

「地域資源活用企業化プログラム」の創設

-平成19年度概算要求の概要-

平成18年10月

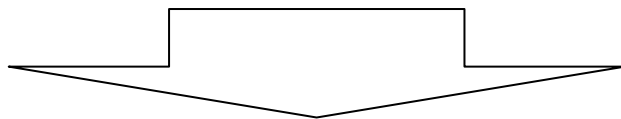
中小企業庁 経営支援課

1. 地域資源を活用した新事業活動に対する支援の重要性

大都市圏以外での回復の遅れが目立っており、公共投資に依存しない自立型の経済構造への転換が急務。こうした地域経済の活性化のためには、大都市部等の主要マーケットで顧客を獲得する必要があるが、コスト優位によって競争力を維持することは困難なことが多く、消費者に高く評価されるための差別化を図ることが重要。そのためには、地域にある優れた地域資源(地域の農林水産品、産地の職人の技、伝統文化等)を活用することが一つの有効な方策。

中小企業においては、市場ニーズの把握が容易でない、商品企画や商品開発に必要な外部人材へのアクセスが容易でない、販路開拓を進めるための情報の入手や情報発信が困難、資金調達のための環境が十分でない等の事業環境の整備が不十分な面があり、やる気があって優れた資源を有する中小企業であっても、市場ニーズにあった新商品を開発しその販路を確保することは容易ではない。

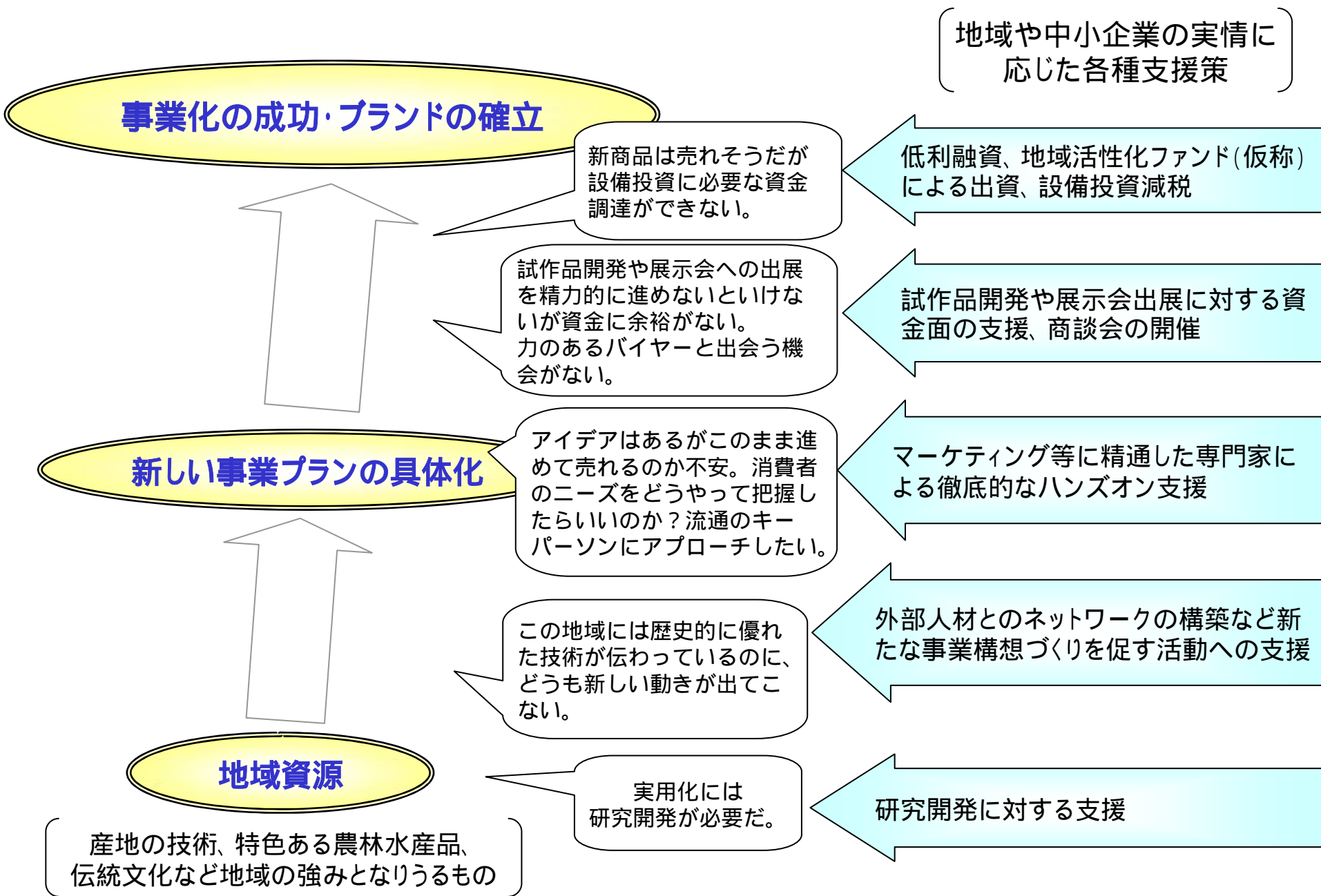
したがって、地域経済への波及効果が大きい取組を成功まで導くための支援を行うとともに、地域中小企業が消費者ニーズを踏まえた商品開発等を行う基礎力(企業化力)を向上していくことが重要。



「地域資源活用企業化プログラム」を創設し、地域資源を活用した新事業活動を強力に支援し、5年間で1,000の新事業創出を目指す。

「新経済成長戦略(H18.6)」、「経済成長戦略大綱(H18.7)」、「骨太の方針(H18.7)」において提示。

2. 地域資源活用企業化プログラムの考え方



3. 地域資源活用企業化プログラムの全体像 (平成19年度概算要求)

地域資源を活用した事業展開への支援

【102.5億円 (新規)】

(1) 地域資源活用売れる商品づくり支援事業(補助金)

【42.0億円(新規)】

地域資源を活用して新規性の高い新商品開発等に取り組む中小企業等に対し、試作品開発、デザイン改良、展示会出展等に係る費用の一部を補助する。〔法律による事業計画の承認が必要(検討中)〕

地域資源を活用した新商品、新サービスの販路開拓などに取り組む組合等に対し、展示会出展等に係る費用の一部を補助する。

支援対象の選定にあたっては、都道府県、市町村の推薦も考慮するなど、適切な連携を図る。

(2) 市場志向型ハンズオン支援事業(委託費)

【22.5億円(新規)】

各地域ブロック毎に支援拠点を設置しマーケティング等に精通した専門家が地域中小企業に対して的確なアドバイス等のハンズオン支援を行う。

(3) 地域資源活用型研究開発事業(委託費)

【20.0億円(新規)】

地域での新事業創出のため、地域資源を活用した新商品開発等を見据えた、企業と大学等との連携による実用化研究開発への支援を行う。

(4) 地域企業化力向上支援事業(中小機構交付金)

【18.0億円(新規)】

地域資源を活用した新たな取組が多く創出されるよう、商工会、商工会議所、地場産業振興センター、中小企業組合、NPO等が市町村とも連携しつつ行う交流会や研究会など、地域の中小企業と外部のビジネスパートナーをつなぐ活動(コーディネート活動)等を支援する。

地域中小企業の取引機会拡大を目的とした商談会や、地域ブランドへの取組を促進するためのフォーラム等を実施する。

顧客志向の商品企画・開発に関するマニュアルや先進的な企業事例等の普及を通じて、地域中小企業の市場開拓力の向上を図る。

全国、世界に通用する地域発ブランドの育成支援

(5) JAPANブランド育成支援事業(補助金)

【15.1億円(10.1億円)】

地域の特性を活かした製品の魅力を更に高め、国際市場で通用する高いブランド力(JAPANブランド)の確立を目指す取組に対する補助

「新経済成長戦略」(抄)(平成18年6月9日)「経済産業省産業構造審議会 新成長政策部会とりまとめ」

第3章 地域経済の活性化(地域活性化戦略)**第2節 地域中小企業の活性化****1. 地域資源活用企業化プログラムの推進**

地域ごとに経済状況を見ると、大都市圏以外での回復の遅れが目立っている。こうした回復の遅れが目立つ 地域経済の活性化のためには、大都市部等の主要マーケットで顧客を獲得する必要があるが、コスト優位によって競争力を維持することは困難なことが多く、消費者に高く評価されるための差別化を図ることが重要である。こうしたことから、地域にある優れた地域資源(地域の農林水産品、産地の職人の技、伝統文化等)を活用することが一つの有効な方策であると考えられる。

地方でこうした産業を支えているのは主に中小企業であるが、地方の中小企業は、主要マーケットから離れており市場ニーズの把握が容易でない、商品企画や商品開発に必要な外部人材へのアクセスが容易でない、都市部に販路開拓を進めるための情報の入手や情報発信が困難、資金調達のための環境が十分でない等の事業環境の整備が不十分な面があり、やる気があっても優れた資源を有する中小企業であっても、都市部の消費者ニーズにあった新商品を開発しその販路を確保することは容易ではない。

こうしたことから、法律を制定するなどにより、総合的な支援策(「地域資源活用企業化プログラム」)を実施し、地方の中小企業による地域資源を活用した新商品・新サービスの開発・販売を促進する。また、NPOやLLP等が行う取組についても支援の対象としていく。

第3. 地域・中小企業の活性化(地域活性化戦略)

2. 中小企業の活性化

(1)「地域資源活用企業化プログラム」の創設

大都市に比べ、景気回復に遅れの見られる地域において、地域の中小企業の知恵とやる気を活かした事業展開を支援することにより、経済の活性化を図り、民間事業者の活力による自立型の産業構造を強化していく。

このため、総合的な支援策である「地域資源活用企業化プログラム」を創設し、地域の中小企業による地域資源(産地の技術、地域の農林水産品、伝統文化等)を活用した新商品・新サービスの開発・販売を促進する。具体的には、産地の技術を活用した新ブランドの確立、農工連携による新製品の開発等について、資金面の支援や専門家によるノウハウの提供等を行う。その際、NPO、LLP等の取組についても新たに支援の対象としていく。

本プログラムにより、地域活性化策と併せて、5年間で1000の新事業創出の取組を地方において創出することを目指す。

第2章 成長力・競争力を強化する取組

1. 経済成長戦略大綱の推進による成長力の強化

(3) 地域・中小企業の活性化

中小企業の活性化

・「地域資源活用企業化プログラム」を創設し、地域の中小企業の知恵とやる気をいかし、地域資源を活用した中小企業の新商品、新サービス開発等を促進する。

「第165回臨時国会 安倍内閣総理大臣所信表明演説」(抄)(平成18年9月29日)

地域の活力なくして国の活力はありません。やる気のある地方が自由に独自の施策を展開し、「魅力ある地方」に生まれ変わるよう、必要となる体制の整備を含め、地方分権を進めます。知恵と工夫にあふれた地方の実現に向け、支援も行います。地場産品の発掘・ブランド化や、少子化対策への取組、外国企業の誘致などについて、その地方独自のプロジェクトを自ら考え、前向きに取り組む自治体に対し、地方交付税の支援措置を新たに講ずる「頑張る地方応援プログラム」を来年度からスタートさせます。

活気に満ちた日本経済には、全国430万の中小企業の元気が不可欠です。中小企業の知恵とやる気を活かし、地域資源などを活用した新商品・新サービスの開発や販売を促進します。