



# 金沢市ものづくり戦略

2015

金沢市

平成27年3月

## はじめに

本市では、ものづくりを大切にし、産業として振興していくことにより、まちを元気にしたいとの思いから、平成 21(2009)年 3 月に『金沢市ものづくり基本条例』を制定しました。また、翌平成 22(2010)年 3 月には条例の理念を具現化するため、ものづくり産業の将来像とその実現に向けた 5 カ年の行動計画を定める『金沢市ものづくり戦略』を策定し、地場産業の経営力や技術力の強化に向けた各般の施策を積極的に展開してきました。



この間、リーマン・ショック以降の長引く景気低迷に加え、円高や原料価格の高騰、大手企業の海外進出に伴う国内産業の空洞化など、ものづくり産業を取り巻く環境は一段と厳しさを増しています。

また、今後は人口減少による国内市場の縮小と少子高齢化が進むことによる労働力の減少が懸念されるとともに、海外市場の成長とグローバル化の進展、環境・福祉・医療など成長分野の市場拡大、ICT 関連を中心とした技術革新が急激に進むことが予想され、これらに対応する新たな行動計画及び施策を検討する必要性が出てきました。

そのような中、『金沢市ものづくり戦略』が平成 26(2014)年度をもって計画期間を満了することから、この戦略を踏まえつつ、今後予測される社会情勢の変化に対応するとともに、金沢の新たな都市像である『世界の「交流拠点都市金沢」をめざして』とその施策を取りまとめた『重点戦略計画』を反映した新たな行動計画として『金沢市ものづくり戦略 2015』を策定しました。

本戦略では、人材の確保・育成にかかる支援をはじめ、地元中小企業の経営力強化や新製品の開発、販路開拓を積極的に推進するとともに、次代を担う新たな産業の創造に向けた取り組みを強化し、人・モノ・情報の交流・集積により地域経済の活性化を図る内容としたところであります。

この戦略に基づき、本市ものづくり産業の振興を図って参りたいと考えておりますが、その実現にあたっては、事業者の方はもとより、国・県、業界団体、産業支援機関、教育機関、金融機関などとの連携に加え、市民の皆様のご協力が不可欠でありますので、今後とも一層のご支援、ご協力をお願い申し上げます。

結びに、本戦略策定にあたり、数多くのご意見をいただきましたものづくり戦略推進会議及び作業部会の委員の皆様をはじめ、ヒアリング調査等にご協力いただきました業界や事業者の方々に心より感謝申し上げます。

平成 27 年 3 月

金沢市長 山 野 之 義

# 金沢市ものづくり戦略2015 目次

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 1. 金沢市ものづくり戦略2015 策定の趣旨          |    |
| 1-1 策定の背景と目的                     | 3  |
| 1-2 対象とする産業                      | 3  |
| 1-3 計画期間                         | 3  |
| 1-4 本市の上位計画と金沢市ものづくり戦略2015の位置付け  | 3  |
| 1-5 本市の強みとものづくり産業を取り巻く環境の変化      | 11 |
| 2. 国・石川県における産業政策の動向と本市のこれまでの主な取組 |    |
| 2-1 国の動向                         | 13 |
| 2-2 石川県の動向                       | 17 |
| 2-3 人口問題等に関する国の新たな動き             | 27 |
| 2-4 本市のこれまでの主な取組                 | 29 |
| 3. 本市ものづくり産業の現況と課題               |    |
| 3-1 ものづくり産業を取り巻く状況               | 37 |
| 3-2 業界・企業ヒアリングの実施結果              | 40 |
| 3-3 作業部会での検討結果                   | 49 |
| 3-4 ものづくり産業の課題と今後取り組むべき事項        | 51 |
| 4. 本市ものづくり産業の将来像と基本方針            |    |
| 4-1 本市ものづくり産業の将来像                | 52 |
| 4-2 基本方針                         | 53 |
| 4-3 施策の方向性                       | 55 |
| 5. 金沢市ものづくり戦略2015の具体的施策と推進体制     |    |
| 5-1 今後取り組むべき具体的施策                | 60 |
| 5-2 金沢市ものづくり戦略2015 体系図           | 66 |
| 5-3 施策の推進体制                      | 67 |
| 5-4 進行管理                         | 68 |
| 6. 資料                            |    |
| 6-1 金沢市ものづくり戦略推進会議 委員名簿          | 69 |
| 6-2 金沢市ものづくり戦略推進会議 作業部会 委員名簿     | 70 |
| 6-3 金沢市ものづくり戦略2015 策定に向けた検討の経緯   | 71 |
| 6-4 ものづくりに関係する法令及び関連計画等          | 73 |

# 1. 金沢市ものづくり戦略2015 策定の趣旨

## 1-1 策定の背景と目的

本市では、ものづくりのまちとしての伝統と誇りを継承発展させることにより、本市の健全かつ持続的な発展に寄与することを目的に、平成 21(2009)年 3 月に『金沢市ものづくり基本条例』を制定し、その理念を具現化するため、ものづくり産業の将来像とその実現に向けた 5 カ年の行動計画を示す『金沢市ものづくり戦略』を平成 22(2010)年 3 月に策定した。この戦略のもと、リーマン・ショックによる世界的不況及び急激な円高を起因とした輸出の減少や生産拠点の海外移転への対応が求められる中、本市中小企業の経営基盤の強化と持続的な発展に向けた数々の施策を実施してきた。

しかしながら、製造業を取り巻く環境はこの 5 年間で大きく変化し、国内人口の減少や少子高齢化の進展、中国、東南アジアを中心とした海外市場の成長とグローバル化、環境・医療・福祉など成長分野の市場拡大と ICT 関連産業を中心とした技術革新が進み、これらの環境変化へ対応する新たな指針を示す必要が出てきた。

また、本市においては、平成 27(2015)年 3 月の北陸新幹線金沢開業を機に、これまで培われた金沢のストックを最大限に活かして、国内外から人・モノ・情報の集積を図り、その交流を通じて新たな価値を創造し、持続的に発展するまちを目指すため、新たな都市像である『世界の「交流拠点都市金沢」をめざして』を平成 25(2013)年 3 月に策定し、講じるべき施策をまとめた『重点戦略計画』を平成 26(2014)年 2 月に取りまとめた。

そこで、平成 26(2014)年度で計画期間が満了する『金沢市ものづくり戦略』に続くものとして、地域経済の担い手である中小企業を中心としたものづくり産業を振興するため、新たな将来像と行動計画を示す『金沢市ものづくり戦略 2015』を策定し、この戦略を推進することにより、都市像である『世界の交流拠点都市金沢』を実現し、地域経済の活性化を図ることとしたものである。

## 1-2 対象とする産業

製造業、情報通信・映像・デザイン産業とする。

## 1-3 計画期間

平成 27(2015)年度から平成 36(2024)年度までの 10 年間とする。

なお、社会経済情勢の変化等に対応するため、策定後 5 年を目途に見直しを実施する。

## 1-4 本市の上位計画と金沢市ものづくり戦略 2015 の位置付け

『金沢市ものづくり基本条例』に基づく『金沢市ものづくり戦略』を踏まえつつ、新たな都市像である『世界の「交流拠点都市金沢」をめざして』とその施策を示す『重点戦略計画』を反映したものとする。

# (1) 金沢市ものづくり基本条例(平成 21(2009) 年 3 月制定)

## 1) 目的

本市におけるものづくりについて、基本理念を定め、事業者、産業関係団体、高等教育機関、市民及び市の役割を明らかにするとともに、ものづくりに関する施策の基本となる事項等を定めることにより、ものづくりを総合的かつ計画的に推進し、本市の健全かつ持続的な発展に寄与することを目的に制定した。(条例本文は資料 6－4 で掲載)

## 2) 基本理念

|                            |                                                                                                                                            |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ものづくりを大切に<br>にする           | ものづくりは、市民生活や文化の向上を支え、まちの発展に重要な役割を果たしている。ものづくりの大切さを認識し、尊重する社会的気運を醸成しつつ、積極的にものづくりが進められなければならない。                                              |
| ものづくりの基本<br>は人づくり          | ものづくりは、人づくりにつながり、かつ人により支えられている。ものづくりの担い手の確保や人材の育成を図ることを基本としてもものづくりが進められなければならない。                                                           |
| 事業者の自主的な<br>努力を促進する        | ものづくり産業の振興のために最も重要なことは、事業者の自主的な努力である。事業者の努力を促進することを基本としてもものづくり産業の振興が行われなければならない。                                                           |
| 地域資源を活用し、<br>環境との調和を図<br>る | 産地の技術、農林産物、伝統文化、高等教育機関の集積など、金沢には特徴のある、魅力的な資源があり、それらは他との差別化の要素となる。自ら足元を見直し、ものづくり産業の「強み」となる地域資源を掘り起こし、磨き、「強み」を活かして自立的・持続的な成長を実現していくことが重要である。 |
| 海外との交流、連携<br>等を図る          | ものづくり産業の振興は、世界的規模に展開することを目標に、海外の地域における事業者等との交流、連携等が図られることにより行われなければならない。                                                                   |

## 3) 基本的な施策

ものづくりに関する基本的な施策として、5つの柱を定めている。本市では関係者の理解と協力のもと、条例の目的の達成に向け、以下の取り組みを進めていくこととしている。

|                           |                                                                                                                                      |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I. 人づくりの推進                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくり教育の推進</li> <li>・ものづくり人材の確保・育成(創業者、後継者、技術者等)</li> </ul>                                  |
| II. 事業環境の整備等              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくり産業の基盤整備</li> <li>・事業者の経営基盤の強化</li> <li>・新たな事業の創出支援</li> <li>・多様なものづくり産業の集積支援</li> </ul> |
| III. 付加価値を高める<br>ものづくりの促進 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源の活用による新商品及び新技術の開発支援</li> <li>・産学連携による新商品及び新技術の開発支援</li> </ul>                            |
| IV. 戦略的な販路開拓の<br>促進       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランド力向上の支援</li> <li>・消費拡大の支援</li> <li>・販路開拓の促進</li> <li>・国内外への情報発信</li> </ul>                |
| V. 普及啓発等                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくりの大切さについての普及啓発</li> <li>・市民がものづくりにふれあう機会の確保</li> </ul>                                   |

## (2) 金沢市ものづくり戦略(平成 22(2010) 年 3 月策定)

### 1) 目的

リーマン・ショック後に本市を取り巻く経済情勢が大きく変化する中で、平成 21(2009) 年 3 月に制定した『金沢市ものづくり基本条例』の理念を具現化するため、本市ものづくり産業の将来像と、その実現に向けた行動計画を示すため策定した。将来像を「独創性と多様性に富んだものづくり産業の振興による創造産業都市・金沢の実現」とし、「文化を活かしたものづくり」、「手仕事の精神を活かしたものづくり」、「創造的ネットワークを活かしたものづくり」の 3 つの戦略のもと、本市の主要業種である機械・金属、食品、印刷、繊維、情報通信・映像・デザインの各産業別の戦略と具体的施策を掲げている。

### 2) 概要

#### 【将来像】

「独創性と多様性に富んだものづくり産業の振興による創造産業都市・金沢の実現」

#### 【3 つの戦略】

(戦略その 1) 「文化を活かしたものづくり」

(戦略その 2) 「手仕事の精神を活かしたものづくり」

(戦略その 3) 「創造的ネットワークを活かしたものづくり」

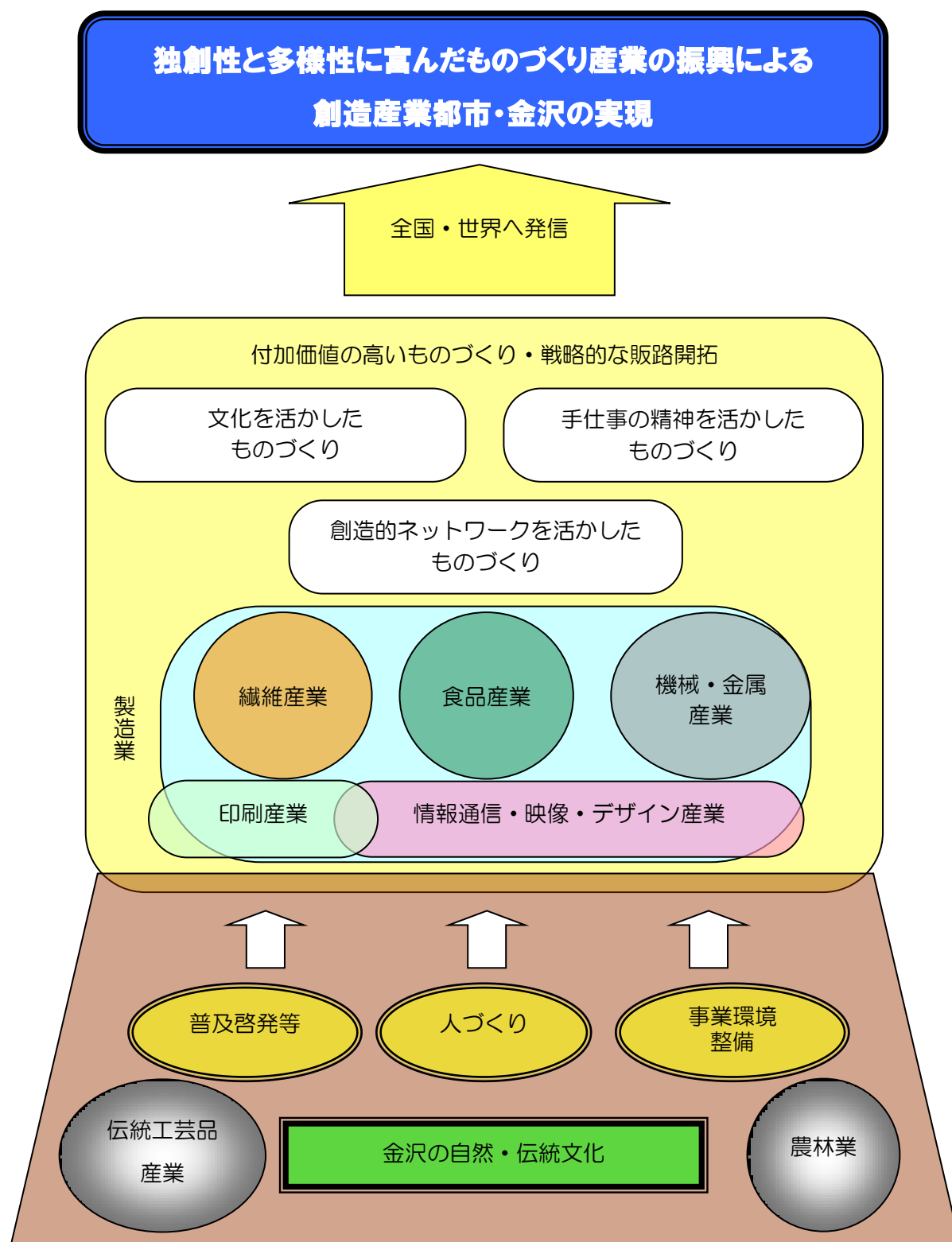
#### 【産業別戦略】

| 産 業 名          | 産 業 別 戦 略                        |
|----------------|----------------------------------|
| 機械・金属産業        | 小さくても輝く競争力の高い企業の育成支援             |
| 食品産業           | 豊かな地場素材の強みを活かした加工食品の販路開拓         |
| 印刷産業           | 印刷技術を核としたソリューションビジネスへの展開         |
| 繊維産業           | 独自の企画力を核とした川上・川中・川下の連携とミルコンバーター化 |
| 情報通信・映像・デザイン産業 | 次代にいち早く対応したビジネスモデルの構築            |

#### 【推進体制】

各関係機関、業界団体、事業者等で構成する「ものづくり戦略推進会議」を設置し、進捗状況を確認するとともに、意見を聞きながら推進する。

## 「金沢市ものづくり戦略」で掲げた実現イメージ



### (3) 新たな都市像 『世界の「交流拠点都市金沢」をめざして』(平成 25(2013)年 3 月策定)

#### 1) 概要

これまでのまちづくりの方向性を踏まえながら、個性を大切にし、魅力を磨き高めることで、人・モノ・情報を引きつけ、同時に発信していくことによって、成長、発展していく交流拠点都市を目指すものであり、金沢が目指す今後 10 年間の新たな方向性を示す。

#### 2) 重点方針

- |         |                                                                                                                                                                    |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①産業創出   | <u>技術力に裏打ちされた新たな産業の創出</u><br><u>産学官連携の下、既存の分野のみならず、先端的な分野を含めた多様な専門家や著名人を集め、交流を促すネットワーク拠点としての機能強化を図る。また、様々な分野の地場産業で新産業の創出に努めるなど、起業家やクリエイター等のビジネスチャンスが広がる環境を整える。</u> |
| ②学術文化   | まちの品格を高める学術文化の醸成                                                                                                                                                   |
| ③観光交流   | 観光を軸とした交流の活性化                                                                                                                                                      |
| ④交通基盤   | 新幹線時代に対応した交通基盤の整備                                                                                                                                                  |
| ⑤コミュニティ | あらゆる世代に対応した新たなコミュニティの形成                                                                                                                                            |

#### 3) 基本方針

基本方針におけるものづくり産業に関連する部分は下記のとおりである。

##### 【ものづくり～活力を生み出す～】

##### ■ものづくり産業の活性化

- 先端的なコンテンツ産業分野を中心に、起業家やクリエイターなどの人材を育成するとともに、ビジネスチャンスを広げる環境を整えるなど、国内外へ発信するクリエイティブベンチャーシティを目指す。
- 産学連携や異業種交流を促進し、企業や大学等研究機関の持つ技術の蓄積を新製品・新技術の開発や人材育成に活かすことにより、独創性に富んだ付加価値の高い製品づくりにつなげる。
- 地元企業の高い技術力を海外に発信するため、国際見本市への出展を促進し、販路開拓を図る。

##### ■起業支援の強化

- 新産業の創出を目指し、ベンチャー企業などの起業を総合的に支援するとともに、ICT 分野等における地場産業と先端技術の融合を目指し、人的ネットワークを構築する。
- 地域のニーズに応えるコミュニティ・ビジネスの創業を支援し、就業機会の拡大を図る。

##### ■企業立地の推進

- 金沢テクノパークに高度技術産業や試験研究開発機関など付加価値の高い都市型産業を誘致するほか、既存の工業団地では、地域資源を活かした企業立地の促進や地場企業の高度化を図り、産業の競争力を高める。
- 金沢港周辺地区では、港湾活用型企業の集積を図るとともに、金沢森本インター工業団地では、新たな物流の拠点として、企業の誘致に努める。



#### (4) 重点戦略計画(平成 26(2014) 年 2 月策定)

##### 1) 概要

新たな都市像『世界の「交流拠点都市金沢」をめざして』を踏まえ、10 年間を見据えて講じるべき施策をまとめたものである。ものづくり産業に関連する部分は下記のとおりである。

##### 2) 重点施策

###### 【価値創造拠点の整備】

金沢独自の技芸や文化を礎とした革新的な営みにより、この地でしか生み出し得ない文化的な価値が付加されたサービスや製品、知的財産を創出していくため、国内外の知識や情報が集積し、人々が交流することで叡智の融合を促す価値創造拠点を、交流拠点にふさわしい交通結節点に、民間活力を導入しながら整備する。

###### ①価値創造サロンの創設

起業家やクリエイター、デザイナー等、多様な分野の意欲ある人材が集い、まちづくりやものづくりに関する創造的な取り組みの課題解決に向けた情報交換を気軽に行える場を創設し、研究事業やワークショップなどを通して、新たな価値の創造を支援する。

###### ②クリエイティブ・ベンチャーセンターの創設

3Dプリンタなど最新のデジタル技術による実験的な創作の場としての機能を有しながら、ICTを活用した金沢ならではの先進的なビジネスモデルの構築、創造性に富んだ人材の発掘・育成などを通して、企業等の創造的で革新的な取り組みを支援するセンターを創設する。

###### ③サポート機能の検討

価値創造サロンやクリエイティブ・ベンチャーセンターの機能をサポートするため、多目的ホールや研修室、ショールーム、アート・芸術に関するサテライト機能の設置を検討する。

##### 3) 基本施策

###### 【ものづくり産業の活性化】

###### ①地域経済を支える地場産業への支援拡充

ものづくり戦略を再構築し、本市の地域経済を支える中小企業への支援策の拡充を図る。

○次期「ものづくり戦略」の策定

###### ②環境、福祉、医療等重点分野における研究開発の支援強化

環境、福祉、医療、再生可能エネルギー関連分野における産学連携や新製品開発、企業連携などの支援を強化し、ものづくり産業の高度化を図る。

○重点分野における研究開発の支援強化

○産学連携ものづくりプロジェクトの推進

③豊富な食材や企業・大学等の技術を活用した食品産業の振興

豊富な食材やブランドイメージの活用を図り、農商工連携や産学連携を促進しながら、安全でデザイン性や機能性に優れた魅力ある商品の開発を進める。

○魅力ある商品づくりに向けた支援強化

④クリエイターの誘致

I T・映像・デザイン関連などの分野で、新たに市内で起業するクリエイターを対象に、オフィスの開設経費や賃借料に支援を行うことにより、I T関連産業のさらなる集積・振興を図る。

○クリエイターのオフィス開設経費や賃借料を支援

⑤ものづくり企業に対する総合的支援体制の構築(平成 27 年 2 月項目追加)

中小企業基盤整備機構や金融機関、業界団体、さらには大学等の教育機関と連携し、総合的にもものづくり企業を支援する体制を構築する。

○総合的支援体制の構築・推進

【起業支援の強化】

①コミュニティ・ビジネスの支援

地域における福祉の向上や地域の活性化、雇用の創出につながるコミュニティ・ビジネスの立ち上げから自立までを支援する。

○コミュニティ・ビジネスによる起業を支援

②若者の起業支援

開業前後にかかる運転資金及び家賃などの費用助成、さらにアドバイザーの派遣等を行うなど、起業を志す若者や開業してまもない若手起業家の支援に取り組む。

○起業にチャレンジする若者を支援

【企業立地の推進】

①金沢テクノパークにおける都市型産業の誘致

○テクノパークに都市型産業を誘致

②金沢森本インター工業団地、いなほ・かたつ工業団地における企業立地の促進

○金沢森本インター工業団地、いなほ・かたつ工業団地の企業立地促進

## ＜金沢市ものづくり戦略2015の位置付け＞



## 1-5 本市の強みとものづくり産業を取り巻く環境の変化

今後 10 年間を見据えて、本市ものづくり産業の持続的な発展のためには、強みを自覚しそれを活かすとともに、今後予測される環境の変化に対応する施策を実行していかなければならない。そこで現状で考えられる本市の強みとものづくり産業を取り巻く環境の変化について、下記のとおり列挙した。また、それらの強みを活かし環境変化に対応するための施策の方向性についても検討した。

### (1) 本市の強み(→施策の方向性)

#### ①独創性と多様性(→新製品・新技術の開発促進)

- ・ ニッチトップ等高い技術力を有する企業が多く存在する。
- ・ 一つの産業に偏ることなく、機械・金属をはじめ食品・印刷・繊維・情報通信など幅広い産業がある。

#### ②ネットワーク(→産学・異業種・企業間連携の促進)

- ・ 金沢市工業団地連絡協議会(10 団地、約 520 社)を中心とした工業団地間のネットワークが存在する。
- ・ 金沢市産学連携事業運営委員会が組織され、市内及び近郊の高等教育機関とのネットワークが存在する。(石川県立大学、石川工業高等専門学校、金沢大学、金沢医科大学、金沢学院大学、金沢工業大学、金沢美術工芸大学、北陸先端科学技術大学院大学の 8 教育機関が加盟)

#### ③豊富な地域資源(→農商工連携の促進)

- ・ 加賀野菜に代表される農産物やかないわ香箱などの海産物、発酵食品、日本酒、和菓子など国内外に誇る特色ある加工食品がある。

#### ④拠点性の向上と交通インフラの充実(→企業立地の促進)

- ・ 北陸新幹線開通を契機に、北陸の中核都市(ハブ)としての都市機能の強化を図る。
- ・ 北陸新幹線の開業や道路網、金沢港、小松空港の整備が進んでいる。

#### ⑤高等教育機関の集積(→産学連携の推進)

- ・ 金沢大学をはじめ市内及び近郊に 18 の高等教育機関が集積している。(金沢大学、金沢美術工芸大学、金沢工業大学、金沢星稜大学、北陸大学、金沢医科大学、金沢学院大学、金城大学、金城大学短期大学部、北陸先端科学技術大学院大学、石川県立看護大学、金沢学院短期大学、北陸学院大学、北陸学院大学短期大学部、石川県立大学、金沢星稜大学女子短期大学部、石川工業高等専門学校、金沢工業高等専門学校の 18 校)

#### ⑥小中学校から大学を所管(→ものづくりに関する普及・啓発)

- ・ 市内小学校 57 校 1 分校 23,734 人、中学校 24 校 1 分校 11,904 人、市立工業高校 715 人、金沢美術工芸大学 730 人 計 37,083 人の生徒・学生が在学している。

⑦まちのブランド力(→都市イメージを活用した戦略的販路開拓の促進)

- ・歴史・伝統・文化に基づくまちの魅力や品格を活かす。

**(2)ものづくり産業を取り巻く環境の変化(→施策の方向性)**

①国内人口の減少(→新市場の創出や新分野への展開支援、経営基盤の強化)

- ・日本の総人口は平成 20(2008)年の約 1 億 2808 万人をピークに減少に転換している。平成 62(2050)年頃には 1 億人を下回る見込みで、国内市場の縮小が懸念される。

②少子高齢化の進展(→人材の確保・育成)

- ・15～64 歳の生産年齢人口の全人口に対する割合は、平成 22(2010)年の 63.8%から減少を続け、平成 29(2017)年に 60%台を割った後、平成 72(2060)年には 50.9%となる見込みであり、労働力人口の減少が懸念されている。一方、高齢人口(65 歳以上)は、平成 22(2010)年の 23%から平成 72(2060)年には 39.9%に達し、2.5 人に 1 人が 65 歳以上となる見込みである。

③海外市場の成長とグローバル化の進展(→海外展開の支援)

- ・工場の海外移転に伴う国内産業の空洞化と製品及び価格の国際標準化が進んでいる。

④環境・医療・福祉など成長分野の市場拡大(→成長分野での研究開発支援)

- ・再生可能エネルギーの導入促進と高齢者層の増加によるシルバー及びライフケア市場の拡大が見込まれる。

⑤ICT関連分野を中心とした技術革新の進展(→起業支援の強化、地場産業と先端技術の融合)

- ・スマートフォン・タブレットの普及と 3Dプリンタなどを活用した技術革新が進展する。

## 2. 国・石川県における産業政策の動向と本市のこれまでの主な取組

### 2-1 国の動向

#### (1) 成長戦略の策定（平成 25(2013)年 6 月策定、平成 26(2014)年 6 月改訂）

経済成長を構造的に可能にするため、平成 25(2013)年 6 月に成長戦略を策定し、平成 26(2014)年 6 月には施策メニューを拡大・強化して成長戦略を改訂した。改訂の柱は以下の 3 つである。

○日本の「稼ぐ力」を取り戻す

持続的な経済成長の実現のため、企業の ROE 向上など、日本の「稼ぐ力」を取り戻す

○担い手を生み出す

女性のさらなる活躍、外国人材活用の取り組みなどを通じた少子高齢社会における生産性・生産力の確保

○何十年も動かなかった産業を動かし、新規参入を促進

制度改革などで国内外からの多様な主体の参加を促進

| 10 の改革                | 概要                                                                                          |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| コーポレートガバナンスの強化        | 企業の中期的な収益性・生産性を高め、持続的に企業価値を向上させる。                                                           |
| 公的・準公的資金の運用見直しなど      | デフレ脱却を前提にした運用の見直しにより、成長への投資、ひいては日本経済に貢献し、経済の好循環を実現する。                                       |
| 産業の新陳代謝とベンチャーの加速      | 世界で勝てるベンチャーを創出する。                                                                           |
| 法人税改革                 | 日本の立地競争力を強化するとともに、企業の競争力を高めるため、その一環として着手する。数年で 20% 台まで引き下げることを目指し、平成 27(2015)年度から引き下げを開始する。 |
| イノベーション推進・ロボット革命      | イノベーション推進・ロボット革命、女性の活躍推進、外国人材の活用により、少子高齢化社会においても生産性・生産力を確保する。                               |
| 女性の活躍推進               |                                                                                             |
| 外国人材の活用               |                                                                                             |
| 働き方改革                 | 日本の労働環境が諸外国から見て不透明という問題の解消や対日直接投資の促進に資するよう、予見可能性の高い紛争解決システムの構築を図る。                          |
| 攻めの農林水産業の展開           | 生産調整の見直しや農協・農業委員会などの改革を含む数十年ぶりとなる農政改革を行うほか、多様な主体の参入を促進する。                                   |
| 健康産業の活性化・ヘルスケアサービスの提供 | 健康・予防サービスの拡大を図り、再生医療分野への投資を活発化させる。                                                          |

**成長の果実を全国津々浦々に波及**

地域活性化と中堅・中小企業・小規模事業者の革新 地域の経済構造改革

## (2) 小規模企業振興基本法（平成 26(2014) 年 6 月公布・施行）

全国約 385 万の中小企業のおよそ 9 割、約 334 万を占める小規模企業は、地域経済や雇用を支える極めて重要な存在であることから、小規模企業を中心に据えた新たな施策の体系を構築すべく基本法を制定した。（本文は資料 6－4 で掲載）

### <背景>

- 1) 小規模企業は、人口減少・高齢化・海外との競争の激化など、日本経済の構造的変化に直面している。一方で、日本全国に景気の好循環を浸透させ、地方に強靱で自立的な経済を構築するためにも、雇用を支え、新たな需要にきめ細かく対応できる小規模事業者の役割が重要となっている。
- 2) 平成 25(2013) 年に改正した中小企業基本法では、「小規模企業に対する中小企業施策の方針」を位置付けたが、今回はこれをさらに一歩進め、小規模企業を中心に据えた新たな施策の体系を構築すべく基本法を策定することが必要である。

### <法律の概要>

- 1) 小規模企業の振興の基本原則として、小企業者（概ね従業員 5 人以下）を含む小規模企業（製造業は従業員 20 人以下）について、中小企業基本法の基本理念である「成長発展」のみならず、技術やノウハウの向上、安定的な雇用の維持等を含む「事業の持続的発展」を位置付ける。
- 2) 小規模企業施策について 5 年間の基本計画を定め、政策の継続性・一貫性を担保する仕組みを作る。具体的には小規模事業者による①需要に応じたビジネスモデルの再構築、②多様で新たな人材の活用による事業の展開・創出、③地域のブランド化・にぎわいの創出等を推進すべく、これらに応じた基本的施策を講じる。

### <措置事項の概要>

#### 1) 基本原則

- ① 小規模企業の活力発揮の必要性が増大していることから、小企業者を含む小規模企業について、事業の持続的な発展を図ること【第 3 条】
- ② 小企業者の円滑かつ着実な事業の運営を適切に支援すること【第 4 条】

#### 2) 各主体の責務

国・地方公共団体・支援機関等関係者相互の連携及び協力【第 9 条】など

#### 3) 基本計画

小規模企業施策の体系を示す基本計画（5 年）を策定し、国会に報告【第 13 条】

#### 4) 基本的施策

- ① 多様な需要に応じた商品・サービスの販路拡大、新事業展開の促進【第 14 条、第 15 条】  
（国内外での販路開拓支援（IT 活用支援等）、経営戦略策定支援など）
- ② 経営資源の有効な活用及び個人の能力の発揮の促進【第 16 条、第 17 条】  
（事業承継・創業・第二創業支援、女性や青年等の人材マッチング強化など）
- ③ 地域経済の活性化に資する事業の推進【第 18 条、第 19 条】  
（地域の多様な関係者との連携の促進、地域需要対応型事業の推進など）
- ④ 適切な支援体制の整備【第 20 条、第 21 条】  
（各支援機関の役割の明確化・連携の強化、手続きの簡素化など）

### (3) 小規模企業振興基本計画（平成 26(2014) 年 10 月閣議決定）

小規模企業振興基本法に基づき、小規模企業の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、4つの目標と10の重点施策で構成される基本計画を策定した。

#### < 4つの目標 >

|                      |                                 |
|----------------------|---------------------------------|
| ①需要を見据えた経営の促進        | 顔の見える信頼関係をより積極的に活用した需要の創造・掘り起こし |
| ②新陳代謝の促進             | 多彩な人材・新たな人材の活用による事業の展開・創出       |
| ③地域経済に資する事業活動の推進     | 地域のブランド化・にぎわいの創出                |
| ④地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備 | 事業者の課題を自らの課題と捉えたきめ細やかな対応        |

#### < 10の重点施策 >

##### 1) 需要を見据えた経営の促進

###### ①ビジネスプラン等に基づく経営の促進

- ・明確なビジョンに基づいたビジネスプラン等に基づく経営を促進

###### ②需要開拓に向けた支援

- ・商談会・展示会・即売会開催、アンテナショップ等拠点の整備やネット販売などITの活用を促進し、国内外の需要の開拓を促進
- ・小規模企業の政府調達参入を促進

###### ③新事業展開や高付加価値化の支援

- ・需要を見据えた新たな商品・サービスの開発等、新たなアイデア・技術の事業化等の取り組みや、第二創業などの挑戦的な取り組みを促進

##### 2) 新陳代謝の促進

###### ④起業・創業支援

- ・産業競争力強化法に基づく創業支援体制を整備し、女性・若者・シニア等の起業・創業を促進
- ・中長期的な観点から、起業・創業を応援する社会づくり、起業・創業に関する教育や先輩経営者の実例を学ぶ機会の提供

###### ⑤事業承継・円滑な事業廃止

- ・事業承継に関する制度の整備・活用、小規模企業と事業引き継ぎを希望する者とのマッチングや人材育成を促進、新たな事業展開に挑戦する後継者への支援
- ・小規模企業共済制度の整備・活用、経営者保証に関するガイドラインを踏まえた融資の促進、円滑な廃業・事業承継・再チャレンジに向けた環境整備

###### ⑥人材の確保・育成

- ・中小企業大学校やインターネット等を活用し、小規模企業経営者及び従業員の知識、技能、管理能力の向上を図る研修を推進
- ・小規模企業の魅力発信、女性・若者・シニア等多様な人材と小規模企業との相互的なマッチングに向けた環境整備



### 3) 地域経済の活性化に資する事業活動の推進

#### ⑦ 地域経済に波及効果のある事業の推進

- ・ 地域における魅力の面的・横断的な掘り起こし、創造及び地域内外への浸透、消費者ニーズも踏まえた地域全体の活性化

#### ⑧ 地域のコミュニティを支える事業の推進

- ・ 小規模企業に加え、行政機関(都道府県・市区町村)、商工会・商工会議所・中小企業団体中央会・商店街振興組合連合会等の既存の支援機関、認定支援機関、金融機関、農家、地場産業、旅館、NPO、医療機関、住民等の主体が一体となって地域全体で課題やニーズに対応し、コミュニティを支えるような取り組みを実施

### 4) 地域ぐるみで総力を挙げた支援体制の整備

#### ⑨ 支援体制の整備

##### ○ 支援機関等

- ・ 支援機関等が支援目標の設定を行うことを推奨。支援機関全体のレベルアップ、各機関の緊密な連携を強化
- ・ 高度で専門性の高い経営課題について、「よろず支援拠点」の知見を活用した支援及び独立行政法人中小企業基盤整備機構による各拠点への統括・サポート等を通じた支援体制の補強

##### ○ 国・地方公共団体

- ・ 関係省庁が緊密に連携し、地方公共団体ともよく連携しながら、施策を効果的に展開
- ・ ミラサポの「施策マップ」に関係省庁及び都道府県・市区町村の施策情報を共有

#### ⑩ 手続き簡素化・施策情報の提供

- ・ 小規模企業の施策活用を促進するため、必要な手続き(申請や確定検査における書類等)の簡素化・合理化を推進
- ・ インターネット(動画を含む)、マスメディア、地方公共団体及び支援機関の広報等の手法を活用し、分かりやすく積極的に情報を提供

### (4) ものづくり・商業・サービス革新補助金(ものづくり補助金)

中小企業の試作品開発等を支援するため、平成 24(2012)年度補正予算(事業名：ものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援補助金)及び平成 25(2013)年度補正予算(事業名：中小企業・小規模事業者ものづくり・商業・サービス革新事業)で実施された。人件費のみならず設備投資経費まで対象となるなど支援範囲が広く、平成 26(2015)年度補正予算においても約 1,000 億円(補助金上限は 1,000 万円)が計上されている。本市の企業については、平成 24(2012)年度補正予算では 58 社、平成 25(2013)年度補正予算では 65 社が適用となっている。

## 2-2 石川県の動向

### (1) 石川県産業成長戦略（平成 26(2014) 年 5 月策定）

#### 1) 策定の背景

平成 17(2005)年に策定した「石川県産業革新戦略」は、ニッチトップ企業の倍増(40 社から 73 社に増加)や、進出・増設企業の増加(41 社)など一定の成果をあげた。一方、リーマン・ショックで顕在化されたようにグローバル化は加速し、外部環境から受ける影響が増大している。また県内では、能登有料道路の無料化や北陸新幹線金沢開業など陸・海・空の交流基盤が大幅に充実するなど県内産業を取り巻く環境変化が加速していることや、我が国全体に成長機運が高まっていることを踏まえ、国の成長戦略が策定された中、新指針を策定した。

#### 2) 基本的視座

- ・ 今後 10 年間を見据える。
- ・ 全産業ともビジョンやプランに基づき着実に推進。本戦略では、特に、県外需要の獲得につなげるため本県の経済成長への寄与が大きい第 2 次産業にフォーカスする。（他産業との連携も視野に入れる。基幹産業は機械、繊維、食品、IT の 4 業種）

#### 3) 本県の強み

|                       |                                                                   |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 製造業の集積                | ・ 製造業特化係数 1.33<br>・ 繊維産業、生産用等の機械産業の集積が高い                          |
| ニッチトップ企業の集積           | ・ 73 社(平成 26(2014)年 3 月)<br>・ グローバルニッチトップ企業数全国 4 位(平成 25(2013)年度) |
| 高等教育機関の集積             | ・ 人口当たりの高等教育機関数が全国第 2 位                                           |
| 国の超大型研究開発拠点           | ・ 革新複合材料研究開発センター(ICC)<br>・ 北陸StarBED技術センター                        |
| 豊富な地域資源               | ・ 地域団体商標件数全国 4 位<br>・ 国指定伝統的工芸品数全国 6 位<br>・ 世界農業遺産や食文化            |
| 比較的安価な電力と低い大規模地震リスク   | ・ 安価な電力<br>・ 低い大規模地震リスク                                           |
| 3 大都市やアジアへとつながる交通インフラ | ・ 港湾、空港、新幹線、高規格道路の整備進展                                            |

#### 4) 今後 10 年を見据えた環境変化

|                         |                                                                                                                                |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 総人口・生産年齢人口の減少による国内市場の停滞 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内人口は 560 万人減</li> <li>・消費者ニーズの多様化</li> </ul>                                          |
| 新興国等の海外市場の成長            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・アジア等の新興国市場の拡大</li> <li>・企業の海外投資・拠点数の増加</li> </ul>                                      |
| 成長市場の拡大・新技術の出現          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境(炭素繊維材料等)、ライフ分野等の新市場の拡大</li> <li>・新たな革新技术、成長市場の出現</li> </ul>                         |
| グローバル化の進展               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・原料・エネルギー費高騰</li> <li>・製品価格低下</li> <li>・為替や外需の影響拡大</li> <li>・貿易協定の増加</li> </ul>         |
| 高年齢化と新陳代謝の進展            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・設備の老朽化の進行</li> <li>・経営者の高齢化の進行</li> <li>・全国的な創業気運の高まり</li> <li>・全国的な産業構造の変化</li> </ul> |
| 県内の生産年齢人口の減少            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・本県の実年齢人口が 6 割弱、高齢人口が 3 割強へ</li> <li>・県総合人口も 6 % 低下</li> </ul>                          |

#### 5) 7 つの柱と具体的な施策

|                 |                                                                                                                                         |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 新製品開発による新規需要の創出 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・新製品開発の促進</li> <li>・販路拡大の促進</li> <li>・新分野展開の促進</li> <li>・創業の促進</li> <li>・消費者ニーズの開拓</li> </ul>    |
| 国際展開の拡大         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・国際展開準備の充実</li> <li>・国際展開挑戦の促進</li> <li>・海外需要の獲得の促進</li> <li>・海外ネットワークの拡大</li> </ul>             |
| 次世代産業の創造        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業の裾野拡大や研究開発の促進</li> <li>・事業化の加速</li> <li>・新技術への迅速な対応</li> <li>・国事業等を活用した革新的な研究開発の促進</li> </ul> |
| 地域の強みの活用        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ニッチトップ企業の増加</li> <li>・地域資源の活用</li> <li>・食文化の戦略的発信</li> <li>・交通インフラを活用した円滑な外需獲得の促進</li> </ul>    |
| 戦略的企業誘致の促進      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・戦略的企業誘致の推進</li> <li>・設備投資の促進</li> </ul>                                                         |
| 事業基盤の強化         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・経営の強化や生産性向上によるコスト削減</li> <li>・円滑な事業承継の推進</li> <li>・円滑な資金調達等のセーフティネットの充実</li> </ul>              |
| 産業人材の総合的育成・確保   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・成長をけん引する人材の育成・確保</li> <li>・成長基盤を強化する人材の育成・確保</li> <li>・明日の産業を担う人材の育成・確保</li> </ul>              |

#### 6) 3 つの好循環の実現

石川県経済が安定的な成長軌道を描くには、3 つの好循環という視点が重要

- ①人材の集積を高め、技術を磨き、市場を獲得し、さらなる集積へ
- ②挑戦を後押しし、さらなる挑戦へ
- ③成長シーズを地方と国で連携し次々と大きく

## 7) 石川県機械産業成長戦略の概要

【目標】 顧客ニーズに対応したオンリーワン(ニッチ)商品開発により、高い付加価値を獲得するとともに、アジア等の新興国需要や炭素繊維複合材料、医療・航空機等の成長市場の需要の取り込みにより、販売量を増加させるとともに、産業の多軸化を進め、変化に強い構造構築を目指す。

### 【戦略の柱と今後の主な取組】

| 戦略の柱                                                                                                                                            | 今後の主な取組                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. 新商品開発・販路開拓の促進</b><br>・ 停滞する国内市場に打ち勝ち、また、海外の需要を獲得するには、製品開発による新規需要の創出が重要。<br>・ その際、顧客ニーズに対応した付加価値の高いダントツ製品の開発が重要。<br>・ 産学の集積や技術力を結集する。      | ・ 製品開発支援の拡充<br>・ 技術提案型等の商談会の開催<br>・ ニッチトップ企業等の支援<br>・ 産学官連携によるイノベーション創出のプラットフォーム整備<br>・ ブランディングと販路開拓             |
| <b>2. グローバル展開の促進</b><br>金沢港などのインフラを活用しつつ、企業のグローバル展開を増やし、拡大する新興国市場を取り込む。                                                                         | ・ 海外情報収集や商談会等による販路開拓等の支援<br>・ 現地ネットワークの構築などの支援体制の整備<br>・ コンテナ貨物の集荷強化、合い積の輸送推進                                    |
| <b>3. 成長市場・新分野への参入の促進</b><br>炭素繊維複合材料、医療機器、航空機、エネルギー等の分野への参入を拡大し、産業構造の多軸化を図る。特に関連の深い新技術の台頭には迅速に対応する。                                            | ・ 研究会や革新的研究開発を支援<br>・ 工業試験場に先端機器を整備<br>・ 研究者の確保・育成を支援                                                            |
| <b>4. 産業基盤の強化</b><br>・ 生産性向上のための投資や産業インフラの整備が競争力向上に必要。<br>・ 企業誘致などにより産業構造に厚みを持たせることが重要。<br>・ 事業承継を円滑化し、創業を促進する産業の新陳代謝が重要。                       | ・ 設備投資への支援<br>・ 企業誘致の助成対象の拡大<br>・ 戦略的企業誘致の推進<br>・ 事業承継の円滑化<br>・ ベンチャー機運の醸成<br>・ 企業経営に資する専門家派遣<br>・ 十分な制度融資枠の確保   |
| <b>5. 人材の育成・確保</b><br>・ 本県の生産年齢人口が減少していく中、高度専門人材、グローバル人材など企業の価値創造をリードする人材確保・育成環境の整備を強化していく。<br>・ 高度専門人材の育成のため、高等教育機関と連携。<br>・ 現場の技術者の技術力を維持・向上。 | ・ 高度専門人材の確保・育成支援<br>・ グローバル人材の確保・育成支援<br>・ 次世代の経営者育成<br>・ 技術者の確保とスキル向上・継承支援<br>・ 元気な高齢者等の活用促進<br>・ 企業と学生のマッチング促進 |

## 8) 石川県繊維産業成長戦略の概要

【目標】 産地の基盤を成す中小零細企業の企画提案力の強化やアドバイザーによる人的支援など「生き残り戦略」により産地規模の維持、発展を進める一方、産地が得意とする衣料分野の感性、機能を極限まで追求していくとともに、環境、健康、医療など今後成長が期待され、繊維を広く用途展開できる可能性が高い分野へアプローチする「成長戦略」を推進し、「社会的課題解決型産地」を目指す。

### 【戦略の柱と今後の主な取組】

| 戦略の柱                                                                                                                                                                             | 今後の主な取組                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. 市場ニーズを的確に捉えた差別化された新素材開発の推進</b><br>消費者ニーズやトレンドを的確に把握し、モノづくりにフィードバックする企画提案型委託加工形態や自販に移行する「自立化」を図る。開発に当たっては、出口企業を取り込んだ産学官等の連携体を構築し、新たな市場創出、販路拡大を図る。                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 川中の集積を活かした一貫生産等による製品開発支援の拡充</li> <li>・ 首都圏アパレル等の川下企業との連携への支援</li> <li>・ 2020年開催の東京オリンピック・パラリンピックの需要獲得に向けた商品開発支援</li> <li>・ 出口企業を取り込み、県内企業、大学等研究機関、工業試験場等が連携した新商品開発、販路開拓への支援</li> </ul>     |
| <b>2. 炭素繊維複合材料、医療・介護などの新たな成長分野(非衣料分野)への果敢な挑戦</b><br>衣料分野を軸としながらも、技術水準は非常に高いが、経済状況に左右されにくく安定的な受注確保に繋がる非衣料分野への展開を図る。特に今後の高い成長が見込まれる、炭素繊維複合材料分野と少子高齢化を背景とした医療・介護分野において集中的な取り組みを進める。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国事業も活用した革新的な研究開発への支援</li> <li>・ 医療など異業種とのマッチングの場(セミナー等)の提供や医商工連携など異業種との連携による新商品開発への支援</li> </ul>                                                                                           |
| <b>3. 内需依存体質からの脱却と海外市場の需要獲得</b><br>欧米のトップメゾンや成長著しいアジア新興国など海外市場の需要を取り込む。                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 海外展開に向け現地の需要動向や採算性等を事前に見極めるため、海外F S調査を支援</li> <li>・ 地域資源を活用した商品開発から海外販路開拓に至るまでの一貫した取り組みを支援</li> <li>・ 他社にない製品や技術、ノウハウ等を有するニッチトップ企業等の海外展開に向けた集中支援</li> <li>・ 個別企業の課題解決のため、専門家を派遣</li> </ul> |
| <b>4. これからの石川産地を支える人材の総合的育成・確保と技術の継承</b><br>将来の産地を担う人材、高齢者等の成長基盤を強化する人材、企業の成長をけん引する中核人材等の育成・確保を推進する。                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 川中各工程を俯瞰できる研修等の実施に対する支援</li> <li>・ 商品開発等の市場開拓やグローバルビジネスの展開ができる、企業の成長をけん引する中核となる人材の確保に対する支援</li> <li>・ 次代の経営者育成に対する支援</li> <li>・ 豊かな「感性」をもつ女性や就業意欲の高い高齢者の活躍促進</li> </ul>                    |

## 9) 石川県食品産業成長戦略の概要

【目標】 本県食品産業は、独自性のある食材や、藩政期以来の伝統文化に根差した食文化、豊かな自然環境等に基づいた安全・安心イメージといった強みに恵まれている。こうした地域の強みに加え、本県食品産業の高い加工技術を活用し、本県食品産業を総合力の高い食文化として国内外に発信することにより、市場の開拓を進め、多くの産業・人材が関わる基幹産業として「食品王国いしかわ」が持続的に発展していくことを目指す。

### 【戦略の柱と今後の主な取組】

| 戦略の柱                                                                                                                                                        | 今後の主な取組                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. 新商品開発・販路開拓の促進</b><br>少量だが独自性のある、本県の多様な食材を活用した新商品開発や販路開拓を促進し、特産品需要の獲得を目指す。また、新市場への展開や、新たな視点に立った商品の開発により新規需要の獲得を図るとともに、地場食材の有効利用を促進することで、食品産業の付加価値を高める。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域資源を活用した商品開発・販路開拓支援</li> <li>・ 健康食市場など新分野への展開支援</li> <li>・ 展示会出展への支援</li> <li>・ 農商工連携の推進や設備導入への支援</li> </ul>                                                                                                        |
| <b>2. 食文化の発信・ブランド構築の促進</b><br>加賀料理を中心とした、総合力の高い本県の食文化を国内外に発信し、輸出の増加や富裕層誘客の増加による消費拡大につなげる。また、個々の製品についてもブランド構築を促進する。                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 戦略的な国内外への食文化発信</li> <li>・ アンテナショップや首都圏PRを通じたブランド発信</li> <li>・ 新製品のブランド化支援</li> </ul>                                                                                                                                 |
| <b>3. 海外市場の取り込みの促進</b><br>中間層の拡大やヘルシー志向による日本食の浸透、新興国市場の拡大等を睨み、展示会出展等により海外市場を積極的に取り込む。                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ セミナー等による現地情報の提供</li> <li>・ 海外展開に向けた事前調査等への支援</li> <li>・ 海外販路開拓への支援</li> <li>・ ハラル認証取得に向けた取り組みの支援</li> <li>・ 戦略的な国内外への食文化発信(再掲)</li> </ul>                                                                            |
| <b>4. 事業基盤の強化</b><br>国際的な穀物等の原料価格高騰やグローバル競争による製品価格低下圧力に対し、セーフティネットを敷きつつコスト削減を進め、事業基盤を強化する。                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 専門家派遣等による経営支援</li> <li>・ 十分な制度融資枠の確保</li> <li>・ 事業承継等に関する相談体制の強化</li> </ul>                                                                                                                                          |
| <b>5. 人材の育成・確保</b><br>人口減少により働き手の減少が進む中、新幹線開業にあわせた首都圏市場の獲得や、新興国等の成長市場への進出により、産業の持続的な成長を図るため、女性・高齢者・若年層も含めた多様な人材の育成・確保を推進する。                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高度専門人材の確保支援</li> <li>・ グローバル人材の育成支援</li> <li>・ 次代の経営者の育成支援</li> <li>・ 現場の中核を担う人材の育成支援</li> <li>・ 女性や高齢者の活躍促進</li> <li>・ 現場の体制強化に向けた支援</li> <li>・ 県内企業の魅力発信強化</li> <li>・ Uターン就職の促進</li> <li>・ 若手社員の定着・育成支援</li> </ul> |

10) 石川県 I T 産業成長戦略の概要

【目標】 技術革新の速い I T 産業で、新製品の開発による首都圏への販路拡大や、健康、介護、農業等の新分野への参入により新規市場を開拓し、県内 I T 産業の持続的な発展を目指す。

【戦略の柱と今後の主な取組】

| 戦略の柱                                                                                                                       | 今後の主な取組                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. 新製品開発・新分野開拓による新規需要の獲得</b><br>国内市場の縮小や技術革新の速い I T 産業で常に企業が成長し続けるために、技術トレンドや市場ニーズに反応し、新製品開発による新規需要の創出を図る。              | <ul style="list-style-type: none"> <li>・新製品開発支援</li> <li>・新製品開発の意欲向上に資するブランド認定</li> <li>・新分野開拓に繋がるシーズとニーズのマッチング支援</li> <li>・ビッグデータを活用したビジネス展開のための知識習得支援</li> <li>・デザイン力を活かした付加価値の高い製品開発支援</li> </ul> |
| <b>2. 首都圏・海外市場等の販路開拓</b><br>I T 産業のビジネスの大半が首都圏に集中していることから、首都圏での新規販路開拓を図る。整備進展した陸・海・空の交通インフラを活用して、拡大する新興国市場の需要を獲得する。        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・開発した新製品の首都圏展示会への出展支援</li> <li>・顧客ニーズが集中する I T 商社を活用した販路開拓支援</li> <li>・海外見本市への出展による販路開拓支援</li> <li>・現地に精通した専門家派遣による海外展開支援</li> </ul>                          |
| <b>3. ベンチャー企業等の創業・育成促進</b><br>I T 産業は創業時の初期投資等が小さくて済むことから、ベンチャー企業を増やして県内 I T 産業の活性化を図る。                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ベンチャー企業への創業から成長まで段階に応じた支援</li> <li>・ニッチトップ企業の海外市場獲得を目的とした海外市場調査や国際特許取得等への支援</li> </ul>                                                                       |
| <b>4. 戦略的な企業誘致の推進</b><br>安価な電力や高等教育機関の集積を強みとして、電力消費型企業の誘致・設備投資を進める。                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・電力多消費型企業等の誘致・設備投資</li> </ul>                                                                                                                                 |
| <b>5. コンテンツ産業の活性化</b><br>スマートフォンなどの普及により媒体の多様化が進む中、高い技術を有するコンテンツ企業が、豊かな地域資源や新幹線開業を活かして、訴求性に富んだ石川県の映像を制作し、県内コンテンツ産業の活性化を図る。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・過去の書府作品を利活用しつつ、コンテンツ関連企業が本県を P R するための映像制作等を支援し、権利関係を明確化(石川新情報書府第 5 期)</li> <li>・コンテンツビジネスに求められる企画力等を習得するための人材育成支援</li> </ul>                                |
| <b>6. 人材の総合的確保・育成</b><br>S E 等の高度専門人材やグローバル人材・若手人材の確保・育成を図る。                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業が求める高度専門人材の確保・育成支援</li> <li>・若手社員の海外での実地研修等によるグローバル人材の確保・育成支援</li> <li>・インターンを活用した企業と学生のマッチング促進</li> </ul>                                                 |

# 11) 石川県産業国際展開戦略の概要

【目標】 地域の強みを活かして、新興国等の需要を取り込み、県内の雇用維持と両立した国際展開を推進する。

## 【戦略の柱と今後の主な取組】

| 戦略の柱                                                                                                                                | 今後の主な取組                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. 経済グローバル化に対応する人的基盤強化</b><br>国際ビジネスに対応できる社内人材の不足に直面している県内企業に対し、ジェトロなどの機関とも連携しながら、社内人材の育成や外部人材の確保等を支援し、経済のグローバル化に対応する人的基盤の強化を図る。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・若手社員を対象にした短期間の海外実地研修を支援</li> <li>・海外営業等に対応できる高度専門人材の確保を支援</li> <li>・海外展示会出展等と連動した実践的語学研修等の実施</li> </ul>                                                   |
| <b>2. 海外展開に挑む県内企業の裾野拡大</b><br>海外展開に取り組む意欲はあるが、現地情報やノウハウなど社内リソースが不十分な県内企業に対し、国内準備段階での支援体制を強化し、海外展開に果敢に挑む県内企業の裾野拡大を図る。                | <ul style="list-style-type: none"> <li>・国別の市場動向等に関するセミナー・情報提供</li> <li>・個別企業の課題解決のため、専門家を派遣</li> <li>・現地需要等を事前に見極めるための海外F S調査や、準備・初動段階を支援</li> </ul>                                              |
| <b>3. 県産品の輸出拡大</b><br>海外販路開拓に意欲的に取り組む県内企業に対し、見本市や商談会出展等を支援し、県産品の輸出拡大を図る。                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外市場を見据え、地域資源を活用した商品開発から海外販路開拓までの一貫した取り組みを支援</li> <li>・輸出に関するノウハウや成功・失敗事例の蓄積・共有</li> <li>・東南アジアや中国等成長著しいアジア新興国への販路開拓を図るため、商談会の開催や見本市出展等を継続的に支援</li> </ul> |
| <b>4. 進出企業の現地展開拡大</b><br>海外進出している県内企業に対し、現地での円滑な事業展開をサポートすることにより、外需獲得を推進する。                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内企業の関心が高い東南アジアの現地支援体制を強化するため、シンガポールに県海外事務所を設置</li> <li>・海外県人会等本県ゆかりの現地ネットワークを強化</li> <li>・進出企業と現地企業との商談会開催等を通じて現地需要開拓を支援</li> </ul>                      |
| <b>5. 地域の強みを活用した外需取り込み</b><br>産業集積から生まれた優れた技術や製品、食文化等の豊富な地域資源や充実した交通インフラなど、地域の強みを最大限活用することにより、国際競争力を高め、外需取り込みを積極的に推進する。             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ニッチトップ企業の海外シェア獲得・拡大を支援</li> <li>・金沢港へのクルーズ船誘致、受入体制整備等の推進</li> <li>・海外のトレンド発信拠点等で、石川食文化の魅力発信</li> <li>・海外富裕層等の本県へのインバウンド誘客を推進</li> </ul>                   |



## 12) 石川県産業人材戦略の概要

【目標】 本県産業を支えるのは個々の企業の人材である。石川の持続的な産業成長をもたらす鍵となる人材の育成・確保を図る。

### 【戦略の柱と今後の主な取組】

| 戦略の柱                                                                                                                                                                    | 今後の主な取組                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. 成長をけん引する人材の育成・確保</b><br>首都圏等の国内新市場、海外市場、成長分野の市場の獲得を目指し、企業の成長を切り拓く人材、新たな価値を創造する人材や世界で活躍するグローバル人材である「成長をけん引する人材」の育成・確保を促進する。                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 専門的な知識や技術、ノウハウ、実務経験等を有する企業の中核的業務を担う人材の確保に対する支援</li> <li>・ 若手社員を対象とした短期間の海外実地研修に対する支援</li> <li>・ 炭素繊維分野での製品化・事業化を推進する研究開発を行う人材の確保に対する支援</li> </ul>                         |
| <b>2. 成長基盤を強化する人材の育成・確保</b><br>生産年齢人口が減少していく中、企業の競争力の担い手となる女性や高齢者を含めた様々な人材の能力の活用を図るとともに、海外展開や新製品開発など企業の成長過程において、製造や営業といった現場で働く人材や経営基盤を支える人材である「成長基盤を強化する人材」の育成・確保を促進する。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 次代の経営者・幹部の育成</li> <li>・ 女性の能力の活用促進に向けた女性社員の育成に対する支援、就業意欲ある高齢者の能力の活用に向けた支援</li> <li>・ 現場体制を強化するための人材の確保・育成に対する支援</li> <li>・ 企業ニーズに対応したカリキュラムの見直しによる産業技術専門校の機能強化</li> </ul> |
| <b>3. 明日の産業を担う人材の育成・確保</b><br>少子化に加えて、就職・採用活動期間の短期化等、若年者を取り巻く環境が変化していく中、次代の産業の担い手となる若年者、学生といった「明日の産業を担う人材」の育成・確保を促進する。                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ インターンシップによる県内企業の魅力発信の強化</li> <li>・ Uターン就職促進に向けた学生に対する県内企業の魅力発信の強化</li> <li>・ 若手社員の早期離職防止のための支援</li> <li>・ 企業ニーズに対応した工業高校等専門高校における学習環境の整備・充実</li> </ul>                    |

## (2) 「ふるさと石川の地場産業を担い地域経済を支える中小企業の振興に関する条例」

(平成 27(2015)年 3 月制定)

石川県では、本県の経済の健全な発展及び県民生活のさらなる向上を図るため、改めて中小企業の果たす役割と重要性について認識を共有し、中小企業の成長に向けた意欲的で創造的な取り組み及び小規模企業者の事業の持続的な発展に向けた取り組みを県民挙げて支援していく必要があるため、小規模企業を含めた中小企業の振興について、基本理念を明らかにするとともに、その方向性を示し、必要な施策を総合的に推進していく拠り所となる条例を、平成 27(2015)年 3 月に制定した。

### 1) 目的

小規模企業を含めた中小企業の振興について、基本理念を定め、及び県の責務や中小企業の事業活動と関係がある者の役割等を明らかにするとともに、中小企業の振興に関する基本的な施策の方向性を定めることにより、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって本県の経済の健全な発展及び県民生活の向上に寄与することを目的とする。

### 2) 基本理念

- ・ 中小企業者の成長及び持続的な発展に向けた経営の改善及び向上を図るための創意工夫及び自主的な取り組みが促進されること
- ・ 県、市町、中小企業者、中小企業支援団体、金融機関、大企業者、大学等、労働団体、県民その他中小企業の事業活動と関係がある者が連携し、及び協力して推進されること
- ・ ものづくり産業、伝統的工芸品産業及び観光産業の集積その他の本県の地場産業の強みを活かすとともに、豊富な地域資源の積極的な活用が図られること

### 3) 県の責務

- ・ 県の策定する産業の振興に関する指針を踏まえ、総合的な施策を積極的に講じる
- ・ 施策を講ずるに当たっては、主導的な役割を果たし、市町、中小企業者、中小企業支援団体、金融機関、大企業者、大学等、労働団体、県民その他中小企業の事業活動と関係のある者と連携し、及び協力して取り組む
- ・ 工事の発注、物品及び役務の調達に当たっては、中小企業者の受注機会の確保に努める

### 4) 基本的な施策の方向性

- ① 中小企業者の技術開発並びに新たな商品及び役務の提供の促進を図ること
- ② 中小企業者の販路開拓の促進を図ること
- ③ 中小企業者の国際的視点に立った事業展開の促進を図ること
- ④ 中小企業者の創業及び新たな事業分野への進出の促進を図ること
- ⑤ 多様な地域資源の活用その他の本県の特性を活かした中小企業の事業活動の促進を図ること
- ⑥ 中小企業者の事業活動の振興に資する企業立地の促進を図ること
- ⑦ 経営革新、事業承継、資金供給の円滑化その他の中小企業の経営基盤の強化を図ること
- ⑧ 中小企業者の事業活動を担う人材の育成及び確保を図ること
- ⑨ 産学官の連携、異業種を含めた企業間の連携及び事業の共同化その他知的財産の活用の促進を図ること

- ⑩中小企業支援団体の活動、その活動を担う人材の育成及び確保への支援その他の中小企業者が相談その他総合的な支援を受けることができる体制の整備を図ること

5)小規模企業の重要性を踏まえた措置

小規模企業が本県の中小企業の大半を占め、地域経済の活性化並びに地域住民の生活の向上及び交流の促進に資する事業活動を通じて自立的で個性豊かな地域社会の形成に貢献していることを踏まえ、小規模企業者の事業の持続的な発展を図るため、必要な措置を講ずるよう努める。

6)中小企業者、関係団体及び県民の役割等

①中小企業者

- ・自主的な経営の改善及び向上への努力
- ・その事業活動を通じた地域振興への努力

②中小企業支援団体

- ・経営の改善及び向上への積極的な支援
- ・県の中小企業振興施策への協力

③金融機関

- ・資金需要への適切な対応
- ・経営の改善及び向上への協力

④大企業者

- ・中小企業の重要性の理解と連携・協力

⑤大学等

- ・産業振興に資する人材育成
- ・中小企業者との共同研究、技術向上等への協力

⑥労働団体

- ・中小企業者の雇用機会の創出並びに労働環境の整備等に協力

⑦県民

- ・中小企業振興が県民生活の向上等に寄与することへの理解
- ・県産品の利活用等を通じた中小企業の発展への協力

7)市町に対する協力

市町が中小企業の振興に関する施策を講じようとするときは、情報の提供、助言その他必要な協力を行う。

8)財政上の措置

中小企業の振興に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努める。

9)施行日

公布の日

## 2-3 人口問題等に関する国の新たな動き

### (1) 「地方創生」を実現するための「まち・ひと・しごと創生法」 (平成 26(2014) 年 11 月公布)

少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくために、まち・ひと・しごと創生(※)に関する施策を総合的かつ計画的に実施するとしている。(本文は資料 6-4 で掲載)

※まち・ひと・しごと創成：以下を一体的に推進

まち…国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営める地域社会の形成

ひと…地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保

しごと…地域における魅力ある多様な就業の機会の創出

### (2) 「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」及び「まち・ひと・しごと創生総合戦略」

(平成 26(2014) 年 12 月閣議決定)

上記の「まち・ひと・しごと創生法」に基づき、日本の人口の現状と将来の姿を示し、今後目指すべき将来の方向を提示する「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン(長期ビジョン)」及びこれを実現するため、今後 5 カ年(平成 27(2015) 年～31(2019) 年)の目標や施策の基本的な方向・具体的な施策を提示する「まち・ひと・しごと創生総合戦略(総合戦略)」が、平成 26(2014) 年 12 月 27 日に閣議決定された。今後、都道府県及び市町村においては、平成 27(2015) 年度中に中長期を見通した「地方人口ビジョン」と 5 カ年の「地方版総合戦略」を策定し、実行するよう求めている。

総合戦略においては、人口減少と地域経済縮小の悪循環というリスクを克服する観点から、東京一極集中を是正する、若い世代の就労、出産、子育ての希望をかなえる、地域の特性に即して地域課題を解決するという基本的な視点の下、まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立により、活力ある日本社会の維持を目指すとしている。(概要は資料 6-4 で掲載)

このため以下の 4 つを基本目標として掲げ、具体的施策を提示。

#### ①地方における安定した雇用を創出する

- ・平成 32(2020) 年までの 5 年間の累計で地方に 30 万人分の若者向け雇用を創出

<主な施策>

- ・包括的創業支援
- ・地域を担う中核企業支援 -中核企業の海外展開支援-
- ・ICT の利活用による地域活性化
- ・大学等における地域ニーズに対応した人材育成支援

## ②地方への新しいひとの流れをつくる

- ・平成 32(2020)年に東京圏から地方への転出を 4 万人増、地方から東京への転入を 6 万人減少させ、東京圏から地方への転出入を均衡

### <主な施策>

- ・企業の地方拠点強化

本社機能を東京から地方に移す企業の件数を平成 32(2020)年までの 5 年間で 7,500 件増やし、地方拠点における雇用者数を 4 万人増加

- ・サテライトオフィス・テレワークの促進

テレワーク導入企業数 -平成 24(2012)年度比 3 倍に拡大-

- ・地方大学等の活性化 -新規学卒者の県内就職割合を平均 80%-

## ③若い世代の結婚、出産、子育ての希望をかなえる

- ・平成 32(2020)年に結婚希望実績指標を 80%、夫婦子ども数予定実績指標を 95%に向上

## ④時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

- ・「小さな拠点」の整備や「地域連携」を推進

### <主な施策>

- ・「連携中枢都市圏」の形成

## 2-4 本市のこれまでの主な取組

### (1) 『金沢市ものづくり戦略』に基づく主な取組(平成 22(2010)年度以降)

平成 21(2009)年 3 月に、「ものづくりのまち」としての伝統と誇りを継承発展させることにより、本市の健全かつ持続的な発展に寄与するため、『金沢市ものづくり基本条例』を制定した。その中では基本的施策として「人づくりの推進」、「事業環境の整備等」、「付加価値を高めるものづくりの促進」、「戦略的販路開拓の促進」、「普及啓発等」の 5 つの柱を掲げている。また、平成 22(2010)年 3 月には、『金沢市ものづくり戦略』を策定し、条例の趣旨を具現化する施策を実施してきた。

「人づくりの推進」については、市立工業高校において企業の熟練工が生徒を直接指導し、職人技に触れる機会を作るとともに、ものづくり会館において、市内小学生を対象に夏休みに「ものづくり体験教室」や「工場見学会」を開催した。また、若手技能者に対して、金沢大学や金沢美大等と連携して「技術開発ゼミナール」を開催し、大学研究者や企業技術者から先端技術を学ぶ機会を設けた。

「事業環境の整備等」については、ものづくり会館に「ものづくりコーディネーター」を設置し、のべ 858 社を訪問し、179 件の技術及び経営相談を行った。SOHO 支援等では IT ビジネスプラザ武蔵から 21 社、ビジネスプラザ南町・尾山から 23 社が当該施設を卒業し、その多くが市内で ICT 関連の事業を継続し、地場産業の活性化に寄与している。また、クリエイティブベンチャーシティを目指して、スタートアップベンチャーの発掘・育成から投資家とのマッチングに至るまで、起業家に対する幅広い支援を実施した。さらには、企業立地基盤の整備のため、いなほ・かたつ工業団地の整備を進め企業誘致を図るとともに、新たに金沢森本インター工業団地を造成し、事業環境の向上に取り組んだ(「工業団地の整備と企業誘致の状況」については次項で掲載)。

「付加価値の高いものづくりの促進」については、市内企業の新製品・新技術の開発を支援し、平成 22(2010)年から 5 年間で 40 件、1 億 1,200 万円余りの助成を実施した。また、新製品等の開発奨励とブランド力を活かした販路開拓を促進するため、5 年間で 59 製品を「金沢ブランド」に認定し、ロゴマーク等を活用しながら認定製品の認知度向上に取り組んだ。また、産学連携及び医工連携による新製品開発を促進するため、大学や企業と環境・福祉・医療等の成長分野にかかるモデル事業を実施し、産業の高度化を推進した。

「戦略的販路開拓の促進」については、国内外で開催される見本市への市内企業の出展を支援し、115 件、4,700 万円余りを助成した。その他、各企業の展示商談会の開催や各業界団体が主催する展示会開催及び見本市出展事業に助成した。

「普及啓発等」については、小学生向けに本市ものづくり企業を紹介するパンフレットの作成や、eAT 金沢やおしゃれメッセを通じて本市ものづくりの魅力発信に取り組んだ。

以上の通り、企業訪問を通じてニーズ把握に努めるとともに使いやすい支援制度の設計に取り組んできた結果、後掲の業界及び企業ヒアリングにおいても示されたように一定の評価を得たが、制度自体の周知や補助金の申請等にかかる相談体制の充実を求める意見もあった。

## (2) 工業団地の整備と企業誘致の状況

### 1) 概要

本市では、企業立地の受け皿として、北陸自動車道や金沢外環状道路、のと里山海道、金沢港など、交通利便性の高い地区に金沢テクノパーク、いなほ工業団地、かたつ工業団地、金沢森本インター工業団地、安原異業種工業団地の5カ所の工業団地を分譲している。また、企業立地の促進を図るため、土地取得費や工場建設費の一部、新規雇用に対して助成する「企業立地助成金」制度を設けているほか、金沢テクノパークについては優遇措置が設けられている。

また、企業立地促進法における重点促進区域に位置付け、工場立地法の特例措置による緑地面積率等の緩和を行っている。

工業団地の位置図



## 2) 金沢市造成の工業団地の現状（平成 27(2015)年 3 月現在）

### ■金沢テクノパーク(北陽台)

本市北東部に位置する総面積 98ha、分譲面積 35ha の工業団地で、高度技術産業や地域拠点産業、試験研究開発機関など、付加価値の高い都市型産業にふさわしい創造拠点として平成 14(2002)年度に完成した。エレクトロニクスやメカトロニクス、メディカル等の業種を対象としている。現在、日機装(株)や日本ケンブリッジフィルター(株)、澁谷工業(株)、横河電機(株)、トヨタ自動車(株)が進出しており、全 14 区画中 8 区画が分譲済(分譲率 75.3%)となっている。

### ■いなほ工業団地(いなほ)

本市西部に位置する分譲面積 10.7ha の工業団地で平成 16(2004)年に分譲を開始した。水質のよい地下水の取得が可能で、製造業、物流施設を設置する運輸業または卸売業を対象としている。金沢外環状道路海側幹線や北陸自動車道白山 I C に近接しており、現在の分譲率は 97.1%となっている。

### ■かたつ工業団地(かたつ)

本市北部に位置する分譲面積 4.5ha の工業団地で製造業、物流施設を設置する運輸業または卸売業を対象としている。のと里山海道など主要幹線道路に近く、日本海側拠点港である金沢港にも近接しており、現在の分譲率は 71.0%となっている。

### ■金沢森本インター工業団地(河原市町)

本市北東部に位置する分譲面積 8.6ha の工業団地で金沢外環状道路山側幹線や北陸自動車道金沢森本 I C に近接する良好な交通アクセスを活かした新たな産業集積の拠点を目指し、平成 26(2014)年に分譲を開始した。製造業、物流施設を設置する運輸業または卸売業を対象としており、現在の分譲率は 66.4%となっている。

### ■安原異業種工業団地(打木町東)

中小事業所の工場移転・拡張需要、市街地内の住工混在の解消を図るための受け皿として、また工場の市外流出防止を図るため、本市西部に整備された。昭和 50(1975)年から整備が進められ、第 3 次分までの 265 区画はすべて分譲済となっている。第 4 次分の 67 区画は平成 9(1997)年から分譲を開始し、分譲面積 8.1ha のうち、現在の分譲率は 99.3%となっており、団地内には金沢市異業種研修会館を設置している。



### 3) 企業誘致の状況

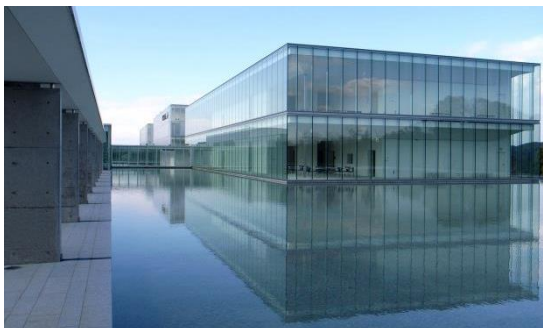
本市は機械・金属産業を中心に、受注型の中小企業が多いことから、取引先の拡大をめざして、企業誘致を推進している。その結果、金沢テクノパークには日機装(株)や横河電機(株)など、医療・環境関連企業が立地し、また金沢港に隣接する大浜地区には大型・中型・小型プレス機械、鍛造プレス機械ならびに超大型油圧ショベル（P C 3000・P C 4000）を生産する(株)小松製作所が金沢工場を建設した。

これに加えて、大震災を背景にしたリスク分散等に伴う製造業を中心とする国内拠点の再編に対応した助成制度により、金沢テクノパークにおいて進出企業の工場が増設されるなど医療・環境関連企業の集積が進んでいる。

また、国の地方創生に呼応し、本社機能等の移転、拡充を促すための助成制度を創設し、地域経済の活性化や雇用拡大を目指すこととしている。



日機装株式会社 金沢製作所



横河電機株式会社 金沢事業所



株式会社小松製作所 金沢工場

### (3) ネットワークの構築

#### 1) 金沢市工業団地連絡協議会

##### ① 設立目的

市内の工業団地及び工業協同組合の健全な発展を推進するとともに、団地及び組合事業に共通する問題を解決し、相互扶助の精神に基づいて団地及び組合間の親和を図り、また、会員とその傘下組合員の交流を促進することにより、新時代に適応する企業の発展、振興を図ることを目的に平成 7 (1995) 年 3 月に設立した。設立 20 周年を迎え、企業間連携の促進による工業団地及び地域経済の活性化が期待される。

##### ② 主な活動内容

- i. 総会及び役員会
- ii. 団地情報交換交流会
- iii. 若手経営者及び後継者交流研修会
- iv. 研修視察
- v. 会報発行

##### ③ 会員の状況 (平成 27(2015) 年 3 月現在)

| 組 合 等 名        | 組合員数(社) | 従業員数(人) |
|----------------|---------|---------|
| いなほ工業団地連絡会     | 1 8     | 6 7 3   |
| 大野醤油醸造協業組合     | 2 7     | 9 0     |
| かたつ工業団地連絡会     | 5       | 2 6 5   |
| 金市工場団地協同組合     | 1 5     | 2 2 6   |
| 金沢港木材団地協同組合    | 3 8     | 3 3 6   |
| 金沢城西機器工場団地協同組合 | 2 0     | 3 5 0   |
| 協同組合金沢木工センター   | 2 0     | 1 2 4   |
| 示野機器工場団地協同組合   | 2 4     | 2 8 7   |
| 住吉工業協同組合       | 1 4 9   | 3,0 4 8 |
| 安原工業団地協同組合     | 1 9 6   | 2,6 2 6 |
| 計 10 団地        | 5 1 2   | 8,0 2 5 |



研修視察の様子

## 2) 金沢市産学連携事業運営委員会

産学連携による新たなものづくりを目指して、平成 12(2000)年 7 月に市内及び近郊の工業系・デザイン系の学部・学科を有する大学・高等専門学校とともに標記委員会を設立した。現在は、金沢市と金沢大学、金沢工業大学、金沢美術工芸大学、北陸先端科学技術大学院大学、石川県立大学、石川工業高等専門学校、金沢医科大学、金沢学院大学の 8 校で構成されている。

主な活動としては、これまで大学教授や大手企業の研究者等を講師とする「技術開発ゼミナール」や「先端ものづくり技術交流セミナー」を開催するとともに、金沢美術工芸大学とは、地元企業の技術者に大学教員及び学生がマンツーマンで指導・意見交換する「金沢美大デザイン開発体験塾」を共催している。



金沢美大デザイン開発体験塾

#### (4)ものづくりサポート拠点の運営

##### ■金沢市異業種研修会館

中小企業の振興・活性化を図るため、平成 11(1999)年に安原異業種工業団地内に設置され、異業種交流や研修等の場として活用されている。また、高等教育機関の集積を活かした産学連携推進の拠点として「産学連携ものづくり技術交流塾」を開催しているほか、新製品開発や技術相談の窓口も開設している。



金沢市異業種研修会館

##### ■金沢市ものづくり会館

かたつ工業団地をはじめ、金沢港周辺の北部地区にも新たな工業集積が進んできたことから、平成 22(2010)年 4 月に栗崎町地内に開館した。

産学連携や異業種連携はもとより、近隣で生産されている五郎島金時に代表される農業関係の交流・研修の場としても活用されているほか、市民の交流の場や防災機能も兼ね備えている。



金沢市ものづくり会館



## 【インキュベーション施設】

### ■ I T ビジネスプラザ武蔵

創業者支援や映像、デザイン分野の人材育成により、金沢の文化を基盤とした新たな産業を創出することを目的に、平成 16(2004)年 7 月に開館し、映像、デザイン、I T など、さまざまな分野でこれからビジネスを始めようとしている起業家、創業間もない S O H O 事業者をハード、ソフトの両面でサポートするインキュベーション機能を担っている。

インキュベーション施設として、ビジネスルーム 4 区画、ビジネスブースが 10 区画あり、開館以来多くの起業家を輩出している。また、マルチメディアスタジオや編集室、情報化研修室などについては、入居者以外でも利用できるようになっている。特許相談や I T 相談などのビジネス相談やセミナーも開催されている。



IT ビジネスプラザ武蔵

## 【S O H O 事業者向け施設】

### ■ 金沢ビジネスプラザ尾山

本市がオフィスビルの 1 フロアを借り上げ、平成 18(2006)年 6 月に開館した I T を活用して新しい商品やサービスの創出を考えている S O H O 事業者向けの支援施設である。I T ビジネスプラザ武蔵と連携しており、インキュベーションサービスや O A 機器も利用できる。ビジネスルームが 2 区画、ビジネスブースは 9 区画あり、情報通信・映像・デザイン産業の集積を促進するとともに、中心市街地の空洞化対策にもなっている。



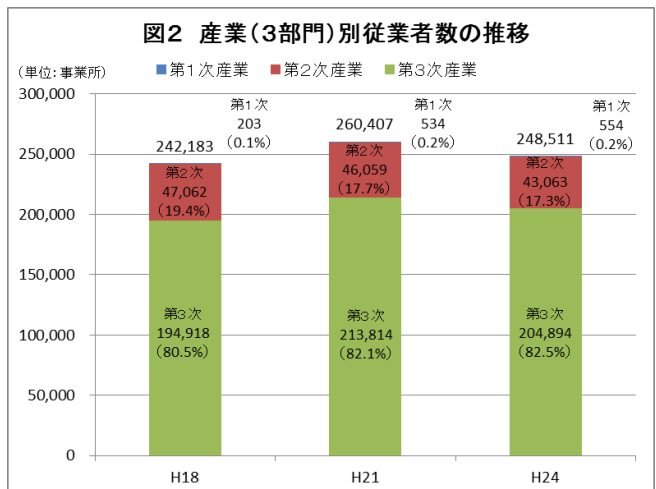
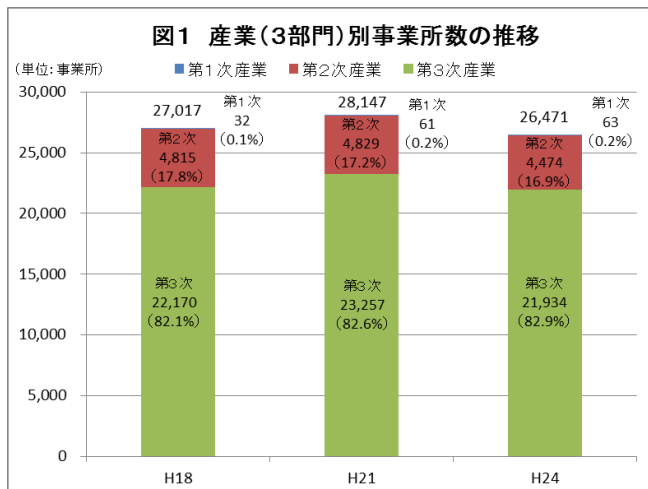
金沢ビジネスプラザ尾山

### 3. 本市ものづくり産業の現状と課題

#### 3-1 ものづくり産業を取り巻く状況

##### (1) 市内産業別事業所・従業者数の推移

市内の第2次産業の事業所、従業者数については微減の傾向が続いており、全産業に占める割合は概ね17%で、第3次産業の比率が高まる傾向にある。

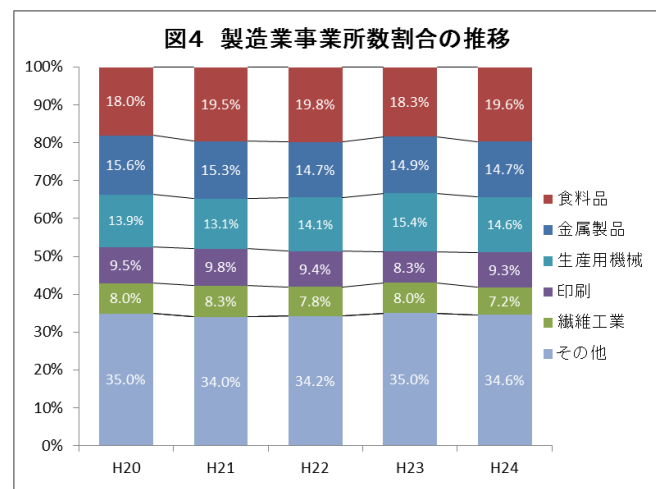
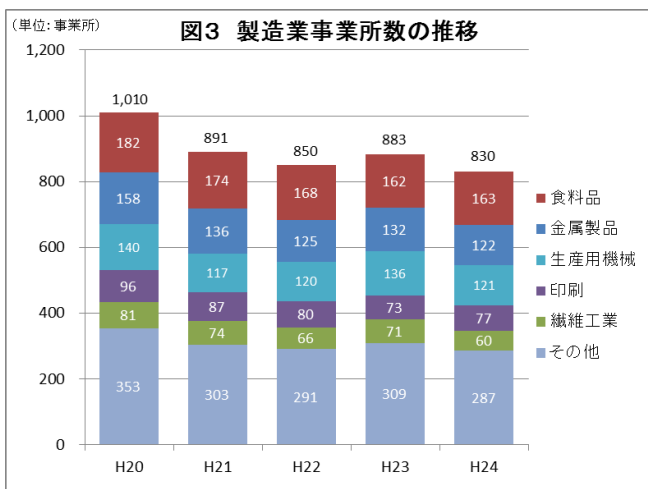


(出典:平成18(2006)年は事業所・企業統計調査、平成21(2009)、24(2012)年は経済センサスより、農林漁業の個人経営は除く、民営事業所のみ)

##### (2) 市内製造業の事業所数、従業者数、製造品出荷額等の推移

###### ① 事業所数(上位5業種 平成20(2008)～24(2012)年、従業員4名以上の事業所)

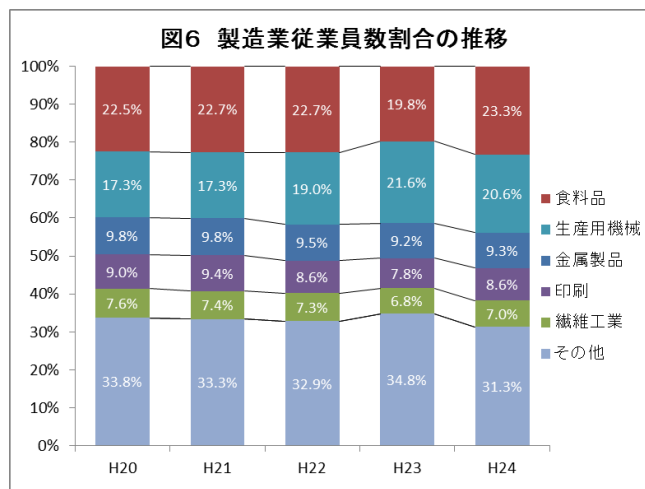
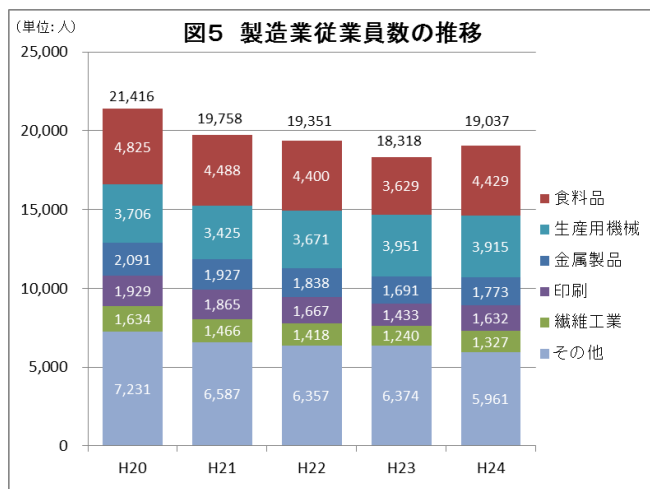
市内製造業事業所数は、平成20(2008)年9月のリーマン・ショックを受けて約1年で100カ所以上減少した。平成21(2009)年以降も漸減傾向が続いており、平成24(2012)年の事業所数は830で、平成20(2008)年比82.2%に落ち込んでいる。業種別でも、すべての業種に減少傾向が見られ、構成比についてはそれほど変化していない。



(出典:平成22(2010)年まで及び平成24(2012)年は金沢市工業統計調査、平成23(2011)は経済センサス-活動調査より)

②従業員数(上位 5 業種、平成 20(2008)～24(2012)年、従業員 4 名以上の事業所)

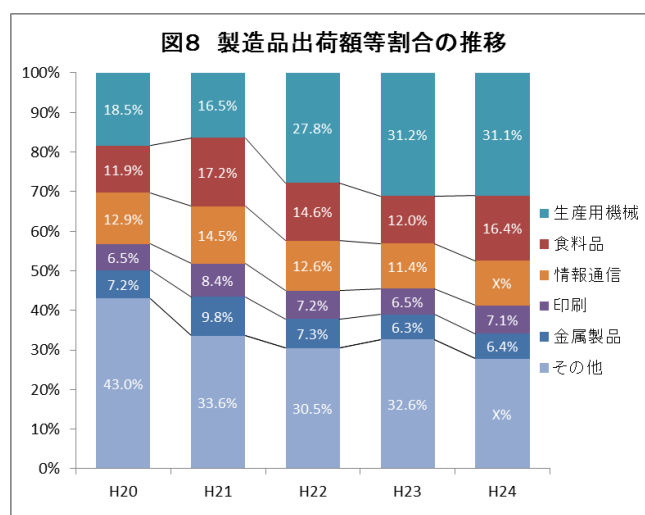
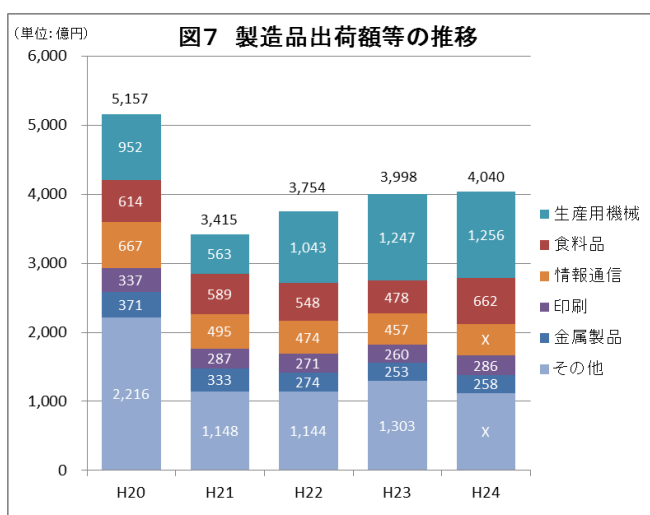
製造業従業員数は、リーマン・ショック以降減少傾向にあったものの、平成 24(2012)年に増加に転じて 19,037 人となり、平成 20(2008)年比で 88.9%に回復した。業種別では、平成 24(2012)年で 5 業種中 4 業種が平成 20(2008)年の水準を下回っているが、生産用機械に関しては 3,915 人と平成 20(2008)年比で 5.6%増加している。



(出典：平成 22(2010)年まで及び平成 24(2012)年は金沢市工業統計調査、平成 23(2011)は経済センサス-活動調査より)

③製造品出荷額等(上位 5 業種、平成 20(2008)～24(2012)年、従業員 4 名以上の事業所)

製造品出荷額等は、リーマン・ショックの影響を受けて平成 21(2009)年に前年比 33.8%減の 3,415 億円に落ち込んだものの、それ以降は増加に転じ、平成 24(2012)年は 4,040 億円と平成 20(2008)年比で 78.3%まで回復した(平成 21(2009)年は、日本たばこ産業金沢工場の閉鎖による 850 億円強のマイナス影響がある)。業種別では、生産用機械が平成 22(2010)年に平成 20(2008)年の水準を上回り、平成 24(2012)年には 1,256 億円と平成 20(2008)年比で 31.9%増加している。情報通信の平成 24(2012)年度出荷額は公表されていないため、Xと表記している。

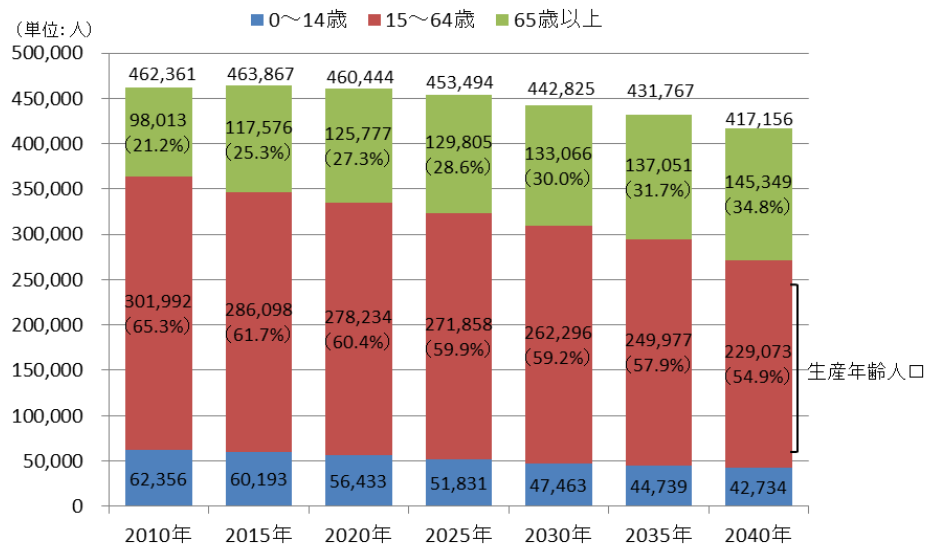


(出典：平成 22(2010)年まで及び平成 24(2012)年は金沢市工業統計調査、平成 23(2011)は経済センサス-活動調査より)

### (3) 人口の推移

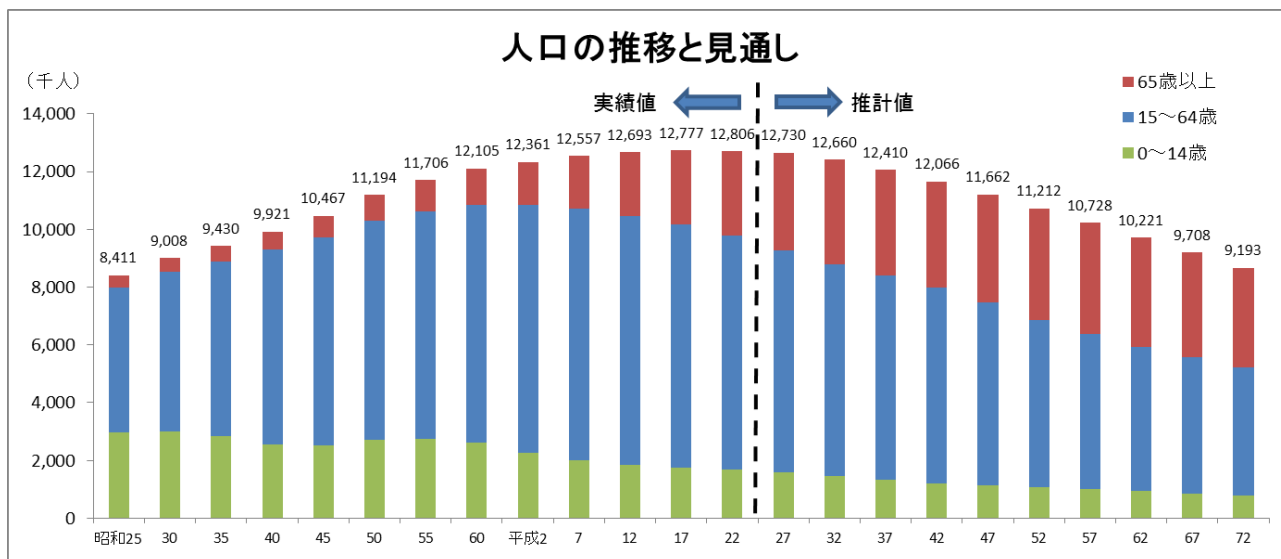
本市の人口については、今後 10 年を捉えると全人口は概ね横ばいで推移するものの、15 歳から 65 歳の生産年齢人口は減少を続け、平成 37(2025)年には市の全人口に対する割合で 6 割を切る見込みである。一方、少子高齢化の影響から、65 歳以上の高齢人口は大幅に増加し、平成 37(2025)年で全体の 28%を占めることが予測されている。

図9 金沢市人口の将来見通し



(出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」平成 25(2013)年 3 月推計より)

### <参考>我が国の人口の推移と見通し



(出典：平成 22(2010)年までは総務省「国勢調査」、平成 25(2013)年は総務省「人口推計」平成 24(2012)年 10 月 1 日現在、平成 27(2015)年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」平成 24(2012)年 1 月推計より、人口総数は年齢不詳を含む)



## 3-2 業界・企業ヒアリングの実施結果

平成 26(2014)年 8 月下旬から 10 月上旬にかけて、主要産業の実態に即した戦略を策定すべく、業界 7 団体及び機械・金属関連企業 26 社、食品関連企業 13 社、繊維関連企業 5 社、印刷関連企業 5 社、情報通信・映像・デザイン関連企業 12 社の全 61 社のヒアリング調査を実施した。ここでは、それぞれの業界・企業の現状や課題について、代表的な意見を集約した。ヒアリングに当たっては、リーマン・ショック直後からどれだけ業績が回復しているか、また各業界・企業の今後の方向性・課題や海外との関係、金沢市への要望等を中心に聞き取り調査を行った。

### (1) 調査項目

- ①直近 2 ～ 3 年の業況(リーマン・ショック以後の景況や設備投資の状況、雇用情勢等)
- ②今後の見通し
- ③現在力を入れている、あるいは次なる展開に向けた方針・計画
  - i. 特に得意としている(売りにしている)、あるいは今後力を入れていきたいと考えている分野・技術・製品(商品)
  - ii. 補助金など公的支援の活用状況
- ④上記の方針・計画を実現するために取り組んでいることや、それを進める上で課題になっていること
- (全業種共通)
  - i. 人材育成・確保の面での取り組み・課題
  - ii. 新製品・新技術の開発面での取り組み・課題
  - iii. 販路開拓の面での取り組み・課題
  - iv. 産学連携の取り組み・課題
  - v. 異業種連携の取り組み・課題
- (業種別)
  - vi. 海外市場の成長やグローバル化の進展に対応する取り組み・課題  
(機械・金属、食品、繊維ほか)
  - vii. 環境・福祉・医療など成長分野の市場拡大に対応する取り組み・課題  
(機械・金属、食品、情報通信ほか)
  - viii. 情報端末や 3D プリンタなど I C T 関連分野を中心とした技術革新に対応する取り組み・課題  
(機械・金属、情報通信、印刷ほか)
- ⑤「金沢」の持つまちのブランド力を活かした取り組み
- ⑥北陸新幹線開業及び金沢港の整備促進など交通インフラの充実による企業活動への影響の有無
- ⑦その他(金沢市への要望など)

## (2) ヒアリング結果

### ①機械・金属産業

市内製造業で最も出荷額の大きい機械・金属産業は、平成 20(2008)年のリーマン・ショックで大きな打撃を受けたが、現在は緩やかに回復してきており、設備投資意欲が高まっている。その一方で、景気回復に伴い人手不足が深刻化するとともに、下請企業は元請企業の海外シフトの影響を受けて、価格面で厳しい競争にさらされている。業界では医療や航空機分野など新分野への展開を図っており、各企業においても平成 24(2012)年度及び平成 25(2013)年度の補正予算事業である国の「ものづくり補助金」や「いしかわ産業化資源活用推進ファンド」並びに「いしかわ次世代産業創造ファンド」を活用し、新製品開発に取り組んだという声が聞かれた。海外展開については、既に多くの企業が中国・東南アジアを中心とした海外市場や現地企業との関係を持っており、支援を求める内容もグローバルで複合的なものとなっている。

#### 【主な意見】

- ・石川県内の企業は設備投資意欲が高い一方、バブル期から 20 年近く同じ機械を使っており、新たな機械を操作できる人材も確保できないことから、古くなっても我慢しているのが現状である。
- ・アベノミクス効果で国内でも機械が売れている。これまで景気低迷で設備投資を控えていたメーカーが一斉に更新しており、国のものづくり補助金を活用している顧客もたくさんいる。
- ・国の「ものづくり補助金」で試作品の開発や設備投資を行っている。
- ・既存製品の生産量を増やす場合には、できるだけ外注化で対応している。
- ・業界の D I 調査では人材不足が際立っている。
- ・高校生は売り手市場で採用は厳しい。
- ・新卒を採用していきたいがすぐに辞めてしまう。仕事が特殊で新人が入社しても役に立たない。
- ・社員の年代構成が偏っており、社内での技能承継が難しい。
- ・若い人が育つまで、臨時や非正規でリタイヤした人も途中で採用したい。
- ・ニッチトップ企業数は石川県は全国 4 位だが、キャパが小さく波及効果が薄い。
- ・下請価格は限界まで来ており、下請の仕事だけなら家族経営に変えなければならない。
- ・技術力を磨くためには新製品の開発が必須であり、補助金ありがたい。
- ・補助金を活用したいが申請書類を書くのに時間がかかり、中小企業ではそこに充てる人材がいらない。
- ・新たな開発とまでいかないが、改善や改良レベルのものにも支援制度を創設するなど、補助制度のバリエーションを増やしてほしい。
- ・国・県・市の補助制度の内容を気軽に聞けるようにしてほしい。
- ・ホームページを整備すると国内外から引き合いが来るようになった。
- ・東京ビッグサイトは出展料が高額で、機器搬入もあるため経費がかかる。金額はともかく金沢市の見本市出展助成はありがたい。
- ・産学連携の事業について大きな補助があると助かる。
- ・下請ばかりだと仕事の時間調整がしづらいので、先端分野・新分野に展開していきたい。
- ・海外への売上は現在少ないが、国内市場が小さくなれば、海外は大きな選択肢の一つとなる。中国は人件費が高騰しており、ベトナムやマレーシアにシフトしつつある。また、輸出入のノウハウ不足やメンテナンスがネックとなる。

- ・中国だけでなくタイでも労働者を確保しづらい状況である。
- ・平成 32(2020)年には日本と東南アジアの賃金が同水準となる見込みで、地産地消できないと経営できない。中国から引き上げたい企業がいるが、30 年や 50 年計画で土地を借りているため休眠会社になっているところもある。
- ・3Dプリンタは平成 21(2009)年から活用している。試作も含めルーティンワークの中で活用している。
- ・3Dプリンタは話題に出なくなった。簡単な見本作製にしか活用できないと思う。金属の粉末成形は金額が高い。
- ・北陸新幹線も開業するので、金沢の文化をものづくりに結びたいと思っている。しかし、「待っている」金沢に対し、富山の「取りに行く」姿勢が目立つ。その差は大きいのではないか。
- ・鉄工に関しては新幹線が来てもメリットはないと思う。逆にストロー現象で都会に取られる懸念もある。金沢港についてはコスト面で難があるし、富山伏木や新潟の港に比べ整備が進んでいない。
- ・北陸新幹線開業で、長野や群馬など今まで行きにくかった地域に営業範囲が広がる。
- ・金沢でも全国的に有名な講師の話を聞ける機会を作ってほしい。一流企業で活躍した人、現場感覚の身についている経営者、工場長、開発者の生の話を聞きたい。
- ・金沢市はニッチな企業が多いことをPRしてほしい。北陸新幹線沿線都市と連携した企業のマッチングの機会を作ってほしい。県外企業を売り先にしている企業が多いと思うので、見本市の助成金をもう少し使いやすくしてほしい。

## ②食品産業

食品産業は、市民の日常生活と密着した産業であるため比較的景気の影響を受けにくく、近年の売上は横ばい若しくはやや減となっている。本市企業の特徴として、既に自社ブランドを確立している企業は、直販や全国の百貨店等を対象にしたビジネスモデルができている。また、中小零細企業が中心で、地元に着し支持されている企業が多いことから、全国市場を相手にせずとも経営が成り立っているところが多い。近年は業界と連携して、拡大する中国や東南アジアなどの海外市場を目指した取り組みが行われており、現地商談会の開催や海外見本市へ出展する企業も多くある。一方で、北陸新幹線金沢開業に伴って訪日外国人が増加することが見込まれることから、ホームページの整備や製品表記等での外国人への対応が課題として挙げられている。

### 【主な意見】

- ・リーマン・ショックの影響はなかったが、家計の中で儀礼やギフトへの支出が縮小傾向にある。
- ・基本的には設備投資はせず、自社でできない部分はアウトソーシングしている。
- ・求人募集を出しているが、なかなか採用に至らない。理由は土日勤務で平日が休日となるが、この条件ではなかなか人が集まらず、内定辞退となっている。
- ・UターンやIターン組を増やしている。集まってくれた優秀な人材に何をさせるかが重要であり、営業や管理職の育成が課題である。
- ・全体的に人口が減るのは間違いない。かつて中間所得者が多かったが、今は上と下が多いので、販売単価は下がってくると思う。北陸新幹線開業後も3年間はコンベンションがたくさん開催されるが、その後の策を講じる必要がある。
- ・直売を増やす路線に舵を切った。自社ブランドを確立しないと生き残れない。今後は地産地消とセレクト向けのS級グルメの確立に力を入れたい。
- ・ハラル認証について関心を抱いている。イスラム圏の富裕層をターゲットにした大きなビジネスチャンスになる。国内にも審査機関がある。取得の難易度、審査料もまちまちで、一般食品と製造ラインを分けなければならないなどハードルは高いが、中小零細のほうに優位に立てる。金沢市はハラル制度を勉強し、助成を含め対応してほしい。
- ・海外のハラル認証は難しいので、国内の認証機関と連携して金沢版のミニハラル認証を作ってみてはどうか。
- ・国のものづくり補助金で金型の設備を入れた。石川県産業化資源活用推進ファンドや金沢市の見本市出展促進事業補助を活用している。
- ・県・市で支援があるが、同時に使えないのがネックである。
- ・FOODEX・JAPAN(国際食品・飲料展)での手応えは大きい。展示会で名刺をもらったところは営業するが、飛び込みはない。問い合わせは圧倒的にインターネットからが多く、ホームページの整備は価値があると思う。
- ・新規の客の獲得には、昔ながらの地方百貨店の催事参加が中心であるが、インターネットショップでの販売も増えている。
- ・東日本大震災以降、マスマーケティングよりロコマーケティングの方が効果は高いと実感している。
- ・フードサイエンスの分野で、北陸先端大や石川県立大、金沢工大と連携したい。
- ・大学及び研究者の選出が難しい。情報が少なすぎる。

- ・菓子の長期保存など機能性の技術やセロハン・包装などの新素材の情報が入ってくるのが遅い。そういった情報を集約する機関があればと思う。
- ・海外からの客が来店することもあり、商品等の表記について対応しなければならないが、リクエストに応えられていない。
- ・中国や東南アジアでの現地商談会や見本市への参加、日本食レストランやスーパーなどへのアプローチを図りたい。
- ・賞味期限の長期化への課題が解決できれば海外進出の思いはある。
- ・海外への販路開拓が課題であり、組織的に展開しないと伸びない。石川県が開催する台湾やシンガポールでの展示商談会に参加するが、即ビジネスに繋がるものではない。
- ・海外に商品だけ持って行っても売れない。和食の食べ方から料理の作り方、歴史、文化まで説明すると価格が高くても売れる。他にないから選ばれるので、良さをきちんと伝えることが必要である。
- ・医療施設や老人健康保険施設への提供を視野に入れたライフサイエンス商品の開発をしている。
- ・病院食用の食品を開発している。やわらかいものとか、食べやすいものは食品業界にとってチャンスになる。完全にマーケットはシルバー市場である。
- ・ある程度の割合で地産地消をするなど、地元農家とのタイアップをしたい。
- ・食品で「金沢」という名はブランド力がある。
- ・加賀野菜を使った地産地消商品の開発に取り組んでいるが、どうしても単価が高くなってしまう。
- ・加賀野菜を使った製品を開発しているが、全国に加賀野菜そのもののPRをしてほしい。
- ・北陸新幹線開業後も自社のファンを増やすには、ここに来ないと体験できないものが必要である。
- ・食品業界は、パート女性に支えられている業界であることは間違いない。賃金レベルも余り高いとは言えないが、一部上場企業が進出してくれば単価が上がるのではないかな。
- ・研修で東京の菓子職人を講師に呼ぶと1日40万円かかるので、補助制度があれば良い。

### ③繊維産業

繊維産業は、海外への生産拠点の移転や価格競争の激化から、企業数は減少傾向にある。業界においては5カ年戦略の策定並びに年度毎の事業計画を実行し、生地産地から製品製造・販売まで、川上・川中・川下の総合繊維産地に作り替えるべく積極的な取り組みを展開している。また、成長産業と目される炭素繊維の分野で新製品開発に取り組む企業もあり、グローバル化が進む中、おしゃれメッセ等を活用して本市の繊維産業の魅力を国内外へ発信していくことが重要である。

#### 【主な意見】

- ・売上は毎年ダウンし、消費税引き上げの影響もあって年度当初の4月、5月も落ち込んだ。オリジナルブランドの企画は自社で行い、製造は外注化している。
- ・石川県や福井県が織物の一大産地とされているが、年々繊維製造業は少なくなっている。後継者不足などで廃業するところがますます増えて、業界のダウンサイジングが予測される。
- ・最近、有効求人倍率は高いが、新規事業を立ち上げる場合にどうやって人材を調達するかが問題となる。業界は仕事を創出する種まきはするが、市は人材確保に向けた取り組みをしてほしい。企業誘致を行う場合でも人材確保は必要である。
- ・求めている人材は主にブルーカラーである。高等教育機関も多くあり美大もあることからデザインのできる人材も生み出していかなければならない。
- ・繊維リソースいしかわ主催の人材育成講座に参加している。
- ・繊維製品品質管理士の取得を奨励している。
- ・語学強化でTOEICを定期的に社員に受験させている。
- ・平成32(2020)年の東京オリンピックを目指して新製品の開発を進めている。
- ・衣料だけに組み込んでいると発展途上国に負けてしまう。方法を変え、非衣料分野にも組み込まなければならない。
- ・環境・医療・福祉分野に取り組んでいきたい。
- ・炭素繊維のコンポジット化に取り組んでおり、衣料、化成品に続く第3の事業にしたい。取り組んだ理由の一つは、中国やインドネシアなどの海外に繊維の生産拠点が移転して国内の空洞化が起きており、それを止めるために日本独自で炭素繊維の織物を作らなければならなかった。炭素繊維の糸自体は日本メーカーが70%のシェアがあるが、コンポジットにする川中事業は日本にほとんどなく、航空機産業のある欧米にある。
- ・年間500種の糸の組み合わせを開発している。数多く提案することを心掛けている。
- ・繊維関連は海外での展示会出展が多いが、自社で出展するのではなく商社に同行し、そこで新しいニーズを発掘している。
- ・月に50～60点の新製品を出しているが、東京・大阪に行き顧客の要望に沿った商品を具現化していくことが多い。
- ・人工血管の分野で金沢大学と連携している。
- ・機能性素材など新しいものは新興国の方がニーズは高い。
- ・海外からの仕入れについてますます取り組んで行かなければならない。現在仕入れの10%～15%を輸入し、国内で加工して、国内外に販売している。北陸の繊維製造業が縮小し、中国から安く仕入れることが難しくなってきた。現在台湾やマレーシアからの輸入を促進している。
- ・「おしゃれメッセ」はプレゼンテーションの場である。金沢に来てもらって商談に繋げたい。

#### ④印刷産業

印刷産業は、バブル期をピークに売上高は減少傾向にあり、近年は廃業が増加している。業界としてアクションプランを策定し、付加価値の創造に取り組んでいるところである。今後はＩＣＴ関連産業の成長が期待されることから、紙媒体製作の受注型ビジネスだけでなく、電子書籍や電子カタログに代表されるクロスメディア等を活用した提案型ビジネスによる情報価値創造産業への業態転換が迫られている。

##### 【主な意見】

- ・地元業者は、全国の印刷の８割を占めている首都圏に打って出るしかなく、そういう業者でないと生き残れない。東京に営業拠点を設けている企業が売上の増加に繋がっている。
- ・印刷業界は、平成３（１９９１）年度の８兆９、０００億円をピークに売上が減少傾向にあり、平成２４（２０１２）年度は５兆５、０００億円であった。これはピーク時の６０％まで減少している。紙が絡んだ業務でないと結局お金にはならない。行政関連のオープンカウンターや逆オークション制度、印刷通販会社の台頭による価格の下落や予算の縮小により仕事量が減少している。今後もこの流れは変わらない。Ｗｅｂ関連の業績でなんとか歯止めができていく状況である。
- ・業界としては、従来型の印刷１本でやっているところはジリ貧である。データ作りの工程がなく安さだけを売りにしている業者が乱立しているため、価格面で厳しい。
- ・景気低迷で一番に広告宣伝費が削られ、景況に影響を受けやすい業界であるが、景気が良くなり急に人を集めようと思ってもなかなか集まらない。
- ・印刷会社なので文系女子に人気が高いが、ＩＴ技術者が必要でミスマッチを起こしている。
- ・組合としてメディアユニバーサルデザイン（ＭＵＤ）の啓発に取り組んでいる。
- ・業界で「印刷道」というビジョンを描いており、それに沿った支援をしてほしい。
- ・国・県の補助制度は敷居が高い。中小企業は走りながら考える部分があるので、展示会、ＰＲパンフ、社員教育の補助があれば良い。
- ・有能な印刷機オペレーターが不足している。オペレーターのスキルは自社で我流でやっている場合が多いが、技能検定などを取得しないとスタンダードなやり方を引き継ぐのは難しい。石川県の組合は全国で唯一自前の検定用印刷機を持っているが、組合員の減少、受検者の減少により維持が難しくなっている。
- ・資格取得に力を入れている。国の技能検定やプロモーションマーケター検定、ビジネス検定やＱＣ検定を受検するよう社員に勧めている。
- ・大手企業等における東京一括発注がこの１０年で多くなった。印刷は分業が当たり前で、中央、地方の別はあまり考えていない。
- ・販促関係の仕事はＰＣやスマートフォンに移っているので、印刷でなければならない食品や薬品の包材などにシフトしている。製薬会社の場合、パッケージよりも中に入れる添付文書が多い。薬事法による品質基準や設備投資にも金がかかるが、何とかして入り込みたい。
- ・医療・環境分野でのサービスなりソフトができないか考えている。
- ・スマートフォンを活用したメディア事業でＡＲの展開もしている。アプリ開発だけではお金にならないのでダウンロードすることでどのような仕掛けができるか取り組んでいきたい。
- ・北陸新幹線が来れば、東京だけでなく大宮、長野、群馬が近くなり攻めたい。この業界では首都圏から逆に来ることは少ない。

## ⑤情報通信・映像・デザイン産業

情報通信機器製造業は近年増収基調であり、スマートフォン関連製品の売上が伸びている。また、ソフトウェア開発の分野では農業や介護、健康など異分野での事業展開を図っている企業もある。近年はコンテンツ分野での事業展開を図るベンチャー企業も生まれており、ＩＣＴ関連の技術革新とともにグローバル化への対応が課題となっている。

### 【主な意見】

- ・スマートフォン周辺機器の売上が伸びており、増収基調になっている。
- ・大量生産や組み立ては台湾メーカーに委託している。
- ・他業種の設備投資が増えないとＩＴ業界には回ってこない。
- ・全国的に人手不足である。人材育成に時間をかけにくく、即戦力が要求される流れもあるので、大卒の高いスキルが求められている。
- ・石川県内のＩＴ企業は中小企業が多く、親が中小企業よりも大企業で働いてほしいという希望があることから、人材確保が難しくなっている。ＳＥ不足が目立つ。ＵターンやＩターンでの即戦力となる経験者(中堅マネージャー、管理職クラス)がほしい。
- ・５月にＭＥＸ金沢に出たが、ビジネス客は少ないが学生が多く来場するため、会社名を知ってもらう目的で出ている。
- ・これからはウェブ上のコンテンツの拡大により、全ての一般人が顧客になる時代だと思う。
- ・業界全体でみると、ゲーム機の市場はスマホにとられてなくなると思う。
- ・平成 30(2018)年に 4 K 市場ができるため、それに対応したパソコンモニターの開発を進めている。新製品・新技術の情報は、海外の半導体メーカーからもたらされることが多い。欧米の半導体メーカーは近未来の予想図をもっているなので、それを道筋に製品開発していく方が製品化が早く進む。
- ・現在は技術がすごいスピードで進化しているので、持っていない技術を保有している会社と提携して、お互いの技術を組み合わせて商品を出す取り組みを実施している。
- ・センサー、無線、4 K 分野などに力を入れたい。今後さらにデータ量が増えるので、それに対応した機器の需要が見込める。
- ・若手の中間管理職の育成に力を入れている。
- ・マネージャーとなり得る人材が不足しており、管理職の層が薄い。
- ・補助金は、ＩＴに疎い人が審査員になっているときは取れない。ものづくり産業にはなかなか相手にされない印象がある。
- ・農業系がＩＴ化しているので、何か組み込めないか検討している。
- ・ＩＴの進化は止まらないので、様々な応用製品をキャッチアップしたら開発ネタには困らない。
- ・小企業では、開発していると稼げない、稼いでいると開発できないというジレンマがある。助成を受けながら実際に開発をしているが、一人のスタッフを付けられるだけの助成はなく、ペースが遅くなるのが課題である。
- ・見本市での営業が上手くいくのは首都圏の方である。こちらから日帰りで首都圏に行けるが、逆に首都圏からこちらに攻めてくる企業もいるので必ずしも有利ではない。



- ・ I T 業界自体が異業種連携の面がある。昔は分野について医療なら医療、流通なら流通でやっていくことができた。今は異なり、それぞれの分野に専門性が要求されるようになった。専門性を持ったことで、各種企業とのシーズ・ニーズのマッチングができるようになった。今後は I T と介護のビジネスマッチングに取り組みたい。
- ・ 台湾にはノート P C の生産集積地があったこともあり、全世界から注目が集まっているため展示会に出展している。中国市場を狙うにも先ずは台湾である。
- ・ 高齢者の分野は伸びていくと予想している。
- ・ 農業や介護、健康といった分野に取り組んでいきたい。医療分野であればハードルは高いが、健康分野はそれほど高くない。分野の裾野を広げ成功させていきたい。
- ・ シルバーゲームというジャンルがある。孫と一緒にやるので市場としても有望という話である。認知症などにもよい。老人ホームでモデル的にやっているところがある。
- ・ 3 D プリンタ用の C A D データを作ってほしいとの引き合いがある。ノベルティを自分で作ることができる。ソフトにハードウェアが寄ってきた感じで、今後盛り上がる。
- ・ 3 D データを提供する部分での I T 化と 3 D モデルのダウンロードサービスに取り組んでいる。
- ・ W i - F i の環境整備など他地域との差別化が重要である。
- ・ 「金沢」を推していて、本社は今も金沢にある。ホームページで金沢の良さをアピールしており、金沢を題材にしたマンガも制作している。
- ・ 北陸新幹線の開業効果により首都圏のみならず、長野など沿線都市からの受注も見込まれる。
- ・ 北陸新幹線の開業で首都圏から進出してくる企業と連携するチャンスがある。また、首都圏の学生に金沢を身近に感じてもらえるのはプラスである。
- ・ 様々な支援制度について知らないこと、見過ごしていたものが多かったので、積極的に活用していきたい。また制度も教えてほしい。人の採用や育成への支援がほしい。
- ・ 優秀な人材が大都市へ流出しない取り組みや人口減少対策、他県へ向けての金沢のアピールを続けてほしい。
- ・ 国・県・市の制度が一括してわかるようになったら良い。ワンストップで情報がほしい。同じ補助があるのはどうかと思うが、両方活用できれば歓迎したい。
- ・ なるべく地元のクリエイターが参加できる取り組みをしてほしい。
- ・ 金沢市が提供するの環境だけで十分である。例えば金沢市で行う事業があるとして、I T ばかりでなく他業種も入りながらスキームを組んで一つのプロジェクトを達成する環境があれば、若いクリエイターたちもかなり目線が変わってくる。
- ・ 地域の企業がデザインを大切にできるかどうか。デザイナーとの相性も大事で、両社のどちらが上とかではなく、歩み寄っていく姿勢が求められる。

### 3-3 作業部会での検討結果

金沢市ものづくり戦略2015の策定に当たって、業種を超えた課題や取り組むべき事項を明確にするため、金沢市ものづくり戦略推進会議の実務組織として各業界で活躍する若手後継者等で構成する作業部会を設置した。9月及び10月の2回、会議を開催し、ものづくりの現場の声の集約を図るとともに、業界・企業ヒアリングの結果について検討した。主な内容は次のとおりである。

#### 【主な意見】

- ・北陸新幹線の開通で人材が流出するのではないかと。人材の確保、高齢者の活用に注目している。
- ・医療、介護、保育など人材不足が顕著な業界が行う、ITを活用した効率化に向けた取組に支援が欲しい。
- ・金沢の教育レベルは高いと思うが、全国から人材を集めるために「とんがった教育」をすれば人は集まると思う。小さいときにその教育を受けた人が10年後、20年後に金沢に戻ってくる循環が生まれるような人材面での支援があればおもしろい。
- ・金沢市の事業で、「金沢美大デザイン開発体験塾」があるが、その印刷バージョンがあれば業界の発展に繋がる。また優秀なクリエイターは都会に多いが、ノウハウを持った人を金沢に呼んで、ベースの底上げをやってもらうとありがたい。
- ・人材マップの作成など人材の橋渡しをするような事業があればいい。
- ・小中学生から高校生まで全児童・生徒に向けてものづくり産業を紹介する事業を実施してほしい。
- ・支援の仕方が国・県・市ともあまり変わらない。選択と集中がされていないように見える。
- ・経営、労務管理から業態変革まで専門家派遣の制度を充実してほしい。
- ・補助金の情報は県、市とも同じタイミングで出ている。同じような情報が来たら、みんなが補助総額の大きい方に注目する。また採択予定件数を明確にすることも必要ではないか。
- ・何でも相談できる「駆け込み寺」的なものを、県より市の方が身近に感じるので作ってほしい。
- ・補助金は審査会での選考となると、どうしても大きい企業が採択され、小規模事業者はなかなか取りにくい。小規模事業者が使いやすい制度を検討すべきではないか。
- ・食品業界は開発するための機械購入などハード面や人件費での支援がほしい。
- ・食品関連は北陸新幹線開業にかなり期待しているが、新商品を開発しているところと、昔からの商品を売っているところで温度差がある。販路開拓については海外、特にアジアに目を向けている。イスラム圏域への商品提供はハードルが高く制限が多いが、販路として可能性がある。
- ・市内の機械関連企業は県外からの受注が多く、市内向けの仕事をするとところは意外と少ない。各企業は個別で県外に情報や製品を発信しているが、金沢市としても内外に周知してもらうと認知度が高まる。
- ・新幹線開業で機械系の業界、企業が潤うことはないが、あえて観光客も含めて金沢のものづくりをポスターなどでPRしてはどうか。
- ・ハラル認証(対イスラム圏)やコーシャ(対ユダヤ圏)など海外展開の上で特定認証があれば入りやすいが、規制緩和の動きがある特定健康食品の分野の方が需要は高まると思う。あまりハラルとかコーシャとか無理しない方がよい。
- ・海外からの観光客が増えているので、英語、中国語などさまざまな言語に対応しなければならず、ホームページの整備や翻訳、商品販促に支援してほしい。

- ・海外との取引のためニッチな分野は国際認証を取っていく必要もあり、認証代行機関などの設置を考えてほしい。
- ・スマートフォン、タブレットなど、今まで紙媒体であったものが電子媒体に代わるとともに価格競争が激化している。ネット上での印刷業者も台頭しており価格面で勝てるはずもなく、どう付加価値を付けていくかが課題となっている。
- ・4 Kのコンテンツに関係するものを業界として取り組んでいきたい。そこで、クリエイター向けの4 K対応のスタジオの整備を検討してほしい。
- ・印刷業界ではユニバーサルデザインの概念にのっとった表示や伝達の仕方が重要になってくる。

### 3-4 ものづくり産業の課題と今後取り組むべき事項

各業界及び企業へのヒアリング調査や作業部会での検討結果をもとに、金沢市が今後新たに取り組んでいくべき事項を抽出した。

|   | 業界・企業からの意見・要望                                                                                          | 考えられる取り組み                                 |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 1 | 人材の育成・確保にかかる支援の充実<br>・人手不足が顕著<br>・人材流出の懸念<br>・若手中間管理職のレベルアップ<br>・資格取得の推奨と語学力強化                         | 工業系高校生の資格取得奨励を含めた人材育成と地元企業への就職に向けた取り組みの充実 |
|   |                                                                                                        | 小中学生のものづくりに触れる機会の確保                       |
|   |                                                                                                        | 技能承継及び後継者育成に向けた支援                         |
| 2 | 支援制度の見える化と補助申請等にかかるサポート体制の充実<br>・国・県・市の支援制度が見えづらい<br>・補助申請書類の作成が大変<br>・相談体制の充実                         | 国・県・市の支援制度の見える化(連携強化)                     |
|   |                                                                                                        | 補助申請書類の作成支援                               |
|   |                                                                                                        | 他の支援機関とも連携した相談体制の充実                       |
| 3 | 産学連携にかかる相談体制の充実<br>・メーカーは専門分野の教授と連携<br>・大学及び研究者の選出が難しい                                                 | コーディネート機能の強化と大学のもつニーズ・シーズの紹介              |
| 4 | 企業誘致の推進<br>・大手企業の誘致と連携への期待                                                                             | 工業団地の整備と企業誘致の推進                           |
|   |                                                                                                        | 誘致企業とのマッチング支援                             |
| 5 | ICT関連分野を中心とした技術革新<br>・3Dプリンタなど先端機器の今後の事業展開に多くの企業が関心を持っている                                              | 技術革新にかかる情報提供と新製品・新技術の開発の促進                |
|   |                                                                                                        | 新分野展開及び新ビジネスの創出支援                         |
|   |                                                                                                        | ベンチャー支援(製造業ベンチャーの発掘)                      |
| 6 | 使いやすい支援制度の整備<br>・小規模事業者への支援の充実<br>・地産地消商品の開発は単価が上がってしまうので手が出しにくい<br>・製品改良にも支援が欲しい                      | 小規模事業者に対する支援メニューの拡大                       |
|   |                                                                                                        | 地域素材活用型製品開発への支援強化                         |
|   |                                                                                                        | 農商工連携の促進                                  |
|   |                                                                                                        | 補助制度のバリエーションの拡大                           |
| 7 | 成長分野への取り組み<br>・医療・健康分野や農業分野との連携、シルバー市場に関心を持つ企業が多い                                                      | 成長分野にかかる新製品開発を支援                          |
|   |                                                                                                        | 異業種及び企業間のコラボによる新事業の展開支援                   |
| 8 | 販路拡大に向けた支援の強化<br>・新幹線沿線都市への新規開拓<br>・HPの整備と外国語への対応                                                      | 見本市出展助成等におけるメニューの拡充等                      |
|   |                                                                                                        | 情報発信ツールの整備を支援                             |
| 9 | 海外展開の取り組み<br>・中国・東南アジアを中心に多くの企業が海外との関係を持っている<br>・商品だけでなく食べ方、作り方からその背景の歴史・文化まで発信が必要<br>・国際認証の取得が大きなメリット | J E T R O等と連携した企業の海外展開支援                  |
|   |                                                                                                        | 食文化の発信                                    |
|   |                                                                                                        | 情報発信ツールの整備を支援(再掲)                         |

## 4. 本市ものづくり産業の将来像と基本方針

### 4-1 本市ものづくり産業の将来像

本市のものづくり産業は、工芸品等の製造技術を背景として栄えた手工業をベースに、繊維産業や繊維機械産業へと展開し、機械・金属産業や印刷産業など、さまざまな産業へと広がる「内発的発展」を遂げてきた。その中でニッチトップ企業をはじめとする「独創性」を持つ企業が次々と現れる一方、特定の産業に過度に依存することのない「多様性」をもつ産業構造が形成されてきた。今後のものづくり産業の将来を見据えた場合、その歴史であり特徴でもある「独創性」や「多様性」を活かしていかなければならず、これは『金沢市ものづくり基本条例』並びに『金沢市ものづくり戦略』でも掲げてきた目指す姿(将来像)であった。一方、今後 10 年間の社会経済情勢の変化を考えると、人口減少に伴う国内市場の縮小や少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少、さらにはグローバル化の進展と ICT 関連を中心とした技術革新などさまざまな課題に対応しなければならないことから、北陸新幹線金沢開業や金沢港の整備促進を契機に、まちの拠点性向上を図るとともに、国内外から人・モノ・情報の集積・交流を図り、新たな視点・発想で次世代を切り開く新製品・新技術・新産業を創造して、需要の新規開拓と地域経済の活性化を図っていかなければならない。

そこで、『金沢市ものづくり戦略』の趣旨を継承しつつ、グローバル化が進む中で『世界の交流拠点都市金沢』を実現し、地域経済の活性化を図るため、以下のように将来像を設定する。

#### ＜将来像＞

**独創性と多様性に富んだものづくり産業の振興による**

**創造産業都市・金沢の実現**

**～人・モノ・情報の集積・交流による地域経済の活性化を目指して～**

## 4-2 基本方針

本市の強みを活かしものづくり産業を取り巻く環境変化に対応して、今後 10 年間を見据えたものづくり産業の持続的発展を図るため、以下の 5 つをこの戦略の基本方針とする。

### ＜基本方針 1＞ 次代を担う産業人材の確保・育成

今後、国内では総人口の減少や少子高齢化による生産年齢人口の減少が進み、市場の縮小並びに担い手不足が顕著となって、経済の衰退が危惧されている。また、北陸新幹線金沢開業など交通インフラの充実、本市への人・モノ・情報の集積に繋がると期待される一方で、首都圏へのストロー現象が懸念されている。将来に向け、ものづくり人材を確保するため、小中学生を対象とした体験教室や工場見学を通じて、ものづくりの重要性や地元企業の魅力について認識を高めしていく。また、技能承継や後継者育成に向けた企業の取り組みを支援するとともに、まちの魅力や拠点性の向上による人材の集積を図る。

### ＜基本方針 2＞ 事業基盤の強化と企業立地の促進

地域経済の発展には、地域をけん引する地場企業の持続的な成長が前提となる。経営基盤の強化を図るため、国・県や中小企業基盤整備機構などの支援機関、金融機関、大学等と連携して、専門家による相談体制を充実させるとともに、金沢市工業団地連絡協議会の活動を支援し、加盟企業の連携強化と工業団地の活性化を図っていく。また、新たな企業の誘致は地域の雇用や生産性、さらには人の集積にも大きく影響を与えることから、製造業の大規模地震にかかるリスク回避など国内拠点の再編も視野に入れて、金沢テクノパークに都市型産業の誘致を図るとともに、金沢森本インター工業団地やいなほ・かたつ工業団地への企業集積を図り、ものづくり産業の発展と高度化を促していく。また、整備の進む金沢港の利活用促進を図るため、港周辺での港湾活用型企業の誘致に取り組んでいく。

### ＜基本方針 3＞ 新産業の創出と起業支援の強化

地域経済の活性化のためには、既存産業の振興だけでなく、社会経済情勢の変化を見越して新たな事業、産業の創出に目を向けていかなければならない。ICT 関連分野を中心に技術革新が飛躍的に進歩している中、新たなビジネスモデルの構築による新事業・新産業の誕生を期して活動拠点の機能強化と起業支援の充実を図る。また、eAT 金沢等を通じて形成されたトップクリエイターとの人脈を活かして、優れた人材の発掘・育成とクリエイターの誘致を推進するとともに、地場産業と先端技術との連携・融合によるビジネスチャンスの拡大を図っていく。

#### ＜基本方針４＞ 新製品・新技術の開発と成長分野への展開支援

新製品・新技術開発への取り組みは、各企業の技術力を磨くだけでなく、産業全体の厚みを増すことに繋がることから、意欲ある企業の取り組みを積極的に支援していく。また、技術力の底上げを図るため、新たに小規模企業者に対する支援の拡充を図るとともに、地域素材を活用した新商品開発等についても積極的に推進していく。さらには、集積している高等教育機関と連携した環境、福祉、医療等の成長分野における研究開発を促進し、地域経済のけん引役を担う企業の創出を図る。

#### ＜基本方針５＞ 販路開拓と海外展開支援

人口減少に伴う国内市場の縮小は避けて通れない状況となっており、中国・東南アジアを中心とした成長著しい海外市場や増加する訪日外国人も視野に入れてグローバル需要の獲得を図っていかなければならない。このような中で、企業の販路開拓については、金沢発新製品のブランド化を推進するとともに、地元企業の有する高い技術力を発信するため、国内外で開催される見本市等への出展を促進していく。また、海外・外国人向けの情報発信の強化を目指した企業の取り組みを積極的に支援していく。

## 4-3 施策の方向性

基本方針に沿って、ものづくり産業の振興を実現するための施策の方向性については以下のとおりとする。

### ＜基本方針1＞ 次代を担う産業人材の確保・育成

#### ①担い手の発掘・育成・集積

市内及び近郊における高等教育機関の集積と小中学校から大学まで所管する本市の特徴を活かし、産学官が連携してものづくり産業の担い手の発掘・育成を図るとともに、まちの魅力や拠点性を活かして人材の集積を図っていく。特に工業系高校の生徒については、資格取得等を奨励しながら、本市の次代を担う人材に育てていく。

#### ②小中学生からものづくりに触れる機会の確保

将来に向けものづくり人材を確保するためには、小中学生からものづくりの素晴らしさ、大切さを学び育むことが重要であり、そのためには教育機関や家庭、地域と連携して、ものづくりの現場に触れる機会を確保し、地元企業の優れた部分をアピールしながら雇用に繋げていく。

#### ③技能承継及び後継者養成に向けた支援強化

雇用のミスマッチや団塊世代の退職等から企業の持つコアな技術等の承継が危ぶまれていることから、業界・企業における技能承継や後継者養成に向けた取り組みを支援していく。また、中小企業基盤整備機構などの支援機関とも連携して、企業のニーズに合った研修機会の拡大に取り組んでいく。



企業の熟練工による市立工業高校生への指導



## ＜基本方針２＞ 事業基盤の強化と企業立地の促進

### ①中小企業の経営力強化

リーマン・ショック以降、長引く景気低迷や大手企業の海外進出等の影響から、中小企業の経営は非常に厳しい状況に置かれている。円滑な事業経営を図るため、金沢市異業種研修会館等を拠点に、国・県や支援機関、金融機関、大学等と連携して専門家による相談体制を充実し、企業の経営基盤の強化を図っていく。

### ②多様な連携の促進と工業団地の活性化

産学・異業種及び企業間連携を促進するとともに、市内 10 の工業団地、約 520 社が加盟する金沢市工業団地連絡協議会の組織力を活かして、加盟企業の若手経営者や後継者の連携を促し、各工業団地の活性化を図っていく。

### ③企業立地の促進

新たな企業の誘致は、雇用の創出や生産性の向上、地元企業との取引拡大など、本市経済にさまざまなメリットを及ぼすことから、金沢テクノパークには高度技術産業や試験研究開発機関など付加価値の高い都市型産業を誘致するとともに、金沢森本インター工業団地やいなほ・かたつ工業団地で企業集積を図り、本市ものづくり産業の高度化及び規模拡大を図っていく。



金沢テクノパークと金沢森本インター工業団地の全景

## ＜基本方針３＞ 新産業の創出と起業支援の強化

### ① ICTを活用した新産業の創出

I Tビジネスプラザ武蔵を拠点に、I C Tを活用した起業支援と新たなビジネスモデルの構築による新産業の創出を図るとともに、県外から実績のあるクリエイターを誘致してI T関連産業の集積・振興を図る。

### ② ICT分野等における地場産業と先端技術の融合

e A T金沢で培ってきたトップクリエイターとの人脈を活かして、優秀なクリエイティブ人材の発掘・育成や地場産業と先端技術の融合を図り、起業家やクリエイターのビジネスチャンスの拡大を図っていく。

### ③創造的活動拠点の機能強化

優れた人材の交流・マッチングによる新産業の創出を推進するため、まちなかの特色ある創造的活動拠点の機能強化を図りながら、新たな価値を生み出す場の整備に取り組んでいく。



eAT KANAZAWA 2015

## ＜基本方針４＞ 新製品・新技術の開発と成長分野への展開支援

### ①新製品・新技術開発の促進

新製品・新技術開発への取り組みは、各企業の技術力を磨くだけでなく産業全体に厚みを増すことに繋がることから、金沢発新製品・新技術の開発を促進するため、意欲ある企業の取り組みを積極的に支援していく。また、小規模企業者の新製品開発や新分野展開に向けた取り組みへの支援を強化することにより、地場産業全体の技術力の底上げを図っていく。

### ②環境、福祉、医療等の成長分野への展開支援

再生可能エネルギー関連を中心とした環境分野、福祉、医療そしてシルバー市場など、今後成長が見込まれる分野での産学連携や新製品開発、企業連携などの支援を強化し、ものづくり産業の高度化を図る。

### ③豊富な食材や企業・大学の技術を活かした魅力ある商品の開発

本市は、歴史や風土に根付いた優れた農産物や海産物などの地域素材に恵まれていることから、豊富な食材やブランドイメージの活用を図り、農商工連携や産学連携を促進しながら、安全でデザイン性や機能性に優れた魅力ある商品の開発を推進していく。



新製品開発助成により開発された皿洗浄機

## ＜基本方針５＞ 販路開拓と海外展開支援

### ①ブランド力を活かした販路拡大

市内企業が開発した優れた新製品・新技術を本市のブランドとして認定し、国内外に発信することにより、企業の高い技術力に裏打ちされた独創性に富んだ本市産業のPRと企業の成長を促す。

### ②国内外における見本市出展の促進

地元企業の高い技術力の発信のため、国内外への見本市出展を促進するとともに、北陸新幹線の開業や道路網の整備、金沢港や小松空港の機能強化など、交通インフラ等の拡充を契機とした販路拡大の取り組みを積極的に支援していく。

### ③海外・外国人向け情報発信の強化

JETRO等と連携して企業の海外展開を支援するとともに、情報発信ツールの整備を促進し、海外との取引拡大及びインバウンド対策の強化を図っていく。また、地域素材を活用した加工食品は、商品そのものだけではなく、食材に関する歴史や文化、作り方、食べ方などを上手に発信できれば、富裕層をターゲットとした市場への参入が期待できることから、金沢の食及び食文化の発信を強化していく。



金沢ブランド認定製品



## 5. 金沢市ものづくり戦略2015の具体的施策と推進体制

### 5-1 今後取り組むべき具体的施策

前述した施策の方向性を基に、今後10年を見据えて取り組むべき事項を検討した。

※具体的施策の「今後の方向性」は、次の基準で記載した。

「新規」・・・新規事業

「充実」・・・現行の事業を継続して、量的又は質的に向上させるもの

「継続」・・・現行の事業を継続して、必要に応じて改善を行うもの

| 基本方針                                        |                       | 1. 次代を担う産業人材の確保・育成                              |            |        |
|---------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------|------------|--------|
| 施策の方向性と具体的施策                                |                       | 事業内容                                            | 担当課        | 今後の方向性 |
| (1)<br>担い手の<br>発掘・育<br>成・集積                 | ①ものづくり次世代担い手育成事業      | ものづくり企業パンフレットの作成、体験教室の実施、小中学校での「ものづくり講演会」等の開催支援 | ものづくり産業支援課 | 新規     |
|                                             | ②ものづくり職業人育成事業         | 企業の熟練技能士等が金沢市立工業高校の生徒を指導、技能検定2級取得の高校生を表彰        | ものづくり産業支援課 | 継続     |
|                                             | ③繊維モノづくり販路拡大営業人材育成事業  | (株)繊維リソースいしかわが実施するマネジメント支援講座等への助成               | クラフト政策推進課  | 新規     |
|                                             | ④金沢UJIターン応援プロジェクト推進事業 | UJI金沢セミナーの開催、就職情報の提供、ガイドブック作成                   | 労働政策課      | 新規     |
|                                             | ⑤学生と金沢の企業をつなぐ就職支援事業   | 企業説明会の開催、経営者・幹部社員との交流会、合同就職面接会の開催               | 労働政策課      | 継続     |
|                                             | ⑥産学連携ものづくり技術交流塾開催事業   | 先端ものづくり技術交流セミナー、金沢美大デザイン開発体験塾等の開催               | ものづくり産業支援課 | 継続     |
|                                             | ⑦産学連携ものづくりプロジェクト推進事業  | 産学連携により環境に配慮したものづくりに挑戦                          | 市立工業高校     | 継続     |
|                                             | ⑧技術体験学習事業             | 大学、企業及び職人大学校と連携した事業の実施                          | 市立工業高校     | 継続     |
| (2)<br>小中学生<br>からもの<br>づくりに触<br>れる機会<br>の確保 | ①ものづくり次世代担い手育成事業(再掲)  | ものづくり企業パンフレットの作成、体験教室の実施、小中学校での「ものづくり講演会」等の開催支援 | ものづくり産業支援課 | 新規     |
|                                             | ②産業発明奨励事業             | (一社)石川県発明協会が実施する「産業発明教室」「発明くふう展」に助成             | ものづくり産業支援課 | 継続     |
|                                             | ③MEX開催等ものづくり人材育成事業    | (一社)石川県鉄工機電協会が実施することもサマースクール開催事業等に助成            | ものづくり産業支援課 | 継続     |
|                                             | ④いしかわファッション人材育成事業     | (一社)いしかわファッション協会が実施するデザイン画コンクールに助成              | クラフト政策推進課  | 継続     |
|                                             | ⑤ものづくり体験教室の開催         | 小学生を対象にした工作教室の開催                                | 市立工業高校     | 継続     |

| 施策の方向性と具体的施策                               |                         | 事業内容                                   | 担当課            | 今後の方向性 |
|--------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------|----------------|--------|
| (3)<br>技能承継<br>及び後継<br>者養成に<br>向けた支<br>援強化 | ①中小企業人材キャリアアップ支援事業      | 中小機構と連携したキャリアアップセミナーの開催、中小企業大学校への派遣に助成 | ものづくり<br>産業支援課 | 新規     |
|                                            | ②産学連携ものづくり技術交流塾開催事業(再掲) | 先端ものづくり技術交流セミナー、金沢美大デザイン開発体験塾等の開催      | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                                            | ③ものづくり奨励賞表彰事業           | 技能検定1級合格の若手技能者を表彰                      | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                                            | ④技能五輪全国大会等参加奨励事業        | 技能五輪全国大会や技能グランプリ及び世界大会への出場を奨励          | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                                            | ⑤中小企業人材育成事業             | 若手技能者への実技講座を実施する(一社)石川県鉄工機電協会への助成      | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                                            | ⑥中小企業団体ものづくり技術研修促進事業    | 中小企業団体が実施する技能承継にかかる研修会の開催を支援           | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |



先端ものづくり技術交流セミナー

| 基本方針                     |                            | 2. 事業基盤の強化と企業立地の促進                                 |                |        |
|--------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------|----------------|--------|
| 施策の方向性と具体的施策             |                            | 事業内容                                               | 担当課            | 今後の方向性 |
| (1)<br>中小企業の経営力強化        | ①ものづくりアドバイザーの配置            | 異業種研修会館に新たにものづくりアドバイザーを配置し、市内企業へのワンストップ窓口を開設       | ものづくり<br>産業支援課 | 新規     |
|                          | ②経営改善・ブランドマネジメント支援事業       | 中小企業基盤整備機構など支援機関と連携した専門家派遣及び相談体制の充実・強化             | ものづくり<br>産業支援課 | 充実     |
|                          | ③金沢市異業種研修会館の運営             | ものづくり支援コーナーの設置、ものづくり企業の研修・交流の場の提供                  | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                          | ④金沢市ものづくり会館の運営             | ものづくり企業の研修・交流の場の提供                                 | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                          | ⑤機械金属工業経営相談室設置事業           | 機械金属系企業に対する相談事業を実施する(一社)石川県鉄工機電協会への助成              | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                          | ⑥中小企業設備投資促進助成事業            | (一社)石川県鉄工機電協会及び(公財)石川県産業創出支援機構の設備貸与制度にかかる貸与料への利子補給 | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                          | ⑦機械工業構造改善事業貸付金             | (一社)石川県鉄工機電協会が実施する機械設備貸与制度の原資を貸付                   | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
| (2)<br>多様な連携の促進と工業団地の活性化 | ①金沢市工業団地連絡協議会研修促進事業        | 市内 10 工業団地、約 520 社が加盟する金沢市工業団地連絡協議会の活動を支援          | ものづくり<br>産業支援課 | 充実     |
|                          | ②金沢市産学連携事業運営委員会開催事業        | 市内及び近郊の 8 大学・高専と産学連携の推進に係る事業を実施                    | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                          | ③異業種交流グループへの助成             | (一社)石川県ニュービジネス創造化協会が実施する異業種連携による新製品開発や販路拡大活動を支援    | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                          | ④高度技術産業連携促進事業              | 誘致企業と市内企業との交流会・商談会を開催                              | ものづくり<br>産業支援課 | 新規     |
|                          | ⑤先端技術創造地域連携事業              | 先端技術の開発に向けた進出企業の若手研究者間の交流促進、進出企業と地元大学との情報交換会等の開催   | 企業<br>立地課      | 新規     |
| (3)<br>企業立地の促進           | ①本社機能強化促進企業立地助成金           | 本社機能等を市外から移転又は市内において拡充を図る企業に助成                     | 企業<br>立地課      | 新規     |
|                          | ②企業立地助成金                   | 工場適地における工場建設等に助成                                   | 企業<br>立地課      | 継続     |
|                          | ③金沢テクノパーク企業誘致促進事業          | 医療・環境・IT 関連企業等に重点化した誘致活動を展開                        | 企業<br>立地課      | 充実     |
|                          | ④先端技術創造地域連携事業(再掲)          | 先端技術の開発に向けた進出企業の若手研究者間の交流促進、進出企業と地元大学との情報交換会等の開催   | 企業<br>立地課      | 新規     |
|                          | ⑤金沢森本インター・いなほ・かたつ工業団地の分譲促進 | (分譲対象) 製造業、物流施設を設置する運輸業または卸売業                      | 企業<br>立地課      | 継続     |

| 基本方針                          |                            | 3. 新産業の創出と起業支援の強化                                    |                |        |
|-------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------|----------------|--------|
| 施策の方向性と具体的施策                  |                            | 事業内容                                                 | 担当課            | 今後の方向性 |
| (1)<br>ICTを活用した新産業の創出         | ①クリエイター誘致事業                | 県外で活躍するクリエイターの金沢市内でのオフィス開設に要する費用の一部を助成               | ものづくり<br>産業支援課 | 新規     |
|                               | ②クリエイティブベンチャーシ<br>ティ金沢推進事業 | スタートアップベンチャーの発掘・育成から投資家とのマッチングに至るまで総合的に支援            | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                               | ③先端デジタルものづくりセミ<br>ナー開催事業   | ものづくりと最新デジタル技術の融合を図るワークショップや企業見学会を実施                 | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                               | ④クリエイティブベンチャー<br>事業化推進事業   | 創造性のある魅力的なビジネスプランを公募し、優秀なプランの事業化を支援                  | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                               | ⑤ITビジネスプラザ武蔵<br>の運営        | インキュベーション施設の運営                                       | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                               | ⑥ビジネスプラザ尾山の運営              | IT関連のSOHO支援施設の運営                                     | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                               | ⑦起業支援情報発信強化事業              | 起業支援制度を幅広く発信、起業家の誘致に向けたイメージ映像を制作し全国に発信               | 商業<br>振興課      | 充実     |
|                               | ⑧起業支援相談窓口の開設               | 相談者の段階や業種に応じた起業支援情報をワンストップで提供                        | 商業<br>振興課      | 継続     |
| (2)<br>ICT分野等における地場産業と先端技術の融合 | ①クリエイティブ人材発掘<br>育成事業       | 才能あふれるクリエイティブ人材を発掘・表彰するとともに、クリエイター対象の人材育成に資するイベントに助成 | ものづくり<br>産業支援課 | 新規     |
| (3)<br>創造的活動拠点の機能強化           | ①ITビジネスプラザ武蔵<br>の運営（再掲）    | ITビジネスプラザ武蔵の機能強化を目的に利活用策を検討                          | ものづくり<br>産業支援課 | 充実     |



| 基本方針                                | 4. 新製品・新技術の開発と成長分野への展開支援 |                                                          |                |        |
|-------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------|----------------|--------|
|                                     | 施策の方向性と具体的施策             | 事業内容                                                     | 担当課            | 今後の方向性 |
| (1)<br>新製品・新技術開発の促進                 | ①新製品開発・改良促進事業            | 産学連携・企業連携等による新製品・新技術開発を支援、小規模企業者への支援を拡充、既存製品の改良について新たに支援 | ものづくり<br>産業支援課 | 充実     |
|                                     | ②金沢かがやきブランド認定製品開発奨励事業    | 金沢ブランドを「金沢かがやきブランド」に改称し、開発を奨励                            | ものづくり<br>産業支援課 | 充実     |
|                                     | ③オリンピック需要関連開発支援事業        | 2020年の東京オリンピックに向けて、商品開発等を実施する(株)繊維リソースいしかわへの助成           | クラフト<br>政策推進課  | 継続     |
| (2)<br>環境、福祉、医療等の成長分野への展開支援         | ①新製品開発・改良促進事業(再掲)        | 成長分野にかかる新製品・新技術開発を重点的に支援                                 | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                                     | ②小規模企業者新分野展開モデル事業        | 小規模企業者の成長分野等への展開を目指すリーディングプランの実証実験を実施                    | ものづくり<br>産業支援課 | 新規     |
|                                     | ③産学連携ものづくり技術交流塾開催事業(再掲)  | 先端ものづくり技術交流セミナー、金沢美大デザイン開発体験塾等の開催                        | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                                     | ④産学官連携促進モデル事業            | 産学官が連携して環境、福祉などの成長分野にかかるモデル事業を実施                         | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                                     | ⑤ニューテキスタイル開発支援事業         | 新しい繊維製品を開発する(株)繊維リソースいしかわへの助成(スポーツ、介護、医療分野等)             | クラフト<br>政策推進課  | 継続     |
| (3)<br>豊富な食材や企業・大学の技術を活かした魅力ある商品の開発 | ①新製品開発・改良促進事業(再掲)        | 加賀野菜などの地域素材を活かした新商品開発・改良を支援                              | ものづくり<br>産業支援課 | 継続     |
|                                     | ②金沢の食 商品パッケージ等改良支援事業     | 自社商品の販売力向上に向けたパッケージデザイン等の改良を支援                           | ものづくり<br>産業支援課 | 新規     |
|                                     | ③加賀野菜加工品認証制度             | 加賀野菜の販路拡大と農商工連携を促進                                       | 農業振興課          | 継続     |
|                                     | ④農産加工アドバイザー派遣事業          | 特産品の開発等に専門家を派遣                                           | 農業振興課          | 継続     |

| 基本方針                   |                          | 5. 販路開拓と海外展開支援                               |            |        |
|------------------------|--------------------------|----------------------------------------------|------------|--------|
| 施策の方向性と具体的施策           |                          | 事業内容                                         | 担当課        | 今後の方向性 |
| (1)<br>ブランド力を活かした販路拡大  | ①金沢かがやきブランドPR強化事業        | 金沢ブランドを「金沢かがやきブランド」に改称し、認定製品の認知度向上に向けPR活動を強化 | ものづくり産業支援課 | 新規     |
|                        | ②加賀野菜加工品認証制度(再掲)         | 加賀野菜の販路拡大と農商工連携を促進                           | 農業振興課      | 継続     |
| (2)<br>国内外における見本市出展の促進 | ①見本市等出展促進助成事業            | 中小企業の見本市出展を支援、小規模企業者の見本市出展について支援を強化          | ものづくり産業支援課 | 充実     |
|                        | ②展示商談会等開催助成事業            | 中小企業や工芸家の展示会等の開催を支援                          | ものづくり産業支援課 | 継続     |
|                        | ③おしゃれメッセの開催              | アパレル展・ファッションショー等の開催を通じた販路開拓を促進               | クラフト政策推進課  | 継続     |
|                        | ④MEX 金沢開催への助成            | 主催(一社)石川県鉄工機電協会                              | ものづくり産業支援課 | 継続     |
|                        | ⑤e-messe kanazawa開催への助成  | 主催(一社)石川県情報システム工業会                           | ものづくり産業支援課 | 継続     |
|                        | ⑥ビジネス創造フェアいしかわ開催への助成     | 主催(公財)石川県産業創出支援機構                            | ものづくり産業支援課 | 継続     |
|                        | ⑦繊維製品輸出促進支援事業            | 繊維製品の輸出体制づくりを行う(株)繊維リソースいしかわへの助成             | クラフト政策推進課  | 継続     |
|                        | ⑧食品産業振興事業                | 見本市出展等販路開拓事業を行う(一社)石川県食品協会への助成               | ものづくり産業支援課 | 継続     |
| (3)<br>海外・外国人向け情報発信の強化 | ①中小企業者海外販路開拓支援事業         | ホームページの多言語化を支援                               | ものづくり産業支援課 | 新規     |
|                        | ②金沢の食 商品パッケージ等改良支援事業(再掲) | 自社商品の販売力向上に向けたパッケージデザイン等の改良を支援               | ものづくり産業支援課 | 新規     |
|                        | ③金沢の食文化の継承及び振興事業         | 食文化のPR映像やグッズの作成及びイベント経費に助成                   | 商業振興課      | 充実     |
|                        | ④金沢の食文化フォーラム開催           | 食文化の歴史や魅力にかかるフォーラムを開催                        | 商業振興課      | 新規     |
|                        | ⑤大学等食文化継承連携事業            | 地元大学と連携し食文化をテーマにセミナーやワークショップを開催              | 商業振興課      | 新規     |
|                        | ⑥金沢食文化名工会支援事業            | 食文化の技術向上や後継者育成に取り組む金沢食文化名工会の活動に助成            | 商業振興課      | 新規     |

将来像

独創性と多様性に富んだものづくり産業の振興による創造産業都市・金沢の実現  
 人・モノ・情報の集積・交流による地域経済の活性化を目指して

基本方針

施策の方向性

主な具体的施策

＜基本方針1＞

次代を担う産業人材の確保・育成

担い手の発掘・育成・集積

小中学生からものづくりに触れる機会の確保

技能継承及び後継者養成に向けた支援強化

ものづくり次世代担い手育成事業

金沢U・Iターン応援プロジェクト推進事業

ものづくり職業人育成事業

産学連携ものづくりプロジェクト推進事業

中小企業人材キャリアアップ支援事業

ものづくり奨励賞表彰事業

技能五輪全国大会等参加奨励助事業

中小企業団体ものづくり技術研鑽促進事業

＜基本方針2＞

事業基盤の強化と企業立地の促進

中小企業の経営力強化

多様な連携の促進と工業団地の活性化

企業立地の促進

ものづくりアドバイザーの配置

金沢市工業団地連絡協議会研鑽促進事業

金沢市興業種研修会館の運営

金沢市ものづくり会館の運営

中小企業設備投資促進助成事業

高度技術産業連携促進事業

本社機能強化促進企業立地助成金

工業団地の分譲促進

＜基本方針3＞

新産業の創出と起業支援の強化

ICTを活用した新産業の創出

ICT分野等における  
地場産業と先端技術の融合

創造的活動拠点の機能強化

クリエイター誘致事業

クリエイティブベンチャー・金沢推進事業

先端デジタルものづくりセミナー開催事業

クリエイティブベンチャー事業化推進事業

クリエイティブ人材発掘育成事業

起業支援情報発信強化事業

ITビジネスラサテラの運営

ビジネスラサテラ尾山の運営

＜基本方針4＞

新製品・新技術の開発と  
成長分野への展開支援

新製品・新技術開発の促進

環境、福祉、医療等の成長分野への展開支援

豊富な食材や企業・大学の技術を  
活かした魅力ある商品の開発

新製品開発・改良促進事業

金沢かがやきブランド認定製品開発助成事業

産学連携ものづくり技術交流助成事業

産学官連携促進モデル事業

金沢の食商品パッケージ等改良支援事業

小規模企業者新分野展開モデル事業

加賀野菜加工品認証制度

農産加工アドバイザー派遣事業

＜基本方針5＞

販路開拓と海外展開支援

ブランド力を活かした販路拡大

国内外における見本市出展の促進

海外・外国人向け情報発信の強化

金沢かがやきブランドPR強化事業

見本市等出展促進助成事業

展示商談会等開催助成事業

おしゅれメッセの開催

MEEX金沢開催への助成

ビジネス創造フェアいしかわ開催への助成

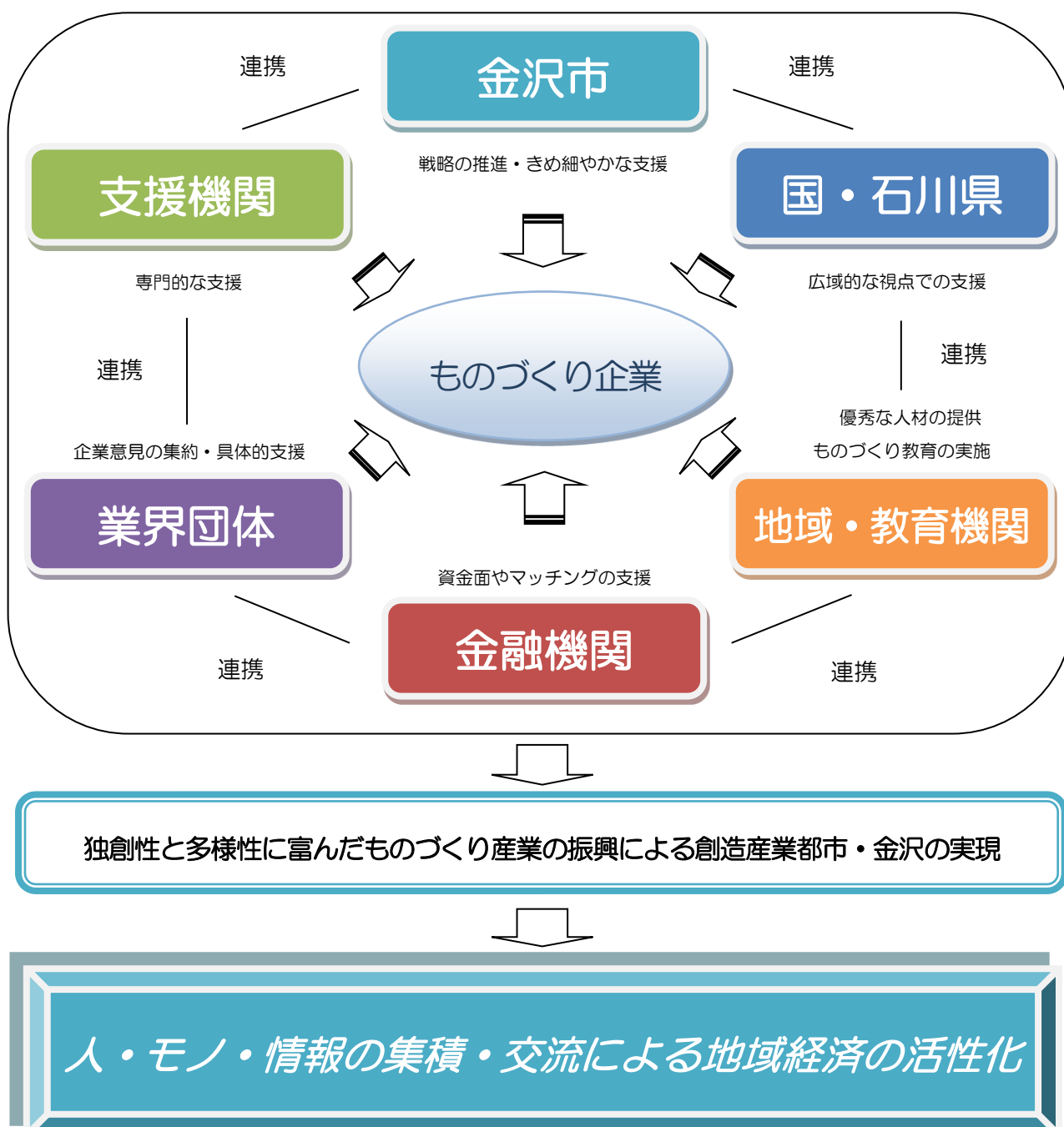
中小企業者海外販路開拓支援事業

金沢の食文化の継承及び振興事業

### 5-3 施策の推進体制

将来像の実現に向けては、本市のみならず、企業・関係機関が、それぞれの責務を果たしながら相互に連携していくことが必要である。今後とも企業を取り巻く環境やニーズの的確な把握に努めるとともに、地域経済を支える企業に対し、国・県や中小企業基盤整備機構などの支援機関、金融機関等とも連携して支援していく。

また、高等教育機関の集積を活かし、産学連携による新製品開発を促進するほか、学校や地域と連携し、ものづくりの大切さについて理解と関心を深めるとともに、新たな価値の創造に挑戦する機運を醸成していく。



## 5-4 進行管理

本戦略を推進していく中で、社会経済情勢の変化や人口減少及び少子高齢化のさらなる進行など、市内企業を取り巻く環境は刻々と変化し、新たなニーズへの対応が求められることが想定されるため、市と業界団体、支援機関、大学等で構成する「金沢市ものづくり戦略推進会議」を設置し、戦略の進捗状況の確認、施策の見直し等の検討を行っていく。

### 金沢市ものづくり戦略推進会議設置要綱

平成 22 年 4 月 1 日決裁

#### (目的及び設置)

第 1 条 金沢市ものづくり基本条例(平成 21 年条例第 2 号)の基本理念を具現化する金沢市ものづくり戦略(以下「戦略」という。)を推進するため、金沢市ものづくり戦略推進会議(以下「推進会議」という。)を設置する。

#### (任務)

第 2 条 推進会議は、次に掲げる事項について検討し、及び協議する。

- (1) 戦略の推進に向けた本市の具体的施策に関する事項
- (2) その他戦略の推進に関し必要な事項

#### (組織等)

第 3 条 推進会議は、委員 15 人以内で組織する。

- 2 委員は、学識経験者、関係する団体の職員及び本市の職員のうちから、市長が委嘱し、又は任命する。
- 3 委員の任期は、1 年とする。ただし、委員に欠員を生じた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

#### (座長)

第 4 条 推進会議に、座長を置き、委員の互選によりこれを定める。

- 2 座長は、会務を総理し、推進会議を代表する。
- 3 座長に事故があるときは、座長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

#### (会議)

第 5 条 推進会議の会議は、座長が必要に応じて招集し、座長が議長となる。

- 2 推進会議は、必要に応じて、議事に関係のある者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

#### (庶務)

第 6 条 推進会議の庶務は、産業局ものづくり産業支援課において処理する。

#### (雑則)

第 7 条 この要綱に定めるもののほか、会議の運営に関し必要な事項は、座長が会議に諮って定める。

## 6. 資料

### 6-1 金沢市ものづくり戦略推進会議 委員名簿

委員 14 名

| 分 野        | 所 属              | 役 職     | 氏 名           |
|------------|------------------|---------|---------------|
| 機械・金属      | (一社)石川県鉄工機電協会    | 専務理事    | 稲 葉 良 二       |
| 食品         | (一社)石川県食品協会      | 代表理事会長  | 佃 一 成         |
| 印刷         | 石川県印刷工業組合        | 副理事長    | 大 村 一 史       |
| 繊維         | (株)繊維リソースいしかわ    | 代表取締役社長 | 伊 藤 靖 彦       |
| 情報         | (一社)石川県情報システム工業会 | 副会長     | 宮 本 研 一       |
| 商工会議所      | 金沢商工会議所          | 副会頭     | 北 村 哲 志       |
| 工業団地       | 金沢市工業団地連絡協議会     | 会長      | 米 澤 卓 也       |
| 中小企業<br>団体 | 石川県中小企業団体中央会     | 専務理事    | 中 村 明         |
| 中小企業<br>団体 | 石川県中小企業家同友会      | 相談役     | 玉 田 善 明       |
| 金融機関       | (株)日本政策投資銀行北陸支店  | 支店長     | 古 田 善 也       |
| 支援機関       | 中小企業基盤整備機構北陸本部   | 本部長     | 綿 引 淳 一       |
| 高等教育<br>機関 | 金沢大学(経済)         | 教授      | 平 田 透<br>＜座長＞ |
|            | 金沢美術工芸大学(デザイン)   | 教授      | 村 中 稔         |
|            | 金沢工業大学(工学)       | 教授      | 山 部 昌         |

|                              |
|------------------------------|
| 6-2 金沢市ものづくり戦略推進会議 作業部会 委員名簿 |
|------------------------------|

委員 8 名 (主要 5 業種の業界から推薦)

| 業種    | 会社名           | 役職                  | 氏名    |
|-------|---------------|---------------------|-------|
| 機械・金属 | (株)アイデン       | 代表取締役社長             | 池内 保朗 |
|       | (株)高林製作所      | 専務取締役               | 高林 秀樹 |
|       | (株)ヤスジマ       | 代表取締役社長             | 安島 勲  |
| 食品    | 佃食品(株)        | 代表取締役専務             | 佃 一志  |
|       | (株)ヤマト醤油味噌    | 営業部 課長              | 山本 耕平 |
| 繊維    | (株)繊維リソースいしかわ | 管理部長                | 畑 洋樹  |
| 印刷    | 田中昭文堂印刷(株)    | 取締役                 | 田中 逸郎 |
| 情報通信  | (株)P F U      | 石川ビジネス推進<br>プロジェクト室 | 吉尾 仁司 |

### 6-3 金沢市ものづくり戦略2015 策定に向けた検討の経緯

#### ■第1回金沢市ものづくり戦略推進会議(平成26(2014)年8月4日)

- 議題 ①現行金沢市ものづくり戦略の取り組み状況  
②次期ものづくり戦略策定の目的と本市を取り巻く状況  
③本市上位計画とものづくり基本条例  
④次期ものづくり戦略の策定方針  
⑤策定に当たっての主な論点と施策の方向性  
⑥今後のスケジュール

#### ■業界・企業訪問

平成26(2014)年8月下旬から10月上旬にかけて、業界7団体、企業61社を訪問し、業況や事業の課題等についてヒアリング調査を実施。

#### ■金沢市ものづくり戦略推進会議 第1回作業部会(平成26(2014)年9月16日)

- 議題 ①現行金沢市ものづくり戦略の取り組み状況  
②次期ものづくり戦略の策定について  
③次期ものづくり戦略の策定イメージと国・石川県の戦略について  
④国・石川県・金沢市の中小企業ものづくり支援にかかる主要施策について

#### ■金沢市ものづくり戦略推進会議 第2回作業部会(平成26(2014)年10月30日)

- 議題 ①業界及び企業ヒアリングの実施概要及び結果について  
②今後金沢市が取り組むべき支援策について

#### ■第2回金沢市ものづくり戦略推進会議(平成27(2015)年1月19日)

- 議題 ①金沢市ものづくり戦略2015(仮称)骨子案について

#### ■パブリックコメントの実施(平成27(2015)年1月22日～平成27(2015)年2月20日)

#### ■取りまとめ及び策定(3月)





## 6-4 ものづくりに関係する法令及び関連計画等

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| ■金沢市ものづくり基本条例(本文) . . . . .     | 74  |
| ■小規模企業振興基本法(本文) . . . . .       | 78  |
| ■2014 年度版 中小企業白書(概要) . . . . .  | 83  |
| ■2014 年度版 ものづくり白書(概要) . . . . . | 90  |
| <地方創生関連>                        |     |
| ■まち・ひと・しごと創生法(本文) . . . . .     | 102 |
| ■まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」(概要) . .    | 107 |
| ■まち・ひと・しごと創生「総合戦略」(概要) . . . .  | 110 |
| ■主要参考文献 . . . . .               | 115 |

## ■金沢市ものづくり基本条例(本文)

平成 21 年 3 月 24 日条例第 2 号

### 第 1 章 総則

#### (目的)

第 1 条 この条例は、本市におけるものづくりについて、基本理念を定め、並びに事業者、産業関係団体、高等教育機関、市民及び市の役割を明らかにするとともに、ものづくりに関する施策の基本となる事項等を定めることにより、ものづくりを総合的かつ計画的に推進し、もって本市の健全かつ持続的な発展に寄与することを目的とする。

#### (用語の意義)

第 2 条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) ものづくり 人の知識、経験、知恵、発想等をもとに、目的に応じて多様な技術又は技能により価値の創造につながる有形無形のものをつくり出すことをいう。
- (2) ものづくり産業 生活に係る伝統工芸に関する業種、石工、大工、左官その他の職人に係る技芸に関する業種、機械、機械用部品等の製造に関する業種、農業及び林業の業種並びに情報通信、映像、デザインその他のものづくりに係る事業活動を行う業種をいう。
- (3) 事業者 ものづくり産業に属する事業を行う者をいう。
- (4) 産業関係団体 商工会議所、事業協同組合その他の事業者の事業活動の支援に関する事業を行う団体をいう。
- (5) 高等教育機関 大学、高等専門学校その他の高等教育を行う機関をいう。
- (6) 地域資源 本市固有の自然、歴史、文化等の土壌、ものづくりに係る知識、高度な技術又は技能等、ものづくり産業及び高等教育機関の集積その他本市におけるものづくりのために有用であると認められるものをいう。

#### (基本理念)

第 3 条 ものづくりは、市民生活及び文化の向上を支え、金沢のまちの発展に重要な役割を果たしていることにかんがみ、ものづくりの大切さを認識し、及び尊重する社会的気運を醸成しながら、積極的に進められなければならない。

- 2 ものづくりは、人づくりにつながり、かつ、知識、技術又は技能等の継承及び向上発展が人により支えられていることにかんがみ、ものづくりの分野における担い手の確保及び人材の育成を図ることを基本として進められなければならない。
- 3 ものづくりは、これを産業として振興していくとともに、ものづくり産業の振興に当たっては、事業者の自主的な努力が最も重要であることにかんがみ、これを促進することを基本として行われなければならない。
- 4 ものづくり産業の振興は、地域資源を活用するとともに、環境との調和が図られることにより行われなければならない。

- 5 ものづくり産業の振興は、世界的規模に展開することを目標に、海外の地域における事業者等との交流、連携等が図られることにより行われなければならない。

(事業者の役割)

第4条 事業者は、前条に規定する基本理念(以下「基本理念」という。)にのっとり、当該事業活動に係る伝統的又は専門的な知識、技術又は技能等の継承及び向上発展に努めながら、絶えず経営の革新を図るとともに、経済的社会的環境の変化に即応して、自主的に経営の向上及び改善に努めなければならない。

- 2 事業者は、基本理念にのっとり、ものづくり産業の担い手である技術、技能及びこれらに関する知識について習熟した者(以下「技術者等」という。)の確保及び育成を図るとともに、本市が実施するものづくりに関する施策に協力しなければならない。

- 3 事業者は、基本理念にのっとり、地域社会における自らの社会的責任を認識し、当該事業活動を行うに当たっては、その地域の良好な環境が確保されるよう適切な措置を講ずるとともに、それぞれの実情に応じて地域貢献のための取組を行うよう努めなければならない。

(産業関係団体の役割)

第5条 産業関係団体は、基本理念にのっとり、その関係するものづくり産業の振興のために自らが目指すべき目標及び方向性を示しながら、当該ものづくり産業の振興に係る課題の把握及び解決に持続的に取り組まなければならない。

- 2 産業関係団体は、基本理念にのっとり、事業者の経営の向上及び改善を積極的に支援するとともに、本市が実施するものづくりに関する施策に協力しなければならない。

- 3 産業関係団体は、基本理念にのっとり、事業者、他の産業関係団体、高等教育機関及び市と相互に連携し、地域の特性を生かしたものづくり産業の集積及び特色ある産地の育成に努めなければならない。

(高等教育機関の役割)

第6条 高等教育機関は、基本理念にのっとり、事業者、産業関係団体等と連携し、ものづくり産業を担う人材の育成に努めるとともに、研究開発の成果等を積極的に活用してものづくり産業の振興に資するよう努めなければならない。

(市民の役割)

第7条 市民は、基本理念にのっとり、ものづくりの大切さについて理解と関心を深めるとともに、本市が実施するものづくりに関する施策に協力するよう努めなければならない。

(市の役割)

第8条 市は、基本理念にのっとり、ものづくりに関する総合的かつ計画的な施策を策定し、及び実施しなければならない。

- 2 市は、基本理念にのっとり、前項の規定により策定する施策に事業者、産業関係団体、高等教育機関及び市民の意見を十分に反映させるよう努めるとともに、当該施策の実施

に当たっては、これらの者の理解と協力を得るよう努めなければならない。

3 市は、基本理念にのっとり、第1項の施策を策定するに当たっては、国、県その他公共団体と密接な連携を図るよう努めなければならない。

4 市は、基本理念にのっとり、事業者、産業関係団体、高等教育機関、市民等の相互の連携が図られるよう総合的な調整に努めなければならない。

## 第2章 ものづくりに関する基本的な施策

### (人づくりの推進)

第9条 市は、次代の社会を担う子どもたちが、ものづくりの大切さについての理解と関心を深めることができるよう、ものづくりに関する教育を推進するものとする。

2 市は、職人大学校をはじめ、工芸、製造、農業、林業等の分野における事業を通じて、ものづくりに係る人材の確保又は育成に努めるほか、事業者、産業関係団体、高等教育機関等と連携し、ものづくり産業において新たに創業を行う者、技術者等及びその後継者その他の人材の確保又は育成の推進に関する施策を実施するものとする。

### (事業環境の整備等)

第10条 市は、ものづくり産業の基盤整備に努めるとともに、事業者の経営基盤の強化、新たな事業の創出及び多様なものづくり産業の集積の支援その他の事業環境を整備するために必要な施策を実施するものとする。

### (付加価値を高めるものづくりの促進)

第11条 市は、地域資源の活用並びに産学連携(事業者又は産業関係団体と高等教育機関との相互の連携をいう。)による新商品及び新技術の開発の支援その他の付加価値を高めるものづくりを促進するために必要な施策を実施するものとする。

### (戦略的な販路開拓の促進)

第12条 市は、事業者及び産業関係団体が行う商品等のブランド力の向上(独自性、地域性等を有する製品、農林産物、産地等について、固有の特別な価値を有する銘柄としての社会的地位を確立することにより、市場における当該銘柄の競争力を高めることをいう。)及び商品等の消費の拡大の支援その他のものづくり産業に係る販路の開拓を促進するために必要な施策を実施するとともに、本市におけるものづくりを国内外に発信するものとする。

### (普及啓発等)

第13条 市は、ものづくりの大切さについての市民の理解と関心を深めるため、その普及啓発に努めるとともに、市民がものづくりにふれあう機会の確保その他必要な施策を実施するものとする。

### 第3章 ものづくりの推進に対する支援等

#### (援助)

第14条 市長は、ものづくりを推進するため必要があると認めるときは、技術的な援助をし、又は予算の範囲内において、財政的な援助をすることができる。

#### (表彰)

第15条 市長は、ものづくりの推進に著しく貢献した者を表彰することができる。

#### (ネットワークの構築)

第16条 市は、ものづくりを推進するため、事業者、産業関係団体、高等教育機関、市民等との有機的な連携体制の構築を促進するために必要な措置を講ずるものとする。

### 第4章 雑則

#### (委任)

第17条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

#### 附則

この条例は平成21年4月1日から施行する。

## ■小規模企業振興基本法(本文)

平成 26 年 6 月 27 日公布

### 第 1 章 総則

#### (目的)

第一条 この法律は、中小企業基本法(昭和三十八年法律第百五十四号)の基本理念にのっとり、小規模企業の振興について、その基本原則、基本方針その他の基本となる事項を定めるとともに、国及び地方公共団体の責務等を明らかにすることにより、小規模企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって国民経済の健全な発展及び国民生活の向上を図ることを目的とする。

#### (定義)

第二条 この法律において「小規模企業者」とは、中小企業基本法第二条第五項に規定する小規模企業者をいう。

2 この法律において「小企業者」とは、おおむね常時使用する従業員の数が五人以下の事業者をいう。

#### (基本原則)

第三条 小規模企業の振興は、人口構造の変化、国際化及び情報化の進展等の経済社会情勢の変化に伴い、国内の需要が多様化し、若しくは減少し、雇用や就業の形態が多様化し、又は地域の産業構造が変化する中で、顧客との信頼関係に基づく国内外の需要の開拓、創業等を通じた個人の能力の発揮又は自立的で個性豊かな地域社会の形成において小規模企業の活力が最大限に発揮されることの必要性が増大していることに鑑み、個人事業者をはじめ自己の知識及び技能を活用して多様な事業を創出する小企業者が多数を占める我が国の小規模企業について、多様な主体との連携及び協働を推進することによりその事業の持続的な発展が図られることを旨として、行われなければならない。

第四条 小規模企業の振興に当たっては、小企業者がその経営資源を有効に活用し、その活力の向上が図られ、その円滑かつ着実な事業の運営が確保されるよう考慮されなければならない。

#### (国の責務)

第五条 国は、前二条の小規模企業の振興についての基本原則(以下「基本原則」という。)にのっとり、小規模企業の振興に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

2 国の関係行政機関は、小規模企業の振興及びこれに関連する施策の円滑かつ確実な実施が促進されるよう、相互に連携を図りながら協力しなければならない。

3 国は、小規模企業に関する情報の提供等を通じて、基本原則に関する国民の理解を深めるよう努めなければならない。

(基本方針)

第六条 政府は、次に掲げる基本方針に基づき、小規模企業の振興に関する施策を講ずるものとする。

- 1 国内外の多様な需要に応じた商品の販売又は役務の提供の促進及び新たな事業の展開の促進を図ること。
- 2 小規模企業の経営資源の有効な活用並びに小規模企業に必要な人材の育成及び確保を図ること。
- 3 地域経済の活性化並びに地域住民の生活の向上及び交流の促進に資する小規模企業の事業活動の推進を図ること。
- 4 小規模企業への適切な支援を実施するための支援体制の整備その他必要な措置を図ること。

(地方公共団体の責務)

第七条 地方公共団体は、基本原則にのっとり、小規模企業の振興に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 地方公共団体は、小規模企業が地域経済の活性化並びに地域住民の生活の向上及び交流の促進に資する事業活動を通じ自立的で個性豊かな地域社会の形成に貢献していることについて、地域住民の理解を深めるよう努めなければならない。

(小規模企業者の努力等)

第八条 小規模企業者は、経済社会情勢の変化に即応してその事業の持続的な発展を図るため、自主的にその円滑かつ着実な事業の運営を図るよう努めるとともに、相互に連携を図りながら協力することにより、自ら小規模企業の振興に取り組むよう努めるものとする。

- 2 中小企業に関する団体は、小規模企業者に対してその事業活動を行うに当たっては、基本原則にのっとり、小規模企業者とともに、小規模企業の振興に主体的に取り組むよう努めるものとする。
- 3 小規模企業者以外の者であって、その事業に関し小規模企業と関係があるものは、国及び地方公共団体が行う小規模企業の振興に関する施策の実施について協力するようにしなければならない。

(関係者相互の連携及び協力)

第九条 国、地方公共団体、独立行政法人中小企業基盤整備機構、中小企業に関する団体その他の関係者は、基本原則にのっとり、小規模企業の振興に関する施策があまねく全国において効果的かつ効率的に実施されるよう、適切な役割分担を行うとともに、相互に連携を図りながら協力するよう努めなければならない。



(法制上の措置等)

第十条 政府は、小規模企業の振興に関する施策を実施するため必要な法制上、財政上及び金融上の措置を講じなければならない。

(調査)

第十一条 政府は、中小企業政策審議会の意見を聴いて、定期的に、小規模企業の実態を明らかにするため必要な調査を行い、その結果を公表しなければならない。

(年次報告等)

第十二条 政府は、毎年、国会に、小規模企業の動向及び政府が小規模企業の振興に関して講じた施策に関する報告を提出しなければならない。

2 政府は、毎年、中小企業政策審議会の意見を聴いて、前項の報告に係る小規模企業の動向を考慮して講じようとする施策を明らかにした文書を作成し、これを国会に提出しなければならない。

## 第二章 小規模企業振興基本計画

第十三条 政府は、小規模企業の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、小規模企業振興基本計画（以下「基本計画」という。）を定めなければならない。

2 基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- 一 小規模企業の振興に関する施策についての基本的な方針
- 二 小規模企業の振興に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策
- 三 前二号に掲げるもののほか、小規模企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

3 政府は、第一項の規定により基本計画を定めようとするときは、あらかじめ、小規模企業者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるとともに、中小企業政策審議会の意見を聴かなければならない。

4 政府は、第一項の規定により基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを国会に報告するとともに、公表しなければならない。

5 政府は、小規模企業をめぐる情勢の変化を勘案し、及び小規模企業の振興に関する施策の効果に関する評価を踏まえ、おおむね五年ごとに、基本計画を変更するものとする。

6 第三項及び第四項の規定は、基本計画の変更について準用する。

## 第三章 小規模企業の振興に関する基本的施策

(国内外の多様な需要に応じた商品の販売又は役務の提供の促進)

第十四条 国は、小規模企業による国内外の多様な需要に応じた商品の販売又は役務の提供を促進するため、商談会、展示会、即売会その他これらに類するものの開催の促進、事業活動を行う拠点の整備の促進、情報通信技術の活用に関する情報の提供その他の必要な施策を講ずるものとする。

(国内外の多様な需要に応じた新たな事業の展開の促進)

第十五条 国は、小規模企業が、国内外の多様な需要に応じて、自らが販売する商品又は提供する役務の価値を高め、又はその新たな価値を生み出すことにより、新たな事業の創出又は事業の革新を図るとともにその事業の展開を図ることに資するため、小規模企業の経営の状況の分析並びにそれに基づく指導及び助言の促進、小規模企業が販売する商品又は提供する役務の需要の動向に関する情報の収集、整理、分析及び提供の促進、新たな需要の開拓に必要な資金の円滑な供給その他の必要な施策を講ずるものとする。

(小規模企業の創業の促進及び小規模企業者の事業の承継又は廃止の円滑化)

第十六条 国は、小規模企業の創業を促進するため、創業に関する情報の提供の促進及び研修の充実、創業に必要な資金の円滑な供給、創業を支援する体制の整備その他の必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、小規模企業者の事業の承継又は廃止の円滑化を図るため、事業の承継又は廃止の円滑化に関する情報の提供の促進及び研修の充実、事業の承継のための制度の整備、小規模企業に関して実施する共済制度の整備その他の必要な施策を講ずるものとする。

3 国は、前二項の施策を講ずるに当たっては、創業及び事業の承継又は廃止が相互に密接な関連を有する場合があることに鑑み、必要に応じて、これらの施策相互の有機的な連携を図りつつ効果的に講ずるよう努めるものとする。

(小規模企業に必要な人材の育成及び確保)

第十七条 国は、小規模企業の経営を担うべき女性や青年を含む多様な人材の育成及び確保を図るため、小規模企業の事業活動に有用な技能及び知識並びに経営管理能力の向上、創業を行おうとする者及び小規模企業の事業の譲渡を受けようとする者に対する技能及び知識の継承の支援並びに経営方法の習得の促進その他の必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、小規模企業に必要な労働力の確保を図るため、地方公共団体又は大学、高等専門学校、高等学校その他の教育機関と連携した職業能力の開発及び職業紹介の事業の充実、小規模企業の事業活動に関する広報活動の充実その他の必要な施策を講ずるものとする。

(地域経済の活性化に資する小規模企業の事業活動の推進)

第十八条 国は、小規模企業が単独で又は共同して行う事業活動であって、地域経済の活性化に資するものを推進するため、小規模企業者と小規模企業者以外の者の交流又は連携の推進、小規模企業者と小規模企業者以外の者が共同して行う事業の助成その他の必要な施策を講ずるものとする。

(地域住民の生活の向上及び交流の促進に資する小規模企業の事業活動の推進)

第十九条 国は、小規模企業が単独で又は共同して行う事業活動であって、地域住民の生活の向上及び交流の促進に資するものを推進するため、小規模企業が地域の住民の生活に関する需要に応じて行う商品の販売若しくは役務の提供又は商店街その他の商業の集積の活性化に必要な資金の円滑な供給、助言、情報の提供、普及宣伝の強化その他の必要な施策を講ずるものとする。

(適切な支援体制の整備)

第二十条 国は、小規模企業がその事業の持続的な発展を図るための支援を適切に受けられるよう、独立行政法人中小企業基盤整備機構及び中小企業に関する団体その他の関係者と協力しつつ小規模企業を支援する体制の整備を図るため、これらの者が小規模企業の支援を行うに当たり達成すべき目標を明確化することの促進、これらの者相互間又はこれらの者と地方公共団体若しくは地域住民等との間での連携及び協力の推進その他の必要な施策を講ずるものとする。

(手続に係る負担の軽減)

第二十一条 国は、小規模企業の振興に関する施策を実施するに当たっては、その実施に際して必要となる手続について簡素化又は合理化その他の措置を講ずることにより小規模企業者の負担の軽減を図るよう努めるものとする。

附則

(施行期日)

1 この法律は、公布の日から施行する。

(検討)

2 政府は、この法律施行後十年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

3 中小企業基本法の一部を次のように改正する。

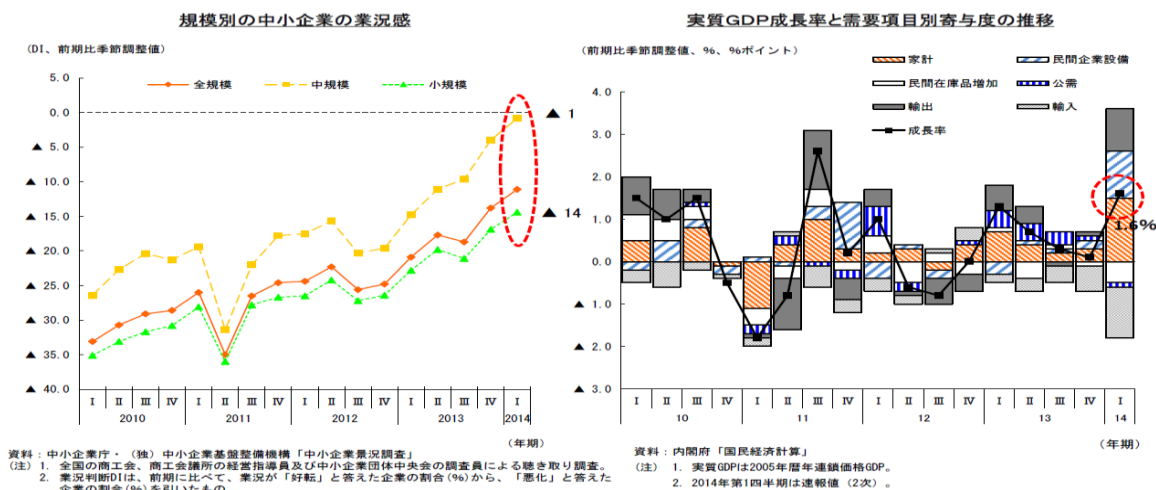
第二十九条第三項中「及び産業競争力強化法」を、「産業競争力強化法」に改め、「(平成二十五年法律第九十八号)」の下に「及び小規模企業振興基本法(平成二十六年法律第九十四号)」を加える。

## ■2014 年度版 中小企業白書（概要版 平成 26(2014) 年 6 月 中小企業庁）

本白書では、小規模事業者に焦点を当て、データや分析などで実証的に小規模事業者の実態や課題を明らかにするとともに、今後の具体的な支援策を打ち出している。

### I 中小企業・小規模事業者の動向

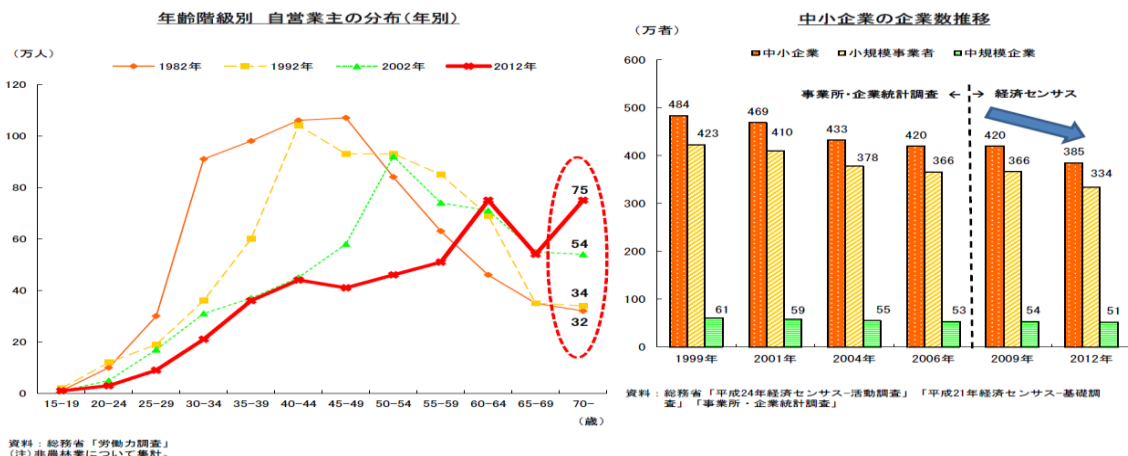
- 日本の景気は、緩やかに回復しており、中小企業の業況も持ち直している。
- 一方で、小規模事業者の景況は全規模、中規模と比較して低い水準にある。今後、こうした小規模事業者にも景気回復の実感を届けていくことが必要。
- GDP 成長率の内訳をみると、消費、公需、輸出、設備投資が成長をけん引。今後、企業活動が活発化し、設備投資が本格的に経済成長をけん引する「好循環」を実現することが課題。



### II 中小企業・小規模事業者が直面する経済・社会構造の変化

#### 1. 人口減少・高齢化

- 2011 年から本格的な人口減少社会に。2040 年には、すべての都道府県で人口が減少。
- 今後、人口減少が加速的に進展し、東京圏でも 2040 年には、1 人の高齢者に対し 1.5 人の若者という高齢化社会となる。
- 経営者も高齢化し、これまでと比較しても 70 歳の年齢階級が最も多い。
- 中小企業・小規模事業者の企業数も減少が続き、直近の 3 年間で 35 万者減少。



## 2. 国際化、就業構造の変化

○製造業の設備投資は、リーマン・ショックまでは国内・海外ともに増加。リーマン・ショック後、景気は急速に落ち込み、国内投資・海外投資ともに減少。その後、2010 年からの景気拡張局面では、国内投資は伸び悩むも、海外投資は着実に増加。

○この 10 年間で、製造業の給与所得者数は減少(265 万人減)に対し、サービス業の給与所得者数は増加(285 万人増)。一方、平均給与は、製造業は微増(2 万円増)に対し、サービス業は大幅に減少(46 万円減)。

## 3. 情報化

○情報技術の発展は著しい。携帯電話の世帯保有率はすでに 9 割超となっており、スマートフォンやタブレット端末も、この 3 年間で急速に普及。これに伴い、消費者の行動も、店頭販売からネット販売へと変化しつつあり、個人向け E C 市場も拡大傾向。

○しかしながら、小規模事業者は、この機会を十分に活かしていない。小規模事業者の半数以上が自社のホームページを持っておらず、自社サイトでの製品販売・予約受付は 1 割程度、ネットショップ等への出店・出品は 1 割を切っている。

## 4. 地域資源の活用

○地域活性化の切り札となり得る地域資源は、どの都道府県・市区町村も有しているとの認識。とりわけ、市区町村では、「農水産品」「観光資源」と答えた自治体が多い。

○地域資源として都道府県が指定した件数割合は「観光資源」が約半数を占めているが、事業計画として認定(活用)された件数割合はわずか 7 %。⇒今後、さらなる活用の余地あり。

○事業計画の申請は 95 %が単者での申請。⇒地域活性化のため、複数者での地域資源の活用を促進すべき。

○人口減少などで需要が縮小する地方経済にとって、観光、とりわけ外国人観光客の誘客による「外貨」獲得は、地域活性化の一つの方向性。

○外国人観光客は、日本の食文化や温泉、自然などに関心あり。有名な観光資源がない地域であっても、食文化を中心に、エコツーリズムや農林業・漁業体験などによって、外国人観光客を引きつけることは十分に可能。

○日本への観光客は、2013 年に初めて 1,000 万人を突破。しかしながら、フランス、アメリカ、中国、韓国などに比べると、外国人観光客は少なく、まだまだ可能性はある。地域を挙げて、外国人観光客の受け入れ態勢を整えることが必要。

### Ⅲ 中小企業・小規模事業者が担う日本の未来

#### 1. 「小規模事業者」の構造分析ー需要開拓こそ最重要課題

○小規模事業者は、地域需要をターゲットとする「地域需要志向型(約 81%)」と、広域需要をターゲットとする「広域需要志向型(約 19%)」の2つに類型化。また、組織面での熟成度によって、5段階のステージに分類化。

○小規模企業振興基本法においては、中小企業基本法の基本理念である「成長戦略」のみならず、技術やノウハウの向上、安定的な雇用の維持などを含む「事業の持続的発展」を位置付け。

○今回の白書においても、同法に基づき、組織面で上のステージを目指さずに、同じステージで継続的発展を目指す「維持・充実型」の小規模事業者にも光を当てた構造分析を行う。

○主な仕入れ先を見ると、「地域需要志向型」は、8割以上を地域内から仕入れ、地域内に販売するため、地域の資金循環に貢献している小規模事業者。

○「広域需要志向型」は、約6割を地域内から仕入れ、地域外に販売するため、「外貨」を獲得してくる小規模事業者(≡「コネクターハブ企業」)。

○地域経済は、このような地域内の資金循環に貢献する「地域型」企業と地域外から「外貨」を獲得してくる「広域型」企業がバランスよく存在することで成り立っている。

○小規模事業者の最大の課題は、「需要・販路開拓」。人口減少・過疎化に伴う需要の減少や、高齢化などに伴う消費者のニーズの変化にどう対応していくかが課題。

○「地域型」は、地域に古くから根差し、住民のニーズに応じて、財やサービスを提供してきた「顔の見える」小規模事業者。今後、大企業は決して参入できない、住民との信頼関係を活かしたニッチな需要の掘り起こしを目指すべき。

○「広域型」は、IT技術の進展などを捉まえて、インターネット販売を通じた国内外の販路開拓や自治体などが主導する大企業・中堅企業とのマッチングなど、独自の技術やサービスの強みを活かした広域な需要開拓を目指すべき。

#### 2. 起業・創業ー新たな担い手の創出

○近年、起業を希望する者である「起業希望者」が急激に減少(160万人台⇒80万人台へと半減)。一方、起業家数は大きく変化しておらず、毎年20~30万人の起業家が一貫して誕生。

○開業率が低い理由として、以下の3つの課題が見えてくる。

(1) 起業意識…「教育制度が十分ではない」「安定的な雇用を求める意識高い」「起業を職業として認識しない」

(2) 起業後の生活・収入の不安定化…「生活が不安定にある不安」「セーフティーネットがない」「再就職が難しい」

(3) 起業に伴うコストや手引き…「起業に要する金銭的成本が高い」「起業にかかる手続きが煩雑」

○「起業意識」を変革していくためには、起業に関心を持ってもらうべく、義務教育から起業家に接するといった起業家教育や、起業はリスクが高いという印象を改め、リスクが低く満足度は高い起業家も多いことを伝えていく。

○「起業後の生活・収入」のため、新たなガイドラインが適用された経営者保障制度や小規模企業共済といったセーフティーネットの充実に加え、失業保険の扱いが課題。さらに、兼業・副業をより促進していくことが必要。

○「起業に伴うコストや手続きの低減」のために、既存企業群が起業家を育てる「誰もが起業家応援会社の構築」や、フランスのような起業すると得する仕組み、先輩起業家や民間支援起業も巻き込んだ相談体制の充実が求められる。

### 3. 次世代へのバトンタッチ

○事業継承の形態は、内部昇格や外部招へいなど、親族以外の第三者への継承が占める割合が増加。こうした現状を踏まえ、今回の白書では「第三者継承」を取り上げ、分析を行う。

○後継者の育成には「3年以上必要」と考えている経営者が8割以上だが、60代で6割、70代で5割、80代でも4割が事業継承の準備ができていない。

○今後、早い段階からの事業継承の準備に着手してもらうよう、きめ細やかな情報提供や意識付けが必要。

○近年、休廃業・解散件数が増加。廃業を決断した理由として、「経営者の高齢化や健康問題」を理由とするものが約5割、「事業の先行き不安」が約1割。

○廃業に関する相談相手は「家族・親族」が約5割、「誰にも相談していない者」が約3割。今回、これまでほとんど把握されてこなかった廃業の実態(廃業時の課題、廃業後の生活など)についても分析し、その実態に迫る。

○第三者継承の支援策としては、外部にまで後継者を求める中小企業・小規模事業者に配慮し、高い事業意欲ある人材を確保して、後継者ニーズのある企業とマッチングさせるとともに、長期的にフォローアップしていく。

○廃業対策としては、①廃業に関する基本的な情報提供、②匿名性に配慮した専門家支援(電話相談)、③小規模企業共済制度のさらなる普及・拡大を図る。

#### 4. 海外展開－成功と失敗の要因を探る

- 旺盛な海外需要を取り込むべく、中小企業・小規模事業者も積極的に海外展開を実施。注目すべきことに、輸出未実施企業のうち、小規模事業者の方が輸出に関心を持っている企業が多い。
- 海外展開を進めるに際して、最大の課題は「販売先の確保」と「信頼できる提携先・アドバイザーの確保」。一方で、既存の公的な海外展開支援機関の利用状況及びその評価は、必ずしも高くない。
- 中小企業・小規模事業者を現地でサポートするため、官民の支援機関でネットワークを構築し、法務・会計・労務、資金調達、人材確保、パートナー発掘などを支援する「海外展開現地支援プラットフォーム」の強化・拡充を図る。
- 海外展開支援を行っている民間起業は、少なくとも1万社、うち総合的なサポートをする企業は最低2,000社。多様化する海外展開ニーズに柔軟に対応していくためには、このような民間の海外展開支援企業との連携も進める。
- 民間の海外展開支援企業の中には、Webのプラットフォームを活用して、世界の同業者と提携し、日本の中小企業の海外展示会への出展支援を行う企業もある。

#### 5. 新しい潮流－課題克服の新しい可能性

- ITを活用して外部資源を活用する「クラウドソーシング」は、必要な時に必要な人材を調達する仕組み。クラウドソーシングにより、経営資源の乏しい中小企業・小規模事業者が長年の経営課題を克服できる可能性。
- ITを活用した資金調達(いわゆる)「クラウドファンディング」により、個人が企業に対して直接出資することが可能になり、様々な理由で金融機関等からの資金調達が困難であった企業の資金調達の可能性が拡大。
- 企業の事業を通じて社会的な課題を解決することから生まれる「社会価値」と「企業価値」は両立可能とするCRSV(Creating and Realizing Shared Value)は、地域に根差した事業を行う中小企業・小規模事業者の一つの「生きる道」にもつながる。
- 中小企業・小規模事業者の事業を通じた地域課題の解決は、地域活性化という「社会価値」を創造するとともに、その恩恵を受けた地域住民の所得向上などをもたらす。さらに、そのことが地域における新たな顧客創出や需要創造をもたらし、企業利益の増大という「企業価値」の創造にもつながる「好循環」を生み出す。そのための取り組みこそ持続的な事業活動を実現するというCRSVの鍵となる。



#### Ⅳ 中小企業・小規模事業者の支援の在り方

##### 1. 国・都道府県・市区町村の連携

○中小企業 385 万者に施策を着実に届けていくためには、国・都道府県・市区町村の連携が不可欠。しかしながら、国・都道府県・市区町村の連携がうまくいっていないのが現状。

○一方で、①ホップステップ型、②棲み分け型、③一体支援型、といった、それぞれの役割分担を踏まえた上で、具体的な連携を進めている自治体もある。

○これらの連携を促進するべく、「施策マップ」の構築に加え、国は、都道府県・市区町村に、早期かつ積極的に説明に行く。

##### 2. 施策マップ

○中小企業・小規模事業者の観点から、国・都道府県・市区町村の施策を目的や分野、必要金額に応じて、「ぐるなび」のように検索でき、かつ、比較・一覧できるシステム(施策マップ)を構築する。

○「価格. com」のように比較できる「比較画面」と、A3サイズで印刷して一覧できる「一覧画面」で構成される。

○中小企業庁の施策のみならず、総務省、厚生労働省、農林水産省、観光庁など他省庁の中小企業向け施策も見ることができる。

##### 3. 支援機関

○385 万者の中小企業を支援していくためには、行政のみならず、認定支援機関をはじめとする、中小企業支援機関同士の連携が重要。

○とりわけ、税・法務関係の中小企業支援機関は、ほかの中小企業支援機関と十分な連携が取れていないことが課題。

##### 4. 連携の事例

○地域の金融機関が、税理士を税・法務関係の専門家として、中小企業支援に巻き込むことで、実現可能性の高い経営改善計画の策定を可能にした事例あり。

○中小企業からの経営相談に対して、自治体と中小企業支援機関が連携してワンストップで対応するなど、魅力的な支援体制を構築している事例も存在。

## 5. 今後の支援の在り方

○全国津々浦々の市区町村においては、商工会・商工会議所が地域の中核（「かかりつけ医」）として、中小企業・小規模事業者に寄り添う「伴走型」の支援を実施。

○中小企業・小規模事業者に対する支援体制をより一層強化するため、本年6月に、全国47都道府県に「よろず支援拠点」を設置。主として、以下の3つの機能を有する。

（1）既存の支援機関では十分に解決できない経営相談に対する「総合的・先進的経営アドバイス」

（2）事業者の課題に応じた適切な「チームの編成を通じた支援」

（3）「的確な支援機関などの紹介」（ワンストップサービス）

○さらに、関係省庁や自治体、公的支援機関などの施策を熟知した上で、どの施策をどう使うべきか、相談者に応じた適切なアドバイスを与える。

## 6. 今後の政策広報の在り方

○中小企業・小規模事業者の約5～6割が国の中小企業施策情報の入手先は不明確としている。そして、約5割は実際に施策情報を入手していない。また、実際に施策の活用まで至るのは約1割に過ぎない、活用した者の約7割は評価している。

○国の中小企業施策情報の入手先として、支援機関や市区町村への期待が高い。このため、今後、都道府県向けのみならず市区町村や支援機関向けのface to faceの施策説明会を、早期かつ積極的に実施する。

○国の中小企業施策情報は、情報量は「少なすぎる」が約4割。タイミングは「タイムリーでない」が約5割、わかりやすさは「わかりにくい」が約5割。

○このため、「施策マップ」やメルマガの充実に加え、施策を企画立案した担当者が、施策立案の背景や想いを込めて、わかりやすく説明する動画を、中小企業庁のポータルサイト「ミラサポ」上に掲載する。

## 7. 地域産業構造分析システムの開発

○民間調査会社が保有する膨大な企業間取引データを活用し、地域経済における産業構造の実態を空間的かつ時系列的に把握し、国、地方自治体による地域産業政策や地域活性化政策の立案を支援するシステムを開発する。

○地域経済に資金を域外から調達し、域内に配分している企業を「コネクターハブ企業（地域中核企業）」という。本システムでこのコネクターハブ企業を抽出することで国や地方自治体などの効果的な政策資源投入につなげる。

## ■2014 年度版 ものづくり白書

(概要版 平成 26(2014) 年 8 月 経済産業省 厚生労働省 文部科学省)

本白書では、各種統計データと平成 25(2013)年度に講じた施策のほか、個別企業の取り組み事例を紹介している。

## 第 1 章 我が国ものづくり産業が直面する課題と展望

### <(1) 背景：我が国製造業の足元の状況>

#### ① 我が国製造業企業の業績改善

■株価の上昇、収益の改善が見られ、さらには賃金引上げの動きが広がる(「経済の好循環」に向けた動き)。我が国製造業は、長らく厳しい競争を強いられてきたが、アベノミクス効果が着実に浸透(図表 1-1)。

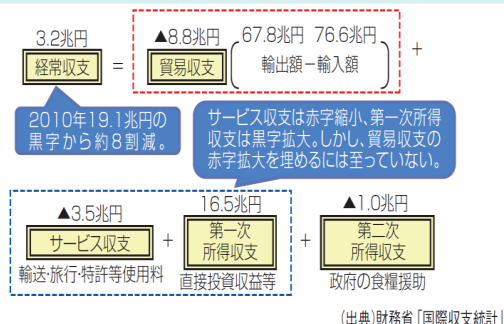
図表 1-1：主要企業の利益

|            | 連結営業利益(単位：億円)   |                 |                    | 賃金引上げ   |               |
|------------|-----------------|-----------------|--------------------|---------|---------------|
|            | 12 年<br>4-12 月期 | 13 年<br>4-12 月期 | 増減                 | ベア      | 一時金           |
| 自動車<br>7 社 | 16,329          | 32,302          | 15,973<br>(97.8%増) | 2,000 円 | 5.7 ヶ月        |
| 電機<br>4 社  | 4,165           | 7,213           | 3,048<br>(73.1%増)  | 2,000 円 | 基本的には<br>業績連動 |

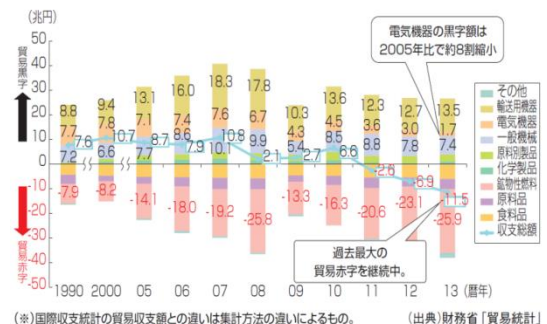
#### ② 経常収支の黒字縮小と少子化・人口減少の中で求められる製造業の役割

■一方で、経常収支は 3 年連続で黒字縮小。特に、貿易収支については過去最大の貿易赤字を計上(図表 1-2、3)。燃料輸入増大やエレクトロニクス産業の黒字縮小が主因であるものの、円安下においても輸出(特に輸出数量)が回復しにくい状況。生産拠点の海外移転による影響もあり。

図表 1-2：経常収支構造の内訳(2013 年)



図表 1-3：日本の貿易収支の推移



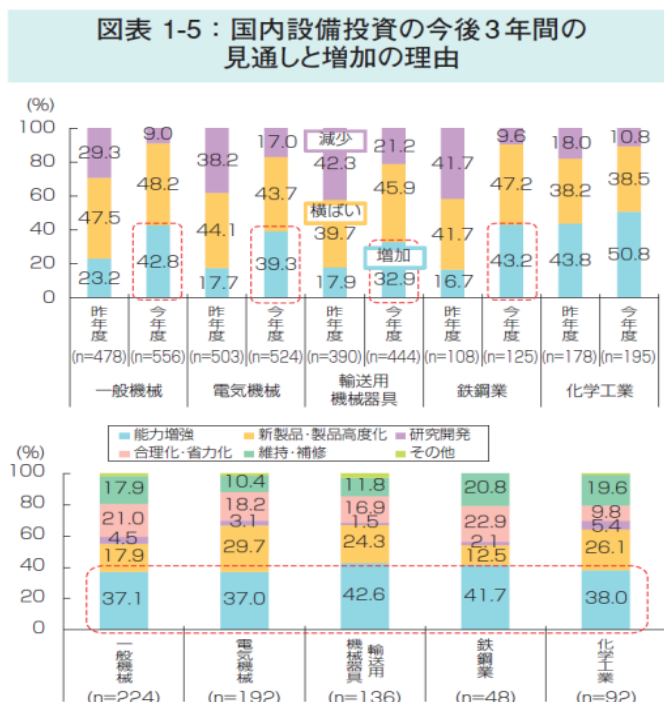
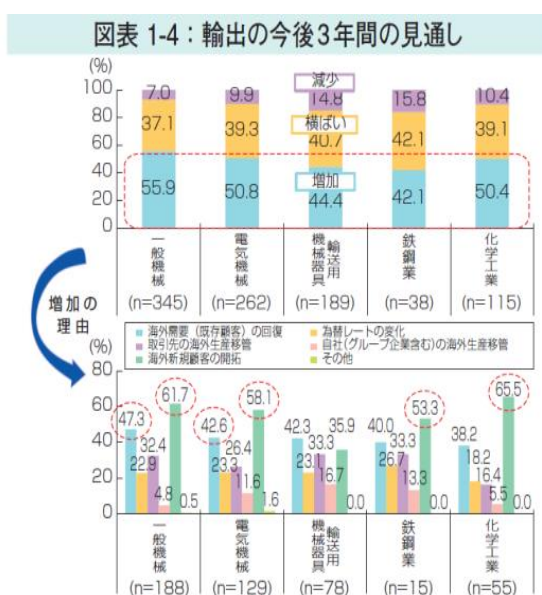
■さらには、少子化・人口減少に伴う国内市場の縮小と、生産年齢人口の減少、労働力の不足が一層懸念されるところ、製造業が国内に基盤を維持し、一人当たりの生産性を高め、付加価値の高い製品を生産することを通じ、域内外から稼ぐ必要がある。

## ＜(2)方向性：我が国製造業の競争力強化に向けて＞

### ① 国内生産基盤・輸出力の強化と海外で稼ぐためのインフラ整備

#### (ア)輸出を支える国内生産基盤の維持・強化

■為替水準の安定と輸出先景気の改善などにより、今後の輸出増加を期待する声が多い状況(図表1-4)。さらには、為替の円安方向の推移に加えて、国内でのものづくりをあらためて評価する動きあり。今後は能力増強を中心に国内投資を拡大しようとする兆しがかえる(図表1-5)。



■こうした兆しを確実なものとするため、国内生産拠点の高度化(図表1-6)や新市場の創出とともに、「立地競争力」の強化が求められる(電力コスト対策や法人実効税率の在り方の検討が重要)。

図表 1-6：国内拠点の高度化

| 多様な顧客ニーズへの短期対応                                                                                                                  | 周辺業種サプライヤーと一丸となったものづくり                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>〈富士通(株)〉</p> <p>高い生産性、高品質や短納期を武器に、顧客の様々なニーズに応えられるよう、多品種少量生産に対応。</p> <p>人と機械の協調を目指し、汎用ロボットを活用して自動化を推進。中国と比較して10分の1の人員で生産。</p> | <p>〈ダイキン工業(株)〉</p> <p>国内生産が難しくなりつつあるエアコン業界において、海外市場開拓を視野に、国内の産業集積の厚みを活かし、多業種のサプライヤーを巻き込みながら、製品の高付加価値化と低コスト生産を両立。</p> |

(イ)新たな輸出の担い手の育成

■自動車等の輸出維持に加え、セットメーカー、大企業のみによらず裾野広く輸出で稼いでいくことが必要。輸出に力を入れ国内サプライチェーンに広がりもあるグローバルニッチトップ企業の支援や製造業ベンチャー企業の創出・育成を、地域経済も含めた日本全体で行っていくことが必要(図表1-7)。

図表 1-7：新たな輸出の担い手

<(株)明石合銅(石川県白山市)>

高速・高圧に対応したシリンドロックスを開発。パワーショベルの基幹部品として大手建機メーカーに供給し、世界シェア5割を超えるグローバルニッチトップ企業。

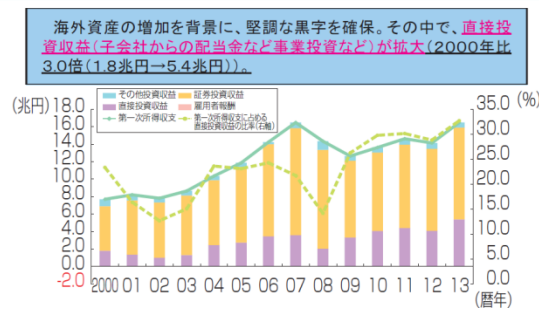
<スバイパー(株)(山形県鶴岡市)>

慶応大学先端生命科学研究所発のバイオベンチャー。クモ糸の組成にヒントを得た合成繊維の活用に向けて、域外の自動車部品メーカーとも連携。

(ウ)グローバル需要の取り込み、経常収支維持のための海外収益還元促進

■成長市場に対応し収益力を高めていくためには、事業分野・工程によっては海外での投資・生産は不可逆な流れ。経常収支の黒字が縮小する中で、貿易収支の赤字拡大は埋められずとも、所得収支黒字は拡大(製造業の海外展開による事業投資収益等)(図表1-8)し、サービス収支は赤字が縮小(海外展開に伴うロイヤリティ収入の増加等)。

図表 1-8：所得収支の推移



■こうした海外展開の加速に伴う富を確実に確保し国内への環流させるために、官民一体で様々な障壁を取り除いていくことが必要。

## ② 事業環境が変化する中での「稼ぐ力」向上

### (ア) 稼げるビジネスモデルの構築

■国内で付加価値の高い製品を生産し続けていくためには、新たな事業環境の変化に対応していく必要がある。新たなモノの作り方としてデジタルものづくり(3Dプリンタなど)(図表1-9)や、自動車に代表されるモジュール化の進展に伴い、モノの作り方やサプライチェーン構造が大きく変化(高付加価値領域と低付加価値領域の二極化)。さらには、製品自体の付加価値が希薄化する中で、単なるものづくりを超えた事業の在り方を模索することが必要。

図表 1-9：3Dプリンタ等による経済波及効果



■このような状況下で価値創造の源泉を獲得するため、サプライチェーン内での稼げるビジネスモデルの構築(従来の系列外、地域外からも稼げる中小・中堅企業の育成や、自らに有利な競争上のルール整備等)や、高収益のビジネスモデルの確立(サービス提供との組合せ、デザインやブランド化等、事業の高付加価値化やビジネスモデルの変革等)(図表1-10)が必要。

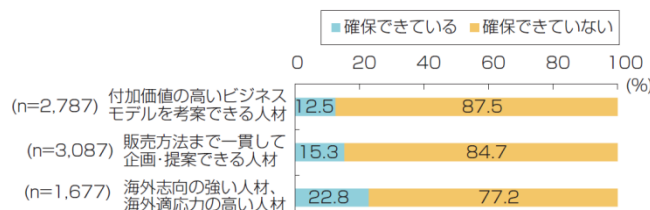
図表 1-10：ビジネスモデルの工夫例

<オリンパス(株)(内視鏡)>  
手術時の患者負担が少ない内視鏡を国内で生産し、新興国に展開させるため、上海に現地の医師・技師のためのトレーニングセンターを設立し、機器とサービスを一体的に展開。

### (イ) 事業環境の変化に対応した人材育成

■(i)生産技術、市場戦略を含めたイノベーション人材、(ii)機械と人の適切な棲み分けを踏まえた現場の技能工、(iii)海外展開、M&A対応など企業価値向上につなげていくマネジメント人材(高度人材)(図表1-11)の育成と確保が必要。

図表 1-11：高度人材の確保



### (ウ) ITと外部資源の活用

■収益に繋がるIT投資の促進や外部経営資源の活用(M&A等)が必要。



## 第2章 成長戦略を支えるものづくり人材の確保と育成

※掲載しているグラフは(独)労働政策研究・研修機構「ものづくり企業の新事業展開と人材育成に関する調査」

(2013 年)による

■人材こそが我が国が世界に誇る最大の資源。人口減少・少子高齢化社会が進展する中、労働力を質・量の両面で確保していくことが喫緊の課題。

■成長戦略の下、雇用・所得の拡大による経済の「好循環」を実現するためには、企業と労働者の双方が構造変化に対応していくことが必要。ものづくり産業でも企業が成長分野に進出していくことに併せて、労働者も能力開発によって新たな能力を獲得し、人材力を強化していくことが重要。

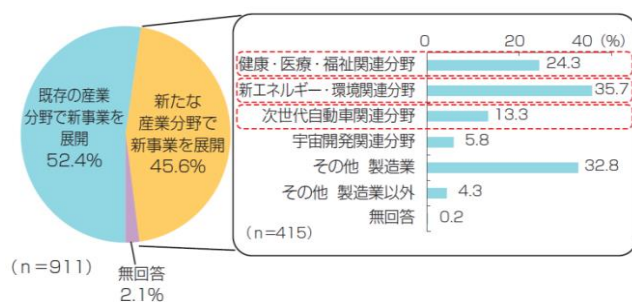
■ものづくり産業は特定の地域に集積する傾向があるが、そこでの従事者は減少。成長戦略を支えるためには、ものづくり産業の地域における人材育成も重要。

### (1) 成長分野に進出するに当たっての人材育成(新事業を担う人材の確保が課題)

■従業員30 人以上の製造業を調査したところ、4 割半ばの企業が新事業展開を行っている(行っていた、検討中も含む。以下同じ。)

■これらの新事業展開企業のうち、4 割半ばが「新たな産業分野で新事業展開」を行っており、新たな産業分野としては、「新エネルギー・環境関連分野」、「健康・医療・福祉関連分野」、「次世代自動車関連分野」等、成長戦略に沿った分野の事業展開がされている(図表 2-1、2-2)。

図表 2-1 新事業展開の内容と進出した産業分野(複数回答)

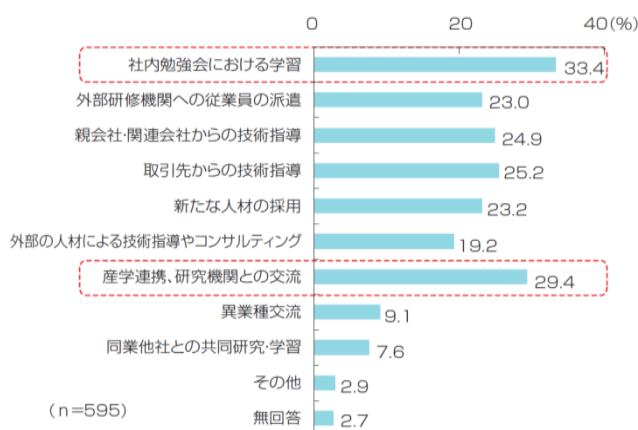


図表 2-2 人工関節研磨風景



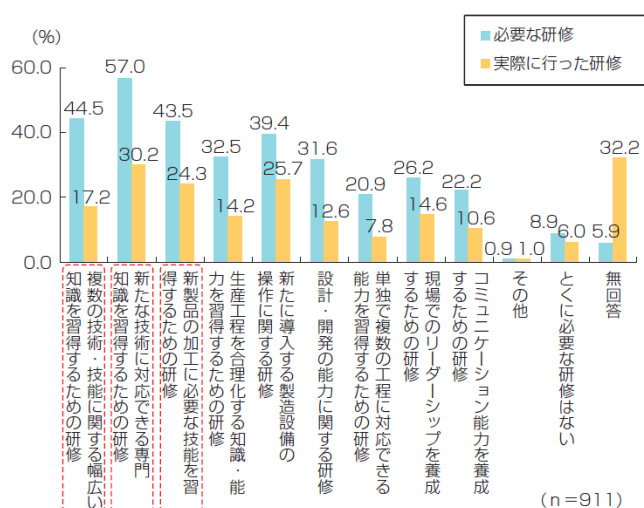
■新事業展開企業のうち、大きな技術変化があった企業は6割半ばであり、「社内勉強会における学習」、「産学連携、研究機関との交流」等様々な取組で新たな技術を吸収・融合している(図表2-3)。

図表 2-3 新たな技術の吸収・融合の仕方(複数回答)



■新事業展開企業が考える「新事業展開を行う際に技能系正社員に必要な研修」としては、「複数の技術・技能に関する幅広い知識を習得するための研修」、「新たな技術に対応できる専門知識を習得するための研修」、「新製品の加工に必要な技能を習得するための研修」等が多いが、必要だと思っけていても実際には実施できていない研修が多い(図表2-4)。

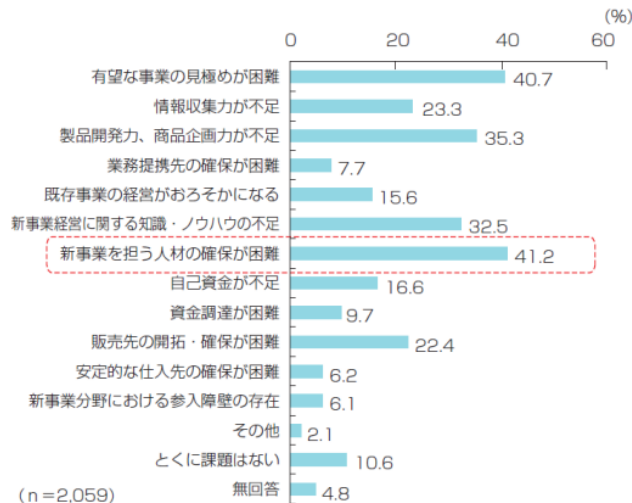
図表 2-4 必要な研修と実際に行った研修(複数回答)





■新事業展開の課題としては、「新事業を担う人材の確保が困難」が一番多い(図表 2－5)。

図表 2-5 新事業展開に当たっての課題(複数回答)



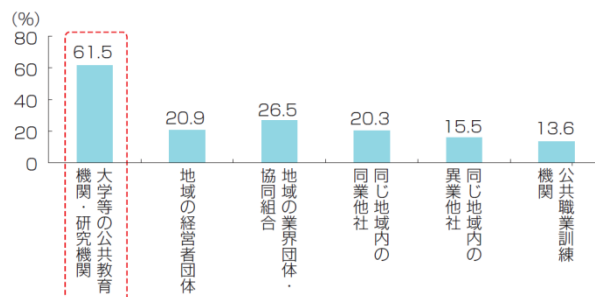
■成長分野に進出するに当たって求められる人材育成施策としては、①訓練を実施する事業主への助成の充実、②熟練技能者による若年技能者への技能継承の推進、③新事業展開する企業のニーズに応じた訓練の実施、④人材育成を行う上で重要となる職業能力評価の充実等が想定される。

## (2) 地域における連携を通じた成長戦略を支える人材育成(自社ニーズにあった機関を見つけることが課題)

■事業活動に関する情報収集や新技術獲得等を目的とした、社外や地域の他機関との連携については、「連携したことがある」、「連携を検討している」を合わせると 5 割強。

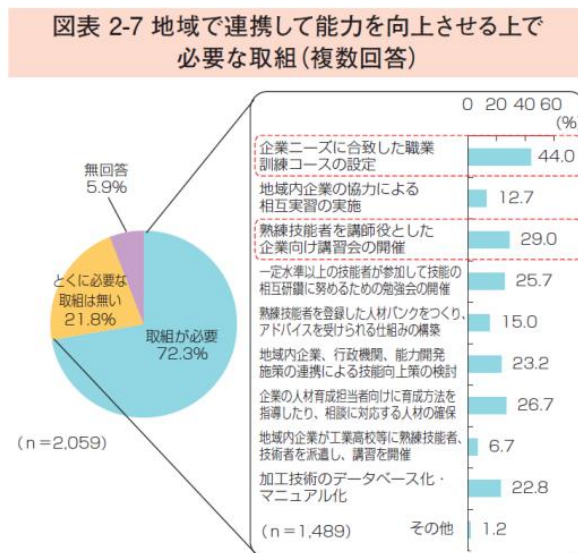
■連携相手としては、とりわけ「大学等の公共教育機関・研究機関」が多い(図表 2－6)。

図表 2-6 社外や地域の他機関で連携した相手(複数回答)



■公共職業訓練機関との連携内容としては、「研修・セミナーの受講や実施」、「募集・採用活動」が多く、5 割強となっている。

■地域で連携して技能系正社員の能力を向上させるために必要と回答された取組としては、「企業ニーズに合致した職業訓練コースの設定」、「熟練技能者を講師役とした企業向け講習会の開催」等がある(図表2-7)。



■地域で連携を進める上での課題としては、「自社のニーズにあった地域・社外の他機関がなかなか見つからない」が多い。

■地域でのものづくり人材育成のために求められる施策としては、①地域における訓練資源の情報発信の強化、②地域の関係機関の協働による訓練コースの開発等が想定される。

### (3) 今後の方向性

■成長産業の中には製造業そのものや製造業に関連が深いものも多く、今後は、ものづくり産業の中での成熟産業から成長産業への転換・進出に併せて、労働者に対しても能力開発が進められるよう公的支援を行っていくことが重要。

■ものづくり産業が地域に集積する傾向があることは人材育成を進める上での強み。地域の中で地域に必要な成長戦略を支えるものづくり人材を育成することができるよう企業ニーズに即した情報提供や連携支援を行うことが重要。

#### (4) 成長戦略を支えるものづくり人材の育成を支援・促進する現行の施策

- より効果的なものづくり訓練の実施(ポリテクセンター等による成長分野の訓練ニーズを踏まえた訓練等)
- 若者のものづくり離れへの対応(ものづくりマイスター制度、各種表彰・競技大会等)(図表2-8)

図表 2-8 ものづくりマイスターの指導風景(写真左)  
技能五輪国際大会での日本人選手の活躍(写真右)



- 個人、企業等それぞれの立場で活用できる職業能力評価の充実(技能検定等)

### 第3章 ものづくりの基盤を支える教育・研究開発

#### <(1) ものづくり人材育成における大学(工学系)、高等専門学校、専門高校、専修学校の取組(図表3-1)>

■ 大学(工学系)では、産業界と連携した実践的な工学教育を実施。今後、大学教育の国際水準の確保に向けた取組の推進など、大学等における理工系人材育成を戦略的に進めていく。

■ 高等専門学校では、実験・実習を中心とする体験重視型の専門教育を実施(図表3-2)。また、2013年度にモデル・コアカリキュラムを導入し、グローバル化に向けた取組を実施。

図表 3-1 卒業者の職業別就職者数(2012年度)

|                       | 高等学校<br>(工業に関する学科) | 高等専門学校           | 大学<br>(工学関連学部)    |
|-----------------------|--------------------|------------------|-------------------|
| 就職者数                  | 52,293             | 5,845            | 45,714            |
| 製造業就職者数(割合)           | 28,314<br>(54.1%)  | 3,162<br>(54.1%) | 12,770<br>(27.9%) |
| 専門的・技術的<br>職業従事者数(割合) | 5,325<br>(10.2%)   | 5,416<br>(92.7%) | 33,808<br>(74.0%) |

資料：文部科学省「学校基本調査」

図表 3-2 全国高等専門学校ロボットコンテスト



■専門高校では、地域の伝統産業を支える技術者等の養成、長期の産業現場における実践的な学習活動等、様々な特色ある取組を実施(図表3-3)。

図表 3-3 地域におけるものづくり人材育成の取組  
(福島県立郡山北工業高等学校)



■専修学校では、地域の産業界等と連携した実践的で専門的な知識・技術を向上させる取組を実施。また、企業等と密接に連携し、実践的な職業教育の質の確保に取り組む「職業実践専門課程」を認定。

■文部科学省では、グローバル人材に求められる能力を育成する大学の取組や海外の大学との教育連携を支援するほか、2014年度から国際化を推進する大学を支援。高等専門学校では、海外インターンシッププログラムを実施。

#### <(2)ものづくり人材を育む教育・文化の基盤の充実>

■科学技術を支える理数教育の充実のために、理科観察・実験アシスタントの配置の支援や教員の資質・指導力向上のための取組、理科教育設備の充実等、人的・物的の両面から支援を実施。

■女性研究者の研究と出産・育児・介護等との両立を図るための環境整備を行う大学等を支援する取組や、女子中高生の理系分野への進路選択を支援する取組を実施(図表3-4)。

図表 3-4 女子中高生の夏の学校 2013  
(国立女性教育会館)



■初等中等段階におけるキャリア教育・職業教育充実の一環としてインターンシップの推進。

■社会人の学び直しのため、大学等が産業界と協働して、オーダーメイド型の職業教育プログラムを開発・実施するとともに、若者等の学び直しの支援のための奨学金制度の弾力的運用を実施していく。

■日本科学未来館では、持続可能な社会システム等について考える機会を提供。国立科学博物館では、ものづくりへの関心を高める展示・学習支援活動を実施。

■重要無形文化財の伝承者養成や、選定保存技術の保護など、ものづくりの伝統を後世に継承する取組を実施。

### ＜（３）産業力強化のための研究開発の推進＞

#### ①ものづくりに関する基盤技術の研究開発

■診断技術の向上、患者の負担軽減及び医療費抑制に貢献できる計測分析技術・機器の開発を推進。

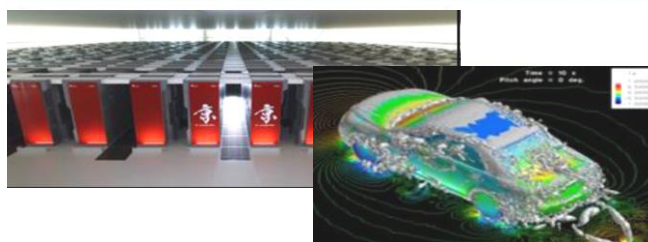
■大型放射光施設（SPring-8）、X線自由電子レーザー施設（SACLA）、大強度陽子加速器施設（J-PARC）の共用を促進し、光・量子科学技術を用いたものづくりに関する研究開発を支援（図表３－５）。

図表 3-5 SACLA 全景



■世界最高水準の計算性能を有するスーパーコンピュータ「京」は、2012 年 9 月末に共用を開始。「京」を最大限活用し、新薬開発プロセスの高度化や、ものづくりの革新など産業競争力の強化に資する画期的な成果を創出（図表３－６）。

図表 3-6 スーパーコンピュータ「京」と  
自動車の風洞解析シミュレーション

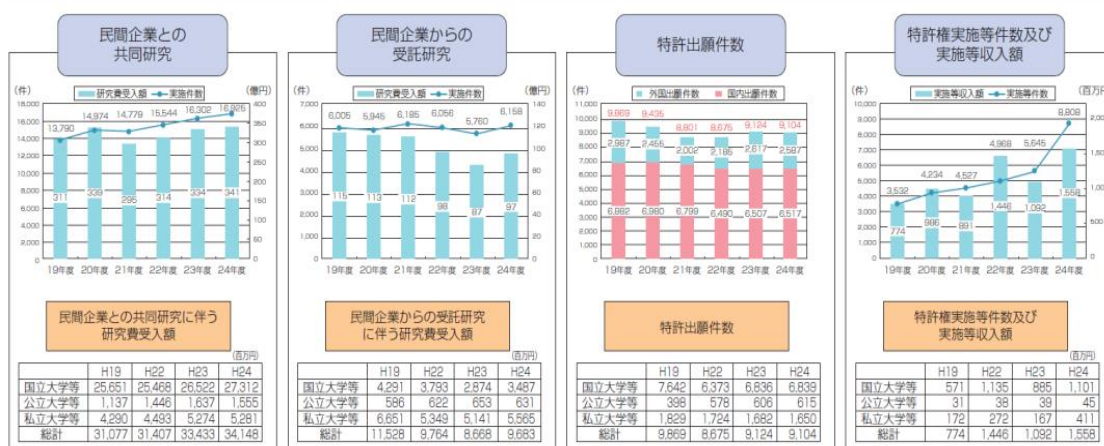




## ②産学官連携を活用した研究開発の推進(図表3-7)

- 10年後、どのように「人や社会が変わるべき」か、その目指すべき社会像を見据えたビジョンの実現へ向けて革新的なイノベーションの創出や、地域資源を活用したイノベーション創出等に向けたチャレンジング・ハイリスクな研究開発拠点の構築を推進。
- 文部科学省では、2012年度から、世界市場を目指す大学等発ベンチャーを創出する取組等を実施。
- 各地域における地域イノベーションの創出に資する優れた構想の実現に向けた取組に対して支援。

図表 3-7 大学等における共同研究数等の推移



※国公立大学(短期大学を含む)、国公立高等専門学校、大学共同利用機関が対象。

※百万円未満の金額は四捨五入しているため、「総計」と「国公立大学等の小計の合計」は、一致しない場合がある。

(出典) 文部科学省「平成24年度 大学等における産学連携等実施状況について」(参照) [http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shinkou/sangaku/1342314.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shinkou/sangaku/1342314.htm)

## ＜地方創生関連＞

### ■まち・ひと・しごと創生法(本文)

平成 26 年 11 月 28 日公布

#### 第 1 章 総則

##### (目的)

第 1 条 この法律は、我が国における急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくためには、国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保及び地域における魅力ある多様な就業の機会の創出を一体的に推進すること(以下「まち・ひと・しごと創生」という。)が重要となっていることに鑑み、まち・ひと・しごと創生について、基本理念、国等の責務、政府が講ずべきまち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施するための計画(以下「まち・ひと・しごと創生総合戦略」という。)の作成等について定めるとともに、まち・ひと・しごと創生本部を設置することにより、まち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施することを目的とする。

##### (基本理念)

第 2 条 まち・ひと・しごと創生は、次に掲げる事項を基本理念として行われなければならない。

- 1 国民が個性豊かで魅力ある地域社会において潤いのある豊かな生活を営むことができるよう、それぞれの地域の実情に応じて環境の整備を図ること。
- 2 日常生活及び社会生活を営む基盤となるサービスについて、その需要及び供給を長期的に見通しつつ、かつ、地域における住民の負担の程度を考慮して、事業者及び地域住民の理解と協力を得ながら、現在及び将来におけるその提供の確保を図ること。
- 3 結婚や出産は個人の決定に基づくものであることを基本としつつ、結婚、出産又は育児についての希望を持つことができる社会が形成されるよう環境の整備を図ること。
- 4 仕事と生活の調和を図ることができるよう環境の整備を図ること。
- 5 地域の特性を生かした創業の促進や事業活動の活性化により、魅力ある就業の機会の創出を図ること。
- 6 前各号に掲げる事項が行われるに当たっては、地域の実情に応じ、地方公共団体相互の連携協力による効率的かつ効果的な行政運営の確保を図ること。
- 7 前各号に掲げる事項が行われるに当たっては、国、地方公共団体及び事業者が相互に連携を図りながら協力するよう努めること。

(国の責務)

第3条 国は、前条に定める基本理念(以下「基本理念」という。)にのっとり、まち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に策定し、及び実施する責務を有する。

2 国の関係行政機関は、まち・ひと・しごと創生に関する施策の効率的かつ効果的な実施が促進されるよう、相互に連携を図りながら協力しなければならない。

3 国は、地方公共団体その他の者が行うまち・ひと・しごと創生に関する取組のために必要となる情報の収集及び提供その他の支援を行うよう努めなければならない。

4 国は、教育活動、広報活動その他の活動を通じて、まち・ひと・しごと創生に関し、国民の関心と理解を深めるよう努めなければならない。

(地方公共団体の責務)

第4条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、まち・ひと・しごと創生に関し、国との適切な役割分担の下、地方公共団体が実施すべき施策として、その地方公共団体の区域の実情に応じた自主的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(事業者の努力)

第5条 事業者は、基本理念に配意してその事業活動を行うとともに、国又は地方公共団体が実施するまち・ひと・しごと創生に関する施策に協力するよう努めなければならない。

(国民の努力)

第6条 国民は、まち・ひと・しごと創生についての関心と理解を深めるとともに、国又は地方公共団体が実施するまち・ひと・しごと創生に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(法制上の措置等)

第7条 国は、まち・ひと・しごと創生に関する施策を実施するため必要な法制上又は財政上の措置その他の措置を講ずるものとする。

## 第2章 まち・ひと・しごと創生総合戦略

第8条 政府は、基本理念にのっとり、まち・ひと・しごと創生総合戦略を定めるものとする。

2 まち・ひと・しごと創生総合戦略は、次に掲げる事項について定めるものとする。

一 まち・ひと・しごと創生に関する目標

二 まち・ひと・しごと創生に関する施策に関する基本的方向

三 前二号に掲げるもののほか、政府が講ずべきまち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施するために必要な事項

3 まち・ひと・しごと創生本部は、まち・ひと・しごと創生総合戦略の案を作成するに当たっては、人口の現状及び将来の見通しを踏まえ、かつ、第十二条第二号の規定による検証に資するようまち・ひと・しごと創生総合戦略の実施状況に関する客観的な指標



を設定するとともに、地方公共団体の意見を反映させるために必要な措置を講ずるものとする。

- 4 内閣総理大臣は、まち・ひと・しごと創生本部の作成したまち・ひと・しごと創生総合戦略の案について閣議の決定を求めるものとする。
- 5 内閣総理大臣は、前項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、まち・ひと・しごと創生総合戦略を公表するものとする。
- 6 政府は、情勢の推移により必要が生じた場合には、まち・ひと・しごと創生総合戦略を変更しなければならない。
- 7 第三項から第五項までの規定は、まち・ひと・しごと創生総合戦略の変更について準用する。

### 第3章 都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略及び市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略

(都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略)

第9条 都道府県は、まち・ひと・しごと創生総合戦略を勘案して、当該都道府県の区域の実情に応じたまち・ひと・しごと創生に関する施策についての基本的な計画(以下「都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略」という。)を定めるよう努めなければならない。

- 2 都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略は、おおむね次に掲げる事項について定めるものとする。

- 一 都道府県の区域におけるまち・ひと・しごと創生に関する目標
- 二 都道府県の区域におけるまち・ひと・しごと創生に関し、都道府県が構すべき施策に関する基本的方向
- 三 前二号に掲げるもののほか、都道府県の区域におけるまち・ひと・しごと創生に関し、都道府県が講ずべき施策を総合的かつ計画的に実施するために必要な事項

- 3 都道府県は、都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略を定め、又は変更したときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

(市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略)

第10条 市町村(特別区を含む。以下この条において同じ。)は、まち・ひと・しごと創生総合戦略(都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略が定められているときは、まち・ひと・しごと創生総合戦略及び都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略)を勘案して、当該市町村の区域の実情に応じたまち・ひと・しごと創生に関する施策についての基本的な計画(次項及び第三項において「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」という。)を定めるよう努めなければならない。

- 2 市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略は、おおむね次に掲げる事項について定めるものとする。

- 一 市町村の区域におけるまち・ひと・しごと創生に関する目標

二 市町村の区域におけるまち・ひと・しごと創生に関し、市町村が講ずべき施策に関する基本的方向

三 前二号に掲げるもののほか、市町村の区域におけるまち・ひと・しごと創生に関し、市町村が講ずべき施策を総合的かつ計画的に実施するために必要な事項

3 市町村は、市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略を定め、又は変更したときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

#### 第4章 まち・ひと・しごと創生本部

(設置)

第11条 まち・ひと・しごと創生総合戦略の推進を図るため、内閣に、まち・ひと・しごと創生本部(以下「本部」という。)を置く。

(所掌事務)

第12条 本部は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 まち・ひと・しごと創生総合戦略の案の作成及び実施の推進に関すること。

二 まち・ひと・しごと創生総合戦略についてその実施状況の総合的な検証を定期的に行うこと。

三 前二号に掲げるもののほか、まち・ひと・しごと創生に関する施策で重要なものの企画及び立案並びに総合調整に関すること。

(組織)

第13条 本部は、まち・ひと・しごと創生本部長、まち・ひと・しごと創生副本部長及びまち・ひと・しごと創生本部員をもって組織する。

(まち・ひと・しごと創生本部長)

第14条 本部の長は、まち・ひと・しごと創生本部長(以下「本部長」という。)とし、内閣総理大臣をもって充てる。

2 本部長は、本部の事務を総括し、所部の職員を指揮監督する。

(まち・ひと・しごと創生副本部長)

第15条 本部に、まち・ひと・しごと創生副本部長(次項及び次条第二項において「副本部長」という。)を置き、国務大臣をもって充てる。

2 副本部長は、本部長の職務を助ける。

(まち・ひと・しごと創生本部員)

第16条 本部に、まち・ひと・しごと創生本部員(次項において「本部員」という。)を置く。

2 本部員は、本部長及び副本部長以外の全ての国務大臣をもって充てる。

(資料の提出その他の協力)

第 17 条 本部は、その所掌事務を遂行するため必要があると認めるときは、関係行政機関、地方公共団体、独立行政法人(独立行政法人通則法(平成十一年法律第百三号)第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。)及び地方独立行政法人(地方独立行政法人法(平成十五年法律第百十八号)第二条第一項に規定する地方独立行政法人をいう。)の長並びに特殊法人(法律により直接に設立された法人又は特別の法律により特別の設立行為をもって設立された法人であつて、総務省設置法(平成十一年法律第九十一号)第四条第十五号の規定の適用を受けるものをいう。)の代表者に対して、資料の提出、意見の表明、説明その他必要な協力を求めることができる。

2 本部は、その所掌事務を遂行するために特に必要があると認めるときは、前項に規定する者以外の者に対しても、必要な協力を依頼することができる。

(事務)

第 18 条 本部に関する事務は、内閣官房において処理し、命を受けて内閣官房副長官補が掌理する。

(主任の大臣)

第 19 条 本部に係る事項については、内閣法(昭和二十二年法律第五号)にいう主任の大臣は、内閣総理大臣とする。

(政令への委任)

第 20 条 この法律に定めるもののほか、本部に関し必要な事項は、政令で定める。

## 附 則

(施行期日)

1 この法律は、公布の日から施行する。ただし、第二章から第四章までの規定は、公布の日から起算して一月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

2 政府は、この法律の施行後五年以内に、この法律の施行の状況について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

## ■まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」(概要)

「長期ビジョン」は、日本の人口の現状と将来の姿を示し、人口問題に関する国民の認識の共有を目指すとともに、今後、取り組むべき将来の方向を提示するものである。

### I. 人口問題に対する基本認識 -国民の認識の共有が最も重要

#### 1. 「人口減少時代」の到来

- ・2008年に始まった人口減少は、今後加速度的に進む。

2020年代初めは毎年60万人程度の減少だが、2040年代頃には年100万人程度の減少にまで加速する。

- ・人口減少の状況は、地域によって大きく異なる。

人口減少は、①第一段階(若年減少、老年増加)、②第二段階(若年減少、老年維持・微減)、③第三段階(若年減少、老年減少)を経て進行。東京都区部や中核市は「第一段階」だが、地方は既に「第二・三段階」に突入。2010～2040年の間に、東京都区部は6%減に対して、人口5万人以下の地方都市は28%減、過疎地域市町村は40%減で、人口急減という事態。

- ・人口減少は地方から始まり、都市部へ広がっていく。

地方は、若い世代が東京圏へ流出する「社会減」と、出生率が低下する「自然減」の両者により、都市部に比べ数十年も早く人口減少。地方の人口が減少し、地方から大都市への人材供給が枯渇すると、いずれ大都市も衰退。

#### 2. 「人口減少」が経済社会に与える影響

- ・人口減少は、経済社会に対して大きな重荷となる。

人口減少に伴う高齢化の結果、経済規模が縮小し、一人当たりの国民所得が低下するおそれ(人口オーナス)。

- ・地方では、地域経済社会の維持が重大な局面を迎える。

このまま推移すると、2050年には、現在の居住地域の6割以上で人口が半分以上に減少、2割の地域では無居住化すると推計されている。

#### 3. 東京圏への人口の集中

- ・東京圏には過度に人口が集中している。

東京圏への集中度合いは国際的にも高い水準。東京圏は、長時間通勤、住宅価格の高さ、待機児童問題等様々な課題を抱えている。

- ・今後も東京圏への人口流入が続く可能性が高い。

人口流入は東京圏だけ(年間転入超過数：約10万人)であり、今後、東京オリンピックの開催や高齢化の進展は人口流入を増幅させる可能性。

- ・東京圏への人口の集中が、日本全体の人口減少に結び付いている。

このまま推移すると、「過密の東京圏」と「人口が極端に減った地方」が併存しながら

人口減少が進行。地方に比べ低い出生率の東京圏に若い世代が集中することによって、日本全体としての人口減少に結び付いている。

## Ⅱ. 今後の基本的視点

### 1. 人口減少問題に取り組む意義

- ・人口減少に対する国民の危機感が高まっている。

世論調査結果(2014年8月)では、9割以上の国民が「人口減少は望ましくない」と回答。

- ・的確な政策を展開し、官民挙げて取り組めば、未来は開ける。

先進国の中でも、いったん出生率が低下しながら、回復している国々が存在(フランス：1993年1.66→2010年2.0、スウェーデン：1999年1.50→2010年：1.98)。

- ・人口減少への対応は、「待ったなし」の課題である。

出生率の向上が早いほど、効果は大きい。出生率の向上が5年遅れるごとに、将来の定常人口は概ね300万人ずつ減少。

### 2. 今後の基本的視点

- ・3つの基本的視点から取り組む。

人口減少に歯止めをかける「積極戦略」と、人口減少に対応するための「調整戦略」を同時に推進。

①「東京一極集中」の是正

②若い世代の就労・結婚・子育ての希望の実現

③地域の特性に即した地域課題の解決

- ・国民の希望の実現に全力を注ぐ。

第一に、地方への移住の希望に応え、地方への新しいひとの流れをつくる。東京都在住者の4割は「移住する予定」又は「今後検討したい」という調査結果。

第二に、若い世代の就労・結婚・子育ての希望を実現する。18～34歳の未婚男女の9割程度は結婚の意思、また、夫婦が予定する平均子ども数は2010年で2.07人。

- ・若い世代の結婚・子育ての希望に応える。

結婚の希望の実現のためには、「質」を重視した雇用を確保し、安定的な経済的基盤の確保をすることが必要。「子育て支援」は喫緊の課題。また、男女ともに子育てと就労を両立させる「働き方」の実現が重要。

### Ⅲ. 目指すべき将来の方向

#### 1. 「活力ある日本社会」の維持のために

今後目指すべき将来の方向は、将来にわたって「活力ある日本社会」を維持することである。

- ・人口減少に歯止めをかける。

出生率が人口置換水準(2.07)に回復することが人口が安定する必須の条件。OECDレポート(2005年)では、日本は育児費用軽減や育児休業の取得促進、保育サービス拡充等の対策が講じられれば、出生率は2.0まで回復する可能性があるとの推計。

- ・若い世代の希望が実現すると、出生率は1.8程度に向上する。

国民希望出生率1.8は、OECD諸国の半数近くが実現。我が国においてまず目指すべきは、若い世代の結婚・子育て希望の実現に取り組み、出生率の向上を図ること。

- ・人口減少に歯止めがかかると、2060年に1億人程度の人口が確保される。

2030～2040年頃に出生率が2.07まで回復した場合、2060年には総人口1億人程度を確保し、2090年頃には人口が定常状態になると見込まれる。

- ・さらに、人口構造が「若返る時期」を迎える。

人口減少に歯止めがかかると、高齢化率は2050年に35.3%でピークに達した後は低下し始め、2090年頃には現在とほぼ同水準の27%程度にまで低下する。若返りにより、「働き手」の増加が経済成長を牽引するなど経済的に好環境となる(人口ボーナス)。さらに高齢者が「健康寿命」を延ばすと、事態はさらに改善。

- ・「人口の安定化」とともに「生産性の向上」が図られると、2050年代に実質GDP成長率は、1.5～2%程度が維持される。

#### 2. 地方創生がもたらす日本社会の姿

- ・自らの地域資源を活用した、多様な地域社会の形成を目指す。

地方創生が目指すのは、地域に住む人々が、自らの地域の未来に希望を持ち、個性豊かで潤いのある生活を送ることができる地域社会を形成すること。人口拡大期の全国一律のキャッチアップ型の取り組みではなく、地方自らが地域資源を掘り起こし、それらを活用する取り組みが必要。また、地方分権の確立が基盤となる。

- ・外部との積極的なつながりにより、新たな視点から活性化を図る。

都市部から地方への新しいひとの流れを強くし、外部の人材を取り込んでいくことが重要。また、地域内や国内にとどまらず、海外の市場とつながっていくことは、農林水産業や観光などで大きな飛躍のチャンスとなる。

- ・地方創生が実現すれば、地方が先行して若返る。

地方創生が実現し、人口減少に歯止めがかかれば、地方の方が先行して若返る。地方において、豊かな地域資源やICTを活用して、新たなイノベーションを巻き起こし、活力ある地域社会を創生することが期待される。

- ・東京圏は、世界に開かれた「国際都市」への発展を目指す。

地方創生は、地方と東京圏を対立構造と考えるものではない。東京圏の人口集中・過密化の是正により、東京圏が抱える課題の解決につながる。東京圏は、日本の成長のエンジンとしての重要性は変わらず、今後は世界をリードする「国際都市」として発展していくことを期待。

- ・地方創生は日本の創生であり、地方と東京圏がそれぞれの強みを活かし日本全体を引っ張っていく。

## ■まち・ひと・しごと創生「総合戦略」(概要)

「総合戦略」は「長期ビジョン」を踏まえ、2015 年度を初年度とする今後 5 カ年の政策目標や施策の基本的方向、具体的な施策をまとめたものである。

### I. 基本的な考え方

#### 1. 人口減少と地域経済縮小の克服

- ・地方は、人口減少を契機に、「人口減少が地域経済の縮小を呼び、地域経済の縮小が人口減少を加速させる」という負のスパイラルに陥るリスクが高い。
- ・人口減少克服・地方創生のためには、3つの基本的視点から取り組むことが重要
  - ①「東京一極集中」の是正
  - ②若い世代の就労・結婚・子育ての希望の実現
  - ③地域の特性に即した地域課題の解決

#### 2. まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立

「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立するとともに、その好循環を支える「まち」に活力を取り戻す。

##### ①しごとの創生

- ・若い世代が安心して働ける「相応の賃金、安定した雇用形態、やりがいのあるしごと」という「雇用の質」を重視した取り組みが重要。

##### ②ひとの創生

- ・地方への新しい人の流れをつくるため、若者の地方での就労を促すとともに、地方への移住・定着を促進する。
- ・安心して結婚・出産・子育てができるよう、切れ目ない支援を実現する。

##### ③まちの創生

- ・地方で安心して暮らせるよう、中山間地域等、地方都市、大都市圏等の各地域の特性に即して課題を解決する。

## Ⅱ. 政策の企画・実行に当たっての基本方針

### 1. 従来の政策の検証

これまでの政策は、一定の成果を上げたが、大局的には地方の人口流出や少子化に歯止めがかかっていない。その要因は次の5点。

- ①府省庁・制度ごとの「縦割り」構造      ②地域特性を考慮しない「全国一律」の手法
- ③効果検証を伴わない「バラマキ」      ④地域に浸透しない「表面的」な施策
- ⑤「短期的」な成果を求める施策

### 2. まち・ひと・しごとの創生に向けた政策5原則

人口減少克服・地方創生を実現するため、5つの政策原則に基づき施策を展開する。

- ①自立性
  - ・構造的な問題に対処し、地方公共団体、民間事業者、個人等の自立につながる。
- ②将来性
  - ・地方が自主的かつ主体的に、夢を持って前向きに取り組むことを支援する。
- ③地域性
  - ・各地域の実態に合った施策を支援。国は支援の受け手側の視点に立って支援。
- ④直接性
  - ・最大限の成果をあげるため、直接的に支援する施策を集中的に実施する。
- ⑤結果重視
  - ・PDCAメカニズムの下、具体的な数値目標を設定し、効果検証と改善を実施する。

### 3. 国と地方の取り組み体制とPDCAの整備

国と地方の役割分担の下、地方を主体とした枠組みの構築に取り組む。

- ①5カ年戦略の策定
  - ・国と地方公共団体ともに、5カ年の戦略を策定・実行する体制を整え、アウトカム指標を原則とした重要業績評価指標で検証・改善する仕組みを確立
- ②データに基づく、地域ごとの特性と地域課題の抽出
  - ・国はデータに基づく地域経済分析システムを整備し、各地方公共団体は必要なデータ分析を行い、地域課題等を踏まえた「地方版総合戦略」を策定
- ③国のワンストップ型の支援体制等と施策のメニュー化
  - ・国は関係府省庁で統一のワンストップ型執行体制の整備に努め、各地域が必要な施策を選択できるよう支援施策をメニュー化し、人的支援も実施
- ④地域間の連携推進
  - ・国は新たな「連携中枢都市圏」や定住自立圏の形成を進め、各地方公共団体は、地域間の広域連携を積極的に推進



### Ⅲ. 今後の施策の方向

#### 1. 政策の基本目標(4つの基本目標)

＜基本目標①＞ 地方における安定した雇用を創出する

- ・2020年までの5年間の累計で地方に30万人分の若者向け雇用を創出

＜基本目標②＞ 地方への新しいひとの流れをつくる

- ・2020年に東京圏から地方への転出を4万人増、地方から東京圏への転入を6万人減少させ、東京圏から地方の転出入を均衡

＜基本目標③＞ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

- ・2020年に結婚希望実績指標を80%、夫婦子ども数予定実績指標を95%に向上

＜基本目標④＞ 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

- ・「小さな拠点」の整備や「地域連携」を推進する。目標数値は、地方版総合戦略の状況を踏まえ設定

#### 2. 政策パッケージ

##### ◎「しごとの創生」と「ひとの創生」の政策パッケージ

＜「しごと」と「ひと」の好循環づくり＞

##### (1) 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする

(ア) 地域経済雇用戦略の企画・実施体制の整備

(イ) 地域産業の競争力強化(業種横断的取り組み)

- ・対日直接投資残高を倍増(18兆円→35兆円)

- ・2020年までの5年間の累計で若い世代の安定した雇用を約11万人創出 等

(ウ) 地域産業の競争力強化(分野別取組)

- ・サービス産業の労働生産性の伸び率を3倍に拡大(0.8%→2.0%)

- ・2020年までの5年間の累計で若い世代の安定した雇用を約19万人創出 等

(エ) 地方への人材還流、地方での人材育成、地方の雇用対策

- ・2020年までの5年間の累計で東京圏から地方へ約10万人の人材を還流 等

(オ) ICT等の利活用による地域の活性化

- ・雇用型在宅型テレワーカーを全労働者数の10%以上に増加 等

##### (2) 地方への新しいひとの流れをつくる

(ア) 地方移住の推進

- ・年間移住あっせん件数11,000件

- ・「お試し居住」に取り組む市町村の数を倍増 等

(イ)企業の地方拠点強化、企業等における地方採用・就労の拡大

- ・企業の地方拠点強化の件数を2020年までの5年間で7,500件増加
- ・地方拠点における雇用者数を4万人増加

(ウ)地方大学等の活性化

- ・地方における自県大学進学者割合を平均36%
- ・新規学卒者の県内就職割合を平均80% 等

**(3)若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる**

(ア)若い世代の経済的安定

- ・若者(20～34歳)の就業率を78%に向上
- ・若い世代の正規雇用労働者等の割合について、全ての世代と同水準 等

(イ)妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援

- ・支援ニーズの高い妊産婦への支援実施の割合100%

(ウ)子ども・子育て支援の充実

- ・2017年度末までに待機児童解消
- ・「放課後児童クラブ」と「放課後子供教室」について、全ての小学校区(約2万カ所)で一体的に又は連携して実施(うち1万カ所以上を一体型)

(エ)仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)の実現(「働き方改革」)

- ・第1子出産前後の女性の継続就業率を55%に向上
- ・男性の育児休業取得率を13%に向上 等

**◎「まちの創生」の政策パッケージ**

＜「しごと」と「ひと」の好循環を支える、「まち」の活性化＞

**(4)時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する**

(ア)中山間地域等における「小さな拠点」(多世代交流・多機能型)の形成

- ・「小さな拠点」(多世代交流・多機能型)の形成数(具体的数値は「地方版総合戦略」を踏まえ設定)

(イ)地方都市における経済・生活圏の形成

- ・立地適正化計画を作成する市町村数150
- ・地域公共交通網形成計画策定総数100件 等

(ウ)大都市圏における安心な暮らしの確保

- ・UR団地の福祉拠点化(大都市圏の概ね1,000戸以上のUR団地約200団地のうち、100団地程度で拠点を形成)
- ・高齢者施設、障害者施設、子育て支援施設等を併設している100戸以上の規模の公的賃貸住宅団地の割合25% 等

- (エ)人口減少等を踏まえた既存ストックのマネジメント強化
  - ・民間提案を活かしたP P Pの事業規模を2022年までに2兆円
  - ・住宅の中古市場の流通・リフォーム市場の規模20兆円
- (オ)地域連携による経済・生活圏の形成
  - ・定住自立圏の協定締結等圏域数140
- (カ)住民が地域防災の担い手となる環境の確保
  - ・消防団の団員数の維持          ・全都道府県のLアラートの導入
- (キ)ふるさとづくりの推進
  - ・ふるさとづくり推進組織の数万団体

#### IV. 国家戦略特区・社会保障制度・税制・地方財政等

- (ア)国家戦略特区制度との連携
  - 国家戦略特区法改正法案の提出          ○「地方創生特区」の指定
- (イ)社会保障制度
  - 子ども・子育て支援新制度の円滑な施行          ○医療保険制度改革
  - 地域医療構想の策定          ○地域包括ケアシステムの構築
- (ウ)税制
  - 地域間の税源の偏在是正等の地方法人課税改革の推進、ふるさと納税の拡充
  - 地方創生に資する国家戦略特区における特例
  - 地方における企業拠点の強化の促進
  - 外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充
  - 子、孫の結婚・妊娠・出産・子育てを支援
- (エ)地方財政
  - 地方公共団体が自主性・主体性を最大限発揮できるようにするための地方財政措置
- (オ)その他の財政的支援の仕組み(新型交付金)
  - 地方公共団体が適切な効果検証の仕組みを伴いつつ自主性・主体性を最大限に発揮できるようにするための財政的支援
- (カ)地方分権
  - 創意工夫により魅力あふれる地域をつくる地方分権改革の推進
- (キ)規制改革
  - 「空きキャパシティ」の再生・利用
  - 地域における道路空間の有効活用の促進
  - 地方版規制改革会議の設置

<主要参考文献>

- ・金沢市ものづくり基本条例（平成 21 年 3 月 金沢市）
- ・金沢市ものづくり戦略（平成 22 年 3 月 金沢市）
- ・世界の「交流拠点都市金沢」をめざして（平成 25 年 3 月 金沢市）
- ・重点戦略計画（平成 26 年 2 月 金沢市）
- ・石川県産業成長戦略（平成 26 年 5 月 石川県）
- ・2014 年度版中小企業白書（平成 26 年 6 月 中小企業庁）
- ・2014 年度版ものづくり白書（平成 26 年 8 月 経済産業省 厚生労働省 文部科学省）

# 金沢市ものづくり戦略2015

平成 27(2015)年 3 月策定

金沢市経済局ものづくり産業支援課

〒920-8577 金沢市広坂 1 丁目 1 番 1 号

TEL:076-220-2205

FAX:076-260-7191

URL:<http://www4.city.kanazawa.lg.jp>

E-mail:[monozukuri@city.kanazawa.lg.jp](mailto:monozukuri@city.kanazawa.lg.jp)



北陸新幹線開業

