4次元気戦略で新たに位置付ける施策の主なものは以下のとおりである。

- 人材の確保・育成への支援充実：中小企業のリクルーターの養成、プロフェッショナル人材の活用促進、大学・学校等と経済団体・企業が連携したインターンシップ、職場体験等の促進
- 女性の活躍推進：女性の再就職支援等の実施
- 働き方改革の促進：企業へのアドバイザー派遣、関係機関との連携による働き方改革推進
- 事業承継の促進：企業の事業承継の掘り起こし、事業引継ぎ支援センターの事業展開への支援

4 地域社会と連携した支援

中小企業は、地域住民の生活に身近な商品・サービスを提供し、地域密着した取引関係を構築し地域経済の循環を支えていることから、中小企業の振興に地域の活性化と両輪で取り組み、相乗効果をもたらしていくことで、地域の持続的な発展につながる。

そのためには、県、市町村、商工会や商工会議所などの支援機関が連携を密にして取り組むことが求められており、とりわけ小規模企業へのきめ細やかな支援を実現していくためにも、個々の企業との相談対応や支援について、他の関係機関へも適切につないでいくなど、ネットワーク化がますます重要になっている。

その際、各支援機関が行っている様々な支援情報について、個々の企業へ十分には情報が伝わっていないとの指摘も依然として多いことから、各種施策に関する情報を集約化し、わかりやすく発信していく取組をさらに充実させていくことが必要である。

また、中小企業と地域住民との接点が少なくなる中で、地域社会における中小企業の果たしている役割や重要性について、地域住民や子どもたちの認識が薄れていき、それが中小企業の人材確保や地域での起業・創業を阻害することにつながっているのではないかと意見が、県内各地で開催する地域勉強会において寄せられている。

中小企業は、情報発信力が大企業に比べて不足しがちなこともあり、中小企業の魅力について如何に周知していくかが課題である。最近では、子どもたちが中小企業の経営者に直接接する職場体験等の取組を通して中小企業への認識が高まる効果についても注目されるようになり、中学校や高校等で地域を挙げて職場体験や企業と連携した学習などに取り組んでいる事例も見受けられる。こうした地域独自の取組は、他の地域と情報共有できていない場合があり、県内各地への広がりには欠けている面がある。このため、各地域の先進事例の広域的な情報共有を推し進めていくことが必要となっている。

こうした基本的な方向性の下で、第4次元気戦略においては、地域社会と連携した支援として、以下のとおり施策の充実を図っていく。

地域社会と連携した支援

- 市町村・支援機関とのネットワーク・連携の充実
- 支援策の情報発信機能の充実
- 地域における中小企業のプレゼンス強化への支援の充実
- おもてなし力向上による競争力強化への支援の充実

この施策充実の方向のもとで、第4次元気戦略で新たに位置付ける施策の主なものは以下のとおりである。

- 市町村・支援機関との連携：市町村・支援機関の連携により、地域独自の優良事例の他地域への普及、市町村との空き公共施設・空き店舗等への企業誘致
- 支援策の情報発信：県ホームページによる支援情報の集約化と発信内容の充実
- 中小企業の魅力発信：学校と企業等との連携推進による子どもたちの職場体験等や放課後子供教室への企業参画の促進
- 商業振興：訪日観光客に対する商店街のおもてなし力向上のための支援
- 観光振興：オール千葉でのおもてなし推進、外国人観光客向け周遊PR