



2. 関係省との連携を考慮に入れた地域資源活用支援



安江 勉

中小企業診断協会 東京支部 NPO 法人 経済活動支援チーム

「中小企業地域資源活用プログラム」は、本年度施策の目玉である。目標は、地域産業の核となる新事業を、5年間で1,000件創出するという大きなものである。地域間格差の拡大に対する懸念から端を発し、自立した地域の経済構造を実現するために、いかに国としてなみなみならぬ意志を持って創設しているかがわかる。

特に今回は、経済産業省単独でなしとげようというのではなく、総務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、国土交通省などの関係省との連携をとりながら総合的に支援を行うということにも、国としての強い意志を感じる。

われわれ中小企業診断士としては、国の施策を十分に理解したうえで、その目的の達成に向けて中小企業支援を行っていくことが必要である。「5年間で1,000件の新事業創出」という大きな目標も中小企業診断士に課せられたものであると認識して取り組みたいと思う。

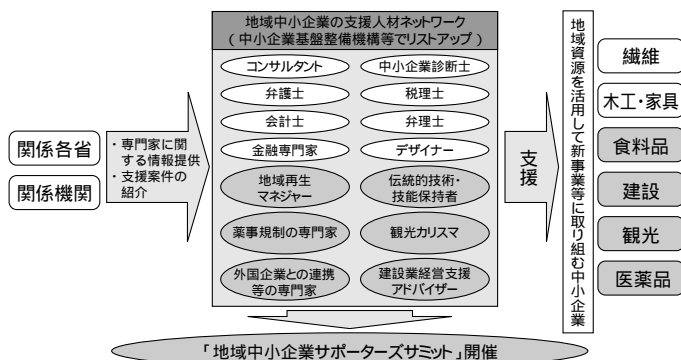
経済産業省が行う施策に関しては、比較的、中小企業診断士にはなじみのあるものが多く、また理解しやすいと思う。しかし今回は、関係省との連携という大きな枠組みで施策を理解する必要がある。場合によっては、関係省の施策に関与し、アドバイスを行うケースも想定される。

そこで、本プログラムの内容や事例に関しては他の執筆者に譲り、ここでは中小企業診断士にとってなじみのない関係省の施策について、主なものを解説していきたい。

1. 関連省との連携の概要

各分野横断的な対策としては、マーケティング人材等のネットワーク化（図表1参照）が挙げられる。関係各省や関係機関から、専門家に関する情報提供や支援案件の紹介を受け、中小企業基盤整備機構等が取りまとめ、地域の支援人材のネットワーク構築を図る。そのために、「地域中小企業サポーターズサミット」を全国で開催している。ここでいう専門家とは、いわゆる士業だけでなく、観光カリスマ（国土交通省認定）等の仕掛け人や伝統的技術・技能保持者等も含まれる。より幅広い支援人材のネットワークを構築し、相

図表1 マーケティング人材等のネットワーク化



出典:「中小企業の地域資源を活用した事業展開の支援に関する連携方策 とりまとめ」(中小企業庁)一部修正

互に専門家を活用しながら地域支援を行っていくという意図である。

各自治体が行う地域資源の発掘や、これを活用した地域経済活性化（事業化）に関する取組みを支援する総務省管轄の「頑張る地域応援プログラム」に関しても、その具体的なプロジェクト支援を連携して行うことになっている。

具体的分野として、食品産業分野では「食品産業クラスター展開事業の加速化」、建設分野における「建設業経営革新支援事業」、観光分野における「観光ルネサンス事業」等、その他にも、医薬品分野や文化財分野についても連携による支援が検討されている。それぞれの分野において、専門家の派遣やセミナーの開催、ファンド等による資金的支援などを、主に中小企業基盤整備機構が中心となって支援することになる。中小企業診断士として地域資源活用支援を行う際、必ず知っておくべきいくつかの施策について具体的に解説していくことにする。

2. 頑張る地方応援プログラム

(1) 目的・概要

総務省が、平成19年度から21年度までの3年間に各地方公共団体に対してプロジェクトの募集を行い、支援を行う施策である。

地方が独自の施策を展開することで、「魅力のある地方」に生まれ変わるよう、前向きに取り組む地方公共団体を対象として地方交付税等の支援措置を講じるものである。「中小企業地域資源活用プログラム」との関連でいえば、地場産品発掘・ブランド化、観光振興、まちづくり等に対する具体的なプロジェクト支援が想定される。大きな違いは、対象が地方公共団体となる点である。ただし、特別交付税の不交付団体が策定するプロジェクトに関しては、各省の支援施策について補助

事業等の優先採択等の配慮がなされることになっている。

(2) プロジェクト事例

始まったばかりで、成功事例としてふさわしいものは挙げられないが、平成19年度第1次募集では、全国で1,157団体、のべ3,469件のプロジェクトが公表されている。中小企業診断士としては、各自の関わりの深い地域の取組みを、総務省や自治体のホームページ等で確認しておく必要がある。

(3) 中小企業診断士としての関わり

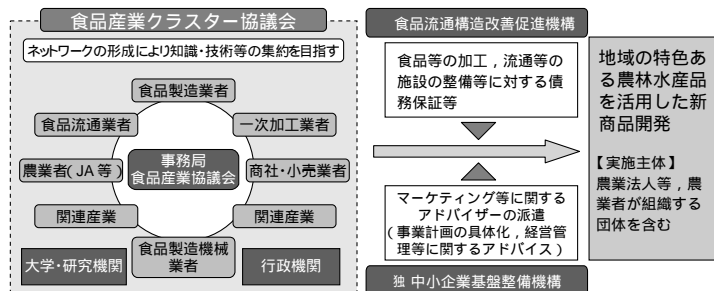
地方公共団体が対象の施策であり、中小企業診断士としてそれほどの関わりはないかもしれないが、自治体が考えている地域活性化の方向性は認識しておきたいものである。特に、「中小企業地域資源活用プログラム」の法に基づく認定スキームでは、都道府県が策定する基本構想に記載された地域資源をもとに「地域産業資源活用事業計画」を作成する。つまり、行政の動きを把握することは、本プログラムでの中小企業支援には必要な条件である。

3. 食品分野：食品産業クラスター展開事業

(1) 目的・概要

地域経済の中で地場産業として大きなウエイトを占める食品産業は、地域の生産者と消費者を結ぶ地域経済活性化の重要な役割を担っているが、零細企業が多く、単独での事業

図表2 食品産業分野における連携



出典：「中小企業の地域資源を活用した事業展開の支援に関する連携方策」と鼓とめ（中小企業庁）一部修正

展開は難しい状況にある。そこで、平成17年度から農林水産省が、「食品産業クラスター」の形成を促進し、地域の食品産業と農業等の連携を強化することで、地域経済の活性化に貢献する事業を支援している。

各地域で「食品産業クラスター協議会」という連携体を構築し、産学官連携を基礎としながら、地域の農林水産物を活用した新たな加工食品や地域ブランドの創出、販路開拓に取り組んでいる。本事業では、そのようなクラスター連携体制の強化、情報発信、各種セミナーや調査、人材育成、販路開拓等の課題解決、地域団体商標制度（事業協同組合や農業協同組合等の団体が、その構成員に使用させる「地域団体商標」として登録できる制度）を活用した地域食品ブランドの創出等の支援をしている。

中小企業基盤整備機構からは、マーケティング等に関するアドバイザーを派遣し、事業計画の具体化や経営管理についてのアドバイスを行うことで連携し、地域発の食品の事業化を加速化させることが狙いである（図表2参照）。

(2) 取組み事例

産学官連携をもとに、微細粉末化装置の研究と微粉碎した加賀野菜を原材料としたプリン、クッキー、レトルトスープ等の開発に取り組んだ石川県の「加賀野菜クラスター」をはじめ、全国各地でさまざまな成功事例がある。平成18年度には、年間約70件の製品開発が実現している。

また、財団法人食品産業センターが審査し、「本場の本物」として認定する地域食品ブランドは、平成18年度までに、「沖縄黒糖」「鹿児島壺造り黒酢」「小豆島佃煮」「足柄茶」「草加せんべい」「奥久慈

凍みこんにやく」「小豆島桶（こが）仕込醤油」「船橋三番瀬海苔」「大豊の碁石茶」の9ブランドが認定されている。

(3) 中小企業診断士としての関わり

「食品産業クラスター」の体制構築の取りまとめ役として「コーディネーター」が設置されている。このコーディネーターとして中小企業診断士が協力を行っている。

今後は、「地域資源活用プログラム」との連携として、食品産業クラスターに派遣されるアドバイザーとしても、大いに活躍が期待されている。また、場合によっては「JAPANブランド育成支援事業」のスキームを活用した支援も想定される。

4. 観光分野：観光ルネサンス補助制度など

(1) 目的・概要

観光ルネサンス事業

国土交通省によって平成17年に創設された、国際競争力のある観光地づくりを推進するため、訪日外国人旅行者の誘致を目的とした民間と行政が一体となった地域の観光振興の取組みを総合的に支援する施策である。

市町村が策定する「地域観光振興計画」に基づき、観光地の活性化構想に取り組む民間の組織を市町村が認定（エリア・ツーリズム

図表3 観光分野における連携

<p>観光まちづくりの推進</p> <p>環境ルネサンス事業や地域ぐるみ魅力向上プロジェクト支援事業(仮称)等と連携し観光地内の中小企業の地域資源を活用した新商品・メニュー等の開発の支援を行う。</p> <p>独立行政法人中小企業基盤整備機構による無利子・低利融資を活用し地域の賑わい創出に資する商業施設や物産販売施設等の整備事業を行う取組みを資金面から支援する。</p>	<p>ビジット・ジャパン・キャンペーンとの連携</p> <p>ビジット・ジャパン・キャンペーン地方連携事業による旅行会社やメディア関係者の観光地への招請事業と連携し、観光地の魅力のPRと合わせて、観光魅力の重要な要素である地域ならではの物産等のPRを展開する。</p>
<p>ニューツーリズム促進による新たなマーケットの創出</p> <p>ニューツーリズム創出・流通促進事業とサービス産業創出支援事業や小規模事業者新事業展開支援事業等による中小企業のニューツーリズム分野におけるプログラム開発等を支援する。</p> <p>地域の旅行会社等によるニューツーリズム旅行商品の創出や全国への流通促進を支援する。</p>	<p>観光産業の競争力強化</p> <p>独立行政法人中小企業基盤整備機構が民間機関のパートナーとともに組成するファンドが、施設の整備等活性化に取り組む観光事業者を資金面から支援する。</p>

出典：「中小企業の地域資源を活用した事業展開の支援に関する連携方策 とりまとめ」(中小企業庁)

ム・エージェンシー（ATA）と称する）する。構想認定を受けたATAは、観光ルネサンス事業検討会の推薦を受けたうえで、経費の一部に関して補助を受けることができる。この補助金（観光ルネサンス補助制度）と税制優遇措置が支援の柱となっている。

観光地内での中小企業が行う地域資源を活用した新商品・メニュー等の開発支援での連携が想定される。

ビジット・ジャパン・キャンペーン

平成15年に実施本部が立ち上げられ「2010年までに1,000万人の訪日外国人誘致」を実現するための活動である。

旅行会社やメディア関係者の観光地への招請事業と協力し、観光地とその地域ならではの物産等のPRで連携していくことが想定される。また戦略的な日本ブランドの発信という観点から、「JAPANブランド育成事業」での成功事例をPRするような連携も考えられる。

ニューツーリズム創出・流通促進事業

観光を通じた地域の活性化や観光産業の振興を図ることを目的として、地域の観光資源の特性を踏まえた「ニューツーリズム」旅行商品を創出し、流通市場を整備していく事業である。実施事業の募集が行われており、採択された場合は、旅行者ニーズの把握等に要する経費の一部に関して補助を受けることができる。

地域観光資源の掘り起こし、ニューツーリズム旅行商品の開発・流通促進等での連携が想定される。

(2) 中小企業診断士としての関わり

地域資源の掘り起こしという観点でも、観光を切り口に発想することは非常に有効だと考える。

また、観光産業の中小企業支援を行う際はもちろんのこと、地域資源を活用し

た商品・サービスを開発する中小企業の支援を行う際も、その販路開拓は重要な課題である。国の観光支援施策を熟知していれば、必要に応じて効果性の高い団体や支援機関に協力を仰ぐことができる。

5. 建設分野：新分野進出支援策

(1) 目的・概要

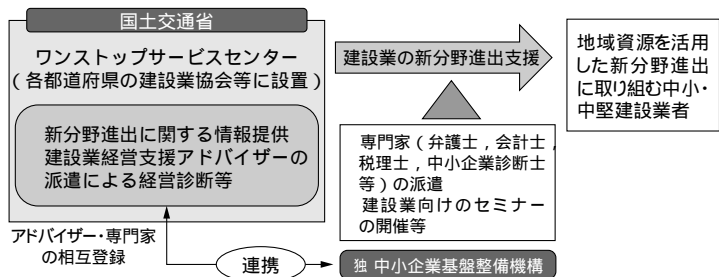
国土交通省が、平成17年度より建設業者の個別・具体的な相談に対応するために全国に「建設業総合相談受付窓口」を設置している。また、その一環として、財団法人建設業振興基金に登録した「建設業経営支援アドバイザー」の派遣を行っている。

建設業は国民総生産・全就業者数の約1割を占める重要産業の1つであり、地域経済への影響の大きい産業であるが、近年の建設投資の急激な減少によって、過剰供給構造になっていることが背景にある。そのため個々の建設業者は、受注減少、価格競争激化による利益率の低下に直面している。こうしたことから、経営効率化や連携、新分野進出などの支援を強化するために設けられた施策である。

特に、地域の基幹産業の再生によって地域の活性化につなげるため、建設業の新分野進出が大きなテーマとなっている（図表4参照）。

「中小企業地域資源活用プログラム」との関連でいえば、アドバイザー・専門家の相互登録による有効活用で、地域資源を活用した新分野進出に取り組む中小・中堅建設業の支援が活発化することが想定される。

図表4 観光分野における連携



出典：「中小企業の地域資源を活用した事業展開の支援に関する連携方策」とりまとめ（中小企業庁）一部修正

(2) 新分野進出の成功事例

間伐材を活用した新技術の開発

岐阜県の土木事業者である A 企業は、間伐材の利用法拡大を模索する近隣の森林組合と連携し、間伐材を活用した新技術・新工法の開発に成功している。大学や行政も巻き込み開発した技術は、国土交通省等に新技術として登録もされている。その後も継続的に工法や製品を開発しており、地域の雇用確保にも貢献している。地域の資源である間伐材に着目し、林業との連携を通じて新しい技術や製品を生み出しているという点は、まさにお手本となるような成功事例である。

街並み景観マネジメントビジネス

徳島県の住宅建築業者である B 企業は、施設の改修等の際、街並み景観に合わせたファサード改修工事を提案し、資産価値の向上に寄与する事業に進出している。景観法の施行により、街並みの景観を整備する制度的な取組みが各地で検討されている。街づくりのプロジェクト全体を通観した提案を行えるだけに、専門家や異業種との連携が図られ、将来的には非常に有望な市場を創造できる。古くからの景観や統一感のある景観も地域資源であると考えれば、注目すべき成功事例だといえる。

(3) 中小企業診断士としての関わり

中小企業診断士として、すでに多くの方が「建設業経営支援アドバイザー」として活躍されている。今後は、地域資源活用による地域の活性化に貢献する建設業者の新分野進出に関して、具体的な支援を行う場が広がることが期待できる。むしろ、異業種に精通した専門家の持つアイデアも必要とされる。

厳しい環境に置かれている建設業者の支援を行う際には、経営リスクの低減を考慮しながら、異業種との連携を軸とした新分野進出を図ることは有効な策である。その際、国土交通省やその関係機関の方針や活動を理解しておくことは、非常に重要である。

6. まとめ

上記以外にも、厚生労働省の設置する相談窓口を利用し、地域資源を活用して医薬品等の開発・販売に取り組む中小企業の支援もある。また、文部科学省の文化財関連施策との連携から、文化財を利用した事業化の促進等も盛り込まれている。

われわれ中小企業診断士にとって今回の「中小企業地域資源活用プログラム」は、自らの活動領域を広げる絶好のチャンスでもある。また、専門家としての中小企業診断士の知名度や地位向上にもつながる。

外部の専門家（よそ者）であるがゆえに、地域の「強み」を客観的に発見し掘り起こすことができる。また、自分自身の専門領域を発揮（拡大）し、個々の中小企業の経営革新を通じて、地域の活性化に貢献することができる。まさに中小企業診断士の役割であると思う。

国家資格である中小企業診断士としてのミッションを再確認し、積極的に「中小企業地域資源活用プログラム」に関与することが望まれる。

安江 勉

(やすえ つとむ)

価値創造サポート代表。明治大学卒業後、大手受験予備校に勤務。高等学校・大学に対する情報提供、学生募集に関するコンサルティング、広告営業、セミナー・イベント企画運営、情報誌編集、物流、Web ディレクターなど

幅広い業務に携わる。2006年中小企業診断士登録後、独立。現在は、主に中小企業を対象に、営業や広告、Web 等のマーケティング分野、人材育成に関する分野での支援を行っている。

