

健康・福祉・医療新産業ビジョン

健康ビジネス連峰構想

平成 1 8 年 2 月

新 潟 県

概要

○新潟県は、県経済をより付加価値の高い産業に転換するための基本戦略として、健康・福祉・医療に関連する新産業おこしに向けたビジョン「**健康・福祉・医療新産業ビジョン ～健康ビジネス連峰構想～**」に18年度から着手する。

○「健康・福祉・医療」関連ビジネスは、農林水産業から、観光産業、機械工業、サービス産業、建設業、IT産業など、産業のあらゆる分野で取り組みが可能であり、これらの分野において、県内産業は潜在的強みを有している。また、新潟には、時代のニーズに応じて新たなビジネスにチャレンジし、成功したというDNAが存在している。

○県として、健康・福祉・医療関連での付加価値の高いビジネスが、新潟から数多く輩出されることを提唱し、応援する。また、県内でのこうした分野に取り組む企業群を明らかにし、活性化されることを通じて、こうした企業とパートナーを組む食品・バイオ等大手企業が新潟県に進出する環境を整備し、企業誘致の促進にも活用する。

○ビジョンの具体化に向けては、テーマが横断的にわたることから、副知事を議長とし、関連部局長等が参加する「健康ビジネス連峰構想推進会議(仮称)」を設ける(新産業企画監が主管)。また、産業労働部内に、本構想推進における窓口となる新たな担当部署を設け、庁内関連部局や地域振興局、市町村、にいがた産業創造機構等と連携を密にして、情報収集・発信に努め、政策の立案・推進を行う。

○18年度予算において、構想の実現に向けた様々な事業を実施する(総事業費3.8億円、うち県負担分1.1億円)。また、県予算による事業以外にも、県の研究機関での研究推進、従来の産業振興や企業誘致に関する施策の「健康・福祉・医療」関連分野への配慮や、外部資源(国の競争的資金など)の活用への支援なども行う。

○こうした取り組みを通じて、今後2年間で、20件以上の推奨プロジェクトを輩出することを目標とする。

＜問合せ先＞

産業労働部産業振興課 小浦 瀬戸
tel:025-280-5718 (内線 2785)

ビジョン策定の目的

全国と比べ県内の経済・雇用情勢は依然厳しい中、新潟県の経済を、多くの利益が大都市・大企業に吸収されてしまう下請け的構造から、付加価値を高め、それを自ら享受する自立型の構造に転換するため、イノベーション促進のための事業環境整備モデルを、「健康・福祉・医療関連産業」をテーマに構築

○ イノベーション

技術革新や新たなビジネスモデル、組織や経営の革命的革新に基づく新事業・産業の創造、既存産業における新市場展開等の劇的な変革をいう

○ 健康・福祉・医療関連産業

21世紀における消費者の最大ニーズである「健康ニーズ」に基づき、農林水産、食品、医療、福祉、ものづくり、サービス、観光、情報等幅広い分野でイノベーションを起こそうとする横断的な産業の塊

- ・ 少子高齢化の時代にあっても今後の市場規模拡大が期待される
- ・ 裾野が広く、新潟県の有する幅広い産業や資源の活用を通じて、新たな高付加価値のものやサービスを創造する(=県のGDP上昇に寄与)ポテンシャルが高い

(1) 「健康・福祉・医療関連ビジネス」の現状

- ・「健康・福祉・医療関連産業」は、国内外に有望な成長市場を有す、多様なビジネスチャンスの宝庫。特に、異業種が連携することにより、社会の多様なニーズに対応した高付加価値のビジネスを生み出すことが可能。
- ・県内企業は、製造業はじめ、観光、サービス業などの幅広い分野で、新事業展開を可能とする経営資源と併せ、新事業展開に向けた高い潜在能力(イノベーションのDNA(9頁参照))を保有
- ・県内には工業技術総合研究所、食品研究所等の公設試験研究機関や、NICO等の産業支援機関、大学など研究開発機関はじめ、多様な協議会・研究会活動も活発であり新産業の創出に向けた基盤が存在

(2) 県内の関連産業が抱える課題

- ・「健康・福祉・医療関連ビジネス」をテーマとする県内企業の「変革」は十分な成果を上げていない。サービス業や鉄工業など、まだ取り組みが少ない分野もある。
- ・「健康・福祉・医療関連ビジネス」に関しては、産学連携や産産・異業種連携といった水平的なネットワーク形成が不十分

ビジョンの目指すところ

「健康ビジネス連峰」の形成



- 人々がいきいき・はつらつ・長生きするための「健康・福祉・医療」に関わる多様なニーズに応じた多彩なビジネスの先駆的取り組みが、新潟県のあらゆる産業で輩出され、互いに連携しあうことで業界の頂上を形成する。
広大な県内産業の裾野は、県内の雇用を増やし県GDPを上昇させ県民の暮らしと税収基盤を豊かにさせる。
- 健康ビジネスが盛んになることでそれを享受する県民の健康も増進し、病気が減少、新潟県が日本一長寿で住みよい郷土に変わることの一環をなす。
- 健康・福祉・医療新産業の育成・振興を通じて、県民が産業面でも福祉面でも幸せになれる「健康ビジネス連峰」の形成を目指す。

ビジョンの考え方

・健康・福祉・医療関連産業は、消費者の多様な「健康ニーズ」に対し幅広い業界が連携し合って解決策を提供する産業群であり、ビジネスモデルは多種多様。

・県内の農林水産、製造業、サービス、観光など様々な分野で、

①県民や来県者の「健康ニーズ」を吸い上げ、

②健康・福祉・医療関連分野での

商品・サービスの新事業展開に挑戦し、

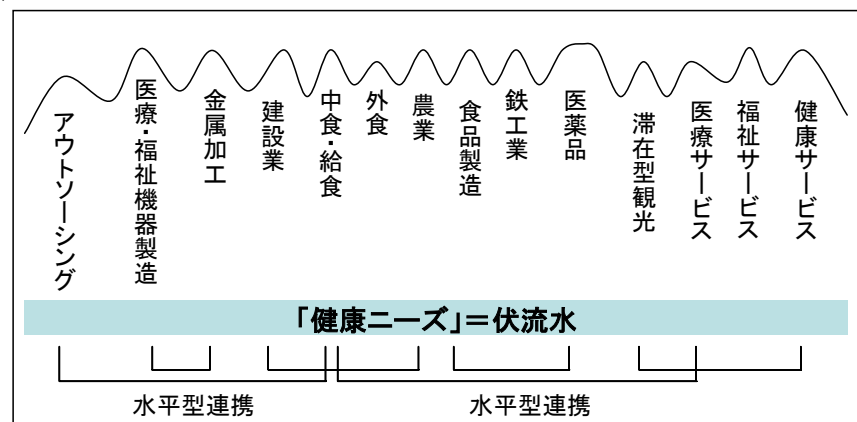
③こうした多様なビジネスのイノベーション

が連峰のように連なり、

④県内各産業再生のきっかけとする

ことを提唱。

「健康ビジネス連峰」のイメージ図



・行政は、健康・福祉・医療関連新産業の育成・振興ビジョンを示し、県内企業、県外大手企業、海外企業、大学やNPOなどと連携し、イノベーションを促進する「場」を作り支援。

・一方、福祉保健部で策定中の「健康福祉ビジョン」とも連携するとともに、同部における一連の事業等から県民の健康ニーズを把握し産業側に伝え、福祉の向上と産業振興が一体となった取組を展開

ビジョンの具体化に向けた施策

ビジョンの具体化に向けて、以下のような施策を実施する。

(1) ビジョンに関連する18年度事業：事業費総額3.8億円(うち県負担分1.1億円)

<以下の事業の括弧内の数字は、県負担分>

・いきいき健康ビジネス創出事業 (32百万円)

健康・福祉・医療関連ビジネスに関して、先導的な地域の取り組みや企業同士の連携による製品やサービスの開発に係る費用の1/2を補助。

・医療産業創造プロジェクト事業 (12百万円)

テーラーメイド医療に対応したデバイス及び手術支援装置等の開発を、産学官連携により実施。

・心と体のリフレッシュ観光推進事業 (6百万円)

「心と体をリフレッシュする旅づくり」をテーマとした観光資源の再発見・開発に取り組む市町村等を支援(補助率4/10)。

・生活習慣病予防対策推進事業 (10百万円)

生活習慣病予防のため、市町村や企業等と連携しながら、食育、運動習慣(ウォーキング等)の普及定着、たばこ対策を実施。

・にいがた「交流で元気」サポート事業 (30百万円)

田園風景や農村生活、郷土・伝統食等の地域資源を活用した新たなビジネス機会の創出により、中山間地域の活性化及び農業者の所得向上を目指す(グリーンツーリズムの推進)。

・県産農産物加工供給拡大支援事業 (3百万円)

地場産農林水産物を活用した地場産ブランドの確立を目指した、高付加価値加工食品の開発並びに販売展開を支援(補助率1/2)。

・農業総合研究所における健康・食品関連の研究 (4百万円)

イネや山菜のもつ機能性を利用した食品素材の研究などを実施。

・建設業活性化支援事業 (9百万円)

建設企業が行う新分野・新市場への進出、企業統合等に係る経費の一部を補助。

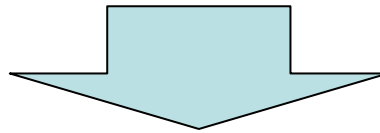
(2) 体制の整備

副知事を議長とし、関連部局長等が参加する「健康ビジネス連峰構想推進会議(仮称)」を設置(新産業企画監が主管)。また、産業労働部内に、本構想推進における窓口となる新たな担当部署を設け、庁内関連部局や地域振興局、市町村、にいがた産業創造機構等と連携を密にして、情報収集・発信に努め、政策の立案・推進を実施。

(3) そのほか

○県内でのこうした分野に取り組む企業群を明らかにし、活性化されることを通じて、こうした企業とパートナーを組む食品・バイオ等大手企業が新潟県に進出する環境を整備し、企業誘致の促進にも活用。

○県単予算による支援以外にも、県の研究機関での研究推進、従来の産業振興や企業誘致に関する施策における「健康・福祉・医療」関連分野への配慮や、外部資源(国の競争的資金など)の活用への支援なども実施。



「上記のような施策を実施することで、新潟の特長を活かした「健康・福祉・医療関連ビジネス」の模範となる推奨事例を、今後2年間で、20件以上輩出する。

本県における産業の変革

○県内産業には、時代のニーズに合わせて業態を変革してきたイノベーションのDNAが存在。それらの幾つかは業界リーダーとして産業全体を牽引

○県内企業がイノベーションのDNAに気づくこと、現在低迷する産業界でイノベーションに挑戦することが不可欠

・ 長岡の鉄工業

明治時代には石油生産周辺産業として始まり、その後は軍需産業として日本の産業を支えた。終戦後軍需産業は壊滅したが、高度経済成長を支える金属産業として復活した。現在もNAZE(長岡産業活性化協議会)など変革への動きが見られる。

・ 県央の金属加工産業

江戸時代には農業閑散期での釘作りとして始まったが、その後ヤスリなど研磨技術が進み、第二次大戦後は金属食器加工として世界に輸出を伸ばした。現在では、マグネシウム等新素材にも挑戦しており、独特の表面処理技術でもって、高い競争力を有している。

・ 米菓産業

せんべいあられは家内制手工業が主だったが、プラスチック包装をいち早く取り入れ、スーパーへの流通を強化した結果、どこでもしけらないせんべいが食べられるようになった。マーケティングも強化し、それまで関西、埼玉が主流であった米菓市場のトップとなった。

・ 日本酒産業

日本酒といえば以前は灘、伏見、広島が日本の一流品だったが、県産酒米「五百万石」が開発され、70年代頃から消費者の辛口ニーズへの変化をとらえて「新潟酒は淡麗辛口」という評判が定着。現在では同等の銘醸酒であれば新潟県産というだけで高く売れるようになった。