

令和6年12月定例会 経済・雇用対策特別委員会の概要

日時 令和6年12月18日（水） 開会 午前10時
閉会 午前11時22分

場所 第6委員会室

出席委員 美田宗亮委員長
萩原一寿副委員長
金子裕太委員、林薫委員、松井弘委員、新井豪委員、新井一徳委員、
高橋政雄委員、武田和浩委員、小早川一博委員、石川忠義委員、
伊藤はつみ委員、諸井真英委員

欠席委員 なし

説明者 [産業労働部]
目良聡産業労働部長、浪江治産業政策局長、藤田努地域経済・観光局長、
久保佳代子雇用労働局長、内田貴之産業労働政策課長、
小沢きよみ商業・サービス産業支援課長、神野真邦産業支援課長、
横内治金融課長、松澤純一観光課長、高橋利維雇用労働課長

会議に付した事件

中小企業の振興について

林委員

- 1 まずⅠの生産性向上への支援に関して、経営革新計画の策定ということで説明をいただいた。1点目の質問が、承認件数の年度目標が1,000件とあるが、その目標はどのように決められているのか。2点目が、埼玉県が、承認件数が全国一であるということだったが、その要因などを教えていただければと思う。
- 2 次に、Ⅱの販路開拓への支援である。1点目として、産業振興公社による受発注登録情報に基づいたマッチングということがあるが、読んで字のとおりかと思うが、もう少し具体的に教えていただければと思う。例えば、受発注登録情報というのはどういったものなのか。2点目が、資料中に受発注登録企業とあるが、こちらも、具体的に教えていただければと思う。
- 3 最後、3点目、資金調達の円滑化に向けた支援で、資料中に、県が金融機関に利子補給を行うという点について、より具体的に教えていただければと思う。例えばであるが、信用保証協会との関係はどのようになっているのか。2点目、経営あんしん資金【経営改善おうえん特例】を7月に創設とあり、融資枠が300億円と設定されているが、融資枠300億円の根拠はどのようなものか。

産業支援課長

- 1 まず、経営革新計画の目標をどのように定めたのかということである。経営革新計画、この年間1,000の目標については、前の県の5か年計画、平成29年、こちらからさせていただいているものである。その2年前から埼玉県は全国一になっていたところなのだが、そのときにはまだ1,000件なかったところであるが、これを1,000件に引き上げて、実は、この経営革新計画というのは、47都道府県で100件に満たないところというのが実は半分以上というところなのだが、そこをもう断トツに埼玉県として、広げていくということで、1,000件という目標を掲げて、今は二期目の県5か年計画になっているところである。それから、この1位、1,000件を達成できている要因ということであるが、逆にこの1,000件を達成するために、埼玉県は、商工会議所や商工会などの商工団体、それから中小企業診断協会などと協力をして、申請からフォローアップまでの一貫体制というのを築いて、オール埼玉で取り組んでいるところである。これが功を奏して1,000件を達成できるものと考えているところである。
- 2 続いて、販路開拓の支援についてである。まず、受発注登録情報をもとにしたマッチングとはどのようなものか具体的に、のところである。まず、受発注登録企業というものであるが、こちらは、公社にマッチングを希望する企業、受注側企業、発注側企業、それぞれ登録を頂いている。具体的な情報としては、発注企業の方については、どのようなお仕事をされてるのかという、一番の企業情報とか、それからどんなところと取引をしているのか等の基本データに加えて、半年に1回、これからどういう発注をするのかという発注情報の方をアンケートでとっている。それに対して、受注側の企業、こちらについては、正にどんなことができるのか、どういう設備を持っているのか等、そういった情報を登録させていただいている。これらの情報を基に、例えば発注側からこういうことができる企業がないかな、と言われたり、逆に受注側から、こういうところを我々できるんだけれども、それに対して発注してくれそうな会社はないかという相談が

あったときに、こういったデータを基にマッチングしているところである。登録企業についてであるが、先ほど申し上げたような、データを登録していただいている企業、それから、今オンラインのS-Searchという、サイタマ・サプライヤー・サーチエンジンというものを設けているので、こちらにも登録されている企業になるが、まず、受注側の企業が3, 143社、それから発注側の企業として1, 848社登録されているところである。

金融課長

3 まず、県が金融機関に利子補給を行うという点について、より具体的にということであった。県制度融資において、県が金融機関に利子を補助することで、中小企業の方が低利で金融機関から融資を受けられるよう利子負担額を軽減する、というのが利子補給制度ということになる。例えば、使い勝手の良い汎用資金である、事業資金・一般貸付というメニューでは0.1%、資料にもあるが、伴走支援型経営改善資金で0.6%、経営あんしん資金【経営改善おうえん特例】で0.4%の利子を、県が金融機関に補助しているところである。また、信用保証協会との関係という質問もあった。こちらであるが、法的裏付けのある信用保険に支えられた信用保証制度、こちらを利用することで、中小企業の方の資金調達を支援しているものである。また2点目、経営あんしん資金【経営改善おうえん特例】の融資枠を300億円に設定した根拠である。令和6年度当初予算においては、伴走支援型経営改善資金を創設した令和4年度の融資実績が303億円あった。こちらと同程度の融資枠を設定しているものである。本年7月のスタート以来、10月末現在で、4か月で58億円の実績があった。順調に利用されているものではないかと考えている。

林委員

Ⅱの販路開拓に関してであるが、今の説明で理解したが、県の支援のスタンスというのはどうか。何を言っているかということ、県が販路をマッチングするというのはどこまでの範囲の業務を指しているのか。例えば、こういう企業がいるから、紹介するから行きなさいよ、というところで終わりなのか、その後、業者の方、例えば、会いました、いくらで買うよ売るよ、というような価格交渉まで伴走の支援、それぞれかと思うが、スタンスについて、教えていただければと思う。また、その後の成果をフォローアップしているのかどうか。例えば紹介だけであつたら、簡単に言えば、こんな企業いるよ、会ってくれば、と、それで仕事が終わるということではないと思うが、きちんとフォローアップしなければ、どういった会社かデータだけでは分からない。こんな会社は、こんな会社とマッチング、出会いを求めているよ、というのは、県として、より深く知るべきではないかなと思うが、そこについて教えていただきたい。

産業支援課長

販路拡大についてお答えする。

まず、県のスタンスであるが、こちらは基本的に紹介するまで、紹介した後は、それぞれ民で、まさに交渉していただくという形になっている。ただし、それで終わりというわけではなく、その後、正に成果の方の確認があるので、紹介してから3か月後にどうなったかというのをヒアリングしている。そこで、まだ継続して交渉中であるとか、そういうことであつたならば、今度は1年後にどうなったか、というのを再び聞かせていただき、その結果というのをデータベースに載せるという形でフォローアップしているところであ

る。

金子委員

- 1 まず、Ⅳの商店街支援に関してである。こちら、ソフト・ハード事業の補助として、当初予算の方で、地域商業活性化支援事業というのが8,900万円ほど計上されていて、この中で、ハードとソフトが4,675万というのが、当初予算であるのだが、今ここで使われている金額を足すと、大体2,000万円ちょっとぐらいということで、半分ぐらい、まだ10月現在で使われていないというところが見受けられるのだが、具体的に、どのようなものに使われているのかということと、残り4か月ちょっとぐらいで、この予算の進捗がどうなるのか、執行率がどうなるのか、というところを教えてくださいたいと思う。
- 2 2点目として、この補助金、特にハードの部分というのは、商店街の皆さんにとって、街路灯のLED化というところで大変役に立っていて、特に私の鴻巣市でも、これを使って、水銀灯から変えているみたいなのところもあって、もうかなり、ありがたい補助金だとは思っているのだが、一方で、商店街のにぎわい創出というところに当たっての抜本的な解決には、ちょっと至っていないのではないかなということを思っていて、これ、補助金の予算の組み方として、ソフト・ハード事業で一体となって4,600万となっているが、ハードはハードで既存のものを直すというのはもちろん大切であるが、本質的な商店街のにぎわいというところに、もうちょっと予算を振ったりとか、そういう考えがないのか、今の状態についてどう思っているのか、というのをちょっと伺いたいと思う。
- 3 続いて、観光関連事業者への支援ということで、こちらFAMツアー、海外のインフルエンサーや旅行会社などを招いて、知ってもらって向こうで広げてもらうみたいなプロモーションをやっていると思う。これ、今年台湾をやったのかなと思うが、この台湾でやった結果、台湾国内でどんなプロモーションが行われ始めているのかであるとか、新たな旅行プランの作成につながっているのか、またどんな人たちが来て、どういった体験をしてもらったのか、その辺りを、この事業での効果というのを教えていただきたいと思う。

商業・サービス産業支援課長

- 1 まずは、予算の執行状況である。今現在半分ぐらいの執行状況であるがどうか、ということであるが、10月末現在であると、例えばソフト事業の補助は10月末現在で見ますと35%ぐらいで、11月末で見ると40%ということで、秋から冬にかけて申請がだんだん多くなってくるということもある。それから、ハードの事業に関しては、これ、市町村への間接補助になっているので、年度当初で100%、ハード補助の方は全て終わりということになっている。それから、DXの補助については、この資料の10月末現在であると42.9%になるが、11月末現在であると、また実は申請1件増えているので、進捗率としては57%ぐらいということになっている。まだ申請受付が来年1月、2月ぐらいまでということになっているので、まだこれから、まだまだ利用いただけると、逆に利用いただきたいときに足りなくならないようにしなければいけないという、私たちはそちらの心配も実はしているところである。
- 2 続いてハード補助であるが、ハード補助、確かにLED化に多く使われているという現状がある。今年度の実績についても、ほとんどがLED化、あとは防犯カメラをつけたい、それから商店街の音響設備を更新したいというものであった。商店街のにぎわい創出の抜本的解決に、ということであるが、これは確かに委員指摘のとおりソフト・ハー

ド合わせて、にぎわい創出というのを考える、それで抜本的な事業を組立ててはどうかという話だったかと思うが、確かにそういったことも非常に有効だと思う。それを、逆に、この県のような補助事業もうまく組み合わせて使っていただくことで、可能であるのかなと思う。今、にぎわい創出事業という、やはりソフト事業の補助を使われる商店街が非常に多くなっている。例えばこのにぎわい、いわゆるイベントもの、季節イベントもので使うということが多いので、逆に季節イベントものでハードってなかなか、必要でないと思う商店街が多いということで、ソフトのみで使うところもあるが、例えばDX補助は、今までのスタンプシールをデジタルスタンプカードにしようとか、そういったもので申請をしていくところが割と多くなっている。そういったデジタルスタンプカードにして、それを使うイベントとか、そういった、こう組み合わせて、DXの補助とソフトの補助を組み合わせるなど、様々なそういった方法もあると思う。こういったことを例えば商店街の方で、例えばハードとソフトを組み合わせて何かやりたいということがあれば、個別に丁寧に相談に乗っていきたいというふうに考えている。

観光課長

- 3 FAMツアーの効果、どういったことにつながったのかということである。台湾の旅行会社の方、あるいはインフルエンサーの方などを招いており、川越とか西武鉄道さんのラビューや、大宮盆栽などを案内している。その結果であるが、台湾における旅行プラン、日本にお見えになる旅行プランが5件ほど、作成、企画されており、計81回くらいの催行、これは5件のプランで、日付が違うものがたくさんあるので、計81件ほどという形で、今のところ催行が予定されている。また、インフルエンサーの方については、フォロワーが220,000人ぐらいいるそうだが、埼玉県のことばポスト、具体的には大宮盆栽などをポストしていただき、発信をしていただいているところである。

金子委員

- 1 1点目が商店街の活性化のところで、今、答弁の中では、季節もののイベントなどそういうものがソフト面では多いというようなところでお答えいただいたところだと思う。私が言いたいの、ソフトとハードを一体化してという話ではなくて、ハードはハードで、もうLED化などは、もうこれは必要なので絶対に、今のポイントカードも古くなってるのを変えるというのは商工会としてもやりたいという話を聞いているので、それはそれで置いておいて、もっとソフト事業の活性化につながるような、事業の幅を、単発物のイベントも必要である。それも必要だが、それだけだと結局商店街の若手がちょっとやって、全体的に広がっていかないというのを、私いろいろ感じていて。4年ぐらいにNEXT商店街プロジェクトとかやっていたではないか。あれは、2年間とか継続にわたって、商店街のチームビルドからやって広げていこうみたいな、あれすごくよかったと思うのだが、令和2年で終わってしまっているが。ああいうものを今後やらないと、もっと商店街が減ってしまうのではないかと、若手がどんどん上に押し潰されて、やりたいこと、やりたいという人はいると思うので。そういう、マッチングとかチームビルドとか、そういうところにもっと予算を割いてもいいのではないかなとか、そういう専門家チームをつくってもいいのではないかなと思うが、その辺をちょっとお伺いしたいのが1点目。
- 2 あと、旅行プラン、観光の、先ほどのインフルエンサーを呼んだりとかという話があったかと思うが、この辺の、220,000人のフォロワーのポストとかというのは、その辺から何か、その人に更にその新しいプランを広げてもらうとか、そこまで追っ

ているのか、やって終わりではなくて、あともっと広げるような、せっかく捕まえたのであれば、その人と協力して台湾でもっと広げるとか、そういう、そこまでの考えがあるかどうか、お伺いする。

商業・サービス産業支援課長

- 1 NEX T商店街プロジェクトは、委員の言うとおりに、平成30年度にスタートして3年間ということで、高い意欲とそれから危機感を持った、でもどう具体的にどう動いてよいか分からないというところの商店街に特化して、2年間ということで集中支援をしたというもので、これ、私どもも、その前まで、割と押しなべて公平に、という補助が多かった中で、革新的な事業であった。その当時、NEX T商店街であった商店街の皆さん方、今も商店街活動をしているところで我々訪問したりすると、当時の経験があるからこそ今こうして活動できている、という非常にうれしいお声を頂いているところである。また、近年、商店街活動をめぐる状況は更に変化してきているな、と私たちは見ている。例えば、その商店街の皆さん、商店主の皆さんだけではなく、その街が好きな若年層のグループとで商店主の皆さんが連携をして活動しているとか、そういう、新しい例が見受けられるようになってきた。例えば、そういったいい流れをつかんでいけるような事業みたいなものを、現在の事業であれば、専門家派遣とソフトの組合せ補助みたいなことでもフォローできるかと思うが、そういったいい流れをつかんでいけるような事業などを、商店街活動に新しい取組を入れていくと、それを継続的に支援をしていくという形をして、頑張っていきたい商店街を、しっかり支援できるような方策というのを、これから考えていきたいと思う。

観光課長

- 1 点訂正する。先ほど、台湾の方をラビューで案内と申し上げたが、ラビューは、造成された旅行プランの中に入っているということで、そこ間違えであったので、訂正させていただく。
- 2 インフルエンサーの方のポストは、そのあとリポストがどこまでおこなわれているか、全部追いかけているわけではないが、そのあとの広がりもある。それからメディアの方も招請しており、メディアの方が例えば大宮盆栽のことなど取り上げていただいているので、台湾はもともと日本に関心を持たれている方が多いため、そういった意味では、台湾の方にそういったものが浸透すると同時に、旅行プランもあわせて造成されていくということで、よい循環が回っていくということを期待してこの事業をおこなっているところである。

金子委員

今のインフルエンサーのところであるが、今言っていることは分かるが、多分今このSNSの数が、旅行などのプランにおいても、商法としてもう一番にくるぐらいのことになっていったときに、SNSの関係での広がりというのをきちんと追っていかないと、多分やってやりっ放しで終わってしまうと思う。なので、そこまできちんと追いかけていただいて、その方と関係を築けば、多分勝手に上げてくれたりとかする。今のインフルエンサーってそういう人たちが、海外の仲間とかに広げてくれたりとか、そこまでやると更に波及するのではないかなという、そのSNSの仕組みをもうちょっとこっち側もちゃんとその業界のことも調べつつ、界限に広げていくというのが必要なんではないかなと思うが、その点についてどうか。

観光課長

こういったFAMツアーの実績でももちろんよかったものなどについては、協会の方で多言語SNSを発信しており、それがどの辺の界隈で受けているかみたいなのも分析しているので、頂いた指摘も踏まえて、そういった更なる広がりフォローをしっかりおこなっていきたいというふうに考えている。

松井委員

- 1 生産性向上支援の中の2番の事業再構築支援、これ、それぞれデジタル技術とグリーン成長戦略の補助金であるが、具体的に申込み等はどのくらいそれぞれあったのか。というのは、大変ハードルが高いという話もちろほら聞くが、その辺の申込みの件数をお願いする。
- 2 そして、同じくその内容の4番の省力化支援の中で、それぞれ中小企業の設備投資の補助になっているが、具体的にどのような取組を採択して、どのような業種に補助金が出たのか、その辺をちょっと確認をさせていただければと思う。

産業支援課長

- 1 まず一つ目の事業再構築支援、こちらの申請件数である。デジタル技術を活用した開発等への申請が101件であった。それから、グリーン分野への進出、こちらへの申請が26件あったところである。
- 2 続いて、省力化支援の方の補助金である。まず、具体的な、どんなものに補助したかであるが、例えば、建設業界であると、主に測量をされてる方から、レーザースキャナー、こういったものが欲しいとか、それから生産ラインであると、品物の検品、これを手でやっていたものを、今AIカメラでできるような自動検査機器、こういったものを入れたいとか、あとはITソフトであると、同じく、製造現場で図面を多く手で書いていたもしくは2DのCADで描いていたのを、3DCADを入れてモデリングまでできるようにしたりなど、そういったものに対しての補助を行ったところである。業種であるが、製造業が最も多く31%、それから今測量など申し上げたが建設業が18%、続いて、飲食のサービスなどが10%というところであった。

石川委員

DXの推進について伺う。県産業振興公社のDXコンシェルジュと商工会連合会などに設置しているDX推進員の違いを教えてください。

産業支援課長

まず、産業振興公社に置いているDXコンシェルジュというのが、ステージに応じた支援ということで、DX化のステージ、初期段階のデジタイゼーション、それから中期段階のデジタルイゼーション、それから正にトランスフォーメーションの3段階にそれぞれ3人ずつ、合計9名のコンシェルジュを置いている。で、DX推進支援ネットワーク、こちらのメンバーとか、それから、それこそ直接、事務局である公社に来た相談に対して、まず初期段階のコンシェルジュについては、それこそ、具体的に例えばキャッシュレス決済の導入だとか、こういったものに対して、導入の支援を直接現場に行ったりして行っている。それから、ツーステップ目、デジタルイゼーション、こちらについては、具体的にシステムを入れたりなどの段階になるので、そうすると、そういうシステムインテグレーターとかそういったところとのマッチングを、まずそもそもそういったところって具体的に

どういふシステムにしたらいだらうかが分かっていなかったりがあるので、そういうまず発注のところで、仕様書を作るのをコンシェルジュが手伝ってあげて、その上で、具体的にそれができる業者さん、これも、埼玉県DXパートナーとして登録いただいている企業があるので、その企業の中からマッチングさせていただく。トランスフォーメーションの段階であると、もっと具体的に、企業全体をどう変革していくとか、そういったところから計画を立てなくてはいけないので、具体的に企業を訪問してヒアリングをして、DX戦略をつくり、その上でどういふシステムを作るかというのを伴走支援をしていると。まず、コンシェルジュはこういう支援をしているところである。それに対して、DX推進員、商工会議所、商工会の連合会でそれぞれ2名ずつ置いている。こちらは、まず一つ目の使命としては、商工団体が直接やはり企業を支援している、主に小規模事業者が多いが、こういったところの第一線の経営相談員の方々、まずはこの方々がデジタル化の支援をできるようにということで、この方々のスキルの向上というのがある。そのためには、一緒に現場に行ったりとか、そうして具体的にどのように支援するのかというのを見せてあげたりとかということも兼ねて、DX推進員が経営相談員と一緒に企業に出向いて支援をしたりしている、といったところである。

石川委員

そうすると、DX推進員の仕事をDXコンシェルジュが補完したりとかってそういう意味合いでは全くないということか。

産業支援課長

その指摘であるが、最初DX推進員というのは、連合会につけるということで、実は政策課のほうで所管していた。ところが、今後やはりこれを一体運用をしたいということで、支援課の方に引上げて、コンシェルジュと推進員とで連絡会議とか、そういったことをきちんと行うようにして、推進員で例えば正にキャッシュレス決済の相談だとか、そういったものが来たときには、先ほどの初歩段階のコンシェルジュに引き継いだりとかという形で一体運用してるところである。

石川委員

DX推進員の方で2名ずつ、商工会議所連合会と商工会連合会にお願いしているということで、今の相談員さんと一緒に回っているということであるが、需要に対して応えられているというふうに県では考えているか、今現状どういふふうに考えているかお願いします。

産業支援課長

件数が増えてきて、昨年度については、少し待たせていたという現状が生じていた。そのために、一体運用いわゆる応援体制、こちらを整えるとともに、やはり現場と一緒に行的てしまうと、1日に1件とかしか対応できなくなってしまうので、経営相談員は現地に行って、推進員はオンラインで、という形で、正にオンラインを活用することによって1日に2件も3件も対応できるという形の対応の仕方を工夫することなどによって、今のところ今年はそう待たせることなく対応できているというふうに聞いている。

石川委員

両団体から話を伺っているが、このDX推進委員の方、ちょっと配置が少なくて、やはり、待たせていて来年度に対しても推進員を増員ということで話を我々伺っているが、そ

うということについて今まで話し合いをしたこと、あるいは要望を受けたことがあるか。

産業支援課長

要望の方はこちらにも存じ上げており、それから直接団体からはこちらに相談を頂いたりしたところであり、それを受けて、まさに体制の見直しとか、オンラインの活用とかそういったところを、相談させていただいているところである。

小早川委員

- 1 1点目が、Ⅳの省力化支援に関して、本事業に関しては国の中小企業の省力化投資補助事業の動向を調査しながらの、今年度の事業のスタートだったという認識をしているが、非常に短期間の、そういう意味では短期間の申請の中での、今年度の事業というふうに捉えている。その上で現状の補助件数、金額については、どう県として捉えているのか伺う。それから、もう1点が、購入する機器によっては短期間ということもあり、商品の不足等々で納入まで時間がかかるケースというの、要は年度内に事業執行できないケースもあるのではないかとというふうに懸念するところであるが、その場合の対応についてはどのように考えているのか伺う。
- 2 それから、大きな二つ目が、先ほど林委員から質問のあった販路開拓支援のところに関連するが、発注に対してその受注、マッチングの件数が1,065件ということだったが、これは全体の率的にはどうなのか、というところを伺う。

産業支援課長

- 1 まず、一つ目の省力化補助についてである。委員指摘のとおり、今回、初めての制度であり、準備に時間をかけさせていただいた。その準備というのが、正に業界団体や申請するであろう事業者から、ヒアリングを、どのような省力化機器があったらいいだろうとか、どういうふうな補助金を使いやすいだろうとか、そういったところを丁寧にヒアリングをして、制度設計をさせていただいたところである。募集開始そのものは8月になって、遅くなってしまったが、そういったヒアリングをやりながら、同時並行で、5月から補助金のあらましなどをホームページに載せたりとか、ヒアリングをした業界に、補助金、こういうのを今つくろうとしているので、これについては周知をお願いするとか、そういったことをあらかじめしており、先だって準備をしていただけるように心掛けた。そういったことが功を奏して、まず、国の省力化補助金より使いやすいという評価を頂いたとともに、申請件数についても、想定していた100件を上回る134件申請が出てきたというところであるので、それなりに意図したところが実現したかなと考えている。金額については、今回、機器のほうを我々は結構多いだろうと想定していて、2億円を積んでいたが、実際蓋を開けてみたところ結構IT関係が多く、IT関係は、最近クラウドだとかライセンスということで一度にそんなに金額が出てこないということもあったので、金額についてはちょっと2億円を欠いてしまったというところであったが、それも逆に使いやすくするために、クラウドなどを認めたところによるかなと考えているところである。それから、事業期間を超えてしまうというところについてであるが、事業期間についても、通常、単年度の補助金であると、事業の終期というのは1月ぐらいに設定するが、これはなるべくぎりぎりまでということで、2月のいっぱいという形で、あらかじめお知らせをした上で募集させていただいたところである。そのため、現在のところ、一応計画は皆さん2月に間に合うという形で出してきて、現在のところ間に合いそうもないという相談は受けてないというところで、今のところ

は何とか皆さん、事業期間内に収まっているのかなと。もしも、例えば昨年であると、能登の地震、これでやはり急きょ納期が間に合わなくなった、そういう相談があったので、こういった相談があったときには、柔軟な対応を検討していきたいと考えているところである。

- 2 それから、販路のマッチングの1,065件、こちらであるが、そのうち、今のところ、既に成立したというふうにフォローできているところ、こちらが132件である。ただ、この132件というのは、1,065件に直接対応しているものではなく、前年度から継続して交渉していたものとかが、今年度になって成立した数という形で把握しているので、純粹にリンクしているものではないが、今年度になって成立しているのが132件あり、なかなか一般の営業というのは一生懸命足を棒にして回って、それで案件を獲得してくるということから考えれば、決して悪い率ではないと我々は考えているところである。

小早川委員

二つ目の販路拡大の方だが、今年度の受注132件ということだったが、この、あくまで先ほど、紹介までが支援範囲ということと成果の確認をされているというところであったが、この紹介するまでという意味では、この発注数に対して、受注のマッチング率というものは、基本的に100%できているということなのか。そこをちょっと確認させていただきたい。

産業支援課長

相談を受けたものからマッチングまで100%いくかというところでよいか。先ほど申し上げた、相談を受けてデータベース上まず候補企業をつくる。その上で、相手に断りなく紹介するのではなく、相手に、こういった案件が来ているが、こういった企業がそちらを伺ってよいかというところまでをきちんと間につないでいる。であるので、そこで断られてしまったりすると、よい案件が見つからなかったりということになってしまい、マッチングする先がちょっと紹介できないということが起きたりということもあるので、100%マッチングできているという形にはなっていないところが実情である。

小早川委員

そうすると、紹介できている率的にはどれぐらいが、もし分かればだが。お願いできるか。

産業支援課長

こちらの1,065件は逆に紹介できた件数である。であるので、その前に相談を受けていて、紹介できなかったというところが、今ちょっと数字は持っていないがあるという形になっている。

小早川委員

追加でもう一つなのだが、この成果確認という話が先ほどあったが、この成果を確認する中で、その成果確認のみではなくて、その受注ができなかった要因等々というのは、その受注率を上げていくという観点でいうと、確認をされたりしているのか、その成果確認をされてる内容というか、どういったことを確認されているのかお伺いする。

産業支援課長

こちら聞き取りになるが、やはりそこは、事後の参考とするために聞いているところである。やはり一番多いのは、金額が折り合わなかったと、ここが圧倒的に多いというふうに伺っている。

小早川委員

金額というところだが、これ例えば受注率の向上に向けてというところで、金額以外の部分も、内容としてはあるのかなというふうに思っており、そういった部分でいうと、経営改善等々その県の各所の事業と連携をしていくというふうなことも含めては、取組としてはされているのか、確認させていただきたい。

産業支援課長

正に、相手の要求する技術に対して、まだ自分のところの技術が伴ってなかったとか、そういった逆に相談があったときには、例えばSAITECの方で技術相談などをしているので、そういうところを紹介したりとか、逆に、対応するために設備を整えなければいけないが、そのために何かよい資金などの手当てがないかというときには、よろず支援拠点を紹介して、よろず相談で、例えば補助金の活用だとか有利な融資の活用だとか、そういった相談に乗るとか、そういったことを公社が行っているので、公社がまたいろいろな窓口を持っているので、そういったところをうまく使うなどして対応させていただいているところである。

委員長

おおむね60分が経過したので、暫時休憩する。

なお、再開は、午前11時11分とする。(11:01)

(休 憩)

委員長

ただ今から、委員会を再開する。(11:10)

ほかに発言はないか。

新井（一）委員

商店街の支援の方で伺う。商店街のにぎわいづくりまた施設整備ということで、ソフト事業、ハード事業に対するいろいろな補助をされている、かなりの額が入っていると思う。それと専門家の派遣をしたことによってその課題解決に向けてアドバイスをされているということであるが、実際にこういった補助や、専門家を派遣したことによって、プラスの効果、つまりそれだけの見合ったものがあったのかどうかというのは、ちゃんとその後の追跡調査をされているのかどうかを、伺いたいと思う。当然ながら、行政が予算組むときは、前の年度、そのもっと前の実績に基づいて予算編成し、その前に皆さんからの予算要望があると思うので、ある程度やっぱり補助をした結果としていい効果を生んだというものがないと、予算も当然組めないと思う、財政課の方も。なぜこんなことを聞くかというと、残念ながらやはり商店街がにぎわっているという感じを受けない。なので、やはりこういった補助金をつぎ込んだことによって、にぎわい創出できた、例えば、来る人が市民の方がこれだけ増えたとか、これだけ売上げが上がったというエビデンスをきちんとつか

nderのかどうか伺いたいと思う。

商業・サービス産業支援課長

事業の効果について把握しているかということであるが、まず先に専門家派遣の方で申し上げますと、専門家派遣というのは例えばイベントをちょっとう、イベントの内容を見直したいので専門家を入れたいとか、あとはそれぞれの個店の魅力創出をもう一度洗い直したいので専門家を入れたい、ということが多くて、大体その出口が決まっているところが多い。例えばイベントであれば、その場を我々、実際に当日、土日でも見に行っている、そこでしっかりできたかと、そのあと振り返り、また専門家派遣入れてやっていたりするので、そこで振り返り含めて、フォローアップできているというふうに考えている。それから、あと補助事業の方であるが、特に一番成果をどうやってつかむかというところが難しいのがソフト事業の補助だと思う。ソフト事業の補助については、補助申請のときに申請書の様式の中で、商店街の皆さんにその事業の目標を設定してもらっている。目標を書いてもらう欄がある。事業実施後にその達成状況というのを県に報告をしてもらうという仕組みにしている。これ昔はなかった。昨年度、令和5年度の実施状況で言うと、ソフト事業の実績が44件。そのうち、目標達成をしたというのが31件。31件が事業実施後1か月以内の測定において目標を達成又は一部達成したというふうに報告をされている。この目標の立て方というのが、ソフト事業が様々、季節性のイベントであったり、あとは動画を商店街の動画作成をしてみんなでSNSで流していくとか、いろいろなソフト事業の種類があるので、画一的に全部同じ指標というわけにはいかないが、それぞれの商店街で目標を持ってもらっている。そのうち、昨年度未達だった13件については、個別に状況を、なぜ未達だったか個別に聞いている。聞いたところ昨年度の場合は、多くが、やはりイベントものだと、当日雨が降ってしまうと、来街者数、来ていただく人数を目標にしていると、雨が降っているとどうしても達成しないということがこれが一番多い。次に多かったのが広報がうまくいかなかった、広報宣伝がうまくいかなかったというのがある。こういったものを聞いた上で、我々は次につなげるため、次良くしていくために専門家派遣の紹介、専門家派遣活用して、更に、では次見直しをするか、というところまで、フォローアップしている。その中でぜひお願いしたいというところについては、今年度、昨年度やったもののの中から今年度専門家を送るという形をとっている。

新井（一）委員

商店街サイドで目標の数値的なものを設定してもらい、それが達成したか未達なのかというような話があったが、目標の設定した場合に、その目標とした数字が妥当なのかどうかというのは、あくまでやはり、本来であれば、厳しいことを言うが、そこは客観性などというのはどうかというのは、県としてしっかりそこはグリップした上でやるべきだと私は思う。というのは、商店街サイドに任せたらそれは当然ながら甘い設定をする可能性もあると思うので、その辺の目標設定の妥当性については、もしくは客観性についてどのように考えているか。

商業・サービス産業支援課長

委員おっしゃるとおり、目標を立てるとなれば、楽な目標を立てればすぐ達成するわけである。その辺については、補助の申請が上がってくるときに、当然、すぐに補助金審査会にすぐそのまま上がってくるのではなくて、事前に当課の、それぞれエリア担当を設けているが当課の担当と、中をずっとこうチェックをしている。事前のすり合わせというか、

事前のチェックの中で、これはどうなのかという話を目標も含めて見ている。もう一方で商店街の方もなんというか、力の差というか、非常に高い目標を掲げてもしける商店街と、あと、やっとイベントをやるというところまでこぎ着けて、県の補助を活用して、やっと頑張ってみようという、まだ、なんというか活動としてはこれから、というところが同じパーセンテージというわけにいかないと思っているので、その辺も含みおいて、当課の方では事前に相談というか、いろいろ支援というか、話をさせていただいている。