

参議院経済産業委員会

「産業競争力強化法等の一部を改正する等の法律案」について

# 参 考 資 料

2021年6月1日

日本商工会議所 中小企業経営専門委員会

共同委員長 伊藤光男(川口商工会議所会頭)

(伊藤鉄工株式会社代表取締役社長)

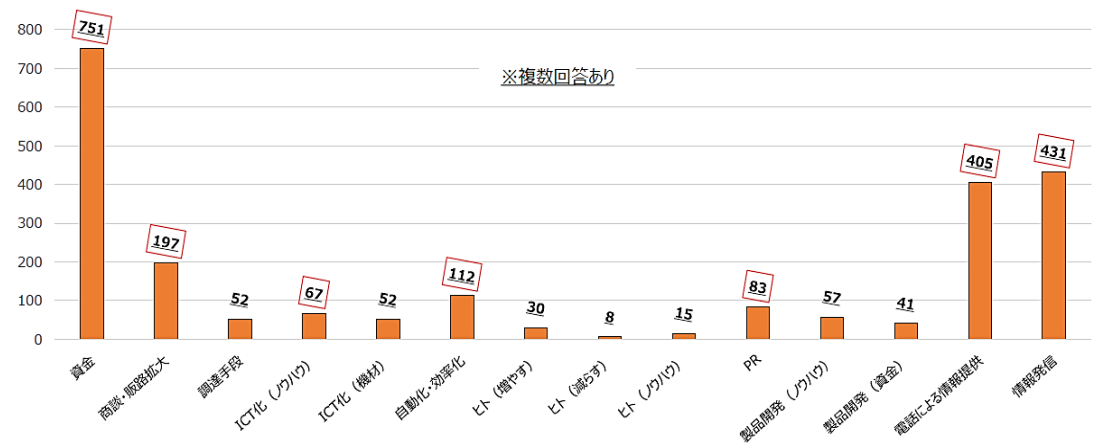
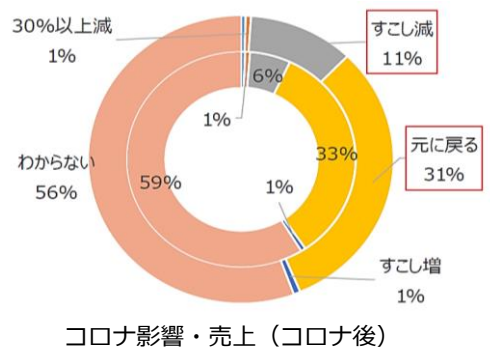
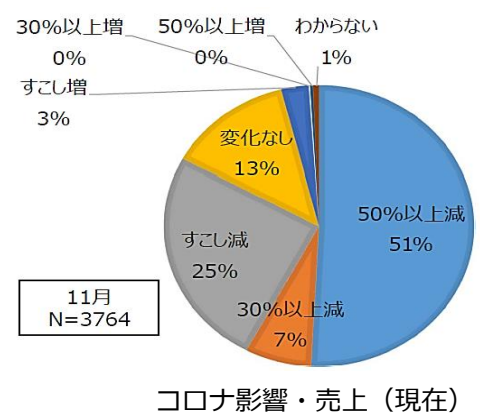
- **埼玉県川口市の経済動向等**
- **伊藤鉄工株式会社の概要**

# 埼玉県川口市の経済動向等①

## ～コロナ禍における川口商工会議所会員事業所の現状～

### 全会員向け「電話による聞き取り調査」活動結果（抜粋）

外部委託及び職員による会員向けにフォローコールを実施  
 実施期間：2020/6/3～2021/3/31  
 対象：川口商工会議所会員6,420件（全業種）



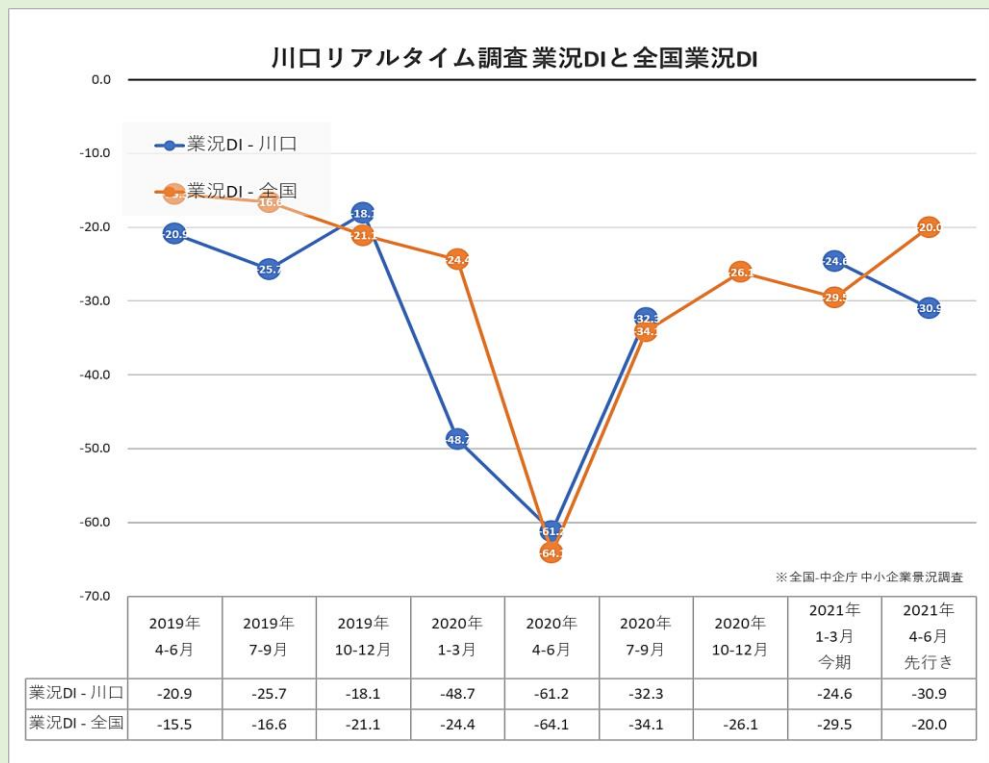
- 各給付金・支援金・補助金等支援策を2,000件以上案内し利用促進を図った。  
 →各種支援策の情報過多による認知度低下が浮き彫りになった。
- コロナ影響による売上は昨対50%以上減少した事業者が51%、悪影響を受けなかった事業者は16%であった。
- コロナ収束後の売上見込みは、「わからない」が56%（2020.11時点）、「元に戻らず少し減少」の回答が7月と11月比較で5%増と先行き不安の声が増加傾向であった。
- 商工会議所等への要望として、資金繰り、各種情報発信、電話等による情報提供、商談・販路拡大施策が多くあがった。
- 行政への要望として、各種支援策の公平で一律の支援、申請の簡素化・拡充、柔軟な対応が多くあがった。

# 埼玉県川口市の経済動向等②

## 【川口商工会議所 リアルタイム景況調査より（2021.1～3月期）】

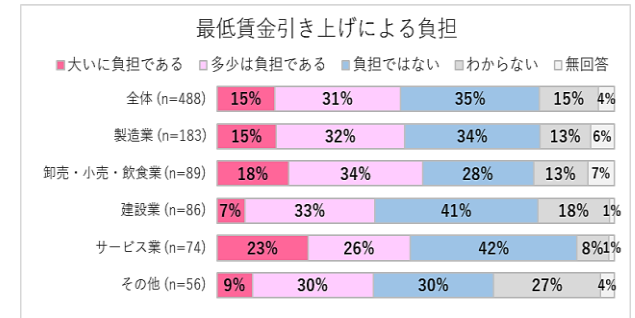
リアルタイム景況調査（四半期ごと）  
1～3月期調査 回答数488件（うち小規模 348件）

3月期 川口業況DIは、全国よりやや上回っているものの、先行きは下落しており、見通しは厳しい。  
4-6月先行きは、卸・小売・飲食の売上高DI・採算DIとも▲45%と下落、建設・製造で仕入単価DI▲50%と仕入単価上昇が危惧されている。

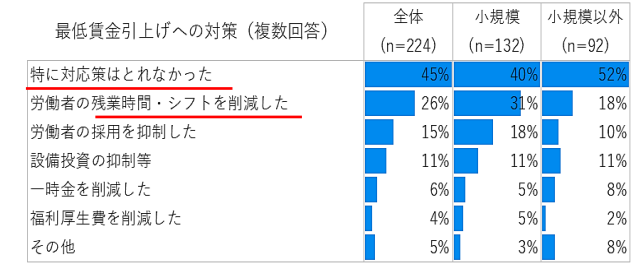


	製造業		卸売・小売・飲食業		建設業		サービス業		その他		総計	
	今期	先行き	今期	先行き	今期	先行き	今期	先行き	今期	先行き	今期	先行き
売上高DI	▲25.1	▲29.5	▲28.1	▲44.9	▲30.2	▲29.1	▲13.5	▲12.2	▲30.4	▲28.6	▲25.4	▲29.5
採算DI	▲17.5	▲28.4	▲29.2	▲44.9	▲30.2	▲36.0	▲12.2	▲16.2	▲25.0	▲25.0	▲21.9	▲30.5
仕入単価DI	▲47.0	▲49.7	▲37.1	▲39.3	▲43.0	▲50.0	▲28.4	▲31.1	▲28.6	▲21.4	▲39.5	▲41.8
従業員DI	9.8	14.2	4.5	3.4	18.6	26.7	9.5	10.8	16.1	17.9	11.1	14.3
業況DI	▲22.4	▲28.4	▲33.7	▲43.8	▲26.7	▲34.9	▲21.6	▲23.0	▲17.9	▲23.2	▲24.6	▲30.9
資金繰りDI	▲15.8	▲27.3	▲19.1	▲24.7	▲12.8	▲18.6	▲16.2	▲23.0	▲5.4	▲10.7	▲14.8	▲22.7

### ■最低賃金引上げ

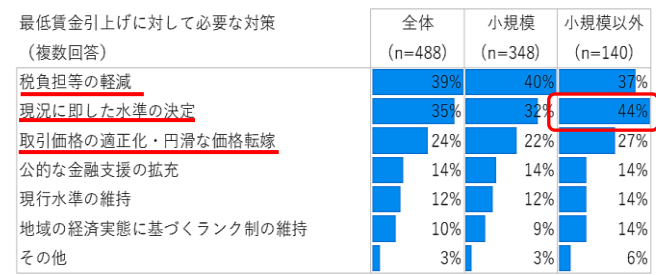


最低賃金引上げに  
46%が負担と回答



うち引上げの対応策が  
取れていない事業所  
45%、残業時間やシフトを削減した事業所  
26%（最低賃金の引き上げは賃金増に必ずしも直結しないことが伺える）

### 最低賃金引上げの必要な対策として、税負担等の軽減、現況に即した水準の決定、取引価格の適正化・円滑な価格転嫁があげられている

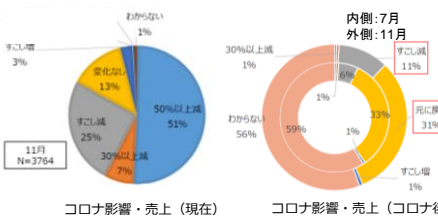


令和2年度 新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業者への支援活動

1. 会員ニーズ調査・情報収集

(1) 全会員向け「電話による聞き取り調査」

外部委託及び職員による会員向けにフォローコールを実施  
 実施期間：第1弾 6/3～11/2 第2弾 1/12～3/31  
 対象：6,420件



- > コロナ対策の支援金等各種情報提供、ニーズ調査を実施
- > コロナ影響による売上は50%以上減少が51%、コロナ収束後の売上予想は、わからないが56%と厳しい実態が確認できた。
- > 商工会議所・行政への意見要望等を集積し会員ニーズとして資金繰り、各種情報発信、電話等による情報提供の要望が多かった。

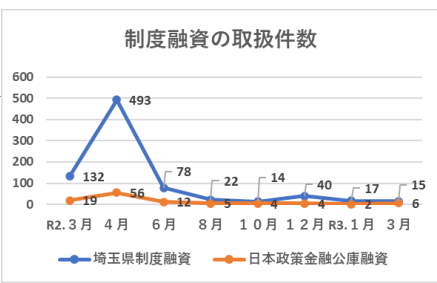
(2) コロナウイルス緊急アンケート

実施期間：6/18～6/25  
 調査内容：コロナによる経営活動への影響調査  
 調査対象：358件(役員議員、青年部、女性会) 回答91件

- > 影響は売上受注の減少が71%と最多。営業販売活動の制限や消費低迷が主な原因で挙がった。
- > 事業資金の確保、時差出勤・テレワーク・感染予防対策実施を対策として行っている先が多かった。

2. 資金繰り

- (1) 埼玉県、日本政策金融公庫の制度融資の相談・あつ旋
- (2) マル経営審査会の緊急開催
- (3) 中小企業の金融支援に関する緊急要望  
 2/22に地域金融機関・日本政策金融公庫・信用保証協会へ金融支援に関する要望を行った。



< 制度融資取扱状況(R2.3月～R3.3月実績：1,208件) >

① 埼玉県の新型コロナウイルス感染症対策融資 (R2.3～R3.3月1,051件)

経営安定資金	720件
経営あんしん資金	331件

② 日本公庫の新型コロナウイルス感染症対策融資 (R2.3～R3.3月157件)

マル経融資	50件
コロナ特別貸付	107件

- > 3月～6月の4資金合計は963件であり、令和元年度の取扱件数1,553件の62%分に相当
- > 取扱件数は4月がピークで、以降は埼玉県及び政府系金融機関の無利子制度へシフト(金融機関へ直接申込)

3. 給付金(支援金)

- (1) 国・県・市の給付金に係る予約制の「緊急個別相談会」  
 ① 5月20日から、7階事務室に特設会場を設置  
 中小企業診断士と経営指導員等の職員がワンストップ相談  
 5月～9月相談実績：933件  
 [給付金の種類]  
 ○川口市小規模事業者等事業継続緊急支援金(5/7～7/31)  
 ○※川口市中小企業等事業継続支援金(7/6～9/4)  
 ○※川口市飲食店等家賃支援金(10/1～11/30)  
 ○川口市短時間請協力金(12/14～12/17)  
 ○緊急事態宣言の影響緩和に係る一時支援金  
 予約受付(3/15～3/31) 280件  
 ○埼玉県中小企業・個人事業主支援金(5/7～6/15、6/1～7/17)  
 ○埼玉県中小企業・個人事業主等家賃支援金・賃入金(7/17～10/16)  
 ○同  
 ○国の持続化給付金(5/1～1/15)  
 ○国の家賃支援給付金(7/14～1/15)  
 ○埼玉県感染防止対策協力金(12/4～R3.3/31)  
 ※は、川口商工会議所で事務受託

② 申請サポート会場支援(設置調整、来場者への経営情報提供)  
 持続化給付金：5/21～9/30 川口埼玉第1ビル  
 家賃支援給付金：7/22～カモメ川口前川 11/1～川口埼玉第1ビル

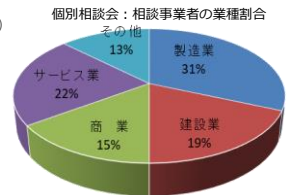
① 商工会議所でワンストップ支援 ② 持続化給付金申請サポート会場

① 貸借入(8/7～2/15)

- > ①緊急個別相談会では、「ワラワ申請に不慣れ」「書類作成が負担」等の事業者に対しワンストップ支援を実施
- > 情報不足が見受けられ、全会員企業にFAX通知や電話による徹底した周知活動を実施(外部機関に一部委託)

4. 雇用調整助成金

- (1) 雇用調整助成金個別相談会(4月16日：SKIPシティ、23日：フレンドイ)  
 ハローワーク、川口市、社労士会川口支部と共催  
 相談件数：86件(4月16日・40件、23日・46件)



- (2) 専門家(社労士)による定期専門相談  
 社労士会川口支部との連携により実施。特例措置の延長を受け当初の予定を大幅に延長し、専門家が相談対応。  
 相談件数：83件  
 年間相談件数：計192件

- > 製造業・建設業で半数も、雇用の影響は全業種に広がる傾向
- > 個別相談会86件のうち、実際の助成金申請は32社
- > 雇調金支援を敬遠する社労士も見受けられ、相談員の配置に苦慮
- > 申請要件を満たさない事業者も多数見受けられ(雇用保険未適用事業者等)、今後の対策が必要

5. 販路支援、補助金

- (1) 飲食店応援プロジェクト  
 ① クラウドファンディングによる販路支援と資金調達支援  
 「みんなで応援しよう in 食お助け隊」



- > 実施期間：5月1日～6月15日(7月から利用開始)
- > 目標額2,000万円に対し、最終額1,755万円
- > 内訳：店舗指定コース1,400万円、地域応援コース354万円
- > 支援者：1,530人、参加店舗：110店舗

- (2) 元気川口商品券事業  
 発行金額24億円(プレミアム分4億含む)  
 実施期間：12/1～R3.5/31  
 参加店：2,103件



- (3) 各種補助金の申請支援  
 ◇川口市店舗改修補助金(4/1～R3.3/31) 90件  
 ◇持続化補助金 3月以降の申請 348件(採択 210件)  
 内、コロナ特別対応型 申請198件(採択120件)  
 ◇事業承継補助金 申請2件(採択1件)  
 ◇ものづくり・商業・サービス補助金 申請7件(採択1件)

- ② ホームページによる販路開拓支援  
 買って・食べて応援! 「テイクアウト to デリバリー」  
 (参加110店)



- > 持続化補助金に関する集中支援(説明会、専門家派遣等)を行い、小規模事業者の販路開拓及びコロナ感染対策を強力にバックアップ
- > 各補助金等活用セミナー・専門家による個別相談会を随時開催

6. その他

- (1) 埼玉県宅建協会等ヘテナント賃料の猶予や減免等に関する要望
- (2) 会報・MOVE4～5月号特集、キャストビジョン、ホームページ、メルマガ、Facebookによる最新情報の発信
- (3) 企業向けガイドブック 第1版3/13、第2版5/19、第3版7/30、第4版11/1
- (4) 固定資産税・都市計画税減免に係る確認業務  
 家屋及び償却資産に関する特例措置。認定経営革新等支援機関として、事業収入の減少や事業資産の確認
- (5) ココロ・つなぐ、会員掲示板 (HP)  
 ※新型コロナウイルス感染対策として、会員企業が技術力を活かし開発した製品やあつ旋可能な商品等を紹介
- (6) [チーム・かわぐち] コロナ・困りごと・何でも相談会、経営特別相談会  
 川口商工会議所・工業専門団体・金融機関連携事業として10月21日にフレンドイで開催。  
 税理士・社労士・弁護士等の専門家がコロナ関連の悩みごと相談に応じた。(相談：52件)
- (7) 新型コロナウイルス感染症に関する特別相談会(経営改善・再建相談)  
 資金繰り困難、業績悪化によるリスケ、リスケ状態からの脱却 相談：7件
- (8) デジタル化支援事業の推進  
 特別委員会を設置し、ウィズコロナを見据えたデジタル実装への支援体制構築



# 伊藤鉄工(株)の概要①

<b>経営理念</b>	“徳”を以って業を成し、“信”を以って営む	
<b>経営方針</b>	鑄鉄を主材料とした自家製品の製造販売を中心とした企業 日本でのものづくり	
<b>会社概要</b>	資本金	6 0 0 0 万円
	売上高	2 2 億円（令和 2 年・コロナの影響で前年比 8 4 %）
	代表者	伊藤光男
	本社・工場	埼玉県川口市元郷 3 - 2 2 - 2 3
<b>会社沿革</b>	経歴 9 0 年にわたる歴史	
	昭和 6 年	伊藤合名会社設立、石炭ストーブ製造販売開始
	昭和 1 4 年	英式旋盤製造販売
	昭和 1 7 年	海軍施設本部管理工場
	昭和 3 0 年	建設用鑄鉄器材製造販売
	昭和 3 2 年	伊藤鉄工株式会社設立・資本金 2 0 0 万円
	昭和 3 3 年	資本金 6 0 0 万円に増資
	昭和 5 8 年	鑄造工場の新設（鑄造型機・砂処理装置・溶解炉設備）
	昭和 6 0 年	景観製品（街路灯、フェンスなど）製造販売
	平成 2 年	無塗装防錆鑄物（錆ない鑄物）ラスガード製造販売
	平成 5 年	資本金 6 0 0 0 万円に増資
	平成 1 5 年	耐震性排水鋼管用鋼球入り継手（I M L 継手）製造販売 低熱膨張鑄鉄開発（経済産業省創造技術研究開発事業）
	平成 1 6 年	I M L 継手、国土交通省営繕部・機械設備工事監理指針記載
	平成 1 7 年	電着塗装設備新設
	平成 1 8 年	超薄肉鑄物開発・キッチン用品（ナベ・フライパン等） （経済産業省ジャパン・ブランド） 福岡営業所開設
	平成 1 9 年	I K I C A S T V I E T N A M（ハノイ）設立
	平成 2 0 年	仙台営業所開設
	平成 2 7 年	大阪営業所開設
	平成 2 9 年	I K I C A S T V I E T N A M に鑄造造型機新設
<b>変化する商売</b>	祖父	石炭ストーブ
	父	建設用鑄鉄器材
	子	景観製品・排水鋼管用継手

# 伊藤鉄工(株)の概要②

## <経営上の課題>

- 商売は市場によって変化します。最も重要なことはその企業が存在する市場です。市場の変化が経営に大きな影響を与えます。弊社製品を使用している建築土木の市場は平成5年の83兆円をピークに令和2年では55兆円とされています。弊社の製品はその市場の中の建築排水器具で、おそらく100億円程度のニッチの市場ですが建築の市場の減少に比例して市場規模は縮小しています。
  
- その売上減を補うために
  - ①新市場の商品開発（景観製品、キッチン用品等）
  - ②現市場の中の新商品（I M L継手）
  - ③現商品の販売地域の拡大の3つの戦略をとってきましたが、なかなか①については思うように売上が伸びませんでした。②③については成果が出つつあり、平成3年の売上ピーク（従業員115人）から平成23年には60%（同77人）ぐらいの規模に減少していましたが、令和元年には75%（同94人）ぐらいの規模に改善してきました。
  
- このように中小企業の場合は、市場の変化に左右され対応が困難です。また、生産設備の更新についても市場（売上）が伸びているときはその償却が容易ですが、市場が伸びていないときの設備投資は厳しい状況です。
- 弊社はそれでも設備の老朽化で今夏に設備更新します。その設備を更新しても売上が上がる市場でないのに厳しいのですが、その意味でも“ものづくり補助金”は中小企業の設備更新に寄与していると思います。因みに鑄造の世界で言いますと、日本の企業より中国の企業の方が最新の設備を備えているように思えます。
  
- 生産性を上げるには、適正な販売価格とI T化は欠かせませんが、“未来志向型の取引慣行に向けて”は、その一助になると思います。I T化推進には「人材」と「資金の不足」が、中小企業における課題だと思います。

# 商工会議所の概要



# 商工会議所の概要とミッション

- 商工会議所は、商工会議所法に基づく、**地域の商工業者を会員とする「地域総合経済団体」**
- 「**中小・小規模企業の活力強化**」と「**地域経済の活性化**」に向け、行政に対する様々な政策提言や、小規模企業の経営支援、地域活性化に向けた諸事業、簿記など産業人材の育成等、様々な活動に取り組んでいる

中小・小規模企業の  
活力強化

地域経済の  
活性化

総会員 122万会員

経営支援事業

地域活性化事業

各地商工会議所 515カ所

日本商工会議所

政策提言（意見・要望活動）

政府・政党

会員はあらゆる規模・業種の商工業者で構成

（72.2%が小規模事業者）

- 会員は業種別の部会に属し、意見を表明
- 役員・議員が商工会議所の意思を決定
- 若手経済人で構成される**青年部(3.3万会員)**、女性経営者で構成される**女性会(2.1万会員)**を設置

商工会議所の創設は1878(明治11)年

(1885(明治18)年までに全国で32の商法会議所が誕生)



東京商法会議所  
(1878年3月設立)  
初代会頭 渋沢栄一



大阪商法会議所  
(1878年8月設立)  
初代会頭 五代友厚

- 現在は商工会議所法(1953年)に基づき設置
- 職員数は8,515人(平均17人)(2020/3)
- ・うち補助対象職員数は4,905人(平均10人)
- ・うち経営指導員は3,412人(平均7人)

日本商工会議所の創設は1922(大正11)年

- 現在は商工会議所法(1953年)に基づき設置



日本商工会議所  
第19代会頭 三村 明夫

<第6条>商工会議所は、その地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、兼ねて社会一般の福祉の増進に資することを目的とする。

「現場主義」「双方向主義」の徹底のもと幅広い意見を取りまとめて政策提言  
(主な政策提言項目)

経済対策、中小・小規模企業対策、税制、社会保障制度改革、科学技術・知財、規制改革、エネルギー、雇用問題、TPP、観光、震災復興など

※渋沢栄一翁のトピックス

2021年 NHK大河ドラマ「青天を衝け」(渋沢栄一役:吉沢亮さん)

2024年度前半 新一万円札の肖像画

# 商工会議所の事業活動

## 515商工会議所(122万会員、約95%が中小企業)の活動 ～中小企業の成長力強化と地域経済の好循環の構築～

### 政策提言と実現に向けた活動

- ◆「現場主義」「双方向主義」のもと幅広い意見を取りまとめて政策提言  
(主な政策提言項目)  
経済対策、中小企業対策、税制、社会保障制度改革、科学技術・知財、規制改革、エネルギー・環境、雇用問題、TPP、観光、震災復興など

### 中小企業・小規模事業者の生産性向上

- ◆経営指導員等が、創業・販路開拓・経営革新・FinTech・経営改善・事業承継等、中小企業・小規模事業者の様々な経営課題に応じて総合支援
- ◆コロナ禍で厳しい経営環境に直面する事業者の再起に向け、マル経・持続化補助金等により「伴走型の事業計画策定・実行支援」を強力に推進

### 中小企業の海外展開・輸出入支援

- <原産地証明書等の活用促進>  
◆第一種特定原産地証明書:  
25.5万件(2020年度実績)  
一般原産地証明書:54.8万件(2018年度実績)
- <セミナー・視察会等の開催を通じた各地商工会議所・会員企業の海外展開・国際ビジネス支援(FTA、EPAの活用やECによる販路開拓支援等)>
- <二国間・多国間経済委員会で民間経済交流を推進>  
◆二国間・多国間委員会(18委員会)の活動、在外日本商工会議所・各国大使館等との連携を通じて、「貿易・投資の促進」「新たなビジネス様式への対応」「人の往來の円滑化支援」「現地駐在員支援」等に取り組む

FTA、EPA等  
を活用した  
海外展開支援

### 企業と地域を支える人材育成

- <日商簿記などを通じた人材の育成>  
◆産業人材を育成する地域の拠点として、日商簿記、販売士、日商PC、プログラミング、珠算などの各種検定試験を実施  
受験者数48.7万人  
(2020年度実績)
- <検定試験のDX化の推進>  
◆受験者の利便性向上に資するため合格証をデジタル化するとともに、コロナ禍や自然災害時でも安定的・継続的に試験の施行を可能とするため、2020年12月から簿記2級・3級、2021年7月から販売士にネット試験方式を導入
- <インターンシップ、就業支援>  
◆インターンシップ等のキャリア教育や就職支援、「地域や中小企業で働きたい」という若者の声を拾い、マッチング(合同説明会等)

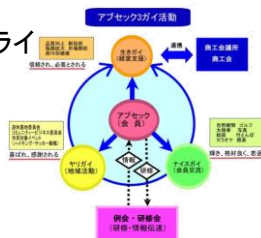
8割に近い商工会議所が実施



▲学校法人と企業との就職情報交換会(東京)

### 女性活躍推進、人口減少対策

- <女性活躍推進>  
◆企業の女性活躍推進、ワーク・ライフ・バランス支援  
例) 保育料助成制度【藤沢】  
◆全国商工会議所女性会連合会 女性起業家大賞(20回開催)
- <少子化対策/高齢化対策>  
◆次世代育成支援対策推進センターの設置  
◆子育て支援優良事業所の認定【船橋】  
◆介護員養成事業(介護員育成と雇用確保)【深川】  
◆企業OB会員組織による中小企業支援、地域活性化への貢献【上尾】



### 地方創生の中核を担う

- ◆コロナ禍で疲弊する地域経済の維持・再生に向け、政府施策を踏まえ、自治体と連携して地域企業の支援、地域の活力回復に取組む
- ◆アフターコロナを視野に、DX活用やローカルファーストの視点を入れたまち・ひと・しごとづくりを通じ、強靱かつ自律的な地域経済の再構築、地方創生の実現を目指す

### 観光振興による地域のにぎわい創出

- <海峡を越えた広域経済交流(函館・弘前)>  
◆新幹線の函館開通を契機とした観光経済圏の構築による新たな交流人口の増加と消費拡大を目的に、函館・弘前の両商工会議所が連携。函館のリゾートホテルと弘前の酒造メーカーによる日本酒の共同開発や津軽の産業まつりへの函館の事業者の参加など相互交流を実施



### 自然災害からの復旧・復興支援

- <東日本大震災、2016年熊本地震等、大型自然災害への対応>  
◆被災企業の販路開拓・拡大支援に向けた物産展・商談会の開催  
◆特別相談窓口の設置(全国515商工会議所、日商)  
◆全国から被災地の商工会議所へ経営指導員を応援派遣  
◆(東日本大震災)遊休機械マッチング実績  
(会員企業323社に3,266点を提供、2011年6月～2015年12月)  
◆(東日本大震災)東北絆まつり

# 商工会議所の中小企業・小規模事業者支援の考え方

- 経営課題の解決や事業の発展には、事業者自身が「気づき」「考え」「行動」することが不可欠。補助金等施策は、その大きな「きっかけ」となる、経営支援の強力なツール
- 限られたマンパワーや予算の中で、事業者の意識・意欲を引上げ、事業者の課題と施策のマッチングを促すため、「①情報発信」「②合同支援(セミナー等)」「③個別支援」などにより、効果的・効率的に施策の周知、活用促進に取り組むことが重要

## 事業者の経営課題に対する意識と行動

## 施策のマッチング

## 商工会議所の経営支援 施策周知・活用促進の取組

(※必要に応じ、地域の関係機関と連携)

意識・意欲の引上げ

自ら課題・解決策を考え行動

具体的な課題・解決策を明確にする

**【③個別支援】**

- ・個別相談、専門家派遣等により、解決策の明確化、実行まで、伴走支援
- ・解決策の実行に適した施策(国・都道府県・市区町の施策等)を紹介し、申請・活用を支援

課題は明確だが解決アクションがない

自らの経営課題に対する「気づき・意識改革」を促す

**【②合同支援】**

経営課題に対応したセミナー等を開催、関連する施策の内容を説明

危機感はあるが課題が不明確

漠然とした危機感

危機意識が薄い

「気づき」のきっかけを提供

**【①情報発信】**

- ・会報・HP等により、施策情報(国・都道府県・市区町村)を発信
- ・巡回・窓口相談等を通じて周知・啓発

# コロナ禍克服に向けた各地商工会議所の取組み

- 商工会議所はコロナ禍で苦境にある中小企業・小規模事業者や地域経済社会の活力強化に向け、多様な事業を実施
- 【主な内容】・経営支援：生産性向上に資するIT実装支援、テイクアウトなど売上維持支援、人材マッチング・採用支援、など
- ・地方創生：地域の賑わい創出へのイベント実施、コロナ克服に向けた売上確保・販路開拓支援、医療関係支援、など

## IT実装

### ①コロナ後を見据えた製造現場のIT実装支援 【尼崎商工会議所(兵庫県)】

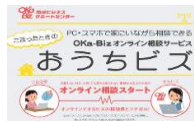
- 中小企業は技術者不足に直面。生産性向上が喫緊の課題となる中、コロナ禍を契機としたIoT等の自動化やテレワーク導入等を支援。現場の改善・強化による付加価値創造に向け、事例と実践を学ぶWeb講習を企画
- 専門家やIT化に成功した中小製造業の経営者等から基本的知識や導入プロセスまで学び、具体的なIT実装を支援

現場力・デジタル化でコロナ禍でも負けない強い会社を創る  
IoTを使った現場改善・新価値創造実践セミナー  
～ With コロナ・ After コロナにおける成長する現場づくり～

## IT活用

### ②オンラインによる経営支援・webセミナー開催 【岡崎商工会議所(愛知県)】

- 所内ビジネスサポートセンター「オカビズ(Oka-Biz)」では、コロナの流行を受け、スカイプ(skype)、ズーム(Zoom)等の無料web会議システムを活用し、自宅や事業所で経営相談が受けられる「おうちビズ」を開始
- ズームを活用した会社説明会や採用面接の開催、テレワーク導入等をテーマに、Web形式で入門セミナーを実施



## 賑わい創出

### ③ドライブインシアターで地域の賑わい創出 【郡山商工会議所(福島県)】

- コロナの影響でイベント中止が相次ぐ中、青年部では、新たな生活様式に対応したイベント「ドライブinフェスタ郡山」を開催
- 地元企業と連携でクラウドファンディングで実施。昼はドライブスルー形式のフードフェス、夜はドライブインシアターと、マイカー内で楽しめる企画で三密回避を徹底。多くの家族連れなどで賑わっている



## 売上維持

### ④中止となった陶器市をweb上で開催 【有田商工会議所(佐賀県)】

- 毎年、全国から約100万人が訪れる「有田陶器市」がコロナの影響で中止。自治体と連携し、オンラインによる「web有田陶器市」を企画。129の商社・窯元が参加し、ビジネスマッチング等で成果
- 販売サイトを持たない出店希望者には、期間限定の無料HP開設の講習会を実施。消費者からはSNSで好評を得る等、販路拡大に寄与



## 売上維持

### ⑤デリバリー・テイクアウトの利用促進・PR 【山形商工会議所(山形県)】

- 売上が低迷している飲食店やホテル等の支援のため、会員事業所のデリバリー、テイクアウトを紹介するWebサイト「そうだ！おうちで食べよう！」を開設
- 市民へ事業を「見える化」し、利用を促すため、サイト内の店舗を掲載したチラシを作成。市内の約2万世帯にポスティングし、地元飲食店等の事業継続をバックアップ



## 雇用

### ⑥中小企業の従業員と農家との人材マッチング 【塩尻商工会議所(長野県)】

- JA等の市内農業団体と連携し、コロナの影響で仕事が減少した中小企業の従業員を対象に、入国制限で外国人技能実習生の来日が困難になり、人手不足の農家とマッチングする事業を開始
- 生活に不安を抱える中小企業の従業員の一助となることに加え、収穫期を迎える農家の人手確保にも繋がり、地域経済循環に寄与



## 雇用

### ⑦オンラインによる「非接触」の就活支援 【浜松商工会議所(静岡県)】

- 地元企業への就職・転職を支援する「はままつUIJターン就職寄り添い相談」の一環として、新たにテレビ電話(スカイプskype)を活用したサービスを開始
- 非接触ツールを活用し、Face to Faceによるきめ細やかな相談や面接指導、企業紹介を実施し、学生のコロナ禍での就職活動への不安を解消



## 販路開拓

### ⑧広域連携のビジネス商談会をオンライン化 【福井県商工会議所連合会】

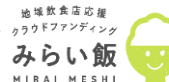
- 毎年、北陸3県や東京、関西、東海の商工会議所等と連携し、300社超が参加する商談会を開催。コロナ対応として、2020年度はオンライン方式に変更し11月下旬に11日間開催
- 参加企業が商談したい企業を選び、マッチング成立で、Web会議システムによる個別商談に進む。新たな生活様式に対応する商談機会の拡大で企業の利益確保を支援



## 資金調達

### ⑨クラウドファンディングによる地域飲食店支援 【日本商工会議所】

- 長引く活動制約で困窮する地域飲食店支援のため、各地商工会議所がクラウドファンディング実行者となり広く市民等に地域活性化へ支援を呼びかけ、集まった支援金を参加飲食店に配分・送金する「地域飲食店応援プログラム『みらい飯』」を開始
- 支援者にプレミアム付き食事券を提供。59商工会議所が参画、延べ3万人から約5億円が集まり、4,200店舗を支援



# 商工会議所の重要政策課題への考え方

# コロナ禍克服に向けた緊急対策とアフターコロナへの成長戦略

## 【基本的な考え方】

- ・経済が回復するまで、価値ある事業と雇用を維持する時間的猶予を作り、中小企業が新たな挑戦に舵を切るための環境整備を
- ・アフターコロナを見据え、不確実な将来に備えた国全体としての「戦略的ゆとり」を組み込んだ国家運営ビジョンを

## 足下

## 感染拡大防止と社会経済活動の両立環境の整備・促進

### 【ワクチン接種の推進、医療提供体制の強化】

- ワクチン接種の推進、日本産のワクチンおよび治療薬の開発の加速化
- 地域医療連携による医療提供体制の抜本的な強化
- ワクチン接種証明書の発給体制整備と活用方策の検討、在留邦人のワクチン接種体制整備
- 入国管理アプリの活用や全自動ロボット等の導入による入国時PCR検査の対策強化など、水際対策の徹底を前提とした、在留邦人の海外往來の緩和

### 【経済的苦境にある地域経済・中小企業等への支援】

- 雇用調整助成金の特例措置の延長による「雇用維持」への支援、一般会計による財源負担の実施
- 時短要請に応じた飲食店の事業規模に応じた協力金の円滑な支給、手続きの簡素化

- 資金繰り支援のさらなる強化（返済猶予等既往債務の条件変更、資本金劣後ローンの推進、積極的な新規融資、納税資金等の融資制度の創設、納税猶予にかかる延滞税の免除、赤字でも負担が生じる固定資産税等や社会保険料の減免等）

- 中小企業の事業再生に向け、中小企業再生支援協議会の体制強化や中小企業の実態に沿った私的整理ガイドラインの早急な策定

- コロナ禍により苦境に陥った地域公共交通機関、飲食・宿泊事業者等が取り組む感染防止に資する設備投資等への費用助成、積極的に感染防止に協力する事業者への支援拡充、インセンティブ付与

- 感染状況を踏まえたGoToトラベル事業の適切な時期の再開、「地域観光事業支援」の広域連携推進

## 短期

## コロナ禍克服に向けた政策（中小企業、地方創生）

### 【中小企業等への成長支援】

- 法人版事業承継税制の特例承継計画の申請期限の延長、制度普及のための制度改善
- 中小企業の挑戦の後押し（販路開拓、商品開発、設備投資、事業再構築、新事業展開等）、脱炭素効果の高い設備への更新（グリーン対応補助金）、事業承継・引継ぎ支援、商工会議所の経営支援体制強化
- 法人による飲食需要喚起のための環境整備（交際費課税緩和、損金算入特例の延長・拡充）
- 中小企業のデジタル実装に不可欠な少額減価償却資産の損金算入特例の延長・拡充
- 中小企業のバックオフィス業務や企業間取引等におけるデジタル実装支援（IT導入補助金の拡充、デジタル支援できる専門人材の育成支援等）
- キャッシュレス決済・クラウド会計の推進、オンライン取引・手続きの促進
- 電子商取引（EC）を活用した海外への販路開拓支援
- サプライチェーン全体での付加価値向上や取引適正化に向けた「パートナーシップ構築宣言」の拡大、下請取引対策の徹底

- コロナ禍の危機的な経済情勢や賃上げ実態等を踏まえた最低賃金の「現行水準の維持」明確な根拠に基づく、納得感のある水準の決定、各地域の経済実態を反映し、目安額を決定している現在のランク制の維持。全国一元化には反対

- 中小企業が働き方改革関連法に適切に対応するための、法律の一層の周知ときめ細かい支援  
同一労働同一賃金等、法律の幅広い周知と、働き方改革推進支援センター等の相談体制のさらなる強化・きめ細かい支援、発注企業の働き方改革により下請中小企業へしわ寄せが生じないよう、取引適正化対策の更なる強化

- 「失業なき労働移動」の促進に資する施策の強化・拡充

### 【地方創生、需要喚起策】

- テレワーク定着を好機とした地方のサテライトオフィス化等、三密回避、地方分散化の取組み支援
- 観光需要回復期に向けた地域のコンテンツ創出・受入態勢の整備支援、プロモーションの推進
- スマート農林水産業の推進、地域資源・地域力の活用等を通じた新事業の創出、販路拡大

## 短期～中期

## アフターコロナへの成長戦略（目標、環境整備）

### 【国家目標の設定】

- 激甚化する大規模自然災害や国際秩序の変化などのリスクに備え、不確実性を吸収できる「戦略的なゆとり」を賢く組み込んだ国家運営ビジョンの策定
- GDPに加え、1人当たり生産性と豊かさを示す1人当たりGDPも国家目標に設定し、潜在成長率を底上げしていく成長戦略の策定・実行
- 多様な人材の活躍推進（特定技能外国人材、女性、高齢者の労働参画・活躍促進）
- 「3E+S」を前提とした、企業の成長に資する2030年・50年エネルギーミックス／エネルギー・環境政策の実現（「経済と環境の好循環」「カーボンニュートラル」を目指す革新的イノベーションの推進）

### 【事業環境・社会基盤整備】

- 行政の対面手続き・書面手続きの抜本的な運用改善、デジタルガバメントの推進
- マイナンバー活用による社会基盤整備、マイナンバーカードの普及促進
- 中小企業の海外展開を促進するため、EPA・FTAの周知・啓発とRCEPの早期発効
- 民間主導のまちづくりのための所有者不明土地等の活用促進、地域主導のPPP／PFIの推進
- 大規模災害にあっても人流・物流機能が維持される社会資本の整備
- 高速交通網や物流拠点・観光拠点とのアクセス向上等、交通ネットワークの整備促進
- 災害時に地域経済の早期復旧拠点の役割を担う商工会議所会館等の強靱化の推進

# 「パートナーシップ構築宣言」の概要

## 1. 企業経営者による『パートナーシップ構築宣言』の登録・企業名の公表

【概要】 大企業と中小企業との「共存共栄」の取組みや、取引条件の「しわ寄せ」防止等を企業の代表者名で宣言し、専用ポータルサイトで公表

【実績】 全国1,150社以上の大企業・中堅企業・中小企業が宣言  
その約2割が上場企業、8割強が商工会議所の役員・議員等



## 2. 『パートナーシップ構築宣言』の項目

### (1) サプライチェーン全体の共存共栄

### (2) IT実装支援など規模・系列等を超えた新たな連携（オープンイノベーション）

- (例) a. 企業間の連携（オープンイノベーション、M&A等の事業承継支援 等）
- b. IT実装支援（共通EDIの構築、データの相互利用、IT人材の育成支援 等）
- c. 専門人材マッチング
- d. グリーン化の取組（脱・低炭素化技術の共同開発、生産工程等の脱・低炭素化、グリーン調達 等）

### (3) 振興基準の遵守・取引慣行や商慣行の是正

- ① 価格決定方法
- ② 型管理などのコスト負担
- ③ 手形などの支払い条件
- ④ 知的財産・ノウハウ
- ⑤ 働き方改革等に伴うしわ寄せ

### (4) その他（任意記載）

(例) 取引先満足度調査の実施／事業活動を通じて得られた利益やコストダウン等の成果配分を取引先との間で“50/50（フィフティ・フィフティ）”とする／「ホワイト物流」に関する「自主行動宣言」を表明済み 等

(例) 約束手形の利用の廃止に向けて、大企業間取引も含め、現金払いや電子記録債権への意向に取組む。

# 「パートナーシップ構築宣言」を策定した地域中小企業の声

- 宣言後、購買担当者の意識が変化。取引先への「適正利益の配分」や「コミュニケーション強化」に繋がった。
- 取引先から「無理難題を言われなくなり、経営にも心にも“ゆとり”が生まれた」「手形サイトの60日以内への短縮化によってキャッシュが早く入るようになり、資金繰りを改善できた。大変ありがたい」と感謝の声が届いた。
- 名刺にロゴマークを入れたところ、取引先等から「ホワイト企業」と認識されるようになった。

①製造業（NC複合自動旋盤による医療機器・産業用機械部品の精密加工・製造）  
（長野県/ 3000万円/ 33名）

## 【社内購買担当者の意識変化】

<宣言前> 仕入先（協力会社）には「無理な納期」の提示、「価格比較」だけで相手に相談せず仕入先を変更。  
<宣言後> 購買担当者の意識が「協力会社も1つの仕事をするためのチーム、パートナー」に変化。人的・技術的に対応可能か互いに確認し合うようになり、短納期発注となる場合は「適正利益」を上乗せ提示。

## 【仕入先（協力会社）からの評価】

- 無理難題を言われなくなったので、「納期」や「価格」を“ありのまま”提示できるようになり、経営にも心にも“ゆとり”が生まれた。
- 取引条件が良くなったので、求められる高い品質や厳しい納期を、もう言い訳として使えない。

## 【宣言の相乗効果】

- 協力会社と“相互補完的な良好な関係”を構築。
- 品質を落とすことなく、正確に納期を見通せるようになった結果、付加価値が向上し、「その分を協力会社に適正価格で反映させよう」という機運が社内で醸成。

②製造業（滑車・軸継手等の伝動・制御に使われる機械要素部品・特殊ネジ・クランプバー等の開発・製造・販売）  
（岐阜県/ 9600万円/ 279名）

## 【取引条件の改善】

<手形支払条件> 取引先に割引料を負担させることなく、支払いサイト120日→60日以内への条件変更を11月中に完遂。  
<型管理の保管> 取引先に型の無償保管要請を行わず、不要な型廃棄を実施。

## 【取引先からの評価】

<手形支払条件> キャッシュが早く入ることで資金繰りが改善され、大変ありがたい。  
<型管理の保管> 協力工場をサプライチェーンの中での持続的な存在として認めてくれた。

## 【宣言の相乗効果】

- サプライチェーン全体で長期的な共存共栄関係構築に取組み、コロナ禍のような厳しい環境変化にも互いに協力して持続的に経営する機運が醸成。

③葬祭業  
（埼玉県/ 500万円/ 20名）

## 【取引先からの評価】

- 名刺に「ロゴマーク」を入れたところ、取引先やご遺族等から“ホワイト企業”と認識されるようになった。

③紙ひも等製造・包装資材販売  
（静岡県/ 1000万円/ 29名）

## 【宣言を前面にアピール】

- 市の補助金申請書に、パートナーシップ構築宣言をした旨を記載してアピール（補助金は無事採択）



# 「パートナーシップ構築宣言」に通じる商工会議所の精神

## 初代会頭（東京商工会議所）：渋沢栄一翁の『論語と算盤』（利益を社会へ還元）

- 「道德経済合一説」（企業の利益と公益は両輪）：道理にしたがって生きることが繁栄につながる。
- 経営者が自社の利益だけを求めるのではなく、利益を社会へ還元してこそ、企業の使命が果たされる。

新紙幣肖像画決定

受け継がれる  
渋沢栄一の精神

## 永野重雄日商・東商元会頭の『日本経済石垣論』（大企業から中小企業まで相互に補完）

- 石垣は長い間の風雪に耐え、今でもびくともしないで、城壁の役目を立派に果たしている。それは大きな石、中ぐらいの石、小さい石、形の変った多くの種類の石が、実に見事に組み合わせられ、少しの隙間もないほど理想的に築造されている。石垣も大きな石だけではつukれないし、いわんや小さな石だけでも不可能である。重量、形状の変った石を使ったらこそ強固な石垣となったわけで、大・中・小の石はそれぞれ相互に補完し合い、補充し合っている。よく調和がとれているから数百年にわたる風雪、地震にも耐えられたのである。
- これはちょうど日本経済の縮図であるといえる。日本経済が、世界経済史上驚異的な発展を遂げたのも、大企業から中小企業まで、相互に補完し合ってきたからだといえる。連帯感と協調の精神があったればこそ実現し得たのである。皇居の石垣のような経済構造が最も強いのだといえる。



## 三村明夫日商・東商会頭の『新石垣論』（大企業と中小企業の新たな共存共栄関係の構築）

- わが国の強みは、大企業と、層の厚い中小企業との強い結びつきだと考える。大企業と中小企業が強固に結びつき、互いに協力しながら環境の変化に対処する強さである。
- しかし、石垣のあり方も、時代の変化に合わせて、進化させていかなければならない。豊富なリソースを有する大企業が、ビジネスとして中小企業の生産性向上の取組みを支援することで、「サプライチェーン全体の効率化」を図り、さらに「オープンイノベーション」によって、大企業と中小企業・スタートアップ企業の新しい融合を実現し、「新たな価値創造を目指す取組み」を広げるなど、「大企業と中小企業の新たな共存共栄関係の構築」が必要である。

# 「パートナーシップ構築宣言」プロモーション動画公開（日商制作）

- 視聴いただく用途や環境に応じて放映時間の長さ別に「**3パターン**」を用意（誰でも無料で視聴できます）

- ① 本宣言のことを今すぐに知りたい【**5分版**】

<https://youtu.be/rAn1-GbcC1A>

- ② 本宣言の全体概要・概略を知りたい【**10分版**】

[https://youtu.be/j2Tx\\_ciOwoI](https://youtu.be/j2Tx_ciOwoI)

- ③ 本宣言ができた背景や取組事例などもあわせて知りたい【**Full版**】（30分間）

<https://youtu.be/tMh3QCAzGUU>

< P R チ ラ シ >

[https://www.jcci.or.jp/chusho/partnership\\_pv\\_chirashi.pdf](https://www.jcci.or.jp/chusho/partnership_pv_chirashi.pdf)

< 主な出演企業（順不同） >

マツダ（広島）、オムロン（京都）、コマニー（小松）、大栄螺旋工業（西脇）、木幡計器製作所（大阪）、タムロン（埼玉）、東京チタニウム（〃）、毎日興業（〃）、大阪商工会議所、さいたま商工会議所 等

取引先と共存共栄関係を築こうと考える経営者 必見!

アフターコロナを勝ち抜くトップの決断!

## 動画公開中!!

<https://www.youtube.com/user/jccikoho>



■「パートナーシップ構築宣言」って何!?

取引先とパートナーシップを強化するなど「新たな共存共栄関係の構築」を企業の代表者名で宣言するものです（裏面参照）。取引条件のしわ寄せ防止や、サプライチェーン全体での付加価値向上、規模・系列等を越えたオープンイノベーションなど新たな連携促進を目指します。




「パートナーシップ構築宣言」で  
未来を拓く

宣言策定を呼びかける日本商工会議所の三村会頭

