

商工会議所の 小規模事業者支援について

平成25年10月29日
日本商工会議所

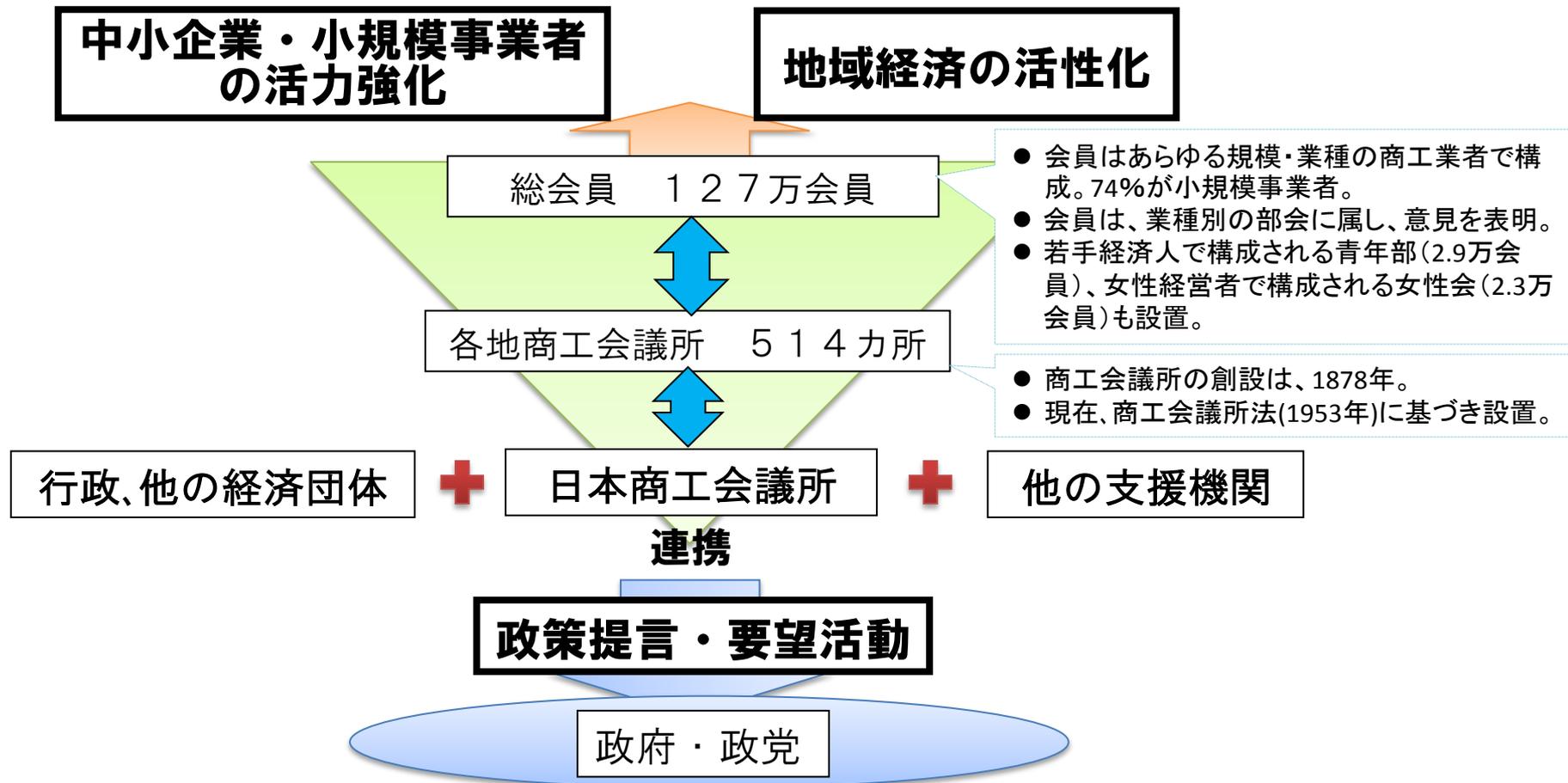
目次

1. 商工会議所とは・・・・・・・・・・・・・・・・ P2
2. 小規模事業者をめぐる状況・・・・・・・・ P5
3. 商工会議所の小規模事業者支援・・・・・・・・ P9
4. 小規模事業者支援の取り組み事例・・・・・・・・ P15
5. 小規模事業者支援における商工会議所の課題・ P35
6. 今後の検討の方向性・・・・・・・・ P38

1. 商工会議所とは

1. 商工会議所とは (1) 商工会議所の組織の概要

- 商工会議所は、全国に514カ所、127万事業所を有する地域総合経済団体。
- 「中小企業・小規模事業者の活力強化」「地域経済の活性化」に取り組む。



商工会議所の4つの特徴－「商工会議所」のDNA

- ①地域性－地域を基盤としている
- ②総合性－会員はあらゆる業種・業態の商工業者から構成される
- ③公共性－商工会議所法に基づき設立される民間団体で公共性・中立性を持っている
- ④国際性－世界各国に商工会議所が組織されている

1. 商工会議所とは (2) 商工会議所の主な事業活動

○商工会議所は、企業と地域の活性化や政策提言活動など、様々な活動を展開している。

中小企業・小規模事業者の活力強化

◆中小企業・小規模事業者支援

- ・経営支援(巡回、窓口等)、金融支援、販路開拓
- ・創業、第二創業、事業再生、事業承継支援
- ・経営安定特別相談室(倒産防止)
- ・中小企業のIT化導入・活用支援、海外展開支援
- ・企業・従業員表彰、ビジネスコンテスト
- ・検定事業、ジョブ・カード制度、職業紹介・インターンシップ事業
- ・原産地証明書発給
- ・共済、保険(国内・海外PL保険等)、労働保険事務組合
- ・省エネ、節電支援(省エネ診断、相談等)

◆国の支援制度の実施

- ・再生支援協議会(47カ所中31カ所は商工会議所に設置)
- ・事業引継ぎ支援センター(8カ所中7カ所は商工会議所に設置)
- ・地域プラットフォーム(延べ511カ所)、認定支援機関(245カ所)

◆民間経済外交

- ・経済ミッション、二国間・多国間経済委員会

地域経済の活性化

- ・まちづくり、中心市街地・商店街活性化
- ・観光振興(産業観光、ご当地検定等)
- ・地域の新産業創出、地場産業振興
- ・地域の産業を活用したものづくり支援
- ・お祭り・地域イベントの運営
- ・地域ブランドの育成、活用
- ・農商工連携の推進
- ・地域資源、食文化等を活かしたイベント(B級グルメ等)
- ・婚活パーティ、ウェディングイベントの運営
- ・子育て支援(空き店舗での託児施設運営等)
- ・教育支援(専門学校の運営等)
- ・住民向けサービス
(会報誌全戸配布、会館の開放等)
- ・医療・福祉分野の取り組み
(健康診断、高齢者の買い物支援等)
- ・その他地域需要喚起のためのイベント開催等

政策提言・要望活動

- ・経済政策全般、日本再生、成長戦略、震災復興、中小企業・小規模政策全般(予算、税制、金融等)、経済法規
- ・地域活性化、まちづくり、観光、雇用、労働問題、エネルギー、環境、経済連携協定、TPP、社会インフラ整備
- ・社会保障制度、教育、少子化対策
- ・地方分権、規制改革、憲法、民法改正、オリンピック招致

2. 小規模事業者をめぐる状況

2. 小規模事業者をめぐる状況 (1) 小規模事業者の厳しい状況①

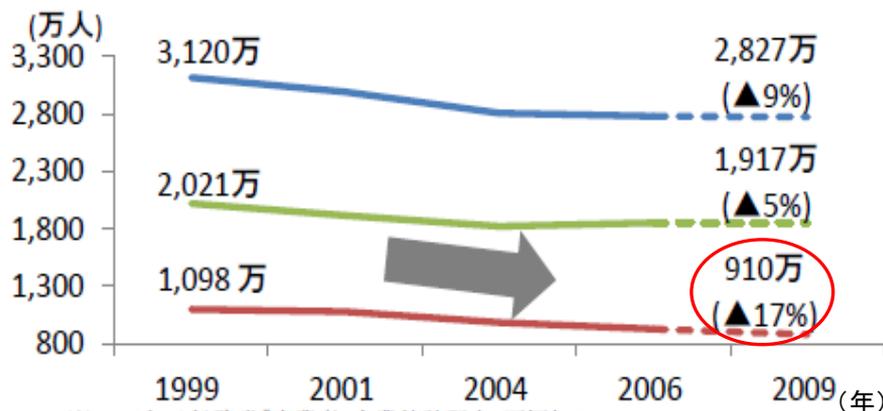
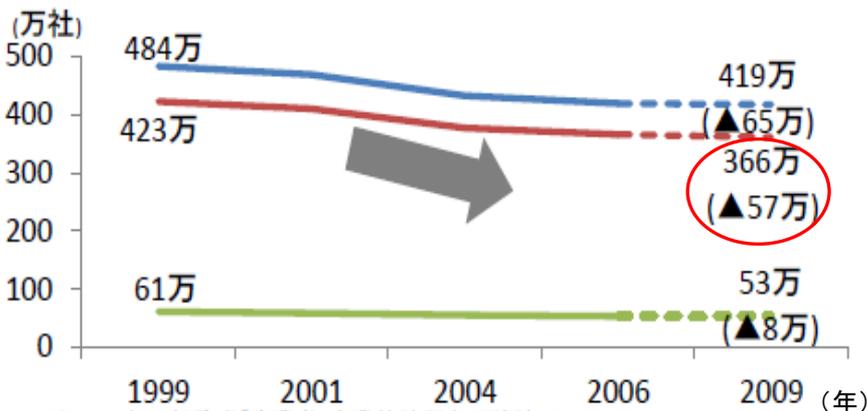
○小規模事業者は、リーマンショック後、事業者数・雇用者数・収益性を一層悪化させている。

小規模企業数の減少(規模別・推移)

雇用者数の減少(規模別・推移)

— 中小企業 — 小規模企業 — 中規模企業

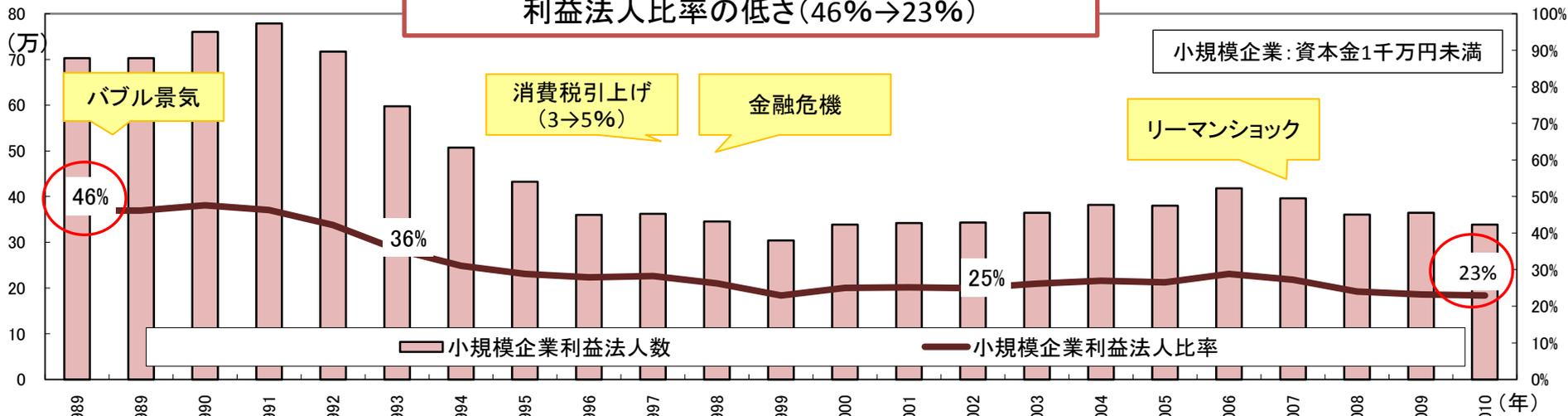
— 中小企業 — 中規模企業 — 小規模企業



※ ~06年は総務省「事業者・企業統計調査」再編加工、09年は総務省「平成21年経済センサス-基礎調査(基本集計)」再編加工。

※ ~06年は総務省「事業者・企業統計調査」再編加工、09年は総務省「平成21年経済センサス-基礎調査(基本集計)」再編加工。

利益法人比率の低さ(46%→23%)



2. 小規模事業者をめぐる状況 (1) 小規模事業者の厳しい状況②

○企業数や雇用機会の減少は、人口や需要の減少により地域の疲弊を加速し、その疲弊がさらに企業活動の停滞を招き、企業数や雇用機会が減少するという「悪循環」をもたらしている。

○新規開業（創業）は、地域の雇用創出に大きく貢献している。

<地域企業の減少が地域への人口定着を阻害>

事業所数と人口の地元流出の動き

	事業所数の動向 (注1)	人口流出の動き 当市で生まれた100人はX歳の 時点で何人になっているか(注2)		
		()は2009年の実数	20-24歳	
A市(県庁所在地 人口71万人)	↑ (33,649)	↑ (116)	→ (110)	事業所数が増大し、学生や新卒の就業者が増大
B市(工業集積のある中小都市 人口11万人)	↑ (5,760)	↓ (74)	↑ (88)	事業所数が増大し、一時期都市部へ流出した若い世代がUターン
C市(造船の企業城下町 人口6万人)	↓ (2,851)	↓ (76)	→ (75)	事業所数が減少し、すべての世代で人口流出

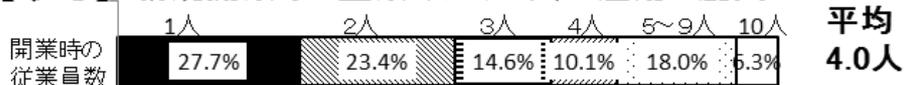
注1: 2001年から2009年の事業所数の増減

注2: 2000年および2005年国勢調査結果から推計

出典: 国勢調査、事業所統計から作成

<新規開業の雇用創出効果>

【参考】新規開業は1企業あたり4人の雇用を創出



出典: 日本政策金融公庫 新規開業実態調査(2012年)

- ・小規模事業者数等の事業所数が増加している地域は、若い世代(20~29歳)が周辺地域から流入したり、都市部からUターンする。
- ・しかし、事業所数が減少している地域では、若い世代が地域外に流出したまま戻らず、その後も減少していく。
- ・地域の事業所数の雇用の有無が、生産年齢人口の定着を大きく左右する。

2. 小規模事業者をめぐる状況 (2) 小規模事業者の課題・ニーズ

○外部環境の変化に影響されやすい小規模事業者の課題・ニーズは、個別・多様で、かつ、地域の活性化の度合いと連関している。

外部環境の変化

(小規模事業者の声)

経営課題

消費者ニーズの多様化
競争の激化

- 新たなニーズに対応した経営計画や事業計画を作成したいが、中規模企業と違い、スタッフや資金が足りないため、困難。
- 経営の強化のため、経営者の人脈形成が必要だが、機会がない。
- 資金繰りで苦勞している。金融機関から資金繰り表や事業計画の提出を求められるが、迅速に作成するのは難しい。
- 知名度が低く、人材確保に苦勞している。また、自社だけで社員教育をするのが難しい。

国内需要の減少
地域経済の疲弊

- 企画開発(川上工程)や販路開拓・PR(川下工程)が重要だと思っているが、日々の業務に忙殺されていて、対応できていない。

成長産業の変化
大企業の海外進出

- 元請けの海外進出をきっかけに独立を目指している中、作るのは得意だが、何を作ればいいのか分からない。
- 新しいことに取り組んでみたいが、自社だけでは踏み切れない。
- 新分野に挑戦したいが、対応が困難である。

IT化の進展

- IT化に取り組みたいが、対応方法が分からない。

グローバル化の進展

- 国内需要が減っているので、輸出に取り組みたいが、ネットワークがなく、ハードルが高い。

経営者の高齢化

- 事業承継を考えているが、何をすればいいか分からない。
- 後継者がいないので、このままだと廃業するしかない。

リーマン・ショック
地域経済の疲弊・人口減少

- 地域の人口減少や工場の移転等、地元経済が疲弊し、自社の経営も影響を受けている。
- 地域ブランドがある地域は、元気があるようだ。
- インフラ整備が不十分だと、他地域の企業との競争に勝てない。

経営力の向上
人脈形成
資金の確保
人材の確保・育成

売上の拡大
域外需要の取り込み

新製品・技術開発
新分野進出

ITスキルの向上

海外展開の強化

事業承継の推進

地域自体の活性化

3. 商工会議所の小規模事業者支援

3. 商工会議所の小規模事業者支援 (1) 基本的な考え方

○小規模事業者の活力強化のためには、「個社支援」と、地域経済の活性化を通じた「面的支援」の両方が不可欠である。

小規模事業者の活力強化

I. 小規模事業者自身を
元気にする

小規模事業者 個社を
「個別・合同」で支援

II. 小規模事業者の活動の場
である地域全体を元気にする

地域経済の活性化を通じた
「面的」な小規模事業者支援

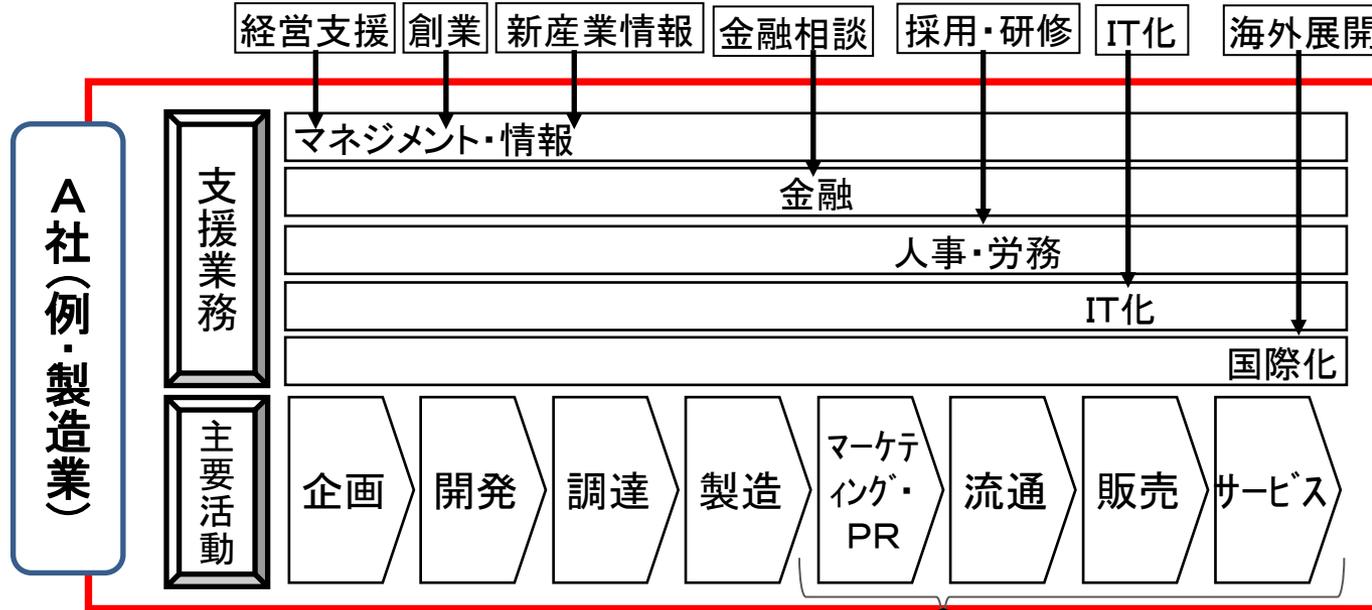


3. 商工会議所の小規模事業者支援 (2) 「個社支援」の内容

○経営資源が脆弱な小規模事業者を「総合支援」。近年、「マッチング支援」が好評。

Input支援(経営資源の投入)

- ◆マネジメント支援: 創業、事業計画、巡回、記帳指導、専門家相談、タイムリーな情報提供(塾、講演会・セミナー、会報・web等)
- ◆金融支援: 金融相談・斡旋、マル経、メンバーズローン
- ◆人事・労務支援: 採用、検定・能力開発、研修・セミナー
- ◆IT化支援
- ◆海外展開支援



経営支援の強みを活かした事業の組み合わせ

(例) 商談会+経営支援、
プレス発表+経営支援

名刺交換会、商談会、ビジネス交流会、受発注マッチング、地域を越えた販路拡大、異業種交流、産学官連携、農商工連携、人材マッチング

企業 大学等

(B to B)

消費者

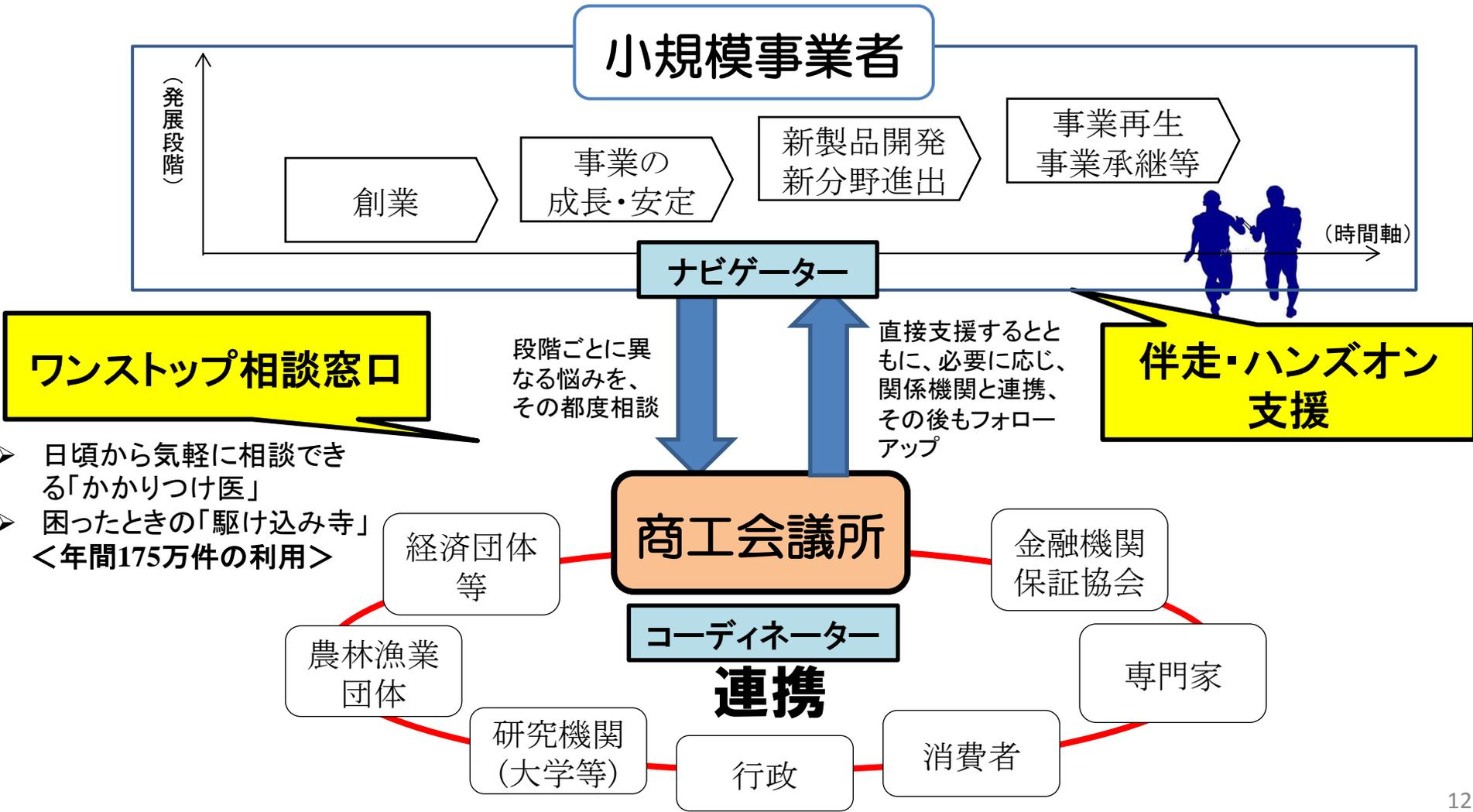
(B to C)

- ◆消費喚起イベント(プレミアム商品券)
- ◆知名度向上に向けた企業PR(プレス発表)
- ◆情報化支援(HP作成、スマートフォン・タブレット)
- ◆信用付与(地域ブランド認定、証明、企業顕彰)

マッチング支援(B to B、B to C)

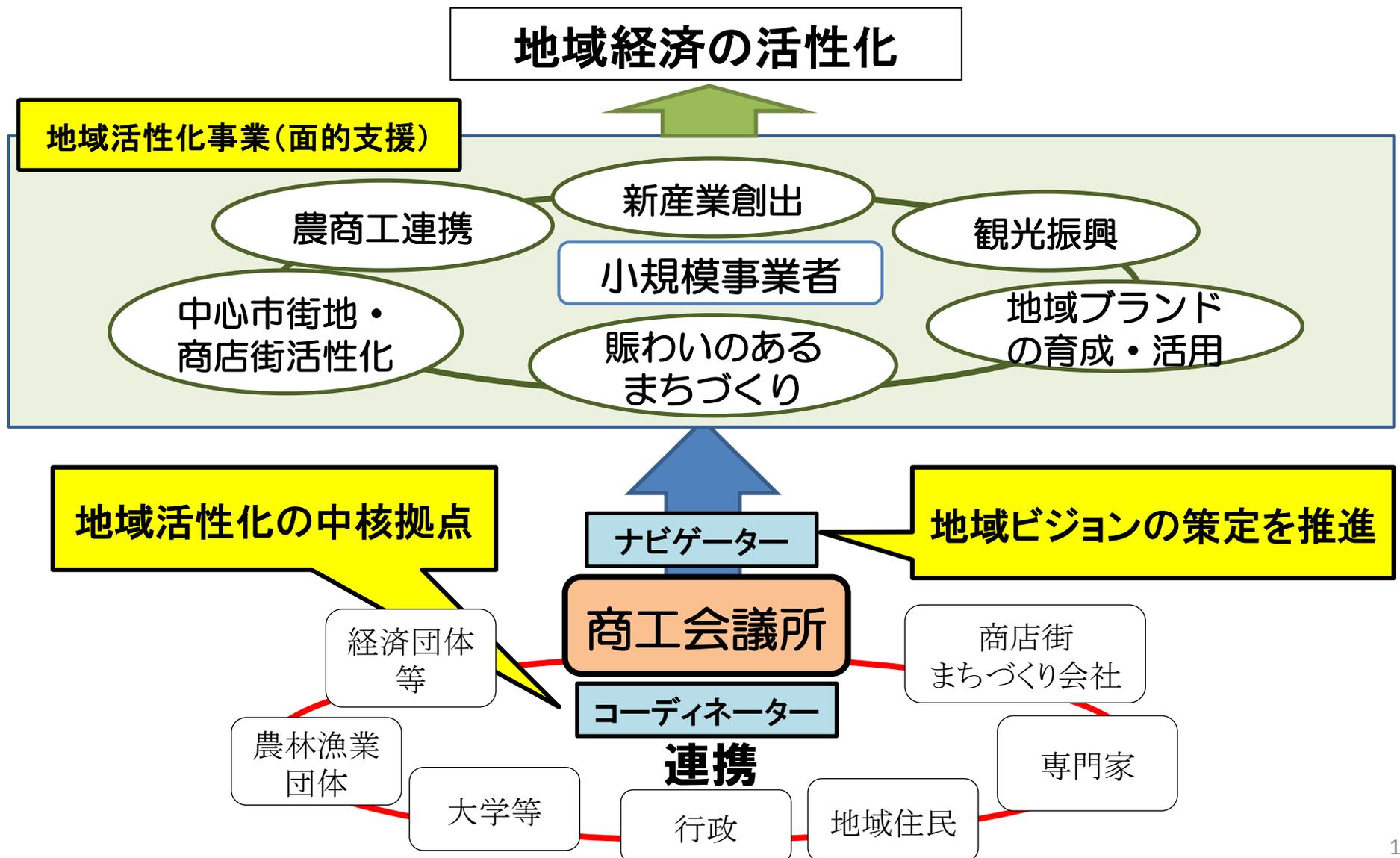
3. 商工会議所の小規模事業者支援 (3) 商工会議所が目指す「個社支援」

- 何に困っているかすらわからない小規模事業者が、まず相談する窓口が商工会議所 (⇒ワンストップ相談窓口)
- 小規模事業者の発展段階に応じ、同じ目線で、課題解決まで支援するのが商工会議所 (⇒伴走・ハンズオン支援)



3. 商工会議所の小規模事業者支援 (4) 商工会議所が目指す「面的支援」

- 小規模事業者の活動の場である地域の活性化の「中核拠点」が商工会議所
- 地域の多様な主体と連携して、地域ビジョンの策定、地域活性化事業の実施の推進を担う



3. 商工会議所の小規模事業者支援 (5) 対応策

○小規模事業者の様々な経営課題に応じて、きめ細かな対応を実施している。

外部環境の変化	経営課題	対応策(取り組み)
---------	------	-----------

I. 小規模事業者自身を元気にする

消費者ニーズの多様化 競争の激化	経営力の向上 人脈形成 資金の確保 人材の確保・育成	①きめ細かな経営支援 (個別支援、合同支援) ②創業支援
国内需要の減少 地域経済の疲弊	売上の拡大 域外需要の取り込み	③販路開拓支援(BtoB) ④地域商業支援(BtoC)
成長産業の変化 大企業の海外進出	新製品・技術開発 新分野進出	⑤連携・結集支援
IT化の進展	ITスキルの向上	⑥IT化支援
グローバル化の進展	海外展開の推進	⑦海外展開支援
経営者の高齢化	事業承継の推進	⑧事業承継支援

II. 小規模事業者の活動の場である地域全体を元気にする

リーマン・ショック 地域経済の疲弊・人口減少	地域自体の活性化	⑨地域ブランドの創造 ⑩まちづくり・観光の支援
---------------------------	----------	----------------------------

4. 小規模事業者支援の取り組み事例

①きめ細かな経営支援

○小規模事業者の様々な悩みに対応。忙しい事業者に「巡回」で対応。

主な相談内容と支援メニュー

経営全般

- ・経営改善支援
- ・専門相談(法律、労働、知財、海外等)
- ・経営安定特別相談
- ・記帳指導

創業

- ・創業希望者向けセミナー、フォーラム
- ・創業セミナー、塾
- ・事業計画策定支援

金融相談

- ・小規模事業者経営改善資金(マル経)
- ・金融機関融資のあっせん

採用・研修

- ・人材マッチング

経営革新

- ・IT活用支援
- ・新分野進出支援(セミナー、情報提供等)

海外展開

- ・海外ビジネス相談
- ・原産地証明書等発行
- ・海外ミッション

年間指導実績

総指導件数	1,751,045 件
巡回指導件数	897,891 件
窓口指導件数	853,154 件

<総指導件数の内訳(巡回、窓口の合計)>

経営革新	81,018 件
経営一般	577,179 件
金融	316,567 件
税務	203,035 件
労働	147,243 件
取引	34,957 件
創業	18,482 件
情報化	24,745 件
環境対策	7,018 件
その他	340,801 件

(平成23年度)

タブレットを活用した巡回指導

竹原商工会議所(広島県)

<小規模事業者の声>

- ・支援機関に相談に「出向く」時間がない。



職員(経営指導員)がタブレットを持参し、事業者への巡回指導を積極展開。



巡回先の事業所でタブレット端末を活用する様子

小規模事業者にとって必要な資料やパンフレットをその場で見せたり、メールで送るなど、スピード感のある支援ができる。

①きめ細かな経営支援(続き)

○小規模事業者の経営課題を抽出し、PDCAで経営管理を支援。

市と商工会議所の相談窓口を統合 京都商工会議所(京都府)

〈小規模事業者の声〉

- どこに相談すればよいか
わからない。



市から商工会議所に中小企業相談業務を移管することにより、市内の中小企業向け相談窓口を統合。新たに10名の経営支援員を配置し、体制強化。

市内5カ所の窓口で中小企業をきめ細かく支援

相談窓口の集約
市・商工会議所による
相談窓口の集約により、
専門的な相談窓口を
一元化し、相談の質を
向上させる。また、
相談窓口の集約により、
相談の質を向上させる。
また、相談窓口の集約により、
相談の質を向上させる。

相談窓口の集約
市・商工会議所による
相談窓口の集約により、
専門的な相談窓口を
一元化し、相談の質を
向上させる。また、
相談窓口の集約により、
相談の質を向上させる。
また、相談窓口の集約により、
相談の質を向上させる。

支店名	所在地	電話番号	営業時間
東区	東区	075-252-4040	10:00~17:00
南区	南区	075-252-4040	10:00~17:00
西京区	西京区	075-252-4040	10:00~17:00
左京区	左京区	075-252-4040	10:00~17:00
山科区	山科区	075-252-4040	10:00~17:00

小規模事業者の経営課題を抽出 東京商工会議所(東京都)

〈小規模事業者の声〉

- 自社の経営課題が何か、
自分ではわからない。



自社の経営課題を、経営診断で抽出する仕組み。その後必要に応じ、専門家相談等も受けられる。



年間計画で販路開拓を支援 高知商工会議所(高知県)

〈小規模事業者の声〉

- セミナーを受講しても、
結果が出せるか不安。



商品開発セミナー→個別相談会→見本市→経営革新塾→販路開拓塾→発表会と、年間計画で支援。

平成25年度 高知商工会議所
経営支援・販路開拓支援メニュー

月	支援メニュー
6月	トップバイヤーズ日経トレンド会議(6月5日) 販路開拓セミナー(6月27日) 講師: 宇野浩二
8月	消費税セミナー(8月28日・9月3日・9月9日)
9月	経営革新塾(9月10日・10日・11日)
10月	売れ筋商品展覧会(10月4日 大塚体育館) 経営革新塾(10月6日・9日・15日・16日)
11月	経営革新塾(11月6日・13日・20日・27日)
12月	販路開拓塾(12月9日・10日)
1月	販路開拓塾(1月23日・24日)
2月	経営革新塾(2月10日・17日)
3月	経営革新塾(3月10日・17日)

〒780-0801 高知市土佐町 高知商工会議所 経営支援課 TEL:0975-3176 FAX:0975-3072

市内5カ所のより身近な相談窓口において、ワンストップで多様な経営・金融支援を受けられるように。

自社の経営課題を、第三者の視点から客観的に把握することで、小規模事業者の経営改善の第一歩を後押し。

ワンショットではなく、年間計画に基づく継続した支援により、成果につなげる。「新サービスの開発や販路開拓にも取り組むことができている」との声。

①きめ細かな経営支援(続き)

- 小規模事業者の経営課題の解決に向けた塾を複数回開催し、気づきと改善を促進。
- 参加者同士で切磋琢磨しながら、人脈形成と経営改善・革新を実現。

「経営塾」を開催

明石商工会議所(兵庫県)

＜小規模事業者の声＞

- ・経営革新のための事業計画策定までしっかり学びたい。



アイデアのを見つけ方から事業計画策定など、実践へのステップをサポート。



女性向けの塾の様子

事業者の経営革新だけでなく、会社幹部のスキルアップのための研修としても活用

「ムダ取り塾」を開催

広島商工会議所(広島県)

＜小規模事業者の声＞

- ・ものづくり現場の生産性向上策を学びたい。



製造現場にある「ムダ」を再認識したうえ、先進企業の視察や参加者間の議論等を通じ、問題発見力や解決力を習得。



先進企業の視察や、参加者間で自社の課題・改善方法を議論。生産性の向上につながっている。

「商人塾」を開催

鹿児島商工会議所(鹿児島県)

＜小規模事業者の声＞

- ・事業、商売のコツやトレンドを学びたい。



小売・サービス業を中心に、分野ごとに、その道のスペシャリストを招き、店舗経営の秘訣や販売促進、マーケティングなどについて学ぶ。講座終了後には交流会を開催。



各分野毎の講義により、具体的・実践的に学ぶことができる。交流会では参加者同士で情報交換。

①きめ細かな経営支援(続き)

○知名度が低い小規模事業者の人材確保・育成を支援。

ワンストップで
学習支援から就職支援まで
館林商工会議所(群馬県)

＜小規模事業者の声＞

- ・従業員を育ててもらいたい。



商工会議所に学習センターを設置し、
認定職業訓練校(平成21年度認可)
として各種の資格取得講座や実務研
修を実施



学習支援では、商工会議所の検
定事業を活用。学習から就職ま
でのトータルサポートで、地域
に優秀な産業人材を輩出。

地元工業高等専門学校との
就職マッチング(合同就職説明会)
堺商工会議所(大阪府)

＜小規模事業者の声＞

- ・優秀な人材を確保したいが、採
用活動に費用をかけられない。



地域の小規模事業者と、数多く
の技術者・研究者を輩出してい
る地元工業高等専門学校の学
生とのマッチング。



就職を希望する地元の優秀な人
材と直接話をするにより、
小さくても光る企業の魅力を直
接伝えることができる。

無料職業紹介所

神岡商工会議所(岐阜県)

＜小規模事業者の声＞

- ・優秀な従業員を確保したい。



より市民に近い商工会議所を
目指し、市の公民館内に事務
所を設置し、無料職業紹介事
業を実施している。



市の公民館内での無料職業紹介
事業は、小規模事業者や市内の
求職者にとってもアクセスしや
すく、好評。

②創業支援

○創業間もない小規模事業者を、継続的にサポート。創業者同士の「交流」が魅力。

地域唯一の創業支援窓口

四日市商工会議所(三重県)

〈創業希望者の声〉

- ・創業の相談にはどこにいけばいいかわからない。
- ・人脈が全くない。



行政や他団体と連携し、商工会議所にワンストップ窓口を設置。

創業者による「創業クラブ」を設立

佐世保商工会議所(長崎県)

〈創業希望者の声〉

- ・創業後は人脈形成やノウハウの提供が特に重要。



商工会議所の創業支援サービスを利用した創業者に、人脈形成や経営ノウハウ取得の場を提供。



5年を超えて事業継続したクラブ会員に、記念プレートを贈呈。
事業所名・創業年入りで店頭掲示が可能。
会員としての意識向上と商工会議所認知度拡大を図る。

創業間もない小規模事業者にとって、人脈形成の魅力的な場となっている。

インキュベーション施設

町田商工会議所(東京都)

〈創業希望者の声〉

- ・事業開始までの賃料等の初期投資がネック。



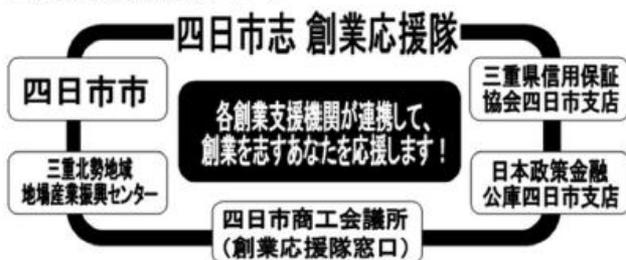
商工会議所に起業支援施設「町田新産業創造センター」を設置。専門スタッフが創業者をきめ細かく支援。



町田新産業創造センター

創業間もない小規模事業者にとって、家賃負担軽減と、商工会議所の経営支援、施設内の他の事業者との人脈形成が魅力。

四日市の創業支援ネットワーク



域内での創業・独立を志す人を積極支援

窓口を一本化することで、市内の創業希望者の利便性を向上。創業後も経営を一貫してサポート。

②創業支援(続き)

○創業希望者を増やすための社会的風土の醸成、掘り起こしにより、創業予備軍を拡大。

「よこすかキャリア教育推進事業」
横須賀商工会議所(神奈川県)

起業教育プログラム
会津若松商工会議所青年部(福島県)

女性起業家大賞
全国商工会議所女性会連合会

＜小規模事業者の声＞
・地域の子どもたちに、地域経済について学んでほしい。

＜小規模事業者の声＞
・地域経済の次代の担い手が確保できるのか心配。

＜小規模事業者の声＞
・創業直後は知名度が低く、販路開拓が難しい。



産業界が主体となって、市・教育委員会と共に考案・実施する「中学生“自分再発見”プロジェクト」。若手社員が研修として、子どもたちに講義を行う。

地域での商売体験を通じた「起業教育プログラム」で人材育成。

女性の視点で、革新的・創造的な企業の創業や経営を行い、事業を成功させている女性起業家を顕彰。



事業のシンボルマーク



「ジュニア・エコノミー・カレッジ」のトップページ



全国商工会議所女性会連合会
全国大会で、岡村会頭より表彰

市内全校で、キャリア教育プログラムが、取り入れられている。地域の子どもたちに、地域経済や創業の魅力等に関心を持ってもらっている。

地域の若手経済人(青年部)が運営者となり、地域経済の後継者を育成。創業のおもしろさ、意義を、子どもたちに伝えている。

女性にスポットを当て、女性の視点で表彰する制度が、女性创业者の掘り起こしにつながっている。また、創業後の販路開拓等をバックアップ。

③販路開拓支援 (B to B)

- 個々の小規模事業者では難しい販路開拓・PRを、地域内で「合同」で実施。
- 小規模事業者と中小・中堅・大手企業が出会えるのは貴重な機会。

大手進出企業との交流事業

佐賀商工会議所(佐賀県)

<小規模事業者の声>

- ・大手進出企業との取引につながる機会がほしい。



交流事業だけでなく、その後の営業活動においても商工会議所が同行し、マッチングを取り持つ。



地元会員企業に大変喜ばれている交流事業の当日の様子



「大手進出企業に、自社製品をアピールしたところ、取引が決まった。」「商工会議所経営指導員が自社の強みを伝えてくれて、成約につながった」との声。

近隣県との広域商談会を開催

福井、富山、金沢商工会議所

<小規模事業者の声>

- ・隣県に販路を拡大したいが、きっかけがない。



商工会議所ネットワークにより、北陸三県に参加エリアを広げて、「北陸三県縦断ビジネスチャンス創出プロジェクト」を開催。

広域商談会の模様



小規模事業者にとって、隣県に販路を拡大する絶好の機会となっている。

合同プレス発表会

福井商工会議所(福井県)

<小規模事業者の声>

- ・新製品の宣伝のためにマスコミにPRしたいが、自社だけでは取材してくれない。



小規模事業者が一堂に会し、マスコミに対し新商品の発表を行う。



合同プレス発表会の風景

発表会に向けた予習(事前指導)、発表会後の振り返りによる復習(事後指導)を実施。発表会というイベントが、小規模事業者の経営見直しのモチベーションになっている。

④地域商業支援 (B to C)

○知名度が低い小規模事業者と住民を、「合同」でマッチング。

高齢者の買い物支援
「光版宅配モデル事業」

光商工会議所(山口県)

＜小規模事業者の声＞

- ・地域住民のニーズの高いサービスを知りたい。



市から受託した市民への調査の結果、ニーズが高かった、高齢者への買い物支援を、市と連携して実施。利用者が使った買い物宅配券を、商工会議所で換金。



光市地域宅配券の見本

買い物支援と同時に、高齢者のケアも行う。宅配サービスは小規模店舗から優先的に調達することで、小規模事業者を支援。

「相模原お店大賞」

相模原商工会議所(神奈川県)

＜小規模事業者の声＞

- ・消費者の声を聞きたいが、費用や手間がかかる。



応募した小規模店舗を、住民が「総選挙」。受賞事業者は市内外の各メディアへ掲載される。



相模原お店大賞のポスター



受賞店報告チラシ (飲食部門)



受賞店報告チラシ (小売・サービス部門)

受賞した小規模事業者の新規顧客開拓につながるとともに、受賞店舗周辺の回遊客の増加により、エリア全体の活性化に寄与。

建設業者への住宅修繕無料相談

大府商工会議所(愛知県)

＜小規模事業者の声＞

- ・住宅修繕の腕に自信があっても、アピールする機会が少ない。



イベントで住宅修繕の無料相談ができるブースを設置し、建設業者と住民をマッチング。



大府市産業文化まつりでの修繕相談会のブース

「どの建設業者に依頼していいか分からなかった」という住民のニーズの掘り起こしに成功し、新たな仕事を創出。

④地域商業支援 (B to C) (続き)

○地域内の小規模事業者が結集し、地域の消費者に魅力発信。

得する街のゼミナール 岡崎商工会議所(愛知県)

＜小規模事業者の声＞
・自分のお店の魅力を地域の人にもっと知ってもらいたい。



商店街のお店が講師となり、プロならではの専門的な知識や情報、コツを無料で受講者に伝える少人数制のゼミ。受講者はお客として、クーポンを使い買い物ができる。



講師＝人におしえることが、自らの経営や専門性を振り返るきっかけに。ゼミ参加者の口コミ等が、集客アップにつながっている。

ワンコイン de スタンプラリー 宝塚商工会議所(兵庫県)

＜小規模事業者の声＞
・集客力をアップし、売り上げを上げたい。



市内全域にある約300の店で、ワンコイン(500円)で購入できる商品・サービスを提供。商工会議所が作成するガイドブックにも掲載される。



ガイドブックへの掲載が、自分のお店の強みを考えるきっかけに。イベントを通じた経営指導につながっている。

プレミアム建設券 恵庭商工会議所(北海道)

＜小規模事業者の声＞
・建設業者向けのプレミアム券を発行してもらいたい。



市内建設業の振興のため、恵庭市等と連携して「プレミアム建設券」事業を実施。



参加した小規模事業者から「有効な営業手段となった」、「お客さんが増えた」との声。住民からは、「地元の業者を知るきっかけになった」との声。

⑤連携・結集支援

○小規模事業者それぞれの強みを生かした連携・結集により、ブランド価値を向上。

「磨き屋シンジケート」 燕商工会議所(新潟県)

- ＜小規模事業者の声＞
- ・地場産業の伝統技術を生かした仕事を創出したい。



プロ集団による共同受注方式による生産体制の整備に加え、販路開拓、技術開発、人材育成、ブランド開発を商工会議所が総合的に実行。

「ものづくり指南塾」による産学官連携支援 前橋商工会議所(群馬県)

- ＜小規模事業者の声＞
- ・自社の技術を活かした、新しいものづくりに挑戦したい。



地元教育機関や、研究機関と共同で、新技術を研究する「きっかけ」を提供。自然エネルギー利用や、大学・病院等との医工連携、農商工連携等、様々な取り組みを行う。

【自社技術向上・現場改善研修会】



【企業視察・最先端技術見学会】

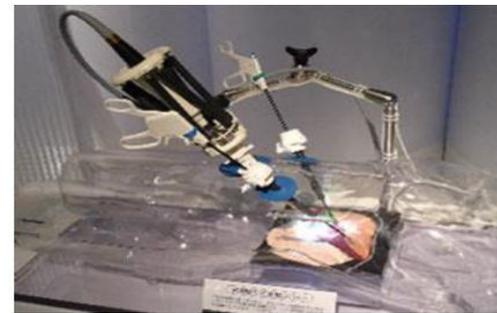


「医工連携」の推進 大阪商工会議所(大阪府)

- ＜小規模事業者の声＞
- ・新分野での新事業展開、高度化にチャレンジしたい。



毎月、医療機器開発に関わる研究成果や医療現場のニーズ、さらに大手医療機器メーカーからアライアンス・ニーズが提示され、企業が共同開発に参画できる仕組み。



大阪大学と大研医器㈱の医工マッチングをきっかけに開発された「内視鏡手術支援ロボット」(平成20年)

幅広い業種から注文が殺到。海外にも展開し見本市で好評を得た。小規模事業者の仕事を生かしている。

産学の有機的な連携を創出。「前橋ブランド」の構築に向けて活動中。

平成25年3月時点で、共同開発の検討が460件、実用化に動き出している案件が135件。新たな新事業展開、製造業の高度化の実現に貢献。

⑥IT化支援

〇ITの知識・人材に乏しい小規模事業者の生産性向上・販路開拓を、「総合的」にサポート。

「ITコンシェルジュ」

豊中商工会議所(大阪府)

〈小規模事業者の声〉

- ・IT化には関心があるが、何をしてよいかわからない。



スマートフォンやタブレット、クラウドの活用方法など、事業者のITに関する幅広い相談に対応。窓口相談だけでなく、出張相談も対応。



これからはスマートフォン・タブレットの時代クラウドもどうぞ!! ITconciiergeは自信を持ってご提供させていただきます。

「わが社もタブレットを導入してみよう」という声が広がっている。小規模事業者の顧客サービス向上と売上の増加につなげる。

WEB活用をトータルでサポート

北大阪商工会議所(大阪府)

〈小規模事業者の声〉

- ・ITの知識や人材が不足している。



ホームページを持たない、効果的に活用できていない小規模事業者に対し、専門知識がなくても開設できるホームページ作成ツールを提供。

- 1 自分で簡単に作成・更新できる!
パソコンが苦手な方でも、文字や画像を配置する感覚で作成できます。ホームページの専門知識はいりません。
- 2 ビジネスに最適な機能が勢揃い!
お問合せフォーム (SSL)、企業らしいデザインテンプレート、アクセス解析、SEO、メルマガ、お買い物カゴ、携帯サイトなどの機能が充実。
- 3 低価格でオールインワン!
月2,000円～ サーバ、独自ドメイン、メールアドレスの取得からサポートまでOK。
- 4 商工会議所運営の安心感!
地域に根ざして企業の活動を支援する商工会議所が運営をしています。

ホームページ作成後も、運用サポートや、集客のための効果的な活用方法のアドバイス等を継続的に支援している。

タブレットセミナーの開催

善通寺商工会議所(香川県)

〈小規模事業者の声〉

- ・ITの基礎から学びたい。



スマートフォン・タブレットと携帯電話の違いから、業務に役立つアプリまで、現場に立脚したわかりやすいセミナー。



タブレットセミナーで
会員に説明する担当職員



常議員会と合わせて開催したタブレット研修会

タブレット端末を利用することで、ITを身近に感じ、ITへの苦手意識を払しょくしたうえで、事業に導入し、生産性の向上につなげている。

⑦海外展開支援

○小規模事業者にはハードルが高い海外展開を、地域で「合同」で支援。

海外バイヤー向け個別商談会
福岡商工会議所(福岡県)

＜小規模事業者の声＞

- ・海外への販路拡大を目指しているが、機会がない。



海外バイヤーを福岡に呼び込み、個別商談会を開催。輸出につなげている。



個々の小規模事業者では開拓できない海外バイヤーとの接点が得られ、国内にしながら海外への販路開拓ができる。

海外視察商談会
札幌商工会議所(北海道)

＜小規模事業者の声＞

- ・海外の現地企業と商談を行いたい、接点がない。



中国(大連、瀋陽)、香港、シンガポールでの視察商談会等を毎年実施。



「北海道ブランド」の輸出促進に積極的に取り組み、海外展開に挑戦する小規模事業者をバックアップ。

海外の共同買付事業
和泉商工会議所(大阪府)

＜小規模事業者の声＞

- ・情報、人材、資金などが不足しており、個別では海外取引ができない。



買付商品の税関手続きから、送金、配送に至るまで、商工会議所が一括してサポート。



中国での視察



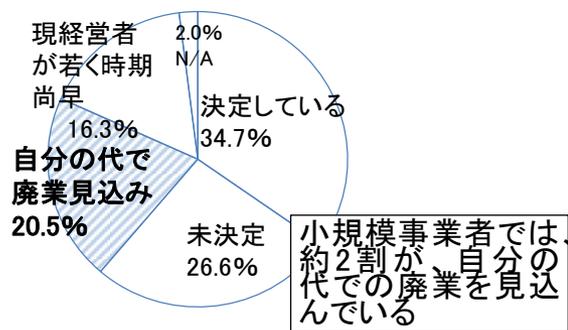
意見交換を行う参加者

同事業の参加をきっかけに、自身で販路を開拓する小規模事業者が現れた。商工会議所の後押しによって、海外需要の取り込みに成功。

⑧事業承継支援

○地域経済を支える小規模事業者の円滑な事業承継を、マッチング支援。

小規模事業者の後継者の有無



出典：日本政策金融公庫総合研究所「中小企業の事業承継に関するアンケート」（2009年12月）を事務局加工

後継者塾・
事業承継個別相談を実施
龍野商工会議所(兵庫県)

＜小規模事業者の声＞

- ・事業承継には、後継者の資質向上が欠かせない。



後継者を対象とした講義とワークショップによる「龍野経営塾」を開催。



後継者向けの塾のほか、現経営者と後継者両名揃っての事業承継個別相談（専門家相談）も実施。

事業引継ぎ支援センター
静岡商工会議所(静岡県)

＜小規模事業者の声＞

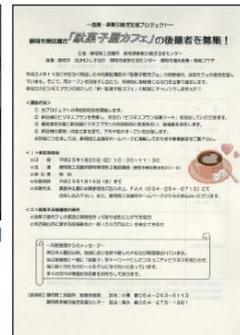
- ・後継者がいない。
- ・創業したいがリスクはおさえたい。



後継者難の中小・小規模事業者と創業希望者とを結びつけるプロジェクトにより、事業主から後継者への円滑な事業承継を支援。



プロジェクトの事前説明会に参加する創業希望者



プロジェクト第二弾「駄菓子屋カフェ」の募集チラシ

後継者難と創業支援を、地域内のマッチングにより解決。実務だけでなく事業主の思い等も後継者へ引き継ぐことができる。

⑨地域ブランドの創造

○小規模事業者の「面的」支援に向け、「地産地消」と「地域外需要の取り込み」を図る。

農商工連携で地域ブランドの積極展開

久留米商工会議所(福岡県)

＜小規模事業者の声＞

- ・本業が不振のため、新製品・新分野進出に挑戦したい。



事業者と農家のマッチングを商工会議所が橋渡し。生産から加工、販売まで一貫支援。各種展示会へ積極的に出展支援するとともに、食品メーカー等への事業者とのマッチング等を手掛ける。

ジェラートなど次々に魅力的な商品が生まれている



日本で初めて栽培に成功したバニラビーンズが地域ブランドに認定され、ジェラートなど様々な商品として企画・販売。地域の特産品の開発により、地域の事業者の仕事を創出。

「えにわブランド」の開発

恵庭商工会議所(北海道)

＜小規模事業者の声＞

- ・地域の特産品を開発し、安定収入につなげたい。



恵庭の特産品である「えびすかぼちゃ」を活用した「かぼちゃプリン」の販売をスタート。アンテナショップ、物産展、新千歳空港等での販路を開拓。

特産品のえびすかぼちゃを用い、地域を積極的にPR



道の駅「花ロードえにわ」を中心に人気が発散し、約8カ月間で予定数量の1万7千個を完売。住民にも親しまれている。

熱海ブランド「A-Plus」の展開

熱海商工会議所(静岡県)

＜小規模事業者の声＞

- ・知名度が低い自社の商品のブランド力を強化したい。



熱海市内で生産・加工された食品を、厳しい審査基準の下、同ブランドとして認定し、アンテナショップやホームページ等で販売。認定審査は、料理研究家・ソムリエの田崎真也氏らが務める。



商工会議所が地域ブランドとして“お墨付き”を与え、小規模事業者の商品の信用力を高めることに成功。

⑩まちづくりの支援

○小規模事業者の「面的」支援に向け「交流人口増加」を図るため、地域の意思決定を推進。

統一的な外観デザイン
でまちなみ整備

会津若松商工会議所(福島県)

＜小規模事業者の声＞

- ・大型店の撤退でまち全体の衰退が心配。



百貨店の撤退後、商工会議所が中心となり、県・市・まちづくり会社等で協議会を組織。中心市街地の「空き店舗」を統一的な外観デザインに改修し、「魅せる店舗」の形成に成功。



若手経営者を主たるターゲットとして、出店者を募集。個人旅行中心の観光スタイルへの変化を的確に捉え、観光客の増加に成功。無人駅の店舗で年2千万円の売上に。

まちづくり会社による
テナントマネジメント

金沢商工会議所(石川県)

＜小規模事業者の声＞

- ・中心市街地の空き店舗が目立つと、地域全体の活気が失われる。



商工会議所、市等の出資で設立したまちづくり会社が、空き店舗跡地の所有者と、10年間の定期借地契約を締結。コンセプト策定からマーケティング、施設デザイン等のプランニングまで行い、商業施設を整備。



新たに整備された商業施設のテナントの年間総売上高は約5億円。周辺商店街の空き店舗解消にも寄与。

工場群を活用した産業観光

北九州商工会議所(福岡県)

＜小規模事業者の声＞

- ・地域に多くの観光客を呼び込みたい。



北九州市の特徴である著名な工場群を地域資源として活用。地元の工場や旅行会社と折衝し、工場見学を中心とした「産業観光」を、商工会議所が中心となって推進。



まちづくり会社が整備・テナントミックスを行った商業施設

ものづくりの街として発展してきた市の歴史を、観光資源に転換し、活用。観光客や交流人口の増加を図り、街全体が潤う仕組みづくりを推進。

【参考】震災復興支援

○被災地の復興支援に向け、被災直後から、全国の商工会議所が連携して支援。

被災事業者の巡回、緊急相談窓口設置

被災地および全国の商工会議所

＜被災した小規模事業者の声＞

- ・被災直後、何から手をつけたらよいか、わからない。



相談窓口を開設、あるいは、事業者の所在地を1件1件訪問。安否確認や状況把握に努めるとともに、緊急の相談にも対応。被災地以外の全国の商工会議所経営指導員も、応援に駆けつけた。



商工会議所の建物自体が全壊する中、仮設テント等を設置し、被災した小規模事業者を支援。全国から駆け付けた経営指導員による巡回も、被災事業者の励みになった。

遊休機械無償マッチング

全国の商工会議所

＜被災した小規模事業者の声＞

- ・震災で機械設備を失い、事業が再開できない。



全国の商工会議所のネットワークを活用し、全国に、遊休機械の無償提供を呼びかけ。一方被災地では、被災事業者の機械等の要望を収集。これらのデータをもとに、機械の専門家である震災対応相談員がマッチング。



2013年10月現在で、2242件のマッチングに成功。機械の提供により、事業を再開できた事業者から、感謝の声が届いている。

販路開拓を支援

仙台工会議所(宮城県)ほか

＜被災した小規模事業者の声＞

- ・事業を再開した後は、失ってしまった販路の回復が課題。



被災事業者と、大手企業との交流会や、全国各地から多様なバイヤーを招聘した商談会などを開催。またバイヤー経験のあるコーディネーターによる、販路開拓相談にも対応。



多くの被災事業者が商談を成立させ、本格的な事業の再建に向かって取り組んでいる。

【参考】政策提言活動（地域ごとの小規模事業者の課題を解決）

○小規模事業者の事業環境整備に向け、意見を集約し、提言・要望。

マル経資金の利子補給制度を
市に要望

井原商工会議所(岡山県)

＜小規模事業者の声＞

- ・融資の際の利子負担を少しでも軽くしてほしい。



「小規模事業者経営改善資金(マル経資金)利子補給金制度」を市に要望し、実現。



「実質1%を切る利子率はとても魅力的」、「小規模事業所のために頑張ってもらい商工会議所に感謝」との声。

地域のため積極的な
要望活動を展開

いわき商工会議所(福島県)

＜地域の事業者の声＞

- ・建設工事価格の引き下げで建設業者が疲弊している。



他の団体と連携し、要望活動を展開



「建設工事総合評価方式」の最低制限価格の引き上げ等が実現。

＜小規模事業者の声＞

- ・原発事故の早期収束、情報公開、原発事故による実害・風評被害対策を推進してほしい。



事業所訪問を実施して意見集約

復興庁「いわき支所」の開庁が実現。

閉店した百貨店の建物を市庁舎
に再利用するよう要望

栃木商工会議所(栃木県)

＜小規模事業者の声＞

- ・地域や中心市街地自体が衰退してしまうと、事業活動にも悪影響。



他の経済団体と連携し、市に対し、閉店後の建物を市庁舎などとして利用するよう要望。



市長は、本要望を受け、「街の活性化のために何ができるか検討していく」として対策本部を設置。また、パブリックコメントなど市民の声なども集約後、「旧百貨店を市役所本庁舎として利活用する」ことを決定。

【参考】政策提言活動（オールジャパンの小規模事業者の課題を解決）

○小規模事業者の事業環境整備のため、全国規模で意見を集約し、政府に提言・要望。

税制改正要望

＜近年の成果（一部抜粋）＞

- ・事業承継税制の創設：昭和39年以来の要望（平成21年度改正で実現、25年度改正でさらに大幅見直し）

- ・中小法人の軽減税率の引き下げ（18%→15%）（平成23年度改正で実現）

- ・交際費課税の大幅拡充（平成25年度改正で実現）

- ・設備投資減税の大幅拡充（平成26年度改正で実現）

など

速報 「消費税引き上げに伴う経済政策パッケージ」(税制)のポイント (10/1閣議決定)

中小企業投資促進税制の拡充・延長や 所得拡大促進税制が拡充！ 各地商工会議所 日本商工会議所

※本プラン内の「中小企業者」とは資本金1億円以下の法人です

設備投資減税が大幅に拡充されます！

【中小企業投資促進税制の拡充・延長【3年間】】

ソフトウェアが組み込まれた設備等（生産性向上設備）を導入した場合、上乗せ減税が措置されます（平成29年3月31日まで）。

特別償却
【上乗せ特例】特別償却割合 上乗せ
（償却率）特別償却30%
（資本金）1億円

選択適用
税額控除
【上乗せ特例】税額控除 上乗せ 3%
（償却率）税額控除 7%
（資本金）3,000万円

【上乗せ特例】税額控除利用 法人の拡大
資本金3,000万円 以上の中小企業も 税額控除が利用 できるよう！

生産性向上設備
一定の期間内に発売され、かつ旧モデルと比べて、年平均1%以上 生産性が向上する設備

＜対象＞
機械・装置、一定の器具・備品（サーバー、試験・測定機器）
生産現場の情報把握・分析指示を可能とするソフトウェア
ソフトウェアが組み込まれた機械・装置については、最新モデルで なくとも、一定の期間内に発売された一代型モデルも含める
＜確認方法＞工業会等がメーカーから申請を受けて確認

少額減価償却資産の特例の延長 【2年間】

中小企業者の少額減価償却資産の取得価額の損金算入特例の適用期限が2年間延長されます（平成28年3月31日まで）。

対象	取得価額	償却方法
中小企業者のみ	30万円未満	全額直算入(即時償却)
全ての企業	20万円未満	3年間で均等償却 (償却率33%)
	10万円未満	全額直算入(即時償却)

合計300万円まで

生産性向上設備投資促進税制の創設 ※資本金1億円以内の中小企業者も対象です！

①先端設備
一定の期間内に発売され、かつ旧モデルと比べて、年平均1%以上 生産性が向上する設備

＜対象＞
機械・装置、一定の工具、器具備品、建物および建物附属設備、
中小企業者等については一定のソフトウェアおよびサーバーを含む
（生産現場の情報把握・分析指示を可能とするもの）
→中小企業者等が取得するソフトウェアが組み込まれた機械・ 装置については、最新モデルでなくとも、一定の期間内に発売 された一代型モデルも含める
＜確認方法＞工業会等がメーカーから申請を受けて確認

②生産ラインやオペレーションの改善に資する設備
投資額以上の投資利益率が15%以上(中小企業者等は25%以上) であることについて、経済産業局の確認を受けたもの

＜対象＞
機械装置、工具、器具備品、建物、建物附属設備、構築物 およびソフトウェア

対象	取得価額	即時償却または 3%税額控除	30%特別償却または 25%特別償却
機械装置	～28.3.31	即時償却または 3%税額控除	30%特別償却または 25%特別償却
建物	～29.3.31	即時償却または 3%税額控除	25%特別償却または 24%特別償却

平成28年3月31日以前に取得する事業用 度の設備投資分については、平成28年4月 1日を含む事業年度において、相当額の償却 または税額控除が可能です

小規模事業者にも「チラシ」で、 施行前からいち早くお知らせ

中小企業・小規模事業者施策要望

＜近年の成果（一部抜粋）＞

- ・小規模企業活性化法（中小企業基本法の一部改正）（平成25年6月改正）

- ・マル経融資制度の拡充
—小規模事業者の範囲の一部拡大が可能に（平成25年6月改正）

- ・特許等取得費用の減免制度拡充

など

観光振興

＜近年の成果（一部抜粋）＞

- ・インバウンドの推進（ビザ発給要件の緩和等）

- ・被災地の観光振興（東北観光博）実施

など

5. 小規模事業者支援における 商工会議所の課題

5. 小規模事業者支援における商工会議所の課題 ～経営支援力強化に向けて～

○小規模事業者への支援(個社支援、面的支援)に向け、商工会議所の経営支援力を
不斷に強化。

経営支援力の強化

「個社支援」への対応

目指すべき姿

- 小規模事業者の「ワンストップ相談窓口機能」の強化
 - ・小規模事業者の様々な悩み・相談を傾聴し、課題解決に向けた道筋を提供
- 小規模事業者の発展段階・課題に応じた「伴走・ハンズオン支援機能」の強化
 - ・小規模事業者の発展段階・課題を見極め、課題解決策(経営支援、支援事業、専門家紹介)を提供

重点項目

- ビジネス直結型の経営支援へのシフト(マッチング支援の強化)
- 商工会議所の強みを活かした経営支援(例:商談会等の支援事業+経営支援)の強化
- 商工会議所の広域連携と専門家との連携の推進

支援人材の資質向上

- 「専門性」「ナビゲート力」「コーディネート力」の向上
 - ・都道府県単位での研修や中小企業大学校での研修等に加え、支援事例の水平展開やネットワーク構築に向けた全国研修会を強化
 - ・イントラネットやメルマガを活用した全国の経営指導員向けの情報提供

「面的支援」への対応

- 地産地消や地域外需要の取り込みに向けた多様な「地域経済の活性化事業」の推進
 - ・地域毎のニーズや地域資源の発掘とニーズ等に即した地域ブランド、商店街、まちづくり、観光、農商工連携事業の実施

- 地域経済の活性化に向けたビジョン・計画の策定の推進
- 地域経済の活性化に向けた商工会議所の広域連携や他団体との連携体制の強化

- 「専門性」「ナビゲート力」「コーディネート力」の向上
 - ・地域の実情に精通した人材の育成
 - ・地域活性化プロジェクトの情報共有や人材ネットワークの構築

【参考】全国の商工会議所経営指導員の決意をアピール

平成25年7月12日

第2回商工会議所経営指導員全国研修会(支援力向上全国フォーラム)を終えて ～郡山アピール～

「これからの商工会議所の理念と活動」(平成25年3月21日中間報告)では、「地域の総合コーディネーターとして、企業と地域を元気にする、さらに頼りになる商工会議所へ！」との理念が打ち出され、その実現に向けた活動指針の一番目に、「中小企業のビジネスを強力に『総合支援』しよう！」との方針が掲げられた。

この「総合支援」の最も重要な担い手は、我々、経営指導員である。

我々は、求められる役割の重要性を再認識しつつ、今こそ、この活動指針を着実に実行し、地域に、「1社でも元気で光る企業を増やす！」ことに、果敢にチャレンジする必要がある。

今般の「第2回商工会議所経営指導員全国研修会」では、経営支援力の向上に向け、様々な先進的な経営支援を行う経営指導員の思いや取り組みを学ぶとともに、ディスカッションによる参加者相互の知恵・ノウハウの共有・発展や、経営指導員ネットワークの構築を、図ったところである。

我々は、本全国研修会で習得したことを、日常の経営支援の場で最大限生かすために、ここに「郡山アピール」として、下記に取り組むことを確認する。

記

1. 経営指導員は、商工会議所が中小・小規模企業にとって、常に「最初に相談したい、頼りになる経済団体」となるために、「ワンストップ」「ハンズオン」により、中小・小規模企業の経営課題の解決を総合的に支援する。適宜、商工会議所を中核とした行政や他の支援機関との連携を促進する。
2. 経営指導員は、巡回指導等により中小・小規模企業との接点を増やし、一層のニーズ把握に努めるとともに、専門知識を高める等「自己研鑽」に励み、「一段とレベルアップした経営支援力」を発揮する。
3. 経営指導員は、事業(商談会等)と経営指導(事前指導、事後指導等)を組み合わせることで、相乗効果を発揮できる「総合パッケージ支援」を推進する。そのために、商工会議所内の連携を図る。
4. 経営指導員は、本全国研修会で培われた貴重な「全国レベルの経営指導員ネットワーク」を、今後の経営支援に最大限活用する。
5. 日本商工会議所は、中小企業が求める経営課題ニーズに即し、経営指導員の支援力向上に資する体系的な研修を企画・運営するとともに、経営指導に資する情報の提供や先進的な取り組みの発信を行う。

6. 今後の検討の方向性

6. 今後の検討の方向性

○小規模事業者を振興する「基本法」を検討するにあたって、以下の方向性が考えられる。

1. 小規模事業者への「個社支援」について、以下の3つの観点が必要ではないか。
 - 小規模事業者の「攻め」の活動を支援するため、「創業」、「販路開拓」、「経営革新」、「海外展開」、「事業承継」を重点とした施策の充実を図る必要があるのではないか。
 - 個社支援には、商工会議所同士はもとより、企業や大学との「連携」が重要ではないか。
 - 同時に、記帳や会計・税務といった基本的事項や、きめ細かな資金調達など、乏しい経営資源の補完策としての一定水準の個社支援は、引き続き必要。
2. 個社支援に加え、小規模事業者の活動の場である地域全体の多様な経済活性化を図るため、「面的支援」に向けた、多様な施策が必要なのではないか。
 - 「地域ブランド」、「商店街」、「まちづくり」、「観光」、「農商工連携」が重点。
 - 事業者のみが対象ではなく、地域の「活動」を支援するという考えが必要。
3. 小規模事業者に関する政策(国・都道府県・市町村)が、「着実かつ安定的に実施」される必要があるのではないか。
 - 小規模事業者を振興する基本計画(3～5カ年)の策定
 - 国・都道府県・市町村の連携した支援の明確化と、十分な予算措置の確保
 - 都道府県での予算措置に関し、全国どの地域においても、一定水準の支援を受けられるようにする仕組みの維持・構築(経営指導員等の位置づけ・役割等)