

## 9月7日（土）

|            |                              |                 |      |
|------------|------------------------------|-----------------|------|
| 第1会場<br>1班 | 地域を支える魅力ある商業と<br>サービス産業の振興   | 経済産業部<br>商工業局   | … 10 |
| 第2会場<br>2班 | 国際競争力の高い観光地域づくり<br>観光客の来訪の促進 | 文化・観光部<br>観光交流局 | … 39 |
| 第3会場<br>3班 | 魅力ある高等教育の振興                  | 文化・観光部<br>総合教育局 | … 62 |

## 地域を支える魅力ある商業とサービス産業の振興

|         |                |      |                      |
|---------|----------------|------|----------------------|
| 新ビジョン体系 | 5-2 (4)<br>②、③ | 担当部局 | 経済産業部 地域産業課<br>商工振興課 |
|---------|----------------|------|----------------------|

### ❖ 施策の背景

- 県内企業では、ものづくりにおけるデザインの重要性が認識され、行政が行う地域づくりにおいても、デザインの必要性が増しているものの、デザイン産業は大都市圏に集積しており、県内でのデザインに係る需要と供給は、アンバランスな状況にある。
- 本県のサービス産業（第3次産業）は、産業全体のうち事業所数において約7割、従業者数において約6割を占める重要な産業である。  
一方で、サービス産業は、製造業などと比べて生産性が低く、給与・勤務時間等の就業環境の改善が不十分であることから、人手不足が深刻化している。

### ❖ 現状と課題

- 地域を支える商業とサービス産業の維持・発展のため、後継者や新規開業者の育成や、生産性の向上が求められている。

### ❖ 目 標

- 商業とサービス産業の活性化や、新たなサービス産業の創出を促進する。

### ❖ 施策・主な取組

#### 地域を支える魅力ある商業とサービス産業の振興

##### ② デザイン産業の振興と集積

中小企業を対象としたデザイン研修会の開催やデザインに優れた製品等の選定、顕彰などにより、デザインを活用した製品づくりの推進、デザイナーの活動及びデザイン関連分野の就労や活躍がしやすい環境を整備する。

##### ③ 新たなサービス産業の振興

県民の健康長寿への貢献が期待されるヘルスケア産業の振興等により、新たなサービス産業を創出するとともに、生産性の向上への取組を支援し、県内のサービス産業全体を底上げする。

人口減少・少子高齢の進行に伴い増大・多様化している地域の社会的課題をビジネスの手法で解決するとともに、地域資源を活用した新事業等によるコミュニティビジネス（地域課題解決型ビジネス）の創出を支援する。

## 地域を支える魅力ある商業とサービス産業の振興

|         |                |      |                      |
|---------|----------------|------|----------------------|
| 新ビジョン体系 | 5-2 (4)<br>②、③ | 担当部局 | 経済産業部 地域産業課<br>商工振興課 |
|---------|----------------|------|----------------------|

### ❖ 目 標

■ 商業とサービス産業の活性化や、新たなサービス産業の創出を促進します。

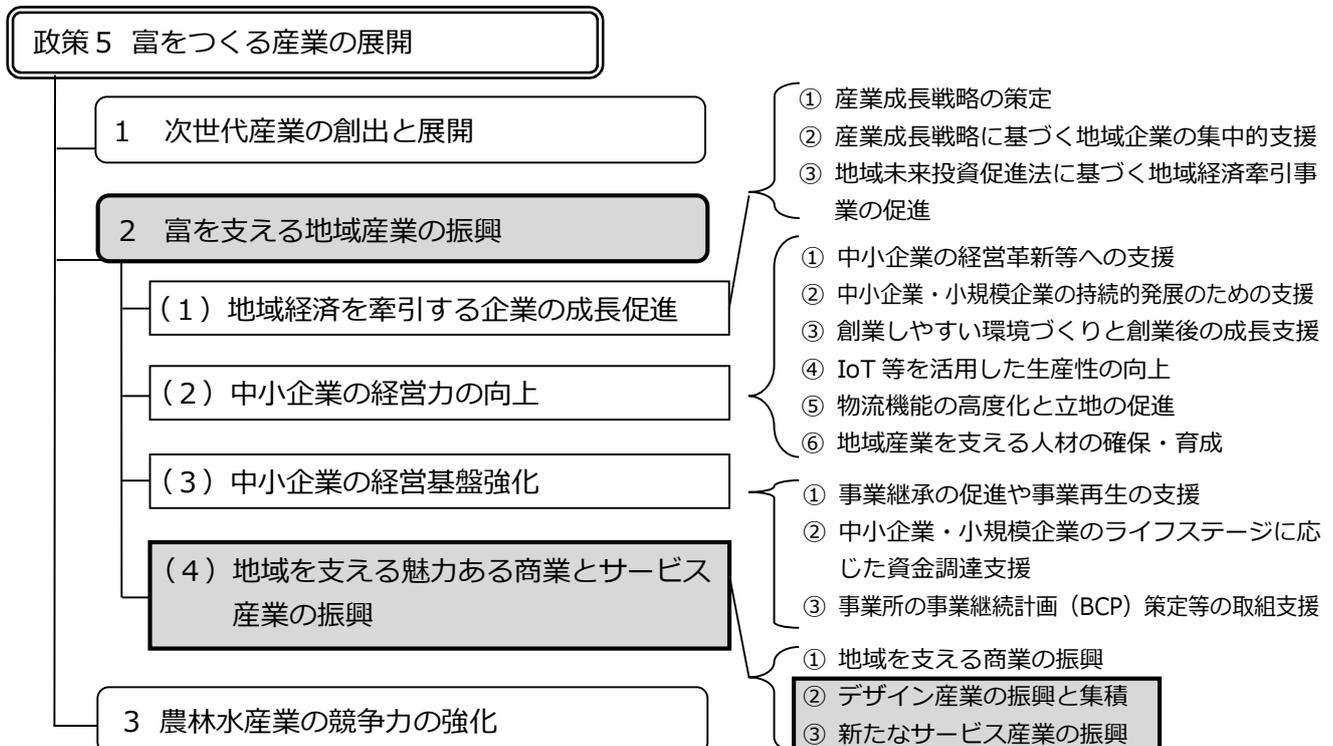
### ❖ 施策に関する指標

| 成果指標           | 基準値                   | 2018実績                        | 目標値                   |
|----------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------|
| 県内デザイン業務の年間売上高 | (2015年度)<br>5,254百万円  | (2017年度) ※<br>4,568百万円        | 7,000百万円              |
| ヘルスケアサービス事業化件数 | (2015~2016年度)<br>累計2件 | (2017年度) ※<br>累計4件<br>※直近値を記載 | (2018~2021年度)<br>累計8件 |

| 活動指標                    | 基準値                     | 2018実績    | 目標値       |
|-------------------------|-------------------------|-----------|-----------|
| デザイン相談窓口の相談対応件数         | (2016年度)<br>1,749件      | 2,074件    | 2,000件    |
| 静岡県ヘルスケア産業振興協議会の<br>会員数 | (2016年度まで)<br>累計224社・団体 | 累計238社・団体 | 累計240社・団体 |

### ❖ 施策と取組の位置付け



## 1-1 施策背景 デザイン産業の振興と集積

- 本県の経済力をけん引しているのは、製造業であるが、近年、アジアを中心とした新興国の経済発展や少子高齢化、人口減少により、県内製造業の需要は収縮していくことが懸念されている。このような中で、製品の高付加価値化を図るため、デザインの重要性が高まっている。(P24)
- 県内企業では、ものづくりにおけるデザインの重要性が認識され、行政が行う地域づくりにおいても、デザインの必要性が増しているものの、デザイン産業は大都市圏に集積しており、県内でのデザインに係る需要と供給は、アンバランスな状況にある。【表 1-1、表 1-2、図 1-1、図 1-2】
- 県内のデザイン関係学科の大学卒業生は、専門性を活かす就職の場が県内に少なく、首都圏へ就職するか、専門外の職業に就かざるを得ない状況にあることから、県は、県内のデザイン産業振興を図るべく、2016年6月に「静岡県デザイン産業振興プラン」を策定した。【表 2、図 2-1、図 2-2、図 2-3、図 2-4】

## 1 デザイン業の事業所数、事業従事者数、年間売上高

「デザイン産業振興プラン」策定当時のデザイン業の主要データ 【表 1-1】

| 項目                            | 全国<br>(a) | 静岡県<br>(b) | (b)/(a)<br>(%) | 全国順位                                    |
|-------------------------------|-----------|------------|----------------|---|
| 事業所数                          | 8,161     | 174        | 2.1            | 9位<br>(1位:東京36.2%、2位:大阪14.4%、3位:愛知6.0%) |
| デザイン業務の<br>事業従業者数(人)          | 31,788    | 582        | 1.8            | 9位<br>(1位:東京43.2%、2位:大阪15.2%、3位:愛知6.4%) |
| デザイン業務の<br>年間売上高(百万円)         | 303,147   | 5,701      | 1.9            | 7位<br>(1位:東京50.9%、2位:大阪15.6%、3位:愛知5.8%) |
| 1事業所当たりデザイン<br>業務の年間売上高(万円)   | 3,715     | 3,276      | 88.2           | 7位                                      |
| デザイン業務事業従業者<br>1人当たり年間売上高(万円) | 954       | 980        | 102.7          | 4位                                      |

出展：経済産業省「2014年特定サービス産業実態調査」【2014年7月1日（調査対象期間 2013.1.1～12.31）】

直近のデザイン業の主要データ 【表 1-2】

| 項目                            | 全国<br>(a) | 静岡県<br>(b) | (b)/(a)<br>(%) | 全国順位                                    |
|-------------------------------|-----------|------------|----------------|---|
| 事業所数                          | 7,584     | 166        | 2.2            | 9位<br>(1位:東京35.5%、2位:大阪15.2%、3位:愛知6.0%) |
| デザイン業務の<br>事業従業者数(人)          | 30,521    | 513        | 1.7            | 9位<br>(1位:東京43.5%、2位:大阪15.0%、3位:愛知6.7%) |
| デザイン業務の<br>年間売上高(百万円)         | 314,352   | 4,568      | 1.5            | 9位<br>(1位:東京52.5%、2位:大阪14.0%、3位:愛知5.9%) |
| 1事業所当たりデザイン<br>業務の年間売上高(万円)   | 4,145     | 2,752      | 66.4           | 18位                                     |
| デザイン業務事業従業者<br>1人当たり年間売上高(万円) | 1,030     | 877        | 86.5           | 15位                                     |

出展：経済産業省「2017年特定サービス産業実態調査」【2017年7月1日（調査対象期間 2016.1.1～12.31）】

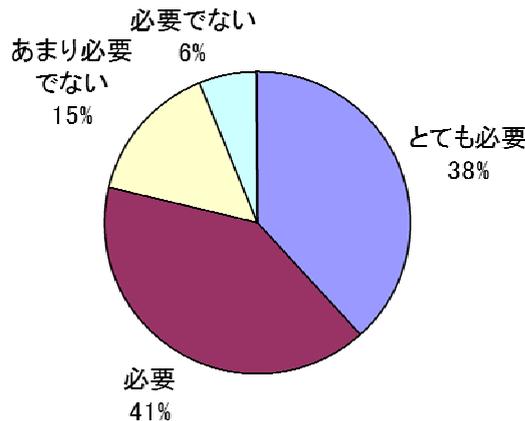
2 企業への「デザイン」活用に関するアンケート集計結果

○ デザインの必要性

回答企業全体では、デザインが「とても必要」あるいは「必要」と回答した企業が79%であり、デザインの重要性に対する意識が高いことが分かる。【図1-1】

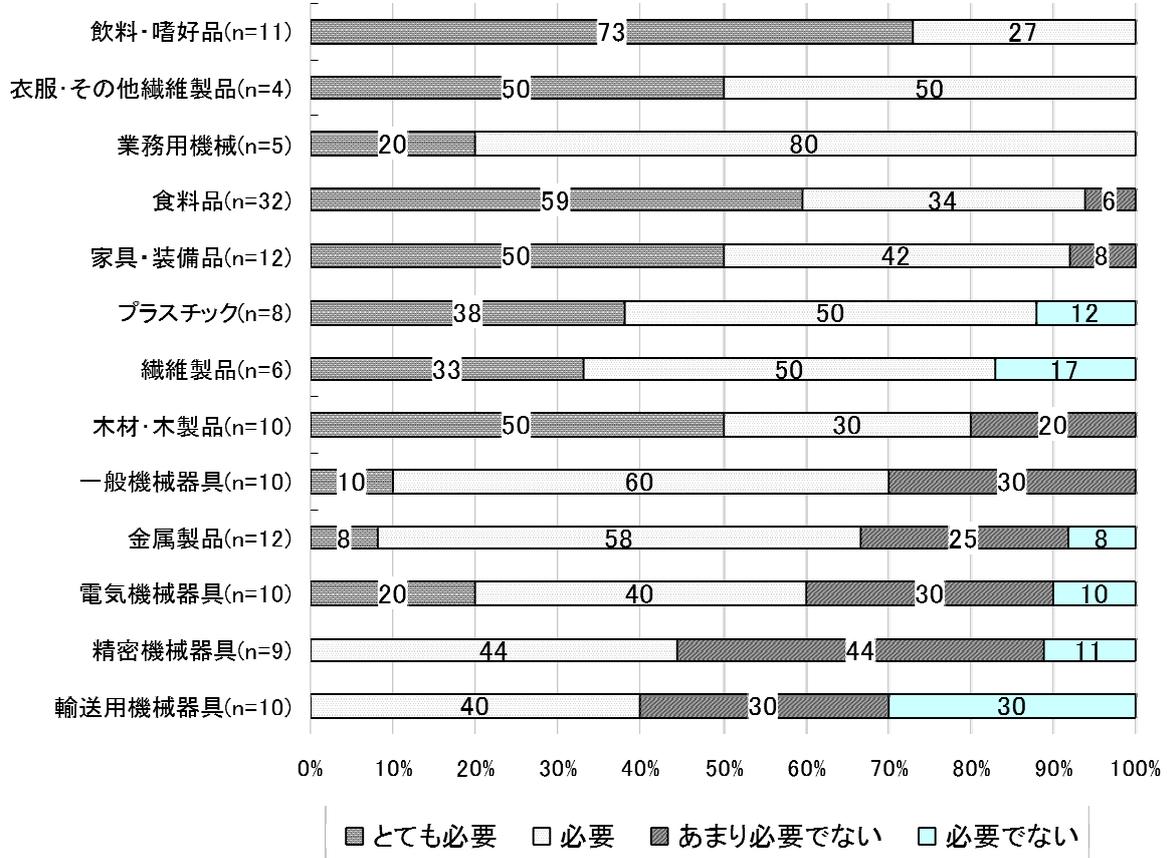
業種別に見ていくと、「飲料・嗜好品」、「衣服・その他繊維製品」、「業務用機械」で、「とても必要」・「必要」が100%であったのに対して、「電気機械器具」、「精密機械器具」、「輸送用機械器具」では「あまり必要でない」、「必要でない」の割合が大きい。

デザインの必要性 【図1-1】



デザインの必要性（業種別） 【図1-2】

図中の数字 (%)

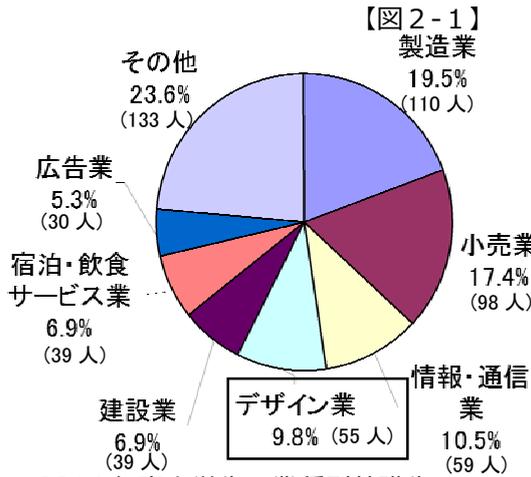


3 大学・専門学校へのアンケート集計結果

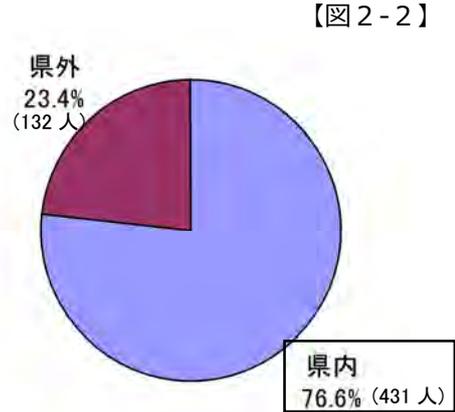
県内のデザイン関連教育機関 10 校における 2014 年度のデザイン業への就職は 9.8%である【図 2-1】。また、卒業生（563 人）の就職先は、県内が 76.6%を占める。【図 2-2】

更に、業種別就職先を大学（317 人）・専門学校（246 人）別に見てみると、大学と比較して、専門学校ではデザイン業の占める割合が大きい。【図 2-3、図 2-4】大学と専門学校別の広告業とデザイン業における就職先の静岡県内外の内訳をしてみる【表 2】と、専門学校と比較して大学の方が県外へ就職した割合が大きい。特に、デザイン業においては、大学の県外への割合が非常に大きい。

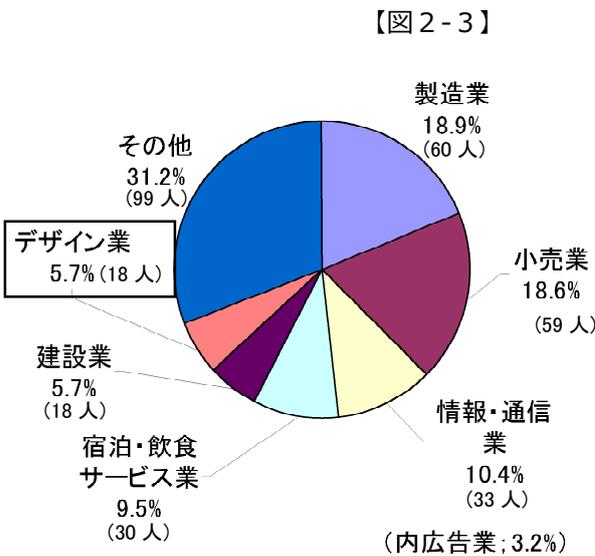
2014 年度卒業生の業種別就職先



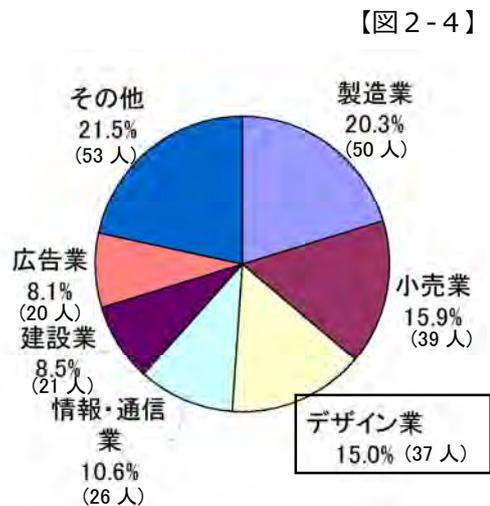
2014 年度卒業生就職先 県内外内訳



2014 年度大学生の業種別就職先



2014 年度専門学校生の業種別就職先



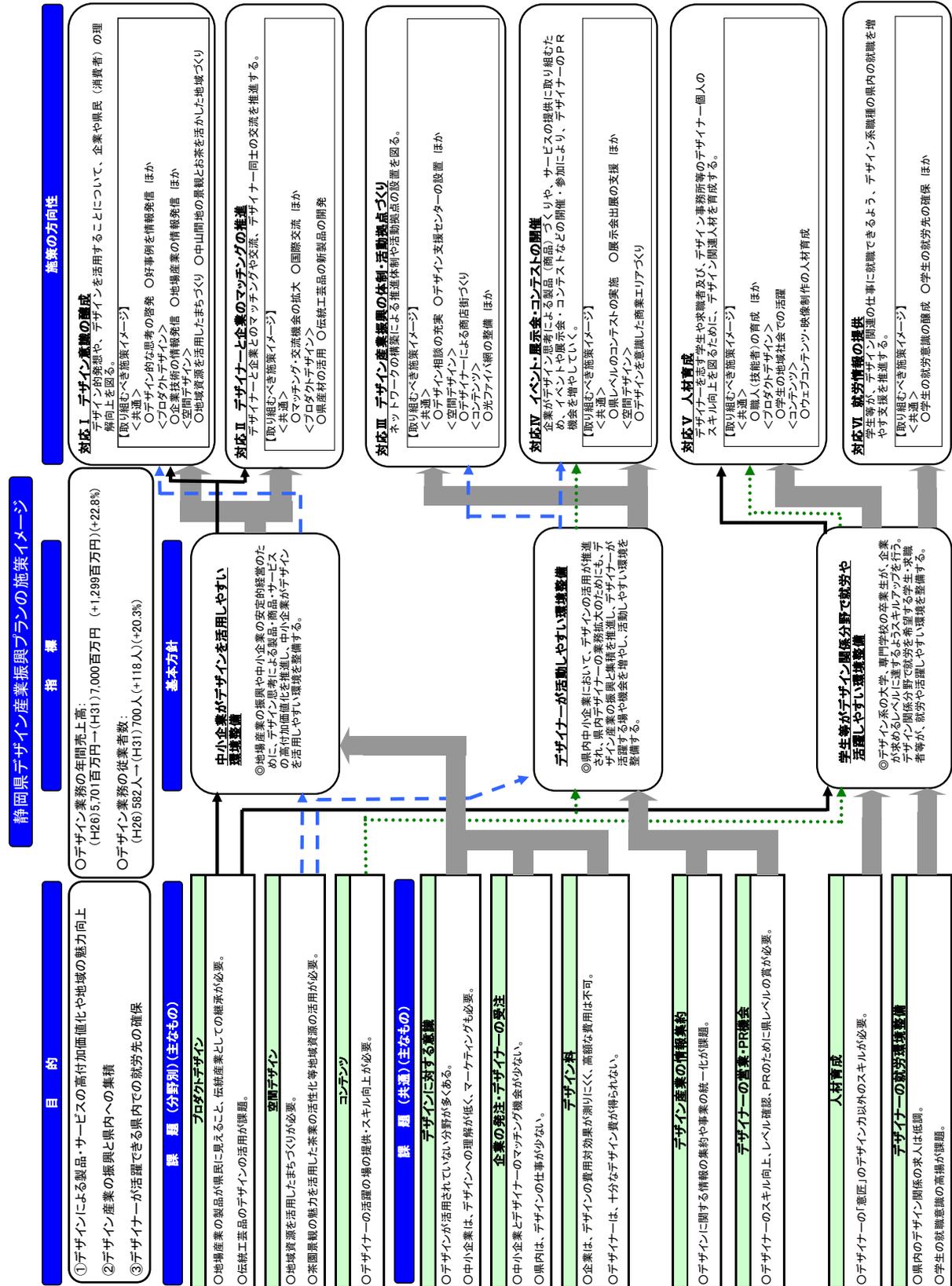
2014 年度における大学と専門学校別の広告業とデザイン業、全業種の就職先県内外内訳

【表 2】

|       | 就職先内訳 (%) |      |       |      |      |      |
|-------|-----------|------|-------|------|------|------|
|       | 広告業       |      | デザイン業 |      | 全業種計 |      |
|       | 県内        | 県外   | 県内    | 県外   | 県内   | 県外   |
| 専門学校* | 95.0      | 5.0  | 91.9  | 8.1  | 91.9 | 8.1  |
| 大学    | 60.0      | 40.0 | 11.1  | 88.9 | 64.7 | 35.3 |
| 全体    | 83.3      | 16.7 | 65.5  | 34.5 | 76.6 | 23.4 |

※ 回答は 5 校

# 4 静岡県デザイン産業振興プランの施策イメージ



※レビュー当日に、静岡県デザイン産業振興プランを配布します。

[http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-560/design\\_industrial\\_promotion.html](http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-560/design_industrial_promotion.html)  
でも確認することができます。

1-2 施策背景 新たなサービス産業の振興

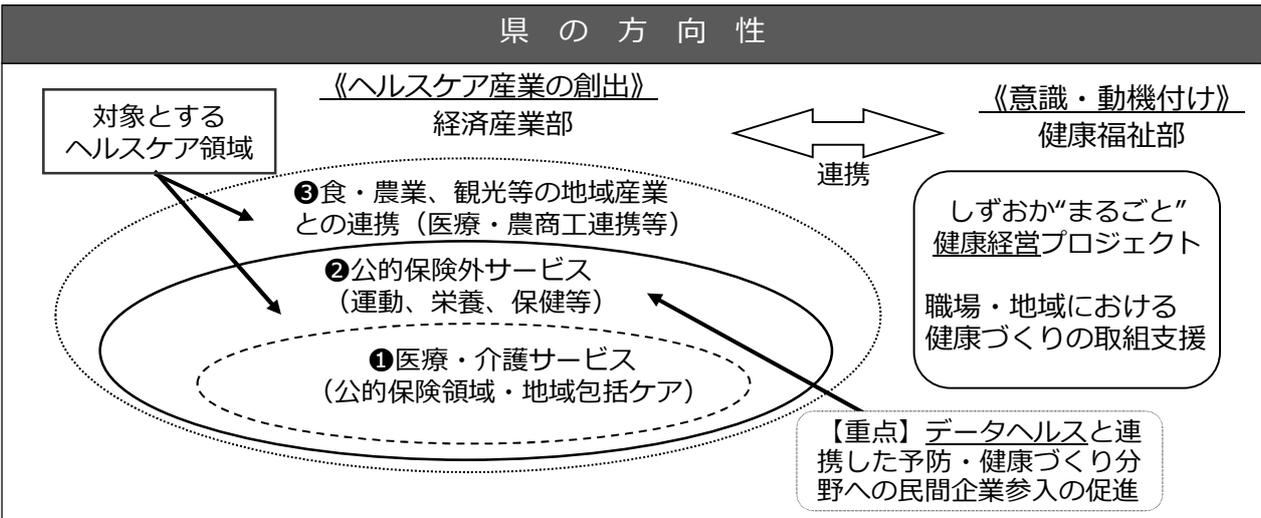
- 高齢化の進展により、健康寿命延伸のための健康増進・生活習慣病予防サービスなどに対するニーズは飛躍的に高まっており、国は、これらのニーズに対応するヘルスケア産業を地域経済の牽引役となる産業に育て上げていくものと位置付けている。【図3】
- 本県のサービス産業（第3次産業）は、産業全体のうち事業所数は約7割、従業者数は約6割を占める重要な産業である。一方、サービス産業は、製造業などと比べて生産性が低く、給与・勤務時間等の就業環境の改善が不十分であることから、人手不足が深刻化している。【表3】
- 東京一極集中や地方の担い手不足が進む中、国は、U I J ターンを含む起業・就業者を創出する「わくわく地方生活実現政策パッケージ」を策定し、地域の社会的課題をビジネスの手法で解決する起業を支援する制度を創設した。【図4】(P.38)
- 県では、直面する労働力不足や「第4次産業革命」など、経済社会を取り巻く大きな変化に対応する新たな施策を盛り込んだ「静岡県産業成長戦略 2019」を取りまとめた。

1 ヘルスケア産業振興事業の全体計画 【図3】

|        |                             |
|--------|-----------------------------|
| 社会的背景  | 高齢化率の上昇 医療費・介護費の増加、健康志向の高まり |
| 社会的ニーズ | 健康寿命延伸                      |

|  |
|--|
| 国の方向性<br>※日本再興戦略、未来投資戦略  |
| (目指す姿) 効果的な予防サービスや健康管理の充実<br>(方向性) 個人・保険者・企業の意識・動機付けと健康寿命延伸産業の創出<br>(具体的対応) 健康経営、地域における公的保険外のヘルスケア産業の活性化 |

|   |
|---|
| ヘルスケア産業の現状                                  |
| 市場拡大への期待は高いものの、健康管理や予防サービス等は産業・市場として未成熟である。 |



2 本県のサービス産業の現況 【表3】

| 業種        | 従業者数<br>(単位：人) | 構成比    | 付加価値額<br>(単位：百万円) | 構成比    | 労働生産性<br>(単位：百万円/人) |       |
|-----------|----------------|--------|-------------------|--------|---------------------|-------|
|           |                |        |                   |        | 静岡県                 | 全国    |
| 農林漁業      | 8,086          | 0.5%   | 35,526            | 0.4%   | 4.39                | 3.39  |
| 鉱業等       | 380            | 0.0%   | 1,624             | 0.0%   | 4.27                | 33.06 |
| 建設業       | 102,607        | 6.2%   | 524,636           | 5.9%   | 5.14                | 5.83  |
| 製造業       | 446,953        | 27.0%  | 3,010,246         | 34.0%  | 6.74                | 6.60  |
| 電気・ガス・水道  | 5,852          | 0.4%   | 141,495           | 1.6%   | 24.18               | 21.10 |
| 情報通信業     | 20,191         | 1.2%   | 129,443           | 1.5%   | 6.41                | 9.76  |
| 運輸業・郵便業   | 91,977         | 5.6%   | 552,298           | 6.2%   | 6.00                | 5.48  |
| 卸小売業      | 306,181        | 18.5%  | 1,531,188         | 17.3%  | 5.00                | 5.40  |
| 金融保険      | 38,339         | 2.3%   | 399,859           | 4.5%   | 10.43               | 12.27 |
| 不動産・物品賃貸  | 31,799         | 1.9%   | 150,793           | 1.7%   | 4.74                | 6.79  |
| 専門・技術サービス | 47,676         | 2.9%   | 395,949           | 4.5%   | 8.30                | 9.63  |
| 宿泊・飲食     | 145,493        | 8.8%   | 334,505           | 3.8%   | 2.30                | 2.15  |
| 生活関連サービス  | 66,231         | 4.0%   | 286,749           | 3.2%   | 4.33                | 3.60  |
| 教育、学習支援業  | 39,394         | 2.4%   | 134,133           | 1.5%   | 3.40                | 3.76  |
| 医療福祉      | 179,583        | 10.8%  | 764,069           | 8.6%   | 4.25                | 3.18  |
| 複合サービス事業  | 15,515         | 0.9%   | 85,026            | 1.0%   | 5.48                | 5.28  |
| その他サービス   | 111,444        | 6.7%   | 370,160           | 4.2%   | 3.32                | 3.77  |
| 全産業       | 1,657,161      | 100.0% | 8,847,700         | 100.0% | 5.34                | 5.36  |
| 第3次産業(太枠) | 1,099,675      | 66.4%  | 5,275,667         | 59.6%  | 4.80                | 5.08  |

(出典：2016年経済センサス活動調査-確報値)

3 「わくわく地方政策実現政策パッケージ」(U I Jターンによる起業・就業者創出) 【図4】  
(コミュニティビジネスに関する支援)

東京一極集中の是正及び地方の担い手不足対策のため、地方における起業、U I Jターンによる起業・就業者を創出する地方公共団体の取組を地方創生推進交付金で支援します。



**起業支援金**：地域の課題に取り組む「社会性」「事業性」「必要性」の観点をもった起業(社会的起業)を支援(最大200万円)

**移住支援金**：地域の重要な中小企業等への就業や社会的起業をする移住者を支援(最大100万円※単身の場合は最大60万円)

**起業支援金** + **移住支援金**：地方へ移住して社会的事業を起業した場合(最大300万円※単身の場合は最大260万円)

※本事業は、2019年度から6年間を目標に地方公共団体が主体となって実施するものです。開始時期、支給額等の制度の詳細は地方公共団体により異なります。

## 4 「静岡県産業成長戦略 2019」の戦略別概要

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <p>戦略1<br/>産業人材の確保・育成</p>    | <p>(1) 官民挙げての労働力不足対策を強化。若者の「ふるさと静岡」との関係性を維持する仕組みの構築等によりUターンを促進</p> <p>(2) 高度な技術・技能、柔軟な適応力を持った人材育成</p> <p>(3) 働き方改革の推進、女性、高齢者、外国人など多様な人材の活躍支援</p> <p>(4) 次代を担う子どもたちの「生きる道」としての仕事を学ぶ環境を社会総がかりで創出</p>   |
| <p>戦略2<br/>企業誘致・定着の推進</p>    | <p>(1) 企業誘致施策の新たな方向性</p> <p>①地域経済を牽引する企業（マザー工場、県内企業再投資）の集積</p> <p>②先端科学技術の産業応用を進める知の拠点（実証フィールド）の形成</p> <p>③小さくても高い付加価値を生み出す企業の立地</p> <p>(2) 防災先進県としてのPRの強化、企業とのネットワークづくり等を推進</p>   |
| <p>戦略3<br/>事業用地の確保</p>       | <p>(1) ふじのくにフロンティア推進区域の早期完了を図るとともに、新たな展開としての拠点間の連携・相互補完を図る広域的エリア形成を推進</p> <p>(2) 企業立地適地での工業団地造成を促進</p> <p>(3) 先端科学技術の社会実装に向けた実証を行う際の各種規制の緩和や制度の見直し等を実施</p>   |
| <p>戦略4<br/>地域企業の事業活動の活発化</p> | <p>(1) 中小企業の経営革新力強化、ICT導入等による生産性向上を推進</p> <p>(2) 成長分野への第二次創業やベンチャーの創出を支援</p> <p>(3) 中小企業の円滑な事業承継を推進</p> <p>(4) 地域経済を牽引する企業群の創出支援</p> <p>(5) 産業支援機関による地域企業の支援の充実</p>  |
| <p>戦略5<br/>次世代産業の創出</p>      | <p>(1) 第4次産業革命に対応するため、AI・ICT人材の確保・育成と先端技術の社会実装に向けた取組を推進</p> <p>(2) 医薬品・医療機器、食品などのクラスターの形成、光・電子の基盤技術のあらゆる産業分野への応用促進、CNFや先端農業など静岡の強みを活かしたイノベーション創出</p> <p>(3) CASEへの対応として、産学官連携のプラットフォームや「協調領域」での企業の技術力を結集する仕組みの構築</p> <p>(4) マリンバイオテクノロジーを核としたイノベーションにより、多彩なマリンバイオ産業を創出</p> <p>(5) ヘルスケア産業の育成推進</p> <p>(6) 創エネ、蓄エネ分野での新産業を創出</p> <p>(7) 地域ぐるみによる観光地域づくりを推進し、地域の幅広い産業を振興</p> <p>(8) 成長産業支援のプラットフォームの充実強化</p> |

詳細は、<http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-120/index.html> で確認することができます。

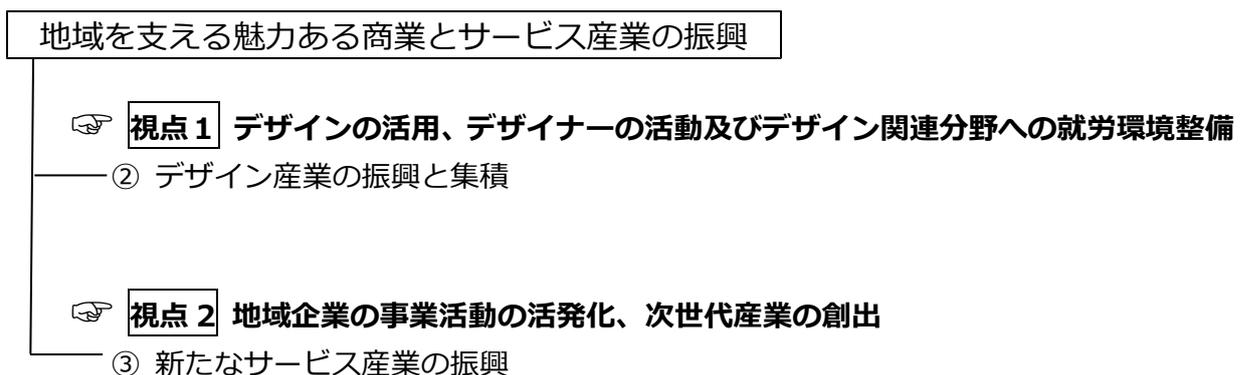
2 現状・課題と施策の方向

| 現状・課題   | 県の施策の方向  |
|---|--|
| <p>本県の経済をけん引している製造業では、国内需要の縮小や割安な輸入品との競合等が課題となっており、安定的な企業経営のため、高付加価値のものづくりと製品のブランド化を図ることが必要である。(P.25)</p>   | <p>・ 中小企業がデザインを活用しやすい環境整備への支援</p> <p>➡ ②デザイン産業の振興と集積</p>   |
| <p>県内企業における、デザイン活用の必要性は高まっているものの、デザイン産業は大都市圏に集積しているため、県内でのデザインに係る需要と供給のバランスを図る必要がある。(P.25)</p>  | <p>・ デザイナーが活躍する場や機会を増やし、活動しやすい環境整備への支援</p> <p>➡ ②デザイン産業の振興と集積</p>  |
| <p>県内にデザイン系の大学・専門学校が多数あるが、県内企業からのデザイン関係の求人が少ない。デザイン系職種の県内就職を増やす支援が必要である。(P.25)</p>  | <p>・ デザイン関連分野で就労を希望する学生・求職者等が、就労や活躍しやすい環境の整備</p> <p>➡ ②デザイン産業の振興と集積</p>  |
| <p>2018年度までにヘルスケア参入希望者へ専門家を派遣するなどにより、10件のヘルスケアサービスの事業化を支援してきた。<br/>引き続き、地域発の新しいヘルスケアサービスの創出を促進するとともに、より多くの事業者の参入を図るためのプラットフォームの強化に努めていく必要がある。(P.26)</p> | <p>・ ヘルスケア産業に参入しようとする事業者に対し、医療、福祉、介護等の専門家による相談対応の充実を図る等、事業者支援のプラットフォームの構築</p> <p>➡ ③新たなサービス産業の振興</p> <p>・ 県ヘルスケア産業振興協議会に設置した海外市場展開研究部会を通じ、介護ビジネスなどで海外展開を目指す企業等の支援</p> <p>➡ ③新たなサービス産業の振興</p> |
| <p>タクシー業やホテル・旅館業における業務プロセスの改善などの生産性向上に向けた取組をサポートし、優良モデルの創出を進めている。<br/>今後は、創出した優良モデルを業界全体へ普及させていくとともに、他業種においても同様の支援に取り組む必要がある。(P.32)</p>                 | <p>・ 生産性向上優良モデルの業界全体への横展開を図るため、業界団体と連携した情報発信や、他業種への支援を実施</p> <p>➡ ③新たなサービス産業の振興</p>  |
| <p>人口減少・超高齢化社会の進行に伴い、地域課題が増大・多様化している中、地域課題をビジネスの手法で解決する起業の支援に取り組んでいる。<br/>コミュニティビジネスが持続的に創出され、地域経済の活性化に資するためには、引き続き、地域の支援機関等と連携した支援が必要である。(P.38)</p>    | <p>・ 地域の活性化につながる起業を促進していくとともに、事例集等を活用してコミュニティビジネスの創出に向けた機運の醸成</p> <p>➡ ③新たなサービス産業の振興</p>   |

### 3 施策に関する県と市町、民間等との役割分担

| 区分   | 役割・取組等   |
|------|--|
| 県    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中小企業がものづくりやサービスの提供にデザインを活用しやすくするため、デザイナーが活動しやすく、デザイン関連分野への就労や活躍がしやすい環境整備を推進</li> <li>・ ヘルスケアサービスの優良モデル事例の創出等に取り組み、健康管理や予防サービス等に係る産業の成長産業化や市場拡大を支援</li> <li>・ 事業者への集中的なコンサルティングを行い、サービス産業の生産性向上優良モデル事例の創出と、優良モデル事例を元に手順書を策定し展開</li> </ul>  |
| 市町   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ デザイン産業の振興を推進している市町は、デザイン産業関係機関連絡会議で情報交換等を実施、その他の市町は、中小企業がデザインを活用しやすくなる情報提供を実施</li> <li>・ ヘルスケアサービスの優良モデル事例の事業者と、市町内事業者との連携による産業創出を支援</li> <li>・ 経営状況や人手不足等に課題を抱える事業者には、生産性向上優良モデル及び手順書の活用を促進</li> </ul>   |
| 事業者等 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県、市町等が実施する研修会・ワークショップ等へ参加、デザイン相談窓口の活用、グッドデザインしずおかへの応募等により、デザインに触れる機会の向上と理解を促進</li> <li>・ 事業者は、県、市町と連携し、ヘルスケア専門家派遣事業等の活用により、積極的なサービス創出とともに、産業支援機関は、事業者のヘルスケアサービス創出を支援</li> <li>・ 事業者は、生産性向上優良モデル事例や手順書を参考に、自社で生産性向上の取組を推進するとともに、事業者が構成する業界団体は、県、市町と連携し、生産性向上優良モデル事例を題材にしたセミナー等を開催し普及を促進</li> </ul> |

### 4 県の施策推進の視点



## 5 主な取組

**視点1** デザインの活用、デザイナーの活動及びデザイン関連分野への就労環境整備

| 取組②               | デザイン産業の振興と集積   | 担当課名 | 経済産業部 地域産業課 |
|-------------------|--|------|-------------|
| 目的<br>(何のために)     | 中小企業を対象としたデザイン研修会の開催やデザインに優れた製品等の選定、顕彰などにより、デザインを活用した製品づくりの推進、デザイナーの活動及びデザイン関連分野の就労や活躍がしやすい環境を整備する。  |      |             |
| 取組内容<br>(手段、手法など) | 取組1：中小企業向けデザイン研修会等の開催 (R25)<br>・中小企業を対象とした、デザインに対する意識の醸成を図るための講演会(1回)及びセミナー(4回)を県西部で開催<br>・2017年度は中部、2018年度は東部、2019年度は西部で開催  |      |             |
|                   | 取組2：中小企業とデザイナーとのマッチング相談会の開催 (R25)<br>・パンフレットや工業製品など、デザインに関する相談を希望する県内中小企業と県内で活動するデザイナーとの1対1の無料相談会を開催(毎月3回、7月～翌年1月まで開催)<br>・デザイナーによるフォローアップ<br>(デザイナーが相談企業を訪問して、製作現場を見て、支援策を検討)                             |      |             |
|                   | 取組3：デザインを地場産業に活用して新製品を製作 (R25)<br>・職人、プロデューサー、大学のデザイン学部学生が連携して、伝統工芸技法(駿河挽物)を活用した新製品を製作。製作現場の見学やセミナー、意見交換も実施  |      |             |
|                   | 取組4：デザイン相談窓口の設置、デザイン関連情報データベース等の運営 (R25)<br>・企業が無料で利用できるデザイン相談窓口を県工業技術研究所に設置。商品企画、マーケティング、ポスター作成等、相談内容に応じて、デザイナー等の紹介や県職員がアドバイス<br>・県内のデザイナー情報が登録されたデザイナーバンクやデザインに関するイベント情報を掲載したデザインカレンダーの管理・運営、デザイン関連書籍の整備 |      |             |
|                   | 取組5：デザイン産業関係機関連絡会議 (R25)<br>・産学官におけるデザインに関する情報交換やデザイン産業振興プランの実施に関する意見交<br>・2017年度は4回、2018年度は2回開催、2019年度は4回開催予定   |      |             |
|                   | 取組6：「グッドデザインしずおか」選定・顕彰事業 (R25)<br>・県内の中小企業等がデザイナーと連携して、企画段階から流通段階までの間に、戦略的にデザインを活用して製作したモノ・コトを選定・顕彰<br>・1993年から開催し、今年で26回目   |      |             |
|                   | 取組7：「グッドデザインしずおか」新人賞選定事業 (R25)<br>・デザインを学ぶ県内又は県内出身の大学生及び専門学校生を対象としたコンテストを実施し、新人賞を選定・顕彰(2019年度から実施)   |      |             |
|                   | 取組8：デザインを活用した製品の販路開拓支援 (R25)<br>・「グッドデザインしずおか」選定製品等を首都圏の展示会へ出展<br>・「グッドデザインしずおか」選定外製品のデザインに関する個別相談会の開催(希望企業向け)   |      |             |

**視点 2** 地域企業の事業活動の活発化、次世代産業の創出

| 取組③  | 新たなサービス産業の振興  | 担当課名  | 経済産業部 商工振興課 |    |       |  |   |  |  |          |  |
|--|---|---|-------------|----|-------|--|---|--|--|----------|--|
| 目的<br>(何のために)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・県民の健康長寿への貢献が期待されるヘルスケア産業の振興等により、新たなサービス産業を創出するとともに、生産性の向上への取組を支援し、県内のサービス産業全体を底上げする。</li> <li>・人口減少・少子高齢の進行に伴い増大・多様化している地域の社会的課題をビジネスの手法で解決するとともに、地域資源を活用した新事業等によるコミュニティビジネス（地域課題解決型ビジネス）の創出を支援する。</li> </ul>   |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
| 取組内容（手段、手法など）  | 取組1：ヘルスケア産業の振興（P26）   |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・静岡県ヘルスケア産業振興協議会の会員を中心に、医療・介護関係者と地域事業者が連携してヘルスケアサービスを提供する新しいビジネスモデルを構築</li> <li>・ヘルスケアサービスを提供する事業者等と連携し、健診データの分析に基づく個人の健康づくり・予防を民間サイドから支える健康管理システムを構築</li> </ul>   |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
|  | <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="263 862 545 900">区分</th> <th data-bbox="545 862 1439 900">概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="263 900 545 981">ビジネスモデル構築・実証</td> <td data-bbox="545 900 1439 981"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・健康増進、高齢者の健康維持、ヘルスツーリズム等の事業化実証委託</li> <li>・民間事業者からモデル事業の企画提案を公募</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 981 545 1061">中小企業の健康経営支援モデル実証</td> <td data-bbox="545 981 1439 1061">日常生活面の活動状況等を測定、分析して、その結果を本人に還元するシステム（アプリ）の改修と中小企業の健康経営への活用モデルの実証</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1061 545 1131">専門家派遣</td> <td data-bbox="545 1061 1439 1131">ヘルスケアビジネス参入希望者へアドバイザー（医療・福祉・介護の専門家等）を派遣し、相談支援を実施</td> </tr> </tbody> </table> |   |             | 区分 | 概要    | ビジネスモデル構築・実証   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・健康増進、高齢者の健康維持、ヘルスツーリズム等の事業化実証委託</li> <li>・民間事業者からモデル事業の企画提案を公募</li> </ul> | 中小企業の健康経営支援モデル実証                                   | 日常生活面の活動状況等を測定、分析して、その結果を本人に還元するシステム（アプリ）の改修と中小企業の健康経営への活用モデルの実証   | 専門家派遣    | ヘルスケアビジネス参入希望者へアドバイザー（医療・福祉・介護の専門家等）を派遣し、相談支援を実施 |
|  | 区分  | 概要  |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
|  | ビジネスモデル構築・実証  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・健康増進、高齢者の健康維持、ヘルスツーリズム等の事業化実証委託</li> <li>・民間事業者からモデル事業の企画提案を公募</li> </ul> |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
|  | 中小企業の健康経営支援モデル実証  | 日常生活面の活動状況等を測定、分析して、その結果を本人に還元するシステム（アプリ）の改修と中小企業の健康経営への活用モデルの実証  |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
|  | 専門家派遣   | ヘルスケアビジネス参入希望者へアドバイザー（医療・福祉・介護の専門家等）を派遣し、相談支援を実施  |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
|  | 取組2：サービス産業の活性化の推進（P32）  |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・サービス産業の活性化を図るため、経営革新制度の活用等の促進とともに、業務プロセス全般の見直しやIT導入等による生産性向上を支援</li> <li>・生産性向上に関するベストプラクティス（優良事例）を創出し、応用かつ拡大を図る</li> </ul>   |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
|  | <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="263 1332 545 1370">区分</th> <th data-bbox="545 1332 1439 1370">概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="263 1370 545 1451">優良事例創出</td> <td data-bbox="545 1370 1439 1451">個別企業へのコンサルティングにより、生産性向上優良モデルを創出した上で、当該モデルを業界団体等を通じて普及</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1451 545 1556">手順書策定</td> <td data-bbox="545 1451 1439 1556"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・優良事例の手法や成果等の紹介</li> <li>・業界全体が抱える共通課題を抽出し、その課題に対応できる生産性向上手法の導入に必要な手順を提示</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1556 545 1601">優良事例の横展開</td> <td data-bbox="545 1556 1439 1601">業界団体との共催セミナーや現地見学会等により、創出した優良事例を横展開</td> </tr> </tbody> </table>                    |   |             | 区分 | 概要    | 優良事例創出   | 個別企業へのコンサルティングにより、生産性向上優良モデルを創出した上で、当該モデルを業界団体等を通じて普及   | 手順書策定  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・優良事例の手法や成果等の紹介</li> <li>・業界全体が抱える共通課題を抽出し、その課題に対応できる生産性向上手法の導入に必要な手順を提示</li> </ul> | 優良事例の横展開 | 業界団体との共催セミナーや現地見学会等により、創出した優良事例を横展開              |
| 区分   | 概要  |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
| 優良事例創出   | 個別企業へのコンサルティングにより、生産性向上優良モデルを創出した上で、当該モデルを業界団体等を通じて普及   |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
| 手順書策定  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・優良事例の手法や成果等の紹介</li> <li>・業界全体が抱える共通課題を抽出し、その課題に対応できる生産性向上手法の導入に必要な手順を提示</li> </ul>  |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
| 優良事例の横展開   | 業界団体との共催セミナーや現地見学会等により、創出した優良事例を横展開   |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
| 取組3：地域課題の解決を図る起業（コミュニティビジネス）の支援（P38）   |   |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・国の地方創生推進交付金「わくわく地方政策実現政策パッケージ（UIJターンによる企業・就業者創出）」を活用し、地域の社会的課題をビジネスの手法で解決しようとする起業者を対象とした、企業支援を助成する制度を2019年度に創設した。</li> <li>・引き続き、事例集等を活用して、コミュニティビジネスの機運醸成に取り組む。</li> </ul>  |   |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="263 1848 545 1886">区分</th> <th data-bbox="545 1848 1439 1886">概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="263 1886 545 1989">起業支援金</td> <td data-bbox="545 1886 1439 1989">地域課題の解決を目的に新たに起業する者に対し、起業支援金を助成<br/>対象分野：保健・医療・福祉、産業振興、防災・減災、まちづくり等<br/>上限額200万円、補助率1/2、</td> </tr> <tr> <td data-bbox="263 1989 545 2078">伴走支援</td> <td data-bbox="545 1989 1439 2078">起業支援金受給者に対し、ビジネスプラン作成の助言、販路開拓等の経営支援、地域での事業継続に係る支援等</td> </tr> </tbody> </table> |   |   | 区分          | 概要 | 起業支援金 | 地域課題の解決を目的に新たに起業する者に対し、起業支援金を助成<br>対象分野：保健・医療・福祉、産業振興、防災・減災、まちづくり等<br>上限額200万円、補助率1/2、 | 伴走支援  | 起業支援金受給者に対し、ビジネスプラン作成の助言、販路開拓等の経営支援、地域での事業継続に係る支援等 |  |          |  |
| 区分   | 概要  |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
| 起業支援金  | 地域課題の解決を目的に新たに起業する者に対し、起業支援金を助成<br>対象分野：保健・医療・福祉、産業振興、防災・減災、まちづくり等<br>上限額200万円、補助率1/2、  |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |
| 伴走支援   | 起業支援金受給者に対し、ビジネスプラン作成の助言、販路開拓等の経営支援、地域での事業継続に係る支援等  |   |             |    |       |  |   |  |  |          |  |

## 6 主要事業

| 事業名            | 重点項目                                    | 2019<br>予算額(千円) |
|----------------|---|-----------------|
| デザイン産業振興事業費    | 県内中小企業を対象としたデザインを活用した製品づくりの推進とデザイン産業の振興 | 13,000          |
| ヘルスケア産業振興事業費   | ヘルスケアビジネスの創出を図るため、中小企業の事業化実証などを支援       | 13,000          |
| サービス産業活性化支援事業費 | サービス産業の生産性向上を図るため、コンサルティングによる優良モデルの創出   | 8,037           |
| 地域創生起業支援事業費助成  | 地域の社会的課題をビジネスの手法で解決する起業を支援              | 70,000          |
|                | 合計                                      | 104,037         |

<本県におけるデザイン産業振興の背景と必要性>

1 経済産業省「産業競争力とデザインを考える研究会」

(1) 第1回(2017.7.5)資料から抜粋

製品の同質化(コモディティ化)が急速に進む今日、機能や品質のみで、他者製品を凌駕するだけの差別化が困難な時代を迎えている。事実、我が国の製品は、機能等で優れた製品を上市しても、直ちに新興国企業がこれに追随し、販売価格の下落を招き、競争優位を確保しがたい状況に直面している。

一方、米アップル社や英ダイソン社をはじめとする欧米企業は、明確な企業理念に裏打ちされた自社独自の強みや技術、イメージをブランド・アイデンティティとしてデザインによって表現し、製品の価値を高め、世界的な市場拡大に結び付けている。(中略)近年は中国や韓国等のアジア企業も、こうした欧米企業にならってデザイン開発に注力しており、デザイン力を加速度的に向上させている。

他方、我が国の企業の多くは、その経営層も含め、デザインに対する自信と意識がまだまだ低いとの報告もあり、製品の同質化が一層進む中、我が国企業の国際競争力は一層低下するのではないかと危惧される。

(2) 報告書『「デザイン経営」宣言』(概要)(2018.5.23)から抜粋

デザインは、企業が大切にしている価値や、それを実現しようとする意志を表現する営みであり、他の企業では代替できないと顧客が思うブランド価値とイノベーションを実現する力になる。(中略)

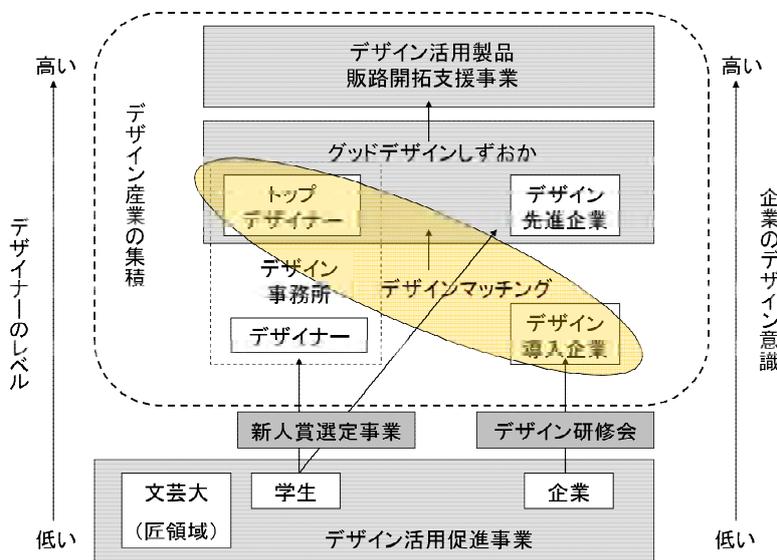
イノベーション本来の意味は、発明(インベンション)を実用化し、社会を変えることだとされている。技術革新だけではなく、社会のニーズを利用者視点で見極め、新しい価値に結び付けることができはじめてイノベーションが実現する。

「デザイン経営」とは、デザインを企業価値向上のための重要な経営資源として活用する経営である。その必要条件は、①経営チームにデザイン責任者がいること、②事業戦略構築の最上流からデザインが関与すること、である。「デザイン経営」を実践するためには、上記2つの条件に加え、顧客の潜在ニーズの発見や、アジャイル型プロセス※などの複数の具体的な取り組みを一体的に実施することが望ましい。

※アジャイル型プロセス：ソフトウェア開発等における開発手法の一つ。従来の手法に比べ期間が短縮される。

2 県の取組方針

デザイン経営の視点とデザインを学ぶ学生数を背景に、「中小企業のものづくりにおけるデザイン活用」と「デザイン産業の振興・集積」を車の両輪として推進していく。



視点1 デザインの活用、デザイナーの活動及びデザイン関連分野への就労環境整備に関する資料

<デザイン産業の振興>

1 デザインを活用した製品作りの推進 (2018 年度取組)

| 区 分                     | 内 容   |   |              |
|-------------------------|---|---|--------------|
| 取組1<br>デザイン研修会<br>等開催   | 県内中小企業のデザインに対する意識の醸成を図り、デザインに関する知識及び商品開発能力の習得を図る。   |   |              |
|                         | 講演会<br>(1回)   | テーマ:「経営」×「デザインのカ」 経営にデザインを取り入れることの必要性について (受講者 90 人) 10/23 開催       |              |
|                         | ワークショップ<br>(4回)   | 自社の強みを見つけ、オリジナル商品をつくる方法 (受講者 24 人) 11/1 開催                          |              |
|                         |   | デンマーク「KAOS PILOT」のクリエイティブリーダーシップを体験 (受講者 30 人) 11/21 開催             |              |
|                         |   | 見る側の心理を知り、デザインの基礎を学ぶ 12/5 開催<br>観察からはじまるデザイン 見えないニーズを掘り起こす 12/15 開催 |              |
| 取組2<br>マッチ・コン           | デザイン支援を希望する県内中小企業とデザイナーとの出会いの場「マッチ・コン」(マッチング)を実施する。   |   |              |
|                         | 開催日<br>会 場  | 8/10 (生産者 9 人、デザイナー 3 人)、<br>11/9、1/11 (各 3 人、各 3 人)                | 県工業技術研究所     |
|                         |   | 9/14 (3 人、3 人)  | 沼津工業技術支援センター |
|                         |   | 10/12 (3 人、3 人)   | 浜松工業技術支援センター |
| 12/14 (2 人、2 人)         |   |   |              |
| 取組3<br>デザイン性に優れた遠州織物の製作 | 地場産業(繊維産業)の販売力強化・販路拡大のため、デザインを活用し、生産者、デザイナー、静岡文化芸術大学デザイン学部等の学生の連携による遠州織物の新商品を製作 【事業名】デザイン活用促進事業(新規) |   |              |
|                         | スケジュール  | 6月～2月: 女性用武褌衣等の製作<br>3月: ファッションショーを開催、完成品発表                         |              |

2 デザイン産業の振興 (2018 年度取組)

| 区 分                                 | 内 容   |   |
|-------------------------------------|---|---|
| 取組5<br>デザイン産業関係機関連絡会議               | 産学官の連絡会議の開催(年2回)<br>・県デザイン産業振興プランの進捗状況や連携事業の実施等協議   |   |
| 取組6～8<br>グッドデザイン<br>しずおか(GDS)<br>選定 | デザインに優れた製品等の選定、顕彰。今年度から東京オリンピック・パラリンピックに向けて、スポーツ部門の賞を追加<br>※デザイン活用製品販路開拓支援と併せて実施  |   |
|                                     | 募集期間<br>応募数   | 6/1～7/31、77 件   |
|                                     | スケジュール  | 表彰式: 11/12 静岡東宝会館<br>展示会: 11/10～12 コミュニティホール七間町<br>販路開拓: 2/12～15 東京ビッグサイト<br>(東京インターナショナル・ギフト・ショーへ出展)<br>※その他、応募対象デザイン相談会、県内展示会、流通アドバイス会を開催予定 |
| 取組4<br>デザイン情報力<br>強化                | ・デザイン相談窓口、デザイナーバンク(県内デザイナー26人が登録されたDB)の管理・運営、デザインカレンダーの管理・運営、デザインライブラリー(デザイン関連書籍)の整備・開放<br>*デザイナーバンクDBを管理しているシステムの改修に伴い、2019年3月、旧デザイナーバンク登録者121人に再登録を依頼 |   |

視点2 地域企業の事業活動の活発化、次世代産業の創出に関する資料

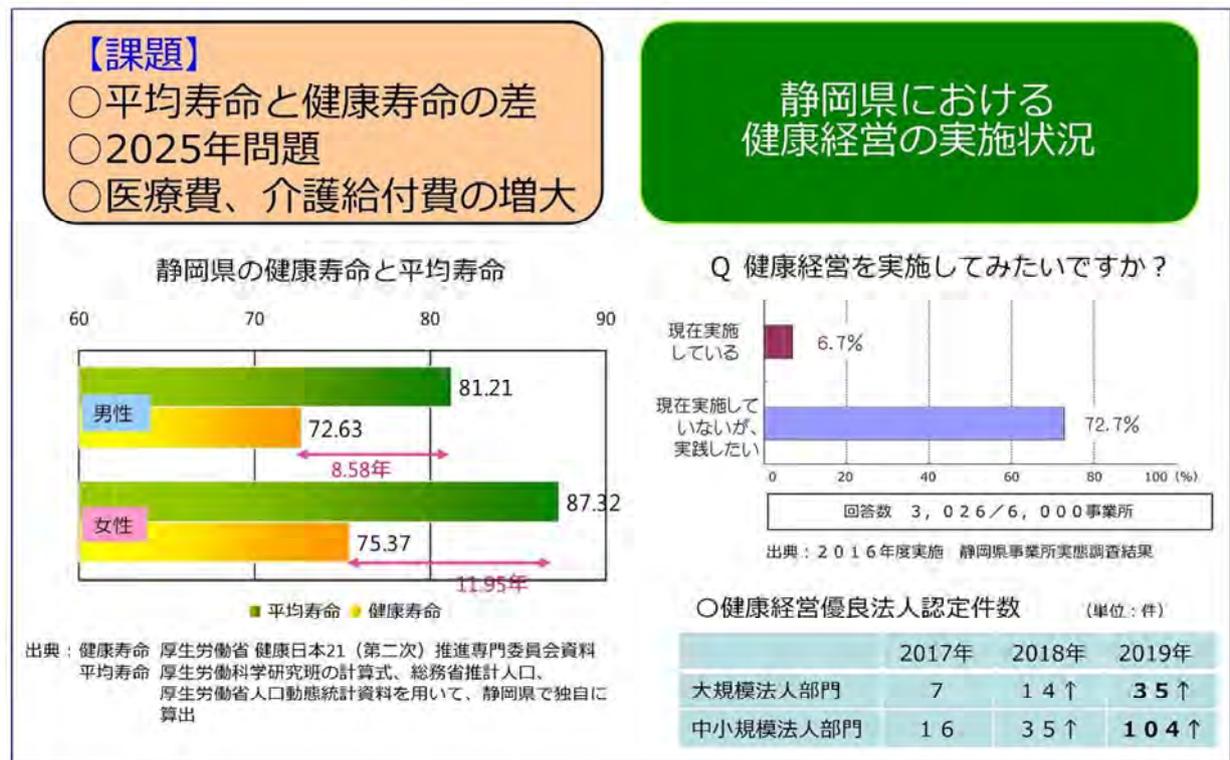
<ヘルスケア産業の振興>

1 2019年度の取組（ヘルスケア産業振興事業費）

| 区分               | 内容  | 予算額    |
|------------------|---|--------|
| ビジネスモデル構築・実証     | ・健康増進、高齢者の健康維持、ヘルスツーリズム等の事業化実証委託（2件程度）<br>・民間事業者からモデル事業の企画提案を公募<br>・IT技術を活用するモデルを優先   | 2,000  |
| 中小企業の健康経営支援モデル実証 | ・中小企業の健康経営支援モデル（※）の実証に対する補助（1件、補助率2/3）（地方創生推進交付金充当1/2）<br>※日常生活面の活動状況等を測定、分析してその結果を本人に還元するシステムを中小企業の健康経営に活用するモデル（2017年、2018年でシステム設計・開発、本年度は、健康データを収集し、健康リスクを解析する仕組みとシステムを連携後に実証を実施） | 10,000 |
| 創出支援             | ・ヘルスケアビジネス参入希望者への専門家派遣制度<br>・一般社団法人日本医食促進協会に派遣等事務を委託  | 438    |
| 情報収集意見交換会        | ・国、関係機関との意見交換<br>・民間ヘルスケア事業者の市場拡大に向けた、先進事例の情報収集及び事業者間連携促進のための意見交換等  | 562    |
|                  | 計   | 13,000 |

2 本県のヘルスケア産業の現状及び事業化の事例等

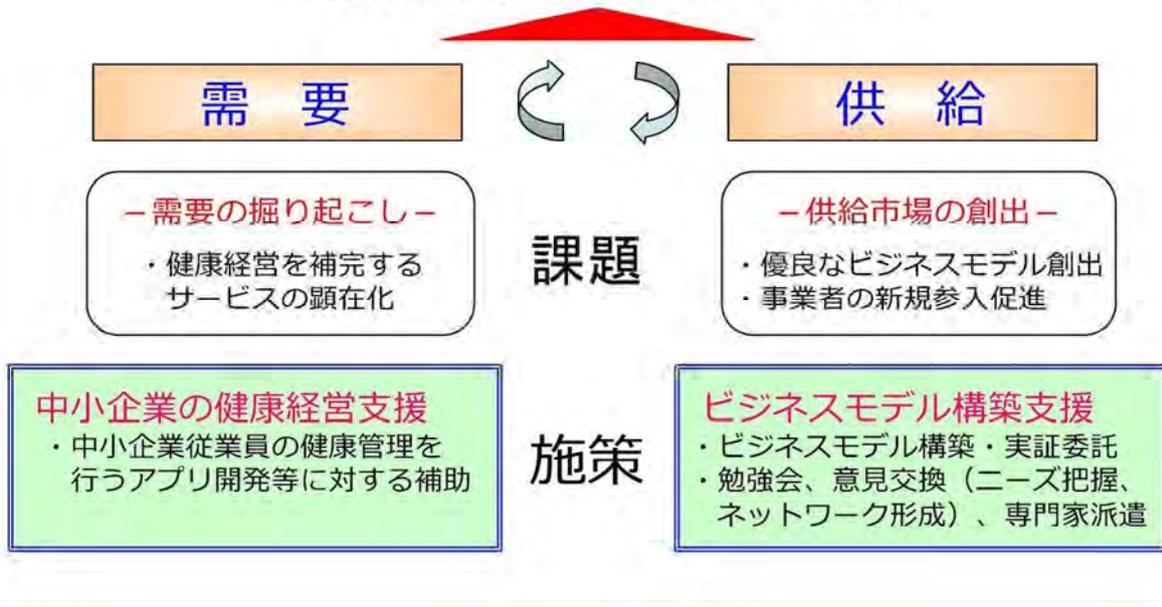
静岡県の実況（健康面）



## 県のヘルスケア産業をめぐる課題と方向性

### 県民の健康寿命延伸・ヘルスケアビジネスの創出

ーヘルスケア産業の活性化による市場拡大ー



## 2016～2017年度の取組

### ●2016年度

- ・経済産業省実証事業採択「かかりつけ湯×ふじ33プログラム（株式会社シード他によるコンソーシアム）」の支援

#### 県の取組

（ふじ33プログラム）  
健康寿命を延ばそう  
「ふじ33プログラム」



仕組

#### 地域資源

（伊豆地域の温泉「かかりつけ湯」と観光資源）  
伊豆の癒しの温泉宿  
「かかりつけ湯」



美味しい  
楽しい



伊豆ならではの  
レジャープログラム

県民モニター45人が  
3コースで体験

全員が高い評価。  
健康志向への  
行動変容に期待

### ●2017年度

- ・静岡県ヘルスケア産業振興協議会会員主体のビジネスモデル実証事業支援（補助）健康ノルディック・ウォーク教室

#### 県の取組

（ふじ33プログラム）

#### 地域資源

（愛鷹広域公園・地域のスポーツクラブ）

- ・会員連携を図るセミナー・勉強会の開催等



## 静岡県の取組（2017～2018年度）その1

### ★ビジネスモデル構築・実証

#### ○静岡県ヘルスケアビジネスモデル構築・実証等事業

|        |  |
|--------|--|
| 概要     | ○企画提案方式により、テーマに沿ったビジネスモデルを公募し、委託によりモデルの構築・実証を実施<br>○実証後、県で成果を公開 ➡ 他地域での横展開を後押し |
| 募集内容   | 健康増進、高齢者の健康維持、ヘルスツーリズム等の事業化に係る提案   |
| 応募資格   | 静岡県ヘルスケア産業振興協議会の会員<br>(複数による共同提案の場合は、代表者が会員であること)                              |
| 公募期間   | 7月～8月  |
| 事業実施期間 | 9月下旬～3月  |
| 採択件数   | (2017年度) 2件、(2018年度) 2件  |

### 2017年度 採択案件 実績①

—静岡県ヘルスケアビジネスモデル構築・実証等事業—

|      |   |
|------|---|
| 実施主体 | 株式会社ニューウェーブ（藤枝市）  |
| 事業名  | 地域の中小企業における健康経営実施の促進と、その効果の検証                                 |
| 概要   | 福祉業種／腰痛・肥満を課題とする事業者への運動等プログラム作成と実践と効果の検証 ➡ 福祉人材の健康課題を解決して元気に！ |
| ポイント | 代表者が、鍼灸マッサージ師・健康経営アドバイザーである強みを活かし、「腰痛」を切り口に介護・福祉事業所の健康経営をサポート |



実施した事業の成果（従業員の健康意識の変化）



実施した事業の継続希望（従業員側）



## 2017年度 採択案件 実績②

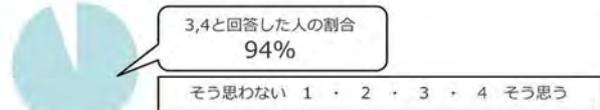
—静岡県ヘルスケアビジネスモデル構築・実証等事業—

|      |   |
|------|---|
| 実施主体 | 羽立工業株式会社（湖西市）   |
| 事業名  | 健康づくり教室運営支援サービスの事業化   |
| 概要   | オリジナル健康紙芝居のシリーズ化による、行政等が行う健康づくり教室の運営人材育成と社会参加による効果の検証<br>⇒ <b>健康教室担い手、受け手双方とも社会参加して元気に！</b> |
| ポイント | 地域の中高齢層が地域の高齢者の健康づくりの担い手として社会参加することで、担い手・受け手双方の健康をサポート                                      |



### 実施した事業の成果（担い手側）

Q. わかりやすく健康知識を伝えられたか？  
ボランティア活動の充実につながるか？



Q. 運動や食生活等の生活習慣を改善してみようと思いますか？



1. 改善取組済（6ヶ月以上） 2. 改善取組済（6ヶ月未満）  
3. 少しずつ改善を始めている 4. 改善するつもり 5. 改善予定なし



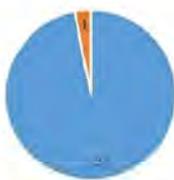
## 2018年度 採択案件 実績①

—静岡県ヘルスケアビジネスモデル構築・実証等事業—

|      |   |
|------|---|
| 実施主体 | 羽立工業株式会社（湖西市）   |
| 事業名  | 健康経営実行支援サービスの事業化  |
| 概要   | 中小企業向け「健康経営セミナー」の開催、企業の課題に応じて「企業内トレーナー育成」「体力測定、運動指導」等をパッケージ提供         |
| ポイント | セミナーで健康経営の認知度アップ<br>既存事業（スポーツ健康用品製造、健康教室運営支援等）活用による相乗効果で、企業の健康経営をサポート |



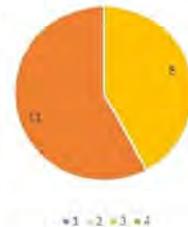
C. 従業員の健康づくりに  
取り組んでいきたいと感じたか？



「健康経営セミナー」を通して  
約87%の企業担当者が  
健康づくりへの意欲が向上！

Q. 健康知識を理解することができたか？

そう思わない 1 · 2 · 3 · 4 そう思う



企業向け健康経営サービスを通じて、**100%**の従業員が健康知識を理解！

## 2018年度 採択案件 実績②

—静岡県ヘルスケアビジネスモデル構築・実証等事業—

|      |  |
|------|--|
| 実施主体 | 食の学び舎くみ 中野恭子（藤枝市）  |
| 事業名  | 地域の「働く女性のヘルスデータ」活用による健康促進事業                                  |
| 概要   | 管理栄養士による働く女性向け健康促進支援サービス（①内科医等と連携した健康測定 ②個別の栄養・健康指導 ③実践栄養教室） |
| ポイント | 代表者が管理栄養士である強みを活かし、地域の他事業者と連携した個別健康指導サービスにより、女性の健康をサポート      |



スマホで日々の食事内容・活動状況を報告  
管理栄養士等がチームでアドバイス

- ☆定量評価（モニター10人）☆
  - 内臓脂肪レベル **7名が改善**
  - 筋肉量 **4名が増加** 4名が現状維持
  - 血液データ **5名が改善** 3名が現状維持
- ☆定性評価（モニター10人・ヒアリング）☆
  - 全員が、自分の健康に対し常に意識をするようになった

↓

短期間でも、大いに効果がみられた

「正しい情報提供と伴走型の励まし」+「IT、ICTの活用」で  
働き世代の女性への健康サポートビジネスは実現可能

## 経済産業省採択案件の紹介【2017・2018年度】

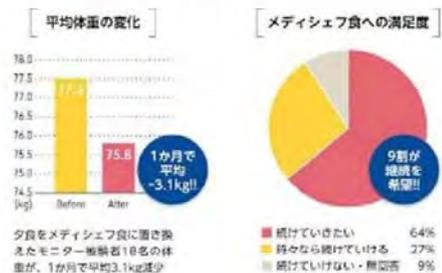
—健康寿命延伸産業創出推進事業（地域の実情に応じたビジネスモデル確立支援事業）—

|       |  |
|-------|--|
| 実施主体  | メディシェフ推進コンソーシアム<br>代表団体：一般社団法人日本医食促進協会（静岡市）  |
| 事業名   | 【2017】医療の知識を持つ調理人「メディシェフ」の育成で健康づくり推進<br>【2018】シニア層のメディシェフ育成、「メディシェフダイニング」の運営                                 |
| 概要    | ・医療・栄養・調理の知識を身につけ、美味しい健康食を提供する「メディシェフ」育成のための民間資格の創設<br>・食の喜びや社会的役割を失いがちな高齢者やその家族に対するコミュニティの場「メディシェフダイニング」の提供 |
| 県の関わり | 協力団体として側面支援  |

### 2017・2018年度に実施した事業の成果



#### モニター参加者の変化・喜びの声



## 静岡県の取組（2017～2018年度） その2

### ★中小企業の健康経営支援

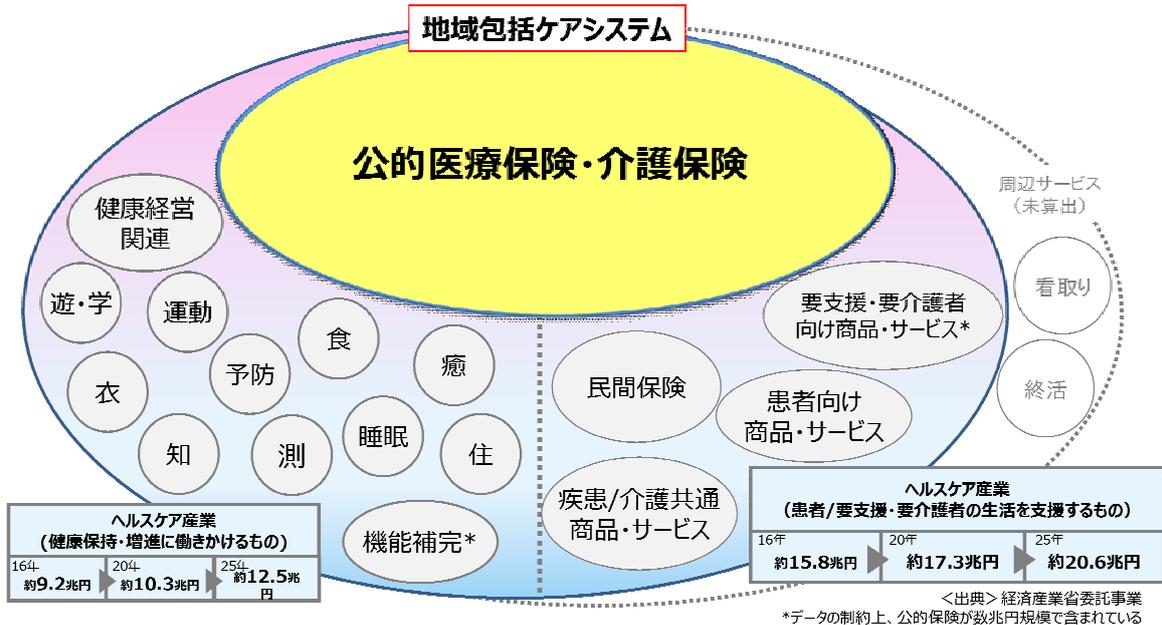
#### ○中小企業向け健康管理システム構築モデル実証事業

|                 |  |
|-----------------|--|
| 概要              | 中小企業従業員の健康管理を行うためのアプリ開発・実証に対する補助（補助率2/3）   |
| 目的              | 中小企業の健康経営支援、生産性や活力の向上等   |
| 補助要件            | 開発後のシステム運営を行うこと  |
| 対象事業者           | 株式会社アイティ・イニシアティブ<br>（2017年度公募により採択）  |
| システム概要<br>（アプリ） | ①～③の機能を有するシステム<br>①健康診断受診管理<br>②活動状況（運動・食事・歩数等）の取得と健康面での助言<br>③健康サービス情報提供（スポーツクラブ、健康食事・弁当、健康イベント、自治体健康教室等） |

### 3 ヘルスケア産業（公的保険外サービスの産業群）の市場規模（推計）

#### ヘルスケア産業（公的保険外サービスの産業群）の市場規模（推計）経済産業省

- ヘルスケア産業（公的保険を支える公的保険外サービスの産業群）の全体像を整理した上で、民間調査会社等が既に試算している各産業分野の市場規模を集計し、現状及び将来の市場規模を推計。2016年は約25兆円、2025年には約33兆円になると推計された。
- 今後、ヘルスケア産業政策の動向等を踏まえ、随時見直しを行っていく。



4 静岡県における介護・医療費関連予算の推移

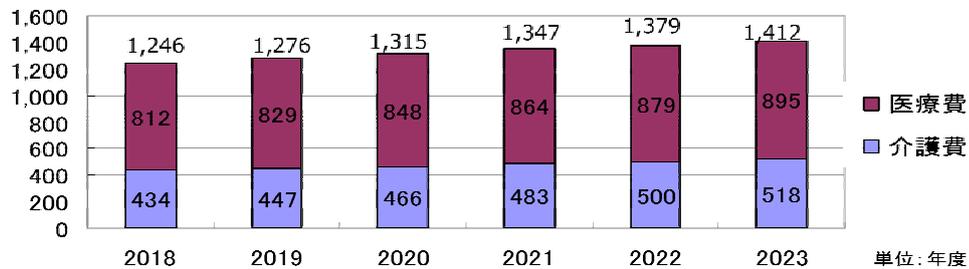
## 静岡県における介護・医療費関連予算の推移

2018年度県予算における介護・医療費関連予算は、**1,246億円**であり、一般会計予算**総額**(1兆1,872億円)**の10.5%**を占め、**今後も増加傾向**と見込まれる。

単位：億円

|            |            | 2018年度       | 2019年度       | 2020年度       | 2021年度       | 2022年度       | 2023年度       |
|------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 介護費        |            | 434          | 447          | 466          | 483          | 500          | 518          |
| 医療費        | 国民健康保険     | 312          | 306          | 310          | 311          | 311          | 312          |
|            | 後期高齢者      | 397          | 419          | 432          | 445          | 459          | 472          |
|            | 子ども医療費・難病等 | 103          | 105          | 106          | 108          | 109          | 111          |
| <b>合 計</b> |            | <b>1,246</b> | <b>1,276</b> | <b>1,315</b> | <b>1,347</b> | <b>1,379</b> | <b>1,412</b> |

単位：億円



出典：静岡県中期試算推計をもとにした独自算出

### <サービス産業の活性化の推進>

視点2 地域企業の事業活動の活発化、次世代産業の創出に関する資料

1 2019年度の取組（サービス産業活性化支援事業）

| 区 分      | 内 容   | 予算額   |
|----------|---|-------|
| 優良事例創出   | 個別企業へのコンサルティングにより、生産性向上優良モデルを創出し、業界団体等を通じて横展開を図る。<br>・分野 宿泊、物流業等 4社<br>・募集方法 業界団体を通じて公募<br>・内 容 ①ヒアリングにより課題を特定し、生産性向上に向けたアクションプランを策定<br>②作業手順の改善、IT、IoT等の効率化ツールの導入、従業員のマルチタスク化等の仕組みづくりを支援 | 8,037 |
| 手順書策定    | ・上記優良事例の手法や成果等の紹介<br>・業界全体が抱える共通課題を抽出し、その課題に対応できる生産性向上手法を導入するために必要な手順を提示  |       |
| 優良事例の横展開 | ・業界団体と共催したセミナーや現地見学会等により、2018年度に創出した優良事例の横展開を図る。  |       |
| 計        |   | 8,037 |

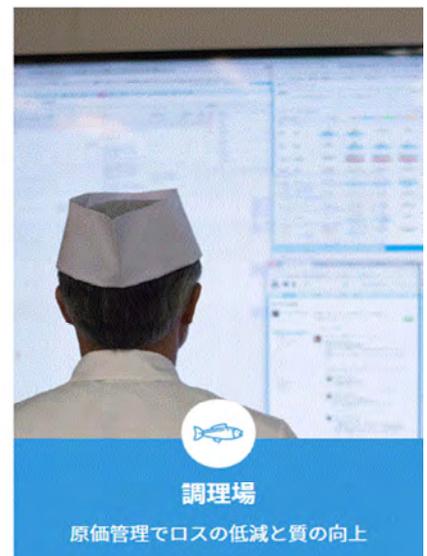
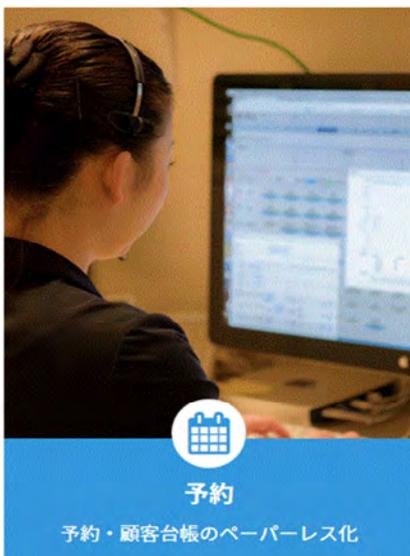
2 優良事例の創出（2018 年度実績）

(1) 宿泊業

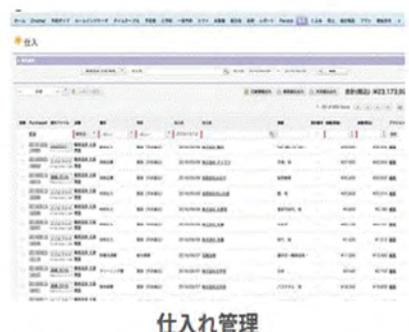
ア 時わすれ開華亭（浜松市西区館山寺町）

|      |   |
|------|---|
| 従業員数 | 55 人  |
| 客室数  | 60 室  |
| 課題   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 予約情報の調理場ホワイトボードへの転記に 3 時間/日を要している</li> <li>・ 食材の在庫管理を紙ベースで行っており非効率的</li> <li>・ 食事会場や倉庫の場所が分散しており情報共有に時間がかかる</li> </ul> |
| 導入手法 | 情報共有及び在庫管理等が可能なクラウド型業務システム「陣屋コネクト」を導入（IT 導入補助金を活用し、夏休み前に導入予定）   |
| 成果   | 転記作業時間の削減 3 時間×365 日 = 1,095 時間/年(見込み)<br>※導入コスト 150 万円（IT 導入補助金により実質 75 万円）  |
| 備考   | 当面、調理業務への導入をメインとするが、導入効果を検証の上、清掃部門へ拡張予定   |

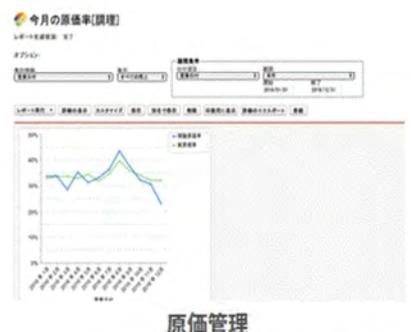
※陣屋コネクト：「元湯陣屋」（神奈川県）の経営者が開発したクラウド型管理システムで、全国で 300 件以上の導入実績（うち静岡県内 4 件）



当日準備すべき料理の一覧はもちろん、先々1週間分などの任意の期間で、何の料理をいくつ作ればよいか、すぐに把握できます。



仕入れの状況・仕入れ高を一目で把握できます。種別や仕入れ先ごとの集計も簡単に行えます。



商品や時期ごとの原価率をきめ細かく把握・管理。食材ロスの削減と質の向上が可能になります。

イ ホテルクエスト清水（静岡市清水区）

|      |   |
|------|---|
| 従業員数 | 40人   |
| 客室数  | 77室   |
| 課題   | 清掃業務を外注から内製化に切り替えたが、以下の問題点がある<br>①作業が標準化されておらず従業員により作業効率にバラツキ<br>②清掃指示が紙やホワイトボードで行われており非効率的<br>③清掃パターンが5種類あり必要以上に多い |
| 導入手法 | ①モデル従業員をベンチマークとした標準作業マニュアルを作成<br>②清掃指示書をアプリ化<br>③清掃パターンを3パターンに削減  |
| 成果   | ・清掃時間：30分/室→24分/室へ削減（実績値） ※年換算 432時間<br>・ホテル運営ノウハウを県内中規模ホテルに販売するビジネスモデルを構築（2月末に経営革新計画を提出・承認）                        |

図6:転記ホワイトボード

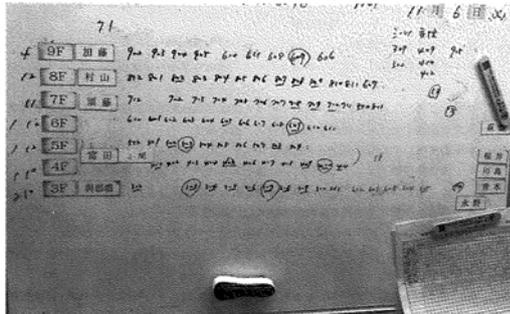
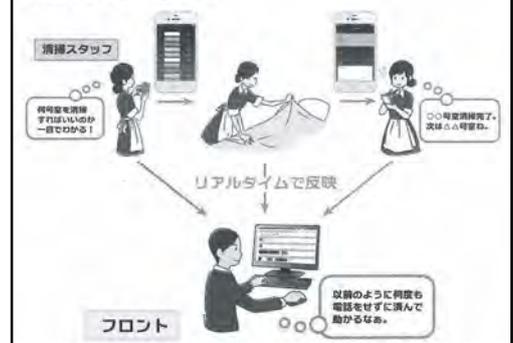


図7:清掃管理システム利用イメージ



ウ 下田ビューホテル（下田市）

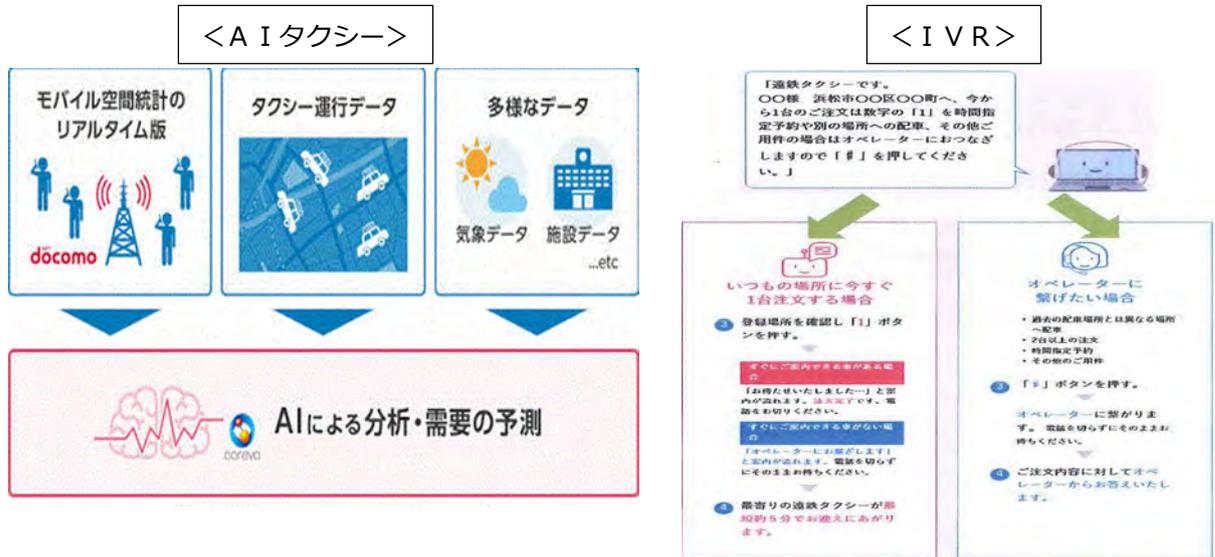
|      |  |
|------|--|
| 従業員数 | 90人  |
| 客室数  | 83室  |
| 課題   | ・当社の強みであるオーシャンビューを楽しめない食事会場<br>・配膳効率が悪く、料理が冷めていた等の口コミが見られる             |
| 導入手法 | ・オーシャンビューのカフェをバイキング会場へと転用<br>・カメラによる食材補充システムを導入し、配膳導線の長さをカバー           |
| 成果   | 6名（360万円/年）の人員削減、料理原価 100円/食の削減（見込み）<br>※単純に人を減らさず、演出に人をまわし付加価値の向上を図る。 |
| 備考   | 3月25日に保育園の謝恩会でリハーサルを実施。<br>オペレーションはスムーズにいき、顧客満足度も高かった。                 |



(2) タクシー業

ア 遠鉄タクシー(株) (浜松市)

|      |  |       |         |      |         |     |       |       |       |     |       |       |       |
|------|--|-------|---------|------|---------|-----|-------|-------|-------|-----|-------|-------|-------|
| 従業員数 | 900人   |       |         |      |         |     |       |       |       |     |       |       |       |
| 車両数  | 504台   |       |         |      |         |     |       |       |       |     |       |       |       |
| 課題   | ①ドライバーにより実車率にバラツキ<br>②繁忙時に配車依頼を断るケースが多発(2018年12月:約2万件)<br>③配車受付機能が分散(配車センター、介護事業部、営業部)   |       |         |      |         |     |       |       |       |     |       |       |       |
| 導入手法 | ①AIタクシーによる需要予測の実証実験<br>②自動音声受付システム(IVR)の導入<br>③配車窓口を配車センターに一本化(業務の整理とマニュアル化)   |       |         |      |         |     |       |       |       |     |       |       |       |
| 成果   | <p>①AIタクシーの成果</p> <p>地方では流し需要が少ないため、十分な成果は得られなかったが、docomo側でシステム改良を行い、再度実証を行う意向</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>AIタクシー</td> <td>通常車両</td> <td>平均超の運転手</td> </tr> <tr> <td>10月</td> <td>47.3%</td> <td>45.6%</td> <td>5人/9人</td> </tr> <tr> <td>11月</td> <td>46.7%</td> <td>46.1%</td> <td>7人/9人</td> </tr> </table> <p>②自動音声受付システム</p> <p>2月から実証実験中</p> <p>③配車窓口一本化</p> <p>順次、配車センターのオペレーターに移管業務のOJTを実施し、4月から運用を開始予定。</p> |       | AIタクシー  | 通常車両 | 平均超の運転手 | 10月 | 47.3% | 45.6% | 5人/9人 | 11月 | 46.7% | 46.1% | 7人/9人 |
|      | AIタクシー   | 通常車両  | 平均超の運転手 |      |         |     |       |       |       |     |       |       |       |
| 10月  | 47.3%  | 45.6% | 5人/9人   |      |         |     |       |       |       |     |       |       |       |
| 11月  | 46.7%  | 46.1% | 7人/9人   |      |         |     |       |       |       |     |       |       |       |



【配車体制の見直し】

| 部門     | 従来                               | 見直し後                                       |
|--------|----------------------------------|--|
| 配車センター | 小型タクシー                           | 小型タクシー<br>特殊車両(観光、中型、ジャンボ)<br>介護タクシー(フォロー) |
| 営業部    | 特殊車両(観光、中型、ジャンボ)<br>介護タクシー(フォロー) | サービス企画・新規顧客開拓                              |
| 介護事業部  | 介護タクシー                           | 介護タクシー                                     |

イ 静岡ひかりタクシー(株) (静岡市)

|      |  |
|------|--|
| 従業員数 | 113人   |
| 車両数  | 74台  |
| 課題   | 待機車両分布と配車需要ポイントとのミスマッチ   |
| 導入手法 | 過去の配車実績情報をドライバーに配布し、需要の多い時間・ポイントに向かってもらうよう促す ※前年同月同週同曜日のデータを提供 |
| 成果   | 5月のGW後から運用を開始し成果を検証する。将来的にはデジタルタコグラフのデータを活用し、日報の記入を不要とする予定     |

<ドライバーに提供するデータ(イメージ)>

〇年〇月〇日(〇曜日) 天気:晴れ イベント:〇〇展(ツインメッセ)

| エリア | 5時 | 6時 | 7時 | 8時 | 9時 | 10時 | 11時 | ... | 合計 |
|-----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|
| 丸子  | 0  | 1  | 1  | 3  | 8  | 5   | 2   |     | 20 |
| 本通り | 1  | 2  | 10 | 20 | 6  | 7   | 3   |     | 40 |
| ... |    |    |    |    |    |     |     |     |    |

ウ 三ツ輪交通自動車(株) (裾野市)

|      |   |
|------|---|
| 従業員数 | 32人   |
| 車両数  | 31台   |
| 課題   | バックオフィス業務(労務管理やクレーム対応等)が常務に集中しており、本来業務である営業や採用に時間を割けない  |
| 導入手法 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・常務の業務を棚卸し、本来業務の時間を捻出</li> <li>・情報伝達手段を電子化し、外出先でも常務のチェックを可能とする(当面メールで運用し、将来はアプリやAIスピーカーを導入予定)</li> </ul> |
| 成果   | (目標)採用活動を強化し、年間5人のドライバーを採用する  |

<業務の棚卸(一部抜粋)>

| 業務種別        |   | 【現状】<br>所要時間/月 | 【今後】<br>所要時間/月 |    |
|-------------|---|----------------|----------------|----|
| 企画戦略検討      | } | 0              | 21             |    |
| 人材採用        |   | 増やす            | 0.3            | 1  |
| 営業活動        |   |                | 0              | 15 |
| ドライバー等と連絡調整 | } | 15             | 10             |    |
| 運行管理        |   | 減らす            | 20             | 10 |

## 【静岡県】サービス産業の生産性向上の取組 ～業務の効率化、高付加価値化に直結する手順書を作成～

以下は、掲載事例（宿泊業）の一部です。また、写真は導入イメージです。

### Before



予約台帳をホワイトボードへ転記する  
作業に毎日3時間を費やしていた

- ・従業員への負荷が大きく、転記ミスが多発
- ・チェックイン時に確認する追加情報（食事時間、追加飲料、アレルギー等）への対応に苦慮



顧客情報共有システムを導入

### After

① 厨房の大型モニターに予約台帳の情報を一括表示!



大型モニターにお客様の情報や料理表を表示



毎日の転記作業から解放され、**年間1,095時間の作業時間を削減**

② スタッフがタブレット端末を携行し、急なメニュー変更にも即座に対応!



食事時間やメニューの変更があった場合、  
タブレットで即座にスタッフ間で情報共有



**情報伝達の抜け漏れがなくなり、顧客満足度が向上**

お問い合わせ 静岡県経済産業部商工振興課 電話番号:054-221-2512  
※お電話いただければ手順書(冊子)を配布いたします。

視点2 地域企業の事業活動の活発化、次世代産業の創出に関する資料

＜地域課題の解決を図る起業（コミュニティビジネス）の支援＞

1 2019年度の取組（地域創生起業支援事業費助成）

| 区 分   | 内 容   | 予算額    |
|-------|---|--------|
| 起業支援金 | 地域課題の解決を目的とした起業家に対し支援金助成<br>・ 上限額 2,000 千円<br>・ 補助率 1/2<br>・ 件 数 30 件程度 | 60,000 |
| 伴走支援等 | 起業支援金の執行事務及び伴走支援を行う団体（公募・選定）に対し、その経費を助成                                 | 10,000 |
| 計     |   | 70,000 |

2 起業支援金の支給要件等

| 項 目  | 要 件 等   |
|------|---|
| 対象者  | 次に掲げる事項の全てに該当すること。<br>ア <u>本事業の公募開始日以降、本事業の補助事業期間完了日までに個人事業の開業届出若しくは株式会社、合同会社、合名会社、合資会社、企業組合、協業組合、特定非営利活動法人等の設立を行い、その代表者となる者であること。</u><br>イ 静岡県内に居住していること、又は、本事業の補助事業期間完了日までに静岡県内に居住することを予定していること。<br>ウ 法人の登記又は個人事業の開業の届出を静岡県内で行う者であること。<br>エ 法令順守上の問題を抱えている者でないこと。<br>オ 申請を行う者又は設立される法人の役員が暴力団等の反社会的勢力又は反社会的勢力との関係を有する者ではないこと。   |
| 対象事業 | 次に掲げる事項の全てに該当すること。<br>ア <u>次に掲げる分野のいずれかに該当する事業を、新たに起業すること。</u><br><u>(ア) 保健・医療・福祉の増進</u><br><u>(イ) 子育て支援</u><br><u>(ウ) 防災・減災対策</u><br><u>(エ) まちづくり・地域活性化</u><br>イ <u>起業する事業が、地域の課題の解決に資する社会的事業であること。</u><br>ウ 静岡県内で実施する事業であること。<br>エ 起業支援金の支給対象者の公募開始日以降、起業支援金の交付決定を受けた事業の事業期間完了日以前に新たに起業する事業であること。<br>オ 公序良俗に反する事業でないこと。<br>カ 公的な資金の用途として社会通念上、不適切であると判断される事業（風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第121号）第2条において規定する風俗営業等）でないこと。 |
| 対象経費 | 新たに起業する者が起業に要する経費の内、以下のもの。<br>人件費、店舗等借料、設備費、原材料費、借料、知的財産権等関連経費、謝金、旅費、外注費、委託費、マーケティング調査費、広報費 等<br>※人件費については、交付決定を受けた事業に直接従事する従業員に対して支払う給与・賃金に限り、代表者や役員等の人件費を除く。  |