

厚生・産業常任委員会資料
平成24年(2012年)5月16日
商工観光労働部商工政策課

“未来志向の中小企業が創る元気な滋賀”

—滋賀県における中小企業振興の基本的なあり方—

平成24年(2012年)5月1日

滋賀県中小企業振興審議会

目 次

1	中小企業振興の意義-----	1
2	中小企業の定義-----	2
3	中小企業振興のための関係者の役割-----	3
	(1) 中小企業者に期待される役割	
	(2) 中小企業を支える関係者に期待される役割	
	① 県	
	② 市町	
	③ 中小企業に関係する団体	
	④ 大企業者(ナショナル・チェーンを含む。)	
	⑤ 金融機関	
	⑥ 大学等教育・研究機関	
	⑦ 県民・消費者	
4	中小企業振興の視点-----	5
	(1) 中小企業者に対する認識と姿勢	
	(2) 小規模零細事業者への配慮	
	(3) 地域づくりの観点からの中小企業振興	
	(4) 中小企業を支える関係者の連携強化	
	(5) 本県の特徴を活かした施策の展開	
5	本県における中小企業振興の基本的な方向-----	6
	(1) 成長を目指す中小企業への支援	
	① 新規成長産業の育成	
	② 安全・安心を軸とした中小企業振興	
	③ 中小企業の海外展開への支援	
	(2) 地域の経済・社会を支える中小企業への支援	
	① 人財の確保および育成	
	② 経営の安定および経営基盤の強化	
	③ 創業および新商品・新事業創出の促進	
	④ 交流・協働による連携の推進	
	⑤ 受注機会の確保	
	(3) 産業分野の特性に応じた中小企業の支援	
	① モノづくり産業を担う中小企業の持続的な発展	
	② 商業の振興、商店街の活性化	
	③ 滋賀の観光ブランドを発信する中小企業の振興	
	④ 様々な産業分野における中小企業の振興	

6 推進にあたって-----10

- (1) 中小企業の振興のための条例
- (2) 実施計画
- (3) 推進体制
- (4) 県施策における中小企業者の意見の反映
- (5) 検証・公表
- (6) 調査・研究
- (7) 税財政上の措置

別冊資料

1. 中小企業振興の意義

中小企業基本法第3条の基本理念において、中小企業は、「多様な事業の分野において特色ある事業活動を行い、多様な就業の機会を提供し、(中略)我が国の経済の基盤を形成しているもの」と位置付け、「地域における経済の活性化を促進する等我が国経済の活力の維持及び強化に果たすべき重要な使命を有する」とその役割が求められている。

また、平成22年6月28日に閣議決定された中小企業憲章の基本理念では、中小企業は、「経済や暮らしを支え、牽引する」ものとし、「社会の主役として地域社会と住民生活に貢献し、伝統技能や文化の継承に重要な機能を果たす」とされている。さらに、「難局の克服への展開が求められるこのような時代にこそ、これまで以上に意欲を持って努力と創意工夫を重ねることに高い価値を置かなければならない。中小企業は、その大いなる担い手である。」とされている。

現在、中小企業を取り巻く社会・経済の状況は、人口減少や少子高齢化により、国内需要が減少し、生産活動を支える労働力も小さくなるとともに、ライフスタイルや意識の変化により、企業活動や購買行動も時代とともに変化が生じている。

さらに、海外情勢に目を向けると、アジア等の新興国の台頭により、海外市場の急速な拡大が進む一方、急激な円高等により、コストダウンを求められることによる経営圧迫や製造拠点の海外への移転による産業空洞化が懸念されるとともに、海外からますます安価な製品やサービスが流入しつつある。

また、昨年の東日本大震災は、サプライチェーンの寸断など中小企業の経営に様々な影響を及ぼしたことなど、中小企業を取り巻く社会・経済環境はなお不透明である。

本県において、中小企業は、生産や消費活動、雇用や地域づくりなど、地域の社会・経済・雇用に重要な役割を担っていることから、中小企業が活性化することにより、ヒト・モノ・カネ・情報の集積と好循環が期待される。また、現在の厳しい社会・経済状況の中にあっても、時代の変化を前向きに捉え、新たな成長分野に挑戦し、未来に向け果敢にビジネスを展開していくことが強く求められる。

これらを踏まえ、本県の中小企業振興は、中小企業基本法や中小企業憲章の基本理念をもとに、地域経済の主役としての中小企業の自主的・自立的な経営を尊重しつつ、それを関係者が支えることで、中小企業者が本県経済の持続的な発展の原動力となり、地域に貢献する企業として成長し、これによって足腰の強い本県経済の実現が図られることを目指すべきである。

2. 中小企業の定義

中小企業基本法第2条第1項に「中小企業者の範囲」が、また同条第5項に「小規模企業者」が規定されており、おおむね以下の各業種に属する事業を主たる事業として営む会社または個人とされている。

業種	中小企業者 (下記のいずれかを満たすこと)		うち小規模企業者
	資本金の額または 出資の総額	常時雇用する 従業員	常時雇用する 従業員
①製造業・建設業・ 運輸業・その他の業 種(②～④を除く)	3億円以下	300人以下	20人以下
②卸売業	1億円以下	100人以下	5人以下
③サービス業	5,000万円以下	100人以下	5人以下
④小売業	5,000万円以下	50人以下	5人以下

また、中小企業信用保険法や中小企業支援法などにおいては、中小企業基本法における中小企業者の範囲を基本としつつ、中小企業等協同組合のような団体を含めるなど、中小企業の範囲の拡大や限定がなされている。

本県の中小企業振興にあつては、「中小企業者の範囲」を中小企業基本法に基づく定義を基本としつつ、他の法令により対象として加えられているものも含め、県内に事務所または事業所を有する中小企業者を施策の対象とするのが適当である。

また、これら以外の者であっても、上記の基準に相当する規模の事業者について、中小企業者として広く捉えることも必要である。(例えば、農事組合法人など。)

3. 中小企業振興のための関係者の役割

(1) 中小企業者に期待される役割

中小企業者は、自主的・自立的に健全な事業展開を図ることを基本に、地域経済の活性化や雇用の創出に果たす役割は大きく、とりわけ、女性、障害者、高齢者など多様な人材が活躍できる場である。

また、地域づくりへの貢献、環境との調和、人権の尊重、雇用環境の改善、地域団体やコミュニティの活動への参画など、社会に求められる課題に取り組む。

(2) 中小企業を支える関係者に期待される役割

中小企業振興は、行政、中小企業に関係する団体、大企業者、金融機関、大学等教育・研究機関および県民がそれぞれの立場で関与することが求められる。

関係者に期待される役割はおおむね次のとおりである。

① 県

- ・ 中小企業振興の視点に立った施策や事業を推進する。
- ・ 県域の中小企業振興に関する施策を総合的・計画的に推進する。
- ・ 中小企業や中小企業を支援する団体、市町等に対し情報提供や助言その他必要な支援を行う。
- ・ 県域において中小企業を支援するセンターである（公財）滋賀県産業支援プラザと連携し、中小企業振興に関する施策の円滑な推進を図る。
- ・ 県民等に対し、県内中小企業やその製品、サービス等に関する情報を提供する。
- ・ 中小企業の事業活動に対する規制の緩和および行政手続の簡素化を図る。
- ・ 学校教育において、中小企業の果たしている役割も含め、児童・生徒の勤労観・職業観を育成する。
- ・ 県内の中小企業が製造・販売・提供する製品やサービス、請負等の購入、利用を推進する。
- ・ 必要に応じ、国等へ施策の充実や改善を要請する。

② 市町

- ・ 住民に身近な行政として、中心市街地の活性化など地域づくりの視点も含め、中小企業振興の取組を推進する。
- ・ 地域の中小企業が製造・販売・提供する製品やサービス、請負等の購入、利用を推進する。

③ 中小企業に係る団体

- ・ 県および関係する機関・団体等と協力、連携して、中小企業の経営の安定・向上および改善に積極的に取り組む。

④ 大企業者(ナショナル・チェーンを含む。)

- ・ 地域の中小企業からの調達に努める。
- ・ 中小企業の研究・開発を支援・協力する。
- ・ 商工会、商工会議所、商店街などの地域の商工団体等へ加入し、その活動に協力する。

※ナショナル・チェーン

全国に複数の店舗を設けて事業展開している小売商業施設を設置する者

⑤ 金融機関

- ・ 中小企業の資金需要に対し適切かつ積極的な金融仲介機能を発揮する。
- ・ 中小企業へのコンサルティング機能の発揮、商談会の開催などの地域密着型金融を推進する。

⑥ 大学等教育・研究機関

- ・ 知的資源を活用し、中小企業に対する研究開発や新事業創出を支援する。
- ・ 地域づくりへの関わりにおいて中小企業振興の視点が求められる場合は、そのことへの理解をもって取り組む。
- ・ キャリア教育において、中小企業の役割および人材ニーズについて、学生が適切に理解するよう努め、学生の中小企業への就職を積極的に推進する。

⑦ 県民・消費者

- ・ 地域経済の主体である中小企業を支えるのは地域の「人」であり、県民や消費者がそれぞれの立場で、中小企業の振興が地域経済の発展および県民生活の向上に寄与することに関心と理解を深める。
- ・ 中小企業に関心と理解を持つ消費者のコミュニティの育成、ネットワークづくりに努める。
- ・ 県内の中小企業が製造・販売・提供する商品やサービス等を自ら進んで購入、利用する。

4. 中小企業振興の視点

(1) 中小企業に対する認識と姿勢

中小企業振興は、中小企業が地域社会・経済の担い手として重要な役割を果たし、県民の暮らしを支えていることを踏まえ、中小企業者の自主的な努力および創造的な活動を尊重し、自立的な経営や相互の連携を促進する。

(2) 小規模零細事業者への配慮

中小企業振興は、家族経営などの小規模零細事業者が県内企業の大多数を占めるという実態を踏まえ、経営規模や経営形態に配慮して推進する。

また、意欲ある起業家や独自の技術やビジネスモデルを持った小規模事業者などの育成にも配慮する。

(3) 地域づくりの観点からの中小企業振興

中小企業振興は、中小企業が地域に根ざした存在であり、地域社会・経済に果たす役割の大きさを考慮するとともに、地域の実情に応じて、中心市街地の活性化、インフラ整備や福祉施策などの地域づくり・社会づくりの観点から、関連する諸施策を総合的に推進する。

(4) 中小企業を支える関係者の連携強化

中小企業振興は、行政、関係団体、大企業者、金融機関、大学等教育・研究機関が相互に連携・協力することが重要であり、県はそのコーディネーター役を果たすとともに、実効性ある仕組みづくりを行い、諸施策を効果的・効率的に推進する。

(5) 本県の特徴を活かした施策の展開

中小企業振興は、これまで築かれてきた琵琶湖の環境保全をはじめとした環境への取組や「モノづくり県」としての産業集積の特色、さらに「三方よし」に代表される近江商人の精神をこれからも適切に引き継ぐなど、本県が有する豊かな資源を活かした企業活動を一層推進する。

5. 本県における中小企業振興の基本的な方向

(1) 成長を目指す中小企業への支援

① 新規成長分野へ挑戦する中小企業の育成

地球環境の保全を積極的に捉え、中小企業にとっての成長分野として環境ビジネスの振興に取り組むことが求められる。

少子高齢化についても、介護、福祉、子育てといった福祉分野での需要の拡大が見込まれ、中小企業にとって有望なビジネスフロンティアである。

また、本県の有する大学や企業などの知的産業を育む潜在力を活かすことができる新たな産業の柱として、成長の可能性が見込まれるクリエイティブ産業においても中小企業の活躍が期待される。

中小企業振興においては、こうした新規成長産業分野に挑戦する中小企業を支援する必要がある。

※クリエイティブ産業

クリエイティブ産業は、知恵や技能などの創造的な活動により、富と雇用を創出する、いわゆる「知的財産権」の形成に関する産業で、経済産業省が実施した「生活文化産業支援のあり方に関する調査」において、コンピュータソフト、音楽・ビデオ、出版、デザイン、アートなどを含む18産業分野とされている。

② 安全・安心を軸とした中小企業振興

琵琶湖の水環境保全などで培われてきた本県の環境に対するこだわりを中小企業振興に活かすことも重要であり、例えば、環境こだわり農産物を使った食品の製造や地産地消型の生活者が信頼のできる製品やサービスをつくり出すことは、地域に根ざした中小企業ならではの安全・安心が実感できる取組である。こうした滋賀の「安全・安心」を軸とした中小企業の振興を図ることが考えられる。

③ 中小企業の海外展開への支援

グローバル化の流れの中で、県内中小企業が生き残るためには海外への販路拡大や進出は有効な手段であり、海外で得られた収益が国内に環流し、新たな事業展開への投資につながるなどのプラス要因も考慮すべきである。こうしたことから、貿易相談窓口の充実、海外におけるビジネス情報の収集や提供、セミナーや海外での展示商談会の開催、人材育成など、中小企業の海外展開を支援する。

一方で、積極的に企業誘致や立地企業の規模拡大を促進し、県内産業の空洞化への危惧に対しても適切に対処する必要がある。

(2) 地域の経済・社会を支える中小企業への支援

中小企業は、経営資源に限られ、様々な課題を抱えていることから、県をはじめ、関係者がそれぞれの役割を果たすとともに、連携して支援するための仕組みづくりなどにより、以下のような課題に応じた取組を推進し、経営基盤のしっかりした中小企業を育成する必要がある。

① 人財の確保および育成

～魅力ある中小企業で働く人財の確保とそこで活躍する人財の育成～

中小企業は、その事業活動に必要な人材の確保や定着が難しく、また職人の高齢化が進むことにより技術等の継承が困難になっている。このため、中小企業の働く場としての魅力を発信するとともに、若年者をはじめ女性、中高年齢者、障害者などの雇用を促進するための職業相談や求人情報の提供、職業能力の開発、働く場の環境整備の推進などに取り組む。

また、望ましい職業観・勤労観を育成するため、職場見学や体験、インターンシップ等の就業体験など、幼児期からの発達段階に応じた体系的なキャリア教育を推進するとともに、県内の高等学校や大学の卒業生などの県内中小企業への就職を促進する。

さらに、モノづくり基盤技術などに関し専門性の高い人材やグローバル化に対応できる人材などが求められることから、企業ニーズに応じた産業人材の育成を推進する。

※中小企業にとって人材は、単なる材料ではなく、財産であるという考えから、タイトルにおいては「人財」という表記を用いている。ただし、通常の文中では一般用語としての「人材」を用いている。

② 経営の安定および経営基盤の強化

～中小企業の持続的発展のための安定した経営とその基盤強化～

中小企業の事業継続や新たな事業展開に当たり、資金面や経営上の課題に対応するため、制度融資の充実や情報提供、相談・助言など、企業の発展段階や事業活動の状況に応じた総合的な支援体制の強化を図る。

また、地域経済の安定を図るため、事業の収益性があり、雇用の維持や技術の継承などが必要な企業の再生を支援するとともに、後継者問題等に対応するため、相談や外部経営資源の活用などによる円滑な事業承継を支援する。

さらに、地震等の災害などへの対応として、事業継続計画(BCP)の策定をはじめとした中小企業者のリスクマネジメントへの対応を支援する。

③ 創業および新商品・新事業創出の促進

～創業、新商品や新事業の創出による企業活動の活性化～

廃業率が開業率を上回る状況の中、創業や新商品・新事業の創出に取り組む事業者の抱える課題等に対応し、新たなビジネス展開を促進するため、起業意欲のある人材の養成、資金繰りの支援、専門家等による指導・助言、さらにはSOHOなどインキュベーション施設における成長段階に応じた多面的な支援により、創業や新事業創出等の環境の整備を図る。

④ 交流・協働による連携の推進

～産学官金民の連携とコーディネート機能の発揮～

中小企業は、専門的な人材をはじめ、情報、資金や技術面などにおいて経営資源が限られており、単独では解決困難な課題を抱えている。このため、企業間をはじめ、大学等教育・研究機関、公的機関、金融機関および中小企業に関係する団体が一体となってサポートするなど、産学官金民の有機的な連携を推進する。

また、県や中小企業を支援する機関がコーディネート機能を強化することにより、異業種の交流等を通じて、医工連携や農商工連携などの事業活動を促進する。

⑤ 受注機会の確保

～県内中小企業者の受注機会の確保による需要の増進～

県等が調達する物品および公共工事等の発注に当たっては、予算の適正な執行および透明かつ公正な競争の確保に留意しつつ、県内中小企業者が供給する商品、サービスや請負等に対する需要の増進を図るとともに、入札等に係る参加基準および指名基準における県内業者優先の取扱いについて推進する。

(3) 産業分野の特性に応じた中小企業への支援

① モノづくり産業を担う中小企業の持続的な発展

本県の特徴であるモノづくり産業の基盤を強化するため、公設試験研究機関における相談や試験研究、知的財産の創造・保護および活用により、製品・技術開発力の向上や販路拡大等を促進する。

また、地場産業にあっては、生活様式の変化や輸入品との競合で厳しい経営を迫られており、魅力発信等によるブランド力の向上を促進する。

さらに、道路等の産業基盤の整備を進めるとともに、自然災害等が少ないという本県の特徴を活かし、県内工場や開発拠点の増産・増設や高付加価値型企業や内需型企業等の新規立地を支援する。

② 商業の振興、商店街の活性化

商店街の振興を図るため、魅力ある個店づくりを支援するとともに、地域の商工業者の商店街等の地域団体への加入などによる地域が一体となった取組を進め、にぎわいの創出や利便性の向上、中心市街地の活性化等を推進する。

また、高齢者等の買い物弱者への対応など、ニーズに応じた商店・商店街づくりを推進する。

③ 滋賀の観光ブランドを発信する中小企業の振興

本県の認知度の向上を図るため、観光資源の発掘やその魅力の磨き上げを通じて、本県観光の個性化を進め、滋賀の観光ブランドとして発信する。

また、豊かな自然環境や歴史・文化財などの観光資源を活かした滋賀ならではの体験型観光や、本県のモノづくり企業等が有する資源を活用する産業観光など、ニューツーリズムの推進を図る。

併せて、海外、特に東アジアに向けた情報の発信により、国内外からの誘客を促進する。

④ 様々な産業分野における中小企業の振興

中小企業振興の視点から、農業などの第一次産業との連携、健康福祉産業などのサービス業、運輸、建設業などの振興を図る必要があることから、経営指導や組織化支援および組織育成を図るほか、各業界に応じた振興策を実施する。

例えば、医療・健康・福祉・介護といった分野での創業支援や人材育成等を図るほか、地域の建設業が災害対応やインフラの維持管理等の地域社会の維持に不可欠の役割を果たしていることを踏まえ、建設企業の健全な育成および安定的な経営を図るなどの取組を推進する。

6. 推進にあたって

(1) 中小企業の振興のための条例

中小企業振興を強力に推進するための根拠として、県において条例を制定し、実効性の高い取組を進める必要がある。

条例においては、本県の中小企業振興のための関係者の役割、基本的な施策、実施計画の策定、推進体制等を定める。

(2) 実施計画

実施計画は、3年程度の期間を目標とし、この計画を毎年ローリングをすることにより、予算の裏付けを持つ具体性の高いものとして、機動性のあるタイムリーな事業展開を図ることができるアクションプランとする。

(3) 推進体制

県の中小企業振興施策の実施に当たっては、部局間の連携に一層努め、総合的に推進する必要がある。また、商工観光労働部における中小企業振興に係る体制整備とともに、現場対応力を強化する。

(4) 県施策における中小企業者の意見の反映

中小企業に関する施策の立案や推進に当たっては、中小企業者等の意見を聴き、施策に反映する仕組みを構築する。

(5) 検証・公表

中小企業振興に関する施策の実施状況を検証し、その検証結果を公表するとともに、その結果を今後の施策に適切に活かしていく。

(6) 調査・研究

中小企業の経営状況や中小企業をとりまく経済や環境の実態を的確に把握するため、情報収集・分析力を高めるとともに、国や大学等研究機関と連携するなど、必要な調査・研究に取り組み、その成果を中小企業者をはじめ広く情報提供する。

(7) 税財政上の措置

中小企業振興に関する施策を推進するために、必要な財政上および税制上の措置を講ずるよう努める。

(別冊資料)

厚生・産業常任委員会資料
平成24年(2012年)5月16日
商工観光労働部商工政策課

1. 滋賀県中小企業振興審議会委員名簿 2
2. 諮問書(写) 3
3. 審議経過 4
4. 平成23年度の取組の流れ(24年度の予定を含む) 5
5. 滋賀県の中小企業、産業、経済の状況 7
6. 職員による企業訪問結果の状況11
7. 中小企業等実態調査の結果概要18
8. 県政世論調査の結果30
9. 中小企業基本法(抜粋)33
10. 中小企業信用保険法(抜粋)35
11. 中小企業支援法(抜粋)37
12. 中小企業団体の組織に関する法律(抜粋)40
13. 中小企業憲章42

1. 滋賀県中小企業振興審議会委員名簿

(敬称略、五十音順)

委員の区分	氏名	役職等	備考
1号委員 (産業一般経験者)	桂 賢	滋賀経済同友会 代表幹事	
	川瀬 重雄	滋賀県商工会連合会 会長	
	北川 陽子	北川織物工場	
	坂口 康一	滋賀経済産業協会 会長	
	高田 紘一	びわこビジターズビューロー 会長	会長
	高橋 政之	高橋金属(株) 代表取締役会長	
	西川 健三郎	(株)滋賀銀行 常務取締役	
	宮川 孝昭	滋賀県中小企業団体中央会 会長	
	宮崎 君武	滋賀県商工会議所連合会 会長	
2号委員 (学識経験者)	肥塚 浩	立命館大学経営学部 教授	会長代理
	辻田 素子	龍谷大学経済学部 准教授	
	野本 明成	滋賀大学産業共同研究センター センター長	
	森下 あおい	滋賀県立大学人間文化学部 准教授	
3号委員 (行政関係職員)	西川 喜代治	滋賀県市長会 副会長	
4号委員 (その他知事が適当と認める者)	大日 常男	公募委員	
	竹中 仁美	(株)愛・ユー・ケアサービス 代表取締役	
	辻井 美智子	公募委員	
	中村 初子	甲賀市女性の会 会長	
	藤岡 順子	日本労働組合総連合会滋賀県連合会 女性委員会 事務局長	
	渡邊 信子	渡辺薬局	

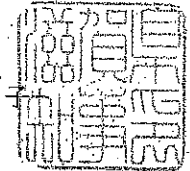
2. 諮問書（写）



滋商政第 657 号
平成23年(2011年)11月16日

滋賀県中小企業振興審議会会長 様

滋賀県知事 嘉田 由紀子



滋賀県における中小企業振興の基本的なあり方について(諮問)

本県では、時代の変化に的確に対応しつつ、産業の競争力を高め、活力に満ちた滋賀をつくるため、産業振興のあり方や戦略方向を定めた「滋賀県産業振興新指針」に基づき、取り組みを進めてきました。さらに、本年3月には、「人を育て 産業をつなぐ—滋賀の戦略」として、今後4年間に取り組むべき産業振興の方向性を示した「滋賀県産業振興戦略プラン」を策定し、施策を展開しているところです。

中小企業基本法においては、中小企業について、「多様な事業の分野において特色ある事業活動を行い、多様な就業の機会を提供し、個人がその能力を発揮しつつ事業を行う機会を提供することにより我が国の経済の基盤を形成しているもの」と位置付けられています。本県の中小企業は、企業数の99.8%、常用雇用者数で79.5%を占めており、生産や消費活動をはじめ、雇用やまちづくりへの貢献など、地域の社会・経済において大変重要な役割を担っています。

地域経済が活性化していくためには、中小企業がその強みや可能性を伸ばし、元気に生き活きと活躍することが期待されます。また、近江商人の基本哲学である「三方よし」の考えを現代の企業活動にも引き継いでいくためにも、行政のみならず、県民、事業者、関係者などのあらゆる主体がそれぞれの役割を認識し、責任を果たしていくことが求められます。今後、中小企業の振興のための条例の制定をはじめとした中小企業の振興に視点を置いた取組が一層必要と考えているところです。

このため、滋賀県における中小企業振興の基本的なあり方について、貴審議会の意見を問います。

3. 審議経過

○平成23年11月16日 第1回審議会

- (1) 会長および会長代理の選任について
- (2) 滋賀県における中小企業振興の基本的なあり方について
(諮問)
- (3) 会議の公開について
- (4) 中小企業振興の基本的なあり方検討について
- (5) 審議会の今後の進め方について

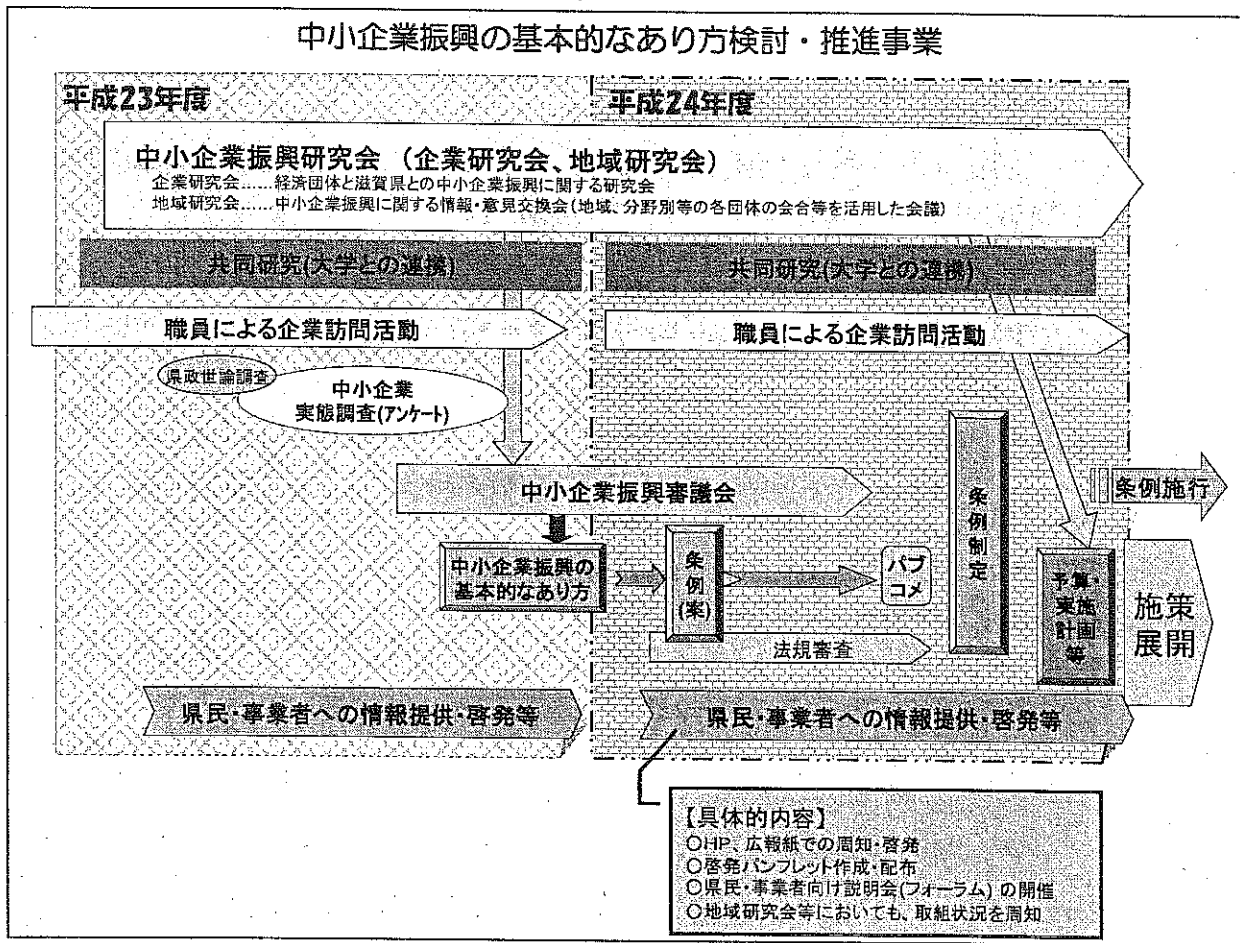
○平成24年2月13日 第2回審議会

- (1) 滋賀県における中小企業振興の基本的なあり方について

○平成24年3月28日 第3回審議会

- (1) 滋賀県における中小企業振興の基本的なあり方について
(答申案)

4. 平成23年度の取組の流れ(24年度の予定を含む)



○経済団体と滋賀県との中小企業振興に関する研究会(企業研究会)

- 第1回 平成23年 7月27日 趣旨等説明
- 第2回 平成23年 9月 2日 「モノづくり」
- 第3回 平成23年10月18日 「人材」、「経営支援・金融」
- 第4回 平成23年11月 8日 「観光・海外展開」、「商店街・商業振興」
- 第5回 平成23年12月22日 「企業立地」、「意見等の中間整理」
- 第6回 平成24年 1月31日 「中小企業振興の基本的なあり方検討のまとめ」
- ⇒ 平成24年 2月10日 「滋賀県における中小企業振興の基本的なあり方検討のまとめ(報告)」とりまとめ

○地域団体等との中小企業振興に関する意見交換会(地域研究会)

平成23年7月から平成24年3月まで、団体の会合等に出向いて、県の取組についての説明を行うとともに、情報・意見の交換等を実施したもの(計25回開催)。

(商工会議所経営指導員研修、中小企業診断協会・理論政策更新研修、滋賀県中小企業団体中央会・地区別代表者会議(3カ所)、滋賀経済同友会・地域懇談会(7カ所)、滋賀県中小企業家同友会・政策委員会、草津商工会議所商業・観光・サービス情報部会、滋賀県商工団体連合会、近畿税理士会草津支部研修会、滋賀県商店街連盟連合会、滋賀県信用金庫協会経営対策委員会、滋賀県商工会連合会・行政懇談会(湖南)、県内市町商工担当課長との意見交換会、環びわ湖大学・地域コンソーシアム(総会、幹事会議)、滋賀県産業振興リエソン会議)

○共同研究(大学との連携)

県内に社会科学系学部を有する大学(滋賀大学・立命館大学・龍谷大学)と連携して、中小企業振興に関し共同研究を行う。外部講師を招く講演については、公開で実施し、関係者とともに学ぶこととする。

①中小企業政策研究(滋賀大学との連携) 相手方:産業共同センター 野本教授

テーマ:「中小企業経営戦略の現状と未来」

内容:滋賀大学の研究者から中小企業経営にかかるテーマについて講義を受け、中小企業政策を考える。

参加者:行政職員、中小企業支援機関職員

【第1回】平成23年5月20日(金)

「中小企業のマーケティング戦略」(経済学部 教授 野本 明成 氏)

【第2回】平成23年7月22日(金)

「中小企業の技術マネジメント」(経済学部 教授 弘中 史子 氏)

【第3回】平成23年8月23日(火)

「事業構築とベンチャービジネス」(産業共同研究センター 特任教授 中井 光男 氏)

【第4回】平成23年9月7日(水)

「商品開発とMOT」(産業共同研究センター 特任教授 山本 卓 氏)

②中小企業振興条例研究(立命館大学との連携) 相手方:経営学部 肥塚教授

テーマ:「中小企業振興条例の制定とその効果」

内容:中小企業振興条例に関わりのある研究者等から講義を受け、意見交換等を行う。

参加者:行政職員、経済団体、事業者、県民等

【第1回】平成23年5月25日(水)

「中小企業政策についてー中小企業振興条例と関わってー」

(立命館大学経営学部教授 肥塚 浩 氏)

【第2回】平成23年7月29日(金)

「中小企業政策と中小企業憲章」(横浜国立大学大学院 教授 三井 逸友 氏)

【第3回】平成23年8月10日(水)

「中小企業振興条例で地域をつくる」(京都大学大学院 教授 岡田 知弘 氏)

【第4回】平成23年9月14日(水)

「中堅中小・ベンチャー企業と地域イノベーション」

(立命館大学テクノロジー・イノベーション研究科教授 名取隆 氏)

【第5回】平成23年11月2日(水)

「地域産業政策と中小企業振興基本条例」

(慶應義塾大学経済学部教授 植田浩史 氏)

【第6回】平成24年1月11日(水)

「千葉県中小企業の振興に関する条例について」

(千葉県商工労働部経済政策課政策室長 篠崎千尋 氏)

○県民への情報提供・啓発等

- ・県ホームページ(中小企業支援ポータルサイト設置ほか、各種情報提供)
- ・メディアによる情報発信

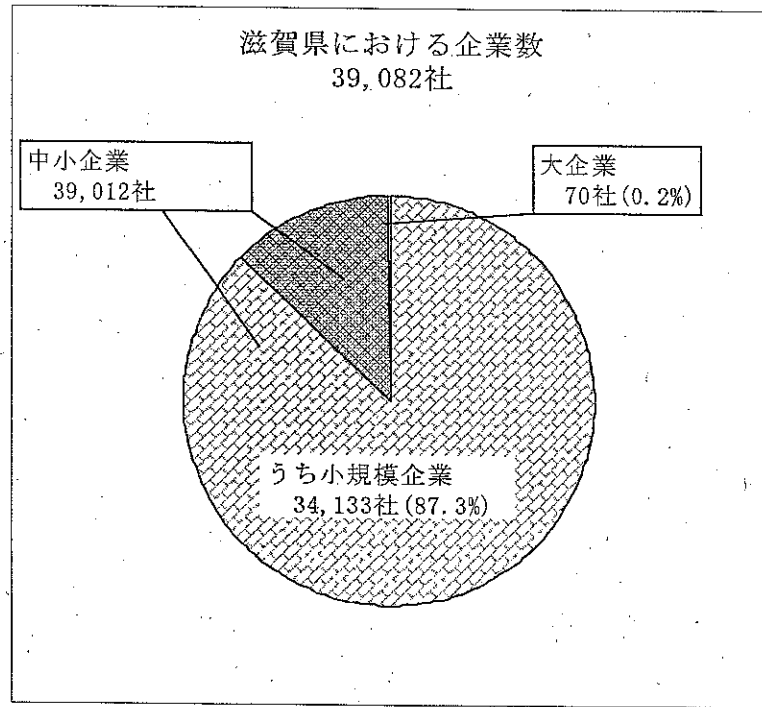
びわ湖放送特別番組～「いま、滋賀県の中小企業が面白い!」平成24年3月18日、20日に放映

- ・大学との共同研究会の公開実施

5. 滋賀県の中小企業、産業、経済の状況

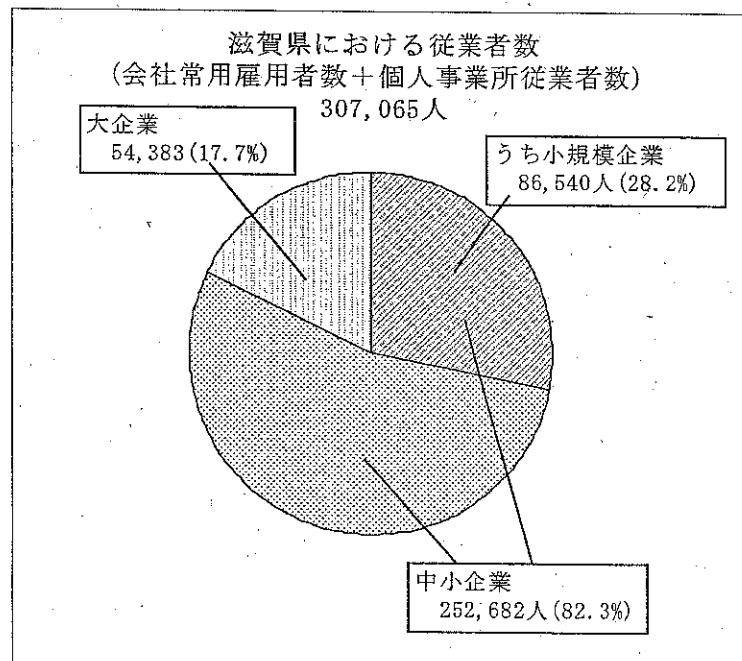
(1) 中小企業の企業数、従業者数

(i) 平成21年の滋賀県における中小企業の数¹⁾は39,082(全国では4,190,719)で、県内企業数に占める中小企業の割合は99.8%(同99.7%)を占めている。また、小規模企業²⁾の数は34,133(同3,659,291)で、全体の87.3%(同87.1%)を占めている。



資料：中小企業白書2011年版(平成21年経済センサス基礎調査(速報)に基づく)

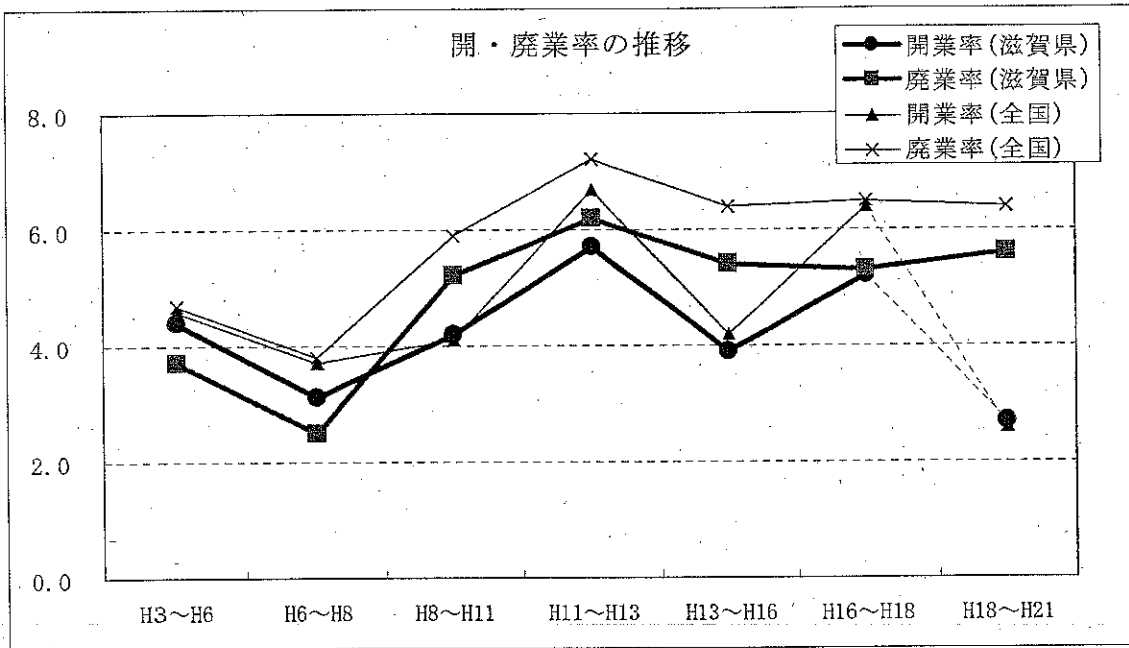
(ii) 中小企業の従業者数(会社の常用雇用者数+個人事業所の従業者総数)は252,682人(全国では28,270,454人)で、全体の82.3%(同66.2%)となっている。



資料：中小企業白書2011年版(平成21年経済センサス基礎調査(速報)に基づく)

(2) 開業率、廃業率

滋賀県における平成16年から18年の開業率は5.2%、廃業率は5.3%となっており、平成18年から21年の開業率が2.7%、廃業率は5.6%となり、近年は廃業率が開業率を上回る状況で推移している。

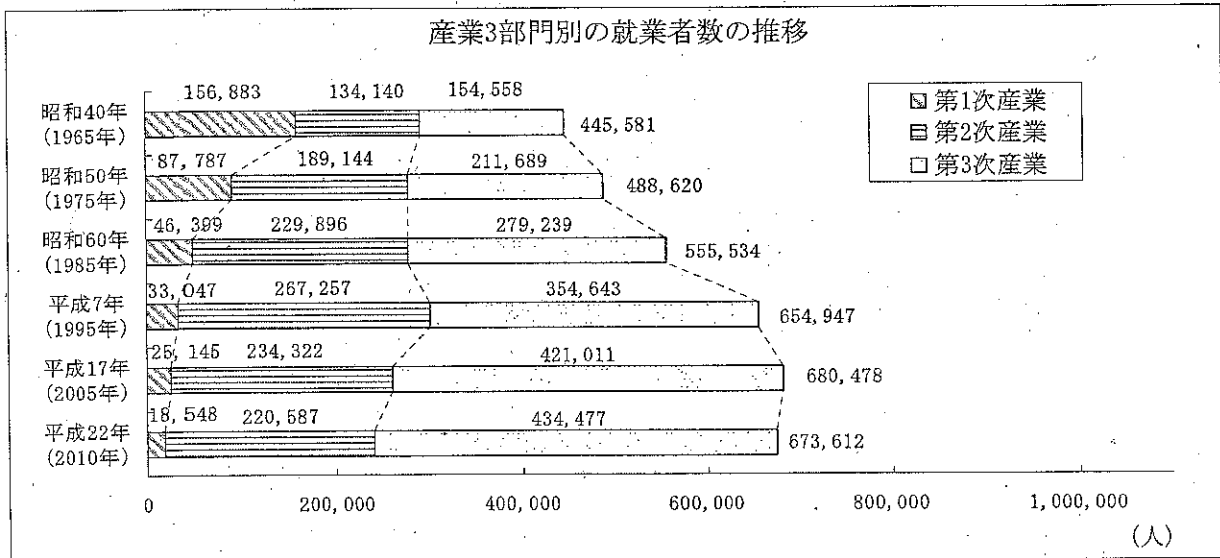


資料：中小企業白書2011年版で示された方法で事業所・企業統計調査より作成

注：平成18年から21年の開業率は、統計の変更によりそれまでの割合と単純に比較できない。

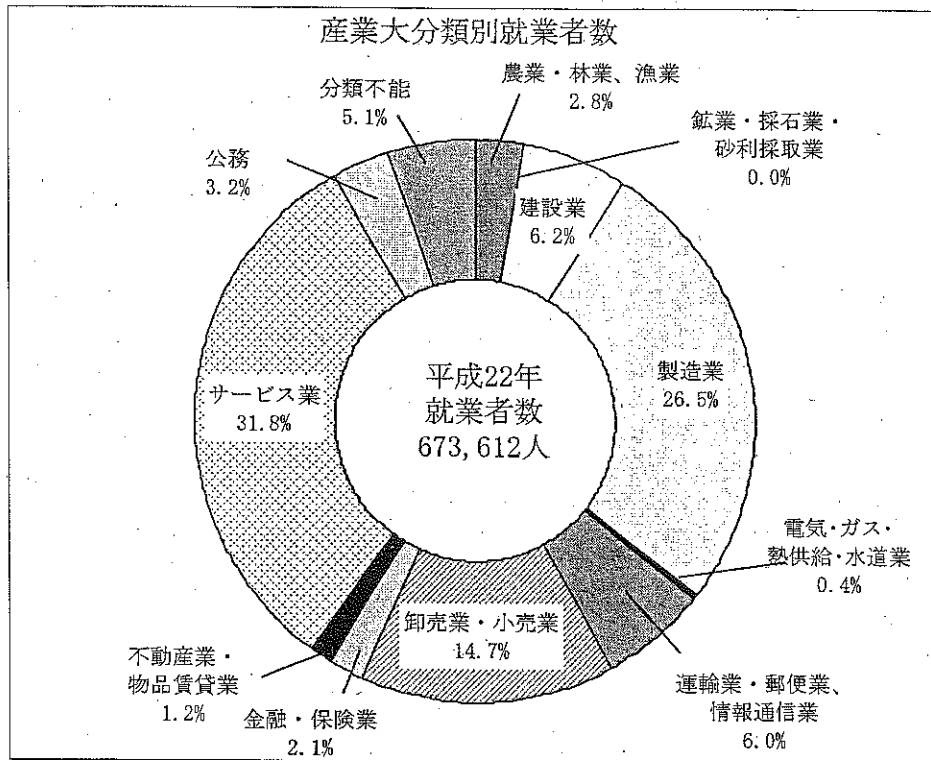
(3) 産業構造

(i) 平成22年の各産業3部門別による就業者数は、第一次産業では18,548人(就業者数の2.8%)、第二次産業では220,587人(同32.7%)、第三次産業(分類不能を含む)では434,477人(同64.5%)となっている。



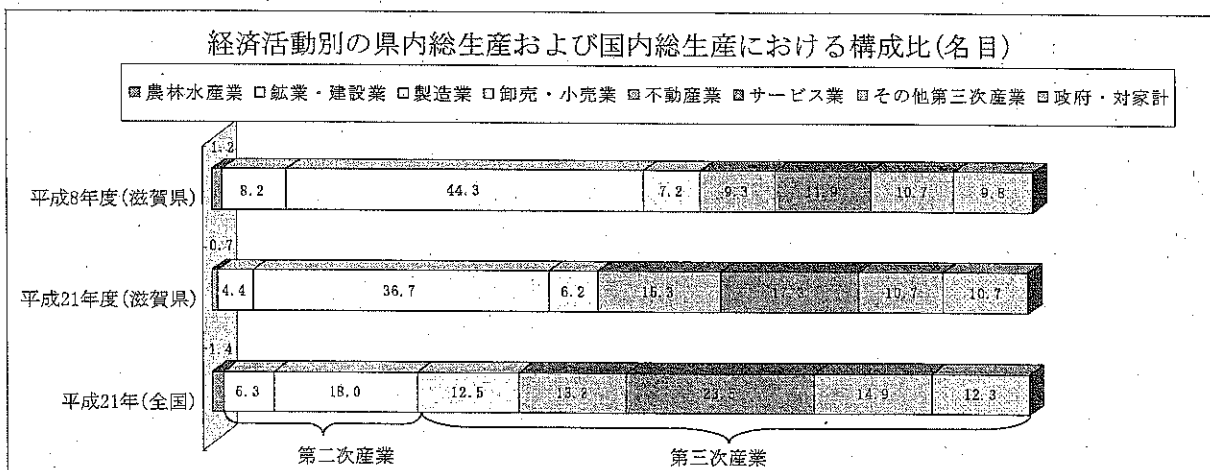
資料：国勢調査

(ii)これを産業大分類別にみると、その構成割合は農林漁業が2.8%、建設業が6.2%、製造業が26.5%、運輸通信業が6.0%、卸売業・小売業が14.7%、サービス業が31.8%となっている。



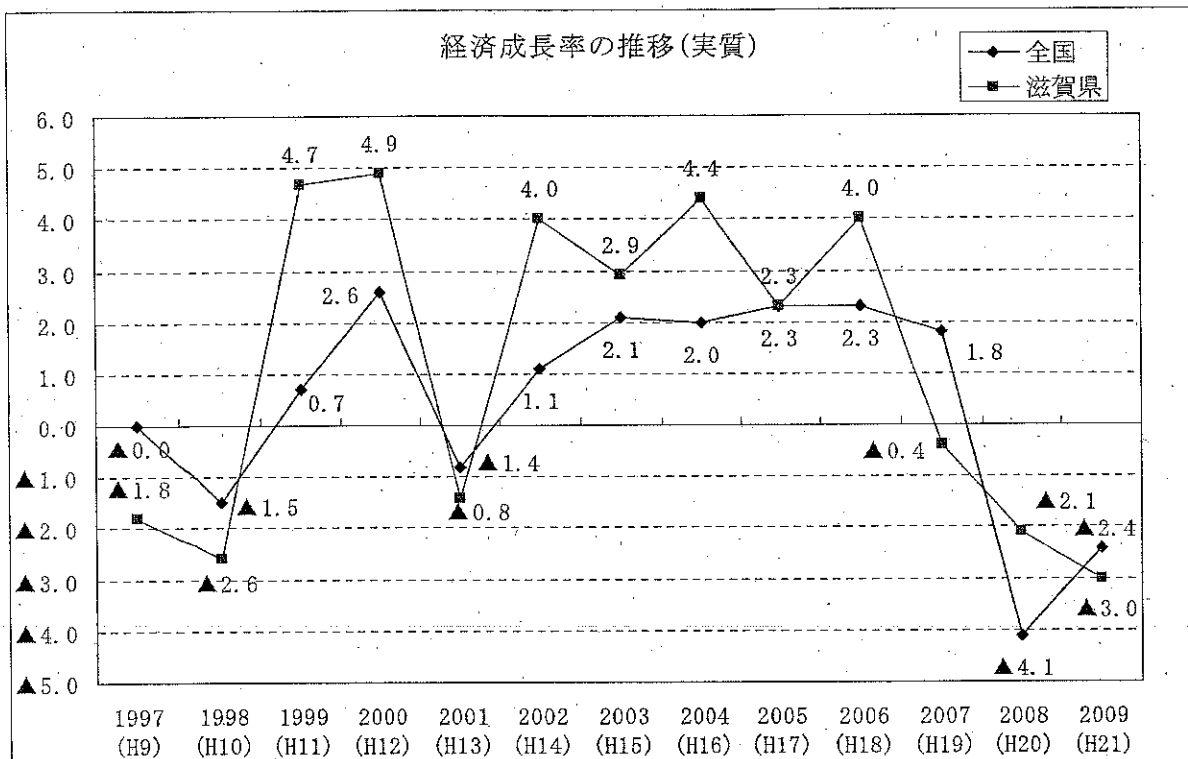
資料：国勢調査

(iii)平成21年度の県内総生産(名目)は、5兆7,015億円で、対前年度2.7%の減となっている。主要産業の製造業や建設業、卸売・小売業などが減少している。また、経済活動別に見ると、製造業が36.7%を占め、サービス業が17.3%、不動産業が15.3%と続いている。



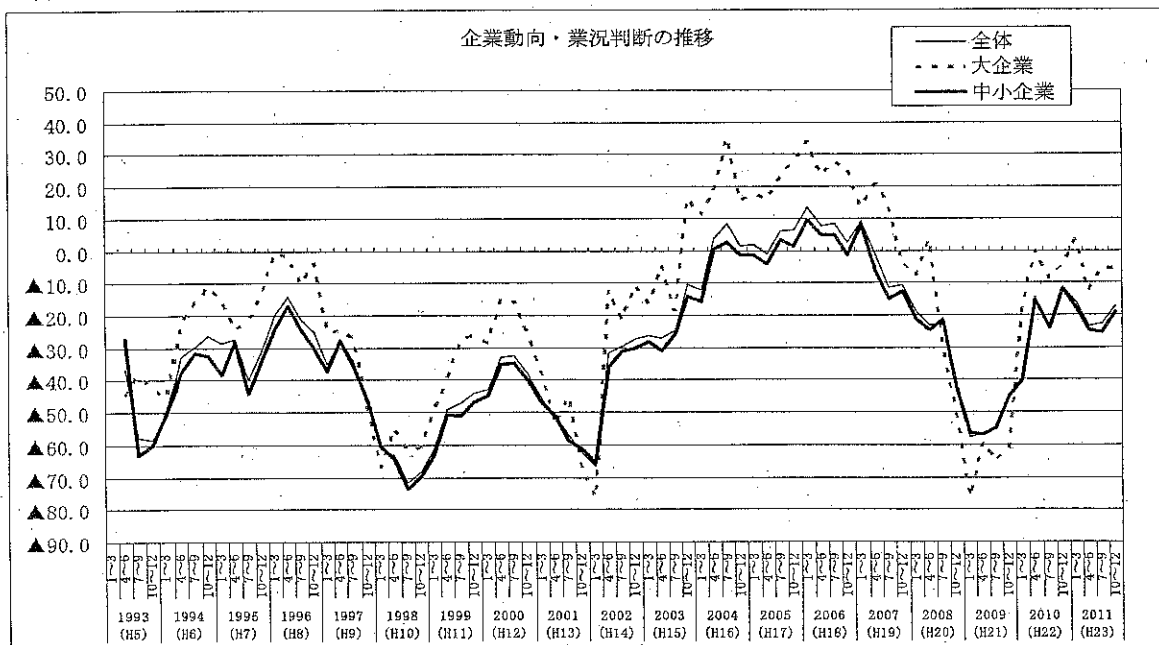
資料：滋賀県民経済計算

(iv) 経済の動向を見ると、本県の平成21年度の経済成長率は、実質でマイナス3.0%と3年連続のマイナス成長となっている。一方、我が国の経済成長率は、実質でマイナス2.4%と、前年度より回復している。また、経年変化で見ると、全国よりも変動幅が大きく、製造業を中心とした第2次産業のウエイトが高い本県経済は、経済のグローバル化や円高の影響を受けやすい産業構造にあることが考えられる。



資料：滋賀県民経済計算、国民経済計算年報

(v) 企業の景況感から見ると、平成23年10~12月期の業況判断について、DI指数を見てみると、全体として▲17.1となっており、大企業が▲5.8であるのに対し、中小企業は▲19.1となっている。平成5年からの推移を見ると、大企業が上昇した後に、中小企業は遅れて上昇傾向になるものの、低い状態にとどまっている。



資料：滋賀県景況調査〔企業調査〕

6 職員による企業訪問活動結果の状況

- 1 目的
- ① 職員が企業の現場を訪問し、事業や経営の実態を直接把握することで、今後の施策立案や事業の展開に活かす。
 - ② 企業が持つ技術や商品、サービスなどの資源を発掘するとともに、企業情報を収集し、活用する。
 - ③ 県の施策の情報を提供するとともに、関係部署等につなぐことにより、企業者が抱える課題解決の一助とする。
- 2 対象 県内の事業所（大企業、NPO等も含む）
- 3 訪問企業数 1,013事業所
- 4 実施期間 平成23年4月11日～平成24年3月2日
※なお、平成23年3月7日から29日に、試行的に実施したものも含む。
- 5 実施方法 職員が直接、企業を訪問して、次の事項を中心に聞き取り、その内容を整理、集計する。
- ① 企業が持つ強み（得意とするもの、優位なもの）
 - ② 弱み（課題）
 - ③ 特定課題等について
 - ④ 県等への要望、意見
- 6 訪問者 商工観光労働部職員（地方機関を含む）

7 集計結果

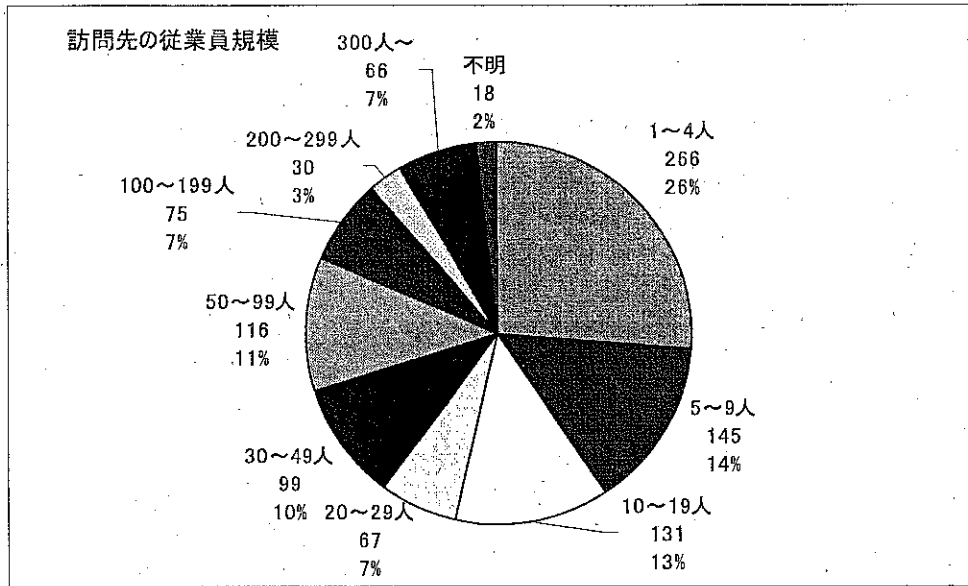
(1) 基本的な情報

- ① 法人・個人の別
- | | |
|----|-----|
| 法人 | 869 |
| 個人 | 144 |

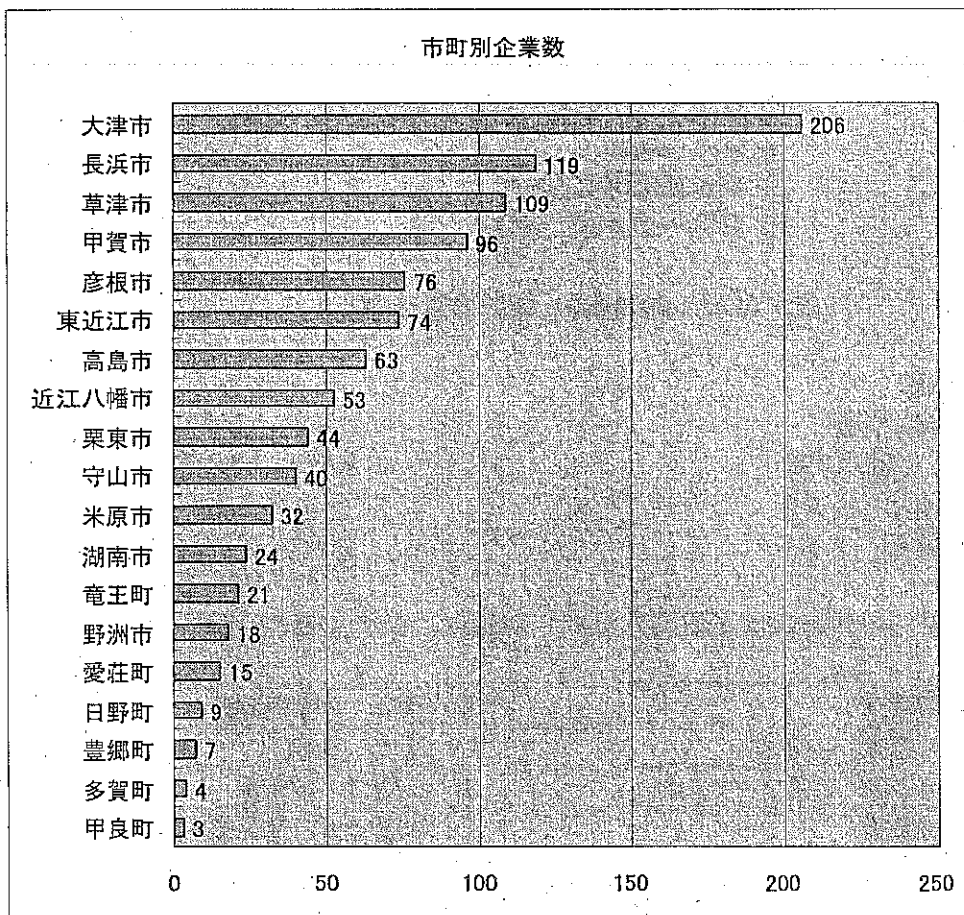
② 業種 ※日本標準産業分類(平成19年11月改定による)の大分類で整理

製造業	495	教育、学習支援業	21
卸売業、小売業	175	医療、福祉	17
宿泊業、飲食サービス業	81	運輸業、郵便業	13
建設業	52	不動産業、物品賃貸業	10
サービス業 ※他に分類されないもの	46	農業、林業	5
生活関連サービス業、娯楽業	38	金融業、保険業	4
学術研究、専門・技術サービス業	27	漁業	3
情報通信業	24	複合サービス業	2

③ 従業員規模

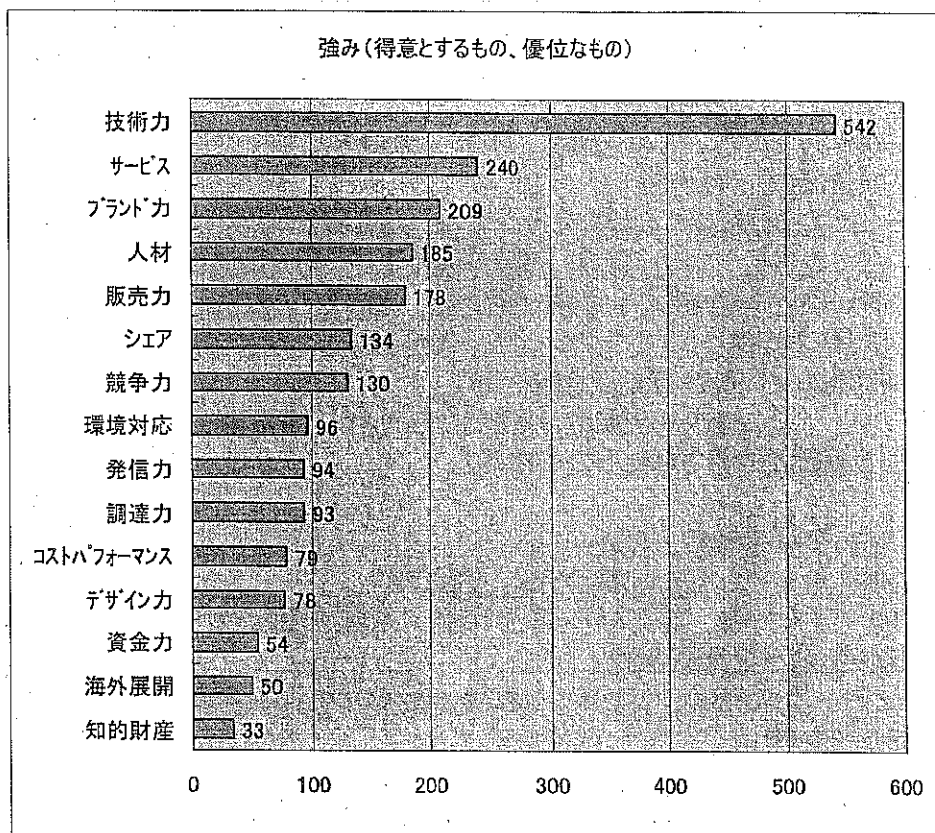


④ 市町別企業数

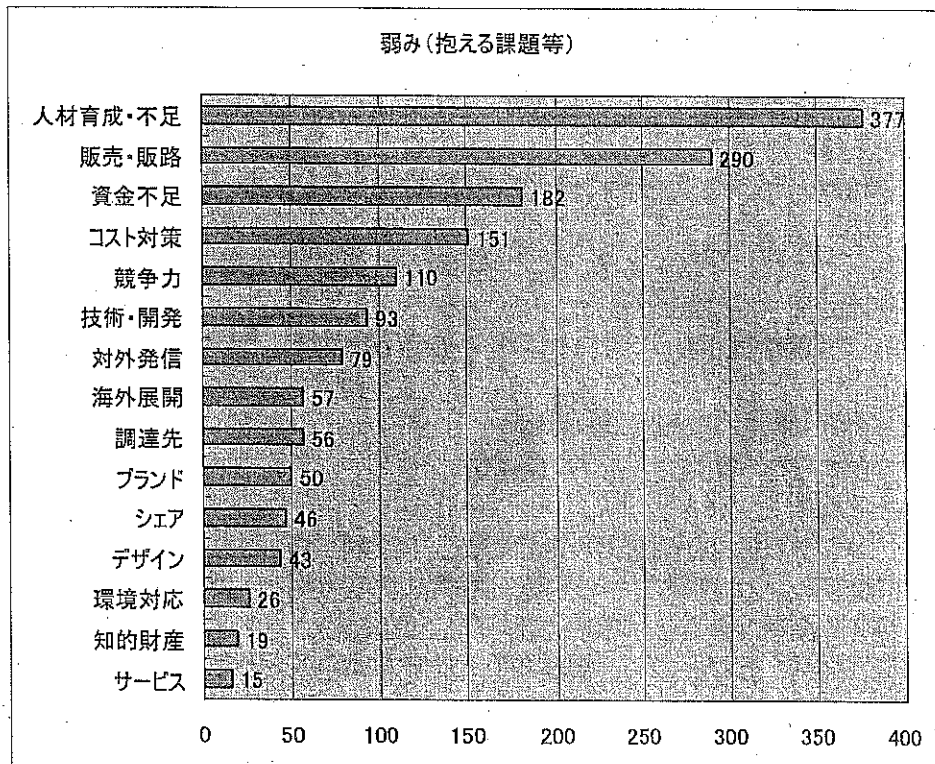


(2) 強み、弱み、要望等

① 強み(得意とするもの、優位なもの) ※複数回答可



② 弱み(抱える課題等) ※複数回答可



(3) 特定課題について

① 東日本大震災の影響等

プラス面の影響があると回答した事業所	51事業所
マイナス面	386事業所

《マイナス面のコメントの主なもの》

- ・ 部品、材料が入らない。納入が遅れている。(製造業)
- ・ 取引先が操業停止。(製造業)
- ・ 自粛ムードによる旅行や宴会等のキャンセル。(宿泊業・飲食サービス業)
- ・ 材料は入ってくるようになったが、値段が高くなった。(製造業)
- ・ 高級品の買い控えや娯楽業の利用減(製造業、卸売業・小売業、娯楽業)
- ・ 医薬品や介護の材料が入ってこなかった。(老人福祉・介護事業)
- ・ 放射能の問題により売上げ減。(食肉小売)
- ・ " 海外への輸出で通関が通らない。(酒製造)

※ 現時点では状況が改善されたものもある。

《プラス面のコメントの主なもの》

- ・ 東北の船舶に対して、需要が見込める。(製造業)
- ・ 節電意識の高まりから、アイスジェルを利用した敷き布団や枕カバーの需要が拡大しており生産が急増。(寝具製造業)
- ・ サプライチェーンの見直しにより、それまで取引のなかった企業から新たな取引を得た。(化学製品卸売業)
- ・ 関西に生産をシフトした企業からの受注増。(印刷業)
- ・ リチウムイオン電池に引き合いが殺到。(製造業)
- ・ 教育旅行で、関東方面を予定していたケースが関西に流れている。関東からの客が増えた。(宿泊業)

② 災害対策等へ対応

コメントがあった事業所 34事業所

《主なコメント》

- ・ 防災協定を結んでいる。災害等に備えた備蓄等を行える体制が整っている。(老人福祉・介護)
- ・ データのバックアップはとっている。(学術研究、専門・技術サービス業)
- ・ 設置家具の転倒防止措置を行った。(ホテル)
- ・ BCPの(事業継続計画)に関する研修を何度か受けた。(卸売業、小売業)

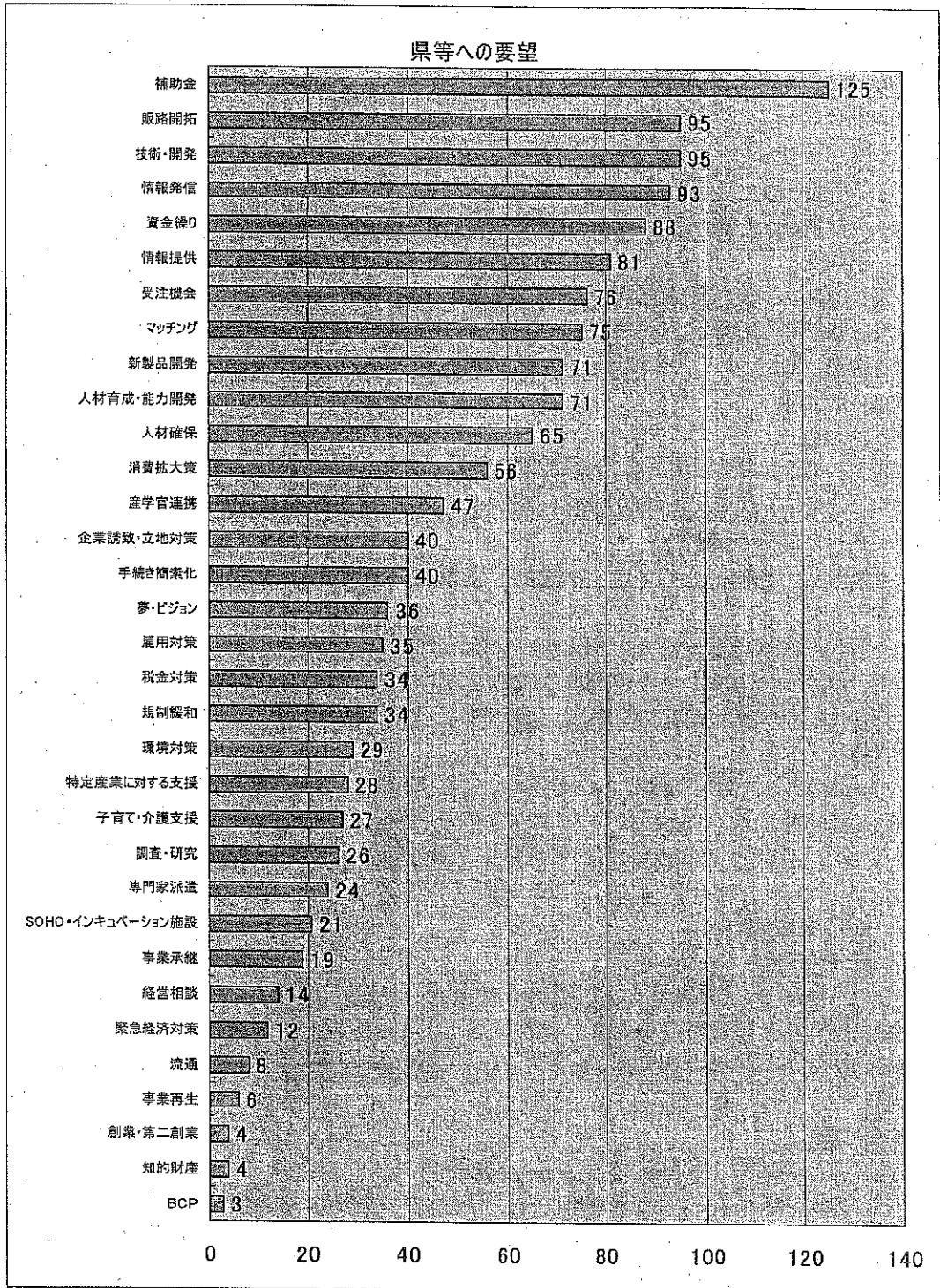
③ 節電への対応・影響(エネルギー対策)

コメントがあった事業所 150事業所

《主なコメント》

- ・ 勤務シフトを土日休みから日月休みに変更。(扇風機100台導入、一部工場棟の照明をLEDに7割交換、ノー残業デーの実施、事務部門のスーパークールビズ等)(製造業)
 - ・ 屋根に温度の変動を押さえる塗料を塗った。(製造業)
 - ・ 現場の電力は減らせないので、事務棟などで相当減らしている。(製造業)
 - ・ 照明器具をLED対応、エアコンも省エネタイプのものに取り替えた。(老人福祉・介護)
- ※その他、エアコンの設定温度を上げる、不要な照明の消灯等は多数有り。

(4) 県等への要望・意見等



「企業訪問プロジェクト」での主な意見

1 強み (得意とするもの、優位なものなど)

■ 技術力

- ・ 規模の割に、複合的な技術をもっていて、いろんな業種に入り込んでいる。【製造業 (プラスチック製品)】
- ・ 大企業が真似しないニッチ分野をねらっている。ユーザーへの試作対応をきめ細かくし、信頼を得ている。【製造業 (生産用機械器具)】
- ・ 代々受け継がれた製造技術。材料も厳選。【卸売業、小売業 (和菓子)】

■ サービス

- ・ 小回りがきく。客の要望に応えやすい。【製造業 他複数】
- ・ 地域密着型で事業展開している。地元採用の社員が多く、迅速に対応できる体制。【建設業】
- ・ 客の要望に応えたサービスを提供。限られた予算の中でいかによいものができるかを考えている。(製造業 (仏壇)】

■ ブランド力

- ・ 創設47年になる県下の老舗。【学術専門、技術・サービス業 (測量業)】
- ・ 作り手と売り手が同一で、日々顧客の要望に応じてきた信用とそれによって築いてきたブランド力。【卸売業、小売業 (和菓子)】
- ・ 「近江牛」、「扇骨」、「バルブ」、「信楽焼」、「浜縮緬」にはブランド力がある。(複数意見)

■ 人材

- ・ 30歳代40歳代の経験豊富な人材が揃っている。【製造業 (金属製品)】
- ・ 資格の取得だけでなく、社会に役立つ研修を重ねている。【建設業 (管工事業)】
- ・ 後継者がいる。息子が継いでくれた。【卸売業、小売業 他】

■ 販売力

- ・ 代表商品がある。県外 (東京、名古屋等) にも店舗がある。【卸売業、小売業 (和菓子)】
- ・ 客からの評判がよく、紹介や口コミで次々に発注がある。【情報通信業 (WEB作成)】
- ・ リピーターが多く、客単価も2000円と高い。【卸売業、小売業 (農産物)】

2 弱み (抱える課題等)

■ 人材育成・不足

- ・ 高齢化が進み若年者の確保、育成が必要。【建設業、製造業 他】
- ・ 滋賀県は大手企業が多いこともあり、求人を行っても大企業に人材が集まる。【製造業 (電子部品)】
- ・ 意欲的な人材が育たない。忍耐力がなくつらいと思えばすぐ辞める。【宿泊業、飲食サービス業 (ホテル)】

■ 販売・販路

- ・ 大手メーカー依存。【製造業 (プラスチック製品)】
- ・ 自社で販路を開拓するなどの営業力がない。【製造業、卸売業、小売業 他】
- ・ リーマンショック以後、中国、韓国、台湾へ生産拠点が移っているため、業務が減りつつある。【製造業】

■ 資金不足

- ・ 常に資金不足の状態。【製造業 他複数】
- ・ 部品の在庫負担が重む。【製造業 (輸送用機械器具)】
- ・ 新分野に挑戦できない。【製造業、学術研究、専門・技術サービス業 (デザイン業)】

■ コスト対策

- ・ 海外へ技術が流出してしまい、安い人件費、原料を使って機械で作った外国製品には太刀打ちできない。【製造業 (繊維工業)】

- ・取引先との関係があるので、原料高になったからといって、すぐに価格に転嫁できない。【製造業】
- ・最近の公共工事価格が低くなっているため、損を承知で受注せざるを得ないときがある。【建設業】

■ 競争力

- ・海外で安く作られ始めている。海外需要が多いので、全て海外で作るとなると、国内工場の必要がなくなってくる。為替の影響も受ける。【製造業（鉄工業）】
- ・大手印刷会社には価格面では勝てない。【製造業（印刷業）】
- ・県外の大型店との価格競争。【卸売業、小売業（機械器具）】

3 県等への要望、意見等

■ 補助金

- ・創業の支援であれば、先に資金が必要なため、支払い時期を検討してほしい。【情報通信業（ソフトウェア開発業）】
- ・地域を盛り上げる、活性化させる取り組みに援助を。補助金の負担割合の事業者負担分を減らしてほしい。【製造業（仏壇）】
- ・使った後の報告書は店主一人で書けない。相談できる制度があれば利用したい。わかりやすくしてほしい。【卸売業、小売業（和菓子）】

■ 販路開拓

- ・これまで以上に大都市での滋賀物産展の開催。【製造業（食料品）】
- ・商談会をかなりの頻度で提供してほしい。【製造業】

■ 情報発信

- ・県産品の県外発信。トップセールス。【製造業（食料品、清酒等）】
- ・広域的な観光圏で、新たな企画やネットワークづくりを進め、宿泊客を増やせるよう、官民が連携し、町を挙げた取組が必要である。【宿泊業、飲食サービス業（ホテル）】

■ 技術・開発

- ・東北部工業技術センターに、今後も、技術的なアドバイスをお願いしたい。【製造業（繊維工業）】
- ・地元で材料が揃うように、農家や我々を技術指導してほしい。【卸売業・小売業（乾物）】

■ 資金繰り

- ・新ビジネスや事業拡大を支援できる融資などを設けてほしい【卸売業、小売業（機械器具小売業）】
- ・制度融資で大企業・中企業・小企業で分類して利率を下げるなどの措置をしてほしい。特に、零細企業への支援強化をしてほしい。【生活関連サービス業、娯楽業（クリーニング業）】

7 滋賀県中小企業等実態調査に係る結果の概要

1 調査の概要

(1) 調査目的

本調査は、滋賀県内の中小企業等の現状や課題、主要な経営戦略等について把握し、中小企業の振興のための条例制定や施策の立案等に必要な基礎資料とすることを目的に、龍谷大学との共同研究の一環として実施した。

(2) 調査設計および回収結果

調査対象	滋賀県内 6,000 事業所（製造業 3,000 事業所、非製造業 3,000 事業所） 〔平成 21 年経済センサス基礎調査〕の民営事業所データから中小企業者の規模に相当する事業所を無作為抽出。〕
調査方法	郵送配布・郵送回収、記名方式
調査期間	平成 23 年 10 月 26 日～平成 23 年 11 月 8 日
回収状況	回収数 1,309 事業所（製造業 671 事業所、非製造業 638 事業所） このうち廃業等を除く製造業 585 事業所、非製造業 578 事業所を集計。 回収率 22.5% (宛先不明数等：180 事業所)

2 主な調査結果

(1) 基本属性について

① 回答事業所の所在地域別構成割合

	大津地域	南部地域	甲賀地域	東近江地域	湖東地域	湖北地域	湖西地域	無回答
製造業 (N=585)	10.1%	18.1%	17.1%	17.1%	13.0%	14.4%	7.0%	3.2%
非製造業 (N=578)	22.1%	21.8%	10.6%	14.7%	11.1%	12.6%	3.6%	3.5%

② 回答事業所の従業員（正社員）規模別構成割合

	0人～5人	6人～20人	21人以上	無回答
製造業 (N=585)	45.6%	23.4%	19.0%	12.0%
非製造業 (N=578)	58.6%	14.5%	5.4%	21.5%

〔※「無回答」は、従業員（正社員）数の記入欄が空欄となっていた事業所を集計したもので、その中には「従業員（正社員）数 0 人」である事業所を含んでいるものと考えられる。〕

(2) 事業活動の概要について

① 独自の製品や商品、技術、サービス等の保有状況

調査項目	製造業 (N=585)	非製造業 (N=578)
①自社ブランド製品・商品を保有	24.3%	7.1%
②自社独自技術、サービス等を保有	24.6%	7.4%
③産業財産権*を保有	11.5%	2.1%

※調査対象とした産業財産権:特許権(国内)、特許権(海外)、実用新案権、意匠権、商標権

② 企業としての現在の強み (回答数上位3項目) (3LA%)

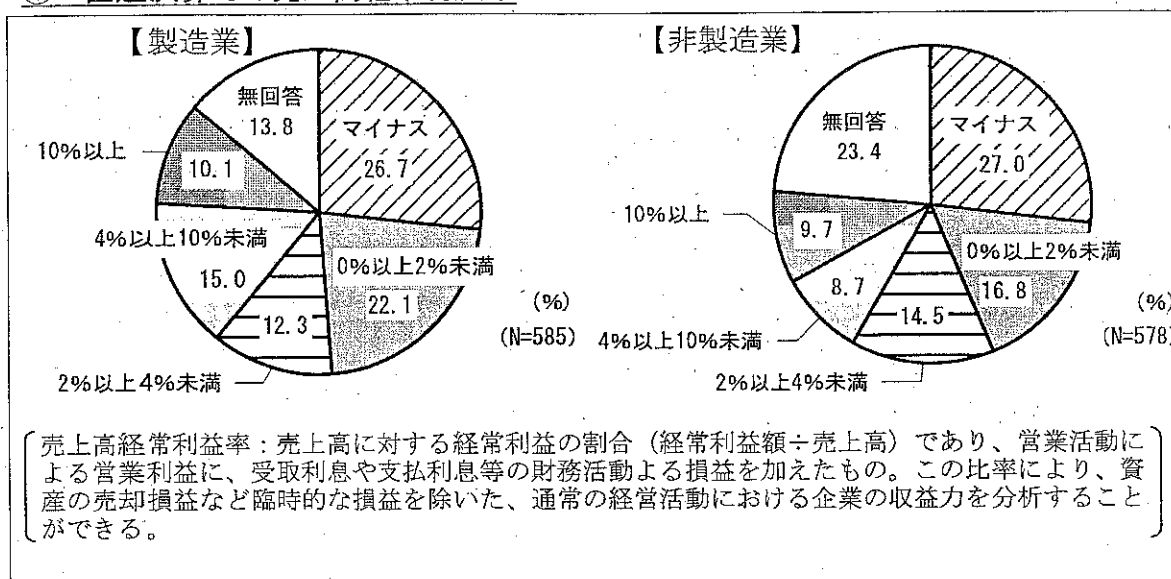
	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	取引先との信頼関係	36.9%	取引先との信頼関係	32.0%
2位	技術力	29.1%	人材	26.1%
3位	多品種小ロット対応	23.4%	技術力	25.6%

③ 県内中小企業等が今後強化したいと考えるもの (回答数上位3項目) (3LA%)

	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	人材	28.4%	人材	24.2%
2位	技術力	22.4%	販売力	14.2%
3位	販売力	17.8%	技術力	13.7%

(3) 最近の業績について

① 直近決算での売上高経常利益率

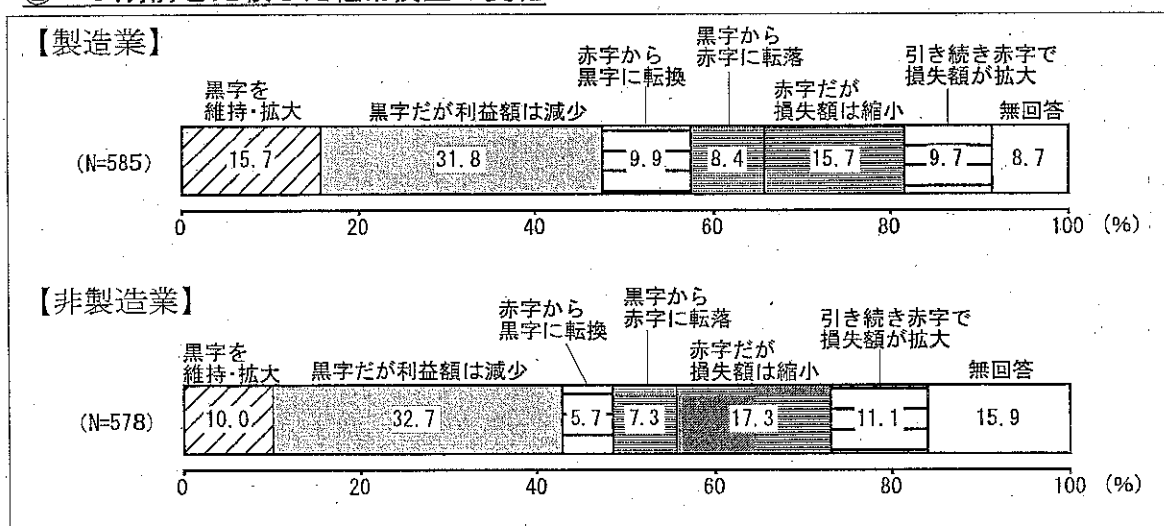


マイナス（経常損益が赤字）となっている事業所は、製造業、非製造業で約 27% となっている。

一方、プラス（経常損益が黒字）となっている事業所は、製造業の 59.5%、非製造業の 49.7%となっている。

マイナスとなっている事業所とプラスとなっている事業所との割合とを比較すると、プラスとなっている事業所の割合のほうが製造業で 32.8 ポイント、非製造業で 22.7 ポイント大きくなっている。

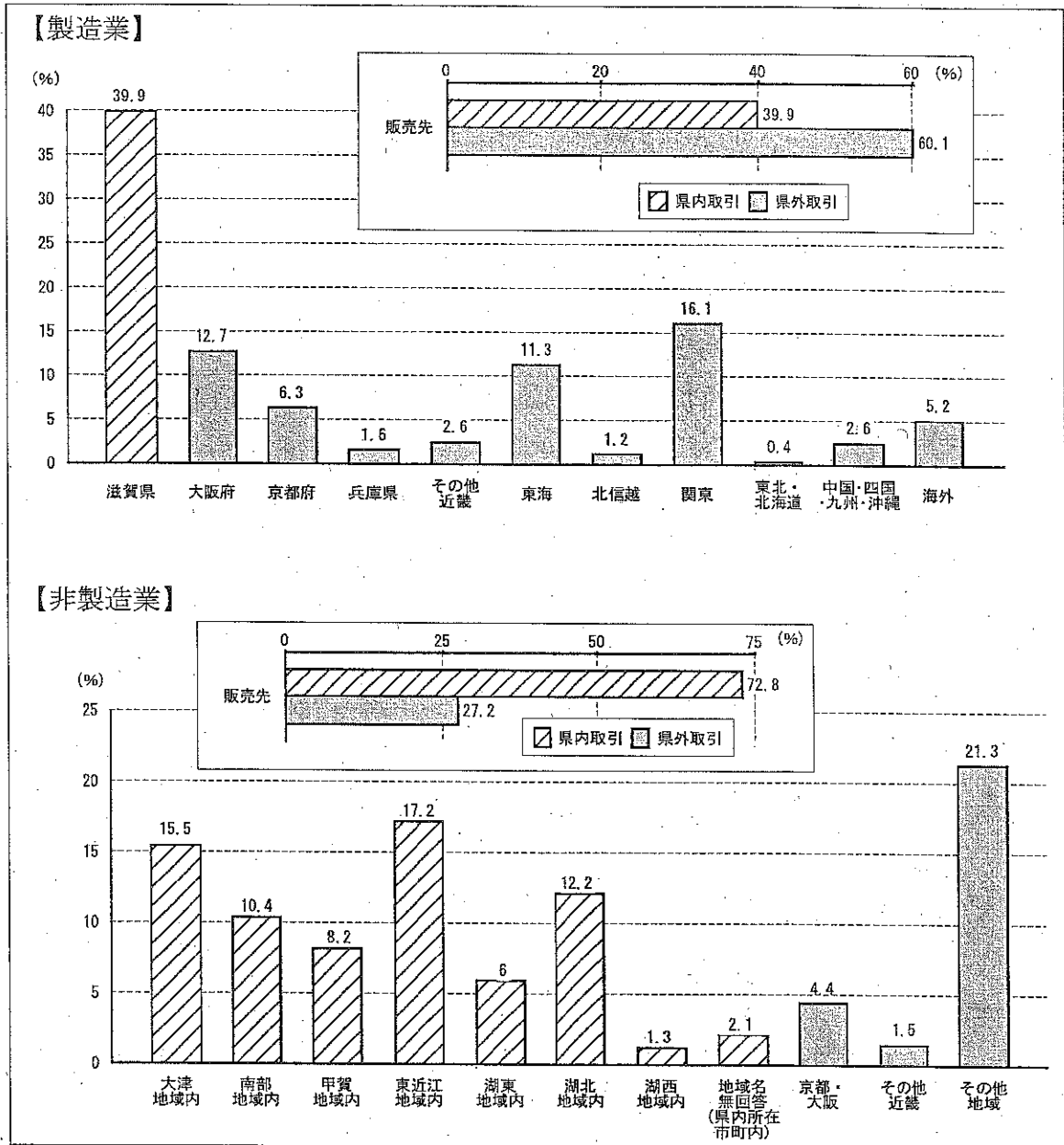
② 3期前と比較した経常損益の変化



経常損益について、リーマンショック前にあたる3期前の決算と比較した変化についてたずねたところ、「黒字だが利益額は減少」とした事業所が製造業 31.8%、非製造業 32.7%となっており、製造業の黒字事業所の約 55%、非製造業の黒字事業所の約 68%を占めている。

(4) 取引関係について

① 製品・商品、サービス等の主な取引地域別販売額の比率

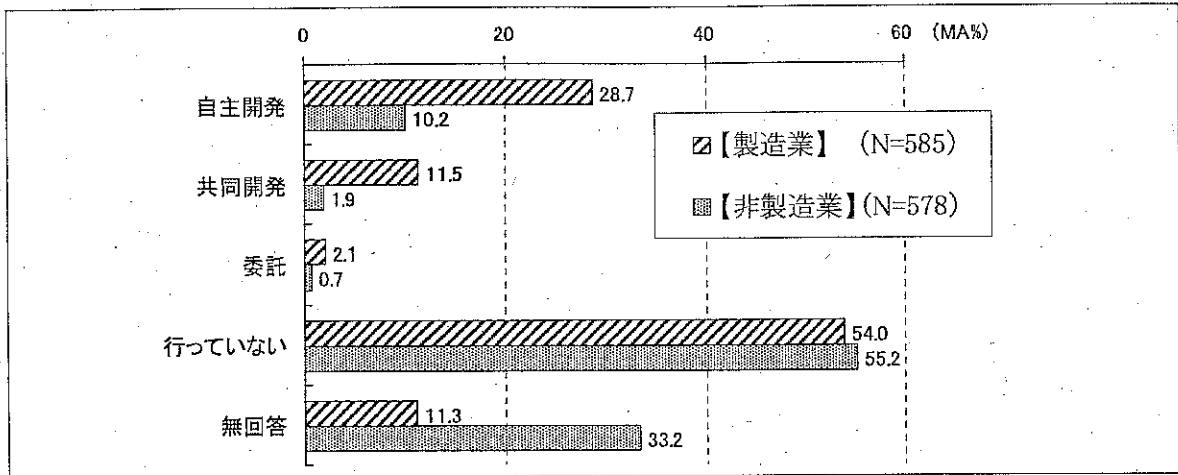


各事業所の直近決算における売上高と、製品やサービス等の販売先に関する主な取引地域の比率にもとづき、主な取引地域別販売額の比率を推計すると、製造業では、県外取引が県内取引を5割程度上回っており、非製造業では、県内取引が県外取引の約2.6倍であった。

② 販売先に係る過去1年間の新規取引のきっかけ(回答数上位3項目) (3LA%)

	製造業 (N=585)	非製造業 (N=578)
1位	取引先からの紹介 27.0%	取引先からの紹介 22.3%
2位	営業開拓 26.8%	営業開拓 17.6%
3位	ホームページなどネット関連 11.5%	ホームページなどネット関連 7.1%

(5) 研究開発の取組状況および形態

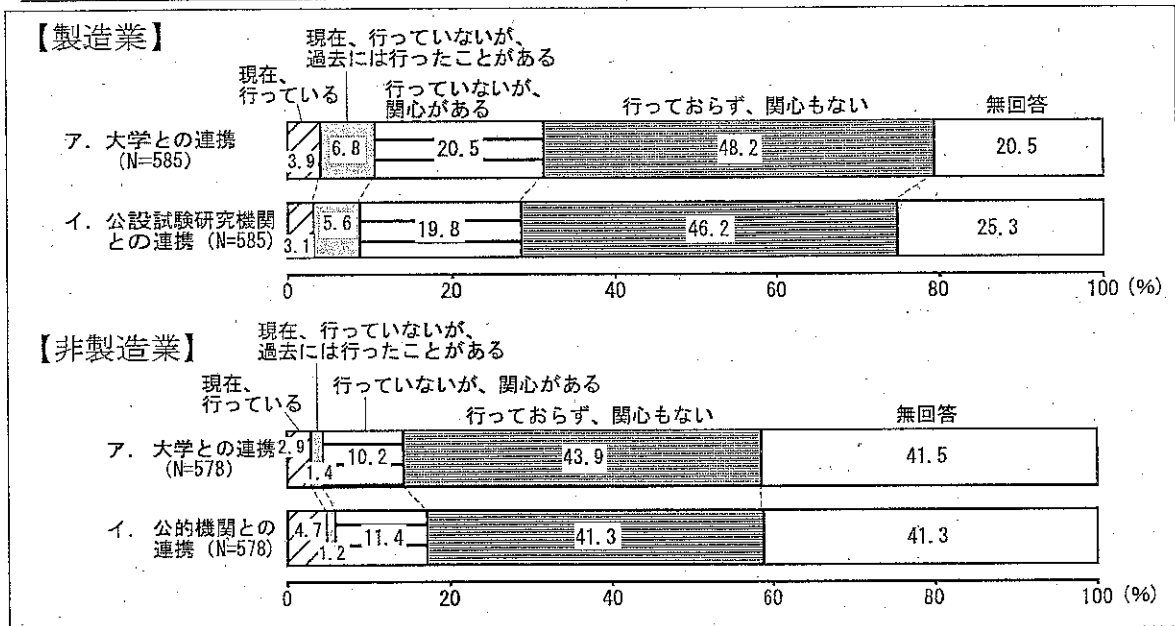


研究開発の形態として「自主開発」が中心で、製造業で 28.7%、非製造業で 10.2% となっている。

なお、研究開発を「行っていない」とした事業所は、製造業で 54.0%、非製造業で 55.2%となっている。

(6) 「連携」の取組について

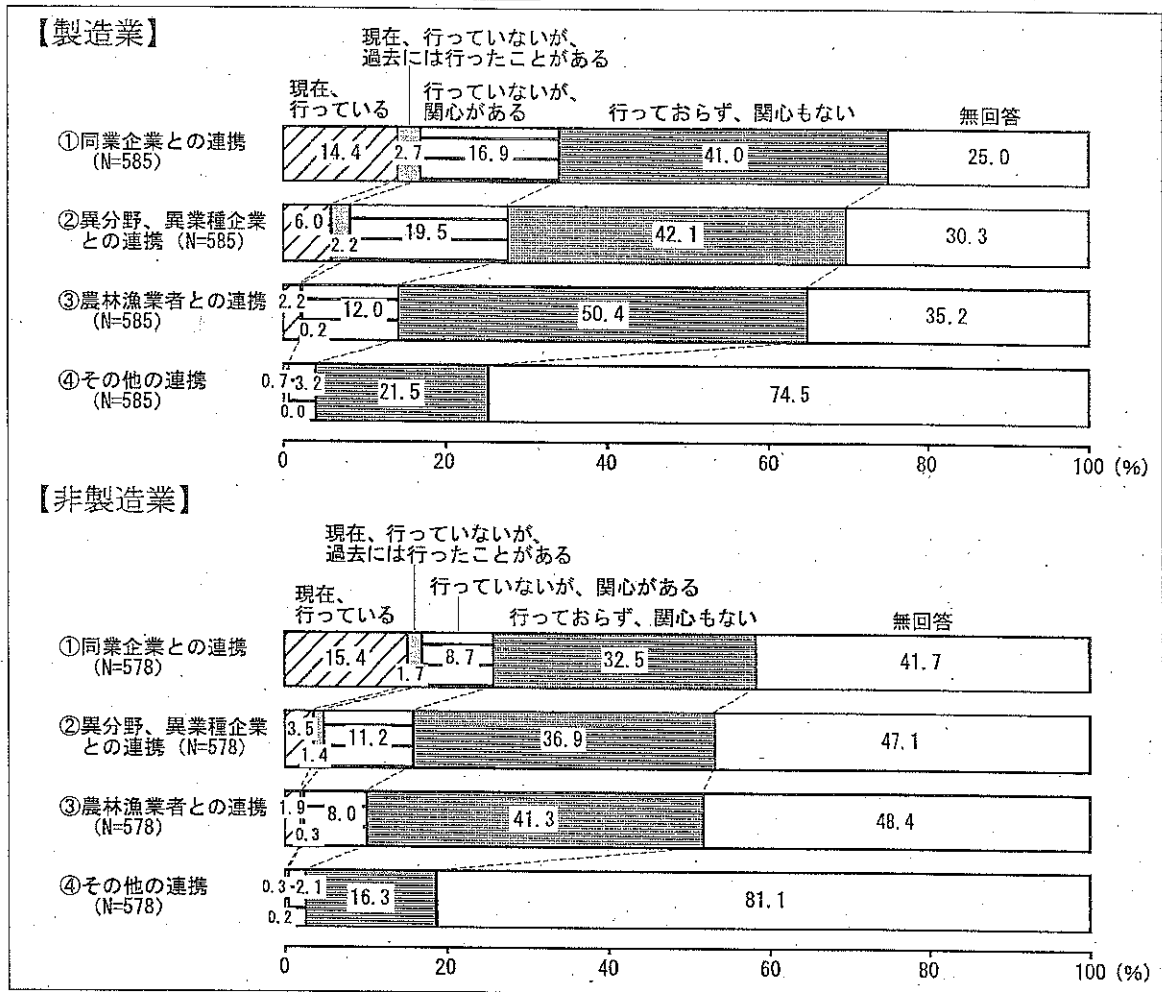
① 産学官連携の実績および関心度



「大学との連携」について、「現在行っている」または「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所は、製造業で 10.7%、非製造業で 4.3% となっている。

また、製造業において“イ 公設試験研究機関との連携”を「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所は 8.7%、非製造業において“公的機関との連携”を「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所は 5.9% となっている。

② 企業間連携等の実績および関心度



「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした企業間連携の形態として最も割合が大きいのは“①同業企業との連携”で、製造業、非製造業で17.1%となっている。

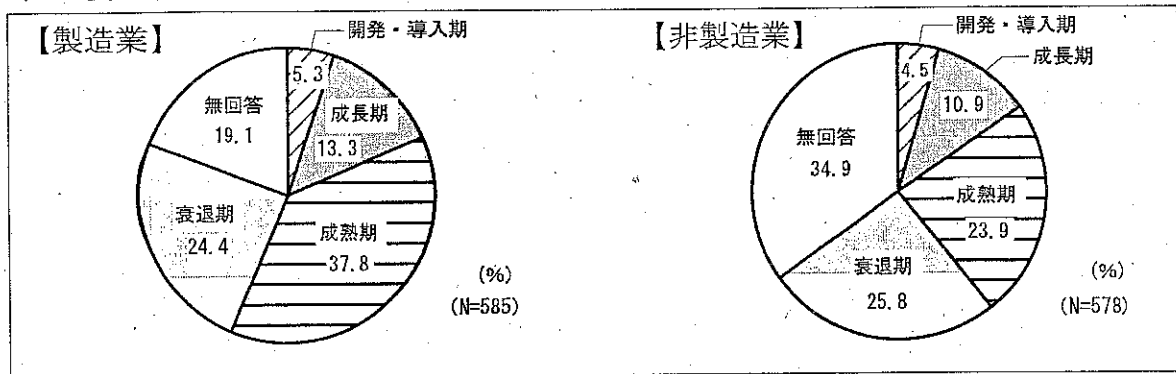
“②異分野、異業種企業との連携”について「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所の割合は、製造業で8.2%、非製造業で4.9%となっている。

“③農林漁業者との連携”について「現在行っている」もしくは「現在、行っていないが、過去に行ったことがある」とした事業所の割合は、製造業で2.4%、非製造業で2.2%となっている。

(7) 商工関係団体等での活動を通じて得られた効果 (回答数上位3項目) (MA%)

	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	人的ネットワークが広がった	37.8%	人的ネットワークが広がった	34.6%
2位	関連情報の入手が容易になった	24.1%	関連情報の入手が容易になった	27.4%
3位	地域活動や社会貢献活動に積極的に取り組むようになった	17.5%	地域活動や社会貢献活動に積極的に取り組むようになった	20.9%

(8) 主要な製品・商品、技術、サービス等にあてはまるライフサイクル上の段階

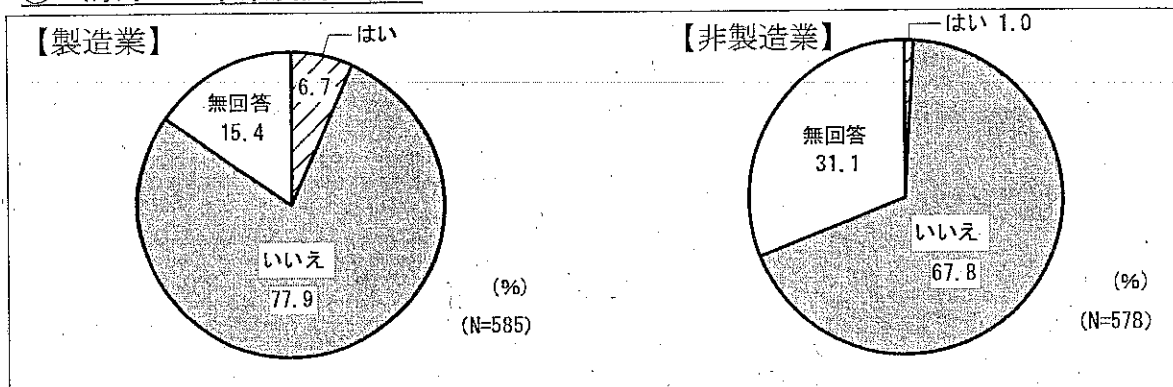


製造業において「成長期」および「成熟期」とした事業所の割合は51.1%で、「衰退期」とした割合の24.4%の約2倍となっている。

一方、非製造業において「成長期」および「成熟期」とした事業所の割合は34.8%で、「衰退期」とした割合の25.8%を3割強上回っている。

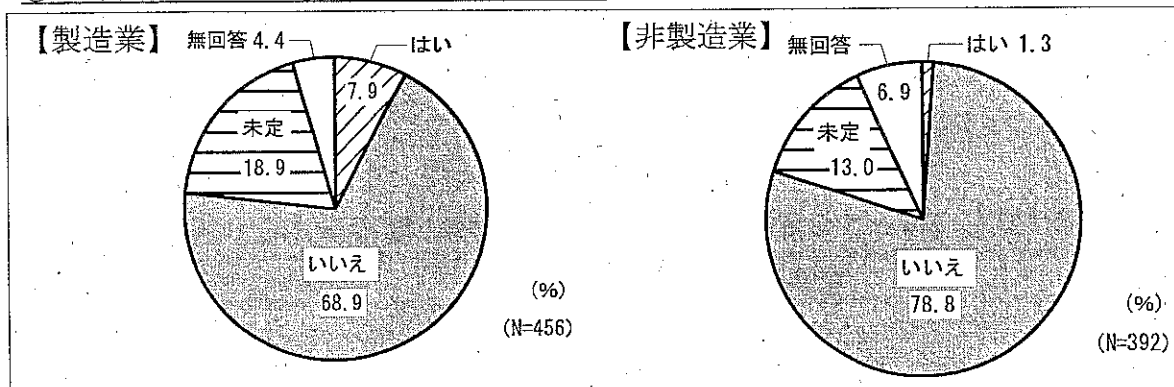
(9) 海外への事業展開の状況について

① 海外への事業展開の有無



製造業において海外へ事業展開をしているとした事業所の割合は、全体の6.7%となっている。一方、非製造業において海外へ事業展開をしているとした事業所の割合は、全体の1.0%となっている。

② 今後5年以内における海外展開の意向



海外へは事業展開していないとした事業所のうち、今後5年以内における海外展開の意向を持っている事業所の割合は、製造業で7.9%、非製造業で1.3%となっている。

(10) 立地について

① 滋賀県内に立地しているメリットおよびデメリット (回答数上位3項目)

【メリット】

(3LA%)

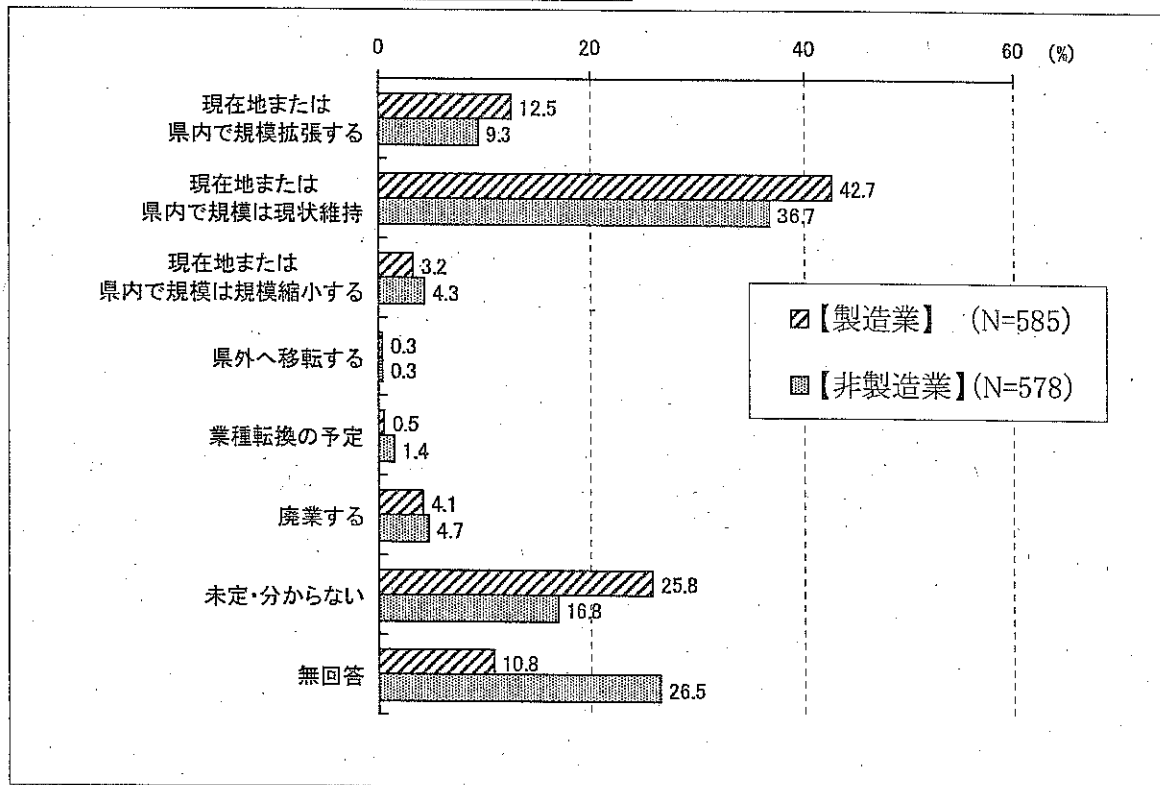
	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	受注先との距離	44.8%	長年のつきあい	28.2%
2位	自然災害が少ない	29.7%	自然災害が少ない	21.6%
3位	長年のつきあい	19.8%	受注先との距離	18.2%

【デメリット】

(3LA%)

	製造業 (N=585)		非製造業 (N=578)	
1位	公共交通機関の便	16.2%	公共交通機関の便	12.8%
2位	従業員の確保	13.3%	他社との競合	11.9%
3位	情報の入手	12.1%	道路交通事情	9.3%

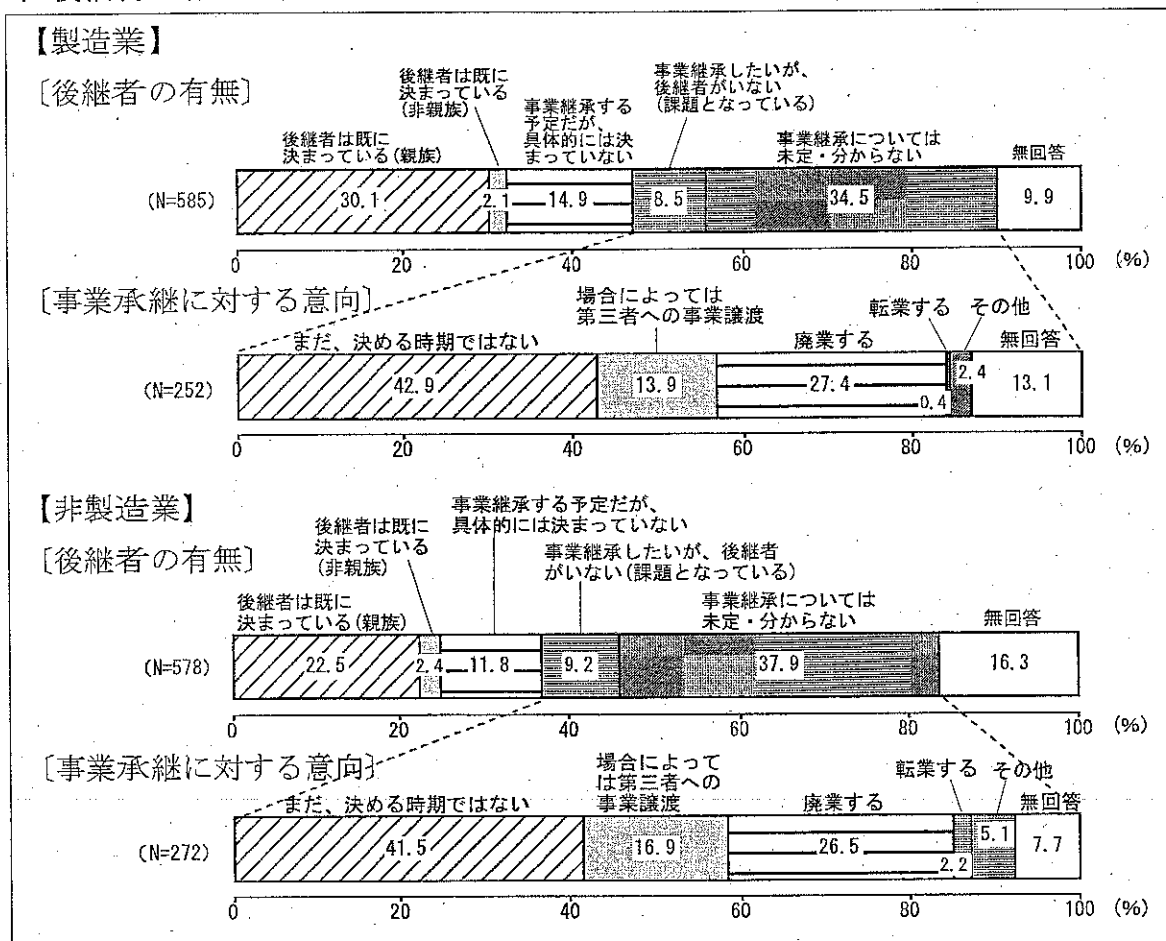
② 今後の生産拠点・事業拠点に対する意向



「現在地または県内で規模現状維持」とした事業所が最も多く、製造業で 42.7%、非製造業で 36.7%となっており、「現在地または県内で規模拡張する」と「現在地または県内で規模縮小する」とを加えた割合は、製造業で 58.4%、非製造業で 50.3%となっている。

これに対し、「県外に移転する」とした事業所は、製造業、非製造業ともに 0.3%となっている。

(11) 後継者の有無と事業承継に対する意向

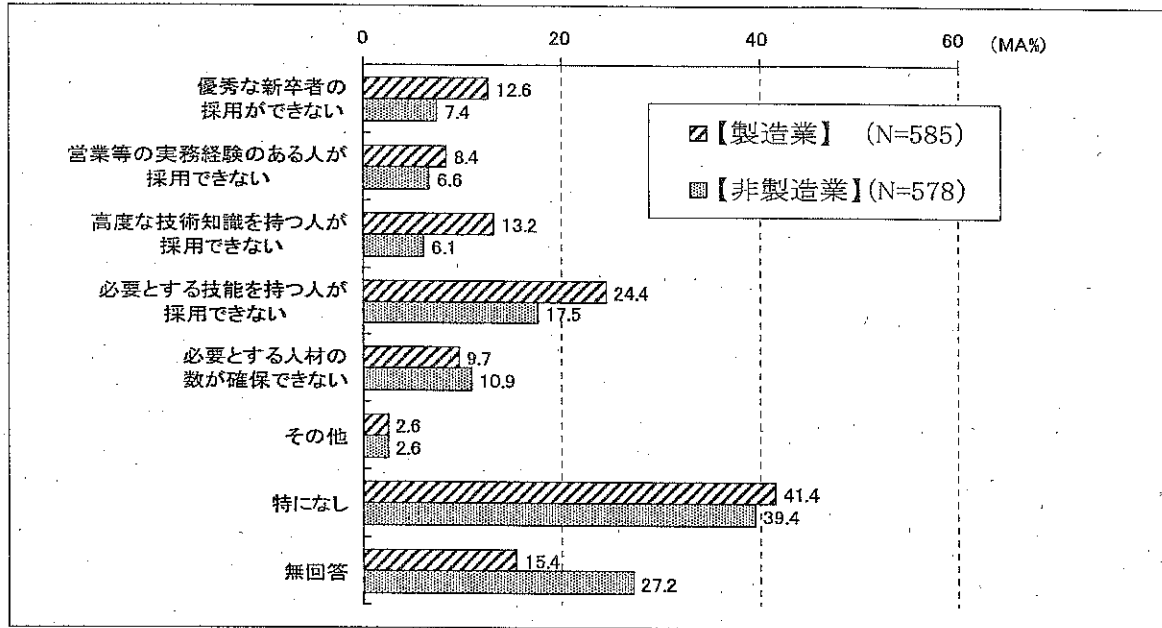


「事業継承したいが、後継者がいない(課題となっている)」、「事業継承については未定・分からない」とした事業所は、製造業で43.0%、非製造業で47.1%となっている。

当該事業所における事業承継に対する意向をみると、「まだ決める時期ではない」とした事業所は、製造業で42.9%、非製造業で41.5%となっており、「廃業する」とした事業所は、製造業で27.4%、非製造業で26.5%となっている。

(12) 人材の確保・育成について

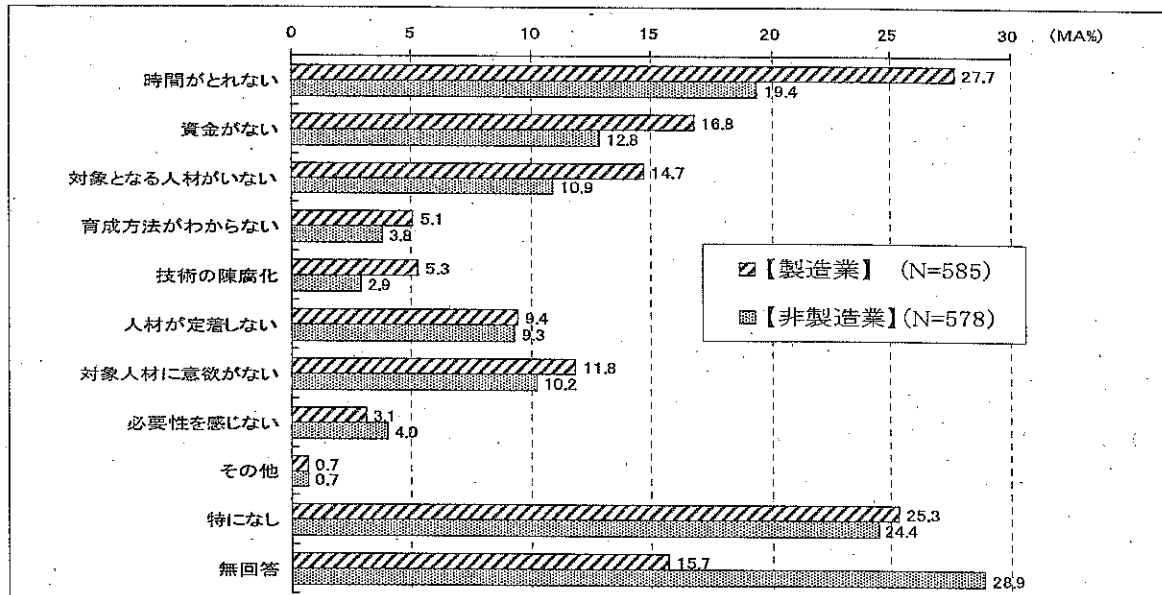
① 採用に関する課題



課題について「特になし」とした事業所が、製造業で41.4%、非製造業で39.4%となっている。

一方、課題としては、「必要とする技能を持つ人が採用できない」が最も多く、製造業で24.4%、非製造業で17.5%となっている。

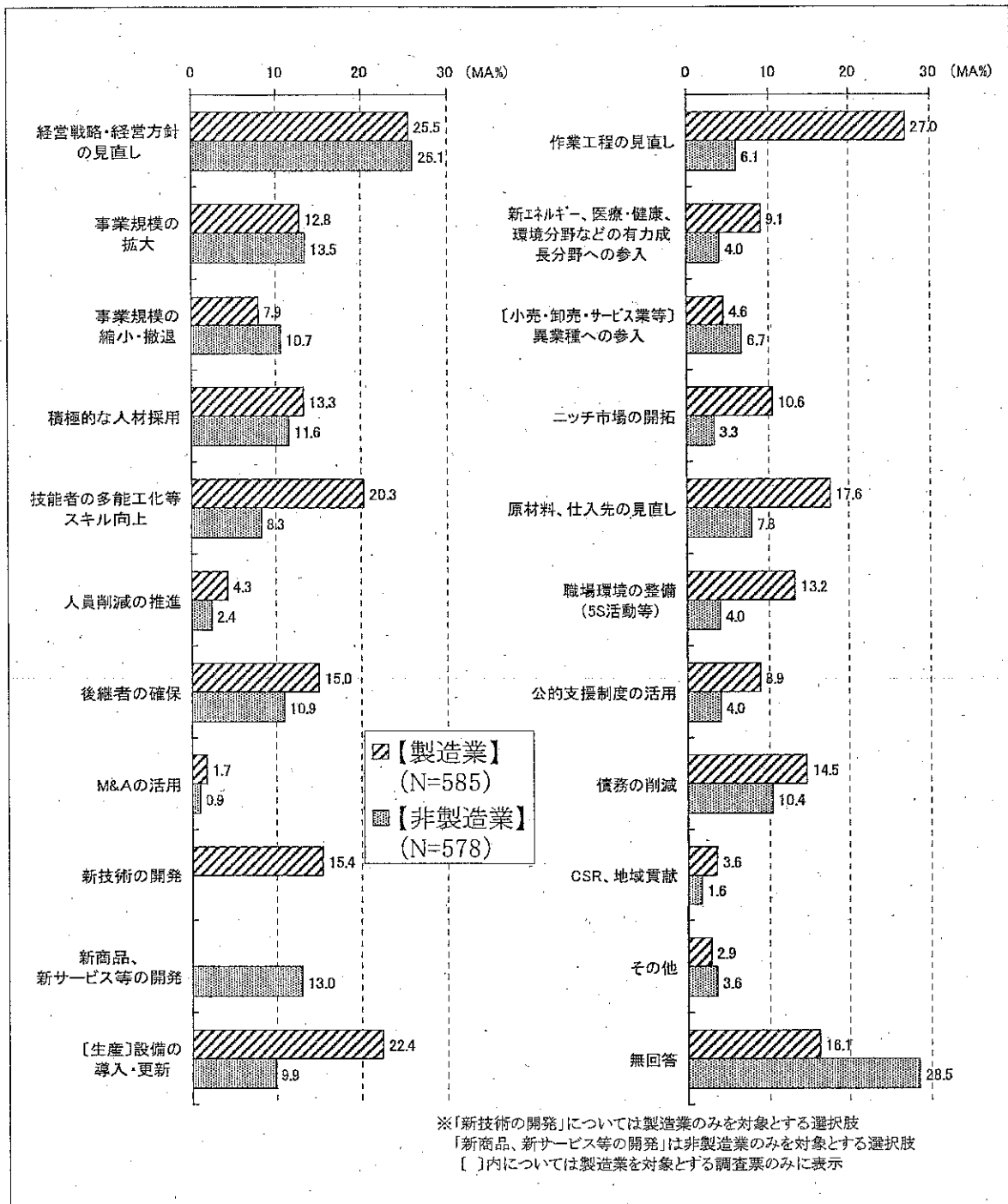
② 人材育成上の問題点



問題点について「時間がとれない」とした事業所が最も多く、製造業で27.7%、非製造業で19.4%となっている。次に多いのが「資金がない」とした事業所で、製造業で16.8%、非製造業で12.8%となっている。

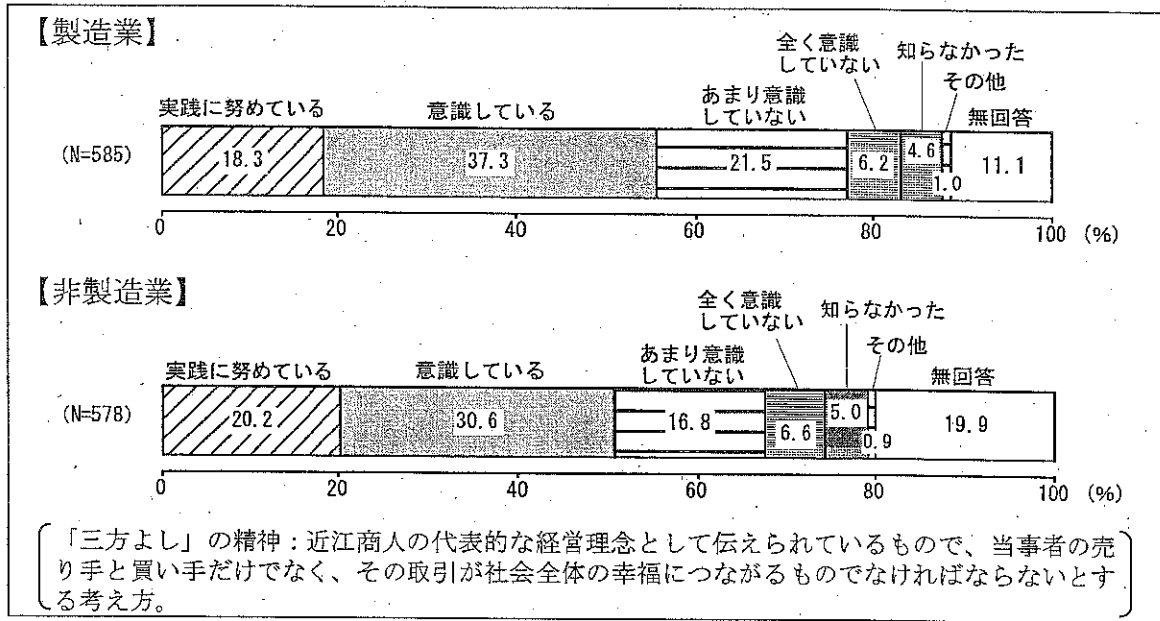
その一方で、問題点について「特になし」とした事業所が、製造業で25.3%、非製造業で24.4%となっている。

(13) 今後3年程度を見据えた新たな取組に対する意向について（回答数上位3項目）



回答数の多かった上位の項目として、製造業では「作業工程の見直し」27.0%、「経営戦略・経営方針の見直し」25.5%、「生産設備の導入・更新」22.4%となっている。一方、非製造業では、「経営戦略・経営方針の見直し」26.1%、「事業規模の拡大」13.5%、「新商品、新サービス等の開発」13.0%となっている。

(14) 「三方よし」の精神に対する考え



「実践に努めている」と「意識している」とした事業所の割合は、製造業で55.6%、非製造業で50.8%となっている。

データの説明

- (1) 図中のN (Number of case) は、設問に対する回答者数のことである。
- (2) 回答比率(%)は回答者数(N)を100%として算出し、小数点以下第2位を四捨五入して表示した。四捨五入の結果、内訳の合計が計に一致しないことがある。また、一人の回答者に複数の回答を求める設問では、回答比率(%)の計は100.0%を超える。
- (3) 図中に次のような表示がある場合は、複数回答を依頼した質問である。
 - ・MA % (Multiple Answer) : 回答選択肢の中からあてはまるものをすべて選択する場合
 - ・3LA % (3 Limited Answer) : 回答選択肢の中からあてはまるものを3つ以内で選択する場合

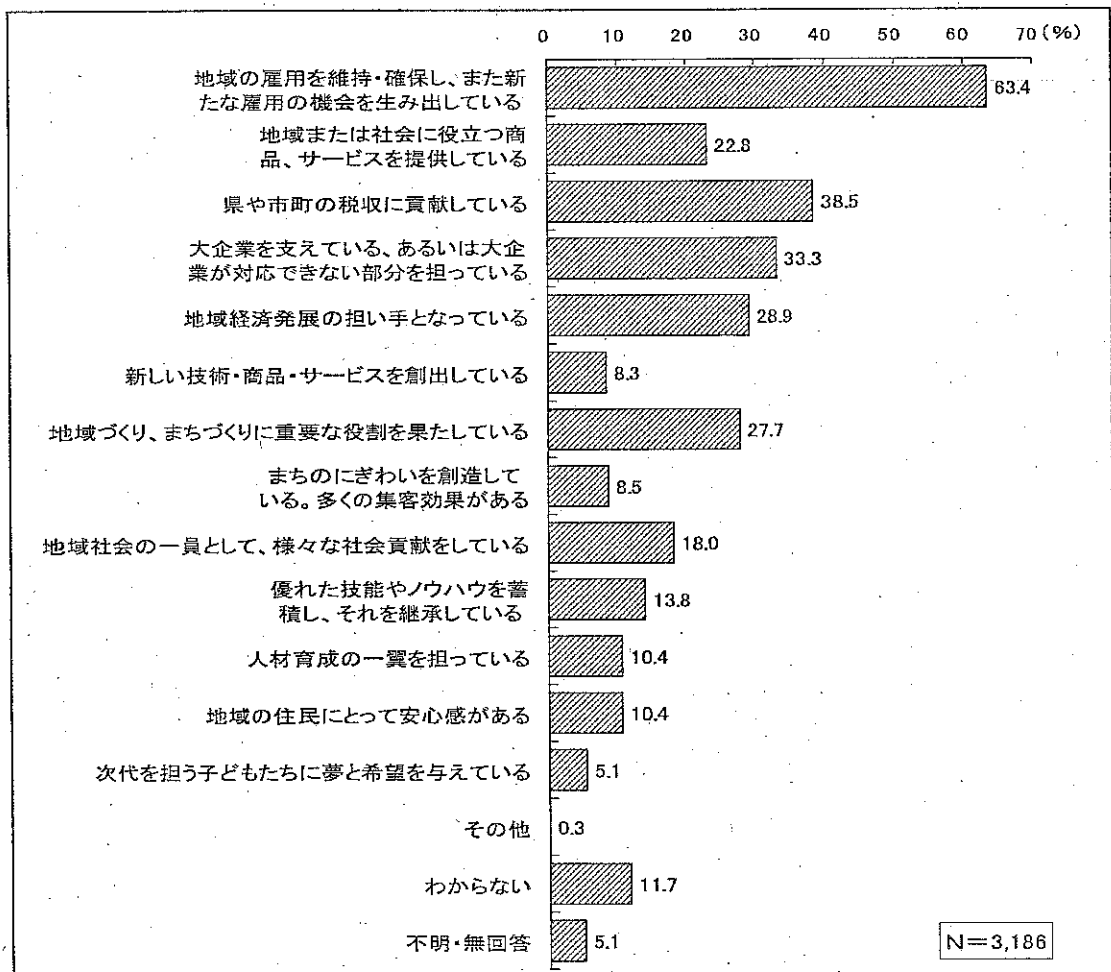
8 県政世論調査の結果

中小企業の振興に関して、県民の中小企業に対する意識を高める必要があることから、県政世論調査を利用して意見を聞いた結果は次のとおりであった。

調査対象	県内在住の満20歳以上の男女個人(外国人を含む) 3,000人
調査方法	郵送式・無記名方式
調査時期	平成23年6月7日～6月30日
回収状況	有効回収数 1,664 (回収率 55.5%)

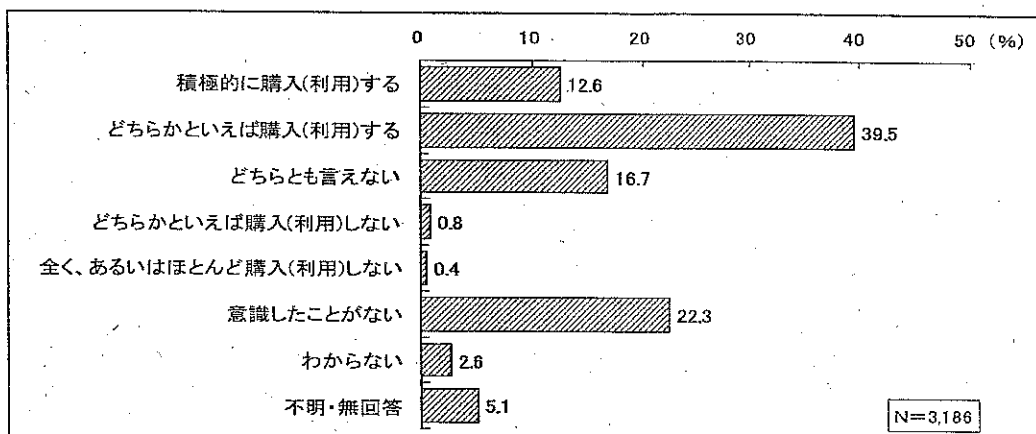
(1) 中小企業の担う役割

県内の中小企業が担っている役割は、「地域の雇用を維持・確保し、また新たな雇用の機会を生み出している」が63.4%と最も高く、次いで「県や市町の税収に貢献している」、「大企業を支えている、あるいは大企業が対応できない部分を担っている」の順となっている。



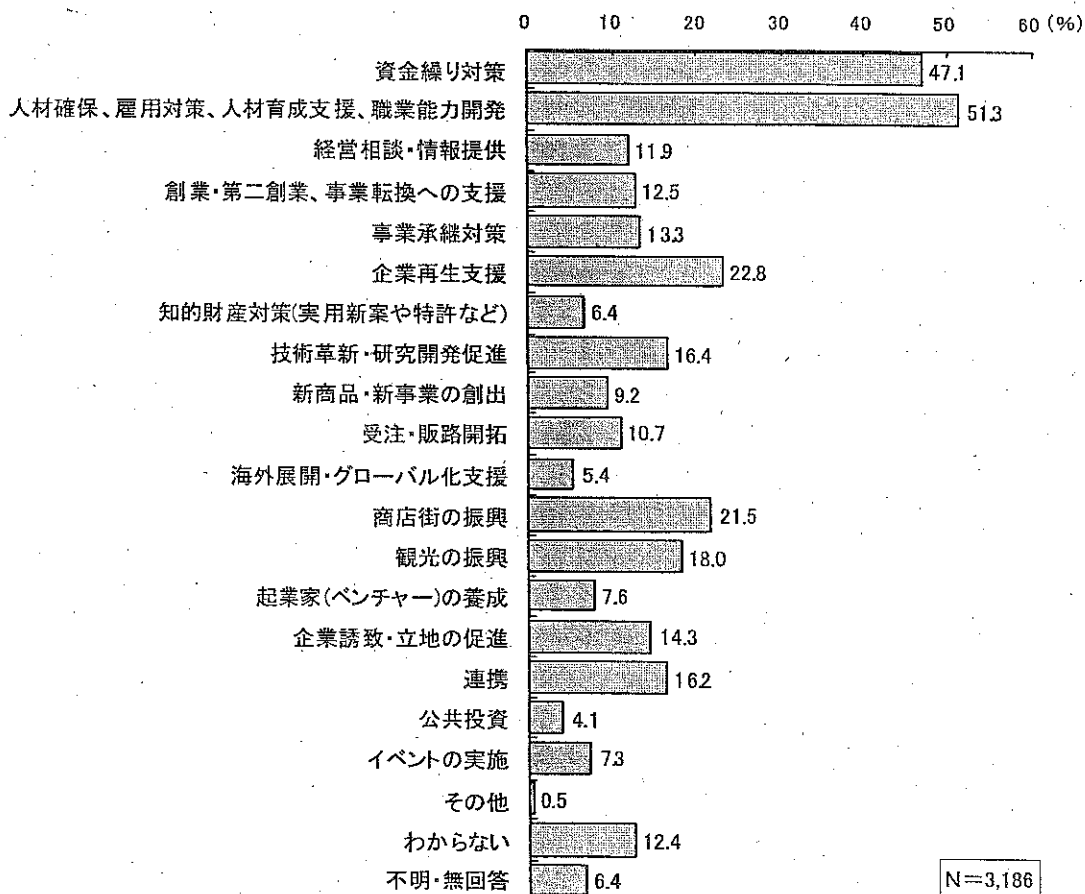
(2) 県内生産品やサービスの購入・利用

県内で製造・加工された物品あるいは県内で販売されているもの、または県内で提供されるサービスを意識して購入(利用)するかどうかについては、「積極的に購入(利用)する」と「どちらかといえば購入(利用)する」を併せて52.1%となっている一方、「意識したことがない」という回答も22.3%あった。



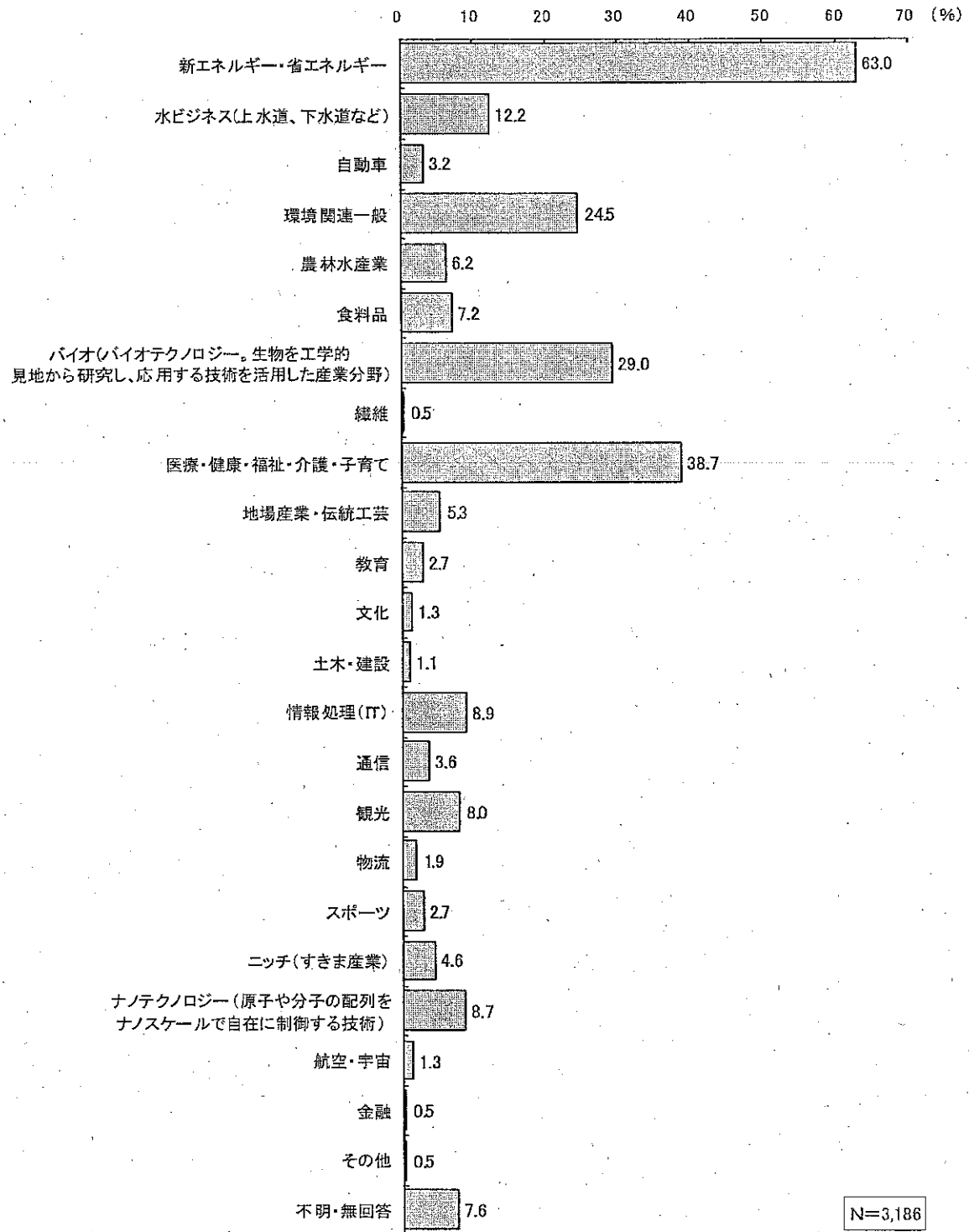
(3) 中小企業振興に必要な施策

「人材確保、雇用対策、人材育成支援、職業能力開発」が51.3%で最も高く、次いで「資金繰り対策」が47.1%で、この2項目が大部分を占める。



(4) 今後伸びる産業分野

今後産業として伸びる分野は、「新エネルギー・省エネルギー」が最も高く 63.0%。次いで「医療・健康・福祉・介護・子育て」(38.7%)、「バイオ(バイオテクノロジー。生物を工学的見地から研究し、応用する技術を活用した産業分野)」(29.0%)の順となっている。



9 中小企業基本法(抜粋) (昭和三十八年七月二十日法律第百五十四号)

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、中小企業に関する施策について、その基本理念、基本方針その他の基本となる事項を定めるとともに、国及び地方公共団体の責務等を明らかにすることにより、中小企業に関する施策を総合的に推進し、もつて国民経済の健全な発展及び国民生活の向上を図ることを目的とする。

(中小企業者の範囲及び用語の定義)

第二条 この法律に基づいて講ずる国の施策の対象とする中小企業者は、おおむね次の各号に掲げるものとし、その範囲は、これらの施策が次条の基本理念の実現を図るため効率的に実施されるように施策ごとに定めるものとする。

- 一 資本金の額又は出資の総額が三億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が三百人以下の会社及び個人であつて、製造業、建設業、運輸業その他の業種(次号から第四号までに掲げる業種を除く。)に属する事業を主たる事業として営むもの
 - 二 資本金の額又は出資の総額が一億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であつて、卸売業に属する事業を主たる事業として営むもの
 - 三 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であつて、サービス業に属する事業を主たる事業として営むもの
 - 四 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が五十人以下の会社及び個人であつて、小売業に属する事業を主たる事業として営むもの
- 2 この法律において「経営の革新」とは、新商品の開発又は生産、新役務の開発又は提供、商品の新たな生産又は販売の方式の導入、役務の新たな提供の方式の導入、新たな経営管理方法の導入その他の新たな事業活動を行うことにより、その経営の相当程度の向上を図ることをいう。
- 3 この法律において「創造的な事業活動」とは、経営の革新又は創業の対象となる事業活動のうち、著しい新規性を有する技術又は著しく創造的な経営管理方法を活用したものをいう。
- 4 この法律において「経営資源」とは、設備、技術、個人の有する知識及び技能その他の事業活動に活用される資源をいう。
- 5 この法律において「小規模企業者」とは、おおむね常時使用する従業員の数が二十人(商業又はサービス業に属する事業を主たる事業として営む者については、五人)以下の事業者をいう。

(基本理念)

第三条 中小企業については、多様な事業の分野において特色ある事業活動を行い、多様な就業の機会を提供し、個人がその能力を発揮しつつ事業を行う機会を提供することにより我が国の経済の基盤を形成しているものであり、特に、多数の中小企業者が創意工夫を生かして経営の向上を図るための事業活動を行うことを通じて、新たな産業を創出し、就業の機会を増大させ、市場における競争を促進し、地域における経済の活性化を促進する等我が国経済の活力の維持及び強化に果たすべき重要な使命を有するものであることにかんがみ、独立した中小企業者の自主的な努力が助長されることを旨とし、その経営の革新及び創業が促進され、その経営基盤が強化され、並びに経済的社会的環境の変化への適応が円滑化されることにより、その多様で活力ある成長発展が図られなければならない。

(国の責務)

第四条 国は、前条の基本理念(以下単に「基本理念」という。)にのっとり、中小企業に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

(基本方針)

第五条 政府は、次に掲げる基本方針に基づき、中小企業に関する施策を講ずるものとする。

- 一 中小企業者の経営の革新及び創業の促進並びに創造的な事業活動の促進を図ること。
- 二 中小企業の経営資源の確保の円滑化を図ること、中小企業に関する取引の適正化を図ること等により、中小企業の経営基盤の強化を図ること。
- 三 経済的社会的環境の変化に即応し、中小企業の経営の安定を図ること、事業の転換の円滑化を図ること等により、その変化への適応の円滑化を図ること。
- 四 中小企業に対する資金の供給の円滑化及び中小企業の自己資本の充実を図ること。

(地方公共団体の責務)

第六条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、中小企業に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(中小企業者の努力等)

第七条 中小企業者は、経済的社会的環境の変化に即応してその事業の成長発展を図るため、自主的にその経営及び取引条件の向上を図るよう努めなければならない。

- 2 中小企業者の事業の共同化のための組織その他の中小企業に関する団体は、その事業活動を行うに当たっては、中小企業者とともに、基本理念の実現に主体的に取り組むよう努めるものとする。
- 3 中小企業者以外の者であつて、その事業に関し中小企業と関係があるものは、国及び地方公共団体が行う中小企業に関する施策の実施について協力するようしなければならない。

(小規模企業への配慮)

第八条 国は、小規模企業者に対して中小企業に関する施策を講ずるに当たっては、経営資源の確保が特に困難であることが多い小規模企業者の事情を踏まえ、小規模企業の経営の発達及び改善に努めるとともに、金融、税制その他の事項について、小規模企業の経営の状況に応じ、必要な考慮を払うものとする。

(法制上の措置等)

第九条 政府は、中小企業に関する施策を実施するため必要な法制上、財政上及び金融上の措置を講じなければならない。

(調査)

第十条 政府は、中小企業政策審議会の意見を聴いて、定期的に、中小企業の実態を明らかにするため必要な調査を行い、その結果を公表しなければならない。

(以下略)

10 中小企業信用保険法(抜粋)

(昭和二十五年十二月十四日法律第二百六十四号)

(目的)

第一条 この法律は、中小企業者に対する事業資金の融通を円滑にするため、中小企業者の債務の保証につき保険を行なう制度を確立し、もつて中小企業の振興を図ることを目的とする。

(定義)

第二条 この法律において「中小企業者」とは、次の各号のいずれかに該当する者をいう。

一 資本金の額又は出資の総額が三億円(小売業又はサービス業を主たる事業とする事業者については五千万円、卸売業を主たる事業とする事業者については一億円)以下の会社並びに常時使用する従業員の数が三百人(小売業を主たる事業とする事業者については五十人、卸売業又はサービス業を主たる事業とする事業者については百人)以下の会社及び個人であつて、政令で定める業種に属する事業(以下「特定事業」という。)を行うもの(次号の政令で定める業種に属する事業を主たる事業とするものを除く。)

一之二 資本金の額又は出資の総額がその業種ごとに政令で定める金額以下の会社並びに常時使用する従業員の数がその業種ごとに政令で定める数以下の会社及び個人であつて、その政令で定める業種に属する事業を主たる事業とするもののうち、特定事業を行うもの

二 中小企業等協同組合、農業協同組合、農業協同組合連合会、水産業協同組合、森林組合、生産森林組合、森林組合連合会、消費生活協同組合及び消費生活協同組合連合会であつて、特定事業を行うもの又はその構成員の三分の二以上が特定事業を行う者であるもの

二之二 協業組合であつて、特定事業を行うもの

三 医業を主たる事業とする法人であつて、常時使用する従業員の数が三百人以下のもの(前各号に掲げるものを除く。)

四 商工組合及び商工組合連合会であつて、特定事業を行うもの又はその構成員が特定事業を行う者であるもの

四之二 商店街振興組合及び商店街振興組合連合会であつて、特定事業を行うもの又はその構成員の三分の二以上が特定事業を行う者であるもの

五 生活衛生同業組合、生活衛生同業小組合及び生活衛生同業組合連合会であつて、その直接又は間接の構成員の三分の二以上が五千万円(卸売業を主たる事業とする事業者については、一億円)以下の金額をその資本金の額若しくは出資の総額とする法人又は常時五十人(卸売業又はサービス業を主たる事業とする事業者については、百人)以下の従業員を使用する者であるもののうち、特定事業を行うもの又はその構成員が特定事業を行う者であるもの

六 酒造組合、酒造組合連合会及び酒造組合中央会であつて、その直接又は間接の構成員たる酒類製造業者の三分の二以上が三億円以下の金額をその資本金の額若しくは出資の総

額とする法人又は常時三百人以下の従業員を使用する者であるもの並びに酒販組合、酒販組合連合会及び酒販組合中央会であつて、その直接又は間接の構成員たる酒類販売業者の三分の二以上が五千万円(酒類卸売業者については、一億円)以下の金額をその資本金の額若しくは出資の総額とする法人又は常時五十人(酒類卸売業者については、百人)以下の従業員を使用する者であるもの(以下「酒類業組合」と総称する。)

七 内航海運組合及び内航海運組合連合会であつて、その直接又は間接の構成員たる内航海運事業を営む者の三分の二以上が三億円以下の金額をその資本金の額若しくは出資の総額とする法人又は常時三百人以下の従業員を使用する者であるもの

2 この法律において「小規模企業者」とは、次の各号のいずれかに該当する者をいう。

一 常時使用する従業員の数が二十人(商業又はサービス業を主たる事業とする事業者については、五人)以下の会社及び個人であつて、特定事業を行うもの

二 事業協同小組合であつて、特定事業を行うもの又はその組合員の三分の二以上が特定事業を行う者であるもの

三 特定事業を行う企業組合であつて、その事業に従事する組合員の数が二十人以下のもの

四 特定事業を行う協業組合であつて、常時使用する従業員の数が二十人以下のもの

五 医業を主たる事業とする法人であつて、常時使用する従業員の数が二十人以下のもの(前各号に掲げるものを除く。)

(以下略)

1 1 中小企業支援法(抜粋) (昭和三十八年七月十五日法律第四百十七号)

(目的)

第一条 この法律は、国、都道府県等及び独立行政法人中小企業基盤整備機構が行う中小企業支援事業を計画的かつ効率的に推進するとともに、中小企業の経営の診断等の業務に従事する者の登録の制度を設けること等により、中小企業の経営資源の確保を支援し、もって中小企業の振興に寄与することを目的とする。

(定義)

第二条 この法律において「中小企業者」とは、次の各号のいずれかに該当する者をいう。

一 資本金の額又は出資の総額が三億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が三百人以下の会社及び個人であつて、製造業、建設業、運輸業その他の業種(次号から第二号の三までに掲げる業種及び第三号の政令で定める業種を除く。)に属する事業を主たる事業として営むもの

二 資本金の額又は出資の総額が一億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であつて、卸売業(第三号の政令で定める業種を除く。)に属する事業を主たる事業として営むもの

二の二 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であつて、サービス業(第三号の政令で定める業種を除く。)に属する事業を主たる事業として営むもの

二の三 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が五十人以下の会社及び個人であつて、小売業(次号の政令で定める業種を除く。)に属する事業を主たる事業として営むもの

三 資本金の額又は出資の総額がその業種ごとに政令で定める金額以下の会社並びに常時使用する従業員の数がその業種ごとに政令で定める数以下の会社及び個人であつて、その政令で定める業種に属する事業を主たる事業として営むもの

四 中小企業団体の組織に関する法律(昭和三十二年法律第八十五号)第三条第一項に規定する中小企業団体

五 特別の法律によつて設立された組合又はその連合会であつて、その直接又は間接の構成員たる事業者の三分の二以上が第一号から第三号までの各号のいずれかに該当する者であるもの(前号に掲げるものを除く。)

2 この法律において「経営資源」とは、中小企業基本法(昭和三十八年法律第五十四号)第二条第四項に規定する経営資源をいう。

(中小企業支援計画)

第三条 経済産業大臣は、毎年、中小企業の経営資源の確保を支援する次に掲げる事業であつて、国、都道府県(政令で指定する市を含む。以下同じ。)及び独立行政法人中小企業基

盤整備機構が行うもの(以下「中小企業支援事業」という。)の実施に関する計画を定めるものとする。

- 一 中小企業者の依頼に応じて、その経営方法に関し、経営の診断又は経営に関する助言を行う事業
- 二 中小企業者の依頼に応じて、技術に関する助言を行う事業又はそのために必要な試験研究を行う事業
- 三 中小企業の経営方法又は技術に関し、中小企業者又はその従業員に対して研修を行う事業
- 四 中小企業支援担当者(国又は都道府県が行う第一号又は第二号に掲げる事業(第七条第一項に規定する指定法人が行う同項に規定する特定支援事業を含む。))において、経営の診断又は経営若しくは技術に関する助言を担当する者をいう。以下同じ。)を養成し、又は中小企業支援担当者に対して研修を行う事業
- 五 前各号に掲げるもののほか、中小企業の経営の診断又は経営若しくは技術に関する助言に関連する事業

2 経済産業大臣は、前項の計画を定めるに当たっては、国、都道府県及び独立行政法人中小企業基盤整備機構が行う事業が相互に重複しないようにするとともに、中小企業に関する団体その他の民間事業者との協力及び役割分担の下に、中小企業の経営方法又は技術の状況その他中小企業の発展の状況に応じて、適切に中小企業支援事業が行われるように配慮しなければならない。

3 経済産業大臣は、第一項の計画を定めるに当たっては、あらかじめ、中小企業政策審議会の意見を聴くほか、都道府県知事(同項の政令で指定する市の市長を含む。以下同じ。)の意見を求めるものとする。

4 経済産業大臣は、第一項の計画を定めたときは、速やかにこれを都道府県知事に通知するとともに、その要旨を公表しなければならない。

第四条 都道府県知事は、前条第四項の規定による通知を受けたときは、同条第一項の計画に基づき、当該都道府県が行う中小企業支援事業の実施に関する計画を定めるよう努めるとともに、これを定めたときは、経済産業大臣に届け出るものとする。

2 都道府県知事は、前項の計画を定めるに当たっては、地域における中小企業に関する団体その他の民間事業者との協力及び役割分担の下に、当該都道府県の区域内における中小企業者の数、中小企業の経営方法又は技術の状況その他中小企業の発展の状況に応じて、適切に中小企業支援事業が行われるように配慮しなければならない。

(経済産業大臣の助言)

第五条 経済産業大臣は、この法律の目的を達成するため必要があると認めるときは、都道府県に対し、前条第一項の計画の作成及びこれに基づく中小企業支援事業の実施に関し助言をすることができる。

(基準の作成)

第六条 経済産業大臣は、中小企業支援事業の効率的な実施に資するため、中小企業政策審議会の意見を聴いて、経済産業省令で、経営の診断又は経営若しくは技術に関する助言の方法その他の事項について、中小企業支援事業の実施に関する基準を定めるものとする。

(指定)

第七条 都道府県知事は、次の各号に適合する者を、その申請により、当該都道府県に一を限って指定し、その者(以下「指定法人」という。)に、当該都道府県が行う中小企業支援事業のうち特定支援事業を行わせることができる。

- 一 申請者が一般社団法人又は一般財団法人であること。
- 二 申請者が当該特定支援事業を適正かつ確実に実施することができると認められる者であること。
- 三 申請者が次条第二項の規定により指定を取り消され、その取消の日から五年を経過しない者でないこと。

2 前項の特定支援事業とは、次に掲げる事業をいう。

- 一 中小企業者が行う電子計算機を利用して行う事業活動に関する経営の診断、助言、調査、研究及び情報の提供(以下この項において「経営診断等」という。)を行う事業
- 二 中小企業者の経営に必要な資金の株式又は社債による調達の円滑な実施に資する経営診断等を行う事業
- 三 中小企業者が技術革新の進展に即応した高度な産業技術の開発を行い、又は当該産業技術を製品若しくは役務の開発、生産、販売若しくは役務の提供に利用する事業活動に関する経営診断等を行う事業
- 四 中小企業者が行うエネルギー及び特定物質(エネルギー等の使用の合理化及び資源の有効な利用に関する事業活動の促進に関する臨時措置法(平成五年法律第十八号)第二条第二項に規定する特定物質をいう。)の使用の合理化並びに資源の有効な利用(同法第三条第一項に規定する資源の有効な利用をいう。)の促進に資する事業活動に関する経営診断等を行う事業
- 五 前各号に掲げるもののほか、中小企業者の経営方法又は技術に関し、高度の専門的な知識及び経験を必要とするため当該都道府県が自ら行うことが困難な経営診断等を行う事業

(以下略)

12 中小企業団体の組織に関する法律(抜粋)

(昭和三十二年十一月二十五日法律第百八十五号)

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、中小企業者その他の者が協同して経済事業を行うために必要な組織又は中小企業者とその営む事業の改善発達を図るために必要な組織を設けることができるようにすることにより、これらの者の公正な経済活動の機会を確保し、もつて国民経済の健全な発展に資することを目的とする。

第二条 削除

(中小企業団体等の種類)

第三条 この法律による中小企業団体は、次に掲げるものとする。

- 一 事業協同組合
- 二 事業協同小組合
- 三 火災共済協同組合
- 四 信用協同組合
- 五 協同組合連合会
- 六 企業組合
- 七 協業組合
- 八 商工組合
- 九 商工組合連合会

2 この法律による中小企業団体中央会は、次に掲げるものとする。

- 一 都道府県中小企業団体中央会
- 二 全国中小企業団体中央会

第二章 中小企業等協同組合

第四条 事業協同組合、事業協同小組合、火災共済協同組合、信用協同組合、協同組合連合会及び企業組合については、中小企業等協同組合法（昭和二十四年法律第百八十一号。以下「協同組合法」という。）の定めるところによる。

第二章の二 協業組合

(中小企業者の定義)

第五条 この章及び次章において「中小企業者」とは、次の各号のいずれかに該当する者をいう。

- 一 資本金の額又は出資の総額が三億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が三百人以下の会社及び個人であつて、製造業、建設業、運輸業その他の業種(次号から第二号の三までに掲げる業種及び第三号の政令で定める業種を除く。)に属する事業を主たる事業とし

て営むもの

二 資本金の額又は出資の総額が一億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であつて、卸売業(第三号の政令で定める業種を除く。)に属する事業を主たる事業として営むもの

二の二 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であつて、サービス業(第三号の政令で定める業種を除く。)に属する事業を主たる事業として営むもの

二の三 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が五十人以下の会社及び個人であつて、小売業(次号の政令で定める業種を除く。)に属する事業を主たる事業として営むもの

三 資本金の額又は出資の総額がその業種ごとに政令で定める金額以下の会社並びに常時使用する従業員の数がその業種ごとに政令で定める数以下の会社及び個人であつて、その政令で定める業種に属する事業を主たる事業として営むもの

(目的)

第五条の二 協業組合は、その組合員の生産、販売その他の事業活動についての協業を図ることにより、企業規模の適正化による生産性の向上等を効率的に推進し、その共同の利益を増進することを目的とする。

(以下略)

13 中小企業憲章（平成22年6月18日閣議決定）

中小企業は、経済を牽引する力であり、社会の主役である。常に時代の先駆けとして積極果敢に挑戦を続け、多くの難局に遭っても、これを乗り越えてきた。戦後復興期には、生活必需品への旺盛な内需を捉えるとともに、輸出で新市場を開拓した。オイルショック時には、省エネを進め、国全体の石油依存度低下にも寄与した。急激な円高に翻弄されても、産地で連携して新分野に挑み、バブル崩壊後もインターネットの活用などで活路を見出した。

我が国は、現在、世界的な不況、環境・エネルギー制約、少子高齢化などによる停滞に直面している。中小企業がその力と才能を発揮することが、疲弊する地方経済を活気づけ、同時にアジアなどの新興国の成長をも取り込み日本の新しい未来を切り拓く上で不可欠である。

政府が中核となり、国の総力を挙げて、中小企業の持つ個性や可能性を存分に伸ばし、自立する中小企業を励まし、困っている中小企業を支え、そして、どんな問題も中小企業の立場で考えていく。これにより、中小企業が光り輝き、もって、安定的で活力ある経済と豊かな国民生活が実現されるよう、ここに中小企業憲章を定める。

1. 基本理念

中小企業は、経済や暮らしを支え、牽引する。創意工夫を凝らし、技術を磨き、雇用の大部分を支え、暮らしに潤いを与える。意思決定の素早さや行動力、個性豊かな得意分野や多種多様な可能性を持つ。経営者は、企業家精神に溢れ、自らの才覚で事業を営みながら、家族のみならず従業員を守る責任を果たす。中小企業は、経営者と従業員が一体感を発揮し、一人ひとりの努力が目に見える形で成果に結びつき易い場である。

中小企業は、社会の主役として地域社会と住民生活に貢献し、伝統技能や文化の継承に重要な機能を果たす。小規模企業の多くは家族経営形態を採り、地域社会の安定をもたらす。

このように中小企業は、国家の財産ともいふべき存在である。一方で、中小企業の多くは、資金や人材などに制約があるため、外からの変化に弱く、不公平な取引を強いられるなど数多くの困難に晒されてきた。この中で、大企業に重きを置く風潮や価値観が形成されてきた。

しかし、金融分野に端を発する国際的な市場経済の混乱は、却って大企業の弱さを露わにし、世界的にもこれまで以上に中小企業への期待が高まっている。国内では、少子高齢化、経済社会の停滞などにより、将来への不安が増している。不安解消の鍵となる医療、福祉、情報通信技術、地球温暖化問題を始めとする環境・エネルギーなどは、市場の成長が期待できる分野でもある。中小企業の力がこれらの分野で発揮され、豊かな経済、安心できる社会、そして人々の活力をもたらし、日本が世界に先駆けて未来を切り拓くモデル

を示す。

難局の克服への展開が求められるこのような時代にこそ、これまで以上に意欲を持って努力と創意工夫を重ねることに高い価値を置かなければならない。中小企業は、その大いなる担い手である。

2. 基本原則

中小企業政策に取り組むに当たっては、基本理念を踏まえ、以下の原則に依る。

一. 経済活力の源泉である中小企業が、その力を思う存分に発揮できるよう支援する資金、人材、海外展開力などの経営資源の確保を支援し、中小企業の持てる力の発揮を促す。その際、経営資源の確保が特に困難であることの多い小規模企業に配意する。中小企業組合、業種間連携などの取組を支援し、力の発揮を増幅する。

二. 起業を増やす

起業は、人々が潜在力と意欲を、組織の枠にとらわれず発揮することを可能にし、雇用を増やす。起業促進策を抜本的に充実し、日本経済を一段と活性化する。

三. 創意工夫で、新しい市場を切り拓く中小企業の挑戦を促す

中小企業の持つ多様な力を発揮し、創意工夫で経営革新を行うなど多くの分野で自由に挑戦できるよう、制約の少ない市場を整える。また、中小企業の海外への事業展開を促し、支える政策を充実する。

四. 公正な市場環境を整える

力の大きい企業との間で実質的に対等な取引や競争ができず、中小企業の自立性が損なわれることのないよう、市場を公正に保つ努力を不断に払う。

五. セーフティネットを整備し、中小企業の安心を確保する

中小企業は、経済や社会の変化の影響を受け易いので、金融や共済制度などの面で、セーフティネットを整える。また、再生の途をより利用し易いものとし、再挑戦を容易にする。

これらの原則に依り、政策を実施するに当たっては、

- ・ 中小企業が誇りを持って自立することや、地域への貢献を始め社会的課題に取り組むことを高く評価する
- ・ 家族経営の持つ意義への意識を強め、また、事業承継を円滑化する
- ・ 中小企業の声を聴き、どんな問題も中小企業の立場で考え、政策評価につなげる
- ・ 地域経済団体、取引先企業、民間金融機関、教育・研究機関や産業支援人材などの更なる理解と協力を促す
- ・ 地方自治体との連携を一層強める
- ・ 政府一体となって取り組むこととする。

3. 行動指針

政府は、以下の柱に沿って具体的な取組を進める。

一. 中小企業の立場から経営支援を充実・徹底する

中小企業の技術力向上のため、ものづくり分野を始めとする技術開発、教育・研究機関、他企業などとの共同研究を支援するとともに、競争力の鍵となる企業集積の維持・発展を図る。また、業種間での連携・共同化や知的財産の活用を進め、中小企業の事業能力を強める。経営支援の効果を高めるため、支援人材を育成・増強し、地域経済団体との連携による支援体制を充実する。

二. 人材の育成・確保を支援する

中小企業の要諦は人材にある。働く人々が積極的に自己研鑽に取り組めるよう能力開発の機会を確保する。魅力ある中小企業への就業や起業を促し、人材が大企業信仰にとらわれないよう、各学校段階を通じて健全な勤労観や職業観を形成する教育を充実する。また、女性、高齢者や障害者を含め働く人々にとって質の高い職場環境を目指す。

三. 起業・新事業展開のしやすい環境を整える

資金調達を始めとする起業・新分野進出時の障壁を取り除く。また、医療、介護、一次産業関連分野や情報通信技術関連分野など今後の日本を支える成長分野において、中小企業が積極的な事業を展開できるよう制度改革に取り組む。国際的に開かれた先進的な起業環境を目指す。

四. 海外展開を支援する

中小企業が海外市場の開拓に取り組めるよう、官民が連携した取組を強める。また、支援人材を活用しつつ、海外の市場動向、見本市関連などの情報の提供、販路拡大活動の支援、知的財産権トラブルの解決などの支援を行う。中小企業の国際人材の育成や外国人材の活用のための支援をも進め、中小企業の真の国際化につなげる。

五. 公正な市場環境を整える

中小企業の正当な利益を守る法令を厳格に執行し、大企業による代金の支払遅延・減額を防止するとともに、中小企業に不合理な負担を招く過剰な品質の要求などの行為を駆逐する。また、国及び地方自治体が中小企業からの調達に配慮し、受注機会の確保や増大に努める。

六. 中小企業向けの金融を円滑化する

不況、災害などから中小企業を守り、また、経営革新や技術開発などを促すための政策金融や、起業、転業、新事業展開などのための資金供給を充実する。金融供与に当たっては、中小企業の知的資産を始め事業力や経営者の資質を重視し、不動産担保や保証人への依存を減らす。そのためにも、中小企業の実態に則した会計制度を整え、経営状況の明確化、経営者自身による事業の説明能力の向上、資金調達力の強化を促す。

七. 地域及び社会に貢献できるよう体制を整備する

中小企業が、商店街や地域経済団体と連携して行うものも含め、高齢化・過疎化、環境

問題など地域や社会が抱える課題を解決しようとする活動を広く支援する。祭りや、まちおこしなど地域のつながりを強める活動への中小企業の参加を支援する。また、熟練技能や伝統技能の継承を後押しする。

八、中小企業への影響を考慮し政策を総合的に進め、政策評価に中小企業の声を生かす
関係省庁の連携は、起業・転業・新事業展開への支援策の有効性を高める。中小企業庁を始め、関係省庁が、これまで以上に一体性を強めて、産業、雇用、社会保障、教育、金融、財政、税制など総合的に中小企業政策を進める。その際、地域経済団体の協力を得つつ、全国の中小企業の声を広く聴き、政策効果の検証に反映する。

(結び)

世界経済は、成長の中心を欧米からアジアなどの新興国に移し、また、情報や金融が短時間のうちに動くという構造的な変化を激しくしている。一方で、我が国では少子高齢化が進む中、これからは、一人ひとりが、力を伸ばし発揮することが、かつてなく重要性を高め、国の死命を制することになる。したがって、起業、挑戦意欲、創意工夫の積み重ねが一層活発となるような社会への変革なくしては、この国の将来は危うい。変革の担い手としての中小企業への大いなる期待、そして、中小企業が果敢に挑戦できるような経済社会の実現に向けての決意を政府として宣言する。