

中小企業政策審議会
小規模企業基本政策小委員会
第1回議事録

中小企業庁経営支援部小規模企業政策室

中小企業政策審議会
第1回小規模企業基本政策小委員会
議事次第

日 時：平成25年9月27日（金）14:30～16:46

場 所：経済産業省本館17階第一特別会議室

1. 開 会

2. 議 事

- (1) 大臣挨拶
- (2) 委員長挨拶
- (3) 小規模事業者の現状と課題について
- (4) 討議
- (5) 平大臣政務官挨拶

3. 閉 会

○矢島部長 それでは、定刻となりましたので、ただいまから中小企業政策審議会小規模企業基本政策小委員会の第1回会合を始めたいと思います。

本日は、御多忙のところ、御参集いただき、大変ありがとうございます。

私は進行を務めさせていただきます、中小企業庁経営支援部長の矢島でございます。

本日は、茂木大臣に出席をいただいておりますので、初めに茂木大臣より御挨拶いただきます。大臣、よろしく願いいたします。

○茂木大臣 皆さん、こんにちは。

委員長を初め、色々な委員会でお世話になっている皆さんがおそろいでありまして、改めて小規模企業の振興のために御尽力をいただき、そして、また、この度、その政策の御議論をいただくということで、心から感謝申し上げるところであります。

今年の2月に“ちいさな企業”成長本部を立ち上げさせていただきました。大田区での第1回の会合は、総理も出席をして、開催させていただきました。そして、各地域、全国くまなく回って、経営者の皆さんから生の声を伺い、小規模企業に焦点を当てた、中小企業施策の再構築が何よりも必要だという思いを強くしているところであります。

先の通常国会におきましては、中小企業基本法の改正を行いました。

中小企業基本法の中には、小規模企業の位置づけを明確にすることを始め、関連の8法案を一気に改正させていただいたところであります。日本経済、長引く円高、そして、デフレから脱却をする、明るい兆しが見えているのは間違いありません。ただ、全体の状況を見ますと、一部の輸出大企業であったりとか、一部の地域等々に景気回復の実感は限定されている。日本の隅々まで、そして、中小企業、小規模企業、各家計まで、景気回復の実感を1日も早く持ってもらう、このための施策が何より重要だと考えているところであります。

今の大企業を考えてみると、その多くは、昔、中小企業、小規模企業だったのです。それがさまざまな試みの中で大きく成長してきたという形であります。そして、小規模企業の間でも、地域に大きく貢献している企業も多いと我々は考えております。地域に根づいて、その事業を長く継続する、もしくは地域の新しいニーズを捉えて、新しいビジネスにチャレンジをする、さらに機動性、柔軟性を発揮して、新分野に進出する生き様は、それぞれだと思っているところであります。そして、そういった生き様の中小企業、小規模企業が、まさに日本経済の根底を支えていると考えているところであります。

基本法は、今後の小規模企業政策を長期にわたり方向づける大変重要なものだと考えております。中長期的な視点に立って、大所高所から御議論をお願いしたい。委員の皆様のごこれまでの経験、知見を提供していただき、いいものをつくっていききたい、実効性のある施策にしていききたいと考えております。

今回の審議は、来年1月頃の取りまとめを想定いたしておりますが、答申をいただいた上で、関連法案は速やかに国会に提出して、実施に入っていきたいと思っております。元気な中小企業にはこれまで以上に頑張ってもらい、そして、これまで苦しんできた小規模

企業には倍返しという思いで取り組んでいただきたいと思います。どうぞよろしく願いいたします。（拍手）

○矢島部長 ありがとうございます。

茂木大臣は、公務のため、これで退席させていただきます。ありがとうございます。

（茂木大臣退室）

○矢島部長 また、本日は、平大臣政務官にも公務の状況次第で、途中から御出席いただく予定としております。

それでは、初めに、私から資料の確認をさせていただきたいと存じます。

配付資料一覧という1枚紙が一番上に載っているかと思えますけれども、ここにありませんとおりの、資料1、議事次第。

資料2、委員名簿。

資料3、諮問文。

資料4、会議の公開について。

資料5、小規模事業者の現状と課題について。

資料6、今後の検討予定について。

資料7、各委員からの配付資料。本日、御出席いただいております委員から、一部資料を預かっております。それらを置かせていただいております。

もしも不足等がございますれば、お申し付けいただければと思います。

それでは、次に本委員会の趣旨について、御説明いたしたいと存じます。

右肩に資料番号を打たせていただいておりますけれども、右肩に資料3と打った資料をもらいいただければと思います。

中小企業基本法に基づきまして、小規模企業に焦点を当てた中小企業政策の再構築の第1弾として成立した、小規模企業の事業活動の活性化のための中小企業基本法等の一部を改正する等の法律に引き続き、もう一段の政策を推進すべく、小規模企業の振興を図るための政策のあり方について、経済産業大臣から中小企業政策審議会会長宛てに諮問がなされているところでございます。

本委員会は、この諮問についての実質的な議論を行うための場として、中小企業政策審議会運営規程に基づきまして、中小企業政策審議会会長により設置されたものでございます。

本委員会の取りまとめにつきましては、中小企業政策審議会にて審議を行い、経済産業大臣に答申されることとなります。

次に本委員会に御参加いただく委員の方々について、御説明申し上げたいと存じます。

資料2をもらいいただければと思います。こちらは皆様のお名前を書かせていただいております、名簿でございます。

こちらも中小企業政策審議会運営規程に基づきまして、中小企業政策審議会会長の指名により17名の方々を選出されております。

なお、本日は、阿部委員、園田委員が御欠席でございます。

また、オブザーバーといたしまして、中小企業基盤整備機構の高田理事長、日本政策金融公庫の平松常務取締役役に御出席をいただいております。

次に委員長の選任についてでございます。

本委員会の委員長の選任につきましては、中小企業政策審議会運営規程に基づき、中小企業政策審議会会長の指名により、石澤委員に本委員会の委員長をお願いさせていただいております。よろしくお願ひ申し上げます。

ここで、石澤委員長より御挨拶をいただきますので、よろしくお願ひ申し上げます。

○石澤委員長 この度、本委員会の委員長を務めることになりました、全国商工会連合会の石澤でございます。

本日は、第1回の小規模企業基本政策小委員会ということで、委員の皆様には、大変お忙しい中を御出席いただきまして、ありがとうございます。よろしくお願ひいたします。

御承知のとおり、日本の420万の企業の87%は小規模企業であります。言わば小規模企業が日本の経済を支えていると言っても過言ではございません。特に地方においては、産業構造の一翼を担うと同時に、地域の経済の安定、地域のコミュニティーの維持に大きな役割を果たして参りました。

中小企業基本法は、昭和38年、今からちょうど50年前に制定されております。その基本理念は、当時の大企業と中小企業の格差を是正するというものでございました。

しかし、平成11年に大きく改正をされまして、成長志向の中小企業振興に基本理念が大きく変化をしたところであり、そのときに、小規模企業は、小規模企業に配慮するの一言で片づけられてしまいました。それ以降、国の小規模企業対策の予算は、国から県に移譲され、また、中小企業庁にありました、小規模企業事業部は廃止になりました。このときから、我が国の小規模企業は大きく後退をしたと言われております。

そういう中でありましても、小規模企業は懸命に努力をしてみましたが、平成11年から21年の10年間の間に、全国で56万社の小規模企業が姿を消したわけでございます。

平成24年に中小企業庁自身で取りまとめをいたしました、“ちいさな企業”未来会議の報告書の中でも、これまでの中小企業は、どちらかといえば、中小企業の中でも比較的大きな中小企業に焦点が当てられてきた。しかし、小規模企業については、必ずしも光が与えられてこなかったと、反省を込めた報告書が出ているところであります。

もっと小規模企業に光を与えてほしい。そのためには、小規模企業基本法をぜひとも制定していただきたい。これが我々の長年の悲願でございました。

昨年秋の全国商工会全国大会におきまして、当時の自民党総裁、現在の安倍総理は、3,500人の会員を前にして、小規模企業基本法の制定を明言していただきました。それを受けまして、茂木大臣は、たびたび国会答弁の中で、その決意を表明されてきたところでございます。

先般、国は小規模企業に焦点を当てた政策の再構築の第1弾として、中小企業基本法の

一部を改正いたしまして、小規模企業が地域経済の安定、地域の住民の生活の向上に資するという役割、意義を明確に規定いたしました。そして、第2弾として、小規模企業基本法の制定に取り組むと明記をされておるところでございます。したがって、本委員会は、第1段階としての基本法の制定に向けて設置されたものと理解をしておるところでございます。

各委員におかれましては、小規模企業基本法が、形だけではなくて、真に小規模企業の振興につながる、また小規模企業者が希望を持って、やる気を起こして、元気を起こすことができるような内容となりますように、大所高所から御議論をいただきますように、お願いいたしまして、私の挨拶とさせていただきます。ありがとうございました。

○矢島部長 委員長、どうもありがとうございます。

それでは、以降の進行につきましては、石澤委員長にお願いしたいと存じます。よろしくお願い申し上げます。

○石澤委員長 それでは、会議を進めさせていただきます。

会議の公開について、事務局から説明をお願いいたします。

○矢島部長 それでは、私から、資料4「会議の公開について（案）」について、御説明申し上げます。

1、本小委員会は、中小企業政策審議会運営規程に基づき、原則として公開する。

2、配付資料は、原則として公開する。

3、議事概要については、原則として会議終了後2営業日以内に作成し、公開する。

4、議事録については、原則として会議終了後1カ月以内に作成し、公開する。

5、個別の事情に応じて、会議または資料を非公開とするかどうかについての判断は、委員長に一任するものとする。

以上でございます。

○石澤委員長 ただいまの説明に何か御意見はありますか。

（「異議なし」と声あり）

○石澤委員長 特に御異論はないようでございますので、資料4の方針に基づき、会議を公開することといたします。

なお、会議は一般傍聴も認めることといたします。

それでは、次に議事次第にあるとおり、まず事務局から資料5を用いて、小規模事業者の現状と課題について説明をした後、各委員から5分程度で順に御発言をいただき、その後、自由討議といたします。

それでは、事務局から説明を願います。

○桜町室長 小規模企業振興制度改正審議室長の桜町でございます。どうぞよろしくお願いたします。

お手元の資料5をごらんいただければと存じます。「小規模事業者の現状と課題について」御説明をさせていただきたいと思っております。若干大部の資料になってございますけれど

も、なるべく簡潔に御説明申し上げたいと思います。

1 ページおめぐりいただきまして、目次がございます。小規模事業者の現状を数字で追っております。なぜ、今、小規模事業者を支援すべきか。その後、これまでの支援の経緯、今後の課題といったものを御説明させていただければと考えてございます。

3 ページをごらんいただければと存じます。

まず小規模事業者、小規模企業の定義を確認させていただきたいと思います。3 ページの右下のところがございます。製造業その他の業種では、おおむね従業員が20人以下、商業またはサービス業で、おおむね従業員が5人以下、このように中小企業基本法で定められてございます。

上の枠囲いがございますように、我が国の企業420万社のうちの87%がこうした小規模事業者でございます。

それから、小規模事業者のうち85%が個人の事業者でございます。

従業員につきましても、32%が小規模事業者によって雇用され、あるいは小規模事業者で経営をされておられるということでございます。

業種で見ますと、4 ページ目でございます。特に小規模事業者の割合が多いのは、小売業、宿泊業、飲食サービス業、建設業、製造業、生活関連サービス業等々でございます。

5 ページ目にまいりますと、こうした小規模事業者の業況でございますけれども、大変厳しい状況でございます。

左側の折れ線グラフ、売上高をごらんいただきたいと思いますけれども、19人までの線をごらんいただきますと、下のほうにございますが、2006年に向けて、中小企業全体の中でも、企業が小さいほど売上高が減っている。

経常利益につきましても、業種によって若干違いがございますけれども、概して、大企業や中小企業に比べて、低いという状況でございます。

6 ページにまいりまして、小規模事業者の数でございます。小規模事業者の中でも、会社形態の小規模事業者は若干増加してございます。右側の折れ線グラフの上のほう、赤い線をごらんいただければと思います。他方で、個人事業者は減ってきている状況でございます。

以上が、統計から見た全体の小規模事業者を取り巻くアウトラインでございます。

7 ページ以降は、何で今、小規模事業者を支援すべきなのかということでございます。幾つか申し上げたいと思います。

8 ページ目をごらんいただきたいと思いますと思いますが、1つは、少子高齢化、過疎化、都市の一極集中、こういったものが、大変大きなスピードで進んできているということでございます。

これが地方圏になるほど深刻な状況になってございまして、左側のグラフをごらんいただきましても、2005年から2035年までの人口の減少率を見たものでございますけれども、地方圏になりますと、18.5%、20%弱減っていくだろうと予測されているところでござい

ます。

9ページ目は、グローバル化の進展によって、大企業が国内の拠点の閉鎖・再編、あるいは海外への進出を進めておられて、大企業と直接または間接的に取引のある中小企業、なかんずく小規模企業の産業、雇用に対する影響が心配されている状況でございます。

そういう中で、小規模事業者の意義、特徴、置かれた環境を幾つか申し上げたいと思います。

1つは10ページ目でございますけれども、雇用の面で、地方経済を支えているということでございます。

左側の日本地図は若干見にくいかもしれませんが、県庁所在地がある市と、その他の市町村を比べますと、県庁所在地以外のところにおける小規模事業者の比率が高くなっている状況でございます。

11ページ目をごらんいただきますと、小規模事業者の販売の商圏でございます。これは比較的事業所に近いところに集中している状況が見てとれると思います。

左側の棒グラフをごらんいただければと思いますが、5人以下、6人から20人、半分は同一県内。中には県境に近いところに立地しておられる方もいらっしゃいますので、近隣の都道府県まで含めれば、8割近い方が、近隣の商圏に頼ってビジネスをやっておられる状況でございます。

12ページ目、雇用のところでございます。起業したときの平均の従業員数、これは経営者も含んでございますので、いわゆる従業員というよりも、就業者全体でございますけれども、4人でございます。

これが2～3年経つと、雇用している従業員もだんだん増加していきます。これは左側の棒グラフで見ると考えると考えてございます。

右側の棒グラフでございますけれども、雇用者数は、一部の大企業と、雇用者数5人以下の小規模企業のところの特徴的に伸びています。

13ページ目をごらんいただきたいと思います。小規模事業者の一つの特徴といたしまして、左側をごらんいただきたいと思います。市場において全く新しい製品を出している、黄土色のところでございますけれども、小さい企業になればなるほど、割合としてはふえている。20人以下の小規模企業ですと、17.3%がそういった企業になっています。

右側をごらんいただきますと、小規模事業者の潜在力ということで、売上高経常利益率で並べたものでございますけれども、上位2割のところは、中規模の方よりも、小規模の方のほうがうまくいっている状況でございます。

以上をまとめますと、14ページでございますけれども、国内における構造変化と国際的な環境変化がそれぞれございます。

下の右側のところでございますけれども、地域経済に焦点を当てた政策、チャレンジをする小規模事業者を支援する、こういう2つの観点が大事ではないかと考えてございます。

15ページ以降は、個別の課題ごとでございますけれども、若干はしよりながらいきたい

と思います。

労働・人材につきましては、人材の不足感が強くて、労働生産性も中規模に比べてどんどん開いている状況でございます。

16ページの金融でございますけれども、財務基盤が脆弱でございますので、資金繰りが困難になりやすいケースが多いという状況でございます。

17ページ、販路開拓でございます。販路開拓に悩んでおられる小規模事業者の方が大変多うございます。販売不振が原因で倒産をするというのが、倒産の理由の中で、飛び抜けて多いという状況でございます。

幾つか個別の課題を見てまいりたいと思いますが、18ページ、商店街にいらっしゃる小規模事業者でございます。1997年と2007年の10年間で比較したものでございますけれども、商店街の事業所の数で31%減、年間の販売額で24%減、大変厳しい状況にあることに加えまして、今、高齢化が進んでいる状況でございますので、事業承継もなかなかうまくいっていない状況でございます。

19ページ目、技術の点でございますけれども、規模が小さいと、技術開発に投資をするハードルは高いという状況でございますし、また、知財を獲得する比率も低くなっている状況でございます。

20ページ、開業率でございます。開業率は現在4.5%でございますけれども、一時期88年に7.4%あったところから比べますと、低迷している状況でございます。

事業承継につきましては、21ページ目でございます。

21ページ目の真ん中のところ、事業を継続させたいという方が、小規模事業者で57.2%いらっしゃいますけれども、実際はその下でございます。後継者がいないので、事業承継がなかなかできなくて、廃業したいという方が54.6%です。経営者の方のお気持ちと現実がうまく合っていない状況でございます。

それから、小規模事業者特有の個人事業の方が6割前後いらっしゃるわけですが、個人事業を見てまいりたいと思います。22ページでございます。

業種的に見ますと、グラフの青い長いところが、個人事業主の割合が高い業種でございます。宿泊、飲食サービス、生活関連サービス、娯楽、教育、学習支援、医療、福祉、こういったところが比較的多い状況でございます。

23ページ目でございます。こういった個人事業のイメージをもう一度確認させていただきたいと思いますが、左側の表、細かい数字で恐縮でございますが、個人事業主の欄が上のほうにございます。被用者数は0人、総資産残高は1,800万円、売上高も年間約1,800万円、こういった形のものが、個人事業主である小規模事業主の典型的なものでございます。

これをその下の中小企業、会社形態をとる企業と比べますと、およそ5分の1ぐらいになっている状況でございます。

右側の折れ線グラフでございますけれども、業況も大変厳しい状況でございます。2000年と比べますと、2006年、2007年辺りですと、会社形態の企業は、売上高で10%ほど減っ

ている状況でございますが、個人事業主については、さらに10%ぐらい減って、20%ぐらい落ち込んでいる、こういう厳しい状況に置かれているわけでございます。

24ページをごらんいただきますと、今後の事業展開の意思について確認をしたものが、右側の棒グラフでございます。規模を拡大していきたい、積極的にやっていきたいという方が、左側の10%前後、各業種でいらっしゃるのに対して、あまり規模は拡大しない、現状ぐらいの感じを維持しながらやっていきたいという方が、約半数ぐらいいらっしゃる状況でございます。

25ページ以降は、こういった小規模事業者を支援する側について、分析をさせていただいております。小規模事業者の経営支援のニーズの状況でございますけれども、一番多いのは営業・販売力の強化でございますが、全体的にさまざまな相談内容があって、多様化しているということが言えるのではないかと考えてございます。

こういった状況の中で、26ページ目でございますけれども、先ほどの営業販売力の強化は大変関心が高く、下のところでございますが、市場・販路、商品・サービス開発、こういったお悩みについて、誰に相談しているのかということを見てまいりますと、家族・社内の人間、同業の知人、異業種の知人、この辺が多い状況になっているのが現状でございます。

27ページ目以降は、これまでの中小企業施策、小規模企業施策の経緯あるいは現状でございます。

28ページは、中小企業基本法の改正の経緯でございます。もともと二重構造論、大企業と中小企業の格差の是正ということで始まった中小企業基本法でございますけれども、99年の改正で、やる気と能力のある中小企業を支援していこうということで、変えていったということでございます。

小規模企業につきましては、29ページでございますけれども、それに加えて、2013年の改正の中で、小規模事業者の意義と施策の方針を明記させていただいたということでございます。

意義と施策の方針につきましては、ページが飛んで恐縮でございますけれども、32ページ目にもう少しきちんと書かせていただいております。

小規模企業の意義といたしましては、2つあって、上の①、②でございますけれども、地域における経済の安定、地域住民の生活の向上及び交流の促進に寄与する。もう一つは、創造的な事業活動、新たな産業を創出するというところで、我が国の経済及び社会の発展に寄与する、この2つでございます。

それから、小規模企業に対する中小企業施策の方針が3つございます。1つは、地域の多様な需要に応じた事業活動を活性化する。2つ目は、成長発展の状況に応じて、発展を実現するための適切な支援を受けられる。3番目が必要な考慮を払う。この3つになっている状況でございます。

小規模企業政策の検討につきましては、30ページです。ちょっと戻りまして、恐縮で

ざいます。昨年から“ちいさな企業”未来会議、中小企業政策審議会のもとに置かれております“ちいさな企業”未来部会で検討してきておりまして、小規模企業活性化法がこの間の国会で成立したということでございます。先ほど御説明させていただいたのは、そのうちの一部、中小企業基本法の改正の部分でございます。これが今までの小規模企業を支援する、政策的な面の経緯及び現状でございます。

長くなりましたが、最後に今後の検討課題、35ページ目をごらんいただければと思います。

以上、御説明させていただいたことを踏まえて、フラットな形で整理をさせていただいたつもりでございますけれども、3つぐらい検討課題があるかと思っております。

1つは、小規模事業者はやはり多様である。地域に根差した形で、地域の多様な需要に応じる事業をやっておられる方もいらっしゃる、全国や世界の市場を目指して、成長発展を遂げようという方もいらっしゃる。それから、地域の需要に応じる事業を行っている方でも、成長していこうという方もいらっしゃるし、また、企業の規模は現状維持のまま、事業を継続していこうという方もいらっしゃる。どういう形で類型化していけばいいのか、あるいは類型ごとに求められる方向性は何かあると言えるのかどうか、こういったことではないかと考えてございます。

それから、発展段階もさまざまあるかと考えてございますので、発展課題ごとに、課題や支援策はないのか。

それから、小規模事業者を支える支援体制はどうあるべきか。都道府県、市町村といった自治体との連携についても、どう図っていくべきか。

このような検討課題が、現在のところあるのではないかと考えてございます。

私からの説明は以上でございます。

○石澤委員長 ただいまの事務局からの説明を踏まえまして、各委員から1人5～6分程度で御発言をいただきたいと思っております。

五十音順にまいりたいと思っておりますが、高橋委員が公務のため、途中で退席されますので、高橋委員からまず御発言をいただきたいと思っております。

○高橋委員 恐れ入ります。北海道から参りました、高橋でございます。

発言の機会を与えていただいて、ありがとうございます。

事務局の御説明の中で、最後の35ページに3つの課題に沿う形で、北海道において、実際に地域の現場で中小企業の政策を担当している立場から、幾つか思うところを述べさせていただきます。

北海道は小規模企業数が14万5,000社ございます。これは全国で7番目の数でありまして、道内企業が16万7,000社ございますが、その約86%を占めている。ざっくりと、そういう現状でございます。

先ほど来御説明がございましたとおり、北海道においても、雇用あるいは社会経済を支えているのが、小規模企業であると認識し、政策をやらせていただいているところでござ

います。

そういった中で、1つ目の問題提起でございます、類型化することができるかなどでございますが、私どもの現場感覚からしますと、これは類型化することができるし、逆にしていかなければ、的確な政策的なアプローチも検討できないのではないかという思いがあるわけであります。

これはこれから議論になると思いますので、余り論理的ではなく、思うがままに申し上げれば、地域密着型の企業、典型的なのは商店街の中における小売業とか、卸売業とか、サービス業とか、食堂などがあります。そういった企業と、一方で、北海道の中でも、世界市場へ拡大していく可能性がある企業がございます。この多くは、技術はあるのだけども、それをどう活用して、どのようにマーケットを開拓していけばいいかわからないという現状にあるところが多いわけでありますが、いずれにいたしましても、世界市場を目指していく可能性があるような企業、こんなところがあると思うわけであります。

あえて言えば、現状維持で地域に密着しているような企業、それから、成長を志向していく企業、最近、高齢化社会の中、障害者の方々の地域への取り囲み等の社会的な課題の中で、地域課題解決型という小規模企業の類型もあるであろう。また、人材の活躍の場の創出をするという、いろんな形の類型の小規模企業があると思うのですが、いずれにしろ、そういうふうに分類をある程度整理して、それぞれがどういうことを目指し、そして、政策を求めているか。そこで結果として、大括りの政策のメニューが出てくるかもしれませんが、そういう検討のアプローチが必要ではないかと思う次第であります。

例えば北海道の中でいいますと、白い恋人というお土産品を御存じの方も多いかと思いますが、今、日本国内で単品のあぁいった製品としては、売上高1、2位を争うものがございますが、もともとは小さなお菓子屋さんでございました。今は急成長をいたしております。

それから、ラーメン屋さんで世界に進出を果たしているところもあるということで、これは北海道に限らず、全国それぞれの地域で、こういうところもあるかと思えます。

また、製造業でもう一つ申しますと、経産省から、ものづくり大賞をいただくことができるような、すごい技術力があるのだけども、それをどう売ればいいのか、あるいは税務をどうするか、経営ノウハウのいろんなところをどういうふうにやっていくか、そういうところは、人を確保する資金力もなくて大変だということです。成長を目指していくよう企業を支えて、そういった企業を成長させることが、地域のためにもなるし、日本国全体のためにもなると思うわけであります。

一方で、町中の食堂であるとか、クリーニング屋さんなどのサービス業、あるいは卸売業の一部は、現状維持の中で地域に貢献をしていく企業だと思うわけであります。

それから、クールジャパンということ、国の政策として進めておられますが、これは北海道でもやっております。アーティストであるとか、芸能関係の方々なども入ると思うのですけれども、このスタジオとかオフィスというのは、小規模企業の場合が多いわけで

ありまして、こういったところを、日本を代表し、あるいは北海道を代表して、アジアに、世界に売っていくためには、政策的なアプローチが重要だと思う次第であります。

時間がなくなってしまうので、2つ目の課題である、小規模事業者の発展段階に応じた課題と支援策も、いろんな議論がこれから進むと思いますので、思うがままに言いますと、小規模であるがゆえに人材が足りないというのは、よく言われることでございますし、こんなにもいい技術があるのだと言いながら、それを経営戦略としてどのように生かしていくのかがわからない企業は結構ある。そういうところで、中小企業支援センターのアドバイザー、あるいは商工会、商工会議所、中央会のアドバイザーの方々にも大変御活躍をいただいていると思うわけでありまして。

それから、税務対策とか、資金管理とか、一言でいえば、企業経営全般に係るノウハウが厳しい。

それから、設備導入の支援も必要だと思います。資金が基本的には足りないので、みずから設備を導入する場合もあるでしょうし、今も小規模企業の設備振興策としてあると思うのですが、例えば支援センターなどが間に入って、そこから設備そのものを小規模企業に貸与する、そういったメニューも含めて、設備導入を支援する政策も必要だという思いを持つわけでありまして。

最後の支援体制は十分に機能しているのか。ここは一言、広域自治体の立場から述べさせていただきますと思います。さまざまな小規模企業対策は、今でもメニューとしてある。このことは地域の立場から感謝を申し上げますが、余りにいろいろメニューがあって、例えば北海道だったら、北海道の中で、どうコーディネートしていくのか。商工会、商工会議所さんを通じてのメニューもありますし、また、国から我々都道府県にくるもの、あるいは市町村にくるもの、いろんな形であります。究極のターゲットは小規模企業であるにもかかわらず、いろんな政策が並立していて、その間の調和というか、コーディネートが十分に行われていないケースがあります。これは私ども自身の問題でもあるのですが、そういう認識をすることが多いわけでありまして。

これは私ども自身も努力をしていかなければならないわけでありましてけれども、都道府県、市町村など、自治体との連携を重視したような枠組みに視点を置いて、地域の小規模企業対策を展開していただければと思います。そういう中で、企業の一部負担なども求めることができるのではないかと考えております。

それから、私どもは経営改善普及事業を一般財源化という形でやらせていただいているわけでございますが、一般財源化というのは、財源は交付税の算定根拠に入っていると、いろんな関係諸方面から御説明を受けるのですが、事実として、この中で、都道府県が経営改善普及事業の予算を確保するというのは、なかなか苦労いたしておるところでございます。経営改善普及事業の予算規模というのは、徐々に減ってきている。これは数字が表に出ていますので、おわかりだと思いますが、ちょっと申し上げさせていただきたいと思っております。

すみません。時間をとりました。ありがとうございました。

○石澤委員長 ありがとうございました。

次に、門野委員、お願いいたします。

○門野委員 皆さん、こんにちは。東京江戸川で金属プレス加工業をしている、和徳の門野と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

まさしくうちは7名で、プレス機を使って、板の材料から、つぶしたり、抜いたり、折ったり、または絞ったりという、金属プレス加工をやっております。今回の小規模にぴったりの会社なので、ここに代表として座らせていただき、どれだけしゃべられるかわかりませんが、思うままにしゃべらせていただきたいと思います。ひとつよろしくお願いいたします。

小規模といいますが、今、説明があったように、いろんな業種があつてわかりませんので、私の金属プレス加工の中から申しますと、先ほどここにも説明があったように、グローバル化の中で、隣の韓国、台湾、今、力をつけている中国という大きな会社様と競争するというので、大企業様がどんどん海外に出て行って、セットメーカーさんが行ってしまふ。そこについて、力のある中小企業さんも、セットメーカーさんと一緒に出て行ってしまふ。この加速が物すごいスピードで起きています。

1つ、タイで洪水があつたときに、日本の企業がたくさん出て行っていると感じました。日本の大きな会社さんが出ていく中で、我々みたいな小さな企業が、技術を磨いて努力しても、難しい、そんな時代に、今、なっています。

うちは7名ですけれども、努力していないのではなくて、一生懸命いろんなことをしています。電気の仕事もあれば、車の仕事もありますし、釣り具の道具もあれば、プレス仕事というのは、さまざまな仕事がありますので、大きいところだけに頼っていれば、仕事があるときは楽なのですけれども、そこが1つ、その部門をやめたとなると、一緒にだめになってしまうので、できるだけ、多品種、いろんな仕事に携わるように、いろんな品物をやりながら、今日まで来たわけです。

今、うちの仕事のメインについては、医療機器の注射針、ガイドの部品ですとか、また、一部車の温度センサーの部品ですとか、チューブだとか、ホースの継ぎ手の部品ということに、なくなったら、また違う業種を探して、営業をして、仕事をとるということで、中身をどんどん変えながら、今日まで来ました。

先ほど言ったように、日本国内で柱であつた産業がどんどん海外へ出ていく。また、ピラミッドである上の大企業様も、東南アジアの力のついてきた大企業との大変な競争の中で、仕事を探してもない。仕事を探して、ようやく見つかってやり出しても、やり出したそばから、セットメーカーさんがタイや中国でセットしていれば、そこに出て行った日本企業もしくは周りのローカルの会社に品物の発注をかけて、なかなかできないものは、できるまで日本で製造して、海外でできるようになったら、海外で生産をして、量産については日本を止めてしまふ。この流れは今後も変わっていかないのだろうと思っています。

私の会社もこのままでは存続できない。今までは上から下へ仕事が流れてきたものが、上がなくなって、上から仕事流れないのであれば、どうしていかなければいけないのかと考えたときに、我々みたいな20人以下の小規模事業の方は、特許を出願するしかないと思いました。独自の製品でもいいですし、製造方法でもいいですし、どんなものでもいいですから、特許を出願して、出願したものをどう売り込んでいくか。今まで上から下にしか下りてこなかった仕事を、我々末端のところで種を植えて、それが一つの産業を生むようなことを考えないと、大企業様だけを頼っていたのでは難しい時代なのではないかと、つくづく考えています。

そこで、つい2日前に、うちも差し込みプラグというものを特許出願しました。二股の差し込みのところにはほこりがついたり、それによって火災になったり、あとはちょっとでも抜けてくると、むき出しになったところに、子供がはいはいをして漏電したりとか、事故が大変多いということから、そういう差し込みプラグの特許を出願しました。この場でそれがどうかわかりませんが、私たちみたいな小さな会社が特許を出願しやすい、言わば金額の面で、1カ国で取ろうとすると、大体100万円かかるのです。それですと、小さな会社は難しいので、その費用を助成していただいて、どんな会社でも簡単に特許を出願できる、逆に取れた特許をどう世の中のビジネスにしていけばいいかという両輪をぜひともしていただけると、より小さな会社が夢を持って日本で働けるのではないかと考えています。

長くなってすみません。よろしくお願いたします。

○石澤委員長 ありがとうございます。

次に、川田委員、お願いたします。

○川田委員 川田でございます。

セーレン株式会社の社長をいたしておりますが、福井商工会議所の会頭をいたしておりますので、今日は商工会議所の会頭の立場での問題提起をさせていただきます。

昨年から今年にかけて、日本の小規模企業の現状と課題を踏まえまして、“ちいさな企業”未来部会を開催いたしました。今年初めに提言をまとめまして、平成24年度の補正予算並びに平成25年度の予算に反映をしていただきました。さらにグレードアップしまして、“ちいさな企業”成長本部、あるいは本日のもう一段の政策を推進するべく、小規模企業の振興を図るための政策のあり方について、審議をしていただくことにつきましては、大変ありがたいこととございますし、よろしくお願をしたいと思っております。ここで政策がいろいろ審議されるわけではありますが、この政策を遂行するに当たっての対象は、先ほど御説明がありましたように、日本の小規模企業366万社が対象でございます、366万社の中でマッチングする企業といえますか、この政策をしっかりと生かして、そして、小規模企業が生き返る、あるいは新規開業が増加する、あるいは生活して地域の活性化、あるいは日本の活性化につなげるというのが、この政策の目的でございます、いかに我々の政策をしっかりと生かしてくれる企業とマッチングするか、これが非常に大きな課題であ

ると思っております。私ども福井商工会議所も会員企業6,000社余を抱えておりまして、この6,000社を対象にしまして、政策をマッチングしてくれる企業を募るというのも、大変至難の業でございます、非常に難しい。6,000社の皆さんに政策を広報して、しっかりこれを有効に使っていただく、そういう企業を募るということで、大変苦勞もいたしておりますし、汗を流しているところでございます。そういう面で、ぜひお願いしたいのですけれども、この政策小委員会、あるいは政策の立案、あるいはそれが予算化され具体化するわけでありまして、年度毎の予算化ということの中で、毎年、目先が変わるのではなくて、一遍政策が決まりましたら、3年程度、じっくりと浸透させていただいて、その中で問題があれば、また変えていく。少なくとも3年程度は、持続して、その政策を遂行させてほしい、あるいはそういう可能性を持っている企業へのマッチングをじっくりとさせていただきたいということでありまして。この政策立案は、また非常に立派なものができると思っておりますけれども、あくまでもこの政策を具体化する、マッチングをさせる、そして成果に結び付けることが一番大事だと思っておりますので、このマッチングのところを、今後、政策遂行の基本的な問題として取り上げていただければと思うところであります。

私の提案は以上でございます。

○石澤委員長 ありがとうございます。

次に、寒郡委員、お願いいたします。

○寒郡委員 千葉県成田市に隣接する、富里市というところの商工会長をしております、寒郡でございます。

今日は時間ありませんが、私ども商工会の簡単なデータをつくってまいりました。皆様方に配付をされていると思いますが、それをもとに、簡単にお話をさせていただきたいと思っております。

私どもの商工会の中では、92%が小規模事業者でございますが、その中で、企業形態としては、個人事業者が58%を占めております。

税務申告等を考えても、税理士の方をお願いをしているのは、47%しかございませんで、53%が自主申告、あるいは商工会等のサポートを受けながらしている状態でございます。

次を開けていただくと、商圈としては、市内、県内等、近隣の商圈だけで販売等を行っている業種が約87%でございます。

また、後継者については、中小企業庁さんの数字と違います。あくまでこれは親族の後継者がいないという前提での数字でございますので、ちょっと高くなっておりますが、後継者がいないという方が84%でございます。

こういうことを考えますと、現状の中で、いかに個人事業者の方によく廃業していただくかという、非常に後ろ向きの政策にならざるを得ないという現状があります。ですから、事業承継等をうまく行って、新規創業していかなければいけないかというのが、私どもの大きな課題だと思っております。

そういった中で、1つの論点をお話しする上において、先ほど中小企業庁さんからも、

類型化することができるかというお話がございましたが、個人的に類型化をしてみました。

次を開けていただくと、ピラミッド型の図がございますけれども、企業はライフステージにおいて、成長を遂げるという前提において、どの部分についてサポートが必要か、もうちょっと明確にすると、サポート自体がもっとわかりやすくなるのではないかということがございます。

しかし、下に見られるように、一般的な需要別成長ステージと書きましたが、広域需要型で将来的に日本全国あるいは世界展開もできる業種と、地域需要型でこの地域だけで満足するような業種、大きく分けて2つの企業に分かれてしまいます。今までの中小企業政策は、成長するステージ、世界戦略までいくのだという前提で議論をされてきたと思いますが、地域需要型の部分の議論をもっと深めるべきだろう、これが一番光が当たっていないところなのではないかと思っております。

数的にいいますと、私どもの商工会では、個人事業者Ⅰ、1人で個人事業をやっている方が40%です。

個人事業者Ⅱは、他人といますか、正社員ではなくても、人を雇ってやっていますというのが23%。

法人Ⅰというのは、法人になりましたということなのですが、法人Ⅰと個人事業者というのは、余り区別がありません。ですから、例えば建設業のように、許可が必要なので法人にしているけれども、実態は個人事業者Ⅱと同じだという部分があります。

その中で、また少し企業が伸びますと、法人Ⅱのように、経理部門が独立してできました。

法人Ⅲになると、そこに営業部門もできて、組織の体を成してきた。

私どもの感じているところだと、法人Ⅱと法人Ⅲというのは、そろそろ企業としての体を成してきているので、後継者とか、そういった心配が徐々になくなってきている。確かにありますけれども、なくなってきている現状もあります。

しかし、個人事業者というのは、法人Ⅰぐらいまでの部分においては、後継者等の問題が多いものですから、この部分をぜひ議論していただきたいというのが、私の希望でございます。個々の部分については、テーマごとにまたお話をさせていただきたいと思っております。

以上です。ありがとうございました。

○石澤委員長 ありがとうございました。

次に、小出委員、お願いいたします。

○小出委員 富士市産業支援センターの小出でございます。

私はもともと静岡銀行という地元の地方銀行におりまして、26年間在籍しておりました。主にM&Aの業務を担当しておったのですが、ちょうど2001年から、銀行の命で出向いたしました。『半沢直樹』で出向というと、非常にネガティブに映ってしまうのですが、ポジティブに出向いたしまして、7年半、出向しておりました。静岡市と浜松市で3つの中小企業支援機関の立ち上げと運営をやりました。その後、今の富士市は、私の

生まれ故郷なのですけれども、銀行を退職して、小さな会社を起こし、市の中小企業支援センターの運営受託を行っています。純粋な民間企業が中小企業支援センターを運営しているという、全国で唯一の事例だと考えております。

そんな経験がある中で、まず申し上げたいのは、12年間、この世界にいて感じ取るのは、日本の小規模企業のポテンシャルは高いということでございます。これは銀行でM&Aをやっている時代には、全く視野に入っておりませんでした。現場で非常に近い距離で触れておりますと、非常に高いところがある。全ての企業にセールスポイントがあると感じておるわけです。

一方で、ヒト・モノ・カネ、全てに課題を抱えているがゆえに、ポテンシャル、セールスポイントが生きてこないところがあるのではないかと考えております。その上で、絶対に必要な部分は何かということ、セールスポイントを生かすだけの高度なコンサルティング能力を有する公の産業支援ではないかと考えておりました。先ほど事務局から御紹介をいただきました35ページの(3)で捉えている部分が、極めて重要な部分ではないかと考えておるわけです。

コンサルティングである以上、求められているのは、成果なり結果であろうと思います。一生懸命応援しています、支援していますということだけでは、もはや通じないのではないかと考えております。全国各地でさまざまな支援機関があると思いますが、現状がどうなのかということ、冷静にもう一回考えてみる必要があるだろう。恐らくどの地域におきましても、全て中小企業、小規模事業者が経営的な課題、悩み、問題点を抱えているだろう。同じく全ての中小企業、小規模事業者が、今よりもよくありたいと考えておるだろう。これは間違えないことでもあります。そこに行けば、自分たちの経営がよくなるという支援機関があれば、どうなるかといえば、当然行列をなすだろう。これは常識でございます。

一方で、全国各地にあまたある支援機関は一体どうなのかということ、冷静に判断する必要があるのではないかと。魅力があれば絶対に人は来る。結果が出ていれば人は来ると思います。今まで12年間やっていて、そこに大きな課題を抱えているのではないかと考えておるわけでございます。

ちなみに、手元に資料をくっつけさせていただきましたけれども、私ども支援センターは、とにかく結果を追い求めるためのコンサルをやろうということで、この資料にもございましたとおり、来る相談の88%が売り上げに対して問題を抱えている企業ですから、いかにしたら、売り上げが上がるかという部分に特化した支援を行っています。

昨年度までの相談者件数は200件でございます。今年度に入りまして、アベノミクスの効果もあってだろうと思うのですけれども、月間の相談者が250件ございまして、7人のコーディネーターで朝から晩までやっている、こんなところでございます。

それでは、高度なコンサル、あるいは求められている支援は何かということについて、お手元の資料で、簡単に1つ、2つ、御説明したいと思っております。お手元の資料の中の7ペ

ージを見ていただくと、私どもが支援したリアルな事例がございます。

例えば一番左でございます、株式会社司技研のケースは、私どもに相談に来たのは、2008年8月でございましたが、当時、自動車関係の試作部品をつくるこの会社は、極端な売り上げ不振でございました。社長は、当時、もはやどうしていいのかわからないのだ、20年間にわたって、売り上げが下がりっ放しだと言っていました。

我々は何をやったかというところ、ここの企業の様子をよく見たときに、彼らの超短納期かつ高精度に試作部品を仕上げるというところに着眼いたしまして、これを見える化していただくということで、試作特急サービス3DAYという新サービスを提案いたしました。

それを即実行していただいたところ、今、どうなったかと申しますと、社名は契約の関係で申し上げられませんが、某自動車メーカーから直接的に依頼がございまして、そのメーカーが研究開発している電気自動車の試作部品を大量受注しています。当然ながら、V字回復でございます。

その右でございます、有限会社幸昭のケースは、工場向けの防音、防振工事の会社でございました。私どもへ相談に来られた2009年の時点においては、極端な業績不振の状況、どうしていいかわからないということでした。

我々の提案は何だったかというところ、この技術を使って、住宅部門に目を向けたらどうか。工場向けの防音はマーケットが小さくなっているのだけれども、住宅部門については、マーケットが広がっているはずだろうということで、それ向けのサービスの提案いたしまして、営業の方法についてもレクチャーいたしました。

どうなったかというところ、2009年6月期9,000万円だった売り上げが、2012年6月期には2億2,500万円までV字回復している、こういうところでございます。

8ページの真ん中でございます、マルミヤ食品株式会社に至っては、昨年5月にやった案件だったのですが、来られたときに、社長さんは、極端な業績不振が続いて、廃業の相談でございました。業績不振の最大の原因というのは、機械が老朽化し、小ロット生産しかできないということでした。

我々は、社長が考えている弱みの部分、機械が古くて小ロットしかできないというところを、むしろ強みに展開できるだろう。ターゲットを絞れば、そこが生きてくる。ターゲットはどこかというところ、農業者であれば六次産業化、はやっている飲食店であれば、自分のところの人気のメニューを商品化したいというニーズを持っているだろう。一方で、既存のレトルトメーカーの最小生産ロットは5,000～1万であるがゆえに、なかなか商品化できなかったところを、逆にここは100個からできるわけでございます。

そこを勘案してやったところ、V字回復だということなのです。

求められているのは、具体的なソリューション、具体的な答えなのです。こういうことができるような支援体制ではないか。今まで、残念なことに、あるべき支援の姿が見えていなかったと考えております。これまで公の中小企業支援センター、あるいは支援セクターの目指すべき方向性というのは、余りに不明確だったと思います。ですから、ここで抜

本的な見直しが必要ではないかと思えます。それによって、強化が果たされ、全国の小規模事業者が活性化する、日本経済が再生する、こんな道筋に本会議を通じて進んでいったらうれしいと思っております。

以上です。

○石澤委員長 どうもありがとうございました。

次に、澁谷委員の代理出席の石毛執行役員、お願いいたします。

○澁谷委員（代理石毛氏） ありがとうございます。今日は手前どもの理事長が、目の手術ということで、私がピンチヒッターで、かわりに参りました。よろしく申し上げます。

私たちは信用金庫という立場で参加させていただいておりますけれども、信用金庫の特質は、限定された地域でなければ営業ができないというところがございます。なおかつ、資本金は9億円以下、従業員が300人以下の企業に対してしか、融資ができないという縛りがあります。ということは、どうしても小規模企業者の方々を対象にしていけないと、我々も生きていられないという大きな理由があります。限られた地域の中で、私たち信用金庫が生きていくためにも、地域を活性化させなければいけないということが、我々の大きな使命だと考えています。

産学官連携とよく言われていますけれども、信用金庫などが中心となって、産学官金という連携が非常に重要だと思っております。そういった中で、私たちは地域にある町工場ですとか、商店、こういったところの事業主のお客さんを中心に取引をさせていただいています。大手の企業、あるいは大手のショッピングセンターが来ても、残念ながら、融資の取引も、預金の取引も発生してまいりません。そういった中では、我々が足で稼いでいる地域の事業主の方々を活性化させていくことが、信用金庫の大きな使命になっているということでもあります。

特に、最近、注目を浴びるようになってきましたのが、資料の後ろのほうに『ひがしんコミュニティグッドスマイル』という新聞がついております。2つついておりますけれども、今、お話したように、この資料の中では、毎回、商店街を中心に特集をしておりますが、13号だけ、商店街ではなくて、見開きの真ん中のページになりますが、深海探査ロボット江戸っ子1号というものを載せました。これを見ていただきますと、それぞれの町工場の方々が中心になって、自分たちで深海探査ロボットをつくっていけないかという投げかけがありました。ここから、今の江戸っ子1号というのは始まっております。

そもそもこの話のもとになったのは、平成20年から始まりました、地域力連携拠点事業です。先ほどお話したように、我々は、信用金庫として地域で生きていくために、地域力連携拠点事業に参画をして、手を挙げて、活動してまいりました。大学との連携ですとか、行政との連携を図るという意味で、地域のお客さんからさまざまな技術相談、あるいは経営相談を受けるということをやっております。その技術相談の一つが、江戸っ子1号だったわけです。我々と提携している東京海洋大学ですとか、芝浦工業大学と一緒にあって、何とかできないかということで、運んできたのが、この仕事でありました。

残念ながら、先週、海洋調査船に乗って、房総沖まで行って、200キロのところの日本海溝に沈める計画で行ったのですが、台風が来て、途中で引き返してきたということで、成果は出なかったのですけれども、町工場でつくった、全て日本製の製品を海外にも売っていきたい。特に深海探査系の仕事につきましては、フランスですとか、アメリカの製品しかありませんので、ここで海洋国、日本の製品をつくろうということでやってきております。

そんなことをやってきておりますけれども、特にここで言いたいのは、地域力連携拠点は、残念ながら、3年間という計画でしたが、2年目には見直し、3年目には廃止ということになってしまいました。先ほどお話がありましたように、3年間という計画で取り組んでおりましたので、途中で切りかわると、困ったということがありました。その後、中小企業支援ネットワーク強化事業というものが、引き続き後継事業で始まりましたので、今、それを継続してやってきておまして、また3月末に終了しましたので、今度はプラットフォーム事業ということで、認定されてやっております。特に計画が変わったりするのは困るということです。

もう一つは、コーディネーター、応援センターのほうにつきましては、中小企業診断士ですとか、外部の専門家5人を入れておりますが、始まったころは、国のお金でコーディネーターを雇ってございましたけれども、現在は自分たちの自前で雇っております。

もう一つ、こういったさまざまな相談に対しては、専門家を派遣することができるのですけれども、国のお金で、専門家を派遣する回数は3回と決まっております。知的資産経営報告書などをつくると、先生方に聞くと、少なくとも6回はほしいと言われます。そういう意味では、専門家を派遣する枠といいますか、回数をもうちょっとふやせるようにしてもらえれば、非常にありがたいと思っております。

いずれにしましても、地域のネットワークの拠点として、信用金庫として、さまざまな技術相談、経営相談を受けるプラットフォームとして活動していく中では、ある程度、国の政策といいますか、予算が必要だと思っております。ひとつよろしくお願ひします。

○石澤委員長 ありがとうございます。

次に、諏訪委員、お願いいたします。

○諏訪委員 大田区の町工場からやってきました、ダイヤ精機の諏訪と申します。よろしくお願ひいたします。

皆さん御存じのとおり、大田区というのは、9人以下の町工場が9割を占める集積地でございます。まだ厳しい状況下の中で、皆さん頑張っています。

今回、小規模企業にスポットを当てていただいて、感謝しております。ありがとうございます。また、資料を見せていただいて、問題点と課題がしっかり明確化されているので、ここにも感謝申し上げます。

私は継いで10年になるのですけれども、7～8年前までは、国の政策といっても、うちみたいなところの話ではないと、人ごとのように感じておりました。ただ、今回、こうい

う形で会議をさせていただいて、政策をつくっていかうというのは、感謝申し上げます。

あと、今までは、国のこういう会議といっても、私の中で結果ありきという感覚の会議が多かったのですけれども、今回はどういうところに光を当てていくべきかというところから議論ができるということなので、大変期待をしております。

先ほどからお話がありますように、産業構造は激変しております。我々も生き残っていかなければなりません。小規模企業という枠組みから、当社は外れてしまうのですけれども、当社の協力メーカーさんは、やはり9人以下のところが多いです。彼らを見ますと、挙げられた課題に当てはまっていることが、すごく多いと感じております。

高度成長期から創業されて、今、事業継承を問題点とする経営者さんもたくさんいます。逆に今がチャンスだと思います。経営基盤を強化したり、改革をしたりというのは、今がチャンスだと思います。そういう中で政策を打っていただくのは、非常に効果があることだと思いますので、ぜひ輝く小規模企業をいっぱいつくるような形で、この委員会が進められていくことを期待しております。よろしく願いいたします。

○石澤委員長 諏訪さん、ありがとうございました。

次に、高原委員、お願いいたします。

○高原委員 ユニ・チャームの高原と申します。

私のような者が本委員会のメンバーに御指名を賜り、正直なところ少々驚いております。しかしながら拝命しました以上は微力を尽くす所存ですので、何卒よろしくお願い申し上げます。

御案内かと存じますが、ユニ・チャームは愛媛県・川之江、現在の四国中央市という片田舎で1961年に私の父である高原慶一朗が創業しました。厳密には私の祖父が川之江で製紙業を営んでおり、これを父が大きくし、私が13年前の2001年に継承しました。

冒頭の石澤委員長の訓話から小規模基本法に光を当てることが本委員会のミッションであると理解しました。また、事務局からの説明を通じて現在の小規模企業の実情についても理解が進みました。この事務局の説明の中で私が着眼しましたのは10年間で小規模企業が56万社も減少している点です。この56万社の減少という問題に対して、起業を促すという処方箋が示されております。しなしながら具体的な議論に進む前に、小規模企業減少に歯止めをかける目的は何かを明確にする必要があると思います。

私の考える経営者の最終的な役割・責務は雇用を維持することに尽きると思います。この雇用を維持する、小規模企業の減少を食い止めることを目的とするのであれば、起業促進よりも事業承継に焦点をあて、如何に事業を継続するか、世代承継するかに重点を絞った政策を検討すべきだと思います。

ご案内のように市場としての日本国内は需要創出の源である総人口がピークアウトしており、このような中で新たな需要を創造し雇用を創造することは非常に難易度が高いと思います。もちろん人口構造や世帯形態の変化を上手につかみ、手付かずの市場つまり“ホワイトスペース”を発見し顕在化させることによって新市場を創造することは可能です。

本委員会の前身等で新事業創造について様々な施策が議論されてきましたが、非常に難易度が高い取り組みかと存じます。よって、どなたかも「3年間」というキーワードをおっしゃっておられましたが、新たな策を検討する前に、既存の施策や事業について3年程度はじっと我慢して観察しなければ本質が見えないのではないかと思います。

また、小規模企業、中規模企業を振興する政策に共通するキーワードは「多様性」だと思います。対象企業数が数百万単位で存在し、生業も多種多様な中小企業の振興策を考える際には、多くの企業に当てはまる「標準」の部分と、規模や業種によって「カスタマイズ」する部分に分けて議論ことが重要であり、本委員会では「標準」に相当する部分に集中して議論すべきかと存じます。そしてこの「標準」として議論すべき点を「企業の数を減らさない」ことだとするのであれば、やはり起業を促進するよりも、事業承継を上手に進める政策にフォーカスをした方が充実した議論になり、委員会に求められている成果物の質も高くなると思います。

先程も委員の方々から、コンサルテーションを活かした、あるいは行政のサポートを活用して成果を出した事例をご説明いただきましたが、私としましては個別の企業活性化策を論ずるよりも、より多くに企業に当てはまる「経営を維持するための施策」「経営者を育てるための施策」「上手に事業を継承することを支援する策」といった『標準』部分に議論を集中させるべきかと存じます。最終的には本委員会が提案した施策によって、経営者が事業を継続し、雇用を守り、様々な経験を積むことで多くのことを経験し、その経験を通じて力をつけて新しいチャレンジをするといった展開になると良いと思います。または、親から受け継いだ会社のポートフォリオを、時代に合わせて全く違うものへと変化させていくといった発想が経営者から生まれるような展開を私としては望みます。

例えばですが、先代から事業を継承した場合に、事業を継続した年数に応じてそれが長期間になればなるほど税率が下がっていくなどのインセンティブが必要だと思います。少し部分的過ぎるかもしれませんが、事業を継承する、あるいは親から会社を継ぐ、仕事を継ぐインセンティブをより具体的に打ち出す必要があるのではないかと思います。このような施策を通じて起業できる人材も育ち、承継した企業をさらに大きくする人材も育っていき、日本の産業がさらに活性化すると思います。

本日はご紹介をいただきました成功事例は素晴らしいと思いますが、あまりコンサルタンの助言助力や、行政のサポートが前面に出すぎると常にコンサルタントや行政に頼り続ける構造が変わらないのではないかと思います。

私からは以上です。

○石澤委員長 高原さん、ありがとうございました。

次に、堤委員、お願いいたします。

○堤委員 皆様、こんにちは。多摩ニュータウンで事業所を構えまして、17年になります。私は創業経営者として、長男が2歳のとき、私が32歳のときに、先ほどの寒郡委員の法人Ⅰのステージで起業させていただきました。3年半後に株式会社という形で増資をいたし

まして、本日までやっております。

今、10万人の女性の登録者がおりまして、その中の約3,000名がほぼ個人事業主という形で、在宅でインターネットやパソコンを活用して仕事をしていただいている、キャリア・ママというサイト上から仕事を受発注しているという、非常に新しいタイプの会社でございます。

“ちいさな企業” 未来会議の辺りから、ずっと御縁を頂戴しておりまして、本年度の事業で行っていただいている、主婦のインターンシップなど、そういった御縁もございまして、女性の方、また地域で起業をしたり、仕事を続けていくためにということで、今日は意見などを申し上げさせていただける場所が与えられたと思っております。

本日、3点、御提案をさせていただければと思うのですが、課題の順ではないのですけれども、1つ、支援機関の皆様方というところで、昨今、非常に思いますことは、先ほど石毛代理の御発言の中にもございましたが、小出委員のように、第1の企業の部分でもアクティブに動かれているようなアドバイザーさんもいらっしゃるのですけれども、小さな規模感の会社がこれから生き残っていくためには、幾つかコーディネーションをしていただく、要は1社だけではなく、3社、5社、7社という強みをつくられて、審議会のようなものをつくっていくことが、非常に大事になるのではないかと思っております。そういった出会いの仲人役をやっていただくことが、支援機関様に非常に期待されるのではないかと思っております。

2点目でございますけれども、ここ数年、特に女性また若者の起業が後押しをされているのですけれども、いつも思うのですが、業を起こすのはいいけれども、業を継続していくことが非常に大事である。起業することばかりに力点が入っておりまして、継続というところで、策も事例も持たないことが、開廃業の逆転につながっているのではないかと思います。

考えますに、女性の方とか、新しいタイプの若者が創業されるときに、何を目指しているかという、世界一の企業になろうという方よりは、自分の暮らした地域や、自分の大事な家族のそばで働きたい。これは工場や会社に出向いて働くという働き方から、家族とともに働くという、新しい働き方が出てきていると思いますので、そういった部分を尊重していかなければいけないのではないかと思っております。家族のそばで働くことを可能にしてあげれば、違った意味で、働く、企業を維持していくところにつながるのではないかと思います。

この部分で、今、私自身が一番難しいと思っておりますのは、どちらかという、厚労省マターなのですけれども、労働基準法という、いわゆる雇用主と守るべき雇用者という対立の構図の中で、例えば1日何時間しか働かせてはいけないとか、家に持ち帰って仕事ができるのは、こういう管理職だけですとか、こういう特殊な能力の者しかできませんというような、さまざまな法律がございます。

私どもの会社は4人でスタートして、そのときには、おもしろいほど、倍々で売り上げ

が上がってきまして、7期まで連続黒字という形で成長していった会社です。なぜできたかといいますと、会社が小さくて、実際に働かされている方は、御自宅で働かれていましたので、正直、何時までしか働かせてはいけないとか、時給は割増しにしなければいけないとか、休日の手当とか、そういう細かいことがなかったのが、非常に楽だったのですが、今、曲がりなりにも、20人ぐらいの規模感になってきてしまいましたので、そういった細かい法の部分にも触れないようにやっていこうと思いますと、小さい規模の新しいタイプの会社には、今の法律が追いついていないのではないかと思います。

今後は、雇用主と雇用者が対立の構図ではなく、雇用されている人も経営者の視点を持って、そして、経営をしている人たちも、雇用者の痛みだとか、家族を思う気持ちをおもんぱかる形で、小さな規模の会社というのは、その地域に根差して、社会的な価値をつくり出していくのではないかと思います。ぜひそれにそぐうような新しいタイプの法律なり、またトライでも構いませんので、何かトライアル事業などができればと思っております。どうもありがとうございました。

○石澤委員長 堤さん、ありがとうございました。

次に、鶴田委員、お願いいたします。

○鶴田委員 全国中小企業団体中央会の鶴田でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

全国中小企業団体中央会のもとには、全国津々浦々に、さまざまな業種の小規模企業者が、さまざまな思いを込めた設立した多くの中小企業組合があります。中小企業組合は、それぞれ生産、購買、販売、受注などの共同経済事業のみならず、地場産業の技能伝承とか、次世代の人材養成、地域活動の維持、中山間部地域等における生活基盤の確保などに貢献してきております。

例えば三重県では、組合員は18名でございますが、協同組合伊賀市商工セレモニーという組合がございます。山間部において、自宅葬が行われていますが、地域住民のさらなる人口減少と高齢化の進展に伴い、地域間のコミュニティーのつながりが薄れる中で、葬儀関連の共同受注によって、人生の最期のセレモニーと、家族や近所とのつながりをつなぐ重要な役割を担っている組合でございます。

また、高齢化単身世帯が増加する中で、高齢者や単身者などの地域住民の生活に密接に関わり、不要品の整理から、階段の手すりの取り付けなどの小規模なことなど、地域の生活関連サービスを提供している企業組合も設立されてございます。

中小企業組合は、共同事業の事業主体であるばかりか、地域に暮らす住民の情報交換の場でもございます。共通の悩みの解決の場であり、支え合う場を提供してございます。

中小企業と中小企業組合を取り巻く環境が大きく変わる中で、先ほど説明をいただきました、小規模企業の現状と課題にある幾つかの課題は、連携、組織化を図ることで、改善されるものがございます。組合制度は、その組織を利用する者や、取り巻く経済社会環境に応じて、柔軟に変わっていくものでございます。中小企業組合が、利用者である小規模

企業や中山間地の経済社会のニーズに応えることができるよう、組合の活用、連携組織対策の意義や役割に向けた議論も不可欠であると考えております。

このような観点を十分に理解いただき、今後の小規模企業政策の議論の中において、組合との連携、組織化の観点からの議論も進めていただきますよう、お願いを申し上げます。

私からは以上でございます。よろしく申し上げます。

○石澤委員長 鶴田さん、ありがとうございました。

次に、中村委員、お願いいたします。

○中村委員 日本税理士会連合会から参りました、専務理事の中村でございます。

基本法が変わるということで、我々税理士の果たす役割は非常に重いと思っております。先ほど桜町室長から説明があった、26ページの中における相談は73%でした。別の資料では、約9割が、会計士ではなくて、税理士が見るという統計も出ておりますので、中小企業あるいは小規模企業において、我々税理士が顧問として果たす役割は大きいと感じているところでございます。

今日の皆様の話聞いていますと、小出先生がいろんなアドバイスをされて伸びたのと同じように、我々も事業家をいかに伸ばすかというときに、私は24歳で税理士になりましたので、約30年を超えておるのですが、事業家に接したときに、その事業家がどういう性格の人なのか、あるいは企業の業種がどうなのか、あるいは地域社会における位置づけがどうなのかということを見ます。私は、今、東京におりますけれども、毎朝、筑波山のふもとから通っておりますので、旅の人の事業なのか、あるいは地域の発展に根差すものなのかということ、会話の中から学び取って、アドバイスをしてきた経緯がございます。

先ほど類型化の話が出ましたが、まさに類型化が必要だと思うのは、どのようにやっても、どっぷり地方の大名でいい、織田信長は目指さない、武田信玄は目指さない、上杉は、長宗我部は云々。私の場合は、歴史に学べではありませんが、大名系の類型で捉えたり、あるいは神社、伊勢神宮なのか、出雲大社なのか、地方の神社にとどまるのか、そういう感覚で事業家を見てまいりまして、アドバイスをしておりました。

おかげさまで、一番最初の顧問先が、今、インドネシアに進出いたしました。会社をつくったときは、たった2名でございました。今、フィリピン、中国、韓国ということで、昭和53年から海外進出のお手伝いをさせていただきましたので、伸びております。

中小企業というのは、絶えず新しいものをつくっていくという、創業者の意識が強い人と、親父から受け継いだものを、次の世代に残すのだという発想のひと、あるいはどうでもいい、地域の旦那さんで終わってしまってもいい、息子をいい学校に行かせればいいということで、行かせた結果、高学歴社会になって、いわゆる田舎の商店街が閉まってしまいうというように、因果関係が必ずあるわけです。

その地域がなぜ大きくなったのかというのは、もちろん行政の問題がありますが、地域社会において、リーダーがいない地域はだめになっているのではないかと考えております。

そういう面から、7万4,000人の税理士が、今、全国で15の単位会に分かれて、中小企業の顧問をしていると思います。おのおの千差万別でございますが、目的はその企業を伸ばすにはどうしたらいいか、あるいは税の問題をどうするかという助言をするのが、税理士の役割だと思えます。

今、我々税理士会が取り組んでいるのは、ボーダレス化の問題です。国際化の中のボーダレス化における課税の問題、いわゆるインターネット取引における消費税が課税されない、これは不公平だろうという価値観がございます。

先週はロシアに行つてまいりまして、拠点の問題、税金の引き上げの問題、特に小規模企業における問題も、世界の税務専門家の集団を組織化しよう、もちろん会計士のオーデイト、監査ではなくて、国の財政をしっかりと担う立場から、税務の一体化が必要だというのが、今、日税連が取り組んでいることでございます。我々の最大のクライアントである、小規模企業が伸びるのも、あるいはだめになるのも、我々のアドバイスが大きいと思っております。

3年にわたりまして、厚労省の生活税制関連の委員会に参加させていただきまして、おかげさまで、昨年、交際費課税の撤廃をさせていただきました。厚労省の委員として参加させていただいた結果、交際費課税がゼロになったと思えます。

我々税理士は、唯一の税の専門家でございます。ですから、企業の設備投資の問題、あるいはリース料の問題、金融の問題を含め、小規模企業の人々の立場に立ってやっていくことが、我々に課せられた命題だと思っております。今回、個人的な意見が入りましたけれども、次回からは、日税連が取り組んでおります、小規模企業対策についての施策なり、あるいは方策なりを披露して、一員としての役割を果たしていきたいと思えます。

以上でございます。

○石澤委員長 ありがとうございます。

次に、西村委員、お願いいたします。

○西村委員 日本商工会議所中小企業委員会の委員長を務めております、大阪商工会議所副会頭の西村でございます。

私からは、以下の4点について、申し上げたいと思えます。

第1に、本小委員会での検討に当たってでございますが、小規模事業者には、地域の人々が生活の糧を得る雇用という価値や、人々の生活を維持し、快適にする製品、サービス、またそれらを支える技術、ノウハウ、おもてなし、さらには地域経済や日本経済の発展の担い手などのさまざまな価値を有してございます。私の周りにも、日ごろの創意工夫により、新製品や新サービスを開発し、提供し続けている人がいます。そして、雇用を維持することで、地域に貢献したり、またIT活用で、新たな販路開拓、海外展開にチャレンジするなど、大変すばらしい小規模事業者が多数おられます。

他方、小規模事業者は、経営資源がまことに脆弱なため、景気後退など、外部環境の変化に大きく左右されるという課題を抱えております。そこで、本小委員会での検討に当た

りましては、小規模事業者が抱える課題を克服し、小規模事業者が有する価値を維持、発展させ、るために、必要な政策を大々的に打ち出す必要があると思います。

また、現在、大企業に成長している企業も、始まりは、創業したばかりの小さな企業でございました。よって、経済のダイナミズムを生み出す創業についても、御検討いただければと思っております。

加えて、小規模事業者が成長、発展し、小規模事業者を卒業した途端に、小規模事業者向けの施策を急に受けられなくなれば、企業は困りますので、よって、小規模事業者の発展段階に応じた切れ目のない支援策が必要だと思っております。

第2点は、小規模事業者への支援についてでございます。先ほど説明があったとおり、多くの小規模事業者は、所在する市町村や近隣市町村、都道府県内を商圈とし、地域に根差した事業活動を行っているため、所在する地域から離れることは容易ではございません。したがって、言わば小規模事業者版ナショナルミニマムとして、一定水準以上の支援を全国どの地域においても受けられるようにする必要があります。

また、小規模事業者が所在する地域そのものが、全体として発展することは、小規模事業者への支援にもなるため、商店街やまちづくり、地域の活性化という視点も重要になると思っております。

他方、小規模事業者が抱える、個別の事業者だけでは対応できない困難な課題の解決に関しましては、事業者、企業間の連携やマッチングが重要な鍵を握ると思います。よって、小規模事業者同士の連携の促進はもとより、小規模事業者と異業種企業、大学、公共機関等、さまざまな機関との連携に対する強力な支援が重要だと思っております。

第3は、国と地方、公共団体との関係についてでございます。現在、国のみならず、地方公共団体におきましても、小規模・中小企業施策が実施されておりますが、国と地方公共団体との間で、必ずしも十分な連携が図られていないのではないかとと思われる点がございます。したがって、小規模事業者版ナショナルミニマムの構築や、小規模・中小企業政策の効果的・効率的な実施の推進などに向けて、例えば国と地方公共団体における小規模・中小企業行政のトップ同士が会談を行うなど、国と地方公共団体との間で連携を強化することが必要ではないかと思っております。

最後に商工会議所の取り組みについて、お話を申し上げたいと思います。先ほど福井商工会議所の活動につきまして、川田委員からお話ございましたが、全国的に見まして、私のほうから少し申し上げたいと思います。

御承知のとおり、全国514商工会議所におきましては、商工業者、とりわけ小規模中小企業の活力強化、地域経済の活性化に向けまして、国、地方公共団体へのさまざまな要望活動や、お祭りの運営、地域ブランド創出等の地域活性化事業に加えまして、小規模事業者等に寄り添う、きめ細かな巡回・窓口相談指導、全国の商工会議所ネットワークを活用した商談会、異業種交流会などの広域連携マッチング、小規模事業者のいざというときの駆け込み寺的対応等に取り組んでおります。

さらに地域の総合コーディネーターといたしまして、行政や経済団体、支援機関、専門家、大学、農業者等の多様な主体と連携し、事業者と地域を元気にするための活動を積極的に展開いたしております。

全国の商工会議所に配置された経営指導員は3,450名おります。この者たちによる指導実績は年間約175万件に上っているほか、海外バイヤー向けの商談会と経営指導により、小規模事業者の海外輸出を支援したり、小規模事業者と農業者、研究機関をコーディネートして、国産初の農産物を生み出すことにより、地域ブランド創出や農商工連携を実現するなどの活動実績がございます。

私の発言は以上でございます。どうもありがとうございました。

○石澤委員長 西村さん、どうもありがとうございました。

次に、松島委員、お願いいたします。

○松島委員 東京理科大学教授の松島でございます。

事務局から配付されました資料の35ページに即して、3点、御意見を申し上げたいと思います。

第1点は、小規模事業者の類型化に関するテーマであります。既に何人かの委員が御指摘されていますとおり、366万社の小規模事業者をひとまとめにして対策を考えることは、ある意味では非常に難しいというか、あり得ないことだろうと思います。これをまた2つに割って、成長型と現状維持型という分け方も十分ではない。むしろ課題に応じて、その課題をどういう方向性で解決しようとしているかということ考えた、課題オリエンティッドの類型化が必要だと思います。課題オリエンティッドということは、それに対する対応策もある程度まとまって考えられるという意味で、そういう課題オリエンティッドの類型化を考えるべきではないかと思います。最初から366万社全てを、いずれかのカテゴリーに割り当てるのではなくて、課題を特定し、課題に対する対応策が考えられるところから、部分的にでも手をつけ、それを徐々に広げていくというスタイルで、息長く対応をとることが必要ではないかと思います。

2番目に支援策について、意見を申し上げます。今までの委員の御発言の中にもありましたように、支援策の中には、コンサルティングであるとか、金融であるとか、税制であるとか、あるいは補助金であるとか、いろいろな支援策があり得ます。それはそれぞれの課題に応じて、支援策のタイプが変わってくるわけでありまして、これを一括して支援策と言うのではなくて、こういう課題にはこういう支援策があり得るといふ、これも課題オリエンティッドな仕分けをしながら、分類をしながら、検討するべきではないかと思います。

3番目に支援体制との関係で申し上げます。これは最初の類型化、支援策ともかかわるわけでありましてけれども、既に今まで商工会、商工会議所、中央会という支援機関が、それぞれ小規模事業者を対象とする、あるいはそれを重要な部分として含む支援策を講じてきております。そういった従来の支援機関を十分に活用するべきであるというのが、私の

基本的な意見です。課題によっては、中央会系の組織が対応するのがふさわしい課題もありましょうし、場合によっては、商工会あるいは商工会議所が支援機関としてふさわしいこともあると思います。特に商店街に関していえば、商店街の組織もありますので、そういうものが支援の主体になり得ることも十分にあり得ると思います。どういう支援機関をどういうふうを活用するかということも、まさに課題の類型化、それに伴う支援策の類型化とあわせて考えるべきで、要するに三次元で、立体的に考えられるべきではないかと思えます。

いずれにしても、政策というのは、単年度ではできません。政策の対象をよく見て、その対象に対して、意味のあることをやるのが、政策を立案する際の本道であると考えます。見るということは、ある種の分類が当然の前提になるわけです。それをよく見た上で、バットを振ることが、この審議会の肝要なポイントではないかと考えております。

以上です。

○石澤委員長 松島先生、ありがとうございました。

最後に、三神委員、お願いいたします。

○三神委員 フリーランスのジャーナリストをしております、三神と申します。

大学卒業後、最初から独立開業いたしまして、今も個人事業主でっております。

こういったデータを見るときに、いつも小規模事業者の中で、個人事業主が末端といただきますか、とてもかわいそうな存在という形で分類されているのに違和感を覚えます。

私がどんなことをやっているかといいますと、フリーランスで開業をしています。

そして、こういった世界に御縁をいただいたのは、日本全国の地域再生に効くであろう、先端的なビジネスモデルを、業界を問わず発掘してきて、それをまとめてNHKの番組でご提供するというのを、過去にやっておりました。

今は競争力のある日本企業を、国際放送で海外にご紹介していくということもやりつつ、日本のように中小企業の層を厚くしたいと思っている国が多いので一特に民主化運動が起きているアラブ諸国でカイロ大などで講義をするといったことをやっております。

1人でできることは、範囲が限られておりますので、確かに小規模ではあるのですけれども、感覚として、いわゆる個人事業主の世界というのは、専門職志向もしくは高度な職人志向なのです。極端な例を申し上げますと、極めてグローバルに大活躍されている、高給取りの溶接工の方などがいらっしゃるのです。感覚としては、単価が上がっていく。ですから、規模を拡大ということではなくて、単価が上がって、顧客の質が上がって、入る情報の質が上がってという、専門職能を提供しつつ、かつ入ってくる情報の質が上がるので、たとえそれが技能や完成品の提供だったとしても、高度知識専門サービス業に近くなってくる。コンサルティングプラス技術提供ができるというのはおそらく日本特有で、アングロサクソン諸国の場合は、いわゆる知識サービス業と手を動かす業務を分けてしまっているの金融とサービス業ばかりになって、産業が衰退していったわけです。日本の場合は、モノや技能も提供しつつ両方をとっていくという世界ができるだろうと、直感的に思

っております。

この世界というのは、フリーエージェントですとか、インディペンデントコントラクターという形で、先進諸国だと、既に何年か前から研究が始まっているのです。ですから、小規模だからいけないというような区分の発想を日本がしているのかという疑問がございます。日本は具体的に物が生み出せるという、技術提供までできるにもかかわらず、そういうマインドでいいのかどうかというところを、1点、問題提起としてさせていただきたいと思います。

特にこの領域、インディペンデントコントラクターという世界の人たちは、統計をとると、教育レベルもより高いですし、年収も高いのです。もちろんグローバル企業のCEOなどの年収に比べれば、低いのですけれども、総じて平均的には高い。今後TPP等で人の移動が自由度を増すと、多国間で専門職の奪い合いになってくるので、こういう未来的な領域も、何となく視野として抜けている感じが、感覚としていたしまし。

類型化のお話が先ほど来出ておりますけれども、例えば一番小単位のところから、徐々に規模を拡大していくことをゴールにする場合、支援というと、どうしてもコストセンターの支援ばかり出てくるのです。もちろんそういった支援も必要です。コストをかけずに、きちんとした法務支援、税務の支援、あるいは財務の支援を受けていくというニーズもあると思うのですが、やはりプロフィットセンターに効いてくれてなんぼというのが、正直なところなのです。私のような小規模単位の場合は一方で、顧客は自力で探すのが品質管理上、リスクが最も低いと思っている層もいます。紹介制に限るなど、やり方はいろいろあります。

プロフィットセンターの初歩的な代行はまず、キャリア・ママさんもおやりになっているエージェント業務的な機能です。ですから、個人事業主なのだけでも、営業のところは、ある程度どこかに任せたい。プロフィットセンター委託型です。こういったエージェント業務をやるというのが、次のステップとして、まずあるわけです。

先ほど来からありますように、366万社全部にどうやってこの政策を届けるのだとなった場合、一番早いのは、職能集団団体ですとか、職業団体、あるいはそういった専門職で区切れない場合は、商工会さんのような、ある程度の財界、そういった中立的組織に対して、政策知識やプロフィットセンターとしての機能強化をそれぞれやっていくのが現実的と考えます。例えば職能集団だったら、エージェント業務ができるような契約業務の支援、海外の販路拡大に伴う実務強化—特許関連ですとか、こうした機能付加をしていく。ある程度、人数、あるいは同業他社同士を取りまとめている組織に対して施策を打っていくほうが、ばらけてやっていくよりも、早いのではないかと考えております。かつ業界のことがわかっていますので、小規模事業者にとっても使いやすいです。そういったやり方があります。

そして、商工会の機能についてなのですけれども、日本は商工会というと、地域によっては、大変失礼ながら、御年輩の皆さんの社交の場のようになっている例があります。若

輩なのでお許しいただきたいのですが、これから30年働かなければいけない人間の感覚と、過去30年の成功体験がおありの方では、物の考え方も違うので、商工会などの集まりは、こうした機能強化の政策をうったり、人員強化に伴うチーム編成をしたりするときに、世代バランスをある程度とっていくことが必要だと思います。

同時に一部の地銀ではもう始めておられますが、オーナー経営者の二世の候補者で、まだ学生の方、あるいは継ごうと思っているけれども、どうなのかと悩んでおられる方、そういった方に事業承継に向けて教育的な機会を提供していらっしやいます。例えば様々な領域の専門の方をお招きして、ディスカッションの場を設けたり、情報提供、海外視察へ連れて行く等をやっておられるのです。そういった具体的なサービス実務をきちんと付加するというのを、既存の組織にやっていく。

もう一つ、小規模な会社さん同士が独立性を保ちつつ、売上依存度の高い地元が過疎になっても生き残るにはどうしたらいいかという話が出ておりますが、一番代表的なのは、過疎地が非常に多くなっている、鹿児島などで出ている事例などは分析・共有すべきでしょう郊外に進出した家電量販店と闘わなければいけない、家族4人でやっています、2人でやっています、といった家電販売店の世界です。こういったところは、同業他社同士で提携して共同調達するなど、地域を超えた組織をつくる。今日も幾つかそういった例を挙げていらっしやる、委員の先生がいらっしやいましたけれども、独立性を保ちながら、採算性はビジネスモデルでクリアできると同時に、こうした緩やかな集合体的経営の世界になっていくと、ただモノを売るだけではなく、問題解決型の多機能、多品種サービスが加わって行きます。先の個人事業主にも似た動きです。家電を売ってはいるのですけれども、最後はオール電化に伴う省エネコンサルティングまでやったり、高齢者向けのバリアフリー、建築設計の助言までいっている例があります。

ただ大きくなればいいというのではないのです。例えば、コンビニエンスストアは面積が限られています。ところが、極めて多品種、多機能で、どんどん付加価値を上げていって、それなりに地域のニーズに応じていくというやり方がありまして、決して小さいから先がないという話ではないのです。規模を拡大するといっても、利益率の問題がより重要でありまして、そういった様々な具体的解決方法を把握しておく必要あるのです。

商店街にしても、まちづくり会社と、工務店、不動産会社、若い方々に対する独立開業経営支援と、商店街が全部でセットになるという多機能型のものや、既存の組織がどれだけファンクションを充実させていけるかという、具体的なビジネスモデルをあくまでターゲットにする必要があり政策は、運用や具体的実務の質の問題が重要です。お金だけでは、物も事も動かないのです。先ほど先生が問題の種類別とおっしゃいましたが、そうした実務ベースのプロジェクト、あるいはどういう機能性を持たせるかという具体的な像がないと、現実には動かないのです。

既存の支援機関に対しての御批判も出ていましたけれども、商工会のあり方であるとか、支援機関のあり方ということであると、大陸欧州の例でいいますと、5年で独立採算化す

るという前提で、ビジネスモデルを組んでいます。最初、商工会が資本を入れます。そして、一部は公のお金が入ります。これは、競争力のチェックを初年度から民間の視点で行うのが目的です。結果のレビューもないまま、コストセンター支援だけが膨らむ——例えばペーパーの書き方だけ教えているということでは、今度、消費税が上がって、税収が上がるでしょうけれども、コストセンター支援へのばらまきだけが増えるとなると、未来がないと個人的には思っております。5年で独立採算がきつと思う方もいらっしゃるかもしれませんが、これはどういう効果があるかという、専門の知識サービス業の産業振興を同時にしているということなのです。ですから、新しい産業支援をきちんとできる知識サービス業の産業も同時並行でつくるというアプローチになろうかと思えます。

早口で大変申しわけないのですが、いわゆる有望なマーケットの情報収集といった場合、今、海外がどんなことをやっているかという例を最後にお話しさせて下さい。よくデータベースをつくる時に、日本は企業名順や、研磨が得意ですといった技術種類順に、小規模企業のデータベースをつくってしまうのですが、市場側にはこれでは十分届かない。ではどうやるかという、これから来るであろう有望な製品があるとして、その製品別のスケルトン図があって、部品が全部分解して書いてあり、部品番号が全部ついています。これはドイツの例なのですが、必要な要素技術が部品ごとに全部リスト化されており、その分野に明るい研究室も大陸全土を対象にリストアップしてあり、どこにどういけば、自分たちの可能性が開けるかというアプローチのつけ方が全く違うのです。電話帳をつくって、ただ待っていますということではなくて、どこだったら、自分が売り込めるかというアプローチになっている逆の発想であるというのが1点。

それと、日本が一番得意でないところなのですが、社会システムがこれからどう変わっていくか。これはサービス業領域に入っていきますけれども、これから社会システムがどう変わっていくのかという、未来予測専門のシンクタンクが海外では珍しくなく、それが政策にも反映されています。、民間企業もこういったレポートを参考にしながらやっている。例えば何年後だと気候変動上こうなるから、干ばつリスクがふえます。ということは、砂塵が精密機器に紛れ込むリスクが多いから、密閉技術を強化しましょうという、バックキャスト・ブレイクダウンの手法です。こういった具体的なところに落とし込んでいく橋渡しが、日本に欠けており、非常に重要だと思えます。

話が前後しますが、先ほどのエージェント機能の何がいいか加えさせて下さい。個人でやっている場合というのは、価格交渉が一番やりづらいのです。例えば下請保護法などもありましたけれども、バリューを出したなら、そこに適正価格がどのぐらいでつくのだという、業界団体あるいは職能集団、もしくは異業種であっても、一定のサービスを提供するというグループをつくった場合、相場観という妥当な線を中立的な立場で出してあげる。人口が減っても、利益率が高いというアプローチでいく一策ではないかと思っております。

取り急ぎ、以上になります。長くなりまして、すみません。

○石澤委員長 委員によって、長い、短いがございましたけれども、まさにぴったり、平

均5分でございました。御協力に感謝申し上げます。

ここまで、各委員からそれぞれ御発言をいただきましたが、追加的に御意見がある方は御発言をいただきたいと思えます。

今日は第1回目でございますので、基本的なお考えを聞くことにいたしまして、次回からは、いろいろ議論を進めたいと思えます。

特に御発言をなさりたい方があれば、お願いいたします。プレートを立てていただければ、御指名申し上げますので、特に御質問のある方はお願いいたします。

多くの御意見ありがとうございました。

それでは、平政務官もお見えになっております。ここで政務官より御挨拶をお願いいたします。

○平大臣政務官 御紹介いただきました、政務官の平将明です。

長時間にわたり、審議をいただきまして、誠にありがとうございます。

私もこちらの小委員会は大変関心を持っていて、最初から最後まで出る予定にしておりましたが、今日、経済産業委員会で、福島原発の汚染水処理の委員会が行われまして、先ほどまで東京電力の社長が来られて、委員会が開催されていたということで、途中出席になってしまいました。おわびを申し上げたいと思えます。

その上で、今日は第1回であります。ぜひ委員の先生方をお願いをしたいのは、366万社というターゲットがあつて、その全ての事業者について、中まで入り込んで政策を打つというのは、費用対効果の観点から考えれば、困難であると思えます。その一方で、アベノミクスと言いながら、小規模企業のほうは、効果に対する実感がないという問題もあるので、そこにしっかりフォーカスを当てていかなければいけない。ここをどう解決していくのか。

さらに小規模事業者や新たに開業しようという人になると、その人たちは組織化されていませんから、今まで経産省や中小企業庁が打ってきた政策のリピーターさんではなくて、ニューマーケットに我々はアクセスしなければいけないということになるのだと思えます。何回かお話がありましたけれども、この国では学生が開業をしようという選択肢がほとんどないのです。政治家になろうという選択肢もほとんどないのですけれども、これは両方問題だと思つていて、何かやってやろう、アベノミクスとつて、東京オリンピックも来るし、自分で何かやろうという人が、その気になるような、また、そういう人が1人でも増えるような、そういう政策をぜひ皆さんのお知恵をいただいて、つくってまいりたいと思つております。

一方で、政策をつくったときの情報の出し方が本当にいいのか。経済産業省、中小企業庁も、情報の出し方自体を変えないと、そこで目詰まりが起ってしまうのだと思えます。今、ミラサポというものを試験的にやって、まさに課題オリエンティッドの類型化というか、使う側のニーズに立って、政策にたどり着けるようにという、ポータルサイトをつくりました。これはまだ実験段階でありまして、これから進化をしていかなければいけない

し、そういったところで、皆さんの御意見を踏まえてつくった政策の情報の発信の仕方が本当にそれでいいのか。

それと、PDCAサイクルと役所は言いますが、自分たちの政策のPDCAサイクルはできていないわけですから、そこも含めて、ぜひ御意見をいただいて、真に実効性があるというか、我々がターゲットとしている人たちに情報が届いて、その人たちに使ってもらえて、実際、小規模企業の活性化につながるというところまで、しっかり対応してまいりたいと思っております。

今、大分環境が変わってきました。この間、アメリカのスクエアというベンチャー企業が私のところへ来て、Twitterをつくった人がつくったのですが、スマートフォンにジャックを取り付けると、それがカードリーダーになって、クレジットカードで決済ができる。しかも、入金翌日、手数料3%。今まで普通のクレジットは、普通のお寿司屋さんとか、商店街のお店が加盟しようと思ったら、審査も厳しかった。入金も1カ月締め、1カ月後払いだった、手数料も7%だった。それが、そういうベンチャーが出て、築地のお寿司屋さんが喜んでいました。外国人のお客さんがチェックできて、翌日に入金になるという環境も出てきました。また、3Dプリンターも出てきました。我々もようやくポータルサイト、ミラサポみたいなものもつくり出しました。

ですから、こういうことを前提にしながらも、民間のほうの環境はどんどん変わっていくわけですから、それを踏まえて、小規模事業やこれから起業する人たちに夢を与えるというか、その気になってもらう政策をしっかりとつくっていきたいと思います。我々役所のほうも、時代に取り残されないように頑張っていきたいと思っておりますので、引き続き、先生方の御意見をどうぞよろしく申し上げます。ありがとうございました。

○石澤委員長 政務官、ありがとうございました。

次に、事務局から今後の進め方について、説明をいたします。

○矢島部長 資料6をごらんいただければと存じます。「今後の検討予定について」と題した紙でございます。

本日、第1回、9月27日でございます。

次回以降、あらかじめ、皆様方の御予定を確認させていただきました。効果的に進めていくために、第4回までの日程をこういう形で設定をさせていただいております。

第2回、次回でございますが、10月21日の午後3時からでございます。

第2回、第3回の2回にわたりまして、本日いただきました御意見を踏まえた課題を再度整理いたしまして、御議論いただければと思っております。その上で、第4回に論点の整理、年内にあと2回ほど開催し、1月には取りまとめをしたいと考えております。

全体の流れとしては、こういうふうを考えておりますが、必要に応じて、会合の回数等々も検討させていただければと思っております。

以上でございます。

○石澤委員長 今、事務局から説明がありましたとおり、次回及び次々回は、本日いただ

きました御意見を踏まえまして、今日お示しした検討すべき課題を深掘りし、より具体的な論点として提示させていただきます。委員の皆様には、各論点に沿って御審議をいただきますように、よろしく願いいたします。

それでは、以上をもちまして中小企業政策審議会小規模企業基本政策小委員会の第1回を閉会いたします。本日は、長時間にわたりまして、御審議また活発な御意見をいただきまして、まことにありがとうございました。