

富県宮城推進会議幹事会
～農商工連携の現状と課題について～

東北大学大学院経済学研究科
地域イノベーション研究センター長
大滝 精一

目次

- I. 農商工連携の背景と目的
- II. 農商工連携のタイプ（類型）
- III. 「農商工連携プロデューサー育成事業」
が目指すもの
- IV. みちのく6次産業プラットフォームの設立

I . 農商工連携の背景と目的

1. 農商工連携の背景

- 農林水産業をはじめとする地域産業の停滞
- 雇用・就業機会の減少
- 少子高齢化による担い手の高齢化と減少
- 農業への参入障壁の高さ
- 農業者と消費者・生活者の間の
情報の非対称性（ミスマッチ）

➤ 状況は厳しいが、希望も見え始めている

○新規雇用の場としての農業への注目

○団塊の世代を中心とした観光や二地域居住への関心

○食の安全・安心への関心の高まりと

国内志向への回帰

○環境問題と持続可能な産業への投資

○農地法の改正などによる農業のオープン化

○農商工等連携促進法の制定

➤世界同時不況は連携を促進し、

価値転換を図るチャンスかも・・・

2. 農商工連携の目的

(1) 農商工等連携促進法の目的

農林水産業者と中小企業者（商工）とが有機的に連携し、それぞれの経営資源を有効に活用して行う事業活動を促進することにより、双方の経営の改善を図るために、税制・金融面をはじめとする総合的な支援措置を農林水産省と経済産業省が協力して講ずる。

（２）農商工連携を成功させるカギは

- 連携の相乗効果（シナジー）と付加価値の創造
- 持続的な連携を通じた価値創造のための企業・産業の垣根を越えた一気通貫のビジネス・モデル（事業の仕組み）の構築
- 事業ビジョンとビジネス・モデルを構築し連携をリードできる人財＝「農商工連携プロデューサー」の育成
- 特に農業分野では農作業からビジネス・マインドをもった農業経営者への脱却が不可欠
- 農商工連携プロデューサーを支援するための地域における縦割り行政の改革も必要

(3) 成功のヒントは私たちの身近にも ビジネス・モデル構築のためのベンチマーキング

事例の紹介

- 農商工連携88選（経済産業省ホームページ）
- 農商工連携取組事例集（61事例）
（東北経済産業局ホームページ）
- 農商工連携パーク（2008年10月からの認定事例）
（中小企業基盤整備機構のホームページ）

Ⅱ．農商工連携のタイプ（類型）

注：事例に関しては、下記資料より抜粋

- ・ 『農商工連携取組事例集』（東北経済産業局）
<http://www.tohoku.meti.go.jp/nosyokorenkei/jireisyu080530.htm>
- ・ 『農商工連携88選 事例一覧』（経済産業省）
<http://www.meti.go.jp/press/20080404002/20080404002-3.pdf>

1. イニシャチブ（主導権）による類型

（1）農業者主導型

- 江別麦の会（北海道）
- 富山県漁協連合会（富山）

5. 地場産小麦から高品質な麺を開発

○農業者－製粉業者－製麺会社－大学－公設試験場

【北海道江別市】

- ・小麦生産農家が栽培の難しい「ハルユタカ」の「初冬まき」手法を導入。
- ・製粉業者が少ロット対応の製粉システムを構築、製麺業者が手作り工房を構築し、高品質な麺を開発。
- ・大学、公設試が栽培技術や品質確保・成分分析で協力。
- ・江別経済ネットワークの活動の一環。
- ・地域ブランド「江別小麦めん」として、年間260万食を販売。
- ・平成18年度売上：約3億円

中核団体：江別麦の会



31. ゲンゲ（深海魚）を使った栄養補助食品の開発

【富山県富山市】

○漁業者－大学－健康食品業者

- ・富山湾の深層水域に棲む深海魚であるゲンゲは、豊富な栄養分が含まれるが、鮮度劣化が早いため地元しか食べることができない「幻の魚」である。
- ・県漁連が、大学と健康食品業者の協力のもと、ゲンゲに含まれるコラーゲン等を凍結乾燥し、粉末化することにより栄養補助食品を開発、全国に販売。

中核団体：富山県漁業協同組合
連合会



1. イニシャチブ（主導権）による類型

（2）（食品）製造業主導型

- ディメール（青森）
- マリンテック釜石（岩手）
- オハラ（石川）

[青森県] [2008年度 第1回認定]

青森県下北地方の低アミロース米「ゆきのはな」と地元産魚介類を使った新食感の冷凍押し寿司の開発、製造及び販売

連携体	中小企業者: (株)ディメール(食品加工業)
	農林漁業者: はまなす農業協同組合
	連携参加者:
サポート機関等	(財)21あおもり産業総合支援センター、地域活性化支援事務局

事業概要

連携の経緯

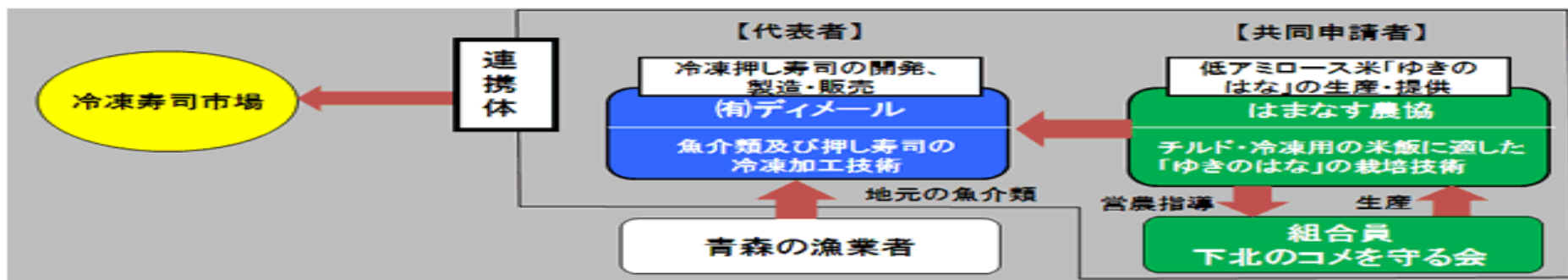
(株)ディメールは、地元八戸の海産物を活かした「冷凍押し寿司」の開発を行っていた。一方、はまなす農協では、ヤマセの影響が強い地域のため、青森県の品種改良による寒冷地に適した低アミロース米「ゆきのはな」の栽培に取り組んでいた。

(株)ディメールは、チルド・冷凍米飯用として「ゆきのはな」が最も適していることを見出し、作付け農家との試作を経て、はまなす農協との連携に至った。



収穫風景

連携体の構成と活用する経営資源



期待される地域経済への効果等

- ・ 寒冷地における売れる米作りの実現
- ・ 地元産食材を活かした土産品提供
- ・ 農林漁業者は一次生産だけではなく成果品の直接販売にも関わることにより更なる経営の改善に資する

10. 水産資源を利用した機能性食品原料の開発・販売

【岩手県釜石市】

○漁協・水産加工業者－製品開発・販売業者－大学

- ・釜石近郊では、大量の水産加工廃棄物、未利用水産資源の処理が問題となっ

いた。

- ・これらの水産加工残渣から、生活習慣病の予防等に効果のあるとされる機能性成分を大学との共同研究により抽出。

製品化し販売。

- ・18年度売上：1,500万円

中核団体：(協)マリンテック釜石



32. 地元農産物を活用した商品開発及びコンビニへの販路拡大

○農業者－食品加工業者－コンビニ

- ・農業生産法人(有)かわに、食品加工業者(株)オハラが連携し、地元ブランド農産物と流通規格外食材を活用。プリン等を開発。
- ・地元農産物を使用した菓子作りを通じて生産農家、メーカー、販売業者、消費者が笑顔になれる「4つの笑顔プロジェクト」として取組を深化。インターネットや有名パティシエのOEMを活用し商品販売。
- ・(株)サークルKサンクスが当該取組に賛同。「HOKURIKU MOT PROJECT」として(株)オハラと連携し、新商品を企画、販売。
- ・18年度売上：9,000万円

【石川県金沢市】

中核団体：(株)オハラ



1. イニシャチブ（主導権）による類型

（3）流通業者主導型

- かほく・上品の郷（道の駅）（宮城）
- 佐世保魚市場（長崎）

ここがポイント：消費者の声から、求める商品を的確に把握し、新しい特産品のブランド化を推進

連携のテーマ

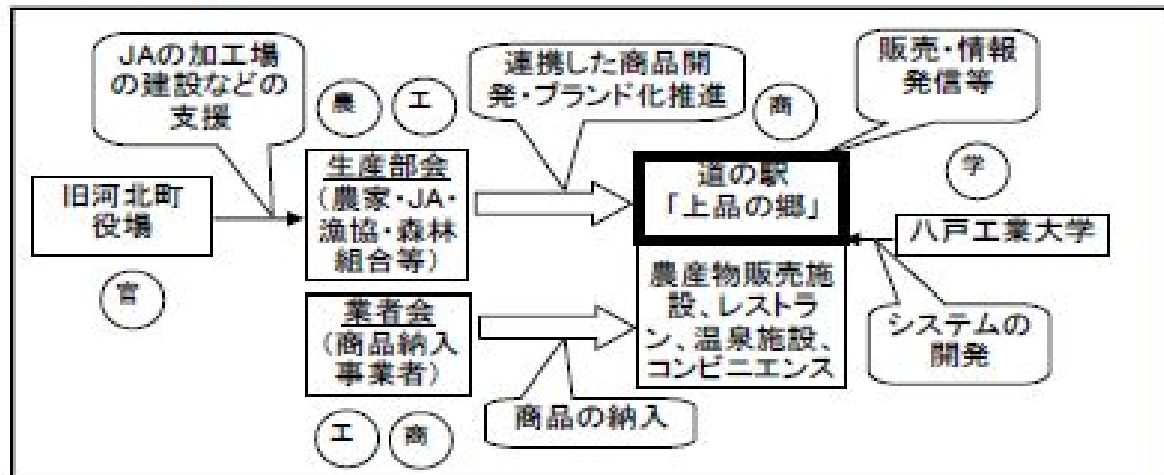
販路開拓 生産性向上 新商品開発 人材育成 ブランド化 商品の差別化
品質管理 資金調達 環境対応(循環型等) その他(地域間交流・都市と農村の交流)

連携の現状

<連携の体制図>



フランス鴨の加工品



道の駅「上品の郷」は、現在の旧河北町（現在の石巻市）にあり、平成12年の上品の郷設立の準備段階から旧河北町、地元の農林水産業者・加工事業者と連携して、次のような様々な特産品の開発・販売とブランド化を推進している。①フランス鴨の加工品。②北上川のベッコウしじみ。③旧河北町役場の支援でJAに農産物加工場をつくり、加工した梅干・漬物・味噌。④セリ・ベッコウしじみを使用した加工品。⑤麦・大豆等の加工品（そば・豆腐・油麩・油あげ・豆乳等）。⑥自然薯を主体とした商品。⑦セリの特産品化に向けた島根生産組合との交流の実施。⑧地域で生産されていなかった作物の農家への栽培指導。⑨レストランで、地元産品を活用した手作りバイキングの実施。また、地元の農家と連携して次のことを行っている。⑩宮城県のエコファーマー認定を推奨し、認定を受けた生産者の農作物について、上品の郷のモニター画面でトレーサビリティ情報・生産者情報等を提供。⑪生産情報発信システムを活用して、農作物のタイムリーな納入を実現。⑫講師を招いて農家、納入事業者向けに研修を実施。⑬生産者に対して栽培講習会を実施。⑭生産者・加工事業者の先進地視察を実施。なお、⑩⑪のシステムは、八戸工業大学との連携により開発を行った。

74. 規格外の魚を活用した商品開発

○漁協－魚市場－製造業者

- ・長崎県佐世保市近海では300種に及ぶ魚が水揚げされるが、雑魚と呼ばれる規格外の魚も多く、それらは主に養殖魚用の餌として安価で取引されている。
- ・佐世保魚市場(株)は、地元漁協、冷凍機メーカーと連携し規格外魚の高付加価値化を目指して新商品開発に取り組み、小アジの加工商品化に成功。
- ・小アジの新製品については好評を得ており、国内のみならず中国、ロシア等の海外への販路拡大を計画している。

【長崎県佐世保市】

中核団体：佐世保魚市場(株)



1. イニシヤチブ（主導権）による類型

（4）異業種主導型

- 大場組（山形）
- 海洋建設（岡山）

ここがポイント: 建設業が、川の駅からスタートして、顧客ニーズに合った農業、鮎の養殖業へ参入

連携のテーマ

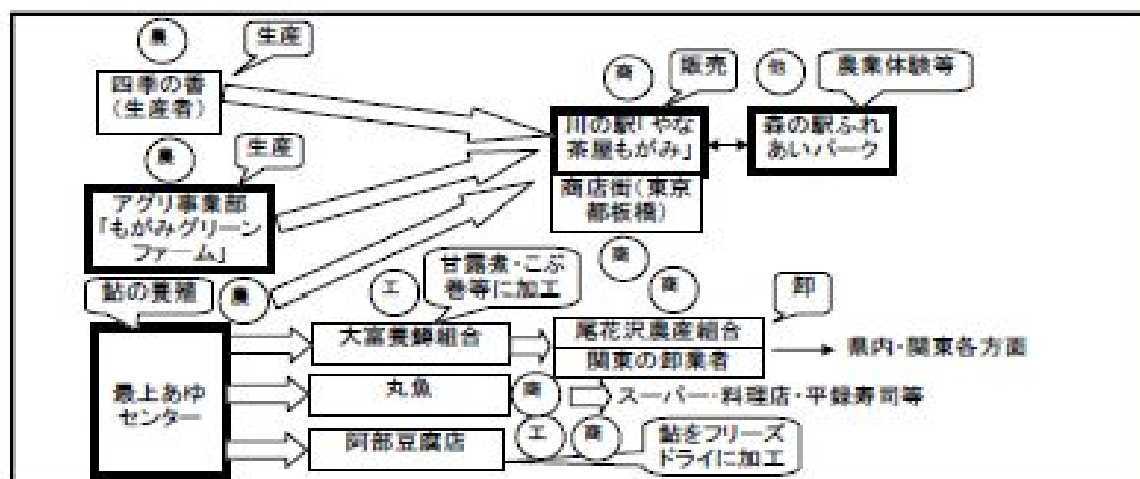
販路開拓 生産性向上 新商品開発 人材育成 ブランド化 商品の差別化
品質管理 資金調達 環境対応(循環型等) その他()

連携の現状

<連携の体制図>



鮎の加工品



株大場組は平成15年に最上町内に「川の駅やな茶屋もがみ」を開業、地域材「もがみ杉」を使用して建築。川の駅は、お食事処、土産店、産直施設、資料館で構成されており、産直施設は農業生産者で構成している産直グループ「四季の香」が運営している。産直施設では携帯電話を使って品物を管理するシステムを導入し、生産者と連携して常に新鮮な商品を提供。

平成16年にアグリ事業部「もがみグリーンファーム」を立ち上げ、農業に参入。隣接する最上クリーンセンターの廃熱を利用してミニトマト・胡蝶蘭・観葉植物を生産している。平成19年には鮎・鰻・鯉の養殖を行う株最上あゆセンターを設立。加工事業者・卸業者と連携して加工品を開発・販売。鮎については放流用で88万匹、成魚販売で年間35万匹を出荷している。

その他、平成17年に川の駅の対岸に森林を利用した「森の駅ふれあいパーク」を整備し、両駅を吊り橋で連結。体験きのこ園、果樹もぎとり園を運営する他に、NPO法人あにまる一ずと連携して、アニマルセラピーパークを利用して「身障者」「高齢者」「不登校児童」などの機能回復の為の手助けをしている。

59. 貝殻を資源にした人工漁礁の開発

○漁業者－漁協－製造業者

- ・海洋建設(株)は貝類養殖で発生する貝殻を活用した貝殻魚礁「JFシェルナース」を開発。
- ・漁業者が、JFシェルナースの部材となる貝殻入りパイプを製作することで、漁業閑散期対策や高齢者雇用、貝殻の処理、水資源の回復に貢献。
- ・全国漁業協同組合連合会は当事業の普及活動を行うとともに、漁業者、県漁連、漁協のとりまとめを行う。
- ・平成18年度には10県120名以上の漁業者がパイプ製作に参加。
- ・平成18年度売上:4.7億円

【岡山県倉敷市】

中核団体:海洋建設(株)



2. 連携の関係性（組み方）による類型

(1) リーダーシップ型

(2) パートナーシップ型

地域住民、消費者、NPO/NGOとの
連携を含む取組み

(3) 産地での産業集積型

- ギョルメ舎フーズ（三重）

- 田んぼ湯治の会（宮城）

- （社）霧島工業クラブ（宮崎）

45. 地場農水産品を活用した地域ブランドづくり

○農・漁業者－加工業者－販売業者・民宿業者

- ・昭和62年、旧紀伊長島町の水産加工、食料品販売、民宿、製材業者などの異業種企業が、地場産品開発や研修事業を実行する「ギョルメクラブ」を立ち上げ。
- ・平成8年、ギョルメクラブを母体に海産加工品食品製造・販売を行う民間発のむらおこし企業として、ギョルメ舎フーズ(株)が設立
- ・鯛、牡蠣等の海産物、米、お茶等の地域資源を活用し、加工食品を販売。「三重・きほく」ブランドづくりに取り組んでいる。
- ・平成18年度売上：7,400万円

【三重県紀北町】

中核団体：ギョルメ舎フーズ(株)



ここがポイント: 住民の垣根を外した一体型の地域づくりで、田んぼ湯治を実現

連携のテーマ

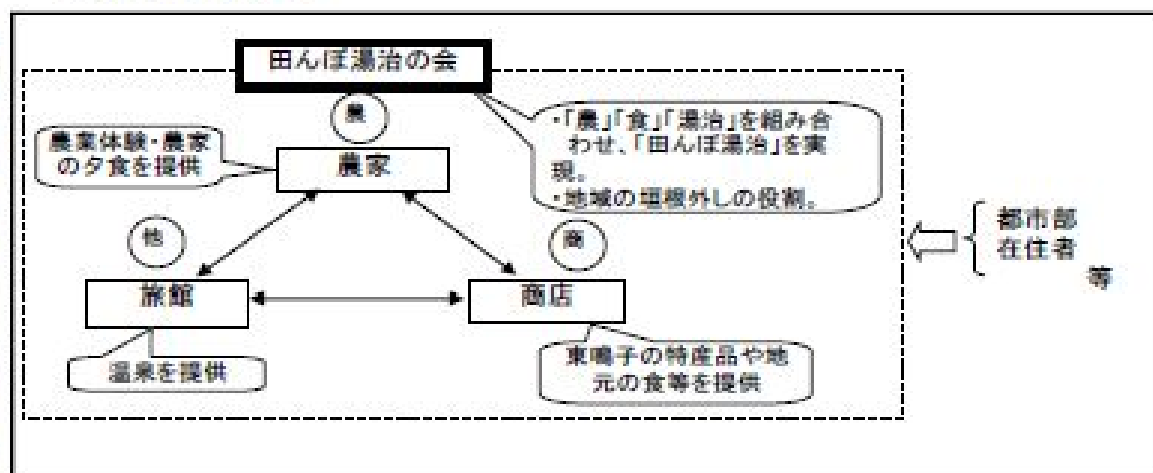
- 販路開拓 生産性向上 新商品開発 人材育成 ブランド化 商品の差別化
品質管理 資金調達 環境対応(循環型等) その他(地域の垣根を外す)

連携の現状



田んぼ湯治

<連携の体制図>



田んぼ湯治の会は、東鳴子温泉がまちづくりを行う上で最も重視している旅館・農家・商店等『住民同士の「垣根」を外した一体型の地域づくり』を実現させた団体で、平成16年から東鳴子温泉の旅館・農家・商店が連携して地域資源である農業・温泉・自然・美しい風景などを活用して「田んぼ湯治」を実現している。

田んぼ湯治は、種まきから収穫祭まで年間10回ほど、無農薬の米作りと湯治を組み合わせた新しいタイプの湯治(現代湯治)で、従来の観光とは異なり、その土地や人々、自然と触れ合う時間が長いことから、地域の魅力を存分に味わうことができ、地域を知ってもらうきっかけ作り～地域全体のファンづくり～リピーターの創造という地域づくりにおいて最も重要な役割を担っている。地元の農業生産者の指導で約2時間の田仕事の後、農家の茶の間で採れたての野菜や山菜を使った日常の夕食を食べ、その後旅館の温泉に入って汗を流すという内容になっており、現代版の湯治とグリーンツーリズムを掛け合わせた、先進的な事例として注目を集めている。

82. 農商工連携による産業クラスターづくり

○農業者－産学官連携推進事業体－大学・研究機関

【宮崎県都城市】

- ・(社)霧島工業クラブは平成14年度より、都城圏域の基盤産業である農業と工業技術の融合を目指したクラスターづくりを活動の柱としている。
- ・(社)霧島工業クラブを中心として、農業者、公設試験場、行政が連携し様々な農商工連携プロジェクトを推進

(例:オール都城でつくる「ワインづくりプロジェクト」、ラッキョウ加工過程の省力化を目指す「ラッキョウプロジェクト」、宮崎県産杉材を活用した「木造プレハブ畜舎研究会」)

中核団体:(社)霧島工業クラブ



3. 連携の射程（範囲）による類型

（1）小地域限定型

（地産地消／旬菜旬味型）

（2）全国展開型

（3）海外展開型

●片山りんご（青森）

ここがポイント: 商社等を介さない「りんご」の直接輸出。

連携のテーマ

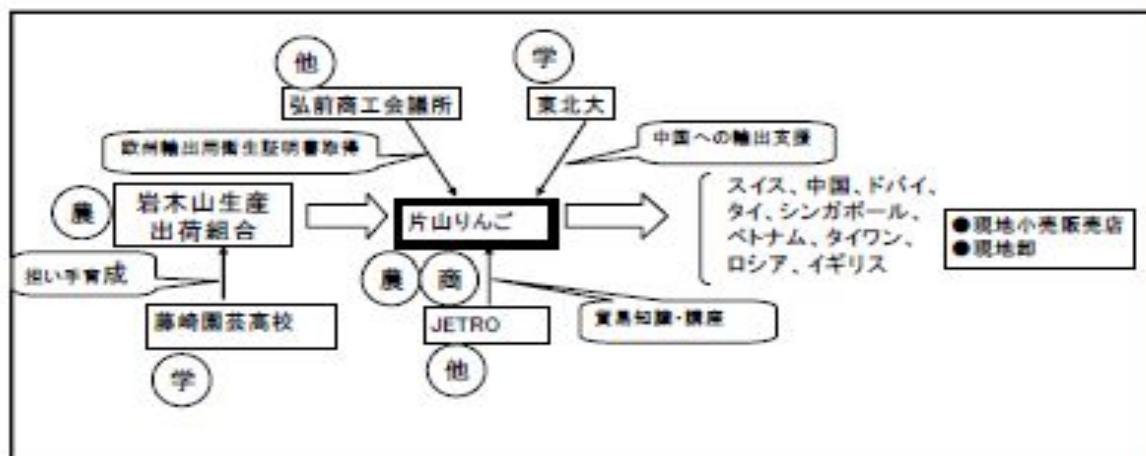
販路開拓 生産性向上 新商品開発 人材育成 ブランド化 商品の差別化
品質管理 資金調達 環境対応(循環型等) その他()

連携の現状

<連携の体制図>



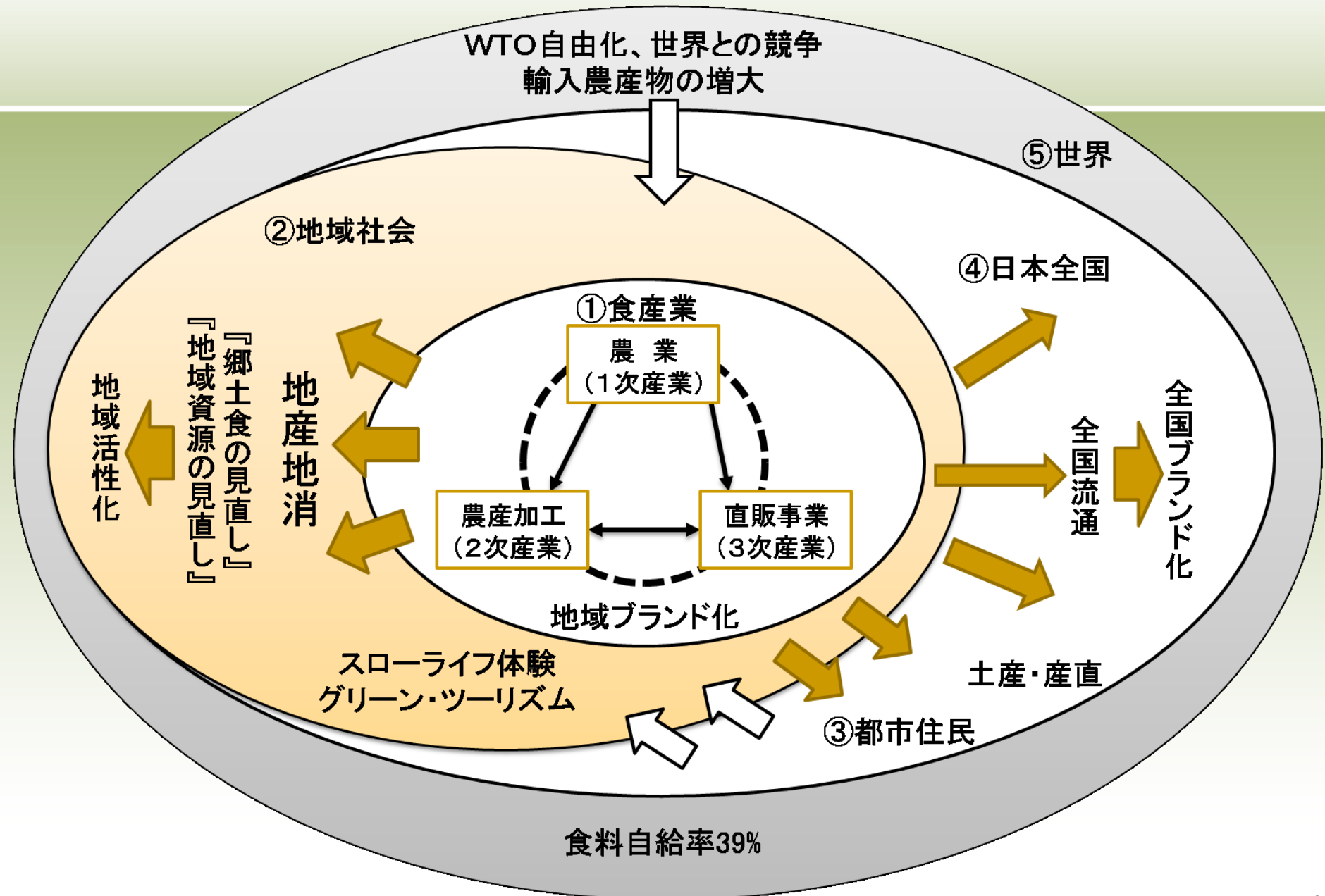
片山寿伸社長(右)と山野豊執行役



平成9年の国内りんご価格暴落を契機に、りんごの海外輸出を開始。日本では需要の低い「王林」の小玉を平成11年からイギリスなど欧州へ輸出。りんごの栽培・生産で片山りんご株をバックアップするのが、輸出対象品を含むすべてのりんご品種を栽培する生産者集団「岩木山りんご生産出荷組合」(代表・片山寿伸・片山りんご社長)。現在102名の生産者が組合員登録している。平成16年からは大玉の「陸奥」を中国へ輸出。

同時に、農場管理の事実上の世界スタンダードEUREPGAP(ユーレップギャップ:欧州小売業組合適正農業規範)に挑戦、日本初のEUREPGAP認証農園となった。輸出の際必要になる「衛生証明書」の作成は弘前商工会議所の指導を受け、中国への輸出は東北大学の支援を受けた。貿易の基礎知識は、JETROの実践貿易講座で習得。食の安全の基礎であるトレーサビリティにも対応。商社等を介さない直接輸出を継続している。また、地元の藤崎園芸高校と連携し、生徒たちが生産したりんごを「岩木山りんご生産出荷組合」を通じて中国・欧州に出荷し、栽培した生徒と共にPRするなど、明日のりんごの担い手づくりにも配慮、協力している。

2つの流通マーケットとブランド戦略のフレーム



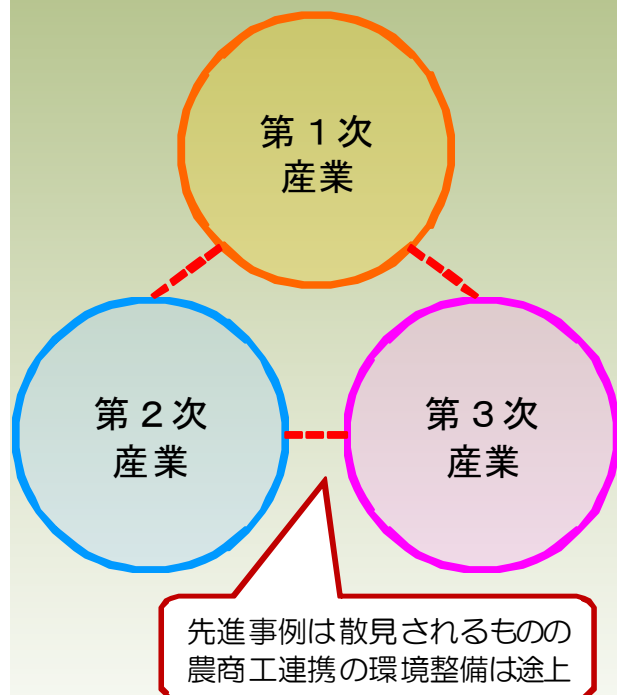
Ⅲ. 「農商工連携プロデューサー 育成事業」が目指すもの

1. 事業の目的

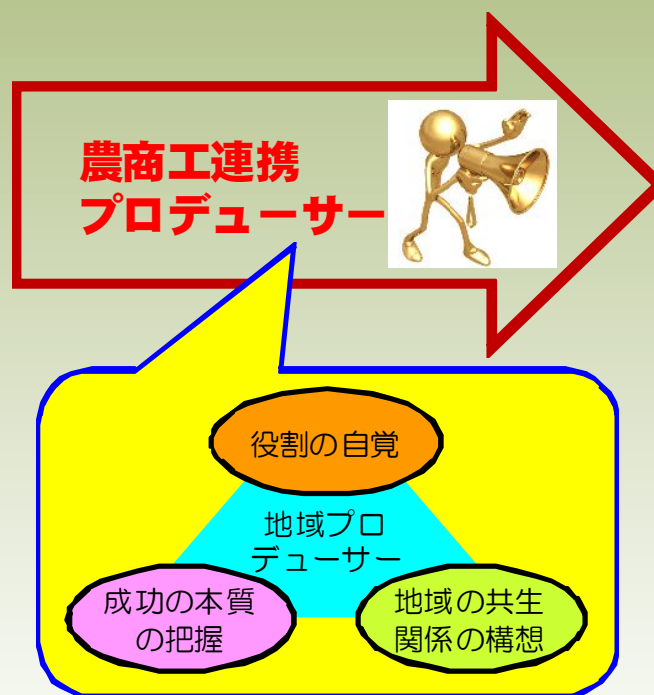
農・商・工・観光業等の連携の中核となり、付加価値の高い新しい商品・サービス、ビジネスモデル等を実現する経営人財(=農商工連携プロデューサー)の育成・輩出を目的とする。

2. 本事業の目指すもの

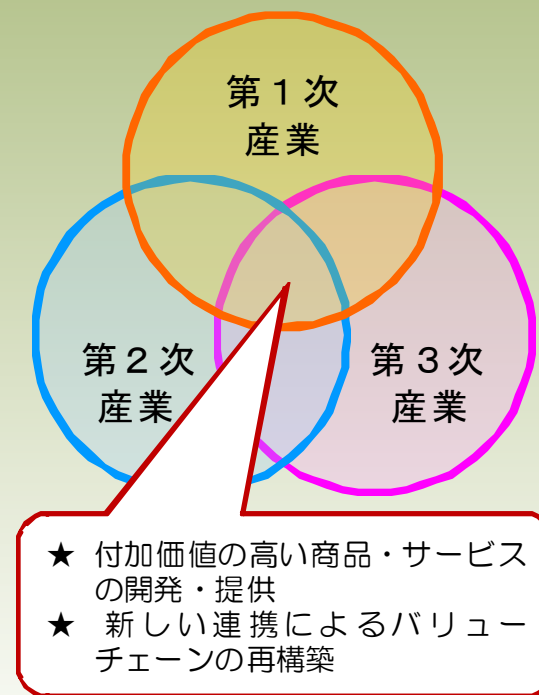
農商工連携の現状



本事業による人財育成



農商工連携の目指す姿



3. 事業計画

<平成20年度～平成21年度>

東北地域の農商工事業者等の経営者・次世代リーダー(将来の経営者)を対象とする「農商工連携プロデューサー育成塾」のカリキュラムを作成。

- ①「農商工連携プロデューサー育成塾」:24名対象に実施。
- ②「みちのく6次産業プラットフォーム」設立に向けたセミナーを実施し、東北地域の農商工連携プロデューサーと大学・行政等のネットワークを構築。

<平成22年度>

- ①「農商工連携プロデューサー育成塾」:18名対象に実施。
- ②「みちのく6次産業プラットフォーム」:任意団体として活動を開始。法人化も検討中。

<平成23年度～>

- ①「農商工連携プロデューサー育成塾」:毎年約15名対象に実施。
- ②「みちのく6次産業プラットフォーム」:継続して農商工連携・産学官連携を推進。

4. 事業の実施体制

東北農商工連携プロデューサー育成 コンソーシアム

農商工連携プロデューサー育成塾、農商工連携
フォーラムの実施・運営

- 国立大学法人東北大学大学院(経済学研究科地
域イノベーション研究センター・農学研究科)
- 公立大学法人宮城大学(地域連携センター・食産
業学部)
- 社団法人東北経済連合会(東経連事業化セン
ター・東北観光推進機構)
- 株式会社一ノ蔵(第2次産業が主体の事例として
実地研修受入れも予定)
- 有限会社伊豆沼農産(第1次産業が主体の事例と
して実地研修受入れも予定)
- 株式会社プロジェクト地域活性(管理法人)

協力機関等

- 東北農政局
→各県の食料産業クラスター協議会事務局
→地域力連携拠点等の第一次産業関連団体
- 社団法人東北ニュービジネス協議会
他

農商工連携プロデューサーの選定、募集、講義の実施

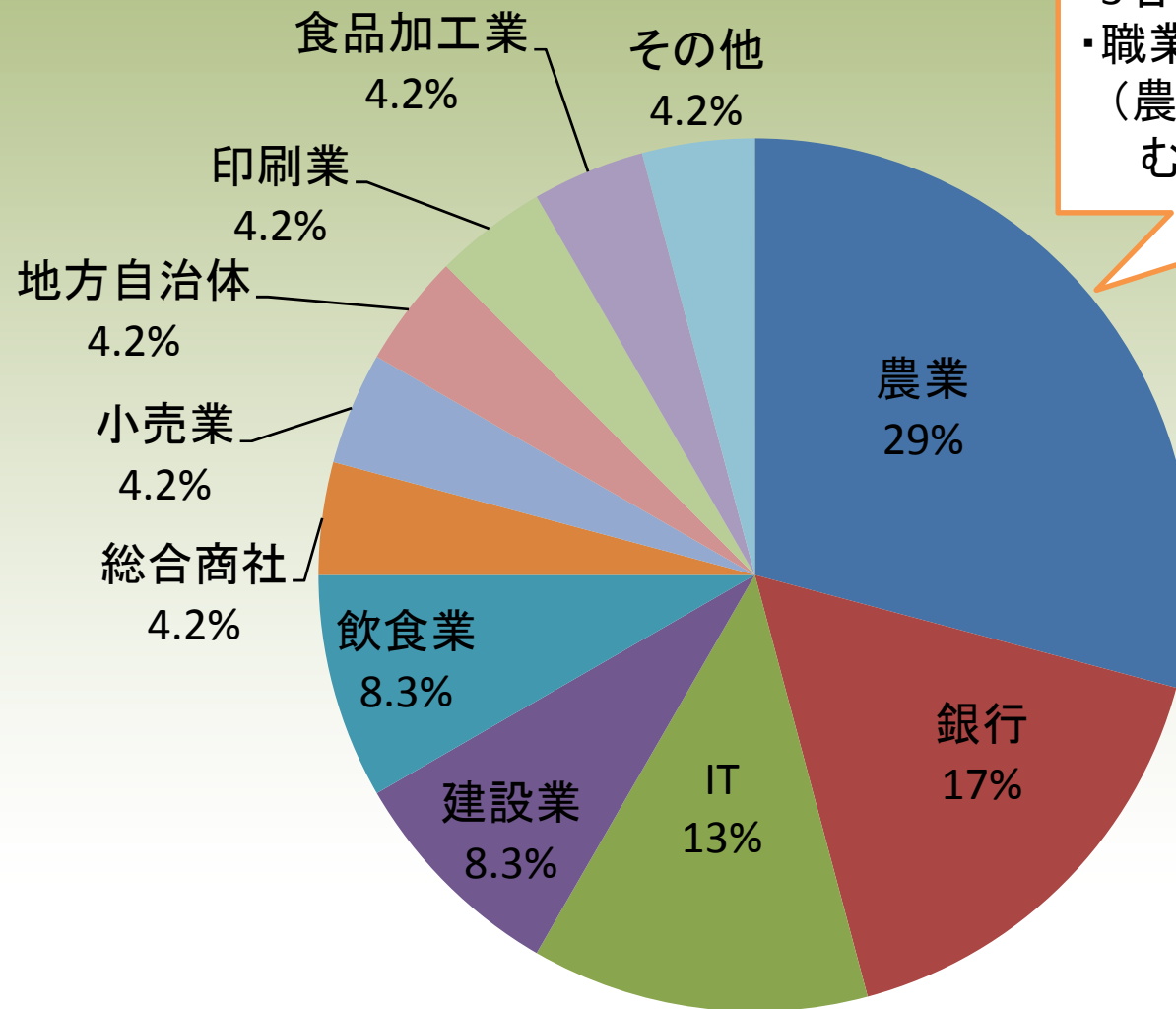
先進事例実習受け入れ企業等

- 道の駅「上品の郷」……第3次産業が主体の事例
- 株式会社大場組……建設業の農業参入と農商工
連携
- 東鳴子温泉……………農商と観光の連携

東北地域内の農商工連携の先進事例の現地実習

5. 育成塾の内容

塾生(参加者のバックグラウンド)



- ・3名の女性の参加
- ・職業および年齢は多様
(農商工事業者、自治体を含む支援事業者、金融機関等)

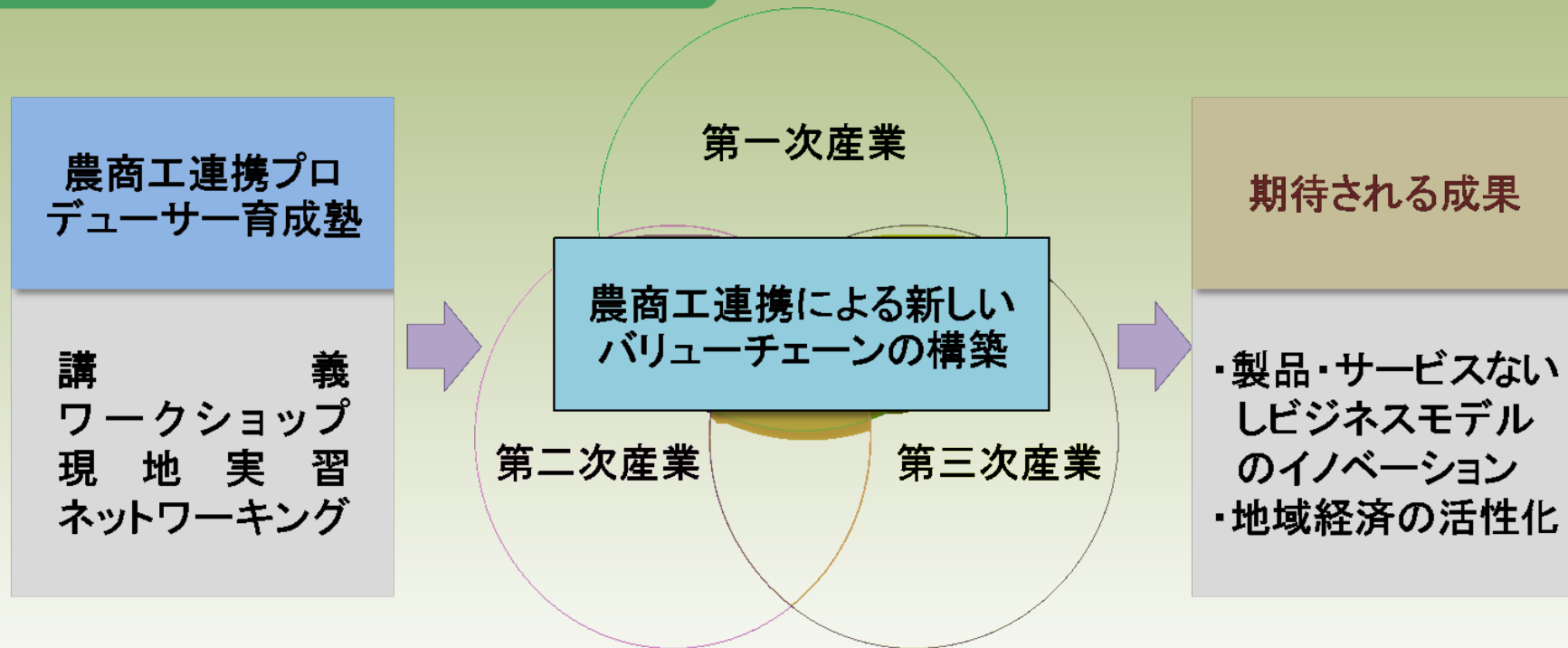
5. 育成塾の内容

塾 生



5. 育成塾の内容

プロデューサー育成プログラム



- **講師陣**: 東北大学経済学研究科の教員を中心にして、農学研究科および宮城大学の一部教員と各分野の経験豊かな実務家によって編成
- **独自の教材開発**: 講義用のテキスト、事例、DVD教材
- **育成塾のカリキュラム**: ①講義、②ワークショップ、③先進事例企業での現地実習という方法を適切に組み合わせて編成

5. 育成塾の内容

促進セミナーの開催



- 育成塾に先立ち、プロモーションのためのセミナーを開催(2回)
- 2回とも80～100名の参加
- 講義、ディスカッション、ネットワーキングの実施

5. 育成塾の内容

カリキュラムの構成：講義とワークショップ



- 半年間(6月～11月)、2週間毎に2日間(土・日曜日)講義とワークショップを開催(講義はマネジメント、政策、実践の3分野より構成)
- 講師は教授陣の他に実務家も加わる
- テキストとケース教材を使用

5. 育成塾の内容

カリキュラムの構成: 現地実習



- 講義に基づくフィールド・スタディの実施
- 現場経験と実践者および地域の住民との対話を通して、塾生は農商工連携の実際に近づくことができる

5. 育成塾の内容

カリキュラムの構成: アクション・ラーニング



- 各講義の終わりに、学んだこととその応用方法を確認する
- さらにそれを実践するための目標を設定し、アクションプランをつくる
- 次のクラスで2週間でやったことを振り返りレビューすることで、自分の進捗度を確認する

6. 育成塾の成果

(1) 2009年11月に22名の卒塾生を
「農商工連携プロデューサー」に認定

(2) 塾生の受講後のコメント

- 他の産業で起こっていることを知り、自分が何をすべきかが明らかとなった。
- 農商工連携をうまく進めるためのベスト・プラクティスを学ぶことができた。
- 他の塾生との交流を通して、ビジョンやミッションを共有でき、友人たちは人生の宝物になった。

6. 育成塾の成果

(2) 塾生の受講後のコメント

- 自分のしてきたことを振り返り、地域のために何をすべきかを考える機会となった。
- 農商工連携は難しい。同じ価値を共有できるパートナーとの深い関係をつくることが重要だ。
- 地域には独自の物語があり、それを大切にすることが重要であることがわかった。

7. 育成塾の課題

- (1) 農商工連携によるビジネスでの実践への応用
- (2) 農商工事業者、支援事業者としてのネットワークを構築する場として非常に効果的でビジネス、取引、プロジェクトに進む動きも
→「みちのく6次産業プラットフォーム」の提唱
- (3) 卒塾生からのビジネスプランの提示と講師との面談(2010年2月)
→どうビジネスプランを実現させていくのか

IV. みちのく 6次産業プラットフォーム の設立

1. プラットフォーム設立の意義

- (1) 持続的な農商工連携を実現させるためには、地域力を高めるプラットフォーム(場)が不可欠。
- (2) プロデューサーの仕事は、
 - 産業および地域を横断する対話の場づくりと
 - それを促進するための仕組みづくりを行うこと。

1. プラットフォーム設立の意義

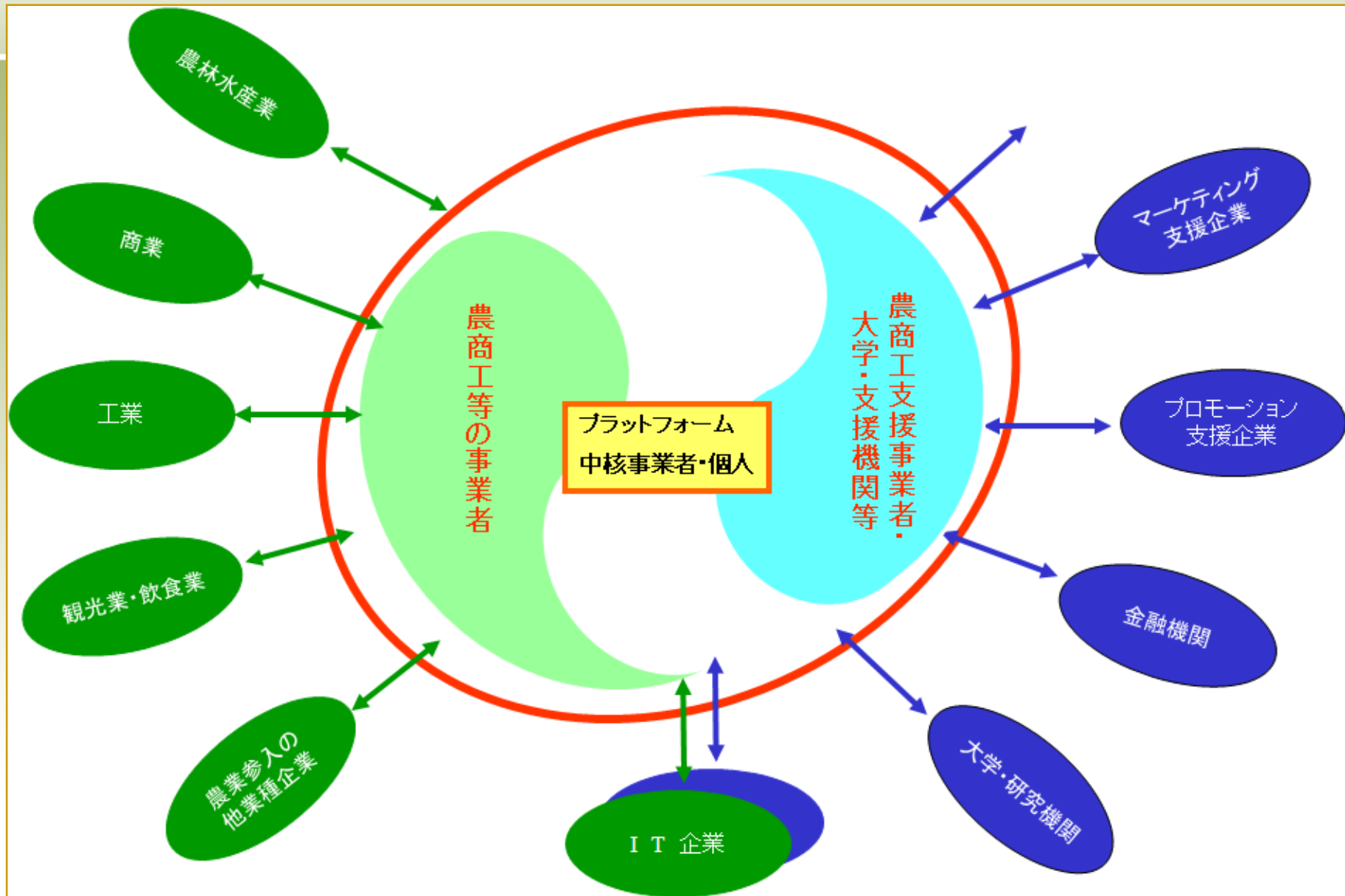
- (3) 社内や地域に志を同じくするプロデューサーを増やしていく。
- プロデューサーのネットワークが持続的な農商工連携の成功につながる。
- 塾生のネットワークをプラットフォームにしていく。
- 塾生の同僚や友人をプロデューサーに変えていく。育成塾に誘う。
- 1期生はパス・ファインダーとしての役割を担っていく。

1. プラットフォーム設立の意義

(4) 「実践の共同体（コミュニティ）」としての みちのく6次産業プラットフォーム

- 実践の共同体（場）とは、共通の専門スキルや、ある事業への熱意によって非公式に結びついた人々のグループ
- テーマに対する熱意や共感をもとに、メンバーの自発的な参加により、各自の能力を育て、知識を蓄積・交換することを目的とする組織

みちのく6次産業プラットフォームの組織イメージ



2. プラットフォームの概要

プラットフォーム構想の概要

- プラットフォームの目的
- 会員事業者は育成塾一期生を中心に組織
- 支援メニュー(事業)
 - ホップ・ステップ・ジャンプの三段階の展開
- 新規会員の取り込み

みちのく6次産業プラットフォーム設立に向けて

みちのく6次産業プラットフォーム

※運営組織の形態(任意団体、NPO、社団法人等)については関係者等で検討

プラットフォームの目的

- ・東北地域に新たな農商工連携ビジネスを増やす。
- ・中核企業、先進事業者のネットワークの強化。
- ・情報の集約拠点。

【会員事業者】

農商工事業者、農商工連携支援事業者、農商工連携先進事業者→育成塾第一期生を中心に

<役割>

・支援メニューの活用

- ・支援メニューの提供者
=農商工連携支援商品・サービス、
講師(専門家)、実習

・プラットフォームを自社営業に活用

本業における
営業

専門分野外の課題
=支援の案件の発見

- ・新規取引の構築
- ・既存取引における関係強化

課題解決

【事業者】

農商工事業者(支援対象事業者)

・支援メニューの活用

<支援メニュー(事業)>

当面→関係者より会費等は取らずにできるメニューを提供

- ・情報提供(SNS、メール、ホームページ等)
- ・会員事業者(農商工事業者、支援事業者)の紹介
- ・勉強会、交流会等の実施

中期的な実現目標(平成22年度中)

- ・出口支援機能(マーケティング・販路開拓等)
- ・アンテナショップ機能(仙台市内・首都圏の商店街等と連携)

将来的に実施を検討

- ・マッチング
- ・ミニ育成塾(出張、単発開催)、講師(専門家)派遣
- ・個別相談業務(支援事業者を含めたワンストップサービス)

【事務局】

会員企業を活用した支援メニューの
プランニング、プロデュース

支援メニューを通じた
事業者の育成、新規会
員の獲得

3. 今後の課題

- (1) プラットフォームを卒業生の同窓会にとどめず、外に開いたネットワークに成長させる。
- (2) 卒業生から成功モデルを出す。
- (3) ホップ・ステップ・ジャンプの支援メニュー（事業）の展開をどうするのか。
 - プラットフォームのビジネス・モデル（サービスの入口と出口の流れの設計）
 - 本来事業と収益事業との切り分け（カネがとれるサービスとはどこか）
 - 他の類似の支援機関との差別化と

補完関係の構築

3. 今後の課題

- (4) 実践の共同体からインターメディアリー（中間支援型）ないしブローカー（仲介型）としての組織にどう進化させいくのか。
- (5) 誰がプラットフォームのマネジメントをしていくのか。

ご清聴有難うございました。