

長崎県北地域における新規事業のフォローアップと課題発掘

研究期間 平成 29 年度

研究代表者名 鳥丸 聡

はじめに

長崎県北地域は、西九州自動車道路が建設途上にあるだけでなく、九州新幹線西九州ルート（長崎新幹線）の路線からも外れてしまうため、内発的かつ外発的な地域活性化策が不可欠で、しかもその実行は待った無しの状況にある。最も効率的な地域活性化策は、地域に特化した農林水産物や工業品生産技術、観光・集客資源を活用し、それらに付加価値を付けて域外の販路を開拓することである。これまで推進されてきた「経営革新支援事業」「地域資源活用促進事業」「農商工等連携事業」「6次産業化事業」など、各種認定事業の認定後をフォローアップし、それらの成功と失敗を明らかにすることから今後の新規事業のあるべき姿を探った。

研究内容とその成果

経営革新事業認定一覧は長崎県から、地域資源活用促進事業および農商工連携事業認定一覧は中小企業庁（中小企業基盤整備機構）から、そして 6 次産業化事業認定一覧は農林水産省（九州農政局）から公表されていた。

認定機関へのヒアリング調査によると、経営革新認定事業に関する認定後のフォローアップは、設備投資時の金利減免措置を講じた事業については売上高把握が行われているものの、販路開拓面へのフォローアップは実施されていなかった。

地域資源活用および農商工連携事業については、中小企業基盤整備機構のチーフアドバイザーが四半期に一度認定事業者を訪問し、商品化に向けた助言や商品化後の販路開拓での助言を実施し、四半期単位での売上高も台帳で管理されていた。

6 次産業化事業については、事業認定を受けるまでのブラッシュアップこそ長崎県中小企業団体中央会がサポートセンター業務として推進しているものの、認定後のフォローアップは実施されていなかった。

助言に携わっているアドバイザーへのヒアリングによると、「事業認定を受けることが目的化してしまい、新規事業を自社の構造改革の一環として位置付けている事業者は少ない」とか、「国や県から事業認定を勧められて、消極的な姿勢でビジネスプラン策定に取り組んでいる」といった声が聞かれた。また、「代表者自身にこそ新規事業取組への意欲が感じられるものの、現場ではその必要性が共有されていない」といったコメントも得られた。

しかしながら、佐世保市を中心とする長崎県北地域には、「ハウステンボス」や「佐世保バーガー」以外にも優れた自然・文化・食材・伝統工芸・生産技術といった地域資源があるので、それらの新たな活用方法に価値を見い出せば、今後は全社をあげ

た取り組みに発展していくのではないかと見る向きは多かった。

おわりに

中小企業の新規事業への取り組み姿勢は、多くがプロダクトアウト型であり、経営環境をリサーチした上でのマーケットイン型の事業計画は少ない。新商品開発計画でも、経営多角化計画でも、自社を取り巻く経営環境を SWOT 分析やファイブフォース分析などのツールを用いて科学的に検証することから始めて、新規事業のセグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング戦略で大まかな方向性を全社的に検討し、よりキメ細かい 4P（製品、価格、販路、広報）戦略については、デザイナーや販売士などの専門家の助言を請うといった姿勢が求められていると感じた。

参考文献

全国中小企業情報化促進センター「地域資源活用の売れる商品づくり」（2008 年 10 月）
中小企業基盤整備機構「地域の美味しいものづくり」（2013 年 11 月）