

未定稿

資料 3-4

# 石川県 I T 産業戦略 (案)

平成26年〇月  
石川県

目 次

<b>1. 策定の背景</b>	<b>2</b>
1－1. これまでの取り組み	
1－2. IT産業を取り巻く状況の変化	
<b>2. 基本的視座</b>	<b>2</b>
<b>3. IT産業における本県の強み</b>	<b>3</b>
3－1. IT産業の特徴	
(1) ITソフト産業の現状	
(2) ITハード産業の現状	
(3) コンテンツ産業の現状	
3－2. その他の強み	
<b>4. IT産業の取り巻く内外の環境変化</b>	<b>11</b>
4－1. 少子化高齢化の進行による国内需要の減少	
4－2. 新産業分野の市場拡大	
4－3. スマートフォンやタブレット端末の普及	
4－4. グローバル化の進展	
4－5. 交通インフラの整備	
4－6. 生産年齢人口の減少	
<b>5. 県内IT企業のニーズ</b>	<b>17</b>
<b>6. 戦略の基本的な方向性</b>	<b>22</b>
<b>7. IT産業における課題と具体的な取り組み</b>	<b>22</b>
7－1. 新製品開発・新分野開拓による新規需要の獲得	
7－2. 首都圏・海外市場等の販路開拓	
7－3. ベンチャー・ニッチトップ企業の創業・育成促進	
7－4. 戦略的企業誘致の推進	
7－5. コンテンツ産業の活性化	
7－6. 人材の総合的確保・育成	
<b>8. 戦略推進の仕組み</b>	<b>28</b>

## 1. 策定の背景

### 1-1. これまでの取り組み

平成20年3月、機械産業、繊維産業、食品産業と並び石川県の基幹産業の一つであるIT産業が今後目指す方向性を示す「石川県IT産業戦略」を策定した。策定当時、県内IT産業は、企業の情報システムがコスト削減や業務効率化の観点から東京本社に集約化され、地方へのシステム構築業務が減少していたことや開発コストの削減、人材不足に対応するため中国やインドなどの新興国に開発を発注するオフショア開発が拡大傾向にあった。また、IT産業の品質は人的要因に大きく依存することから高付加価値を生み出す人材の育成・確保が課題となっていた。これらの課題に対応するため、情報家電やSaaS等の今後成長が予想される分野への積極的な参入や大手ITベンダーからの受注に頼っていた業態からの転換を目指す新たなサービス・商品開発、ニーズが潜在する新たなマーケットへの販路開拓・拡大、県内IT産業の競争力の維持・強化のための優秀な人材の育成・確保などに取り組んできた。これらの取り組みにより、新製品の開発や首都圏を中心とした新規販路開拓、IT・コンテンツ技術者の育成など一定の成果が見られた一方、未だ大手ITベンダーからの受託開発による業態の企業が多く受託開発からの脱却や優秀な人材の確保といった点等は課題として残っている。

### 1-2. IT産業を取り巻く状況の変化

「石川県IT産業戦略」（平成20年3月）の策定から約6年が経過し、IT産業を取り巻く状況は大きく変化してきている。具体的には、技術革新の速いIT産業において、大容量のデータ通信の実現やクラウドサービスの提供、スマートフォン等の携帯端末の普及などにより生活の中での情報ネットワークの位置づけが高まっている。また、平成20年のリーマンショックに端を発した世界同時不況や平成23年の東日本大震災の影響による企業活動への影響に伴い、IT投資などの設備投資に対し慎重な姿勢を取る企業が散見されIT産業を取り巻く環境は厳しい状況であったが、現在は、工業生産指数がリーマンショック前の水準に回復している。社会的な変化では、少子高齢化の進行に歯止めがきかず国内需要の減少や生産労働人口の減少が懸念される一方、平成27年3月には北陸新幹線の金沢開業を控え首都圏との時間距離が短縮されることは好機と言える。

## 2. 基本的視座

このように、経済状況や社会的変化などIT・コンテンツ産業を取り巻く状況は日々変化しており、経済状況の変化に左右されない強靱な産業の構築、今後予測される社会的変化に柔軟に対応できる企業を育成するため、今後10年間を見据えた県内IT・コンテンツ産業の競争力強化に資する産業戦略を策定する。

### 3. IT産業における本県の強み

#### 3-1. IT産業の特徴

IT産業は、パソコン周辺機器製造企業、ソフトウェアメーカー、通信事業者など情報通信技術に関連する産業を包括する名称であり、幅広い産業を含んでいる。

県内IT産業は、主にソフトウェア、システム開発を行うITソフト企業及び、パソコン用メモリーやモニター、スキャナなどのパソコン周辺機器を製造するITハード産業の2つに分類される。

##### (1) ITソフト産業の現状

県内ITソフト産業は、首都圏等の大手ITベンダーの受託開発を行う企業、大手ITベンダーの傘下に入らず独自でシステム開発・営業等を行う独立系企業、情報処理の資格を有する人材を顧客企業へ派遣する人材派遣型企業、スマートフォン等の携帯端末のアプリケーション開発を得意とするベンチャー企業等様々な業態の企業により構成されている。

##### ①売上高の推移

県内ITソフト産業の年間売上高は、平成22年度経済産業省「特定サービス産業実態調査」によれば、82,172百万円である。売上高の推移は平成15年に一部減少したものの、右肩上がりに推移しているが、平成18年以降はほぼ頭打ちの状況となっている。

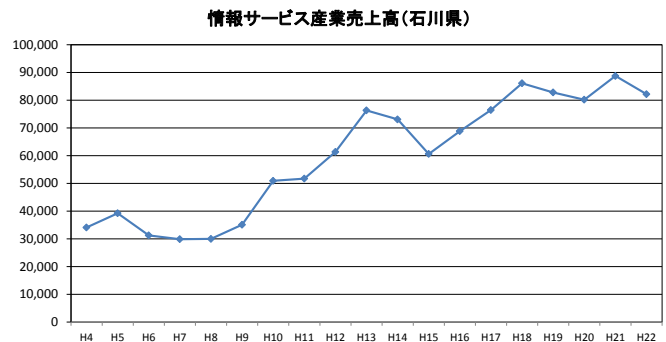
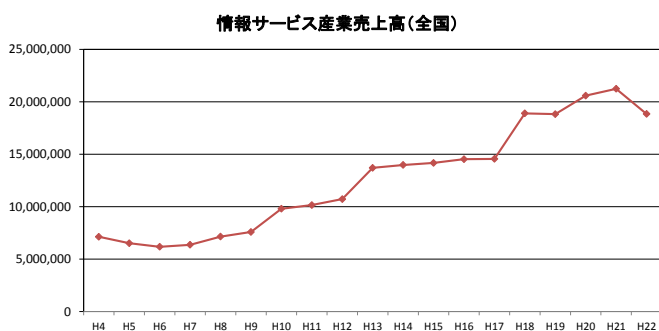
全国のITソフト産業の年間売上高は、18,843,745百万円となっており、全国のITソフト産業の売上高も本県同様、右肩上がりでも推移している。また、全国に占める本県の売上高は0.44%であり、都道府県順位は17位と比較的上位に位置づけられ、これを人口当たりの売上高に換算すると、都道府県順位で6位とさらに上位に位置づけられる。一方、東京都のシェアは60%を超え、第3位の神奈川県と合わせると7割以上の売上高となり、首都圏の一極集中がうかがえる。

(図表1) 県内情報サービス産業の売上高の推移

	H2	H7	H12	H17	H22
売上高(百万円)	21,020	29,875	61,361	76,471	82,172

出典：特定サービス産業実態調査

(図表2) 情報サービス産業の売上高推移(全国、石川県)



出典：特定サービス産業実態調査

(図表3) 情報サービス産業人口当たりの売上高及び売上高、事業所数、従業員数割合

	売上高総計 (百万円)	単人口当たり 売上高順位	売上高割合	事業所数割合	従業員数割合
全 国 計	18,843,745		100.00%	100.00%	100.00%
東 京	11,943,710	1	63.38%	39.32%	53.76%
大 阪	1,483,166	2	7.87%	10.33%	9.63%
神 奈 川	1,460,185	3	7.75%	5.85%	8.70%
愛 知	859,889	4	4.56%	5.42%	3.91%
福 岡	454,591	5	2.41%	4.53%	3.36%
石 川	82,172	6	0.44%	0.93%	0.61%

出典：特定サービス産業実態調査（H22）

## ②事業所数、従業員数の推移

県内ITソフト産業の事業所数は、平成22年において210か所であり、平成に入って以降堅調に推移し、平成17年以降は急激に増加している。全国の実業所数は平成22年において22,554か所となっており、本県同様に堅調に推移している。これは、コンピュータの普及、処理能力の向上に伴い、創業に大型な設備や広大な敷地を必要としないITソフト産業ならではの傾向といえる。県内の事業所数の全国に占める割合は0.93%で、都道府県順位では18位となっており、売上高同様に上位に位置づけられる。単人口当たりでも、4位となり、人口当たりの集積は高い。

県内ITソフト産業の従業者数は、平成22年において5,523人であり、従業者数の増加に伴い、同様に増加している。全国の従業者数は平成22年において912,284人となっており、本県同様に堅調に推移している。県内の従業者数の全国に占める割合は0.61%で、都道府県順位では19位となっており、売上高同様に上位に位置づけられる。単人口当たりでも、6位となり、人口当たりの集積は高い。

(図表4) 県内情報サービス産業の事業所数・従業者数の推移

	H2	H7	H12	H17	H22
事業所数(カ所)	47	54	83	83	210
従業者数(人)	2,187	2,468	3,900	4,009	5,523

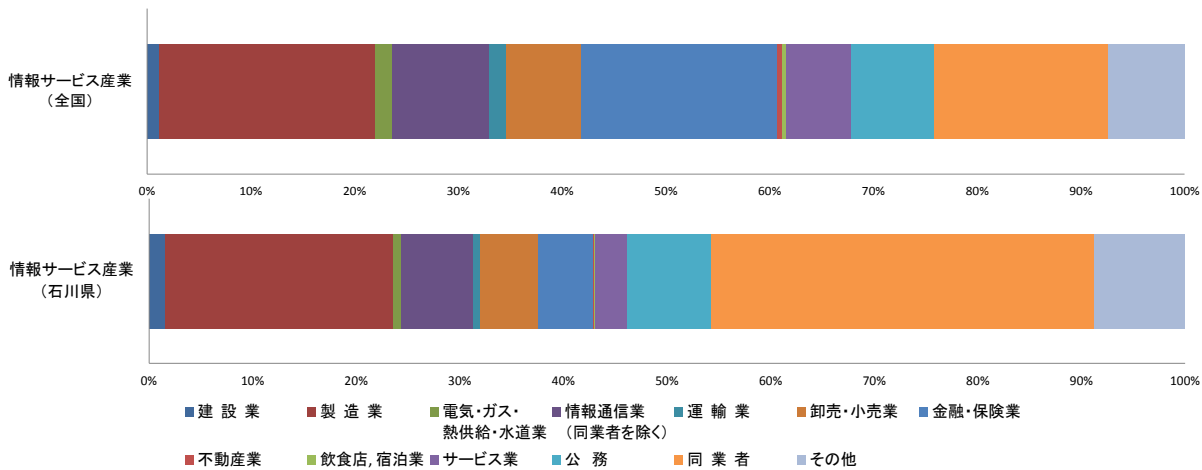
出典：特定サービス産業実態調査

## ③契約先産業別売上高

平成22年度経済産業省「特定サービス産業実態調査」によれば、県内IT企業の「受注ソフトウェア開発」の割合は、81.6%であり、全国平均の68.1%に比べ非常に高く、都道府県別では2番目に高い割合になっている。また、同調査における契約先産業別では、同業者からの受注割合は、全国平均が約17%であるのに対し、石川県は約35%と2倍以上である。これは、ITビジネスが首都圏に集中していることを考慮すると、首都圏の大手IT企業等からの受注生産が主な業務になっていることが考えられる。

また、県内IT企業の「ソフトウェア・プロダクツ」の割合は8.0%であり、全国平均の12.1%に比べ低くなっており、自社による製品開発が低迷している。

(図表 5) 情報サービス産業の契約先産業別



出典：特定サービス産業実態調査（平成 20 年）

(図表 6) ソフトウェア業務の業務種類別売上高・割合

	受注ソフトウェア開発		ソフトウェア・プロダクツ		情報処理サービス			システム等管理運営受託		
	年間売上高 (百万円)	年間売上高 (百万円)	割合	年間売上高 (百万円)	割合	年間売上高 (百万円)	年間売上高 (百万円)	割合	年間売上高 (百万円)	割合
全国計	10,164,191	8,628,987	68.10%	1,535,204	12.10%	3,393,047	1,378,945	10.88%	1,130,068	8.92%
石川	51,814	47,210	81.60%	4,604	8.00%	7,897	4,394	7.59%	1,675	2.89%

出典：特定サービス産業実態調査（平成 22 年）

#### ④経済波及効果

契約先産業別からも読み取れる通り、IT産業は製造業、金融、運輸、小売業など幅広い産業において、課題解決するためのツールとして用いられていることから、サポーティングインダストリーと言われている。そのため、IT産業に需要が創出された際は、幅広い分野への波及効果は高く経済効果も高い。平成 17 年総務省産業連関表で情報通信産業の需要創出に伴う波及効果を試算すると、仮に情報通信産業が 800 億円（現在の石川県の需要の 2 倍）の新規需要を得た場合、情報通信産業を含む産業全体への波及効果は約 1300 億円見込まれ、すそ野が広い産業と言えるとともに、IT産業の成長は他産業の成長にも寄与する。

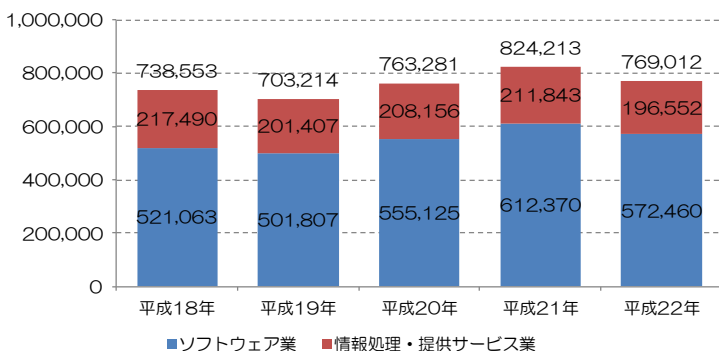
(図表7) 産業連関表による経済波及効果

【① 新規需要】			【② 経済波及効果】		
部門コード	部門名	新規需要	部門コード	部門名	波及効果
01	農林水産業	0	01	農林水産業	152
02	鉱業	0	02	鉱業	38
03	飲食料品	0	03	飲食料品	128
04	繊維製品	0	04	繊維製品	138
05	パルプ・紙・木製品	0	05	パルプ・紙・木製品	2,450
06	化学製品	0	06	化学製品	1,045
07	石油・石炭製品	0	07	石油・石炭製品	627
08	窯業・土石製品	0	08	窯業・土石製品	139
09	鉄鋼	0	09	鉄鋼	404
10	非鉄金属	0	10	非鉄金属	126
11	金属製品	0	11	金属製品	268
12	一般機械	0	12	一般機械	474
13	電気機械	0	13	電気機械	147
14	情報・通信機器	0	14	情報・通信機器	32
15	電子部品	0	15	電子部品	351
16	輸送機械	0	16	輸送機械	761
17	精密機械	0	17	精密機械	33
18	その他の製造工業製品	0	18	その他の製造工業製品	3,750
19	建設	0	19	建設	823
20	電力・ガス・熱供給業	0	20	電力・ガス・熱供給業	1,143
21	水道・廃棄物処理	0	21	水道・廃棄物処理	505
22	商業	0	22	商業	2,901
23	金融・保険	0	23	金融・保険	3,405
24	不動産	0	24	不動産	2,112
25	運輸	0	25	運輸	3,373
26	情報通信	80,000	26	情報通信	91,191
27	公務	0	27	公務	269
28	教育・研究	0	28	教育・研究	1,350
29	医療・保健・社会保障・介護	0	29	医療・保健・社会保障・介護	5
30	その他の公共サービス	0	30	その他の公共サービス	162
31	対事業所サービス	0	31	対事業所サービス	14,224
32	対個人サービス	0	32	対個人サービス	937
33	事務用品	0	33	事務用品	216
34	分類不明	0	34	分類不明	961
	合計	80,000		合計	134,639

⑤人材不足

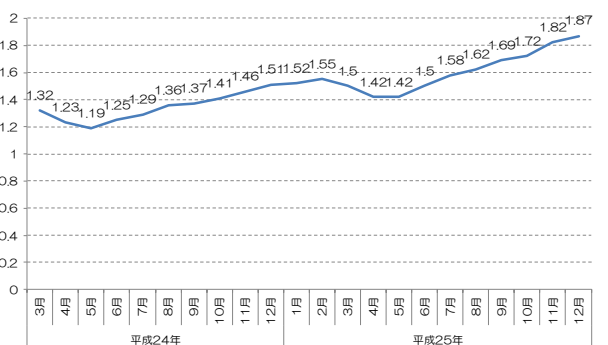
平成22年度経済産業省「特定サービス産業実態調査」によれば、情報処理・提供サービス業及びソフトウェア業に従事する者は平成18年から平成22年にかけてほぼ横ばいの状況となっている。一方、厚生労働省「一般職業紹介状況」によれば、情報処理・通信技術者の有効求人倍率は平成24年から平成25年にかけて大幅に上昇しており、情報系人材が全国的に不足している。これは、情報通信産業の技術革新により、日々新たな製品、サービスが開発され、そのような製品・サービス開発を開発する人材が不足している状況を示している。

(人) (図表8) ソフトウェア業および情報処理・提供サービス業の事業従事者



出典：厚生労働省一般職業紹介状況から MURC 作成

(図表9) 情報処理・通信技術者の有効求人倍率



出典：特定サービス産業実態調査から MURC 作成

## (2) ITハード産業の現状

本県のITハード産業は、昭和35年にウノケ電子工業株式会社（現・株式会社PFU）が設立されたのを発端に、昭和42年に七尾電気工業株式会社（現・EIZO株式会社）が設立、昭和52年に株式会社アイ・オー・データ機器が設立し、それぞれの企業は国内及び国際的に高い競争力の製品を製造しており、現在に至るまで本県のITハード産業を牽引してきた。

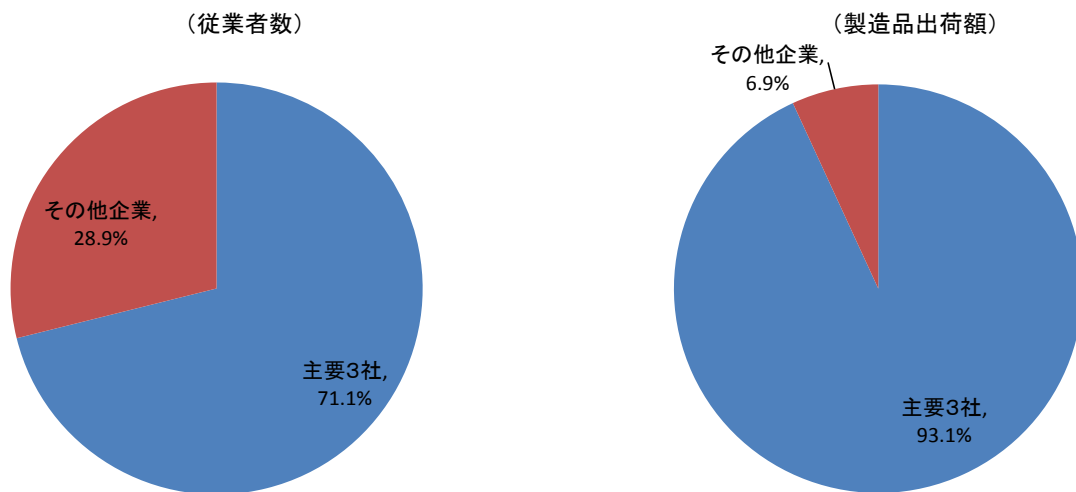
### ①県内ITハード企業の概要

県内ITハード産業はパソコンやデジタル機器の周辺機器の製造・販売を行う企業が存在し、国内での高いシェアや特定の分野において国際シェアトップを誇り高い競争力、技術力を有している。

### ②主要企業が占める製造品出荷額及び従業者数

平成22年「工業統計」によれば、県内情報通信機械器具製造業において、製造品出荷額は上記の主要ITハード企業3社が約90%を占める。また、従業者数は上記主要3社で約70%を占め、県内ITハード産業の主たるものとなっている。

(図表10) 主要3社が情報通信機械器具製造業に占める割合 (図表11) 主要3社が情報通信機械器具製造業に占める割合



出典：石川県「工業統計」（2010）よりMURC作成

## (3) コンテンツ産業の現状

コンテンツ産業は、映画、ゲームソフト、テレビ等の映像系ソフト、音楽ソフト、ラジオ番組等の音声系ソフト、新聞、コミック、雑誌等のテキスト系ソフトの3種類に分類される。

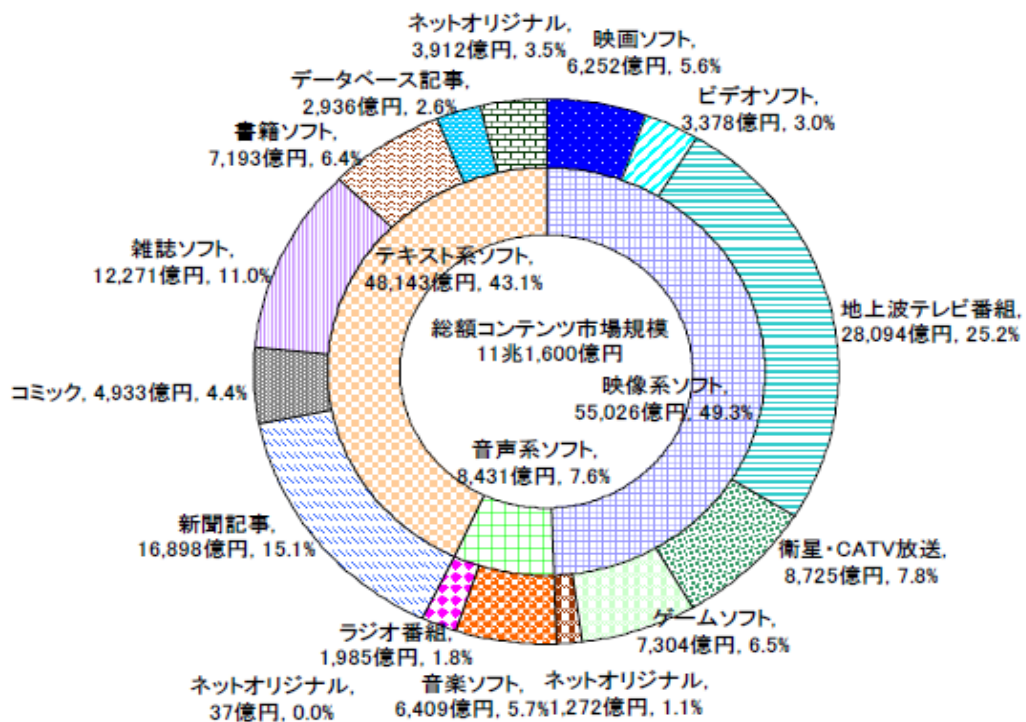
本県コンテンツ産業は、大正2年に印刷業者が集まり組合が発足するなど、印刷企業の集積が高い。また、情報技術の発達により、伝達メディアが紙媒体から電子媒体へ移行するなどデジタル化の潮流があり、それに伴い、映像制作会社等印刷企業以外の新たなコンテンツ企業が生まれている。

### ①我が国コンテンツ産業の市場規模

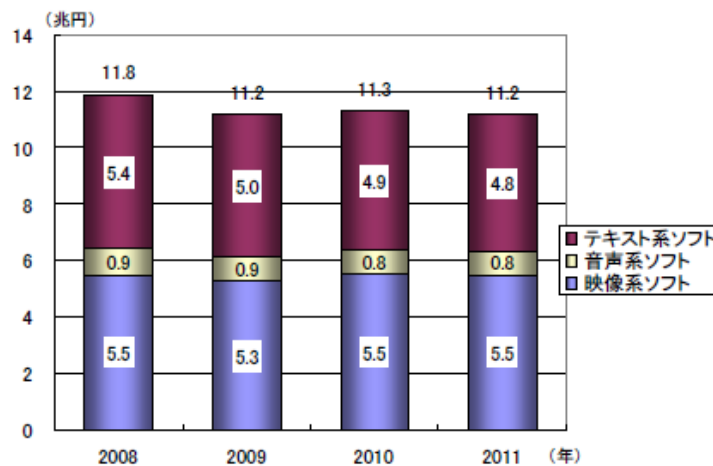


総務省情報通信政策研究所の調査によれば、平成 23 年の我が国コンテンツ産業の市場規模は 11 兆 1,600 億円であり、内訳は映像系ソフトが 55,026 億円、音声系ソフトが 8,431 億円、テキスト系ソフトが 48,143 億円である。直近 4 年間の市場規模の推移は、テキスト系ソフトが減少傾向にあるものの、市場全体の規模はほぼ横ばいで推移している。テキスト系ソフトが減少傾向にある一方、インターネット等を経由した通信系コンテンツについては、顕著に増加している。これは、インターネットの普及によりデータ通信の大容量化、簡素化が進んでいることに加え、スマートフォンやタブレット端末の普及に伴い、利用者は場所を選ばずにデータ通信が可能となり、市場が拡大していると考えられる。

(図表 12) 我が国のコンテンツ市場規模 (H23)



(図表 13) 我が国コンテンツ市場の推移

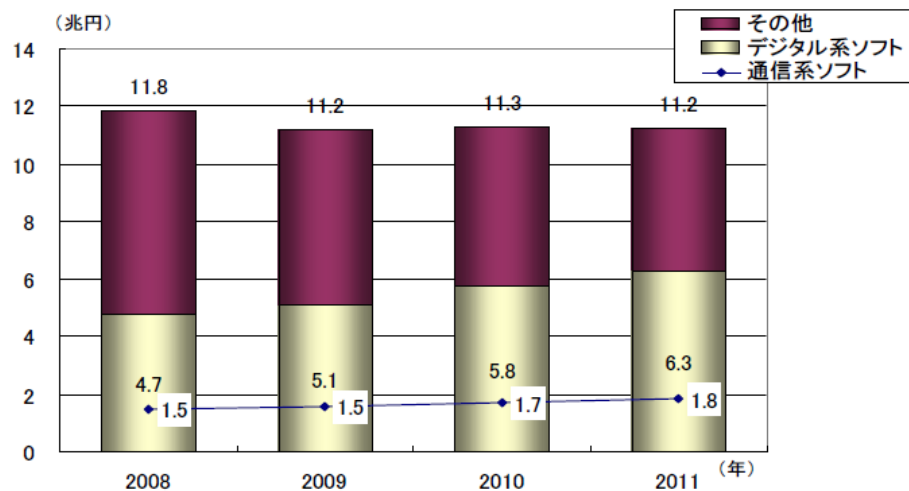


出典：総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」(H25)

## ②デジタル系コンテンツの市場規模

コンテンツ産業全体の市場規模がほぼ横ばいであり、テキスト系ソフトである紙媒体の市場が減少している中、インターネット、スマートフォン等の普及に伴いデジタル系コンテンツの市場規模が急速に増加している。直近4年間では、平成20年には約4.7兆円だった市場規模が平成23年には6.3兆円と約35%増加するとともに、コンテンツ産業全体に占める割合も平成20年の約40%から平成23年には約55%と半分以上のシェアを占め、コンテンツ産業の主要なものに位置付けられた。

(図表14) デジタル系・通信系コンテンツの市場規模の推移



出典：総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」(H25)

## ③県内のコンテンツ産業

県内コンテンツ産業は、印刷企業から端を発しており、印刷関連産業は基幹産業である食品産業における包装等様々な分野と密接に関連しながら成長し、人口当たりの事業所数は全国第9位、従業員数は全国第6位、出荷額は全国第6位と高い集積率を示している。近年は、情報伝達の方法が紙媒体から電子媒体へ急速に移行にしていることに伴い、映像制作会社やゲーム制作会社、アミューズメントコンテンツ制作会社など、様々なコンテンツ企業が誕生・増加している。ゲーム制作企業やアミューズメントコンテンツ制作企業は、独自のアイディアを活かしたコンテンツ制作を手掛けており、国内でも突出したコンテンツ企業が散在する。

### 3-2. その他の強み

#### ①高等教育機関等の集積

本県は、人口あたりの高等教育機関数・学生数等が全国有数の高さで集積しており、優秀な人材を輩出するとともに、研究活動や、ゼミナール・学生の地域での活動などを通じて、本県の活力強化に寄与している。

また、能美市のいしかわサイエンスパーク内には、(独)情報通信研究機構(NICT)が有するパソコン数百万台クラスの総合的な実験・検証が可能な世界最大規模のネッ

トワーク研究施設である「北陸 StarBED 技術センター」、大容量の通信実証試験を広域で可能とする通信網である「新世代通信網テストヘッド JGN-X」、国内最大規模のサーバーを設置することにより仮想ネットワーク環境を構築できることが可能となった、サイバー攻撃対策の実験施設である「サーバー攻撃対策用データセンター」（仮称）、が存在する。加えて、全国発の大学院大学である「北陸先端科学技術大学院大学（JAIST）」が存在し、高度な社会インフラが整備されている。

本県の人口 10 万人あたりの高等教育機関数 1.63（全国第 2 位）

本県の人口 1,000 人あたりの学生数 28.3（全国第 3 位）

出典）文部科学省 H25 学校基本調査（H25.5.1 現在）及び総務省統計局算出の推計人口（H24.10.1 現在）

## ②安価な電力

本県は、全国と比較して、比較的安価な電力を供給できる地域となっており、電力多産業の立地やBCPを考慮する際のバックアップ地として、魅力的な地域となっている。

（図表 15）北陸地域の電力量料金について

電力会社名	月額基本料金 (円/Kw)	電力量料金 (円/kWh)	
		夏期	その他季節
北海道電力	1,228.5	11.61	11.61
東北電力	1,207.5	12.79	11.74
東京電力	1,071	16.5	14.99
中部電力	1,092	12.27	11.16
<b>北陸電力</b>	<b>1,113</b>	<b>11.48</b>	<b>10.47</b>
関西電力	1,029	15.98	11.33
中国電力	1,060.5	14.16	12.94
四国電力	1,065.75	13.46	12.23
九州電力	966	16.93	15.25

資料：各社資料より三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング作成

## ③豊富な地域資源

本県は、加賀料理や料亭、茶道文化や伝統工芸など長きにわたって継承されてきた文化が残り、鮮魚や野菜をはじめ地酒や発酵食品など豊富な食材を有するとともに、料理人や茶人、杜氏や伝統工芸士など食文化を支える達人が多数存在している。

加賀野菜や能登牛等の食材、輪島塗や加賀友禅等の伝統工芸、山代温泉や和倉温泉など 27 件の地域団体商標が登録されており、全国的に見ると、京都府（60 件）、兵庫県（32 件）、岐阜県（28 件）に次いで全国 4 位に位置し、本県の地域的特性に根差した独自の地域資源の豊富さを物語っている。

(図表 16) 都道府県別地域団体商標登録件数ランキング (平成 25 年 12 月現在)

都道府県別地域団体商標登録件数ランキング(平成25年12月現在)

順位	都道府県名	商標登録件数
1	京 都	60
2	兵 庫	32
3	岐 阜	28
4	石 川	27
5	北 海 道	24
6	静 岡	21
	全 国	551

出典:特許庁『地域団体商標2013』を元に県作成

(図表 17) 石川県の地域団体商標登録案件一覧 (平成 25 年 12 月現在)

石川県の地域団体商標登録案件一覧(平成25年12月現在)

分野	登録件数	登録商標名
食	10	■加賀野菜 ■加賀太きゅうり ■加賀れんこん ■能登牛 ■能登大納言 ■沢野ごぼう ■加賀みそ ■大野醤油 ■中島菜 ■能登井
工芸	12	■輪島塗 ■加賀友禅 ■金沢箔 ■九谷焼 ■金沢仏壇 ■七尾仏壇 ■牛首紬 ■能州紬 ■美川仏壇 ■田鶴浜建具 ■加賀蒔絵 ■小松瓦
温泉	5	■山代温泉 ■片山津温泉 ■和倉温泉 ■山中温泉 ■粟津温泉

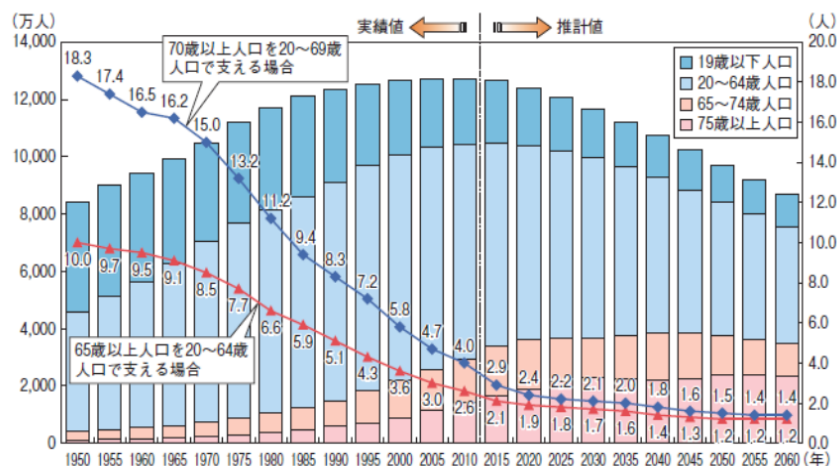
出典:特許庁『地域団体商標2013』を元に県作成

#### 4. IT産業の取り巻く内外の環境変化

##### 4-1. 少子高齢化の進行による国内需要減少

我が国は、本格的な人口減少時代に突入しており、こうした人口減少に伴い、今後、国内市場の規模の縮小が懸念されている。

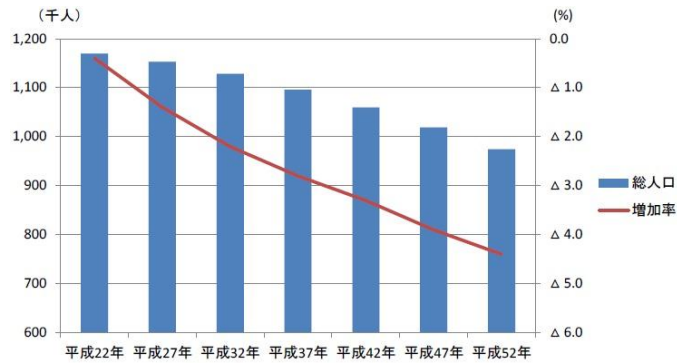
(図表 18) 我が国の人口推移と見通し



注釈:平成 22 年までは総務省「国勢調査」、平成 27 年以降は国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口 (平成 24 年 1 月推計)」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

出典:内閣府「平成 24 年版 子ども・子育て白書」(平成 24 年)

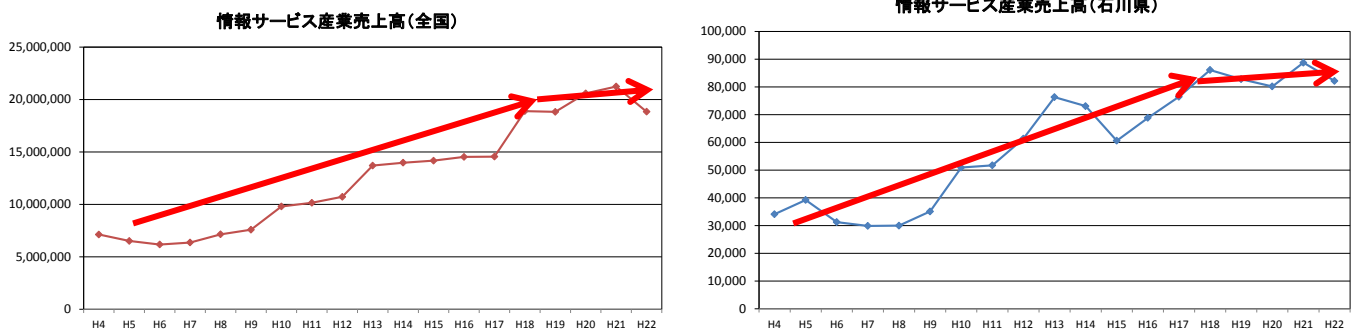
(図表 19) 本県の総人口と伸び率推移



出典：「石川県の将来推計人口」

IT産業の市場規模の推移は、平成15年からの増加するものの、近年はやや頭打ちの状況にあり、今後は新たな分野での市場開拓による市場拡大が必須となっている。なお、この推移は全国・本県共に同様の傾向である。

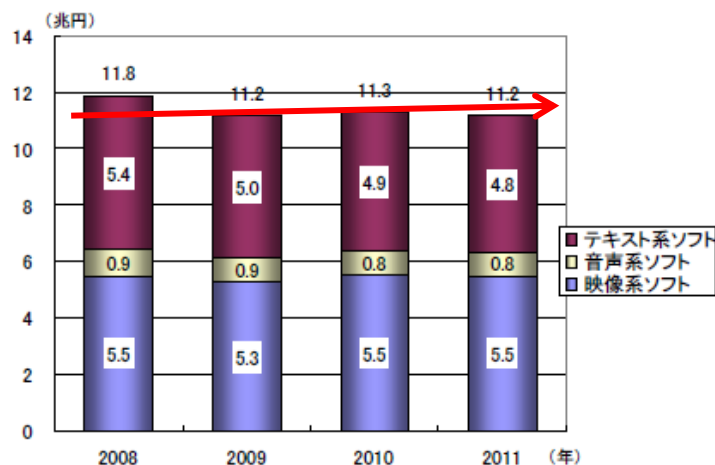
(図表 20) 情報サービス産業の売上高推移 (全国、石川県)



出典：特定サービス産業実態調査

コンテンツ産業の市場規模は近年横ばいであり、その概要はテキスト系ソフトが縮小している一方、映像系ソフトの拡大が見込まれる。市場規模の拡大には縮小するテキスト系ソフトに変わるデジタル系コンテンツの拡大が必要となる。

(図表 21) 我が国コンテンツ市場の推移



出典：総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態」

#### 4-2. 新産業分野の市場拡大

I T分野の技術革新の速度は非常に早く、様々なサービス、課題が日々生まれている。例えば、あらゆる産業において蓄積された膨大なデータ（電力使用情報、位置情報等）をいかに活用するかがカギになるビッグデータビジネス。インターネットの発達・普及により、現在はコンピュータのみならずテレビや車など身の回りの様々なモノがインターネットに繋がる環境となっている。そのため、インターネットを経由した個人情報等の流出が懸念されており、これらに対応するためのセキュリティ技術が課題となっている。

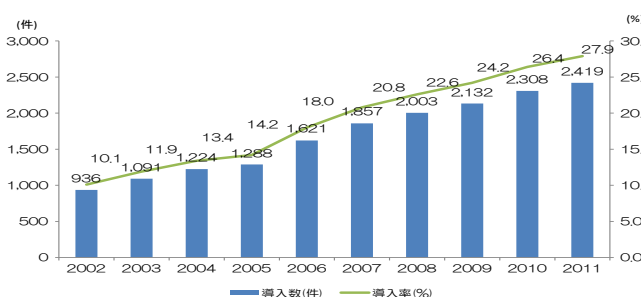
また、平成 27 年春から社会保障分野や税分野等の公共サービス分野において、個人番号等のマイナンバーを適用したサービスが開始されるマイナンバー制度や平成 25 年秋から、これまで禁止されていたインターネットを利用した選挙運動が一部解禁になるなど、社会的変化も生じており、これらのサービスは I T技術の利用が不可欠である。

I T産業は製造業、金融、運輸、小売業など幅広い産業において、課題解決するためのツールとして利用されてきたが、近年はその利用領域が既存の産業のみならず、幅広い分野での利用が検討されている。例えば、医療分野においては、オーダリングシステム、電子カルテなど、病院内の I T化が進んできているが、未導入施設の割合が大きく、市場としての可能性がある。オーダリングシステムは、近年増加しているが全国平均では導入率が 30%弱と未だ低水準にある。400 床以上の大病院に限れば、72%と高い導入率となっている。一方、電子カルテの導入状況は、全国導入率が 20%弱とオーダリングシステムと比較して導入率が低い。400 床以上の大病院に限れば、50%と約半数の病院で導入されている。

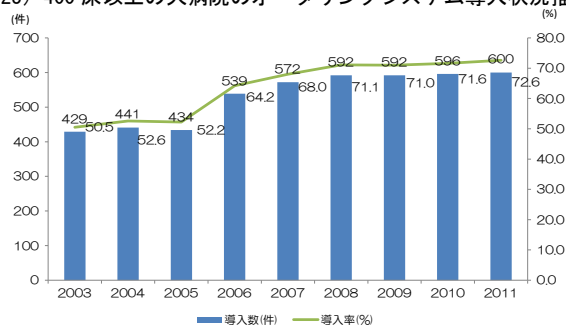
また、介護分野においては、在宅介護での I T導入の他、介護施設での業務効率化を目的とした I T化など I Tを活用できるケースが多い。

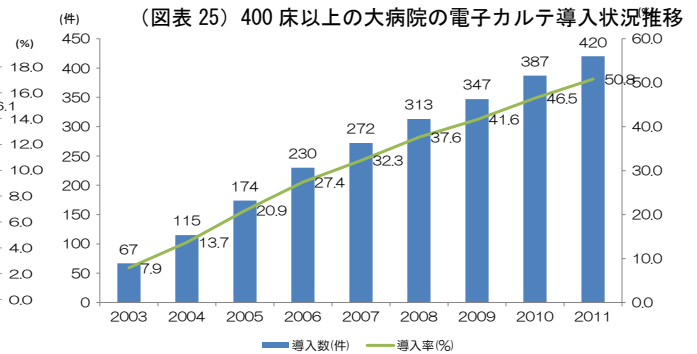
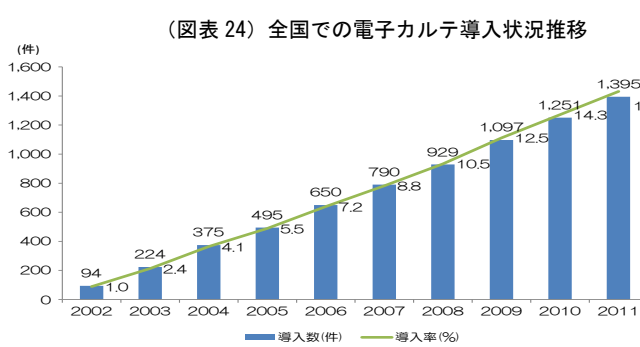
農業分野においては、国は、現在約 1 兆円の「6 次産業化」市場を 10 年間で 10 兆円に拡大することを目標に掲げており、農業の 6 次産業化を行うにあたっては、加工・商品販売などの 2 次、3 次産業の分野において、在庫管理、売上管理等が必要となり I T導入による見える化、効率化が見込まれる。さらに、農業分野では、6 次産業化に向けた I T導入以外でも、農作物の生産現場での I Tの活用や限られたスペース等での農作物を生産する植物工場など幅広い分野での I T活用の可能性が考えられる。

(図表 22) 全国でのオーダリングシステム導入状況推移



(図表 23) 400 床以上の大病院のオーダリングシステム導入状況推移





出典：(一社) 保健医療福祉情報システム工業会 「JAHIS オーダリング 電子カルテ導入調査報告」(平成 23 年)

(図表 26) 6 次産業の市場規模

事業形態	市場規模
農産物の直接販売	0.6 兆円
農産物の加工	0.3 兆円
農産物等の輸出	0.5 兆円
観光農園、農家レストラン等の事業	0.04 兆円
計	1.44 兆円

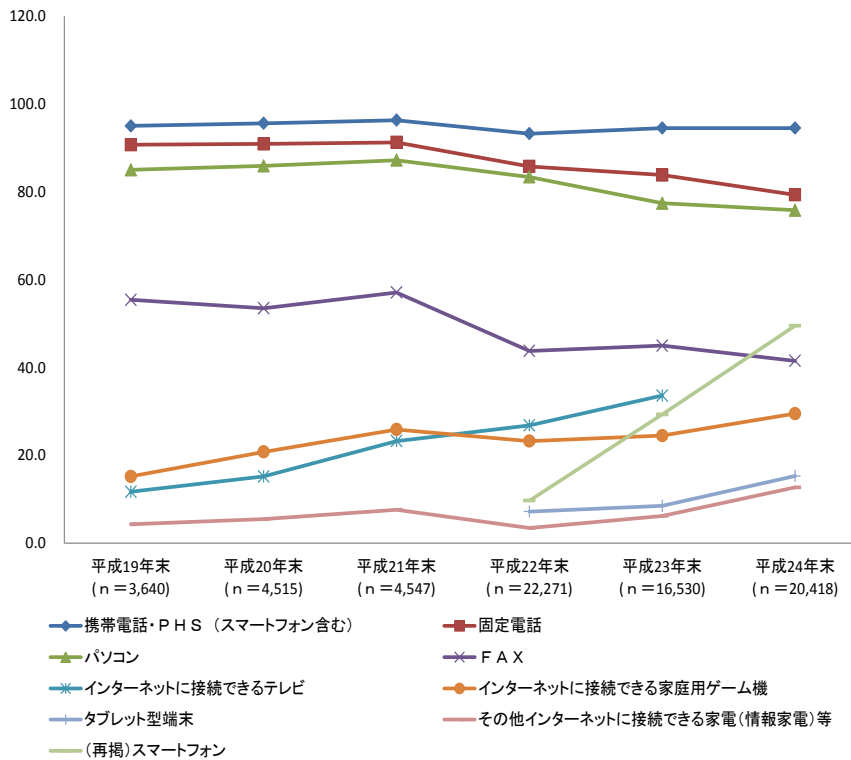
出典：農林水産省 食料・農業・農村白書 (H23)

#### 4-3. スマートフォンやタブレット端末の普及

近年、携帯電話に代わり、スマートフォンの保有率が増加している。総務省「平成 24 年通信利用動向調査」によれば、スマートフォンの世帯保有状況は平成 22 年末に約 5%であったが、平成 24 年末には約 50%に急激に増加している。タブレット端末もスマートフォンに比べ増加割合は低いが確実に増加傾向である。また、スマートフォン、タブレット端末等の携帯端末の普及に伴い、Twitter や Facebook 等のソーシャルメディアの利用が増加しており、利用者側の情報源の入手経路も単にホームページから情報を得る形態から、ソーシャルメディアを通じてのリアルタイムでの情報入手へと変化している。

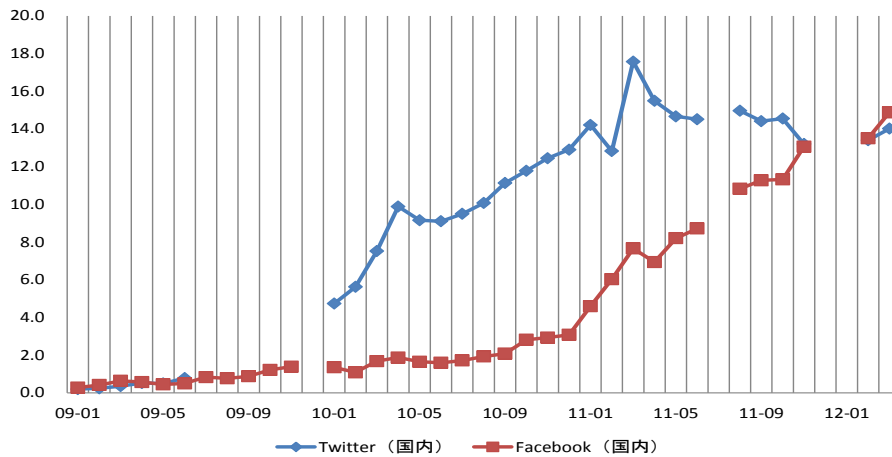
携帯端末の普及に伴い、サービス提供側も携帯端末向けサービス展開が進み、クラウドコンピューティングによるサービスや携帯端末向けアプリケーションの提供など、端末の変化に応じてサービス形態も拡大している。

(図表 27) 主な情報通信機器の世帯保有状況 (平成 19~23 年末)



出典：総務省平成 24 年通信利用動向調査

(図表 28) 我が国におけるソーシャルメディアの利用者数の推移



出典：総務省「情報通信白書」(平成 24 年)

#### 4-4. グローバル化の進展

平成 25 年の小松—台北便のデイリー化により、台湾へのアクセスが向上した。また、台湾は IT 企業の集積が高く、台湾へのアクセス向上に伴い、県内 IT 企業との協業などビジネスの可能性も広がる。

また、世界的な IT ハードの市場は、欧州や米国その他、アジアの市場が拡大しており、国内市場が停滞するおそれがある中で、海外展開を考える候補地になりうる。



#### 4-5. 交通インフラの整備

平成 27 年 3 月の北陸新幹線金沢開業に伴い、首都圏へのアクセスが飛躍的に向上する。

本県は、新幹線開業 PR 戦略実行プラン（平成 25 年）において、北陸新幹線の金沢開業を契機に、首都圏からの入込み客数を関西・中京圏並みに引き上げることで、重点目標とする「首都圏誘客 500 万人構想」の実現を目指すこととしており、目標値が達成されれば平成 23 年の実績の 2 倍以上の入込み客数となり、観光客やビジネス客の活発な交流が実現される。

I T 産業は、ビジネスのほとんどが首都圏に集中しており、首都圏へのアクセスが向上することで首都圏の新規販路開拓やサービス向上が見込まれる。また、首都圏からのアクセス向上に伴い観光客の入込みの増加が見込まれるため、I T を活用した観光客向けのサービス提供など、首都圏への攻めと本県でのサービス向上が見込まれる。

（図表 29）三大都市圏からの入込み客数

表中の（ ）内は対エリア人口比

	エリア人口	H21 実績	H23 実績	H27 目標値
首都圏	4,100 万人	227 万人 ( 5.5%)	232 万人 ( 5.7%)	500 万人 (12.2%)
関西圏	2,000 万人	259 万人 (13.0%)	252 万人 (12.6%)	500 万人
中京圏	1,500 万人	215 万人 (14.3%)	213 万人 (14.2%)	
3 大都市圏計	7,600 万人	701 万人	697 万人	1,000 万人

※首都圏：東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、栃木県、茨城県、群馬県

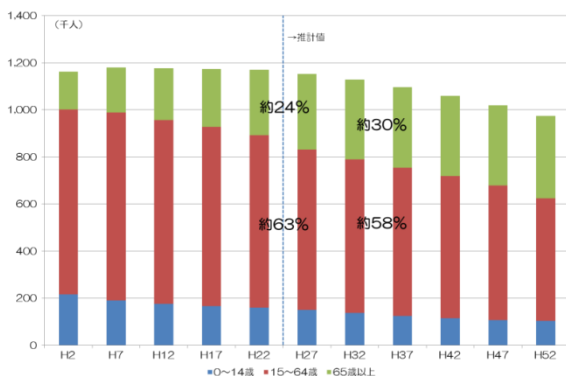
出典：新幹線開業 PR 戦略実行プラン（H25）、新ほっと石川観光プラン改訂版（H22）

#### 4-6. 生産年齢人口の減少

人口減少と同時に、今後我が国では少子高齢化も急速に進行し、本県においても、平成 32 年には生産年齢人口が 6 割弱に減少すると予想されている。

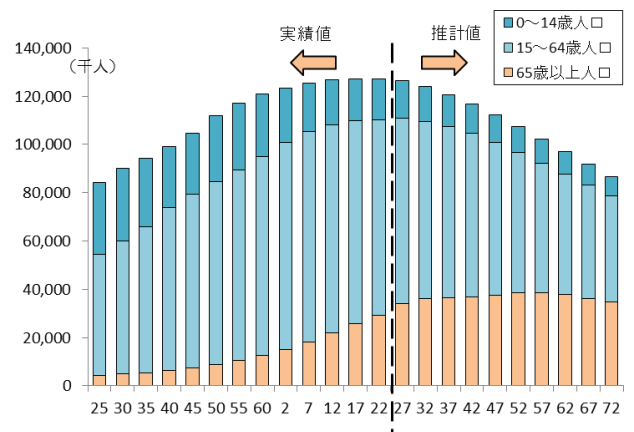
（図表 30）人口の推移及び将来見通し

【石川県人口の推移及び将来見通し】



資料）総務省統計局「国勢調査報告」（各年）および国立社会保障・人口問題研究所「都道府県の将来推計人口」（平成 25 年 3 月推計）より三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング作成

全国の人口推移と見通し



注釈）平成 22 年までは総務省「国勢調査」、平成 27 年以降は国立社会保障・人口問題研究所

「将来推計人口（平成 24 年 1 月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

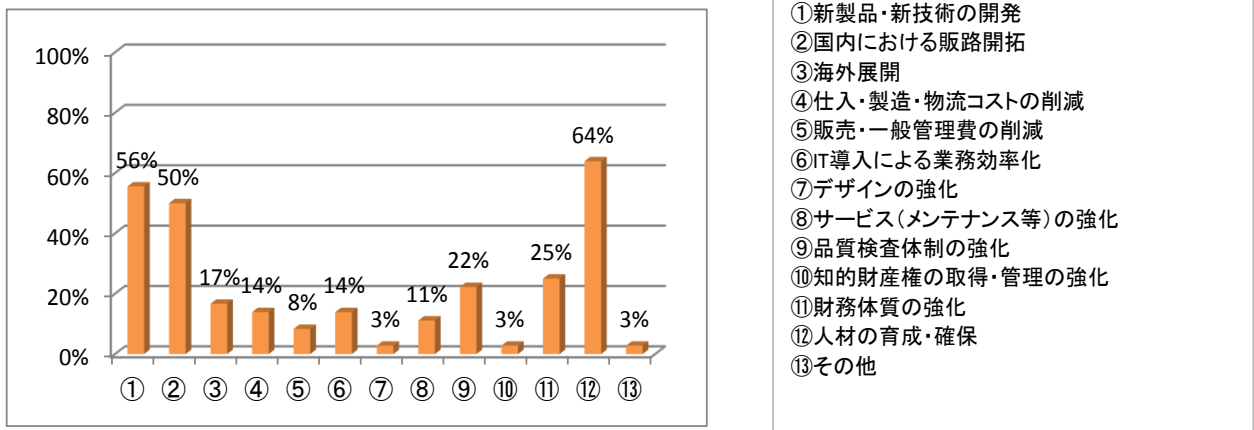
## 5. 県内 IT 企業のニーズ

本戦略を策定するにあたり、石川県産業成長戦略検討委員会及び同部会の開催と並行して、県内企業を対象としたアンケート（平成 25 年 2 月及び 6 月実施。県内企業 1,045 社を対象とし、有効回答数は 531 社、有効回収率は 50.8%）とともに、企業訪問ヒアリングを実施し、より多くの県内企業の課題抽出、目指すべき方向性について議論を重ねた。

### IT 産業

実施したアンケートによれば、県内 IT 企業は、変化する社会情勢等に対応するため、①新製品・新技術の開発、②国内における販路開拓、③人材の育成・確保を重点的に取り組むことにしており、また、部会においては上記の 3 点の他に、海外展開や企業誘致等への支援の必要性も言及があり、包括的に以下の通り整理する。

（アンケート）重点的に取り組んでいるまたは取り組もうとしていること



### （1）新製品開発・新分野開拓による新規需要の獲得

◇ 県内 IT 企業は、変化する社会情勢等に対応し、常に企業が成長し続け続けるためには新製品開発や他産業や高等教育機関等との連携による新分野開拓により新規需要の獲得を目指すことが重要である。

#### 石川県産業成長戦略検討委員会及び IT 部会等で指摘された主な意見

##### <新製品開発>

- 受託開発が減少している中で、何でもやりますといった方針から脱却し、ある産業に特化したパッケージビジネス等新たなチャレンジが必要。（部会）
- ベンチャー企業であれ、大企業であれ、マーケットを見据えたモノづくりが大事である。（部会）
- 現在、IT 業界は成熟してきており、受託開発は減少している。代わってパッケージビジネスやマネジメントビジネスが増加してきている。（部会）
- 企業が成長していくためには、新製品の開発は不可欠であり、特に、市場を理解した上で新製品を開発する必要がある。（部会）
- 大手ベンダーからの受託開発が主な業務であり、ソフトウェアメーカーが少ない。

＜他産業との連携による新分野開拓＞

- ITは様々な分野での活用が見込まれるため、地場企業との連携が重要である。(部会)
- 農業は6次産業化へ進んでおり、今後の成長が見込まれる分野であり、ビジネスチャンスである。(部会)
- HEMSなどのエネルギー分野との連携もビジネスの可能性はある。(部会)

＜高等教育機関等との連携による新分野開拓＞

- 県内には高等教育機関が集積しているため、大学等のシーズと企業のニーズを上手く結びつけるべきである。(部会)
- 県内の大学に限らず、全国の大学等との産学連携を視野に入れるべきではないか。(部会)
- 県内には高度情報インフラも集積しつつあり、国の研究機関等とも連携を図るべきある。(部会)

＜その他の新分野開拓＞

- ビッグデータビジネス等データの活用によるビジネスを検討するにあたっては、利活用できるデータを収集する必要がある。

(2) 国内新規販路開拓

- ☆ IT産業において、ビジネスの多くが首都圏に集中しているため、首都圏等での取引など新たな販路開拓が重要である。

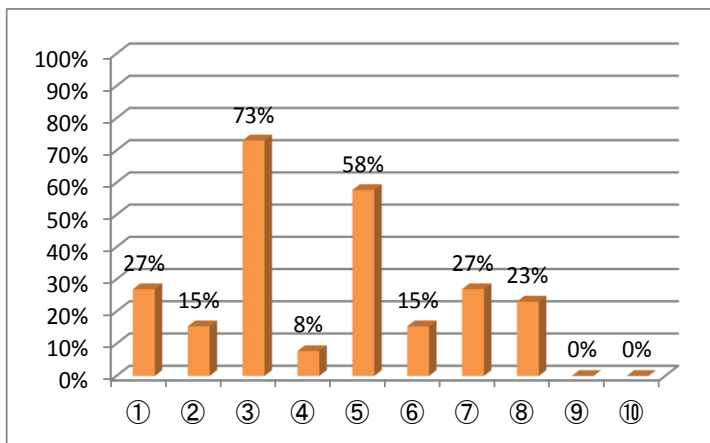
石川県産業成長戦略検討委員会及びIT部会等で指摘された主な意見

- 首都圏に仕事・情報が集中しているため、東京に出ていかないと下請け体質は抜け出せない。(部会)
- 首都圏との取引など新たな取引先を開拓するため、展示会への出展等販路開拓に係る支援を進めるべき。(部会)
- IT企業のビジネスは首都圏に集中しているため、首都圏への進出は不可欠である。首都圏への進出を容易にするための支援をするべき。(部会)
- 首都圏へのアプローチとして、大きな展示会の他、販社が主催する展示会への参加がある。(部会)
- 大手ベンダーからの受託開発が主な業務であり、ソフトウェアメーカーが少ない。(部会)
- IT商社を使っの商材の流通は、県内IT産業の競争力強化に繋がる仕組みである。(部会)

### (3) 人材育成・確保

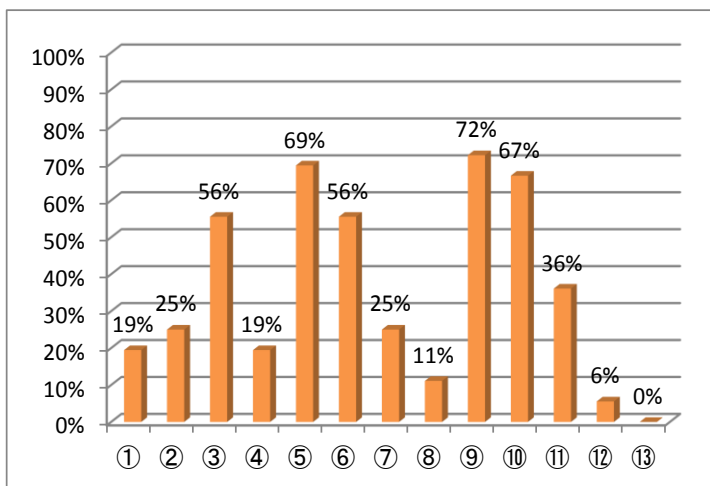
- ◇ IT産業においては、SEや提案型営業ができる専門的な人材が不足しており、有能な人材を確保することが必要となっている。
- ◇ 海外市場を視野に入れたビジネス展開を行う際、海外展開を担う人材の確保が必要となっている。
- ◇ 人材育成に関しては、若手への技能向上やコミュニケーション能力の向上等が課題となっている。

(アンケート) 即戦力となる人材(中途採用)の確保に関する課題



- ①海外展開を担う人材の確保
- ②次代の経営者(後継者)の確保
- ③専門的な技能を有する人材の確保
- ④多能工の確保
- ⑤提案型営業ができる人材の確保
- ⑥製造管理者の確保
- ⑦マネージャー(課長以上)の確保
- ⑧新分野進出や新商品・サービス開発を担う人材の確保
- ⑨その他
- ⑩特に課題はない

(アンケート) 人材育成の課題



- ①海外展開を担う人材の育成
- ②次代の経営者(後継者)の育成
- ③提案型営業ができる人材の育成
- ④製造管理者の育成
- ⑤マネージャー(課長以上)の育成
- ⑥若手技術者の技能向上
- ⑦若手社員への技能継承
- ⑧多能工の育成
- ⑨若手社員のモチベーション向上
- ⑩若手社員のコミュニケーション力の教育
- ⑪新分野進出や新商品・サービス開発を担う人材の育成
- ⑫その他
- ⑬特に課題はない

#### 石川県産業成長戦略検討委員会及びIT部会等で指摘された主な意見

- SE人材の確保、女性人材の活用を進めるべきである。(部会)
- 現在、IT業界は人材不足であり、首都圏の大手企業が地方の会社にニアショアできない状況にある。(部会)
- 人材育成については、コミュニケーション能力やクリエイティビティ(デザインとエンジニアリングの融合)を教育していく必要がある。(部会)
- IT業界は在宅勤務も可能なため、女性が在宅で仕事ができる環境づくりができる

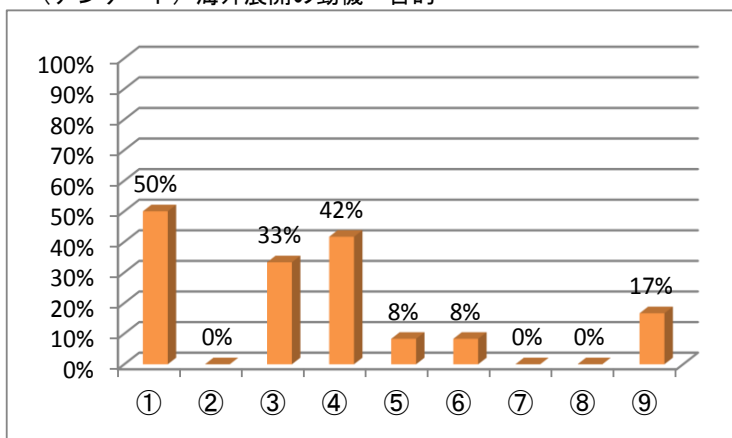
と、人材確保に繋がる。(部会)

- 産業界が求める人材と学校が育てる人材との間でミスマッチが生じているため、企業が求める人材を学校側にフィードバックして欲しい。(部会)
- 海外展開を検討するにあたり、グローバル人材の確保・育成が重要である。(部会)

#### (4) 海外展開

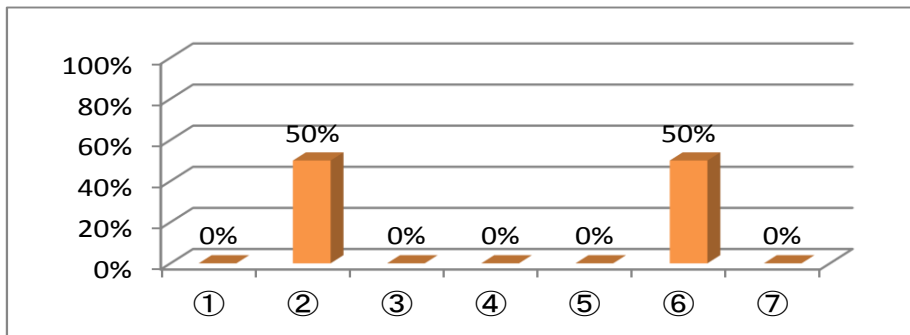
- ◇ 国内市場が縮小することが懸念されている中、海外市場を視野に入れたビジネス展開が必要である。
- ◇ ITの先進的な地域である台湾との交流を進めるほか、世界のIT企業が集積しているシリコンバレーや市場としての東南アジアへの進出が課題である。

(アンケート) 海外展開の動機・目的



- ①海外市場の開拓
- ②国内市場の需要減少
- ③取引先企業との関係
- ④安価な労働力の確保
- ⑤資源・原材料等の確保
- ⑥円高対策
- ⑦電力等エネルギー供給問題
- ⑧災害時の影響・危機管理対応
- ⑨その他

(アンケート) 海外展開候補地域



- ①欧州
- ②米国
- ③中国
- ④台湾
- ⑤韓国
- ⑥東南アジア
- ⑦その他

#### 石川県産業成長戦略検討委員会及びIT部会等で指摘された主な意見

- 台湾はICTのハブ。台湾とのビジネス交流をどのように伸ばしていくことができるか検討することが必要。(委員会)
- 台湾はITの先進地域であるとともに、小松—台湾便のデイリー化に伴いより身近な地域になったこともあるため、海外展開の足掛かりとして台湾を視野にいれるべき。(部会)
- 中小企業が個社で海外展示会へ出展することは非常に大変であるため、海外展示会への出展支援は継続的にやるべき。(部会)

- 中小企業が海外展開することはハードルが高いため、現地の情報提供や販路開拓など企業の海外展開への取り組みを支援すべき。(部会)

(5) その他

- ◇ 県内に多く存在するニッチトップ企業やベンチャー企業に対して、創業からその後の立ち上げ、飛躍まで一貫したフォローアップが必要である。
- ◇ 安価な電力料金や震災リスクの低さ、高等教育機関の集積などを強みとして、データセンター等の誘致を検討する必要がある。

石川県産業成長戦略検討委員会及び IT 部会等で指摘された主な意見

<ベンチャー・ニッチトップ企業>

- 県が進めるベンチャー支援は企業化への足掛かりになっている。一方、その後のビジネスの成功にはきめ細かいアフターフォローの支援が必要である。(部会)
- ニッチトップ企業は、全国・世界に出ていく必要があり、国内外に出ていく足掛かりに対して支援すべき。(部会)

<企業誘致>

- 電力が安く、人口当たりの高等教育機関が充実している北陸には環境が整っており、リスク分散の流れの中、データセンターの集積を図れる可能性がある。(委員会)
- 首都圏企業の BCP の観点や県内の廉価な電力料金を強みとして、データセンターの立地を検討すべき。(部会)
- 大手企業を県内に誘致することで、県内 IT 企業にもビジネスが波及してくるため、企業誘致を進めるべき。(部会)

コンテンツ産業

- ◇ 本県が有する豊富な地域資源を活用したコンテンツ制作を行うことで、本県コンテンツ産業の育成・強化に寄与する。
- ◇ 映像等のコンテンツを発信する際は、その時代に即した形での発信が有効であり、訴求性を高めるためにもターゲットに合った発信を行うことが必要である。
- ◇ コンテンツ制作に付随する権利処理を明確化することで、二次利用などの広がりを見せコンテンツ産業全体の育成が見込める。

石川県産業成長戦略検討委員会及び IT 部会等で指摘された主な意見

- 地域資源を活用したコンテンツ産業育成のための支援をするべきである。(部会)
- 初期の石川新情報書府では、地域資源をアーカイブする観点から非常に良い取り組みであった。一方、情報発信のあり方が変化していることから、時代に即した発信が必要。(部会)
- 現在は、映像発信のあり方が変化してきており、ネットでの発信が多くそれに伴

い、コンテンツの価値や基準が変化してきている。(部会)

- ネットでの発信では、短時間の発信方法は時間のない人を対象にするには有効であり、一方で価値のあるものは長時間でも視聴されている。(部会)
- コンテンツ制作後の権利処理を明確にすることで、コンテンツの二次利用など更なる波及効果が見込める。(部会)

## 6. 戦略の目標

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

## 7. IT 産業における課題と具体的な取り組み

### IT 産業

#### 7-1. 新製品開発・新分野開拓による新規需要の獲得

##### (1) 新製品を開発する

少子高齢化の進行により、国内市場の縮小が懸念されていることや、IT 産業の技術革新が早く、市場に常に新しい製品を投入していかないとすぐにシェアを失うことになる。そのため、本県の IT 産業が成長し続けるには、研究開発を促進させ新たな製品を常に市場に投入されることが求められ、また市場に投入する製品も利用者ニーズを的確に捉えたものである必要がある。しかし、本県 IT ソフト企業の売上高に対する自社製品での売上は約 8.0%と全国平均(約 12.1%)と比較しても非常に低い。

そこで、本県の IT 企業が新製品を開発するための支援や、優れた新製品には「石川ブランド」として認定することで新製品開発の意欲を向上させるとともに、新規販路開拓の際の信用価値を高める。

また、良い製品が必ずしも市場に受け入れられるわけではなく、デザイン性が高いもの等消費者ニーズに合った製品開発が必要となる。そこで、製品の付加価値を向上させるため、デザイナーや美術系高等教育機関のアイデアを活用した製品デザインの開発に対する支援を行う。

##### (2) 新分野で IT を活用する

IT 産業はこれまで、製造業、金融、運輸、小売業など幅広い産業において、課題解決するためのツールとして利用されサポーターディングインダストリーとして位置付けられてきた。少子高齢化により国内需要減少が懸念される中、IT 産業の競争力を維持・強化していく上では、新たな分野で IT 活用の可能性を模索する必要がある。医療分野での IT 導入率の低さや国が進めている農業の 6 次産業化、平成 27 年 3 月の北陸新幹線金沢開業に伴う観光客の増加による県内でのサービス向上等環境変化に対応した新分野での IT の活用が見込まれる。

そこで、新分野での IT 活用が円滑に行われるよう、県内 IT 企業のシーズと新分

野におけるIT活用のニーズを擦り合わせることで、県内IT企業が新分野へ参入する障壁を緩和させ新規開拓への足掛かりとなる支援を行う。とりわけ、国が積極的に推進している農業の6次産業化に向けたIT活用については、市場性が高いことや参入しているIT企業が全国的に少ないことに鑑み、早急に支援を実施することで、IT県内企業の優位性を高める。

### (3) 集約されたデータを活用する

近年、様々な分野でITが活用され、その過程において様々なデータが蓄積されている。例えば、WEBショッピングによる顧客の購入履歴、交通電子カードによる乗客の行動履歴、電子カルテを導入している医療機関における患者の罹患・投薬履歴など我々の生活に密着した蓄積データから、気象情報などの社会におけるデータまであらゆるデータが蓄積されている。ITの技術革新により情報処理能力が高くなっている現在、膨大なデータでも容易に解析することができ蓄積されたデータを解析することで未来の行動予測等が可能となり、ビジネスへの活用が期待されている。

そこで、どのようなデータが蓄積されているか、蓄積された膨大なデータ（ビッグデータ）をどのように活用しビジネスに繋げるか等データの活用に必要な基本的知識などを県内IT企業が習得するための機会を設ける。ただし、社会の潮流では、ビッグデータの活用という点に焦点が当てられがちではあるが、データ量の大小に関わらず、蓄積されたデータを活用することに主眼を置くことが必要である。

### (4) 高等教育機関等の集積を活かす

本県には、いしかわサイエンスパーク内に国のネットワーク研究施設や高度な通信網、サイバー攻撃対策の実験施設の他、情報分野に強みを有する北陸先端科学技術大学院大学が集積し高度な情報インフラが整備されている一方、フロンティアラボやクリエイトラボといった、企業のためのインキュベーション施設が併設されている。このように高度な情報インフラと企業とが同一敷地内にあるにも関わらず、互いの連携は密とは言えず集積の利を活かされていない状況である。

そこで、国の研究施設と企業との橋渡し機能、いしかわサイエンスパークの活性化を目的として設立されたICT研究開発機能連携推進会議（HIRP）の機能を見直し、国の研究施設の利用向上や産学官連携の促進を強化するため、一般社団法人化を視野に入れた検討を進める。また、インキュベーション施設の分譲単価の値下げや売却を検討し入居企業の定着・入居率を向上させることで、いしかわサイエンスパークの活性化を図る。

また、本県には全国でも数少ない公立の美術系高等教育機関が存在し、有名製品のデザインを手がけた卒業生を数多く輩出している。消費者は、製品の機能に加えて、そのデザインも購買促進の優先事項に挙げることが多い。そこで、製品の付加価値を向上させるため、有名製品のデザインを手がけた人材を輩出している美術系高等教育



機関のアイデアを活用した、製品デザインの開発に対する支援を行う。

## 7-2. 首都圏・海外市場等の販路開拓

### (5) 新規販路を開拓する

少子高齢化等により国内市場が縮小する懸念があることに加え、現在のIT産業の国内市場は頭打ちの状況にある。県内IT産業が競争力強化・維持をしていくためには、国内での新規需要を獲得する必要がある。前述の通り、IT産業のビジネスは約7割が首都圏（東京、神奈川）に集中することから、国内で新たな新規販路を開拓するには、首都圏を中心とした販路開拓が必須である。

これまで、県内IT企業が首都圏での販路開拓を円滑に行えるように、特定企業との商談の場の提供等を支援してきたが、顧客のニーズに合っていなかったなど成果に繋がったケースは少ない。そこで、顧客のニーズが集中するIT商社に県内企業のシーズを売り込む形態の商談の場を提供し首都圏を中心とした販路開拓を支援する。

また、新規開拓のためには、企業は常に新商品を開発し、開発した新商品を売り込む場が必要となる。そこで、県内IT企業の顧客ニーズを捉えた新製品開発を誘発するため、新製品を開発した企業が首都圏で開催される展示会への出展に対して支援する。

### (6) 交通インフラを活用して販路を開拓する

平成27年3月に北陸新幹線金沢開業に伴い、本県から首都圏へのアクセスが飛躍的に向上することで、首都圏でのビジネスがこれまで以上に活発になると予想される。前述の通り、IT産業のビジネスは約7割が首都圏（東京、神奈川）に集中することから、北陸新幹線金沢開業を好機と捉え、首都圏でのビジネス展開を促進し販路開拓に繋げることが必要である。これまで、本県から首都圏へのアクセスの悪さから、サポート面等で不利とされていたが、そのウィークポイントをむしろ利点としてアピールすることで首都圏企業への売り込みとなる。

そこで、県内IT企業が首都圏での販路拡大をこれまで以上に行えるよう、顧客のニーズが集中するIT商社を活用した販路開拓を支援する。

### (7) 地場企業との連携を促進する

当県は主要4業種である、機械、繊維、食品、IT産業をはじめ、農業や観光といった様々な産業が存在している。前述の通り、IT技術は様々な産業への活用が可能であり、それにより他産業は生産性向上などの利便性が得られる。また、(財)石川県産業創出支援機構の専門家派遣事業には農業などの県内地場企業からIT利用の相談が数多く寄せられており、県内ニーズも高い。県内地場産業のIT活用のニーズがあることから、県内IT企業と他産業の地場企業との連携を図ることで、双方がWin-Winの関係を構築することができる。

そこで、県内 I T 企業のシーズと地場の他産業の I T 活用ニーズの擦り合わせを行い、県内 I T 企業が新分野へ参入する障壁を緩和させ新分野への足掛かりを構築するとともに、他産業の生産性向上に寄与する支援を実施する。

#### (8) 海外展開の推進

国内市場が停滞するおそれがある中、小松—台北便のデイリー化やアジア等の海外 IT 市場の拡大を視野に入れた海外展開が必要である。

そこで、海外戦略策定や販路開拓等に関する個別企業の課題解決のため、現地情報やノウハウ・人脈豊富な専門家を斡旋・派遣し、個社の取り組みをきめ細やかに支援する。自社商品が海外の市場ニーズに合うか十分に判断できず、海外展開を躊躇している県内企業等に対して、海外展開の可能性やリスクを事前に見極めるため、自社商品の海外 F S 調査、現地ニーズに合った商品開発を支援する。

### 7-3. ベンチャー・ニッチトップ企業の創業・育成促進

#### (9) ベンチャー企業の創業を促進する

現在、我が国の開業率は 4.6% と欧米の半分程度に留まっている。このような現状に鑑み、国では「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」(平成 25 年 6 月閣議決定)において「開業率・廃業率が米国・英国レベル(10%台)になることを目指す」としており、これを受け「産業競争力強化法」(平成 25 年 12 月成立)では様々な創業支援を行っている。本県においても、開業率の低さ、企業数の減少の現状にあり、企業を増加させ新陳代謝を促進することによる県内産業の活性化が重要である。I T 産業においては、創業時の初期投資やオフィススペースが小さくて済むことから、他の産業に比べ創業しやすいという特徴がある。

そこで、革新的な技術や新しい事業アイデアを持つ企業に対し創業から成長まで段階に応じた支援を行う。

#### (10) ニッチトップ企業を更に伸ばす・増やす

本県には、様々な産業において国内または海外のニッチ(隙間)な分野で高いシェアを誇る企業、いわゆるニッチトップ企業が多く存在している。特に、I T 産業においては、PC 用メモリ、業務用スキャナ、医療用モニター、デジタルサイネージ等のニッチトップ企業が存在している。ニッチトップ企業は全国各地に存在し、首都圏・地方という地域性には限らず存在しているため、本県に所在する企業においてもニッチトップ企業になる可能性を秘めている。本県にニッチトップ企業が多く存在することになれば、ニッチトップ企業に関連する産業の活性に繋がり、産業全体の活力が生まれる。ニッチトップ企業になるためには、国内もしくは海外において卓越した技術力を有する必要がある他、既に有している技術力を未開拓の市場に投入することで、新市場でのシェア獲得に繋がる。

そこで、ニッチトップ企業が未開拓の市場を獲得することや企業が持つ高い技術力の更なる高度化を図り、シェア拡大のための海外展示会出展等に支援を行う。

#### 7-4. 戦略的企業誘致の推進

##### (11) 安価な電力を活かす

電力消費の大きいデータセンターについては、これまで、顧客への物理的距離の関係から多くが首都圏に設置されていたが、東日本大震災以降、データのバックアップ機能を首都圏から地方へ移管しているケースが多い。本県は、全国と比較して、比較的安価な電力を供給できる地域となっており、電力多消費企業の立地やBCPを考慮する際のバックアップ地として優位性がある。

そこで、データセンターなどの電力多消費企業の誘致・設備投資を活発化することで、本県での設備投資を促進させるとともに、誘致企業に付随するすそ野産業の活性化を図る。

#### コンテンツ産業

#### 7-5. コンテンツ産業の活性化

##### (12) 豊富な地域資源を活かす

美術工芸分野の文化資産は石川県が世界に向けて誇りうる個性であり、これをデジタルアーカイブして広く情報発信するとともにコンテンツ産業の活性化を目的に平成8年より開始したのが石川新情報書府事業である。

当時は、「マルチメディア」という言葉が世の中に出始めた頃で、伝統工芸の作品や人間国宝の匠の技をデジタルアーカイブ化するとともに、県内の印刷業が、映像・音楽、コンピュータ関連、デザイン、伝統工芸などの事業者と連携して、新たにデジタル分野へ展開するのを支援するために、コンテンツ制作を県が発注するという仕組みで実施した。

平成12年から16年までの第2期は、デジタルコンテンツ制作の分野に進出した制作企業の企画力やプロデュース力などを向上させ、県内のコンテンツ産業の底上げを図っていった時期である。

平成17年から19年までの第3期では、ビジネス展開を重視し、「売れる映像・DVD」の制作を目指し、インターネットのブロードバンド化や地上波デジタル放送の普及などを見据えて高精細な映像作りを行った。また、文化資産の価値を分かり易く視聴者に見せるため物語性というものを重視して作品作りを進めた。

平成20年からの第4期は伝統工芸や地場産業などいわゆる地域資源のブランド化を目指し、全国、世界にPR・情報発信するような『物語性のある映像』をコンテンツ企業と産地団体が一緒になって制作するなどといった、新しい形に変化してきた。このため、石川県内のコンテンツ制作企業が、単に映像を制作するだけではなく、それらの著作権を活用したコンテンツビジネスという新しい分野に参入し始めた。

この事業により、世界に誇る石川の伝統工芸などの多様な文化資産コンテンツが豊富に蓄積されたことや、平成8年以降延べ190社以上が参加し、「石川新情報書府事業」の作品が全国レベルのデジタルコンテンツグランプリで入賞するなど、県内コンテンツ企業の技術が確実に向上したことに加え、コンテンツ専門の子会社や事業所が設立されるなど石川県内にコンテンツ産業の裾野が広がってきたと評価されてきている。

このように、県内コンテンツ産業の創出から、コンテンツ産業の人材育成や技術力向上等に至るまで幅広く県内企業を後押ししてきた本事業であるが、今日のITをめぐる技術進歩はめざましく、制作したコンテンツの発信方法が多様化し、どのようにすれば多くの人に情報を到達させることができるのかという点が非常に複雑になってきている。

そこで、第5期に移行する石川新情報書府では、新幹線開業や東京五輪などの契機を活かし、今まで制作した延べ31作品の独自性あるコンテンツを利活用し、訴求性に富んだ石川県のPR映像を制作し、ネット等を活用した多様な発信方法を用いて石川県を幅広くPRするとともに、権利関係を明確化することで、県内コンテンツ産業の活性化を支援する。

また、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を支援する。

## 7-6. 人材の総合的確保・育成

### (13) 高度専門人材を確保・育成する

IT産業において、マネジメントができる人材などのSEが不足している現状にある。特に、高い技術を有する技術者については、市場が大きい首都圏に集中している上、人材不足のために、各企業間において人材獲得の競争が激化しており有能な技術者の獲得が難しくなっている。そのため、受注の選別や新規海外展開など事業拡大の断念を余儀なくされている企業も少なくない。

そこで、首都圏からの優秀な人材を獲得するため、企業が求める人材のニーズ調査や人材確保などに対する支援を行う。また、企業の海外展開を促進するため、海外事業を担う人材の育成を目的とした、若手社員の海外での実地研修に対する支援を行い、専門人材を確保・育成することで、県内IT企業の競争力強化を図る。

### (14) 若手の人材を確保・育成する

企業が常に成長を続けるには、新製品開発、新サービスの提供、海外展開・新分野進出等新たな事業に取り組む必要があり、そのためには有能な人材が不可欠である。特に、IT産業は「企業の競争力＝人材力」の要素が色濃く、有能な人材がいるだけで爆発的な成長を遂げることができる。有能なSEの獲得が急務となる一方、若手の人材を確保し有能な人材に育て上げることも競争力を維持・強化するためには必要である。

そこで、製品の高度化、グローバル化の推進等に向けた現場体制の強化を図るため、求職者を新たに雇用し、現場において必要となる知識や技能の育成を行う。また、インターンシップの普及を図りながら、県内中小企業の魅力発信につながるインターンシッププログラムの開発等、県内企業の魅力発信強化について検討する。

## **8. 戦略推進の仕組み**

産学官で連携して、本戦略の推進を図る。具体的な取り組みについては、状況の変化や政策効果を踏まえて、適時、見直していく。