

島根県産業振興プログラム

SHIMANE



意欲と知恵で新たな価値に挑戦するひと・企業のために

はじめに

景気の低迷が続き、低経済成長が見込まれる中で、本県を取り巻く社会・経済環境は、人口減少と少子高齢化の進展、健康や環境への関心の高まり、規制改革等の社会構造の変革、経済のグローバル化など、あらゆる面で変化しつつあります。

一方で経済成長を最優先とするこれまでのわが国の産業政策は、環境破壊、大都市の過密と地方の過疎化、失業率の急増など、様々な問題を顕在化させてきました。これからの社会では、資源・環境・エネルギーの制約の中で、経済成長だけではない新たな豊かさを実現するために産業はあるべきで、今後はそうした新しい価値創造に取り組む産業の振興が求められます。

このため、「意欲と知恵で新たな価値に挑戦するひと・企業のために」をキャッチフレーズに、環境変化をチャンスととらえ、将来をにらんで自己変革しようとするひとや企業を支援するため「島根県産業振興プログラム」を策定しました。このプログラムでは、産業振興の方向性を以下の5つの「しん」でまとめています。

- 「芯」の強化 ~ 企業体質の強化と支援環境の整備 ~
- 「新」展開の支援 ~ 起業・新たな担い手・新分野進出の支援 ~
- 「進」産業の支援 ~ 技術力・製品開発能力の強化と経営改革の促進 ~
- 「深」産業の支援 ~ 質・付加価値の向上の促進 ~
- 「親」産業の支援 ~ 身近な産業の支援 ~

人材の育成、働く環境づくりなど、産業は地域全体で育むものであり、同時に産業の発展が県民所得の増大、雇用拡大や定住の促進、ひいては地域の自立をもたらします。

県としては、このプログラムをもとに県内産業が積極的に時代の潮流に挑み、また、女性や高齢者を含む新たな経済の担い手が活躍されることを期待し、そうした取り組みに対して、商工団体や市町村等、大学・高専などの「学」と連携しながら、積極的に支援していきたいと考えます。

最後に、このプログラムの策定にあたり、様々な機会を通じて貴重なご意見をいただいた県民・各企業の皆様や、プログラム策定推進委員など関係者の方々に心からお礼申し上げます。

平成14年9月

島根県知事 澄田信義

目 次

プログラム策定の趣旨	2
第1章 本県産業を取り巻く社会・経済環境	6
第2章 本県産業の現状	12
第3章 本県産業が目指すべき方向	16
1 目指すべき社会	16
2 本県産業が目指すべき方向	17
〔1〕産業の「芯」の強化	17
〔2〕産業の「新」展開	19
〔3〕「進」産業の追求	21
〔4〕「深」産業への執着	23
〔5〕「親」産業の展開	24
第4章 産業振興施策Ⅰ	26
1 「芯」の強化 ～企業体質の強化と支援環境の整備～	26
2 「新」展開の支援 ～起業・新たな担い手・新分野進出の支援～	28
3 「進」産業の支援 ～技術力・製品開発能力の強化と経営改革の促進～	31
4 「深」産業の支援 ～質・付加価値の向上の促進～	34
5 「親」産業の支援 ～身近な産業の支援～	35
第5章 産業振興施策Ⅱ(詳述項目)	38
1 教 育	38
2 産学官の連携	40
3 企業の誘致	42
4 産業技術の振興	44
第6章 目標値の設定	47
第7章 プログラムの推進に向けて	48
参考資料	51

プログラム策定の趣旨

1 プログラム策定の目的

日本全体として、景気低迷とともに、少子高齢化、高度情報通信社会の到来、社会構造の変革、国際情勢の変化など、社会・経済環境が変化しつつあるなかで、従来の延長では解が見つからないのではないかということが共通認識になってきている。本県産業も先が見えにくいのが実状であるが、将来を睨んで自己変革を考えなければならない時期にきている。

産業振興プログラムは、このような視点から、県内産業の活性化と新たな産業創出を促進するための基本的施策の策定と推進を行い、本県経済の成長、県民所得の増大、雇用拡大と定住の促進を図って地域の自立に寄与することを目的とするものである。

2 プログラムの性格

このプログラムは、本県の製造業・ソフト系産業を主な対象として、平成22年度（2010年度）までを視野に入れて、振興の方向と必要な施策を提示したものであり、県の施策構築の基礎となると同時に、各市町村の産業振興施策の指針としての性格を有する。

なお、プログラムの内容は、島根県第4次中期計画（平成17年度～）の策定にあわせて全体を見直しとともに、現状に沿った効果的な施策の推進のため、毎年度見直しを行うものとする。（見直しに当たっては、プログラム策定推進委員会によるプログラム推進状況の評価及び審議を経る。）

3 対象とする産業

プログラムの対象は、市場を県外に求めることが可能で、県外からの価値を獲得移入して県内経済の活性化に資することが期待される製造業及びソフト系産業を主とするが、新市場参入や新産業創出、新規開業等については、産業全般を対象とする。

なお、商業振興施策については、「島根県商業振興プログラム」の期間（平成12年度～16年度）終了後、このプログラムに盛り込むものとする。

4 他の計画との関係

このプログラムは、平成4年度から12年度までの商工行政の基本方向を示した「島根県商工業振興計画」を引き継ぐとともに、ソフトビジネスパーク島根等のハード整備に対応するソフト施策を提示した「島根県新産業アクションプログラム」（平成8年度～）の改訂版としての性格を有するものである。

5 策定方法

プログラム策定に当たっては、平成13年6月に県内企業経営者、学識経験者等26名からなる島根県産業振興プログラム策定推進委員会を設置し、審議を行った。

また、同委員会の下にワーキンググループを設置し、県内企業の現地調査等を実施し、現状把握や振興施策の検討を行った。

対象とする業種

製造業

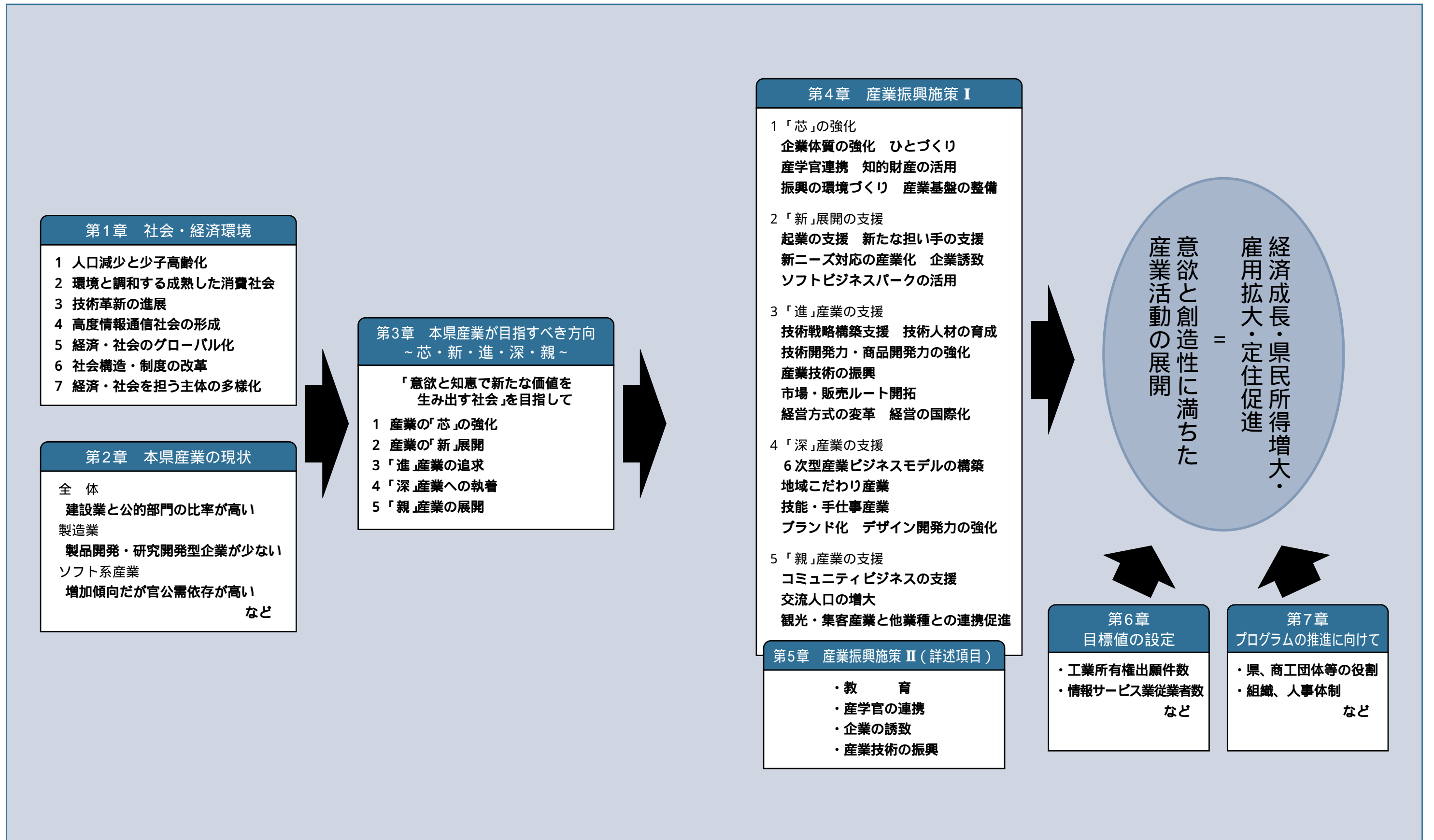
有機又は無機の物質に物理的、化学的变化を加えて新製品を製造し、これを卸売する事業所が分類され、具体的には次の業種が含まれる。

- | | |
|--------------------|---------------------|
| (1) 食料品製造業 | (12) ゴム製品製造業 |
| (2) 飲料・たばこ・飼料製造業 | (13) なめし革・同製品・毛皮製造業 |
| (3) 繊維工業 | (14) 窯業・土石製品製造業 |
| (4) 衣服・その他の繊維製品製造業 | (15) 鉄鋼業 |
| (5) 木材・木製品製造業 | (16) 非鉄金属製造業 |
| (6) 家具・装備品製造業 | (17) 金属製品製造業 |
| (7) パルプ・紙・紙加工品製造業 | (18) 電気機械器具製造業 |
| (8) 出版・印刷・同関連産業 | (19) 精密機械器具製造業 |
| (9) 化学工業 | (20) 武器製造業 |
| (10) 石油製品・石炭製品製造業 | (21) その他の製造業 |
| (11) プラスチック製品製造業 | |

ソフト系産業

本県産業の高度化と新産業創出の主要な担い手としてソフトビジネスパークへの入居促進等を図っている下記業種が含まれる。

- | | |
|----------------|-----------------------|
| (1) ソフトウエア業 | (9) デジタルコンテンツ制作業 |
| (2) 情報処理サービス業 | (10) コールセンター業 |
| (3) 情報提供サービス業 | (11) データセンター業 |
| (4) 広告代理業 | (12) 非破壊検査業 |
| (5) ディ스플레이業 | (13) エンジニアリング業 |
| (6) デザイン業 | (14) 試験研究機関（自然科学研究所等） |
| (7) 経営コンサルタント業 | (15) 人材育成機関（専修学校等） |
| (8) 機械設計業 | |



第1章 本県産業を取り巻く社会・経済環境

我が国は少子高齢時代を迎え、かつてのような高度経済成長が期待できなくなるなか、国内市場の成熟化、生産拠点の海外移転など、経済環境は大きく変わろうとしている。環境負荷軽減への取り組み、IT(情報通信技術)をはじめとする技術革新の進展などの世界的な潮流の中で、構造改革の進展、地方分権など、新しい社会経済システムへの胎動は、既にはじまっている。

こうした社会や経済の環境の変化は人々の新しいニーズを生み、新分野進出等を目指す企業にとっては大きなチャンスでもあり、ベンチャー、中小企業、市民事業などの新たな活動の場の拡大にもつながる。

1 人口減少と少子高齢化

我が国の人口は、平成18年に1億2774万人でピークに達した後、減少過程に入り、平成62年(2050年)にはおおよそ1億人になるものと予測されている。

合計特殊出生率(1人の女性が一生の間に産む子どもの数)は減少傾向にあり、平成13年は1.33(島根県は1.60)となった。

生産年齢(15歳~64歳)の割合が減少傾向にある一方、老年人口(65歳以上)の割合は増加傾向にあり、人口に占める老年人口の割合(高齢化率)は平成26年(2014年)には25%台に達するものと予測されている。

本県の人口は既に全国を上回るペースで人口が減少しているが、平成12年で76万3千人であった本県人口は平成22年には72万6千人と3万7千人減少する見込みで((株)山陰経済経営研究所)これは平成12年の安来市と八雲村の合計人口に相当する。

本県の高齢化率は平成12年で24.8%と全国一位であるが、平成22年には27.2%(全国は21.5%)と推計され、人口減少と高齢化は全国を上回るスピードで進展するものと予測される。(同研究所、

グラフ1参照)

“チャンス”

高齢者や女性が活躍する機会が増加する。

高齢社会の新たなニーズが発生し、ビジネスチャンスが生まれる。

機能性や快適性を求める商品購入、消費におけるこだわりの重視、余暇や趣味への関心の増大など、生活者はより豊かで多様なものに向かおうとしている。

資源は有限であることから、省エネルギー、リサイクルは世界的課題となっている。

健康・安全への意識と同時に自然・環境への認識も高まっている。

環境汚染・環境破壊なき生産や経済成長、環境負荷の少ない持続的発展が可能な社会の構築が求められている。

県内においてもたとえば松江市の「環境を考える市民の会」によるエコショップ開設、市民環境大学の設立など多彩な市民活動や、平田市役所における家庭の廃食油を回収・精製してゴミ収集車の燃料として再利用する取り組みなど、地域住民の参加による多様な環境貢献活動が展開されている。

企業活動については、クリーンエネルギー志向、各種環境規制への取り組み、健康で安全な生活を実現する商品の提供等に加え、豊かさを実感できる商品やサービスの提供が求められている。

“チャンス”

本県の豊富な自然と良好な生活環境は、健康・安全・自然・環境意識の高まりに応える「場」となると同時に本県の商品にイメージアップをもたらす可能性を有する。

合計湖沼面積では全国3位となる中海・宍道湖をはじめ、斐伊川、江の川、高津川など豊富な水環境を有し、水関連環境機器や水資源を用いた食品産業など水関連ビジネスの現場に恵まれている。

環境規制の強化は規制クリアのための機器開発など新たな商機となる。

3 技術革新の進展

IT（情報通信技術）、ナノテクノロジー^{*1}、バイオテクノロジー^{*2}など、次の時代を担う技術革新が世界規模で進展している。

企業、大学・高専、公設試験研究機関が共同で技術開発や商品開発に取り組む産学官の連携が進みつつあるが、特に近年、法整備等により大学から産業界への技術移転が拡大しており、産学の共同研究が急増している。（グラフ2参照）

“チャンス”

全国で進行している特許開放、大学の技術移転を活用できる。

知的財産は経営資源となる。

4 高度情報通信社会の形成

都市・地方を問わず、インターネットに対する関心が高まり、家庭や職場において急速に普及している。（グラフ3参照）

情報通信基盤の整備とともに、通信網の高速大容量化が急速に進展している。

既存産業の伸び悩みに対し、情報通信産業は順調に拡大しつつある。

“チャンス”

距離的・時間的制約が緩和される。

インターネット通販などの新たな商機が生まれる。

情報通信技術の活用により、経営の合理化や業態の変革を進められる。

超高速・大容量の基幹通信網である「全県IP網」が全国に先駆けて完成し、ソフトビジネスパーク島根には充実した光ファイバー網が整備されるなど、本県は情報通信基盤が整いつつある。

*1：ナノテクノロジー

ナノとは10億分の1を表す単位で、1ナノメートルは100万分の1ミリにあたる。ナノテクノロジー（nanotechnology）とは、ナノメートルという極めて小さな世界で、原子や分子を操作したり、微小機械を製作する技術のことをいう。我が国の科学技術基本計画では、ナノテクノロジー・材料をライフサイエンス、情報通信、環境とともに重点分野として位置づけている。

*2：バイオテクノロジー

バイオテクノロジー（biotechnology / BT）とは、免疫や発生・再生など生物が持っている様々な機能についての研究成果を活用する技術領域のことをいう。BTの活用により、病気の発生原因や発病メカニズムを根本から解明し、遺伝子レベルでの個人の体質の違いを把握したうえで治療を行う革新的医療など、様々な分野で画期的な成果が得られることが期待されている。

「ヒト・モノ・カネ」の国境を越えた移動・交流が活発化している。(グラフ4参照)

企業も国境を越えて拡大し、情報通信技術の進展と相まって受発注活動等も世界規模となっている。

中国は「世界の工場」となるとともに、巨大な市場に発展しつつある。

“チャンス”

海外調達や海外市場進出の機会が増加する。

外資系企業や海外からの観光客の誘致の契機となる。

グローバル化の時代こそ、地域の特性が輝く時代である。

規制改革などの構造改革により、社会構造の枠組みが変わりつつある。

福祉・教育分野の改革等により、新たな社会ニーズが発生している。

地方分権や市町村合併、道州制議論などの動きの中で、地方の役割が拡大する一方で、地域の存在価値をいま一度見直すべき時期がきている。

国・地方の財政悪化により、公的財政支援は縮小が見込まれ、公共工事の見直し等と相まって地域経済・地域産業は自立に向けた取り組みが強く求められる。

“チャンス”

規制改革などの改革は新たな商機を生み出す。

地域の特性がこれまで以上に注目されるようになっている。

産業振興施策に地域の特性、実状をより反映させることができるようになる。

7 経済・社会を担う主体の多様化

NPO^{*1}の活動やコミュニティビジネス^{*2}など、新しいビジネスの形態が広まりつつあり、ハイテクベンチャーに限らず、既存の技術や技能の見直し、新たな生活ニーズへの対応なども起業の契機として着目されている。

そうした分野を含め、高齢者や女性、学生等がそのノウハウを生かして起業^{*3}、就業する例が増えている。

行政も、NPOとの連携やPFI^{*4}など様々な形で住民や民間の力を活用することが求められている。

“チャンス”

既存の産業集積がない地域や中山間地域など地理的に不利な場でも起業の可能性
がある。

NPOやコミュニティビジネスを含め、高齢者、女性、学生等の起業・就業機会は
増えている。

住民や民間企業の力を発揮する新たな機会が増えている。

*1：NPO

Non Profit Organization（民間非営利団体）の略。継続的、自発的に社会貢献活動を行う、営利を目的としない団体の総称。社会福祉や環境、文化、教育、まちづくりなど、様々な分野で活発に活動している。平成10年12月に施行された特定非営利活動促進法（NPO法）は、NPOに法人格を与えてその活動を促進しようとするもの。

*2：コミュニティビジネス

地域が抱える課題や生活の質の向上のために、住民が主体となって行う地域事業やビジネス。利益至上主義でもボランティアでもなく、活動を継続するための適正規模・適正利益を求めた企業的感覚の運営が特徴。

*3：起業

「起業」とは、創業、開業、既存企業の新分野進出・業種転換・経営革新等を指す場合が多い。

なお、「起業家」という場合には、それ以前にはなかった革新的な事業を始めるという点で単なる創業・開業と区別して用いている場合もある。

（参考）「創業」：新たに事業を始めること。

「開業」：新たに事業所（商店、工場、事務所）を開設すること。（創業と同義の場合もある。）

*4：PFI

Private Finance Initiativeの略で、道路、庁舎、廃棄物処理施設といった公共施設等の設計、建設、維持管理、運営等を、地方公共団体が自らすべて行うのではなく、民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う新しい手法のこと。事業コストの縮減やより質の高い公共サービスの提供、民間の事業機会の創出を通じた経済の活性化が期待できる。

経済状況

- ・当分は低経済成長の見込み
- ・国内市場の成熟化、生産の海外移転など経済環境の変化が進行

	社会・経済環境の変化	好機（チャンス）
1 人口減少と少子高齢化	<ul style="list-style-type: none"> ・出生率の低下と高齢化 ・生産年齢人口の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者・女性の活躍機会増大 ・高齢社会のニーズの発生
2 環境と調和する成熟した消費社会の実現	<ul style="list-style-type: none"> ・より豊かで多様なものへの志向 ・健康・安全・自然・環境への関心増大 	<ul style="list-style-type: none"> ・豊かな自然・良好な生活環境 ・宍道湖等の豊富な水環境 ・環境規制は新たな商機
3 技術革新の進展	<ul style="list-style-type: none"> ・IT、ナノテク、バイオなどの技術革新の進展 ・産学共同研究の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・特許開放、大学の技術移転の活用 ・知的財産権は経営資源
4 高度情報通信社会の形成	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネットの急速な普及 ・通信網の高速大容量化 	<ul style="list-style-type: none"> ・距離、時間の制約緩和 ・新たな商機 ・経営合理化、業態変革 ・本県の充実した情報通信基盤
5 経済・社会のグローバル化	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒト・モノ・カネの移動 ・企業も国境を越えて拡大 ・中国の躍進 	<ul style="list-style-type: none"> ・海外調達、海外市場進出の機会 ・外資系企業、海外からの観光客誘致の契機 ・地域特性の輝く時代
6 社会構造・制度の変革	<ul style="list-style-type: none"> ・規制改革などの構造改革 ・福祉・教育分野の改革 ・分権・市町村合併・道州制 ・国・地方財政の悪化 	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな商機 ・地域特性への注目 ・施策への地域特性の反映
7 経済・社会を担う主体の多様化	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO、コミュニティビジネスの広まり ・住民や民間の力の活用増 	<ul style="list-style-type: none"> ・中山間地等でも起業の可能性 ・高齢者・女性・学生等の起業・就業機会増大 ・住民や民間の力の発揮場面増加

第2章 本県産業の現状

日本経済は長期にわたる低迷期にあり、本県企業の多くも、売上の停滞、債務負担の増加など、厳しい経営を余儀なくされている。

本県産業は、総じて公的部門に依存する産業構造である。製造業では加工組立型中核企業が少ないほか、労働集約的業種が多く、労働生産性が低い。また、ソフト系産業では産業の規模が小さく、集積が乏しい。

しかし、一方で特色ある素材を生かす地域産業や、オンリーワン事業を展開する企業、小規模ながら全国的知名度をもつソフト系企業があるなどの特徴・発展可能性を有している。本県の事業所数についてみると、開・廃業率はともに全国を下回っている。

バブル経済の崩壊以後、本県と全国の経済成長率（実質）は0%近くに低迷し、平成6年度頃に一時的に成長の兆しが見えたもののその後マイナス成長に転じ、現在に至っても本県、全国とも低迷の域を脱していない（平成11年度本県1.6%、全国1.4%）。

近年の本県製造業の牽引役であったIT関連産業の減産や本県製造業を支えてきた繊維・機械金属関連業種において生産拠点の海外移転が進むなど、総じて本県製造業は厳しい状況にある。公共工事の削減もあって地域経済は疲弊の色が濃く、平成13年度の本県の企業倒産（負債総額）は、年度で統計を始めた平成元年度以降最高を記録した（約266億円）。

また、本県では、開業率が一貫して全国平均を下回るとともに、廃業率も昭和61年以降は全国に比べ低くなっており、全国と比べてダイナミックな経済活動に欠ける。（グラフ5参照）

1 産業構造全体

【全国と島根県の産業別総生産の比較】（グラフ6参照）

全国に比べ、特に建設業と公的部門（電気・ガス・水道業及び政府サービス業）の割合が高い。これら3部門が総生産に占める構成比は島根県35%に対し、全国は20%である。

全国に比べ、製造業の割合は小さい（島根県15%、全国22%）。

平成元年と平成11年を比べると、製造業の割合の低下（20% → 15%）が特徴的で、これをサービス業の増加（13% → 17%）で補っている形となっている。

【県東部と西部の比較】（グラフ7参照）

東部が西部より高いのは製造業、卸売小売業、金融・保険業、サービス業である。

西部が東部より高いのは農業、建設業、電気・ガス・水道業、運輸・通信業等である。

東部は西部に比べてサービス経済化がやや進んでおり、西部は東部より公的部門への依存度がやや高いと言える。

【構造】

事業所数、従業者数では中小企業の比重が大きいが、出荷額では近年大企業の比重が高まっている。

全国と比べて県内で集積が多い業種は、衣服、木材木製品、家具、窯業土石、鉄鋼である。

【業績】

電気機械を除く他の業種は全体的に景気低迷、中国等への生産シフト等の影響で受注・売上が大きく減少している。

電気機械のうちIT関連業種の伸張が他業種の落ち込みをカバーしている。

近年の県全体の出荷額は、IT関連大手企業の動向が左右する傾向にある。

【業態】

労働集約的業種が多く労働生産性が低い(従業者1人あたり付加価値は全国の6割)

多様な外注先を必要とする一般機械、電気機械などの加工組立型業種において中核企業が少なく、外注企業数も限られるうえ、表面処理や特殊加工、プラスチックなどの業種が不足するなど厚みのある企業集積に欠ける。

製品開発型企业、研究開発型企业が少ない。

下請・外注企業においては技術特化型が少ない。

窯業・木材などの基礎素材型業種をはじめ、食品や家具などの生活関連製造業においても、生産財^{*1}やOEM^{*2}商品も多く、自社ブランドで消費者に直接提供する最終商品(消費財)を製造するタイプの中核企業が少ない。

【その他】

規模の縮小により、地域の雇用の受け皿としての機能が低下している。

企業間連携や産学官連携の事例は、(特に県西部において)多いとはいえない。

県外からの企業進出意欲は低下している。

事業所数の増減には小規模企業(4~9人)の開廃業数が大きく影響している。

建設業界から自社で培ったノウハウを生かして水処理やリサイクルなど環境関連機器の製造分野に進出し、大学や高専との共同研究や特許出願を積極的に行っている企業がみられる。

*1：生産財

消費者が購入する「消費財」を生産するために使用される財貨。生産者が購入、利用する資材や部品など。

*2：OEM

Original Equipment Manufacturingの略。委託を受けた相手先のブランドで完成品や部品を供給すること。

“ 発展可能性 ”

個々にみると健闘している企業も多い。

特殊鋼、窯業、食品など特色ある素材を生かした産業が存在する。

自然・観光資源等の地域資産を生かした企業が存在する。

技能・手仕事産業に個性と技能の蓄積がある。

福祉、環境等の分野に取り組む企業が増加している。

産学官連携の動きは少しずつ活発化している。

従業員は勤勉であるとの評価がある。

3

ソフト系産業

【情報関連】

従来からのソフトウェア需要に加え、インターネット、移動体通信、CATVなど多様なサービス需要が増加し、情報サービス業の規模は拡大している。(グラフ10参照)

官公需依存度が高く、下請重層構造またはアウトソーシングが活発である。(グラフ11参照)

【デザイン関連】

バブル経済崩壊後伸び悩みが続いている。

官公需依存度が高い。

グラフィックデザインの割合が高く工業デザインの割合は低い。

発注者側のデザインへの意識、関心はやや低調である。

“ 特徴・発展可能性 ”

情報関連は、全国と比べ規模は小さいが従業者・売上高とも増加傾向にある。

情報関連では、全体の企業数が少ないにもかかわらず、全国的知名度をもつ企業がある。

1 産業構造全体

- ・建設業と公的部門（電気・ガス・水道業及び政府サービス業）の割合が高い
- ・全国に比べ製造業の割合は小さい
- ・近年の製造業の割合の低下をサービス業の増加で補完

2 製造業

現 状 と 課 題	発 展 可 能 性
<p>（構造）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中小企業の比重大 ・木材・衣服・窯業土石等の工場集積多い <p>（業績）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中国への生産シフト等で売上減少 ・IT関連が他業種の落ち込みをカバー ・県全体の出荷額は、IT関連大手企業の動向が左右 <p>（業態）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働集約的業種多く労働生産性低い ・加工組立型中核企業少ない ・製品開発型、研究開発型企业少ない ・下請・外注企業で技術特化型少ない <p>（その他）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域の雇用受け皿機能の低下 ・企業間連携や産学官連携の事例少ない ・企業進出意欲は低下 ・事業所数の増減には小規模企業の開廃業数が影響 	<ul style="list-style-type: none"> ・1社単位では健闘企業あり ・特殊鋼、窯業、食品など特色ある素材を生かした産業あり ・自然・観光資源等の地域資産を生かした企業あり ・技能・手仕事産業に個性と技能の蓄積 ・福祉、環境等の分野に取り組む企業の増加 ・産学官連携は少しずつ活発化 ・勤勉な従業員

3 ソフト系産業

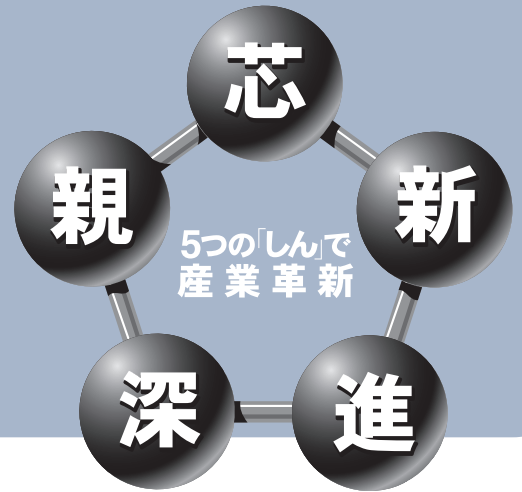
現 状 と 課 題	発 展 可 能 性
<ul style="list-style-type: none"> ・情報サービス業の規模が拡大 ・情報関連は官公需依存度が高く、下請重層構造・アウトソーシングが活発 ・デザイン関連はバブル以後伸び悩み、官公需依存度が高い ・グラフィックデザインの割合が高く工業デザインの割合は低い ・デザインへの意識、関心は低調 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報関連は全国と比べ規模は小さいが従業者、売上高とも増加傾向 ・情報関連では全体の企業数は少ないが全国的知名度をもつ企業あり

第3章

本県産業が目指すべき方向

新たな時代の中で、本県は意欲と知恵で新たな価値を生み出す社会を目指すべきである。

そうした社会を目指す上で本県産業が今後進むべき路も、前章までにみてきた社会・経済環境の変化に対応するとともに、現状の課題を克服し、発展可能性を伸ばしていくものでなければならず、それは5つの「しん」(~芯・新・進・深・親~)にまとめられよう。



1

目指すべき社会

人材の育成、働きやすい環境づくり、新技術や情報の獲得など、産業は地域全体で育むものであり、また、同時に産業は地域に雇用や経済の活性化をもたらす。

つまり、「地域が産業を育て、産業が地域を発展させる」のであり、産業の有り様を考えることは社会の在り方を考えることに他ならない。では、我々はどのような社会を目指すべきなのであろうか。

20世紀は生産者がリードし、生活者（消費者）はそれにある時点まで従ったが、最後に“NO”を言った時代である。これに対して21世紀は、資源・環境・エネルギーの制約の中で人々が満足できる生活を可能にするという難しい課題に挑戦してゆく時代であり、そのために、生活者が本当に欲しいものを言い、生産者がそれに応じていくという形に変わってゆかねばならない。

すなわち21世紀の産業は、利便性だけではない快適な商品、生活者が求める新しい機能やサービス、好みの多様化に応える商品、人間性をより重視した医療や福祉、質の高い生活志向に応える教育や娯楽など、新しい時代の豊かさを実現するための新たな価値を創造していく必要がある。そのためには、これまでの延長に安住するのではなく、意欲を持ち、知恵を絞って自己変革と新たな価値に挑戦していかなければならない。そしてそこでは、高齢者や女性など新たな社会の担い手が、生産者と生活者の両面でいかに参画・活躍するかが一つの鍵となろう。

本県は我が国の人口構成を先取りしており、将来の我が国の課題や生活者意識を予見し、新たな時代の豊かさを実現していく上で他地域より優位な立場にある。この地の利を生かし、住み集う人と企業が、それぞれの分野において意欲と知恵によって新たな価値を生み、時代を拓いていく社会を築いてゆきたい。

このような「価値創造」は、必ずしも都市部の大企業だけが担うものではない。着想とスピード感に富む地域の中小企業が独自の分野を開拓し、その分野で新しい価値を創造していくことは十分可能である。また、「価値創造」は単一の企業のみでの実現は困難であり、関連企業が製造す

る部品の一つひとつ、タイミングよく供給するための物流、経営を支える管理システムなどを合わせた総合的な力で実現していくものである。

以下では、こうした「価値創造」に向けた産業のあるべき姿を、5つの方向に分けてまとめることにする。

2

本県産業が目指すべき方向

〔1〕産業の「芯」の強化

産業の「芯」とは、人、資金、経営力など企業の経営を支える基盤のことである。いかなる発展も基礎がしっかりしていなければ成し得ない。「芯」無くば立たず、である。

「ニューコア^{*1}の独創性のほとんどは現場で働く社員達によってもたらされるという前提で会社を作り上げた。とても到達できそうになくてもゴールを提示し、そこに到達する道を社員に見つけさせるような、そんな会社を最初からつくったのだ。」

(ケン・アイバーソン^{*2} / 「真実が人を動かす～ニューコアのシンプルマネジメント～」ダイヤモンド社刊)

1. 企業体質の強化

既存の企業はもちろん、新たに生まれる企業にとっても、経営戦略の構築、事業計画の策定が経営の根幹である。同時に財務、生産、組織、マーケティング、販売など経営の諸機能の強化が企業の基盤となる。また間接金融に加えて、投資などの直接金融の制度など、機動的で多様な資金調達を可能にする資金調達環境が企業の発展には不可欠である。各企業が培った技術・経営ノウハウや雇用を維持発展させる円滑な事業継承なども企業を支える重要な要素である。

こうした企業体質の強化が産業の芯をつくることになる。

2. ひとづくり

人口が少ないからこそ、一人ひとりの能力発揮に地域の存亡がかかる。

人材育成こそ最大の芯である。

経営者・一般従業員は、それぞれの立場に応じて、経営能力の向上や競争に負けない優れた技術力はもちろんのこと、社会経済環境の変化を的確に把握し将来を見通す洞察力や、創造性・積極性、高度情報通信社会に適応した基礎・応用知識、語学力等を身につけ、磨いていかなければならない。

一方で、ひとの発想・技には必ず原点がある。地域を見つめ、過去を振り返り、基本に学ぶ姿勢がなければ、新しい視点は決して生まれてこない。

*1：ニューコア
アメリカの鉄鋼メーカー。

*2：ケン・アイバーソン
65年、倒産の危機に瀕したニューコアの社長に就任、解雇なし、工場閉鎖なしで大手メーカーにしかできないとされていた薄鋼板の製造に成功、同社を再建し、業界2位の地位に成長を果たす。

3. 学・官との連携

アイデアや技術を事業化していくためには、大学や公的研究機関等の有する研究開発能力をうまく活用することが必要である。県の内外を問わず、存在する知的資源を有効に利用することは、自らの開発能力の幅が広がるとともに、研究開発のスピードアップや確実性につながり、発展の機会が増大することを意味する。

4. 知的財産の活用

特許や商標など知的財産（知財）は、商品の競争力を高めるだけでなく、今後は新たな商品や技術の開発をする際に、開発のスピード、コスト等に大きく貢献するものと考えられる。また国際社会においては、自社の権利保護と同時にグローバルな経営戦略上の可能性も大きく増大するので、知財は益々大きな意味をもってくる。

5. 産業振興の基盤、環境の整備

産業振興に必要な社会基盤や支援体制なども産業の「芯」を補完するものである。また、今後は行政による産業支援だけでなく、産業支援型NPOや後進育成のメンター^{*1}組織など民間が有する企業支援力との連携を通じた、より効果的な支援が必要である。

〔2〕産業の「新」展開

「ひとりひとりのまちの起業家が成し遂げる雇用創出、イノベーションはささやかなものであるが、これらの総和を見るとその役割は非常に大きく、彼らこそが経済構造改革の旗手であるとの認識が普及しつつある。」

(中小企業白書2002年版)

「新」展開とは、産業の新しい芽である「創業・開業」^{*1}や、地域社会の新しい担い手としての高齢者・女性やUターン・Iターン者、NPOなど新しい事業主体

の活躍、さらに既存産業が変化に対応して行うべき新分野進出、新事業展開のことである。

時代の変化は、人々の新たなニーズ・新市場を生みだす契機となっており、また、情報化の進展に伴い、時間的、距離的制約が緩和され、創業や新分野進出の機会は増大しつつある。さらに高齢者や女性、学生等の活躍の場も広がっている。今、人や企業に求められているのは、新しい動きにどん欲にぶつかっていく「進取の気概」に他ならず、同時に地域社会全体にはチャレンジを後押しする気風が求められる。

さらに、産業集積の少ない本県にとっては、こうした内発的な新展開だけでなく、新たに企業を県外から誘致してくることも重要である。

1. 創業・開業

将来の発展企業は現在ある企業から生まれる。したがって事業所数の減少を防ぎ多くの企業が存在することが必要で、そのためまず創業・開業の促進とフォローアップが求められる。

創業・開業は「新産業創造」、「ハイテクベンチャー」などの面が強調されがちであるが、もっと多様な意義がある。まず個人の「独立」機会を保障するものである。次に創業・開業後の企業の成長は雇用増を生む。新たな事業所の登場は地域経済・社会に活気をもたらす。そして社会にとって新しい技術やサービスを提供する創業・開業は、新産業が生まれる苗床となり社会を革新する可能性をも秘めている。

また本県製造業では4人～9人の企業が事業所数増減に最も影響しており、将来の発展可能性をもつこうした小規模企業へのフォローも重要な視点である。

ハイテクベンチャーに限らない多様な創業・開業と発展初期段階の小規模企業の活性化が産業の新展開につながる。

2. 高齢者・女性の起業と就労

我が国は他国に前例のないスピードで高齢化と出生率低下が進展しており、高齢化率が世界最高水準になったとき、どのような問題が発生しどのように対処すべきなのか、モデルのない時代を迎えようとしている。

そうした中で本県は、高齢化率や人口減少という点では我が国の将来を先取りする地域となっており、新たな時代に対応した社会構築への取り組みが求められる。産業の活性化という点では、これまで産業を支えてきた生産年齢人口の減少が大きな課題となり、対抗策として高齢者や女性がビジネスを通じて社会参加することが有効と考えられる。高齢者や女性は、起業や就労の拡大を通じて産業の新たな担い手の一人となる。

*1：創業・開業
10ページの脚注*3参照。

3. Uターン・Iターン者の誘導

多くの本県出身者が県外で学業を積み、あるいは企業人として活躍している。また、本県出身者に限らず、本県の豊富な自然や良好な生活環境などに惹かれて本県での生活を希望する有為な人材もある。

これらの人材が本県産業の状況を理解し、自らの意思で本県産業への貢献を選択して就業し、県外での経験を生かして新たな価値を創造していくことは、本県の産業振興のうえで意義が大きい。

4. NPO

自発的に社会貢献活動を行うNPOは、企業や行政に不足している視点や機動力を生かせるという利点を有しており、多様化・複雑化する社会の課題解決に向けてその意義や役割はますます大きくなっていくと考えられる。

NPOは非営利の社会貢献活動団体と位置づけられるが、事業の継続性確保のための適正利潤追求、使命達成に向けた組織運営など、企業的側面も求められる。長期的には雇用の場としても重要な存在となってくると思われる。

5. 新分野への進出、業種の転換

社会の変化によって新たな市場やサービス需要が生まれている。

「福祉・健康関連分野」、「環境関連分野」などは地域密着ビジネスとして有望と考えられる。前者は新たな労働集約型業種として、後者は今後も規制や法整備による新たな需要が見込まれる分野として本県でも産業化が望まれる。教育、医療、娯楽サービスなども、質の高い生活を志向する流れに適合し、かつ国内外の景気変動にあまり影響を受けない産業として有望とみられる。農業に関しても、食に対する関心の高まりとともに、企業的発想の新たな取り組みが求められており、農業外の分野の企業が農業法人を設立して農業に参入する事例も増えている。

特に建設業については、需要の縮小が見込まれる中で、こうした新分野進出への努力が求められる。

6. 新たな企業の県内進出

企業の進出は、新たな雇用の創出や地元企業の受注増、他産業の需要増をもたらし、ひいては定住促進につながるなど、即効性・波及性に優れ、産業の高度化に大きく貢献するものである。

〔3〕「進」産業の追求

「進」産業とは、第一に、自らの技術の進歩を追求し続ける産業のことである。二つ目は、経営環境の変化に対応し、又はこれを先取りして経営そのものを変革し、進化していく産業のことである。技術・経営の面で進化を続ける産業を「進」産業と位置づける。

1. 技術の追求

将来的には、情報関連産業、自動車、環境保全型製品などが、技術を中心とした成長市場、有望分野として予測されている。(図

1・表2参照)

技術革新が進み、経済のグローバル化が加速する中、世界規模での競争に本県の製造業・ソフト系産業が勝ち残るためには、以下の3つの業態にみられるような製品開発・技術研究へのあくなき挑戦が不可欠である。その際、1社では限界もあることから、企業間の連携や学・官との連携に取り組むべきである。また研究開発、技術開発関連の助成金など外部競争資金の積極的獲得を行い、開発にともなうリスク軽減を図ることも有効である。

「最先端の商品や生産技術を開発し続けねばならないつらさは確かにある。しかしそれができないならメーカーをやめればいい。私はそれをやり抜く底力が日本の製造業にはまだあると思っている」

(シャープ社長・町田勝彦氏 / 平成14年7月17日・日経新聞)

Ⓐ 製品開発・研究開発型企业

自社製品の開発、製作、販売を行う企業や、自社で研究開発する力をもった企業。こうした企業は地域に関連産業の集積を生み、地域全体の技術力の強化や新しい産業創出の苗床となる。こうした企業を企業規模の大小にかかわらず地域に増やしていくことが重要である。

Ⓑ パートナー型企业

部品加工など単なる下請的業務を行うだけでなく、発注企業への提案や共同開発等を行える能力を蓄積し、発注企業のパートナーとなりうる企業。本県で多くみられる下請型企业にとっては、一点集中して発注企業と共生することが、世界競争を勝ち抜くための一つの方策である。

Ⓒ スーパー下請企業(オンリーワン技術)

ただの下請ではなく、そこでしかできないオンリーワン技術を極め、あるいは高度な製造技術やノウハウを持つことにより、発注企業がわざわざ頼みにくるような、下請を超える下請企業。我が国製造業の強みの一つと言われる型の企業であり、規模は小さくても、高い技術・技能は、立地条件を越えてグローバルな存在となりうる。

2. 経営の变革

経営のありようを時代に応じて变革することが発展につながる。大企業が関心を示さないニッチ（隙間）市場を開拓したり、業界の常識に反した経営方法を取り入れたり、ITにより劇的な業務構造の改革を図ったり、高齢者従業員を活用するための職場改善や退職者パワーを活かすため農園事業部の設立をしたり、さらには市場を海外に求めたり...経営の方法を变革して進化し続けることが生き残りにつながる。経営の变革には定型はなく、独自性が求められるが、次の3つの方向が考えられる。

「靴下製造小売のダンは国内7工場と約2百の販売店をオンラインで直結、5千種にも及ぶ靴下の売れ筋を瞬時に把握。工場は好調な商品を翌日に補充、不調なら生産を即刻止める。品質を高めながら在庫・欠品ゼロを目指す戦い。売り逃しと売れ残りをなくせ。社長の越智直正の号令がやまない。」

（平成14年4月13日・日経新聞）

① 市場の発掘、商品の企画

規模の小さい企業であっても、自社の経営資源を生かしてニッチ（隙間）市場を発掘し、その市場でトップシェアを目指すことは可能である。市場を見つける目と、その市場に合う商品を開発し、生産、供給するまでの企画力が求められる。ニッチ製品はあらゆる分野にわたって存在する。つまりあらゆる場面に日本一、世界一になれるチャンスがあるということである。

② 経営方式の改革

(a)製造から企画販売へ（工場をもたない製造業へ）、下請から部品の通信販売へ、などの業態变革、(b)IT活用による短納期生産方式、個別受注からネット利用の共同受注へ、などの業務改革、(c)SOHO^{*1}化や高齢者の雇用継続などによる就業形態の变革など、環境の変化に応じた、又はこれを先取りして行う経営方式の改革も勝ち残りの方策である。

③ 経営の国際化

世界最適調達を目指したアジアを中心とする国際的な取引の拡大や、海外企業との提携、さらには世界の企業、研究機関、大学等との産業クラスター^{*2}の形成など、本県企業も経営の国際化を視野に入れて企業活動を考えるべき時期にある。

*1：SOHO

Small Office Home Officeの略。主として事業活動に情報通信ネットワークを効果的に活用している、個人を主体とした事業形態、またはそれを実践している人を指す。広くは在宅で仕事をする人々（いわゆる内職）も含む。

*2：産業クラスター

ある特定の分野に属し、相互に関連した企業と機関からなる地理的に近接した集団。これらの企業と機関は共通性や補完性によって結ばれている。クラスターの地理的の広がりは一都市のみの小さなものから、国全体、あるいは隣接数カ国のネットワークまで及ぶ場合もある。行政組織や大学を企業と同列の構成要素とみなす点が従来の異業種交流や産地よりも広い概念となっている。（クラスター＝（花や果物の）房の意）

〔4〕「深」産業への執着

「深」産業とは、その質の高さや「こだわり」を深めることによって人々の心をつかむ産業のことである。特色ある素材や培われた技能、地域資源を活かした産業は、他にまねができないという点で優位性を持つ

ており、質や付加価値への関心が高まる中で、今後ますます注目される分野であると考えられる。

また、グローバル化の進む時代だからこそ、かえってそれぞれの地域、国の「らしさ」が求められるようになりつつある。例えば本県は汚染の進んでいない豊富な自然とともに独自の歴史と文化を有しており、国内市場及び世界から見たとき、これはブランドづくりのための強力な資源となり得ると考えることもできる。

「『われわれは物を売っているのではない、物を媒体として生きることの楽しさ（見て、身につけて、組み合わせてワクワクするもの）を消費者に提供するのだ』とは、イタリアの産業人が好んで使う言葉だ」

（東レ経営研究所イタリアオフィス代表・小林元氏 / 平成14年5月3日・日経新聞）

1. 地域資源・技能へのこだわり

地域資源のもつ潜在能力を引き出し、新たな付加価値をもつ商品に転化させたり、長年培われてきた手仕事や技能による産業を継承すると同時に、異業種との共同開発の促進や、県外や国外での展示、交流を進めることも大切である。

2. ブランドづくり

「ブランド」は、その質の高さや地域性等によって消費者・利用者のこだわりを満足させ、信頼感によって安心感を与えるものであり、人の心をつかむ有効な手だてである。

3. デザインの重視

素材や機能性、視覚的魅力、独自性など、「こだわり」を総合的に備えた製品の開発のためには、構想・企画段階からのデザイン力が試される。

デザインの発想、技術等は、その地域の文化、芸術、生活様式などと相互に影響し合う側面があり、デザイン力向上には総合的な取り組みが求められる。

〔5〕「親」産業の展開

「親」産業とは、一つは身近な視点から始まる産業のことである。身の周りの課題を解決し、暮らしやすく親しみやすい地域をつくる産業である。社会問題や地域の課題等への関心が高まる中、コミュニティビジネスなどの新たな産業形態は、高齢者や女性、学生などの活躍の場ともなり、今後その取り組みが活発になっていくと思われる。また、二つ目の「親」産業は、地域に親んでもらう観光産業や、イベント催事等の振興を通じて交流人口の増加につなげる集客産業である。人口が減り市場が縮小する中で経済規模を維持拡大するためには観光や集客産業の振興によって交流人口の増大を図るとともに、関連産業との連携・相乗効果を追求すべきである。地域産業が連携することによって「見る観光」から「体験・体感する観光」に転換し、そこでは地域に親しむ密着性や「おもてなしの心」が一層重視されることになる。

『「農家の会計面のサポートに関する起業」を発想したのは、山口大学4年生の増田美幸さん...起業のヒントは夕餉の食卓での父親の一言にあった。『兼業農家に育った私は...地元の商業高校で簿記を学んだ後、山口大学に進んだのですが、ある日のこと、父親が“農協が農家の家計の面倒を見てくれなくなるらしい。困った、困った”、そうつぶやいているのを耳にしたんです。とっさに、それなら私がやってあげられるじゃない、そう思いついたんですよね。』』

(片岡勝 / 「資金ゼロでも独立・開業できる本」)

1. コミュニティビジネス

地域の住民が事業体を組織するコミュニティビジネスは、産業の基盤となる地域社会の維持、活性化に大きく貢献する。事業内容は、例えば介護・生活サポートや地元特産物の独自商品化など、地域の課題解決や生活の質の向上を目的とするものが考えられる。地域社会に根ざしているという点でコミュニティビジネスの起業は社会的起業ということもできる。また規模は小さくても経済的自立をめざす多くの事業体の存在は、地域経済の活性化につながる。

コミュニティビジネスはボランティアとは一線を画すものであるが、一方で採算より事業実施自体に意義があったり、使命が優先しがちという側面もある。適正な利潤や企業的運営があってはじめて事業に継続性が生まれ、使命の達成にも貢献すると考えられ、企業としてのコミュニティビジネス育成が求められる。

2. 産業観光^{*1}

本県には特徴ある工場・工房などの生産現場や鉱山、産業遺構などが生活の場と一体となって存在しているケースも多い。こうした資源を生かすとともに、農林水産業の特徴ある生産現場、生産者とのふれあいも含めて、地域で生産される原料や商品が持つ特徴、ものづくりの歴史、風土ともものづくりの関係などの物語性や地域特性を求める観光客の欲求に応えるようなルート開発が求められる。各種会議の参加者の県内回遊や外国人観光客誘致にも効果的と考えられる。

*1：産業観光
産業活動の現場（工場、工房、農場等）や産業文化財（工場遺構等）を観光資源と位置づけ、これを観光客誘致に向けた事業。

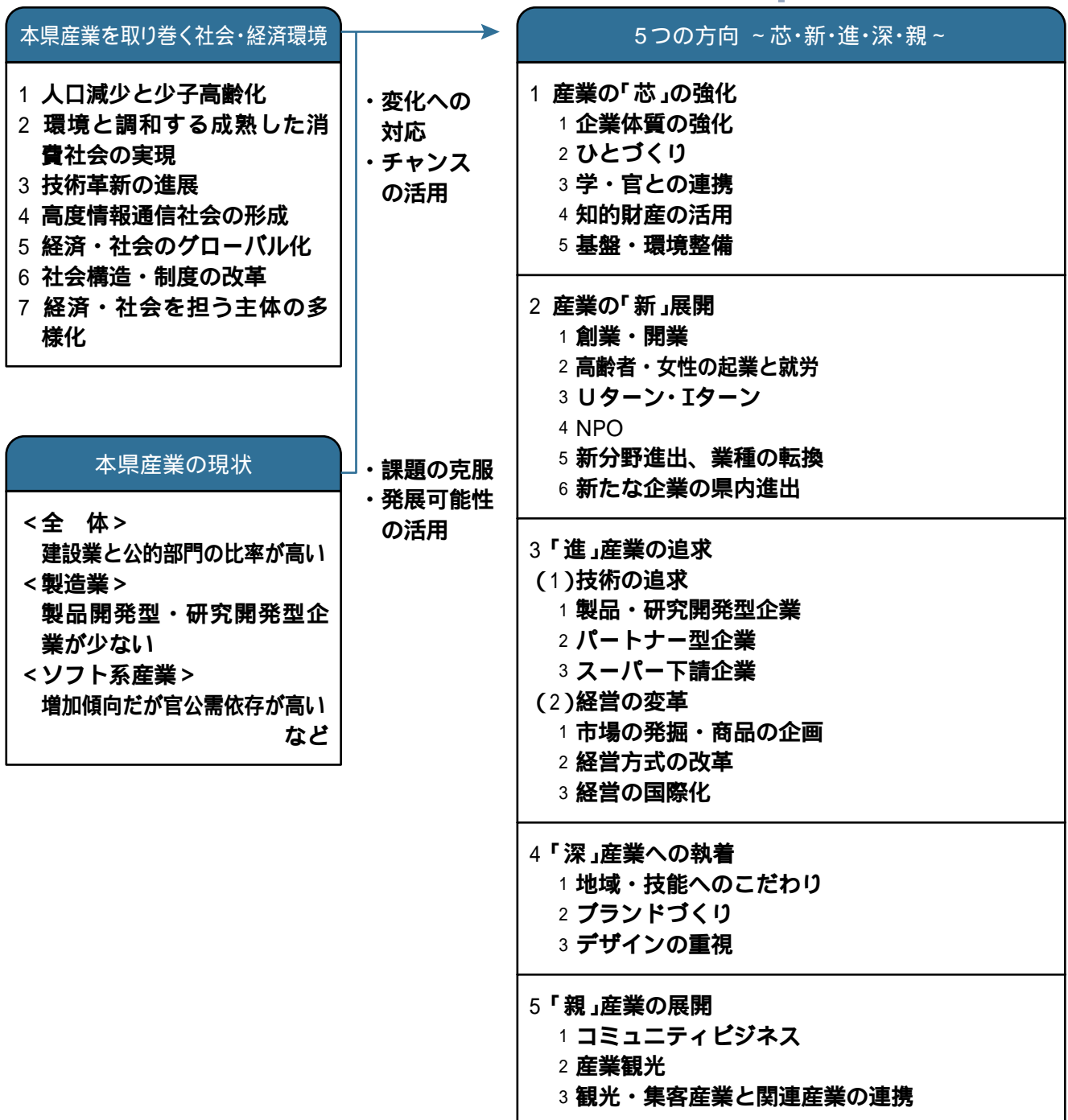
3. 観光・集客産業と関連産業の提携

観光・集客産業の波及効果をもつため、地域の食材や地場産業が生産している生活用品を旅館・飲食店で多用することや、新たな特産品の開発、地域の素材を建築、景観材料に用いていくことも、重要なことである。

第3章 まとめ

本県産業が目指すべき方向

「意欲と知恵で新たな価値を生み出す社会」を目指して



第4章 産業振興施策Ⅰ

前章でみた方向に本県産業が力強く前進していけるよう、今後も推進すべき施策、新たに実施すべき施策、実施を検討すべき施策は以下の通りである。

なお、特に詳述すべき項目については、次章で改めて述べる。

- : すでに実施しており今後も推進すべき施策
- : 早期に実施すべき施策
- : 実施すべき施策
- : 実施を検討すべき施策

1 「芯」の強化 ~企業体質の強化と支援環境の整備~

芯

1 企業体質の強化

1 経営の基礎力の強化

企業の経営者、後継者、管理者、開発担当者等を対象とする経営、財務、生産、開発、ビジネスプラン等に係るセミナーの体系的実施

2 資金調達の円滑化支援

金融施策の充実

多様な資金調達環境の整備（投資制度、金融支援コンソーシアム（複数金融機関協調型の融資）等）

3 事業継承の円滑化支援

企業の合併、営業譲渡、買収等のマッチング

後継者に対する相談支援体制の充実

2 ひとづくり

1 企業人材の育成

企業の経営者、後継者、管理者、開発担当者等を対象とする経営、財務、生産、開発、ビジネスプラン等に係るセミナーの体系的実施（再掲）

自発性を重視した職業開発能力の展開

労働者の就業状況や産業社会の変化に対応した職業能力開発の推進

教育分野での起業家人材づくりを支援するNPO組織等の設立の支援

芯

2 未来の島根を担う人材の教育を通じた育成

第5章の1で詳述

3 産学官の連携

第5章の2で詳述

4 知的財産(知財)の活用促進

1 企業における知財活用体制の整備の支援

工業所有権制度の知識習得と技術情報収集力強化の支援

職務発明規定の整備による報償制度の普及啓発

法務担当社員の養成の支援

2 特許流通対策の充実

特許流通アドバイザーの増員

県内の大学・高専・公設試験研究機関の特許等を県内企業に移転するための仲介システム(TLO機能)の整備

海外流通の支援

3 知的所有権センターの機能強化

人員体制・事務局体制の充実

企業・大学・公設試験研究機関等の研究者を対象とした普及啓発

発明協会島根県支部、知的所有権センター、弁理士会ブランチの統括連携組織として県全体の知財戦略を支援する知的戦略支援センター(仮)の整備

5 産業振興の環境づくり

1 多様な企業支援ネットワークの構築

経営者等による地域産業を支援するためのNPOなどの設立運営の支援

市町村等における地域産業の振興方策を検討するための産学官等研究会の設立の支援

県内外の大手企業OB等と経営・技術指導を希望する県内企業とのマッチング

県外在住の県出身者の県外市場開拓応援団としての組織化

2 SHIMANEの午睡プロジェクト*1

産業振興に関するシンポジウムの定期的開催

ソフトビジネスパーク島根を活用した全国・世界レベルのコンテスト、イベント等の継続的開催

内外からの研究者、学者等の長期滞在、定住への支援

芯

*1：SHIMANEの午睡プロジェクト
昔、封建の世にあって高野山だけは全国から身分地位にかかわらず人が集まり、議論し、交流する場だったので、高野山の僧侶は昼寝していても普通の人とは比べものにならないほど知識や情報を得て利口になっ

た、とのことわざ「高野の午睡」になぞらえたもの。島根も全国、世界から人や情報が往来交錯する高野山となれば、地域産業は自ずと情報が蓄積し、ひと企業も活性化する。

3 支援体制の整備

本県産業の現場を踏まえながら県政への提言を行う産業振興顧問の設置
本県産業の現状を把握するためのしまね産業白書（仮）の定期刊行
支援機関（自治体、商工団体等）の人材養成

4 課税上の優遇措置

産業振興施策としての課税優遇措置

6 産業基盤の整備

1 道路・空港等の整備と機能強化

山陰自動車道や中山間地の連携を強化する道路等の建設促進、国際定期便の開設、CIQ^{*1}体制の整備など、産業振興の基盤となる道路や鉄道、空港、港湾等の整備・機能強化

2 情報通信基盤の整備と機能強化

次世代CATVの事業展開やDSLサービス^{*2}の提供エリア拡大による全県IP網^{*3}を機軸とした全県高速インターネット環境の実現

全県IP網の活用促進（プロバイダ、CATV事業者等の県内バックボーン^{*4}としての利用、通信費助成制度の対象となる通信範囲や業種の拡大など）

ネットワークを活用した共同研究やコラボレーション^{*5}を促進するための産学官共有サーバーの利用増進とコンテンツの充実

ソフトビジネスパーク島根の高速情報通信網のさらなる大容量化と、産業の高度化に資する各種研修のストリーミング配信^{*6}の実施等による利便性の向上

観光やビジネスに活用できる無線LANや次世代携帯電話によるモバイル環境・コンテンツの整備

芯

2

「新」展開の支援 ～起業・新たな担い手・新分野進出の支援～

新

1 起業の総合的支援体制の整備

1 起業の場の整備

ソフトビジネスパーク島根におけるインキュベーションルーム^{*7}等の拡充

空店舗、空き工場、空きビル等のインキュベート施設、起業家交流施設等としての活用

空店舗、空き工場のデータベース化

新

*1：CIQ

Customs（税関）Immigration control（入国管理）Quarantine（検疫）の3機能の総称。

*2：DSLサービス

Digital Subscriber Line serviceの略。既存の電話線を使って高速のデジタル電送を可能にするサービス。

*3：IP網

超高速・大容量の光通信を県内全域で実現する基幹通信網。IPはInternet Protocolの略。

*4：バックボーン

ネットワークの中核となる通信回路、基幹線。

*5：コラボレーション

共同、協調、合作、共同制作。様々な人間が目標に向けて協力して新しいアイデアを創発すること。

*6：ストリーミング配信

インターネットを用いて音声や動画などを受信しながら同時に再生する方式による配信。

*7：インキュベーションルーム

ベンチャー企業などの新しい企業を育成するため、場所、OA機器、経営相談サービスなどを提供して、独り立ちできるようにすること。インキュベーション（incubation）・インキュベート（incubate）とは孵化（させる）の意。

2 相談支援体制の整備

(財)しまね産業振興財団(以下「財団」)、地域中小企業支援センターを中心とする起業支援機関相互の連携強化と情報共有等による総合的支援体制の構築

財団および地域中小企業支援センターに配置され、起業家や創業企業の経営、財務等の相談支援にあたるインキュベーションマネージャー等の充実

上記インキュベーションマネージャー等による空店舗インキュベート施設入居者、SOHO事業者、創業企業等への機動的支援

経験を生かして起業を支援するシニア相談員(企業OB、退職教員等)のバンク化

専門高校等の身近な相談・支援窓口としての活用

3 資金調達環境の整備

創業からスタートアップ期の企業への融資制度の充実

ベンチャー企業への債務保証

投資制度など直接金融による資金調達環境の整備

2 新たな担い手の支援

1 人材の育成及び起業の促進

起業に対する意識喚起、気風醸成するための起業家フォーラムの開催

多様な起業を促すための起業家スクール、創業塾等の開催

児童を対象としたベンチャーキッズスクールの開催

女性の起業家育成を図る女性起業家セミナーの開催

大学生の起業家意識醸成を図るビジネスプランコンテストの開催

高校生の起業家精神醸成を図るハイスクール起業家セミナーの開催

コミュニティビジネスの起業促進セミナーの開催

経営マネジメント能力向上と地域企業の協力を得たケーススタディに加え、卒業生への起業支援をセットにして実際の起業や新事業展開を支援する実践的起業スクールの開催

中高年齢者の起業促進を図るシニア起業家セミナーの開催

倒産等経験者による事業の再チャレンジの支援

2 高齢者・障害者の雇用対策の推進

経営、財務、技術等のスキルをもつ高齢者と必要とする企業のマッチング

経験を生かして起業を支援するシニア相談員(企業OB、退職教員等)のバンク化(再掲)

シルバー人材センター事業の推進

65歳までの継続雇用制度の導入の促進

高齢者の再就職の促進

障害者の雇用対策の推進

3 女性の力の活用と雇用対策の推進

働く女性の環境整備

女性の起業家育成を図る女性起業家セミナーの開催（再掲）

女性起業家ネットワークの構築の支援（起業家同士の交流、後進育成へのメンターとしての組織化など）

4 U・Iターン者（以下「Uターン・Iターン」）の力活用と雇用対策の推進

U・Iターン希望者への本県産業に関する積極的な情報発信

U・Iターン希望者の県内企業へのインターンシップ、職場体験の促進

県内企業のU・Iターン者採用計画・求人情報の迅速な提供

経営、技術等のスキルを持つU・Iターン希望者と必要とする企業とのマッチング

U・Iターン相談員の配置、バンク化

3 新ニーズに対応した産業化の促進

1 企業の連携の支援

同業種、異業種の企業間の交流、連携の促進

複数の企業や地域資源の組み合わせによる新商品・新技術開発を促進する事業化・連携促進コーディネータの配置

全国の大学、研究室等と県内産学官をマッチングさせる仕組みの構築

建設業の新分野進出に対する関係機関の連携による支援

製造業・ソフト系産業と農林水産、環境・福祉等の他分野との交流の促進

財団、商工団体と農林水産業等他分野の支援機関との交流の促進

2 公的部門による新産業創出の促進

公共工事における県産品、リサイクル資材の活用、新製品開発の促進による環境・景観産業の振興

県内企業開発製品の優先的調達

電子申請等の電子県庁推進によるIT産業の振興

県、市町村、関連団体におけるデジタルコンテンツ開発の促進による関連産業の振興

中山間地等の生活を支援するための機器及び利用ソフトの開発と、社会資本や利用環境の整備との一体的な推進による関連産業の振興

緊急性、重要性が高く新産業創出への寄与度の大きい事柄に関する調査分析、試作等の迅速な実施（商工労働部版「重要施策調整費」）

環境機器開発、グリーン調達、リサイクルを進める企業の顕彰等を通じた環境関連産業の振興

4 県内産業高度化の拠点としてのソフトビジネスパーク島根の活用

1 施設整備等

産学官が共同で先端的・独創的な研究開発を進める拠点としての次世代技術研究開発センターの整備

インキュベーションルームの拡充及びシェアードオフィス^{*1}等の整備

産業技術センターの機器やデジタルコンテンツ制作支援機器の産学による利用の促進

ギガビットネットワーク^{*2}の利用促進

IT系専門研究員等の配置

長期賃貸型のレンタルオフィス、研究開発や試作用のレンタルラボ^{*3}の整備

2 県内産業高度化の拠点化

施設整備と規制緩和、税制上の特例措置等を講ずることによる創業・研究開発の促進とIT関連産業の集積

ブロードバンド時代に対応した新たなITビジネスのモデル地区化

5 企業の誘致

第5章の3で詳述

新

3

「進」産業の支援 ~技術力・製品開発能力の強化と経営改革の促進~

進

1 経営戦略構築の支援

1 専門家の活用

県内企業への経営戦略策定に対する専門家によるアドバイス

産業振興顧問（再掲）による県内産業巡回指導

2 知的財産の活用促進（再掲）

3 製造業における国内優位性維持の検討

ものづくりをテーマとする産業振興シンポジウムの定期的開催（再掲）

中国等の海外生産現場の定期的現地調査

海外工場経験者、中国ウォッチャー、産業振興顧問（再掲）等による県内企業競争力検討会議の設置

進

*1：シェアードオフィス

大部屋をパーティションで区切った小部屋をオフィスとして貸し出す。家賃は割安となる。

*3：レンタルラボ

レンタル・ラボラトリーの略。実験や簡単な試作もできる賃貸方式の研究室。

*2：ギガビットネットワーク

通信・放送機構が平成10年度整備した研究開発用超高速光ファイバ通信回線。全国の大学や研究施設にアクセスポイントがあり、共同利用による研究開発に使用。島根県内ではソフトビジネスパークにアクセスポイントあり。

2 技術開発力・商品開発力強化の支援

1 新技術・新商品の開発力強化

商品企画力、設計力の強化セミナー等の実施

複数企業が共同で加工組立を行うユニット受注の開拓の支援

2 プロジェクト研究の推進

次世代技術研究開発センターの整備（再掲）

特定テーマについて産学官が共同で行う研究・試作プロジェクトの推進

提案公募による研究・試作プロジェクトの推進

農林、環境など様々な分野からのニーズ・開発テーマ提示に基づく製品開発の促進

4 企業の連携の支援(再掲)

同業種、異業種の企業間の交流、連携の促進（再掲）

5 広域連携方策の検討

県域を越えて実施する産学官連携の促進

財団と中国地域各県の産業振興組織との連携

3 企業における技術人材の育成

各種技術テーマに応じた人材養成の推進

専門的かつ高度なIT技術者の養成

4 産業技術センターを中心とした産業技術の振興

第5章の4で詳述

5 市場開拓・販売ルート開拓の支援

1 受発注・販売ルート開拓

複数企業が共同で加工組立を行うユニット受注の開拓の支援（再掲）

県内大手企業の流通網活用による県内中小企業の販路開拓の促進

2 公的部門による県内企業の販売促進支援

県内企業開発製品の優先的調達（再掲）

県内企業のパブリシティ活動の支援

県内企業開発製品の県職員等による県内外への口コミPRの促進

県外在住の県出身者の県外市場開拓応援団としての組織化（再掲）

3 サービス業務受発注斡旋

企業やSOHO事業者が外注する対法人サービス業務（経理、税務、保険、データ処理等）の受発注の斡旋

6 経営方式の変革の支援

1 経営革新法による支援

経営革新企業への計画承認、補助制度等による支援

経営革新承認企業のフォローアップ

2 経営活力再生支援事業

新事業の展開、経営方式の変革等で経営を再生しようとする企業に対して指導助言を行う専門家の派遣

支援機関職員の経営再生に関するスキルアップ

3 ITによる経営方式の変革の支援

ITコーディネータの育成の支援

7 アジアを中心とする経営の国際化の支援

1 海外ビジネスの円滑化支援

貿易、投資、法律等に係る相談指導体制の確保

海外企業と県内企業のマッチング

経営トップの国際感覚を醸成するためのセミナー等の実施

県内企業における海外ビジネス実務担当者の養成

経営者、実務者向け英語、中国語、韓国語等の語学研修の推進

2 情報収集・提供

公募企業と支援機関による海外産業調査団の定期的派遣

海外駐在員の配置

3 国際ネットワークの形成

海外の企業や機関のデータベース構築

海外の大学と県内企業とのマッチング

海外駐在員の配置（再掲）

4 外国人スタッフ(社員)のあっせん・紹介

海外留学生の県内企業へのインターンシップの促進

日本での就業を希望する外国人(留学生含む)と経営の国際化を指向する企業との就職マッチング

1 6次産業^{*1}型ビジネスモデル構築の支援

地域内での生産・加工・販売を異業種が連携して行う地産地消の推進

「安全・安心」、「健康」、「おいしい」、「希少性」などをコンセプトに消費者が望む加工食品を提供する一次産業から三次産業にわたる異業種グループに対する生産、加工、商品ブランド戦略、販売までの総合的支援

2 地域こだわり産業の振興

1 地場産業の製造から流通、販売までの総合支援

個性ある小規模産地が行う集積活性化計画の策定と計画事業実施への支援

物流効率化への取り組みの支援

製造メーカーに関連の卸小売やデザイン業などが参加して行う市場開拓、商品開発等の支援

2 地域資源統合利用型の商品・サービス開発の促進

観光・飲食産業における地域食材、地場生活用品の利用の促進

古民家・古建築を活用する地域こだわりビジネスへの支援

3 技能・手仕事産業の振興

技能の振興と技能尊重の社会づくり

手仕事分野の後継者育成の支援

手仕事産業の海外展示会、海外市場開拓等の支援

4 ブランド化の推進

県産品のブランド化戦略の推進

企業グループ等が行うブランド構築への支援

5 デザイン開発力強化の支援

1 デザインへの関心や意識の醸成、啓発

産業デザインに関するシンポジウムの定期的開催

優れたデザインによる県内開発商品を顕彰する島根産業デザイン大賞（仮）の創設

地域の文化、芸術等の振興

2 企業のデザイン開発力の向上

開発担当者を対象とした商品企画から造形、販売計画までを含むデザイン研修の開催

モデル企業へのアドバイザーの派遣（商品企画から試作、販売まで実地で行う）

*1：6次産業

一次産業、二次産業、三次産業が連携して行うビジネス。一次+二次+三次=六次であることから、連携して事業を行っている状態をここでは六次産業とよぶ。

- 3 デザイナーバンク(仮)の設置
中小企業のデザイン開発を指導するアドバイザーの公募と組織化。

「親」産業の支援 ~身近な産業の支援~

- 1 コミュニティビジネスの支援
 - 1 コミュニティビジネスに関する啓発活動
コミュニティビジネスの起業促進セミナーの開催(再掲)
 - 2 コミュニティビジネスの創出の支援
事業化の立ち上がり経費の一部助成
 - 3 コミュニティ・ビジネスに対する人材バンクの設置
サポート人材の組織化と機動的支援
- 2 交流人口増大への取り組み
 - 1 産業観光の振興
産業観光資源の洗い出し(見学可能な工場、工房、農場、工場遺跡等)
産業観光のルート開発、PR等の促進
 - 2 外国人観光客の誘致
国際旅行見本市、商談会参加など海外での観光広告宣伝活動の強化
国際学会等の積極的招致
県内観光ルートへの誘導
外国語を併記した観光案内板、誘導標識等の整備充実
CIQ体制の整備(再掲)
県内空港への国際定期航空路線の開設(再掲)
県内港湾への国際定期旅客航路の開設(再掲)
 - 3 会議、イベント等の誘致と県内回遊の促進
学会等の積極的招致
県内観光ルートへの誘導
産業観光ルートへの誘導
- 3 観光・集客産業と他業種との連携の促進
観光、飲食産業における地域食材・地場生活用品の利用の促進(再掲)

施策の検討・実施に当たっての留意点 ~地域別特徴~

本県は東西約200キロと長く、各地域ごとにそれぞれ特徴ある産業集積や関連する産業ポテンシャルがみられる。これまでに示した施策は、こうした点を意識しながら実施することによって、より一層有効なものとなる。

松江・出雲圏域には特殊鋼、鋳物から一般機械、電気機械の集積があり、金属素材から機械加工、組立、電気まで含む製品開発に適した業種がそろっている。鳥取県西部を含めるとさらに広がりのある集積となる。集積内の連携による製品開発や、材料技術・加工技術など新たな製造技術の積極的導入が競争力のカギとなる。

IT、通信関連産業は松江市を中心に多くの企業集積があり、ソフトビジネスパークを生かしてさらなる展開が期待できる。

松江・出雲圏域では豊富な湖水面積を背景にゼオライト等地元資源の活用を含め水処理に挑戦する企業も多い。隠岐圏域でも循環を意識した環境・リサイクル分野への進出もみられるなど、県東部の企業のこうした分野への関心は高い。

松江・出雲圏域では島根医科大学、島根大学、県立看護短大、鳥取大学医学部等が近くに立地しているメリットを生かし、健康、安全、福祉、医療などの分野で先導的取り組みを促進したい。

県東部には豊富な観光資源があることから、観光と食品・手仕事産業など関連産業との連携が求められる。

全県的に事業所が立地し、バラエティに富む食品・飲料品産業は高付加価値化をめざしたい。特に県西部では食品産業は事業所数、従業者数、出荷額とも特化係数が100を越え(グラフ9-2)、西部での大きな集積である。長い海岸線から山間部まで特色ある資源が生産され、食品製造業も多種多様な品目を製造しており、この集積を生かしていきたい。

中山間地域においては高齢化率も高く、地域の維持・生活へのサポートが重要な課題の一つ。こうした地域課題の解決にコミュニティビジネスが有効となってくる。

県西部には石州瓦、木材、家具など住宅関連業種が多く存在し、石州大工、石州左官など、建築技能も古くから定評がある。これらの集積と伝統を現代に生かしていきたい。

浜田市、江津市を中心に構築されるCATVネットワークと、大田市から益田市への幅広い地域で存在するIT部品産業をもとに、IT・通信関連産業の起業、集積を図る。

同時に、県立大学のネットワークや地域内の若手人材の連携による映像産業や画像コンテンツ製作等の可能性も検討していく。

県西部では水産加工業界、石州瓦業界、中国電力三隅火力発電所など主要な業界・事業所がそれぞれリサイクルに取り組んでいるほか、中山間地でのバイオマス活用の動き、風力発電等のクリーンエネルギーへの取り組み、石州瓦業界での景観製品の開発などの動きがあり、こうした環境・リサイクル分野の多様な動きを生かしていく。

県西部の観光関連は、点として存在する観光施設の連結、食品・手仕事産業など関連産業との連携強化により魅力のアップが期待できる。

県西部では起業の場の整備と相談指導体制の充実を図り、創業や新産業創出の促進を図る。

産業振興施策		
	5つの柱	施策
5つの方向 ~ 芯・新・進・深・親 ~		
1 産業の「芯」の強化 1 企業体質の強化 2 ひとづくり 3 学・官との連携 4 知的財産の活用 5 基盤・環境整備	1 「芯」の強化 ~ 企業体質の強化と 支援環境の整備 ~	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業体質の強化 ・ ひとづくり (教 育) ・ 産学官の連携 ・ 知的財産の活用促進 ・ 産業振興の環境づくり ・ 産業基盤の整備
2 「新」産業の展開 1 創業・開業 2 高齢者・女性の起業 と就労 3 U・Iターン 4 NPO 5 新分野進出・業種の 転換 6 企業の県内進出	2 「新」展開の支援 ~ 起業・新たな担い手・ 新分野進出の支援 ~	<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業の総合的支援体制の整備 ・ 新たな担い手の支援 ・ 新ニーズに対応した産業化の支援 ・ ソフトビジネスパーク島根の活用 ・ 企業の誘致
3 「進」産業の追求 (1) 技術の追求 1 製品・研究開発 2 パートナー型企業 3 スーパー下請 (2) 経営の変革 1 市場の発掘・商品の 企画 2 経営方式の改革 3 経営の国際化	3 「進」産業の支援 ~ 技術力・製品開発力 の強化と経営改革の 促進 ~	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営戦略構築の支援 ・ 技術開発力・商品開発力強化の支援 ・ 技術人材の育成 ・ 産業技術の振興 ・ 市場・販売ルート開拓支援 ・ 経営方式の変革の支援 ・ アジアを中心とする経営の国際化 の支援
4 「深」産業への執着 1 地域・技能へのこだ わり 2 ブランドづくり 3 デザインの重視	4 「深」産業の支援 ~ 質・付加価値の 向上の促進 ~	<ul style="list-style-type: none"> ・ 6次産業型ビジネスモデル構築の支援 ・ 地域こだわり産業の振興 ・ 技能・手仕事産業の振興 ・ ブランド化の推進 ・ デザイン開発力強化支援
5 「親」産業の展開 1 コミュニティビジネス 2 産業観光 3 観光・集客産業と関 連産業の提携	5 「親」産業の支援 ~ 身近な産業の支援 ~	<ul style="list-style-type: none"> ・ コミュニティビジネスの支援 ・ 交流人口増大への取組み ・ 観光・集客産業と他業種との連携 の促進

は次章で詳述

第5章

産業振興施策Ⅱ（詳述項目）

前章で述べた産業振興施策のうち、教育、産学官の連携、企業の誘致、産業技術の振興の4項目について、その重要性や今後の取り組みを詳しく述べる。

1. 教育
2. 産学官の連携
3. 企業の誘致
4. 産業技術の振興

：すでに実施しており今後も推進すべき施策
：早期に実施すべき施策
：実施すべき施策
：実施を検討すべき施策

1

教育

1 教育の重要性

産業振興の基礎はひとづくりにあり、ひとづくりの原点は子どもの教育にあるといっても過言ではない。将来の島根県・日本を担う子どもたちのため、幼児期から青年前期までそれぞれの発達段階に応じて、その自主性や創造性を引き出すとともに、地域や産業への関心を深めるための教育環境を整備することが必要である。

こうした教育の推進にあたっては、

地域の「ひと・もの」などの教育力
実際に目にし、触れてみる「体験」

を重視し、「総合的な学習の時間」や「社会教育活動」を活用するなど、学校と家庭、地域社会が多様な場面で連携して取り組むことが大切である。

2 今後の取り組み

① 教員の資質・能力の育成

産業振興に係る教育の推進にあたっては、まず指導者である教員の意識改革や、その資質や能力を高めることが求められる。

ベンチャー企業等における経済社会の実態やチャレンジ精神の学習
その他地域企業、大学、試験研究機関等への教員の派遣の拡大
産業振興の観点に立った教育活動に結びつく教職員研修の推進

② 児童生徒が身に付けるべき資質・能力とそのための教育内容

A / 自主性・創造性の育成

自ら学び自ら考える力などの「生きる力」を育むことにより、問題の解決や探究活動に主体的、創造的に取り組む意欲や態度を育て、起業家精神を養う。

児童生徒向けの模擬体験型ベンチャースクールの実施

職場体験学習（インターンシップ）の実施

特別講師（ベンチャー企業や活力ある中小企業の経営者）による経済・産業についての授業や起業家教育

生徒によるコミュニティ・ビジネスの参画、関与

B / 地域への関心の育成

ふるさと（地域・日本）に対する誇りと愛着を育てるとともに、地域資源や地域産業、伝統工芸などの地域財産、我が国が培ってきた産業力等の価値・重要性についての認識を深める。

教育空間、教育施設・備品への地元素材、地元製品の積極的な活用

地域の特色を生かした教育活動の推進（そろばんの学習など）

伝統的工芸品の小中学生体験学習プログラムの実施

地域産業を肌で感じる体験学習の実施

C / ものづくりへの関心の育成

自らの手でものをつくることの喜び、面白さや、製品開発への科学の応用について教え、ものづくりを支える技能・技術を育成し、科学への関心を深める。

職場体験学習（インターンシップ）の拡大

夏休み等を利用した技能体験の実施

実製品を使った授業の実施（理科や数学の授業における家電製品の分解等）

特別講師（地元の企業や熟練技能者）による授業

D / 国際化・情報化に適切に対応できる能力の育成

国際的視野と実践的なコミュニケーション能力を身に付けるとともに、情報の重要性を認識し情報に関する責任を持つ態度、情報活用能力を育てる。

外国の人と文化に触れる機会の拡大

中国語・韓国語などに親しむ機会の提供拡大

各学校へのパソコンの十分な配備とインターネット環境の充実

HP作成やEメールによる外部との交流の促進

授業におけるインターネットの活用（資料収集など）

小学校からの英語教育と実践的な英会話能力の修得の促進

地元企業からの中古パソコンの提供

1 産学官連携の重要性

産業の高度化や新産業の創出のためには、産業界「産」と大学や工業高等専門学校等の「学」が連携して新たな分野に挑戦し、開拓・実用化していく必要がある。

産業集積が比較的乏しい本県においては、少子高齢化が進む中での地域の貴重な人的資産や産業・技術集積を有効に活用する必要があり、産学官が連携し、一丸となって産業振興を図ることが重要である。

「学」と「産」あるいは「学」と「地域」が連携して産業振興・地域振興に取り組むために、「学」においては、産業や地域社会を先導するような技術開発や調査研究を提案・実施し、その成果を地域や産業に還元することが期待されている。

そして行政「官」は、企業や地域の意欲的な動きを支援する役割として産学官連携を積極的に推進していく必要がある。

特に本県企業の多くを占める中小企業においては、自前で研究開発機能を蓄積することは困難も多いので、中小企業が取り組む技術開発や製品開発に「学」や「官」が機動的に連携して小さくとも成功事例を積み重ねていくことが、本県中小企業の体質を研究開発型に転換していくうえで有効である。

2 産学官連携の現状と課題

① 「産」の動き

これまで、県内に研究開発型企业が少なかったことや県内に工科系学部がなかったことから、産業界が大学の知的資源を活用する例は少なく、全般的に見ると「学」の活用経験が浅いことが特徴としてあげられる。

しかし、近年の厳しい経済情勢の中で、新たな事業展開を模索する企業も多く、大学・高専や公的研究機関等の外部知的資源を利用して、独自のアイデアや技術の事業化に成功した例も存在している。

今後は、「学」との接触機会を増やし、「学」の積極的活用により課題解決を図るような動きを醸成することが必要である。

② 「学」の動き

少子化が進む中、国立大学等の独立法人化も控え、地域貢献に積極的に取り組む姿勢が次の事例に見られるように明確になっている。既に、連携のための窓口設置など産学交流のための体制整備が進み、地元産業界との共同研究も増加しつつあるが、これまでに産業界との交流の蓄積が乏しいことも事実である。

“ 県内の「学」の地域貢献への取り組み事例 ”

島根大学：ソフトビジネスパークに地域共同研究センターを設置（H13.11） 社会連携推進本部及び地域貢献推進協議会を設置（H14.5）

松江工業高等専門学校：地域産業界との技術交流等を目的とする松江テクノフォーラムを設置（H13.10）

島根医科大学：地域医学共同研究センターを開設（H13.4）

島根県立大学：アカデミックサロンの設置（H12.4） 産公学連携推進検討委員会の設置（H14.7）

今後は、学側の更なる連携体制の整備とともに積極的な地域産業の理解と知的資源の地域還元が期待されている。

また研究分野としては、島根大学と島根医科大学との統合を機に、高齢化や健康についての境界領域での研究の活発化も期待され、また、従来の製品開発に係る共同研究のほか、中小企業の経営戦略、北東アジア各国におけるビジネス市場、コミュニティビジネスのビジネスモデル、地域における起業に関する課題など、人文・社会科学系も含めた幅広い取り組みも求められている。

③ 「官」の動き

しまね産業振興財団や産業技術センター等との連携の下、企業と大学・高専等との交流（産学交流）の機会の設定や各種研究会の開催を通じて、「産」のニーズと「学」のシーズとを結びつけるコーディネート活動を展開しているほか、開発した技術等を知的財産権として戦略的に活用するための支援を行うなど、新技術・新製品開発に向けた産学協同での企業の意欲的な取り組みを支援している。

また、次世代技術研究開発センターをソフトビジネスパーク内に整備し、大規模な産学官の共同研究プロジェクトの推進を図っているほか、大学等の積極的協力を得て、起業・コミュニティビジネス・SOHO・NPOなど産業創出の動きに対する支援も進んでいる。

しかし、「産」にとっては「学」の情報、「学」にとっては「産」の情報不十分であり、双方のニーズ・シーズのマッチングは容易ではなく、行政（しまね産業振興財団や産業技術センターなどの支援機関を含む）がそのコーディネートを機動的、総合的に進めていく必要がある。更に職業能力開発においても、産学の高度な人材・機能の活用を促進する必要がある。

3 今後の県の取り組み

産業振興という成果に結びつけるため、中国地域産学官連携サミット（平成14年2月）で採択された「中国地域発展のための産学官連携マスタープラン」の趣旨も踏まえながら、より良い産学官連携体制を実現する必要がある。今後は、産学官連携の拠点であるソフトビジネスパークの機能をアピールし、その有効活用を図るとともに、「学」の範囲も県内にとどまらず広く全国を視野に入れる必要がある。

また、「学」側に存在する見えない壁（制度、意識等）を取り除くよう学に対し強く働きかけることも必要である。

以上を踏まえたうえで、具体的な取り組み策は次のとおり考えられる。

企業と大学の研究開発交流会など産学交流の場の設定

産学官連携フォーラムサイトの運営

企業のニーズや技術開発テーマや大学等の人材・研究シーズのマッチング

より高度な人材養成のために産業界や教育機関の人材・機能を活用した職業能力開発の充実

島根県版の産学官連携サミットの開催

3

企業の誘致

1 企業誘致の重要性

企業の進出は、新たな雇用の創出や地元企業の受注増、他産業の需要増をもたらし、ひいては定住促進につながるなど、即効性・波及性に優れ、産業の高度化に大きく貢献するものである。したがって、企業誘致活動は、本県のように産業集積の少ない地域にとっては、地元産業の育成と並んで産業振興施策の両輪となる重要施策として引き続き位置づけられるべきである。（グラフ12参照）

2 企業誘致の現状

本県の企業誘致は、担当職員の企業訪問による情報収集活動を基本とし、企業誘致囑託員や企業振興アドバイザー制度など、外部人材の活用により補完してきた。

また、最高20億円の企業立地促進助成金、県営工業団地の土地のリース制度など、先駆的な優遇施策を実施してきたところである。

しかしながら、本県の産業インフラの整備状況や大消費地から遠いという立地条件、経済界との人脈の細さなどにより、本県の企業誘致活動は他県との競争の中で極めて不利な状況にある。

3 企業誘致の今後の取り組み

① 企業誘致戦略の策定

企業の投資行動を素早く察知し、的確な立地優遇策を提示し、企業進出を実現するためには、常に基本的な誘致戦略を熟知した上で、多様な戦術を駆使できる体制の確立が急務である。

そのため、「企業誘致戦略」を策定し、県全体で企業誘致体制を組むための組織づくり、施策の連携等を進めることが必要である。

また、「企業誘致戦略」に沿った毎年度の具体的な「企業誘致活動方針」を作成し、ターゲットを絞ってきめ細かい企業誘致活動を行う。

2 誘致対象

A / 重点分野の選定

効果的な誘致活動のためには、ターゲットの重点化が欠かせない。

これまで、条例及び規則^{*1}においてその誘致対象企業を定めるとともに、重点的な誘致ターゲットを設定してきた^{*2}ところであるが、国民の関心や新しいニーズの出現を踏まえた将来性や、産業全体を下支えする技術などに着目すれば、従来の業種・業態にナンバーワン企業^{*3}や研究開発型企业（研究開発部門をもつ企業を含む）を加えた、以下のような分野を企業誘致活動の新たな重点対象とするのが適当である。

	業 種	業 態
対 象	<ul style="list-style-type: none"> ・技術先端型製造業 ・技術集約型製造業 ・ソフト産業 ・自然科学研究所等 	<ul style="list-style-type: none"> ・業績の安定性、成長性、信用度等において優良な企業体質
重点分野	<ol style="list-style-type: none"> 1 環境・エネルギー産業 2 健康・福祉・安全産業 3 IT（情報通信技術）産業 4 産業用材（材料・部品・製造技術）産業 	<ol style="list-style-type: none"> 1 優良な技術・経営理念を備えたベンチャー企業 2 オンリーワン企業 3 ナンバーワン企業 4 研究開発型企业

B / 外資系企業

企業が国境を越えて活動する時代を迎え、外資系企業の誘致活動は本県にとっても重要な分野であり、「島根県外資系企業誘致戦略研究会報告書」（平成13年3月）にのっとり積極的に誘致活動を進める。

その際、日本への立地にあたって生産設備や事業所新設に対する設備投資を実行する企業を重点的にターゲットとして設定すべきである。

なお、経済交流担当部局や関係団体と連携し、将来の投資・進出に向けた環境づくりを進めることが大切である。

3 優遇施策の充実

企業にとって本県が魅力ある進出先となるためには、企業ニーズにマッチし、かつ、他県に先んじた優遇施策が不可欠である。

そのため、日常の企業訪問活動、企業立地セミナーなどを通じて企業情報の把握に努めながら、常に立地優遇制度を見直すことが肝要である。

*1：条例及び規則
島根県企業立地促進条例（平成4年条例第23号）及び島根県企業立地促進条例施行規則（平成4年規則第43号）

*2：重点的な誘致ターゲット
「ソフトビジネスパーク基本構想報告書」（平成7年3月）において「重点的に育成・誘致すべき戦略的産業」として環境関連産業等の4産業を設定。「新産業創出アクションプログラム」（平成8年3月）においては戦略4産業を再設定するとともに、新たにオンリーワン企業を誘致ターゲットとして設定

*3：ナンバーワン企業
世界的、全国的なシェア（市場占有率）でトップレベルにある企業。

4 誘致手法の充実

他の施策との連携強化

産学官連携、技術開発支援、求める人材の確保策としての職業訓練の実施等、進出企業にとって魅力的な施策を連携させた誘致施策の展開を強化する。

任期付き職員の配置

民間企業で経営企画やプロジェクトを担当した経験のある者、経済誌記者や金融機関の職員など、経済界と強い人脈を持つ者を任期付きの企業誘致専門職員として県外事務所に配置する。

企業誘致専門職員制度の見直し

労力の要る事前の情報収集活動を充実させ、効果的な誘致活動ができるよう、成功報酬支払制度に加え事前に一定の活動経費を支払うシステムを導入する。

将来の投資有望分野における進出環境づくり

上記重点分野など、将来の投資が見込まれる分野をリードする研究者の県内の高等教育機関等への招聘や、ソフトビジネスパークにおける長期賃貸型オフィス、レンタルラボ等の整備をさらに充実することにより、企業が進出しやすくなる環境づくりを行う。

4

産業技術の振興

1 産業技術の振興の重要性と科学技術振興指針

産業の振興のためには、製品の高付加価値化を進める必要があり、そのためには産業技術の高度化と複合化が鍵となる。

本県では、平成11年3月に「島根県科学技術振興指針」を定め、産業活動をはじめ福祉、環境、文化等に及ぶ社会経済の発展の基盤となる科学技術の振興を図ることとしている。この指針は、「人と自然が共生した21世紀型ハイクオリティライフの実現」を基本理念とし、以下の2点を重点分野と定めているが、この重点分野は本県の特性とマーケットの成長性等を踏まえたもので、産業技術振興の方向性と合致するものであり、今後、この指針をベースに産業技術振興を図る。

“重点分野”

- 1 環境に優しい循環型社会の実現を支援する分野
- 2 健康でゆとりある生活の実現を支援する分野

2 重点領域

この重点分野の具体的な領域として、「環境・エネルギー」、「健康、福祉、安全」に関する技術・製品と、それらを開発・生産するための「IT（情報通信技術）」、「産業用財（材料、部品）」を重点的に振興を図る技術領域（重点領域）とし、これらの領域を中心として本県産業技術の振興を図っていく。これらは今後の産業振興を図るための重点的な産業分野（戦略的産業）とも位置づけられるものである。

“重点領域（戦略4産業）”

- | | |
|------------|--------------------|
| 1 環境・エネルギー | 3 IT（情報通信技術） |
| 2 健康、福祉、安全 | 4 産業用財（材料、部品、製造技術） |

3 県立試験研究機関の役割

県内企業が新たな技術を開発・導入を行うにあたっては、支援機関として県立試験研究機関^{*1}の果たす役割が大きい。各県立試験研究機関は相互連携に努め、共同研究も行ってきているが、今後それぞれの機能を産業技術振興に最大限発揮できるようにするためには、組織体制の整備や相互連携システムの構築、産学官連携を推進するコーディネート機関としての役割を果たすことが求められる。

そのため、本庁における統括組織の設置、総合コーディネーターの配置や、産業技術の進歩の方向を見極めるための技術顧問の設置を検討する必要がある。

また既存のマンパワーで対応しきれない技術的課題を短期間に集中的に解決する必要がある場合には、客員研究員（非常勤）や任期付研究員（「地方公共団体の一般職員の任期付研究員の採用等に関する法律」に基づく研究員）の制度を設け、支援体制の充実を検討することも必要である。

4 島根県産業技術センター

産業技術センターは、本県唯一の工業系の県立試験研究機関として産業技術（工業技術）振興の先導役となり、また、長年、工科系学部が大学に設置されていなかったこともあって、「学」としての役割も担ってきた。また、平成7年に島根大学に総合理工学部と生物資源科学部が設置された後も、「現場のわかる研究者」を擁する機関として、県内産業界にとって変わらず重要な存在となっている。

しかし、近年の我が国全体の産業構造の変化や産業競争力・技術開発力の低下とともに本県産業が大きな転換期を迎え、また、大学や工業高等専門学校等が産学連携志向を強める中で、同センターが果たすべき役割にも変化が求められている。

*1：県立試験研究機関

県立試験研究機関は、現在、工業系機関である産業技術センターのほか、農林水産系機関の農業試験場、畜産試験場等9機関と、保健・環境系機関の保健環境科学研究所の計11機関がある。

① 現状の業務・機能

産業技術センターの基本的業務は、①県内企業の振興につながる技術・製品の研究開発、②企業等の依頼にもとづく試験分析、③企業に対する技術支援・アドバイス、④保有する分析測定機器の企業等への開放、に大別される。

これらの業務の遂行に当たっては、企業訪問や技術相談等を通じて積極的に県内企業のニーズを把握し、技術的課題の抽出と効果的手法の検討を行った後、既存技術の改善指導や新技術導入支援を行うとともに、先導的技術の研究開発を行っている。また、企業の人材養成を支援するため研修生の受入も行っており、近年は大学等と企業とのコーディネート役として、産学共同研究にも積極的に取り組んでいる。

② 今後の取り組み

企業の技術導入、製品開発等を支援する際には、市場性やコストを十分考慮した技術的な解決が必要であり、これまで以上に多面的な支援体制が必要となっていることから、大学・高専やしまね産業振興財団など他の支援機関と密接な連携をとりながら、以下のような取り組みを実施していく。

特定のテーマを短期的・集中的に研究開発するプロジェクト型研究の推進

研究テーマの選定から成果普及に至るまでの評価システムの確立と外部評価の導入、評価結果の積極的開示

発展有望な特定領域における萌芽的技術や先進技術に関する産学官での研究会・勉強会の主宰（産業振興財団と連携運営／産学官共同研究、共同開発の先導的な場）

企業と大学・高専・他研究機関とのコーディネートと共同研究の推進

県有特許等の戦略的な見地に立った取得・活用

産業人材育成のための研修・実習プログラムの整備

技術開発・支援に必要な幅広い能力を身につけるための研修や他部門・機関との人事交流の実施

客員研究員や任期付研究員制度による外部人材の活用

県西部の産業技術支援機能の強化（浜田工業技術指導所の機能を見直し、本場の機能を最大限に西部の産業振興につなぐ機能を強化）

第6章 目標値の設定

産業振興施策の進捗状況を確認し、その実効性を判断する材料とするため、県内企業の創造的・発展的取り組みの成果についての目標値を掲げる。目標や施策については、島根県産業振興プログラム策定推進委員会^{*1}が毎年進捗状況を評価し、必要な見直しを行う。これ以外にも各種政策の実施に際しては、担当部署において施策事業ごとにPDCA(Plan : 計画、Do : 実行、Check : 評価、Action : 見直し)のサイクルを回していく必要がある。

5つの「しん」に関する指標

区 分		H12(2000) 基準値	H16(2004) 短期目標値	H22(2010) 目標値	
1 産業の「芯」の強化	工業所有権出願件数	683	750	820	
	情報サービス業 ^{*2} 従業者数(人)	938	2,600	2,900	
	情報サービス業年間売上高(百万円)	9,470	16,000	24,000	
2 産業の「新」展開	起業実現数 [*]	13	25	40	
	ベンチャー投資件数(累積)	16	35	70	
	創業者支援資金融資実績	件数(単年)	82	100	130
		額(百万円)	777	1,000	1,250
	大学発ベンチャー創出件数(累積)	1	20	40	
	新事業所開業率 (対全国比)	製造業	0.95	1以上	1以上
		情報サービス業	0.84	1以上	1以上
企業誘致件数(累積)	236(H13)	251	281		
3 「進」産業の追求	中小企業創造法承認件数(累積)	31	50	(80)**	
	中小企業経営革新法承認件数(累積)	25	200	(400)**	
	産業技術センター研究成果等の技術移転及び事業化件数(累積)	15	20	30	
	産業技術センター工業所有権出願件数(累積)	19	40	80	
4 「深」産業への執着	商標登録出願件数	209	230	250	
	グッドデザイン賞受賞件数(累積)	3	10	40	
5 「親」産業の展開	コミュニティビジネス企業化件数(累積)	実績なし	10	30	
	医療・衛生・福祉関連 サービス業	事業所数	1,828	2,000	2,250
		従業者数	23,426	28,000	34,000
	観光消費額(億円)	1,023	1,200	1,700	

* 起業家スクール、女性起業家セミナー、創業塾関係

** 制度の根拠となる時限立法が延長された場合の数値
H11年度基準

(注) 目標値に関する考え方については64ページ参照のこと。

*1: 島根県産業振興プログラム策定推進委員会
2 ページの「プログラム策定の趣旨」の2 参照。

*2: 情報サービス業
日本標準産業分類における「ソフトウェア業」
及び「情報処理・提供サービス業」。

第7章 プログラムの推進に向けて

企業は多面的な存在である。支援機関^{*1}はそれぞれ役割分担はあるものの、企業の多面性を理解し、タテ割りの弊害に陥らないよう連携して、時には支援の協働作業が求められる。企業支援に際しては役割分担はゆるやかに認識すべきである。

また企業は継続性が命題である。支援機関は人事異動等により企業の継続性を妨げることがないように、十分配慮する必要がある。

経済環境の変化が著しい今日、支援機関の組織、人事体制も時代に応じて見直すことも必要と考えられる。

1 支援機関の役割

1 総合調整

県（商工労働部）は施策の企画及び遂行に際し、県の関係部局・財団・商工団体・県議会等をはじめ県民・市町村・他県・国、さらに大学・高専・短大等「学」などに対しても総合的な調整と連携を行う。

2 施策の企画立案

県は政策的、総合的見地から施策の企画・立案・調整を行う。しまね産業振興財団（以下「財団」）や商工会議所・商工会及び各連合会・地域中小企業支援センター・中小企業団体中央会等（以下「商工団体」）は企業のニーズに基づく施策の企画・提案を県に対して行う。

3 産業動向等の把握

県は財団や商工団体とともに国内外の産業動向及び島根県産業全体に関する把握と分析ならびに県内の業界、産地をはじめとする企業群の実態把握と分析を行い、施策立案や遂行に生かす。

4 情報の共有と協働作業

支援機関は実際の企業支援に際して、企業情報や関連する情報の共有化につとめ、連絡連携を密にし、協働で継続性をもちながら支援にあたるよう努める。

¹：支援機関
企業を支援する機関。ここでは県、市町村、財団、商工団体。

1 県

何よりスピードある対応が求められる。積極的に市町村や財団、商工団体をコーディネートするとともに、①実効ある施策の企画・立案・調整をするために企業の多様な側面、業種業態などについて積極的に現場理解を深める、②産業のボーダレス化、複合化が進む中で県の部局間の連携を主体的にすすめる、③市町村の産業振興への取り組みの促進と支援、④産業クラスター^{*1}に対する支援、⑤県の実情をふまえ国への施策提案、等を行う必要がある。

2 市町村

市町村は地域の総合的経営体として地域の産業振興に積極的に取り組むものとし、県・財団・商工団体を活用しながら、管内の産業について①実態の把握、②課題の抽出、③今後の方向性の検討、④振興の方策の検討、⑤振興体制の整備、⑥振興施策の実施、に取り組むことが求められる。

3 財団

企業に対する中核的支援機関として個別企業支援や企業間連携を積極的に推進するとともに、今後は①市町村、産業界、支援機関、学等とのコーディネート、②経済・経営の国際化への支援、③商業、サービス業など非製造業分野への支援、④経営の再構築支援、等の各機能強化が求められるほか⑤施策企画・立案機能の充実、⑥定住財団のほか農林水産業等他分野の支援機関との連携、も求められる。

4 商工団体

最も地域に密着し、最も企業に近い支援機関として、施策と企業を結ぶインターフェイス^{*2}の役割を担う。企業とのキメ細かいコミュニケーションや施策情報の理解のもとに、最適な支援施策の実施、他の支援機関との連携体制構築など、施策の効果を最大限引き出すような機動的かつ柔軟な支援が求められる。さらに今後は①起業支援機能の強化、②むらおこし、町おこしなどの地域活性化の取り組み強化、③地域商業振興などの街づくりプランニング機能の強化、④広域的支援機能の構築、⑤経営の再構築、事業承継、企業合併・買収等に関する支援機能強化、⑥製造業・ソフト系産業への理解と支援機能の強化、⑦施策企画・立案機能の充実、⑧定住財団のほか農林水産業等他の分野の支援機関との連携、が求められる。

*1：産業クラスター
21ページの脚注2参照。

*2：インターフェイス
異なる装置を接続するための仲介装置。転じて異なる性質のものを結びつけること。その境界域。

今後、検討すべき事項

1 県、財団

(県(全庁))・経済担当部署の設置

(県商工労働部、財団)

経済、産業の専門的人材の採用・配置

理工系職員の採用・配置

施策遂行が効果的に図れる組織の検討

一定分野における人事異動の長期化

人事交流の促進(国、県、市町村、財団)

研究職と行政職との人事交流

石見地域、隠岐地域への支援機能強化

産業現場へ多くでかけて理解を深める現場主義の徹底

2 商工団体

人事交流の促進(財団、団体間等)

広域化、人事交流によるコーディネート力等の強化

製造業、ソフト系支援人材の養成

3 共通

支援機関全体で政策理念の共有を深めるため、各支援機関参加による施策検討、意見交換の機会を増やす

組織横断的な産業振興研修の実施