

(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

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”などを重点分野として取組を進めてきた。

その結果、環境やバイオのクラスター形成が促進されるとともに、医工連携など、新技術・新事業の創出に向けた共同研究が推進されてきた。また、インキュベーション施設での事業化支援により、IT分野をはじめとした創業の動きも見られた。

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、これまでの取組を踏まえつつ、「自律性」「協働」「共生」の視点を大切にするとともに、「連携」の姿勢を重視しながら策定。

策定にあたっては、本県産業の目指すべき長期的な姿を見据えつつ、目まぐるしく変化する経済社会状況に対応するための現下の取組を定めるが、長期的な姿に至る方向性も大切であることから、おおむね10年後の中期的な姿についても想定。

さらには、限られた財源と人的資源で最大の効果を挙げるため、より一層“選択と集中”を重視。

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。
- (2) 県基本構想をはじめ、関連の各種計画との整合性を図る。
- (3) 国の産業振興政策を踏まえたものとする。
- (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戦略とする。

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

(1) 本県産業の現状

第二次産業の占める割合が全国と比べて高い

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

国内の動き

) 少子高齢化の進展

) 戦後最長の景気回復から急激な景気悪化へ

) 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

滋賀県基本構想に掲げる“2030年頃の姿”

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。

委員から出された意見

高度なものづくりや高付加価値なサービスなど、本県産業を支える人材が多数輩出されています。

*第一次産業、第二次産業、第三次産業といった従来の産業分類にとらわれな
い、新たな産業システムの構築が推進されるとともに、産学官金民連携や地
域間連携などの多様な連携により、相乗効果の高い産業振興が展開されてい
ます。*

(2) 中期的な姿（おおむね10年後）

絶え間ない技術革新のもと、新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。

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。

産業人材の育成に向けた多種多様なプログラムが展開されています。

農商工連携をはじめとした分野横断的な企業間連携はもとより、産学官金民連携や地域間連携によるプロジェクトが増加しています。

その結果、ものづくり県としての地位を維持しつつ、商業やサービス業が充実しています。

戦略の視点

1. 本県の優位性と課題

(1) 優位性

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
- ・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

新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び、教育・研究環境が充実している

モノづくり県としての歩み

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

(2) 課題

産業構造のバランス

第三次産業のウエートが全国と比べて低い

[総生産の比率] 全国最下位（H19）

[従業者数の比率] 全国37位（H17）

滞在型観光客の少なさ

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低い

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

イメージが希薄

「2008 地域ブランド戦略サーベイ (株)日経リサーチ」都道府県ランキングにおいて、総合評価 29 位

独自性:33 位(ほかの地域とは違う独自性を感じるか)

愛着度:39 位(愛着を感じるか)

購入意欲:45 位(地域の商品やサービスを購入・利用したいと思うか)

訪問意向:40 位(地域に行ってみたいと思うか)

居住意向:22 位(地域に住みたい、住み続けたいと思うか)

2. 戦略の方向性

(1) 環境へのこだわり

本県がこれまで行ってきた環境への取組に関する蓄積を活かし、低炭素化をはじめ環境問題に多方面から取り組む。

(2) 国際化への挑戦

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とともに、東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。

(3) 少子高齢化を意識した取組の推進

女性や高齢者など多様な働き手の活力導入を図るとともに、少子高齢化社会のニーズに対応した健康福祉産業の振興を図る。

(4) 足腰の強い産業づくり

世界経済の変動による影響を受けにくい、付加価値の高い産業や自律的な内需型産業への構造転換を進める。これにより持続的な雇用の創出も図る。

(5) 人材育成の推進

高品質なものづくりやサービス提供など、本県産業の持続的な発展を支える質の高い人材の育成を図る。

(6) 従来の産業分類にとらわれない企業間連携の推進

農商工連携をはじめ、従来の産業分類にとらわれない多様な連携を推進することにより、新たな付加価値の創造を図る。

3 . 戦略を推進するに当たっての基本的な取組

(1) 企業ニーズに応じた弾力的な支援

戦略を推進するに当たっては、本県の中小企業の更なるレベルアップが基本となることから、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、企業ニーズにきめ細かに応じた以下のような支援を行う。

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
事業承継	情報提供		

(2) 多様な連携の活用

産学官金に加え、NPOをはじめとした“民”も含めた産学官金民連携や、地域間連携などが積極的に活用されることにより、産業振興の取組を効果的・率的に進める。

戦略

戦略1 環境ビジネス戦略

1. 目的

本県においてこれまで培われてきた技術や環境への取組の蓄積を活かしつつ、技術革新を押し進めることにより、環境と経済の両立を図る、滋賀にふさわしい環境ビジネスを創る。

2. 戦略の内容

(1) 環境クラスターの形成促進

成長期へと向かう本県環境産業クラスターの基盤を強固にするため、太陽電池、燃料電池関連産業など新規成長産業への中小企業の参入や新規創業を促進する。

(2) 新たな分野への技術活用の推進

水ビジネスなど、今後重要性が高まると考えられる分野において、バイオテクノロジーなどを活用した取組を進める。

戦略2 国際ビジネス戦略

1. 目的

本県の商品やサービスなどを、アジアをはじめとした世界に売り込むとともに、東アジアの富裕層・中間層をはじめとした海外からの誘客を推進することにより、海外における滋賀県の競争力を高める。

2. 戦略の内容

(1) 世界市場の開拓

県内中小企業と海外企業のビジネスマッチングの推進やアジアなど海外での販路開拓を推進する。

(2) 誘客に向けた受入体制の整備

地域資源や恵まれた立地を活かしつつ、ものづくり、まちづくり、サービスが一体となった観光を推進することにより、国内外からの誘客を促進する。

(3) PR活動の推進

海外進出や国内外からの誘客につながるよう、滋賀の知名度アップを図るための取組を進める。

戦略3 いき²すく²サポート戦略

1. 目的

少子高齢化の波が押し寄せている中、高齢者ニーズや育児ニーズに応えるビジネスを推進するとともに、女性や高齢者などの多様な働き手が活躍できる場を創る。

2. 戦略の内容

(1) 高齢者ニーズに応えるモノづくり、サービス提供の推進

健康増進や買物難民対策など、高齢者のニーズを踏まえたモノづくりやサービスを振興する。

(2) 育児ニーズに応えるサービス提供の推進

子どもを抱える母親が安心して働けるよう、育児ニーズを踏まえたサービスを振興する。

(3) 高齢者や女性などの就労促進

高齢者、女性の就労を促進する。

戦略4 産業パワーアップ戦略

1. 目的

世界経済の変動による影響を受けにくい、付加価値の高い産業や自律的な内需型産業への構造転換を進めるとともに、これによる持続的な雇用の創出も図る。

2. 戦略の内容

(1) モノづくり力のパワーアップ

本社機能、研究開発機能などを有する高付加価値型の企業誘致を更に推進するとともに、県内中小企業と大手企業等とのビジネスマッチングを推進する。

(2) 自律型産業の振興

持続可能な成長型経済を目指し、自律的な内需型産業の振興を図る。これにより、持続的な雇用機会の創出も図る。

戦略5 人財力向上戦略

1. 目的

近江商人をはじめとする先人の教えを受け継ぎ、本県産業の将来を背負うとともに、質の高いモノづくりやサービスの提供を担う高度な人材の育成に努める。

2. 戦略の内容

(1) 就労に向けたスキルアップ機会の充実

高齢者や女性などが、就労に向けて、それぞれのニーズに応じたスキルアップを目指す機会の充実を図る。

(2) 人材育成プログラムの充実

中小企業の人材育成の支援に向けて、企業ニーズに応じたプログラムの充実を図る。

(3) 大学との連携の推進

中小企業の人材が、大学や大学院において、最新かつ高度な知識・技術を修得するため、リフレッシュ教育などの推進を図る。

(4) インターンシップ、職場体験の充実

学生の県内企業への就職につなげるため、大学生のインターンシップや中高生の職場体験の充実を図る。

戦略6 パートナーシップ強化戦略

1. 目的

産学官金民連携や地域間連携などを活用しながら、従来の第一次産業、第二次産業、第三次産業にとらわれない企業間の連携を推進することにより、新たな産業システムの構築を目指す。

2. 戦略の内容

(1) 産学官金民連携・地域間連携の推進

産学官金に加え、NPOなど“民”との連携も強化した産学官金民連携や、地域間連携の推進を図る。

(2) 農商工連携の推進

滋賀の特色ある地域資源を活かし、新たな付加価値を創造する農商工連携などの取組の推進を図る。

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