



北陸管内の経済情報

(全国財務局長会議資料)


- I. 最近の北陸財務局管内の経済情勢
- II. 北陸地域における新規事業の立ち上げや異業種分野への参入等に関する企業の取組の現状及び今後の方針について

令和5年10月25日
北陸財務局




【お問合せ先】
財務省 北陸財務局 経済調査課
TEL (076) 292-7858

I . 最近の北陸財務局管内の経済情勢

1. 最近の北陸財務局管内の経済情勢

	前回（5年7月判断）	今回（5年10月判断）	前回比較	総括判断の要点
総括判断	持ち直している	持ち直している		個人消費は、ドラッグストア販売が拡大しており、百貨店・スーパー販売が持ち直していることなどから、全体では緩やかに回復しつつある。生産活動は、電子部品・デバイスが下げ止まっているほか、化学が持ち直しているものの、生産用機械が拡大の動きに一服感がみられることなどから、全体では足踏みの状況にある。雇用情勢は、緩やかに持ち直している。

〔先行き〕雇用・所得環境が改善する下で、各種政策の効果もあって、景気が持ち直していくことが期待される。ただし、世界的な金融引締めに伴う影響や中国経済の先行き懸念など、海外景気の下振れが景気を下押しするリスクとなっている。また、物価上昇、金融資本市場の変動等の影響に十分注意する必要がある。

	前回（5年7月判断）	今回（5年10月判断）	前回比較
個人消費	持ち直している	緩やかに回復しつつある	
生産活動	足踏みの状況にある	足踏みの状況にある	
雇用情勢	緩やかに持ち直している	緩やかに持ち直している	

※1. 5年10月判断は、前回7月判断以降、足下の状況までを含めた期間で判断している。

※2. 各項目の詳細については、「全国財務局管内経済情勢報告概要」を参照。

Ⅱ．北陸地域における新規事業の立ち上げや異業種分野への参入等に関する企業の取組状況

1. 調査の概要

地域における「新規事業等に取り組む企業の状況」、「スタートアップ企業の状況」について把握するため、北陸財務局管内の企業等に調査（ヒアリング）を実施。

- (1) 調査期間 : 2023年9月中旬～10月中旬
- (2) 調査対象 : 北陸財務局管内の経済情勢報告を取りまとめる際に従来から継続的にヒアリングを実施している企業等（計103社）
- (3) 調査方法 : 北陸財務局においてヒアリング調査を行い、回答を分類。

2. 定義

「新規事業等」: 「異業種への参入」「新規事業の立ち上げ」等とし、「新商品・新サービスの開発」は含まないものとする。

- (例) 「異業種への参入」: 既存メーカーが、現在の業種以外の業種に参入すること
「新規事業の立ち上げ」: 既存メーカーが現在の業種内で新規に事業を開始すること
「新商品・新サービスの開発」: 既存メーカーが現在事業の枠内で開発を行うこと

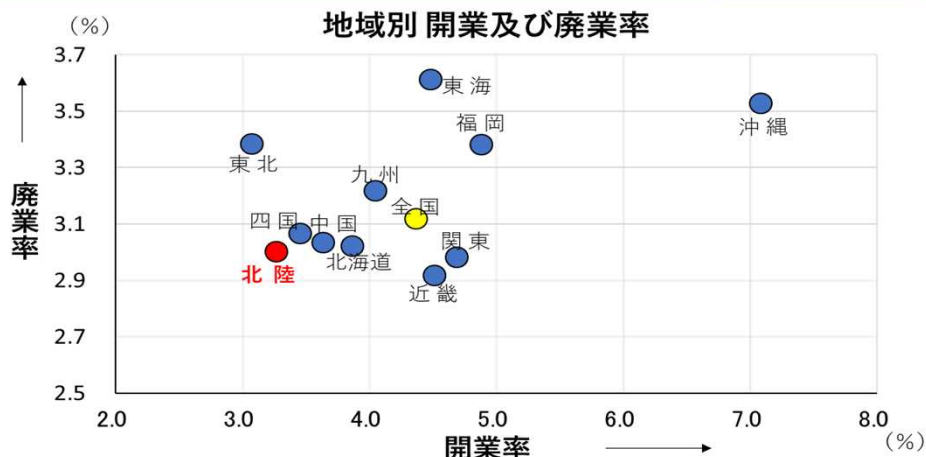
3. 注意事項

- (1) 結果数値 (%) は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合がある。
- (2) 北陸財務局がヒアリングを行った企業についての調査結果であるため、管内企業全体の新規事業展開等の動向を網羅した調査結果ではない。
- (3) 本調査では、「不明・無回答」を除いて各項目の割合等を集計している。

II. 北陸地域における新規事業の立ち上げや異業種分野への参入等に関する企業の取組状況

1. 開業率 及び 廃業率 (2021年度)

… 全国に比べ開業率は低い



【出所】厚生労働省「雇用保険事業年報」より当局作成

【備考】開業率は2021年度に雇用関係が新規に成立した事業所数/2020年度末の適用事業所数
 廃業率は2021年度に雇用関係が消滅した事業所数/2020年度末の適用事業所数により試算。地域は各財務局別。

■ 関係者の声 (行政・金融機関、業界団体ほか)

【起業】

- 住まいなど豊かな生活環境、ものづくりなど安定した産業基盤があるため、起業を目指す動機が弱い
- リスクを取らない保守的な県民性のため、起業者が少ない
- 周囲に起業家そのものが少ないほか、成功事例に触れる機会がないため、起業を選択肢として考えるきっかけが弱い

【新規事業】

- 下請企業の割合が高いこともあって、企業の多くが生産対応に追われており、長期的な視点で戦略等を考えにくい
- 発注先企業の面倒見が良い (相応の発注量が確保されている) ため、新規事業への取組みに至らない
- 中小・下請企業としては「いかに早く安く納めるか」に傾倒しがちで、また、人手不足もあって、新規業務を考える余裕がない
- 発注先との契約で、自社の技術を開示できないため、大学や異業種等との連携が進めにくい

2. 科学技術の集積地 (2023年)

… オープンイノベーションの可能性を秘めた地域

■人口100万人あたりの「科学技術集積地」ランキング

地区			地区		
1	ケンブリッジ	英国	8	サンディエゴ	米国
2	サンノゼ・サンフランシスコ	米国	9	シアトル	米国
3	オックスフォード	英国	10	ミュンヘン	ドイツ
4	アイントホーフェン	オランダ	11	金沢	日本
5	ボストン・ケンブリッジ	米国	...		
6	テジョン	韓国	18	東京・横浜	日本
7	アナーバー	米国			

【出所】世界知的所有権機関 (WIPO) 「Cluster ranking The GII reveals the world's top 100 science and technology (S&T) clusters and identifies the most S&T-intensive top global clusters.」(2023年9月公表)

【備考1】国際特許出願数 (PCT applications)、科学論文発表件数 (scientific articles)、人口に基づき算定されたもの

【備考2】「金沢」の地区範囲は、宝達志水町から小松市

* 金沢市の取組み事例

2021年8月、廃校された小学校を、起業・研究等の支援拠点「金沢未来のまち創造館」として再生・開業。金沢市が管理運営を行い、3つの事業活動は、公募型プロポーザルにより選定された(社)CLLが担う官民連携型。

【目的】

- ① 最先端技術を活用して新たなビジネスを展開する者や金沢固有の文化である食と工芸に付加価値を生み出す者の支援、
- ② 独創的で卓越した知識及び技能を持つ子どもの育成、
- ③ 職人の技術伝承や新たな調理法の開発、フードテックの普及啓発や食品ロスの削減推進により食に新たな価値を創造、により、新たな産業の創出及び未来で活躍する人材の輩出を図る

4F 食文化のまち

40 研究室1 44 調理準備室1 48 調理室
 41 研究室2 45 調理準備室2
 42 研究室3 46 調理研究室1
 43 研究室4 47 調理研究室2

3F 好奇心のまち

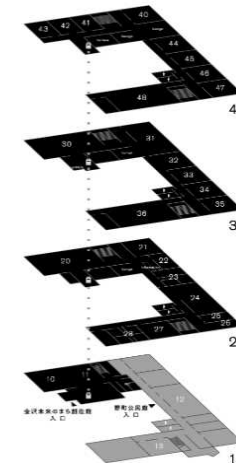
30 多目的室2 34 創作・ワークスタジオ4
 31 創作・ワークスタジオ1 35 創作・ワークスタジオ5
 32 創作・ワークスタジオ2 36 創作・ワークスタジオ6
 33 創作・ワークスタジオ3

2F 起業のまち

20 多目的室1 25 オフィス1
 21 託児室 26 オフィス2
 22 スタッフルーム 27 シェアオフィス
 23 会議室1~3 28 オフィス3~6
 24 コワーキングスペース

1F 交流のまち

10 交流カフェ(メカカフェ) 12 野町公民館
 11 展示スペース 13 野町社会福祉協議会



・現在、ドローンショーを手掛けるベンチャー企業等が入居し、オフィス、シェアオフィス、研究室は満室(計11室)。

【特徴】スタートアップ支援とビジネス交流を融合した運営スタイル。

- 課題と強みを踏まえた3つの支援(①~③)を一体的に行うほか、
- 入居起業家へのメンタリング(事業相談への助言等)に止まらず、
- 入居者以外も含む起業家コミュニティの醸成や、イベント開催(起業家による成功事例の紹介等セミナー、若年層向け起業イベント等)を通じて交流機会を創出。

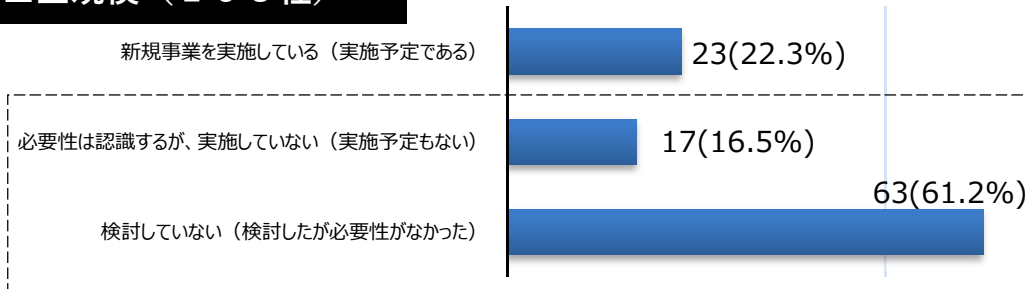
新規事業等に対する企業の取組状況及び認識

- 2020年以降、「異業種分野への参入」または「現在の業種分野内における新規事業の立ち上げ」等（以下「新規事業等」）に取り組んでいる社は23社（製造業13社、非製造業10社）で全体の22.3%であった。
- 新規事業等を実施していない、検討していないと回答した80社のうち、2020年以降、新商品・新サービスの開発を実施している社は38社（47.5%）であった。

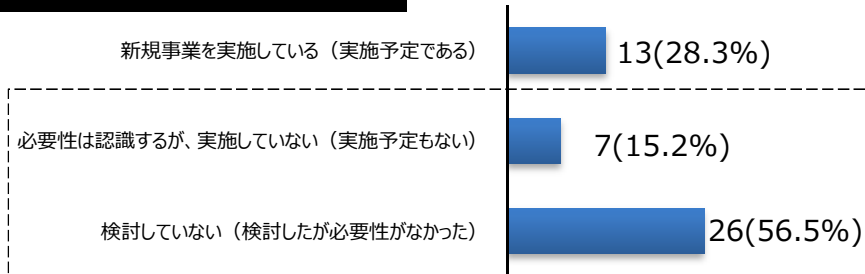
(1)-1 2020年以降の新規事業等への取組状況（回答数：103社）

■全規模（103社）

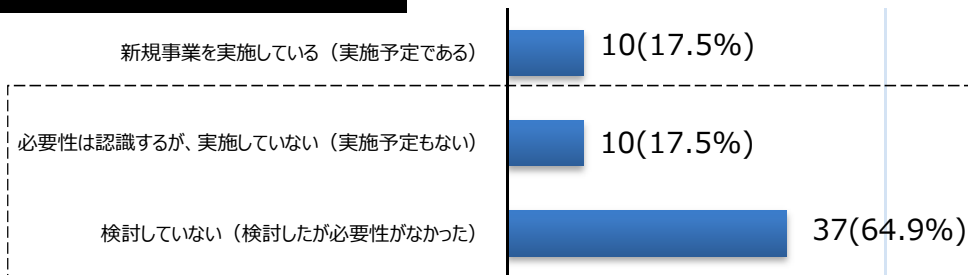
※以前から準備を進め、2020年以降に始動したものも含む



■製造業（46社）

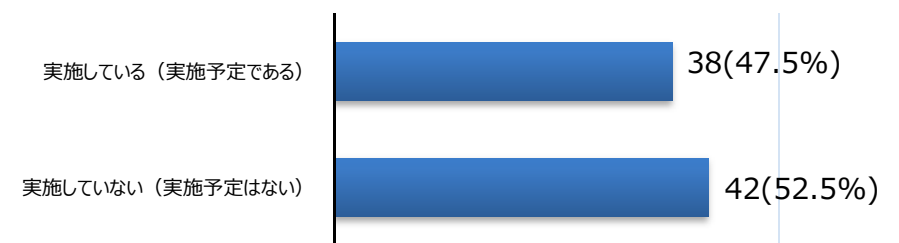


■非製造業（57社）

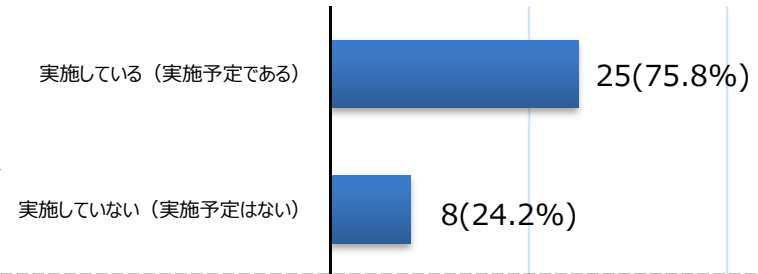


(1)-2 2020年以降の新商品・新サービスの開発状況（回答数：80社）

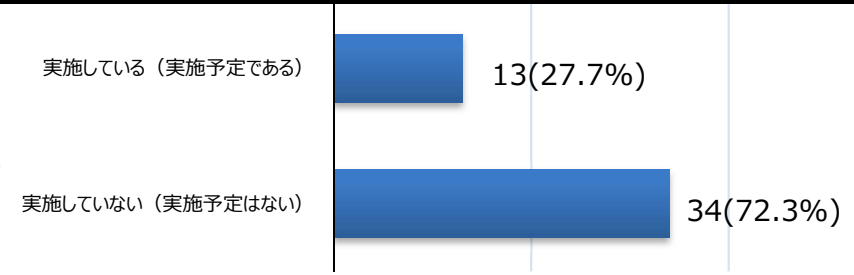
■全規模（新規事業等を「実施していない」「検討していない」と回答した80社）



■製造業（新規事業等を「実施していない」「検討していない」と回答した33社）



■非製造業（新規事業等を「実施していない」「検討していない」と回答した47社）

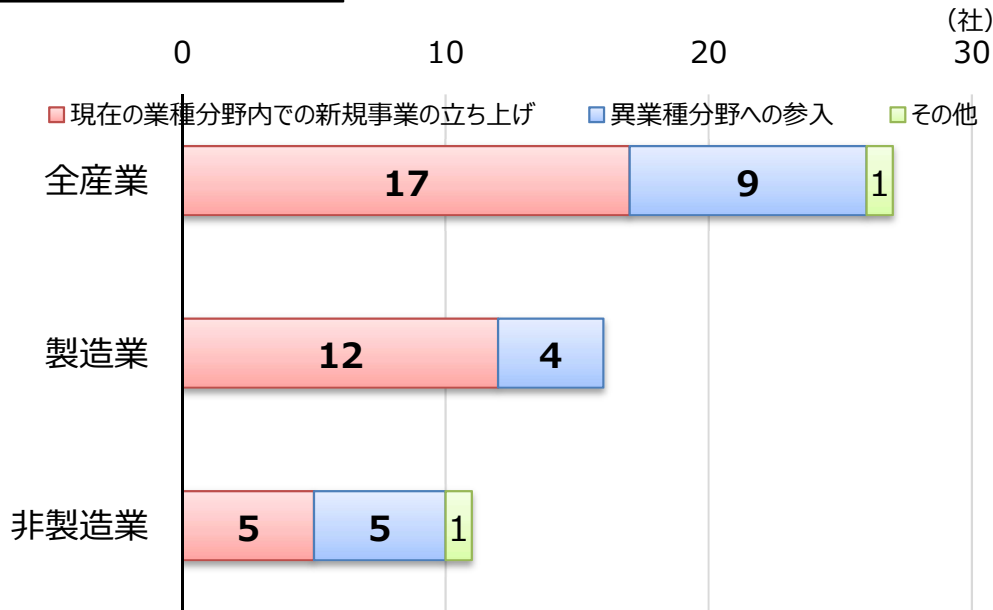


新規事業等に取り組んでいる企業の取組状況等（1）

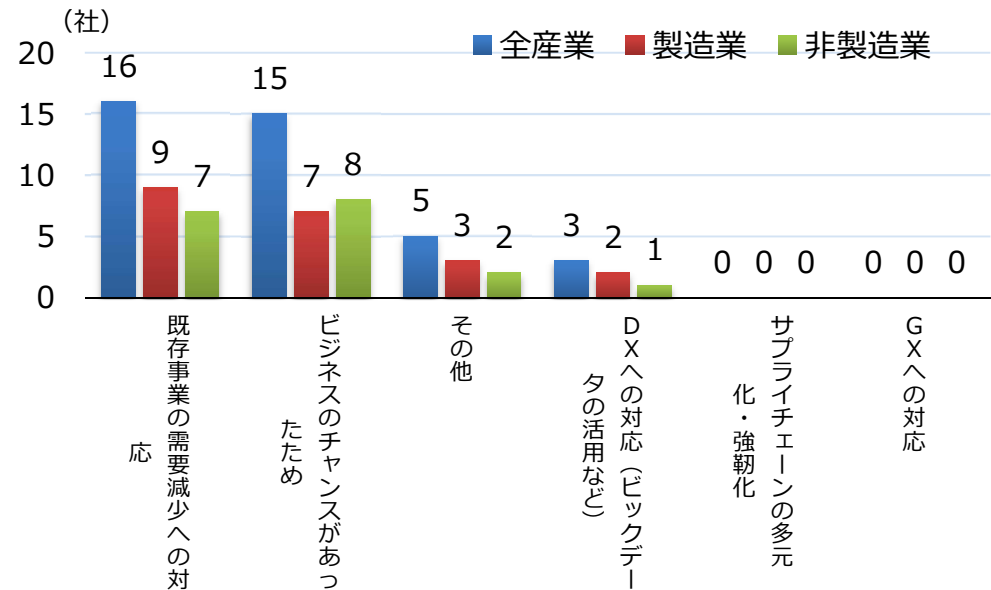
- 現在の業種分野内での新規事業の立ち上げは17社（73.9%）、異業種分野への参入は9社（39.1%）であった。
- 新規事業等に取り組んだ理由・背景は、「既存事業の需要減少への対応」（16社）、「ビジネスのチャンスがあった」（15社）が多く、声として「市場に変化があった」や「より付加価値の高い市場へ進出するため」などがあつた。

（2）新規事業等の内容と取り組むに至った理由・背景（複数選択可）（回答数：(1)-1で「実施する」と回答した23社）

■ 新規事業等の内容



■ 新規事業等に取り組むに至った理由・背景



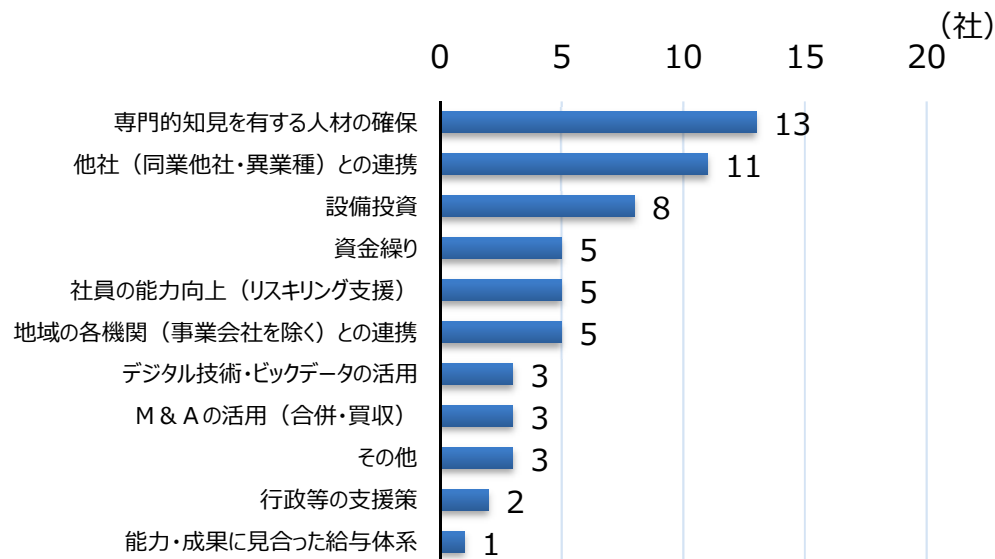
- 自動車のEV化の流れを受け、社長直属の専担部署を設置し、EV車向けの製造ラインを新設（自動車付属品）
- 下請からの脱却を目指し、既存の加工技術を活かして自社商品の開発・製造を進めている（はん用機械器具）
- 従来の委託加工に止まらず、価格決定権を持つことができるBtoC（小売事業）に参入。レインアイテムからアウトドア、防災アイテムへの展開を計画（繊維）
- 自社の生産管理ノウハウを活かし、他社工場の生産管理等にかかるコンサルティング業務を実施（情報通信機械器具）
- 販売商品のバリエーションを強化するため、ベーカリー製造部門を設け、店内調理した商品を販売（小売）

- EV化によって部品市場の縮小が見込まれるため、新規事業の創出に積極的に取り組む方針（はん用機械器具）
- 新設住宅着工戸数が伸びず、主力の住宅向け建材だけでは厳しいため、新分野に挑戦（その他製造）
- コロナ以降で落ち込んだ売上の回復が目的。地域製品を使った新商品の販売を試行し、需要が見込めると判断（宿泊）
- 2024年問題への対応を念頭に、在庫ストックポイントを二拠点化したことで、空いた倉庫を賃貸する新会社を設立（その他製造業）
- 円安が輸出ビジネスの追い風。また、東南アジアや北アメリカにおいて日本食の需要が伸びると予想（飲食サービス）

新規事業等に取り組んでいる企業の取組状況等 (2)

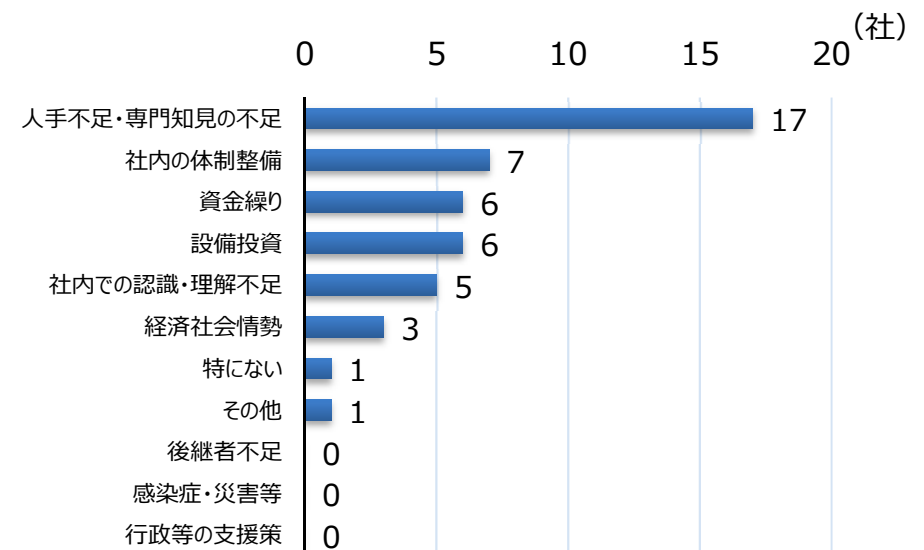
- 新規事業等を進める上での重要事項について、「専門人材の確保」との回答が最も多く（13社：56.5%）、次いで「他社との連携」（11社：47.8%）となった。また、「社員の能力向上」（5社：21.7%）も一定数あった。
- 新規事業等を進める上でのボトルネックは、「人手不足・専門知見の不足」が17社（73.9%）と最も多かった。

(3) 新規事業等を進める上での重要事項（重要度の高い順に3つまで）
（回答数：(1)-1で「実施する」と回答した23社）



- 水産食品を輸出するためには、安全性にかかる海外基準をクリアする必要があり、専門人材が必要（飲食サービス）
- 小売店との連携によって、需要が見込める商品を開発（宿泊）
- いかに魅力のある商業ゾーンにできるかが重要であり、そのために集客力を有する企業との連携が必要（小売）
- 販売アプローチや製造工程が従来と異なるため、有識者に意見を求めるとともに、社員の能力向上が必要（化学）

(4) 新規事業等を進める上でのボトルネック（重要度の高い順に3つまで）
（回答数：(1)-1で「実施する」と回答した23社）

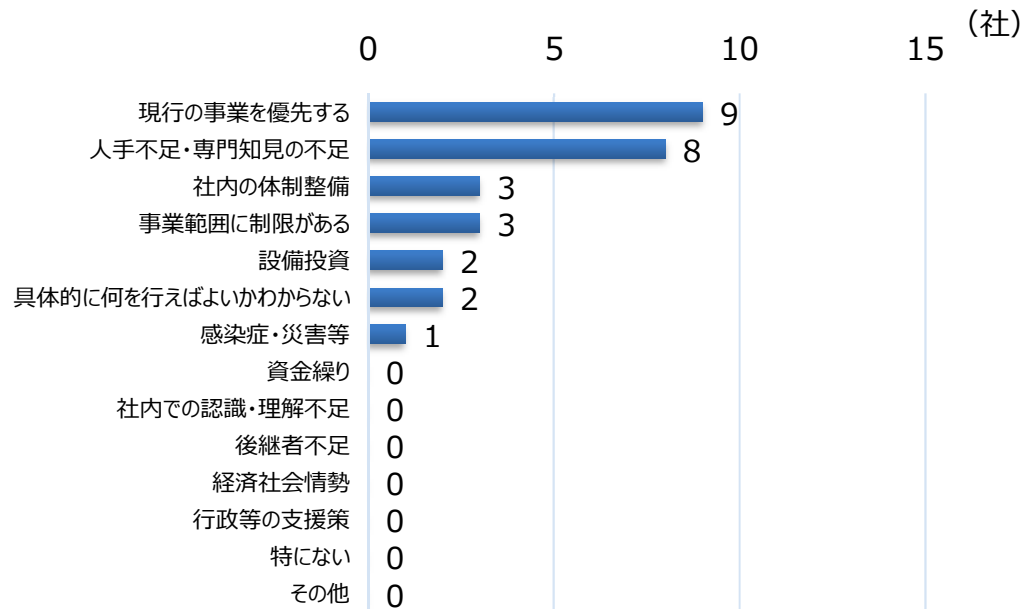


- ハード事業を中心にやってきた当社には、ソフト事業への取組みに適した人材が元々少ない（生産用機械器具）
- 新規事業にかかる知見が乏しく、なかなか進まない（その他製造）
- 既存事業も納期遅れが発生する状態。生産能力が低下しており、新規事業を進めるためには、組織体制整備や役割分担が重要（繊維）
- 当社を取り巻く環境変化への危機感を、社員全体で共有できていないことが問題（はん用機械器具）

新規事業等に取り組んでいない要因等

- 2020年以降、新規事業等を「必要性は認識するものの実施していない」とした要因は、「現行事業を優先する」が最も多く（9社）、次いで、「人手不足・専門知見の不足」（8社）が多かった。また、「具体的に何を行えばよいかわからない」との回答もあった。
- 2020年以降、新規事業等を「検討していない」とした理由は、「既存の事業領域でイノベーションを推進する」、「コロナ禍前から数年かけて新規事業に取り組んでいる」との声があった。

(5) 新規事業等に取り組んでいない要因（重要度の高い順に3つまで） （回答数：(1)-1で「実施していない」と回答した17社）



- 先行きに不透明感があり、既存事業に経営資源を集中させる必要があると考える（宿泊）
- 新規事業を行うメリットや利益、従来の事業との相乗効果も不明であり、タイミングもなく、人材もないため（小売）
- 専門部署を設置し、新規事業への進出を試みているが、専門知識の不足からビジネスとして具体化できていない（金属製品）
- 新規事業に取り組む必要性は認識しているものの、どういった事業を実施するかなど具体的な検討ができていない（繊維）

(6) 新規事業等の検討をしていない理由 （(1)-1で「検討していない」と回答した63社からの主な声）

- 既存の事業領域で、E V化や自動化といったイノベーションを推進することが重要と考えている（生産用機械器具）
- 業界内で差別化が出来ており、今後も現業で一定の受注が見込まれるため（生産用機械器具）
- 製品は多くの業界・産業に使われており、特定の分野の浮き沈みの影響を受けにくいなど、既に広く業務展開できているため（情報通信機械器具）
- ECサイトの開設など、販売手法の変化は加えているものの、眼鏡以外の新分野への参入は検討していない（眼鏡枠製造）
- 医薬品供給不足に伴う需要過多が続いており、生産が追いついていない状態であるため、現行の事業に注力したい（化学）
- 本業のドラッグストア以外の業態（スーパー等）に食い込もうとしているところであり、新規事業よりも現在の取組みを優先したい（小売）
- 以前から進めている本業以外の事業（アクセサリーの制作）を着実に進めているところ（眼鏡枠製造）
- 長年培ってきた繊維加工技術を応用し、コロナ禍以前から水産業界向け資材の生産を開始（繊維）

II. 北陸地域における新規事業の立ち上げや異業種分野への参入等に関する企業の取組状況

事業引継ぎを機に、社内改革を進めながら、技術の融合で新規事業に挑む事例

☑ 事業引継ぎ・新規事業等への課題、対応

あら いえ せい さく しょ
(株) 新家製作所

(本 社) 石川県加賀市
(資本金) 100万円 (従業員数) 23名
(業 種) 金属部品加工、組立

コンパアチェーン金属部品 及び 建設機械部品等金属部品の切削や研削、塗装加工・組立てを行う「町工場」。
後継者不在問題を解消し、諸課題を解決するとともに、新事業に取り組む。

I. これまでの強み・課題

【強み】

- 熟練工が、受注先企業から運ばれた部材を、0.1ミリ単位で機械を調整しながら、指定された寸法に加工

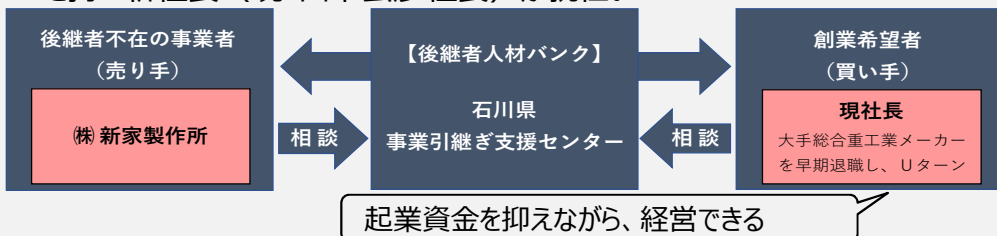


【課題】

- 大口受注先への依存
- 限られた熟練工の経験・知識に依る加工技術や工程管理
- 設備の老朽化
- 後継者不在問題

II. 存続の危機と事業引継ぎ

- 2019年9月
創業家出身で、50年以上、経営を掌握していた社長が逝去。
- 2020年7月
後継者人材バンクを活用し、航空機エンジンの設計、製造に携わった経験を持つ新社長（現・山下公彦社長）が就任。



- ☑ 【譲渡契約にあたって・・・】
山下社長は、経営承継円滑化法の認定を受け、日本政策金融公庫から同社の**株式取得資金**の融資受け。
☑ さらに、**既存の銀行借入に追加融資も含め、経営者保証なしとする融資**に借り換え(事業承継特別保証制度を活用)。

III. 新たな取組み

① ノウハウの標準化・共有化

- 簡単なIT化とホワイトボードを活用し、熟練工の知識・技能や作業の改善点等を共有
⇒ 知識・技能の継承、生産性の向上

② 設備の導入・更新 (☑ 導入資金は、補助金を活用)

- 新規顧客開拓や省力化等に向けた加工機、事務効率化のための情報機器を導入
⇒ 受注の増加、生産性の向上

③ 航空機エンジン×金属加工技術による新規事業への取組み (B to C 商品に参入)

■ 「下請けだけでは、将来が厳しい」

【まずは】県主催・商品開発講座において、金属加工技術を活かした“草むしり機”の商品化を企画したが「日常生活で見えるものを！」と☑ **専門家から助言**

【そして】**成長市場&差別化・特徴を出せる“コーヒーマル”の商品化に取り組む**

- ☑ **社長と前職元同僚が持つ専門的知見 (航空機エンジンの設計・生産技術) により開発・特許を得た粉砕機構と、当社の金属加工技術を活かし商品化を目指す。**バラツキなく細かく粉砕でき、とろみ・まろみの強いコーヒーを抽出できるほか、安全性、清掃性、メンテナンス性に優れたコーヒーマル(試作機)として話題。
- ☑ この間の最大の苦労は**知財対応**。地方では知財に強い弁理士が少なく、相当の時間と労力を要した。また、**海外出願のための資金確保も課題**。
- ☑ 人員を充てたいが、**既存業務が人手不足で手一杯**。



新規事業参入の効果

- ① **自社の「顔」が生まれ、認知度が向上**
 - 既存事業への波及 (新規顧客の獲得)
 - 入社志望者の増加
 - 誇り、モチベーション、挑戦意欲の向上
- ② **新たな分野・強み (粉砕機構) や、縁の無かった素材^(※)の加工技術の習得**
 - 新たな事業への可能性拡大

IV. 今後の展開

- ① **既存事業の拡大**のほか、受注先や素材メーカー、後継者に悩む中小メーカーなど**関係企業と連携し、サプライチェーンを維持・強化**
- ② **新分野への参入**(食品業界/精密粉砕による高付加価値化、地公体/食品残渣処理ほか)

II. 北陸地域における新規事業の立ち上げや異業種分野への参入等に関する企業の取組状況

Try & Errorで様々な事業を次々と立ち上げ、社会・環境課題解決に取り組むスタートアップ事例

📌 スタートアップ等の課題、対応

エクネス (株)

(本 社) 福井県鯖江市
(資本金) 3,500千円 (従業員数) 60名
(業 種) その他サービス業 (速記・筆耕業他)

(企業概要)

2018年3月に設立。コンサルティング事業に始まり、レターテック事業、フードロス事業等、次々と新規事業を立ち上げ、事業規模を急速に拡大。

I 創業経緯

- 前職での利益を追求する日々に嫌気がさし、社会課題解決の事業を手掛け、事業を拡大したいとの想いから起業 (エクネスは「EXPAND BUSINESS」の略で、2030年には「社会貢献性の高い1000億円企業」となることを目指す)。

📌 **初期投資の必要のない事業から開始**したいと考え、前職の経験を活かして「WEBコンサルティング事業」を立ち上げ。

このほか、「サバ缶比較サイト」、「ラインスタンプ販売」を手掛けるも、これらは半年で撤退したが、もとより「10個やって1個あたられば良い」とのスタンス。

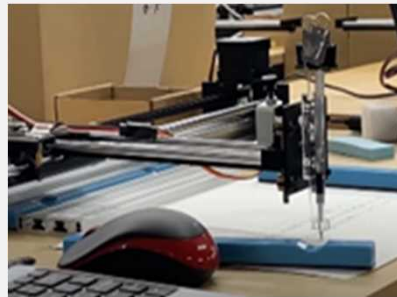
📌 **創業以来、「Try & Error」を信念に、スピード重視で挑戦、走りながら軌道修正を行い、事業を拡大している。**

II 創成期 (できる事業からスタート)

WEBコンサル事業は顧客も獲得し順調であったが、1000億円企業に向けて、より大きなビジネスを求めて、新たな事業を模索。

【手紙代筆事業 (2018年5月～)】

- 母親が写経する姿から着想を得て、オンラインで事業(代筆受注)を開始。企業から、新規顧客獲得のためのポスティング用として好評。
- 当初は、地元高齢者が手書きで対応するも、需要に追いつかず、自社でロボットを開発・導入し、成長事業となるもコロナ禍で売上が急減。



📌 創業後3年間は赤字が続き、**資金繰りに苦勞**。
金融機関に借入を申込みも、事業の新規性が高すぎたのか希望額に届かず、複数から借り入れて対応。この間に進めた「手紙代筆事業」の新規顧客への営業が奏功し、サービスは新興企業を中心に好評。

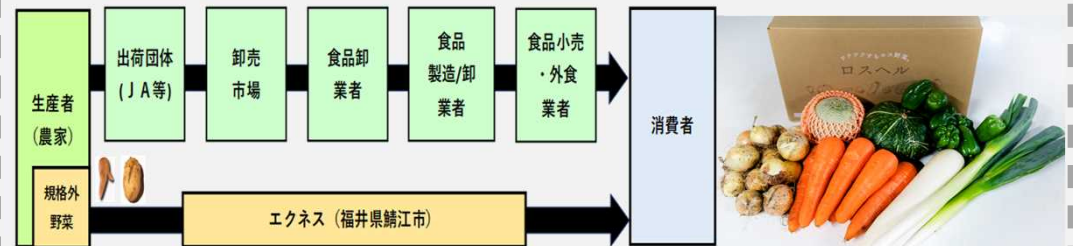
📌 この**手紙代筆事業がキャッシュポイントとなり危機を乗り越え、財務基盤を確立。**

⇒ ようやく、「やりたい事業 = 社会課題・環境問題解決ビジネス」に着手

III 成長期 (やりたい事業をスタート)

【規格外野菜のサブスクリプション宅配サービス (2022年5月～)】

- 2021年4月ごろ、米国のフードロス解消企業を知ったことを契機に、事業立ち上げを決意。廃棄・焼却等される規格外野菜の**仕入のために全国の農家を訪問したが、①既存業者(カット野菜加工業者等)との違いが理解されず、また、②出荷の作業負担が嫌厭されたことから、交渉に苦勞**。当社の理念(社会・環境課題解決)やビジネスモデルの説明を続けることによって理解が得られ、相応の調達量(農家約60件)を確保。



コース例：2,950円(税別・送料別)/月・1回

- 安価な価格設定(最大3割引)もあって、サービス開始後、半年で定期顧客数を約3,000件獲得。
- さらに、顧客意見を参考として、品質・梱包の改善、商品の多品種化を進め、顧客満足度の向上や解約件数の削減を図り、事業を加速している。

IV 事業拡大に向けた取組

※1 2021年度、農林水産省調べ。
※2 古着の購入やクリーニング等に係る費用を毎月最大5,000円まで支給。

1. 環境・エシカル消費意識・市場の醸成

- 食品ロス量は523万トン(※1)に比べ、当社の規格外野菜の取扱量は月30トン程度。また、米国の消費者に比べ、日本の消費者の環境・エシカル消費意識は低い。

📌 当社のみで2030年までに10万トンの食品ロス削減目標を掲げ、**消費者に対し、当社ビジネスの理念を理解してもらうため**、法人営業の推進、SNSを活用したPR、教育機関との協業販売、エシカル手当(※2)の導入など**エシカル消費拡大の機運を社内外に発信**

2. 外部専門人材の活用と、従業員の育成

- 複数の専門家・コンサルタントを顧問として迎え、知見の乏しい分野(SNS、ブランディング、採用、省庁手続き対応等)の支援を受ける。

📌 **地域内では専門的知識を持つ者も少なく**、首都圏など域外から招聘。

- 新規事業の創出は、社長のアイデアや行動力に依るところが大。

📌 **社員が自らアイデアを生み出す組織作りが課題**として、「スタートアップ企業では、社員に仕事を任せることが成長につながる」と認識。挑戦を促すための「人事評価制度」を検討。10