
石川県産業革新戦略2010 (骨子案 産業別戦略)

平成22年1月
石川県商工労働部

産業別戦略1 機械産業(1)

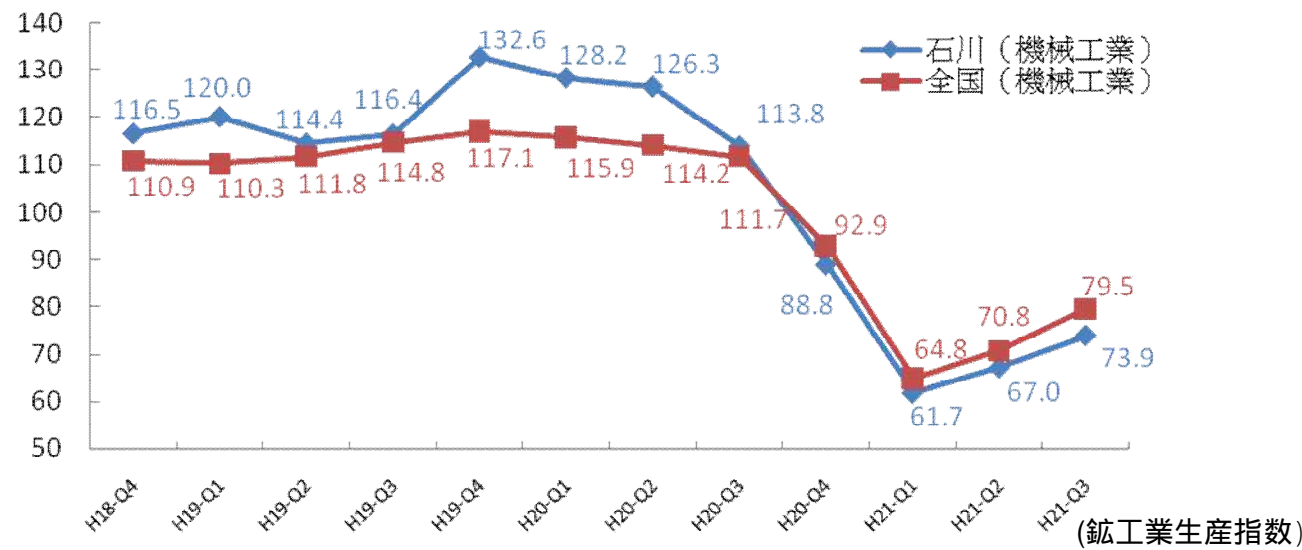
現状

本県の機械産業は、建設機械、工作機械等の機械メーカーとそれを支える機械加工、溶接、鋳造、鍛造など幅広い分野にわたる協力企業群の高い集積が特徴であり、本県の経済を支える基幹産業である。

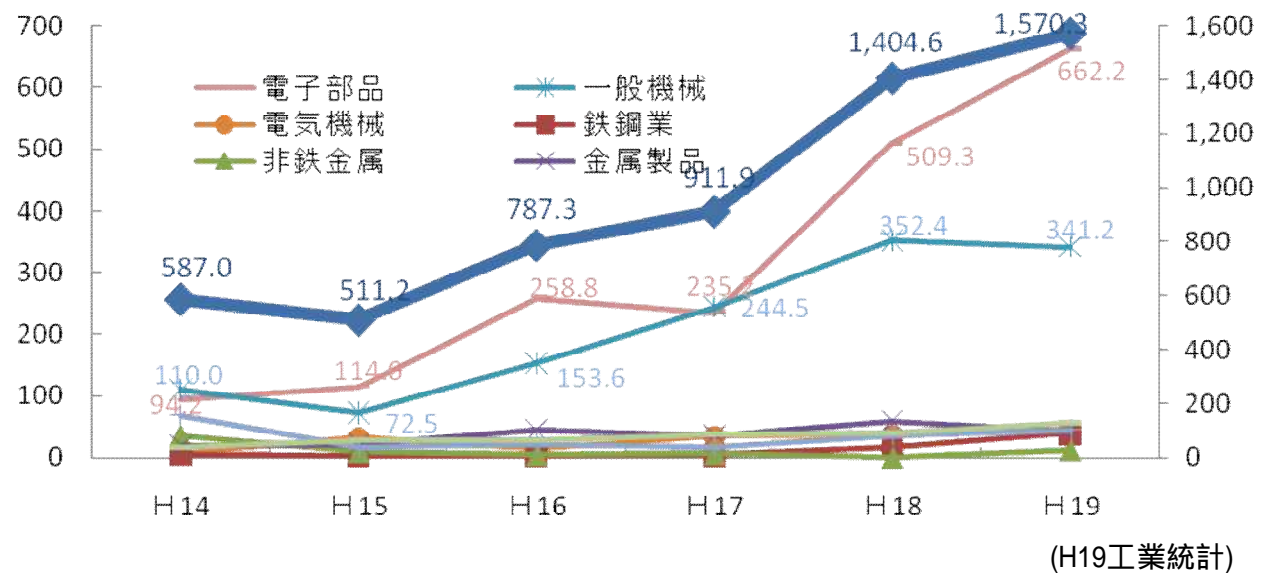
このように全国でも有数の機械産業の集積を持つ本県では、米国の金融危機に端を発した世界同時不況以前は、旺盛な海外需要を背景として、高水準の「生産」、「設備投資」が続いてきた。この時期の課題は、むしろ増産対応にあった。

しかしながら、現在では、過去に例を見ない急速な需要縮小に直面し、それまで好循環してきた「生産」、「設備投資」が一転、縮小、抑制方向へ逆回転した結果、最悪期は脱したと言われるものの、本県機械産業は大変厳しい状況にある。

生産の推移(全国、石川県) 指数: H17=100



設備投資額の推移(石川県) 単位: 億円



課題及び今後の方向性

短期的課題

「蒸発」とも表現される需要不足の状況下における緊急的な受注確保、雇用維持、資金の確保などのセーフティネット対策。

中長期的課題

特定分野に依存し過ぎることのない、変化への対応力を備えた安定した事業基盤を構築するための課題は以下のとおり。

< 目標課題 >

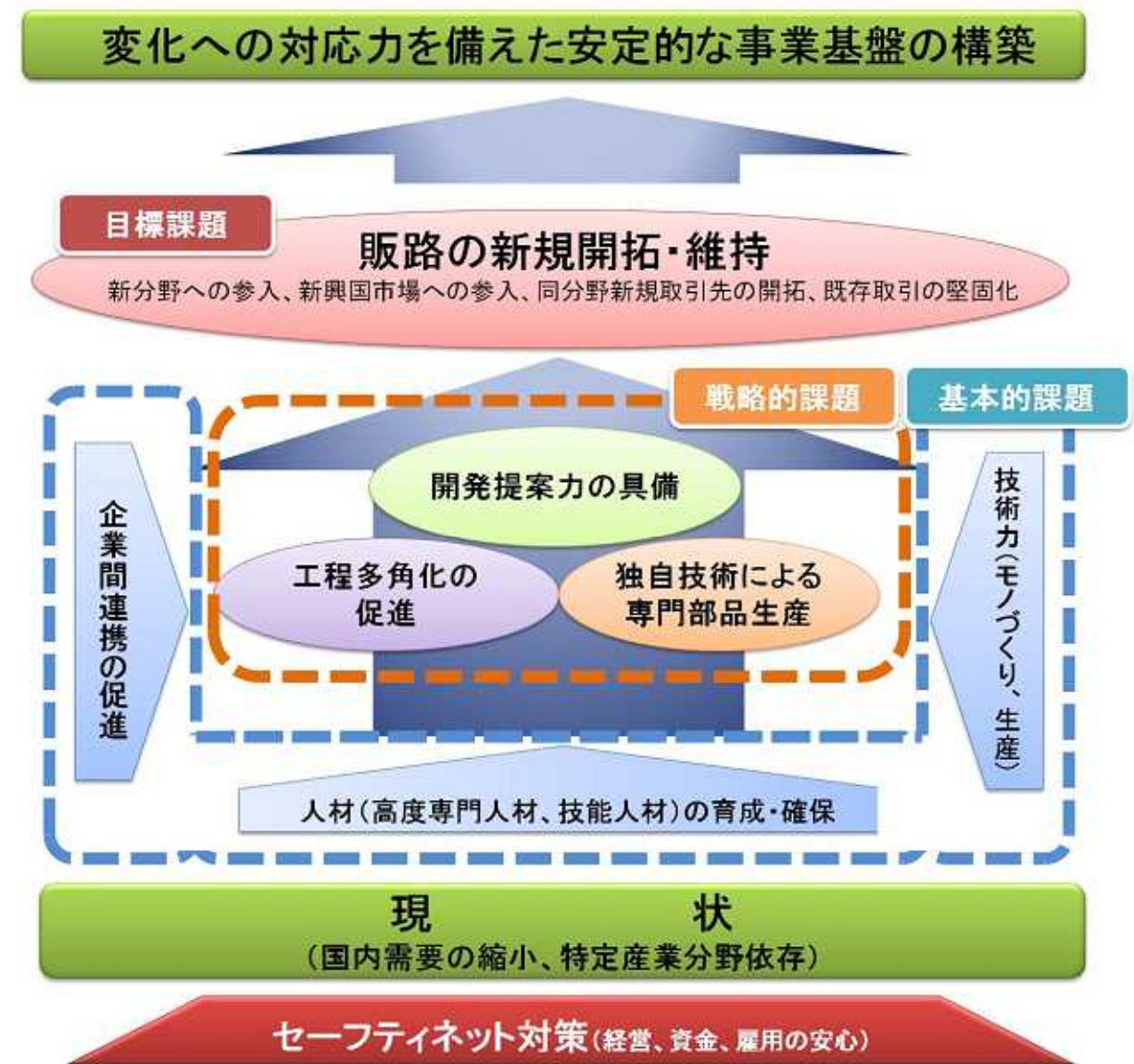
・販路の新規開拓・維持

< 目標達成のための戦略的課題 >

・工程多角化の促進、開発提案力の具備、独自技術による専門部品生産

< 戦略を支える基本的課題 >

・企業間連携の促進、人材(高度専門人材、技能人材)育成・確保、技術力(モノづくり、生産)の強化



産業別戦略1 機械産業(2)

今後に向けた取り組み

< 目標課題 >

1 販路の新規開拓・維持

これまで培ったモノづくりの技術力を活かし、特定の産業分野に依存し過ぎることのない、変化への対応力を備えた安定的な事業基盤を構築するため、環境配慮型自動車、航空機、医療機器等の新分野への参入、今後更なる拡大が見込まれる新興国市場への参入、同分野における他メーカーへの販路開拓など、販路の新規開拓を推進するとともに、既存取引の堅固化も図る。

(施策例)

ビジネスマッチングの機会提供 新分野参入への支援 見本市出展等に対する支援

< 戦略的課題 >

1 工程多角化の促進

新規の販路開拓や、既存取引先との関係をより強固なものとするために、工程多角化を促進し、メーカーの求めるモジュール発注(一貫生産)等のニーズに応える。

(施策例)

企業間連携による受注活動等に対する支援

2 開発提案力の具備

メーカーからの指示を待つ受け身の対応ではなく、開発段階から積極的にメーカーに対して提案できる力を備える。また、営業面においても、「技術提案」を伴う営業が求められており、戦略的な間接業務を備える。

(施策例)

技術力や生産性向上等の取り組みに対する支援
新製品・技術開発に向けた研究開発に対する支援
技術系社員の営業力を強化するための支援
企業間連携による受注活動等に対する支援

3 独自技術による専門部品生産

今後、メーカーによる部品調達のグローバル化が進むなど、サプライヤー企業にとっては更に厳しい事業環境が到来すると考えられるため、代替不可能な圧倒的な技術力を用いた専門部品を開発生産し、差別化を図る。

(施策例)

技術力や生産性向上等の取り組みに対する支援
新製品・技術開発に向けた研究開発に対する支援

< 基本的課題 >

1 技術力(モノづくり、生産)の向上

モノづくり企業においては、モノづくり技術力及び生産技術力の高度化は基本であり、これを着実に高める。

(施策例)

技術力や生産性向上等の取り組みに対する支援
新製品・技術開発に向けた研究開発に対する支援

2 企業間連携の促進

本県の機械産業は、小規模企業が大半(従業員数50人未満が8割以上)であり、単独での事業推進には限界があることに加え、集積を活かす観点から、例えば、工程多角化では各工程間の企業連携、開発提案では、技術提案を伴う営業機能を有する企業と技術を有する企業との連携など、複数企業が特徴を持ち寄って戦略的に取り組む企業間連携を促進する。

(施策例)

企業間連携による受注活動等に対する支援

3 人材(高度専門人材、技能人材)の育成・確保

開発提案には高度専門人材、生産には勤勉で優秀な技能者が必要であり、高度専門人材の確保・育成、技能者の多能工化等を進める。

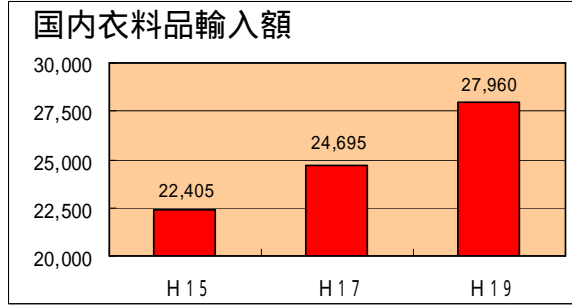
(施策例)

首都圏等の大都市から高度な専門人材を確保するための支援
金沢産業技術専門校の機能強化による在職者訓練・若年者訓練の推進
若年者を対象とした本県機械産業・企業の魅力発信の強化

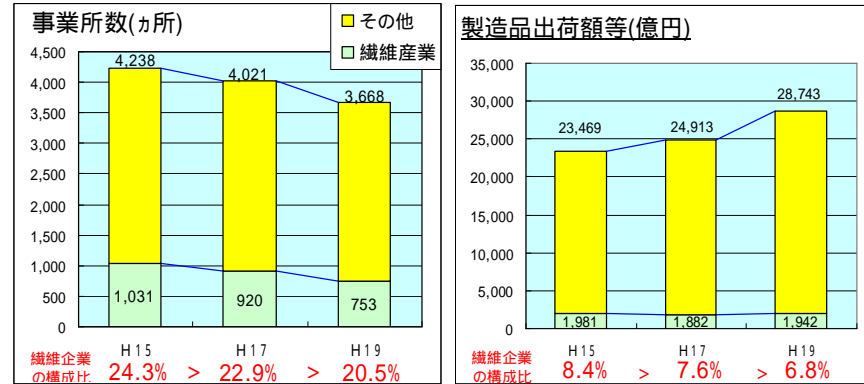
産業別戦略2 繊維産業(1)

本県繊維産業の現状

・国内市場の縮小、安価な海外衣料品の流入等により、国内繊維産業全体での、縮小傾向は止まらない



・本県製造業の中でも繊維産業規模の縮小が進行
製造業全体の伸びについていっていない



本県繊維産業の規模(従業員4人以上の企業)

・個別企業の取り組みにより、県内繊維企業の間で二極化が顕著
製造業全体の中でも、遜色なく伸びている

区分	1事業所当たり		従業員1人当たり	
	H17/H15	H19/H17	H17/H15	H19/H17
全製造業	11.9%	26.5%	5.4%	9.9%
繊維産業	6.5%	↑26.1%	6.4%	↑7.4%

事業所当たり、従業員当たりの製造品出荷額の伸び率(従業員4人以上の企業)

課題

安価な海外衣料品との競争は困難。深掘りすることによる差別化(商品価値・売り方)対応が必要

原系メーカー、産元商社の影響力低下に伴い、委託加工形態のビジネス維持は困難

衣料品市場の縮小は避けられず、非衣料分野などの新たな市場開拓が必要

単独企業での商品企画・研究開発は限界

斜陽産業イメージの定着で、繊維業界に若者が集まらない。優秀な人材の確保が必要

今後の方向性

石川産地の成長に向けて、以下の取組みが求められる。

川下(アパレル)へのアプローチ、連携強化による商品の差別化
異業種・次世代産業へのアプローチ、連携強化を通じた高機能素材の用途拡大
産地企業(石川・北陸)の連携強化
人材の育成・確保



図 石川産地の成長の方向性

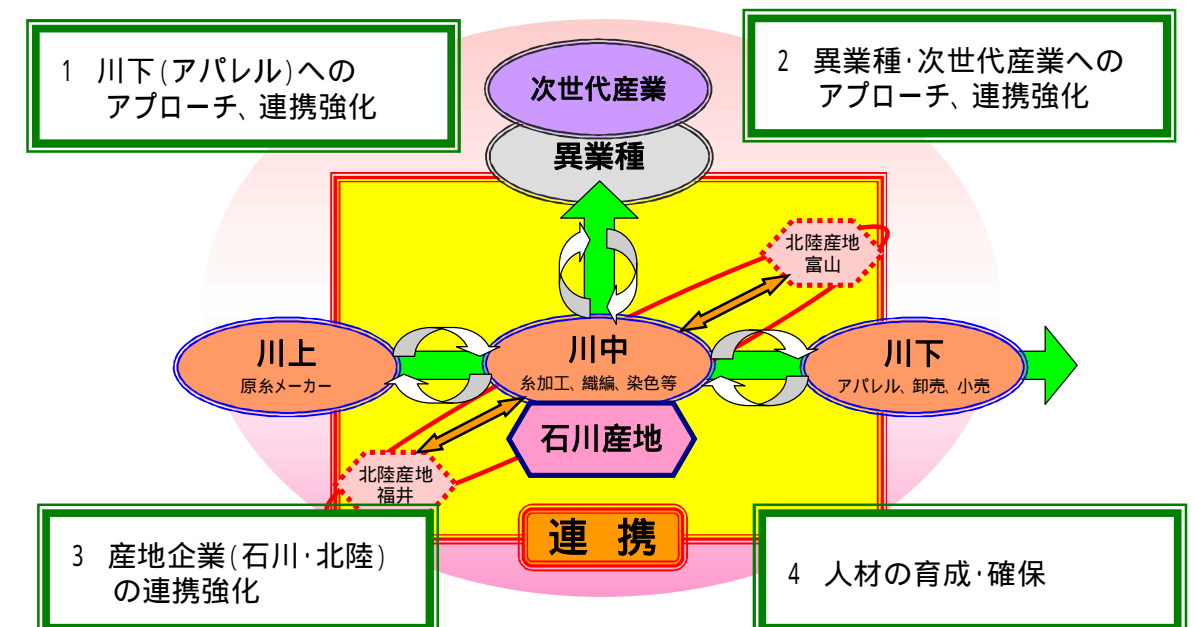


図 石川産地の更なる成長のために取るべき方策

産業別戦略2 繊維産業(2)

今後に向けた取り組み

1 川下(アパレル)へのアプローチ、連携強化

『消費者ニーズを的確に捉えたモノづくり企業への転換』を目指し、
自社商品の差別化対応への取り組みの加速
委託加工業者からの脱却の推進(企画・提案型企业へ)
アパレル業界との協働による商品開発
積極的な商品開発、販路開拓による川下企業への積極的アプローチ
を推進する。

(施策例)

アパレル企業との連携による商品開発に対する支援
展示商談会出展に対する支援

3 産地企業(石川・北陸)の連携強化

『日本有数の繊維産地における企業集積を最大限に活用』し、
糸加工、織編、染色等の川中企業同士が連携することによる商品開発・
販路開拓の実施
石川産地にとどまらない北陸3県企業の有機的連携によるメリットの発揮

(施策例)

企業連携による商品開発活動等に対する支援
北陸3県企業が連携した販路開拓や人材育成、研究開発などの推進(再掲)

2 異業種・次世代産業へのアプローチ、連携強化

『石川産地が誇る繊維加工技術を活用し、新たな市場へ進出』を目指し、
衣料分野で培った技術を活用した産業資材を始めとした非衣料分野への
用途展開
他産業における高度な製造技術との融合による新製品や複合技術の創出
川上企業等との連携による環境・バイオ技術を取り入れた最先端ファイバ
ー等の開発
リサイクル等の環境に配慮した取り組み
を推進する。

(施策例)

新製品・技術開発に向けた研究開発に対する支援
ビジネスマッチングの機会提供
見本市出展等に対する支援
炭素繊維関連製品・部材の開発に対する支援
北陸3県企業が連携した販路開拓や人材育成、研究開発などの推進

4 人材の育成・確保

『環境の急激な変化に対応できるプロアクティブな人材の育成・確保』を目指し、
新たな市場環境の創造ができる次代の経営者の育成
自らが企画提案・商品開発ができる人材の育成・確保
生産工程を熟知するため産地企業間での人材交流
中途者であってもモノづくりへの熱意を持つ人物の積極的採用
を推進する。

(施策例)

首都圏等の大都市から高度な専門人材を確保するための支援
北陸3県企業が連携した販路開拓や人材育成、研究開発などの推進(再掲)
若年者を対象とした本県繊維産業・企業の魅力発信の強化

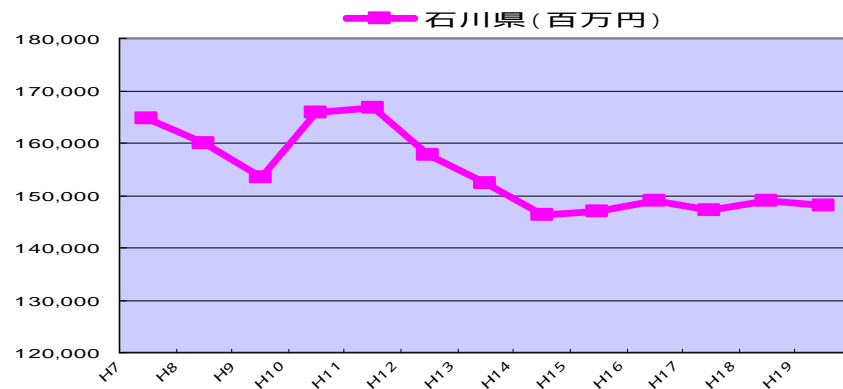
産業別戦略3 食品産業(1)

現状

(1) 本県の食品産業

- 他産業と比較して食品産業は不況等にあまり左右されず、取り巻く環境は、食品産業戦略策定時から特段大きな変化はない。(企業ヒアリング)
- 県内の食料品の製造品出荷額は、日本の消費人口減少等によりなだらかな減少傾向

食料品の製造品出荷額等の推移(4人以上の事業所)



出典：H19石川県の工業

(2) 国内の消費者の消費動向

- 消費者は食の安全安心はもとより、健康に関する効用など、食品が持つ「機能」に大きな関心を寄せている。
- 世界の食糧事情の変化や近年の食糧自給率が低い水準にあることを踏まえ、原材料の安定供給や地場の素材の活用に関心が寄せられている。
- 世界同時不況後、家庭での内食の増加やプライベートブランド(PB)商品の売り上げが増加するなど、消費者の節約意識の高まり

課題

地元はもとより首都圏をはじめとする国内での販路拡大に加え、海外への市場拡大が必至

石川の「食」のブランド化を推進するため情報発信の強化

地産地消や地場素材の活用で農商工連携を推進する際に、農林水産業者と食品加工業者を結びつける情報交換の場やコーディネートする人材が不足

健康志向・安全志向など消費者ニーズ・ライフスタイルの変化への速やかな対応が必要

今後の方向性

1 成長の方向性

(1) 販路開拓の方向性

「石川の食」のブランド価値の向上と食文化の提案
輪島塗など器としての伝統工芸品、加賀野菜などの農林水産物、加賀料理など洗練された文化等をトータルにして食文化を発信し、新たな価値を創造して差別化、ブランド化を図る。

首都圏等における消費者ニーズへの対応
地元に加え、首都圏や海外のライフスタイルを分析し、消費者ニーズにも的確に対応する。

「石川の食文化」ブランドを活用した国際展開の推進
中国を始めとする東南アジア等の新興諸国や、欧米等のラグジュアリー(富裕)層など、新たな市場の模索・開拓。

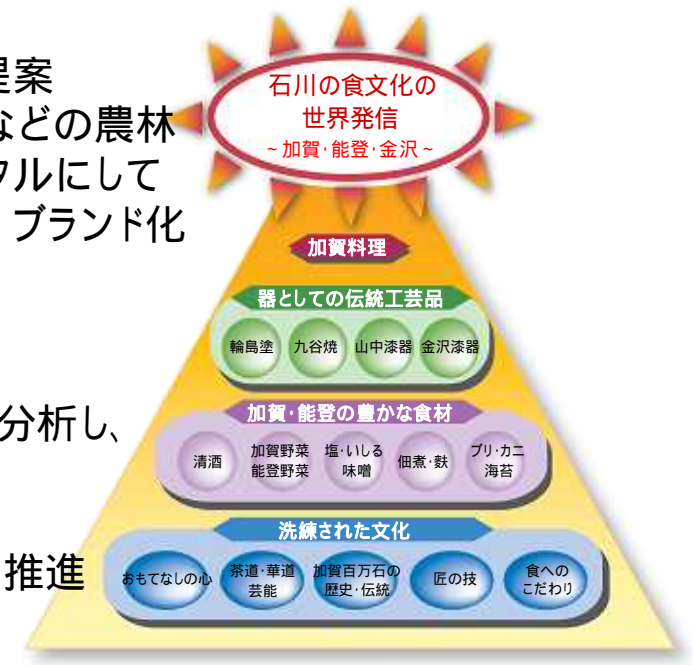


図 石川の食文化の発信のイメージ

(2) 商品開発の方向性

すべての基本に「食の安全・安心」

価値ある地元素材の活用
(例) 五郎島金時のプリンなど、地域資源を活用した商品等
機能性(健康に良いなど)の追求
(例) 甘酒などの高機能発酵食品、本格派の純米酒、添加物を抑えた手作りの和菓子等
ブランド力(加賀・能登・金沢のイメージ等)の活用
(例) 加賀料理、茶の湯の文化が育んだ金沢の和菓子 等

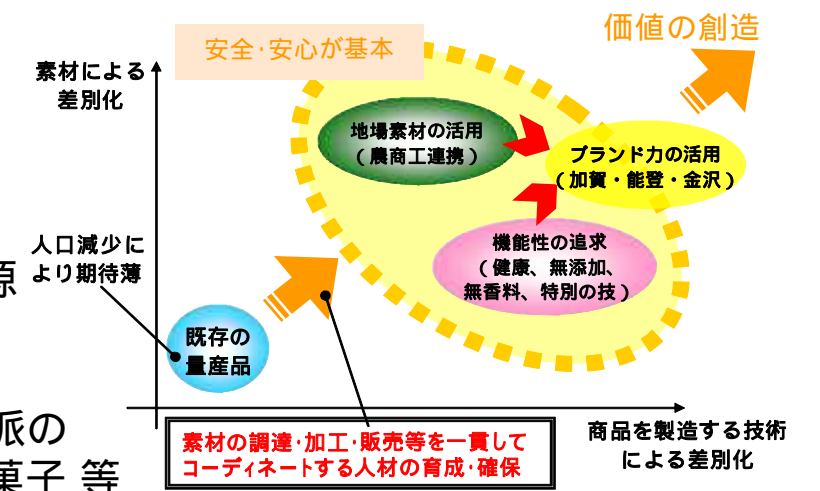


図 商品開発の方向性のイメージ

2 基本戦略

本県食品産業の成長に向けて以下の取組みを推進する。

- 石川の食文化の発信
- 農商工連携の推進
- 機能性食品開発の推進
- 食品産業界を担う人材の育成・確保
- 基盤強化と事業化への集中支援

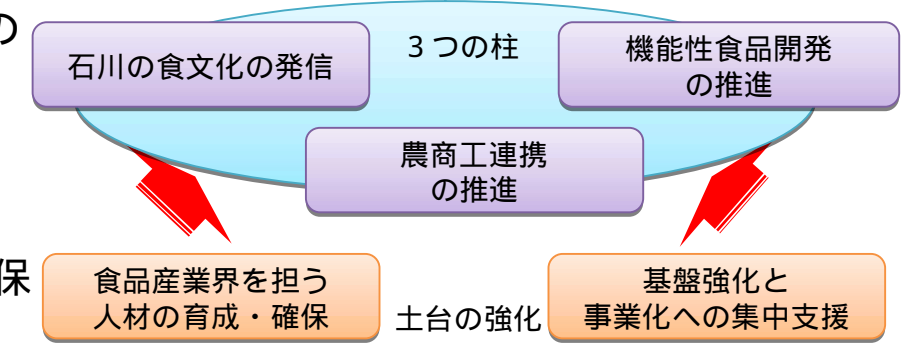


図 食品産業の成長のための基本戦略

産業別戦略3 食品産業(2)

今後に向けた取り組み

< 3つの柱 >

1 石川の食文化の発信

1 石川の食に関する情報発信の強化

本県の歴史や文化に裏打ちされた器としての伝統工芸品、豊富な農林水産物など「石川の食文化」をトータルで発信し、ブランド化を支援する。

(施策例)

映像やHP等による石川の食文化に関する情報発信とPR
海外ラグジュアリー層に向けた本県の質の高い食文化の情報発信

2 アジアや米国など海外展開や販路開拓の拡大

経済成長が続く中国や世界のトレンド発信基地である米国をはじめとした県内食品企業の海外展開や販路開拓を支援する。

(施策例)

海外の見本市出展等に対する支援
海外ラグジュアリー層向けビジネスの創出に対する支援

2 農商工連携の推進

1 農商工連携を推進する体制の整備

農林水産業者と食品加工業者双方のニーズをマッチさせ、農商工連携の具体的な取り組みを促進するための方策を検討する。

(施策例)

生産者、加工業者、県、支援機関、業界団体、専門家からなる農商工連携促進協議会を設置

2 農商工連携による新たな商品価値の創造

農林水産業者と食品加工業者の連携を支援するとともに、本県が誇る豊富な農林水産物や質の高い食文化を活かした新商品等の開発や販路開拓を支援する。

(施策例)

県産食材のブランド化の推進
農林水産業者と食品加工業者の連携に向けたマッチングに対する支援
農林水産業者と食品加工業者との連携による新事業展開に対する総合的な支援

3 農商工連携による供給・販売体制の強化や企業による農林水産物の展開

農商工連携による供給・販売体制の強化や企業の農業参入に関する取り組みを支援する。

(施策例)

地元産農林水産物の利用促進に向けた一次加工施設整備に対する支援
空工場の活用等による企業の農業参入に対する支援

3 産学官連携による機能性食品の研究開発の推進

1 機能性食品の研究開発の推進

素材が持つ機能性や発酵技術を活用した機能性食品の開発に向けた産学官連携の共同研究開発等を支援する。

(施策例)

国の大型研究開発プロジェクトを活用した研究開発の推進
研究成果の事業化に対する支援(研究成果の普及、大学等が持つ技術シーズの移転促進、研究成果の実用化研究に対する支援など)
食品の機能性表示に関する制度の在り方にかかる検討

2 インキュベーター施設への集積促進

いしかわ大学連携インキュベーター(i-BIRD)について、石川県立大学と一体となって食品分野の研究成果の事業化を目指し、i-BIRDへの入居促進に向けて支援する。

(施策例)

いしかわ大学連携インキュベーター(i-BIRD)への入居を促進するため入居者に対する支援

3 産学官連携体制の充実強化

企業と工業試験場・石川県立大学等が連携し、新たな研究開発を推進する。

(施策例)

産学官における食品加工技術に関する研究者ネットワークの整備
産学官共同の研究開発等を推進する地域産学官共同研究拠点の整備

< 土台の強化 >

4 食品産業界を担う人材の育成・確保

1 複合的な領域を統括し企画・提案できる人材の育成・確保

消費者ニーズ等に対応し、素材の調達から商品開発・販売に至る工程をコーディネートする人材の育成・確保を支援する。

(施策例) 戦略的な異分野連携を展開するための核となる人材の育成・確保

首都圏等の大都市から高度な専門人材を確保するための支援

2 産学官の連携による研究開発人材の育成・確保

大学や研究機関等の連携により、商品の研究開発を担う人材の育成・確保を推進する。

(施策例) 大学等と企業が連携した就業支援

3 若年者を対象とした本県食品産業・企業の魅力発信の強化

若者の地元企業への就職を促進するため、若者が知りたい情報を的確なタイミングで提供する。

(施策例) 大学等に進学する学生に対する情報提供の推進

県内企業による合同企業説明会の開催

5 食品加工業者の基盤強化と事業化へ向けた集中支援

県内の食品加工業者の生産基盤および経営基盤の強化を促し、国や県の事業化支援プログラムを活用して、豊富な地域資源を活用した食品開発等を集中的に支援する。

(施策例)

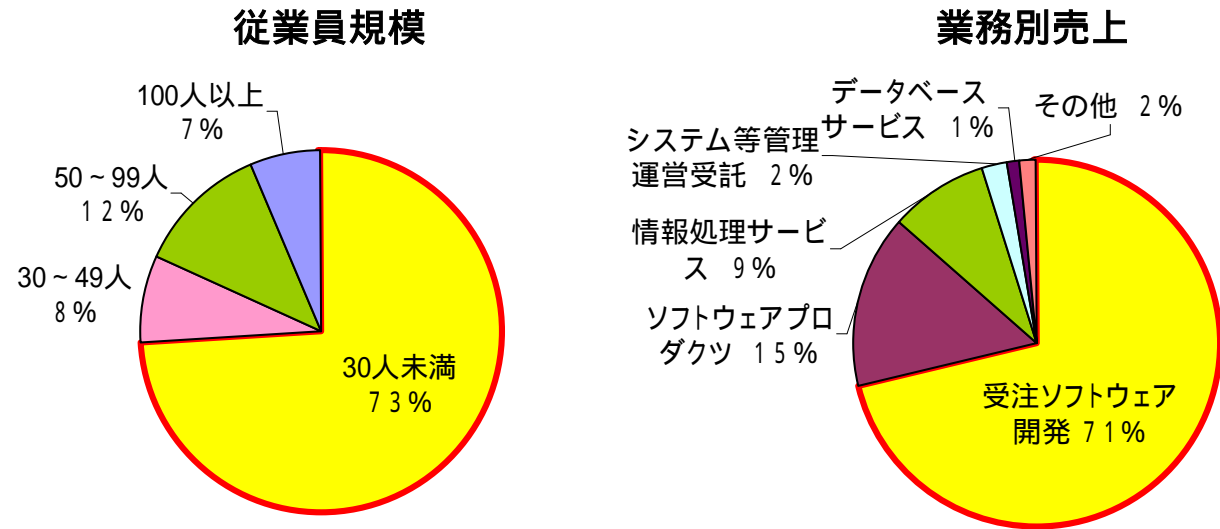
いしかわ産業化資源活用推進ファンドによる地域資源を活用した新商品開発や販路開拓に対する支援
制度融資による支援
専門家派遣やセミナー等の開催

産業別戦略4 IT産業(1)

現状

(1) 本県のIT産業

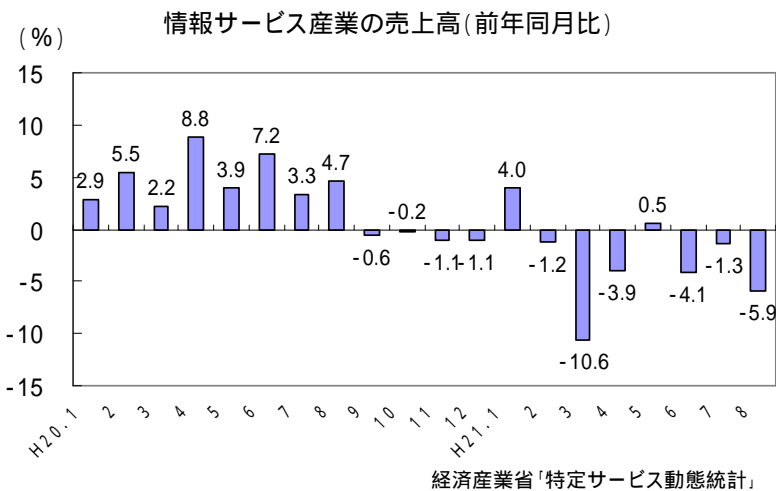
人口当たりの事業所数が東京、大阪に次いで第3位と高い集積度をほこる。中小規模の割合が高く、業務内訳は、大部分が「受注ソフトウェア開発」であり、大手IT企業から仕事を受注する二次請け、三次請けの企業が多いことが特徴



経済産業省「平成19年特定サービス産業実態調査」

(2) 国内のIT産業

世界同時不況を受けて製造業、金融業等のIT投資は延期・凍結されるようになり、大手システム会社が外注削減に動いたため、受託開発を事業の柱としているIT企業にとって非常に厳しい状況にある。業務効率化の観点から大手企業の情報システムが東京本社に集約され、受注業務の東京一極集中が進んでいる。企業が経費削減を迫られる中で、システムの「保有」から「利用」への流れが加速し、今年に入って大手IT各社が相次いでクラウド型サービスに参入、インターネットデータセンターの設置も活発化している。



大手IT企業のクラウド向けDC投資状況

	場所	投資金額	サーバー台数(当初)	完成時期	クラウド事業の売上目標
富士通	館林市(群馬)	100億円	1000台	H21.10	3年間で3000億円
日立製作所	横浜市	100億円	500台	H21.7	2012年3月期に年間1000億円
NEC	全国10カ所	50億円	不明	未定	2013年3月期に年間1000億円

各種調べ

課題

大手IT企業の外注削減により、受け手となるパートナー企業は厳選される方向にあり、大手の要求(「得意分野」、「高度人材」、「セキュリティ」、「資金体力」)にしっかりと応えることが必要

大手IT企業の外注削減が進む中で、新たな分野で自社業務を作り出していくことも必要

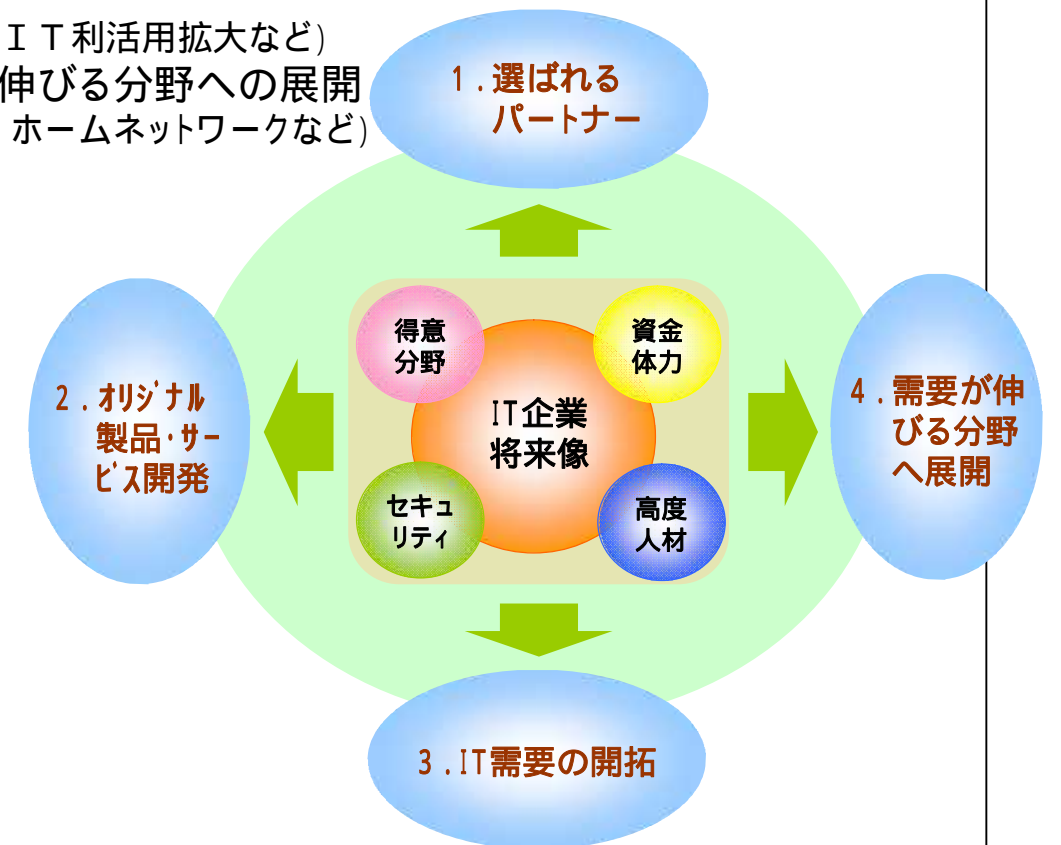
受託業務の東京一極集中が進む中で、首都圏への販路開拓と県内企業の潜在ニーズ掘り起こしが必要

「保有から利用へ」の動きが加速する中で、これを如何にビジネスチャンスとして行くか

今後の方向性

本県IT産業が目指す方向性

- 1 選ばれるパートナーを目指す
- 2 オリジナルの製品・サービスの開発
- 3 需要の開拓
(県内産業のIT利活用拡大など)
- 4 IT需要が伸びる分野への展開
(福祉、環境、ホームネットワークなど)



産業別戦略4 IT産業(2)

今後に向けた取り組み

1 選ばれるパートナーを目指す

1 高度IT人材の育成・確保

ソリューション提案などITを活用して高付加価値を創造出来る人材、受注したプロジェクトを適切にマネジメントする人材などIT企業に求められる高度IT人材の育成・確保を推進する。

(施策例)

高度IT人材育成のカリキュラムの設置

首都圏等の大都市から高度な専門人材を確保するための支援

若年者を対象とした本県IT産業・企業の魅力発信の強化

2 得意分野・セキュリティ確保の支援

大手IT企業がパートナー企業へ求める重要な要素である得意分野とセキュリティーの確保に向けた取り組みを支援する。

(施策例)

中小企業の技術力向上等の取り組みに対する支援

3 資金体力の支援

受注したシステム開発が長期に渡る場合における円滑な運転資金の確保について支援する。

(施策例)

県制度融資による支援

2 オリジナル製品・サービスの開発

1 ITとコンテンツの融合を推進

競争力のあるオリジナル製品・サービスの開発に向けてIT事業者とコンテンツ事業者が持つ互いの強みを融合させた具体的プロジェクトを創出するとともに、事業化を支援する。

(施策例)

ITとコンテンツをコーディネートする人材の配置

ITとコンテンツの融合プロジェクトに対する支援

2 産学連携の推進

競争力のあるオリジナル製品・サービスの開発に向けて大学が持つ研究シーズ(アルゴリズムなど)と県内IT企業の連携を推進する。

(施策例)

大学の研究シーズの発掘と情報発信

産学連携の研究開発を支援

3 モデル事業の創出

競争力のあるオリジナル製品・サービスの開発に向けて国のモデル事業などへ挑戦するプロジェクトを発掘するとともに、採択への各種支援を行う。

3 IT需要の開拓

1 首都圏への販路開拓の推進

ソフトウェア開発における受注業務が集中している首都圏の大手IT企業のニーズを把握し、県内のIT企業が自社の製品・サービスを売り込みを支援する。

(施策例)

大手IT企業と県内IT企業とのビジネスマッチングの場を提供

2 県内におけるIT市場の創出

IT化が遅れていると言われる県内の地場産業に対して、潜在化しているニーズの掘り起こしと、ITを活用した業務効率化等のサポートを更に推進することで、県内企業間でのIT市場の創出を推進する。

(施策例)

県内地場産業に対するIT導入のニーズ掘り起こし活動

県内IT企業が持つ製品・サービスを紹介するインフラの整備

IT導入におけるニーズとシーズのマッチング

IT・コンテンツを活用して産地等のブランド構築、全国へのPRをサポート

県内中小IT企業が県の事業を受注しやすくなる仕組みの検討

3 中核施設の誘致

県内IT企業に新たな受注業務を生み出すインターネットデータセンターなどの中核施設の誘致を推進する。

4 海外展開の支援

経済発展が続き、今後も成長が期待できるアジアを中心に、各国での技術提携や販路開拓にチャレンジする県内IT企業を支援する。

(施策例)

海外展開に必要な情報収集と支援策の検討会議

海外における県内IT企業の製品・サービスをPRする場の提供

4 IT需要が伸びる分野への展開

1 新分野への参入・展開を推進

厳しい業況においても、今後IT導入の需要が伸びると見込まれるクラウドコンピューティング分野、ホームネットワーク分野、環境分野、医療分野、農業分野、携帯端末用アプリケーション分野などの新分野への参入・展開を推進する。

(施策例)

新分野に関する具体的プロジェクトの創出