



# 国における中小企業の 活性化に向けた取り組みについて

平成26年10月31日

中小企業庁

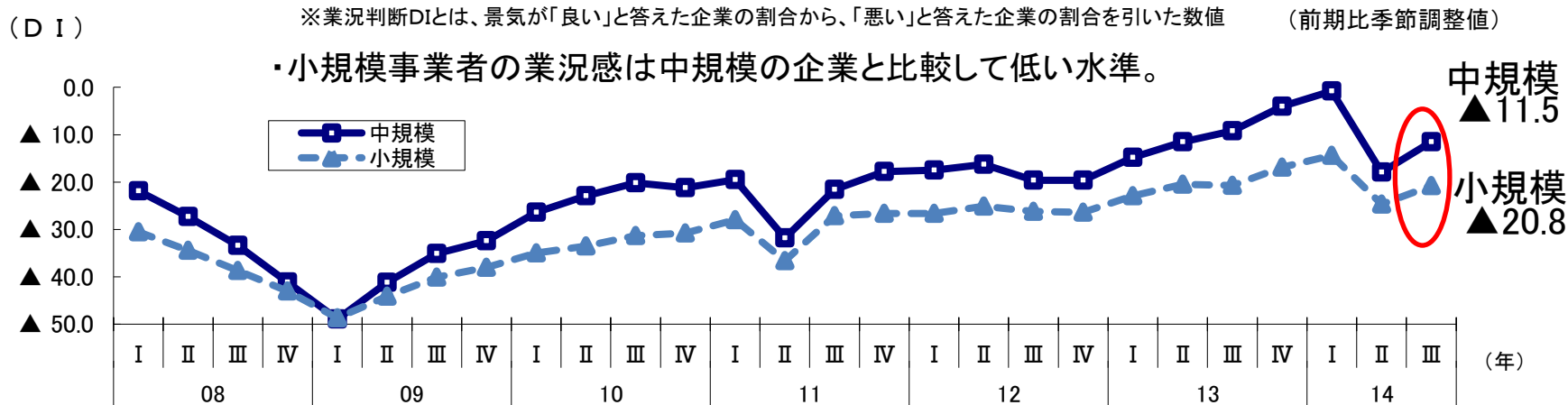
1. 中小企業・小規模事業者を巡る現状について
2. 中小企業・小規模事業者政策について

# 1. 中小企業・小規模事業者を巡る現状について

# 中小企業・小規模事業者を巡る現状①

○中小企業・小規模事業者は、人口減少、高齢化、地域経済の低迷といった中で、売上の減少、担い手の不足や経営層の高齢化などの課題に直面。

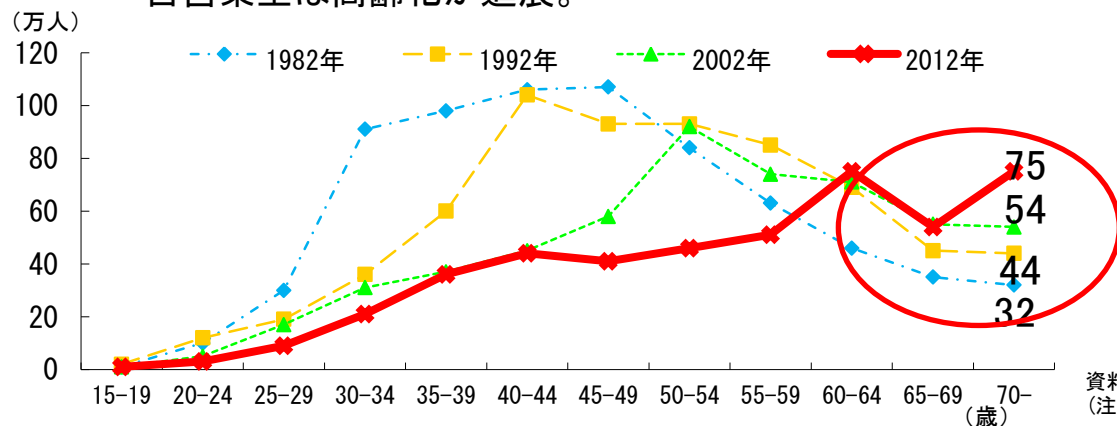
## 【中小企業・小規模事業者の業況判断DI(※)の推移】



資料：中小企業庁・(独)中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

## 【年齢階級別自営業主の推移】

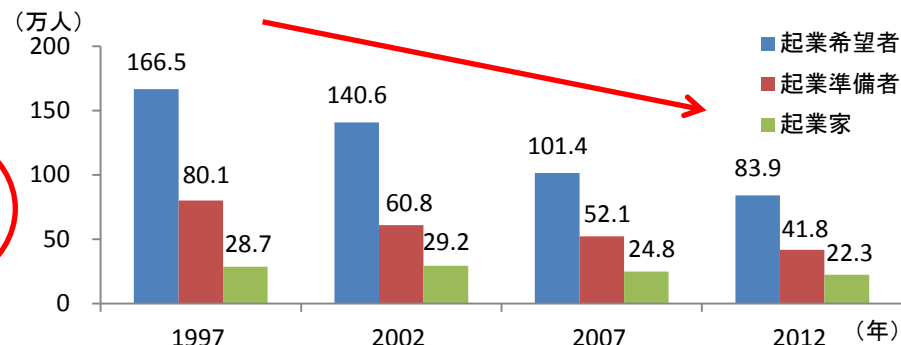
・自営業主は高齢化が進展。



出典：総務省「労働力調査」(注) 非農林業について集計。

## 【起業の担い手の推移】

・起業は減少傾向。



資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

(注) 起業希望者：自分で事業を起こしたいと回答した者

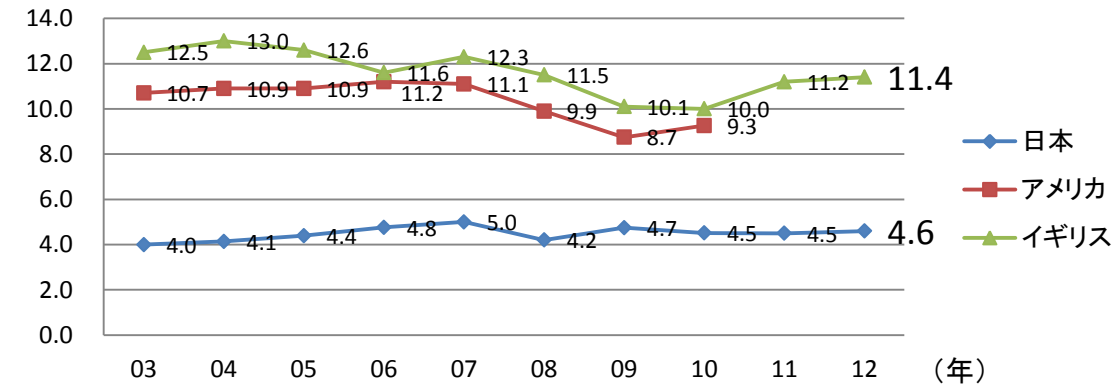
起業準備者：起業希望者のうち、「(仕事)を探している」又は「開業の準備をしている」と回答した者  
 起業家：過去1年間に転職・就職した者のうち、現在は自営業主になっている者

# 中小企業・小規模事業者を巡る現状②

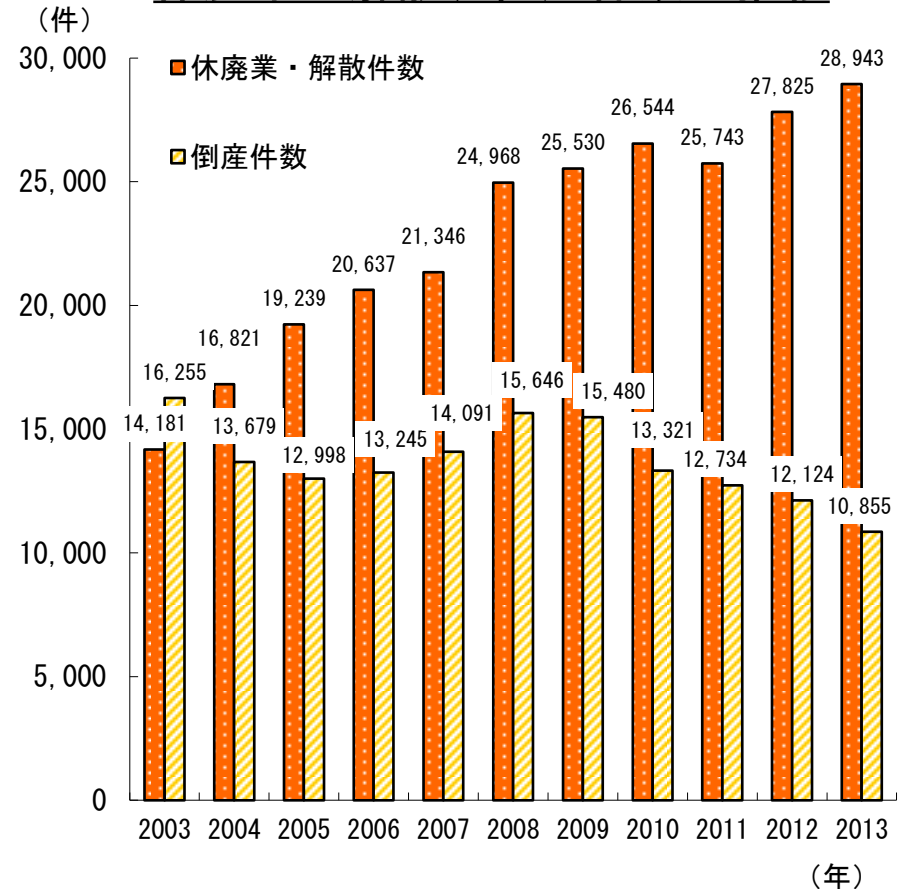
○日本の開廃業率は米英に比べ低迷しており、5%以下。

○近年、経営者の高齢化等を背景として休廃業・解散件数が増加。

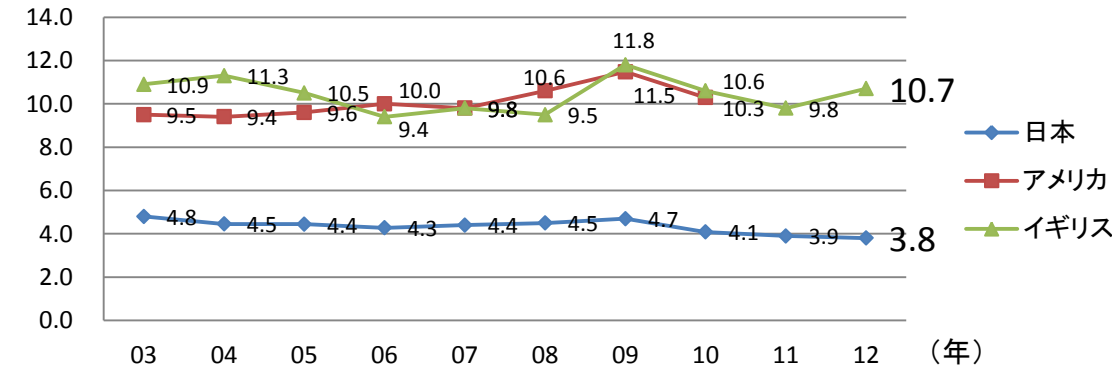
## 我が国の開業率の推移（諸外国との比較）



## 休廃業・解散、倒産件数の推移



## 我が国の廃業率の推移（諸外国との比較）



資料：日本：厚生労働省「雇用保険事業年報」（年度ベース）（※）  
 アメリカ：U.S. Small Business Administration「The Small Business Economy(2012)」  
 イギリス：Office for National Statistics「Business Demography(2011)」

資料：東京商工リサーチ調べ

※保険関係が成立している事業所の設立・消滅について集計

# 都道府県別の開廃業率

- 地域における開業率は低迷し、産業の新陳代謝が進まず(大都市圏以外の29府県が平均を下回る)。その結果、平成11年からの13年間で中小企業数が99万社減少し、雇用も縮小した。
- 地域の起業の担い手は地域需要創出型の起業家であり、それに対応した支援が開業率10%のためにも必要不可欠。

＜都道府県別の開廃業率＞

(単位: %)

		開業率	廃業率
	全国平均	4.6	3.8
1	北海道	4.5	4.5
2	青森	3.4	3.7
3	岩手	4.9	3.5
4	宮城	6.9	3.2
5	秋田	3.5	3.2
6	山形	3.8	4.2
7	福島	5.6	3.3
8	茨城	4.7	3.0
9	栃木	4.2	3.6
10	群馬	4.0	3.7
11	埼玉	5.2	3.3
12	千葉	5.7	3.3
13	東京	4.6	4.0
14	神奈川	4.7	3.3
15	新潟	3.1	3.6
16	富山	3.5	3.4
17	石川	4.0	3.9
18	福井	3.8	3.5
19	山梨	4.0	4.5
20	長野	3.3	3.7
21	岐阜	4.1	4.0
22	静岡	4.0	3.8
23	愛知	5.1	4.2
24	三重	5.0	4.0

(単位: %)

		開業率	廃業率
25	滋賀	3.9	3.9
26	京都	4.4	4.0
27	大阪	4.8	4.1
28	兵庫	4.5	3.6
29	奈良	4.8	3.8
30	和歌山	3.7	3.4
31	鳥取	4.3	3.5
32	島根	3.3	4.6
33	岡山	4.1	4.1
34	広島	3.7	3.6
35	山口	4.5	3.9
36	徳島	3.2	4.0
37	香川	3.9	3.6
38	愛媛	3.7	3.6
39	高知	3.9	4.1
40	福岡	5.3	3.9
41	佐賀	4.5	3.8
42	長崎	4.5	3.9
43	熊本	4.9	3.8
44	大分	4.4	4.4
45	宮崎	5.1	4.0
46	鹿児島	4.7	3.8
47	沖縄	7.1	4.0

企業規模別企業数の推移

		1999年	2012年	減少数 (減少比)
企業数	中小企業	484万社	385万社	▲99万社 (20.5%)
	うち 小規模企業	423万社 (87.4%)	334万社 (86.5%)	▲89万社 (▲21.0%)
	うち 小規模企業以外	61万社 (12.6%)	51万社 (13.5%)	▲10万社 (16.4%)

資料：厚生労働省「雇用保険事業年報」、2012年

## 2. 中小企業・小規模事業者政策について

# 日本経済社会の構造的変化に対応した中小企業・小規模事業者政策

○日本経済の構造変化を踏まえ、それぞれの地域の活性化につながり、我が国の強みを更に活かす中小企業・小規模事業者政策を展開してきたところ。

## 日本経済の構造変化

・少子高齢化

・過疎化・都市一極集中

・国際競争の激化

## 政策の狙い

・それぞれの地域の活性化

・我が国の強みの発揮

現在の中小企業・小規模事業者施策

### ①被災地の復旧・復興

・中小企業等グループ補助金(国・県で3/4補助)

### ②消費税転嫁対策

・474名の転嫁Gメンによる監視・取締り

### ③小規模事業者に光を当てる

・小規模企業振興基本法の制定  
・地域商店街の振興

### ④イノベーションの推進

・ものづくり・商業・サービス補助金  
・創業支援

小規模企業振興基本計画を策定

今後の施策の展開

## 地域の中小企業・小規模事業者活性化

・農業・観光といった地域独自の「地域資源」を活用したブランド化を促進

地域資源法を改正

## 創業・新陳代謝の促進

・創業間もない中小ベンチャー企業の政府調達への参入を促進

官公需法を改正



# 中小企業・小規模事業者関係予算等

## 中小企業・小規模事業者関係予算等の推移

### 1. 中小企業対策費(当初予算)の推移

	24年度	25年度	26年度	27年度(要求)	特別枠
政府全体	1,802億円	1,811億円	1,853億円	2,416億円	983億円
うち経産省計上	1,060億円	1,071億円	1,111億円	1,295億円	441億円

※25年度の復旧・復興経費を含む中小企業・小規模事業者関係予算は政府全体で2,963億円(うち経産省関連分は1,947億円)

※26年度の復旧・復興経費を含む中小企業・小規模事業者関係予算は政府全体で2,242億円(うち経産省関連分は1,448億円)

※経済産業省27年度要求額のうち金融支援は289億円(26当初:286億円)

#### 25年度補正予算内訳

・中小企業・小規模事業者によるものづくり等の支援 (新ものづくり補助金 1,400億円含む)	… 1,582億円
・商店街・中心市街地活性化対策	… 225億円
・創業・ベンチャー支援等 (創業促進補助金 44億円含む)	… 61億円
・小規模事業者支援 (小規模事業者持続化補助金 121億円含む)	… 145億円
・中小企業・小規模事業者の資金繰り・事業再生支援 (金融支援 1,352億円含む)	… 1,356億円
	※財務省計上 821億円
・消費税転嫁円滑化総合対策	… 35億円
・その他	… 209億円

### 2. 補正予算(主な事業については次項以降参照)

	24年度補正	25年度補正
政府全体	5,434億円 (金融支援2,893億円)	3,403億円 (金融支援1,352億円)
うち経産省計上	3,721億円	2,582億円

### 3. 財政投融资計画(貸付規模)の推移

<日本政策金融公庫(中小企業・小規模事業者向け業務)>

	25年度(実績)	26年度(計画)	27年度(要求)
中小企業事業分	1.95兆円	2.60兆円	2.30兆円
国民生活事業分	2.22兆円	2.75兆円	2.64兆円
(うちマル経)	0.20兆円	0.25兆円	0.26兆円

※上記貸付規模は実需に基づくものであり、予想しがたい経済事業の変動その他やむを得ない事情により、計画額に不足が生じる見込みが明らかになった場合には、弾力条項により、一定の範囲内で増額が認められている。

# 「官公需についての中小企業者の受注の確保に関する法律等の一部を改正する法律案」

【中小企業需要創生法案（通称）】

## 1. 背景

経済の好循環を全国に波及させるため、創業間もない中小企業の官公需への参入促進と、「ふるさと名物」をテコに消費者嗜好を捉えた商品開発・販路開拓により地域の需要を創生。

## 2. 改正の概要

地域を支える  
新たな中小企業  
の初期需要創出

### <官公需法の改正>

●官公需において、実績の無い企業は国等に知られる機会が少なく、信用も十分ではないため、受注機会が限られている。

⇒創業10年未満の新規中小企業者への配慮を規定し、創業間もない中小企業の官公需への参入を促進

### <中小企業地域資源活用促進法の改正>

●「地域資源」は全国に豊富に存在する「眠れる宝」。しかし、地域を挙げた取組が少なく、消費者との接点が少ない。

⇒地域ぐるみの取り組みを促進するため、「ふるさと名物」をテコに、市区町村が積極的に関与することを法定。

⇒消費者の嗜好と繋がる小売・ネット業者等と連携した商品開発・販路開拓を支援。



今治タオル



馬路村の  
ゆずドリンク



甲州ワイン

## 中小機構

### <中小機構法の改正>

情報提供

①官公需に係る情報を集約・提供。

融資等

②地域資源を活用する事業者に貸付ける市町村への高度化融資や情報提供。

※併せて、高度化融資に係る中小機構への立ち入り検査権限の一部を金融庁に委任できる旨を規定

ふるさと名物を  
テコに地域をあ  
げて需要を掘り  
起こし

経済の好循環を全国に波及

# 官公需についての中小企業者の受注の確保に関する法律の一部改正の概要

○創業間もない中小企業は、優れた商品・サービスを有していても一般に実績がなく、販路の拡大が課題。  
そのため、官公需(約8兆円)において実績を得ることは、その後の市場の確保、信用向上に極めて有効。

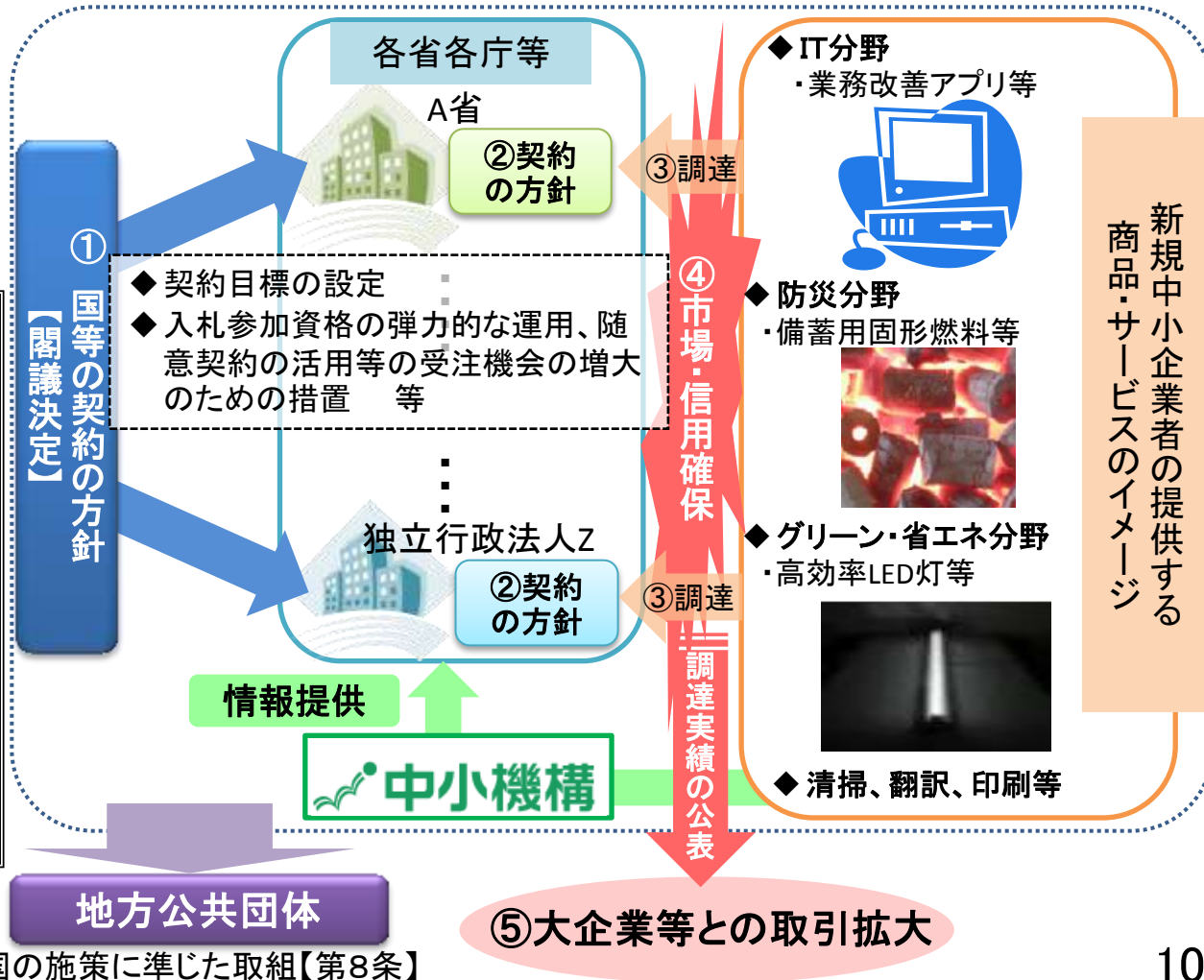
○一方、官公需においても、実績のない企業はそもそも発注者(国等)に知られる機会が少なく、また企業の信用が十分でないとの理由から発注者に敬遠される傾向にあり、受注機会が限られている。



官公需における中小企業の受注機会の確保を図ることを目的とする官公需法を改正し、創業間もない中小企業について受注機会の増大を図ることが肝要。

## 改正の概要(現行法への追加事項)

- (1) 新規中小企業者(創業10年未満の中小企業者)への配慮  
【第2条、第3条】
- (2) 国等の契約方針(基本方針)の策定  
【第4条】
- (3) 各省各庁等の契約方針の策定  
【第5条】
- (4) 契約実績の概要公表  
【第6条】
- (5) (独)中小機構の情報提供  
【第9条】



※平成26年度の国等の契約方針では、中小企業・小規模事業者向け契約目標額を4.4兆円、同契約目標率を、過去最高の56.7%とした。

# 「ふるさと名物」による地域活性化の事例

多様な関係者が連携し、地域資源を活かして地域ブランド化を図り、地域活性化に取り組んでいる事例

## ゆず加工品で年商30億円 (高知県馬路村)

- ・人口1000人弱の山村。
- ・林業が衰退する中、農協の組合長が中心となり、ゆず加工品を開発。
- ・テレビCM(村が半額補助)で、村の知名度も上がり、年商30億円、雇用100人創出



ゆず



ゆずドリンク  
「ごっくん馬路村」



「亀田の柿の種」



テレビCMで  
村も有名に

## 有名デザイナーと組んで産地ブランド化

(愛媛県今治市)

- ・安価な海外製品との競争で産地は疲弊。
- ・工業組合がデザイナー佐藤可士和をディレクターに起用し、国内外にPRし、ブランド化に成功。
- ・最近では、「今治タオル」の工房館で産業観光。

※今治のタオルメーカーは現在約120社、従業員数は約2,500人



佐藤可士和のデザインしたロゴマーク



## 市がワイン普及を支援、観光にも利用

(山梨県甲州市)

- ・国、県、市の支援の下、組合、事業者が「甲州ワイン」のブランド化に取り組み、海外展開を実現。
- ・市は「原産地呼称ワイン認証制度」や「ワイン原料用甲州種ぶどう栽培奨励補助金」などで支援。
- ・ワインをテーマとした観光商品にも展開。



甲州ワイン



ブドウ踏み体験



ゴール後にワインが提供される  
「甲州フルーツマラソン大会」

## 大手百貨店への販売で高級栗ブランド化

(熊本県山江村)

- ・リーマンショックで会社を整理した若手経営者が山江利平栗の再ブランド化を目指して創業。
- ・高級路線を打ち出し、東京の百貨店や有名レストランにも販売。JR九州の「ななつ星」にも採用。
- ・山江利平栗の単価も250円/kgから620円/kgに上昇。



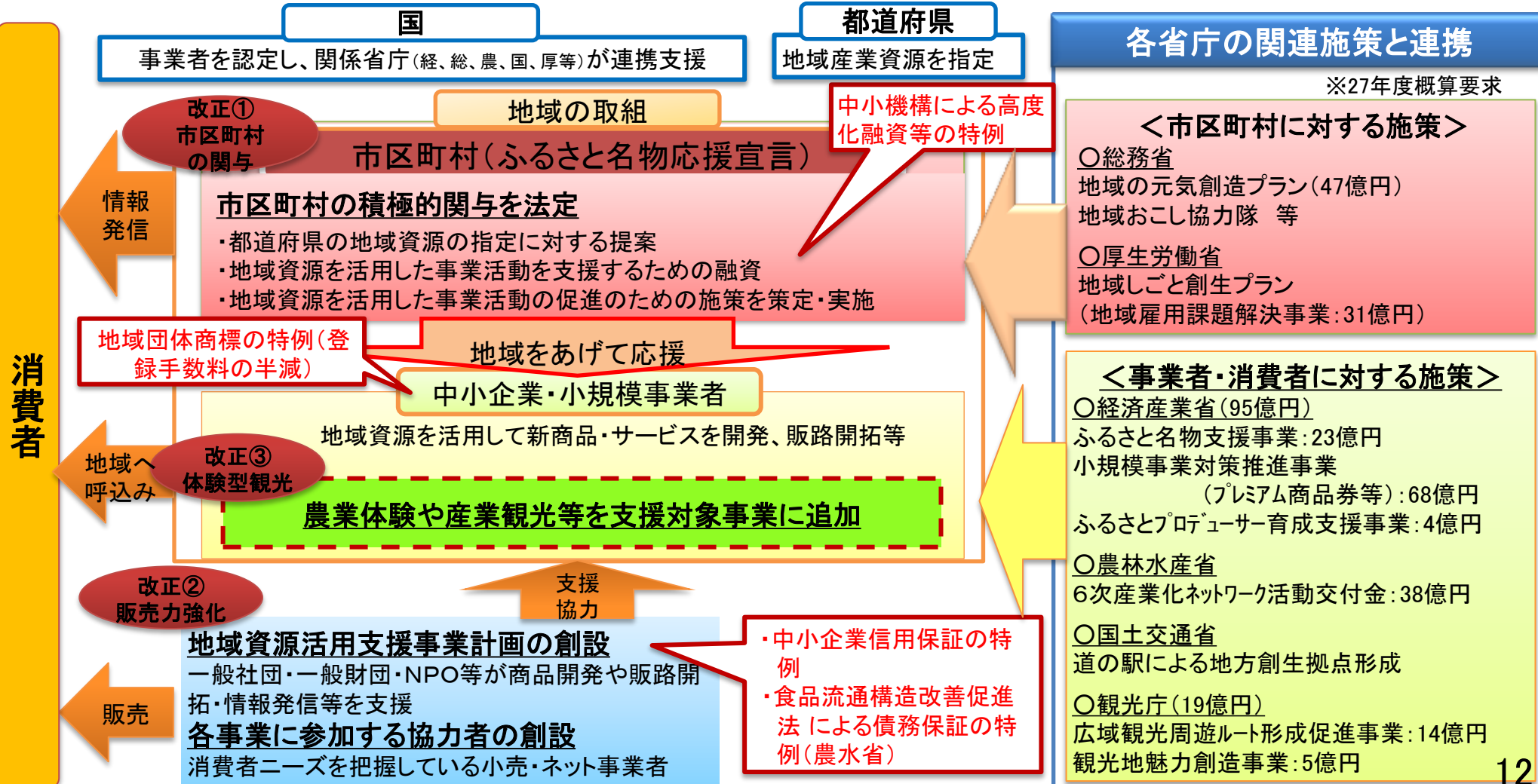
←渋皮煮5粒入りを1万円  
で販売

「ななつ星」のスイーツと  
しても採用 →

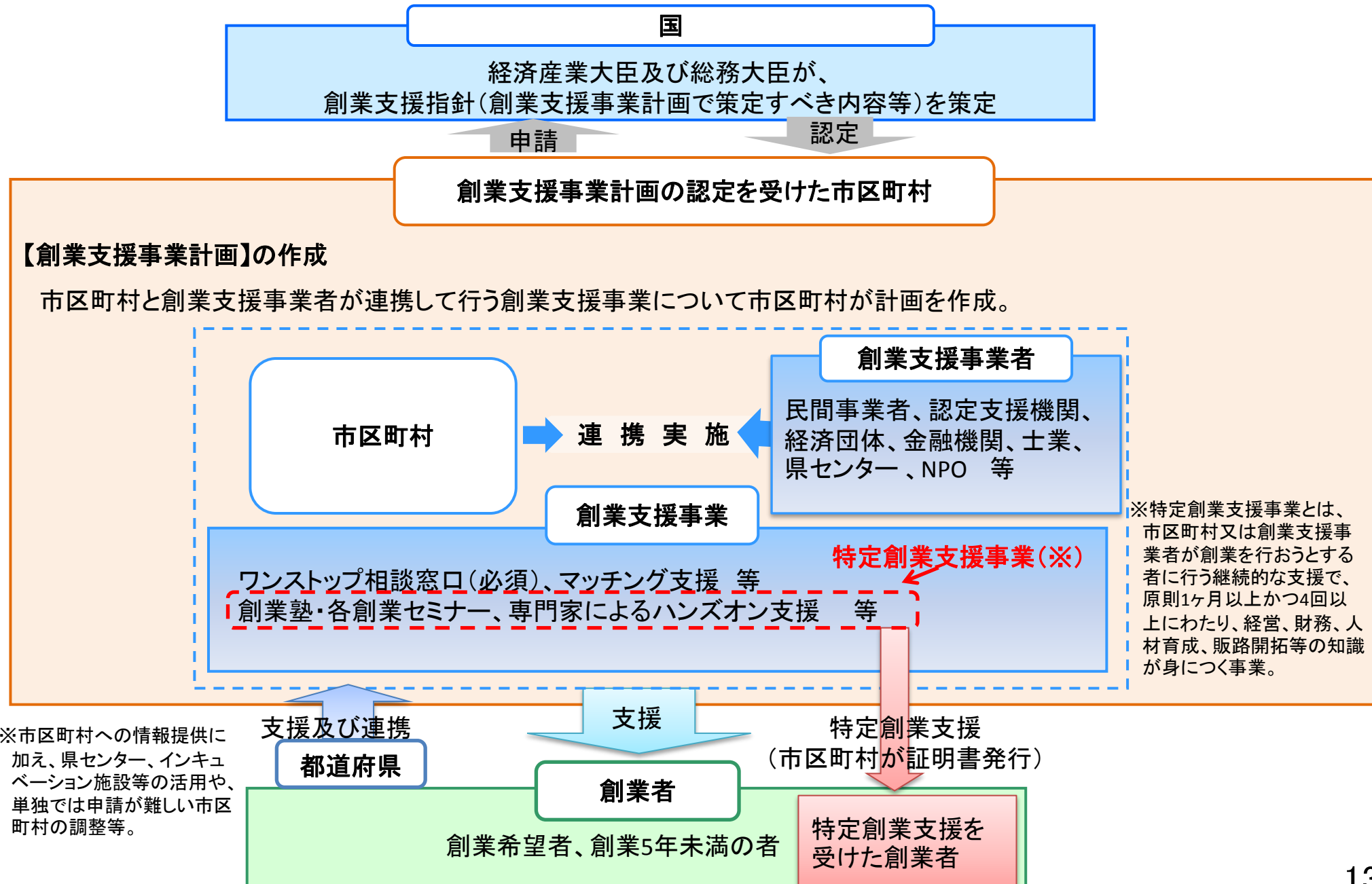


# 中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律の一部改正の概要

- 現行法(平成19年制定)は、「地域産業資源」(地域の特産物として認識されている「農林水産物、鉱工業品、観光資源」)を都道府県が指定(約14,000件)し、これらを活用した中小企業の事業計画を国が認定して支援(認定件数は1,234件)。
- これまでは、殆どが個社の取組で地域経済への波及も限定的、売上も少額。「地域全体での取組」と「販路開拓」が課題。
- 地域産業資源を活かした「ふるさと名物」をテコに地域活性化を図るため、
  - ①市区町村が「ふるさと名物応援宣言」するなど積極的な関与により地域ぐるみの取組を促進するとともに、
  - ②小売・ネット業者等との連携、
  - ③体験型観光への支援追加により消費者嗜好に合った商品開発・販路開拓等を促進。



# 産業競争力強化法による地域における創業支援



※市区町村への情報提供に加え、県センター、インキュベーション施設等の活用や、単独では申請が難しい市区町村の調整等。

# 小規模企業振興基本法の概要

①「成長発展」のみならず、「事業の持続的発展」を積極的に評価することを基本原則として位置づける（第3条）

②政策の継続性・一貫性を担保するための基本計画（5年間）を政府が策定（第13条）

③今後の小規模企業基本的施策の柱を定める（第14条～第21条）

1. 顧客との関係：信頼関係を活かし多様な需要を掘り起こす（第14条、第15条）

・消費の成熟化・国際的な価格競争の中で、顔の見える関係を活かしたニッチな需要の開拓を推進する。

2. 事業者自身のあり方：多様な「個」の能力を活かす（第16条、第17条）

・労働力人口の減少の中で、多様な個人の力を活かすよう人材の確保・育成を進める。

3. 地域との関係：連携を強化し地域を活性化（第18条、第19条）

・人口減少、地域の活力の減退の中で、地域活性化に資する事業を推進する。

4. 総力をあげた支援体制を構築する（第20条、第21条）

・334万の小規模事業者に施策を届けるため、国の関係省庁、地方公共団体、支援機関等の適切な役割分担・連携を定める。

・施策の活用を促進するため、手続きを簡素化・合理化する。

# 小規模企業振興基本計画のポイント

## はじめに

基本計画を実効あるものとして総合的に展開していくため、以下の措置を講じる

- ・ 関係省庁、地方公共団体、支援機関等がそれぞれ4つの目標の達成状況を把握
- ・ 毎年度、講じた施策・講じようとする施策等について、年次報告（小規模企業白書）により、広く公表
- ・ 施策の効果を検証し、見直しを図るPDCAサイクルを構築し、5年間の計画期間において毎年度実践

## 現状認識と基本的考え方

- ・ 人口減少・高齢化、国内外の競争の激化、地域経済の低迷等の構造変化の進展  
→このような変化の中、事業を継続するためにも相当な努力が必要  
→「成長発展」のみならず、「事業の持続的発展」を原則とした政策体系の必要性

## 4つの目標

1. 需要を見据えた経営の促進 : 顔の見える信頼関係をより積極的に活用した需要の創造  
・ 掘り起こし
2. 新陳代謝の促進 : 多様な人材・新たな人材の活用による事業の展開・創出
3. 地域経済に資する事業活動の推進 : 地域のブランド化・にぎわいの創出
4. 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備 : 事業者の課題を自らの課題と捉えたきめ細かな対応



# 女性の起業支援

女性の起業・創業支援により、

- ①女性ならではの視点を活かして新たな需要を掘り起こし
- ②家事・育児のアウトソースの受け皿となるサービスの提供により、女性就業を支援
- ③女性の雇用を創出

## 女性の視点を活かした起業の事例 ((有)モーハウス(茨城県つくば市))

子育て中の女性を積極的に雇用し、ライフサイクルに応じて活躍できる職場を作っている。

<授乳服のデザイン・販売を行う会社>

- ・女性経営者自らの体験に基づき「外出先でも授乳できる授乳服」という新たな市場を開拓。(市場規模は推定約20億円)
- ・子連れでの出勤もOK。職場の一角には、子どもを寝かしつけるスペースも確保。



(資料) NHKオンラインより引用

## 女性の就業を支援する起業の事例 ((株)カジタク)

豊富なメニューで質の高い家事サービスを提供することにより、女性の就業を支援

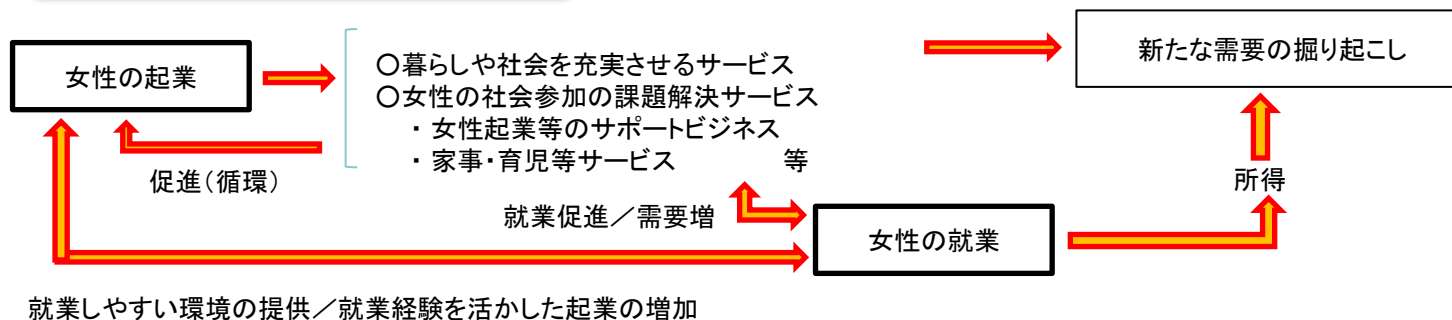
<生活支援サービスを行う会社>

- ・家事をしながら子どものお世話をする等多様なニーズに対応
- ・リテールとの連携、サービスのパッケージ化、専門スタッフの教育(資格の取得等)を通じてサービスの一般化を図り、価格の低減、全国展開を進める。



(資料) カジタクHPより作成

## 女性の起業と就業の関係



# ダイバーシティ経営企業100選

- 「優れたダイバーシティ経営企業」を選定・表彰し、ベストプラクティス集として広く発信することにより、積極的に取り組む企業のすそ野を広げ、女性活躍推進の動きを加速化。
- 24年度から開始し、3年間の累積で「100選」を目指す。



## 1. 表彰対象

### ①「ダイバーシティ経営企業100選」

女性、高齢者、外国人、障がい者、多様なキャリア等、多様な人材の能力を最大限発揮させることにより、イノベーションの創出、生産性向上等の成果を上げている企業を表彰(大企業・中小企業)

### ②「ダイバーシティ促進事業表彰」

ダイバーシティ経営に取り組む企業をコンサルティング等を通じて支援する企業を表彰

## 2. 評価のポイント

### ①取組内容

- 実践性**: 制度導入などの形式的な取組にとどまらず、人材活用の取組が現場レベルで実践されていること
- 革新性・先進性**: 従来とは異なる新たな取り組みを進めていたり、あるいは同業・同規模他社に先がけて取組を開始したりするなど、「モデル」として他企業の参考になること
- トップのリーダーシップ**: 経営トップの明確な意志が表明され、現場まで浸透していること

### ②成果: 多様な人材の能力発揮により、イノベーションの創出、生産性向上等の成果を上げていること

## 3. スケジュール(平成26年度)

- 6月12日(木) 第1回運営委員会
- 6月18日(水)～8月20日(水) 公募
- 9月上旬～ 書面審査(一次)
- 10月上旬 第2回運営委員会(書類選考)
- 10月上旬～12月 ヒアリング審査(二次)
- 12～翌年1月 ベスプラ作成
- 1月下旬 第3回運営委員会(受賞企業決定)
- 3月18日(水) 表彰式

■「ダイバーシティ経営企業100選」ホームページ

<http://www.diversity100sen.go.jp/>

平成25年度ベストプラ集は、  
4月8日(火)より発売!

「平成25年度ダイバーシティ経営企業100選・平成25年度なでしこ銘柄

ダイバーシティ経営戦略2～多様な人材の活躍が、企業の成長力に繋がる～」

(経済産業省編、一般財団法人経済産業調査会発行)  
オンラインによるご注文も可能です。

[Http://books.chosakai.or.jp/books/index.ntml](http://books.chosakai.or.jp/books/index.ntml)

経済産業省平成25年度ダイバーシティ経営企業100選・平成25年度なでしこ銘柄

ダイバーシティ経営戦略2

～多様な人材の活躍が、企業の成長力に繋がる～



「私にとってのダイバーシティとは、成長戦略そのものなのです」  
安倍晋三内閣総理大臣

—安倍総理からの応援メッセージも収録!—  
経済産業省 編

## グリーンライフ産業株式会社

(福岡県、造園建設業)

- ・女性社員の感性を生かしたガーデニングのデザインや、施工後の丁寧なフォローにより、顧客からの信頼性が高まり、その後のリフォームの事業の拡大につながっている。
- ・年齢、性別問わず活躍できることが認知され、新卒応募者数が急増(2,3名→100名超)。



子連れでも打ち合わせできる環境



ガーデン



住宅リフォーム

## 株式会社セレクトィー

(宮城県、中小)

- ・顧客である保護者の感覚を良く捉えることのできる女性が提供する「丁寧さ」と「気配り」が顧客から高い評価を獲得し、毎年約10%の売上向上。
- ・女性パート社員の正社員化により、現場目線による業務改善が実現。



個別教室のアップルの授業(完全1対1)

## 三州製菓株式会社

(埼玉県、菓子製造販売)

- ・全員女性の商品企画室で考案された「揚げパスタ」が、売上全体の9%を超える大ヒット商品に。
- ・「短時間正社員制度」、「正社員登用制度」(パートの20%弱が移行)、「一人三役」(多能工化)などを通じて、パート女性等の課長職等への積極登用につなげている。



## 株式会社マイスター

(山形県、中小)

- ・女性技能職の意欲的な取組が、職場の緊張感を高め、顧客ニーズに敏感な社風に変化。
- ・女性の未経験者育成プロセスを通じ、社内全体の技能や品質意識向上し、受注拡大。



女性技能職が現場で活躍

