

「経営課題に適応する経営支援体制の強化」の概要 ～ 事業者のライフステージ等に応じた質の高い経営支援 ～

事業の内容

1. 施策の目的

- ・ 価格転嫁に関する重点施策として、令和7年度に「**適正価格・付加価値経営への転換支援**」を掲げ、価格転嫁を後押ししてきました。
- ・ 保証利用者の取引先（事業者や一般消費者）によって、経営課題や事業戦略が相違することから、経営支援業務を2課体制（B to B支援とB to C支援）で、更なる**経営支援の質の向上**を図ります。
- ・ 保証申込受付等の時点で、P/L改善が必要な先等が見受けられた場合、金融機関と連携し、早期に**顧客リレーションの深化**を図ります。

2. 成果目標

(1) 取引先別経営支援

- ・ 取引先が事業者の場合、原価計算作成、採算可視化等、適正価格の設定によるP/L改善支援を行います。
- ・ 取引先が一般消費者の場合、製品・商品・サービスの付加価値可視化、付加価値向上によるP/L改善支援を行います。

(2) ワンプッシュ経営支援

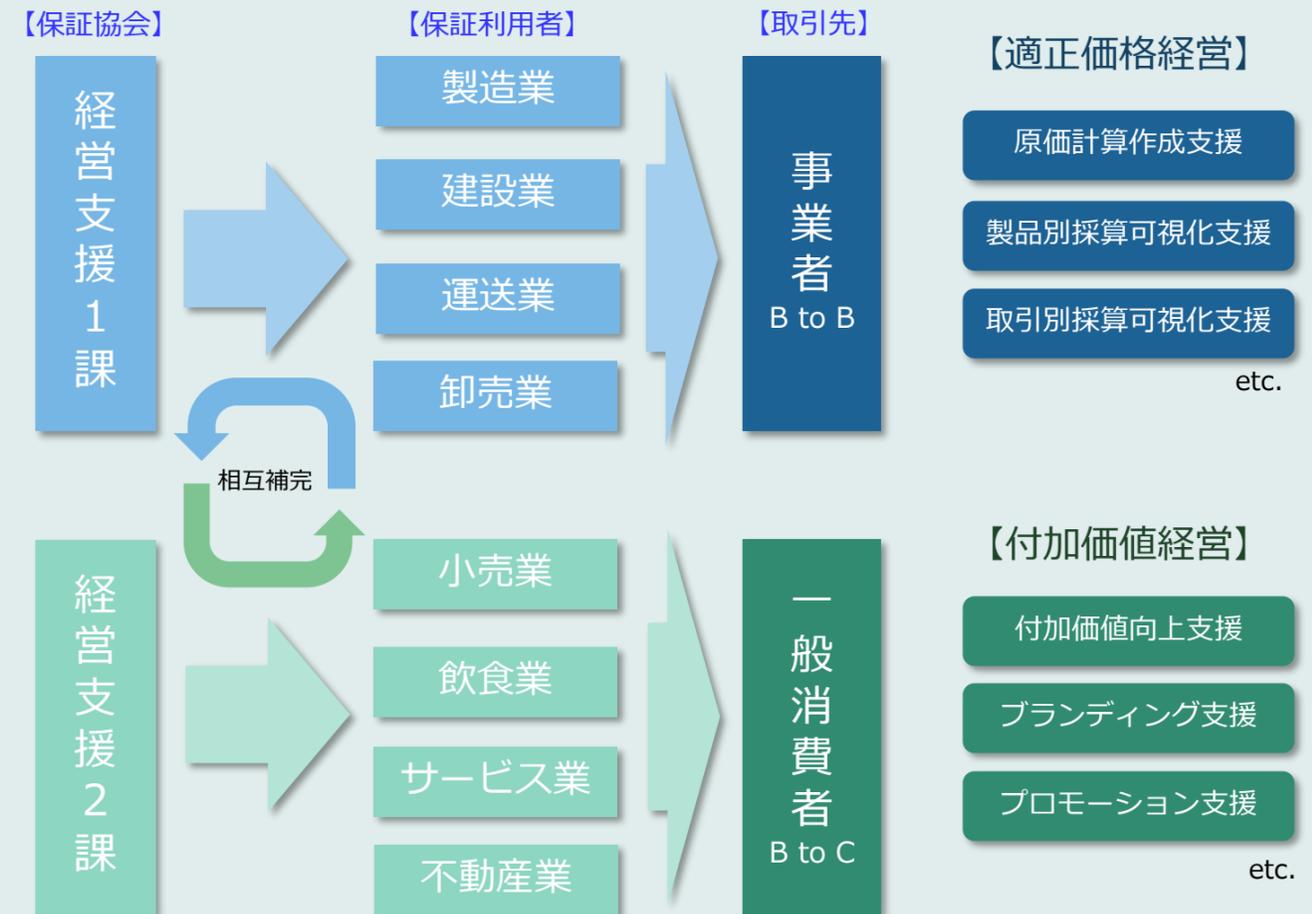
- ・ 保証申込、条件変更申込時、P/L改善が必要な先に対し、直接、保証協会から事業者への経営支援（専門家派遣事業含む）スキームの説明等を行い、保証協会・金融機関との顧客リレーション深化を図ることで、早期の経営改善着手に繋がります。

3. 施策の背景と経緯

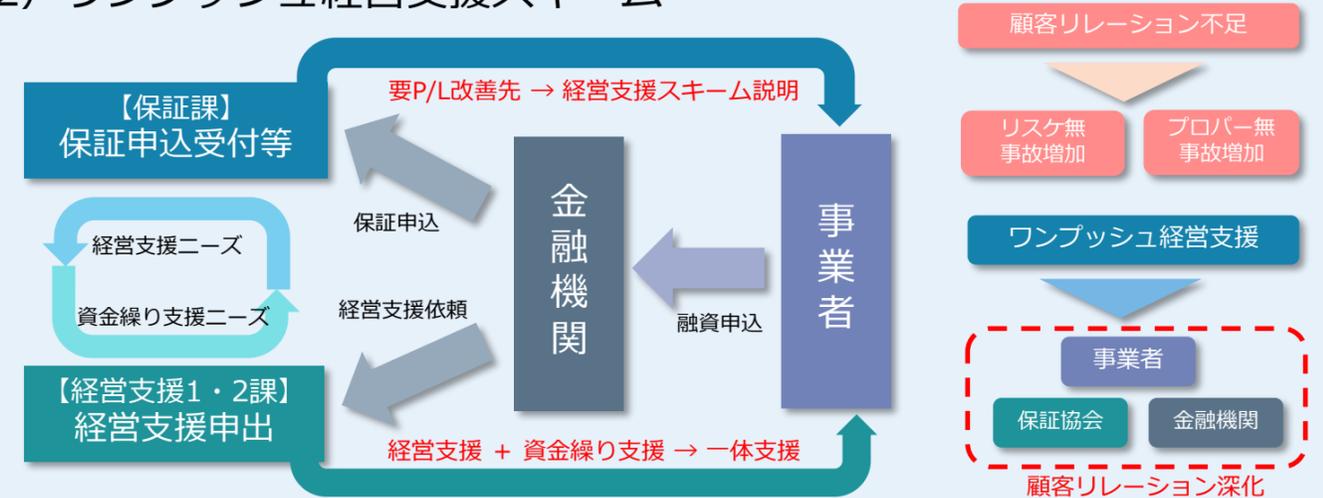
- ・ 物価高、人手不足、金利上昇等、中小企業の経営環境は、多様化、複雑化しており、今後は、複合的な環境変化の下でも収益を確保する**環境適応型経営が重要**となります。
- ・ 令和7年11月実施した「お客様アンケート」では、令和8年1月施行された「取適法」により、取引先との**価格交渉は進展**したものの、依然として、**十分な価格設定には至っていない**ことが判明しました。
- ・ また、令和7年度の事故報告先（倒産、廃業、延滞等）を詳細分析したところ、顧客と金融機関との**リレーション不足**が一つの要因と推察される検証結果となりました。

事業イメージ

(1) 取引先別経営支援体制



(2) ワンプッシュ経営支援スキーム



原材料高・物価高
⇒ 価格転嫁

人手不足、人材確保難
⇒ 収益機会損失

B to B支援・B to C支援
早期の経営改善着手

適正価格・付加価値経営
顧客リレーションの深化

地域経済の活力ある発展