

中小企業いばらき

●ビジネス大百科

「地方創生」の具体化に向け、
地元の底力を引き出すふるさと名物応援事業がスタート！

4

2015 April
No.678



photo:春のフードビジネスフェアいばらき2015

CONTENTS

- 1 … ひたち野
- 2 … ビジネス大百科
- 6 … ニュースフラッシュ
- 9 … インフォメーション
- 13 … 理事長インタビュー
- 14 … 日本列島組合最前線
- 16 … 組合実務Q&A
- 18 … 業況レポート
- 20 … 中央会だより

ベストパートナーバンク



常陽銀行

常陽 法人インターネットバンキング



常陽 でんさいサービス

電子記録債権「でんさい」とは

でんさいは「手形」や「振込」それぞれの課題を克服し、事業者の事務効率化・資金調達の円滑化を目的に創設された、株式会社全銀電子債権ネットワークが運営する、全金融機関参加型の新しい決済サービスです。インターネットを活用し、電子データによる債権の発生や譲渡等が広く可能となりました。

電子記録債権 「でんさい」の メリット

支払企業では…

- ◎支払手続は振込のように簡単です。
- ◎手形の印紙税や郵送費は不要になります。
- ◎現物管理がないので盗難・紛失リスクを回避できます。

受取企業では…

- ◎資金は支払期日当日に振込入金されます。
- ◎手形の集金や取立、受取証の発行が不要になります。
- ◎支払期日前に（分割して必要な金額だけ）譲渡や割引することもできます。

※常陽でんさいサービスは、JWEB OFFICEでご利用いただけるサービスです。JWEB OFFICEのご利用にあたっては当行所定の手数料（【統合型】契約料10,800円、月間基本料5,400円／【タイムリー型】月間基本料1,080円）がかかります。

体験版はこちらから

<http://www.joyobank.co.jp/enterpri/densai/index.html>

JWEBでんさいSTATIONヘルプデスク ☎ 0120-88-5358 (受付時間9:00～18:00) ※土日・祝日・銀行休業日を除きます

表紙の紹介

春のフードビジネスフェアいばらき2015

茨城県中小企業団体中央会

茨城県と茨城県中小企業団体中央会は、県内の優れた農畜水産物やそれらの良さを存分に引き出した加工品の販路開拓支援、新商品開発に取り組む意欲のある農畜水産業者や中小企業者への支援を目的に「春のフードビジネスフェア2015」を共催で開催した。

農商工連携の推進、地域資源の活用、地域産業の活性化等に寄与している農畜水産業者や加工品業者、県内のJAなど35団体が出展。

当日は、スーパーマーケットや商社のバイヤー、ホテル・旅館・飲食店、金融機関など約300名が参加し、出展者との商談に盛り上がりを見せた。

また、県関係機関や中小企業基盤整備機構など、商品開発に係る技術、デザイン、設備、資金等の悩みを相談する機関のPRが行われた。

会場内では商談会のほか、売れる商品・売り方

セミナーと題し、銀座で茨城を発信するアンテナショップ茨城マルシェ店長の杉山章啓氏が「東京から見る“茨城らしさ”、都内で求められている茨城」をテーマに講演。

杉山氏は、茨城マルシェで商品を取り扱う際もっともこだわるのはストーリー性と指摘。生産者の思いや商品が生まれた背景などの物語がなければ、東京の消費者に商品情報が伝わらない。たとえ良い商品でも豊富なアイテムが並ぶ売り場に埋もれてしまう。茨城マルシェの顧客は、茨城産の生産物や商品を買いくるため、商品ラベルには「茨城産」など産地を認識しやすくする工夫も必要などと話した。

出展者からは、「商談会に参加することで、今までの取引先とは別の切り口があることが分かった。様々な見方を考え、今後も販路開拓に取り組んでいきたい」などの声が聞かれた。

「地方創生」の具体化に向け、地元の底力を 引き出すふるさと名物応援事業がスタート！

平成26年6月24日に閣議決定された『「日本再興戦略」改訂2014』において、アベノミクスの効果を全国に波及させ地域経済の好循環をもたらす、いわばローカル・アベノミクスとして、新たに講ずべき施策に、「中小企業地域資源活用促進法を見直し、品質管理の徹底など消費者の購買意欲を喚起する仕組みを組み込みつつ、地域資源を活用した「ふるさと名物」の開発・販路開拓を推進する」と掲げられている。

そのため、中小企業庁では、この「ふるさと名物」の開発・販路開拓を推進するにあたり、現在、「ふるさと名物応援制度」として、平成26年度補正予算で40億円、平成27年度予算で16億円を計上し、閣議決定された。以下、その概要を紹介する。

■概要

地域ならではの「ふるさと名物※」を開発して地元の魅力を発信し、地域経済の活性化につなげる国の「ふるさと名物応援事業」がスタートする。「地方創生」の具体化に向け、地域の底力を引き出す取り組みに注目が集まっている。

※ふるさと名物とは、地域の優れた資源（農林水産物又は鉱工業品、鉱工業品の生産に係る技術及び観光資源）を活用した商品・役務等をいう。

ふるさと名物応援制度は（1）ふるさと名物応援事業、（2）ふるさと名物商品・旅行券、（3）中小企業地域資源活用法の改正、の3つを柱に、地方創生を強力に後押しする。

（1）ふるさと名物応援事業

地域資源を活用した商品開発や販路開拓を行う中小企業・小規模事業者を支援し、地域発の魅力ある「ふるさと名物」の供給を促進。

（2）ふるさと名物商品・旅行券

「ふるさと名物」を販売する際の割引分を助成することで消費を喚起し、域外需要を掘り起こす。

（3）中小企業地域資源活用法の改正

「ふるさと名物」の開発・販路開拓に取り組む中小企業・小規模事業者に対し、小売事業者等との連携やブランド保護の取り組みを支援。また、これら事業者を支援するNPO法人等や、「ふるさと名物応援宣言」で地域ぐるみの支援体制を整える市町村も支援。

■ふるさと名物応援事業

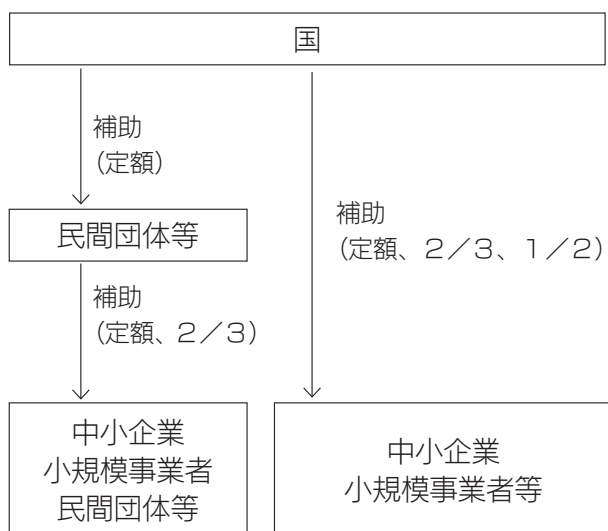
全国津々浦々の地域や中小企業・小規模事業者の活性化を図るため、各地域にある地域資源を活用した「ふるさと名物」の開発や販路開拓などの取り組みに対して支援を行う。

具体的には、都道府県の指定する地域資源を活用した商品・サービスの開発等を行う場合や事業者連携により商品・サービスの試作開発等を行う場合には、500万円を上限として2/3を補助。また、地域産品を地域ブランドとして確立させ、成功へ導くためには、多様な事業者による地域ぐるみの面的な取り組みが重要であることから、複数の中小企業・小規模事業者

よる地域資源を活用したふるさと名物等の消費者に対するブランド訴求力を高める場合には、2,000万円を上限に2/3を補助。さらに、中小企業・小規模事業者の方々にとって、顧客ニーズを捉えた商品づくりや販路開拓が重要な課題となっていることから、小売事業者等が製造事業者等と連携して地域資源を活用したふるさと名物等に関する消費者嗜好の収集やその特徴を活かした販路開拓等を行う場合には1,000万円を上限として大企業は1/2、中小企業は2/3を補助。

その他、地域の関係者を巻き込み、地域の特色を活かした産品をブランド化するプロデューサー等の人材育成やふるさと名物を全国各地に情報発信する取り組みについても支援する。

(事業イメージ)



[お問い合わせ先]

小売業者等・ふるさと名物開発等支援事業事務局
Tel 03-6226-5661

<http://furusato-hojo.jp>

■ふるさと名物商品・旅行券

地域の名物商品・観光資源に対する消費を、購入者への助成により、喚起拡大を図るもの。知名度向上、マーケティング戦略強化など、

ローカル・クールジャパン戦略の強化や観光地域づくりにも貢献する。

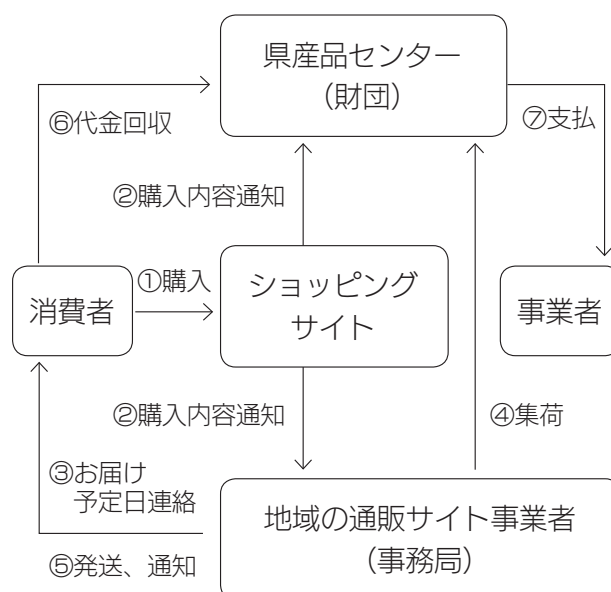
具体的には、ネットの通販サイト等で、自治体が指定した「ふるさと名物商品」や地元を旅行できる「ふるさと旅行券」を対象に、消費者が本来の価格から割引かれた価格で購入できるよう、その販売実績に応じて割引分を事業者等に助成する仕組みを導入する。

指定された「ふるさと名物商品」や「ふるさと旅行券」は、各自治体が提携したサイト等で販売する。加えて、国は、各地域がそのふるさと名物商品等を競いあえる企画サイトを掘り起こし、各地域自慢の名物を出展、販売競争できる市場も用意する。

例えば、茨城県のプレミアム付宿泊券は、額面5,000円を2,500円で購入できる。ただし、購入限度は1人あたり8枚まで、使用限度は1泊あたり1枚までなどの限定あり。なお、ふるさと旅行券には宿泊以外の食事、買い物、交通費などを組み込んで良い。

ふるさと名物商品・旅行券の条件については以下のとおりである。

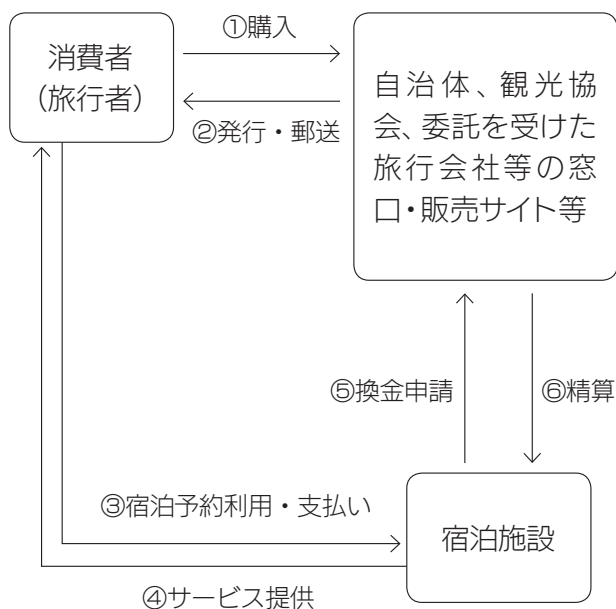
●ふるさと名物商品



(ふるさと名物商品の運用の流れの例)

- 自治体内で製造・加工・提供されている商品
- 地元では特産品として広く認められている商品
- 一方で全国的に知名度不足のもの
- マーケティング戦略（潜在顧客の特定、商品力の強化等）の弱さから市場化できずにいる商品

●ふるさと旅行券



（ふるさと旅行券の運用の流れの例）

- 自治体内にある宿泊施設で使える旅行券
- 宿泊施設は、旅館業法第3条第1項の営業許可など、当該施設を運営する上で必要な許可を得ていること
- 宿泊施設は、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第2条第6項第4号に規定される施設でないこと
- 宿泊施設は、都道府県の暴力団排除条例等を遵守すること
- その他公序良俗に反しないこと
- 企画とセットでPRし、リピーターを増や

す取り組みを行うもの

■中小企業地域資源活用法の改正

平成19年に制定された現行法は、「地域産業資源」（地域の特産物として認識されている「農林水産物、鉱工業品、観光資源」）を都道府県が指定（約14,000）し、これらを活用した中小企業の事業計画を国が認定して支援していた。（認定件数は約1,300件）

これまでは、ほとんどが個社の取り組みによるもので、地域経済への波及も限定的、売上も少額であり、「地域全体での取り組み」と「販路開拓」が課題となっていた。

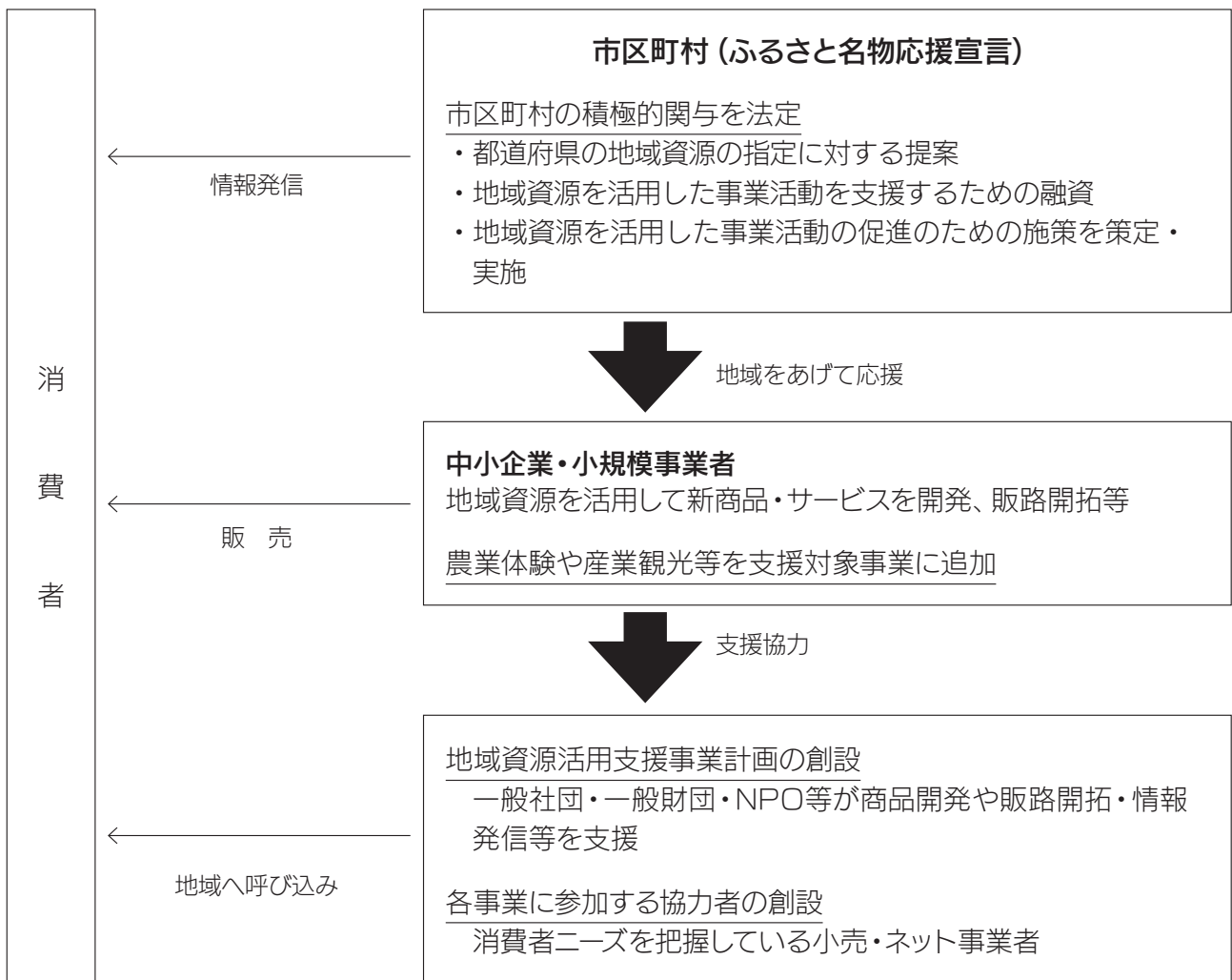
そこで、地域産業資源を活かした「ふるさと名物」をテコに地域活性化を図るため、（1）市区町村による「ふるさと名物応援宣言」を明確化し、都道府県の地域資源の指定に対する提案や事業活動への融資など市区町村の積極的な関与により地域ぐるみの取り組みを促進するとともに、（2）支援対象となる地域資源を活用した事業活用に、農林漁業体験や産業観光など、これまでなかった体験型観光への支援追加により消費者嗜好に合った商品開発・販路開拓等を支援。（3）一般社団・一般財団・NPO法人による商品開発・情報発信の支援や、消費者ニーズを把握している小売・ネット業者等との連携を図っていく。

例えば、人口1,000人弱の高知県馬路村は、地元農協が開発した、ゆずドリンクのユニークなコマーシャルを放送したことがきっかけで、全国的なヒット商品になった。村のイメージアップにも大きく貢献し、ゆず加工品で100人程度の雇用創出効果があったという。コマーシャル費用の一部を補助した村の決断が、好結果につながったといわれている。

また、大学などの機関の知恵や力を借りた例として、島根県美郷町比之宮地区では、地域で栽培される果実、ポポーを使ったアイスの開発に広島市立大学の教授・学生が市場調査などで協力し、商品のヒットに貢献した。岐阜県海津

市が、地元農協と愛知県の私立大学と共同し、これまで市場に流通せず破棄されていた規格外の柿を活用した柿酢の研究開発を進めている例もある。

ミラサポHPも合わせてご参照下さい。



成長分野の「介護事業」参入は、今がチャンス！

9兆円から21兆円市場へ

不動産業、建設業、サービス業、製造業、運輸業、小売業など、幅広い業種が参入しています！

詳細

介護施設のフランチャイズ加盟で「経営革新」

- ・小規模介護施設の為、設備投資が少なくてOK！
- ・利益率が高いため、黒字転換まで6ヶ月でOK！
- ・計画、申請から開業、黒字転換までをサポート！
- ・営業面、運営面、職員教育を強力バックアップ！

中小企業様の支援実績は、
県内トップクラスの
500社以上!!!
お気軽にお問い合わせ下さい



株式会社 マネジメントセンター
〒310-0836 水戸市元吉田町1041-4 サン・ビルディング4F
TEL029-246-4671 FAX029-246-4672
URL <http://www.isommc.com>
E-mail info@isommc.com