

第V章

産業イノベーションの 創出活動促進のための 重点施策

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策の概要

【産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策の概要】

第IV章の道筋（施策展開の方向性）を踏まえ、以下の9の重点施策を検討・実施する。

- 1 産業イノベーション創出研究開発支援、2 AI・IoT等先端技術活用型新事業創出支援、
- 3 課題解決型企業群形成支援、4 地域資源活用支援、5 マーケティング力強化支援、
- 6 産業人材育成支援、7 産業人材確保支援、8 起業・スタートアップ支援、
- 9 産業集積及び投資促進

産業イノベーションの創出活動は、未知への挑戦でもある。企業には、新しい技術や考え方を取り入れていくことが求められ、それらを身につけるための「学び」が重要となる。

9の重点施策は、企業の学びを支援することにより、技術力の向上や人材育成、さらには革新力を高めるなど、基盤力の強化を図り、産業イノベーションの創出活動に取り組む県内企業を増やしていく。

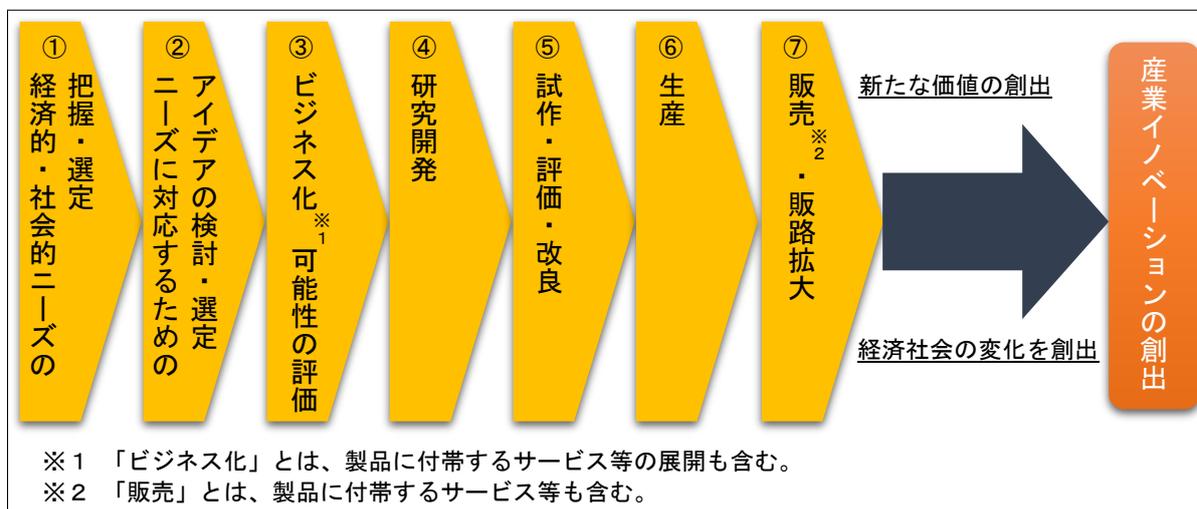
重点施策の主な特徴は以下のとおり。

【「産業イノベーションの創出につなげるための一般的な製品開発の工程」に基づく支援】

「産業イノベーションの創出につなげるための一般的な製品開発の工程」は、「経済的・社会的ニーズの把握・選定」や「研究開発」、「生産」、「販売・販路拡大」などの7の工程からなる（図表V－概要－1）。

図表V－概要－1

産業イノベーションの創出につなげるための一般的な製品開発の工程



「8 起業・スタートアップ支援」、「9 産業集積及び投資促進」以外の7の重点施策については、県内企業がこれらの工程を円滑にステップアップすることを支援するものであり、重点施策を組み合わせることにより、工程の入口から出口までを一貫して支援していく（図表V－概要－2）。

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策の概要

図表V－概要－2
県内企業における産業イノベーションの創出活動促進のための
7の重点施策と一般的な製品開発の7の工程との関係性

	産業イノベーションの 創出活動を促進するための 重点施策	一般的な製品開発の7の工程との関係性						
		① 経済的・社会的 ニーズの把握・選定	② ニーズに対応する ためのアイデアの 検討・選定	③ ビジネス化 可能性の評価	④ 研究開発	⑤ 試作・評価・改良	⑥ 生産	⑦ 販売・販路拡大
1	産業イノベーション創出 研究開発支援	◎*	◎	◎	◎	○	—	—
2	AI・IoT等先端技術 活用型新事業創出支援	◎	◎	◎	◎	○	—	—
3	課題解決型企業群形成支援	○	◎	◎	○	○	◎	—
4	地域資源活用支援	○	◎	—	○	○	○	○
5	マーケティング力強化支援	◎	○	○	—	—	—	◎
6	産業人材育成支援	—	—	—	○	○	◎	—
7	産業人材確保支援	○	○	○	○	○	○	○

〔※表中の記号は、重点施策の支援対象となる、一般的な製品開発の7の工程との関係性を示すもので、「◎」は特に関係がある、「○」は関係がある、「—」は直接関係がないことを示す。〕

【入口側の工程を重視】

「一般的な製品開発の7の工程の中で、県内企業が最も強化したい工程」については、「ビジネス化可能性の評価」が23.1%と最も高かった。次いで、「経済的・社会的ニーズの把握・選定」が21.1%、「研究開発」が14.6%と高かった（図表V－概要－3）。

図表V－概要－3
一般的な製品開発の7の工程の中で、県内企業が最も強化したい工程

(n=199)

一般的な製品開発の7の工程の中で、 県内企業が最も強化したい工程						
① 経済的・社会的 ニーズの把握・選定	② ニーズに対応する ためのアイデアの 検討・選定	③ ビジネス化 可能性の評価	④ 研究開発	⑤ 試作・評価・改良	⑥ 生産	⑦ 販売・販路拡大
21.1%	10.5%	23.1%	14.6%	11.1%	5.5%	11.6%

7の工程には
該当しない
2.5%

出典：「平成29年度長野県工業技術動向調査結果」（長野県産業労働部）

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策の概要

企業としても、入口側の工程の重要性を認識し、特に強化したいと考えていることがうかがえる。

産業イノベーションを創出する上で、経済社会が抱えるどのような課題解決ニーズに応じていくのかを選定する「①経済的・社会的ニーズの把握・選定」や最適なビジネスモデル構築のための検証を行う「③ビジネス化可能性の評価」などの入口側の工程が極めて重要となる。

これらのことから、「1 産業イノベーション創出研究開発支援」や「5 マーケティング力強化支援」などの重点施策については、入口側の工程との関係性を深め、支援を強化する（図表V-概要-2）。

また、産業イノベーションの創出活動を促進するため、重点施策に加え、今後も継続的に以下の取組を実施していく。

【重点施策に加え、今後も継続的に実施していく取組】

- ・ 中小企業の金融円滑化の支援
- ・ 商工会議所、商工会、中小企業団体等の商工団体の活動支援
- ・ 経営指導、経営相談
- ・ 事業承継支援、企業再生支援
- ・ 知的財産の活用支援
- ・ 製造業以外の業種との連携支援

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策の概要

9の重点施策の概要※は以下のとおり。

※概要中の「工程等との関係性」は、重点施策の支援対象となる、産業イノベーションの創出につなげるための一般的な製品開発の工程や創業、企業誘致との関係性を示すもので、記号（「◎」、「○」、「－」）は「図表V－概要－2」と同様の意味を持つ。番号等が示す内容は以下のとおり。

- ①：経済的・社会的ニーズの把握・選定
 ②：ニーズに対応するためのアイデアの検討・選定
 ③：製品に付帯するサービス等の展開も含む、ビジネス化可能性の評価
 ④：研究開発
 ⑤：試作・評価・改良
 ⑥：生産
 ⑦：製品に付帯するサービス等も含む販売・販路拡大
 創・誘：「創業」または「企業誘致」

重点施策1	産業イノベーション創出研究開発支援 ～研究開発プロジェクトの多数組成と事業化の成功確率の向上～							頁	
担当	ものづくり振興課							60	
工程等との関係性	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦		創・誘
	◎	◎	◎	◎	○	－	－		○
5年後の目標値	獲得した民間資金（売上等）の額 5億円（累積） 国等のプロジェクトの獲得件数 25件（同上）								
概要	<ul style="list-style-type: none"> 研究開発プロジェクトの多数組成を促進し、産業イノベーションにつながりうる「芽」を数多く創出 新たに目利き集団を活用し、海外市場を視野に有望な研究開発プロジェクトの事業化の成功確率を向上 県テクノ財団の産業イノベーション創出の全工程への一貫支援機能の強化 								
重点施策2	A I・I o T等先端技術活用型新事業創出支援 ～ビッグデータを活用した新ビジネスの創出に貢献～							頁	
担当	産業政策課、ものづくり振興課							62	
工程等との関係性	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦		創・誘
	◎	◎	◎	◎	○	－	－		○
5年後の目標値	研究開発支援件数 50件（累積）								
概要	<ul style="list-style-type: none"> 新たに「I o Tデバイス事業化・開発センター」を設置し、I o T分野のプロフェッショナル人材を招へいして、県内の優れたセンシング技術を核としたI o Tデバイスの研究開発・事業化を促進 センサから得られるビッグデータを蓄積・提供し、ビッグデータを活用した新ビジネスを誘発 								
重点施策3	課題解決型企业群形成支援 ～先端技術の導入と基盤技術の強化による提案力の向上～							頁	
担当	ものづくり振興課							64	
工程等との関係性	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦		創・誘
	○	◎	◎	○	○	◎	－		－
5年後の目標値	課題解決で創出した受注、コスト低減等による付加価値額 7,500万円（累積）								
概要	<ul style="list-style-type: none"> 新たにI o T等の先端技術の利活用を促進し、生産性の向上及び技術開発余力を創出 新たに川下企業の課題を把握する取組を支援し、基盤技術を活かした下請型企业の課題解決力を強化 								

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策の概要

重点施策4	地域資源活用支援 ～地域資源を活用した高付加価値製品の創造～								頁
担当	ものづくり振興課								66
工程等との関係性	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	創・誘	
	○	◎	—	○	○	○	○	—	
5年後の目標値	地域資源を活用した製品化件数 250件（累積） 生活関連産業*製品出荷額 10,350億円 〔※生活関連産業：食料・飲料、繊維、家具、印刷等〕								
概要	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズの調査実施や、原材料の高品質化の推進などにより、高付加価値な製品づくりを強化 国内外の認証取得支援、国際的なイベント等を通じた魅力発信の推進などにより、製品のブランド力を強化 								

重点施策5	マーケティング力強化支援 ～有望分野・市場の把握及び販路開拓支援～								頁
担当	産業立地・経営支援課								68
工程等との関係性	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	創・誘	
	◎	○	○	—	—	—	◎	—	
5年後の目標値	商談会における成約率 7.0%								
概要	<ul style="list-style-type: none"> 海外における有望分野や市場ニーズなどの調査を実施し、サプライチェーンへの参入や新市場進出を促進 国内外におけるより効果的な国際的展示会等への出展支援などにより、市場性が高い製品・サービスの販路開拓・拡大を促進 								

重点施策6	産業人材育成支援 ～長野県産業の「稼ぐ力」を創出する人材の育成・確保を進めるため、切れ目のない支援を目指す～								頁
担当	人材育成課								70
工程等との関係性	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	創・誘	
	—	—	—	○	○	◎	—	—	
5年後の目標値	スキルアップ講座受講者数（旧技術講座含む） 2,300人 信州ものづくり未来塾受講者数 1,836人 技能検定合格者数 2,644人								
概要	<ul style="list-style-type: none"> 基盤技術の向上に向けた取組に加え、産学官による主体的な産業人材育成の新たな協働体制を構築し、研究開発能力等の向上に資する人材育成事業を実施または支援 信州ものづくりマイスター制度等を活用し、次世代を担う技術者等の育成・確保とキャリア教育を支援 								

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策の概要

重点施策7	産業人材確保支援 ～理工系学生や専門人材を対象とした取組～								頁
担当	労働雇用課								72
工程等との関係性	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	創・誘	
	○	○	○	○	○	○	○	—	
5年後の目標値	県内出身学生のUターン就職率 45.0% 職場いきいきアドバンスカンパニー認証企業数 200社（累積）								
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・インターンシップマッチングフェアの開催やUターン就職促進協定校の拡大・連携強化により、優れた技術・開発能力を持つ県内ものづくり関連企業や信州で働く魅力の理解を促進し、理工系学生を中心とした学生の県内就職を促進 ・県内企業の専門人材のニーズの掘り起こし、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や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 ・専門家派遣等を通じた企業の多様な勤務制度導入支援、「職場いきいきアドバンスカンパニー認証制度」の普及拡大や働き方改革の気運醸成により、企業の人材定着を支援 ・企業の退職者を人材ストックとして活用する仕組みの普及により、高齢者の技術・能力の活用 								

重点施策8	起業・スタートアップ支援 ～日本一創業しやすい県づくりの推進～								頁
担当	創業・サービス産業振興室								74
工程等との関係性	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	創・誘	
	—	—	—	—	—	—	—	◎	
5年後の目標値	開業率（雇用保険事業年報） 6.4% 創業支援資金利用件数（製造業） 750件（累積）								
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・経営課題を解決する伴走型支援や技術支援など、創業者のニーズや成長に合わせた支援の強化により、イノベーティブな創業を促進 ・自由な交流の中から新たなビジネスを生み出す拠点創出、資金調達や県内企業のニーズとベンチャー企業等が持つ技術シーズのマッチング支援などの環境整備により、ベンチャー・エコシステム※を形成 <p>〔※地域において企業、大学、産業支援機関、行政機関、金融機関などが関与し、絶え間なく起業家・ベンチャーが生まれ、育つ、生態系のような環境や状態。〕</p>								

重点施策9	産業集積及び投資促進 ～長野県の強みを活かした企業誘致・雇用創出～								頁
担当	産業立地・経営支援課								76
工程等との関係性	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	創・誘	
	—	—	—	—	—	—	—	◎	
5年後の目標値	企業立地件数（工場・研究所） 40件								
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・大都市圏との近接性など、長野県の特長・強みを活かした売り込みの強化に加え、助成制度や税制優遇、融資などの総合的な支援により企業立地を促進 ・地域未来投資促進法等による規制緩和や税制優遇措置を活用し、用地の確保や、企業の誘致及び投資を促進 								

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

1 産業イノベーション創出研究開発支援

1 産業イノベーション創出研究開発支援

～研究開発プロジェクトの多数組成と事業化の成功確率の向上～

産業労働部ものづくり振興課

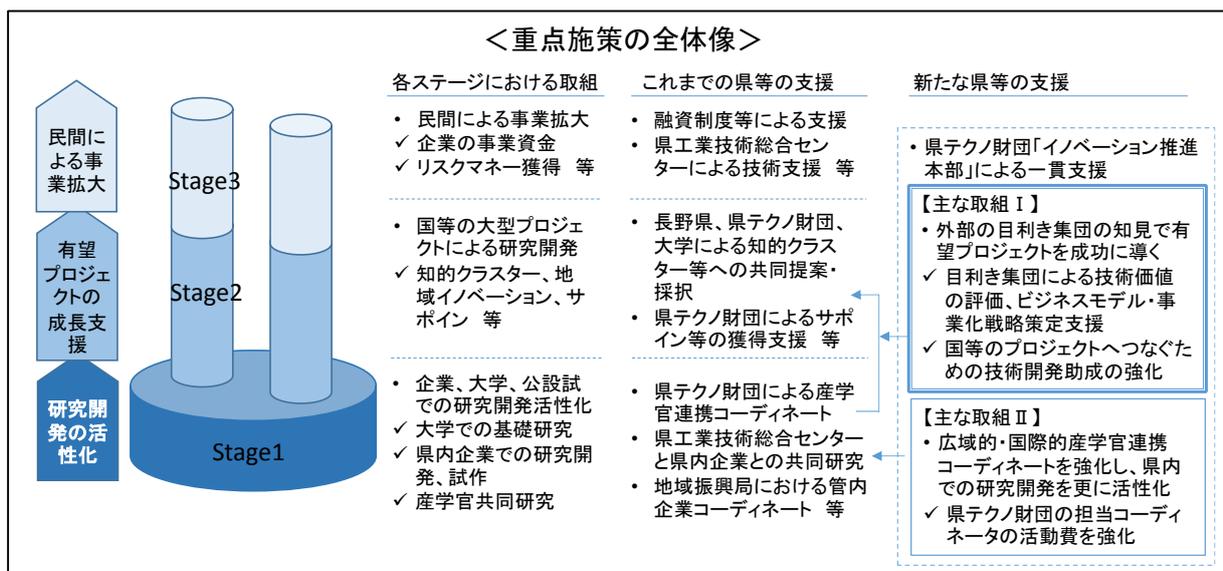
(1) 重点施策の概要

産業イノベーションを創出するためには、県内の企業や大学、公設試等における研究開発を活性化し、産業イノベーションにつながりうる「芽」となる研究開発プロジェクトを数多く組成することが重要となる。

そのため、長野県では、これまで研究開発プロジェクトの組成や国等の提案公募制度の獲得支援、プロジェクトの運営支援等について、県テクノ財団が中核となって実施してきた。

一方、「芽」を着実に事業化し、新事業の創出につなげるためには、有望なプロジェクトについて、ターゲットとする市場やその市場での競争優位性を具体的に見定め、より付加価値を獲得するためのビジネスモデルや事業化戦略を策定し、研究開発を進める必要がある。

そこで、県テクノ財団による一貫支援に加え、研究開発プロジェクトの多数組成と、事業化の成功確率を高めるための支援を重点的に強化し、産業イノベーションの創出促進につなげる。



(2) 重点施策の目指す姿

研究開発プロジェクトを多数組成し、産業イノベーションにつながりうる「芽」を数多く創出するとともに、有望な研究開発プロジェクトの事業化を成功に導き、産業イノベーションの創出促進を実現

(3) 5年後の目標値（KPI）及びその達成に向けたマイルストーン

目標値（KPI）	現 状	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
獲得した民間資金（売上等）の額	—	—	—	1 億円	3 億円	5 億円
国等のプロジェクトの獲得件数	3 件 (2017 年度)	5 件	10 件	15 件	20 件	25 件

※表中の目標値（KPI）は累積値。

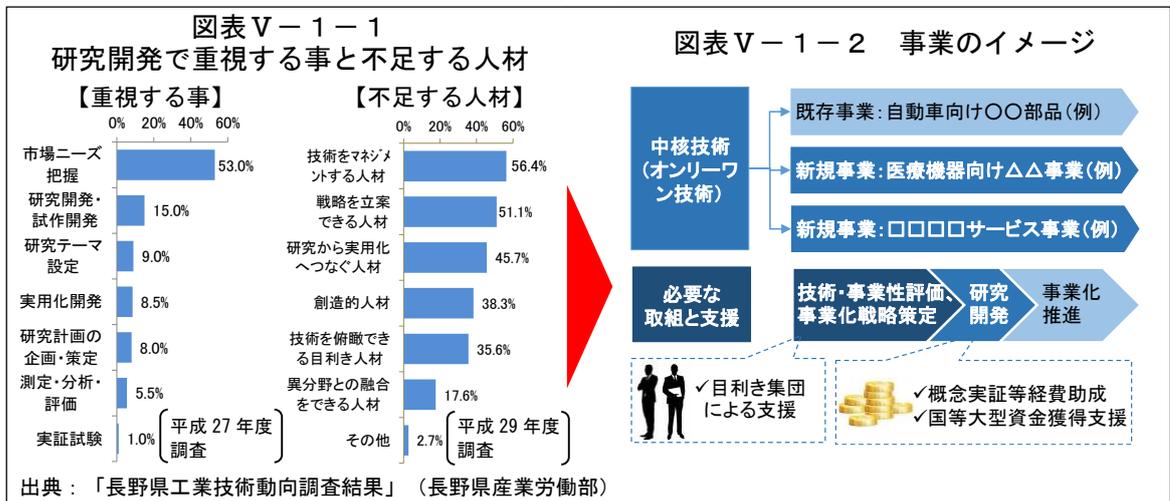
第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

1 産業イノベーション創出研究開発支援

(4) 重点施策における主な取組（新規または拡充する取組）

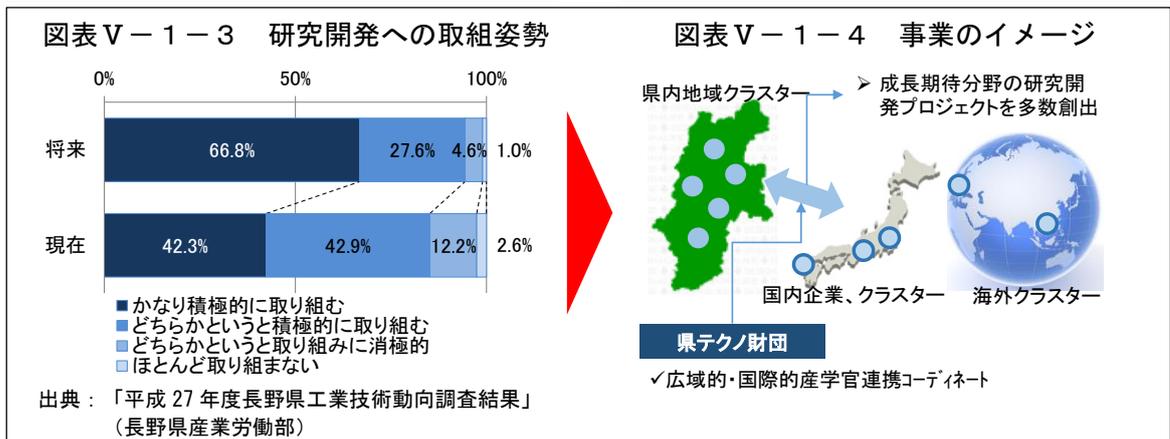
【主な取組Ⅰ（新規）】有望プロジェクト事業化促進事業、中核技術創出推進事業

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
<p>① 県内企業、大学等の中核技術の事業化を成功させるためには、市場ニーズを踏まえた以下の取組が必要だが、人材が不足していること</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中核技術が、新市場創出も含めてどのようなグローバル市場へ価値を訴求できるのかを把握 ・ターゲット市場で高付加価値を得るためのビジネスモデル、事業化戦略の策定 <p>② ビジネスモデルを実現し、事業化するためには研究開発が必要であること</p>	<p>① 以下の取組を行える「目利き集団」と県内企業、大学等との連携を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保有技術が価値を訴求できる市場の多岐にわたる検討・提案や、各市場での技術の優位性・事業性の評価 ・上記の結果に基づくビジネスモデル、事業化戦略の検討、策定への支援 <p>② 国等の大型研究開発費の獲得に必要なとなる、初期段階の研究開発に対する費用の助成を強化</p>



【主な取組Ⅱ（拡充）】広域的・国際的産学官連携促進事業

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
<p>県内企業、大学等の旺盛な研究開発意欲に応え、産業イノベーションにつながりうる「芽」となる研究開発プロジェクトを数多く組成することが必要であること</p>	<p>海外も含めた広域的な課題解決ニーズの探索支援機能を強化し、その解決方策のビジネス化のための新製品・新サービスの産学官連携研究開発プロジェクトを数多く組成</p>



2 AI・IoT等先端技術活用型新事業創出支援

～ビッグデータを活用した新ビジネスの創出に貢献～

産業労働部産業政策課、ものづくり振興課

(1) 重点施策の概要

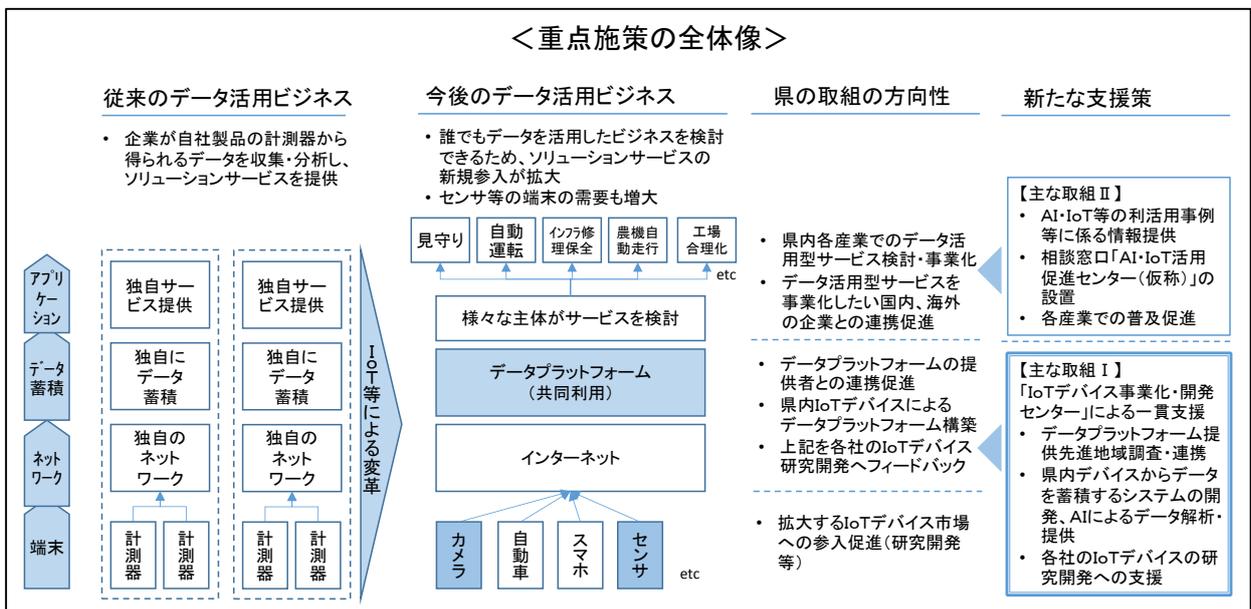
第4次産業革命の進展に伴い、AI・IoT等の先端技術の活用が一層求められている。

IoT等の本格的普及に伴い、例えば、カメラ、センサ、スマートフォン等を通じて、あらゆるモノから収集されたデータが連携され、より情報量の多いビッグデータが構築される。また、ビッグデータが共同利用できるようになることで、アイデアを持つ誰もがデータを利活用した新たなサービスを検討・事業化できるようになり、新規参入が拡大し、市場規模が増大する。これに伴い、データ取得に不可欠なセンサ等のIoTデバイスの需要も増大する。

そこで、センサをはじめ、県内企業各社が保有する技術を基に、IoT分野へ参入するためのデバイスの研究開発を積極的に支援する。また、IoTデバイスの事業化を成功に導くため、ビッグデータを提供する先進事例の情報収集・連携や県内各社のIoTデバイスから得られるデータを連携させるシステムの研究開発を促進する。

また、県工業技術総合センター「IoTデバイス事業化・開発センター」にIoTやビッグデータを活用した事業創出に係る専門人材を配置し、一貫した支援を展開する。

さらには、IoTデバイス分野以外におけるAI・IoT等の利活用を促進することにより、様々な産業分野の生産性を高めるとともに、IoTデバイスの普及拡大にもつなげる。



(2) 重点施策の目指す姿

IoTデバイスの研究開発・事業化を支援し、県内外の事業者のIoTを活用した生産性向上や新事業創出に貢献することにより、産業イノベーションの創出促進を実現

(3) 5年後の目標値 (KPI) 及びその達成に向けたマイルストーン

目標値 (KPI)	現状	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
研究開発支援件数	—	10件	20件	30件	40件	50件

※表中の目標値 (KPI) は累積値。

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

2 AI・IoT等先端技術活用型新事業創出支援

(4) 重点施策における主な取組（新規または拡充する取組）

【主な取組Ⅰ（新規）】IoTデバイス事業化促進事業

目指す姿を実現する上での課題

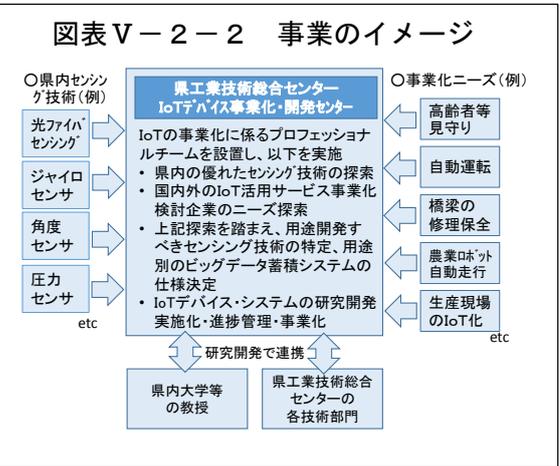
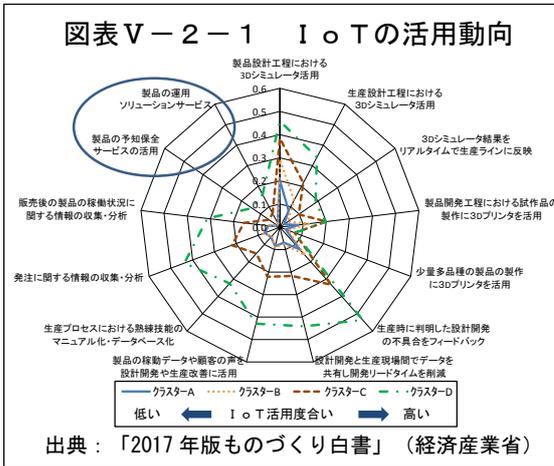
以下の観点から、IoTデバイスの事業化により収益を拡大させることは、自社単独の取組では困難であること

- IoTを活用した新事業創出については、国内においても緒に就いたばかりであることから、先進事例が少ない
- 自社だけでなく様々なデバイスから得られるデータを連携させることが必要
- より多くのデバイスを用いてデータ収集する必要から、デバイスのパッケージ化が重要

課題解決の方向性と主な施策の展開

IOTやビッグデータを活用した事業創出の専門人材を配置し、研究開発やニーズ探索に長けた者によるチームを編成して以下を推進

- 先進事例の情報収集・連携促進
- 上記を踏まえ、ニーズの高いデータやデータの組み合わせを検討し、データ間を連携させるシステムの研究開発を促進するとともに、AIによるデータ解析・提供
- これらを活かした県内企業の連携によるIoTデバイス研究開発・事業化を促進



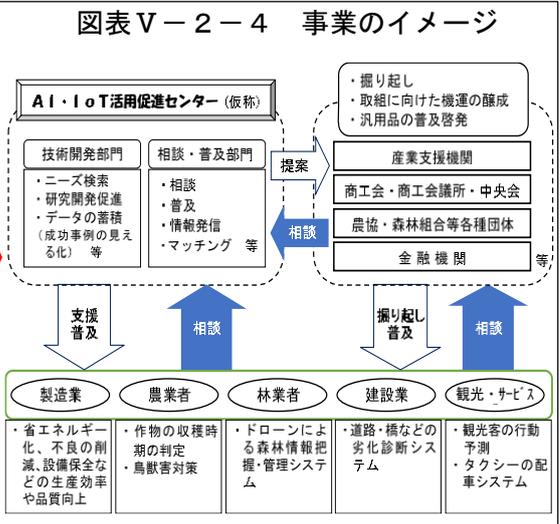
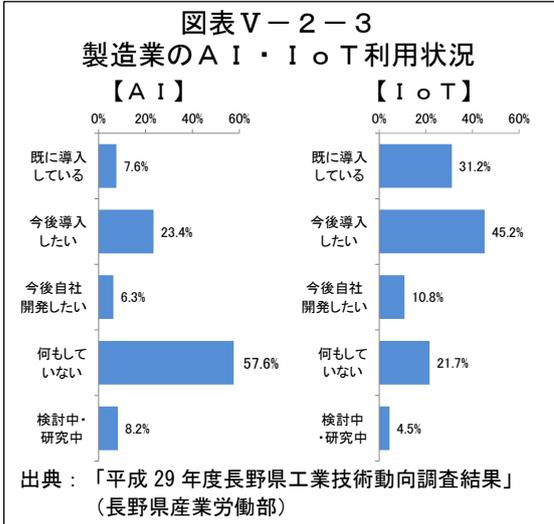
【主な取組Ⅱ（新規）】AI・IoT等利活用支援

目指す姿を実現する上での課題

製造業をはじめ、県内企業では、AI・IoT等の利活用は必ずしも進んでいない一方、利活用したいという希望は一定以上あること

課題解決の方向性と主な施策の展開

「AI・IoT活用促進センター（仮称）」により、利活用の先進事例等を紹介するなど、導入のメリットを普及し、利活用を促進



3 課題解決型企業群形成支援

～先端技術の導入と基盤技術の強化による提案力の向上～

産業労働部ものづくり振興課

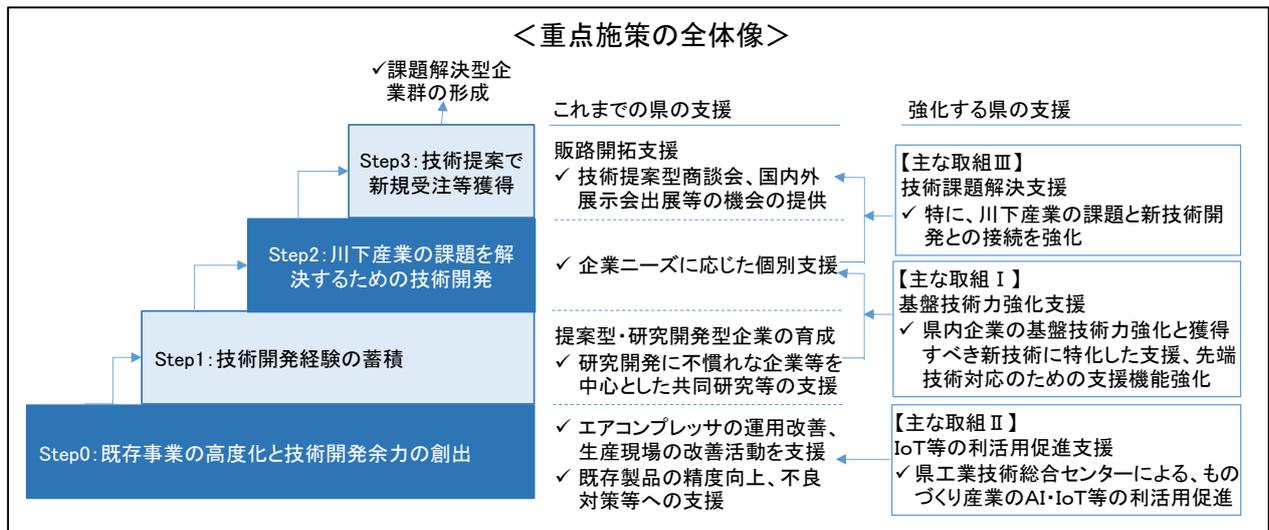
(1) 重点施策の概要

県内製造業の大多数を占める下請型・受託加工型企業が、新たな受注等を次々と獲得する企業へ成長するためには、川下に位置する最終製品を供給する大手企業等が持つ技術的課題を的確に把握し、課題解決のための技術開発を行って、大手企業等へ積極的に提案することが重要となる。

本県では、前プランに基づき、研究開発に不慣れな下請型・受託加工型企業に対し、研究テーマの設定から研究会の開催、共同研究までの一貫支援を行い、研究開発経験の蓄積を図ってきた。一方、研究開発経験を基に新たな受注等につなげる支援は十分とは言えなかった。

今後は、下請型・受託加工型企業が、これまでに蓄積した研究開発経験を活かし、川下産業の課題を解決する企業へ着実に成長できるよう、先端技術の導入や基盤技術の強化を支援して、提案できる技術の幅を広げるとともに、技術提案の場の提供から技術課題と自社技術レベルとのギャップの見える化、ギャップを埋めるための技術開発、川下産業への再提案までの一貫支援を行うことにより、技術提案力を強化し、課題解決型企業群の形成を図る。

また、昨今の景気回復により、県内製造業は繁忙を極めていることから、新たな受注等の獲得のための技術開発余力を生み出せるよう、AI・IoT等の利活用を促進し、生産性向上を図る。



(2) 重点施策の目指す姿

強みとなる基盤技術(要素技術)を獲得・強化し、競合に対する優位性を確保するとともに、川下産業の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

(3) 5年後の目標値(KPI)及びその達成に向けたマイルストーン

目標値(KPI)	現 状	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
課題解決で創出した受注、コスト低減等による付加価値額	—	1,500万円	3,000万円	4,500万円	6,000万円	7,500万円

※表中の目標値(KPI)は累積値。

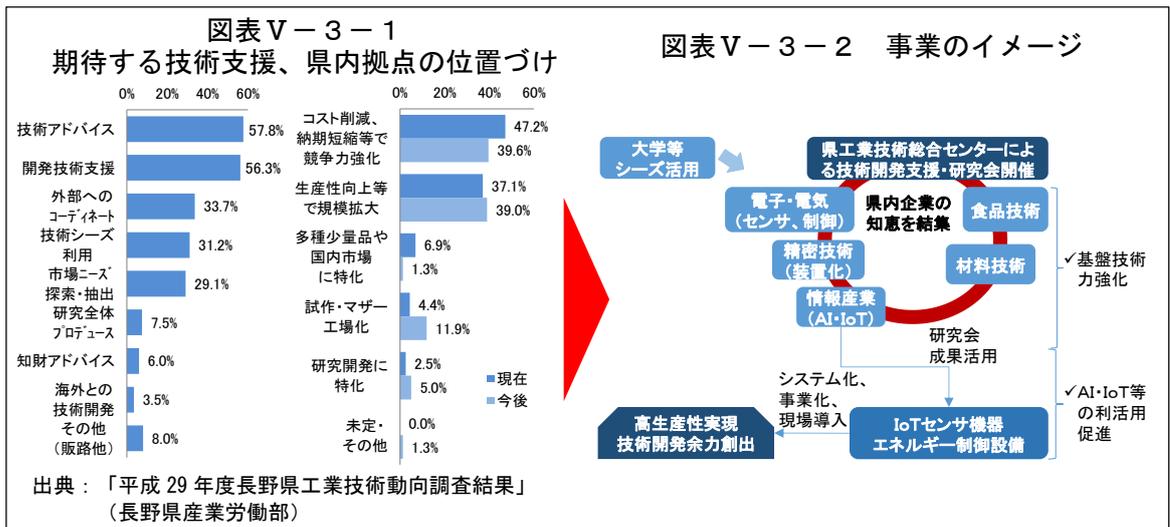
第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

3 課題解決型企業群形成支援

(4) 重点施策における主な取組（新規または拡充する取組）

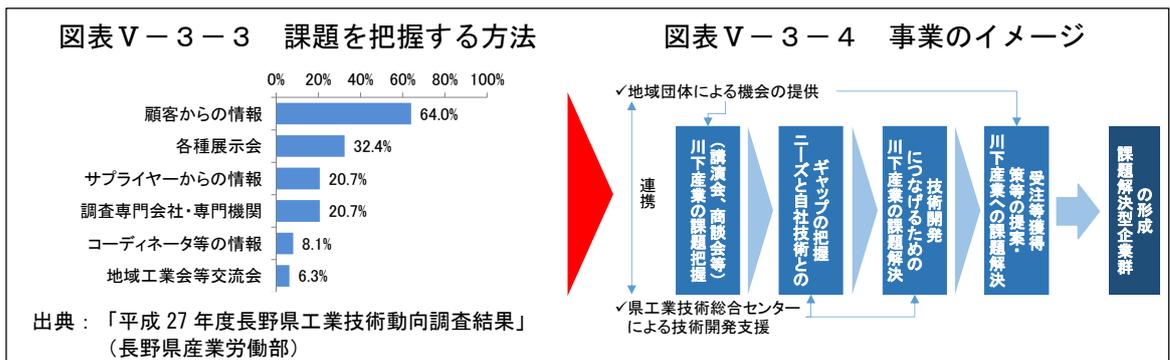
【主な取組Ⅰ（拡充）、Ⅱ（新規）】基盤技術力強化支援事業、生産現場IoT化支援事業

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
①新たな受注等を獲得するためには、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技術の習得が必要であり、不足する技術に係る支援が求められていること	①県内各企業の自社技術の強化を図り、また、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とともに、それらを支援する産業支援機関の技術支援力を強化
②新たな受注等の獲得では、コスト競争力、短納期対応等の優位性が必要であり、また、生産性の向上を通じた技術開発余力の創出が必要であること	②AI・IoT等の利活用を促進し、県内企業の生産性向上、技術開発余力を創出



【主な取組Ⅲ（新規）】技術課題解決事業

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
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・提案力を強化する以下の取組が必要であること	課題を把握する場の提供と実際の課題解決活動を支援
<ul style="list-style-type: none"> 川下産業等の情報から、自社の新規受注等につながる課題を把握 川下産業の課題を踏まえ、自社技術を組み合わせさせた技術開発 活動の成果を技術提案し、実際の受注等を獲得 	<ul style="list-style-type: none"> 川下企業への技術提案会、コーディネータの企業訪問等により課題を把握 新たな受注等の獲得に向け、自社技術を核として、課題解決のための技術開発を実施 川下企業への課題解決策の提案、自社の優れた技術のPR等を通じた課題解決



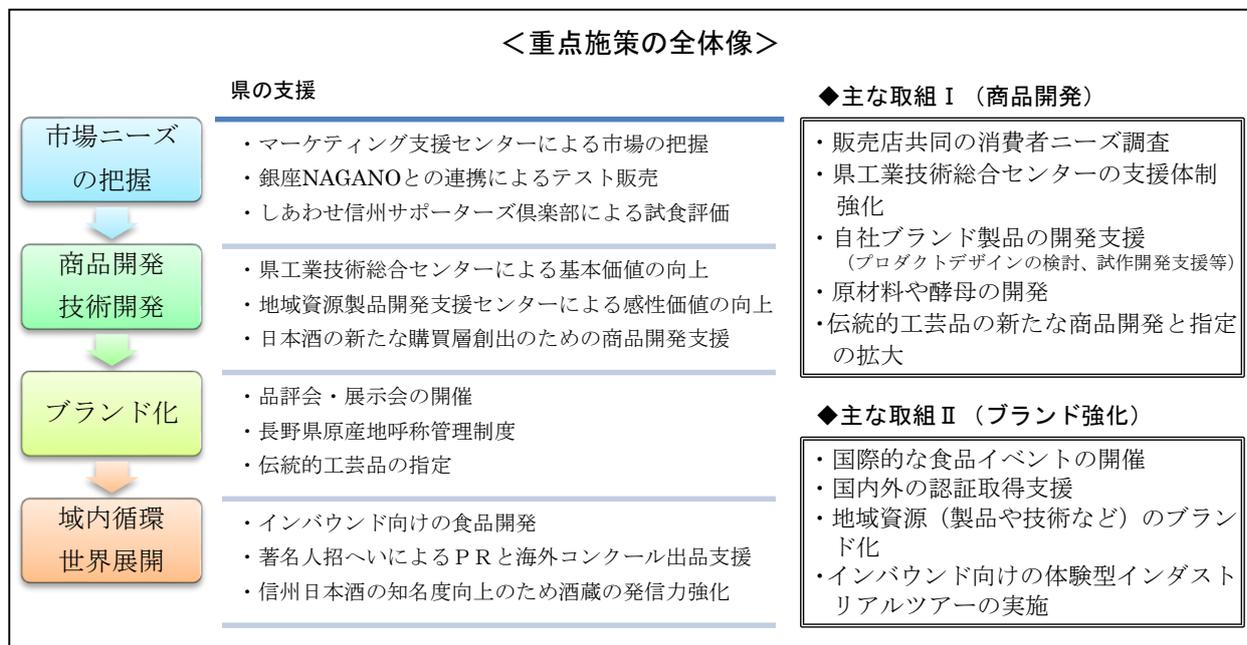
4 地域資源活用支援～地域資源を活用した高付加価値製品の創造～

産業労働部ものづくり振興課

(1) 重点施策の概要

地域産業を活性化するためには、中小企業等が市場や現代の多様な消費者ニーズをつかみ、それに即した製品開発に取り組む必要がある。また、県内にとどまらず、国内や世界への販売拡大を見据えた事業展開を進めることが重要である。

幸いにも、県内には優れた地域資源が豊富に存在している。その優位性を利用した高付加価値製品を創造するため、県工業技術総合センターが中心となり、高品質な原材料の開発、製造技術向上（基本価値の向上）、感性価値を高めるデザインの提案などの支援を推進する。また、マーケティング支援センターと連携しながら、「NAGANO」ブランドの確立や国際競争力の強化を図るため、製品や生産地の魅力発信などの施策に取り組む。



(2) 重点施策の目指す姿

県工業技術総合センター（地域資源製品開発支援センター、しあわせ信州食品開発センターを含む）、マーケティング支援センターなどの産業支援機関による有機的な支援体制のもと、地域資源を活用した高付加価値製品を創造することにより、産業イノベーションの創出促進を実現

(3) 5年後の目標値（KPI）及びその達成に向けたマイルストーン

目標値（KPI）	現 状	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
地域資源を活用した製品化件数（累積）	46件 (2016年度)	50件	100件	150件	200件	250件
生活関連産業製品出荷額（食料・飲料、繊維、家具、印刷等）	9,787億円 (2015年)	9,850億円	9,950億円	10,050億円	10,200億円	10,350億円

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

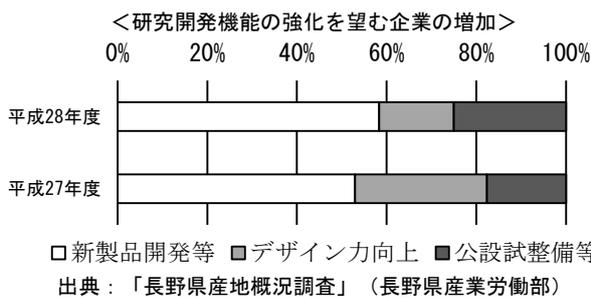
4 地域資源活用支援

(4) 重点施策における主な取組（新規または拡充する取組）

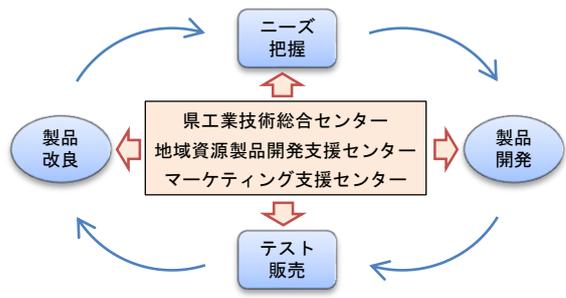
【主な取組Ⅰ（新規、拡充）】県工業技術総合センター等産業支援機関による製品開発支援

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
①地域産業はチャンネルが少なく、消費者ニーズの把握が十分ではないこと	①販売店等の協力のもと、製品のモニタリング調査やテスト販売など、消費者ニーズ把握のための取組を支援
②地域産業は経営資源に限られるため、高付加価値製品の開発力に難があること	②県工業技術総合センターの支援体制の強化、自社ブランド製品の開発支援等に加え、製造コストの低減、研究開発人材の育成を推進
③食品製造業は生産設備開発や素材研究が進んでいないこと	③生産設備の開発や大学等の研究機関との連携による食品の原材料や酵母の開発・機能性研究を促進し、生産能力や製品品質を向上
④伝統的工芸品の多くの産地で販売不振や後継者不足が進行していること	④伝統的工芸品の指定の拡大、製品開発、後継者の育成・確保などへの支援による産地活性化を促進

図表V-4-1 産地が望む支援の推移



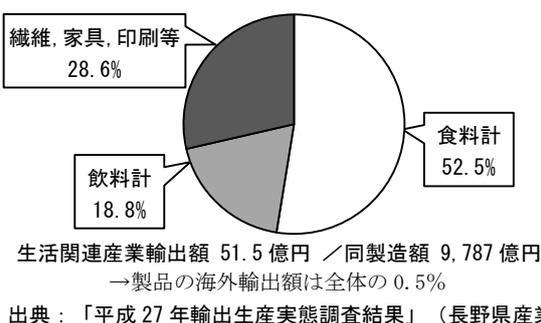
図表V-4-2 製品開発支援のイメージ



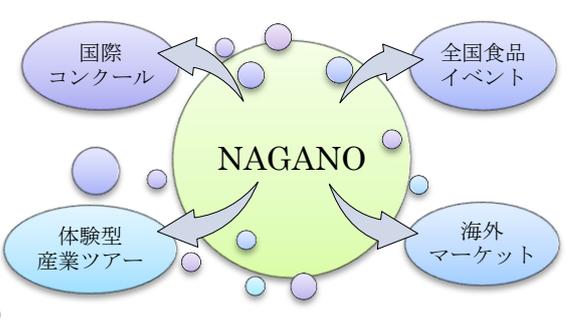
【主な取組Ⅱ（新規）】国内外でのブランド力強化支援

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
①本県製品のきめ細やかで個性ある造りに対し、国内外の評価や認知度が不足していること	①国際的なイベントの開催や海外コンクールへの出品等の支援により、国内外に魅力を発信し、認知度向上と高評価を獲得するとともに、製品だけでなく技術についての地域資源のブランド化を推進
②地域産業の海外への対応力が十分でないこと	②海外での評価を高めるため、国内外の認証取得を支援し、インバウンドへの対応として、語学力の向上を図るとともに、体験型インダストリアルツアーの実施を推進

図表V-4-3 生活関連産業輸出額



図表V-4-4 魅力発信支援のイメージ



5 マーケティング力強化支援～有望分野・市場の把握及び販路開拓支援～

産業労働部産業立地・経営支援課

(1) 重点施策の概要

これまで長野県では、マーケティング支援センターが中心となり、国内外展示会への出展機会の提供や技術提案型商談会の開催などを行うことにより、中小企業が取り組む有望市場への販路開拓を支援してきた。

今後、更に進展が予想される市場のグローバル化、成熟化に対応するため、海外における有望分野や市場ニーズなどを調査するとともに、市場性が高い製品・サービスの提案・売り込みなどの支援を通じ、サプライチェーンへの参入や新市場進出を促進し、中小企業のマーケティング力の強化を図る。

＜重点施策の全体像＞			
取組の方向性	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">既存の取組 (継続する取組)</td> <td style="width: 50%;">強化する取組 ・有望な分野・市場の的確な把握 ・製品等を提案・売り込む機会の確保 ・新たな営業手法の活用</td> </tr> </table>	既存の取組 (継続する取組)	強化する取組 ・有望な分野・市場の的確な把握 ・製品等を提案・売り込む機会の確保 ・新たな営業手法の活用
既存の取組 (継続する取組)	強化する取組 ・有望な分野・市場の的確な把握 ・製品等を提案・売り込む機会の確保 ・新たな営業手法の活用		
<p>I 県内企業の成長・発展につながる分野・市場の把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 消費者の志向等を含む市場ニーズの把握や、リアルタイムな情報提供の強化 ● 航空機産業振興ビジョン、食品製造業振興ビジョン等を踏まえた取組の充実 	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング支援センターの設置 ・消費財販路開拓推進員、グローバル展開推進員等の配置 ・展示会等における企業情報収集 ・海外駐在員・推進員による情報提供 </td> <td style="width: 50%;"> <ul style="list-style-type: none"> ・市場動向の調査・分析の実施 ・調査・分析等を踏まえた情報提供の充実及び専門家による助言指導 ・各ビジョンの実現に向けたマーケティング支援センター等の機能強化（航空機産業振興ビジョン：サプライチェーン調査に基づくマッチング等。食品製造業振興ビジョン：消費者ニーズ等の調査・分析及びマーケティング戦略の策定。） </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング支援センターの設置 ・消費財販路開拓推進員、グローバル展開推進員等の配置 ・展示会等における企業情報収集 ・海外駐在員・推進員による情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・市場動向の調査・分析の実施 ・調査・分析等を踏まえた情報提供の充実及び専門家による助言指導 ・各ビジョンの実現に向けたマーケティング支援センター等の機能強化（航空機産業振興ビジョン：サプライチェーン調査に基づくマッチング等。食品製造業振興ビジョン：消費者ニーズ等の調査・分析及びマーケティング戦略の策定。）
<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング支援センターの設置 ・消費財販路開拓推進員、グローバル展開推進員等の配置 ・展示会等における企業情報収集 ・海外駐在員・推進員による情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・市場動向の調査・分析の実施 ・調査・分析等を踏まえた情報提供の充実及び専門家による助言指導 ・各ビジョンの実現に向けたマーケティング支援センター等の機能強化（航空機産業振興ビジョン：サプライチェーン調査に基づくマッチング等。食品製造業振興ビジョン：消費者ニーズ等の調査・分析及びマーケティング戦略の策定。） 		
<p>II 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</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 市場等のニーズに即した開発・提案力の強化による下請型企業の自立化の促進 ● 有望な分野・市場における取引先の開拓機会の拡大 ● 営業・経営人材の育成・確保 	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"> <ul style="list-style-type: none"> ・国内外展示会への出展機会の提供 ・技術提案型商談会の開催 ・県内で開催する国際的展示会の支援を通じた海外との連携の推進 ・新事業展開等のプロジェクト支援 ・先進企業視察の実施 ・外国への特許出願等の支援 ・推進員による受発注取引の開拓 </td> <td style="width: 50%;"> <ul style="list-style-type: none"> ・各産業支援機関による連携支援の強化（調査・分析等を踏まえた、開発・販路開拓の一貫支援） ・ICT等を活用した有望市場における取引の拡大 ・海外政府等との連携強化 ・マーケティング力向上研修・セミナーの充実 </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外展示会への出展機会の提供 ・技術提案型商談会の開催 ・県内で開催する国際的展示会の支援を通じた海外との連携の推進 ・新事業展開等のプロジェクト支援 ・先進企業視察の実施 ・外国への特許出願等の支援 ・推進員による受発注取引の開拓 	<ul style="list-style-type: none"> ・各産業支援機関による連携支援の強化（調査・分析等を踏まえた、開発・販路開拓の一貫支援） ・ICT等を活用した有望市場における取引の拡大 ・海外政府等との連携強化 ・マーケティング力向上研修・セミナーの充実
<ul style="list-style-type: none"> ・国内外展示会への出展機会の提供 ・技術提案型商談会の開催 ・県内で開催する国際的展示会の支援を通じた海外との連携の推進 ・新事業展開等のプロジェクト支援 ・先進企業視察の実施 ・外国への特許出願等の支援 ・推進員による受発注取引の開拓 	<ul style="list-style-type: none"> ・各産業支援機関による連携支援の強化（調査・分析等を踏まえた、開発・販路開拓の一貫支援） ・ICT等を活用した有望市場における取引の拡大 ・海外政府等との連携強化 ・マーケティング力向上研修・セミナーの充実 		

(2) 重点施策の目指す姿

有望な分野・市場を調査・把握し、新たな製品・サービスの提案や売り込みなどを支援することで、中小企業におけるマーケティング力の強化につなげ、産業イノベーションの創出促進を実現

(3) 5年後の目標値（KPI）及びその達成に向けたマイルストーン

目標値（KPI）	現 状	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
商談会における成約率	5.8% (2016年度)	6.0%	6.3%	6.6%	6.8%	7.0%

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

5 マーケティング力強化支援

(4) 重点施策における主な取組（新規または拡充する取組）

【主な取組Ⅰ（新規、拡充）】県内企業の成長・発展につながる分野・市場の把握

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開										
<p>市場のグローバル化、成熟化が進展する中で、県内企業による有望な分野や市場の把握が必ずしも十分ではなく、市場に関する調査・分析力の強化を図る必要があること</p> <p>図表V-5-1 販路開拓に向けた支援として期待するもの</p> <table border="1"> <caption>図表V-5-1 販路開拓に向けた支援として期待するもの</caption> <thead> <tr> <th>支援項目</th> <th>期待率 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>市場に関する情報提供</td> <td>42.6</td> </tr> <tr> <td>取引先候補の紹介</td> <td>38.7</td> </tr> <tr> <td>補助金・助成金等</td> <td>33.4</td> </tr> <tr> <td>提携先候補の紹介</td> <td>19.4</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典：「中小企業白書（2015年版）」（中小企業庁）</p>	支援項目	期待率 (%)	市場に関する情報提供	42.6	取引先候補の紹介	38.7	補助金・助成金等	33.4	提携先候補の紹介	19.4	<p>課題解決の方向性と主な施策の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ○県中小企業振興センター（マーケティング支援センター）、県テクノ財団、ジェトロ等と連携した有望分野や市場の調査・分析及びマーケティング戦略の策定（商習慣、嗜好等の消費者ニーズ、サプライチェーンなど、詳細情報の抽出、ターゲットとなる販路先等との商談促進） ○海外市場の調査のための現地駐在体制の整備（新市場調査、海外展開支援、マーケット開拓等） ○海外有望市場におけるアンテナショップや展示商談会などを活用した市場動向等の調査・把握及び販路開拓
支援項目	期待率 (%)										
市場に関する情報提供	42.6										
取引先候補の紹介	38.7										
補助金・助成金等	33.4										
提携先候補の紹介	19.4										

【主な取組Ⅱ（新規、拡充）】新たな製品・サービスの提案や売り込み促進の支援

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開										
<p>県内企業は、成長分野や有望市場に応じた製品・サービスの提案・売り込む機会の確保、新たな営業手法の活用により、効果的な販路の開拓・拡大を図る必要があること</p> <p>図表V-5-2 製造業を中心とした「力を入れたい点」</p> <table border="1"> <caption>図表V-5-2 製造業を中心とした「力を入れたい点」</caption> <thead> <tr> <th>力を入れたい点</th> <th>期待率 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>営業・マーケティング力</td> <td>39.2</td> </tr> <tr> <td>開発・設計</td> <td>30.3</td> </tr> <tr> <td>品質管理</td> <td>23.8</td> </tr> <tr> <td>提案力</td> <td>23.6</td> </tr> </tbody> </table> <p>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」（一財）長野経済研究所</p>	力を入れたい点	期待率 (%)	営業・マーケティング力	39.2	開発・設計	30.3	品質管理	23.8	提案力	23.6	<p>課題解決の方向性と主な施策の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ○マーケット調査等を踏まえた、新たな有望市場における販路開拓・拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・展示会、見本市への出展支援及び技術提案型商談会の開催 ・海外現地企業とのビジネスネットワークや個別商談等の推進 ・海外百貨店、スーパーにおける長野フェアの増設等、県産品の売り込み強化 ・マーケティング支援センター等への成長期待分野及び食品産業に精通した専門家の配置によるマッチング等の促進 ○海外政府・民間機関とのMOUの推進などを通じたマッチング支援等、海外展開支援の強化 ○ICT等を活用した海外向け受発注システムや会員制サービスの導入・活用による海外取引及び新規受注の拡大
力を入れたい点	期待率 (%)										
営業・マーケティング力	39.2										
開発・設計	30.3										
品質管理	23.8										
提案力	23.6										

6 産業人材育成支援～長野県産業の「稼ぐ力」を創出する人材の育成・確保を進めるため、切れ目のない支援を目指す～ 産業労働部人材育成課

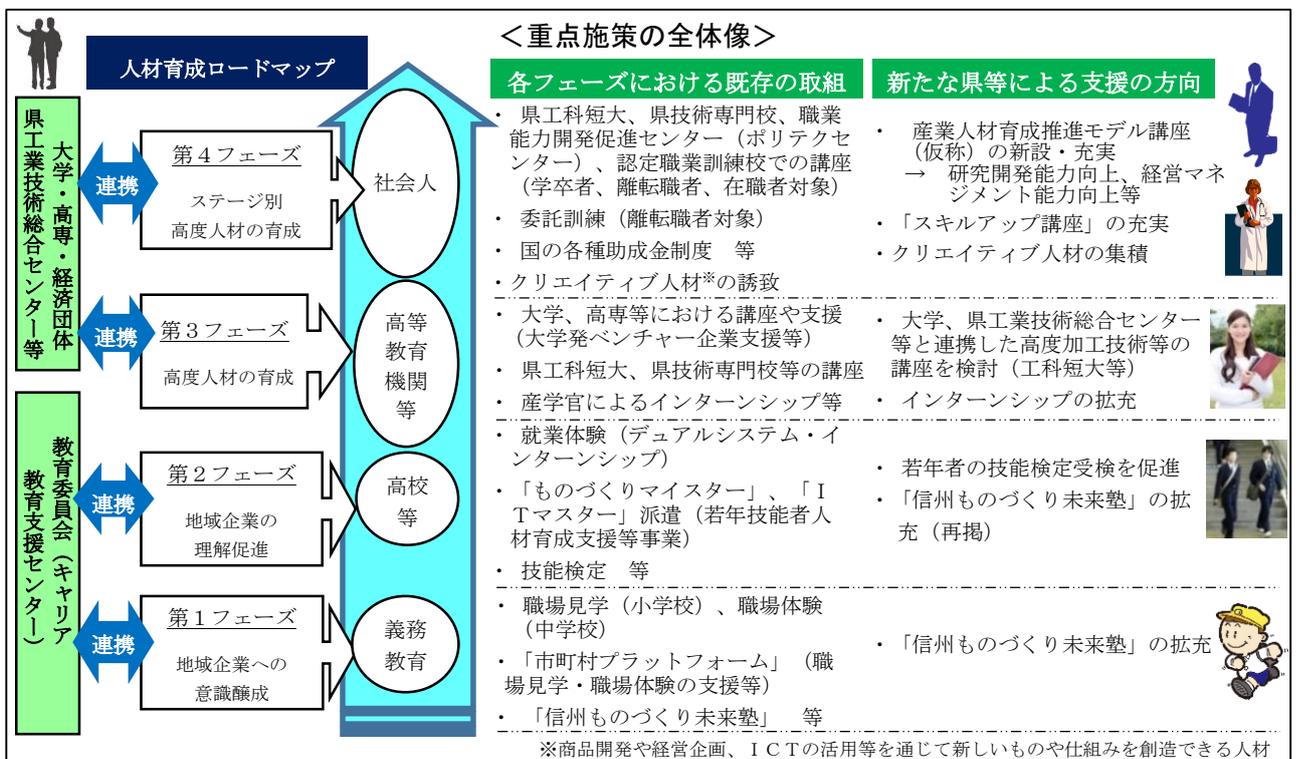
(1) 重点施策の概要

企業は製品開発工程において「研究開発力」を重視しており、研究開発人材について、「技術をマネジメントする人材の不足」、「戦略を立案できる人材の不足」、「研究から実用化へつなぐ人材の不足」等を課題として捉えている。

このため、基盤技術の向上に係る人材育成に加え、高付加価値な製品・サービスの開発や事業化に資する人材の育成・確保に向けた事業を実施または支援していく必要がある。

今後、産学官による主体的な産業人材育成の新たな協働体制を構築し、それぞれの機関がその役割を適切に果たしながら、効果的で効率的な人材育成事業を検討していく。

また、若者のものづくり離れへの対応と次世代の若年技術者や技能者の確保・育成を図るため、信州ものづくりマイスター制度等を活用し、キャリア教育を支援する。



(2) 重点施策の目指す姿

産学官の協働による人材育成事業を通じて、産業界のニーズに応じた人材を育成するとともに、技術・技能尊重の気運を醸成し、「稼ぐ力」を創出する人材を輩出することにより、産業イノベーションの創出促進を実現

(3) 5年後の目標値（KPI）及びその達成に向けたマイルストーン

目標値（KPI）	現状	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
スキルアップ講座受講者数（旧技術講座含む）	2,197人 (2016年度)	2,290人	2,290人	2,295人	2,295人	2,300人
信州ものづくり未来塾受講者数	1,659人 (2016年度)	1,620人	1,710人	1,800人	1,818人	1,836人
技能検定合格者数	2,629人 (2016年度)	2,634人	2,634人	2,639人	2,639人	2,644人

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

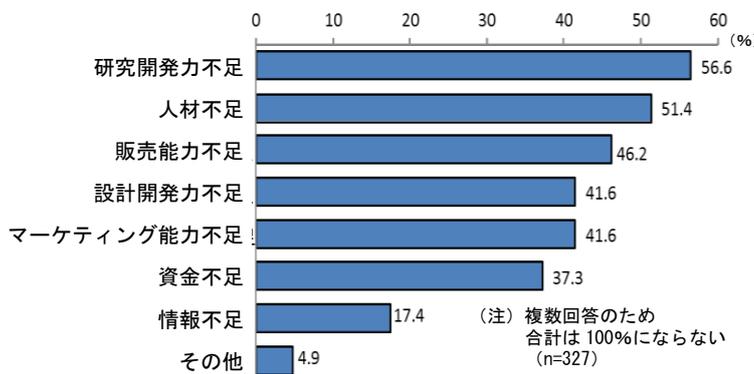
6 産業人材育成支援

(4) 重点施策における主な取組（新規または拡充する取組）

【主な取組Ⅰ（新規、拡充）】高付加価値な製品開発等に寄与する人材育成を支援

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
産業イノベーションを創出するためには、「人材」が重要な要素となっていること ・自社企画製品を持つなど「脱下請」を図る上で、「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」などが課題になっている	「産業人材育成推進モデル事業」(仮称)による人材の高度化を推進 ・技術・研究開発能力の向上、提案型・研究開発型企業への転換や経営マネジメント等の能力向上に寄与する人材育成支援メニューを提供 クリエイティブ人材を集積

図表V-6-1 脱下請を図る上での課題



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」
((一財)長野経済研究所)

図表V-6-2 「産業人材育成推進モデル事業」(仮称)において実施を想定している講座例

「産業人材育成推進モデル事業」(仮称)において実施を想定している講座例

- ・プロジェクト管理能力向上講座
- ・IoT活用ビジネスモデル講座
- ・生産管理、品質管理に係る講座
- ・クラウド活用講座
- ・その他成長期待分野に係る講座

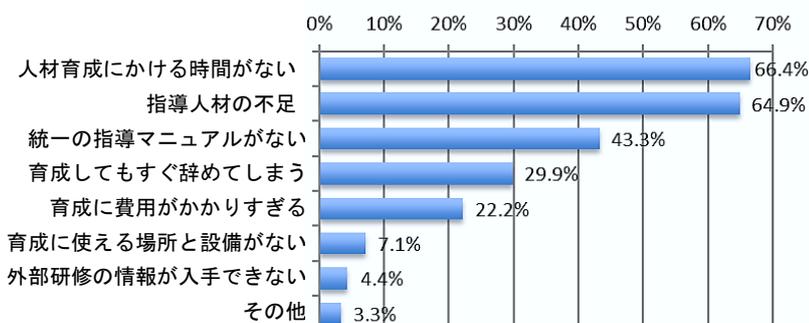
図表V-6-3 集積を目指すクリエイティブ人材例

- ・AIやIoTを活用した研究開発ができる人材
- ・ビッグデータ解析を用いた効率的な製造工程を構築できる人材

【主な取組Ⅱ（拡充）】基盤技術の向上に寄与する人材育成を支援

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
①企業における人材育成に係る課題として「時間」と「指導人材」が不足していること	①県内企業が保有する「基盤技術」の向上に寄与する人材育成の取組を支援 (例)工科短大等によるオーダーメイド講座
②次世代の担い手である若者のものづくり離れが顕著になっていること	②「産業人材育成推進モデル事業」(仮称)によるキャリア教育を推進 (例)小中高校生等を対象にした信州ものづくり未来塾

図表V-6-4 人材育成に係る課題



出典：「平成27年長野県人材育成ニーズ調査」(長野県産業労働部)



●「信州ものづくり未来塾」の実施状況

7 産業人材確保支援～理工系学生や専門人材を対象とした取組～

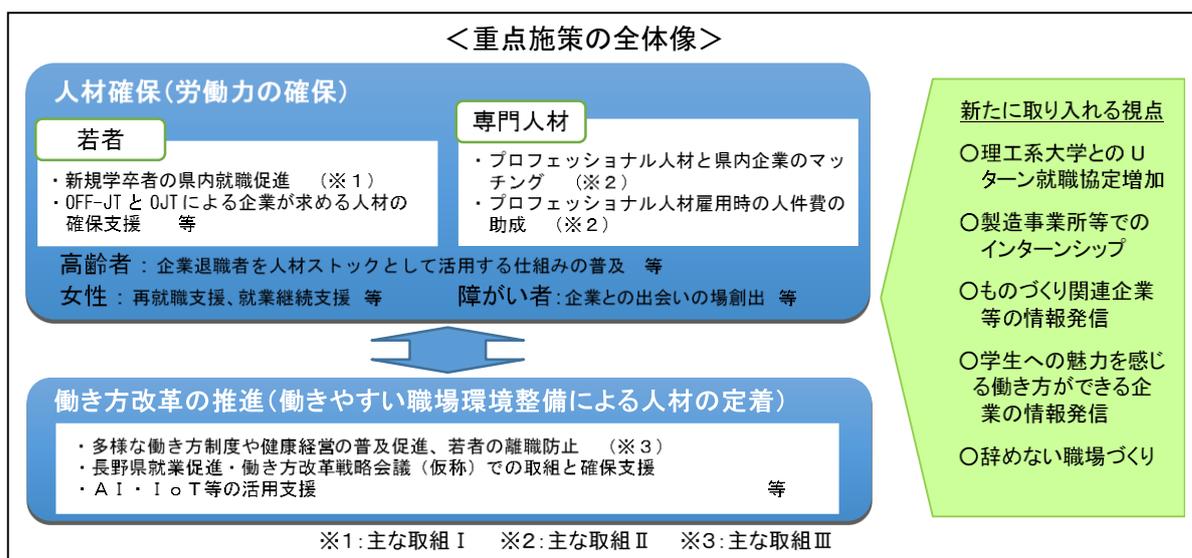
産業労働部労働雇用課

(1) 重点施策の概要

県内企業の最近3年間の人材確保状況では、新卒学生の確保ができていないとする企業の割合が半数以上を占めている中、本県では大学等進学者の7割超が県外へ進学し、Uターン就職率は4割弱にとどまっており、県内企業が新卒学生を確保しにくい状況となっている。

また、企業の人材不足の状況が見られるのは開発部門、次いで営業部門、製造部門となっており、企業の中核を担う専門的知識・経験等を有する人材が不足している。

ものづくり産業を支える人材を確保し、その定着を図るため、Uターン就職促進協定校と連携したインターンシップの実施促進や、プロフェッショナル人材と企業とのマッチング等を行い、様々な産業分野、企業で必要とされるイノベティブな人材確保に資する新卒学生の県内就職支援や、即戦力となる専門人材の雇用を促進するとともに、企業への多様な働き方の普及促進により、希望する「働き方」ができる職場環境を整備する。



(2) 重点施策の目指す姿

理工系学生を中心とした新規学卒者の県内就職促進や専門的な知識・経験等を有する人材の雇用促進、さらには働き方改革の推進を通じた、企業に必要な人材確保・定着により、産業イノベーションの創出促進を実現

(3) 5年後の目標値(KPI)及びその達成に向けたマイルストーン

目標値(KPI)	現状	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
県内出身学生のUターン就職率	37.7% 〔2017年4月入社〕	40.1%	42.5%	45.0%	45.0%	45.0%
職場いきいきアドバンスカンパニー認証企業数(累積)	88社 〔2018年3月1日現在〕	112社	134社	156社	178社	200社

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

7 産業人材確保支援

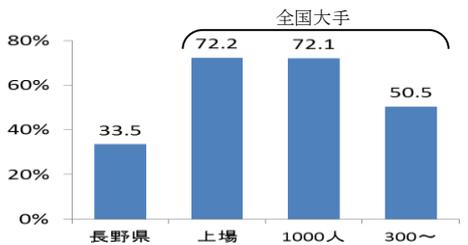
(4) 重点施策における主な取組（新規または拡充する取組）

【主な取組Ⅰ（拡充）】新規学卒者の県内就職促進

目指す姿を実現する上での課題
①インターンシップ参加学生の約7割が参加企業の採用選考を受ける中、県内企業のインターンシップの実施割合は低く、採用機会を逃していること
②県内企業の情報が県内外の学生に十分届いていないこと

課題解決の方向性と主な施策の展開
①Uターン就職促進協定校と連携した県内就職の促進や県内製造事業所での良質なインターンシップの実施
②県内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

図表V-7-1
インターンシップ実施企業割合



出典：「2018年卒マイナビ企業採用活動調査（6月実施）」

図表V-7-2
県内就職促進の取組（概要）

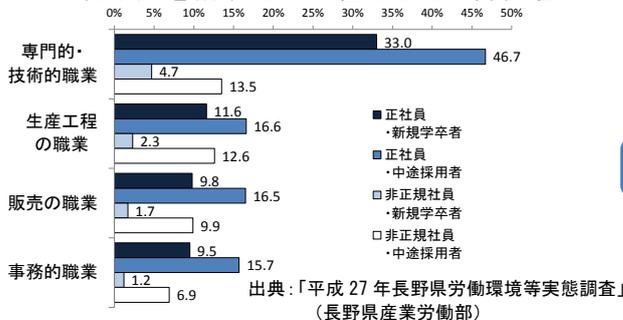


【主な取組Ⅱ（拡充）】プロフェッショナル人材と企業のマッチング

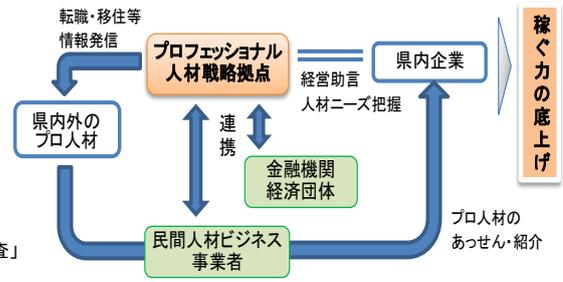
目指す姿を実現する上での課題
人材不足となっている専門的・技術的職業では、即戦力として活躍できる中途採用者が必要とされていること

課題解決の方向性と主な施策の展開
プロフェッショナル人材の発掘や企業とのマッチング、プロフェッショナル人材を雇用した企業への助成

図表V-7-3
人材不足を補うために雇用したい労働者



図表V-7-4
プロフェッショナル人材戦略拠点（概要）

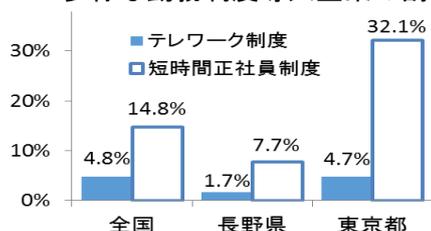


【主な取組Ⅲ（拡充）】働き方改革の推進による人材の定着

目指す姿を実現する上での課題
働く人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こと

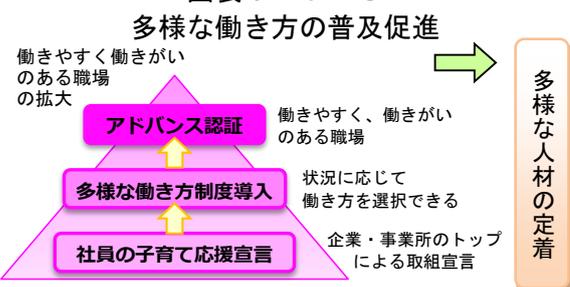
課題解決の方向性と主な施策の展開
従業員の状況に応じて選択できる多様な働き方制度導入支援や好事例の発信

図表V-7-5
多様な勤務制度導入企業の割合



出典：「平成27年地方創生と企業におけるICT活用に関する調査研究」（総務省）、
「平成26年雇用均等基本調査」（厚生労働省）、
「平成27年長野県労働環境等実態調査」（長野県産業労働部）、
「平成27年度男女雇用平等参画調査」（東京都）

図表V-7-6
多様な働き方の普及促進



8 起業・スタートアップ支援～日本一創業しやすい県づくりの推進～

産業労働部創業・サービス産業振興室

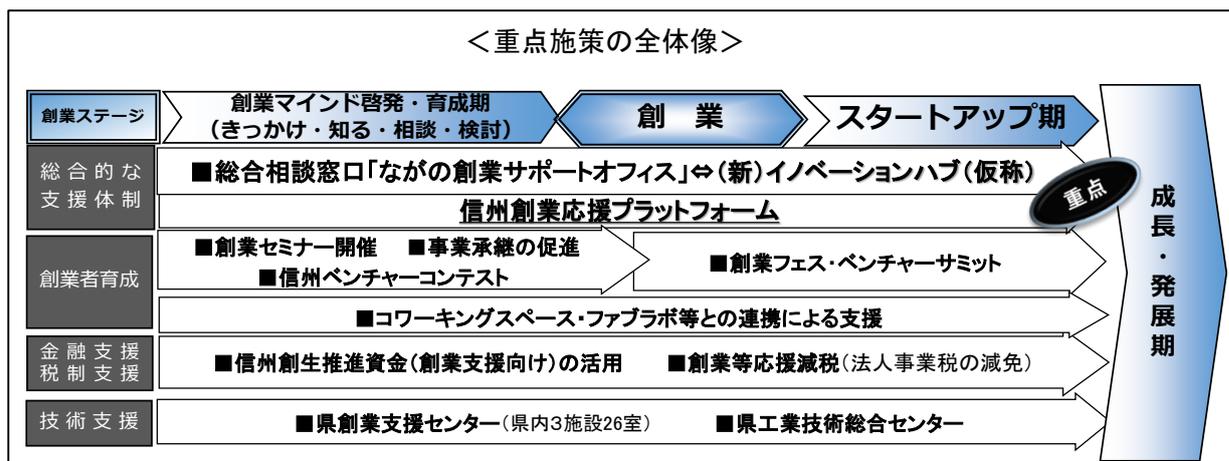
(1) 重点施策の概要

本県の創業・起業に関する指標である「ながの創業サポートオフィス」の相談件数や創業支援資金のあっせん件数、保証件数などは増加傾向にあるが、平成28年度の開業率は3.6%であり全国平均5.6%には届かない状況にある。

また、創業業種を見ると、飲食業や理美容業といったサービス業の割合が高く、一定の経済効果はあるものの、高い付加価値の創出につながるイノベティブな創業・起業には至っていない。

そこで、ワンストップ相談窓口の機能充実や創業イベント開催による県民の創業意欲醸成などの総合的な取組を推進するとともに、金融支援や技術支援、技術ノウハウを持つ事業引継ぎ希望者とのマッチングなど、創業者のニーズや成長に合わせた支援を強化することにより、イノベティブな創業・起業を促進する。

また、オープンな交流の中から新たなビジネスを生み出す拠点創出、資金調達や県内企業のニーズと創業者やベンチャー企業が持つシーズのマッチング支援などの環境を整備し、ベンチャー・エコシステムの形成を目指す。



(2) 重点施策の目指す姿

創業者のニーズや成長に合わせた支援強化によるイノベティブな創業・起業の促進、自由な交流から新たなビジネスアイデアを創造する拠点創出などの環境整備によるベンチャー・エコシステムの形成により産業イノベーションの創出促進を実現

(3) 5年後の目標値 (KPI) 及びその達成に向けたマイルストーン

目標値 (KPI)	現状	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
開業率 (雇用保険事業年報)	3.6% (2016年度)	4.8%	5.2%	5.6%	6.0%	6.4%
創業支援資金利用件数 (製造業、累積)	111件 (2016年度)	130件	270件	420件	580件	750件

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

8 起業・スタートアップ支援

(4) 重点施策における主な取組（新規または拡充する取組）

【主な取組Ⅰ（拡充）】「信州創業応援プラットフォーム」による情報の一元化とマッチング支援

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
<ul style="list-style-type: none"> 県内産業支援機関の支援情報が創業者に届いていないこと 企業の技術的ニーズが把握できておらず、ベンチャー企業との共同研究等の技術的・専門的支援も不足していること 	<ul style="list-style-type: none"> 産学官金民が連携する「信州創業応援プラットフォーム」を活用し、創業情報の一元化、事業承継ネットワークとの連携、資金調達や企業ニーズと技術シーズとのマッチング支援

図表V-8-1 創業時に苦労したこと



出典：「2016年新規開業実態調査」（株）日本政策金融公庫総合研究所

図表V-8-2 支援体制のイメージ



【主な取組Ⅱ（新規）】「イノベーションハブ（仮称）」の整備による新たなビジネスの創造支援

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
<p>県内産業支援機関の支援内容・活動は充実してきているが、各々が有機的に結びついておらず、また、創業・起業に関する情報及び創業者同士、他業種との交流の場が不足していること</p>	<p>創業者の拠り所（ベース基地）であり、県内企業との交流・連携の拠点となる「イノベーションハブ（仮称）」を創出し、オープンな交流の中から新たなビジネスを創造できるような支援</p>

イノベーションハブ（仮称）の機能

- スタートアップ支援機能
 - ・創業希望者やベンチャー企業、大学関係者等が自由に集いオープンな交流の中から新たなビジネスを創造
 - ・ワンストップ相談、伴走型支援等の支援機能強化
 - ・創業希望者・創業者に対する支援の橋渡し（土業等専門家派遣）
 - ・創業気運の醸成と創業支援機関やコワーキングスペース、ファブラボ等との連携拠点
- オープンイノベーション機能
 - ・県内企業やベンチャー企業等との間でニーズとシーズのマッチングを支援
 - ・目利き集団を活用したファンド等の投資促進

図表V-8-3 イノベーションハブ（仮称）のイメージ



9 産業集積及び投資促進～長野県の強みを活かした企業誘致・雇用創出～

産業労働部産業立地・経営支援課

(1) 重点施策の概要

長野県経済の持続的な発展を図るためには、産業集積などにより地域の活力を高めるとともに、安定的な雇用の場を確保することが必要である。これまでに長野県では、信州ものづくり産業投資応援条例等に基づき、企業誘致や県内企業の成長期待分野等への参入に向けた投資の促進などに取り組み、雇用の創出を図ってきた。この結果、平成28年度の工場立地動向調査における長野県への立地企業件数は35件（全国9位）となった。

今後は、県内企業における産業イノベーションの創出活動促進に向けた取組や次世代産業クラスターの形成など、本プランに基づく産業政策上の特徴ある取組や、大都市圏との近接性、清らかな水・空気などの優位性を幅広く情報発信する。また、助成制度や税制優遇、融資、販路開拓などの総合的な支援を行うことにより、更なる産業集積や投資の促進を図り、雇用の創出につなげていく。

戦略的な企業誘致・投資の促進

■情報発信・PR

○ (拡) ガイドブック、ホームページによるリアルタイムな県内産業団地、立地優遇制度などの情報発信（ポータルサイトの充実強化）

○ 専門職員（立地推進役）の配置による企業立地情報の収集、企業訪問

＜重点施策の全体像＞

等の本社の誘致促進

■助成制度などの支援策による産業集積・投資促進

○ (拡) 「航空機システム」や「食品製造業」、「ICT産業」など、次世代産業クラスター形成の取組にあわせた信州ものづくり産業投資応援条例等に基づく助成制度・融資等の充実強化

○ (新) 地域未来投資促進法等の活用による地域特性を踏まえた産業集積の促進（市町村との連携による用地の確保（農地法等の規制緩和、税制優遇））

○ 助成制度や融資、販路開拓など、総合的な支援による県内既存企業の立地維持、投資促進

の関係機関との連携強化

■本社・研究所の誘致促進

○ 全国トップクラスの減税制度（減税率95%）や県が独自に設ける助成制度など、誘致策の効果的なPR

○ (拡) 研究所の誘致に対する助成制度等の強化

の関係機関との連携強化

■市町村・大学・金融機関等と連携した誘致活動の実施

○ 産学官金の連携による企業誘致の促進（大学、研究機関、金融機関、市町村等との連携・協働）

(2) 重点施策の目指す姿

成長期待分野等の企業・研究所の誘致や投資を促進し、高付加価値型産業の集積形成を図ることにより、産業イノベーションの創出促進を実現

(3) 5年後の目標値（KPI）及びその達成に向けたマイルストーン

目標値（KPI）	現状	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
企業立地件数 (工場・研究所)	35件 (2016年)	40件	40件	40件	40件	40件

第V章 産業イノベーションの創出活動促進のための重点施策

9 産業集積及び投資促進

(4) 重点施策における主な取組（新規または拡充する取組）

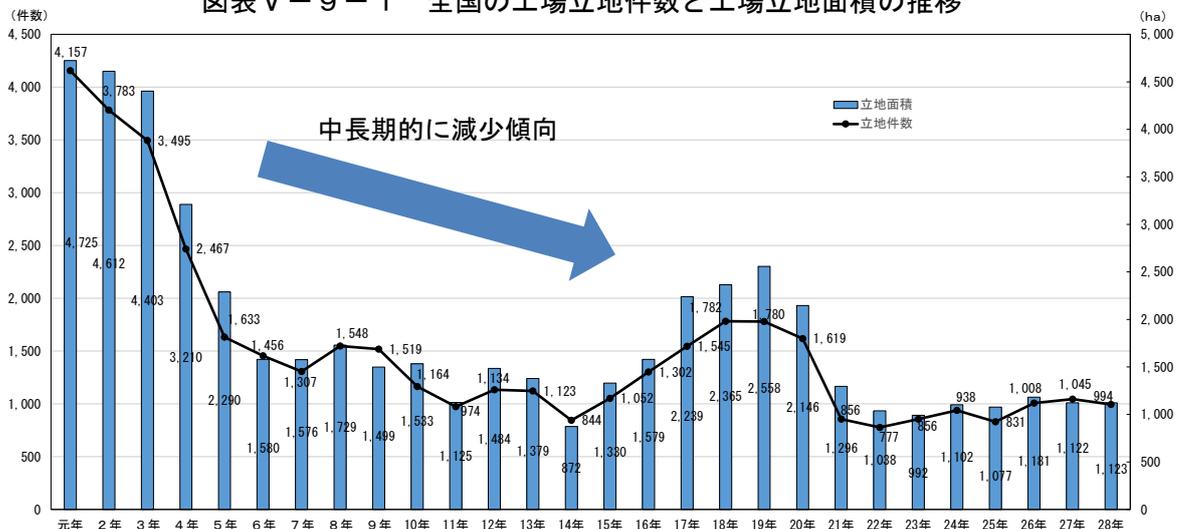
【主な取組Ⅰ（拡充）】次世代産業クラスター形成の取組にあわせた助成制度等の充実強化

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
<p>全国的に工場立地件数や工場立地面積が減少傾向にある中で、都道府県等による誘致競争が激化しており、助成制度の充実や県内各地域の「特性・強み」を情報発信するなど、他県との差別化を図りながら、総合的に売り込みを強化していく必要があること</p>	<p>○信州ものづくり産業投資応援条例等に基づく支援策の構築及び充実・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・次世代産業クラスター形成の取組にあわせ、成長期待分野等の企業・研究所の誘致や市町村と連携し、税制・助成制度を充実・強化 <p>○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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域で策定した、地域未来投資促進法に基づく基本計画による方向性のもと、農地法等の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を促進

【主な取組Ⅱ（新規）】市町村等との連携強化による誘致・投資の促進

目指す姿を実現する上での課題	課題解決の方向性と主な施策の展開
<p>①産業団地等の用地が減少傾向にある中で、企業ニーズを踏まえた、立地可能な用地を掘り起こす必要があること</p>	<p>①規制改革等を活用した用地掘り起こし</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域未来投資促進法による農地法等の規制緩和や、特区などの規制改革制度等を活用した用地確保の検討 ・市町村との連携強化による用地確保 ・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整備促進
<p>②工場の立地を検討している県内外の企業に対し、県内の立地可能な用地や本県の強みなどの情報が届いていないこと</p>	<p>②情報発信・PRの強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業向けガイドブックやホームページによるリアルタイムな情報発信（ポータルサイトによる空き工場、産業団地・未利用用地の紹介） ・リニア中央新幹線、高規格幹線道路などの県内交通網の整備状況等

図表V-9-1 全国の工場立地件数と工場立地面積の推移



出典：「工業立地動向調査」（経済産業省）

