

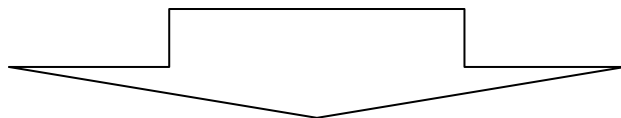
「中小企業地域資源活用プログラム」の創設
-中小企業の地域資源を活用した事業展開の促進-
(案)

平成18年11月20日

中小企業庁 経営支援課

1. 中小企業の地域資源を活用した新事業等に対する支援の重要性

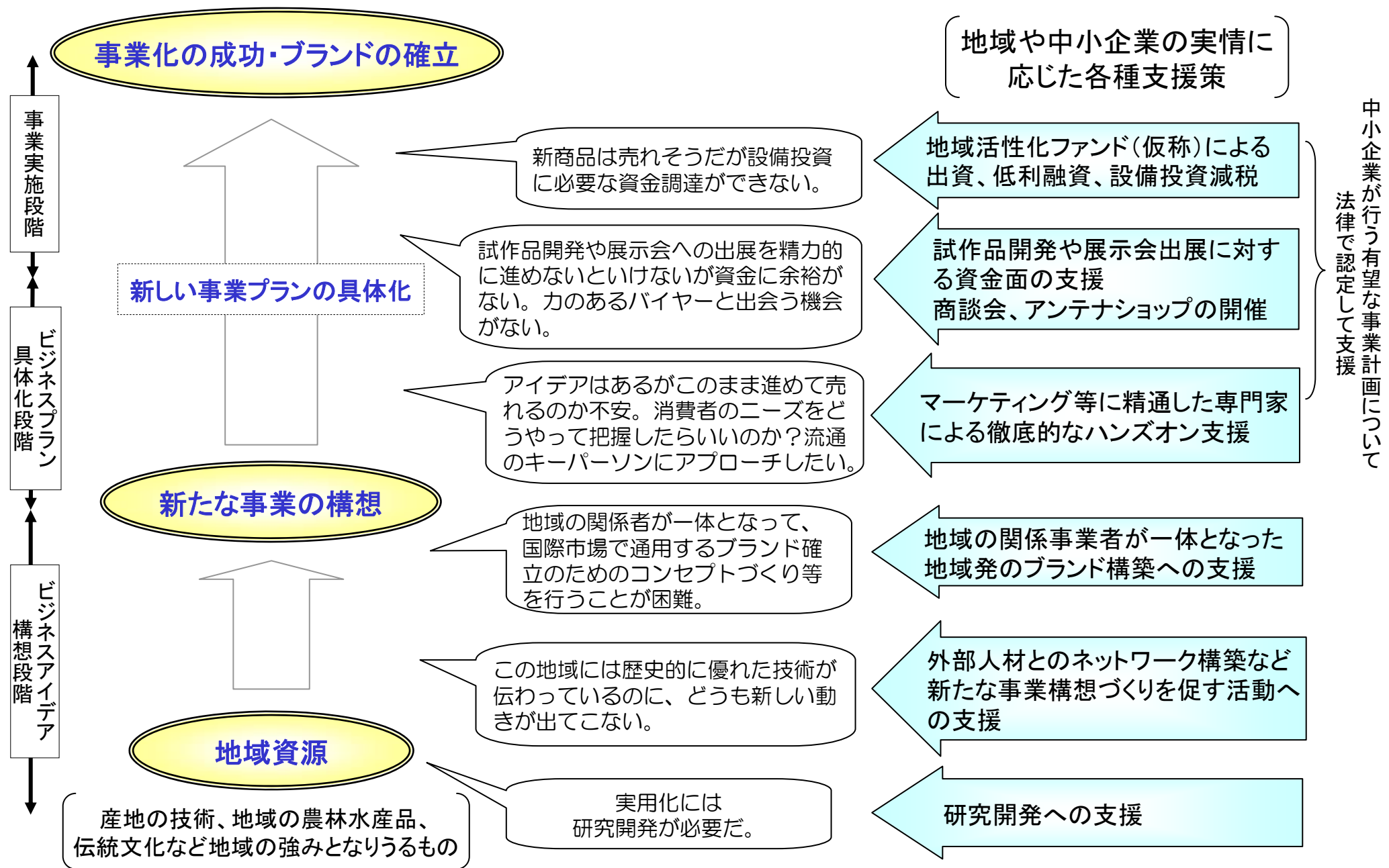
- 大都市圏以外での回復の遅れが目立っており、公共投資に依存しない自立型の経済構造への転換が急務。
- こうした地域経済の活性化のためには、大都市部等の主要マーケットで顧客を獲得する必要があるが、コスト優位によって競争力を維持することは困難なことが多く、消費者に高く評価されるための差別化を図ることが重要。そのためには、地域にある優れた地域資源(地域の農林水産品、産地の職人の技、伝統文化等)を活用することが一つの有効な方策。
- 中小企業においては、市場ニーズの把握が容易でない、商品企画や商品開発に必要な外部人材へのアクセスが容易でない、販路開拓を進めるための情報の入手や情報発信が困難、資金調達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、やる気があっても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。



「中小企業地域資源活用プログラム」を創設し、地域資源を活用した新事業等を強力に支援し、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. 中小企業地域資源活用プログラムの考え方



3. 中小企業地域資源活用プログラムの支援措置（平成19年度予算等要求）

事業実施段階

商談会、アンテナショップ等の開催（中小機構）

【8.7億円（新規）】

○地域中小企業の取引機会やテストマーケティングの機会の拡大を図るため、商談会の開催やアンテナショップの開催を行う。

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商品開発等に取り組む中小企業等に対し、試作品開発、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認定が必要〕
- 地域資源を活用した商品の販路開拓などに取り組む組合等に対し、展示会出展等の費用の一部を補助する。

融資、税制等による支援

○法律の認定を受けた中小企業等に対して、政府系金融機関による低利融資、設備投資減税、中小企業信用 保険法の特例等による支援を行う。

ビジネスプラン
具体化段階

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相談窓口（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、市場調査、商品企画、販路開拓に対するアドバイスや、事業性評価など、事業計画の策定から開発、販売まで継続的にハンズオン支援を行う。

JAPANブランド育成支援事業（補助金）

【15.1億円（10.1億円）】

地域の関係事業者が一体となって、国際市場で通用する高いブランド力（JAPANブランド）の構築を目指す取組を支援する。

地域資源活用企業化コーディネート活動支援、普及啓発（中小機構交付金）

【9.3億円（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法人等が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とをつなぐ活動（コーディネート活動）等を支援する。
- 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。
- フォーラムを開催し、各地域の先進的な取組の紹介等を通じて、地域におけるブランドづくりへの意識喚起や、取組の促進などを行う。

地域資源活用型研究開発事業（委託費）

【20.0億円（新規）】

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を支援する。

ビジネスアイデア
構想段階

特色ある技術を活用した事例

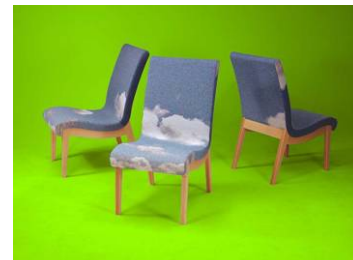
山形カロツェリアプロジェクト(山形県)

- 世界的に著名な工業デザイナー(山形県出身)が中心となって、2003年度に、鋳物、木工、繊維等の分野の県内の優れた職人が参画した「山形カロツェリア研究会」を立ち上げ、ハイクオリティの商品開発を実施。
- 2006年1月には、選抜した5社の製品群を「山形工房」というブランド名でインテリア国際見本市「メゾン・エ・オブジェ」に出展。最有力コーナーでの出展を実現し、多数の商談が進展。



(株)織元山口(山形県米沢市)

- 江戸時代より続く伝統的な織物技術に最新のコンピュータ技術を活用し、フルカラー写真織の開発に成功。
- プリントではなく本物の織物により高密度、高繊細な制作を実現。
- 国際的にも高い評価を獲得し、国際コンテストでも数多く受賞しメトロポリタン美術館にも作品が所蔵されている。
- 販売にあたっては、ネットショッピングに参入し、売上げの拡大を図っている。
- 従業員:5名



(株)竹中製作所(富山県高岡市)

- 建築家から、自然の質感を持つ建築素材のニーズを聞き、鋳造技術を応用して鋳物にガラスを組み込むことに取り組み、その製法を確立した。
- 「ガラスキャスト」として製品化し、開発に協力した建築家の関係で、窓や足もと灯いくつかの公共施設や高級マンションで採用。新しい美術建材として評価されている。
- さらに、本製品は蛍光管のリサイクルガラスを使用したエコ商品として開発されており、エクステリア装飾部材としてYKKに提案し採用された。
- 従業員:73名、売上高:44.4億円



(株)高田製作所(富山県高岡市)

- デザインと品質の高さを兼ね備えたアルミ鋳造花器の開発・販売に取り組む。
- 世界最大の家具とインテリアデザインの見本市「ミラノサローネ」に単独で出展し、高い評価を受け、ミラノの高級家具メーカーとの取引につながる。
- イタリアのデザイナーとの連携が評価を得ており、現在では、都内で4店舗、関西で1店舗のインテリアショップ等の小売店での取り扱いが実現し、これらの他にオンラインショップでの販売も行っている。
- 従業員:35名



飛騨産業(株)(岐阜県高山市)

- ・1920年設立の老舗洋家具メーカーの同社は、曲木技術を得意としており、高い圧縮技術を有する。
- ・2003年より、イタリアの著名なデザイナーと連携し、三次元圧縮加工技術を用いた杉材を用いた家具の新ブランド「HIDA」の開発に取り組んでいる
- ・椅子、テーブル、ソファ、棚等、23のアイテムを試作し、2005年のミラノ・サローネで発表。各国のデザイナーや建築家から賞賛され、日本国内のみならず、海外からも多大な反響を得る。
- ・従業員:283名、売上高:30.2億円



近江窯業(株)(滋賀県甲賀市)

- ・陶器の製造技術を有する外装・床タイルメーカーの同社が、セラミック関連企業と連携し、研究会を立ち上げた。
- ・陶器質のフレームと多孔質セラミックを用いた壁面緑化タイルの施工手法を確立し、製造・販売に成功。
- ・愛知万博での出展やモスバーガーでの採用など、注目され始めている。
- ・従業員:33名、売上高:5.6億円



(株)ビッグジョン(岡山県倉敷市)

- ・倉敷市児島は、国産ジーンズの発祥地であり、日本一のジーンズ産業の集積地である。
- ・同社は、倉敷市立短大との連携により、吸水性等に優れた快適な女性向けジーンズ「サポートプラス」の開発・販売に取り組む。
- ・従業員:475名、売上高:155億円



(有)ハガタ屋(香川県東かがわ市)

- ・1967年創業の同社は、日本有数の手袋産地における手袋の抜き型技術を応用して、「三次元の抜き型」を開発。
- ・平面ではなく、曲面やプラスチック素材などを指定した形状等の用途に適しており、大手自動車会社や部品メーカーへの販路の拡大に成功。
- ・従業員:5名、売上高:6000万円



池内タオル(株)(愛媛県今治市)

- ・風力発電を利用することで環境に配慮した、品質、デザイン性に優れたオリジナルタオル「風で織るタオル」の開発・販売に取り組む。
- ・ニューヨークの最高峰インテリアショップで、高く評価される。現在、米国で50店、ロンドンとパリで20店のショップで販売し、事業の拡大に成功している。
- ・従業員25名、売上高8.4億円



(有)新泉堂(佐賀県有田町)

- ・有田焼の技術者と在京のデザイナーが協働して、独創的な有田焼「テッセラファブリカ」を創作。
- ・デザイナーが意図するフォルム、色彩等を具現すべく、土づくり～焼成に至る工程について、有田の窯元、成型、生地、製陶所などそれぞれの事業者が工夫を重ねて、新デザインの陶磁器を商品化。
- ・従業員:2名、売上高:0.7億円



特色ある農林水産品等を活用した事例

㈱ホリ（北海道砂川市）

- ・独自の果実加工技術により、夕張メロンの味、食感、みずみずしさを忠実に再現した「夕張メロンピューアゼリー」を開発。
- ・道内のデパート等に積極的に営業を行う中で、JAL担当者の目に止まり機内茶菓として採用が決定。
- ・フライトアテンダント等からの様々な意見を取り入れながら改良を重ねた結果、多くの販売チャネルを獲得し、道内デパートの中元No. 1のヒット商品になっている。

・従業員380名、売上高71億円
(グループ全体)



井原水産㈱(北海道留萌市)

- ・水産廃棄物である鮭皮よりコラーゲンを抽出・精製する技術を、大学・公設試と共同で研究し実用化。
- ・化粧品、食品等約80社と取引を実施しているほか、医療用研究試薬を製造・販売している。水産物(鮭)由来のコラーゲンで、高いシェアを確保。
- ・平成18年度、日本生物工学会技術賞を受賞するなど、高い評価を受けている。
- ・従業員:400名、売上高:71億円
(会社全体)



ブナコ漆器製造㈱(青森県弘前市)

- ・青森県は、ブナの蓄積量日本一を誇っている。県の工業試験場においてブナの薄版を積層する技術「ブナコ」が開発され、新分野への進出が模索されていた。
- ・ブナコ漆器製造㈱は、首都圏のデザイナーを起用して、「ブナコ」照明器具を開発。六本木ヒルズや青森県立美術館など県内外の先進的な建造物の照明に採用され、自社ブランド「BUNACO LAMP」を確立。
- ・従業員:24名、売上高:1.2億円



㈱とみうら(千葉県南房総市(旧富浦町))

- ・富浦町は、主要産業の観光関連産業が衰退し、1991年には観光客が20万人に激減。
- ・特産品の枇杷を活用したソフトクリームなどの開発や、「南房総いいとこどり」と題した観光情報の発信等を総合的に展開。
- ・観光客数は年間100万人突破、年商約6億円(利益約1500万円)で、60人の雇用を創出(町民の約1%に相当)。
- ・従業員:9名、売上高5.7億円



㈱あいや(愛知県西尾市)

- ・地元産の石材を使った臼挽きという「抹茶」の伝統製法にこだわり、きめ細かい高品質の食品原料用抹茶の製造・販売に取り組む。
- ・食品メーカー等とのコミュニケーションを深め、顧客の求める色・味・香りにあった製品開発を進めるとともに、地域のお茶農家と連携して優れた品質管理体制を確立。
- ・現在、健康・機能性食品への展開や海外展開に注力しており、米国、欧州のほか、中国にも拠点を設けている。
- ・従業員:77名、売上高:35億円



おかげ横丁(㈱赤福)(三重県伊勢市)

- ・江戸時代から明治期にかけての伊勢路の特徴的な街並みを再現し、名産品・歴史・風習などが一度に体感できる観光施設を整備。
- ・入丁者数は開業当時200万人であったが、年々増加し、去年は341万人超となっている。
- ・従業員:438名、売上高:87億円
- ※従業員数・売上高ともに(株)赤福



㈱お菓子のポルシェ(沖縄県読谷村)

- ・「村おこし」のために、昭和61年より生産者、商工会などが一体となって特産品開発に着手。
- ・村の菓子製造業者「お菓子のポルシェ」が、紅芋を素材にした「紅いもタルト」を開発し、全国菓子大博覧会で、農林水産大臣賞、中小企業庁長官賞などを受賞。
- ・また、菓子の製造ラインを完備した観光工場「御菓子御殿」をオープンし、観光客の集客など産業振興に大きく貢献したとして県知事よりビジネスオンリーワン賞を受賞。
- ・従業員:280名、売上高:25億円



「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みると、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、やる気があつて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つ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

② 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。

活力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。

「第165回 臨時国会 経済産業委員会 甘利経済産業大臣所信表明演説」(抄)(平成18年10月18、31日)

企業規模や地域によって業況に格差が見られる中で、我が国経済の活力の源である、地域・中小企業の活性化を図ることが極めて重要です。中小企業の知恵とやる気を活かし、地域にある優れた資源を活用した新商品・新サービスの開発や販売を、外国からの投資も活用しつつ、関係省庁とも十分連携し、予算、税制、政府系金融機関による融資などを総動員して支援してまいります。