

現状と課題

○前回の議論において、特に中堅中小企業への普及にあたっては、「面的」な普及促進策の必要性が指摘されたところ。

○「面的」な取組として、商工会議所を通じた損害保険会社の取組（資料5-2）がある。また、地域の事業者組合等が主体的に災害リスクに対応する事例はあるが、財務的な備えの面では必ずしも十分とはいえない。

<事例：組合を通じた取組事例>

○神奈川県メッキ工業組合

（組合単位で地域を跨る災害対策を行う事例）

【組合概要】

昭和39年設立の神奈川県内メッキ業の同業種組合
組合員数68社
出資金84百万円

【現在の取組】

新潟県鍍金工業組合と、全国初となる地域を跨いだ組合間の相互応援協定を締結。

【課題】

・資金面での備えに重要性を認識しつつも、オペレーション面での「助け合い」に関する協定以上に、資金面での「助け合い」は、更なるお互いの信頼関係構築が重要と認識し、人的な関係作りに注力している。

○協同組合横浜マーチャライジングセンター

（組合単位で資金面での備えを設けている事例）

【組合概要】

昭和51年設立の横浜市金沢区にある卸団地組合
組合員数71社（内、地場企業は30社程度）
出資金588百万円

【現在の取組】

有事の緊急資金として活用できるよう、組合員の出資金の5割を上限とした貸付制度を創設。

【課題】

・災害時の組合員への貸付金の備えとして、組合の出資金だけでは原資として不十分との認識。
・組合単位で事前の備えを行うにあたって、組合員毎の負担割合に対する意向調整は困難が予想される。

ご議論頂きたい点

○これらの事例も参考に、どのようなチャネルにおいてどのような商品を提供すれば事業者へ更なる普及が図られるか、ご議論いただきたい。