

# 帯広市中小企業振興協議会（第2回）

と き：平成19年8月8日（水）13:30～

ところ：帯広市役所 議会棟3階 全員協議会室

## 1、開 会

## 2、会長あいさつ

## 3、議 題

（1）部会委員の選任について

（2）協議項目（論点）について

（3）次回協議会の開催時期について

## 4、閉 会

配布資料（資料1～9は、事前配布済み、資料10～本日配布）

- ①経済戦略大綱について・・・資料1
- ②産業活力再生特別措置法等  
の一部を改正する法律案の概要・・・資料2
- ③企業立地促進法・・・資料3
- ④中小企業地域資源活用プログラム・・・資料4
- ⑤中小企業白書2007年版・・・資料5
- ⑥帯広市の産業関連施策H19年度・・・資料6
- ⑦帯広市の統計等・・・資料7
- ⑧帯広・十勝産業関係指標の推移・・・資料8
- ⑨創業支援の実際と最新情報・・・資料9
- ⑩部会委員の選任について・・・資料10
- ⑪協議項目（論点）について・・・資料11
- ⑫帯広・十勝産業関係指標の推移グラフ・・・資料12

# 経済成長戦略大綱について

## 1. 基本的考え方

構造改革型の景気回復が実現し、経済の潮目に変化がみられる今こそ、活力ある経済社会を取り戻す好機。

経済成長戦略と歳出・歳入一体改革は、**車の両輪**として相互に好循環を生み、「強い経済と安心な社会」をもたらす。

「生産性向上」、「技術革新」、「アジア等海外のダイナミズム」の3つを梃子(てこ)に、人口が減少する中でも高めの経済成長を可能とする「**日本型経済成長モデル**」を実現する。

今後同様の困難に直面する諸外国にとって良き先例となり、国民に対しては、**改革の先に明るい日本の未来**があることを示す。

時間軸として、人口減少が本格化する2015年までの10年間を設定し、短期・中期・長期に分けた「**工程表**」を策定。

個々の施策に対応する定量的な目標などに基づき、毎年度ローリングして、点検・改定する。

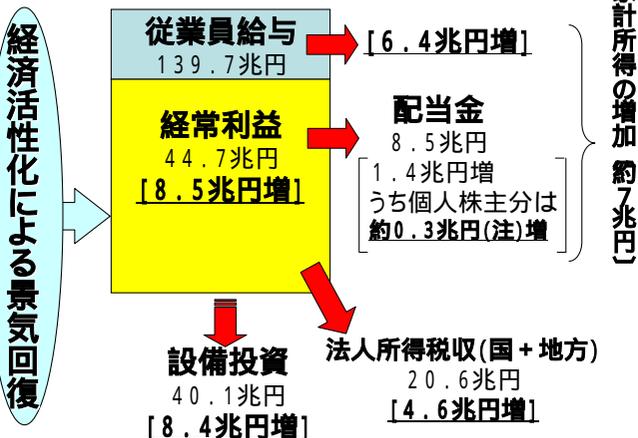
## 2. 経済成長の姿

今後10年間で、**年率2.2%以上の実質経済成長**を視野に、本大綱の政策を実行する

- ・技術革新を通じた競争力強化、生産性向上等により0.2%程度以上
- ・IT革新を通じた経営力強化、コンテンツ市場拡大等により0.4%程度以上
- ・サービス産業の革新を通じた生産性向上、重点サービス市場拡大等により0.4%程度以上
- ・若者・女性・高齢者の労働参加率上昇、人材の質の向上等により0.4%程度以上

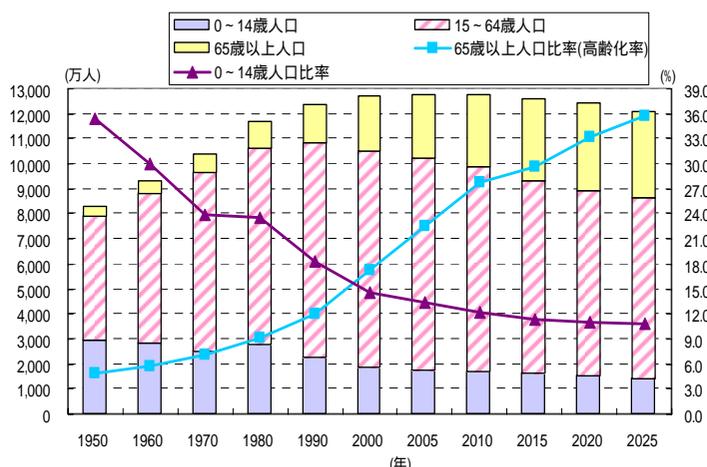
- (注1) いずれも本大綱の政策による直接的な潜在成長率引き上げ効果である。政策相互間には重複があること、間接的な成長率引き上げ効果があること等に留意する必要がある。
- (注2) 「2.2%以上の実質経済成長」は、本大綱の政策効果が最大限発揮された場合に、視野に入ることが期待される中長期的な潜在成長力である。
- (注3) 経済産業省によると、GNI(国民総所得)ベースでは年率2.4%、同一人当たり2.5%(2015年度の一人当たり実質GNI 3割増)以上が視野に入ることが期待される。

### 景気回復に伴う法人所得税収の増加



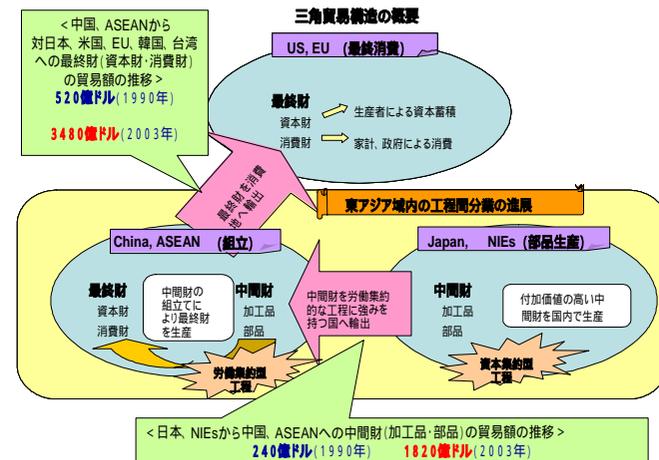
数字は04年度法人企業統計年報(税収については06年度)、[ ]内は03年度 04年度の増減(税収については03年度 06年度の3年間の増減)

### 我が国の高齢化と人口減少



出所)実績値については、総務省「我が国の推計人口」、将来予測については、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成14年1月推計)」、(中位推計)

### 東アジア域内の工程間分業の進展



# 各論の具体的施策

## 1. 国際競争力の強化

我が国を世界最高のイノベーション・センターとするとともに、アジアの発展に貢献し、アジアとともに成長する。また、資源・エネルギー政策の戦略的展開を図る。

科学技術によるイノベーションを生み出す仕組みの強化  
（「イノベーション・スーパーハイウェイ構想」の実現 等）  
産学官連携による世界をリードする新産業群の創出  
（新世代自動車向け電池、次世代環境航空機等）  
農林水産業、医薬品・医療機器産業の国際競争力強化  
観光立国の実現（2010年の外国人旅行者受け入れ目標1000万）  
優れた投資環境づくりによる対日投資受け入れ（2010年に対GDP比倍増5%程度）

東アジア経済圏の構築に向けた経済連携、東アジアにおけるOECDのような国際的体制の構築  
APEC、WTOドーハ・ラウンドへの積極的取組  
グローバル化に対応する制度の整備（租税条約ネットワークの充実、各国の移転価格税制の透明性向上）  
環境と経済の両立を実現（3R推進による資源生産性の向上、バイオマスエネルギーの導入加速化等）  
資源・エネルギー政策の戦略的展開（世界最先端のエネルギー需給構造の実現、資源外交、環境・エネルギー協力等の総合的な強化） 等

## 2. 生産性の向上（ITとサービス産業の革新）

IT革新による競争力強化、中小企業の経営力の向上を促進し、コンテンツ市場の拡大を図る。また、サービス産業の生産性を抜本的に向上させることにより、製造業と並ぶ「双発の成長エンジン」を創る。

産学官による「IT生産性向上運動」を立ち上げ、世界トップクラスの「IT経営」実現  
IT経営応援隊等を通じた中小企業の経営力の向上  
国際コンテンツカーニバルの開催、IPマルチキャスト放送の著作権法上の取扱いの明確化などにより、コンテンツ市場の拡大（10年間で約5兆円の市場の拡大）

「サービス産業生産性向上運動」の展開  
サービス6分野（健康・福祉、育児支援、観光・集客、コンテンツ、ビジネス支援、流通・物流）への政策の重点化（2015年までに70兆円の市場拡大）  
サービス統計の抜本的拡充 等

## 3. 地域・中小企業の活性化（地域活性化戦略）

地域資源を活用した地域産業の発展、また、地域経済の大宗を占める中小企業を振興する。さらに、都市再生・中心市街地活性化を戦略的・重点的に推進する。

経済的社会的に一つのまとまりをもつ地域を単位とした地域活性化  
「地域資源活用企業化プログラム」を創設し、産地の技術、地域の農林水産品等の地域資源を活用した中小企業の新商品・新サービス開発等を推進。  
「中小ものづくり高度化法」を中核とした、モノ作り中小企業の技術力の底上げ  
民間の資金・ノウハウを活用した都市再生、にぎわい溢れるまちづくりの推進 等

## 4. 改革の断行による新たな需要の創出

イノベーションによる需要の創出に加え、官業の民間開放や思い切った規制改革といった改革努力により新たな需要を創出する。

イノベーションと需要の好循環を加速するため、新たな技術の市場化を妨げる規制の見直し、公的調達改善等  
民間の創意工夫を活用した公共サービスの改革  
（公共サービス改革法の着実な実施、PFIや指定管理者制度の運用改善等）  
規制改革の一層の推進と、地域の創意工夫を高める取組の強化のための特区制度の見直し  
市民や民間が参画し、主役となる公的サービスの提供促進 等

## 5. 生産性向上型の5つの制度インフラ

生産性の抜本的な向上を実現するため、「ヒト」「モノ」「カネ」「ワザ」「チエ」の5分野に関して、IT革新も含め、世界で最も優れた制度インフラを構築する。

「人財立国」の実現（人材育成パスの複線化、産学連携による実践的教育・訓練の導入、「アジア人財資金（仮称）」構想の具体的事業の検討 等）  
企業の国際競争力を重視したハード・ソフトの物流インフラの戦略的整備  
企業の投資や設備の新陳代謝を加速するための国際的に遜色ない制度見直し

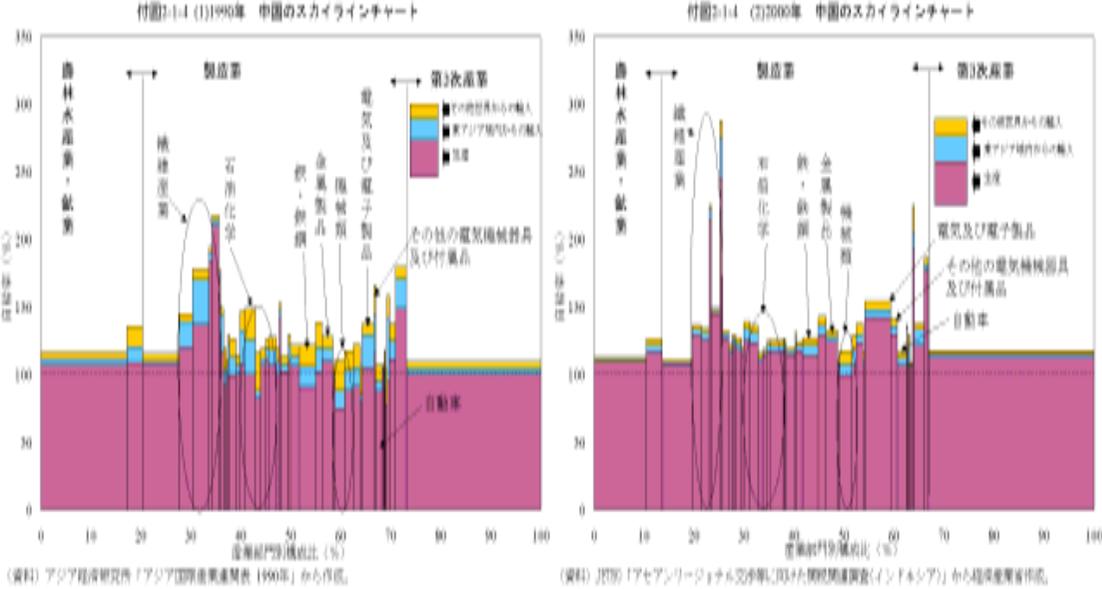
在庫や掛掛債権を担保として活用する融資促進のための電子債権の法的枠組みの具体化、日本型預託証券（JDR）の活用促進、金融工学に関する教育の充実  
特許審査の迅速化（現在26ヶ月の審査順番待ち期間を2013年に11ヶ月に）  
公正なM&Aルールなど組織再編等の制度基盤作り 等

# 主要な数値目標や新規施策一覧

1. 国際競争力の強化	2. 生産性の向上(IT革新とサービス産業の革新)	5. 生産性向上型の制度インフラ
科学技術によるイノベーション ・「イノベーション創出総合戦略」 ・「イノベーション・スーパーハイウェイ構想」	IT革新による生産性向上と市場創出 ・5年以内に世界トップクラスのIT経営実現 ・IPマルチキャスト放送の著作権法上の取扱の明確化 ・今後10年でコンテンツ市場を約5兆円拡大(直近:約13.6兆円) ・「国際コンテンツカーニバル」の開催 ・「コンテンツ・ポータル」の構築 ・高度IT人材育成拠点の形成	「人財立国」の実現(ヒト) ・07年度から全国的な学力調査の実施 ・10年までに世界トップレベルの研究拠点を30育成 ・10年までに国際学力調査世界トップレベルの達成 ・10年度までにフリーターをピーク時の8割まで減(ピーク時は平成15年の217万人) ・人材育成パスの複線化(専門職大学院等、社会人の学びなおしの機会の拡大等) ・工業高校などにおける、産業界との連携による実践的教育・訓練の導入 ・「アジア人財資金(仮称)構想」 ・世界的「ブレイン・サイクル」の取り込み
新産業群の創出(新世代自動車向け電池、次世代環境航空機など) ・06年度内にアクションプログラムの策定	サービス産業の革新 ・06年度内に「サービス産業生産性協議会」設立 ・06年度内に「サービス研究マップ」を策定し、07年度に「サービス研究センター」設置 ・15年までにサービス6分野(健康・福祉、育児支援、観光・集客、コンテンツ、ビジネス支援、流通・物流)の市場を約70兆円拡大(2005年時点:約294.5兆円) ・08年度にサービス産業全体を概括的に把握できる「サービス統計」を創設	物流インフラ政策(モノ) ・09年度内に成田空港は約1割、羽田空港は約4割能力増強と国際定期便の就航 ・10年度までにスーパー中核港湾の港湾コストを約3割低減、リードタイムを1日程度に短縮
農林水産業の国際競争力強化(「21世紀新農政2006」) ・09年に農林水産物・食品の輸出額を倍増の6千億へ ・10年までに食料供給コストを2割削減 ・10年度までに一般企業等の農業参入法人数を3倍 ・10年度までに東アジアにおける我が国食品産業の活動規模を3~5割増 ・10年度に植物新品种の登録出願件数を5割増 ・15年までに効率的かつ安定的な農業経営を農地の7~8割へ	<b>3. 地域・中小企業の活性化(地域活性化戦略)</b>	金融の革新(カネ) ・日本型預託証券(JDR) ・金融工学等の高度金融人材の育成 ・企業担保制度の見直し ・証券決済期間の短縮
観光立国の実現 ・10年までに年間1000万の外国人旅行者受け入れ(約2.3倍)なお、30年までに年間4000万人に達する可能性	地域・中小企業の活性化 ・09年度までに都市と農山漁村の交流人口を3000万人に拡大 ・09年までに100のモデルとなる商店街の確立 ・10年度までに農山漁村の先進事例を250へ(約4倍) ・5年間で地域の資源活用・中小企業支援策により1000の新事業創出 ・5年間で500のプロジェクトから成果を得て、モノ作り中小企業の厚みを倍増 ・5年間で産業クラスター計画の対象分野及び対象地域において4万件の新事業創出	知的財産保護強化(ワザ) ・13年に審査順番待ち期間を現在の26ヶ月から11ヶ月に短縮し、世界最速の特許審査を実現 ・知的財産専門人材を約6万人から約12万人に倍増
医薬品・医療機器産業 ・06年度内にアクションプログラムの策定	<b>4. 改革の断行による新たな需要の創出</b>	戦略的な標準化(ワザ) ・10年までに計量標準を世界最高のレベルの質・量へ ・15年には欧米諸国と同等に国際標準化をリード
環境と経済の両立 ・10年度までに資源生産性(GDP/天然資源投入量)を39万円/トンに向上(約1.2倍)	官業の民間開放等 ・06年度中にPFIの運用改善について検討を行い、とりまとめた方針をできるだけ速やかに公表 ・06年度中に指定管理者制度の選定過程の実態把握に努め、調査結果をできるだけ速やかに地方公共団体に周知	
対日直接投資の倍増 ・10年までに対GDP比倍増となる5%程度の対日直接投資受け入れ		
東アジア経済統合の推進 ・10年には我が国全貿易額に占めるEPA締結国との貿易額の割合を25%以上へ(約4.5倍) ・東アジア経済圏構築(「東アジアEPA」構想等) ・東アジアにおけるOECDのような国際的体制の構築		
企業の合併審査 ・06年度内に「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」を改定		
多文化共生社会の構築 ・06年以内に外国人の問題(日本語教育、標識の外国語表記等)について、総合的な対応策をまとめる ・06年度内に全都道府県・政令指定都市において指針・計画等を策定		
資源・エネルギー政策の戦略的展開 ・30年までに少なくとも30%エネルギー消費効率改善 ・30年までに運輸エネルギーの石油依存度を80%程度へ ・30年までに石油の自主開発比率を40%程度へ ・30年前後も発電電力量に占める原子力発電比率を30~40%程度以上へ		

# 中国の産業構造の変化

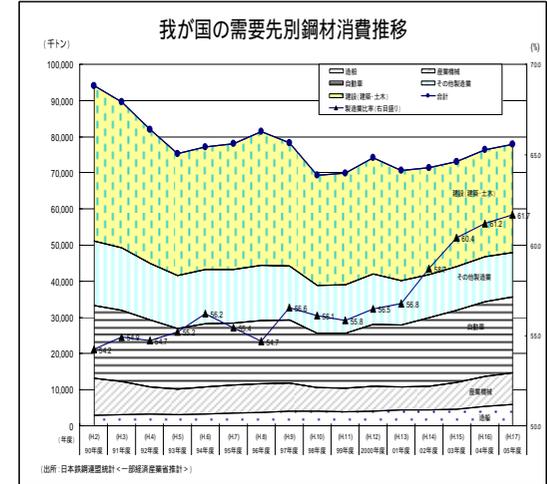
中国においては、労働集約的な産業に加え、2000年に入り電気電子・石油化学、鉄鋼など資本集約型産業の国内基盤が強化。



# 鉄鋼業の強みと需要先の変化

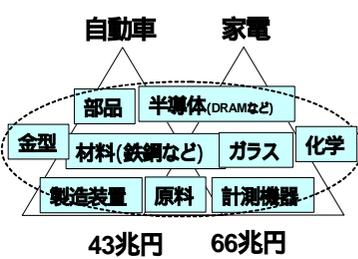
(参考資料)

我が国鉄鋼業の強みは、高炉からの一貫生産等による作り込みによって実現される付加価値の高い鋼材の生産能力。自動車をはじめとしたユーザー産業のグローバルな市場拡大に伴い、我が国の鉄鋼生産もかかる高級鋼材の生産にシフトしつつ、その強みを一層発揮。



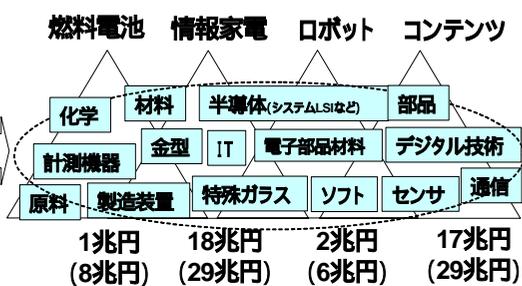
## 2010年の新産業群

### 現在の2大産業群

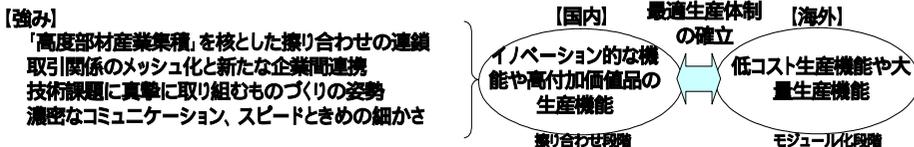


空洞化(90年代以降)

### 2010年の新産業群( )内2025年

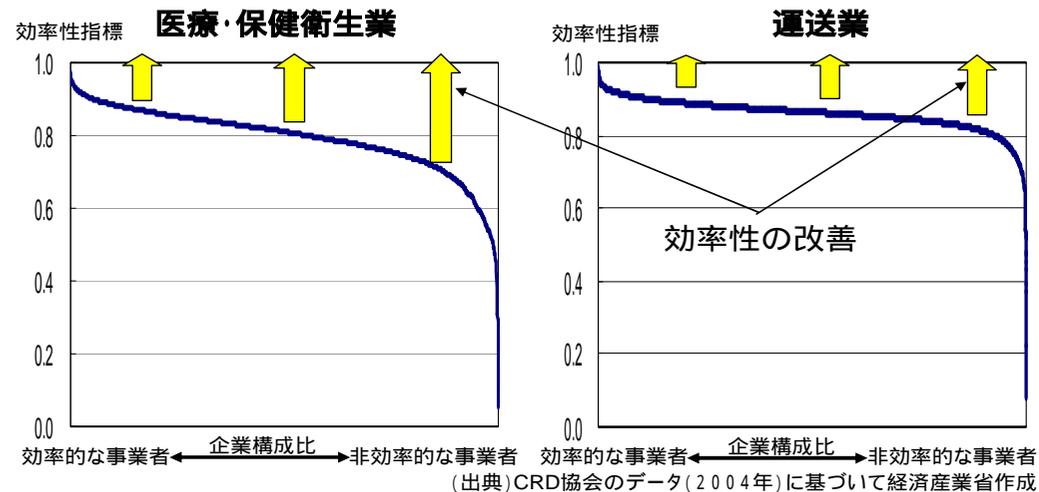


### 国内回帰(2003年頃から)



## サービス産業の生産性向上の余地

< CRDを用いた生産性向上余地の計測(ベストプラクティスからの乖離) >



# 産業活力再生特別措置法等の一部を改正する法律案の概要

## 日本経済の課題

- ・人口減少、国際競争の激化
- ・地域・中小企業における景気回復のばらつき

## 改正の方向性

- ・サービス産業など我が国全体の生産性の向上
- ・地域の早期事業再生の円滑化

## 具体化

## 改正

### イノベーションによる産業の生産性向上【産業活力再生特別措置法(8省庁連携)】

#### 成長に向けた事業者の取組支援

##### サービス産業等の生産性向上

- ・サービス産業は、地域経済の中核であり、また担い手の多くは中小企業。
- ・雇用、GDPの約7割を占める。
- ・しかし、その生産性は製造業と比べて低く、また米国の6割程度の水準にとどまる。

- ・サービス産業の底上げが日本の成長の鍵。
- ・基本指針に加えて、新たに事業分野別指針を作成し、基本的考え方や認定基準を定め、支援措置を活用。

##### 支援対象の拡大

- ・3つの過剰(設備、債務、雇用)の解消等の変化を捉え、「事業再編」から「技術革新」へ軸足を移行。

- ・次のような計画を作る事業者を新たに支援対象に追加。  
「技術活用事業革新計画(仮称)」:企業連携により獲得した技術や知的財産を活用した事業革新  
「経営資源融合計画(仮称)」:異分野に属する事業者が経営資源を組合せて一体的に活用
- ・会社法特例、課税の特例(登録免許税軽減、特別償却等)などにより支援。

#### 知財の活用促進

- ・ライセンサー(特許権の通常実施権者)の保護のため、現在も登録制度あり。
- ・現在の登録制度は、(1)個々に特許番号を特定し、登録することが必要、(2)ライセンサーは公示される。

- ・「包括的ライセンス契約登録制度」を創設。  
(1)包括的ライセンス契約ごとに通常実施権を登録。  
(2)ライセンサーは非公示。

#### 地域における中小企業等の再生円滑化

- ・地銀や信金・信組の不良債権比率は依然高く、小規模倒産は増加する傾向。
- ・これまでも、全国の中小企業再生支援協議会で、1万件以上の相談受付、1,587件の再生計画策定支援、約7万5千人の雇用を確保。

- ・私的整理中の事業継続のためのつなぎ融資に対する信用保険特例等を措置。
- ・廃業経験者の再起業時の信用保険の特例の創設。

### イノベーションを支える産業技術力を強化【産業技術力強化法、産総研法、NEDO法】

- ・研究開発を経営戦略の一環として位置付ける「技術経営力」の強化に関し、基本理念、国の施策の方針、国・事業者の責務等の規定を追加。
- ・大学等に対する特許料等の軽減対象を拡大(ポスドク、院生等も)。
- ・日本版バイ・ドール規定を産活法から移管して恒久措置化、対象にソフトウェア開発を追加。

# 産業活力再生特別措置法等の一部を改正する法律案のポイント (8省庁連携)

## < 産業活力再生特別措置法 >

～イノベーションによる産業の生産性向上

・成長に向けた事業者の取組支援

サービス産業等の生産性向上

支援対象の拡大

・知財の活用促進

・地域における中小企業等の再生円滑化

## < 産業技術力強化法等 >

～イノベーションを支える産業技術力を強化

平成19年2月

経済産業省

経済産業政策局・産業技術環境局

# 今回の産活法の改正内容：第1のポイント

成長に向けた事業者の取組支援

サービス産業等の生産性向上

・サービス産業は、地域経済の中核であり、また担い手の多くは中小企業。  
・雇用やGDPの約7割を占めるが、その生産性は製造業と比較して低く、米国の6割程度の水準。  
・我が国経済の活性化に重要な役割を持つサービス産業の生産性向上を図るため、基本指針に加えて、新たに事業分野別指針を作成し、基本的考え方や認定基準を定め、支援措置を活用。

現在

基本指針  
(各産業共通。基本的考え方や認定基準を規定。)

生産性向上の指標

- 株主資本利益率(ROE)等の向上：資本(カネ)
- 有形固定資産回転率の向上：資産(モノ)
- 従業員一人当たり付加価値額の向上：労働(ヒト)

改正後

基本指針



新設

事業分野別指針

経済成長戦略大綱の重点サービス6分野などを念頭に、指針を検討。

- 健康・福祉
- 育児支援
- コンテンツ
- 観光・集客
- ビジネス支援
- 流通・物流

生産性向上の指標(例)

例)稼働率の向上【ホテル、旅館など】  
・客室稼働率 = 稼働客室 / 全客室数  
・定員稼働率 = 宿泊客数 / 収容可能人員  
・客室1室当たり売上高

例)営業面積当たり営業利益の向上【小売業】

・・・Etc.

サービス産業の生産性向上に関する全般的な議論は、昨年12月12日より、「サービス産業のイノベーションと生産性に関する研究会」(座長：牛尾治朗 ウシオ電機(株)代表取締役会長)を開催し、審議中。

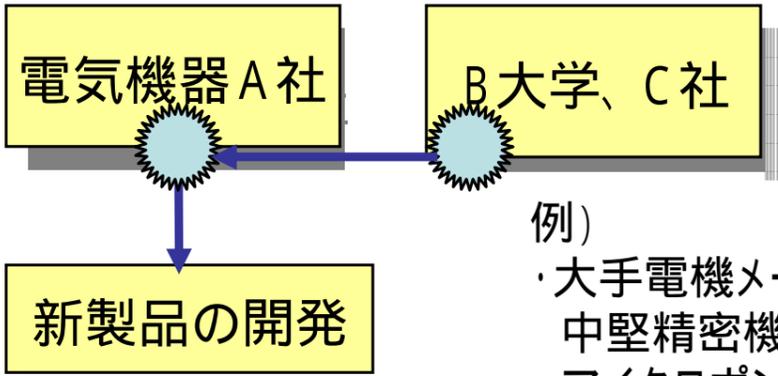
# 今回の産活法の改正内容：第1のポイント

## 支援対象の拡大

- ・3つの過剰(設備、債務、雇用)の解消等の変化を捉え、「事業再編」から「技術革新」に軸足を移行。
- ・イノベーションによる生産性向上を図る事業者を支援するため、「技術活用事業革新計画(仮称)」、「経営資源融合計画(仮称)」を追加。

### 技術活用事業革新計画(仮称)

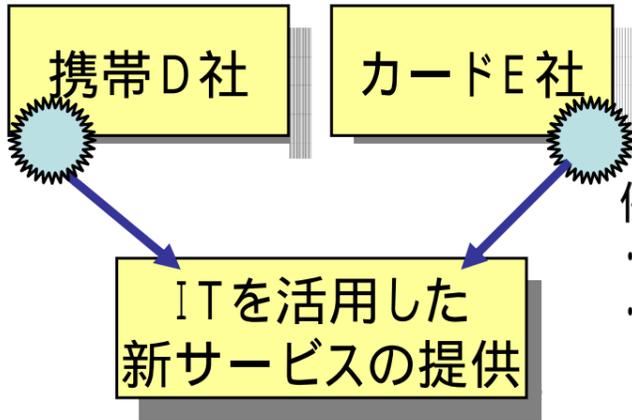
企業連携により獲得した技術や知的財産を活用した事業革新(例)



例)  
 ・大手電機メーカーの休眠特許を活用し、中堅精密機器メーカーが動物実験用のマイクロポンプを開発

### 経営資源融合計画(仮称)

事業分野の異なる経営資源の融合(例)



例)  
 ・クレジットカード機能付き携帯電話  
 ・薄型テレビ製造  
 (家電メーカーと部材メーカー)

- < 支援措置 >
- イ 会社法の特例(現物出資時の検査役による調査の免除等)【継続】
  - ロ 課税の特例
    - ・会社設立、増資時の登録免許税の軽減【継続】
    - ・不動産譲渡時の不動産所得税の軽減【継続】
    - ・生産性向上を実現する事業革新設備の特別償却制度【拡充】  
(新計画又は世界実証一号設備の場合、特償率30%)。
  - ハ 国内の中堅・中小企業の生産性向上に資するその海外子会社への資金提供支援【新設】  
(出資・中小企業基盤整備機構による信用状債務への債務保証等)

# 今回の産活法の改正内容：第2のポイント

## 知財の活用促進

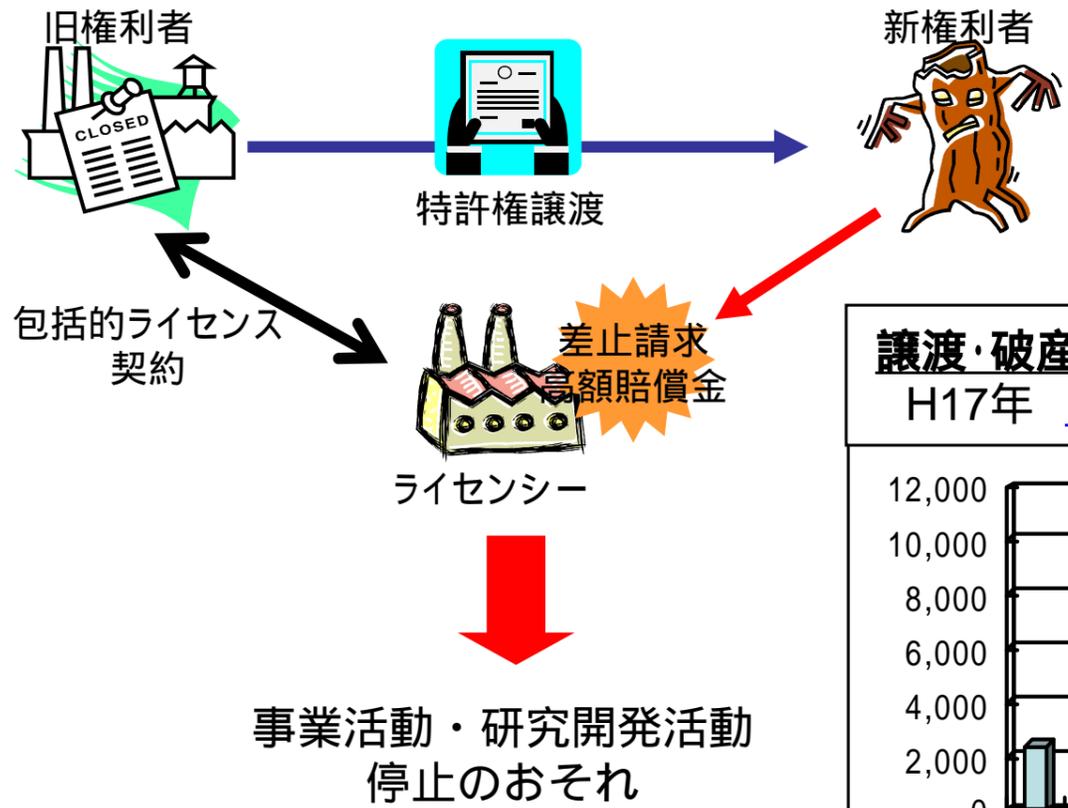
「包括的ライセンス契約登録制度」を創設。ライセンシー（特許権の実施権者）を保護し、特許の事業化等を促進。  
 包括的ライセンス契約ごとに特許の通常実施権を登録でき、ライセンシーは非公示。  
 2002年以降、毎年の知的財産推進計画(知的財産戦略本部決定)等において指摘されてきた事項を制度化。

### 現状の問題点

企業破産・再編により特許権が第三者に譲渡された際には、実施権の登録をしていなければ、ライセンシーは特許発明を実施することができなくなる。

現在も登録制度があるが、個々に特許番号を特定し、登録することが必要であり、ライセンシー（特許権の実施権者）は公示される。

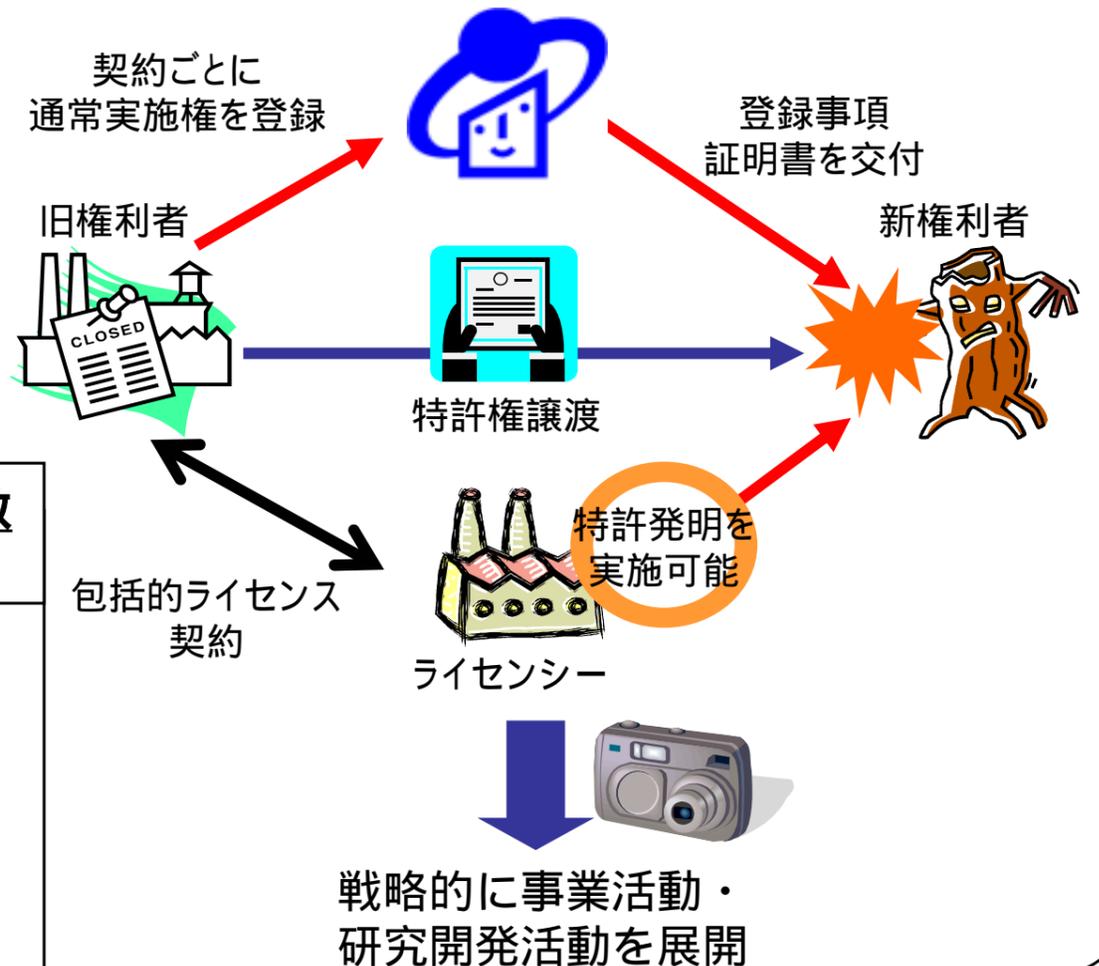
このため、電機電子産業を中心に、特許番号を特定しない包括的ライセンス契約が国際的に行われている産業において、登録制度を利用できず、新権利者に対抗できない恐れがある。



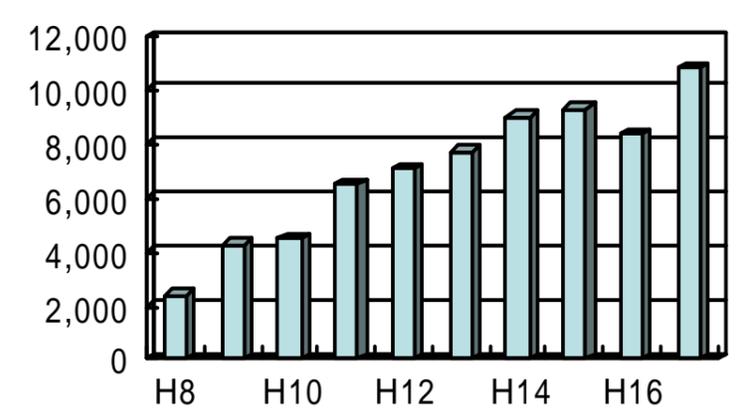
### 今後

「包括的ライセンス契約登録制度」(包括的ライセンス契約ごとに特許の通常実施権を登録でき、ライセンシーは公示されない、制度)を創設。

包括的ライセンス契約ごとに通常実施権を登録しておけば、特許権が譲渡された場合であっても、引き続きライセンシーが特許発明を実施できるようにする。 特許庁



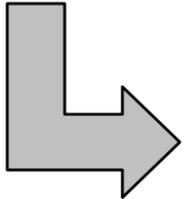
譲渡・破産等による特許権の移転件数  
 H17年 1万件強、過去10年で4倍



# 今回の産活法の改正内容：第3のポイント

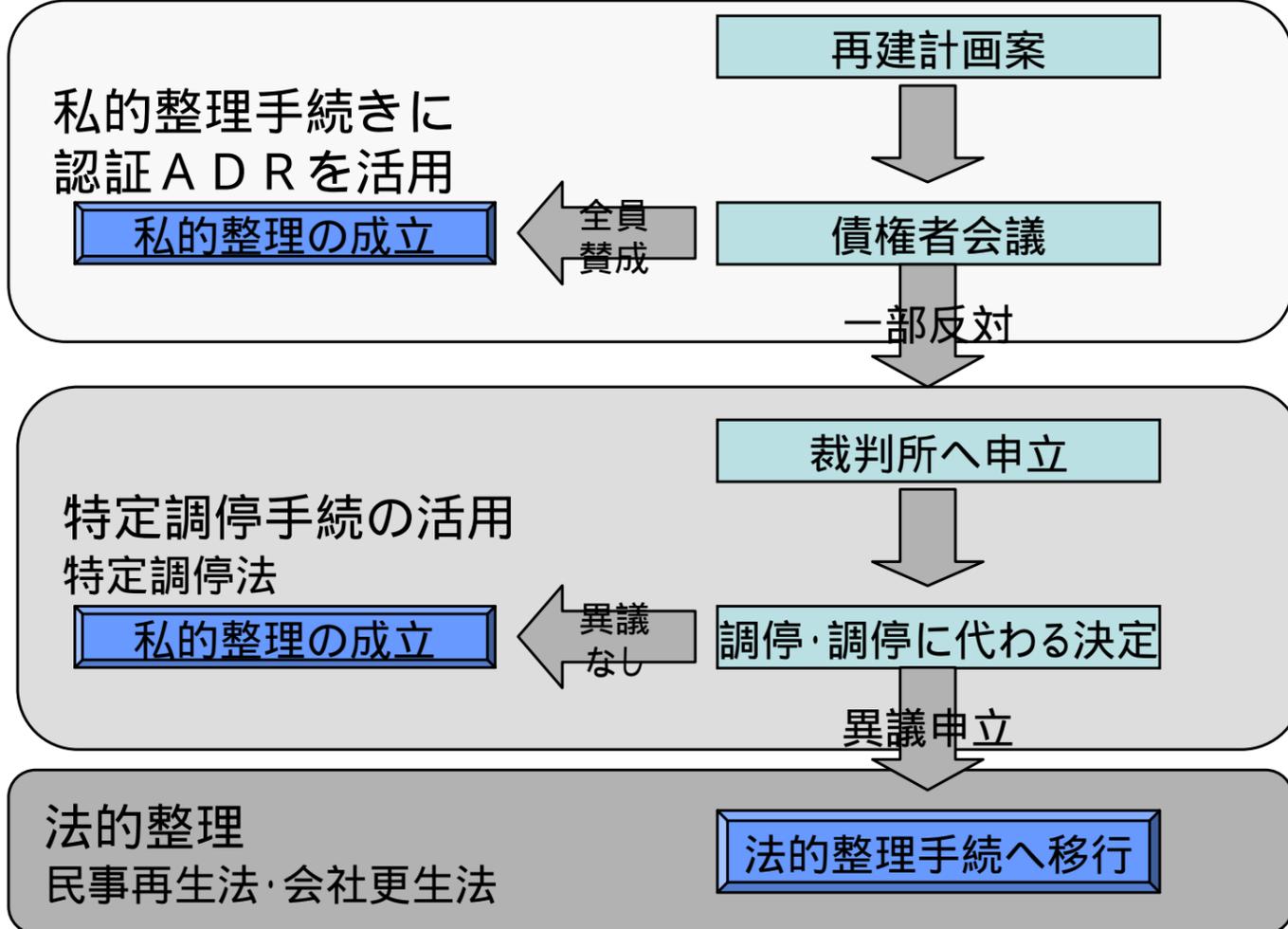
## 地域における中小企業等の再生円滑化

- ・地域の中堅・中小企業の早期再生ニーズは依然高い。  
不良債権比率は、全国2.7%、主要行1.5%に対し、地銀4.4%、信金・信組6.9% / 倒産件数は5年振りに増加。小規模倒産が増加。
- ・これまでも、全国の中小企業再生支援協議会で、多数の実績。  
1万件以上の相談受付、1,587件の再生計画策定を支援、約7万5千人の雇用を確保。



私的整理から法的整理への連続性を高めるとともに、私的整理中の事業継続に不可欠なつなぎ融資への債務保証制度の創設など、事業再生手続を迅速化(下図)。  
中小企業再生支援協議会の専門家人材の充実、ノウハウ共有など、更なる活用。  
廃業経験のある事業者の再起業を支援するため、信用保険の填補率を引き上げ(8割 9割)。

### 早期事業再生のための新たな仕組み



私的整理期間中のつなぎ融資促進

**債務保証制度の創設**

認証ADRが関与した場合は裁判官の単独調停を可能にする

**一人裁判官での調停**

私的整理中のつなぎ融資につき裁判所が弁済率に差を設けてよいかを判断

**衡平に関し考慮する規定**

# 産業技術力強化法等の改正のポイント

## 1. 技術経営力の強化

### 産業技術力強化法

イノベーション・スーパーハイウェイ構想の基本要素を産業技術力強化法において明確化するため、技術経営力の強化に関し、定義、基本理念、国の施策の方針、国・事業者の責務の規定を追加する。

【イノベーション・スーパーハイウェイ構想の基本要素】

- 将来を展望して研究開発を行う
- 科学に遡った研究を行う
- 異分野の知識を融合する
- 研究開発の成果を事業活動に活かす

### 産総研法、NEDO法

産総研、NEDOの業務に、技術経営力の強化に寄与する人材の育成・活用等を追加する。

## 2. 大学の特許料等軽減制度\*の対象の拡大

\*大学、大学研究者に対して、審査請求料、特許料(第1～3年目)を半額に軽減する制度

### (1) 研究者個人に対する軽減対象の拡大

大学研究者として、現行の教授、助教授等にポスドク、院生等を追加する。

### (2) 大学に対する軽減対象の拡大

#### ポスドク等との共同発明に係る権利の追加

大学が大学研究者とポスドク、院生等との共同発明に係る権利を承継した場合にも、当該大学に対して軽減する。

#### TLOから大学へ返還された権利の追加

TLO(技術移転機関)から元の大学に権利が返還された場合に、当該大学に対して軽減する。

## 3. 日本版バイ・ドール規定にソフトウェア開発を追加

国の委託した研究開発に係る知的財産権を事業者等に帰属させる日本版バイ・ドール規定を産活法から産業技術力強化法に移管し、恒久措置とするとともに、その対象にソフトウェア開発を追加する。

平成19年2月6日

経済産業省

## 企業立地の促進等による地域における産業集積 の形成及び活性化に関する法律案について (経済成長戦略大綱関連3法案)

平成18年7月、人口減少、国際競争の激化等の制約を克服し、イノベーション（技術革新や事業革新など）や地域経済の活性化により持続的な経済成長を目指す「経済成長戦略大綱」が策定されました。

本法律案は、この大綱の実現に向けて、地域経済の自律的発展の基盤の強化を図るため、主体的かつ計画的に行う産業集積の形成及び活性化に関する地域取組に対して、工場立地法の特例措置や企業立地等を行う事業者への支援等総合的な支援を行うものです。

### 1. 法律案の目的

本法律案は、産業集積が地域経済の活性化に果たす役割の重要性にかんがみ、企業立地の促進等による地域における産業集積の形成及び活性化のために地方公共団体が行う主体的かつ計画的な取組を効果的に支援するための措置を講ずることにより、地域経済の自律的発展の基盤の強化を図るものです。

### 2. 法律案の概要

#### (1) 基本方針の策定

主務大臣は、地域における産業集積の形成及び活性化の促進に関する「基本方針」を作成します。この中で、企業立地等を重点的に促進すべき区域（「集積区域」）の設定に関する事項、集積区域において企業立地等を重点的に促進すべき業種（「集積業種」）の指定に関する事項、企業立地等のための事業環境の整備に関する基本的な事項などを示します。

#### (2) 基本計画の作成と法律案による特例措置

市町村及び都道府県は、「基本方針」に基づき、事業環境の整備の事業を行う者と共同して「地域産業活性化協議会」を組織し、産業集積の形成又は産業集積の活性化に関する具体的な目標、集積区域、集積業種、

事業環境整備の内容などを定めた「基本計画」を作成します。主務大臣の同意を得た「基本計画」（「同意基本計画」）に関しては、以下の措置を講じることができます。

①工場立地法の特例

市町村は、「同意基本計画」の中で特に重点的に企業立地を図るべき区域（「同意企業立地重点促進区域」）において、条例により、同意企業立地重点促進区域に適用すべき工場等の敷地面積に占める緑地面積比率等を地域の実情に応じて定めることができます。

②独立行政法人中小企業基盤整備機構の業務追加等

集積区域での企業立地等を促進するために必要となる工場、事業場等について、独立行政法人中小企業基盤整備機構による整備を可能とします。また、既存の工場用地等の用途規制を緩和します。

(3) 企業立地計画及び事業高度化計画の作成と支援措置

集積区域において企業立地又は事業高度化を行おうとする事業者は、「企業立地計画」又は「事業高度化計画」を作成し、都道府県知事の承認を受けることができます。承認を受けた事業者に対し、以下の措置を講じます。

①課税の特例

承認を受けた事業者（指摘された業種に属する事業者に限る。）が「企業立地計画」に従って新規立地を行う場合に取得、建設した機械等や建物等について、特別償却制度を適用します。

②中小企業信用保険法の特例

承認を受けた中小企業者が「企業立地計画」や「事業高度化計画」に従って企業立地や事業高度化を行う際に民間金融機関から資金調達を行う場合、債務を保証する中小企業信用保証協会に対して中小企業金融公庫が提供する信用保険の特例措置を講じます。

(本発表資料のお問い合わせ先)

地域経済産業グループ地域経済産業政策課

担当者：吉岡補佐、宮本補佐

電話：03-3501-1511（内線2735～7）

03-3501-8396（直通）

# 中小企業地域資源活用プログラム 展開方策

平成19年6月15日

経済産業省  
北海道経済産業局

本件に関する問い合わせ先  
経済産業省北海道経済産業局  
産業部中小企業課 伊藤(譲)、藤谷、成谷  
TEL:011-709-2311 (代表:内線2575~78)  
011-709-1783 (直通)  
FAX:011-709-1786  
E-mail:hokkaido-chusho@meti.go.jp



## . 基本方針と基本戦略

**目標: 中小企業地域資源活用プログラムの展開により、5年間に全国で新事業を1000件創出**

### 1. 基本方針

道内各地域の優れた地域資源を、顧客起点の発想で掘り起こし、活用する新たな取り組みを促進  
売れる商品づくりと販路開拓支援など専門家による市場の出口を重視したハンズオン支援  
道外・海外の市場を視野に、従来の産学官連携などの枠を越え、地域の力を結集した支援態勢の構築

### 2. 基本戦略

中小企業地域資源活用プログラムの展開に当たっては、**全道的な運動を巻き起こし、道民が連携・協働し、成果の出る仕組みをスピード感を持って構築し、実践。**

具体的には、

**地域中小企業サポーターの協力を得た効果的なイベントの開催などによりプログラムの地域への浸透とムーブメントを起こす。**

**関係機関と連携し、次の3段階を継ぎ目なく支援できる仕組みを構築。**

北海道にある多様な地域資源(宝の山)から

(1) 原石をどうやって見つけるか(玉の掘り起こし)

(2) 原石をどうやって磨き上げるか(ブラッシュアップ)

(3) 新商品・サービスとして、道外・海外にどう売り出すか(販路開拓)



# 1. 「中小企業活性化・北海道戦略会議」の設置 (19年7月10日開催予定)

北海道内の産学官のトップで構成する「新連携支援北海道地域戦略会議」を拡充・改組し、地域中小企業サポーター(\*)を加えた「**中小企業活性化・北海道戦略会議**」を設置。

同会議は、中小企業地域資源活用プログラムの実施方針等の検討、オーソライズ、新連携支援施策の評価・検証、目標設定を行うなど、中小企業地域資源活用プログラムや新連携支援などの骨太な中小企業施策の地域での取組を支援するとともに、全道的な支援気運の醸成を図ることを目的に設置。

(\*)地域中小企業サポーター:地域発で全国や世界を目指す中小企業の応援役として、経済産業省が本年1月に全国で138名(北海道地域は13名)を委嘱。

## 新連携支援北海道地域戦略会議

北海道地域における中小企業施策及び新連携支援の方向性等に関する検討を行うとともに、地域全体で新連携の取組みに対する支援を行う機関として、平成17年4月に設置(当局:事務局)。

【委員】 (五十音順、敬称略)

- 秋山 義昭 国立大学法人小樽商科大学長
- 高橋はるみ 北海道知事
- 高向 巖 (社)北海道商工会議所連合会会頭
- 堀川代志郎 (社)発明協会北海道支部専務理事
- 南山 英雄 (財)北海道科学技術総合振興センター理事長
- 横山 清 (株)アークス代表取締役社長

## 中小企業活性化・北海道戦略会議

(敬称略)

### 【産学官のトップ:7名】

- 秋山 義昭 国立大学法人小樽商科大学長
- 有岡 惇二 北海道商工会連合会会長
- 高橋はるみ 北海道知事
- 高向 巖 (社)北海道商工会議所連合会会頭
- 堀川代志郎(社)発明協会北海道支部専務理事
- 南山 英雄 北海道経済連合会会長 / (財)北海道科学技術総合振興センター理事長
- 横山 清 (株)アークス代表取締役社長

オブザーバー 関係省庁

### 【地域中小企業サポーター:13名】

- 伊藤 孝司 (有)フラワーランドかみふらの 代表取締役社長
- 井原 慶児 井原水産(株) 代表取締役社長
- 大西 雅之 (株)阿寒グランドホテル 代表取締役社長
- 小川原 格 (株)藪半 代表取締役
- 加森 公人 加森観光(株) 代表取締役社長
- 坂本 和昭 坂本ビル(株) 代表取締役社長
- 染谷 純一 ソメスサドル(株) 代表取締役
- 田中 富重 北海道食品産業協議会 専務理事
- 平野 陽子 (有)ブレーションアンドビジネス 代表取締役
- 堀 均 (株)ホリ 代表取締役会長
- 松田 一敬 北海道ベンチャーキャピタル(株) 代表取締役社長
- 山口 昭 (株)木の城たいせつ 創業オーナー・会長
- ロス・フィンドレー (有)ニセコアドベンチャーセンター代表取締役



## 2. 関係機関との連携構築・・・北海道地域資源活用応援団

- (1) 中小企業地域資源活用プログラムの北海道での展開に当たり 玉の掘り起こし、ブラッシュアップ、販路開拓の段階で協力・支援する人材・機関を「北海道地域資源活用応援団」として登録し、従来の産学連携などの枠を越え、地域の力を結集した態勢を構築。(6月4日現在:20人、45機関ほかを登録)
- (2) 北海道オリジナルのロゴマークを制定し、関係機関が連帯感を持ち統一したコンセプトの下で展開。また、ロゴマークは、プログラムに関連するイベント、関係機関がプログラムに関連し実施するイベント、関係機関のホームページにバナーを貼る際などに使用

### 1. 産学官トップ 7名

### 2. 地域中小企業サポーター 13名

### 3. 中小企業支援機関

(独)中小企業基盤整備機構北海道支部、(財)北海道科学技術総合振興センター、(財)北海道中小企業総合支援センター  
(財)さっぽろ産業振興財団

[6圏域センター](財)函館地域産業振興財団、(株)旭川産業高度化センター、(社)北見工業技術センター運営協会  
(財)十勝圏振興機構、(財)釧路根室圏産業技術振興センター、(財)室蘭テクノセンター

### 4. 経済団体 北海道経済連合会、(社)北海道商工会議所連合会(42商工会議所)、北海道商工会連合会(162商工会) 北海道中小企業団体中央会

### 5. 金融機関 中小企業金融公庫、国民生活金融公庫、商工組合中央金庫、農林漁業金融公庫

北洋銀行、北海道銀行、(社)北海道信用金庫協会(25信金)、(社)北海道信用組合協会(8信組)、北海道信用保証協会

### 6. 協力機関(+ 専門家登録)

札幌アートディレクターズクラブ、北海道デザイン協議会、(社)北海道映像関連事業社協会  
(社)中小企業診断協会北海道支部、北海道ITコーディネータ協議会

北海道百貨店協会、日本チェーンストア協会北海道支部、北海道スーパーマーケット協会、北海道商店街振興組合連合会  
(社)北海道貿易物産振興会、札幌貿易協会、北海道産業団体協議会

R & Bパーク札幌大通サテライト運営協議会、北海道道立工業試験場、北海道立食品加工研究センター等道内公設試験研究機関  
札幌市立大学等道内国・公・私立大学、(独)産業技術総合研究所北海道センター

### 7. 行政機関 北海道及び180市町村、北海道総合通信局、北海道財務局、北海道厚生局 北海道開発局、北海道運輸局、北海道経済産業局



## . 玉の掘り起こし

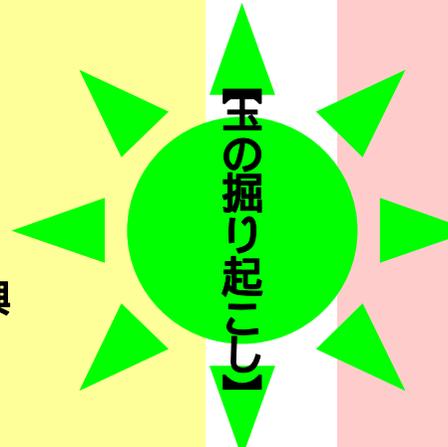
### 玉の掘り起こし < = ビジネスアイデア構想の発掘 >

当局の各種重点施策の担当課室の協力を得て、地域資源を活用し、新商品・サービスの事業化に取り組む中小企業の案件を掘り起す。

一方、北海道の支庁ネットワーク、市町村の商工部局、商工会・商工会議所等中小企業団体、金融機関等の協力による掘り起こし。

#### 【経済産業省北海道経済産業局】

- 北海道ITイノベーション戦略
- 北海道バイオ産業成長戦略
- モノ作り産業活性化
- 集客・交流産業(観光等)の振興
- 産学官ネットワーク
  - ・ 北海道知的財産戦略本部
  - ・ 産学官・金融連携システム



#### 北海道・市町村

- (財)北海道科学技術総合振興センター
- (財)北海道中小企業総合支援センター
- (財)さっぽろ産業振興財団
- 北海道経済連合会
- (社)北海道商工会議所連合会(42商工会議所)
- 北海道商工会連合会(162商工会)
- 北海道中小企業団体中央会
- [6圏域センター]
- (財)函館地域産業振興財団・・・道南地域
- (株)旭川産業高度化センター・・・道北地域
- (社)北見工業技術センター運営協会・・・オホーツク圏
- (財)十勝圏振興機構・・・十勝圏
- (財)釧路根室圏産業技術振興センター・・・道東地域
- (財)室蘭テクノセンター・・・道央地域、胆振・日高圏
- 北洋銀行、北海道銀行
- (社)北海道信用金庫協会(25信金)
- (社)北海道信用組合協会(8信組)
- 北海道信用保証協会



# . ブラッシュアップ

## ブラッシュアップ < = ビジネスプラン具体化段階 >

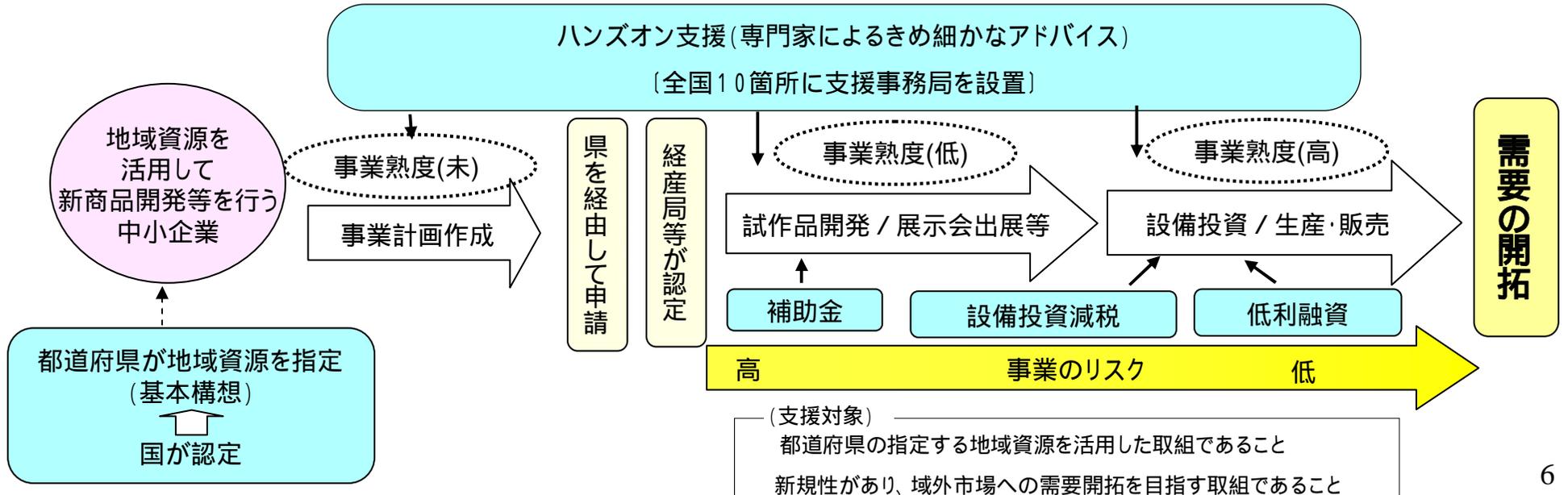
支援事務局((独)中小企業基盤整備機構北海道支部内)に持ち込まれた玉のブラッシュアップは、事業計画認定に向けて、また認定後の支援も見据えて実施。とりわけ新商品・サービスの開発やプロモーションには、道内クリエイターを積極的に活用し、地域資源とクリエイターの感性による北海道らしい付加価値の創造に力点を置く。

具体的には、札幌アートディレクターズクラブ、北海道デザイン協議会、(社)北海道映像関連事業社協会、札幌市立大学等の協力を得て、開発する新商品・サービスのプロジェクトごとに適したクリエイターを選定し、支援チームを結成し対応。

### <クリエイターの役割例示>

- プロデューサー: 商品の特徴に基づいてブランディングの方向付け、PR戦略の検討。
- コピーライター: ブランドそのものや商品のネーミングと販売促進ツールのコピー表現。
- デザイナー: パッケージやロゴ、販売促進ツールのデザイン。

## 中小企業地域資源活用促進法に基づく支援のスキーム





## 販路開拓の仕組み

### 販路開拓 = < 事業実施段階 >

具体化したプロジェクトは、試作品開発、展示会・商談会やアンテナショップへの出展などを実施。  
その際、中小機構の施策に加え、**道内関係団体の既存施策の協力を得て、北海道独自のネットワークを活用。**

#### < 販路拡大の例示 > (独)中小企業基盤整備機構による商談会

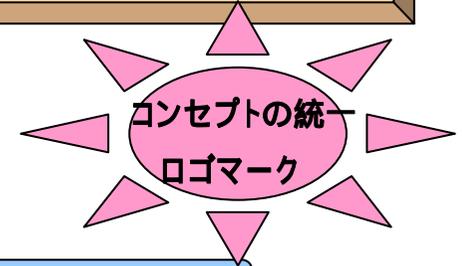
- (社)北海道貿易物産振興会 道内外の流通バイヤーを招いた道産品取引商談会である“北海道産品取引商談会”の開催
- (社)北海道貿易物産振興会 道外地方百貨店での“北海道の物産と観光展”の開催
- (財)北海道中小企業総合支援センター 首都圏受注拡大促進事業、商談会開催事業
- 北洋銀行 インフォメーションバザール
- 北海道銀行 北海道の「食」特別商談会、北海道ビジネスフォーラム
- (社)北海道信用金庫協会 しんきんいいものフェア
- 北海道商工会議所連合会 スーパーマーケットトレードショー(東京)への出展支援
- 北海道商工会連合会 特産品等展示・試食、商談会

#### < アンテナショップの例示 > (独)中小企業基盤整備機構によるアンテナショップ

- 丸井今井札幌本店 道産食品セレクトショップ きたキッチン
- 北海道どさんこプラザ札幌店 (社)北海道貿易物産振興会  
JR札幌駅北口にある北海道の物産と観光を紹介・宣伝するための総合情報センターで、産直販売サービスも実施
- 北海道どさんこプラザ 北海道フードフロンティア(株)、北海道キヨスク(株)、(株)北洋銀行の3社によるコンソーシアムで運営管理  
東京都・有楽町にあるアンテナショップで、北海道の旬の産品の販売、紹介、観光情報を提供
- 北海道フーディスト  
東京駅・八重洲口にある産地、素材、おいしさにこだわった、北海道の産品の専門店
- まるごと北海道物産本舗  
首都圏で人気の道産品約1000種類を浅草や新宿の店舗はもちろん、ネットでも購入可能

ets

中小企業地域資源活用プログラム 北海道における推進体制  
北海道経済産業局



**中小企業活性化・北海道戦略会議**  
(7月10日開催予定)  
【産学官トップ7名】+【地域中小企業サポーター13名】

実施方針のオーソライズ  
気運の盛り上げ

**北海道地域支援事務局** (7月2日開設予定)  
GM1名、PM4名  
((独)中小企業基盤整備機構北海道支部内)

全国推進事務局

アドバイザリーボード

外部専門家

販路開拓支援  
ブラッシュアップ  
案件発掘

販路開拓支援  
ブラッシュアップ  
案件発掘

**6圏域センター**  
(財)函館地域産業振興財団  
(株)旭川産業高度化センター  
(社)北見工業技術センター運営協会  
(財)十勝圏振興機構  
(財)釧路根室圏産業技術振興センター  
(財)室蘭テクノセンター

**中小企業支援機関**  
(財)北海道科学技術総合振興センター  
(財)北海道中小企業総合支援センター  
(財)さっぽろ産業振興財団

**経済団体**  
北海道経済連合会  
(社)北海道商工会議所連合会(42会議所)  
北海道商工会連合会(162商工会)  
北海道中小企業団体中央会

北海道  
地域資源活用  
応援団

**協力機関**  
札幌アートディレクターズクラブ、北海道デザイン協議会  
(社)北海道映像関連事業社協会、(社)中小企業診断協会北海道支部  
北海道ITコーディネータ協議会、北海道百貨店協会、日本チェーンストア協会北海道支部  
北海道スーパーマーケット協会、北海道商店街振興組合連合会  
(社)北海道貿易物産振興会、札幌貿易協会、北海道産業団体協議会  
R & Bパーク札幌大通サテライト運営協議会、北海道道立工業試験場  
北海道道立食品加工研究センター等公設試験研究機関  
札幌市立大学等道内の国・公・私立大学、(独)産業技術総合研究所北海道センター

**金融機関**  
中小企業金融公庫、国民生活金融公庫  
商工組合中央金庫、農林漁業金融公庫  
北洋銀行、北海道銀行  
(社)北海道信用金庫協会(25信金)  
(社)北海道信用組合協会(8信組)  
北海道信用保証協会

**行政機関**  
北海道及び180市町村  
北海道総合通信局、北海道財務局、  
北海道厚生局、北海道開発局、北海道運輸局  
北海道経済産業局



# . 当面の行程表

## 北海道「中小企業地域資源活用プログラム」展開方策行程表

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
法令ほか	法律成立 4/27	法律公布 5/11	法律施行 6/29 予定	基本方針告示 事務局発足 7/2予定	都道府県基本構想申請・認定	企業の計画申請・認定 補助金公募開始		
(1) 中小企業活性化・北海道戦略会議				戦略会議開催				
(2) 地域中小企業サポーターズ会議			サポーターズ サミット 6/22(東京)	7/10予定 キックオフ・セレモニー開催				
(3) 北海道地域資源活用応援団				7/10予定 応援団との連携				
(4) 北海道オリジナルロゴマークの制定				ロゴマーク制定 7/10予定				
(5) 施策キャンペーンの展開						地域資源活用シンポジウム(仮称)の開催(函館、旭川、北見、帯広、釧路、室蘭) (北海道、中小機構基盤整備機構共催)		



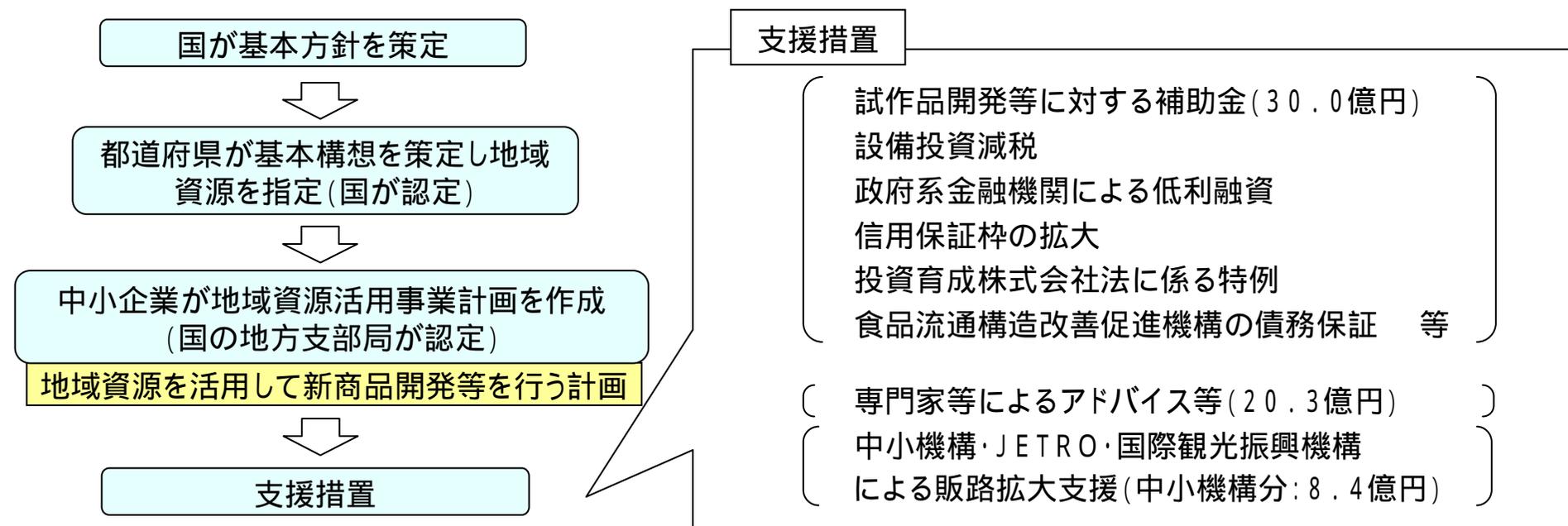
## 参考：法律のスキームと支援措置

### 1. 「中小企業地域資源活用促進法」に基づく支援

(域外市場を狙った新商品開発等の開発・事業化に対する支援)

#### 法律スキーム

印は、予算事項で( )内は19年度予算額)



### 2. その他の支援 (地域資源を活用した新たな取組を掘り起こすための支援等)

「地域中小企業応援ファンド」(中小企業基盤整備機構に5年間で2000億円程度の資金枠を確保)

中小機構による商談会の開催やアンテナショップの開設(再掲 中小機構分:8.4億円)

地域中小企業と外部人材とのネットワーク構築活動に対する支援(中小機構分:11.8億円)

地域資源を活用するための大学等と連携した研究開発に対する支援(19.6億円) 等



参考： 19年度地域資源関連予算……114.5億円(新規:101.3億円)

事業実施段階	<b>商談会、アンテナショップ等の開催 (中小機構)</b> <span style="float:right">【8.4億円(新規)】</span>
	地域中小企業の取引機会やテストマーケティングの機会の拡大を図るため、商談会の開催やアンテナショップの開設を行う。
具体化段階	<b>地域資源活用売れる商品づくり支援事業(補助金)</b> <span style="float:right">【41.3億円(新規)】</span>
	地域資源を活用して新規性の高い商品開発等に取り組む中小企業等に対し、試作品開発、展示会出展等に係る費用の一部を補助する。 <b>(法律による事業計画の認定が必要)</b> (30.0億円) 地域資源を活用した商品の販路開拓などに取り組む組合等に対し、展示会出展等の費用の一部を補助する。(11.3億円)
ビジネスプラン	<b>市場志向型ハンズオン支援事業(委託費)</b> <span style="float:right">【20.3億円(新規)】</span>
	各地域ブロック毎に相談窓口(支援拠点)を設置し、マーケティング等に精通した専門家が、市場調査、商品企画、販路開拓に対するアドバイスや、事業性評価など、事業計画の策定から開発、販売まで継続的にハンズオン支援を行う。
ビジネスアイデア	<b>JAPANブランド育成支援事業(補助金)</b> <span style="float:right">【13.1億円(10.1億円)】</span>
	地域の関係事業者が一体となって、国際市場で通用する高いブランド力(JAPANブランド)の構築を目指す取組を支援する。
構想段階	<b>地域資源活用企業化コーディネート活動支援、普及啓発 (中小機構)</b> <span style="float:right">【11.8億円(新規)】</span>
	地域資源を活用した新たな取組が多く創出されるよう、商工会、商工会議所、地場産業振興センター、中小企業組合、NPO法人等が行う交流会や研究会など、中小企業と外部のビジネスパートナーをつなぐ活動(コーディネート活動)等を支援する。 顧客志向の商品企画・開発に関するマニュアルや先進的な企業事例等の普及を通じ、中小企業の市場開拓力の向上を図る。 フォーラムを開催し、各地域の先進的な取組の紹介等を通じ、地域でのブランドづくりへの意識喚起や、取組の促進などを行う。
構想段階	<b>地域資源活用型研究開発事業(委託費)</b> <span style="float:right">【19.6億円(新規)】</span>
	地域資源を活用した新商品開発等を見据えた、企業と大学等との連携による実用化研究開発を支援する。



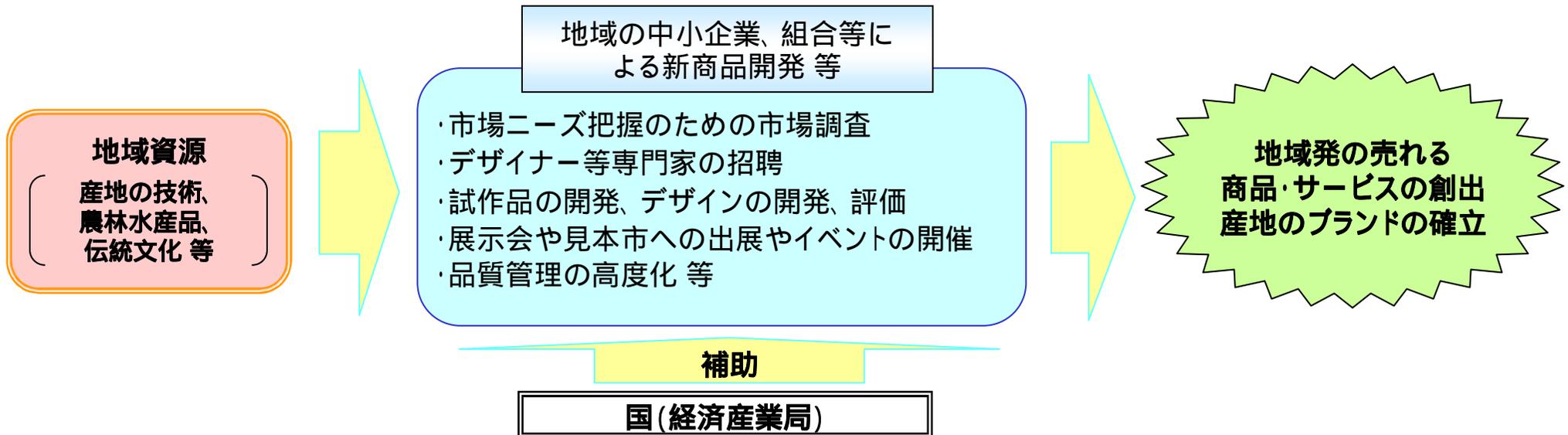
参考：地域資源活用売れる商品づくり支援事業(補助金)【平成19年度予算額:41.3億円(新規)】

### 地域資源活用売れる商品づくり支援事業・・・30.0億円

地域資源を活用して新規性の高い新商品開発等に取り組む中小企業等に対し、試作品開発、デザイン改良展示会出展等に係る費用の一部を補助する。**〔法律による事業計画の認定が必要〕**

### 地域資源活用販路開拓等支援事業・・・11.3億円

地域資源を活用した新商品、新サービスの販路開拓等に取り組む組合等に対し、展示会出展等に係る費用の一部を補助する。



	補助		
スキーム：	国(経済産業局)	中小企業、組合等	
積算：	(中小企業)	@2,250万円 × 200件〔2/3補助〕	<b>法律による事業計画の認定が必要</b>
	(組合等)	@1,500万円 × 150件〔1/2補助〕	



## 参考：市場志向型ハンズオン支援事業(委託費)【平成19年度予算案額:20.3億円(新規)】

各地域ブロック毎に支援拠点を設置。マーケティング等に精通した専門家が、新商品・新サービスの開発・販売に取り組む地域中小企業の相談に応じ、市場調査、商品企画、販路開拓、事業性評価等に係るアドバイスなど徹底したハンズオン支援を行う。

### 支援事務局の設置(10箇所)

(地域ブロック毎に設置)

ビジネスに精通し、様々な支援機関等とネットワークを持った  
アドバイザー、マネージャーが常駐  
(商社、メーカーでの実務経験者やマーケットに精通したコンサルタントなど)

有望案件については専門家(マーケティング、金融、デザイン、  
知財等の分野)からなる「個別支援チーム」を結成して支援

「全体運営管理事務局」を設置(1箇所)し、全国の支援状況、  
支援ノウハウや課題を共有するなど、地域間の連携体制を構築。

### 徹底的なハンズオン支援

窓口相談  
事業計画作成のアドバイス  
事業性評価、審査  
市場調査、商品企画の支援(事業者は所要の負担)  
首都圏等の販路開拓に係るマッチング支援  
事業計画のフォローアップ  
専門家派遣  
等

地域資源の企業化にチャレンジする企業  
連携して新事業展開に取り組む企業  
等

(専門家による支援風景)



スキーム : 国(経済産業局) 委託 中小企業支援機関 等

積算 : 中小企業地域資源活用支援事業 10.7億円  
新連携支援地域戦略会議推進事業 9.5億円

### 産地技術

(株)白鳳堂、(株)竹宝堂、  
(有)竹田ブラシ製作所 等  
(広島県熊野町)



- ・ 毛筆の伝統的な製造技法を用い、肌触りがなめらかで色の濃淡など微妙な表現が可能な化粧筆を開発。
- ・ 国内外のトップメイクアップアーティストに使われるなど、高い評価を確立。

#### ポイント

有名化粧品メーカーとの共同開発、マーケティング専門アドバイザーのノウハウも活用。

### 農林水産物

井原水産(株)(北海道留萌市)



- ・ コラーゲンを鮭の皮から抽出・精製する技術を実用化し、化粧品、食品、試薬品等向けに加工販売。

#### ポイント

大学や公設試との連携により、鮭皮からコラーゲンを抽出する技術を確立。

### 観光資源

(株)指宿ロイヤルホテル  
(鹿児島県指宿市)



- ・ 黒豚、にがうり等を用いた食事、天然砂蒸し温泉、ウォーキングを組み合わせた健康増進プログラム『スパドゥ』を実施。

#### ポイント

大学、医師会等との連携で、医学的な検証と事業化のためのデータ収集を実施。

## 中小企業地域資源活用プログラムの担当窓口

経済産業省 北海道経済産業局 産業部 中小企業課

〒062-0808 札幌市北区北8条西2丁目 札幌第1合同庁舎 5階

電話 (代表) 011-709-2311 (内線2575~7)

(直通) 011-709-1783

FAX 011-709-1786

E-mail [hokkaido-chusho@meti.go.jp](mailto:hokkaido-chusho@meti.go.jp)

担当：伊藤 英喜（課長）、伊藤 譲（参事官）  
成谷 祐子（課長補佐）、藤谷 良木（課長補佐）、東海林 勉（課長補佐）  
酒井 哲也（係長）、伊藤 真由美（係長）、菊地 健夫（係員）

# 中小企業白書 2007年版

～地域の強みを活かし変化に挑戦する中小企業～

## 全体概要

平成 19年

中小企業庁

# 中小企業白書 2007年版

## 全体概要

### 第1部 2006年度における中小企業の動向

今回の景気回復期間が戦後最長となる中、中小企業の業況については一服感が見られる。2006年度における中小企業の景気動向、開業・廃業の動向などを示す。

#### 1. 中小企業の景気動向

今回の景気回復が設備投資と輸出主導である点、有効求人倍率や景況感などにおける地域間のばらつきが目立つ点を踏まえた上で、回復の遅れる中小企業の景況を分析。

#### 2. 開業・廃業の動向と小規模企業を取り巻く環境

我が国における開業・廃業の動向をタイムリーかつ広範囲に把握するため、タウンページデータベースに基づく開業率・廃業率を算出。中小企業の事業承継がなかなか進まない背景も分析。更に、中小企業の中でも特に景況感が厳しく、廃業も多い小規模企業について分析。

### 第2部 地域とともに成長する中小企業

景況感や雇用における地域間のばらつきが指摘される中で、それを克服しようとする中小企業の動向を把握する。

#### 1. 地域資源の有効活用に向けた取組

特産品や伝統的な技法、自然など地域に存在する資源に焦点を当てる。その活用が、商品・サービスの差別化を通じて、中小企業の経営に与える効果を分析。

#### 2. 地域を支える中小小売業等の役割

中小の小売・サービス・飲食業が、地域住民や、都市の魅力づくりや行政サービスの代替を求める自治体の期待を踏まえて、どのように活動しているかを分析。

#### 3. 地域金融が中小企業の発展に果たす役割

改善傾向にあった中小企業の資金調達環境を踏まえ、中小企業と金融機関の関係がどのように変化したかを分析。

### 第3部 経済構造の変化にチャレンジする中小企業

景況の回復が遅れている中小企業が、企業間の取引関係や雇用において、大企業と比較してどのような立場に置かれているかを把握する。

#### 1. 変容する企業間の取引構造

製造業14万社のデータを用いて、系列取引が主と考えられていた企業間の取引構造における「メッシュ化」度合いを把握。「メッシュ化」と取引関係の緊密化が両立する条件を分析。

#### 2. 企業間の取引条件が中小企業に及ぼす影響

取引構造の「メッシュ化」が進展する中で、販売側の中小企業が、価格決定、知的財産の保持などの面で有利な立場を確保するための条件を分析。

#### 3. 人的資本蓄積に向けた中小企業の取組

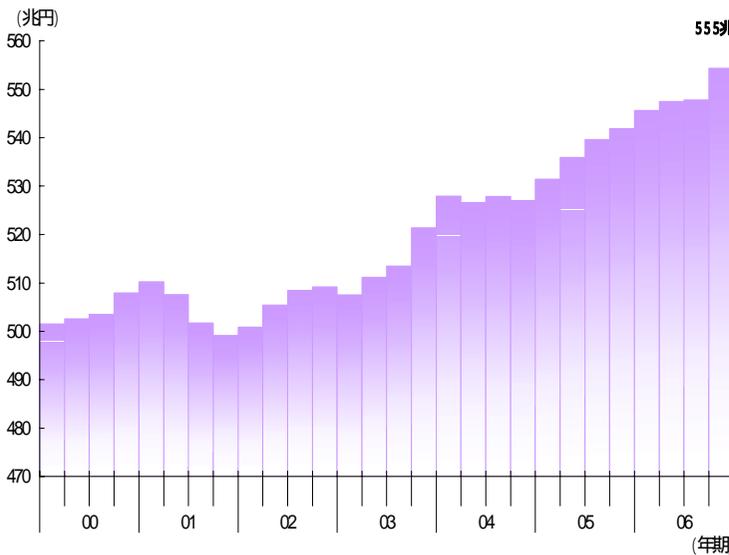
雇用環境が好転する中で、中小企業の経営を支える人材の不足状況とその確保に向けた取組を分析。

# < 第1部 景況分析 > 2006年度における中小企業の動向

## < 日本経済全体の景況 >

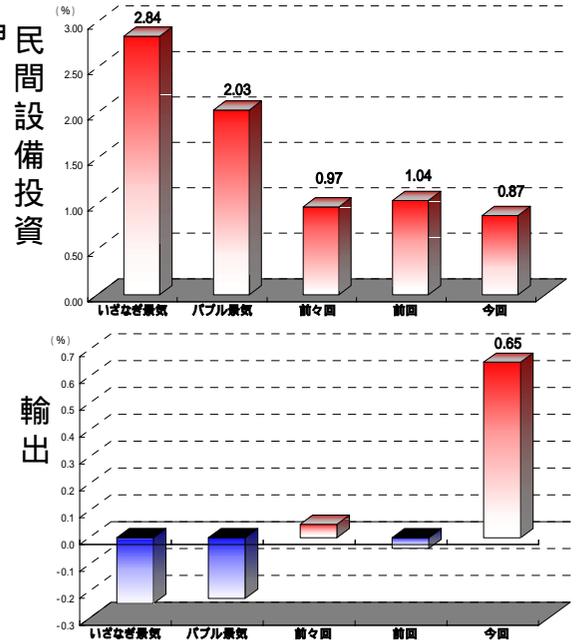
今回の景気回復は輸出と設備投資に牽引されながら、日本経済を全体として見れば、緩やかに拡大。

### 実質GDPの推移



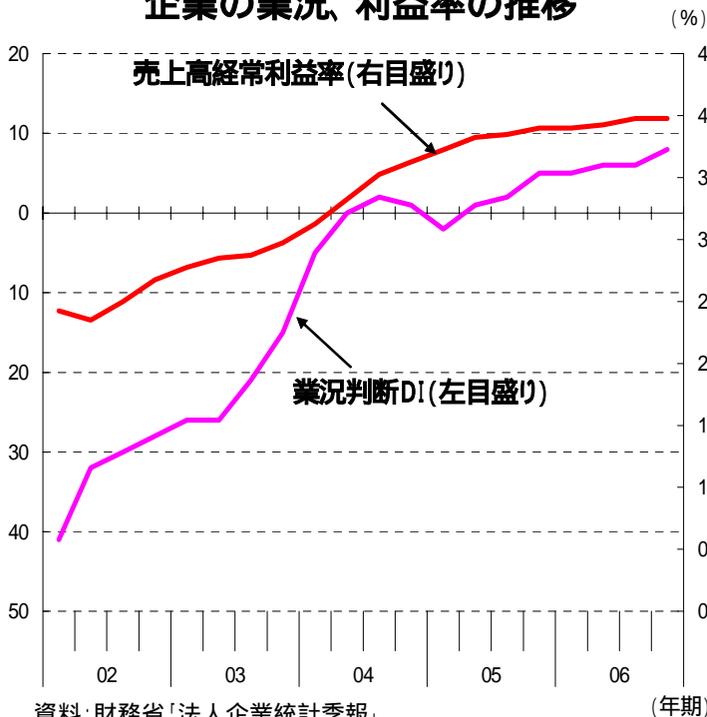
資料: 内閣府「国民経済計算」

### 回復局面における、輸出、民間設備投資の寄与度(年平均)



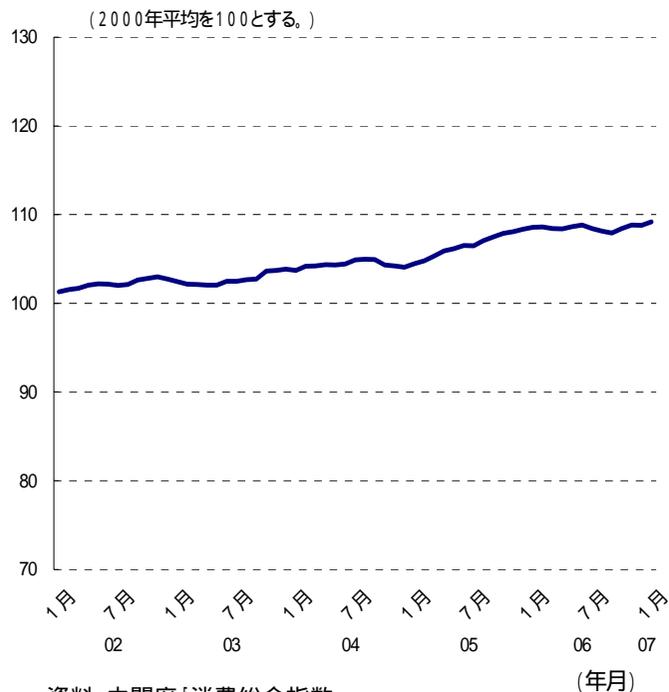
好調な企業部門とは対照的に、家計部門に力強さが見られない。

### 企業の業況、利益率の推移



資料: 財務省「法人企業統計季報」、  
日本銀行「全国企業短期経済観測調査」

### 消費の推移

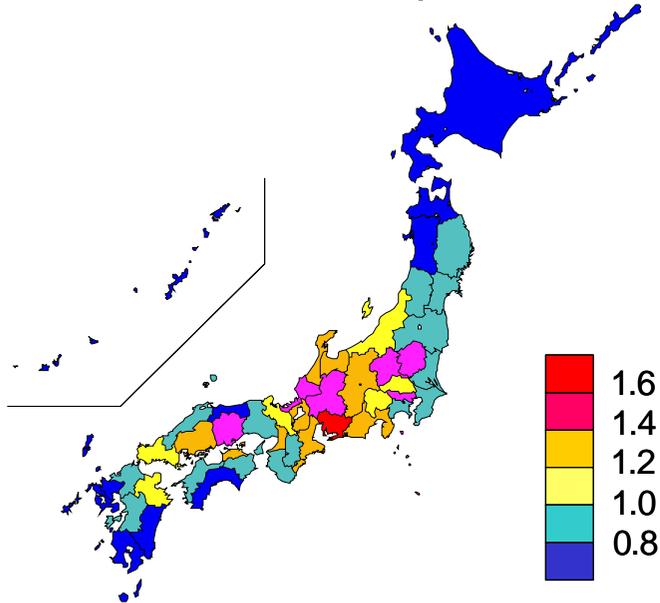


資料: 内閣府「消費総合指数」

# < 地域間のばらつき >

地域の産業構造が景気回復と関連。機械関連業種が集積している地域では、有効求人倍率が改善。一方、例えば建設業や生活関連業種に依存している地域では改善が遅れる傾向。

## 有効求人倍率(2007年1月)



### 製造業

機械関連業種  
ウェイト割合(%)



機械関連業種

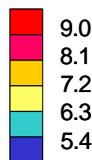
生活関連業種

生活関連業種  
ウェイト割合(%)



### 建設業

建設業  
付加価値額割合(%)

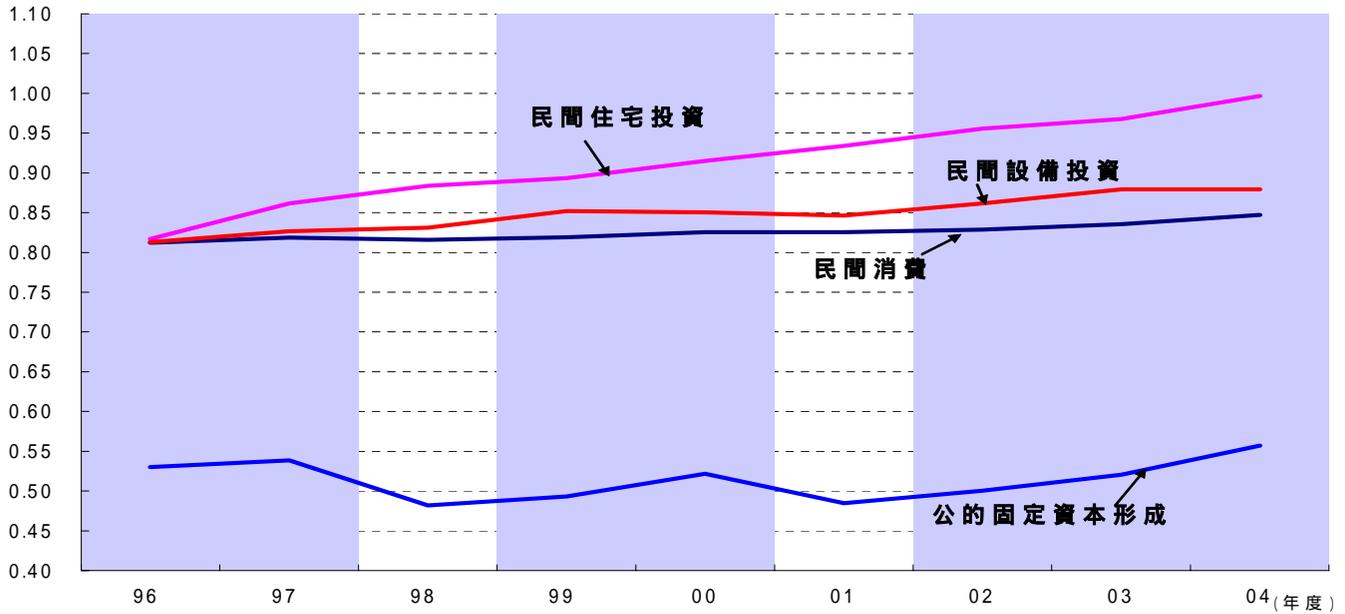


機械関連業種は、「鉄鋼、非鉄金属、一般機械、情報通信機械、輸送機械、電気機械、電子部品・デバイス」を指す。  
生活関連業種は、「繊維、窯業・土石製品、食料品・たばこ、パルプ、紙、紙加工品工業」を指す。

# < 地域間のばらつき >

民間設備投資と民間住宅投資で地域間におけるばらつきが高水準で推移。

## 最終需要項目の地域間の変動係数推移



資料: 内閣府「県民経済計算」

注: 変動係数とは、標準偏差を単純平均で除した指標で、ばらつきの程度を表す。

公共投資の減少を民間投資で補っている中部などに対して、東北などでは公共投資の減少と民間投資の伸び悩みが見られる。

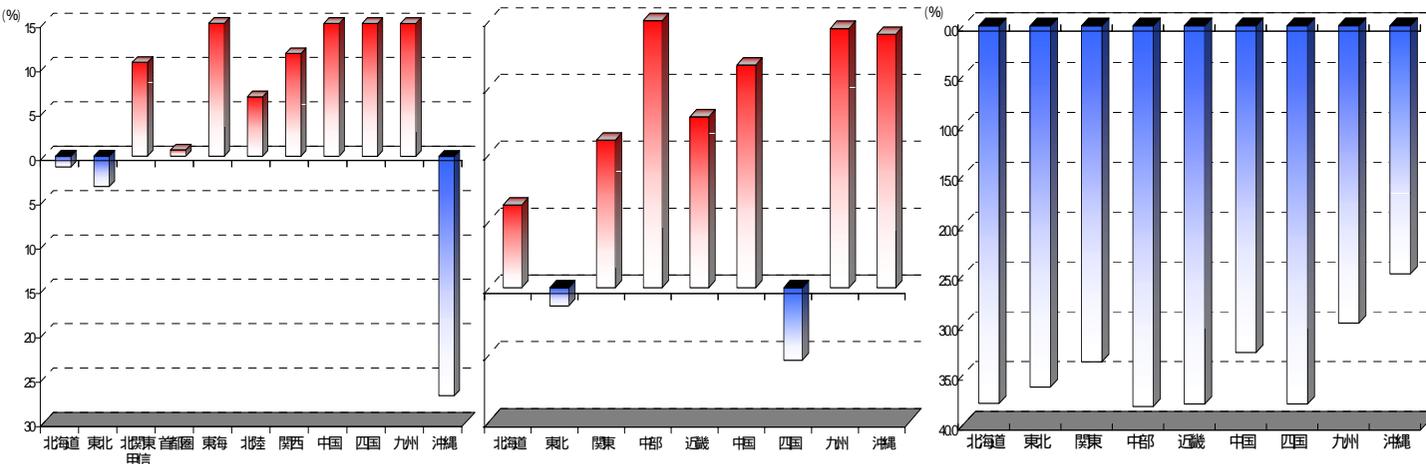
## 設備投資、住宅投資、公共投資の変化

(2002年を100とした時の2005年、2006年の増減割合)

設備投資  
(2005年)

住宅投資  
(2006年)

公共投資  
(2006年)



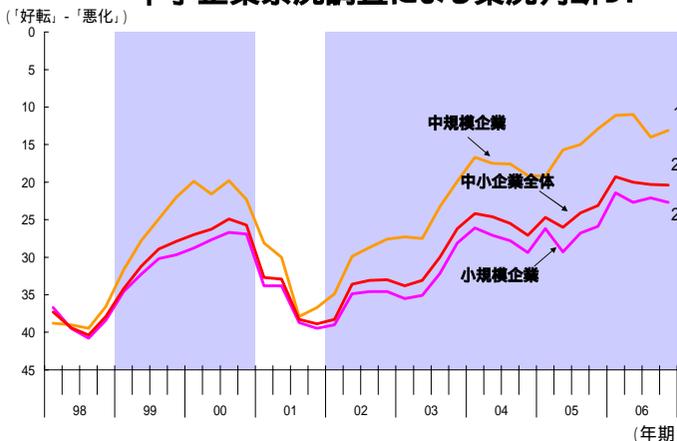
資料: 日本政策投資銀行「地域別設備投資動向調査」、国土交通省「住宅着工統計」、

(株)北海道建設業信用保証株式会社、(株)東日本建設業保証株式会社、(株)西日本建設業保証株式会社「公共工事前払金保証統計」

# < 中小企業の景況と企業規模間におけるばらつき >

中小企業の業況感には一服感が見られ、中でも小規模企業における業況は厳しい。

## 中小企業景況調査による業況判断DI



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」

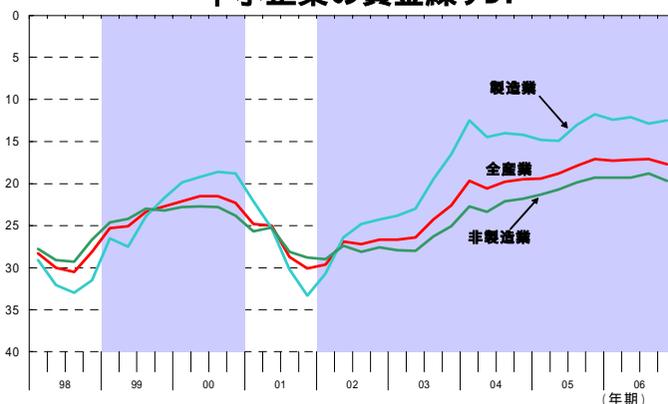
## 資本金規模別売上高経常利益率



資料: 財務省「法人企業統計年報」

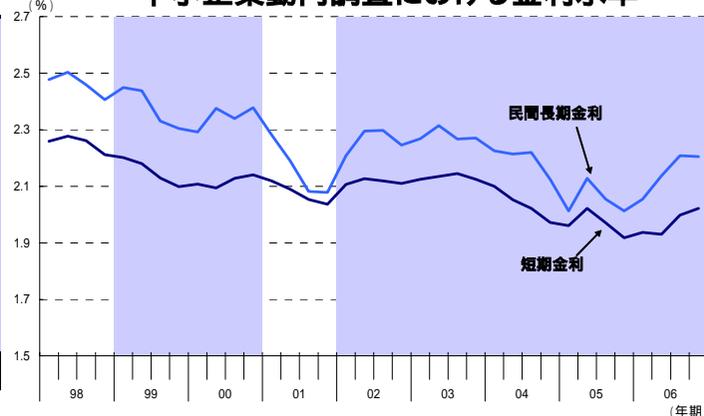
中小企業の財務状況は改善傾向にあるものの、ゼロ金利解除を受けて、中小企業向け金利は上昇傾向。

## 中小企業の資金繰りDI



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」

## 中小企業動向調査における金利水準

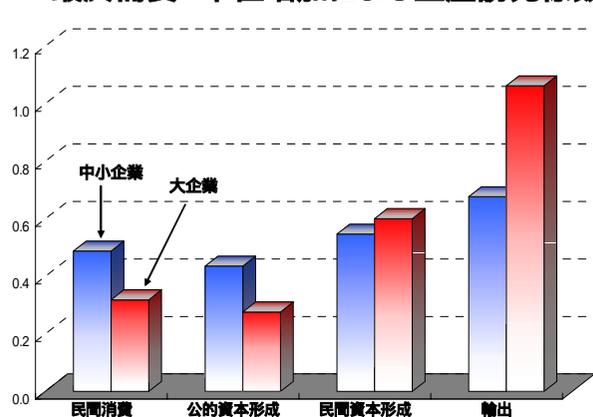


資料: 中小企業金融公庫「中小企業動向調査」

輸出と設備投資が牽引する今回の景気回復において、中小企業は大企業に比して不利。

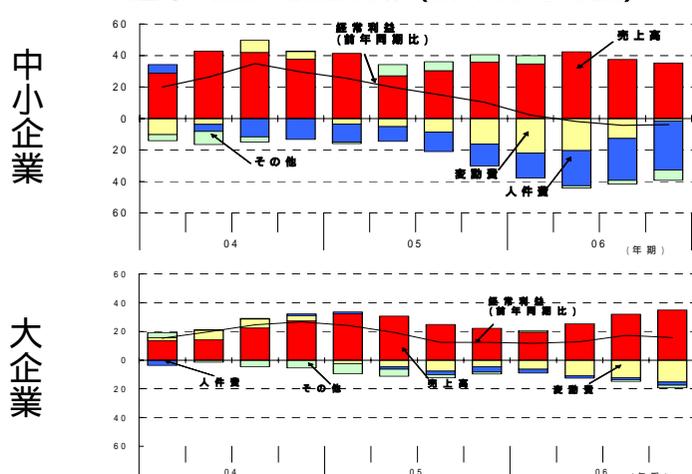
- 原材料価格上昇や人件費の増大を転嫁できていないことが、規模別のばらつきの原因となっている可能性がある。

## 最終需要1単位増加による生産誘発係数



資料: 中小企業庁「2003年規模別産業連関表」

## 経常利益の要因分解(前年比寄与度)



資料: 財務省「法人企業統計季報」

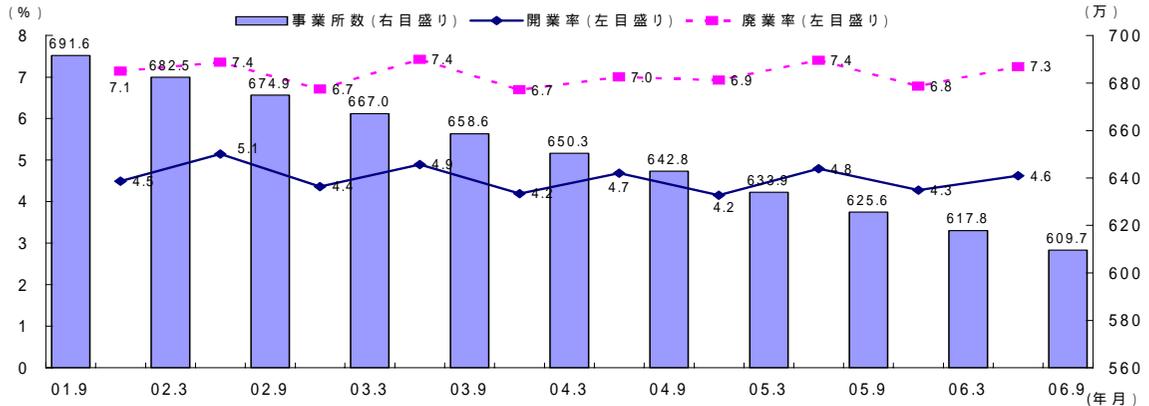
# 2. 開業と廃業と小規模企業を取り巻く環境

## < 開廃業の動向 >

事業所の動向をタイムリーかつ広範囲に把握するため、タウンページデータベースに基づく開業率・廃業率を算出し、事業所・企業統計調査と比較。

開業率が廃業率を下回る状況が続いており、事業所の減少には歯止めがかかっていない。

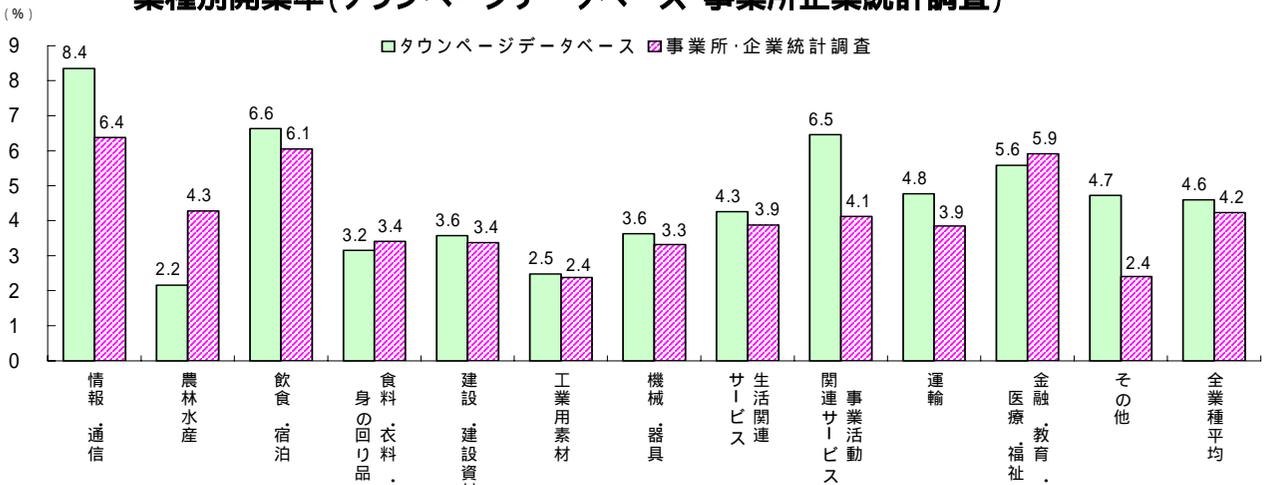
タウンページデータベースによる開廃業率と事業所数の推移



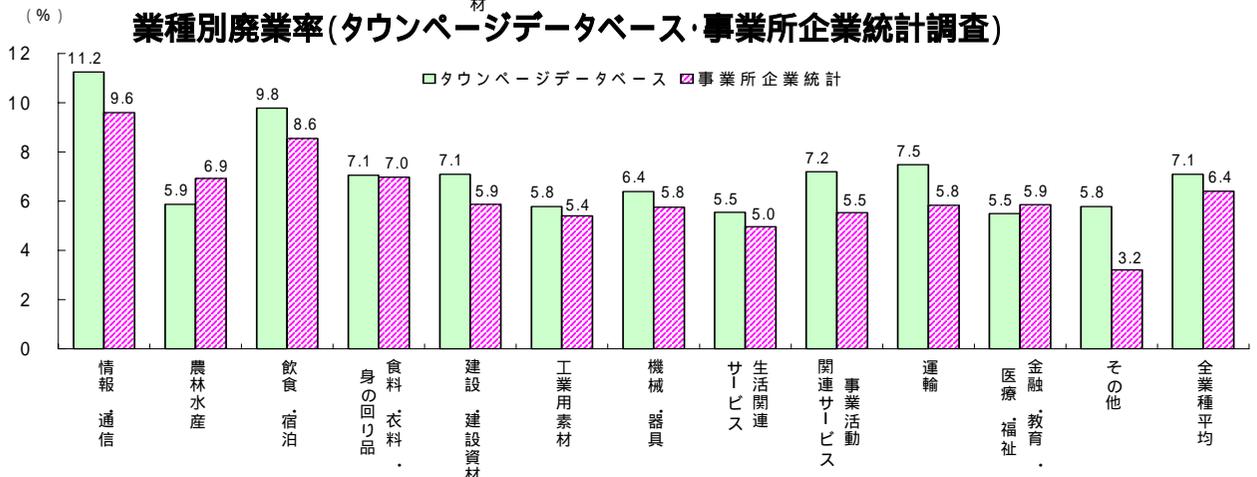
(注) 2001～2004年の開業率は4.2%、廃業率は6.4% (事業所ベース)

特に情報・通信や事業活動関連サービスにおいて、タウンページデータベースに基づく開業率・廃業率が高い。

業種別開業率(タウンページデータベース・事業所企業統計調査)



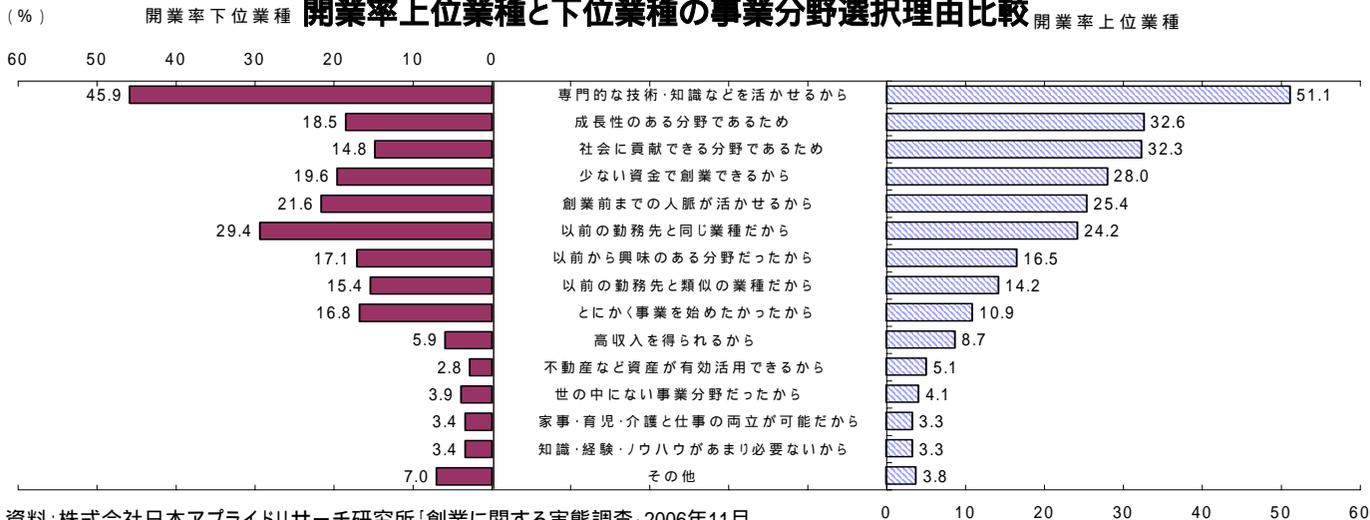
業種別廃業率(タウンページデータベース・事業所企業統計調査)



資料: エヌ・ティ・ティ情報開発(株)「タウンページデータベース」再編加工

成長性の高い分野、少ない資金で創業できる分野での開業が活発になっている。

開業率上位業種と下位業種の事業分野選択理由比較



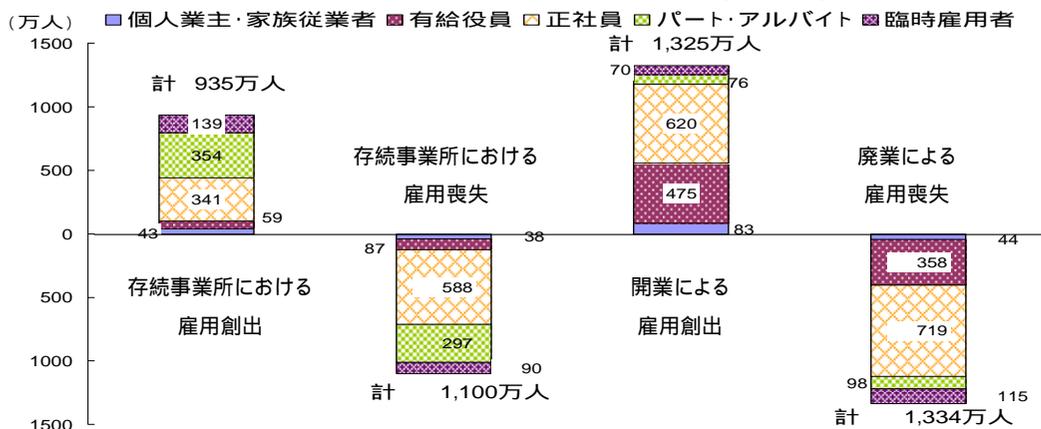
資料：株式会社日本アプライドリサーチ研究所「創業に関する実態調査」2006年11月

(注)開業率上位業種とは、情報通信、事業活動関連サービスを指し、開業率下位業種とは工業用素材、食料・衣料・身の回り品を指す。

< 開業・廃業と雇用変動 >

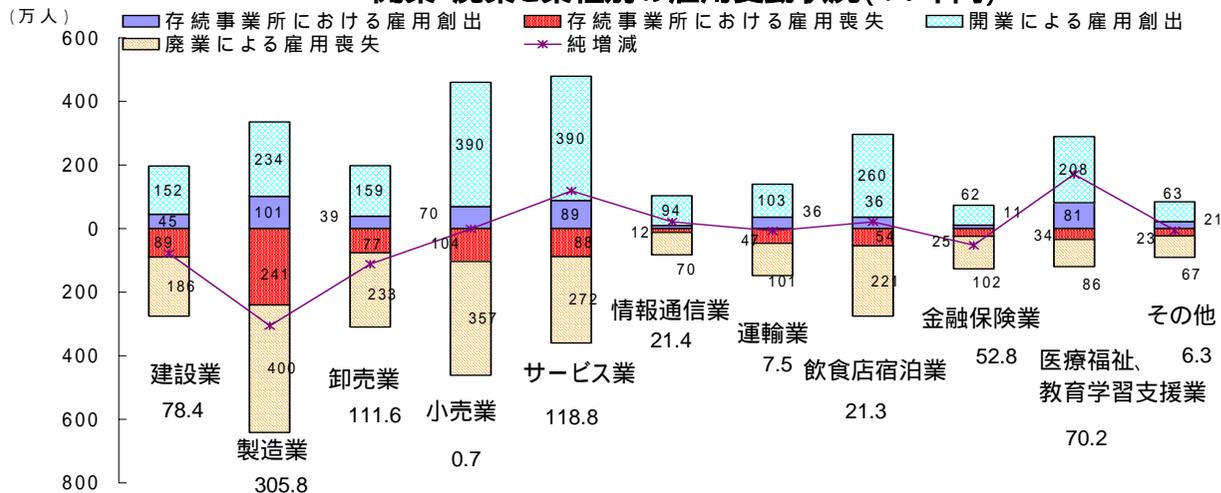
開業が生み出す雇用は、存続企業が生み出す雇用より大きい。

雇用形態別の雇用変動状況(5年間)



サービス業や医療福祉、学習支援業など開業が盛んな分野で雇用も増加している。

開業・廃業と業種別の雇用変動状況(10年間)

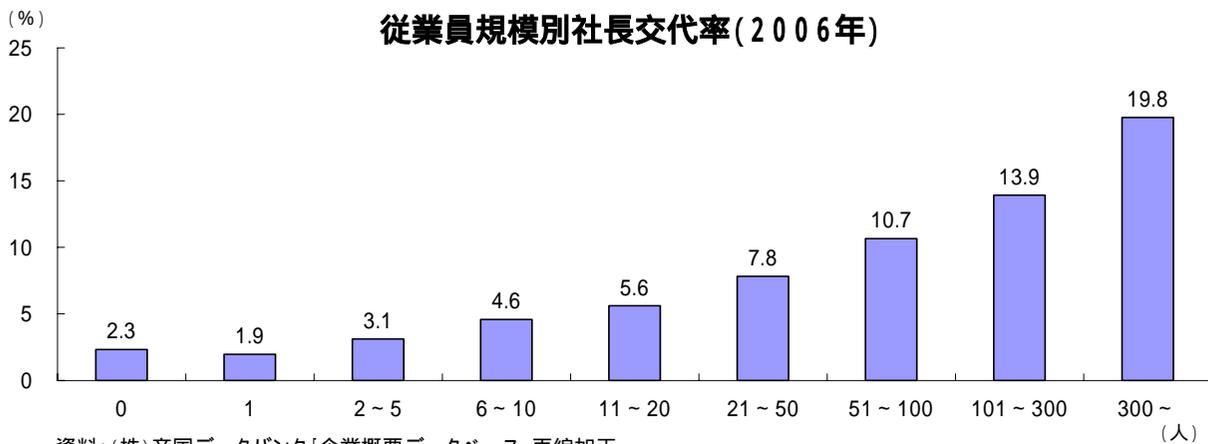


資料：総務省「事業所・企業統計調査」再編加工

- (注) 1. 1994年と2004年の調査で接続可能な事業所を存続事業所とする。
- 2. 1994年調査に存在せず、2004年調査時点で存在した事業所を開業事業所とする。
- 3. 1994年調査に存在し、2004年調査時点で存在しなかった事業所を廃業事業所とする。

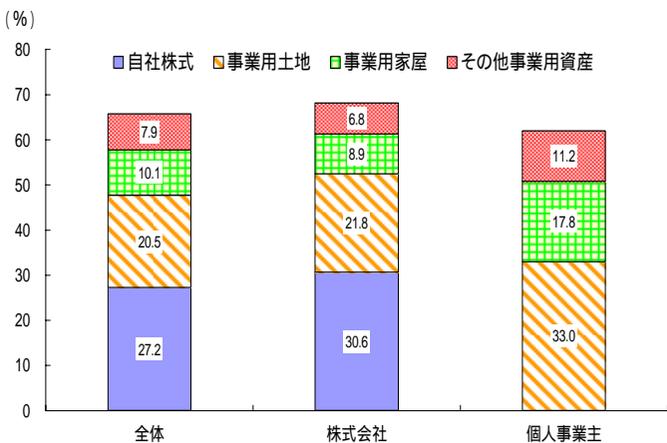
# < 中小企業の事業承継 >

規模が小さくなるほど、社長交代が進まない傾向がある。

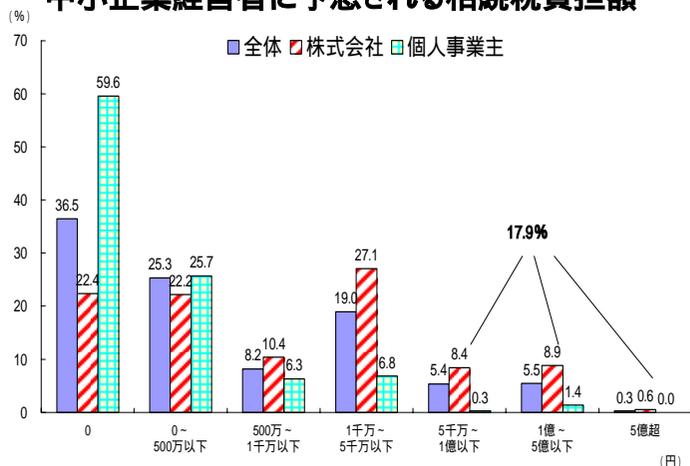


中小企業経営者の個人資産は株式等の事業用資産が大部分を占めており、その承継の際には、特に高収益の株式会社において相続税負担の問題が大きい。

## 経営者の個人資産に占める事業用資産の割合

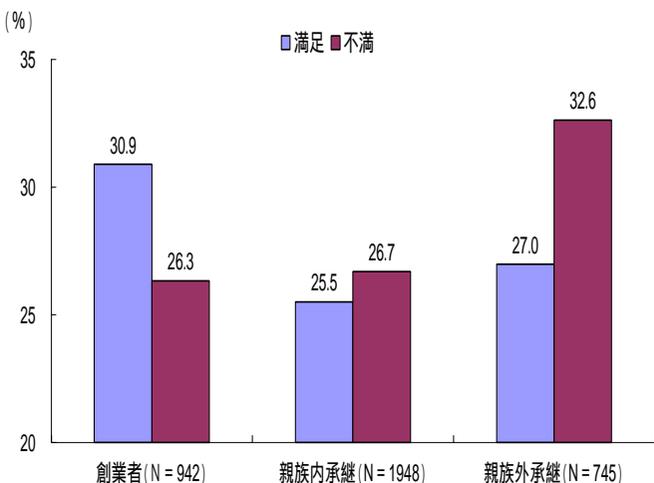


## 中小企業経営者に予想される相続税負担額

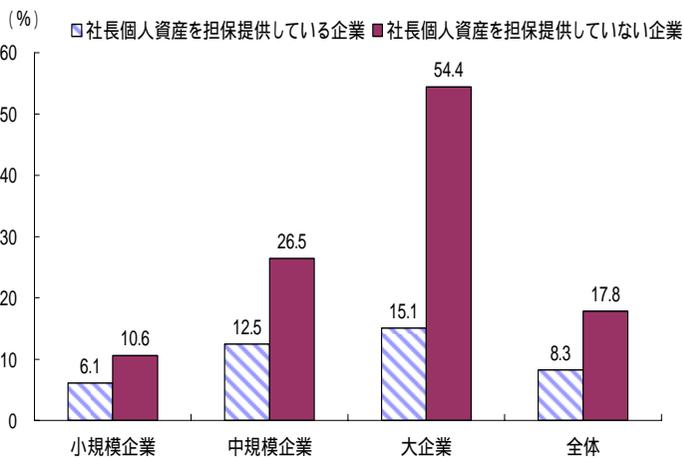


承継する者に対しても個人保証や個人資産の担保提供を求めることが、中小企業の円滑な事業承継を阻害している可能性がある。

## 個人保証の提供への満足度



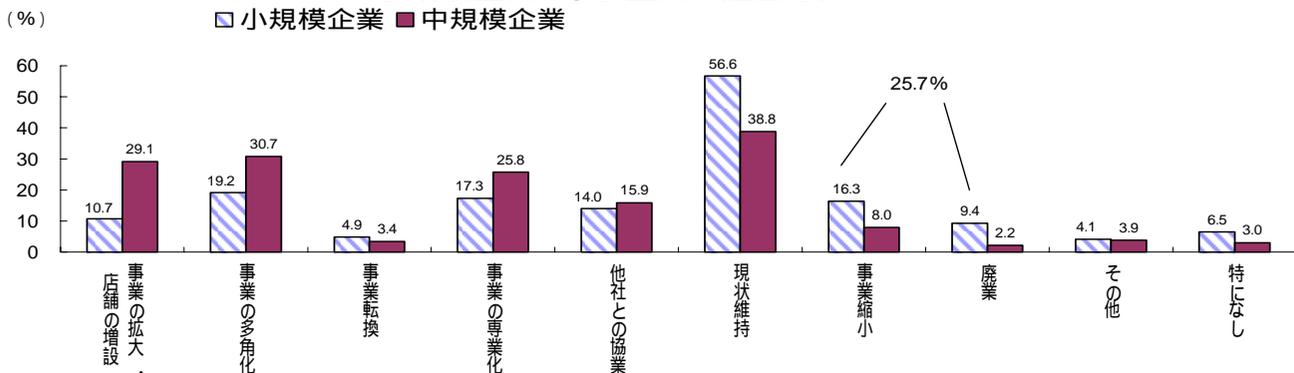
## 担保提供(社長個人資産)の有無別に見た社長交代率(5年間)



# < 小規模企業を取り巻く環境 >

小規模企業では、現状維持を志向する企業が多い。

## 小規模企業と中小企業の経営方針



資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業の経営実態調査」2007年1月  
 (注)中規模企業とは、中小企業のうち小規模企業を除いたものを指す。

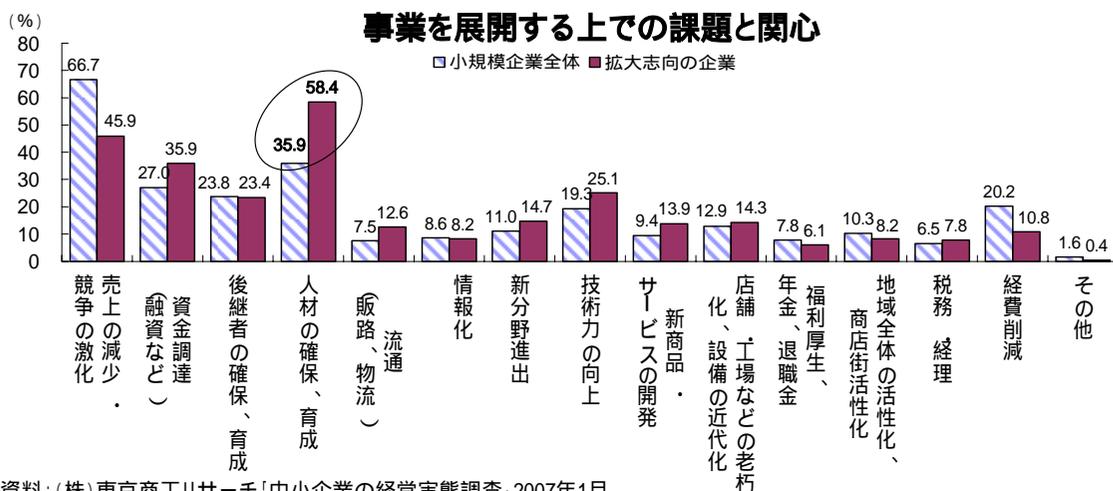
建設業や卸売業、製造業の一部業種においては、小規模企業が健闘している。

## 1994年と2004年における規模別事業所数の比較

業種	1～5人	6～10人	11～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301人以上	計
総合工業業	100.9	99.8	87.6	75.2	66.4	60.9	60.1	95.4
職別工業業(設備工業業を除く)	79.4	96.7	92.0	89.1	72.1	81.8	36.8	82.8
設備工業業	104.0	104.2	100.6	93.1	95.0	95.5	78.4	102.8
食料品製造業	70.3	79.4	82.9	87.9	93.3	101.4	115.5	78.4
飲料・たばこ・飼料製造業	62.5	95.7	98.1	95.9	104.4	91.2	52.5	79.6
繊維工業*	49.7	54.8	57.2	51.3	59.3	47.2	23.5	50.7
衣服・その他の繊維製品製造業	56.0	49.9	50.7	42.7	39.8	38.2	39.7	52.6
木材・木製品製造業(家具を除く)	66.8	58.4	57.3	59.2	68.3	62.7	52.4	63.2
家具・装飾品製造業	69.4	70.5	64.9	62.3	54.3	57.4	48.3	68.7
パルプ・紙・紙加工品製造業	74.4	75.4	81.7	86.1	86.4	89.0	67.0	77.9
印刷・同関連業	65.4	60.6	63.2	68.1	73.0	64.3	38.3	64.6
化学工業	83.1	90.9	88.1	95.9	103.5	90.5	78.8	90.0
石油製品・石炭製品製造業	105.5	101.4	83.9	67.3	80.0	77.8	70.7	92.9
プラスチック製品製造業*	73.3	80.1	90.1	97.3	105.0	98.1	89.4	81.1
ゴム製品製造業	62.0	64.1	72.2	74.6	104.5	101.1	70.2	66.6
なめし革・同製品・毛皮製造業	60.5	55.9	53.6	59.9	48.8	51.1	-	59.0
窯業・土石製品製造業	74.6	78.4	82.8	61.4	61.7	52.2	60.7	73.9
鉄鋼業	72.9	72.8	75.3	77.4	83.3	78.1	65.0	74.6
非鉄金属製造業	66.7	72.0	80.9	82.4	92.2	83.4	69.0	73.2
金属製品製造業	69.9	76.4	80.5	84.4	80.0	77.4	58.2	73.3
一般機械器具製造業	76.3	84.8	87.8	90.9	89.6	88.0	74.0	80.7
(旧)電気機械器具製造業	73.2	68.1	70.6	72.5	80.9	85.1	79.4	72.9
輸送用機械器具製造業	74.9	82.1	87.9	93.7	104.9	103.6	93.4	82.5
精密機械器具製造業	69.9	75.9	82.8	80.0	97.9	83.0	70.6	74.7
その他の製造業	69.9	74.5	74.6	70.7	81.3	82.0	67.7	71.1
運輸	76.4	84.0	90.2	93.5	97.7	95.8	93.1	84.1
卸売業	82.5	84.3	82.1	78.9	72.8	68.0	70.6	82.2
小売	71.3	96.2	120.0	112.9	134.4	127.3	109.9	78.3
飲食店	80.1	106.9	137.9	163.8	93.1	107.0	58.1	87.9
その他業種計	96.9	113.0	110.1	116.1	131.6	122.9	138.7	101.2
非一次産業合計	82.9	96.9	100.8	99.9	102.2	99.4	98.1	87.5

資料：総務省「事業所・企業統計調査」  
 (注)2004年調査時点での事業所数 / 1994年調査時点での事業所数 × 100で算出

拡大志向の小規模企業では、人材の確保・育成への関心が高い。



資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業の経営実態調査」2007年1月  
 (注)拡大志向の小規模企業とは、小規模企業のうち、今後の経営方針について「事業の拡大・店舗の増設」と回答した企業を指す。

# < 第2部:テーマ分析 > 地域とともに成長する中小企業

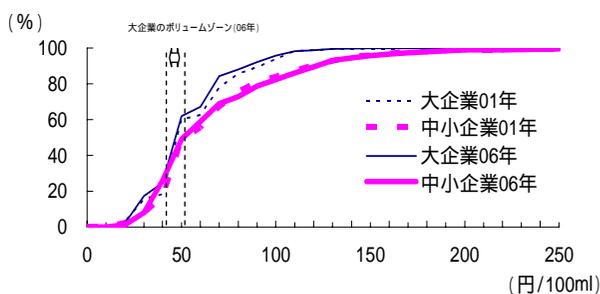
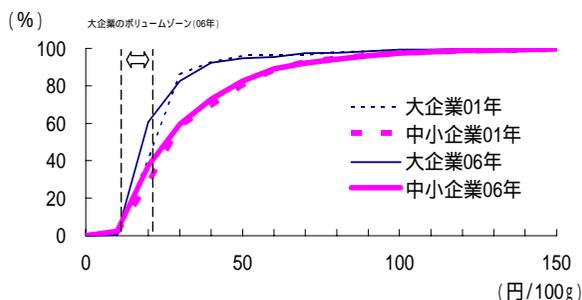
## 1. 地域資源の有効活用にもつれた取り組み

地域に特有の経営資源として、特産品や伝統的に継承された製法、地場産業の集積による技術の蓄積、自然などが挙げられる。産地技術型(木製家具類など)、農林水産型(味噌製品類など)、観光型(温泉宿泊施設)が分析対象。

「農林水産型」では、中小企業の商品の方が、大企業の商品よりも高価格帯に存在。5年前との比較でも、大企業の商品が低価格帯商品の割合が増加しているのに対して、中小企業の商品の価格は大きく落ち込んではいない。

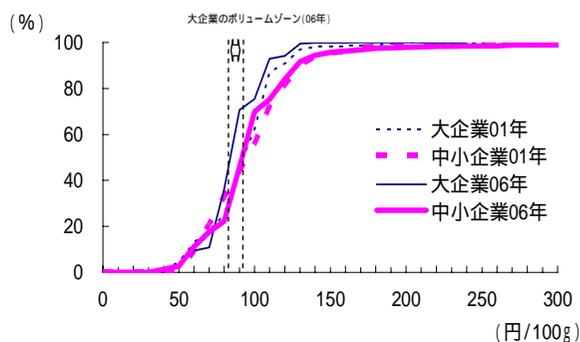
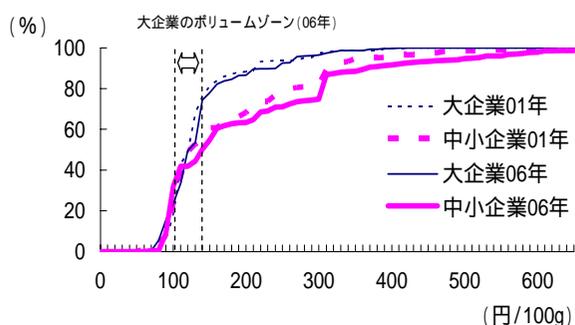
味噌製品類(中小企業の販売シェア89%)

清酒類(中小企業の販売シェア63%)



チーズ類(中小企業の販売シェア7%)

水産練製品類(中小企業の販売シェア58%)



資料: POSデータより中小企業庁作成

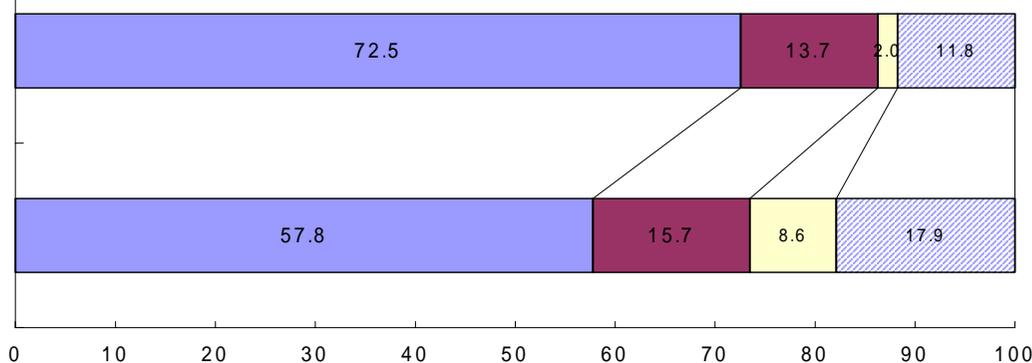
市場において高価格帯で販売できている企業は、地域資源を認識している割合が高い。

### 地域資源の活用に対する認識

■業務に関連する地域資源が存在 ■業務に関連しないが地域資源は存在 □地域資源は存在しない □よくわからない

高価格帯で販売を行っている中小企業

それ以外の企業



資料: (株)三菱総合研究所「地域中小企業の差別化への取り組みに関するアンケート調査」(2006年11月)

(注) 1.POSシステムデータで、中小企業全体の平均単価より高い商品を一定以上販売する企業を抽出し、これを高価格帯で販売を行っている中小企業とし、その他の「農林水産型」企業と区分。

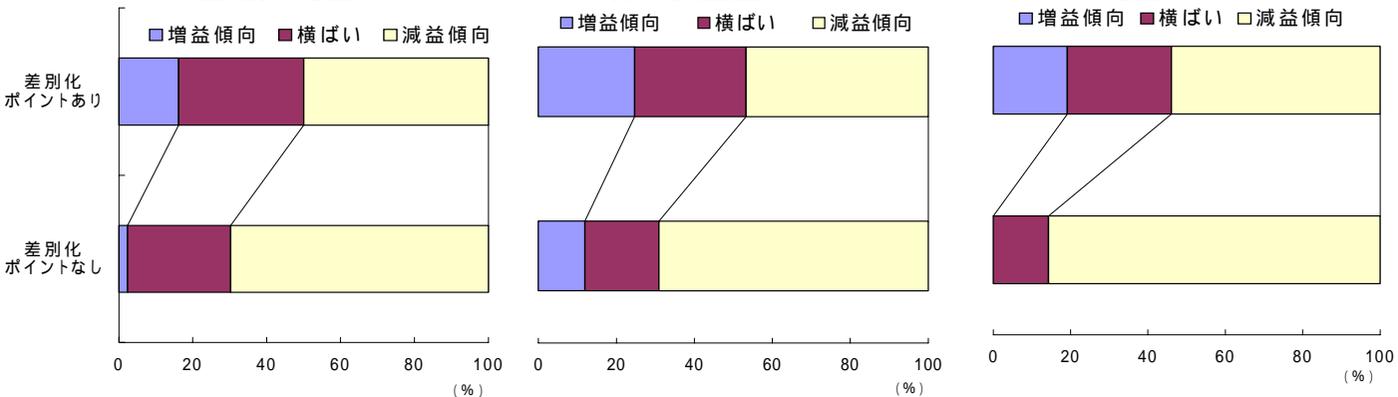
地域資源を活用した商品やサービスの差別化は、中小企業が利益をあげる上で重要。差別化のポイントを有する企業は増益傾向。

地域資源を活用した他社との差別化有無と、経常利益の関係(過去5年間の比較)

産地技術型

農林水産型

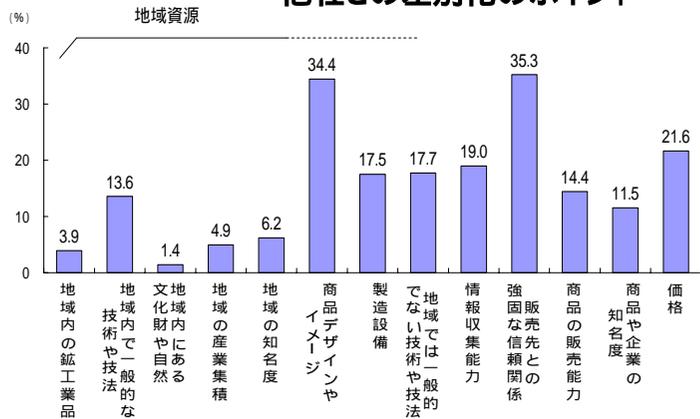
観光型



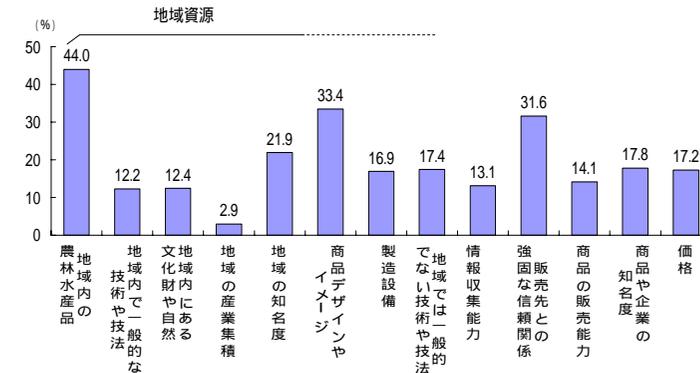
他社との差別化のポイントとして、中小企業が挙げる地域資源は様々。「産地技術型」では存在する地域資源の強みが、まだ認識されていない。

他社との差別化のポイント

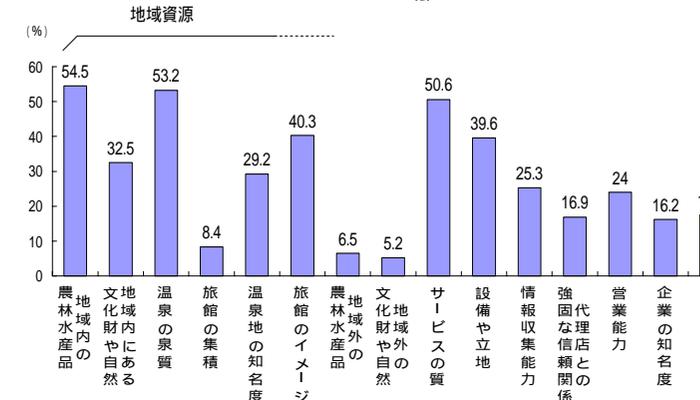
産地技術型



農林水産型



観光型



資料: (株)三菱総合研究所「地域中小企業の差別化への取り組みに関するアンケート調査」(2006年11月)

(注) 1.複数回答のため合計は100を超える。

付加価値が増加している企業では、自らの業務に関連した地域資源があると認識している場合が多い。

### 地域資源の認識と、過去5年間の付加価値の変化

#### 産地技術型

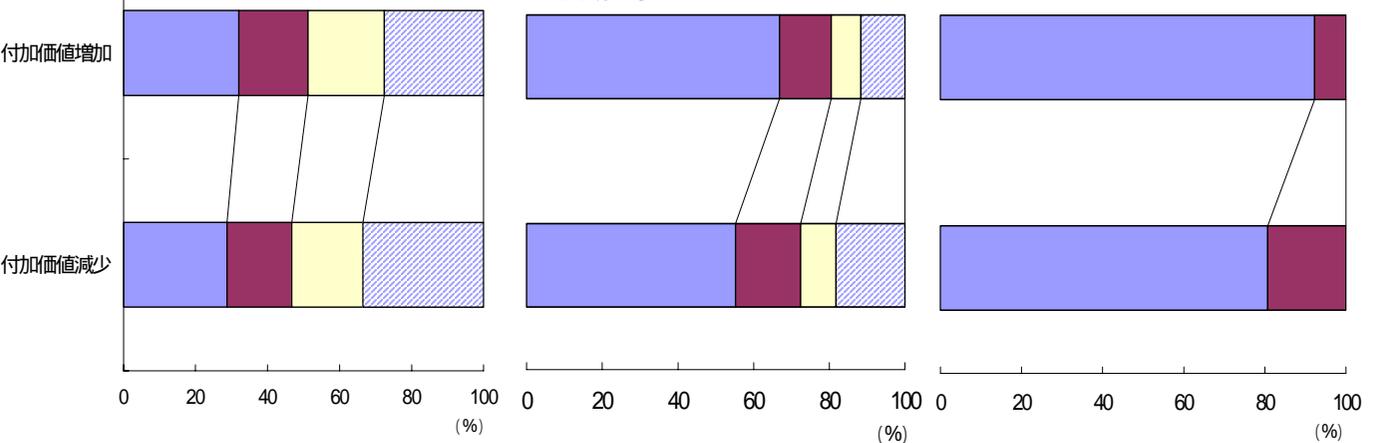
#### 農林水産型

#### 観光型

- 業務に関連する地域資源が存在
- 業務に関連しないが地域資源は存在
- 地域資源は存在しない
- わからない

- 業務に関連する地域資源が存在
- 業務に関連しないが地域資源は存在
- 地域資源は存在しない
- わからない

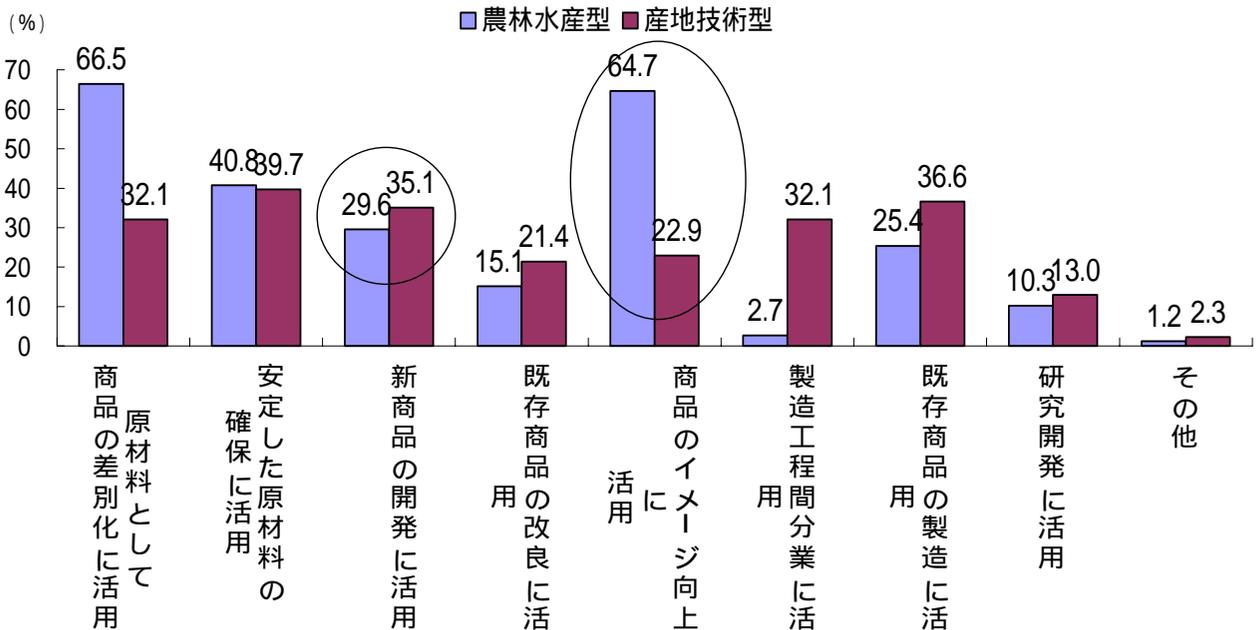
- 温泉以外の地域資源を活用
- 温泉以外も地域資源を活用していない



資料：(株)三菱総合研究所「地域中小企業の差別化への取り組みに関するアンケート調査」(2006年11月)  
 (注)ここでの付加価値は、「経常利益+人件費+減価償却費」を指す。

製造業者において、地域資源は新商品の開発や商品のイメージの向上など様々に活用されている。

### 地域資源の活用手法



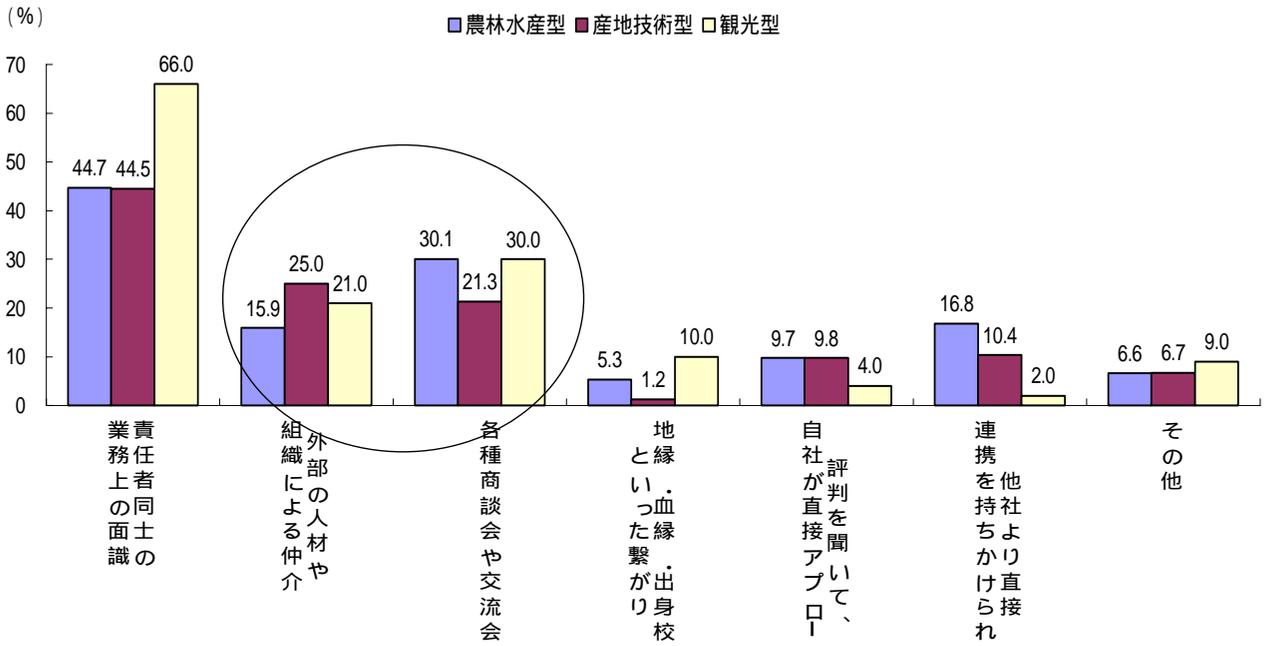
資料：(株)三菱総合研究所「地域中小企業の差別化への取り組みに関するアンケート調査」(2006年11月)

(注) 1.複数回答のため合計は100を超える。

2.「業務に関連する地域資源が存在」すると回答した企業を対象に集計している。

連携が成立するきっかけとして、各種商談会や交流会、外部の人材や組織による仲介が高い割合を占めている。

### 連携成立のきっかけ



資料: (株)三菱総合研究所「地域中小企業の差別化への取り組みに関するアンケート調査」(2006年11月)

- (注) 1.複数回答のため合計は100を超える。  
2.連携を行っている企業を対象に集計している。

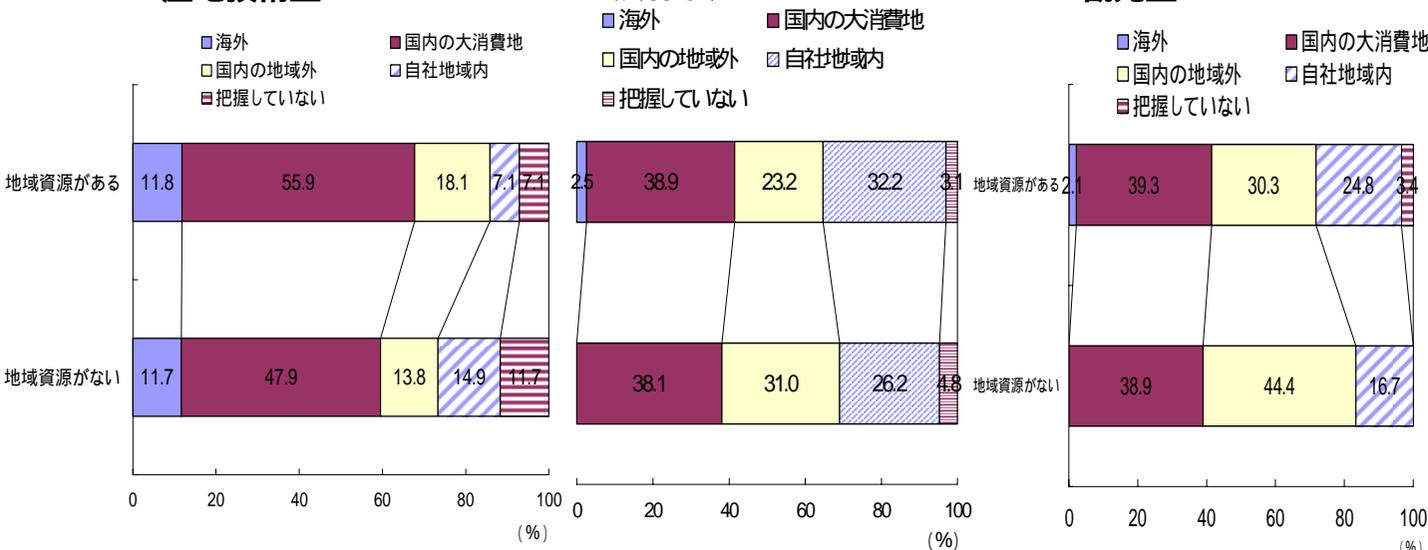
「農林水産型」「観光型」では、地域資源を認識している企業の方が、地産地消にとどまる傾向が強い。域外への積極的進出が課題として残っている。

### 最も重視している販売対象地域

#### 産地技術型

#### 農林水産型

#### 観光型



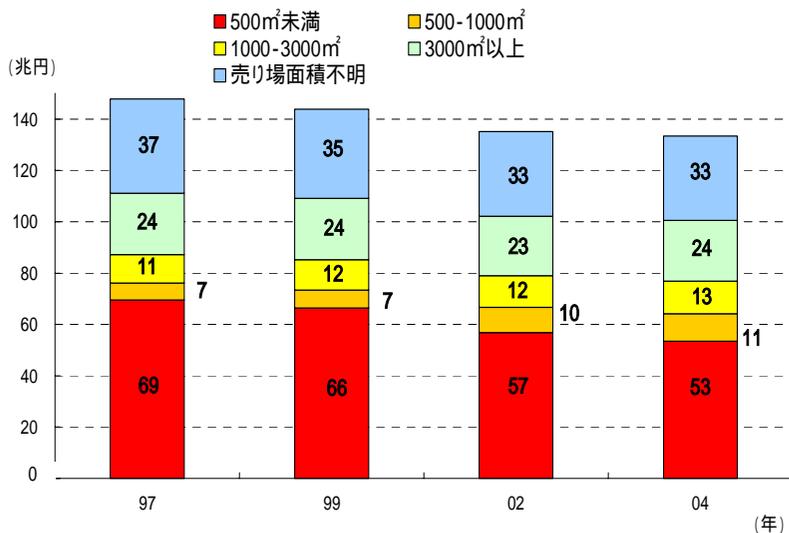
資料: (株)三菱総合研究所「地域中小企業の差別化への取り組みに関するアンケート調査」(2006年11月)

# 2. 地域を支える中小小売業等、コミュニティビジネスの役割

## < 小売業における市場動向 >

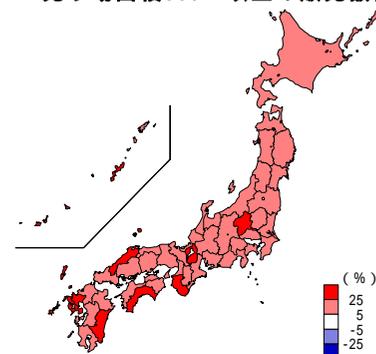
小売業の販売額は、減少傾向が続いている。特に、売場面積の小さな小売業での落ち込みは大きい。

### 売場面積別小売業販売額の推移

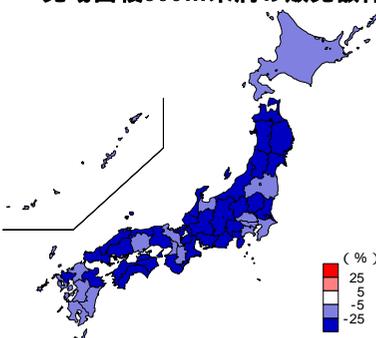


資料：経済産業省「商業統計」

### 売り場面積500㎡以上の販売額伸び率



### 売り場面積500㎡未満の販売額伸び率

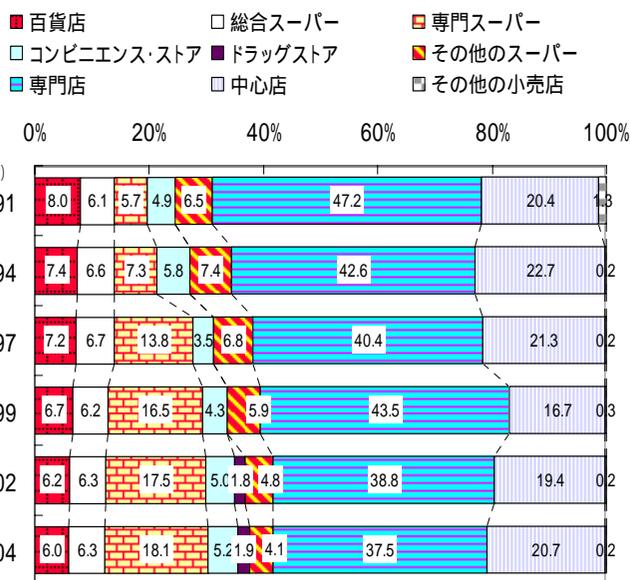


資料：経済産業省「商業統計」(2004年)

(注) 値は97年と比較した04年の販売額の伸び率。

業態別販売額で見ると、専門スーパーが伸びる一方、専門店の割合が減少。

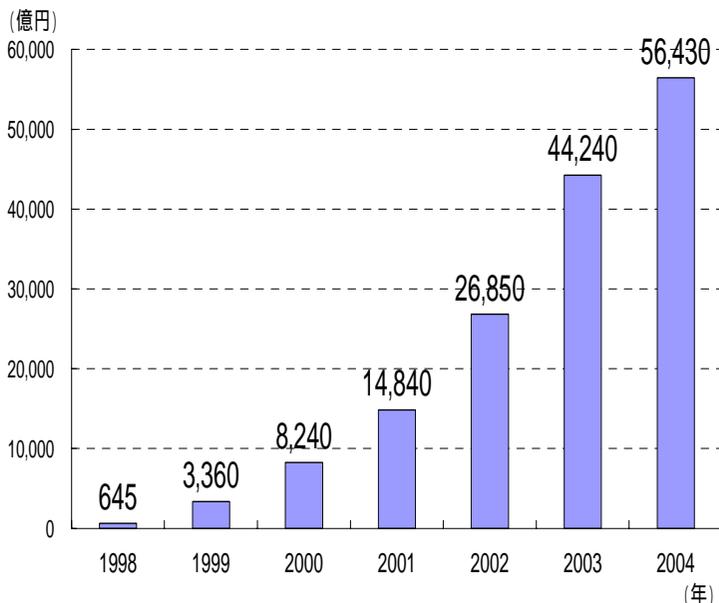
### 業態別小売業販売額の推移



資料：経済産業省「商業統計」

(注) 同一取扱商品の占有率：専門店90%以上、中心店50%以上

### 対消費者電子商取引市場規模



資料：経済産業省・ECOM・NTTデータ経営研究所共同「平成16年度電子商取引に関する実態・市場規模調査」

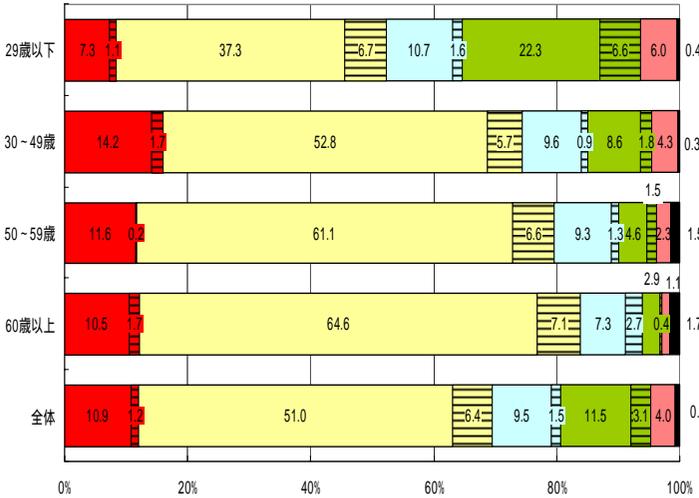
# <消費者から見た地域の中小小売業等への期待>

品揃えに優位性のある大型店が選ばれているが、中小店もコンビニ等と同程度の支持あり。

中小店が強みを持つ分野としては、サービス(理美容、クリーニング)や飲食、生鮮食品がある。

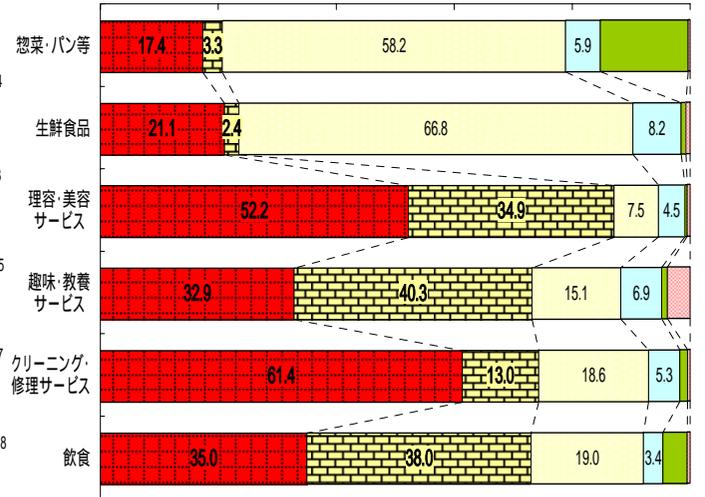
## 年齢階層別の最も利用する場所・業態

- 近所の中小店
- 近所以外の中小店
- 近所の大型店
- 近所以外の大型店
- 近所の量販専門店
- 近所以外の量販専門店
- 近所のコンビニエンスストア
- 近所以外のコンビニエンスストア
- 通信販売・インターネット
- その他



## 品目別の最もよく利用する場所・業態

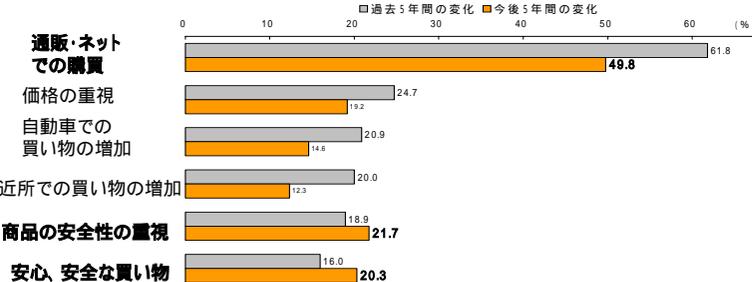
- ご近所の中小店
- ご近所以外の中小店
- 大型店
- 量販専門店
- コンビニエンスストア
- 通信販売・インターネット



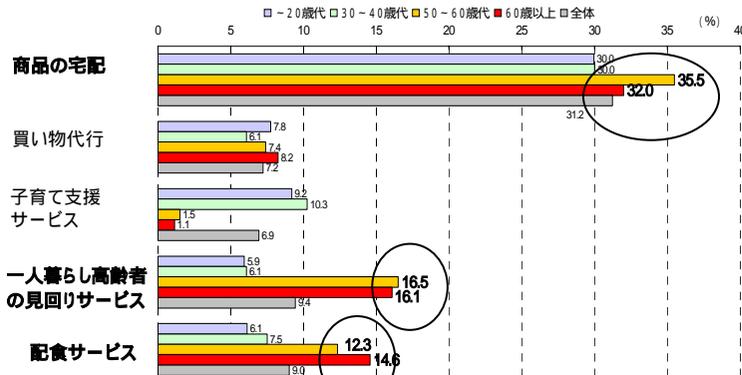
資料: (株)三菱総合研究所「消費者実態アンケート調査」(2006年12月)

過去5年間に比して、今後は、「安心」「安全」といった要素が重視される傾向。宅配のほか、消費支出の多い高齢層を中心に、1人暮らしの見回り、配食等の付加サービスへの期待がある。

## 購買行動の変化

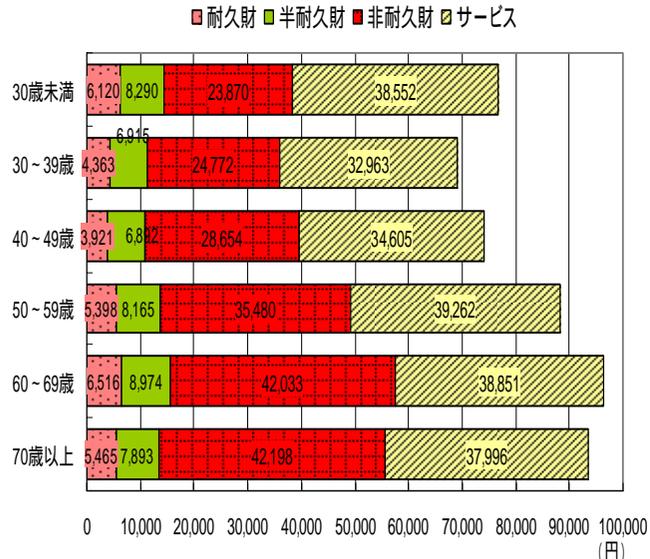


## 有償サービスの期待



資料: (株)三菱総合研究所「消費者実態アンケート調査」(2006年12月)

## 世帯主年齢階層別の家族1人当たり家計支出額



資料: 総務省「全国消費実態調査」

(注1) 世帯主の家族1人当たり月額消費額(3ヶ月平均)

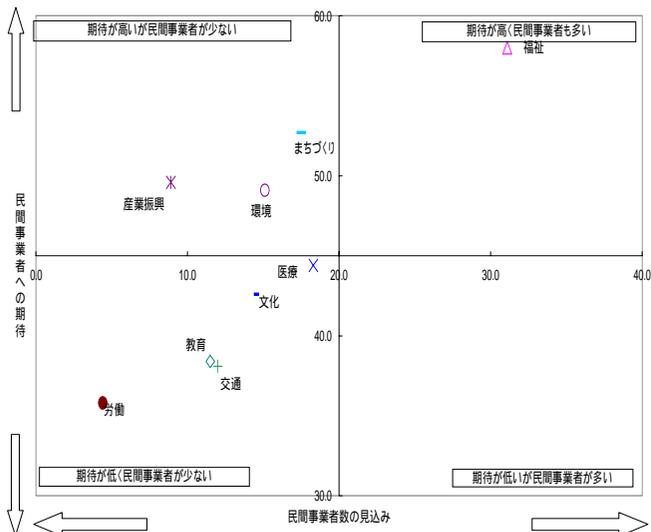
(注2) 耐久財の例: 家具、自動車、テレビ  
半耐久財の例: 衣類、書籍、かばん、装身具  
非耐久財の例: 食料品、トイレットペーパー等家事用消耗品、ガソリン  
サービスの例: 外食、バツ旅行費、理・美容

# < 自治体から見た地域の中小小売業等への期待 >

「公共的サービス」を民間で担うことへの期待は大きいですが、担い手不足が懸念される。

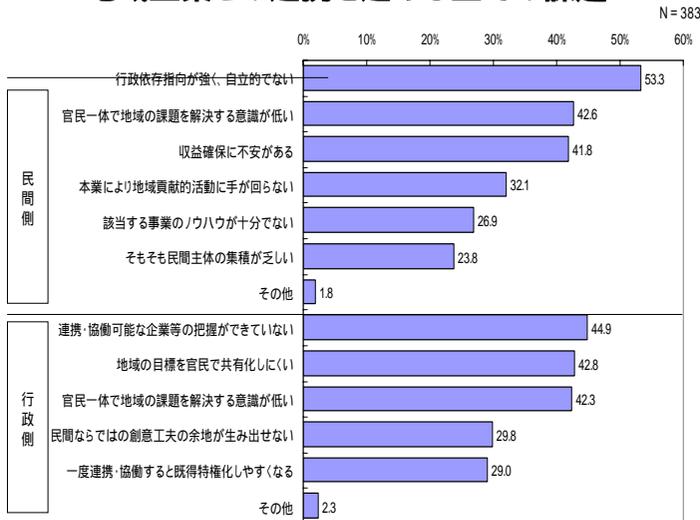
地域の小売業等への期待が高い分野(地域活性化、福祉)もあるが、連携については、十分な体制が構築できていないのが現状。

## 公共的サービスを担う民間事業者の充足状況



資料: (株)三菱総合研究所「地域における中小企業等と公共的サービス提供に係るアンケート調査」(2006年12月)

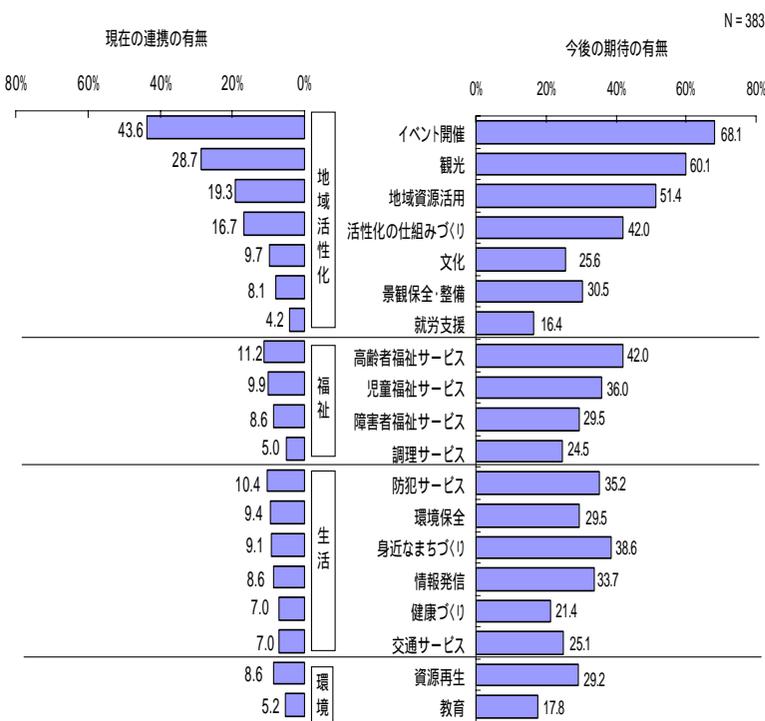
## 地域企業との連携を進める上での課題



資料: (株)三菱総合研究所「地域における中小企業等と公共的サービス提供に係るアンケート調査」(2006年12月)

地域小売事業者等への委託・連携は現状では少ないが、今後の期待は高い。数はまだ少ないが成功事例が存在。

## 地域の小売・サービス事業者との連携状況と期待



(事例)

おだかe-まちタクシー(福島県小高町)

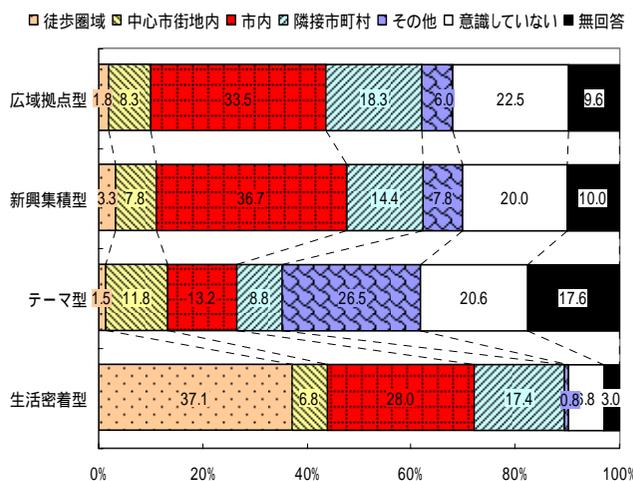
商店街への来客増加と不便だった市営バス運営の改善を目的として、地元商工会が町から補助を受け、乗合タクシーシステムを導入。

資料: (株)三菱総合研究所「地域における中小企業等と公共的サービス提供に係るアンケート調査」(2006年12月)

# < 地域を支える中小小売業等の取組 >

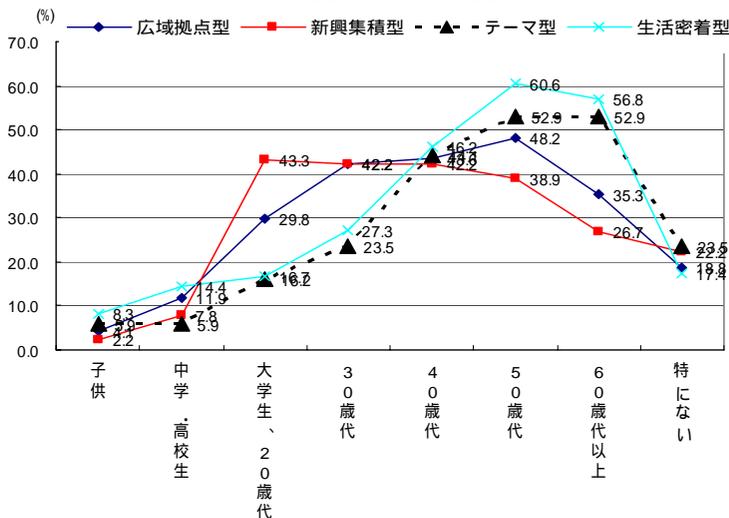
全国的に小売業の販売が減少する中で、販売額の減少幅が小さい、もしくは、活力を維持している商店街がある。これらの商店街の特徴を4つのパターンに区分する。幅広い地域・年齢層向けの「広域拠点型」、若者向けの「新興集積型」、遠くからも集客する「テーマ型」、高齢者が中心の「生活密着型」。

## 主な顧客の居住地



資料：(株)三菱総合研究所「商店街事業者アンケート調査」(2006年12月)

## 主な顧客の年齢階層



### (商業集積の類型)

【広域拠点型】県庁所在地等の大都市の中心市街地内に所在し、県内などからも広く集客する。

【新興集積型】広域拠点型に隣接した裏通りなどで、新規出店が比較的活発。

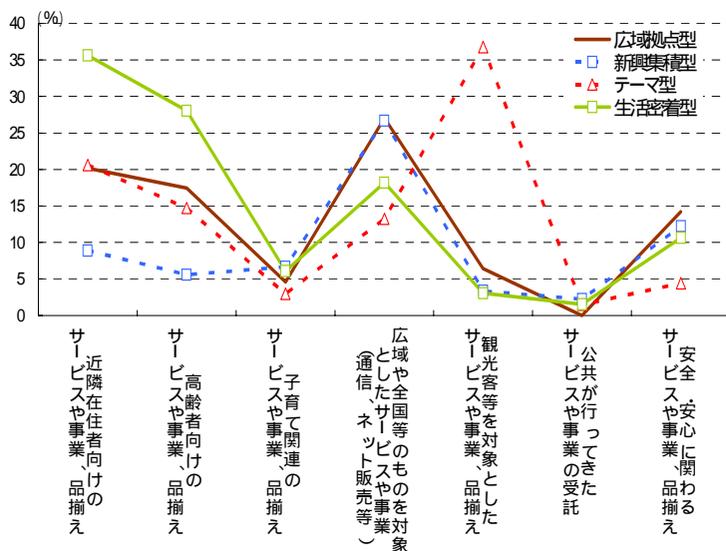
【テーマ型】文化や歴史などのテーマをもったまちづくりによる商店街で、近県を含む広域から観光集客を行う。

【生活密着型】大都市の郊外等に位置し、主に、徒歩圏内の住民を顧客に日常生活に必要な商品群を提供。

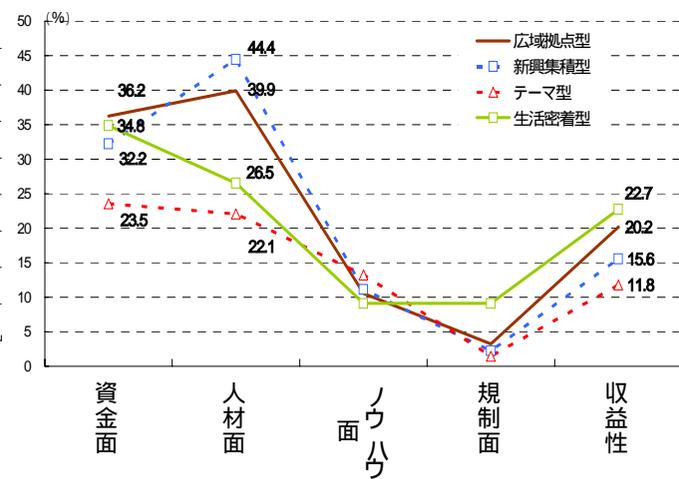
今後の事業展開を聞くと、顧客層に応じた展開を積極的に行おうとする姿勢がある。新興集積型ではネット・通販を既に2割の店舗が導入。

一方、人材面、資金面、収益の見込みがないこと等が課題。

## 今後の事業展開で考えている サービス・事業・品揃え



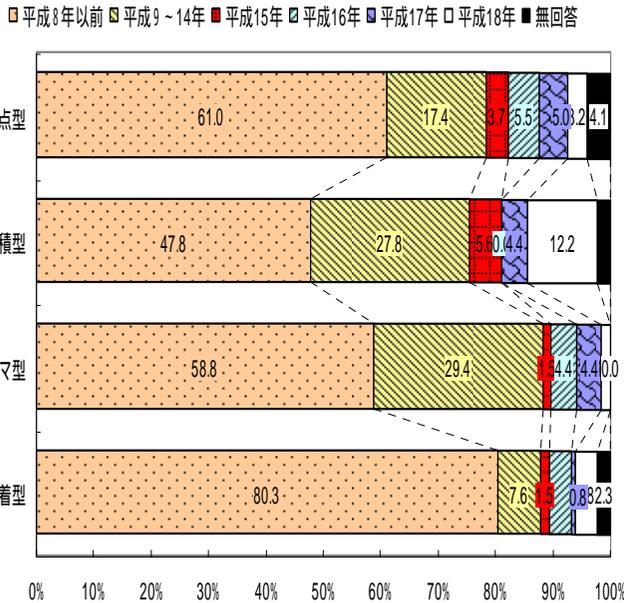
## 今後の事業展開に当たり課題となる点



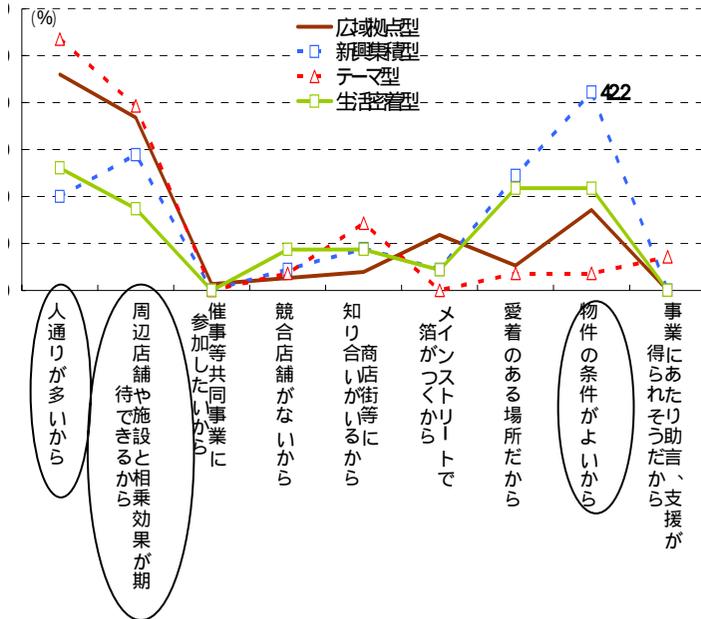
資料：(株)三菱総合研究所「商店街事業者アンケート調査」(2006年12月)

新興集積型では、新規出店者が一番多く、活力を維持している。  
 生活密着型は、安定的なビジネスを続けていると考えられる。  
 立地理由としては「人通りの多さ」や「周辺店舗等との相乗効果への期待」が多く挙げられているが、新興集積型では「物件の条件」が上位にあり、新規出店が促される。

### 現在地への出店時期



### 現在地に出店を決めた理由



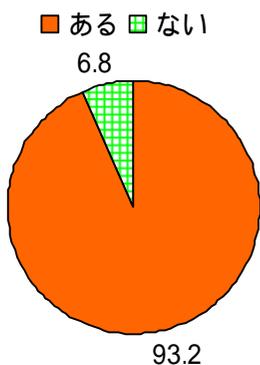
資料: (株)三菱総合研究所「商店街事業者アンケート調査」(2006年12月)

# 3. 地域金融と中小企業の資金調達

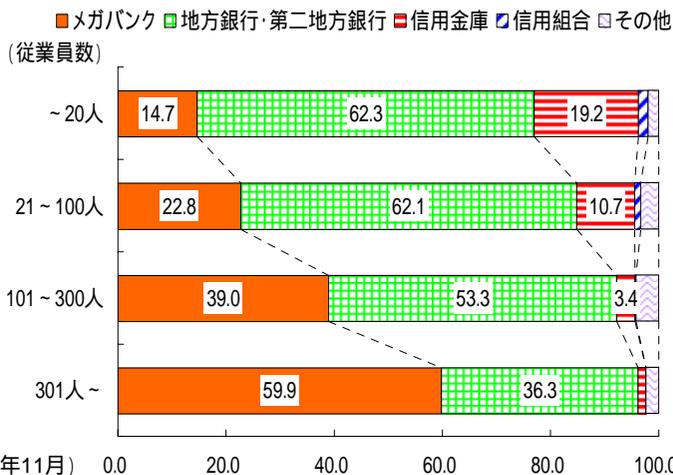
## < 中小企業の資金調達とメインバンク >

○ 企業が円滑な資金調達を行うためには、メインバンクとの取引も重要。中小企業では、地域金融機関が中心的な役割を果たしている。

メインバンクがある中小企業の割合



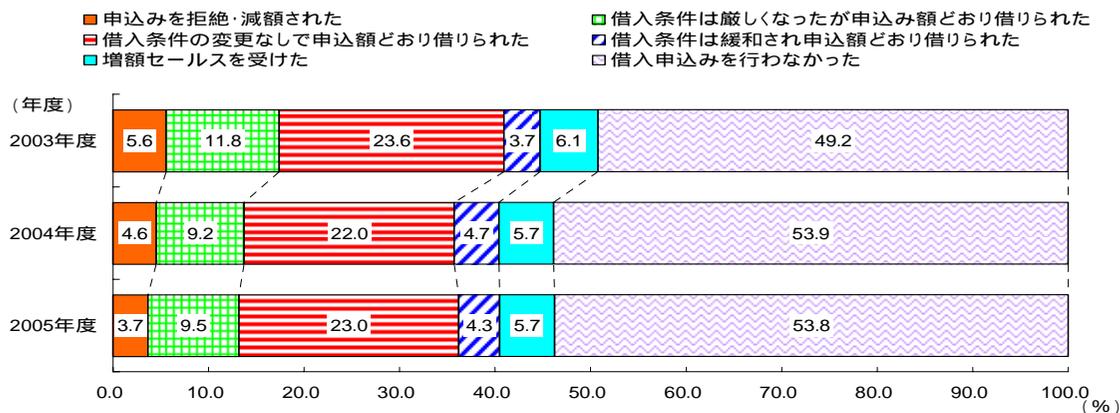
企業規模別の取引メインバンク業態



資料: (株)東京商工リサーチ「中小企業との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)

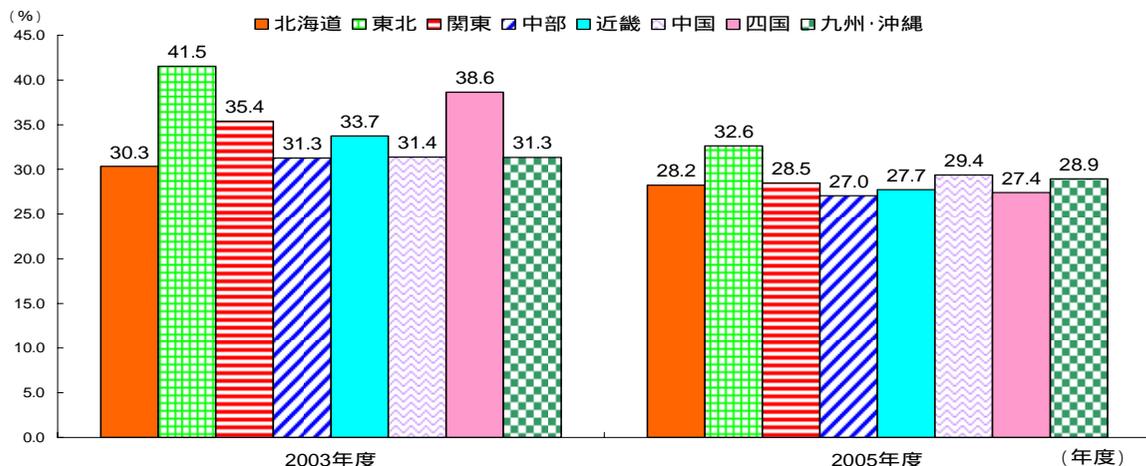
借入申込みに対するメインバンク側の反応は改善傾向。地域間のばらつきも改善傾向。

メインバンクへの借入申込み状況



資料: 中小企業庁「中小企業実態基本調査」  
(注)メインバンクを有する法人企業のみ集計している。

思いどおりに借りられなかった企業の割合(地域別)

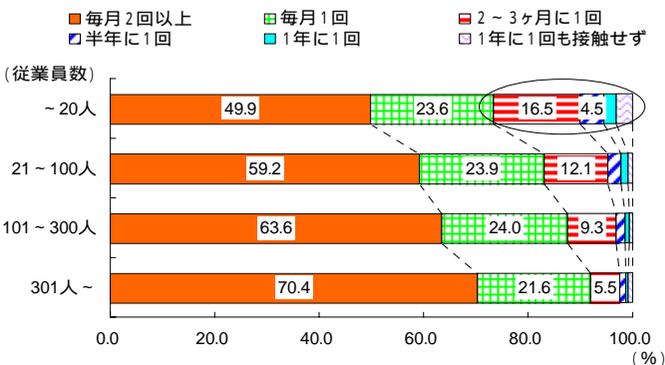


資料: 中小企業庁「中小企業実態基本調査」  
(注)「思いどおりに借りられなかった」企業とは、借入申込みを拒絶・減額された企業と、何らかの制約を受けた企業を指す。

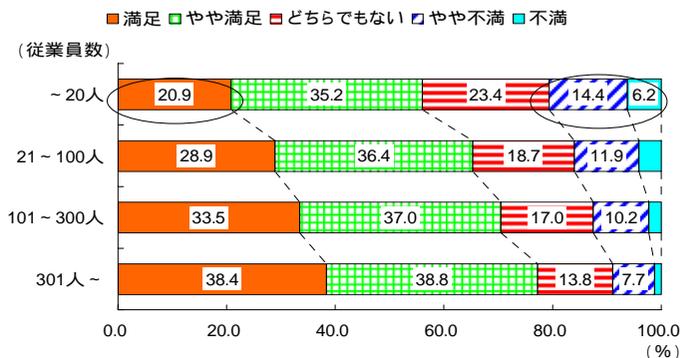
# <小規模企業におけるメインバンクとの関係>

小規模企業では、メインバンク担当者との接触頻度、満足度が共に低い。

## メインバンク担当者との接触頻度



## メインバンクとの取引満足度

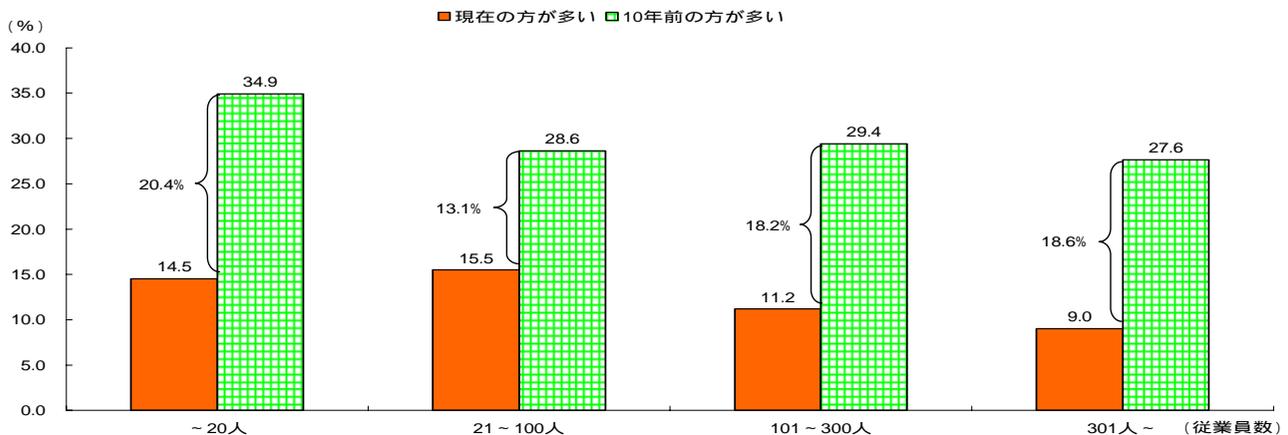


資料: (株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)  
 (注)メインバンクとの取引がある企業のみ集計している。

資料: (株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)  
 (注)1.メインバンクとの取引がある企業のみ集計している。  
 2.現在のメインバンクとの取引全般(総合評価)に対する満足度を集計している。

過去と比較しても、小規模企業ではメインバンクとの接触頻度の低下が著しい。  
 このため、メインバンクとの取引満足度もあまり改善していない。

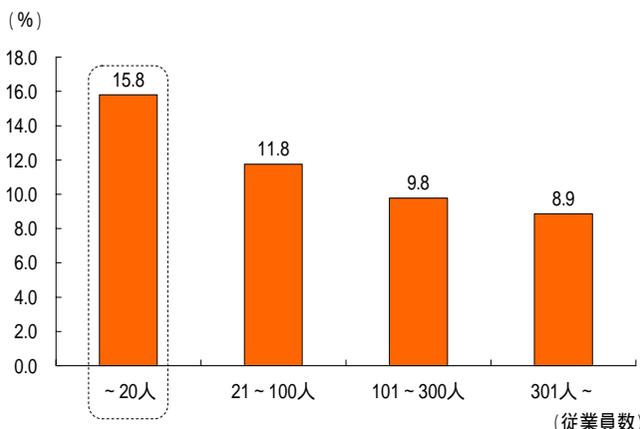
## 10年前と比較したメインバンク担当者との接触頻度



資料: (株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)

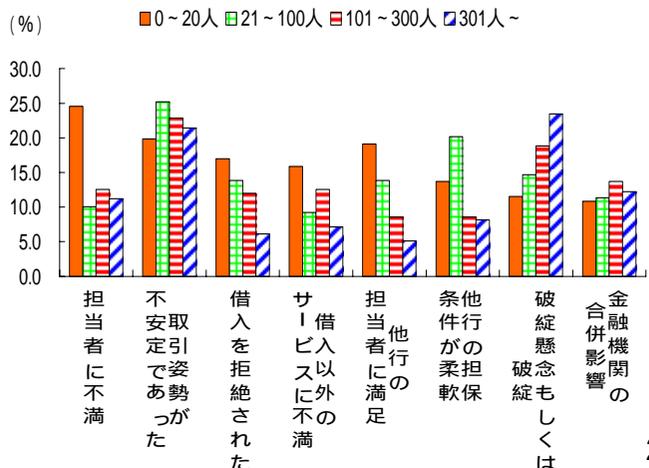
メインバンクとの取引満足度の低い小規模企業では、最近10年間でメインバンクを変更している割合が高い。

## 最近10年間ににおけるメインバンク変更の割合



資料: (株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)

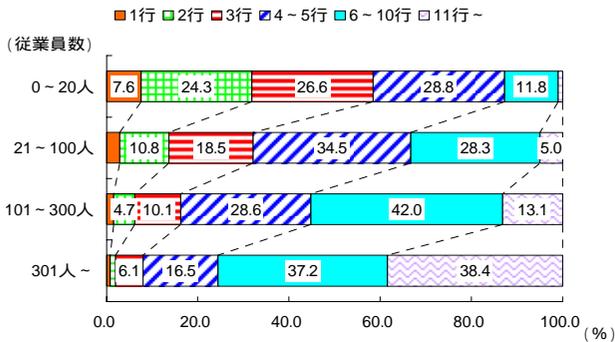
## メインバンクの変更理由(従業員規模別)



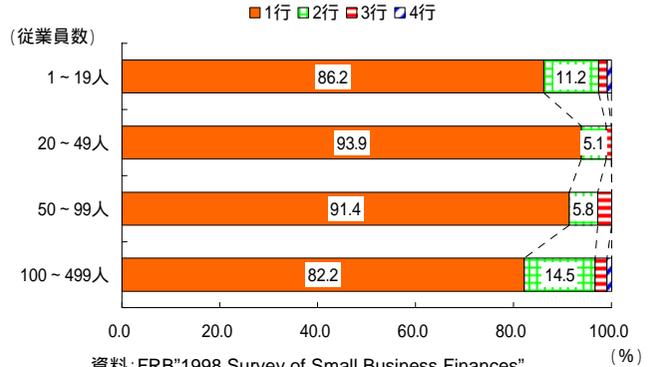
# < 複数の金融機関との取引 >

我が国中小企業は、複数の金融機関との取引が主流という特徴がある。

## 取引金融機関数(日本企業)



## 取引金融機関数(米国企業)



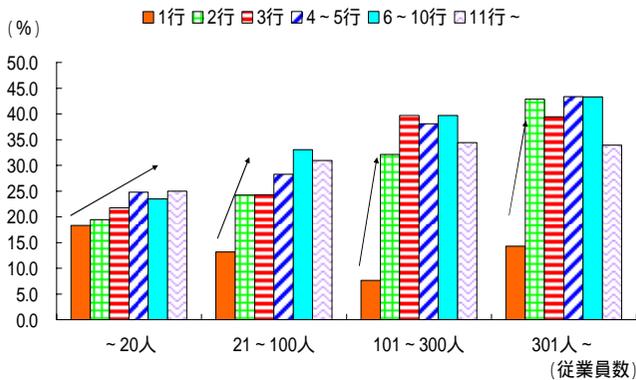
資料: (株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)

資料: FRB「1998 Survey of Small Business Finances」  
(注)クレジットラインによる借入がある企業を対象としている。

複数行取引を行うと、調達しやすくなるが借入依存度も高くなる。

## メインバンクから増額セールスを受けた割合

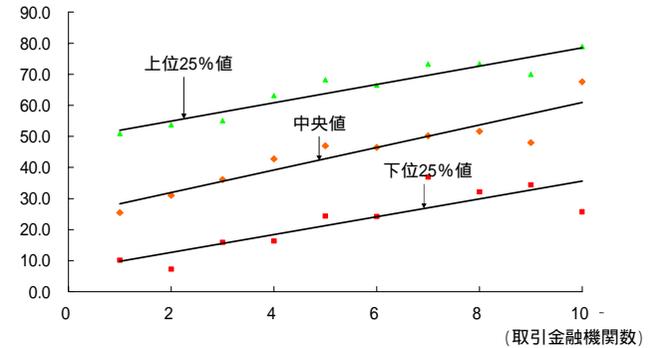
(取引金融機関数)



資料: (株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)  
(注)メインバンクへの借入申込みに対し、「増額セールスを受けた」とする企業の割合を集計している。

## 取引金融機関数と借入依存度の相関関係

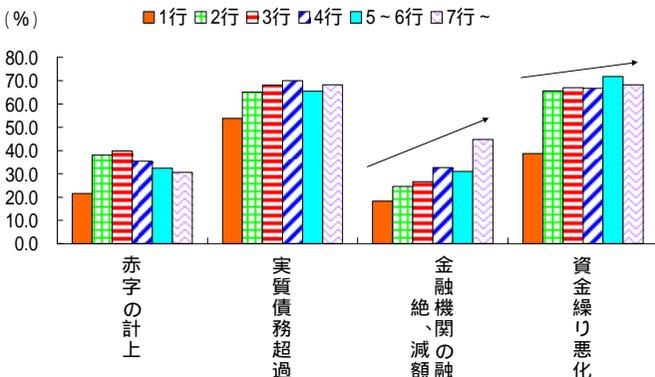
(借入依存度: %)



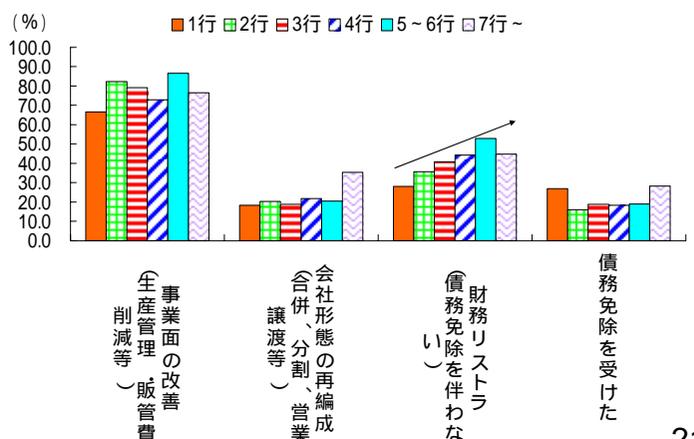
資料: (株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)  
(注)1. 従業員数20人以下の企業のみ集計している。  
2. 借入依存度 = (短期借入金 + 長期借入金 + 受取手形割引高) / 総資産  
3. 企業を取引金融機関数別に分類し、借入依存度の上位25%値、中央値、下位25%値をプロットした。

○ 複数行取引の企業は、中小企業再生支援協議会を利用する際に、金融機関から厳しい融資対応を受けることが契機となる場合が多い。

## 協議会利用のきっかけ



## 具体的な再生手法

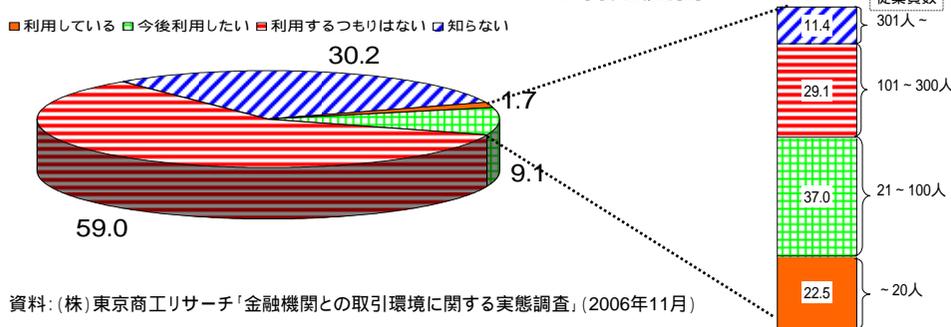


資料: 中小企業庁「中小企業再生支援協議会に関する利用企業アンケート調査」  
(注)複数回答のため、それぞれの合計は100を超える。

# < 円滑な資金調達に向けた取組 >

ABL等の従来にはない借入手法も開発されており、借入手法の多様化が進展。

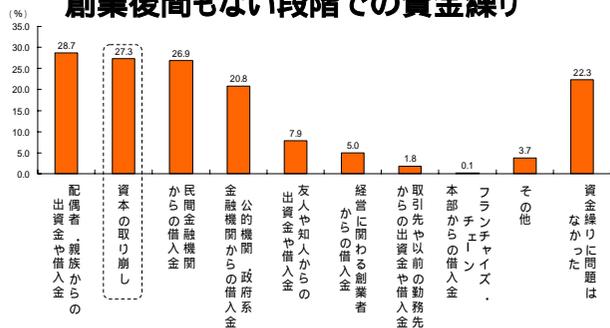
## ABLの利用度合い



資料: (株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)

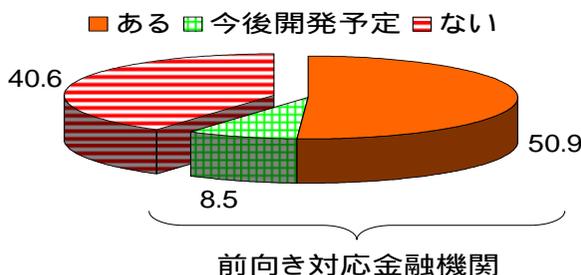
創業前後は資金調達が大きな課題。現状では、自己資本を取り崩すケースが多い。充実しつつある地域金融機関の創業支援及び公的支援が資金繰りに貢献。

## 創業後間もない段階での資金繰り



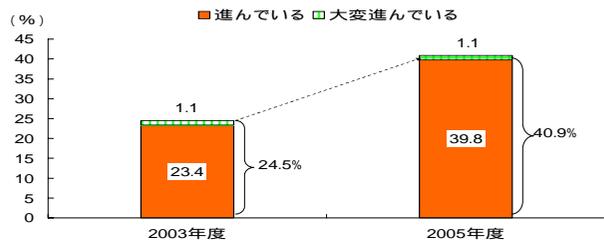
資料: (株)日本アプライドリサーチ研究所「創業環境に関する実態調査」(2006年11月)  
(注)複数回答のため合計は100を超える。

## 創業支援融資のある金融機関の割合



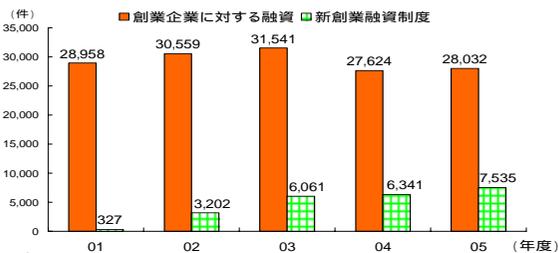
資料: (株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)

## 地域金融機関の創業支援に対する評価



資料: 金融庁「中小・地域金融機関に対する利用者等の評価に関するアンケート調査」(2004年、2006年)

## 国民生活金融公庫の創業支援融資



資料: 国民生活金融公庫ホームページ

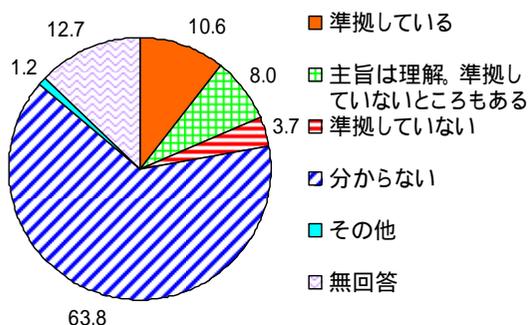
主要株主は代表者やその親族等であり、現状ではベンチャーキャピタル出資は少ない。円滑な資金供給を促す上でも、中小企業の決算内容の信頼性を高めることが必要。

## 中小企業の主たる株主



資料: 中小企業庁「資金調達環境実態調査」(2004年12月)  
(注)複数回答のため合計は100を超える。

## 「中小企業の会計」の利用状況

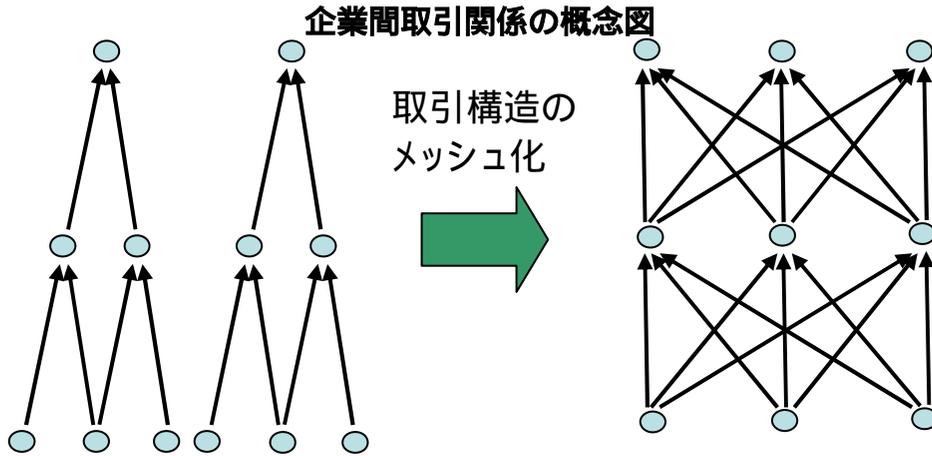


資料: (株)三菱総合研究所「会計処理・財務情報に関する中小企業経営者の意識アンケート」(2006年6月)

# < 第3部: テーマ分析 > 経済構造の変化にチャレンジする中小企業

## 1. 変容する企業間取引構造

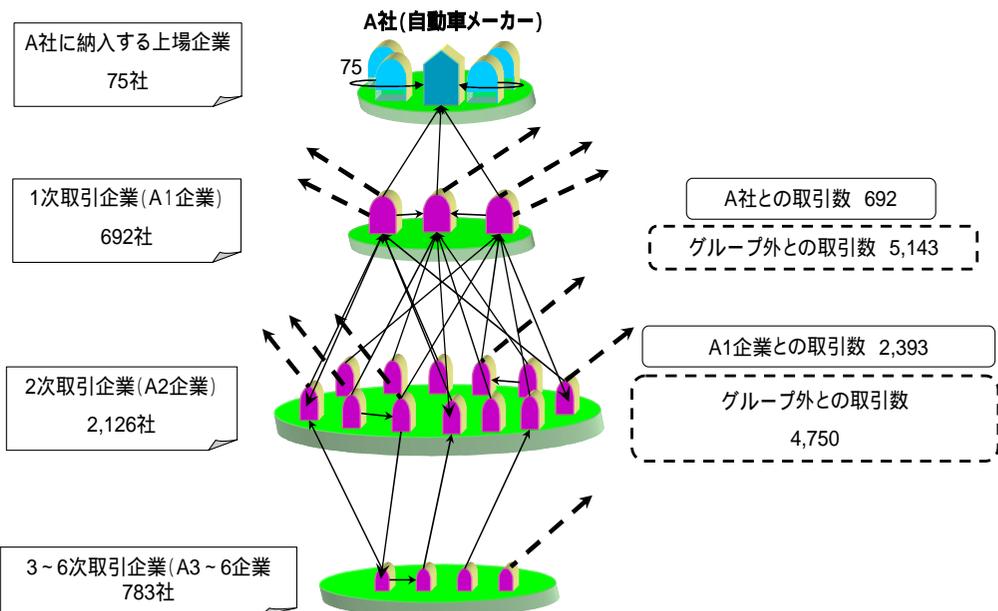
近年、企業間の取引構造は、長期的・固定的なものから、多面的なものへと変化しつつあると言われる(いわゆる取引関係の「メッシュ化」)。



### < 製造業におけるメッシュ化の現状 >

製造業14万社の取引先データを、上場企業との取引を起点として整理。  
例えば、輸送用機械上場企業であるA社を起点とした取引構造を見ても、個々の企業の販売先は多様。

#### 大手自動車メーカーA社を起点とした取引構造(計3,600社)



(注) 1.1次取引企業(A1企業): 上場企業(ここではA社)に直接納入を行う非上場企業

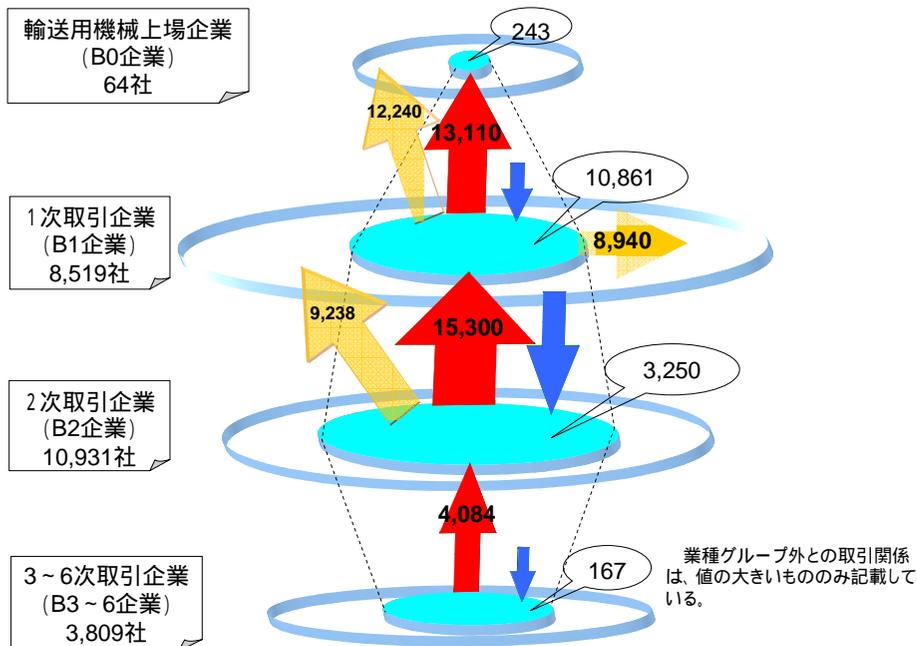
2.2次取引企業(A2企業): 上場企業とは直接納入関係が無い企業で、1次取引企業(ここではA1企業)に直接納入を行う企業

3.1次以下の企業数は、家型1戸につき200社である。また、実線の矢印は1本につき販売先企業数200を示す。ただし、他上場企業からA社への矢印は、販売数75である。破線の矢印はグループ外への取引数を示し、取引数1,000を示す。

4.本データは、製造業全企業を網羅していない為、3~6次取引企業数が実際よりも少ない可能性がある。

輸送用機械製造業に属する上場企業に直接又は間接的に販売を行っている企業群全体の販売先を見ても、同製造業以外への販売先数も相当にのぼる(黄矢印)。

### 輸送用機械製造業における取引構造



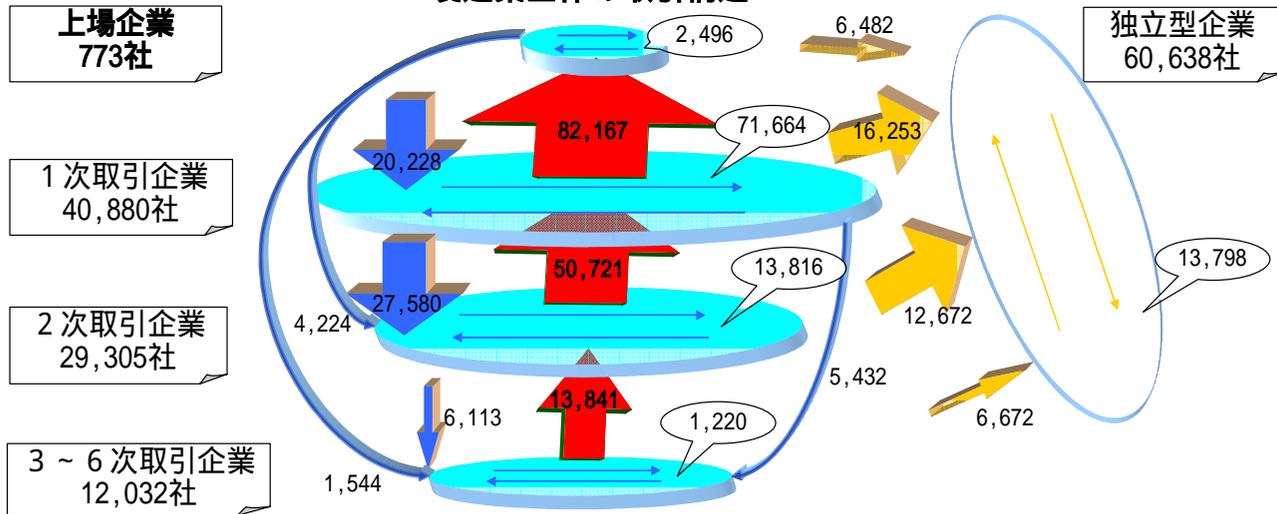
(注) 1. 矢印及び吹き出しの値は、それぞれの層における取引数を示す。

2. 1次~6次取引企業のうち、輸送用機械製造業(B0企業)に直接もしくは間接的に販売を行っている企業をB1~B6企業と定義する。

3. a) 赤い矢印(垂直取引)は[B0~B6企業]間での上の層に対する納入関係、b) 青い矢印は垂直取引以外の[B0~B6企業]間の取引関係、c) 黄色い矢印は、[B0~B6企業]から、[B0~B6企業以外]への取引関係を示す。

製造業全体の取引構造を概観すると、従来の「系列取引」の概念を外れた独立型企業が多く存在するとともに、垂直取引(赤矢印)以外にも様々な取引関係が存在していることが分かる。

### 製造業全体の取引構造



(注) 1. 矢印及び吹き出しの値は、それぞれの層における取引数を示す。

2. a) 赤い矢印は垂直取引(上の層に対する納入関係)、b) 青い矢印は垂直取引以外の[上場企業~6次企業]間の取引関係、

c) 黄色い矢印は独立型企業(上場企業に直接もしくは間接的に販売を行っていない企業)への納入関係を示す。

3. 本データは、製造業全企業を網羅していない為、3~6次取引企業数が実際よりも少ない可能性がある。

# < 企業間取引関係の変化 >

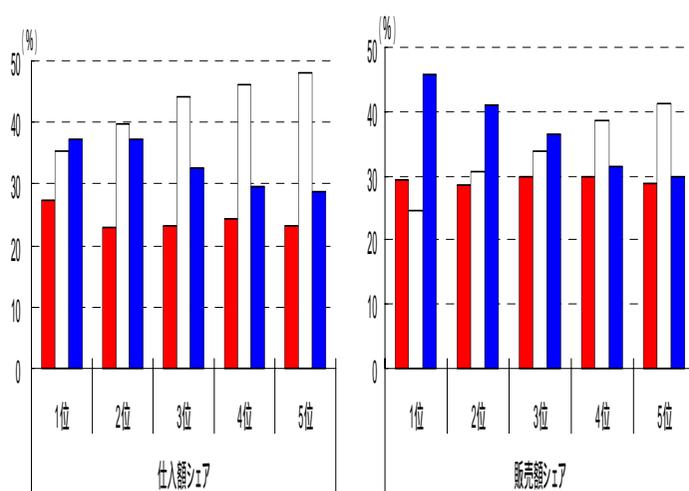
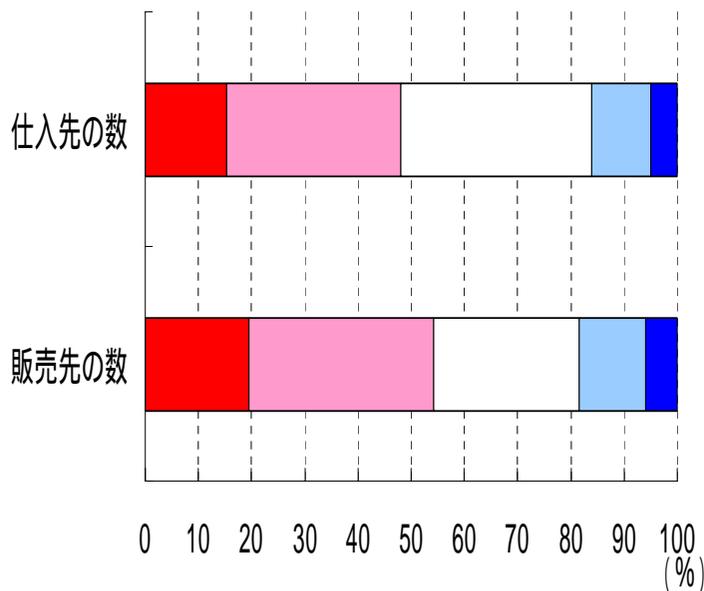
過去10年間で、企業の仕入先、販売先数は増加傾向。一方で、大口取引先との取引額シェアは減少。取引関係の「メッシュ化」が進展している。

### 10年前と比較した販売先・仕入先企業数の動向

### 10年前と比較した大手取引先のシェア

■ 増加 ■ やや増加 □ 変化無し ■ やや減少 ■ 減少

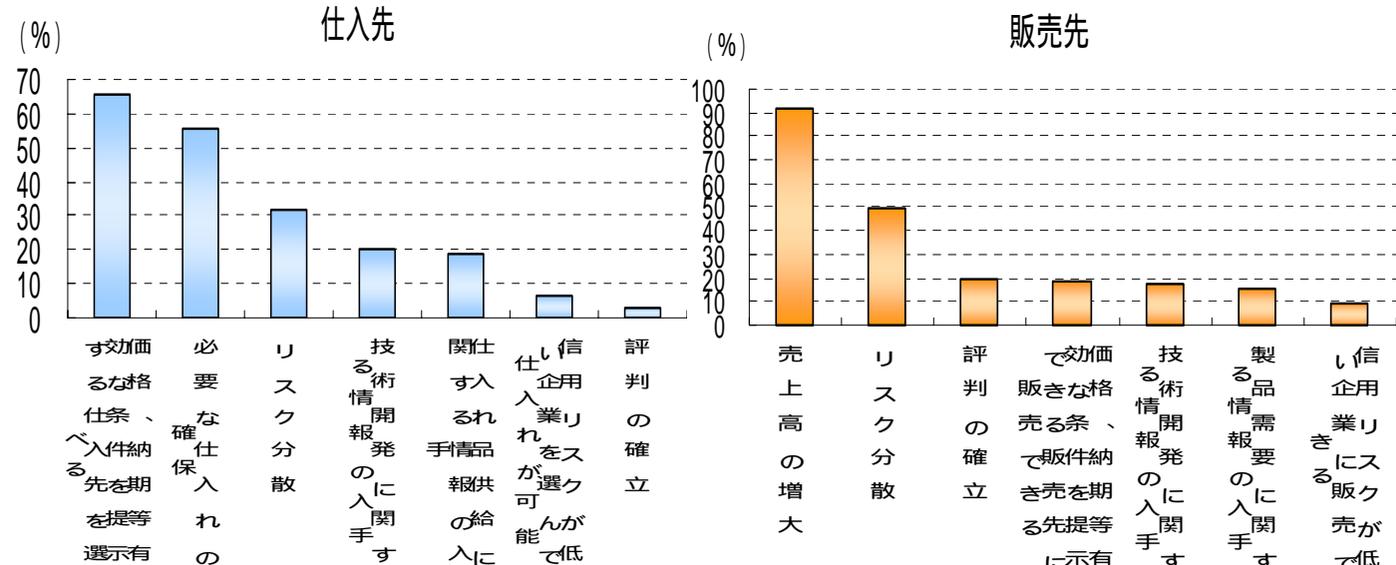
■ シェアは増加した □ 変わらない ■ シェアは減少した



資料：(株)富士通総研「企業間取引関係の変化に関する実態調査」(2006年12月)

仕入先、販売先数増加の背景にあるメリットとしては、売上高の増大、必要となる仕入の確保、リスク分散、有利な取引条件を提示する企業の選別などがある。

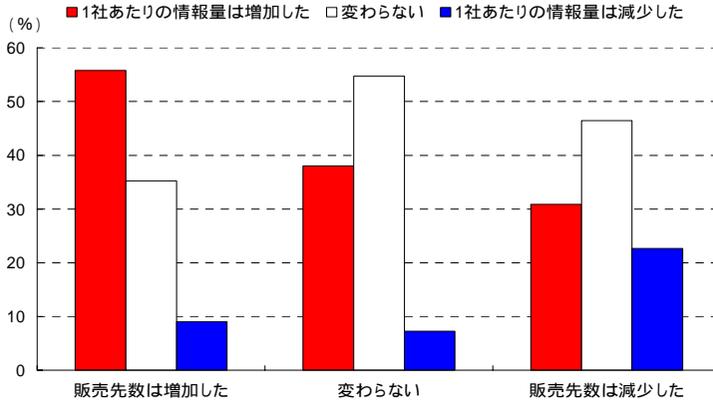
## 仕入先、販売先を増加させるメリット



資料：(株)富士通総研「企業間取引関係の変化に関する実態調査」(2006年12月)

メッシュ化が進んでいるにもかかわらず、企業間でやりとりされる1社あたりの情報の量は増加。特に、取引先を増加させた企業でこの傾向が著しい。

### 10年前と比較した1社あたり情報のやりとりの変化

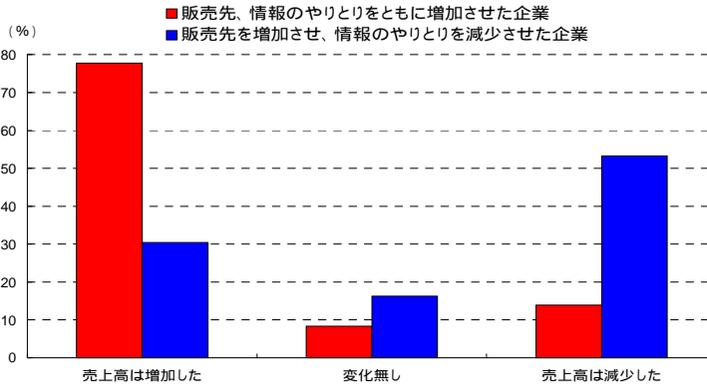


資料：(株)富士通総研「企業間取引関係の変化に関する実態調査」(2006年12月)

## < 「メッシュ化」と「緊密化」を両立させる企業の特徴 >

販売先の増加にもかかわらず、各販売先との情報のやりとりを緊密化している企業は、売上高も堅調に推移。

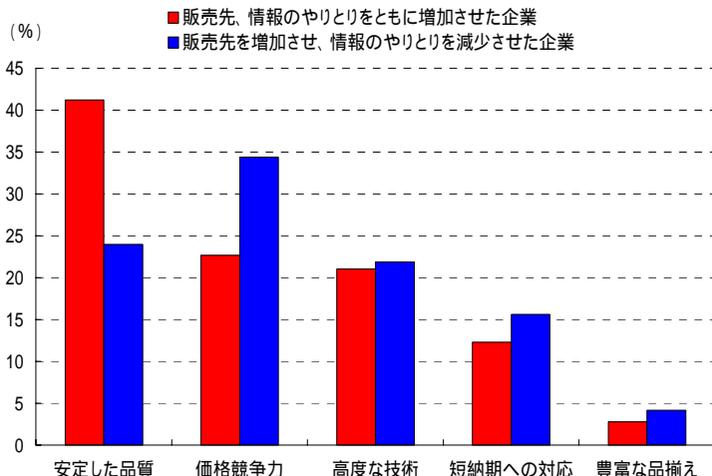
### 販売先の増加と売上高の関係



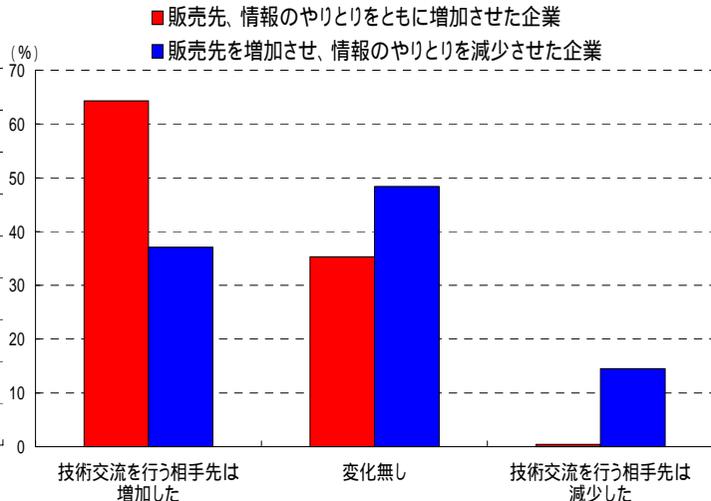
資料：(株)富士通総研「企業間取引関係の変化に関する実態調査」(2006年12月)

「メッシュ化」と「緊密化」を両立させる企業の特徴は、安定した品質を求められる製品を製造、技術交流に積極的、の2点。

### 自社の取り扱い製品について販売先が最も重視する点



### 技術交流を行う相手先企業の数



資料：(株)富士通総研「企業間取引関係の変化に関する実態調査」(2006年12月)

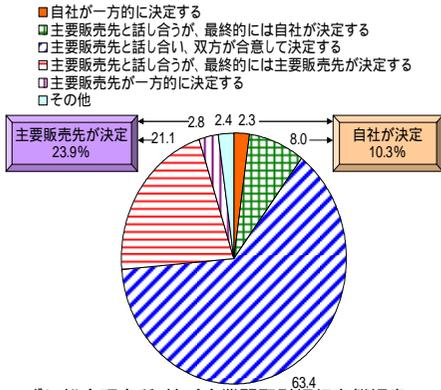
# 2. 企業間の取引条件が中小企業に及ぼす影響

## < 販売価格の決定 >

販売価格を自社が決定するケースが約1割。話し合いで決めるケースが約6割。主要販売先が決定するケースが約2割。

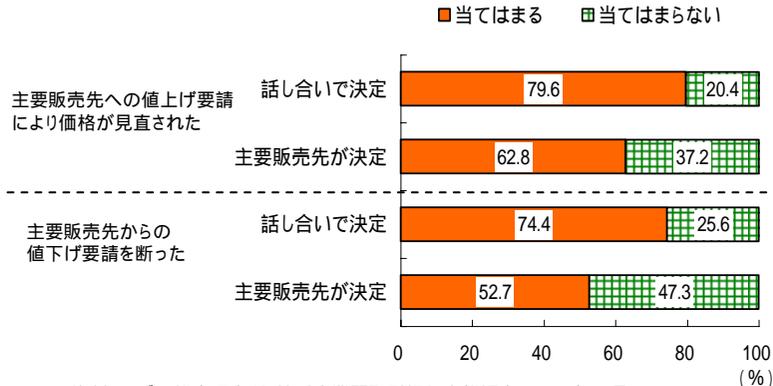
販売価格を主要販売先と話し合いで決定している中小企業は、有利に価格設定を行っている。

### 販売価格の決定方法



資料: みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)  
(注)主要販売先とは、直近の決算で最も販売額の多い販売先を指す。

### 販売価格の変更の経験



資料: みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)  
(注)主要販売先とは、直近の決算で最も販売額の多い販売先を指す。

技術力・技能が販売価格に反映されていない要因は、企業により様々である。

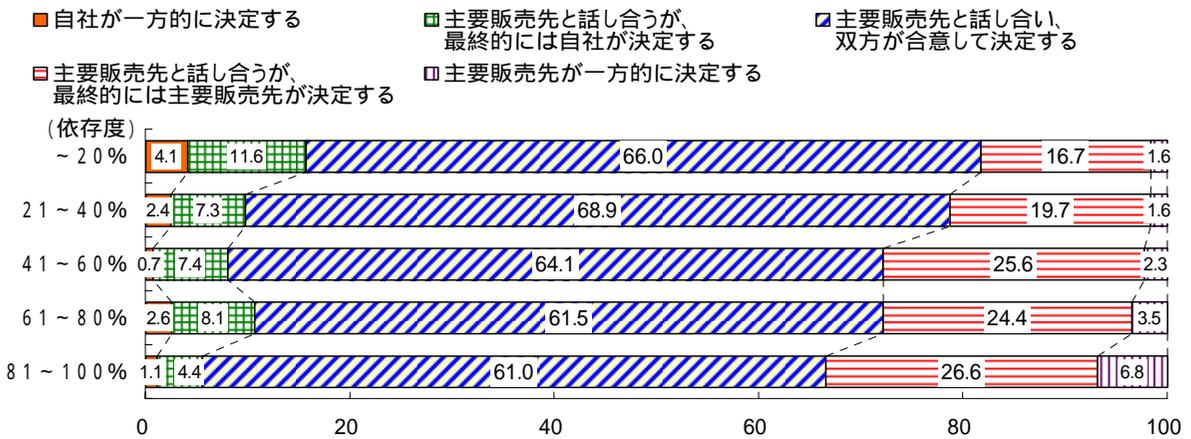
### 技術力・技能の販売価格への反映を妨げているもの(製造技術別)

主力とする製造技術	技術力・技能の販売価格への反映を妨げているもの						
	価格競争の激化	販売先の理解の乏しさ	過去の価格契約による制約	海外製品基準による値決め	一方的な契約価格の要求	重さを基準とした値決め	業界慣行による制約
casting, diecast	71.4	32.9	20.0	32.9	17.1	57.1	10.0
metal press	78.9	19.7	21.8	26.1	22.5	3.5	14.1
plastic forming	81.1	17.1	15.9	22.6	18.3	14.6	6.1
cutting, grinding, drilling	77.9	22.8	29.8	17.3	17.3	10.3	6.6
heat treatment	78.4	24.3	18.9	13.5	10.8	29.7	13.5
coating, plating	78.9	22.4	23.7	18.4	18.4	7.9	11.8
assembly, fitting	79.5	19.1	21.5	13.9	17.5	3.6	7.3
die casting	83.8	32.5	15.0	36.3	22.5	6.3	7.5

資料: みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)  
(注)複数回答のため、合計は100を超える。

販売先を多様化することで、価格交渉力を高められる。

### 販売価格の決定方法(主要販売先への依存度別)

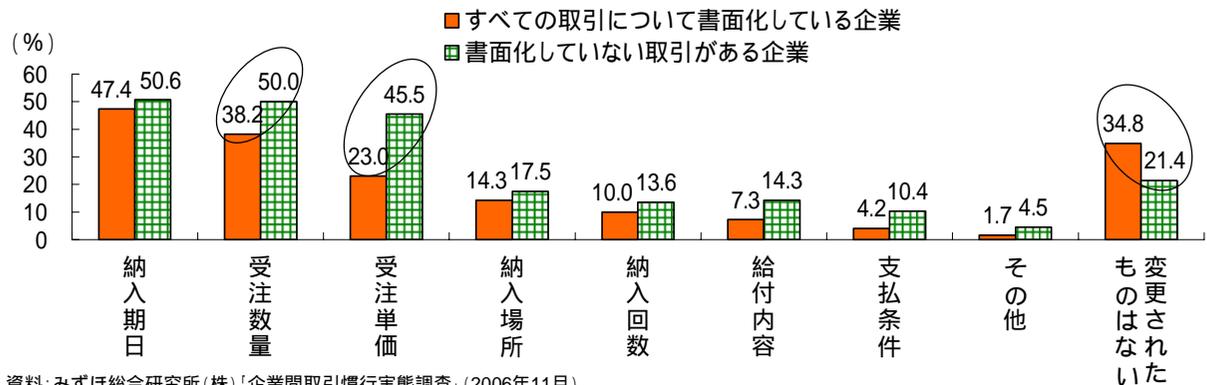


資料: みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)  
(注)1. 主要販売先とは、直近の決算で最も販売額の多い販売先を指す。  
2. 主要販売先への依存度とは、主要販売先への売上高が全売上高に占める割合を指す。

# <取引条件の明確化・書面化>

取引内容を書面で明確化することで、取引内容変更のリスクを小さくできる。

## 取引内容の書面化と取引内容変更の経験

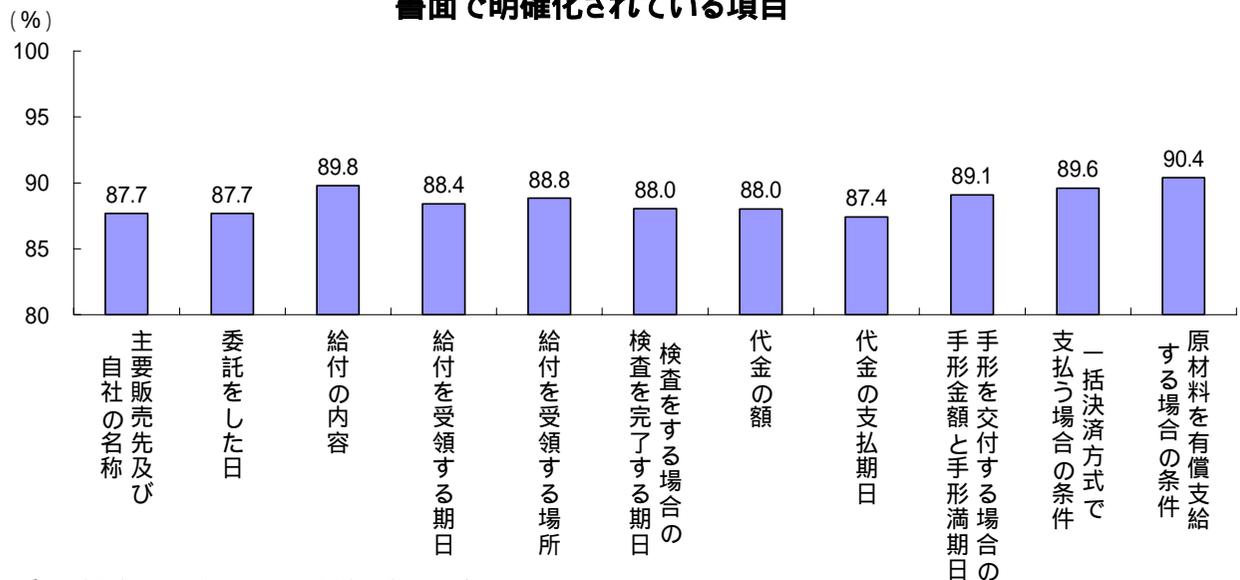


資料:みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)

- (注)1. すべての取引について書面化しているか否かは、主要販売先との取引が対象となっている。  
 2. 主要販売先とは、直近の決算で最も販売額の多い販売先を指す。  
 3. 各項目について、「変更されたことがある」と回答した企業の割合を示している。  
 4. 複数回答のため合計は100を超える。

基本的な項目については、取引条件が書面で明確化されている。

## 書面で明確化されている項目

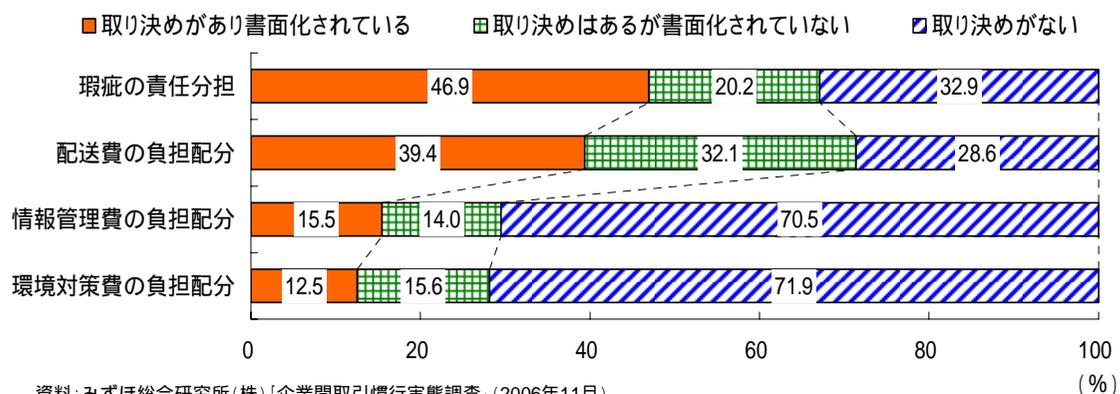


資料:みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)

- (注)1. 主要販売先とは、直近の決算で最も販売額の多い販売先を指す。  
 2. 「発注書面が交付されている取引はない」と回答した企業は、集計対象から除いている。  
 3. 複数回答のため、合計は100を超える。

情報管理費や環境対策費の負担配分等の条件は、あまり取り決めがされていない。

## 費用負担等にかかる主要販売先との取り決めの有無



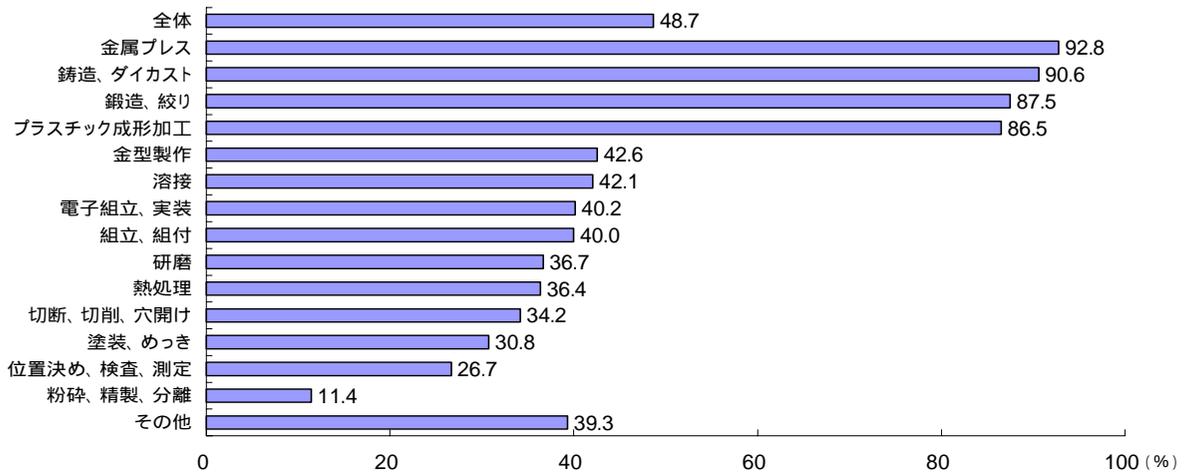
資料:みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)

- (注)主要販売先とは、直近の決算で最も販売額の多い販売先を指す。

# < 生産後の取引条件 >

型(金型・木型等)を使用している中小製造業は、全体の約半分。

## 型を使用している割合(製造技術別)



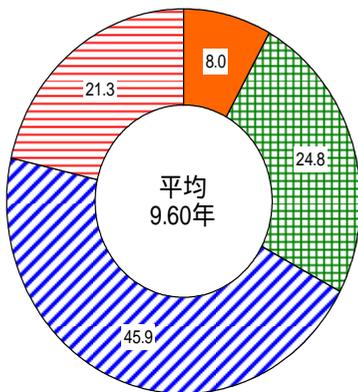
資料:みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)

(注)1.「主要販売先からの受注をこなす際に型を使用していますか」という質問に対して、「使用している」と回答した割合。  
2. 主要販売先とは、直近の決算で最も販売額の多い販売先を指す。

型の保管期間は、平均9.6年と非常に長い。

## 型の保管期間

0~2年 3~5年 6~10年 11年~

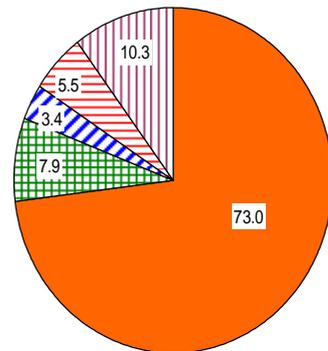


資料:みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)

多くの中小企業が、型の保管費用を自社で負担。

## 型の保管費用配分

■ 自社がすべて負担  
■ 自社が多く負担  
■ 主要販売先と折半  
■ 主要販売先が多く負担  
□ 主要販売先がすべて負担

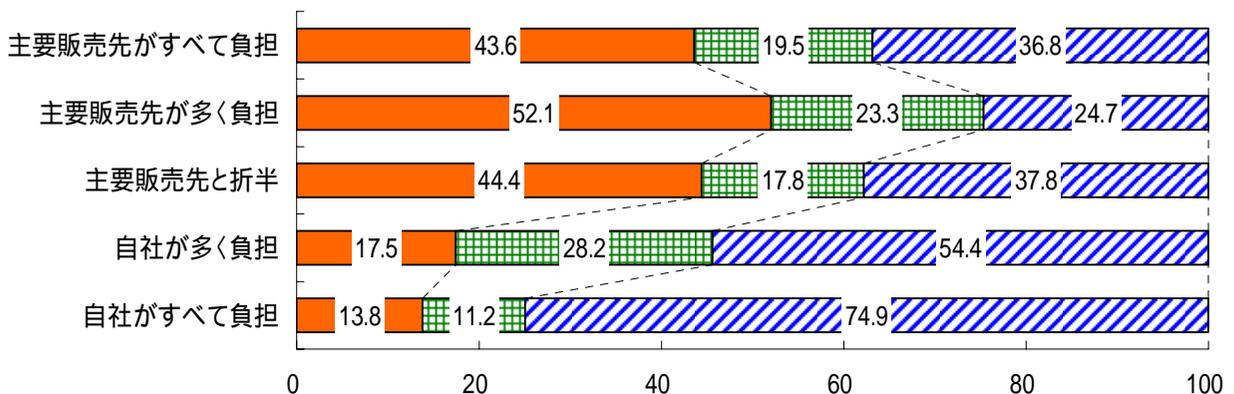


資料:みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)  
(注)主要販売先とは、直近の決算で最も販売額の多い販売先を指す。

型に関する取引条件を改善するためには、条件を書面で明確化することが必要。

## 型の保管費用配分と書面化の有無との関係

■ 取り決めがあり書面化されている ■ 取り決めはあるが書面化されていない □ 取り決めがない



資料:みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)

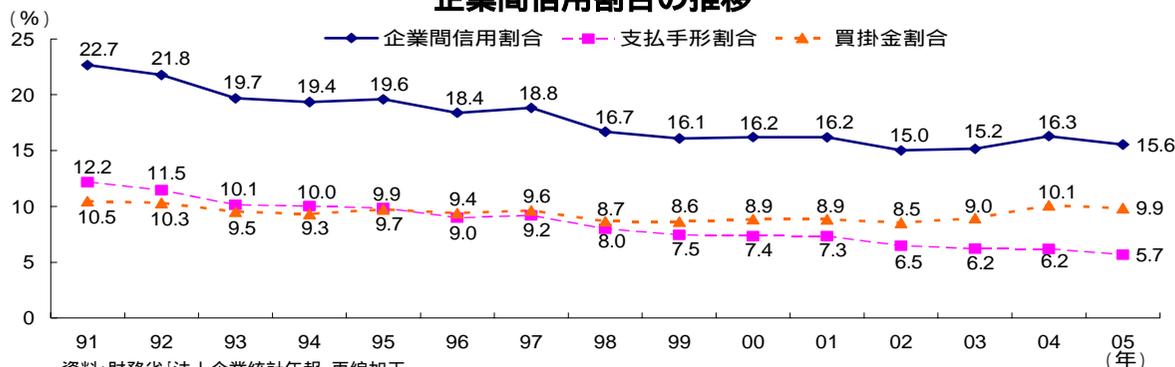
(注)1.「型の保管費用の配分について、主要販売先との取り決めがありますか」という質問に対する回答の割合。

2. 主要販売先とは、直近の決算で最も販売額の多い販売先を指す。

# < 企業間信用取引の動向 >

近年、企業間信用割合が低下傾向。原因は、支払手形割合の低下。

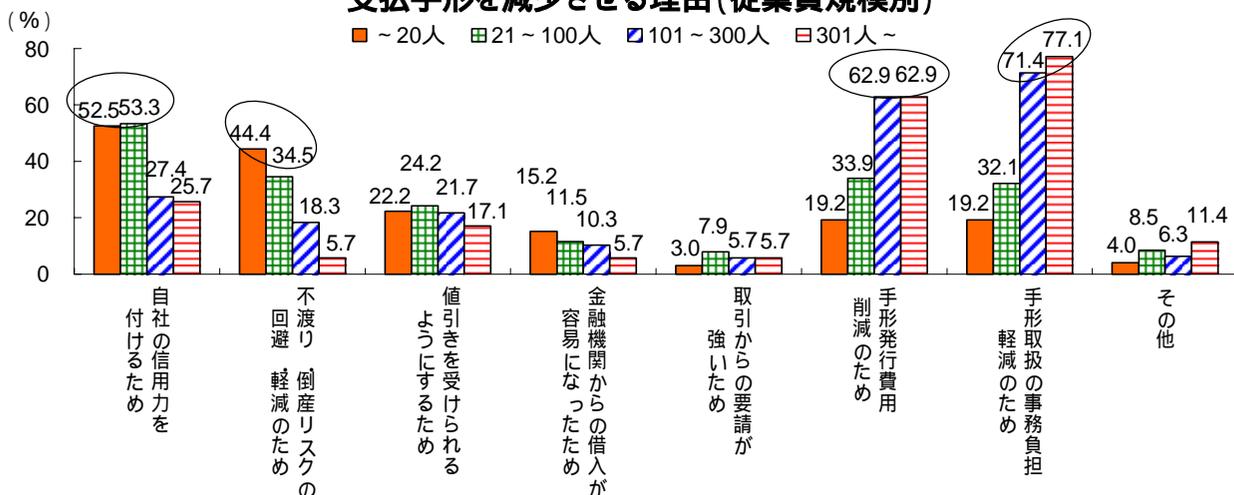
## 企業間信用割合の推移



資料：財務省「法人企業統計年報」再編加工  
 (注)1. 企業間信用割合 = (支払手形 + 買掛金) / 総資産 × 100  
 2. 資本金3億円以下の製造業について集計した。

手形を用いなくなる理由として、小規模企業は信用力向上を、中規模企業では、事務負担削減を挙げている。

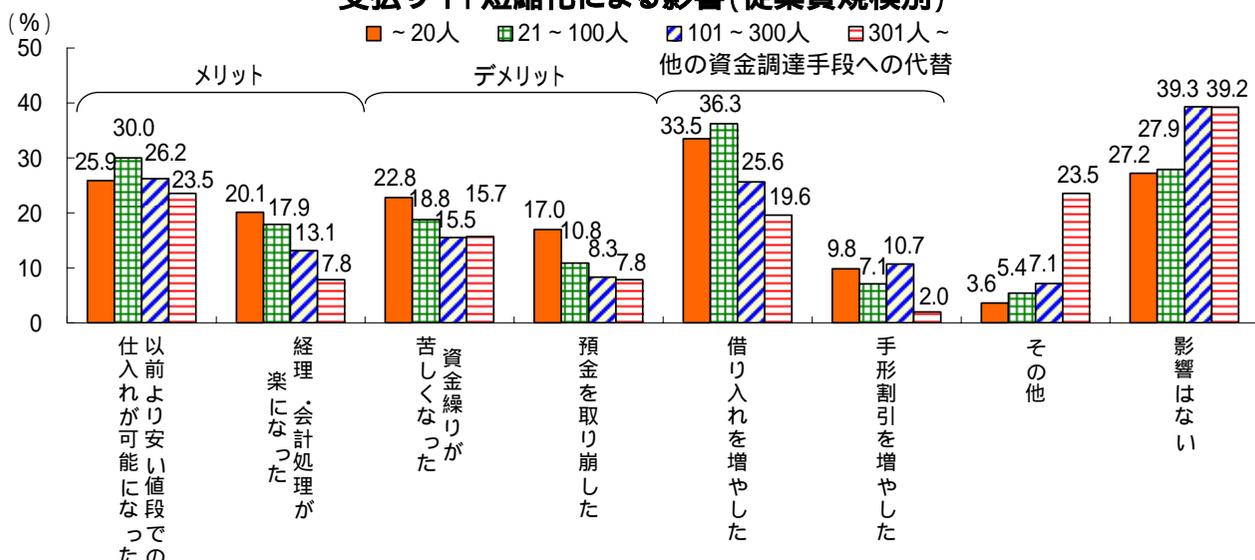
## 支払手形を減少させる理由 (従業員規模別)



資料：(株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)  
 (注)1. 中小企業基本法に基づく中小企業のうち、製造業について集計した。  
 2. 複数回答のため合計は100を超える。

規模が小さい企業の方が、支払サイト短縮化による影響が大きい。

## 支払サイト短縮化による影響 (従業員規模別)



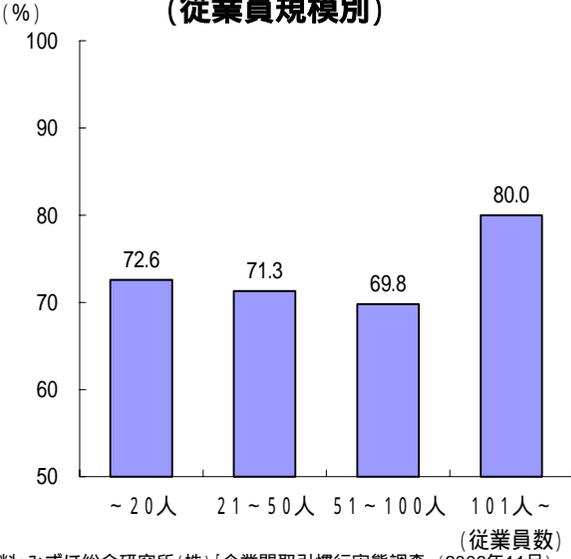
資料：(株)東京商工リサーチ「金融機関との取引環境に関する実態調査」(2006年11月)  
 (注)1. 中小企業基本法に基づく中小企業のうち、製造業について集計した。  
 2. 複数回答のため合計は100を超える。

# < 研究開発における連携 >

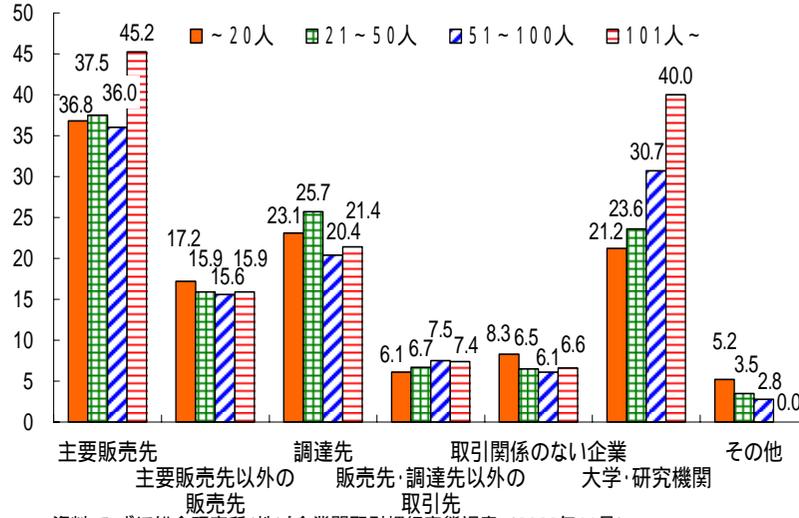
研究開発を行っている企業の7～8割は他と連携している。

共同研究開発の連携先は、規模にかかわらず主要販売先が多い。

研究開発を行う上で連携を行っている割合 (従業員規模別)



共同研究開発の連携先 (従業員規模別)

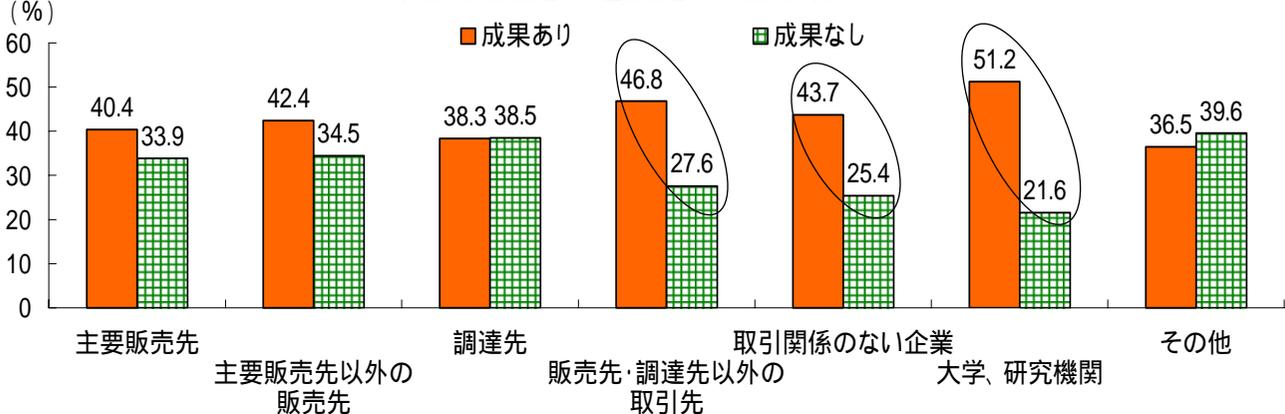


資料: みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)  
 (注) 研究開発を行っている中小企業を対象に集計した。

資料: みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)  
 (注) 1. 他と連携して研究開発を行っている中小企業を対象に集計した。  
 2. 主要販売先とは、直近の決算で最も販売額が多い販売先を指す。  
 3. 複数回答のため合計は100を超える。

取引関係のない企業との連携や産学連携は、特許を取得しやすい。

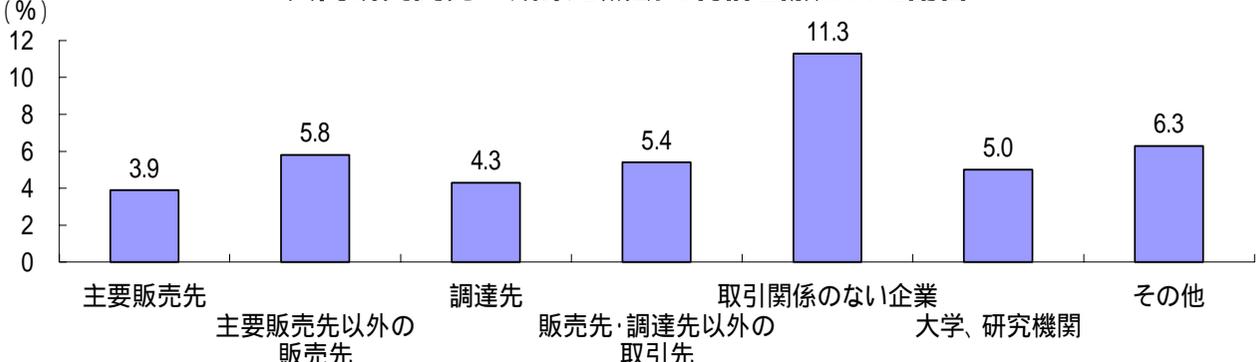
共同研究開発の連携先と特許取得



資料: みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)  
 (注) 1. 他と連携して研究開発を行っている中小企業を対象に集計した。  
 2. 主要販売先とは、直近の決算で最も販売額が多い販売先を指す。  
 3. 研究開発の成果として、特許取得の成果があった企業となかった企業の割合を集計した。

取引関係のない企業との連携は、無断特許出願をされるリスクも高い。

共同研究開発の成果を無断で特許出願された割合

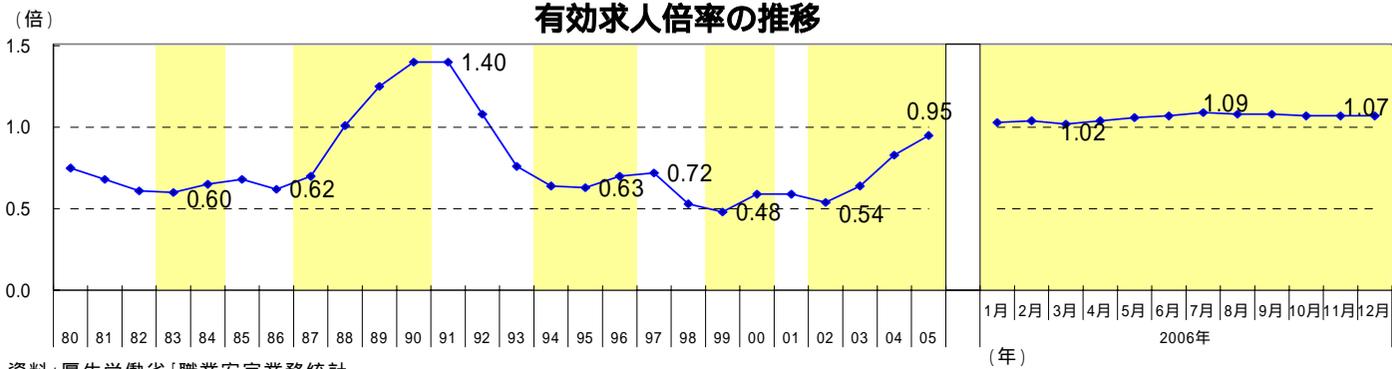


資料: みずほ総合研究所(株)「企業間取引慣行実態調査」(2006年11月)  
 (注) 1. 他と連携して研究開発を行っている中小企業を対象に集計した。  
 2. 主要販売先とは、直近の決算で最も販売額が多い販売先を指す。

# 3. 人的資本の蓄積に向けた中小企業の取組

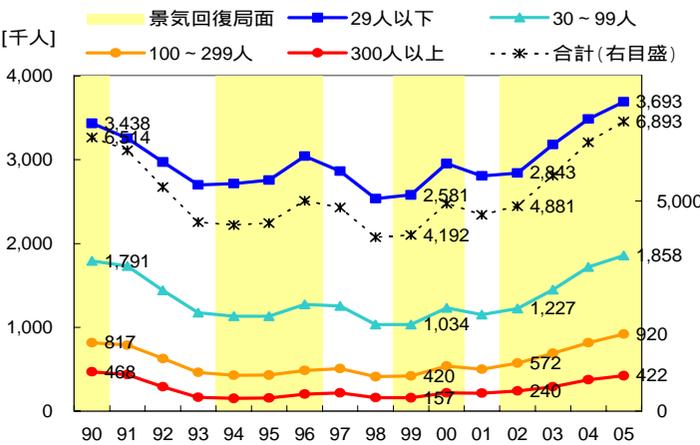
## < 90年代以降の雇用環境 >

2002年以降、有効求人倍率は増え続け、06年は1倍以上で推移。

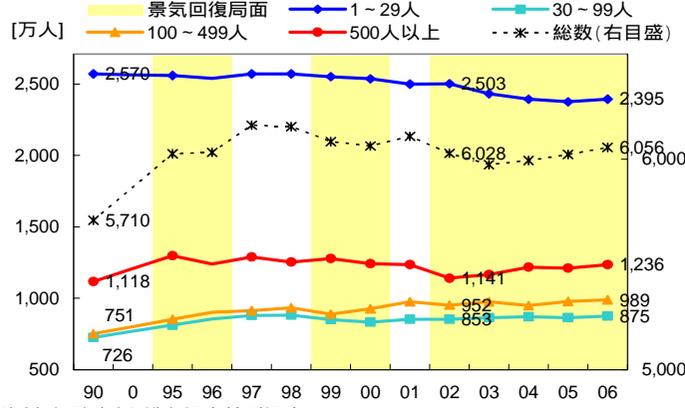


雇用環境が改善する中で、規模が小さい企業ほど、求人を増やしているが、雇用者数は増えてない。

### 新規求人数規模別推移

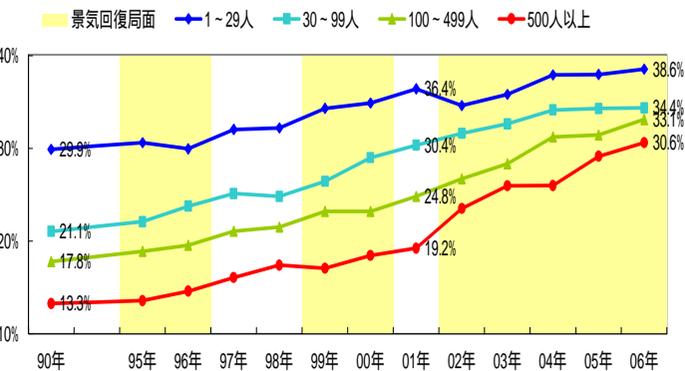


### 雇用者数規模別推移



非正規雇用者の増加は、02年以降、大企業で顕著。

### 非正規雇用比率規模別推移



中小企業では、個々の企業において正規雇用を非正規雇用で代替しているわけではない。

### 正規・非正規雇用者の増減(10年前との比較)

[単位 %]

		正規雇用			
		増加	横ばい	減少	合計
非正規雇用	増加	26.7	4.2	13.1	44.0
	横ばい	9.2	11.1	10.8	31.1
	減少	2.7	2.1	20.1	24.9
	合計	38.6	17.5	43.9	100.0

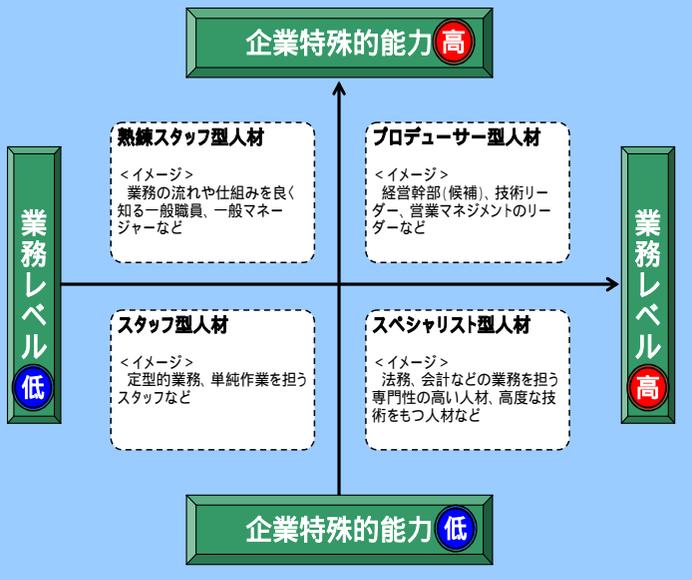
資料：総務省統計局「労働力調査特別調査(2001まで) / 労働力調査詳細調査(2002以後)」  
 (注)1.労働力調査特別調査データは各年2月調査を用いた。労働力調査データは、各年1月～3月の平均値を用いた。  
 2.非正規雇用者=パート・アルバイト+派遣、契約・嘱託社員、その他  
 3.非正規雇用者割合=非正規雇用者/役員を除く雇用者数

資料：中小企業庁「雇用環境および人材の育成・採用に関する実態調査」(2006年12月)  
 (注)1.子-タの数値は、全体を100%とした場合の比率  
 2.「増加」または「大幅増」の回答を増加として集計した。「減少」または「大幅減」の回答を減少として集計した。  
 3.端数処理の関係で、合計値は一致しない。

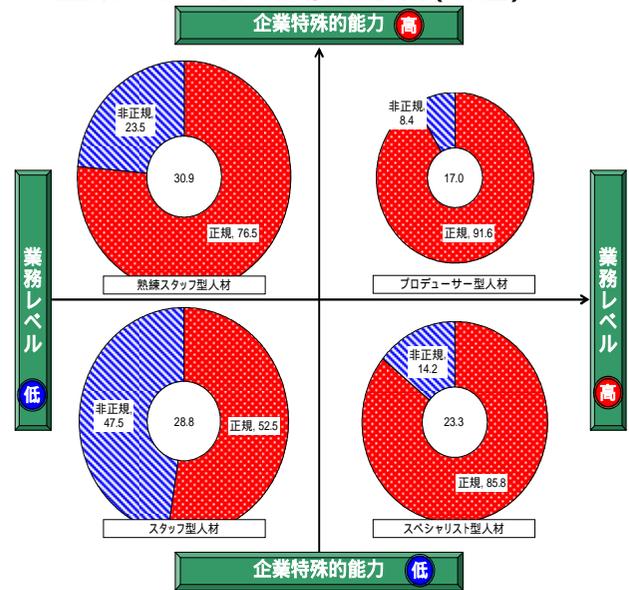
# < 中小企業における人材構成 >

人材構成において、最も必要なプロデューサー型人材は、他の人材に比して少ない。

## 企業における人材構成概念図



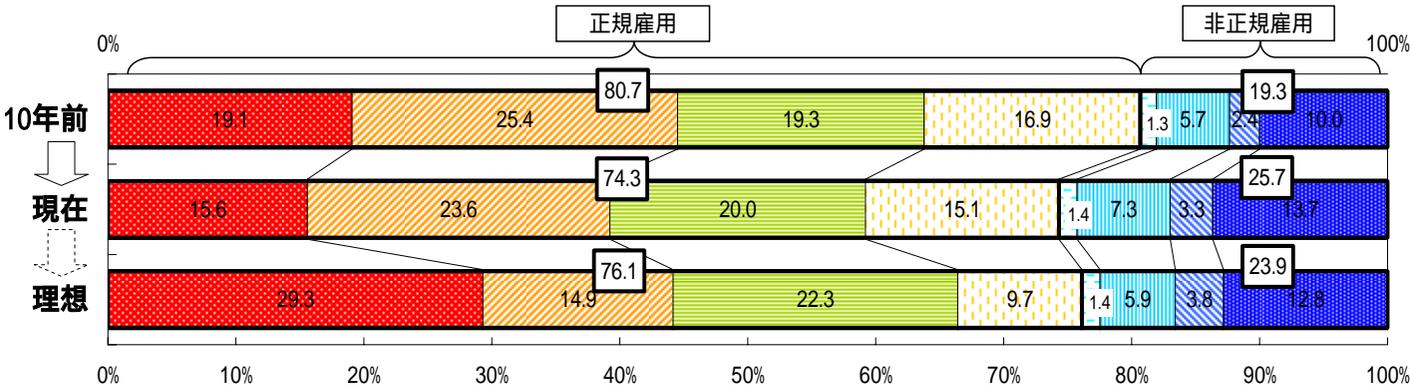
## 企業における人材構成割合(現在)



最近10年間で、正規雇用プロデューサー型人材は減少。非正規スタッフ型は増加。

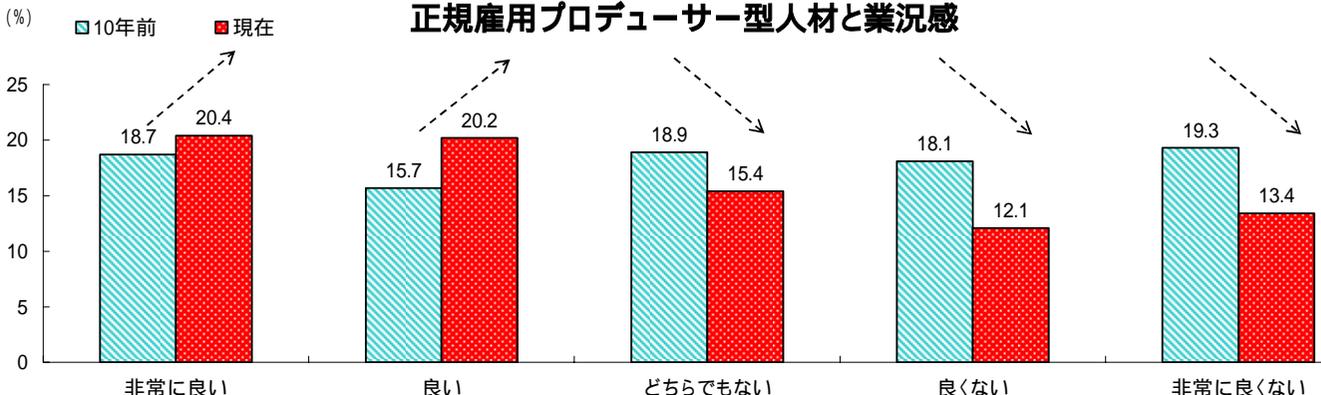
## 人材構成割合の変化

- 正規雇用プロデューサー型
- 正規雇用熟練スタッフ型
- 正規雇用スペシャリスト型
- 正規雇用スタッフ型
- 非正規雇用プロデューサー型
- 非正規雇用熟練スタッフ型
- 非正規雇用スペシャリスト型
- 非正規雇用スタッフ型



業況感の良い企業は、正規雇用プロデューサー型人材が増加。

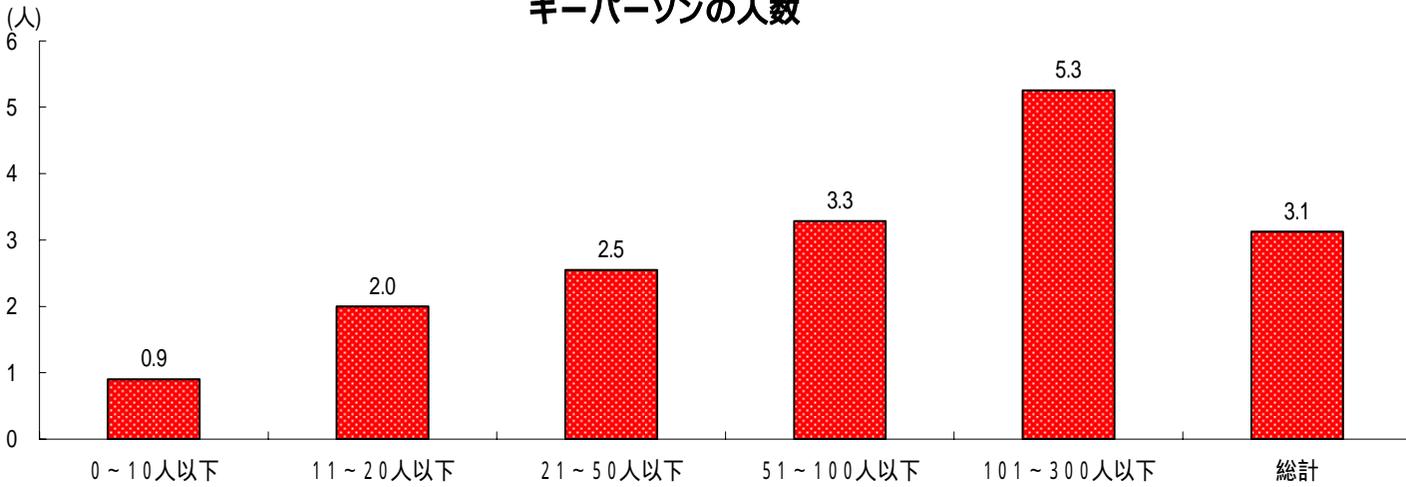
## 正規雇用プロデューサー型人材と業況感



# < 中小企業を支えるキーパーソン >

キーパーソンは、コアとなる業務を担う、他では代替のきかない人物で、代表者以外に1社で平均3人いる。

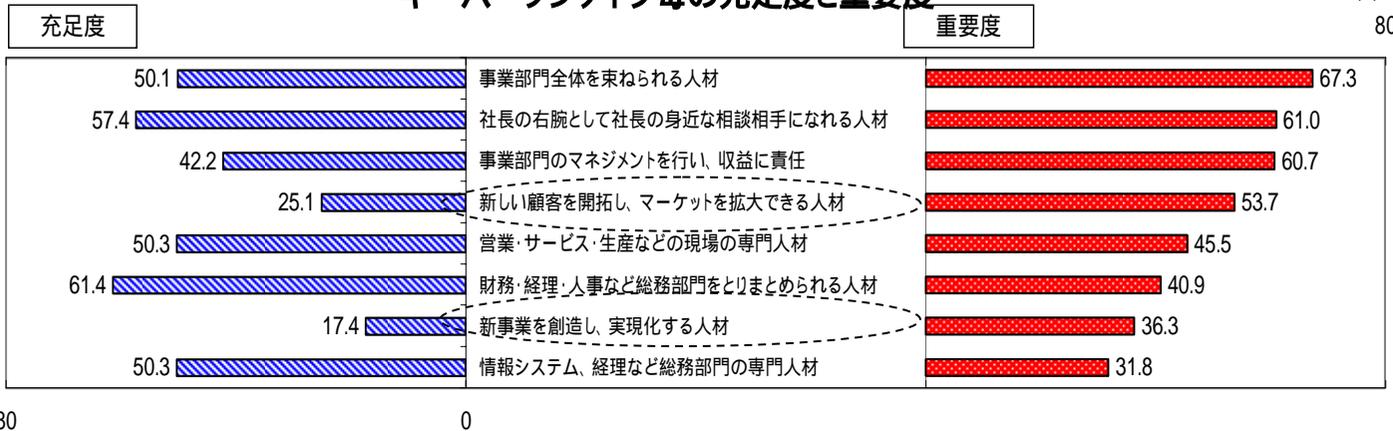
### キーパーソンの人数



資料: 中小企業庁「雇用環境および人材の育成・採用に関する実態調査」(2006年12月)

イノベーションを生み出す人材が不足している。

### キーパーソンタイプ毎の充足度と重要度

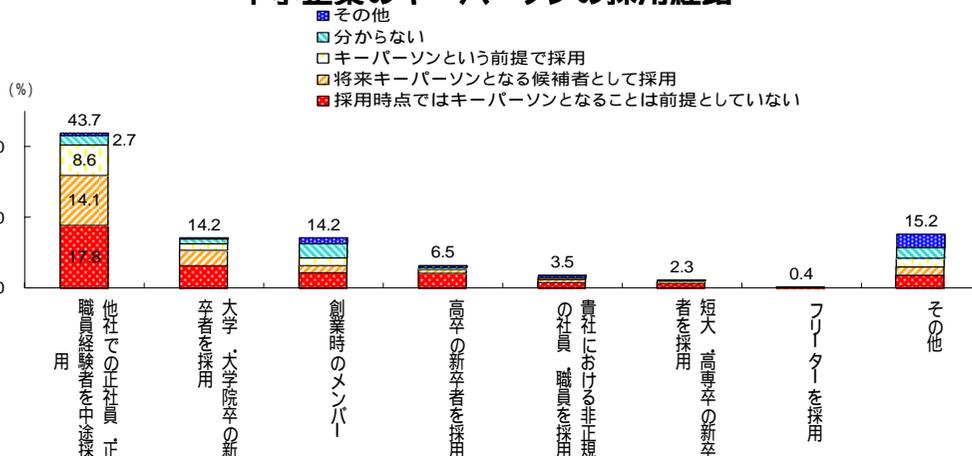


資料: (株)野村総合研究所「キーパーソンの育成や確保の実態に関するアンケート調査」(2006年11月)

(注): 「重要度」はその人材が「大いに重要」と回答した割合、「充足度」はその人材が「十分充足している」または「ある程度充足している」と回答した割合を集計した。

キーパーソンは、中途採用が多く、入社時には選別されていない。

### 中小企業のキーパーソンの採用経路



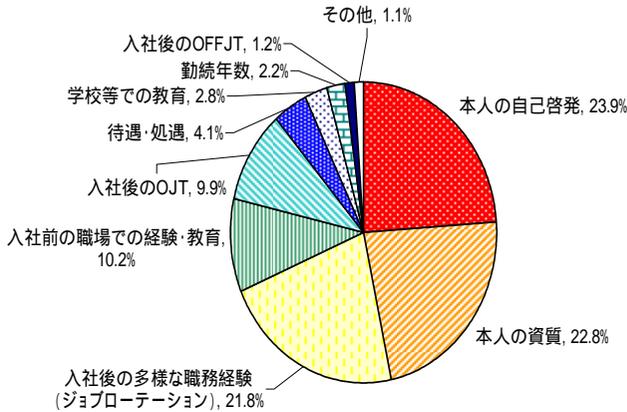
資料: 中小企業庁「雇用環境および人材の育成・採用に関する実態調査」(2006年12月)

(注) 1. 中小企業のみを集計した。  
2. 数字は、全体を100とした場合の割合。

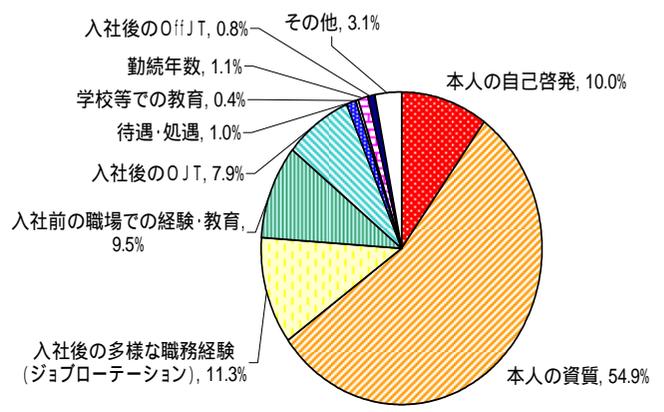
# <人材の確保・育成に向けた取組>

キーパーソンのキャリアでは、自己啓発、多様な職務経験が重要。だが、経営者と認識にギャップがある。

## キャリア形成で重要であったもの(本人回答)



## キャリア形成で重要であったもの(企業回答)



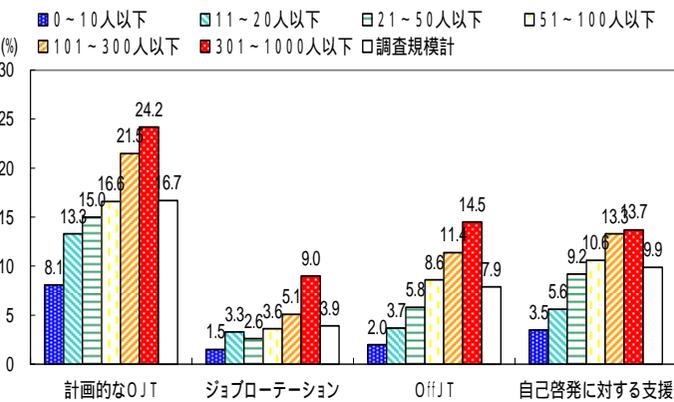
資料:野村総合研究所「キーパーソンに関するアンケート<キーパーソン向け>」(2006年11月)

資料:中小企業庁「雇用環境および人材の育成・採用に関する実態調査」(2006年12月)

人材育成は、主にOJT。ジョブローテーションや自己啓発への支援は少ない。

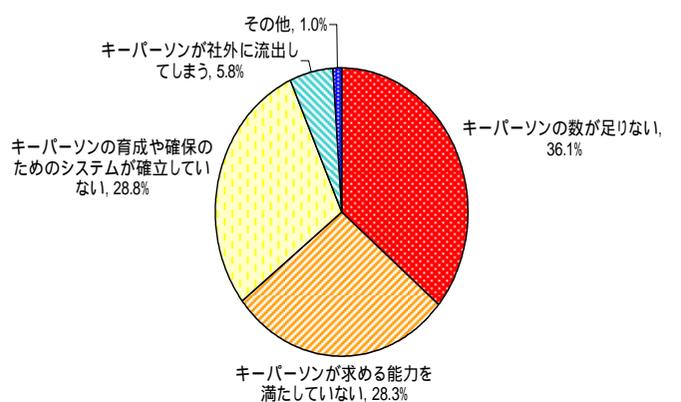
キーパーソンの確保・育成の課題は、「数が足りない」「能力不足」。

## 正規雇用者に対する人材育成の実施状況



資料:中小企業庁「雇用環境および人材の育成・採用に関する実態調査」(2006年12月)  
(注:それぞれの育成項目について「力を入れて実施している」と回答のあった企業の割合を集計した。)

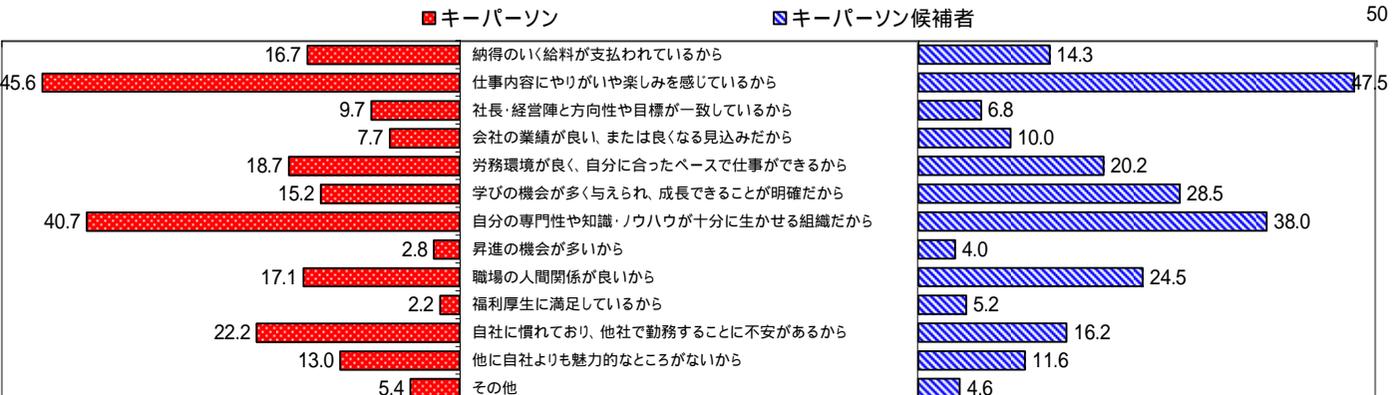
## キーパーソンの確保・育成に関する課題



資料:(株)野村総合研究所「キーパーソンの育成や確保の実態に関するアンケート調査」(2006年11月)

キーパーソンは、仕事のやりがいや自己の能力発揮を求める。

## キーパーソン(候補者)の継続勤務理由(本人回答)



資料:野村総合研究所「キーパーソンに関するアンケート<キーパーソン向け>」(2006年11月)  
野村総合研究所「キーパーソンに関するアンケート<キーパーソン候補者向け>」(2006年11月)

帯広市の産業関連施策(H19年度 商工観光部主要事業)

	部会名	審議項目	帯広市関連事業	予算 (単位:千円)	担当課
I	ものづくり・創業	産学官連携・産業クラスター形成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・帯広産業クラスター研究会補助.....</li> <li>新たな産業の創出、支援のため補助</li> <li>・都市エリア産学官連携促進事業補助.....</li> <li>機能性を重視した農畜産物付加価値向上の産学官連携の取り組みを促進</li> <li>・地場産品加工製造研究会負担.....</li> <li>小麦をはじめとする地場農産品を高付加価値化するための研究会に負担金を支出</li> </ul>	4,000 1,000 1,050	産業連携室
		創業・ものづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新事業進出支援事業補助.....</li> <li>中小企業者が経営基盤強化のため新分野へ事業進出する経費の一部を補助</li> <li>・地場産業振興補助.....</li> <li>中小企業者等が新製品や新技術開発、技術改善等に要する経費の一部を補助</li> <li>・帯広発明協会補助.....</li> <li>知的財産等に関する相談や普及啓発活動をする事業に対し補助</li> <li>・とちか帯広デザイン振興協議会補助.....</li> <li>地元デザイナーの技術向上やデザインの普及活動をする事業に対し補助</li> <li>・工業団体協議会技術力強化事業支援.....</li> <li>地元の工業技術力の向上や技術者の人材育成をする事業に対し補助</li> <li>・十勝圏振興機構負担(本部、食加技、産業振興センター運営).....</li> <li>通称:とちか財団の実施する事業運営に対し、道や管内市町村が負担</li> <li>・十勝産業振興センター建設費補助.....</li> <li>とちか財団(建設主体)の十勝産業振興センター建設に伴い、その借入れ償還金を補助</li> <li>・工業ゼミナール.....</li> <li>地元企業の技術者に専門的知識や技術の習得を目的とする人材育成事業</li> </ul>	6,000 4,000 80 200 300 117,000 2,052 700	工業労政課
		ブランド形成	<ul style="list-style-type: none"> <li>再掲</li> <li>・十勝圏振興機構負担(本部、食加技、産業振興センター運営).....</li> <li>通称:とちか財団の実施する事業運営に対し、道や管内市町村が負担</li> </ul>	117,000	
II	経営基盤・人材	商業・商店街の振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街活性化事業(演出催事).....</li> <li>商店街が実施するイベント等のソフト事業を支援</li> <li>・商店街活性化事業(ロードヒーティング設備維持費).....</li> <li>RHのランニングコストに対して補助</li> <li>・商店街活性化事業(環境整備).....</li> <li>ストリートファニチャー整備の支援</li> <li>・商店街振興組合連合会補助.....</li> <li>商店街連合会の運営費補助</li> <li>・イルミネーションプロジェクト実行委員会補助.....</li> <li>市民・商店街協働のイルミネーション事業</li> <li>・帯広まちなか歩行者天国実行委員会補助.....</li> <li>まちなか歩行者天国への補助</li> </ul>	8,000 7,929 0 5,000 1,600 1,000	商業まちづくり課
		経営基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中小企業振興融資貸付.....</li> <li>制度融資に係る金融機関への預託</li> <li>・信用保証料補給.....</li> <li>制度融資に必要な信用保証料の補給</li> <li>・北海道中小企業団体中央会負担金.....</li> <li>450</li> <li>・中小企業総合支援センター負担金.....</li> <li>285</li> <li>・産業経済功労者表彰.....</li> <li>416</li> <li>・商工業人材育成事業補助.....</li> <li>自主研修100千円×4件 派遣研修50千円×6件 1/2</li> <li>・帯広商工会議所中小企業支援事業補助.....</li> <li>中小企業に対する体系的・専門的な研修</li> <li>・金融相談員配置.....</li> <li>市商業まちづくり課窓口1名配置</li> <li>・とちかプラザ(定住交流センター)利用促進.....</li> <li>とちかプラザの利用促進</li> <li>2,391 2,391</li> </ul>	5,964,000 65,429 450 285 416 700 10,200 2,391 2,391	
		人材と雇用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て応援事業所支援事業.....</li> <li>子育てを支援する労働環境の整備。育児休業者1人15万円支給</li> <li>・労働相談員配置.....</li> <li>労使関係の安定。3名委嘱(社会保険労務士)</li> <li>・高校生職場体験学習支援事業.....</li> <li>高校生の「インターンシップ」で実際の体験で意思・意欲を培う</li> <li>・地域人材確保・育成事業(パッケージ).....</li> <li>地域による自主性・創意工夫による雇用促進事業</li> <li>・十勝勤労者共済センター補助.....</li> <li>中小企業の福利厚生事業による会員の福祉増進</li> <li>・帯広地方職業能力開発協会補助.....</li> <li>中小企業が共同で行う事業内訓練で人材育成、産業振興、技能向上事業</li> <li>13,500 1,177 2,500 3,955 10,752 10,050</li> </ul>	13,500 1,177 2,500 3,955 10,752 10,050	

帯広市の産業関連施策(H19年度 商工観光部主要事業)

	部会名	審議項目	帯広市関連事業	予算 (単位:千円)	担当課
		※都心機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中心市街地活性化基本計画推進事業補助 推進母体の中心市街地活性化協議会への補助</li> <li>・えきまえ四季うらおい空間創出事業 駅前広場に立体花壇を設置</li> <li>・駅北多目的広場の管理 駅北多目的広場の管理</li> <li>・とから花街道フェア補助 多目的広場を中心に花壇整備とイベントを実施</li> <li>・平原のルキア補助 多目的広場のシンボルツリーにイルミネーションを装飾</li> <li>・市民活動交流センター管理に要する経費 市民活動交流センター管理経費</li> <li>・市営駐車場の管理 中央・駅北地下・駅南駐車場の管理</li> </ul>	<p>3050</p> <p>2,000</p> <p>3,000</p> <p>363</p> <p>800</p> <p>32,704</p> <p>76,616</p>	商業まちづくり課
Ⅲ	産業基盤	産業立地・物流・IT	<ul style="list-style-type: none"> <li>・西20条工業団地の立地促進 西20条北工業団地の保留地を取得した(産業開発公社)ことに伴う、販売促進活動の経費を補助</li> <li>・企業立地補助・工業団地立地奨励制度 工場等を新設及び増設した場合、その投資額等の一部を補助する優遇制度</li> </ul>	<p>8,100</p> <p>121,959</p>	工業労政課
		空港整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・航空灯火改良工事</li> </ul>	24,122	空港事務所
Ⅳ	交流	観光資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>・帯広のまつり推進委員会負担 帯広の三大まつり(平原・菊・氷)を開催する推進委員会への負担</li> <li>・岩内仙峡まつり実行委員会負担 岩内仙峡もみじまつりを開催する実行委員会への負担</li> <li>・平原太鼓保存会補助 帯広市の郷土芸能である「平原太鼓」の保存継承事業に対し補助</li> <li>・ポロシリ自然公園管理運営 管理委託・管理人報酬・光熱水費ほか</li> <li>・愛国・大正・幸福駅交通広場管理運営 愛国・大正・幸福駅交通広場の管理委託・光熱水費</li> <li>・岩内仙峡その他施設管理運営 岩内仙峡、観光案内板、バスプール等管理費、土地賃借料など</li> <li>・十勝エコロジーパーク整備 十勝エコロジーパーク推進協議会への負担</li> <li>・愛国ふれあい広場整備 愛国ふれあい広場の整備工事</li> <li>・物産協会補助 エスタに設置しているアンテナショップ「とから物産センター」運営に対する補助</li> <li>・物産の販路拡大及び出展委託 北海道の物産展出展及びその他販路拡大事業の委託</li> <li>・十勝市場ホームページ作成業務委託補助 十勝の物産をネットを活用して全国に販売する事業(物産協会)に対し補助</li> </ul>	<p>38,873</p> <p>1,200</p> <p>300</p> <p>12,199</p> <p>10,323</p> <p>3,437</p> <p>20</p> <p>20,000</p> <p>18,843</p> <p>4,000</p> <p>800</p>	観光課
		観光宣伝・サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光情報センター運営委託 帯広観光コンベンション協会へのとから観光情報センター(エスタ)運営委託</li> <li>・観光客誘致促進対策事業負担 十勝観光連盟が実施する観光客誘致事業への負担</li> <li>・空港利用観光客誘致促進事業負担 空港利用促進協が実施するツアー造成・国際チャーター便誘致事業への負担</li> <li>・コンベンション推進事業補助 帯観が実施するコンベンション推進事業(誘致・支援・広報・調査等)への補助</li> <li>・観光PR刊行物作成 観光情報誌るるぶ発行</li> <li>・ばんえい競馬PR関係経費 ばんえい競馬などの観光資源のプロモーション・バス広告等</li> <li>・帯広観光コンベンション協会補助 観光宣伝・観光客誘致促進事業への補助</li> <li>・十勝観光連盟補助 十勝観光連盟が運営する空港観光案内所への補助</li> <li>・大正地区花と緑の実行委員会補助 道々帯広空港線の沿道の花壇に植栽を実施する地域ボランティアへの補助</li> <li>・観光案内板等整備 観光案内版の整備に要する経費</li> <li>・ラリージャパン支援歓迎実行委員会負担 ラリージャパン開催に伴う地元支援歓迎事業への負担</li> <li>・夢あかりアートの街負担 冬の街を灯りとライトアップで彩りを添える事業への負担</li> <li>・幸福駅ハッピーセレモニー委託 ウェディング衣装を着てのセレモニー実施事業の委託</li> <li>・自然体験観光推進協議会負担 岩内・ポロシリ地区を中心に自然観光・体験観光を推進する協議会への負担</li> </ul>	<p>24,000</p> <p>6,472</p> <p>10,200</p> <p>3,750</p> <p>5,000</p> <p>2,852</p> <p>28,000</p> <p>2,325</p> <p>800</p> <p>273</p> <p>15,000</p> <p>1,000</p> <p>700</p> <p>1,300</p>	観光課
		航空路線網	<ul style="list-style-type: none"> <li>・とから帯広空港利用促進協議会負担</li> </ul>	1200	空港事務所
		国際チャーター便	<ul style="list-style-type: none"> <li>・とから帯広空港利用促進協議会負担 (海外旅行者客受入体制整備)</li> </ul>	1,000	空港事務所

産業別就業人口（十勝全体）

年度	人口	第1次産業		第2次産業		第3次産業		分類不能		総数
		就業人口	割合	就業人口	割合	就業人口	割合	就業人口	割合	
25年	292,155	82,421	65.7%	14,897	11.9%	28,072	22.4%	29	0.0%	125,419
30年	342,953	87,171	55.0%	23,971	15.1%	47,283	29.8%		0.0%	158,425
35年	345,500	83,695	51.5%	21,672	13.3%	57,174	35.2%		0.0%	162,541
40年	351,819	66,530	39.7%	33,089	19.8%	67,842	40.5%	21	0.0%	167,482
45年	344,446	56,624	33.1%	33,253	19.4%	81,313	47.5%	117	0.1%	171,307
50年	342,206	43,490	26.2%	36,141	21.8%	85,963	51.8%	222	0.1%	165,816
55年	353,686	40,163	22.7%	41,160	23.3%	95,535	54.0%	36	0.0%	176,894
60年	361,700	39,002	21.7%	39,049	21.7%	101,807	56.6%	104	0.1%	179,962
平成2年	356,095	35,388	19.4%	40,086	22.0%	106,432	58.5%	165	0.1%	182,071
7年	357,126	31,378	16.7%	41,984	22.4%	113,720	60.6%	546	0.3%	187,628
12年	357,858	28,234	15.3%	40,228	21.8%	114,012	61.8%	1,896	1.0%	184,370
17年	354,146	26,963	15.3%	33,052	18.8%	113,254	64.4%	2,537	1.4%	175,806

※ 出典：国勢調査

産業別就業人口（帯広市分）

年度	人口	第1次産業		第2次産業		第3次産業		分類不能		総数
		就業人口	割合	就業人口	割合	就業人口	割合	就業人口	割合	
25年	51,794	9,027	35.3%	5,151	20.1%	11,396	44.6%	4	0.0%	25,578
30年	70,027	9,279	22.9%	7,073	17.4%	24,191	59.7%		0.0%	40,543
35年	100,915	8,968	19.9%	7,864	17.4%	28,322	62.7%		0.0%	45,154
40年	117,253	7,145	13.4%	11,911	22.4%	34,188	64.2%	7	0.0%	53,251
45年	131,568	6,371	10.3%	12,805	20.8%	42,414	68.8%	72	0.1%	61,662
50年	141,774	4,844	7.5%	14,151	21.8%	45,647	70.5%	130	0.2%	64,772
55年	153,861	4,630	6.3%	17,220	23.5%	51,294	70.1%	27	0.0%	73,171
60年	162,932	4,618	6.0%	16,865	21.8%	55,836	72.1%	77	0.1%	77,396
平成2年	167,384	4,399	5.3%	18,339	22.1%	60,051	72.4%	120	0.1%	82,909
7年	171,715	4,002	4.5%	20,318	23.0%	63,513	71.9%	459	0.5%	88,292
12年	173,030	3,948	4.5%	19,364	22.3%	62,020	71.3%	1,644	1.9%	86,976
17年	170,580	3,822	4.6%	16,241	19.7%	60,183	73.1%	2,065	2.5%	82,311

※ 出典：国勢調査

## 工業の推移

	十勝			帯広市		
	事業所数	従業者数	出荷額等	事業所数	従業者数	出荷額等
昭和41年度	719	12,164	4,998,966	341	5,359	2,250,701
昭和42年度	711	12,535	5,719,065	328	5,498	2,683,903
昭和43年度	714	13,046	6,848,373	342	5,596	3,181,655
昭和44年度	742	14,164	7,444,538	347	6,019	3,422,615
昭和45年度	734	14,607	8,349,663	341	5,977	3,473,691
昭和46年度	730	14,512	9,517,280	348	5,905	3,585,649
昭和47年度	800	14,849	10,515,581	390	6,080	3,541,390
昭和48年度	789	14,920	13,150,589	375	5,847	3,889,639
昭和49年度	797	14,979	16,540,910	373	6,034	4,887,718
昭和50年度	820	15,011	17,252,441	382	5,929	5,060,895
昭和51年度	807	14,707	19,934,942	373	5,825	5,726,160
昭和52年度	809	14,483	21,999,489	361	5,516	6,327,990
昭和53年度	855	14,665	23,805,648	392	5,804	6,528,834
昭和54年度	851	14,552	27,049,257	387	5,732	7,696,481
昭和55年度	846	14,616	30,641,284	372	5,531	7,749,559
昭和56年度	672	14,174	31,143,683	277	5,295	8,296,960
昭和57年度	653	13,820	31,728,813	262	5,147	8,514,132
昭和58年度	649	13,563	32,723,058	272	5,170	8,756,136
昭和59年度	626	13,806	33,714,504	255	5,170	9,150,019
昭和60年度	628	13,526	35,199,781	247	4,987	9,424,163
昭和61年度	636	13,249	34,304,466	259	5,017	9,453,640
昭和62年度	622	13,472	34,479,025	247	5,053	9,692,354
昭和63年度	634	14,114	34,444,720	245	5,382	10,241,587
平成元年度	638	14,620	35,908,712	225	5,743	10,514,063
平成2年度	622	14,716	36,520,248	246	5,785	10,411,636
平成3年度	632	15,248	37,227,122	244	6,000	11,067,937
平成4年度	629	15,181	38,378,706	234	5,888	11,248,394
平成5年度	611	14,865	37,330,883	224	5,788	10,851,307
平成6年度	586	14,808	36,638,687	224	5,976	11,558,629
平成7年度	596	14,439	36,728,702	227	5,718	11,457,699
平成8年度	579	14,836	36,865,367	218	5,999	12,012,232
平成9年度	573	14,581	37,400,702	209	5,825	11,976,052
平成10年度	580	14,846	38,539,464	219	6,241	12,089,547
平成11年度	566	14,391	38,114,204	216	6,094	12,238,761
平成12年度	546	13,945	38,254,647	200	5,803	12,104,594
平成13年度	521	13,486	37,733,938	195	5,308	11,127,055
平成14年度	507	13,409	36,509,027	186	5,140	10,151,386
平成15年度	495	12,935	38,008,031	181	4,998	10,521,851
平成16年度	456	12,689	37,565,706	161	4,807	10,127,296
平成17年度	454	12,599	36,716,668	161	4,989	10,373,605

※ 出典：工業統計

※ 調査対象は昭和56年より従業者4人以上の事業所に限定している。

## 商業の推移

	卸業						小売業						合計					
	事業所数		従業者数		年間販売額(万円)		事業所数		従業者数		年間販売額(万円)		事業所数		従業者数		年間販売額(万円)	
	十勝	帯広	十勝	帯広	十勝	帯広	十勝	帯広	十勝	帯広	十勝	帯広	十勝	帯広	十勝	帯広	十勝	帯広
昭和43年度	224	442	996	6,089	1,143,240	7,525,836	2,314	1,291	7,738	8,076	2,950,503	3,697,426	2,538	1,733	8,734	14,165	4,093,743	11,223,262
昭和45年度	191	545	885	6,196	1,452,014	9,153,573	2,327	1,504	8,309	9,734	4,044,371	5,166,223	2,518	2,049	9,194	15,930	5,496,385	14,319,796
昭和47年度	783	586	8,099	7,063	14,403,924	11,923,717	3,892	1,580	17,431	9,206	11,159,879	6,103,442	4,675	2,166	25,530	16,269	25,563,803	18,027,159
昭和49年度	768	568	7,707	6,739	20,270,536	17,795,219	3,883	1,599	17,625	9,537	15,435,625	8,815,853	4,651	2,167	25,332	16,276	35,706,161	26,611,072
昭和51年度	761	595	7,653	6,865	29,470,798	26,349,434	3,965	1,657	17,982	9,884	23,792,189	13,331,130	4,726	2,252	25,635	16,749	53,262,987	39,680,564
昭和54年度	782	594	8,065	7,166	40,336,977	36,588,821	4,091	1,784	19,219	10,663	32,209,294	17,998,925	4,873	2,378	27,284	17,829	72,546,271	54,587,746
昭和57年度	944	682	8,752	7,611	50,221,044	44,681,440	4,225	1,916	19,876	11,059	40,111,852	21,669,556	5,169	2,598	28,628	18,670	90,332,896	66,350,996
昭和60年度	950	708	8,469	7,377	62,404,720	57,717,180	4,110	1,892	20,269	11,327	42,888,816	23,183,266	5,060	2,600	28,738	18,704	105,293,536	80,900,446
昭和63年度	991	730	9,236	7,953	74,514,088	66,748,921	4,260	2,006	21,145	11,923	41,292,588	23,571,919	5,251	2,736	30,381	19,876	115,806,676	90,320,840
平成3年度	1,103	844	9,274	7,732	80,730,728	71,984,603	4,371	2,200	21,442	12,547	47,722,539	28,102,697	5,474	3,044	30,716	20,279	128,453,267	100,087,300
平成6年度	1,066	790	9,359	7,376	87,661,002	77,830,746	4,170	2,059	22,968	13,534	51,378,159	29,994,557	5,236	2,849	32,327	20,910	139,039,161	107,825,303
平成9年度	1,055	775	9,210	7,090	95,160,265	76,404,109	3,916	1,963	22,652	12,847	51,614,157	27,682,253	4,971	2,738	31,862	19,937	146,774,422	104,086,362
平成11年度	1,097	803	9,324	7,261	88,679,365	75,864,146	3,911	2,007	24,633	14,748	51,829,127	28,300,680	5,008	2,810	33,957	22,009	140,508,492	104,164,826
平成14年度	1,011	740	8,525	6,565	81,096,177	70,898,732	3,666	1,860	25,148	14,778	49,627,611	27,911,919	4,677	2,600	33,673	21,343	130,723,788	98,810,651
平成16年度	1,009	735	8,122	6,311	82,315,761	70,777,738	3,488	1,777	22,942	13,486	47,918,329	26,185,340	4,497	2,512	31,064	19,797	130,234,090	96,963,078

※ 出典:商業統計

※ 小売業には飲食業は含まない。

## 帯広市農家戸数及び農業生産額の推移

(単位:百万円)

	戸数	農業生産額
昭和35年度	2,497	2,273
昭和36年度	2,443	-
昭和37年度	2,372	2,942
昭和38年度	2,288	2,975
昭和39年度	-	2,186
昭和40年度	2,193	3,459
昭和41年度	2,097	2,486
昭和42年度	2,034	4,052
昭和43年度	1,968	4,397
昭和44年度	1,886	4,885
昭和45年度	1,828	5,717
昭和46年度	1,693	4,993
昭和47年度	1,602	6,685
昭和48年度	1,499	9,219
昭和49年度	1,402	11,220
昭和50年度	1,359	13,011
昭和51年度	1,308	16,124
昭和52年度	1,287	14,405
昭和53年度	1,269	18,450
昭和54年度	1,263	19,863
昭和55年度	1,238	20,162
昭和56年度	1,219	21,661
昭和57年度	1,203	22,907
昭和58年度	1,201	16,800
昭和59年度	1,181	23,452
昭和60年度	1,152	23,103
昭和61年度	1,144	22,071
昭和62年度	1,137	22,426
昭和63年度	1,090	22,603
平成元年度	1,097	22,801
平成2年度	1,071	23,684
平成3年度	1,088	24,250
平成4年度	1,067	24,767
平成5年度	1,039	22,349
平成6年度	999	24,166
平成7年度	956	23,860
平成8年度	931	21,912
平成9年度	914	24,975
平成10年度	896	26,969
平成11年度	884	25,985
平成12年度	874	26,168
平成13年度	867	25,910
平成14年度	847	27,330
平成15年度	844	27,550
平成16年度	844	28,190
平成17年度	773	26,420
平成18年度	740	25,680

※ 出典:農業センサス

## ■創業支援の実際と最新情報

<講演録>

創業者支援に会計事務所が担う役割とは

—第18回北陸会秋期大学特別講演—

**中小企業庁創業連携推進課長 小野 伸一 氏**

(とき:平成13年9月7日(金) 場所:ホテルニューオータニ高岡)

日本経済は長引く不況を反映して、近年、開廃業率の逆転現象が続いている。中小企業庁はこの傾向を憂慮し、平成11年「中小企業基本法」の改正を行い、中小企業こそが日本経済再生の原動力と位置付け、様々な施策を打ち出した。創業・ベンチャー企業の支援、中小企業の経営革新はその中核を担う。

国民経済における中小企業の存在の大きさと重要性に鑑み、特に創業支援と経営革新を重要課題と位置づけている。第18回北陸会秋期大学の特別講演において、中小企業庁創業連携推進課長の小野伸一氏は、創業支援に果たすべき会計人の役割を強調した。

### 創業支援は平沼プランにおいても重要な柱

今年になり、中小企業庁の経営支援部組織課は創業連携推進課という名称に変わりました。これまで創業と名のつくセクションはなかったのですが、省庁再編の時期と相俟って、中小企業政策においても創業の意味合いが大きくクローズアップされました。

平沼赳夫経済産業大臣が提唱する「新産業創出に向けた重点プラン(平沼プラン)」においても、創業支援は日本経済再生のための重要なポイントとして、今後5年間で創業事業者数を18万社から36万社に倍増させるという目標を掲げています。今日唱えられている経済構造改革の観点からも創業支援は避けて通れないテーマです。ですから会計人の皆様からも創業支援に関するご意見をいただき、政策現場にフィードバックしたいと考えています。

### 中小企業こそ日本経済のダイナミズム

わが国の中小企業政策を法律面から眺めると、平成11年に「中小企業基本法」が改正されたことが、中小企業政策の大きな転換軸となりました。旧中小企業基本法は、企業間における生産性等の「諸格差の是正」を基本理念にし、スケールメリットの追求、つまり大企業との格差是正に主眼を置いていました。しかし新中小企業基本法では、独立した中小企業の多様で活力ある成長発展を新機軸に、1つ1つの企業の経営革新と創業促進、経営基盤の強化、環境激変に対応するセーフティネットの構築が重視されています。

また、中小企業の位置付けと役割も、1. 市場競争の苗床 2. イノベーションの担い手 3. 魅力ある雇用機会の担い手 4. 地域経済社会発展の担い手——というような定義に移行してきました。わが国の企業の実に99.7%が中小企業であり、雇用も69.5%を占めています。まさに21世紀における中小企業は、その機動性、柔軟性、創造性からも、日本経済ダイナミズムの源泉といえるのです。

### 創業を支援する3つの新法

創業支援に関連するいくつかの新法が公布されました。前述の「中小企業基本法改正」を機軸に、平成7年「中小企業創造活動促進法」、平成10年「新事業創出促進法」、平成11年「産業再生特別措置法」という中小企業の創業支援を含んだ3つの法律が整備されました。さらには、平成11年「中小企業経営革新支援法」が公布され、中小企業の経営革新を促進する体制も整いました。それだけでなく「中小企業支援法」が平成12年に成立し、これにより都道府県等支援センターが設立され、そこにおいて中小企業の経営コンサルテーション等が行われています。

ではここで、新法の詳細を見てみましょう。まず「中小企業創造活動促進法」は、地域で奮闘する中小企業の支援を主眼にして、その活動を都道府県がサポートする法律です。

具体的には、(1)研究開発事業計画の認定制度と(2)都道府県の指定支援機関(ベンチャー財団)の設立です。(1)

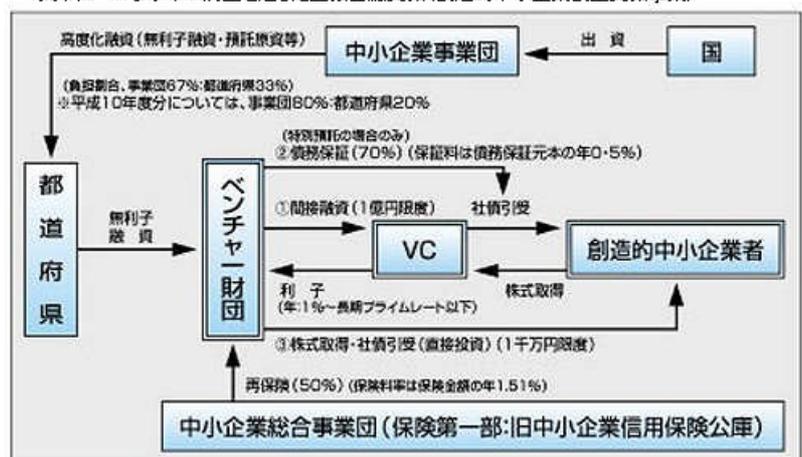
はベンチャー企業や創業直後の意欲的な企業を都道府県が認定し、各種支援措置を講ずるという制度で、平成13年3月末現在で7,591件の事業者が認定されています。(2)指定支援機関の設立とは、「ベンチャー財団を通じた直接金融支援」といわれるもので、都道府県が中小企業事業団から高度化融資をベースに基金を立ち上げ、社債の引受け等を通じてベンチャー企業に対する融資をする仕組みです(資料1)。

次に「新事業創出促進法」についてですが、この法律の狙いも中小企業・ベンチャー企業支援にあり、平成12年に改正されています。改正前も、(1)創業促進 (2)中小企業の技術開発支援(SBIR=Small Business Innovation Research) (3)新事業



中小企業庁創業連携推進課長  
小野 伸一 氏

資料1 ベンチャー財団を通じた直接金融支援(創造的中小企業創出支援事業)



創出のための地域プラットフォーム整備という3つの柱で構成されていましたが、改正によって(1)創業促進が拡充され、商法の特例措置、金融支援、税制優遇等の様々な支援が受けられるようになりました。(3)地域プラットフォーム整備は、従来あった「テクノポリス法」「頭脳立地法」の要素が集約されたものです。この法律は主に株式公開を目指す企業等を対象にしており、現在までに128件認定されています。

3つ目の「産業再生特別措置法」は、大企業がリストラや分社化等で事業の再構築をする際の支援を意図していますが、この法律には、中小企業の新事業開拓を支援する仕組みもあります。具体的には、経営資源を活用して新しい事業計画をする際は都道府県知事の認定を受ければ、(1)小規模事業者等設備導入資金助成法による無利子設備資金貸し付けの拡充と(2)中小企業信用保険法による債務保証制度の拡充が実施されます。また同法律には、研究活動の活性化<(注)日本版バイ・ドール法>の規定があります。これは国が委託研究開発を行う場合、その成果である特許権を受託者側に譲り渡すことによって、研究開発の意欲促進と事業への転化を図るものです。

(注:新事業創生のための特許権拡大の法律)

### 開業率と廃業率の逆転現象

ここで創業やベンチャーを巡る現状について紹介します。平成8年～11年のわが国の開業率は3.5%(18万社)、廃業率は5.6%(28万社)となっています。開業率と廃業率が逆転し、しかもその差が10万社というのはやはりショッキングな数字です。ちなみに97年度の米国の開業率は、14.3%、廃業率は12%といずれも2桁数字の活況を呈し、しかも開業率が廃業率を上回る状況です。欧州においてもフランス、ドイツ、イギリスの開業率は軒並み10%を超えており、日本との格差は明瞭です。

日米の店頭公開企業数の比較をしてみても、米国のナスダックとナスダック・ジャパン・東証マザーズを対象にした統計では、2000年度の公開企業数は米国397社に対し日本は164社でしかありません。また「日米両国の店頭市場の比較(資料2)」を見ても、時価総額はアメリカの37分の1、売買代金は190分の1とまだまだ規模が小さい。しかし日本の店頭市場も整備されてきており、登録企業数も徐々に増加傾向にありますから、今後のベンチャー企業の株式公開に大いに期待するところです。

	日本店頭市場	米国NASDAQ	日本/米国
登録企業数	886社	4,734社	約1/6
時価総額	約10.3兆円	約381兆円(3,597 \$ Billion)	約1/37
売買代金	約11.4兆円	約2,162兆円(20,395 \$ Billion)	約1/190

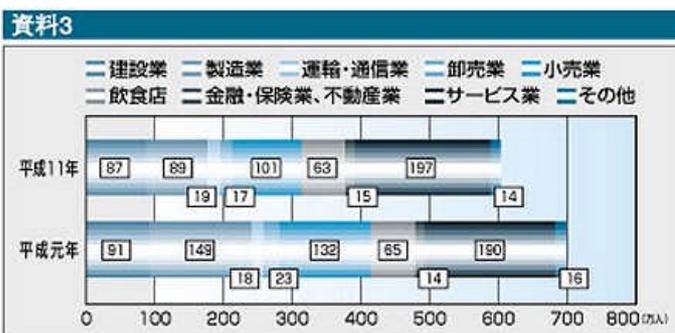
(平成12年末現在、1ドル=106円[平成12年12月末のレート:日銀調べ])

### 雇用創出の担い手としての中小企業

じつは近年、雇用は大企業ではなく中小企業が創出しています。トレンドとしては大企業の雇用が横這いであるのに対し中小企業は増加傾向にあります。大企業のリストラの受け皿としての中小企業の役割が相対的に大きくなっているようです。

それから創業に関連する問題には高齢化があります。とりわけ自営業種(非農林業)の高齢化が近年進行していて、現在、自営業者の6割が50歳以上です。それと比例して創業時の年齢も高年齢化しています。昭和30年代では30代までが創業の時期でした。しかし平成3年以降になると圧倒的に40代以降が主流です。つまり若い世代だけでなく高齢者の創業対策も必要なのです。

自営業者数は平成11年で約600万ありますが、10年前に比べると約100万ほど減少しています。業種別内訳では、この10年間で製造業が149万人から89万人に減少し、小売業も132万人から101万人に減っています(資料3)。これは構造調整の結果という指摘もありますが、着目すべきはサービス業等の新しい雇用が増加傾向にあるということです。つまり新事業分野における雇用の創出がなされており、その意味でも今後は、業種間の資源の配分を勘案した上で創業の意味が問われるものといえます。**起業家精神の確立と資金**



**面での支援が大事** そこで、創業時に求められる要素ですが、中小企業庁の「中小企業創造的活動実態調査」によると、やはり資金調達が1番の懸念のようです。1400兆円の金融資産があるのに、アンケートのたびごとに起業家の資金不足が課題となるのは何故でしょう。開業率低下の理由にしても、創業リスクが多い、競争の激化、創業資金の上昇等とあります。また、ベンチャー活動における問題点としても、敗者復活の社会的風土がない、あるいは起業家精神が低く大企業志向が強いという失敗を過剰に恐れる社会風土があるようです。起業家のみなさんのお話をうかがいますと、社会は華々しい成功に対しては一時的に英雄のように持ち上げるようですが、少しでも躓いたりすると途端に叩かれるそうです。もちろん一概にはいえませんが、ベンチャー経営者にとって社会的評価の凋落は、即資金面の困難に結びつきます。もし社会の背景の裏に成功者を妬むような雰囲気があるとしたら、そういう意識は改められるべきでしょう。そして起業家への尊敬も大切です。諸外国と比較すると、日本では事業を起すことへの評価がどうも低いように思われます。ですから起業家を評価する社会風土の形成にも、皆様のご協力をぜひ賜りたいと思います。

### 包括的な創業・ベンチャーの支援策

創業・ベンチャーの支援策としては、大別すると「資金面での支援」と「人材、情報、技術等ソフト面での支援」がありま

す(資料4)。「資金面での支援」には、直接金融と間接金融双方からの支援があります。

直接金融ではまず、

(1)民間リスクマネー供給の「呼び水」となる政府機関からの出資の拡充が挙げられます。これは新商品開発等の事業開拓を行う企業に対して中小企業総合事業団が出資を行うものです。この仕組みは、民間のベンチャーキャピタルが業務執行組合員になって作られた中小企業等投資事業有限責任組合に対し、中小企業総合事業団が有限責任組合員として参加(出資)するというものです。これまではITや先端技術に取り組むベンチャー企業に出資するケースが多く見られましたが、最近ではバイオ産業等にも出資されるようになりました。

(2)成長新事業育成特別融資制度とは、中小企業金融公庫による融資制度です。融資なのに直接金融に分類したのは、6億円の融資限度額のうち1億2千万円までは無担保のワラント社債を引き受けることにより資金供給されるからです。また

(3)中小企業の社債(私募債)発行に対する信用保証の付与制度の創設もあります。中小企業の資金調達の多様化促進のためにも、私募債の発行に際して信用保証協会から債務保証されます。

(4)無議決権株式の発行要件の緩和もなされ、ベンチャー企業等が経営権確保のために、議決権のない株式発行要件が発行株式総数の3分の1から2分の1に引き上げられました。それに加え、

(5)エンジェル税制対象企業も設立5年以内から10年以内に拡充され、株式譲渡益が生じた場合は4分の1まで圧縮可能となり、税制上の優遇がなされます。

一方、間接金融では融資・信用保証協会の債務保証が中心になります。

(1)新規開業者向けのマル経融資では、1か月間の経営指導を受けるとか、勤務経験といって同じ業種の企業に勤務すれば550万円まで無担保・無保証の融資が可能です。

(2)国民金融公庫の新規開業特別貸付は、創業準備者及び開業5年以内の者を対象に担保と保証がある場合に限り7200万円まで貸付可能という制度です。両者とも国民生活金融公庫が窓口となっています。

(3)小規模企業等及び創業者のための使いやすい設備資金の無利子融資制度・設備リース制度、これは「旧中小企業の設備近代化資金等助成法」が改正され、小規模企業の創業者のための設備資金援助制度にリニューアルされたものです。設備資金の貸付・貸与に限定されますが、要件を満たせば無利子で融資が受けられます。

(4)創業・ベンチャー向け債務保証もあります。創業準備者及び開業5年以内の者を対象に限度額2000万円まで債務保証されます。また、ベンチャー企業向けにも「創造法」「経営革新法」「産業再生法」認定企業等を対象に無担保で8000万円、担保有りでは2億円まで債務保証が受けられます。

### 創業意識を涵養する創業セミナーの開催

人材面での支援も整備されています。まず

(1)ストックオプション制度の拡充です。ストックオプション付与上限を現行商法の10分の1から5分の1、3分の1に引き上げています。また、創業予定者を対象に

(2)全国商工連合会・日商による新規開業応援セミナー・創業塾が創設され、年間数千人が無料で利用でき、今まで受講者の約3割が開業しています。

(3)中小企業大学の新規創業支援研修もあり、

(4)創業意識の涵養ということでは、「創業・ベンチャー国民フォーラム」の開催を通じて、創業に関する国民理解を拡げるために地域フォーラムを全国展開する予定です。

技術開発面では、新事業の創出に繋がる技術開発のための補助金・委託費等を支援する「日本版SBIR制度」が拡充され、本年度の中小企業者への支出目標額は約180億円となりました。また、産学連携も推進され、地域コンソーシアム研究開発事業等により、地域における産学官の共同体制が強化されます。

もちろん経営支援も考慮されており、「中小企業支援法」に基づいて、以下の3つの支援センターが整備されています。株式公開をも視野に入れる中小企業を対象に、専門家による高度なアドバイス等の支援を総合的に展開する(1)中小企業・ベンチャー総合支援センター<全国8か所>、独自の地域性を発揮する中小企業を対象にする(2)都道府県等支援センター、それと創業者と経営向上を目指す中小企業を支援する(3)地域中小企業支援センター<全国約300か所>があります。これらの支援活動においても税理士・公認会計士の皆様がコンサルティングや専門派遣業務という要

## 資料4 創業・ベンチャー支援策

### 1. 資金面での支援

#### 【直接金融】

- ①民間リスクマネー供給の「呼び水」となる政府機関からの出資を拡充
- ②成長新事業育成特別融資制度(中小企業金融公庫法等改正、平成11年臨時国会)
- ③中小企業の社債(私募債)発行に対する信用保証の付与制度の創設(中小企業信用保険法等改正、平成11年臨時国会)
- ④無議決権株式の発行要件の緩和(新事業創出促進法改正、平成11年臨時国会)
- ⑤エンジェル税制の拡充

#### 【間接金融】

- ①新規開業者向けマル経融資(H10創設)の延長
- ②国民金融公庫の新規開業特別貸付(H8創設)
- ③小規模企業等及び創業者のための使いやすい設備資金の無利子融資制度、設備リース制度(中小企業近代化資金等助成法改正、平成11年臨時国会)
- ④創業・ベンチャー向け債務保証  
・創業者向け特別保証の延長(平成12年度以降)、創業支援債務保証(H10創設)

### 2. 人材面での支援

- ①ストックオプション制度の拡充(中小創設法、新事業創出法改正、平成11年臨時国会)
- ②全国連・日商による新規開業応援セミナー(H10創設)、創業塾(H11創設)
- ③中小企業大学の新規創業支援研修(H11創設)
- ④創業意識の涵養
- ⑤ベンチャープラザ事業(H7年度創設)

### 3. 技術開発への支援

- ①日本版SBR制度の拡充
- ②産学連携の推進  
・地域コンソーシアム研究開発事業  
・中小企業技術開発産学官連携促進事業

### 4. 経営支援体制の整備

- ①中小企業・ベンチャー総合支援センター
- ②都道府県等支援センター
- ③地域中小企業支援センター

素で貢献される機会があるかと思えます。

### 啓蒙、人材開発、計算公開の諸分野で職業会計人に期待

最後に、会計人の皆様に、創業・ベンチャー支援に関するお願いがあります。

1つは、創業・開業支援の重要性を再認識していただき、全国の経営者に意識改革の働きがけをして欲しいということです。

もう1つは、経営者の能力開発を創業・開業支援に絡ませ、起業家のやる気を喚起するような人作りに参画してもらいたいのです。人作りにはやはりプロの目利きが欠かせません。創業セミナー・創業塾においても、皆様の相談業務スキルや現場からの中小企業支援策をご提示してもらい、中小企業支援に関する法律認定の取捨選択等のアドバイスもいただければ幸いです。

さらには企業の育成を考えれば、ディスクロージャー(計算公開)は避けて通れない課題です。企業情報の公開により経営体質が強化され、企業の競争力が加味されます。平成13年の臨時国会に、商法は抜本改正の一貫として法案提出が予定されています。商法改正の議論の1つに商法の公告制度がありますが、商法第283条第3項には計算書類の公告の義務とあり、その公開手段は法第166条第4項の規定により官報や日刊紙を通じてのみとされていました。しかも中小会社はほとんど公告をしていません。そこで電子媒体を用いた公告、即ちインターネットによる計算公開を目下検討中です。情報公開は時代の潮流です。それにより信用が高まれば資金調達が活発になるのです。そういう時代の背景を踏まえた助言もこれからは必要だと思われまます。

企業が育っていく素地というのが日本にはまだまだ乏しいような気がします。しかしこの度の制度改正や税理士・公認会計士の皆様のご支援をいただければ、創業の発展・拡大という成長の土台が徐々にできるのではないかと。その積み重ねが開業率を18万から36万件にアップさせるポイントだと私どもは考えています。

### 【質疑応答】

特別講演終了後、わが国の創業支援・経営革新に関する中小企業政策について、小野氏と参加者全員による質疑応答が行われた。

——やはり中小企業は資金繰りが1番苦しい。しかし業務革新のためには研究開発費等の先行投資は欠かせません。このジレンマをどう解決すればいいのでしょうか。

**小野** 創業に関しては金融面での支援がまず第一です。創業にはリスクはつきもので担保を取るのとは当然というのが通説ですが、その上でそれを軽減する措置を政府は模索しなければなりません。担保もなく経験が乏しいという創業者への融資、つまりしっかりしたビジネスプランがあれば資金援助がなされるという仕組み作りが肝要かと思えます。

——苦心して製品を作ったのに、販売力も弱く在庫の山というケースもあります。

**小野** みなさん同じような悩みを抱えているようです。そこで1つ事例を紹介します。ある会社では生産開発の前段階からメール等で、自社の製品実績、可能な生産量、新製品開発コンセプト等を、潜在的なユーザーとなりそうな地元の有力企業に具申したそうです。その結果、ユーザー側との折衝を通じて、ビジネスプランのイメージが作成され、事前に適正な生産量を確定し、在庫対策が行えたそうです。

——創業が増えてもそれを上回る廃業率がある。10年後の自社の存続すら危惧されるいまの状況をどう判断すればいいのでしょうか。

**小野** 創業企業が10年後存続する割合は創業全体の3分の1くらいだといわれています。創業に伴い廃業も不可避免的に増加するのも事実です。しかし社会全体における廃業の意味合いも考慮すべきです。小売店の廃業を一概に負の要素とするのではなく、新しい小売形態への移行期と捉える視点も大切です。これからは事業目的ごとにビジネス目標を達成すれば企業組織は解体し、それにより資源の再配分がなされ、したがって企業形態も従来と変わる可能性もあります。事業承継も第二創業と認識すれば、事業承継は廃業であると同時に創業でもあるわけです。

しかし開業率と廃業率の逆転現象は改善されるべきでしょう。その上で開業が増え、それに伴って廃業も増えるなら、そこで求められるのは経営革新であり、企業の強化なのです。廃業の意味するものを理解した上で新たな展開を模索する。皆様にはそういったスタンスでまずは創業を支援していただきたいと思えます。

——税理士業界の意見も中小企業政策にもっと反映してもらえるとありがたいのですが。

**小野** 仰る通りです。税理士・公認会計士の皆様は実力がありますし、創業支援には本当に頼りになる存在です。開業者数36万の目標達成のために皆様のご協力をいただければと思います。ぜひ皆様も中小企業庁に必要なアプローチしてください。具体的な問題点があれば一緒に解決していきたいと思えます。

(TKC出版 程田靖弘)(会報『TKC』平成13年11月号より転載)

## <講演録>

経営革新の推進に向けて

経営革新計画の申請と承認、各種助成金等支援の仕組み

平成 11 年 7 月に施行された「中小企業経営革新支援法」は、中小企業の経営革新と経営基盤強化の支援を通じて、個々の中小企業の創意ある発展を目的に、これまでに 5,501 件承認された(平成 13 年 12 月末現在)。

経営革新計画作成のポイントや各種支援策の概要など同支援法の活用スキームを解説した**経済産業省中小企業庁経営支援課長の近藤正春氏の講演記録を紹介したい。**

変化に対応するかしないか

(To be, or not to be)

ベルリンの壁が崩壊し、東欧・ソ連が解体して、90 年代は資本主義世界が大きく変わった時代でした。事実、グローバル化や IT 革命により世界経済の構造変化は革新的に進み、そして 21 世紀の黎明を迎えたのです。国内に目を向けると、少子・高齢化による年金政策への懸念、需要構造の変化、環境問題等、まさに日本にとっての 90 年代は、来るべき 21 世紀に向けた準備期間ではなかったかと思われまふ。ところがバブル経済となって、日本経済はこれまでの蓄えを磨り減らし、いわばギリギリ状態となってしまいました。

現下の不況が、従来の景気低迷と内容が異なることを皆さんも肌で実感されていると思います。つまり高度経済成長が終わり、いま日本は経済構造の変化に直面しています。伝統のある昔からの老舗が倒産するケースも見られるようになりました。倒産というと、比較的新しい企業に多く見られる現象でしたが、いまや古参の企業でも起きています。となると、たくさん知恵を絞って過去からの脱却を図り、新しい事業展開をする時期にいま差し掛かっていると言えます。

各業種を通じて、昭和 62 年から平成 10 年の間に新分野に進出した中小企業は、出荷の伸び率が 27.1%、付加価値額の伸び率が 28.7%になっています。一方、新分野に進出しなかった中小企業では、出荷の伸び率が 17.7%、付加価値額の伸び率が 23.1%。変化した企業と変化しなかった企業では、それぞれ 9.4%、5.6%の格差が生じています。この時代、新しい動きに対応しないと企業利益も産出されないということです。

ちなみに付加価値額とは、営業利益+人件費+減価償却費を意味し、付加価値額の伸びは端的に、企業収益の向上もしくは事業の拡大を意味します。業種別に見ると、どの業種でも約 2 割から 3 割は変化に対応して付加価値額の伸びを達成しているのです。

政府は、中小企業の経営革新を日本経済再生の大きな政策上の柱にしています。本日は、皆さんに対して中小企業庁がどのような支援をさせていただくのか、具体的には「中小企業経営革新支援法」の基本的なコンセプトについてご説明したいと思います。

政府は頑張る中小企業を応援する

「中小企業基本法」は東京オリンピックの頃の昭和 38 年に成立しました。欧米先進国へのキャッチアップを目指した所得倍増計画の時代、つまり現在とはまるで違う状況です。当時の中小企業は、大切な産業だけれども非近代的な劣悪な環境下にあるという認識で、したがって同法の目的も大企業との格差是正にありました。しかし現在、産業構造の変化から中小企業の捉え方は一転し、「独立した中小企業の多様で活力ある成長発展」という認識へと変わりました。それを受け、平成 11 年「中小企業基本法」は改正されたのです。

改正された「中小企業基本法」では、(1)経営の革新及び創業の促進(2)経営基盤の強化(3)経済的社会的環境の変化への適応の円滑化(4)資金の供給の円滑化及び自己資本の充実——を基本的施策に掲げています。これは時代の変化に対応して、経営革新や創業促進等のリスクあることに挑戦する中小企業の発展を意図しています。つまり政府は、「頑張る中小企業を応援する」ということです。

かつての「中小企業基本法」は、中小企業全体の向上を目的としていました。そしてその長男にあたる法律が「中小企業近代化促進法」です。この法律の狙いも、国の指針にかなった設備投資をする事業者への融資や税制上の優遇が特典であり、業界全体の近代化にありました。しかし現在、個々の中小企業で設備投資の性質も違いますし、同じ基準で一律に支援するにも無理があります。そこで登場したのが「中小企業経営革新支援法(以下、経営革新支援法)」です。いわば護送船団方式の支援から、個性溢れる中小企業の創意ある向上発展に着目するようになったのです。

これまでに 5,501 件が承認

平成 11 年 7 月に成立した「経営革新支援法」のコンセプトは、中小企業の自助努力を基本とする経営革新及び経営基盤強化の支援です。では、経営革新とは何かといえば、(1)新商品の開発又は生産(2)新サービスの開発又は提供(3)商品の新たな生産又は販売方式の導入(4)サービスの新たな提供方式の導入——等による経営の相当程度の向上です。ここでいう革新の意味は、革命的な発想というよりは新しい知恵と工夫を指し、その取り組みが各々の企業において新規のものであれば、同法の支援が適用されるということです。つまり経営革新に際して、企業リスクを少しでも軽減し、融資等の資金面の援助を円滑にすることが、この法律の狙いです。

ここで「経営革新支援法」のスキームを紹介します(資料1)。まず、経営革新計画を作成し、都道府県に申請します。そして都道府県の審査と承認を得たのち、各種機関に申請して、補助金、融資、信用保証等の支援を受けるのです。自社の新しい試みをビジネスプランとして外部に公表し、それにより公の支援を受ける。これが基本的な仕組みです。

平成 13 年 12 月末現在の経営革新計画の承認件数は 5,501 件。承認企業業種の内訳は、製造業 63%、サービス業 17%、卸・小売・飲食業 11%、建設業 5%となっています(平成 11 年 8 月 12~12 年 6 月の承認 1,400 社を対象)。製造業種が多いのは、新商品開発等の経営革新に適した要素が多いからです。しかし流通業種でもインターネットを利用した電子商取引であるとか、ITを織り込んだ宅配サービス等の事業の多角化が随時なされており、経営革新の余地が多く残されています。

何をもちて経営革新とするのか

経営革新計画承認企業のイノベーションパターンというデータがあります(資料2)。経営革新には様々なパターンがありますが、大事なことは、新しい試みによって、より高収益の上がる企業体質に変わること、つまりいかにして会社がより儲かる方向へ向かうのかということに尽きます。よくご相談で「経営革新とはピカピカの案件で、特許が取得できるような斬新性がなければ承認されないのでは?」という懸念を寄せられる方がいます。しかし柔道の一本技のような大業が求められているのではなく、その業種における少しだけ新しい商品の開発、新たな販路の工夫といった有効・効果の重ね合わせで 1 本でもいいのです。

確かに日々忙しく、人材も枯渇気味の経営状況の中で、将来の経営ビジョンを整理する作業というのは難しいことかもしれません。しかし日頃から経営者の皆さんの頭の中にある改善計画を、そのまま紙に落としていただくという形でいいのです。

また、これまで経営革新計画承認企業において、どのような支援策が希望されていたのかというと、低利融資(95%)、信用保証(62%)、経営革新補助金(56%)、税制優遇(41%)、設備資金特例(20%)等となっています。やはり経営者の皆さんは資金面での援

助を期待されるようです。

次に実際の支援策の利用状況を示します(資料3)。ここで注目していただきたいのは低利融資が3,220件あり、5,501件の承認件数の約6割が、中小企業金融公庫、国民生活金融公庫、商工組合中央金庫等の政府系金融機関の融資を受け、これに民間の信用保証協会の1,381件の信用保証を合せると、概ね全体の9割近い方が融資を受けているということです。

大切なことは実現可能な経営計画

政府は、中小企業経営者の皆さんが簡便に経営革新計画を作成できるように、A4判用紙の表裏で記載できる様式としました。要は、チャレンジする経営者が明確な目標とその実行プランを言葉と数字で表せばいいのです。ですから日常の経営スキルに、社長さんの夢を加味したものを記入していただければいいのです。

経営革新計画の内容・審査される項目は次のとおりです。

- ・実施体制(自社のみか、大学、他企業との連携はあるのか)
- ・経営革新の基本類型と目標(新商品開発、新分野開拓、新販路開拓の種類)
- ・経営革新の内容と既存事業との関係(既存事業にいかなる梃子入れをするのか)
- ・経営の向上を示す指標の目標値(付加価値額、一人当たりの付加価値額(=付加価値額/従業員数)の明示)
- ・実施計画と実績(人・物・金・取引先の増減をどのように配置するのか)
- ・資金計画と設備投資計画(資金繰りと投資先の流れ)

経営革新計画を作成するポイントは、

- (1)経営者自らの策定であること
- (2)ポイントをわかりやすくまとめること
- (3)十分な分析・検討に基づくこと
- (4)年率3%の指標の向上を目指すこと
- (5)実現可能な計画——です。

(1)は「何をしたいのか」を経営者自らが表明し、そして経営者のカンだけでなく経営数値を尊重するというのが(3)です。それには、業界、マーケット、競合の状況等の外部分析、そして自社の強みと弱み、コスト構造等の内部分析がどうしても必要です。(4)は大まかな目標として、3~5年の中期経営計画で年率3%以上の成長を予定し、3年後には9%以上、5年後には15%以上の付加価値額の向上を目指していただくということです。最後に一番大切なことは、(5)の実現可能性です。絵に描いた餅はなしに、適切なプランニングによる実効性こそが、会社を成功に導くのです。

ある社長さんは、経営革新計画を申請して都道府県から承認を得たことが、会社のステータスの向上となり、大いに自信となったと語っていました。社会に対して自らがなすべきことを宣言し、その責任感で社内の士気も高まった結果、その会社は助成金を得ずに経営改善に成功したそうです。

本来、企業にとって借入れが少ない状態が良いのです。緊縮財務を心掛け、健全な経営で、計画を実行せしめる。大事なのはやはりプランです。その点をぜひ皆さんにもご理解いただきたいと思います。

計画を実現するためには、組織全体で経営の課題を共有し、経営陣が明確な方向性を示すことが肝要かと思えます。

各種の助成金の組み合わせで経営革新を実現に

計画を立案して、申請をし、承認を受けた。さて計画を実行に。その際、皆さんが期待するのはやはり政府による助成金だと思います。政府は、経営革新支援計画の承認を受けた事業者に対して、資金面から様々な支援策を用意しています(資料4)。

まず、中小企業経営革新対策補助金として、都道府県承認の場合は事業費の3分の2、国が承認の場合は2分の1が支給されます。技術開発、顧客へのPR費、従業員の訓練等様々な用途にご活用ください。

それから雇用対策を考慮して経済産業省と労働省がタイアップし、平成13年10月1日より承認中小企業を「新規・成長分野雇用創出特別奨励金」の支給対象に加えしました。これは経営革新支援計画に伴い労働者を雇用した場合、1人につき70万円が支給されます。さらにこの追加措置として、雇用時から半年間に限って労働者の給与の4分の1が援助される「中小企業雇用創出人材確保助成金」も用意されました。

また、貸し付けとしては、政府系金融機関による審査を経れば、設備資金の限度額が7億2,000万円まで(15年:利率1.55%)、長期運転資金の限度額が2億5,000万円(7年:利率1.30%)まで融資されます。なお担保なしでも限度額8,000万円の融資が可能です。

これに加えて「信用保証の特例」もあります。信用保証協会による信用保証を施すことによって、普段お付き合いのある地元の金融機関から円滑な借入が可能となります。

経営革新

成功企業事例(1)・(2)・(3)

では、「経営革新支援法」により、自社の業務刷新に成功した企業事例を紹介します。

(1) 製造業A社の場合(資本金1,000万円、従業員7人、年商5,500万円)

業種は「放電加工業」。放電加工は、低速・高コスト・高リスク・低価格などの弊害があったが、高速・高精度の技術開発に取り組むことを経営革新計画に盛り込み、平成12年6月承認。その結果、技術開発(東京大学生産技術研究所と共同研究)に400万円、販路開拓に200万円(IT関連産業への営業活動)の補助金が支給された。そのお陰で従来の「単品生産・受身受注」から「定期生産・安定受注」という体制に移行した。

(2) ソフトウェア開発業B社の場合(資本金4,500万円、従業員50人、年商4億円)

課題はソフト開発のコストダウンにあり、併せてソフト内容の高速化・変化への対応の困難さを解決することを経営革新計画に明記した。当時同社は、外食産業向けオンラインサービス事業のPC等設備費とシステム開発費に約8,000万円必要で、平成11年10月の承認を機に、信用保証特例により地元信金から2,500万円の融資を受けた。その結果、それまでの受託開発からメーカー・コンサルティング両機能を有する企業へ発展。将来はナスダック・ジャパンでの株式公開を視野に入れている。

(3) 印刷業C社の場合(資本金4,000万円、従業員115人、年商22億円)

同社の新製品に、めくってもめくっても常にその断面に絵柄が見えるメモパッドがあったが、断面に印刷する技術が高度であり、そのため安全性と効率性のある設備開発が必要であった。そこで商品の事業化へ向けて経営革新計画を立案。これにより同製品の量産体制と販路開拓が実現。同製品は、受注生産主体の印刷業種においても稀な「提案型」のオリジナル商品となった。

## 行動するリスクと行動しないリスク

先日、国会で中小企業施策に関する参考人質疑があり、中小企業経営者の代表の方が陳述に立たれておりました。その方は体育器具や公園の遊具を製造しているメーカーの社長さんでしたが、ある国会議員が発した「このような時代に果たして新しい取り組みなどできるのでしょうか」といった疑義に対して、「会社は見た目の器は変わっていないように見えても、社内は確実にイノベーションを遂げているのです。10年前に比べたら、自社製品も様変わりしました。もし10年前の会社が旧態依然と現在も存続しているとしたら、確実に私の会社は潰れていたと思います」とお答えになりました。

つまり、いま生き残っている中小企業は、存在していること自体が連続したイノベーションの成果なのです。積極的に共同開発したり、ユニークなベンチャー起業家と提携したり、はた目には変化していないように見えても絶えず変化を遂げて、10年経つとその積み重ねで内実は一変している。逆に言えば、それをしなかった会社は自然と淘汰されているのかもしれない。

イギリスのブレア首相は、先般アメリカで起きた同時多発テロ事件に関連して「行動するリスク」と「行動しないリスク」という言葉を用いていました。中小企業においてもそれは当て嵌まると思います。中小企業におけるリスクとは、変わらないことのリスクです。そのリスクを回避するには積極的に変わるよりほかありません。

今後3年間で中小企業庁は、2万社の経営革新計画の承認を目標にしています。これまで年間2,000件の承認数でしたから、いままでも以上に積極的な支援をさせていただく予定です。

政府は中小企業の経営革新推進体制を整えました。承認窓口は都道府県の経営革新担当部局で行っており、都道府県等中小企業支援センター、地域中小企業支援センター、商工会・商工会議所、中小企業団体中央会、政府系金融機関、中小企業信用保証協会等の中小企業支援機関による「経営革新協議会・支援チーム」が有機的に連携して、中小企業の経営革新を推進いたしますので気軽にご相談をください。

また、身近な相談者としては、税理士・公認会計士の先生方のお力添えも必要となるでしょう。

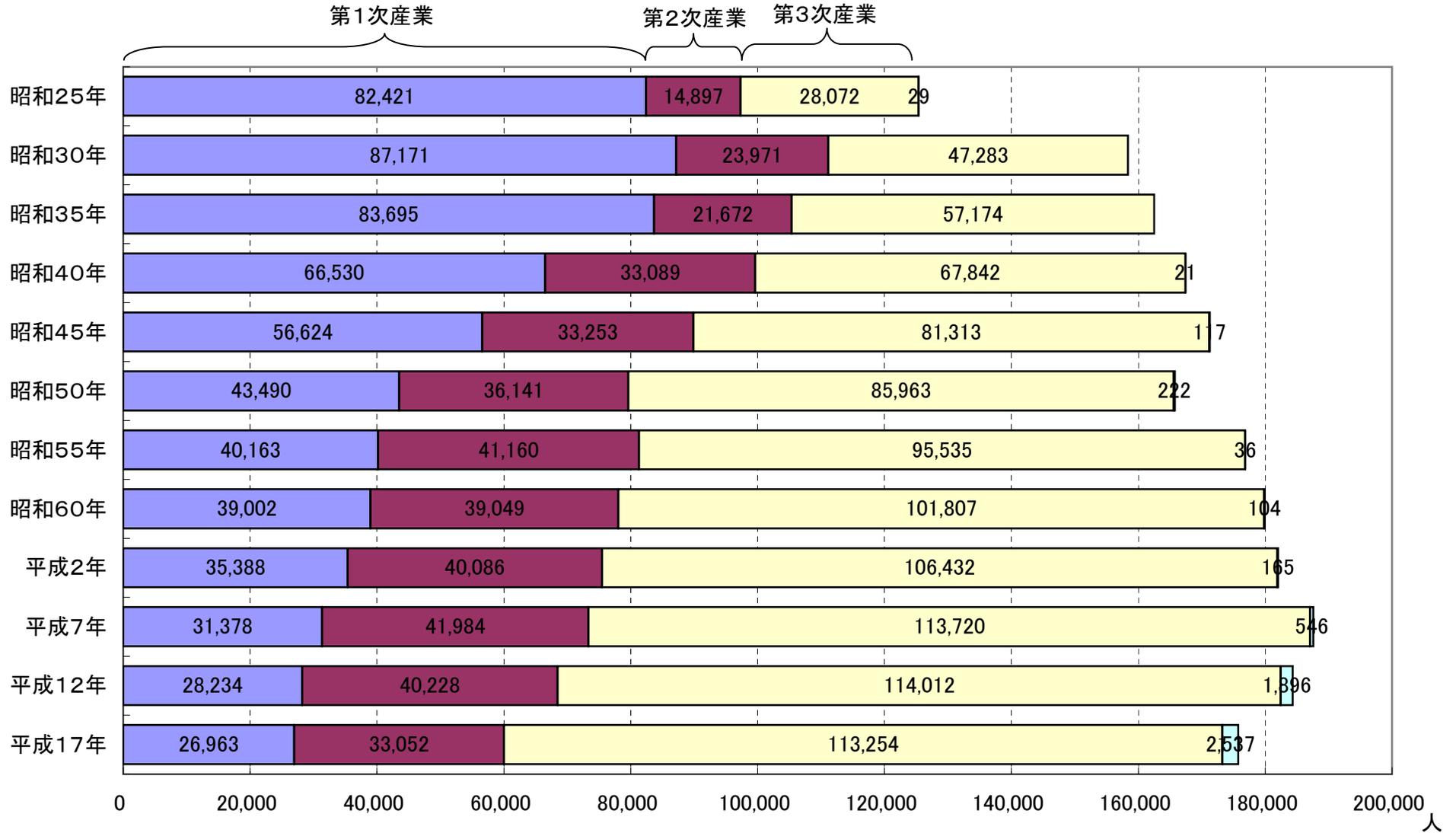
さらには、電子政府計画の一端として、「e-中小企業庁メールマガジン」を開設しています。週1回、中小企業施策に関する情報の紹介や電子相談コーナー(<http://www.chusho.meti.go.jp>)もあり、こちらにもぜひアクセスしてみてください。中小企業庁は、経営者の皆さんに役立つような情報をこれからも発信し、中小企業の存続と発展のために今後とも引き続きご支援いたしたいと思っております。

近藤正春氏(こんどう・まさはる)プロフィール

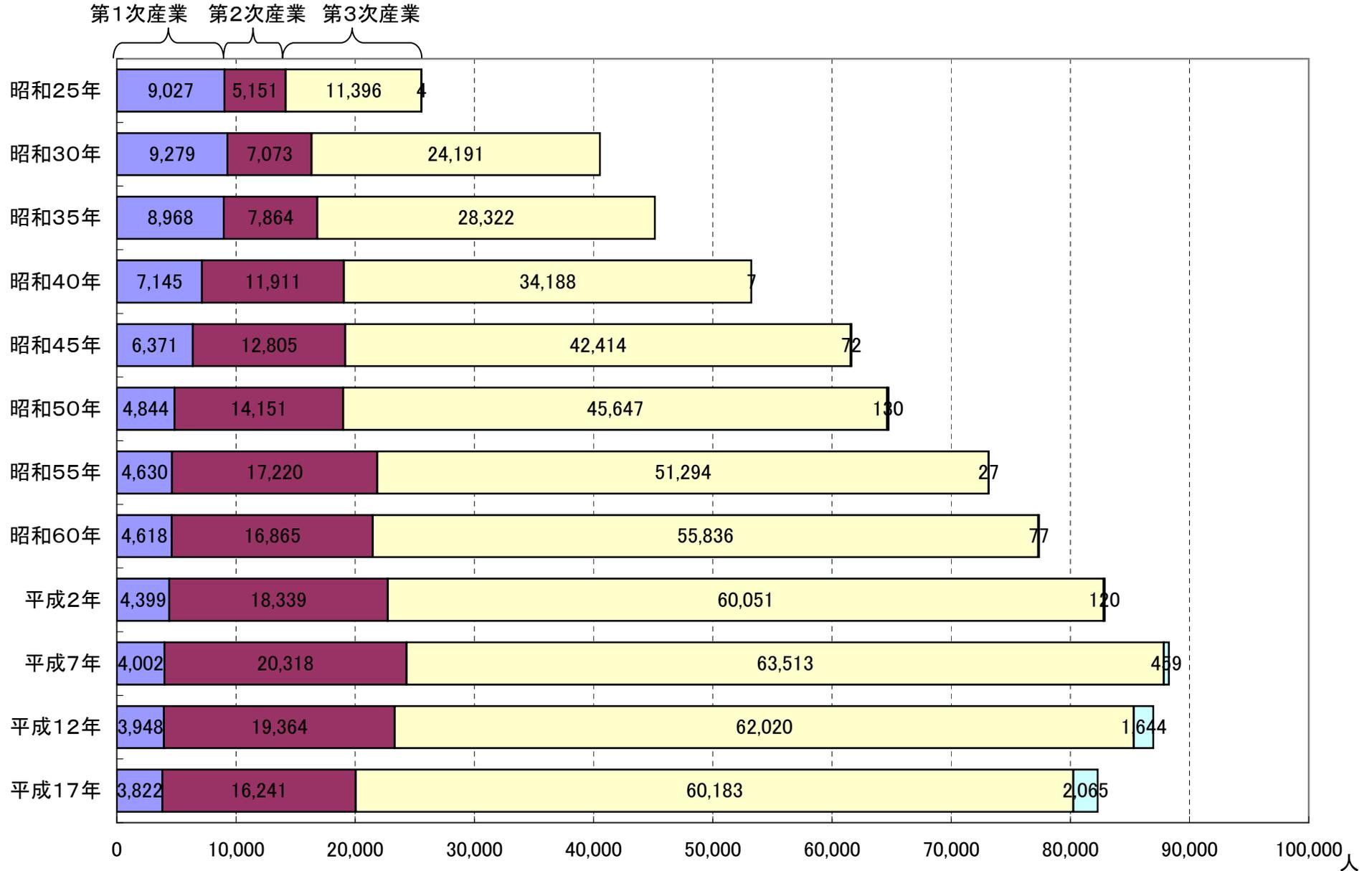
●昭和53年東京大学法学部卒業後、同年通商産業省入省。通商産業省産業政策局商務室室長、内閣法制局参事官、中小企業庁小規模企業政策課長を経て、平成13年1月より中小企業庁経営支援部経営支援課長に就任。現在に至る。

(TKC出版 程田靖弘) (会報『TKC』経営革新事例集より転載)

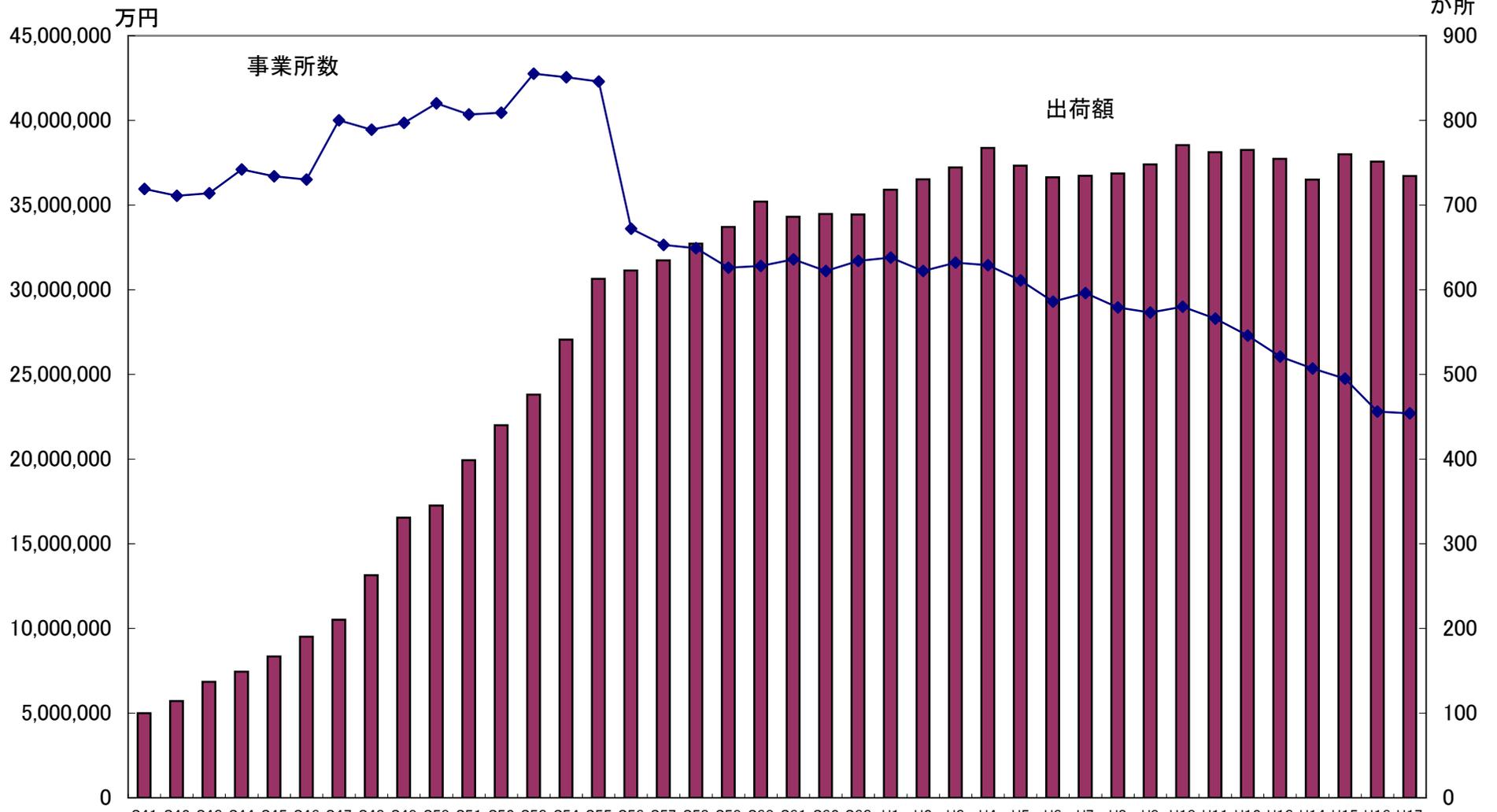
# 産業別就業人口(十勝)



# 産業別就業人口(帯広市)

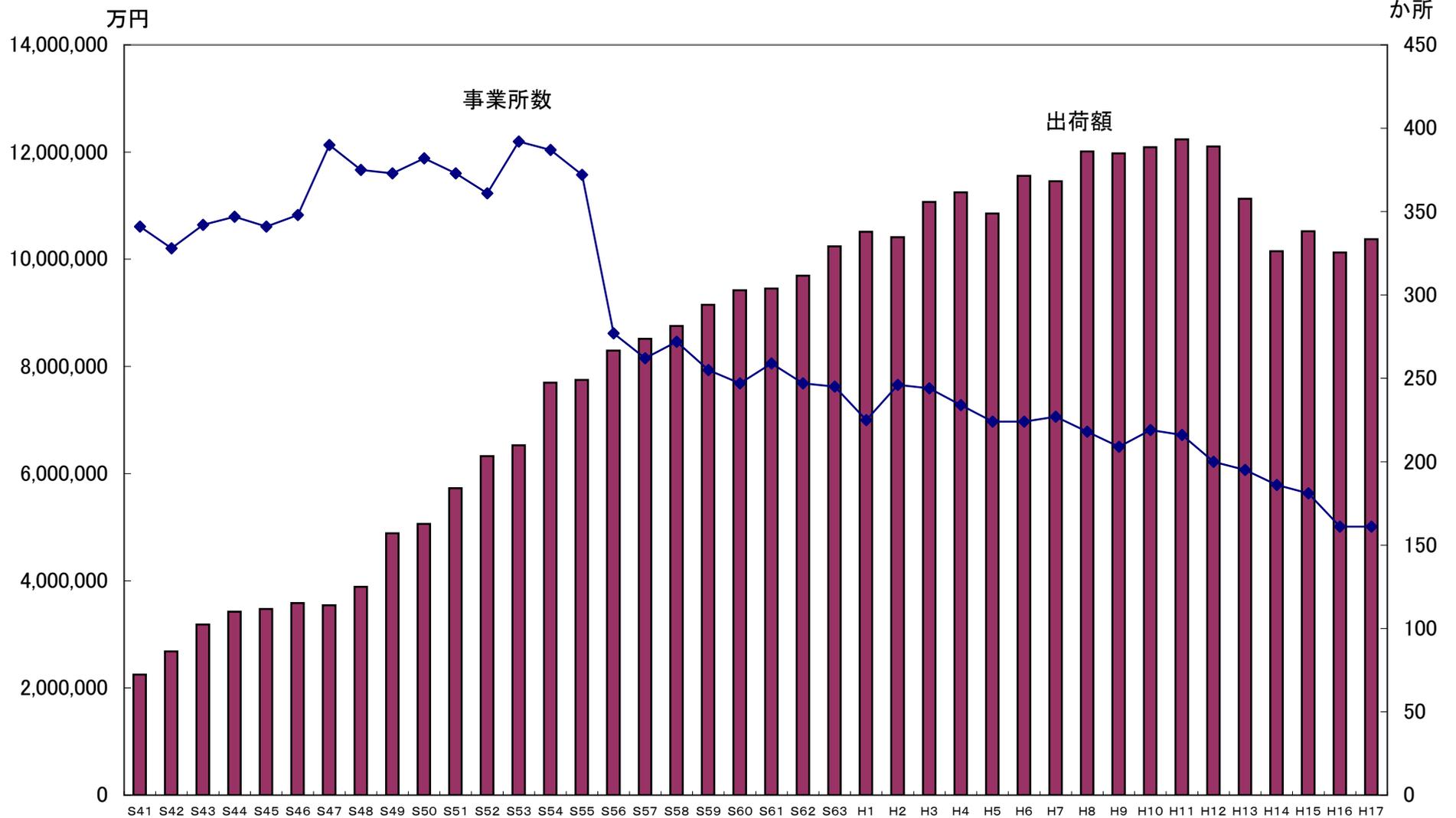


# 工業の推移(十勝)



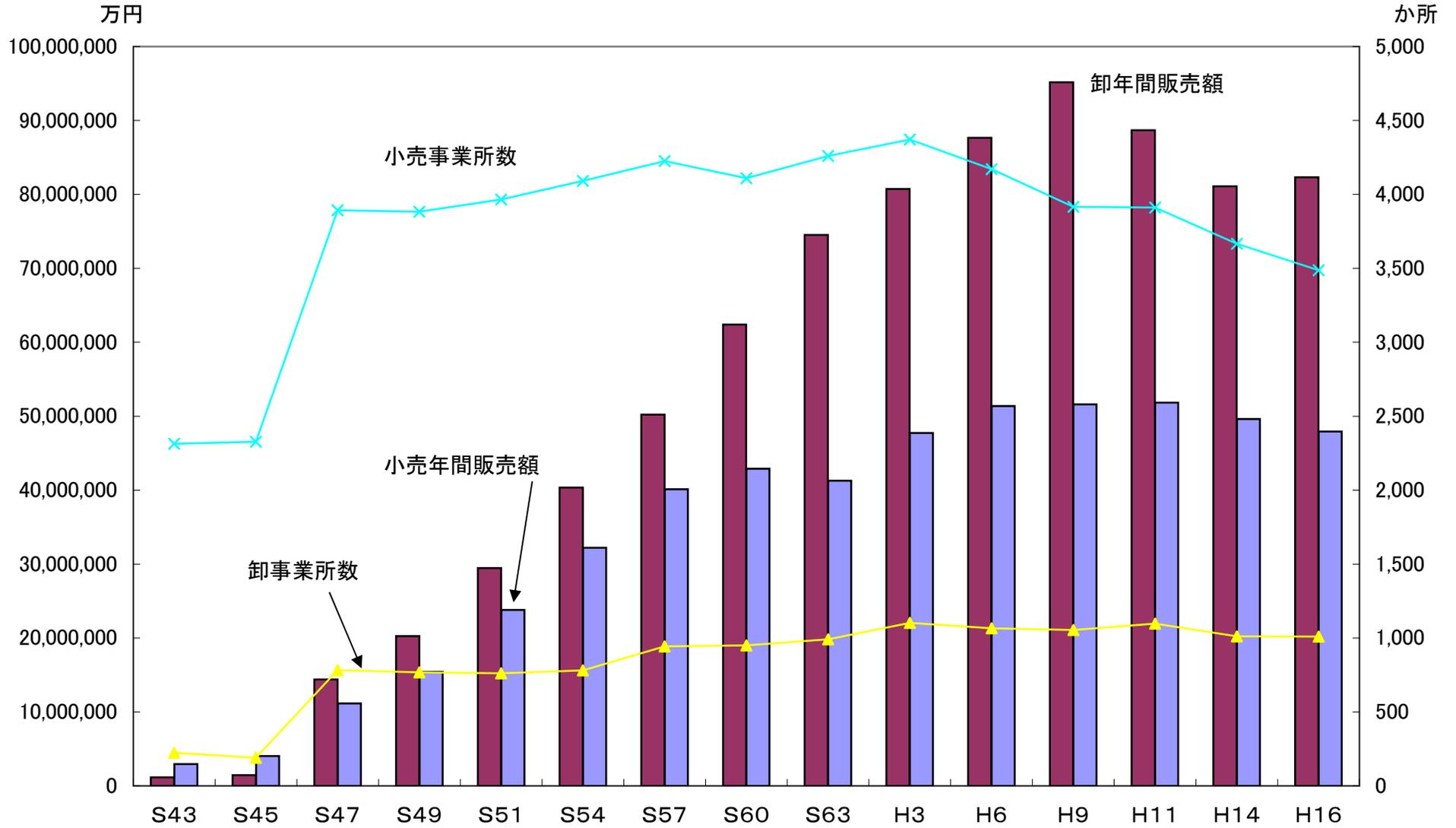
※ 調査対象は昭和56年より従業者4人以上の事業所に限定している。

# 工業の推移(帯広)

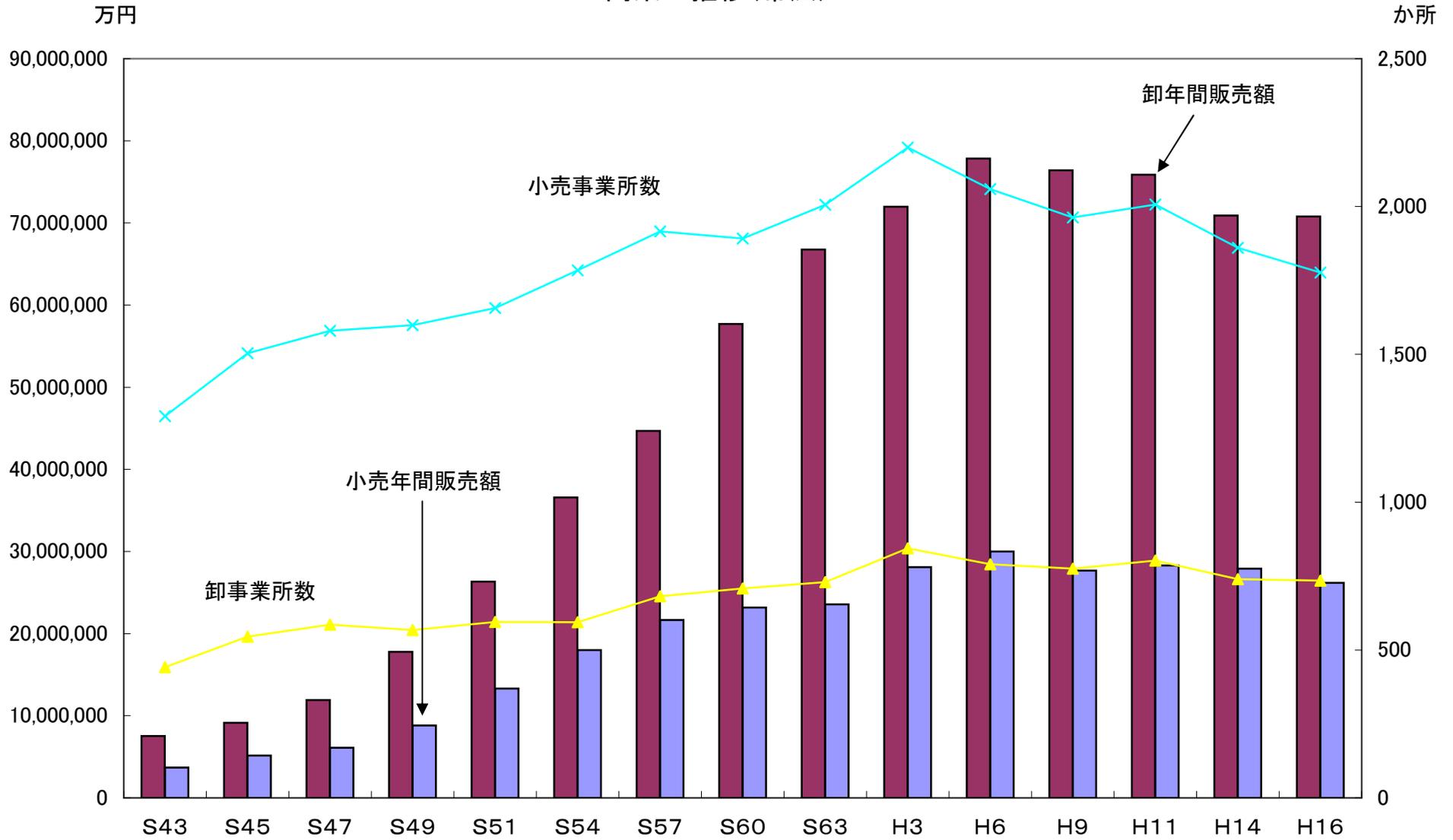


※ 調査対象は昭和56年より従業者4人以上の事業所に限定している。

# 商業の推移(十勝)



# 商業の推移(帯広)



# 帯広市農家戸数及び農業生産額の推移

