

議事概要

議題１：令和２年度事業の実施状況及び令和３年度主要事業について

○事務局：資料１－１、１－２、２、３にて説明

○委員意見

（委員）

千葉は中小企業、小規模事業者で合わせて約１２万事業者ある中、目標指標によっては５０何件等低い数値で設定されているように感じる。また、知事が変わって、新しく打ち出された施策があるのか。

（事務局）

目標については、各年度当初に、継続事業については、これまでの実績値等をベースに状況の変化等を勘案しながら定めている。１２万社から見ると少ない目標はあるかもしれないが、施策のPRを含めてより多くの方々に知っていただけるように進めていきたい。

また、新たな施策だが、例えば観光、宿泊事業者が行う感染防止対策への支援も今年からとなり、DXの研修も、コロナの影響も踏まえて新しく始めたもの。また、事業再構築の支援については今年の９月議会に諮って新規に始めた。

この他、新しい生活様式の一つとしてのワーケーションの受入れ促進の取り組みも９月議会です承っていており、今後進めていくところ。

議題２：新型コロナウイルス感染症の影響について

○事務局：資料４にて説明

○委員意見

（委員）

飲食店はコロナで影響を受けた一番の業種だと言われているが、早い段階から配膳ロボットの導入等の対策を行っていたので、最初の緊急事態宣言の時はそこまで強い影響はなかった。また、飲食店はどの業者も同じく需要が無くなっているため、危機感は無かった。

ただ、今年８月の緊急事態宣言の時は、もうここまで長く続くと、今後は、飲食店への来客自体、２０％ぐらい減るのでは、と感じた。

コロナ前はテイクアウトをされる方は少なかったが、今はもうワクチンも普及しており、外食する方は外食するが、テイクアウトに慣れ、外食せず、家飲みをする方が多い。そのような方たちの需要が、そもそも無くなるのではと考えている。

このため、新しい需要を作らなければいけないということで、飲食店をやりつつ、テイクアウト用の自動販売機の設置をはじめ、新しい事業や販路を開拓していかなければいけない。

今までは、横展開でお店を広げていくことだけを考えていたが、これからは縦展開も必要と考えている。飲食業は感染症の発生や自然災害等、社会的な情勢や変化にすごく影響を受ける業種であるため、ただ飲食店だけをやっていればいいわけではなく、需要が窄まっているようなことがあった時に他の選択肢も作っておかなければならないと感じた。

（委員）

広告業はコロナ禍でイベントが無くなり、大打撃を受けた。新しいことを始めていかないと共倒

れになってしまうと身をもって感じたため、以前から海外輸出を始めていた関係で、農産物や農産加工品の海外輸出に活路を見出した。

一時、マスクや防護服を着用しないと、飛行機にも船にも商品を載せられない時期もあったが、今は統計を見ても輸出は右肩上がり、ずっと伸びている。そのため、１社だけではなくて、地域で商品を集めて、地域で発信していく取組を現在実施している。

また、一部農作物を大量に廃棄せざるを得ない状況があったため、加工品として、新しい商品開発を県内の飲食店と連携して行っており、そういった商品を新しくまた世に出していこうということで、今、取組を広げている。

（委員）

製造業は、飲食やサービスから見れば、影響はそこまで大きくはないが、それでもやはり、資料にあるように売上高で12%減、経常利益で24.2%減と、実際は悪いところが多い。

製造業の中でも、コロナで非常に好調な会社と、非常に影響を受けている会社があり、格差が非常に開いたなというのが実感。

今年の４月ぐらいから製造業全体として盛り返してきているが、10月ぐらいからサプライチェーンの問題で、自動車をはじめ、半導体の問題や東南アジアの問題等で生産が落ちており、また原材料の高騰による影響を今受けている。このため、これからここ数ヶ月でどう影響してくるのかというのは非常に暗いマイナスイメージを持っている。

中小企業でも様々な部品が手配できないという状況が起き、設備製造に使用する各部品が半導体の影響や東南アジアの影響を受け、手に入らなくなり、部品が入らないで途中で製造が止まっている状況に陥ってきており、おそらく来年３月までに予定通り売り上げが上がらないのではというのが正直な見込みであり、今後に不安を感じている。

（委員）

物流業の省人化、省力化をメインに取り組んでいるが、コンビニについてはコロナ禍であっても売り上げは上がっている実態があり、距離を保つために自動化が求められてくるため、コンビニ系の物流業では装置への積極的投資は多い。

緊急事態宣言中の今年の７月、８月は厳しい状況が続いたが、物流業務の性格上、どちらかといえば去年蒔いた種が、今年で受注納品して、今年蒔いた種は来年になるという状況の中、今は勉強に時間を費やして耐える時期だと感じている。

（委員）

保証協会に対するゼロゼロ融資の申し込みは非常に多く、承諾額は過去最高になった。リーマンショックや東日本大震災といった過去の経済危機や自然災害時の申し込みを上回っており、コロナの影響は非常に大きいと感じている。

業種で見ると、飲食業、サービス業からの申し込みが特に多かったが、それ以外の業種についても申し込みが増えており、いわゆる対面型の業種は大きな打撃を受けたというところではあるが、それ以外の業種についても幅広く影響があったと感じている。

資料で、倒産は減少、休廃業が高止まりというか、増加と出ていたが、足元の企業の状況について我々の業務数値の面から見てみると、保証の申し込みについては、減少傾向にある。

様々な見方があると思うが、昨年度、ゼロゼロ融資の申し込みが過去最高だったので、その反動もあろうかと思うが、先ほど話があった二極化といった話もあると思う。

顧客の中でも、まだゼロゼロ融資や各種補助金等が預金に残り、資金繰りに比較的余裕のある方

がいる一方で、資金繰りは厳しいが、借入自体が非常に膨らみ、業況が回復していないため追加の申し込みがなかなか難しくなっている、といった様々な顧客の状況があり、結果的に全体として保証が落ち着いた状況になっているのではないかと考えている。

一方、代位弁済についても、昨年度の下期から今年度の上期にかけては、比較的低調という状況になっている。

そこからすると、ゼロゼロ融資や、政府・自治体等の協力金や補助金などの各種支援策の効果は、今のところ続いていると言えるのではないかと考えているが、個社ごとに見ると様々な状況があると思っており、金融支援や経営支援をしっかりと行っていきたいと考えている。

（委員）

企業インタビューで、どの経営者に話を聞いても、横展開をしていたのが縦展開も行うようになったなどの危機感を共有しているところがあり、比較的今まで以上に縦展開、新事業を開発するなどの意欲が増している。特に異業種間でのマッチングみたいな形で、とにかく新しいものを作り出そうということがインタビューした中では、強く印象に残っている。

今までの本業は本業として、きちんと押さえながらも、今まで以上に柔軟性が必要。

また、今まではあまり深い関係ではなかった、ちょっとした知り合いなどの、割とゆるい繋がりを重視することで、この危機を乗り切ろうという経営者の話も聞くことができたので、参考にされたい。

（委員）

中小企業家同友会は千葉県内で 1500 名の中小企業の経営者が集まっている団体であるが、コロナが発生した時に、すぐアンケートを取ったところ、会員の 70% が大きな影響を受けているという結果が出ていた。

製造業や建設関係等はそれほど大きな影響はなかったが、劇的に変わったのはやはりサービス業を中心としたところだった。

その中で、早い段階から、大学の先生方から助言をいただき、「従来のビジネスモデルは壊れてるので、新しい新規ビジネスを考えた方がいい」ということと、「ビジネスの再構築をしなければいけない」ということで、自社の経営の検討、そこからくる事業計画の見直しが必要という話を伺ってきた。

同友会としても、従来の顔合わせ対面式での会議っていうのはほとんどできなくなったため、すぐに Zoom を活用しての会議切り換え、活動してきた。新しいデジタルの機器を活用した取り組みを体験したということは、今まであまりデジタルに関心なかった会員にも大きな影響を与えたと思っている。

あと、会員の話では、今年の夏以降にサービス業に大きな変化があったと聞いている。特に劇的に利益が出てきたと言っているのは高級品を扱っているところで、旅行や飲食ができない分、貯まったお金を趣味で生かしたい人が増えたことと、SNS をうまく活用した結果とのことだった。

SNS は、従来の広告媒体があまり使えない中、逆に、ネットの世界は非常に進歩し、若い世代が SNS を事業に取り入れ、新しい形での PR 活動をやっているとのことであった。従来は、会社として情報発信するところを、成功している会社は、従業員の個性を打ち出し、従業員が自分でも良いと思っている商品を自分の言葉で、自分の思いを伝えた結果、顧客の心をつかんでいるという話をしていた。

当社の事業は企業広告関係がメインであったため、売上の変化はそれほどなかったが、中核部門の利益に直結する部分が激減し、大変苦労した。

その中で取り組んだのは業務の省力化であり、人海戦術でやっていたものを、人手をあまり使わなくてもできるような仕組みを作り、新しい事業に配置することに取り組んだ結果、なんとか大きな赤字になることなく乗り切ってきている。

（委員）

業界や業種、企業ごとに格差やバラつきがあるという印象を持っている。

飲食店や旅館では直接的な影響が分かりやすいが、一方で間接的な影響を受けている企業は結構あるが、国や県等が実施している支援金・給付金が使えないという影響も出てきて、コロナの影響の深さをすごく感じている。

一方で、事業として見た時に、コロナ前からの話だったが、今までのやり方では事業継続が難しい状況ではあったがコロナで可視化されたことから、やはり今までと同じではなく、新しいことを始めていかなければならないし、ビジネスモデルの見直しも必要になってくるので、コロナの影響を受けた方は良い機会と捉え、成長して欲しいと考えている。

そのような中、千葉県は、いろいろ支援策を提供しているが、私自身も知らないような支援制度があり、企業さんにこういったサービスがあるというのが届くような、そういう情報発信を県に強化して欲しいと感じている。

倒産件数については、今のところ、元本据え置きの期間であり多くないが、おそらく来年から元本返済が始まるので、厳しくなる企業が出てくるだろう。

実際にもう経営改善とか再生に関する案件の数が増えつつあり、今は、売上そのもののところだが、これからは資金繰りのところで大変になる企業も出てくると思っているため、そういった支援が今後は必要になってくるかなと感じている。

（委員）

各業種の委員からご意見いただいたが、私も多くの中小企業を見ている中で、ご意見の中にあつたように二極化のような様相を感じており、うまくいっている企業は、かなり伸びているが、そうじゃない企業は、どんどんマイナスのスパイラルに陥っている感じを受ける。

両者の違いを分析してみると、ビジネスモデルをコロナに対応して大きく変えてきているケースが少なからず見受けられる。消費側の行動変化により、企業戦略や組織構造も大きく変える必要が出てきた。リモート業務が増えてくると、ある程度中央集権型ではできず、組織の中でも権限移譲を進めていくことが重要になる。見えないところで従業員が働いているという形になるので、ある程度の権限を分散化した組織、すなわち中央集権から分散型の組織にだんだん変わる必要性が生じ、うまく変えられる企業が生き残っていく時代になってきている。

ビジネスモデルの転換についても、既存事業はもちろん深堀りをしていく必要があるが、それだけやっていくと、狭い領域の中でのものが売れないと、大きな打撃を受けるので、新規取引先開拓、新事業の開発、新商品開発なども並行して実行することが必要になる。

国内需要はある程度均一化されて限界もあるので、海外需要にも対応することが重要になるだろうと言われている。

消費者も巣ごもりという形態に慣れており、外食の機会は、ポストコロナになっても、簡単にはコロナ前のレベルには戻らないと予想されているので、飲食・宿泊業等の業界では、今から対応を考えていく必要があると思われる。

転換期はどこかとか、どの辺でリベンジ消費が爆発的に増えるとかよく言われるが、一つの起点は多くの国で空港の待機日数が０日になった時点で、消費が急増すると言われているが、まだ不確定な状況。

コロナの終息と消費の急増期については、なかなか予想がつかないが、来年度中とか、再来年とかそんなに遠くない１、２年ぐらいのスパンの中で考えて、準備をしていくということが重要だと指摘されている。

議題３：今後の見通しについて

○事務局：資料５にて説明

○委員意見

（委員）

脱炭素化について、製造業は省エネや再生エネの設備を導入していかなければならなくなると思う。ひいては、上流の自動車会社や大手メーカーから、そういった設備導入をしないと取引をしないという動きになってくると思うので、設備導入時の補助や資金援助について御検討いただきたい。

（委員）

ポストコロナに向けた県内経済を取り巻く環境、変化が激しい時代ということで、変化に適合できる事業者と、変化に適合できない事業者の二つがどんどん、分断が進んできてしまうと思う。

デジタル庁の話を見ると、デジタル化も同様に、できる人とできない人の分断。デジタル庁は、主にデジタル化できない、変化に対応できない方を取り残さないでデジタル化をしていく、誰一人取り残さないデジタル化というのを、スローガンに掲げている、とのこと。

ゆえに、県内経済の環境変化が激しい時代だからこそ、取り残されてしまう方をどうサポートしていくかというのが重要と考えていて、県も政策をいろいろやっているが、それが小規模事業者の方には届いていないようなところがある。

特に事業再構築補助金は１０～１５ページほどの計画書を作らなければならず、採択された事業者の計画書作成に要した時間の指標を見ると、１２０～１５０時間ぐらい計画書の完成に費やす時間が必要とのこと。

これは１日８時間の労働時間に換算すると１５日ぐらい計画書に費やさなければならず、小規模事業者が１５日間も事業計画の作成に費やせるのかと思う。支援策はあるが、余裕がある企業だけが使えるような支援策になってしまっていると感じる。

本当に余裕のない会社こそが、補助金を活用して、まず小さな成功事例を体験してもらい、補助金を使わなくても、自分自身の事業をどんどん縦展開していくようなことをしなければいけないが、実際に国がやってる補助金は、結局は余裕がある会社しか使うことができないというような現状。

また、県でも事業再構築補助金の支援をしているが、こうした支援や、そもそも事業再構築補助金自体を知らないというような事業所が結構ある。実際に本当に困っている事業所に今やられている政策が届いているのかなってというのが、一番の問題としてある。

小規模事業者持続化補助金は５枚程度の計画書を提出で済むが、そもそも町の小さなお店がそんな計画書を作ったことがあるわけなく、右も左もわからない状況から、そこそこ分厚い要綱を読んで計画書を作ることは困難。補助金の原資は税金であるため、それぐらい努力をしなければいけないのは理解できるが。

環境の変化が激しい時代だからこそ、そういうサポート体制をもっと手厚くしないと、ある一定の規模の事業所ってのはどんどんなくなってしまう。支援策を知っていれば潰れなくてもよかった事業所もあるのではないかと思います。

そういうチャレンジしやすい環境を作るというのは大事であり、小さなチャレンジをすると、それに顧客がついてきて、このチャレンジ成功したから、今度はもうちょっとスケールアップして、

新しいチャレンジをしようとなる。チャレンジをすること、変化することに慣れていかないとちょっと厳しいと思う。変化に適応するのはごく当たり前のことだと思うが、その当たり前がなかなかできない小規模事業、中小企業の方たちがいると思うので、そうした方たちを取りこぼさないような政策を県としても考えていただきたい。

（委員）

本当に千葉県はいろいろ支援策をやっている。そこをもう少しプッシュして、もっと皆さんに使っていただけるようにしていただきたい。

以上