

(仮称)滋賀県産業振興新戦略策定に向けた論点

新戦略策定の趣旨

1. 新戦略策定の背景・趣旨

新戦略策定の背景・趣旨は、次のとおりとしてはどうか。

産業振興新指針(および同改定版)に基づき、“産学官連携体制の構築と創造型・自律型産業構造への転換”に向け、環境、健康福祉、観光、バイオ、ITの“3KBI”分野の振興を中心とした取組みを進めてきたところ。

本戦略は、平成22年度に計画期間を迎える新指針の後継計画として、これまでの取組みを踏まえつつ、「自律性」「協働」「共生」の視点を大切にしながら策定。策定にあたっては、滋賀県基本構想に掲げる“2030年頃の姿”を見据えつつも、目まぐるしく変化する経済社会状況に対応するため、中短期の取組を定めるが、“2030年頃の姿”に至る方向性も大切であることから、おおむね10年後の姿についても想定。

限られた財源と人的資源で最大の効果を挙げるため、“選択と集中”のベクトルを強化。

【第1回委員会での意見】

基本構想に掲げる「自律」「協働」「共生」をあらゆる政策のベースにしてほしい。

新戦略の計画期間が4年であることから、例えば10年後くらいを見据え、滋賀県にとっての「強み」「弱み」「機会」「脅威」を掛け合わせて考える必要がある。

スローガンづくりはもう十分。海外を相手に競争していると日本のスピードのなさを実感する。

総花的なものではなく、具体的なものができるといい。

従前以上に「選択と集中」の考えが重要になってくる。

2. 新戦略の性格

- (1) 本県において取り組むべき産業振興施策を総合的に推進するための指針
- (2) 県基本構想をはじめ、関連の各種計画との整合性を図った指針
- (3) 国の産業振興政策を踏まえた指針
- (4) 県・民間企業・各種団体などを含めた各主体が取組を進める共通の指針

3. 計画期間

平成23年度から平成26年度の4年間とする。

4. 本県産業の現状および経済・社会情勢の変化

本県産業の現状および経済・社会情勢の変化は、次のとおり捉えてはどうか。

(1) 本県産業の現状

第二次産業の占める割合が全国的に高い

第三次産業の占める割合は、サービス業を中心に概ね増加傾向にあるものの、全国との比較では依然として低い

(2) 本県を取り巻く経済・社会情勢の変化

世界の動き

）金融危機に端を発する世界同時不況

）アジア諸国の台頭

国内・県内の動き

）人口減少局面における少子高齢化の進展

）戦後最長の景気回復から世界同時不況へ

）低炭素社会への実現に向けた動き

5. 本県産業の目指すべき将来の姿

(1) 長期的な姿

滋賀県基本構想の“2030年頃の姿”を将来の目指す姿とする。

経済・産業の将来の姿

グローバルな展開の核となる研究開発が活発に行われ、顧客の要望や環境変化に機動的・柔軟に対応するモノづくりが発展するとともに、環境、健康福祉、観光、バイオ、ITなどの分野で中核企業を中心にクラスターが形成されています。また、活発な知的財産の創造が行われ、産業が活性化されています。

消費者の感性に着目した商品やサービスなど多様なニーズに柔軟に対応した商業・サービス業が展開されています。

歴史や文化、自然など地域固有の資源を活かした観光が発展しています。

県土の将来の姿

歴史文化などを観光資源として活かしたまちづくりが進んでいます。

暮らしの将来の姿

<個人の視点から見た将来の姿>

誰もが生きがいややりがいをもって働いています。

仕事と生活の調和（ワークライフ・バランス）を実現し、仕事と家庭、地域活動などを両立させています。

<それを支える社会環境の将来の姿>

住まいからの通勤が容易なところに安定して働くことができます。

働くために必要な技能や技術を習得できる環境が整っています。

学校や地域、企業などで、職業教育が積極的に実施されています。

短時間就労や在宅勤務、育児・介護休業、地域活動・社会活動に参加するための制度など、人生の段階に応じて誰もが働きやすい職場環境が整備されています。

2030年頃の姿に加え、新たにおおむね10年後くらいの中期的な姿を次のとおり整理してはどうか。

(2) 中期的な姿（おおむね10年後）

キーワード 環境 国際化 少子高齢化

絶え間ない技術革新のもと、エネルギー分野をはじめ、“環境”に貢献する多様なビジネスが展開されています。

滋賀の製品やサービスが海を渡り、アジアをはじめ世界での評価を高めています。

国内外から滋賀に来る人、滞在する人が増加し、豊かな自然、歴史、文化はもとより、滋賀ならではのショッピングやサービスを楽しんでいます。

人口減少を伴う少子高齢化が進む中、健康福祉、医療、育児などの分野のビジネスが発展し、働く女性や高齢者などが増加しています。

その結果、モノづくり県としての地位を維持しつつ、商業やサービス業などの第三次産業が拡大しています。

【第1回委員会での意見】

[再掲] 新戦略の計画期間が4年であることから、例えば10年後くらいを見据え、滋賀県にとっての「強み」「弱み」「機会」「脅威」を掛け合わせて考える必要がある。

戦略の視点

1. 本県の強みと弱み

戦略組立の鍵となる本県の強みと弱みを、次のとおりとしてはどうか。

(1) 強み

高い環境意識

琵琶湖等の環境保全

- ・琵琶湖の富栄養化の防止に関する条例（S54）
- ・水質汚濁防止法に基づく上乘せ条例（S60）
- ・みずすまし条例（H8）
- ・環境こだわり農業推進条例（H15）
- “全国初・滋賀県発”の取組み
- ・環境専門の生活協同組合の発足（H2）
- ・全県機関でのグリーン購入開始（H6）
- ・“環境”をテーマにした学部の開設（H7：滋賀県立大学環境科学部）

交通の便・住みやすさ

京阪神圏、中京圏、北陸圏の結節点

第二名神の開通により利便性が向上

高い人口増加率、住宅増加率

住みよさランキングトップ50（東洋経済）に5市がランクイン

多様な大学の立地

13大学が立地し、留学生も含めた多くの学生が学ぶ

モノづくり県としての歩み

ナンバーワン、オンリーワン、成長が期待される技術を誇る中小企業が多数存在（TAKUMIテクノロジー企業など）

豊かな地域資源

琵琶湖をはじめとした豊かな自然

国宝、重要文化財をはじめとした多くの文化財を保有

近江米、近江牛、近江茶などの農水産ブランド

歴史ある地場産業、伝統工芸

【第1回委員会での意見】

滋賀の「立地」や「環境」という視点から戦略を考えることが重要。

第三次産業に関し、交通の利便性や歴史、自然をまだまだ活かせてない。発信が出来てない感じがするので、第二次産業に代わる大きな柱として前向きに考えてほしい。特に観光は知恵が大切。滋賀に来てもらうことで滋賀の良さをPRできる。

若者が滋賀に住みたいと思うような取組みが大切。

県外出身学生の県内企業への就職につなげるためにも、県内にどのような企業があり、それらが滋賀の環境や福祉とどのような関わりを持っているかを明確にしながらか、早くから刷り込んでいくことが必要。

人的資源という日本の強みを活かすためにも教育が重要。

日本は部品・素材産業に強みがある。中小企業にとっては、自分たちの技術を使ってくれる相手が必要。世界中の企業がその技術を求めている可能性があることから、情報発信の仕組みを作ることで取引につなげることが大切。

琵琶湖を活かすことが重要。滋賀県には大学が多数あり、県外や留学生も沢山来ている。彼等に琵琶湖を体験してもらうことで、環境を実感でき、知名度アップにつながり、観光にもつながる。地元の人でも50代以上の人で琵琶湖の湖上に出たことがない人が結構いるが、地元の人が地元のことをよく分かって発信していかないと力にはなっていないと思う。

(2) 弱み

第三次産業

第三次産業のウエートが全国的に低い

[総生産の比率] 全国最下位 (H19)

[従業者数の比率] 全国 37 位 (H17)

滞在型の観光

宿泊者数は全国でも低位

観光客の宿泊率は周辺の府県と比較しても高くはない

外需の影響

世界同時不況により、雇用情勢の悪化をはじめ、外需の影響を強く受けることが明るみに

【第1回委員会での意見】

[再掲] 第三次産業に関し、交通の利便性や歴史、自然をまだまだ活かせてない。発信が出来てない感じがするので、第二次産業に代わる大きな柱として前向きに考えてほしい。特に観光は知恵が大切。滋賀に来てもらうことで滋賀の良さをPRできる。

滋賀の観光産業の弱さは、京阪神や中京に近く日帰り客が多く、1割も宿泊していないこと。例えば県内の祭りや花火を続けて見て回ったりできるようにすることで、お金をかけずに滞在型観光を推進することにつながると思う。

2. 戦略の方向性

戦略の方向性を、次のとおりとしてはどうか。

(1) 環境へのこだわり

本県の環境への取り組みの蓄積を活かし、低炭素化をはじめ多方面からの環境への取組を図る。

【第1回委員会での意見】

ハイテクは「水」や「農業」といった分野にも応用できる。こうした分野での企業投資を促進したり、研究センターの設置などの研究奨励により、技術の新たな活用が期待できる。

今後「食糧」と「水」の重要性が益々高まると考えるが、それらは滋賀県の強みでもある。今後、一次産業を滋賀県でどう育てるかを考えないといけない。

(2) 国際化への対応

躍進著しいアジア市場などを見据え、海外進出や企業取引を拡大する。
アジアの富裕層や中間層の拡大をとらえ、海外からの誘客を図る。

【第1回委員会での意見】

特にアジア動向をはじめとした国際的な環境なくして、滋賀県の産業を考えることはできない。

内需だけだと食いつぶすだけになるため、増税を考へないといけない。
滋賀県は他府県だけでなく世界からの取り込みが必要である。

[再掲] 日本は部品・素材産業に強みがある。中小企業にとっては、自分たちの技術を使ってくれる相手が必要。世界中の企業がその技術を求めている可能性があることから、情報発信の仕組みを作ることで取引につなげることが大切。

(3) 少子高齢化社会への対応

女性や高齢者など多様な働き手の活力導入を図る。
少子高齢化社会のニーズに対応した産業振興を図る。

(4) 雇用の創出

依然厳しい雇用情勢への対応は重要な課題であり、短・中期的な視点で総力を挙げて取組む。

外需の影響を受けにくい内需型産業の振興など、将来を見据えた取組みも行う。

【第1回委員会での意見】

平成21年度から創造型モノづくり企業立地促進助成金が廃止されたが、全国で助成金がないのは東京と滋賀のみ。平成23年度から復活されたい。

3. 戦略の効果を高める共通の取組

戦略の効果を高めるための共通の取組を、次のとおりとしてはどうか。

(1) 中小企業の更なるレベルアップ

本県の中小企業の更なるレベルアップが、戦略の推進はもとより、産業振興の全ての基礎となることから、行政はもとより、商工会、商工会議所などの経済団体、中小企業支援機関などが、相互に連携を図りながら、企業ニーズに応じた様々な支援を行う。

新規創業、第二創業		経営指導	組織化支援
金融支援	技術開発	経営革新	知財戦略
人材育成	事業承継	情報提供	

【第1回委員会での意見】

中小企業に自信を持たせ、事業継続につなげていくことが必要。

中小零細企業が忘れ去られる存在のような気がするが、滋賀県らしさや地域の特徴を次世代に伝えることができるのは中小零細企業ではないか。

(2) 多様な連携の活用

多様な連携を活用することにより、施策の効果的な推進や新たな付加価値の創造を図る。

“産学官金民”連携 農商工連携 広域連携

【第1回委員会での意見】

“産学官金”に“民(市民)”を加えた連携を進めるべき。

住民ニーズを産業に結びつけることが大切である。住民ニーズは意識の持ち方に左右されることから、環境や目に見えないものの大切さを感じる意識を植え付けることが重要。

産業振興の分野ではNPO、コミュニティビジネス、ソーシャルビジネスはまだまだ。基盤が脆弱で行政の補助がないと成り立たない。公共の場の提供などの規制緩和(条例)や、市町への啓発、税務・法務上のサポートが望まれる。

「食」に関し、地元農家と連携しアイデアを出し合うことにより、消費者の視点に立った商品開発をすることができると考える。そのためにも、農家との連携や、商品開発のための人的・資金的なサポートといった側面支援が求められる。新戦略に「農業」という視点を取り入れ、世界的に競争力のある農業を育てることが大切と考える。農業には、企業のように大勢が知恵を出して経営する仕組みがまだまだできていないと思われるので、可能性があるのではないか。

(3) 情報発信

産業活動を強力に後押しするため、滋賀の知名度アップに取り組む。

ブランド戦略の推進

トップセールスの実施

観光大使・ふるさと大使の活用

インターネットやメディアを使った発信

口コミ（県内留学生、県外出身の県内学生、国内外からの観光客など）

【第1回委員会での意見】

〔再掲〕琵琶湖を活かすことが重要。滋賀県には大学が多数あり、県外や留学生も沢山来ている。彼等に琵琶湖を体験してもらうことで、環境を実感でき、知名度アップにつながり、観光にもつながる。地元の人でも50代以上の人で琵琶湖の湖上に出たことがない人が結構いるが、地元の人が地元のことをよく分かって発信していかないとなかなか力にはなっていないと思う。

〔再掲〕第三次産業に関し、交通の利便性や歴史、自然をまだまだ活かせてない。発信が出来てない感じがするので、第二次産業に代わる大きな柱として前向きに考えてほしい。特に観光は知恵が大切。滋賀に来てもらうことで滋賀の良さをPRできる。

組立てに向けて

「将来の姿」を見据えつつ、「本県の強み・弱み」および「戦略の方向性（機会、脅威）」の掛け合わせをベースに戦略を組み立ててはどうか。

「選択と集中」の考えに基づき、具体的な戦略としてはどうか。

「目的志向」の融合的な戦略としてはどうか。

重点を置くべき分野は何と考えられるか。

【第1回委員会での意見】

[再掲] 新戦略の計画期間が4年であることから、例えば10年後くらいを見据え、滋賀県にとっての「強み」「弱み」「機会」「脅威」を掛け合わせて考える必要がある。

[再掲] 従前以上に「選択と集中」の考えが重要になってくる。

[再掲] スローガンづくりはもう十分。海外を相手に競争していると日本のスピードのなさを実感する。

[再掲] 総花的なものではなく、具体的なものができるといい。

縦割りを排除し、目的志向の融合的な取組が望まれる。

脱縦割りの融合的な取組（環境と雇用など）が望まれる。

戦略の目標および評価

1. 戦略の数値目標

戦略の内容に応じた数値目標（年度目標・最終目標）を設定してはどうか。

2. 戦略の評価方法

P D C A サイクルにより、定量面および定性面での評価を実施してはどうか。

[定量評価] 数値目標の達成状況により評価

[定性評価] 自己評価および第三者委員会による評価

【第1回委員会での意見】

戦略であるからには目標（定量・定性）が必要だが、それを設定する際、前提となる分析について、委員会としての共通理解が必要。

これまで取り組んできた事業に関し、実績はあるが目標が設定されていない。目標に対する評価から課題を導く形が望まれる。