

中小企業のイノベーションの創出による「稼ぐ力」の強化に向けて

2025 年 5 月 19 日
日本商工会議所

1. 中小企業の現状と課題

- 地域の中小企業が持続的な賃上げの原資を確保するためには、イノベーション創出や付加価値のある商品開発を通じた「稼ぐ力」の向上が不可欠。
- 一方、試作・研究設備を有していない企業や、OEM・受注生産が中心で自社製品のない中小企業も多い。産業技術総合研究所や公設試験研究機関等との共同研究、技術開発支援のさらなる推進が必要。
- 下請け中小企業は、賃金を上げることが困難な構造。これを打開するため、自社独自の製品開発による新たな販路開拓や、適正価格で販売する（価値生産性を高める）ことが重要。
- 高い技術力を武器に、デザイナーと共同で自社製品を開発し、OEMからの脱却や受注増を実現した中小企業も存在する。＜事例 1＞
- また、自社独自の魅力的な製品を持つことは、新規受注のきっかけや、人手・人材不足に悩む中小企業の採用における求心力となる。＜事例 2＞

＜企業事例 1＞

穴織カーボン(株)（大阪府高槻市：資本金 5,000 万円、従業員 96 名）

大手家電メーカーから炊飯器製造の契約を打ち切られたことを機に、OEMのみの事業体からの脱却を決意。デザイナーと連携して加工技術を活かした世界初のカーボン無水調理鍋を開発し、国内外に販路を開拓



2. 中小企業のイノベーション創出に必要な支援

- 特に地方都市で人手不足が深刻化する中、中小企業が専門人材を確保することは困難。デザイナーなど外部専門家の活用（兼業・副業）も有効であり、これを可能とする補助金の拡充。
- 成長加速マッチングサービス等による、イノベーションに取り組む事業者への資金繰り支援の充実（エクイティ等による多様な資金調達手段の確保、中小向け投資ファンドとのマッチング機会の創出等）。
- イノベーションプロデューサーのような専門家等とのマッチング機会の創出に加え、好事例の展開による経営者のイノベーション・マインドの醸成。

＜企業事例 2＞

(株)千石（兵庫県加西市：資本金 9,600 万円、従業員 362 名）

高性能な自社製品（アラジン等）を持ち、国内外に事業展開。商品を知り、事業内容に関心を持った県外の学生も採用に応募する。



以上