

# 地域力連携拠点の評価について

平成20年12月  
小規模企業政策室

## 地域力連携拠点における支援の成果について

5月30日にスタートした拠点事業は、11月末現在で9万1千件の相談を実施するなど支援件数も増加してきており、地域への浸透がみられる。また、ユーザー満足度調査によれば、拠点を利用したことにより経営が上向くと約2/3の企業が答えるなど、着実にその成果が現れてきている。

- 応援コーディネーターのアドバイスで経営課題の把握ができたと回答した企業は、71%。
- 応援コーディネーターのアドバイスで経営課題の解決の対策が立てられたと答えた企業は、58%。
- 拠点を利用したことにより、売上げが増えたと答えた企業は、7%。
- 拠点を利用したことにより、経常利益が増えたと答えた企業は、5%。
- 拠点を利用したことにより、経営が上向くと感じると答えた企業は、64%。

(回答企業数: 3, 635)

# 地域力連携拠点の評価・模範的支援事例の選定の考え方

## 優秀地域力連携拠点の評価

(目的)

ユーザーである中小企業からみて最も満足度の高い地域力連携拠点を評価・顕彰することにより、地域力連携拠点その他の支援機関がユーザー本位の運営を目指すインセンティブとする。

(概要)

ユーザーへの満足度調査による評価(アンケート調査及び覆面調査)を行い、その結果を基に、中小企業庁長官賞10拠点、経済産業局長賞52拠点を選定。

※詳細はP3~4

## 模範的支援事例の選定

(目的)

模範的支援事例を選定・顕彰することにより、中小企業の抱える高度な経営課題の解決のための具体的方法について、地域力連携拠点その他の支援機関にヨコ展開する。

(概要)

地域力連携拠点から提出のあった支援事例のうち、他の応援コーディネーター等が模範とできるような成功事例4事例を選定し、中小企業庁長官賞を授与。

※詳細はP5~6

## 優秀地域力連携拠点長官賞 10拠点

都道府県	拠点名
北海道	帯広信用金庫
青森県	(財)21あおもり産業総合支援センター
埼玉県	草加商工会議所
静岡県	静岡県商工会連合会
三重県	三重県商工会連合会
福井県	福井県商工会連合会
鳥取県	鳥取県商工会連合会
愛媛県	(財)えひめ産業振興財団
大分県	(財)大分県産業創造機構
沖縄県	宜野湾市商工会

# 優秀地域力連携拠点経済産業局長賞 52拠点

	都道府県	拠点名
1	北海道	北見商工会議所
2	北海道	北海道中小企業団体中央会
3	北海道	(財)さっぽろ産業振興財団
4	北海道	(社)北海道中小企業診断士会
5	青森県	八戸信用金庫
6	岩手県	岩手県商工会連合会
7	秋田県	(財)あきた企業活性化センター
8	山形県	(財)山形県企業振興公社
9	福島県	福島県商工会連合会
10	福島県	(財)福島県産業振興センター
11	群馬県	(財)群馬県産業支援機構
12	千葉県	勝浦市商工会
13	東京都	東京都商工会連合会
14	神奈川県	相模原商工会議所
15	長野県	長野県商工会連合会
16	長野県	松本商工会議所
17	長野県	(財)上田繊維科学振興会
18	山梨県	(財)やまなし産業支援機構

	都道府県	拠点名
19	静岡県	三島商工会議所
20	静岡県	静岡銀行
21	愛知県	名古屋商工会議所
22	岐阜県	岐阜県商工会連合会
23	三重県	(財)三重県産業支援センター
24	富山県	高岡商工会議所
25	石川県	石川県中小企業団体中央会
26	福井県	わかさ東商工会
27	滋賀県	滋賀県中小企業団体中央会
28	京都府	京都府商工会連合会
29	大阪府	大阪府商工会連合会
30	大阪府	豊中商工会議所
31	兵庫県	神戸商工会議所
32	奈良県	奈良県商工会連合会
33	和歌山県	田辺商工会議所
34	島根県	島根県商工会連合会
35	岡山県	岡山商工会議所
36	岡山県	岡山県商工会連合会

	都道府県	拠点名
37	広島県	広島県商工会連合会
38	山口県	山口県商工会連合会
39	山口県	下関商工会議所
40	徳島県	徳島県商工会連合会
41	香川県	(財)かがわ産業支援財団
42	愛媛県	愛媛県中小企業団体中央会
43	福岡県	久留米商工会議所
44	佐賀県	佐賀県商工会連合会
45	佐賀県	佐賀県中小企業団体中央会
46	長崎県	長崎県商工会連合会
47	熊本県	山鹿市商工会
48	大分県	大分県中小企業団体中央会
49	大分県	中津市しもげ商工会
50	宮崎県	宮崎県商工会連合会
51	鹿児島県	(財)かごしま産業支援センター
52	沖縄県	名護市商工会

# 表彰対象の模範的支援事例

## 事例1 応援コーディネーター 加藤 哲也(外部人材) (財)21あおもり産業総合支援センター

地域の原料に高い付加価値を付与した製品を開発、事業化することによって、地域の食品産業、特に衰退の著しい1次産業とのWin-Winの関係を構築したいとの相談を受けた。応援コーディネーターは、大手食品メーカー時代の経験を駆使し、農商工連携法の認定取得や「冷凍押し寿司」の商品開発・販路開拓を支援。

### 【ヨコ展開すべき支援ノウハウ】

#### ①農商工連携の推進のための仕組みづくり

農商工連携について、農業者、漁業者などに「農商工連携で付加価値の高い商品づくりを行い、Win-Winの関係を実現しよう」と、支援企業と一緒に具体的に数字を示しながら粘り強く説明。

#### ②戦略支援の具体化

商品開発・販路などの課題をシンプル化。対応の優先順位付けを行い、各課題に対応する方策やスケジュールを策定。

#### ③課題に合わせ、他の支援機関を有効活用し課題を解決(強いつながり力)。

- ・製造技術、品質管理、商品ブラッシュアップ: 県ふるさと食品研究センター、県農林水産部(補助金)
  - ・販路開拓: 県内の他の拠点(八戸信金)を活用(ネットショップや地域の土産店とのマッチング)
  - ・法認定、認定後のフォロー: 中小機構
- ※支援の結果、法認定も取得。現在、売上げもたつようになり、大手企業との商談も進行中。



## 事例2 応援コーディネーター 見上 英樹(内部人材) 西武信用金庫

創業社長自らが聴覚障害者であり、100アイテム以上の商品を扱う聴覚障害者用情報伝達機器製造会社から営業力強化について相談を受けた応援コーディネーターは、複数の専門家とともに当該企業の(ア)強み・弱み、(イ)経営環境、(ウ)長期的課題、短期的課題などの分析に工夫を重ねた。

その結果、「ITの導入による販売管理効率化」によって販売管理部門に掛かっている労力を軽減し、営業部門に回すことによって営業力の強化を実現することができた。



《難聴者用情報伝達装置》

### 【ヨコ展開すべき支援ノウハウ】

- ①支援企業の分析や支援計画の策定にあたっては、企業の財務状況のみならず、支援企業が属する業界、市場の動向や技術の衰退までも調査を行い、当該支援企業が置かれている現状ばかりでなく将来予測も的確に推察できるものとした。
- ②計画策定にあたって応援コーディネーターを中心に分析を進めたが、関連する専門家や支店の担当者とも連携し、支援者個人の主観、思い込みを極力排除することとした。
- ③各分野の信頼できる専門家を把握しておき、適時議論に加えることにより企業分析や支援計画の正確性を高めた。
- ④支店において支援先企業の開拓や軽微な支援を行い、高度な知見が必要で支店では対応困難な案件を本部で対応。

## 表彰対象の模範的支援事例

### 事例3 応援コーディネーター 石井 宏幸(経営指導員) 岡山県商工会連合会

種苗専門店から「夏場は資金繰りが大変。このままだと社員のクビを切らなければいけない」と相談を受けた。  
(果樹苗木は秋・冬の商い。当社ではポット商品として夏に購入すれば秋に実が付くイチジクを開発。何とか売上げを上げることができないかと拠点に相談に来た。)

応援コーディネーターこれを受け、Webサイトの改善を支援。  
支援から3ヶ月でネット販売により月商80万円を達成した。



買った年に収穫が楽しめる果樹付き苗木



#### 【ヨコ展開すべき支援ノウハウ】

- ①Web改善ノウハウ(顧客の購買意欲が増す画面構成、専門家を活用した検索ヒット率の高いサイトの設定)
- ②専門家のストック方法(日頃から各種セミナーの講師の情報交換を行い、即戦力でビジネスセンスがある専門家をピックアップ。)

### 事例4 応援コーディネーター 中山 裕輔(経営指導員) 広島商工会議所

技術開発一筋の小規模零細企業(全社員5人)から新商品の販売促進について相談を受けた。  
(当社は、従来から技術開発一筋の企業であり、営業に目を向けていなかったため、既存の顧客が離れていくばかり。今回、新商品として「GPS位置情報告知システム」を開発したが資金繰りが苦しく、拠点へ相談に来た。)

応援コーディネーターは相談を受け、まず営業力の強化が図れるよう経営革新の支援を開始。

これを手始めにスピーディーな融資、プレスを利用した商品の宣伝を行い複数の商談成立に結びつけた。

開発したシステム画面



#### 【ヨコ展開すべき支援ノウハウ】

- ①経営革新計画の作成支援を通じ、社長に強みと弱み経営感覚、営業の重要性等の気づきを与えた。
- ②企業の資金状況を第一に考え、金融機関を説得して早期融資に結びつけた。
- ③さらに営業を助けるため、プレスを活用して資金力のない企業に多大な営業効果をもたらした。



新システムのプレスリリース

## 来年度に向けた地域力連携拠点事業の課題

1. 地域力連携拠点の浸透に伴い、相談件数も11月末現在で9万1千件に達するなど、着実に実績を積み重ねているところであるが、420万の中小企業の数を見るとまだまだ不十分。  
→地域力連携拠点のさらなるPR・地域への浸透が必要。
2. 地域力連携拠点の中には、未だに企業に対して「待ちの姿勢」であったり、支援ノウハウが十分でなかったりするところもある。  
→経済産業局の指導、拠点の入れ替え、模範的支援事例のヨコ展開で対応。
3. 企業の資金繰りに関する相談など、今後、足下の経営課題に関する事案が増える見込み。