

“ちいさな企業” 成長本部

行動計画

平成 25 年 6 月 4 日

“ちいさな企業” 成長本部

目次

はじめに

I. “ちいさな企業” 成長本部 行動計画の基本的考え方

1. “ちいさな企業” 成長本部 行動計画の趣旨・構成
2. 本行動計画へのコミットメントについて

II. “ちいさな企業” の成長に向けた行動計画の内容

- 行動 1. 地域に眠るリソースを最大限に活用・結集・ブランド化する
- 行動 2. 中小企業の新陳代謝を活発にする
- 行動 3. 下請け構造から脱却し、自ら積極的に成長分野に参入する
- 行動 4. 海外に打って出る

III. 中小企業・小規模事業者施策の効果的な実行に向けて

おわりに

(別添) 行動計画へのコミットメントに賛同する関係者一覧

はじめに

全国420万の中小企業・小規模事業者は、日本経済の根幹であり、地域経済と地域の雇用を支える重要な存在です。特に、全国366万に及ぶ小規模事業者の活力を引き出すことが日本経済の成長に不可欠です。

このため、平成25年1月の緊急経済対策（平成24年度補正予算）において、約5,400億円の中小企業・小規模事業者対策予算を措置するとともに、今国会に「小規模企業活性化法案」を提出し、小規模事業者に光を当てた施策の再構築を行っているところです。

更に、この中小企業・小規模事業者政策を効果的に実行していくため、これまで進めてきた「“ちいさな企業” 未来会議」を「“ちいさな企業” 成長本部」として格上げし、支援を受ける側、支援を行う側の双方が今後の具体的な取り組みの実行を約束する「行動計画」を策定することといたしました。

平成25年2月から5月にかけて、全国21カ所で「“ちいさな企業” 成長本部」を開催し、多くの中小企業・小規模事業者、支援機関等の方々と議論を重ねてきました。

これまでの議論を踏まえ、今般、「“ちいさな企業” 成長本部」において、本部員の総意に基づいて、「行動計画」を策定し、その実行を宣言いたします。

平成25年6月4日

“ちいさな企業” 成長本部
本部長 茂木 敏充

I. “ちいさな企業” 成長本部 行動計画の基本的考え方

1. “ちいさな企業” 成長本部 行動計画の趣旨・構成

本行動計画は、中小企業・小規模事業者の成長を目的として、中小企業・小規模事業者、支援機関、国それぞれが、具体的なアクションをコミットするために策定されたものである。

平成25年2月から5月にかけて、全国21カ所で「“ちいさな企業” 成長本部」を開催し、本行動計画の策定にあたって、地域の中小企業・小規模事業者、支援機関等から様々な生の声、ニーズ、要望を聴取した。

本行動計画は、①中小企業・小規模事業者の成長に向けた4つの具体的な行動と、②中小企業・小規模事業者施策の効果的な実行に向けた行動、の2つから構成する。

このうち、上記の「①中小企業・小規模事業者の成長に向けた4つの具体的な行動」については、大きく以下の4つの行動に分け、中小企業・小規模事業者、支援機関、国の3者のアクションを定めることとする。

- －行動1. 地域に眠るリソースを最大限に活用・結集・ブランド化する
- －行動2. 中小企業の新陳代謝を活発にする
- －行動3. 下請け構造から脱却し、自ら積極的に成長分野に参入する
- －行動4. 海外に打って出る

上記の「②中小企業・小規模事業者施策の効果的な実行に向けた行動」については、国の具体的なアクションと本行動計画の普及とフォローアップについて定めることとする。

2. 本行動計画へのコミットメントについて

本行動計画にコミットした“ちいさな企業” 成長本部の本部員は、本行動計画を積極的に実行していくこととする。

これまで全国各地で開催してきた“ちいさな企業” 成長本部の参加者に対して、本行動計画へのコミットメントの賛同を呼びかけ、賛同者を順次、追加していくこととする。なお、本行動計画へのコミットメントに賛同する関係者は別添に掲載する。

Ⅱ. “ちいさな企業”の成長に向けた行動計画の内容

行動1. 地域に眠るリソースを最大限に活用・結集・ブランド化する

中小企業・小規模事業者の成長は、地域の取引や雇用の拡大により、地域経済の活性化につながる。また、地域経済の活性化は、その地域の中小企業・小規模事業者にビジネスのチャンスを生み出し、起業・創業、新事業展開、事業承継などを通じて更なる成長につながっていく。その意味で、地域と中小企業・小規模事業者は不可分かつ循環の関係にある。

地域と中小企業・小規模事業者の発展の好循環を実現するためには、地域に眠るリソース（地域資源）をもう一度見つめ直し、今までの地域資源（例：特産品等）の考え方を広げ、地域の様々な経営資源（例：地域の女性・若者、企業等 OB 人材、農業、空き店舗等）を活用・連携・結集することで、地域の需要を顕在化させ（例：新商品開発、子育て支援）、新しいビジネスを起こしていくことが重要である。また、そうしたビジネスが生み出す商品やサービスをブランド化していくことで、地域の魅力を国内外に発信していくことが重要である。

商店街は、全国に約 13,000 存在し、小売業全体の年間販売額の 4 割を占め、43 万事業所、300 万人の雇用を支えるなど大きな存在であるとともに、地域コミュニティの担い手として機能している。商店街の活性化は、コミュニティの中核的存在として地域の活性化に貢献し、商店街で活発に新たなビジネスやコミュニティ活動を生む。

労働環境に関する規制や社会保険の負担は、就業形態や企業規模に関係なく一律に適用されるため、地域における新たな雇用を躊躇する恐れがある。したがって、中小企業・小規模事業者の過度な負担とならないよう、現場実態を踏まえた環境整備が必要である。

<中小企業・小規模事業者のアクション>

- 地域内で連携して、地域資源を活用・発信していく。
- 積極的に新たな地域資源を発掘・開発していく。
- 地域の雇用、とりわけ女性・若者を中心に積極的に雇用していく。
- 地域での需要を喚起・獲得し、地域経済の活性化に貢献する。
- 地域資源を活用・発信するため、起業・創業、新事業展開などを積極的に進める。

- 空き店舗活用など商店街を活用した起業・創業を促す環境作りを進めて行く。

＜支援機関のアクション＞

- 地元の中小企業の成長を支援し、地域経済の活性化に貢献する。
- 支援機関が連携し地域の中小企業・小規模事業者を支援する。
- 支援機関自身の経営支援のスキルを磨く。
- 認定支援機関の存在や各種支援策を地域の中小企業・小規模事業者に紹介し、活用を促す。
- 地域において起業・創業を行う起業家を発掘する。

＜国のアクション＞

- 創業から経営ノウハウに至る支援をワンストップで行う優れたコーディネーターを配置した「創業よろず支援」を順次展開する。
- 支援ポータルサイトを通じた起業家ネットワークの創設・拡充、ビジネスコンテストの実施、創業塾の全国での開催などを通じ、地域のリソースを活用した起業・創業の担い手を拡大させる。
- 地域資源を活用・結集させた創業を支援する「地域資源活用型創業支援制度」を創設し、あらゆる政策資源を投入し、総合的な支援を行う。
- 地域ブランドを一層強化するため、地域資源の発掘・磨き込み・発信・市場開拓を一貫して行えるよう支援制度を拡充するとともに、地域ブランド管理、地域ブランドの対象物の品質管理、地域ブランドから生まれる利益を回収するメカニズムについて検討する。
- 商店街などにおける商業インキュベーションの機能強化を図るとともに、起業・創業も含めた空き店舗等の有効活用を促す仕組みの整備を行う。
- 現場実態に合わせた柔軟な労働環境の在り方や社会保険について負担の在り方を検討する。
- 労働力として潜在性を有しながら、必ずしも十分にその能力が発揮されていない障害者や高齢者等の取り込みを促進する。
- 女性・若者や即戦力となる企業OB、Uターン・Iターン人材と中小企業をマッチングする取り組みを拡充・強化する。

行動2. 中小企業の新陳代謝を活発にする

地域の起業・創業を推進することは、地域経済の活性化にとっては必要不可欠である。ただし、起業・創業をしたとしても、利益計上までの立ち上がりの時期は最も資金繰りが厳しい。その時期を乗り越えることで、起業家は雇用を増やし、新しい商品・サービスを生み出し、地域経済の活性化を実現する。ま

た、起業家の多くは初めての起業となることから、資金供給のみならず、起業に当たってのノウハウをいかに伝えていくかも重要な課題である。

一方、経営者の高齢化の進展や後継者難が一層深刻化する中で、中小企業・小規模事業者が有する技術・ノウハウ等の経営資源や雇用を喪失させないために、次世代への円滑な事業の承継が必要となっている。したがって、経営者の世代交代、親族外への事業承継等による有用な経営資源を移転促進することにより、中小企業・小規模事業者の新陳代謝を促進することが求められている。

<中小企業・小規模事業者のアクション>

- 自らの起業・創業の経験を次の人に伝えていく。
- 起業・創業直後の資金繰り難を克服するため、ビジネスの早期事業化を図る。
- 成長・発展のステージにおいては、社内雇用を増やすよう努力する。
- 業績が悪化した際には早めに相談することによって、経営資源の喪失を未然に防ぐ。
- 地域経済の活力の維持・向上に貢献するため、事業承継を積極的に進める。
 - ー積極的に次世代にバトンタッチしていく
 - ーUターン・Iターン人材を含め、積極的に後継者探しに努め、地域の中小企業・小規模事業者を引き継がせる

<支援機関のアクション>

- 地元の中小企業の成長を支援し、地域経済の活性化に貢献する。(再掲)
- 支援機関が連携し地域の中小企業・小規模事業者を支援する。(再掲)
- 支援機関自身の起業・創業支援や事業承継支援のスキルを磨く。(一部再掲)
- 認定支援機関の存在や各種支援策を地域の中小企業・小規模事業者に紹介し、活用を促す。(再掲)
- 地域において起業・創業を行う起業家や事業承継ニーズを発掘する。(一部再掲)

<国のアクション>

- 創業から経営ノウハウに至る支援をワンストップで行う「創業よろず支援」を順次展開する。(再掲)
- 支援ポータルサイトを通じた起業家ネットワークの創設・拡充、ビジネスコンテストの実施、創業塾の全国での開催などを通じ、地域のリソースを活用した起業・創業の担い手を拡大させる。(再掲)
- 起業・創業に対する資金支援を抜本的に拡充する。
 - ー創業当初の据え置き期間の延長を図るなど政府系金融機関の創業者向け融資を拡充する。

－認定支援機関による起業・創業計画の策定支援と併せた創業向け補助制度の拡充等を通じて民間融資を促進する。

- 中小企業の各ライフステージ（創業、成長・発展、早期の再生着手、円滑化事業承継、企業の再起等）における取組意欲を増進する個人保証制度の見直しを行う。
- 事業承継、事業引継ぎ支援を抜本強化する。
 - －「事業引継ぎ支援センター」を全国展開する。

行動3. 下請け構造から脱却し、自ら積極的に成長分野に参入する

多くの中小企業・小規模事業者は、長らく大企業の下請けとして企業活動を行ってきた。ただし、大企業の業態変化や海外展開が進んでいくことで、中小企業・小規模事業者自身が商品開発から市場開拓まで一貫して行う必要が生じている。

特に、今後将来にわたって成長が期待できる分野である環境・エネルギー、健康・医療、航空宇宙等の分野に中小企業・小規模事業者が参入していくためには、技術開発支援の方向性を変えていくとともに、国際認証や許認可手続きといった参入障壁のハードルを下げていく必要がある。

また、新分野展開を促進するためには、大企業や異業種企業も含めた企業間連携をより一層推進していく必要がある。企業間連携はお互いの弱みを補完するだけではなく、強みの相乗効果を生み出し、企業にとって新しい分野への進出を後押しする。併せて、適切な担い手の確保・育成が必要不可欠である。

<中小企業・小規模事業者のアクション>

- 新分野に進出し、地域に新たな雇用を創出する。
- 地域経済の活力向上に貢献するため、地域内での連携・つながりを深めて、新たな取組を進める。
- 新たな取引先となり得る大企業等とのつながりを深め、市場や顧客のニーズを把握する。

<支援機関のアクション>

- 地元の中小企業の成長を支援し、地域経済の活性化に貢献する。(再掲)
- 支援機関が連携し地域の中小企業・小規模事業者を支援する。(再掲)
- 支援機関自身の連携促進のスキルを磨く。
- 認定支援機関の存在や各種支援策を地域の中小企業・小規模事業者を紹介

し、活用を促す。(再掲)

- 地域において企業間連携を促進するためマッチングを行う。
- 企業間連携に対し、経営戦略の策定・実施や販路開拓、大企業等との連携促進等、企業間連携特有の課題解決に資する支援を行う。

＜国のアクション＞

- 大企業の下請生産技術を前提とした中小ものづくり高度化法の22技術分野を見直し、医療、環境分野などの成長分野に中小企業が直接参入しやすくする。
- 国際認証の取得に向けた業界経験者等の長期派遣や相談支援、支援機関、ITポータルサイト等を通じた情報提供を強化する。また、中古設備も含めた専用設備等の導入を支援する。
- 中小企業と医療機関等との連携を支援する専門家の派遣と育成、薬事相談・申請費用の支援などにより、中小企業による医療機器開発・審査に係る費用低減と期間短縮を進める。
- 「企業間連携促進会議」の設置や支援ポータルサイト・展示会の活用等により、大企業や異業種企業とのマッチングの場の整備と連携を促進する。
- 地域の核となる人を発掘し、情報交換や交流の場を設けることにより、新分野展開に重要となる知識の共有と人的ネットワークの構築を図る。
- 小規模な事業者の活用を念頭においた新商品開発に対する補助金制度を拡充する。
- 下請中小企業の連携による取引先の自立的な開拓の取組等に対する補助金制度を拡充する。
- 優れた技術・技能を有する外部人材を活用することで、ものづくり現場における技術・技能の継承を地域が一体となって支援するとともに、優秀な人材を確保するための職場実習（インターンシップ）の支援を行う。

行動4. 海外に打って出る

地域に根付く中小企業・小規模事業者の更なる販路開拓のためには、海外需要の獲得も重要である。“ちいさな企業”成長本部でも、積極的に海外に打って出る力強い声が多く聞かれた。国内とは言語・商習慣が異なる海外に進出することは、経営資源が限られている中小企業・小規模事業者にとってリスクが高く、企業経営を左右する課題となっている。また、中小企業・小規模事業者の現地活動の拡大、新たな業態による海外展開により、今まで以上に多様な支援ニーズが生まれてきている。

中小企業・小規模事業者は、積極的に海外需要を獲得することを目指し、支援機関と国は、ビジネスマッチングなど一層の広がりと深化を持った海外展開支援を行っていく。

<中小企業・小規模事業者のアクション>

- 地域の雇用につながるような海外展開を進める。
- 地域経済の活力向上に貢献するため、海外市場も含め、域外に積極的に販路を拡大する。

<支援機関のアクション>

- 地元の中小企業の成長を支援し、地域経済の活性化に貢献する。(再掲)
- 支援機関が連携し地域の中小企業・小規模事業者を支援する。(再掲)
- 支援機関自身の海外展開支援のスキルを磨く。
- 認定支援機関の存在や各種支援策を地域の中小企業・小規模事業者に紹介し、活用を促す。(再掲)
- 地域において海外展開を行う企業を発掘する。

<国のアクション>

- 企業等 OB 人材を活用し、海外展開を目指す企業をハンズオンで一貫支援する体制を拡充・強化し、新たに1000社支援する。
- 認定支援機関(金融機関等)への研修を通じ、国内相談窓口を強化するとともに、支援機関が連携し、有望企業を積極的に発掘・支援する。
- 海外向けホームページ・決済・物流をパッケージで支援し、中小企業の情報を多言語で発信し、海外企業をターゲットにした新分野展開を促進する。
- 現在、8ヶ国・10拠点に整備中の「現地支援プラットフォーム」を他の主要拠点(先進国市場、新興国市場、生産拠点)に拡大させる。
- 法務・労務・知財問題等の専門サービス支援や万一の縮小撤退等のトラブルにも対応する。
- 中小企業官民合同ミッション等の活用を進める。
- 日本政策金融公庫が行う現地金融機関からの資金調達支援の強化を図る。

Ⅲ. 中小企業・小規模事業者施策の効果的な実行に向けて

新たな中小企業・小規模事業者施策に対して評価をいただく一方、その実施に当たって、さらなる改善など具体的な声が多数あった。

こうした声に応え、これら施策を効果的に実行していくため、国は、各施策の効果測定を行っていくとともに、支援情報の広報の強化、支援制度の使い勝

手の向上、経営支援体制の再構築に取り組んでいく。

また、中小企業・小規模事業者、支援機関、国は、今後も、本行動計画の普及とフォローアップを行っていく。

●支援情報の広報の強化

さまざまな中小企業・小規模事業者施策を展開してきているが、その情報を実際に利用者、特に小規模事業者にまでしっかりと届けていくことは引き続き課題である。

<具体的なアクション>

- ホームページやメールマガジン等に加え、ITポータルサイトを活用し、利用者の関心に応じた広報を実施する。
- 中小企業団体や認定支援機関と協力し、きめ細かな情報提供を推進する。

●支援制度の使い勝手の向上

ものづくり補助金で、これまで15枚以上あった提出書類を6枚にするなど、申請者の負担を減らす努力を行ってきたが、事業者の規模が小さいほど申請の負担は相対的に重く、申請に伴う負担をさらに減らすこと等により、小規模事業者が支援施策に一層アクセスしやすくすることが必要である。

<具体的なアクション>

- 審査に必要な項目を精査した上で、申請書類を更に削減・簡素化する。
- 公募に向けた準備期間を長くできるように、原則として公募の事前予告を実施する。
- ITポータルサイトにおける電子申請を順次、開始する。

●経営支援体制の再構築（支援人材の量的充実・質の向上）

中小企業・小規模事業者を巡る内外の環境がこれまでになく大きく変化する中、中小企業・小規模事業者の経営支援ニーズも複雑化・高度化・専門化。こうしたニーズに応えるため、多様な支援人材（先輩経営者を含む）の知識・経験を中小企業・小規模事業者に届ける仕組みづくりが求められている。

<具体的なアクション>

- 税理士、弁護士等の士業に加え、企業OBやプロダクトデザイナー等、多様な専門家を発掘・育成し、中小企業・小規模事業者等への派遣を実施する。
- ITポータルサイトを活用した専門家とのマッチングを行う。

- 地域の支援機関による連携した取組を促進（合同相談会の開催や支援情報の共有、合同研修の実施等）する。

●行動計画の実行主体の「輪の広がり」

中小企業・小規模事業者、支援機関、国は、本行動計画を地域で普及させていく中で、本行動計画への賛同者を増やしていく。

<具体的アクション>

- “ちいさな企業” 成長本部を継続的に開催する。

●「PDCA」サイクル

本行動計画の実行状況をフォローアップし、行動計画の更なる改善を行っていく「PDCA」サイクルを回していく。

<具体的アクション>

- “ちいさな企業” 成長本部を継続的に開催する。（再掲）

おわりに

現在、日本経済は、長引く円高・デフレから抜け出ようとする明るい兆しが見られる一方、地域の中小企業・小規模事業者の多くは、景気の回復を実感できないでいる。

こうした中、まさに、中小企業・小規模事業者の成長を実行するために、「“ちいさな企業”成長本部」において「行動計画」を策定し、中小企業・小規模事業者、支援機関、国それぞれが、その実行を宣言したのである。

重要なことは、中小企業・小規模事業者の成長における主役は、中小企業・小規模事業者自身ということであり、支援機関や国はあくまでサポート役に過ぎないということである。我が国の中小企業・小規模事業者の果敢な挑戦こそ、将来の地域経済、日本経済の発展につながっていく。

他方、支援の実行にあたっては、支援機関や国は、中小企業・小規模事業者の現場のニーズを踏まえる必要があり、引き続き、国は中小企業・小規模事業者の生の声を聞く努力を行っていくことが求められる。

本行動計画の実行が確実なものになるよう、今後とも、中小企業・小規模事業者、支援機関、国が、フォローアップを行っていく必要がある。

