

今後の中小企業政策に関する論点

中小企業の成長・生産性向上を阻む構造的背景（仮説・例）

階層	考えられる構造的背景（仮説・例）	
マクロ （経済・社会 構造レベル）	社会構造	経営者の高齢化（生活資金の安定等）
	経済構造	成長・規模拡大のインセンティブに影響する社会・経済システム
セミマクロ （市場・産業構 造レベル）	財・サービス市場	付加価値による差別化・価格への反映が難しい市場競争環境
	金融市場	成長資金の提供・調達をめぐる環境 事業性評価の難しさ（経営の可視化・ガバナンス）
	労働市場	労働市場における大企業・中小企業の格差 （人材獲得が困難、人的資本投資の不足）
	産業構造 (サプライチェーン)	取引関係の反復・継続による既存のサプライチェーン維持・膠着化
ミクロ （個社経営 レベル）	経営能力	経営能力を伸ばす学び（リスキリング）の機会の不足
	組織	経営者による組織改革の難しさ
	ネットワーク	成功事例・成功のためのノウハウにアクセスする機会の不足

中小企業は日本の経済・社会をあるべき方向性に導く潜在力を持つ

- 成長・持続的発展をする中小企業は、**日本の経済・社会をあるべき方向性に導く潜在力**を持つと言えるのではないか。

中小企業の特徴・強み（例）

マクロ （経済・社会構造レベル）

【中小企業支援を通じて目指す方向性】
地域の人口回復・商圈回復

分厚い中小企業部門 分配効果への期待

- **雇用・付加価値に占めるボリューム**が引き続き大きく、分厚い構造
 - ・全体に占める中小企業の割合（総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工）
雇用者：約70%（三大都市圏除く地方では約85%） 付加価値額：約50%
- 大企業と比較した際に賃金水準が低く、**消費性向が高い**中小企業の賃上げが実現できれば、経済効果が期待できる

セミマクロ （市場・産業構造レベル）

【中小企業支援を通じて目指す方向性】
付加価値で差別化を図れる市場
価値を共創するサプライチェーン

ニッチなマーケットの獲得 地域ブランドによる付加価値の創出に強み

- **ニッチなマーケット**での勝負、**地域のストーリー**と結びつけることによる**ブランド力の強化**に強み
- 新たな製品・サービスを提案・供給する**イノベーションの担い手**に

ミクロ （個社経営レベル）

【中小企業支援を通じて目指す方向性】
生産性の向上

身軽に小回りが利く経営

- 組織の凝集性が高い中小企業は、現代の構造変化に対応した、**身軽に小回りが利く経営**が可能
- ※ 価格決定力に資する戦略・組織、成長意欲、経営の可視化等に課題も存在

ご議論いただきたい論点

①成長志向の中小企業が新たなチャレンジに踏み出す上での課題<スケールアップ型企業>

- ・アフター・コロナにおいて、成長志向の中小企業が**新しいチャレンジ**（付加価値向上のためのブランド力の確立、人への投資等）へ**踏み出す上での課題**や**必要な支援**とは何か。

（課題の例） 中小企業をめぐるマクロ経済面の環境、支援制度のあり方

金融市場（直接金融・間接金融）、労働市場（賃金格差）、サプライチェーン（SDGsへの対応、共存共栄）
経営の可視化、ガバナンスのあり方 等

②地域を支える中小・小規模事業者の役割 <パワーアップ型企業>

- ・地域の中小・小規模事業者の**持続的発展**における**課題**や**必要な支援**とは何か。
- ・中小・小規模事業者が**地域社会で果たしてきた社会的役割**とは何か。
地方の人口減少・商圈縮小が続く中、その役割を**持続・発展**させる上での**課題**や**必要な支援**、**自治体・支援機関等との連携のあり方**とは何か。

（役割の例） 住民の交流・見守り、魅力ある仕事・雇用の創出、地域の歴史・文化の伝承 等

③中小企業の経営支援のあり方 <経営支援機関>

- ・中小企業をめぐる内外の環境が**激動**する中（SDGsへの対応、地政学、パンデミック等）、**経営支援機関に求められるスキル**とは何か。**支援能力の引き上げのために必要な取組**とは何か。