

基本方針：今後5年間の環境変化(機会)を活かし、これまでの取組の課題克服・効果向上(ステップアップ)に繋がる新事業を、期間限定で集中実施

現状と課題

いしかわ中小企業チャレンジ支援ファンド(ISICO事業)

- 概要
 - ファンド(国連携200億・県単独200億)運用益活用により中小企業等に商品開発・販路開拓等経費の一部を助成
- 実績等
 - 累計1,056件の商品開発・販路開拓等を支援
 - 商品開発案件517件のうち463件が商品化を実現(89.6%)
 - 本年度申請152件のうち採択72件(採択率47.4%)
- 課題
 - 商品化率は高いが、**販売目標達成率が低く、商品開発検討時の販売計画・商品企画の質を高めることが必要**

区分	100%以上	50%以上	50%未満	未販売	計
件数	61	65	337	54	463
割合	12%	13%	65%	10%	

- 地域別申請割合で見ると、能登15.1%・加賀23.0%と金沢以外は低く(特に能登は減少傾向(H26:26.9→R1:15.1))であり、活性化が必要

地域	H26	H27	H28	H29	H30	R1
能登	26.9	28.3	20.0	26.2	22.2	15.1
金沢	50.3	47.2	55.9	57.2	54.2	61.8
加賀	22.8	24.5	24.1	16.6	23.5	23.0

- 機械・繊維産業等を対象としたものづくり企業特別枠は、H30:6件・R1:5件を採択したが、全体として、社会的に取組が求められているSDGsやAI・IoTなどを念頭においた製品開発案件が少ないことが課題

環境変化(機会)と方向性

<環境変化(機会)>

- ・オリンピック・パラリンピック開催
 - わが国への注目度の高まり
- ・国際北陸工芸サミット開催(来年秋)
 - 国立工芸館の金沢移転・開館(来年夏)
 - 本県工芸の露出度の高まり
- ・金沢港クルーズターミナル完成(来年3月)
 - 小松空港国際化の進展(台北・上海・ソウルに加え本年3月に香港路線就航)
 - 海外との交流基盤の更なる充実
- ・日欧EPAによる関税撤廃
 - 欧州への販路拡大の好機
- ・新幹線敦賀延伸(県内全線開通)(R5春)
 - 県内周遊環境の向上
- ・SDGs(価値)、AI・IoT(技術)の展開
 - 新たな需要創出

<方向性>

- ・質の高い商品開発の支援・促進の強化
- ・国立工芸館移転等の時機を捉えた**伝統産業事業者の積極的な取組の支援強化**
- ・能登・加賀地域事業者の**新たな取組の活性化**
- ・海外との交流基盤充実等を活かした**インバウンド等の旅行需要の取組強化**
- ・SDGs推進につながる**新製品や、AI・IoTなど先進技術を活用した新製品の開発促進**
- ・オリパラ効果等を活かした事業者の**自主的な海外販路開拓の支援・促進**

新事業の集中実施(案)

①ブランディング(商品企画)支援プログラム事業(R2-5)

- 目的
 - ・**新たに商品企画段階の支援メニューを新設し、伝産事業者等のブランディングを意識した商品企画力向上を図るとともに、持続的に売れるモデル商品を生み出しPRしブランディング意識の底上げを図る**
- 内容
 - ・商品企画の豊富な支援実績のある講師、県内美術大学の専門家と連携し、ワークショップ型セミナーを実施するとともに、成果商品をモデルとして県内事業者へPRする(②事業への展開を想定)
 - ・受講者は、**伝産事業者のほか新たにBtoC商品を企画する事業者(従来BtoB)、これら事業者との相乗効果が期待できる事業者(約32者)を想定**

②工芸等ブランディング特別枠 助成事業(R2-5)

- 目的
 - ・国立工芸館移転等に伴う本県工芸等の露出度向上を捉え、**(①事業とも連動させ)新たに伝産事業者等のブランディングを意識した商品開発等に特化した支援メニューを新設し、財政面更には人材面の支援を行う**
- 内容
 - ・伝産事業者等におけるブランディングを意識した商品開発・販路開拓の新たな取組を財政支援(助成率3/4、限度額200万円(2年))
 - ・伝産事業者等のブランディングに適した専門家と連携し、商品企画段階からアドバイス等を実施
 - ・対象者は、**ブランディング事業と同種の事業者(約49者)を想定**

③観光・サービス産業特別枠 助成事業(R2-5)

- 目的
 - ・オリパラ効果・工芸サミット開催等による本県露出度向上を捉え、**特に能登・加賀周遊を重点的に意識し、インバウンド等・首都圏等旅行者需要を取り込む商品・サービス開発・販促を集中的に支援**
- 内容
 - ・観光・サービス事業者の商品・サービス(特に能登・加賀周遊を含むもの)の開発・販売促進の取組を重点的に財政支援(助成率3/4、限度額200万円(2年))、加えて人的支援も実施
 - ・対象者は、**宿泊・旅行・飲食・交通・IT等の旅行関係事業者(約24者)を想定**

④ものづくり企業SDGs・AI等対応特別枠 助成事業(R2-5)

- 目的：SDGs(持続可能な開発目標)の取組やAI等の新技術の普及が進む中で、本県企業ではSDGsやAI等の対応が弱いことから、**SDGs推進やAI等新技術活用に係る新製品開発・販路開拓のモデル的・挑戦的な取組を集中的に支援**
- 内容：循環型社会の実現など社会課題解決につながる新製品開発や、AI、IoT、5G、センシング、VRなどの新技術を活用した新製品開発等の取組を財政支援(助成率2/3、限度額1,000万円(3年))。対象者は、機械等の製造業(約12者)を想定

⑤海外等販路開拓特別枠 助成事業(R2-5)

- 目的：従来からの県主体販路開拓の資産やオリパラ効果等も活かし、**新たに食品・伝産事業者が自主的に取り組む海外等新たな販路開拓に特化した支援メニューを実施**
- 内容：食品・伝産事業者等の海外を初めとした新たな市場開拓の取組を財政支援(助成率1/2、限度額200万円(1年))、国内外市場に知見を有するバイヤー・デザイナーと連携した取組を実施、対象者は、**食品・伝産事業者等(約55者)を想定**

⑥欧州向け県産日本酒販路開拓事業(R1)

- 目的：クラマスタ(フランスで日本酒コンクール運営)との連携協定を活かした県産日本酒の販路開拓
- 内容：クラマスタ関係者を招聘、県内酒造事業者を視察・商談実施

成果・目標

受講者の事業化率：80%以上(受講後1年以内)
→持続的に売れる品質(ブランド価値)の高い商品を生み出す人材の充実
※事業化：商品販売の実績があること

助成事業者の事業化率：60%以上(助成期間終了時)
→伝統産業に新たな価値を与える商品の開発・販売の促進・高度な技術の継承

助成事業者の事業化率：60%以上(助成期間終了時)
→新たなコンテンツ・サービスの開発・提供促進による旅行者満足度の向上、リピーター化の推進

助成事業者の事業化率：60%以上(助成期間終了時)
→SDGs推進やAI等に係る製品開発による差別化・競争力強化

助成事業者の新規取引先開拓率：60%以上(助成終了時、取引見込も含む)
→海外等の新たな需要の確保に積極的に取り組む事業者の拡大

欧州向け日本酒輸出を倍増
2018年 35百万円→2020年 70百万円
→欧州での「石川の酒」をブランド化

海外販路開拓支援事業

- 概要・実績
 - ・中国・シンガポール・香港・米国・欧州を対象に現地商談会開催、バイヤー招聘等を実施
 - ・主な支援対象の食品・伝産品共に輸出額が増加

単位:百万円

国・地域	食品			伝統産業		
	H25	H30	30/25比	H25	H30	30/25比
東アジア	298	1,515	5.1倍	94	333	3.5倍
東南アジア	54	154	2.9倍	7	18	2.4倍
米国	86	234	2.7倍	23	36	1.6倍
欧州	60	162	2.7倍	20	51	2.5倍

- 課題
 - ・これまで、県が主体となり海外商談会等を用意し、県内事業者の方々が参加する形態であったが、**今後更なる販路開拓のためには、事業者の自主的な取組の後押し強化が重要**
 - ・日欧EPA効果を捉えた**欧州での販路開拓強化が重要**