

専門アドバイザーへの意見聴取結果

専門アドバイザーの意見（グリーン）

鵜沢 潔（金沢工業大学 革新複合材料研究開発センター 所長） **〔炭素繊維など複合材料〕**

複合材料市場は今後益々拡大すると予測されているが、市場は**新たに素材から製造プロセスまでを含んだ低環境負荷のものづくり**を求めている。本県が強みを持つものづくり技術の重要度が従来以上に増すため、受注拡大の好機にある。

有力企業数社を支援し、突破口を開くだけでなく全体の底上げが必要。県には個別支援に偏重せず、優れた研究環境を持つ県内大学と工業試験場が連携し**県内企業全体を支えられる仕組みづくり**を期待する。

木下 敦史（東レ(株)北陸支店 支店長） **〔サステナビリティ・グリーンイノベーション〕**

カーボンニュートラルに関して、小規模、中小事業者の多くが取り組み予定なしと回答しているが、例えば、自社のCO₂排出量を把握している事業者がどれだけいるだろうか？『難しい、知らない、』が多いのではないかと。結果として、**電気代削減＝コスト削減が、CO₂削減の考えに繋がっていない**。

脱炭素に関するトレーサビリティ管理は、より強化される方向にあり、企業の大小を問わず、製造パートナーは脱炭素への取り組みが評価される。行政による**意識醸成や具体的な指導にも期待したい**。

杉山 正和（東京大学先端科学技術研究センター 所長） **〔次世代エネルギー・研究開発〕**

カーボンニュートラルに向けて、再エネ由来の電力と水素がエネルギー源となっていく。現在、化石燃料を使っている**産業・工程の電化や燃料の水素への転換には、資金投入と技術開発が必要**である。

企業が技術開発に取り組むことができる環境を整えるため、行政は**カーボンニュートラルへの取組に対する経営者の機運醸成や資金補助を行ってはどうか**。また、企業はカーボンニュートラルを成長のチャンスとして捉え、**プラス思考で取り組むことが必要**と考えている。

専門アドバイザーの意見（人材）

岡本 祥治（株みらいワークス 代表取締役社長）

〔副業・兼業の推進〕

日本の労働人口減少が進む中で、企業では雇用人材確保と併せて**副業人材の活用が増々拡大すると予測している**(現在は黎明期)。また、副業に意欲を示す人材は近年顕著な増加傾向を見ることができ、一方では未だ多くの中小企業は、過去の「**副業者**」に対する**先入観**や、そもそも**副業人材活用**に対する**認知度が低い**という課題が明らかである。

経営課題解決の新たな手段の浸透に向けて、行政としては副業人材活用の事業化等により**中小企業の活用の敷居を低くする土壌**を育み、その地域での**成約・成功事例の創出と発信**を行うこと、さらには**地域で自走化する環境**を作ることが大切であると考える。

夏至 正典（株人材情報センター 代表取締役社長）

〔人材確保・育成〕

大都市圏との待遇差が拡大傾向にある分、若年高度人材の大都市集中は避けられない。住みよさは若者にとって地元定着の衛生要因であって動機づけとはならない。地元モノづくり産業の要諦は**長期間にわたる粘り強い人材育成**にあり、地味な努力でQuality(品質)・Cost(コスト)・Delivery(納期)の優位性を構築し、それを付加価値の源泉として**待遇差を縮めることが地元定着と移住定住促進**につながる。

山岸 晋作（株山岸製作所 代表取締役）

〔働き方改革の実践・提案〕

石川県、とりわけ金沢市は文化的な施設が大変充実し、更に陸・海・空の交流基盤も整っていることから、都市部などの人材の地方移住、地方との関わりへの関心が高まる中、他県と比較して大変魅力的な都市といえる。ただ唯一**残念なのは多様な働き方が進んでいない点**。もっと県内の多くの企業が働く場所や時間を柔軟にしていけることが出来れば、**優秀な人材や新たな労働力の誘因、創出にも繋がり、県内産業の成長に繋がるという好循環が出来る**と思う。外的な機会である**都市部等の副業・兼業人材の活用は、中小企業が苦心している優秀な人材の獲得を低コストで実現**できる。活用した企業の成長に大変大きな効果をもたらすため、ぜひ県の施策に取り込んでほしい。

専門アドバイザーの意見（研究開発・スタートアップ）

石澤 敏洋（株リバネス 地域開発事業部 部長）

〔スタートアップ発掘〕

石川県は、大学の高いレベルの研究シーズのほか、県のビジネスプランコンテストを中心に企業の研究財団などの支援が充実していることから、**スタートアップを創出する土壌は整っており、各取組を上手く連携させることが必要**。特に、大学発スタートアップについては、個社の事業拡大はもとより、**産学官金が一体となり、スタートアップを創出するための資源を補完する環境を整備する必要がある**。

また、**スタートアップと中小企業の双方にメリットがある形で連携を促し、新事業創出に向けた研究開発や実証等を進めていくことが望ましい**。さらに、担い手となる人材についても、県内外から確保するのではなく、**中長期的な視点で、県内で経営人材等の育成や企業OB人材の活用等**を図ることが求められる。

上町 達也（雪花(株) 代表取締役）

〔ものづくり×先端技術〕

中小の伝統的なものづくりの現場では、市場ニーズが多様化する中、これまでと同じ発想の仕事をして、**ニーズとの乖離が大きくなるという課題を抱えている**。ニーズに対応するためには個別最適を図っていく必要があり、**先進的な工業・情報技術を取り入れていく方向性が考えられる**。この時、各企業では自社の強み・魅力を再構築して、**市場や連携する事業者とのマッチング、人材育成**を図っていく必要があるが、これには、次の戦い方を見据えたビジョンやプランを定めることが重要であり、**伴走的な支援が必要となってくるのではない**か。

小林 和樹（株Kanazawa Diamond 代表取締役）

〔学生起業家〕

首都圏ではIT・ソフトウェア分野のスタートアップが集積しているが、**地方では各大学の特色のある研究シーズを生かしたスタートアップが有望**。各大学には研究者はいるものの経営者は少ないため、**経営者を募り、研究者とマッチングをする仕組み**があると良いのではないかと。事業化前段階において、**VCからの資金調達につなげるために、研究開発を推進する補助金**が不可欠。事業推進の際には、**知的財産等の専門分野において専門家からの伴走支援**があるとありがたい。**アントレプレナーシップを醸成するには、座学ではなく事業への参画がより効果的であり、早い年代から機会をつくる**ことが望ましい。学生のスタートアップ経営者は周りの経営者に比べて人脈等が少なく、**資金調達や組織構築など相談できるコミュニティ**があるとありがたい。

専門アドバイザーの意見（研究開発・スタートアップ）

永井 由佳里（北陸先端科学技術大学院大学 副学長）

〔イノベーション・デザイン思考〕

アフターコロナ、ウクライナ侵攻後である現時点において指針の策定を進めることは、環境変化を踏まえて指針を検討できるという意味で機会と言える。

県の強みとして、豊富な地域資源を挙げているが、**地域資源は活用して初めて文化価値を生み出すものなので、文化価値の創出に繋がるエコシステムの形成を進める必要がある。**県外人材の活用については、**県の有する地域資源から県外人材が文化価値を創出し、その成果が県外流失する可能性に留意すべき。**

松本 邦夫（金沢大学 副学長（産学連携・研究（総括）担当）

〔スタートアップ支援〕

日本人の思いやりや誠実さは世界に誇れる。その人柄はビジネスや研究開発において「この人と一緒に仕事をしたい！」という信頼と安心を支えるものであり、初等～高等教育において大切にされるべき。チャレンジする精神「失敗しても挑戦したことが大切！」を養うため、**中高生などの早い段階からアントレプレナーシップ向上**を図るべき。スタートアップ育成においては、**起業前後や成長初期段階においてこそ、専門家による的確な助言とファンド・補助金等の資金支援が重要。**機械や電子など、日本人が肌感覚としてもつ強みを活かせる精緻な技術を要する研究開発分野において、**製造業の再興**を図るべき。石川県は世界から愛される文化・伝統工芸品に溢れる。**本県の産業集積や工芸等の特色ある地域資源と、先端研究から生まれる新しい素材との融合による「新たな挑戦」は有望なスタートアップにつながられる。**

例えば、地球環境を守る先進テクノロジー素材と伝統工芸の融合による製品。そこには「ストーリー」があり、製品とともに児童・生徒にストーリーを届ける。成功にはストーリーがある。やがて、日本と世界を変える大きな流れとなる。

スタートアップは独自のコミュニティがあり、**スタートアップが集まる場づくりや 既存企業等と橋渡しする人材の役割が重要。**

専門アドバイザーの意見（国内販路）

石野 晴紀（株）石野製作所 代表取締役社長

〔ニッチトップ企業〕

今後、自社の事業を維持・拡大させていくためには、**知財や海外販路といった高度に専門的な知識**が求められる場面が多い一方、県内やISICOで開催されるセミナー等は基礎的な部分をカバーすることどまっており、**それぞれの企業の課題にオーダーメイドで答えていけるようなソフト面の支援強化**が望ましい。

実際、特許の分野では**高度な知識を持つ専門家から支援**を受けており、豊富な知識と経験に裏打ちされたアドバイスにより今後の道筋が明らかとなるなど、**支援の質の違い**を感じている。加えて、これまでとは異なる視点からの指摘も多いため、**担当者に新たな気づき**が生まれ、**社内人材の育成**にも寄与している。

大野 尚弘（金沢学院大学 教授（経営学科長））

〔マーケティング・流通（ECなど）〕

コロナ禍による消費行動の変化も相まって、日本においても**ECをはじめとするインターネット通販は確実に広まりを見せており、今後もこうした傾向は継続していく**と思われる。

ECを活用した販路開拓は、**単に商品を掲載すれば売れるようなものではなく**、新規顧客獲得のためのSNSを通じた高頻度な情報発信やリピート購入に繋げるためのファンマーケティングなど、**インターネット上のマーケティングが重要**となる。他方、こうした点を意識している中小企業は少なく、価格競争等に巻き込まれ思うような成果を上げることが出来ていない事例も多いことから、まずは**ECにおけるマーケティングの重要性や手法について学ぶ機会を**提供し、その上で**専門家による伴走支援等も受けながら売上を獲得し事業化に繋げていけるような、体系的な支援策**が必要ではないか。

軽部 英俊（株）六星 代表取締役社長

〔6次産業化・ブランディング〕

石川県の大きな強みである**観光をフックにして、各産業への効果波及を狙う戦略**が有効ではないか。来ていただいたときにモノ・コトを確実に届けることで、効果的・効率的な販促につながるのではないか。**来県した時の特別な体験がファンを生み出し、コミュニティの形成につながっていく可能性**もある。

また、農産物や加工品に関しては、**北陸の3県**でそれぞれに異なる特徴を持ちながら、自然環境などの共通した土台を有していることから、**連携したブランディングの考え方も有効**ではないか。

専門アドバイザーの意見（国際展開）

大砂 雅子（金沢工業大学 産学連携室教授）

〔国際展開〕

国内で余剰があるうえに、海外のマーケットニーズに合わせたモノこそが、海外へ輸出できるのが基本。少子化による人手不足の日本、まして保守的な地方では女性の活躍はもとより多様な価値観とチャレンジ精神のもと、イノベーションを前提にAI導入など**生産性の向上が課題**である。また、**海外の市場情報を常に確認することが重要**。

モノの輸出もよいが、今後は、**介護ビジネス、日本の農産品・食品製造等ノウハウの海外展開も大きな可能性**を秘めている。

竹中 俊介（山中漆器連合共同組合 理事長）

〔国際展開・デジタル活用〕

伝統工芸はもともと卸のビジネスであるものの、**今後はデジタルを活用し、商流の変化にも対応していくことが重要**。そのためにも**ブランディングは必須**。また、今後DXとカーボンニュートラルに対する取り組みは間違いなく進んでいく。それに対してどう取り組んでいけるかが鍵。国際展開はグループで取り組んでも埒が明かない。

行政としては、やる気のある個社のやりたいことを支援する方が効率的かつ効果的である。

山本 晴一（株ヤマト醤油味噌 代表取締役社長）

〔国際展開・食文化〕

県内企業の課題は「**カスタマージャーニー**」設計の**視点が欠けていること**と、高等教育機関が**集積しているにも関わらず地元**の学生をリクルートできていないこと。

海外市場において、国内外のメーカーとの激しい競争に打ち克っていくためには、商品**を唯一のモノとして認めてもらえるような「マーケティングストーリー」が必須**であり、**価格以外の価値も考慮に入れて判断してくれる相手先を見つけることが重要**。

専門アドバイザーの意見（事業基盤（承継等））

木村 岳二（石川県事業承継研究会 代表）

〔承継支援（専門家）〕

事業承継の重要性を認識しているものの、**自分ごとに置き換えて考えることができていない経営者が多い**。このままの状態を放置して、人知れず事業をたたむ事案が相次いでしまえば、将来の**地域経済にとって大きなマイナスとなり、目下最も重要な課題**といっても過言ではない。

行政等が中心となってリーダーシップをとり、**経営者が事業承継を具体的に検討するよう、もっと積極的にメッセージを発信**してもいいのではないか。

西中 浩一（よろず支援拠点 チーフコーディネーター）

〔承継支援（公的機関）〕

地域経済の持続的な成長のためには、**企業の適切な新陳代謝は必要**と考える。他方、地域社会や県民生活にとって必要で、成長性・収益性のある事業をつないでいくためには、**第三者承継（M&A）を増やしていくことは必要**である。

そして、その主な担い手となる中核的な中小企業や中堅企業の育成は大変重要で、**競争力のある技術や優良顧客を抱えるなどの例えばニッチトップ企業等を対象に、もっと戦略的に後押し**してもいいのではないか。

専門アドバイザーの意見（企業誘致）

岩田 誠（石川サンケン(株) 代表取締役社長）

〔半導体製造（工場立地）〕

若年層の雇用創出という地元の要望に応えるため、昭和39年に進出を決定した。50年以上が経過した現在、**人材確保が喫緊の課題**である。企業としては**労働環境の改善・福利厚生充実**といった努力はもとより、**外国人材の活用が必須**と考えている。

県には、若い人が地元で愛着を感じるよう、**市町の垣根を超えて能登地域全体の魅力向上、発信**に努めていただきたい。また、今後も生産年齢人口の減少が予想される中、今後のキーデバイスになるパワー半導体の増産、スマートファクトリーなどの**D X**や**省力化の推進**、加えて**太陽光発電システムによるCO₂削減などのGXへの推進**といった**企業の取り組み・投資**に対しても、支援をお願いしたい。

高岡 一敏（SCSKニアショアシステムズ(株) システム開発第二事業本部 本部長）〔システム開発（オフィス立地）〕

石川県へは、①**東京からの交通の利便性**、②**高等教育機関が集積しIT人材の豊富さ**、③**地元就職希望率の高さ**、④**地場IT関連企業数の多さ**を評価して進出を決定した。

進出して、他拠点に比べコスト高になるが、金沢市を中心に**優秀な人材が豊富**と感じており、中には**地域の魅力や住みよさを評価してUIターンした採用者**もいる。

また誘致企業は**地元での知名度を上げていくことが課題**と感じている。今後は、**地場企業と協業し、都市部の仕事を受けていくためにも、地場企業との交流の機会**があるとありがたい。