

# 新しい中小企業支援 と 中小企業支援センター



## CONTENTS

### はじめに

これからの中小企業：	1
杉山秀二 中小企業庁長官	
頑張る中小企業へのメッセージ：	2
鳥羽博道 ドトールコーヒー社長	

新しい中小企業政策と中小企業支援センター	3
----------------------	---

### 都道府県等中小企業支援センターのサービス

プロジェクトマネージャー	5
窓口相談：真のワンストップ・サービスを目指して	7
専門家派遣：プロによるプロ集団の管理	9
事業可能性評価：ビジネスプランの目利き	11

### 都道府県等中小企業支援センター利用者の声

都道府県等中小企業支援センター利用者の声	13
----------------------	----

利用中小企業事例	15
----------	----

マイテック株式会社(宮城県)	15
株式会社九州フードサプライセンター(熊本県)	16
株式会社岡野製作所(大阪府)	17

都道府県等中小企業支援センター窓口一覧	18
---------------------	----



マネッキー【Monecky】

2001年  
中小企業庁

# これからの中小企業



## 経済産業省中小企業庁長官 杉山 秀二

### 略 歴

1948年 神奈川県 生まれ

1971年 東京大学法学部卒業、通商産業省入省

以後、大臣官房秘書課長、大臣官房審議官(産業政策局担当)、近畿通商産業局長、大臣官房商務流通審議官を経て、2001年6月より現職。  
自助努力する中小企業を積極支援。

### 中小企業のダイナミズムが未来を拓く

長びく不況と最近の景況の更なる悪化の中で、企業の経営環境は大変厳しくなっています。しかし、このような時代だからこそ、縮み思考になるのではなく、困難を切り開くための新たな挑戦が必要です。

中小企業は日本経済革新の原動力であります。

戦後の混乱の中で、ソニーやホンダが革新的な技術力を武器に育っていったように、また、90年代以降の右肩上がり経済が終焉を迎えた中でも、ドトールやファーストリテイリング(ユニクロ)が、革新的なビジネスモデルで消費者の心をとらえてきたように、挑戦する中小企業が経済に新たな息吹をもたらしています。

全国485万社といわれる中小企業が現在の苦境への挑戦者として、自己変革を遂げ、また、新たに事業に挑戦する創業者が、その機動性、柔軟性、創造性を最大限に発揮してこそ、構造改革後の日本経済の飛躍が可能となるのです。

### 中小企業庁の挑戦

中小企業庁では、国の未来を担う力強い中小企業群の創成を支援するために、創業支援、経営革新支援、セーフティネットの整備に挑戦します。

創業に関しては、年間新規開業数を5年間で倍増(18万社/年 36万社/年)することを目標に、抜本的に支援策を強化します。押しつけではなく、自らの夢を実現すべく新たに事業を立ち上げようという「気概」を持った起業家が湧き出ずるような環境整備を図ります。このために、創業・ベンチャー国民フォーラムの活動をはじめとする気運の醸成、人材育成や制度融資の充実を図ります。

経営革新に関しては、新たな技術や新たなビジネスモデルで飛躍を目指す中小企業を支援します。同時に、現在業績不振に悩んでいる老舗の中小企業が、心機一転、巻き返しを図る経営革新も応援します。このため、人材育成や専門家の派遣、補助金や制度融資等の支援策を充実します。特に、中小企業が自らの目標とその実現のための経営戦略をビジネスプランに書き表し、Plan-Do-Check-Actionのサイクルを回して、厳しい競争環境の中で勝ち抜けるような、支援プログラムを実行します。

また、不良債権処理など構造改革を推進する過程での不測の事態により、やる気と潜在力のある中小企業までが破綻に追い込まれないように、金融面でのセーフティネットの整備に万全を期します。

### 中小企業支援センターの取り組み

この冊子でご紹介する中小企業支援センターは、中小企業の皆様の多様な課題の解決を図る支援機関として、平成12年度からスタートしております。企業経営の実務に詳しい民間人材と公的支援スキームの統合という新しいコンセプトのもとに誕生した中小企業支援センターは、現下の創業支援、経営革新支援の取り組みの中心的な実施主体として、重要な役割を担っております。全国312カ所(H13.9現在)の中小企業支援センターの多くは、まだ発展途上段階にあります。各地での個性豊かな取り組みにより、中小企業とともに歩む真の支援の実現を図ってゆきます。

この冊子を手にした中小企業の皆様が、中小企業支援センターを通じて、創業支援策、経営革新支援策を活用され、新たな未来を拓いてゆかれることを心よりお祈りいたします。

# 頑張る中小企業へのメッセージ



## 株式会社ドトールコーヒー 代表取締役社長 鳥羽 博道

### 略歴

1937年10月11日生まれ。埼玉県深谷市出身。1954年深谷商業高等学校中退。1959年ブラジルへ単身渡航。コーヒー農園等で3年間働いた後、帰国。1962年、有限会社ドトールコーヒー（現株式会社ドトールコーヒー）を設立。2001年3月期で国内グループ店舗数1,050店、売上高445億円（前年同期比12%増）、純利益21.6億円（同19%増）。不況の中で3期連続の増収増益を果たす。

### 互いを尊重し高めあう会社を創ろう

私は元々起業しようと思っていたわけではありません。

若い頃は、「この人のためなら、死んでもいい」と思えるような人に仕えたいと思ってました。「思いつきり働きたい」と思ったからです。しかし、ついにそういう人と出会うことはなく、自分で経営者になることを決意しました。

「厳しさのなかにも和気藹々」を理念に、互いに真剣に知恵を出し合い、働き合い、認め合い、尊重し合う、そんな会社を創ろうと独立したのです。

### 「理想」と「革新」

企業に必要なのは、「理想」と「革新」です。この二つが企業の永遠の繁栄をもたらします。ドトールコーヒーでは、「一杯の美味しいコーヒーを通じて、お客様にやすらぎと活力をお届けする。」ことを使命とし、企業理念に掲げています。

「おいしいコーヒー」というのは簡単なようで難しいことです。ドトールでは、品質の価値基準を、人の心に「感動」を呼び起すもの、「ウワァー 美味しい」と感嘆詞がでるようなもの、「また飲みたい」と思うものだと考えています。そのための飽くなき品質の追求が新しいものを生む原動力になります。従来常識では、コーヒーのローストは1ミリ単位の操作をすれば十分とされてきました。しかし理想の飽くなき追求がドトールに10分の1ミリの操作を要求し、それによって卓越した味の追求を続けているのです。

「やすらぎと活力」についても、創業当時の喫茶店一般の「暗くて不健康で退廃的なところ」というイメージを覆し、「明るく健康的で老若男女、誰もが気軽に楽しめる店」づくりを始めました。1980年には、日本で初めての安く、早く、しかも味が良いヨーロッパスタイルの喫茶店をオープンしました。このスタイルの導入は、同業者と行ったヨーロッパ視察ツアーで見たシャンゼリゼ通りのカフェやドイツのコーヒースタンドがきっかけですが、常に理想を念頭に置いていたからこそ、この原風景をビジネスチャンスとしてとらえ、ものにできたと思っています。

### すべてが役立つ

私は16歳の時に上京して、新宿のキッチンでコックとして働き出したのを皮切りにいくつか仕事をしました。その全ての経験が今の経営に活かしています。また、ビジネスのアイデアは至るところにあるので、いつも学ぶ姿勢を維持しています。私はかつてカメラとテープレコーダーを持ち歩き、車で移動中などいいものを見かけたら写真を即座に撮り、思いついたことはテープに録音していました。全てに学んで、その上に獨創性を、オリジナリティを打ち立てることが重要です。私がしていることは誰にでもできることです。しかし、誰よりも真剣にやっているから、すべてが役に立って、成功したし、追従を許さないのだと思います。

### 成功の秘訣は「命懸け」

「働き一両、考え五両」という言葉がありますが、成功するには、「アイデア」と「センス」と「努力」の3つが必要でしょう。センスは天性かも知れませんが、いいものを持っていない人は組織で対応すればよいし、外部の力を使う手もあります。そして、「命懸け」。命懸けで「努力」することが一番重要です。

私は人一倍、気が小さいと思います。だから、何か経営上の問題が発生すると、ワナワナ震えて眠れなくなります。でもその中から必死になって考えて努力して、打開策を見出してそれに突き進む。他社に負けたくないという想いで、そして命懸けで苦闘しなければいけません。

### 中小企業へのエール

今の中小企業の経営に必要なことは、経営者が自ら必死で考えて、こうと決めたら命懸けで頑張ることだと思います。

最近は「他力本願」の経営者が少なくありません。厳しい経営環境を嘆く経営者もいますが、嘆く前にまず自分で死に物狂いで頑張ることが重要です。「自力本願」でなければいけません。

次の時代の発展を支える企業が、中小企業の新しいビジネスモデルや経営者の気概によって次々と創成することを期待しています。

# 新しい中小企業政策と 中小企業支援センター

## 新しい中小企業政策について

1999年に中小企業基本法が36年ぶりに改正されました。中小企業は「我が国経済の活力の源泉」と位置付けられ、その「多様で活力ある成長発展」が新たな政策目標となりました。また、この政策目標の実現を図るに際しては、民間に委ねるべきは委ね、民間の能力を政策の実施に積極的に活用していくこと、地方公共団体が、国と対等の行政主体として、地域活力の源泉たる中小企業の振興等を地域の特性に応じて図っていくべきことが方向付けられています。

21世紀に向けた新たな政策の理念・・・多様で活力ある独立した中小企業者の育成・発展

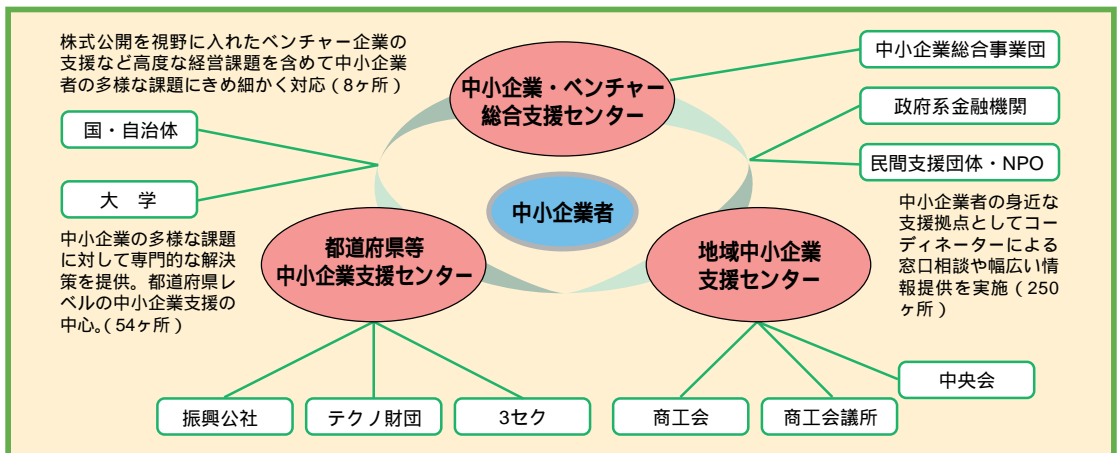
新たな中小企業像：機動性、柔軟性、創造性を発揮する「我が国経済のダイナミズムの源泉」

### 【中小企業に期待される役割】

- 市場競争の苗床（市場競争の活性化・経済の新陳代謝の促進）
- イノベーションの担い手（革新的な技術の製品化・新業態等の創出）
- 就業機会創出の担い手（起業家精神の発揮・自己実現の場）
- 地域経済発展の担い手（地域の産業・商業集積の中核・地域社会への貢献）

## 中小企業支援センターとは？

中小企業支援センターは、新しい中小企業政策の目標達成のため、中小企業者の多様な課題に対して専門的な解決策を提供します。地域中小企業支援センター、都道府県等中小企業支援センター及び中小企業・ベンチャー総合支援センターの3種類の中小企業支援センターを中心とする支援体制により、窓口相談、専門家派遣、事業可能性評価、情報提供等の事業を実施します。





## 中小企業支援センターの3つのキーワード

### ワンストップ・サービス

中小企業の公的支援制度へのニーズは、資金調達をはじめとして、販路開拓、技術、法律、税務等々、多様です。中小企業支援制度も、これらのニーズに応えるべく、専門家派遣、補助金、制度金融、情報提供等々、多様な体系を整備しています。

中小企業支援センターでは、相談窓口の担当等が、中小企業者の話を親身になって聞きつつ、課題を見極め、適切な支援策、支援機関への案内役となることで、ワンストップ・サービスを実現することを目指します。

### ソフトな経営資源の支援

国際化、IT革命、環境制約等、中小企業を巡る経営環境は大きく変化しています。その中で、中小企業が競争に勝ち残っていくためには、明確な戦略が必要です。

中小企業支援センターでは、中小企業の経営戦略やビジネスプラン策定の一助となるべく、経営支援のプロであるプロジェクトマネージャー（PM）、サブマネージャー（SM）（注）、各分野の専門家等が、ソフト支援（知恵の支援）を実施します。

補助金、制度金融などの即効的な支援とあわせて、中小企業が持続的に利益をあげることができる「仕組み（ビジネスモデル）」を経営者が自ら作り上げることを支援することこそ、今の時代に求められている中小企業支援です。

### 民間人材・ネットワークの活用

これらの支援を着実に実施するためには、中小企業支援策に幅広い知見を有する公的人材（県庁、公社の職員等）とともに、経営の知見に富む民間人材（企業活動が肌でわかる（コスト感覚のある）、顧客志向で発想する、専門分野の知見と人脈を有する等の強みを有する人材）の活用が不可欠です。

公的な支援人材と民間の支援人材が、互いの強みを出し合い、「ハイ・ブリッド」な支援機関を形成することが中小企業支援センターのねらいの一つです。

また、既存の中小企業支援機関や金融機関、大学、地域の中核企業等の人的・物的資源を最大限活用するべく、支援のネットワークを形成することが、中小企業支援センター事業の成功の鍵になっています。

注：本誌では、プロジェクトマネージャーをPM、サブマネージャーをSMと表記します。

# 1

## プロジェクトマネージャー

プロジェクトマネージャー（PM）は中小企業支援センターの実務的なトップとして、支援センターの運営を統率する人です。豊富な経験や知見に基づき、支援先の中小企業の課題解決のためにリーダーシップを発揮し、中小企業活動の活性化を担う重要な役割を担っています。

### 民間企業の事業部長以上経験者（宮城）

PMに求められる役割は、中小企業経営者に相談を単に聞いてくれる優しい人でなく、具体的に中小企業の事業を伸ばすことを直接支援でき、開発から生産、営業まで一貫してアドバイスできる『ビジネス・プロデューサー』としての役割です。この機能を全うするためには、技術からマーケティング、財務までプロジェクトのあらゆるサイドのことを知って経験していることが必要で、民間企業の事業部長以上を経験した人材がこれに該当します。実際に、宮城県のPMは、自らの豊富なノウハウを中小企業に伝授する傍ら、人脈をフルに活用したトップセールスを展開しています。

### 銀行出身者による融資シンジケート（愛媛）

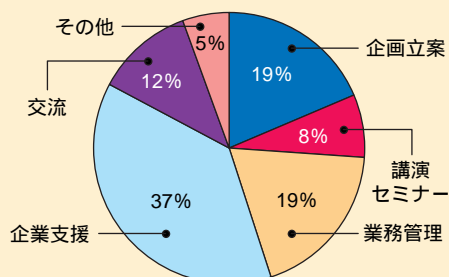
中小企業にとって一番の悩みは資金調達です。愛媛県では、銀行出身のSMが、地域における金融機関との人脈を活かして、中小企業の資金調達支援手段として、地銀、政府系金融機関などに融資シンジケート（協調融資）を要請し、一部実現しています。

### 県境によらず営業支援（富山）

富山県のPMは「中小企業にとって一番重要なことは売り手の開拓である」との認識から、中小企業の商品や販売候補先等を聞き取り、可能な売り先を自分の人脈もフル活用して探し出して商談を広げる協力を惜しみません。特に営業活動が地域に限定されがちな中小企業にとって、全国を股にかけたPMのネットワークを活かした営業支援は非常に高く評価されています。

## POINT

### PMとその業務



PMの経歴としては、地域を代表する大手民間企業の役職者OB、地域の中小企業の経営者またはそのOB、地域で活躍する経営コンサルタント等が中心です。

2000年度のPMは予算措置、組織内調整問題や人材難等で、財団等の役員が兼務している県等もあります。PMは推薦による応募が中心ですが、「地域/地元に貢献したい」「やりがいのある業務」という使命感が最終的な応募動機になっている例も多数です。

業務内容(アンケート結果による)としては「企業支援」は37%、「業務管理」「企画立案」がそれぞれ19%です。

## プロジェクトマネージャーが目指す 支援センター像



### (岡山県 原田PM)

「外部のソフト資源」の活用を促すことを最大のテーマとしています。そのためには、県中小企業支援センターの設立目的や事業内容を中小企業の方々に**十分認知してもらうことが当面の最大の課題**です。特に、これまでの中小企業経営者には外部の専門家に相談するという機会や支援策がなかったことから、**認識を新たにしてもらう**ことが大切。

### (群馬県 吉邑PM)

「ワンストップサービス」の拠点として、出来る限りの丁寧な対応を心がけています。また専門家派遣については、解決すべき内容の把握を十分行い、専門家選定には相性に気をくばっています。特に重視していることは、気軽に相談に来てもらえる雰囲気づくり。**相談内容にはとことん支援**することをモットーにしています。

### (福井県 竹内PM)

やる気のある人材に対し起業家意識を啓発するとともに、個々の企業に対しては経営革新を普及推進しています。また、発展性のある企業については、積極的にPRすることなどによりインセンティブを与えていきます。できる限り企業ニーズを把握し、そのニーズに応えることを原則としますが、それが**真に企業に為になるかを判断**しながら対応したいと考えています。例えば、資金支援を企業が求めている場合でも、当該企業の事業化の段階、財務状況の中で妥当な資金であるか、過剰投資でないか等を判断し、助言していくこととしています。またベンチャー企業の場合、自分の技術開発に偏った考え方をもちた経営者が多く、販売、マーケティングに目を向けさせていくことが重要であることから、特に、消費者の視点で製品開発を行なうことを重点的に指導していきたくと考えています。

### (広島県 福本PM)

大企業を頂点とするピラミッド構造からの変革が求められています。このため中小企業が多様な課題に対して、専門的な解決策の提供に加え、情報、福祉、環境関連等新規成長分野の振興に向けて、新規創業の支援と合わせ、これまで蓄積した技術を生かした**既存企業からの第二創業等を支援し、次代を担う企業の育成と雇用の場の確保**にも意を注いでいきたい。

### (滋賀県 西村PM)

「中小企業が多様な課題に対して専門的な解決策を提供」を基本ミッションとしています。特に、中小企業者等の「**ニーズを正確に把握**(訪問面談の上)」、**「より実践的・具体的な解決策を提供」**し、「**頼られる存在**」を目指して活動しております。

### (沖縄県 新川PM)

プラットフォーム、各地域センター等の機関との連携を密にして、クライアント(相談者)の要望に適切に、そしてスピーディーに添えていきたい。本県は比較的創業率の高い地域です。旺盛な起業意欲を助長し、自助努力する中小企業を積極的に支援していきたい。定期的に、または随時に各地域に出向いて、地域センターと共同で地域中小企業者の個別相談を受ける「**移動相談会**」等を行ない、地域中小企業者のニーズに柔軟に対応していきたい。

### (福岡県 徳永PM)

**中小企業者(相談者)の立場に立脚**して相談を受け、求める支援を的確に把握します。企業者が支援を受けることにより、満足し、成長のステップになるような支援事業であること、出来るだけ多くの企業に支援制度を利用してもらうこと、また創業者、成長有望企業を発掘することを目標とし、県産業・経済の発展に役立てればと考えます。

### (熊本県 横山PM)

「ワンストップサービスの構築」「支援機関間の連携強化」を進める上で、民間人材のPM/SMへの登用がなされていると考えています。民間人材を最大限に活かすためにはどうすべきか、徹底的に議論を行った結果、次の3つをコンセプトに掲げました。**ユーザーオリエンテッド**(ユーザーの視点で考える)**スパイラルアップ**(常に支援の改善・革新を心掛ける)**コラボレーション**(他機関との連携を推進する)このような変化の激しい時代になると、時代の変化に対応した「**変化・成長・発展**」を目指す機関づくりが必要となる。「**現状維持は退歩である**」。

### (徳島県 黒田PM)

当支援センターは創設されて間もないということもあり、未だ広く認知されていない。先ず多くの方々に認知してもらうという地道な活動が重要。経営革新・創業支援等にしても、当事者にとってはマル秘事項であり、信頼関係がないとなかなか本音の話はできない。**経常的なコミュニケーションを通しての人間関係・信頼関係を構築**していくことが必要です。

### (富山県 松井PM)

県内の中小企業を活性化することによって県の経済、産業面の地位向上を図る。企業が保有するビジネスプランの発掘と支援によって創業あるいは既存事業の幅の拡大を図る。情報化や流通の近代化、産業構造の変化、技術の高度化、企業系列の崩壊、金融業の再編など激しい環境変化に対処し、**富山の企業から日本全体、さらにはアジアにも通用する総合力を持った企業への成長を手助け**する支援センターでありたい。

# 2

## 窓口相談：真のワンストップ・サービスを目指して

中小企業の経営課題は多様です。中小企業支援センターでは、窓口相談によって多様な課題に対応するために、施策情報の提供、支援策・支援機関のアドバイスを実施します。公的機関一般に従来から批判の強い“縦割りたらい回し”的な不都合が生じないように、責任と誠意を持って中小企業のニーズに答える努力をしています。また悩みをもって訪れる中小企業者が気後れすることのないよう、“顧客導入”を図るつもりで、窓口相談スペースの雰囲気作りを図っています。

### 1Fに総合相談窓口の設置（北海道）

北海道の支援センターは、設置時に窓口相談機能を強化するため、相談に来た中小企業がより分かりやすく、相談しやすいように、ビルの1Fに総合相談窓口を設置しました。支援センターがあるビルは道内の中小企業がいろいろな用事で訪れるエリアに立地していることもあって、ついでに立ち寄り人もいますし、センター業務の広報にも役立っています。

### ワンストップサービス（山梨）

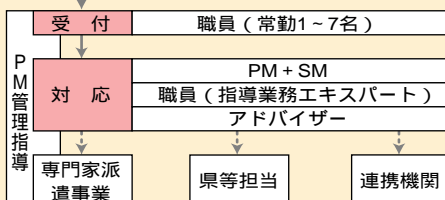
窓口相談にきた案件については、窓口対応は職員が実施し、SMが指導しています。機構では、「ワンストップ」を標榜していて、相談案件に対してたらい回しにするのではなく、他部署を紹介する場合には、「どどここの誰」という形で名前まで特定した上で紹介するようにしています。

### 必ず足を運び、運んでいただく（愛媛）

窓口相談は、電話で受け付けることもあります。地域センターとTV電話でつないでいるところもあり、TV電話でも初期対応は可能です。ただし、中小企業者に一度はセンターの窓口まで足を運んでいただいています。これは、中小企業者のやる気を確認するためです。またSMが実際に中小企業のオフィス、工場等に足を運ぶようにしています。更に、センター内の相談室は防音して、外に声が漏れないようにするなどして、中小企業者から本音を聞き出させるよう工夫しています。

## POINT

### 窓口相談業務の標準手順



アンケートによると各県等の窓口相談業務の重点項目としては、「外部連携による専門的相談への対応能力」をあげたところが一番多く、約8割にのぼります。次いで「充実した対応機能・専門能力のある相談員の配置」で6割強です。

また、支援センターができて窓口相談の機能・体制を実際に「強化した」ところが約半数(21/45)であり、その内訳は「相談人員を強化した」19、「相談の処理体制（関連団体との連携等）を強化した」11などです。「相談記録のデータベース化等」「オンライン相談受付」等情報システムを整備したところは、まだ少数ですが、順次整備が進められています。



## 相談内容と対応

窓口相談の内容は、地域性もありますが、全体としては、資金調達、取引適正化、経営全般等の基本的な企業運営に関する相談が過半を占めています。また相談の件数では、月100件以上の相談がある都府県が13あるのに対して、10件を下回る県も5つあります。(いずれも2001年1月実績)三大都市圏以外の県でも青森、岩手、宮城、秋田、栃木、石川、鹿児島などは月100件を越える相談件数があります。

### ベテラン職員常駐で即応（北海道）

支援センターが設置した総合相談窓口では、広くオープンに来訪者を受付、相談に応じる体制にしています。ここでは商業系と工業系のベテランの中小企業診断士の職員2名が常駐して、電話対応や飛び込みでの相談者へ対応しています。

### サブマネージャーが常駐（愛媛）

毎月日程調整会議を行った上で、相談窓口にて毎日SMが常駐することにして、毎日何らかの対応が可能にしました。これが相談件数が高いレベルを維持している理由だと思われ、今ではリピート率が約5割を占めています。

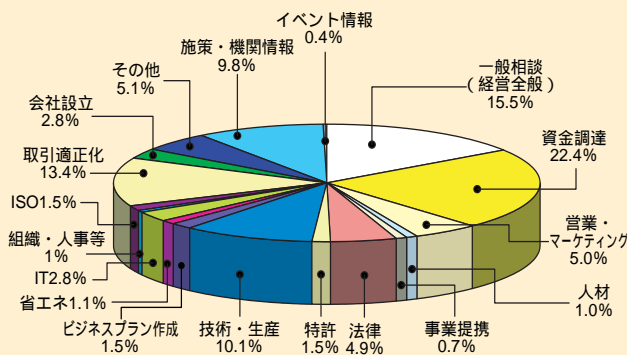
### ヤル気のある人には徹底指導（佐賀）

佐賀県では大都市圏と異なりハイテクやIT系のベンチャーは少なく、従来の事業領域から新規分野に進出したいという人が多い。またアイデアだけで相談に来る人もいます。こういう人でもヤル気のある人には懇切にアドバイスしています。事業のアイデアだけで来た人には次回までに課題を与え、ヤル気があって課題を研究してくる人に何度も課題を繰り返し出ししながら、ビジネスプランを作成したケースもあります。

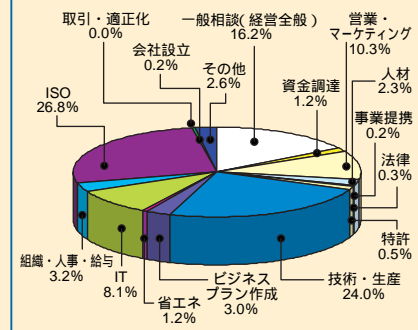
## POINT

### 窓口相談業務の内容(H12.5～13.3)

相談内容で最も多いのは、資金調達で22%、次いで一般相談(経営全般)16%、取引適正化13%と続いています。一方、専門家派遣で多いのは、技術・生産(24%)、ISO(27%)、IT(8%)です。



### 参考：専門家派遣の内訳



## 専門家派遣：プロによるプロ集団の管理

3

中小企業支援センターでは中小企業者等の経営や技術の具体的な課題解決のために、経営、技術、情報、法律、税務などの専門家を派遣します。また、専門家派遣に要する費用の3分の2を国と地方自治体が補助し、リーズナブルな価格で質の高いコンサルテーションを受けることができます。

専門家の登録にあたっては、単に書類上で登録するだけでなく、PM/SMによる面談や人柄・実績等の確認、また派遣事業での評価の蓄積などを重視して、中小企業のニーズにもっとも適切に対応できる人材を見出すことができますようにしています。

### 面談による専門性評価（大阪）

大阪府では、多くの登録専門家の中から、得意分野や地理的要件、時間の空き具合や相性などが適合し、かつ、専門家の情熱、人柄、これまでの実績などを加味してマッチングを図っています。そこで重要になるのが専門家についての情報です。とおり一辺の記載事項だけではわからないため、PMとSMが手分けをして登録専門家の全員面接を推進しています。530名の登録専門家のうちすでに400名近い面接を実施しました。

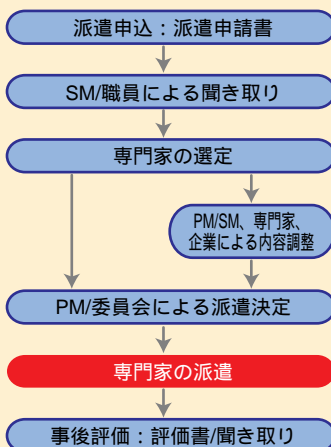
### 多数の専門家登録（岡山）

岡山県では、200人という多数の専門家が登録していただくため、以前からセンター運営機関がリスト化していた支援人材に対し、DM、説明会、日ごろの働きかけにより、強く登録を呼びかけました。

これに加え、登録した専門家が、他の専門家に支援センターを紹介し専門家登録につなげるという好循環が形成されています。

## POINT

### 専門家の派遣手順



現在は書類選考だけで専門家を派遣しているところもありますが、真の中小企業のニーズを把握し適切な専門家の派遣のためには事前聞き取り調査や支援内容の事前調整が不可欠というのは、ヒアリング調査でのPMの一致した意見です。また専門家の質の向上のために（今はまだ実施例は少ないですが）事後評価は不可欠です。



## 専門家のマッチング

中小企業のニーズに応えられる専門家をいかにマッチングするかが、専門家派遣事業の一番の鍵を握る部分です。そのためにはまず中小企業のニーズを十分理解した上で、登録専門家の中から最適な専門家を選定し、派遣することが必要で、支援センターのPM/SMの腕の見せどころになっています。

### 現場主義、厳格な選定（岐阜）

専門家派遣に当たっては、まず徹底した現場主義を貫いています。すなわち「現物」「現場」「現状」の『三直三現主義』です。PMが派遣要請のあった中小企業の現場に急行して、現場の声を直かに聞いて確認し、派遣事業が“上滑り”にならないよう細心の注意を払っています。

その上で適切な専門家を選定して派遣しますが、マッチングにあたってはPMが徹底的に専門家の能力・実績を質問し、中小企業の問題解決に確実に資する人材をのみ派遣するようにしています。

### 初回無料サービス、適切なSM/専門家の選択と評価(埼玉)

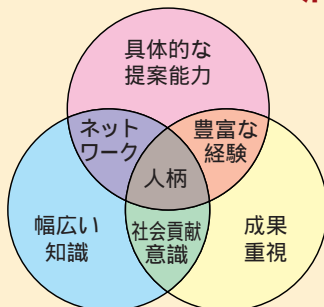
PM/SMや事務局が中小企業のニーズを聞き取り、最適の専門家を選定し、その上で実際の指導内容について、中小企業、専門家、SM/事務局の3者が相談して決めた上で実施しています。初回はニーズ等のすりあわせにならざるを得ないので、初回は“無料”として県単独予算を活用して、2回目から中小企業の負担が発生するようにしています。実際の派遣には、毎回SMや職員が専門家と同行して、専門家に対して厳しい注文したり、指導内容が不十分な場合は途中で専門家を交代させたりしています。

### 課題研究から品質向上を目指す（広島）

広島県では、専門家派遣事業をより充実したものにするために、派遣した専門家に報告書の提出を求め、それをもとにPM、SMなどが2カ月に一回程度、課題研究をしています。専門家派遣事業の品質向上のためには、マッチングをどうしたらよいか、派遣期間中のフォローをどうするか等、手探り状態の中からも着実にノウハウの蓄積が図れるようにしています。

## POINT

### 満足度の高い専門家像



PMが描く派遣先中小企業の満足度の高い専門家像は、「人柄がよく（温厚、丁寧で親切、知名度よりも身近で親身であること）」、「幅広い知識や具体的な提案能力を有し」、「成果重視の姿勢がある」人物です。企業人としての豊富な経験に基づく実務処理能力やネットワーク、地域企業を育て上げる熱意（社会貢献意識）、リーダーシップも必要とされています。

## 事業可能性評価：ビジネスプランの目利き

# 4

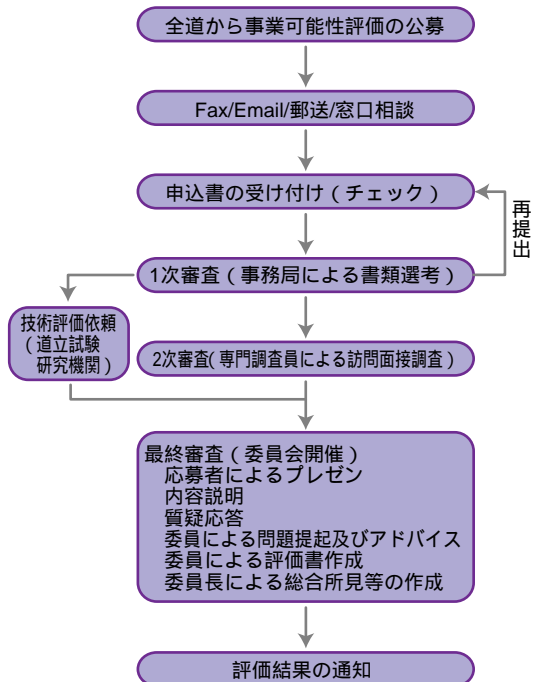
中小企業支援センターの事業可能性評価委員会では、中小企業、ベンチャー企業のビジネスプランについて、市場、商品・サービス、技術、マーケティング、財務等に係る事業可能性の審査、評価を行います。

本委員会は、新たなイノベーションの担い手たる中小企業、ベンチャー企業の育成のために重要な役割を發揮するものです。このため、ビジネスプランの「目利き」として、その将来性を客観的に評価できる実施体制と手順を整えるよう努力しています。また、中小企業にとって、信頼の置ける有識者の評価とコメントを得ることは、経営に対する考え方の見直しの機会や意欲喚起につながることから、委員の人選にも配慮しています。

### 評価手順の策定と実施（北海道）

北海道では2000年度には事業性評価委員会の体制を整備し、実際に2回評価を実施してその有効性を確認しています。提出された書類と限られた時間内のプレゼンテーションだけでは限界があるので、事前に専門調査員が企業を訪問・面接し、また技術的な面は道立の試験研究機関に委託して技術評価を行っています。

委員の構成は、PM/SMに加えて、5名で、その内訳は - 学識者1名（小樽商科大学創造センター長）、金融機関1名（銀行の営業推進本部長）、地域企業代表として3名（広告ディレクター、異業種交流会会長も努める中小企業社長、サッポロバレーの中核企業の社長）です。地域企業の代表が多く参加していることが特徴です。2001年度からは大学のIT関連の有識者を加えます。



### POINT

#### 事業可能性評価委員会とインセンティブ

福井県中小企業支援センター（福井県）では、事業可能性評価委員会への応募を増やすための独自の工夫として、優れたビジネスプランに助成金の支出等を行う「新事業フロンティア大賞2000」を設けており、この大賞の審査を事業可能性評価委員会事業の一部と位置づけることで事業可能性評価委員会の地位を向上させ、当センターの魅力を上げる努力を行っている。「新事業フロンティア大賞2000」は、県内で新たな事業活動に取り組む企業や個人を対象にビジネスプランを募集し、優秀なプランには表彰や各種の支援を行う福井県単独の平成12年度事業である。本事業には大賞と奨励賞の2種類があり、大賞を受賞すると、1)事業化のために必要とする初年度経費の助成（経費の1/2。上限は100万円。）、2)事務所又は店舗の家賃等の助成3)経営・技術・マーケティング等に対する集中支援の3つの支援を、奨励賞では3)を享受できる仕組みになっている。

当センターでは、創業時からビジネスプランの考え方など様々な支援を行ってきたA社（福井県、従業員数4人）に対し、「新事業フロンティア大賞2000」への応募を呼び掛けた。その結果A社は、事業可能性評価委員会に応募し、平成12年12月に開催された事業可能性評価委員会A評価に認定され、併せて「新事業フロンティア大賞2000」の奨励賞も受賞している。受賞後についても、委員会で指摘された課題を中心に当センターから引き続き助言を行い、A社のビジネスプランのPRも当センターから行っている。

（2001年版中小企業白書より）



# 評価対象の事業計画フォーマット・評価項目の整備（大阪）

## [ 事業計画書の骨子 ]

### 1 エグゼクティブサマリー

- (1) 新規事業名
- (2) 新規事業の目的
- (3) 新規事業の概要・特徴

### 2 新規事業コンセプト

- (1) 新規性の観点から
- (2) 市場性の観点から
  - ターゲットとする市場
  - ユーザーから予想される評価
- (3) 競合性
  - 競合する商品・サービス
  - 他社商品・サービスとの比較
  - 競争優位に立つための手段・方法
- (4) マーケティング戦略
  - 製品戦略
  - 価格戦略
  - 販売戦略
  - 流通戦略
- (5) 人員計画・体制
- (6) 販売計画（3期分）
  - 売上高計画
  - 売上原価計画
  - 生産計画
- (7) 利益計画（3期分）

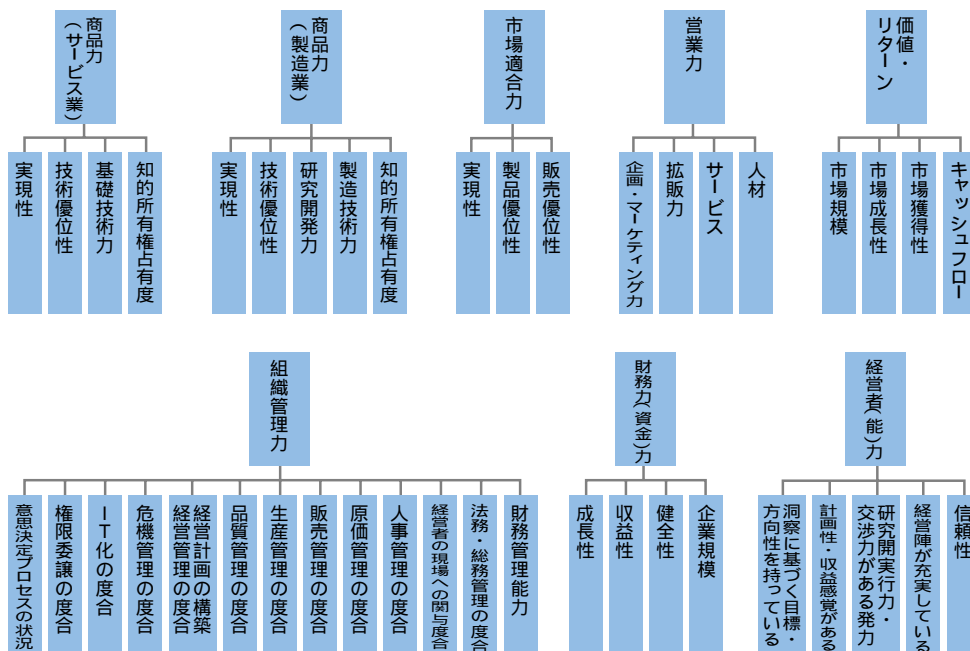
### 3 経営状況

- (1) 沿革・歴史等の重要事項
- (2) 経営陣（社長経歴・役員構成等）
- (3) 従業員（職種別）
- (4) 株主

### 4 既存事業と新規事業の概要

- (1) 事業のコンセプト・社会的役割
- (2) 現在の経営状況に対する自己評価と事業計画実現への対応策
- (3) 技術の概要・新規性
- (4) 営業の状況
  - 商品・サービスの内容
  - 市場の動向
  - マーケティング戦略
  - 競争の状況
  - 営業戦略
- (5) 生産の状況
  - 生産設備
  - 外注委託生産
  - 製造コスト
- (6) 事業計画（新規事業を含む会社全体）
  - 利益計画（3期分）
  - 人員計画・体制（3期分）
- (7) 資金の状況（前期から5期分）
  - 資金計画
  - 設備投資の内訳
  - 資金の調達方法

## [ 委員会での評価項目 ]



## 中小企業支援センター利用者の声

中小企業支援センターは、従来の『官による指導』から、中小企業の皆様の実際のお役にたつことを目指した、民間人材を活用した『ワンストップの支援機関』です。実際にご利用になった方の約四分の三の方が、サービス内容に満足（30社の利用企業への電話インタビューによる）していて、9割の方がもう一度利用したいと考えています。

ここでは、電話インタビューによって、実際に支援センターを利用した人の「生の声」を掲載します。ご利用になった中小企業の方は課題解決に向けて着実に歩みを始めています。中小企業支援センターはそのための大きな支えに必ずやなると思います。皆様も是非、中小企業支援センターのご利用をお考え下さい。

### 商談がスムーズに進んだ！

センターの紹介があったので**顧客とスムーズに商談**を進めることができた。  
外注先工場の紹介を受けて商談に同行してもらったところスムーズに話を進めることができた。  
センターの紹介があったので**大手と対等に話**を進めることができた。  
新規事業は信用度が低いので、苦勞すると予想したが、センターの紹介があることよって話を（うまく）進めることができた。

### 資金調達ができた！

保証協会に一度断られたことを相談したら、「事業内容の見直しをして何度でも足を運ぶべき」と言われてそのとおりにしたら**債務保証にOK**が出た。  
親切な対応であり、サービスの迅速性、コストパフォーマンス等大変良い。安い金利での融資を受けられた。  
サービスが迅速でフォローが丁寧。**資金調達に関する新制度の紹介**を受けてよかった。

### 新規顧客開拓。受注があった！

実際に異業種からの問い合わせがあり、**新規顧客の拡大**につながった。  
実際に熊本地域結集型協同研究会において受発注の引き合いがきた。  
プレゼンテーションの機会を与えてくれたことによって**問い合わせが殺到**した。  
地元企業と大手進出企業の**生産連携（受発注）**がとれた。  
センターの紹介から**補助金を受け協同研究開発**した結果、十分補助金を返還できるほどの利益が出た。

### 社内体制整備。経費削減！

親切な対応だった。経営全般に関する知識が得られた。従業員のモラルが向上した。  
**従業員のモラルが向上**し、グループ活動が活発化した。  
専門家による生産工程分析を受けた結果、**在庫にかかる仕掛金が10%減少**した。  
**数値を使った管理手法を会得**できた。コストパフォーマンスもよい。  
工作機械取り扱いの再認識ができ、工程管理の考え方も身についた。**自己啓発**のよい機会。

### 客観的な意見が参考になった！

客観的な評価が得られて参考になった。

広い経営的視点からのアドバイスが得られた。資金調達における信用が得られた。事業可能性評価は本来1度きりであるが事業内容が好転したので再評価してもらった。フレキシブルな対応に感謝している。

### 専門家派遣が役に立った！

専門家能力も高く、他より良いサービスを受けた。

専門家の分析を受けて、将来の方向づけができた。

専門家派遣だけで評価すれば大満足である。派遣専門家に継続してきてもらうことになった。

派遣コンサルタントの知識、経験を共有でき、人的ネットワークも広がった。会社のグレードが上がり、売上げも増加した。費用の3分の1を払ったが、コストパフォーマンスはたいへん満足。

客観的な指導が受けられた。経営理念や今後の方針が具体的に明確になった。

丁寧な指導を受けることができた。得たIT技術を自社のHP作成に活用できた。

専門家派遣のコストパフォーマンスもよく、対応も迅速だった。専門家派遣は、中期の事業計画作成とマーケットリサーチのためにそれぞれ専門のコンサルタントにきてもらった。事業計画作成だけで評価すると大満足であった。リーダーシップをうまくとって率先して作業をしていただいた。

### 感じがいい！親切

対応がオープンで感じが良い。

専門家派遣を終えたあとのセンターのフォロー、アフターサービスが非常によい。

従来のお役所体質と異なり中小企業を応援しようという熱意がある。

優秀な技術系のPMが熱心で理解を示してくれた。

お役所的ではない民間に近い人間味あふれたアドバイスを受けることができた。

県より便利であり、親身に相談にのってくれた。日々の業務に追われている中で、より広い視野でのアドバイスを受けられたことがうれしかった。

### 迅速・高パフォーマンス

他では受けられないサービスであり、サービスの迅速性もあつたし、タイムリーな情報も得られた。顧客、市場に対する理解が深まった。

サービスのコストパフォーマンスも良い。

経営革新法の審査に到るまでの支援サービスの迅速性、コストパフォーマンスともに良かった。

センターの窓口は中小企業診断士レベルの高い知識を持ち合わせた人がいて頼りになる。

### ワンストップ！

行政特有のたらいまわしがなく、1つの窓口からすべてがわかる。

(支援センターの紹介から)実際にビジネスパートナーが見つかった。具体的な資金調達方法が見えてきた。

窓口の紹介により、県の行政施策ギエモンに参加をしたら問い合わせ等の反応があった。

行政情報(経済産業省行政施策)が早く得られるのもよい。

注1：電話インタビューではセンターの利用者(30人回答)のうち、「サービスが悪い」と答えた人は1人(特に理由無し)であり、否定的な意見はなかった。

注2：これらの回答は、岩手・埼玉・岐阜・富山・大阪・岡山・徳島・熊本の中小企業支援センターの利用者から寄せられた声です。

One Stop!



## マイテック株式会社



マイテック株式会社  
代表取締役 三浦 由則氏

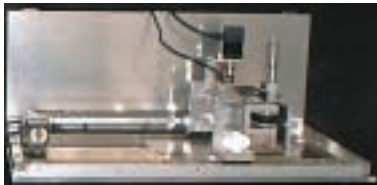
**所 在** 宮城県仙台市  
**設 立** 1988年9月  
**従 業 員** 8人  
**業 種** 研究開発型製造業

磁気センサ及び磁気センサ応用商品を開発、製造する研究開発型ベンチャー企業。創業以来の計測器製造からの転換を図り、東北のベンチャーの雄と期待されるが、開発経費が高む中で経営危機に陥る。その後、宮城県中小企業支援センター・プロジェクトマネージャーの支援により商品化に成功、事業を回復基調に乗せた。

### 出会い：地獄に仏？

マイテックはこれまでにさまざまな認定や表彰を受け、補助金も活用して研究開発に取り組んできました。大手企業からの引合もありましたが、最終的に買っただけの商品が出来ず、売上があがらない中で苦闘していました。ついに昨年の夏には、資金繰りに窮し、幹部社員が退社するなど危機的状況に陥りました。金融機関や知合いなどあらゆるツテを頼って状況の打開策を探りましたが、どこへ行っても決算書を見て追い返され、万策尽き、いよいよ最後の決断を迫られていました。

その時以前に県主催の会議で同席する機会があったソニーテクノロジセンターの代表だった高橋さんが支援センターのプロジェクトマネージャーに就任されたことを聞きつけ、薫をもすがる思いで高橋さんに相談しました。



マイテックの磁気センサーシステム

高橋さんは当社の技術を理解してもらえる人だと思ったのです。

### 一週間で回復基調へ

「一週間くらい寝てない顔でしたよ」と高橋さん。ソニーで開発を統括してきた高橋さんは、マイテックの技術そのものの良さを認めて、その場で3つのことを指示しました。まず第一に磁気センサがそれまでマイテックでは想像していなかった用途に使えることを指摘し、クライアントとなる大企業の担当者を紹介し面談を設定しました。ここからマイテックの具体的な商品開発が始まり売上に繋がりました。第二に財務基盤を見直すために、振興機構から人を派遣して、財務内容を徹底的にチェックし、改善策を短期日に作成して実行しました。そして第三に商品開発を担当する即戦力のエンジニアを派遣してもらいました。それまでマイテックが引合いはあっても最終的にクライアントに買ってもらえる商品を開発できなかった原因が、商品としての対環境性能等の総合的な価値にあり、これを高めることが重要でした。若い技術者集団ではできなかった。しかし大手企業で商品開発をいくつも手掛けた経験をもったエンジニアの派遣を受けて、商品としての完成度を一気に高めることができました。

そしてこれらのことは、支援センターの門を叩いて、わずか一週間のうちに決まって実行されたのです。

### 「会社の基本は売上だ」

一年前にはほとんどゼロに落ち込んだ売上も、今年9月には月商1500万円、昨年までのピーク時の2倍以上に増加し、受注状況から見て今後も上昇基調です。ベンチャーキャピタルからの増資や博士号を持った優秀なエンジニアの採用にも成功し、現在株式公開を目指して鋭意取り組んでいます。

高橋さんからは、「会社の基本は売上だ」と口酸っぱく言われました。マイテックには自社技術に頼りすぎていたところがあったのかも知れない。「事業にはまず資金というのは間違いです。当社も当初資金が集まって勘違いしたところがあったかも知れません。しかし、いかにベンチャー企業であっても売るのが第一ということにあらためて気づきました。」

マイテックの小型高性能の磁気センサーは、カーナビや携帯電話をはじめ多様な用途が考えられます。JRでは新幹線の板バネの故障検知システムへの応用が実用化段階を迎えています。「いろいろな応用が考えられるからこそ、これからの開発分野の戦略的な開拓や、大手企業との付き合い方などベンチャー企業には手の届きにくいところの支援をお願いしたいと思っています。」これからもまだまだ支援センターの出番は多そうである。

### 宮城県 高橋PM .....



中小企業支援に求められているのは、倒産に瀕している企業の話をよく聞いて親身に応援することです。必ずしも資金を与えるばかりが支援ではありません。自助努力する気力とチャンスを生み出すことが必要です。その意味でPMに求められるのは『寅さん』です。寅さんは困った人の傍らにいてもお金を施すわけではなく、いつも親身になって話を聞いています。そのうちにその人が一念発起してやる気を出してチャレンジして苦境を脱する、それを見届けて寅さんはまたフーテンの旅にでます。そういう役回りがPMです。

宮城県支援センターでは、『実践経営塾』を開催しています。成長意欲のあるベンチャー企業のビジネスプランを、高橋さんが県内外から選りすぐった支援者とともに育成していこうというものです。



## 株式会社九州フードサプライセンター



株式会社九州フードサプライセンター  
代表取締役社長 吉田 憲史氏

**所 在** 熊本県熊本市  
**設 立** 1973年7月  
**従業員** 301人  
**業 種** 医療給食材料の共同購入の受託、加工、販売業務 在宅高齢者・食事療養者向け配食サービス等

「地域社会の医療、福祉に貢献する」ことを経営理念に、医療機関や社会福祉施設に特化した給食センターとして事業を拡大。その中で在宅の高齢者や食事療養者から美味しく健康によい食事が欲しいという希望に答えるべく、配食事業への進出を決意、2001年1月に新工場を建設して事業化に踏み切った。新工場の立ち上げに際して、多品種少量生産ラインの組み方やHACCP対策などを支援センターから専門家派遣を受けて実施し、新事業進出を軌道に乗せつつある。

### 当社を理解してもらえるか・・・。

最初は「どこまで当社のことを理解して支援してもらえるか」が懸念材料だった。業務内容や経営理念を理解してもらえないままに、教科書的なことを指導されても、工場立ち上げで逼迫していた当社には余裕がないからです。

プロジェクトマネージャーの横山さんは、頻繁に九州フードサプライセンターと接触して、当社の抱える経営課題を正しく汲み取った上で、当社の課題として、「HACCP対策準拠方策」「生産管理・原価管理のしくみ構築支援」と分析し、一番相応しい専門家の派遣を決定しました。

### 専門家派遣：年間10回。熱血かつ実践的な指導で具体的に役立つ

こうして派遣されたのは、中小企業診断士である山本さん。「専門家の派遣で一番良かったのは、実務を理解している専門家だったことです。いろいろな経験を活かして実際に役立つ指導をしてもらいました。生産ラインやHACCP対策など当社の抱える課題解決に直結した専門家だった。」「専門家のキャラクターもありますが、自信満々で、実際に役立つ指導であり、派遣を受ける側も安心して指導を受けられた」ことが良い結果につながったようです。

専門家派遣はこれまでに約10回。最初は新工場のレイアウト図を見ながら、ラインの設計から、生産管理の仕方まで細部にわたって指導を受けました。一回の指導は1時に始まって、5時近くまで、ほとんどノンストップ。「(専門家が)トイレにも席を立たないのでタバコを吸う間がなくて困った」というほどです。専門家の幅広い知識と経験からの指導を受けることで、改善の方向が精緻になり、また自信がついて、実行する

上で確実性がアップしました。

こうした“熱血指導”と全社一丸の取り組みの甲斐あって、新工場は順調に稼働し、配食事業も当初一日50食程度だったのが、9月には300食を超えるまでに契約を伸ばしています。

### 喜ばれる「食」の提供で地域に貢献

九州フードサプライセンターの提供する配食サービスの特徴は、安心と安全、そして美味しさを提供することです。あたたかいものはあたたかく、冷たいものは冷たいままにお届けすることを特徴にしています。そのために「温・常・冷」の3種類の温度で配送すべく、特別の配送車と機材を用意しています。その分、投資も高みますが、地域の高齢者や食事療養者の方からの暖かい励ましに答えるべく、営業努力しています。

専門家の山本さんからは、「勤で作るな」「実走率を如何に高めるか」「受注にあったコストで如何につくるか」といった生産コスト削減のための指導や、無差別のチラシ配布でなく、高齢者の集まる施設等ターゲットを絞った営業手段などの営業方法についての指導も受けた。こうした指導の成果を糧に一層地域で喜ばれる「食」の提供に努めています。



配食膳の写真



### 熊本県 横山PM

支援側の意識と支援センターを訪問される中小企業の意識の最も大きなギャップは、どうしても中小企業は即効薬を欲しがりがちになることです。本来は漢方薬的な支援を行うことで、企業の地力を高めることがサバイバルの必須条件ですが、その場しのぎ的なニーズに偏りがちです。やる気の高い企業においてはその辺りの理解力は高い。企業に甘えが感じられる場合には少し厳しい話をするように心がけていて、逆に自立的な企業には、より入り込んだ提案をしてこちらもやりがいを感じています。

活動指針は、ユーザオリエンテッド(顧客満足志向) スパイラルアップ(今までにない機関づくり) コラボレーション(連携)です。この3つのコンセプトを大切にしながら、「とりあえず、中小企業支援センターに相談に行ってみようか」と企業に思っていたいただける機関づくりを目指しています。

## 株式会社岡野製作所



株式会社岡野製作所  
代表取締役 岡野 忠弘

**所在** 大阪市中央区  
**設立** 1953年4月  
**従業員** 32人  
**業種** 精密理化学機器の製造・販売

1943年創業（会社設立1953年）の歴史ある中堅製造メーカー。マノメーター、マクラウド新S型真空計、その他各種の真空計測器等を製造・販売している。父親が育てた会社を94年に継承した。住宅性能表示が今後重要になることを見越して、住宅気密測定器の開発などの新事業への進出のため、テイクオフ大阪21（事業可能性評価委員会）の認定を受ける。

### 公共の支援は“わからなかった”

中小企業支援センターを最初に訪れたのは、昔から懇意にしていた日本真空協会に所属の小川先生が異動して、大阪府中小企業支援センターのサブマネージャーになったのを機会に、同センターへ行ったのが始めだった。それまでの岡野製作所の長い社業の中で、公的機関とのつながりは、大阪府立産業技術総合研究所での技術者との付き合いを除けばほとんど無かった。目線が高くて、当社の実情に併せた話がなかなかいただけないといった印象があったからです。また制度の内容が複雑で、“わからなかった”ために利用しなかった側面もありました。

小川先生を訪ねて支援センターを訪れたところ、技術面だけでなく、経営や資金調達等に精通したサブマネージャーもいて、当社の課題を解決するにはどうしたらよいかアイデアを得ることができました。そこで、昨年の11月には中小企業創造活動促進法の認定を受け、かつテイクオフ大阪21事業の認定も受けました。さらに12月には大阪府中小企業振興協会から設備貸与を受け、約1,000万円程度の機械の貸与を受けることができました。

### テイクオフ大阪21の認定、そして専門家受入

テイクオフ大阪21へは、担当の菅野サブマネージャーの勧めもあって申請をしました。認定を受けた結果、支援センターから3人の専門家の派遣を受けています。これに併せて岡野製作所では『too-21』（テイクオフOKANO21プロジェクト推進委員会）を社長以下、幹部社員と派遣専門家で構成して展開することとしました。また具体的な問題解決のために、製品開発にかかわる諸問題を検討する製品開発小委員会と、売上増と納期短縮化のための業務革新小委員会を構成して革新に向けて動き出しています。

こうした活動の成果はまだ活動着手から日が浅いこともあって目に見える形にはなっていません。しかし中小企業ではどうしても人材教育がおろそかになりがちですが、専門家派遣によって中堅管理者の教育、マネジメント・スキルの向上には役立っています。

### 研究開発支援産業とその経営革新

当社の事業は、研究開発の現場を支える産業であり、いわば産業界の黒子とも言える業種です。比較的固定化されたクライアントと販売チャンネルを持ち、これまでは安定的に業績も推移してきました。しかし今後は大学等の独立行政法人化の動きもあり、既存のモ

ノに捕らわれては衰退することは避けられません。中小企業支援センターは、外からの刺激という意味でもありがたい存在です。

単に専門家を派遣するという杓子定規な支援でなく、支援センターのマネージャー・職員の方からも頻りに連絡がありフォローをいただいています。また3ヶ月に一度程度、マネージャーと専門家で支援状況の報告会があり、専門家の支援の方向性等のチェック体制もあって安心して支援をお願いできています。

今後、期待したいのは何と言っても、融資制度です。当社のような研究開発支援産業では、どうしても研究開発費が生命線ですが、施設や機材に関する助成制度はあっても、研究開発費、特にその人件費に対する助成手段は少ない。今後は人的な支援（専門家の派遣）に留まらず、成長しようとする中小企業においてどうしても不足する経営資源全般にわたる支援をお願いしたい。

#### 事業評価委員会での支援の対象とされた事業への支援策（大阪府）

- (1) 専門家の長期派遣（有料）  
計画の実現に対する課題を明らかにし、その実現に向けて適切な専門家を派遣し、計画の達成を一貫して支援します。
- (2) 奨励金の交付  
事業評価委員会において、特に実現性の高い事業プランであると評価されたものに対しては、事業立ち上げの準備資金として創業バックアップ奨励金を交付します。一件あたり100～400万円。
- (3) 創業融資制度の適用  
新事業起業家支援資金等の融資制度の適用が受けられます。
- (4) 試験研究機関での共同研究  
大阪府立産業技術総合研究所や大阪府立大学等との共同研究のマッチングを図ります。
- (5) 銀行融資の紹介  
公的金融機関、民間金融機関等の融資をご紹介します。
- (6) PR媒体を活用した企業紹介

#### 大阪府 秋山PM



やる気と元気のある中小企業を年間30社作り出すことを目標に掲げています。その為には「しかけ」づくりが重要で、受け皿がきちんとできていないと十分な支援ができません。組織がパワーを発揮するためには、目標とそれを実現するしかけ、この両方が必要だからです。第二には中小企業のオリジナリティを活かす支援です。中小企業は一社一社異なる顔を持った生き物です。企業の立場に立って、良いところは何か、強みは何かを見極めて、それぞれの企業に合った支援メニューを構築するようにしています。

## 都道府県等中小企業支援センター窓口一覧

都道府県等中小企業支援センター名	郵便番号	住 所	電話番号	FAX番号
(財)北海道中小企業総合支援センター	060-0001	札幌市中央区北1条西2丁目 経済センタービル	011-232-2001	011-232-2011
(財)21あおもり産業総合支援センター	030-0801	青森市新町2丁目4-1 青森県共同ビル7F	017-777-4066	017-773-5236
(財)いわて産業振興センター	020-0045	盛岡市盛岡駅西通2-9-1 マリオス7F	019-621-5070	019-621-5071
(財)みやぎ産業振興機構	980-0011	仙台市青葉区上杉1-14-2 宮城県商工振興センター3F	022-225-6697	022-263-6923
(財)あきた産業振興機構	010-8572	秋田市山王3-1-1 県庁第二庁舎2F	018-860-5603	018-863-2390
(財)山形県企業振興公社新事業支援センター	990-8580	山形市城南町1-16-1 霞城セントラル13F	023-647-0664	023-647-0669
(財)福島県産業振興センター	960-8650	福島市中町8-2 福島県自治会館4F	024-521-5980	024-521-5635
(財)茨城県中小企業振興公社	310-0801	水戸市桜川2-2-35 茨城県産業会館9F	029-224-5339	029-227-2586
(財)栃木県産業振興センター	320-0806	宇都宮市中央3-1-4 栃木県産業会館8F	028-610-8171	028-610-8173
(財)群馬県中小企業振興公社	371-0854	前橋市大渡町1-10-7 群馬県公社総合ビル2F	027-255-6632	027-255-6161
(財)千葉県産業振興センター	261-7123	千葉市美浜区中瀬2-6 WBGマリブイースト23F	043-299-2651	043-299-3411
(財)埼玉県中小企業振興公社	331-8669	さいたま市桜木町1-7-5 ソニックシティビル10F	048-647-4101	048-645-3286
(財)東京都中小企業振興公社	101-0025	千代田区神田佐久間町1-9	03-3251-8066	03-3253-6250
(財)神奈川中小企業センター	231-0015	横浜市中区尾上町5-80 神奈川中小企業センター4-6F	045-633-5062	045-633-5208
(財)新潟県中小企業振興公社	950-0965	新潟市新光町15-2 新潟県公社総合ビル7F	025-285-0025	025-285-0029
(財)長野県中小企業振興公社	380-0936	長野県長野市中御所岡田131-10	026-227-5028	026-227-7281
(財)やまなし産業支援機構	400-0055	甲府市大津町2192-8 アイメッセ山梨3F	055-243-1888	055-243-1890
(財)しずおか産業創造機構	420-0853	静岡市追手町44-1 静岡県産業経済会館4F	054-273-4434	054-251-3024
(財)愛知県中小企業振興公社	450-0002	名古屋市中村区名駅4-4-39 愛知県中小企業センター6F	052-561-4121	052-561-4130
(財)岐阜県産業経済振興センター	500-8384	岐阜市藪田南5-14-53 岐阜県県民ふれあい会館10F	058-277-1096	058-277-1095
(財)三重県産業支援センター	514-0004	津市栄町1-891 三重県合同ビル5F	059-228-3321	059-226-4957
(財)富山県新世紀産業機構	930-0866	富山市高田529 情報ビル1F	076-444-5605	076-444-5646
(財)石川県産業創出支援機構	920-0223	金沢市戸水町イ65 石川県地場産業振興センター新館1F	076-267-1001	076-268-4911
(財)福井県産業支援センター	910-0296	福井県坂井郡丸岡町熊堂3号7番地1-16	0776-67-7420	0776-67-7429
(財)滋賀県産業支援プラザ	520-0044	大津市京町4丁目1番1号 滋賀県庁商工労働会館6F	077-525-7573	077-525-1931
(財)京都産業21	600-8813	京都市下京区中堂寺南町17 京都府産業プラザ内	075-315-8848	075-323-5211
(財)大阪県産業振興機構	540-0029	大阪市中央区本町橋2番5号 マイドームおおさか7F	06-6947-4375	06-6947-4378
(財)兵庫県中小企業振興公社	651-0096	神戸市中央区雲井通5-3-1 サンバル6F、8F	078-230-8051	078-230-8391
(財)奈良県中小企業振興公社	630-8213	奈良市登大路町38-1 奈良県中小企業会館2F	0742-20-2622	0742-20-2620
(財)和歌山県中小企業振興公社	640-8227	和歌山市西汀丁26番地 和歌山県経済センター3F	073-432-3413	073-432-7299
(財)鳥取県産業振興機構	689-1112	鳥取市若葉台7丁目5-1 (新産業創造センター)	0857-52-6708	0857-52-6673
(財)しまね産業振興財団	690-0826	松江市学園南1-2-1 くにびきメッセ内	0852-22-4455	0852-31-1270
岡山県産業振興財団	701-1221	岡山市芳賀5301 (テクノサポート岡山1F)	086-286-9626	086-286-9627
(財)広島県産業技術振興機構	730-0052	広島市中区千田町3-7-47 情報プラザ3F	082-242-7741	082-242-8627
(財)やまぐち産業振興財団	753-0077	山口市熊野町1番10号 NPYビル10階	083-922-9925	083-921-2013
(財)とくしま産業振興機構	770-0902	徳島市西新町2-5 徳島経済センター3F	088-654-0101	088-653-7910
(財)かがわ産業支援財団	761-0301	高松市林町2217-16 FROM香川内	087-840-0338	087-864-6303
(財)えひめ産業振興財団	791-1101	松山市久米窪田町337-1	089-960-1100	089-960-1105
(財)高知県産業振興センター	781-5101	高知市布師田3992-2 ちばさんセンター2F	088-845-6600	088-846-2556
(財)福岡県企業振興公社	812-0046	福岡市博多区吉塚本町9番15号 中小企業振興センター	092-622-5432	092-622-5139
(財)佐賀県地域産業支援センター	849-0932	佐賀市鍋島町八戸溝114	0952-34-4422	0952-34-4427
(財)長崎県産業振興財団	856-0026	長崎県大村市池田2-1303-8	0957-52-1138	0957-52-1140
(財)くまもとテクノ産業財団	861-2202	熊本県上益城郡益城町原田2081-10	096-286-3311	096-289-2457
(財)大分県産業創造機構	870-0037	大分市東春日町17-20	097-537-2424	097-534-4320
(財)宮崎県産業支援財団	880-0303	宮崎県宮崎郡佐土原町大字東上那珂字長谷水16500-2	0985-74-3850	0985-74-3950
(財)かごしま産業支援センター	892-0821	鹿児島市名山町9-1 産業会館2F	099-219-1272	099-219-1279
(財)沖縄県産業振興公社	901-0152	沖縄県那覇市字小祿1831番地の1	098-859-6255	098-859-6233
仙台市中小企業支援センター (財)仙台市産業振興事業団)	980-6107	仙台市青葉区中央1-3-1AER7階	022-724-1122	022-715-8205
(財)千葉市産業振興財団	260-0013	千葉市中央区中央3-2-1三菱信託銀行千葉ビル5階	043-201-9501	043-201-9507
(財)川崎市産業振興財団	212-0013	川崎市幸区堀川町66-20産業振興会館5階	044-548-4130	044-548-4146
(財)名古屋都市産業振興公社 (新事業支援センター)	460-0856	名古屋市中千種区吹上2-6-3名古屋市中小企業振興会館5F	052-735-0808	052-735-2116
(財)京都市中小企業支援センター	600-8009	京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町80 京都産業会館2F	075-211-9311	075-223-2760
(財)大阪市都市型産業振興センター (大阪産業創造館)	541-0053	大阪市中央区本町1-4-5 大阪産業創造館	06-6264-9800	06-6264-9889
(財)神戸市産業振興財団	650-0044	神戸市中央区東川崎町1-8-4	078-360-3199	078-360-1419





### マネッキー【Monecky】 オマモリ目ネコマネキ科

正式名称“カイケツ マネッキー”は「中小企業・ベンチャー総合支援センター」「都道府県等中小企業支援センター」「地域中小企業支援センター」の統一キャラクターです。古来、千客万来・商売繁盛のお守りとして庶民に親しまれてきた招き猫の家系に育つも、最近のビジネスの潮流に乗るべくITを駆使。新しいカタチで中小企業の支援を目指します。頑張る中小企業のお守りとして、MoneyとLuckyを招くMoneckyです。

お問い合わせ先

## 中小企業庁 経営支援ユニット 施策効果評価チーム

〒100-8912 東京都千代田区霞ヶ関1-3-1  
TEL.03-3501-1763  
FAX.03-3501-7099  
e-mail : qqodbc@meti.go.jp

本誌は中小企業庁ホームページ<http://www.chusho.meti.go.jp/>からダウンロードできます。