

農林水産商工常任委員会資料

(平成22年4月21日)

項 目

- 1 鳥取県経済成長戦略フォーラムの概要について
【経済通商総室(企画調査室)】…………… 1
- 2 まちなかビジネス創出支援事業の採択結果について
【経済通商総室(経営支援室)】…………… 2
- 3 境港・東海・ウラジオストク定期貨客船航路の運航状況等について
【経済通商総室(通商物流室)】…………… 3
- 4 とっとり高度人財「燦然」プラン等の実施状況等について
【雇用人材総室(人材育成確保室)】… 5
- 5 職業訓練の実施状況等について
【雇用人材総室(労働政策室)】…………… 7
- 6 平成22年3月新規高等学校卒業者の就職内定状況等について
【雇用人材総室(雇用就業支援室)】(別紙)
- 7 平成21年度における就業支援の状況について
【雇用人材総室(雇用就業支援室)】(別紙)
- 8 株式会社ナノオプトニクス・エナジーの米子進出について
【産業振興総室(企業立地推進室・次世代環境産業室)】…… 8
- 9 農商工連携研究開発支援基金及び新たな助成制度の創設について
【産業振興総室(新事業開拓室)】…… 9
- 10 鳥取県東京アンテナショップ設置による効果と今後の取り組みについて
【市場開拓局市場開拓課】…………… 10

商 工 労 働 部

鳥取県経済成長戦略フォーラムの概要について

平成22年4月21日
経済通商総室
企画調査室

- 趣旨 2020年までの10年後の目指すべき姿やその実現に向けた戦略についてとりまとめた「鳥取県経済成長戦略」の策定を踏まえ、環境・エネルギー分野に焦点を当て、「電気自動車を活用した地域活性化」をサブテーマにフォーラムを開催
- 日時 平成22年3月29日(月)午後2時30分～5時10分
- 場所 米子コンベンションセンター2階 国際会議室
- 来場者数 400人超
- 内容

(1) 基調講演

講師 王 勝今(中国吉林大学副校長 党委常務副書記)

演題 長吉図(長春・吉林・図們江)開発戦略と環日本国際協力

<主な発言内容>

- ・長吉図開発開放先導区は中国国境の最重要地域で日中産業協力の重要な舞台になりうる。
- ・吉林省は新エネ車を重要な戦略的産業として育成に力を入れており、このたび米子に進出した(株)ナノオプトニクス・エナジーとの連携など、今後の日中間自動車産業協力を期待。

(2) パネルディスカッション

テーマ 電気自動車を活用した地域活性化、低炭素型まちづくり

コーディネーター 秦野一憲(鳥取県経済同友会代表幹事)

パネリスト 藤原 洋 ((株)ナノオプトニクス・エナジー代表取締役社長)

清水 浩 ((株)SIM-Drive取締役社長)

青木 護 (日産自動車(株)プロダクトチーフデザイナー)

中村 義和 (三菱自動車工業(株)常務執行役員)

オブザーバ 岡村 整謔(鳥取県商工労働部経済通商総室長)

<主な発言内容>

【藤原氏】EVは今後大きく普及すると予測。

EV・太陽光パネル製造、スマートグリッド構築など米子が環境産業のもとになる。DBS フェリーを利用して北東アジアの富裕層へ電気自動車を供給したい。太陽光発電パネル製造、太陽光発電所の運用など新たな人材が必要となる。

【清水氏】これからはEVの時代。大量生産によるコストダウンが急務。

新たな電気自動車を普及させるには販売網が重要。中古車のインターネット販売を行っている(株)ガリバーインターナショナル(SIM-Driveにも資本参加)の協力を期待。

【青木氏】EVになるとヒトとクルマが24時間つながり、携帯電話で運転前の冷暖房を指示したり、車の運行状況を集約して渋滞緩和に利用することも可能。

ボディを簡単に取り替えられるため、鳥取オリジナルモデルや地域を限定した色の統一など地域の美的環境の形成にも活用可能。

【中村氏】EVの特性(走行時のCO2排出ゼロ、大容量の蓄電機能、静音)を活用して次のような可能性が考えられ、一部は地域で試行されている。

EVタクシー、EVのカーシェアリング・レンタカー、観光とのタイアップ(環境面でのイメージアップ)、ゴミ収集車のEV化、スマートグリッドでの活用

【秦野氏】ナノオプトニクス・エナジーの米子進出は地元の産業構造を変える大きなチャンス。地元の企業は新たな関連ビジネスを考えるなど積極的な関与が必要。

米子が起点となってローカルな地域再生のモデルを提示したい。

まちなかビジネス創出支援事業の採択結果について

H22年4月21日
 経済通商総室
 経営支援室

まちなかにおける創業支援の取組を行う民間事業者等（ビジネスインキュベータ）から「まちなかビジネス創出プラン」を追加募集し、新たに2件を採択しました。

1 採択したプラン

プランの名称	実施エリア	ビジネスインキュベータ	プランの概要	実施期間
笑い庵進化再生事業 ～多様な入居者との連携・交流による創業者の人材育成～	米子市 笑い通り商店街	(株)笑い庵 代表取締役 住田 済三郎	○かつて寄合所、休憩所であった「笑い庵」（空き店舗）を地域住民・観光客等の地域交流拠点として拡充整備し、創業支援スペースを導入。 ○「NPO 法人まちなかこもんず」による一貫した創業支援プログラムの実施、福祉・農業分野等の多様な入居者との同居・交流により創業者を育成。 ○近隣空き店舗での独立・成功までを支援。	H22.4 ～H25.3 (3年間)
くらし家守プロジェクト ～地域資源に特化した商業施設開発による観光商業型創業支援～	倉吉市 打吹商店街エリア	特定非営利活動法人 未来理事長 岸田 寛昭	○空き店舗を活用し、関金地区の地域資源を活用した観光商業の拠点施設「うちね」をオープン。全区画に創業者を入居させ、創業支援を実施。 ○各分野のプロである会員による経営支援と併せ、建物全体・創業店舗の店づくり(コンセプト等)を「山陰キラリ」編集長が中心となってプロデュース。 ○大手旅行雑誌や当法人が発行する情報誌によるPR、三朝温泉とのタイアップ等による集客強化。	H22.4 ～H25.3 (3年間)

2 まちなかビジネス創出支援事業の概要（H22当初予算額：36,440千円）

県内中心市街地等において、空き店舗を活用したビジネスインキュベータ（創業支援機関）が行う「まちなかビジネス」創出のモデル事業プラン（最長3年間）を公募し、県内での成功事例づくりや普及に向けた環境整備を行う。

(1) まちなかビジネス創出プランの認定

- ・まちなかの空き店舗を活用したインキュベーション事業
- ・創業希望者の掘り起こし ・創業支援人材による支援 の3点を実施するプランを認定。

(2) 補助金等によるビジネスインキュベータ等への重点的支援（最長3年間）

- ・インキュベーション事業にかかる空き店舗賃借料、改修費、人件費等
- ・創業支援人材が行う店舗プロデュース、経営アドバイス等の支援経費
- ・事業実施、創業に必要な経費の借入利子 等

(参考) 既認定プラン

プランの名称	実施エリア	ビジネスインキュベータ	プランの概要	実施期間
&Aプロジェクト	米子市 四日市町～ 東倉吉町	(有)ディカンパニー ドラゴンブルー 代表取締役 土橋 彰臣	○空き店舗を活用し、自社の集客力を活かした複合商業ビルを開発。四日市エリアに集う若者に創業・発展の場を提供 ○代表者自身が、ビル全体・創業店舗の店づくり(コンセプト、外観、内装等)をプロデュース支援	H21.9 ～H24.8 (3年間)
DARAZ CREATE BOXを活用したまちなかビジネスプロデュースプラン	米子市 法勝寺町	(株)DARAZ 代表取締役 久保田 孝	○空き店舗を活用し、コミュニティFM等による情報発信拠点を整備。インキュベーション区画を設け若手起業家を育成 ○常駐プロデューサーによるビル全体での情報発信、各分野のプロである出資メンバーによる経営支援を実施	H21.9 ～H24.8 (3年間)

境港・東海・ウラジオストク定期貨客船航路の運航状況等について

平成22年4月21日
経済通商総室
通商物流室

1. 航路の運航実績全般（平成21年6月29日～平成22年4月5日 韓国東海市まとめ）

【旅客】

区 分	境港～東海	東海～ウラジオストク	合 計
運航回数（往復）	75回	39回	114回
乗客数（人）	23,074	4,671	27,745

<乗客数の国籍別内訳>

区 分	韓国人	日本人	ロシア人	その他	合 計
乗客数（人）	18,950	3,952	4,576	267	27,745
構成比（%）	68.3	14.2	16.5	1.0	100.0

【貨物】 貨物量実績／計145TEU（20フィートコンテナ換算）＋ 車両・バルク貨物

<貨物量の荷姿別内訳>

区 分	コンテナ	車 両	バルク	合 計
重量ベース（ト）	1,067	3,092	1,907	6,066
構成比（%）	17.6	51.0	31.4	100.0
（コンテナ数）	145 TEU	—	—	—

<貨物量の航路別内訳：重量（ト）ベース>

区 分	東海→境港	境港→東海	東海→ウラジオ	ウラジオ→東海	ウラジオ→境港	境港→ウラジオ	合 計
重量（ト）	436	221	3,982	795	168	464	6,066
構成比（%）	7.2	3.6	65.6	13.1	2.8	7.7	100.0

2. 第1回鳥取県・江原道・沿海地方海運航路活性化推進協議会の開催について

環日本海定期貨客船航路の活性化に向け、3地域の行政及び民間の関係者が一堂に会し、現状や課題を情報共有し具体的な取組みにつなげるため、次のとおり本県において開催した。

(1) 日 時 3月18日（木）

(2) 会 場 鳥取県庁特別会議室（議会棟3階）

(3) 各地域の参加者

- ①鳥取県 鳥取県商工労働部長、文化観光局長 ほか
その他、観光関係者、経済団体関係者 等
- ②江原道 江原道環東海出張所 金洪柱（キム・ホンジュ） 所長ほか2名
【4名】 // 国際協力室 関炳道（ミン・ビョンド） 係長
- ③沿海地方 沿海地方行政府産業交通局 フルシェフ・イーゴリ 局長
【2名】 ストームマリン社 イヴァンツォフ・コンスタンチン 社長
- ④運航会社 DBSクルーズフェリー社 鄭泳太（チョン・ヨンテ） 代表理事
【3名】 朴台都（パク・テウク） 副社長ほか1名

(4) 合意事項

- ・鳥取県が開設する北東アジア貿易・観光情報センター（情報提供サイト）について、各地域は貿易・観光情報の提供など積極的に協力し、具体的な協議を開始する。
- ・鳥取県において、貨客船航路就航1周年を記念した青少年交流事業を開催する。
- ・3地域が協力して、観光情報に関する広報や説明会を実施するための協議を進めていく。
- ・各地域は、貿易の拡大に向けた企業情報の共有、合同ポートセールス、試験輸送の実施等について、積極的に協力する。
- ・鳥取県・江原道輸出企業展示商談会（6月、東海市）など輸出入の拡大に向けた商談会やバイヤー招請などに各地域が積極的に協力する。
- ・境港・東海港・ウラジオストク港のC I Q体制、通関及び物流環境の充実・改善に向けて、それぞれの国の関係機関への働きかけに各地域が連携して取組む。
- ・2010年2月9日にウラジオストクに開設した「TOTTORI Trade Center」の効果的な運営、利活用の促進について、各地域が相互に協力する。
- ・次回の本協議会は江原道において開催する。

(5) 元気な鳥取県産業推進プロジェクト（枠予算）の実施について
協議会の実施にあたっては、当該枠予算を活用して執行を行った。

【執行状況】

(単位：千円)

類型	事業名	執行額	備考
県内外への情報発信	第1回鳥取県・江原道・沿海地方海運航路活性化推進協議会	1,427	
今回報告額		(1,427)	再掲
報告済額		9,657	
合計		11,084	

【参考】元気な鳥取県産業推進プロジェクトの概要

○事業の概要

優れた企業や技術、製品、人材など県内産業資源の県内外への情報発信や販路拡大など、県内産業の高付加価値化に向けたきっかけ作りを行う。

機動的な事業実施のため当部に枠予算化を設定しているものであり、可能な限り時期、内容等を常任委員会に事前報告。

○主な事業内容

(1) 県内外への情報発信

優れた技術・製品・人材等県内産業資源の付加価値を情報発信するとともに、鳥取県独自の取組みなどを幅広くPR

(2) 経済活力の増進

著名経済人等の招聘、シンポジウム、セミナーの開催など

(3) 県産品の販路拡大

県外での商談会等、県内製品のマッチングの場をフレキシブルに提供

○予算額 20,000千円

とっとり高度人財「燦然」プラン等の実施状況等について

平成22年4月21日
雇用人材総室
人材育成確保室

鳥取県地域雇用創造協議会が国から受託して実施している「とっとり高度人財「燦然」プラン」等の平成21年度実績及び平成22年度事業計画を次のとおり報告します。

1 とっとり高度人財「燦然」プラン(地域雇用創造推進事業)

県内の求職者等約3千人を対象に人材育成メニューや就職促進メニューを実施し、約1千人の就職を目指す。(平成20年12月～23年3月)

(21年度実績は平成22年3月末現在)

区分	事業・研修名(略称)	20年度実績		21年度実績		22年度計画		22年度計画の主な見直し点
		参加 (計画数)	就職 (計画数)	参加 (計画数)	就職 (計画数)	参加 (計画数)	就職 (計画数)	
I 雇用拡大メニュー	(1)即戦力人材確保事業	73社 (10社)	-	163社 (40社)	-	- (50社)	-	・業種を絞って事業所を訪問するなどマッチングを見据えた効率的な求人開拓。
	(2)トップセミナー開催事業	65社 (200社)	-	160社 (500社)	-	- (600社)	-	・製造業に的を絞ったもの(6回) ・業種を絞らず広く参加者を募集するもの(2回)
	(3)人財ナビゲーター派遣事業	7社 (10社)	-	10社 (40社)	-	- (50社)	-	・商工団体等と連携し、ナビゲーターの派遣先企業の掘り起こしを強化。
	計	145社 (220社)	-	333社 (580社)	-	- (700社)	-	
II 人材育成メニュー	(1)ビジネススタッフ育成研修	15人 (16人)	8人 (8人)	241人 (256人)	120人 (128人)	- (500人)	- (250人)	・テレフォンオペレーターコースを増設(13回) ・情報中級・財務中級コース⇒実施回数・定員見直し
	(2)テクニカルサポート人材育成研修	10人 (16人)	5人 (5人)	34人 (70人)	20人 (35人)	- (90人)	- (49人)	・東部及び西部地域に普通コースを設置。
	(3)品質工学人材育成研修	4人 (4人)	1人 (2人)	12人 (20人)	0人 (10人)	- (20人)	- (10人)	・初級・中級レベルにするとともに、募集期間を長くして求職者の応募増に努める。
	(4)FPD関連エンジニア育成研修	6人 (6人)	1人 (3人)	16人 (15人)	5人 (7人)	- (16人)	- (8人)	・募集期間を長くして応募増に努める。
	(5)アパレルオペレーター育成研修	10人 (12人)	2人 (4人)	7人 (60人)	5人 (30人)	- (45人)	- (22人)	・若年求職者のニーズが高い研修内容に見直し。
	(6)生産技術オペレーター育成研修	- -	- -	100人 (220人)	41人 (110人)	- (212人)	- (106人)	・機械設備：中・西部地域⇒定員見直し
	(7)IT高度技術人材育成研修	38人 (40人)	18人 (20人)	77人 (80人)	5人 (40人)	- (80人)	- (40人)	・東部地域以外でも開催。
	計	83人 (94人)	35人 (42人)	487人 (721人)	196人 (360人)	- (963人)	- (485人)	計画数合計(H20～22) 参加：1,778人 就職：887人
III 就職促進メニュー	(1)UJIターン就職フェア	98人 (40人)	9人 (4人)	186人 (100人)	16人 (10人)	- (150人)	- (10人)	・PRを工夫し、来場者の確保を図る。
	(2)UJIターン企業見学会	8人 (8人)	2人 (1人)	10人 (20人)	5人 (4人)	- (20人)	- (4人)	
	(3)県内求職者企業見学会	11人 (20人)	4人 (5人)	15人 (40人)	6人 (10人)	- (40人)	- (10人)	・企業の掘り起こしに一層の注力。
	(4)人材育成研修企業見学会・就職フェア	6人 (50人)	- -	27人 (250人)	- -	- (220人)	- -	
	計	123人 (118人)	15人 (10人)	238人 (410人)	27人 (24人)	- (430人)	- (24人)	計画数合計(H20～22) 参加：958人 就職：58人

2 IT's Tottori Style 推進プロジェクト(地域雇用創造実現事業)

IT 人材(ネット販売及びマーケティングを担当する人材)を雇用して、別に採択した IT 事業者の支援を受けながら、地域の特産品や観光資源の販路拡大を目的としたネット販売システムを構築・運用する。鳥取高度人財「燦然」プランの関連事業として、国から別途採択された事業で、地域の活性化対策として、8団体と IT 事業者(1社)を採択して実施中。(平成 21 年 7 月 1 日～平成 24 年 3 月 31 日)

(1) 採択団体等の取組状況

団体名(所在地)	事業概要	HP の公開時期
境港市観光協会(境港市)	境港観光協会が取り扱っているゲゲゲの鬼太郎を利用した商品等のPR、販売促進に取り組み、年間5万件アクセスを目指す。 「みなとまち商店街」(http://shop.sakaiminato.net/)	4月1日公開
(財)若桜町観光開発事業団(若桜町)	道の駅若桜で取り扱っている豚肉などを活用した特産品のPR、販売促進に取り組み。	4月中に公開予定
智頭町商工会(智頭町)	智頭町観光協会が取り扱っている「スズハラ餅米」などの特産品のPR、販売促進に取り組み。	4月中に公開予定
八東地域振興(株)(八頭町)	観光農園との連携などを通じて、道の駅はつどうで取り扱っている柿など特産品のPR、販売促進に取り組み。	4月中に公開予定
(財)大山恵みの里公社(大山町)	道の駅大山恵みの里で取り扱っている大山そばなどの特産品のPR、販売促進に取り組み。	4月中に公開予定
伯耆町黒ぼくりゾート大山高原協議会(伯耆町)	特産品開発やカタログ販売などを通じて「黒ぼくりゾート大山高原」ブランドを確立し、全国への浸透を目指す。 「黒ぼくりゾート大山高原」(http://shop.daisenkougen.jp/)	4月1日公開
岩美ふるさと体験協議会(岩美町)	「岩美町の暮らしや文化」を活用した「ふるさと体験」をテーマに滞在型の体験観光を実施していく中で特産品(松葉がに、モサエビなど)のインターネット販売を実施する。	4月中に公開予定
新産業共通基盤(倉吉市)	農商工連携による新商品開発プロジェクト「新産業共通基盤」により商品化された地域特産品の試作品モニタリングとネット販売及び「新産業共通基盤」参加会員の特産品のPR、販売促進等に取り組み、地域資源活用事業を推進していく。 「くらしよし市場」(http://kurashiyoshi.itstottori.jp/)	4月2日公開

(2) 今後の予定

5月～6月 事業全体のPRを予定。

職業訓練の実施状況等について

平成 22 年 4 月 21 日
雇 用 人 材 総 室
労 働 政 策 室

倉吉高等技術専門校及び米子高等技術専門校における職業訓練の平成 21 年度の実施状況と、平成 22 年度の実施計画は以下のとおりです。

1 平成 21 年度の実施状況

- ・厳しい雇用情勢を勘案し、離職者訓練の定員を大幅に拡充。<H20 : 318 人⇒H21 : 1,170 人>
- ・前年同時期に比べ、訓練生の就職率は低下。<H20 : 66.8%⇒H21 : 61.1%>

(平成 22 年 3 月末現在、単位：人)

対象	訓練科名	期間	定員	入校等	修了	就職	就職率	前年同期
新規学卒者	コンピュータ制御科(2年制)	2年	10<2年>	8	5	1	20.0%	(44.4%)
			10<1年>	10	—	—	—	—
	コンピュータ制御科(1年制)	1年	10	9	7	1	14.3%	(0%)
	土木システム科	1年	15	6	6	4	66.7%	(75.0%)
	木造建築科	1年	20	8	7	3	42.9%	(50.0%)
	自動車整備科	2年	25<2年>	23	23	23	100%	(100%)
			25<1年>	25	—	—	—	—
	設計・インテリア科	1年	20	13	10	7	70.0%	(73.3%)
デザイン科	1年	20	20	18	11	61.1%	(21.1%)	
	小計		155	122	76	50	65.8%	(60.3%)
離職者	パソコン系、介護系等(75コース)	3か月等	1,170	1,017	903	541	59.9%	(71.0%)
障がい者	総合実務科等(6コース)	1年等	65	48	46	35	76.1%	(56.9%)
在職者	パソコン系等(26コース)	24時間等	450	300	254	—	—	—
計	114コース		1,840	1,487	1,279	626	61.1%	(66.8%)

注) 就職率等は平成 22 年 3 月末現在のもので、確定値ではない。

2 平成 22 年度の実施計画

- ・厳しい雇用情勢が続いていることを勘案し、引き続き離職者訓練の定員を充実。<H22 : 1,144 人>
- ・新規高校卒業者の厳しい雇用情勢に対応するため、新規高校卒業未就職者を対象とした訓練を新設。
- ・子育てをされるかたの就労支援を行うため、託児サービス付き離職者訓練を新設。(6コース、定員 30 人)
- ・年間を通じた訓練の機会を提供するため、実施期間が年度をまたぐ離職者訓練(22 年度開始 23 年度修了)を設定。(6コース、定員 110 人)
- ・成長分野である介護分野の雇用及び人材育成を促進するため、介護福祉士養成科(2 年課程の離職者訓練)の定員を大幅に拡充。<H21 開始 : 10 人⇒H22 開始 : 25 人>
- ・緊急雇用創出事業を活用し、各高等技術専門校に 1 名ずつ就職支援指導員を配置し、就職支援を強化。

(単位：人)

対象	訓練科名	期間	定員	前年度	入校	前年度
新規学卒者	コンピュータ制御科(2年制)	2年	20	(20)	10	(10)
	コンピュータ制御科(1年制)	1年	10	(10)	5	(9)
	土木システム科	1年	15	(15)	8	(6)
	木造建築科	1年	20	(20)	5	(8)
	自動車整備科	2年	50	(50)	25	(25)
	設計・インテリア科	1年	20	(20)	15	(13)
	デザイン科	1年	20	(20)	18	(20)
		小計		155	(155)	86
新規高校卒業未就職者	【新規】新規高校卒業未就職者対象訓練(2コース)	1年	40	(—)	19	(—)
離職者	パソコン系、介護系等(75コース)	3か月等	1,144	(1,170)	—	—
障がい者	総合実務科等(7コース)	1年等	80	(65)	—	—
在職者	パソコン系等(33コース)	24時間等	455	(450)	—	—
計	124コース		1,874	(1,840)	—	—

株式会社ナノオプトニクス・エナジーの米子進出について

平成22年4月21日
産業振興総室
企業立地推進室
次世代環境産業室

ナノテクノロジー、環境エネルギーの研究開発企業である株式会社ナノオプトニクス・エナジー（本社：京都市）が電気自動車の本格的な開発・製造に着手するため米子市に進出することとなり、3月29日に記者発表が行われ、あわせて同社と鳥取県及び米子市との間で協定書の調印式を行いました。

1 企業概要

- | | |
|----------|-------------------|
| (1) 社名 | 株式会社ナノオプトニクス・エナジー |
| (2) 代表者 | 代表取締役 藤原 洋 |
| (3) 本社 | 京都市左京区吉田本町36番地1 |
| (4) 設立 | 平成17年11月 |
| (5) 資本金 | 496,475千円 |
| (6) 従業員数 | 50名（グループ会社を含む） |

2 進出計画

- | | |
|-----------|--|
| (1) 施設の名称 | ナノオプトニクス・エナジー米子EV工場（仮称） |
| (2) 所在地 | 米子市上福原1383（現JT米子工場） |
| (3) 操業開始 | 平成23年春（予定） |
| (4) 事業内容 | 電気自動車の開発・製造事業 |
| (5) 雇用計画 | 約800名（5年計画） |
| (6) 設備計画 | 約230億円（5年計画） |
| (7) 将来構想 | ① 電気自動車の開発・製造事業
高級スポーツカー、数年でセル生産からライン生産にシフト
2015年に約1,000億円の売り上げを目指す
② 太陽光発電設備の製造・運用事業
③ エネルギー・情報グリッド事業 |

3 記者発表及び調印式

- | | |
|---------|-----------------------|
| (1) 日時 | 平成22年3月29日（月）午後1時から2時 |
| (2) 場所 | 米子コンベンションセンター 情報プラザ |
| (3) 出席者 | 株式会社ナノオプトニクス・エナジー |

代表取締役 藤原 洋
鳥取県知事 平井 伸治
米子市長 野坂 康夫

- | | |
|--------|---|
| (4) 参考 | 株式会社三菱総合研究所 理事長 小宮山宏氏から株式会社ナノオプトニクス・エナジー及び鳥取県へのビデオによる応援メッセージをいただきました。 |
|--------|---|

株式会社三菱総合研究所では、「地球環境問題を解決した元気な超高齢社会」が21世紀の世界が必要とする社会モデル（「プラチナ社会」と命名）であるとして、その実現に向け「プラチナ社会研究会」を発足される予定であり、鳥取県に期待しているとのことでした。なお、同研究会には鳥取県も参画予定です。

農商工連携研究開発支援基金及び新たな助成制度の創設について

平成 22 年 4 月 21 日

産業振興総室

新事業開拓室

1 概要

本県における農商工連携の更なる促進に向け、財団法人鳥取県産業振興機構と J A 中央会、県内地域金融機関が協調して新たな基金及び助成制度の創設を行うもの。

本助成制度の新設を契機とし、県内各 J A が主体的に農商工連携に取り組む動きを高めるとともに、各金融機関と商工団体並びに県が連携した支援体制の更なる強化を図る。

2 基金の概要

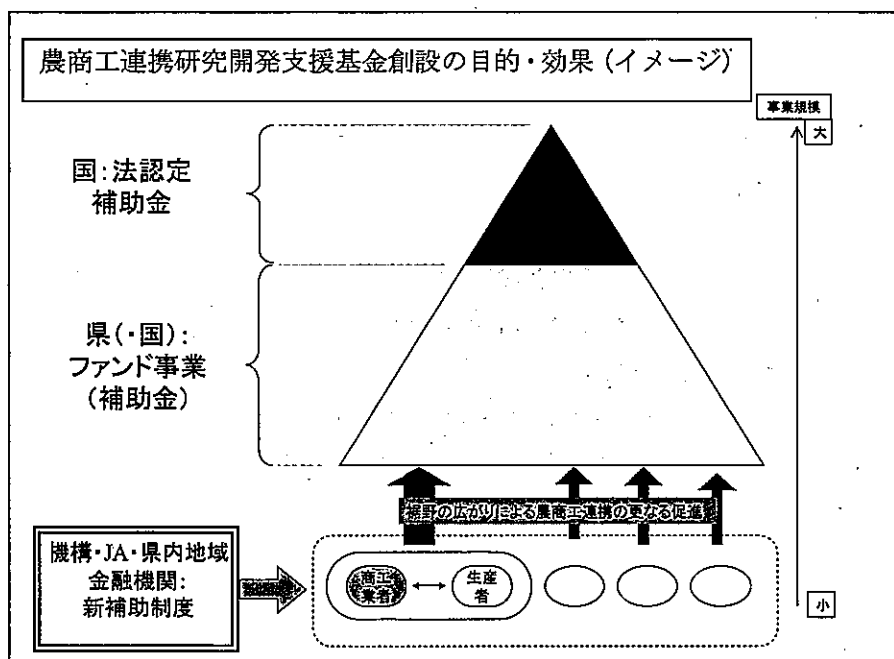
県産業振興機構が、参加機関から受けた低利融資資金を原資に運用して得た額を助成金として活用するもの。

- ・基金総額：5 億円（県産業振興機構：1 億円*、J A 中央会：1 億円、山陰合同銀行：1 億円、鳥取銀行：1 億円、鳥取信用金庫・倉吉信用金庫・米子信用金庫：1 億円）
* 既存研究開発基金（出捐者：鳥取県他）の運用益からの拠出。
- ・運用益：年 300 万円程度
- ・運用期間：10 年間（助成事業実施期間）

3 助成制度の概要

助成対象事業	助成率	助成限度額	事業実施期間	件数/年
農商工連携研究開発支援事業	2/3 以内	600 千円	採択～年度末まで	5 件程度

- ・事業主体：既存の農商工連携促進ファンド事業では対象とされない「連携体」構築前の農林漁業者と商工業者から成る取組初期段階のグループ。
- ・事業内容：新商品開発のシーズ（商品化のベースとなる材料や素材）についての基礎的研究や試験栽培等の実施に対し助成する。
- ・公募期間：4 月下旬～5 月下旬 審査会：6 月（以降、助成残枠があれば追加募集を実施）



鳥取県東京アンテナショップ設置による効果と今後の取り組みについて

平成22年4月21日
市場開拓局
市場開拓課

アンテナショップの概況総括

- ◆平成20年8月29日のオープン以来、1年8ヶ月が経過。
- ◆平成21年5月から売り上げも上昇し、また、アンテナショップをきっかけとして販路開拓の成果や産地活性化、商品開発が増加するなど、アンテナショップ本来の機能も発揮。
- ◆県も、県内事業者に対し、テスト商品販売助成、アンテナショップへのイベント出店助成などを行い、事業者の「打って出る」取り組みを支援。
- ◆アンテナショップをきっかけとして、県内事業者も首都圏への販路拡大の意識が徐々に醸成。

アンテナショップによる効果

1 販路開拓・拡大

オープン以降、アンテナショップ販売商品約120商品(約70社)[H22.3末現在]を首都圏の卸小売業や外食店等に紹介し、以下の商品の採用決定など、販路開拓に成果。

【採用決定になったもの】 約27社70品目

相手先	商 品 名
婚礼引き菓子会社	婚礼引き菓子のカタログ掲載(因幡の白うさぎなど7品)
首都圏に展開するLPガス会社	顧客用贈答品(ねばりっこ(3kg×300ケース)、なたまめ茶(200㍻))
ネット通販会社	なたまめ茶
都内高級料理店	鳥取和牛、トトリコ豚、地酒、梨シャーベット
都内金融会社	顧客用贈答品(ロールケーキ・シフォンケーキセット)
東京八重洲の地下街のお店	梨キャラメル、もさえびせんべい、ほたるいかせんべい、鬼太郎の好きなビーフカレー
ネット通販会社	トマト加工品、お茶、酢、タケノコ、茸加工品、シャンプー、化粧品など39商品(11社)
都内のお茶屋	おいり
県ゆかりの店	地酒
ラーメン店	大山黒牛、大山鶏ガラ
食品卸売業	干しタケノコが決定。その他ワイン、お茶など商談中
都内中国家庭料理店	白ネギが決定。乾椎茸、干しタケノコ、エゴマ油など商談中(6事業者・7商品)

【主な商談継続中のもの】 約43社50品目

商 談 相 手	商 談 品 目
自然食品販売業	エゴマ油
テレビ通販会社	水産加工品
食品卸売業	ふりかけ、レトルトカレー(9社、14商品)
食品卸売業	地酒、ギフト商品、いかの醤油付け
食品スーパー	らっきょう、トマト加工品等
食品卸売業	ギフト商品
	瓶詰めらっきょうについて商談
食品卸売業	するめ糍漬の無添加食品の要望があり、事業者からサンプル提供
外食チェーン	県フェアの提案
中華レストラン	食材としてカニ、酒などを提案
有機農産物ショップ	こだわり農産物等の提案
ネット通販会社	エゴマ、お茶、無農薬野菜委

2 商品開発 (改良)

アンテナショップで収集した情報を県内事業者へ伝達し、新商品開発や商品改良に取り組み。(約50商品)

商品名	内容
水産加工品	新橋の会社員のニーズを反映したイカのおつまみの開発
らっきょう	首都圏の消費者の嗜好に合わせて塩らっきょう漬けの開発
トマトケケチャップ	少量サイズの開発
ちくわ各種	半分サイズの上上好調
地酒、梅酒	催事2回目は飲み切りサイズの300mlに統一して販売36%増
水産加工品	いか、するめの糍漬は、500円までのお試し価格が支持された。
二十世紀梨味ホワイト生キャラメル	パッケージ、商品形状、入り個数 等々の商品化支援
鳥取県産の杉製品	建築関係の方が興味を示されて工務店に紹介。工務店がショップに来店。
もさえびせんべい、ほたるいかせんべい	物産展の品目に採用。
ミニトマトで作ったケチャップ	450g入りを300g(大)と185g(小)の2種類に変更。試食販売で成果
ぶどうゼリー	商品名の帯が中身を隠すので改良をアドバイス
ハウス秋菜梨	高品質商品をPRするため、県産和紙でのパッケージでの販売
二十世紀梨しゃぼん	ミニでのお試し商品の提案をアドバイス
味噌・醤油	少量サイズでの提案、味噌の物語性をPRするようアドバイス。
妖怪コーヒー	価格が高いイメージであったが、催事出展し試飲をしたことで、売上増につながった。
はとむぎうどん	はとむぎうどんの作り方、何人前などの情報を表示するよう改良アドバイス
すき焼きコロッケ	平常120円を量目を増やし、180円で高くても商品力で売れる価格で勝負。好調に推移
味噌・米	新商品として金持神社ブランドの立上げ、金持神社みそ売上好調
ねばりっこ	ねばりっこアイスの商品化をアドバイス
スプラウト	東京では支持されると思われるので積極的に催事出展を依頼。
せんべい	写真家植田正治との関係を商品と結びつけるよう指導
ねむけトンビ、あぶってホタル、おかわりスルメ	100円珍味の開発。ヒット商品へ
レトルトカレー	ネーミングの開発支援、カレーに続く第2弾ビーフシチューの開発
化粧品(シャンプー)	お試し価格商品の開発支援。1000円を試作
しぼりワカメ	価格設定の指導。催事出展により2階レストランへの取引も始まった。
ラスク	ギフト対応より単品バラ売りをアドバイス。1袋90円の方が売上好調。
するめ糍漬	消費者要望により「あま酒」「味噌」を開発
農産加工品	消費者要望により「生姜パウダー」を開発
地酒	東京市場を意識して、1合瓶(180ml)をはじめて開発。
生干しホタルイカ	酒のおつまみにと試食を繰り返し、一日40袋の売上数量No.1商品に。100円商品を検討。
あごだし	個包装商品の開発、あご100%だしの開発をアドバイス
せんべい、干物	個包装商品の開発

3 地域活性化

アンテナショップをきっかけに産地や地域が活性化。

産直野菜をアンテナショップに出荷しているJA鳥取中央久米にこここ市の皆さんが首都圏で評価されることで、新たな品目(イタリア野菜など)の栽培に取り組むなど、産地に活気をもたらす事例も生まれている。

4 情報発信

テレビ、雑誌等に取り上げられた他、事業者によるアンテナショップでの催事など県情報の発信に効果。

- 1 オープン以降、全国放送のテレビ番組、雑誌等に合計 282 件 (H22.3 月末現在) 取り上げられ、鳥取県産品の認知度向上、鳥取県のPRに寄与。

【主なもの】

区 分	内 容
テレビ番組	TBS「知っとこ」・「はなまるマーケット」、フジテレビ「めざましテレビ」・「とくダネ!」
雑誌	週刊文春、家庭画報、日経トレンディ、東京ウォーカー、サライ、おとなの週末

- 2 県産品の試食販売によるPRと消費者ニーズ把握

県内事業者延べ 60 事業者 [H21.4 月～H22.3 月末] がアンテナショップでの試食販売イベントなどを開催。PRとあわせ相対で首都圏の消費者で接することで、ニーズ等の把握に効果。

【出展者からの意見・感想】

・前回の出展で把握した首都圏消費者ニーズを反映し、梅の実の小さいサイズの梅酒を開発し、試験的に販売。思った以上の販売となり、アンテナショップが常時取扱商品として販売を検討。(酒造メーカー)
・「水木しげるロード」の観光客の購買ニーズと東京の消費者の購買ニーズの違いなどが色々とわかり、今後の販売戦略にとって大変有意義であった。(食品メーカー)
・品質が良くておいしいものを提供することが大事。東京の人、話せば普通の人だった。(梨生産者)
・東京といえども簡単に売れるものではないと感じた。いかにお客様にファンになっていただくかが重要だと思った。(福祉作業所)
・アンテナショップで鳥取ファンを確実に増やしている様子がわかり、鳥取砂丘などの観光地での販売方法にも取り入れるべきだと感じた。(商工団体)
・お客様の中で興味を示された建築関係者が工務店を紹介していただき、翌日、その工務店がアンテナショップに来店。家具をきっかけに建材や構造材の売り込みが期待できそう。(家具・木材メーカー)

- 3 首都圏で開催されたイベントにアンテナショップが出店し、鳥取県産品をPR販売。

【主なもの】

名 称	期 間	場 所
高齢者雇用フェスタ	H20.10.2(木)	東京ドームシティ(文京区)
さいたま市民まつり 咲いたまつり 2008	H20.10.11(土)～12(日)	さいたまスーパーアリーナ (さいたま市)
戸越銀座商店街感謝祭	H21.7.4(土)～5(日)・ H21.7.11(土)～12(日)	戸越銀座商店街(品川区)
第54回調布市商工まつり	H21.10.11(日)～12(月)	調布市役所前広場
第37回日本橋・京橋まつり	H21.10.25(日)	中央区日本橋
相模女子大学相生祭	H21.11.3(祝・火)～4(水)	相模女子大学(神奈川県相模原市)
商店街と地方都市との交流物産展	H21.11.5(木)～6(金)	JR新橋駅前SL広場
第2回アンテナショップ フェスティバル	H22.2.19(金)～21(日)	福井県アンテナショップ ふくい南青山 291 (港区南青山)
NHKふるさとの食につぼんの食 全国フェスティバル	H22.3.13(土)～14(日)	代々木公園

5 情報受信

首都圏の消費者ニーズなど、各種情報を県内事業者に伝達し、意識の醸成や商品開発等に効果。

アンテナショップで収集した情報を県内事業者に伝達

(1) アンテナショップ報告会

① 時期	年1回 (H20年度：H21.2.12、H21年度：H21.9.25)
② 参加者	県内事業者、農林商工団体、市町村、金融機関等 (H20：100名、H21：63名)
③ 内容	県及びアンテナショップスタッフ等からアンテナショップで収集した情報を報告

(2) 商品改良アドバイス会 (H21年度から開催)

- | | |
|-------|---|
| ① 時期 | 年3回程度 (H21年度: 1回目 (H21.7.13・14)、2回目 (H22.3.9・10)) |
| ② 参加者 | 出品事業者 (11社 (1回目)) |
| ③ 内容 | アンテナショップスタッフが、出品事業者に個別に自社商品に対する消費者の反応・感想を伝達し、商品改良等のアドバイスを実施 |

(3) 意見交換会

- | | |
|--------|---|
| ① 時期 | H21.3.20～22、H21.9.21～23、H22.2.14・15 |
| ② 内容 | 県内の生産地等にアンテナショップスタッフが訪問し、消費者の反応・感想、動向等を個別に伝達し、意見交換を実施 |
| ③ 成果事例 | 珍しい野菜や規格外の野菜をアンテナショップに出荷していなかったが、アンテナショップスタッフと意見交換する中で、珍しい野菜でも調理方法さえ紹介すれば東京でも売れるとのアドバイスを受け、アンテナショップで販売するようになった。 |

(4) テスト販売による情報フィードバック (H21年度から実施)

チャレンジ商品 (79事業者・170商品 (H22.3.31現在)) について、アンケートはがきにより消費者の意見・感想等の情報 223 件を収集し、チャレンジ商品の製造事業者にフィードバック

【意見・感想例】

品目名	内容
せんべい	とてもおいしかったです。ただ乾燥剤は入れた方がよい。
レトルトカレー	レトルトなのに味にうま味があった。例えばレンコン、らっきょうのような噛みごたえのあるものが入っていたらもっとよい。
味噌	味噌汁にはもう少し塩分があった方がよい。おみやげとしては適当な大きさだが、家庭用として購入したので、やはり1kg欲しい。
焼肉のたれ	手作りの焼肉のたれというネーミングに惹かれました。手作りらしく、味がとてもやさしくおいしかったです。たれがもう少し出やすい口の形をしているとよい。
レモンクッキー	食感が良く、甘さも抑えてあってよい。上に飾ってあるレモンの皮が固くて歯にくっつくのが気になる。
果汁飲料	金属製のふたは開ける時に縁で指などを切りそう。材質を変えた方がよい。

6 その他

- 1 県内の中高生 (中学5校、高校3校 (H21.4月～H22.3月末)) が販売体験や地元地域のPRを行い、体験学習の場として活用。
→H21.8.1～3 にアンテナショップで体験学習をした米子南高校の生徒が鳥取県生徒商業研究発表大会でその成果を発表し、優勝。9/19に開催された中国大会にも出場し、優秀賞を受賞。
- 2 情報受発信のためのその他の県の取り組み
 - (1) BSS ラジオで月1回 (毎月第3火曜日) にアンテナショップ情報を放送
 - (2) 首都圏在住の女性8名で構成された鳥取サポーター隊「カラット」を結成 (H21.12) 商品モニタリングを行ったり、自らのホームページで情報発信
 - (3) オープン1周年による新聞広告 (特集) を掲載 (H21.8.25 日本海新聞)
 - (4) 平井知事と県内事業者による「伸びのびトーク」開催 (H21.5.28)

運営状況

1 来客実績

区分	物 販 店 舗				レ ス ト ラ ン		
	買物客数	営業 日数	売上高 (千円)		来店客数	営業 日数	売上高 (千円)
			うち催事売上高 (千円)				
H20.8月	2,117名	3日	2,701	73	149名	2日	900
9月	8,404名	30日	10,176	227	2,321名	24日	6,265
10月	5,204名	31日	6,383	100	1,972名	26日	6,441
11月	4,657名	30日	6,244	145	1,943名	24日	7,504
12月	4,646名	30日	7,191	147	2,061名	25日	8,151
H21.1月	3,653名	28日	4,844	0	1,713名	22日	7,162
2月	4,431名	28日	6,597	114	1,649名	23日	6,846
3月	4,550名	31日	6,093	0	1,689名	25日	6,823
小計	37,662名	211日	50,229	806	13,497名	171日	50,092
H21.4月	4,737名	30日	5,837	62	1,731名	25日	5,925
5月	6,309名	31日	7,590	87	1,822名	23日	6,410
6月	6,159名	30日	7,701	212	2,203名	26日	7,489
7月	6,206名	31日	7,700	181	2,092名	26日	7,345
8月	7,483名	31日	8,198	108	2,268名	27日	7,804
9月	7,002名	30日	8,743	209	1,828名	23日	6,191
10月	6,384名	31日	7,623	224	1,865名	26日	6,716
11月	6,523名	30日	9,241	237	1,578名	23日	5,411
12月	6,438名	30日	8,696	281	1,450名	21日	5,270
1月	5,361名	28日	6,597	122	1,713名	23日	5,526
2月	5,056名	28日	6,756	177	1,609名	22日	5,568
小計	67,658名	330日	84,682	1,900	20,159名	265日	69,655
合計	105,320名	541日	134,911	2,706	33,656名	436日	119,747

2 経営の状況

平成20年8月(オープン)から平成21年12月までの状況

(単位:千円)

項 目	物 販 店 舗	レ ス ト ラ ン
売上額 A	121,560	108,660
原価 B	82,620	33,060
売上総利益 C=A-B	38,940	75,600
販売管理費	人件費	42,980
	地代・家賃	19,290
	その他光熱水費等	13,000
	計 D	75,270
経常利益 C-D	1,660	330

県の支出等の状況

1 平成20年度決算額

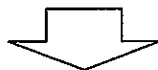
	区分	額(千円)	備考
県支出額	開設経費（敷金、仲介手数料、設計費、内装工事費、広告宣伝費等）	114,908	敷金15か月分、仲介手数料1か月分など
	賃借料	33,303	9か月分
	その他経費（運営会議開催経費等）	2,452	
	計	150,663	
県収入額	物販店舗納付金	3,295	1階売上額の7%
	飲食店舗納付金	7,830	2階賃貸料相当額の80%
	計	11,125	

2 平成21年度予算額

	区分	額(千円)	備考
県支出額	賃借料	44,405	12か月分
	情報受発信、販路開拓等	22,138	催事の充実、マスメディアによる情報発信等
	アンテナショップコーディネータ配置	(5,173)	ふるさと雇用再生特別交付金事業
	計	66,543	※ふるさと雇用再生特別交付金は含まない。
県収入額	物販店舗納付金	6,720	1階売上額の7%
	飲食店舗納付金	16,550	2階賃貸料相当額
	計	23,270	

アンテナショップに係る今後の課題と対応

アンテナショップ設置効果が徐々に出てきているが、アンテナショップを拠点とした販路開拓、首都圏消費者ニーズ等の情報の県内事業者へのフィードバック、県産品や鳥取県の魅力発信といったアンテナ機能のより一層の強化が必要。



平成22年度、アンテナショップの機能強化の新たな取り組み

- ① 販路開拓マネージャーを東京本部に新たに1名増員。
- ② 県民の皆さんに対しアンテナショップで収集した首都圏情報を県内ケーブルテレビを活用し、発信。
- ③ 県産食材を使った料理を開発し、首都圏のレストラン関係者等に対するPR試食会を開催。