



# 中小企業のニーズに応じた専門人材の活用について

平成26年2月21日  
九州財務局

【お問い合わせ】  
九州財務局理財部金融調整官  
TEL: 096-353-6351  
(内線3081、3084)  
FAX: 096-359-2821

# 1. 管内における専門人材の活用状況及び課題

中小企業支援においては、専門家の知見を活用することが重要であるところ、

- 公的な中小企業支援機関の専門家派遣制度等を中心に、専門人材を活用する“体制”は概ね整備されている。したがって、今後、各支援機関間、各支援機関と金融機関の連携を更に深めていく必要。
- また、中小企業と専門人材を繋ぐコーディネーターの役割が重要。

## 主な中小企業支援機関における専門人材の状況

### 専門人材の在籍（登録）状況

- ✓ 中小企業診断士等の士業をはじめとする有資格者のほか、企業OBなど各分野の実務経験者を中心に、100~200名程度が在籍。
- ✓ 各県内に人材がいない分野にも対応できるよう、東京や福岡などの県外在住者も確保。

【A中小企業支援機関の登録状況】

中小企業診断士	37	経営コンサルタント	8
公認会計士	7	技術士等	32
税理士	11	IT関連精通者	16
弁護士	5	ISO関連精通者	13
社会保険労務士	12	その他分野精通者	60

合計201名（25年12月末時点）

- ✓ 登録に当たっては、経験年数や実績等を踏まえた基準（ex. 国家資格取得後5年超、実務経験10年超等）を策定。

### 専門人材の発掘・探索方法

- ✓ 登録専門人材の個々の人脈による紹介が多い。
- ✓ 士業団体や業界団体のほか、個別に繋がりのある企業等に対する推薦依頼。



【B中小企業支援機関の専門人材検索システム~166名登録~】

#### 外部サポーター検索システム

氏名	助言専門分野1	助言専門分野2	主要助言項目1	主要助言項目2	主要助言項目3	主要助言項目4	所在地	資格(1)	資格(2)	資格(3)	備考
●●●●	経営全般		販売管理	受注計画	マーケティング	販路開拓	●●市				企業経営、実務経験
▲▲▲▲	技術指導	エネルギー	加工技術	環境管理・保安	省エネルギー	TPM・5S	▲▲市	1級ボイラー技師			節電アドバイザー
■●■	海外取引		海外進出	貿易実務			■市	TOEIC900点			
▼▼▼▼	情報化支援	創業支援	ビジネスプラン	コンピュータ導入指導	インターネット活用	デザイン	▼▼市	中小企業診断士	上級シニアド		
◆◆◆◆	商業経営	デザイン	マーケティング	デザイン			◆◆市				広告戦略スペシャリスト

## 地域における専門人材の活用にあたっての留意点

### 中小企業のニーズに対応するために必要な専門人材の能力

- ✓ 中小企業経営者が納得できるように熱意をもって説得する能力、信頼関係を構築できる能力が最も重要 → 専門家の話に経営者が耳を傾けてくれないと話にならず、両者の相性は重要なファクターとなるとの意見。
- ✓ 中小企業の経営課題を的確に把握し、解決に向けた対応ができる能力 → 専門家派遣のコアは、経営相談員（コーディネーター）の問題発見能力と、専門家のスキルを把握し適材適所の人選ができる力に尽きるとの意見。

### 専門人材の活用にあたっての課題

- ✓ 中小企業の費用負担が大きい → 中小企業は金銭的な余裕がないため公的な支援制度に頼らざるを得ないのが実情。ただし、その場合でも回数制限があり問題解決まで至らないケースがあるとの意見。
- ✓ 支援関係機関の更なる連携 → 専門家の対応だけでは限界がある。その後のフォローアップは、経営者と接する機会が多い金融機関や顧問税理士などと情報を共有し連携して取り組んでいく必要があるとの意見。

## ヒアリング企業の意見等

- 社内で財務部門の社員を育てるべき。財務は経営の根幹であり、どんなに営業やモノづくりに長けていても、財務がしっかりしていなければ事業として成功しない。
- コンサルタント会社は使い次第。当社は、意見を出してそれを整理してもらおう形で活用している。丸投げはダメ。

## 2. 専門人材の活用による中小企業支援の取組み

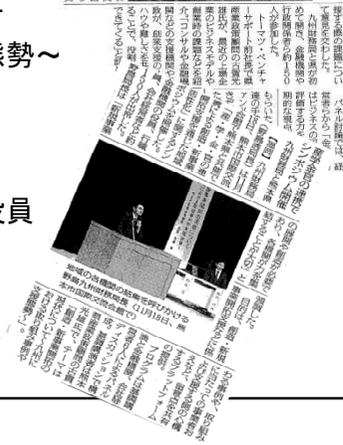
### ① 「創造・新事業開拓支援を通じた地域活性化に関するシンポジウム」の開催

- ◎ 中小企業支援の取組みの一環として、熊本県との共催により、「産・学・金・官の連携による創造・新事業開拓支援を通じた地域活性化」をテーマとしたシンポジウムを開催。

＜平成25年11月18日＞

#### 【シンポジウムの概要】

- ・参加者 商工団体、企業経営者、大学関係者、金融機関、地公体など 約150名
- ・基調講演 「創造・新事業開拓の現状について～九州における取組事例や支援態勢～」  
＜講師＞ 熊本県産業政策顧問
- ・パネルディスカッション  
＜パネリスト＞ 熊本県内事業者（4名）  
地域銀行、信用保証協会役員  
＜コーディネーター＞ 熊本学園大学教授
- ・シンポジウム宣言



#### 基調講演の概要

- ☞ どんなに素晴らしいものを作っても、知られないと売れないし、自ら動かないと知られない。いいものがあっても企業の業績が伸びないのは、打出し方や販路に問題があり、行政と一緒に支援していく必要がある。
- ☞ ベンチャー企業を育てていく上で、経営者・支援者・行政がノウハウ等を共有すれば、役割分担は出来る上がる。
- ☞ これまでのベンチャー企業への支援は、最初は良いがその後のフォローがない。産業興しにはある程度時間を要するので、フォローアップが重要である。



#### パネルディスカッションにおける主な意見

##### 創業・新事業開拓に当たっての体験談や工夫等

- 事業が軌道に乗るまでの長い期間、実績や前例を重視する業界の壁に向き合い苦労した。
- 産業構造の変化や技術革新による事業体系の激変を体験する中で、新事業開発に積極的に取り組んでいる。
- 工業連合会では、会員同士が議論しながら技術を磨きあっているので、上手く活用して欲しい。



##### 創業・新事業開拓及びその支援に当たっての課題等

- 行政や金融機関に相談に行くと問題点ばかり指摘される。相談に真摯に耳を傾け、専門家として建設的な意見を出して導いて欲しい。
- 開発から製品化、売上があがるまで時間がかかる。金融機関は事業を評価する力と長い目で支援する体制を持つべき。一方、事業者側も評価してもらうための説明能力やスキルアップが必要。お互いに接点のレベルを上げれば、創業率はより高まる。
- 融資だけでは創業時の資金手当ては困難。ファンド的な資金調達方法も必要である。



#### まとめ

創業支援に当たっては、融資に専門家が関与し、対象事案の評価や助言を行うなど、起業者と金融機関が相互に不足部分を補完できる仕組みが必要。そしてそれを行政等も支援し3～5年程度の中期的な期間で維持していく体制（ネットワーク）を形成できれば理想的。

専門人材活用のためのネットワーク及びそのコア（運営の中心となる主体）を構築する必要

## ② 中小企業支援ネットワークにおける取組みの拡充

- ◎ 熊本県中小企業経営支援連携会議（がんばろう！くまもと経営支援ネットワーク）は、従来からの中小企業“再生”支援に加え、“創業”支援の取組みを開始。＜平成25年12月＞

### 問題意識

#### 相談対応の一元化、継続支援の必要性（支援する側の問題）

- ☞ 各支援機関等が連携するプラットフォームという形はできているが、現状、相互で補完する機能が発揮されているとは言い難い。利害関係にとらわれることなく、各支援機関を紹介（コーディネート）するような基幹的な組織が必要。
- ☞ 創業は手間暇がかかるし、創業後のフォローが重要。入り口の段階から関係者が関与（協議）するとともに、創業後に生ずる問題にも相談・対応し易い仕組みが必要。

#### 創業希望者の意識改革（支援される側の問題）

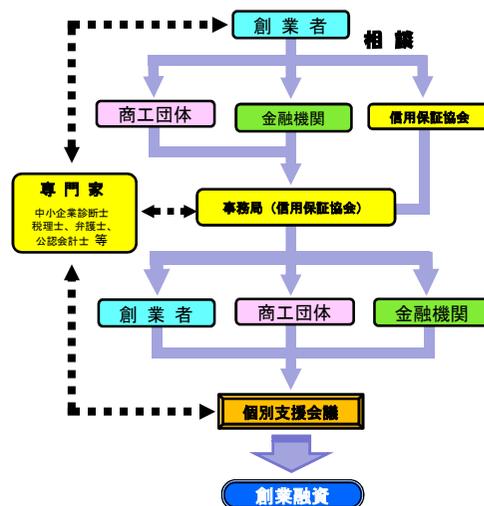
- ☞ 最終的には創業者の意欲と資質が重要。安易な開業や時期尚早と判断される場合には、そのことをきちんと助言できる仕組みが必要。

名称も「再生支援連携会議」から「経営支援連携会議」に変更

### 活用のメリット

- 関係機関が一堂に会して創業支援策を協議することによって、創業計画の策定支援（専門家派遣）等、より適確なアドバイスを受けることができ、スムーズな創業が可能となる。
- 取引予定である金融機関が一堂に会するため、相談者（創業者）が各々の金融機関に相談に行く手間が省ける。
- 創業後、関係機関がフォローアップを継続して実施する。

### 【支援の流れ】



## 専門人材の活用事例

### 創業支援（A商工会議所の取組み）

#### 勤務先から独立し洋菓子店を創業した事例

##### 【経緯・課題】

- ・ 創業者は、洋菓子店に職人として永く勤めた後、独立を決意。
- ・ 技術はあるが経営の経験がなく、どう店作りをしてよいか分からない。
- ・ 開店予定地の近隣に競合店が多く、他店との差別化が必要。

##### 【A商工会議所の対応】

- ・ 当会議所独自の支援事業に登録している、店舗計画等に詳しいコンサルタントを派遣。

##### 【専門人材による支援の内容】

- ・ 主婦層をターゲットとし、女性目線を意識した看板作りや内装などのほか、包装材や制服の仕様・色合い、商品陳列方法等を細かく指導。

##### 【支援の効果】

- ・ 近隣他店との差別化が図られ、ターゲットの主婦層だけでなく、高齢者の利用も多い。

### 成長段階における支援（B信金の取組み）

#### 店舗の移転新築等により事業展開をしている事例

##### 【経緯・課題】

- ・ 取引先（飲食業）が、店舗の移転新築及び事業内容の変更（居酒屋主体から食事主体へ）による事業展開を計画。
- ・ 移転予定先が大型ショッピングモール近隣の激戦区。

##### 【B信金の対応】

- ・ C商工会議所の専門家派遣事業を活用し、飲食業に詳しい地元の中小企業診断士を紹介。

##### 【専門人材による支援の内容】

- ・ 材料の仕入れや使用量をグラム単位で見積もるなど原価意識を徹底したほか、立地条件を考慮した子供向けメニューの充実等を助言するなど、事業計画の策定を支援。

##### 【支援の効果】

- ・ 専門家の意見を踏まえた現実的な事業計画の策定により、店舗新設に係る融資を実行。