

※第1回 小規模事業者の「稼ぐ力」の強化に向けた諸課題に関する検討会 資料3

主な論点案 (事務局資料)

令和8年2月3日

中小企業庁 経営支援部 小規模事業振興課

検討会における議論のスコープ

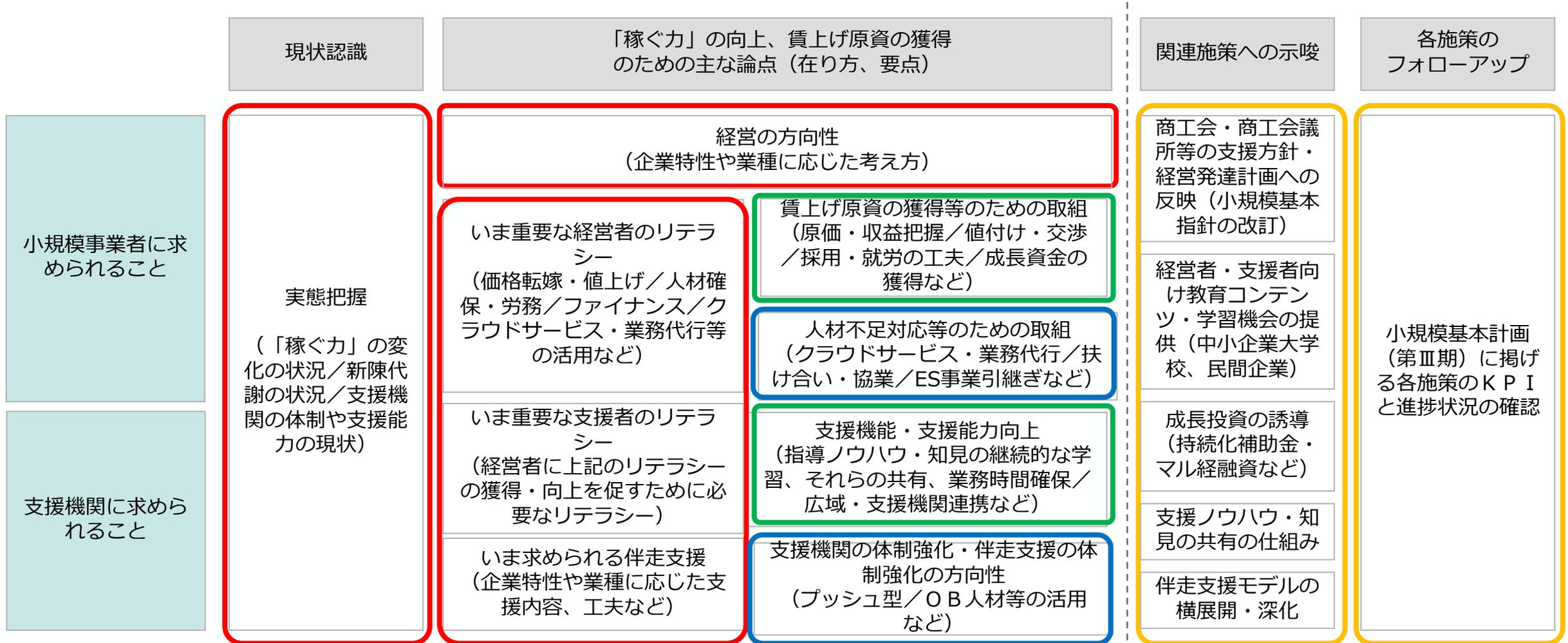
第1回で議論

第2回で議論

第3回で議論

第4回で議論

※各回の議論の目安を示したものの。各テーマは相互に関係する。



主な論点（案）

①小規模事業者の経営の方向性による区分

- 小規模事業者の多様性を踏まえ、**小規模事業者全般と経営者が成長志向である小規模事業者を分けて、事業者の特徴や適切な支援措置のあり方などを議論**してはどうか。その際、成長志向の小規模事業者の目指す売上高は、業種や立地環境により様々だが、施策の検討にあたり1億円と置いてはどうか。なお、売上高1億円は絶対視するものではなく、例えば、製造業では、その先の水準を目指すこともあり得るのではないか。
- 主な成長要因を踏まえ、稼ぐ力の向上や人材不足への対応等のために、効果的な取組とは何か。

項目	主な成長要因
経営者	・ 経営計画・事業計画の作成、金融機関との融資交渉（言語化する過程の気づき、試行錯誤、自社・競合・市場の分析） ・ 諸計画の認定（モチベーション向上・自信） ・ 支援機関（無料）への積極的な相談、情報収集
ヒト	・ 採用の工夫（求める人材の明確化、ミスマッチ回避） ・ 安心・安全な就労環境の整備 ・ 会計・受発注・人事等に係るクラウドサービスや業務代行サービスの活用 ・ 業務の標準化・マニュアル化 ・ 商工団体や地域内での助け合い／協業
モノ	・ 値上げ（適切な値付け）／価格転嫁（原価計算） ・ 経営計画に敵った設備投資 ・ 工程のデジタル化・機械化（コスト低減、管理の質の向上） ・ 在庫管理改善／廃棄の削減
カネ	・ 成長資金（設備投資、販路開拓等）の調達 ・ 補助金等の積極活用
コト	・ 競合との差別化、多角化、新事業進出・販路開拓、技術力・企画力向上 ・ 需要の引き込み、SNS等の情報発信、EC活用

- 廃業等により地域住民の生活に大きな影響が予想される**小売や飲食など地域住民の生活に欠かせないサービス（エッセンシャル・サービス）**に対し、**どのような施策**を講じることが適切か。

主な論点（案）

②小規模事業者にとっての経営リテラシー

- それぞれのグループの**経営者にとって優先度の高いリテラシー（ノウハウ・コツ）**とは何か。全ての小規模事業者にとっての基礎的な領域と、成長志向の小規模事業者にとって追加的に必要な領域があるのではないか。
- 基礎的な領域は、原価・収益把握、価格転嫁・値上げ、決済や会計のクラウドサービスの活用などが該当するか。また、成長志向の事業者に追加的に必要となるのはどのような領域か。
- それらの**リテラシーをどのように習得することが適当か**。経営者や企画スタッフに対する研修の充実を図るとともに、参加する余裕がない経営者を念頭に、**経営指導員等を通じて間接的にリテラシーを高める**ことが現実的ではないか。
- **経営計画***について、**小規模事業者全般にとっての基礎的な要素と、成長志向の小規模事業者にとって追加的に必要な要素とはなにか**。それぞれ**内容や深みに違いはあるか**。

※経営計画には一般的に、あるべき姿・目標、外部環境・自社分析、経営課題、打ち手、行動・実行手順、資金調達、進捗・目標管理などの要素が含まれるものと考えられる。

③経営指導員等の支援者にとってのリテラシー

- 経営者に②のリテラシーの獲得・向上を促すために、**経営指導員等の支援者にとって必要性・重要性の高いリテラシー（支援能力・ノウハウ・コツ）**とは何か。
- 経営者／支援者のリテラシー向上のため**教育コンテンツや学習機会の提供方法の工夫**はあるか。
 - ・ 価格転嫁・値上げ、人材不足対応等に関する実現例や、導入効果のあるサービスに関する情報について、継続的に教育コンテンツとして提供する仕組み
 - ・ 中小企業大のオンライン研修、動画研修、出張研修等の充実
 - ・ 民間のオンライン動画学習サービスの活用、小規模事業者向けの提供のための連携など

主な論点（案）

④ 伴走支援体制の強化

- 小規模事業者向けの伴走支援の要素は、**経営者の意欲喚起、経営計画等の策定支援、専門家と連携した課題解決、継続フォロー**、であるのか。**業種特性や経営の方向性に応じて、適切な伴走支援の取組内容や実施期間に違いはあるのか。特にリソースを投入すべきなのはどのような企業か。また、実務上の工夫・効率化の余地はあるか。**
- 支援リソースに限りがある中での**プッシュ型**の働きかけとして有効な方策は何か。
 - 巡回相談（訪問・電話・メール・SNS）のため、**OB人材や若手専門家等の活用、商工会・商工会議所、地方金融機関、認定支援機関等のネットワークの活用**
 - **SNS等のターゲティング広告、地方紙広告、事業者の導線における広告等、広報活用**
 - 自治体連携型補助金を活用した**伴走支援モデルの横展開**
 - 司令塔役の設定、各支援機関の役割分担、情報共有・引継ぎルールの設定など
- 支援体制の強化に向けて有効な方策は何か。
 - **広域経営指導員を核とした広域連携や支援機関・金融機関間連携の推進、実例や要諦の横展開**
 - **経営指導員等の業務時間の確保、指導力向上のための取組（指導ノウハウ・知見のDB化と共有のためのシステムなど）**
 - **重点支援地方交付金等を活用した、支援リソースの拡充**