

令和6年神奈川県議会第1回定例会 産業振興・環境対策特別委員会

令和6年3月8日

◆おだ幸子委員

公明党のおだでございます。どうぞよろしくお願ひいたします。

花粉症で聞きづらい部分もあるかと思いますが、よろしくお願ひいたします。

では、まず初めに、ビジネスモデル転換事業補助金と中小企業生産性向上促進事業費補助金についてお伺いしたいと思います。

私は、昨年10月の本委員会において、ビジネスモデル転換事業費補助金について質問をさせていただきました。そして、補助金を申請する事業者の目線から、幾つかの御提案をさせていただきました。

本補助金は、コロナ禍で事業に影響を受けた中小企業を支援し、県内経済の活性化にも資する有意義な事業であったと思いますが、来年度は制度を見直して、委員会資料の「今後の中小企業支援施策の方向性」に記載されている総合的なパッケージによる支援の一つとして、新たな補助金が創設されるものと承知しております。そこで、この補助事業について何点かお伺いします。

まず初めに、前回、質問させていただいた際に、ビジネスモデル転換事業費補助金について、採択事業者の一覧を公表してはどうかと御提案させていただきましたが、その後の対応状況についてお伺いします。

◎事業者支援担当課長

令和5年度ビジネスモデル転換事業費補助金においては、最初の交付決定は7月下旬に行い、その後、交付決定を順次進めていきながら、最終的には9月下旬までかかりました。全事業者の交付決定が完了しました10月以降、公表に向けて、交付決定事業者名と事業概要が分かるタイトルについて事業者ごとに内容確認を実施し、令和5年11月1日にホームページにて公表させていただきました。

◆おだ幸子委員

速やかに対応いただきましてありがとうございました。

実際に採択事業者の一覧表を公表したことによって、何か反応はあったんでしょうか。

◎事業者支援担当課長

公表への反応でございますが、直接交付決定等通知が届いている申請事業者からは、今のところ特段の反応といったものは入ってございません。ただし、補助金申請の際に融資の相談を受けていた金融機関ですとか、設備導入に関して見積書等を提出した、その設備を売却するなりした事業者からは、申請事業者に直接、補助金の申請が採択されたか不採択だったかの結果は聞きにくい面もあったので、自社が関係する申請事業の採択結果を直接確認できるようになったことは便利になったといった、公表について評価を頂く声が入っております。

◆おだ幸子委員

私もそもそも支援者の方から御相談いただき、委員会で発言させていただいたんですが、私も報告しまして、県の対応について感謝をおっしゃっておりましたので、それも併せてお伝えしておきます。

一方で、私も公表データを拝見させていただいたんですが、掲示方法がPDFなんですね。

PDFですと、基本的に検索、ソートをかけたりとか、あと加工したりとかができないので、事業者の方がどの程度採択されたかなどの情報が分かりにくいういうお声もございました。今度新しく行われる中小企業生産性向上促進事業費補助金についても、同様の対応を取られる予定はあるんでしょうか。

◎事業者支援担当課長

事業者からの申請情報には多くの個人情報が含まれており、公表に当たっては、ビジネスモデル転換事業費補助金事業のために御提供いただいた情報である観点から、データを改変するなど二次利用されないよう、PDFによる形式で交付決定事業者名と事業概要が分かるタイトルのみを公表することとしました。

また、公表順につきましては、申請受付順に行うことも検討いたしましたが、申請者名を探しやすくするために、50音順に掲載することといたしました。

補助事業実施場所の市町村を公表することですが、事業所と補助事業の実施場所の所在地が異なる事業者もあり、あえて事業実施場所の掲載は控えさせていただいております。

なお、新しい中小企業生産性向上促進事業費補助金においても、同様の公表ができるよう対応を検討しております。

◆おだ幸子委員

二次利用を避けるためにPDFにしましたというお話なんですが、御存じのようにPDFも、やろうと思えばコピーアンドペーストしてデータ化することができますから、どうなのかなというのはすごく疑問としてございます。それは後ほど要望でお話しさせていただきたいと思います。

続きまして、これも前回質問時の提案になりますが、国の補助金申請は一般的にGビズという電子申請が主流になっているかと思います。ビジネスモデル転換事業費補助金については、電子申請への対応を御提案させていただきましたが、新しい支援制度については対応する予定はおありでしょうか。

◎事業者支援担当課長

新たな制度においては、これまでのビジネスモデル転換事業費補助金よりも申請数が多くなることを想定し、e-kanaagawaによる電子申請システムを活用する予定で進めてございます。申請者には、メールアドレス等の利用者登録をしてもらった上で申請いただく予定になりますが、他の補助金等で既にこの登録をしていらっしゃる方は、すぐにこのe-kanaagawaを利用

して申請することができるようになります。

また、補助金の場合、申請時と実績報告の時期に複数の書類の提出が必要になることから、主にこの二つの時期に電子申請を活用いただき、申請事業者の利便性を向上させていきたいと考えております。

◆おだ幸子委員

分かりました。

また、ビジネスモデル転換事業費補助金の話に戻りますが、来年度予算ではこちらはなくなるわけでございますけれども、この事業が継続されるのかどうかというお問合せが私にもございまして、こうした事業者に対してどのように対応されていかれるんでしょうか。

◎事業者支援担当課長

委員御指摘のとおり、当課にも問合せが何件か入っております。現時点においても、来年度、ビジネスモデル転換事業補助金を実施するのかといった問合せはかなり頻繁に入っておるんですけども、その都度、来年度予算には計上してございませんということをお伝えさせていただいております。

なお、新たな補助金においても、生産性が向上する計画であれば、既存事業から新たなビジネスモデルに転換する事業も補助対象となる場合がありますので、その点についても、新たな補助金を周知していく際にしっかりとお伝えしていきます。

今後、予算をお認めいただけましたら、新たな補助制度を発表すると同時に、ビジネスモデル転換事業費補助金の終了についても、現在のホームページ等に記載して周知を図ってまいります。

◆おだ幸子委員

この項目最後の質問なますが、ビジネスモデル転換事業費補助金については、申請の約半数が不採択となるなど、申請者の労力に対してもう少し効率化・省力化すべきという要望もさせていただきました。新しい支援制度につきましては、そういう観点で改善はされているんでしょうか。

◎事業者支援担当課長

これまで実施してまいりましたビジネスモデル転換事業費補助金でございますが、こちらは申請事業者が新たに挑戦する事業の実現性、有効性、将来性などについて、客観的で説得力のある事業計画を作成していただく必要があり、記載する量も多く、申請書の記載内容も難しいといった声を頂いていたことは承知しております。

新しい生産性向上促進事業費補助金におきましては、設備導入による生産性の向上について、具体的な数値等で事業計画に記載していただくことになりますが、既に実施している事業について導入する場合は、多くの事業者にとって記載しやすくなるのではないかと考えております。

また、申請に必要な書類の数を減らし、申請書の記載内容もこれまでよりも

簡略化していく予定ですので、より多くの事業者の皆様に御活用いただきやすい制度にしてまいりたいと考えております。

◆おだ幸子委員

では、要望を簡潔に申し上げます。

やはり中小企業の経営者の方というのは、少ない人数で様々なことに対応しなくてはいけませんので、各種施策におきましても、利用する側の視点に立った、分かりやすく使いやすい設計をお願いいたします。

また、結果の掲示につきましても、PDFというのがどうしても多いんですけれども、やはりPDFが何枚もあると見つけるのが大変なんですね。検索をする方法もあるんですけども、それをさらに分析をして次につなげるという、そういう汎用性も考えて、エクセルでの開示もお願いしたいなと思います。また、必要とあれば申請者への承諾を取るなど、新しい補助金の実施要領に盛り込むことも御検討ください。

続きまして、外国人観光客誘致のための戦略的プロモーションについてお伺いいたします。

最近は岐阜県の白川郷ですか、観光地として成功しているところは、その土地の魅力を効果的に発信して、うまくできているなど考えております。委員会資料には「地域の特徴や意見を踏まえた国内外への戦略的プロモーション」という記載がございますが、外国人観光客の誘致に向け、どのように戦略的に取り組んでいるのか、何点か伺います。

まず初めに、外国人観光客誘致の観点から、神奈川県の強みと弱みをどのように認識しておられるんでしょうか。

◎観光プロモーション担当課長

外国人観光客誘致の観点からの本県の強みは、まず羽田空港や東京から近いこと、新幹線も通っておりアクセスがよいという点が挙げられます。また、箱根、鎌倉、横浜など、日本を代表する観光地がある点や、温泉や歴史、文化、自然、アートなど多様なコンテンツがある点なども強みであると考えております。

一方、弱みでございますが、東京からのアクセスがよいため、県内の宿泊につながりにくい点や、際立ったコンテンツが不足している点、本県のグルメ、食への期待値が低い点などであると考えております。

◆おだ幸子委員

続きまして、県は外国人観光客誘致として、どの地域をターゲットにされているのか、また、ターゲットとしている外国人観光客に来県してもらうために、どのような取組をしているのか、お伺いします。

◎観光プロモーション担当課長

県といたしましては、観光消費額の拡大を目指しており、欧米やアジアの国々の観光消費単価の高い富裕層やMICE参加者を主なターゲットとしておりま

す。

来県していただくための取組でございますが、観光消費単価の高いアメリカ、イギリス、中国などに、県に代わり海外の現地で観光PRを行う観光レップを設置して、海外の旅行会社へのセールス活動や現地商談会への出展などのプロモーションを行っております。また、海外の富裕層向けの高付加価値コンテンツの開発に令和2年度から取り組んでおり、開発したコンテンツを観光レップがセールスしております。

◆おだ幸子委員

戦略としては、富裕層に向けた高付加価値コンテンツを中心にやっておられるということですね。その開発を行っておられるということですが、そのコンテンツの特徴についてお伺いします。

◎観光プロモーション担当課長

高付加価値コンテンツの特徴でございますが、海外の富裕層は旅行先での体験に特別感を求めており、施設の通常の営業時間外の貸切りなどによるプライベートな体験を提供している点が特徴の一つでございます。また、その土地独自の歴史や文化的な背景などのストーリー性を重視し、より深い解説ができる方や地元のキーパーソンをガイドに起用することで特別感を提供しております。さらに、伝統工芸の職人など、長年培った技術を持つ方によるコンテンツなどもあり、本物の体験を提供している点も特徴であると考えております。

◆おだ幸子委員

今、御説明いただいたコンテンツ、魅力的だなと思うんですけども、その中でどのようなものが売れているのか、分析はされているんでしょうか。

◎観光プロモーション担当課長

これまでに販売できたコンテンツには、鎌倉浄智寺での座禅・茶会体験や、箱根旧街道を専門ガイドとハイキングするツアー、小田原にある江之浦測候所というアート施設を館長自らがガイドして巡るツアーなどがあります。

売れているコンテンツにつきましては、いずれも英語が堪能で、体験コンテンツに対する造詣が深い方が、通訳を介さず自らの言葉で説明するという内容になっておりまして、そういう点が人気の一つの理由であると考えております。

◆おだ幸子委員

これは国内の富裕層にもすごく受けるんじゃないかなと個人的には思っているんですけども、県の戦略、よく分かりました。

今後、何を目標に、どのように取り組んでいかれるのか、この点も教えてください。

◎観光プロモーション担当課長

県は、昨年3月に改定しました第5期観光振興計画において、観光消費額の拡大を目標に掲げております。外国人観光客の誘致によって、今後は観光客の数というよりは、観光消費額を増やすことに着目し、観光消費単価の高い海外の富裕層の来県を促進するため、引き続き観光レップを活用してセールス活動を行うとともに、かながわDMOと連携して取り組むことでプロモーションを強化してまいります。

◆おだ幸子委員

県の戦略・方向性、よく分かりました。

要望と意見を申し上げさせていただきたいなと思っているんですけども、戦略はよく分かったんですが、一方で、来県をされた外国人観光客の方から、神奈川県は、例えば、夕食を終えてからオペラやライブを楽しむなど、ナイトタイムを楽しむコンテンツが少ないという声をよく聞きます。ナイトタイムエコノミーと先ほども出ましたけれども、やはりこれは文化、経済の両面で街を活性化させて、今後の経済を支える重要な考え方ではないかなと思います。ナイトタイムに行われる様々な活動から未来の文化が生まれていき、その街の顔となる文化へ発展することにより、国内外の人々を魅了し、引きつける大きな可能性があると考えます。

神奈川県、どれぐらい夜に観光客が減っちゃうのかなというのをちょっと見てみたんですけども、2023年4月のデータですが、地域経済分析システムR E S A S で、大都市に滞在している外国人の昼間の人口と夜間の人口の差を見てみたんですが、神奈川県は、東京、大阪、京都、福岡、北海道などと比べて、昼間と夜の差が約マイナス35%と一番減っていたんですね。東京はと言いますとマイナス13%で、先ほどもお話があったように東京に持っていくかちゃっているところがありまして、やっぱりお金は夜にいっぱい払ってくださると思いますので、そこをしっかりと取り組んでいかなければいけないなと思っております。

夜間を含めて文化の幅が広がれば、外国人観光客をはじめとする訪問客の滞在時間も増えて、消費拡大が実現します。まさに県がターゲットとする層に訴える戦略ではないかと考えます。そして、夜間に営業する事業者にとっては、既存の資産を活用して、夜間という新たな時間市場を開拓することで事業を拡大する機会にもなります。ぜひ民間企業と連携いたしまして、夜間を含めた町の魅力を向上させて、神奈川県の新たな文化的魅力を世界に向けて発信していただきたいと考えます。

私からは以上です。