

産業イノベーションの創出を 促進する施策の展開について

(産業分野横断的重点施策)

産業分野横断的重点施策

番号	重点施策	頁※
1	産業イノベーション創出のための 産学官連携・研究開発	1、2
2	基盤技術・提案力強化による 課題解決型企业育成	3、4
3	製品の高付加価値化を実現する 地域資源活用	5～7
4	マーケティング力の強化などによる 販路開拓支援	8、9
5	戦略的な企業誘致・投資の促進による 産業集積活性化	10、11
6	産学官金の連携で加速化する 創業支援	12、13
7	産業人材育成支援センターの機能強化等による 人材育成支援	14、15
8	理工系学生や専門的人材を対象に取り組む 人材確保支援	16～18

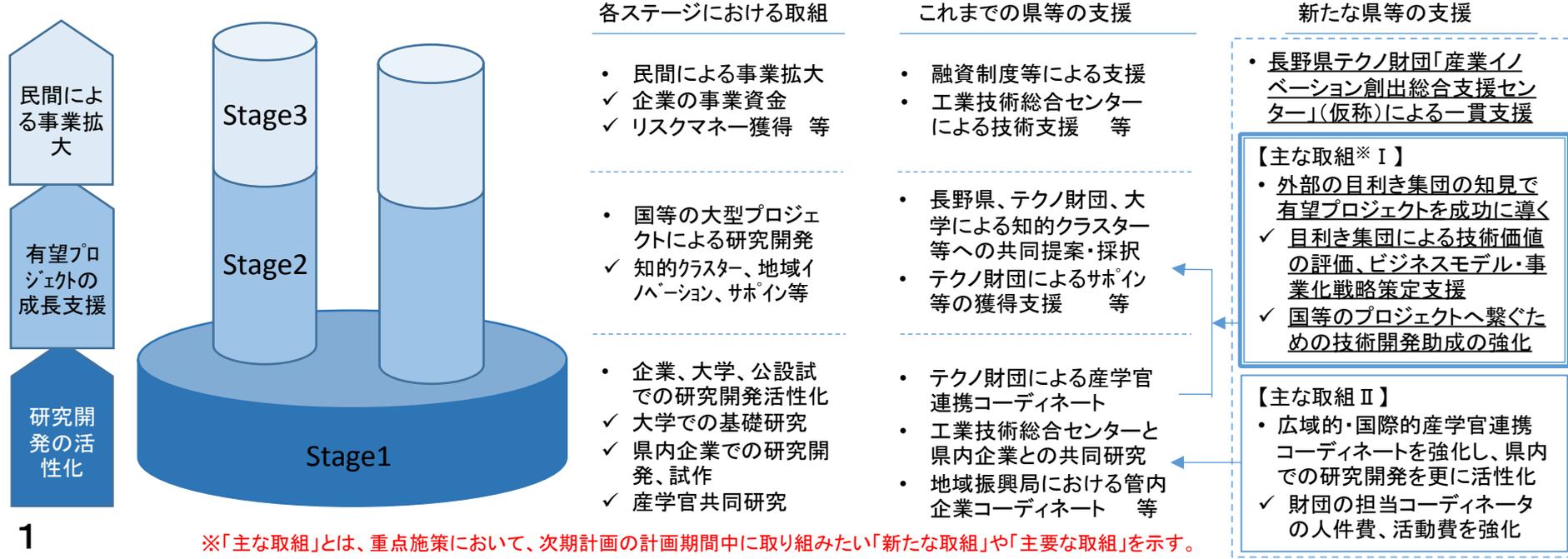
※ 「頁」はスライド左下に記載

概要	県内の産学官が取り組む有望な研究開発について、目利き集団の知見を活用することで、着実に産業イノベーションの創出に繋げる。 また、長野県テクノ財団による産学官連携コーディネートを強化すること等により、県内における研究開発活動を活性化する。
目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> 有望な研究開発プロジェクトの事業化を成功させることにより、産業イノベーションの創出促進を実現 研究開発プロジェクトの創出を促進することにより、産業イノベーションに繋がりを「芽」を数多く創出
目標値(KPI)	【県の取組を評価する目標値】 本重点施策の成功により獲得した民間資金(売上、企業等の事業化資金、ベンチャーへのリスクマネー供給)の額

産業イノベーションの創出につながる製品開発の一般的なフローとの関係性 (◎最も関係あり、○関係あり)							
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
創業・承継・誘致	把握・選定 社会的・経済的 ニーズの	検討・選定 ためのアイデアの	ニーズに対応する	可能性の評価 ビジネス化※1	研究開発	試作・評価・改良	生産
○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
※1 「ビジネス化」とは、製品に付帯するサービス等の展開も含む。 ※2 「販売」とは、製品に付帯するサービス等も含む。							

重点施策の全体像

○研究開発プロジェクトの組成から国等の提案公募制度への接続、事業化に向けた研究開発の推進を一貫して支援する組織を長野県テクノ財団に設置し、特に、研究開発プロジェクトの多数創出と、その事業化の成功確率を高めるための支援を重点的に強化。



※「主な取組」とは、重点施策において、次期計画の計画期間中に取り組みたい「新たな取組」や「主要な取組」を示す。

目指す姿を実現する上での課題

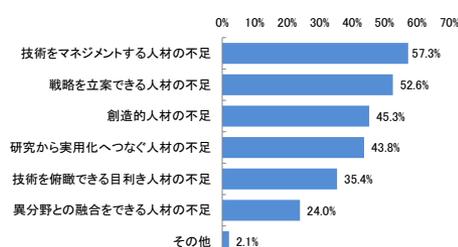
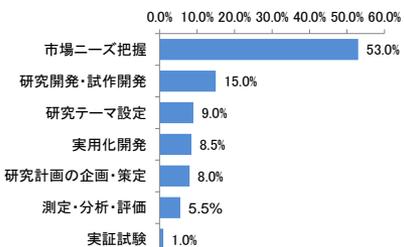
重点施策における主な取組 I

課題解決の方向性と主な施策の展開

- ①有望プロジェクトの事業化の成功確率を高める必要があること
 - (1) 新事業・新産業のビジネスモデルを検討するにあたっては、県内企業、大学等が保有する中核技術（オンリーワンの技術）が、グローバルにどのような市場（新たな市場創出を含む）へ価値を訴求できるかの十分な把握が必要
 - (2) 中核技術が訴求できる市場において、県内産業が高付加価値を獲得するためのビジネスモデル、事業化戦略が必要
- ②事業化へ導くための研究開発費が必要であること
中核技術に基づくビジネスモデルを実現し、事業化するための研究開発が必要。

【研究開発で特に重視している事】

【研究開発で社内に不足する人材】



【出典】長野県産業労働部「平成27年度長野県工業技術動向調査結果」

- ①有望プロジェクトを事業化に繋げるための目利き集団との連携
＜産業イノベーション創出支援事業（仮）＞
 - (1) 中核技術が訴求できるグローバル市場を多岐にわたって検討・提案でき、各市場においての中核技術の優位性・事業性を評価できる目利き集団と県内企業、大学等との連携を促進
 - (2) ビジネスモデルの検討や事業化戦略の策定を支援できる目利き集団と県内企業、大学等との連携を促進
- ②初期的研究開発費の措置と国等の大型資金の獲得支援
事業化へ繋げるための国等の大型研究開発費の獲得を支援するとともに、それに必要な概念実証等のための初期的研究開発費の助成制度を創設する。

【事業イメージ】



目指す姿を実現する上での課題

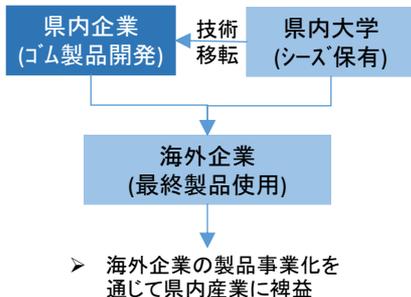
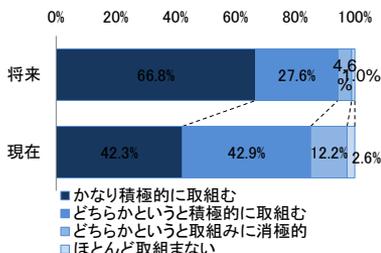
重点施策における主な取組 II

課題解決の方向性と主な施策の展開

- ③産業イノベーションを数多く生み出すため、研究開発プロジェクトを数多く組成していく必要があること
研究開発プロジェクトを数多く組成するためには、産学官連携コーディネータ活動を国内広域的・国際的に実施することが必要

【研究開発への取組姿勢】

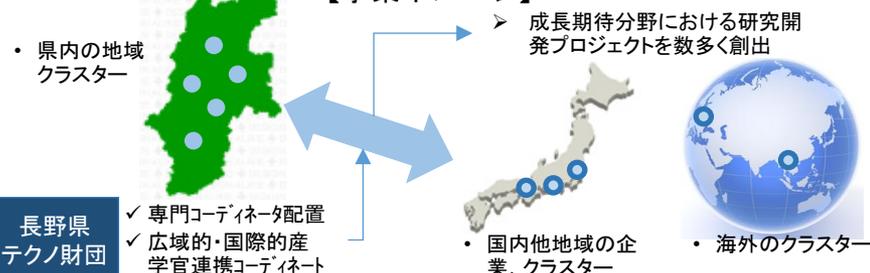
【広域的産学官連携の事例】



【出典】長野県産業労働部「平成27年度長野県工業技術動向調査結果」

- ③国内広域的・国際的な産学官連携コーディネータを促進
＜広域的産学官連携研究開発創出促進事業（仮）＞
 - ・本県の中核的産学官連携支援機関である長野県テクノ財団における専門的コーディネータの配置を支援
 - ・成長期待分野におけるコーディネータを強化するとともに、海外も含めた広域的な技術情報等の収集を強化し、県内企業とのマッチングを促進することにより、研究開発プロジェクトを数多く組成

【事業イメージ】



概要

川下産業の課題を的確に把握し、その課題に対する解決策を提案することのできる技術力・提案力を持った企業群を形成することにより、既存産業のレベルアップを図る。

目指す姿

- ・強みとなる基盤技術(要素技術)の獲得・強化と、競争に対する優位性の確保を通じて産業イノベーションの創出促進を実現
- ・課題に対応した解決策を提案するための技術開発と技術提案の強化を通じて産業イノベーションの創出促進を実現

目標値(KPI)

【県の取組を評価する目標値】
課題解決活動により創出した新規事業の規模
(新規事業の売上、生産性向上等によるコスト低減等)

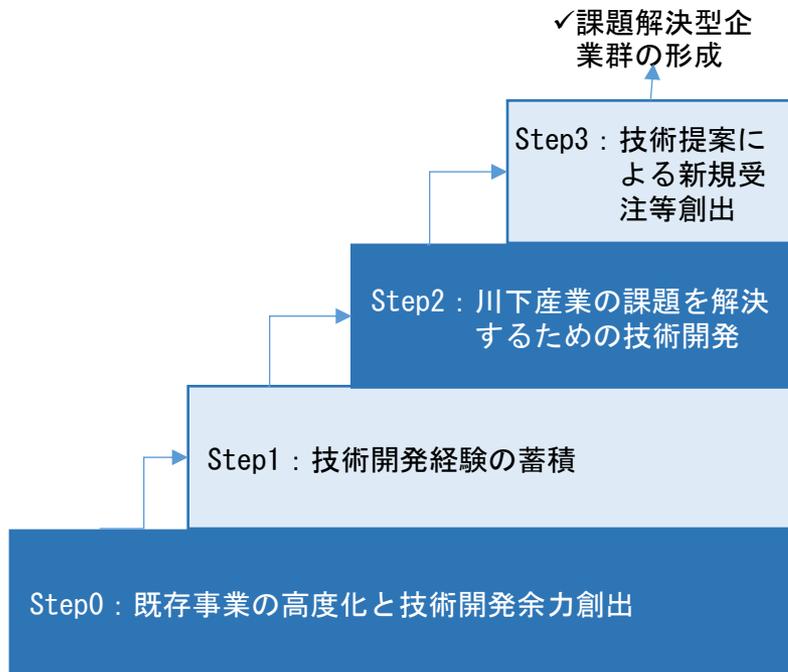
産業イノベーションの創出につながる製品開発の一般的なフローとの関係性 (◎最も関係あり、○関係あり)

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
創業・承継・誘致	ニーズの社会的・経済的把握・選定	ニーズに対応するためのアイデアの検討・選定	ビジネス化 ^{※1} の可能性の評価	研究開発	試作・評価・改良	生産	販売 ^{※2} ・販路拡大
	◎	◎	◎	◎	◎	◎	

※1 「ビジネス化」とは、製品に付帯するサービス等の展開も含む。
※2 「販売」とは、製品に付帯するサービス等も含む。

重点施策の全体像

○県内企業におけるIoT、AI等の利活用を促進して技術開発余力を創出し、技術開発活動は川下産業の課題解決へ着実に繋げて事業化する。



これまでの県の支援

- 販路開拓支援
 - ✓ 技術提案型商談会、国内外展示会出展等の機会の提供
- ✓ 企業ニーズに応じた個別支援
- 提案型・研究開発型企業の育成
 - ✓ 研究開発に不慣れな企業等を中心とした共同研究等の支援
- ✓ エアコンプレッサの運用改善、生産現場の改善活動を支援
- ✓ 既存製品の精度向上、不良対策等への支援

強化する県の支援

- 【主な取組Ⅱ】課題解決型企業群形成支援事業
 - ✓ 特に、川下産業の課題と新技術開発との接続を強化
- 【主な取組Ⅰ】基盤技術力強化支援事業
 - ✓ 県内の基盤技術の強化と獲得すべき新技術に特化した支援
 - ✓ 先端技術対応のための支援機能強化(設備整備、研究人材育成)
- 【主な取組Ⅰ】IoT等の利活用の支援強化
 - ✓ 工業技術総合センターによるものづくり産業のIoT、AI等の利活用を促進

目指す姿を実現する上での課題

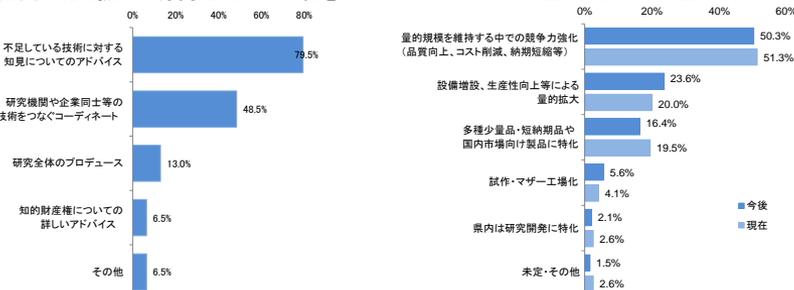
重点施策における主な取組Ⅰ

課題解決の方向性と主な施策の展開

- ①強みとなる基盤技術（要素技術）の獲得・強化と、優位性の確保が必要であること
- (1) 新たな受注等の獲得のためには、既存の自社の強みである基盤技術を活かしつつ、提案の幅を広げるための新たな基盤技術（要素技術）の習得が必要
- (2) 新たな受注等の獲得にあたり、コスト競争力、短納期対応等の優位性を主張できることや、生産性の向上を通じて技術開発の余力を創出することが必要

【技術的支援に期待したい内容】

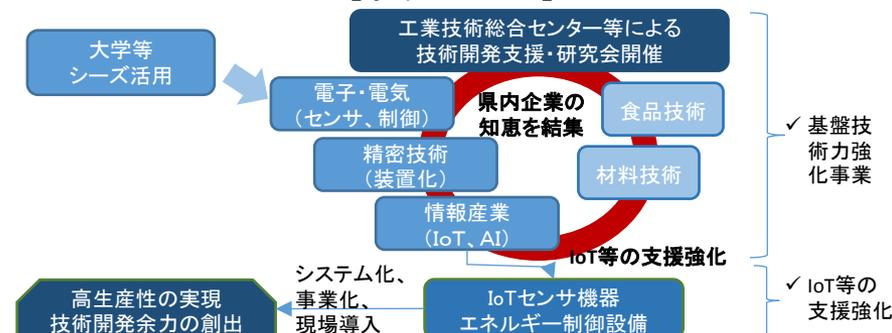
【県内生産拠点の位置づけ】



【出典】長野県産業労働部「平成27年度長野県工業技術動向調査結果」

- ①基盤的技術の強化と競争力確保のための支援機能の強化
- ＜県内産業基盤技術力強化支援事業（仮）＞
- 県内各企業の自社技術の強化とともに、特に、セルロースナノファイバーをはじめとした新技術の獲得を促進する。また、それらを支援するにあたっての支援機関の技術支援力を強化する。
- ＜工業技術総合センターによるAI、IoT等に係る支援を強化＞
- IoT、AI等の利活用を促進するための支援を強化し、県内企業の生産性向上、技術開発余力の創出に取り組む。

【事業イメージ】



目指す姿を実現する上での課題

重点施策における主な取組Ⅱ

課題解決の方向性と主な施策の展開

- ②川下産業の課題を的確に把握し、解決策を提案するための技術開発と技術提案の強化が必要であること
- (1) 川下産業等の提供情報から、自社の中長期的な事業創出に繋がりを課題を把握することが重要
- (2) 川下産業の課題を踏まえ、自社技術（新たに獲得した技術を含む）を組み合わせる技術開発が必要
- (3) (1)、(2)の活動に基づき技術提案を行い、実際の受注獲得等に繋げることが必要

【ニーズ把握で期待する情報源】

【技術提案等の支援状況】

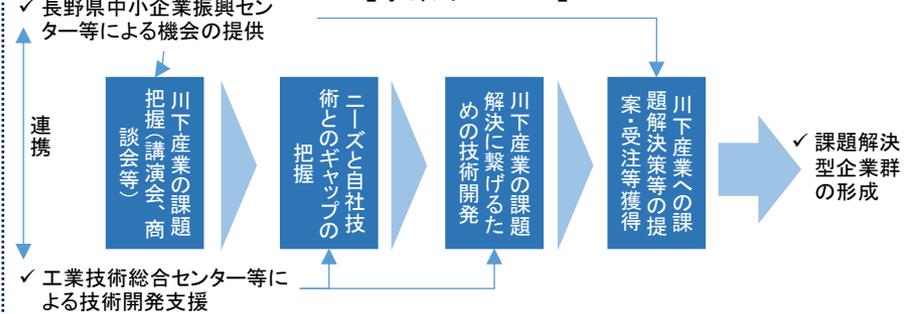


【出典】長野県産業労働部「平成27年度長野県工業技術動向調査結果」

【出典】長野県産業労働部産業立地・経営支援課調べ

- ②課題を把握する場の提供と実際の課題解決活動を支援
- ＜課題解決型企業群形成支援事業（仮）＞
- 川下企業の事業部等を招聘しての講演会、コーディネータの企業訪問等により、川下企業の課題を把握する取組を促進する。
 - 新たな事業創出に向けた自社技術に基づく川下産業の課題解決のための技術開発を支援する。
 - 実際の川下企業への課題解決策の提案、自社の優れた技術のPR等を通じた技術課題の解決を行う活動を促進する。

【事業イメージ】

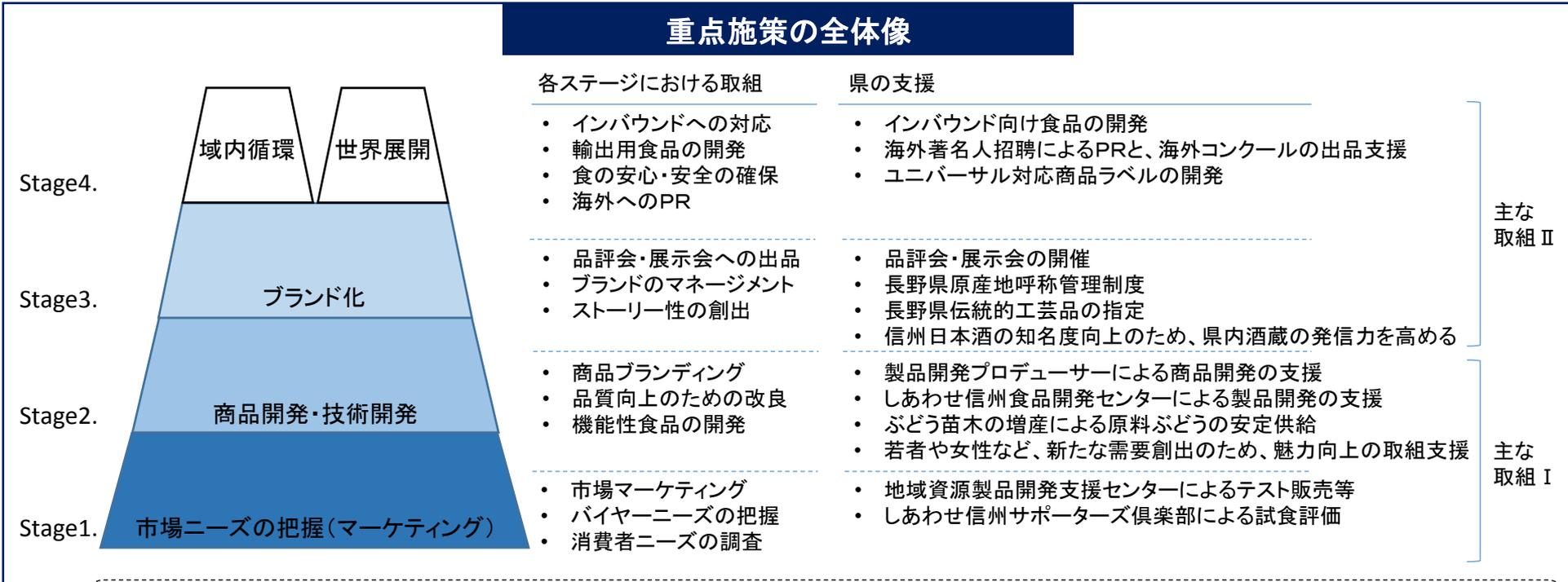


概要	地場産業を活性化するため、県内に豊富に存在する地域資源を活用した高付加価値製品づくりを推進するとともに、ブランドの確立を見据えた国際競争力の強化を促進する。
目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> 地域資源製品開発支援センターやしあわせ信州食品開発センターなどの支援により産業イノベーションの創出促進を実現 食品産業を核とした世界展開の促進により産業イノベーションの創出促進を実現
目標値(KPI)	<p>【県の取組を評価する目標値】</p> <p>地域資源を活用した製品化件数</p> <p>【県の取組以外も含めて評価する目標値】</p> <p>生活関連産業製品出荷額(食料・飲料、繊維、家具、印刷等)</p>

産業イノベーションの創出につながる製品開発の一般的なフローとの関係性 (◎最も関係あり、○関係あり)

⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	①	①
販売※ ² ・ 販路拡大	生産	試作・ 評価・ 改良	研究開発	ビジネス化※ ¹ 可能性の 評価	ニーズに 対応する ための アイデアの 検討・ 選定	社会的・ 経済的 ニーズの 把握・ 選定	創業・ 承継・ 誘致	
								◎

※1 「ビジネス化」とは、製品に付帯するサービス等の展開も含む。
 ※2 「販売」とは、製品に付帯するサービス等も含む。

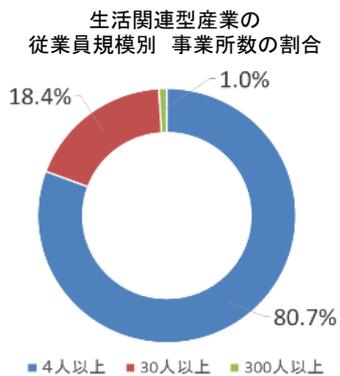


(備考) その他検討している取組

- 地場産業の海外展開を促進するため、インバウンド対応や海外取引をサポートする体制を整備(地場産業グローバル展開サポートオフィス)
- シャルドネ・セレブレーションや発酵食品ワールドカップを開催し、国内外へブランドを発信
- 地場産業の総合コーディネーターにより他分野との連携(地消地産など)を促進し、地域循環を活性化

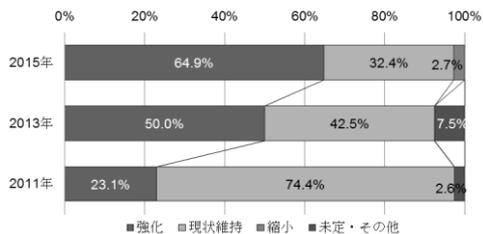
①地場産業では、市場や現代のニーズをつかみ、それに即した製品の開発力が不足していること
食品産業においては素材研究や機器開発が進んでいないこと

- (1) 中小企業では消費者ニーズの把握が不十分
- (2) 県内の食品産業や伝統的工芸品産業は中小零細企業が多く、高付加価値製品の開発力が弱い
- (3) 食品産業は素材研究や機器開発が進んでいない



【出典】長野県企画振興部
「平成26年工業統計調査」

県内食品関係企業の今後の研究開発機能の位置づけについて



【出典】長野県産業労働部
「平成27年度長野県工業技術動向調査」

①製品の高付加価値化の仕組みづくり

- (1) 消費者ニーズの調査支援
販売店等の協力のもと、消費者へのモニタリング調査を支援し、新商品開発や既存商品の改良を促進する。
- (2) 製品開発支援
 - <地域資源製品開発支援センター等の支援機関による支援>
地域資源製品開発支援センターでは、中小企業等が行う地域資源を活用した製品開発を企画段階から商品化まで支援する。また、製品のイメージ向上のため、製品の背後にある歴史や製造過程などのストーリーを付加させる機能を強化する。
しあわせ信州食品開発センターでは、機能性食品等高付加価値食品の開発を一貫して行う体制を整備する。
 - <伝統的工芸品への支援>
技術の継承や販路開拓、ブランド化を図りながら、現代のニーズに即した製品づくりを促進する。

- (3) 高品質な原材料の開発・改良や生産能力の向上
酒米や麹菌、酵母の開発により、高品質化を促進
安価で高性能な信州型醸造設備の開発支援
全国ナンバーワンの醸造技術向上



地域資源製品開発支援センターの取組

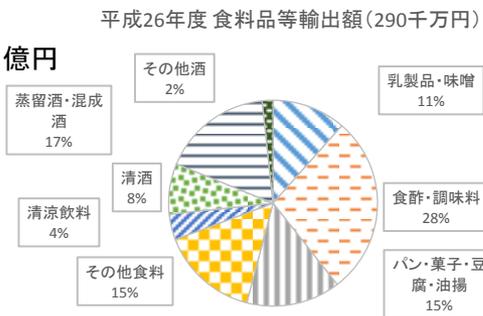


しあわせ信州食品開発センターの取組

②世界進出の増加を見据えた地場産業の事業展開が必要なこと

- (1) 本県食品のきめ細やかで個性ある造りへの国内外の評価や認知度が不足
- (2) 海外対応力（安全性・品質、企業体制等）が不足
- (3) インバウンドのための環境整備が不十分

食料品等輸出額 29億円
 ／食料品等製造額 6,511億円



【出典】長野県(平成26年輸出生産実態調査結果)

②「NAGANO」ブランドの品質向上と世界への発信

- (1) 魅力発信支援
 - 県内におけるイベントの開催やコンクールへの出品支援などにより、国際的知名度や世界的評価の獲得を促進する。
 - ・全国発酵サミットを開催
 - ・風味評価モデルの構築及びおいしさ分析シートを用いたおいしさ指標の見える化により、食のマリアージュを推進
- (2) 海外対応支援
 - 安全性、品質を高め、認証制度等を活用し、海外への対応力を強化する。
 - また、ユニバーサル対応の促進支援のため、商品ラベルの開発支援などにより、国内外への商品展開に幅広く対応する。
- (3) インバウンド支援
 - 体験型インダストリアルツアーの実施体制や英語対応HPの構築、及び英語表記の資料作成により、インバウンドの誘致を促進する。
 - また、和食の世界遺産登録を契機とし、食事を客に提供する際の伝統的工芸品（食器）の利用を促進する。



魅力発信支援のイメージ

概要	取り組むべき分野・市場を見極め、将来のビジネスにつながる機会を提供するとともに、市場性が高い製品・サービスの具現化及び市場への提案・売り込みを支援し、県内中小企業のマーケティング力の向上を図る。
目指す姿	今後、取り組むべき分野・市場を見据え、マーケティング力の強化を図ることにより産業イノベーションの創出促進を実現
目標値(KPI)	【県の取組を評価する目標値】 商談会における成約率(成約件数/商談件数)

産業イノベーションの創出につながる製品開発の一般的なフローとの関係性 (◎最も関係あり、○関係あり)

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
創業・承継・誘致	把握・選定 社会的・経済的 ニーズの	検討・選定 ためのアイデアの	ニーズに対応する 可能性の評価 ビジネス化 ^{※1}	研究開発	試作・評価・改良	生産	販売 ^{※2} ・販路拡大
	◎	○	○				◎

※1 「ビジネス化」とは、製品に付帯するサービス等の展開も含む。
 ※2 「販売」とは、製品に付帯するサービス等も含む。

重点施策の全体像

マーケティング力の強化による産業イノベーションの創出促進

取組の方向性	施策	
将来を見据えた成長・発展につながる分野・市場の把握及び特性を踏まえた戦略的なマーケティングの強化	<ul style="list-style-type: none"> ・専門機関、コーディネータ等による市場等の把握と情報提供 ・各種ビジョンを踏まえたマーケティング 	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業振興センター、ジェトロ等と連携したマーケット調査の実施 ➡ 主な取組Ⅰ ・調査、分析等を踏まえた専門家による助言指導及び情報提供 ・各種ビジョンにおける具体的施策の実施 など
市場を見据えた、新たな製品・サービスの提案や売り込み促進の支援	<ul style="list-style-type: none"> ・新分野や海外などの新市場における取引先の開拓機会の提供 ・営業人材、経営人材の育成、確保 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術提案型商談会及び成長市場・専門分野展示会・見本市などへの出展支援 ➡ 主な取組Ⅱ ・海外の政府、産業支援機関と連携したマッチング支援 ➡ 主な取組Ⅱ ・マーケティング力向上研修、セミナーの開催 ・プロフェッショナル人材戦略拠点事業の活用

目指す姿を実現する上での課題

重点施策における主な取組 I

課題解決の方向性と主な施策の展開

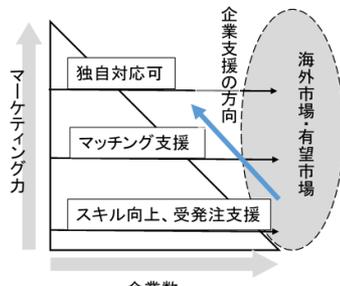
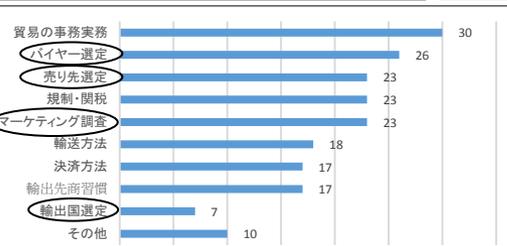
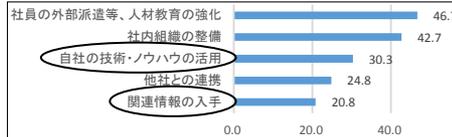
- ①市場の成熟化、グローバル化が進展する中で、有望な分野や市場の把握が必ずしも十分ではなく、対応力の強化を図る必要があること

今後力を入れたい点の具体的施策

「自社技術・ノウハウの活用」30.3% (3位)

「関連情報の入手」20.8% (5位)

【出典】長野県内製造業の現状と今後の方向性に関するアンケート調査(一般社団法人長野経済研究所 2016年8月)



県内企業のマーケティング力の分布

輸出に取り組む上での課題について

【出典】県産品の輸出に関するアンケート(産業労働部 平成28年)

- ①有望市場等の調査・分析による戦略的な販路開拓・拡大
 <新たな市場開拓・拡大推進事業>

(生産財)

- ・TPPやEPA等を踏まえた新たな海外有望市場における現地駐在体制の整備(市場調査、海外展開支援、マーケットの開拓など)
- ・航空機産業振興ビジョン、食品製造業振興ビジョン(案)などと連携した売り込み促進

(消費財)

- ・海外百貨店、スーパーにおける長野フェアの増設及び定番化の強化
- ・海外有望市場におけるアンテナショップなどによる市場調査等の実施

目指す姿を実現する上での課題

重点施策における主な取組 II

課題解決の方向性と主な施策の展開

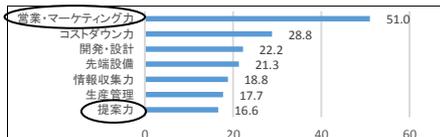
- ②市場を見据え、製品・サービスを提案、売り込む機会を確保する必要があること

製造業を中心とした「弱み」

「営業・マーケティング力」50.1% (1位)

「提案力」16.6% (7位)

【出典】長野県内製造業の現状と今後の方向性に関するアンケート調査(一般社団法人長野経済研究所 2016年8月)

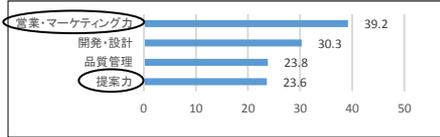


製造業を中心とした「力を入れたい点」

「営業・マーケティング力」39.2% (1位)

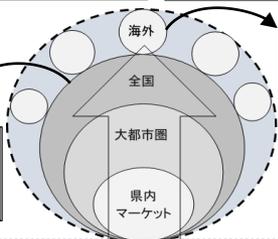
「提案力」23.6% (4位)

【出典】長野県内製造業の現状と今後の方向性に関するアンケート調査(一般社団法人長野経済研究所 2016年8月)



- ・海外現地での展示会
- ・海外駐在員配置(シンガポール、上海)
- ・グローバル展開推進員の配置
- ・国際見本市、百貨店等でのマーケット調査

- ・展示会、大手製造・流通事業者との商談会
- ・受発注開拓推進員による販路開拓
- ・マーケティングセミナーの開催 など



- ②マーケティング力の強化施策の充実

<成長市場分野展示会出展支援事業>

(生産財)

- ・海外政府・民間機関等とのMOUの推進による海外展開強化(現地展示会における事前マッチングの導入など)
- ・ICT等を活用した海外向け受発注システムの導入
- ・海外現地企業とのビジネスネットワーキングや個別商談等の推進

(消費財)

- ・展示会、見本市への出展拡大(新たな有望市場におけるマーケティング展開)
- ・日本食品を扱う海外会員制サービスの活用による県産品のPR、マーケティング調査及び販路開拓

概要	本計画等の方向性に合わせた産業分野を中心とする企業に対する集中的な企業誘致を行うことで、産業集積を推進し、設備投資の促進、雇用の創出、地域経済の活性化を図る。
目指す姿	成長期待分野等の企業の誘致や投資促進による産業イノベーションの創出促進を実現
目標値(KPI)	【県の取組を評価する目標値】 企業訪問件数 【県の取組以外も含めて評価する目標値】 工場立地件数

産業イノベーションの創出につながる製品開発の一般的なフローとの関係性 (◎最も関係あり、○関係あり)

⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	①
販売※ ² ・販路拡大	生産	試作・評価・改良	研究開発	ビジネス化※ ¹ 可能性の評価	ニーズに対応するためのアイデアの検討・選定	社会的・経済的 ニーズの 把握・選定	創業・承継・誘致
◎							

※1 「ビジネス化」とは、製品に付帯するサービス等の展開も含む。
 ※2 「販売」とは、製品に付帯するサービス等も含む。

重点施策の全体像

取組の方向性

I 戦略的な企業誘致・投資の促進

- ①本県の特長(交通網整備による更なる首都圏との近接性、高い技術力、清らかな水・空気、ロケーションなど)を活かしながら、**市町村等との連携やトップセールスによる売り込みの強化**
- ②地域の特性、ニーズを踏まえ、**地域未来投資促進法の活用等**による成長期待分野、食品製造業など、ターゲットを定めた**企業誘致・投資の促進**

II 本社・研究所等の誘致促進

- ①国の制度の活用や県単独の優遇制度の整備などによる県外からの**本社・研究所等の誘致促進**
- ②リニア新幹線の開業、高規格道路の整備や交通網、移住など、**地方創生の取組、高等教育機関の充実等のPR・連携**による**本社・研究所の誘致促進**

主な事業

■PR活動等

- 知事のトップセールスによる立地セミナーの開催
- ガイドブックやホームページによるリアルタイムな立地の情報発信(平成29年度 ホームページ リニューアル予定)
- 大都市圏の企業で培ったネットワークと営業力を持つ立地推進役(4名)による立地情報の収集・売り込み、分野別アンケート調査実施

■規制改革・助成制度・税制等

- 「健康医療」「食品」「次世代交通」「ICT産業」など、成長期待分野等に対応した助成金制度等の整備
- 地域未来投資促進法の規制改革・税制等の活用による投資促進
- 各種ビジョンとの連携

■本社・研究所の誘致を促進

- 全国トップクラスの減税(95%)制度や県単独の助成金制度等による誘致促進

目指す姿を実現する上での課題

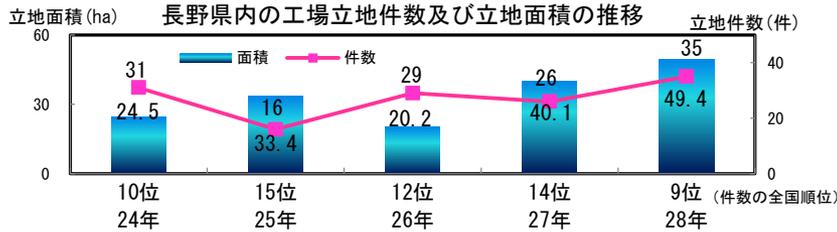
重点施策における主な取組

課題解決の方向性と主な施策の展開

①全国的な誘致競争が激化しており、長野県や地域の「特性・強み」を強化・活用し、他県との差別化を図りながら、売り込みを強化していく必要があること

②工場団地等の産業用地が減少傾向にあり、今後、企業ニーズを踏まえて、立地可能な用地の掘り起こし、PRを推進する必要があること
規制緩和等を活用し、新たな用地を確保する必要があること

◎県・市町村の未分譲工場団地 平成25年：37団地 → 平成29年：18団地



◎平成28年立地動向 ・上位立地分野（生産用機械 8件、食料品・飲料 7件）
・本社所在地（東京 4件、神奈川 2件、埼玉 1件）

過去10年間の研究所立地件数の全国比較



③本社等誘致の国の制度については、期限が平成29年度末までとなり、延長等の措置を要請する必要があること

○ 産業集積強化推進事業

- ①長野県や県内地域の特性・強みを活かした売り込みの強化
 <信州ものづくり産業応援条例等に基づく新たな支援策の構築及び充実・強化>
- ・成長期待分野、食品製造業など、ターゲット分野における税制・助成制度の充実
 （航空機産業振興ビジョン、食品製造業振興ビジョン（案）、働き方改革等の実現）
 - ・リニア中央新幹線、高規格道路など、県内交通網の整備を踏まえた企業誘致（例：リニア開通による首都圏との時間短縮を活かした本社・研究開発施設の誘致など）

<地域未来投資促進法を活用した企業誘致及び投資の促進>

- ・地域未来投資促進法における市町村との連携による、地域の産業のあり方などを踏まえた基本計画の策定
- ・基本計画における地域の方向性のもと、規制緩和や税制などの優遇措置を活かし、ターゲット企業への提案型誘致活動の促進

②立地用地の確保及び発信の強化

<規制改革等による用地確保、市町村と連携した発信>

- ・市町村と連携した空き工場、立地可能用地の掘り起こし及び工場団地と合わせた総合的な発信
- ・地域未来投資促進法における規制緩和や、規制改革等を活用した用地確保の検討

概要	起業・創業支援の中核となる機関を設置するとともに、加速化を目指す分野の検討など、支援の充実を図り、次世代産業の創出につなげる。
目指す姿	起業・創業の加速化により産業イノベーションの創出促進を実現
目標値(KPI)	【県の取組を評価する目標値】 ・創業相談件数 ・オープンイノベーションセンターNAGANO(仮称)の設置 【県の取組以外も含めて評価する目標値】 ・開業率

産業イノベーションの創出につながる製品開発の一般的なフローとの関係性 (◎最も関係あり、○関係あり)

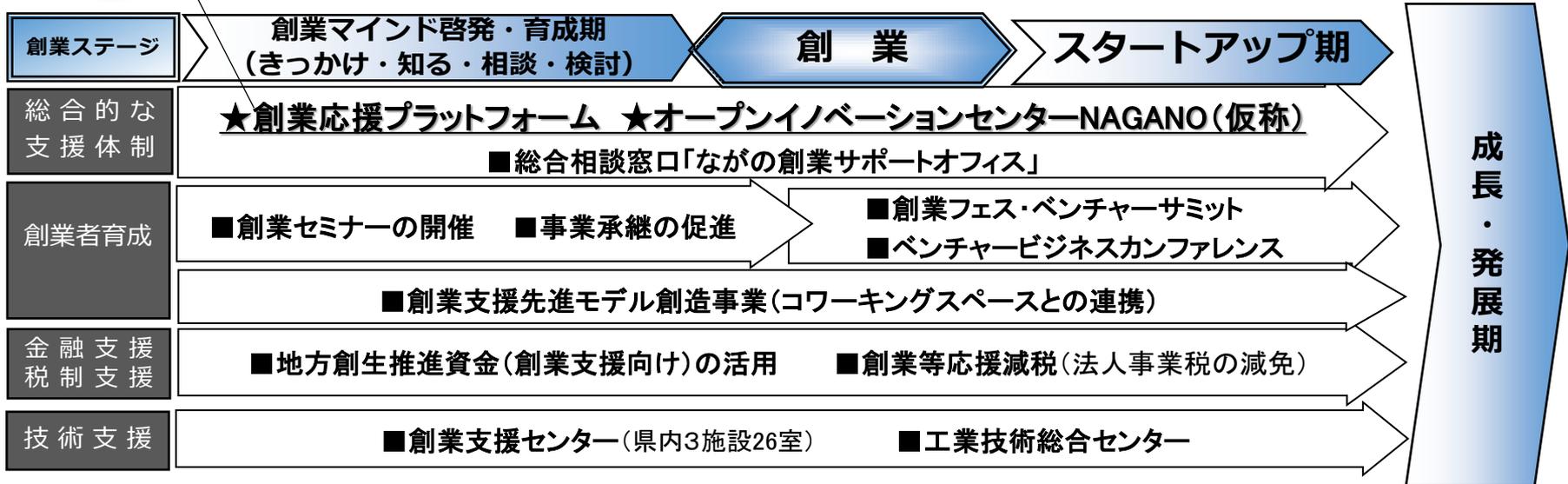
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎

◎ 創業・承継・誘致
① 把握・選定
② 社会的・経済的
③ 二次的・選定
④ 二次的に対応するためのアイデアの検討・選定
⑤ 可能性の評価
⑥ ビジネス化※1
⑦ 研究開発
⑧ 試作・評価・改良
⑨ 生産
⑩ 販売※2・販路拡大

※1 「ビジネス化」とは、製品に付帯するサービス等の展開も含む。
 ※2 「販売」とは、製品に付帯するサービス等も含む。

重点施策の全体像

■□■ 日本一創業しやすい県づくりの推進 ■□■



主な取組

12 (備考) その他検討している取組 → 創業応援ファンドの創設など投資環境の整備

目指す姿を実現する上での課題

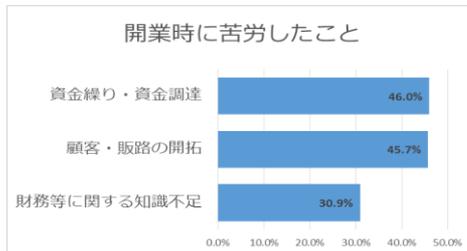
●情報と経営資源が不足していること

- (1) 創業準備時期や創業間もない時期は資金・人材が不足
- (2) 起業・創業に関する情報の周知不足
- (3) 支援機関の活動が有機的に結びついていない
- (4) 創業者同士あるいは他事業者との交流の場が不足

●企業ニーズとのマッチングや大学・試験研究機関との共同研究のコーディネート機能が不足していること

- (1) 企業の技術的ニーズを把握できていない
- (2) ベンチャー企業との共同研究等技術的・専門的支援の不足
- (3) 知的財産活用への支援不足

●起業・創業が価値のあるものとの認識が不足していること



【出典】2016年新規開業実態調査(日本政策金融公庫総合研究所)

課題解決の方向性と主な施策の展開

★新たなビジネスプランを創造する場づくり

- (1) オープンイノベーションセンターNAGANO（仮称）による支援
 <「オープンイノベーションセンターNAGANO（仮称）
 ～長野県版Galvanize～」整備事業>

【事業概要】

- ・創業・起業希望者が自由に集い、オープンな意見交換等により新たなビジネスプランを創造する「場」を設置
- ・関係する支援機関等が運営に参画することで、起業家等の拠り所（ベース基地）であり、県内企業との交流・連携の場となる施設を整備

- (2) 「信州創業応援プラットフォーム」による支援
 <信州創業応援プラットフォーム創出事業>

【事業概要】

- ・産学官金のネットワーク構築
- ・創業に関する情報の一元化と全県的気運の醸成
- ・技術的シーズと企業ニーズとのマッチング

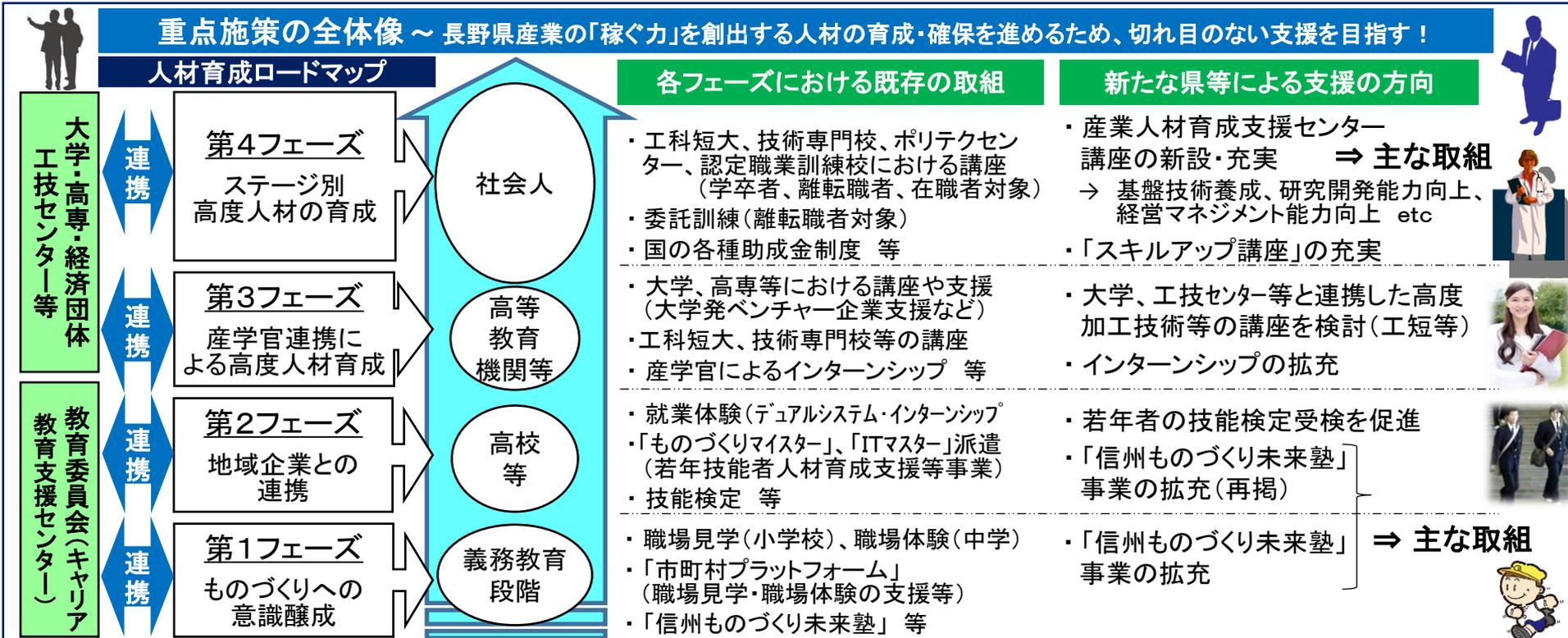


概要	<ul style="list-style-type: none"> 地域の産業界のニーズを捉え、また、地域の創意工夫を活かした人材育成により「稼ぐ力」の創出力を高める。 技術・技能が尊重される社会を構築する。
目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> 「稼ぐ力」を創出する人材の輩出により産業イノベーションの創出促進を実現 技術・技能尊重の気運醸成により産業イノベーションの創出促進を実現
目標値(KPI)	<p>【県の取組を評価する目標値】 産業人材育成支援センター事業の受講者数及びその受講者満足度</p> <p>【県の取組以外も含めて評価する目標値】 技能検定合格者数</p>

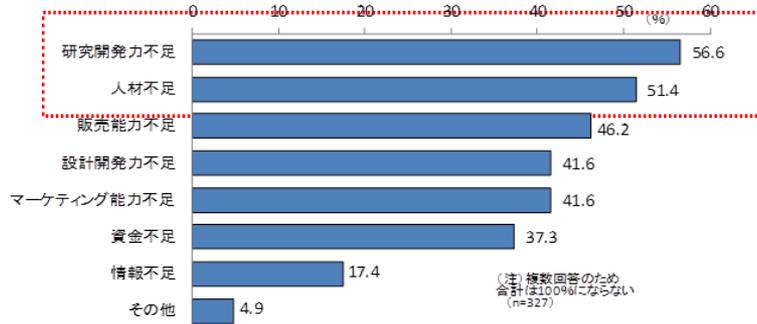
産業イノベーションの創出につながる製品開発の一般的なフローとの関係性 (◎最も関係あり、○関係あり)

⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	①
販売※ ₂ ・販路拡大	生産	試作・評価・改良	研究開発	ビジネス化※ ₁ 可能性の評価	ニーズに対応するためのアイデアの検討・選定	社会的・経済的 ニーズの 把握・選定	創業・承継・誘致
		◎	○				

※1 「ビジネス化」とは、製品に付帯するサービス等の展開も含む。
 ※2 「販売」とは、製品に付帯するサービス等も含む。



○ 自社企画製品を持つなど「脱下請」を図る上での主な課題として、「研究開発力不足」「人材不足」「販売能力不足」「設計開発力不足」「マーケティング能力不足」を挙げており、「人材の育成」が産業イノベーションを創出するうえで、経営課題となっていること



【出典】長野県内製造業の現状と今後の方向性に関するアンケート調査
長野経済研究所実施(2016年8月)

○ 「稼ぐ力」の創出に資する人材の育成と技術・技能の振興

＜産業人材育成支援センター事業＞

(1) 産業人材育成支援センター講座（新設）

- ・ 技術・研究開発能力の向上により、提案型・研究開発型企业への転換支援（新規）
（例）IT活用能力向上、高度加工技術等の講座の実施
- ・ 経営マネジメント等の能力向上により、企業による産業イノベーション創出を支援（新規）
（例）経営管理者養成講座の実施
- ・ 県内企業が保有する「基盤技術」の向上を支援
（例）工科短大、技専校によるオーダーメイド講座の実施

(2) 若年者への技術、技能の継承に向けた取組の拡充

（例）小中高校生を対象にした「信州ものづくり未来塾」

(3) 企業の人材育成に関する情報提供・相談

（例）研修情報サイト検索機能の改良

概要	働きやすい職場環境を整備し、多様な人材を確保することにより、多様な顧客ニーズに迅速かつ的確に対応できる、競争力のある企業への転換を支援する。
目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> 理工系学生の県内就職による産業イノベーションの創出促進の実現 専門的人材の県内雇用による産業イノベーションの創出促進の実現 働き方改革の推進による産業イノベーションの創出促進の実現
目標値(KPI)	<p>【県の取組を評価する目標値】 職場いきいきアドバンスカンパニー認証企業数</p> <p>【県の取組以外も含めて評価する目標値】 県出身大学生等のUターン就職率</p>

産業イノベーションの創出につながる製品開発の一般的なフローとの関係性 (◎最も関係あり、○関係あり)

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
創業・承継・誘致	把握・選定 社会的・経済的 ニーズの	検討・選定 ためのアイデアの	ニーズに対応する 可能性の評価 ビジネス化 ^{※1}	研究開発	試作・評価・改良	生産	販売 ^{※2} ・販路拡大
	○	○	○	○	○	○	

※1 「ビジネス化」とは、製品に付帯するサービス等の展開も含む。
 ※2 「販売」とは、製品に付帯するサービス等も含む。

重点施策の全体像

人材確保(労働力の確保)

女性

- ・再就職支援、就業継続支援
等

高齢者、障がい者

- ・企業との出会いの場創出
等

若者

- ・新規学卒者の県内就職促進【主な取組Ⅰ】
- ・OFF-JTとOJTによる企業が求める人材育成と確保支援 等

専門的人材

- ・プロフェッショナル人材と県内企業のマッチングや雇用時の人件費助成【主な取組Ⅱ】



働き方改革の推進(働きやすい職場環境整備による人材の定着)

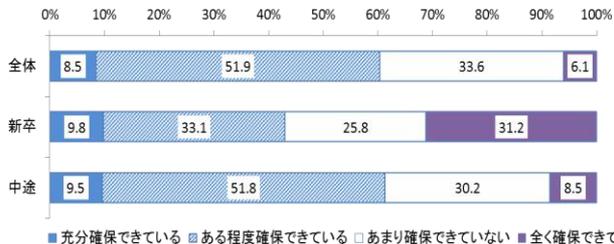
- ・多様な働き方制度の普及促進、若者の離職防止【主な取組Ⅲ】
- ・長野県働き方改革・女性活躍推進会議での取組

新たに取り入れる視点

- 理工系大学とのUターン就職協定増加
- 製造事業所等でのインターンシップ
- ものづくり関連企業等の情報発信
- 学生への魅力を感じる働き方ができる企業の情報発信
- 辞めない職場づくり

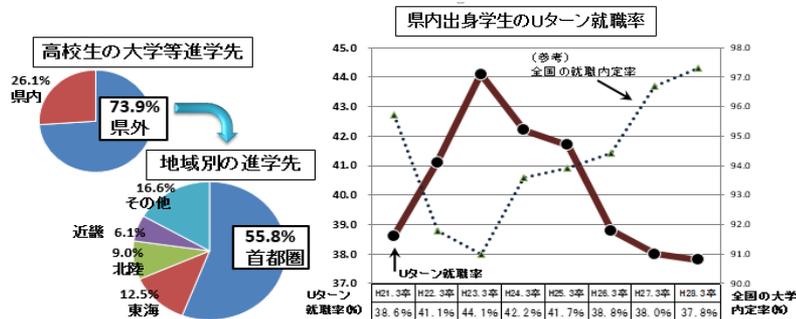
①ものづくりを支える人材が不足していること

(1) 新卒学生の人材が不足



【出典】長野県内製造業の現状と方向性に関するアンケート調査(2016年8月 長野経済研究所)

(2) 県出身学生の県外進学割合が高く、Uターン就職率が伸び悩んでいる



【出典】学校基本調査、長野県調べ

①新卒学生の県内企業就職を支援する仕組みづくり

(1) 新卒学生(県内外・留学生含む)の県内就職支援

- <信州シューカツ応援プロジェクト事業>
- Uターン就職促進協定校との連携(理工系大学協定校の増)
- 製造事業所等での良質なインターンシップの実施促進
- 優れた技術・開発能力を持つものづくり関連企業等の情報発信
- 信州で働く魅力の理解促進
- 理工系大学生対象の合同企業説明会・マッチング
- 理工系大学院の入学促進
- 県内理工系大学の県内優先枠の創設

(2) 学生が魅力を感じる「働き方」ができる企業の情報発信

- <多様な働き方普及促進事業>
- 「職場いきいきアドバンスカンパニー」等、働きやすい県内企業の情報発信



●URL <https://shukatsu-nagano.jp/>

就活支援ポータルサイト「シューカツNAGANO」



「職場いきいきアドバンスカンパニー」認証マーク

目指す姿を実現する上での課題

- ②企業の中核を担う、専門的な知識・経験等を有し、即戦力として活躍できる人材が不足していること



【出典】長野県内製造業の現状と方向性に関するアンケート調査(2016年8月 長野経済研究所)

重点施策における主な取組Ⅱ

課題解決の方向性と主な施策の展開

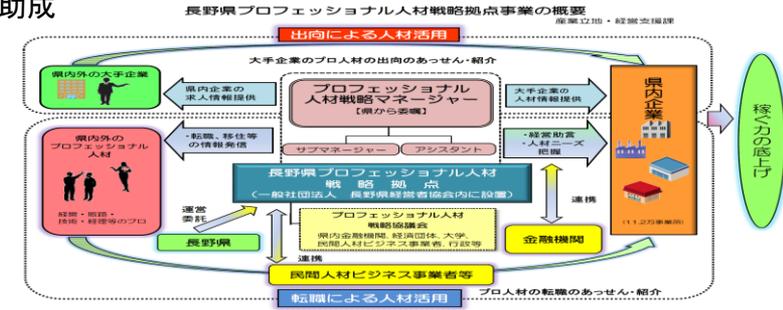
- ②県内企業の、県内外からのプロフェッショナル人材の雇用の促進・支援

<プロフェッショナル人材戦略拠点事業>

- 県内企業の専門人材のニーズの掘り起こし(人材バンク)
- 首都圏等のプロフェッショナル人材と県内企業とのマッチング
- 海外からの研究者招へい(企業、関係機関)

<UIJターン助成金交付事業>

- プロフェッショナル人材を雇用した県内企業への人件費等の助成



目指す姿を実現する上での課題

- ③確保した人材の定着を図る必要があること
働く人自身のライフステージや暮らし方に応じた働き方の選択肢が少ない

H22年度新卒採用正社員の3年間の離職者数、離職率(長野県)

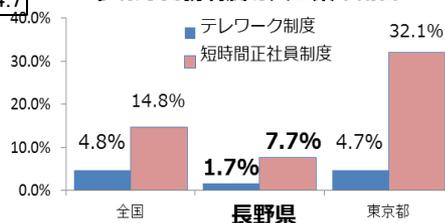
	H22年度新卒採用数(人)	離職者数(人)	離職率(%)	(参考)全国離職率
大卒	343	59	17.2	31.0
短大等卒	231	53	22.9	39.9
高卒	230	58	25.2	39.2
中卒	2	2	100.0	62.1
合計	806	172	21.3	34.7

長野県：産業労働部 全国：厚労省調べ

(離職の理由)

- ・家庭事情(結婚、出産、介護、家族の転勤等)(10.5%)
- ・仕事が面白くない(10.3%)
- ・仕事の人間関係がうまくいかない(9.7%)

多様な勤務制度導入企業の割合



全国 H26 総務省(テレワーク) H26 厚労省(単時間)調べ
東京都 H27 男女雇用均等調査
長野県 H27 労働環境等実態調査

重点施策における主な取組Ⅲ

課題解決の方向性と主な施策の展開

- ③働き方改革推進による人材定着の仕組みづくり

<多様な働き方普及促進事業>

- 個人の希望に応じて選択できる多様な勤務制度導入の普及促進
- 多様な働き方制度導入に際しての専門家派遣
- 職場いきいきアドバンスカンパニー認証制度の普及拡大
- アドバンス認証を基本とした表彰制度と優遇制度の創設
- 働き方改革の気運醸成と、企業の好事例の発信
- 辞めない職場づくりのための支援

表彰

アドバンス認証

働きやすく、働きがいのある職場

多様な働き方制度導入

状況に応じて働き方を選択できる

社員の子育て応援宣言

企業・事業所のトップによる取組宣言