



**ふるさと名物**  
Furusato Meibutsu

**応援宣言**

# ふるさと名物応援宣言について

平成29年8月

**経済産業省 中小企業庁**  
**創業・新事業促進課**



# ふるさと名物応援宣言について

- 中小企業・小規模事業者を巡る近年の厳しい経営環境や地域経済の停滞等を踏まえ、平成27年度に「中小企業による地域資源を活用した事業活動の促進に関する法律」の一部を改正。
- 主な内容は、様々な関係者（地元の中小企業・小規模事業者、農林漁業者、商工組合や農業・漁業協同組合、商工会や商工会議所、金融機関、教育機関、地域住民等）との連携の軸となり得る地方自治体が、積極的な関与により、地域ぐるみの取組を促進し、消費者志向にマッチした「ふるさと名物」の開発・販路開拓に取組み、また地域への呼び込みのための体験型観光を推進するもの。
- なお、地方自治体が「ふるさと名物応援宣言」を宣言すると、その対象となる「地域資源活用事業計画」や「農商工等連携事業計画」等に対して、国の「ふるさと名物応援事業」において優先採択されること等のメリットがある。
- 地方自治体の「ふるさと名物応援宣言」での後押し等による積極的な関与により、「ふるさと名物」をテコにした地域全体を巻き込んだ活性化の取組み、地域ぐるみの継続的な取組を通じ、地域の売上や雇用の増大、地域経済の好循環に期待。

# (参考) 中小企業地域産業資源活用促進法について

## 地域産業資源活用とは

- 「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律(中小企業地域産業資源活用促進法)」(平成19年6月施行)に基づく支援。
- 中小企業が地域産業資源(生産技術、農林水産品、観光資源等)を活用し、新事業活動(新商品・新サービスの開発等)を行うことにより、需要の開拓を図る

## <事業スキーム>

### 国 (経済産業局)

#### 【基本方針】

主務大臣(経産、総務、財務、厚労、農水、国交大臣)が  
基本方針(地域産業資源、地域産業資源活用事業計画の認定基準等)を策定

計画申請

計画認定

都道府県が意見を付す

計画認定

(結果報告)

### 一般社団・財団法人、NPO法人

#### 【地域資源活用支援事業計画】

基本方針を踏まえ、一定の要件を満たす一般社団・財団法人又はNPO法人が、販路開拓・情報発信等を支援。

#### 地域資源活用支援事業計画の主な要件

- ①実施項目が具体的かつ明確であり、その実現がみこまれるものであること。
- ②計画の実施に必要な資金の額及びその調達方法を含む資金計画の実現が見込まれるものであること。

### 都道府県

#### 【地域産業資源を指定】

地域産業資源の公表

都道府県を經由して  
国に計画を申請

### 中小企業者

#### 【地域産業資源活用事業計画】

基本方針を踏まえ、中小企業者が、都道府県が指定する地域産業資源(農林水産物、産地の技術、観光資源)を活用して、新商品の開発等に取り組む事業計画を作成。

#### 地域産業資源活用事業計画の主な要件

- ①都道府県が指定する地域資源を活用した事業であること
- ②地域のブランド力を高め、地域の他の中小企業者等の事業活動の促進に寄与する事業であること
- ③新たな需要開拓の見通しがあること

# (参考) 農商工等連携促進法について

## 農商工等連携とは

- 「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律(農商工等連携促進法)」(平成20年7月施行)に基づく支援。
- 中小企業者と農林漁業者が連携し、互いの経営資源(技術・販路等)を活用し、新事業活動(新商品・新サービスの開発等)を行うことにより、需要の開拓を図る。

## <事業スキーム>

国(経済産業局または農政局)

【基本方針】

主務大臣(農林水産大臣、経済産業大臣等)が  
**農商工等連携事業計画・支援事業計画の認定基準等を策定。**

計画申請

計画認定

計画申請

計画認定

中小企業者等

【農商工等連携事業計画】

基本方針を踏まえ、中小企業者(商工業者に限る)と農林漁業者が共同で新商品の開発等に取り組む事業計画を作成。

農商工等連携事業計画の主な要件

- ①中小企業者と農林漁業者が有機的に連携して実施する事業であること
- ②それぞれの経営資源を有効に活用すること
- ③新商品若しくは新役務の開発、生産・提供又は需要の開拓を行うものであること
- ④中小企業の経営の向上かつ農林漁業者の農林漁業経営の改善が実現すること

一般社団・財団法人、NPO法人

【農商工等連携支援事業計画】

基本方針を踏まえ、一定の要件を満たす一般社団・財団法人又はNPO法人が、農商工等連携事業に取り組む事業者等に対する指導・助言等の支援を行う計画を作成。

農商工等連携支援事業計画の主な要件

計画期間内に5件以上の農商工等連携事業の形成を実現させること、又は5件以上の農商工等連携事業に対する指導・助言を行うことにより、中小企業者及び農林漁業者が掲げた目標以上の成果を実現させること

1. ふるさと名物応援宣言による支援施策について_____	P5
(参考) ふるさと名物応援宣言事例_____	P12
2. ふるさと名物応援宣言による自治体へのメリット	
①中小機構による販路開拓支援_____	P14
②補助金の優先採択_____	P20
③ふるさとプロデューサー育成支援事業への優先参加_____	P24
④ミラサポ等による広報_____	P26

## 【本書における用語の定義用語の定義】

### ○ふるさと名物 → 「地域資源を活用した商品・サービス（群）」を指します。

※「ふるさと名物応援宣言」では、地町村が地域をあげて支援を行う対象となる「ふるさと名物」を特定します。

### ○地域資源 → 各都道府県が指定する以下のものを指します。

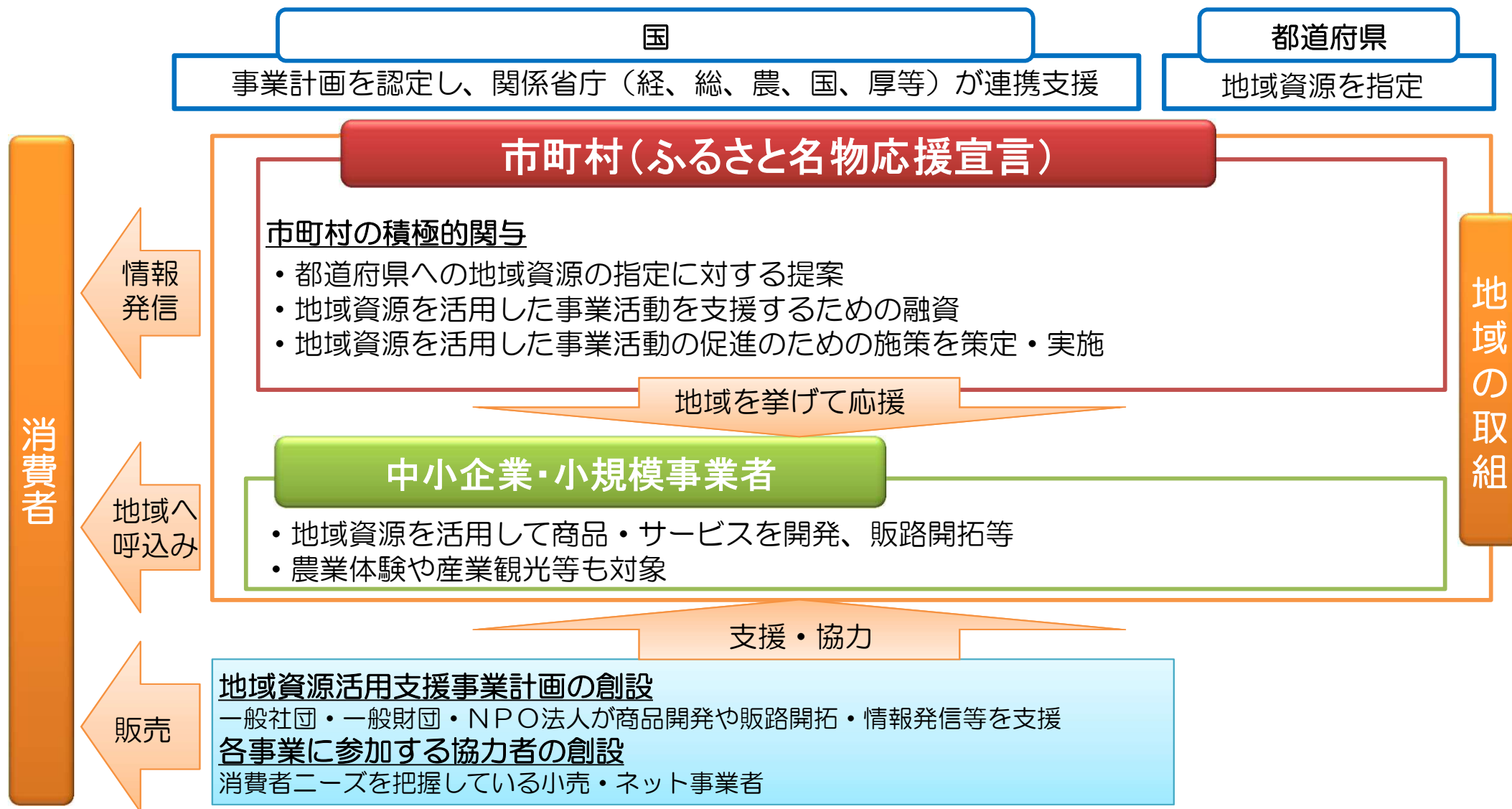
- (1) 地域の特産物として相当程度認識されている農林水産品、鉱工業製品
- (2) 地域の特産物である鉱工業製品の生産に係る技術
- (3) 文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの

※各都道府県が指定している地域資源については、中小機構の中小企業ビジネス支援サイト「J-NET21」において公表しています。

<http://j-net21.smrj.go.jp/expand/shigen/kousou/index.html>

※平成27年の中小企業地域資源活用促進法改正及び基本方針の改定により、地域資源の指定に関し、市町村が都道府県に対し、申し出を行うことができること、また、申し出を行った場合には、都道府県はこれを尊重すべきことが規定されました。

# 1. ふるさと名物応援宣言による支援施策について

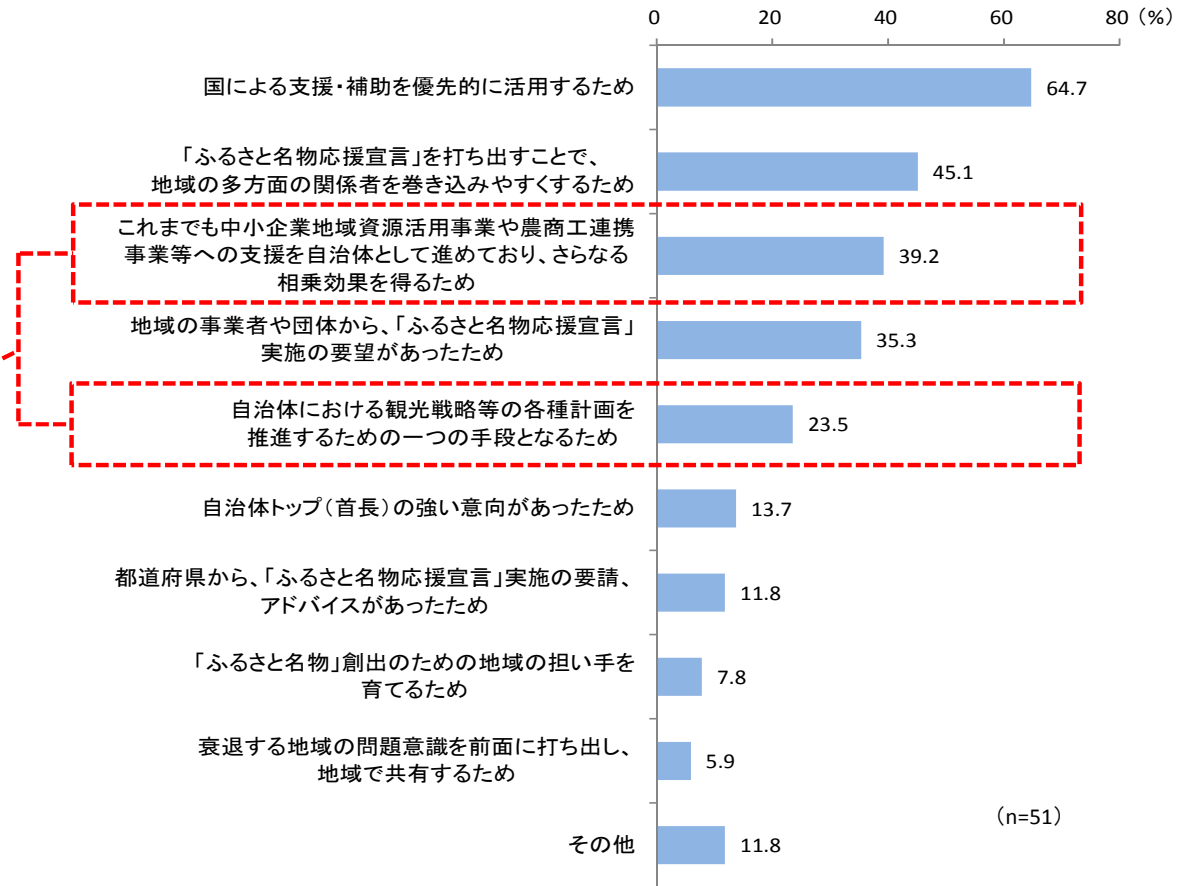


# 応援宣言実施市町村による地域資源活用促進事業の概要

## 応援宣言の実施に向けた考え方、進め方

### 応援宣言実施の経緯・理由

- 「国による支援・補助を優先的に活用するため」(64.7%)が最多。
- 次いで多かったのは、「『ふるさと名物応援宣言』を打ち出すことで、地域の多方面の関係者を巻き込みやすくするため」(45.1%)。
- 「これまでも事業者への支援を自治体として進めており、さらなる相乗効果をもとめるため」(39.2%)や「自治体における各種計画を推進するための一つの手段となるため」(23.5%)も多い。

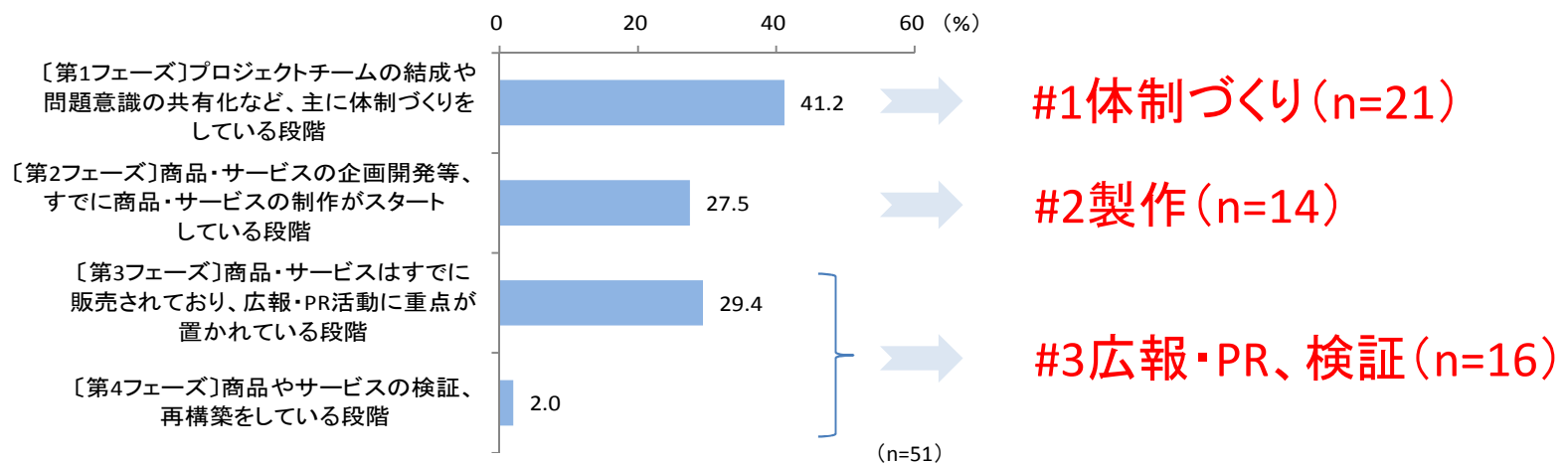


活用している地域資源が地場産業中心であることから、従来の振興施策の延長として、応援宣言に関する取組を各種の支援策を関連付けながら、一体的に組み込まれている。

# 応援宣言の実施に向けた考え方、進め方

## 現在の進捗状況

- 現在の進捗状況は、「〔第1フェーズ〕プロジェクトチームの結成や問題意識の共有化など、主に体制づくりをしている段階」が41.2%で最多。
- 「〔第2フェーズ〕商品・サービスの企画開発等、すでに商品・サービスの製作がスタートしている段階」は27.5%、「〔第3フェーズ〕商品・サービスはすでに販売されており、広報・PR活動に重点が置かれている段階」は29.4%。
- 「〔第4フェーズ〕商品やサービスの検証、再構築をしている段階」は2.0%(1自治体)にとどまった。



出典: 中小企業総合研究機構(平成29年3月)



# 応援宣言の実施に向けた考え方、進め方

## 事業フェーズ別にみた応援宣言実施の経緯・理由

- 第1フェーズでは「地域の多方面の関係者を巻き込みやすくするため」が多い。

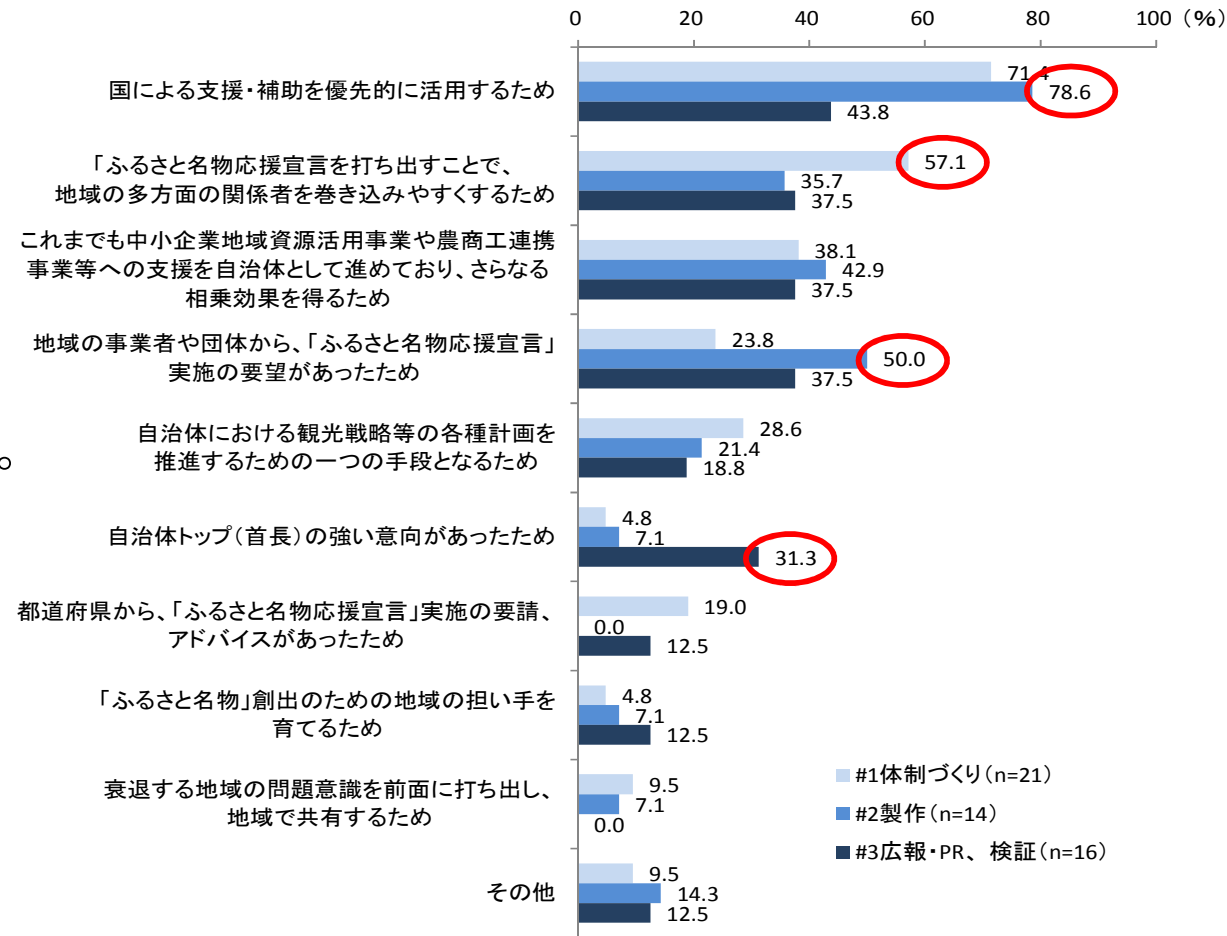
多くの関係者を巻き込むための一つのツールとして応援宣言活用

- 第2フェーズでは「国による支援・補助を優先的に活用するため」や「地域の事業者や団体から実施の要望があったため」が多い。

国への計画申請を視野に入れながら、商品・サービス開発を推進

- 第3フェーズ以降の特徴は、「自治体トップの強い意向」

トップの考えや公約とマッチ、すでに広報・PRできる商品・サービスの存在、ドライビングフォースとしてのトップの推進力

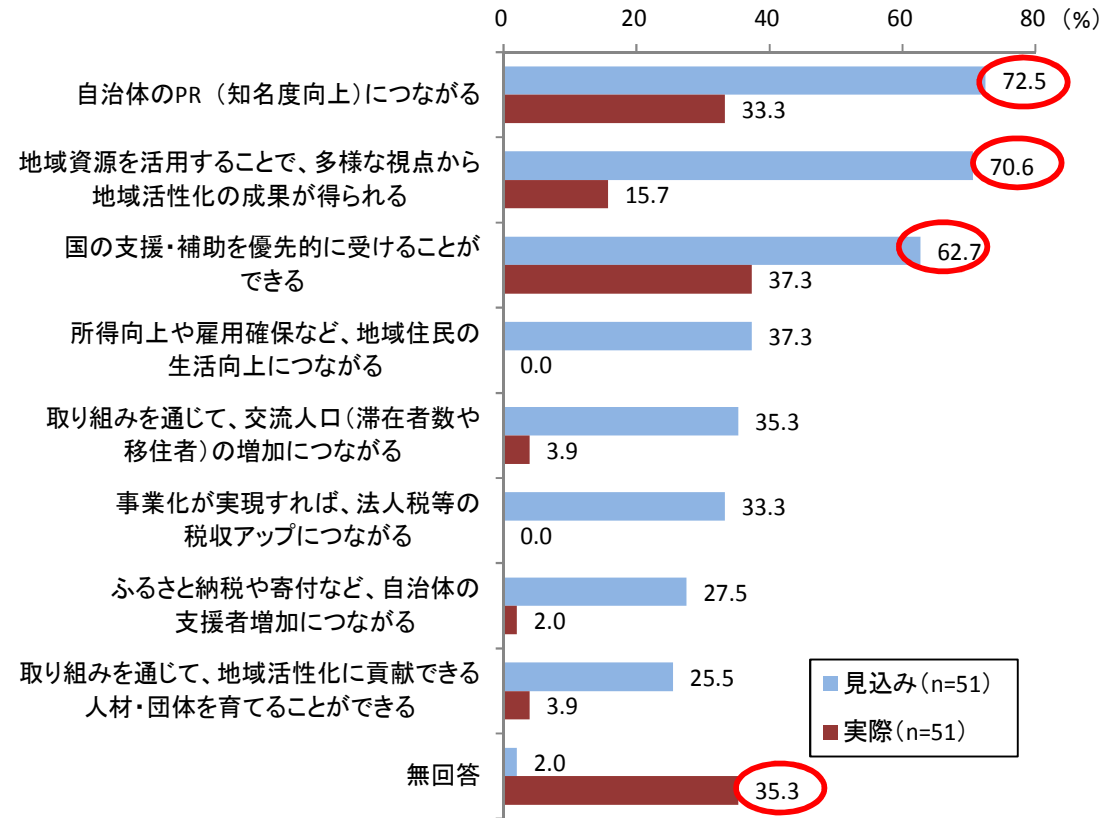


出典：中小企業総合研究機構(平成29年3月)

# 応援宣言の実施に向けた考え方、進め方

## 応援宣言実施の自治体としてのメリット

- 当初の見込みとしては、「自治体のPRにつながる」や「多様な視点から地域活性化の効果が得られる」、「国の支援・補助を優先的に受けることができる」が上位。
- 一方、実際の効果は、まだ宣言実施から短期間しか経過していないこともあり回答が限られた（無回答が35.3%）。



出典：中小企業総合研究機構（平成29年3月）

## 地域資源の選択に対する考え方

応援宣言の実施(応援宣言の内容作成)にあたって、どのような地域資源を選択・活用すべきか？  
考え方の切り口として、以下の点が挙げられる。

- 地場産業(主要産品)を地域資源として選択

産業集積地として、地域に多くの関連事業者及び技術・ノウハウも存在、  
そのため、より多くの事業者が参画することができ、地域への波及効果も期待できる。

例)瀬戸焼(瀬戸市)、美濃焼(土岐市)、コットン製品(加古川市)、手袋製品(東かがわ市)、シルク製品(鶴岡市)など

- 他地域と差別化できる地域資源を選択

地域資源の希少性(「その地域だけ」など)やインパクト(「全国1位」など)、  
その歴史といった点から、訴求力の高い地域資源を選択することで他地域との差別化を図る。

例)大島紬・黒糖焼酎(奄美市)、ビーチ(名護市)、ホッケ(寿都町)、紅花(白鷹町)、

小峰城(白河市)、落語(富士川町)など

- 地域の関係者を巻き込んだ地域資源の洗い出し

開発主体である事業者側の意向を汲みながら、地域資源を選択することで、  
後々の事業化の確度を高めることにもつながる。

例)新ビジネス創出の場である「ASAGO大学」のワークショップでの検討(朝来市)

# 応援宣言に関する取組推進に向けた自治体の役割

応援宣言では、面的取組を進めるための旗振り役(推進役)としての自治体の役割に期待。実際に自治体が担っている役割の多くは「後方支援・サポート役」であるが、**具体的な役割は地域の事業者や組合の状況、関連事業の進捗状況、連携の持ち方(連携の目的や参加メンバー等)など、環境や条件によって変わってくる。**

## 【後方支援・サポート役】

- 相談窓口
- 各種支援策・支援機関への橋渡し
- 事業創出の「場」のアレンジメント
- ビジネスマッチング
- 関係者間の調整
- 広報・PR活動、出展会等での販路開拓
- 事業への補助(助成) 等



“商品の開発主体は日本手袋工業組合を中心とした事業者、東かがわ市は、事業者からの相談窓口という役割。”



“地域資源を活用した新ビジネス創出の場とし「ASAGO大学」(朝来市・あさご元気産業創生センターが運営)を組織化、事業者、道の駅、金融機関等の異業種メンバーで構成。”

“月1社のペースで参加事業者が増加、大学内での事業者間の取引も認められている。”

“事業化を前提とした3つのプロジェクトを走らせ、その分科会の議論を参加者全体が共有。”

## 【企画提案・指南役】

- 自治体が自らサービスやプログラム企画
- 事業者への指導  
(カタログ制作、販売方法等) 等



『“YONNA”よんな〜』

“名護市はシークワサーを活用したウェディングプランを企画、恩納村は家族の絆づくりの体験やゲームプランを企画。”

“市内事業者向けに、カタログ製作のアドバイス、商品の販売方法、食品表示の方法等、詳細まで指導。”

小

商品・サービス開発への関与

大

# (参考) ふるさと名物応援宣言事例について

## 山形県鶴岡市 応援宣言

## 伝統と革新を紡ぐ「鶴岡シルク」と シルクタウンプロジェクト

### 【概要】

鶴岡市では、絹織産業の伝承、発展を目指して「シルクタウン・プロジェクト」を実施。

### 【応援宣言の効果】

鶴岡シルク株式会社が、鶴岡シルクをブランド化するための取組「キビソ・プロジェクト」を実施。

平成28年2月3日には地域産業資源活用事業計画の認定を受けたほか、平成28年度ふるさと名物応援事業補助金の採択を受け、鶴岡シルクの認知度の向上や、産地間連携による商品開発・販路開拓などブランド化に向けた事業を推進。

ニューヨークのクーパーヒューイット・スミソニアン・デザインミュージアムにてオリジナルブランド「kibiso」の展示を行い反響を得た他、地域雇用の面では、鶴岡市へのUターンの創出を目指した「つるおかUターンサポートプログラム」を活用し、鶴岡シルクに関心を持つ首都圏在住者6名が関連施設への見学や地元企業等との交流等を実施。

### 鶴岡市ふるさと名物応援宣言



## 佐賀県基山町 応援宣言

## エミューを活用した中山間地域の耕作 放棄地解消と所得向上を目指して

### 【概要】

耕作放棄地の拡大等の課題を解決するため、基山町ではエミューの放牧に取り組み、それに伴い応援宣言を実施。

### 【応援宣言の効果】

応援宣言の効果もあり取り組みは全国的にも注目され、テレビ・新聞(取材実績30件程度)をはじめ多くのメディアに取り上げられるなど、基山町の情報発信に大きく寄与。町内の事業者との連携も進んでおり、イベント開催に合わせたエミュー料理コンテストを通じて地元飲食店がエミューの肉を使ったメニューの商品化や手作りハムの開発、羽根を使ったお土産品の作成など、今後の基山町産エミューの販売に向けた体制整備が行われている。

### 基山町ふるさと名物応援宣言



# (参考) ふるさと名物応援宣言事例について

鳥取県湯梨浜町  
応援宣言

東郷湖～ゆりはまWalking Resort～

## 【概要】

東郷湖周のウォーキングと、「東郷湖に泉源を有する温泉地」などの特産品など他の地域資源を組み合わせて、「ゆりはまWalking Resort」を統一コンセプトとして全国に発信。

湯梨浜町ふるさと名物応援宣言



## 【応援宣言の効果】

応援宣言にあわせて、地元の温泉旅館、食品製造業者、カフェが地域産業資源活用事業計画を4者共同で策定し、平成28年2月3日に認定。平成28年度ふるさと名物応援事業補助金を活用して「ウォーキング」と「温泉・食・アクティビティといった多様な体験」を組み合わせた着地型体験観光の商品開発、販路開拓に取り組む。

また、湯梨浜町は応援宣言をきっかけに町内の事業者による新製品の販路開拓等を支援するため「ゆりはまじげ産業育成補助金」により国の支援策とともに応援宣言に関連する取り組みの推進を支援していく予定。

沖縄県名護市・  
恩納村・読谷村  
応援宣言

沖縄リゾートウェディング応援宣言

## 【概要】

美しいビーチロケーション等を活かしたリゾートウェディングの応援宣言。

名護市、恩納村、読谷村  
ふるさと名物応援宣言



## 【応援宣言の効果】

3市村、沖縄局、県、支援機関、関連事業者で構成する「YONNAリゾートウェディング協議会」を発足させ、定期的に会合を開催、協力体制が構築された。

また、3市村それぞれのオリジナルリゾートウェディング商品を開発中であり、モニターツアーなどを支援。その他、リーガルウェディング(法的効力を持つ外国で挙げる結婚式)について、3市村及びウェディング関連事業者が共同で法務局と調整し、手続き方法の明確化、簡素化を図った。このことにより、更に多くのリーガルウェディングを受け入れるための体制が構築された。

## 2. ふるさと名物応援宣言による自治体へのメリット

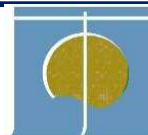
### ① 中小機構による販路開拓支援

# 地域活性化パートナー事業の概要について

農商工連携、地域資源活用による新商品・新サービスの事業化を促進するため、百貨店や大手スーパー、卸問屋、通販事業者をメンバーとした「地域活性化パートナー」と連携して、商品開発・販路開拓の支援を行います。※各市区町村の「ふるさと名物応援宣言」に関連する商品が出品される場合は、出展事業者(中小企業者)了解のうえ、出展者等と併せて「ふるさと名物応援宣言」のPR等を行うことができます。

◇平成29年4月現在 登録企業数110社(企業一覧は次ページ参照)

◇平成28年度の開催実績 21件 参加企業218社



NIPPON MONO ICHI

## 展示会出展の機会提供、サポート

パートナーとの連携による各種展示会(食品、繊維、ギフト、建材・店舗内装、オーガニック、観光分野など)の出展機会提供とサポート(商品評価、VMD事前チェック等)



## マッチング機会の提供

パートナーのバイヤーとの商談機会の提供とサポート(商談に向けた事前準備のアドバイス等)



## テストマーケティング機会の提供

一般消費者向けテストマーケティング機会の提供等





# 地域活性化パートナー登録企業一覧

## 地域活性化パートナー登録企業一覧

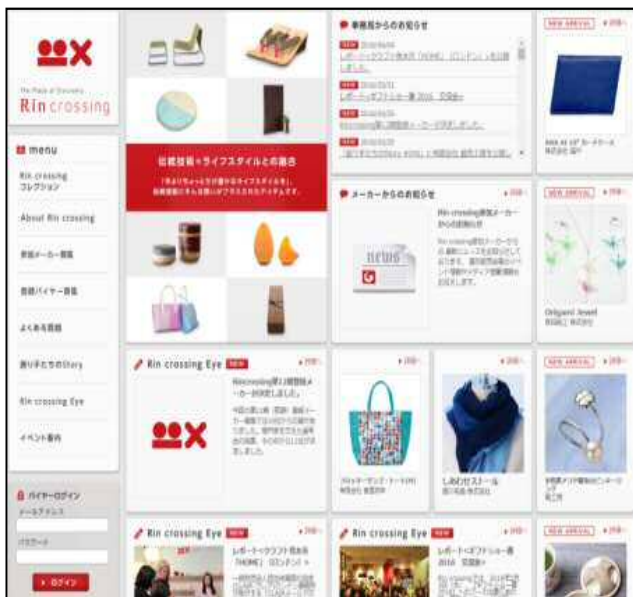
(平成29年4月4日現在)

企業・団体名		企業・団体名		企業・団体名		企業・団体名					
小 売 業	1	株式会社丸井	卸 売 業	29	国分株式会社	広 告	56	株式会社小田急エージェンシー	そ の 他	85	サッポロビール株式会社
	2	株式会社ロフト		30	三菱食品株式会社		57	株式会社エー・ティ・エー		86	ロイヤル空港高速フードサービス株式会社
	3	株式会社紀ノ國屋		31	株式会社山星屋		58	株式会社東急エージェンシー		87	小田急電鉄株式会社
	4	株式会社京急ストア		32	株式会社日本アクセス		59	株式会社ジェイアール東日本企画		88	株式会社小田急ライフアソシエ
	5	株式会社カスミ		33	伊藤忠食品株式会社		60	株式会社日経ピーアール		89	小田急不動産株式会社
	6	イオンリテール株式会社		34	玉川漆器株式会社		61	株式会社デルフィス		90	株式会社ホテル小田急
	7	株式会社大丸松坂屋百貨店		35	三井食品株式会社	調 査 ・ コ ン グ ラ ム	62	株式会社生活品質科学研究所		91	株式会社小田急レストランシステム
	8	株式会社小田急百貨店		36	株式会社五味商店		63	株式会社リビング・デザインセンター		92	一般社団法人日本野菜ソムリエ協会
	9	小田急商事株式会社		37	株式会社高山		64	一般財団法人経済調査会		93	株式会社織研新聞社
	10	株式会社山田平安堂		38	株式会社G7ジャパンフードサービス		65	株式会社消費科学研究所		94	一般社団法人日本商環境デザイン協会
	11	株式会社エース		39	航空食品株式会社		観 光	66		株式会社リクルート 国内旅行カンパニー	95
	12	ユニー株式会社		40	トーブツ食品株式会社	67		株式会社旅行新聞新社	96	株式会社スペースメディアジャパン	
	13	株式会社成城石井		41	旭食品株式会社	68		株式会社小田急リゾート	97	株式会社ワールドフォトプレス	
	14	株式会社東急百貨店		42	株式会社オンリーワンクラブ	69		株式会社小田急トラベル	98	株式会社ビジネスガイド社	
	15	株式会社東急ストア		流 通 ・ 宅 配	43	日本郵便株式会社		70	株式会社観光経済新聞社	99	株式会社KADOKAWA
	16	株式会社東武百貨店			44	らでいっしゅぼーや株式会社	71	株式会社日本旅行	100	株式会社フードゲート	
	17	株式会社そごう・西武			45	オイシックス株式会社	72	株式会社地球の歩き方T&E	101	株式会社オールアバウトライフマーケティング	
	18	株式会社JR東日本ステーションリテイリング		サ ー ビ ス ・ 業	46	株式会社ぐるなび	73	アソビュー株式会社	102	株式会社クリエイティブ・レストラン・ホールディングス	
	19	株式会社ダイエー			47	株式会社インフォマート	団 体	74	一般社団法人新日本スーパーマーケット協会	103	UBMメディア株式会社
	20	株式会社イトーヨーカ堂			48	楽天株式会社		75	日本百貨店協会	104	トレードショーオーガナイザーズ株式会社
	21	株式会社京王百貨店			49	東洋ショッブス株式会社		76	日本チェーンストア協会	105	株式会社集中FMエージェンシー
	22	株式会社マルエツ			50	インターフュージョン株式会社	77	オール日本スーパーマーケット協会	106	株式会社共同通信ピー・アール・ワイヤー	
	23	株式会社徳岡			51	株式会社エンファクトリー	通 販	78	株式会社カウネット	107	株式会社ハーツリー
	24	株式会社東急ハンズ			52	株式会社JFRオンライン		79	夢みつけ隊株式会社	108	サントリー酒類株式会社
	25	株式会社三省堂			53	ソウルアウト株式会社		80	シャディ株式会社	109	株式会社47CLUB
	26	株式会社三越伊勢丹			54	日本ユニシス株式会社		81	ジュピターショップチャンネル株式会社	110	株式会社403
	27	株式会社オオモリ			55	株式会社リトルワールド		82	株式会社世界文化社		
	28	株式会社ネクスコ東日本リテイル				83		株式会社産業経済新聞社			
				84	株式会社テレビ東京 虎ノ門市場						

# Rin crossing (リンクロッシング) の事業実績について

## マッチングWebサイト

商品スペックや取引条件だけでなく、その背景にあるモノづくりのストーリーも大切にしながら、掲載商品を国内・海外のバイヤーに向けて紹介。また、産地の現状や創り手の現場取材し、地域資源商品の魅力を発信しています。



◇ 平成29年3月末現在  
 登録メーカー249社(47都道府県)  
 登録バイヤー1,219名(国内:721名、海外:498名)

## 展示会・商談会

国内外の主要な展示会への出展や商品提案型の商談会の主催を通じ、登録メーカーとバイヤーがじっくりと交流、商談できる場を提供します。

＜平成28年度実績＞

国内展示会:2回、  
 海外展示会:2回、海外商談会:1回  
 登録バイヤー限定お披露目・商談会:2回  
 登録バイヤー企画催事:7回



## 販売催事・ECサイトとの連携

登録バイヤー等が実施する販売催事や国内／越境ECサイトの企画・運営に協力し、登録メーカーに実売の機会を提供するとともに、中小機構専門家によるアドバイス及び商品評価等のフィードバックを行います。



	マッチング 件数	マッチング件数内訳		
		Web	展示会・ 商談会	イベント・ その他
平成28年度	593	64	319	210
平成27年度	1,093	181	611	301
平成26年度	290	105	97	88

# Rin crossing (リン クロッシング) の成果事例について

## 海外展示会 (BtoB)

展示会「home」(英国・ロンドン)に出品した商品が  
現地レストランに購入された事例



ロンドンで最も華やかな高級地区メイフェアに店を構える日本食レストラン「祭St.James's」は、株式会社砺波商店が出品した陶器風アルミ製食器を展示会で見つけ、購入しました。  
購入に至った経緯や活用方法を、運営責任者のA氏にお聞きしました。  
A氏:

「砺波商店の陶器風アルミ製食器を150セット購入しました。大人気メニュー『土瓶蒸し』用の食器として店では使っています。今まで『土瓶蒸し』に使用していた土瓶は特に、複雑な形をしているため破損率がとても高い食器でした。『土瓶蒸し』は人気商品でよく出るメニューだったため、食洗器にかけられて、破損も少なく、且つ日本らしさをきちんと感じられる器を探しているときに、展示会homeのRin crossingブースで陶器風アルミ製食器を紹介してもらいました。アルミ製食器なので割れないということ、金属なのに全く陶器にしか見えない塗装技術力の高さや、店の雰囲気にもあった高級感あるデザインも気に入ったポイントです。そもそも金属の素材で、陶器風の食器をつくるという発想自体に意外性があり、面白い商品だと直感的に判断しました」

## 常設店舗 (BtoC)

さくら野百貨店(青森県)でRin crossing常設店舗をオープン



地方百貨店を通じた地方の活性化、Rin crossing登録メーカーの販路の拡大、一般消費者に対するRin crossingの知名度の拡大を図る目的で、東北地方を基盤とする地方百貨店であるさくら野百貨店(登録バイヤー)と協力し、同百貨店の八戸店(2016年9月22日から)、弘前店(同年10月14日から)、青森本店(同年11月11日から)において、Rin crossing常設店舗をオープンしました。

女性のお客様が多い八戸店、弘前店では、株式会社丹精堂の化粧筆や小島染織工業株式会社の藍染などが特に注目されています。また、全店で、地元東北の雄勝硯生産販売協同組合(宮城県石巻市)が提供する「雄勝硯」を使ったプレートは、同じ東北でありながら現物を目にする機会は少ないため、興味を持たれるお客様が多いようです。

# 中小企業総合展（フェアinフェア）への出展について

- 生活雑貨等を対象とした「中小企業総合展 in Gift Show」と、食品・飲料分野を対象とした「中小企業総合展 in FOODEX」のような民間専門展示会に参加できます。
- 各市区町村の「ふるさと名物応援宣言」に関連する商品が出品される場合は、出展事業者了解のうえ、出展者等と併せて「ふるさと名物応援宣言」のPR等を行うことができます（出展には審査があります）。

## 中小企業総合展 in Gift Show

- ・日時:2017年2月8日(水)～10日(金)
- ・会場:第83回東京国際ナショナル・ギフト・ショー会場内  
東京ビッグサイト 東4ホール
- ・出展社数:100社

## 前回の開催実績

- ・日時:2016年2月3日(水)～5日(金)
- ・会場:第81回東京国際ナショナル・ギフト・ショー会場内  
東京ビッグサイト 東6ホール
- ・出展社数:100社



- 出展者の声
  - ・大変有意義な出展だった。
  - ・費用負担が少なく出展できるのは大変ありがたい。
  - ・専門家に会期中に様々なアドバイスを頂けてとても助かった。
  - ・このサイズのブースとしては思った以上の効果があった。
  - ・数回出展し、取引先が増えたので今後も出展をしたい。

## 中小企業総合展 in FOODEX

- ・日時:2017年3月7日(火)～10日(金)
- ・会場:FOODEX JAPAN 2017(第42回国際食品・飲料展)会場内  
幕張メッセ ホール9
- ・出展社数:100社

## 前回の開催実績

- ・日時:2016年3月8日(火)～11日(金)
- ・会場:FOODEX JAPAN 2016(第41回国際食品・飲料展)会場内  
幕張メッセ ホール8
- ・出展社数:103社(国内販路開拓82社+海外販路開拓21社)



- 出展者の声
  - ・取引に繋がる手ごたえを感じることができた。
  - ・新商品に対する多くの意見を聞き出すことができた。
  - ・売り方の提案方法など参考になった。
  - ・昨年もこの展示会で良い取引を開始できた。今回は新商品も出展し、新たな反響を得られた。

## 2. ふるさと名物応援宣言による自治体へのメリット

### ②補助金の優先採択

※優先採択に当たっては、「ふるさと名物応援宣言」が中小企業庁が定める基準に合致したものとして、原則、中小企業庁がWEBサイトで当該応援宣言を公表していることが条件となります。

# ふるさと名物応援事業

## 平成29年度予算案額 13.5億円（10.0億円）

- 1,2 中小企業庁 創業・新事業促進課  
03-3501-1767
- 3 商務情報政策局 生活文化創造産業課  
03-3501-1750
- 4 製造産業局 生活製品課 伝統的工艺品産業室  
03-3501-3544

### 事業の内容

#### 事業目的・概要

- 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」のブランド化などに対する支援を行います。
- 具体的には、中小企業・小規模事業者が地域資源活用や農林漁業者との連携によって行う商品・サービス開発や販路開拓の取組を支援するとともに、一般社団法人等による事業者支援の取組を支援します。
- また、地域の団体等による農商工等連携体構築の機会の創出を支援します。
- さらに、地域の関係者を巻き込み、特色を活かした産品をブランド化して国内外に売り出す「ふるさとプロデューサー」人材を育成、またその人材の活用を促進します。
- 併せて、地域産品の強みを活かし、海外展示会出展等を通じてブランド確立や海外販路開拓に取り組む事業を支援します。

### 優先採択事業

#### 成果目標

- 平成27年度から平成31年度までの5年間の事業であり、開発した商品・サービスの市場取引達成率80%を目指します。

#### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



### 事業イメージ

#### 1. ふるさと名物支援事業

- ① 中小企業・小規模事業者が、地域資源の活用や農林漁業者との連携により行う、商品・サービスの開発や販路開拓を支援します（補助上限500万円（機械化・IT化の場合：1,000万円、4者以上のグループの場合：2,000万円）、補助率1～2回目：2/3、3～5回目：1/2）。また、消費者嗜好に関する情報提供等を通じて事業者を支援する一般社団法人等の取組を支援します（補助上限1,000万円、補助率2/3）。
- ② 地域の団体等が農林漁業者のニーズを解決するため農商工連携体構築を促進する取組を支援します。
- ③ 地域の関係者を巻き込み、魅力ある地域資源をブランド化して、国内外に売り出す取組の中心的人材をOJT研修等により育成し、その活動を支援します。

#### 2. JAPANブランド育成支援事業

- 地域産品が持つ素材や技術等の強みを活かし、ブランドコンセプトの確立に向けた戦略の策定を支援します（補助上限200万円、定額補助）。また、海外展示会出展等を通じてブランド確立や海外販路開拓に取り組む事業を支援します（補助上限2,000万円、補助率2/3）。

#### 3. JAPANブランド等プロデュース支援事業

- 海外のニーズ等に詳しい外部人材を活用し、日本の特色を活かした商材の開発、ブランディング、PR・流通までのプロデュース活動を支援します（補助率2/3）。

#### 4. 産地ブランド化推進事業

- 伝統工芸や繊維等の産地への観光客誘致・海外販路開拓を後押しするため、各産地にデザイナー等の外部人材を招聘する取組等を支援します（補助上限5,000万円、定額補助）。

# ふるさと名物支援事業（地域産業資源活用促進法）の支援事例

中小企業地域資源  
活用促進法に基づく



ふるさと名物  
Furusato Meibutsu

わが市町村の  
ふるさと名物は  
これ!



岐阜県飛騨市  
が応援するふるさと名物

～ブランド化と活性化にむけて～  
飛騨とらふぐを活用した商品群



## 岐阜県飛騨市 応援宣言

清らかな地下水を使い、独自の密閉式循環養殖システムを活用、年間を通じてとらふぐを出荷できる体制を構築した。

新たな地域ブランド商材へ育てるため、地域の関係事業者とともにメニューや加工品を開発している。



認定事業者

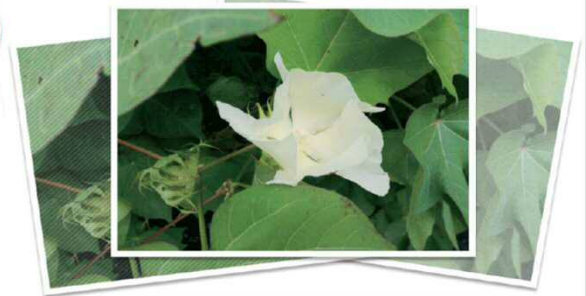
(株)飛騨海洋科学研究所

中小企業地域資源  
活用促進法に基づく

わがまち  
ふるさと名物  
これ!



ふるさと名物  
Furusato Meibutsu



Made in Perfect Kakogawa Cotton

兵庫県加古川市  
が応援するふるさと名物

かこがわ × コットン

かこっとん



## 兵庫県加古川市 応援宣言

日本有数の綿花の産地であった加古川市において綿花栽培を復活。その綿花を原料に綿糸や地場産業である靴下をはじめとする繊維製品を市内事業者と協力し、製造・販売を行う。加古川産コットン(かこっとん)のブランド化を図る。



認定事業者

かこっとん株式会社他4者

# ふるさと名物支援事業（地域産業資源活用促進法）の支援事例

ふるさと名物  
Furusato Meibutsu

資料③

## ふるさと名物応援宣言

“『落語「鯉沢」』の舞台”の「落語のまち」  
～たくさんの方が訪れる笑顔あふれる町となるために～

平成27年8月27日

富士川町

## 山梨県富士川町応援宣言

『落語「鯉沢」』の舞台を活用し、新たな体験型プログラムにより観光客を呼び込むとともに、その特徴を活かした関連和菓子、日本酒、宿泊サービス等で、「落語のまち」として富士川町のブランド化を図る。



認定事業者

(有)竹林堂他3者

中小企業地域資源  
活用促進法に基づく

わが市町村の  
ふるさと名物は  
これ!

ふるさと名物  
Furusato Meibutsu

## 『瀬戸焼』

千年以上の歴史と伝統を有する  
やきもののみち瀬戸の陶磁器

愛知県瀬戸市  
が応援するふるさと名物

- 瀬戸焼の商品群
- 瀬戸焼に関わるやきもの文化

## 愛知県瀬戸市 応援宣言

「招き猫ミュージアム」で行われている招き猫染付体験プログラムの知名度向上、インバウンドツアー客の増加に取り組む。「来る福招き猫まつりin瀬戸」の開催に合わせて企画を新設するなど地域の観光協会等と密接に連携している。



認定事業者

(有)ベルハウス他3者



## 2. ふるさと名物応援宣言による自治体へのメリット

### ③ ふるさとプロデューサー育成支援事業 への優先参加

※優先採択に当たっては、「ふるさと名物応援宣言」が中小企業庁が定める基準に合致したものとして、原則、中小企業庁がウェブサイトで当該「ふるさと名物応援宣言」を公表していることが条件となります。

# ふるさとプロデューサー育成支援事業

## 国内版（ふるさとプロデューサー育成事業）

中長期のOJTを中心とした研修により、地域の関係者を取りまとめ、地域資源を用いた事業を推進し、地域活性化に導いていく人材（ふるさとプロデューサー）を全国で育成します。



平成28年度に実施された本事業では、日本中に26カ所の受け入れ先、総勢50名の研修生がふるさとプロデューサーとして生み出されています。彼らは、それぞれの地域に戻り、プロデューサーとしての活動を始めています。

（事例）株式会社アンテは、いわゆる過疎と呼ばれる地域に「塩カフェ」を開き、地域へ雇用と活力を生み出しています。また伝統産業である「揚げ浜式製塩」の継承にも力を入れており、まさに「ふるさとプロデューサー」として、様々な分野において、地域を巻き込んで活躍しています。本事業において同様に地域振興を目指すプロデューサーの卵が研修に同行し、活動をともにすることで生きた知識を手に入れています。

（事例）霧島市役所の職員が研修生として事業に参加しました。研修で得た知識や人脈を活用し、霧島市の統一ブランドを創生し、強い霧島市産品の実現に向けて、市役所を巻き込んだ大きな動きを行っています。

## 海外版（ふるさとグローバルプロデューサー育成事業）

地域の多くの関係者を巻き込み、地域の魅力を発掘・ブランド化し、个性的商品・サービスを創出、世界への販路を獲得する人材（ふるさとグローバルプロデューサー）を育成するためのプロジェクト。商品・物産等を世界に広げるカリキュラムを用い、一線で活躍する講師陣による講義や、地域と世界で行う実地体験を通して、地域の中核となる人材を育成します。



平成28年度に実施された本事業では、世界中に35カ所の受け入れ先、総勢140名の研修生がふるさとグローバルプロデューサーとして生み出されています。彼らは、それぞれの地域に戻り、プロデューサーとしての活動を始めています。



（事例）研修先の一つであるM-Cross社（ロサンゼルス）では、アメリカ市場へ進出するための市場分析、現地の日本産品専門店へ行き海外進出するポイントをヒアリングするなどし、研修生が地元に戻って海外展開のプロデューサーとなれるよう、生きた知識を習得した。

## 2. ふるさと名物応援宣言による自治体へのメリット

### ④ ミラサポ等による広報

## ○中小企業庁の情報発信サイト「ミラサポ」

＞ 地域資源－情報を知る

地域のふるさと名物応援宣言、ガイドライン、参考フォーマットなど

<https://www.mirasapo.jp/shigen/information/support.html>

## ○中小企業基盤整備機構「J-Net21」

＞ 地域資源活用チャンネル

地域産業資源活用促進法全般

<http://j-net21.smrj.go.jp/expand/shigen/index.html>

＞ 農商工連携パーク

農商工等連携促進法全般

<http://j-net21.smrj.go.jp/expand/noshoko/>

発行：経済産業省  
中小企業庁 創業・新事業促進課 担当 本間、小村、坂倉  
〒100-8912  
東京都千代田区霞ヶ関1丁目3番1号  
電話：03-3501-1767/FAX:03-3501-7055