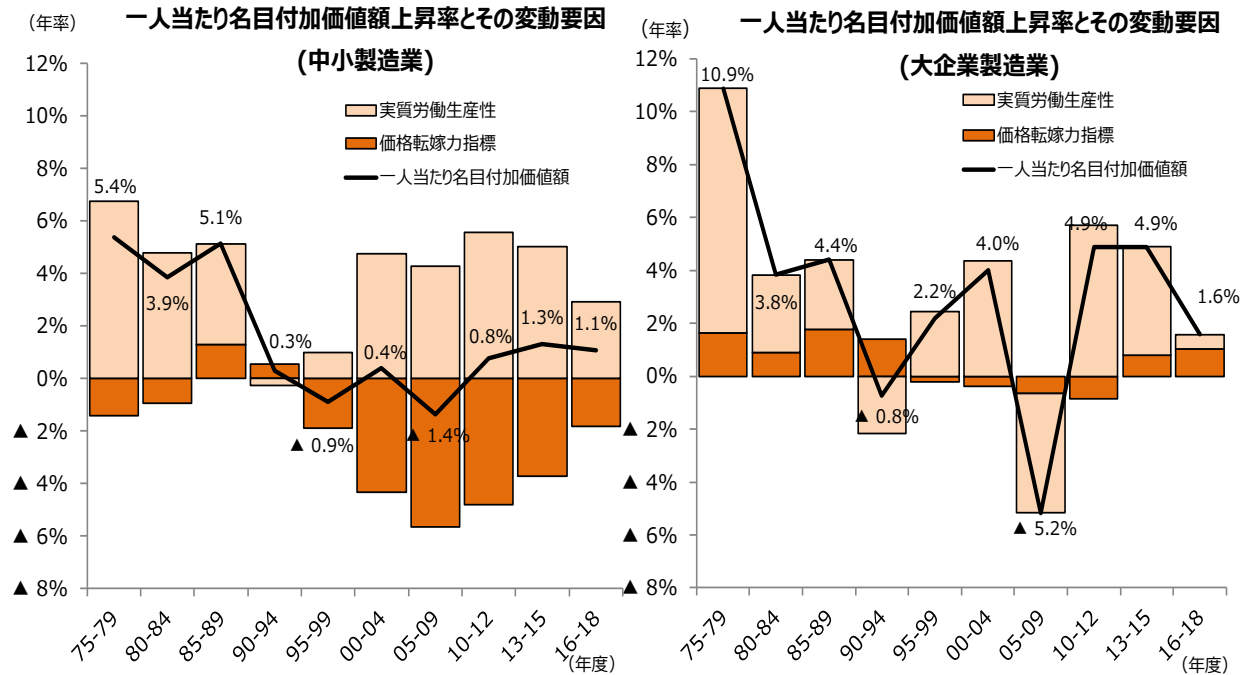


第1章 価値創造について

- **グローバルな競争環境の変化**
 - 個人の価値観の多様化
 - 社会的課題解決への意識の向上
 - 国内の人口減少・世界的な人口増加
 - デジタル化の進展 など
- ➔ 企業が持続的に発展していくためには、コスト競争を通じた利益の最大化だけでなく、**最終ユーザーの個々のニーズに応える「価値」の創造**が重要に。

第2章 取引構造の現状と課題

- 大企業と中小企業で、売上高や粗利益の伸び率に差
- 同じ中小企業であっても、**Tier1とTier2以下で大きな開き**
- 実質労働生産性の伸び率は中小企業でも大企業と遜色ない水準だが、**価格転嫁力指標の伸びがマイナス**であるが故に、**中小企業の生産性の伸び率が低迷**

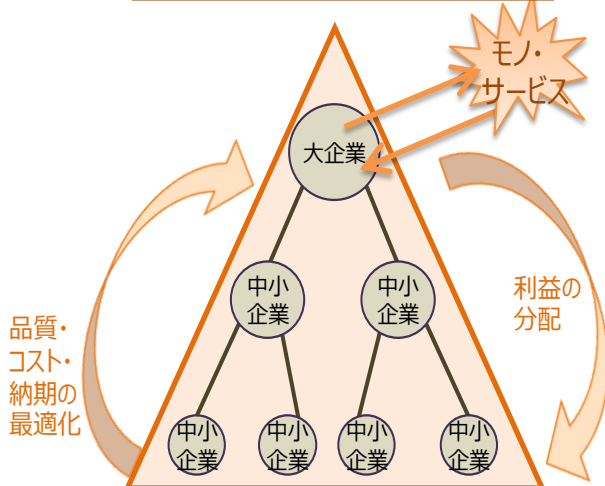


第3章 目指すべき姿

- 企業規模や資本力よりも、個々のニーズに応える「価値」の創造が重要に
- ➔ 中小企業自身の競争力強化を進めつつ、コスト競争を通じて利益の最大化を目指す、従来の「大企業牽引モデル」に加え、実現したい価値を共有する**大企業と中小企業が、業種・地域・Tierを越えてつながる、「複層化したバリューチェーンモデル」**を広めていく。

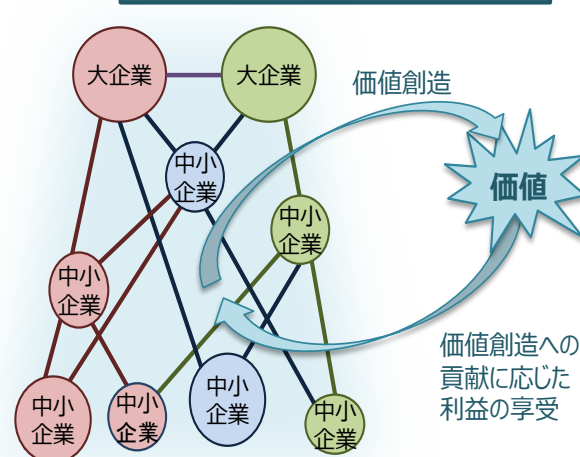
<大企業牽引モデル>

モノ・サービスの供給を通じたつながり



<複層化したバリューチェーンモデル>

実現したい価値を通じたつながり



第4章 施策の方向性

■ 共存共栄モデルの浸透に向けて

- **規模・系列・Tier・地域を超えた連携**の促進 (連携やデータ利活用の促進、地域金融機関による支援)
- **ITなど専門人材の育成・確保** (兼業・副業、OB人材の活用)
- **個社による「自主行動宣言」**の仕組みの構築 (産業界と関係省庁が「車の両輪」となる体制整備)
- **サプライチェーン全体への「共存共栄」の浸透** (Tier2以下へ、Tier NからTier N+1への働きかけ)
- **ドイツ産業界の共存共栄モデルの取り込み** (日独中小企業政策対話(仮称)の設置)

■ 個別取引の適正化

- 「**振興基準**」に基づく**指導・助言の徹底** (価格転嫁の協議に応じて貰えない事業者も存在)
- 知財・ノウハウの保護など新たな重点課題への対応 (①価格決定、②型管理、③支払条件、+ ④知財・ノウハウの保護、⑤働き方改革のしわ寄せ防止)

■ 個別業種の取引構造分析の深掘り

- 情報サービス産業の多重下請構造、印刷産業の価値創造