

スマートかつ強靱な地域経済社会の実現に向けた研究会（第3回）  
議事要旨

日時：2021年3月16日（火）13時00分～15時15分

場所：web会議（Cisco Webex）

**参加委員**

松原座長、井口委員、宇佐川委員、大橋委員、坂田委員、田中委員、長山委員、野村委員、浜口委員、林委員、松江委員

**主な論点**

- ①地域における価値の源泉の捉え方と価値の創出をデザインする際の視点
- ②地域における価値創出を促進する取組
- ③地域でセレンディピティや協業が生まれる環境整備
- ④地域の特性や強みの磨き上げ

**議事要旨**

上記論点について、事務局からの説明及び有識者からのプレゼンテーション。委員からの主な意見は以下のとおり。

**①地域における価値の源泉の捉え方と価値の創出をデザインする際の視点**

- 地域において価値を創出するためには、地域の課題も踏まえつつ、自社が地域の顧客にどのような価値を提供できるか考えることが重要。イノベーションは「顧客のために行うもの」と捉えることが必要。地域の企業には、地域の課題やニーズを適切に把握することが求められている。
- DXが進展する中で、価値の源泉は「モノ」から「知・情報」へと移り変わっており、日本の地域企業はこの変化をよく認識する必要がある。
- 付加価値の源泉である「巧みの技」といわれる暗黙知をデジタル化することが大きなポイントではないか。
- 地域において価値を創出するためには、各地域で強みとなる産業にデジタルやグリーンといった横串の要素を掛け合わせることも重要。こうした取組は、既存の産業構造の転換や社会の変革につながる。
- 1980～1990年代における大手電機メーカーの価値の創出の源泉は、企業内での個人の集合体により、専門分野の学習とともに実施されている研究であった。1990年代以降、そうした研究からのスピノフによって地域でのイノベーションが創出されていることを踏まえれば、大企業の中にあるイノベーションの源泉をいかに地域に移していくかという視点が重要。事務局等から紹介された「企業等が提供する地域での主体的な学びの

場の事例」も参考としつつ、企業城下町の再生を図ることが有効ではないか。

## ②地域における価値創出を促進する取組

- 日本でデジタル化が遅れている領域については、イノベーションを起こすチャンスと捉えるべきである。デジタル化を進めるべき領域に、どのようにエネルギーな人材を配置するかが重要なポイント。
- デジタルやリモートの活用類型について、現時点では、①フィジカルな活動の代替（オンライン会議の普及等）が多いが、今後は、②フィジカルな活動とデジタルの複合（スマート工場等）、③サイバーとフィジカルの融合（アバターを使ったリアル美術館訪問等）、④デジタルデータの他の領域での活用（鉄道移動データを活用したマーケティングへの活用等）を増やしていくことが重要ではないか。
- 会津若松のイノベーションセンターでは、大企業からベンチャー企業までが入居し、各企業のリーダーがフラットに前向きな議論をしている。イノベーションを起こすことのできる「アーキテクト人材」とは、単にイノベーションのデザインができるだけでなく、実現に向けた人的資源のマネジメント等ができる人材。
- 地域における価値創出を促進するためには、価値の源泉や顧客のニーズを知るためのプラットフォームを構築し、イノベーションの種となるアイデアの創発環境を整備することが重要。その中で、デジタル技術等を活用して顧客情報を集め、その情報を分析して新規顧客を開拓するといったマーケティングのデジタル化とそれを担うデジタル人材の育成をセットで実施する必要がある。
- イノベーション人材を確保するためには、AI等の技術に長けた機械工学等の専門人材・大企業のシニア人材・海外人材などを地域に呼び込むことが重要。副業・兼業として、こうした人材をリモートで地域に呼び込むことも可能となっている。
- 地域において価値を創出するためには、地域外から投資を呼び込み、地域の企業が大企業と協業することが重要ではないか。その際には、大企業側がリスクを取りやすい環境を整備することが必要である。さらに、海外の企業との連携により、海外需要の取込みを図ることもできる。
- 北欧でイノベーションが起こりやすい理由の一つとして、仮にイノベーションに失敗しても、学び直しを行うことのできる環境が整備されていることが挙げられる。イノベーションを加速させるためには、セーフティネットとしての学び直しの場を用意することが重要ではないか。
- 有識者（広島県・福岡地域戦略推進協議会）から紹介のあった取組は、イノベーションを推進する組織の作り方という観点で学ぶべき点があり、そのポイントや成功の切り口を更に分析する必要があるのではないか。
- 有識者（広島県）から紹介のあった取組のように、行政が積極的に地域の企業に対してファンディングを行うことが重要。他方で、予算が単年度主義であり、10～15年先を見据えた長期的な意思決定が難しいことや、リスクある投資が失敗した場合の説明責任の問題などにより、取組の全国展開が阻害されている。有識者（広島県）の取組

には、人材面などでの無形の経済効果もあり、そうした効果を可視化することで行政としての説明責任を果たしていく方向で政策の検討を進めてほしい。

- 茨城県では、県内外の様々な支援関係者を集めてイノベーションを促進しつつ、そのノウハウを蓄積する場として、「産業技術イノベーションセンター」を設置している。県がコンセプトや仕組み作りを支援するだけでなく、実際に企業と大学・研究機関のネットワーク等に主体的に関与することが重要。
- 都道府県のリソースには限界があるため、意欲ある企業のITや先端材料といった有望分野に焦点を当てて集中支援を行う一方で、それ以外の一部の分野については民間試験機関等の利用に誘導するといった判断も重要。
- 地域における価値の創出を促進するためには、イノベーションにより得られる経済効果等の政策目標を設定することが重要。また、イノベーションは低頻度でしか実現しないことから、イノベーションを起こす主体の母数を増やすことも重要。誰もが「イノベーションを起こすことができる」と思えるようにイノベーションの定義を明確にすることが必要ではないか。
- イノベーションを進めるに当たっては、障壁となる既存の規制等をどのように解消していくかが重要な課題。
- 地域課題を解決するサービスがビジネスとして日本全国に拡大していくためには、スピード感が重要。スマートシティとして有名なアムステルダムやトロントの事例で共通しているのは、地域で生まれたイノベーションを他の地域にも展開する仕組みを行政が整備していること。
- 地域における価値創出を促進するためには、ハード面の設備投資だけでなく、その中身であるソフトウェア開発やその人件費に活用できる補助金があるとよい。
- 「地域の強み」を磨き上げるばかりではなく、特に産業クラスター計画などについては、取組が上手くいかなかった障壁・課題の分析を行う必要がある。

### ③地域でセレンディピティや協業が生まれる環境整備のために求められる取組

- 地域でセレンディピティや協業が生まれる環境整備として、「スタートアップやベンチャー企業の経済圏」をどのように伸ばし、「既存企業の経済圏」にどのように近づけていくかという視点が重要。例えば、海外の取組も参考に、地域の既存企業からスタートアップやベンチャー企業への出資を促進してはどうか。出資により既存企業の当事者意識が高まり、よりセレンディピティや協業が生まれやすい環境ができると考えられる。こうした取組を行政がしっかりと支援することも必要。
- 地域における価値の創出を促進するためには、J-Startupの取組を拡大するとともに、ベンチャーキャピタル等がリスクある出資を積極的に行うことが重要ではないか。
- 地域において価値を創出するためには、「予定調和なき知的交流」を生み出す仕掛けが重要である。例えば、過去に開催した地域未来牽引企業サミットや、5Gサービスを活用したリビングラボの整備が有効と考えられる。

- 地域でセレンディピティや協業が生まれる環境整備として、経営者コミュニティの形成が必要。企業の理念等の共有から新たな出会いが生まれることもある。
- 産業には地域性があることから、セレンディピティを生み、新たな価値の創出を具現化していくためには、より広く地域間の連携を促し、異業種間での交流を活発化することが必要。製造業だけでなくサービス業との連携はもちろん、宗教家などが加わることもあり得るのではないかな。また、地域間でのリソースの格差を埋める観点でも、地方支分部局やNEDOなどの公的機関を含めた地方間での面的連携が重要。
- 地域でセレンディピティや協業が生まれる環境整備として、地域内の知識フローの活性化・地域外への開放という観点では、産学官民連携プラットフォームでの取組が重要。その中で自治体の役割が重要となっていることを踏まえると、国は自治体のDXを支援すべきではないかな。

#### ④地域の特性や強みの磨き上げ

- 「地域の強み」に磨きをかけるには、商品やサービスに「顧客にとっての意味」を持たせることが重要。それは、地域の風土や文化などを理解した地域の企業だからこそできることであり、顧客や関係者との対話（コミュニケーション・デザイン）から生まれるものである。
- RESASの新たな機能として、消費者のニーズに焦点を当てた分析はできないかな。事務局から示された地域未来牽引企業へのアンケートの結果等を見ても、マーケット・イノベーションの重要性があまり認識されておらず、その促進が必要ではないかな。消費者の「ニーズ」「夢」を掘り起こすことが重要。
- エビデンスデータベースで政策評価を行う際に、RESASの活用が更に進むとよい。現在のRESASは、主に自地域の情報の分析に使われているが、AIによる自動的なポップアップ機能などにより、類似する他地域との比較分析が可能になれば活用の幅が広がる。実施する政策に合わせて、自動的に比較対象地域が浮かび上がってくるような仕組みがあるとよいのではないかな。

以上