

戦略会議メンバー等からの主な意見内容

目次:

- | | |
|------------------------|----------|
| 1. 戦略会議メンバーからの主な意見内容 | P.1～P.3 |
| 2. 広島県経済財政会議における主な意見内容 | P.4～P.6 |
| 3. 企業等ヒアリングによる主な意見内容 | P.7～P.11 |

1. 戦略会議メンバーからの主な意見内容(第1回会議)

<第1回会議の振り返り>

○第1回会議では、イノベーション創出の環境要因を、危機意識、支援環境、連携・ネットワーク、人材確保等と整理したうえで、以下の観点から議論していただいた。

- ・これまでのイノベーション創出の取組について
- ・今後、地域発でイノベーション創出を図っていくために必要な対策について
- ・参考となるイノベーションの事例について

	イノベーション創出のポイントや課題	イノベーション創出を促す施策アイデア
マイ ンド	<ul style="list-style-type: none"> ○ 高い理念・志と将来を見るという意識で中期的に取り組んだ結果、イノベーションが生まれた。 ○ 10年先どうありたいか、事業の理念、信念は何かは議論すべき重要なポイント。 ○ 今までになかったもの、誰もやらなかったことをやろうとする姿勢が必要。 ○ 官の支援策だけに依存するだけの姿勢は良くない。自社独自のものづくりを展開してきた。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ イノベーションの目標・目的を、はっきりさせる必要がある。経済発展だけが目的ではない時代であり、地域の発展、県民の幸福価値追求を目的としてはどうか。 ○ イノベーションの重要性など若い人へのイメージ戦略が重要。 ○ “イノベーションを生み出し起業する”ことにフォーカスして県内運動を展開してはどうか。 ○ 上場することを目標テーマに設定してはどうか(上場を目指すということは、素晴らしい会社になる道筋)。 ○ 域内のイノベーション創出への取組みを評価し、表彰・顕彰する恒常的なイベントを創設してほしい。
人材	<p>【イノベーション人材】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 新規ビジネスのアイデアを持っている人は多いが、事業として運用し利益を出すプロセスまでやり切れる人が少ない。 ○ イノベーター≡アントレプレナー(起業家)ではない。 ○ 長期的な視点の中で、地域固有の資源・環境などを背負い活用できる人材が少ない。 	<p>【創業人材】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 血気盛んな情熱を持ったイノベーターを発掘し、ビジネスアイデアを実行し、やりきるまでコーチングする仕組みを作してほしい。 <p>【技術人材】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 基礎的の学問・技術を理解する人材を、地域の中で育てて欲しい。 ○ 異分野の人が共に働く場をオーガナイズする人材の育成。 ○ 高付加価値のものづくりで儲ける仕組みを考え、それをドライブする人材が必要。 <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 能力ある企業人材がスピリアウトしないで、例えば域内大学で活動できるなど循環する仕組みが必要。

1. 戦略会議メンバーからの主な意見内容(第1回会議)

	イノベーション創出のポイントや課題	イノベーション創出を促す施策アイデア
事業環境	<p>【事業戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 開業率をもっと高めていく必要。 ○ 事業戦略として、①伸びるエリアへの経営資源の集中、②規模・価格ではなく、質と価値創造で勝負、③競合他社との差別化徹底、に注力することで勝ち残ってきた。 ○ 顧客先をダイレクトに訪問して、市場調査をして、商品動向等を徹底に調べる姿勢が重要。 <p>【事業戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ これまでは、色んな要素技術を集めて新しいデバイスやアプリケーションを開発してきたが、これからは、要素技術を集約し、既存デバイスを進化させるイノベーションと、デバイスそのものを変えてしまうイノベーションの両輪を追求していく必要。 	<p>【事業環境の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 国際競争力を高めるため、インフラコストを低減する施策を講じて欲しい。
支援環境	<ul style="list-style-type: none"> ○ 県内地域の会社が取組んでいることを、その地域で周知をして、他社の取組をわかった上で、事業展開していくことが、大変重要ではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 公的試験機関には企業が各種相談を持ち込む地域の重要拠点。企業が抱えている問題を迅速に解決できる人を常時配置して欲しい。

1. 戦略会議メンバーからの主な意見内容(第1回会議)

	イノベーション創出のきっかけやポイント	イノベーション創出を促す施策アイデア
大学	<ul style="list-style-type: none"> ○2004年法人化後、新たな使命として、社会連携が加わった。 ○大学の教員にコーディネイト機能はない。産学連携センターに、コーディネーターを配置している状況。 ○研究は、時間がかかるもの。一方で、イノベーションと起業(ビジネス)は直ちには結びつかない印象がある。 ○広島大学の特許取得件数は昨年、一昨年と日本の大学の中でも5番以内の位置。優れた研究をしているが、成果として実現できるかどうかは不確定。 ○競争的資金は、3～5年後に成果を求められるため、腰を据えた研究ができなくなっている。 ○大学は、ダイバーシティな環境を提供する場所としては、優れた機能を持っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○近年、企業との共同研究促進を目的として設立した「産学官推進研究協力会」では、地元の中小企業に対して大学の研究シーズを発表することを目的としており、こうした中から地域の共同研究が多いに生まれてくることを目指している。 ○日本企業の国際競争力が低下した今、長い目で見て、研究費を確保すること、研究に投資することが重要。 ○地域イノベーションに通じる大学の役割を果たしていきたい。共同研究を推進したいと考えており、行政にも支援してもらいたい。
金融機関	<ul style="list-style-type: none"> ○地域金融機関は、地域と運命共同体。ともに人口を増やし、雇用を守っていく必要。 ○地域金融機関も、助成金、エクイティ・ローン等事業段階に応じた融資メニューはおおむね整備できている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○人材面からも、企業の成長を支援していくことは重要なテーマ。 ○金融審査をするときの判断ができる目利き人材を育てていく必要がある。 ○来年3月に訪れる、金融円滑化法の期限は、金融機関にとって重要な課題。現在、取引企業の定性的な事業素質を分析し、その結果を今後の事業展開に役立てるための取組を行なっている。この手法をさらに活用することができれば、地域におけるイノベーション創出のきっかけになるのではないか。

2. 広島県経済財政会議における主な意見内容

<広島県経済財政会議>

○行財政改革の進め方や主要施策の推進について、外部の有識者から意見・提言を受け、県政運営に反映させることを目的として、開催。(2010年1月15日設置)

○今年度は、6回の会議開催を予定。会議における審議を踏まえ、「県政運営の基本方針2013」を策定する。

(会議メンバー)

主宰	湯崎 英彦	広島県知事
委員	内田 和成	早稲田大学商学大学院 教授
	宇野 健司	(株)大和総研産学連携室 副部長
	神原 勝成	常石グループ 代表
	蔵田 和樹	(株)広島銀行 専務取締役, 広島商工会議所 副会頭
	辻 琢也	一橋大学大学院法学研究科 教授
	戸堂 康之	東京大学大学院新領域創成科学研究科 教授
	吉川 富夫	県立広島大学経営情報学部 教授
	吉田 正子	(株)アンデルセン 代表取締役社長

(五十音順・敬称略)

(平成24年度 各回の議題)

第1回

県政運営の基本方針2013について

第2回

県政運営の基本方針について

- テーマ① ダイナミックな事業環境を創る
- テーマ② 質の高い教育環境を創る

第3回

県政運営の基本方針について

- テーマ① 人材が集まる魅力を創る
- テーマ② 様々な交流を促進させる

第4回

「県政運営の基本方針2013」に向けた施策の方向について

	イノベーション創出のポイントや課題	イノベーション創出を促す施策アイデア
マイ ンド	○技術があるにもかかわらず、企業が海外に出ないのは、やる気がない、なんとかやっつけていける意識と保護政策。	○ <u>起業家教育の重要性が言われるが、おそらく日本の小・中・高等教育に欠けている非常に大きな部分ではないか。</u>

2. 広島県経済財政会議における主な意見内容

	イノベーション創出のポイントや課題	イノベーション創出を促す施策アイデア
人材	<p>【イノベーション人材】 ○広島の大学は、自動車とか造船とかそちら方面の学科が特化され、その循環がうまくなればいい。そこが切れると学校だけ立派になってランキングが上がるだけ。卒業生が東京で活躍するのはもったいない。</p> <p>【教育・大学等について】 ○広島のトップレベルの高校生が広大に行くのが一番いい。偏差値が上がらなくても、世界的研究者がいるとか、いいことあるぞと広大が認められれば県内、中国地方から広大に優秀な高校生が集まり、やがて人材として地元へ還元される。広大を強化する。広大に県内のリソースを集めるという方向がいい。</p> <p>○大学に競争環境を作り、競争の中で大学が育っていく枠組みにする努力を県がやるのが大事。</p>	<p>【イノベーション人材】 ○広島に人を呼び込む対策についても、IターンよりもUターンの対策に優先的に対応すべき。</p> <p>【技術人材】 ○教育単体で考えるより、実利で言うと企業・産業としてどんな人材がほしいか、広島がどういう人材を欲しているのかということから逆算して教育を考えないと、広島のニーズのリアリティに合わない可能性がある。</p> <p>○広島に残ってもらうための企業の受け皿が必要。R&Dセンターがあれば、東大を卒業しても広島に来たいと思う。広島ブランドネームを活かした潜在能力はすごい。魅力ある都市づくりのファクターの一つが教育であり、企業の集積であり、産学連携の基本。まずは、いい企業のR&Dセンターを知の拠点として整備すれば、すごいことになる。</p> <p>【海外展開人材】 ○海外に行くとき英語だけでなく、異国の文化、価値観等いろんなものを吸収できる。日本での無理な英語教育は置いておき、留学推進にシフトした方が良い。</p>
事業環境	<p>【事業戦略】 ○成長産業として捉えるかは別として、医療の仕組みを県レベルで効率化するというのは、絶対必要な視点。</p> <p>○産業集積には、元々、何かネタがあって、それをうまく伸ばしていくという形でなければ、何も無いところに全く新しいものを集積させるのは、うまくいかない。</p> <p>【事業環境】 ○地方同士で同じようなことをやることによって競争が起こる。それがまた力になり、地方にあるリソースをフルに活用するクラスター集積が起こってくる。広島だからこそ何かは、そういう競争の中でこそ芽生えてくる。</p> <p>○イノベーションを起こすということなら、一番ペースになるのは競争的な市場環境をつくること。競争的な市場環境をつくって初めてイノベーション施策ができる。</p>	<p>【新事業展開について】 ○成長戦略のトリガーとして「医療&周辺産業」を位置づける。医療&周辺産業を“コスト分野”ではなく“プロフィット分野”へとパラダイムシフトを促進する。製造業が長年に亘って「蓄積してきた技術力」、「医学分野における放射線影響研究成果・知見」、「ひろしま」の国際的ネームブランド」とった“広島県の高い潜在能力”(ポテンシャル)を成長産業へと繋げるインフラ(物理的な環境)を整備していく。</p> <p>【事業環境の整備】 ○企業誘致に際して、日本では減税できない代わりに他県等では補助金を大量に出し、事実上法人税や固定資産税の減税をしたが、成功とも失敗ともいえない状況。この辺のきわどい政策事例を見ながら、具体的にどういふ政策手段を打てるのか考えないといけない。</p>

2. 広島県経済財政会議における主な意見内容

	イノベーション創出のきっかけやポイント	イノベーション創出を促す施策アイデア
支援環境	<p>○融資のあり方、リスクの部分については、極度のリスク軽減をせず、本当にやる気のある企業にうまく金が回せるかというような形での産業支援があるのではないか。</p> <p>○出口戦略を親身に考えてあげるより、むしろ厳しく、本来力のある企業が自力で立ち上がってくるのを待つ方が雇用が増える。M&A的な話で雇用を守る。</p> <p>○やる気がある企業を邪魔しない、その人を支援することが大事。海外に行きたい人間、行くか迷っている人間に対して迷いを減らす情報を提供してやることに価値がある。</p>	<p>【ダイナミックな事業環境を創る】</p> <p>○県と地方の金融機関が組んで、経営状況が悪いときに金利を安くし、良いときに金利を高くするスキームを構築。</p> <p>○海外に進出したがらない理由は、経営者がリスクをとりたくないということ。事業のネットワーク展開化で必ず伴うリスクをどれだけ軽減させるかの手伝いを政策的にどうできるかが一番大きい。</p> <p>○うまくいっている企業につながりがあるのは事実。そのつながりを人為的・政策的に作れるか、県としてどこまで応援して側面支援できるのかを政策的に考えないとだめ。</p> <p>○進出に際しても、海外の情報をきちんと企業に与えることこそ政策の役割。</p>
地域基盤	<p>○ファミリーフレンドリー。ファミリー(小学生以下の子ども)を持つ女性に、選ばれる県になるべき。</p> <p>○人を引き付けるという意味では、子育て支援というのも1つの大きなポイント。</p> <p>○仕事に関して、旦那が広島に転勤になった時に、奥さんが広島なら子どもを連れて行くというふうにもっていく。家族ぐるみで移れる町。家族で帯同して奥さんが住んだ後にそこで暮らしたいと思わせること。</p> <p>○ファミリーを大事にするためにも、経済が大事。そのためにはイノベーションが必要だし、所得や成長が必要。</p> <p>○文化的な施設が、クリエイティブな人材を呼び込み、経済成長を上げていくという部分は絶対にある。</p>	<p>○子どもや教育関連企業には何らかの優遇措置があるとか、2世代、3世代の住宅には、なんらかの補助があればよい。</p> <p>○ホスピタリティは、小さいころから刺激が必要。例えば、海外経験を積ませるだとか、広島に居ながら海外の人とコミュニケーションをとる場を作ること等。</p> <p>○景色が良くて、地震も少ない安心な広島で、医療もありプライマリ・ケアが受けられるのなら、他県に負けず差別化できて人口も増えていくのではないか。高齢者の一番の心配は、やはり医療。</p> <p>○大きな視点が必要。一つは、広島に行くと仕事がある、仕事をする環境で教育も生活環境も整っているというもの。もう一つは、仕事は無いけど素晴らしい生活環境があるというもの。どちらで押していくのかは決めた方がよい。私は広島に行くと仕事がある、しかもそれを支える仕組みがあるという方がストーリーとしては組みやすいと思う。</p> <p>○定住自立圏構想も視野に置きながら、都市圏と中山間地域の一体化を図っていくことが重要。</p>

3. 企業等ヒアリングによる主な意見内容

○「地域イノベーション戦略推進会議」及び「広島県経済財政会議」に加えて、以下のような域内外の方から、イノベーション創出について意見をいただいた。

(ヒアリング対象)

メーカー	機械, 電機, 機械部品, ゴム製品, 繊維, 食品 等
IT企業	
産業支援機関	
金融機関	
その他	ベンチャーキャピタル協会, コンサルタント, 経済産業省

	イノベーション創出のポイントや課題	イノベーション創出を促す施策アイデア
マイ ンド	<ul style="list-style-type: none"> ○イノベーション立県を意識する県としない県では差が出る。(IT企業) ○いかに新たなビジネスモデルを作るか、もしくは、製品の差別化を図っていくかが大きな課題。(機械メーカー) ○イノベーションを生み出すためには、既存のルールに縛られてはいけない。それまでの「〇〇してはいけない」という社内ルールに縛られず、全ての真逆のことをやり、途中段階ではかなりの抵抗にあったが、最終的にトップの理解が得られ成功を収めることができた。(食品メーカー) ○「広島だと創業しやすい」といった印象を与えるといったことが必要。(VC) ○大学で起業をテーマに講義することがあるが、ほとんどの学生は、起業に興味がない。100人に1人程度。大学卒業後すぐの起業を勧めるより、起業家精神を持たせることが重要。(産業支援機関) 	<ul style="list-style-type: none"> ○イノベーションの重要性など、若い人へのイメージ戦略も大事。(IT企業) ○賞金付きの表彰制度を是非創設してほしい。自治体の顕彰制度はお金出さない制度だが、是非賞金をつけてほしい。(産業支援機関) ○半年に1回程度イベントをしてベンチャー企業を発掘してはどうか。(IT企業) ○広島は日本の平均と言われてくやしいという感覚。あそこに勝つという感覚。くやしさを勝ちたいという競争心を持たせることが時間軸を短くする手であり、効果がある。(コンサルタント)

3. 企業等ヒアリングによる主な意見内容

	イノベーション創出のポイントや課題	イノベーション創出を促す施策アイデア
人材	<p>【イノベーション人材】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○経営者個人に注目すべき。(コンサルタント) ○様々な匠を育てる必要があるが、次代を担う30-45歳の層が薄い。(繊維メーカー) ○人材育成としては、経営幹部候補職員を大前研一氏が主宰する塾に派遣させたり、社内では、創業者と会長が主宰する塾に入塾させたりといった取組を行っている。(食品メーカー) ○イノベーション人材を外から呼び込む拠点と考えると、広島はのんびりしたところなので、大卒でなくてもキャリアを見つけれられる場所などとして、そういう人たちを集める方法もあるのではないか。(コンサルタント) ○一人の天才を育てることが、イノベーションとか言うより、余程インパクトがある。(コンサルタント) ○決意、ネットワーク、情に絡めて人材を見つける人など、人を呼ぶ手段はお金だけではない。(コンサルタント) ○例えば、世界的に有名なフェラーリのデザイナーであるケン・オクヤマは山形のものづくり振興に関わっているが、コントラリアンな発想をする人。いわゆる職人的なデザイナーではなく、こういう人を見つけてこないといけない。抽象的なことを言わず、探し回って連れてくる。相手が根負けするくらい追いかける。(コンサルタント) 	<p>【創業人材】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○年齢条件等を設けず、将来独立して事業を行いたい人を集め、切磋琢磨していけるような仕組みが必要ではないか。(IT企業) <p>【後継者人材】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○団塊世代の優れた技術者の大量退職後の後継者不足があり、技術・技能の伝承を効率良く行う人材育成が重要。(機械メーカー) ○次世代経営者育成プログラムの整備も必要。(機械部品メーカー) ○事業が大きくなる中で、経営者の役割も拡大する。CFO(最高財務責任者)等を置いて分業し、役割をシェアすることで、活躍する場がで、人(後継者)が育つ。(VC) ○人事異動の仕組みが非常にユニークである。いわゆる「ドラフト制」を採用している。本部長が部長を、部長が課長の、課長が係長の、係長が担当者の人事を決められるもの。(食品メーカー) <p>【技術人材】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○人材を育成するためには経験を与える場が必要。(繊維メーカー) ○地域とのつながりの中で人材育成できるといい。(繊維メーカー) ○研究者は学卒では即戦力とならない。経済的な要因で大学院進学を断念する者への奨学金が必要。(電機メーカー) ○大学には、共同研究プロジェクト(資金)を、取ってきて管理してアウトプットを出すまで、研究をサポートすることに繰り返し取り組むスタッフが必要。(経済産業省)

3. 企業等ヒアリングによる主な意見内容

	イノベーション創出のポイントや課題	イノベーション創出を促す施策アイデア
人材 (続)	<p>【教育・大学等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○高校までは強豪校があっても、大学や社会人大学で強豪校がない。(機械メーカー) ○優秀な留学生を大学や高校に受け入れ、切磋琢磨させることが必要。(機械メーカー) ○県内理工系大学等卒業生のうち、県内企業への就職が少ない。(機械メーカー) ○次世代の人材を育成するためには、今の子ども達が地元産業に興味を持つような教育が十分整備されていない。(ゴム製品メーカー) ○転職を防ぐため、インターンシップによりミスマッチの解消が必要。(繊維メーカー) 	<p>【海外展開人材】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○海外経験や疑似体験の機会づくりを行うことや、海外の優秀な人材を招聘することも重要である。(コンサルタント) ○営業には語学力を求めるが、技術屋には元気印・バイタリティを求める。(機械メーカー) ○グローバル人材の育成で一番効果的なことは、とにかく実際現地に放り込んでみることである。文化やものの考え方の違いに生で触れ、多くのノウハウ、知識を吸収できた。経験を通して、ものごとをシンプルに考えられるようになり、日本に帰国後は私自身も改革に取り組むことができた。(食品メーカー)
事業 環境	<p>【事業戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○海外で利益を上げ、日本で研究開発をしっかりやるというのがいい。(機械メーカー) ○海外展開は国内産業の空洞化ではない。海外で、あげた利益で、日本の会社が大きくなれば雇用を生む。(VC) ○初期設備投資費が下がって、小さく始められるようになった。IT系のソフトやアプリ製作は、始めやすくグローバル展開しやすい。(VC) ○イノベーションを創出するための仕組みが大切。まず、①仕組みであり、その次に②組織、最後に③人である。(食品メーカー) 	<p>【新事業展開について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○市場の成長が見込まれる新興国市場への対応を支援してほしい。(メーカー) ○環境負荷を軽減する次世代技術の普及促進を支援してもらいたい。(メーカー) ○医療・福祉・介護など、これからの重要分野の課題を把握するための場作りが必要。(メーカー) ○医療分野に新規参入するためには、他企業との補完(異分野の問題へのアプローチ)の構築が必要。(電機メーカー) ○自治体には地域が進むべき方向性を適時に示してもらいたい。そのうえで、事業展開に係る施策ニーズについて、「町医者」的にきめ細かに面倒をみてもらいたい。(メーカー)

3. 企業等ヒアリングによる主な意見内容

	イノベーション創出のポイントや課題	イノベーション創出を促す施策アイデア
<p>事業環境 (続)</p>	<p>【事業戦略】(続) ○県がイノベーションをするのであれば、“産業発想”ではなく“システム発想”(医療システム、住宅供給システム、エネルギー供給システムなど)すべき。(コンサルタント) ○日本は、プロダクトイノベーションには強い。弱いのはコンセプトイノベーションやシステムイノベーション。だからシステムにこだわる必要がある。(コンサルタント) ○今の県の施策は、他でもありそうなことをやっている。今大事なものは、コントラリアン(みんなと違ったことをする)の発想。(コンサルタント) ○手作りの商品で、原料にも限りがありそれほどロットが作れないため、その希少価値が受けている。さらに言うと、この商品の製造は、育児勤務体制に入っている職員をラインにあてている。それほど量を作れないこの商品については、そういった短時間勤務職員を充てて、丁寧に製造している。これもイノベーションの一例である。(食品メーカー) ○「地域需要創出型起業」に取り組んだとしても、海外を視野に入れている必要がある。(経済産業省)</p> <p>【事業環境】 ○円高を何とかしてほしい。法人税を国際競争力が保てる水準まで引き下げてほしい。(メーカー) ○原材料の価格高騰が厳しく、売上は伸びても利益は減少している。(メーカー) ○いわゆる六重苦により日本国内で生産活動を継続することが極めて困難。生産体制の再編、アライアンスの強化の進展が必要。(メーカー)</p>	<p>【新事業展開について】(続) ○製品だけでなく、日本の文化(ホスピタリティと、きめ細やかさ)と共にグローバル展開すれば、安いだけのアジアの製品に勝っていけるのではないか。(VC)</p> <p>【産学連携】 ○産学連携は、新しい社会システム、社会インフラの整備にこそ取り組むべき。(経済産業省) ○イタリアでは大学の敷地内に企業を呼び込んでいる。大学経営の一部としてこういうことをやるべき。(コンサルタント) ○原則大学単位の産学連携機能総合評価を実施すべく、平成25年度概算要求を行なっている。評価結果に基づく産学連携関連予算等配分の実現を目指す。(経済産業省)</p> <p>【事業環境の整備】 ○これからは、地域発で比較的小さくユニークなビジネスがたくさん生まれる時代になるのではないか。小さい企業がやっつけける支援が必要。(コンサルタント) ○雇用増や好業績であれば、税率を下げるなど、税制優遇制度を考えてもらいたい。(VC)</p>

3. 企業等ヒアリングによる主な意見内容

	イノベーション創出のきっかけやポイント	イノベーション創出を促す施策アイデア
支援環境	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新事業の資金調達は、アーリー段階でも数千万円規模の投資が必要であるが、金融機関はなかなか融資に踏み込めないのが実態。県のファンド制度は大変役立った。(IT企業) ○ 韓国では、24時間体制で企業が抱える問題を解決できる支援機関がある。(繊維メーカー) ○ 支援情報について、製造業絡みの情報は多いが、商業・サービス業の補助制度の情報が少なく、降りてこない。(金融機関) ○ 例えば、メディカルデバイス系のメーカーならば、優秀な金型工場が何処にあるかといった、サポート企業の立地状況を気にする。(VC) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 創業後5年頃の資金調達が必要な時期に、数百～1千万円程度が必要。(産業支援機関) ○ 事業のアーリー段階で信用保証が十分になくても有望な事業を資金(リスクマネー)支援する仕組みが必要ではないか。(IT企業) ○ 行政は貸金保証するなど、予算をとらなくてもできることがある。(コンサルタント) ○ 情報発信の仕方の工夫として、金融機関を使うということを取り入れてもよいのではないか。(金融機関) ○ 行政には一つの事業テーマでなく、裾野を広げるような取り組みを望む。(電機メーカー) ○ 企業と大学をマッチングさせるだけのコーディネートは、必要ない。企業と大学が一緒に考えて、入り口から出口のところまで、2～3年先まで考えて結果を出す取組みとするべき。(経済産業省) ○ 創業者同士のヨコの交流の場(悩み相談、情報交換)が必要で、その場の機能を認定支援機関のうちのいくつかに移すよう考えている。(中小企業庁)
地域基盤	<ul style="list-style-type: none"> ○ (外国人にとっていい住環境といえば)ホスピタリティーが重要。(コンサルタント) ○ 例えば、ケンブリッジを参考にしてはどうか。ケンブリッジはいろいろなところに歩いていける。広島の特徴としてウォーキングディスタンス(すべてが歩ける範囲)がある。これは大事なこと。又、シリコンバレーは自転車で行き交う。人に出会う機会が多く、仕事のパートナーなどを見つけるインフォーマルな集まりの場ができた。広島は街が小さく、ウォーキングディスタンスに魅力的なものがある。広島に住んでいる人は気づいていないが、百万人都市で、ウォーキングディスタンスにいるいろいろなものがあることを誉める人は多い。(コンサルタント) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 広島を終の棲家としてもらうには、生活の中でどれだけ地域と良い縁を掴ませるかが重要。(電機メーカー)