

令和4年9月定例会 経済・雇用対策特別委員会の概要

日時 令和4年10月12日(水) 開会 午前10時
閉会 午前11時27分

場所 第6委員会室

出席委員 荒木裕介委員長
横川雅也副委員長
杉田茂実委員、渡辺大委員、松澤正委員、梅澤佳一委員、本木茂委員、
平松大佑委員、鈴木正人委員、石渡豊委員、山根史子委員、村岡正嗣委員

欠席委員 なし

説明者 [産業労働部]
板東博之産業労働部長、山野隆子雇用労働局長、
野尻一敏産業労働部副部長、竹内康樹産業労働政策課長、
高橋利維経済対策幹、小貝喜海雄商業・サービス産業支援課長、
神野真邦産業支援課長、村井秀成次世代産業幹、荏原美恵先端産業課長、
秋山純企業立地課長、田中雅章金融課副課長、島田守観光課長、
田口修雇用労働課長、安部里佳人材活躍支援課長、
佐々木亨多様な働き方推進課長、植竹眞生産業人材育成課長

会議に付した事件

中小企業の振興について

杉田委員

- 1 「Ⅲ 商店街・サービス産業支援の主な取組」のうち、「3 ポストコロナを見据えた支援」、「(1) 商店街に対する支援」について、商店街はコロナ前でもかなりの疲弊感があった中、コロナ禍の影響により、商店街でも長期間イベント等を行うことができず、更に大きな疲弊状態になっていると思う。今年度、商店街の訪問を実施しているということであるが、訪問実施している中、商店街の状況をどう捉え、具体的にどのような支援策を考えているのか。
- 2 「Ⅴ 資金調達の円滑化支援の主な取組」のうち、「3 ポストコロナを見据えた支援」のイについて、経営安定資金の緊急融資枠を100億円から300億円に拡大とあるが、現在の利用状況はどうか。

商業・サービス産業支援課長

- 1 新型コロナウイルス感染症の影響により、2年以上活動を実施していない商店街が多く、以前のような活動へ踏み出せないという話をよく聞いており、停滞の影響が非常に大きいと感じている。今年度の具体的な支援について、県、地元の市町村、商工団体と連携しながら、商店街訪問しているが、その中で職員が商店街の方々と様々な話し合いを行い、取組の方向性を実情に応じた形で検討しながら、例えば専門家を派遣して取組をブラッシュアップし、具体的な補助メニューの利用につなげるよう支援を行っている。

金融課副課長

- 2 海外情勢の影響に加えて、円安の影響も受けている中小企業もあることから、現在も多くの事業者の方々に利用いただいております。令和4年8月末時点の経営安定資金融資実行は486件、約77億円となっています。また、6月定例会の補正予算では、緊急融資枠の取扱期間を9月末までとしていたが、エネルギー、原材料の価格高騰の影響が続いているため、12月末まで延長している。今後もエネルギー価格の状況や現在の融資メニューの利用状況なども踏まえて、必要な対応を検討していく。

杉田委員

商店街を訪問している大きな意味として、現場市町村との連携という答弁があったが、商店街は、コロナ禍以前から継続する疲弊感というものが大きいと考える。現場の市町村との対応など、どのような抜本的対策を行っているのか。

商業・サービス産業支援課長

商店街への対応については、商店街の活動状況、商圈住民の状況により、異なってくると考えている。商店街訪問の中、地元市町村の協力により、うまくいっている事例等を聞いており、県単独だけではなく、地元の市町村、商工団体と連携し、話し合いをしながら、商店街支援を進めていく。

杉田委員

- 1 経営安定資金について、返済は既に開始されているが、返済の状況はどうか。
- 2 追加融資の状況はどうか。

金融課副課長

- 1 現時点で返済の状況が滞っているという話は聞いていない。
- 2 令和4年8月末の利用状況である486件、約77億円のうち、資金借入れの時点で、既に別の融資を利用していた企業は、425件、約68億円である。

渡辺委員

- 1 「Ⅲ 商店街・サービス産業支援の主な取組」について、そもそも商店街に所属する事業者自身が、事業の発展のために、様々な活動やイベントをモチベーション高く実施していくのが基本と考える。そうした事業者が自らのモチベーションを高めていくマイノリティの醸成について、どう考えるか。
- 2 Ⅲの「3 ポストコロナを見据えた支援」、「(1) 商店街に対する支援」、「イ 商店街のDX推進」について、商店街のキャッシュレス導入状況、事業の進捗状況を伺う。
- 3 キャッシュレスは、利便性や事業者の売上げ向上につながるメリットがあるため導入していくものであり、本来的に事業者自身の経営判断によって行うものだと思うが、手数料がネックになっている、どうしても現金取引を行っていききたい等の事情があると思うが、導入しない事業者に対して、どう働き掛け、キャッシュレスを推進していくのか。

商業・サービス産業支援課長

- 1 商店街の支援に当たっては、商店街に所属する事業者自身が活動に対するモチベーションを持つことが重要になる。そのため、商店街訪問を行う際には、集客やリピーターにつながった過去の成功事例などを伝えながら、支援に取り組んでいる。
- 2 商店街訪問の中で、キャッシュレス決済に関する状況の把握、導入に対する取組も行っており、現時点で、商店街のキャッシュレス決済の導入率は約51%である。事業については、商店街訪問が8月末で一巡しており、商店街を対象とした啓発セミナーを6回実施、専門家派遣も1回実施している。キャッシュレス決済の端末導入を検討している商店街は複数あるが、現時点で補助には至っていない。
- 3 事業者の経営判断により、端末導入する考えが前提にあるが、商店街全体でキャッシュレス端末を導入して、その後も商店街全体で電子ポイント、デジタル商品券を導入する時に活用していただきたいと考えており、商店街全体での導入として、事業を実施している。今後、2巡目の商店街訪問も行うが、キャッシュレス端末を単なる決済機能として使うのではなく、まちバルなどのイベントで、電子チケットを活用するなど、導入後の使い方を伝えながら、商店街におけるキャッシュレス端末の導入を促したい。

平松委員

- 1 「Ⅱ 経営支援の主な取組」について、「Ⅰ 企業・事業所の現状」において、後継者不在率64.1%とされており、事業承継が非常に重要となるが、事業承継・引継ぎ支援センターによる相談が2,869件、そのうち67件が成約にとどまっており、今後事業承継をどう推進していくのか。
- 2 Ⅱの「3 ポストコロナを見据えた支援」について、常設のマッチングサイトを構築・運営し、取引拡大を支援していくということだが、どのくらい取引拡大が実現したのか。
- 3 「Ⅲ 商店街・サービス産業支援の主な取組」について、「新たな機能の整備等への補助」として2件の実績があり、商店街の方々がやる気が必要な取組ではあるが、補助枠に対して、2件の実績は少なく感じる。商店街を訪問し、様々な話を聞いているとのこ

とだが、実績が2件にとどまることは、何が原因であり、どう改善していくのか。

- 4 「(1) 商店街に対する支援」について、「空き店舗の解消」も重点的に支援するようだが、職員が細かく商店街を回り、地元の商店街会長からも評価の声を聞いているものの、店舗の上が住居スペースのものなど、単純にマッチングすればよいものではなく、今後どう対応するのか。
- 5 「IV 観光関連の主な取組」について、マイクロツーリズムやアウトドア、ワーケーションなど、トレンドが変わり、取組が進んでいる。ワーケーションでは、様々な協議会等も立ち上がり、関東では神奈川県がモデル事業を実施するなど、当県でもワーケーションには大いに可能性があると考え、現状の考え方と今後の取組について伺う。

産業支援課長

- 1 事業承継・引継ぎ支援センターでは、より困難な事業承継である第三者承継を主に取り扱っている。事業承継ネットワークを構成している、取引のある金融機関などで、まず一次的に相談を受け、家族内承継などの比較的容易なものは、ネットワーク内でするだけ消化をしていく体制で対応している。そのため、困難事案を処理していくことが課題となっている。平成29年から後継者不在率が減少傾向にあるが、国が事業承継5か年計画を立て、M&A、事業譲渡についても、補助金などの支援体制、支援メニューが増加しており、これらを活用して、少しずつ数を増やしている。さらに、経営者の平均年齢が年々高まっていることも課題であり、いまだに事業承継が足りていないものと捉え、帝国データバンクのデータを活用し、残すべき企業として社長の年齢が60歳以上の会社のような条件で抽出して、10,000社以上にダイレクトメールを送って、注意喚起などを実施している。
- 2 常設マッチングサイトは、業者の選定が終わり、現在開発中である。年内を目途に開発して、テスト運転、受注企業・発注企業それぞれに業者登録していただく。民間では、ウェブベースでのマッチングがメインになるが、産業振興公社に在籍するマッチング担当者も関わりながら、今後マッチングをしていく流れを想定しており、彩の国ビジネスアリーナが開催される2月に合わせてオープンする予定である。

商業・サービス産業支援課長

- 3 商店街訪問した際のヒアリングでは、約3割の商店街から、現金決済で支障がなく、顧客が利用しないとされ、25%程度が手数料負担を挙げている。まずはキャッシュレス決済の導入による現金の取扱いリスクがなくなるなどのメリットを説明するとともに、それ以降の使い方も伝えながら、導入に向けた検討を促したい。
- 4 まずは空き店舗を貸し店舗化することが非常に難しいと考えており、過去の事例では、地元の不動産業者と連携して、オーナーと交渉して、貸し店舗化するという事例がある。今年度は重点支援の結果、1件補助しており、その事例では地元の不動産会社だけではなく、市、商工会議所、金融機関で構成する団体を作って、空き店舗対策をしていくことを考えている。そうした事例も含めて、周知していき、商店街に対して空き店舗対策を促していきたい。

観光課長

- 5 コロナ禍で、旅行のトレンドが変わり、マイクロツーリズム、アウトドア、ワーケーションなどが注目されており、こうした旅行者や働き方のニーズを捉えて、本県に訪問したい方を増やすことが重要と考えている。ワーケーションについては、民間の調査で

は、ワーケーションしたい地域として、北海道、沖縄県など、非日常的な地域が上位にあり、本県はその逆になるが、その一方で、旅行業界の方々とワーケーションに関する意見交換をしたところ、都内で働いている方々が日常的に年に何度も来ることができ、ゴルフなども行いながら、用があればすぐに会社に戻れるロケーションであり、現実的にはそうしたワーケーションの可能性もあるのではないかという話もいただいている。こうした本県の可能性、売りをよく見極めながらPRして、本県への来訪者を増やしていきたい。

平松委員

- 1 事業承継について、ダイレクトメールで注意喚起しているということだが、商工業者の方々と意見交換していると目の前の仕事に追われてしまって、止まっていることもあると聞く。早期に検討し、対策を行っていくことがうまくいくことにつながると思うため、ダイレクトメールを送る以外の喚起策についても、更に進めていただきたいと思うがどうか。
- 2 Ⅲの2「ウ 新たな機能の整備等への補助」について、実績が2件にとどまっているがなぜか。

産業支援課長

- 1 意識啓発は非常に重要と考えている。直接企業に接している事業承継ネットワークを構成する商工団体や金融機関の掘り起こしが非常に大切であり、事業承継ネットワークを通じて、金融機関による気付きを促すための簡易シートの配布など、直接的な接触も拡大している。

商業・サービス産業支援課長

- 2 国庫補助制度を活用して令和3年度から開始しており、国が採択する制度になっている。国の募集を踏まえて、県内商店街に対して、本制度で補助する新たな機能整備の実施を呼び掛け、2件の提案があり、その2件が国に採択されている。

村岡委員

- 1 様々な努力をしている一方、長期間、本県の地域経済が右肩上がりに上昇しているとは言えない局面にあり、「I 企業・事業所の現状」は衝撃的な内容である。「1 県内企業数」について、2022年版中小企業白書出典とされているが、10年前、20年前の企業数の推移、大企業・中小企業・小規模企業の推移に特徴があるか。
- 2 Iの「2 県内企業の後継者不在率」について、全国平均より高く推移してきた要因、平成29年から改善している要因をどう分析しているか。
- 3 「3 県内商店街数の推移」について、緩やかに減少しているという説明があったが、20年間で376商店街が消滅しており、年平均で約19商店街が消滅していることになり、この状況が止まらなければ、単純計算すると42年で県内から商店街が全て消滅する危機的状況だと思う。様々な中小企業振興策が講じられてきたが、20年間歯止めがかかっておらず、県としてどう受け止めているのか。
- 4 「V 資金調達の円滑化支援の主な取組」について、「据置期間の延長や借換えなどの相談に柔軟に対応していただくよう、金融機関及び信用保証協会へ要請を実施」とあるが、あくまでも県からお願いに過ぎず、実際に当事者が窓口で相談すると厳しい対応をされることもあると聞き、実際に協力の確約はどうしているのか。

産業労働政策課長

1 2012年が大企業242、中小企業174, 574、小規模企業153, 792であり、2001年が大企業302、中小企業197, 256、小規模企業175, 158である。大企業については、一度落ち込んだ後、近年増加傾向にあるが、小規模企業の減少が全体の減少につながっている。

産業支援課長

2 一般的に、年齢層が若ければ後継者の不在率は高くなるため、年齢層の影響を受けている点が挙げられ、それに加え、当県は開業率が全国2番目に高く、新陳代謝が比較的盛んな県であり、新しく開業したばかりの会社では後継者が決まっていないことが多く、後継者不在率が高くなる原因と考えている。また、平成29年から後継者不在率が低下している要因は、平成29年度から国が事業承継5か年計画として集中的に取組を開始し、当県でも、平成30年に事業承継ネットワークを作るなど、事業承継に力を入れてきたことが影響しているのではないかと考えている。

商業・サービス産業支援課長

3 外的要因としては、郊外型の大規模小売店舗の増加、インターネットショッピングの普及による売上げ減少などが影響していると考えている。また、商店街自体の内的要因としては、店主の高齢化に伴う後継者不足により空き店舗の増加、店舗の老朽化・陳腐化などにより商店街が衰退していると考えている。

金融課副課長

4 個別の保証・融資案件の審査については、県が関与できないため、実際に保証・融資の審査を行う保証協会・金融機関に対して、個別の相談にきめ細かく柔軟に対応いただくよう従来から要請を行っており、要請を行う際には、実際に中小企業からの相談を受け付ける窓口となる各支店に対しても内容をしっかり周知していただくようお願いしている。また、保証協会や金融機関とコミュニケーションを図り、お互いの状況を理解することが重要であると考えており、定期的に保証協会や金融機関と意見交換を実施し、融資先への経営支援の状況や条件変更の対応状況等の確認を行っている。本年6月に実施した意見交換会では、条件変更に対して、本部にセンターを設置してサポートしているという話に加え、条件変更については資金繰りの悪化している企業に対して、据置期間を延長する対応をしているという話も伺っている。引き続き、こうした意見交換の場なども活用しながら、金融円滑化の要請に応えていただくよう、しっかりと意思疎通を図っていく。

村岡委員

1 全国には、活気があり視察が相次ぐ模範とされる商店街もあると思うが、県として把握しているか。

2 地域から商店街が次々消えている要因の一つには、量販店、大型店、ネット販売の影響などもあると思うが、県として政策を考えているか。

3 インボイス制度が実施されるため、今中小企業、特に小規模企業からは、税負担が重くなり、廃業するしかないという声も聞くが、県として何か対策を考えているか。

商業・サービス産業支援課長

- 1 昨年度、中小企業庁が効果的な取組を行っている商店街について、「はばたく商店街30選」を発表しており、本県でも、新狭山北口商店街が選ばれている。また、今年度、商店街づくりのノウハウを記載した「商店街における取組事例集」が公表されており、本県でも、みやのかわ商店街と北本団地商店街が選ばれている。県内にも、こうした模範になる取組を行っている商店街があり、新狭山北口商店街、北本団地商店街については、県が平成30年度から令和2年度にかけて、重点的に支援した商店街の一つになっており、こうした取組事例を各商店街に紹介し、参考にさせていただきよう、現在取組を進めている。
- 2 大規模小売店舗立地法の届出の対象になった大型店が商店街の街区に立地する場合、県から地域商業に貢献する観点から商店街に加入し、商店街が祭りやイベントを行う際、協力するよう働き掛けている。商店街は、単に商品を売るだけではなく、イベントの実施などにより、地域のにぎわいを創出し、町の防犯や治安への寄与、地域コミュニティづくりの担い手の役割も期待されていることを商店街の方々にアピールしていただき、商店街に多くのお客様が来るよう取組をしていただくよう働き掛けている。

産業労働政策課長

- 3 インボイス制度では、事業者が税務署に登録しない場合は、取引相手が仕入税額を控除できず消費税額が大きくなってしまふことから、取引に影響が出るおそれがある。そのため、登録促進に向けた周知が重要と考えており、これまで彩の国だより、ポスター、リーフレットによる制度の周知を行ってきた。また、DX推進ネットワークのホームページにおいても、インボイス制度の導入に向けたセミナーを動画配信している。今後もより多くの事業者に対して、インボイス制度の情報を届けるため、事業者向けのSNS、メールマガジンなどの多様な手段を活用していく。一方で、免税事業者が登録を行い、課税事業者に移行することで納税負担が増すことも考えられるため、地域の身近な相談機関である商工団体などの相談等を通じて、経営支援が行われるよう働き掛けていく。

村岡委員

- 1 県内にも模範となる頑張っている商店街があるという答弁があったため、大いに広めていただきたい。(意見)
- 2 後継者不在率について、平成29年から改善してきたのは、政策が功を奏したと思う。大変な部分があっても、政策によって改善する可能性があるため、しっかり対応していただきたい。(意見)

本木委員

- 1 「Ⅰ 企業・事業所の現状」、「Ⅱ 県内企業の後継者不在率」について、平成29年をピークに下がってきているが、企業の数にかかわらず、後継者のいる企業の割合が増えなければ後継者不在率は改善しないと思うがどうか。
- 2 Ⅲの2(1)、「エ キャッシュレス端末を導入する商店街への補助」について、昨年度の産業労働企業委員会でカード会社による手数料の違いを質問しており、その際には県の進めようという意気込みを感じたが、商店街の補助が2件にとどまっているにもかかわらず、50%の商店街で導入していることに違和感があるがどうか。

産業支援課長

- 1 帝国データバンクの調査を出典としており、後継者不在率は、各年代の経営者に後継者不在者がいるかのアンケート調査結果として毎年公表される定点観測できる数字の一つであり、後継者の状況を把握するための数値として使用している。後継者不在率の中には、後継者を決めずに廃業しようとする方も含まれており、そうした企業が減ると、後継者不在率も下がる相関関係にある。

商業・サービス産業支援課長

- 2 昨年12月定例会の補正予算で実施しており、その結果2件になっている。その際、おおむね50%程度の商店街がキャッシュレス端末を導入している推計により積算しており、実際に確認したところ51%程度であり、推計値と余り変わらない。9割以上の商店街に導入していただくよう予算を計上しているが、商店街訪問をしたところ、現金決済で支障がない、手数料負担があるという意見をいただいております、単にキャッシュレス端末を使うだけではなく、今後、端末を使って商店街で活用できる電子チケット、電子商品券発行などのDX推進のための活用を見据えて、導入していただきたいと考え、事業を進めている。

本木委員

後継者不在率は、帝国データバンクの調査からの出典であるが、県でも独自に数値を把握しているのか。

産業支援課長

統計的調査は実施していない。

鈴木委員

- 1 IVの1(1)「ア 大河ドラマを軸とした観光プロモーションの実施・集客」について、2年連続で本県が大河ドラマに取り上げられたと説明があり、NHKの大河ドラマ頼りとも感じられるが、観光プロモーションの実施・集客による実績として、集客規模、経済効果について伺う。
- 2 「イ アニメ『クレヨンしんちゃん』を活用した観光プロモーションの実施」について、作成したPR動画の再生数、経済効果について伺う。
- 3 IVの1「(2) V T u b e r を活用した物産観光のPR」について、観光PR動画6本をY o u T u b e で配信したと説明があったが、再生数、経済効果について伺う。

観光課長

- 1 2年連続大河ドラマにゆかりがあるため、観光振興に活用すべく取り組んでいるが、昨年度は、新型コロナの影響を受ける期間がかなり長く、都内からのバスツアーを20台分募集しても、3台の催行にとどまるなど限定した状況になった。深谷市で運営する大河ドラマ館についても、市と連携してPRしたが、予想より低調な集客となっている。経済効果については、把握できていない。今年度は、8月に、東松山市において大河ドラマに出演する俳優を招いたトークイベントを実施し、853人来場していただいた。また、本年10月からは、大河ドラマゆかりの地や周辺の観光スポットをめぐるスタンプラリーを開始しており、今後こうしたイベントを通じた集客人数を増やしていく。
- 2 これまで、本県はクレヨンしんちゃんのふるさとの場所としての限定的なPR活用を

行ってきたが、今年度はもっと積極的に全県的な観光地や物産をPRしていくよう、動画等を作成し、全国に配信している。また、7月21日から9月30日まで実施したスタンプラリーでは、県内全市町村にスポットを配置して行ったところ、約3,500人の参加があり、平均して四つ以上のスポットを回っていただいたため、延べ16,000人程度の訪問があった。

- 3 4本の長編動画が90,000回超、SNSのTwitterで、2本の短編動画を9月13日に発信しており、20,000回超の視聴数である。視聴者については、7割が県外から視聴しているというアンケート結果が出ており、広く県外まで情報発信ができています。また、現地を訪問した方が、訪問の様子をSNSで発信するなどの拡散もあり、VTube事業ならではの成果と考えています。

鈴木委員

- 1 大河ドラマで集客の期待をしていたが、新型コロナの関係で、昨年度のバスツアーは3台に限られたということか。
- 2 スタンプラリー等も始まってきたが、新型コロナの影響も落ち着いてきているので、今後大河ドラマを軸としたプロモーションの中で、深谷市に開設したドラマ館などを利用して、バスツアーを増やしていく考えはあるのか。

観光課長

- 1 県が企画した都内からのバスツアーで20台分であったが、実施が3台である。また、県の物産観光協会として、ゆかりの地を巡るバスツアーなども実施しており、好評をいただいている。
- 2 6月定例会において、県内の旅行事業者によるバスツアーを支援する補正予算が可決されており、現在、ツアーを実施した旅行事業者に対して、50,000円や100,000円の補助金を交付する事業を展開しており、新型コロナが落ち着いた状況にあるため、今秋の観光シーズンも見据えて、PRしていく。