その際、ＩｏＴその他の新たな技術を用いた支援にも積極的に取り組むこと。特に、ＩｏＴについては、その導入に係る費用対効果が分かりにくいとの中小製造事業者等からの声が多いことを踏まえ、導入効果を実感及び体感することができる施設又は設備を備えることが望ましい。

二　製造業における経営力向上に関する最新の知見に関する情報の収集、整理及び分析並びに調査研究等

中小製造事業者等に対する聞き取り調査等の情報収集を行い、業績が良好な企業と良好でない企業の差異を整理し、分析し、及び一般化し、製造業における経営力向上に関する最新の知見の充実を図ること。

3　事業分野別経営力向上推進業務の実施に当たって配慮すべき事項

一　国が配慮すべき事項

イ　国は、地域における中小製造事業者等の支援の担い手を多様化・活性化し、中小製造事業者等に対して専門性の高い支援を行うための支援体制の充実を図るものとする。

ロ　国は、事業分野別経営力向上推進業務を行う者に対して、必要な制度概要等の周知徹底に努めるものとする。

ハ　国は、事業分野別経営力向上推進業務を行う者が認定の申請を行う際に必要となる書類の簡素化に努めるものとする。

ニ　国は、認定事業分野別経営力向上推進機関に対して、政策評価の観点から、定期的に事業分野別経営力向上推進業務の実施状況や成果について、任意の調査等を実施するものとする。

ホ　国は、認定事業分野別経営力向上推進機関に対する任意の調査等の結果、個々の認定事業分野別経営力向上推進機関の特性等を踏まえ、必要に応じ、当該認定事業分野別経営力向上推進機関の事業分野別経営力向上推進業務の成果について報告を求める等により、当該認定事業分野別経営力向上推進機関による支援体制の状況等を把握するものとする。

二　認定事業分野別経営力向上推進機関が配慮すべき事項

イ　認定事業分野別経営力向上推進機関は、事業分野別経営力向上推進業務の実施に当たって、合理的な理由なく、特定の製造事業者等を支援対象から外すことのないようにすること。

ロ　認定事業分野別経営力向上推進機関は、業務上知り得た秘密の保持による信頼の確保を図ること。

三　独立行政法人中小企業基盤整備機構が配慮すべき事項

独立行政法人中小企業基盤整備機構は、認定事業分野別経営力向上推進機関の依頼に応じて、技術、海外展開、広域的販路開拓、商業活性化、知財管理等に関し専門的な知識を有する専門家の派遣等の協力業務を行うこと。

第6　適用範囲

本指針の適用範囲は、日本標準産業分類に定めるもののうち、大分類Ｅ―製造業（船舶、船舶用機関又は船舶用品の製造又は修理業を除く。）に掲げるものとする。

○財務省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、環境省告示第十一号

中小企業等経営強化法（平成十一年法律第十八号）第十二条第一項の規定に基づき、卸売・小売業に係る経営力向上に関する指針を次のように定めたので、同条第五項の規定に基づき公表し、公布の日から施行する。

平成二十八年七月一日

財務大臣　麻生　太郎
厚生労働大臣　塩崎　恭久
農林水産大臣　森山　**裕**
経済産業大臣　林　幹雄
環境大臣　大**塚**　珠代

卸売・小売業に係る経営力向上に関する指針

第1　現状認識

1　卸売・小売業全体の傾向

卸売業の国内の市場規模は三百二十七・七兆円、小売業の国内の市場規模は百四十一・二兆円であり、ともに、近年は横ばい傾向である（平成二十六年）。

卸売・小売業の経営形態は多様化し、製造及び小売の機能を併せ持つ製造小売を行う事業者のほか、電子商取引の進展等に伴う新たな事業者の増加が見られる。卸売業においては、小売店の減少等による国内市場規模の縮小、同業種に属する事業者との競争の激化、卸売企業相互間の合併等による寡占化の進行等により、事業者は厳しい環境に置かれている。他方、訪日外国人需要の増加に対する対応、海外展開の進展等、新たな需要を取り込む動きも大企業を中心に見えつつある。従来に比べ、業種又は業態による区別は希薄化しており、今後、顧客データの活用によるマーケティング等により、消費者の需要を取り込むための創意工夫が中小企業者等にも普及することが予想される。

事業所数は、卸売業では約三十七万事業所、小売業では約百三万事業所であり、卸売・小売業で、全産業の事業所の二五・八％を占めているが、少子化等の影響で事業所数は減少傾向にある（平成二十三年）。

従業者数は、卸売業では約三百八十万人、小売業では約七百四十万人であり、卸売・小売業で、全産業の事業者数の二十一・六％を占めている（平成二十三年）。

労働生産性は、卸売業では七百四十七万円／年・人、小売業では三百四十四万円／年・人であり、小売業は全産業平均（四百八十万円／年・人）に比べて低い水準になっている（平成二十三年）。

技術動向については、店舗への集客及び売上の増加に寄与するいわゆるモノのインターネット等の最新技術を積極的に取り入れているのは、一部の大手企業のみであり、事業分野全体では最新技術の普及は進んでいない。例えば、流通ＢＭＳ（製造事業者、卸売事業者及び小売事業者が統一的に利用できる電子データ交換システムをいう。以下同じ。）の導入状況は、卸・メーカーは、四十九・二％、小売は三十八・六％となっている（二〇一五年）。

2　政府目標

事業者が生産性向上の取組を行うことにより、卸売・小売業を含むサービス業の労働生産性の伸び率を二〇二〇年までに二・〇％とすることが政府目標となっている（「日本再興戦略」改訂二〇一五（平成二七年六月三〇日閣議決定））。

第2　経営力向上の実施方法に関する事項

1　計画期間

計画期間は三年ないし五年間とする。

2　経営指標

労働生産性の向上を支援に当たっての判断基準とする。労働生産性について、五年間の計画の場合、計画期間である五年後までの目標伸び率が二％以上のものを求める。計画期間が三年間の場合は一％以上の目標を、四年間の場合は一・五％以上の目標を求める。

ただし、事業規模等を勘案して弾力的に目標を設定することを認めることができることとする。

地域の中核的な企業を中心とした取組に係る申請その他のグループによる申請については、グループ全体としての経営指標又は参加者個々の経営指標のいずれでも用いることができることとする。

注）労働生産性とは、営業利益、人件費及び減価償却費の合計を、労働投入量（労働者数又は労働者数に一人あたり年間就業時間を乗じたもの。）で除したものとする。