

令和4年度中小企業実態調査事業
(中小企業・小規模事業者・商店街の取組事例等に関する調査事業)
報告書

※「はばたく中小企業・小規模事業者300社」関連抜粋版

令和5年2月28日
凸版印刷株式会社

1. 事業概要

事業目的:

「はばたく中小企業・小規模事業者300社、商店街30選」は、革新的な製品・サービス開発、地域経済の活性化、多様な人材活用等の観点から、優れた取り組みを行っている中小企業・小規模事業者や商店街を選定・表彰し、その取り組み事例を広く発信することで、中小企業・小規模事業者や商店街の社会的認知度の向上や、そこで働く人たちのモチベーションの向上等を目的に実施している表彰制度。経済産業省の表彰制度の中でも主要なもののひとつである。

このような表彰制度は、受賞者に対しての社会的認知度及びモチベーションの向上という効果と、優れた取り組みが波及して横展開するという目的(いわゆる波及効果)がある。これらの効果について個別の事例を収集、ヒアリングを実施することにより、その効果を検証し、新たな「はばたく中小企業・小規模事業者300社／はばたく商店街30選(以下「中小企業300社/商店街30選)」の方向性について検討を実施する。

事業内容:

<他事例の調査>

調査目的: 中小企業300社/商店街30選類似事業からの知見の抽出

調査手法: ウェブリサーチ(文献調査)

調査内容: 当該事業と類似の各省庁、政府機関等による表彰制度(総理大臣表彰、大臣表彰等)及び認証、銘柄制度等を最低5件程度調査し、社会的認知度の向上、モチベーションアップ等効果的な取り組みについて情報収集を実施し、分析(中小企業300社、商店街30選との比較等)を行う。これにより、本事業の課題解決に活用できる知見の抽出を行う。

<中小企業300社調査>

①過年度事業の効果検証調査

調査目的: 受賞効果の検証

調査対象: A. 過去受賞者(過去3年の受賞者900社程度)

B. 過去3年間で中小企業300社推薦実績がある金融機関(30社程度)

調査手法: メール等でのアンケート調査

②ヒアリング

A. ①で調査した事業者に対してヒアリング

(ア)「A. 過去受賞者」への効果検証調査で収集した個別事例内容から、収集した回答をより詳しく聞くことを目的に、7社にヒアリングを実施する。

ヒアリング方法については、オンライン又は対面とする。

(イ)「B. 過去3年間で中小企業300社推薦実績がある金融機関」への効果検証効果で収集した個別事例から、収集した回答をより詳しく聞くことを目的に、2社程度ヒアリングを実施する。

ヒアリング方法については、オンライン又は対面とする。

B. 推薦機関(参考参照)の地方支部等に対してヒアリング

推薦機関の地方支部等6機関に対してヒアリングを実施する。ヒアリングでは、具体的な推薦において何が

問題なのか、何が必要なのかを洗い出す。

ヒアリング方法はオンライン又は対面とする。

C.有識者

有識者(「2021 はばたく中小企業・小規模事業者300社」選定委員20名程度を想定)を集めて、ヒアリングを実施。ヒアリングは、それまでの(1)他事例調査、アンケート調査、ヒアリング調査、の結果をとりまとめて、中小企業300社の見直しの方向性について意見交換を行う。

なお、ヒアリングはオンラインとする。

③調査結果を踏まえた改善点のとりまとめ

②までの結果及び中小企業庁から提供する情報を踏まえ、課題設定や改善点をとりまとめる。

その際は以下の視点で実施する。

(ア) 事業目的の整理・追加

(イ) 事業効果(認知度向上公開、)政策波及効果)最大化に向けた事業内容の見直し(開催頻度、選定数、選定手法、波及効果が及ぶ取り組み 等)

(ウ) 事業内容を踏まえた効果的な周知・広報手法

<「はばたく商店街30選」調査>

(略)

<報告書の作成>

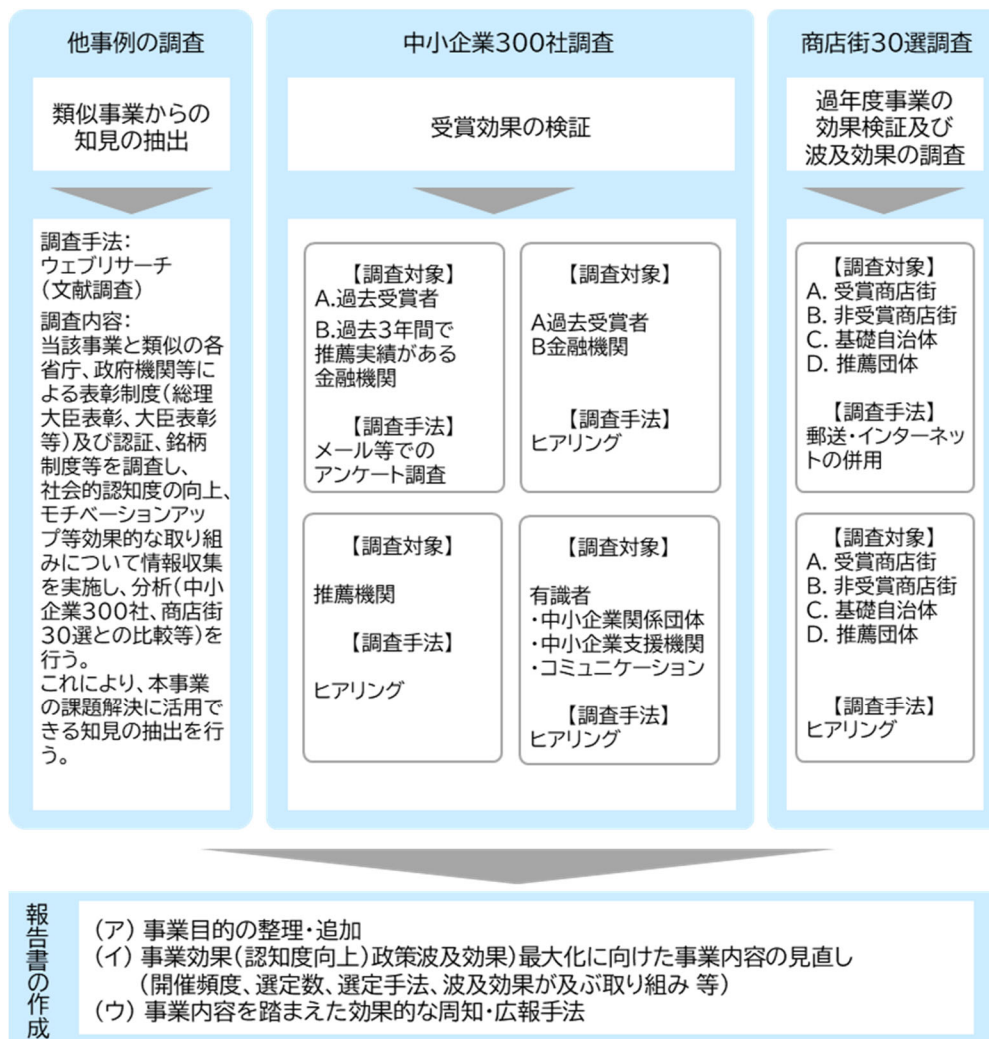
(1)から(2)までの調査及び分析結果等について報告書にまとめること。その際は以下の視点で実施する。

(ア) 事業目的の整理・追加

(イ) 事業効果(政策波及効果)最大化に向けた事業内容の見直し(開催頻度、選定数、選定手法、波及効果が及ぶ取り組み 等)

(ウ) 事業内容を踏まえた効果的な周知・広報手法

※事業の全体像



2. 他事例調査

1) 調査概要(調査方法、調査事例)

①調査方法:ウェブリサーチ(文献調査)およびヒアリング

②調査件数:5 件

③調査事例:

- ・卓越した技能者(現代の名工)

- ・地域づくり表彰

- ・テレワーク先駆者百選

- ・まちづくりアワード

- ・中小企業表彰

2)調査結果

制度名	卓越した技能者(現代の名工)
URL	https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/jinzaikaihatsu/meikou/index.html
主催者	厚生労働省
事業の趣旨・目的	卓越した技能者を表彰することにより、広く社会一般に技能尊重の気風を浸透させ、もって技能者の地位及び技能水準の向上を図るとともに、青少年がその適性に応じ、誇りと希望を持って技能労働者となり、その職業に精進する気運を高めることを目的とする。
事業開始年次	昭和42年度
審査概要 (選考～ 審査結果発表)	令和3年12月下旬 推薦方法等に係る周知開始(厚労省HP等) ↓ 令和4年2月1日 推薦受付開始 ↓ 3月31日 推薦締切 ↓ 5月～8月 審査委員会(部門別・総合) 被推薦者の適格確認調査 ↓ 8月31日(予定) 受賞者決定 被表彰者・推薦者へ決定通知 ↓ 11月14日 表彰式(同時期にプレス発表予定)
審査員	・厚生労働省職業能力開発局に技能者表彰審査委員を置く。 ・委員は、学識経験のある者のうちから、厚生労働大臣が委嘱する。 ・委員は、総合審査委員及び部門別審査委員とする。 ・総合審査委員は、部門別審査委員の審査を経た被表彰候補者について、総合的な見地から表彰を行うことの適否を審査して、厚生労働大臣に意見を具申する。 ・部門別審査委員は、その担当する職業部門に係る被表彰候補者について、表彰を行うことの適否を審査して、厚生労働大臣に意見を具申する。
周知方法	・厚労省HP、SNS ・厚生労働省記者クラブに対して報道規制の上で1週間前に通知
受賞の インセンティブ	・なし

表彰式風景と副賞



各種メディアでの報道



自治体や受賞団体による PR



制度名	地域づくり表彰
URL	https://www.chiikizukuri.kok.or.jp/
主催者	国土交通省
事業の趣旨・目的	我が国が本格的な人口減少・高齢社会に突入するなかで、地域の持続可能性を高めていくには、従前の取組とは異なった、地域の内外の方々との連携や創意工夫、ICTの活用等による新たなチャレンジが不可欠となってきました。 そのため、国土交通省では、多様な主体の参加・連携・交流による地域づくり活動の奨励を目的として、各地の地域づくりのヒントとなり得る優良事例を表彰。
事業開始年次	昭和59(1984)年
審査概要 (選考～ 審査結果発表)	・表彰候補事例の推薦募集(令和4年3月9日～4月21日) 各都道府県へ表彰候補事例の推薦を募集。 ↓ ・事前審査(予備審査)(令和4年4月～6月) 書類審査により表彰候補団体を選定し、書類審査を通過した表彰候補団体については現地調査を実施。 (現地調査を実施する団体には、5月～6月を目処に個別に連絡。) ↓ ・地域づくり表彰審査会(令和4年7月・8月) ↓ 有識者、全国地域づくり推進協議会、一般財団法人国土計画協会及び国を構成員とする地域づくり表彰審査会を開催します。表彰候補団体から発表を行い(任意)、審査会の審査により表彰事例を決定 ↓ ・地域づくり表彰 表彰式(令和4年9月・10月) 国土交通大臣賞等の表彰式を実施。
審査員	<有識者委員> 伊藤 聡子 (フリーキャスター) 坂田 一郎 (東京大学 地域未来社会連携機構 機構長 兼 工学系研究科 教授) 三瓶 裕美 (「つちのと舎」代表、総務省地域力創造アドバイザー、 地域おこし協力隊サポートデスク専門相談員) 瀬田 史彦 (東京大学大学院 工学系研究科 准教授) 藤井 さやか (筑波大学 システム情報系社会工学域 准教授) 堀口 正裕 (株式会社 第一プログレス 代表取締役社長 兼 TURNS プロデューサー) <共催・後援者委員> 峰 達郎 (全国地域づくり推進協議会 会長(唐津市長)) 太田 秀也 (一般財団法人 国土計画協会 専務理事) 原田 文代 (株式会社 日本政策投資銀行 常務執行役員) 吉田 幸三 (国土交通省 大臣官房審議官)
周知方法	・国土交通省 HP にて記者発表資料を発表 ・記者発表資料をもとに 各県・市等の自治体にて個別で発表
受賞の インセンティブ	各都道府県で事例を持ち寄り、それぞれに紹介することが元来の主旨であり、 国でインセンティブは設定はなし。

各種メディアでの報道



自治体や受賞団体による PR



制度名	テレワーク先駆者百選
URL	https://teleworkgekkan.go.jp/pioneer/
主催者	総務省
事業の趣旨・目的	テレワークの普及促進を目的として、テレワークの導入・活用を進めている企業・団体を「テレワーク先駆者」及び「テレワーク先駆者百選」として公表。 平成28年度からは、テレワーク先駆者百選として公表した団体等の中から、他団体が模範とすべき優れた取組を行っている団体等に対し、総務大臣賞を授与。
事業開始年次	平成27年度 ※「テレワーク先駆者百選 総務大臣賞」の創設は平成28年度
審査概要 (選考～ 審査結果発表)	8月頃に募集を開始し、1ヶ月程度を募集期間として設けている。 以下の条件を満たす事業者をテレワーク先駆者 100 選として選定する。 条件1:過去1年での労働関係法令等の重大な違反がない 条件2:テレワークによる勤務の明文化 条件3:テレワーク対象従業員の割合 常時雇用する人の内、対象従業員が 25%以上 条件4:対象従業員のテレワーク実施者割合 対象従業員の 50%以上 条件5:テレワーク実施者の実施頻度 テレワーク実施者全体の平均実施日数が月平均 4 日以上 条件6:以下のいずれかに該当するテレワークに関する取組がある ①テレワークにおける長時間労働を防ぐ制度や工夫がある ②テレワークにおけるコミュニケーション不足を補填する制度や工夫がある ③テレワークにおけるマネージメントや評価の制度や工夫がある ④テレワークにおける従業員の費用負担を軽減させる制度や工夫がある 11月頃に総務省ホームページ等で公表され、「テレワーク先駆者百選総務大臣賞」に選定された団体は、表彰を受ける。 表彰式は厚生労働大臣表彰「輝くテレワーク賞」の表彰式と合同で開催。
審査員	川島 宏一 (筑波大学システム情報系社会工学域 教授) 小豆川 裕子 (常葉大学経営学部経営学科 教授) 比嘉 邦彦 (東京工業大学名誉 教授)
周知方法	総務省HP
受賞の インセンティブ	・なし ・また受賞企業にはロゴを配布し、使用いただいている。

表彰式風景



各種メディアでの報道



受賞団体自身によるPR

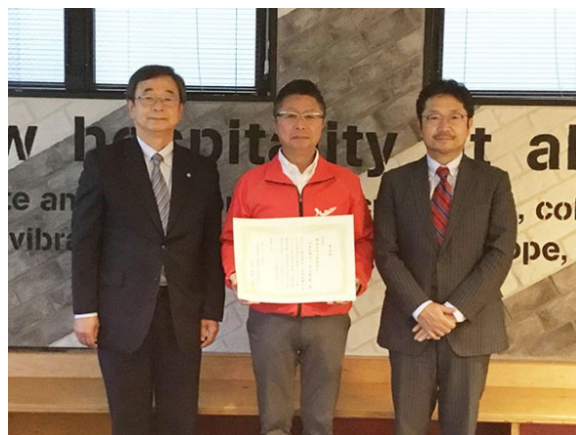


制度名	中小企業表彰
URL	https://www.tokyo-kosha.or.jp/kosha/hyousyoubu/index.html
主催者	東京都中小振興公社
事業の趣旨・目的	東京都中小企業振興公社は、都内の優れた中小企業の皆様に、更なる発展・成長を遂げていただくとともに、その功績や優れた製品・技術を広く発信することを目的とし、表彰を実施している。
事業開始年次	平成28年度
審査概要 (選考～ 審査結果発表)	【表彰対象者】 ・公社の事業を利用している個人、または企業が対象 【表彰分野】 ≪中小企業表彰 功労賞≫ 公社の事業運営に協力し、その功績が顕著な方、公社の事業を利用して東京都の産業振興や地域経済の活性化に貢献した方を表彰するもの。 毎年、1～2名程度が表彰を受けている。 ≪中小企業表彰 奨励賞≫ 公社の事業をしている企業の中で、独自性、優位性、先進性、革新性があり、地域経済活性化へ寄与すると思われる製品・技術・サービスや事業プランを持っている企業や、今後、更に成長することで、都民生活の向上に大きく寄与することが期待される企業を表彰するもの。 毎年、1～2事業者程度が表彰を受けている。 【選考プロセス】 ・利用企業の中から公社職員が推薦により候補企業を選定する。 ・審査については公社内で審査会を開催して受賞企業を決定する。
審査員	・審査員は公社の幹部等が担い、審査を実施
周知方法	・公社 HP、Twitter、公社の広報誌に掲載 ・公社独自の制度のため、東京都の広報媒体への掲載はなし
受賞の インセンティブ	・受賞が名誉として捉えており、優遇制度等のインセンティブの設定はなし ・受賞企業には表彰状及び記念品を進呈

表彰式風景



受賞団体自身によるPR



ホームページでの受賞者の紹介

	株式会社Genice (代表取締役 栗田 源 氏) ◆企業概要 設 立 平成30年4月 資本金 3,000万円 従業員 9名(役員除く) ・ロボット技術を活用した全自動歯ブラシの開発・事業化を行うベンチャー企業。 ・次世代型全自動歯ブラシは、くわえるだけで歯磨きが可能のため、歯磨きと同時に口腔機能維持をサポート。 ・「ロボット技術を活用し、すべての人が健康で豊かに過ごしやすい多くの時間を創造活動に使える社会」を目指し、特に「要介護者の健康維持へ貢献するとともに介護者の身体的・精神的負担の低減を図ることを経営目標としている。 奨励賞 ◆受賞理由 ・早稲田大学での研究成果を活かし、次世代型全自動歯ブラシを開発。この歯ブラシはくわえるだけで短時間で歯磨きを完了、また口腔内の情報をデータとして取得することができ、介護施設などで高齢者の健康維持に成果をあげている。高齢化社会を見据え、高齢者の健康維持に貢献し今後、多くの利用が期待される。 公式HP(外部リンク) https://genica.jp/
--	--

制度名	まちづくりアワード
URL	https://www.mlit.go.jp/machizukuri_gekkan/award/
主催者	国土交通省
事業の趣旨・目的	都市における種々の課題解決や良好な環境の創造、地域の価値向上を図る先導的な取組、新技術を活用した先進的な取組、従来に無いアイデアによる魅力的な取組など、まちづくりのあらゆる取組の中から特に優れたものの表彰を行うもの。
事業開始年次	令和4年
審査概要 (選考～ 審査結果発表)	募集期間： 令和4年1月28日(金)～令和4年3月18日(金) 審査・選定： 応募資料をもとに、学識経験者等からなる審査委員会による審査を行い、受賞者を選定。以下の観点により審査を行う。 審査委員会による審査： 令和4年4月～5月 <審査の観点 ※実績部門> 【先導性】 全国の法人等のモデルとなるような先導的な取組を行っていること 【先進性・独自性】 新たな技術・手法を活用して先進的な取組を行っていること 【公益性】 不特定かつ多数の者の利益の増進に寄与するような公益的な取組(取組の横展開も含む)を行っていること 【多様性】 法人等の運営や活動にあたり、年代や性別に限らず地域の多様な者が関わっていること(地方公共団体の場合は、部局間の連携も含む) 【継続性】 まちづくり団体等の経営が自立性の観点から健全であり、継続的な取組を行っていること(地方公共団体の場合は、継続的な取組を担保するための工夫を行っていること) 【効果】 対象とする取組が、地域のまちづくりに対して優れた効果があると判断できること
審査員	【実績部門、構想・計画部門】 委員長 奥野信宏 公益財団法人名古屋まちづくり公社 名古屋都市センター所長 委員 石井朋紀 コンパクトなまちづくり推進協議会幹事長 委員 入江貴裕 (株)日本政策投資銀行地域調査部次長 委員 島原万丈 LIFULL HOME'S総研所長 委員 西村浩 (株)ワークヴィジョンズ代表取締役 委員 村上暁信 筑波大学システム情報系教授 委員 村木美貴

	千葉大学大学院工学研究院教授 委員 村山顕人 東京大学大学院工学系研究科准教授
周知方法	審査結果公表: 令和4年5月31日(火) 表彰式・交流会: 令和4年6月14日(火) 法人等名や取組内容を新聞、雑誌、国土交通省HP等で公表
受賞の インセンティブ	・マスコミからの取材 ・協賛団体が実施する受賞者を講師とした視察勉強会等の実施

表彰式風景



3-1 「はばたく中小企業300社」調査

①過年度事業の効果検証調査

1)調査概要

過去受賞者

過去3年間の、「はばたく中小企業・小規模事業者 300 社」受賞企業へ、記名式のアンケートを実施

- ・実施期間:2022 年 11 月 14 日～11 月 30 日
- ・方式:web フォームへの回答入力
- ・調査件数:900 社
- ・有効回答:612 件(68%)

金融機関

過去3年間の、「はばたく中小企業・小規模事業者 300 社」への推薦機関へ、記名式のアンケートを実施

- ・実施期間:2022 年 11 月 14 日～11 月 30 日
- ・方式:web フォームへの回答入力
- ・調査件数:24 機関
- ・有効回答:13 件(54%)

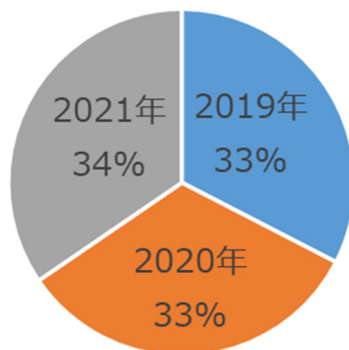
2)アンケート調査結果

過去受賞者

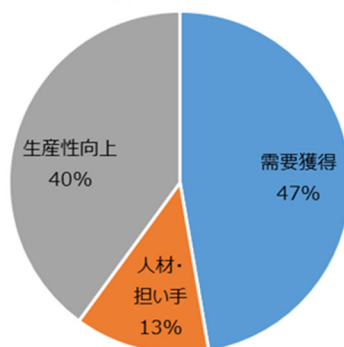
属性分析 受賞年・分野の分布：

回答者と受賞者の間で、受賞年・分野別の偏りは見られない

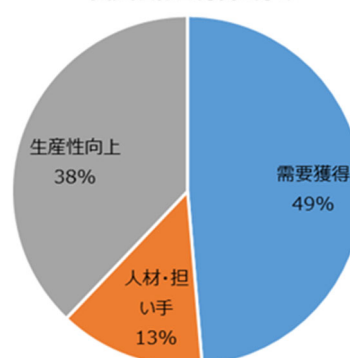
回答者の受賞年分布



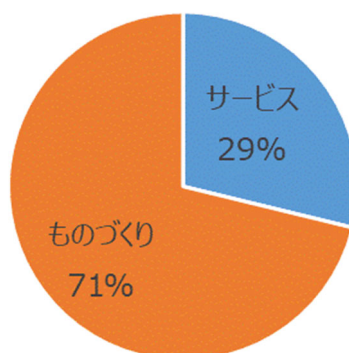
回答者の分野1分布



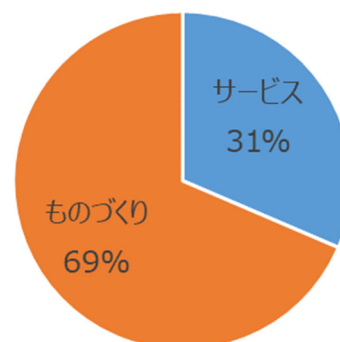
受賞者数の分野1分布



回答者の分野2分布



受賞者の分野2分布



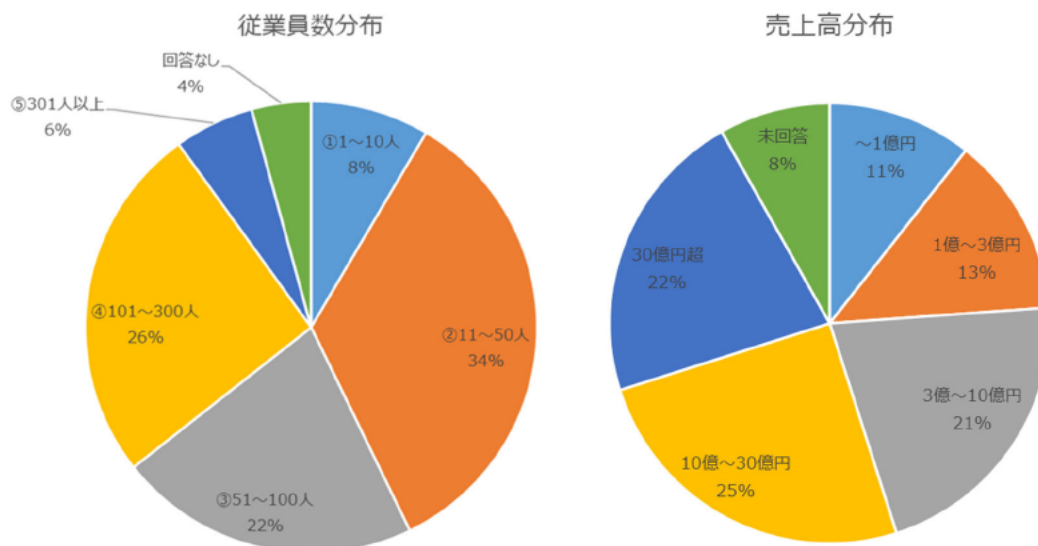
属性分析 所在地(都道府県):

都道府県名	回答数	2021	2020	2019	合計	回収率
北海道	25	15	13	14	42	60%
青森県	8	1	2	6	9	89%
岩手県	6	2	5	2	9	67%
宮城県	14	11	5	5	21	67%
秋田県	3	2	2	3	7	42%
山形県	8	3	3	5	11	72%
福島県	8	4	3	6	13	61%
茨城県	11	4	9	6	19	58%
栃木県	10	4	3	6	13	77%
群馬県	13	7	5	9	21	62%
埼玉県	11	7	3	5	15	73%
千葉県	11	1	7	4	12	91%
東京都	45	20	21	26	67	67%
神奈川県	14	7	7	6	20	70%
新潟県	14	3	6	9	18	78%
富山県	8	2	3	5	10	80%
石川県	14	4	8	8	16	87%
福井県	7	3	4	4	11	63%
山梨県	4	1	2	5	8	50%
長野県	8	4	7	5	16	50%
岐阜県	18	5	10	8	23	78%
静岡県	20	15	15	8	38	52%
愛知県	74	41	25	30	96	77%
三重県	8	4	5	2	11	72%
滋賀県	6	4	4	5	13	46%
京都府	7	5	5	5	15	46%
大阪府	36	15	24	15	54	66%
兵庫県	20	7	14	12	33	60%
奈良県	4	2	2	2	6	66%
和歌山県	4	1	1	4	6	66%
鳥取県	10	4	4	7	15	66%
島根県	2	2	1	2	5	40%
岡山県	13	7	5	5	17	76%
広島県	19	10	5	8	23	82%
山口県	6	4	0	2	6	100%

徳島県		5	3	3	1	7	71%
香川県	8	4	4	2	10		80%
愛媛県	6	1	2	5	8		75%
高知県	3	0	1	2	3		100%
福岡県	33	21	17	13	51		65%
佐賀県	11	9	5	2	16		69%
長崎県	9	5	4	4	13		69%
熊本県	13	8	8	6	22		59%
大分県	6	8	3	2	13		46%
宮崎県	8	5	4	2	11		72%
鹿児島県	6	1	6	3	10		60%
沖縄県	7	2	5	4	11		64%
回答なし	8						

属性分析 従業員規模/売上規模:

従業員規模については小規模事業者と中堅企業に二極化し、
売上高分布については大きな偏りなく分散した



アンケート結果 表彰経験 主な表彰:

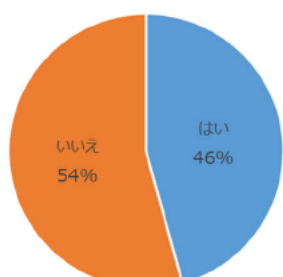
回答者の3割あまりが「地域未来牽引企業」の表彰を受けているほか、
ものづくり系の表彰が目立つ

表彰名	回答者数
地域未来牽引企業	191
ものづくり日本大賞	20
新・ダイバーシティ経営企業 100 選	7
健康経営優良法人	6
グッドカンパニー大賞	4
関西ものづくり新撰	4
大阪ものづくり優良企業賞	3
明日の日本を支える元気なモノ作り中小企業 300 社	3
ディスカバー農山漁村の宝	3

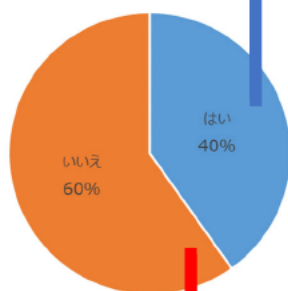
アンケート結果 認知度/表彰経験:

表彰経験の有無で、はばたく事業の認知度に差が出た

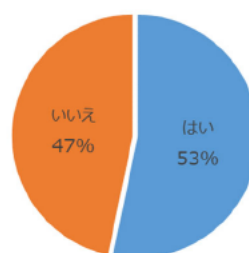
認知度 はばたく事業を知っているか



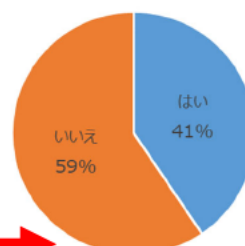
表彰経験があるか



認知度 はばたく事業を知っているか
(表彰経験あり事業者)

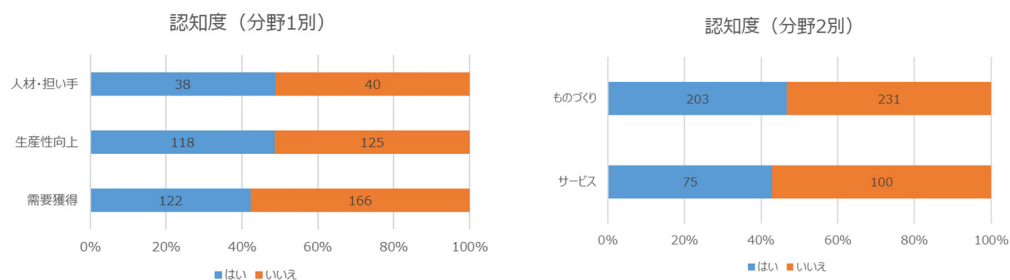


認知度 はばたく事業を知っているか
(表彰経験なし事業者)



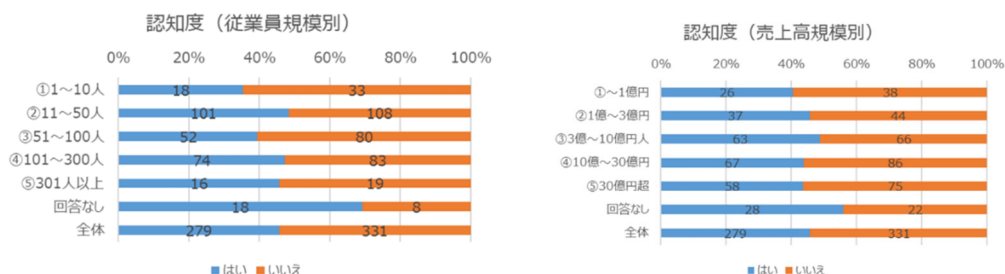
アンケート結果 認知度/分野別：

いずれの分野間でもはばたく事業の認知度に大きな差はない



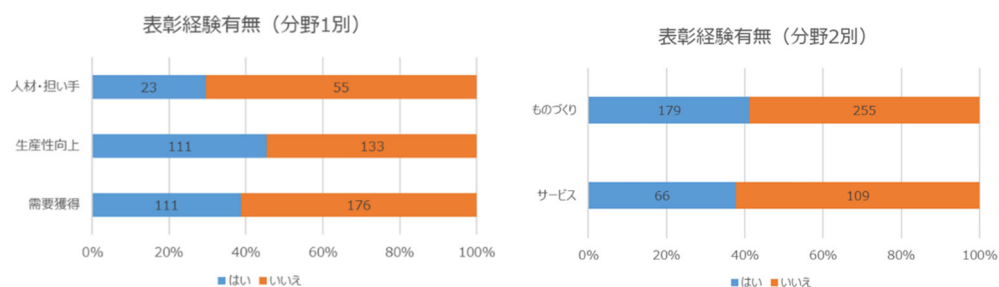
アンケート結果 認知度/規模別

規模の大きい事業者のほうが、認知度が高い傾向が見られる



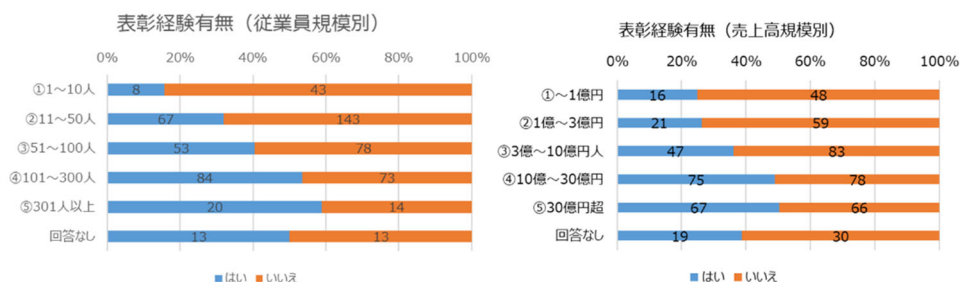
アンケート結果 表彰経験有無(分野別)

生産性向上での受賞者は他の表彰経験が多く、ものづくり・サービス間では差はない



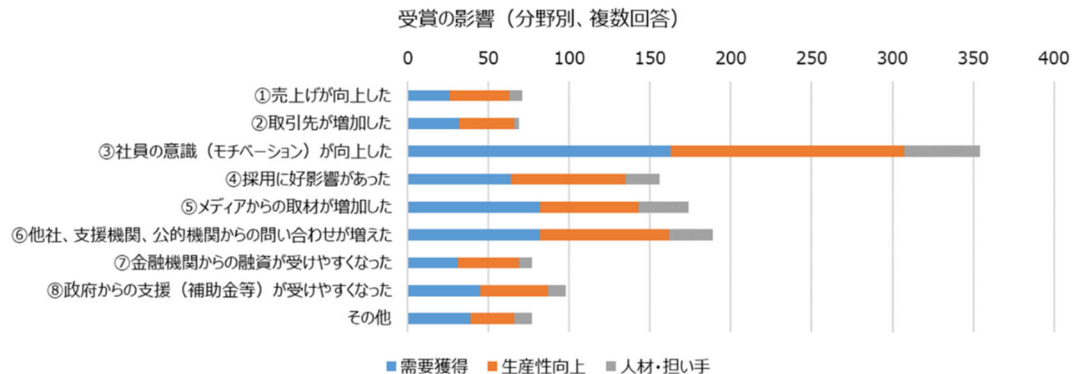
アンケート結果 表彰経験有無(規模別)

規模が大きいほど、表彰経験が多くなる傾向が見られる



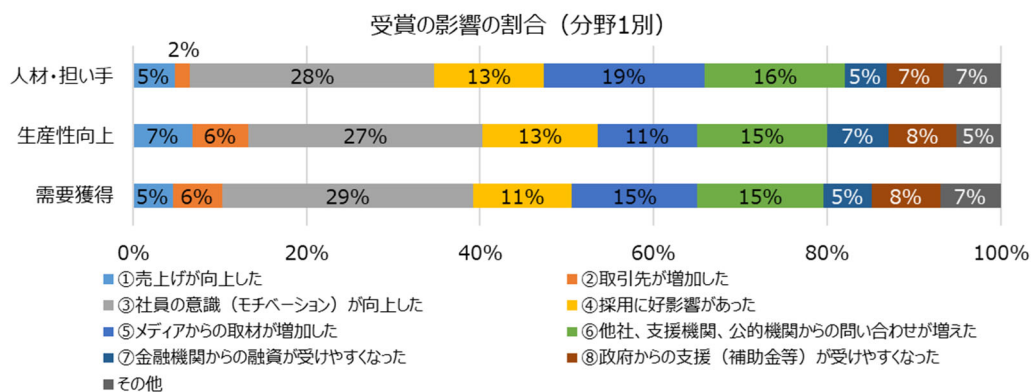
アンケート結果 受賞の影響：

社員意識・採用など、内部に向けた好影響を挙げる事業者が多かった一方、 売上・取引先増加を挙げる事業者は少ない



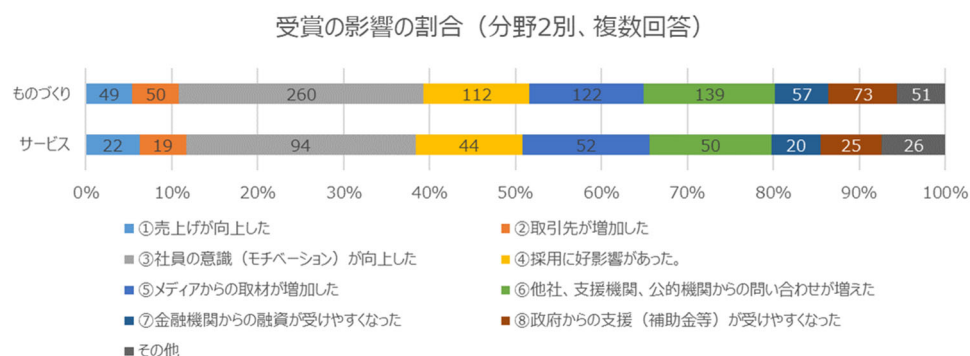
アンケート結果 受賞の影響(分野ごと分析)：

受賞後の影響として、「人材・担い手」と「生産性向上」の間でメディア取材の割合に差が出た



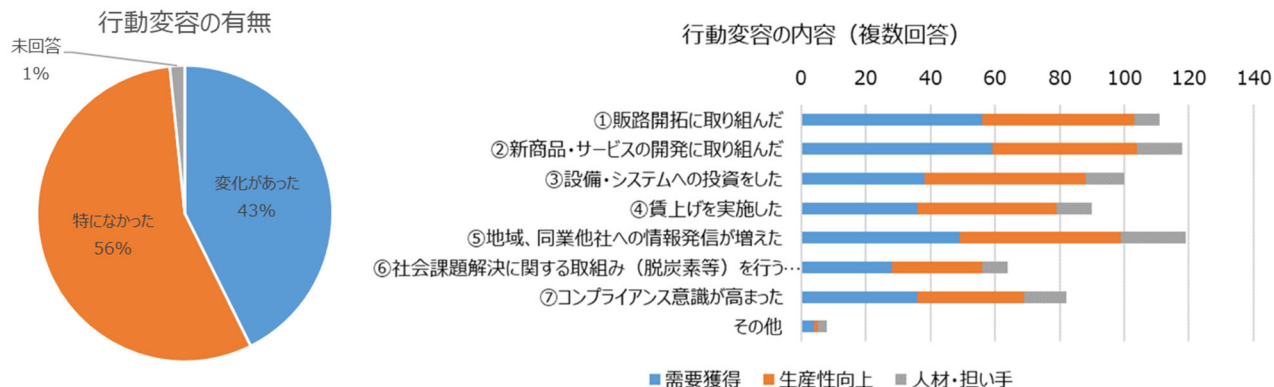
アンケート結果 受賞の影響(分野ごと分析)：

受賞後の影響として、「ものづくり」「サービス」間では大きな差はなかった



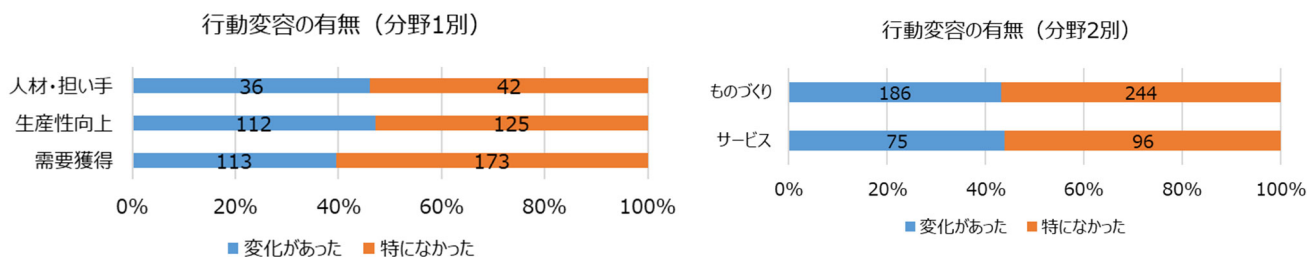
アンケート結果 行動変容:

4 割の事業者が、受賞後に自社の取組に変化があったと回答しており、その内容はさまざまである



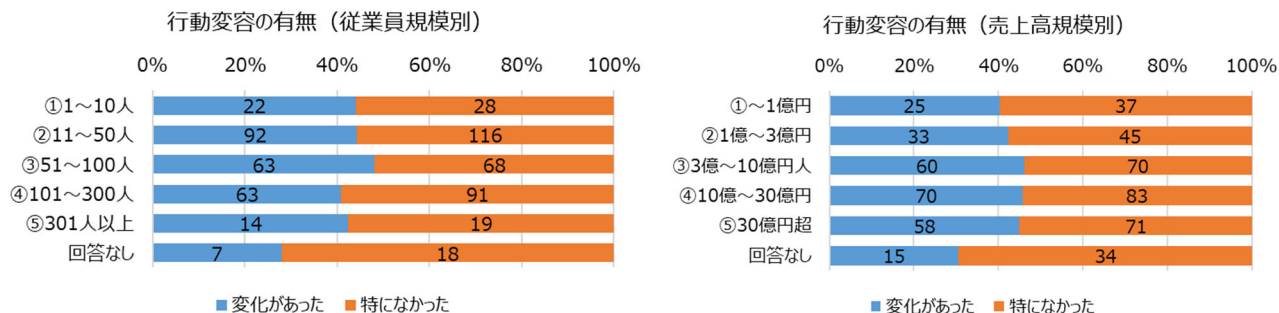
アンケート結果 行動変容有無(分業別)

行動変容の有無に、受賞分野別で大きな差はない



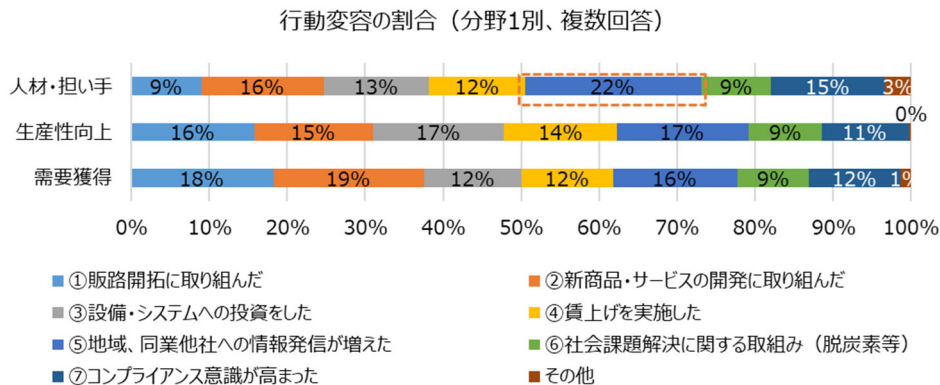
アンケート結果 行動変容有無(分業別)

行動変容の有無に、規模の違いで大きな差はない



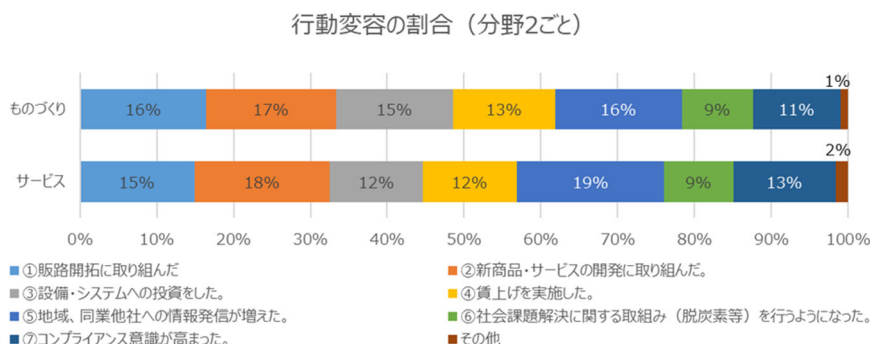
アンケート結果 行動変容詳細(分野別分析)

**生産性・需要獲得では「販路開拓」「新商品開拓」を選ぶ事業者が多いが、
人材・担い手では「情報発信」を選ぶ事業者が多い**



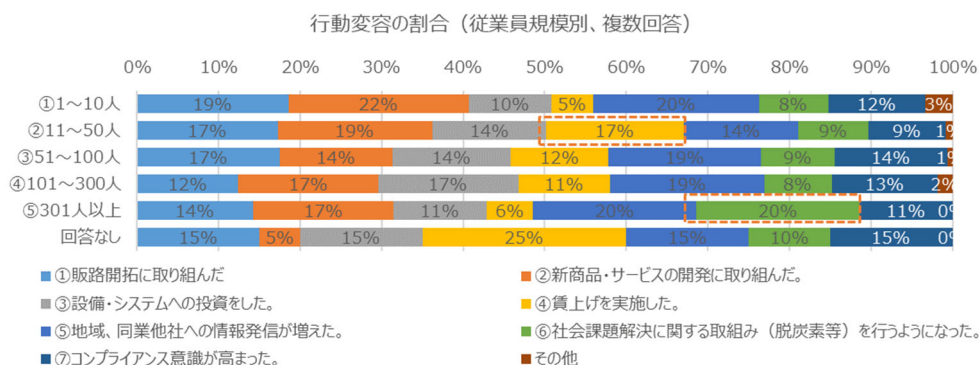
アンケート結果 行動変容詳細(分野別分析)

ものづくり・サービス間では行動変容に大きな差はない



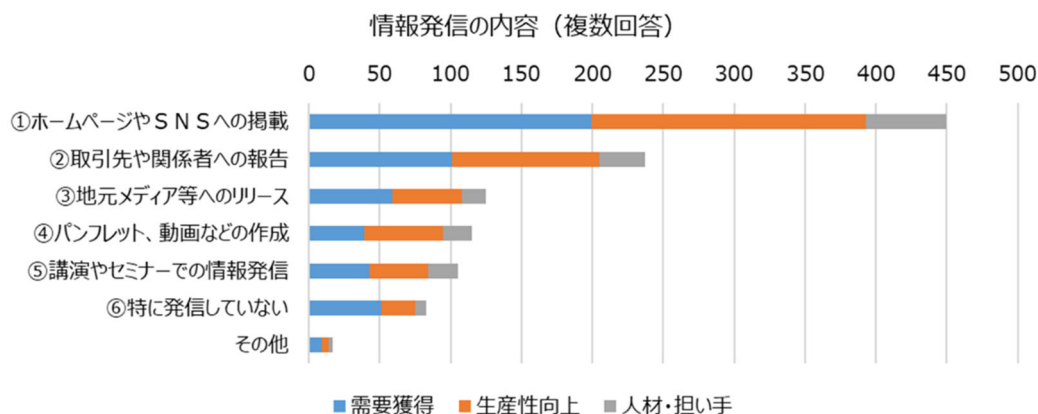
アンケート結果 行動変容詳細(規模別分析)

**賃上げを挙げた割合は中規模の事業者で多い一方、
ESG を挙げた割合は大規模の事業者で多い**



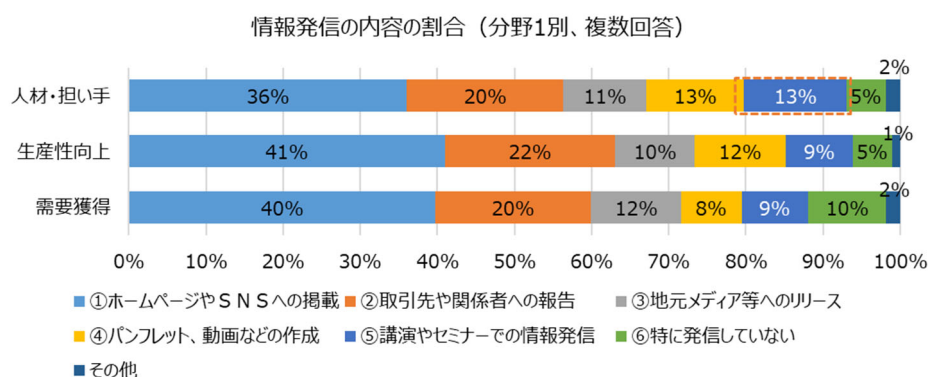
アンケート結果 情報発信：

**約 3/4 の事業者が HP など自社メディアでの発信をする一方、
1 割ほどの事業者が何も発信していない**



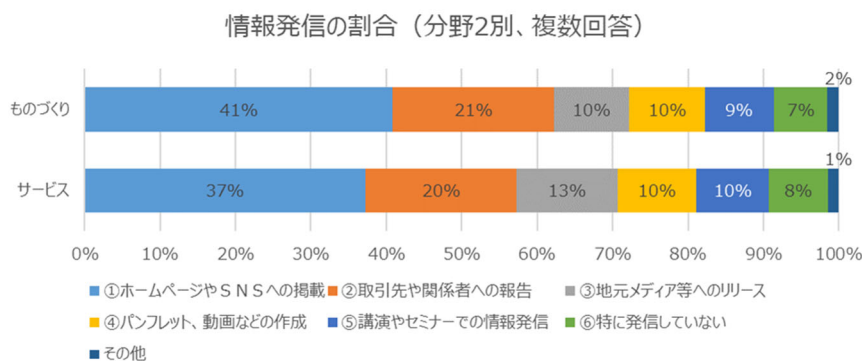
アンケート結果 情報発信（分野別分析）

人材・担い手では「講演やセミナーでの情報発信」が少し多い



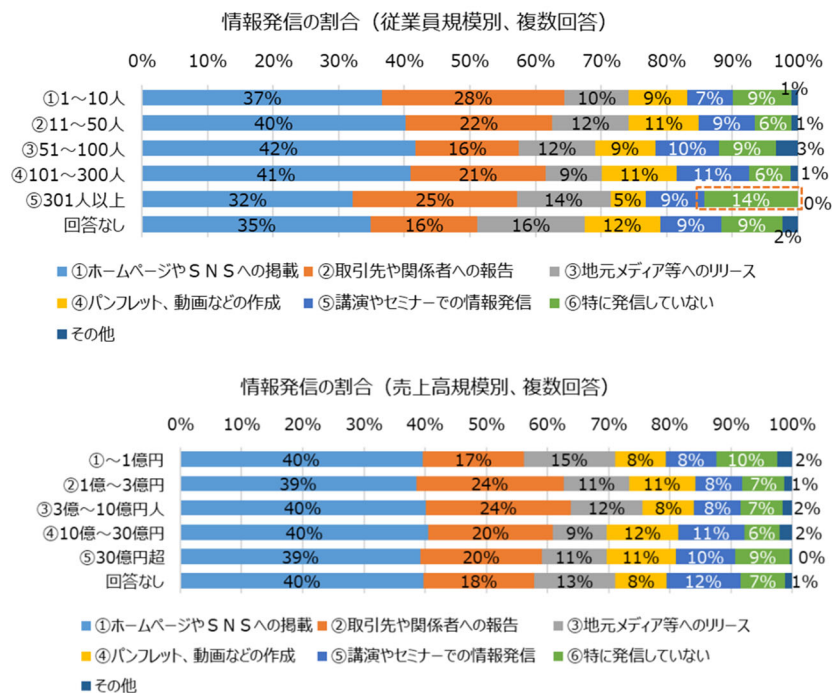
アンケート結果 情報発信（分野別分析）

ものづくり・サービス間では情報発信方法に差はない



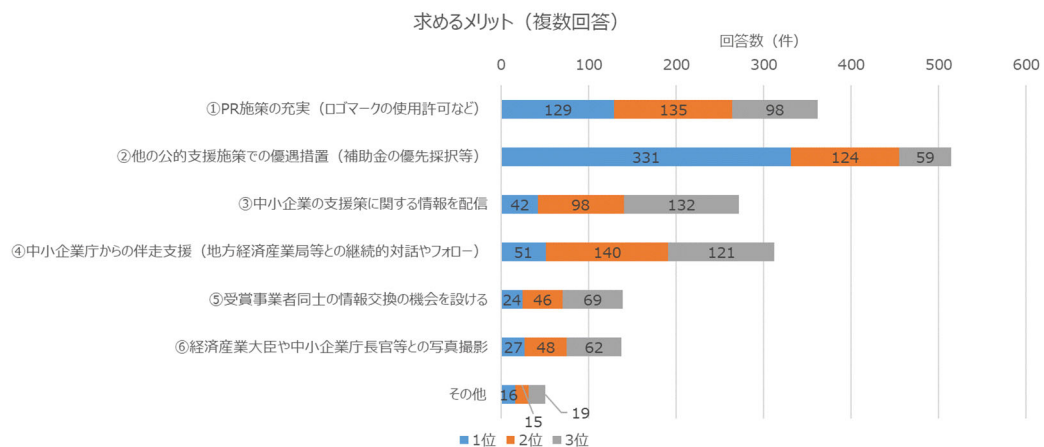
アンケート結果 情報発信(規模別分析)

情報発信を何もしなかった事業者は、大規模で少し多い



アンケート結果 求めるメリット:

大半の事業者が本事業に求めるメリットとして、「公的支援での優遇」を挙げている また、PR 施策の充実を求める声も多い



アンケート結果 求めるメリット(傾斜配分):

事業者が求めるメリットを順位ごとに傾斜配分したが、
結果は単純集計と変わらず、偏りは見られない



アンケート結果 改善点:

事業の知名度・広報に関する改善点の指摘が最も多く、
メリットや事業運営に関する指摘も一定程度あった

分類	主な回答
事業そのものの知名度・広報に関するもの(57 件)	・<u>この賞を知らない人が多い。広く認知するよう継続的に取り組んでほしい。</u> <u>広く一般にこの賞が認知されるような活動をしてほしい</u> ・<u>金融機関への周知をしてほしい</u> ・地方自治体・メディアと連携しての広報をしてほしい ・海外への広報・発信をしてほしい
メリットに関するもの(28 件)	・支援制度・補助金事業で優遇性(加点・優先採択枠など)があるとよい ・<u>金融機関への告知を充実させ、金利等の優遇を促してほしい</u> ・継続的な対話・フォローや、成長に向けたコンサル支援、受賞企業同士のビジネスマッチング、ブランド向上への取組支援などがあるとよい ・新サービスや新商品等のリリースへの積極的支援があるとよい
事業の運営に関するもの(27 件)	・式典が(コロナの影響で)ないのがさみしい。改めて授賞式をしてほしい ・受賞者同士の交流ができるとよい ・スピード感が不足している。内定してから発表までの期間が長い。スケジュールの伝達をもう少し早くしてほしい

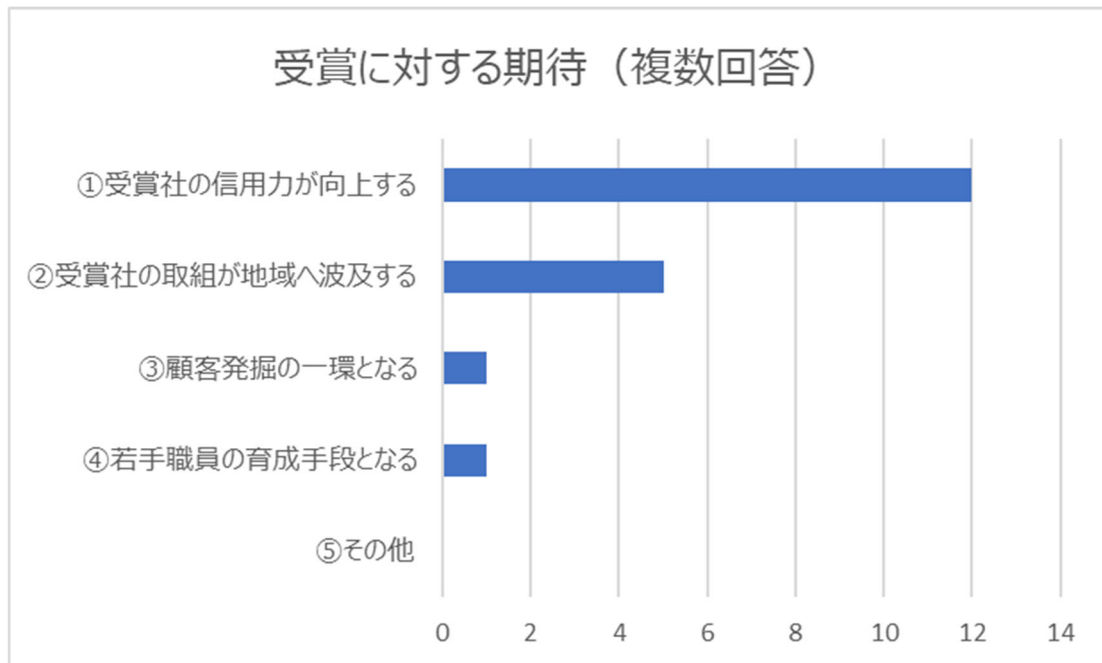
金融機関

属性分析 所在地(管区・都道府県):

都道府県名	回答者
福島県	会津信用金庫
東京都	興産信用金庫
新潟県	三条信用金庫
群馬県	しののめ信用金庫
群馬県	高崎信用金庫
埼玉県	飯能信用金庫
静岡県	静岡信用金庫
静岡県	富士宮信用金庫
静岡県	三島信用金庫
愛知県	西尾信用金庫
岐阜県	大垣西濃信用金庫
大阪府	大阪信用金庫
広島県	広島信用金庫

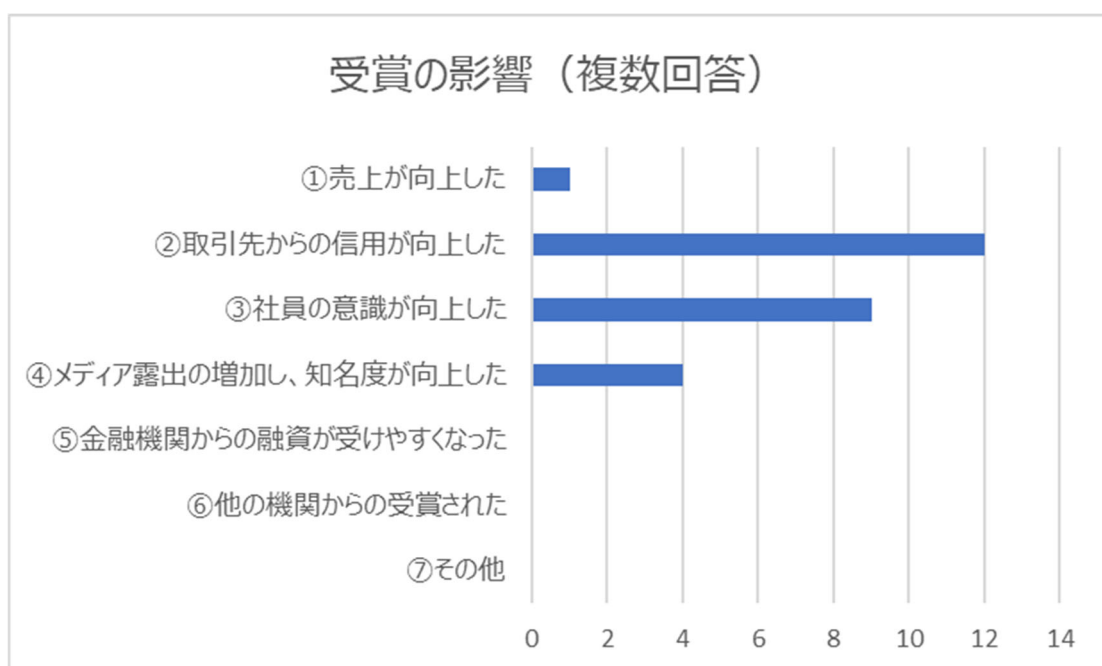
アンケート結果 本事業に対する期待：

本事業に対する期待としては、「信用力が向上」が大多数を占め、
3割程度が「地域への波及」を挙げている



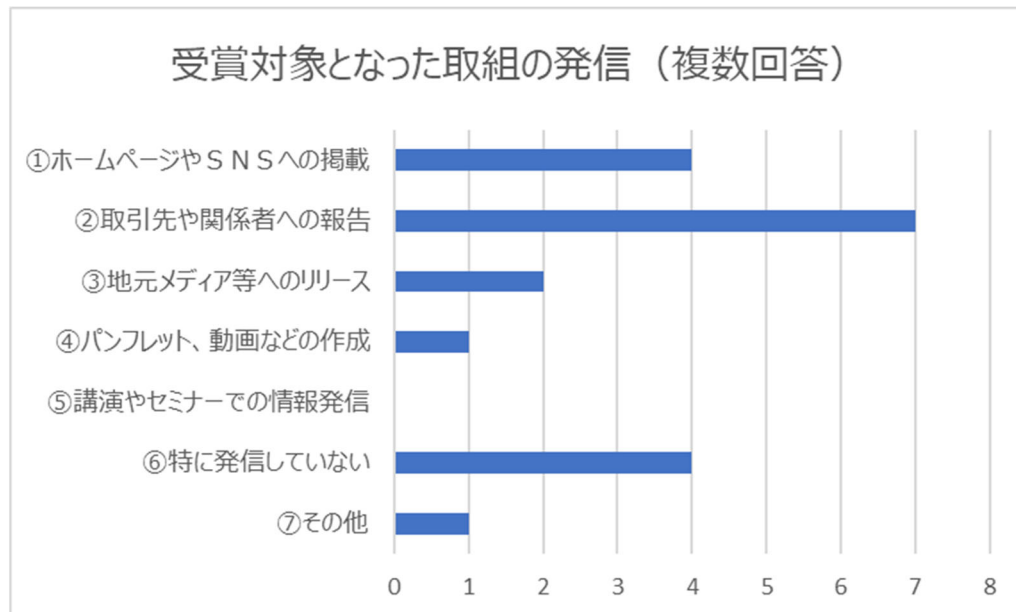
アンケート結果 受賞後の受賞社の変化

受賞の影響として、大多数が「取引先からの信用向上」を挙げ、
「社員の意識向上」「知名度の向上」がそれに続いた



アンケート結果 受賞対象となった取組の発信

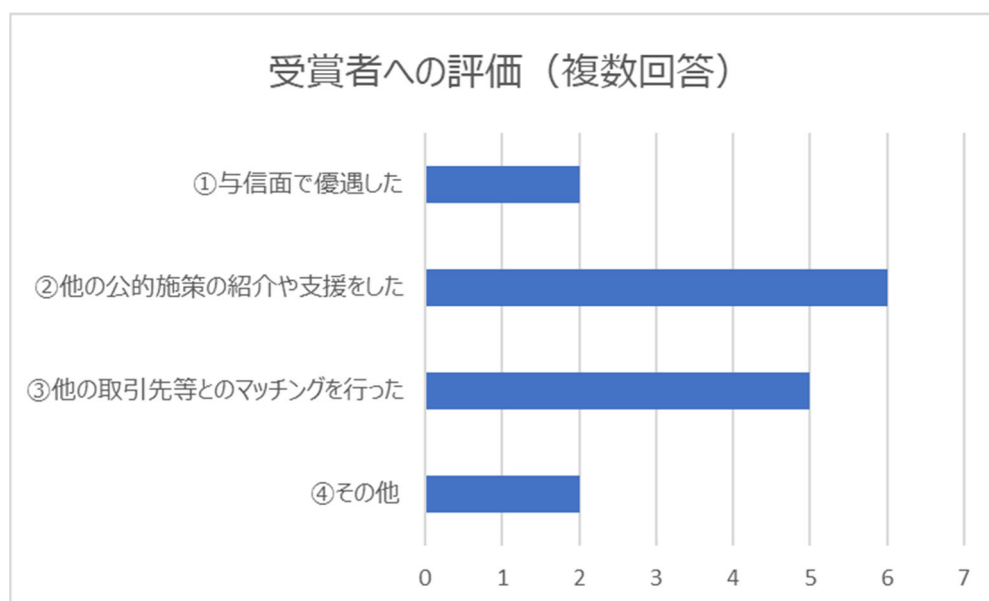
取組の発信としては、「関係者への報告」が最も多く、HP や SNS への掲載が続いた一方で「特に発信していない」という回答が3割近くを占めた



※その他:選定企業を対象とした交流会を開催しリリースを実施

アンケート結果 受賞者に対する評価の変化

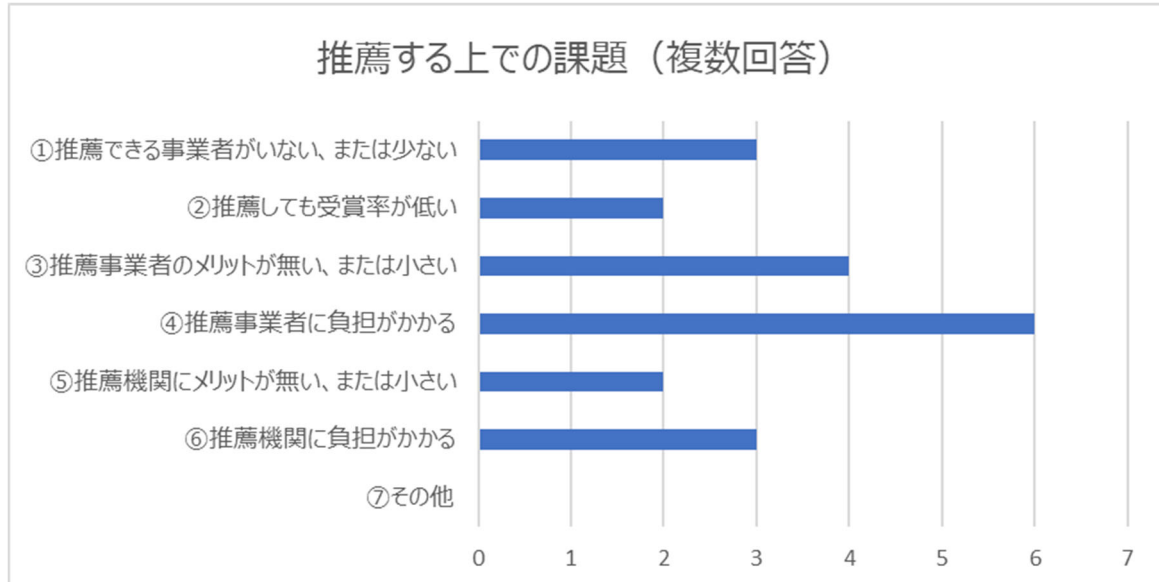
「他の公的施策の紹介や支援」が最も多く、次に「他の取引先等とのマッチング」が多かった



※その他:元々メイン取引先でもあり、特に変化なし

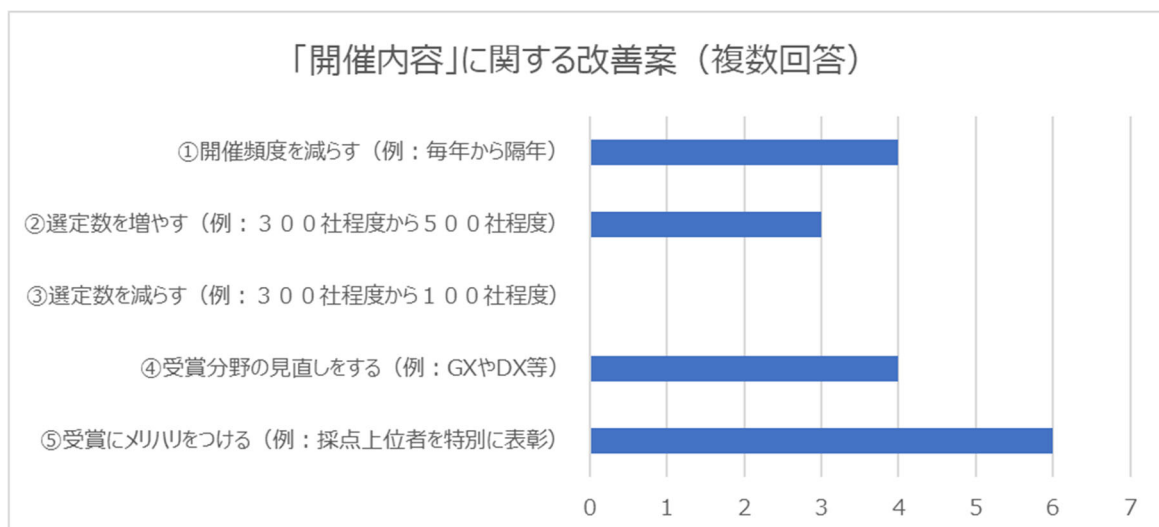
アンケート結果 推薦する上での課題

推薦する上での課題として、「推薦事業者への負担」が最も多い一方、推薦事業者のメリットの小ささを指摘する声も大きい



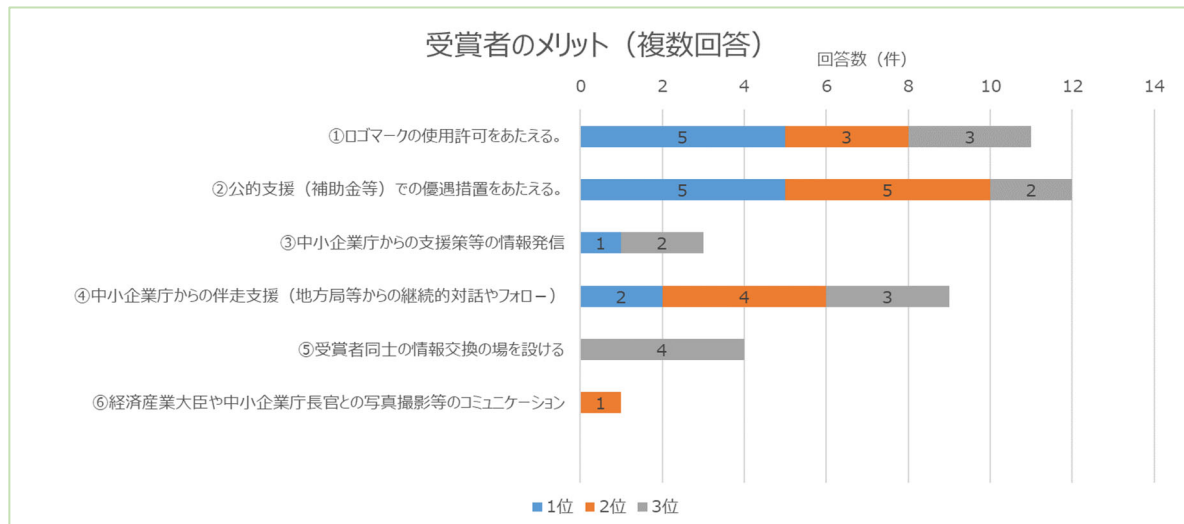
アンケート結果 「開催内容」に関する改善案

開催内容に関する改善として、「受賞にメリハリ」が最も多く、「開催頻度を減らす」と「受賞分野の見直し」が続いた



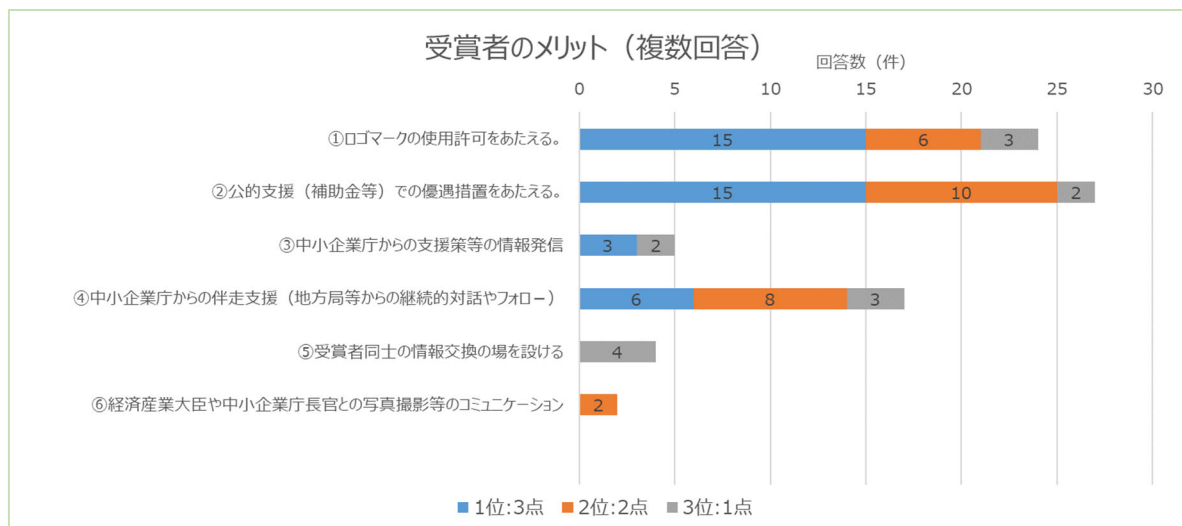
アンケート結果「受賞者のメリット」に関する改善案

**受賞者のメリットに関わる改善案として、
「公的支援での優遇措置」「ロゴマークの使用許可」「伴走支援」が上位を占めた**



アンケート結果「受賞者のメリット」に関する改善案

**受賞者のメリットを順位ごとに傾斜配分したが、
結果は単純集計と変わらず、偏りは見られない**



②ヒアリング調査

1)調査概要

過去受賞者

効果検証調査で収集した個別事例内容から、収集した回答をより詳しく聞くことを目的に、ヒアリングを実施した。

- ・実施期間:2022年11月14日～11月30日
- ・方式:ヒアリング(リモート)
- ・実施件数:7社

金融機関

効果検証効果で収集した個別事例から、収集した回答をより詳しく聞くことを目的に、2社程度ヒアリングを実施した。

- ・実施期間:2022年11月14日～11月30日
- ・方式:ヒアリング(リモート)
- ・実施件数:2社

推薦機関の地方支部

推薦機関の地方支部等に対してヒアリングを実施した。

- ・実施期間:2022年11月14日～11月30日
- ・方式:ヒアリング(リモート)
- ・実施件数:6機関

有識者

有識者(「2021 はばたく中小企業・小規模事業者300社」選定委員)を集めて、ヒアリングを実施。調査結果をとりまとめて、中小企業300社の見直しの方向性について意見交換を行った。

- ・実施期間:2022年11月14日～11月30日
- ・方式:ヒアリング(リモート)

2)ヒアリング調査結果

過去受賞者

受賞の影響

①受賞企業のモチベーション向上	・受賞までは、社員にとっては田舎の町工場に勤めているという感覚であったと思うが製品が何に使われているかというリアリティが感じられなかった中で、受賞したことが誇りにはなったはず。 ・推薦状情報(当社を推薦したかのメモ)をもらい、それをみんなに発表した。玄関にタペストリーを飾ったりした。県の表彰の時とは盛り上がりが違っていた。 ・総じて周囲にみられているんだなという意識が従業員間にも生まれモチベーション向上につながっているものと思われる。
②社会的信用・知名度向上による好影響	・受賞の楯の影響が大きい。来客で応接に来てくれた方が、好意的に反応してくれる。特に銀行の方への心象もいい。お国としての信用の証となっている。 ・Web 検索からの問い合わせが非常に増えた。当社への検索時に受賞していることが問い合わせするきっかけにつながっているものと思われる。 ・安心して働ける職場としてご家族の方の安心や信頼にもつながったのではないか。
③優良事例の横展開	・職業講話を行った際に、そこに参加している企業の社長の息子が受けに来て、来年入社することになったが、それはこのはばたくの受賞が影響しているものとする。 ・受賞後に海外機関の事業に参画することになり、銀行と組むことになったが、財閥企業がそれに呼応して別の台湾の案件を提案してきた。

事業の改善点

①受賞事業者のPR 支援の強化	・受賞や取り組みについて顧問の税理士様から広くアピールした方がいいと進言を受けて、PR も積極的に行おうとしている。例えばロゴを請求書等に活用していきたい。 ・現状の受賞履歴の掲載をホームページに掲載するだけではしっかり見てくれる方でないという訴求できない。何かしらのデジタルコンテンツ、動画などあるととても有効である。 ・例えば、はばたく受賞者の同窓会を開いて、記者にもきて頂けるし、受賞者からも発信していく流れが生まれて認知度向上にもつながると思われる。
②受賞事業者のインセンティブ強化	・補助金の優遇はぜひお願いしたい。新しいことを進める上で必須である。特にブランディングにまつわる関連で該当する補助金が少ない ・ものづくり補助金等で加点として優遇して欲しい。チャレンジしにくい分

	野を攻められるのがもの補助のいいところ。失敗をしても痛手を負わないような形で応援してもらいたい。 ・伴走支援はプロのコンサルが、我々の趣旨に沿ってオーダーメイドの支援をしてくれることは手取り足取りで本当に有難い。
--	--

ヒアリング結果概要

本事業に対する期待／受賞後の変化：

①受賞企業のモチベーション向上	・受賞したことを原動力にして、さらに新しいことに取り組む社風が強まるなどの変化はある。 ・社員の意識向上には明らかに寄与しており、離職防止等にもつながっていると考えられる。 ・経営者自身の事業継続のモチベーション向上や従業員自身のモチベーション向上にもつながっているように思われる。
②社会的信用・知名度向上による好影響	・信用力の向上や世間的なプレゼンスが向上することで、人材確保につながっている。高校での就職先として、教師側も受賞企業を推薦して頂いている。 ・オンリーワンの技術を持つナノテク企業などは、グローバル含め多方面からの引き合いがあった
③優良事例の横展開	・他社が受賞した事例内容(他社とのデータ連携)を見た上で、自社でも同様の取組を行っていることをアピールし、受賞につながった企業はある。 ・受賞された企業の多くは、商工会議所等の各種団体の役員等も兼任されていることが多く、受賞をきっかけに、交流、ヒトの繋がりが深まっている。

事業の改善点

①受賞事業者のPR支援の強化	・ロゴマークのようにシンボルとなるものがあるとよい。目に見えるものがあるとPR効果が大きい。 ・大臣との写真撮影はリリースなどにも活用しやすい。
②受賞事業者のインセンティブ強化	・補助金での優遇は端的にメリットとなり、やる気につながる。 ・伴走支援は有効だと思う。ただし、規模が小さい企業だと伴走が負担になる可能性もある。
③開催頻度の見直し	・(管区内の規模的に)毎年推薦を出すのは難しい。
④受賞分野の見直し及び受賞ランク創設	・管区内の表彰事業では、特定の受賞分野は定めず、全体的に創意工夫を行っている企業を表彰している。はばたく中小企業 300 社の受賞分野も分野を限定する必要はないのではないかなと思う。 ・メリハリという面ではもう少しメリットを受ける会社があっても良いかなと思う。

ヒアリング結果概要

①受賞事業者のPR支援及び本表彰制度のブランディングの強化	・本受賞制度でブランディング、表彰の価値をいかに上げていくかが一番大事。しっかりしたロゴの作成や名称の見直しも検討した方がいい ・ブランディングについて広報等で露出することも大事だが、メディアとタイアップするなど、具体的に方策を練っていくことが重要。 ・地域セミナーの実施など、地域でのアピールをしっかりと行うことで、盛り上がりが違ってくると思う。 ・アフターフォローとしてシンポジウム的なものを開催し、全国から集めて優秀な事例を発表するなどを行った方が良い。
②開催頻度の見直し	・毎年開催では良い候補が枯渇するので隔年開催には賛成 ・審査の立場からも審査件数が多いとじっくりと審査できないという問題もある ・開催頻度の見直しについて、推薦は通年、審査は隔年にして受賞者を決定する方法で良いのではないかな。
③受賞事業者のインセンティブ強化	・受賞はネットワーク構築により、ビジネスチャンスを広げる大きな機会。受賞がビジネスチャンスにつなげる機会だと認識すると、受賞に向けた大きなインセンティブにつながる。 ・インセンティブについては各種補助金の加点は良い
④中小企業政策との連携	・ウェルビーイング経営やガバナンスについても表彰の基準に入れたら良いのではないかな。従業員満足度やパーパスが企業の生産性を上げる要因であるため、そういったことも企業の価値基準に入れて良いのではと思う。 ・テーマを細分化しすぎると対象が少なくなることがある。例えば「経営の社会性」といったテーマをなども考えられる。 ・代替わりをした企業の後継者が受賞するだけでも価値があると思う。 ・はばたく300社の取り組みと伴走支援制度は性質が異なる。
⑤その他	・このような会議ではプラスのアイデアがたくさん出る。具体的にどうするのかのアクションを考えることが必要。 ・多様性ということだと審査員の多様性として若年者や女性を増やしていった方が良いのではないかな。年代が偏ったりすると視点も偏るので審査員の選定にも留意した方が良いと思う。

配布資料

【資料 1】議事次第

【資料 1】	
「令和 4 年度中小企業実態調査 (中小企業・小規模事業者・商店街の取組事例等に関する調査事業)」に関する意見交換会	
議事次第	
■日時：令和 5 年 2 月 1 7 日（金） 15：30～17：30	
■場所：オンライン開催（teams）	
■議事次第：	
1. はばたく中小企業・小規模事業者 3 0 0 社の説明	
2. はばたく中小企業・小規模事業者 3 0 0 社の見直しについて	
① はばたく中小企業・小規模事業者 3 0 0 社の見直し案説明	
② 意見交換会	
■配付資料	
【資料 1】議事次第	
【資料 2】出席者名簿	
【資料 3】はばたく中小企業・小規模事業者 3 0 0 社について	
【資料 4】はばたく中小企業・小規模事業者 3 0 0 社の見直しについて	
【資料 5】はばたく中小企業・小規模事業者 300 社過去受託者・推薦機関アンケート・ヒアリング結果	

【資料 2】出席者名簿

【資料 2】	
「令和 4 年度中小企業実態調査 (中小企業・小規模事業者・商店街の取組事例等に関する調査事業)」に関する意見交換会	
出席者 名簿	
(敬称略/分野別/五十音順)	
はばたく中小企業・小規模事業者 3 0 0 社 2 0 2 1 委員長	
宮上 幹（欠） 一橋大学 経営管理研究科 教授	
はばたく中小企業・小規模事業者 3 0 0 社 2 0 2 1 委員	
「生産性向上分野」審査担当	
池田 康彦（欠） 日本工業大学大学院 技術経営研究科 客員教授	
高島 利樹 T M I 主宰	
高橋 万樹 ビーアイコンサルティング 代表	
増田 徳好（欠） 増田経営診断事務所 代表	
「需要獲得分野」審査担当	
岩崎 邦彦（欠） 静岡国立大学 経営情報学部 教授	
後藤 芳一 一般社団法人機械振興協会 副会長 技術研究所長	
丁 隆伸彰（欠） 株式会社ブランドコンサルティング 代表取締役	
「人材育成分野」審査担当	
内藤 博 事業承継センター株式会社 取締役会長	
西澤 匠夫 独立行政法人科学技術振興機構 起業支援室 推進プログラムオフィサー	
「ものづくり分野」審査担当	
小泉 誠二 フュージョンナレッジ 代表	
鈴木 一義（欠） 国立科学博物館 名誉研究員 科学技術振興事業団 振興センター長	
福井 雅彦 東京工科大学 名誉教授	
福田 和彦（欠） 福田経営サポート事務所 代表	
吉川 昌範 東京工業大学 名誉教授	
「サービス分野」審査担当	
河本 崇（欠） 産業技術総合研究所 共創場デザイン研究チーム 主任研究員	
古田 士崇（欠） 税理士法人古田士会計 代表社員	
鈴木 由貴子 株式会社第一生命経済研究所 取締役 主席研究員	
弘田 哲成（欠） 中小企業診断士	
中小企業庁	
田辺 雄史 中小企業庁 経営支援部 技術・経営革新課 課長	
栗田 宗樹 中小企業庁 経営支援部 技術・経営革新課 課長補佐	
玉井 良孝 中小企業庁 経営支援部 技術・経営革新課 課長補佐	

【資料 3】はばたく中小企業・小規模事業者300社について

はばたく中小企業・小規模事業者300社について

【資料3】

1. 事業の概要

〇「はばたく中小企業・小規模事業者300社」は、革新的な製品・サービス開発、地域経済の活性化、多様な人材活用等の観点から、優れた取り組みを行っている中小企業・小規模事業者を選定・表彰し、その取り組み事例を広く発信することで、中小企業・小規模事業者の社会的認知度の向上や、そこで働く人たちのモチベーションの向上等を目的に実施している表彰制度。経産省の表彰制度の中でも主要なもののひとつ。

※2022年度は、中小企業・小規模事業者300社の実施を休止し、効果検証調査を行う。

2. 2021年度の300社、30選

〇推薦機関が挙げた優秀な候補者を、有識者による採点を経て委員会を開催して、候補を選定。

〇「中小企業・小規模事業者300社」は、①生産性向上、②需要獲得、③人材育成 という3つの分野を設け、それぞれの分野において表彰。

※推薦機関：中小企業基盤整備機構、日本商工会議所、日本政策金融公庫、全国中小企業団体中央会、全国商工会連合会、商工組合中央金庫、日本経済団体連合会、産業振興財団、国土交通省、国土利用組合中央協会、全国信用組合中央協会、国際協力機構、国際協力銀行、在外大使館・領事館、海外現地に日本人商工会議所、各地方経済産業局。

3. 2021年度の選定・表彰スケジュール

令和2年11月～12月 推薦機関による、事業者の推薦
令和3年1月～2月 有識者審査（選定者等の検討）
令和3年2月17日 はばたく中小企業・小規模事業者300社選定審査委員会の開催、候補の選定
令和3年12月22日 授賞式開催

1

はばたく中小企業・小規模事業者300社について

4. 本制度の経緯

年度	タイトル
2006	元気なモノ作り中小企業300社
2007	元気なモノ作り中小企業300社
2008	元気なモノ作り中小企業300社
2009	元気なモノ作り中小企業300社
2014	がんばる中小企業・小規模事業者300社
2015	がんばる中小企業・小規模事業者300社
2016	はばたく中小企業・小規模事業者300社
2017	はばたく中小企業・小規模事業者300社
2018	はばたく中小企業・小規模事業者300社
2019	はばたく中小企業・小規模事業者300社
2020	はばたく中小企業・小規模事業者300社
2021	はばたく中小企業・小規模事業者300社

2

はばたく中小企業・小規模事業者300社、

(1) 様々な分野で活躍している中小企業・小規模事業者を「はばたく中小企業・小規模事業者300社」として選定・顕彰。

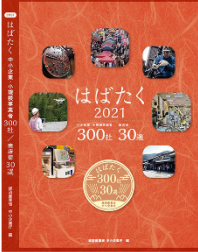
(2) 中小企業・小規模事業者については、①生産性向上、②需要獲得、③人材育成の3分野ごとに優れた取組を行う者を選定。

表彰された事業者（一例）

株式会社テックア（岐阜県）【生産性向上部門】
〇パッケージソフトの開発・販売を主軸に全国で事業を展開。中小製造業向けの生産管理システムTECHS（テックス）シリーズは国内トップシェアを有しており、多くの中小企業の生産性向上に貢献。

日本食品製造合資会社（北海道）【需要獲得部門】
〇国内で最も歴史のある制菓リアルズの製造事業者。地元の北海道産の厳選食材等を使用した持続的農業を推進して、新商品の開発に積極的にチャレンジ。

株式会社丸信（福岡県）【人材育成部門】
〇印刷メーカーとして、商品ラベルやシール、パッケージの企画・デザインから製造まで一貫して手がける総合パッケージカンパニー。若手社員を早くから経営に参加させるという形で、人材育成に積極的に取り組む。



取組事例集

3

はばたく中小企業・小規模事業者300社

- 開催日時：2021年12月22日（水）15:00～15:20
- 場 所：経済産業省本館 17階第1特別会議室
- 参加者：代表事業者4者、萩生田大臣、角野中小企業庁長官、佐々木中小企業庁経営支援部長等 計約40名

※その他の事業者向けにはオンライン中継を実施。



萩生田大臣挨拶



記念撮影

4

【資料 4】はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて

【資料4】

はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて

～中小企業庁長官 稲垣隆雄～

1. 本報告書の目的

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

2. 見直しの概要

(1) 見直しの目的

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

(2) 見直しの対象

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

(3) 見直しの実施方法

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

(4) 見直しの実施スケジュール

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

【資料4】

はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて

～中小企業庁長官 稲垣隆雄～

3. 見直しの方針

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

(1) 見直しの対象

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

(2) 見直しの実施方法

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

(3) 見直しの実施スケジュール

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

【資料4】

はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて

～中小企業庁長官 稲垣隆雄～

(4) 見直しの実施スケジュール

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

(5) 見直しの実施方法

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

(6) 見直しの実施スケジュール

〇本報告書の目的は、令和2年度はばたく中小企業・小規模事業者300社の見直しについて、関係機関・関係者への周知を図り、関係機関・関係者の協力を得ることにあります。

【資料 5】

TOPPAN

【資料5】

はばたく中小企業・小規模事業者300社
過去受賞者・推薦機関
アンケート、ヒアリング結果

2023年1月

TOPPAN

1.過去受賞者アンケート、ヒアリング結果

TOPPAN

アンケート項目

属性情報	アンケート内容
企業名	1. 受賞前からはばたく中小企業・小規模事業者300社をご存じでしたか。
代表者名 姓 名	2-1. 他の国の表彰等（例ものづくり大賞、地域未来牽引企業）を受けましたことがありますか。
都道府県	3-1. 本事業の受賞後どのような影響がありましたか。
所在地（市町村以下）	4-1. 受賞をきっかけとして自社の取組みに変化がありましたか。
御担当者役職	5. 受賞対象となった取組を積極的に発信しましたか
御担当者名	6. 受賞後どのようなメリットがあったらよかったと思いますか。
御担当者電話番号	7. 事業全体を通じて改善した方がよい点があればお知らせください。
担当者メールアドレス	
従業員数（直近のもの） （単位：人）	
令和3年度売上高 （単位：万円）	

TOPPAN

【アンケート分析】属性分析 受賞年・分野の分布

回答者の受賞年・分野別の偏りは見られない

回答者の受賞年分布

回答者の分野1分布

回答者の分野2分布

受賞者の分野1分布

受賞者の分野2分布

TOPPAN

目次

1.過去受賞者アンケート、ヒアリング結果P2
2.推薦機関アンケート及びヒアリング結果P26

TOPPAN

推薦機関アンケート及びヒアリングの目的

（本事業は）受賞者に対しての社会的認知度及びモチベーションの向上という効果と、優れた取り組みが波及して横展開するという目的（いわゆる波及効果）がある。これらの効果について個別の事例を収集、ヒアリングを実施することにより、その効果を検証し、新たな「はばたく中小企業・小規模事業者300社（以下「中小企業300社」という）／はばたく商店街300選（以下「商店街300選」という）」の方向性について検討を実施する。
※実施計画書より一部抜粋

アンケートの概要

過去3年間の、「はばたく中小企業・小規模事業者300社」への推薦機関（信用金庫）へ、記名式のアンケートを実施
・実施期間：2022年11月14日～11月30日
・方式：webフォームへの回答入力
・送付数：24件
・有効回答：13件(54%)

TOPPAN

ヒアリングの概要

過去3年間の、「はばたく中小企業・小規模事業者300社」への過去受賞者に対するアンケート回答社の中より下記に対して実施。
・実施期間：2022年11月～12月
・方式：オンラインによるヒアリング
・実施数：7社

業種/分野/受賞年度
紙加工品製造業/需要獲得・ものづくり分野/2021年受賞
建築資材製造業/需要獲得・サービス/2021年受賞
飲料製造業/需要獲得・ものづくり/2021年受賞
機械器具製造業/生産性向上・ものづくり/2021年受賞
就業支援業/人材育成・サービス/2021年受賞
金型加工業/生産性向上・ものづくり/2021年受賞
金属加工業/担い手確保・ものづくり/2019年受賞

・ヒアリング内容：アンケート回答結果に基づきヒアリングを実施。

TOPPAN

【アンケート分析】属性分析 所在地（都道府県）

都道府県名	回答数	2021	2020	2019	合計	回収率
北海道	25	15	13	14	42	60%
青森県	8	1	2	6	9	89%
岩手県	6	2	5	2	9	67%
宮城県	14	11	5	5	21	67%
秋田県	3	2	2	3	7	42%
山形県	8	3	3	5	11	72%
福島県	8	4	3	6	13	61%
茨城県	11	4	9	6	19	58%
栃木県	10	4	3	6	13	77%
群馬県	13	7	5	9	21	62%
埼玉県	11	7	3	5	15	73%
千葉県	11	1	7	4	12	91%
東京都	45	20	21	26	67	67%
神奈川県	14	7	7	6	20	70%
新潟県	14	3	6	9	18	78%
富山県	8	2	3	5	10	80%

TOPPAN

【アンケート分析】属性分析 所在地（都道府県）

都道府県名	回答数	2021	2020	2019	合計	回収率
石川県	14	4	8	8	16	87%
福井県	7	3	4	4	11	63%
山梨県	4	1	2	5	8	50%
長野県	8	4	7	5	16	50%
岐阜県	18	5	10	8	23	78%
静岡県	20	15	15	8	38	52%
愛知県	74	41	25	30	96	77%
三重県	8	4	5	2	11	72%
滋賀県	6	4	4	5	13	46%
京都府	7	5	5	5	15	46%
大阪府	36	15	24	15	54	66%
兵庫県	20	7	14	12	33	60%
奈良県	4	2	2	2	6	66%
和歌山県	4	1	1	4	6	66%
鳥取県	10	4	4	7	15	66%
島根県	2	2	1	2	5	40%

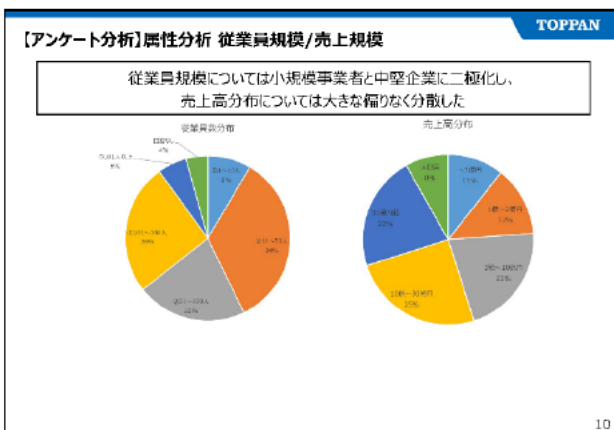
8

TOPPAN

【アンケート分析】属性分析 所在地（都道府県）

都道府県名	回答数	2021	2020	2019	合計	回収率
岡山県	13	7	5	5	17	76%
広島県	19	10	5	8	23	82%
山口県	6	4	0	2	6	100%
香川県	5	3	3	1	7	71%
愛媛県	8	4	4	2	10	80%
高知県	6	1	2	5	8	75%
徳島県	3	0	1	2	3	100%
福岡県	33	21	17	13	51	65%
佐賀県	11	9	5	2	16	69%
長崎県	9	5	4	4	13	69%
熊本県	13	8	8	6	22	59%
大分県	6	8	3	2	13	46%
宮崎県	8	5	4	2	11	72%
鹿児島県	6	1	6	3	10	60%
沖縄県	7	2	5	4	11	64%
回答なし	8					

9



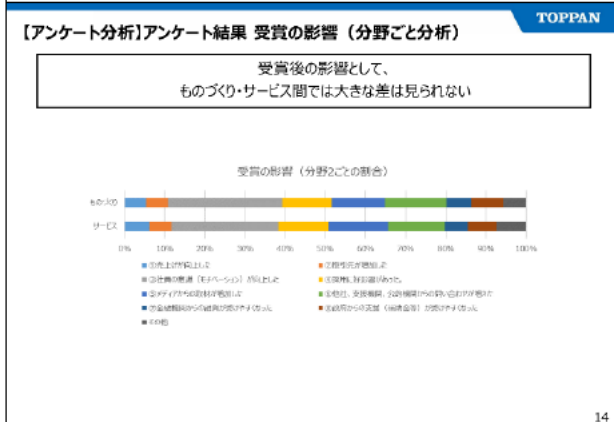
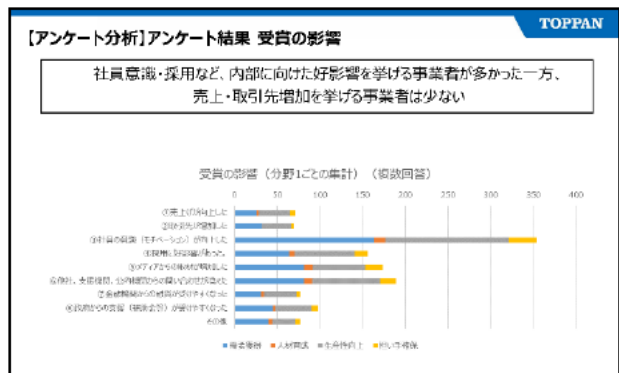
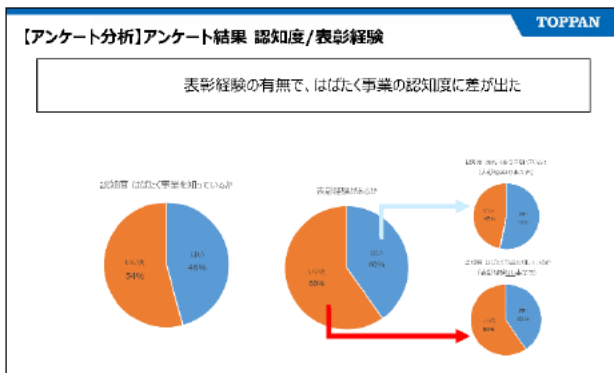
TOPPAN

【アンケート分析】アンケート結果 表彰経験 主な表彰

回答者の3割あまりが「地域未来牽引企業」の表彰を受けているほか、ものづくり系の表彰が目立つ

表彰名	回答者数
地域未来牽引企業	191
ものづくり日本大賞	20
新・ダイバーシティ経営企業100選	7
健康経営優良法人	6
グッドカンパニー大賞	4
関西ものづくり新顔	4
大阪ものづくり優良企業賞	3
明日の日本を支える元気なモノ作り中小企業300社	3
ダイバー・青山商村の宝	3

11



TOPPAN

【ヒアリング】ヒアリング結果（一部抜粋） 受賞の影響

①社員の意識（モチベーション）の向上

・受賞までは、社員にとっては出先の町工場に勤めているという感覚であったと思うが、表彰が何に役立っているかという意識がかなり高くなり、意識が向上したことが分かった。

（金機加工業：担い手確保・ものづくり/2019年受賞）

・賞状が来ると、（当社の技術者のモチベーション）を高める、それをみんなに発表する。空気にチヤホヤを吹かす。表彰のモチベーションがかなり高くなり、意識が向上したことが分かった。

（機械加工製造業：需要確保・ものづくり/2021年受賞）

・特に周知に努めているという意識が従業員間にも生まれ、モチベーション向上につながっているものと思われる。

（飲料製造業：需要確保・ものづくり/2021年受賞）

②社会的信用・知名度向上による好影響

・結果発表を行った際、そこに参加している企業の社長の后援が受けて来て、来年入社することになったが、これはこのおかげで受賞が影響しているものと考えます。

（機械加工製造業：需要確保・ものづくり/2021年受賞）

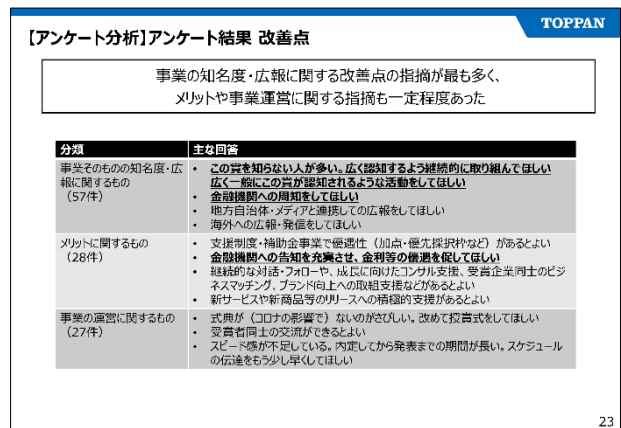
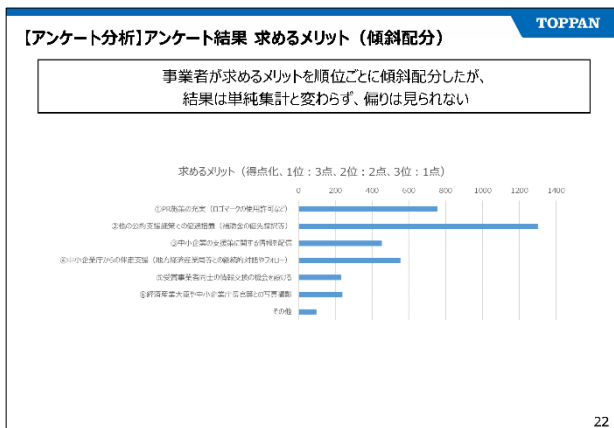
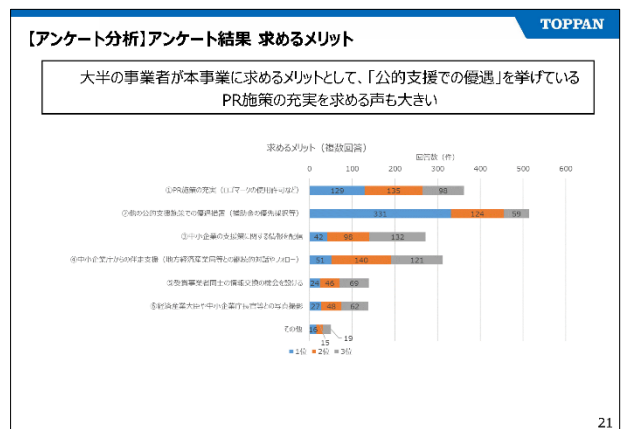
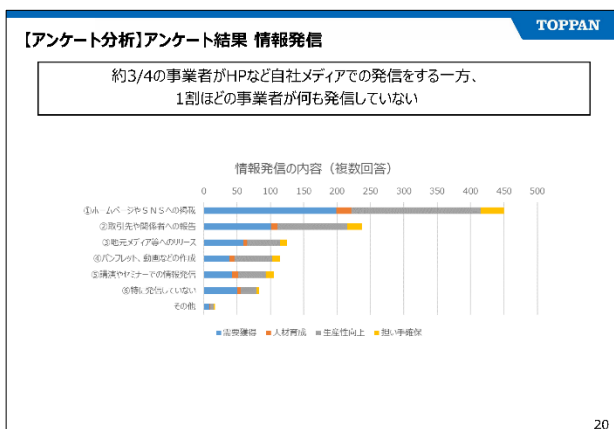
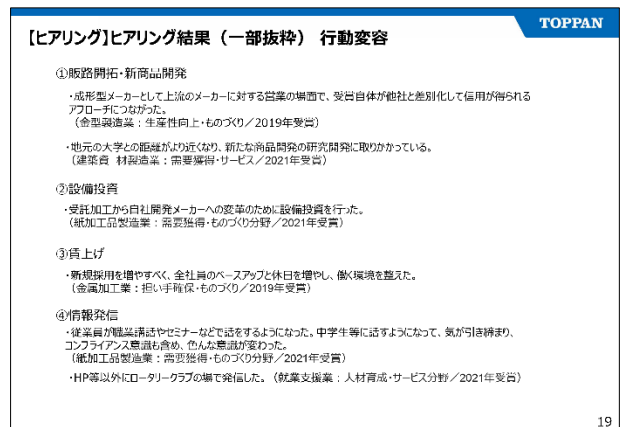
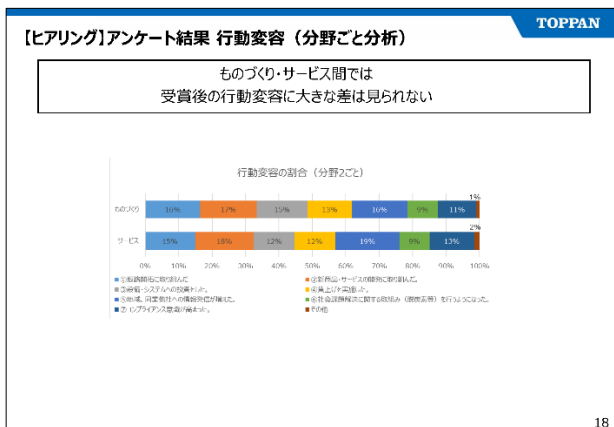
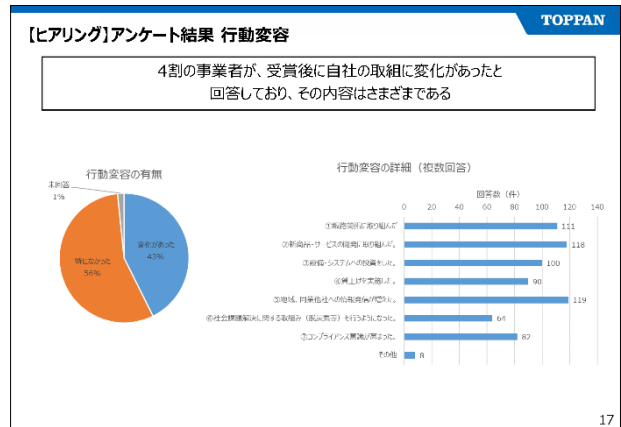
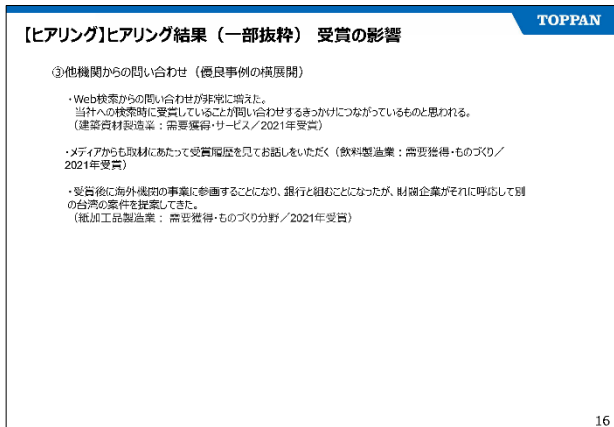
・取引先、海外の協力企業の方々も喜んでいただいている。3月まで直接会えない状況が続いていたが、賞状が届いてからは、海外の協力企業の方々も喜んでいただいている。3月まで直接会えない状況が続いていたが、賞状が届いてからは、海外の協力企業の方々も喜んでいただいている。

（建築材料製造業：需要確保・サービス/2021年受賞）

・受賞の事が影響が大きい。受賞で応援に来てくれた方が、好意的に反応してくれる。特に取引先の方への心象も良い。お墨付きの信用が確立されている。

（建築材料製造業：需要確保・サービス/2021年受賞）

15



TOPPAN

【ヒアリング】ヒアリング結果（一部抜粋） 改善点

（１）受賞事業者のPR支援の強化

- ・ロゴマークの使用に加えて、はばたく300社自体を知らない人々もいるので、その認知を高めて欲しい。選ばれる事へのステータスも高まり、ありがたい。（金型加工製造業：生産性向上・ものづくり分野／2021年受賞）
- ・大手メディアに取上げていただいたり、本賞についてもっとご周知いただければ、受賞の重みが増すと思います。（就業支援業：人材育成・サービス／2021年受賞）
- ・受賞や取り組みについて職員の親睦会から広くアピールしたい方が多いと聞きを受けて、PRも積極的に行おうとしている。例えばロゴを請求書等に活用していきたい。（金型加工業：生産性向上・ものづくり／2021年受賞）
- ・現状の受賞歴の掲載をホームページに掲載するだけではしっかり見てくれる方ではないと訴求できない。何かしらのデジタルコンテンツ、動画などあることも有効である。（機械器具製造業：生産性向上・ものづくり／2021年受賞）
- ・この賞の価値がすごいことを、海外にも伝えてほしい。海外はステータス社会なので、賞を取ったことが取引の窓口になることもある。（加工品製造業：需要獲得・ものづくり分野／2021年受賞）

24

TOPPAN

【ヒアリング】ヒアリング結果（一部抜粋） 改善点

（２）受賞事業者のインセンティブ強化

- ・補助金の償還はぜひお願いしたい。新しいことを進める上で必須である。特にブランディングにまつわる関連で該当する補助金が少ない。（機械器具製造業：生産性向上・ものづくり／2021年受賞）
- ・ものづくり補助金等で加算として優遇して欲しい。チャレンジにいい分野を攻められるのがものづくりのいいところ。失敗をしても痛手を負わないような形で応援してもらいたい。（市型加工業：生産性向上・ものづくり／2021年受賞）
- ・補助金の加算は限額と思うが、目に見えるメリットだけでは動かないと思う。この賞はどのような位置づけで、はばたくを組む企業が どうやってはばたいていくのかというのを中小企業に見せると、組んでみたいと思う企業は増えるのではないかと。はばたくと思う人はお墨付きをもらいたいと思うのではないかと。（加工品製造業：需要獲得・ものづくり分野／2021年受賞）
- ・補助金もありがたい。入札上の加点要素もありがたい。単なる表彰ではなく実利が必要だ。（就業支援業：人材育成・サービス／2021年受賞）
- ・伴走支援は、我々の経営に沿ってオーダーメイドの支援をしてくれるのは手取り足取りで本当に有難い。（建築資材製造業：需要獲得・サービス／2021年受賞）
- ・伴走支援では、オンラインやオフラインのイベントプログラムといった場づくりをしていただき、結果として人脈を作ることができ、大変助かっている。（機械器具製造業：生産性向上・ものづくり／2021年受賞）

25

TOPPAN

2.推薦機関アンケート及びヒアリング結果

26

TOPPAN

推薦機関アンケート及びヒアリングの目的

（本事業は）受賞者に対しての社会的認知度及びモチベーションの向上という効果と、優れた取り組みが波及して横展開するという目的（いわゆる波及効果）がある。これらの効果について個別の事例を収集、ヒアリングを実施することにより、その効果を検証し、新たな「はばたく中小企業・小規模事業者300社（以下「中小企業300社」という）／はばたく商店街30選（以下「商店街30選」という）」の方向性について検討を実施する。 ※実施計画書より一部抜粋

アンケートの概要

過去3年間の、「はばたく中小企業・小規模事業者300社」への推薦機関（信用金庫）へ、記名式のアンケートを実施

- ・実施期間：2022年11月14日～11月30日
- ・方式：webフォームへの回答入力
- ・送付数：24件
- ・有効回答：13件(54%)

TOPPAN

アンケート項目

属性情報	アンケート内容
信用金庫名	1. はばたく中小企業・小規模事業者300社に対する御申の期待を教えてください
都道府県	2. 本事業の受賞後、受賞社にはどのような変化があるように見えましたか
所在地（市町村以下）	3. 受賞対象となった取組をどのように発信したかお知らせください
御担当者役職	4. 本事業の受賞後、御申の受賞者に対する評価にどのような変化がありましたか
御担当者名	5. 候補者を推薦する上で、どのような課題がありますか
御担当者電話番号	6. はばたく中小企業・小規模事業者300社の「開催内容」に関する改善案のうち、取り組んだ方が良いと思われるものをお知らせください
担当者メールアドレス	7. はばたく中小企業・小規模事業者300社の「受賞者のメッセージ」に関する改善案のうち、1番目に取り組んだ方が良いと思われるものをお知らせください

28

TOPPAN

ヒアリングの概要

過去3年間の、「はばたく中小企業・小規模事業者300社」への推薦機関に対して、ヒアリングを実施。

- ・実施期間：2022年11月～12月
- ・方式：オンラインによるヒアリング
- ・実施数：8推薦機関（全国組織団体の地方組織、信用金庫）
- ・ヒアリング内容：全国組織団体の地方組織はアンケート未送付のためアンケートと同様の内容をヒアリング。信用金庫はアンケート結果に基づきヒアリングを実施。

TOPPAN

【アンケート分析】属性分析 所在地（管区・都道府県）

関東経済産業局管区の回答者が6割にのぼる

管区	都道府県名
東北経済産業局	福島県
関東経済産業局	東京都
関東経済産業局	新潟県
関東経済産業局	群馬県
関東経済産業局	群馬県
関東経済産業局	埼玉県
関東経済産業局	静岡県
関東経済産業局	静岡県
中部経済産業局	愛知県
中部経済産業局	岐阜県
近畿経済産業局	大阪府
中国経済産業局	広島県

30

TOPPAN

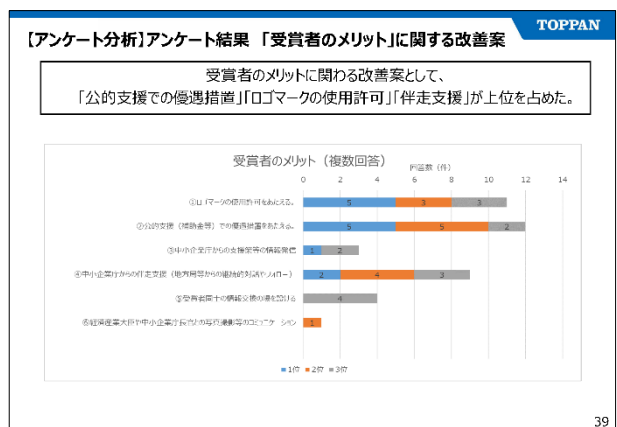
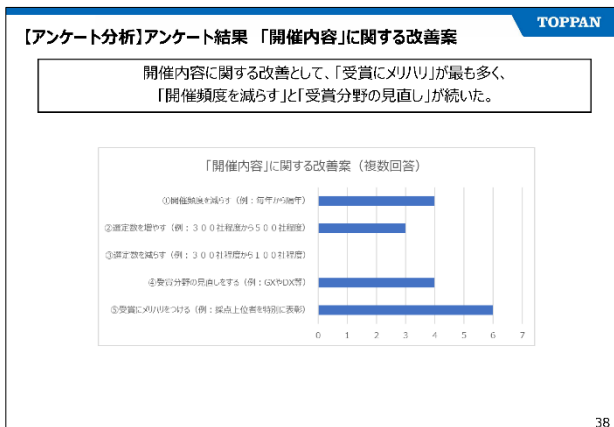
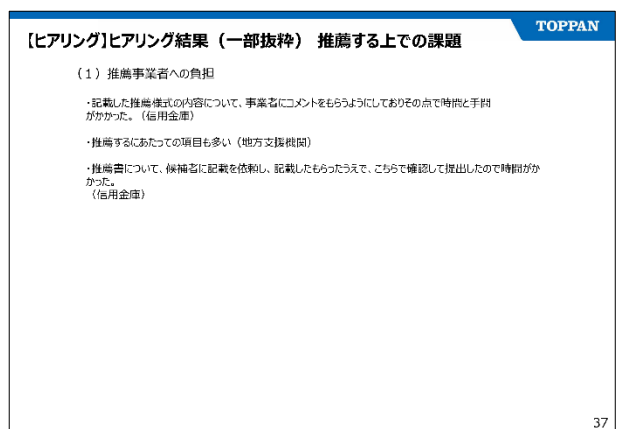
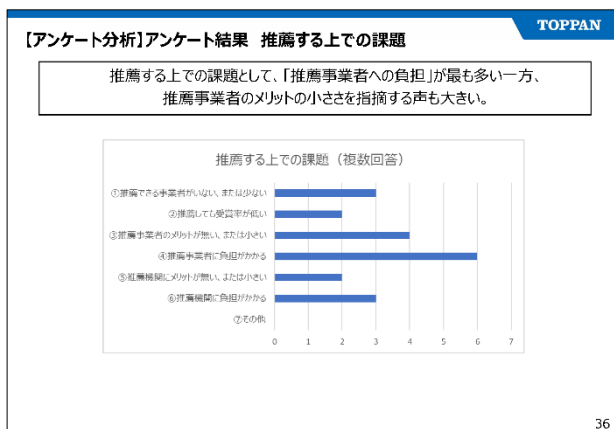
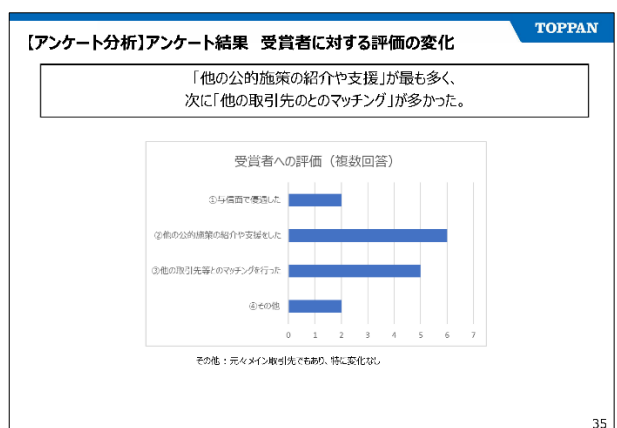
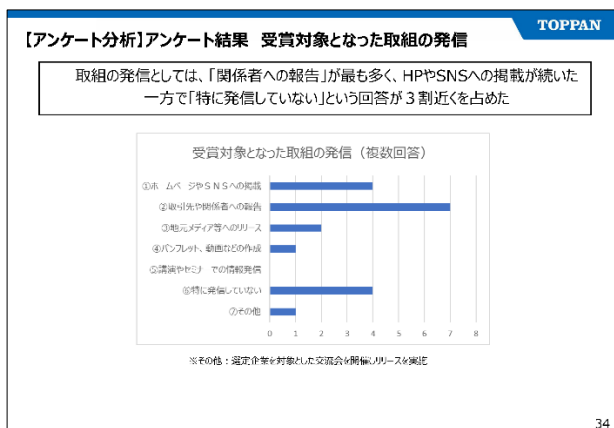
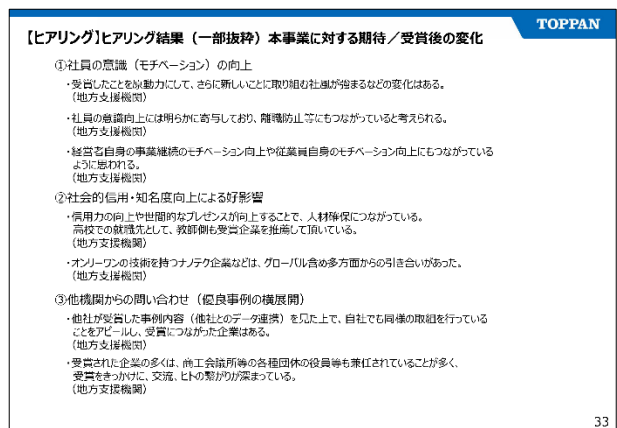
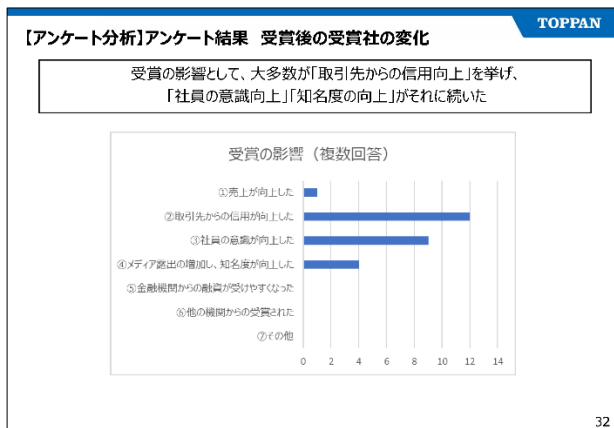
【アンケート分析】アンケート結果 本事業に対する期待

本事業に対する期待としては、「信用力が向上」が大多数を占め、3割程度が「地域への波及」を挙げている

受賞に対する期待（複数回答）

31

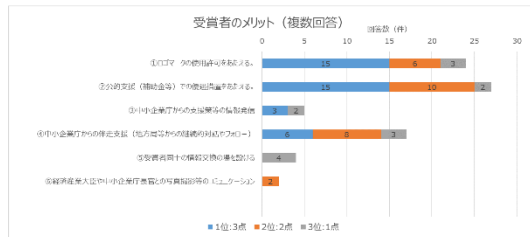
43



【アンケート分析】アンケート結果「受賞者のメリット」に関する改善案

TOPPAN

受賞者のメリットを順位ごとに傾斜配分したが、
結果は単純集計と変わらず、偏りは見られない



40

【ヒアリング】ヒアリング結果（一部抜粋）改善点

TOPPAN

- 受賞事業者のPR支援の強化
 - ・PRマークのようにシンボルとなるものがあるとよい。目に見えるものとPR効果が大きい。（信用金庫）
 - ・大臣との写真撮影がリリースなどにも活用しやすい。（地方支援機関）
 - ・HPにはばくばくの企業が載っていると認知しやすい。SNSやGoogle等で検索して引っかけるとよい。（信用金庫）
- 受賞事業者のインセンティブ強化
 - ・補助金での優遇は強制的にメリットとなり、やる気につながる。（信用金庫）
 - ・伴走支援は有効だと思う。ただし、規模が小さい企業だと伴走が負担になる可能性もある。（信用金庫）
 - ・異業種交流が出来る場があるというのは、特に地方の企業にとって、全国的な企業と接する機会を持てるのはありがたいのではないかな。（地方支援機関）

41

【ヒアリング】ヒアリング結果（一部抜粋）改善点

TOPPAN

- 開催頻度の見直し
 - ・（管内内の規模的に）毎年推薦を出すのは難しい。（地方支援機関）
 - ・隔年にしてしまうと推薦のタイミングが減ってしまうので毎年の方が良い。（地方支援機関）
- 受賞分野の見直し及び受賞ランク創設
 - ・メリハリという面ではもう少しメリットを受ける会社があっても良いかなと思う。新たな部門を設けたりして色々なところをサポートが出来るようにすると良いと思う。（信用金庫）
 - ・メリハリをつけるのであれば、受賞者にとって目に見えるメリットが欲しい。（地方支援機関）
 - ・受賞分野は時代に合わせてフレキシブルであるべきだが、一方で会社の本業立つ技術などもしっかり評価し、表彰することも外さないで欲しい。（地方支援機関）
 - ・受賞の目的が明確になるように思う。長くやっている企業を表彰するのが、知くても先進的な所を評価するのが、分けて分けて整理すれば。（信用金庫）

42

調査結果を踏まえた改善点のとりまとめ

1)事業目的の整理・追加

公的表彰制度の目的は、一般的に、①社会的承認による受賞者のモチベーション向上、②社会的信用や知名度の向上による受賞者へのその他の好影響、③優良事例の横展開や受賞者以外のモチベーション向上を通じた社会的波及効果、であると考えられる。この点については、「はばたく中小企業・小規模事業者300社」についても同様である。

2)事業効果最大化に向けた事業内容の見直し／3)事業内容を踏まえた効果的な周知・広報手法

(1)受賞のメリットについて

(i)調査結果

①受賞企業のモチベーション向上

受賞事業者に対するアンケート及びヒアリングによれば、受賞をきっかけとして、4割超の受賞事業者が、販路開拓や新商品開発、設備投資、賃上げ等の前向きな取組を行っており、半数以上の受賞企業において社員のモチベーション向上につながっている。受賞によるモチベーション向上が、こうした行動変容につながっているものと考えられる。

②社会的信用・知名度向上によるその他の好影響

モチベーション向上以外の受賞の影響としては、推薦機関に対するアンケート及びヒアリングによれば、特に信用力向上が期待されており、実際に取引先からの信用が向上した(と思われる)という結果となった。しかしながら、受賞事業者に対するアンケートによれば、売上向上や取引先増加につながったと回答した事業者は少数に留まっている。推薦機関による期待や受け止めとは異なり、受賞事業者自身は、取引先からの信用向上そのもの又はそれを通じた直接的効果を実感していないと考えられる。

一方、採用への好影響(入社希望者からの信用の獲得)など、受賞による社会的信用や知名度向上による影響は、一定程度あった。

③優良事例の横展開

受賞による社会的信用や知名度向上に伴い、メディアや他社からの問い合わせが増加した受賞事業者も多い。また、受賞事業者自身が地域や同業他社への情報発信を増加させる(地域メディアでの発信等)など、受賞事業者とそれ以外の事業者の間で優良事例の横展開に関する好循環が働いていると考えられる。

④その他

受賞事業者及び推薦機関に対するアンケート及びヒアリングによれば、受賞のメリットとして、補助金の優先採択等の公的支援制度での優遇措置や、ロゴマークの使用許可など PR 施策の充実を求める声が多い。

(ii)結果のまとめと課題

このように、受賞そのものが受賞事業者のモチベーション向上につながっているほか、社会的信用や知名度向上をきっかけとして、前向きな取組や優良事例の横展開につながっていることが多いことがうかがわれる。

一方で、受賞事業者ですら、半数以上が受賞前には本表彰制度について知らなかったと回答しており、ヒ

アリング等も踏まえると、一層の認知度向上が求められる状況にあると考えられる。この点、上記のように、ロゴマークの使用許可など PR 施策の充実に関するニーズが大きい、国として受賞事業者の PR 支援を行うことは、本表彰制度そのものの知名度向上・ブランディング強化にも資すると考えられる。

(2) 推薦機関の意向

本表彰制度は、推薦機関からの他薦に基づいて選定しているところ、推薦機関に対するアンケートによれば、推薦に当たっても、推薦書の記載や内容確認等事業者に一定の負担を求めざるを得ないところ、そうした負担に比してメリットが小さいと考えられていると思われ、受賞事業者のメリットを増加させる必要性がうかがわれる。

また、今後の制度改善として、受賞分野を見直す、開催頻度を減らす、といった回答が多かった。

3. 見直しの方針

上記を踏まえた、今後の見直し方針は以下のとおり。

(1) 受賞事業者の PR 支援及び本表彰制度のブランディングの強化

現在は、受賞事業者の取組を冊子にまとめた上で、受賞事業者及び推薦機関に配布しているほか、中小企業庁ウェブページに受賞者の一覧を掲載しているが、検索機能や英語でのページはない。

また、受賞事業者に対し、PR 動画の作成を呼びかけ、作成された動画については中小企業庁ウェブページからもリンクを貼っているが、各事業者の動画の視聴回数は 12~573 回(掲載から 8 ヶ月間)に留まっている。

今後は、以下のとおり、受賞事業者の PR 支援を強化し、あわせてこれを通じて本表彰制度そのものの認知度向上・ブランディング強化も図る。

- ・本表彰制度のロゴマークについて、デザインを見直した上で、受賞事業者に使用許可を付与。
- ・受賞事業者の PR 動画を、中小企業庁の Twitter(13 万フォロワーで)で定期的に紹介。
- ・中小企業庁の中小企業向け総合支援サイト「ミラサポ plus」及び独立行政法人中小企業基盤整備機構の中小企業ビジネス支援サイト「J-Net21」で、受賞事業者のインタビュー記事等を掲載。ミラサポ plus の「事例ナビ」にも掲載する。特に、過去の受賞者の中からその後大きく飛躍した事業者をフューチャーした事例を取り上げる。
- ・はばたく中小企業・小規模事業者 300 社の受賞者一覧を掲載している中企庁ウェブページを改修。
- ・(新型コロナの状況を注視しつつ、可能ならば)表彰式を開催し、大臣との写真撮影等を行う。
- ・その他、メディアとのタイアップ記事・特集等を検討。

(2) 開催頻度の見直し

推薦機関の事務負担も鑑み、選定・表彰については、毎年から、隔年開催に見直すこととする。表彰等を実施しない裏年には、前年の受賞事業者の PR 支援を集中的に行うこととする。

(3) 受賞事業者のインセンティブ強化

受賞事業者のメリットを増加させるため、事業再構築補助金、生産性革命推進事業の各補助金(ものづくり補助金・T 導入補助金、小規模事業者持続化補助金及び事業承継・引継ぎ補助金)、Go-Tech 補助金等、各種の補助金で加算。

(4)中小企業政策との連携

(i)受賞分野の見直し

2017 年以來、①生産性向上、②需要獲得、③担い手確保の3分野で選定を行っているが、現在の中小企業政策における重点課題を踏まえ、①生産性向上＋事業再構築、②海外展開、③GX＋DX、④人材育成（賃上げ、リスキリング、女性活躍や多様性確保）に再編する。

(ii)伴走支援との連携

各経済産業局又はよろず支援拠点において実施する伴走支援先である事業者が推薦された場合は、300社選定の採点において加点。これにより、伴走支援先のモチベーション向上にもつなげる。