

# 商工会議所の取り組みについて

平成28年12月13日  
日本商工会議所  
地域振興部 岡本 大輔

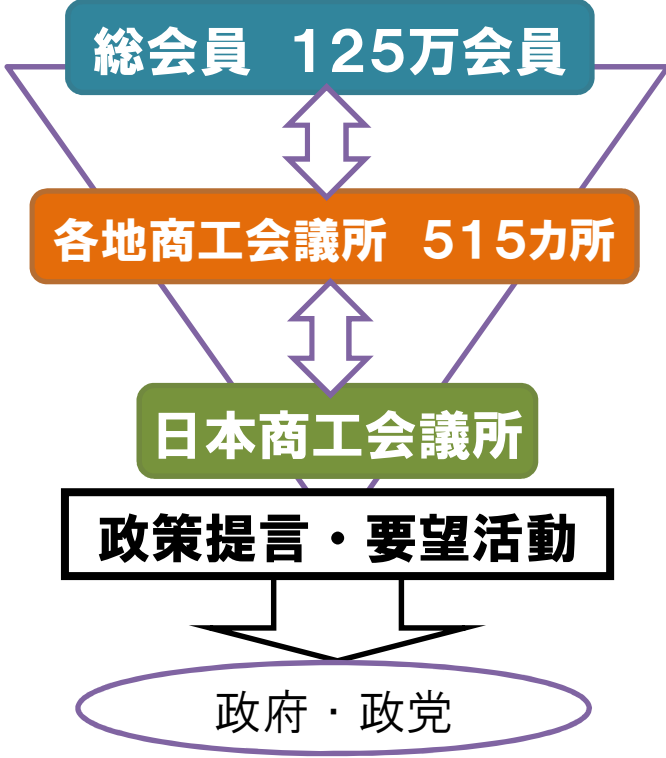
# ◆ 商工会議所とは

- 商工会議所は、地域のあらゆる規模・業種の商工業者を会員とする「地域総合経済団体」。
- 民間の商工業者の自主的な意思により、商工業者自らが組織している。

＜商工会議所のミッション＞

**中小企業・小規模事業者の活力強化**

**地域経済の活性化**



**会員はあらゆる規模・業種の商工業者で構成** (会員企業の構成比)

(72.2%が小規模事業者)

- 会員は、業種別の部会に属し、意見を表明。
- 役員・議員が、商工会議所の意思を決定。
- 若手経済人で構成される**青年部(3.2万会員)**、女性経営者で構成される**女性会(2.3万会員)**を設置

業種	割合
小規模事業者	72.2%
中規模企業	18.7%
大・中堅企業	9.1%



**商工会議所の創設は、1878(明治11)年**

	東京商法会議所 (1878年3月設立) 初代会頭 渋沢 栄一		大阪商法会議所 (1878年8月設立) 初代会頭 五代 友厚
---	--------------------------------------	---	--------------------------------------

- 現在は商工会議所法(1953年)に基づき設置
- 職員数は9,600人  
→うち経営指導に従事する職員:5,219人(うち経営指導員:3,437人)

**日本商工会議所の創設は1922(大正11)年**

- 現在は商工会議所法(1953年)に基づき設置

	日本商工会議所 第19代会頭 三村 明夫		安倍総理大臣に提言
---	-------------------------	--	-----------

**現場主義、双方向主義の徹底の下、幅広い意見をとりとめ政策提言**

(主な政策提言項目) 経済対策、中小企業対策、税制、社会保障制度改革、科学技術・知的財産、規制改革、環境・エネルギー、雇用・労働問題、TPP、観光、社会資本整備、オリンピック・パラリンピック、震災復興など

- ◆商工会議所の特徴
- |                               |                              |
|-------------------------------|------------------------------|
| ①地域性—地域を基盤としている               | ③公共性—特別認可法人として極めて強い公共性をもっている |
| ②総合性—会員はあらゆる業種・業態の商工業者から構成される | ④国際性—世界各国にある経済団体             |

## ◆ 日本商工会議所および515商工会議所の活動

### 政策提言と実現に向けた活動

- ◆現場主義、双方向主義の下、幅広い意見をとりまとめて政策提言  
(主な政策提言項目)  
経済対策、中小企業対策、税制、社会保障制度改革、科学技術・知財、規制改革、エネルギー、雇用問題、TPP、観光、震災復興など



▲三村会頭から安倍総理に提言書を手交

### 中小企業・小規模企業の成長力強化

- ◆経営指導員が、創業から事業承継まで、中小企業・小規模企業のライフステージに応じて、総合的に支援
- ◆特に、地域の需要減少・変化に直面する小規模企業を支援するため、経営計画策定支援・販路開拓支援を中心とした伴走型の支援を推進
- ◆消費税の円滑な価格転嫁に向けた経営力強化支援を強力に展開

全国約5,300名の経営指導員等が各種相談に対応

- ・経営相談 約172.5万件(26年度)
- ・消費税転嫁・軽減税率対策相談 約170万件(25年4月～28年10月)

### 中小企業の海外展開の後押し

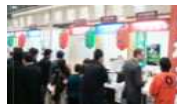
#### <原産地証明書等の活用促進>

- ◆特定原産地証明書: 23.4万件
- ◆非特惠日本産原産地証明書: 56.6万件(27年度)

FTA、EPA等を活用した海外展開支援

#### <二国間経済委員会等で民間経済交流>

- ◆二国間・多国間委員会(18委員会)を通じ、民間経済交流を推進



▲FOODEX JAPAN(福岡)

#### <地域産品等の海外展開支援>

- ◆国際競争力の高い農林水産品等の販路拡大支援・輸出促進  
例)「甲州ワイン」の英国向け商品開発と輸出拡大【甲府】
- ◆新輸出大国コンソーシアムによる海外展開支援

### 女性活躍推進、人口減少対策

#### <女性活躍推進>

- ◆企業の女性活躍推進、ワーク・ライフ・バランス支援  
例)札幌なでしこ表彰(女性活躍推進企業を顕彰)【札幌】
- ◆全国商工会議所女性会連合会女性起業家大賞(15回目)

#### <少子化対策>

- ◆全国で婚活イベントや街コン等を開催  
288回(170会議所)、2万人参加(26年度)
- ◆次世代育成支援対策推進センターの設置
- ◆地域における子育て支援  
例)子育て支援優良事業所の認定【船橋】



▲婚活パーティー、街コンなどを開催

#### <高齢化対策>

- ◆介護人員育成と雇用確保のため、研修講座を開設備  
例)介護員養成事業【深川】

### 企業と地域を支える人材育成

#### <日商簿記などを通じた人材育成>

- ◆産業教育の一環で、昭和19年から珠算、日商簿記、リテールマーケティング(販売士)、PC検定など全国統一の検定試験を実施  
受験者数78万人(27年度実績)



▲草加ものづくり探検隊

#### <インターンシップ、就業支援>

- ◆インターンシップ等のキャリア教育や就職支援を実施。  
「地域や中小企業で働きたい」との若者の声を拾い、マッチング(合同説明会等)



▲学校法人と企業との就職情報交換会(東京)

#### <ジョブ・カード事業>

- ◆ジョブ・カードを活用した職業訓練。中小企業と求職者のマッチングを促進  
制度を活用する企業は14.3万社に拡大  
訓練修了者(63,225人)の約80%(50,554人)が正規雇用化(28年11月末現在)

非正規労働者の正規雇用化の促進に貢献

### 地方創生へのコンセンサス形成

- ◆行政、市民をはじめ多様な主体と連携し、全国で151の商工会議所が地域の成長に向けたビジョン等を策定(27年10月時点)
- ◆地方版総合戦略策定にも積極的に協力  
(戦略策定委員長等で参画、商工会議所から提言提出)

### 地域を支える新産業創出・新商品開発

#### <農工商連携>

- ◆他業種の技術等を活用した新商品開発  
◆町田商工会議所の工業部会が域内外の産学官と連携し農業に参入。部会メンバー(株式会社)を中心に高度な水流技術を使うメロンの水耕栽培に成功。新たな農作物ブランドとして商工会議所が商標登録(まちだシルクメロン)



小山かんぴょうどん▲

#### <地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト>

- ◆全国市場をターゲットに、地域資源を活用した新たな特産品開発、観光商品開発、その販路開拓を専門家派遣、展示会、商談会等の実施により総合的に支援

これまでに全国321商工会議所で972事業を実施

### 連携によるインバウンドなど観光振興

#### <インバウンド受入環境整備>

- ◆無料公衆無線LANの設置【郡山、浦安、静岡】
- ◆免税店設置促進のための情報提供【網走、川越、京都】
- ◆サービス向上のための人材育成事業【室蘭、伊勢、武雄】

行政等と連携して観光客の受入環境整備を推進

#### <商工会議所ネットワークを活かした広域観光の推進>

- ◆商工会議所観光ネットワーク(CCI観光NET)の構築による広域観光の推進に向け、全商工会議所に観光連絡担当を設置。研修会や情報交換会を通じて、連携強化に向けた活動を展開

#### <全国商工会議所観光振興大会>

- ◆平成16年から各地で大会を開催。平成28年は7月に京都市等で開催し、全国から約1,400人が参加



▲観光振興大会(京都)



# ◆ 農工商連携・6次産業化の取り組みから生まれた商品の例(地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト)

**地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト**  
 中小企業庁の補助を受け、全国市場をターゲットに、地域資源を活用した新たな特産品や観光商品の開発を総合的に支援。平成18年の開始から、972のプロジェクトが実施されている。

**小樽商工会議所（北海道）**  
**＜しりべしの食材活用＞**  
 後志(しりべし)産の未利用果実を使った果実酒を皮切りに、「小樽美人」のブランド化を推進し、スイーツ等の商品開発が進む。また、小樽発の日帰りバスツアー「しりべしアグリツーリズム」の開発も進めている。



**恵庭商工会議所（北海道）**  
**＜えびすかぼちゃでスイーツ開発＞**  
 恵庭市の代表的な特産物、えびすかぼちゃを使用したペーストを開発。規格外等で農協が引き取らないえびすかぼちゃを加工し、かぼちゃプリン、スイートポテト、かりんとう饅頭といったスイーツを次々に生み出す。



**美幌商工会議所（北海道）**  
**＜豚醬まるまんま、アスパラスープ＞**  
 地元高校生が規格外の地元野菜を餌に飼育した豚から日本初となる醬油を開発。現在は、市内の飲食店等でこの豚肉醬油を活用したオリジナル商品の開発が進められている。また、約50戸の生産者と連携し、販売に不要な切り下を加工したアスパラガスを使ったうどんの販売をスタートしている。



**鹿沼商工会議所（栃木県）**  
**＜産業間連携で森林資源の活用促進＞**  
 森林資源の有効活用を目的に、市内の伝統産業である木材加工業と金属加工業とが連携し、オフィスや施設における内装・建具・家具等を集めた解体移設が可能なハイブリッドオフィス空間システムを開発。平成27年7月には有限責任事業会社を設立し、オフィスや施設での販売を開始した。



**新津商工会議所（新潟県）**  
**＜プチヴェールを活用し新作菓子・パンを開発＞**  
 商工会議所、JA、新潟薬科大学が連携し、健康野菜プチヴェールを活用した菓子、パンを製作。



**弘前商工会議所（青森県）**  
**＜りんごを地域資源に特産品開発を推進＞**  
 津軽の完熟りんごを原料に、丁寧に琥珀色に濃縮した果汁を独自の技術で発酵させ、さらにじっくりとオーク木樽で熟成させたりんご酢を開発。また、不要となったりんごの木を利活用し食器等のテーブルウェアを開発、年間の売上は800万円程度。



**萩商工会議所（山口県）**  
**＜知られざる特産魚種を高級食材に＞**  
 これまで地元での流通が中心だった幻の魚「金太郎」(ヒメジ)を使い、行政や漁業者など地元関係団体が一体となって、新たな商品開発に着手。ヒメジと似た魚がフランス料理で利用されていることに着目し、地中海風に味付けしたオイル漬けを開発した。



**和歌山商工会議所（和歌山県）**  
**＜和歌山ジンジャーエールの開発＞**  
 地元特産の生姜を活用し、JAわかやま等と「和歌山ジンジャーエール」を共同開発。これまでに4種類を販売しており、平成22年に発売された第1弾の「生姜丸しぼり」は年間100万本の大ヒットとなり、全日空の機内販売にも採用された。



**小山商工会議所（栃木県）**  
**＜かんぴょううどん、桑の葉加工食品の開発＞**  
 生産量日本一を誇る地元栃木産かんぴょうを活用し、粉末化したかんぴょうと地元産小麦を使ったうどんを開発。年間約800万円の売上で、かんぴょうの生産事業者の育成支援にもつなげている。パッケージデザインが海外のデザイン賞を受賞するなど、うどん本体以外の面でも高い評価。また、小山市桑地区の桑畑を守り育てるために、「桑の葉」の栄養成分の分析を行い、「桑の葉」を活用した加工食品の開発を進めている。



**大川商工会議所（福岡県）**  
**＜特産品「あまおう」を使った紅茶を開発＞**  
 大川の特産品であるイチゴ「あまおう」を利用して、生産農家との二人三脚でリキュール酒を開発し、大ヒットさせた。その一方で、その際に大量のイチゴが破棄されていたことから、このイチゴを活用して、オリジナルのイチゴの紅茶を誕生させた。



**厚木商工会議所（神奈川県）**  
**＜新名産品「かぼす」を使用した商品開発＞**  
 地元の東丹沢七沢温泉郷で採れた新名産品の「かぼす」を使用し、かぼす酒、スパークリングかぼす酒、かぼす発泡酒、和風マドレーヌ、かぼすレアチーズ大福、かぼすゼリーなど、多数の商品を開発。



**伊万里商工会議所（佐賀県）**  
**＜伊万里食材から生まれたクッキー＞**  
 伊万里産の梨、伊万里産の黒米、佐賀のブランドイチゴ「さがほの香」を活用した「ふんわりくっきい」を開発。このほかにも、伊万里のねぎを使ったネギスープや伊万里牛ジャーキー、伊万里牛しぐれ煮など、地域の農畜産資源を活用した商品開発を積極的に推進している。



**枕崎商工会議所（鹿児島県）**  
**＜枕崎のかつおで新名物を創造＞**  
 枕崎市漁業協同組合と共同で特産品開発プロジェクトを実施。カツオ漁業と鯨節という現地の食品加工業の歴史と資源を活かし、「枕崎かつおユッケ」を開発。平成24年度にはECサイトでのテスト販売を行い、関連商品を含め約200万円の売上を達成。



**大和高田商工会議所（奈良県）**  
**＜地域内でサプライチェーンを構築＞**  
 大和高田市一帯は江戸時代、綿栽培が盛んで大和木綿の産地として栄えていた。そこで、耕作放棄地を利用して綿栽培を復活させ、有機栽培・手摘みした綿を素材に染加工や化学処理をせず自然のままの風合いを活かした繊維製品を開発。綿の栽培から製品開発までの域内サプライチェーンを構築。



**宮古島商工会議所（沖縄県）**  
**＜みゃーく総合マーケティング事業＞**  
 宮古島の健康食材であるパパイヤ、ローゼル、宮古島山羊肉を使用したカレーなどの新商品を開発。



# ◆金属加工の共同受注グループ構築による地域全体のブランド価値向上 ～「磨き屋シンジケート」「Made in TSUBAME認証」～ <燕商工会議所(新潟県)>

## ○「磨き」の技術に着目し、共同受注グループを結成

- ・金属洋食器・ハウスウェアの一大産地である燕市では、大量生産に対応すべく、産地問屋が商品を企画・開発し、元請けメーカーが金型、部品、プレス、溶接、磨きなどの単工程専門業者に委託する分業体制を構築していた。
- ・しかし、労働コストの低い新興国の台頭により、地域の出荷額は大きく減少。単工程のみで自社商品を持たない小規模事業者の廃業が相次ぎ、産地の存続が危ぶまれた。
- ・燕商工会議所は、金属加工の最終工程を担う「磨き」の技術の高さに着目し、平成15年に地域の金属研磨業者による共同受注グループ「磨き屋シンジケート」を結成。小規模事業者が臨機応変に協働態勢を組むことを可能とし、磨き単工程の販路開拓を図った。

## ○オリジナル商品の開発、認証制度の導入で付加価値向上

- ・磨きの下請けにとどまらない事業体制の構築に向け、オリジナル商品の開発に取り組み、ECOカップ、タンブラー、ワインクーラー、アイススプーンなどの付加価値の高いヒット商品が次々と生まれている。
- ・平成23年には「Made in TSUBAME」の商標を取得。燕商工会議所が認証機関となり、地域の事業者が生み出す製品の品質維持や地域ブランドの向上に努めている。

## ○金属製品製造業全体への波及を図る

- ・こうした取り組みによる地域への経済効果は10億円に上る。今後は、これを研磨業界のみならず地域の金属製品製造業全体に波及させることを目標としている。
- ・平成28年にはステンレス加工、金属加工、金型、表面処理、厨房用品の企業情報を掲載した専門サイト「燕工場リンク」を開設し、販路開拓を支援している。



磨き屋シンジケートのサイト「migaki.com」



「Made in TSUBAME」の認証マーク



平成20年度地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトを活用したECOカップ（左）をはじめ、オリジナル商品が次々に開発される

## 取り組みのポイント

- 商工会議所担当者が地域資源として「磨き」の技術に着目し、「共同受注」「商品開発」「認証」の仕組みを構築。
- 国内外の展示会への出展やメディアへの情報提供など販路開拓に精力的に取り組み、商工会議所は「地域商社」の役割を担う。



## ◆中心市街地の病院跡地に観光客と市民が集う賑わい拠点を整備 ～「フラノマルシェ」「ネーブルタウン」～ <富良野商工会議所(北海道)>

### ○観光客と住民を中心部に誘引する「フラノマルシェ」を整備

- ・富良野市郊外の観光地には毎年200万人の観光客が訪れるものの、中心市街地への流入は10万人に満たず、また、大型病院の移転により地域住民の来訪も減少していた。
- ・平成22年に地域の「食」をテーマとした商業施設「フラノマルシェ」を病院跡地に整備。「ルーラル（田舎）＋アーバン（都会）＝ルーバン・フラノ」とのコンセプトを体現し、観光客も住民も長く滞在できる雰囲気作りに成功。軽食以外の飲食店を設けず、周辺商店街への誘導を図った。本年6月に累計来場者数500万人を達成。

### ○地域の新商品開発・創業が活発に。マルシェ2で新展開へ

- ・「マルシェ」の整備で明確な販路が確保できたことにより、地域の事業者の意識が大きく向上。地域での新商品開発や創業が活発に。
- ・平成27年には隣接街区に「ネーブルタウン」（フラノマルシェ2）を開業。賃貸マンション、介護付き有料老人ホーム、クリニック、保育所等を併設。
- ・これまでの取り組みの北海道内への経済効果は113億円以上と試算。



累計来場者数が500万人を超えた「フラノマルシェ」



平成27年度地域力活用新事業∞全国展開プロジェクトで「食べらサア〜るドレッシング」を開発



「ネーブルタウン」（フラノマルシェ2）にはマンションや老人ホームを整備

### <取り組みの経過>

- 平成15年 ふらのまちづくり(株)設立
  - 平成19年 中心市街地活性化協議会設立
  - 平成22年 フラノマルシェ オープン
  - 平成27年 ネーブルタウン(フラノマルシェ2)オープン
- 【参考】中心市街地活性化基本計画:20年11月～26年10月、  
26年11月～32年3月

### 取り組みのポイント

#### ○商工会議所を中心とする「民間主導」がキーワード

- ・中心市街地活性化基本計画の案を策定し、市に提案
- ・会頭・副会頭等の地域リーダーを中心にまちづくり会社に8,000万円の出資。
- ・強みである経営支援、新商品開発、創業支援等で貢献。

# ◆東日本大震災の被災事業者へ全国から遊休機械を無償で提供 ～遊休機械無償マッチング支援プロジェクト～ <東北六県商工会議所連合会など>

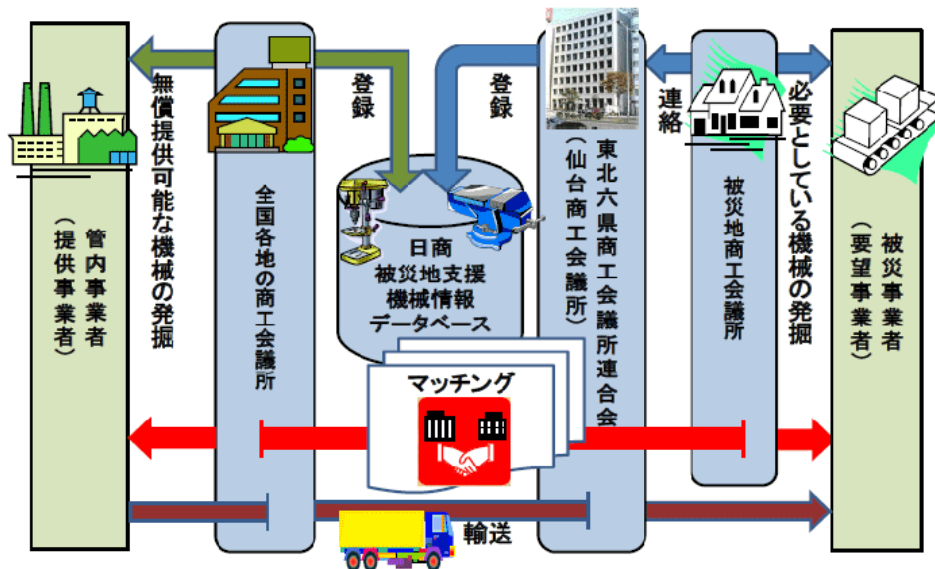
## ○全国商工会議所のネットワークを活用し提供を呼び掛け

- ・生産機械などを流失・損壊した被災事業者の復興を支援するため、全国の商工会議所を通じて遊休機械の無償提供を呼び掛け、被災地では被災事業者の要望を収集。双方の情報をデータベース化し、機械の専門家である震災対応相談員がマッチングするもの。
- ・平成23年6月から平成27年12月までに、全国83商工会議所の448事業所から被災地10商工会議所の323事業所へ3,266件の機械・備品等（旋盤、ボール盤、コンプレッサ、冷蔵・冷凍設備等）が提供された。

※機械提供が縁となり、刈谷商工会議所（愛知県）と仙台商工会議所（宮城県）による特産品の共同開発も始まっている。



「遊休機械無償マッチング支援プロジェクト」スキーム図



## 取り組みのポイント

- ・全国からの経営指導員の応援派遣から生まれたアイデア
- ・機械の専門家(目利き)である震災対応相談員が介在
- ・機械情報データベースの整備
- ・機械の輸送費には全国からの義援金を活用
- ・提供機械の帳簿価額相当額を広告宣伝費として損金算入可能に

## ◆まとめ

- 「地域のリーダー」が取り組みを主導
  - 「商工会議所職員(経営指導員等)」の関与
  - 新たな価値を「次々に生み出す仕組み」の構築
- 「地域資源活用」から「地域力活用」へ

～ご清聴ありがとうございました～