

地域の資源と企業が輝く東北の舞台づくり
～東北地方産業競争力協議会のまとめ～

平成26年4月

東北地方産業競争力協議会

地域の資源と企業が輝く東北の舞台づくり

○『今』が好機

東北の元気を全国に伝えた「あまちゃん」。地域の個性ある原石が輝くためには、共に切磋琢磨する仲間と、躍動するための舞台が必要だった。個性ある地域資源、伸びゆく地域企業も同じこと。意欲を持って、同種・異種の仲間と切磋琢磨し自らを磨き、今こそというときに大きな舞台に躍り出ていくことが必要である。

東日本大震災後に高まった『東北地域一体』という機運と、災害から立ち上がろうとする意欲をさらに盛り上げ、個性ある地域資源や伸びゆく企業を、地域全体で盛り上げて、そして世界に向けて踏み出していく。「東北」という大きな舞台をつくりあげるのは、まさに『今』である。

○「トップのコミットメント」と「徹底した現場主義」の両立

観光や地域産品の舞台は、世界の消費者との接点であり、ものづくり企業の舞台は、販売先・提携先や支援者との接点である。東北地域が一体となった大きな舞台づくりは、自治体トップや地域企業経営者のコミットメントとリーダーシップなしには成り立たない。

一方、個性が光る地域資源や企業の発掘、磨きあげには、徹底した現場主義による地域に密着した緻密な取組が欠かせない。その上で、それぞれの地域が集まり、情報の共有、意識の共有を経て、行動の共有を達成したとき最高のパフォーマンスが生まれる。

東北地方産業競争力協議会では、産業界、自治体、国、金融界、支援機関など『東北地域一体』となって、その両立を目指す。

○蓄積を活かす

現在、東北地域の経済を牽引する自動車産業は、この地に進出した企業と、新分野に挑戦した地場企業の努力からはじまり、知事が連携したトップセールス、自治体の企業人材育成、展示商談会の開催、産業界や大学との広域的な連携事業へと発展した。そして、今、産学官金が一体となり国内を代表する拠点に成長しつつある。

この取組を振り返り、更なる参入加速の方策を具体化するとともに、他の産業にも展開することで、東北地域の多くの産業に大きな活躍の舞台ができあがる。

目 次

地域の資源と企業が輝く東北の舞台づくり

目 次

第1章 東北地域の再認識と戦略テーマ	1
第1節 3つの戦略テーマ	1
第2節 戦略テーマごとの検討の流れ	3
第2章 戦略テーマごとの取組	4
第1節 テーマ1 『復興からの新産業創出』	4
第2節 テーマ2 『地域資源の新たな魅力発掘と発信』	1 1
第3節 テーマ3 『ものづくり産業の戦略的育成』	1 8
1. 自動車産業集積	1 8
2. 医療機器産業集積	2 2
3. ものづくり産業の戦略的育成	2 4
第3章 まとめ	3 1
第1節 東北地域の戦略産業	3 1
第2節 フォローアップ	3 3
かわらぬ信念と柔軟な変化	
付 録	
新産業創出プロジェクトの展開	付 1
東北地方産業競争力協議会委員、オブザーバー名簿	付 5
東北地方産業競争力協議会のWG活動の経過	付 10

第1章 東北地域の再認識と戦略テーマ

第1節 3つの戦略テーマ

東北の復興と地域経済再興は表裏一体である。地域の一つひとつの取組が、復興への一歩であり、将来に亘った東北地域経済の発展の礎となる。

東北地方産業競争力協議会では、このような地域ごとの取組を、東北地域一体となって加速させていくことをコンセプトに、三つのテーマで地域産業の成長戦略をとりまとめた。

東北地方産業競争力協議会 3つの戦略テーマ

- テーマ1 復興からの新産業創出
- テーマ2 地域資源の新たな魅力発掘と発信
- テーマ3 ものづくり産業の戦略的育成

テーマ1 復興からの新産業創出

震災からの経済の立て直しには、震災前の姿への復旧ではなく、新たな一歩へ挑戦する、復興への取組が欠かせない。震災後、東北地域は、物流や販路の断絶、人材不足など様々な課題を抱えてきた。そこからどう立ち上がったかは、課題を解決するための鍵となる。震災から立ち上がるにあたり、企業間のバリューチェーン（価値連鎖）の再構築、地域課題対応のためのプロジェクト創出、新産業創出に向けたプロジェクト立上げといったことが、東北地域の至る所で起こった。これら新産業の芽を、『東北地域一体』で支援し、事業として自立し、更には成長の一角を担う産業へと育てていく。

テーマ2 地域資源の新たな魅力発掘と発信

国土の2割を占める広大さと山海に囲まれた険しい地勢は、地域ごとに四季折々の厳しさと優しさを与え、地域産品や技術・文化を生み出す基礎となった。峠をひとつ越えれば全く別の文化が広がり、それぞれが互いの魅力を共有しあいながら交流を深めあっている。

東北全県に新幹線が整備されたことで、それぞれの地域間や首都圏との強いつながりができた。さらにその先の交通網やネットワークが整備されることで、東北は大きく開かれ、復興も加速される。

東北観光推進機構という、交流人口の拡大を戦略的に進める機能を一層発揮し、東北地域が一体となり、復興した東北を強くアピールしていく。

テーマ3 ものづくり産業の戦略的育成

自動車産業が東北地域を牽引する産業へと育ってきた。東北地域が一体となり、企業誘致、企業育成、人づくりに取り組んできた成果である。エネルギーコストや物流面など課題も多いが、東北地域が一体となって改善を図りつつ、成長産業へと育てていく。

医療機器産業も着実な成長を見せている。生産額では、福島県が全国第4位となり、他の県もこれに続いている。このような実績を活かしつつ、福祉、健康分野も含めた産業育成により、我が国喫緊の課題である高齢化への対応にも貢献していく。

ものづくりは東北の原点。これら二つの産業を牽引役とし、競争力を高め、さらに多様性を広げ、ものづくり産業を持続的な成長軌道に乗せていく。

第2節 戦略テーマごとの検討の流れ

東北地方産業競争力協議会では、3つの戦略テーマのもと、4つのWGを設置し、次の三つの観点から検討を進め、成長戦略としてとりまとめた。

1. 地域に根ざした「生の声」の把握

地域経済再生のための課題抽出や中小企業・小規模事業者の革新に必要な取組等の検討に地域の現場の声を反映

2. 日本再興戦略で示されている協議会の検討事項

- (1) 地域の戦略産業の特定
- (2) 地域に眠る地域資源の掘り起こし
- (3) 地域に必要な産業人材育成に係る戦略の策定 等

3. 「生の声」に対する対応

- (1) 地域ごとに進める取組
- (2) 東北地域が一体となって進める取組
- (3) 上記の取組を進めるために必要となる国の政策に対する提言 等

4つのWGは以下のとおり、それぞれに主査県、副主査県を置き検討を進めた。

テーマ1 復興からの新産業創出

- ・復興からの新産業創出WG

主査県：宮城県 副主査県：青森県、岩手県、福島県

テーマ2 地域資源の新たな魅力発掘と発信

- ・地域資源の新たな魅力発掘WG

主査県：山形県 副主査県：青森県、新潟県

テーマ3 ものづくり産業の戦略的育成

- ・自動車産業集積WG 主査県：岩手県
- ・医療機器産業集積WG 主査県：福島県

※人材やインフラ等の分野横断的課題についても検討

第2章 戦略テーマごとの取組

第1節 テーマ1『復興からの新産業創出』

東日本大震災から三年、未だ多数の被災者の避難生活が続いている。この解消に向けた着実な歩みは一層重要性を増している。

一方、東日本大震災からの復興の過程で、東北の産業の可能性を印象づける様々な芽が生まれている。それらは、大きく三つに分けることができる。一つは、被災企業におけるバリューチェーンの再構築や地域での起業、二つ目は、震災後の地域的・社会的な課題に対応したプロジェクトの展開、三つ目は、東北のみならず、日本を先導するような新たな産業創出プロジェクトの展開である。

これらの芽を、丁寧に拾い上げ、成長産業へと育てていくことが、東北全体の活性化、競争力強化につながるとともに、魅力ある雇用機会の拡大を通じた被災地域の復興促進にも多大な貢献を果たすものである。

(1) 被災企業におけるバリューチェーンの再構築

①水産加工業等の新たな取組の加速

東日本大震災による津波の被害を受けた沿岸部の被害は甚大であり、国・自治体の支援を受けて設備の復旧は進みつつあるものの、流通経路の断絶や従業員の減少などから多くの困難を抱えている。そうした中、従来の取組から踏み込んで、複数の企業で独自ブランドを立ち上げたり、生産プロセスの改善に取り組み生産性を向上させるなどの動きが見られ始めており、このような被災企業のバリューチェーンの再構築を加速し、更には国際的な市場への道を開くことが重要である。また、沿岸部は、三陸沖の実りを享受する水産業・水産加工基地であり、世界三大漁場の一つである三陸の水産資源の価値を最大限に活かした新たな産業集積の形成は、復興のシンボルとなる可能性も秘めている。

他方で、こうした取組は、未だ経験の浅い分野であることか

ら、自治体、国、関係団体等により多種多様な企業・商品を把握し、これら企業・商品の海外市場展開の可能性を分析しながら、必要な準備等の把握と情報提供に努めるとともに、企業間提携の場の創設、認証等の制度的なハードルの克服のための仕組づくり等に向けて、これまでにない密接な協力体制の構築が必要となる。

○生の声で指摘された課題

- ・沿岸部では最新設備を導入しても人材が確保できない。域外から求人したいが住居確保が課題。
- ・復旧作業の間に従来の流通経路が断絶しており、設備の稼働率が上がらない。商品開発、販路開拓を進める必要がある。
- ・コネクターループ（販売網と調達網を持つ中核企業）を重点的に支援し地域の底上げを図る方法も効果的ではないか。
- ・地域ごとに生産物も課題も異なっており、一律の手段では解決しない。
- ・同じバイヤーが継続して地域の企業を訪問する仕組など、多様な商品を知ってもらう取組も必要。
- ・国内市場は、需要全体は伸びず、競争も激しい。これから伸びゆくアジアや日本食に関心の高いヨーロッパ等への進出が必要。
- ・海外市場に進出するには、一社ではコスト面、品揃え、複雑な認証手続き、人材面等のハードルを乗り越えられないケースがあり、行政の支援が不可欠。

○地域ごとに進める取組

- ・地域企業の把握、目指す方向性の聴取、課題の把握と整理等、今後支援を進める上での基礎情報の収集と整理。
- ・地域で同じ方向性を持つ企業の連携促進等の機会の提供、商品のブランド化支援、バイヤー誘致等の販路開拓促進。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・設備の復旧や従業員の確保に向けた継続的な支援。
- ・海外販路の開拓に必要な諸条件の調査や情報提供。
- ・インパクトのある海外展示会等の企画・展示支援。商品のロット・品揃え確保のための企業連携の促進。
- ・海外認証等取得のための調査・制度的課題の抽出とその対応。
- ・水産加工品等も後述（第二節）の地域資源の一つであり、東北一体での海外販路拡大の枠組に乗せていく。

(参考)

- ・水産加工品の海外販路開拓等の集中的支援

水産加工業等の復興を推進するため、国、独法機関、関係被災県、経済団体等が「水産加工業等海外展開支援プロジェクトチーム」を立ち上げ（平成26年3月3日設置）、水産加工品の海外販路開拓等を集中的に支援していく。

② 地域資源等を活用した起業・創業の促進・成長支援

東日本大震災からの復興は、故郷を再び元気にしたいという意欲を呼び起こし、被災地域の資源を見直す機会ともなった。地域に眠っていた技術、伝統、顧みられなかった素材など、様々な地域資源を活用し、また、これまで事業経験のない主婦や都会に出ていた若者など新たな参加者を巻き込みながら、さまざまに工夫をこらした新たな事業が展開されている。こうした事業の創出や成長は、地域の活性化につながり、それ自体が観光資源に発展し、中には地域を超える大きな成長の可能性を秘めているものも存在する。

一方で、これら事業の創出を今後も継続し、また、開始された事業を成長軌道に乗せていくには、人材の供給、経営支援の仕組の充実等、取り組むべき課題も多い。

○生の声で指摘された課題

- ・仮設で事業を開始したが、まちづくりが遅れ本設店舗への展

望が見通せない。

- ・創業支援の補助金等は充実しているが活用方法が分かりづらい。
- ・中小企業やソーシャルビジネス事業者は与信力に限界があり、金融機関の目利きを育てる必要がある。
- ・消費者等のニーズが反映されていない商品が散見される。マーケティングを踏まえた商品開発・流通ルート選定をすべき。
- ・新事業創出のキーワードは、マーケティングと産学官金連携による経営人材育成、とりわけ熱意ある経営者の発掘・育成である。
- ・技術力のある企業をコネクターハブとして育成し、企業連携により成長を促進すべき。
- ・クラウドファンディング^(注1)やビジネスマッチングなどを担う民間支援人材の連携も必要。

(注1) 新規・成長企業等と資金提供者をインターネット経由で結び付け、多数の資金提供者 (=crowd [群衆]) から少額ずつ資金を集める仕組み

○地域ごとに進める取組

- ・被災地における起業・創業の実態把握による現状と課題の分析。
- ・被災地域外から労働力を呼び込む努力。U・Iターンマッチング等の促進。
- ・技術・商品開発、企業間連携、ブランド化、販路・顧客開拓など、ステージに合致した実践的な専門家派遣のあっせん等の支援。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・被災地域内外における経営人材育成等新事業創出促進の仕組づくり。特に、熱意ある経営者の発掘と育成を強化。
- ・被災地企業等による商品開発、企業間連携、ブランド化、販路・顧客開拓などを継続的に支援する産学官金のネットワークの構築。
- ・コネクターハブとなる企業の発掘と、広域的なマッチング等、

地域に波及効果のある支援策の展開。

(2) 地域課題対応プロジェクトの展開

津波による農地の塩害や風評被害への対応等の視点から、植物工場などの先端農業システムの取組や、農産物の流通方法の開発等が進められている。また、大規模電源への依存の低減を目指したエネルギー資源開発や新たなまちづくりの機会を活かした地域ぐるみの省エネルギー推進等の観点から、再生可能エネルギーのプロジェクト、情報通信技術を活用したスマートコミュニティ^(注2)の取組等が急速に増加している。

こうした取組は、社会的課題に対応する新事業として広がりが見られる一方、更に進展・拡大するためには、コスト、規制との関係、地域関係者の巻き込み、多様な需要の開拓など、多くの課題を乗り越えていかなければならない。

(注2) 電気の有効利用に加え、熱や未利用エネルギーも含めたエネルギーの「面的利用」や、地域の交通システム、市民のライフスタイルの変革などを複合的に組み合わせたエリア単位での次世代のエネルギー・社会システムの概念

○生の声で指摘された課題

i) 先端農業システム関係

- ・人工光型植物工場ユニットのコスト低減、設備転用型植物工場のランニングコスト低減にはフランチャイズ方式による全国展開などスケールメリットの実現が必要。
- ・需要を拡大するためには、日本式コールドチェーン（低温流通体系）技術の確立など、新たな物流の仕組を構築して海外展開するなどの工夫も必要。

ii) 再生可能エネルギー及びスマートコミュニティ関係

- ・地元企業が発電事業をやろうにも、土地確保、資金調達ができず導入できない。
- ・津波被災地で太陽光発電をやろうとしても、他の復興事業との関係で時間がかかる。
- ・再生可能エネルギー関連産業の設備側への参入を通じた地域産業振興も図るべき。

- ・スマートコミュニティによって、住民、例えば高齢者がどんなメリットを受け、暮らしがどうなるのかを地域に説明することが必要。
- ・エネルギーの側面からだけみていると、スマートコミュニティ事業は儲からないのではないか。

○東北地域が一体となって進める取組

i) 先端農業システム関係

- ・農業成長産業化の観点から先端農業システムの導入促進を図るための普及促進活動を強化。
- ・事業者、大学等からなる技術やビジネスモデルの情報交換の場を設定し取組を推進。課題解決を支援するとともに、東北発の先端農業を国の内外に発信。

ii) 再生可能エネルギー及びスマートコミュニティ関係

- ・国、地方自治体等による補助金等をはじめとする関連支援策をパッケージ化した情報発信。また、資金調達や支援策の活用及び手続きなどにおいて課題・障壁となっている内容を精査した上でベストプラクティス等を情報発信。
- ・企業の技術開発等において、産総研福島再生可能エネルギー研究所との連携強化を図る。
- ・以上について、国と県が連携し関連事業者等を含めた情報共有を図る。

(3) 新産業創出プロジェクトの展開

東北地域の東日本大震災からの復興を加速化し、地域の経済・社会を活性化するため、東北各県においては、起爆剤となる大型・広域的なプロジェクトを推進している。そうしたプロジェクトは多岐に及ぶが、代表的なものとしては以下のようなものがある。（各プロジェクトの概要は付録参照）

- ① 金属粉末関連新産業創造事業……………青森県県南地域
- ② 国際リニアコライダー（ILC）を核とした国内外の研究者が居

住する国際科学研究都市と関連産業集積圏域の形成

…… ILC 戦略会議が東北・北上山地を候補地に決定 (H25. 8)

- ③ 水産業の復興に向けた「漁獲から流通、加工までの一貫した高度衛生品質管理地域づくり」と水産加工業におけるカイゼンの導入…………… 岩手県三陸沿岸
- ④ 海洋再生可能エネルギーの利用促進に向けた研究拠点の整備…………… 岩手県三陸沿岸
- ⑤ 仙台市エコモデルタウン構想…………… 仙台市宮城野区田子西地区ならびに若林区荒井東地区
- ⑥ 下水からオイルを生産する微細藻類の研究開発…………… 仙台市南蒲生浄化センター
- ⑦ 再生可能エネルギー推進プロジェクト…………… 福島県全域
- ⑧ 福島県廃炉・除染ロボット技術研究会…………… 福島県

こうした事業の意義や取組状況を共有し、様々な機会に関係者が実現を後押しし合うことにより、実現を相互に加速し、東北全体としての復興の加速、競争力の強化につなげていくことが重要である。

○国の政策に対する提言

- ・「経営人材育成」、「コネクターハブの輩出」、「異業種連携」、「マーケティング」等の切れ目のない地域での支援体制の構築を促進するための制度づくり。
- ・多くの事業は、軌道に乗るまでに数年以上を要するため、企業の将来計画策定に資する継続的な支援が必要。また、企業の事業計画を具体化させるためには支援期間等の明示も必要。
- ・被災地の復旧・復興に必要な支援策^{*}を継続するとともに、生産・商業活動等の課題解決に必要な支援策の実施。
※ 例えば、グループ補助金、二重債務対策、J S T復興促進プログラム、工業品等に係るビジネスマッチング・商品開発支援事業など。
- ・雇用のミスマッチ解消や域外からの人材確保に対する地域の取組、ソフト面、ハード面についての支援拡充。
- ・大型・広域的新産業創出プロジェクト推進の後押し。

第2節 テーマ2 『地域資源の新たな魅力発掘と発信』

東北には、歴史・文化資源、祭りなどの観光資源、伝統工芸品、農林水産物等の多様な地域資源が存在する。東北人の気質を育んできた当該地域資源は、海外にも通用する魅力ある地域独自の素材である。しかしながら、現状においては、その発掘や磨き上げ、更には対外的な発信が十分であるとはいえない状況にある。

また、観光においては震災以降三年経ち、回復傾向にあるとはいえ、今なお国内外問わず風評被害が続いており、依然、国内観光においては8割程度、インバウンド（訪日外国人旅行）に至っては4割程度の回復状況に留まっている。

今後、グローバル化する経済環境のなか多様なニーズに応え、地域製品の販路や交流人口を飛躍的に伸ばすことが望まれている。

そのためには、①東北一体としてのブランドづくり、インパクトのある情報発信が必要であるとともに、②地域の個性ある資源を発掘し、磨き上げる仕組みが不可欠である。また、③地域製品の販路拡大に特有の課題解決や、④観光の振興・交流人口の拡大という視点からの広域的取組も必要となる。以下、その四つの切り口からの課題と対応について見ていくこととする。

（1）東北ブランドの確立と情報発信力の強化

グローバルな視点で、地域の魅力ある資源を観光、販路拡大に結びつけていくためには、各地域独自のブランド戦略等の動きもふまえつつ、東北が一体となったイメージ戦略を打ち出し、インパクトある情報の発信が求められている。このため東北観光推進機構などを核としたオール東北としての行動計画や情報発信を官民一体となって進めていく必要がある。

○生の声で指摘された課題

・地域ごとの努力も重要だが、恩恵は限定的。オール東北での取

組が重要。

- ・イメージ戦略としては、「東北＝被災地」からの転換が必要。
- ・地域資源の見せ方、活かし方、PRに工夫が必要。一過性ではない継続した取組が重要。

○地域ごとに進める取組

- ・地域団体商標制度の活用など、地域ごとのブランド戦略の推進。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・東北7県の知事が総出演するようなインパクトのあるプロモーションビデオの企画、海外向けの情報発信ツールの作成など、東北が一体となって進める情報発信。
- ・「東北」ブランドイメージの確立に向けたオール東北で取り組むための行動計画の策定など東北観光推進機構、東北経済連合会をハブとした東北が一体となって進める仕組づくり。
- ・国際イベントなど節目を捉えた効果的かつ継続的な情報の発信（活用が期待されるイベント例：国連防災世界会議、オリンピック等）。
- ・各公的機関等が所有するメディアコンテンツデータ等の集約と東北が一体となった活用の検討。

（2）地域資源の再認識と発掘・ネットワークの強化

活力ある地域経済の発展のためには、まだ十分に活用されていない各地域に眠る歴史、文化、祭り、自然、地場産品、伝統的技術、農林水産物などの多様な素材を、地域資源として発掘・再認識し活用する草の根的な取組と、既存の取組を大きな舞台に引き上げる両輪が肝要。このためには、NPO等含めた民間の動きを引き続きサポートし、又はネットワーク構築を図ると共に、支援する機関等の十分な連携を促す必要がある。

○生の声で指摘された課題

- ・地場産品に対する自負とそれらの的確な情報発信が必要。
- ・地域資源は気付きが重要。他地域、異業種との連携が必要。産業施設なども見方を変えれば観光施設。
- ・農林水産業は付加価値を大きく伸ばせる可能性あり。更に魅力のある産業とするには、6次産業化の推進や他産業との連携、輸出促進が重要。立ち寄り農家、農家民宿など観光資源にも活用可能。

○地域ごとに進める取組

- ・各地域固有の農林水産物、郷土料理、景観、伝統文化、伝統工芸品、観光施設、産業遺産等の地域資源について、域外の視点を活かして地域が改めて価値を再認識し、ブランド化等に取り組む機運を醸成。
- ・B級ご当地グルメを例とする自主的・自発的なNPO等の団体や地域住民の取組など、「小さな芽」に対する継続的なサポート。
- ・農林水産物の活用のみならず、農林漁家や農山漁村の資源を活用したツーリズム等への展開、異業種との連携の強化。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・地域資源を活用した新たな事業創出に向け、広域的な異業種連携、ネットワーク構築を促進。
- ・地域資源としての農林水産物について、6次産業化の取組の促進、海外見本市等での効果的な情報発信、輸出促進のためのサポート体制等について支援機関のネットワークを強化。

(3) 商品開発・販路拡大

地域資源を活用した商品開発・販路拡大に向けた取組は、これまでの行政や支援機関の支援制度等の活用も相俟って、農林漁業者等や意欲ある事業者等による地域活性化の動きとして展開されてきた。

こうした動きを、更に一步グローバル市場に踏み出す機運を醸成し促進するためには、スケールメリットを活かした事業展開の場づくりや輸出手続き等の課題解決の仕組みづくりを進めていく必要がある。

○生の声で指摘された課題

- ・ 輸出戦略にあたっては、地域ごとの単独プロモーションでは、スケールメリットを活かせず、条件競争（展示・価格）を引き起こすケースもある。
- ・ 各県の産地が協力して海外のスーパーの棚を取る考え方が必要。生産者、商社等関係者との情報交換の場が欲しい。
- ・ 輸出先から求められることのある適合基準や認証等（CEマーク^(注3)、HACCP^(注4)、グローバルGAP（農業生産工程管理））や検疫手続負担等が中小企業者の海外展開を行う上での隘路となっている。
- ・ 6次産業化には、取組の裾野を広げるための支援やトップを引き上げる支援の両軸が必要。
- ・ 中小企業者は行政の支援の終了とともに取組自体を終了するケースも多い。ある程度の継続支援が必要。

(注3) 欧州連合（EU）地域に販売される指定の製品に貼付が義務付けられる基準適合マーク。

(注4) 食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生する恐れのある微生物汚染等の危害をあらかじめ分析し、その結果に基づいて、製造工程のどの段階でどのような対策を講じればより安全な製品を得ることができるかという重要管理点を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理の手法。

○地域ごとに進める取組

- ・ 商品開発・販路開拓に取り組む意欲のある事業者に対する各種支援制度の活用促進、外部人材の活用による販路拡大・連携促進などきめ細かな対応。
- ・ 農林水産物、伝統的工艺品など既に商品として確立されたものであっても、ターゲットを明確にした新しいコンテンツとして販路拡大に取り組む支援体制づくり。

- ・グローバル視点での販路拡大に向け、エリアターゲットや販売品目を定めた戦略的な取組の展開。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・「大きな舞台」に出る意欲のある事業者拡大を目指したセミナー等の共同開催。
- ・東北ブランド等、東北地域全体が共通の意識を持った海外プロモーション（情報発信含む）の検討。
- ・海外への共同供給体制の構築に向けた継続支援。
- ・「日本再興戦略」「クール・ジャパン戦略」等に沿った農林水産物や伝統工芸品を含めた地域資源の海外販路拡大に向けた事業者の意識啓発と総合的支援の展開。
- ・海外に発信力のある日本酒等の地域資源について、海外販路拡大等を視野に各事業者の取組を連携し、共同事業化を促進。
- ・魅力ある商品づくりに向けて、農商工連携、地域資源活用プログラム、6次産業化、販路開拓支援、専門家派遣など、事業化の発展段階に応じた各種支援制度の活用促進と継続的な支援の実施。
- ・海外輸出に係る最新の情報提供及び輸出先の求める適合基準や認証等に対応するための課題解決の仕組みづくり。

（４）観光振興・交流人口拡大

観光の取組は、各地域それぞれの取組と連動して、東北観光推進機構が東北として一体となった取組の推進母体として活動を行ってきたものの、風評被害の影響もあり海外観光客の推移は伸び悩んでいる。

今後、北海道新幹線新函館駅（仮称）開業や仙台空港民営化等による交通ネットワークの拡充、国連世界防災会議・オリンピック開催など国際イベントの節目を捉え、他地域の連携も含めたインバウンド誘致にむけた取組が一層期待されている。

観光振興を大きく発展していくためには、個性豊かな各地域が地域の魅力を発揮して競い合うのみならず、六魂祭開催などを例とする地域間の連携した取組を加速させ、各々が持つ観光

の力を東北地方全体で最大限発揮する環境を整える必要がある。

○生の声で指摘された課題

- ・観光は一つの県だけで完結しない。広域ネットワークを強化すべき。
- ・海外からの観光客数は、回復傾向にあるものの、北海道、九州に大きく水をあけられ、特に震災以降、風評被害等により全国に比して伸び悩み。
- ・観光は裾野が広い。観光資源はもとより旅館、商店街、農家、ものづくり企業などエリア全体を巻き込んだ取組が重要。
- ・おもてなし人材の育成が必要。

○地域ごとに進める取組

- ・国内外からの誘客拡大に向け、航空会社やJRと連携した観光プロモーション等、民間と連携した取組を展開。
- ・テレビ番組や映画等の映像作品を観光資源として捉え、メディアや地域コンテンツ産業と連携して海外に展開。
- ・エリア全体を巻き込んだ観光交流のための取組の促進（観光資源の掘り起こし、磨き上げ、情報発信）。
- ・海外からの観光客の受入れ体制の整備やおもてなし人材の育成。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・統一コンセプトの形成等、市場を明確に意識した広域観光モデルプロジェクトを提案・展開（例：海外からの観光客の多様な文化・慣習、導線にも配慮した「湯治場と地域食」「雪まつりと冬の食文化・アート融合」等）。
- ・ビジットジャパン事業との連携・活用も含めた東北が一体となった観光誘致プロモーション事業を展開。
- ・農林水産物、日本酒などの「食」や伝統工芸品などの物産の販路拡大と連携し、相乗効果を訴求する観光プロモーションを促進。

- ・東北の祭りが一体となった取組など、広域的な観光連携への継続的な支援。
- ・道路・鉄道（二次交通対策含む）等社会インフラや公衆無線LANや近距離通信等の情報通信インフラ環境整備を観光振興の観点から引き続き促進。
- ・放送コンテンツ等の海外展開や情報通信技術の活用による効果的な情報発信の展開。
- ・東北観光推進機構を核として、航空会社、JR等民間と連携し、東北が一体となったインバウンド観光戦略を強力に展開。

○国の政策に対する提言

- ・農林水産物・食品の海外諸国（中国、韓国等）の輸入停止措置緩和に向けた取組。
- ・観光客誘致の障壁となる風評の払拭に向けた取組の充実。
- ・海外からの観光客誘致や海外販路開拓に係る地域の取組への継続支援及び関連予算の拡充・強化。

第3節 テーマ3 『ものづくり産業の戦略的育成』

1. 自動車産業集積

各県の知事が揃ってのトップセールス、東北の新技术・新工法を売り込む展示商談会等の一体感ある「とうほく自動車産業集積連携会議」の取組もあり、東北は日本の自動車産業を支える拠点に成長しつつある。現状においては、大手自動車メーカーを中心に、東北経済の牽引力となっているが、その波及効果を最大限に引き出すためには、地場企業の自動車部品産業への参入の加速化と地場企業の技術力・提案力の更なる向上という好循環を構築することが必要である。

このため、東北が一体となって、進出企業と地場企業が協力し部品生産から完成車の組立てを域内完結できる生産拠点や、世界に通じる企画開発や構成部品開発が行われる研究開発拠点の形成を進めるとともに、これらを支える優秀なものづくり人材の育成に継続的に取り組む。それにより「とうほく」は、コンパクトカーをはじめとする環境対応自動車など、世界に発信できる自動車の生産・開発拠点の形成を目指し、日本のものづくりの一翼を担っていく。

○生の声で指摘された課題

【生産拠点】

- ・進出・参入企業の更なる増加が求められる。
- ・新規参入には時間がかかる。
- ・参入に積極的な経営者の発掘と企業育成が必要。
- ・参入成功事例の情報共有と普及の必要性。
- ・受発注情報等仲介機能の一層の強化が必要。
- ・商談会を継続して実施する必要がある。
- ・QCD（品質、コスト、納期）水準や受注獲得に向けた技術や提案力が不足。

【研究開発】

- ・研究シーズを実用化段階にまで進める事例が少ない。
- ・製品開発の企業課題解決について、研究機関の能力を十分活

用することが求められる。

【人材育成】

- ・ 自動車の機能構造や業界動向に通じる人材の不足。

○地域ごとに進める取組

- ・ 関連企業の誘致と技術を持つ企業の更なる発掘と参入の支援。
- ・ 地場企業能力向上を図るためのセミナー、勉強会等の開催。
- ・ アドバイザーの活用による参入支援。

○東北地域が一体となって進める取組

i) 生産拠点形成に向けて

【幅広い分野の企業集積】

自動車関連企業の進出・地域定着と地場企業の参入を進め、幅広い分野の関連企業の集積を促進する。

- ①自動車関連企業の進出促進
 - ②地場企業の参入促進
 - ③企業間交流・連携の促進
- ・ 知事が連携したトップセールスの実施、リーフレットによる東北における自動車産業への取組PR等により、地域の一体感を内外に発信。
 - ・ 東北の地場企業の技術力を紹介し、新技術や新工法等を提案する展示商談会の開催、ホームページ等による地場企業の情報発信、取引あっせん機能の向上。
 - ・ とうほく自動車産業集積連携会議の各種事業による企業間連携につながる場の提供、受注拡大に向けた体制づくり。

【競争力のある生産拠点】

設計開発機能の強化や生産技術の高度化を推進し、競争力のある車両・部品の生産を促進する。

- ①設計開発機能の強化
- ②生産技術の高度化
- ③提案力の強化

- ・ 地場企業に対する各種セミナーや研修会等を開催。
- ・ 自動車関連産業に精通するアドバイザー等による生産現場等の改善（QCD）支援、発注企業に対する自社技術の活用提案につながる助言。等

ii) 研究開発拠点形成に向けて

【次世代技術の開発拠点】

広域的に産学官が連携し、次世代の自動車に求められる技術の研究開発を促進するとともに、製品化・実用化を意識した取組を進める。

- ①競争力を高める次世代技術の開発
- ②研究開発の実用化
- ・ 企業の独自技術の開発や取得を支援するとともに、生産プロセスの高精度化等を支援する。
- ・ 次世代技術の実用化に向け、研究機関や地域で行われている開発プロジェクトの相互連携を促す。

iii) 産業を支える人材の育成に向けて

【人材の育成・供給拠点】

産学官が連携し、高度化・多様化する自動車産業において求められる知識や技能を有する人材を東北全体で継続的に育成する。

- ①学生段階からの人材育成
- ②企業ニーズに応じた人材育成
- ・ 早期の段階からものづくり産業への関心と進路選択を促すため、中高生を対象としたものづくり教育を推進。
- ・ 大学や高等専門学校等による人材育成により、東北における開発・生産拠点の集積を促進。
- ・ 参入企業のすそ野を広げる参入啓発セミナー、自動車産業の慣習に係る勉強会等の継続的な開催。
- ・ 地場企業の技術力向上に資する先進企業による研修生の受入等。

iv) その他

- ・東北自動車イノベーション創出会議による自動車産業の集積進展に向けた取組（光る独自技術の開発、生産プロセスの高度化、企業間連携研究会、OB人材活用事業 等）。

○国の政策に対する提言

- ・生産拠点形成を加速するための地場企業による新規設備の導入等の支援。
- ・研究開発拠点の形成を加速させるための研究開発段階から量産までを見据えた連続的な支援。
- ・産業を支える人材を育成するための講習会等の開催や人材育成機関の運営等を安定的に可能とする継続的な支援。

2. 医療機器産業集積

医療機器産業は、まだ日本の企業の技術力を生かし切れていない分野であり、今後、世界市場での拡大が見込まれる分野である。東北は、医療機器生産額全国第4位の福島県をはじめ、地域全体としても医療機器の生産額上位に位置し、活用できる資源も多い。

現在、各県で医工連携の取組が進められており、医療機器産業への参入も徐々に進みつつあるが、これを加速するためには、更に大きな連携の仕組みを構築し、企業同士、企業と大学研究者とのマッチングの機会の拡大、実用化に不可欠な治験・臨床等の機会の拡大を図るなど、現在の課題と機会を踏まえた迅速・的確な対応が必要である。

○生の声で指摘された課題

- ・地域の中小企業が医療機器産業に参入する上で、技術力・人材が質・量ともに不足。
- ・医療機器や医療に関する各種法規制に関する専門的知識が不十分なことから、医療情報共有の「場」の設定が必要。
- ・自前での開発では限界があり、業界を知る企業との共同開発が必要である。
- ・医療機器産業参入には時間がかかる。継続的な支援が必要。

○地域ごとに進める取組

- ・医療機器産業に関する研究会や協議会によるセミナーの開催。
- ・医工連携による人材育成として、医療技術の専門家による講演や病院等の現地見学を実施。
- ・医療や福祉などのネットワーク組織との連携。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・地元中小企業の医療機器産業への参入を支援するための環境整備として、公設研や大学等が有する共用試験設備の東北版

データベースの作成と普及。

- ・「地域中小企業のシニア人材確保・定着支援事業」やよろず支援拠点、クラスターマネージャー制度等の医療機器に関する専門家を東北一体として活用。
- ・県外企業との産学・産産連携を支援するため、各県に配置されているコーディネーター間の県外活動を円滑化するためのネットワーク構築等の環境整備。
- ・個別の企業支援として、（仮称）福島県医療機器開発・安全性評価センターの活用。
- ・医師と企業が集まる仕組みを検討する場として、東北大学病院臨床研究推進センター（CR I E T O）、山形大学重粒子線がん治療施設、ふくしま国際医療科学センター、医療－産業トランスレーショナルリサーチ^{（注5）}センター等の拠点の活用。

（注5）基礎研究を臨床現場に橋渡しする研究。

○国の政策に対する提言

- ・医療機器開発・改良に対する補助などの支援策の創設・継続。
- ・企業における技術開発に関する人材育成・人的支援制度の創設。
- ・国内外の承認認証取得に向けての弾力的な運用や支援制度の創設。
- ・拠点に参画する企業への支援策（特区制度・税制優遇）の創設。

3. ものづくり産業の戦略的育成

ものづくり分野については、自動車、医療機器等の特定分野にとどまらず、産業横断的課題も多く指摘されている。

東北のものづくり産業は、全国と比較して、従業員一人あたりの付加価値が低位にある分野が多いが、個々の技術力やものづくりに取り組む姿勢については、他地域から参入した企業からも高い評価がある。

このようなものづくり力の更なる強化のみならず、「ものづくり」から「ことづくり」への転換という視点から、持てる技術力をどのように高付加価値の商品につなげたり、発注企業側からの評価を高めたりしていくかというソフト面での経営資源の充実も重要な課題である。

また、産業に関連するインフラの課題も指摘されており、インフラ面で企業が抱える課題について官民で共有し、知恵を出し合って解決していくことが求められている。

(1) 産業人材の育成・確保

産業人材の育成・確保は、東北の産業競争力強化の最も重要な課題の一つであり、各県では企業内人材、企業OB人材、次代を担う若年人材等の階層別にそれぞれ特徴的な取組を実施している。

他方、産業人材問題は、その論点の多様さ、関係者の多さ、地域ごとの特性の違いなどから、必要な対応策を効果的に実行することは容易ではなく、東北全体として各組織間の連携や役割分担が特に必要な分野でもあると思われる。

協議会の議論の中でも、様々な論点が指摘されているが、個々の取組については地域の産学官のイニシアティブを尊重しつつ、求められれば必要なリソースを広域的に調達できるような柔軟な仕組みづくりが求められている。

また東北地域においては、各分野で専門知識と意欲を持って、人材育成を主導できる人材の層は薄いと言わざるを得ず、これらの支援・指導人材の育成・確保も重要な課題である。

このような観点から、①現在、どこでどのような取組が行わ

れているのか、足りないものは何なのかといった点を俯瞰し、関係者で共有することにより、取組の補完関係や相乗効果を高めること、②産業人材の中で階層別・職種別にどの部分が不足しているかを明確にし、取組のターゲットを明確にすること、③それぞれの分野で人材育成を主導できる人材を東北全体でリストアップし、また支援・指導人材自身のネットワークを拡大することにより、各地域の多様な要請に対応できる環境を整備すること、などが広域的な取組として有意義である。

○生の声で指摘された課題

【総論】

- ・産業人材育成の取組みに関しては、今後とも国と地方自治体が役割分担をしながら、連携・協力をしていくことが必要。
- ・産業人材の中で階層や職種毎にどこが不足しているのかを明確にすることが必要。

【次世代を担う人材】

- ・新卒者の離職率が高い。他方でキャリアアップした人材の離職については労働力の流動化としてポジティブにとらえることも重要。
- ・若者の勤労観、職業観が未成熟で、かつ社会人・職業人としての資質・能力が不十分である。
- ・産学官のものづくりネットワークを構築し、子どもの頃からものづくりの意識を涵養することが重要。

【企業人材】

- ・産業界のニーズに的確に対応した優秀な人材の育成が必要。
- ・中小企業の技術の高度化やマネジメント・国際ビジネス等に対応できる人材が必要。
- ・地域ものづくり企業への女性進出が必要。またものづくり分野での女性経営者の創出も重要。
- ・東北が一体となって次世代経営者・後継者の育成について取り組むことが必要。その場合には現経営者の意識改革も重要。

【支援人材】

- ・指導・育成できる人材や支援人材が不足している。

- ・シニア人材の有効活用が重要。ただし大企業OBを中小企業支援に活用する場合には中小企業のニーズに対応するため養成し直すことが必要。

○地域ごとに進める取組

- ・産学官連携による産業人材育成のためのネットワーク形成。
- ・各県産業の特徴を踏まえた企業ニーズに対応しうる人材の育成。
- ・地域訓練協議会で協議された地域における人材ニーズを踏まえた訓練計画（分野、規模等）との連携。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・産業人材育成の取組について、関係者が俯瞰し共有できるマップの作成・定期的更新。
- ・上記を踏まえた産業人材における階層毎・職種毎の過不足状況の分析・検討。
- ・小中高生のものづくり意識の涵養のため、ものづくり企業の見学・現場体験ができる仕掛けづくり（例：「ものづくり職場オープンデー（仮称）」の創設など）。
- ・高校生を対象としたジュニアインターンシップ受入企業の情報収集と学校への情報提供、職業講話の実施等職業意識の形成に係る支援事業の活用。
- ・大学ともものづくり企業との人材育成・活用面における連携強化（大学生による地域ものづくり企業へのインターンシップの拡充、学生と従業員共同による課題解決型プロジェクトの推進など）。
- ・次世代経営者・後継者育成のための総合的な取組の実施。
 - 1) 後継者問題の実態把握。
 - 2) 若手経営者塾の実施、若手経営者・女性経営者ネットワークの構築。
 - 3) 現経営者の意識改革のための取組。
 - 4) 次世代経営者・後継者の育成における大企業の活用の検討。

- ・企業OB人材を活用した製造現場の効率化を東北一体で推進（地域中小企業のシニア人材確保定着支援事業や山形大学シニアインストラクター養成事業等を活用）。

○国の政策に対する提言

- ・地域における多様な人材育成の課題に柔軟に対応することができる支援策の構築。
- ・地域ものづくり企業への女性進出の促進のための支援（ポジティブ・アクションの促進など）。
- ・中小企業における次世代経営者・後継者育成のための支援。

（２）産業インフラの充実

東北は、面積が広く、地形的にも複雑で、都市が分散した構造となっているため、大規模な企業集積による物流やエネルギー面のスケールメリットが形成しづらい地域である。加えて降雪等により都市間交通が阻害されるなどの問題も指摘されている。

今後、物流機能の高度化・効率化による産業の国際競争力の強化を図るためには、主要都市・産業集積地を短時間で結び、地域間の広域的な連携を支援する高速交通ネットワークの効果的・効率的な構築を図ることが必要である。

現在、道路、空港、港湾、鉄道、情報通信、LNG基地等について整備の促進が図られているところであるが、今後、こうしたインフラの活用方法や地域の安全安心の確保などの課題について、官民の意見交換を密にし、双方の連携により着実に課題を解決していく仕組づくりが必要である。

○生の声で指摘された意見

- ・東北はエネルギー・コストが高い。
- ・東北は面積が広く、産業物流の広域的効率化が必要。
- ・世界で6番目の海域を持つ日本は港の活用が重要。
- ・東北にハブ空港が必要。

- ・エレクトロニクス産業の国内生産縮小の中で、当該産業が有する空き工場・空きクリーンルームを有効に活用することが必要。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・エネルギー・コスト低減化のための検討（例えば、工業集積の高い地域に、中型天然ガスコジェネの設置とガスパイプラインの敷設を誘導するなどエネルギー選択肢を増やす働きかけを行うなど）。
- ・産業物流の効率化について、官民対話の実施。
- ・情報通信技術との連携（ITS（高度道路交通システム））
- ・空き工場・空きクリーンルーム活用のための研究会・勉強会の開催。

○国の政策に対する提言

- ・高速交通ネットワークの形成と公共インフラの整備促進。
- ・ハブ空港の整備。
- ・成田空港及び羽田空港と地方空港を結ぶ航空ネットワークの強化。

（3）ソフト面の経営資源の充実

現在の「ものづくり」は単にものを作るだけではなくマーケティングやソフト・IT等との融合が重要になっており、まさに「ことづくり」が必要な時代になっている。

協議会の議論でも、ビジネス機会の拡大や産学官・企業間連携、知的資産経営、海外との交流等についての課題が指摘されている。

特に地域ものづくり企業は単工程に特化していることが多く、企業間連携の推進など自動車メーカー等からの受注を受けやすくするための体制作りが求められている。

また、東北地域においては、特許の取得件数のシェア（全国比0.57%）にも現れているように、知的資産経営の面での強化も

必要である。

さらにコーディネーター・アドバイザー等の支援人材の強化も必要であるが、効果の高い支援のためには、企業のニーズを深く聞き取り、それに対応できるアドバイザーをマッチングするコーディネーターと、専門性を持ってコンサルティングを行うアドバイザー双方の能力を高めるとともに、そのネットワーク化を進めることが必要である。

○生の声で指摘された課題

- ・ものづくり単体ではなく、ソフトやITとの融合などの推進も重要。
- ・開発・設計から原材料調達、完成品までのトータルなものづくりが必要。
- ・東北では人やビジネスを呼び込む機会が少ない。商談会の開催等機会の創出や活動の継続性が重要。
- ・中小企業やベンチャー企業を育成するためには国や地方自治体が地元企業の製品を積極的に調達することが重要。
- ・自動車産業や医療機器産業等に参入するためには初期投資が必要となるが、資金の手当てが困難である。
- ・先端技術分野での海外との交流を促進すべき。
- ・弁理士を活用するなど知財人材の育成、活用が必要。
- ・イノベーションやベンチャー企業の創出を国家的プロジェクトとして実施していくべき。

○東北地域が一体となって進める取組

- ・自動車メーカー等からの受注を目指し、地域ものづくり企業の域外も含めた企業間連携や受注体制の構築を推進。
- ・地域ものづくり企業の大規模展示会・商談会への参加支援の検討。
- ・国・地方公共団体における中小企業・ベンチャー企業の製品の積極的調達。
- ・初期投資低減化を図るための地域活性化ファンドの設立等新たな資金供給システム創設の検討。

- ・ 県域を越えたアドバイザーの派遣の検討、企業ニーズとアドバイザーとを繋ぐコーディネーターの育成。
- ・ コーディネーター・アドバイザーの広域的活用を進めるための仕掛け作り。(例：東北一体で「支援人材サミット(仮称)」を開催など)。
- ・ 先端分野における海外との連携の推進。
- ・ 知財人材の育成・活用のための取組強化(知財総合支援窓口の強化、研究開発における弁理士の活用促進など)。
- ・ 創業塾・創業講座のリストアップ、金融機関との提携関係の構築。
- ・ 大学ファンド等を活用したベンチャー企業の創出。

○国の政策に対する提言

- ・ 国における中小企業・ベンチャー企業の製品の積極的調達。
- ・ イノベーションやベンチャー企業創出のための省庁横断的な取組の推進。
- ・ ソフト・ICTを活用した新製品開発に対する支援並びに多分野の専門家による支援体制構築への支援。
- ・ 地域活性化ファンドへの資金供給及びファンドマネージャー等の目利き人材情報の提供。

第3章 まとめ

第1節 東北地域の戦略産業

○戦略産業の考え方

産業の競争力を高めるためには、より付加価値の高い魅力的なモノ・サービスを生み出さなければならない。そのためには特定の産業の枠だけに捕らわれない、様々な産業の『融合』も必要となる。

東北地方産業競争力協議会では、地域の成長の方向性として三つの戦略テーマを掲げ、東北地域の復興・再興を実現するための取組を検討してきた。その中で明らかになった取組の方向性に深く関係する産業群を東北地域の戦略産業として位置づけ振興を図る。

○東北地域の復興・成長の方向性

東北地域の復興・再興に向けた戦略の出口は大きく二つ。一つ目は『地域資源を活用した交流人口の拡大と地域製品の域外・海外展開』。二つ目は『ものづくり産業の競争力強化と将来に亘った成長への基盤づくり』。この二つの方向性で地域産業の活性化と域内経済の成長を実現していく。

被災地における新たな挑戦は『新産業の芽』として、これらの二つの戦略産業へと橋渡しすべく、東北地域が一体となり育成していく。

○『地域資源を活用した交流人口の拡大と地域製品の域外・海外展開』を進めるための戦略産業

東北地域における競争力ある地域資源として農林水産物は欠かせない。品質を武器にした海外展開に加え、変化・成長のためには『融合』も大きな武器となる。生産・流通一体のシステム構築、農商工連携による新商品・サービスの開発、生産現場への新システム導入など、『6次産業』『食品産業』への展開も含め、地域の成長産業として『農林水産業』の可能性は大きい。

また、『観光産業』と『伝統的工芸品産業』の融合や、「外か

らの取込」と「内からの発信」である誘客と地域製品の域外展開の融合など、双方向で効果的な事業を展開していく。

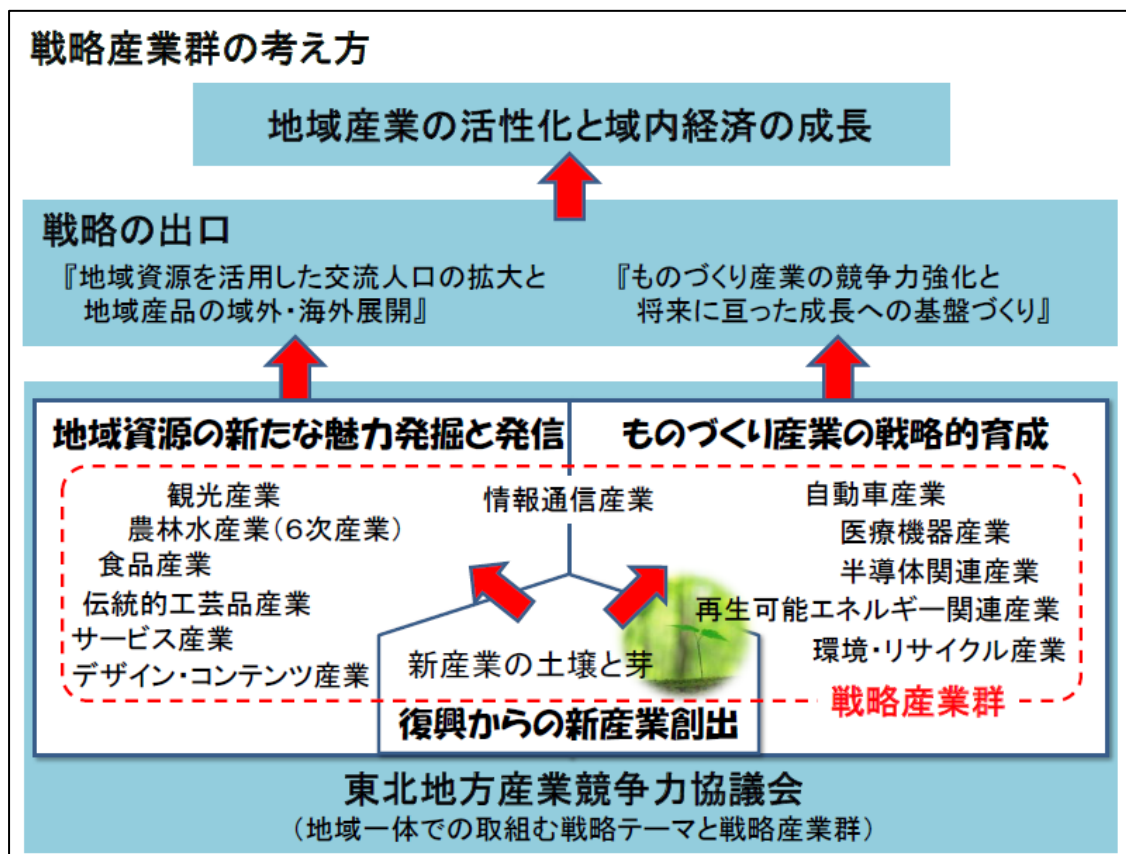
さらに、その効果を最大限引き出すため『サービス産業』『デザイン・コンテンツ産業』『情報通信産業』との融合や、ビッグデータ^(注6)・オープンデータの活用も含め総合的な戦略を展開する。

(注6) スマートフォンやSNS、多様なセンサー等から収集される多種多量なデータ。

○『ものづくり産業の競争力強化と将来に亘った成長への基盤づくり』を進めるための戦略産業

東北地域の成長産業である『自動車産業』と『医療機器産業』を牽引役として、地域産業の技術力や生産性を向上させ、競争力強化を図る。地域企業にとっては新たな産業分野。参入は容易ではないが変化・成長の絶好のチャンスとなる。

さらに、将来に亘って地域経済を成長させていくには、地域の蓄積を活かした産業の多様化も重要である。『半導体関連産業』、『再生可能エネルギー関連産業』、『環境・リサイクル産業』等の東北地域の強みを活かし、長期的視点に立った産業振興を進めていく。



第2節 フォローアップ

○フォローアップ会議

- ・本協議会とりまとめの進捗に関する確認を行うためフォローアップ会議を設ける。この会議では、日本再興戦略の東北地域における展開状況について併せて確認を行う。
- ・フォローアップ会議の開催時期については、取組の進捗状況も踏まえながら関係者が協議の上決定し、半年に一回程度で定期的にフォローアップを実施していく。
- ・会議の事務局は、協議会事務局同様、代表県、東北経済連合会、東北経済産業局が行う。
- ・フォローアップの方法や会議の運営については、事務局が素案を作成のうえ関係者に諮り決定する。

かわらぬ信念と柔軟な変化

○ 信念と変化

生涯、会津人の心を忘れず、信念を貫き生きた「新島八重」、激動の時代の中にあり波乱万丈な人生だったが、時代に合わせ自分を高め柔軟に変化。その生き方は多くの人に感動を与え、慕われた。

東日本大震災は東北から多くのものを奪い去った。しかし、震災から立ち上がろうとする強い思いが、地域に変化をもたらし、これまでにない新しい挑戦を生み出している。これら挑戦の軌跡は、今後、東北の強さになるだけでなく、日本・世界で活かされるものになっていくであろう。

○蓄積からの成長

環境は絶えず変わり止まることはない。それに合わせ、地域や産業が変化していく必要がある。

自動車産業や医療機器産業の成長も、これまで培ったものづくり産業の蓄積から生まれた。そこにまた新しい蓄積が加わり、次の産業へと成長していく。観光や農林水産業を中心にした新たな挑戦もはじまっている。また、国家的なプロジェクトを呼び込むことにより、東北全体に新たな投資が生まれる可能性がある。

絶えず変化し新分野に挑戦することによって将来に亘り成長しつづける東北がそこにある。

○個々の研鑽と一体化

社会のニーズはより多様化し、産業はそれに迅速に応えなければ生き残れない。グローバル化はさらにそれを加速し、個々の力だけでは克服できない課題も多い。個々を高め、その上で地域が一体となることで、より大きな変化にも対応が可能となる。

東北地方産業競争力協議会は本とりまとめで、個々の取組と東北地域一体の取組を共有しあい、効果的な実行へと繋げ、東北地域全体を再興・成長させていくことを確認した。

東北はもうすぐ春を迎える。様々な芽が吹き出し、そして美しい桜が東北を駆け上がる。

付 録

新産業創出プロジェクトの展開

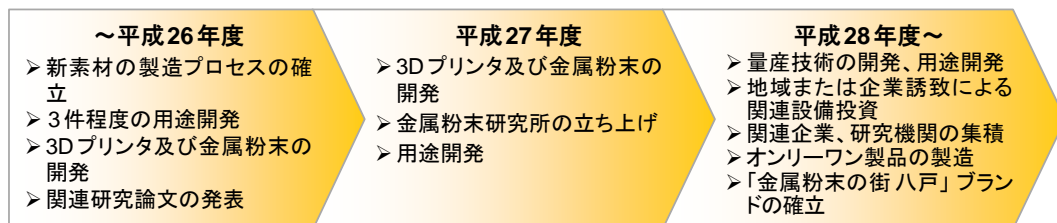
1. 金属粉末関連新産業創造事業

○主体（地域）：青森県及び八戸市（青森県県南地域）

○プロジェクトの概要

- ・八戸市の特色ある産業の一つである、世界唯一の粒径 3~5 μ m の微細金属粉末製造技術を活用して、これまでのPM（Powder Metallurgy：粉末冶金）及びMIM（Metal Injection Molding：金属射出成形）といった金属粉末部品の限界を超える新素材の開発及び当該素材を活用した部品の用途開発を行い、金属粉末及び新素材関連産業の集積を図る。

○全体工程・ロードマップ



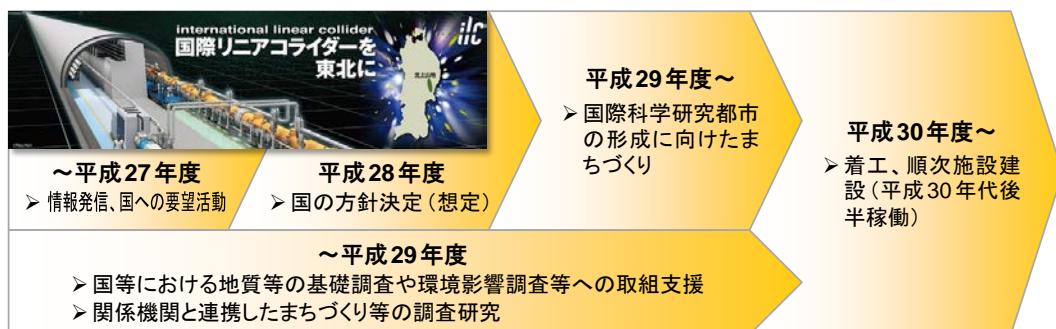
2. 国際リニアコライダー（ILC）を核とした国内外の研究者が居住する国際科学研究都市と関連産業集積圏域の形成

○主体（地域）：東北ILC推進協議会、東北経済連合会、東北大学、岩手県、宮城県、仙台市（東北・北上山地）

○プロジェクトの概要

- ・世界で1カ所建設される全長31~50kmの地下トンネルに超伝導技術を駆使した加速器装置を設置し、ヒッグス粒子や宇宙の起源の謎を解明しようとする世界最先端の素粒子研究施設。
- ・建設費は約8,300億円、建設期間は約10年を想定。
- ・稼働後は、世界中の研究者・技術者数千人とその家族等約1万人が地域に居住。日本再生と東日本大震災からの復興に寄与するものとして期待される。

○全体工程・ロードマップ



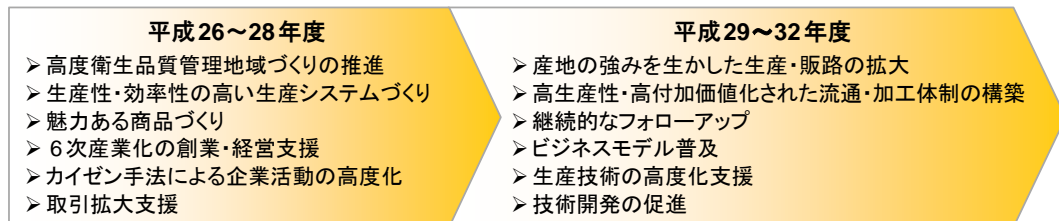
3. 水産業の復興に向けた「漁獲から流通、加工までの一貫した高度衛生品質管理地域づくり」と水産加工業におけるカイゼンの導入

○主体（地域）：岩手県、市町村、漁協、水産加工協、民間水産加工事業者等（岩手県三陸沿岸）

○プロジェクトの概要

- ・漁業と水産加工業の一体的な復興に際して、高生産性・高付加価値化された「いわて型加工モデル」の実現に向け、中核的な産地魚市場における高度な衛生・鮮度管理に対応する施設・設備の整備支援とともに、加工機能の集積や企業間連携等による高生産性・高付加価値化を実現する流通（魚市場）・加工体制の構築を一体的に進める。

○全体工程・ロードマップ



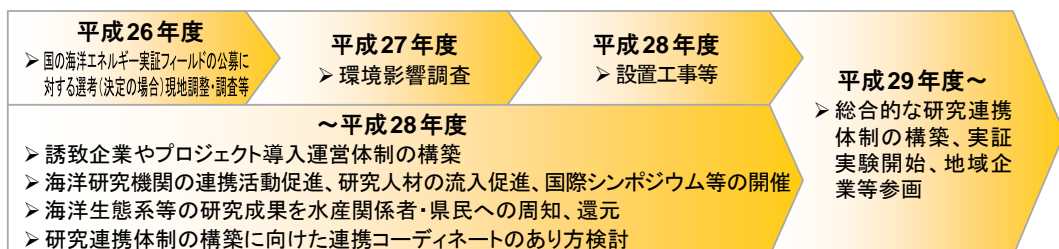
4. 海洋再生可能エネルギーの利用促進に向けた研究拠点の整備

○主体（地域）：国、岩手県、沿岸市町村、いわて海洋研究コンソーシアム（岩手県三陸沿岸）

○プロジェクトの概要

- ・三陸が有する絶好の海洋研究フィールドを活かし、海洋生態系・水産分野や海洋再生可能エネルギー分野について、三陸沿岸地域に立地する海洋研究機関の集積を促進するとともに、国内外研究者等とのネットワークの形成・拡大を図り、海洋研究拠点を形成。また、これらの研究成果の活用による産業振興や交流人口の拡大、人材育成等を促進。

○全体工程・ロードマップ



5. 仙台市エコモデルタウン構想

○主体（地域）：仙台市（仙台市宮城野区田子西地区、若林区荒井東地区）

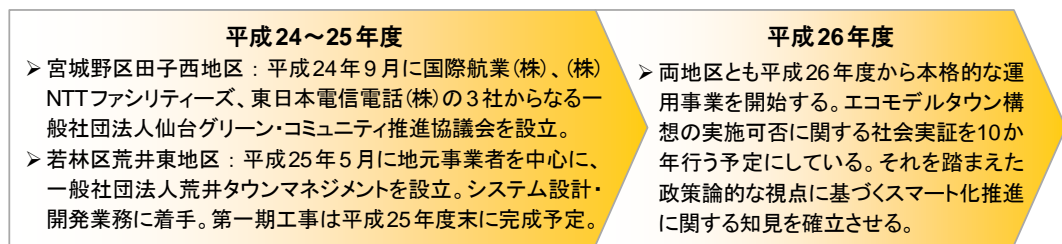
○プロジェクトの概要

- ・新市街地形成が予定される地区において、民間資本との協働によりエコモデルタウン事業に取り組み、特定のエネルギーに過度に依存せず、エネルギー効率の高い地域モデルの形成を目指す。

〔事業概要〕

- ・両地区の復興公営住宅の各世帯で電力使用量の見える化、省エネのインセンティブ情報の提供を行うとともに、デマンドレスポンスを実施。非常時には復興公営住宅敷地内のエネルギーセンターから集会所に電力を供給。
- ・宮城野区田子西地区では、新市街地形成予定地区に建設される戸建て住宅（16戸）に太陽光発電や蓄電池を活用した電力自給自足率向上のための宅内制御システムを試行的に提供。

○全体工程・ロードマップ



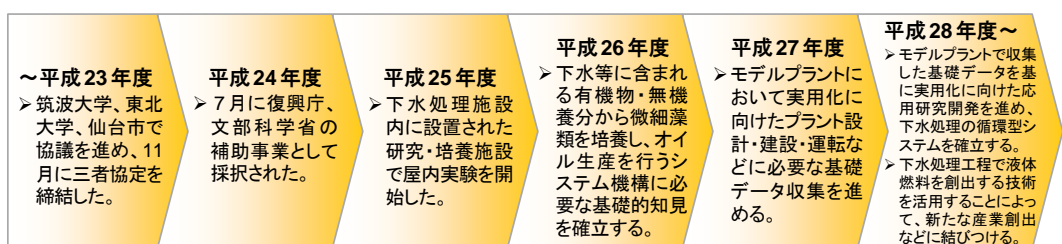
6. 下水からオイルを生産する微細藻類の研究開発

○主体（地域）：筑波大学、東北大学、仙台市（仙台市南蒲生浄化センター）

○プロジェクトの概要

- ・下水中の有機物や窒素・リン酸などの富栄養化因子から液体燃料をつくり出す微細藻類（オーランチオキトリウム、ボトリオコッカス等）を下水処理工程に組み合わせることで下水から多くの液体燃料をつくり出し、生成された燃料を下水処理工程に活用することでエネルギーの循環型サイクルの成立を目指す。

○全体工程・ロードマップ



7. 再生可能エネルギー推進プロジェクト

○主体（地域）：福島県（福島県全域）

○プロジェクトの概要

- ・再生可能エネルギーが飛躍的に推進され、原子力に依存しない、持続的に発展可能な社会を目指し、再生可能エネルギーの導入拡大を進めるとともに、研究拠点・関連産業の集積育成等を進める。

[主要な事業]

- ・テクノアカデミー会津での太陽光発電設備施工技術者の育成や高専・大学等における再生可能エネルギー関連人材育成
- ・再生可能エネルギー関連産業推進研究会によるネットワーク形成、共同研究の立上げ、海外連携促進。
- ・福島再生可能エネルギー研究所における研究開発、次世代技術開発事業の推進、地域イノベーションの創出
- ・浮体式洋上風力発電実証研究を踏まえた拠点形成や太陽光発電の高度普及等に係るモデル事業実施
- ・再生可能エネルギー産業フェア リーフふくしまの開催

○全体工程・ロードマップ



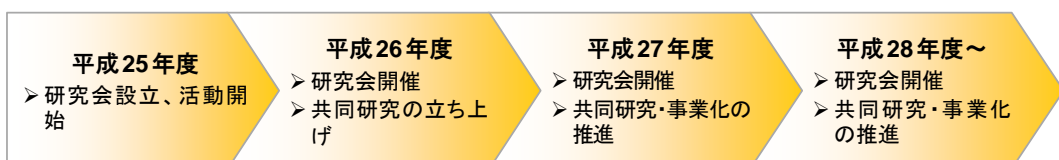
8. 福島県廃炉・除染ロボット技術研究会

○主体（地域）：福島県ハイテクプラザ（福島県）

○プロジェクトの概要

- ・除染のための遠隔操作装置を含む廃炉・除染に特化したロボット開発に関する各メーカーからの情報等の共有を行い、廃炉のための機器・装置開発等に迅速に対応できる産学官のネットワーク構築のため平成25年に研究会を設立。セミナーや企業見学等での情報提供を行うとともに、共同研究の立ち上げ、新技術・新商品の事業化、知的財産の保全と活用等を支援する。
- ・これらの活動により地域企業の参入を促進させ地域の主要な産業へと成長させる。

○全体工程・ロードマップ



東北地方産業競争力協議会 構成員名簿

委 員

鏡 啓記	特定非営利活動法人東北みち会議 理事長
安房 毅	株式会社タカハタ電子 代表取締役
池田 弘	新潟経済同友会 筆頭代表幹事((学)新潟総合学園 総長)
岩淵 明	国立大学法人岩手大学 理事・副学長
氏家 照彦	株式会社七十七銀行 頭取
大滝 精一	国立大学法人東北大学大学院 経済学研究科長
大山 健太郎	アイリスオーヤマ株式会社 代表取締役社長
齊藤 永吉	株式会社北都銀行 頭取
佐藤 幸太郎	東北電子工業株式会社 取締役会長
庄子 真岐	学校法人専修大学石巻専修大学 人間学部 准教授
白根 武史	トヨタ自動車東日本株式会社 取締役社長
須田 精一	由利工業グループ 代表
武輪 俊彦	武輪水産株式会社 代表取締役社長
福井 邦顕	日本全薬工業株式会社 代表取締役会長
元木 寛	有限会社とまとランドいわき 専務取締役
山崎 裕子	山崎ダイカスト株式会社 取締役
谷村 久興	谷村電気精機株式会社 代表取締役会長
三村 申吾	青森県知事
達増 拓也	岩手県知事
村井 嘉浩	宮城県知事
佐竹 敬久	秋田県知事
吉村 美栄子	山形県知事
佐藤 雄平	福島県知事
泉田 裕彦	新潟県知事

※民間委員はアイウエオ順、敬称略。

東北地方産業競争力協議会 構成員名簿

オブザーバー

奥山 恵美子	仙台市長
篠田 昭	新潟市長
渡辺 泰宏	一般社団法人東北経済連合会 専務理事（事務局）
奥 英之	東北総合通信局長
岸本 浩	東北財務局長
岡部 修	東北厚生局長
井上 真	宮城労働局長
佐々木 康雄	東北農政局長
守本 憲弘	東北経済産業局長（事務局）
小池 剛	東北地方整備局長
徳丸 久衛	東北地方環境事務所長
長谷川 伸一	東北運輸局長
今井 良伸	岩手復興局長
梶原 康之	宮城復興局長
丸山 淑夫	福島復興局長
安藤 久佳	関東経済産業局長
守屋 高弘	独立行政法人中小企業基盤整備機構 東北本部長
寺田 佳宏	独立行政法人日本貿易振興機構 東北地域統括センター長 兼 ジェトロ仙台所長
海津 尚夫	株式会社日本政策投資銀行 東北支店長
鎌倉 浩二	株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業 東北地区総括
大藪 雅彦	株式会社商工組合中央金庫 仙台支店長

※順不同、敬称略。

復興からの新産業創出WG 委員名簿

武輪 俊彦	武輪水産株式会社 代表取締役社長
佐藤 勝俊	八戸工業高等専門学校 産学交流・キャリア教育支援コーディネーター
高屋敷 正	株式会社青森銀行 顧問
廣田 淳	盛岡商工会議所 専務理事
小山 剛令	陸前高田地域振興株式会社 代表取締役
藤本 雅彦	東北大学大学院経済学研究科 教授
大川口 信一	株式会社七十七銀行 地域振興部長
大山 健太郎	アイリスオーヤマ株式会社 代表取締役社長
服部 靖弘	北芝電機株式会社 相談役
松崎 辰夫	有限会社品川通信計装サービス 代表取締役社長

※順不同、敬称略。

地域資源の新たな魅力発掘WG 委員名簿

大滝 精一	国立大学法人東北大学大学院 経済学研究科長
庄子 真岐	学校法人専修大学石巻専修大学 人間学部 准教授
倉田 昌直	ブナコ株式会社 代表取締役社長
櫻庭 洋一	青森商工会議所 専務理事
桜庭 雅紀	株式会社ファーストインターナショナル 営業部長
菊池 新一	東北まちづくり実践塾 塾長
橋本 正成	株式会社銀河農園 代表取締役
燈 啓記	特定非営利活動法人東北みち会議 理事長
柴田 昌正	有限会社柴田慶信商店 代表取締役
諸井 秀樹	株式会社諸井醸造 代表
斉藤 和枝	株式会社斉吉商店 専務取締役
高橋 寛	有限会社パレット 代表取締役
元木 寛	有限会社とまとランドいわき 専務取締役
唐橋 裕幸	ほまれ酒造株式会社 代表取締役社長
檜澤 京太	日中温泉ゆもとや 専務取締役
佐藤 一良	鯉川酒造株式会社 代表取締役社長
阿部 等	NPO法人公益のふるさと創り鶴岡 常務理事
岡崎 彌平治	蔵王温泉 株式会社高見屋旅館 代表取締役社長・CEO
見田 栄征	株式会社エポペ 代表取締役
藤田 毅	有限会社フジタファーム 代表取締役

※順不同、敬称略。

自動車産業集積WG 委員名簿
(とうほく自動車産業集積連携会議幹事会 名簿)

達増 拓也	岩手県知事
小松崎 壽志	三興電子工業株式会社 代表取締役会長
三村 申吾	青森県知事
井口 泰孝	公益財団法人みやぎ産業振興機構 理事長
村井 嘉浩	宮城県知事
佐竹 敬久	秋田県知事
佐々木 誠	公益財団法人あきた企業活性化センター 理事長
吉村 美栄子	山形県知事
沢木 新一	NOK株式会社福島事業場 福島事業場長
佐藤 雄平	福島県知事
船水 清吾	株式会社タカシン 代表取締役
関谷 敏男	高周波鑄造株式会社 代表取締役社長
藤田 成隆	学校法人八戸工業大学 理事・大学学長
吉崎 秀夫	公益財団法人21あおもり産業総合支援センター 理事長
吉田 強	アイシン東北株式会社 代表取締役社長
太田 貴之	富士通株式会社岩手支店 支店長
生田 久貴	株式会社ミクニ 代表取締役社長
藤井 克己	国立大学法人岩手大学 学長
熊田 淳	公益財団法人いわて産業振興センター 理事長
天岸 義忠	アルプス電気株式会社 取締役 新規&民生モジュール事業担当兼技術本部長
渡辺 政美	株式会社ケーヒン 代表取締役専務取締役
吉田 實	トヨタ自動車東日本株式会社 常務執行役員
進藤 秀夫	国立大学法人東北大学 理事
渥美 覚造	秋田渥美工業株式会社 代表取締役会長
松岡 隆	日立オートモティブシステムズステアリング株式会社 秋田工場長
山崎 博次	山崎ダイカスト株式会社 代表取締役社長
吉村 昇	国立大学法人秋田大学 学長
鈴木 喜代壽	スズキハイテック株式会社 代表取締役社長
近江 秀雄	株式会社新庄エレメックス 顧問
飯塚 博	国立大学法人山形大学 工学部長
森谷 裕一	公益財団法人山形県企業振興公社 理事長
野本 克	日産自動車株式会社いわき工場 工場長
大谷 正明	株式会社日ピス福島製造所 取締役社長
小沢 喜仁	アカデミア・コンソーシアムふくしま 地域創造支援センター長

長門 昭夫	公益財団法人福島県産業振興センター 理事長
-------	-----------------------

※順不同、敬称略。

(オブザーバー)

渡辺 琢也	新潟県産業労働観光部 産業振興課長
-------	-------------------

医療機器産業集積WG 委員名簿

佐藤 宗樹	株式会社ホクシンエレクトロニクス 代表取締役社長
松村 澄男	エムテックスマツムラ株式会社 顧問
漆田 裕治	株式会社新興製作所 医療機器事業本部次長
松田 重俊	アルプス電気株式会社 技術本部第2商品開発部長
初澤 敏生	福島大学人間発達文化学類 教授
内藤 寛	エヌケー製作所株式会社 代表取締役
小野寺 聡	株式会社日本政策投資銀行東北支店 次長
有賀 正宏	株式会社日本政策投資銀行東北支店東北復興支援室 課長

※順不同、敬称略。

ものづくり分野の横断的テーマに関する打合せ 委員名簿

岩淵 明	岩手大学 理事・副学長
高橋 範雄	谷村電気精機株式会社 常務取締役
斎藤 圭	七十七銀行 地域振興課 課長代理
佐藤 幸太郎	東北電子工業株式会社 取締役会長
阿部 勉	トヨタ自動車東日本株式会社 総合企画室長
笹淵 一史	株式会社北都銀行 常務執行役員
山崎 裕子	山崎ダイカスト株式会社 取締役
須田 精一	由利工業グループ 代表
福井 邦顕	日本全薬工業株式会社 代表取締役会長

※順不同、敬称略。

東北地方産業競争力協議会のWG活動の経過

平成25年

10月29日 東北地方産業競争力協議会設立準備会合
場所：ホテルモントレ仙台
時間：13：30～15：30
議題：東北地方産業競争力協議会の設立について

11月19日 第1回東北地方産業競争力協議会
場所：秋田キャッスルホテル
時間：13：30～15：30
議題：東北地方産業競争力協議会の進め方について

平成26年

1月16日 医療機器産業集積WG
場所：東北経済産業局
時間：13：30～15：30
議題：WGのとりまとめについて

1月23日 第1回復興からの新産業創出WG
場所：東北経済産業局
時間：13：30～15：30
議題：WGの進め方について
とりまとめ骨子及び論点について

2月 4日 第1回地域資源の新たな魅力発掘WG
場所：マリカ3階市民ホール（鶴岡市）
時間：15：00～17：00
議題：地域資源WGについて
地域資源の活用に係る取組等について

2月12日 第2回地域資源の新たな魅力発掘WG
場所：弘前商工会議所
時間：15：00～17：00
議題：地域資源WGについて
地域資源の活用に係る取組等について

- 2月12日 自動車産業集積WG
※とうほく自動車産業集積連携会議幹事会と併催
場所：TKPガーデンシティ仙台勾当台
時間：15:00～16:30
議題：自動車WG報告骨子について
- 2月21日 第2回復興からの新産業創出WG
場所：東北経済産業局
時間：11:00～13:00
議題：報告書及び論点について
- 2月21日 ものづくり分野の横断的テーマに関する打合せ
場所：東北経済産業局
時間：14:00～16:30
議題：ものづくり分野における取りまとめ
産業人材の育成・活用について
ものづくり産業の戦略的育成について
- 3月27日 第2回東北地方産業競争力協議会
場所：ホテルメトロポリタン秋田
時間：14:00～16:00
議題：東北地方産業競争力協議会とりまとめ