

I. 概要

ILC の建設や運用に伴う業務に地元企業が参入することは、地元企業の技術力や信用力を高め、地域に新たな雇用や産業を生み出すきっかけとなるほか、加速器関連産業が集積することは、次世代の新技术や新産業の土台を作り、高い成長力につながるものである。

そのためには、地元企業が参入できる分野や可能性、障壁等を把握し、参入機会を検討・拡大するとともに、企業誘致のための環境整備や誘致企業のニーズに応えられるような産学官の連携と人材の高度化を進めていく。

II. 意欲ある地元企業が参入するための仕組みづくりとして

1. ILC 建設に付随する業務への参入可能性の向上

① 土木建設・研究機器に関して必要とされる要素技術を解明しその情報を発信

土木建設の材料・工法・重機・運搬および研究機器の溶接・研磨・メンテナンスなど建設実現に必要な要素技術を解明し、地元企業の参入の可能性を検討していく。

- ・いわて産業振興センター：「県内企業の参入可能性調査」「加速器産業セミナー」
- ・一関市：「科学技術アドバイザー」の新設（企業むけの情報収集・発信を行う）
- ・国際入札への対応（CERN の運営体制・財政・調達方法等を調査）



クライオモジュール (C) KEK



土木建設イメージ (C) (公社)土木学会

② 地元企業の自発的な情報発信や参画意欲の創出

地元企業が加速器業界と新たな取引を求めて自発的に自社の技術情報を発信したり、地元企業間で切磋琢磨しながら関連技術の開発・改良や人材育成などに取り組める仕組みや場を設ける。

- ・岩手県：研究会創設予定／宮城県：「K-プロジェクト (ILC) 研究会」
- ・東経連ビジネスセンター：「eEXPO」(加速器業界 DB)
- ・いわて産業振興センター：「受注企業検索システム」(約200社)

③ 大手企業・関係機関と地元企業のマッチング機会（技術提案の場）の創出

様々な技術が結集して完成する ILC には高度な精密性が求められることから、建設にあたっては国内外の大手企業がその中心を担う可能性が高いが、地元企業が自らの技術を PR できる場を設け、参入意識がさらに高まり新たな企業間取引が生まれるきっかけを作る。

- ・ AAA（先端加速器科学技術推進協議会）等との連携
（※ AAA 会員企業・関係機関研究員等との交流会、定期的な会合、イベントなど）

④ 東北の加速器集積にむけた動きへの積極的な対応

東北放射光施設や山形・福島のがん治療装置（重粒子線・BNCT）等東北各県の加速器プロジェクトの動向に迅速に対応し密接な連携を図っていく。



(C) 独立行政法人 放射線医学総合研究所

⑤ 地元企業が参入可能な要素技術に関連した公的設備の導入検討

多くの地元企業が参入できそうな要素技術があり、そのための試験・実験設備や共同使用の設備が必要な場合、公設試験場等への当該設備の導入を検討・要望する。

- ・ 岩手県工業技術センター「機械・器具貸出」（東北 6 県公設試験研究機関）

2. 研究施設内およびその他業務（日常の商取引も含めて）への参入可能性の向上

① 研究施設に附随してホスト国・地域が負担すべき業務、入札方法等を発信

ホスト国・地域が負担すべき業務として、医療・食堂・警備・輸送・情報通信・安全管理・ゴミ・清掃・造園などが考えられるが、CERN や KEK などの運営体制、財政（年間予算）、それら業務の調達方法（入札方法）等を調査し企業への情報発信を行う。



CERN のレストラン



CERN の消防署

② 企業内での外国語対応と若年人材の育成

外国語対応（バイリンガル化）できるかどうかで売上や受注機会が大きく変わる可能性があること、また、トラブルをなくするためには極力正確な情報提供が必要であること等から、地元企業の主体的な取り組みに加え、これからの地元企業を支える若年人材の語学力を向上させていく。

- ・奥州商工会議所：「企業むけ英語勉強会」／奥州市：「外国人職員採用」
- ・一関市：「中学生の英語力や国際感覚を養うキャンプ」

③ 地元企業の参入を促進する法令・施策を整備

地元企業が参入しやすくするため、条例の整備や補助金の創設などを行う。

- ・中小企業振興条例（ローカル発注）、地元企業発注促進補助金など

④ 風習、慣例の違いの把握、それらに関する啓発活動の推進

参入しようとする業務・業種によっては、風習や慣例の違い（※家具付き住居、礼金・敷金など）が障壁やトラブルになる可能性があることからそれらに関する理解を深める。

Ⅲ. 加速器関連産業の集積にむけた取り組みとして

1. 企業誘致にむけた環境・支援施策の整備

① 交通インフラ・都市機能（情報通信・電力・用水・排水・ガス・防災等）の整備を推進

② 企業誘致促進のための各種優遇支援策の提供

他地域と比して優位性のある支援策を提供する。

- ・税制、用地購入、設備投資、雇用補助、研究・技術支援、長期融資、インキュベータ施設、国家戦略特区への指定、工業用水料金など

③ 企業ニーズに柔軟に対応した周辺環境づくり

海外からの進出対応も含め産業が集積するには産業用地のみならず、その従業員・家族のための生活環境（商業施設・住居・教育施設等）の整備が必要である。まちづくりコンセプトやアーバンデザイン等に伴う制約がその妨げとならぬよう企業ニーズや利便性に柔軟に対応することが必要である。

- ・容積率・屋外広告などの規制緩和、土地リース・事業用定期借地権・原状復帰の負担減など



産業用地（イメージ）



SPRING-8周辺

2. 産学官・人材の高度化の促進

① 産学官と誘致企業等の連携体制の確立・充実

産業集積によるイノベーションを生み出すためには、情報収集やネットワーク構築、人材育成などの面から産学官の果たす役割は大きく、一体となって海外企業・大学等との連携にも対応できる体制づくりを進める。

- ・技術相談や産学官連携等のマッチング支援窓口・専門コーディネーターの設置
- ・定期的な情報の提供（研究会、セミナー）など

② 高度な人材の育成と安定供給できる基盤づくり

企業が進出を検討するにあたっては、技術的提携が可能な企業や即戦力になりうる人材がその地域に見込めることが必要でありその役割を担えるような人材育成のための教育基盤を作る。

- ・地元大学の体制整備（理工系学部、語学強化）、地元企業との連携（就職など）
- ・一関市：「サイエンスカフェ」「科学研修」（青少年への啓蒙活動）
- ・八戸工業大学：「原子力基礎教育」／国際教養大学（秋田市）：全て英語による授業（半数が留学生）



キャンパス見学の様子 (C) KEK

V 広報戦略にむけて

I. 概要

岩手県民が ILC と地域のかかわりを深く知り、将来を担う子どもたちに夢と希望を与える ILC のブランド化にむけた活動を展開する。ILC について積極的に学ぶことができるよう体験型学習施設等を利用した ILC の情報発信拠点を設ける。ILC の実現を契機に岩手・盛岡の魅力とおもてなしの精神を全世界に発信する。

II. ILC のブランド価値

ILC 実現の意義、効果、未来について日本国民がきちんと理解し、オールジャパンの体制を整えて実現へ進んでいく必要があるため、ILC をブランドとして捉えブランド価値を共有していく。

1. 世界平和のシンボル

計画・実現を世界でともに行い相応に分担する ILC は、世界平和のシンボルとしての価値があり、争いのない清らかな国土を目指した世界文化遺産平泉の浄土思想にも通じる。

2. 世界最先端の研究施設

世界の英知が結集し、自然界の根本原理や宇宙創生の謎に挑む「真の国際拠点・国際研究所」となる。

3. 国際科学研究都市の象徴

ILC の実現により世界中から研究者が集まり家族とともに暮らす国際科学研究都市としての「都市ブランド」が確立する。

4. 子どもたちの夢と希望をかなえるステージ

未来を担う子どもたちが最先端の研究を目のあたりにする事で知的好奇心が刺激され夢を描き、その夢と希望がかなえられるステージになる。

このような ILC のブランド価値を、県内、東北、日本全土に情報発信し、その価値を共有することでオールジャパン体制が構築されるとともに ILC が日本人の誇りとして認識されるようになる。



KEK キャラバン（岩手県工業技術センター一般公開）

Ⅲ. ILC のブランド価値の共有にむけて

1. 地域とのかかわりを訴える（岩手県民へ）

素粒子物理や加速器の最先端技術は興味のある人とならない人に分かれる。

そのような中で、広く県民の心をつかむには「地域とのかかわり」を訴えていくことが必要である。

- ① ILC の建設、運用で多くの雇用が生まれます。（「復興のシンボル・希望・加速化」「雇用が生まれ岩手が豊かに」等）
- ② 新しい技術、新しい産業が生まれます。
（「将来のノーベル賞や発明王が岩手から誕生」「先端加速器のニーズによって進化した技術が産業利用分野へ展開」「子どもたちの夢が実現」等）
- ③ 先端科学技術・産業集積地域になります。
（「国際科学研究都市“盛岡”」「シリコンバレー in MORIOKA の実現」等）
- ④ 身近なところに外国人が住みます。（「岩手の文化が全世界に」「定住人口・交流人口の増加」等）

2. 学生をまき込んだ広報活動（県内外へ）

理系、文系を問わず学生が主体的に ILC にかかわる仕組みづくりが必要である。

学生が主体となり「地域住民がボランティアとして ILC にかかわる仕組みづくり」や「高校生、大学生との交流イベントの開催」などを企画し、ILC にかかわることで ILC 実現にむけた活動の裾野が広がることになる。

3. 情報発信拠点施設の整備（県内外へ）

周知活動には情報発信の核となる拠点施設（例：ILC 記念館）が必要である。

常設展示や、常駐スタッフによる ILC 計画の説明等を行い修学旅行生や地域団体の研修を受け入れることで、県内はもとより県外にも周知を図ることができる。

パンフレット等情報発信ツールはこの施設にすべてそろい、ILC 実現にむけて来訪者が理解を深めることができる施設として必要である。

4. 体験型の情報発信（岩手の子どもたちへ）

ILC の意義や理論を耳で聞くだけでは特にも子どもたちには伝わりにくいことから、ILC への興味を持たせる「体験型」のイベントが必要である。

まずは科学に興味を持つ子どもたちの心をつかむ必要があり、それを突破口に家族、学校（同級生）、地域等に範囲を広げていく。

- ① 「盛岡市子ども科学館」等既存の科学体験型学習施設を利用して ILC を体験するコーナーを設ける。
- ② アイーナ（いわて県民情報交流センター）への ILC コーナーの設置
- ③ 商店街でダンボールを用いて ILC を作るイベントを実施する。（子どもたちが中を通り衝突してビッグバン）



盛岡市子ども科学館

- ④ 図書館に加速器関連の本を集め ILC ブースを設置する。(例：ILC 図書館)
- ⑤ ILC の関連動画（プラネタリウムの活用等）や紙芝居等の上映会を行う。
- ⑥ ILC 実現後の未来を想像して願いを短冊に書き、南部鉄器の風鈴に下げ PR を行う。

5. 公募型の情報発信（県内・県外へ）

県民の心をつかむために ILC 実現にむけたシンボルマークが必要である。

日本あるいは世界からシンボルマークを公募し、「オールジャパンで実現する ILC」あるいは「国際公共財としての ILC」としての認知を高める。



図：現在の ILC のマーク

6. 女性や子どもたちの心をいかにしてつかむか。（県内・県外へ）

女性、子どもたちの心をいかにしてつかむかという観点で ILC のブランド価値共有を進める必要がある。

7. 外国人研究者や世界にむけ岩手・盛岡の魅力を発信する。（海外へ）

今まで築いてきた岩手・盛岡のブランドを全世界に発信するチャンスと捉え、ブランドにさらにみがきをかけ情報発信する必要がある。

① 岩手、盛岡ブランドのブラッシュアップ

今ある岩手、盛岡の魅力をみがきあげブランド力を高める活動を推進する。

(例: 代表的なさんさまつりをはじめ岩手県産の「食」のブランド、盛岡 3 大麺、「よ市」「ゆるキャラ」「YOSAKOI さんさ」「七夕まつり」等商店街のイベント、南部鉄器・南部古代型染・紫根染等の伝統工芸ほか)

② 外国人にとってわかりやすいブランド要素の設定

全世界に岩手、盛岡ブランドを発信すべく「ブランドネーム」「ロゴ」「シンボル」「キャラクター」「パッケージ」等のブランド要素を外国人にとってわかりやすいものにし、グッズを作製する際には充分配慮する。

③ 岩手、盛岡ブランドの情報発信力強化

観光スポット等の外国語対応、地域ポータルサイト、パンフレット類の外国語表示などプロモーションにおける外国語による情報発信力強化を行う。

④ 外国人対応に際しての「おもてなし」の精神

外国人に対し「おもてなし」の精神を持って接し積極的な交流を図っていく。