

### 第1章 産業振興戦略プラン策定の趣旨

#### 1. 産業振興戦略プラン策定の背景・趣旨

「滋賀県産業振興新指針（平成22年度まで）」により推進してきたこれまでの取組成果や課題を踏まえつつ、「選択と集中」の考えのもと、「自律性」、「協働」、「共生」の視点を大切にするとともに、従来の枠組みにとられない様々な「連携」の推進を強化していこうとするもの。

#### 2. 産業振興戦略プランの性格

- (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) 滋賀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考慮し、本県の実情を踏まえた内容とする。
- (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プランとする。

#### 3. 計画期間

平成23年度から平成26年度まで（4年間）

#### 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
- (2) 本県を取り巻く経済・社会情勢の変化

#### 5. 本県産業の目指すべき将来の姿

滋賀県基本構想に掲げる本県産業の目指すべき長期的な姿（2030年頃）を見据えるとともに、中期的な姿（おおむね10年後）についても想定する。

### 第2章 産業振興戦略プラン策定の視点

#### 1. 本県の特徴

- (1) 環境への取組
- (2) モノづくり県としての歩み
- (3) 人口増加局面における少子高齢化の進行
- (4) 外需の影響を受けやすい産業構造
- (5) 滞在型観光客の少なさ
- (6) 滋賀で生まれた豊かな財産
- (7) 住みやすさ・教育研究環境・交通の便
- (8) イメージが希薄

#### 2. 目指すべき方向性

- (1) 今後さらに伸ばすべき分野
  - 環境
  - 医療・健康
  - モノづくり基盤技術
  - にぎわい創出・観光
- (2) 分野横断的に取り組むべき事項
  - グローバル化
  - 人材育成
  - 連携の推進

#### 3. 戦略を推進するに当たっての基本的な取組

行政、経済団体、中小企業支援機関等が相互に連携を図りながら、企業ニーズに対応した支援を行う。

### 第3章 戦略

「目指すべき方向性」のうち、「今後さらに伸ばすべき分野」に沿って4つの「戦略領域」を、また、「分野横断的に取り組むべき事項」に沿って3つの「分野横断戦略」を策定する。

#### 1. 戦略領域

##### (1) 環境領域

琵琶湖を有する本県で培われてきた環境への取組を活かし、技術革新を推し進めることにより、国際的な潮流も視野に入れながら、環境領域での滋賀らしい持続可能な産業振興を目指す。

新エネルギー・省エネルギー分野  
水環境ビジネス分野

##### (2) 医療・健康領域

少子高齢化の流れが進む中、高齢者などが元気に活躍し、人生や生活の質（Quality of Life）の維持に資するよう、医療ニーズや健康増進ニーズに応える技術の研究開発やサービスの発展・向上により医療・健康領域における産業振興を目指す。

##### (3) モノづくり基盤技術領域

これまでモノづくり県として築いてきた県内製造業の競争力の更なる強化を図るため、県下で育まれた技術や技能を継承・発展させながら、付加価値の高いモノづくり基盤技術の振興を目指す。

モノづくり現場力の向上  
モノづくり中小企業の販路拡大  
高付加価値型企業の立地

##### (4) にぎわい創出・観光領域

地域がそれぞれの特色を活かした中心市街地や商店街の活性化に努めることにより、にぎわいを創出するとともに、自然、歴史・文化など地域資源の魅力を活かした観光を展開することにより、滋賀の魅力を国内外に発信することを目指す。

中心市街地の活性化によるにぎわいづくりの推進  
滋賀の魅力を満載した観光の展開

#### 2. 分野横断戦略

##### (1) グローバル化対応戦略

新興国市場の拡大に伴い急速に進展する経済のグローバル化に呼応し、本県産業の一層の振興に向けた機会とするため、県内企業による国際取引や、海外からの観光客や企業の誘致を促進するなどの展開を図る。

海外市場の開拓  
海外からの誘致  
滋賀の認知度向上

##### (2) 人材育成戦略

本県産業の将来を担い、高度なモノづくり技術やサービスを創造する「人財」を育成するため、学校や職業訓練機関などの関係機関と連携を図りながら、望ましい勤労観の醸成や職業教育を充実させるとともに、多様でより効果的な教育を推進する。

中小企業の人材育成に対する支援  
多様な就労ニーズに応じた人材養成  
学校との連携の推進  
高齢者の優れたノウハウの継承

##### (3) 連携強化戦略

企業が競争力を強化していくために、NPOなどの「民」も含めた産学官金民連携や地域間連携を推進するとともに、従来の第一次産業、第二次産業、第三次産業にとらわれず、業種の異なる事業者の有機的な連携を促進する。また、県などの行政においても、部局横断による効果的、連携した施策の展開を目指す。

産学官金民連携の推進  
地域間連携の推進  
産業分類にとられない企業間連携の推進

### 第4章 戦略の目標および評価

#### 1. 戦略の目標

戦略について、計画期間内に達成することを目指して目標を設定する。

#### 2. 評価方法

PDC A (Plan-Do-Check-Action) サイクルに基づき、戦略ごとに設定した目標の進捗・達成状況について、毎年度、定量面または定性面から自己評価もしくは第三者評価により検証を実施する。検証の結果については、県民に公表するとともに、施策立案や事業遂行の検討の材料とする。

#### (基本的な取組)

- |                                      |                                   |                         |
|--------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|
| (1) 相談・情報提供<br>経営相談<br>新規創業<br>IT化支援 | 下請取引・あっせん<br>経営革新(第二創業)<br>知的財産戦略 | 各種情報提供<br>人材確保<br>組織化支援 |
| (2) 経営サポート                           | 金融支援                              | 事業承継                    |