

## 本道の小規模企業振興のあり方（素案）

- ふるさとを守り育てる小規模企業の維持・発展を目指して -

## 《目 次》

1	本道の小規模企業をめぐる状況	1
(1)	小規模企業の現状	1
(2)	小規模企業の特徴	3
2	小規模企業振興の必要性	3
3	小規模企業振興に向けた基本的な考え方	3
(1)	経営体質の強化	3
(2)	事業承継の促進	4
(3)	創業の促進	4
4	小規模企業のための主な支援施策の考え方	4
(1)	経営体質の強化	4
	〈売上の拡大に向けて〉	4
	〈人材の育成と利活用に向けて〉	5
	〈円滑な資金調達について〉	5
	〈効果的な支援体制に向けて〉	5
(2)	事業承継の促進	6
(3)	創業の促進	6
5	小規模企業支援施策推進の考え方	6

### ■小規模企業とは

小規模企業振興基本法第2条において、中小企業基本法第2条第5項に規定する小規模企業者と定義。ただし、中小企業信用保険法及び小規模企業共済法施行令により一部弾力化（※）

製造業その他	概ね従業員数20人以下
商業又はサービス	概ね従業員数5人以下

（※宿泊業及び娯楽業を営む従業員20人以下の事業者は小規模企業。）

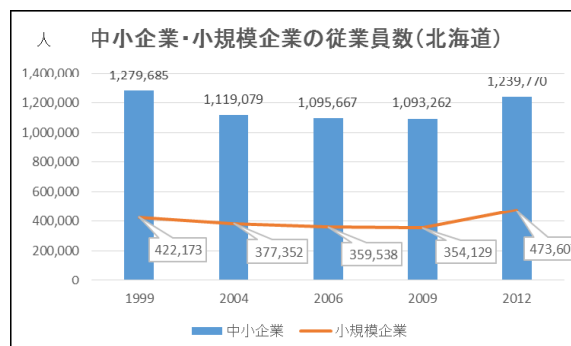
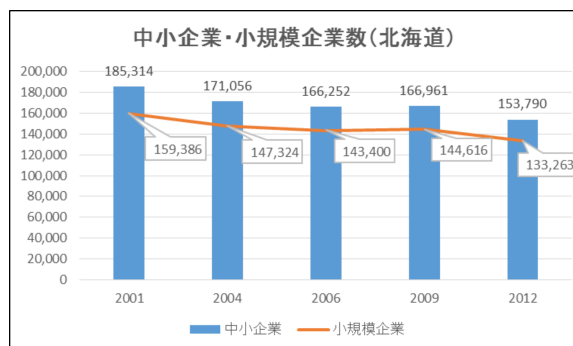
# 1 本道の小規模企業をめぐる状況

## (1) 小規模企業の現状

- 本道の小規模企業は、中小企業数の約9割、雇用の約4割を占め、住民生活の多様なニーズに応じてさまざまな商品やサービスを提供するなど、地域の経済や雇用を支える重要な担い手となっている。

### 〈中小・小規模企業数及び従業員数等〉

区 分	中小企業	うち小規模企業 (中小企業に占める割合)	大企業	合 計	
企 業 数	北海道	153,790(99.8)	133,263(86.6)	263(0.2)	154,053(100.0)
	全 国	3,852,934(99.7)	3,342,814(86.7)	10,596(0.3)	3,863,530(100.0)
従 業 員 数	北海道	1,239,770(85.2)	473,607(38.2)	215,677(14.8)	1,455,447(100.0)
	全 国	32,167,484(69.7)	11,923,280(37.1)	13,971,459(30.3)	46,138,943(100.0)



(出典：中小企業白書)

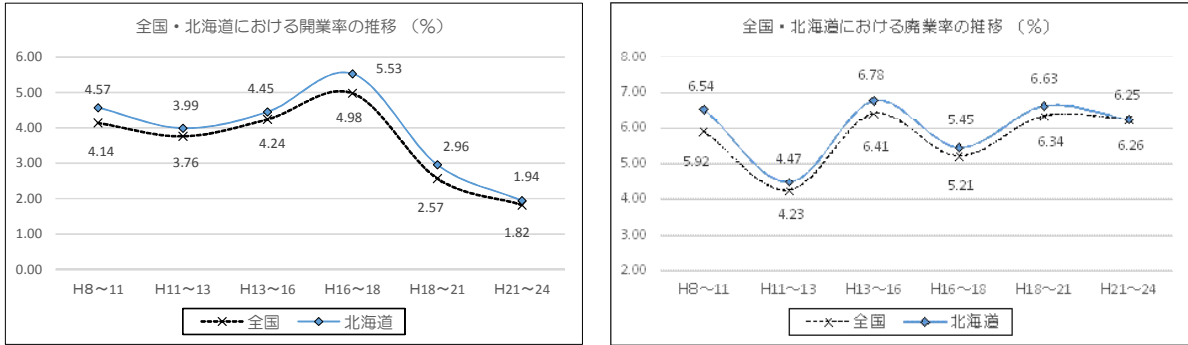
- 小規模企業は、少子高齢化や人口減少により過疎化が進展する中での需要の減退や大規模小売業の進出、IT技術の発達による流通構造の変化などによる競争の激化に加え、昨今の人手不足や後継者難など、極めて厳しい経営環境にある。
- 本道の小規模企業は、一事業所当たりの従業者数や売上などの規模が小さく、商圏が限定されている卸・小売業、宿泊・飲食サービス業、建設業、生活関連サービス業・娯楽業などの割合が多くなっている。

### 〈産業大分類別小規模企業数(農林漁業を除く)〉

産業大分類	2012(H24)年		備 考
	企業数	構成比率	
小規模企業数合計(農林漁業を除く)	133,263	-	注1)小規模企業数の合計は、中小企業白書による。 注2)各産業別の小規模企業数は経済センサスから道が独自に推計したもの。このため、注1の小規模企業数の合計とは一致しない。 注3)端数処理の関係で構成比率の合計は100%に一致しない。
鉱業、採石業、砂利採取業	149	0.11%	
建設業	19,120	14.34%	
製造業	8,028	6.02%	
電気・ガス・熱供給・水道業	21	0.02%	
情報通信業	996	0.75%	
運輸業、郵便業	3,094	2.32%	
卸売業、小売業	26,888	20.17%	
宿泊業、飲食サービス業	23,588	17.70%	
金融業、保険業	1,500	1.13%	
不動産業、物品賃貸業	14,895	11.17%	
教育、学習支援業	3,229	2.42%	
医療、福祉	5,471	4.10%	
複合サービス事業	208	0.16%	
学術研究、専門・技術サービス業	5,694	4.27%	
生活関連サービス業、娯楽業	15,800	11.85%	
サービス業(他に分類されないもの)	4,614	3.46%	

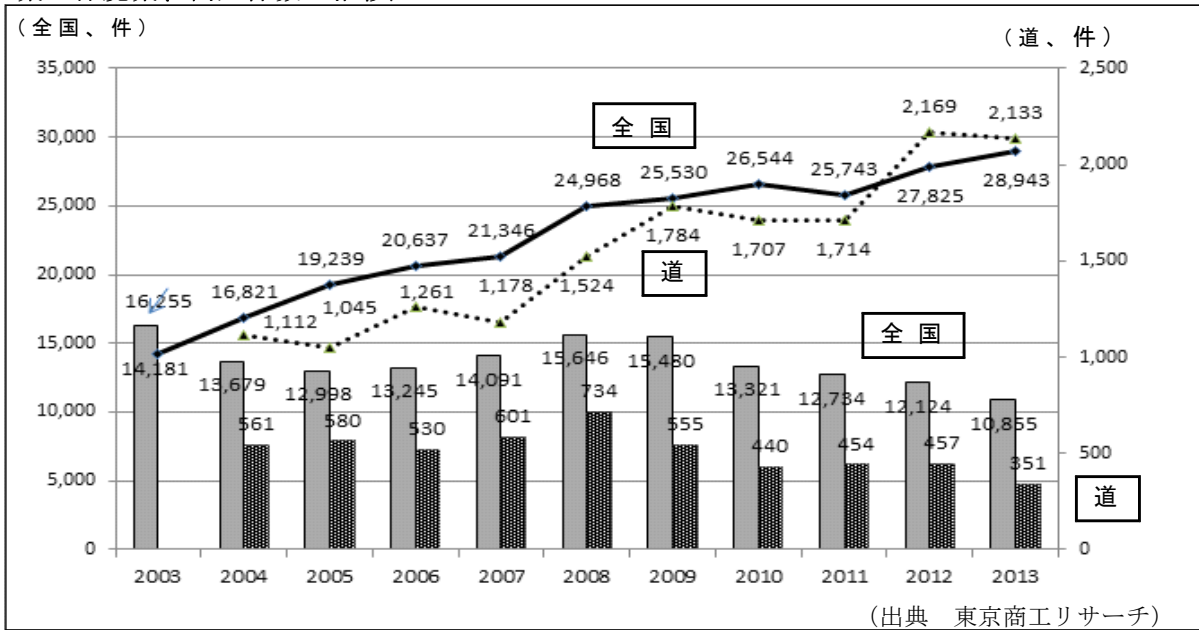
- 道内では、廃業率が開業率を上回る状況が続いており、小規模企業数は平成13（2001）年と比較すると約2万6千社減少し、直近の3年間（H21～24）では1万社以上減少しているほか、民間の調査機関によると、休廃業や解散をした企業数は10年前と比較すると全国、道内ともに倍増しており、本道企業の後継者不在率は全国で最高となるなど、企業の新陳代謝が進んでいない状況にある。

〈開廃業率の推移〉



(出典 平成18年までは、総務省「事業所・企業統計調査」、以降は「経済センサス」)

〈企業の休廃業、倒産件数の推移〉



〈後継者の状況〉

地域別	後継者有り (企業数)	後継者なし (企業数)	後継者不在率		備考
			H26(2014)年	H23(2011)年	
北海道	3,401	9,081	<b>72.8%</b>	71.8%	・平成26（2014）年の本道の後継者不在率は72.8%と全国で最高の状況
東北	6,232	11,556	65.0%	65.3%	
関東	35,324	69,428	66.3%	67.9%	
北陸	5,259	6,918	56.8%	56.4%	
中部	13,632	25,942	65.6%	65.6%	
近畿	15,008	33,012	68.7%	68.6%	
中国	4,403	11,065	71.5%	71.3%	
四国	3,914	3,721	48.7%	49.0%	
九州	11,213	15,301	57.7%	57.7%	
合計	98,388	186,024	65.4%	65.9%	

(出典 帝国データバンク)

## (2) 小規模企業の特徴

- ・ 小規模企業の多くは地域に密着した小売業やサービス業を営んでおり、商圏が狭く人口構造や産業構造など経済社会構造に制約され、地域の事業環境の変化を受けやすい傾向にある。また、一般的に経営基盤が脆弱であり、商品開発力や専門性の高い人材の確保が困難であるなど経営資源に制約があることから、価格競争力や販売力に弱みを抱えている。
- ・ 商業やサービス業をはじめとする小規模企業は、市街地の中心部に集積することによって商店街を形成して、地域住民が求める商品やサービスの提供はもとより、まちの賑わい創出や地域貢献活動など、地域社会を支える一面を有しており、地域コミュニティの重要な担い手ともなっている。
- ・ 小規模企業の経営は、経営者や個々の従業員の経験や能力によるところが大きく、住民や取引先企業の細かな要望やニーズに機敏に対応できるほか、大手企業にはできないユニークで大胆な経営判断をすることができる。
- ・ 「北海道」は強力なブランドとなっており、商品に物語を編み込み徹底的に差別化すれば、流通条件が不利な地方の小規模企業でもビジネスチャンスがある。

## 2 小規模企業振興の必要性

- ・ 本道は、全国を上回るスピードで少子高齢化が進行し、生産活動や消費の縮小など、生産と消費の両面において深刻な影響が生じることが懸念されている中で、小規模企業が経済社会状況の変化に柔軟に対応し、経営を持続していくことや、新たな起業・第二創業等、新規の事業展開が行われることは、当該企業のみならず、地域全体の活性化につながるものであり、安心して暮らし続けられる地域社会を実現し、私達のふるさとを将来に引き継いでいく上でも極めて重要である。
- ・ 国においては、人口減少問題に対処するため、地方創生に向けた本格的な取組を始めたところであるが、そうした取組を産業面で支える小規模企業の振興に関し、昨年6月に小規模企業振興基本法を制定するなど、小規模企業の成長発展のみならず持続的発展も基本に据えた施策を展開することとしており、こうした国の動きとも連携しつつ、道や市町村がふるさとを支える小規模企業の振興に積極的に取り組むことが重要である。

## 3 小規模企業の振興に向けた基本的な考え方

本道の中小企業の約9割を占める小規模企業は、地域経済の活性化や雇用の創出はもとより、地域社会の活力を維持していく上でも、極めて重要な役割を担っている。

道においては、これまで、産業振興条例や地域商業活性化条例などに基づき、小規模企業を含めた中小企業の経営基盤の強化や、製品開発、販路開拓、さらには人材育成などに取り組んできているが、今後は人口減少社会を見据えながら、本道の小規模企業がおかれている現状や国の政策動向を踏まえ、小規模企業に重点をおいた振興施策を着実に推進していく必要がある。

施策の検討に当たっては、小規模企業がふるさとを守り、育てる重要な存在であるという観点から、特に、経営体質の強化や円滑な事業承継の実現により企業が事業活動を維持し持続的に発展していけるようにすること、また、新たな起業や第二創業を促進し、企業の新陳代謝を活発にしていくことを重視していく必要がある。

## (1) 経営体質の強化

- ・ 小規模企業には、商圏が限定される商業やサービス業のように地域に密着して事業活動を継続していく企業や、商圏の広いIT関連企業や製造業など道内外を市場として新しい商品・サービスを提供する成長指向型の企業も存在しており、それぞれの課題や業種の特徴に応じたきめ細かな支援を行うなど、引き続き、事業を継続・発展させていけるよう応援していく必要がある。
- ・ 小規模企業にとって最も重要な経営資源である経営者や従業員双方の能力向上や、事業意欲を高める取組が必要である。
- ・ 他県と比べて国の出先機関や関係機関などの管轄が一体となっており、連携しやすい面がある本道では、こうした利点を生かして小規模企業の支援に際し、国や地方自治体、商工団体、産業支援機関、金融機関などが互いの顔の見えるネットワークを構築し、企業の強みや主体性を生かしつつ、きめ細かな視点でサポートする必要がある。とりわけ、地域の小規模企業の身近な相談窓口である商工会・商工会議所は、企業のニーズに的確に応え、これまで以上に企業に寄り添った伴走型の支援をしていく必要がある。
- ・ ヒト・モノ・カネが地域で循環できれば、事業を継続していける可能性がいっそう高まることから、域内循環を重視する必要がある。

## (2) 事業承継の促進

景気低迷による業績の不振や経営者の高齢化、後継者難などにより、企業の休廃業や解散件数が増加する中、小規模企業が経営を継続し、地域経済の活力を維持していくためには、外部からの多様な人材の登用も含め企業の円滑な事業承継を金融機関等を含めた関係者が緊密に連携しつつ、重点的に促進していく必要がある。

## (3) 創業の促進

企業数の減少により、特に地方において魅力的な雇用の場が失われていく中で、都市部への人口流出を抑止し地域経済を活性化していくためには、地域特性を生かした付加価値の高い産業が創出されることが重要である。このため、女性や若者、UIターン人材など多様な視点や能力、経験を持った人材に対して、多様な働き方を提供する新たな起業や第二創業を重点的に促進していく必要がある。

# 4 小規模企業のための主な支援施策の考え方

## (1) 経営体質の強化

### 《売上の拡大に向けて》

- ・ 商圏が限定されており地域に密着して事業活動を続ける企業、道内外への販路を拡大し成長を志向する企業などに対し、おかれている事業環境、経営環境などの固有の課題に対応した、きめの細かいコンサルティングを行う必要がある。
- ・ 北海道というブランドを生かした、商品・サービスの展開、商店街などによる地域ぐるみでの賑わいの創出等、地域全体でイメージアップを図るなどといった取組が効果的である。特に商店街等においては、商品の提供からサービスの提供へと重点をシフトさせるなど、時代のニーズに対応した商店街づくりを進める必要がある。

- ・ 小規模企業が取り組む販路拡大や新商品・新サービスの開発、新分野進出、ITの利活用、ブランド戦略など、企業が抱える個々の課題に対して、例えば、コピーライターやデザイナー、翻訳者などを活用するなどピンポイントで具体的な解決に導く支援を行う必要がある。
- ・ IT技術の発達は、競争の激化を招いた反面、販売機会の増大などにもつながる可能性もあることから、業種や業態にあわせて生産性の向上や販路の拡大に向けたIT化の促進を図っていくべきである。

#### 《人材の育成と利活用に向けて》

- ・ 小規模企業は総務部門や営業部門などの組織体制が整っておらず、生産やサービスの提供、営業、経理まで限られた人員で行うケースが多いことから、経営者や従業員のスキルアップを図るために、個別課題に応じて専門家を事業所に派遣するなど、寄り添い型の継続的な人材育成の仕組みが必要である。
- ・ 北海道へのUIターンを促進するなど、新たな人材が持ち込む新しいアイデアや技術、経験を活用していくべきである。

#### 《円滑な資金調達に向けて》

- ・ 資金調達力が低い小規模企業にとって、助成金や融資の他にも多様な資金調達手段があることが重要である。このため、クラウドファンディング<sup>(※)</sup>の普及を図るとともに、地域の関係者が融資や投資を通じて若い経営者を応援し、資金の域内循環を高めるような支援方法も検討していく必要がある。
- ・ 小規模企業は大きなリスクを取ることが難しいため、少額で幅広い用途に活用できる助成金や融資制度を設けることにより、新事業展開を促進する方法を検討する必要がある。

※ 企業と投資家をインターネット上で結びつけ、多数の投資家から少額の資金を集める仕組み

#### 《効果的な支援体制に向けて》

- ・ 補助金や融資などの支援制度のPRは、不足している面があり、小規模企業にとっては情報を得にくい状況が見られるため、よりきめ細かく情報が行き届くよう工夫をする必要がある。
- ・ 補助金等の申請書類の作成に労力が割かれる場合があるため、申請に関する負担軽減を図るなど小規模企業にとってのハードルを下げる必要がある。
- ・ 商工会・商工会議所などの支援機関が企業の抱える課題を的確にとらえ、売上拡大に向けたプランの策定など、企業に寄り添ったより踏み込んだ支援を行うため、これら支援機関の職員のスキルアップが必要である。
- ・ 小規模企業支援のために新たな組織を設置するのではなく、産業支援機関、商工会・商工会議所、金融機関や自治体など、既存の支援体制を機能的に活用ができるよう、人と人とが有機的に繋がる仕組みづくりを検討する必要がある。
- ・ 経営資源が乏しい小規模企業は、お互いに不足している情報やノウハウを補完しあう緩やかなネットワーク（仲間づくり）が必要である。また、複数の企業が集まることにより、強みを発揮することができる場合もあることから、協同化など円滑な連携を支援する取組も必要である。

## (2) 事業承継の促進

- ・ 小規模企業が経営を維持し、地域経済の活力を維持していくためには、事業承継は重要であり、北海道へのUターン者がもたらす新しいアイデアや技術は北海道にとって大きな力になる可能性がある。
- ・ 親族への承継だけでなく、企業経営に新鮮な視点と活力をもたらす新たな人材の登用を図る観点からも、起業意欲が高い若者と後継者を必要としている企業とのマッチングを促進する必要がある。そのためには、移住者を歓迎するイメージを発信する取組が重要である。
- ・ 事業承継は経営者の世代交代を促すなどデリケートな問題を含んでいることから、経営者、従業員双方の理解を深めるなど事業を承継しやすい環境整備を図る必要がある。
- ・ 事業承継の課題は相続や財産の処分など法律問題をはじめ多岐にわたるため、円滑な事業承継を促進するためには、金融機関をはじめとする多様な支援機関がネットワークを構築して支援していくことが重要である。

## (3) 創業の促進

- ・ 企業数が減少している中で、地域経済の活力を維持していくためには創業を促進する必要があり、美容・健康関連分野や医療・介護サービス分野、さらにはIT分野等、今後、女性や若者の感性や能力を生かせる事業分野に対するニーズが高まることを見込まれることから、行政や社会全体で女性や若者の創業を積極的に応援していく必要がある。特に、子供を持つ女性にとって就労しやすい環境を整えることが、創業にも結びつく可能性が高まる点に留意し、必要な取組を進めるべきである。
- ・ 起業の楽しさや格好良さを教育したり発信していくことで、女性や若者の創業気運を向上していくことが重要である。また、潜在的な起業希望者としてUIターン人材を本道へ呼び寄せるための仕組みを考えるべきである。
- ・ 道や市町村が各地で生まれてきている先進的な事例を広く発信し、地方のイメージ向上を図り、地方での創業の流れを作っていく必要がある。
- ・ 失敗のリスクを減らすため、成功体験のみならず失敗体験を伝えることができる先輩起業家や先輩経営者をメンター（助言者）として積極的に活用するべきである。また、起業希望者と地域の事情に詳しく幅広いネットワークを持つキーマンをつながりやすくする仕組みが必要である。
- ・ 創業時のみならず、経営を安定させるために重要な起業後3年から5年程度の間、産業支援機関、商工会・商工会議所、金融機関や行政などが密接に連携しながら、地域ぐるみで総力を挙げた支援を行う必要がある。

## 5 小規模企業支援施策推進の考え方

今後、小規模企業支援施策を推進する際には、国や市町村、関係支援機関等との緊密な連携の下、具体的な施策等を明らかにした計画等を策定し、継続した取組を着実に推進していくよう努めることが重要である。