

官公需受注啓発普及事業報告書

平成18年3月

全国中小企業団体中央会

はじめに

国においては、中小企業者の官公需受注機会の増大を図るために、「官公需についての中小企業者の受注の確保に関する法律」(昭和41年法律第97号)を制定するとともに、同法第4条に基づき「中小企業者に関する国等の契約の方針」(国等の契約の方針)を毎年度閣議決定し、中小企業者の受注機会が確保されるよう諸措置が講じられております。

「平成17年度国等の契約の方針」(平成17年7月15日：閣議決定)においては、中小企業者の受注機会の拡大のための措置の一つとして、新規開業者に対する受注機会の増大に向けての措置を講じることとしており、「国等は、新市場、新産業の創出・育成による雇用創出の重要性にかんがみ、新規開業中小企業者の受注機会(公共事業を除く。)の増大を図るよう特段の配慮に努めるものとする。」としております。

本会では、新産業及び雇用を創出する中小企業者の重要性に着目し、新規開業者である中小企業者への官公需受注機会の増大の観点から、その実態を調査・分析するとともに、新規開業者等に官公需に関しての啓発普及を行うための基礎資料を作成することを目的に、中小企業庁の指定事業として本事業を実施いたしました。

本事業では、学識経験者及び都道府県中小企業団体中央会指導員で構成する研究会を設置し、昨年度実施した創業間もない新規開業者(創業5年以内)を対象に官公需受注への関心、官公需施策について認知等に関する書面調査を通じて、実際に官公需受注をしている新規開業者への実地調査を行うとともに、さらに発注機関への官公需施策に関する実地調査等を行いその実態を把握し、新規開業者に対しての官公需施策、競争入札参加資格申請手続等について啓発普及策について検討し、今般、本報告書を取りまとめたところであります。

本報告書が、新規開業者に対する官公需施策等の普及啓発のためにご活用頂ければ幸甚に存じます。

なお、本調査にご協力頂いた関係各位及び本事業の実施に当たりご指導頂いた中小企業庁、発注機関、本事業委員等の各位に対しまして、心よりお礼申し上げます。

平成18年3月

全国中小企業団体中央会

目 次

はじめに

第1章 官公需受注啓発普及事業について

1. 事業の目的	1
2. 事業の内容.....	1
3. 研究会の開催	1
4. 実地調査	2
平成17年度官公需受注啓発普及研究会委員名簿	3

第2章 新規開業者への官公需受注増大の方策（提言）

・新規開業者への官公需受注機会の増大策	4
1. 国等が率先して新規開業者への発注増大のための施策	4
2. 新規開業者向け官公需発注枠の設定	5
3. 国等は、昨年度当事業報告書の「提案」の実施	5
・新規開業者への官公需啓蒙普及策	6
1. 積極的なPR活動の展開	6
2. 「新商品の生産により新たな事業分野の開拓を図る中小企業に対し、 地方自治法施行令第167条の2第1項第4号の規定に基づく認定制度」 の普及と活用	6
3. 官公需施策改善のための情報収集	7
4. 都道府県をはじめとする地方公共団体の官公需担当者の連絡会議の開催 ...	7
5. 国は、昨年度当事業報告書で提案している「提案」の実施	7
【官公需受注啓発普及研究会委員からの意見】	8

第3章 実地調査結果

・新規開業者調査事例	
事例1：企業組合縄文環境開発（青森県）.....	10
事例2：株式会社イーピーテック（茨城県）.....	12
事例3：ソンス株式会社（鳥取県）.....	14
事例4：有限会社ヴォックス（香川県）.....	17
事例5：有限会社生活創造工房（高知県）.....	19
事例6：有限会社クリエイティブジャパン（福岡県）	22

・官公需発注機関調査事例	
事例 1：滋賀県	24
事例 2：鳥取県	26
事例 3：香川県	28
事例 4：高知県	30
事例 5：福岡県	32
事例 6：沖縄県	35

< 参 考 >

1．平成 17 年度中小企業者に関する国等の契約の方針	37
2．地方公共団体における官公需施策の推進資料	38
< 都道府県における中小企業向け官公需発注方針等 >	45
< 新商品の生産により新たな事業分野の開拓を図る中小企業に対し、地方 自治法施行令第 167 条の 2 第 1 項第 4 号の規定に基づく認定制度 >	45

第1章 官公需受注啓発普及事業について

1. 事業の目的

新産業及び雇用を創出する中小企業者の重要性に着目し、新規開業者である中小企業者への官公需受注機会の増大の観点から、その実態を調査・分析するとともに、国等の契約制度の概要、競争入札参加資格申請手続等の官公需に係る情報提供の内容、手法等について、新規開業者等に官公需に関しての啓発普及を行うための基礎資料を作成することを目的とする。

2. 事業の内容

新規開業者である中小企業者への官公需受注機会の増大の観点から、その実態を調査・分析するとともに、国等の契約制度の概要、競争入札参加資格申請手続等の官公需に係る情報提供の内容、手法等について、新規開業者等に官公需に関しての啓発普及を行うための基礎資料を作成する。

3. 研究会の開催

(1) 研究会の設置・委員

官公需受注啓発普及事業実施にあたり「官公需受注啓発普及事業研究会」を設置し、当研究会は、学識経験者、都道府県中小企業団体中央会指導員等を委員に中小企業庁取引課担当官の出席を得て開催した。

(2) 研究会の開催状況

<第1回研究会>

日 時	平成17年9月5日(月)午後1時30分～5時
場 所	全国中小企業団体中央会701研修室
議 題	(1)官公需受注啓発普及研究事業実施要領について (2)ヒアリング調査項目の検討について (3)実地調査対象の検討について (4)その他

<第2回研究会>

日 時	平成17年10月27日(木)午後1時30分～5時
場 所	全国中小企業団体中央会601研修室
議 題	(1)新規開業者向け入札参加資格等の弾力化や方向性の検討 (2)実地調査日程等について (3)その他

<第3回研究会>

日 時 平成18年1月12日(木)午後1時30分～5時
場 所 全国中小企業団体中央会601研修室
議 題 (1) 実地調査報告について
(2) 情報提供の内容及び手法の検討について
(3) 基礎資料原案の検討
(4) その他

<第4回研究会>

日 時 平成18年2月27日(月)午後1時30分～5時
場 所 全国中小企業団体中央会601研修室
議 題 (1) 実地調査報告について
(2) 情報提供の内容及び手法の検討について
(3) 基礎資料原案の検討
(4) その他

<小委員会>

日 時 平成18年3月17日(金)午後2時30分～5時
場 所 全国中小企業団体中央会603研修室
議 題 (1) 基礎資料原案について
(2) その他

4. 実地調査

新規開業者及び発注機関を対象に下記日程により8地区の実地調査を実施した。

<青森県地区>

12月20日(火) 調査対象：1企業組合

<茨城県地区>

2月13日(月) 調査対象：1企業

<滋賀県地区>

11月29日(火) 調査対象：1発注機関(特定指導事業で実施)

<鳥取県地区>

12月1日(木) 調査対象：1企業、1発注機関

<香川県地区>

11月28日(月)～29日(火) 調査対象：1企業、1発注機関

<高知県地区>

2月22日(水) 調査対象：1企業

<福岡県地区>

12月15日(木) 調査対象：1企業、1発注機関

<沖縄県地区>

12月21日(水) 調査対象：1発注機関(特定指導事業で実施)

平成 17 年度官公需受注啓発普及研究会委員名簿

所 属 等	氏 名
(学識経験者委員)	
聖徳大学人文学部現代ビジネス学科教授	由 井 真 人
(株)日本商工経済研究所コンサルティング 部主任コンサルタント	辻 俊次郎
(都道府県中央会委員)	
北海道中小企業団体中央会組織開発課長	金 沢 良 光
宮城県中小企業団体中央会連携推進部長	中 山 宏
東京都中小企業団体中央会振興課長補佐	野 口 聖 記
愛知県中小企業団体中央会情報調査部 調査支援グループリーダー	木 戸 道 則
大阪府中小企業団体中央会振興部次長	奥 浜 豊 喜
広島県中小企業団体中央会事務局長	宮 本 登
香川県中小企業団体中央会企画調査部長	三 好 敬 眞
福岡県中小企業団体中央会産業支援課長	牛 嶋 一 貴

第2章 新規開業者への官公需受注増大策（提言）

新規開業者への官公需受注機会の増大策

1. 国等が率先して新規開業者への発注増大のための施策

国は、閣議決定された「中小企業者に関する国等の契約の方針」（以下「国等の契約の方針」という。）において、「（13）新規開業者に対する受注機会の増大に向けての措置」を掲げ、「国等は、新市場、新産業の創出・育成による雇用創出の重要性にかんがみ、新規開業中小企業者の受注機会（公共事業を除く。）の増大を図るよう特段の配慮に努めるものとする。」としている。

当事業は、ある意味でその方策を検討する事業と位置づけられて実施しているほか、「国等の契約の方針」においては「国等は、新規事業者の入札機会を拡大するために、物品の製造・販売等に係る入札参加資格のあり方の検討を行うものとする。」とされている。

いくつかの地方公共団体では、新規開業者の受注機会の増大のための施策を策定している。たとえば、北海道では平成15年11月に定めた「中小企業者等に対する受注機会の確保に関する推進方針」の中で、「小規模事業者及び新事業創出者に対する配慮」について規定し、官公需受注を希望する小規模事業者（中小企業基本法第二条第五項の「小規模企業者」に該当する中小企業者をいう。）や新規事業創出者（新規開業後又は新分野進出に係る事業開始後2年以内の中小企業者をいう。）の名簿を申告ベースで作成し、法令等の規定に基づく随意契約制度を活用して、物品の小額随意契約案件（160万円以下）について、見積書を徴する相手方をできる限り名簿に登録された事業者から選定し、受注機会の確保・拡大に努めている。

また、茨城県では平成15年5月21日に「茨城県技術力あるベンチャー・研究開発型中小企業等推薦書交付基準」を定めている。県から「技術力あるベンチャー企業等推薦書」を交付されたベンチャー企業・新規開業中小企業者では、実際に県内の発注機関からの受注に結びついているケースも出ている。

大阪府では、ベンチャー・中小企業の優れた技術・製品を府内の部局や市町村の発注担当者に紹介する「官庁向け技術説明会」を開催している。鳥取県では、「新技術・新製品売り込みプレゼンテーション」を開催している。

しかしながら、新規開業者を対象とした施策を講じている地方公共団体は、現状ではそれほど多いものとは思われない。入札参加資格審査申請については、たとえば開業2年目あるいは3年目以上の業者でなければ県の業者名簿に登録できないなど、実績主義を堅持する傾向が依然として存在するものと思われる。新規開業者の製品の品質、アフターサービス等に対する懸念、発注リスクがどうしても付いて廻るということであろう。

この点に関しては、「中小企業政策審議会基本政策部会・中小企業経営支援分科会取引部会中間取りまとめ ～今後の官公需施策の在り方について～」（平成16年6月）（以下「中間取りまとめ」という。）において、以下のとおり指摘している。

< 「中間取りまとめ」より抜粋 >

「規制改革・民間開放推進3か年計画」の「国の物品の製造・販売等に係る入札参加資格の見直し」において指摘されているように、高い技術力を有しながらも創業後間もなく企業規模も小さい新規事業者の入札機会を拡大するため、営業年数や自己資本額等既存の指標の見直しや新たな指標の検討を含め、入札参加資格のあり方を検討するとともに、すでに講じられている弾力化等の措置については、その徹底を図ることが求められる」(12頁)

今後においても、新規開業者の受注機会の増大策の検討を引き続き行うことが必要である。特に、新規開業者が対応しやすいように、業種・業態に即した入札機会の拡大策等の検討が望まれる。

さらに、国は地方公共団体に対して標準となる方法を示していくことも効果的な方策と思われる。

2. 新規開業者向け官公需発注枠の設定

前述の北海道のように、発注機関が新規開業者に対して受注機会の増大を図る努力をすることは大変重要である。しかしながら、新規開業者の受注機会の増大に取り組んでいる地方公共団体がある一方で、取り組みを行っていない地方公共団体も数多い。

わが国の開廃業率の状況を見ると、『平成16年事業所・企業統計調査』(総務省統計局、確報平成17年10月28日公表)によると平成11年と比べると、平成16年6月1日現在の「個人経営」は11.8%減、「法人」は3.0%減といずれも企業数が減少している。国では、あらゆる創業促進策を講じているが功を奏していない状況がうかがえる。「国等の契約の方針」においても、国は新規開業者へ対する受注機会の増大に向けた措置として特段の配慮に努めることとしているところであり、正に国が新規開業者の受注機会の増大を率先して図るべき時期に来ているのではないだろうか。

アメリカでは、1994年の連邦調達合理法でマイノリティ中小企業等に対する調達目標を創設している(「中間取りまとめ」14頁参照。)が、同様の手法で、わが国では国が率先して新規開業者向け官公需発注枠を設定することが必要である。

国が率先して実践すれば、地方公共団体が同様の発注枠を設けやすくなり、新規開業者の官公需の受注増大に、大きく寄与することになる。

3. 国等は、昨年度当事業報告書の「提案」の実施

昨年度当事業報告書では、「新規開業者への官公需受注増大策」として、5項目の提言を行っている。今後、これら提言について具体的な実施可能性の検討を行い、実施可能なものから実施してことが望まれる。

< 新規開業者への官公需受注増大策(平成16年度報告書提言) >

発注者である官公庁等は、新規開業者に対して官公需施策の普及啓蒙を行うこと。

発注者である官公庁等の、官公需に対する意識・姿勢・行動を向上させること。

新規開業者には、一定金額内の、随意契約による受注枠を設けること。

新規開業者の事業を官公庁等に対してアピールする場を設けること。

新規開業者が受注できるように、参加資格登録における審査基準の弾力化・簡素化すること。

・新規開業者への官公需啓発普及策

1．積極的なPR活動の展開

平成16年度の当事業による書面調査によると、中小企業の受注機会の確保を図る措置である中小企業向け官公需施策については81.4%の新規開業者が「知らない」と回答している。また、「国等の契約の方針」の認知にいたっては87.6%の新規開業者が「知らない」と回答している。新規開業者に対する受注機会拡大の措置も一部地方公共団体においては講じられてきているが、いかに有効な措置が講じられたとしても、その存在が知られなければ効果は薄い。

「国等の契約の方針」において、契約実績、入札件数等の「情報提供の促進」はうたっているものの、官公需の存在自体を認知してもらう措置等が新規開業者には有効である。官公需施策の普及には、“まず官公需とは何かという情報に接触してもらい、次に発注内容を理解してもらう”ことが必要である。国は、官公需施策についてのPRを積極的に行うことが必要である。

現在、都道府県中小企業団体中央会ではホームページにより官公需の普及啓蒙活動を行っているが、ホームページ利用者はその官公需情報に関心がある人しかアクセスしない。官公需について理解してもらうには「チラシ」や「パンフレット」の配布や新規開業者への直接的な説明等の方がホームページよりも有効であると思われる。

官公需施策を認知してもらうには、新規開業者へ金融面で支援を行っている国民生活金融公庫等の金融機関を通じてPRすることも必要である。また、商工会議所、商工会で行っている創業塾などの教育カリキュラムに「官公需施策」等を加え、新規開業を目指す者に対しても積極的にPRする必要がある。

また、「官公需」という言葉は、新規開業者をはじめとする国民に広く浸透している言葉ではない。地方自体の中にも官公需という言葉を知らない職員もいるという事実もある。国、地方公共団体等からの仕事であることを解りやすく説明した言葉を考え、変えていくことも必要である。

2．「新商品の生産により新たな事業分野の開拓を図る中小企業に対し、地方自治法施行令第167条の2第1項第4号の規定に基づく認定制度」の普及と活用

平成16年11月に地方自治法の施行令及び地方自治法施行規則の一部を改正する政省令が施行された。同政令等の施行により、地方自治体の支出負担行為での随意契約要件で、「新製品の生産により新たな事業分野の開拓を図る者が新製品として生産した物品を買い入れること」が可能となった。

同政令等に基づき、同制度を導入した地方自治体では、新事業分野開拓者認定審査会等の意見を参考に認定事業者の認定を行うとともに、同認定事業者と新商品の公表、同認定事業者が生産する新商品が県等の物品の調達への利用が促進されるよう措置を講じている。

また、一部の県では、認定事業者の取扱製品等を発注機関担当者にPRできる説明会も開催している。同認定制度は、新規開業者向けへの活用も可能である（同制度の普及状況については〈参考資料〉を参照。）

地域の活性化のためには、新規開業者の果たす役割は大きい。官公需についても、新しい時代感覚と専門能力を有する企業が絶えず参入することが重要である。また、官公需発注に当たっては、より政策効果の高い新事業等の付加価値の高い分野への重点的な発注も重要である。同制度はこの2つの要件を併せ持つものであり、同制度の全都道府県への普及が望まれるところである。

また、既に同認定制度を活用している県においても、説明会の開催等、同認定制度がより効果的に活用されるような施策を講じることが重要であろう。

3．官公需施策改善のための情報収集

官公需は、いわば発注機関の売り手市場であることから、発注機関にとっての環境変化に適合した改正・改善が行われにくいという特徴がある。新規開業者にとって利用しやすい官公需にするためには、実際に利用した新規開業者からの要望事項等の情報を収集することが必要である。

これら情報の収集方法としては、当研究会が昨年度実施したように公約数的な意見や平均的な態度を見る「アンケート」という手段もあるが、常時情報を収集するには実際に官公需の受注活動を行っている新規開業者を対象とした「ネット掲示板」等を設置するのも一方法である。ネット掲示板により、事業者の生の声を素材として情報収集することも必要である。一人ひとりの意見に耳を傾けることにより、官公需に対する新しい意見や環境変化に伴う兆しを見つけていくことができる。

ネット掲示板の設置の場所としては、官公需情報提供の要となっている都道府県中央会のホームページが望ましい。都道府県中央会は、ネット上の情報を収集・分析し、4で述べる「官公需確保対策地方推進協議会」等において官公需利用改善のための資料として活用することも望まれる。

4．都道府県をはじめとする地方公共団体の官公需担当者の連絡会議の開催

都道府県の官公需担当者は、自県の取り組みについては理解できているものの、他県の取り組み状況等の把握は難しい。官公需施策の普及としては、経済産業局主催による都道府県別に開催する「官公需確保対策地方推進協議会」の開催に加えて、他県の取り組み状況把握・連絡を可能とするブロック単位、全国単位の官公需担当者連絡会議を開催することも効果的であると思われる。

5．国は、昨年度当事業報告書で提案している「提案」の実施

昨年度当事業報告書では、「新規開業者への官公需啓発普及策」として3項目の提案がなされている。今後、これら提案について具体的な実現可能性の検討を行い、実施可能なものから実施していくことが望まれる。

〈新規開業者への官公需啓発普及策（平成16年度報告書提言）〉

都道府県における「中小企業向け官公需確保の方針」等の策定を推進すること。

国・地方公共団体等の発注機関は、新規開業者向け官公需説明会を開催すること。都道府県中小企業団体中央会における官公需情報の提供を推進すること。

【官公需受注啓発普及研究会委員からの意見】

北海道経済産業局によると、北海道の18～19万事業所のうち、およそ8,000事業所が毎年なくなっているという。開業率はマイナス2.3%という状況である。新規開業者向けに、名簿登録をして優先枠を設けるなどしているが、既存の企業の存続もままならない状況にある。

市町村合併により、市町村が減少している。経済産業局では、各市町村に対しても官公需確保対策推進協議会への開催案内を出していても、出席しない市町村の発注担当者は多く、出席しないからといって資料も送らない現状に、ある官公需適格組合の理事長からお叱りを受けた経緯がある。

拘束力がないにしても、市町村でも官公需の推進指針は策定すべきである。

これまでの事例調査を踏まえて、茨城県の認定制度、北海道のような新規開業枠、異業種交流会での人的ネットワークの活用等、提言に入れていくべきである。

県では、2年以上の決算書を求め創業間もない新規開業者を入札参加申請登録から除外している。県や市の公共工事が縮小される中、小さいパイを取り合うことで新規開業者に回ってこない現状もあるが、試験的発注が全国的に出来る仕組みづくりは必要である。

中小企業者への官公需情報の提供についても、冊子やホームページを活用して情報提供しているが、どうしても発注機関とのやりとりを郵便で行っているとその情報も古くなってしまう。別の情報発信の方法も考えるべきである。

当事業の目的の一つは、新規開業者への受注機会の増大、開業促進が挙げられる。中央会の指導員という、発注側でも新規開業者側でもない中間的な立場から提言していくべきである。

入札参加資格については、これまでは2年から3年の経験年数を求められているが、これを問わないことにより、発注窓口では手間がかかるか、信用性については、工事を例にすると仕事がしっかりできるか、それを緩和すると発注側はどう影響するか等、すべての者に官公需の受注機会を与えることは、それが発注窓口にどこまで影響するのかが未知数である。

銀行では、融資にあたって担保を取ることがあり、原則実績主義である。実績主義を取り払い特例を作るべきではないか。

中央会にとっては、新規開業者については得意な分野ではない。最近、企業組合の設立による新規開業者の把握はできるが、商工会、商工会議所に比べると中央会は一歩引いた形になっている。

新規開業者が独り立ちするまでのフォローアップを施策に含める等、官公需にとどまらない施策を実施すべきである。

新規開業者のPR出来る技術の登録とフォローアップを全国中央会、都道府県中央会で行い、そのPRのための予算を確保すべきである。

新規開業者に仕事を出すことに対して発注機関側は、履行、品質、納期、事務処理について不安がある。

発注者側の問題として、担当者が変わることによる入札制度の知識の連続性がないことがあるが、これは中小企業庁、中央会で担当者へPRしていくべきである。

地方自治体にとっては、それぞれが独立しており国からの施策要請に対して強制力はないが、全国一律の情報交換の場を国が用意すべきである。

新規開業者が国レベルの官公需物件を受注することはまず難しいだろう。出先機関においても同様である。地方公共団体にどう取り組んでもらうかにある。

新規開業者の情報が少ないこと、官公需施策のPRが足りないことが挙げられる。先日、県で官公需問題懇談会が開催されたが、出席者から官公需施策についてPR不足であると指摘があった。

情報の一元化を行うべきである。例えば、新規開業者向けにパンフレットを作成して、官公需なら中央会へ行くようにPRしていくべきである。

県内で中小企業の組合員企業は14万社で、商工会議所の会員企業は3万社と中央会に關係する中小企業者の比率は高い。

全ての地方公共団体が茨城県のような技術力ある中小企業に推薦書を発行する制度を設けることが望まれる。

日本に取引改善を求めてきたアメリカでも官公需についてマイノリティ中小企業枠を何%か確保している。わが国の官公需発注においても、新規開業者の育成の観点からも新規開業者枠を設けたらどうか。

第3章 実地調査結果

・新規開業者調査事例

<事例1：企業組合縄文環境開発（青森県）>

1．企業の概要

組合名	企業組合縄文環境開発
設立年月	平成14年7月
住所	青森県青森市幸畑
出資金	400,000円
従業員数	12名（うちパート8名）
業種	環境浄化

2．企業組合の活動状況

（1）設立経緯・目的等

平成6年から現専務理事を中心にEM（有用微生物群）技術を活用して、河川の浄化、廃棄物埋立地の環境改善等を行ってきた。その間、ボランティアに対して責任を求められることから責任を明確にする必要に迫られた、資材購入費や活動時間の負担が増大した、等から継続的な活動を維持するために平成14年7月に企業組合を設立した。

ボランティア活動のキッカケは、知的障害者に雇用の場を確保しようと環境浄化活動を実践していた専務理事が、琉球大学の比嘉照夫教授の著書「地球を救う大変革」に接してEMの有用性を知ったことによる。

当組合では、全国17箇所に支局を設置している。メンバーは、障害者支援等のボランティア時代の仲間や当企業組合の活動趣旨に賛同した人たちである。

（2）企業組合の提供する製品・サービス等の概要

環境改善事業（河川・湖沼等の水質改善、畜舎の悪臭除去、工場跡地等の土壤汚染改良、産廃焼却炉のダイオキシン除去、等）

EM関連製品の販売（EM菌、糖蜜、EM生ゴミバケツ、EM浄水器等）

環境浄化コンサルタント業務

環境教育の講師派遣

(3) 創業時からの売上実績推移(うち官公需受注実績)

年度	売上実績
17年度(見込)	2,600万円 (うち環境改善事業1,600万円、EM関連製品販売1,000万円)
16年度実績	2,300万円 (うち環境改善事業1,100万円、EM関連製品販売1,200万円)

地域の地方公共団体をはじめとして、環境改善事業に対する評価が高まり同事業の売上は着実に増えてきている(環境改善事業の8割程度が官公需受注)。

EM関連製品販売は、若干減少気味で推移している。

(4) 企業組合が抱える問題点、課題

当組合では、待ちの営業で積極的な営業活動を展開できていないのが現状であり、今後は営業面での強化が大きな課題である。そのためにも、他の業者のように勘と経験に頼っている営業から、臭気・水質検査等のデータ蓄積に基づく営業への転換が必要となっており、徐々にではあるがデータ蓄積を進めている。

民間は環境に対する意識が薄いのが現状であり、官公庁しか環境に目が向いていない状況にある。

3. 官公需受注関係

当組合の官公需受注のための営業活動は、地方公共団体等をはじめとする発注機関を直接訪問して、発注責任者や発注担当者に説明・依頼するという営業活動を行っていることに特徴がある。

当組合の官公需受注が出来るまでの経過は、当初はボランティア時代の付き合いからの受注が主であったが、現在では口コミによる受注が増えてきている。

今後の官公需受注活動としては、臭気・水質検査等のデータ蓄積をさらに進め積極的な営業活動を展開する予定である。

4. 官公需制度関係

官公需施策(官公需法、国等の契約の方針等)の認知については、官公需受注実績はあるが「知らない」、官公需適格組合制度についても「知らない」とのことである。

中小企業施策、官公需施策についての意見、要望としては、入札参加資格で役務の中に環境浄化の項目がなく、やむを得ず「その他」で申請しているが、新たにニーズが生じている業務については、速やかに入札参加資格項目に加えて欲しいとのことである。

また、県に対しては企業の技術力・商品力をPRできる場を提供して欲しい、さらには、当該技術・商品に対して認定を行う仕組み作りが必要との意見があった。

<事例2：株式会社イーピーテック（茨城県）>

1．企業の概要

企業名	株式会社イーピーテック
設立年月	平成14年6月
住所	茨城県日立市白銀町
資本金	10,000,000円
従業員数	6名
業種	理化学機器の設計・製造・販売 他

2．企業の活動状況

(1) 設立経緯・目的等

日立市は、日立製作所の企業城下町である。日立製作所は、白物家電の生産については中国に移転したため、現在は重電部門が中心となっている。このような環境下、当社は、景気低迷で下請中小企業の疲弊が続く中、中小企業の持つ優れた製造技術を生かしたニッチ分野の開拓に挑戦しようと志した。

当社は、平成14年6月、気密接合並びに半導体デバイスの設計・製造の経験で培った技術を活かし、気密封止をコアとした独自の基礎技術と新しい技術の挑戦で、大きな価値と可能性を顧客に提案、創出することを使命に創業した。

当社の従業員は、職業安定所や人材紹介などで、自社事業に興味を持ち集まってきた、いずれも地元出身者である。

(2) 企業の提供する製品・サービス等の概要

理化学機器の設計・製造・販売

真空部品、計測コネクタの設計・製造・販売

環境機器の設計・販売

精密機械加工部品の設計・販売

(3) 創業時からの売上実績推移

年度	売上高
14年度	7,700万円
15年度	14,300万円
16年度	17,000万円
17年度（見込）	19,000万円～20,000万円

売上に占める官公需受注実績は、3割～3割5分で、創業時は6～7割が官公需だった。官公需の受注割合は減ったが、官公需への受注金額は減らさずに事業を行っていきたいとのことである。

(4) 企業が抱える問題点、課題

当社は、研究開発型企业であるため、それに見合った人材の確保が難しいことが課題となっている。

また、研究開発型企业であるため、資金面での先行投資が多く運転資金の確保というのも大きな課題となっている。

3. 官公需受注関係

(1) 官公需受注のための営業活動の特徴

官公需受注のための営業活動としては、発注機関の窓口へ随時足を運び名刺を置いてくる、発注機関の窓口へ当社が持つ技術をプレゼンテーションする、発注機関の窓口へ会社案内を配布する等の活動を実施している。

当社は、平成15年9月19日に茨城県商工労働部技術課長名で「技術力あるベンチャー企業等推薦書」を受けた。そのことが、営業活動には大きくプラスになっている。また、(財)茨城県中小企業振興公社ホームページ内にある茨城県企業情報システムに登録し、当社の会社概要、得意とする分野等が見ることが出来るようになっている。

(2) 官公需受注を出来るまでの経過

独立行政法人食品総合研究所へ当社が持っている技術をプレゼンテーションしていくうちに、国等の発注機関と取引するには、競争入札参加資格申請が必要であると言われた。当研究所の担当者より資格申請の方法について教えてもらい、研究所の所管である農林水産省へ入札参加資格申請を提出した。最初に受注したのは、当研究所への理化学機器の納入であった。

民需であれば、技術力より与信管理を見られるが、官公需では、与信管理より技術力を重視しており、それも当社にしかないオンリーワンの技術に官公庁が興味を持ったものと思われる。

(3) 今後の官公需受注活動の予定

民需についてはリピートが期待でき、官公需については単年度主義である。技術の向上を追求する当社としては、官民が連携して研究開発が出来る上に、新たな技術の取得が出来ることから、官公需に対する売上比率は落とさぬようにしていきたいという経営方針をもっている。

4. 官公需制度関係

当社の経営者は、官公需法は知っていたが、国等の契約の方針、官公需適格組合制度は認知していなかった。当社では、経済産業省やJST(科学技術振興機構)等からの助成金を得て、オンリーワン商品を作るための研究開発を行っており、こうした資金面の援助が有効であるとの意見があった。

< 事例 3 : ソンズ株式会社 (鳥取県) >

1 . 企業等の概要

企業名	ソンズ株式会社
設立年月	平成 1 2 年 7 月
住所	鳥取県鳥取市若葉台南
資本金	14,000,000円
従業員数	4 名
業種	情報サービス

2 . 企業の活動状況

(1) 設立経緯・目的等

平成 7 年 9 月、インターネット技術の研究開発を行う「鈴木インターネット研究会」を開所し、鳥取県をカバーするサービス提供を開始し、4 年後の平成 1 2 年 7 月 4 日に「ソンズ株式会社」設立した。

創業の背景には、昭和 6 3 年、鳥取県初のパソコン通信センターを独自技術で開設したのをきっかけに、鳥取県東部一円をサービスエリアとするパソコン通信センター「風紋ネット」(最終会員数：約 7 0 0 名) 設立運営に副代表として 1 1 年間関わる中で、通信ネットワークを介在とした人的ネットワークを持つに至り、ネットワークサービスの魅力と可能性に知ることになった。

当社の社長は、両親を相次いで失うのを機に自身の人生観を見つめなおす中、インターネットというサービスにより多くの人々と関わることができ、地域をより良くできる活動として人生を掛ける決意をした。

人的ネットワークの助けにより、自治体へのサービス提供やNTT西日本との協業などが実現し、インターネット普及とともに活動エリアが広がった。

活動をはじめて 3 年経過した頃より、高度な提案を行う事業者としての責任を痛感することが多くなり、インターネットの今後の展開や方向を考え、応えられるべき姿として「ソンズ株式会社」を設立し、今日に至っている。

(2) 企業の提供する製品・サービス等の概要

システム開発販売

CMS(コンテンツ マネジメント システム)「I-SITE PORTAL(アイ-サイト ポータル)」の企画研究開発を行い、全国販売を開始した。

また、ユーザの多様な利用形態に対応すべくASP(アプリケーション・サービス・プロバイダ) 提供も開始している。

本システムはMicrosoft社WindowsをOSとして稼動するものであるが、ASP提供に必要なとなるライセンス契約(SPLA)をMicrosoft社と締結している。

インターネット利用技術サービス

多様な利用方法があるインターネットを、行政サービス・ビジネスサービス・地域コミュニティサービスなど最新の技術動向と利用の最適化の調査研究を行うほか、若葉台オフィスにおける鳥取県情報ハイウェイ接続の利用調査研究も行っている。

現在、鳥取県システム導入検討委員会メンバーに委嘱されるとともに、鳥取大学、鳥取環境大学などにも情報提供を行っている。

データセンターサービス

a．ホスティング・ハウジングサービス

地域を中心とした自治体、各種団体、企業の約100社に対してのホームページおよびメールサービス提供を行っている。

b．インターネット接続サービス

鳥取県情報ハイウェイを利用した自治体向けサービスのほか、NTT-DOCOMO社と連携したFOMAテレビ電話機能によるサービスを提供している。

システム構築

a．システム提案、構築および保守サービス

NTT西日本、NTTマーケティングアクト東中国、NTTネオメイト東中国各社と連携してシステムの提案と構築、その後の保守サポートを行っている。

b．ホームページ企画制作

上記各サービスによるホームページ企画制作などを受託し、利用研究と技術研究を併せもつWebアプリケーション開発を行っている。

(3) 創業時からの売上実績推移(うち官公需受注実績)

年度	売上高(うち官公需受注実績)
平成13年2月	2,000万円(1,000万円)
平成14年2月	3,500万円(1,800万円)
平成15年2月	8,400万円(6,000万円)
平成16年2月	6,900万円(3,500万円)
平成17年2月	6,200万円(3,000万円)

(4) 企業が抱える問題点、課題

全ての資源・資力と投下しているところの「i-SITE PORTAL」の全国販売をいかに展開するべきか、自己の持つ資源・資力だけでは限りがあり、大きな経営課題となっている。

3. 官公需受注関係

(1) 官公需受注のための営業活動の特徴

パソコン通信時代の人脈と、地域でいち早くインターネット専業という創業が需要

を導くことに繋がった。営業部隊を持たず展開が可能であったが、受注がNTT社との協業にシフトする中、提案資料の制作などの業務が増えている。

インターネット全盛の中、コミュニティ（メーリングリストなど）に参加し、官公需のベースを強固とすることができた。

<主な受注機関>

- ・鳥取県、鳥取市、船岡、八頭町、若桜町、智頭町、岩美町、日野町
- ・国土交通省、鳥取大学、鳥取環境大学等

(2) 官公需受注を出来るまでの経過

(旧)船岡町については、平成8年に自社製作情報提供ホームページを受注。鳥取県観光課については、テレトピア経由で受注、その後、直接取引が始まった。

鳥取県ホームページについては、ボランティアがきっかけで受注、国等の機関については、これまでの活動を評価され、提案を求められるまでに至っている。

現在では、鳥取大学との共同研究も行っている。

(3) 官公需受注活動の中で発生した問題点とその解決経緯等

発注機関からの依頼により予算積算などに必要な提案資料を制作するが、それが受注につながらないところが多い。母体の小さな企業では、このようなロスは大きな負担となっている。地元企業優遇や、創業経過年や規模による優遇施策も必要との意見があった。

<事例4：有限会社ヴォックス（香川県）>

1. 企業等の概要

企業名	有限会社ヴォックス
設立年月	平成14年11月
住所	香川県観音寺市流岡
資本金	3,000,000円
従業員数	17名
業種	デザイン業

2. 企業の活動状況

(1) 設立経緯・目的等

創業者である社長は、地元観音寺の高校で美術を教えるほか画廊を経営した経験を有するなど、美術関係に造詣が深く、昭和59年から個人的にデザイン業も行っていた。デザインを志す若者は多いが、専門職としての認知度が低く、業として独立して行くには多くの困難があり、また若手の活躍の場がないため、地元デザイナーの受け皿となるべく当社を創業した。

創業以来、広告代理店からの受注ではなく自主的な営業で顧客の確保を図ってきた。デザイン業として、香川県内では17名の従業員を抱える企業はなく、営業の範囲も県域を越え、神戸や首都圏を対象とするまでに成長してきている。

(2) 企業の提供する製品・サービス等の概要

企業等からのデザインの作成を主な業務としており、CIや官庁の広報誌から個人の名刺のデザイン等まで幅広く対応している。

(3) 創業時からの売上実績推移

創業以来1億2,000万円の壁がなかなか破れなかったが、昨年度1億3,000万円の実績を上げることができた。

(4) 企業が抱える問題点、課題

人材育成の困難さ

デザイナーとして一人前になるには10年かかるといわれており、これに感性も必要となる。中小企業ではコピー、カメラ、デザイン等幅広い対応も必要であり、有能な人材の確保が課題となっている。

専門職としての認知度が低い

デザインの場合、印刷業の付属としてみられることが多く、デザインのための費用が予算化されているケースは非常に少ない。

また、コンペ等では印刷会社が安値で応募するため、デザイン専門会社は太刀打ちできない状況もある。

3 . 官公需受注関係

営業活動は、これまで社長が主に担当していたが、最近営業担当を増員して現在は2名体制としている。しかし、官公庁への日常的な営業はあまり行っていないのが現状である。

官公需については、県庁や近隣の市等のコンペへ積極的に参加するようにしているほか、印刷会社の下請けとして参加するケースもある。

また、社長が市の街づくり委員会等に参画しており、こうした活動が官公需に結びつくものと思われる。

官公需受注ができるまでの経緯としては、観音寺市のマークに社員が応募（個人的に）して採用されたほか、市のパンフレットの受注に成功した。これには、もともとマニュアル作成等のノウハウがあり、これが評価されたと思われる。

香川県の場合、デザインについては、印刷との一体で発注されることが多く、首都圏と違ってデザインとして評価され、見合ったデザイン料をもらうことが難しい状況にある。

官公需受注活動の中で発生した問題点としては、デザインコンペへ参加した場合、かなりの費用がかかり、中小企業にとっては相当な負担になるという問題点が上げられる。

県の広報誌のコンペに参加した際、カラーコピーの資料を50部以上要求されるなど、当社でもコンペにかかる費用としては、年間200～300万円の経費がかかっている。

しかし、企業経営維持のためには官公需受注は不可欠と考える。民需の場合、受注してからプロジェクトが廃止されるケースも多くて不安定であるのに対して、官公需のように納期や支払期限が明確な仕事は、中小企業にとって安定した仕事の確保に繋がっている。

4 . 官公需制度関係

当社の社長は、官公需制度については従前から十分に理解している。以前は、デザイナーとして印刷関係の異業種組合を設立、官公需適格組合証明の取得を目指すとともに、現在では、営業拠点の拡大を目指して兵庫県の異業種組合にも加入するなど、官公需適格組合制度についても十分認識している。

しかし、発注機関がデザインという専門職に対する理解、必要性・重要性を認めておらず、発注価格のみでデザイン面は全く無視されるケースが多く、デザインの優秀性にも十分に配慮して欲しいとの意見があった。

<事例5：有限会社生活創造工房（高知県）>

1．企業等の概要

企業名	有限会社生活創造工房
設立年月	平成14年4月
住所	高知県高知市南はりまや町
資本金	4,000,000円
従業員数	3名
業種	コンサルティング、ビジネス支援、Web企画・制作 他

2．企業の活動状況

(1) 設立経緯・目的等

創業者は、地元高知県の出身である。東京でシステム開発等を経験の後、高知に帰り、地元シンクタンク勤務後、地域情報化を中心とした企画・コンサルティング事業者として平成11年に独立し、3年後の平成14年4月、有限会社生活創造工房として法人化した。

現在は、企画だけでなくソリューション提供ができるようコンテンツ制作やシステム開発等も手がけている。また、公的機関において情報化支援や事業化を始めとしたビジネス支援等も行っている。

創業しようとした動機は、情報化を手段として“地域おこし”をより推進したいということであった。

(2) 企業の提供する製品・サービス等の概要

コンサルティング

ビジネス支援

講演会の企画・実施

Web企画・制作

地域文化関連の商品企画

調査・研究事業

地域文化を情報技術で付加価値をつけた商材の開発は以前から検討していたが、ブランド戦略の一環として実施している。平成16年度に自社企画商品「土佐弁かるた」を開発し、NHK、地元新聞等で報道され当社認知度は急速に高まっている。この領域で、当社のブランド化を図る事ができればと考えている。

当社の強みは、代表の企画・コンサルティング経験に裏打ちされた事業全体を把握できる能力、システム開発で培われたwebの知識、代表者が県・市町村の各種委員会の委員に就任しており地域動向・技術動向・住民のニーズを把握できていること、にある。

(3) 創業時からの売上実績推移

官公需は1年間契約が基本であり、経営的には官公需受注比率が高いと不安定になることも否めない。そのため、官公需は売上げの全体の3分の1にとどめ、民需を3分の1、残りを地域文化関連の商品企画などの自主事業とするよう計画している。

(4) 企業が抱える問題点、課題

当社は、コンテンツ関係に強い人材を求めている。地域の事情に精通し、かつコミュニケーション能力(業種柄ヒアリングがつきもの)が求められるため、それに合った人材の確保が難しいということが企業にとって大きな課題となっている。

3. 官公需受注関係

官公需受注のための営業活動は、創業者を含め2名(他に在宅ワーカー1名)で行っている。営業にまわるというより、官公庁であれば、発注情報を収集し、公募締め切りまで1ヶ月程度であるものをターゲットとして受注活動を行っている(公募締め切りが1週間、2週間のものもかなりある)。

また、経営者が所属する異業種交流会等での情報交換を行い、人的ネットワークを作り、人的関係を通じての営業活動を展開している。

官公需受注については、創業者が個人事業主時代に所属していた異業種交流会の事務局を高知県の外郭団体である(財)高知県産業振興センターが担当。その事務局の職員から(財)愛媛県産業振興財団の公募情報を紹介されたのが官公需受注の第一弾につながっている。

入札参加資格申請については、県内のシンクタンクに勤務していた際、そこで官公庁と取引があり、申請手続きが必要であることは知っていた。また、各市町村については、ホームページや直接問い合わせることにより申請手続きを行った。

県中央会のホームページで発注情報などの情報提供がされていることは知っているが、利用していない。

新規開業者や新分野の開拓を行おうとする者には、実績は無い。これらを重視(受注経験や受注金額)することよりも、提案内容を重視して欲しい、実績は必須条件ではなく参考程度にして欲しい、特に国の機関において実績が必須のケースが多いので改善して欲しいとの意見があった。

当社が新たな分野へ提案をする場合、既存事業での経験を見てくれないように感じられる。

また、官公需受注活動の中で感じる問題点として、仕様書がわかりにくいこと、発注機関がweb上での発注情報を出さないケースが散見されること等があり、官公需受注後に発生する問題点として、契約内容に記載されていない業務の追加依頼がある事がある等の指摘があった。

4 . 官公需制度

当社の社長は、官公需法は知っていたが「国等の契約の方針」、官公需適格組合制度については、認知していなかった。

中小企業施策、官公需施策についての意見、要望がとして、官公需発注の公募期間が短いこと、公募情報が一般に公開されていないものがある(公的機関の担当者の所で止まっている)、助成金等の申請は、書くテクニックを要するものや申請書類が多く手間がかかるものがあり、中小企業者には申請が困難ではないかとの意見があった。

また、中央会への意見、要望として、中央会のホームページをみて官公需の発注情報収集も行っているが、今後ともリアルタイムでかつフィルターをかけない(加工しない)情報提供をお願いしたいとの意見があった。

<事例6：（有）クリエイティブジャパン（福岡県）>

1．企業等の概要

企業名	（有）クリエイティブジャパン
設立年月	平成12年7月
住所	福岡県田川市番田町
資本金	3,000,000円
従業員数	5人
業種	情報通信 教育サービス

2．企業の活動状況

（1）設立経緯・目的等

創業者は、地元田川市出身、北九州工業専門学校を卒業後、電機メーカーに勤務していたが35歳で退職した。退職後は、地元田川市に戻り、独立を目指して商工会議所の創業塾、ソフト関連の資格を取得し、営業活動の基盤を整備。IT関連産業が生活文化に定着するとの考えから、田川市と交渉して、ギガビットハイウェイ・アクセスポイントである「たがわ情報センター」の開設をきっかけに当社を設立、平成14年に当情報センターに入居した。

当社は、当情報センターでの人材養成・育成部門を分担して事業を展開している。

（2）企業の提供する製品・サービス等の概要

雇用、能力開発、資格取得を主とするコンピュータ、およびカルチャースクール運営
データベース構築

インターネットホームページ制作

各種プログラム開発

コンピュータによる各種作業のアウトソーシング

コンピュータに関する全ての業務

人材派遣事業、職業紹介事業

（3）創業時からの売上実績推移（うち官公需受注実績）

年度	売上実績（うち官公需受注実績）
平成12年度	500万円（50万円）
平成13年度	1,000万円（100万円）
平成14年度	1,200万円（100万円）
平成15年度	3,200万円（1,000万円）
平成16年度	4,100万円（2,000万円）
平成17年度	8,000万円（3,000万円）（見込み）

(4) 企業が抱える問題点、課題

当社は、たがわ情報センターの施設を利用して企業向けのIT教育や企業向けウェブサイトの制作、システム開発を中心に事業活動を展開しているが、新たな得意先企業の開拓および事業展開のための資金繰りに苦慮している。

特に資金繰りについては、国民生活金融公庫から開業資金の融資を得ているが、これら資金では運転資金の運用が賄えず、親戚、知人からの借入によってどうにか運用しているのが実態。

また、IT教育のために社員の人材養成を行っても、その社員が定着せず、先行投資を行ってもなかなか実を結ばない状況が続いている。

3. 官公需受注関係

当社は、企業向けのIT教育で実績を上げ、その実績をもとに雇用・能力開発機構のIT教育、田川市のウェブサイト制作、伊田商店街振興組合の「タッチパネル情報提供端末のシステム開発」などの実績を重ね、田川市および周辺市町村、高等技術専門学校などに積極的な営業活動を展開している。

設立当初は、田川商工会議所のIT教育等を実施、平成14年度からは雇用・能力開発機構の「再就職者向けIT教育」を受注、平成15年からは福岡県立田川高等技術専門学校の「職業訓練IT教育」、田川市の「子育てマップ」制作の受注等、市を中心に関係機関等からの受注実績を積み重ねている。

当社では、田川市の入札参加資格審査申請を行い、次いで県、国等の発注機関の資格審査申請を行っている。福岡県労働局の入札案件の落札など、徐々にではあるが落札案件も得ているが、実際、入札となると大企業との競争入札となるケースも多くなっている。ウェブサイト制作など、新規開業者や中小企業でも受注可能な案件も多いが、大企業との競争や実績比較をされるケースが多いことから、新規開業者向けの案件については、新規開業者枠を設けて欲しいとの意見があった。

また、当社は平成18年度から「たがわ情報センター」の指定管理者に選定された。

「たがわ情報センター」の施設をフル活用して、企業向けIT教育、再就職者向けIT教育、職業訓練IT教育、市民向けIT教育等幅広く展開する予定である。

4. 官公需制度

当社に社長は、官公需施策については中小企業向けの官公需施策があることは知っていたが、詳細については、昨年のアンケート調査で知ったとのことである。

官公需適格組合制度について知らなかった。

中小企業施策、官公需施策についての意見、要望としては、発注情報について、特にその情報の提供とその充実をお願いしたいとのことである。

．官公需発注機関調査事例

< 事例 1 : 滋賀県庁 >

1 . 発注機関の概要

発注機関名	滋賀県庁
担当セクション	商工観光労働部 商工政策課

2 . 主な発注案件とその内容（建設、物件、役務の別）

金額・目標率については公表していない。

3 . 中小企業者向け官公需施策

(1) 中小企業向けの官公需施策

平成 5 年より「滋賀県における中小企業者向け官公需確保のための推進方針」を定めている。国に準じた形で毎年見直しを行っている。平成 1 7 年度は 1 5 項目あり、「 1 0 . 公共工事における県内下請・県内材料調達の利用促進」「 1 1 . 滋賀県リサイクル認定製品の利用促進」については、今年度新たに追加されたものである。また、「 1 2 . 県産品の利用促進」については、滋賀県独自に定めたものである。

(2) 最近の発注形態の変化

特に調査はしていないが、随意契約から指名競争入札に変わってきている。随意契約の範囲は予決令の範囲内で行われている。

(3) 地域要件等、地元企業への発注への配慮等

滋賀県の推進方針では、「 8 . 地元中小企業者等の活用」を入れている。例えば、水道局では、地元中小企業へ発注をしている。

(4) 特に新規開業者を対象とした施策

滋賀県では、平成 1 7 年度に「滋賀県新商品生産による新事業分野開拓者認定制度（滋賀県新商品パイオニア認定制度）」を制定した。対象となるのは、県内に事業所を有する中小企業者であり、新商品の生産により新たな事業分野の開拓を実施しようとする方で、当該新商品を県内事業所で生産しようとする方が対象である。

年 2 回の募集が原則だが、今年度は 1 0 月募集の 1 回だけとしている。

(5) 資格審査申請について

国に準じて行っている。

(6) 電子入札への対応

土木では、電子入札導入を検討していたが未実施である。滋賀県の契約方針の 1 3 では電子化について努力目標として掲げている。

入札情報・落札情報については、滋賀県のホームページで閲覧することが出来る。

(7) 資格審査申請における新規開業企業の取扱い

競争入札参加資格に工事2年、物品・役務1年以上の営業経験が求められるので、新規開業企業への発注実績はない。庁内では、営業年数を外すことについて議論したが、実現には至らなかった。

(8) 新規開業企業への発注実績

上に同じ。

(9) 官公需適格組合制度、官公需適格組合への優遇措置等

滋賀県では官公需適格組合は、工事1組合、物品役務が8組合の合計9組合である。

官公需適格組合への優遇措置については、契約方針の「2.官公需適格組合等の活用」で掲げている。

(10) 中小企業施策、官公需施策についての意見、要望

分離・分割発注については、滋賀県の契約方針の「5.分離・分割発注の推進」として掲げている。この中で「可能な限り」の文言については、土木からの要請で付けたものである。

「官公需」という言葉を、官庁内でも知らない人が多い。

(11) 中小企業団体中央会への意見、要望

特になし。

<事例2：鳥取県庁>

1．発注機関の概要

発注機関名	鳥取県
担当セクション	商工労働部経済政策課

2．主な発注案件とその内容（建設、物件、役務の別）

	官公需契約実績額に占める中小企業者向契約実績額比率					平成16年度 官公需実績額
	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	
工事	83.8	78.6	86.1	91.2	88.0	49,760百万円
物件	75.7	80.0	72.8	87.1	84.6	2,299百万円
役務	88.0	87.9	80.5	73.1	65.6	4,730百万円
計	83.9	79.6	84.9	89.6	85.5	56,789百万円

3．中小企業者向け官公需施策

(1) 中小企業向けの官公需施策

- ・特に講じていない。
- ・中小企業向けの発注方針を定めていない。
- ・新商品の生産により新たな事業分野の開拓を図る中小企業に対し、地方自治法施行令第167条の2第1項第4号の規定に基づく認定制度の実施。
- ・『新技術・新製品売込みプレゼンテーション』の開催

自ら積極的に販路を開拓しようとする県内中小企業が直接鳥取県庁内発注部局等へ新製品・新技術を説明、紹介（プレゼンテーション）する場を設け、県自らもこれらの企業への発注機会の増大を図るとともに、受注した企業の信用力を高め、民需拡大につなげることを目的として開催。

(2) 最近の発注形態の変化

- ・工事については、通常型指名競争入札から公募型指名競争入札への変化（限定公募型も含む。）
- ・物品等については、特に変化はない。（県の会計規則に随意契約、指名競争入札によることができる場合の契約金額が定められており、その区分により入札（見積）を行っている。）

(3) 地域要件等、地元企業への発注への配慮等

- ・特殊な物品・工事を除いて地元業者への優先発注を行っている。
- ・工事において、同じ技術力を持っていれば県内業者を優先

（例）・指名業者選定要綱において、指名業者は県内に主たる住所（本社）を有する者の中から選定する旨記載

- ・指名業者選定の採点基準として地域貢献度を設けることにより、元請業者が県内業者に下請けさせるよう誘導

(4) 特に新規開業者を対象とした施策

- ・特に講じていない。

(5) 資格審査申請について

- ・工事については、県独自の審査方法を採用
- ・物件等については、ほぼ国に準じて行っているが、財務諸表などの添付書類の提出を求めておらず、申請事務の簡素化を図っている（県独自の審査方法は採用していない）。

(6) 電子入札への対応

工事

- ・電子入札は平成17年度より実施。
- ・現在は、県外や県内A級業者が対象となっている（予定価格6,000万円以上）が、平成18年度から適用を拡大する予定。

物件

- ・平成18年3月から、出納局が行う本庁分の物品の購入（20万円以上）について、電子入札を行う予定。
- ・平成19年4月からは出納機関の物件購入について、電子入札を行う予定。

役務

- ・平成20年4月からは役務の提供について、電子入札を行う予定。

(7) 資格審査申請における新規開業企業の取扱い

- ・特に新規開業企業への特別な取扱はしていない。
- ・工事については、建設業許可、経営事項審査の受理、過去一年の同種工種の実績があれば認定。なお、格付けのある発注工種については、新規開業者は再開の格付等級としている。

(8) 新規開業企業への発注実績

- ・ある（要件を満たせば入札に参加させている）
- ・工事については、等級別（設計金額別）に発注する工種があり、買いの業者へも指名（発注）している。

（例）土木D級（最下位の格付け等級）は、2,000万円未満の工事が対象

(9) 官公需適格組合制度、官公需適格組合への優遇措置等

- ・知っているが、特に優遇措置を講じていない。

(10) 中小企業施策、官公需施策についての意見、要望

- ・特になし。

(11) 中小企業団体中央会への意見、要望

- ・特になし。

<事例3：香川県庁>

1．発注機関の概要

発注機関名	香川県
担当セクション	商工労働部経営支援課

2．主な発注案件とその内容（建設、物件、役務の別）

<平成16年度発注実績>

	件数（件）	金額（百万円）
物品	59,691（76.7%）	10,775（71.5%）
工事	6,729（88.0%）	54,469（86.6%）
役務	13,219（70.6%）	14,237（52.0%）
合計	79,639（77.9%）	79,481（78.3%）

（注）1．（ ）内は、うち中小企業向け比率

2．16年度の中小企業向け比率は台風の災害復旧により例年に比べると高めとなっている（15年度：72%、12～14年度：60%台）

3．中小企業者向け官公需施策

（1）中小企業向けの官公需施策

・特に定めていない

（2）最近の発注形態の変化

・一般競争入札の割合が高まってきており、今後ともその割合は高まる見込み

<物品> 250万円超：原則一般競争入札

100万円超：指名競争入札

<工事> 1～5億円：制限付一般競争入札

平成16年度に試験的に導入し、平成17年度から普及に努めている。

（3）地域要件等、地元企業への発注への配慮等

<物品> 入札参加資格者は県内に本支店がある事業に限定

随意契約については県内の業者に限定

<工事> 県内を数ブロックに分けて、できるだけ地元企業に発注するようにしている

（4）特に新規開業者を対象とした施策

特に新規開業者を対象としたものではないが、優れた技術又は製品特性を有し、市場性が見込まれる製品等について、県が試験的に発注して官公需の受注実績を作ることにより販路開拓を支援する「香川県地域企業製品等販売力強化（試験発注）事業」がある（平成17年度から開始）。

<対象発注>

A：物品又は役務（発注金額100万円未満）

B：物品のみ（発注金額の上限なし）

- ・ Bについては、試験発注製品等の応募と併せて、別途「新商品生産による新事業分野開拓者」の認定申請を行い、知事の認定を受けた新商品が対象となる。
- ・ Bについては昨年「地方自治法施行令第167条2 第1項第4号」が改正・施行されたことにより可能となった。
- ・ 17年度実績～応募：34製品等（32事業者） 採択：8製品等（8事業者）
- ・ 17年度予算：900万円

(5) 資格審査申請について

独自審査方法を採用。

<物品> 入札参加資格

(250万円超)

- ・ 直近の事業年度の製造販売実績3,000万円以上、自己資本50万円以上
- ・ 営業日数2年以上

(100万円未満)

- ・ 他の事業者がない場合は随意契約可

<工事> 総合点評価（客観点数+主観点数）

主観点数項目：技術力、工事成績、ISO、機械等の残存年数、法令違反

(6) 電子入札への対応

平成15年3月に香川県電子入札会議を開催し、以降段階的に電子入札を実施しつつある。

<物品> 一般競争入札について17年度から運用開始。

以降、18年度指名入札、19年度随意契約について運用を開始する予定。

資格登録については電子化されていない。

<工事> 工事5,000万円以上、コンサル700万円以上について17年度から運用開始。

19年度には全ての案件について電子入札対応を行う。

(7) 資格審査申請における新規開業企業の取扱い

- ・ 特別に配慮した取扱いをしていない。

(8) 新規開業企業への発注実績

- ・ 統計をとっていない。

(9) 官公需適格組合制度、官公需適格組合への優遇措置等

- ・ 制度については熟知しているが、優遇策は講じていない。

(10) 中小企業施策、官公需施策についての意見、要望

特になし

(11) 中小企業団体中央会への意見、要望

特になし。

< 事例 4 : 高知県庁 >

1 . 発注機関の概要

発注機関名	高知県
担当セクション	出納局出納課物品調達班、土木部建設管理課

2 . 主な発注案件とその内容（建設、物件、役務の別）

- ・物件
- ・工事（建設請負工事、土木設計等委託業務、建築設計等委託業務）

3 . 中小企業者向け官公需施策

（ 1 ）中小企業向けの官公需施策

- ・特に講じていない。

（ 2 ）最近の発注形態の変化

< 物品 > 平成 17 年 10 月 1 日から電子見積競争を導入。

< 工事 > 競争入札における公募型指名入札の割合の拡大。

（ 1 億円以上の建設工事及び 2,500 万円以上 1 億円未満の建設工事の一部（ 試
行 ））

総合評価落札方式の拡大の検討。

（ 3 ）地域要件等、地元企業への発注への配慮等

< 物品 > 原則として本支店及び営業所のある業者を指名（見積競争及び指名競争時）

< 工事 > 行っている。（具体的内容：公募型指名入札における地域要件の設定等）

（ 4 ）特に新規開業者を対象とした施策

< 物品 > なし

< 工事 > 特に講じていない。

（ 5 ）資格審査申請について

< 物品 > 独自

< 工事 > 独自の審査を行っている。「高知県建設工事競争入札参加資格要綱」、「高知
県建設工事入札参加資格審査における地域点数算定方法要領」、「事業協同組合に
係る総合点数の算定方法等に関する特例要領」などの定めあり。

（ 6 ）電子入札への対応

< 物品 > 電子入札については、入札物件が少ないため導入していない。電子見積競争を
導入している。

< 工事 > 早期導入を目指して、現在、電子入札システムの周辺環境調査を実施中。

（ 7 ）資格審査申請における新規開業企業の取扱い

< 物品 > 営業年数 1 年未満の業者は登録できない。

< 工事 > 特別な取扱いを行っていない。

(8) 新規開業企業への発注実績

< 物品 > なし

< 工事 > 。特に統計等は取っていない。

(9) 官公需適格組合制度、官公需適格組合への優遇措置等

< 物品 > 制度は知っている。組合への発注も行っている。

< 工事 > 制度は知っているが、特に優遇措置等は講じていない。

(10) 中小企業施策、官公需施策についての意見、要望

特になし。

(11) 中小企業団体中央会への意見、要望

特になし。

<事例5：福岡県庁>

1．発注機関の概要

発注機関名	福岡県
担当セクション	商工部商工政策課 組織・情報係

2．主な発注案件とその内容（建設、物件、役務の別）

（単位：千円）

区分	官公需総予算額（A）	中小企業向け 契約目標額（B）	比率（%） （B）／（A）
物品	10,184,770	7,136,454	70.1
工事	142,656,452	101,471,792	71.1
役務	33,059,502	20,317,928	61.5
計	185,900,724	128,926,174	69.4

3．中小企業者向け官公需施策

（1）中小企業向けの官公需施策

- ・「県の公共事業等の県内中小企業に対する優先発注等について」という文書を、毎年度当初に各発注機関に通知している。また、市町村や公社などにも同様の文書を通知し、周知徹底を図っている。
- ・庁内各部局に対しては、毎年度当初に「中小企業受注確保対策部会」を開催し、中小企業に対する発注についてお願いしている。
- ・受注企業に対しても、工事等の一部を下請け発注する場合には、県内中小企業に優先発注するよう依頼している。

（2）最近の発注形態の変化

- <物品> 特に目に見えた変化はない。
- <工事> 公共工事件数や工事額自体が減少してきているので、単純には分析できないが、特に大きな変化は見あたらない。

そもそも、一般競争入札は1件3億円以上の大型工事が対象であるため、その年にどれだけ大型公共工事が行われているかによって件数や金額が左右される。

（3）地域要件等、地元企業への発注への配慮等

- ・物品・印刷物の発注のほとんどは、地元企業に発注している。
- ・公共工事においても、特殊な工事、大型工事の一部を除いて、県内の中小企業者に優先的に発注するとともに、受注機会の確保のため、共同企業体の活用や分離・分割発注の推進に努めている。

（4）特に新規開業者を対象とした施策

- <物品> 下記（7）の回答にあるように、そもそも新規開業者が県の名簿に載ることが

困難であるため、それを対象にした優遇施策等も講じていない。

<工事>特に何も講じていない。新規開業者については、(7)の回答を参照。

(5) 資格審査申請について

- ・公共工事に参加する資格を得るとい根幹の部分においてはほぼ全国共通である。すなわち、建設業法における経営事項審査を受けなければならない。
- ・格付け評価の部分については、県独自の方法を採用している。
- ・福岡県においては、以下の2つが格付けに影響する。

当該企業が前年1年間に県の発注を受けて完成させた工事の成績点数。

障害者雇用の実績が、県の定める基準を果たしているかどうか。

特に県の基準以上の障害者を雇用している企業には、点数を加点する。

(6) 電子入札への対応

- ・入札制度の透明性、競争性を高めるとともに、事業者が県と取引する際の事務負担の軽減を図るため、電子入札の開発を進めてきた。
- ・14年度：基本計画及び基本設計を完了
- 15年度：システム開発
- 16年度：土木事務所で試行(24件)を行って、問題点を整理
- 17年度：再試行を行った上で、10月から一部の調達案件について運用を開始
- ・対象案件は、建設工事：5,000万円以上、建築工事：9,000万円以上、業務委託：1,000万円以上で導入予定
- ・当面は、電子入札と紙による入札との併用による入札となる。

(7) 資格審査申請における新規開業企業の取扱い

<物品>原則として、開業3年目以上の業者でなければ、県の業者名簿に登録できない。これは、業者の審査を行う際に、過去2年分の財務諸表で判断するためである。

<工事>新規開業者に対する特別な取扱いというのは、特にない。よって、最初のうち、資格審査においてベテラン業者と同様の基準を当てはめられるので、厳しいかも知れない。ただし、どこから新規開業者とするかの線引きは難しい。

工事業者には分野が色々あるため(一般的な建築工事の他に、電気設備工事、造成工事等)、ベテラン業者が新分野に進出してきた場合もあるし、個人事業者が法人登録して申請してくる場合もある。同じ企業でも社長が変わって、会社の名前を変えて申請してくるときもある。よって、新規開業者を抽出することは困難である。

(8) 新規開業企業への発注実績

<物品>各部が行う随意契約の中に、新規開業者に対する発注実績があるかも知れないが、その数については把握していない。

<工事>特に把握はしていない。

- (9) 官公需適格組合制度、官公需適格組合への優遇措置等
- ・官公需適格組合については、毎年度当初に開催する「中小企業受注確保対策部会」において、各部局にその積極的活用をPRしている。
 - ・官公需適格組合に対する発注については、現行の入札制度の中で、その施工能力や受注意欲を勘案し、積極的な活用を図っている。
- (10) 中小企業施策、官公需施策についての意見、要望
特になし。
- (11) 中小企業団体中央会への意見、要望
特になし。

<事例6：沖縄県庁>

1．発注機関の概要

発注機関名	沖縄県庁
担当セクション	出納事務局物品管理課 土木建築部土木企画課

2．主な発注案件とその内容（建設、物件、役務の別）

<物品> 消耗品、印刷、備品、被服関係は、物品監理課から調達

<工事> 工事関係については、県の出先機関で発注、発注実績等については土木企画課で管理、指導（工事に関して中小企業への発注実績は金額で92.2%、件数で97%の実績。）

3．中小企業者向け官公需施策

（1）中小企業向けの官公需施策

<物品> 昭和59年から「県内企業への優先発注及び県産品の優先使用基本方針」に基づき実施。

<工事> 県内中小企業育成の見地から、ほとんどの案件について地元中小企業に発注している。技術的な側面で、中小企業独自で受注できないトンネル、橋梁工事等については大企業と地元中小企業のJVを組ませるよう指導しており、地元中小企業の活用に努めている。

（2）最近の発注形態の変化

<物品> 平成15年度より、従来の随意契約についてはオープンカウンター方式に変更している。（1万円以上の案件で、部局で特殊のものを除く。）

<工事> 指名競争入札がほとんどで、一般競争入札、公募入札の案件は少なくなっている。

一般競争入札については、従来7.3億円以上のものから3億円以上に変更。

また、一般競争入札についても入札条件として県内に本店、本社があるところという条件を付している。

（3）地域要件等、地元企業への発注への配慮等

要領については、インターネットで公開しているが、地元優先発注に努めている。

（4）特に新規開業者を対象とした施策

<物品> 特に新規開業者への施策は講じていない。

<工事> 特に新規開業者への施策は講じていない。

品確法の観点から実績のあるところに発注している。

（5）資格審査申請について

<物品> 沖縄県財務規則、規程による。

<工事> 客観的点数については、国に準じている。

県の独自の評定は、実績、障害者雇用、ISO取得、表彰などを加点、評価している。

(6) 電子入札への対応

<物品> 他県に比べ、中小零細企業が多く電子調達の導入については十分な配慮が必要となるため、各方面からの情報収集を行いつつ、今後検討していくとのこと。

<工事> 平成18年度1月から特Aクラスから試行試験を開始、4月から一部運用の予定。

平成19年度から本格導入(大きな工事案件から実施)

導入予定のシステムは、コアシステムをアレンジしたものであり、20年度には中核である那覇市、22年度からはそれ以外の市町村と歩調を合わせる方向で、地方公共団体に呼びかけを行っている段階。

(7) 資格審査申請における新規開業企業の取扱い

<物品> 物品の登録業者は、同種の営業を1年以上営んでいる者が対象であり、特別な取扱はしていない。

<工事> 工事の登録業者は、物品同様に同種の営業を1年以上営んでいる者が対象であり、当然ながら新規開業者は実績がないので下位ランクからのスタートとなる。

(8) 新規開業企業への発注実績

<物品> 特に新規開業者への発注実績の把握はしていない。

<工事> 1年未満の新規開業者への発注はないが、1年以上の企業については、特にその発注実績の把握はしていない。

(9) 官公需適格組合制度、官公需適格組合への優遇措置等

<物品> 官公需適格組合制度は承知しているが、特に優遇措置は講じていない。

<工事> 国同様、平成15年度より資格審査申請における特例措置を講じている。

個別発注にあたっては、官公需適格組合への優遇措置は講じていない。

(10) 中小企業施策、官公需施策についての意見、要望

<物品> 特になし。

<工事> 来年度より、品確法に対応するよう国から要請されている。

品確法の施行で、価格、技術力等を総合評価方式で判断することとなるが、技術者の人数、経営力、技術力、工事实績について企業が高めていかないと発注できないこととなり、県内中小企業の育成、発注をどのように行っていくのが課題となっている。

(11) 中小企業団体中央会への意見、要望

特になし。

<参 考>

1．平成17年度中小企業者に関する国等の契約の方針

2．地方公共団体における官公需施策の推進資料

<都道府県における中小企業向け官公需発注方針等>

<新商品の生産により新たな事業分野の開拓を図る中小企業に対し、地方
自治法施行令第167条の2第1項第4号の規定に基づく認定制度>

1 . 平成 1 7 年度中小企業者に関する国等の契約の方針

平成 1 7 年 7 月 1 5 日
閣 議 決 定

国は、官公需についての中小企業者の受注の確保に関する法律第 4 条第 2 項に基づき、平成 1 7 年度における中小企業者に関する国等の契約の方針（以下「国等の契約の方針」という。）を次のとおり定める。国等は、国等の契約の締結に当たっては、予算の適正な使用に留意し、世界貿易機関政府調達協定及び政府調達に関する我が国の各種行動計画との整合性を確保しつつ、中小企業者を取り巻く厳しい情勢を踏まえ、中小企業基本法第 3 条に掲げる基本理念に則り、中小企業の経営基盤の強化を図るため、国等の契約の方針に基づき、中小企業者の受注の機会の増大のための措置を講ずるものとする。その運用に際しては、国等の調達する物品等（工事及び役務を含む。以下同じ。）の受注を確保しようとする中小企業者の自主的な努力を助長し、公正な競争が行われるよう配慮するものとする。

なお、消費税及び地方消費税については、その適正な転嫁を受け入れるものとする。

また、国は、地方公共団体に対し、国等の契約の方針を参考として、地域の実情に応じ必要な場合には中小企業者に関する契約の方針を策定する等中小企業者の受注機会の増大のための措置を講じ、適切な運用が図られるよう要請する。

1 中小企業者の受注機会の増大のための措置

国等は、前年度までの中小企業者に関する国等の契約の方針に定められた措置について一層の徹底を図るものとし、平成 1 7 年度においては、次の措置を強力に推進するものとする。

（ 1 ）情報提供の促進

国等は、中小企業者の受注の機会の増大を図る観点から、透明性の向上と公正な競争の確保に留意しつつ、情報提供の促進のため、次の措置を講ずるものとする。

（ア）国等は、中小企業者向け契約の実績金額及び目標金額について、各省各庁等別の情報提供を行うものとする。

（イ）国等は、上記に加え、中小企業者向け契約の実績金額及び目標金額について、物件、工事及び役務の別に詳細に情報提供を行うものとする。

（ウ）国等は、競争促進に資する新たな指標として、入札件数等の情報提供に努めるものとする。

（ 2 ）中小企業官公需特定品目等の発注情報等の提供及び受注機会の増大

（ア）国等は、中小企業官公需特定品目（織物、外衣・下着類、その他の繊維製品、家具、機械すき和紙、印刷、潤滑油、事務用品、台所・食卓用品及び再生プラスチック製品）に関する発注計画を作成し、当該発注計画に関する情報を中小企業団体中央会等を通じて中小企業者に提供するものとする。

（イ）国等は、発注計画に関する情報の提供を行った特定品目のうち、落札価格等契約結果に関する情報の提供が中小企業者の受注機会の増大のため効果的であると認

められるものを、適切な方法により、中小企業者の参考に資するよう、中小企業団体中央会等を通じて中小企業者に提供するものとする。

(ウ) 国等は、中小企業官公需特定品目の発注を行うに際し、法令の規定に基づく随意契約制度の活用等により中小企業者の受注機会の増大を図るものとする。

(エ) 国等は、特定品目以外の物品、工事及び役務であって政府調達協定等に基づき官報掲載されるものを除く一般競争の発注に関連する情報並びに工事であって公募型の指名競争の発注に関連する情報を中小企業団体中央会等を通じて中小企業者に提供しよう努めるものとする。

(オ) 国等は、工事であって政府調達協定等に基づき官報掲載されるものを除く一般競争及び公募型指名競争の発注に関連する情報提供を行ったもののうち、落札結果等に関する情報の提供が中小企業者の受注機会の増大のため効果的であると認められるものを、適切な方法により、中小企業者の参考に資するよう、中小企業団体中央会等を通じて中小企業者に提供しよう努めるものとする。

(3) 官公需適格組合等の活用

(ア) 国等は、法令の規定に基づく随意契約制度の活用等により、中小企業庁が証明した官公需適格組合を始めとする事業協同組合等の受注機会の増大を図るものとする。

また、官公需適格組合の競争契約参加資格審査に当たっては、総合点数の算定方法に関する特例の一層の活用に努めるものとする。

(イ) 特に、官公需適格組合制度については、官公需適格組合の発注機関別受注実績を公表するほか、各省各庁等は、中小企業庁と協力しつつ、発注機関に対し、当該制度の一層の周知徹底に努めるものとする。

(4) 指名競争契約等における受注機会の増大

(ア) 国等は、指名競争を行うに際しては、極力同一資格等級区分内の者による競争を確保すること等により、中小企業者の受注機会の増大を図るものとする。また、一般競争の場合についても同様の配慮を払うものとする。

なお、資格等級に対応する契約の予定金額については、価格水準の変動等をも勘案しつつ、適時見直しを行う等一層の適正化を図るとともにこれを公表するものとする。

(イ) 特に、中小工事等に係る発注及び中小企業官公需特定品目に係る発注に当たっては、できる限り中小企業者を指名するなど、特段の配慮を払うものとする。

(ウ) 少額の契約案件にあつては、法令の規定に基づく随意契約制度の活用により、中小企業者の受注機会の増大を図るよう努めるものとする。

(5) 中小企業者への説明の徹底

国等は、物品等の発注を行うに際しては、中小企業者の入札等が円滑に行われるよう、性能、規格等必要な事項について十分説明に努めるものとする。

(6) 銘柄指定の廃止

国等は、物品等の発注に当たっては、真にやむを得ないと認められる場合を除き、直接の銘柄指定はもとより原材料等の間接の銘柄指定等を行わないものとする。

(7) 分離・分割発注の推進

(ア) 国等は、物品等の発注に当たっては、政府調達協定等の整合性の確保に特段の配慮をしつつ、価格面、数量面、工程面等からみて分離・分割して発注することが適切であるかどうかを十分検討し、可能な限り分離・分割して発注を行うよう努めるものとする。

なお、公共工事においては、公共事業の効率的執行を通じたコスト縮減を図る観点から適切な発注ロットの設定が要請されているところであり、かかる要請を前提として分離・分割して発注を行うよう努めるものとする。

(イ) 国等は、分割発注が、公正性・経済合理性に反する形で恣意的に実施されることを回避するため、経済合理性を満たしつつ、中小企業者の受注機会の増大を目的として分割発注を実施した場合には、当該分割発注に係る理由を公表するものとする。また、国は、地方公共団体においても同様の取組が実現されるよう要請する。

(ウ) 国等は、中小企業庁が取りまとめる効率的な分離・分割発注に係る事例を参考として活用するとともに、分野に応じて、部内の人材育成又は外部人材の活用等により、発注能力の向上等体制整備に努めるものとする。

(8) 計画的発注の推進及び労働時間短縮への配慮

国等は、物品等の発注に当たっては、可能な限り、計画的な発注を行うとともに、法定労働時間の週40時間制の実施、中小企業者の週休2日制等の動きを踏まえ、適正な納期、工期の設定に配慮するものとする。

(9) 適正価格による発注

国等は、中小企業者に対する物品等の発注に当たっては、需給の状況、原材料価格の実情、消費税及び地方消費税の負担等を勘案し、適正な価格での発注に配慮するものとする。

(10) 地方支分部局等における地元中小企業者等の活用

国等は、地方支分部局等の契約の限度額について、適時見直しを行い所要の引上げを図るとともに、地方支分部局等において消費される物品等については、極力地方支分部局等における調達を促進することにより、地元中小企業者等の受注機会の増大を図るものとする。

(11) 中小建設業者に対する配慮

国等は、上記に掲げるもののほか、中小建設業者を取り巻く現下の諸情勢にかんがみ、中小工事の早期発注等により中小建設業者に対し特段の配慮を払い、その受注機会の増大に努めるものとする。

また、指名競争を行うに際しては、極力同一資格等級区分内の者による競争を確保することとするが、優良な工事成績を上げた中小建設業者に対しては、施工能力等を勘案し、上位の等級に属する工事に係る競争に参加できるようにする等積極的に受注機会の確保に努めるものとする。

特に公共工事に関する発注に当たっては、共同による請負の一層の活用等により、中小建設業者に対する受注機会の増大に努めるものとする。

また、地元建設業者、専門工事業者等の中小建設業者を活用することにより円滑かつ効率的な施工が期待できる工事については、極力分離・分割して発注を行うよう努めるものとする。

(1 2) 技術力のある中小企業者に対する受注機会の増大

国等は、技術力のある中小企業者の受注機会（公共事業を除く。）の拡大を図るため、次の措置を講ずるものとする。

(ア) 国等は、政府調達（公共事業を除く）手続の電子化推進省庁連絡会議幹事会決定「技術力ある中小企業者等の入札参加機会の拡大について」に基づく入札参加機会の拡大措置について、これまでの実施状況を取りまとめて公表し、これを踏まえて当該拡大措置の一層の活用にも努めるものとする。

(イ) 国等は、技術力の正当な評価を踏まえ、技術力のある中小企業者に関する入札参加資格の弾力化、法令の規定に基づく指名競争入札や随意契約制度の活用等の措置を一層進めるよう努めるものとする。なお、技術力の評価に際しては、中小企業技術革新制度における技術開発補助金等の交付先中小企業のデータベースの活用など、客観的評価にも努めるものとする。

(1 3) 新規開業者に対する受注機会の増大に向けての措置

国等は、新市場、新産業の創出・育成による雇用創出の重要性にかんがみ、新規開業中小企業者の受注機会（公共事業を除く。）の増大を図るよう特段の配慮にも努めるものとする。

国等は、新規事業者の入札機会を拡大するために、物品の製造・販売等に係る入札参加資格のあり方の検討を行うものとする。

(1 4) 調達手続に関する簡素・合理化

(ア) 国等は、競争契約参加資格者の審査について、申請書類の統一化及び申請手続の簡素化等を一層推進するものとする。

(イ) 国等は、国における競争契約参加資格審査申請手続の電子化の実施状況及び入札・開札手続の電子化の導入状況等を踏まえ、中小企業者の円滑な対応に留意しつつ、電子的手段の導入にも努めるものとする。

(1 5) 中小企業者の自主的努力の助長

(ア) 国等は、中小企業者の自主的努力を助長するため、官公需に関する情報を、実情に即して電子的手段により提供するよう努めるものとする。

特に、国等の発注情報の提供については、中小企業団体中央会の協力を得て、中小企業庁を通じて発信される電子メール等電子的手段を活用し、中小企業者へ直接提供するよう努めるものとする。

また、競争契約参加資格申請の情報については、官報、掲示等によるほか、中小企業団体中央会等を通じて広く中小企業者に提供するよう努めるものとする。

(イ) 国等は、官公需の受注に意欲的な中小企業者の受注能力の向上に資するよう、中小企業者の相談に応じ、資格登録、入札に関する手続等について情報を提供する等必要な指導にも努めるものとする。

このため、特に、契約担当官等（公団等においてはこれに準ずる役職）を置いている部局ごとに官公需相談担当者を明確にし、「官公需相談窓口」を常設するほか、国等の主要発注機関一覧及び官公需施策の概要の活用等により、中小企業者からの相談が円滑に行われるよう努めるものとする。

(ウ) 国等は、中小企業者の創業を支援するため、国等の支援策を利用する等研究開発

に意欲的な中小企業者の研究成果に関する情報の周知を図る等により、中小企業者の自主的努力を助長するよう努めるものとする。

(エ)国等は、中小企業者が売掛債権を担保とした資金調達を通じて新たな受注機会の確保を図ることができるよう、売掛債権の譲渡禁止特約の解除等の措置を通じ、売掛債権担保融資保証制度、下請セーフティネット債務保証事業等の利用の促進に努めるものとする。

(オ)国等は、中小企業者の活力の再生支援に資するため、中小企業庁において取りまとめる発注機関所在情報等を、中小企業再生支援協議会、中小企業団体中央会等を通じて中小企業者に提供するよう努めるものとする。

2 中小企業者向け契約目標

国等は、上記1に掲げる措置を講ずること等により、平成17年度における国等の契約のうち、中小企業者向け契約の金額が、約4兆3,441億円となるよう努めるものとする。

この金額は、国については約2兆2,658億円、公団等については約2兆783億円とする。

3 官公需に係る施策の推進

(1)国等は、本方針について、中小企業者向け契約目標の設定に係る透明性を確保するとともに、一層の普及及び徹底を図るものとする。また、国等の地方支分部局等は、官公需確保対策地方推進協議会の運営等により、地方の実情に即して、中小企業者の受注機会の増大を図るよう努めるものとする。

(2)各省各庁等は、上記1の各種施策の実施状況を十分に踏まえ、上記1の諸項目に関する措置状況を中小企業庁あて通知するなど、中小企業庁と密接な連絡を取るとともに、本方針の進行について地方支分部局等を指導する等適切な管理を行い、本方針の実施について遺憾のないよう努めるものとする。中小企業庁は、各省各庁等から通知された措置状況について取りまとめ、その情報の提供を行うものとする。

(3)国は、地方公共団体に対し、中小企業者の受注機会の増大のための措置を講ずるよう要請しているところであるが、その実施に際しては、公共工事の効率的執行の確保に留意し、行き過ぎた施策をとらないよう要請する。

(別表)

平成16年度中小企業者向け契約実績

(単位：億円)

各省各庁等名	官公需総実績額 (A)				中小企業者向け契約実績額 (B)				B/A (%)			
	物件	工事	役務	計	物件	工事	役務	計	物件	工事	役務	計
衆議院	31	21	82	134	17	9	29	55	54.5	42.5	35.7	41.2
参議院	6	12	20	38	4	3	4	11	67.0	20.8	21.4	27.9
最高裁判所	60	81	98	240	36	47	43	125	59.3	57.3	43.9	52.3
会計検査院	3	[0.2]	11	14	2	[0.2]	5	7	75.3	100.0	43.0	51.1
内閣内閣府	9,780	2,778	4,747	17,306	2,127	1,374	911	4,411	21.7	49.5	19.2	25.5
総務省	54	11	341	406	24	5	36	65	44.0	45.9	10.5	15.9
法務省	365	519	410	1,294	281	199	147	626	77.1	38.3	35.8	48.4
外務省	42	3	57	101	38	2	45	85	90.7	59.0	79.4	83.5
財務省	207	358	728	1,292	136	224	260	620	65.6	62.7	35.7	48.0
文部科学省	429	205	58	693	413	12	27	453	96.2	5.8	47.2	65.4
厚生労働省	1,272	843	927	3,042	994	478	599	2,070	78.1	56.7	64.6	68.1
農林水産省	153	1,938	712	2,803	120	1,047	438	1,605	78.5	54.0	61.4	57.3
経済産業省	23	5	88	116	18	3	39	60	80.9	51.6	43.6	51.3
国土交通省	867	21,337	5,536	27,740	503	10,850	2,661	14,013	58.0	50.8	48.1	50.5
環境省	12	40	176	228	8	21	57	87	67.1	53.0	32.5	38.0
国計	13,304	28,152	13,990	55,446	4,720	14,273	5,299	24,293	35.5	50.7	37.9	43.8
公団等計	11,482	20,618	12,305	44,404	7,425	7,223	7,583	22,231	64.7	35.0	61.6	50.1
国等計	24,785	48,770	26,295	99,850	12,145	21,496	12,882	46,524	49.0	44.1	49.0	46.6

(注1) 計の欄の金額は、各省各庁等から平成16年度の実績として提出されたそれぞれの金額の積み上げであるが、端数処理のため、合致しない場合がある。

(注2) 括弧書 ([]) は、金額が5千万円未満であることを示す。

平成 17 年度中小企業者向け契約目標

(単位：億円)

各省各庁等名	官 公 需 総 予 算 額 (C)				中小企業者向け契約目標額 (D)				D / C (%)			
	物 件	工 事	役 務	計	物 件	工 事	役 務	計	物 件	工 事	役 務	計
衆 議 院	41	25	77	142	22	14	42	78	55.0	55.0	55.0	55.0
参 議 院	5	21	21	47	2	9	9	21	43.3	43.3	43.3	43.3
最高裁判所	69	115	108	291	49	63	66	178	72.0	55.2	61.0	61.3
会計検査院	2	[0.2]	11	13	2	[0.2]	6	8	80.2	100.0	50.0	55.9
内閣内閣府	10,430	2,830	4,672	17,932	2,212	1,486	936	4,634	21.2	52.5	20.0	25.8
総 務 省	59	12	326	397	32	8	65	105	53.6	69.4	20.0	26.4
法 務 省	407	158	485	1,050	318	61	184	563	78.0	38.7	38.0	53.6
外 務 省	42	3	57	101	28	2	38	67	66.4	66.4	66.4	66.4
財 務 省	215	286	726	1,228	136	192	253	582	63.1	67.1	34.9	47.4
文部科学省	429	37	66	532	412	7	29	448	96.0	18.1	44.7	84.3
厚生労働省	1,165	769	850	2,784	927	396	564	1,887	79.6	51.5	66.4	67.8
農林水産省	171	1,937	743	2,850	136	940	502	1,578	79.8	48.6	67.6	55.4
経済産業省	27	8	85	120	23	8	36	66	85.4	95.4	41.6	55.0
国土交通省	918	17,891	5,464	24,274	536	9,089	2,706	12,331	58.4	50.8	49.5	50.8
環 境 省	10	33	143	186	7	17	88	112	67.0	53.0	61.7	60.5
国 計	13,989	24,125	13,833	51,946	4,841	12,292	5,524	22,658	34.6	51.0	39.9	43.6
公 団 等 計	11,775	17,792	11,519	41,086	7,544	5,931	7,309	20,783	64.1	33.3	63.5	50.6
国 等 計	25,764	41,917	25,351	93,032	12,385	18,223	12,833	43,441	48.1	43.5	50.6	46.7

(注 1) 計の欄の金額は、各省各庁等から平成 17 年度の見込みとして提出されたそれぞれの金額の積み上げであるが、端数処理のため、合致しない場合がある。

(注 2) 括弧書 ([]) は、金額が 5 千万円未満であることを示す。

2 . 地方公共団体における官公需施策の推進資料

< 都道府県における中小企業向け官公需発注方針等 >

都道府県名	施 策 名
北海道	中小企業等に対する受注機会の確保に関する推進方針 http://www.pref.hokkaido.jp/keizai/kz-ssnko/sanshin/suisinhousin/tyusyousuisinhousin.htm
群馬県	中小企業者に対する受注拡大の方針
千葉県	中小企業者に対する県等の官公需契約の方針
東京都	官公需についての中小企業者の受注機会の確保等について（通知）
滋賀県	滋賀県における中小企業者向け官公需確保のための推進方針
大阪府	平成 1 7 年度中小企業者向け官公需確保のための基本方針 http://www.pref.osaka.jp/keieishien/kan/17kh.pdf

（注）全国中央会事務局が都道府県庁のホームページ等を検索して作成。

< 新商品の生産により新たな事業分野の開拓を図る中小企業に対し、地方自治法施行令第 1 6 7 条の 2 第 1 項第 4 号の規定に基づく認定制度等 >

都道府県名	施 策 名 等
北海道	新商品トライアル制度 http://www.pref.hokkaido.jp/keizai/kz-ssnko/sanshin/trial
青森県	レッツ B u y あおもり新商品事業 http://www.pref.aomori.lg.jp/sozo/shinshohin/
岩手県	不明
宮城県	「新商品」特定随意契約制度 http://www.pref.miyagi.jp/shinsan/chusho/sinsyouhin.htm
秋田県	不明
山形県	新事業分野開拓支援「やまがた新商品購入促進事業」 http://www.pref.yamagata.jp/ou/shokorodokanko/110001/publicdocument/200603012038853475.html
福島県	不明
茨城県	技術力あるベンチャー・研究開発型中小企業等推薦制度 http://www.pref.ibaraki.jp/bukyoku/syoukou/kogi/kogihp/sinkoug.files/venture/suisennseido.htm
栃木県	不明

群馬県	群馬県 新製品販売促進支援事業 http://www.pref.gunma.jp/g/03/hansoku_shien/sinseihin.html
埼玉県	不明
千葉県	「セールスプロモーションちば」開催事業 新技術・新製品説明会の開催 http://www.pref.chiba.jp/syozoku/f_sanshin/support/jigyounaiyou/support-04.htm#sale
東京都	不明
神奈川県	不明
新潟県	Made in 新潟 新商品調達制度
長野県	不明
山梨県	不明
静岡県	不明
愛知県	不明
岐阜県	ハート購入制度（障害者雇用努力企業等からの物品等調達制度） http://www.pref.gifu.lg.jp/pref/s11226/heart/
三重県	みえ新産業創出促進調達制度 http://www.pref.mie.jp/SHINSAN/gyousei/venture/chotatsu/index.html
富山県	富山県 トライアル発注制度 http://www.pref.toyama.jp/cms_sec/1300/kj00002150.html
石川県	不明
福井県	ベンチャー企業等へのチャレンジ発注推進事業
滋賀県	滋賀県新商品生産による新事業分野開拓者認定制度(滋賀県新商品パイオニア認定制度) http://www.pref.shiga.jp/kakuka/f/shoukouseisaku/pioneer/
京都府	不明
奈良県	不明
大阪府	不明
兵庫県	不明
和歌山県	1社1元気技術登録事業について http://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/061000/gennki/gennki.html
鳥取県	鳥取県新商品による新事業開拓事業者認定制度 http://www.pref.tottori.jp/sankai/sangyoshien/shinjigyoyou/top.htm
島根県	島根県新商品による新事業分野開拓事業者認定制度 http://cgi.pref.shimane.jp/sangyo/news/news.cgi?mode=vewdisp&vew=qyhy20060131
岡山県	岡山県新商品による新事業分野開拓事業者制度 http://www.pref.okayama.jp/sangyo/sangyo/nintei/top.htm

広島県	不明
山口県	不明
徳島県	「県内企業優先発注及び県内産資材の優先使用のための実施指針」の策定 http://www.pref.tokushima.jp/generaladmin.nsf/topics/7FE2C6138696BF5449256F5E002DDC93?opendocument
香川県	新商品生産による新事業分野開拓者の認定 http://www.pref.kagawa.jp/sangyo/tokutei/nintei.shtml
愛媛県	不明
高知県	不明
福岡県	不明
佐賀県	不明
長崎県	長崎県トライアル発注制度 http://www.pref.nagasaki.jp/shoukou/index.php
熊本県	不明
大分県	トライアル発注制度 http://www.pref.oita.jp/14200/trial/index.html
宮崎県	不明
鹿児島県	不明
沖縄県	沖縄県優良県産品推奨制度 http://www3.pref.okinawa.jp/site/view/contview.jsp?cateid=236&id=8746&page=1

(注) 全国中央会事務局が都道府県庁のホームページ等を検索して作成。