

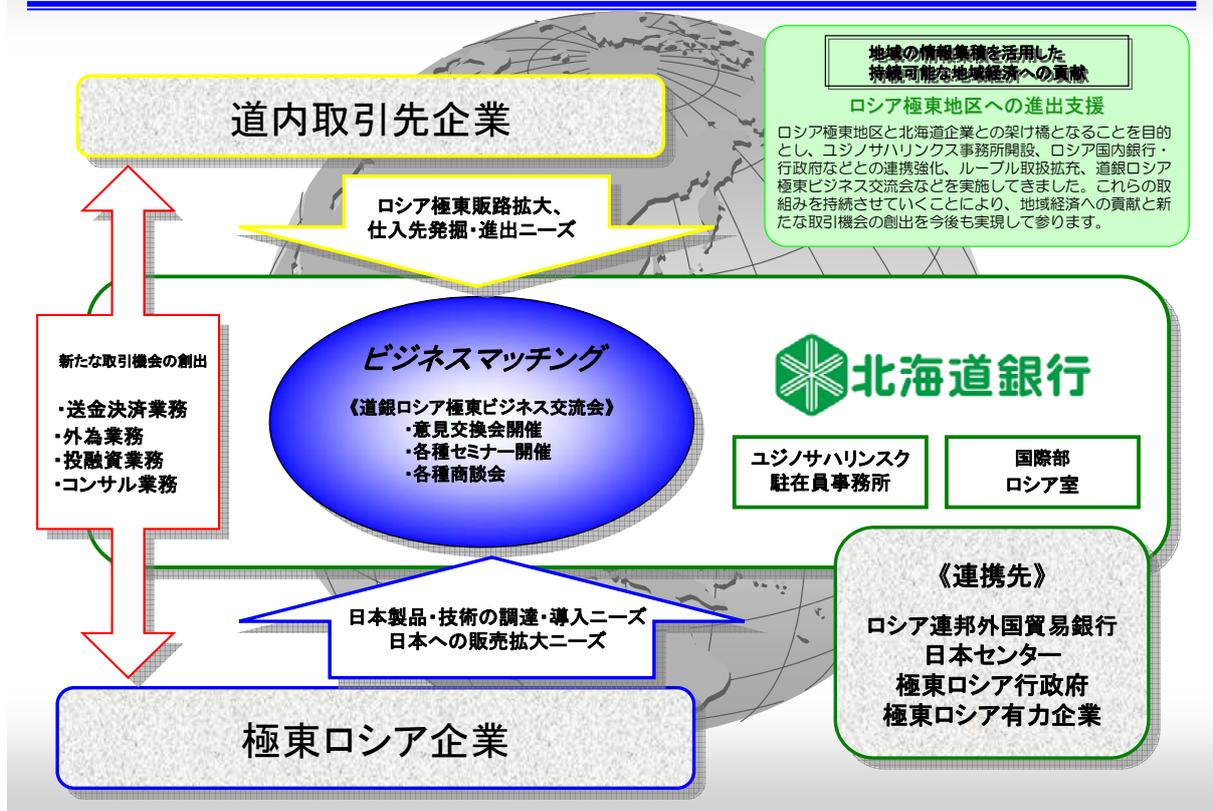
道銀ロシア極東ビジネス交流会 IN サハリンについて

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 北海道銀行

1. 動機(経緯)	<p>北海道に隣接するロシア極東地域サハリンは、豊富な天然資源開発の恩恵を受け近年急激に経済成長している。道内企業もロシア極東への関心が高く、当地への進出を検討している先もある。</p> <p>当行は平成 21 年3月 24 日に駐在員事務所を開設。またロシア大手銀行との提携による送金ルートを構築し、道内企業進出を後押しできる体制を整えた。</p> <p>今般、道内企業がよりロシア極東地域の経済活動を把握し、当地への進出の可能性を確認するべく当地視察・セミナーなどを企画・実施した。</p>
2. 概要	<p>①視察: 道内企業が進出したモデルハウスやロシア企業が分譲したスモールタウンと天然ガス発電所など</p> <p>②セミナー: モスクワのコンサルティング会社の金融経済セミナーなど</p> <p>③テーマ別意見交換会: 貿易部会(中古自動車販売事例)、建設部会(モデルハウス建設事例など)</p> <p>④駐在員事務所開設レセプション: 企業同士の交流</p>
3. 成果(効果)	<p>① 交流会にはロシア極東ビジネスに興味を持つ道内企業より 64 社、80 名が参加し、上記③の具体的事例の紹介などを通じてロシア極東ビジネスに対する理解を深めることができ、その場で具体的な商談も数件行われた。</p> <p>② 当行のロシア極東ビジネスに対する取組みを通じて、平成 21 年上半年中にはロシア極東ビジネス支援関与先が8社まで増加している。また新たにルーブル建外為取扱いを開始したことからロシア極東地区関連の外為取扱いについても順調に増加している。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>① 顧客のビジネスマッチング、進出支援を積極的に行い、ロシア極東がビジネスチャンスとなることを支援する。</p> <p>② ロシア極東企業との貿易拡大により、当行の貿易為替取引(ルーブル外為)による収益拡大を狙う。</p> <p>③ ロシア極東ビジネスのノウハウと現地の機関・団体のつながりによって、圧倒的な差別化による企業価値向上につなげたい。</p>

北海道銀行のロシア極東ビジネスマッチングスキーム図



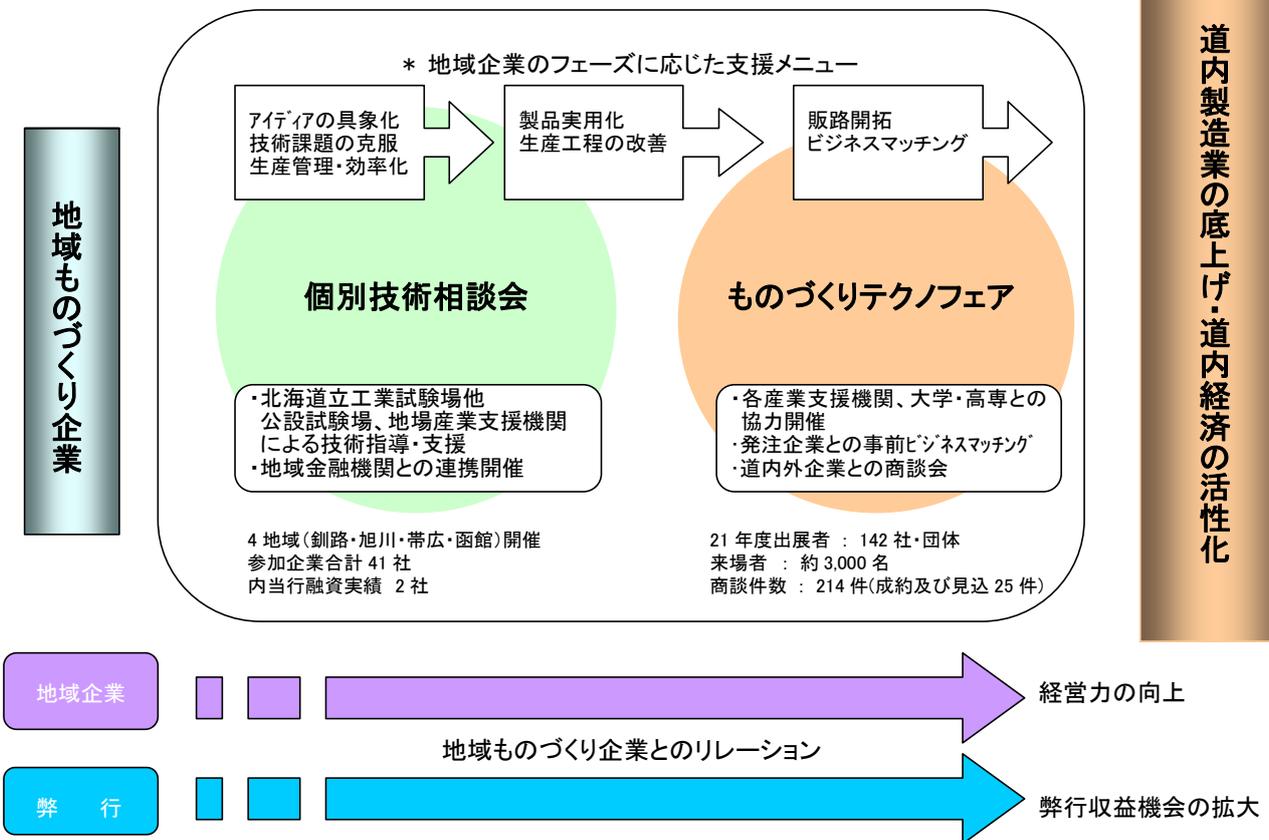
技術相談会・商談会の実施による「ものづくり企業」への総合支援について

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 北洋銀行

1. 動機(経緯)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 北海道の産業構造は、一次、三次産業のウエイトが高く、二次産業が低い。北海道の持続的発展のため、付加価値の高い加工組立型産業を主体とした製造業の底上げを図ることでバランスの取れた経済成長に寄与できるのではないかと着眼した。 ・ そこで、道内企業の技術レベルや価格競争力、販路等の底上げに取り組むこととした。
2. 概要	<p>製品開発・製造・技術等の支援として「個別技術相談会」、販路・マッチング等の支援として「ものづくりテクノフェア」(商談会)を実施。</p> <p>◇個別技術相談会:北海道立工業試験場等の産業支援機関及び開催地の信用金庫等の協力を受け、道内各地で企業の技術課題解決を目的として開催。専門家による企業訪問等の事後フォローも実施。</p> <p>◇ものづくりテクノフェア:出展者と来場者とのマッチング、産業支援機関の相談コーナーの設置など。</p>
3. 成果(効果)	<p>◇個別技術相談会:平成 20 年以降、北海道内4地域で開催。相談企業 41 社(融資合計 179 百万円)</p> <p>例)多岐にわたる作業工程を要因とした高コスト体質の企業が、個別技術相談会を通じて生産管理専門家の指導を受けたところ、工程の合理化が実現可能となり、当行による設備資金・運転資金の支援にまで至った。</p> <p>◇ものづくりテクノフェア:平成 21 年度、出展者 142 社(団体)、来場者は約 3,000 名、商談件数は 214 件</p>
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業育成の観点から、事後フォローを継続して情報を蓄積していく必要がある。 ・ 道内経済の活性化につなげるためには、他の金融機関との連携を強化し、取組みの発展を目指す。 ・ 本州企業との技術交流やマッチング、企業誘致も視野に入れることで、厚みのある産業構造への転換に寄与できないかも併せて検討中である。

ライフサイクルに応じた「地域ものづくり産業」への総合支援



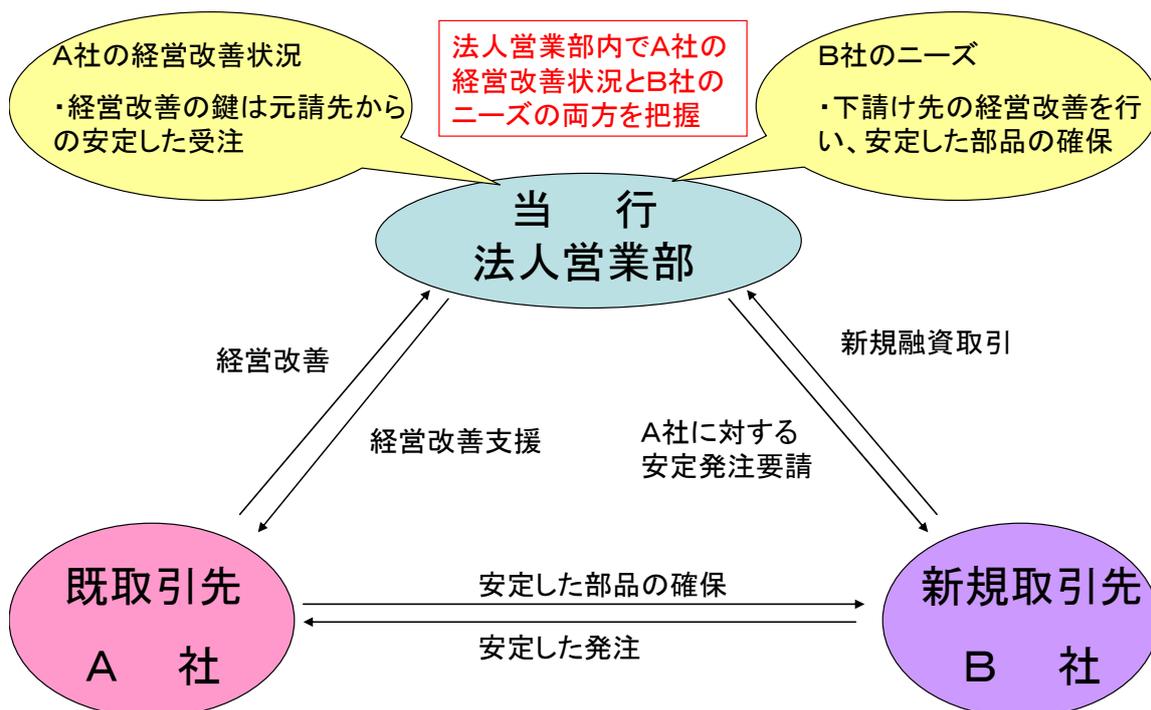
三位一体再生

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 栃木銀行

1. 動機(経緯)	<p>経営改善を必要とするA社に対する改善支援を行うにあたり、より実現性の高い計画を策定する為、A社だけでなく、A社の元請先で、主力販売先であるB社も巻き込んだ経営改善支援を行う事とした。</p>
2. 概要	<p>A社の経営改善計画策定にあたり、従来通り、徹底したコスト削減と貸出条件変更を盛り込んだが、売上と粗利益部分については、A社の全体売上の90%以上を占めるB社の協力が必要不可欠であった。</p> <p>しかし、これまでB社に大きく依存していたA社にとっては、B社に対する交渉はままならず、また、受身の営業体制を続けてきた為、新たな販路拡大もできなかった。</p> <p>また、当行では、以前より地元優良企業B社に対し新規融資開拓推進を図っており、B社の企業ニーズが、“下請先の経営改善を行い、安定した部品を確保する”という事を、当行は把握していた。</p> <p>そこで当行は、B社に対し、A社の経営改善指導ならびにリスケジュール等金融支援を実施する他、計画の進捗を管理する旨B社に申し伝える一方、A社に対するB社の安定した発注計画を要請した。</p> <p>B社はこれを快諾。結果、A社・B社・当行が一体となった経営改善計画が完成する事となった。</p>
3. 成果(効果)	<p>A社に対する経営改善支援における特徴は、A社の改善計画書を策定するうえで、A社の主力販売先B社を巻き込んだ事である。これにより、経営改善計画書の遂行に向けたA社・B社・当行の三者の意識が強化されるとともに経営改善計画書の実現可能性が高まる事となった。</p> <p>一方、B社にとってもA社の経営基盤が安定する事により、安定した部品の確保が図られる事となった。当行にとっても、本事例を進めた結果、地元優良企業であるB社との間で融資取引が開始される事となり、三者それぞれにプラスに働く結果となった。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>本事例が成功した要因の一つとして、経営改善支援の専担部署である「企業支援室」が、それまでの「審査部」から、「法人営業部」に移った事が挙げられる。</p> <p>法人営業部では、以前よりB社に対する新規融資開拓を行ない、B社の企業ニーズ(下請先の経営改善指導)を把握していた。一方、企業支援室は、A社の企業実態把握と経営改善のノウハウを蓄積しており、2つが融合した事により本事例のような結果が生まれたものと思料される。</p> <p>本事例のようなA社-B社間の関係は地域内に数多く存在しており、今後も同様のパターンで、A社のような下請先の経営改善を行なうと同時に、B社のような地元優良企業に対する融資深耕を図る事もできる。</p> <p>本事例の経験を踏まえ、今後も地域内の商流に着目し、地域に密着した面的再生を進めていきたい。</p>

三位一体再生スキーム



「農と食」展示・商談会の開催について

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 埼玉りそな銀行

1. 動機(経緯)	<ul style="list-style-type: none"> ● 埼玉りそな銀行と埼玉県が商談会を共催して、県内農畜産物生産者と食品加工業者等をスーパー・百貨店・外食チェーン・ホテルなどの全国の食材バイヤーにPRすることにより、農業と食品産業の連携の促進による地域産業の活性化支援を目的に考案。
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 埼玉県と共催し、県内の農畜産物生産者と食品加工業者等 138 社・団体が出展 【農と食の展示・商談会 2009】 ■ 開催日:平成 21 年 2 月 10 日(火) 10:00~17:00 ■ 会場:さいたまスーパーアリーナ ■ 主催:埼玉りそな銀行 ■ 共催:埼玉県 ■ 後援:関東農政局/中小企業基盤整備機構/日本政策金融公庫/埼玉県中小企業振興公社/埼玉県商工会議所連合会/埼玉県商工会連合会/埼玉県物産観光協会/埼玉中小企業家同友会 等 ■ 内容: ①出展ブース 100 小間(96 社) ②個別商談会(予約制) 13:00~17:00 ● 後日、フォローアップセミナーを実施 【「県内中小食品メーカーのための『商品企画・販売促進セミナー』」】 ■ 開催日:平成 21 年 7 月 15 日(水) 14:00~17:00 ■ 主催:埼玉りそな銀行 ■ 共催:埼玉県、(社)埼玉県物産観光協会
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> ● 商談成約状況 <ul style="list-style-type: none"> ・ 当日の商談件数 約 1,000 件 ・ 商談成約件数 120 件 ● 来場者が食材担当バイヤー中心であったことから、多くの商談が行われた。 ● 後日アンケートによると、展示会出展が初めての企業が約4割ながら、約9割の出展社から「次回も参加したい」との回答が寄せられる等、大変高い評価を得た。 ● 本件商談会を契機に、出展者との紐帯強化を図ることが出来た。
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> ● 展示会の継続開催。 ● 展示会出展企業のアフターフォローの実施。

「農と食」展示・商談会の開催について



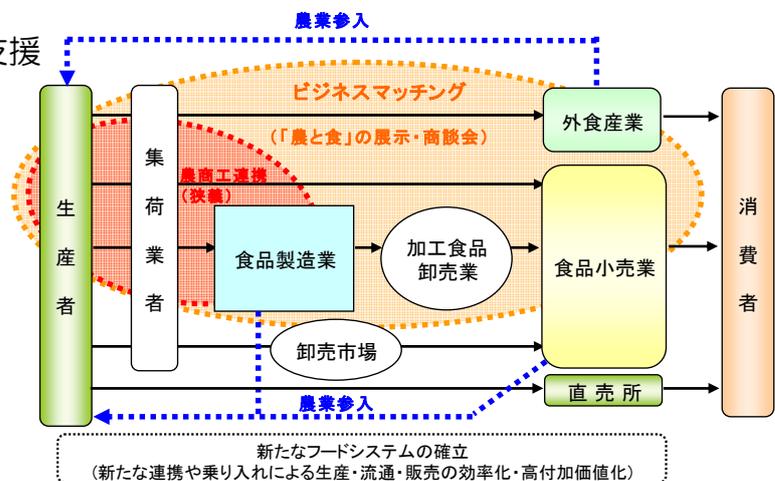
(1) 基本的な考え方

- ・ 埼玉県の農業市場（全国第18位）は限定的ではあるが、加工（全国第3位）、流通、外食、小売を含めた食品産業全体の市場規模は大きい。
- ・ 農業を基点とした食品産業分野の業種・業界ネットワークを再構築し、新たなビジネスチャンスを創出。

(2) 具体的な取組み

- ① 企業的農業経営体の育成・支援
- ② 民間企業の農業参入支援
- ③ 農商工連携の推進
- ④ ビジネスマッチングの推進

地域経済の活性化



海外ビジネスサポート

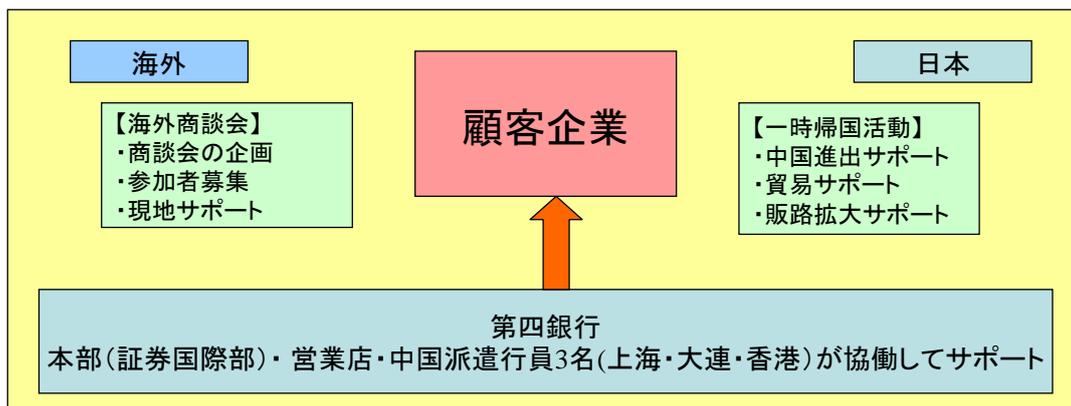
(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 第四銀行

1. 動機(経緯)	<ul style="list-style-type: none"> 県内では海外への販路拡大を志向する企業が増加しており、当行はビジネスマッチング支援の一環として、地方銀行3行共催で香港において食品商談会を実施した。 中国企業等との間で既にビジネスを行っている取引先の相談ニーズに対応すると共に、新たに中国企業とのビジネスを手掛けようとする取引先の増加に対応するため、中国に派遣している当行行員による一時帰国活動を実施。
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> 「香港市場における日本産食材・食品商談会」(平成20年11月18日開催) 日本側出展企業:15社(うち当行取引先5社) 香港側参加企業:28社 中国(上海・大連・香港)に派遣している当行行員が年間2回一時帰国し、支店担当者と共に取引先への帯同訪問を実施。訪問時に中国ビジネスに関する情報提供やノウハウの提供等を行うなどして、問題解決に当たっている。
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> 「香港市場における日本産食材・食品商談会」 商談件数121件(うち当行取引先出展企業45件) 当行取引先出展企業の成約件数5件 会場において成約につながる商談があった他、現地情報収集や人脈形成の面でも効果があった。 中国派遣行員による一時帰国活動 下記サポートを実施することにより、取引先企業と当行の関係強化が図られた。 <ul style="list-style-type: none"> ①中国進出サポート 中国派遣行員のノウハウを活用し、進出アドバイスを実施。飲食店の出店準備サポートなどの実績あり。 ②貿易サポート 中国側の制度や商習慣等や貿易実務についての情報収集を行い、取引先の貿易取引が円滑になるようサポートを実施。 ③販路拡大サポート 現地市場環境や販売ノウハウ等の提供、販売先とのマッチング、現地アテンド等の実施により、中国での販路拡大サポートを実施 継続的な海外ビジネス相談を実施することで各種貿易取引に繋がる事例が多く発生しており、さらに海外ビジネス相談のサポート内容が取引先より高く評価され、デリバティブ、新規資金調達などの派生取引にまで発展するケースもある。
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> 中国市場への参入や現地進出に関する案件が増加しており、中国派遣行員を活用したビジネスサポートを継続し、海外サポート体制の充実を図っていく方針。

・経営改善支援への取組み:海外ビジネスサポートの事例

- 地域金融機関として地域経済・産業の活性化に貢献することが大きな役割
- ↓
- 日本の景気が低迷しているなかで、海外ビジネスの展開により活路を見出そうとしている企業の増加。
- 特に世界の工場から世界の市場への変貌を遂げ、高い経済成長率を維持している「中国ビジネス」に着目。
- ↓
- 中国ビジネスを中心とした海外ビジネス体制を充実。



産学官の連携や外部機関の活用による経営改善支援への取り組み

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 山梨中央銀行

1. 動機(経緯)	<p>中小企業等が抱える経営課題(悩み)は高度化・多様化しており、顧客のニーズに対して当行単独で解決策を提供することが難しい案件も増えている。そこで、当行と地域の支援機関や大学等が連携することで、質の高いきめ細かなソリューションを提供できると考えた。</p>
2. 概要	<p>《山梨大学との産学連携推進》 技術シーズと企業ニーズとのマッチングを展開する「山梨大学客員社会連携コーディネータ」や、山梨大学に在籍する教授の研究内容を紹介する当行オリジナルレポート「山梨大学発“ビジネスチャンス”直行便！」といったツールを活用し、山梨大学と地域の中小企業との橋渡しを行っている。</p> <p>《山梨中銀経営支援コーディネートサービス、地域力連携拠点事業、連携ソリューション会議》 山梨中銀経営支援コーディネートサービスは、当行グループと外部機関とのネットワークを活用し、顧客が抱える経営課題の解決に適した機関の紹介、解決に向けた支援メニューの組み合わせ・利用提案、各機関と一体となった解決までのサポートを提供するサービス。その発展型として、経済産業省の委託事業である「地域力連携拠点事業」に平成20年度から取り組んでいる。</p> <p>また、当行、やまなし産業支援機構、中小企業基盤整備機構の三者による「連携ソリューション会議」を定期的に開催し、将来、山梨を代表する企業として成長・発展が期待される中小企業への支援方針を検討するとともに、三者によるきめ細かな多面的な支援を実施している。</p>
3. 成果(効果)	<p>《山梨大学との産学連携推進》 当行からの情報提供をきっかけに、企業からは「大学の研究内容をベースとしたビジネス展開を考えているので教授を紹介して欲しい」「大学の研究内容をもっと教えて欲しい」といった要望が寄せられるようになった。</p> <p>また、大学側へ技術的な相談を持ち込んだり、企業と大学との共同研究につながった事例も多数出始めている。</p> <p>《山梨中銀経営支援コーディネートサービス、地域力連携拠点事業、連携ソリューション会議》 地域や分野ごとに窓口が異なる外部機関等の支援メニューを、当行が総合窓口となりワンストップで提供することで、「顧客の利便性向上」と「実効性の高い経営サポート」につながっている。</p> <p>これらの経営改善支援活動を展開するなかで、当行の融資や各種サービスを利用した案件も多数あり、当行にとっての取引拡大・ビジネスの創出につながっている。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>本部に配置した応援コーディネータに加え、営業店に配置した「山梨大学客員社会連携コーディネータ」を中心に、案件の発掘・創出に努めるとともに、全行的な取り組みへと拡充を図り、当行のコーディネートによる新事業を多数手掛けることで、地域経済の活性化に貢献していきたい。</p>

山梨中銀経営支援コーディネートサービス

当行グループと外部機関とのネットワークを活用し、お客さまが抱える経営課題の解決に適した機関の紹介、解決に向けた支援メニューの組み合わせ・利用提案、各機関と一体となった解決までのサポートを提供させていただくサービス(取扱開始:平成18年1月)

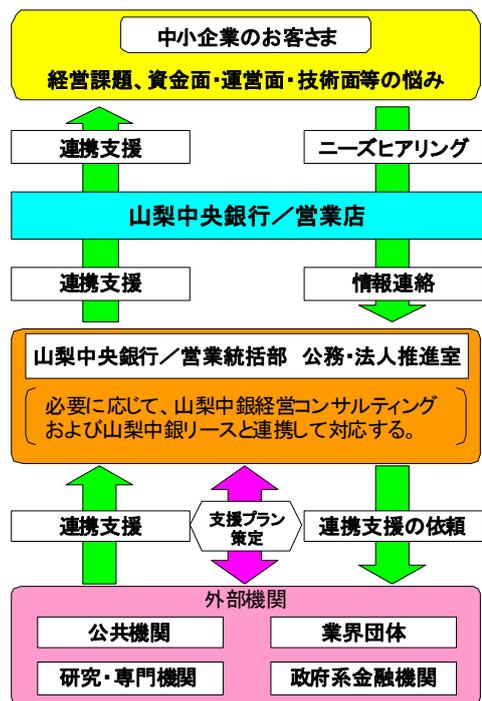
サービス概要

■対象者 中小企業者のお客さま(法人・個人事業主)

■内容
 お客さまの経営課題に応じた外部機関との連携サポート
 ①課題解決に活用可能な外部機関の選定
 ②活用可能な各種支援メニューの説明と活用法の提案
 ③外部機関の紹介・仲介(面談日等の調整)
 ④外部機関の支援メニューを活用した連携支援の提供

■外部機関(連携協定等締結先・順不同)
 財団法人やまなし産業支援機構、甲府商工会議所、富士吉田商工会議所、山梨県商工会連合会(各商工会)、山梨県中小企業団体中央会、国立大学法人山梨大学、山梨県工業技術センター、独立行政法人中小企業基盤整備機構、独立行政法人福祉医療機構、社団法人発明協会、日本政策金融公庫、商工組合中央金庫、日本政策投資銀行

■費用 無料
 ただし、当行関連会社および外部機関が有料で提供する支援メニューの活用には、各関連会社・機関所定の料金が必要となる。



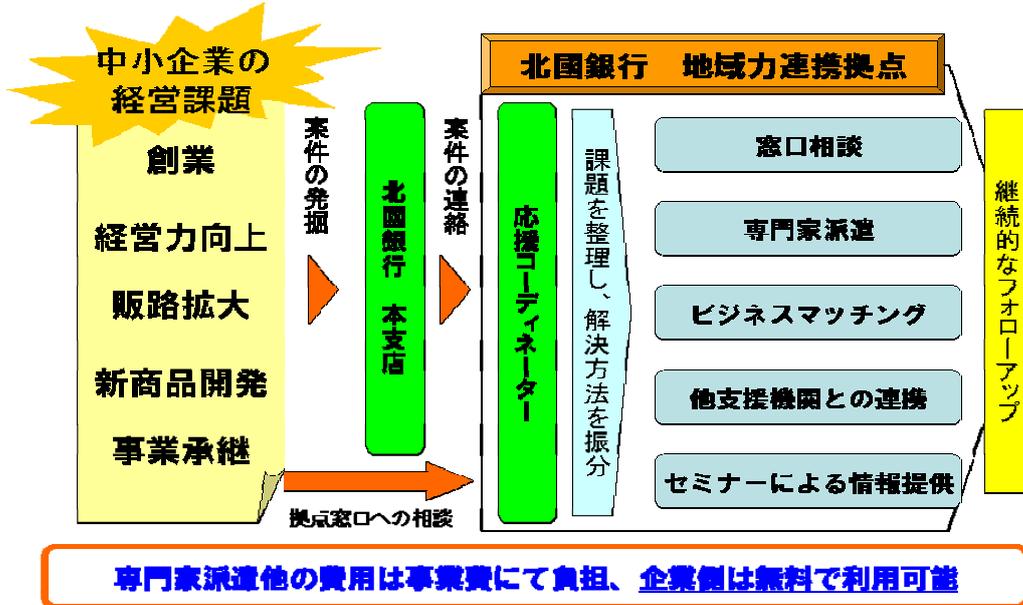
地域力連携拠点を活用した中小企業支援

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 北國銀行

1. 動機(経緯)	<ul style="list-style-type: none"> 中小企業へきめ細かい支援を行うため経済産業省が支援機関から地域力連携拠点を選定し、事業を委託。 北國銀行は北陸地区の金融機関では初となる地域力連携拠点の採択を受け、平成 21 年度より事業を実施。
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> 銀行内に「応援コーディネーター」を設置して企業の相談、経営課題把握に努める。 経営課題解決のため、①外部専門家による窓口相談・現地訪問、②ビジネスマッチング、③行政や他の支援機関との連携、④セミナーによる情報提供を行う。 事業実施にあたっての費用は、国からの委託費で賄われるため支援企業の経済負担は無い。
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> 外部専門家による無料の経営指導ができるなど顧客に提供できるサービス機能が拡充された。 支店の情報ネットワークを活かした支援案件の発掘、ビジネスマッチングができた。 専門家や他支援機関との連携支援で行員の目利き能力が向上した。 他の支援機関、専門家との「つながり」が強化された。
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> 地域力連携拠点事業で得た経営支援ノウハウ、地域の専門家や支援機関とのネットワークを活かして企業の経営課題解決を進めていく。 銀行の企業支援能力は拡充された一方で地域経済への責任がより一層重くなった。

1. 北國銀行 地域力連携拠点の業務フロー



2. 支援事例の紹介

(1)食品(魚の練漬)製造業
 創業間もなく経営ノウハウがない中で製品を地域の名産品とすべく石川県中小企業団体中央会と連携し、専門家によるブランディング戦略・販売戦略の策定を支援。

(2)鋳型製造業
 元請の大手機械メーカーからの受注が減少、「たい焼き型」などの新規事業への取組みを助成金申請等で支援。

(3)九谷焼卸業
 海外へ九谷焼のPRをするために3Dグラフィック専門家の派遣による3D映像を使ったホームページ、カタログ作成支援。

「経営改善計画書」の策定協力を軸とした経営支援活動の強化

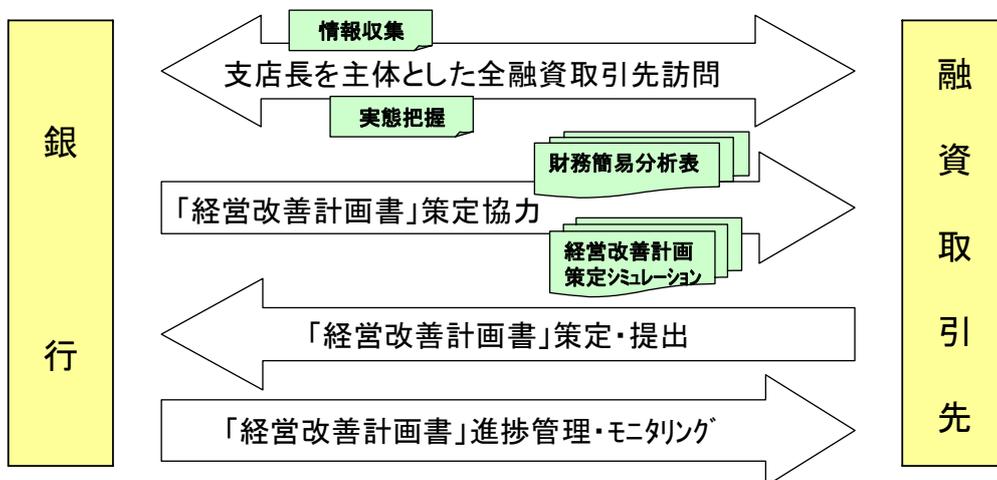
(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 愛知銀行

1. 動機(経緯)	<p>当地域の景気は急速に悪化しており、当行の取引主体である中小・零細企業において経営改善を必要としている取引先が多くなっている。中小・零細企業は、自社独自で「経営改善計画書」を策定することが困難な取引先も多く、当行が策定協力することにより、企業の経営改善活動を支援していく必要がある。</p>
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> 支店長を主体とした全融資取引先訪問を実施し、取引先の実態把握を強化し、経営支援対象先の追加を実施。 対象先の問題点、改善必要事項等の洗い出しを行い、経営者との協議実施による改善に向けての共通認識の醸成、「経営改善計画書」の策定指導・協力を実施。
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> 支店長を主体とした訪問を実施したことにより、取引先の経営改善に向けた認識が高まった。 同時に、支店長による取引先の状況把握を深めたことより、当行からより積極的に取引先の「経営改善計画書」の策定指導・協力を実施していく必要があると支店長の認識を高めることが出来た。 取引先への説明に際し、当行の「財務簡易分析表」、「経営改善計画シミュレーション」を利用したことにより、取引先経営者の自社財務内容の問題認識を高めることが出来、経営改善に向けた当行との共通認識を高めることが出来た。 地域密着型金融推進計画(H19.4～H22.3)における3年間の経営改善計画策定先数目標300先に対して、H21.9までで324先(達成率108%)の成果となっている。 経営改善計画の策定支援を通じて取引先とのリレーションシップが強化されるとともに、経営改善計画の実行により取引先のランクアップも図ることが出来た。
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> 支店長を主体とした全融資取引先訪問は今後も継続を予定。 「経営改善計画書」策定先に対する計画進捗管理及び適時適切な経営指導の継続が重要。対象先が増加しており、円滑に進捗管理や経営指導を実施していくことが課題である。

「経営改善計画書」の策定協力を軸とした経営支援活動の強化事例

- ◎支店長を主体とした全融資取引先訪問による情報収集・実態把握実施
- ◎「財務簡易分析表」「経営改善計画策定シミュレーション」等活用による「経営改善計画書」の策定協力実施
- ◎「経営改善計画書」の進捗管理・モニタリング実施



内部格付の開示を通じた経営改善支援の取組み

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 滋賀銀行

1. 動機(経緯)	<ul style="list-style-type: none"> 当行グループでは、平成19年3月末から始まったリスク管理に関する新たな国際的基準である「バーゼルⅡ」において、「基礎的内部格付手法」(FIRB)採用の承認を得た。 これを機に、当行独自の蓄積データに基づく内部格付を取引先企業の経営に役立てたいとの思いから、平成19年8月より、「格付コミュニケーションサービス」の取扱いを開始した。
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> 取引先企業より預かった決算書をもとに定量分析、ならびに決算書だけでは把握できない項目について定性分析を実施し、信用度合を計測した上で、格付を決定。 格付＝取引先企業とコミュニケーションを取るための「企業診断資料・カルテ」と位置づけ、当行の内部格付を取引先企業に開示することにより、企業価値向上に役立ててもらう。 平成20年度上期からは、「格付コミュニケーションサービス」の取組み状況を店舗表彰の評価に組み入れ、取組みを強化。
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> 平成19年8月から平成21年9月までに、1,731先の取引先企業に対して、延べ2,262回サービスの提供を実施した。 本サービスを通じた取引先企業とのコミュニケーションにより、従来以上のリレーションを実現するとともに、課題の認識を踏まえた財務内容の改善や経営改善計画の策定に繋げている事例など、取引先企業に対する「予防と治療」の両面で有効に機能している。 本サービスにより取引先企業と経営課題の共有ができることで、取引先企業の「経営改善計画」についても有効に進めることができる。
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> 景況感の悪化から危機意識を持つ経営者が多く、取引先企業が抱える問題点について適切にアドバイスし、一丸となって取組むこと。また、取引先企業とのコミュニケーション向上の一助となり、経営改善計画の策定プロセス等において引き続き有効的に活用すること。 每期継続して実施を要請されることも多いため、本サービスを每期継続し発展させることで、取引先企業との共存共栄に意義のあるものとする。 より多くの取引先企業に本サービスを提供し、より多くの共感を得ることで、当行もしくは地域の発展へとつなげる。

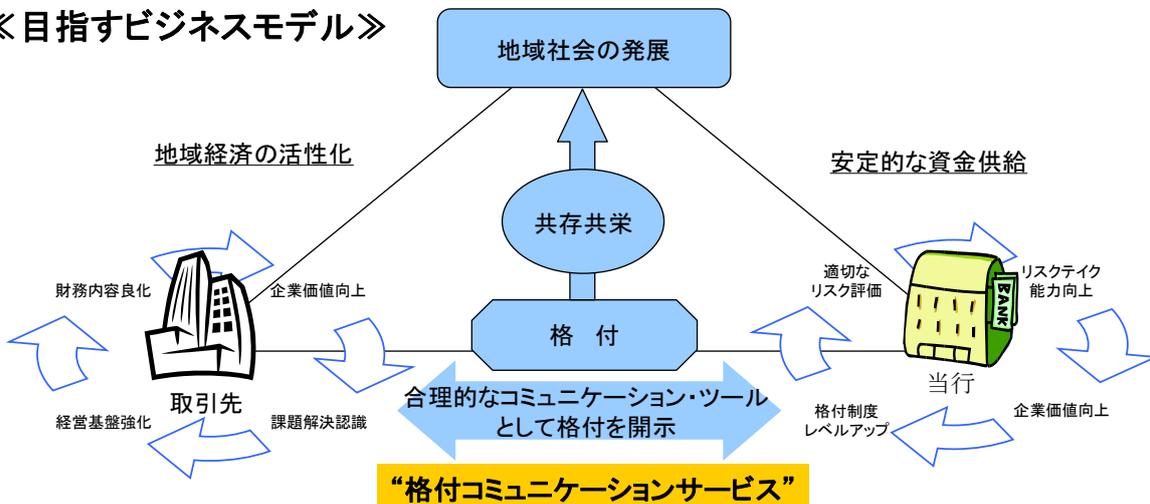
内部格付の開示を通じた経営改善支援の取組み

合理的なコミュニケーション・ツールである格付を利用したサービス
“格付コミュニケーションサービス”

- 格付を決定するプロセスにおいて取引先企業の強み・弱みを把握
- 財務面を中心とした課題やリスクを取引先企業と共有化
- 早めに対処することで、効果的な改善と発展につなげる。



《目指すビジネスモデル》



公立大学法人和歌山県立医科大学と連携した地域活性化に向けた取組み

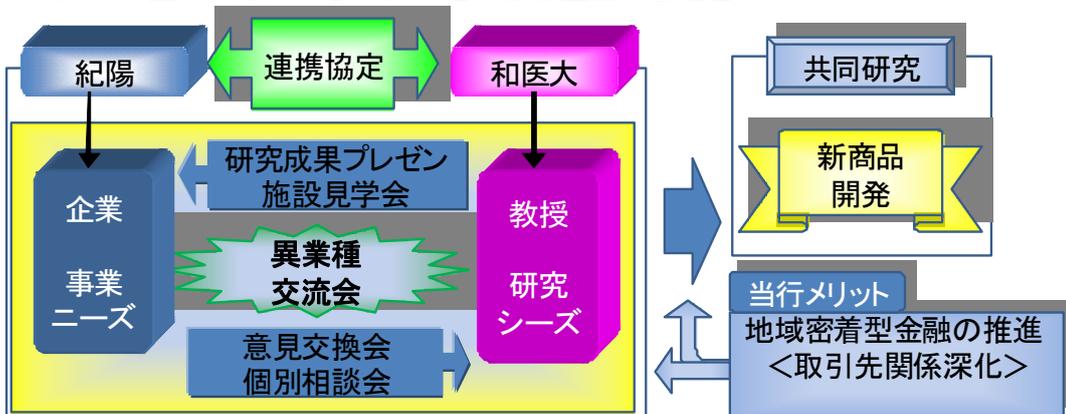
(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 紀陽銀行

1. 動機(経緯)	<p>○ 当行営業エリア内である大阪府下、和歌山県内における取引先企業をはじめとする地域企業に対して、県内唯一の医科大学である和歌山県立医科大学の特性を活かした医学・健康・観光・食品等に関する最先端の研究成果を基にした技術開発、技術教育等の支援により、新事業の創出、地域産業の振興、地域経済の活性化を図るため。</p>
2. 概要	<p>○ 地域産業に大きい影響力のある医療・医薬関係をはじめ、食品や観光分野に関する研究成果(シーズ)を多く持つ和歌山県立医科大学と、地域企業のニーズ等の情報を集積している当行が互いの情報交換と共同研究の推進等を円滑に図るため、「連携協定」を締結。</p> <p>○ 和歌山県立医科大学の研究シーズと当行の取引先企業のニーズをマッチングさせるため、大学と企業との情報交換を図る「異業種交流会」を開催。 第1回目異業種交流会は【研究成果の事例紹介・施設見学会・意見交換会】を実施したが、第2回目を開催する際、企業のニーズをより具体的かつ円滑に相談できる場として新たに【個別相談会】を実施。</p>
3. 成果(効果)	<p>○ 2009年3月25日に協定を締結後に、異業種交流会を2回開催 2009年3月25日 第1回「異業種交流会 in 和医大」 企業 43社 68名参加 2009年10月7日 第2回「異業種交流会 in 和医大 みらい医療推進センター」 企業 32社 60名参加</p> <p>○ 営業店において新たな取引先への提案策として定着し、行内で地域密着型金融を推進するツールとして確立。 また地域経済における具体的成果は、大学との接点強化を図るため新たに設けた【個別相談会】を通じて、新商品開発に関する共同研究に発展。事業化に向けて取り組み中。 結果として当行の情報コーディネーターとしての役割が地域に認知された。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>○ 産学官連携活動を継続的に実施していくことにより、金融機関・大学・地域企業でネットワークを形成し、実効性を高めていくこと。</p> <p>○ 大学の技術シーズを取引先企業に紹介したり、また、取引先企業のニーズを大学に紹介したりすること等、双方の橋渡しを円滑にすること。</p> <p>○ 地元企業が抱える「技術上の問題や経営課題等」について大学や公的研究機関と連携して解決すること、大学の持つ技術知識等の知的財産を紹介し、新技術や新製品開発に取り組む活動を通じて、企業支援と地域経済を活性化させること。</p>

公立大学法人和歌山県立医科大学と連携した地域活性化に向けた取組み

- ◎産学協働で地域活性化を図るため、「連携協定」を締結
- ◎和医大の強みである「医療・健康・観光・食品」等の専門分野の研究シーズと多様な企業ニーズをマッチングさせ、新商品開発等のための「共同研究」を推進する目的で、「異業種交流会」を開催
【研究成果事例紹介・施設見学会・意見交換会・個別相談会】
- ◎当行は、企業ニーズを把握し和医大との「異業種交流会」を意見・情報交換の場として企業に提供することで、地域密着型金融を推進

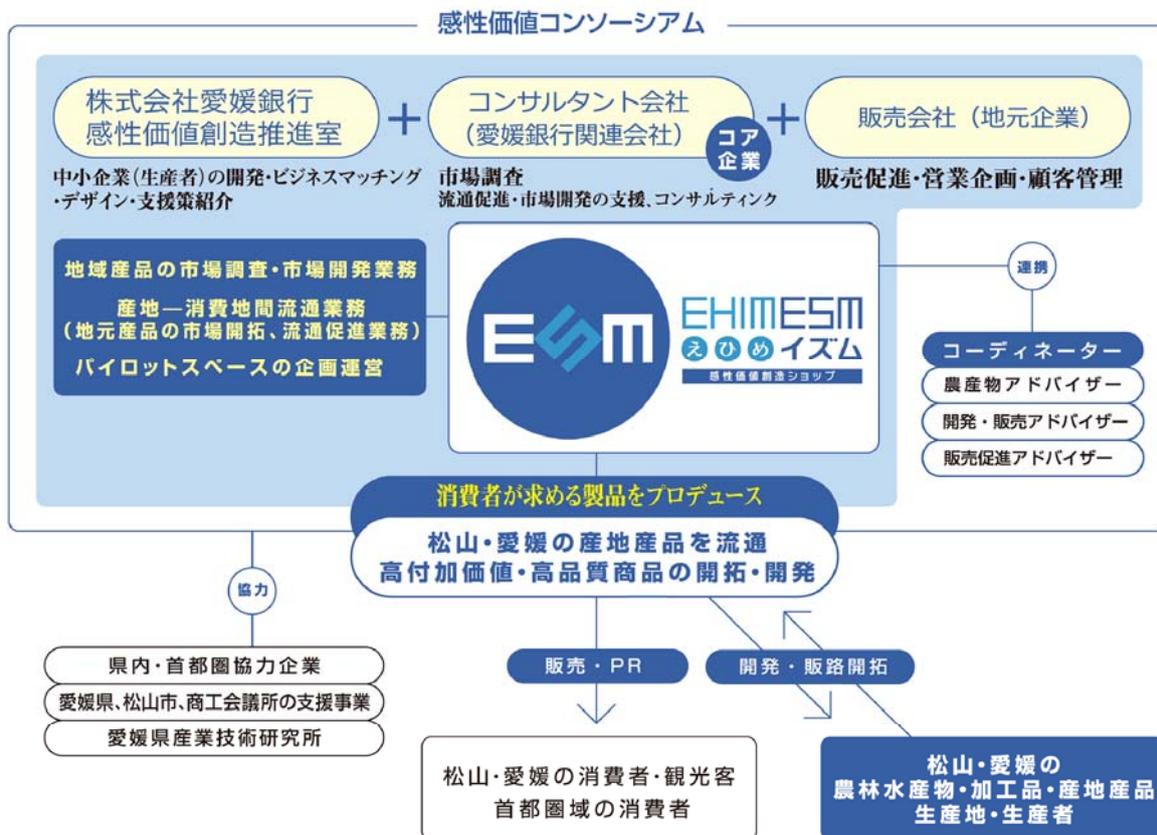


コンサルティング機能の発揮を通じて借手企業の付加価値を高める取組みについて

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 愛媛銀行

1. 動機(経緯)	<p>平成20年の資材高騰やリーマンショック以降、中小企業の資金繰り円滑化への対応を積極的に実施してきたが、中小企業経営者においては資金繰り改善の一方で、売上高増加につながる販路拡大・販路開拓・商品開発・ブランド力向上などの経営上の悩みを解決したいという声が大きくなっている。</p> <p>そこで当行は、「最初に相談される銀行」ブランドの確立を目指すべく、今までにない新たな取組みとして、昨年5月に本部内に設置した「感性価値創造推進室」が中心となり、「人融＝人と人とのつながり力」を通じて外部専門家と連携して、これらの経営者の悩みを解決していく取組みを実施することとなった。</p>
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> 当行は平成21年4月、四国の金融機関としては初めて経済産業省の平成21年度中小企業支援のための「地域連携拠点事業」に選定され、中小企業の経営指導を実施している。 事業者に「感動」や「共感」をもって受け止められる商品やサービスを提供するため、外部の専門家を交え商品デザインなどを行い、新たな販路先を開拓しながら企業の「出口戦略(=販路拡大、販路開拓～売上高増加)」の支援をプロデュースしている。 21年12月、当行などで組織する「感性価値コンソーシアム」が、地元活性化を推進する松山市の委託事業として、愛媛県内の農水産物や加工品、工芸品などの販売店「えひめイズム」を開業。
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> 「えひめイズム」では商品販売に加え、地元企業が都市圏バイヤーや商社と商談のできる場所を提供していることから、地元企業の販路拡大が期待できる。 当行と取引が無かった企業で、「えひめイズム」への商品陳列を希望する企業と商品販売までの相談を通じ、金融面での新規取引にもつながってきている。 また、ビジネスマッチング成約により、マッチング手数料として売上高の20%を当行グループ企業が得られるため、当行グループの収益への寄与が期待できる。
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> 今後は、商品開発や売れ筋商品への再編集作業を支援しながら、「えひめイズム」を活用した出口戦略までの総合的な中小企業支援を行っていく取組みを実施していく。 平成22年3月、世界的に有名なウェブディレクターと協働で通信販売サイトを立ち上げ、国内だけではなく海外向けにも販売が可能となり、県内企業の出店仲介やプロモーション支援等、新しい販路開拓支援として取り組んでいく。



イズムとは

E = Ehime Ecology Earth Environment Excellent Elegant (愛媛、エコ、地球、環境、優れた、エレガント)
S = Style (スタイル)
M = Matsuyama (松山)

3つの頭文字を組合せ、イズムと呼ぶ。イズム=ismは英語で【主義、思想、理論、様式】という意味で日本でも周知されており、えひめブランド 創造の強い意思を表現している。

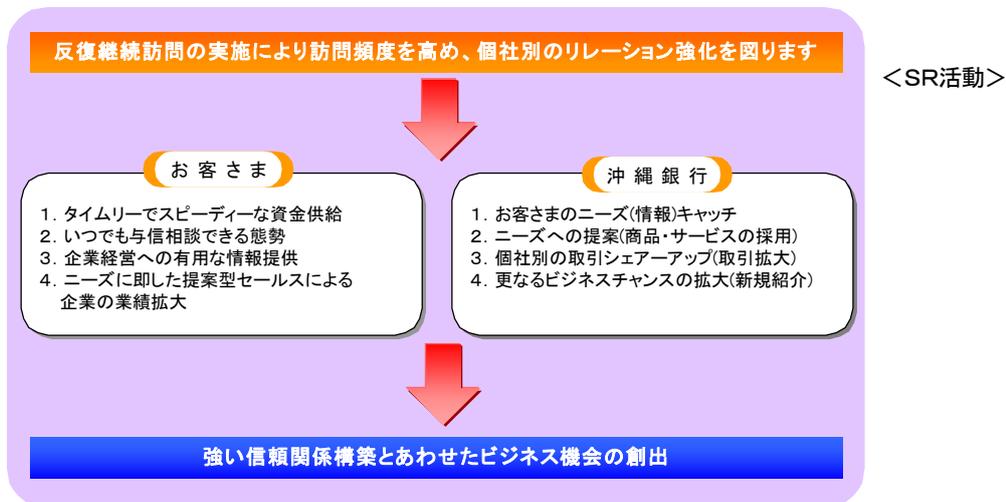
SR (STRONG RELATION) 活動

(分野) 経営改善支援

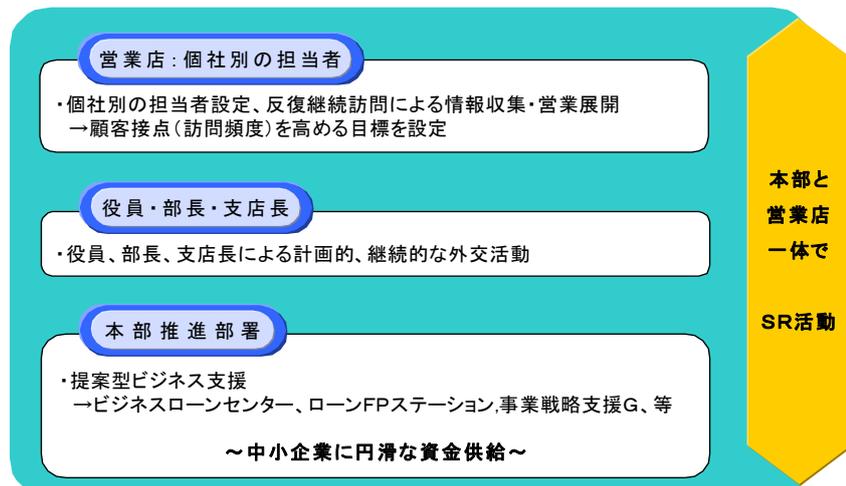
(金融機関名) 沖縄銀行

1. 動機(経緯)	SR(STRONG RELATION)とは顧客との強い信頼関係・絆を構築し、いつ・なん時でも沖縄銀行へ相談ができる態勢作りと、たくましい営業活動展開をイメージしたキャッチフレーズであり、19年度下期より当行の行動指針として行内外に発信している。
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 毎期初各担当者毎に、選定基準に基づきSR対象先の企業・営業性個人などの登録を行い、個社別に目標数値を設定し予算進捗管理を行っている。 ・ SR対象先は、当行取引先のほぼ80%をカバーしている。 ・ お客様の資金ニーズや経営サポートに資するため、情報収集に努め、足で地道に訪問し、顧客接点を増やすという観点から、企業係・渉外係の一日の訪問件数目標をそれぞれ設定している。 ・ 営業店の他にBLC(ビジネスローンセンター)、事業戦略支援Gの本部セクションにおける営業店サポート体制を敷いている。
3. 成果(効果)	<p>法人預金取引の実績を見ると、SR活動前の2年間増加額が51億円のところ、SR活動開始以降の2年間では564億円の増加と預金増が顕著である。</p> <p>同様に中小企業向け貸出金の残高推移を比較してみても、SR活動前の2年間増加額が249億円であったものが、SR活動開始以降の2年間では549億円と増加しており、中小企業金融の円滑化に貢献できる施策であることが確認できる。</p> <p>特に、平成20年度下期にスタートした政府の緊急保証融資制度に関して、県内シェアの約50%以上にあたる中小企業が当行を通して同制度を利用しており、SR活動の浸透成果として捉えられる。</p>
4. 今後の予定(課題)	上記実績推移よりSR活動に関しては一定の評価ができるものと思料する。先行きの経済情勢の不透明感は未だ拭えず、取引先企業とこれまで以上の信頼関係・絆を構築し中小企業への円滑な資金供給に迅速・的確に対応していく。

～強い信頼関係構築・強い絆構築・たくましい営業活動展開～



<SR活動の実践>



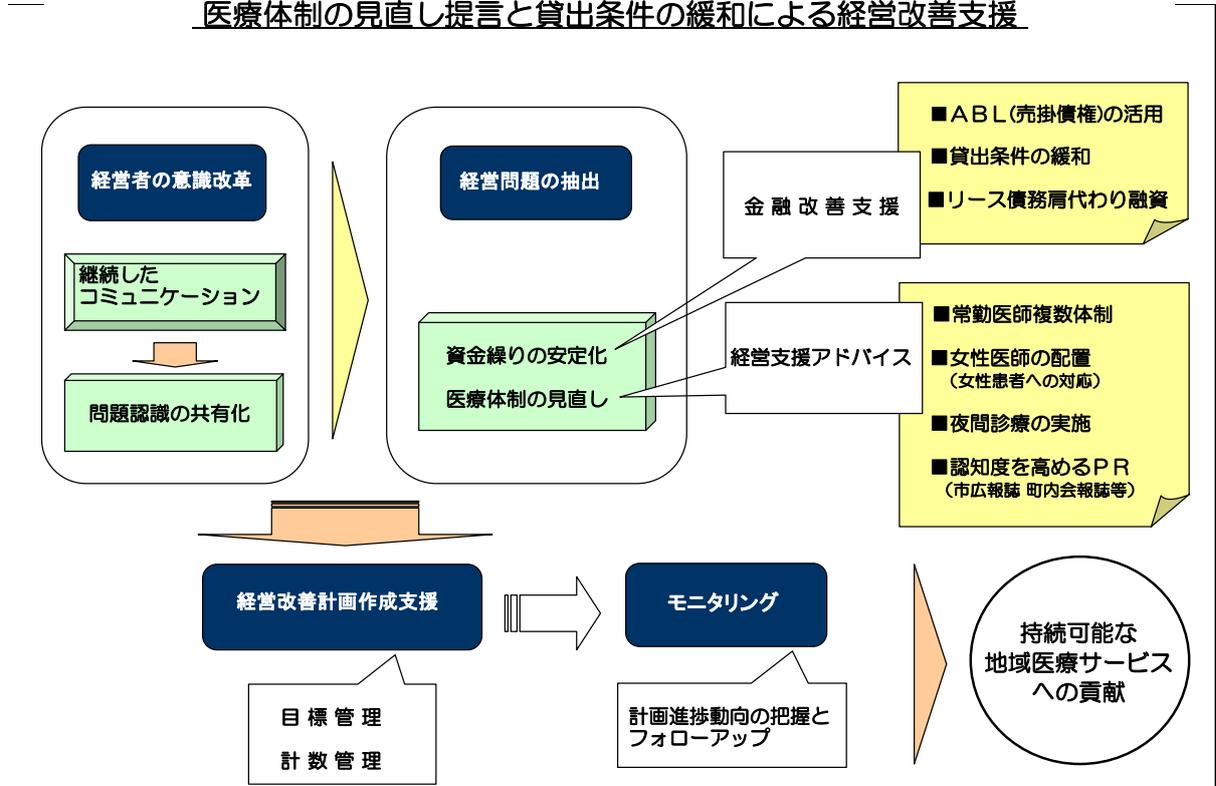
医療体制の見直し提言と貸出条件の緩和による経営改善支援

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 苫小牧信用金庫

1. 動機(経緯)	地域への安定した医療サービスを確保するという観点に立ち、業況低迷にあった医療機関に対して大幅な貸出条件緩和と債務肩代わり等の経営改善に取り組んだ結果、地域住民への持続的医療貢献につながったもの。
2. 概要	<p>(現況)</p> <p>①新興住宅集積地として恵まれた地域にあり、医療設備は整っていたが、患者数が伸び悩んでいた。</p> <p>②その結果、長期借入金返済に見合うキャッシュフローが大幅に不足しており、資金繰り難にあった。</p> <p>(改善支援活動)</p> <p>①常勤医師複数体制による診療機能の強化、夜間診療や婦人層患者向けの医師配置を提案</p> <p>②目標管理と計数管理を意識させ、経営医師と協議しながら経営改善計画の作成を支援</p> <p>③資金繰り対応の一環としてABL(診療報酬債権担保)手法の活用による資金支援を実施</p> <p>④早期に返済負担の軽減が急務だったため大幅な貸出条件変更を実施</p> <p>⑤負担の重かった医療機器のリース債務の肩代わり融資を実行し、資金繰りを緩和 など</p>
3. 成果(効果)	<p>提案の受入と実践により、</p> <p>①医療体制の充実(夜間診療、女性医師の配置、高度外科手術対応)から知名度がアップし、大幅な患者増と売上げ増加につながった。</p> <p>②経営医師の経営改善に向けた意識が向上し、経理責任者の交替等、内部管理体制の強化も図られた。</p> <p>③経営改善が予想以上に上向きに進捗したことでランクアップの可能性も出てきた。</p> <p>④当庫にとっても融資実行に結びついた。</p> <p>⑤地域住民への持続的医療貢献が実現された。</p>
4. 今後の予定(課題)	経営改善計画に基づく定期的なモニタリング及びフォローアップを実施し、経営改善指導態勢をさらに強化していく。

医療体制の見直し提言と貸出条件の緩和による経営改善支援



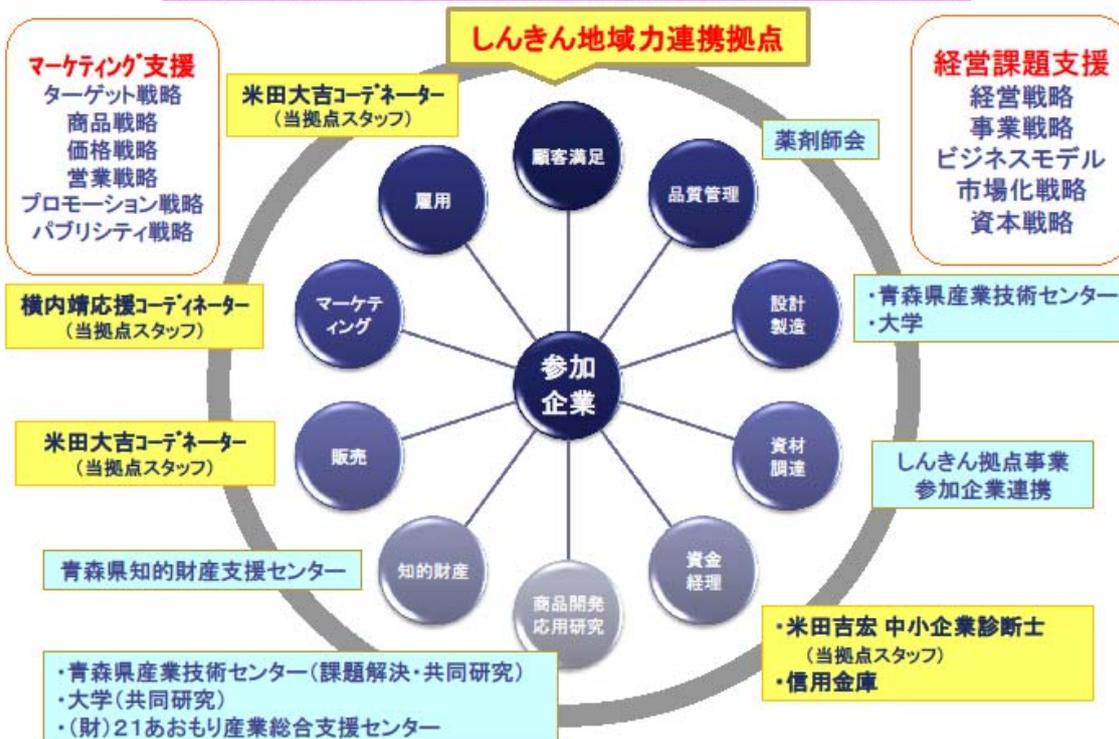
しんきん地域力連携拠点事業について

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 青い森信用金庫

1. 動機(経緯)	地域力連携拠点事業を通して、外部応援コーディネーター・専門家を企業に派遣し、地域の小規模企業の持続的な成長のための経営課題解決に取り組んだ。
2. 概要	<p>しんきん地域力連携拠点の事業概要</p> <p>1. テーマ 「企業の明日の売上を上げる支援」</p> <p>2. コンセプト</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 小規模企業者の経営に貢献する支援 <ul style="list-style-type: none"> ・企業力を向上させる支援 ・企業の自発的な成長を促す支援 ② 研究機関、支援機関等との連携による支援 <p>3. 具体的支援策</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 企業相談会開催(中小企業診断士により定期的実施) ② 企業個別派遣相談実施 ③ 販路開拓・商品力向上支援 ④ 企業連携の強化による新事業・新商品等の創出支援
3. 成果(効果)	<p>当初掲げたテーマ、コンセプト、具体的支援策が下記の通りの成果となって現れた。</p> <p>1. 国等の事業に認定された支援企業</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 農商工等連携事業 2企業 ② 地域資源活用事業 4企業 ③ 農林水産物等輸出促進支援事業 1企業 ④ ジャパンベンチャーアワード2010 審査委員会特別賞「地域貢献特別賞」受賞 1企業 <p>2. お客様アンケートの結果(全国平均と比較し、優位だった項目)</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 新たな取引先が増えた ② 新商品が開発できた ③ 売上が増えた <p>3. 上記の結果、支援企業の新規雇用者数が増加した。 平成20年度の新規雇用者数が65名あり、21年度(1月末現在)はさらに増えて87名となった。</p>
4. 今後の予定(課題)	地域力連携拠点は平成21年度で終了するが、今後とも、地域の小規模企業の経営課題解決に取り組んでいきたいと考えている。

協力機関が得意分野で協調した支援体制

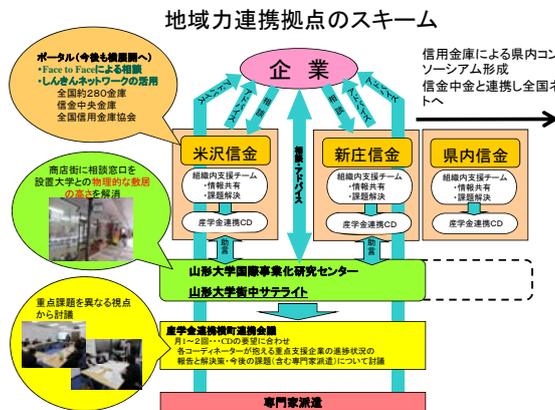


ビジネスマッチカタログを核とした企業支援モデル

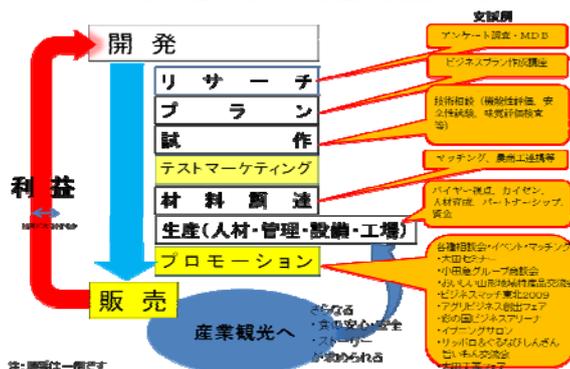
(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 米沢信用金庫

1. 動機(経緯)	<p>米沢市は、東北屈指の製造品出荷額を誇り、ものづくりの街として知られている。しかしながら、下請構造にあり、結果、付加価値率が低く、地域経済に影響を及ぼしている。提案型・開発型企業への転換は、企業単位のみならず地域全体の課題でもある。地域にかかわる金融機関の使命として、大学と産学金連携により、上杉鷹山から伝わる三助(自助・互助・扶助)により、企業力を高め、地域を活性化していく。</p>
2. 概要	<p>・米沢信用金庫は、平成15年より、山形大学に共同研究員を派遣している。当初は、企業ニーズと研究シーズのマッチングによる付加価値創出及び、大学と連携した金庫職員の目利き人材育成研修を行ってきた。平成19年に地域金融機関向けの産学金連携コーディネーター研修へと発展したことを機に、人材育成による組織内イノベーションを起こし、目利き金融機関へ変革を目指している。H20・21年度は、育成された目利き人材(産学金連携コーディネーター)の実践的なステージとして山形大学と中小企業庁「地域力連携拠点事業」を受託し(山形大学・米沢信金・新庄信金)、地域活性化・企業支援の新たな仕組みづくりを行い、将来的な自律システムの構築を目指す。</p> <p>・産学金連携により、企業の「強み経営(知的資産経営)」への変革と支援機関としての目利き能力の強化により、産業界と金融機関の視点のギャップを埋め、かつ地域資源ともいえる大学の知的財産を活用し、企業価値(含む商品価値)を創出する。利益を生む企業づくりのサポートを行うことで、開発力強化・新事業・新創業・雇用創出・所得増加・税収増加・事業承継問題等の円滑化を図り、地域経済活性化への正のスパイラルを生み出す。</p> <p>・面的支援第一弾として商品設計から最終商品、販売まで一貫して手掛けている企業が多く支援効果が見えやすい分野である食品加工業をモデルに支援を行う。具体的には、代表者の顔や生産現場、ストーリーが見えるアグリビジネスマッチカタログ「いい食観!やまがた」を作成し、ビジネスプラン作成や各種商談会、事業PR、販路開拓、各種認定申請支援等の支援を行い、企業価値を高めていく。</p> <p>・信用金庫業界の強みでもある「地域密着型」と「全国ネットワーク」を有効活用。米沢信用金庫・新庄信用金庫を中心とした県内ネットワークを構築するとともに、全国組織である信金中央金庫の協力や大学のネットワークを共有しながら地産外商、地産地商を推進する。</p>
3. 成果(効果)	<p>目利き人材: 当金庫所属の山形大学認定 産学金連携コーディネーター認定者H19年度12名、平成20年度11名、平成22年度13名、合計36名。ビジネスプランから販路までをサポートし、利益へ結び付ける活動を展開。</p> <p>効果(カタログ): 商談会やマッチングを通じ、多くの商談や事業連携、新商品開発が実現。具体例としては、コンビニと連携して誕生した「山形県産マッシュルームカレー」がある。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>産学金連携のモデルを構築し、米沢モデルとして全国に発信していきたい。</p>



開発(入口)~販売(出口)まで一貫生産の食品加工業をモデルに



商談の場を提供するビジネスマッチングによる販路拡大への取組み

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 桐生信用金庫

1. 動機(経緯)	桐生信用金庫と全国の信用金庫が連携し、そのネットワークを活かし、地元の中小企業や商店街等の様々なビジネスニーズの課題解決支援として、平成 16 年4月よりサービス開始																								
2. 概要	全国の企業のビジネスニーズを全国の信用金庫のネットワークを介して結びつけるサービスを行う。現在、842 社のビジネスマッチング情報を配信。また、年1回、ビジネスマッチングフェアを開催し、計4回の開催実績がある。																								
3. 成果(効果)	<p>ビジネスマッチングコーディネート実績</p> <table border="1" data-bbox="418 577 1018 869"> <thead> <tr> <th></th> <th>件数</th> <th>先数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成 16 年度</td> <td>2件</td> <td>4社</td> </tr> <tr> <td>平成 17 年度</td> <td>10 件</td> <td>20 社</td> </tr> <tr> <td>平成 18 年度</td> <td>47 件</td> <td>94 社</td> </tr> <tr> <td>平成 19 年度</td> <td>25 件</td> <td>50 社</td> </tr> <tr> <td>平成 20 年度</td> <td>24 件</td> <td>48 社</td> </tr> <tr> <td>平成 21 年度</td> <td>6件</td> <td>12 社</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>114 件</td> <td>228 社</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">平成 21 年 10 月末現在</p> <p>以上の成果があり、各社とも売上げ増加につながる</p>		件数	先数	平成 16 年度	2件	4社	平成 17 年度	10 件	20 社	平成 18 年度	47 件	94 社	平成 19 年度	25 件	50 社	平成 20 年度	24 件	48 社	平成 21 年度	6件	12 社	合計	114 件	228 社
	件数	先数																							
平成 16 年度	2件	4社																							
平成 17 年度	10 件	20 社																							
平成 18 年度	47 件	94 社																							
平成 19 年度	25 件	50 社																							
平成 20 年度	24 件	48 社																							
平成 21 年度	6件	12 社																							
合計	114 件	228 社																							
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> ○ネットワークを活用した地域の拡大を予定 信用金庫の枠を超え、地方公共団体や商工会議所、商工会との結び付きの強化 ○信金中央金庫との新たなネットワークづくりを予定 大手企業とのマッチング強化(伊勢丹、イトーヨーカドー、ダイエー、ドン・キホーテ、ぐるなび等) 																								



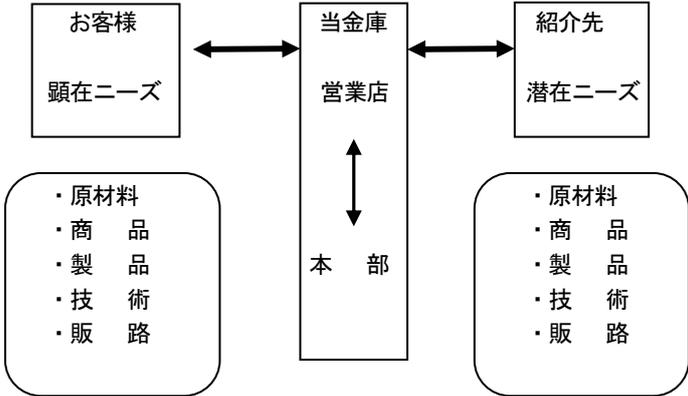
ビジネスマッチングへの取組み

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 鹿沼相互信用金庫

1. 動機(経緯)	<p>地域密着型金融への取組みの一層の推進を図るため、取引先企業の様々なニーズを把握するなかで、当金庫の規模・特性に合ったいわゆる身の丈に応じたビジネスマッチングを心がけてきた。</p> <p>この背景には、信用金庫業界において策定した新長期経営計画(平成21年4月～24年3月)において示された「つなぐ力」および当金庫が実施した法人向け利用者満足度調査に示された経営者が重視する情報提供力等への対応の必要性があった。</p>
2. 概要	<p>『つなぐ力』を深化させるための一つ的手段としてビジネスマッチングを位置付け、ビジネスマッチングの類型として次の3つに分類している。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 営業店⇄本部⇄僚店 2. 営業店単独 3. 信金中金による販路紹介
3. 成果(効果)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 技術力のある企業紹介例 プラスチック射出成型・・・プラスチック製治具製作 <ol style="list-style-type: none"> ①相談経緯 A支店取引先B社より、メッキ加工用のプラスチック製治具製作を発注したいが、近くにプラスチック射出成型を行っている事業所があればと紹介を依頼された。 ②相談結果：僚店取引先を紹介 A支店は自店の取引先を探したが難航、本部に相談。本部は候補先をリストアップし、C支店取引先のD社を紹介した。 2. 仕入・販売先の紹介例 品質の良い、夏場のイチゴの数量確保 <ol style="list-style-type: none"> ①相談経緯 A支店は、生菓子の製造販売業のB社を訪問した際、『夏場のイチゴ確保のため、「とちおとめ」を冷凍保存しているが、品質のよい数量確保に困っている。』との情報を得た。後日、A支店が同店取引の農家を顧客に持つC社社長に、品質のよい夏場イチゴの数量確保で困っている事業所があるとの話をしたところ「とちひとみ」の生産農家Dを紹介してもいいとの申し出を受けた。 ②相談結果：生産農家を紹介 C社より紹介を頂き、A支店支店長はB社社長と農家Dに出向き「とちひとみ」の品質を確認し、次年度収穫時よりの取引開始を生産農家Dと合意した。 3. 信金中央金庫による販路紹介への参加例(個別商談会の内容) <ol style="list-style-type: none"> ①スーパーの名称：大手スーパーI社 ②商談会参加資格：栃木県で生産されている一次産品、加工食品、地域性が表現されている商材、顔が見える食品等のメーカー ③商談会実績：1社のエントリーを実現した。
4. 今後の予定(課題)	<p>金庫間の連携による広域化が課題と認識している。</p>

ビジネスマッチングのスキーム図

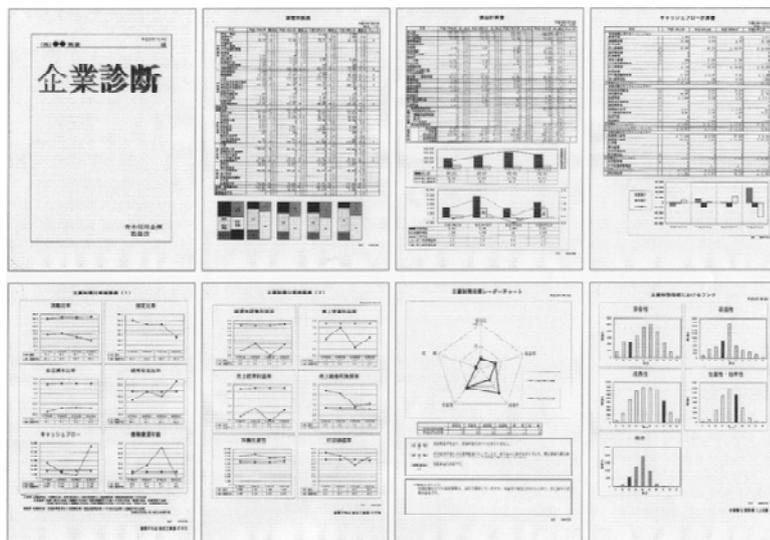
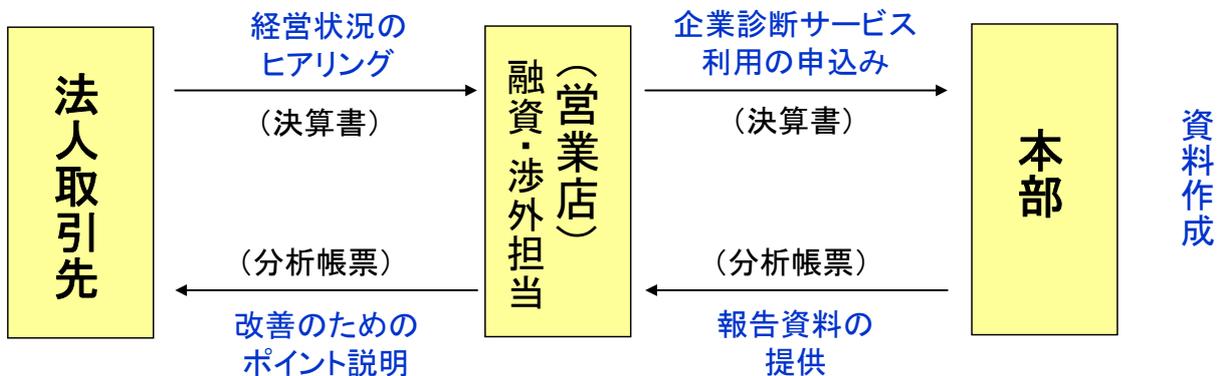


「企業診断サービス」による取引先企業の経営改善支援について

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 青木信用金庫

1. 動機(経緯)	<p>全国の企業数が1986年をピークに減少の一途を辿っており、埼玉県内の当金庫営業地区の事業所数も減少している。このような現状の中、法人取引先の活性化を図るため、地域密着型金融の取組みの一つとして、決算書の分析結果をフィードバックする「企業診断サービス」を平成20年4月に開始した。</p>
2. 概要	<p>財務分析システムを活用して法人取引先からお預かりした決算書(5期分)を分析し、経営改善のポイントについてグラフやレーダーチャートを用いてわかりやすく取引先に説明する。また、システムにより自動的に作成される改善ポイントに具体的なコメントを追加・修正して、報告資料として提供する。</p> <p>形式的に配布するのではなく、経営支援の必要に応じて営業店(担当者)が本部に申請する方式をとっており、コミュニケーションを重視したサービスの提供を心掛けている。</p>
3. 成果(効果)	<p>○取引先の経営改善(計画・会議)への活用 取引先自身が強み・弱みを具体的な数値で把握し、課題を抽出・事業計画を立てる際に有効活用できる。また、企業診断サービスを社内の会議で活用している取引先もある。</p> <p>○取引先と金庫のコミュニケーションツールとして利用 報告資料をもとに取引先へのアドバイスを行っていく中で、融資案件の相談に結びつくケースもあり、取引を深めることにつながっている。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>本取組みは取引先の経営改善を目指しており、報告資料の配布だけでなく、営業店(担当者)が更に一歩踏み込んだ提案ができるよう工夫・努力が必要である。自己啓発等により、目利き力を養い、提案する情報の質・量の底上げを図る。</p>



分析帳票(例)

「企業実地診断」を通じた中小企業支援の取組みについて

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 千葉信用金庫

1. 動機(経緯)	平成 16 年に職員の企業実態把握能力、経営相談能力、目利き能力等の向上を図ることを目的とし、中小企業診断士資格を有する職員をインストラクターとして「企業診断実地研修」を開始した。 その後、地元中小企業の発展に貢献するための取組みとして実施すべく「企業実地診断」へと名称を変更し、中小企業診断士資格を有する職員を主体に診断チームを構成して実施している。
2. 概要	・診断チーム……中小企業診断士(職員)を主体とする6名程度で構成。(当金庫職員の有資格者 18 名) ・診断期間……連続7日間(土日祭日を除く) ・事前調査……業界動向の把握や財務分析、従業員意識調査(モラルサーベイ)の実施協力を依頼 ・診断作業……以下のとおり 経営者や各担当者からのヒアリング、現地調査(店舗、工場、競合店、事務所等)を実施。 モラルサーベイや事前調査を含む各種調査結果を踏まえ、SWOT分析の手法を用い、企業の実態を把握、課題や問題点を明確にして改善案を検討する。 診断結果は「企業診断報告書」として取りまとめ最終日に報告会を実施し、社長や経営幹部に対してプレゼンテーションを行う。
3. 成果(効果)	平成 16 年から現在まで、計 23 先の企業に対して企業実地診断を実施。業種は建設業、小売業、卸売業、製造業、サービス業と多岐にわたっている。 企業実地診断を受け入れた企業の経営者からは、「自社の経営状態について、第三者の評価をはじめて知ることができた」「モラルサーベイを実施したことで従業員の意識を把握することができ、職場環境の改善につながった」「今後経営を強化していくうえで参考になった」などの評価を得ている。
4. 今後の予定(課題)	地元中小企業への支援や地域経済の活性化を目指し、引き続き取組みを強化していく方針。

■企業実地診断の目的

- ・経営情報の提供
- ・経営上のアドバイス

地元中小企業の発展に貢献

+

信用金庫職員の企業実態把握能力の強化
目利き能力の向上

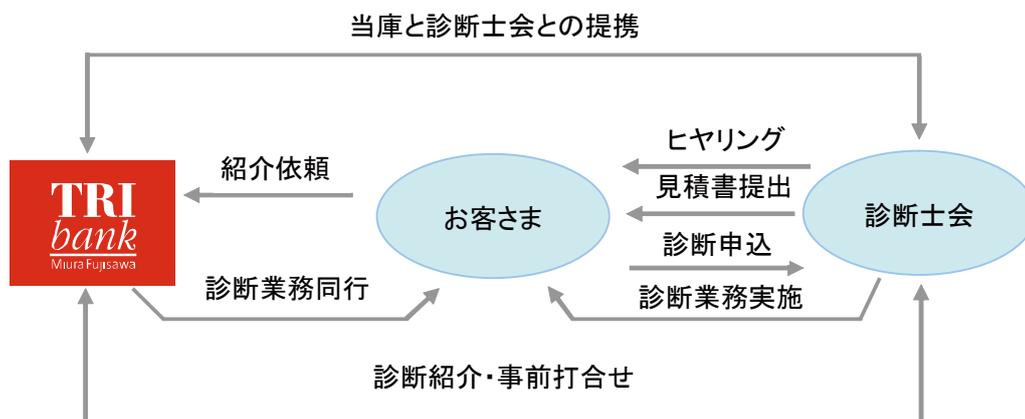
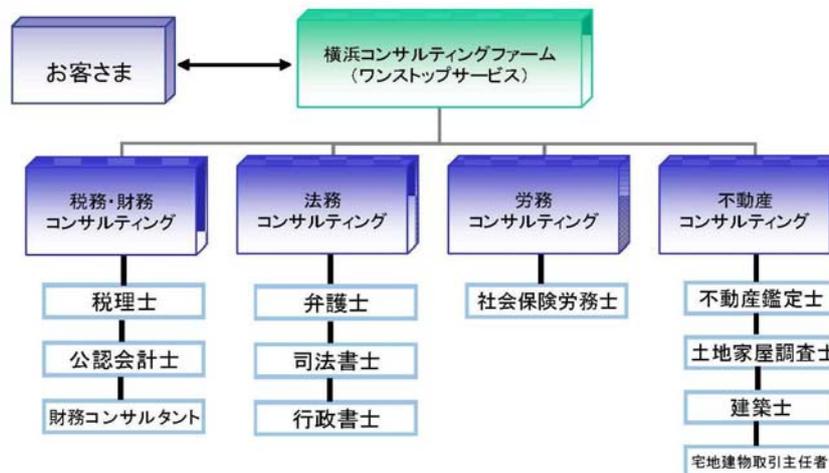


外部専門家と連携した経営改善支援の取組みについて

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 三浦藤沢信用金庫

1. 動機(経緯)	1、早期の企業再生のため、複数の診断士が設立した「横浜中小企業診断士会」と業務提携 2、身近な情報提供・経営指導・相談のため、税務、財務、法務等の外部専門家である「(株)横浜コンサルティングファーム」と業務提携
2. 概要	1、経営相談希望企業に横浜中小企業診断士会を紹介、企業からの申込みを受けて診断業務を実施し、診断業務に当金庫も同行し、企業・診断士会・当金庫で協力して経営改善を図る。 2、企業からの情報提供・経営指導・相談希望に対し、(株)横浜コンサルティングファームを活用して、情報提供・経営指導・相談を行う。
3. 成果(効果)	1、横浜中小企業診断士会と連携し、13件の経営診断を実施 ・経営者の意識改革と早期再生の取り組み ・貸し手と借り手の相互の共通理解 ・当金庫職員の診断業務・助言・再生手法の取得 2、横浜コンサルティングファームと連携し、275件の相談業務を実施 ・事業者の幅広い情報提供・経営指導・相談ニーズの素早い対応 ・当金庫職員の目利き能力の向上、人材の育成
4. 今後の予定(課題)	1、診断メニュー充実による早期再生取組強化 2、顧問税理士への配慮



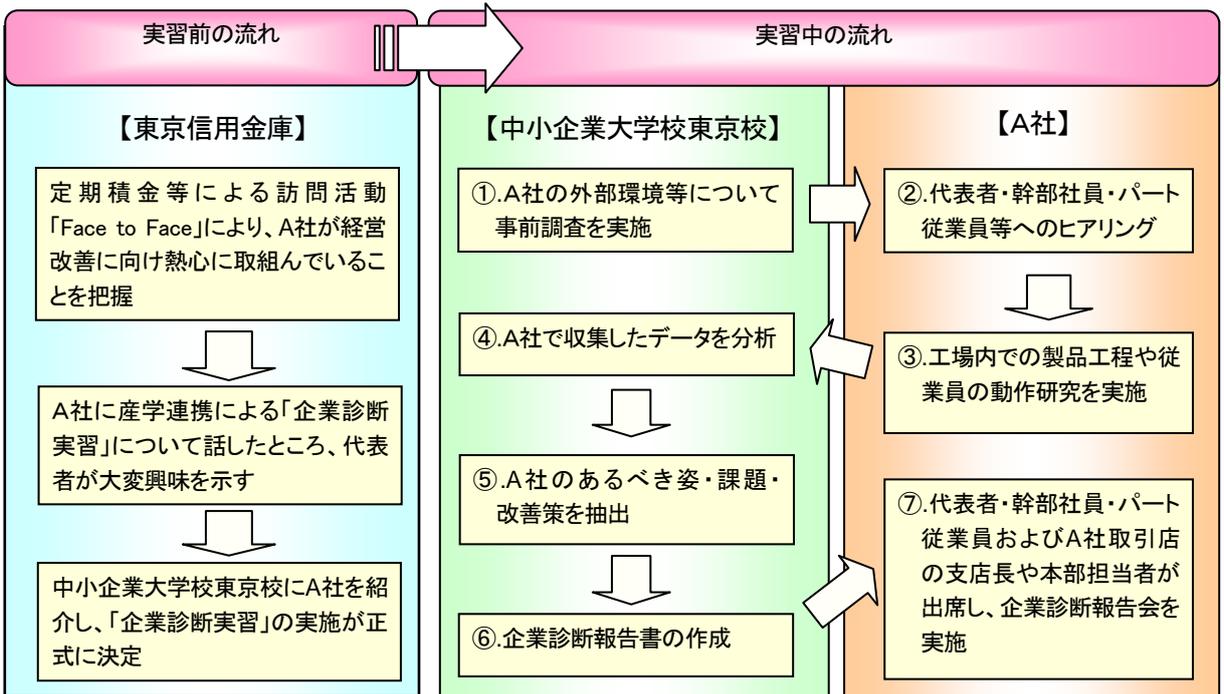
中小企業大学校東京校との産学連携による経営改善支援について

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 東京信用金庫

1. 動機(経緯)	<p>当金庫は、予めから定期積金等による集金活動を中心とした顧客への訪問活動、「Face to Face」を特に重視していた。</p> <p>その結果、A社(弁当製造業)の代表者が、経営改善に対する取組みに非常に熱心であるという情報を掴んでおり、中小企業大学校東京校との産学連携による「企業診断実習」を紹介したところ、代表者はその内容に大変興味を示し、すぐに「企業診断実習」を実施することが決定した。</p>
2. 概要	<p>平成 19 年 6 月、地域における中小企業の経営支援に係る連携を円滑にするため、相互に協力し、中小企業支援の強化と地域経済への貢献を図る目的で、「独立行政法人中小企業基盤整備機構関東支部」と「中小企業大学校東京校」との業務連携・協力に関する覚書を締結。</p> <p>※業務連携の1つとして「企業診断実習」先の紹介を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当金庫のメリット: 取引先が無料で「企業診断実習」を受けられる。 ⇒地域密着型金融の推進、CSの向上。 ・中小企業大学校東京校のメリット: 「企業診断実習」先を探す労力が省ける。 ⇒事務作業が省力化され、業務の効率化が図れる。
3. 成果(効果)	<p>「企業診断実習」最終日に行われた報告会には、A社の代表者からパート従業員および当金庫本部・支店職員が出席した。報告会終了後、その内容に感銘を受けた代表者がこのように感想を述べられた。</p> <p>「今回頂いたこの報告書を、今後当社のバイブルとして営業していきたい。また、皆様方には数年後再度当社へいらっちゃって、そのとき当社がどれだけ変わったかを是非見に来てください」</p> <p>その後、A社は報告会で指摘された課題を解決するため、報告会で示された以下の具体的改善策等を実施し、経営改善活動に積極的に取り組んでいった。</p> <p>〈報告会で示された具体的改善策の一例〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・在庫台帳を新たに作成することで単品在庫を「見える化」し、弁当の具材の欠品防止を図った。 ・ネック工程となっている麺類の盛付作業を外段取り化し、リードタイムの短縮を図った。 <p>また、当金庫としても、それら改善活動をサポートしていくため、平成 21 年度の支援対象先に選定した。その結果、経済環境が厳しさを増すなか、直近決算で大幅に業況が改善された。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売上が前期比 7.9%増加。 ・減価償却費前期比+12 百万円となる 19 百万円を計上した後、当期利益で 2 百万円の黒字を計上。 <p>前期と比較して、キャッシュフローが大きく改善された。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>「企業診断実習」を希望する企業は多く、実習時期等の調整がつかないため、いわゆるウエーティング状態となっている企業が現在 20 社ほどあり、それら企業について今後随時紹介していく予定である。</p> <p>また、今後も中小企業大学校東京校との産学連携をしっかりと維持し、当金庫の取引先を「企業診断実習」へ積極的に紹介していくことで、中小企業金融円滑化法の施行に併せて改定された、金融検査マニュアルで特に求められているコンサルティング機能を更に充実させ、引き続き地域密着型金融を推進していく。</p>

A社への「企業診断実習」の流れ



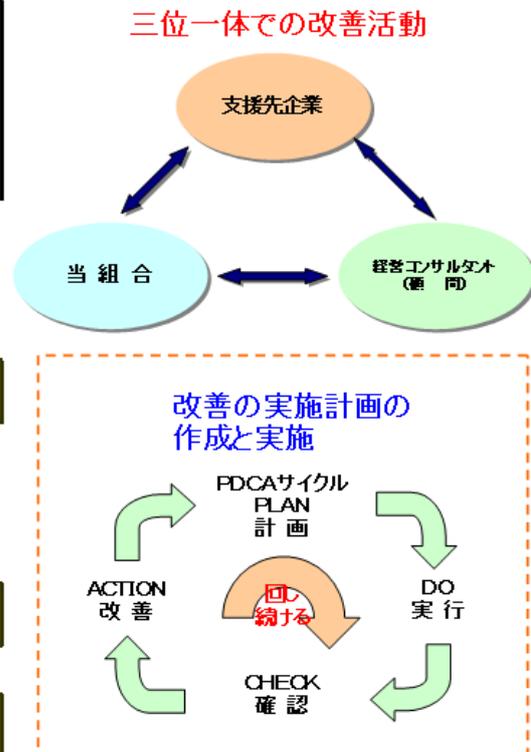
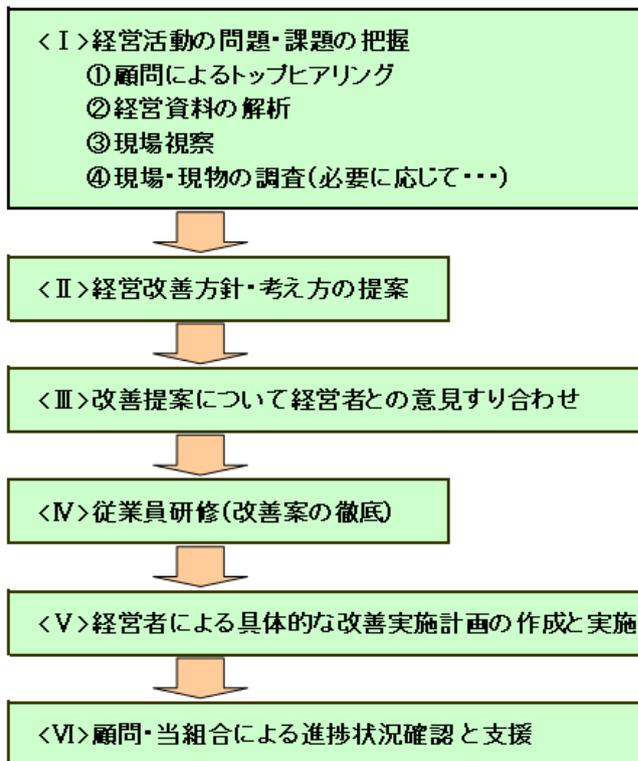
「こうしん企業支援プラン」プロジェクト活動について

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 江東信用組合

1. 動機(経緯)	「地域密着型金融」推進の観点から、取引先企業・事業者等に対する「経営相談・支援機能」の強化を図る。
2. 概要	①大企業・中堅企業OB4名の経営コンサルタントと顧問契約を締結し、企業・経営コンサルタント・当組合の三位一体で経営上の課題・問題点の改善・支援活動を行っている。 ②経営コンサルタントの豊富な知識・経験・人材ネットワーク等を活かした、経営資源である「人」「物」「金」「IT(情報)」を有効活用した現場訪問での経営相談・指導・支援等を目的としている。
3. 成果(効果)	①経営コンサルタントの経営実態の客観的な判断により、経営上の課題・問題点を共通認識し、専門的なアドバイス・指導による経営改善計画に基づく改善活動を企業ぐるみで着実に実行することで徐々に改善効果が現れている。 ②支援先企業の経営基盤の改善・強化を図る過程での前向きな資金支援や、改善後の顧客との一層の取引深耕による共存共栄を図ることで、当組合の取引基盤の強化と地域活性化につなげたい。
4. 今後の予定(課題)	「こうしん企業支援プラン」の趣旨・目的及び活動内容を地域内取引先を主体に積極的にPRを行い、支援先企業・事業者先数を増加することで地域密着型金融の推進を図る。

「こうしん企業支援プラン」プロジェクトの三位一体での進め方



ビジネスマッチングについて

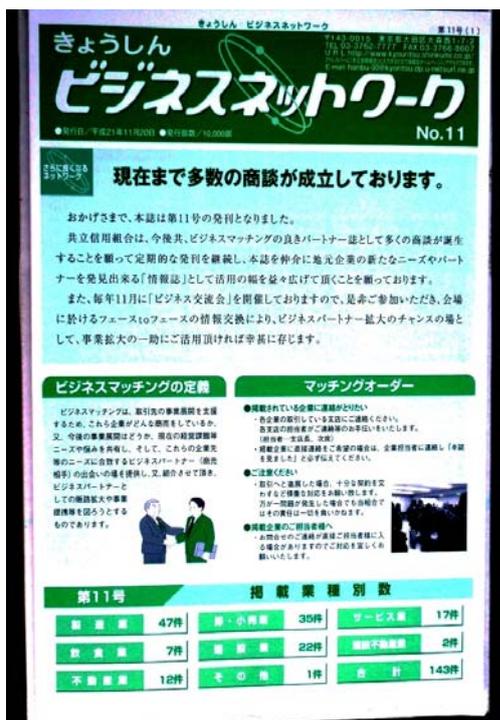
(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 共立信用組合

1. 動機(経緯)	リレーションシップバンキング機能強化の一環として地域密着型金融の具体的な取組み方針に基づいた活動。
2. 概要	<p>地域経済発展のためのネットワークを育む核となり、組合員のコミュニケーションの場を創出し、販路拡大と事業提携等を図ろうとすることを目的として平成 16 年 11 月に第1回ビジネス・マッチング交流会を開催し、毎年 11 月に定期的に開催。</p> <p>ビジネスネットワーク誌については平成 16 年 11 月に第1号を発行して以来、毎年2回1万部を発行し事業先だけでなく、渉外担当者が訪問する一般家庭先にも配付され登録企業先の知名度アップを図っており、当組合ホームページ上にも掲載し各企業先のホームページアドレスをクリックするだけで直接リンクできるようにしており、さらに東京都信用組合協会の「しんくみビジネット」へも加入し情報ネットワークの拡大を図っている。</p>
3. 成果(効果)	<p>今回のビジネス・マッチング交流会では、初めて企業紹介ブースを設置。</p> <p>更に 9 社が企業プレゼンテーションを行い自社 PR を積極的に行い、また、当組合の参加企業先だけではなく趣旨に賛同した七島信用組合の取引先 3 社と青森県信用組合の取引先 1 社、東京商工会議所人材・能力開発部がプレゼンテーション及び出展を行った。</p> <p>ビジネスネットワーク誌は毎年2回、毎号1万部を発行しており、掲載企業先も年々増加し最新 11 号では、141 社の企業先が掲載となり、第1号に比べ 95 社の増加。</p> <p><u>ビジネス・マッチング交流会参加企業先、参加人数</u></p> <p>第1回 37社 37名 第2回 45社 45名 第3回 51社 51名 第4回 57社 57名 第5回 44社 45名 第6回 73社 85名</p> <p><u>ビジネスネットワーク誌の掲載企業先</u></p> <p>第1号 46社 第2号 65社 第3号 80社 第4号 88社 第5号 91社 第6号 120社 第7号 132社 第8号 132社 第9号 130社 第10号 131社 第11号 141社</p> <p><u>ビジネス・マッチング商談成約累計件数</u></p> <p>126件(平成 21 年 10 月現在)</p> <p>顧客から「どうしたら掲載してもらえるのか」との問合せや企業先から「商談成立し大変ありがたい」との声が多数上がっており、年々地元での情報誌として機能を発揮している。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>今後もビジネスマッチング商談件数が増加するようにビジネスネットワーク誌掲載企業を積極的に増やし、「身の丈にあった手作りのビジネス交流会」を継続的に開催していく方針。</p> <p>地域金融機関として使命遂行に役職員一同が一丸となり地域の皆様と共に歩み続けていく。</p>

お客様の声

どうしたら掲載してもらえるの？
 商談成立し、大変ありがたい！
 など、多くの声が上がっております。

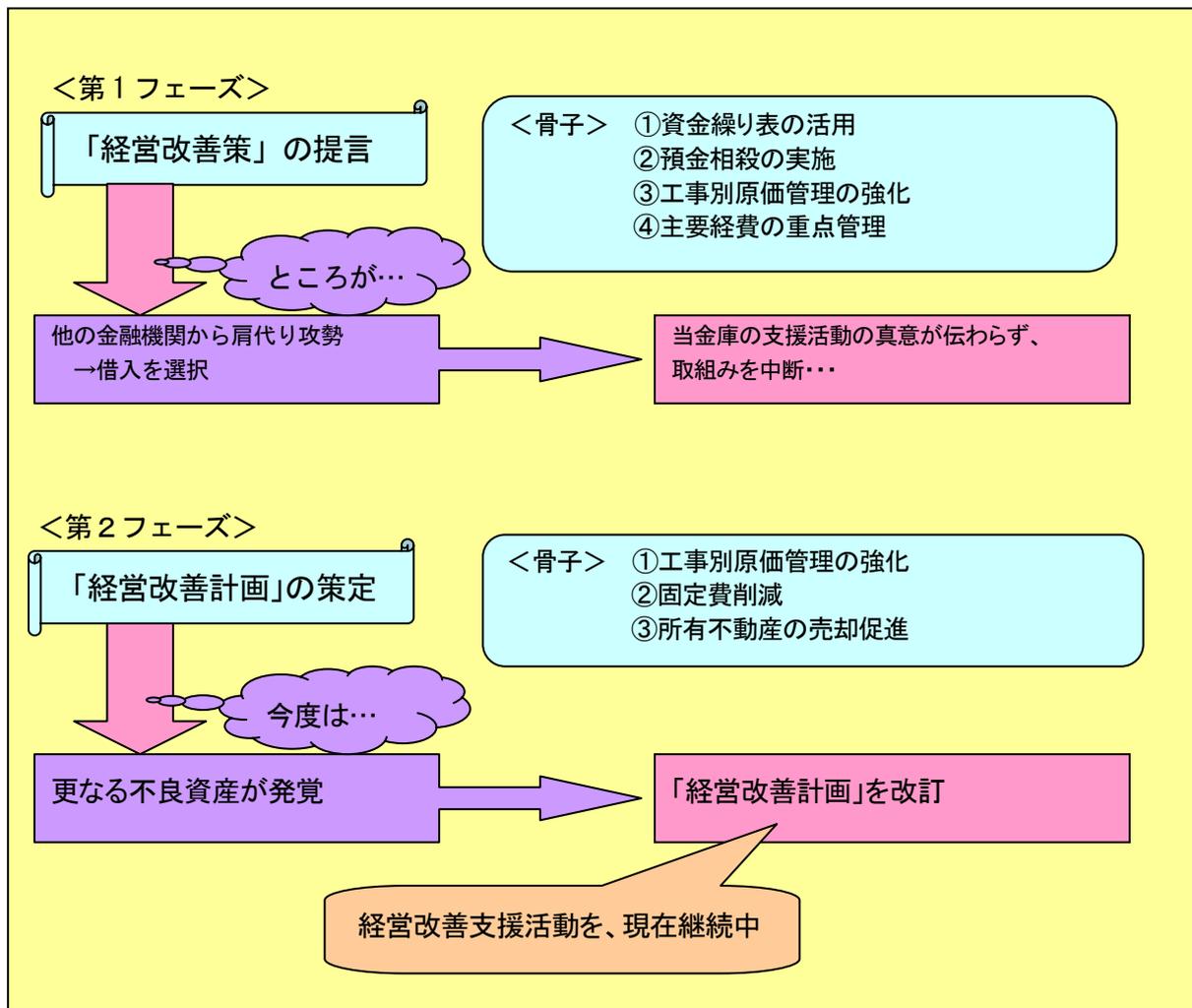


建設業者に対して経営改善計画の策定を支援した事例

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 柏崎信用金庫

1. 動機(経緯)	<p>・公共事業の縮減に伴い、売上高の減少傾向が続く中、借入金の増加・高止まりが顕著となってきたことから営業店からの要請により、経営改善支援先に選定。 ※当該企業の問題点(財務面)は、①慢性的なキャッシュフロー不足、②借入過多、③実質債務超過(多額な不良資産の存在)、④生産性が低い⇒収益性が低い。</p>
2. 概要	<p><第1フェーズ> ・経営者及び顧問税理士との面談を皮切りに取組みを開始し、①資金繰り表の活用、②預金相殺の実施、③工事別原価管理の強化、④主要経費の重点管理を骨子とする、「経営改善策」を提言。 ・短期借入に根雪部分を含有している問題点に対して、金融面の支援策として、超長期運転資金の導入による計画的な圧縮策を検討している最中、他の金融機関から低金利での肩代り攻勢を受けたところ、経営者は金利を重視し、他の金融機関からの借入を選択。 ・当金庫の支援活動の真意が伝わらず、取組みの中断に至った。</p> <p><第2フェーズ> ・粘り強く経営改善の必要性を継続して説明してきたところ、他の金融機関の取引スタンスにも変化(不良資産の存在を認識など)が現れたことから、支援活動を再開。 ・経営者とのヒアリングを重ねて、①工事別原価管理の強化、②固定費削減、③所有不動産の売却促進を骨子とした「経営改善計画」を協同で策定。 ・その後、更なる不良資産が発覚したことから、再調査を実施。実質債務超過額が増大したことを受けて、「経営改善計画」を改訂し、経営改善支援活動を、現在継続中。</p>
3. 成果(効果)	<p>・経営者には計数管理に甘さがあったが、経営改善計画を策定したことに伴い、計画の進捗状況を意識するようになり、収益性の向上に繋がった。 ・債務者区分のランクダウン阻止を通じて、円滑な資金繰り支援を継続して対応。</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>・経営改善計画改訂の骨子の一つである「工事別原価管理の更なる強化」については、今後、集中的に取り組むことが必要。</p>



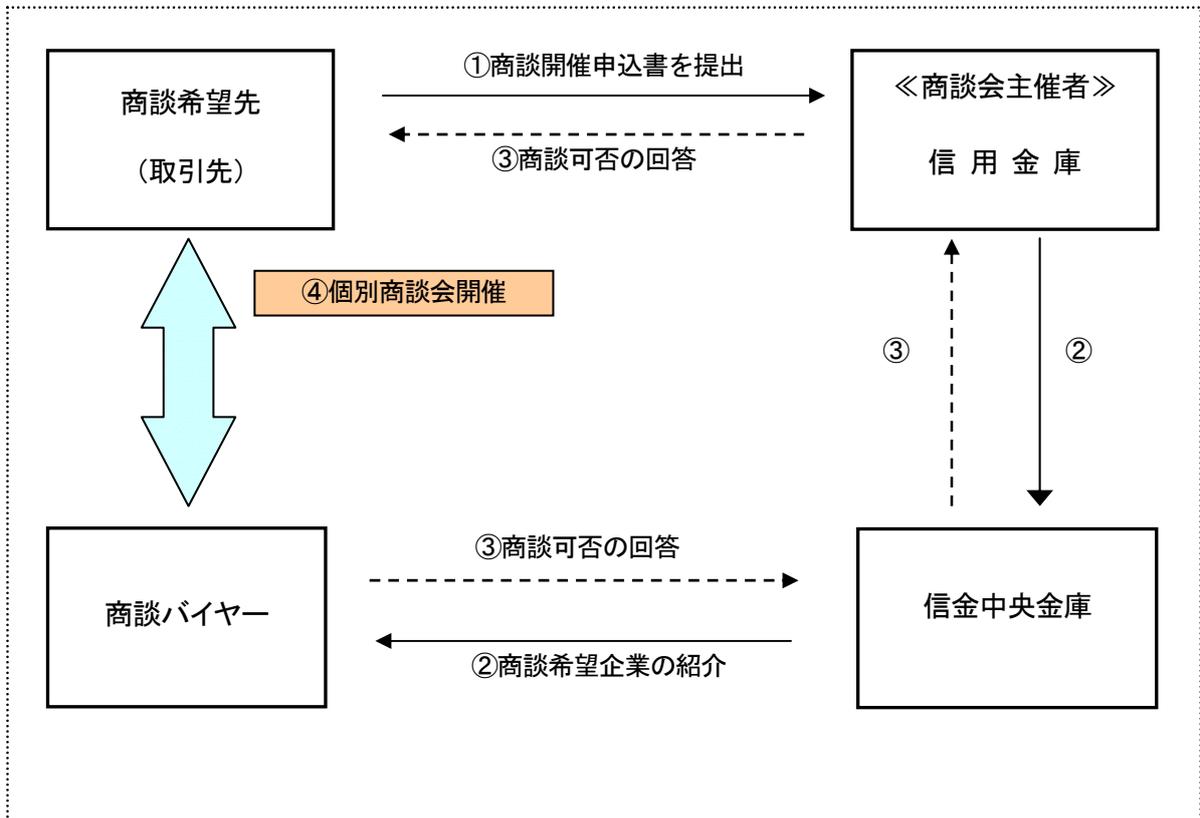
ビジネスマッチングの場の提供及び販路拡大支援

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 山梨信用金庫、甲府信用金庫

1. 動機(経緯)	信用金庫の取引先企業にビジネスマッチングの『出会いの場』を提供し、販路拡大・ビジネスチャンスの機会創出を応援する目的で県内2金庫合同の個別商談会を開催。
2. 概 要	<p>信金中央金庫のネットワークを活用し大手小売店等のバイヤーを招聘。 信用金庫の取引先で商談を希望する先を募集。希望先の中からバイヤーが商談ニーズに合った先を決定。 1企業 25 分間の個別商談会を開催。(商談会参加費:無料)</p> <p>【開催概要】</p> <p>○第1回しんきん個別商談会 開催日:平成 21 年2月 19 日(木) 商談対象品:食に関するもの全般 参加バイヤー:株式会社イトーヨーカ堂、株式会社ぐるなび 商談参加企業:32 社/46 件</p> <p>○第2回しんきん個別商談会 開催日:平成 21 年 10 月 29 日(木)・30 日(金) 商談対象品:食料、雑貨、他 参加バイヤー:株式会社イトーヨーカ堂、株式会社伊勢丹、株式会社ドン・キホーテ 商談参加企業:23 社/30 件</p>
3. 成果(効果)	<p>第1回・第2回 合計 参加企業 55 社/商談件数 76 件中 商談成約-4件 成約予定-6件 商談継続-50件 取引見込みなし-16件</p> <p>※ 大手企業と商談ができ大変参考になった。アドバイスや提案がもられた。次回はもっとアピールの仕方を勉強して参加したい等の感想が数多く、『出会いの場』と『きっかけ』を提供できた。</p>
4. 今後の予定(課題)	優れた商品を作っても新たな販売先を見つける機会が少ない中小零細企業に対し、今後も食分野に限らず、取引先の販路拡大に繋がる商談会を継続的に開催していきたい。

個別商談会のスキーム



KIPs事業と経営支援センターのコラボによる中小企業の支援

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 敦賀信用金庫

1. 動機(経緯)	<ul style="list-style-type: none"> 取引先企業に対する経営改善意識の醸成と専門家を活用したサポートの実施 経営資源が限定的な小規模金融機関で十分な企業支援を実施 国、地公体をはじめとした公的機関が提供する支援施策の幅広い周知 職員の企業実態把握・モニタリング能力および目利き力の向上 <p>上記の課題解決のため、国などが提供する中小企業支援施策を有効に活用した支援の実施</p>
2. 概要	<p>平成 19 年度に経済産業省の「IT 経営応援隊事業」施策を活用し、中小企業者の経営改善意識醸成と経営戦略策定手順・手法を学んでいた支援を実施、継続する支援策として平成 20 年度は地域力連携事業として商工会議所を拠点に発足した「経営支援センター」と「IT 経営応援隊事業」を、平成 21 年度は「同支援センター」と「関西イノベーションパートナーシップ事業」を活用し、成功事例セミナーの開催、経営者研修会、研修後の専門家を活用した個別サポートの実施および職員の目利き能力向上のための研修を実施</p>
3. 成果(効果)	<p>下記の事業を継続的に3カ年実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成 19 年度実施 <ul style="list-style-type: none"> ①成功事例セミナー②成功事例企業視察③経営者研修会(10社)④個別サポート(10社) 平成 21 年度実施 <ul style="list-style-type: none"> ①成功事例セミナー②職員研修会③経営者研修会(11社)④個別サポート(11社) 平成 22 年度実施 <ul style="list-style-type: none"> ①成功事例セミナー②成功事例企業視察③職員研修会④経営者研修会(10社)⑤個別サポート(10社) <p>施策を組み合わせ、それぞれ単独の事業を連携させることで一連の事業として、経営者に経営改善意識の醸成から作業手順・手法の取得、専門家を交えての社内でのサポート、自社の戦略計画書等の作成までを実施することで、自らが今後取り組むべき課題と計画を策定することが出来た。</p> <p>また、こうした手法・手順を職員も学ぶことで、企業の実態の把握につながっている。</p>
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> 一連の事業が年度単位となっており、参加企業が策定した計画について、次年度以降の継続的な専門家活用や計画実施状況のモニタリング 国の施策の継続的有効活用 新たな支援施策や専門家活用の必要性

KIPs事業と経営支援センターのコラボによる中小企業の支援



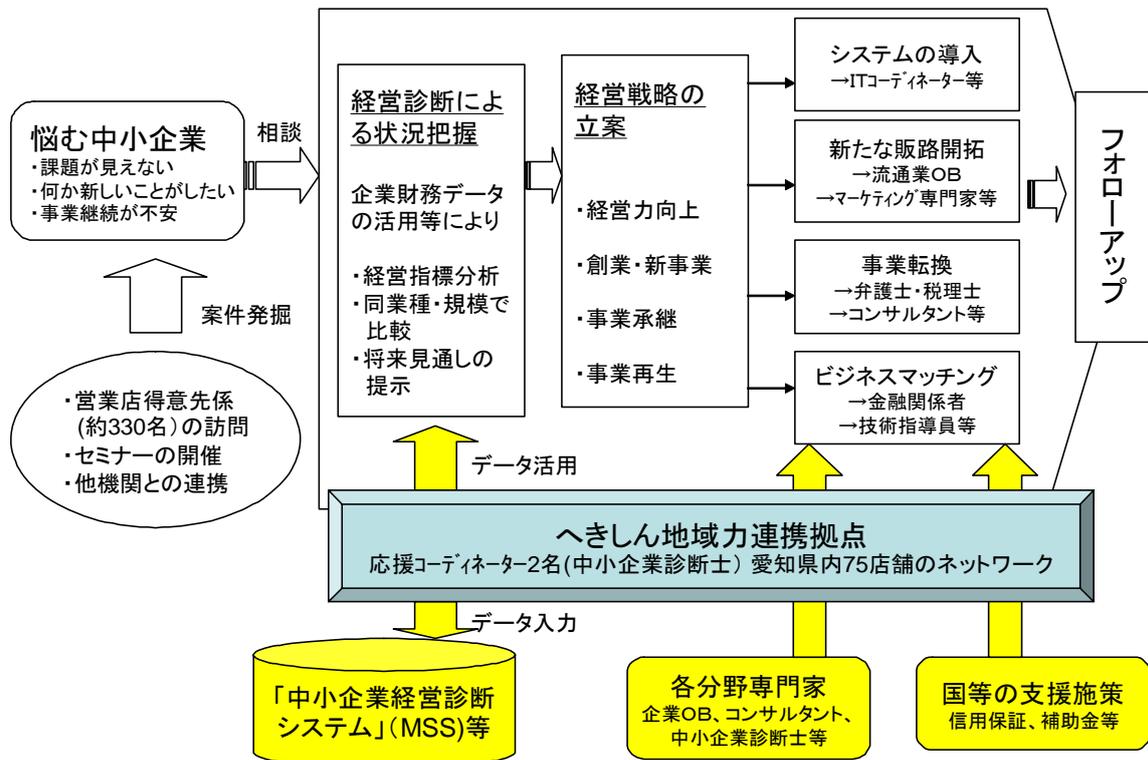
地域力連携拠点事業を通じた経営革新のサポート

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 碧海信用金庫

1. 動機(経緯)	<ul style="list-style-type: none"> ・地域経済が急速に悪化する中、特に小規模事業者については、金融支援だけでなく企業経営に関する各種の支援を講じなければ今後経営が成り立たない事業所が数多く出てくると危機感を抱いていたが、当庫単独で幅広い小規模企業の経営相談ニーズに万遍なく対応するのは困難な状況にあった。 ・こうした状況を打破するため、平成 21 年度地域力連携拠点事業の公募に申請することとなった。
2. 概要	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 21 年 9 月～12 月にかけて、外部専門家(全て中小企業診断士)を招聘し、延べ 56 店舗で地域力連携拠点事業の一環として、「移動経営相談会」を開催した。 ・さらに平成 22 年 1 月には、豊川信用金庫との共同開催により、各地元商工会議所(安城商工会議所、豊川商工会議所)の協力も得て、計 10 箇所で「共同経営相談会」を開催した。 ・上記経営相談会の他、経営相談窓口を本部に開設し、中小企業診断士の資格を持つ当庫職員が相談に常時対応している。
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・上記の経営相談会を中心に、平成 21 年 4 月～平成 22 年 2 月に延べ 357 件の経営相談を実施した。 ・経営相談会は、1日4社限定、事前予約制とし、相談内容を事前に把握できるようにしたため、外部専門家が事前準備をした上で密度の濃い経営相談を行うことが可能となり、相談企業の満足度を高めることができた。また、相談会には可能な限り当庫職員も同席するようにしたため、経営支援業務に対する当庫職員の意識向上をはかることもできた。 ・相談企業の中には、新事業展開に関する相談も数多くあったが、相談企業単独では実現可能性の高い事業計画の策定が困難であり、経営革新の実現に不安を抱えている企業が相当数見受けられた。このような企業に対し、必要に応じて地域力連携拠点の専門家派遣制度を活用して事業計画のブラッシュアップを行い、10 件の経営革新計画、1件の新連携計画の認定取得支援を実現した。また、計画策定のサポート先に対して、新規融資も実行。 ・上記の他、地域力連携拠点事業の実施を通じて、創業計画書の策定支援、ITを活用した経営管理の仕組み構築支援等、金融面以外での経営支援を幅広く行い、相談企業との信頼関係を強化することができた。
4. 今後の予定(課題)	<ul style="list-style-type: none"> ・経営相談会参加企業に対する事後フォローが十分できていないため、次年度以降、フォロー体制の整備を図っていく予定。

地域力連携拠点事業の全体像



取引先中小企業の販路拡大等に向けた取組み

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 大阪市信用金庫

1. 動機(経緯)	当センターでは顧客のビジネスモデルの発展にPLUSの提案する「市信PLUS」事業を進めている。地域経済活性化を考えるにあたり、取引先企業を訪問し、ヒアリングを行った結果、金融機関に対して企業は「安定した資金の供給」は勿論としてそれと同じくらい「金融機関がもう少し中小企業側の事業に着目した支援や情報が欲しい」要望の中で、販路拡大を強く望まれ、注力して取り組んだ。
2. 概要	当初販路拡大に向けた取組みとして参加した会場提供型のビジネスマッチングでは参加者(中小企業者)任せの接点マッチングにとどまり、期待した成果は少なく、『欲しいものがミスマッチ』、『双方が必要としている技術・商品の情報が不足』に課題があると考えた。“欲しいもの”=“販路”と捉え、『双方が必要としている技術・商品の情報が不足』には、技術、商品、経営のわかるコーディネーターを配置することにより取り組んだ。具体的には世界にマーケットを持つ関西に本社を置く大手メーカーからの開発課題に対して、コーディネーターが技術データベース(市信 PLUS 事業情報)よりピックアップした企業の課題対応力、意欲を確認し、対応企業を紹介することにより確度の高いマッチングを実現している。
3. 成果(効果)	平成19年10月からスタートして、大手メーカー5社へ316件の技術相談を行い、126件が商談に進み、製品化に向けた動きもある。 事業に着目した事例として、開発課題そのものに対応する企業をピックアップするのではなく、課題対応力(対応するために必要な技術力)を有する企業を見つけ出すことによりマッチングが成立し、量産化に検討に入った企業がある。同社は量産化検討を自社内で解決することができないため、連携機関の支援を受けて解決を図っている。
4. 今後の予定(課題)	大手メーカーも驚く技術力がありながら、その事業内容には着目されない企業も多くある。上記の取組みには技術データベース(市信 PLUS 事業情報)の構築が重要であり、得意先係や融資担当者が取引先企業の中にすぐれた技術、アイデアに“気づく”必要がある。そのため、職員教育として中小企業の技術経営講座の開講や現場の活用ツールとしてのオリジナル技術ハンドブックにより“気づく”力の習得を目指している。

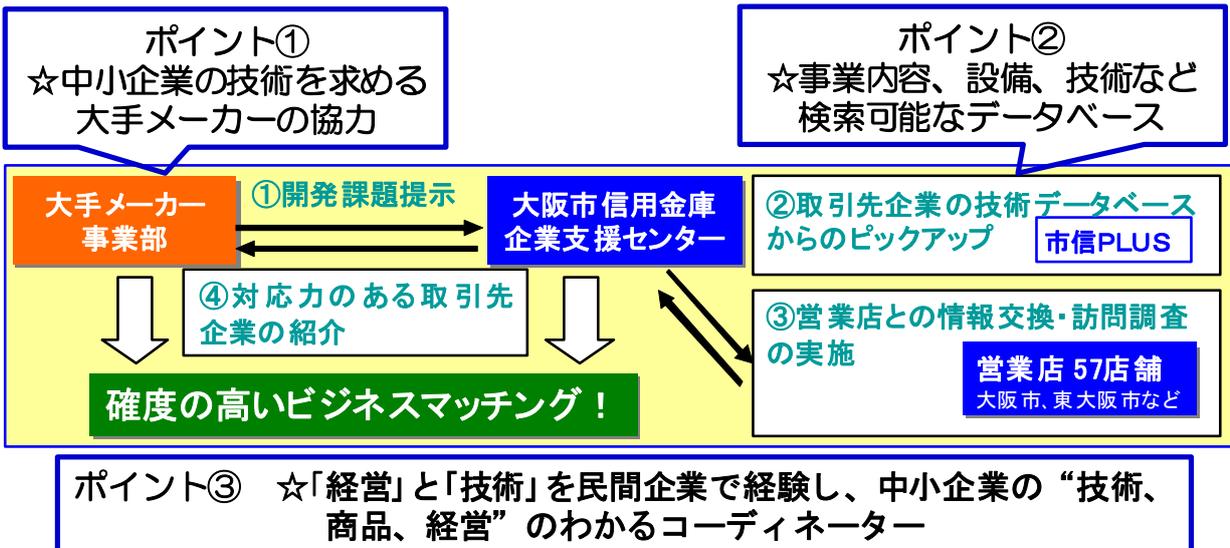
取引先中小企業の販路拡大等に向けた取組み

「市信PLUS」事業における販路拡大の取組み事例

市信PLUS

☆販路を意識したマッチング

☆“技術、商品のわかる”コーディネーターの育成と配置



大手メーカーの技術課題と取引先企業の技術を結ぶ

技術マッチングのなかから新事業を創出、育成

Win(取引先中小企業) - Win(大手メーカー)の構築

関西地域経済の活性化

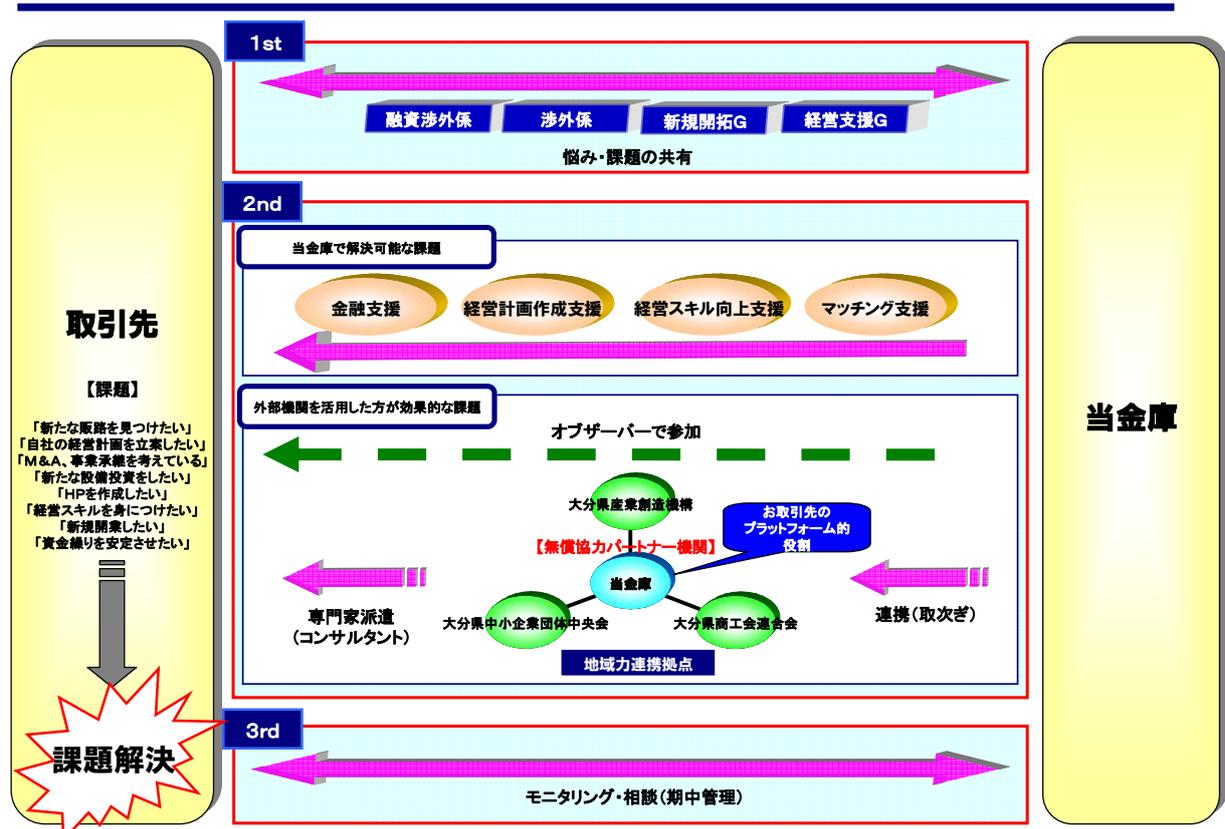
地域力連携拠点を活用した取引先の課題解決支援

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 大分みらい信用金庫

1. 動機(経緯)	(財)大分県産業創造機構、大分県商工会連合会、大分県中小企業団体中央会の地域力連携拠点無償協力パートナー機関として、同拠点の専門家派遣を活用し、取引先の課題解決支援を行った。
2. 概要	<p>平成 20 年度: 地域力連携拠点への紹介案件 6件 平成 21 年度: 地域力連携拠点への紹介案件 10件 (平成 21 年 12 月末現在) 相談・支援内容: 「売上高の増強」8件、「新事業進出(経営革新)」4件、「HP作成」1件 「事業承継」2件、「経営改善支援」1件</p> <p>【A社への取り組み事例】 飲食業を営む老舗企業A社に対して、地域力連携拠点である(財)大分県産業創造機構と連携し、同社の収益性の改善を目指し、平成 20 年度、21 年度と専門家派遣(コンサルタント)等による惣菜部門、うどん部門の改善支援を協働で実施した。</p> <p>【A社が抱える課題】 ①大手同業他社の進出により主力部門である惣菜部門の落ち込みが顕著 ②平成 19 年度に出店したうどん店2号店が当初計画を下回り、投資効果がでていない ③赤字部門であるハンバーグ店の解消を図りたい ④上記の影響により資金繰りが悪化しており安定を図りたい</p>
3. 成果(効果)	<p>【取引先】 ①売上高の増加と収益性の改善 ・新商品(350 円弁当)の開発による惣菜部門の売上高増加 ⇒対前年同月比 8.6 ポイント増 ・うどん店のメニュー・店舗のリニューアルにより売上高増加 ⇒対前年同月比 31.8 ポイント増 ・平成 22 年1月にハンバーグ店のメニュー見直し、店舗改装を実施</p> <p>②当金庫借入金の見直しで年間返済額軽減を図り資金繰り安定</p> <p>【当金庫】 ①取引先との強固な関係の構築 ②外部機関との連携強化と専門的なノウハウの蓄積 ③信用コストの低減</p>
4. 今後の予定(課題)	<p>【今後の課題】 ①職員の「目利き力」「コミュニケーション能力」のアップ ②取引先への幅広い支援を行っていく上で更なる外部機関との連携強化</p>

地域力連携拠点を活用したお取引先の課題解決支援



かしん経営大学及びかしん経営大学ビジネスマッチングプラザ

(分野) 経営改善支援

(金融機関名) 鹿児島信用金庫

1. 動機(経緯)	<ul style="list-style-type: none"> ・「企業経営者および、経営幹部の経営戦略やマーケティング能力を高め企業発展を目指す」ことを目的に効果的に学べるスクール形式の「かしん経営大学」を平成8年に開校した。 ・平成21年4月において、開校以来13期目を向かえ、今までの入学生577名がそれぞれの企業で活躍しており、この受講生企業の活性化、お互いのビジネス、情報を共有する場としてビジネスマッチングの構築をはかるため、「かしん経営大学ビジネスマッチングプラザ」の取組みとなった。
2. 概要	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・かしん経営大学の受講生企業の活性化。 ・会員企業のビジネスマッチングの構築。 ・持続可能な地域密着金融。 <p>【内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・かしん経営大学受講生を中心として、主旨に賛同する地域企業間のビジネスマッチングを行う。 ・主旨は新事業の開発、ビジネスパートナーの発掘、販路の拡大、インターネットにより会員相互間のネットワークを構築し、情報の双方向性を可能にしてビジネスチャンスを広げる。
3. 成果(効果)	<ul style="list-style-type: none"> ・かしん経営大学ビジネスマッチングプラザの会員数、平成21年12月末現在38名。 ・会員同士の共同経営による新しい企業が4つ誕生した。 <ol style="list-style-type: none"> ① かがしま地産LLP(有限責任事業組合) (鹿児島県の特産品・地場産業の地産地消を推進する組合) ② ズンバイさつまプロジェクト (ITヤフーショップ、楽天ショップおよびカタログ販売) ③ 錦江湾遊覧観光協会 (錦江湾の観光開発促進プロジェクト) ④ 戦略型ホームページ「絆くん」 (小規模事業者のためのホームページ作成事業)
4. 今後の予定(課題)	<ol style="list-style-type: none"> ① 会員増加(情報共有・販路拡大)～かしん経営大学卒業生以外からの入会も可能にしていく。 ② ビジネスマッチングを拡大するための県内の地域のブロック制。 ③ 金融面等の支援業務。

かしん経営大学ビジネスマッチングプラザ

かしん経営大学ビジネスマッチングプラザとは、かしん経営大学卒業生企業が、大学で学んだ知識と友情を育みながらより多くのビジネス機会を得られるように卒業生企業相互の取引マッチングを推進する利便性に富んだシステムであり、プロジェクトです。

