

## 第2章 中小企業・小規模事業者施策の認知度、活用状況、評価

我が国において、中小企業・小規模事業者施策は、毎年度、国、都道府県、市区町村等の行政機関によって、企画立案・実施されている。他方で、中小企業・小規模事業者にとって真に必要な中小企業・小規模事業者施策に関する情報（以下「施策情報」という）が、適時適切に中小企業・小規模事業者に届いているかという点、必ずしもそうとは言えない。しかしながら、日本経済を活性化させるためには、地域経済を支える 385 万の中小企業・小規模事業者、とりわけ 334 万の小規模事業者が元気になっていかなければならない。そのためにも、まずは、中小企業・小規模事業者に施策情報をしっかりと届けていくことが重要となる。

本章では、以上のような問題意識に基づき、中小企業・小規模事業者、中小企業支援機関<sup>1</sup>、自治体の3つの視点から、中小企業・小規模事業者施策の認知度、活用状況、評価について、それぞれ分析していく。

---

<sup>1</sup> 「中小企業支援機関」とは、全国商工会連合会、日本商工会議所、中小企業団体中央会等の既存の中小企業支援機関に加えて、認定支援機関等も含む。

## 第1節 中小企業・小規模事業者の施策認知度、活用状況、評価

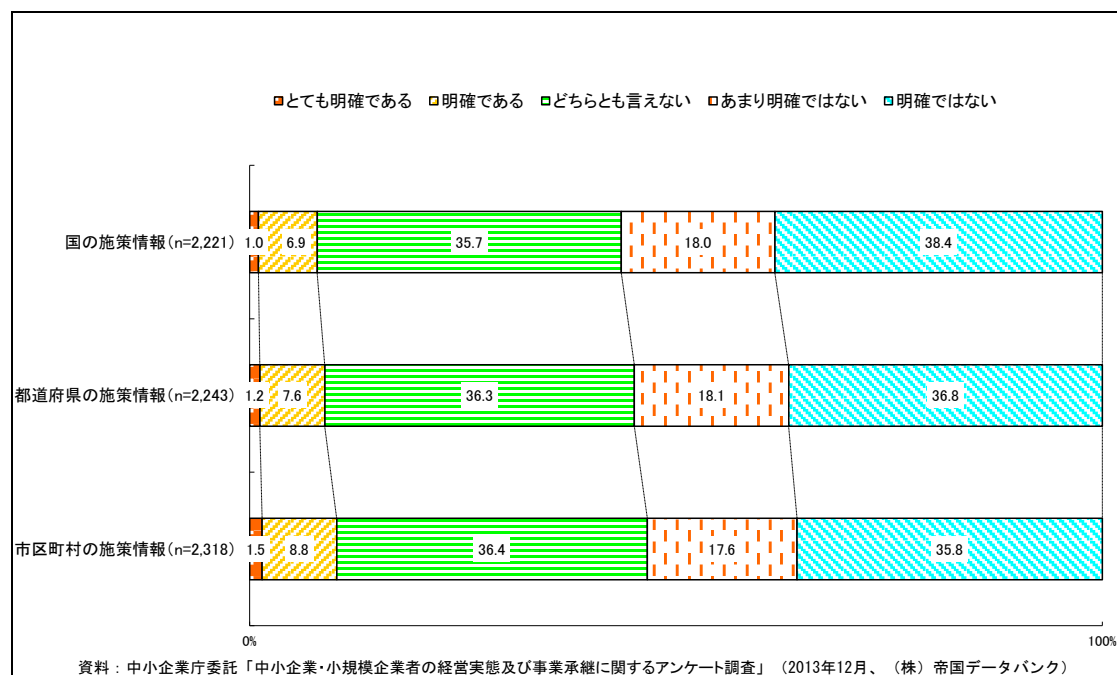
本節では、中小企業・小規模事業者の視点から、中小企業・小規模事業者施策が、どのように認知され、活用され、評価されているのかについて、分析を行うとともに、中小企業・小規模事業者に最終的に施策情報が届くまでの課程でどのような問題が生じているのかを確認し、その解決策を考えていく。

### ●中小企業・小規模事業者の施策認知度

中小企業・小規模事業者施策が、中小企業・小規模事業者に効果的に活用されるための重要な前提条件として、施策情報が中小企業・小規模事業者認知されることが必要である。そこでまず、施策情報の入手先の明確さ、入手先、入手方法という3つの観点から、中小企業・小規模事業者の施策情報の入手経路について見ていくこととする。

まず、施策情報の入手先の明確さについて見てみる（第4-2-1図）。中小企業・小規模事業者は、どの行政機関の施策情報であっても、入手先が「とても明確である」もしくは「明確である」と回答した割合は1割程度であり、「明確でない」もしくは「あまり明確でない」と回答した割合が約5～6割となっている。したがって、中小企業・小規模事業者には、施策情報の入手先は明確ではなく、どこから施策情報を入手すればいいのか、明確に認識されていないといえる。

第4-2-1図 中小企業・小規模事業者施策の情報入手先の明確さ



中小企業・小規模事業者にとって、施策情報の入手先が明確ではないことは確認できた。それでは、施策情報の入手先が明確ではない中でも、施策情報を入力している中小企業・小規模事業者は、どこから施策情報を入力しているのだろうか。

第 4-2-2 図は、国の施策情報における、中小企業・小規模事業者の施策情報の入手先を示したものである。これを見ると、中小企業・小規模事業者は、現在、どの行政機関の施策情報についても、「入手していない」とする割合が最も高くなっている。しかし、今後の施策情報については、「入手しない」とする割合は低下していることから、中小企業・小規模事業者の中には、施策情報を入力したいという意欲はあるものの、施策情報が届いていない、もしくはどこで入手したらいいかわからない事業者が存在することが分かる。他方で、施策情報の入手先として、現在及び今後、「中小企業支援機関」から、施策情報を入力している（したい）とする割合が相対的に高くなっており、中小企業・小規模事業者にとって身近な中小企業支援機関の果たす役割が大きいことが分かる。

また、市区町村及び都道府県の施策情報についても同様のことがいえることから<sup>2</sup>、中小企業支援機関が、国・都道府県・市区町村まで含めた施策情報を一元的に把握できていれば、中小企業・小規模事業者に対して一元的な情報提供が可能となる。そのため、「ミラサポ<sup>3</sup>」や、「ミラサポ」上に構築された、国・都道府県・市区町村の施策を一覧できる「施策マップ<sup>4</sup>」による施策情報の発信を積極的に行い、中小企業支援機関の施策情報の一元的把握をサポートしていくことが求められる。さらに、2014 年度に設置予定の「よろず支援拠点<sup>5</sup>」も、中小企業・小規模事業者に対して一元的に施策情報を提供する窓口となることで、中小企業・小規模事業者に対して、重層的かつ丁寧な施策情報の提供が可能となる。

---

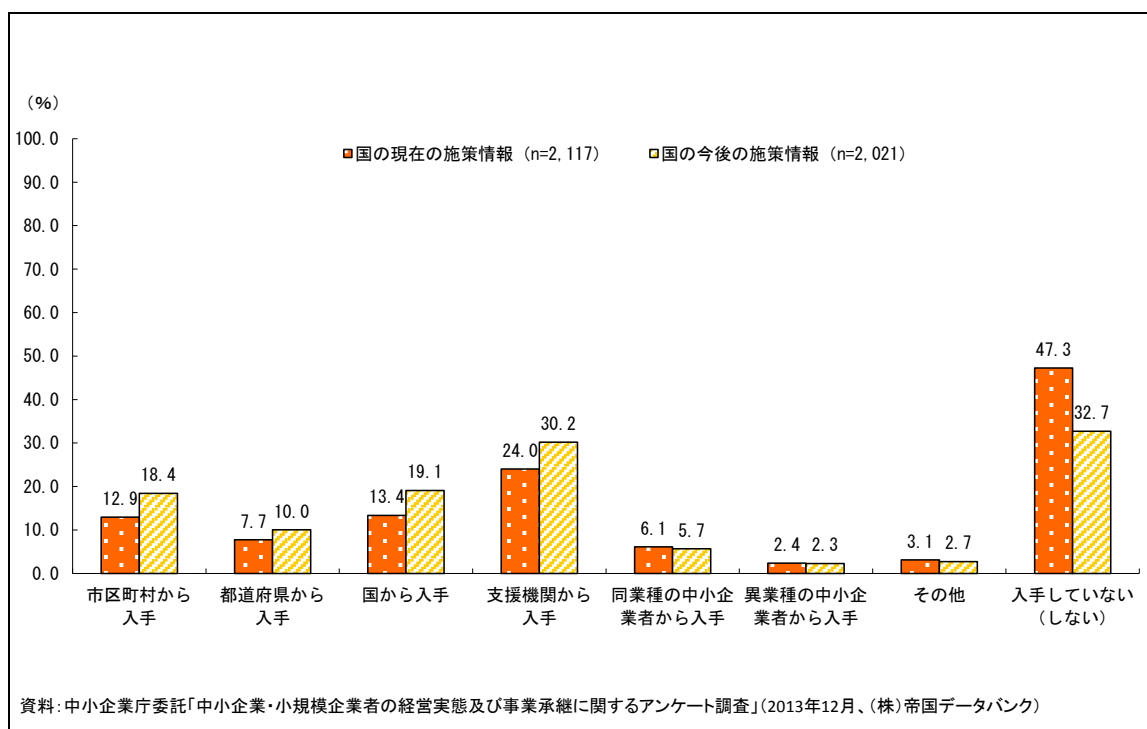
<sup>2</sup>市区町村、都道府県の施策情報の入手先については、国の施策情報の入手先と同様の結果が得られたため、ここでは割愛し、付注 4-2-1、付注 4-2-2 に掲載することとする。

<sup>3</sup>「ミラサポ」については、コラム 4-1-1 の第 4-1-1①図を参照。

<sup>4</sup>「施策マップ」については、コラム 4-1-1 を参照。

<sup>5</sup>「よろず支援拠点」については、第 4 部第 1 章第 4 節を参照。

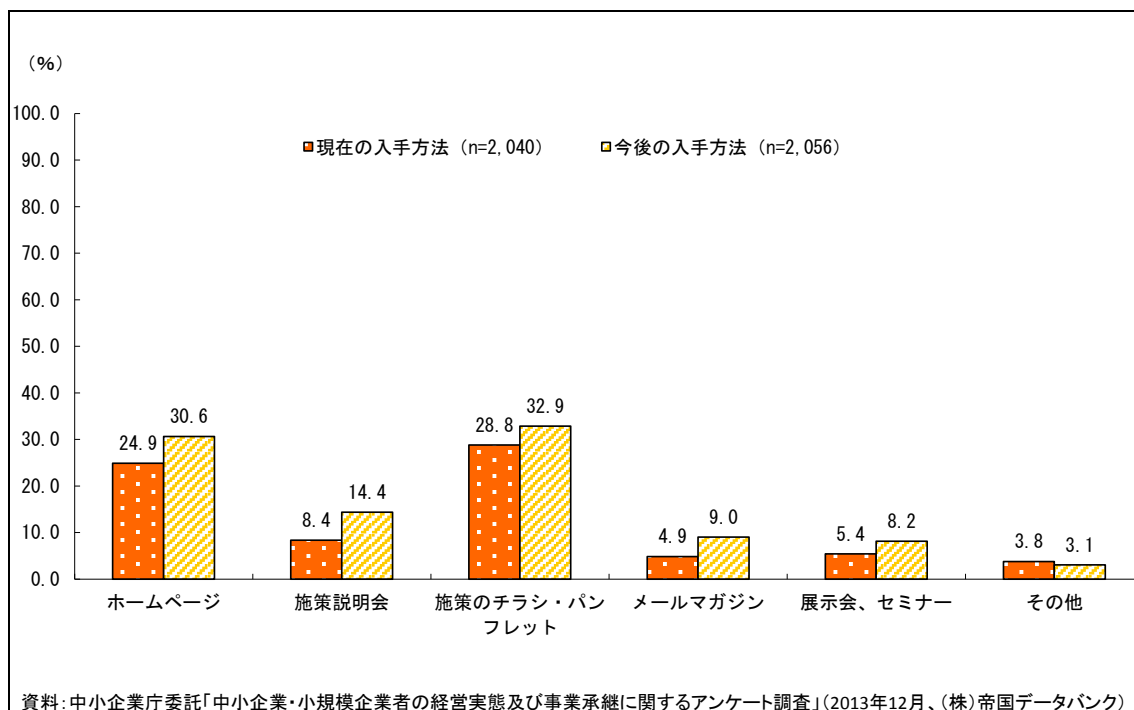
## 第 4-2-2 図 国の中小企業・小規模事業者施策情報の入手先



続いて、国の施策情報の入手方法について、第 4-2-3 図を見てみると<sup>6</sup>、中小企業・小規模事業者は、現在の施策情報の入手方法として、「ホームページ」や「施策のチラシ・パンフレット」を活用している割合が高く、また、今後も活用したいとする割合についても同様に高くなっている。したがって、今後、ホームページや施策のチラシ・パンフレットによる施策情報の伝達を促進していくことが重要であり、特に、情報を迅速に伝えられるホームページでは、「ミラサポ」や「施策マップ」を活用することで、中小企業・小規模事業者に対して、内容、質ともに充実した施策情報を早期かつ積極的に届けていくことが求められる。また、今後の施策情報の入手方法として、「施策説明会」を活用したいとする割合も高まっており、中小企業・小規模事業者に対する施策情報の説明の機会をより一層増やしていくことが求められる。これに対しては、これまでは主に都道府県向けに行われてきた施策説明会を、市区町村や中小企業支援機関向けにも開催することで、中小企業・小規模事業者にとって、より身近な場所で、かつ、Face to Faceで施策情報を届けられる環境を全国津々浦々で構築していくことが求められる。

<sup>6</sup>市区町村、都道府県の施策情報の入手方法については、国の施策情報の入手方法と同様の結果が得られたため、ここでは割愛し、付注 4-2-3、付注 4-2-4 に掲載することとする。

### 第 4-2-3 図 国の施策情報の入手方法



ここまで、中小企業・小規模事業者が施策情報を入手する段階において、入手先の明確さ、入手先、入手方法という 3 つの観点から、施策情報の入手経路について見てきた。以下、中小企業・小規模事業者が仮に施策情報を入手できたという前提に立って、中小企業・小規模事業者に届いた施策情報が、中小企業・小規模事業者にはどのように感じられているのかを、情報量、情報を得られるタイミング、情報のわかりやすさという 3 つの観点から見ていく。

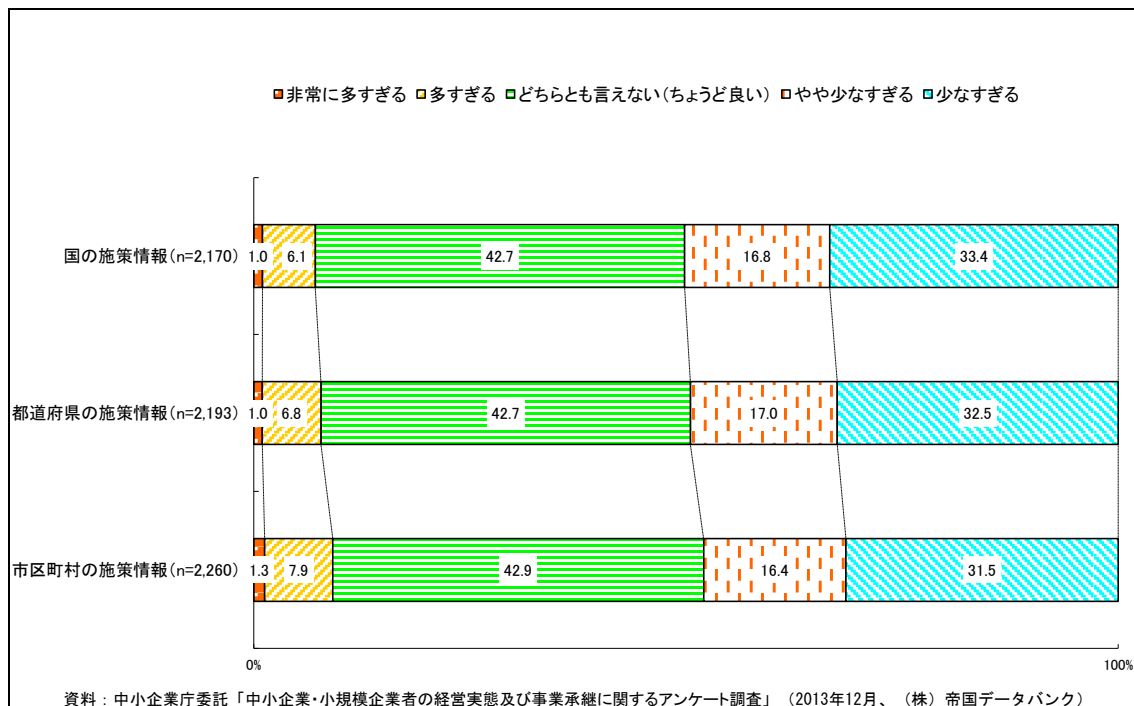
まず、施策情報の情報量について、第 4-2-4 図を見ると、約 4 割の中小企業・小規模事業者が、「どちらとも言えない（ちょうど良い）」と回答しており、情報量は適切であると考えている中小企業・小規模事業者がある程度はいることが確認できる。その一方で、行政機関の中小企業・小規模事業者施策は数多くあるにもかかわらず、情報量が、「非常に多すぎる」もしくは「多すぎる」と回答した割合が約 1 割であるのに対して、約 5 割の中小企業・小規模事業者が、「少なすぎる」もしくは「やや少なすぎる」と回答したことは意外な結果と言える。つまり、情報量が多すぎて情報を処理し切れていないというよりはむしろ、入手できる情報量が少ないという理由で、施策情報が中小企業・小規模事業者には伝わっていない可能性がある。

次に、施策情報を得られるタイミングについて見てみると(第 4-2-5 図)、中小企業・小規模事業者の約 5 割が、施策情報を「タイムリーに得られない」もしくは「あまりタイムリーに得られない」と回答しており、「とてもタイムリーに得られる」もしくは「タイムリーに得られる」と回答した割合が 1 割にも満たない。このことから、中小企業・小規模事業者には時宜を得た施策情報が届いていないことが分かる。

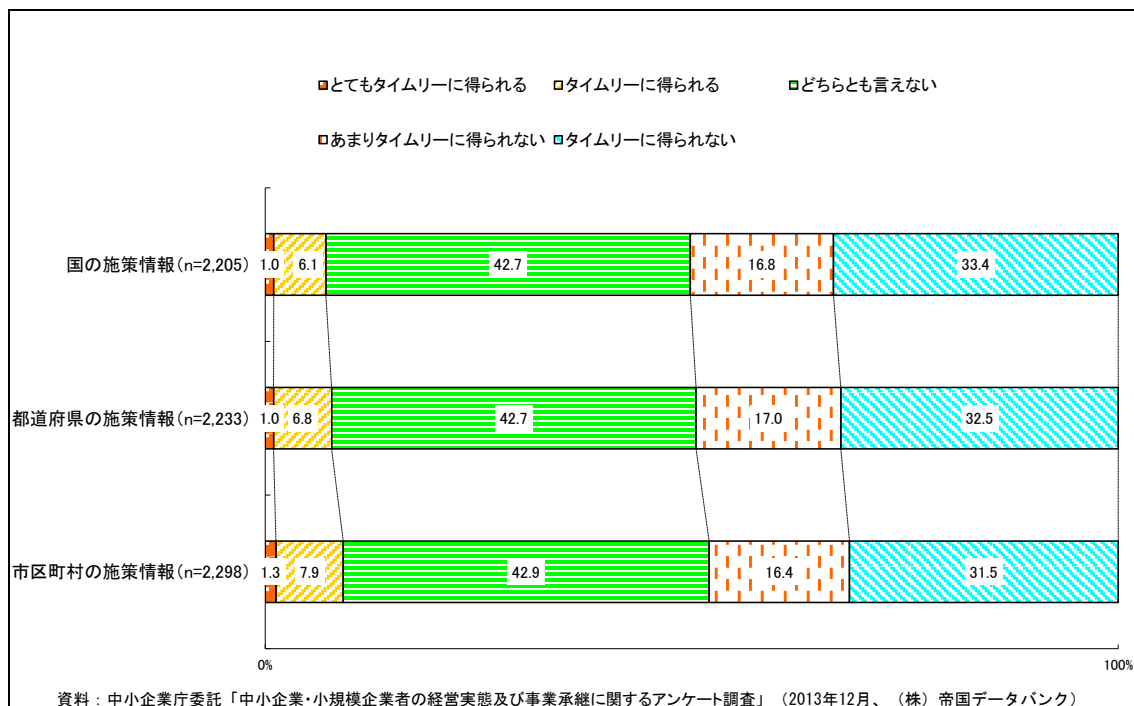
続いて、施策情報のわかりやすさについても見ていくと(第 4-2-6 図)、中小企業・小規模事業者の約 5 割が、施策情報が「わかりにくい」もしくは「ややわかりにくい」と回答しており、「とてもわかりやすい」もしくは「わかりやすい」と回答した割合が 1 割にも満たない。したがって、仮に時宜を得た施策情報を入手できたとしても、その施策情報が中小企業・小規模事業者にとっては、わかりにくい情報となっている可能性がある。

情報量が少ない、時宜を得た施策情報が届いていないという問題に対しては、やはり、「ミラサポ」、「施策マップ」を活用して、内容、質ともに充実した施策情報を届けていくことが求められる。それと同時に、情報のわかりにくさという問題を解消するために、中小企業庁では、実際に施策を企画立案した担当者が、当該施策の内容を説明した様子を動画に収め、それを「ミラサポ」の動画にアップすることを検討している。施策を企画立案した担当者が、当該施策を企画立案するに至った背景や思い等も併せて語ることで、当該施策の支援内容もより一層分かりやすくなると期待している。

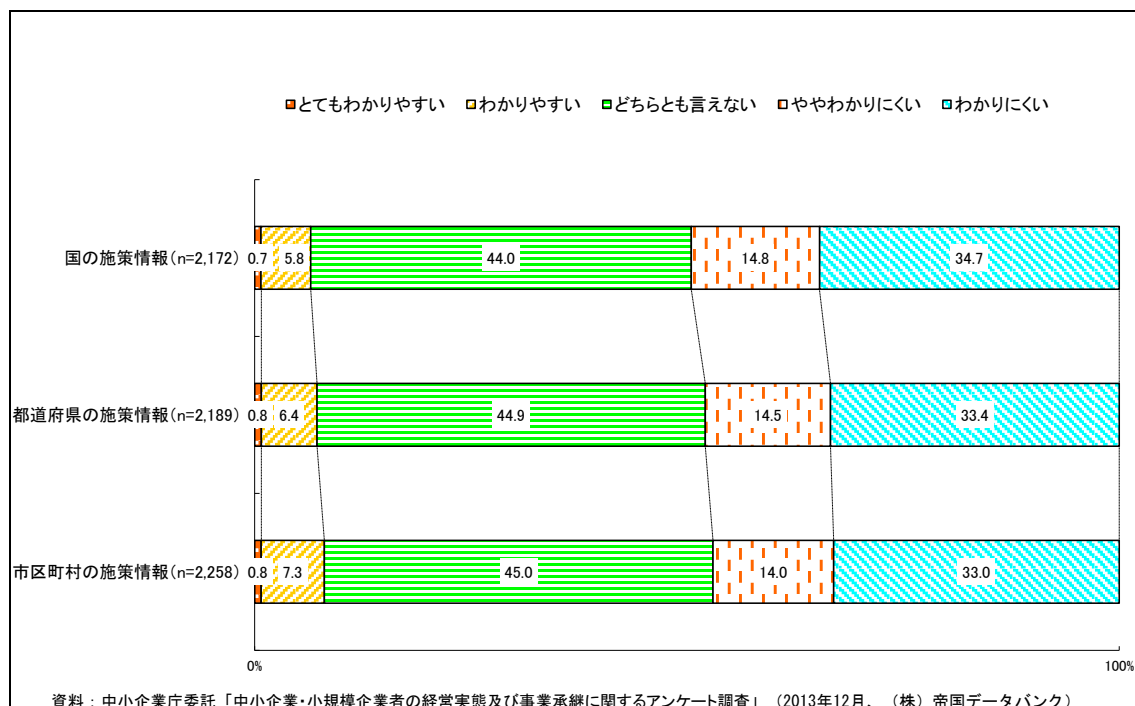
第 4-2-4 図 中小企業・小規模事業者施策の情報量



第 4-2-5 図 中小企業・小規模事業者施策の情報を得られるタイミング



第 4-2-6 図 中小企業・小規模事業者施策の情報のわかりやすさ



## ●中小企業・小規模事業者の施策活用状況、評価

以上で見てきたように、中小企業・小規模事業者が施策を認知するまでの過程において、様々な課題があることが分かった。

では次に、中小企業・小規模事業者による、中小企業・小規模事業者施策の活用状況とその評価について見ていくこととする。

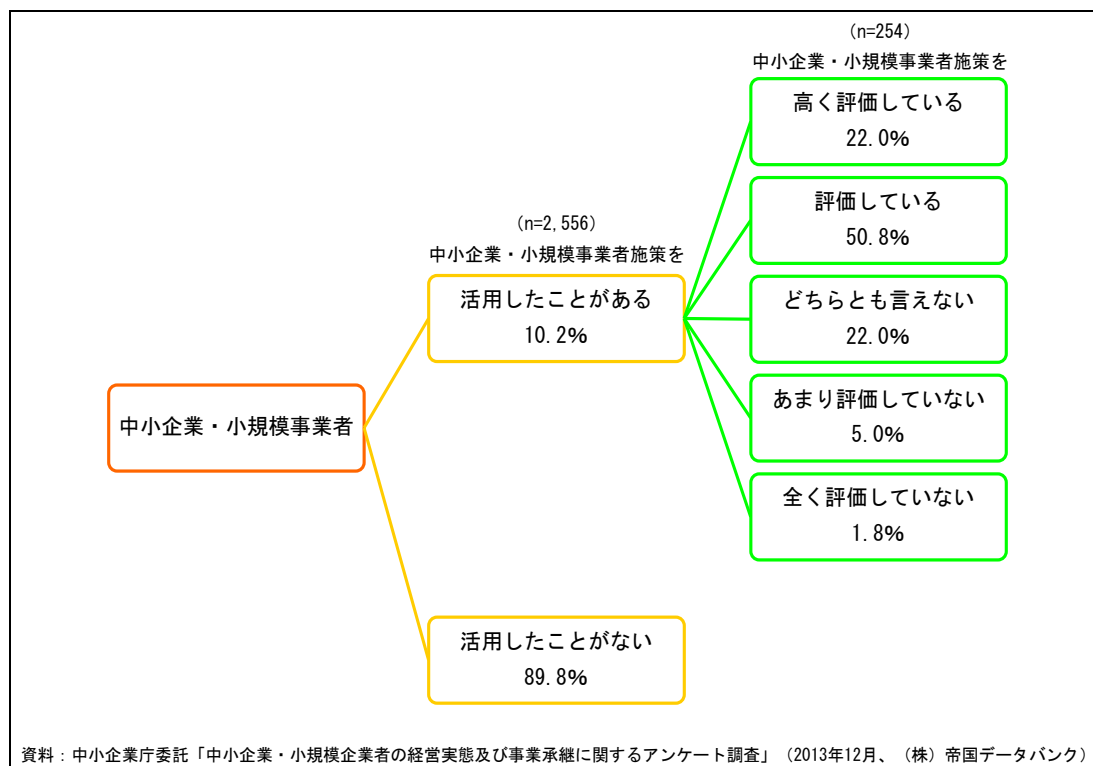
第 4-2-7 図は、国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価を示したものである<sup>7</sup>。実際に施策を「活用したことがある」と回答した中小企業・小規模事業者は約 1 割、施策を「活用したことがない」と回答した事業者は約 9 割という結果となった。他方で、実際に施策を「活用したことがある」と回答した中小企業・小規模事業者に対して、施策の評価を聞いてみると、約 7 割が「高く評価している」もしくは「評価している」と回答しており、「全く評価していない」もしくは「あまり評価していない」と回答した割合は 1 割にも満たない。このことから、実際に施策を活用したことがある中小企業・小規模事業者は、施策をある程度は評価していると言える。

<sup>7</sup>市区町村、都道府県の中小企業・小規模事業者施策の活用状況・評価については、国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況・評価と同様の結果が得られたため、ここでは割愛し、付注 4-2-5、付注 4-2-6 に掲載することとする。



したがって、今後は、施策を活用したことのない中小企業・小規模事業者に対して、しっかりと施策情報を届け、実際に施策を活用してもらうことが重要といえよう。

第 4-2-7 図 国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価



第 1 節を通じて、中小企業・小規模事業者の中小企業・小規模事業者の施策認知度、活用状況、評価を見てきたわけであるが、中小企業・小規模事業者の中には、そもそも施策情報を入手していない事業者が多数存在している。しかし、施策情報を入手していない事業者が施策情報を入手する意欲がないかと言えば、必ずしもそうとは言い切れない。一方で、施策情報を入手したとしても、情報量、情報を得られるタイミング、情報のわかりやすさという点で、様々な課題があるのが実情である。しかし、実際に施策を活用する段階まで到達した事業者について見てみると、中小企業・小規模事業者施策を評価している割合は高い(約 7 割)。したがって、今後、「ミラサポ」等の IT ツールをフルに活用しつつ、経済産業局、都道府県や市区町村、中小企業支援機関等が一元的な施策情報を提供することで、中小企業・小規模事業者にしっかりと施策情報を届けていくとともに、実際に施策を活用してもらうことが今後の課題といえる。

## 第 2 節 中小企業支援機関の施策認知度、活用状況、評価

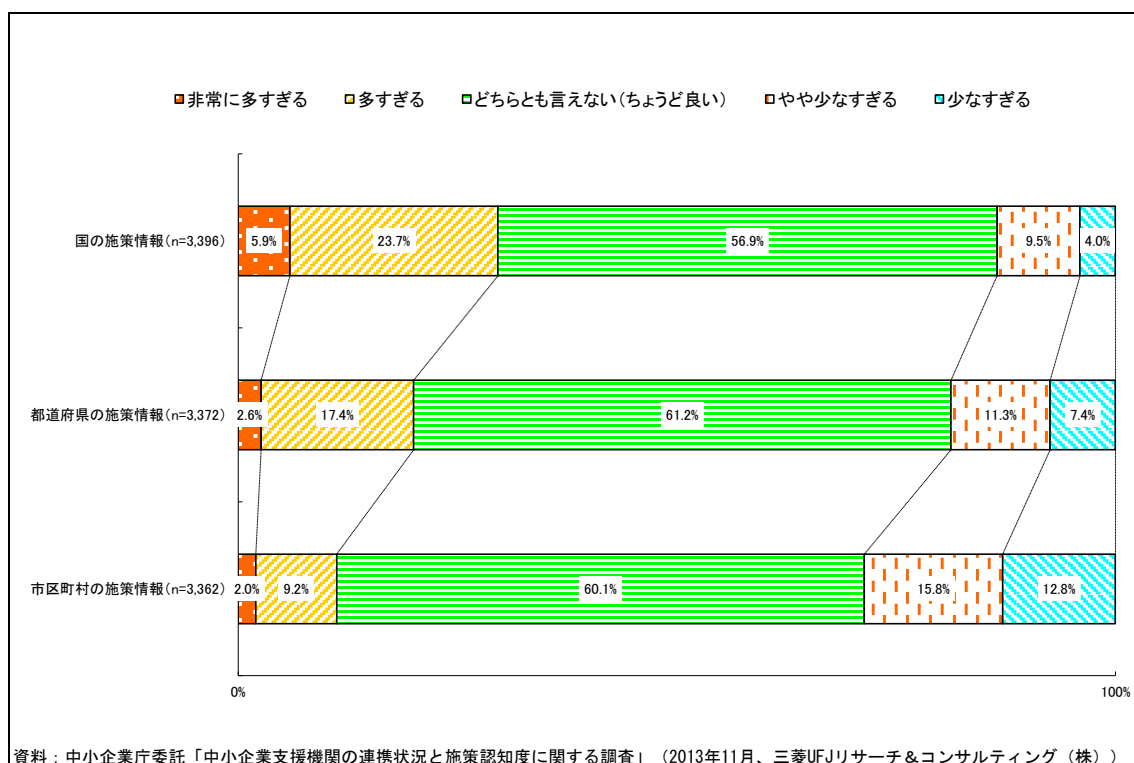
本節では、中小企業支援機関の視点から、中小企業・小規模事業者施策が、どのように認知され、活用され、評価されているかについて、分析を行うとともに、中小企業・小規模事業者と行政機関の仲介役として重要な役割を担う中小企業支援機関に、施策情報が届く課程でどのような問題が生じているのかを確認し、その解決策を考えていく。

### ● 中小企業支援機関の施策認知度

中小企業支援機関が、中小企業・小規模事業者を支援するに際しては、行政機関が実施する中小企業・小規模事業者施策を活用することが主となろう。したがって、中小企業支援機関に施策情報が適時適切に伝わっていないことが、中小企業・小規模事業者に施策情報が適時適切に伝わっていないということになる可能性が高い。その意味においては、中小企業・小規模事業者と同様に、中小企業支援機関にも、施策情報をしっかりと認知してもらうことが極めて重要であるといえる。そこでまず、施策情報の入手先の明確さ、入手先、入手方法という 3 つの観点から、中小企業支援機関の施策情報の入手経路について見ていくこととする。

まず、施策情報の入手先の明確さについて、第 4-2-8 図を見てみると、国及び都道府県の施策情報については、入手先が「明確ではない」もしくは「あまり明確ではない」と回答した割合が約 2 割、施策情報の入手先が「とても明確である」もしくは「明確である」と回答した割合が約 5 割となっている。したがって、中小企業支援機関にとって、国及び都道府県の施策情報の入手先はある程度は明確であり、入手先が明確ではないために施策情報が認知できていないわけではないといえる。他方で、市区町村の施策情報については、入手先が「明確ではない」もしくは「あまり明確ではない」と回答した割合が約 3 割、施策情報の入手先が「とても明確である」もしくは「明確である」と回答した割合が約 4 割と拮抗しており、中小企業支援機関には、国及び都道府県の施策情報に比べて、市区町村の施策情報の入手先が明確ではないと認識されている。

第 4-2-8 図 中小企業・小規模事業者施策の情報入手先の明確さ



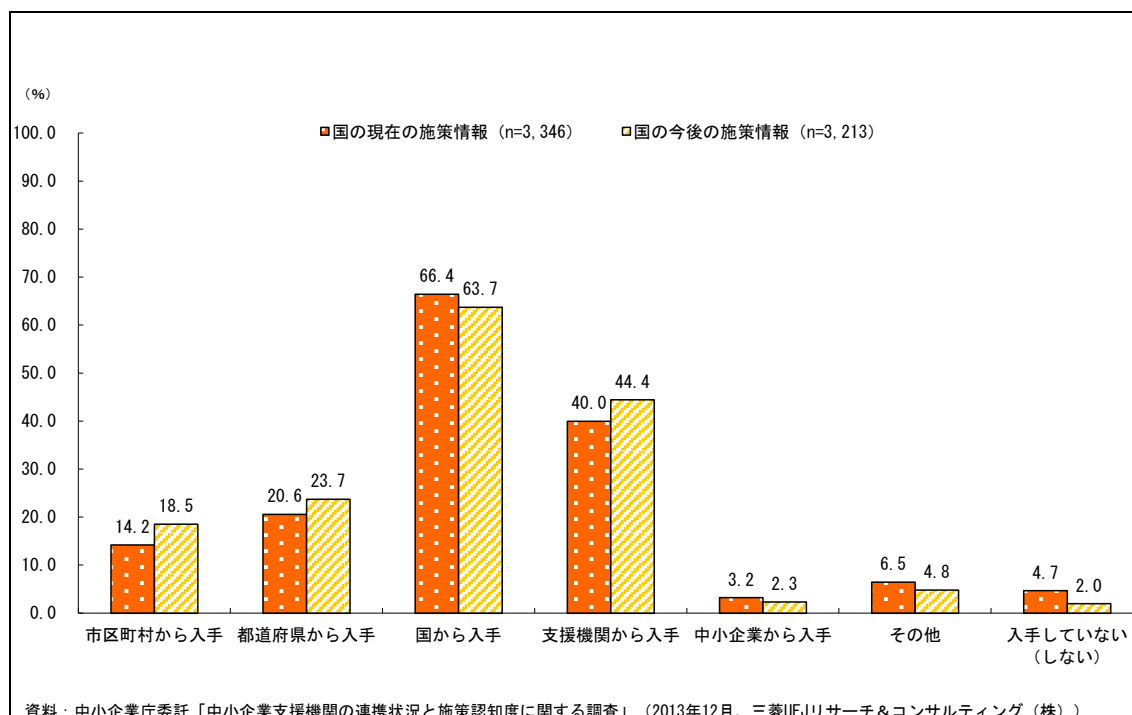
どの行政機関の施策情報であるかによって、施策情報の入手先の明確さにはばらつきはあるものの、中小企業支援機関にとって、施策情報の入手先はある程度は明確であることが分かった。それでは中小企業支援機関は具体的にどこから施策情報を得ているのだろうか。

第 4-2-9 図は、中小企業支援機関における、国の施策情報の入手先を示したものである<sup>8</sup>。これを見ると、現在及び今後、施策情報を「入手していない（しない）」という割合は非常に低くなっていることから、中小企業支援機関は、施策情報を入手しようと努力していることが分かる。そして、国の施策情報を「国」から、現在入手している、もしくは、今後入手しようとする割合が、約 6～7 割を占めており、中小企業・小規模事業者施策を実際に企画立案、実施している行政機関にアクセスし、そこから施策情報を直接入手しようとしていることが確認できる。また、中小企業支援機関が「中小企業支援機関」から、施策情報を現在入手している、もしくは、今後入手しようとする割合も高くなっている。このことから、中小企業支援機関同士がうまく連携し、お互いに把握できていない施策情報を交換、補完し合うことができるような体制を構築することも重

<sup>8</sup>市区町村、都道府県の施策情報の入手先については、国の施策情報の入手先と同様の結果が得られたため、ここでは割愛し、付注 4-2-7、付注 4-2-8 に掲載することとする。

要であるといえる。今後、経済産業局や「よろず支援拠点」等が、中小企業支援機関同士の連携や施策情報の共有化等の動きを支援していくことが求められる。また、中小企業支援機関が幅広く施策情報を認知していることが重要であるという意味においては、「施策マップ」を活用して、国・都道府県・市区町村の施策情報を一元的に中小企業支援機関に届けていくことが必要といえよう。

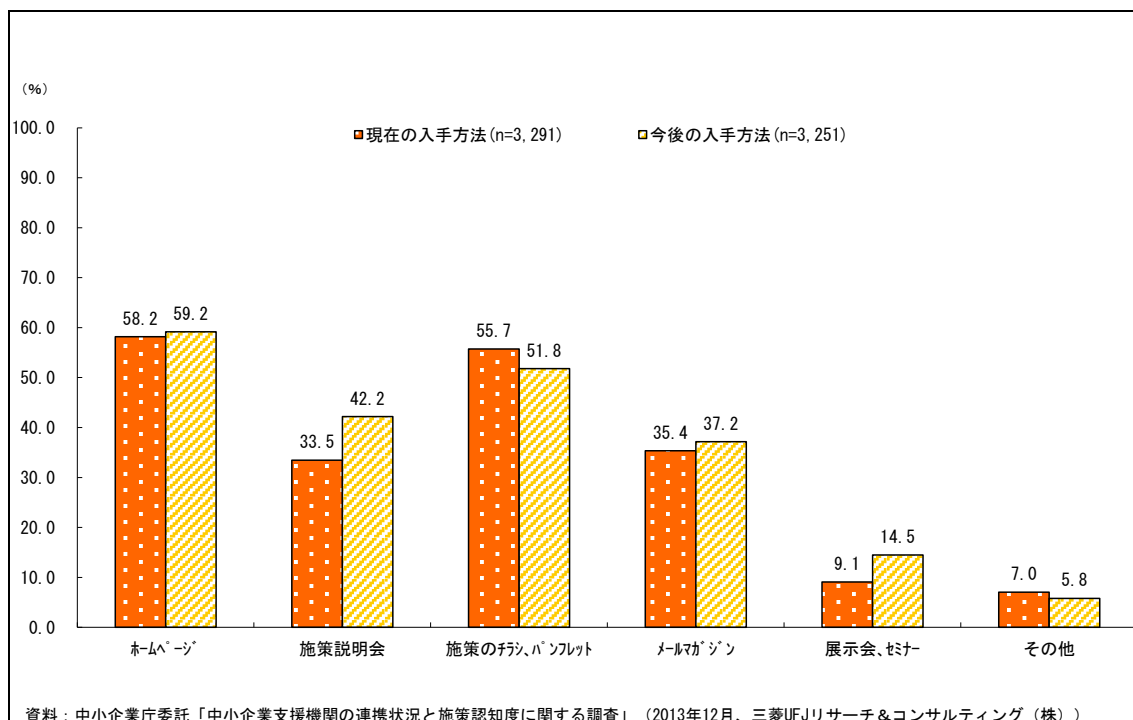
第 4-2-9 図 中小企業・小規模事業者施策の情報入手先



続いて、国の施策情報の入手方法について見てみる<sup>9</sup>と（第 4-2-10 図）、中小企業支援機関は、現在の施策情報の入手方法として、中小企業・小規模事業者と同様に、「ホームページ」や「施策のチラシ・パンフレット」を活用している割合が高く、また、今後も活用したいとする割合についても同様に高くなっている。また、今後の施策情報の入手方法として、「メールマガジン」や「施策説明会」を活用したいとする割合も高まっており、ホームページや施策のチラシ・パンフレットによる情報提供を基本としつつも、メールマガジンにより、中小企業・小規模事業者のみならず、中小企業支援機関に対してもタイムリーな情報を頻度よく提供すると同時に、前述したFace to Faceの施策説明会により、よりきめ細かな説明を行っていく必要がある。

<sup>9</sup>市区町村、都道府県の施策情報の入手方法については、国の施策情報の入手方法と同様の結果が得られたため、ここでは割愛し、付注 4-2-9、付注 4-2-10 に掲載することとする。

第 4-2-10 図 中小企業・小規模事業者施策情報の入手方法



中小企業支援機関が施策情報を入手する段階において、入手先の明確さ、入手先、入手方法という3つの観点から、施策情報の入手経路について見てきた。入手方法については、中小企業・小規模事業者とほぼ同様に、「ホームページ」や「施策のチラシ・パンフレット」を活用している割合が高い。しかし、中小企業・小規模事業者に比べて、情報の入手先は明確であり、実際に施策情報を入手している割合も高いことが分かった。それでは、以下、中小企業支援機関が施策情報を入手したという前提に立って、中小企業支援機関に届いた施策情報が、中小企業支援機関にはどのように感じられているのかを、情報量、情報を得られるタイミング、情報のわかりやすさという3つの観点から見ていく。

まず、施策情報の情報量について、第4-2-11図を見ると、情報量が「どちらとも言えない（ちょうどよい）」と回答した中小企業支援機関が約6割存在する一方で、「非常に多すぎる」もしくは「多すぎる」とする割合が、国の施策情報については約3割、都道府県の施策情報については約2割、市区町村の施策情報については約1割となっている。他方で、情報量が「少なすぎる」もしくは「やや少なすぎる」とする割合は、国の施策情報については約1割、都道府県の施策情報については約2割、市区町村の施策情報については約3割となっており、好対照な結果となっている。この結果から、国の施策情報については、

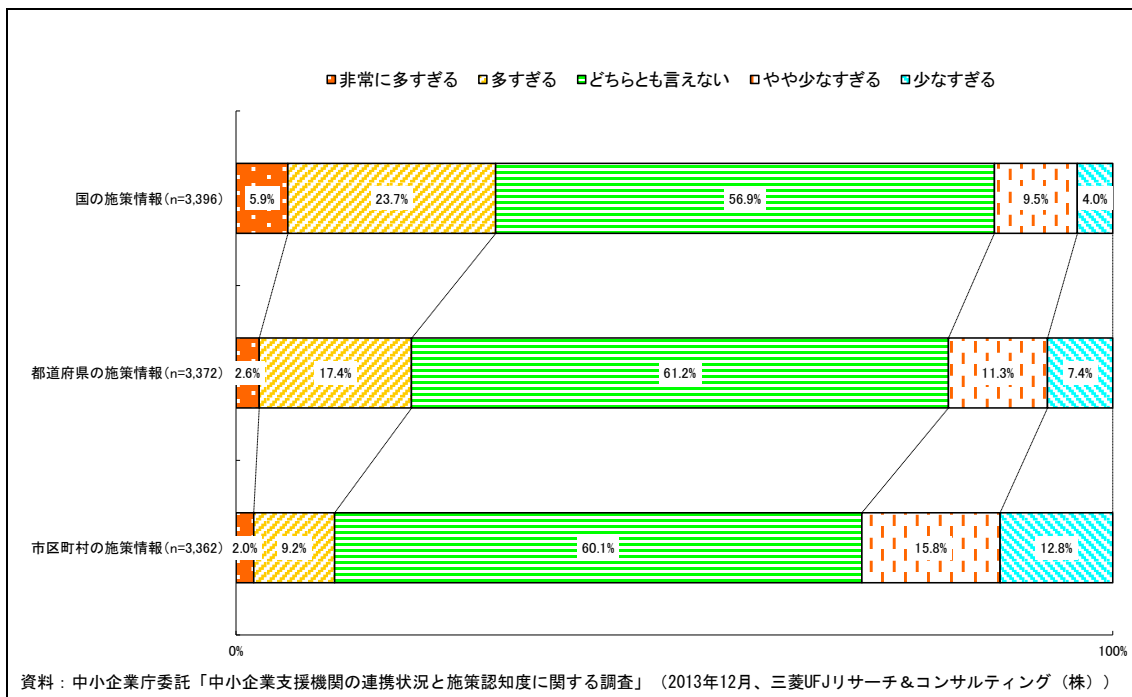
情報を整理してわかりやすくする工夫が必要であり、市区町村の施策情報については、わかりやすい情報を情報量を増やして広報していく必要があるといえよう。

また、施策情報を得られるタイミングについて見てみると(第 4-2-12 図)、国及び都道府県の施策情報については、「とてもタイムリーに得られる」もしくは「タイムリーに得られる」と回答した割合は約 4 割、「タイムリーに得られない」もしくは「あまりタイムリーに得られない」と回答した割合が約 2 割となっていることから、国及び都道府県の施策情報について、中小企業支援機関には相対的に時宜を得た情報が届いている。他方で、市区町村の施策情報については、「とてもタイムリーに得られる」もしくは「タイムリーに得られる」と回答した割合は約 4 割、「タイムリーに得られない」もしくは「あまりタイムリーに得られない」と回答した割合が約 3 割と拮抗していることから、中小企業支援機関には、国及び都道府県の施策情報に比べて、市区町村の施策情報はタイムリーに届いていないと認識されている。

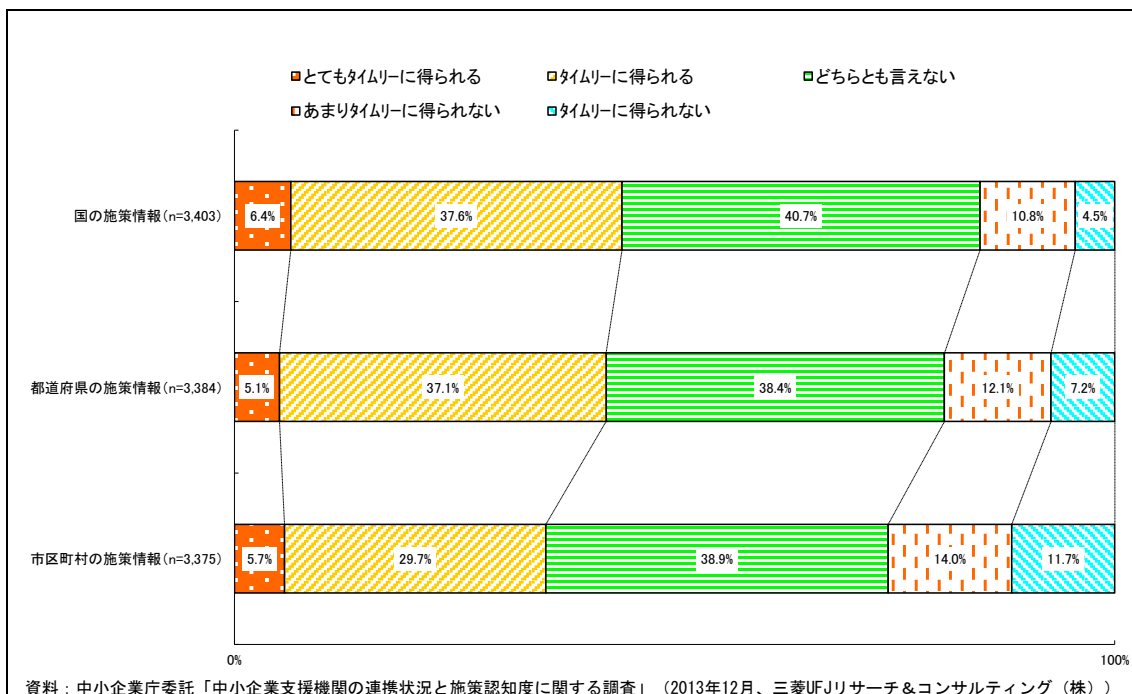
続いて、施策情報のわかりやすさについても見ていくと(第 4-2-13 図)、どの行政機関の施策情報であっても、「とてもわかりやすい」もしくは「わかりやすい」と回答した者の割合は約 3 割、「わかりにくい」もしくは「ややわかりにくい」と回答した者の割合も約 3 割と拮抗した結果となっている。したがって、時宜を得た施策情報を入手できたとしても、その施策情報が中小企業支援機関にとっては、わかりにくい情報になっている可能性がある。

情報量、情報を得られるタイミングという問題に対しては、やはり、「ミラサポ」、「施策マップ」を活用して、整理され、かつ、適切な量の施策情報をタイムリーに届けていくことが求められる。さらに、「メルマガ」を活用して、例えば、補助金の公募時期等をタイムリーに直接、中小企業支援機関に届けていくことが求められる。それと同時に、情報のわかりにくさという問題を解消するために、中小企業庁では、前述のように、実際に施策を企画立案した担当者が、動画で当該施策の内容のみならず、施策立案の背景や想いを説明するプロジェクトを進めようとしている。このような動きが、中小企業庁のみならず、他省庁や都道府県、市区町村にも広がっていくことを期待したい。

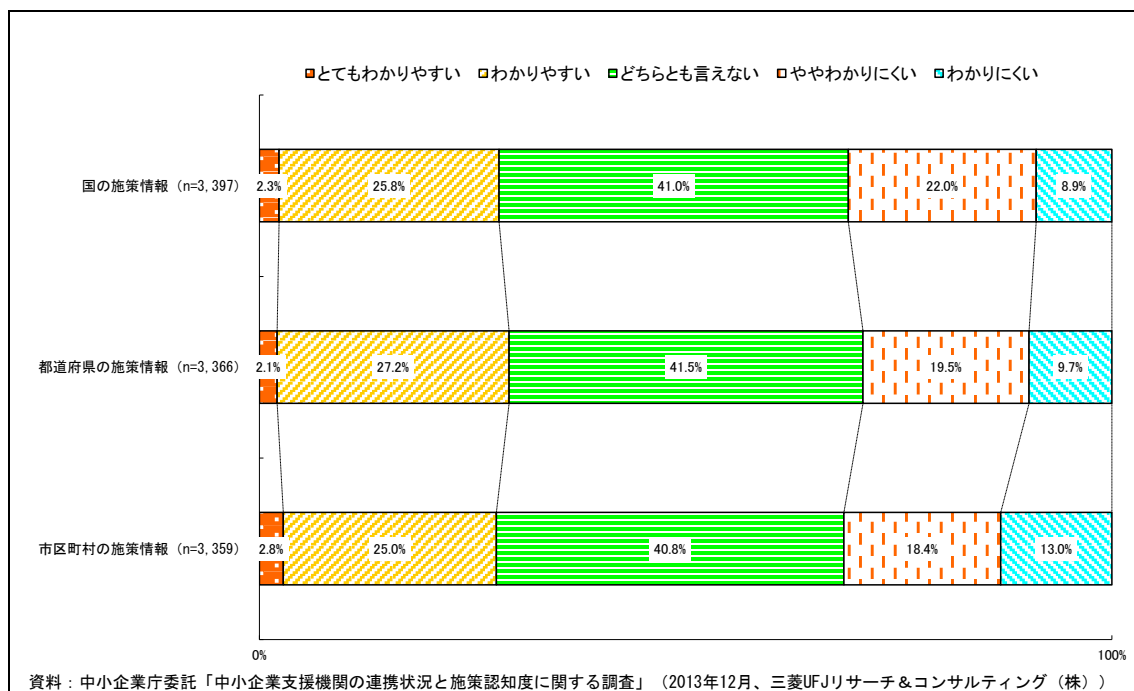
第 4-2-11 図 中小企業・小規模事業者施策の情報量



第 4-2-12 図 中小企業・小規模事業者施策の情報を得られるタイミング



第 4-2-13 図 中小企業・小規模事業者施策の情報のわかりやすさ





**●中小企業支援機関の施策活用状況、評価**

これまで見てきたように、中小企業支援機関が施策を認知する過程において、中小企業・小規模事業者が施策を認知する過程とは異なる課題があることが分かった。

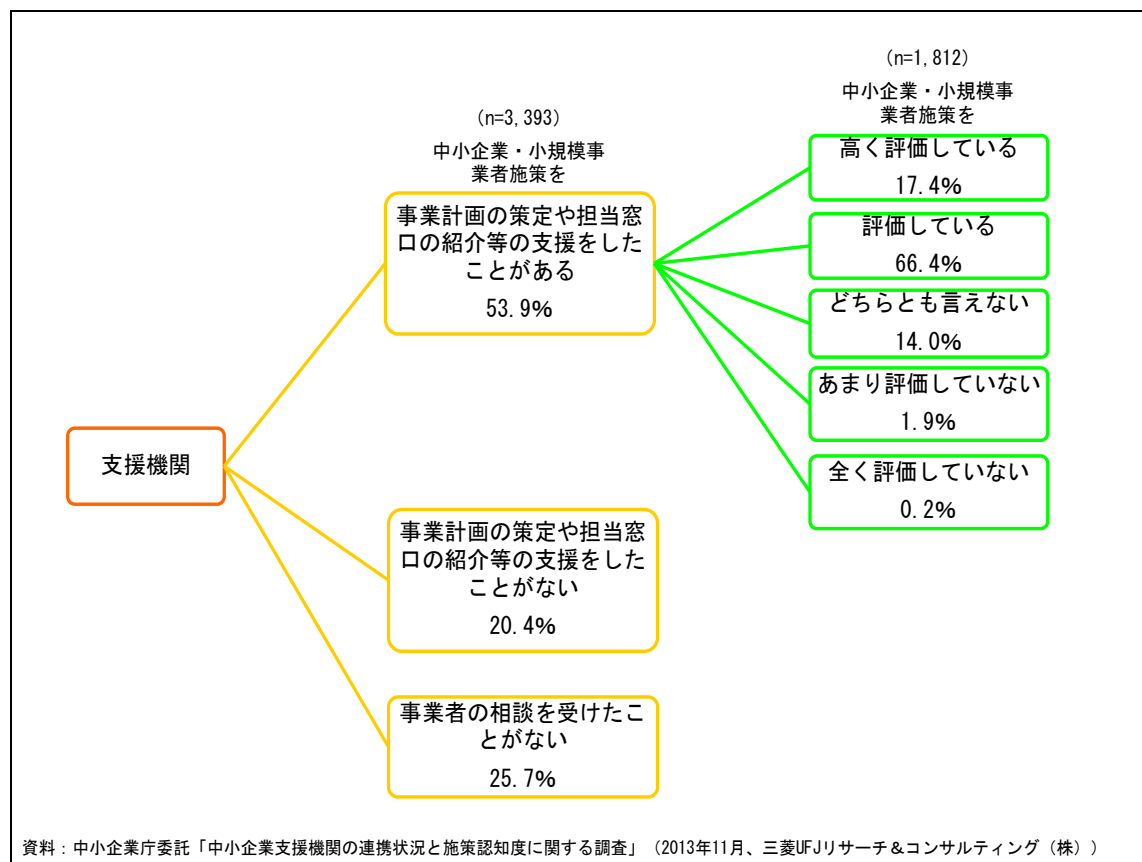
- そこで次に、中小企業支援機関による、中小企業・小規模事業者施策の活用状況と  
5 その評価について見ていくこととする。

第 4-2-14 図は、国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価を示したものである<sup>10</sup>。実際に「事業計画の策定や担当窓口の紹介等の支援をしたことがある」と回答した中小企業支援機関は約 5 割、「事業計画の策定や担当窓口の紹介等の支援をしたことがない」または「事業者の相談を受けたことがない」と回答した中小企業支援機関の割合はそれぞれ約 2 割、約 3 割という結果となった。他方で、実際に「事業計画の策定や担当窓口の紹介等の支援をしたことがある」と回答した中小企業支援機関に対して、施策の評価を聞いてみると、約 8 割が「高く評価している」もしくは「評価している」と回答しており、「全く評価していない」もしくは「あまり評価していない」と回答した割合は 1 割にも満たない。つまり、実際に事業計画の策定や担当窓口の紹介等の支援をしたことがある中小企業支援機関のほとんどが、施策をある程度は程度評価していると言える。

したがって、今後は、事業者の相談を受けたことのない中小企業支援機関が一定数いることから、認定支援機関を含め中小企業支援機関の存在・役割を広く中小企業・小規模事業者  
20 小規模事業者  
とのマッチングを促進していくことが重要といえよう。

<sup>10</sup>市区町村、都道府県の中小企業・小規模事業者施策の活用状況・評価については、国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況・評価と同様の結果が得られたため、ここでは割愛し、付注 4-2-11、付注 4-2-12 に掲載することとする。

第 4-2-14 図 国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価



第 2 節を通じて、中小企業支援機関の中小企業・小規模事業者の施策認知度、活用状況、評価を見てきたわけであるが、中小企業支援機関は中小企業・小規模事業者に比べて、施策情報を入手しようとする意欲が高く、情報の入手先は明確であると回答する割合は相対的に高いことが分かった。しかしながら、時宜を得た情報を入手できたとしても、主に情報のわかりやすさという点で、中小企業支援機関にとっては施策情報が伝わりづらいものになっている可能性は引き続きある。したがって、施策情報のわかりにくさという問題を解消するためには、再三記述してきているが、実際に施策を企画立案した担当者が、動画で当該施策の内容のみならず、施策立案の背景や想いを説明することで当該施策の支援内容をよりわかりやすく伝えていくなどの取組を進めていきたい。そして、このような動きが、中小企業庁のみならず、他省庁や都道府県、市区町村にも広がっていくことで、国・都道府県・市区町村の施策情報が真の意味で 385 万者の中小企業・小規模事業者が届くということにつながるであろう。また、施策の活用、評価という点について、事業計画の策定や担当窓口の紹介等の支援をしたことがある中小企業支援機関の中小企業・小規模事業者施策への評価は高いという点を踏まえ、今後は、事業者の相談を受けたことのない中小企業支援機関が一定数いることから、中小企業支援機関の存在及び役割の周知に加え、中小企業支援機関と中小企業・小規模事業者とのマッチングを「よろず支援機関」等を通じて、促

進していく必要がある。

### 第 3 節 自治体の施策認知度、活用状況、評価

本節では、自治体の視点から、中小企業・小規模事業者施策が、国と自治体、及び、自治体相互間で、どのように認知され、活用され、評価されているかについて、分析を行うとともに、施策情報を広く中小企業・小規模事業者に届けていくためには、施策情報の発信者たる国及び自治体との間で施策情報の共有がなされている必要があるが、その施策情報の共有を行う課程でどのような問題が生じているのかを確認し、その解決策を考えていく。

#### ●自治体の施策認知度

自治体が、中小企業・小規模事業者施策を企画立案するに際しては、国及び他の自治体<sup>11</sup>の施策情報を知り、参考にして、行政全体として効率的に支援策が講じられていることが望ましい。また、施策広報を行っていくに際しては、国及び他の自治体がお互いの施策情報を十分に理解した上で、行政全体として広報していくことが求められる。したがって、自治体に施策情報が適時適切に伝わっていないことが、自治体の中小企業・小規模事業者施策の企画立案や広報の質を低下させかねない。その意味においては、中小企業・小規模事業者や中小企業支援機関と同様に、自治体にも、施策情報をしっかりと認知してもらうことが重要であるといえる。そこでまず、施策情報の入手先の明確さ、入手方法という 2 つの観点から、中小企業支援機関の施策情報の入手経路について見ていくこととする。

まず、施策情報の入手先の明確さについて、第 4-2-15 図を見てみると、市区町村に関しては、国の施策情報は、入手先が「明確ではない」もしくは「あまり明確ではない」と回答した割合が約 3 割、施策情報の入手先が「とても明確である」もしくは「明確である」と回答した割合が約 4 割となっている。そして、所属する都道府県の施策情報は、入手先が「明確ではない」もしくは「あまり明確ではない」と回答した割合が約 2 割、施策情報の入手先が「とても明確である」もしくは「明確である」と回答した割合が約 4 割となっている。したがって、市区町村にとっては、所属する都道府県の施策情報の入手先はある程度明確である一方で、国の施策情報の入手先は相対的に明確ではないと認識されている。

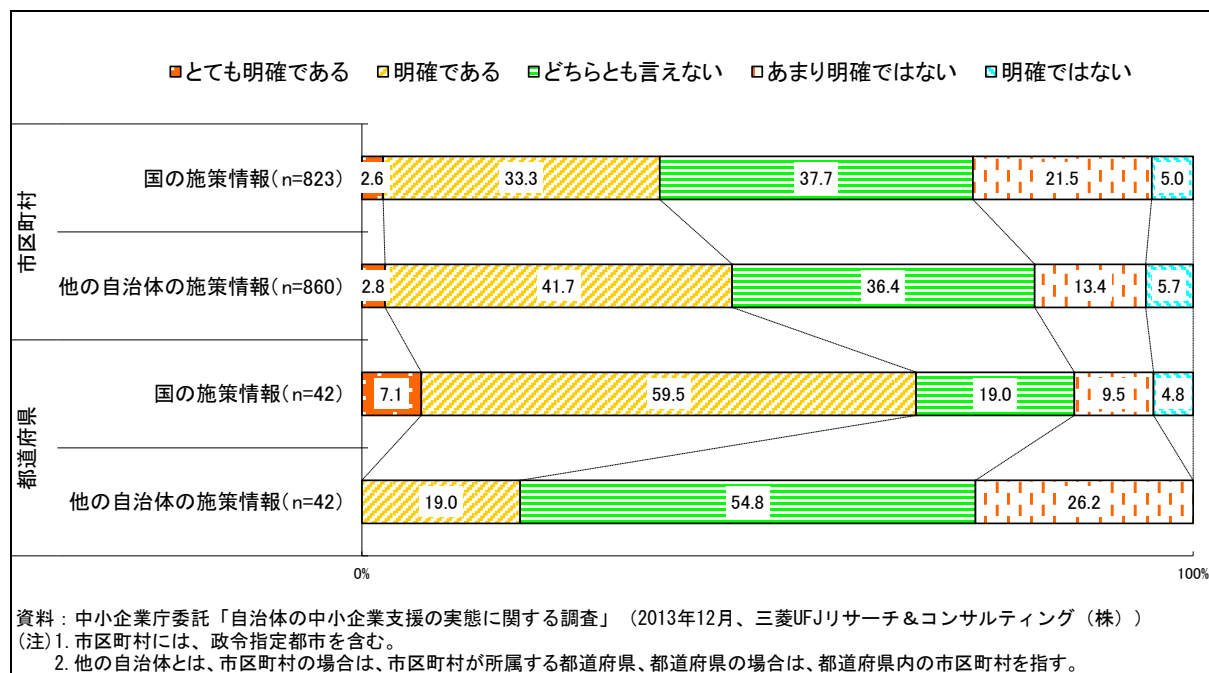
都道府県に関しては、国の施策情報は、入手先が「明確ではない」もしくは「あまり明確ではない」と回答した割合が約 1 割、施策情報の入手先が「とても明確である」もしくは「明確である」と回答した割合が約 7 割となっている。そして、都道府県内の市区町村の施策情報は、入手先が「明確ではない」もしくは「あまり明確ではない」

<sup>11</sup> 「他の自治体」とは、市区町村の場合は、市区町村が所属する都道府県、都道府県の場合は、都道府県内の市区町村を指す。

と回答した割合が約 3 割、施策情報の入手先が「とても明確である」もしくは「明確である」と回答した割合が約 2 割となっている。したがって、市区町村とは対照的に、国の施策情報の入手先は明確であるが、都道府県内の市区町村の施策情報の入手先は明確ではないと認識されている。

5

第 4-2-15 図 中小企業・小規模事業者施策の情報入手先の明確さ



市区町村は、国よりも所属する都道府県の施策情報の方が入手先が明確であると認識している一方で、都道府県は、都道府県内の市区町村よりも国の施策情報の方が入手先が明確であるとしており、入手先の明確さに大きな差異があることが分かった。

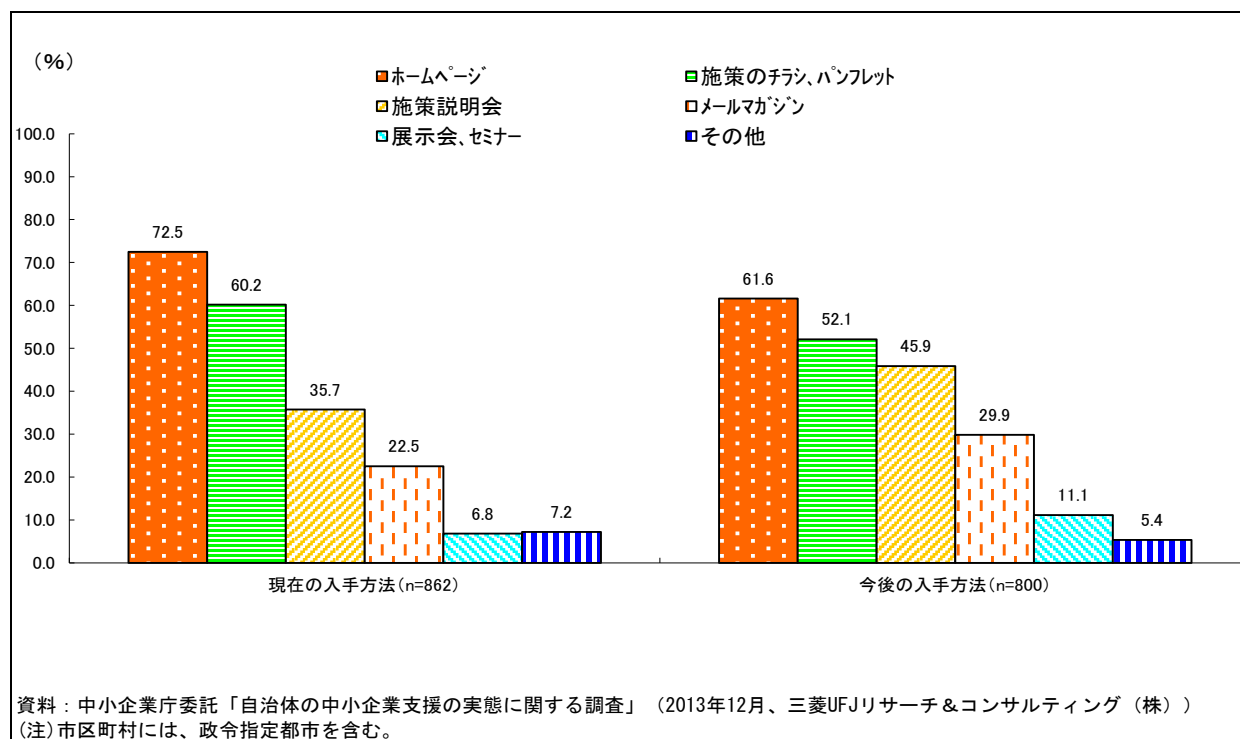
続いて、施策情報の入手方法について見ていく(第 4-2-16 図)。市区町村に関しては、現在の施策情報の入手方法として、中小企業・小規模事業者や中小企業支援機関と同様に、どの行政機関の施策情報であっても、「ホームページ」や「施策のチラシ・パンフレット」を活用している割合が非常に高く、また、今後も活用したいとする割合についても同様に高くなっている。また、今後の施策情報の入手方法として、「メールマガジン」や「施策説明会」を活用したいとする割合が高まっている。

都道府県に関しては(第 4-2-17 図)、都道府県内の市区町村の施策情報の入手方法は「ホームページ」や「施策のチラシ・パンフレット」を活用している割合が高く、国の施策情報の入手方法は「ホームページ」や「施策のチラシ・パンフレット」に加えて、「施策説明会」を活用している割合も高くなっていることが特徴である。そして、どの行政機関の施策情報であっても「ホームページ」を活用している割合が 9 割を超えており、ホームページによる施策情報の入手を基本としていることが分かる。

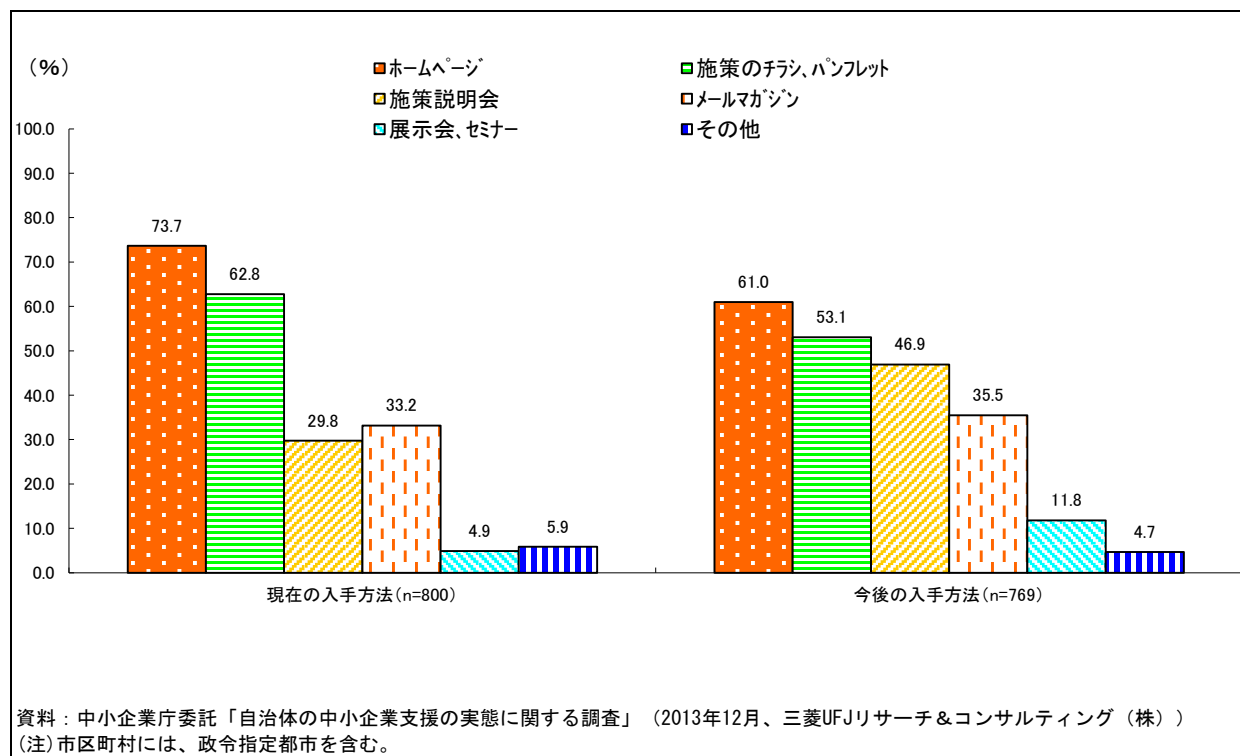
また、今後の施策情報の入手方法を見ても、「ホームページ」、「施策のチラシ・パンフレット」、「メールマガジン」、「施策説明会」を活用したいという割合が高くなっている。

- したがって、自治体に対しても、前述の通り、「ミラサポ」、「施策マップ」を活用して内容、質ともに充実した施策情報を届けていくこと、及び、メールマガジンを通じて、タイムリーかつ的確な情報を頻度よく提供すると同時に、Face to Face の施策説明会により、丁寧かつきめ細かな説明を行うことで、施策情報を共有していくことが必要といえよう。

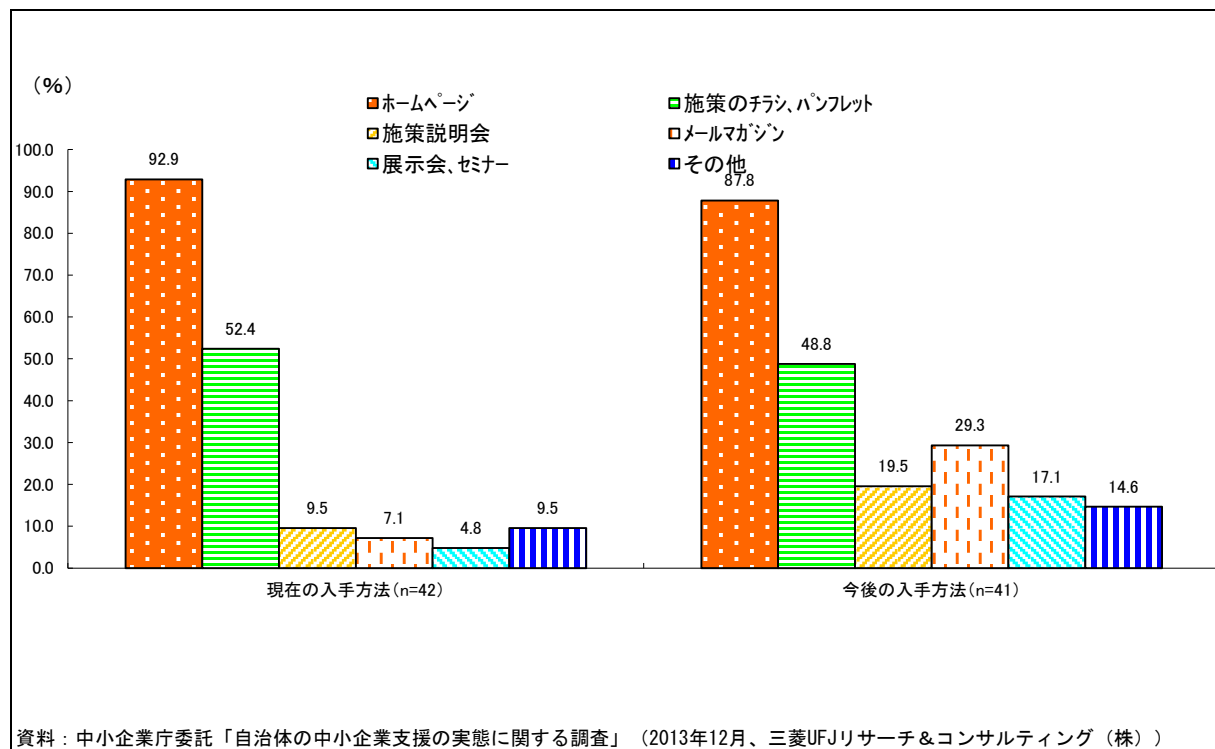
第 4-2-16 図 市区町村の中小企業・小規模事業者施策情報の入手方法（他の自治体）



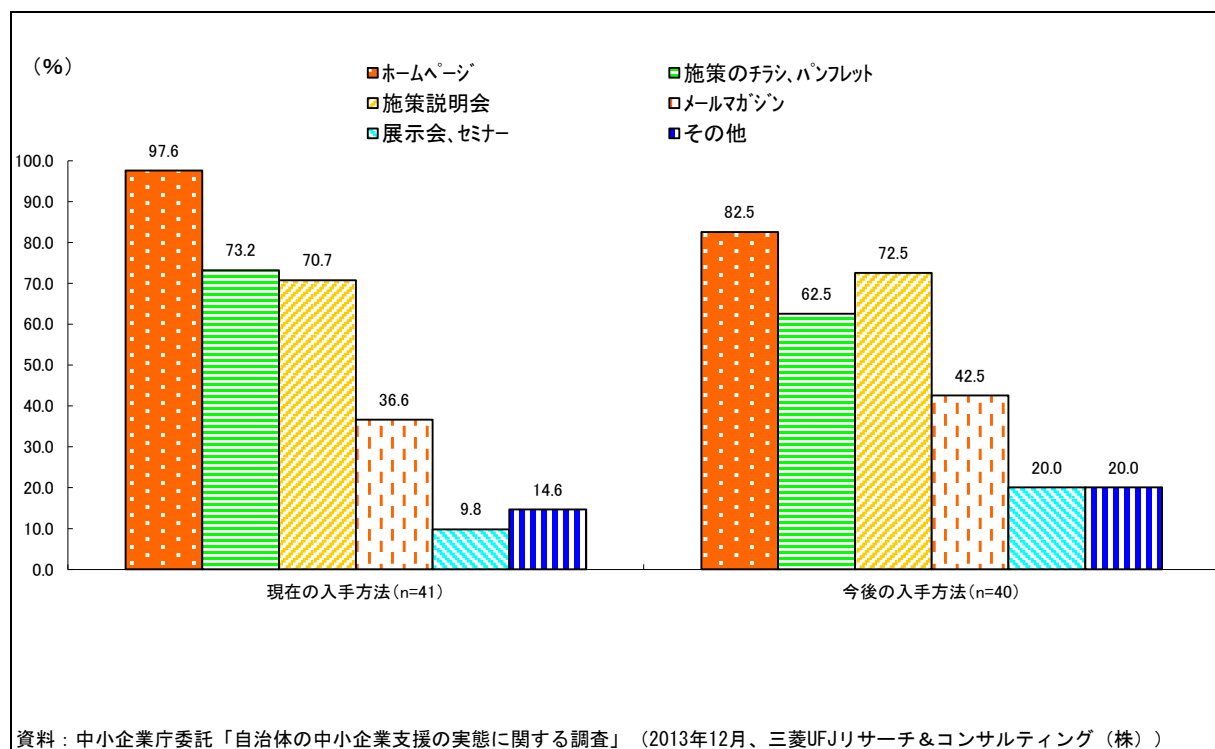
市区町村の中小企業・小規模事業者施策情報の入手方法（国）



第 4-2-17 図 都道府県の中小企業・小規模事業者施策情報の入手方法（その他の自治体）



都道府県の中小企業・小規模事業者施策情報の入手方法（国）



自治体が施策情報を入手する段階において、入手先の明確さ、入手方法という 2 つの観点から、施策情報の入手経路について見てきた。入手方法については、中小企業・小規模事業者や中小企業支援機関とほぼ同様に、「ホームページ」や「施策のチラシ・パンフレット」を活用している割合が高い。しかし、その割合は中小企業・小規模事業者や中小企業支援機関に比べて高く、大半の市区町村、都道府県が、実際に施策情報を入手していることが分かった。それでは、以下、自治体が施策情報を入手したという前提に立って、自治体に届いた施策情報が、自治体にはどのように感じられているのかを、情報量、情報を得られるタイミング、情報のわかりやすさという 3 つの観点から見ていく。

まず、施策情報の情報量について、第 4-2-18 図を見ると、市区町村に関しては、国の施策情報、他の自治体の施策情報ともに、情報量が「どちらとも言えない（ちょうど良い）」と回答した市区町村が約 6~7 割存在する一方で、情報量が「少なすぎる」もしくは「やや少なすぎる」と回答した市区町村が約 1 割であるのに対して、約 2~3 割の市区町村が「非常に多すぎる」もしくは「多すぎる」と回答している。したがって、市区町村にとっては、相対的に情報量が多すぎると認識されている。

都道府県に関しては、国の施策情報について、情報量が「どちらとも言えない（ちょうど良い）」と回答した割合が約 8 割、「多すぎる」と回答した割合が約 1 割、「少なすぎる」と回答した割合が約 1 割となっていることから、都道府県にとっては、国の施策情報の情報量は適切であるといえる。他方で、他の自治体の施策情報については、情報量が「どちらとも言えない（ちょうど良い）」と回答した割合が約 6 割、「少なすぎる」と回答した割合が約 4 割となっていることから、他の自治体の施策情報が相対的に少なすぎると認識している都道府県も一定程度いることが分かる。

この結果から、市区町村に対しては、国、他の自治体ともに施策情報を整理してわかりやすくする工夫が必要であり、都道府県に対しては、他の自治体の施策情報をわかりやすくかつ情報量を増やして広報していく必要がある。

次に、施策情報を得られるタイミングについて見てみると（第 4-2-19 図）、市区町村に関しては、国の施策情報、他の自治体の自治体の施策情報ともに、施策情報が「とてもタイムリーに得られる」もしくは「タイムリーに得られる」と回答した割合が約 3 割、「タイムリーに得られない」もしくは「あまりタイムリーに得られない」と回答した割合が約 2 割となっている。したがって、国の施策情報、他の自治体の自治体の施策情報ともに、相対的に時宜を得た情報を得られていると認識されている。

都道府県に関しては、国の施策情報について、「とてもタイムリーに得られる」もしくは「タイムリーに得られる」と回答した割合が約 7 割、「タイムリーに得られない」もしくは「あまりタイムリーに得られない」と回答した割合が約 1 割となっていることから、国の施策情報については、時宜を得た情報を得られていると認識されて



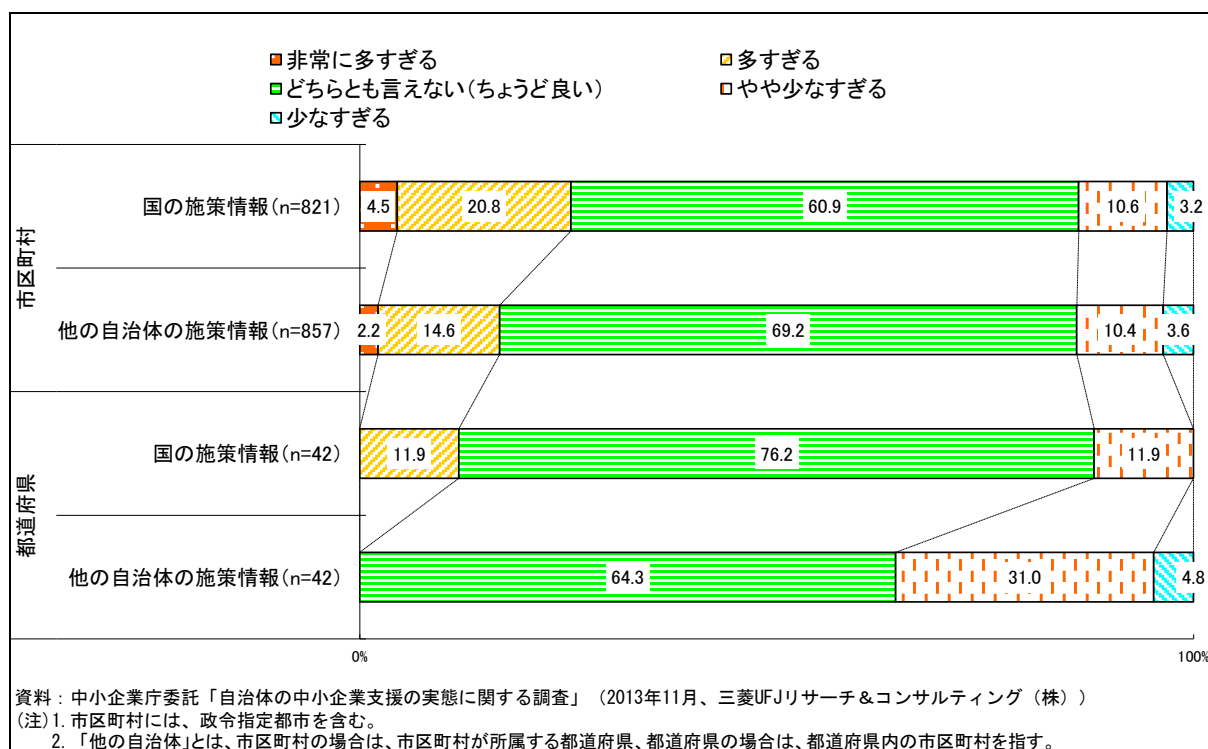
いる。他方で、他の自治体の施策情報については、「とてもタイムリーに得られる」もしくは「タイムリーに得られる」と回答した割合が約 1 割、「タイムリーに得られない」もしくは「あまりタイムリーに得られない」と回答した割合が約 3 割となっていることから、他の自治体の施策情報については、時宜を得た施策情報が届いていないことが分かる。

続いて、施策情報のわかりやすさについても見ていくと、市区町村に関しては、国の施策情報、他の自治体の自治体の施策情報ともに、施策情報が「とてもわかりやすい」もしくは「わかりやすい」と回答した割合が約 2 割、「わかりにくい」もしくは「ややわかりにくい」と回答した割合が約 3～4 割となっている。したがって、国の施策情報、他の自治体の自治体の施策情報ともに、相対的にわかりにくい情報となっている可能性がある。

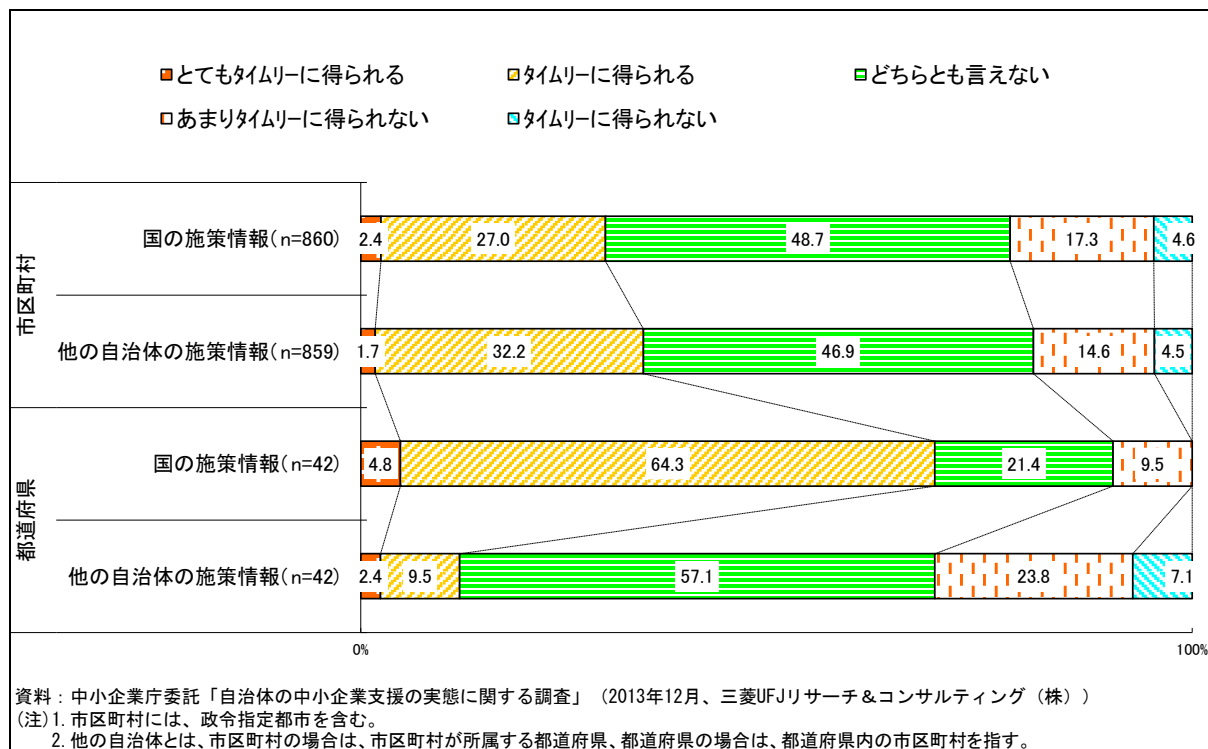
都道府県に関しては、国の施策情報について、施策情報が「とてもわかりやすい」もしくは「わかりやすい」と回答した割合が約 4 割、「わかりにくい」もしくは「ややわかりにくい」と回答した割合が約 1 割となっていることから、国の施策情報については、わかりやすい情報がある程度は届いていることが分かる。他方で、他の自治体の施策情報については、「とてもわかりやすい」もしくは「わかりやすい」と回答した割合が約 2 割、「わかりにくい」もしくは「ややわかりにくい」と回答した割合が約 1 割となっていることから、相対的にわかりやすい情報が届いているといえるものの、「どちらとも言えない」と回答した都道府県が約 7 割存在していることから、今後さらにわかりやすい情報を届けていく努力が必要である(第 4-2-20 図)。

情報量が多い、少ない、時宜を得た施策情報が届いていないという問題に対しては、やはり、「ミラサポ」、「施策マップ」を活用して、内容の整理された質の高い施策情報をタイムリーに届けていくことが求められる。それと同時に、情報のわかりにくさという問題を解消するために、中小企業庁では、これまで再三述べてきたように、実際に施策を企画立案した担当者による動画による施策説明を行う予定である。

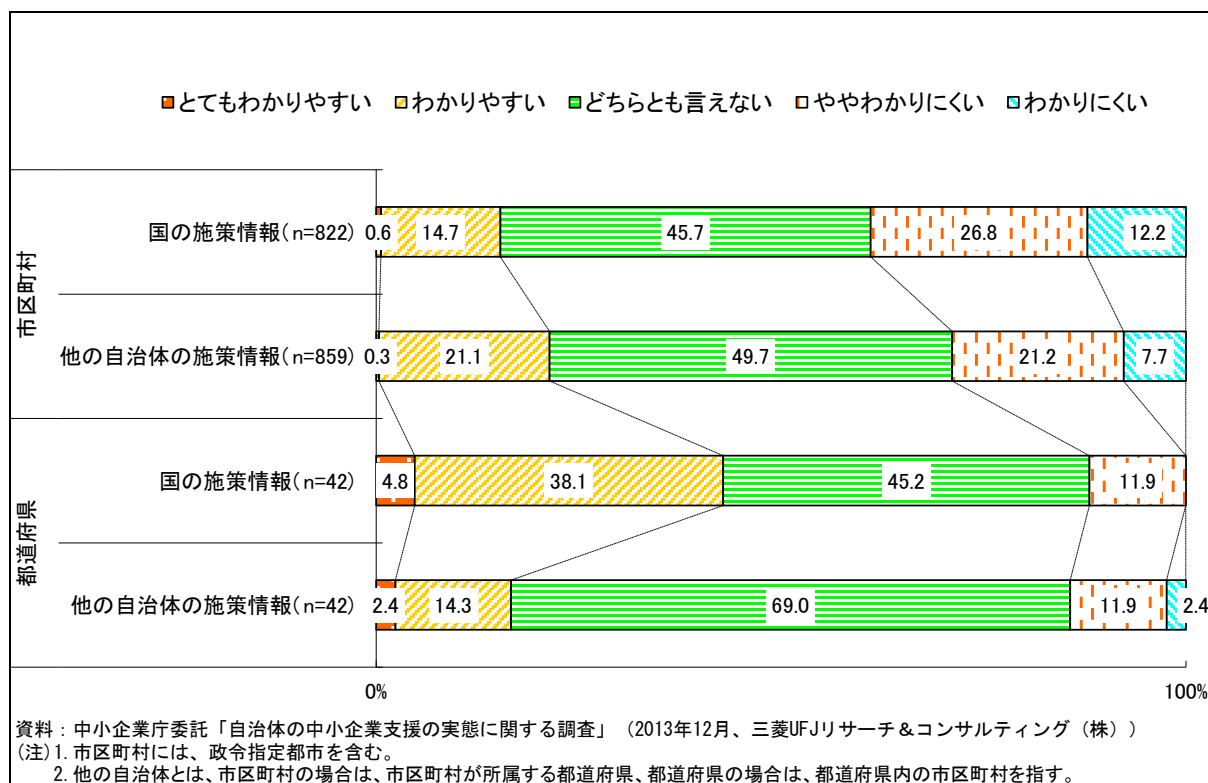
第 4-2-18 図 中小企業・小規模事業者施策の情報量



第 4-2-19 図 中小企業・小規模事業者施策の情報を得られるタイミング



第 4-2-20 図 中小企業・小規模事業者施策情報のわかりやすさ



## ●自治体の施策活用状況、評価

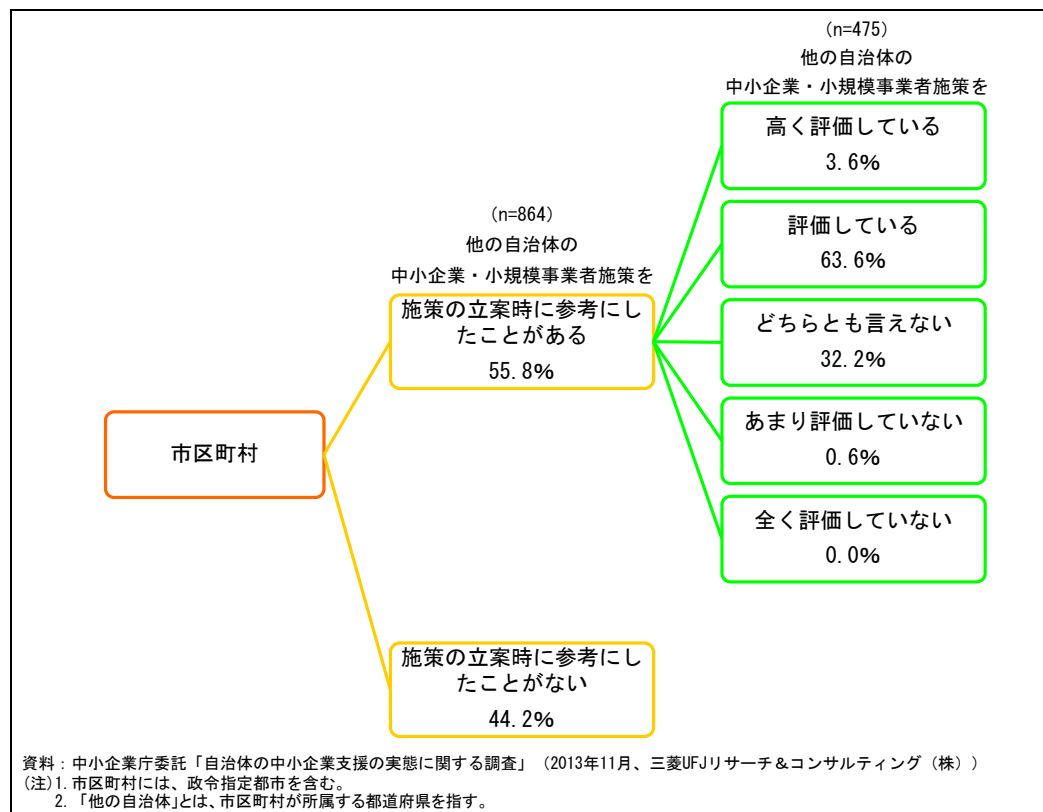
以上で見てきたように、自治体の施策の認知という点についていえば、市区町村は国よりも他の自治体の施策情報の認知度が高く、それとは対照的に、都道府県は他の自治体よりも国の施策情報の認知度が高いことが分かった。

- 5      そこで次に、自治体による、他の自治体及び国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、すなわち自らの施策の立案時にどれだけ参考にしているかという活用状況とその評価について見ていくこととする。

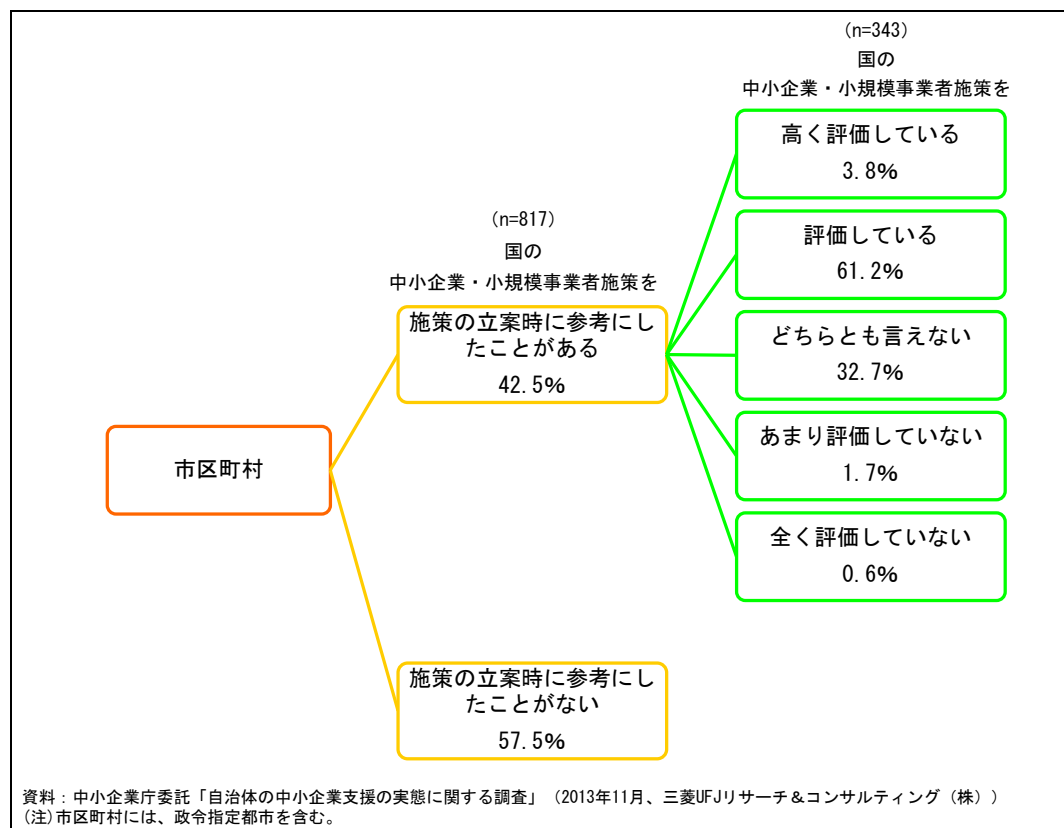
10      第 4-2-21 図、第 4-2-22 図は、市区町村の他の自治体及び国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価を示したものである。他の自治体の中小企業・小規模事業者施策を実際に「施策の立案時に参考にしたことがある」と回答した市区町村は約 6 割、国の中小企業・小規模事業者施策を実際に「施策の立案時に参考にしたことがある」と回答した市区町村は約 4 割となっており、国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況は半数を割り込んでいる。しかし、実際に「施策の立案時に参考にしたことがある」と回答した市区町村に対して、施策の評価を聞いてみると、他の自治体の施策、国の施策ともに、約 7 割が「高く評価している」もしくは「評価している」と回答しており、「全く評価していない」もしくは「あまり評価していない」と回答した割合は 1 割にも満たない。つまり、実際に施策の立案時に参考にしたことがある市区町村のほとんどが、施策をある程度は評価しているといえる。

20      また、第 4-2-23 図、第 4-2-24 図は、都道府県の他の自治体及び国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価を示したものである。他の自治体の中小企業・小規模事業者施策を実際に「施策の立案時に参考にしたことがある」と回答した都道府県は約 7 割、国の中小企業・小規模事業者施策を実際に「施策の立案時に参考にしたことがある」と回答した都道府県は 10 割となっており、国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況はアンケートに回答した全ての都道府県が活用しているという結果になった。さらに、実際に「施策の立案時に参考にしたことがある」と回答した都道府県に対して、施策の評価を聞いてみると、他の自治体の施策は約 7 割、国の施策は約 8 割が「高く評価している」もしくは「評価している」と回答しており、「全く評価していない」もしくは「あまり評価していない」と回答した割合は 1 割にも満たない。つまり、実際に施策の立案時に参考にしたことがある都道府県のほとんどが、施策をある程度は評価しているといえる。

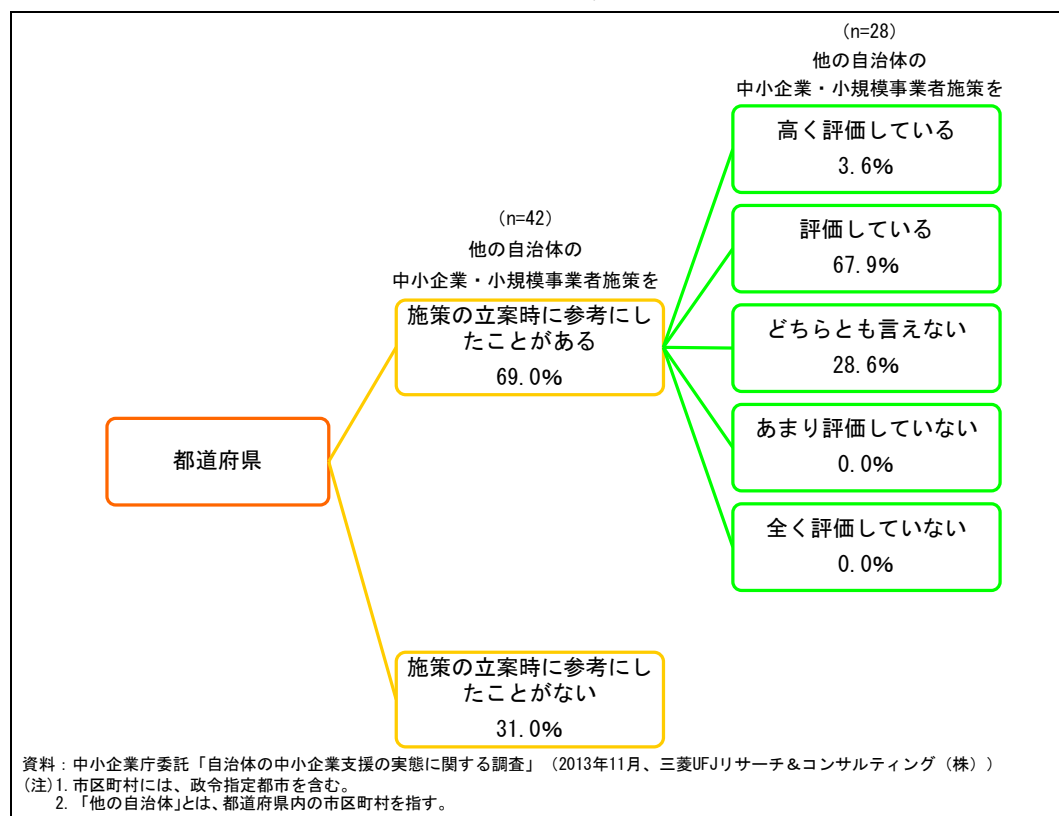
第 4-2-21 図 他の自治体の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価（市区町村）



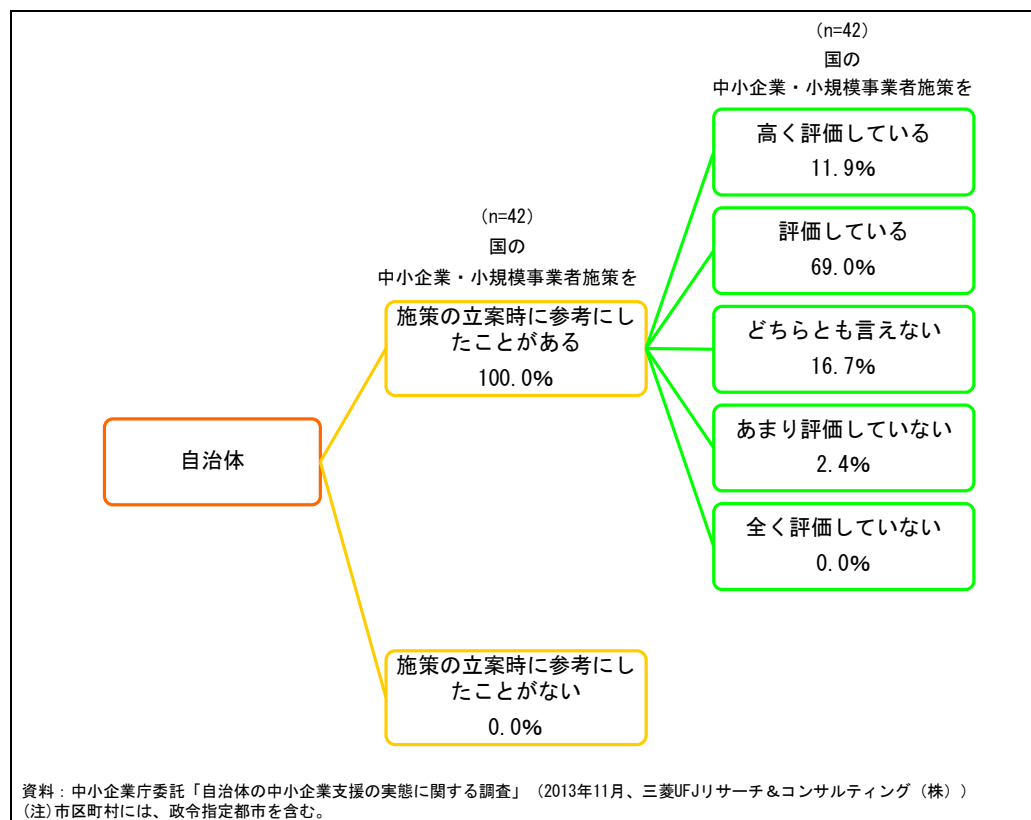
第 4-2-22 図 国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価（市区町村）



第 4-2-23 図 他の自治体の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価（都道府県）



第 4-2-24 図 国の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価（都道府県）

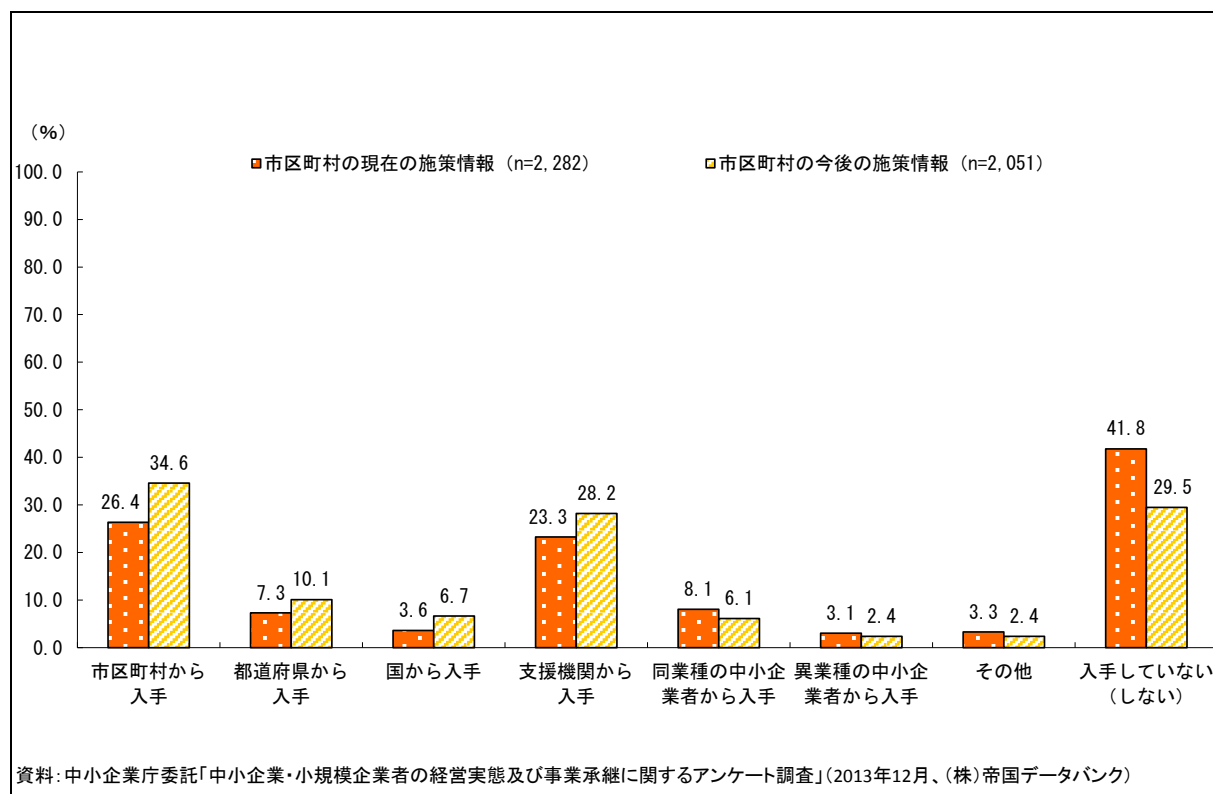


第 3 節を通じて、自治体の中小企業・小規模事業者の施策認知度、活用状況、評価を見てきたわけであるが、市区町村は国の施策情報よりも他の自治体の施策情報を、都道府県は他の自治体の施策情報よりも国の施策情報を認知、活用していることが分かった。しかし、それぞれの施策の評価を聞いてみると、実際に他の自治体及び国の施策を施策立案時に参考にしている市区町村及び都道府県に関していえば、どの行政機関であるかを問わず、当該行政機関の中小企業・小規模事業者施策を評価している割合は高い(約 7~8 割)。したがって、今後、国・都道府県・市区町村が互いに連携していくことが求められるが、その第一歩は、「施策マップ」を国・都道府県・市区町村でしっかりと完成させていくとともに、行政機関の職員が「施策マップ」を自由

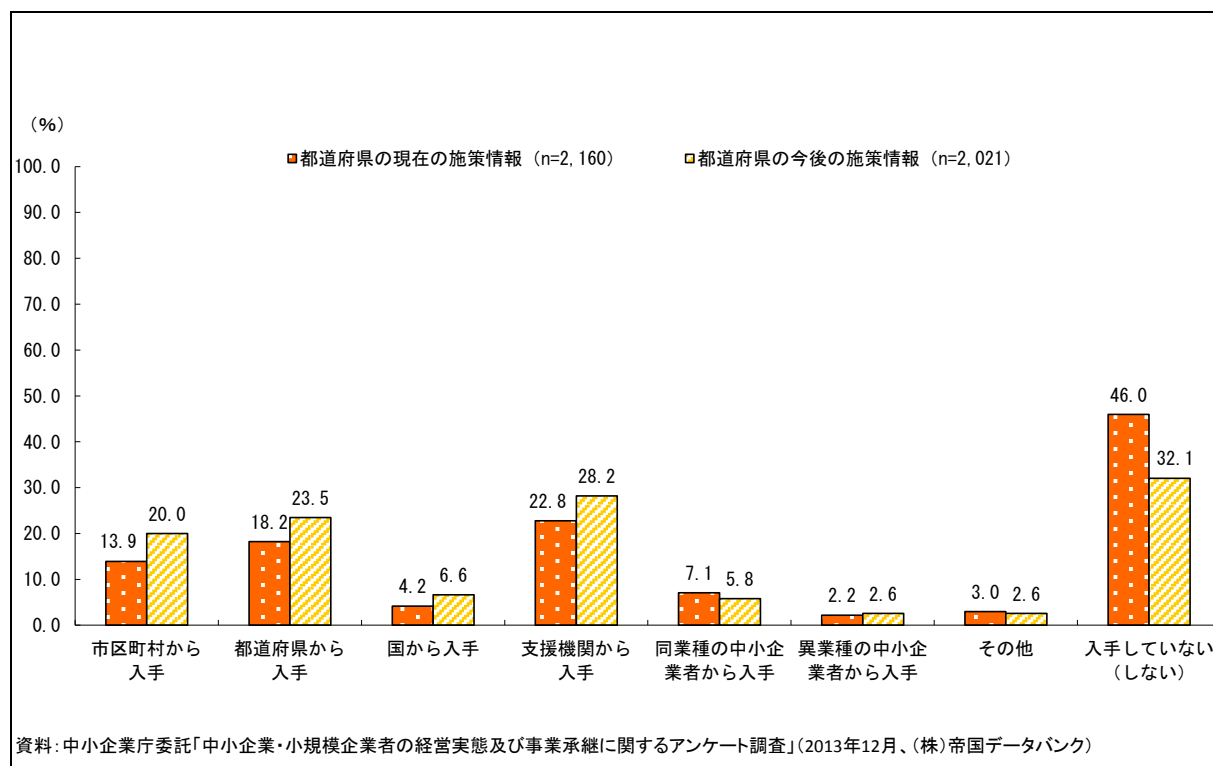
5 施策を施策立案時に参考にしている市区町村及び都道府県に関していえば、どの行政機関であるかを問わず、当該行政機関の中小企業・小規模事業者施策を評価している割合は高い(約 7~8 割)。したがって、今後、国・都道府県・市区町村が互いに連携していくことが求められるが、その第一歩は、「施策マップ」を国・都道府県・市区町村でしっかりと完成させていくとともに、行政機関の職員が「施策マップ」を自由

10 自在に使いこなす、国の施策や他の自治体の施策をしっかりと学んでいくことが求められよう。その上で、Face to Face の施策説明会や施策の勉強会を国・都道府県・市区町村で頻繁に行い、顔が見える関係を構築していくことが求められる。その際、経済産業局や「よろず支援拠点」がそのいい「触媒機能」を果たしていくことを期待して、第 4 部第 2 章の締めとしたい。

付注 4-2-1 市区町村の中小企業・小規模事業者施策情報の入手先

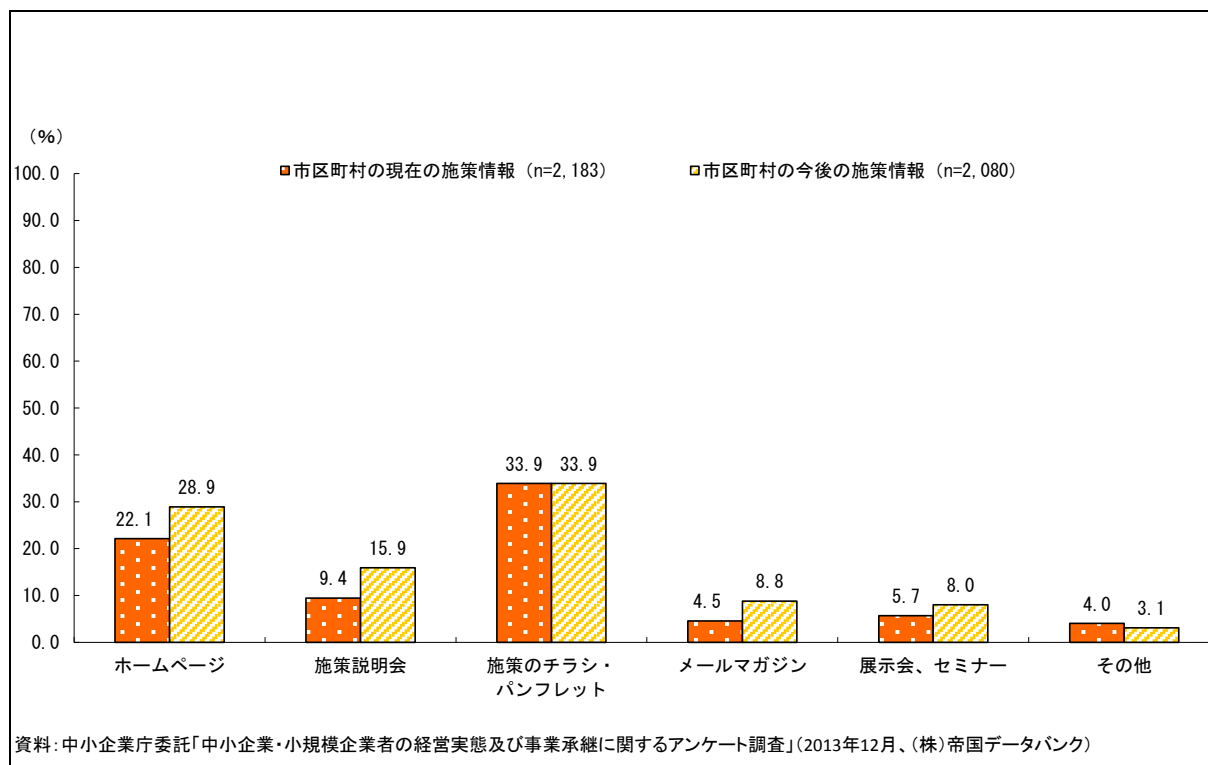


付注 4-2-2 都道府県の中小企業・小規模事業者施策情報の入手先

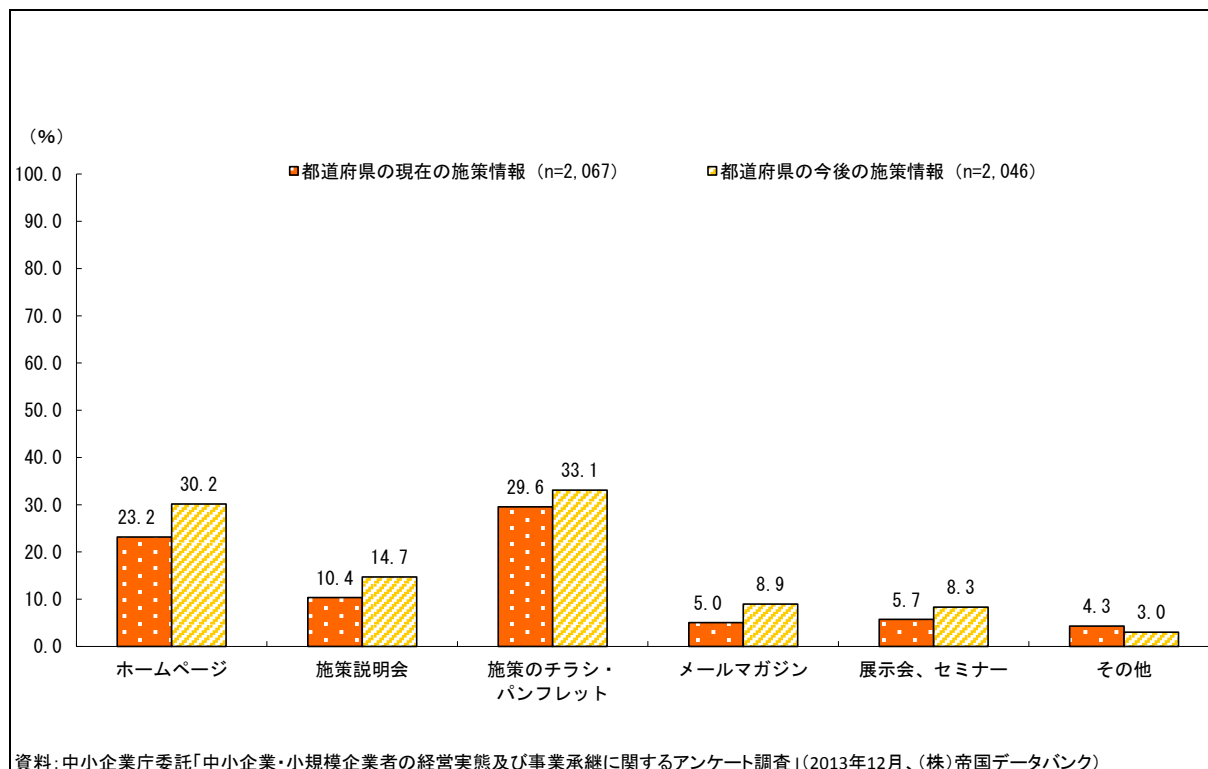




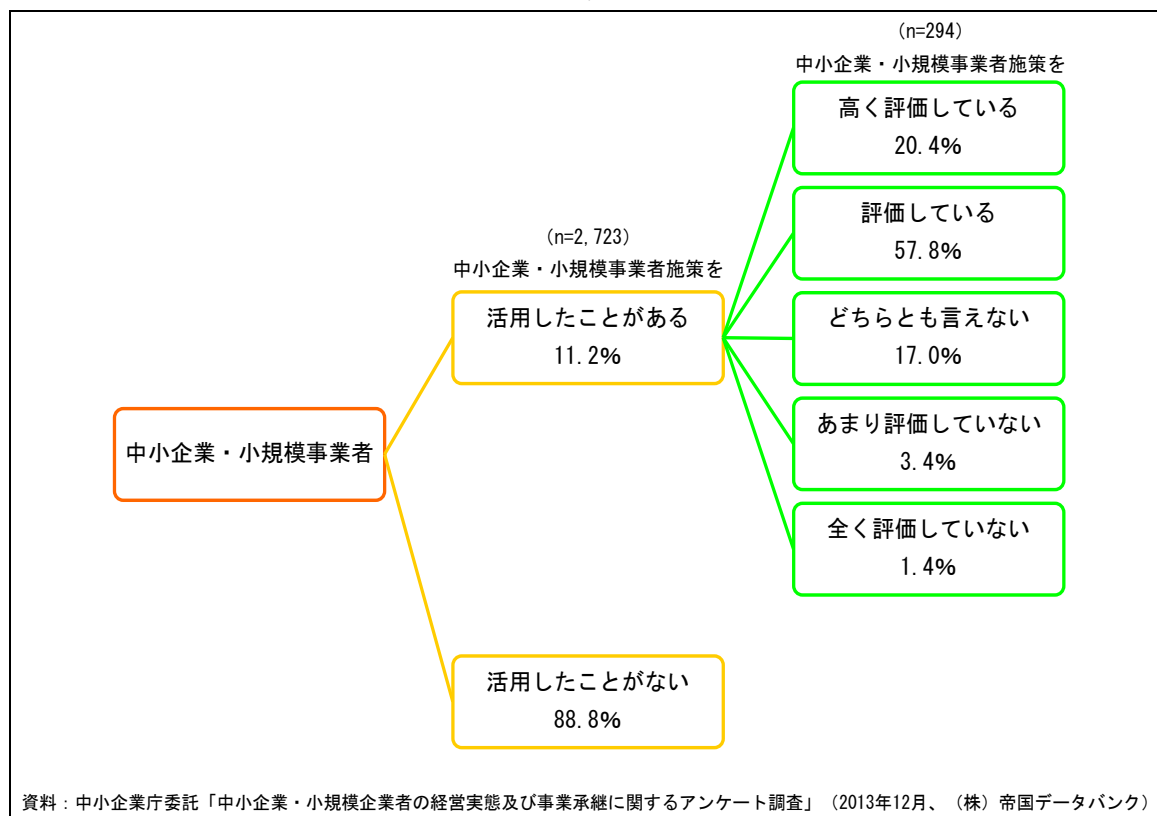
付注 4-2-3 市区町村の中小企業・小規模事業者施策情報の入手方法



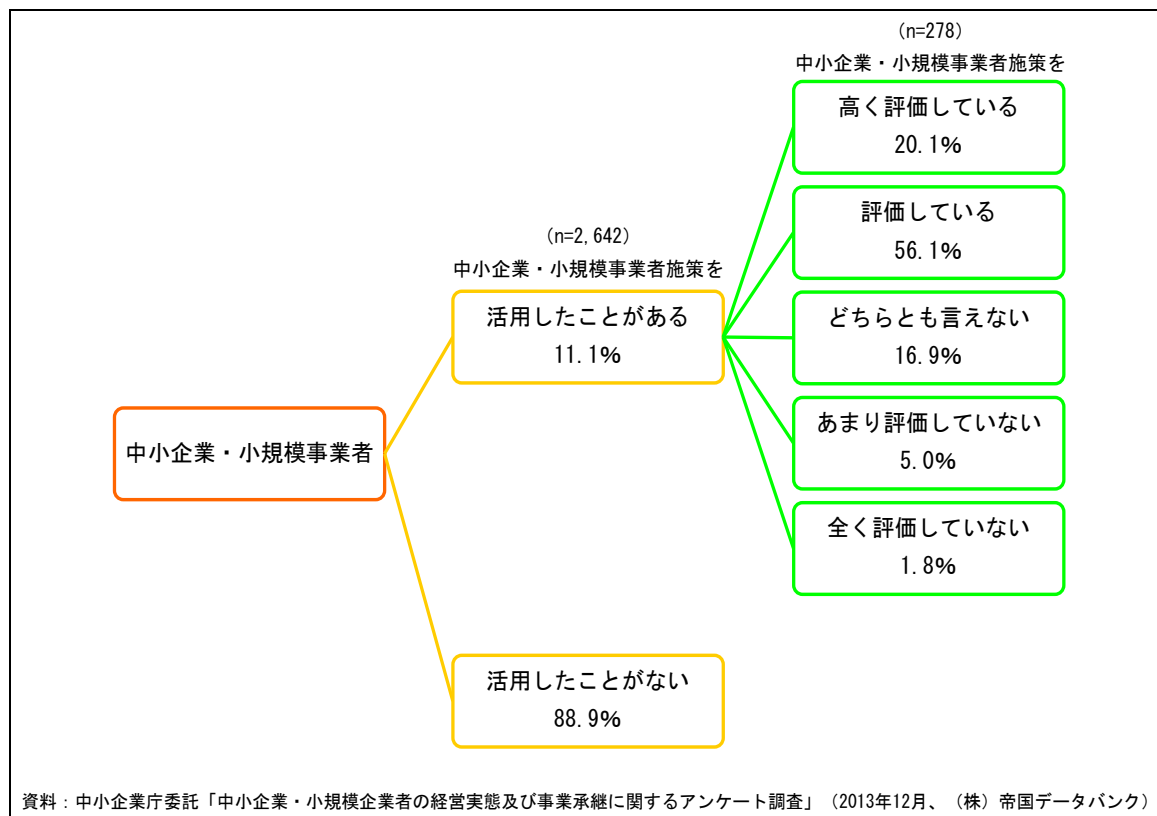
付注 4-2-4 都道府県の中小企業・小規模事業者施策情報の入手方法



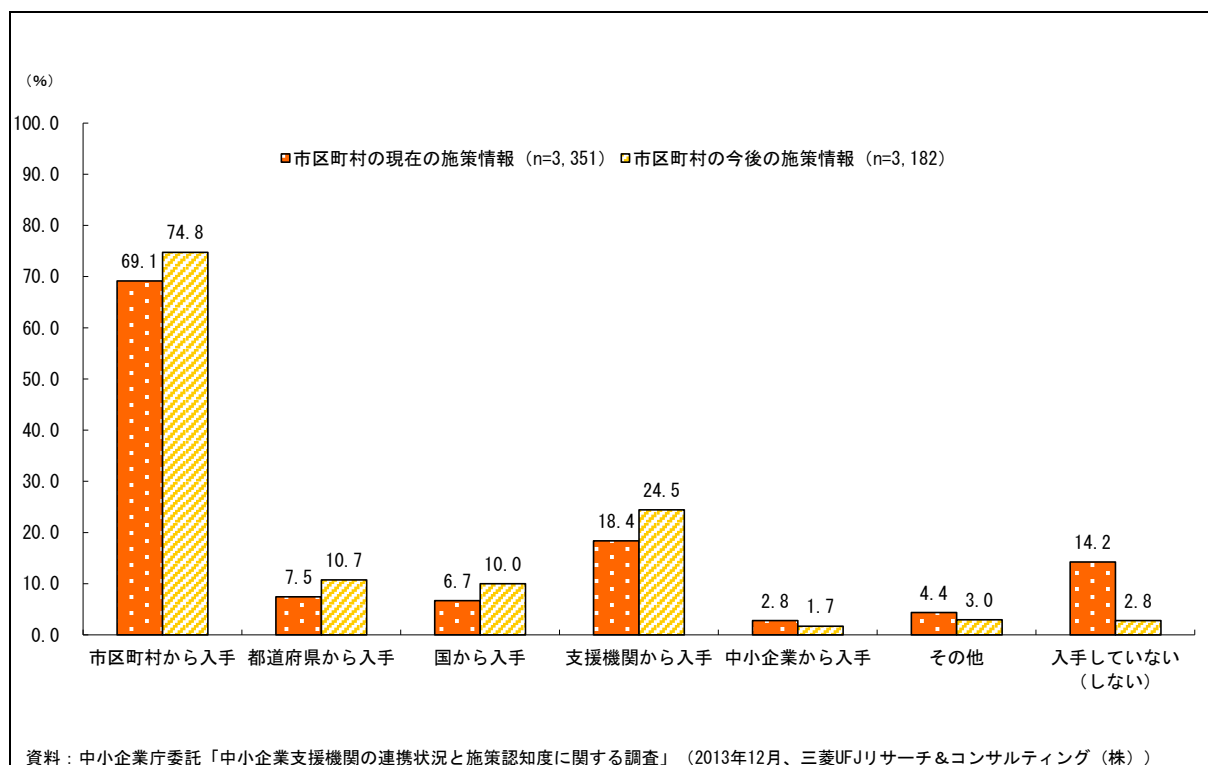
付注 4-2-5 市区町村の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価



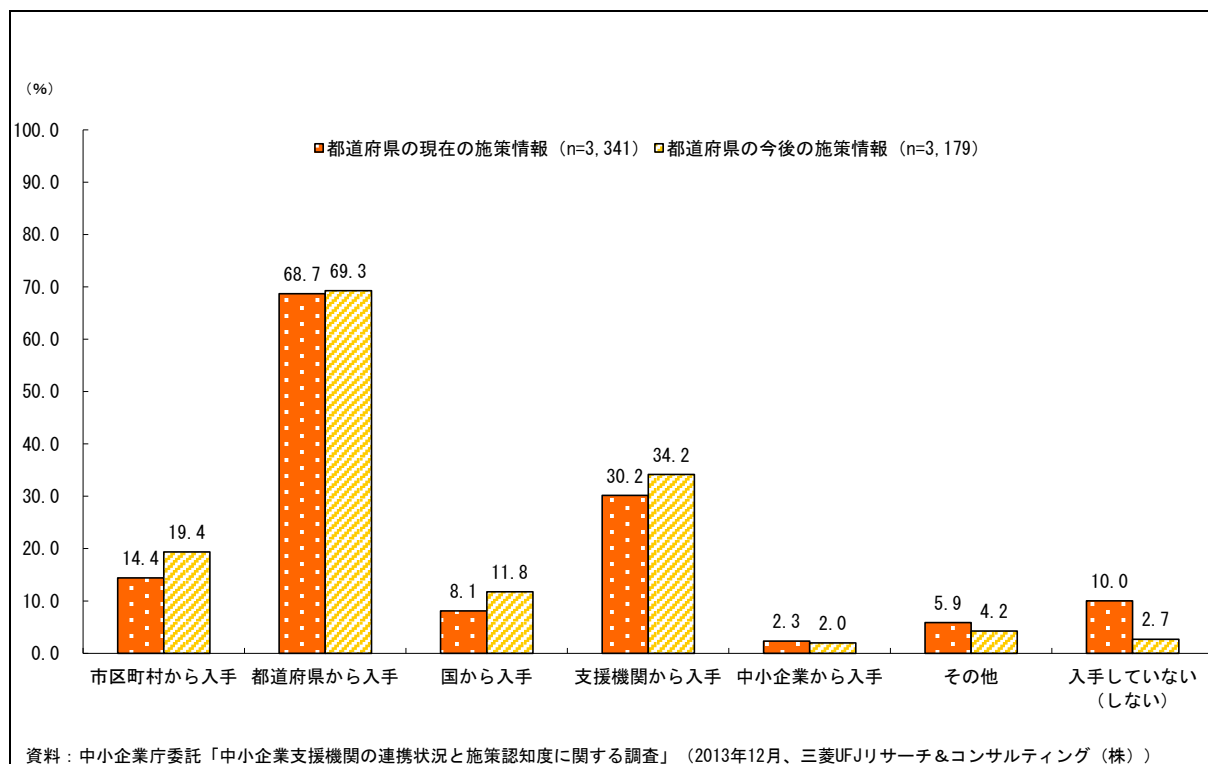
付注 4-2-6 都道府県の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価



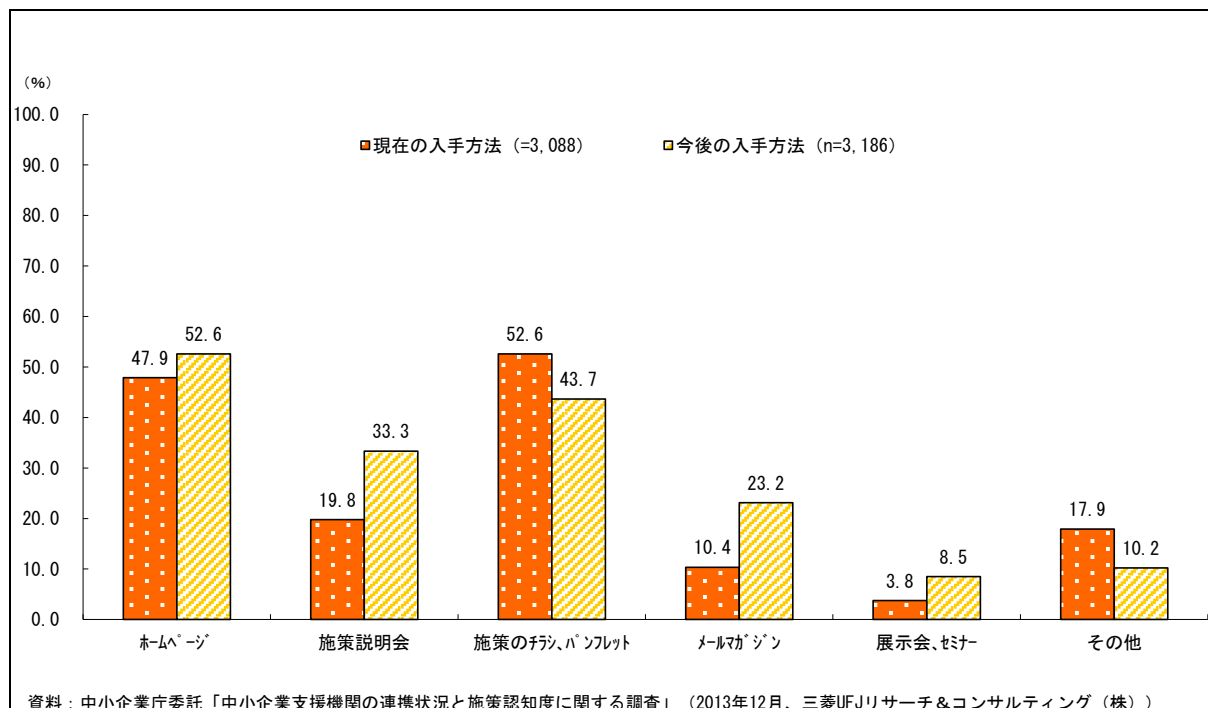
付注 4-2-7 市区町村の中小企業・小規模事業者施策情報の入手先



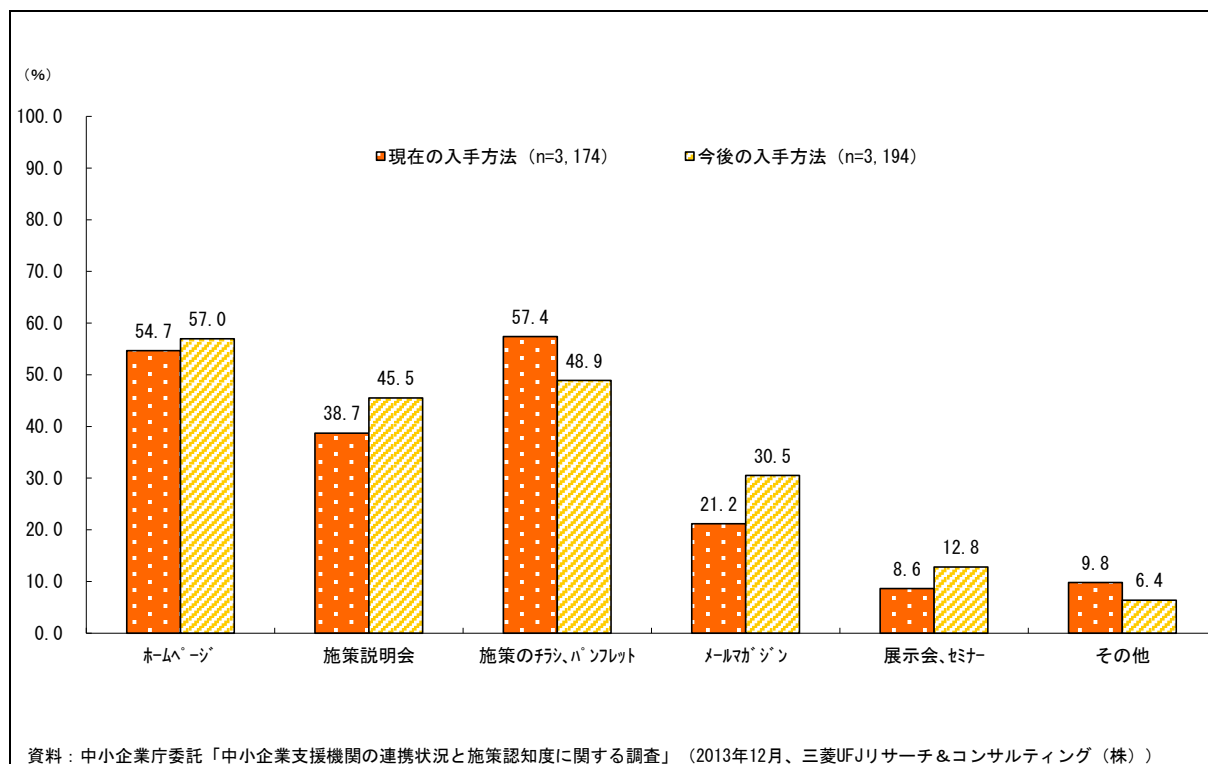
付注 4-2-8 都道府県の中小企業・小規模事業者施策情報の入手先



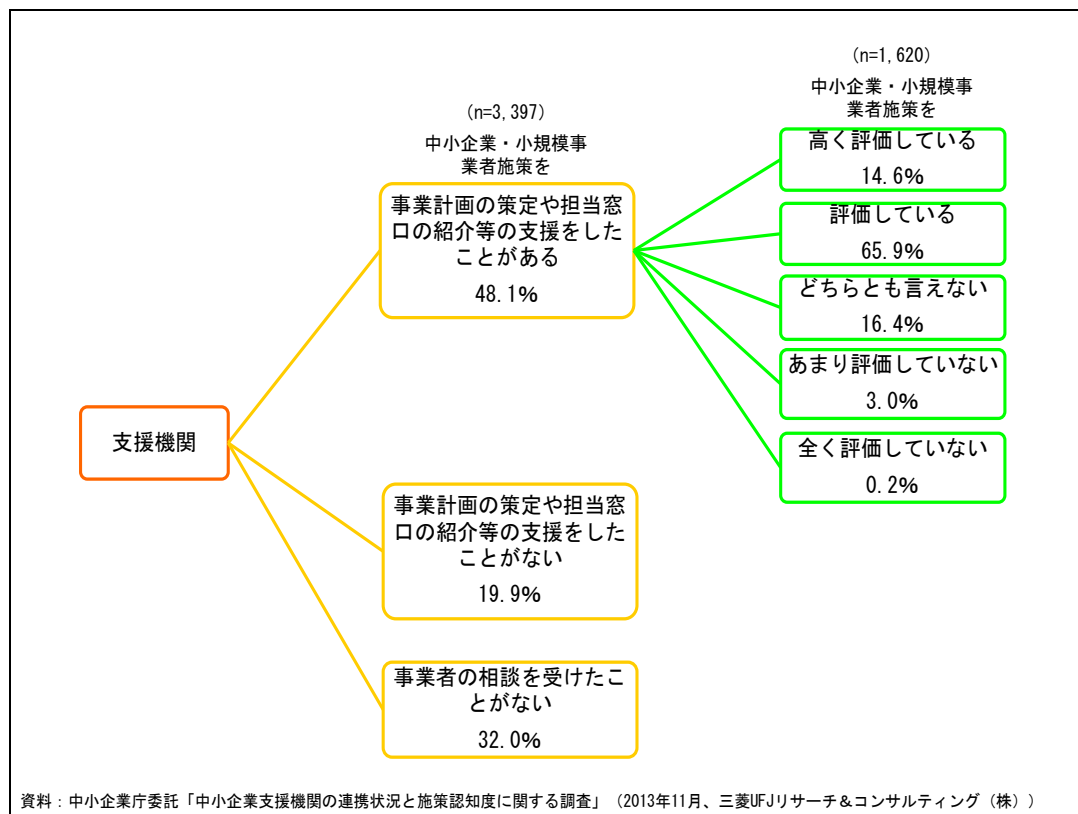
付注 4-2-9 市区町村の中小企業・小規模事業者施策情報の入手方法



付注 4-2-10 都道府県の中小企業・小規模事業者施策情報の入手方法



付注 4-2-11 市区町村の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価



付注 4-2-12 都道府県の中小企業・小規模事業者施策の活用状況、評価

