

中小企業振興策（アクションプラン）の意見

委員別の個票

中小企業振興策（アクションプラン）の意見

中小企業振興審議会

A委員

課題

- (1) 中小企業の経営革新（イノベーション）への支援強化
- (2) 廃業防止のための円滑な事業承継に向けた取組への支援強化
- (3) 多様な世代の創業実現へ支援強化
- (4) 三木金物ブランド製品の海外展開への支援強化
- (5) 人手不足の状況で、生産性を向上させる人材育成及び先端設備導入への支援強化
- (6) 時代の変化への対応支援強化
 - ① 商品力向上の支援強化（工業製品のグローバル対応／デザイン性強化／使用用途等拡充による提案型販売／販売形態の見直し等）
 - ② 発信力強化（グローバル展開を見据えた支援の強化）
 - ③ 地域力強化（集約および地域リソースの活用）

具体的な施策

- (1) 経営革新支援
 - ① 中小企業サポートセンター事業
 - ② 中小企業経営革新設備投資促進事業
- (2) 事業承継支援
 - ① 中小企業サポートセンター事業
- (3) 創業支援
 - ① 創業支援事業計画に基づくセミナー・個別相談
 - ② 中小企業サポートセンター事業
 - ③ 起業支援事業補助金及び起業家支援利息補給金
- (4) 海外展開支援
 - ① みきかなもんプロジェクト
- (5) 人材育成及び先端設備導入支援（生産性向上）
 - ① 中小企業人材育成事業補助金
 - ② 償却資産に係る固定資産税のゼロ特例（先端設備）
- (6) 時代の変化への対応支援
 - ① 中小企業個別で取り組みにくい部分の競争力を上げる支援（勉強会、市場調査、工業デザイン事務所採用等）
 - ② 発信力強化（SNS・展示会出展等の企業個別及び地域としての発信力強化）
 - ③ 地域力強化（地域集約・地域リソースを主眼に置いた創業支援）

目標値の設定

最終の結果数値ではないですが、継続的な施策に関しては実施数・件数・助成額等でしょうか。

大都市圏及びその関連都市以外は人口減の方向ですので、集約を考えた地域別の人口増減、あるいは期間でみた増減の比率。

その他

金物等製造業においては、これまでの伝統を踏まえつつ、商品力・情報発信力を時代に合ったものにあげていく支援が必要。

そのために施策案(1)～(5)としても上げていただいているサポート事業の枠を広げて、企業間でリソースを共用できる環境づくりができないか。

商業においてはターゲットをどのように定めるか。起業・活性化を図るために地域集約／色分けを促進する政策により、地元の方を集める、圏外の方をあつめる等明確にして全体のレベルアップを図る。

中小企業振興策（アクションプラン）の意見

中小企業振興審議会

B 委員

課題

1. 生産性向上に向けた経営革新の支援
2. 成長産業分野の起業を促すべく、産学連携・異業種連携等の支援
3. 商店街の活性化を含む魅力あるまちづくりの支援
4. セーフティーネットとしての施策
5. 三木市の情報発信力の強化

具体的な施策

1. 経営革新への支援強化 ⇒生産性向上
従業員 20 人～100 人未満の意欲ある製造業に対する支援として、中小企業経営力向上計画の認定を促進し、特に ICT 投資を含む労働生産性向上に資する設備投資を積極的に強化する。
2. 産学連携等の支援強化により、既存事業の革新、成長産業分野の起業などイノベーションの機会を創る。⇒成長産業分野の強化
3. 働き方改革・テレワークの進展を背景に、IT 企業等のサテライトオフィスを誘致。商店街の空き店舗の活用した魅力あるまちづくり、古民家カフェやレストランの誘致など。⇒人口増への対策
4. 金融支援、事業承継の支援、雇用の支援、女性創業の支援等
⇒セーフティーネットとしての施策
5. 市外の観光客、インバウンド向けに SNS による情報発信の工夫

目標値の設定

1. 製造業の目標値として、従業員数（増加率）及び、一人当たりの付加価値額（増加率）
製造業において生産性の改善が重要であり、売上高・利益の向上は一人当たりの付加価値額の増加に繋がる。（従業員規模別の統計があれば望ましい）
2. 製造業以外の目標値として、成長産業分野（サービス業）の企業数、従業員数、売上高及びそれぞれの増加率

その他

1. ネット通販の普及や大手小売チェーンの拡大により、卸・小売業事業者数の減少が継続するのは不可避であることから、卸・小売業の振興を目標値（KPI）に設定する事には無理がある。
2. 他方で、ITサービス等を含む成長産業分野（サービス業）の企業数、従業員数、売上高の統計があれば KPI と出来る。まずは、何が三木市にとっての成長産業分野かを定義する必要がある。
3. 市内の生産額、付加価値を増加させるには、セーフティーネット施策の充実により成長が見込めない産業（事業所）を護ると同時に、大学等研究機関、大企業との連携、異業種連携施策を推進して成長産業分野への参入や、新市場・グローバル市場の開拓を進める施策を市が前面に立って進めるべき。
4. 企業の社会的責任の観点から、市内所在の大企業に中小企業との連携・協力を働き掛ける施策を検討する。

前回の審議会答申（平成25年）の戦略及び施策の方向性についてのコメント

- 1 「中小企業振興のためのアクションプラン」の目標値（KPI）を『平成29年度における市内総生産』を平成24年対比で10%増加させるとしているが、中小企業振興のKPIを、大企業の生産高も含まれる市内総生産にすることが妥当であったか検証が必要である。
- 2 企業の集約化による経営効率化、経営基盤の強化を支援することを

挙げていたが、アクションプラン、結果を見ると総花的との印象を受ける。(件数は上がっているが尖った施策がないので、強い企業、成長力のある企業が生まれているのか疑問)

- 3 異業種連携、地域内企業連携、産学連携を支援することになっていたが、アクションプランに、結果に出ていない。三木市が強い金物以外に有力な産業を育成する観点から産学連携が重要と考えるが、中小企業が単独で動くのは難しいので、三木市が企画して特定大学と連携してプロジェクトを進めるべきである。
- 4 地場産業の三木金物は、大工道具（B2B）が主体で広がり欠ける。金物製品の輸出は減少傾向にあるので、技術力の向上、マーケティングによるブランド力の向上により輸出の維持が重要であるが、金物だけでは三木の中小企業の付加価値生産高の維持向上は難しい。
- 5 起業支援事業については、施策の視座が不十分で、結果も小粒である。
- 6 ものづくりイノベーションの推進の観点から革新的企業を集中的に支援することを施策の方向性としたが、具体的な施策、実績に繋がっていないのではないか。
- 7 まちの賑わいの再生の観点から、産業と観光資源とを連携したツーリズムの開発の推進という施策の方向性に対して、具体的な施策および結果がない。
- 8 商工業の振興や雇用の安定・人材育成など、ボトムアップ・セーフティーネットとしての施策は積極的に行われているが、攻めの施策が不十分である。

中小企業振興策（アクションプラン）の意見

中小企業振興審議会

C委員

課題

- ① 基幹産業である金物製造業は輸出額も増加傾向で出荷ベースで伸長しているが、金物卸売業の縮小化や製造従業者現金給与の低さが、将来的には中国・台湾等の輸入増影響により衰退化に向かうリスクがある。
- ② 地元商店街の空き店舗増加傾向が、転入者を獲得する上でのマイナス要素になると同時に、新たな若い世代の転出者を生み出す要素となり、就業人口減少を加速化させる原因となる。

具体的な施策

- ①
 - 1) 金物卸売業への支援強化による販路拡大
 - 2) 市による三木金物ブランドの国内・国外 PR 強化による製造付加価値向上の取り組み支援
 - 3) 地場産業としての中高生への三木金物職業体験制度の強化
 - 4) 三木金物製品輸出の新規プロジェクト支援
- ②
 - 1) 商店街空き店舗への創業実現支援強化（市による制度 PR）
 - 2) 年代別ライフスタイルニーズに沿った居住プラン PR による転入者の獲得

目標値の設定

- ①
 - 1) 金物卸売業従業者一人当たり商品販売額において兵庫県と同額
 - 2) 金属製品従業者一人当たりの付加価値額において兵庫県と同額
 - 3) 就業人口の確保
 - 4) 三木金物製品輸出額 50 億
- ②
 - 1) 商店数、営業店舗数の前年越え
 - 2) 人口社会増減での純増

その他

- ・自然豊かな地域性を活用した郊外型サービス付き高齢者住宅を地元企業と連携して設立・運営することに対する支援

中小企業振興策（アクションプラン）の意見

中小企業振興審議会

D 委員

課題

- ① 事業（技術）承継（特に金物製造等の技術承継）
- ② 金物ブランドの更なる向上（新規顧客層の開拓）
- ③ 人材不足対策（外国人人材の積極登用）
- ④ IT、IoT 活用

具体的な施策

- ① 県内工業系学校との連携（工業系学科のある県内高校 19 校、高専 2 校、ものづくり大学校など）。出張授業、工場・製造現場の見学会などを通してまずは学生に知ってもらう。
- ② 工具中心の三木金物はいわゆるプロ向けのイメージ。機能性＋デザイン・色に拘ることでおしゃれで手に取りたいと一般人が思えるような商品を作ることで、インバウンド含めた新たな顧客開拓につなげる（行政はコンテストを開催することで募集を募り、優秀なアイデアには助成金を出す仕組みを検討する）。
- ③ 農業や製造業での人材不足は深刻。外国人人材の積極受け入れを念頭に行政としても住環境含めた受入体制を検討していく必要あり。
- ④ ものづくり×IT,IoT、農業×IT,IoT で産業を活性化させる。そのために IT 人材との交流を行政が主導して行う。

目標値の設定

- ① 出張事業、工場・製造現場見学会の開催回数
- ② コンテスト実施、助成金の確保
- ③ 海外人材採用数、移住定住の人数
- ④ IT 人材と製造業・農業法人などの交流会実施、マッチング件数

中小企業振興策（アクションプラン）の意見	
中小企業振興審議会	E委員

<p>課題</p> <p>「課題（案）」については、(1)から(5)のいずれも、重要課題として妥当である。</p> <p>ただし、製造業の1人あたり付加価値額が低下傾向にあることなどを踏まえると、その具体的な原因を探ることが必要であるとともに、課題(2)、(3)、(5)への取り組みにおいては、個々の企業活動について、また産業全体について、結果として、より効率的な経営資源の配置が実現することが重要である。</p> <p>また、より長期的かつ重要な課題は、住む人、働く人、訪れる人の増加であることを確認しておきたい。</p>

<p>具体的な施策</p> <p>「具体的な施策（案）」の他には、市外の経済力との結びつきを強める・増やすための施策が求められるのではないかと。製造業においては、市内既存企業と市外企業・新規開業企業との提携や共同事業の支援・促進が考えられる。また、商業については、三木を訪れる人・立ち止まる人を増加させる（たとえば高速で通過するだけでなく寄り道させる）ような、あらたな試みを支援することもありうる（具体性に欠ける提案ですが）。</p> <p>さらに抽象的な提案であるが、「三木の製品のブランド化」だけでなく、「三木市という町のブランド戦略」も必要である。製造業にしろ、商業にしろ、三木市がチャレンジする場としての魅力を持つことが、多くの具体的施策の成功につながると思われる。</p>
--

目標値の設定

支援した事業数や規模も大切ではあるが、販売額・付加価値額・輸出額・勤労者数・人口等の(やや長期的な)目標を設定することを検討してもよいのではないか。

その他

他の施策全体(創生計画や基本計画など)との整合性や相乗効果を考慮した中小企業政策であることが望ましい。

中小企業振興策（アクションプラン）の意見

中小企業振興審議会

F 委員

その他

- ・ 中小企業振興審議会が対象と考えている中小企業は、何を指すのか明確に出来ますか。
- ・ 中小企業振興審議会では、中小企業の全体に対しての振興を対象としているのですか？中小企業と言っても数人から業種によっては数百名まで従業員がいる会社も含まれる。それを十把ひとからげで振興策を考えること自体に無理がある。当然のことながら、規模の大小、業種の違いがあっても「事業承継」「後継者問題」等、問題点は同じケースあります。
- ・ S W O T 分析をするにしても規模の大小、業種の違いを考慮して、対象を明確にすべきと思います。サンプルの内容にしても色々な規模、業種が混ぜ混ぜですよ。
- ・ 中小企業の共通項目としての分析
- ・ また、三木の金属関連のシェアが高いとして、そこをターゲットにするのであれば、製造の規模の大小、卸売業の規模の大小の 4 パターン都合、最低でも 5 パターン程度の分析が必要と思います。中小企業振興審議会を対象とする中小企業の定義の認識と中小企業全体なのか、または特定の部分にフォーカスするのかを明確にするべきと思います。