



産業支援型**NPO**の活用による
地域産業振興に関する調査

目 次

概 要

第 1 章 わが国における NPO の状況

1 - 1 NPO の現在の経済規模

1 - 2 NPO の将来における生産額

1 - 3 NPO の将来における雇用.....

1 - 4 NPO の問題点

第 2 章 産業支援型 NPO が生まれる社会・経済的背景

2 - 1 産業支援型 NPO の萌芽

2 - 2 成熟化社会におけるニーズへの対応

2 - 3 中小企業やベンチャービジネスのニーズへの対応

2 - 4 地方財政の逼迫と地方行政サービス向上への対応

2 - 5 地域の自立への対応

2 - 6 起業家精神と技術の継承への対応

第3章 産業支援型 NPO の実態とその役割

- 3 - 1 実態調査の方法
- 3 - 2 産業支援型 NPO の実態と特徴
- 3 - 3 産業支援型 NPO の活動事例
- 3 - 3 - 1 ベンチャービジネス・創業支援分野
- 3 - 3 - 2 コミュニティビジネス支援分野
- 3 - 3 - 3 中小企業の研究開発・技術支援分野
- 3 - 4 産業支援型 NPO を育成し発展させるための方向
- 3 - 5 産業支援型 NPO を地域産業の振興に役立てていくための
環境や条件の整備

第4章 地域産業の振興を目指して

- 4 - 1 ベンチャービジネス、コミュニティビジネス、
中小企業を支援する場合の基本的な考え方
- 4 - 2 支援セクターの役割
- 4 - 3 地域産業の振興を図るための支援プラットフォームの
形成

はじめに

わが国には、2002年12月現在で約9,000の認証されたNPOが存在しています。現在NPOが行っている内容の活動そのものは従来から存在してはありましたが、「NPO」という名称で社会で認知されてからの歴史は浅く、まだその黎明期にあるといえます。しかしながら、社会構造、産業構造が変化する中、わが国におけるNPOの重要性は今後増していくものと予想されます。

まず、個人の視点からこれを見てみますと、ライフスタイル、ワークスタイルが多様化し、生きがいや社会貢献に対する個人の意識が高まるにつれ、従来のピラミッド型会社組織では、生活や仕事への満足感が得られ難くなってきています。このような状況の中で、個人の自発的な活動、フラットな組織を基本とするNPOは、個人が満足感を実感しながら働く場、自己実現をする場を提供するという役割を果たしているといえます。

さらに、地域産業の振興という視点からも、NPOの持つ特性である柔軟性、先駆性を生かし、企業、行政、大学などと連携を図れば経済を活性化し、長引く不況を打開する役割を果たすことができるものと思われます。

本報告書はこれまで明らかにされてこなかった産業を振興する、経済を活性化するという側面からNPOをとらえ、その実態、役割、問題点などを明かにしようとしたものです。

内容、文言の一切の編集責任は(財)広域関東圏産業活性化センターが負うものですが、報告書作成にあたり、当センターが開催した「産業支援型NPOの活用による地域産業振興に関する調査」委員会のメンバーの方々をはじめ数多くのNPO、企業、大学、行政の関係者の方々から貴重なご意見をいただいたことを感謝いたします。

本書が多くの方々のNPOが持つ多面性の理解やNPOそのものの発展の一助となることを願っております。

2003年3月

財団法人 広域関東圏産業活性化センター

概 要

「第1章 わが国における NPO の状況」:

日本において NPO そのものがもつ生産額は GDP で 5.0%、雇用力で 4.6%を占め、NPO の国内における経済的な効果は看過できないレベルであることを明らかにしました。

「第2章 産業支援型 NPO が生まれる社会・経済的背景」:

ベンチャービジネス、コミュニティビジネス、地域の中小企業などの事業や経営をサポートする NPO が増加しつつあり、本調査ではこのような NPO を「産業支援型 NPO」と定義しました。産業支援型 NPO は、従来の事業活動だけでは満足できない地域の経営者や企業人などが、自分たちの経験や人脈などを生かして、疲弊する地域産業の振興や若い起業家の育成などに貢献したいという社会的ミッションを具体化する形で生まれたものといえます。

また、行政によってほぼ一元的に提供されてきた従来の産業支援策が、急速に変化する経済環境のスピードについていけなくなっていることも産業支援型 NPO が生まれているもう一つの要因と考えられます。

「第3章 産業支援型 NPO の実態とその役割」:

ヒアリング調査によって産業支援型 NPO の活動の実態を把握するとともに、地域において活動を展開する上での課題や問題点を洗い出しました。

産業支援型 NPO それぞれの具体的な活動内容は、活動や事業を担当するキーパーソンのキャリアや人脈、さらにはコミュニティに内在する資源や条件などによって大きく異なっています。

若い中高生世代に焦点を当ててユニークな早期起業家教育プログラムを提供するもの、大学生の活動を中心にインターンシップを導入することによって協力企業にも具体的なメリットを提供するもの、投資ファンドまで視野に入れた創業支援システムの構築を目指しているもの、中高年のコミュニティビジネス創業を商店街ぐるみで支援するもの、地域の伝統ある中小企業の再生と活性化のため、きめこまかな支援を展開するものなど、一口に産業支援型 NPO といっても様々な活動形態があることが明らかになりました。いずれも産業支援型 NPO でしかできない、あるいは、産業支援型 NPO が行うのが適している活動であるといえます。しかし、活動を開始してまだ日が浅く活動資金も少ないため、十分に機能している例はまだ少ないのが現状です。

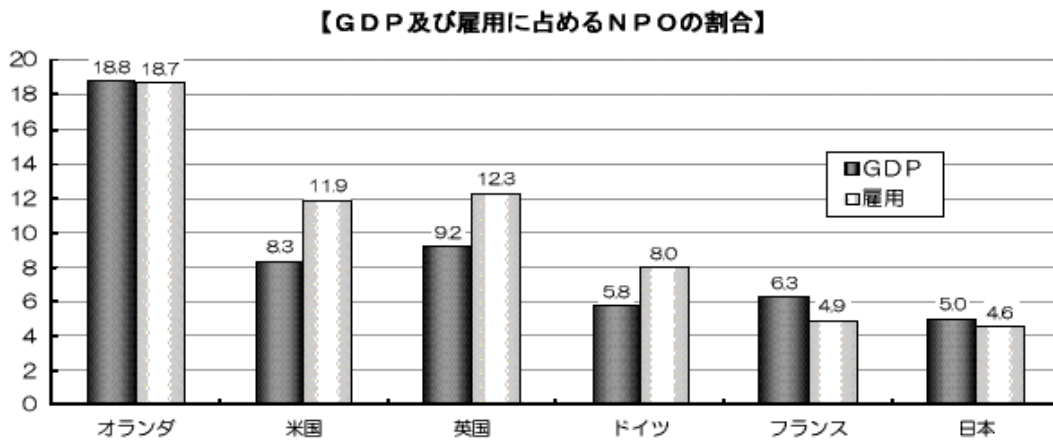
「第4章 地域産業の振興を目指して」:

支援を受ける側の多様なニーズに対応していくために行政、商工会議所・商工会、大学、金融機関・ベンチャーキャピタル、産業支援型 NPO などの支援する側が、それぞれの特徴を生かしながら、お互いに連携し協働できる「支援のプラットフォーム」を意図的に形成していくことを提案しました。

第1章 わが国におけるNPOの状況

1-1 NPOの現在の経済規模

約9,000の認証されたNPOに公益法人、学校法人、社会福祉法人などを含めた広義のNPOを考えると、その経済的な効果は日本のGDPの5.0%、雇用では4.6%を占めており、NPOそのものがもつ生産額、雇用力は看過できないレベルのものと言えます。



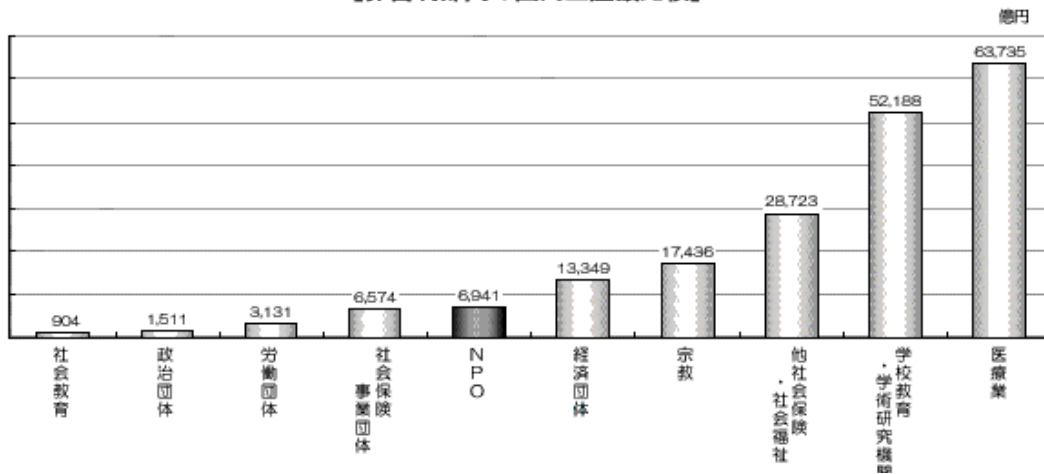
出典：NPO 部会中間とりまとめ（産業構造審議会、2002年5月）

1 - 2 NPO の将来における生産額

狭義の NPO で考えた場合、国内生産額は 2000 年ベースで 6,941 億円（全産業総生産額の 0.08%）と小規模なものに留まっています。

しかし、経済産業研究所が行った予測では環境、福祉、情報などの成長分野で NPO に対する大きな需要が創出された場合（産業構造審議会 NPO 部会 中間とりまとめ [シナリオ 2]）、2010 年には 1 兆 6,454 億円（全産業総生産額の 0.16%）に達すると予測されています。

【非営利部門の国内生産額比較】



出典：NPO 部会中間とりまとめ（産業構造審議会、2002 年 5 月）

は特定非
、広義に
は公益性がメルクマールとなる社団法人、財団法人、学校法人、社会福祉法人から
共益性がメルクマールとなる町内会、地縁団体までを含めた数多くの組織を NPO と
呼ぶことができます。

が、NPO
部会 中間とりまとめ）では、2010 年には 41.8 万人に達すると予測されています。

【NPO事務局スタッフの将来像：各種ケース（常勤・非常勤別）】

シナリオ	雇用者数			ボランティア数
		常勤	非常勤	
2000年[現時点]	17.6万人	8.0万人	9.7万人	67.3万人
2010年[シナリオ1]	20.3万人	9.2万人	11.2万人	
[シナリオ2]	41.8万人	18.8万人	22.9万人	
[シナリオ3]	159.3万人	71.9万人	87.4万人	
[シナリオ4]	277.1万人	125.0万人	152.1万人	

出典：NPO 部会中間とりまとめ（産業構造審議会、2002 年 5 月）

1 - 4 NPO の課題点

NPO は黎明期にあるものですが、その存在のわが国経済における重要性は今後増していくものと思われます。しかし、NPO をより安定した、社会に存在感があるものとして認知させ、発展させるためには幾つかの課題を解決しなければなりません。

収入源を安定させる：資金調達

収入源をみると、NPO は事業収入、会費などの内部資金が約 60% を占め、寄付金、助成金、補助金など外部資金は低い比率に留まっています。安定した財政基盤を築きためには外部資金の比率を高めることが求められます。アメリカ合衆国の場合、政府補助金(32%)、民間寄付(19%) による財政基盤の安定が、NPO が活発に活動できる重要な要素であると言われています。

優れた人材を確保する

おおむね NPO は小規模であり、それゆえ、そこで働くスタッフが活躍するか否かが NPO の活動成果を左右させるケースが多いのが現状です。NPO の活動は、事業開始時の法律手続きの処理から始まり、事業遂行時の資金調達、営業活動、日々の経理・会計処理など多岐にわたります。これらをボランティアに頼るのではなく、専門性や事業経験豊富なビジネスマン、社会の新しい風を敏感に感じ、それを具現できる人々が担っていく時、NPO が行える事業は拡大し、社会にしっかりと根付いたものとなると思われます。

マネージメント力を高める

事業を継続して安定的に遂行し、さらに発展させるためにはマネージメント力を高めることが必須です。外部から見て寄付をするに足る存在であるか、パートナーシップを組める存在であるかなどはこのマネージメント力があるか否かにかかっている場合が多いと言えます。組織のマネージメントができる人材を獲得し、日々の事業遂行だけでなく、NPO の目的、事業内容、財政状況などをしっかりと外部に情報発信できる、資金を調達できる体制づくりが必要であると考えられます。

以上 NPO の課題点として 3 点挙げましたが、これらは相互に関係し合っているものです。つまり、資金力が乏しいため優秀な人材が集めにくく、優秀な人材がいないためマネージメント力が高まらず、マネージメント力の無さが資金を集めることに良からぬ影響を与えている、という負のスパイラルに陥ってしまっている NPO が多いのが現状です。このスパイラルから抜け出すための一つの方法としては、NPO に対し寄付する側も寄付を受ける NPO の側も税制などで優遇される措置をさらに整備していくことが考えられます。

第2章 産業支援型 NPO が生まれる社会・経済的背景

この章では産業支援型 NPO が生まれる社会的、経済的な背景を考えてみます。

2 - 1 産業支援型 NPO の萌芽

NPO は第 1 章で述べたように様々な課題を抱えながらも、2 - 2 以下で述べる様に、その活動に大きな期待が寄せられています。

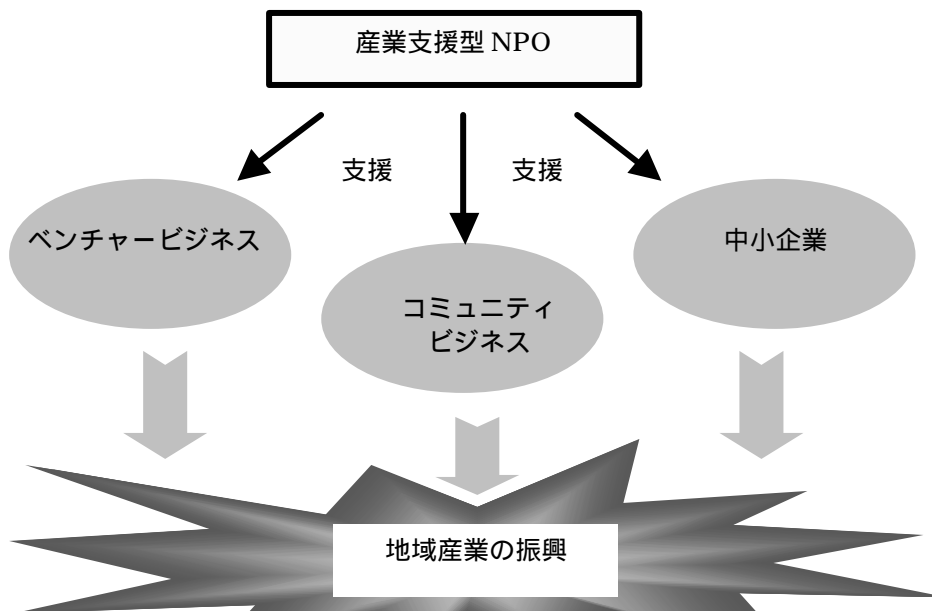
NPO の活動内容は複合的かつ多様であります。活動分野で見ると「福祉」が圧倒的に多いのが現状です。しかし、ベンチャービジネス、コミュニティビジネス、地域の中小企業などの事業や経営をサポートする NPO（本書ではこのような型のものを「**産業支援型 NPO**」と定義します）も数を増しつつあります。

これは、従来の事業活動だけでは満足できない地域の経営者や企業人などが、疲弊する地域産業の振興や若い起業家の育成などに、自分たちの経験や人脈などを生かして貢献したいという社会的ミッションを具体化する形で生まれたものといえます。

また、ベンチャービジネスや中小企業などの支援を受ける側のニーズが多様化し、行政によってほぼ一元的に提供されてきた従来の産業支援策が、急速に変化する経済環境のスピードについていけなくなっていることも産業支援型 NPO が生まれているもう一つの要因と考えられます。

産業支援型 NPO は、起業家やベンチャービジネスに不足する資金調達能力や市場の目利き能力、コミュニティビジネスに不足する経営的なノウハウ、地域中小企業に不足する市場開拓能力や新製品開発能力などを補い、そうした企業を成功に導く支援サービスを提供するものといえます。

産業支援型 NPO の役割



2002年12月11日、「特定非営利活動促進法の一部を改正する法律」が成立し、新たに経済活動の活性化を図る活動の分野も追加され、いわゆる産業支援型 NPO の重要性が認知されました。

【認証 NPO の活動分野】

- 1 保健、医療又は福祉の増進を図る活動
- 2 社会教育の推進を図る活動
- 3 まちづくりの推進を図る活動
- 4 学術、文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動
- 5 環境の保全を図る活動
- 6 災害救助活動
- 7 地域安全活動
- 8 人権の擁護又は平和の推進を図る活動
- 9 国際協力の活動
- 10 男女共同参画社会の形成の促進を図る活動
- 11 子どもの健全育成を図る活動
- 12 情報化社会の発展を図る活動
- 13 科学技術の振興を図る活動
- 14 **経済活動の活性化を図る活動**
- 15 職業能力の開発又は雇用機会の拡充を支援する活動
- 16 消費者の保護を図る活動
- 17 前各号に掲げる活動を行う団体の運営又は活動に関する連絡、助言又は援助の活動

産業支援型 NPO
に関連する分野

注：アンダーラインが新たに加わる 5 分野

2 - 2 成熟化社会におけるニーズへの対応

わが国は社会全体の成熟化が進んでいます。

成熟した社会においては、人々のニーズや価値観は多様化し、人々は大量生産によって供給される均一的、画一的な製品やサービスを求めるのではなく、地域の特性を生かした、個性に合った少量多品種のきめ細やかな製品やサービスを求めるように変化してきています。

行政の施策においては、自治体には地域やそこに住んでいる人たちの生活を豊かにすることが常に求められていますが、厳しい財政状況下において、ますます多様化し、個別化する住民ニーズにきめこまかに対応していくことが要求されます。

また、企業活動においても、市場経済の中で個別化し多様化する消費者ニーズを的確につかみ、顧客満足度の高い商品や他と差別化できるサービスを提供していくことに努めなければなりません。

生活する者のニーズや価値観の変化が多様化、高度化、スピード化していく中、これらの変化に敏感に対応し、それらを具現化していく産業支援型 NPO の活動は、行政や企業の活動に大きな刺激を与えるものといえます。

2 - 3 中小企業やベンチャービジネスのニーズへの対応

中小企業やベンチャービジネスなどに対する行政支援のスタンスを見ると、支援メニューは非常に豊富になり、支援される側からの提案を公募して、選択的に支援先を決める方式も増えてきています。しかし、行政の施策では支援される側を弱者として見る傾向がまだ強く、また、支援対象や支援規模も公平・平等であるという面を考慮しなければならないこともあり、新たな産業や起業家の創出への支援という点では一定の限界があります。

一方、ベンチャーキャピタルに代表される民間企業による支援は、企業の成長の過程から生じるキャピタルゲインや収益の獲得を主たる目的とするため、支援対象が極めて限定され、成長軌道にのっていない創業間もない（アーリーステージの）ベンチャービジネスやコミュニティビジネスなどはその支援対象とはならないのが現状です。

これらに対して、産業支援型 NPO は、自助努力をする企業を選択的に支援する、いわばピンポイントの支援・育成が可能であるといった点や支援の判断が収益性だけでなく、価値観（ミッション・目的）の共有という点にあることに特徴があり、支援される側の個別的なニーズに幅広く柔軟に対応できると考えられます。

支援スタンスの違い

	行政	産業支援型 NPO	ベンチャー キャピタル
対 象	弱者としての地域 中小・零細企業群	自助努力をする 地域企業	急成長指向の ベンチャービジネス
主な支援 事業	融資、指導・アドバイ ス、交流	マッチング、コンサ ル、経営参加、(投資)	投資、コンサル、 経営参加
手法の特徴	底上げ、横並び	引き上げ・選択的	投機的
重視する こと	公平性・機会均等	価値観の共有	キャピタルゲイン (収益)
問題点	既存支援組織や地元業 界とのしがらみ	脆弱な運営基盤、 継続性	支援対象の限定性
今後の方向	コーディネーター としての役割	支援サービスの ビジネス化	対象がよりアーリー ステージへ

2 - 4 地方財政の逼迫と地方行政サービス向上への対応

経済の低迷により税収が減少し、行財政、特に地方財政は逼迫してきております。進展する少子高齢化、台頭する中国企業などとの厳しい競争、行財政の構造的改革、地方交付税の縮小等は、さらに地方財政を厳しい状況に追いつめていくことが予想されます。

さらに、行政は、多様化する住民ニーズ、施策への住民参加、予算の説明責任などきめこまかな住民へ対応することも要求されており、限られた予算の中で、より密度の濃い行政サービスを目指さなければならない苦しい状況にあります。

産業支援型 NPO は草の根的に発生してきたものが多いため、住民の多様化するニーズを取りまとめることや住民の目の高さで行政サービス・行政施策に対する提言を行うことで優れているだけでなく、施策の実施主体としての経済性、効率性の点からも行政サービスより優れています。また、行政にはない柔軟な発想が活かされる施策分野も多いと考えられます。

2 - 5 地域の自立への対応

地域づくりにおいては、地方分権や地域主義の考え方が強くなってきており、経済の活性化や産業の振興においても全国一律ではなくそれぞれの地域特性を生かした地域の主体的な取り組みが行われるようになってきています。

産業支援型 NPO は、地域における共通の価値観や問題意識を有する地域住民によって自発的・自立的に運営されていることが多いため、地域産業の課題に対する目利き能力が高く、多様なニーズに効果的に対応する能力・資質にたけているといえます。

2 - 6 起業家精神と技術の継承への対応

成功したベンチャービジネス経営者は体験にもとづいて獲得した経営ノウハウを持っています。また、地域の中小企業には、蓄積された高度で熟練したモノづくりの技術などがあります。こうしたノウハウや技術を次世代の若い起業家や経営者に伝えていくことは、地域の大きな財産となり、地域産業の振興を図る上で重要なことです。

このような財産が単発的・個別的に提供され受領されるのでは、地域産業の振興に対してそれほど期待はできません。産業支援型 NPO という明確な形となり、地域の中で広く知られた存在として必要な時に、必要な人が使うことができれば地域産業の振興を図る上で大きな力となります。

第3章 産業支援型 NPO の実態とその役割

3 - 1 実態調査の方法

第2章において、便宜的に産業支援型 NPO を定義しましたが、その実態は未だ明らかでない状況にあります。

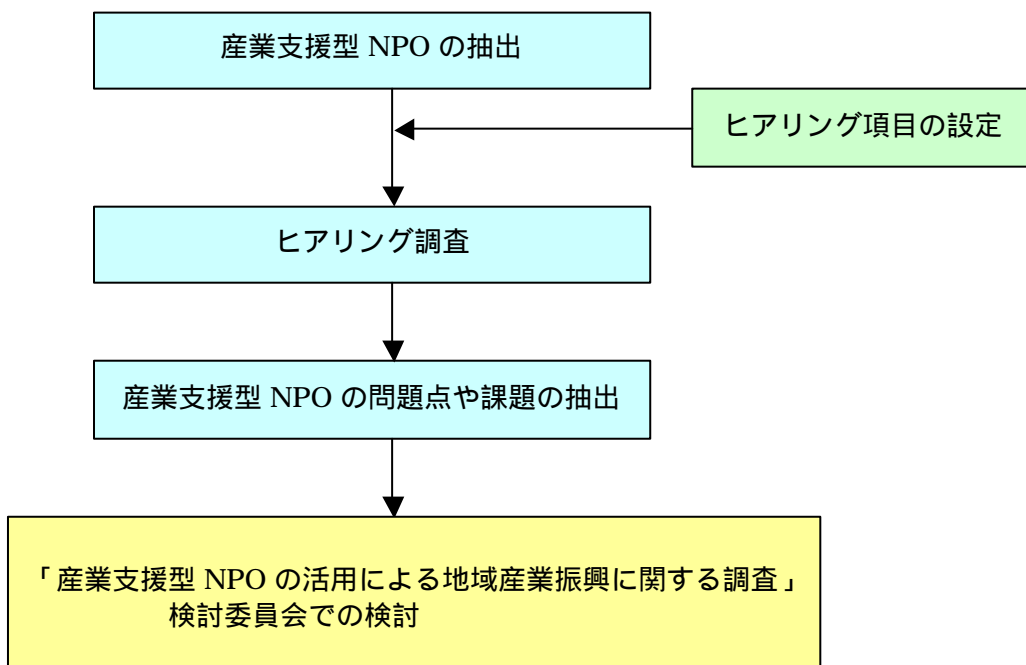
本調査は、ヒアリングを通してその実態を明らかにすることをねらいとして行ったものです。本調査の手順は次のとおりです。

まず、経済産業省が収集したデータやインターネット検索などから、ベンチャービジネス、コミュニティビジネス、中小企業に対して、起業家教育、IT 化教育、マッチング、新商品開発サポートなどの産業支援活動を行っている NPO を選定しました。

次に、ヒアリング調査によってその活動の実態を把握するとともに、産業支援型 NPO が地域において活動を展開する上での課題や問題点を洗い出し、検討委員会において産業支援型 NPO を活用した地域産業の振興について意見交換を行いました。

また、こうした NPO の活動を支援するインターメディアリー（中間支援組織）のあり方についても検討を加えました。

調査の手順



3 - 2 産業支援型 NPO の実態と特徴

ヒアリング調査を行った産業支援型 NPO 及び関係組織・機関について、それぞれの活動内容と特徴は、資料編の産業支援型 NPO の特徴(実態調査一覧表その 1)にまとめました。

地域産業を振興するための支援サービスは、今までは中小企業施策として主に公的機関によって一元的に供給されてきていますが、産業支援型 NPO の行う支援サービスはそうした従来のものとはかなり異なっています。

産業支援型 NPO の特色を要約すると以下のようになります。

(1) 活動の担い手

産業支援型 NPO は、新しいベンチャービジネスの創出や地域産業の再生等による地域経済の活性化を目指そうとしている問題意識の高い人々の集まりであり、その担い手は、地域の中小企業経営者、ベンチャービジネス経営者、大企業 OB、大学関係者、行政職員など様々です。

(2) 支援の対象

産業支援型 NPO が支援する対象は、構造転換や新規事業の展開を目指す地域の中小企業だけでなく、新しい技術開発や商品開発を目指すベンチャービジネス、地域に根ざした新しいサービスの提供を目指すコミュニティビジネスなどです。

(3) 活動内容

各産業支援型 NPO の活動内容を支援対象別に分けると、次のようになります。

A ベンチャービジネス・創業支援

起業家教育（小・中・高生含む）、エンジェルやベンチャービジネスキャピタルの紹介・マッチング、起業スペースの提供、資金調達の斡旋・資金提供。

B コミュニティビジネス支援

ビジネススキルの向上機会の提供、発注者の紹介・マッチング、仕事の仲介。

C 中小企業の研究開発・技術支援

IT 化教育技術相談、共同受注のサポート、大学や公的研究機関の研究シーズ紹介、新商品開発のサポート。

それぞれの具体的な内容は、活動や事業を担当するキーパーソンのキャリアや人脈、さらにはコミュニティに内在する資源や条件などによって大きく異なっています。

例えば、同じような創業支援に力を入れている産業支援型 NPO でも、「マイビジョン」では若い中高生世代に焦点を当ててユニークな早期起業家教育プログラムを提供していますが、「ETIC」では、大学生の活動を中心にインターンシップを導入することによって協力企業にも具体的なメリット（起業家精神あふれる有能な若い人材をアルバイトとして提供）のある創業支援システムを構築しています。また、「杉並ベンチャーネットワーク」は、投資ファンドまで視野に入れた入口から出口まで一連の創業支援システムの構築を目指しています。

中小企業の支援では、「台東区 IT 推進協議会」のように地域の伝統ある中小企業の再生と活性化のために、個々のホームページの作成指導を通じたきめこまかな支援を展開しているものもあり、「ものづくり品川宿」のように地元の行政と大企業が協働して、産業支援プラットフォームづくりをリードしているケースもあります。

これらは、いずれも従来の行政による公平ではあるが、画一的になりがちな施策では対応が困難なものであり、産業支援型 NPO でしかできない、あるいは、産業支援型 NPO が行うのが適している活動であるといえます。

(4) 活動の現状

活動を開始してまだ日が浅く活動資金も少ないため、産業支援型 NPO で十分に機能している例はまだ少ないのが現状です。フォーラムやセミナーなどを開催することによって、ミッションや現状の課題などを伝え、支援してくれる人々や機関の発掘に力を入れている状況にあり、支援活動の本格展開はこれからであるといえます。

3 - 3 産業支援型 NPO の活動事例

以下、支援対象 3 分野別に具体的に事例を紹介します。

3 - 3 - 1 ベンチャービジネス・創業支援分野

(1) NPO マイビジョン

早稲田大学大学院アジア太平洋研究所教授大江建氏が長年にわたって行ってきた小中高生を対象とする起業家体験プログラム「早稲田ベンチャービジネスキッズ」を引き継ぎ 2000 年 3 月に設立されました。

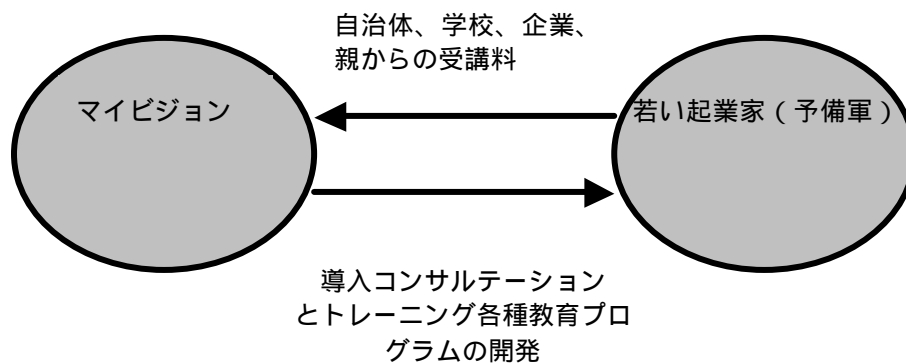
<目指すもの>

起業はスポーツや芸術と同じように体験させることが重要であるという考えの下に、次世代を担う子供たちに起業家体験を通じて、「社会的センスと情報感度」や自分で考え行動するための「生きる力」を育成することを目的に活動しています。

<活動内容>

アメリカの起業家教育体験を参考に、「子供向け起業家教育プログラム」、「アントレプレナーシッププログラム」、「キャリアプランプログラム」等の開発を行い、全国の自治体、学校、企業にプログラムの導入、コンサルテーションおよびトレーニングを行っています。

わが国における早期起業家教育の草分け的な存在といえます。



(2) NPO 杉並ベンチャービジネスネットワーク

杉並区役所の職員である土佐和男氏（現理事長）が 1997 年に開設したメーリングリスト（300 人）から、杉並区内に在住・在勤する市民の交流が生まれ、2000 年に有志による起業家と投資家とのマッチング（杉並ベンチャービジネスマーケット）が開催されました。そして、2000 年 9 月、NPO 法人としての認証を受けました。

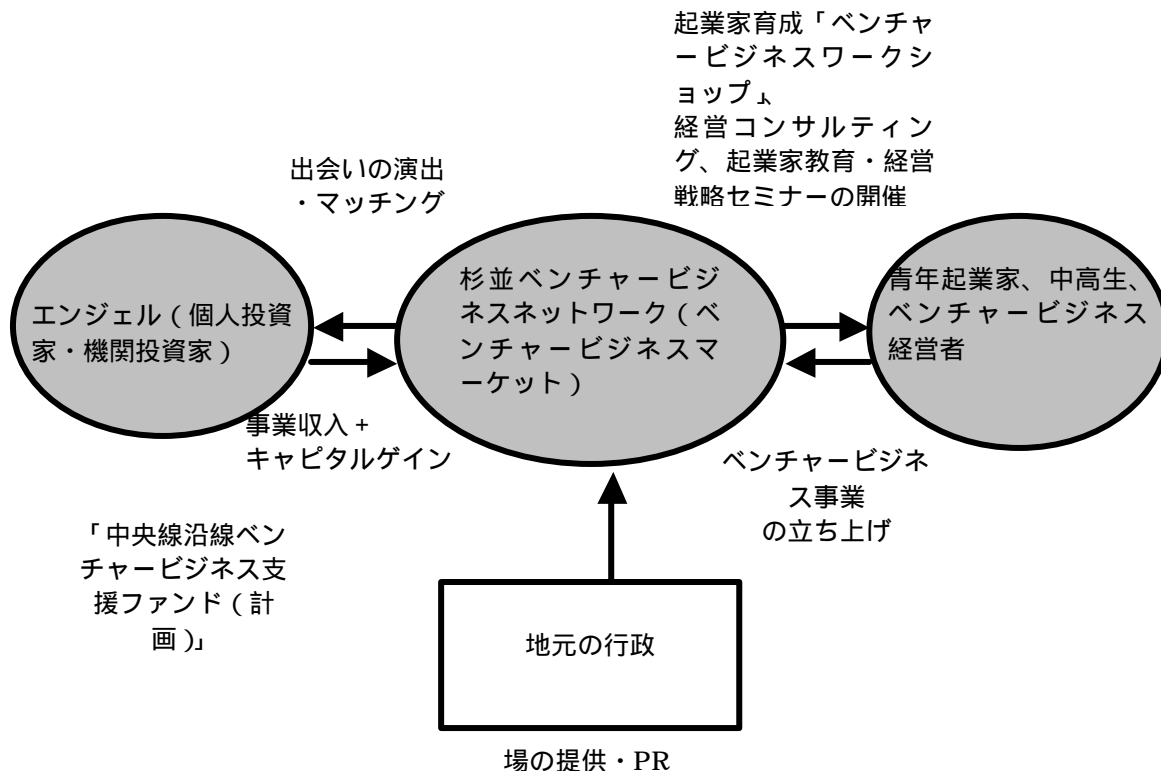
<目指すもの>

投資ファンドまで視野に入れた創業の入口から出口まで一連の創業支援システムの構築による地域の起業家育成を目指しています。

<活動内容>

月 1 回定例の「杉並ベンチャービジネスマーケット」では、インターネット等の情報通信分野、音楽、映像などに関連する分野の創業を計画している個人及び企業と出資可能な個人及びベンチャーキャピタル等の金融関係企業とのマッチングを行っています。

また、青年起業家（新卒 3 年程度）と明日の世代（中・高生）を対象とした起業家育成「ベンチャーワークショップ」やベンチャービジネス経営者へのコンサルティングも行っています。地元の行政（杉並区）からは、セミナー会場などの無償提供や区広報への掲載などの協力を得ています。



(3) NPO ETIC

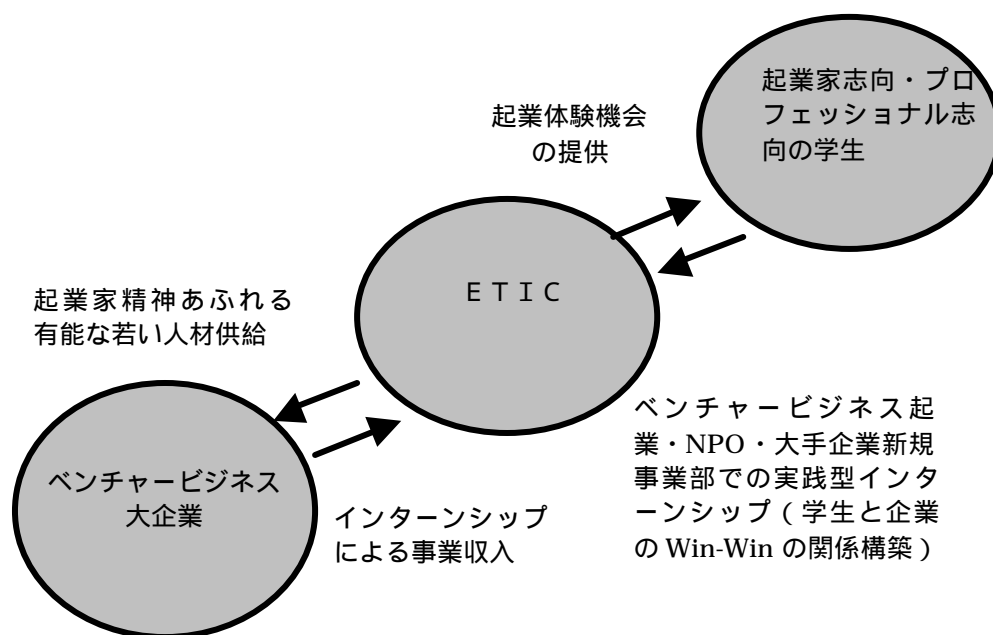
若い起業家の存在を学生に知ってもらうため、代表理事 宮城治男氏が早大の学生時代に活動を開始。1993年から1997年までは起業情報交換のためのネットワークとして存在。その後専任スタッフを置き自立した運営を行っています。2000年3月にNPO法人としての認証を受けました。

<目指すもの>

次世代を担う若者への起業体験の機会提供を通じて、起業家型リーダーの輩出とそれによって社会にイノベーションを起こすことを目指しています。

<活動内容>

起業家精神に満ちスピード感溢れるベンチャービジネスの現場で、起業家志向・プロフェッショナル志向の学生に起業体験機会を提供する長期実践型インターンシップを行っています。インターンシップ分野では、年間300人以上参画するわが国のトップランナー的存在となっています。協力してくれるベンチャービジネスや大企業にとっても、起業家精神あふれる有能な若い人材が責任のあるポジションで実際に働き、事業の成功に貢献してくれるという具体的なメリット（学生の成長とベンチャービジネス発展のWin-Win関係の構築）があります。



以上のほか、

「NPO さいたま SOHO 起業家協議会」は、SOHO 起業家にレンタルルームを賃貸するインキュベータとして成功しています。

「多摩起業家育成フォーラム」は、電気通信大学や一橋大学の教授が中心となってテクノロジーアイデアコンテスト（ベンチャービジネス甲子園）を開催することによって、入口としての起業家教育と、出口としての実際の起業に結びつけるためのマッチング機会を学生に提供しています。

「NPO 横浜エンジェルズ・フォーラム」は、相模原市や（株）さがみはら産業創造センターの協力による小学生起業家体験キャンプや大学生向けビジネス体験ゲームのイベントなどを開催しています。

「NPO ヴィエムシイ」は、横浜市の公的資格制度であるベンチャービジネスマネージャーの資格を有する大手企業退職者を中心に、会員各自のビジネス経験をベンチャービジネスに役立てるためのコンサルティング活動を展開しています。

「NPO バイオメディカルサイエンス研究会」は、国立研究所研究員の情報交流の場となっており、バイオ関連ベンチャービジネス企業に新製品開発のヒントを提供しています。

「NPO デジタル情報産業振興会」は、営利活動だけでは満足できないベンチャービジネス企業経営者を中心に、お互い同士が緩やかな連合を組み、NPO を核とする新しいビジネス起こしを目指しています。

3 - 3 - 2 コミュニティビジネス支援分野

(1) 三浦半島 SOHO ネットワーク

旧労働省「緊急雇用経済対策」の一環として横須賀商工会議所が「SOHO 支援事業」2 ヵ年プロジェクト（2000 年 4 月から 2002 年 3 月）を実施しました。その事業の円滑な遂行のために召集された十数名の有志 SOHO の現場からの意見を反映させるため、2001 年 2 月、三浦半島 SOHO ネットワークが組織化されました。

現在は商工会議所から離れて任意団体として運営されていますが、行政からの受託事業を拡大できるよう、法人化（事業協同組合か NPO）を検討しています。

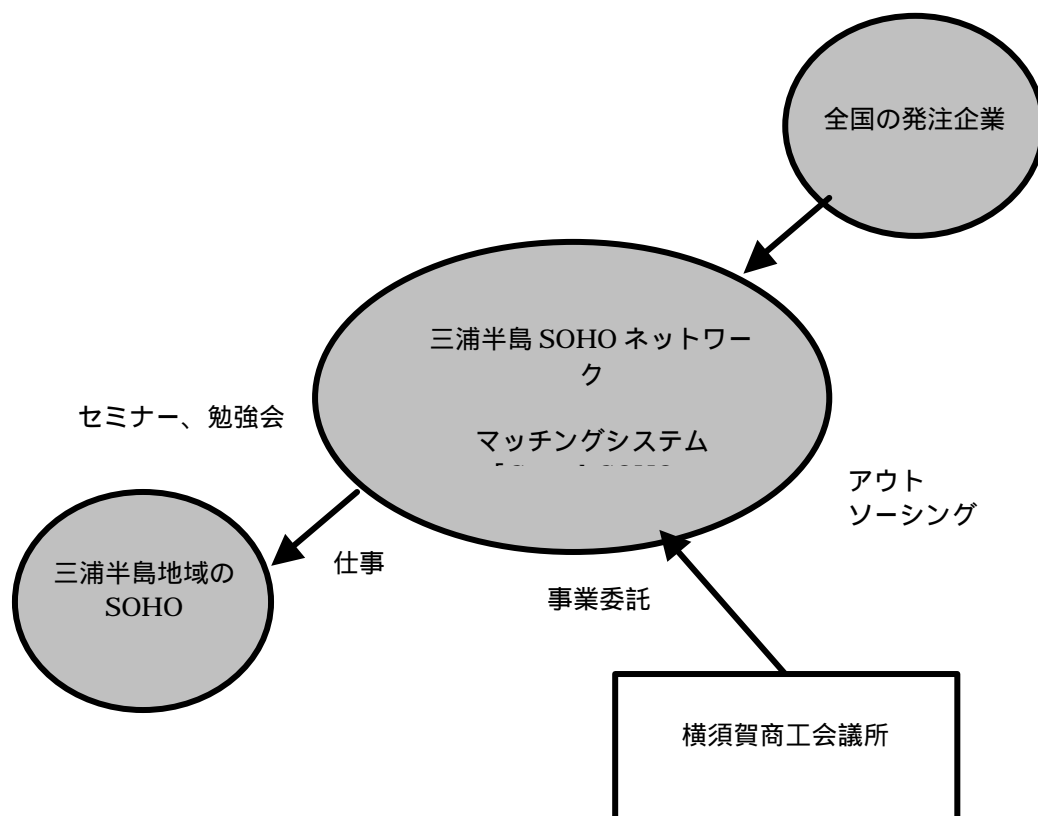
<目指すもの>

三浦半島地域の SOHO 事業者と、全国のアウトソーシング（業務の外部委託）を希望する企業等との出会いの場を提供することによって、SOHO 事業者に対する受注機会の増大を図るとともに、SOHO の人的ネットワーク拡大を目指しています。

<活動内容>

インターネット上のマッチングシステム「SeasideSOHO」の運営のほか、SOHO 同士の交流と個人のスキルを高めるためのセミナーや勉強会を開催しています。

また、横須賀商工会議所や横須賀市からの受託業務を行っています。



(2) NPO シニア SOHO 普及サロン・三鷹

1999 年 1 月、草の根のクラブ「パソコン勉強会」として発足しました。1999 年 9 月には通産省「シニアベンチャービジネス支援事業」を受託し、2000 年 11 月、NPO 法人としての認証を受けました。

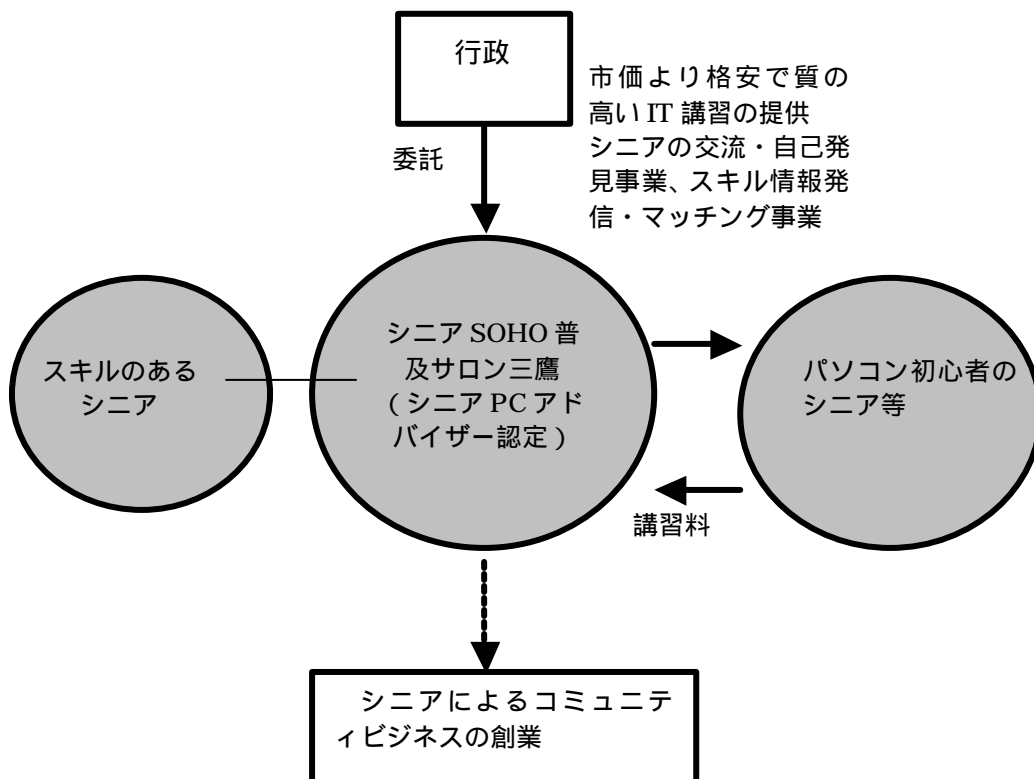
<目指すもの>

シニアのコミュニティビジネス参画のためのプラットフォームの形成を目指しています。

<活動内容>

シニアのための IT リテラシー向上セミナー、三鷹、杉並及び世田谷からの IT 講習の受託のほか、ベンチャービジネスをめざすシニアの交流・自己発見事業、スキル情報発信・マッチング事業を行っています。

英会話やパソコン講習は、民間大手業者にくらべて料金が格安でしかも内容も良いと受講者から高い評価を受けており、シニアによるコミュニティビジネスの成功モデルとなっています。



(3) 早稲田創業支援機構

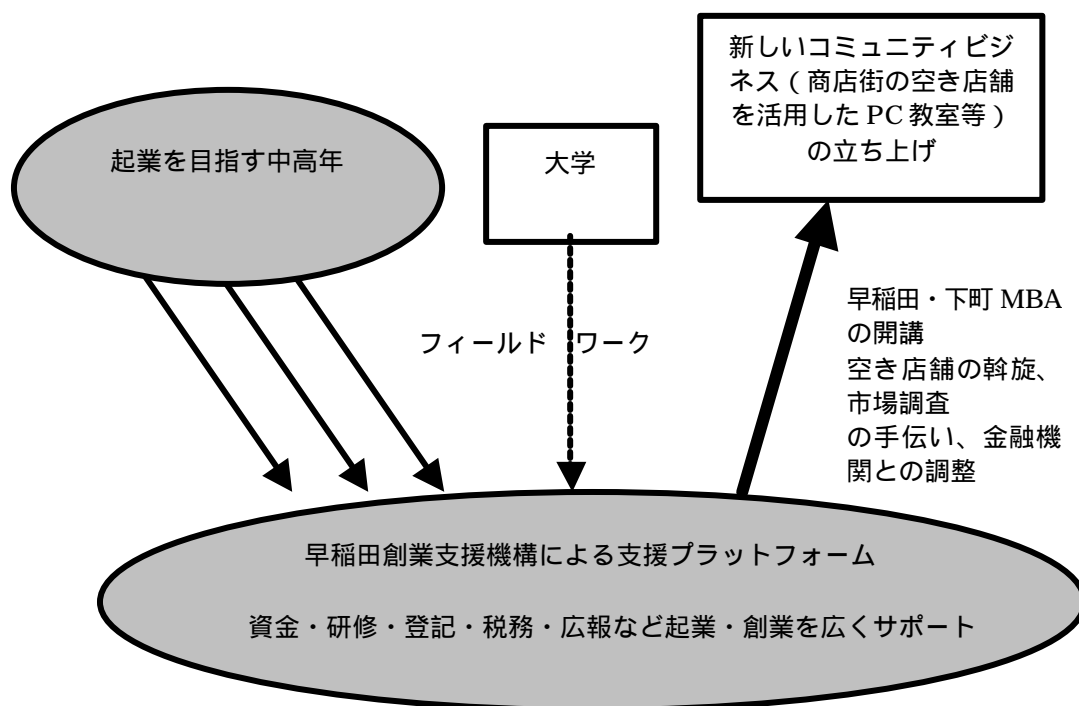
早稲田大学周辺商店連合会事務局長の桜井一郎氏、アシスト・スクールガイド早大前代表の西川達也氏など、早大周辺商店街で事業を行っていた人々が中心メンバーとなり、2000年12月に「小さな創業フォーラム」を開催しビジネスプランを広く募集しました。その結果、商店街の空き店舗を活用して500万円の資金で創業する「マイカンパニー500」など具体的な事業が立ちあがりました。現在 NPO の設立を申請しています。

<目指すもの>

リストラなどで地域にもどってきた中高年の起業を、早稲田大学周辺商店街が街ぐるみで支援します。資金・研修・登記・税務・広報など起業・創業を広くサポートするプラットフォームを形成し、早稲田発の中高年によるコミュニティビジネスの創出を目指しています。

<活動内容>

起業・独立をめざすための心構えや環境変化への対応、コミュニティビジネス体験研修、パソコン徹底活用講座、ボランティア体験研修などのプログラムによる早稲田・下町 MBA 「中高年のための気付き塾」の開講、空き店舗の斡旋、市場調査の手伝い、金融機関との調整などのほか、中高年の起業を支援するシンポジウムやフォーラムなどを開催しています。また、大学は商店街を起業家講座など授業のフィールドワークの場とし、地域との交流を進めています。



以上のほか、

「NPO ビュー・コミュニケーションズ」は、大手シンクタンクの調査ノウハウを受け継いで、地方都市の商店街活性化に取り組んでいます。

「NPO イー・エルダー」は、企業OBの営業ノウハウを生かして大手メーカーのパソコンリサイクル事業を受託しているほか、大手マンションデベロッパーの居住者向けインターネット接続講座の獲得にも成功しています。これらは、大手企業とNPOとがビジネスとして協働する新しい方向を示しているといえます。

3 - 3 - 3 中小企業の研究開発・技術支援分野

(1) ものづくりネット板橋

1999年11月に板橋区が中小企業支援事業として始めた勉強会が発端となり、翌2000年4月に任意団体として自立しました。

<目指すもの>

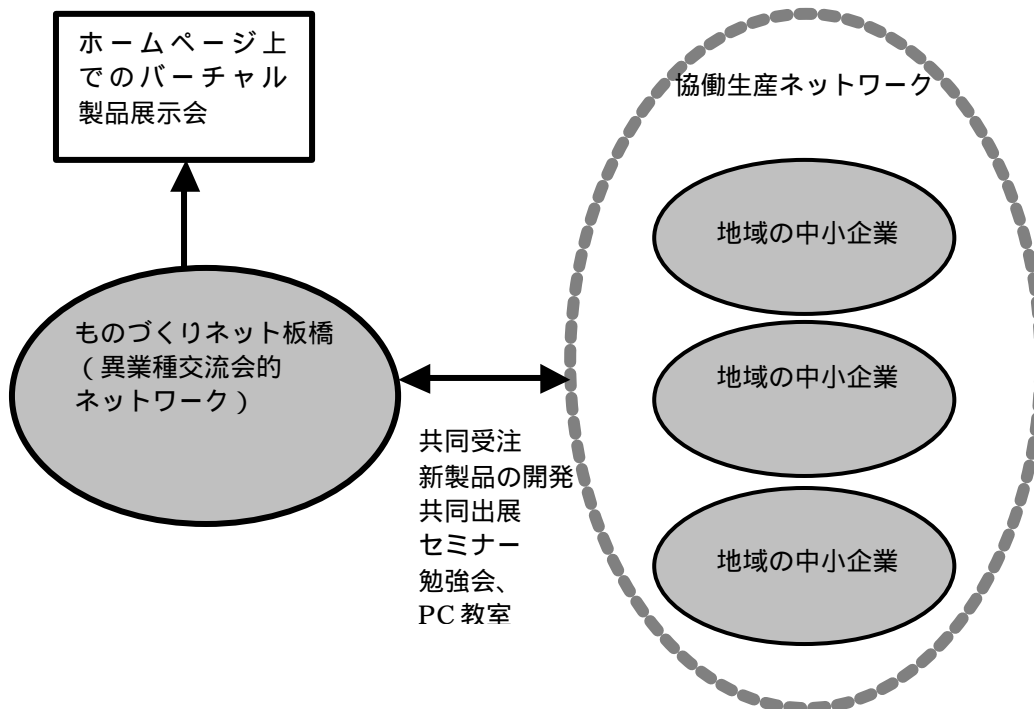
精密部品や機械加工を得意とする中小企業が集まってITを活用した協働生産ネットワークをつくり、1社ではできないような新製品の共同開発や共同受注を目指しています。

<活動内容>

開発・設計から加工、組立、ものづくり全般の共同受注を行っています。

また、展示会への共同出展、視察・セミナーの実施、マーケティング勉強会を通して新商品の共同開発も行っており、紫外線量をチェックできる「UVチェックカード」の共同開発に成功しています。

このほか、PC教室の開催、ホームページ上でのバーチャル製品展示会も行っています。



(2) NPO 大田ビジネス創造協議会

1998 年 4 月、大田区内の中小企業の勉強会としてスタートし、2001 年 11 月に NPO 法人としての認証を受けました。

<目指すもの>

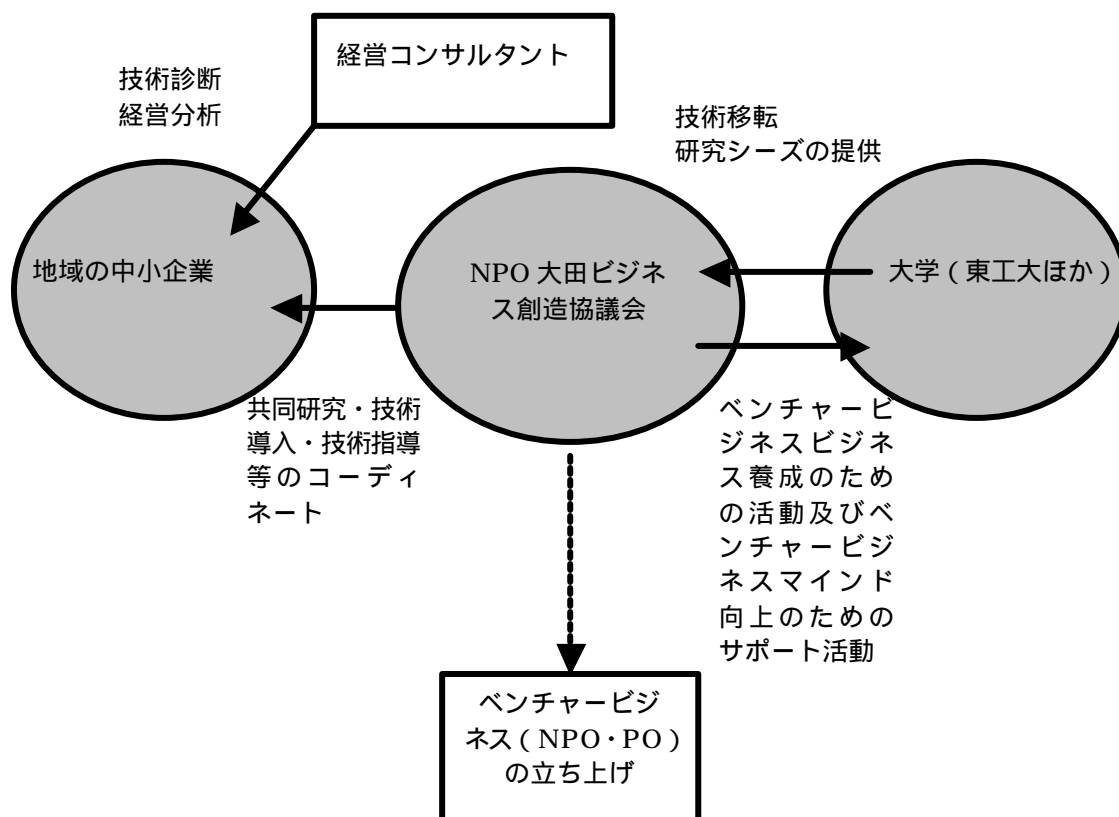
地元の東京工業大学など大学の技術移転機関（TLO）と連携し、大学の有する研究シーズの中小企業への技術移転とベンチャービジネス起こしを目指しています。

<活動内容>

大学や公的研究機関との共同研究・技術導入・技術指導等のコーディネート活動のほか、豊富な知識、経験をもつ技術・経営コンサルタントが会員企業の技術診断や経営分析を行い、経営革新、新商品開発、業務拡大をサポートしています。

大学におけるベンチャービジネス養成のための活動及びベンチャービジネスマインド向上のためのサポート活動も行っています。

また、中小企業経営者やベンチャービジネスの立ち上げを目指している人のために各種懇談会を開催し、必要な知識の提供から今後の産業動向に至るまで、幅広く情報提供できる機会をつくっています。



(3) 台東区アイ・ティー推進協議会

台東区とタイアップし任意団体として IT セミナーをスタート。その後、区から地域産業支援に対する強い期待もあり 2001 年 8 月に NPO 法人の承認を受けました。

<目指すもの>

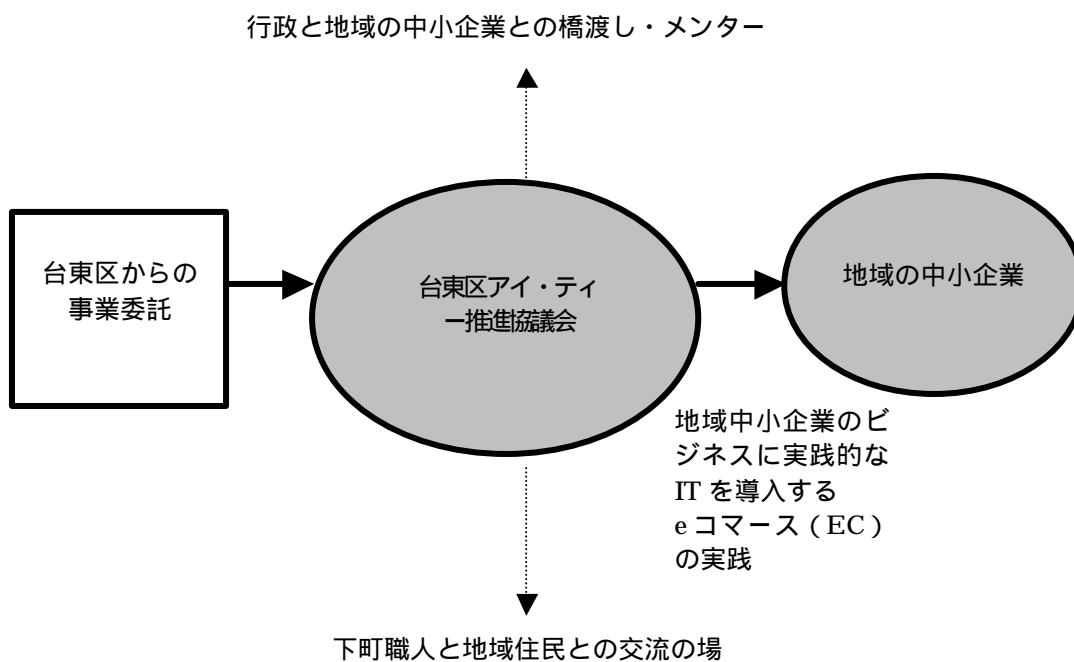
地元中小企業に対して、単にホームページを立ち上げる、システムを導入するといった誰もが既に知っている形だけの IT 活用ではなく、台東区という地域特性も加味しながら最終的にビジネスに役立ち、商売につながる IT 活用支援を目指しています。

<活動内容>

一般住民を対象とする IT 講習ではなく、IT を地域の産業やビジネスに活用するため e コマース (EC) の実践を重視した内容で活動を行っており、身近な地域企業の中から実際に EC の成功事例を生み出すことに力を入れています。

NPO 法人名に「台東区…」とつけているように地元行政とのパートナーシップを重視しており、理事長自ら区と地域産業との橋渡し役として、また地域中小企業の IT 推進のよき相談相手として活躍しています。

NPO の事務局は下町職人の作品を展示するミニギャラリーともなっており、地域住民との交流や地域活性化の拠点となっています。



(4) NPOものづくり品川宿

2000年に品川区が行った製造業実態調査の対象企業を中心に、各社の持つ技術や製品などを紹介する「ものづくり懇談会」が開催され、先進的技術を積極的に取り入れる意識の高い個々の企業の存在が明らかになりました。この懇談会の中でそうした企業を集めて具体的な産業振興をしたいという気運が高まりそれがNPOの設立に結びつきました。

NPO法人の認証を申請中です。

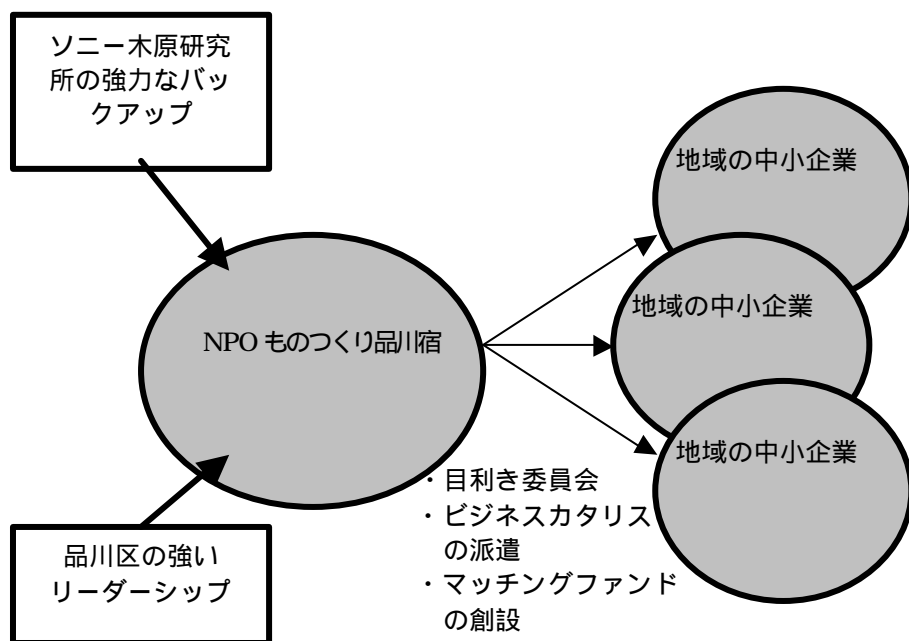
<目指すもの>

京浜工業地帯発祥の地である品川区は、製造業その他の中小企業やベンチャービジネスが集積しており、その集積メリットを生かしこの地で新たな産業振興のモデルをつくることを目指しています。

<活動内容>

新事業の創出を目指す企業、持続的経営基盤の再生を目指す企業を対象に、各種シーズの事業化を支援するため市場性評価の専門家等で構成される目利き委員会の設置、中小企業へのビジネスカタリスト派遣制度の導入、金融支援のためのマッチングファンド創設、区から企業への研究委託などの事業を計画しています。

地域企業のチャンピオンであるソニー木原研究所のトップの協力が、このNPOの大きな後ろ盾となっています。



先進的技術を積極的に取り入れる意識の高い中小企業・ベンチャービジネス

新たな産業振興のモデル創出

以上のほか、

「NPO 葛飾区若手産業人会」は、産業起こしと地元商店街の振興につながる人集めのための文化・芸能系イベントに力を入れており、また、大学のない城東地域に多摩大学の分校を誘致する活動（「かつたまプロジェクト」）やインターネットと空き教室を利用した一般向けの e-learning 事業も行っています。

「産業 NPO 支援センター」は NPO の事務局機能の支援や図書館に創業支援機能を付加することを目指しています。

「NPO 日本経営経理士協会」や「(社)神奈川県技術士会 起業家支援センター」は、それぞれ経理や技術面でのベンチャービジネス支援を行っています。

3 - 4 産業支援型 NPO を育成し発展させるための方向

これまでの分析で明らかなように、産業支援型 NPO の特徴は次のようにまとめることができます。

地域社会の視点に立った支援サービスを提供できること。

高い専門性を有した人材による自発的、自立的な支援活動ができること。

支援対象の選択とピンポイント的な支援活動ができること。

社会貢献、互酬、信頼、規範、経験、人脈ネットワークなど極めて人間的な要素からなるソーシャルキャピタル（目に見えない資本社会関係資本、市民社会資本）としての性格を有していること。

産業支援型 NPO を育成し発展させるためには、このような産業支援型 NPO の特徴をうまく生かしながら、行政、商工会議所・商工会、大学、企業などの支援セクターの支援ツール（予算、人材、場所、情報など）とうまく組み合わせ、連携していくことが重要であるといえます。

その育成・発展のための方向性について以下 4 点を考えてみました。

<産業支援型 NPO を育成し発展させるための方向>

(1) 政策推進主体あるいは行政のパートナーとして

産業支援型 NPO は施策の手が十分に届かないニッチを埋めるのではなく、行政よりも経済的効率が良く、柔軟な発想ができる政策推進主体として、行政や公的支援機関とのパートナーシップを確立していく必要があります。

(2) 活動の経済的基盤を築く

負のスパイラルを断ち切って活動を拡大させていくためには、経済的基盤を強化していく必要があります。しかし、産業支援型 NPO はその活動の特質から、収益の柱となるような独自の事業をもつことが困難である（非事業型）ため、会費・寄付金や行政からの助成金・事業委託に頼らざるを得ません。今後は、特に企業からの寄付や事業受託を拡大していくことが必要です。

そのためには、行政や企業、市民に対して、自らの活動や成果を情報発信して理解を得ることが必要です。さらに、企業に対して社会貢献以外のメリットを提供することによって協働関係（Win-Win）を構築していくことが重要であるといえます。

(3) 地域コミュニティを活動のベースとして発展する

活動する地域を中心に大企業、大学、中小企業、ベンチャービジネス、コミュニティビジネス、NPO などの緩やかなネットワークを基本とするコミュニティを形成し、それをベースに自立的・自発的な産業支援活動を発展させていく必要があります。地域コミュニティをベースとすることで、支援ノウハウをその地域コミュニティに蓄積することが可能となり、地域産業の振興に寄与することが期待できます。

(4) 消費者満足度の高い新商品の開発を促進する

産業支援型 NPO は、ユーザーの目線に立った新しい商品開発に対するニーズの発掘にたけているため、福祉・介護など他の分野の NPO と連携しながら消費者と産業界をつなぎ、消費者満足度の高い新商品の開発を促進することが期待できます。そのため、大学や公的研究機関あるいはベンチャービジネスなどとの連携を図り、市場化が可能な研究シーズに関する情報収集や製品化のための技術的ノウハウ等の蓄積を図っていく必要があります。

3 - 5 産業支援型 NPO を地域産業の振興に役立てていくための環境や条件の整備

産業支援型 NPO には、行政と企業、企業と住民・消費者を横糸でつむぐような役割が期待できますが、さらに地域産業の振興に役立てていくためには、以下のような環境や条件の整備が必要と考えられます。

(1) 位置づけの明確化

中小企業支援施策や創業支援施策における産業支援型 NPO の位置づけを明確化する必要があります。そのため、国、都道府県、市町村などの行政機関と産業支援型 NPO が協働するための指針を作成することなどが考えられます。

(2) 既存組織との連携

既存の中小企業支援センターやベンチャー総合支援センターあるいは商工会議所・商工会との連携や、行政や商工会議所・商工会が実施している中小企業支援施策の民間へのサービス開放（業務委託）を促進していく必要があります。

(3) 情報の公開・提供

産業支援型NPOが地域における理解、認知を得るために自ら情報公開を行い、さらに行政や商工会議所・商工会が情報発信をサポートすることで、ベンチャービジネス、コミュニティビジネス、中小企業などがそのサービスを受けやすくしていく必要があります。

(4) 中小企業類似のものとしての位置づけ

産業支援型 NPO の育成を図るため、その事業環境を整備していく必要があります。そのため、中小企業基本法や関連法の中で、産業支援型 NPO を中小企業と同等にあつかえるよう位置づけていく必要があると考えられます。

(5) インターメディアリーの整備

産業支援型 NPO の質的な向上を図り、その支援機能の充実を図るため、産業支援型 NPO に対して、ビジネスモデルの紹介、顧客情報の提供などを目的とするインターメディアリー（中間支援組織）を整備していくことが考えられます。

第4章 地域産業の振興を目指して

第3章では、産業支援型 NPO がベンチャービジネス、コミュニティビジネス、中小企業に対して様々な支援活動を行っている実態を紹介しましたが、本章では、地域産業を振興するという視点から、産業支援型 NPO だけではなく、行政、商工会議所・商工会、大学、企業などが支援機関（支援セクター）としてどのように機能すれば地域産業の振興が図れるかを考えてみたいと思います。

4 - 1 ベンチャービジネス、コミュニティビジネス、中小企業を支援する場合の基本的な考え方

支援を受ける側としてのベンチャービジネス、コミュニティビジネス、中小企業の地域産業が求めるニーズは、成熟化社会の進展にともなって、ますます多様化・高度化していく傾向にあります。

ベンチャービジネス支援

ベンチャービジネスは、「リスクを恐れず新しい領域に挑戦する成長志向の強い若い企業」と定義づけることができますが、その事業活動の特徴は、ハイリスク・ハイリターンにあります。

事業活動がハイリスクを背負った創業期にある場合は、特にベンチャーキャピタルやエンジェルと呼ばれる個人投資家との出会いなどを通じた資金の調達、企業の流通チャンネルによる販路の開拓、経験豊かな先輩ベンチャービジネス経営者の目利きや経営コンサルティング、大学によるビジネスプランの提供などの支援を必要としています。

産業支援型 NPO の育成

これまで産業支援型 NPO をベンチャービジネス、コミュニティビジネス、中小企業に対して様々な支援を行う側として述べてきましたが、まだ、草創期にあり、運転資金の不安定さ、事業運営での人材不足を考えると、地域産業の振興面からはその育成を行うことも大切であると考えられます。

コミュニティビジネス支援

コミュニティビジネスは、「地域コミュニティの中に軸足を置きながら、地域の課題、地域のニーズに対応する新しいサービスや商品を提供していく事業」と定義づけることができ、ベンチャービジネスと比較するとローリスク・ローリターンが大きな特徴であるといえます。

地域密着の優位性を保ちながら事業を発展させるためには、事業組織体としての経営基盤や経営能力の弱さを補完するための人材供給、商品の市場性評価、経営コンサルティングなどの支援を必要としています。

中小企業支援

わが国企業の多くが中小企業であります。経済のグローバル化、長引く不況の中で中小企業自身の事業形態も大きく変化していくことが求められています。

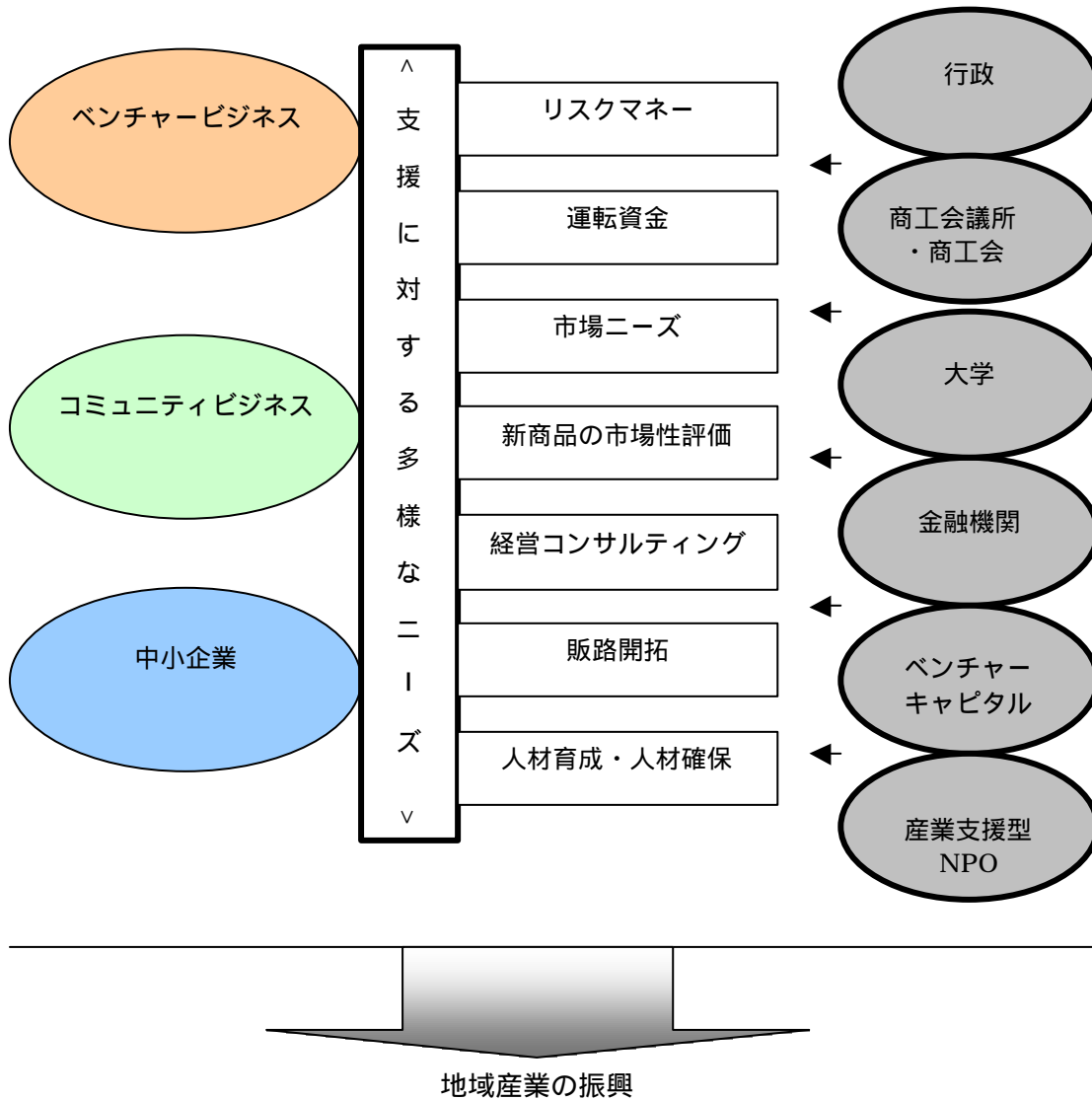
従来の大企業依存型から自走式あるいは他の中小企業や研究開発機関等との協働型へとその事業を再構築していく必要があります。中小企業に対しては、これまでも様々な支援策が講じられ行政からの支援メニューも豊富になってきました。しかしながら事業の運転資金の確保はいうまでもありませんが、さらに市場ニーズ、新たな販路開拓、人材育成などの支援を必要としています。

支援を受ける側、受ける側からの支援ニーズ、支援する側を図示すると以下のようになります。

支援を受ける側

多様な支援ニーズ

支援する側（支援セクター）



4 - 2 支援セクターの役割

(1) 行政の役割

行政は、今まで地域の産業支援において主導的な役割を果たしてきましたが、今後もその重要性は変わりません。

今後は、行政が支援施策の立案や事業実施を通して培ってきた様々なノウハウ、人材、情報を総合的にデータベース化し、全体が連携を取り合いながら活用することができるような形にして、提供していくことが求められます。

また、様々な支援セクターの個々のプレーヤーが十分な支援活動ができるよう支援する環境や条件を整備し、支援活動に多くの人をまきこんでいく、いわば活動するコーディネーターとしての役割が今後増していくものと期待されます。

(2) 商工会議所・商工会の役割

地域産業の発展を目指して運営されている商工会議所や商工会は、いわば大きな NPO であり、これまで地域の産業や経済の活性化だけではなく、社会全体の福祉の増進にも大きな役割を果たしてきました。

しかしながら、その歴史の長さゆえ、ベンチャービジネス、コミュニティビジネスなどから見ると、一部の古くからの会員のためのものと見られがちであり、これらのものへの支援サービスは十分とはいえない状況にあります。

今後は、従来からの会員に加え、新たにベンチャービジネス、コミュニティビジネスなどにとっても魅力的な支援サービスを明示していくことが、新しい時代の商工会議所や商工会には求められます。

また、地域における様々な支援活動をベースに、それぞれの地域のニーズに根ざした新しいコミュニティビジネスを生み出していく母体としての役割が期待されます。

商工会議所から生まれた NPO

従来の商工会議所の枠にとらわれることなく、新時代の社会の要請に応えることができ、動き易く、多くの人々を巻き込める活動を求めて、東京商工会議所は NPO 「生活・福祉環境づくり 21」をつくりました。活動の一部を紹介します。

(1) 「自由時間倶楽部」

退職後もそれまでに培った能力や経験を生かし、社会と関わりながら生きがいをもって元気に生活したいと考える人々の社会参画や自由な活動をサポートするため、ボランティア情報の提供とマッチング、健康相談や旅行・エンターテインメントを 2 本柱とする活動を行っています。

(2) CSP (コミュニティ・サービス・プロバイダー) 事業

地域コミュニティ活性化のためのビジネス起しをテーマに、具体的なコミュニティビジネスモデルの検討を行っています。

モデルケースとして世田谷区をフィールドに、「いい・こみゆにてい世田谷」プロジェクトを立ち上げます。

(3) 大学の役割

大学の役割も大きく変化しています。

産業界では常に新しい技術や経営ノウハウが生まれ、それをビジネスの中で活用していくことが求められます。大学にも、今までのような若い人たちのための高等教育機関としてだけでなく、以下のような新たな役割が期待されています。

地域ニーズのリサーチと地域シーズの創出

大学の研究成果を従来のように大企業に対するものではなく、地域に密着したニーズのマーケティングリサーチや分析、地域資源を活かしたシーズの創出と提供を行うことにより、地域にあるきめ細やかな事業にも生かせるようにすること。

カレント教育の充実

新しくベンチャーを起こそうとしている起業家精神にあふれた人材、新たなビジネスを模索している離・退職した社会人、事業の再構築を目指す中小企業経営者に対して、大学院の開放、ベンチャー支援公開講座、コミュニティビジネス特別講座などの開設によってリカレント教育を充実すること。

地域産業支援システムの機軸

卒業生が実際にベンチャービジネスやコミュニティビジネスを起していくためのシステム（インキュベーション）を構築するための機軸となる役割を担い、産業支援型NPOが行っているベンチャー企業インターンシップやビジネスプランの発表会を通じたエンジェルとのマッチング活動を支援するなど、地域産業事業体との連携を強めていくこと。

高崎経済大学における 2002 年度地域貢献事業の事例紹介

(1)高崎経済大学附属産業研究所主催の創業支援・実践セミナー

「モノづくり新時代の創業・起業に挑む」という統一テーマで、ベンチャーやコミュニティビジネス、地場産業の経営者を講師として迎え、2日間の合宿と一般公開のシンポジウムを含んで、11回のセミナーを開催。定員25名の受講者は、大学教授のコーディネーターにより、創業・企業の手ほどきを地域で活躍している社長達から直接受けることができます。

(2)高崎経済大学主催の公開講座

「地域づくりへの途 - 経済学・経営学・地域政策学からのアプローチ」というテーマで、地域活性化の理念、課題、方法などを多角的に学習します。地域金融、地域資源、地方財政、地域マーケティング、経営者の役割、創業・起業、グローバル対応、住民参加、農業振興、ランドマーク等の視点から、講義方式とゼミナール方式を各10回、あわせて20回の講座を開講しました。夜間の開講のため、地域ビジネスに携わっている社会人、起業希望者等多数が参加しています。

(3)高崎経済大学附属地域政策研究センター主催の地域づくり推進事業

産官学の連携を強め、地域づくりを推進するための事業を実施しています。PFIの導入に関する研究開発事業、市町村合併に関するシンポジウム、自治体政策評価に関する全国自治体職員対象の2日間セミナー、地域コミュニティ放送を活用した大学教員によるラジオ・ゼミナール放送(毎週15分)地域づくりのための受託研究事業、日本地域政策学会の支援など、地域に根ざした地域貢献事業を展開しています。

そのほか、インキュベーション・システム、地域福祉、地域福祉ビジネス、農業、林業、中心市街地、NPO等のコミュニティ振興に関する調査分析、政策立案、運営支援などに意欲的に取り組んでいます。

(4) 金融機関・ベンチャーキャピタルの役割

金融機関は、中小企業の設備資金や運転資金の供給において主導的な役割を果たしてきましたが、今後もその重要性は変わりません。

しかし、バブル経済の破綻により、土地を担保とする融資システムの見直しが迫られており、今後は事業の発展性、収益性を融資の基準にする方向が求められています。

その場合、適切な資金供給を実行していくためには、その対象であるベンチャービジネスやコミュニティビジネスあるいは中小企業の事業リスクを正確に評価し、融資可能額を決めていくことが必要です。こうした新たな課題や事業を的確に実施するためには、当該事業分野に詳しく、地域に根ざし消費者ニーズに近い存在の産業支援型 NPO などの専門家に依頼し、この分野の人材を育成するという方向が考えられます。

また、ベンチャービジネスやコミュニティビジネスの成長を支援していくためには、リスクマネー（担保なしの資金）の供給を拡大していくことも必要です。そのためには、ハイリスク・ハイリターンのベンチャービジネスを対象としているベンチャーキャピタルの充実とともに、ローリスク・ローリターンのコミュニティビジネスや NPO を対象とするコミュニティファンド（市民バンク）やコミュニティクレジットの設立が期待されます。

コミュニティファンドの事例

山口県徳山市に本社をもつ西京銀行では、地方銀行が今後生き残っていくためにはコミュニティビジネスを後押しすることが必要であると判断し、コミュニティビジネス向けに無担保、低金利の融資制度を始めました。

融資審査は融資希望者からの「夢」というタイトルの作文で行い、融資決定後は経営に対しアドバイスを行うというユニークなシステムです。

一定（出典：よみうりテレビ WAKE UP WEB）

4 - 3 地域産業の振興を図るための支援プラットフォームの形成

地域産業の振興は、その地域を単に働く場所だけでなく、住む、楽しむ場所としても魅力あるものにしていくことにつながります。

この意味から、地域産業の振興には地域の持てる力すべてを結集して取り組む必要があります。

地域の従来からの企業だけではなく、ベンチャービジネス、コミュニティビジネス、NPO といった新しい経済主体の発展を図るためには、行政、商工会議所・商工会、大学、金融機関・ベンチャーキャピタル、産業支援型 NPO などの支援セクターが、それぞれの特徴を生かしながら、お互いに連携し協働できる「支援のプラットフォーム」を意図的に形成していくことが必要と考えられます。

「支援する側」から見ると、プラットフォーム全体の支援機能がうまく働けば、個々の支援セクターが支援を行う場合に比べ、支援の負担は軽減されるようになり、プラットフォームに参加しやすくなります。

「支援される側」から見ても、必要とする支援を個々の支援セクターに接触することなく、このプラットフォームと接触することによりすべて得ることができれば負担は大きく軽減されます。

第3章で、産業支援型 NPO のソーシャルキャピタル的な性格について述べましたが、このプラットフォームは、それをさらに拡大し、発展させたものといえます。このプラットフォームは、ネットワーク型の中間支援組織として機能していくものと考えます。

