



中小企業・小規模事業者が直面する課題と今後の展望

本章では、前章までで確認してきた中小企業・小規模事業者の現状を踏まえて、中小企業・小規模事業者が直面する課題と今後の展望について見ていく。

第1-3-1図（再掲）は「中小企業景況調査」（以下、「景況調査」という。）を用いて、企業規模別に業況判断DIの推移を見たものである。これを見ると、2023年の第1四半期から第3四半期に

おける中小企業の景況認識は、1994年以降最高水準となった。一方で、第4四半期においてはわずかに悪化している。

第1-3-1図 業況判断DIの推移（企業規模別）（再掲）



資料：中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

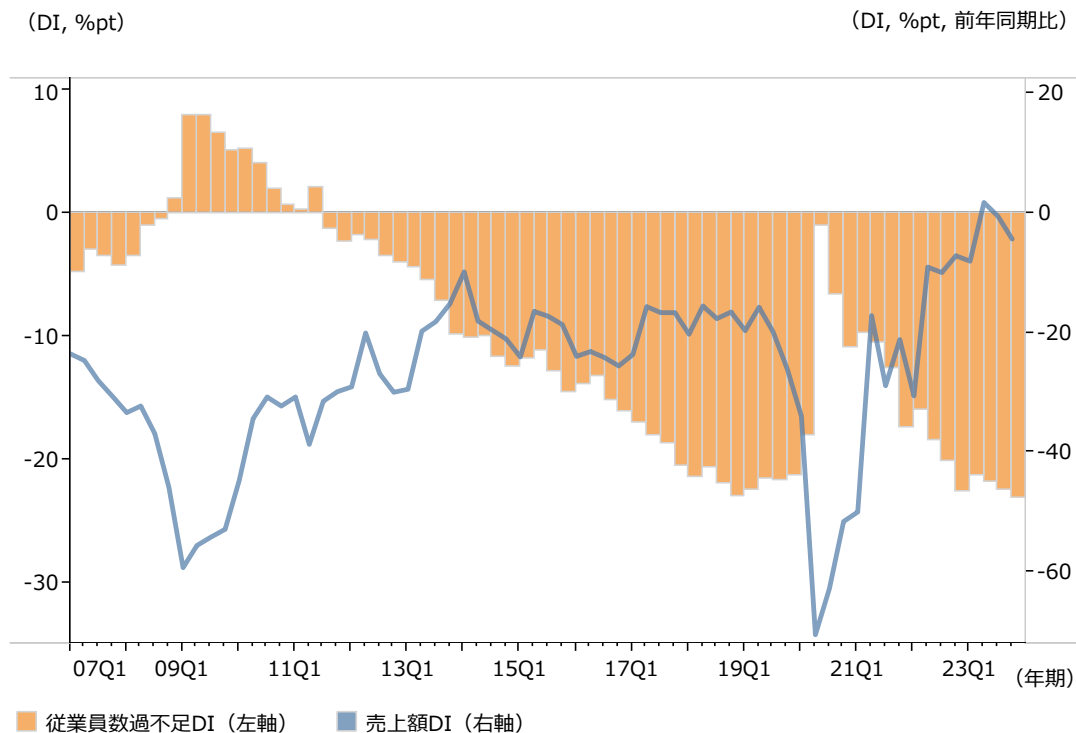
（注）1.景況調査の業況判断DIは、前年同期と比べて、業況が「好転」と答えた企業の割合（％）から、「悪化」と答えた企業の割合（％）を引いたもの。

2.ここでは、中小企業とは中小企業基本法第2条第1項の規定に基づく「中小企業者」、小規模事業者とは中小企業基本法第2条第5項の規定に基づく「小規模企業者」、中規模企業とは中小企業から小規模事業者を除いた企業をいう。

第1-3-9図（再掲）は、景況調査を用いて、中小企業の売上額DI、従業員数過不足DIの推移を見たものである。これを見ると、需要回復を受けて中小企業の売上げが回復基調にある一方で、人

手不足感は徐々に強まっていることが分かる。このことから、中小企業において、需要回復を受けて人手不足が引き続き深刻な課題となっていることが示唆される。

第1-3-9図 中小企業の売上額DI・従業員数過不足DIの推移（再掲）



資料：中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

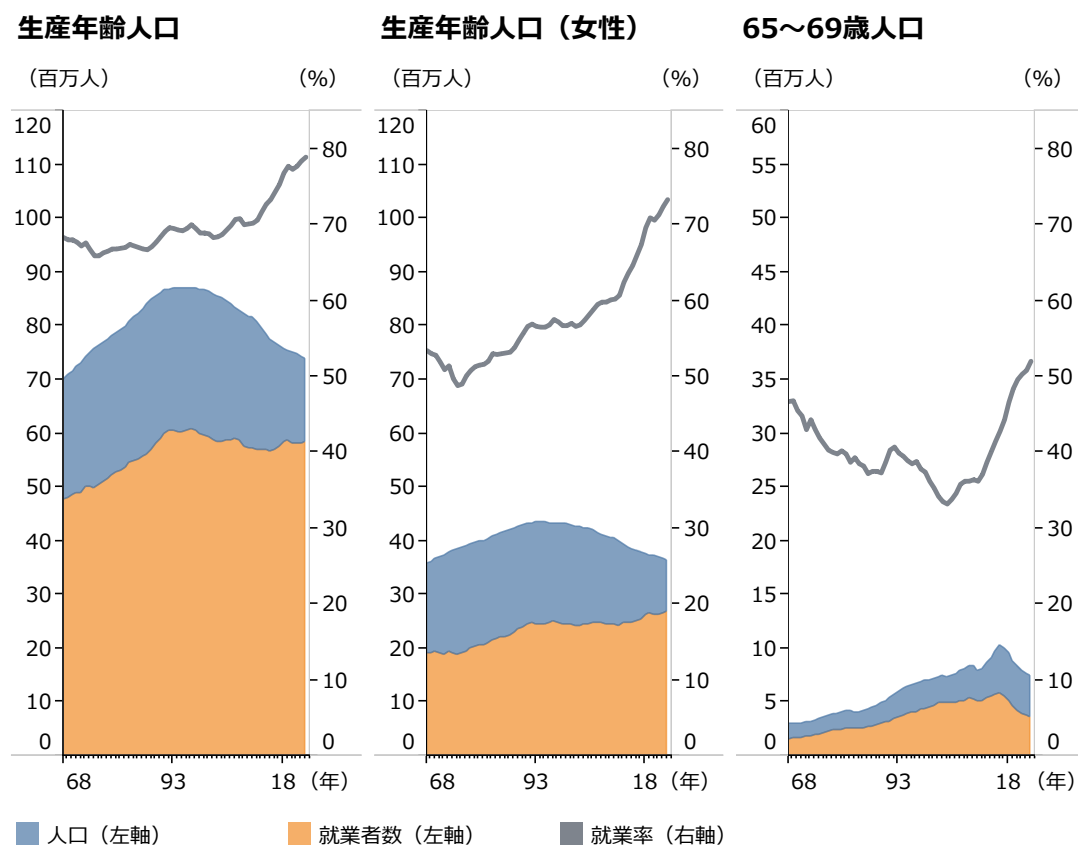
（注）1.売上額DIは、今期の売上額について、前年同期と比べて「増加」と答えた企業の割合（％）から、「減少」と答えた企業の割合（％）を引いたもの。

2.従業員数過不足DIとは、従業員の今期の水準について、「過剰」と答えた企業の割合（％）から、「不足」と答えた企業の割合（％）を引いたもの。

第1-3-8図（再掲）は、総務省「労働力調査（基本集計）」を用いて、生産年齢人口・生産年齢人口（女性）・65～69歳人口における就業率の推移を示したものである。これを見ると、生産年齢人口は長期的に減少傾向にあるが、女性の生産年齢人口の就業者数や、高齢者である65～69歳人口の就業者数は共に増加し、就業率も上昇してきたことが分かる。しかし、2019年から足下の

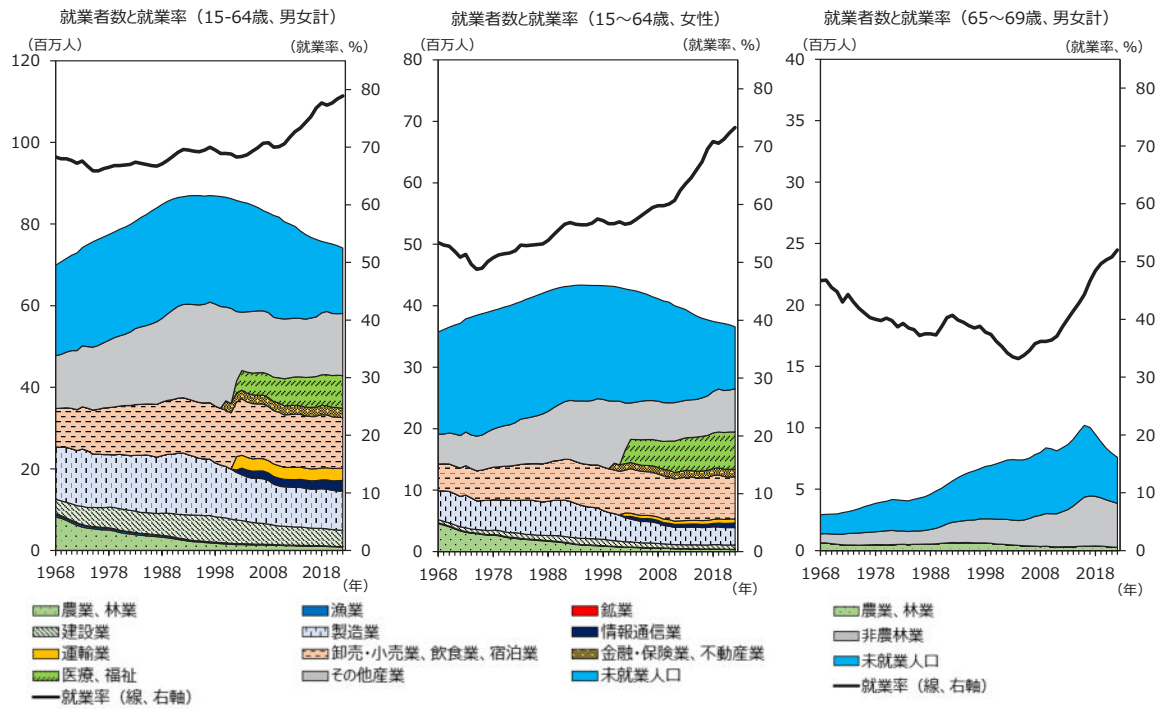
2023年にかけては、女性の生産年齢人口の就業者数は横ばいで推移し、65～69歳人口の就業者数は減少傾向となっている。このことから、生産年齢人口の減少が進む中で、労働力を女性・高齢者から補う形で全体の就業者数が維持されてきたものの、足下ではそれも頭打ちとなり、人材の供給制約に直面していることが示唆される。

第1-3-8図 生産年齢人口・生産年齢人口（女性）・65～69歳人口における就業率の推移（再掲）



資料：総務省「労働力調査（基本集計）」

第1-3-8参考1図 生産年齢人口と65～69歳人口の就業者数・就業率の推移（産業別）（再掲）



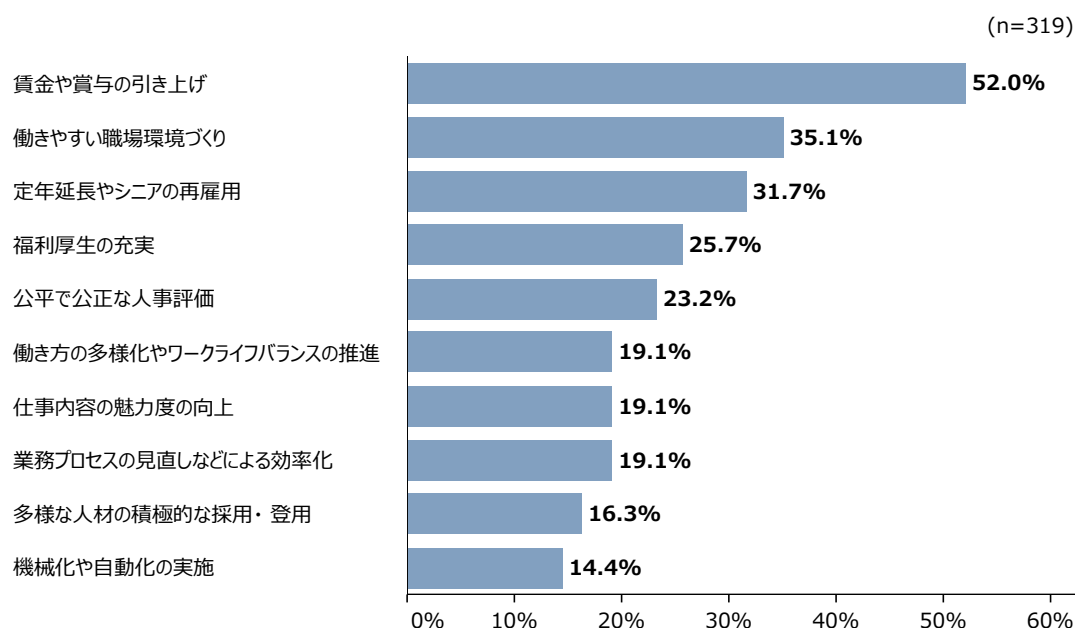
資料：総務省「労働力調査（基本集計）」

第1節 人手不足対応と持続的な賃上げ

こうした中で、人材を十分に確保できている企業では、働きやすい職場環境・制度の整備が進んでいる様子がうかがえる（第1-3-9参考2図（再掲））。

そこで、本節では、中小企業・小規模事業者における賃金の動向、及び賃上げの動向と取組状況を確認する。

第1-3-9参考2図 人手が不足していない企業のその要因（再掲）



資料：（株）帝国データバンク「企業における人材確保・人手不足の要因に関するアンケート」（調査期間2023年5月12日～16日）

（出所）経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第20回）資料5 少子化対策に資する地域の包摂的成長について」（2024年2月20日）

（注）1.本調査全体における有効回答企業数は1,033社。人手が不足していない企業の「人手が不足していない要因」に対する回答の集計のうち、上位10項目について表示している。

2.「人手が不足していない」と回答した346社のうち、中小企業319社分を集計。なお、ここでの中小企業とは、中小企業基本法上の中小企業者を指す。

3.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

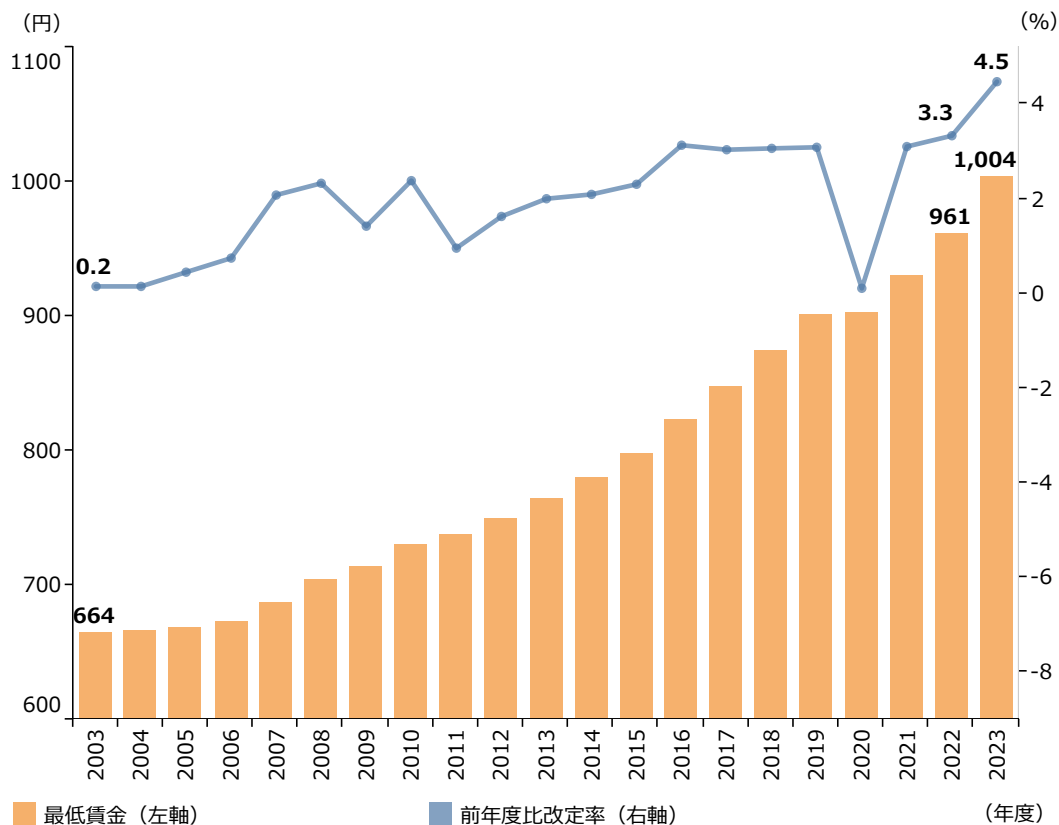
1. 賃金・賃上げの動向

①最低賃金

はじめに、足下の賃金及び賃上げの動向を見ていく。第1-4-1図は、厚生労働省「地域別最低賃金の全国一覧」を基に、2023年度までの最低賃金の推移を見たものである。これを見ると、2022年度において全国加重平均で961円であった最低賃金は、2023年10月に全国加重平均で43円、前年度比で4.5%の引上げが実施されたことにより、2023年度においては全国加重平均で1,004円となっている。最低賃金の引上げ幅は過去最大を更新していることが分かる。

また、厚生労働省「令和5年度中央最低賃金審議会目安に関する小委員会（第2回）」では、全国加重平均の最低賃金が2022年度に961円に引き上げられた際に、改正後の最低賃金額を下回ることになる労働者の割合である影響率が19.2%と、2020年度の4.7%、2021年度の16.2%に比べて大幅に増加したことが示されている⁵⁶。最低賃金の引上げに伴い、賃上げを行う必要のある労働者層が増加していることから、雇用の大部分を占める中小企業・小規模事業者において賃上げの必要性が高まっていることが示唆される。

第1-4-1図 最低賃金の推移



資料：厚生労働省「地域別最低賃金の全国一覧」

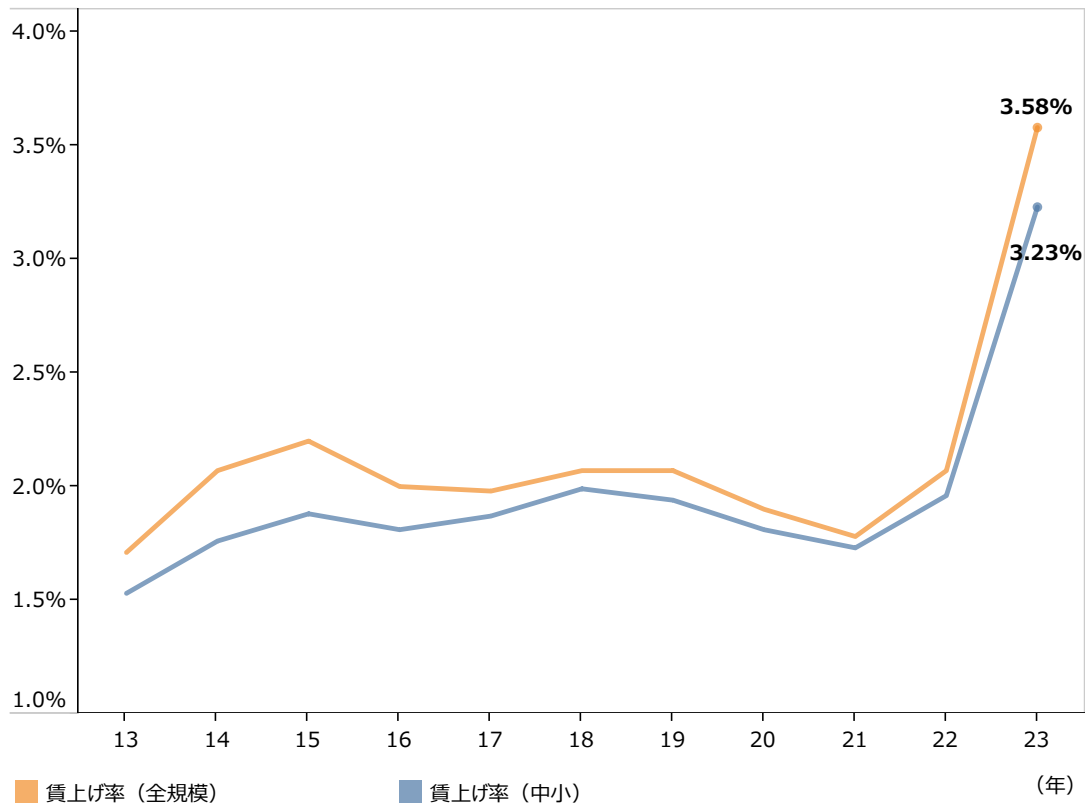
⁵⁶ 詳細は、厚生労働省「令和5年度中央最低賃金審議会目安に関する小委員会（第2回）資料No.3 地域別最低賃金額、未満率及び影響率」（2023年7月12日）を参照。

②賃上げの状況

第1-4-2図は、「春季生活闘争第7回（最終）回答集計（2023年7月3日集計・7月5日公表）」を基に、2013年から2023年までの賃上げ

率の推移⁵⁷を見たものである。これを見ると、2023年の春闘による賃上げ率の状況としては、「賃上げ率（全規模）」で3.58%、「賃上げ率（中小）」においては3.23%となっている。

第1-4-2図 春闘による賃上げ率の推移



資料：日本労働組合総連合会「春季生活闘争第7回（最終）回答集計（2023年7月3日集計・7月5日公表）」

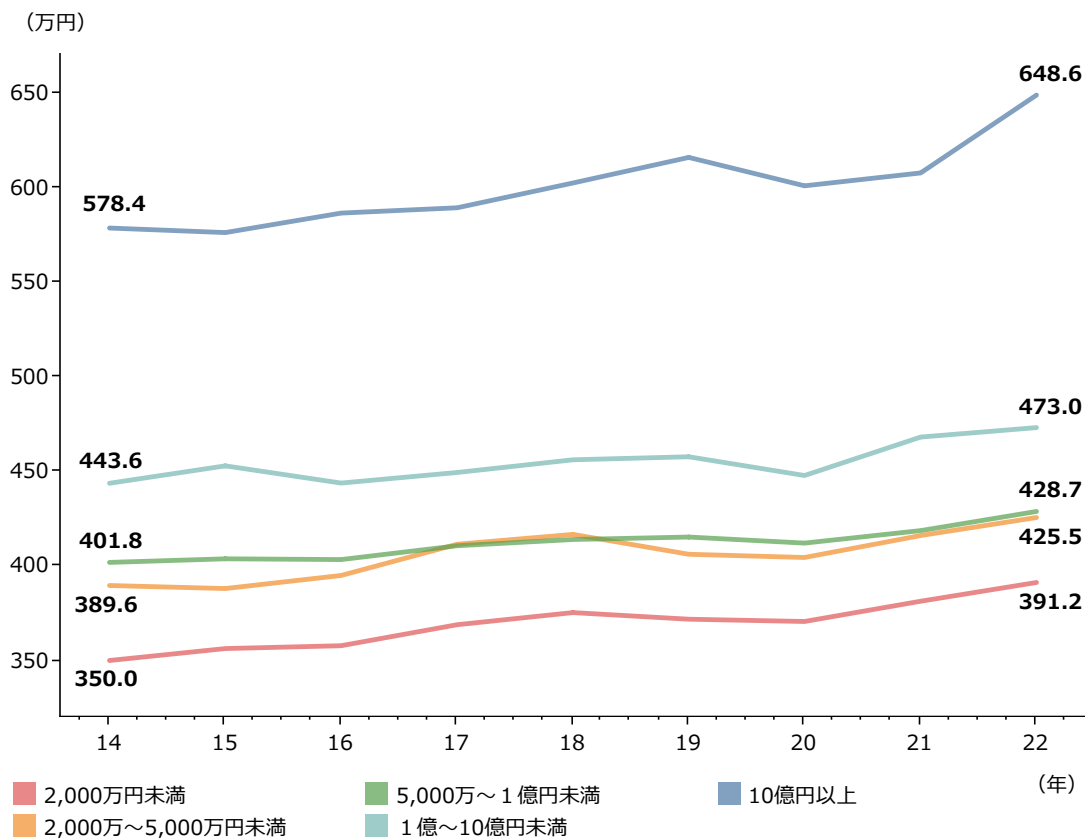
（注）ここでいう「賃上げ率（中小）」とは、組合員数300人未満の賃上げ率をいう。

⁵⁷ ここでの賃上げ率については、平均賃金方式（組合員の平均賃金をいくら引き上げるかについて、一人平均の労務コストを基に交渉する方式）での賃上げ状況の推移を見たものである。

第1-4-3図は、国税庁「民間給与実態統計調査」を用いて、資本金階級別に、平均給与の推移を見たものである。これを見ると、物価上昇などをきっかけに、資本金が比較的小さい中小企業にお

いても、平均給与が年々増加していることが分かる。しかし、上昇度合いは資本金の大きい大企業と比べて小幅となっており、賃上げの動きを更に加速させていくことが求められている。

第1-4-3図 平均給与の推移（資本金階級別）



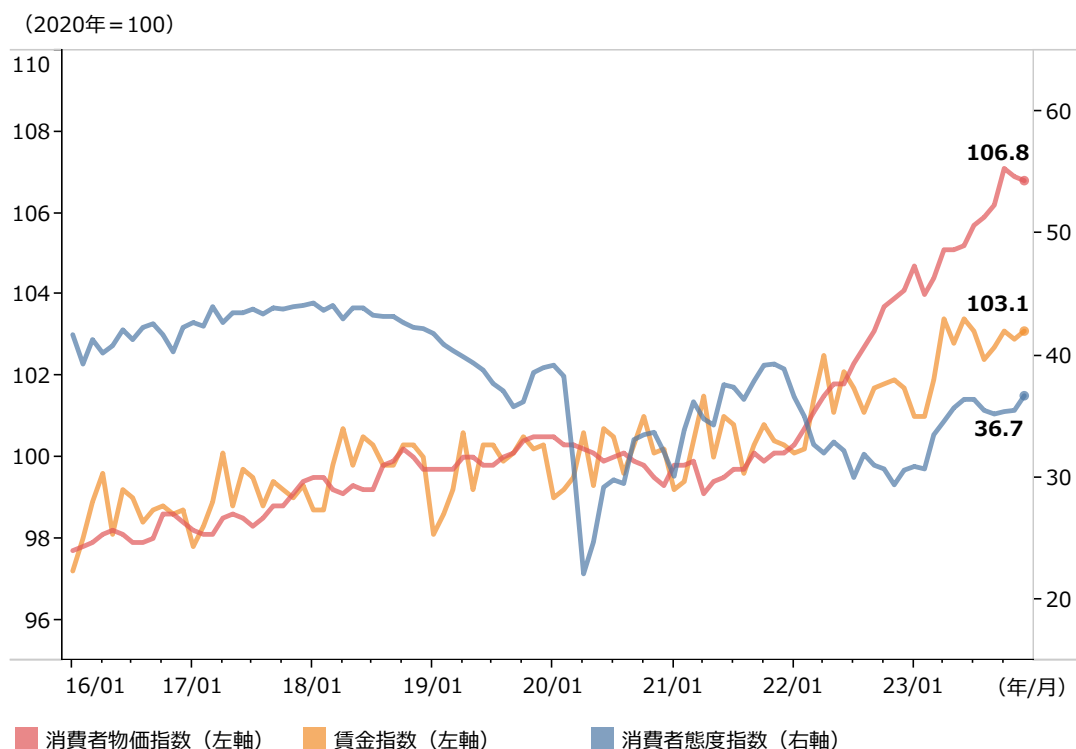
資料：国税庁「民間給与実態統計調査」

第1-4-4図は、総務省「消費者物価指数」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」、内閣府「消費動向調査」を基に、2016年1月から2023年12月までの消費者物価指数・賃金指数・消費者態度指数の推移を見たものである。これを見ると、ここまで見てきた最低賃金の引上げや春闘による賃上げ率の上昇などを背景に、賃金指数は2020年以降上昇基調で推移しているものの、消費者物価指

数が賃金指数を上回るペースで上昇を続けており、消費者マインドを表す消費者態度指数は伸び悩んでいることが分かる。

中小企業・小規模事業者でも賃上げの動きは浸透しつつあるが、物価上昇に追いついていないことから、物価上昇に見合った賃上げを通じて、需要の拡大につなげる好循環を実現するため、更なる賃上げに向けた取組を進めることが重要である。

第1-4-4図 消費者物価指数・賃金指数・消費者態度指数の推移



資料：総務省「消費者物価指数」、厚生労働省「毎月勤労統計調査」、内閣府「消費動向調査」

(注) 1.消費者物価指数、賃金指数はいずれも2020年を基準としている。

2.賃金指数は、事業所規模5人以上の、所定内給与の賃金指数を用いている。

3.消費者態度指数は、原数値（総世帯）を用いている。

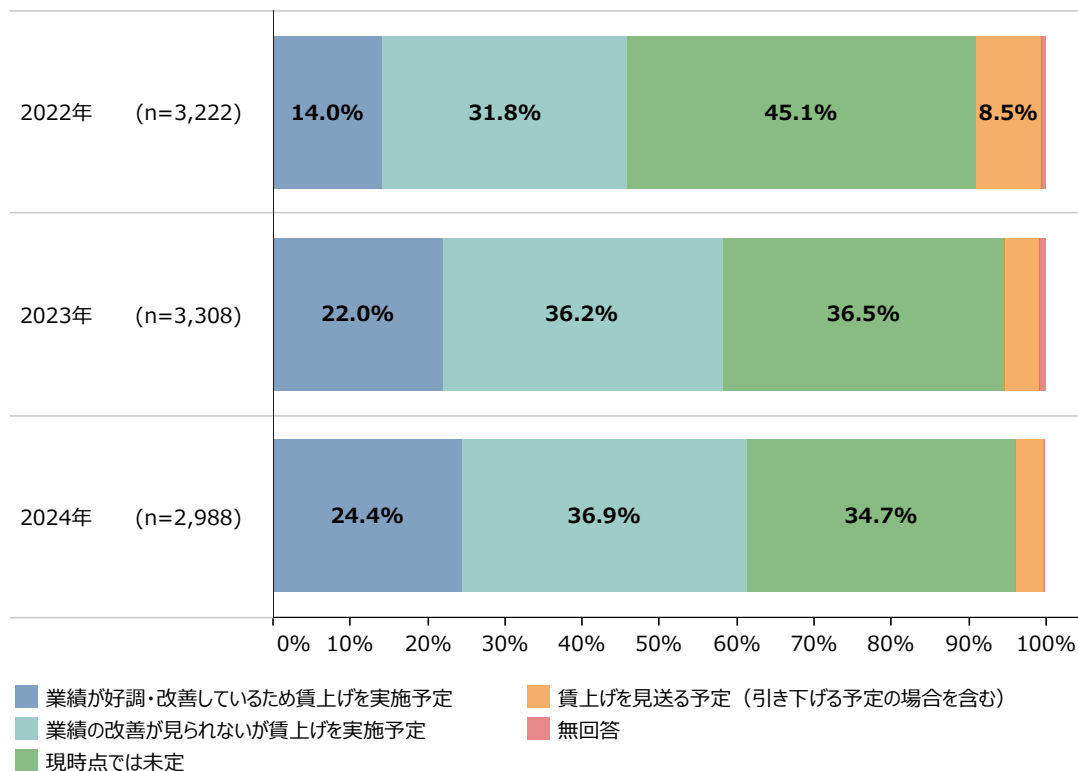
2. 賃上げに向けた中小企業・小規模事業者の取組状況

①賃上げの実施予定

次に、賃上げに向けた中小企業・小規模事業者の取組状況を見ていく。第1-4-5図は、「最低賃金引上げの影響および中小企業の賃上げに関する調査」、「最低賃金および中小企業の賃金・雇用に関する調査」、「中小企業の人手不足、賃金・最低賃金に関する調査」⁵⁸を用いて、2022年から2024年までの各年度における中小企業の賃上げの実施予定の推移を見たものである。これを見る

と、2024年度において「業績が好調・改善しているため賃上げを実施予定」、及び「業績の改善が見られないが賃上げを実施予定」としている企業が、どちらも2022年度・2023年度と比べて増加していることが分かる。賃上げに取り組む企業は着実に増加している一方で、「業績の改善が見られないが賃上げを実施予定」とする、いわゆる「防衛的賃上げ」を行う企業が最も多く、36.9%となっている。

第1-4-5図 中小企業における賃上げの実施予定



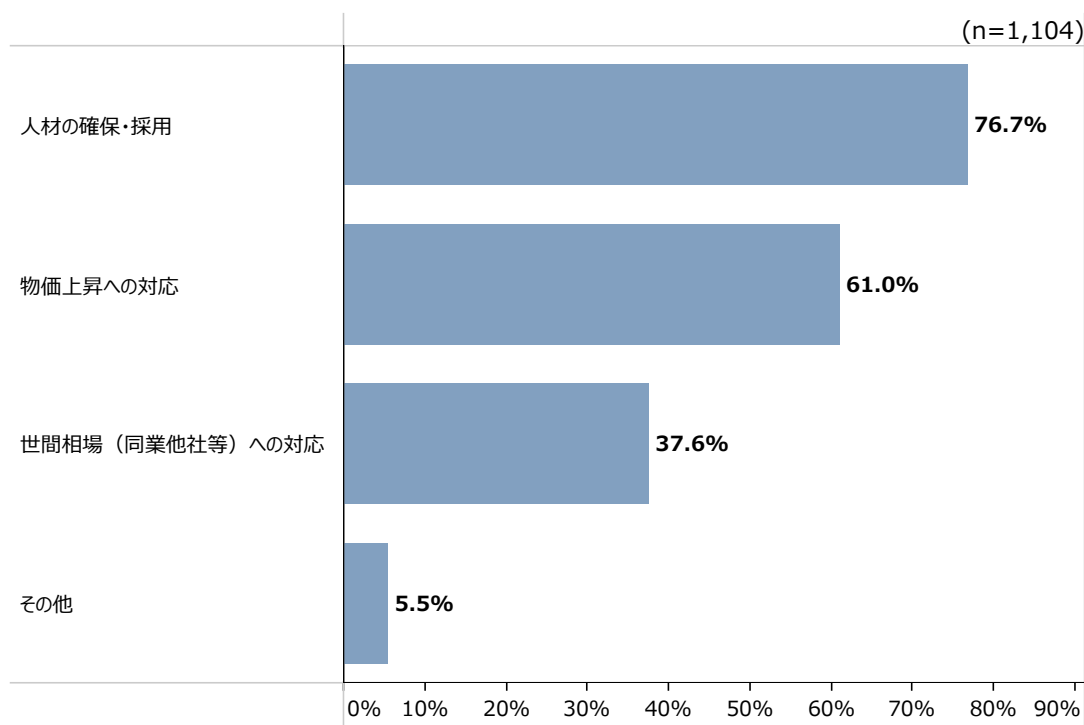
資料：日本商工会議所・東京商工会議所「最低賃金引上げの影響および中小企業の賃上げに関する調査」（2022年4月5日）、「最低賃金および中小企業の賃金・雇用に関する調査」（2023年3月28日）、「中小企業の人手不足、賃金・最低賃金に関する調査」（2024年2月14日）

⁵⁸ 日本商工会議所・東京商工会議所「最低賃金引上げの影響および中小企業の賃上げに関する調査」、「最低賃金および中小企業の賃金・雇用に関する調査」、「中小企業の人手不足、賃金・最低賃金に関する調査」：日本商工会議所並びに東京商工会議所が、2022年2月、2023年2月、2024年1月において、商工会議所の会員企業を対象にアンケート調査を実施（2022年2月：配布数6,007社、有効回答3,222社、回収率53.6%。2023年2月：配布数6,013社、有効回答3,308社、回収率55.0%。2024年1月：配布数6,013社、有効回答2,988社、回収率49.7%）。

第1-4-6図は、2024年度において、「業績の改善が見られないが賃上げを実施予定」としている企業が、賃上げを実施する理由を見たものである。これを見ると、「人材の確保・採用」、「物価上昇への対応」を理由に挙げる企業が大半を占め

ており、賃上げの原資となる業績の改善が見られない中でも「防衛的賃上げ」を行う背景として、人材採用強化や定着率向上に取り組む必要性が高まっていることが示唆される。

第1-4-6図 業績の改善が見られない中でも賃上げを実施する理由



資料：日本商工会議所・東京商工会議所「中小企業の人手不足、賃金・最低賃金に関する調査」（2024年2月14日）

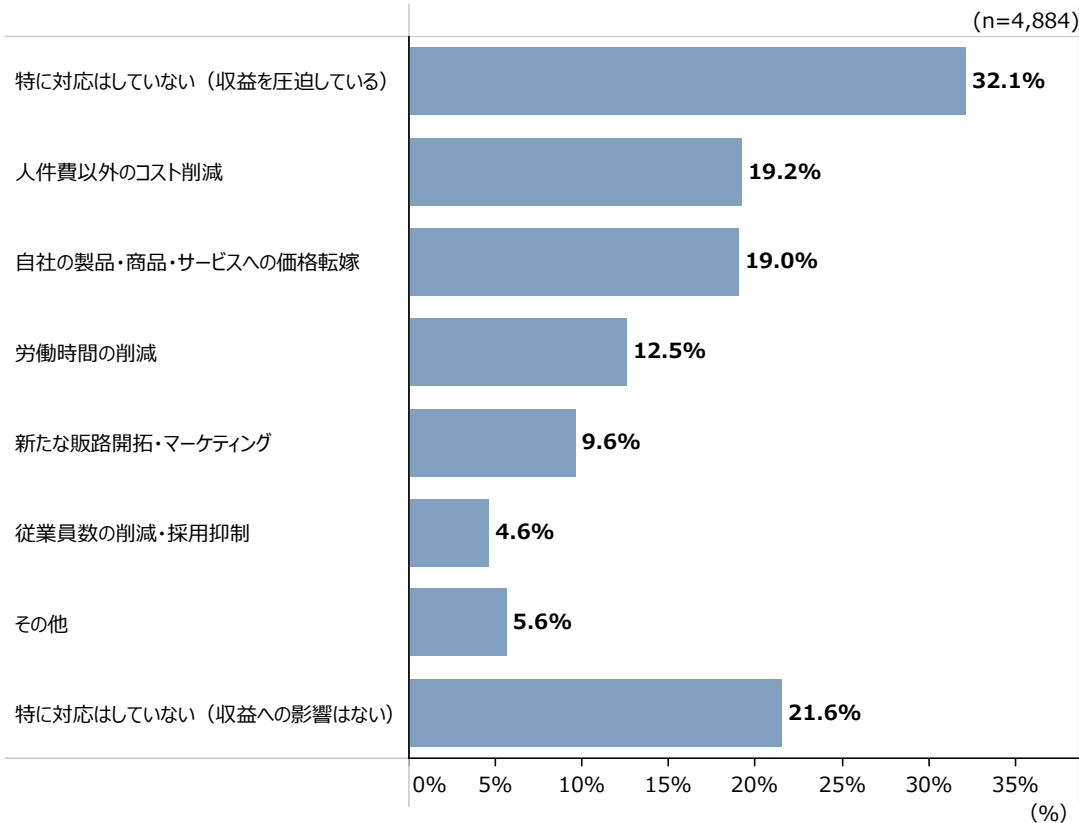
（注）1.2024年度の賃上げ実施予定について、「業績の改善が見られないが賃上げを実施予定」と回答した企業に限定して集計している。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

第1-4-7図は、「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」⁵⁹を基に、最低賃金の引上げを受けて、賃上げの原資確保のために行った取組を見たものである。これを見ると、具体的な取組として「人件費以外のコスト削減」や「自社の製品・商品・サービスへの価格転嫁」が多く挙げ

られている一方で、「特に対応はしていない（収益を圧迫している）」と回答した企業が最も多いことが分かる。このことから、人材採用強化や定着率向上のために賃上げの必要性を迫られる状況にありながら、その原資確保に苦慮している企業が多く存在していることが示唆される。

第1-4-7図 最低賃金の引上げを受けて、賃上げの原資確保のために行った対応



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」
（注）複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

コラム1-4-1では、賃上げを更に進めていくための、賃上げ促進税制の延長・拡充について紹介

している。

⁵⁹ 本アンケートの詳細は、第1部第2章第3節を参照。

コラム

1-4-1 賃上げ促進税制

1. 背景

我が国経済は、30年余り続いたコストカット型の経済から、所得増と成長の好循環による新たな経済へ移行する大きなチャンスを迎えており、このチャンスをつかみ取るためには、物価上昇を上回る賃上げの実現が重要である。

令和5年の春闘においては、全体で3.58%、中小でも3.23%⁶⁰と30年ぶりの高水準の賃上げを実現した。この動きを一過性のものとせず、構造的・持続的な賃上げを実現するため、「賃上げ促進税制」が強化されることとなった。

2. 制度改正の概要

「賃上げ促進税制」とは、企業が賃上げを実施した場合に、賃上げ額の一部を法人税（以下、個人事業主は所得税）から税額控除できる制度である。

今回改正された税制は、令和6年4月1日から令和9年3月31日までの間に開始する各事業年度が適用対象となる。改正により、最大税額控除率が、中小企業は45%、大企業・中堅企業は35%となった（改正前は中小企業が40%、大企業は30%）。

その他、主な改正点は以下の5点である。

① 中小企業向けは、赤字企業などの賃上げ後押しに向け、前例のない長期となる5年間の繰越控除措置を創設。
② 大企業向けは、より高い賃上げへのインセンティブ強化に向け、更に高い賃上げ率の要件（5%、7%）を創設。
③ 地域において賃上げと経済の好循環の担い手として期待される中堅企業向けの新たな枠を創設。
④ 雇用の「質」も上げる形での賃上げの促進に向け、 ・教育訓練費を増やす企業への上乗せ措置の要件を緩和。 ・子育てとの両立支援、女性活躍支援に積極的な企業への上乗せ措置を創設。
⑤ 現行の賃上げ促進税制よりも長い3年間の措置期間とする。

なお、大企業向け及び中堅企業向け税制は、資本金に関係なく（中堅企業向けは従業員数2,000人以下の要件あり）、中小企業も利用可能であるため、各企業の実情に応じて適切な税制を選択して活用することができる。

⁶⁰ 日本労働組合総連合会「春季生活闘争第7回（最終）回答集計（2023年7月3日集計・7月5日公表）」

コラム 1-4-1 ①図 令和6年度税制改正後の賃上げ促進税制

【措置期間：3年間】

大企業	継続雇用者 給与等支給額 (前年度比)	税額 控除率	教育 訓練費 (前年度比)	税額 控除率	両立支援 女性活躍	税額 控除率	最大 控除率
	+ 3 %	10%	+ 10%	5 % 上乘せ	プラチナくるみん or プラチナえるぼし	5 % 上乘せ	35%
	+ 4 %	15%					
	+ 5 %	20%					
	+ 7 %	25%					

中堅企業	継続雇用者 給与等支給額 (前年度比)	税額 控除率	教育 訓練費 (前年度比)	税額 控除率	両立支援 女性活躍	税額 控除率	最大 控除率
	+ 3 %	10%	+ 10%	5 % 上乘せ	プラチナくるみん or えるぼし三段階目以上	5 % 上乘せ	35%
	+ 4 %	25%					

中小企業	全雇用者 給与等支給額 (前年度比)	税額 控除率	教育 訓練費 (前年度比)	税額 控除率	両立支援 女性活躍	税額 控除率	最大 控除率
	+ 1.5%	15%	+ 5%	10% 上乘せ	くるみん or えるぼし二段階目以上	5 % 上乘せ	45%
	+ 2.5%	30%					

中小企業は、賃上げを実施した年度に控除しきれなかった金額の5年間の繰越しが可能。

資料：経済産業省「令和6年度（2024年度）経済産業関係 税制改正について」より中小企業庁作成

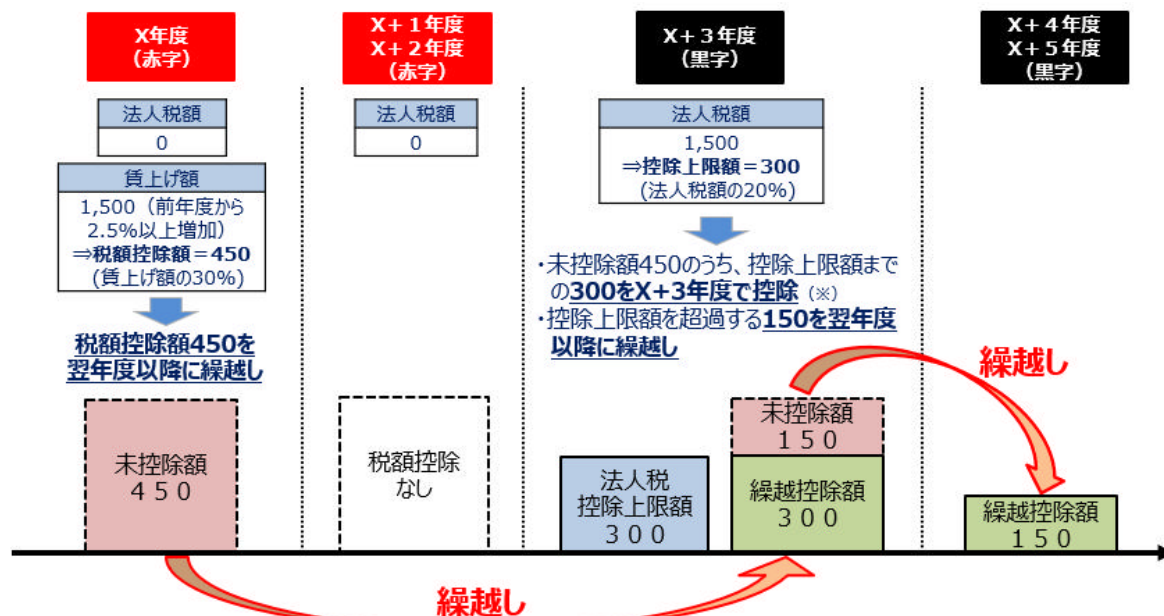
3. 繰越控除措置の創設

本税制は法人税からの控除であることから、赤字で法人税が課税されない企業や、黒字が小さく法人税が少ない企業はこれまで本税制のメリットを十分に受けることができなかった。

このような現場の声も踏まえ、これまで本税制を活用できなかった赤字企業の賃上げに向けたチャレンジを後押しするため、賃上げを実施した年度において、赤字等により当期の税額から控除できなかった場合、その金額を翌年度以降に繰り越して控除できる繰越控除措置を創設した。また、繰越しできる期間については、黒字に転換しても繰越欠損金などにより、すぐに法人税が課税されない場合も想定し、前例のない長期となる5年間の繰越期間を措置することとした。

こうした措置により、厳しい経営状況でも賃上げに取り組む企業を後押ししていく。

コラム 1-4-1 ②図 繰越控除措置のイメージ



※ 未控除額を翌年度以降に繰り越す場合は、未控除額が発生した年度の申告において、明細書の提出が必要。
繰越税額控除をする事業年度において、全雇用者の給与等支給額が前年度より増加している場合に限り、適用可能。

資料：経済産業省「令和6年度税制改正『賃上げ促進税制』パンフレット」より中小企業庁作成

4. 本税制の活用にあたって

中小企業の持続的な賃上げを実現するため、政府では、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」の活用などの価格転嫁の促進や、省力化投資などの生産性向上支援を進めており、賃上げができる環境の整備に取り組んでいる。こうした取組と組み合わせることで本税制が活用されることを期待している。

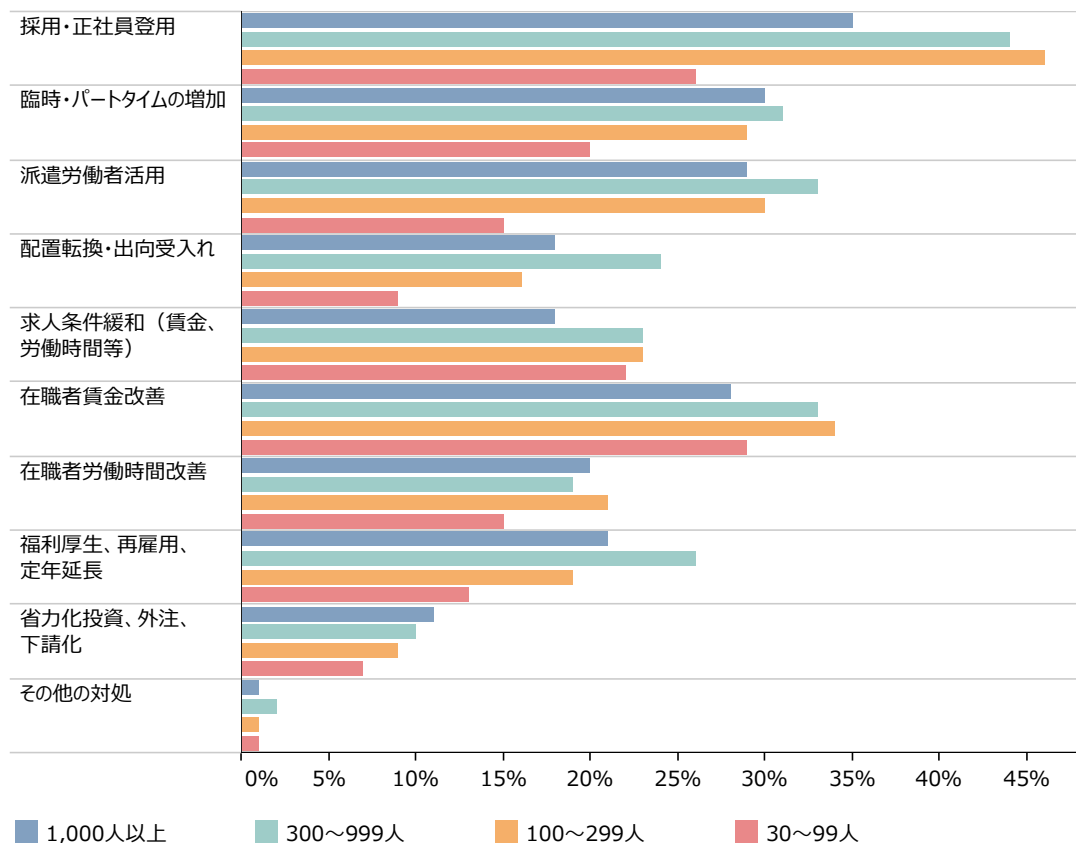
第2節 生産性向上に向けた省力化投資

前節では、中小企業・小規模事業者における賃金及び賃上げの現況を確認した。人手不足への対応策としては、こうした採用等の人材確保に加えて、生産性向上に向けた省力化投資も必要である。本節では、省力化投資の取組と効果を見ていく。

「勤経経済動向調査」を用いて確認したものであるが、人手不足対応の取組として、多くの企業で「採用・正社員登用」が行われている一方、省力化投資を行っている企業は比較的少数で、中小企業における省力化投資への取組は拡大の余地が大きいといえる。

第1-3-9参考3図（再掲）は、厚生労働省「労

第1-3-9参考3図 人手不足対応の取組の内訳（企業規模別）（再掲）



資料：厚生労働省「令和5年労働経済動向調査年次報告書」（令和5年8月調査）より中小企業庁作成

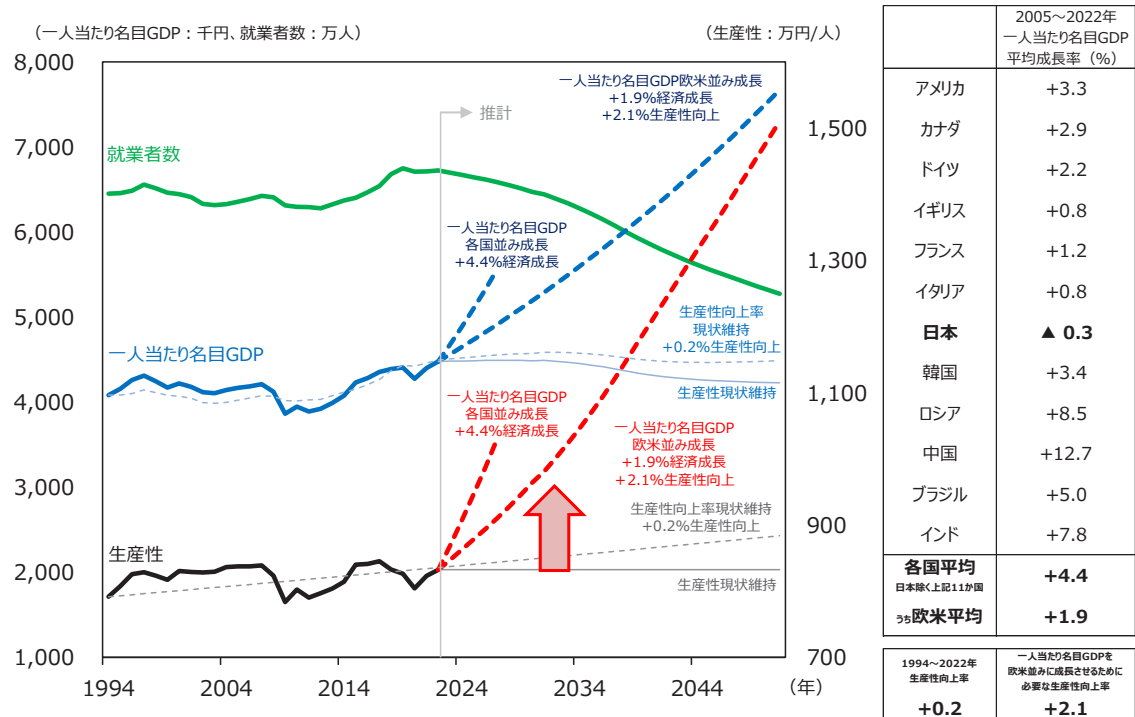
（注）1.調査対象事業所（人手不足対応を行っていない先も含む）における取組割合を算出。

2.取組については複数回答。

第1-3-19図（再掲）で示したとおり、日本の就業者数は、推計値ベースで減少していくことが想定され、労働供給が成長に向けた制約となると見込まれることから、一人当たり名目GDP成長率を高めるためには、生産性を向上させる必要があると考えられる。

中小企業・小規模事業者においても、少子高齢化等により労働力人口の将来的な供給制約が見込まれる中で、潜在成長率を高めることや、省力化投資により生産性を向上させることといった、人手不足対応は不可欠であると考えられる。

第1-3-19図 就業者数の減少と国際競争に必要な生産性向上の試算（再掲）



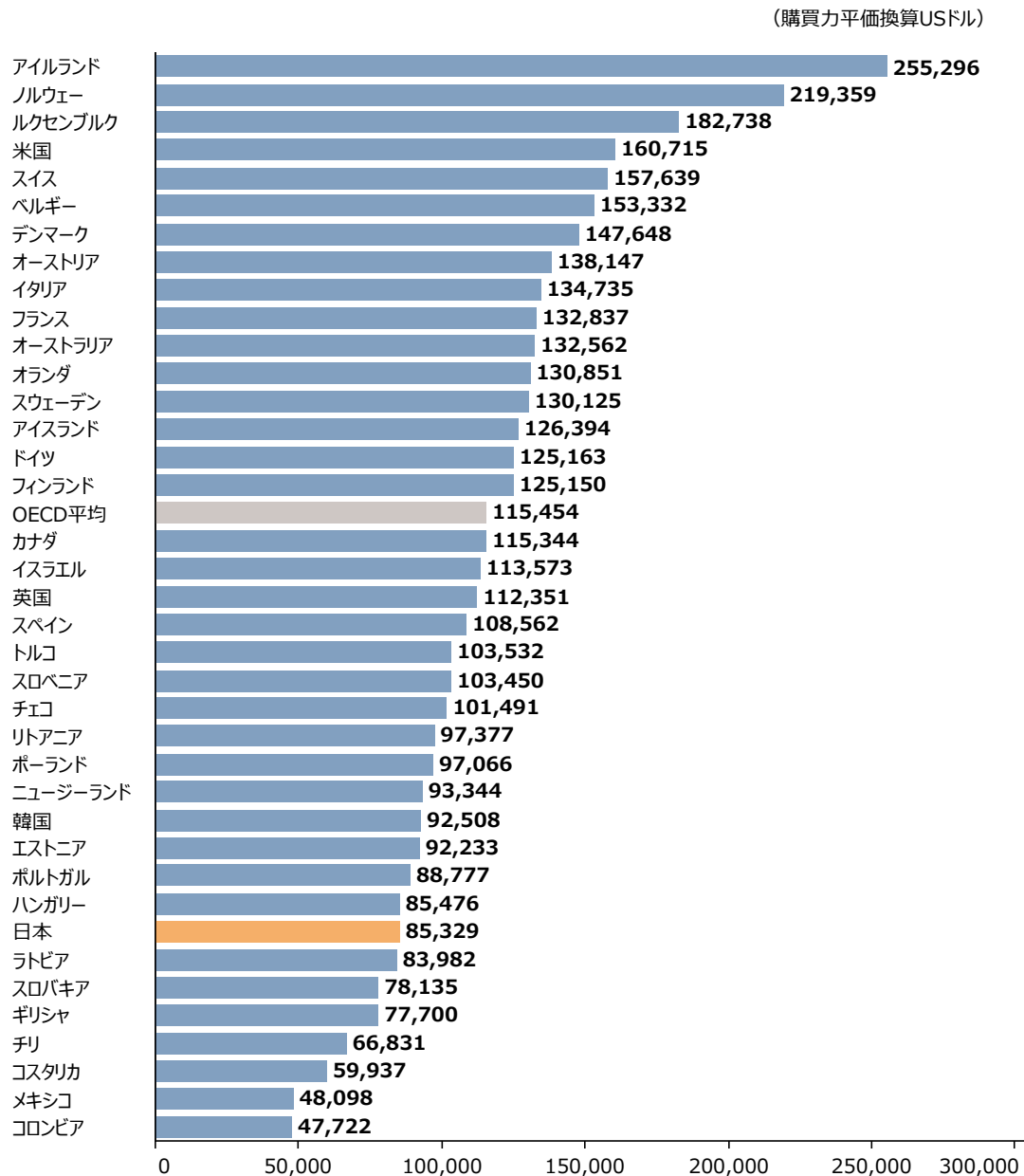
資料：（左図）総務省「労働力調査（基本集計）」、「人口推計」、内閣府「国民経済計算」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）」、（右図）内閣府経済社会総合研究所「国民経済計算年次推計（フロー編）ポイント 6. GDPの国際比較」（2023年12月）より中小企業庁作成

（注）国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）」に基づく男女別の生産年齢人口及び65歳以上人口の変化率から算出した就業者数の推計値と、総人口の将来推計を前提として、1994～2022年の生産性向上率を維持した場合、国民一人当たり名目GDPを欧米並みに成長させる場合、国民一人当たり名目GDPを各国平均（日本を除く11か国）並みに成長させる場合のそれぞれの場合における必要な生産性（就業者一人当たり名目GDP）について推計を行ったもの。

第1-3-20図（再掲）は、OECD加盟国の労働生産性を見たものである。これを見ると、日本はOECD加盟国平均よりも、労働生産性が低くなっている。以上の結果から、先の第1-3-19図で示したような労働供給制約や、第1-3-17図で示し

たような規模間格差を前提とすると、国際競争に必要な水準まで経済成長を進めるためには、中小企業の労働生産性を高めていく必要性がより一層高まっていることが示唆される。

第1-3-20図 OECD加盟国の労働生産性（2022年）（再掲）



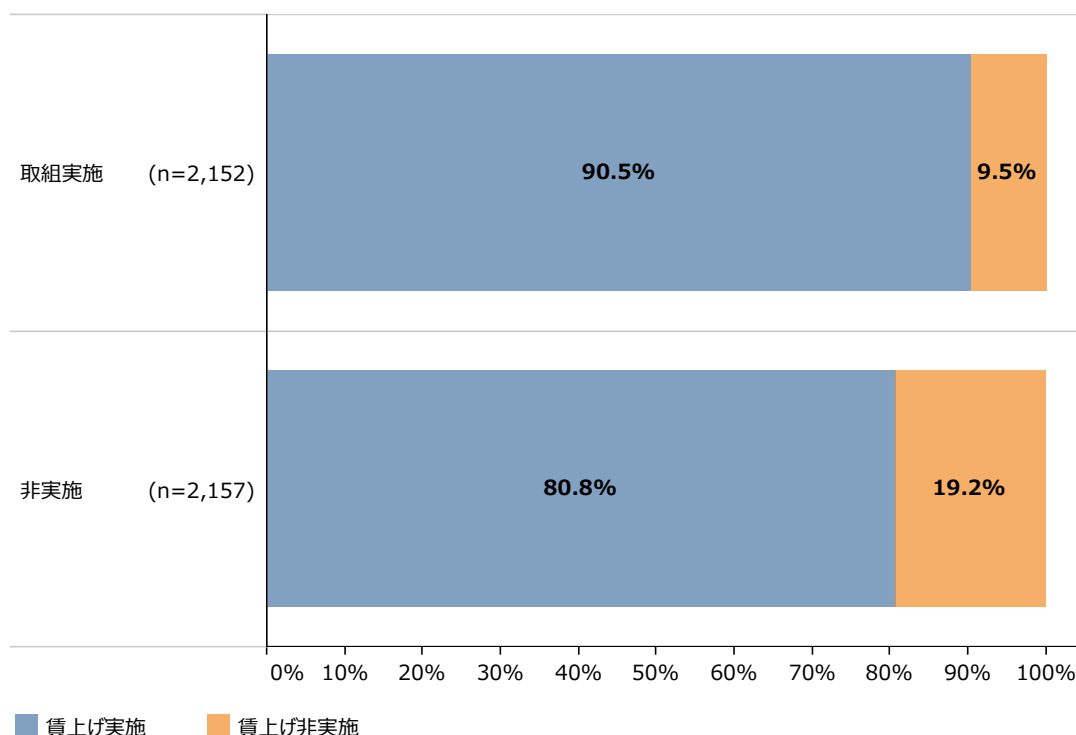
資料：日本生産性本部「労働生産性の国際比較2023」

（注）1. 全体の労働生産性は、GDP/就業者数として計算し、購買力平価（PPP）によりUSドル換算している。
2. 計測に必要な各種データにはOECDの統計データを中心に各国統計局等のデータが補完的に用いられている。

深刻化する人手不足の課題に対応するための設備投資、いわゆる省力化投資に取り組むことは、生産性を向上させて、持続的な賃上げの原資を確保することに向けても重要な課題となっている。第1-4-8図は、「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」⁶¹を用いて、人手不足対応を目的とした省力化投資の有無別に、賃上げの実施

状況を見たものである。これを見ると、省力化投資に取り組んでいる企業ほど賃上げを実施している割合が高いことが分かる。本調査から一概にはいえないものの、省力化投資に取り組むことは、人手不足の課題を解決するだけでなく、企業の生産性を向上させ、持続的な賃上げを実現することにもつながっていることが示唆される。

第1-4-8図 賃上げの実施状況（省力化投資の実施状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1. 人手不足対応を目的とした設備投資について、いずれかの取組を行っていると回答した者を「取組実施」、「当てはまるものはない」と回答した者を「非実施」として集計している。

2. 直近で行った賃上げの理由について、いずれかの理由を回答した者を「賃上げ実施」、「賃上げは行っていない」と回答した者を「賃上げ非実施」として集計している。

事例1-4-1では、人手不足の対策としての省力化投資に取り組むことで、賃上げを同時に実現した企業の事例として、株式会社森清化工を紹介す

る。また、コラム1-4-2では、中小企業の省力化投資に向けて経済産業省が実施している支援策を紹介する。

⁶¹ 本アンケートの詳細は、第1部第2章第3節を参照。

事例

1-4-1

積極的な設備投資で省力化を図り、
人材確保と持続的な賃上げを実現した企業

所在地 東京都墨田区
従業員数 150名
資本金 5,000万円
事業内容 ゴム製品製造業

株式会社森清化工

▶「高品質、品揃え、即納」を経営方針に、積極的な設備投資を継続

東京都墨田区の株式会社森清化工は、機械や配管で流体（気体や液体）を密封するために使用される環状のゴム製部品「Oリング」を専業で製造する企業である。東京都と千葉県匝瑳市に工場を置き、汎用素材の量産品から高性能・特殊素材製品まで、10万種以上の多品種のOリングを生産、「高品質、品揃え、即納」を経営方針に、幅広い業種・規模の顧客企業に供給している。製造技術者を中心に人手不足が深刻化する中、同社の毛利栄希社長は、製造現場と販売管理の両面において積極的な設備投資を続けることで、業務の標準化や自動化を進めて生産性の向上を図るとともに、勤務形態の多様化や賃上げを行うことで、働きやすい職場環境づくりに取り組んできた。

▶ 省力化により付加価値の向上と業務負荷の軽減を実現、勤務形態別に業務を細分化して人材を確保

製造工程での設備投資で重点を置いたのが自動検査装置の導入だ。同社は、年間約2億個ものOリングを生産しており、その品質保持のために全数検査を実施している。検査には熟練した技術や経験が必要となるが、人だけに頼る検査体制では処理能力に限界があることから、自動検査装置に製品検査工程の6割をカバーさせる省力化を通じて品質の安定化を図り、製品の付加価値を向上させるとともに、人手不足による生産制約を解消した。さらに、EDI（電子データ交換）を活用した販売管理システムの構築にも投資を行った。納期や製品在庫の管理、見積りや請求・納品書の作成といった煩雑な業務をEDIシステムで簡素化・標準化することで、属人化しやすい作業を誰もが短時間で完遂できる環境を整えた。こうした積極的な設備投資による業務負荷軽減の取組と合わせて、人材確保の方策として、営業、総務、製造の部門ごとに、フルタイムやフレックス、特定時間帯といった勤務形態別の業務の細分化を行い、営業部門などを中心に、なるべく女性が働きやすい業務を増やしていった。その結果、現在では全社員の過半数を女性が占め、営業センターでは約7割に上っている。

▶ EDI活用で顧客に利便性を提供、付加価値向上の効果は社員への継続的な賃上げで還元

同社では独自の経営手法として、EDIシステムに蓄積される膨大な販売データを活用し、顧客ニーズが高いOリングの品種の把握や、製品ごとの在庫水準の評価を定期的に行った上で、一定の在庫をあえて抱える「計画生産」を実施している。これにより、必要な部品を小ロットでも低価格、短納期で顧客に届けられる。こうした他社に代替できない利便性を提供することで、「自社のブランディングを高めて、高収益が維持できている」（毛利社長）という。自動検査装置の導入に伴う付加価値向上の効果は、継続的な賃上げを通じて社員に還元しているほか、毎年の賞与は、夏冬のほかに決算賞与を合わせた年間計3回を支給し、社員の意欲向上や人材定着にいかしている。今後は、地政学リスクの高まりに対する顧客企業の動きに関心を向けており、「顧客ニーズに共通しているのは海外依存からの脱却。少しずつだが国内生産・開発拠点の強化が進んでおり、当社の強みをいかして多くのニーズに応えられるよう努力したい」と毛利社長は語る。



毛利栄希社長



本社・営業センター



多品種のOリング

コラム

1-4-2

中小企業の省力化投資に向けた支援

中小企業等は、新型コロナウイルス感染症の5類移行や供給制約の緩和を受けて事業活動を活発化している一方、人手不足の課題に直面している。2023年11月2日に閣議決定された「デフレ完全脱却のための総合経済対策～日本経済の新たなステージにむけて～」では、企業の賃上げ及び人手不足解消のための支援を行うこととされた。この方針の下、経済産業省では、中小企業等における省力化投資の促進に取り組んでいく。

中小企業等における省力化投資を促すため、企業の「どこから手をつけてよいかわからない」といった声も踏まえ、IoT、ロボット等の汎用製品をカタログから選ぶような、簡易で即効性のある支援を行っていく。中小企業等が人手不足を乗り越え、売上げ・収益を拡大できる環境を整備するとともに、生産性向上、設備投資等の意欲的な挑戦を後押しし、持続的な賃上げの実現を図る。

コラム

1-4-2①図

省力化投資のイメージ

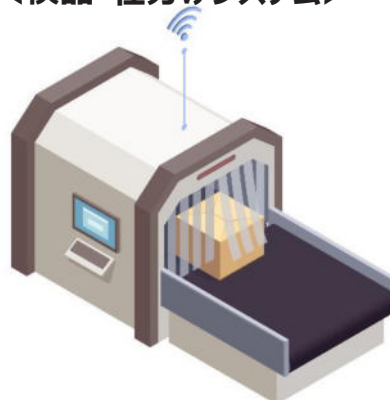
<無人搬送ロボット>



著作者：user6702303／出典：Freepik

https://jp.freepik.com/free-photo/automated-guided-vehicle-loading-boxes_18321421.htm#query=agv&position=14&from_view=keyword&track=sph

<検品・仕分けシステム>



著作者：macrovector／出典：Freepik

https://jp.freepik.com/free-vector/smart-industry-icon_23182671.htm#query=%E6%A4%9C%E5%93%81%E8%A3%85%E7%BD%AE&position=31&from_view=search&track=ais

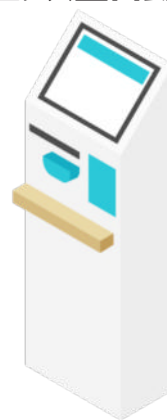
<無人監視システム>



Image by macrovector on Freepik

https://www.freepik.com/free-vector/realistic-video-surveillance-camera-side-view-vector-illustration_23505496.htm#query=%E7%9B%A3%E8%A6%96%E3%82%AB%E3%83%A1%E3%83%A9&position=29&from_view=search&track=ais

<キャッシュレス型自動券売機>



提供：ピクスタ

<https://pixta.jp/illustration/91446448>

資料：中小企業庁作成

第3節

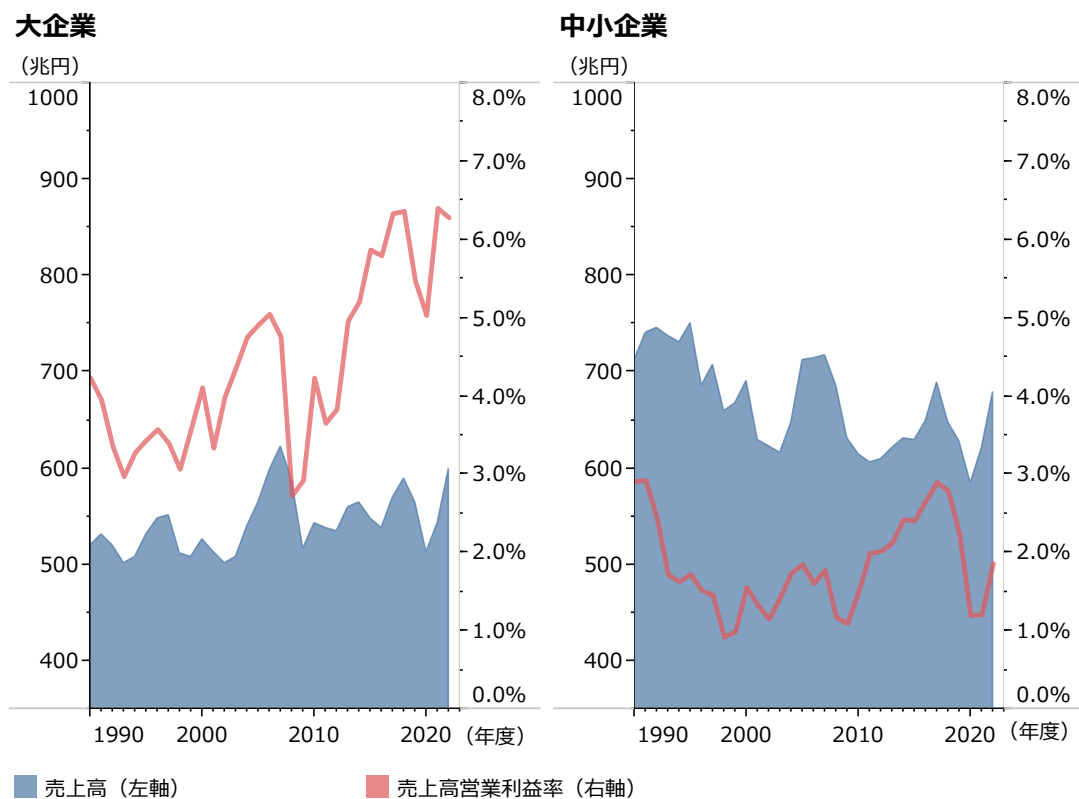
付加価値の向上と取引適正化・価格転嫁

ここまで、人手不足対応・生産性向上に向けた省力化投資について見てきたが、生産性向上に向けては、販売する財・サービスの価格の視点も重要である。

バブル期以降、日本企業は低コスト化・数量増

加の取組を続けてきた。この結果、売上高や利益率は大企業が増加する一方、中小企業は発注側の売上原価低減の動きの中で低迷している。今後は低コスト化・数量増加以上に、単価の引上げによる生産性の向上も追求する必要があると考えられる。

第1-3-18 参考1図 売上高・売上高営業利益率の推移（再掲）

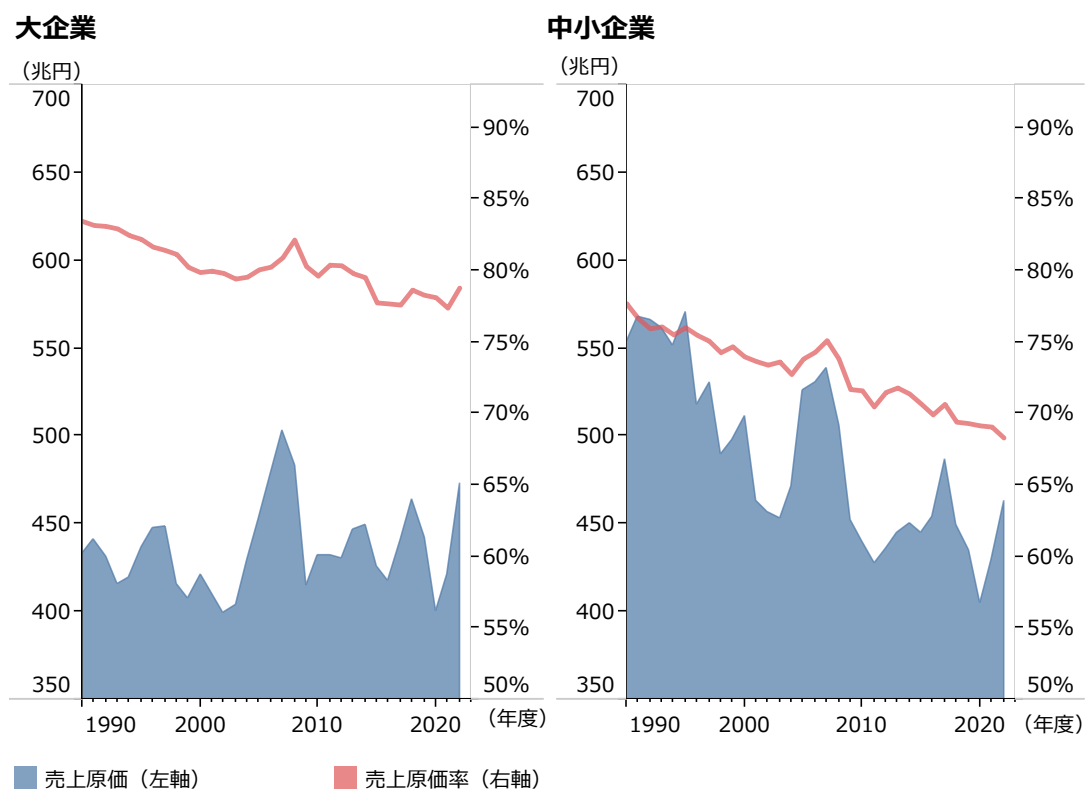


資料：財務省「法人企業統計調査年報」

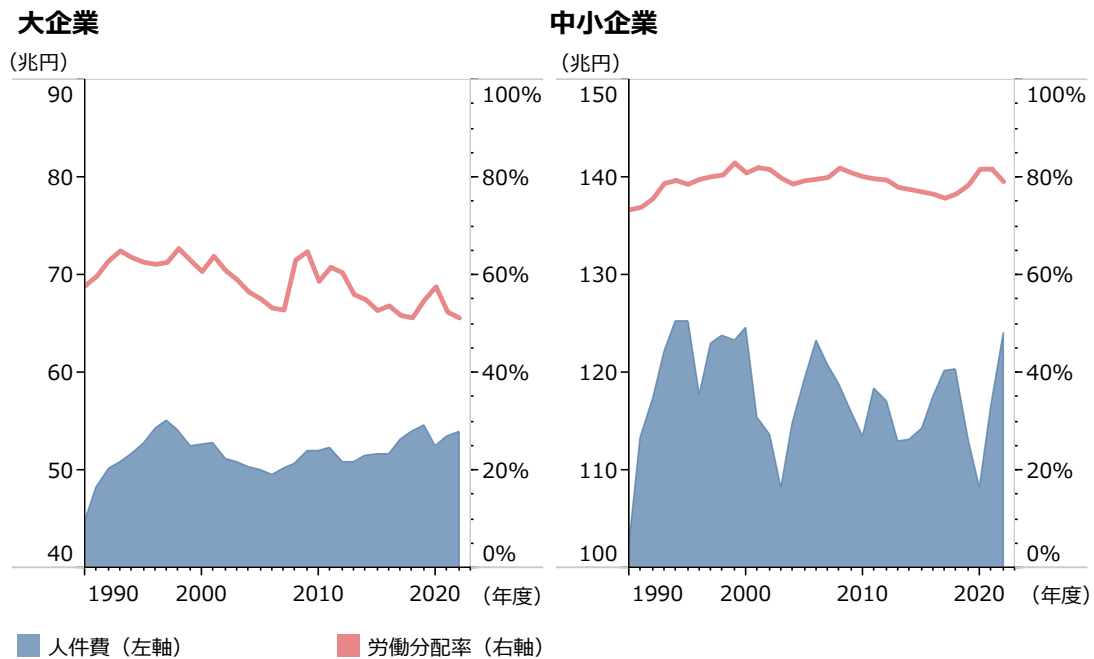
(注) 1. ここでいう大企業とは資本金10億円以上、中小企業は資本金1億円未満の企業とする。

2. 金融業、保険業は含まれていない。

第1-3-18参考2図 売上原価・売上原価率の推移（再掲）



第1-3-18参考3図 人件費・労働分配率の推移（再掲）



資料：財務省「法人企業統計調査年報」

（注）1. 大企業は資本金10億円以上、中小企業は資本金1億円未満の企業について集計したもの。金融業、保険業は含まれていない。

2. 各項目・指標の算出は以下のとおり。なお、2006年度以前は、「従業員賞与」が「従業員給与」に含まれている。

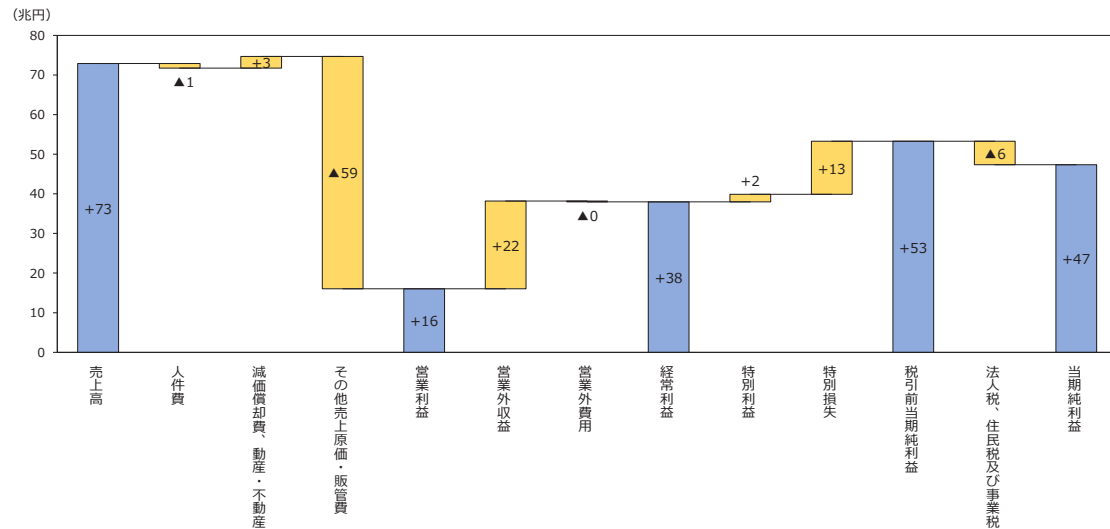
労働分配率 = 人件費 ÷ 付加価値額。

付加価値額 = 人件費 + 支払利息等 + 動産・不動産賃借料 + 租税公課 + 営業純益。

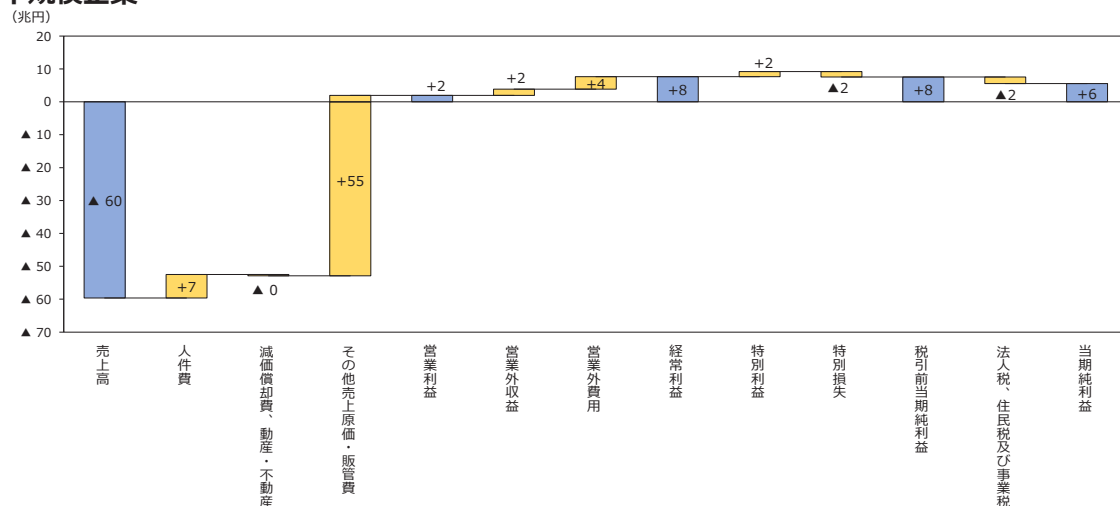
人件費 = 役員給与 + 役員賞与 + 従業員給与 + 従業員賞与 + 福利厚生費。

第1-3-5参考2図 2000年度と比べた2022年度の企業の収益増減の要因分解（再掲）

大企業



中規模企業



資料：財務省「法人企業統計調査年報」

(注) 1.ここで大企業とは、資本金10億円以上の企業、中規模企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業とする。

2.金融業、保険業は含まれていない。

3.各項目・指標の算出は以下のとおり。なお、2000年度は、「従業員賞与」が「従業員給与」に含まれている。

人件費＝役員給与＋役員賞与＋従業員給与＋従業員賞与＋福利厚生費。

その他売上原価・販管費＝（売上原価＋販売費及び一般管理費）－（人件費＋減価償却費＋動産・不動産賃借料）。

4.法人税、住民税及び事業税には、法人税等調整額を含む。

そこで、本節では、中小企業・小規模事業者の企業間取引と価格転嫁の現況を確認する。

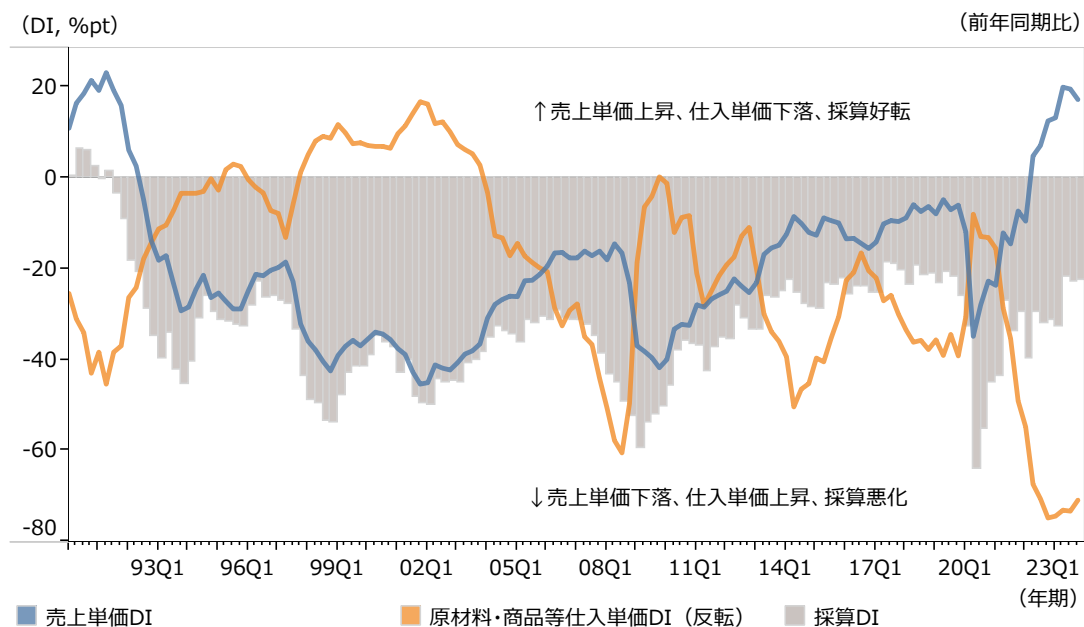
1. 価格交渉及び価格転嫁の動向

① 交易条件の状況

はじめに、中小企業の仕入価格・販売価格の状況について確認する。第1-4-9図は、景況調査を用いて、中小企業の売上単価DI、原材料・商品等仕入単価DI、採算（経常利益）DIの推移を見たものである。これを見ると、2021年以降、売

上単価が上昇すると同時に仕入単価も上昇する傾向となっている。それに合わせて採算DIも改善しつつあるが、依然としてマイナスとなっており、中小企業の賃上げの原資確保を進めるためにも、仕入価格上昇に対する販売価格への転嫁が重要な課題となっている。

第1-4-9図 売上単価DI、原材料・商品等仕入単価DI、採算（経常利益）DIの推移



資料：中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

（注）1. 売上単価DIとは、前年同期と比べて、売上単価が「上昇」と答えた企業の割合（％）から、「低下」と答えた企業の割合（％）を引いたものである。

2. 原材料・商品等仕入単価DIとは、前年同期と比べて、原材料・商品等仕入単価が「上昇」と答えた企業の割合（％）から、「低下」と答えた企業の割合（％）を引いたものである。なお、原材料・商品等仕入単価DIについては正負を逆転しており、値が低いほど原材料・商品等仕入単価が上昇していることを示している。

3. 採算DIとは、前年同期と比べて、採算（経常利益）が「好転」と答えた企業の割合（％）から、「悪化」と答えた企業の割合（％）を引いたものである。

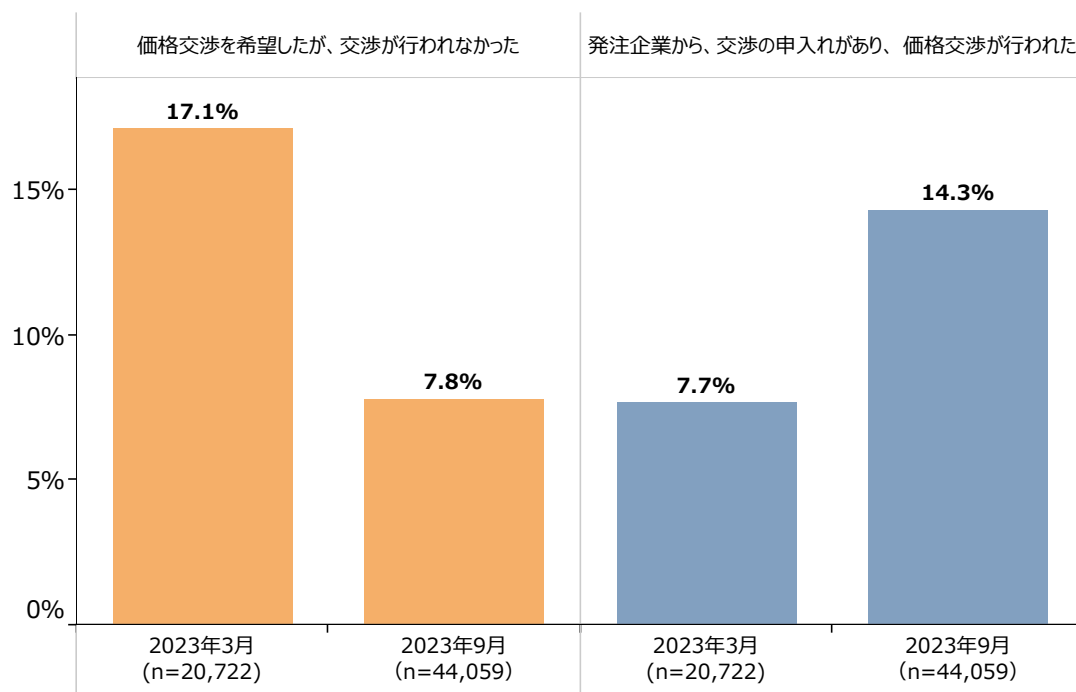
4. ここでいう中小企業とは、中小企業基本法第2条第1項の規定に基づく「中小企業者」をいう。

②価格交渉の状況

次に、価格交渉及び価格転嫁の動向を見ていく。第1-4-10図は、中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査」⁶²を用いて、2023年3月と2023年9月における価格交渉の実施状況を見たものである。これを見ると、「価格交渉を希望したが、交渉が行われなかった」と回答した割合は17.1%から7.8%に低下し、また「発注企業から、交渉の申入れがあり、価格交渉が行われた」と回答した割合は7.7%から14.3%に上昇していることが分かる。価格交渉を実施できている企業が増加していることから、原材料費をはじめとする諸物価高騰などを背景に、価格交渉が可能な取引環境は醸成されつつあると考えられる。

合は17.1%から7.8%に低下し、また「発注企業から、交渉の申入れがあり、価格交渉が行われた」と回答した割合は7.7%から14.3%に上昇していることが分かる。価格交渉を実施できている企業が増加していることから、原材料費をはじめとする諸物価高騰などを背景に、価格交渉が可能な取引環境は醸成されつつあると考えられる。

第1-4-10図 価格交渉の実施状況



資料：中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査」

（注）1.2023年3月、9月の調査における、価格交渉の状況を尋ねた設問で、「価格交渉を希望したが、交渉が行われなかった」、「発注企業から、交渉の申入れがあり、価格交渉が行われた」と回答した企業の割合を集計したもの。なお、「価格交渉を希望したが、交渉が行われなかった」については、回答項目を複数統合して集計しており、「コストが上昇したが、発注企業から申入れはなく、発注減少や取引中止を恐れ、受注企業から交渉を申し出なかった」などの項目を含んでいる。

2.各回のフォローアップ調査の回答項目は、同一ではない点に留意。

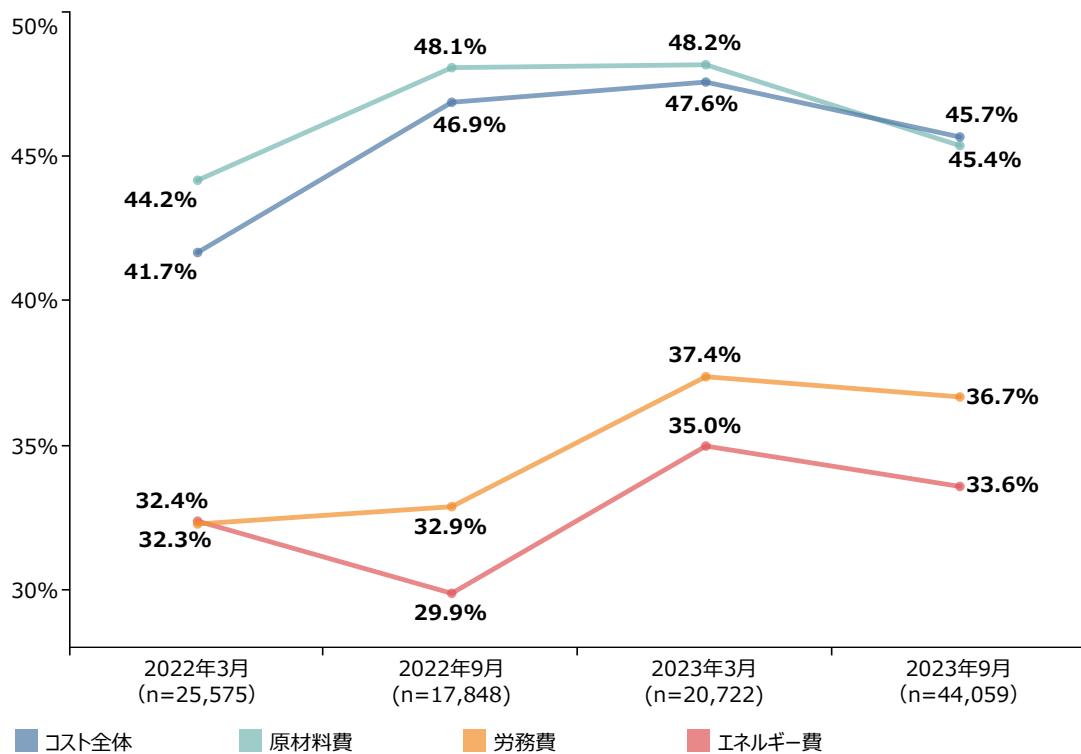
⁶² 中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査」：中小企業庁が2022年5～6月、9～11月において全国150,000社、2023年4～5月、10～12月において全国300,000社の中小企業等を対象にアンケート調査を実施（2022年3月：回答企業数13,078社（※回答から抽出される発注側企業数は延べ25,575社）、回収率8.7%。2022年9月：回答企業数15,195社（※回答から抽出される発注側企業数は延べ17,848社）、回収率10.1%。2023年3月：回答企業数17,292社（※回答から抽出される発注側企業数は延べ20,722社）、回収率5.8%。2023年9月：回答企業数36,102社（※回答から抽出される発注側企業数は延べ44,059社）、回収率12.0%。）。

③価格転嫁の状況

第1-4-11図は、2022年3月、9月、2023年3月、9月の各コストの変動に対する価格転嫁率の推移を見たものである。これを見ると、2022年3月から2023年3月にかけて、価格転嫁率（仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できている割合）の状況は、いずれのコスト要素も改善傾向にあったが、足下の2023年9月は一転していずれのコスト要素も2023年3月時点から微減と

なっている。このことから、コスト上昇が一巡したことも受け、価格転嫁を不要と考える企業が増加傾向にあることが示唆される。一方で、価格交渉が可能な取引環境が醸成されつつありながら、いずれのコスト要素についても十分な価格転嫁ができていない水準であることから、転嫁率向上のための取組強化が課題となっていると考えられる。

第1-4-11図 各コストの変動に対する価格転嫁率の推移



資料：中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査」

（注）1.2022年3月、9月、2023年3月、9月の調査における、価格転嫁率の平均値を算出したもの。

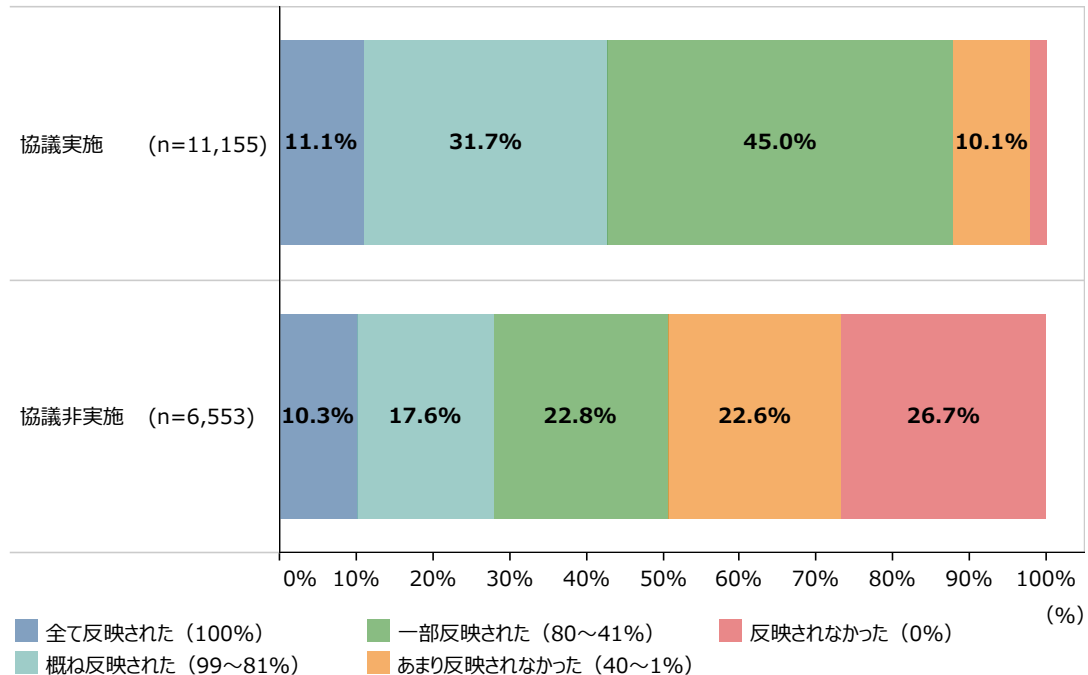
2.主要な発注側企業（最大3社）との間で、直近6か月のコスト上昇分のうち、何割を価格転嫁できたかの回答について、発注側の企業ごとに名寄せ・単純平均したもの。

④ 価格転嫁に向けた取組

第1-4-12図は、「令和5年度取引条件改善状況調査」⁶³を用いて、価格協議の実施状況別に、コスト変動分の価格反映状況を見たものである。これを見ると、協議を実施できている企業は、協議

を実施できていない企業と比較してより高い水準で価格転嫁を行えていることが分かる。このことから、十分な価格転嫁を実現するためには、まず価格転嫁に関する協議の場を設けることが重要であると考えられる。

第1-4-12図 コスト変動分の価格反映状況（価格協議の実施状況別）



資料：（株）東京商工リサーチ「令和5年度取引条件改善状況調査」

（注）1. 受注側事業者向けアンケートを集計したもの。

2. 価格反映の状況については、コスト全般の変動の価格反映状況を用いている。

3. 取引金額が最も大きい販売先との価格協議の状況を尋ねた設問で、「販売先から申出があり協議を行った」、「自社から申出を行い協議に応じてくれた」と回答した企業を「協議実施」とし、「販売先から申出があったが協議を行わなかった」、「自社から申出を行ったが協議に応じてくれなかった」、「協議を行う必要がなかった」、「協議を申し入れることができなかった」と回答した企業を「協議非実施」として集計している。

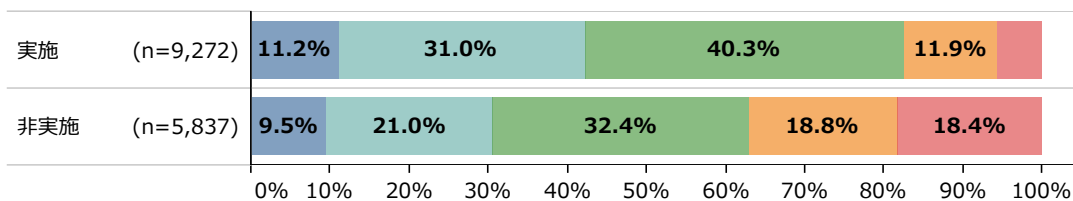
⁶³ （株）東京商工リサーチ「令和5年度取引条件改善状況調査」：（株）東京商工リサーチが2023年10月から11月にかけて、全国90,000社（うち発注側事業者10,000社、受注側事業者80,000社）の企業を対象にアンケート調査を実施（有効回答26,458件（うち発注側事業者4,006件、受注側事業者22,452件）、回収率29.4%（うち発注側事業者40.1%、受注側事業者28.1%））。なお、本分析においては、下請代金支払遅延等防止法及び下請中小企業振興法の対象外の事業者を除外していない点に留意が必要。

また、価格転嫁の促進のためには、価格協議の場を設けることに加えて、中小企業・小規模事業者の価格交渉力を高めていくことも重要である。第1-4-13図は、価格交渉の際に行った取組別に、コスト変動分の価格反映状況を見たものである。これを見ると、いずれの取組においても、取組を実施している企業ほどより高い水準で価格転嫁を

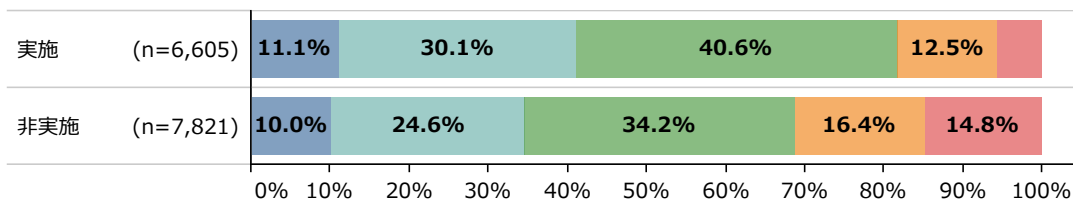
行えていることが分かる。「商品別、製品別の原価構成（材料費、加工費、管理費、粗利等）の把握」や「理想的な価格（提示価格）と譲歩できる価格（留保価格）の設定」など、価格交渉に向けた事前準備に取り組むことが、価格交渉力を高め、十分な価格転嫁の実現につながるものと考えられる。

第1-4-13図 コスト変動分の価格反映状況（価格交渉の際の取組別）

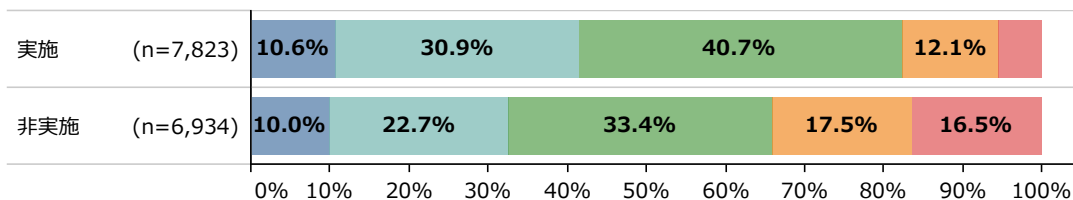
商品別、製品別の原価構成（材料費、加工費、管理費、粗利等）の把握



競合製品・部品の価格・品質の整理



理想的な価格（提示価格）と譲歩できる価格（留保価格）の設定



■ 全て反映された (100%) ■ 一部反映された (80~41%) ■ 反映されなかった (0%)
 ■ 概ね反映された (99~81%) ■ あまり反映されなかった (40~1%)

資料：（株）東京商工リサーチ「令和5年度取引条件改善状況調査」

（注）1.受注側事業者向けアンケートを集計したもの。

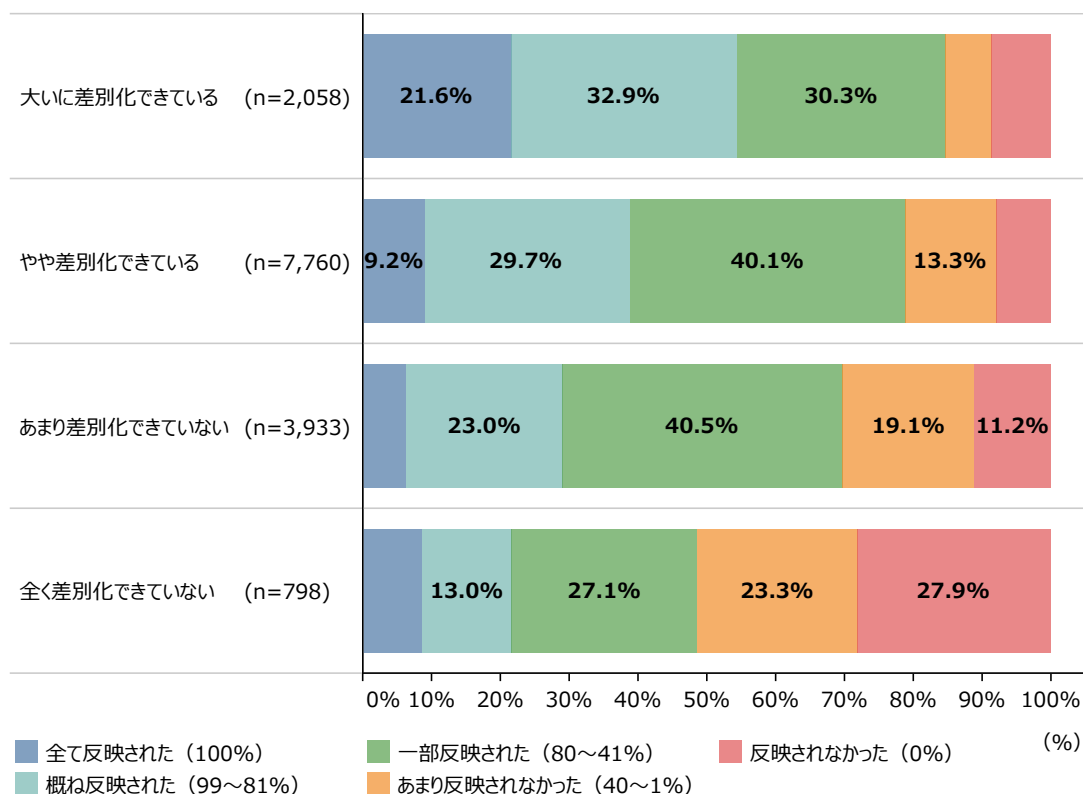
2.価格反映の状況については、コスト全般の変動の価格反映状況を用いている。

3.それぞれの価格交渉の取組について、「どちらともいえない」を除く回答のうち、「頻繁に行っている」、「しばしば行っている」と回答した企業を「実施」、「あまり行っていない」、「全く行っていない」と回答した企業を「非実施」として集計している。

第1-4-14図は、自社の製品・商品・サービスに関する競合他社との差別化状況別に、コスト変動分の価格反映状況を見たものである。これを見ると、競合他社との差別化をできている企業ほど価格転嫁も進んでいる傾向にあることが分かる。

このことから、価格交渉力を高めて価格転嫁を促進するためには、自社の製品・商品・サービスについて、価格の引上げに見合った付加価値向上につながるような差別化に取り組むことも重要な要素となっていると考えられる。

第1-4-14図 コスト変動分の価格反映状況（競合他社との差別化状況別）



資料：（株）東京商工リサーチ「令和5年度取引条件改善状況調査」

（注）1.受注側事業者向けアンケートを集計したもの。

2.価格反映の状況については、コスト全般の変動の価格反映状況を用いている。

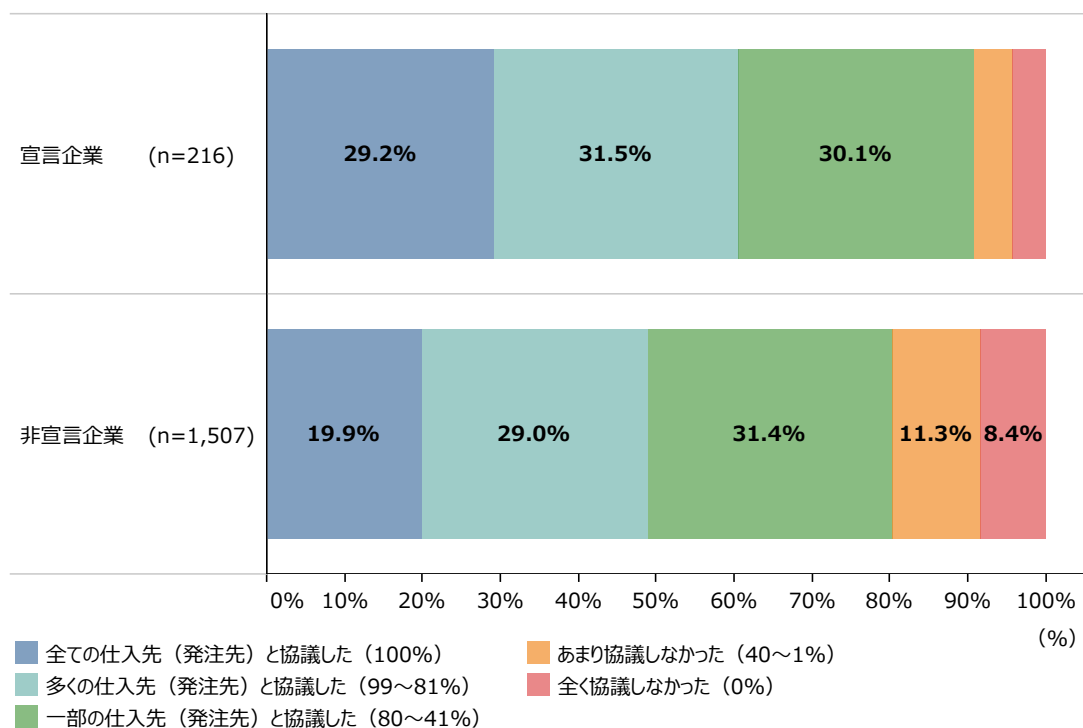
⑤サプライチェーン全体での付加価値向上に向けた取組

中小企業の取引適正化や、それによる価格転嫁の推進に向けては、中小企業の価格交渉力を高めていくだけではなく、サプライチェーン全体での共存共栄に向けた連携や、親事業者や下請事業者の望ましい取引慣行の遵守といった取組が重要であり、これを実行することを「発注者」側の立場から企業の代表権を有する者の名前で宣言する

「パートナーシップ構築宣言」の取組についても、その重要性が高まっている。

第1-4-15図は、「令和5年度取引条件改善状況調査」を用いて、パートナーシップ構築宣言の有無別に、価格協議の実施状況を見たものである。これを見ると、実際にパートナーシップ構築宣言について公表している「宣言企業」は、当面の公表予定はない「非宣言企業」と比べて、多くの取引先企業と価格協議を行っていることが分かる。

第1-4-15図 価格協議状況（パートナーシップ構築宣言の有無別）



資料：（株）東京商工リサーチ「令和5年度取引条件改善状況調査」

（注）1.発注側事業者向けアンケートを集計したもの。

2.パートナーシップ構築宣言の公表状況について、「公表している」を「宣言企業」、「当面の公表予定はなし」を「非宣言企業」として集計している。

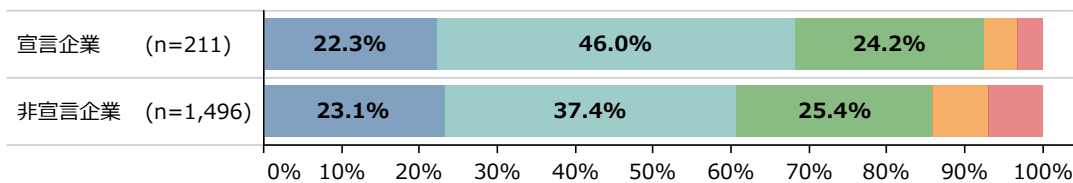
3.価格協議状況については、「取引を行う仕入先（発注先）から理解を得られるような十分な価格協議の実施状況」を集計したもの。

第1-4-16図は、パートナーシップ構築宣言の有無別に、コスト変動分の価格反映状況を見たものである。これを見ると、実際にパートナーシップ構築宣言について公表している「宣言企業」は、「非宣言企業」と比べて、発注先のコスト変動に伴う価格転嫁に対して高い割合で応じていることが分かる。一方で、パートナーシップ構築宣

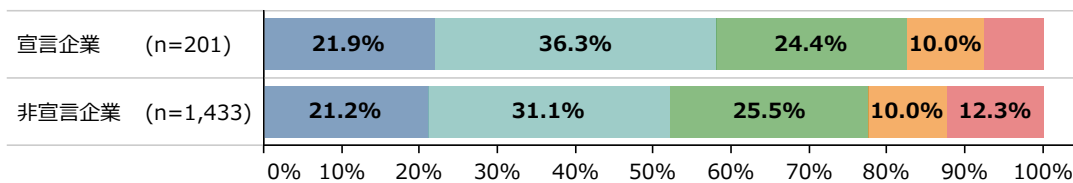
言を公表していながら価格協議を十分に実施していない企業や、価格転嫁に十分にに応じていない企業が依然として一定数存在していることも確認できることから、パートナーシップ構築宣言を公表している企業の取引適正化に向けた取組をより徹底させることも重要である。

第1-4-16図 価格反映状況（パートナーシップ構築宣言の有無別）

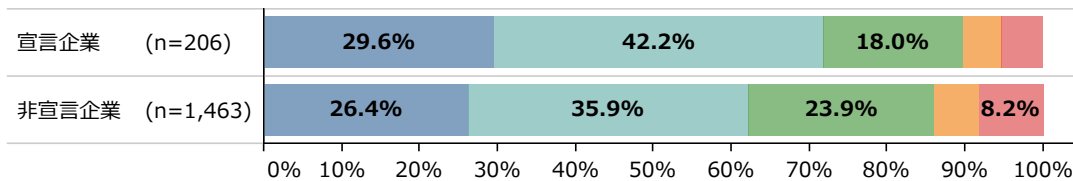
コスト全般



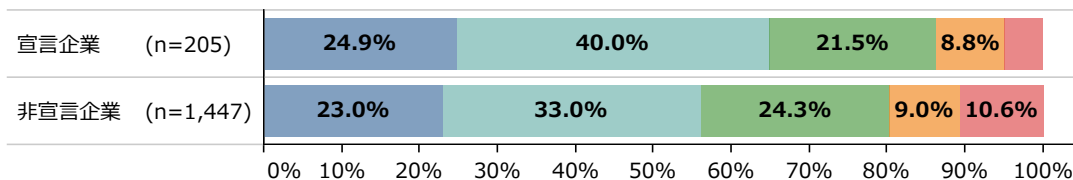
労務費



原材料価格



エネルギー価格



■ 全て反映した(100%) ■ 一部反映した(80~41%) ■ 反映しなかった(0%)
■ 概ね反映した(99~81%) ■ あまり反映しなかった(40~1%)

資料：（株）東京商工リサーチ「令和5年度取引条件改善状況調査」

（注）1.発注側事業者向けアンケートを集計したもの。

2.パートナーシップ構築宣言の公表状況について、「公表している」を「宣言企業」、「当面の公表予定はなし」を「非宣言企業」として集計している。

ここまで見てきたように、持続的な賃上げの原資確保に向けては、価格協議の場を設けることや価格交渉の事前準備を行うこと、また「パートナーシップ構築宣言」の取組により取引先との良好な関係を構築することなどを通じて、価格転嫁

率を向上させることが重要である。コラム1-4-3では、適切な価格転嫁の実現に向けた経済産業省の取組について紹介している。また、コラム1-4-4では、先に挙げた「パートナーシップ構築宣言」に関する取組について紹介している。

コラム

1-4-3

適切な価格転嫁の実現に向けて

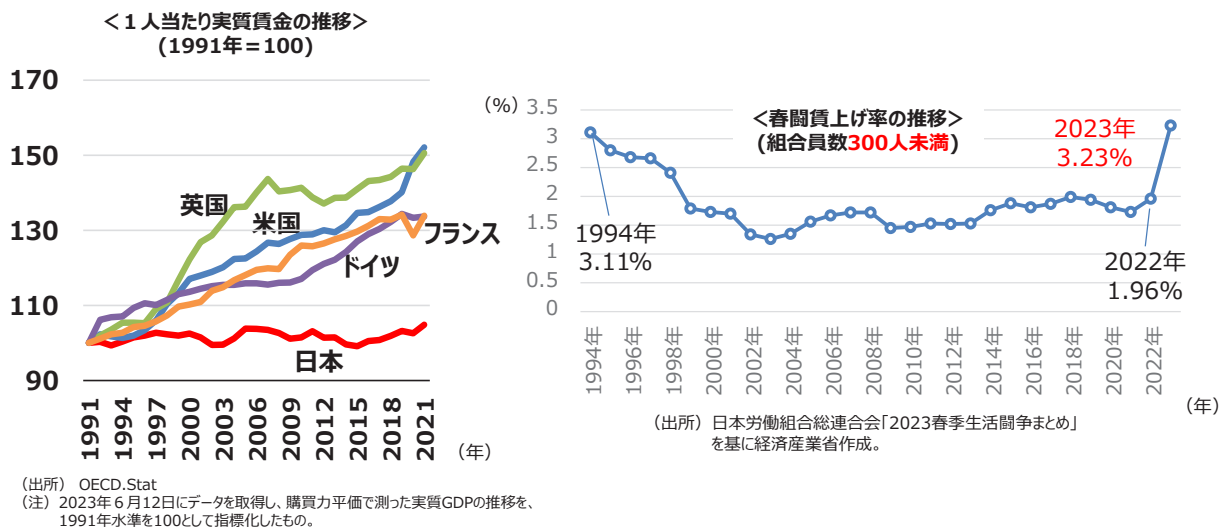
1. 中小企業の賃上げのための価格転嫁の重要性

政府が目指す「成長と分配の好循環」において、賃上げは重要な政策の柱である。しかし、一人当たりの実質賃金の伸びは、過去30年近くほかの先進国に比して低水準で推移している。2023年の春闘では、物価高騰や人手不足等を背景に、組合員数300人未満の春闘賃上げ率が、1994年以来の伸びとなる3.23%（大企業を含めた全体は3.58%）を記録した。今後も物価高、人手不足が見込まれる中、「物価高に負けない賃上げ」を継続的に実現することが不可欠であり、賃上げ原資を確保するための価格転嫁対策が極めて重要である。

コラム

1-4-3①図

一人当たり実質賃金の推移と春闘賃上げ率の推移

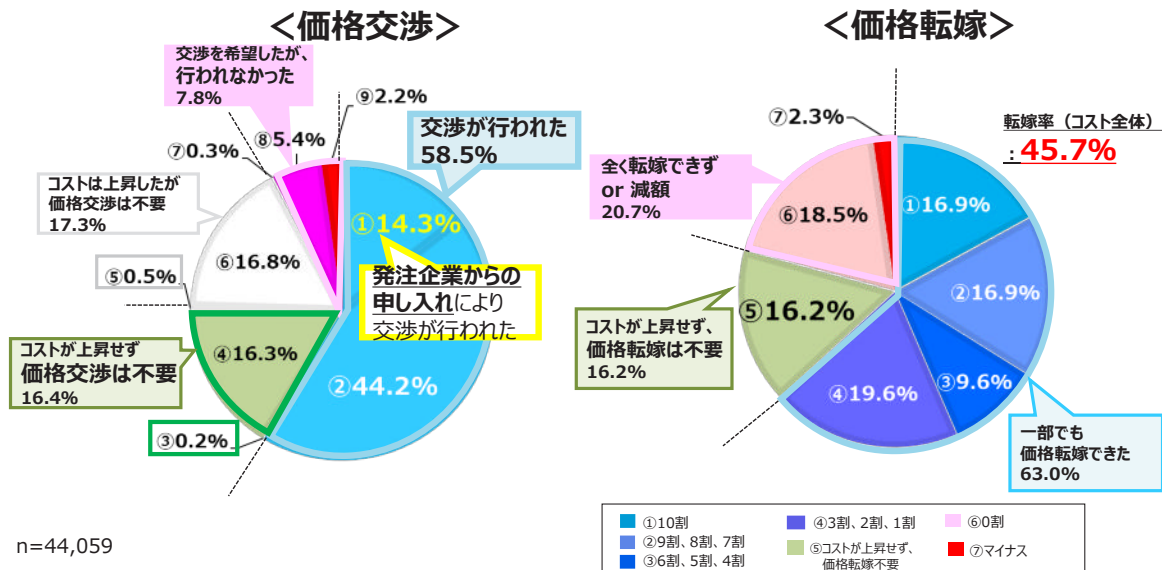


2. 価格交渉促進月間に係る取組について

2021年9月より毎年9月と3月を「価格交渉促進月間（以下、「月間」という。）」と設定し、各種取組を進めている。取組の成果を確認するため、各「月間」の終了後、価格交渉、価格転嫁それぞれの実施状況について、中小企業に対して「アンケート調査」と「下請Gメンによるヒアリング」を実施し、結果を取りまとめている。

2023年9月の「月間」の調査結果では、価格交渉については「発注企業からの申し入れにより、交渉が行われた」企業の割合は、同年3月時点から約2倍に増加しており、価格交渉しやすい雰囲気は徐々に醸成されつつあるが、交渉材料が準備できない等の課題も残る。コスト上昇分のうち、価格転嫁できた割合である転嫁率について、コスト全体では3月時点から微減して45.7%となったものの、「全く転嫁できなかった」又は「減額された」企業の割合は約3ポイント減少した。価格転嫁の裾野は広がりつつあるが、高い転嫁率を目指す必要がある。

コラム 1-4-3②図 価格交渉・価格転嫁の動向



資料：中小企業庁「価格交渉促進月間フォローアップ調査（2023年9月）」

また、2024年1月には、3回目となる「価格交渉・転嫁の状況に関する企業リスト」を公表し、過去最大の220社を掲載した。また、評価の芳しくない約20社に対しては事業所管大臣名で経営トップに対し、指導・助言を実施した。

3. 「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」に係る取組について

2023年9月の「月間」の調査結果においても、原材料費の転嫁率が約45%であるのに対し、労務費は36.7%と転嫁が進んでいない。労務費の価格転嫁を後押しすべく、政府は昨年11月に「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」を策定し、発注者、受注者双方に対して、取るべき行動を例示している。中小企業庁では、指針策定直後に約900の経済産業省所管の業界団体へ周知を行ったほか、経済産業省のホームページに賃上げ率など有益な情報を掲示した。さらに、業界団体ごとに策定している自主行動計画への反映を要請するなど、引き続き同指針に沿った行動の徹底を産業界へ要請していく方針である。

4. 団体協約の普及促進に向けた取組について

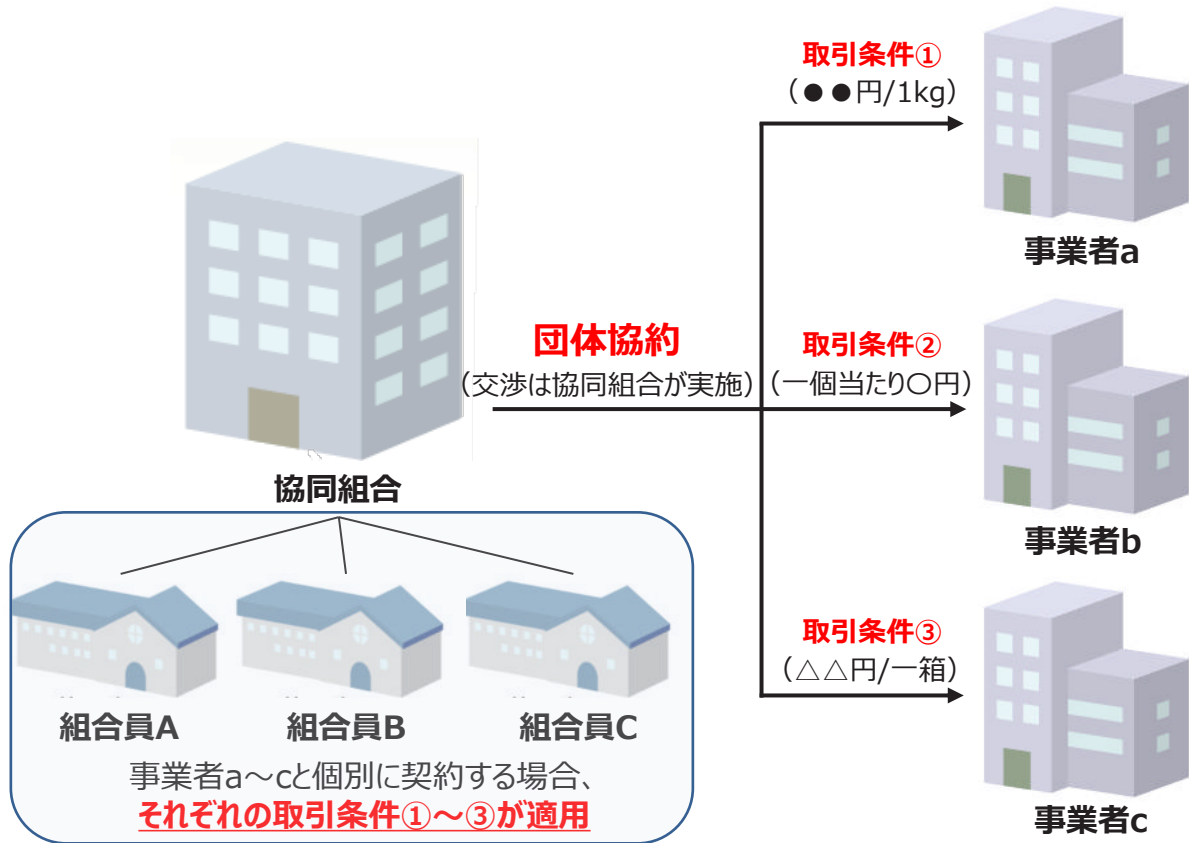
中小企業者は、取引に当たって、相手方との力関係から不利な条件を付されることが多い。事業協同組合等（以下、「組合」という。）が組合員の競争力を補強するための手段として、中小企業等協同組合法（昭和24年法律第181号）に基づき、組合は事業者と、取引価格や納入条件等の取引条件に関する団体協約を締結することができる。組合は団体協約を締結するための交渉の申出を行うことができ、申出を受けた組合員と取引関係のある事業者は誠意を持って交渉に応じなければならないとされている。

また、中小企業等協同組合法及び私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号）に基づき、中小企業者により構成される組合の行為は、独占禁止法の適用除外となることから、本来はカルテルとして認められない「最低製品価格の設定」などが可能となる。

コラム

1-4-3③図

団体協約制度の概要



資料：全国中小企業団体中央会「取引先との価格交渉、価格転嫁対策に組合を活用しよう！」より中小企業庁作成

団体協約については、組合の価格交渉力の向上につながることが期待されているが、現状、十分に活用されているとはいえない状況であり、今後の団体協約の活用に向けた組合への周知等が重要である。既に全国中小企業団体中央会において、パンフレット（https://www.chuokai.or.jp/images/2023/07/230720_dantaikyoyaku.pdf）の作成・公表や巡回指導等を通じた各地域の組合への普及啓発に取り組んでおり、引き続き全国中小企業団体中央会等の関係団体と連携しながら、団体協約の更なる活用に向けた周知等に取り組んでいく。

コラム

1-4-4

パートナーシップ構築宣言に関する取組状況

1. パートナーシップ構築宣言とは

パートナーシップ構築宣言は、「サプライチェーン全体の共存共栄と新たな連携」、「親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行の遵守」に重点的に取り組むことで新たなパートナーシップを構築することを、企業の代表権を有する者の名前で宣言するものである。2024年3月現在、41,000社を超える企業が宣言している。

宣言文のひな形には、下記のような内容が含まれている。宣言内容に関する取組が取引現場に浸透し、取引先とのパートナーシップが強化されることが期待される。

(1) サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を越えた新たな連携

- ・直接の取引先を通じてその先の取引先に働きかける（「Tier N」から「Tier N + 1」へ）ことにより、サプライチェーン全体での付加価値向上に取り組む（オープンイノベーション、IT実装、グリーン化等）とともに、既存の取引関係や企業規模等を越えた連携により、取引先との共存共栄を目指すこと

(2) 「振興基準」の遵守

- ・親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行（下請中小企業振興法に基づく「振興基準」）を遵守し、取引先とのパートナーシップ構築の妨げとなる取引慣行や商慣行の是正に積極的に取り組むこと
- ・特に、取引適正化の重点5課題（※）について取り組むこと

※①価格決定方法の適正化、②型取引の適正化、③支払条件の改善、④知的財産・ノウハウの保護、⑤働き方改革に伴うしわ寄せ防止

また、足下の物価高の中で、中小企業を含めて持続的な賃上げを実現していくためには、生産性向上とともにサプライチェーン全体での適切な価格転嫁が不可欠であり、パートナーシップ構築宣言の重要性は高まっている。2024年3月には、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」に掲げられた行動を適切にとり取引対価を決定すること、原材料費やエネルギーコストに関し適切なコスト増加分の全額転嫁を目指すことを加えると、宣言文のひな形の改正を行った。政府としては、宣言の拡大と実効性向上のため、以下のような取組を実施している。

2. 宣言に関する政策的インセンティブの拡充

(1) 宣言企業の申請に対する補助金の加算措置の拡大

経済産業省、中小企業庁以外の補助金においても、宣言企業に対する補助金の加算措置を拡大している。

- ・放送コンテンツによる地域情報発信力強化事業【総務省】
- ・工場・事業場における先導的な脱炭素化取組推進事業（SHIFT事業）【環境省】

(2) 賃上げ促進税制の適用におけるパートナーシップ構築宣言の要件化

一定規模以上の企業が税制を利用するに当たっては、パートナーシップ構築宣言の公表が必須となっている。

(3) 株式会社日本政策金融公庫による「企業活力強化資金」の要件拡充

株式会社日本政策金融公庫の「企業活力強化資金」において、パートナーシップ構築宣言を公表している企業が、宣言内容に基づく取組を実施するために必要な設備資金や長期の運転資金について、長期固定金利の融資を受けることが可能となっている。

コラム

1-4-4①図

株式会社日本政策金融公庫 企業活力強化資金⁶⁴

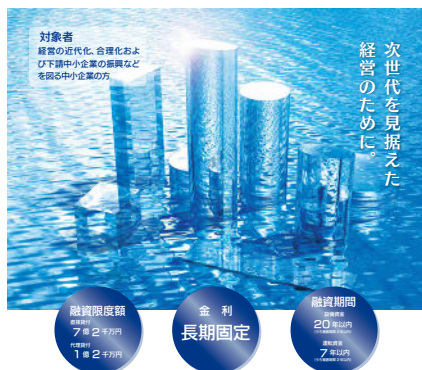
企業活力強化貸付

JFC 日本政策金融公庫
中小企業事業

日本政策金融公庫 中小企業事業の

企業活力強化資金

中小事業者・サービス事業者などの経営の近代化や流通機構の合理化、下請中小企業の振興、空き店舗などの解消を図る中小企業者を支援します。



	ご利用いただける方	ご利用いただける資金 ^(注1)	融資限度額	融資利率 ^(注2)	融資期間
A	卸売業、小売業、飲食サービス業、サービス業を営む方、またはこれらの方で構成された事業協同組合など	次の①～④に必要な設備資金および長期運転資金並びに⑤に必要な長期運転資金 ①合理化、共同化などを図るための設備の取得 ②セルサービス店の取得 ③集配センターの取得（卸売業者に限る） ④ショッピングセンターへの入居（卸売業者を除く） ⑤販売促進・人材確保		設備資金 2億7千万円まで（土地に係る資金は除く） 特別利率① （一定の要件を満たす商店街の空き店舗へ出店するために必要な資金および地域商店街活性化法に規定する認定商店街活性化事業計画を作成した商店街振興組合などの地区において事業を行うために必要な資金については、2億7千万円を限度として、特別利率②） 2億7千万円超 基準利率 運転資金	
B	中心市街地関連地域（大規模店関連地域の一部および中心市街地など）において卸売業、小売業、飲食サービス業、サービス業、または不動産賃貸業を営む方 ^(注3)	上記Aの①～④および新分野への進出に必要な設備資金および長期運転資金並びに⑤に必要な長期運転資金		2億7千万円まで 特別利率③、① 2億7千万円超 基準利率	
C	中心市街地活性化法に規定する特定民間中心市街地経済活力向上事業計画の認定に基づき、中小小売商業高度化事業、特定商業施設等整備事業および同法第7条第10項第1号に掲げる事業のいずれかの事業を実施する方	当該事業を実施するために必要な設備資金および長期運転資金		特別利率④	
D	中心市街地活性化法に規定する特定民間中心市街地経済活力向上事業計画の認定に基づき整備された施設において卸売業、小売業、飲食サービス業およびサービス業のいずれかの事業を営む方、またはこれらの方で構成された事業協同組合など	上記Bと同じ		2億7千万円まで 特別利率④ 2億7千万円超 基準利率	
E	下請中小企業振興法に基づき特定下請連携事業計画の認定を受けた連携体を作成する方	認定計画の実施のために必要な設備資金および長期運転資金	直接貸付 7億2千万円	2億7千万円まで（土地に係る資金は除く） 特別利率① 基準利率 2億7千万円超 基準利率	
F	取引先に対する支払条件の改善に取り組む方	ご利用いただける方が必要な設備資金および長期運転資金	代理貸付 1億2千万円	ただし、手形を完全現金化する方または手形サイトを60日以内に短縮化することが必要とする資金については2億7千万円まで 特別利率① 基準利率	設備資金 20年以内 （うち償還期間2年以内） 運転資金 7年以内 （うち償還期間2年以内）
G	親事業者の生産拠点の閉鎖・縮小、発注内容の見直しまたは脱炭素化の取組みの要請に伴い、自らの取引環境の改善に取り組む方	ご利用いただける方が必要な設備資金および長期運転資金		ただし、脱炭素化の取組みの要請に伴い、自らの取引環境の改善に取り組む方が必要とする資金については、2億7千万円まで 特別利率① 基準利率	
H	「パートナーシップ構築宣言」を「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイトに登録・公表している方	「パートナーシップ構築宣言」に記載された方針に基づく取組を実施するために必要な設備資金および長期運転資金		基準利率	

資料：（株）日本政策金融公庫作成

3. 宣言の取組状況調査の実施と宣言企業へのフィードバック文書の送付

<宣言の取組状況調査の実施>

宣言企業の取組状況を把握し、実効性の向上につなげるため、宣言企業に対する調査に加えて、下請企業に対して取引先の宣言企業の取組状況を確認する調査を、2022年夏に初めて実施し、続く2023年夏においても、コラム1-4-4②図のとおり実施した。

⁶⁴ 上表は中小企業事業の制度要件である。国民生活事業の制度要件については、ホームページ（https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/14_syougyouusikin_m.html）を参照のこと。

コラム 1-4-4②図 パートナースhip構築宣言の取組状況調査概要①

宣言企業調査（宣言企業の自己評価）

- 調査対象：2023年7月28日時点で宣言を行っているパートナーシップ構築宣言企業
- 調査票の配布企業数：30,600社（うち、資本金3億円超の大企業は1,614社）
- 調査期間：7月31日～9月7日
- 回答した宣言企業数：17,033社（昨年5133社）うち、大企業は1,274社（昨年550社）
- 回答率：約56%（大企業は約80%）

下請企業調査（下請企業による宣言企業の評価）※下請企業は発注側企業を最大6社まで選択して回答

- 調査対象：2022年7月7日時点の資本金3億円超のパートナーシップ構築宣言企業のうち、3社以上と取引実績をもつ受注側企業
- 調査票の配布企業数：75,000社
- 調査期間：8月1日～9月10日
- 回答した下請企業数：3,581社
- 下請企業5社以上から回答の集まった宣言企業数：229社（昨年160社）
- 回答率：約4.8%

資料：内閣府「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議（第5回）資料2 経済産業省提出資料」（2023年12月）

コラム1-4-4③図は、下請企業が発注側である宣言企業に行ってほしいと望んでいる支援や連携の取組と、宣言企業がサプライチェーンの課題への対応、共存共栄に向けて、取引先と連携や支援している取組について、それぞれ上位5項目を示したものである。下請企業が発注側である宣言企業に期待する取組の上位には、「働き方改革」や「人材育成・人材マッチング」が挙げられているのに対し、宣言企業が注力している取組としては、「グリーン化」などが挙げられており、ギャップが生じている。宣言企業には、下請企業からの期待が特に大きい「働き方改革」について、より積極的な取組・支援を行うことが期待される。

コラム 1-4-4③図 パートナーシップ構築宣言の取組状況調査概要②

下請企業が望む、発注側企業（パートナーシップ構築宣言企業）に行ってほしい支援や連携の取組（複数回答）
(n=1,521 ※「特になし」と回答した企業を除く)

【回答が多かった上位5項目】

1	働き方改革	47.0%
2	人材育成・人材マッチング	24.3%
3	データの相互利用	24.0%
4	健康経営、労働安全衛生	22.3%
5	グリーン化	17.8%

宣言企業（大企業）が、サプライチェーンの課題への対応、共存共栄に向けて、取引先と連携や支援している取組（複数回答）
(n=974 ※「特になし」と回答した企業を除く)

【回答が多かった上位5項目】

1	グリーン化	33.9%
2	健康経営、労働安全衛生	31.4%
3	EDI導入	29.9%
4	データの相互利用	24.0%
5	リサイクル・循環経済・廃棄物処理	22.1%

資料：内閣府「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議（第5回）資料2 経済産業省提出資料」（2023年12月）

下請企業調査においては、下請中小企業振興法の「振興基準」のうち、取引適正化の重点5課題（コラム1-4-4④図（1）～（5））に関する宣言企業の取組状況を確認した。下請企業5社以上から回答の集まった宣言企業の結果を前年度と比較したところ、「（1）価格決定方法の適正化」の「①価格協議について」は、前年度に引き続き、ほとんどの企業が8割以上の下請企業との協議に応じていることが分かった。一方で、「②価格転嫁について」は「7～9割程度の価格転嫁を受け入れた」という高水準の価格転嫁を受け入れた割合が低下しており、課題が見られる。今後は転嫁率の上昇が重要である。

また、「（3）支払条件の改善」、「（4）知的財産・ノウハウの保護」、「（5）働き方改革に伴うしわ寄せ防止」については、前年度に比べ、改善傾向にあるが、型取引、支払条件、働き方改革について、問題となり得る行為を指摘された宣言企業も確認された。

コラム 1-4-4 ④図 パートナースhip構築宣言の取組状況調査概要③

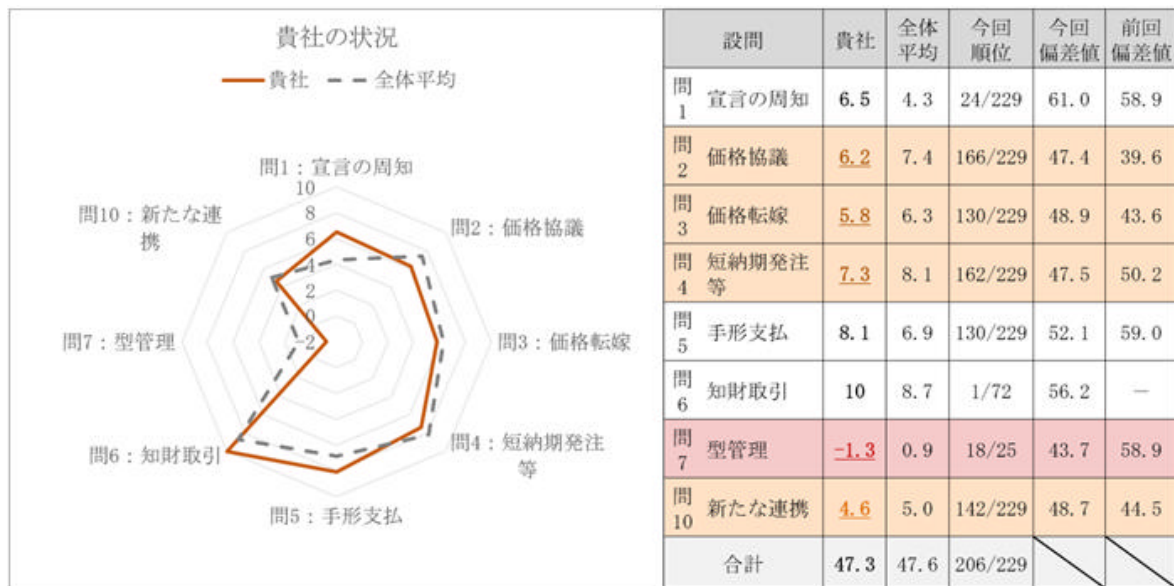
(1) 価格決定方法の適正化	令和5年度結果	令和4年度結果
①価格協議について (令和5年度:n=163, 令和4年度:n=110)		
・ 8割以上の下請に対して価格協議に応じた	161社 (98.8%)	110社 (100%)
・ 8割未満の下請に対して価格協議に応じた	2社 (1.2%)	0社 (0%)
②価格転嫁について (令和5年度:n=206, 令和4年度:n=110)		
・ 7～9割程度の価格転嫁を受け入れた	72社 (35.0%)	52社 (47.3%)
・ 4～6割程度の価格転嫁を受け入れた	120社 (58.3%)	54社 (49.1%)
・ 1～3割程度の価格転嫁を受け入れた	14社 (6.8%)	4社 (3.6%)
・ 価格転嫁を受け入れなかった	0社	0社
③不合理な価格引き下げの要請 (令和5年度:n=229, 令和4年度:n=160)		
・ 5割以上の下請けに対して要請した	0社	0社
・ 2割超～5割未満の下請けに対して要請した	1社 (0.4%)	3社 (1.9%)
(2) 型取引の適正化 (令和5年度:n=25, 令和4年度:n=47)	令和5年度結果	令和4年度結果
・ 5割以上の下請に対して無償で型管理を求めた	4社 (16.0%)	4社 (8.5%)
・ 2割超～5割未満の下請に対して無償で型管理を求めた	17社 (68.0%)	15社 (31.9%)
(3) 支払条件の改善 (令和5年度:n=229, 令和4年度:n=160)		
・ 5割以上の下請に対して手形の支払において割引料を負担させている	24社 (10.5%)	19社 (11.9%)
・ 2割超～5割未満の下請に対して手形の支払において割引料を負担させている	36社 (15.7%)	37社 (23.1%)
(4) 知的財産・ノウハウの保護 (令和5年度:n=72, 令和4年度:n=160)		
・ 5割以上の下請との間で知財取引が片務的契約となっている/契約がない	0社	0社
・ 2割超～5割未満の下請との間で知財取引が片務的契約となっている/契約がない	0社	4社 (2.5%)
(5) 働き方改革に伴うしわ寄せ防止 (令和5年度:n=229, 令和4年度:n=160)		
・ 5割以上の下請に対して追加料金なく短納期発注や急な仕様変更をした	0社	0社
・ 2割超～5割未満の下請に対して追加料金なく短納期発注や急な仕様変更をした	17社 (7.4%)	12社 (7.5%)

資料：内閣府「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議（第5回）資料2 経済産業省提出資料」（2023年12月）

<宣言企業へのフィードバック文書の送付>

宣言の実効性の向上に向けて、下請企業調査において5社以上から回答の集まった宣言企業229社と、宣言企業調査において振興基準に照らして問題となるおそれがある回答が確認された宣言企業494社に対しては、企業の代表者宛てに、調査結果についてのフィードバック文書を送付し、必要な改善を促している。

コラム 1-4-4⑤図 下請企業調査結果の各企業へのフィードバックイメージ



資料：内閣府「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議（第5回）資料2 経済産業省提出資料」（2023年12月）

4. パートナーシップ構築宣言取組事例の発信

パートナーシップ構築宣言の趣旨を踏まえ、グリーン化や人材マッチングなど新たな連携に積極的に取り組む事例や、宣言したことを契機に、下請事業者との適正な取引を含めて、経営者や調達担当者の意識が高まった事例など、ほかの宣言企業やこれから宣言を行う企業にとって参考になる事例について、取組の概要や背景などのポイントを事例集としてまとめ、2023年4月から公表している。

当該事例集は宣言している全ての企業に周知するとともに、他省庁所管も含めて業界団体を經由した周知などを進めることで、取組事例集の普及に努めている。

今後も、事例集の継続的なアップデート及び発信を行っていく。

コラム 1-4-4⑥図 パートナーシップ構築宣言取組事例集

中小企業庁

パートナーシップ構築宣言取組事例集 Ver1.2

～大企業と中小企業が共に成長できる持続可能な関係を構築するために～

令和5年7月

パートナーシップ構築宣言企業の取組事例集 目次

パートナーシップ構築大企業取組事例

- 1.【経済産業大臣賞】花王(株)「国際評価手法に独自の工夫を加えてサプライヤーのESG取組を改善」 P2
- 2.【中小企業庁長官賞】(株)日立システムズ「パートナー企業との人材育成と人材マッチングによる人材不足解決」 P3

その他大企業の取組事例

3. (株)ADEKA「取引先との安全交流会や、円滑な価格改定を実施」 P4
4. (株)アドヴィックス「お取引先様への寄り添い活動（BCP強化、お困り事解決支援）」 P5
5. コカ・コーラボトラーズジャパン(株)「取引先とリサイクル・サステナブル素材使用を推進、健康経営で協力」 P6
6. (株)SUBARU「部門横断チームによる取引先の困りごと支援や価格転嫁の声かけを実施」 P7
7. TDK(株)「サプライチェーンにおけるサイバーセキュリティ強化、BCP構築を推進」 P8
8. パナソニックグループ「取引先と共に環境対応を推進、卓越したアイディアを表彰」 P9

中小企業の取組事例

9. (株)シコー「協力的な技術連携、密なコミュニケーションと当社の意識変化」 P10
10. (株)日さく「宣言の理念に沿った社内教育や取引先への半期毎の聞き取り調査」 P11
11. (株)新栄工業「ITコミュニケーションツール利用で価格高騰対策を迅速化」 P12

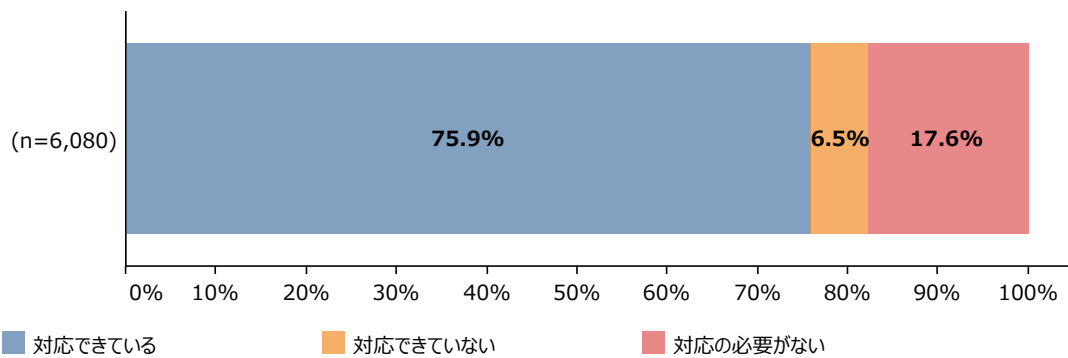
資料：中小企業庁「パートナーシップ構築宣言取組事例集 Ver1.2」（2023年7月）

2. インボイス制度への対応

次に、足下で企業間取引において必要な対応として迫られている、消費税の適格請求書等保存方式（インボイス制度）への対応状況について見ていく。第1-4-17図は、小規模事業者を対象としたアンケート「小規模事業者の事業活動に関する

調査」⁶⁵を用いて、インボイス制度への対応状況を見たものである。これを見ると、全体で75.9%の企業が「対応できている」と回答している。

第1-4-17図 インボイス制度への対応状況



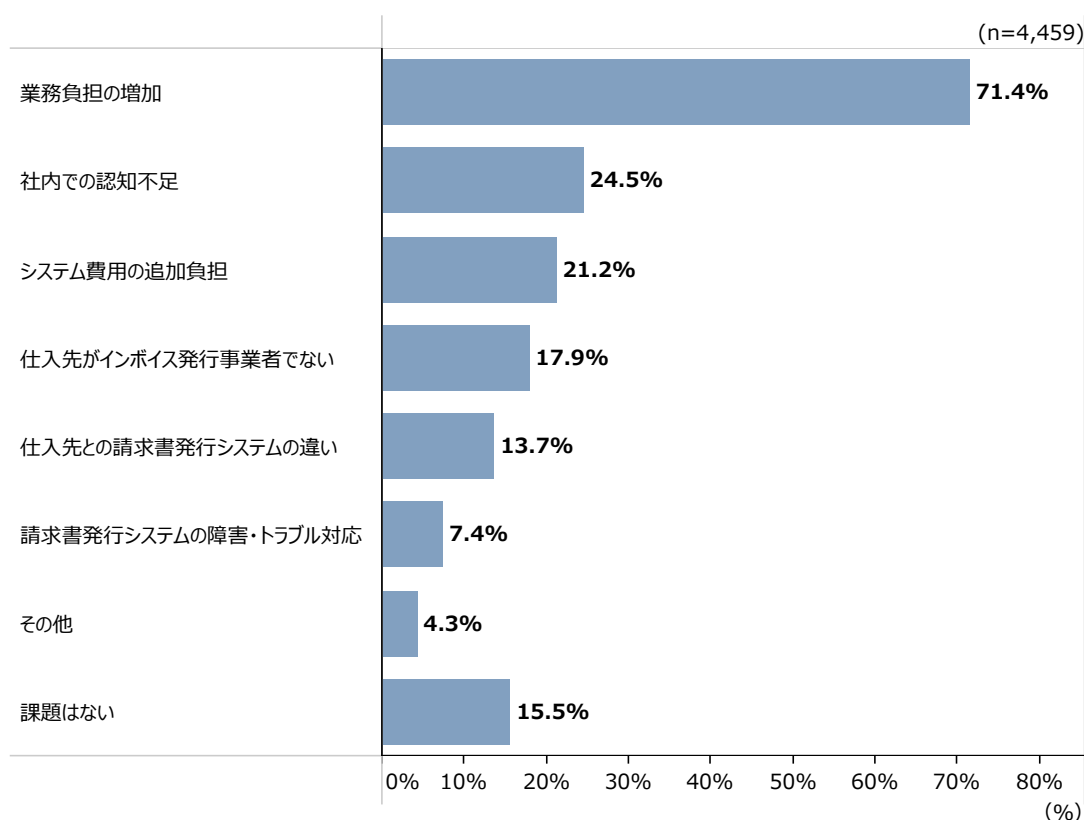
資料：EYストラテジー・アンド・コンサルティング（株）「小規模事業者の事業活動に関する調査」

⁶⁵ EYストラテジー・アンド・コンサルティング（株）「小規模事業者の事業活動に関する調査」：EYストラテジー・アンド・コンサルティング（株）が、2023年12月に商工会及び商工会議所の会員のうち、小規模事業者を対象にWebアンケート調査を実施（有効回答数：6,080件）。

第1-4-18図は、インボイス制度への対応ができていない企業について、インボイス制度への対応において生じている課題を見たものである。これを見ると、「業務負担の増加」が71.4%と最も多く挙げられており、次いで「社内での認知不足（24.5%）」、「システム費用の追加負担（21.2%）」

が挙げられている。このことから、インボイス制度への対応においては、ITツールの活用等を通じた業務負担の軽減や、ITツール導入に伴う費用負担の軽減、社内での認知拡大といった取組が求められていることが分かる。

第1-4-18図 インボイス制度への対応において生じている課題



資料：EYストラテジー・アンド・コンサルティング（株）「小規模事業者の事業活動に関する調査」

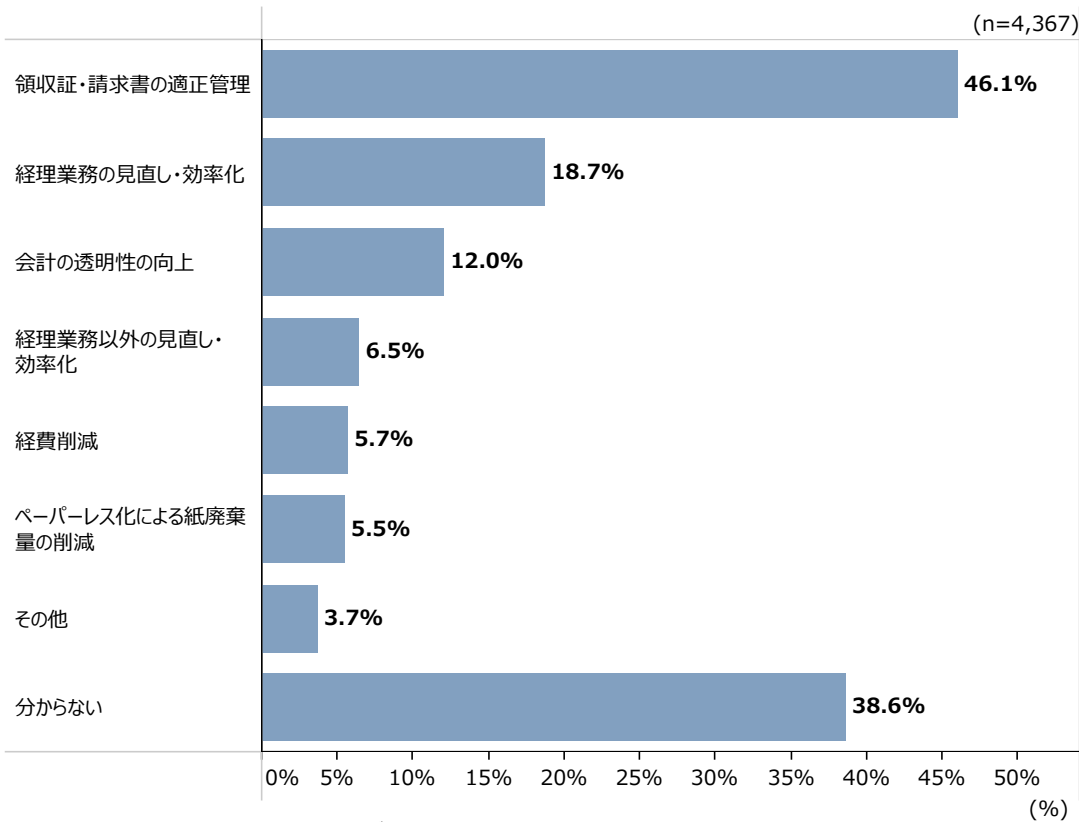
（注）1.インボイス制度への対応状況を尋ねた質問で、「対応できている」と回答した企業に対する質問である。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

第1-4-19図は、インボイス制度への対応によって得られた効果を見たものである。これを見ると、インボイス制度の導入に伴い、「領収証・請求書の適正管理」の効果が得られたと回答した企業が46.1%となっており、次いで「経理業務の見直し・効率化（18.7%）」、「会計の透明性の向上（12.0%）」が挙げられている。このことか

ら、インボイス制度への対応によって、領収証・請求書の管理方法を見直し、デジタル化等を通じて経理業務を効率化することができた企業も多く存在しており、インボイス制度の導入が契機となって、バックオフィス業務の効率化や会計の透明性向上が図られていることが示唆される。

第1-4-19図 インボイス制度への対応によって得られた効果



資料：EYストラテジー・アンド・コンサルティング（株）「小規模事業者の事業活動に関する調査」
（注）1.インボイス制度への対応状況を尋ねた質問で、「対応できている」と回答した企業に対する質問である。
2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

コラム1-4-5では、中小企業・小規模事業者のインボイス導入に関する支援策について紹介して

いる。

コラム

1-4-5

中小企業・小規模事業者のインボイス制度の円滑な対応に向けて

中小企業・小規模事業者がインボイス制度に円滑に対応するため、中小企業庁においては、リーフレットの作成・配布を通じた周知広報、相談体制強化や補助金等の支援策を措置している。今後も、中小企業・小規模事業者が不安や懸念を抱えることがないよう、引き続き必要な支援に取り組んでいく。

1. 中小企業向けの相談体制強化

- (1) 令和5年度補正予算「事業環境変化対応型支援事業」では、よろず支援拠点のコーディネーターの増員等を実施。よろず支援拠点、商工会、商工会議所等の支援機関の経営相談体制を抜本的に強化し、2024年2月までに約17万件の相談対応を実施した。
- (2) 登録の要否など免税事業者の相談ニーズにきめ細かく対応するため、税理士との無料オンライン相談等、各種相談先を紹介する窓口を開設している。令和5年度補正予算「事業環境変化対応型支援事業」では、確定申告の1～3月頃や確定申告後の4月以降にも対応できるよう、税理士を十分に確保するなど、体制を整備している。

2. IT導入補助金による事務負担の軽減

- (1) インボイス対応にも資するITツールの導入を支援する特別枠を設けており、同枠の創設以来、8万件以上を採択している（2024年2月現在）。さらに、令和5年度補正予算「中小企業生産性革命推進事業」におけるIT導入補助金の特別枠では、小規模事業者への補助率を3/4から4/5へ引き上げている。

3. 小規模事業者持続化補助金による販路開拓支援

- (1) 課税転換を選択する免税事業者に対して、補助上限を引き上げる措置を講じている。足下では、インボイス枠における申請・採択件数は増加傾向にあり、これまでに約4,000件を採択している。
- (2) 令和5年度補正予算「中小企業生産性革命推進事業」における小規模事業者持続化補助金では、引き続き、課税転換を選択する免税事業者に対して、補助上限を引き上げる措置を実施している。

<令和5年度補正予算等>（令和6年2月時点版）

インボイス制度への対応に 取り組む皆様へ ＼ 各種支援策のご案内 ＼

インボイス制度について詳しく知りたい方は国税庁ホームページの「インボイス制度特設サイト」をご覧ください。
制度解説動画、インボイスコールセンター等をご案内しております。

特設サイト



インボイス制度への対応に関する相談窓口

- ✓ **税理士へのオンラインでの相談体制を構築しています。**
インボイス制度対応に伴う納税負担等を相談できます。
- ✓ **商工会・商工会議所及びよろず支援拠点等による経営相談対応・専門家派遣・講習会の開催等**を実施しています

相談受付窓口

よろず支援拠点



課税事業者を選択する皆様

デジタル化によるインボイス対応 にかかる事務負担の軽減

- ✓ **IT導入補助金**により、ITツール（一部ハードウェアも含む）の導入費用等を幅広く支援します

課税転換に伴う販路開拓支援

- ✓ **小規模事業者持続化補助金**により税理士等への相談費用も含めた販路開拓等の支援をします

免税事業者を維持する皆様

免税事業者についての 取引上の懸念への取組み

- ✓ **免税事業者及びその取引先のインボイス制度への対応に関するQ&A**を公表しているほか、実態把握のための**書面調査等**を実施しています
- ✓ 取引上のお悩みは**下請法及び建設業法並びに優越的地位の濫用規制に係る相談窓口**(以下Q&A末尾参照)または**下請かけこみ寺**にご相談ください

Q&A

下請かけこみ寺



➡ 詳細は裏面へ

本紙は「令和5年度補正予算事業」の制度概要をご紹介します。準備が整い次第公募を開始しますので、現在の公募情報はホームページでご確認ください。



資料：中小企業庁「インボイス制度への対応に取り組む皆様へ 各種支援策のご案内」

コラム

1-4-5②図

各種支援策の案内（リーフレット裏面）

<IT導入補助金> -デジタル化による事務負担軽減

インボイス対応類型では、会計・受発注・決済ソフトに加え、PC・タブレット・レジ・券売機等のハードウェア導入費用も支援します。また、電子取引類型では、取引関係における受注者の中小企業等が無償で利用できる場合に、発注者（大企業を含む）がまとめて行う受発注ソフトの導入費用を支援します。

類型名	電子取引類型		インボイス対応類型			
補助事業者	大企業等	中小企業・小規模事業者等				
補助額	1/2	2/3	4/5、3/4（※1）	2/3（※2）	1/2	
補助率	～350万円		50万円以下	50万円超～350万円	～10万円	～20万円
補助対象経費	インボイス制度に対応した受発注ソフト		インボイス制度に対応した会計・受発注・決済ソフト		PC・タブレット等	レジ・券売機等

（※1）小規模事業者については補助率は4/5。中小企業については補助率は3/4。

（※2）補助額50万円超の際の補助率は、補助額のうち50万円以下については3/4（小規模事業者は4/5）、50万円超については2/3。

現在の公募情報はこちら→



お問い合わせ先：サービス等生産性向上IT導入支援事業 コールセンター（0570-666-376）

<小規模事業者持続化補助金> -課税転換に伴う販路開拓支援

小規模事業者等が経営計画を自ら策定し、商工会・商工会議所の支援を受けながら取り組む販路開拓等の費用（税理士等への相談費用を含む）を支援！

免税事業者からインボイス発行事業者に転換する事業者（インボイス転換事業者）に対し、令和5年度補正予算において、全ての申請枠で補助上限を一律に50万円上乗せします。（最大250万円補助）

	通常枠	特別枠			
		賃金引上げ枠	卒業枠	後継者支援枠	創業枠
補助率	2 / 3 (賃金引上げ枠のうち赤字事業者は3 / 4)				
補助上限	50万円	200万円			
インボイス特例	50万円※ ※インボイス特例の要件を満たす場合は、上記補助上限額に50万円を上乗せ				

お問い合わせ先：

【商工会地域お問い合わせ先】【現在の公募情報はこちら】

- ・商工会地域の方
所在地によって異なるため右のQRコード参照
- ・商工会議所地域の方 03-4330-3480



資料：中小企業庁「インボイス制度への対応に取り組む皆様へ 各種支援策のご案内」

インボイス制度への対応に取り組む免税事業者の皆様へ

オンラインで税理士に 相談してみませんか？



どんな相談ができるの？

- ✓ インボイス制度についてある程度は知っているが、仮に課税転換した場合の税負担がどれくらいになるのか計算したい。
- ✓ 簡易課税制度や2割特例等の計算方法がわからない。

どうやって申し込むの？

1. 事務局に電話
2. アカウント登録
3. 相談希望日時を選択
4. 相談日確定
5. 事前準備
決算額等の基本的な情報をお手元に準備いただきます。
6. 税理士にオンライン相談
Microsoft社のTeamsを利用いただきます。

事務局「中小企業・小規模事業者インボイス相談受付窓口」※

一般電話

045-330-1365

ナビダイヤル

0570-028-045

受付時間

9時～17時（土日祝は除く）

※ 中小企業庁の令和4年度補正予算「事業環境変化対応型支援事業費補助金（相談窓口設置運営事業）」で採択された
トランス・コスモス株式会社が運営しています。



相談受付窓口



インボイス制度の基本的な情報を 知りたい場合は？

インボイス制度について知りたい方は国税庁ホームページの「インボイス制度特設サイト」をご覧ください。制度解説動画等をご案内しております。



特設サイト



資料：中小企業庁「中小企業・小規模事業者インボイス相談受付窓口 オンライン税理士相談」

第4節

良質な雇用の創出と働き方改革

少子化が進展する我が国において、地域の中小企業・小規模事業者においては、賃金などの待遇だけでなく、可処分所得・可処分時間の多さや子育てのしやすい勤務環境を整えるといった「良質な雇用」の創出により、人材確保・定着が期待で

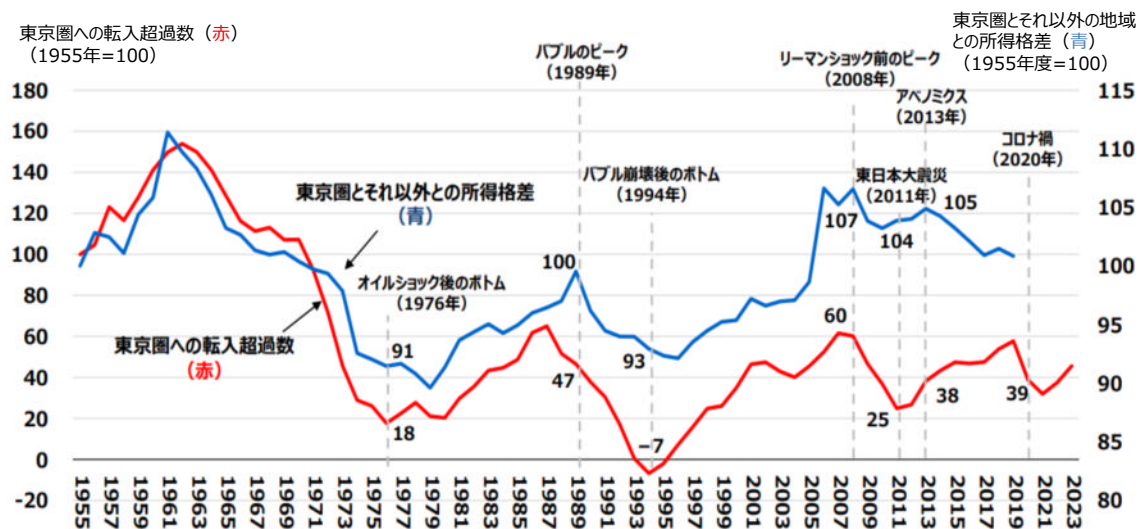
きるとともに、地域の少子化対策にも貢献する可能性がある。そのため、本節では「良質な雇用」に関わる地域の雇用の状況や、「良質な雇用」の創出につながる企業の働き方改革に向けた取組について紹介する。

1. 地域の雇用の状況

第1-4-20図は、内閣府「県民経済計算」、総務省「住民基本台帳人口移動報告」を基に、東京圏への転入超過数と、東京圏とそれ以外の地域との所得格差の推移を見たものである。これを見ると、東京圏とそれ以外の地域との所得格差と、東

京圏への転入超過数の間には一定の相関があることが分かり、東京圏とそれ以外の地域との所得格差が拡大すれば転入超過数が増加し、所得格差が縮小すると転入超過数も抑制される傾向にあると考えられる。

第1-4-20図 東京圏への転入超過数と所得格差の推移



資料：内閣府「県民経済計算」、総務省「住民基本台帳人口移動報告」を基に経済産業省作成。

（出所）経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第20回）資料5 少子化対策に資する地域の包摂的成長について」（2024年2月20日）

（注）1. 県民経済計算は、1955～1974年度は昭和55年基準計数（参考系列）、1975～1989年度は平成2年基準計数（正式系列）、1990～1995年度は平成7年基準計数（正式系列）、1996～2000年度は平成12年基準計数（正式系列）、2001～2005年度は平成17年基準計数（正式系列）、2006～2010年度は平成23年基準計数（正式系列）、2011～2019年度は平成27年基準計数（正式系列）による。1955～1971年度は沖縄を含んでいない。

2. ここでいう「東京圏とそれ以外の地域との所得格差」とは、東京圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）の各都県における県民所得、人口の合計から算出した一人当たり県民所得（加重平均）を、東京圏以外の各道府県における県民所得、人口の合計から算出した一人当たり県民所得（加重平均）で除したもの。

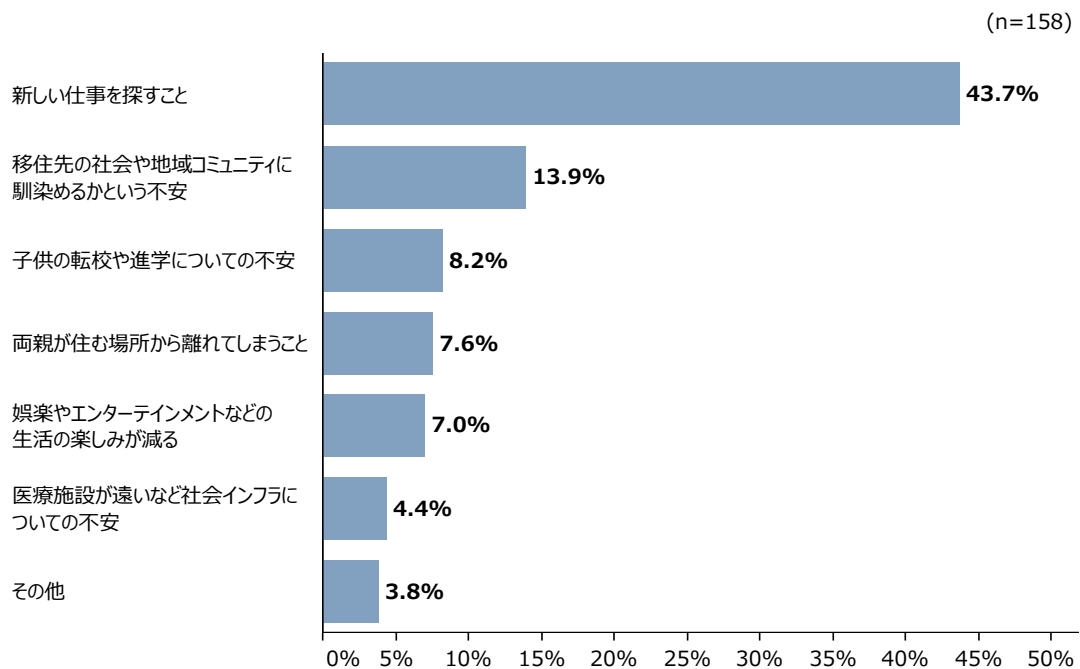
3. なお、「東京圏への転入超過数」は年、「東京圏とそれ以外の地域との所得格差」は年度で算出していることに留意。

一方で、移住においては希望する仕事探しの困難さが若者の移住を阻害している可能性が指摘されている⁶⁶。第1-4-21図は、東京圏の居住者における、東京圏から移住する際の阻害要因を見たものである。これを見ると、「新しい仕事を探すこと」が43.7%と最も多くなっているほか、「移住先の社会や地域コミュニティに馴染めるかという不安」、「子供の転校や進学についての不安」が主な理由に挙げられている。

第1-4-21図からは、東京圏からの移住に関心を持つ人にとっては新しい仕事を探すことの困難

さが阻害要因となっていることが分かり、他方で前述した中小企業白書（2023）の指摘からは、東京圏外に居住していた若者や女性が、希望する職種の仕事や賃金等の待遇条件が良い仕事を求めて東京圏へ転入しているものと考えられる。今後、人材獲得における地方圏の競争力を高め、地域の包摂的成長を実現するためには、賃上げだけでなく、若者の移住の呼び水となるような働き方改革を進めるなど、良質な雇用を創出することが重要である。

第1-4-21図 東京圏から移住する際の阻害要因



資料：内閣府「新型コロナウイルス感染症が地域の働き方や生活意識に与えた影響に関する調査」（2021年1月15日～20日）

（出所）経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第20回）資料5 少子化対策に資する地域の包摂的成長について」（2024年2月20日）

（注）1.「今回の感染症の影響によって、移住についての関心に変化はありましたか。」と尋ねた質問に対して、「関心が高くなった」あるいは「やや高くなった」と回答した者が集計対象。このうち、東京圏の居住者を集計している。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

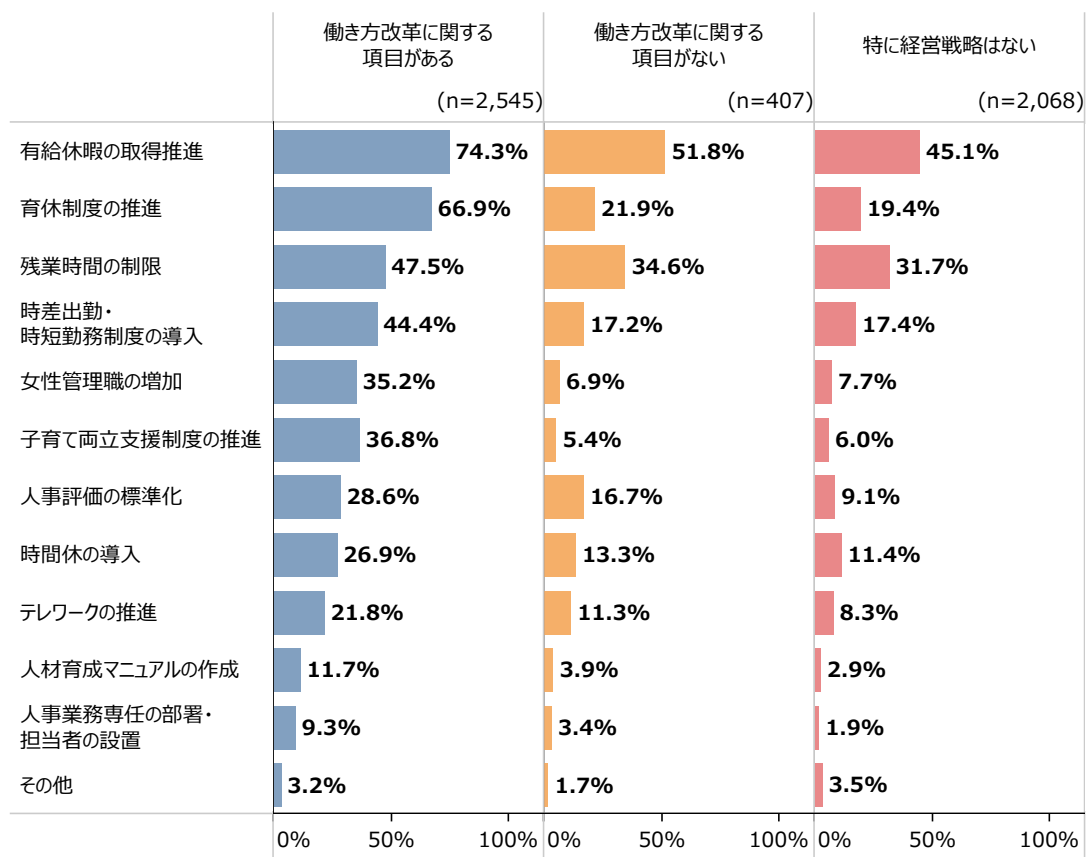
⁶⁶ 中小企業白書（2023）では、東京圏以外の地域の出身者が東京圏に移住した背景について、地元では「希望する職種の仕事が見つからないこと」、「賃金等の待遇が良い仕事が見つからないこと」といった課題があることを示している。詳細は、2023年版中小企業白書 第1部第3章第4節 第1-3-19図を参照。

2. 働き方改革の取組

続いて、良質な雇用の創出につながる中小企業・小規模事業者の働き方改革の取組を見ていく。第1-4-22図は、「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」を用いて、経営戦略上の女性・若者・子育て世代に優しい働き方改革に関する項目の有無別に、具体的な働き方改革の取組内容を見たものである。これを見ると、回答企業

全体においては、働き方改革の実現に向けた取組として、「有給休暇の取得推進」や「育休制度の推進」、「残業時間の制限」を進める企業が多い。また、経営戦略の中で女性・若者・子育て世代に優しい働き方改革に関する項目を定めている企業では、具体的な取組を多岐にわたって進めている傾向にあることが分かる。

第1-4-22図 働き方改革に向けた取組内容（経営戦略上の働き方改革に関する項目の有無別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1. 自社の経営戦略に、働き方改革等の実行に向けた取組が含まれているかを尋ねた質問で、「はい」と回答した企業を「働き方改革に関する項目がある」、「いいえ」と回答した企業を「働き方改革に関する項目がない」としている。

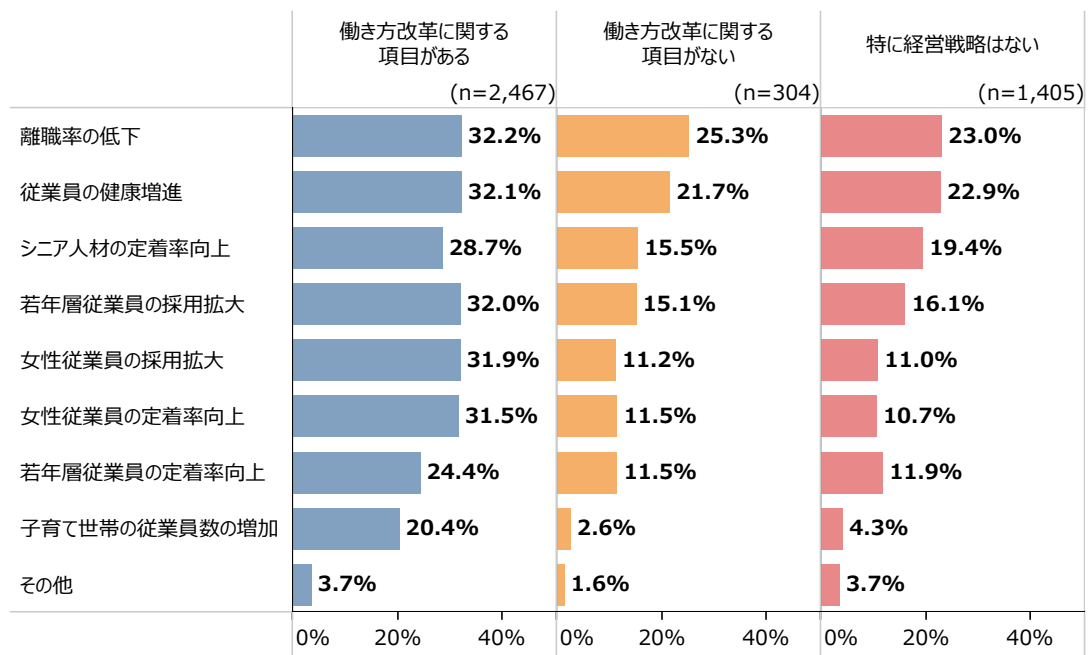
2. 働き方改革に向けた取組について、「当てはまるものはない」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「当てはまるものはない」は表示していない。

3. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

第1-4-23図は、経営戦略上の働き方改革に関する項目の有無別に、働き方改革の効果を見たものである。これを見ると、約6割に当たる2,467社の企業が女性・若者・子育て世代に優しい働き方改革等の実行に向けた取組を含む経営戦略を策定済であることが分かる。また、明確な戦略を策

定している企業ほど、働き方改革の効果として「離職率の低下」だけでなく、「若年層従業員の採用拡大」、「従業員の健康増進」のほか、「シニア人材の定着率向上」、「女性従業員の定着率向上」、「子育て世帯の従業員数の増加」といった効果が多く表れている傾向にある。

第1-4-23図 働き方改革の効果（経営戦略上の働き方改革に関する項目の有無別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.働き方改革に向けた取組内容を尋ねた質問で、「当てはまるものはない」を除くいずれかの取組を実施していると回答した企業に対して聞いたもの。

2.自社の経営戦略に、働き方改革等の実行に向けた取組が含まれているかを尋ねた質問で、「はい」と回答した企業を「働き方改革に関する項目がある」、「いいえ」と回答した企業を「働き方改革に関する項目がない」としている。

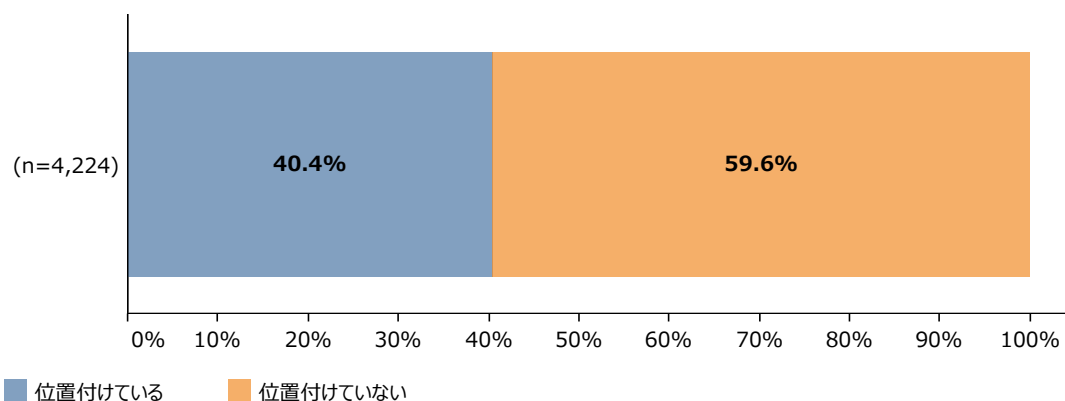
3.働き方改革の効果について、「当てはまるものはない」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「当てはまるものはない」は表示していない。

4.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

第1-4-24図は、働き方改革に向けた取組に関する、人材採用のPR戦略への位置付け状況を見たものである。これを見ると、自社の働き方改革

に向けた取組を、人材採用のPR戦略に位置付けることでアピールを行っている企業は、現状4割程度となっていることが分かる。

第1-4-24図 働き方改革に向けた取組に関する、人材採用のPR戦略への位置付け状況



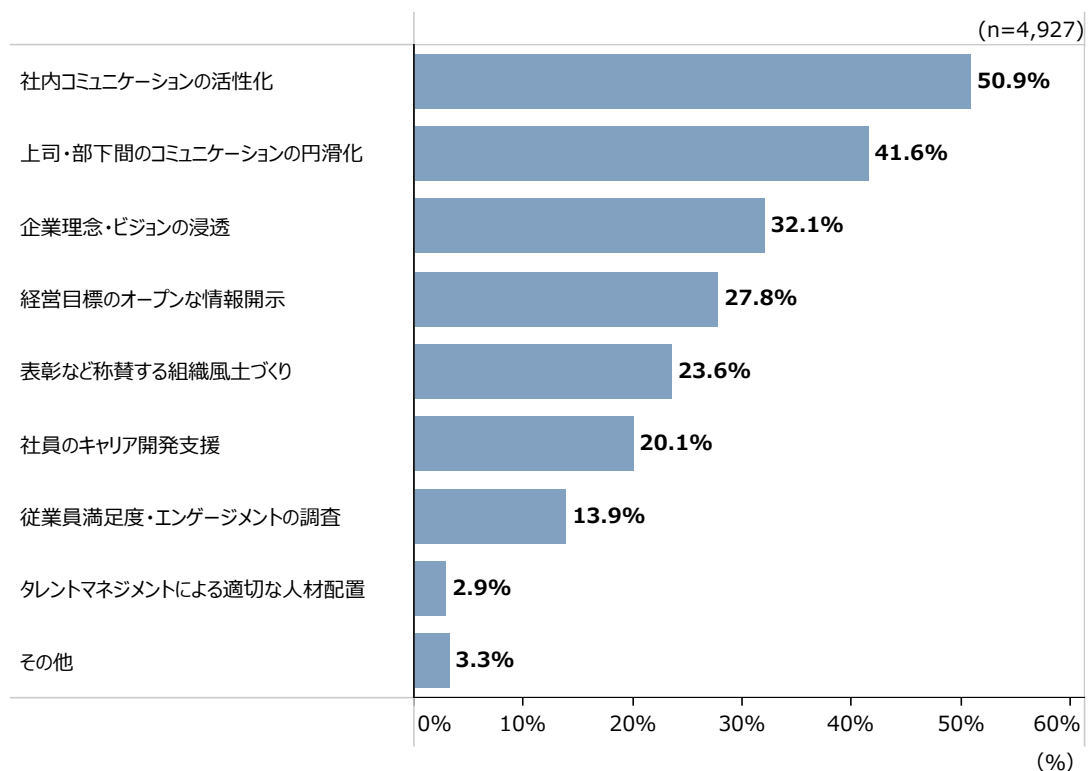
資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）働き方改革に向けた取組内容を尋ねた質問で、「当てはまるものはない」を除くいずれかの取組を実施していると回答した企業に対して聞いたもの。

第1-4-25図は、企業の従業員満足度及びエンゲージメント⁶⁷の向上に向けた取組を見たものである。これを見ると、具体的な取組としては「社内コミュニケーションの活性化」や「上司・部下間のコミュニケーションの円滑化」、「企業理念・ビジョンの浸透」を行っている企業が多いことが

分かる。昨今、人材の確保のみならず、定着率向上のための試みとして、従業員エンゲージメント向上への注目度も高まっていることから、人手不足解消のためにはこうした取組を更に促進させることが重要である。

第1-4-25図 従業員満足度・エンゲージメントの向上に向けた取組



資料：(株)帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

(注) 1.従業員満足度・エンゲージメントの向上に向けた取組について、「当てはまるものはない」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「当てはまるものはない」は表示していない。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

このように、賃金等の待遇面だけでなく、子育て・健康・女性活躍に配慮した「良質な雇用」の創出が重要となっており、特に地方圏においては、少子高齢化の課題解決に向けて重要な取組の一つとなっている。事例1-4-2は、子育て・健康・女性活躍などの切り口から、育児・介護支援の環境を整備し、良質な雇用創出と生産性向上を

実現した企業として、石丸製麺株式会社を紹介する。また、コラム1-4-6では、地域の包摂的成長の実現や少子化対策に向けた良質な雇用の重要性を改めて説明するとともに、女性活躍の推進や子育て環境の整備といった働き方改革の取組を進める地域の中小企業を紹介する。

67 ここでいう「エンゲージメント」とは、従業員の、自身が勤める企業に対する自発的な貢献意欲を指す。

事例

1-4-2

育児・介護支援の環境を整備し、
良質な雇用創出と生産性向上を実現した企業

所在地 香川県高松市
従業員数 150名
資本金 3,000万円
事業内容 食料品製造業

石丸製麺株式会社

▶ 離職者増への危機感からワークライフバランス重視の職場づくりに挑戦

香川県高松市の石丸製麺株式会社は、2024年で創業120年を迎える讃岐うどん（乾麺、半生麺）の製造・販売を行う企業である。機械式製麺に手打ちの伝統技術を取り入れた独自の手打ち式乾麺製法を確立し、専業メーカーとしてトップクラスの国内シェアを誇る。

少子高齢化や都市部への人口流出が続く中、同社でも離職防止や人材確保が喫緊の経営課題として浮上。「家事や育児、介護などの負担と仕事とのバランスが取れず、退職に至った社員が何人もいて、非常に慚愧（ざんき）に堪えない経験となった」と、危機感を強めた石丸芳樹社長は、5年前、経営理念に「全ての従業員がやりがいを持って働ける会社を目指す」ことを掲げ、働きやすい職場づくりに乗り出した。

▶ 休暇取得をしやすい環境整備と省力化投資により、全員が正社員として安心して働ける職場づくりを推進

「ワークライフバランスを整えるためには、ある程度余裕を持った人員配置をしなければならない」として、年間休日数の増加や時間外労働の削減、男女問わずに育児・介護休業を取りやすい環境整備に取り組んだ。その結果、安定した採用が実現し、社員数が取組前と比べて20～30名程度増加したことで、有給休暇が取りやすくなったほか、2021年と2022年には男女とも育児取得率100%を達成した。同時に、業務の標準化・マニュアル化を進めFSSC22000（食品安全システムの国際規格）を取得、さらに生産性向上設備の積極導入で省力化を進めた。また、従業員全員を正社員として雇用することで安心して働ける職場を提供するとともに、個々人の技能を見える化した上で能力に応じた教育を行う体制も整えた。人事運用では、男女を問わず能力優先で積極登用し、全管理職に占める女性の割合は3割強に上る。

▶ 良質な雇用による安定経営と高い生産性を強みに、海外輸出を更に拡大

こうした取組の結果、就職後3年以内の離職率は2018年の29.5%から2022年は5.4%に低下。定着率の改善で計画的な人材育成が可能になったことが、「社員のスキル向上→生産性向上→業績向上→賃上げ→従業員のエンゲージメント向上」という好循環につながった。良質な雇用創出は地域社会からの評価を高め、2023年には四国少子化対策推進委員会から女性活躍・子育て支援リーディング企業最優秀賞を授与された。

同社が築いた良質な雇用を強みに、今後の成長セクターとして開拓に挑むのが海外市場だ。2023年9月の決算では、輸出総額1億2,200万円で前年比10%超の伸びを記録。輸出先は台湾、中国、韓国の東アジア圏が9割超を占め、その後にフランス、マレーシア、英国など19か国が続く。今後は世界的な日本食ブームを背景として、米国や豪州向けに現地の大規模流通企業を通じた新たな販路開拓に取り組むほか、新興国で消費需要の拡大が見込めるインドにも展開していく予定だ。「海外展開のための人材も採用を強化して、取組を加速させたい」と、石丸社長は語る。



石丸芳樹代表取締役社長



社内勉強会



インドでの販売プロモーション

コラム

1-4-6

地域の人口動態・少子化と良質な雇用の関係

1. 地域の人口動態・少子化の進展

我が国の少子化は急速に進展している。主な要因の一つが、若者の所得水準の低下であり、少子化を克服するためには、若者の所得水準の持続的な向上が必要不可欠である。

実際、若者の経済的余裕は低下し、有配偶率の低下が加速している状況にあり、調査によると、「希望するのに結婚できない理由」、「理想の数の子どもを持たない理由」は共に、「子育て・教育にかかる経済的負担の大きさ」と、それを賄う「経済的余裕のなさ」が大きい（コラム1-4-6①図、コラム1-4-6②図）。そこで、「実感的な可処分所得（可処分所得と基礎支出の差額）」と「可処分時間」を都道府県別で比較すると、東京圏⁶⁸はいずれも低い水準となっており（コラム1-4-6③図）、出生率も低くなっている（コラム1-4-6④図）。むしろ、東京圏よりほかの地域の方が、可処分所得・可処分時間とも豊かで子育てがしやすい可能性がある。

しかしながら、地元他希望する仕事がないことを理由に、若者が東京圏に流出しており（コラム1-4-6⑤図、コラム1-4-6⑥図）、実際に、東京圏と地方圏の所得格差と東京圏への転入超過数の推移を見ても、一定の相関が見られる（コラム1-4-6⑦図）。加えて、足下の動向として、20代学生へのアンケート調査によると、働きたい会社の条件の上位に、「在宅勤務やリモートワークが可能な会社（49.0%）」、「休みを取りやすい会社（44.3%）」、「働く時間帯を自分でコントロールできる会社（41.7%）」等が挙がっている（コラム1-4-6⑧図）。そのため、地域において若者が希望する仕事を提供する良質な雇用が増加すれば、若い世代の可処分所得、可処分時間の増加により、少子化対策にもつながると期待できる。

経済産業省の産業構造審議会新機軸部会では、こうした観点から、「少子化対策に資する地域の包摂的成長」というテーマで、地域において十分な賃金と柔軟な働き方を実現する良質な雇用を創出し、若者の可処分所得・可処分時間を増やし、結婚・子育てに対する「希望」の回復につなげるための、あるべき地域・中小企業政策等について議論している。

こうした、少子化対策における良質な雇用の重要性は、政府全体でも共通認識を持っており、2023年12月に閣議決定した「こども未来戦略」において、三つの基本理念の一つ目に「若い世代の所得を増やす」ことを掲げ、「全国どの地域に暮らす若者・子育て世代にとっても、経済的な不安なく、良質な雇用環境の下で、将来展望を持って生活できるようにすることが重要であり、引き続き、地方創生に向けた取組を促進する。特に、地方において若い女性が活躍できる環境を整備することが必要であり、地方における分厚い中間層の形成に向けて、国内投資の拡大を含め、持続的に若い世代の所得が向上し、未来に希望を感じられるような魅力的な仕事を創っていくための取組を支援していく。」としている。

68 ここという東京圏とは、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県の下4都県のことを指す。

コラム 1-4-6①図 結婚・子育てに必要な状況

結婚・子育てに必要なのは経済的余裕

- 希望するのに結婚できない理由、理想の数の子どもを持たない主要な理由は、共に、**子育て・教育にかかる経済的負担**の大きさ、それを賄う経済的余裕のなさ。

結婚に必要な状況

- 結婚を希望している者で結婚していない20～40歳の男女に、どのような状況になれば結婚と思うかを聞いたところ（複数回答）、「経済的に余裕ができること」と答えた人の割合が42.4%。

1位	経済的に余裕ができること(42.4%)
2位	異性と知り合う（会おう）機会があること（36.1%）
3位	精神的に余裕が出来ること（30.6%）
4位	希望の条件を満たす相手にめぐり会うこと（30.5%）
5位	結婚の必要性を感じる（28.4%）

理想の数の子どもを持たない理由

- 予定子ども数が理想子ども数を下回る夫婦のうち、妻の年齢が35歳未満の夫婦に対して、理想の数の子どもを持たない理由を聞いたところ、最も多く挙がるのが「子育てや教育にお金がかかりすぎるから」というもの。

1位	子育てや教育にお金がかかりすぎるから(77.8%)
2位	これ以上、育児の心理的、肉体的負担に耐えられないから（23.1%）
3位	家が狭いから（21.4%）
3位	自分の仕事（勤めや家業）に差し支えるから（21.4%）
5位	高齢で生むのはいやだから（19.7%）

（出所）内閣府「令和元年版少子化社会対策白書」第1章(1)結婚に関する意識「第1-1-29図 結婚に必要な状況」

（出所）国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査」図表7-6

11

資料：経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第13回）資料4 地域の包摂的成長－地域の活力が生み出す若者・女性の『希望』の回復と少子化社会の克服－」（2023年3月14日）

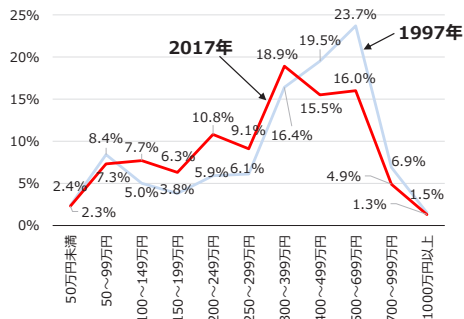
コラム 1-4-6②図 所得と有配偶率の関係

若者の経済的余裕は低下し、有配偶率の低下が加速

- 30代の年収分布を見ると、1997年から2017年にかけて、年収400万円以上の割合が減少するとともに、年収300万円未満の割合が高くなっている。
- 30代後半の男性の有配偶率を見ると、年収が高いほど有配偶率が高くなる。特に、年収250万未満の有配偶率が低い。10年前と比較すると、特に年収100万円～249万円の有配偶率が下がっている。

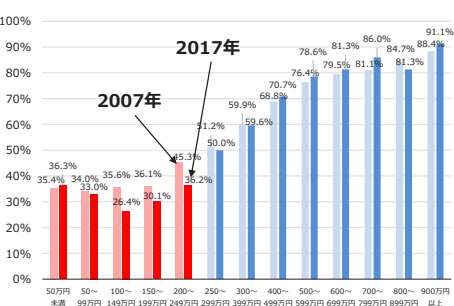
30～39歳の年収分布

全体に占める割合



（出所）内閣府「令和4年版 少子化社会対策白書」第1-1-18図（総務省「就業構造基本調査」を基に作成されている。）

35～39歳男性の年収別有配偶率



（出所）労働政策研究・研修機構「若年者の就業状況・キャリア・職業能力開発の現状③－平成29年版「就業構造基本調査」より－」（2019年）を基に作成。

12

資料：経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第13回）資料4 地域の包摂的成長－地域の活力が生み出す若者・女性の『希望』の回復と少子化社会の克服－」（2023年3月14日）

コラム 1-4-6③図 都道府県別の実感的な可処分所得⁶⁹・可処分時間⁷⁰

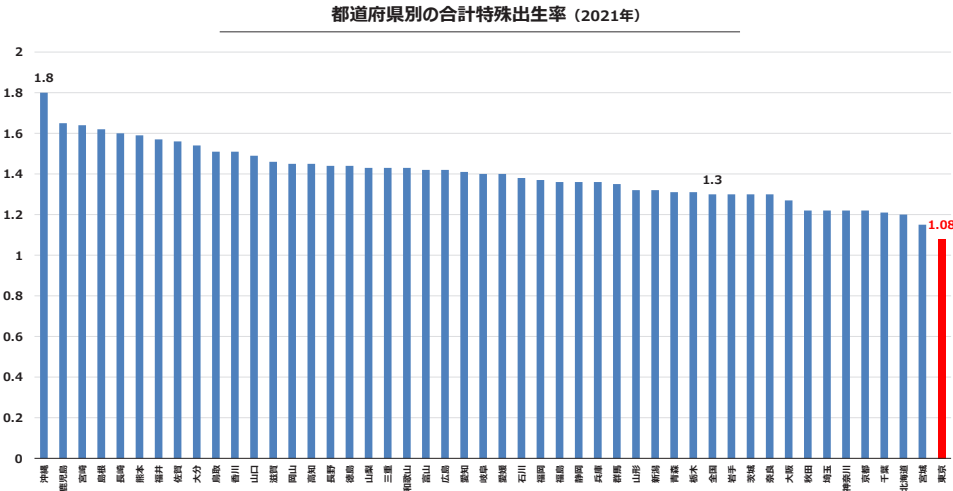
都道府県別の実感的な可処分所得（上位5地域と東京圏の順位）				都道府県別に見たフルタイム雇用者の平均可処分時間 （上位3地域・下位3地域と東京圏の順位）	
	可処分所得 （中央世帯）	基礎支出 （中央世帯）	差額 ＝実感的な可処分所得 （中央世帯）	可処分時間（分/日）※平日	
1位	富山県	東京都	三重県	1位	北海道（778分）
2位	三重県	神奈川県	富山県	2位	鳥取県（777分）
3位	山形県	埼玉県	茨城県	3位	青森県（776分）
4位	茨城県	千葉県	山形県		：
5位	福井県	京都府	福井県		全国平均（749分）
	：	：	：		：
	神奈川県（7位） 埼玉県（8位） 東京都（12位） 千葉県（17位）	：	埼玉県（23位） 神奈川県（26位） 千葉県（34位） 東京都（42位）	36位	埼玉県（746分）
				38位	東京都（745分）
				41位	千葉県（742分）
					：
				44位	沖縄県（738分）
					神奈川県（738分）
				46位	長崎県（734分）
				47位	愛知県（730分）

（出所）国土交通省「企業等の東京一極集中に関する懇談会 とりまとめ（参考資料）」（2021年1月29日）より中小企業庁作成。

（出所）総務省『『令和3年社会生活基本調査』生活時間に関する結果』（2021年10月）より中小企業庁作成。

資料：経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第2次中間整理）参考資料集」（2023年6月27日）

コラム 1-4-6④図 合計特殊出生率（都道府県別）



（出所）厚生労働省「令和3年人口動態統計月報年計」

資料：経済産業省「内閣官房子ども未来戦略会議（第2回）資料7 地方の良質な雇用の創出と子育てしやすい職場の環境改善等による少子化対策の強化」（2023年4月27日）

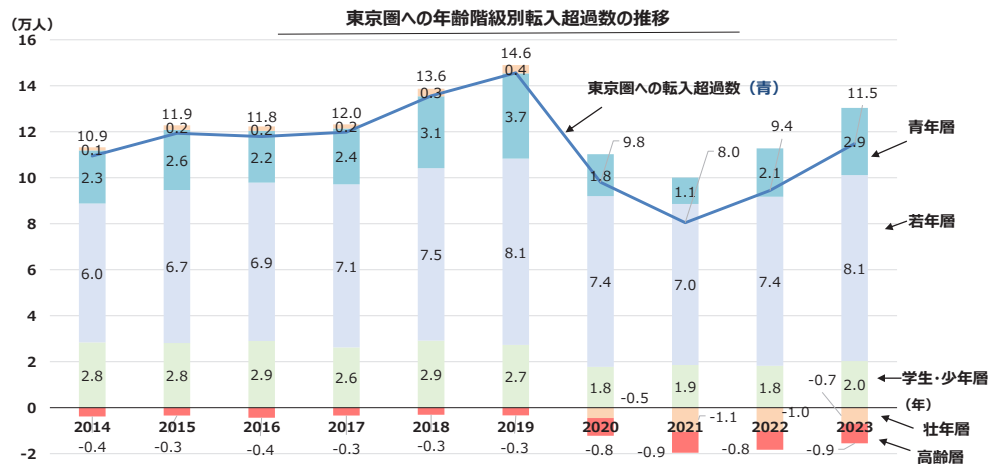
69 「実感的な可処分所得」は、可処分所得と基礎支出の差額。基礎支出は、「食料費」＋「家賃＋持ち家の帰属家賃」＋「光熱水道費」としている。なお、中央世帯とは、都道府県ごとに可処分所得の上位40％～60％の世帯を指す。

70 フルタイム雇用者の平日の可処分時間を算出。可処分時間は24時間のうち、通勤・通学/仕事/学業/家事/身の回りの用事/介護・看護/育児/買い物にかかる時間を除いた時間。

コラム

1-4-6⑤図

東京圏への転入超過数の推移（年齢階級別）



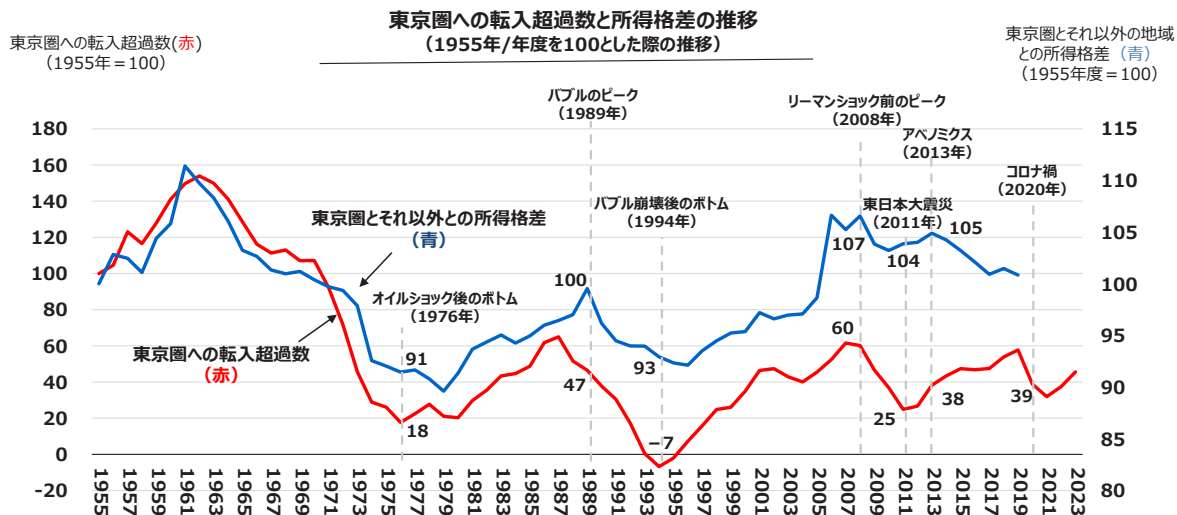
(注) 学生・少年層は19歳以下、若年層は20～24歳、青年層は25～39歳、壮年層は40～59歳、高齢層は60歳以上。東京圏は、東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県。
各年の12月末日における東京圏への日本人移動者の転入・転出数を集計。
(出所) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」を基に経済産業省で作成。

資料：経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第20回）資料5 少子化対策に資する地域の包摂的成長について」（2024年2月20日）

コラム

1-4-6⑥図

東京圏への転入超過数と所得格差の推移



資料：内閣府「県民経済計算」、総務省「住民基本台帳人口移動報告」を基に経済産業省作成。

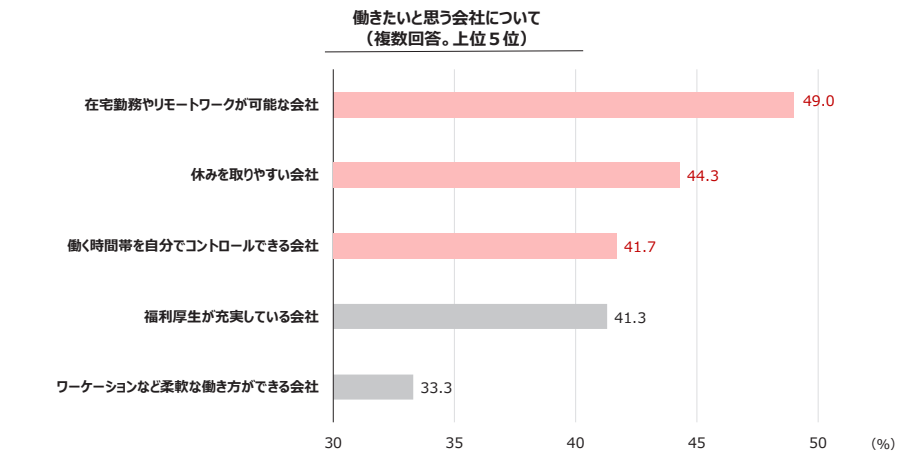
(出所) 経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第20回）資料5 少子化対策に資する地域の包摂的成長について」（2024年2月20日）

(注) 1. 県民経済計算は、1955～1974年度は昭和55年基準計数（参考系列）、1975～1989年度は平成2年基準計数（正式系列）、1990～1995年度は平成7年基準計数（正式系列）、1996～2000年度は平成12年基準計数（正式系列）、2001～2005年度は平成17年基準計数（正式系列）、2006～2010年度は平成23年基準計数（正式系列）、2011～2019年度は平成27年基準計数（正式系列）による。1955～1971年度は沖縄を含んでいない。

2. ここでいう「東京圏とそれ以外の地域との所得格差」とは、東京圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）の各都県における県民所得、人口の合計から算出した一人当たり県民所得（加重平均）を、東京圏以外の各道府県における県民所得、人口の合計から算出した一人当たり県民所得（加重平均）で除したものの。

3. なお、「東京圏への転入超過数」は年、「東京圏とそれ以外の地域との所得格差」は年度で算出していることに留意。

コラム 1-4-6 ⑦図 働きたいと思う会社について（複数回答。上位5位）



（注）20代学生（n=300）に「あなたが働きたいと思う会社」について、質問（複数回答可）。回答割合が上位5位のを抜粋。全国の20代～50代の男女1,500人（20代の学生300人、20代～50代の社会人1,200人）を対象に、2020年9月10日～9月14日に行ったインターネット調査。
（出所）BIGLOBE「ニューノーマルの働き方に関する調査」第3弾を基に作成。

資料：経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第20回）資料5 少子化対策に資する地域の包摂的成長について」（2024年2月20日）

コラム 1-4-6 ⑧図 地方には良質な雇用が不足している可能性

地方には良質な雇用が不足

- 希望する職種や賃金等の待遇が良い仕事が見つからないために、地元に残らずに東京圏への移住を選択する人が多い。
- 実際、東京圏の転入超過数の大半を10代後半、20代の若者が占めており、進学や就職が一つのきっかけになっているものと考えられる。

東京圏への流入者の移住の背景 ※母集団：東京圏外出身の東京圏在住者

1位	希望する職種の仕事が見つからないこと（全体：25.6%） ※男性：28.4%、女性：22.9%
2位	賃金等の待遇が良い仕事が見つからないこと（全体：19.5%） ※男性：23.4%、女性：15.5%
3位	希望することが学べる進学先がないこと（全体：15.2%） ※男性：15.3%、女性：15.1%
4位	自分の能力を生かせる仕事が見つからないこと（全体：14.8%） ※男性：18.8%、女性：10.9%
5位	日常生活が不便なこと（全体：11.9%） ※男性：10.0%、女性：14.0%

（出所）国土交通省(2021.1.29)「企業等の東京一極集中に関する懇談会とりまとめ」[市民向け国際アンケート調査結果](#) p.23
資料：経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第2次中間整理）参考資料集」（2023年6月27日）

2. こども・若者の意見を聴く取組

2023年12月には、経済産業省と日本商工会議所青年部（YEG）で、実際にこれから就労する又は就労直後の若者から、雇用や地域に対する意見を聴く取組（「こども若者★いけんぷらす」）を行った。

「こども若者★いけんぷらす」とは、政府の実施する政策やそれに関連する事柄について、こども・若者の意見を聴取するとともに、その声を制度や政策に反映するために実施することも家庭庁の事業のことである。

同事業を活用して10名程度のこども・若者から意見を聴取したところ、都市圏と地方圏の格差については、「地方だとルーティン化された業務が多いと思う。都会だと新しいことに挑戦しやすい雰囲気を感じる」、「都会の方が自分の働きたい場所を見つけられる傾向にある」、「地元の時給と比べると東京の時給の方が高いため東京に行く人は多い。東京は仕事も多く、交通の便も良い」、「地方より東京の方が5万円くらい高い印象がある。東京の家賃は地方の家賃と比べて5万円ほど高いが、東京ではその分仕事の楽しさも大きいと思う」等の意見が出た。若者は、都市圏と地域の格差を認識し、就職等のタイミングで良質な雇用と高い賃金の得られそうな都市圏に行く傾向にあることが、若者の生の声からもうかがい知ることができた。

一方で、「（本当は）地元で技術や知識に見合った給料を払ってくれる会社があると良い」、「都会に行けば給料も高く良い仕事もあると思うが、給料が高くて忙しい生活より、ある程度自分の時間も持ちながら生活できるような感じが良いと思っている」といった意見も存在。良質な雇用の受け皿があれば、本当は地元に残りたいとの若者の思いが存在すること、豊かな生活には可処分所得だけではなく可処分時間も必要であることについて、生の声を聴くことができた。

コラム

1-4-6⑨図

若者の意見を聴く取組の様子



3. 働き方改革等に取り組む企業

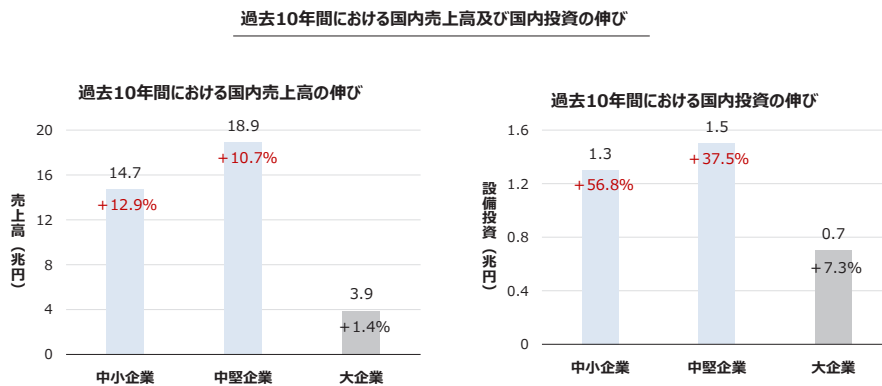
（1）地域の雇用を支える中堅・中小企業

国内の雇用の7割は中小企業であり、中小・中堅企業が良質な雇用の受け皿となることが何よりも重要である。

また、過去10年間における国内での売上高と投資の伸び率を企業規模別で分析すると、中堅・中小企業は着実に成長している（コラム1-4-6⑩図）。

大企業と比べて経営体力がない中小企業にとって、「良質な雇用」を提供すること、すなわち十分な賃金を支払い、働きやすい職場環境を整備することには、困難も伴う。それでも、積極的に働き方改革等に取り組んでいる企業は数多く存在する。

コラム 1-4-6⑩図 過去10年間における国内売上高及び国内投資の伸び（企業規模別）



(注) 中小企業：中小企業基本法上の中小企業者、中堅企業：従業員数2,000人以下（中小企業除く）、大企業：従業員数2,000人超（中小企業除く）。
 (左図) 国内売上高は、2012・2022年度の企業活動基本調査（2011・2021年度実績）双方に回答した企業（従業員数50人以上かつ資本金3,000万円以上。n=22,948）のうち、2012年度調査時点で中小企業・中堅企業・大企業であった企業群の10年後の売上高の増減額。
 (右図) 2012・2022年度の企業活動基本調査（2011・2021年度実績）双方に回答した企業のうち、2012年度調査時点で中小企業・中堅企業・大企業であった企業群の10年後の有形固定資産当期取得額の増減額。
 (出所) 経済産業省「企業活動基本調査」・「海外事業活動基本調査」（2012・2022年度調査）を基に作成。

資料：経済産業省「産業構造審議会経済産業政策新機軸部会（第20回）資料5 少子化対策に資する地域の包摂的成長について」（2024年2月20日）

(2) 働き方改革・女性活躍にコミットする企業の取組

日本商工会議所青年部（YEG）は、2024年3月13日～17日に開催された「第43回全国大会加賀能登の国いしかわ小松大会」において、「YEGコミットメント」を発表した。

「YEGコミットメント」とは、日本商工会議所青年部（YEG）の会員企業による自主的な働き方改革の取組であり、有志会員企業（190社）は、育休取得率、時短勤務の実施、残業時間の削減、有給休暇取得促進などの働き方改革に資する取組を選び、選んだ取組を実行する、としている。

「YEGコミットメント」は、まずは一つの取組からでも働き方改革・女性活躍に向けたアクションを起こしていくと会社としての決意を内外に示すものであり、働き方改革に取り組むハードルが高い中小企業も、改革の最初の一步を踏み出すことを後押しするものとなっている。

政府においても、厚生労働省がくるみん認定、えるばし認定という認定制度を実施しており、くるみん認定は「子育てサポート企業」が、えるばし認定は女性の活躍推進に関する取組状況が優良な企業が、それぞれ認定を受けることができる。経済産業省では、こうした認定を受けた企業に対し、中小企業向け補助金を含む補助金において原則加点措置を実施する等の取組を行って、企業の子育て支援・女性活躍支援の取組の後押しをしている。今後、各企業のチャレンジが進んでいくことで、くるみん認定、えるばし認定といった政府の認定取得にもつながっていくことが期待される。

コラム

1-4-6⑪図

日本商工会議所青年部（YEG）「第43回全国大会加賀能登の国
いしかわ小松大会」の様子



事例：吉川税理士事務所

秋田県秋田市に所在する税理士業を営む中小企業。企業規模は従業員数15名、年間売上高1.5億円程度。

同事務所は、1976年に開業。先代から現経営者に2014年に事業承継され、開業以来48年目を迎える。現在、秋田市では、少子高齢化や生産年齢人口の減少に伴い深刻な人手不足となっている。そこで、より若者にとって魅力的な雇用の場を提供し、働き口として選ばれるべく、同事務所は、時短勤務の実施や残業時間の削減、女性が働きやすく活躍できる社内環境の整備に取り組むことを決意。その内容をYEGコミットメントで宣言した。

事例：有限会社ワークス

大分県中津市に所在する建築業を営む、2002年に創業した中小企業。企業規模は従業員数15名（うち、女性比率は約5割）、年間売上高5億円程度。

人口8万人の地域の中に県立高校が4校、私立高校が1校あるが、進学率が高いことに加え、卒業後に地元での就職を希望する際も大手企業を選択するケースが多いことから、人材確保が厳しい状態となっている。YEGコミットメントの宣言を機に、より若者にとって魅力的な雇用の場を提供し、働き口として選ばれるべく、時短勤務等の優遇や女性の積極的な役職者への起用という社内制度を開始し、働く方のニーズに合った職場環境の整備を決意。その内容をYEGコミットメントで宣言し、今後は、えるばし認定、くるみん認定の取得にも着手する。

（３）子育て環境の整備に取り組む企業と政府による支援

中小企業の中でも、若者、特に女性の定着率向上のため、事務所に社員向けの保育施設を創設する等、子育て環境の整備に取り組む企業も存在する。

このような取組を促進するべく、政府としても、2015年度から、地方において事務所・研究所・研修所を整備する企業に対し、当該施設の取得価額に応じた税制優遇等を講じる「地方拠点強化税制」⁷¹を措置しており、さらに、2024年度の税制改正において、事務所等の新設と併せて整備する育児支援施設も対象に追加した。

今後も、中堅・中小企業による、良質な雇用の創出に向けた取組を支援、促進していく。

事例：ナミックス株式会社（地域未来牽引企業⁷²）

新潟県新潟市に所在する、半導体周辺材料・電子部品材料の研究開発・製造・販売等を営む中小企業。企業規模は従業員数710名（うち、女性比率は約3割）、年間売上高560億円程度。

売上高の6%を研究開発に投資するなど、研究開発・設備投資に力を入れており、半導体チップの封止を目的とした高純度な絶縁材料等の独自性が評価され、2014年・2020年の2回ともグローバルニッチトップ企業に選定。

若者・女性の定着率向上のため、2016年に事業所内保育園を開園。在宅勤務制度の導入等、柔軟な働き方を推進することで、女性は育児休暇からの復職率100%を実現しており、2022年にくるみん認定を取得。現在（2024年1月末）までに従業員数が25%増加（2017年11月比）。

事例：佐藤薬品工業株式会社（地域未来牽引企業）

奈良県橿原市に所在する、医薬品の製造販売や、健康食品・化粧品の企画販売を営む中小企業。企業規模は従業員数661名（うち、女性比率は約5割）、年間売上高120億円程度。

大手医薬品メーカーからの受託加工を事業の中心としつつ、加えて、大学とも連携した自社製品の開発や独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）と連携した海外への販路拡大等に取り組み、着実に営業利益を伸ばしている（2017年度比）。

女性研究者の研究力向上にも取り組んでおり、両立支援の観点から、2013年に事業所内託児所を開園。テレワークや時短勤務等を導入して柔軟な働き方を実現しており、2023年にえるぼし認定（3段階目）を取得。現在（2024年1月末）までに従業員数が約26%増加（2017年度比）。

⁷¹ 地方拠点強化税制（<https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/sakusei.html>）

⁷² 地域未来牽引企業（https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/chiiki_kenin_kigyou/index.html）

第5節

GX（グリーン・トランスフォーメーション）

地球規模の課題である気候変動問題の解決に向けて、脱炭素化への機運は世界的に高まっており、我が国でも2030年度の温室効果ガス46%削減、2050年カーボンニュートラル実現という目標に向けて、自らの事業活動に伴う排出だけでなく、原材料や部品の調達、製品の使用段階も含めてサプライチェーン全体の排出量を削減する動きが出てきており、中小企業・小規模事業者においても脱炭素化を進める必要性は高い。また、脱

炭素化の取組を進めることは、地球温暖化の防止に貢献できるだけでなく、自社の事業のGX（グリーン・トランスフォーメーション）を促し、新たな需要を獲得することにつながるなど、収益向上に寄与する可能性も秘めている。

本節では、「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」⁷³を用いて、中小企業・小規模事業者の脱炭素化の取組状況や、GXの実現による効果や課題について確認する。

1. 脱炭素化の取組状況

はじめに、本項では中小企業・小規模事業者の脱炭素化の取組状況を見ていく。中小企業白書（2023）では、脱炭素化の取組状況を六つの段階に分けて、取組段階を確認している。今回「中小

企業が直面する外部環境の変化に関する調査」においても、調査対象企業の取組段階を確認しており、本白書では、この取組段階を活用して分析を進めていくこととする⁷⁴。

⁷³ 本アンケートの詳細は、第1部第2章第3節を参照。

⁷⁴ 本節で扱う脱炭素化の取組段階は、環境省（2022a）を基に作成した。具体的な各段階は下記のとおりとなっている。

段階0：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解していない

段階1：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解している

段階2：事業所全体での年間CO2排出量（Scope 1、2）を把握している

段階3：事業所における主要な排出源や削減余地の大きい設備等を把握している

段階4：段階3で把握した設備等のCO2排出量の削減に向けて、削減対策を検討・実行している

段階5：段階1～4の取組を実施しており、かつ情報開示を行っている

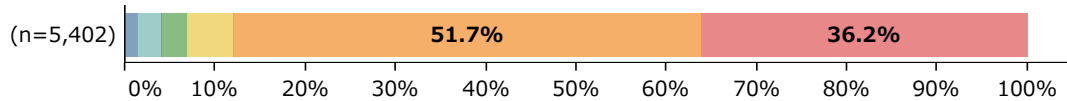
①脱炭素化の取組状況

第1-4-26図は、2019年から2023年までの5年間における脱炭素化の取組状況の推移を見たものである。これを見ると、脱炭素化に取り組む企業は年々増加しており、取組状況も徐々に進展してきていることが分かる。しかしながら、「段階1：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要

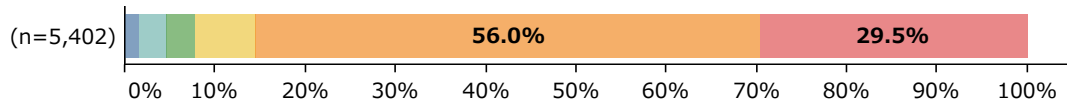
性について理解している」の企業が依然として最も多く、段階2以上の企業の割合は2023年時点でも2割程度と少ない状況にあるため、脱炭素化の取組の重要性を理解するところから、実際の取組着手に至るまでに障壁を抱える企業が多いことが示唆される。

第1-4-26図 脱炭素化の取組状況

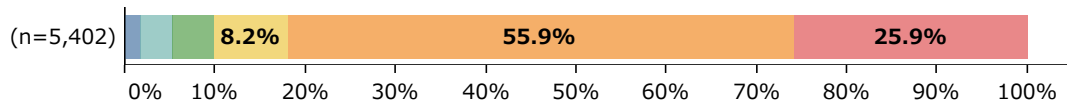
2019年



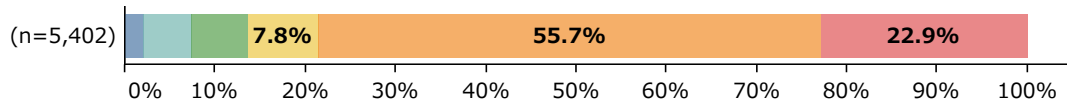
2020年



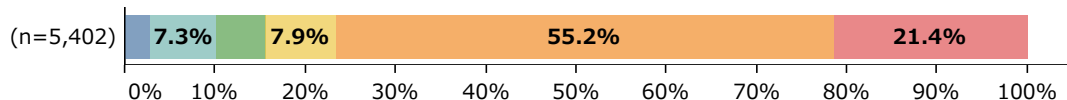
2021年



2022年



2023年（現在）



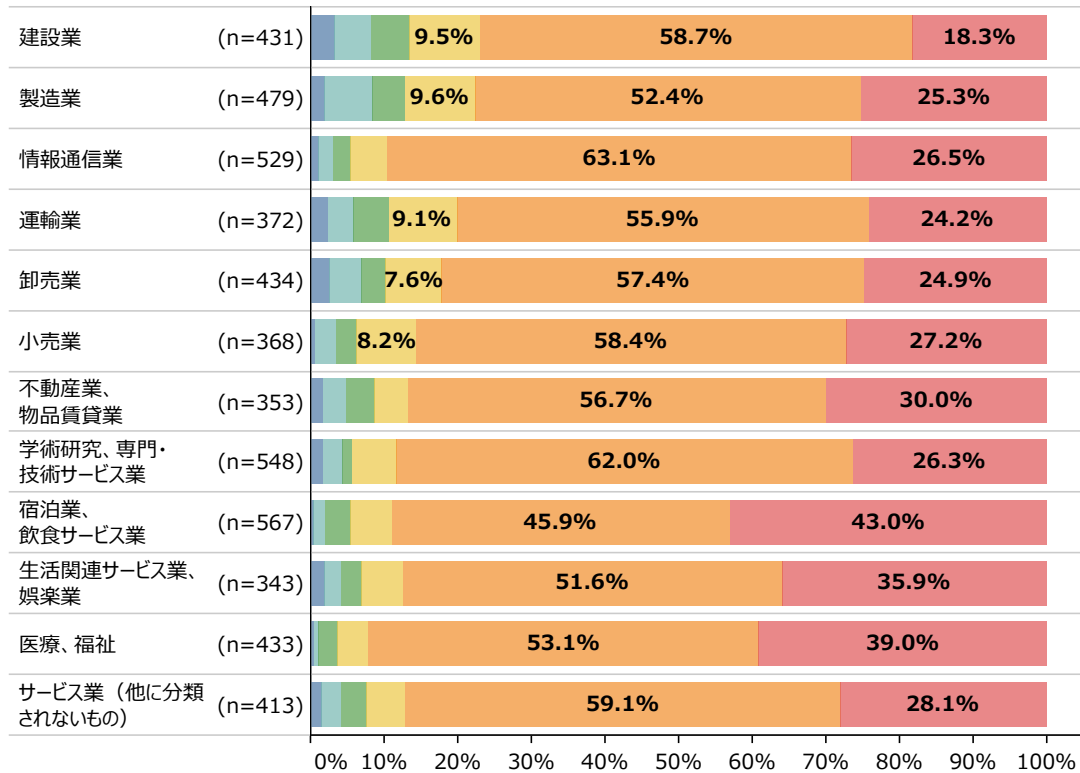
- 段階0：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解していない
- 段階1：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解している
- 段階2：事業所全体での年間CO2排出量（Scope 1、2）を把握している
- 段階3：事業所における主要な排出源や削減余地の大きい設備等を把握している
- 段階4：段階3で把握した設備等のCO2排出量の削減に向けて、削減対策を検討・実行している
- 段階5：段階1～4の取組を実施しており、かつ情報開示を行っている

資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

次に、第1-4-27図、第1-4-28図は2020年と2023年の二つの時点における業種別の脱炭素化の取組状況を見たものである。これを見ると、特に製造業や建設業で取組が進んでいる傾向にある

一方で、業種ごとのCO2排出量の多寡や取引先からの協力要請の有無などを背景として、2020年以降の取組状況の進展するペースは業種によって差が出てきていることが分かる。

第1-4-27図 脱炭素化の取組状況（2020年・業種別）

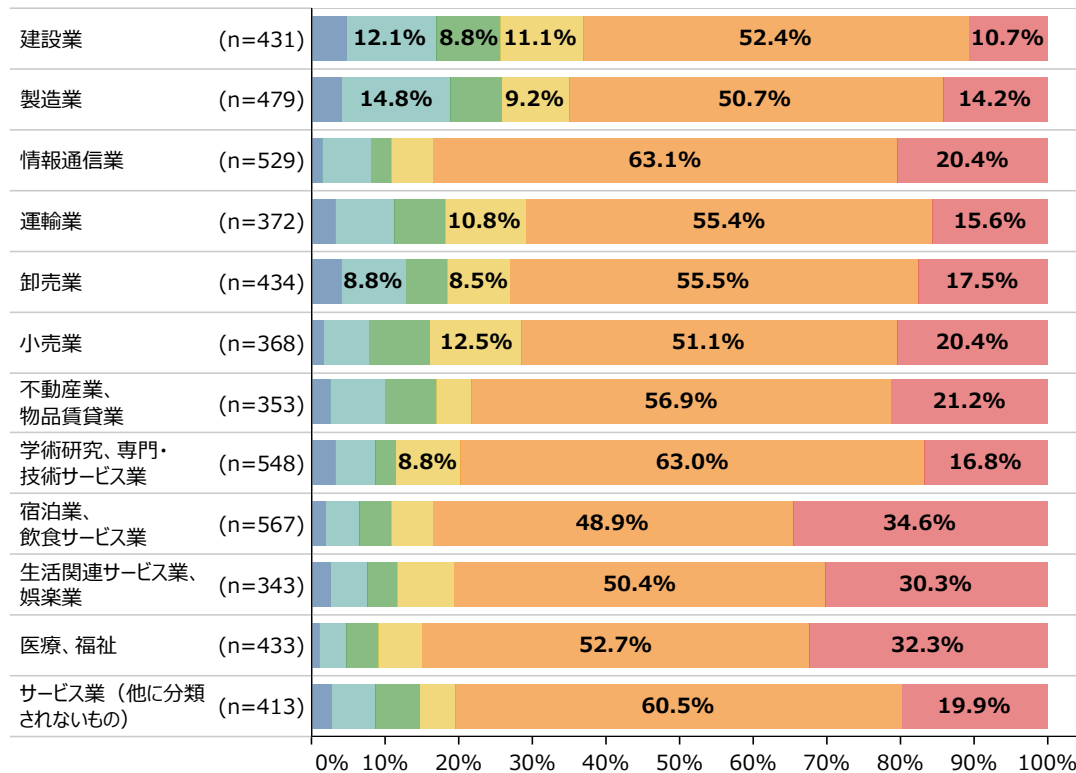


- 段階0：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解していない
- 段階1：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解している
- 段階2：事業所全体での年間CO2排出量（Scope 1、2）を把握している
- 段階3：事業所における主要な排出源や削減余地の大きい設備等を把握している
- 段階4：段階3で把握した設備等のCO2排出量の削減に向けて、削減対策を検討・実行している
- 段階5：段階1～4の取組を実施しており、かつ情報開示を行っている

資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）脱炭素化の取組状況は、2020年時点の状況を集計している。

第1-4-28図 脱炭素化の取組状況（2023年・業種別）



- 段階0：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解していない
- 段階1：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解している
- 段階2：事業所全体での年間CO2排出量（Scope 1、2）を把握している
- 段階3：事業所における主要な排出源や削減余地の大きい設備等を把握している
- 段階4：段階3で把握した設備等のCO2排出量の削減に向けて、削減対策を検討・実行している
- 段階5：段階1～4の取組を実施しており、かつ情報開示を行っている

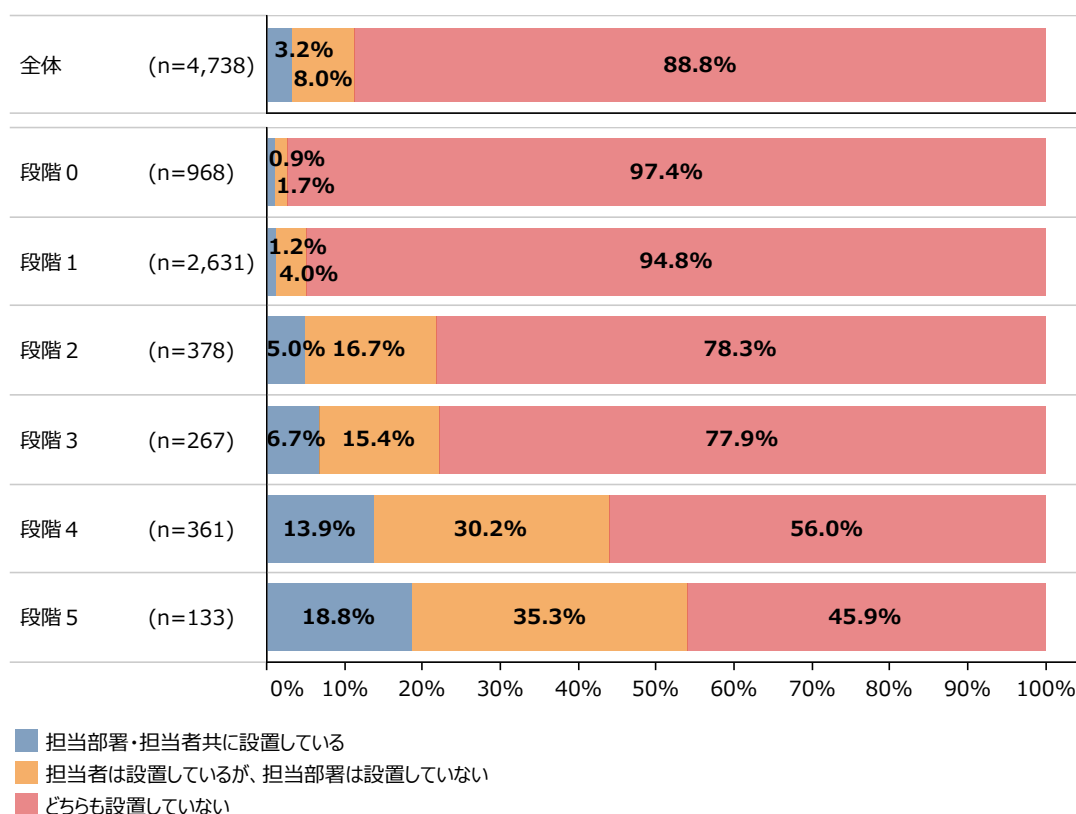
資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）脱炭素化の取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

第1-4-29図は脱炭素化の取組状況別に、担当部署・担当者の設置状況を見たものである。これを見ると、脱炭素化の担当部署又は担当者を設置している企業は全体で11.2%と少ないものの、取組状況別に見ると、取組状況が進んでいる企業ほど取組担当を設置している企業の割合が高い傾向にあることが分かり、段階0の企業で取組担当を設置しているのは2.6%であるのに対し、段階5の企業では54.1%と大きく差が開いている。このことから、脱炭素化の取組を進展させるには、推進担当を明確にして取組を進めることが重要である。

向にあることが分かり、段階0の企業で取組担当を設置しているのは2.6%であるのに対し、段階5の企業では54.1%と大きく差が開いている。このことから、脱炭素化の取組を進展させるには、推進担当を明確にして取組を進めることが重要である。

第1-4-29図 担当部署・担当者の設置状況（脱炭素化の取組状況別）



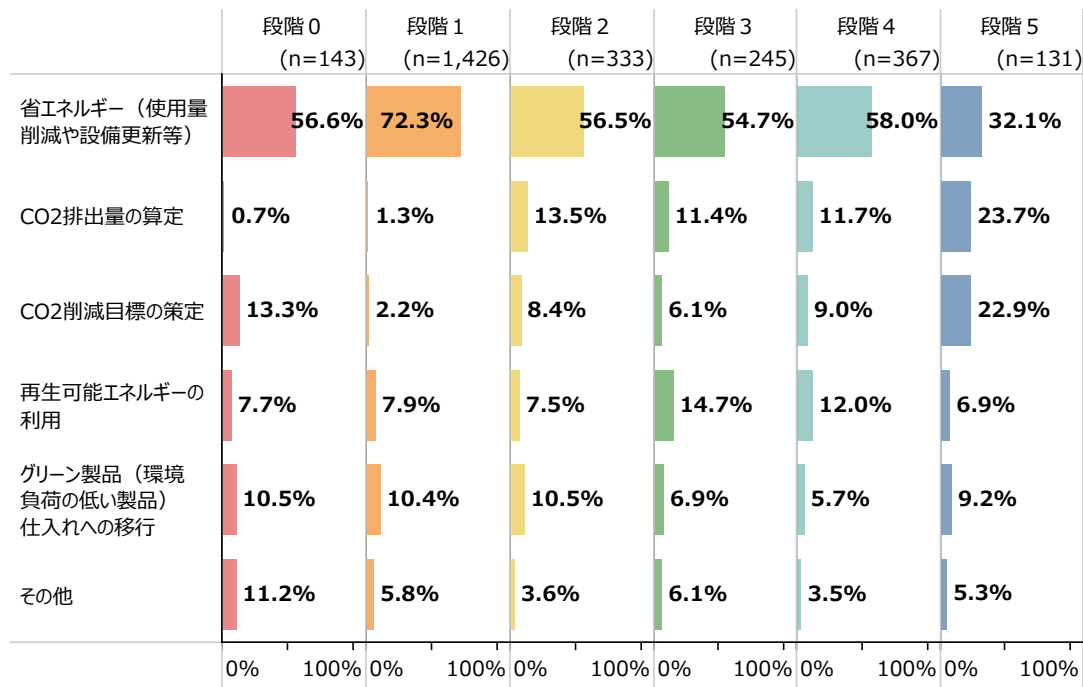
資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）脱炭素化の取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

第1-4-30図は、脱炭素化の取組状況別に、最初に行った取組内容を見たものである⁷⁵。これを見ると、最初に着手した脱炭素化の取組としては「省エネルギー（使用量削減や設備更新等）」が最も多く挙げられているが、取組状況別に見ると、

2023年時点で段階5となっている企業では「CO₂排出量の算定」や「CO₂削減目標の策定」を最初に取り組んだ企業も多く、当初から目標を明確にして戦略的に取り組んできた企業ほど現在の取組状況も進んでいる傾向にあると考えられる。

第1-4-30図 脱炭素化に向けた最初の取組内容（脱炭素化の取組状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.脱炭素化に向けて実際に取り組んでいる内容を尋ねた質問で、「特になし」を除くいずれかの取組を実施していると回答した企業に対して聞いたもの。

2.脱炭素化の取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

3.「グリーン分野への業態転換・事業再構築」、「カーボンフットプリント（CFP）の算定・開示に向けた取組」、「中小企業向けSBT認定の取得」、「外部の専門人材の受入れ（取引先からの派遣を含む）」の回答は除いて集計している。

⁷⁵ ここでの各選択肢の用語について、本調査における定義は、以下のとおり。

カーボンフットプリント（CFP）…商品やサービスのライフサイクル全体（原材料調達から廃棄・リサイクルまで）を通して排出された温室効果ガスの排出量をCO₂量に換算して、商品やサービスに分かりやすく表示する仕組みを指す。

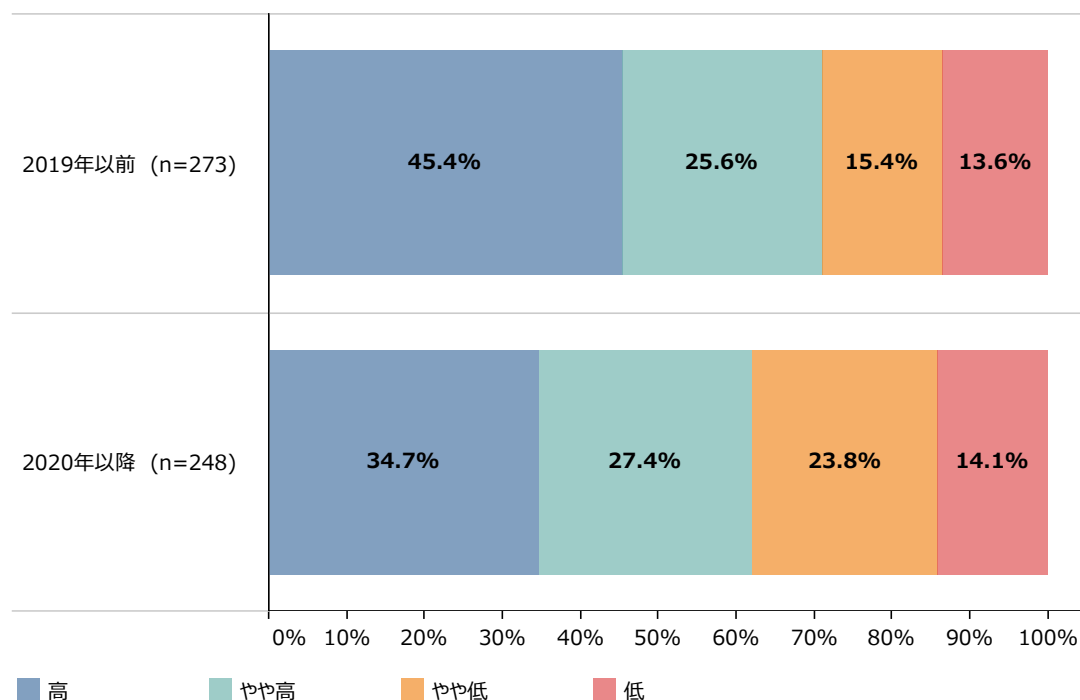
SBT認定…パリ協定が求める水準を満たした温室効果ガス排出削減目標「Science Based Targets」（略称「SBT」）を設定している企業が取得することのできる認定を指す。なお、中小企業向けSBT認定では、通常のSBT認定と比較して削減対象範囲や認定費用などの要件が緩和されている。

グリーン分野…環境問題に配慮した経済活動分野のことで、具体的には、内閣官房ほか（2021）「2050年カーボンニュートラルに伴うグリーン成長戦略」で定められている重点14分野を指す。14分野については次のとおり。1.洋上風力・太陽光・地熱、2.水素・燃料アンモニア、3.次世代熱エネルギー、4.原子力、5.自動車・蓄電池、6.半導体・情報通信、7.船舶、8.物流・人流・土木インフラ、9.食料・農林水産業、10.航空機、11.カーボンリサイクル・マテリアル、12.住宅・建築物・次世代電力マネジメント、13.資源循環関連、14.ライフスタイル関連。

また、第1-4-31図は脱炭素化の取組開始時期別に、2022年時点の付加価値額区分を見たものである。これを見ると、脱炭素化の取組を「2019年以前」から開始している企業は、「2020年以降」に開始した企業と比べて、2022年時点の付

加価値額区分が高い傾向にあることが分かる。このことから、脱炭素化に早い時期から取り組むことで、新規需要獲得などを通じて、長期的には付加価値向上にもつながっている可能性が示唆される。

第1-4-31図 付加価値額区分（2022年時点・脱炭素化の取組開始時期別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.脱炭素化の取組開始時期について、「2014年以前」、「2015年～2019年」と回答した企業を「2019年以前」として、「2020年」、「2021年」、「2022年」、「2023年」と回答した企業を「2020年以降」として集計している。

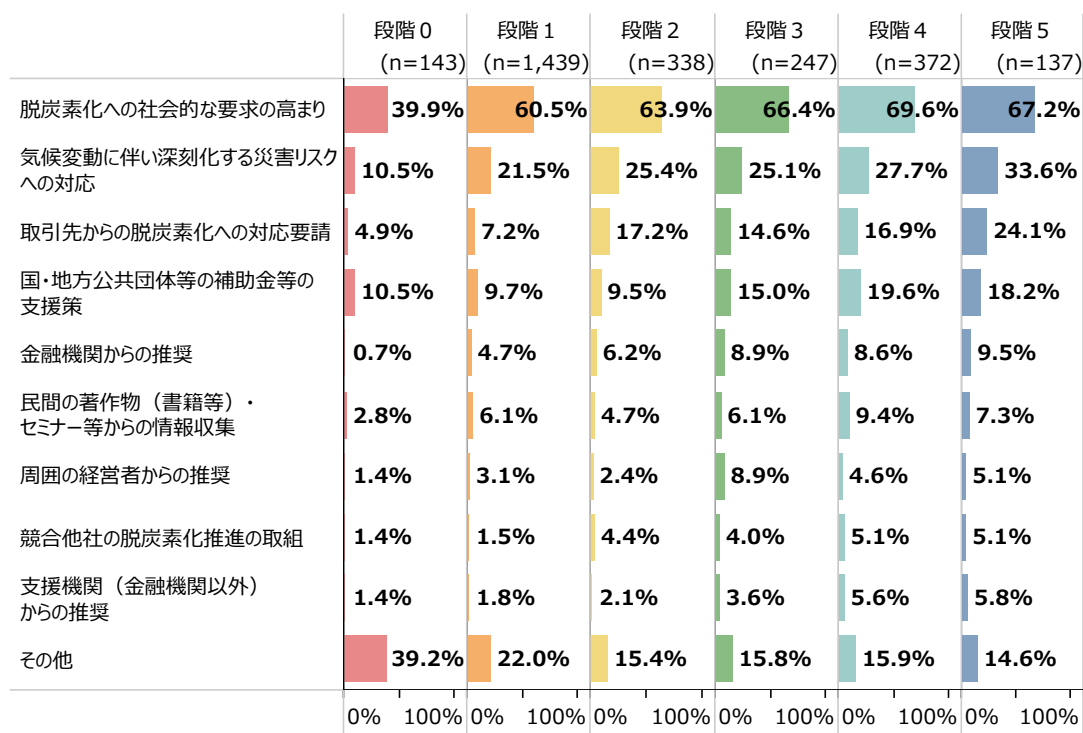
2.付加価値額＝営業利益＋人件費＋減価償却費＋賃借料＋租税公課。

3.付加価値額区分は、各業種別に、2022年時点の付加価値額が高い企業を上位から25%ごとに4区分に分類し、「高」、「やや高」、「やや低」、「低」として集計している。

第1-4-32図は、脱炭素化の取組状況別に、脱炭素化に向けた取組開始のきっかけ・理由を見たものである。これを見ると、「脱炭素化への社会的な要求の高まり」をきっかけとして主体的に取組を始めた企業が最も多い。また、取組状況別で見ると、「取引先からの脱炭素化への対応要請」や「国・地方公共団体等の補助金等の支援策」を

きっかけに始めた企業ほど、現在の取組状況が進展している傾向にあることが分かる。このことから、脱炭素化の取組を加速させる上では、取引先からの協力要請や補助金等の支援策利用といった外部からの関与を受けることも重要な要素になっている可能性が示唆される。

第1-4-32図 脱炭素化に向けた取組開始のきっかけ・理由（脱炭素化の取組状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.脱炭素化に向けて実際に取り組んでいる内容を尋ねた質問で、「特になし」を除くいずれかの取組を実施していると回答した企業に対して聞いたもの。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

3.脱炭素化の取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

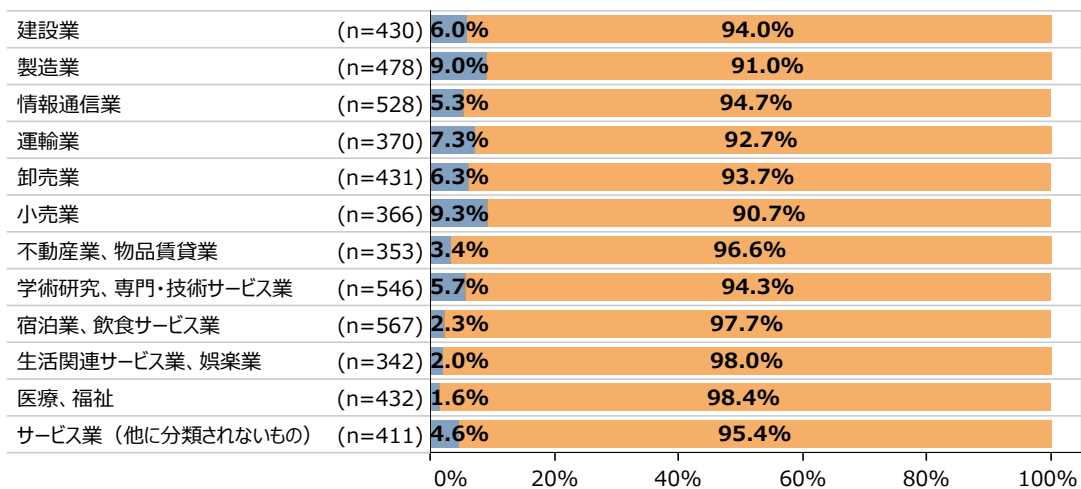
②サプライチェーン一体となった脱炭素化の取組

第1-4-33図は、2020年と2023年の2時点における、脱炭素化の取組に関する取引先からの協力要請の状況を、業種別に見たものである。これを見ると、2050年カーボンニュートラル実現が

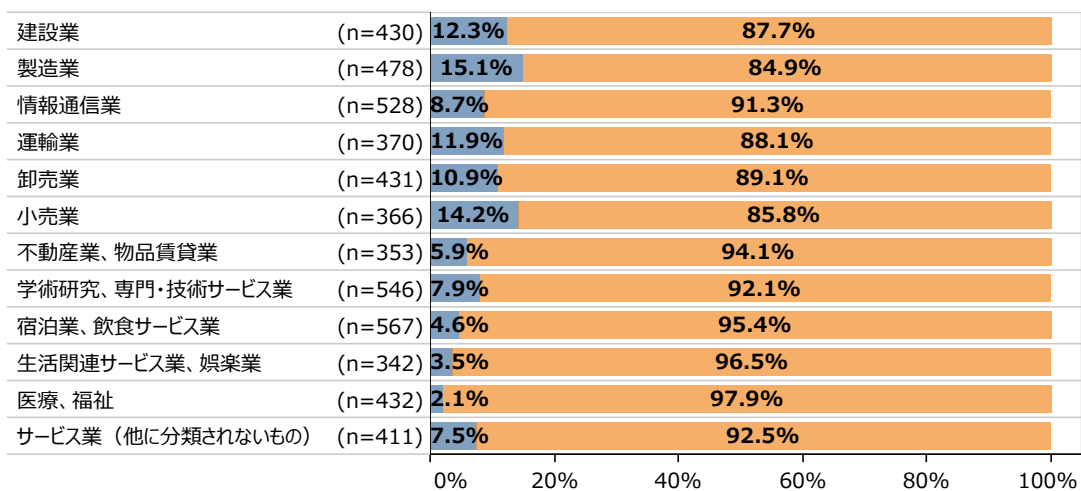
宣言された2020年と比べて、いずれの業種においても2023年時点の取引先からの協力要請は増加していることが分かる。一方で、業種別での二極化も進みつつあり、特に製造業や小売業、建設業、運輸業で協力要請が増加している。

第1-4-33図 脱炭素化の取組に関する取引先からの協力要請の有無（業種別）

2020年



2023年



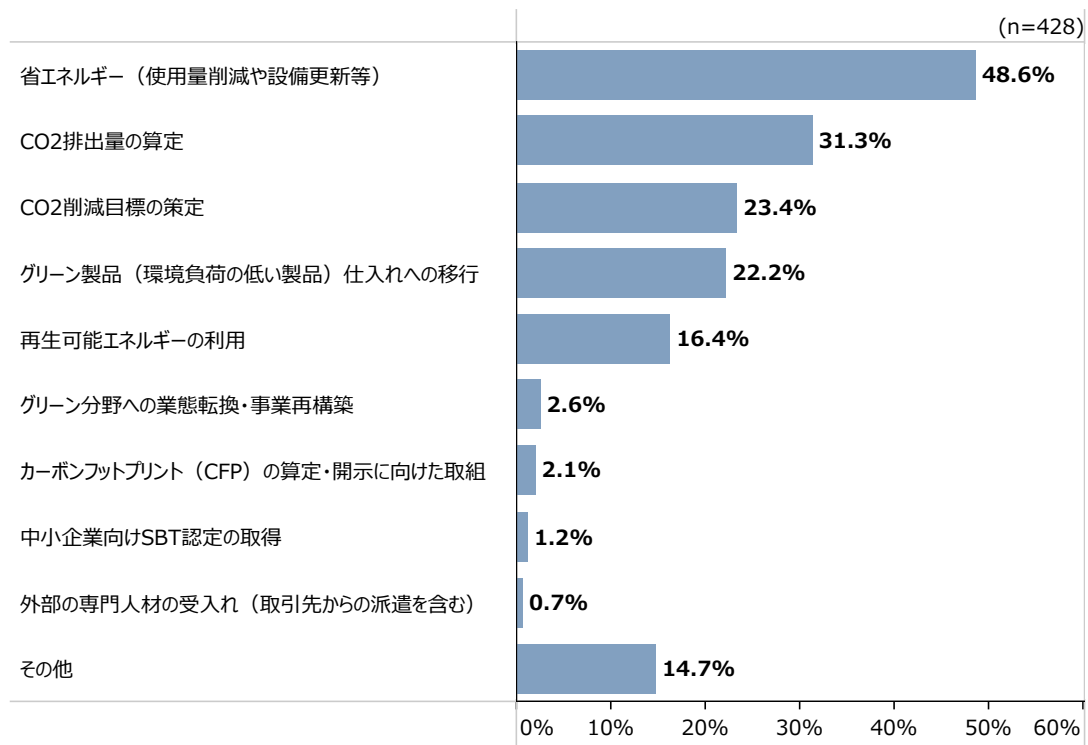
■ 協力要請を受けた ■ 協力要請を受けていない

資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

第1-4-34図は、脱炭素化の取組に関する取引先からの協力要請の内容を見たものである。これを見ると、協力要請の具体的な内容としては、「省エネルギー（使用量削減や設備更新等）」や「CO2排出量の算定」、「CO2削減目標の策定」

が多く挙げられているが、「グリーン製品（環境負荷の低い製品）仕入れへの移行」にも一定数の回答が集まっていることから、環境負荷の低い製品への需要が一定程度生じていることも推察される。

第1-4-34図 脱炭素化の取組に関する取引先からの協力要請の内容



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.2020年、2022年、2023年の各年における、脱炭素化の取組に関する取引先からの協力要請の有無を尋ねた質問で、いずれかの年度で「協力要請を受けた」と回答した企業に対して聞いたもの。

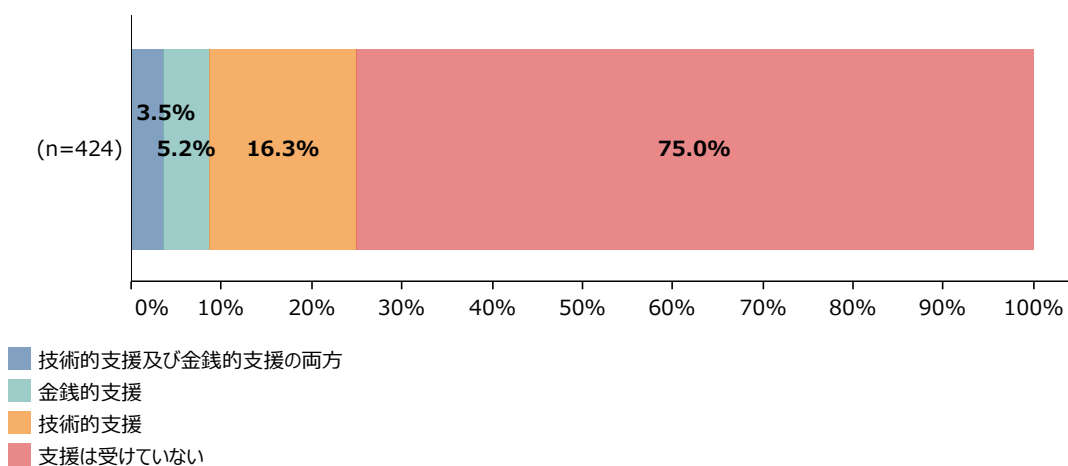
2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

また、第1-4-35図は、脱炭素化の取組に関して、協力要請と併せて取引先から受けている支援状況を見たものである。これを見ると、取引先から協力要請だけでなく「技術的支援」や「金銭的

支援」を併せて受けている企業は、合わせて25.0%存在し、サプライチェーン一体となって脱炭素化の取組を進める動きも相応に存在していることが推察される。

第1-4-35図

脱炭素化の取組に関する取引先からの支援状況



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）2020年、2022年、2023年の各年における、脱炭素化の取組に関する取引先からの協力要請の有無を尋ねた質問で、いずれかの年で「協力要請を受けた」と回答した企業に対して聞いたもの。

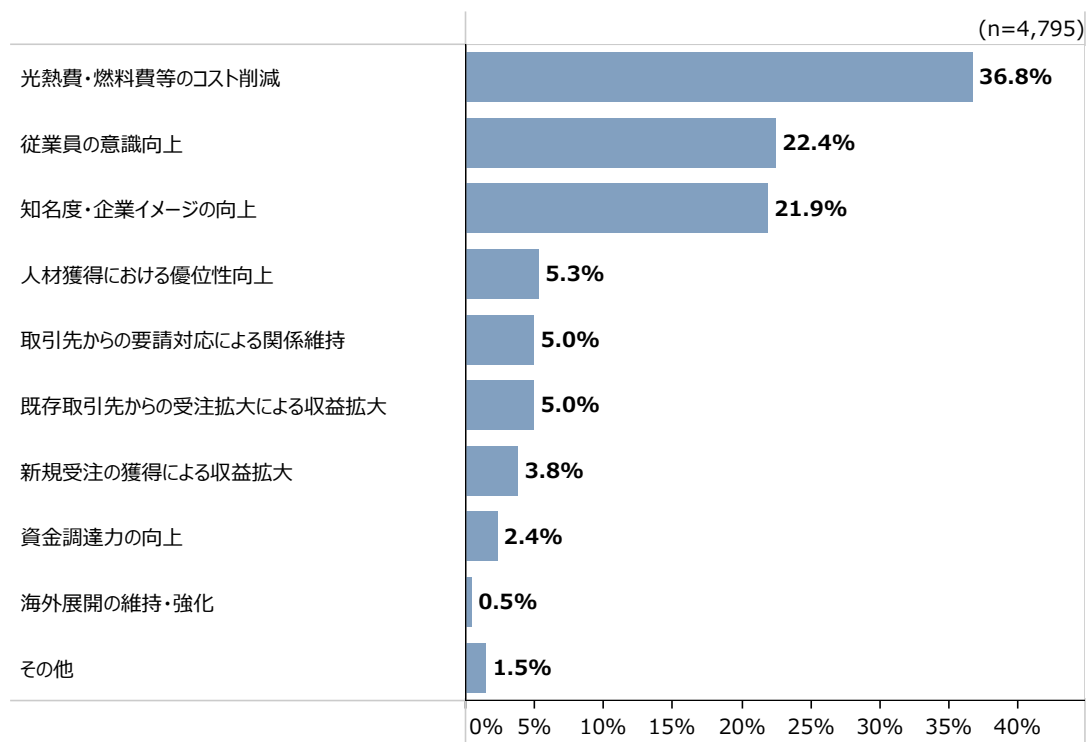
2. 脱炭素化・GXの実現による効果と課題

①脱炭素化・GXの実現による効果

続いて、脱炭素化・GXの実現による効果と、推進する上での課題について見ていく。第1-4-36図は、脱炭素化の取組によって期待する効果・メリットを見たものである。これを見ると、中小企業・小規模事業者の多くは脱炭素化に取り組む

効果・メリットを「光熱費・燃料費等のコスト削減」や「従業員の意識向上」、「知名度・企業イメージの向上」と考えており、受注拡大や業績向上などの機会として考えている企業は少ないことが分かる。

第1-4-36図 脱炭素化の取組によって期待する効果・メリット



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

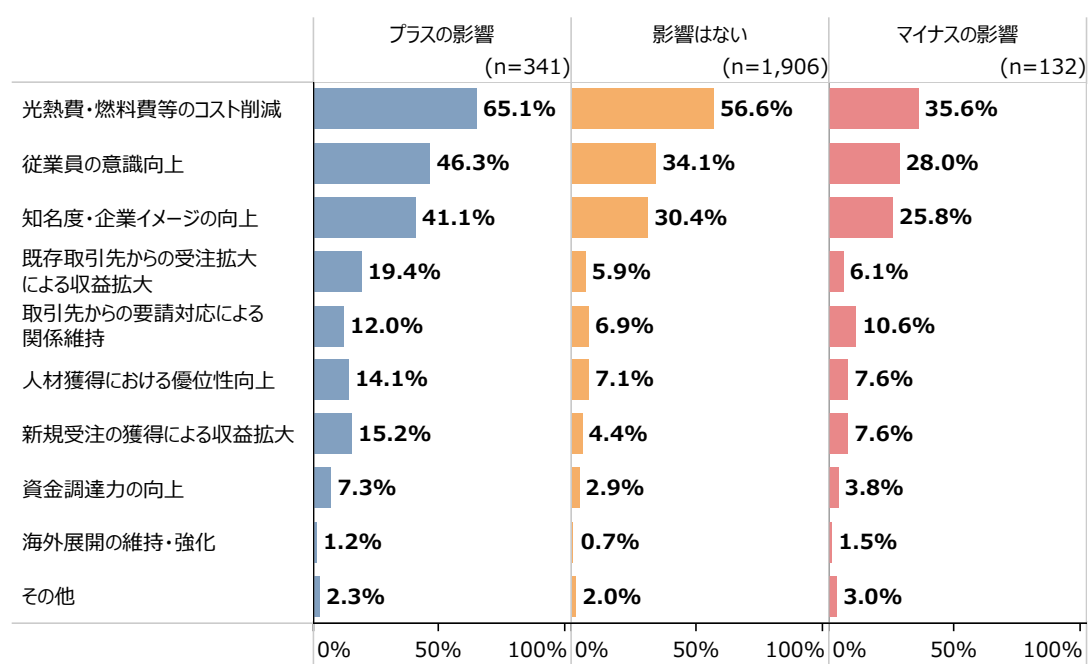
（注）1.脱炭素化の取組によって期待する効果・メリットについて、「特になし」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「特になし」は表示していない。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

第1-4-37図は、脱炭素化の取組によって期待する効果・メリットを、取組による売上高への影響別に見たものである。これを見ると、「光熱費・燃料費等のコスト削減」や「従業員の意識向上」といった回答は、売上高への影響のプラス・マイナスを問わず多く挙げられているが、「既存取引先からの受注拡大による収益拡大」や「新規

受注の獲得による収益拡大」を期待して脱炭素化に取り組んでいる企業では、実際に売上高にもプラスの影響が生じている傾向にあることが分かる。このことから、脱炭素化の取組は、コスト削減だけでなく新規需要獲得などによる業績向上の成果へつなげることも意図して進めることが重要である。

第1-4-37図 脱炭素化の取組によって期待する効果・メリット（脱炭素化の取組による売上高への影響別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.脱炭素化の取組によって期待する効果・メリットについて、「特になし」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「特になし」は表示していない。

2.脱炭素化の取組による売上高への影響は、「大いにプラスの影響」、「プラスの影響」と回答した企業を「プラスの影響」として、「大いにマイナスの影響」、「マイナスの影響」と回答した企業を「マイナスの影響」として集計している。

3.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

事例1-4-3では、GXの取組を新規需要獲得の好機と捉えて、主体的なイノベーションにより成

長を遂げている久保井塗装株式会社の事例を紹介する。

事例

1-4-3

GXとDXに向けた取組を通じ、
競争力を高め続ける企業

所在地 埼玉県狭山市
従業員数 20名
資本金 5,300万円
事業内容 プラスチック製品
製造業

久保井塗装株式会社

▶ 住宅街で創業、常に地域の環境と向き合いながら事業展開

埼玉県狭山市の久保井塗装株式会社は自動車部品、建築金物、航空宇宙部品等を対象とした工業塗装を手掛ける企業である。同社は1958年に東京都大田区で創業したが、立地場所が住宅街の中にあり、使用する工業用塗料には有機溶剤が含まれることから、環境対策に細心の注意を払いながら事業を行ってきた。同社の窪井要社長は「環境問題に注力しなければ事業を継続できないことが企業のDNAに刻まれている」と語る。さらに、同社は大手自動車メーカーが脱炭素に向けた具体的な実現目標を掲げたことを受けて、2035年までに脱炭素・廃棄物ゼロの実現を目指すこととしている。

▶ 環境負荷低減や「DX」の経験をいかし、「脱炭素・廃棄物ゼロ」への転換を推進

工業塗装業界が揮発性有機化合物（VOC）の排出抑制への取組を求められる中で、同社は環境負荷低減が競争力向上につながると考え、サポイン事業（現「Go-Tech事業」）やものづくり補助金等を活用、IoTにより塗料使用量を最小限に抑える高効率塗装技術の開発に取り組み、実用化に成功した。また、自社開発した塗装工程管理のIoTシステムは同業他社向けに販売し、事業化も実現している。こうした経験は、同社の省エネ・脱炭素への取組でも役立っている。経済産業省の省エネ診断を受けて認識した省エネ余地の大きさから、省エネへの取組を推進するために、データロガーを導入して機器ごとにエネルギー消費量を計測した。同社の脱炭素に向けた先進的な取組も、最初の一步は照明をLEDに取り替えるといった分かりやすいものであった。

▶ 「脱炭素・廃棄物ゼロ」や「DX」を鍵に、ものづくりの変革を目指す

窪井社長は同社が所属する一般社団法人首都圏産業活性化協会（TAMA協会）に「カーボンニュートラル研究会」を立ち上げ、東京農工大学と協力して事業所内でのエネルギー消費量を最小限に抑えるエネルギーマネジメントシステムの開発にも着手している。大手企業が製造工程全体のCO2排出量の把握に努めている現状から、将来的に製品ごとのCO2排出量を明記することが必要となった場合に、エネルギー消費量の算定・削減を進める取組が高い競争力をもたらす期待感も大きい。また、近く着工する新工場では、太陽光発電設備の導入など再生可能エネルギーを積極的に活用する考えで、再生可能エネルギーへの転換を進めることにより、国際情勢に起因するエネルギー価格高騰といった外部環境の変化への耐性を強化し、エネルギーコストの低減も狙っている。工場建設資金の融資の際には、脱炭素やサーキュラーエコノミーを重視していることが金融機関からも高く評価されたという。「中小企業が事業を発展的に継続していくために、脱炭素に向けて取り組むことは2035年以降のものづくりにとって必要不可欠だ。さらに、サーキュラーエコノミーの側面でも、廃棄物が出ることを前提としたものづくりから、廃棄物を極力出さないものづくりへ変容しようと行動している」と窪井社長は語る。



窪井要社長



本社外観



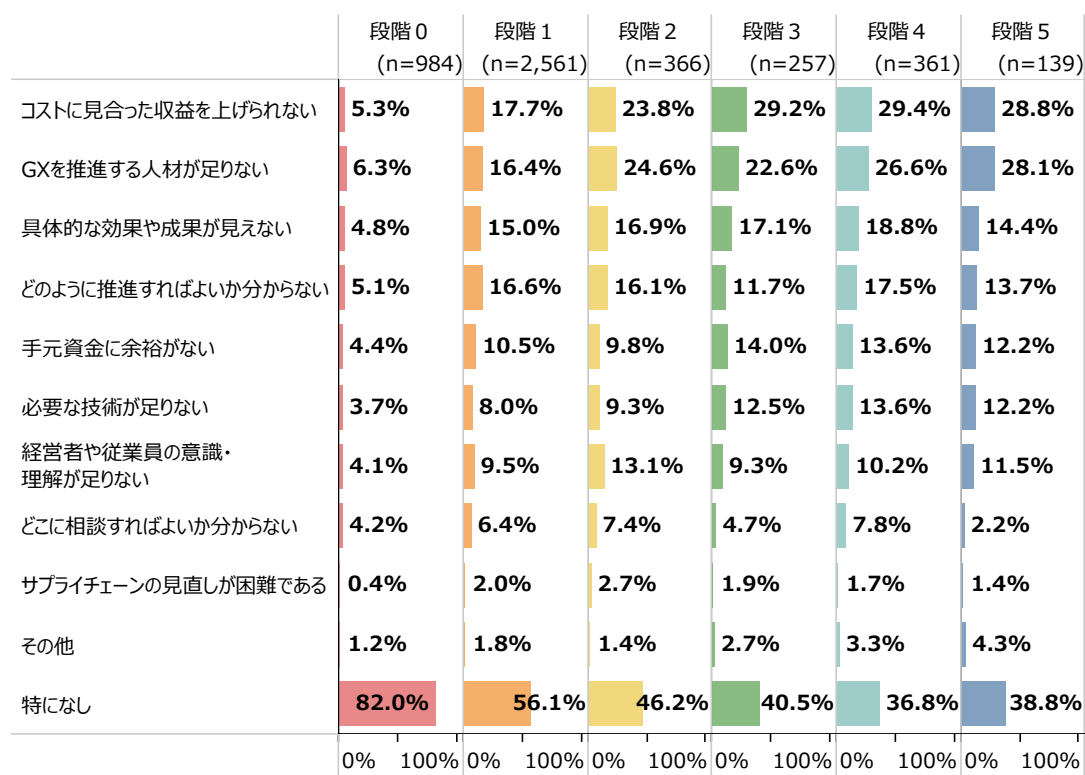
IoTを活用した高効率塗装技術

②脱炭素化・GXを進めるための課題

第1-4-38図は、脱炭素化の取組状況別に、GXの取組を進めるに当たっての課題を見たものである。これを見ると、いずれの段階の企業においても「コストに見合った収益を上げられない」や「GXを推進する人材が足りない」が課題として挙げられている。また、段階1以下の企業では、

「どのように推進すればよいか分からない」を課題に挙げる企業が比較的多いことに加えて、「特になし」と回答している企業が最も多いことから、取組の進め方が分からないだけでなく、何が課題であるかを把握できていない企業も多く存在することが推察される。

第1-4-38図 GXの取組を進めるに当たっての課題（脱炭素化の取組状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

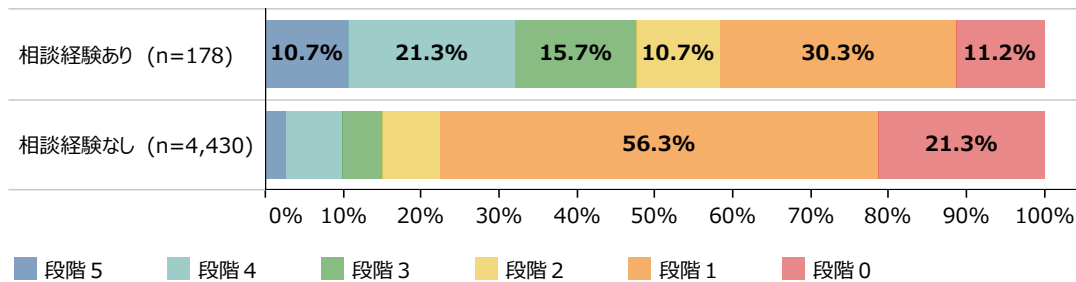
（注）1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。
2.脱炭素化の取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

第1-4-39図は、GXに関する支援機関への相談経験の有無別に、脱炭素化の取組状況や取組効果の有無を見たものである。これを見ると、支援機関への相談経験がある企業ほど取組状況が進展している企業の割合が高く、取組による効果を得

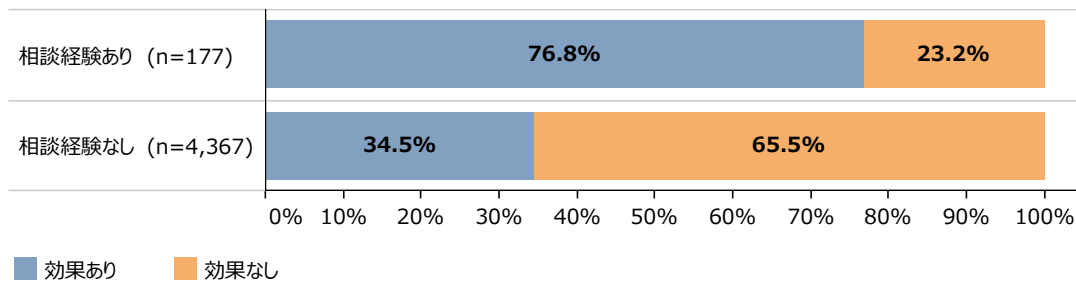
られたと回答する企業の割合も高い傾向にあることが分かる。この結果から、GXに向けた取組をより円滑に進めるためには、支援機関を活用することが有効であると考えられる。

第1-4-39図 脱炭素化の取組状況及び取組効果（GXに関する支援機関への相談経験の有無別）

（１）脱炭素化の取組状況



（２）脱炭素化の取組効果



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.2021年から2023年の各年における、GXの取組に関する相談経験を尋ねた質問で、いずれかの年度で相談経験があると回答した企業を「相談経験あり」、いずれの年度も相談経験はないと回答した企業を「相談経験なし」として集計している。

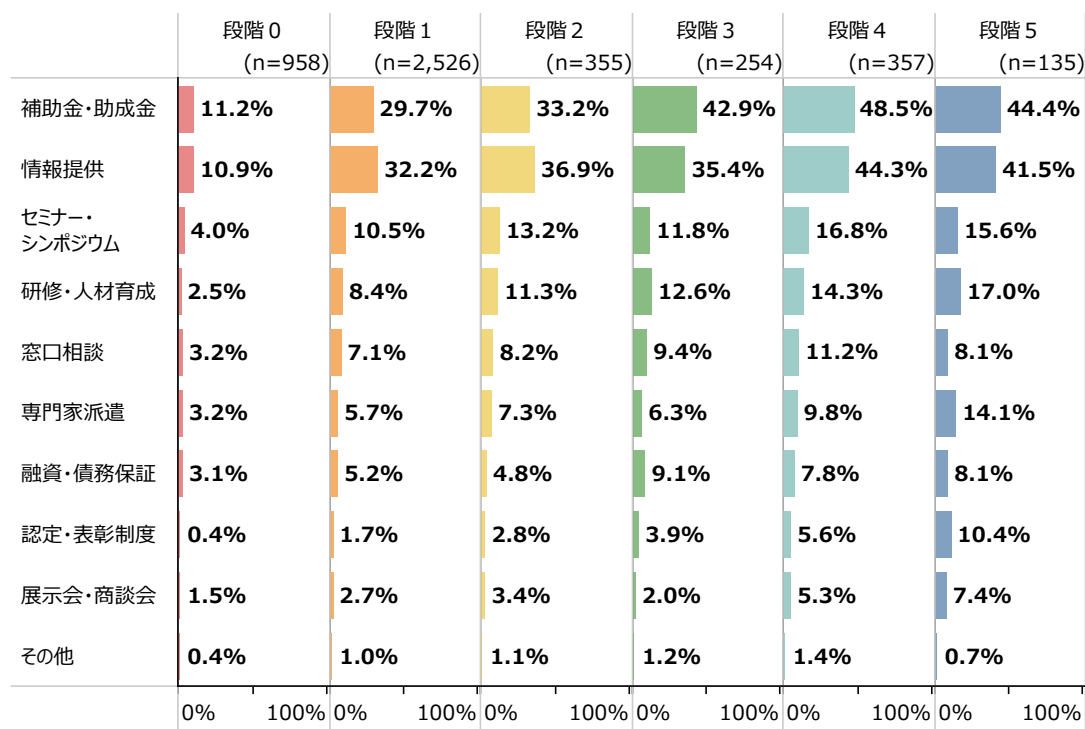
2.脱炭素化の取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

3.脱炭素化の取組により得られた効果を尋ねた質問で、いずれかの効果を得られたと回答した企業を「効果あり」、「特になし・取り組んでいない」と回答した企業を「効果なし」として集計している。

第1-4-40図は、脱炭素化の取組状況別に、脱炭素化・GX推進のために期待する支援策を見たものである。これを見ると、いずれの段階の企業においても、期待する支援策として「補助金・助成金」や「情報提供」が多く挙げられている。ま

た、取組状況が進展している企業ほど、更に取組を加速・強化させるための「研修・人材育成」や「認定・表彰制度」、「専門家派遣」などの支援策を期待している傾向にあることが分かる。

第1-4-40図 脱炭素化・GX推進のために期待する支援策（脱炭素化の取組状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.脱炭素化・GX推進のために期待する支援策について、「特になし」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「特になし」は表示していない。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

3.脱炭素化の取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

ここまで見てきたとおり、脱炭素化・GXの取組を推進するためには、支援機関の活用が有効であると考えられること、また推進する上で人材や情報の不足を課題に挙げる企業も多いことから、

支援機関のサポートも重要である。コラム1-4-7では、脱炭素化の取組を行う中小企業の事例と、そうした取組をサポートする支援機関の事例を紹介する。

コラム

1-4-7

中小企業の脱炭素に向けた取組

中小企業が脱炭素化に取り組むに当たっては、(1) 脱炭素化に向けた対策について知る、(2) 自社の温室効果ガスの排出量やエネルギー使用量を把握する(測る)、(3) 排出量等を削減する、というステップで進めることが重要である。また、情報の不足や人手不足などの課題を挙げる事業者の割合も多いことから、脱炭素化に向けた取組をサポートする支援機関も重要である。ここでは脱炭素化に向けた取組を行う中小企業の事例と、そうした取組をサポートする支援機関の事例を紹介する。

事例：サンエー電機株式会社

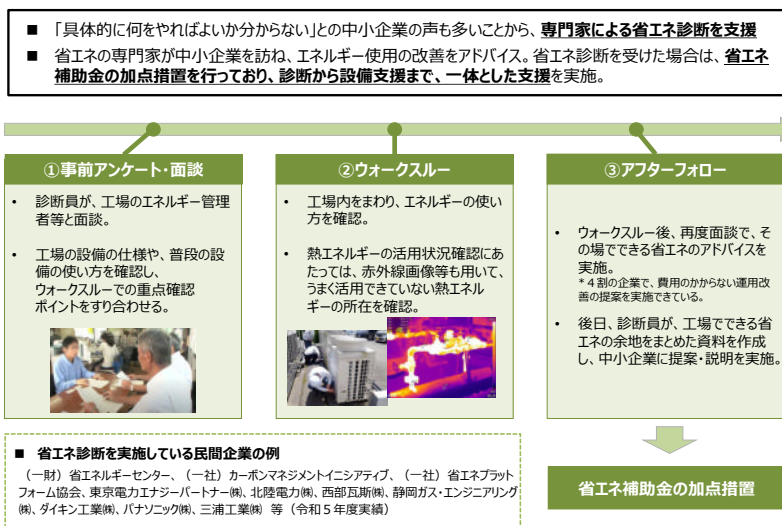
福井県福井市のサンエー電機株式会社は、プリント基板の設計・実装・組立や分析計測器の組立・調整等の事業を行う総合電子機器メーカーである。同社は、各工場に「省エネ推進チーム」を配置し、工場間で優良事例を横展開するなど、省エネ活動が企業文化として根付いていた。そのような中、取引先のメーカーにおいて、サプライチェーン単位で省エネ・省CO2を捉える考え方が普及してきたことから、サプライチェーンに連なる同社としても、更なる省エネ・省CO2に取り組むこととした。

同社は、最初に経済産業省の省エネ診断を活用し、エネルギー消費量の見える化に取り組んだ。その上で、電力会社の協力で収集した各設備のエネルギーの使用比率を算出し、空調設備の室外機のフィンの清掃や蛍光灯のLED化を図るなど、診断結果の報告書で提案された七つの改善策を実行した。

コラム

1-4-7①図

省エネ診断



資料：資源エネルギー庁作成

さらに、独自の取組として、自作のソフトと各種センサーを空調設備や製造設備に取り付けることで設備の稼働状況を見える化し、設備を効率的に運用するとともに、夜間・休日のコンプレッサの稼働を停止するなどの行動改善を実施した結果、取組前後でエネルギー消費量を8%削減することに成功。コスト面でも約182万円/年の削減につながった。

事例：大阪商工会議所

大阪府大阪市の大阪商工会議所は、2019年から国内商工会議所の中でもいち早く中堅・中小企業のSDGsやESGに向けた取組の支援を開始した。2021年には「SDGs・ESGビジネスプラットフォーム」を設立し、「知る」、「取り組む」、「拡げる」の三つの面から事業を展開している。

例えば、（１）「知る」では 脱炭素をめぐる社会情勢や企業の先進取組事例などのセミナー等を通じた情報提供、（２）「取り組む」では CO2排出量算定の支援などの専門事業者と連携したコンサルティングサービスの提供、（３）「拡げる」では 脱炭素をテーマにした技術ニーズマッチング会や展示商談会の開催に取り組んでいる。このような事業を通じ、グリーン分野における中堅・中小企業のビジネス機会創出を応援している。

同所は、カーボンニュートラルにつながる取組に注力しているが、上記（２）の取組は一つのモデルケースとなり、日本商工会議所が全国の商工会議所に同種の取組の実施を呼びかけることになった。

コラム 1-4-7②図 大阪商工会議所のSDGs・ESGビジネスプラットフォーム



資料：大阪商工会議所ホームページより

第6節 サークュラーエコノミー（循環経済）

GXと関連した環境負荷低減につながる取組として、サーキュラーエコノミー（循環経済）についても近年注目度が高まっている。世界的な人口増加と経済成長を背景に、大量生産・大量消費・大量廃棄型のリニアエコノミー（線形経済）からサーキュラーエコノミー（循環経済）への移行が世界的に求められるようになってきていることを受けて、環境活動としての「3R（リデュース・リユース・リサイクル）」から経済活動としての循環経済に転換するため、循環性の高いビジネスモデルへの転換や事業活動の資源効率性の向上を図るとともに、中長期的な産業競争力強化につなげる「環境と成長の好循環」を実現するべく、2020年5月には「循環経済ビジョン2020」が取りまとめられた。

また、「循環経済ビジョン2020」を踏まえ、廃棄物問題や気候変動問題等の環境制約や、世界的な資源需要と地政学リスクの高まりといった資源制約に対応し、国際的な供給途絶リスクを可能

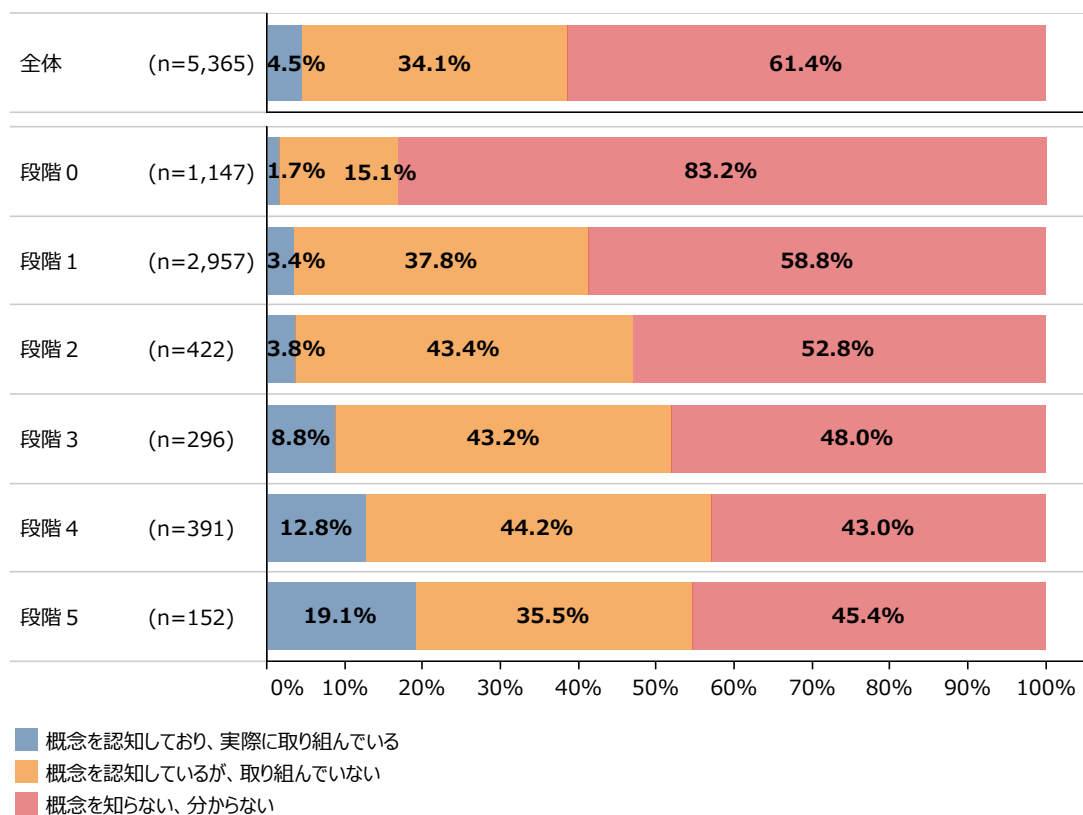
な限りコントロールすることで、国内の資源循環システムの自律化・強靱化を図ることを通じた力強い成長につなげるため、2023年3月には「成長志向型の資源自律経済戦略」も策定された。そして、同戦略を踏まえ、規制・ルールの整備（動静脈連携の加速に向けた制度整備）、政策支援の拡充（GX先行投資支援策の活用）、産官学連携の強化（サーキュラーパートナーズ（CPs）の活動強化）の三本柱で政策措置をパッケージ化して、サーキュラーエコノミーへの移行を加速させるための取組が進められている。

さらに、2023年7月に閣議決定された「脱炭素成長型経済構造移行推進戦略」の中でも、エネルギー安定供給の確保を大前提としたGXの取組として資源循環や循環経済に言及されている。そのような状況下で、本節では中小企業・小規模事業者のサーキュラーエコノミーへの移行に向けた取組状況を確認していく。

第1-4-41図は、脱炭素化の取組状況の六つの段階⁷⁶別に、サーキュラーエコノミーの認知状況及び取組状況を見たものである。これを見ると、中小企業・小規模事業者の全体では、サーキュラーエコノミーについてその概念自体を認知していない企業が過半数を占めており、認知している企業の中でも取組を行うには至っていない企業が大半である。

また、これを脱炭素化の取組状況別に見ると、段階0の企業でサーキュラーエコノミーへの移行に向けた取組を行っているのは1.7%であるのに対し、段階5の企業では19.1%となっていることから、脱炭素化の取組が進展している企業ほど、サーキュラーエコノミーへの移行に向けた取組も並行して着手している傾向にあることが分かる。

第1-4-41図 サークュラーエコノミーの認知・取組状況（脱炭素化の取組状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）脱炭素化の取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

⁷⁶ ここでいう脱炭素化の取組段階は、第1部第4章第5節と同様に、下記のとおりとなっている。

段階0：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解していない

段階1：気候変動対応やCO2削減に係る取組の重要性について理解している

段階2：事業所全体での年間CO2排出量（Scope 1、2）を把握している

段階3：事業所における主要な排出源や削減余地の大きい設備等を把握している

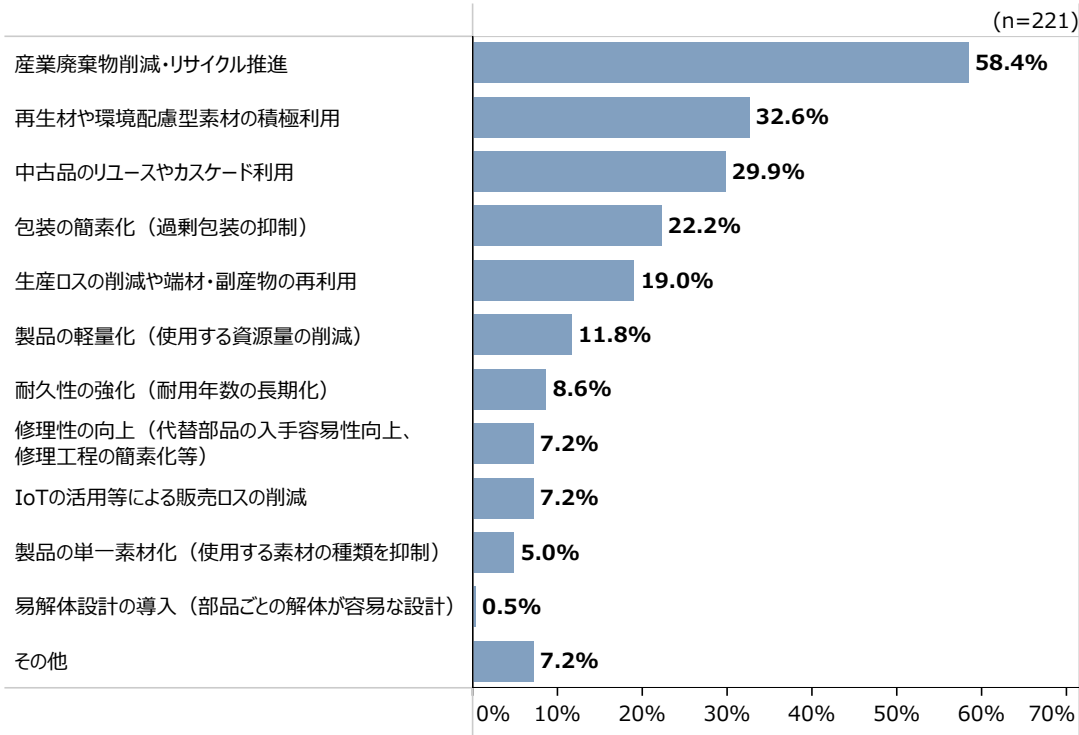
段階4：段階3で把握した設備等のCO2排出量の削減に向けて、削減対策を検討・実行している

段階5：段階1～4の取組を実施しており、かつ情報開示を行っている

第1-4-42図は、サーキュラーエコノミーへの移行に向けた取組内容を見たものである。これを見ると、実際に取り組んでいる企業の取組内容としても、「産業廃棄物削減・リサイクル推進」などの、「3R」の取組が中心で、「製品の軽量化（使用する資源量の削減）」や「耐久性の強化（耐

用年数の長期化）」等の、製品の設計・製造において、資源投入量・消費量を抑えつつ、資源の効率的・循環的な利用を目指す資源循環への寄与度が大きいと思われる取組に着手している企業は少ない。

第1-4-42図 サークュラーエコノミーに向けた取組内容



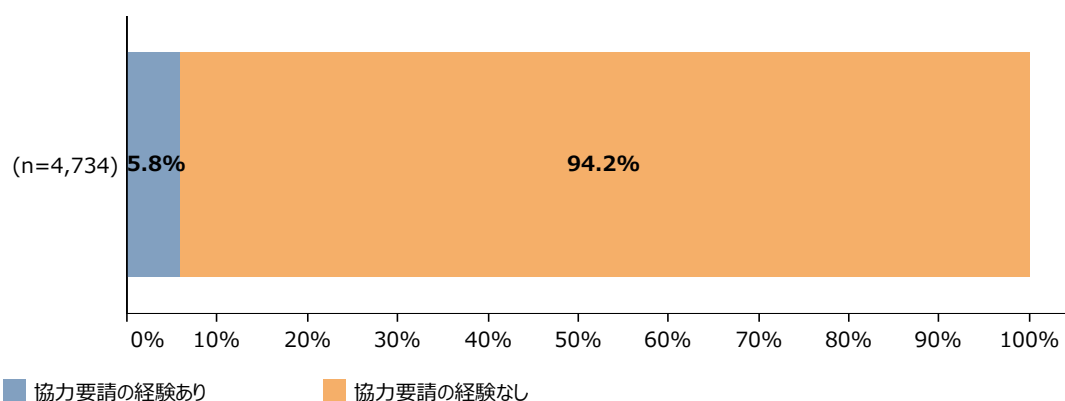
資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」
（注）1.サーキュラーエコノミーの認知状況及び取組状況を尋ねた質問で、「概念を認知しており、実際に取り組んでいる」と回答した企業に対する質問である。
2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

- 第1節
- 第2節
- 第3節
- 第4節
- 第5節
- 第6節
- 第7節
- 第8節

第1-4-43図は、サーキュラーエコノミーへの移行に向けた取組に関する協力要請の状況を見たものである。これを見ると、サーキュラーエコノミーへの移行に向けた取組について、取引先等の

社外の事業者や、地方公共団体から協力要請を受けた経験のある中小企業・小規模事業者は少ないことが分かる。

第1-4-43図 サークュラーエコノミーに向けた取組に関する、協力要請の経験有無



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）サーキュラーエコノミーに向けた取組に関する社外の事業者からの協力要請の有無を尋ねた質問で、いずれかの事業者から協力要請を受けた経験があると回答した企業は「協力要請の経験あり」、「経験なし」と回答した企業は「協力要請の経験なし」として集計している。

サーキュラーエコノミーへの移行に向けて中小企業・小規模事業者が単独で取り組むには、技術やノウハウの不足、コスト負担の大きさといった問題がある。取組を推進するためには、地方公共団体や支援機関などが中心となり、地域経済を巻き込んだ支援体制を整備するとともに、「サー

キュラーパートナーズ（CPs）」への参画等を通じて産官学で連携して取り組むことが重要である。事例1-4-4では、民間企業と連携して官民一体でサーキュラーエコノミーへの移行に向けた取組を推進する地方公共団体として、蒲郡市の事例を紹介する。

事例

1-4-4

官民一体でサーキュラーエコノミーを推進する
地方公共団体

所在地 愛知県蒲郡市

蒲郡市

▶ 経済活動以外の豊かさにも目を向け、「サーキュラーシティ」を宣言

蒲郡市は、渥美半島と知多半島に囲われた、三河湾国定公園がある海辺の地方公共団体である。海岸沿いに四つの温泉地があり、2019年の観光入込客数は610万人（蒲郡市観光協会調べ）に達したほか、温暖な気候をいかした果樹栽培、三河湾での沿岸漁業や、繊維関連を中心とした製造業なども盛んで、1次、2次、3次産業の良好なバランスが同市の経済の特長だ。しかし、新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって観光客が激減し、各産業や市民生活が大きな打撃を受けたことを契機に、経済活動以外の豊かさにも目を向け、市民のウェルビーイング向上に向けた取組の必要性を認識した。2021年11月、同市はサーキュラーエコノミー（循環経済）をまちづくりの中核に据えた「サーキュラーシティ」を目指すことを表明した。同市サーキュラーシティ推進室の杉浦太律主査は「市民が大事に思う自然環境を守ることは、持続可能な社会を実現するとともに、市民の地元愛や誇りを高めることで、人口増加や地域経済の活性化にもつながるという考えから、鈴木寿明市長自らがサーキュラーエコノミーをまちづくりとして推進することを打ち出した」と語る。

▶ 実証事業の支援や、「動脈産業」と「静脈産業」との連携仲介など、事業者への総合的なサポートを展開

同市は、サーキュラーエコノミーの実現に向け、シンポジウムやワークショップ等の開催を通じて市民や事業者への周知・促進を図るとともに、2023年3月には具体的な施策をまとめた「サーキュラーシティ蒲郡アクションプラン」を公表した。そこでは、「観光」、「交通」、「消費」、「教育」、「健康」、「ものづくり」、「食」の七つの重点分野を設定し、各分野での取組が相乗効果を生んで市民の幸福度を示すウェルビーイングの向上を目指すとした。2023年度は約1,300万円を支出し、サーキュラーエコノミーの実証実験に取り組む事業者を募集、6社が採択された。その中には、カーテン製造を行う中小企業が排出するレースの端材をウエディングドレスに再生し、市内のホテルでレンタルするなどの異業種間の連携事業が含まれている。また、アクションプランの中では、市内の事業者には廃棄物削減など環境負荷低減に向けた取組の必要性を訴え、製造業等の「動脈産業」には技術やノウハウが乏しく独自に取り組むのは難しいことから、総合的なサポート体制の整備として、廃棄物の回収・再循環を担う「静脈産業」とのマッチングを同市が仲介して連携を促す試みを推進することとしている。

▶ サーキュラーエコノミーを推進する地方公共団体のモデルケースとなるべく取組を継続・発展

当初は取組の理解を得られないこともあったが、廃棄物削減だけではなく、ブランディングを強化した事業者の先行事例の蓄積によって取組が浸透した。現在では協力的な事業者が増え、市外の事業者からも連携先の相談が来るようになった。同市は市外の事業者等も対象にした「サーキュラーシティカンファレンス」を開催するなど、サーキュラーエコノミーを実践するための「場」を提供することにも熱心で、それらを通じて事業者の積極的な事業展開が期待される。「サーキュラーエコノミーの実現に向けては官民連携で取り組むことが重要である。蒲郡市がそのモデルケースとなれるよう、取組を継続・発展させていきたい」と杉浦主査は語る。



杉浦太律主査



レース端材のウエディングドレス



サーキュラーシティカンファレンス

第7節

DX（デジタル・トランスフォーメーション）

感染症の感染拡大や、地政学リスクや不確実性の増大などを背景に、企業を取り巻く環境や顧客ニーズが激変する中で、中小企業・小規模事業者においても、変化に柔軟に対応するための事業変革を進めるDX（デジタル・トランスフォーメーション）の重要性が高まっている。また、我が国では、人口減少・少子高齢化が進んでおり、将来的に生産年齢人口の減少が見込まれる中、人手不足の深刻化により企業活動の維持が困難となることも懸念される。こうした状況下で、DXの取組は人手不足の解消や、持続可能な社会の構築に寄与することが期待されるだけでなく、生産性向上を通じた供給力強化や新規事業創出による需要獲得など、企業価値や競争力の向上にもつながる可能性を秘めている。

中小企業白書（2021）では、感染症の感染拡大を受けて、我が国の中小企業におけるデジタル化への意識の変化がうかがえることを確認した上

で、デジタル化に向けた全社的な意識の醸成や経営者の積極的な関与の重要性を示した。また、中小企業白書（2022）では、デジタル化の取組状況を四つの段階に分類し、感染症の感染拡大に伴ってデジタル化の取組を進展させた企業が一定数見られたことなどを明らかにした。さらに、中小企業白書（2023）では、デジタル化の取組を進展させるための戦略やデジタル人材等について分析し、ビジョン・目標の設定や業務の棚卸しなどを戦略的に実施すること、デジタル人材の確保・育成に向けて求めるスキルや人材像を明確にすることが重要であると指摘している。

本節では、「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」⁷⁷の結果を基に、過去3年間の白書の分析を踏まえながら、中小企業・小規模事業者のDXの取組状況を確認した上で、DXの実現による企業価値や競争力の向上といった効果や課題について分析していく。

⁷⁷ 本アンケートの詳細は、第1部第2章第3節を参照。

1. DXの取組状況

はじめに、本項では中小企業・小規模事業者のDXの取組状況を見ていく。中小企業白書(2022)では、デジタル化の取組状況を四つの段階に分けて、取組段階を確認している⁷⁸。「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」においても、調査対象企業の取組段階を確認しており、本節では、この取組段階を活用して分析を進めていくこととする。各段階は、①紙や口頭による業務

が中心で、デジタル化が図られていない状態（段階1）、②アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態（段階2）、③デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態（段階3）、④デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態（段階4）に大別されている（第1-4-44図）。

第1-4-44図 デジタル化の取組段階

段階4	デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態 （例）システム上で蓄積したデータを活用して販路拡大、新商品開発を実践している
段階3	デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態 （例）売上・顧客情報や在庫情報などをシステムで管理しながら、業務フローの見直しを行っている
段階2	アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態 （例）電子メールの利用や会計業務における電子処理など、業務でデジタルツールを利用している
段階1	紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図られていない状態

⁷⁸ デジタル化の取組段階は、以下の資料で用いているフレームワークを基に作成した。

経済産業省（2019）「DX推進指標」

経済産業省（2020a）「デジタルトランスフォーメーションの加速に向けた研究会DXレポート2（中間取りまとめ）」

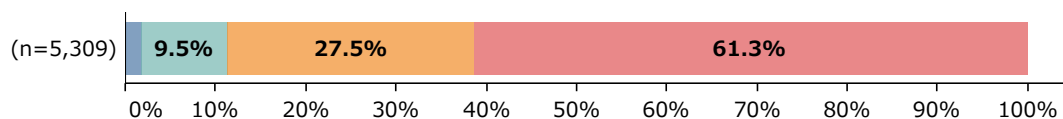
内閣府（2021a）「令和3年度年次経済財政報告（経済財政政策担当大臣報告）－レジリエントな日本経済へ：強さと柔軟性を持つ経済社会に向けた変革の加速－」

第1-4-45図は、2019年から2023年までの5年間におけるDXの取組状況の推移を見たものである。これを見ると、DXに向けた取組に着手する企業は年々増加しており、特に「段階3：デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態」の企業は、2019年の9.5%から2023年には26.9%と3倍近い水準まで増加して

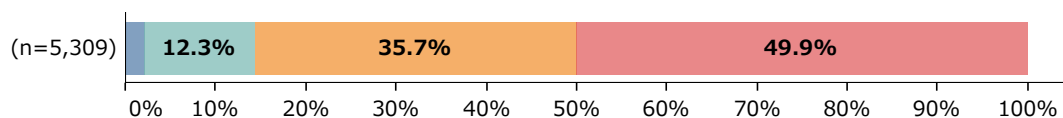
いることが分かる。一方で、電子メールなどのデジタルツールの利用といった初歩的な取組にとどまっている企業も多く、2023年時点でも段階1～2の企業は66.2%と過半数を占めているほか、段階4に達している企業も6.9%と少ない状態であることから、DXの進捗状況は依然途上段階にある。

第1-4-45図 DXの取組状況

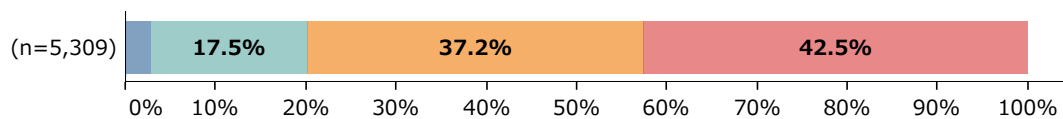
2019年



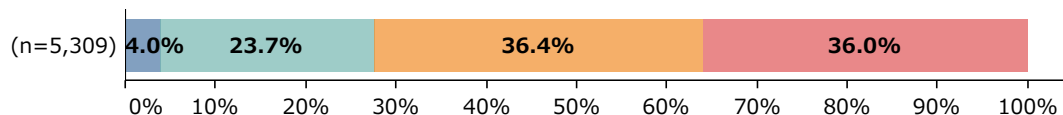
2020年



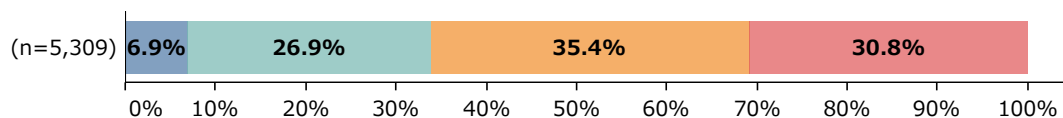
2021年



2022年



2023年



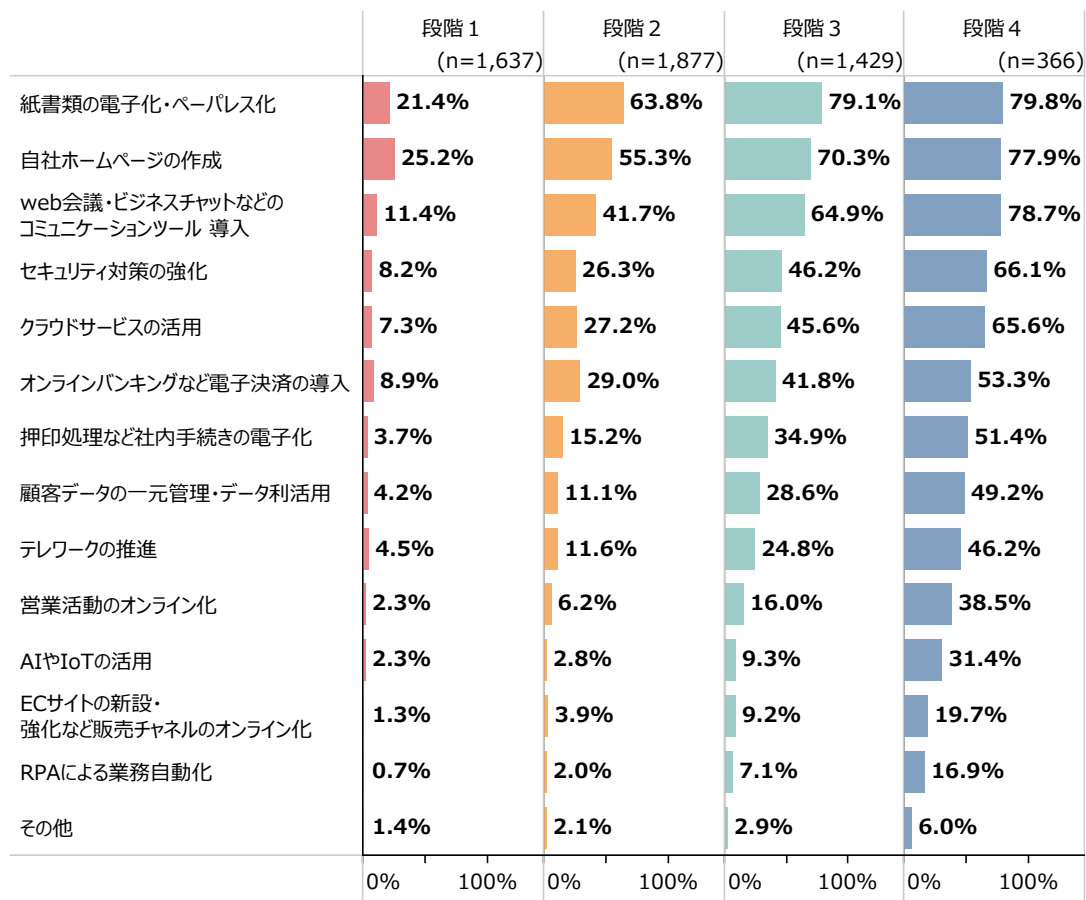
■ 段階4 ■ 段階3 ■ 段階2 ■ 段階1

資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

第1-4-46図は、DXに向けた具体的な取組内容を、DXの取組状況別に見たものである。これを見ると、いずれの段階の企業においても、「紙書類の電子化・ペーパーレス化」や「自社ホームページの作成」に取り組む企業が多いことが分かる。特に「顧客データの一元管理・データ利活用」

用」や「営業活動のオンライン化」といった取組に関しては、取組状況が段階2以下の企業と段階3以上の企業との間で取組比率の差が大きく、DXの推進やビジネスモデルの変革に効果の高い取組であることが示唆される。

第1-4-46図 DXに向けた取組内容（DXの取組状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

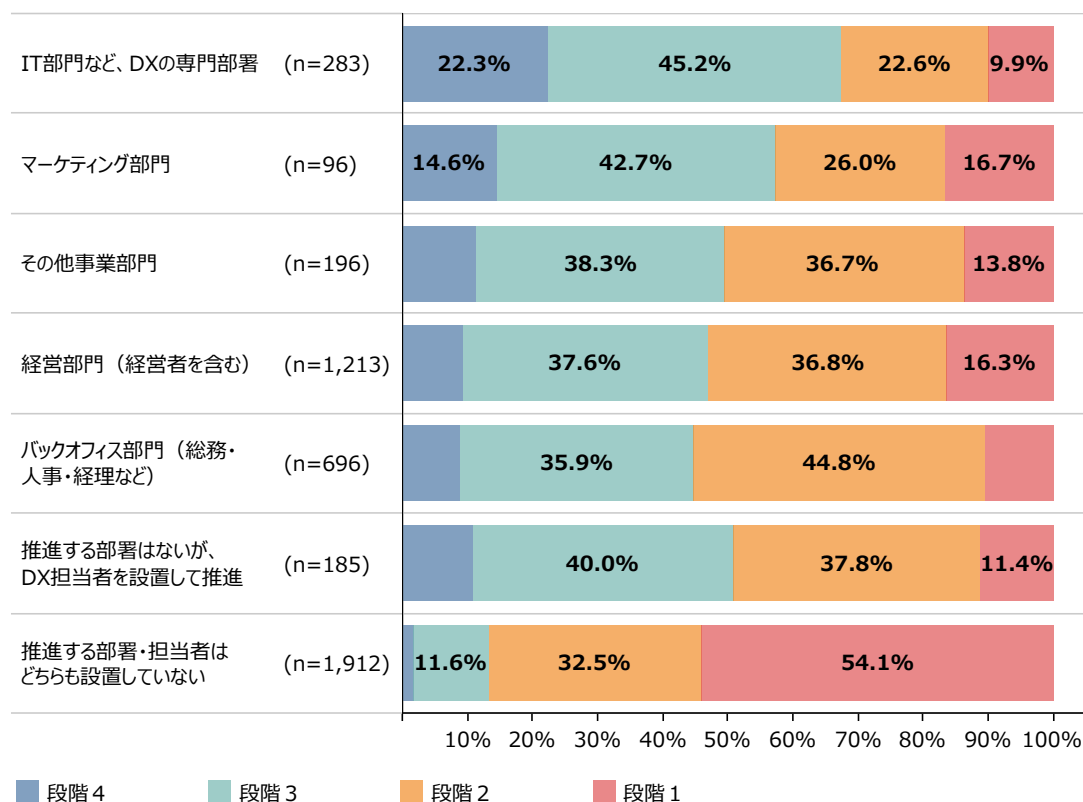
（注）1. DXに向けて実際に取り組んでいる内容について、「特になし」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「特になし」は表示していない。

2. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

第1-4-47図は、DXの取組を最も推進している部署・部門別に、DXの取組状況を見たものである。これを見ると、推進する部署・担当者がいる企業の中では、「経営部門（経営者を含む）」でDXへの取組を推進していると回答した企業が1,213社と最も多いことが分かる。また、DXを推進する部署・部門別に現在の取組状況を見ると、「IT部門など、DXの専門部署」を設置してDXを進めている企業で、全社的なDXの取組状

況が最も進展している傾向にある。ただし、いずれかの部署・部門でDXを推進している、又はDX担当を設置している企業は、「推進する部署・担当者はどちらも設置していない」と回答した企業と比べて、いずれも取組状況が進展しており、推進担当の有無による影響が大きいと推察されることから、DXの取組を加速させるためには、推進担当を明確にして取組を進めることが重要であると考えられる。

第1-4-47図 DXの取組状況（DXを推進している部署・部門別）

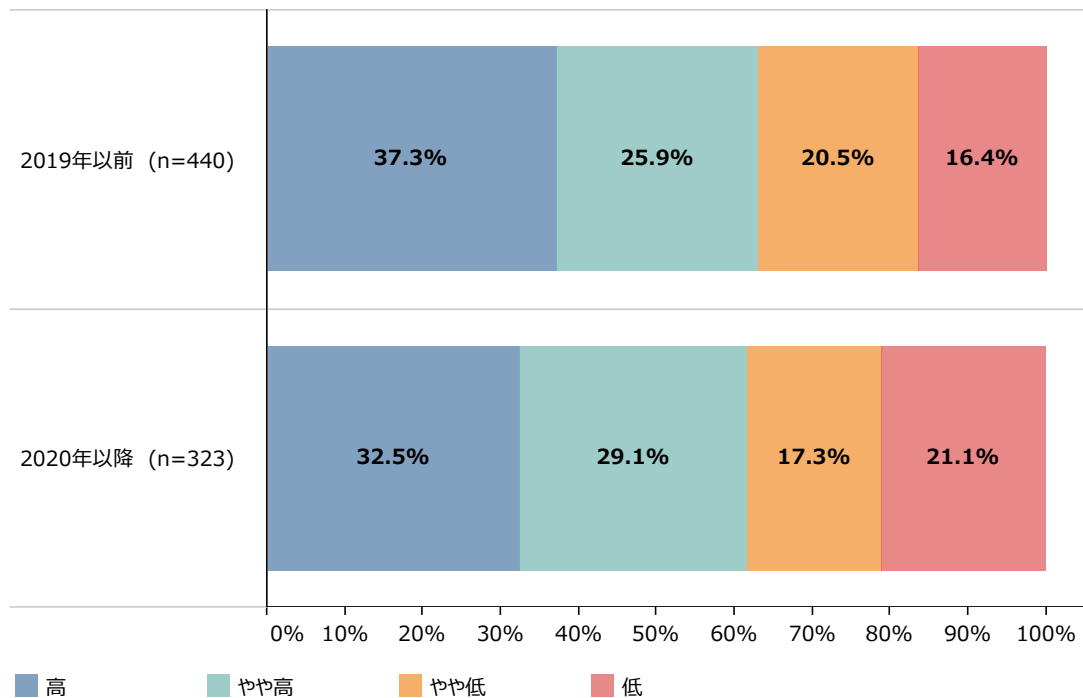


資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」
 （注）DXの取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

第1-4-48図は、DXの取組を開始した時期別に、2022年時点の付加価値額区分を見たものである。これを見ると、DXの取組を2019年以前から開始している企業は、2020年以降に開始した企業と比べて、2022年時点の付加価値額区分

が高い傾向にあることが分かる。このことから、DXに早期から取り組むことで、業務効率化や新規ビジネス創出などを通じて、長期的には高付加価値化につながる可能性が示唆される。

第1-4-48図 付加価値額区分（2022年時点・DXの取組開始時期別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.DXの取組開始時期について、「2014年以前」、「2015年～2019年」と回答した企業を「2019年以前」として、「2020年」、「2021年」、「2022年」、「2023年」と回答した企業を「2020年以降」として集計している。

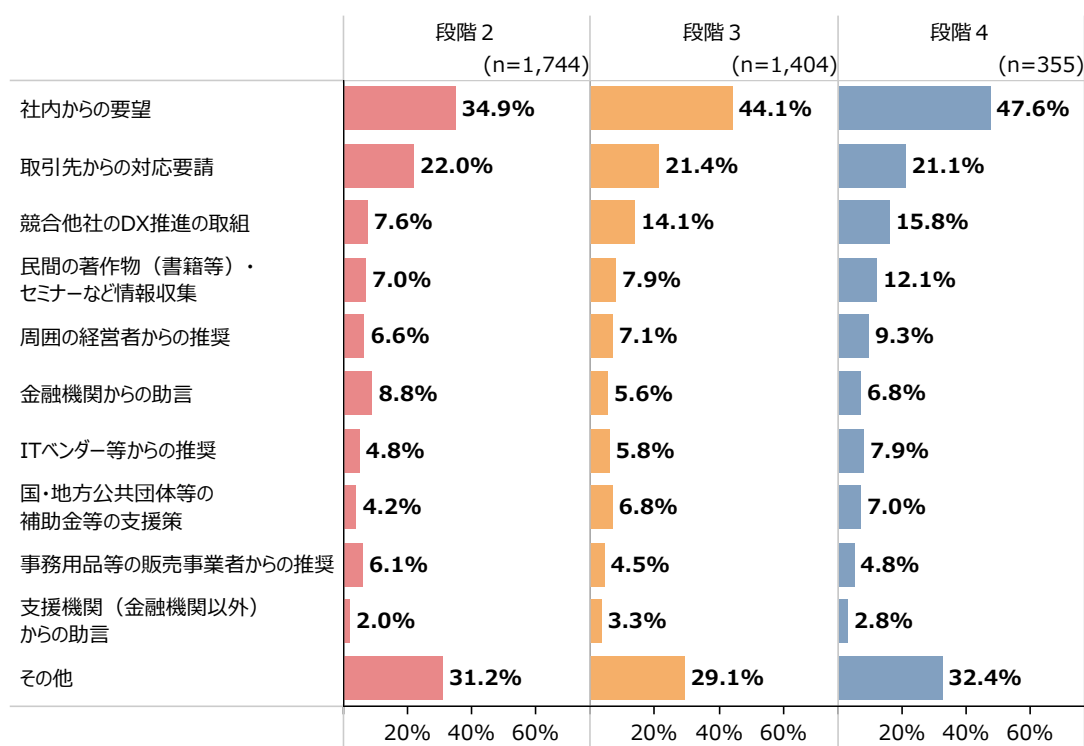
2.付加価値額＝営業利益＋人件費＋減価償却費＋賃借料＋租税公課。

3.付加価値額区分は、各業種別に、2022年時点の付加価値額が高い企業を上位から25%ごとに4区分に分類し、「高」、「やや高」、「やや低」、「低」として集計している。

第1-4-49図は、現在のDXの取組状況が段階2～4の企業における、DXに取り組んだきっかけを見たものである。これを見ると、「社内からの要望」をきっかけとしてDXに取り組み始めた企業が最も多いことが分かる。また、取組状況別に見ると、段階3、段階4の企業では、段階2と比べて「競合他社のDX推進の取組」や「民間の

著作物（書籍等）・セミナーなど情報収集」をきっかけとする企業が多いことが分かる。このことから、競合他社の状況を把握することや積極的な情報収集などを通じて、自主的にDXの取組を開始した企業ほど、現在の取組状況が進んでいる傾向にあることが見て取れる。

第1-4-49図 DXの取組のきっかけ（DXの取組状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.DXの取組内容を尋ねた質問で、「特になし」を除くいずれかの取組を実施していると回答した企業に対して聞いたもの。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

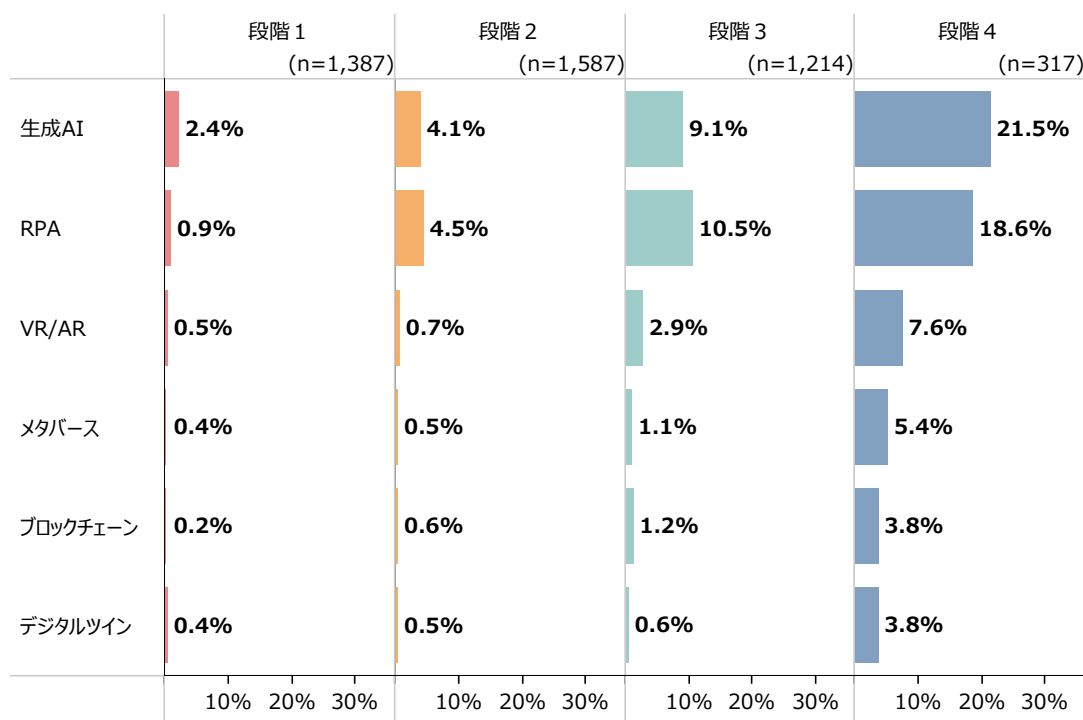
3.DXの取組状況は、2023年時点の状況のうち、「段階1」を除いて集計している。

昨今、生成AIやRPAなどの先進的なデジタル技術も普及しつつあり、これらの技術を活用しながら、ビジネスモデルの変革や競争力向上に努めることも効果的であると考えられる。

第1-4-50図は、DXの取組における、先進的なデジタル技術の活用状況を見たものである。これを見ると、全体的な傾向としては、DXの取組において先進的なデジタル技術を活用している企

業はまだ少ないものの、取組状況が段階3、段階4の企業においては一部で「生成AI」や「RPA」を活用する動きが見られる⁷⁹。このことから、DXの取組を通じてビジネスモデルの変革や競争力強化を実現するためには、こうした先進的なデジタル技術の活用も有効であることが示唆される。

第1-4-50図 先進的なデジタル技術の活用状況（DXの取組状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.DXの取組の中で活用している先進的なデジタル技術について、「特になし」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「特になし」は表示していない。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

3.DXの取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

⁷⁹ ここでの各選択肢に関する定義は、以下のとおり。

生成AI…ユーザーから入力された情報に応じて、テキスト・画像・音楽・映像などのコンテンツを生成することができる人工知能（AI）のこと。

RPA…「Robotic Process Automation」の略語で、ソフトウェアロボットによりパソコン上の単純な作業を自動化する技術のこと。

VR/AR…VRは「Virtual Reality：仮想現実」の略語で、主にヘッドセットなどを用いて現実世界を仮想空間に完全に置き換える技術のこと。ARは「Augmented Reality：拡張現実」の略語で、主にスマートフォンやタブレット端末などを用いて現実世界に仮想空間を重ね合わせる技術のこと。

メタバース…現実世界とは異なる空間で他者との交流や経済活動を可能とする、インターネット上に構築された三次元の仮想空間のこと。

ブロックチェーン…取引記録をブロックと呼ばれる単位でデータを管理し、それらを連結させて保管することで、不正や改ざんを防ぐ暗号化技術のこと。

デジタルツイン…現実の物体やシステムなどをサイバー空間内に再現することで、現実世界のシミュレーションやモニタリングを可能にする技術のこと。

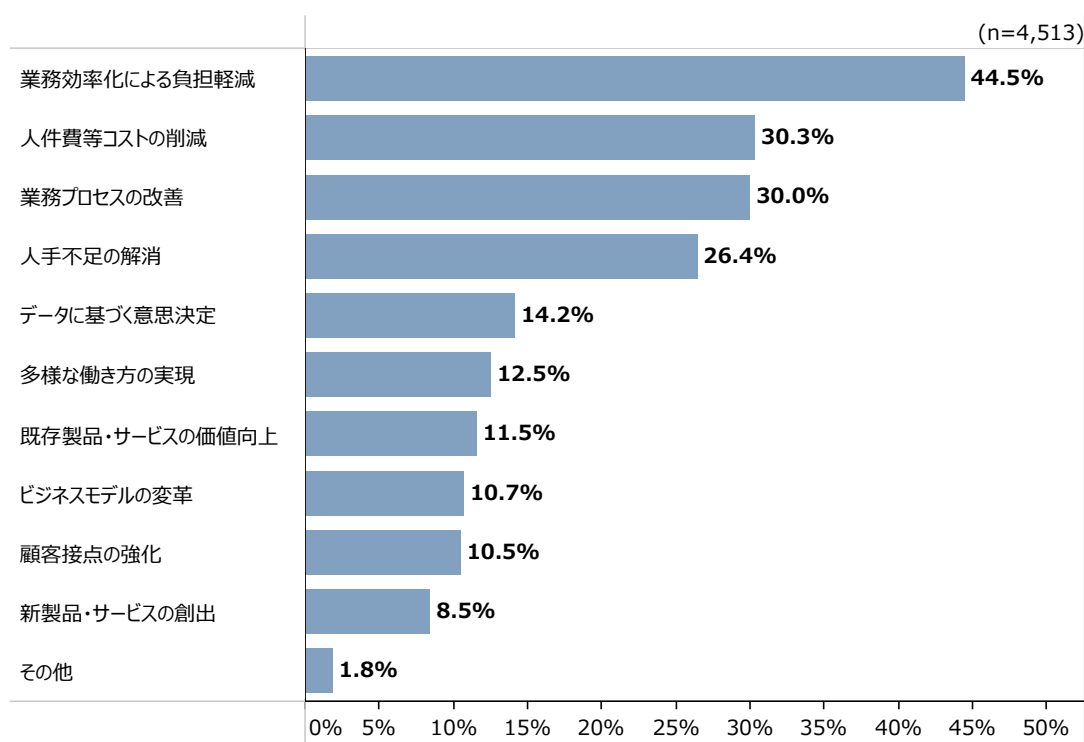
2. DXの実現による効果と課題

① DXの実現による効果

続いて、DXの実現による効果と、推進する上での課題について見ていく。第1-4-51図は、DXの取組によって期待する効果・メリットを見たものである。これを見ると、中小企業・小規模事業

者の多くは、DXに取り組む効果・メリットを「業務効率化による負担軽減」と考えており、「新製品・サービスの創出」や「既存製品・サービスの価値向上」を期待してDXに取り組む企業は少ないことが分かる。

第1-4-51図 DXの取組によって期待する効果・メリット



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

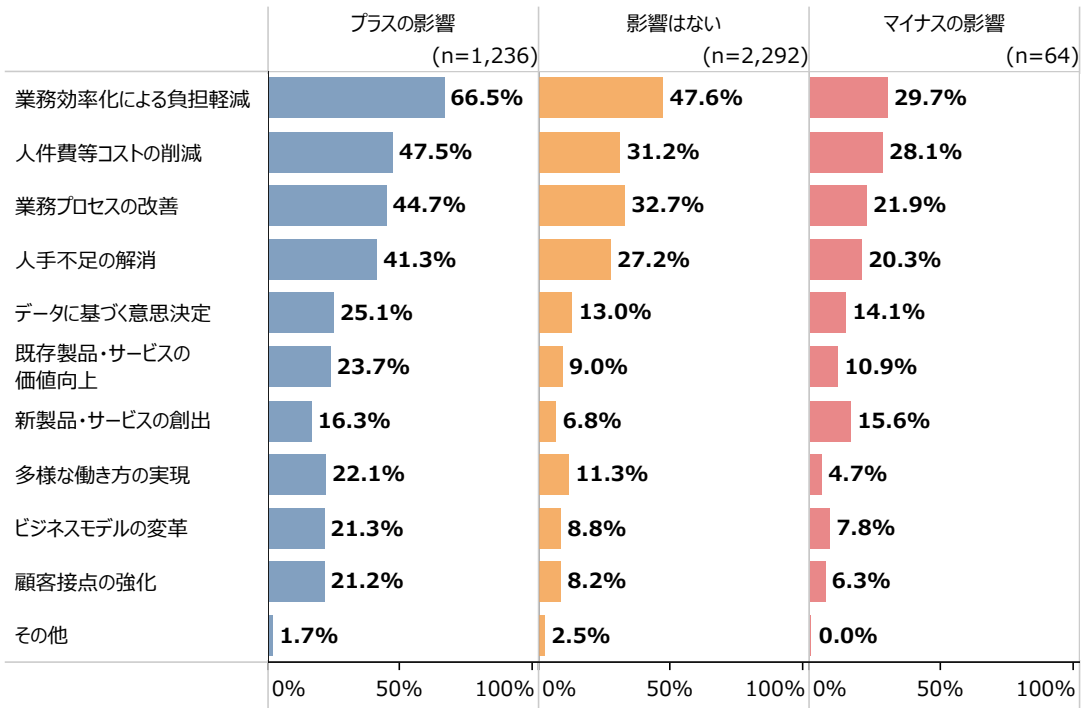
（注）1.DXの取組によって期待する効果・メリットについて、「特になし」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。なお、「特になし」は表示していない。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

第1-4-52図は、DXの取組によって期待する効果・メリットを、取組による売上高への影響別に見たものである。これを見ると、DXの取組を通じて売上高にプラスの影響が生じていると回答した企業ほど、「業務効率化による負担軽減」や「業務プロセスの改善」だけでなく、「既存製品・サービスの価値向上」や「新製品・サービスの創

出」といった効果まで期待して取り組んでいたことが分かる。このことから、DXの取組は、業務負担の軽減だけでなく既存製品・サービスの高付加価値化や新規事業創出などによる業績向上の成果へつなげることも意図して進めることが重要である。

第1-4-52図 DXの取組によって期待する効果・メリット（DXの取組による売上高への影響別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」
（注）1.DXの取組によって期待する効果・メリットについて、「特になし」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。
なお、「特になし」は表示していない。
2.DXの取組による売上高への影響は、「大いにプラスの影響」、「プラスの影響」と回答した企業を「プラスの影響」として、「大いにマイナスの影響」、「マイナスの影響」と回答した企業を「マイナスの影響」として集計している。
3.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

事例1-4-5では、デジタルツール活用による業務効率化にとどまらず、それを起点とした多角化経営に取り組んで新規ビジネスを創出し、業績拡

大を実現している企業の事例として、グランド印刷株式会社を紹介する。

事例

1-4-5

DXで新規事業創出を促し、
多角化経営で成長を続ける企業

所在地 福岡県北九州市
従業員数 55名
資本金 1,200万円
事業内容 印刷・同関連業

グランド印刷株式会社

▶ ビジネスモデル転換とシステム開発による業務効率化で経営環境の変化に対応

福岡県北九州市のグランド印刷株式会社は、1969年の創業時から手掛けるシルクスクリーン印刷技術を基盤に、広告看板・サイン、段ボールディスプレイ、壁紙などのデザイン・印刷を手掛ける企業である。2008年、広告関連ビジネスの東京集中に対応するため、同社は東京支店を開設して営業活動の拡大に乗り出した。ところが、直後に発生したリーマン・ショックで経営環境は激変。当時、東京・福岡両支店の支店長として顧客開拓の先陣に立っていた小泊勇志社長は、広告代理店の下請を脱してエンドユーザーと直接つながる新たなビジネスモデルへの転換を推し進めるとともに、帳票処理や情報共有といった業務フローの煩雑さを解消するため、デジタルツールの導入と独自の基幹システム開発に取り組んだ。

▶ 広告代理店を通さない直接販売で営業拡大、DXで業務フローの煩雑さを解消

経営環境の変化に直面した同社は、営業対象を住宅不動産業に絞り、小規模な不動産会社や工務店向けに「入居者募集」「売地」などを記した広告看板を直接売り込んだ。さらに、数百種類のデザインをテンプレート化してカタログを作り、顧客が簡単に商品を注文できるWebサイトを開設して通販事業を開始。これまでの対面営業ではスキルやノウハウの個人差が大きく営業の属人化という課題を抱えていたが、営業担当者の力量に頼らず、パート社員など誰が営業を担っても同様の売上げが確保できる非対面の販売基盤を整えた。一方、営業活動の拡大により本社と東京・福岡両支店の3拠点間の業務フローが膨らみ煩雑さが増したため、2009年にクラウドツールの活用によるDXに着手。グループウェアやビジネスチャットを順次導入した上で、最終的にはITコーディネータの支援も受けながら、全体を統合する独自の基幹システムを開発・稼働させた。売上げや請求・入金処理、顧客データ、工場生産計画といったあらゆる情報の一元管理が可能となったことで、業務フローの見直しが進み、残業時間の減少や有給休暇取得率の向上など、職場環境が改善し、女性従業員比率も30%から70%まで増加した。「DXは、誰もが活躍できる環境整備につながる。今後は、障害者雇用にも取り組んでいきたい」と小泊社長は語る。

▶ 販売データの蓄積・分析で新規事業を創出、シナジー効果を追求した多角化経営で事業拡大

同社独自の基幹システムは、受注拡大のためのマーケティングにも活用されている。エンドユーザーである顧客の業種や購入商品、購入頻度、購入のきっかけなどの販売データを蓄積・分析することで、顧客のニーズに即した新たなサービスや商品の創出が容易になり、年間2～3件の新規事業創出が常態化して成約率も向上。新型コロナウイルス感染症の感染拡大局面でも、段ボール製パーティションや多彩な絵柄のフェースシールドといった新規事業で、過去最高の売上げを記録した。同社は、シナジー効果が見込まれる複数の事業を統合・連携させて成長を目指す「連邦多角化経営」を掲げ、DXの取組を通じて、新規事業で蓄積した販売データを連携させて更なる新規事業につなげる好循環を実現している。



小泊勇志社長



住宅不動産業向けの広告看板



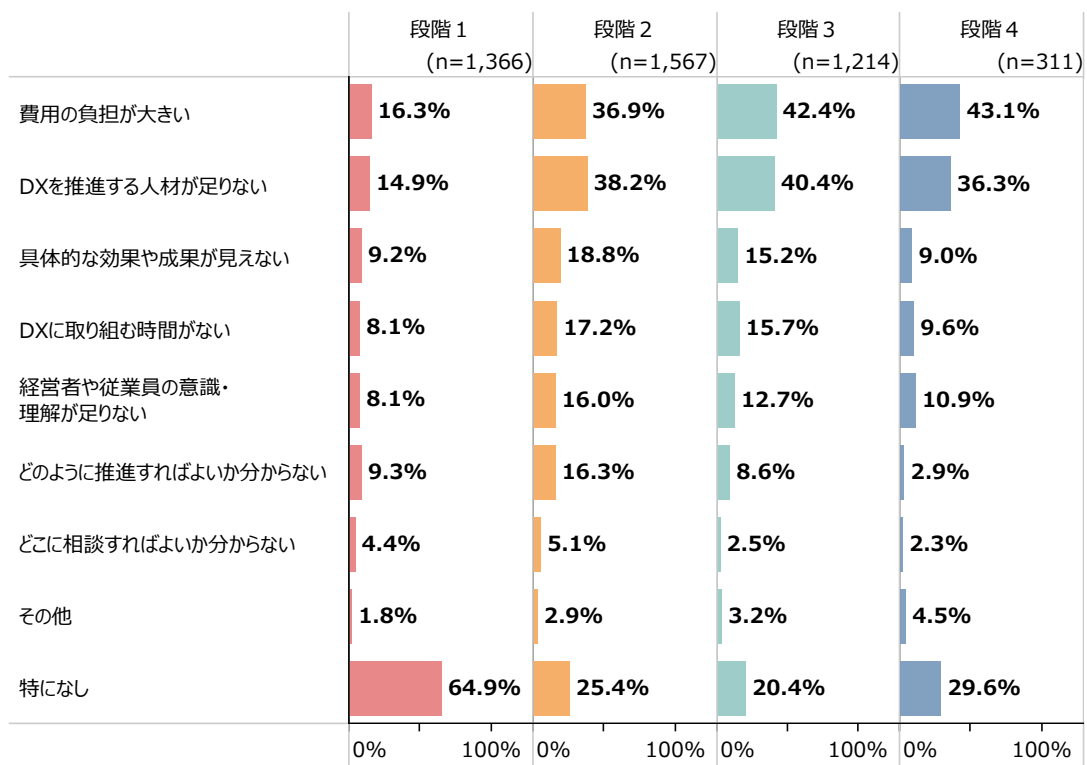
非対面の見取り・注文システム

②DXを推進する上での課題

第1-4-53図は、DXの取組状況別に、取組を進めるに当たっての課題を見たものであり、第1-4-54図は、DXの取組状況別に、DX推進のために期待する支援策を見たものである。これを見ると、具体的なDXの取組に着手している段階2以上の企業では、「費用の負担が大きい」や「DXを推進する人材が足りない」が取組を進めるに当

たつての課題として多く挙げられている。これに対応して、期待する支援策としても、「補助金・助成金」や「情報提供」がいずれの段階の企業でも多く挙げられているほか、特に取組状況が進展している企業では、「研修・人材育成」や「セミナー・シンポジウム」、「専門家派遣」も期待している傾向にあることが分かる。

第1-4-53図 DXの取組を進めるに当たっての課題（DXの取組状況別）

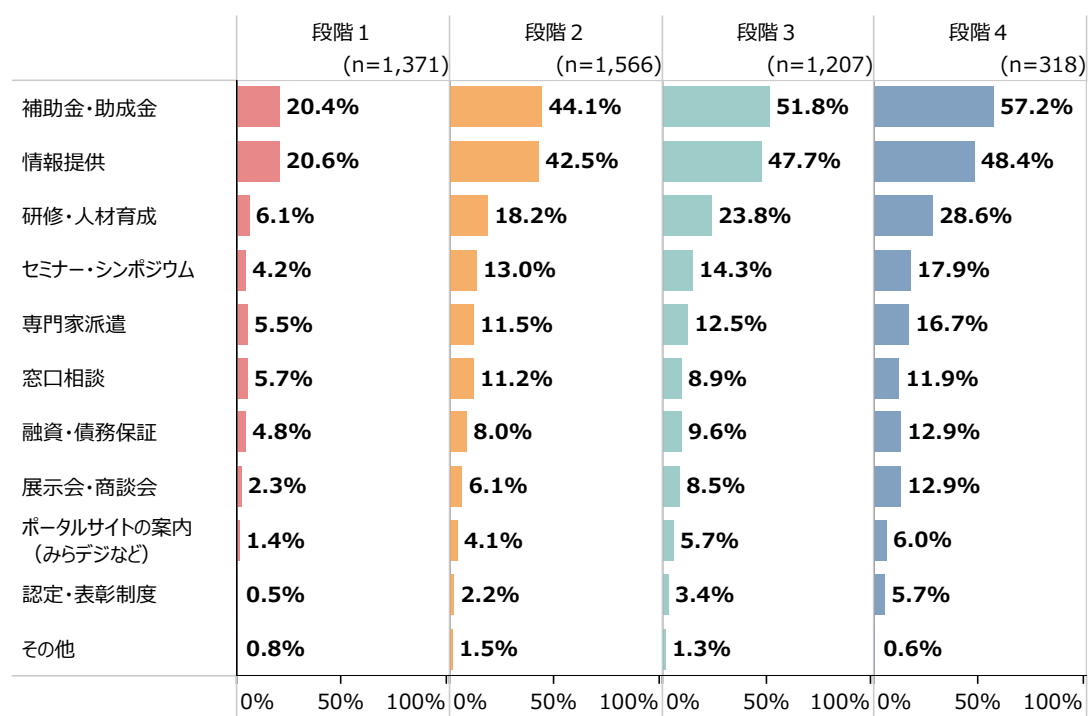


資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

2.DXの取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

第1-4-54図 DX推進のために期待する支援策（DXの取組状況別）



資料：（株）帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」

（注）1.DX推進のために期待する支援策について、「特になし」と回答した企業を含む合計に対する割合を集計している。

なお、「特になし」は表示していない。

2.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

3.DXの取組状況は、2023年時点の状況を集計している。

環境省（2022b）では、DXの進展により、エネルギーの最適利用やCO2排出量の把握・削減といったGXの取組の効率化が可能となる「DXによるグリーン化」の重要性が指摘されている。また、他方でDXの進展に伴う電力消費増加に対しては、地域における再生可能エネルギーを活用

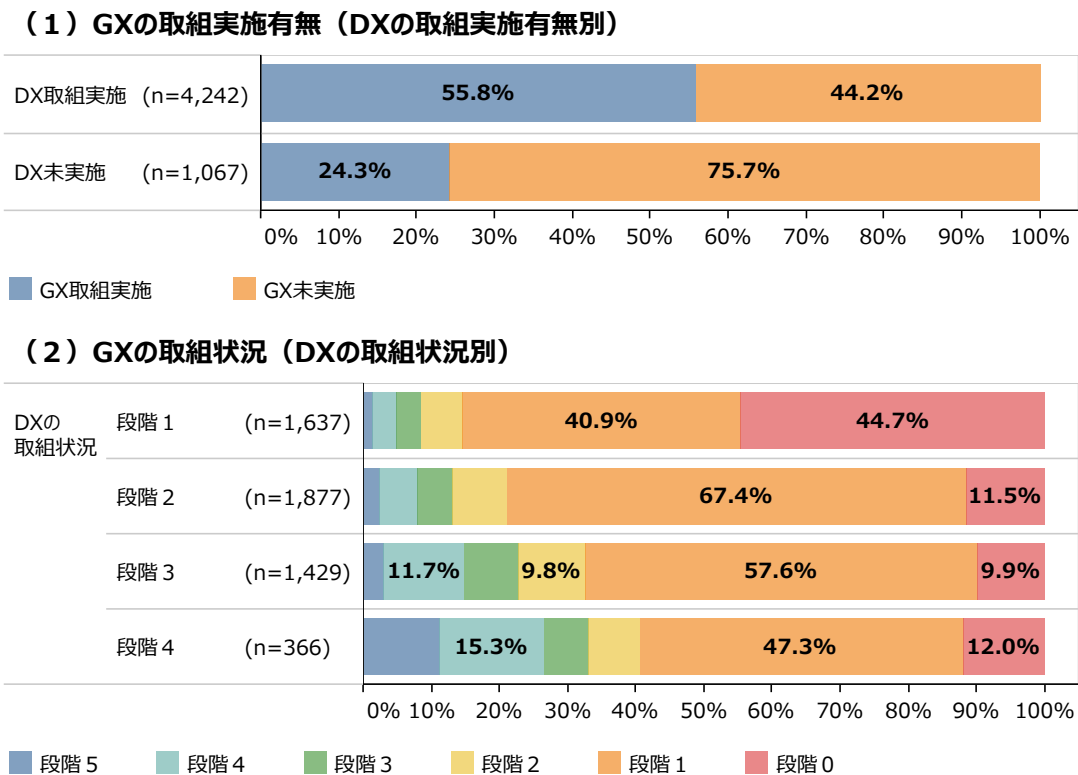
した消費電力のグリーン化や災害に強いデジタル基盤構築などの取組を通じ、「DXのグリーン化」を推進することも重要であることから、DXとGXは「車の両輪」として取り組むべきであるとされている⁸⁰。

⁸⁰ 詳細は、環境省（2022b）「GXを支える地域・くらしの脱炭素～今後10年を見据えた取組の方向性について～」を参照。

第1-4-55図は、DXとGXとの取組状況の関係性を見たものである。これを見ると、DXに取り組む企業ほどGXにも取り組んでいる傾向にあり、またDXの取組段階が進んでいる企業ほどGXの取組段階も進んでいる傾向にあることから、DX

とGXには相乗効果があることがうかがえる。このことから、DXとGXを同時並行的に取り組むことが双方の取組状況を進展させる上で有効であると推察される。

第1-4-55図 DXとGXとの取組状況の関係性



資料：(株)帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」
(注) 1.DXの取組内容を尋ねた質問で、いずれかの取組を実施していると回答した企業を「DX取組実施」、「特になし」と回答した企業を「DX未実施」として集計している。
2.脱炭素化の取組内容を尋ねた質問で、いずれかの取組を実施していると回答した企業を「GX取組実施」、「特になし」と回答した企業を「GX未実施」として集計している。
3.脱炭素化及びDXの取組状況は、共に2023年時点の状況を集計している。

DXの推進に当たっては、デジタル環境の活用増加に伴いサイバーリスクが増加することや、オンラインモールなどでの非対面の取引増加に伴い取引上の問題が発生するリスクが増加することといった課題に対処することも重要である。コラム1-4-8では、中小企業のサイバーセキュリティ対

策の必要性を説明するとともに、対策の実施に係る支援策を紹介する。また、コラム1-4-9では、デジタルプラットフォームでの取引において生じた問題に関する悩みや相談に対応する「デジタルプラットフォーム取引相談窓口」について紹介する。

コラム

1-4-8

中小企業のサイバーセキュリティ対策

1. セキュリティ対策の必要性

テレワークやクラウドサービスの利用など、デジタル環境の活用が進む一方で、ランサムウェアなどサイバー攻撃が多様化・巧妙化することにより、大企業のみならずサプライチェーンを構成する中小企業もサイバー攻撃の脅威にさらされている。サイバー攻撃へのセキュリティ対策が十分でなかった場合には、自社への影響のみならず、情報漏えいなどにより他社、ひいては社会へ被害が拡大するおそれがある。このような情勢において、経営者によるリーダーシップの下、サイバーセキュリティ対策を実施していくことが事業継続や企業価値の向上などの観点からも重要である。

経済産業省及び独立行政法人情報処理推進機構（IPA）では、サイバーセキュリティの実施に当たって活用・参照できるガイドラインや導入支援のツールを公表している。

2. 中小企業の情報セキュリティ対策ガイドライン

「中小企業の情報セキュリティ対策ガイドライン」は、情報セキュリティ対策に取り組む際に経営者が認識し実行すべき指針（コラム1-4-8①図）と、社内において対策を実践する際の手順や手法（コラム1-4-8②図）をまとめたものである。経営者編と実践編から構成されており、個人事業主と小規模事業者を含む中小企業の利用を想定している。

コラム 1-4-8①図 [経営者編] 経営者が認識すべき「3原則」と実行すべき「重要7項目」

認識すべき「3原則」		実行すべき「重要7項目」	
原則1	情報セキュリティ対策は経営者のリーダーシップで進める	取組1	情報セキュリティに関する組織全体の対応方針を定める
原則2	委託先の情報セキュリティ対策まで考慮する	取組2	情報セキュリティ対策のための予算や人材などを確保する
原則3	関係者とは常に情報セキュリティに関するコミュニケーションをとる	取組3	必要と考えられる対策を検討させて実行を指示する
		取組4	情報セキュリティ対策に関する適宜の見直しを指示する
		取組5	緊急時の対応や復旧のための体制を整備する
		取組6	委託や外部サービス利用の際にはセキュリティに関する責任を明確にする
		取組7	情報セキュリティに関する最新動向を収集する

資料：経済産業省作成

コラム 1-4-8②図 「実践編」 できるところから始める



資料：経済産業省作成

2023年12月に公表した同ガイドラインの第3.1版では、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を防止する方策としてのテレワークの普及や、情報セキュリティ対策の必要性上昇といった社会動向の変化などを踏まえ、テレワークを安全に実施するためのポイントやセキュリティインシデント（情報漏えいや改ざん、破壊・消失、情報システムの機能停止、又はこれらにつながる可能性のある事象など）が発生した際の対応を具体的な方策として追加した。また、付録として新たにインシデント対応の基本ステップや相談窓口等を解説した「中小企業のためのセキュリティインシデント対応の手引き」を追加した。

3. SECURITY ACTION（セキュリティ・アクション）

「SECURITY ACTION」は中小企業自らが、情報セキュリティ対策に取り組むことを自己宣言する制度である。「中小企業の情報セキュリティ対策ガイドライン」の実践をベースに2段階の取組目標として、（1）情報セキュリティ5か条に取り組むこと（一つ星の自己宣言）、（2）情報セキュリティ自社診断を実施して自社の状況を把握した上で、基本方針を策定すること（二つ星の自己宣言）を用意しており、情報セキュリティを向上させるためにステップアップすることができる。

デジタル化やサイバーセキュリティ対策などを支援するIT導入補助金の申請に当たって、「SECURITY ACTION」の「一つ星」又は「二つ星」を宣言していることが申請要件となるなど、各種補助金・助成金制度においても活用されている。

コラム 1-4-8③図 SECURITY ACTION 制度 概要

★一つ星



セキュリティ対策自己宣言



1段階目（一つ星）

● 情報セキュリティ5か条に取り組む

【情報セキュリティ5か条】

- ☐ OSやソフトウェアは常に最新の状態にしよう！
- ☐ ウイルス対策ソフトを導入しよう！
- ☐ パスワードを強化しよう！
- ☐ 共有設定を見直そう！
- ☐ 脅威や攻撃の手口を知ろう！

★★二つ星



セキュリティ対策自己宣言



2段階目（二つ星）

● 情報セキュリティ自社診断を実施

● 基本方針を策定

【基本方針の記載項目例】

- ☐ 管理体制の整備
- ☐ 法令・ガイドライン等の順守
- ☐ セキュリティ対策の実施
- ☐ 継続的改善 など

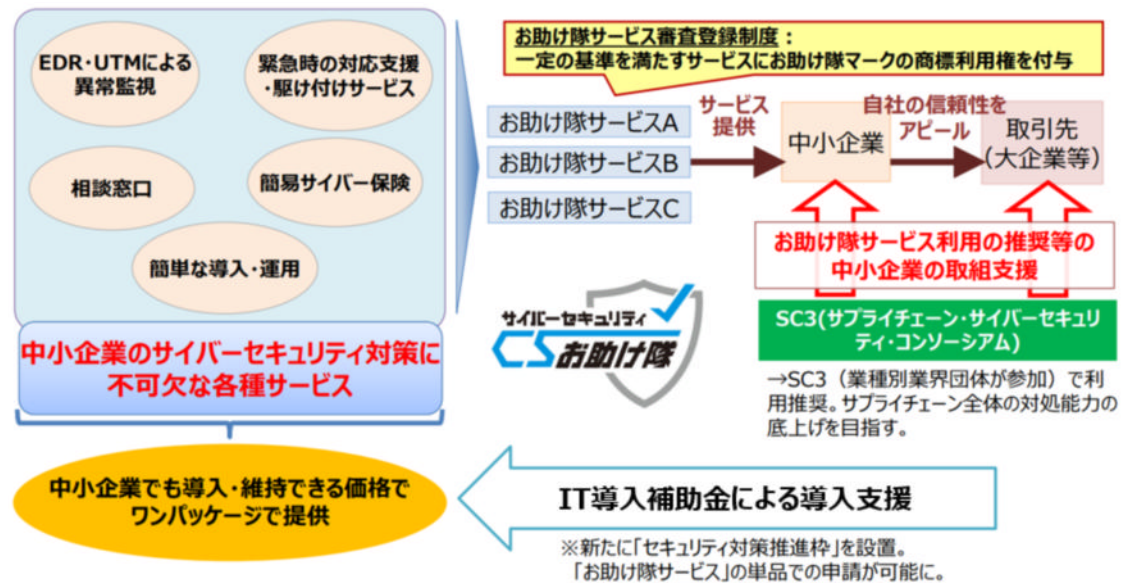
資料：経済産業省作成

4. サイバーセキュリティお助け隊サービス

「サイバーセキュリティお助け隊サービス」は、中小企業のサイバーセキュリティ対策に不可欠な各種サービス（相談窓口、システムの異常監視、緊急時の対応支援、簡易サイバー保険など）をワンパッケージで安価に提供するサービスである。

本サービスの利用については、IT導入補助金の加点・補助対象となっている。IT導入補助金における「通常枠」及び「デジタル化基盤導入枠」においては、オプションとして「サイバーセキュリティお助け隊サービス」をメインツールと組み合わせて申請をした場合、申請採択における審査時の加点対象となるほか、「セキュリティ対策推進枠」においては、「サイバーセキュリティお助け隊サービス」のみでの申請をすることが可能となっている。

コラム 1-4-8④図 サイバーセキュリティお助け隊サービス 概要



資料：経済産業省作成

5. IoT機器を開発する中小企業向け製品セキュリティ対策ガイド

「IoT機器を開発する中小企業向け製品セキュリティ対策ガイド」では、IoT機器等の開発においてセキュリティ対策を行う第一歩としての取組を提示している。具体的には、設計や開発段階からセキュリティを考慮することが重要であり、機器のライフサイクルフェーズを通じた対策を整理することを、最初に取り組む事項として示している。また、予算や人員等のリソースに限りのある中小企業がセキュリティ対策を効果的に進めた事例集等、セキュリティ対策を実施する際の参考情報を示している。

コラム

1-4-9

デジタルプラットフォーム取引相談窓口

オンラインモールなどのデジタルプラットフォームは、イノベーションの担い手であり、また、中小企業やベンチャー企業等に対して、海外展開を含め新規顧客の開拓機会を提供するなど、様々な便益をもたらす。もっとも、多数の取引を、約款で取り決め、システムで迅速に処理していることなどから、取引上の問題が発生しても運営事業者から十分な説明を受けることができないといった課題も発生している。

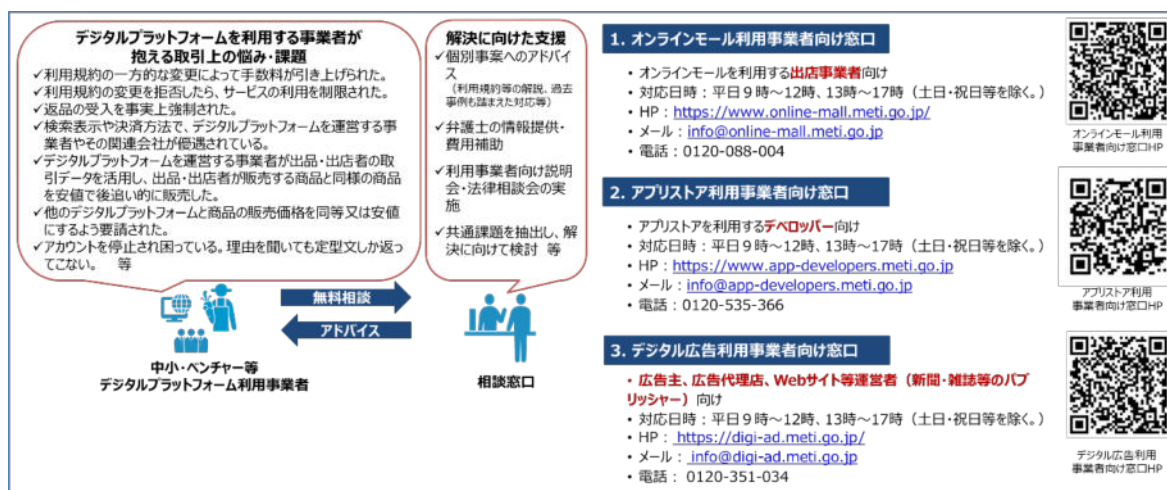
そのような課題に対応すべく、2020年5月に「デジタルプラットフォーム取引透明化法」（以下、「透明化法」という。）⁸¹が成立し、2021年2月に施行された⁸²。

これに加え、取引上の悩み相談を受け付ける窓口として「デジタルプラットフォーム取引相談窓口」が開設されている。具体的には、（1）オンラインモールを利用する出店事業者向け、（2）アプリストアを利用するデベロッパー向け、（3）デジタル広告プラットフォームを利用する広告主、広告代理店、Webサイト等運営者（新聞・雑誌等のパブリッシャー）向けと三つの分野の相談窓口を、経済産業省の委託事業として運営している⁸³。

コラム

1-4-9①図

デジタルプラットフォーム取引相談窓口



資料：経済産業省作成

⁸¹ 正式名称は、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（令和2年法律第38号）。

⁸² 規制対象事業者（特定デジタルプラットフォーム提供者）として、現在、オンラインモール分野ではアマゾンジャパン合同会社、楽天グループ株式会社、LINEヤフー株式会社、アプリストア分野ではApple Inc.及びiTunes株式会社、Google LLC、デジタル広告分野ではGoogle LLC、Meta Platforms, Inc.、LINEヤフー株式会社を指定している。

⁸³ その他、上記三つの分野以外のデジタルプラットフォームに関する取引実態や利用状況についての相談・情報提供窓口として、経済産業省Webフォームを設置している。

「デジタルプラットフォーム取引相談窓口」（以下、「相談窓口」という。）は、大きく分けると二つの役割を担っている。

1. 個別事案に対するアドバイス

相談窓口では、デジタルプラットフォームを利用する事業者から寄せられた取引上の課題等に関する悩みや相談に、専門の相談員が無料で応じている。利用規約の解説や過去の事案を踏まえた対応等について個別にアドバイスを行っているほか⁸⁴、デジタルプラットフォームへの照会や弁護士についての情報提供など、相談者の希望も踏まえ、事案に応じた対応を行っている。

令和4年度は、オンラインモール分野では「商品等提供利用者（利用事業者）からの苦情の申し出又は協議の申し入れをするための方法に関する事項」、アプリストア分野では「取引の全部拒絶（アカウント削除等）に関する事項」、デジタル広告分野では「ブランドセーフティに関する事項」に関する相談が多く寄せられた。

2. 共通課題の抽出と解決に向けた検討

相談窓口では、悩み相談を受け付けるのみならず、ヒアリングを通じて、デジタルプラットフォームを巡る取引関係について情報収集も行っている。令和4年度に相談窓口へ寄せられた情報提供件数は、三つの分野で合計3,669件であった⁸⁵。

これらの情報は、経済産業省において、取引環境の改善に向けた施策に役立てられる。例えば、相談窓口は、窓口へ寄せられた声から共通の課題を抽出し、経済産業省に報告する⁸⁶。経済産業省は、報告された情報を基に、デジタルプラットフォームの運営事業者から提出された報告書や有識者等からの意見聴取なども踏まえて、デジタルプラットフォームの運営状況についての評価を行う。この「モニタリング・レビュー」と呼ばれる評価プロセスは、透明化法に基づき毎年度実施されるものであり、評価対象となるデジタルプラットフォームの運営者は、評価の結果を踏まえて運営改善に努める義務を負う。

⁸⁴ 相談窓口では、相談者に安心して相談してもらえよう、窓口へ寄せられた相談情報に関しては、相談者の利益が害されないよう、細心の注意を払いながら取り扱っている。相談内容に応じて特定デジタルプラットフォーム提供者への照会を行うこともあるが、相談の解決や事実関係の把握のために特に必要な場合に限って行うこととしている。また、照会するに当たっては、相談者の了解を事前に得た上で行っているなど、相談者に配慮した運用としている。

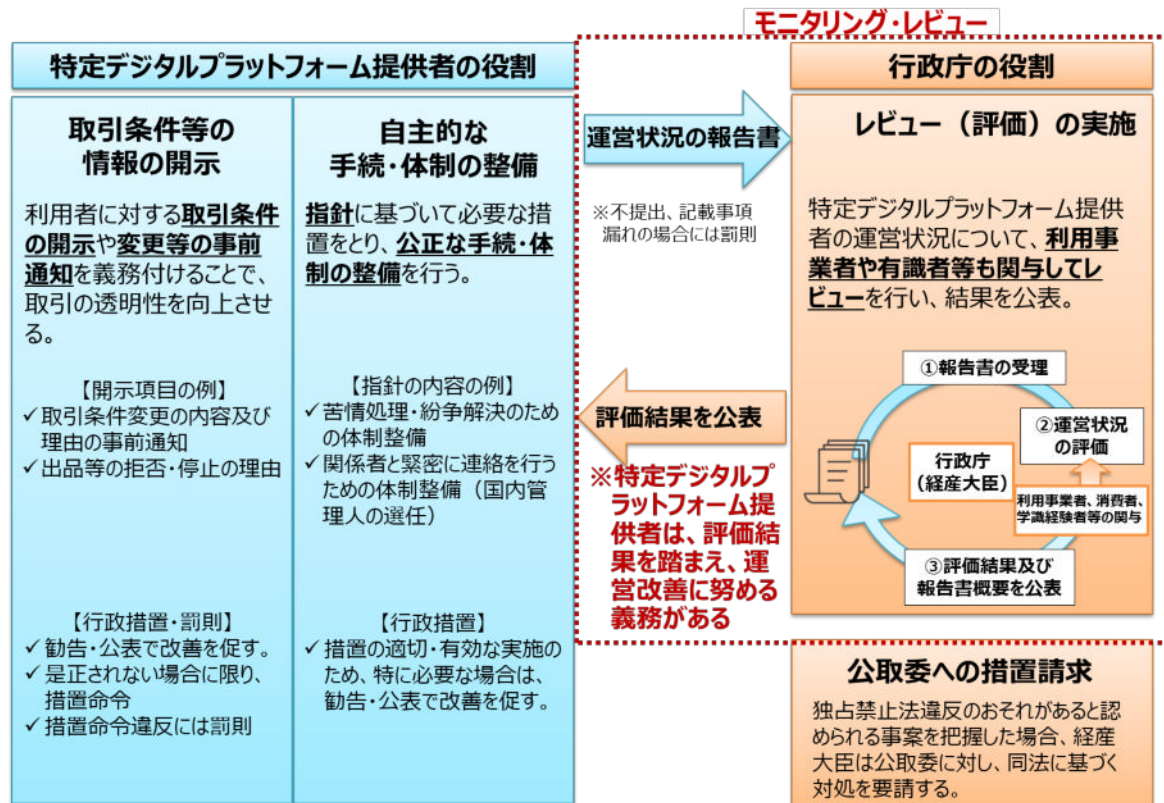
⁸⁵ 各相談窓口において受け付けた情報の内容に応じてカウントされた件数であり、ポジティブな内容やネガティブな内容等を含む。

⁸⁶ 利用事業者の声から抽出した課題の整理については、2023年度第2回デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合 資料1-1 (https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2023_002_01_01.pdf) 18～22頁、資料2 (https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2023_002_02_00.pdf) 21～24頁を参照されたい。

コラム

1-4-9②図

透明化法の概要と「モニタリング・レビュー」



資料：経済産業省作成

2024年2月、経済産業省は2023年度の大臣評価を公表した⁸⁷。本評価においても、デジタルプラットフォームの運営事業者に対し、利用事業者の声を踏まえ、一定の改善を要請しているところ、契約解除通知に問合せ先が明記されていないといった実務的な問題点も取り上げ、その是正を求めている。このような具体的な問題点がモニタリング・レビューで取り上げられているのも、利用事業者の声が発端となっている。

デジタルプラットフォームの改善状況は、理論的な検証のみならず、日々、取引を行っている現場の声によって、その実態を把握することが重要である。

そのような現場の声を受け止める相談窓口は、経済産業省による透明化法の運用を支え、デジタルプラットフォームを巡る取引環境改善の要の存在となっている。

⁸⁷ 経済産業省『『特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価』を取りまとめました』（2024年2月2日）（<https://www.meti.go.jp/press/2023/02/20240202005/20240202005.html>）

第8節 まとめ

第4章では、中小企業・小規模事業者が直面している課題と今後の展望について、分析を行った。

売上高が感染症の落ち込みから回復する一方で、企業の人手不足が深刻化している。構造的にも就業者数の増加が見込めない中で、企業は人手不足への対応を迫られている。こうした中で、人材を十分に確保できている企業では、働きやすい職場環境・制度の整備が進んでおり、賃上げなどの人への投資が必要である。賃上げの動きを見ると、中小企業・小規模事業者でも賃上げの動きが浸透してきており、2023年には過去最大の最低賃金引上げにもつながったことが分かった。しかしながら、業績改善が見られない中で、人材採用強化や定着率向上のため防衛的に賃上げを実施し、収益が圧迫されているという事業者も多く存在していることから、持続的な賃上げを実現するためには原資確保に向けた取組の強化が重要であることを確認した。

また、人手不足への対応策としては、こうした採用等の人材確保に加えて、生産性向上に向けた省力化投資も必要である。人手不足対応の取組として、多くの企業で採用活動が行われている一方、省力化投資を行っている企業は比較的少数で、中小企業における省力化投資への取組は拡大の余地が大きい。

加えて、生産性向上に向けては、販売する財・サービスの価格の視点も重要である。バブル期以降、日本企業は低コスト化・数量増加の取組を続けており、この結果、売上高や利益率は大企業が増加する一方、中小企業は発注側の売上原価低減の動きの中で低迷している。今後は低コスト化・数量増加以上に、単価の引上げによる生産性の向

上も追求する必要があると考えられる。現状の企業間取引では、コスト増加分を十分に転嫁できておらず、更なる賃上げにつながる価格転嫁を実現するためには、価格協議の場を設けることや、原価構成を把握するなど価格交渉の事前準備等を通じて価格交渉力を強化する必要があることを確認した。

賃上げの動きを地方圏でも推進するためには、中小企業・小規模事業者の成長と地域の少子化対策への貢献を同時に実現し、地方圏での良質な雇用の創出に向けた取組を行うことが求められる。地方圏では、希望する仕事探しの困難さが東京圏からの若者の移住を阻害し、また東京圏への転入を加速させる要因にもなっていることから、賃金などの待遇面だけでなく、女性・若者・子育て世代に優しい働き方改革を進めることが人材獲得における競争力を高め、人口流出の抑制にもつながることを示した。

このほか、付加価値向上の新たな手段として、気候変動やデジタル化などの社会環境の変化を踏まえて需要を獲得し、業績向上につなげるための脱炭素化・GXやDXの取組を分析した。脱炭素化・GXについては、社会的要求の高まりを受けて取組企業は年々増加しているものの、業績向上を意図して取り組む企業は少なく、取組段階を進展させてより確実に効果を得られるようにするには、支援機関への相談も活用しながら進めることが有効であることを確認した。また、DXについては、現状は業務効率化やコスト削減を目的としている企業が多いが、新規事業創出や付加価値向上を実現し、自社の成長にもつながり得る手段であることを示した。