

平成30年度稼げる国土専門委員会 取りまとめ骨子案

1. 稼げる国土とは何か

(1) 本委員会の検討趣旨

- ・「稼ぐ」とはその商品の付加価値をお金で表現することであり、すなわち商品原価よりも大きい付加価値をつけて販売すること。「稼げる国土」とは、地域の独自の個性を活かし、その付加価値を具現化して経済活動を行うことにより、各地域の産業振興を図るといふ国土の姿である。
- ・第4次産業革命によって経済社会のパラダイムシフト、すなわち産業構造や付加価値の創出のメカニズムの大幅な変化が起きようとしている。付加価値の創出において労働集約や資本集約の必要性は低く、また情報インフラが全国で整備されている状況は地方都市にとっての大きなチャンスである。これまでの固定観念を捨てて、地域の独自の個性を活かし、その付加価値を具現化して経済活動を行うことにより、地方創生を進めることが求められる。
- ・第4次産業革命の進展に伴い、労働集約型、資本集約型に続く知識集約型社会が具現化すると、個人の知恵が価値を生むこととなり、組織の壁を越えて、また業種の壁を越えて知的対流を行うことがさらに重要となる。すなわち様々な分野のヒトや情報が集積する場で「予定できない接触」が生み出され、結果として「予定調和なき対流」によるイノベーション創出に繋がる場が重要となってくる。
- ・日本は、高速かつ大容量の通信が全国で可能でありデータドリブなイノベーションを全国どこでも行える環境にあることから、通信インフラを用いる知識集約型産業については都市と地方の格差は小さく、地方に大きなチャンスが到来していると言える。経済社会のパラダイムシフトによって「地方に到来したチャンス」を最大限に行かすことによって「稼げる国土」を形成できると考える。
- ・資本集約型社会においての商品の評価軸であったコスト、機能性、品質、耐久性等とは別の「共感と呼ぶ価値」への評価が高まっている。例えばSDGsにあるサステナビリティという価値、ネット通販で求められる配達時間の短縮とは逆に配達に時間がかかるが良品が届くという価値、ひとつひとつの製品を手作りする職人が製品に込める魂への共感と呼ぶ価値などである。
- ・こうした「共感と呼ぶ価値」はどの地域にもその潜在力があり、それをどのように引き出して稼げる地域にしていくか、ということが本委員会の大きな検討テーマである。

2. 本委員会の検討経緯

(1) 本専門委員会のこれまでの検討経緯（平成28年度～平成30年度）

(2) 3年間の調査で取り上げた知的対流拠点の類型

本委員会で検討した知的対流事例を3つに類型化を行い、それぞれの対流を生み出すメカニズムなどを整理した。（別紙参照）

本委員会で検討する「知的対流拠点」は多様な関係主体が連携し、知恵やアイデアを出し合って、実際の活動に昇華する「拠点」を指す。（当該「拠点」は、物理的な「場」を形成する場合に加え、関係主体間のネットワークである場合も含む。）

タイプA：拠点を形成し、多様性のある者が可変的に集うことで生じる知的対流による知恵やアイデアの高度化・高付加価値化を促すもの

タイプB：関係主体が連携し、特定地域における潜在的価値を有する技術や製品等の高度化・高付加価値化を促すもの

タイプA・Bには、それらの拠点同士がネットワークを形成し、拠点間同士で対流を生み出しているものもある。

タイプC：場を形成せず、特定の専門性・秘匿性の高い知見を集約化したプラットフォームを基点とし、ヒト・モノ・カネ・情報等の対流を促すもの

3. これから「予定調和なき対流」をさらに進めていくための検討課題

- ・3年間の調査で取り扱った知的対流事例を類型化し、それぞれの課題、対処方法について人材、資金、モノ、情報の観点で検討。併せて必要な公的支援のあり方について検討。（別紙参照）
- ・タイプA、タイプBについて、新規産業創出による雇用確保などの行政課題解決という目的を有するものについては、施設整備に係るイニシャルコストや、人材育成、さらには人材同士のマッチングに対する一定の公的支援の必要性が考えられる。
- ・また、タイプBに対する支援として、特殊な技術・製品等については、顧客ニーズへ適切に対応出来る情報の取り方などにより新たなアイデアが生じやすい。そのため、国内外問わず顧客との「接点」を創出する仕組みに対しても一定の公的支援の必要性が考えられる。
- ・一定の公的支援については、起業促進や地域活性化などそれぞれの地域が抱える行政課題解決に向けた「期待値」を評価していくことが、持続的な運営（例：地域等における当該取組に対する理解など）に繋がるとともに、将来の事業継続の可否判断（例：公的支援の継続、クラウドファンディング等の活用による自立的な運営、一定の事業目的を達成した

ことによる事業の改変など)に資するものとして重要となる。

- ・例えば施設の利用者数、商談件数、売上高などは目に見える成果である一方、「対流」によって創出される新たな価値への評価の方法については、それらの数値単体で必ずしも評価できるものではなく、複数の要素を総合的に勘案して評価する必要がある。
- ・タイプ C は特定の専門性・秘匿性の高い知見を集約化したプラットフォームであり、タイプ A,B の知的対流を促進するためのツールとなり、またタイプ A,B の知的対流により形成された新たなイノベーションの利活用の場となり得る。

4. 知的対流拠点の機能をより強化するまちづくり～イノベーションディストリクトとスーパーメガリージョン

(1) イノベーションディストリクトへの期待

知的対流拠点の立地が進みやすい大都市圏において、リスクを受け入れる文化を醸成し、イノベーションを次々と生み出すイノベーション・エコシステムの形成を目指すことが大都市圏の知的対流促進機能を維持するために重要である。起業家、スタートアップ、大学、カタリスト、投資家等がオープンな環境で協働できる「近接性」と「集積」を重視し、コンパクトな都市形成を目指す都市経済対策であるイノベーションディストリクトの事例を知的対流拠点の集積の発展型として検討する。当該都市が発展することにより、その周辺地域への波及効果も期待できる。

渋谷区の取り組み事例(第12回委員会にてプレゼンテーション)

- ・渋谷駅周辺開発に係る施策展開。
- ・ヒカリエ、ストリームなどがコアとなってその周辺にヒトが回遊。これまで「4地区」に分断されていたが地上3階から地下5階までの水平移動を可能とし、民間建物に鉄道利用者の導線を入れる「アーバンコア」によって垂直移動も可能とする。
- ・オフィススペース拡充による大規模IT企業の集積効果を期待。
- ・2018年3月に、渋谷再開発協会が「渋谷計画2040」を策定。世界的な視野で渋谷らしさに磨きをかけて、NHK、STEAM研究教育拠点、メディア・エデュテイメント、テクノロジーの世界的な拠点の周囲に、多様な担い手が集積・交流し、エリア全体で新しい価値の創出を目指す。多様性を許容する渋谷の個性の更なる向上を期待。

大阪市の取り組み事例

- ・大阪市のうめきた2期開発の方針「ライフデザイン・イノベーション(創薬や医療機器開発だけでなく健康で豊かに生きるための新製品・サービス創造)」「技術の「橋渡し」(イノベーションプラットフォームを構築し、研究から実用化まで切れ目なく支援)」
- ・大阪イノベーションバブの取組(大阪・関西におけるイノベーションエコシステムの構築)

(2) スーパーメガリージョンへの期待

- ・リニア中央新幹線は品川 名古屋間が2027年、品川 大阪間が2045年開通見通しとなっ

ており、所要時間はそれぞれ 40 分、67 分に短縮。

- ・リニア中央新幹線開通に伴う大きなインパクトは、時間の短縮に伴う人的対流の向上。特に現状において交通利便性の低い地域におけるインパクトは大きいと考えられる。
- ・移動時間短縮のためのコストよりも人的対流に伴う生産性向上効果が大きい層への効果が期待される。
- ・日本は、高速かつ大容量の通信が全国で可能でありデータドリブなイノベーションを全国どこでも行える環境にあることから、通信インフラを用いる知識集約型産業については都市と地方の格差は小さく、地方に大きなチャンスが到来している。
- ・イノベーションディストリクトが形成されるとその都市における高密度な知的対流が形成される。リニア中央新幹線の開通によりディストリクト同士の時間的距離の短縮され、更なる知的対流効果が期待される。その効果はイノベーションディストリクトに限らず、その周辺の地方都市、ひいては日本全体に知的対流効果をもたらすことが期待される。

【付録】平成 30 年度の調査結果

1. 各地域の重層的な対流を促進する事例についての調査

平成 30 年度の調査事例について、注目すべき点と課題を整理した。

(1) タイプ A (多様性のある者が可変的に集うことで生じる知的対流により、知恵やアイデアの高度化・高付加価値化を促すもの)

【大都市圏 × 地方都市等】

一般社団法人渋谷未来デザイン (FDS)

注目すべき点：多様な人々のアイデアや才能を領域を超えて収集し、オープンイノベーションにより社会的課題の解決策をデザインすることを目的に設立。渋谷の多様な人々の考えを活かし、それらの人たちにとっての街という視点でのまちづくりを行う。行政としての渋谷区ではなく、外郭団体が主体として動くことにより、都市間連携を自由度高く行う。現時点（平成 30 年 8 月）では広島県、札幌市、中国広東省深セン市との連携に注力。

課題：設立 3 年目での黒字転換を目指した収益事業が必要。

シェアードワークプレイス「co-ba (コーバ)」

注目すべき点：コワーキングスペース「co-ba 渋谷」に共感した各地のオーナーにより、コンセプトやノウハウを共有した地域毎に特色のある「co-ba」が開設されていき、現在全国 25 拠点到まで展開。(株)ツクルバは各地の拠点の開設や運営をサポートしており、復興(宮城県気仙沼市)、教育(広島県呉市)、離島(島根県隠岐郡海士町)、家守(岩手県花巻市)など地域の特色に応じた「co-ba」が生まれている。

課題：各拠点のコミュニティマネージャーが拠点内・拠点間における会員の協働や紹介のハブであり、コミュニティマネージャーの育成に今後さらに注力。起業等に必要なスキルの向上のための講座を各拠点で受講できる仕組みを検討。

地方をつなげる東京拠点「DIAGONAL RUN TOKYO (DRT)」(株式会社福岡銀行(株式会社ふくおかフィナンシャルグループ))

注目すべき点：地方銀行が福岡、九州の枠を超え、コワーキングスペースの設置、各種イベント開催によりスタートアップ企業等の東京進出や地方展開等をサポートする。これまで福岡銀行が接点を持っていなかった人やアイデアとつながる場を作るとともに、福岡の企業の東京での拠点、全国の企業が利用する拠点とする。

課題：九州に限らず、各地方や東京近郊の企業・土業・研究者などに幅広く利用され、都内の大手企業の新規事業部なども会員となり、趣旨に賛同する金融グループ、地方銀行、メディア等がパートナーとして協業している中、今後利用者への提供価値の充実に向けて、コミュニティの活性化を促す取組を強化していくこと。

家業イノベーションラボ

注目すべき点：農家の事業承継に取り組む NPO 法人農家のこせがれネットワーク、地方でのイノベーションを推進する NPO 法人 ETIC.、エヌエヌ生命保険(株)の三者が主催者となり、中小企業の次世代経営者支援のため、2017 年 8 月のイノベーションキャンプを皮切りにプログラムを開始。各イベントでは、普段身の回りの人と語り合うのが難しい、次世代経営者ならではの悩みを議論し、ロールモデルや経営のノウハウを共有。イベントのみならず、その前後での各地域の関係作りを重視して全国の地域主体とのネットワークを構築。

課題：これまでの参加者を集め、ビジネスマッチングや商品の情報発信を図る大規模なビジネスショーを企画。家業を継ぐ段階に応じたプログラムを展開予定。より段階が進んでいる人をロールモデルとして学び、相談する仕組みを想定。まだ家業を継いでいない人が似た業種にインターンすることで起こるイノベーションもあるため、こうした地域内の人材の循環についても取り組む予定。

一般社団法人 Next Commons Lab (NCL)

注目すべき点：地域おこし協力隊制度を活用した「3年間のベーシックインカム付き起業家の集団移住」の仕組みを構築し、全国各地に展開。1か所あたり10名以上の起業家と3名のコーディネーターを配し、協力隊としての3年間は月16万円程度を支給しながら、起業の実現と自立をサポート。現在10か所のNCLは、本部直営(自治体から受託)の地域と、地元の民間主体がNCLスキームを導入する地域とがある。

課題：地縁・血縁によらない新しい共同体となるNCL(活動プラットフォーム)を全国にインフラとして整備し、複数の共同体(コミュニティ)に属する人たちが一か所にとどまることなく移動しながら仕事・生活していける社会をデザインしていく。

【地方都市等×大都市圏】

「ひろしまサンドボックス」における都市間連携

注目すべき点：広島県では「イノベーション立県」を旗印に、イノベーション・エコシステムの構築に向けた取組を積極的に推進しており、その一環として平成30年5月に「砂場」のように試行錯誤できるAI/IoT実証プラットフォームである「ひろしまサンドボックス」を創設。県外の先進的なスタートアップ企業や専門人材を呼び込み、県内企業等とのコラボレーションにより県内をフィールドとしてAI/IoT等のノウハウや知見を蓄積し、広島発の新たなソリューションを生み出す共創エコシステムの構築を目指す。広島県は平成30年度から3年間で10億円規模の予算を投入し、実証実験を実施する予定。

課題：公募事業は3年で終了予定であるが、協議会は継続する予定であり、参加者にとってより魅力的な協議会とすべく、運営方法を今後検討していく。

一般財団法人こゆ地域づくり推進機構

注目すべき点：旧観光協会を発展的に解消して宮崎県児湯郡新富町に一般財団法人こゆ地域

づくり推進機構を設立。行政とは異なる動きができる法人を設立し、ベンチャーのスピード感と公益性を両立させた「地域商社」が町内外を繋ぐハブとなり、町の経済を回す取組を推進。一粒 1,000 円の国産生ライチ、ふるさと納税の返礼品として定期便野菜セットを販売するなど、農産物などを活用して特産品を開発し、都市部を中心に「他にはない価値」を提供するとともに、そこから得られた利益を起業家育成事業に投資。運営主体の資金確保と再投資の仕組みを構築することを実現。「Next Commons Lab(NCL)」のスキームを平成 30 年 8 月より導入し、既に導入した全国 9 地域のネットワーク化を行った。設立 1 年間で 7 名の移住起業家があり、さらに増加中。ふるさと納税の寄付額は、平成 29 年度は前年度に比べ 2 倍以上に増加。

課題：新富町という町全体を学び舎に、新しい人材がチャレンジできる「畑」(フィールド)を耕すことで、関係人口の一人ひとりが様々な「種」として植えられ、町に必要な事業が成長していくよう支援。

混血型事業創発「とかち・イノベーション・プログラム(TIP)」

注目すべき点：十勝地域 19 市町村による「自立したまちづくり」をめざした『フードバレーとかち』の取組(食と農林漁業を柱とした地域産業政策)を推進。

野村総研の開発したプログラムを帯広市長が導入を決め、オール十勝・オール北海道の取組として、2015 年を第 1 期としてスタート。第 1 期は帯広信金、北海道銀行、北洋銀行と野村総研とで事業費をねん出。第 2 期より地方創生関係交付金を活用した十勝・イノベーション・エコシステム推進事業の中核として実施。注目されている全国の革新的経営者と、十勝の事業者・起業予定者による化学反応をもって、地域の「稼ぐ力」(新たな事業創造)を呼び起こす。

課題：参加者 200 人超の同じ「想い」の蓄積(コミュニティ)をベースに、多様な視点の組み合わせや集合体がきっかけとなって自然と新たな事業が生まれる「ソサエティ」を形成することで、地域の自走による TIP 推進を目指す。

水栓バルブ製造関連企業異業種参入支援(岐阜県山県市)

注目すべき点：岐阜県山県市は水栓シェアが全国の約 4 割を占めているにもかかわらず、市民の認知度は低く、また今後の消費税増税による住宅需要の減少、オリパラ以降のホテル等の需要減少等で関係事業者が危機感を持つ中、山県市は岐阜県と連携し、地域未来投資促進法基本計画を策定(平成 29 年 9 月)、地域再生計画「水栓バルブ発祥の地・山県の水栓バルブ製造業リノベーション事業計画」(山県市全域)を策定(平成 29 年 12 月認定)。「人材確保と販路開拓、新規事業創出」という課題に対し、多角的に支援。

課題：引き続き、名古屋圏を足掛かりに、医療分野等への新産業進出を目指し、ネットワークづくり・商品の検討を推進。現在の行政(山県市)が中心になって実施する支援から、民間(商工会)による支援体制に移行することで、民間主体による長期的なサポート体制を構築していく。東環道開通による名古屋圏等大都市圏への物流事情の向上、2024 年度の西回り開通も期待。情報発信により域内外のブランド力の向上・浸透を図っていく。

INTILAQ 東北イノベーションセンター

注目すべき点：復興関連基金を用いた被災地のイノベーション創出・起業家支援。幅広いネットワークやノウハウを有する運営主体（一社）IMPACT Foundation Japan（IFJ）が東京から仙台に移転し、事業に注力。IFJは「TED×Tokyo」等、海外のユニークなプログラムなどを日本で展開してきた団体。2013年、東日本大震災復興のための「カタルフレンド基金」を用いた、東北での起業家支援というアイデアが採択された（日本円で約12億円）。新しい会社を起こす「起業家」だけでなく、小中高生、大学生、企業、生産者等、新しいビジネスの創出に向かってチャレンジする「おこす（起こす・興す）人」をソフトとハードの両面で、総合的に支援。

課題：基金が終了したことから、資金面での自立が課題。受益者からお金を集めることがまだ難しいため、行政からの補助金、仙台市以外の行政からの受託によるセミナーや講座の開催等の拡充を図る（東北圏内中心）。

【地方都市等×地方都市】

中川政七商店による産地の活性化「日本市プロジェクト」(株式会社中川政七商店)

注目すべき点：厳しさを増す工芸を取り巻く環境、経営難や後継者不足等による取引先の苦境を痛感。産地の衰退への危機感が募る中、2013年、新しい挑戦として、土産物市場の可能性を広げる「日本市プロジェクト」を開始。工芸業界初のSPA（製造小売）体制を確立した中川政七商店が、自社のノウハウを各地に活かして「づくり手」と「売り手」との間をつなぎ、地域の需給の小さな循環を促進。

課題：仲間見世になり得る店舗を各地で増やすために、各地の店舗や工芸メーカー等への教育による、土産物関係者全体の底上げを図る。人材育成のためのマンパワーを確保することが課題。

岐阜イノベーション工房 2018 (情報科学芸術大学院大学 (IAMAS))

注目すべき点：前身となった地場産業×IoTの取組「コア・ブースター・プロジェクト」(2013～2015年)での経験から、地域の企業に自らイノベーションを創出していくための能力が必要ではないかという問題意識を持ったことが取組の背景。IAMASでの芸術・デザイン・工学・社会学などの領域横断研究で培われたイノベーション創出に有効な手法を学び、参加者個人・所属組織等において実践し、実践からの学びを共有することを通じて、イノベーション創出に挑戦するための風土を岐阜県内に醸成する。

課題：今後、このような取組が岐阜県内のみならず全国に広がるように、主催者になりえる主体（教育機関等）にノウハウを移転する必要がある、仕組みの横展開を進めるためには長期的な予算確保が必要。

(2) タイプB(関係主体が連携し、特定地域における潜在的価値を有する技術や産品等の高度化・高付加価値化を促すもの)

顧客との「接点」をつくり出すブランディング(=流通経路短縮)(株式会社玉川堂)

注目すべき点：株式会社玉川堂は、1816年に創業し、金属加工業で有名な新潟県燕市において、約200年にわたり、鋳起銅器の伝統技術を継承する企業。

バブル崩壊を契機に、当時の売上げの軸であった企業向けの記念品需要が激減し、倒産の危機に瀕するほど売上げが減少したことをきっかけに問屋経由から直接顧客に、商品の「ストーリー」を伝えるという流通経路改革を実施し、売上げを向上させた。グローバルに販路拡大を行い、海外で様々な顧客との接点を持つ。近年は工場の祭典をはじめ、地域観光資源の掘り起こしとその魅力発信の仕組み作りを牽引、燕三条地域の産業観光都市化に取り組む。

課題：「産業観光」都市を目指し、海外拠点の設置や国内施設の整備を今後進める。また「産業観光」都市を目指す上で交通インフラの向上が課題。

(3) タイプC(場を形成せず、特定の専門性・秘匿性の高い知見を集約化したプラットフォームを基点とし、ヒト・モノ・カネ・情報等の対流を促すもの)

企業課題解決のため、ノウハウを有する「顧問」紹介サービス(株式会社パソナ)

注目すべき点：豊富なノウハウを持つ上場企業の役員や、特定領域において高い専門性を持つ人材などを「登録顧問」とし、経営課題を抱える企業とのマッチングを行い、経営ノウハウや労働力不足など企業の課題解決を目指す事業を実施。

課題：今後はより効率的なマッチングを行うためのサービスのWeb化、蓄積された知見(オープンイノベーション、起業等のノウハウなど)を活用した研修サービスへの支援などを実施。企業の事業承継問題に対応し、地方企業の支援により地方創生にも繋げていく。

ビジネスパーソンの暗黙知を活用したスポットコンサル(株式会社ビザスク)

注目すべき点：ビジネスパーソンの暗黙知をデータベース化したスポットコンサルプラットフォームを構築し、新規事業、R&D、マーケティングなど様々なビジネス課題を抱える企業/個人に対して、知見を有する登録者をマッチングすることで、適時適切なアドバイスを収集可能とした。

課題：今後更に暗黙知のデータベースをグローバルに拡大し、個人の活躍機会並びに企業のイノベーション創出を支援するプラットフォームを目指す。

2. ローカル版「知的対流拠点」づくりマニュアルのフォローアップ

(1) フォローアップ調査の目的

平成28年度のローカル版「知的対流拠点」づくりマニュアルで取り上げた13事例のうち5事例について、平成28年度の調査以降の状況変化や、それに対してどのように取り組んでいるかを把握し、新たな取り組み状況について本委員会の取りまとめに反映することを目的として調査を実施した。

本マニュアルの事例はタイプ B に整理している。

(2) 調査結果

フォローアップ調査を行った5事例は、取り扱う業種の規模や分野は様々であるがマニュアルを策定してから約2年間の間に様々な状況変化を受けており、関係者・関係機関で連携して対応して「知的対流拠点」を維持するよう努力していることを把握した。

関係者がビジョンを共有するのみにとどまらず、社会情勢の変化や取組の継続に伴い生じる各種課題を共有すると共に、それぞれの主体が課題解決に向けて、知恵を出し合い、新たな取組や既存の取組の改善を断続的に行うことで、知的対流拠点は維持される。

四万十町

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：株式会社四万十ドラマ）：

- ・平成30年3月末に、約10年間携わった道の駅の指定管理業務が終了。
- ・「道の駅」運営で培った経験を活かし、初の直営店を平成30年（2018年）8月に開設し、2019年には栗商品生産工場の稼働を予定。他地域の道の駅や地域商社へのノウハウの伝達を行う。また農業経営人材の育成も行う。

甲州市

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：甲州市）：

- ・ワインツーリズムの定着によりワイナリーへの来場者数は増加傾向ではあるが、県産ワインの出荷量の増加にまでは至っていないという認識（平成20年から平成25年までは出荷量は概ね減少に推移。）
- ・甲州市はこうした状況を踏まえ、平成29年3月に「甲州市ワイン振興計画」を策定し、ワイン原料用ブドウの振興策、ワイン生産の振興策、ワイン普及促進の振興策を講じている。
- ・また山梨県及び甲州市は、「山梨ワイン欧州輸出促進プロジェクト」の推進による欧州の販路拡大を支援している。

鯖江市

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：鯖江市）：

- ・鯖江市では、「既存産業の再生」、「新産業の創造」の2つの柱により産業振興を目指す。
- ・眼鏡分野では、産地企業のデザイン力・マーケティング力を強化し、ブランド力と収益性を向上させ、鯖江ブランドを確立。
- ・医療分野では、見本市への出展や使用実績の積み上げなどにより、更なる鯖江技術の認知度・信頼性の向上を図る。
- ・医療分野以外への応用としては、チタン技術を人工衛星などの新たな分野へ展開するとともに、市がコーディネーターの役割を担い、大学と連携し、オリ・パラを見据えた新規事業のきっかけづくりを展開。
- ・また、ものづくりの現場を体験出来るイベント「RENEW」など、様々なイベントを通じて、

地域全体として、ものづくりのまちをPR。

福山市

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：福山市）：

- ・備後圏域連携中枢都市圏6市2町の産学金官などの関連団体から構成される「びんご圏域活性化戦略会議」（平成26年8月発足）による取組を継続。
- ・デニムに関しては、一般へのPRを主軸に実施。認知向上につながっている。今後はB to Bの視点も強めていく。
- ・備後圏域の沿岸4市で水揚げされた水産物25種類を「備後フィッシュ」に選定し、地産地消の推進、漁業者の所得向上、消費拡大及び流通促進に向けたPR活動を展開するなど圏域の地域活性化に向けた新たな取組も実施。

鶴岡市

平成28年以降の取り組み状況（ヒアリング先：鶴岡市、ヤマガタデザイン(株)）：

- ・短中期滞在型宿泊施設が平成30年9月、子育て支援施設が平成30年11月に開設した。鶴岡市が整備したレンタルラボは、満室に近い状況で推移。
- ・慶應義塾大学先端生命科学研究所発のバイオベンチャー企業は増加し、現在6社。
- ・「やまがたブランド」の新商品開発をめざし、研究所・ベンチャー企業等と県内企業等との共同研究による取組が平成24年度～平成29年度で50件展開。
- ・慶應義塾大学が実施する高校生向け教育プログラム（高校生研究助手、特別研究生制度）に延べ約200名（平成21年度～平成30年度）が参加し、AO入試により慶應義塾大学に約20名が入学し、うち5名が同大大学院（研究所で研究）へ進学。

<新規事例>

甲府市

「稼げる地域づくり」の取り組み状況：

- ・良質な地下水に恵まれた山梨県産の純米酒の国内外展開を甲府商工会議所が支援。
- ・中小企業庁の調査研究事業を平成30年度に受託し、販売競争が激化するベトナムにおいて県産純米酒のブランド化、市場浸透のためのマーケティング調査を甲府商工会議所、酒蔵事業者により実施。併せて国内の県産純米酒の愛好家を増やす取組も実施。

（3）ローカル版「知的対流拠点」づくりマニュアルの改訂について

本マニュアルのフォローアップの趣旨を記載し、調査を行った5事例、新規の1事例の概要を掲載する。「解説 方策を実行する、改善する、発展させる際に留意すべきことは何か。」に今般の調査において把握した事項を追記する。