

滋賀県産業振興新指針 改訂版

(素案)

平成19年11月29日(木)

滋賀県産業振興新指針改訂検討委員会

目 次

第1章 産業振興新指針の改訂にあたって

- 1 新指針改訂の背景・趣旨 1
- 2 新指針（改訂版）の性格 2
- 3 計画期間 2

第2章 本県産業の現状と課題

- 1 産業を取り巻く社会・経済情勢 3
- 2 産業全体および主要産業の現状 8
- 3 本県産業の課題 14

第3章 本県産業の目指すべき姿

- 1 産業振興の基本目標 16
- 2 推進にあたっての基本的視点 16

第4章 産業振興の方向性と展開

- 1 創業および新たな事業等の創出の促進
 - (1) 新規成長産業の育成・支援 18
 - (2) ベンチャー企業等の創出・育成 19
- 2 「産学官金」連携による産業振興の推進
 - (1) 「産学官金」連携の基盤強化 20
 - (2) 企業間（産産）連携の推進 21
 - (3) 技術移転・知的財産の活用促進 21
 - (4) 多様な資金ニーズへの対応 22
- 3 モノづくり産業の競争力の向上
 - (1) 技術の高度化による競争力の強化 23
 - (2) 次代をリードする企業誘致の推進 24
 - (3) 経済の広域化・グローバル化への対応 25

4	地域に根ざした産業の振興	
(1)	地域コミュニティと一体となった商業・サービス業の振興	26
(2)	地域資源を活かした、感性に訴える新たなビジネスの展開	27
(3)	魅力ある観光産業の振興	28
5	産業人材の育成と雇用機会の創出	
(1)	競争力向上に向けた経営・技術人材の育成	29
(2)	企業ニーズに対応した職業能力開発の推進	29
(3)	誰もが社会の支えとなって働くことができる雇用環境の創出	30

第5章 重点的に取り組む戦略

1	感性価値を創造する「地域ブランド」の構築	31
2	“滋賀”ならではの環境関連産業の集積	33
3	「産学官金」連携による新産業創出基盤の強化	35
4	「地」と「知」の利点を活かした戦略的な企業誘致の展開	37
5	中心市街地の活性化による魅力あるまちづくりの推進	39
6	滋賀の歴史や自然を活かした観光産業の展開	41
7	「モノづくり立県」を支える人材の育成	43

第6章 推進にあたって

1	多様な主体の中での県の役割	45
2	各主体の創造的活動への期待	46
3	指針の推進体制	48

【滋賀県産業振興新指針改訂版の体系】

背景 産業を取り巻く社会・経済情勢の変化 本県産業の現状と課題

基本目標 活力ある“しが”の未来を拓く産業の創出

- 基本的視点
- (1) 「三方よし」の理念を活かした産業振興の推進
 - (2) 中小企業の力強い成長に向けての基盤強化
 - (3) 環境と共存する持続的な産業・経済の発展

【産業振興の方向性と展開】

創業および新たな事業等の創出の促進
「産学官金」連携による産業振興の推進
モノづくり産業の競争力の向上
地域に根ざした産業の振興
産業人材の育成と雇用機会の創出

7つの戦略

1. 感性価値を創造する「地域ブランド」の構築
2. “滋賀”ならではの環境関連産業の振興
3. 「産学官金」連携による新産業創出基盤の強化
4. 「地」と「知」の利点を活かした戦略的な企業誘致の展開
5. 中心市街地の活性化による魅力あるまちづくりの推進
6. 滋賀の歴史や自然を活かした観光産業の展開
7. 「モノづくり立県」を支える人材の育成

第1章 産業振興新指針の改訂にあたって

1 新指針改訂の背景・趣旨

県では、平成15年（2003年）に、産業振興のあり方や戦略方向を定めた「滋賀県産業振興新指針（以下、「新指針」という。）を策定し、「創造型・自律型産業構造への転換」を基本とした6つの基本方向と8つのプロジェクト構想を掲げ、産業振興の諸施策に取り組んできました。

しかし、新指針策定から4年が経過し、景気は全体として回復基調で推移しているものの、中小企業を中心に、地域、業種、規模などで景況感に差が見られます。また、近年の人口減少社会の到来や少子高齢化の進展、地球温暖化をはじめとする環境問題の深刻化、加速する経済のグローバル化、社会の成熟化に伴う価値観の多様化など、産業を取り巻く社会・経済の状況は急速に変化しています。

こうした中、県では、平成15年（2003年）に、県政運営の基本方針である「滋賀県中期計画」を策定し、この中で、地域の活力と未来を育む「たくましい経済県」づくりを柱に掲げ、産業振興に取り組んできました。しかしながら、中期計画が平成19年度（2007年度）をもって終了することを踏まえ、次世代を見据えた社会の方向性を示すものとして、新たに「滋賀県基本構想」の策定を進めています。

国では、平成18年（2006年）7月に「国際競争力の強化」と「地域経済の活性化」を二本柱とする中長期的な経済活性化策を示した「経済成長戦略大綱」が策定されました。

また、平成19年（2007年）5月には、「企業立地促進法」をはじめとする地域経済の活性化のための関連3法が成立するなど、新たな法的基盤の整備のもと、産業施策が推進されることとなりました。

こうした本県産業を取り巻く社会・経済状況の変化や国の産業振興政策等に適格に対応し、これまで築いてきた産業基盤のより一層の強化を図り、活力ある滋賀の未来を創造していくため、新指針を改訂するものです。

2 新指針（改訂版）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です。
- (2) 「滋賀県基本構想」はじめ、関連の各種計画との整合性を図った指針です。
- (3) 国等の産業振興政策を踏まえた指針です。
- (4) 県が実施する産業振興推進のための基本指針となるだけでなく、民間企業、各種団体などを含めた各種主体が、それぞれの役割に応じて積極的・主体的に取り組みを進める上での共通の指針となるものです。

3 計画期間

- (2) 計画期間
この指針は、現行指針の目標年度と同様とし、平成 22 年度（2010 年度）を目標年度とします。

第1章 産業振興新指針の改訂にあたって

1 新指針改訂の背景・趣旨

県では、平成15年(2003年)に、産業振興のあり方や戦略方向を定めた「滋賀県産業振興新指針(以下、「新指針」という。)を策定し、「創造型・自律型産業構造への転換」を基本とした6つの基本方向と8つのプロジェクト構想を掲げ、産業振興の諸施策に取り組んできました。

しかし、新指針策定から4年が経過し、景気は全体として回復基調で推移しているものの、中小企業を中心に、地域、業種、規模などで景況感に差が見られます。また、近年の人口減少社会の到来や少子高齢化の進展、地球温暖化をはじめとする環境問題の深刻化、加速する経済のグローバル化、社会の成熟化に伴う価値観の多様化など、産業を取り巻く社会・経済の状況は急速に変化しています。

こうした中、県では、平成15年(2003年)に、県政運営の基本方針である「滋賀県中期計画」を策定し、この中で、地域の活力と未来を育む「たくましい経済県」づくりを柱に掲げ、産業振興に取り組んできました。しかしながら、中期計画が平成19年度(2007年度)をもって終了することを踏まえ、次世代を見据えた社会の方向性を示すものとして、新たに「滋賀県基本構想」の策定を進めています。

国では、平成18年(2006年)7月に「国際競争力の強化」と「地域経済の活性化」を二本柱とする中長期的な経済活性化策を示した「経済成長戦略大綱」が策定されました。

また、平成19年(2007年)5月には、「企業立地促進法」をはじめとする地域経済の活性化のための関連3法が成立するなど、新たな法的基盤の整備のもと、産業施策が推進されることとなりました。

こうした本県産業を取り巻く社会・経済状況の変化や国の産業振興政策等に適格に対応し、これまで築いてきた産業基盤のより一層の強化を図り、活力ある滋賀の未来を創造していくため、新指針を改訂するものです。

2 新指針（改訂版）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です。
- (2) 「滋賀県基本構想」はじめ、関連の各種計画との整合性を図った指針です。
- (3) 国等の産業振興政策を踏まえた指針です。
- (4) 県が実施する産業振興推進のための基本指針となるだけでなく、民間企業、各種団体などを含めた各種主体が、それぞれの役割に応じて積極的・主体的に取り組みを進める上での共通の指針となるものです。

3 計画期間

- (2) 計画期間
この指針は、現行指針の目標年度と同様とし、平成 22 年度（2010 年度）を目標年度とします。

第2章 本県産業の現状と課題

1. 産業を取り巻く社会・経済情勢

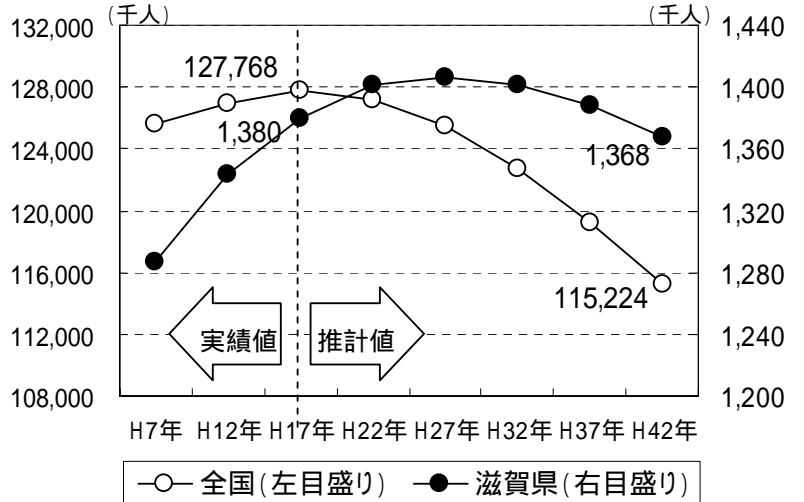
(1) 人口減少社会の到来と少子高齢化の進行

滋賀県でも平成 27 年(2015 年)前後には人口減少社会に突入

我が国の総人口は、平成 17 年(2005 年)から減少に転じ、先進国の中では世界に先駆けて人口減少社会に突入しました。また、我が国の人口は今後の減少を続け、平成 42 年(2030 年)にはおよそ 1 億 1 千 5 百万人、平成 58 年には 1 億人を下回ると予想されています。

一方、本県の人口は平成 27 年(2015 年)前後をピークに減少に転じ、平成 42 年(2030 年)には約 136 万 8 千人になると予想されており、人口減少による供給需要両サイドにおける縮小が懸念されます。

図：人口の推移(全国、滋賀県)



資料：実績値は国勢調査(総務省)、推計値は「日本の将来推計」「日本の都道府県将来推計」(平成 19 年 5 月推計)(国立社会保障・人口問題研究所)

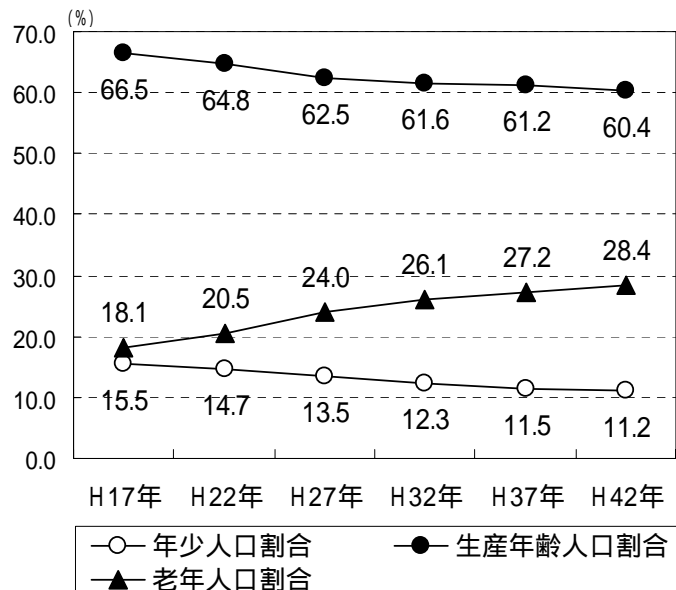
年少人口割合が高いものの、確実に少子高齢化が進行

本県は、全国的に見ると年少(0~14 歳)人口割合が高いものの、その割合は減少傾向にあります。また、同様に生産年齢(15~64 歳)人口割合も減少傾向にあり、平成 17 年の 66.5%から平成 42 年には 60.4%まで減少すると予想されています。

一方、老年(65 歳以上)人口割合は増加の一途をたどりっており、少子高齢化が確実に進行することがわかります。

そして、少子高齢化の進行は、労働人口の減少を招き、本県産業にも大きな影響を及ぼすことが考えられます。

図：年齢構成の推移(滋賀県)



資料：「日本の都道府県将来推計」(平成 19 年 5 月推計)(国立社会保障・人口問題研究所)

(2) 環境問題の深刻化

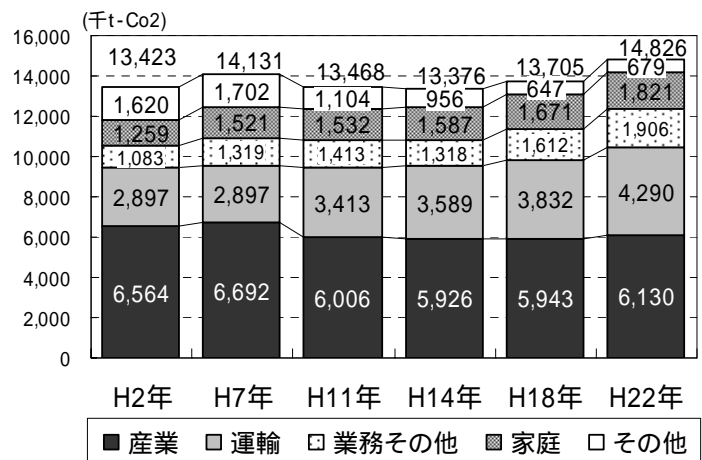
地球温暖化の進行

気候変動に関する政府間パネル(I P C C)の最終報告では、世界の気候システムに温暖人為的な温室効果ガスの増加であると断定しています。

日本の平均気温は、20 世紀の 100 年間におよそ 1.0 度上昇しており、温室効果ガスの総排出量は、平成 17 年度(2005 年度)で平成 2 年度(1990 年度)を 7.8% 上回っています。一方、本県においても、平成 22 年(2010 年)には温室効果ガス排出量が 14,826 千 t-CO₂/年となり、平成 2 年(1990 年)を 10% 上回ると推定されています。

環境、エネルギー制約等の経済社会にとって解決すべき大きな長期的課題を克服し、持続的な経済成長が求められています。

図：温室効果ガス排出量の将来予測(滋賀県)

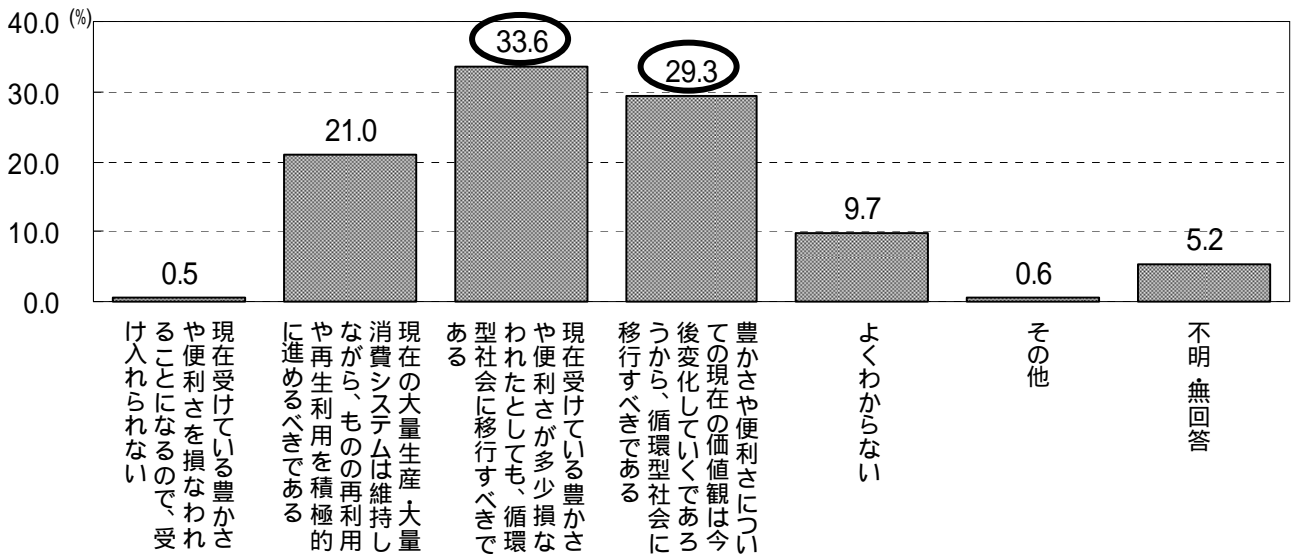


資料：「地球温暖化対策推進計画改定について(答申)」滋賀県環境審議会

循環型社会 への移行の必要性を多くの県民が認識

循環型社会の構築についての県民意識を見ると、「循環型社会に移行すべきである」と考える県民が 62.9% に達しており、環境問題が深刻化するなかで、循環型社会への移行を必要と考える県民が多いことがうかがえます。

図：循環型社会の構築についての県民意識



資料：「平成 19 年度県政世論調査」(滋賀県政策調整部広報課)

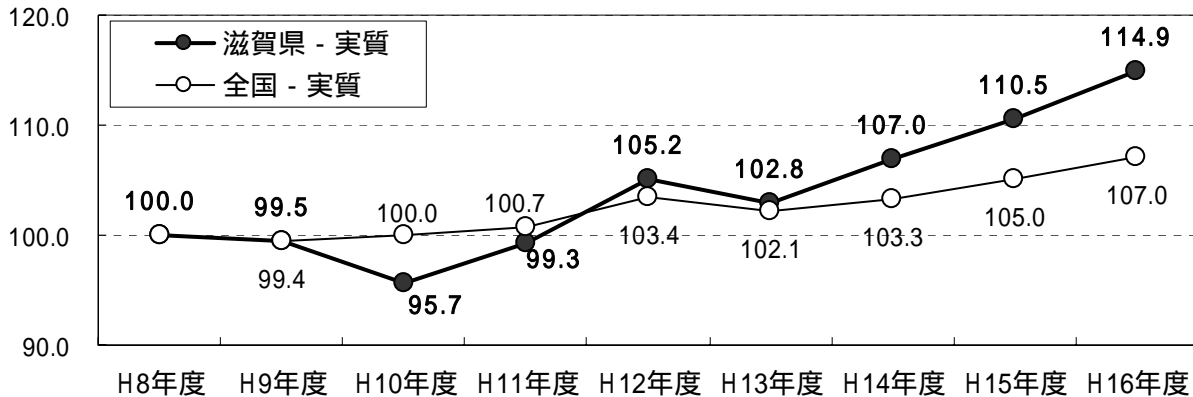
循環型社会 環境への負荷を減らすため、自然界から採取する資源をできるだけ、少なくし、それを有効に使うことによって廃棄されるものを最小限に抑える社会

(3) 景気の基調変化

県内総生産は増加傾向

平成8年度(1996年度)を基準年とした国内総生産および県内総生産の増加率の推移を見ると、平成10年度(1998年度)以降はともに増加傾向にあり、県内総生産については、平成12年度(2000年度)以降は、県内総生産の増加率が国内総生産の増加率を上回っています。

図：国内総生産および県内総生産の増加率推移(平成8年度を100.0とした増加率)



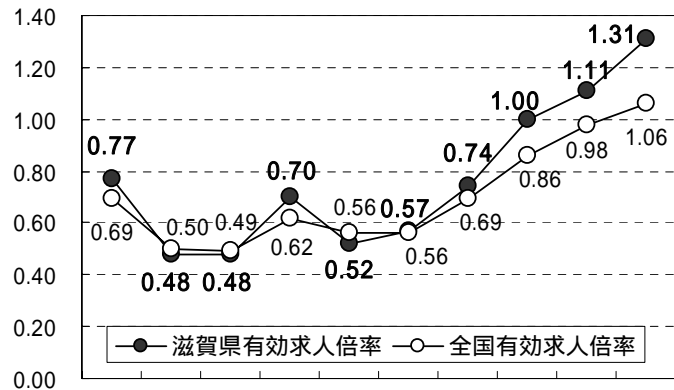
資料：「県民経済計算年報」(内閣府経済社会総合研究所)より算出

有効求人倍率は回復傾向

全国の有効求人倍率は、平成14年度(2002年度)以降は回復傾向にあり、平成18年度(2006年度)は1.06倍となっています。

また、県内の有効求人倍率は、平成13年(2001年度)以降回復傾向にあり、平成18年度(2006年度)は、1.31倍となっており、全国平均を上回っています。

図：有効求人倍率の推移(全国、滋賀県)



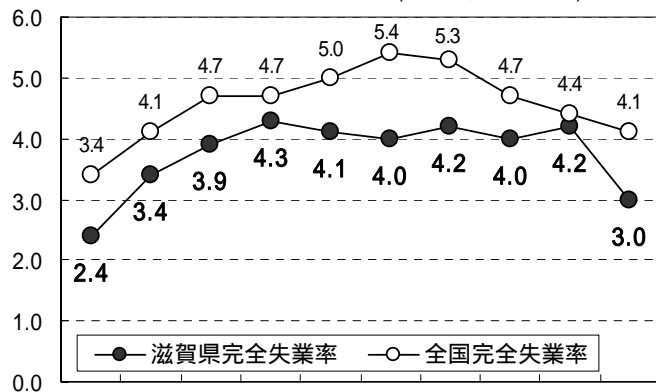
資料：滋賀県は「職安統計年報」、全国は「職業安定業務統計」

完全失業率は改善へ

全国の完全失業率は、平成14年(2002年)をピークに減少傾向にあり、平成18年(2006年)には4.1となっています。

また、県内の完全失業率は、平成12年(2000年)から4.0~4.2で推移していましたが、平成17年(2005年)には3.0と大きく改善しています。

図：完全失業率の推移(全国、滋賀県)



資料：「労働力調査報告」(総務省)

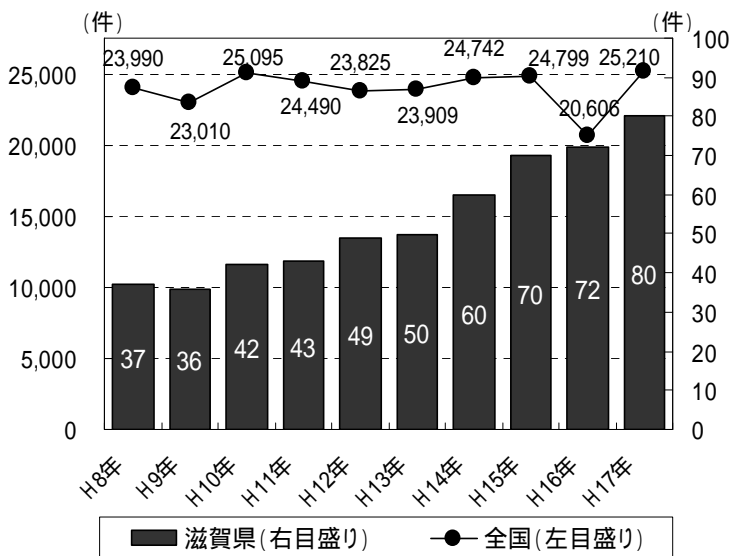
(4) 加速する経済のグローバル化

県内企業の海外進出は増加傾向にあり、アジア、特に中国への海外進出が多い

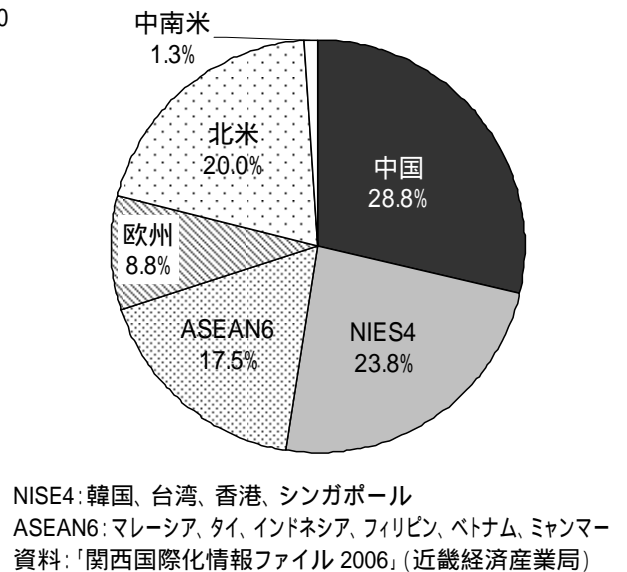
企業の海外への進出件数の推移を見ると、全国的には横ばい状態で推移していますが、県内企業は平成10年(1998年)以降7年間連続で増加しています。

また、平成17年(2005年)の県内企業の進出地域を見ると、アジア地域が全体の70.1%に達しており、中でも中国が28.8%で最も多く、中国を中心とした成長著しいアジア地域への進出が目立ちます。

図：企業の海外進出件数の推移(全国、滋賀県)



図：海外進出企業の地域別進出状況(H17、滋賀県)



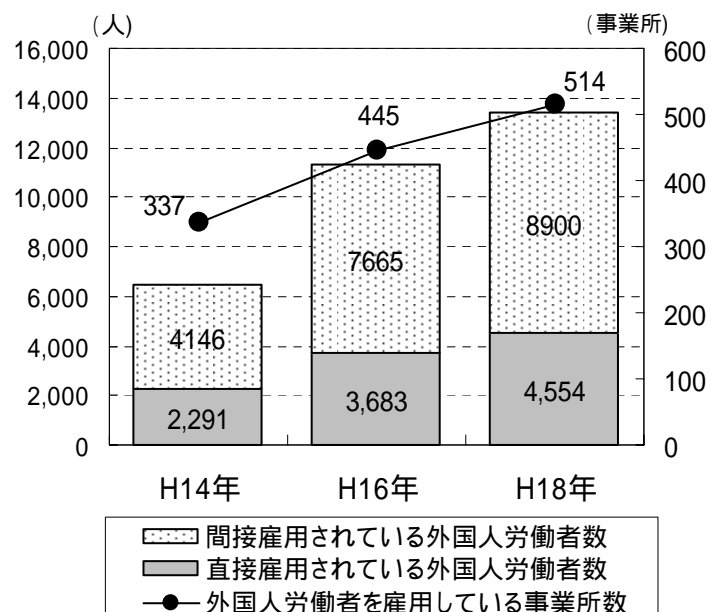
外国人雇用の拡大と外国籍住民が増加

平成18年(2006年)の県内の外国人労働者数は、13,454人であり、外国人労働者を雇用している事業所数は、514事業所とそれぞれ増加傾向にあり、県内における外国人雇用に拡大しています。

また、県内の外国籍住民の数(外国人登録者数)も増加傾向にあり、平成18年(2006年)12月末で30,406人と人口の約2%となっています。

さらに、ここ数年工場立地件数が増加している状況から、引き続き外国籍住民は増加していくことが予想されます。

図：外国人労働者、雇用事業所数の推移(滋賀県)



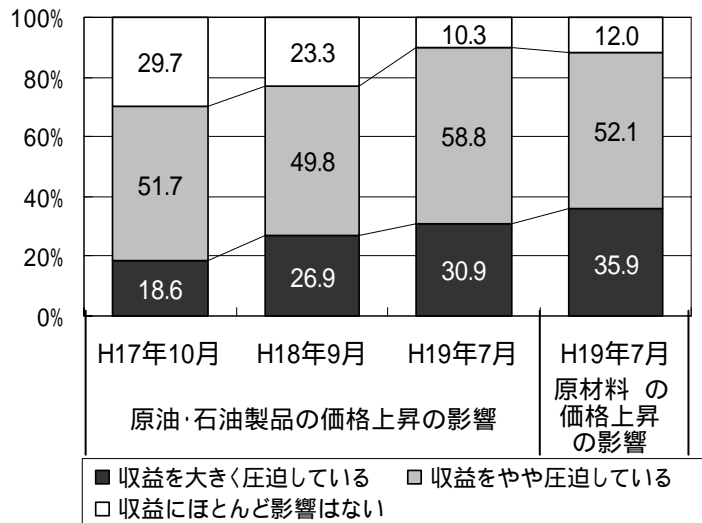
原油価格高騰による中小企業への影響が深刻化

原油価格の高騰が全国の中小企業の収益に与える影響についてみると、原油・石油製品の価格上昇によって収益に影響があるとした企業は平成 17 年（2005 年）10 月の調査（70.3%）から大きく増加し、平成 19 年（2007 年）7 月の調査では 89.7%と約 9 割に達しています。

また、多くの中小企業では、原油・石油製品や原油・石油製品以外の原材料の価格上昇に対する価格転嫁が困難な状況となっています。

これらの現状は、県内中小企業も例外ではなく、原油価格の高騰が県内中小企業の経営に深刻な影響を及ぼしていることがわかります。

図：原油価格の高騰が中小企業の収益に与える影響（全国）



■ 収益を大きく圧迫している □ 収益をやや圧迫している
□ 収益にほとんど影響はない

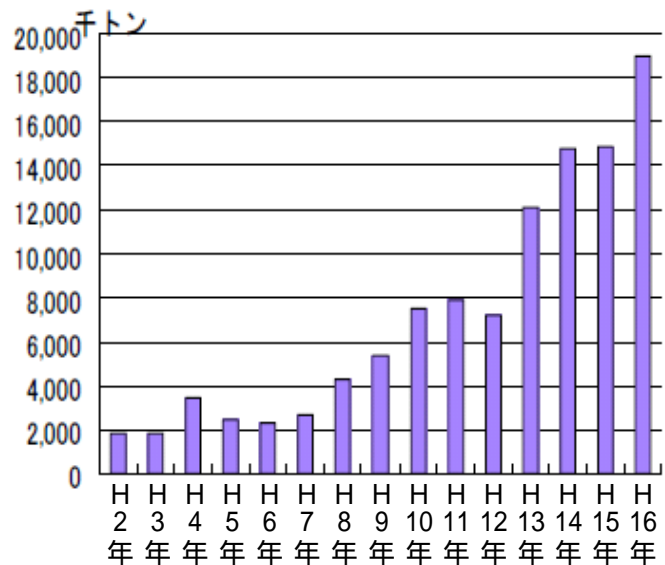
原油・石油製品以外の原材料
資料：「原油・原材料価格上昇による中小企業への影響調査」（中小企業庁）

循環資源の海外への流出が拡大

国内の生産工程から発生する循環資源は、従来から他の新規原材料と同様に国際的にも自由取引されており、日本からの循環資源の輸出量の推移を見ると、平成 6 年（1994 年）から平成 16 年（2004 年）の 10 年間で約 4 倍に急増しています。

循環資源は本来国内でリサイクルされ輸入資源の投入を抑制できる有用な資源ですが、現状ではその循環資源の海外流出の拡大が進んでいることがわかります。

図：日本からの循環資源輸出量の推移（全国）



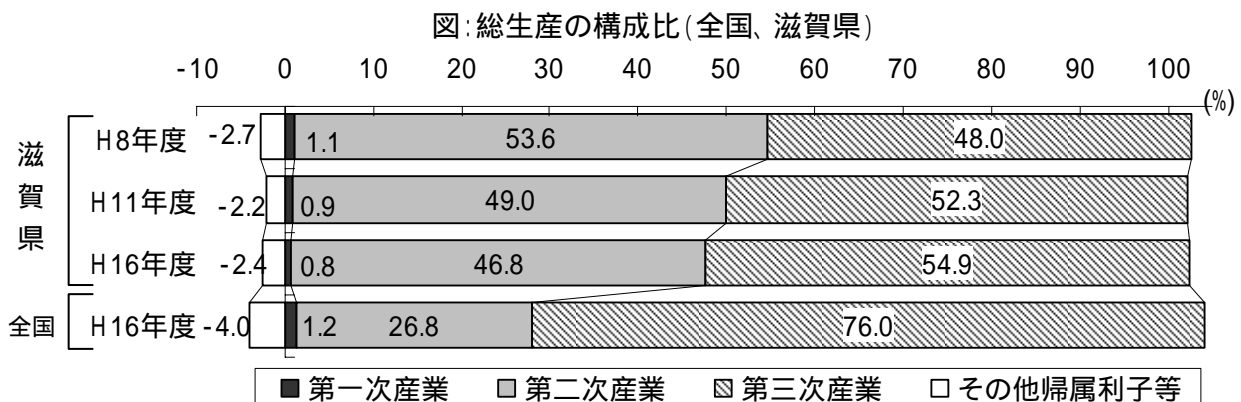
資料：「国際的な循環型社会の形成に向けた我が国の今後の取組について（中間報告）」（環境省 中央環境審議会）

2. 産業全体および主要産業の現状

(1) 産業・就業構造

総生産に占める第二次産業の割合が全国平均を大きく上回る

県内の総生産に占める第二次産業の割合は平成16年度(2004年度)で46.8%と、全国平均26.8%を大きく上回っているものの、減少傾向にあります。一方、第三次産業は全国平均を大きく下回っていますが、総生産に占める割合は増加傾向にあり、平成16年度(2004年度)で54.9%となっています。



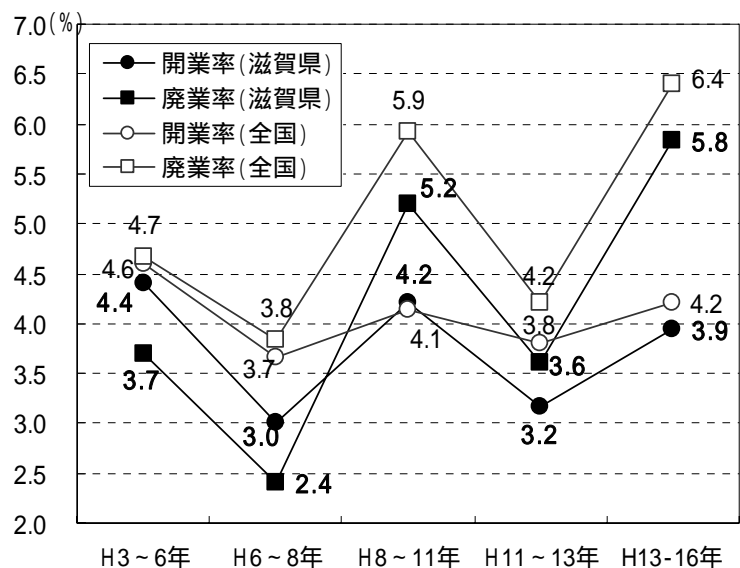
資料：「県民経済計算年報」(内閣府経済社会総合研究所)

廃業率が開業率を上回る

全国の開業率・廃業率は平成3～6年(1991～1994年)以降、廃業率が開業率を上回ったまま推移しています。

一方、県内の開業率は、平成13～16年(2001～2004年)で3.9%。廃業率は、5.8%となっており、いずれも全国平均を下回っていますが、本県も全国平均と同様に廃業率が開業率を上回っています。

図：開業率および廃業率の推移(全国、滋賀県)



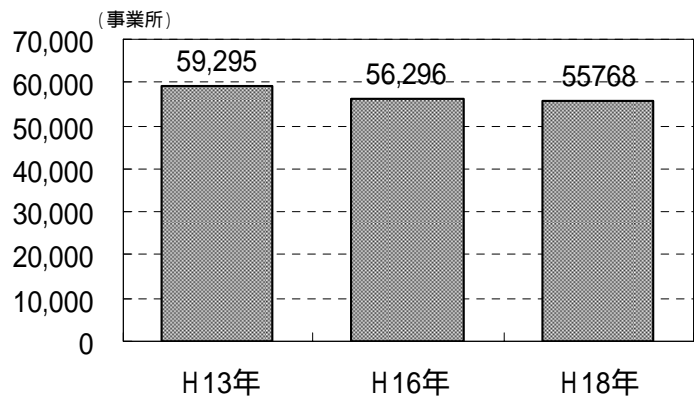
資料：全国データは「中小企業白書」(中小企業庁)
 滋賀県データは中小企業庁の算式を用いて、「事業所・企業統計調査」(総務省)データより算出

事業所数は減少傾向

県内の全産業の事業所数は、減少傾向にあり、平成 18 年(2005 年)には 55,768 事業所となっています。

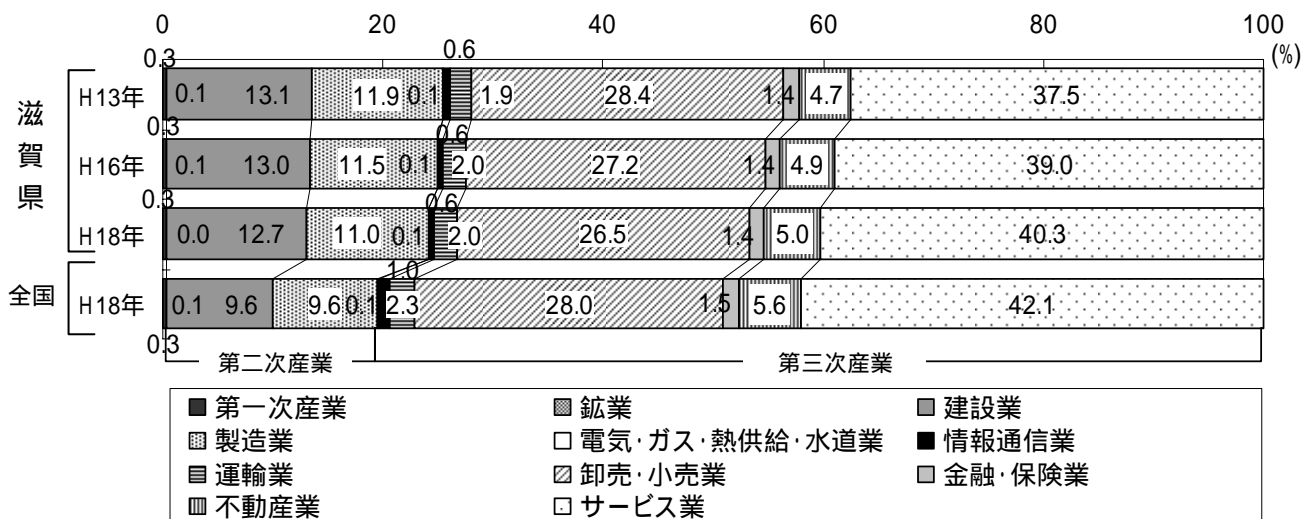
また、県内の産業別事業所数の構成比を見ると、依然として第三次産業の割合が高く、平成 18 年(2005 年)で 75.9%となっていますが、全国平均を 4.5 ポイント下回っています。さらに、サービス業が増加している一方で、卸売・小売業が減少しています。

図：事業所数(民間)の推移(滋賀県)



資料：「事業所・企業統計調査」(総務省)

図：産業別事業所数(民間)の構成比(全国、滋賀県)



資料：「事業所・企業統計調査」(総務省)

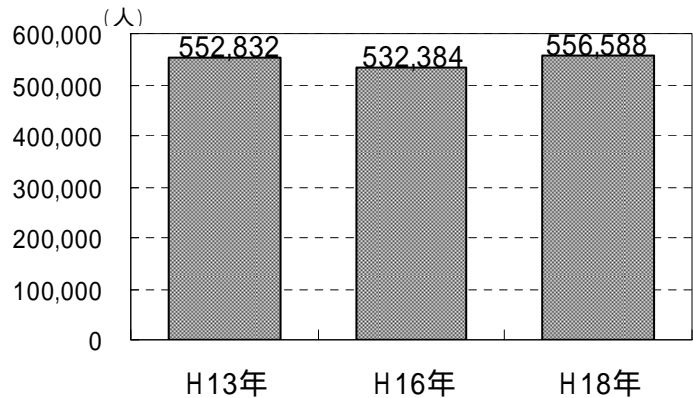
従業者数は横ばい状態

県内の従業者数は、横ばい状態にあり、平成 18 年(2006 年)は 556,588 人となっています。

また、県内の産業別就業者数の構成比をみると、第二次産業は 36.1%で、製造業は 29.3%と、全国平均をそれぞれ 10.2 ポイントと 11.1 ポイント上回っており、依然として製造業に特化した構造になっています。

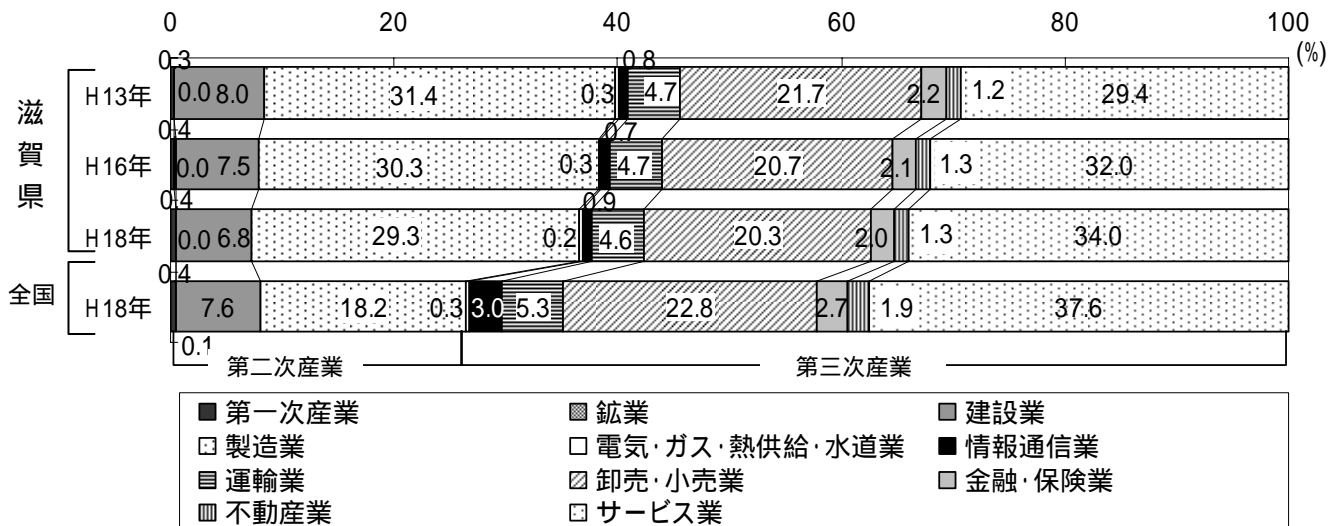
一方、サービス業は 34.0%と、全国平均 37.6%を下回っているものの増加傾向にあり、平成 16 年(2004 年)以降、製造業を抜いて、全従業者数に占める割合が最も高くなっています。

図：従業者数(民营)の推移(滋賀県)



資料：「事業所・企業統計調査」(総務省)

図：産業別従業者数(民营)の構成比(全国、滋賀県)



資料：「事業所・企業統計調査」(総務省)

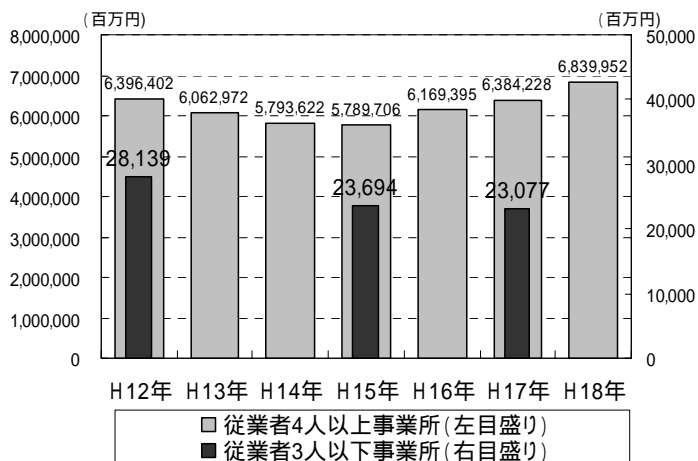
(2) 製造業

製造出荷額等は増加に転じ、加工組立型が過半数を占める

県内の従業員4人以上の製造業の製造出荷額等は平成15年(2003年)までは減少傾向にありましたが、平成16年(2004年)から増加に転じており、平成18年(2006年)で6,839,952百万円となっています。一方、従業員3人以下の製造業の製造出荷額等は減少傾向にあります。

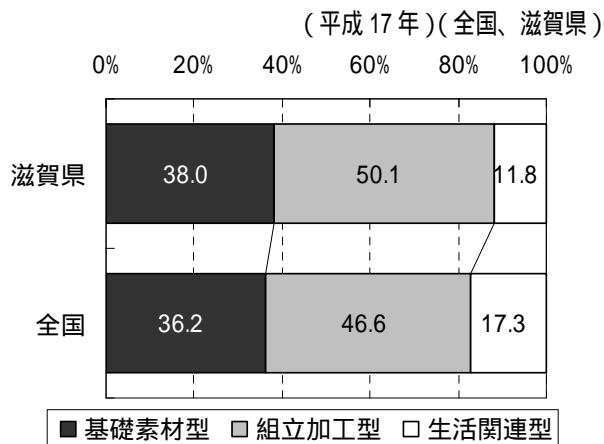
また、県内の製造出荷額等の構成比を見ると、依然として加工組立型が50.1%で、全国平均(46.6%)を上回っています。なかでも、一般機械や輸送機械、電気機械の割合が高くなっています。

図：製造出荷額等の推移(滋賀県)



資料：「工業統計調査」(経済産業省)

図：製造出荷額等の内訳(従業員4人以上事業所)



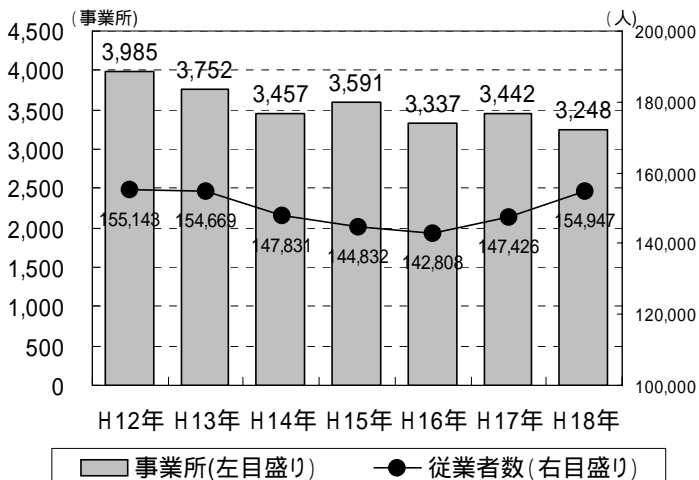
資料：「工業統計調査」(経済産業省)

事業所数は減少傾向、従業員数は増加傾向

県内の製造業の事業所数は減少傾向となっており、平成18年(2006年)で従業員4人以上の事業所が3,248事業所、3人以下が2,096事業所となっています。また、従業員数は増加傾向にあります。従業員3人以下の事業所では減少傾向になっています。

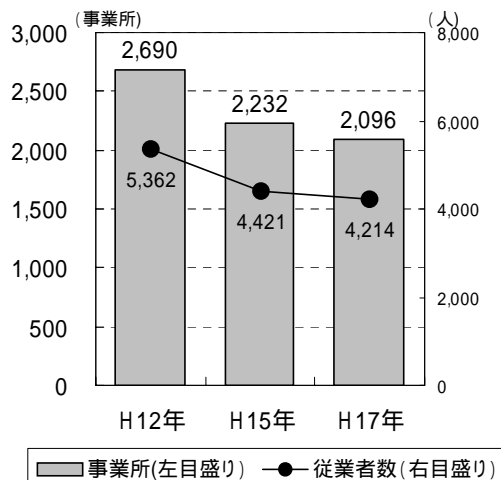
図：事業所数と従業員数の推移(滋賀県)

【従業員4人以上】



資料：「工業統計調査」(経済産業省)

【従業員3人以下】



資料：「工業統計調査」(経済産業省)

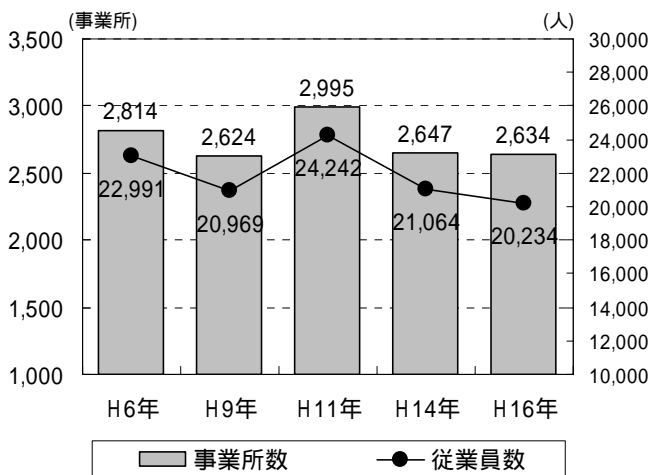
(3) 卸売・小売業

卸売業は全般的に低調

県内の卸売業の事業所数は、平成11年(1999年)から平成14年(2002年)にかけて大きく減少しており、その後は横ばい状態となっています。一方、従業員数については、平成11年(1999年)以降は減少傾向にあります。

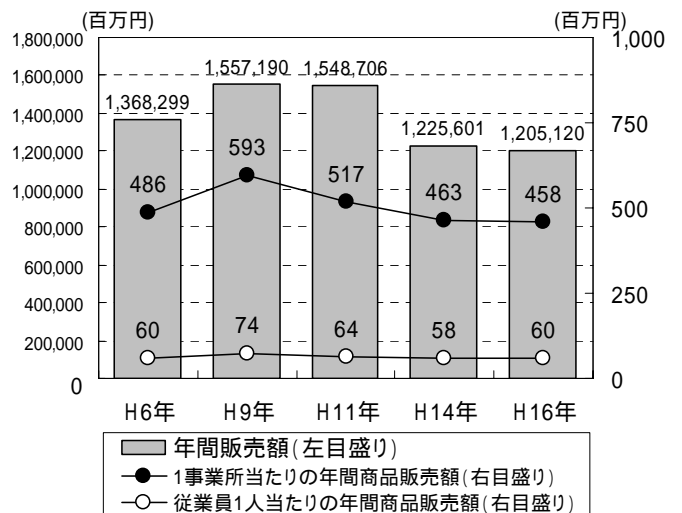
また、県内の卸売業の年間販売額は、事業所数と同様に平成11年(1999年)から平成14年(2002年)にかけて大きく減少しており、その後は横ばい状態となっています。

図：卸売業の事業所数と従業員数の推移(滋賀県)



資料：「商業統計」(経済産業省)

図：卸売業の年間販売額等の推移(滋賀県)

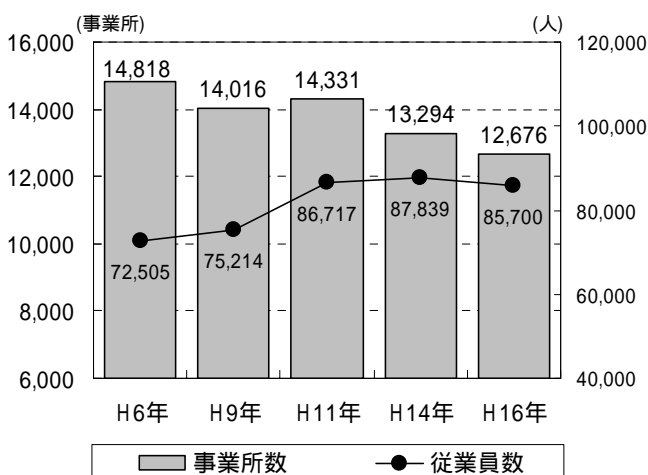


資料：「商業統計」(経済産業省)

小売業では店舗の大規模化が進む

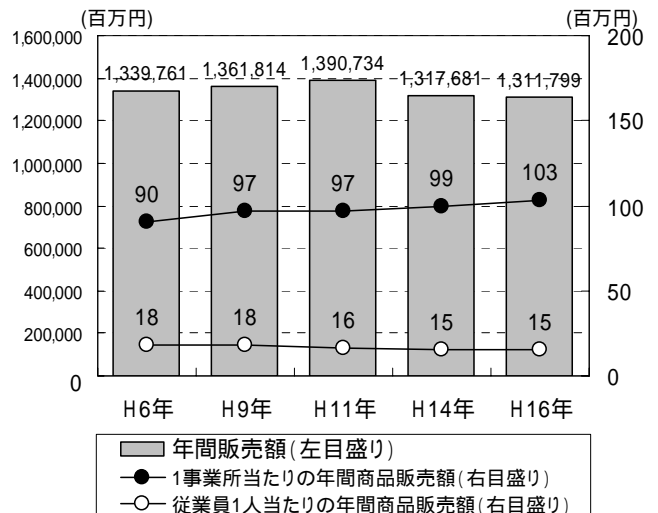
県内の小売業の事業所数は減少傾向となっていますが、従業員数については横ばい状況となっています。一方、県内の小売業の年間販売額は、横ばい状態となっていますが、1事業所当たりの年間商品販売額や1事業所当たりの売り場面積は増加傾向にあることから、小売店舗の大規模化が進んでいることがわかります。

図：小売業の事業所数と従業員数の推移(滋賀県)



資料：「商業統計」(経済産業省)

図：小売業の年間販売額等の推移(滋賀県)



資料：「商業統計」(経済産業省)

(4) サービス業

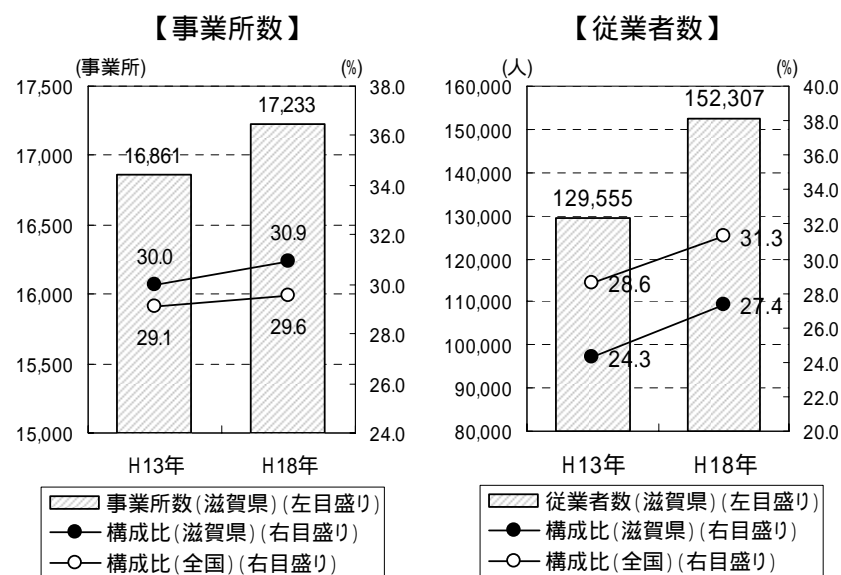
事業所数・従業員数は全産業の3割弱を占めている

平成18年(2006年)の県内サービス業の事業所数は約1.7万ヶ所で、全事業所に占める割合は30.9%と全国(29.6%)をやや上回っています。また、従業員数は約15万人で、27.4%と全国(31.3%)をやや下回っています。

1事業所当たりの従業員数は8.8人と全国(10.3人)を下回っており、事業所の規模が小さいことがわかります。

さらに、平成13~18年(2001~2006年)の事業所数や従業員数の伸び率を見ると、「社会保険・社会福祉・介護事業」が大きく伸びています。

図: サービス業の事業所数・従業者数の推移(滋賀県)および全産業に占める事業所数・従業者数の構成比の推移(全国、滋賀県)



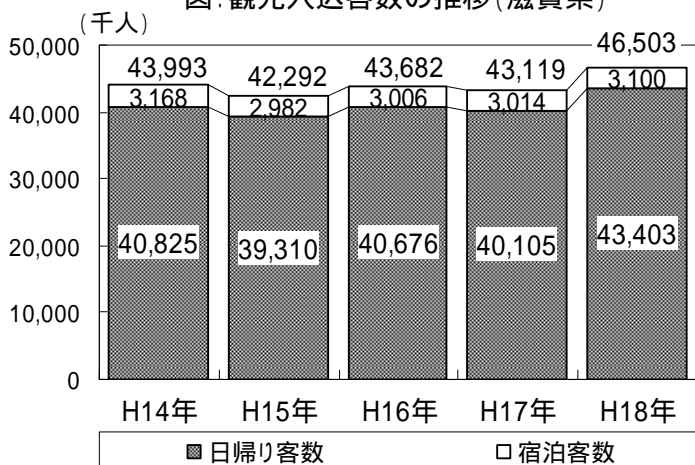
資料: 「事業所・企業統計調査」(総務省)

(5) 観光・レクリエーション

観光客数は横ばい、外国人観光客数は増加傾向

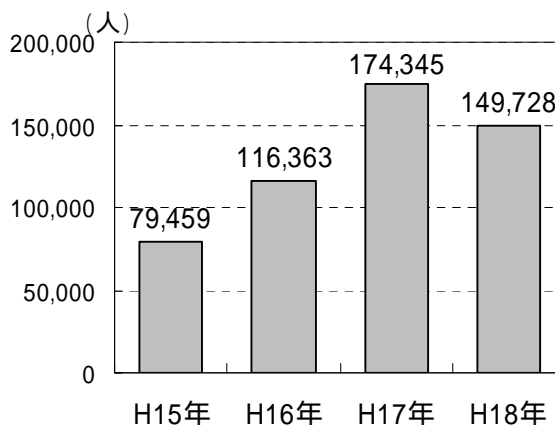
県内の観光客数については、平成14年(2002年)以降は横ばい状態でしたが、平成18年(2006年)で述べ約4,650万人となり、平成13年(2001年)のピーク(約4400万人)を上回り、過去最高の人数となった。内訳としては、日帰り客が観光客数の9割近くを占めており、依然として日帰り観光が主流となっています。一方、外国人観光客数は、平成18年(2006年)には149,728人と平成17年(2005年)の愛・地球博開催時に比べると減少しているが、平成16年(2004年)に比べると増加しています。

図: 観光入込客数の推移(滋賀県)



資料: 「滋賀県観光入込客統計調査書」

図: 外国人観光客数の推移(滋賀県)



資料: 「滋賀県観光入込客統計調査書」

サービス業 日本標準産業分類の大分類「医療、福祉」「教育、学習支援業」「複合サービス」「サービス業(他に分類されないもの)」に中分類「宿泊業」を加えたもの

3 . 本県産業の課題

産業を取り巻く社会・経済情勢や県内産業の現状などから、滋賀県産業の課題は次の7つにまとめることができます。

(1) 新規成長産業分野における段階に応じた振興

環境分野や健康福祉分野の国内における市場規模の拡大する中、県内企業の環境分野や健康福祉分野を含む新規成長産業分野への進出・参入や、ベンチャー企業やコミュニティビジネスの創業などの動きが活発化しています。

今後は、新規成長産業分野への進出・創業に向けて、各企業の成長段階に応じた支援を充実する必要があります。とりわけ環境分野については、県内における既存の取り組みやその実績、近年の市場の動向など踏まえ、循環型社会の実現に向けて、その振興を図る必要があります。

(2) 産学官金連携のすそ野拡大に向けた取り組みの強化

県内各大学の産学連携機能の充実や産学官連携の組織や仕組みづくりが進み、連携活動が活発化し、産学官共同研究件数なども増加傾向になっています。

その一方で、中小企業などでは、「連携方法がわからない」「産学官連携の敷居が高い」と考える企業も多く、活用されやすい産学官連携の仕組みづくりを積極的に進めていく必要があります。また、今後は、産学官連携にとどまらず、金融機関や民間の支援機関の機能を活用することで、連携のすそ野を拡大する取り組みを強化していく必要があります。

(3) 産業競争力向上のための基盤技術の構築

経済のグローバル化が進展し、内外における地域間・企業間競争が激化とともに、市場や資源の流動化や人材・情報・資金移動の自由化が進行する中、県内企業、なかでも、中小企業は大変厳しい経営環境にあります。

こうしたグローバル化に対応していくためには、製造業のシェアが高い本県の産業構造から、企業の独自技術等を活かした事業展開が競争優位の重要な要因となります。そのためには、新技術・新製品の開発や技術の高度化により、製品（商品）の高付加価値化を促進するなど、産業競争力向上のための基盤技術を構築していく必要があります。

(4) 戦略的な企業誘致の推進

内陸工業県として発展してきた本県では、地理的優位性などから、工場立地件数は、増加傾向にありますが、近年の地域間競争の激化や経済のグローバル化などにより、将来にわたって立地の優位性を継続できるとは限りません。このため、本県のすでに蓄積された産業の競争力、

技術力のさらなる向上を図るため、新技術や新製品を生み出す研究所、あるいは研究開発機能を併設した事業所の戦略的な企業誘致を進める必要があります。

(5) まちとしての魅力を発揮するための地域産業づくり

地域において、大規模小売店舗等との競合の激化や消費者の消費購買行動の変化、個店や商店街組織の後継者不足・高齢化などにより、中心市街地の衰退が進んでおり、地域の魅力の低下を招くことが懸念されています。一方では、社会ニーズの多様化が進む中、産業としての裾野が広く、経済への直接・間接的波及効果が大きいサービス産業の事業所数や従業者数は大きく増加しており、今後の拡大と雇用の創出が見込まれています。

今後は、まちづくりと一体となった商店街づくりに向けた取り組みを推進するとともに、商業だけでなくサービス、健康・福祉関連、環境等多様な側面からの中心市街地の活性化に向けた取り組みの推進など、まちとしての魅力を発揮するための多面的な取り組みが必要となります。

(6) 地域資源の掘り起こしと地域ブランドの構築

本県には、自然や歴史、文化など多彩な地域資源が存在しています。これまで、県産品や観光資源などについて情報発信をしてきましたが、それらの全国における認知度は低く、滋賀県の好感度の向上やイメージの定着につながっていない一面があります。

本県のこれまでのブランド化への取り組みは、地域ブランド戦略が明確でなく、ブランドイメージも曖昧であったことや消費者からの視点が不十分な、いわゆる、プロダクトアウト先行となっていたことから、消費者の視点を重視し、新たな地域資源の掘り起こしを進めるとともに、商工観光や農林水産など各分野における県産品や観光ブランドと地域のイメージを高めるための地域ブランドの構築に向けた取り組みが求められています。

(7) 質の高い人材の確保と人材育成の仕組みづくり

人口減少社会の到来や産業、雇用を取り巻く環境が大きく変化したことにより、「質の高い人材」が必要と考える企業が増加するとともに、人材育成や人材確保に対する支援が強く求められています。その一方で、若年層の高い失業率や離職率、フリーターおよびニートの増加、非正規雇用率の高まりによる労働者間の所得格差の拡大などが大きな社会問題となっています。

人づくりを産業振興の重要な取り組みとして捉え、産業競争力の向上に向けた質の高い人材の確保・育成に取り組むとともに、将来の産業人材となり得る若者の育成を図るなど人材のすそ野の拡大を図る必要があります。

第3章 本県産業の目指すべき姿

1 産業振興の基本目標

活力ある“しが”の未来を拓く産業の創出

本県は、恵まれた地理的条件を活かし、全国でも有数の「ものづくり県」として発展してきました。また、琵琶湖をはじめとする豊かな自然や文化と産業活動との両立が図られる中で、大学や民間研究所などが多数立地するなど、多様な知的資源が集積しています。

しかし、近年、地域間競争の激化や経済のグローバル化、価値観の多様化による消費行動の変化など、本県の産業・経済を取り巻く状況は大きく変化しています。

こうした変化に的確に対応し、本県産業が将来にわたって持続的な発展を遂げていくことが重要です。次世代に向けて、豊かさと幸せが実感できる確かな道筋をつくっていくためには、滋賀の持つ地理的優位性や知的資源である「地」と「知」の力を損なうことなく活かすこと、すなわち「もったいない」という考え方をもとに、産業振興の取り組みが、活力ある滋賀の未来を拓いていく投資であるという認識に立ち、多様な産業の力強い成長・発展と実現を目指します。

2 推進にあたっての基本的視点

産業振興の基本目標を達成するために、次の3点を基本視点として取り組みを進めます。

(1) 「三方よし」の理念を活かした産業振興の推進

滋賀の地は、近代の我が国の商業の源流とも言える「近江商人」を輩出しました。この近江商人の教えである「三方よし」（売り手よし 買い手よし 世間よし）の理念は、時代が変化した今なお、産業・経済活動の視座となっています。

この三方よしの理念を産業振興に置き換えれば、《企業よし》企業が活力を維持し、持続的な発展を遂げる、《県民よし》雇用が確保され県民生活の豊かさと満足度の向上が図られる、《社会よし》産業振興が活力を生み将来にわたって滋賀県の持続的な発展につながる、こうした現代版三方よしの理念を活かした産業振興を推進します。

(2) 中小企業の力強い成長に向けての基盤強化

県内事業所に占める中小企業の割合は99パーセントと、そのほとんどが中小企業であり、県内産業を支えているのは中小企業であるといっても過言ではありません。しかしながら、中小企業の取り巻く環境は、産業構造の変化や地域間競争の激化などによって、非常に厳しいものとなっています。

本県産業をより一層振興していくためには、本来、中小企業が持っている多様性や創造性を最大限活かすことにより、中小企業が産業・経済の中心的な担い手として積極的な役割を果たしていけるよう、さまざまな施策展開の中で、その基盤強化を図っていく必要があります。

(3) 環境と共存する持続的な産業・経済の発展

私たちは、今日の大量生産・大量消費型の暮らしや産業活動の中で、豊かさを享受する一方で、深刻な環境問題に直面しています。琵琶湖を有する滋賀県では、暮らしや産業活動の有り様が鏡として琵琶湖に映し出されることとなります。

このため、産業活動においても、地球温暖化をはじめとする環境問題に対して、積極的な取り組みに向けてのビジョンが必要であり、環境と共存する持続的な産業・経済の発展が可能となる仕組みづくりやその実践に向けた「新たな滋賀モデル」を構築していくことが求められています。

第4章 産業振興の方向性と展開

1. 創業および新たな事業等の創出の促進

本県産業がこれまでの活力を維持し、より一層発展していくためには、創業や新たな事業の創出を加速していくことが極めて重要です。挑戦し、成長する中小企業の創出に向けて、滋賀県の知的ポテンシャルや地域の産業資源を最大限に活かしながら、今後成長が期待できる「環境」をはじめ、「健康福祉」、「バイオ」、「IT」分野のさらなる振興と本県産業の成長力の強化を図ります。

また、創業や既存企業の新分野進出など、新しいビジネスに挑戦しやすい環境づくりを推進するとともに、チャレンジ精神を持った個人や企業等の事業者の取り組みをきめ細かく支援する体制の構築を図ります。

(1) 新規成長産業の育成・支援

地域の産業活動を活性化し、新しい滋賀を創造していくための原動力である科学技術政策を推進するとともに、環境をはじめとする今後成長が期待される産業分野に対し、成長段階に応じた育成を図ります。

また、本県独自の経済振興特別区域制度により、これまで認定を行った特区計画については、新規成長産業創出のモデルとなるよう、計画の着実な推進を図るなど、新たなリーディングストーリー構築に向けた戦略的な取り組みを推進します。

〔展 開〕

新規成長産業の創出と育成

- ・本県において新事業創出の重点分野としている環境、健康福祉、バイオテクノロジー、情報通信分野について引き続き重点的に取り組みます。特に、環境における循環型社会の構築や資源エネルギーの提言に資する技術等の育成や医療・健康福祉分野における医工連携の共同研究などが取り組まれています。こうした高度技術や地域資源などを活用するなどの新たな取り組みを進め、成長が期待される産業の振興を図ります。

滋賀県経済振興特別区域制度の活用による新産業の創出

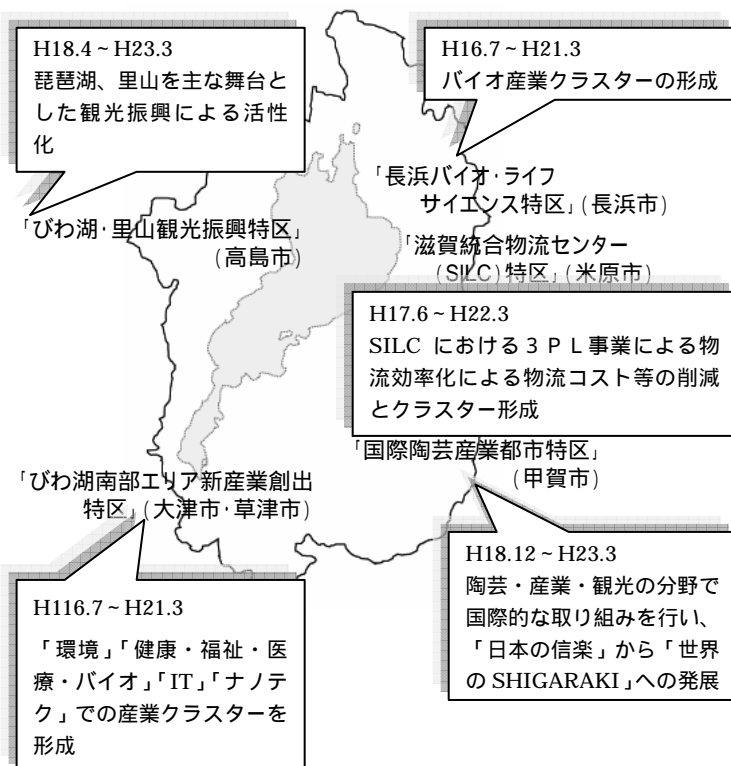
- ・認定を行った5つの特区計画の実現に向け、計画の進捗に応じ、特例措置等の施策を効果的に実施することにより、新規成長産業等の創出・集積を図ります。

滋賀県経済振興特別区域制度

本県では、地域資源・ポテンシャル等を最大限に生かした地域の自発的・主体的な産業振興施策の展開を目指し、平成16年度(2004年度)から滋賀県版「経済振興特別区域」制度をスタートしました。

平成16年度(2004年度)から平成18年度(2006年度)の3年間で延べ16件の申請があり、その中から5件の計画を認定しています。

計画の推進に向け、税制面での特例措置や専門的なアドバイスなどの多面的な支援を行っています。



(2) ベンチャー企業等の創出・育成

新産業・新事業創出には、大学発ベンチャーやスピンオフベンチャー企業などの創出・育成が重要です。そこで、大学や研究機関における研究成果など、県内に集積する知的資源の事業化促進に向け、産学連携やベンチャー企業等におけるビジネスプランの作成から事業化までの取り組み支援などを積極的に推進します。

〔展 開〕

経営資源の充実と提供

- ・事業者等の円滑な起業、ビジネス展開・事業拡大等を図ることができるよう、事業化計画期やスタートアップ期、初期成長期など企業化の成長段階に応じて必要となる、マーケティング、経営管理、組織構築・人材確保等に関する実践的な知識やノウハウについて、専門家派遣やインキュベーション機能を通じて提供するとともに、必要となる資金や設備などの適時適切な提供を図ります。

受注・販路拡大への支援

- ・商社等の民間機能を活用し、新事業にチャレンジする中小ベンチャー企業の事業化促進や販路開拓・拡大を図ります。また、本県中小・ベンチャー企業製品等の普及を図るため、製品等の行政による率先活用等を推進します。

インキュベーション機能の活用促進

- ・県内に整備されているレンタルラボ、創業オフィス等の多様なインキュベーション施設の機能を有効に活用し、創業や新規事業を図るとともに、それぞれの施設の有する強みや特色を活かし、互いに連携を図ることにより、効果的な支援と相乗効果の発揮に努めます。

2. 「産学官金」連携による産業振興の推進

本県の産業のより一層の振興を図っていくためには、企業が異業種や新分野に積極的に進出することが重要であり、高度な技術やシーズを補う有効な手法である産学官連携に、さらに地域密着型金融機能の強化を推進する金融機関や民間の支援機能との連携を強化することにより、地域における戦略的な連携構築による産業振興を推進します。

また、これらの連携を活用して、大学が有する技術や研究成果等の産業界への移転・活用するとともに、制度融資やファンド活用など資金調達環境の充実を図ります。

(1) 「産学官金」連携の基盤強化

大学等の知的集積を活かした産学官連携については、金融機関や民間の支援機能との連携をさらに強化し、コーディネート・プロデュース機能の向上など、産学官連携基盤の充実強化を図るとともに、新たに事業プロセスにおいて、技術研究開発面だけでなく、幅広い大学の財産を幅広く活用する視点にたち、企業が産学官金連携に取り組みやすい環境づくりを推進します。

〔展 開〕

滋賀県産業支援プラザを核とした産学官金連携の推進

- ・新事業創出や事業化を一層促進するため、大企業と中小企業あるいは、異業種間の交流の場の提供や技術資源を活用した多様な共同プロジェクトの推進など、本県の中核的支援機関である滋賀県産業支援プラザを中心とする各支援機関のネットワーク体制を活用し、様々な産学官金連携を推進します。

産学官金連携コーディネート機能の充実および広域連携の強化

- ・コラボしが21に開設している産学官交流サロン、産学官連携コーディネーターやインキュベーションマネージャー、独立行政法人科学技術振興機構などの連携推進のための支援機能を活用しながら、企業ニーズと大学シーズのマッチングや大学の研究シーズの実用化等、新事業展開に向けた取り組みを推進するとともに、県内および広域のネットワークを構築し、さらに連携体制の強化を図ります。

産学官金連携のすそ野の拡大

- ・企業と大学との連携において、技術開発を主とした連携から地域の活性化を図るための幅広い分野の連携まで、すそ野の拡大を図るとともに、中小企業の視点に立って、産学官金連携の具体的な成功事例や連携に係る手続きなどの情報をできるだけわかりやすく提供することにより、企業が産学官金連携に取り組みやすい環境づくりを推進します。

(2) 企業間（産産）連携の推進

県内中小企業が競争力を高め、成長・発展していくためには、独自のコア技術や販路など企業が持つ強みを互いに連携することや、川上川下企業のマッチングにより、新技術・新製品開発やその事業化など産業基盤技術の構築に向けた取り組みを推進します。

〔展 開〕

中小企業の連携と新技術・新製品開発の促進

- ・県内の産業集積や多様な地域資源などを活かし、各地域において核となる中小企業と意欲ある企業連携による企業間ネットワークの形成と新技術・新製品開発への取り組みを推進し、中核となる企業の育成を図るとともに、連携企業の技術・研究開発力の向上を図ります。

大手企業等との交流促進

- ・地域中小企業と大手企業との交流やマッチング機会の創出により、これまで培われてきた技術・技能と高度技術との融合による新製品開発や販売機能の強化を図るとともに、中小企業からの企画力・提案力を高めることにより、新たな取引やパートナーシップの構築を促進します。

(3) 技術移転・知的財産の活用促進

大学等有する技術シーズと企業ニーズとのマッチングを行うなど、大学や公設試験研究機関等有する技術や研究成果の産業界への移転や知的財産権の活用を促進します。

〔展 開〕

技術移転の促進

- ・産学官連携コーディネーターと産学交流サロンの有機的な連携を促進し、大学等有するシーズと企業ニーズのマッチングなど、産学官連携コーディネート機能の強化を図るとともに、企業と大学や工業技術総合センター等の共同研究等により、技術や研究成果等の産業界への移転・活用を促進します。

知的財産の活用促進

- ・特許流通アドバイザーなど知的所有権センターの機能を活用し、企業ニーズや特許流通等のシーズ情報を収集するとともに、大学、試験研究機関が保有している開放可能な特許等と企業とのマッチングを図り、技術移転を促進します。また、知的財産の普及啓発や知的財産の管理能力を有する人材の育成等により知財サイクルを確立し、知的財産をもとにした付加価値の高い製品やサービスの創出を促進します。

(4) 多様な資金ニーズへの対応

新事業に挑戦する起業家や成長を目指す中小企業の資金調達を支援するため、民間の金融機能とより一層の連携強化を図りながら、事業資金の円滑な供給を図るほか、ベンチャーファンドの活用など企業の多様な資金ニーズへの対応を図ります。

〔展開〕

県の制度融資による円滑な資金供給

- ・創業支援や新事業開拓のための資金等の円滑な供給を行うとともに、不動産担保や個人保証等にたよらない融資制度や開業当初の返済負担を軽減した資金供給など弾力的な資金供給を図ります。

資金調達サービスの充実

- ・県の制度融資のほかに、政府系金融機関などの中小企業向け融資制度や中小企業を対象に特化したベンチャー育成ファンド等と連携しながら、多様な資金ニーズへの対応を図ります。

民間金融機関融資との協働による資金供給

- ・ベンチャー企業等の事業を評価する機能の充実や事業評価等と連動した民間金融機関による融資スキームの導入を促進します。

3. モノづくり産業の競争力の向上

本県はモノづくり産業に特化した産業構造の内陸工業県として発展してきましたが、経済のグローバル化等により競争力の強化を図る必要があり、本県産業の持続的な発展をしていくために、経営基盤の強化や、マーケティング戦略を推進し、製品(商品)やサービスの効率化や高付加価値化を促進し、産業競争力の向上を目指します。

また、本県への更なる投資を促進し、県内産業の持続的な発展と地域の雇用を確保していくため、本県の地域特性を活かした戦略的な企業誘致を進めるとともに、拡大するアジア市場等との経済交流や、海外での事業展開を推進し、県内企業の競争力の強化を図ります。

(1) 技術の高度化による競争力の強化

本県産業は、電気製品、情報機械、輸送機械といった機械部品・材料を製造する部材産業(サポーティングインダストリー)に牽引されていることを踏まえ、産業競争力の強化を図るため、コア技術の発掘や新技術の開発を促進し、中小企業の技術開発から販路開拓までの総合的な展開を推進します。

〔展開〕

新技術・新製品開発や技術の高度化への推進

- ・公募による企業の技術開発とその事業化や多様化・高度化する企業ニーズを踏まえた産学官金による研究開発の取り組みをはじめ、産学官金連携コーディネートや試験研究機器の開放、技術相談や技術情報提供、技術者育成など、県内中小企業の研究開発や技術の高度化を図ります。

分野横断的な研究開発の促進

- ・試験研究機関が連携して横断的な研究開発に取り組むなど、技術革新と科学技術の振興を図ることにより、環境分野などの研究開発を促進します。

マーケティング力の強化促進

- ・支援機関等において、消費者ニーズの変化に対応できる生産や販売技術の習得などのマーケティングの重要性について普及啓発を図るとともに、市場環境の変化や消費者ニーズに関する情報収集・提供や製品の開発・高付加価値化、消費者サービスの向上等に関するアドバイスなどにより、消費者に選ばれる製品づくりを促進します。

企業の経営革新を促進

- ・企業のニーズに応じた経営革新に係る指導の実施や取り組み事例の提供などにより、経営革新計画策定や計画目標達成のための取り組みなどを促進します。また、計画承認企業の計画推進をサポートするなどのフォローアップを図り、経営革新計画の進行管理を徹底し、目標達成企業の増加を図ります。

ワンストップサービスの充実強化

- ・「コラボしが21」に集積する各経済団体や支援機関等の連携強化を図り、製品開発や技術支援にとどまらず、経営、技術、資金、人材育成、情報など様々な側面から県内中小企業の多様なニーズに対して、ワンストップサービスの提供の充実や各取り組みの連携強化などにより、創業や新事業創出がしやすい環境づくりを進めます。

経営基盤強化に関する各種情報の提供

- ・中小企業が必要とする支援施策や研修情報、特許、研究成果等の技術情報など様々なメディアを通じて発信するとともに、大学等の研究成果や県内企業情報を容易に検索できるシステムなどにより、企業の経営基盤強化に役立つ情報の提供を図ります。

(2) 次代をリードする企業誘致の推進

県内既存企業の技術力向上と新製品開発・新分野進出といった周辺産業への波及効果を高めるとともに、競争力のある産業集積を目指して、交通アクセスや物流機能の優位性、そして、理工系を中心とした大学の立地に伴う人材面での魅力など、滋賀の地域特性をPRしながら、技術指向型、研究開発型の企業や高い技術、優れた生産ノウハウを持った競争力のある、次代をリードする企業の誘致に努めます。

〔展 開〕

企業誘致活動の推進

- ・県版経済振興特区制度の活用による新規成長産業分野の誘致を図るとともに、誘致企業に対する優遇制度をはじめ、ワンストップサービスによる立地手続きの迅速化を図るほか、立地環境や多様な産業集積等、企業活動に最適な環境の紹介をとおして、本県の優位性を積極的にPRするなど、滋賀県の魅力を全面に出した企業誘致活動を展開します。

研究開発機能を有する事業所等の誘致による企業群の集積

- ・研究所や研究開発機能を有する事業所を積極的に誘致し、イノベーションの推進力となる優秀な人材やこれらと密接な関係にある生産工場や関連企業を近隣に呼び込むことにより、技術面、取引面でつながる企業群の集積を図ります。

(3) 経済の広域化・グローバル化への対応

経済のグローバル化が進む中で、中小企業においても、貿易や投資、技術提携などの国際展開の必要性がますます高まっています。このため、中国やドイツ、アメリカなど県や自治体が関わる交流ネットワークを活かし、海外に進出している企業間の情報交換や本県産業のPRの場を設定するとともに、また、現地情報の提供など拡大するアジア市場をはじめ、広く海外に市場を求める県内中小企業のグローバル展開の支援を図ります。

〔展 開〕

国際経済交流の推進

- ・滋賀県が交流する国々との経済ミッションの相互派遣や外国企業のびわ湖環境ビジネスメッセへの出展などをきっかけとして、環境分野を中心に県内企業の経済交流を推進するとともに、アジア市場、特に中国については、進出企業間の情報交換や現地情報の県内企業への提供など、中国市場をにらんだ県内企業のグローバル戦略を促進します。

産業のグローバル化支援

- ・これまで内需依存型産業といわれていた県内中小企業の国際化への早期対応をうながす観点から、JETRO などの国際支援機関との連携をさらに密にしながら、海外企業のニーズの把握など国際ビジネス展開の可能性を探りつつ、普及啓発や対応支援の強化を図ります。

国際化に向けた人材の育成

- ・国際化が進む中、自らの国の伝統・文化に根ざした自己の確立や異文化や異文化を持つ人々と共生する力、自ら発信し行動する力を育むことにより、国際社会において地球的視野に立って、主体的に行動できる人材を育成します。

4 . 地域に根ざした産業の振興

特色ある地域資源を活用した地域ぐるみによる新事業の創出は、豊かな地域づくりを進める上で極めて重要です。このため、産学官金連携により、地域資源の高付加価値化をもたらす技術開発や地域ブランドの確立を目指した戦略的なマーケティングに取り組み、集客観光分野や健康福祉分野、農林水産分野などにわたる多様な地域産業の創出・育成を図ります。

また、地域社会を支えるにぎわいやコミュニティを再生していくためには、まちづくりと一体となった中心市街地の活性化に積極的に取り組むことが必要であり、商業や健康福祉、観光等を含めたサービス産業や、第一次・第二次産業との連携に向けた体制づくりを進めるとともに、コミュニティビジネス的な手法等を活用することにより、地域の課題やニーズを的確に捉え、地域特性を活かした商業・サービス産業や観光産業の展開を図ることにより、地域全体の活性化を図ります。

「地域に根ざした産業（地域産業）」とは、地場産業、伝統産業、商業（商店街）、サービス産業で、主として地域の資源・労働力・顧客・ニーズ等を基に活動している産業

（1）地域コミュニティと一体となった商業・サービス産業の振興

長い歴史の中で文化、伝統を育んできた中心市街地の活性化を推進するためには、生活者の視点にたって商店街のにぎわいやコミュニティ機能を再生し、地域の核としての役割を果たせるよう、サービス産業や観光産業などと連携させながら、商店街を「地域の交流の場」とする取り組みが必要です。

こうした魅力的で活力のあるまちづくりのため、商業者はもちろん地域住民や、関係機関が一体となった取り組みに加えて経営者の資質向上や個店の経営基盤拡大など、自助努力による取り組みを合わせて推進します。

さらに、社会ニーズの多様化によって需要が高まっている健康福祉、育児支援等の生活充実型サービスや集客観光サービスなど、今後成長が期待される分野について、新たなサービスや商品の開発、需要の創出（販路開拓）を、成長段階に応じて促進します。

〔展 開〕

にぎわいの拠点としての商店街の活性化

- ・ 中心市街地のにぎわい回復をめざし、商業者はもちろん、観光や健康福祉など多様な側面から地域住民などが一体となってにぎわいの拠点化に向けた取り組みや、魅力あ

る商業基盤づくりを促進します。

コミュニティビジネスの活用

- ・県内の各地域で蓄積された多様な地域資源を活用し、地域住民が中心となって、地域の様々な課題の解決を進めるコミュニティビジネス的な手法による新たな商品・サービスの提供、さらに地元産品の地産地消の推進などによる地域密着型の店舗運営など、地域に根ざした商店街による新分野開拓への取り組みを促進します。

地域資源の活用による商店街の活性化

- ・NPOや学生などのまちづくりに意欲を持つ人材との連携により、地域に眠っている歴史や文化といった地域資源を掘り起こし、これを最大限に活用し、商店街のにぎわい創出を促進します。

時代の要請に対応したサービス産業の振興

- ・「健康福祉」、「集客観光」、「情報サービス」、「ビジネス支援」といった分野を重点的に、若者、女性や退職者の起業を促進するとともに、起業家同志だけでなく、起業家と地域との交流や、人材育成を図ることにより、時代の要請に応えるサービス産業の創業や第二創業の取り組みを促進します。

(2) 地域資源を活かした、感性に訴える新たなビジネスの展開

本県で育まれてきた産地技術や農林水産物、文化、歴史、自然などの観光資源など独自で多彩な地域資源は、他の地域には真似のできない特徴や魅力を有しています。地域の中小企業等が、その価値を再認識するとともに、新たなデザインやコンセプト等と組み合わせることにより、現代の生活者の感性に働きかけ、共感や感動を得るような、新たな付加価値化を図ることにより、地域の魅力を活かした新たな商品・サービスの創出を促進します。

〔展 開〕

地域資源を活用した新事業創出の促進

- ・地域において育まれてきた技術や文化、歴史などの特色ある地域資源を活用し、新たな価値を提供する商品・サービス等を創出する地域の中小企業の創意工夫ある取り組みを推進し、地域の強みを活かした新事業創出や新分野への進出を促進します。

地域の魅力発信のための戦略的な展開

- ・地域の競争優位性を高めるため、一貫性・継続性を持ってイメージアップ促進や地域資源のブランド化など地域の魅力を発信する取り組みを戦略的に展開します。

(3) 魅力ある観光産業の振興

本県の観光振興を図るためには、滋賀の地でしか味わえない魅力的な観光を絶えず創り出すとともに、これらの資源を次の世代に引き継いでいかなければなりません。

そのためには、人の交流を促すための、地域の魅力づくりを進めるとともに、地域の産業や自然、文化を地域資源として位置づけ、新たな観光空間や観光資源を創出することにより、魅力ある観光地づくりや受け入れ環境の整備を進め、これら多様な観光情報を効果的に発信し、来訪者の増加を図ります。

〔展 開〕

魅力ある観光地づくりと担い手づくり

- ・豊かな観光資源に加え、琵琶湖をはじめとした自然を生かした体験型観光や、地域の歴史文化等を学ぶ交流型観光を推進するなど、新たなニーズに対応できる特色と魅力ある地域観光資源の発掘・創造やその活用を図るとともに、来訪者が訪れる魅力ある観光地づくりに向けた地域の担い手づくりを推進します。

受入環境の整備

- ・本県を訪れる来訪者が快適に安心して過ごせるよう、地域における案内・標識等の整備をおこなうなどの観光基盤を整備するとともに、安全・安心で、快適で楽しい観光が提供できる受入環境の整備に向けた取り組みを促進します。

情報発信の強化

- ・行政や観光関係団体、各種観光事業者などが連携しながら、首都圏を中心にした観光キャンペーンやメディア等を活用した誘客宣伝によりリピーターの確保を進めるとともに、新たな誘客が期待できる市場の開拓に努め、インターネットなどを活用した観光地の魅力発信に取り組みます。

国際観光の積極的な推進

- ・県内観光地の相互連携に加え、国や他県との広域連携を図りながら、訪日外国人の多く見込まれる東アジア圏を中心に観光ミッション団派遣やマスコミ、エージェント招請、国際旅行博等への出展など効果的な誘客プロモーションを進めるとともに、国際的なコンベンションの誘致促進を図ります。また、外国語表記や通訳ガイドの養成など地域が一体となって、訪れた外国人が安心して快適に観光できる環境づくりに努め、外国人来訪者の誘致を積極的に推進します。

5. 産業人材の育成と雇用機会の創出

産業や雇用を取り巻く環境が大きく変化し、人口減少社会の到来や少子高齢化の進展に伴う労働人口の減少によって、生産力維持が困難になり、サービス供給が低下する懸念が示されています。また、中小企業などでは経営者の高齢化や後継者不足により事業承継の問題が顕在化しています。そのような中、人材の質的向上や人材確保が強く求められています。

今後は、地域産業を担う人材の潜在的能力を引き出すことにより、すそ野の広い経済成長を実現するための環境づくりを図るとともに、県内の大学における人材の育成と輩出をはじめとして、企業ニーズに対応した幅広い人材の育成・確保や、ものづくりなどの技術・技能の伝承、事業承継の円滑化を図ります。

(1) 競争力向上に向けた経営・技術人材の育成

産業競争力の強化に向け、コア技術の発掘や新技術の開発を促進するとともに、継続的な経営のためには、経営者の能力向上とともに、マネジメント能力や技術力、IT活用能力をもった社員の育成を推進するなど、技術開発と事業経営の両面から人材の育成・確保を図ります。

〔展 開〕

企業ニーズに応じた人材育成

- ・中小企業の経営者や実務者にとって企業戦略的にも重要な技術経営や知的財産など、多様化・高度化するニーズに即したセミナー等を実施することによりにより、経営者の意識啓発やマネジメント力の強化を図ります。

支援機関等の機能強化

- ・経営課題に取り組む小規模事業者等を支援するため、商工会、商工会議所の経営指導員等の資質向上を促進し、支援機関等のアドバイス、コーディネート機能の強化を図ります。

(2) 企業ニーズに対応した職業能力開発の推進

将来に向けて企業がその活力を維持し、成長を続けていくためには、企業ニーズに対応した安定的な人材の確保とともに、企業自らが従業員の個々の能力や適性に応じて計画的かつ体系的な職業能力開発を実施することがますます重要となっています。このため、公共職業能力開発施設において多様な職業訓練を実施するとともに、企業自らが行う職業能

力開発の取り組みを促進します。

〔展 開〕

公共職業能力開発施設におけるものづくり人材の育成

- ・企業が必要とするものづくり人材を育成するため、新規学卒者や離転職者を対象に、基礎から実践的能力までの技術・技能が習得できる訓練を実施します。また、企業や民間教育訓練機関では対応が困難となっているものづくり分野における従業員の技能・知識の向上を図るため、企業ニーズに対応した在職者訓練の充実を図ります。

企業自らが行う職業能力開発への支援

- ・新たな人材養成の手法として、企業が主体となって実施する実戦型人材養成システムの普及に努めるなど、企業における計画的かつ体系的な職業能力開発の推進を図ります。

次世代への熟練技能の継承

- ・熟練技能者を活用し、次代を担う若年技能者に対して、実践的な技能指導を行う技能セミナーを開催することなどにより、モノづくり人材の育成と高度な技能の継承を推進します。

(3) 誰もが社会の支えとなって働くことができる雇用機会の創出

働く意欲のある人の能力開発とともに、多様な知識、技術、感性を活かすことができる就業機会の創出や新産業の創出や高付加価値企業の誘致による就業機会の拡大を図ることにより、それぞれの能力を高めながら、自分の力に応じて活躍できる環境づくりを推進します。

〔展 開〕

企業誘致による雇用機会の創出

- ・本県産業の活力を維持・発展させ、産業人材と地域の雇用を確保していくため、魅力ある企業の誘致と既存立地企業の定着を促進します。

きめ細やかな就労支援の実施

- ・若年者や中高年齢者、障害のある人、育児等により退職し、再就職を希望する女性などに対し、働く場の確保を図るとともに、就業相談や情報提供に向けた各種講習、職業能力開発など、個々の状況に応じたきめ細やかな就業支援を進めます。

仕事と家庭の両立が可能となる職場環境づくり

- ・従業員の定着や有為な人材を確保する経営戦略として有効な、仕事と家庭の両立のための「ワーク・ライフ・バランス」に沿った職場環境づくりについての認識を広めるため、普及・啓発を図ります。

第5章 重点的に取り組む戦略

1. 感性価値を創造する「地域ブランド」の構築

〔目的〕

経済のグローバル化や広域交流がますます拡大する中、激しさを増す地域間競争を勝ち抜くため、地域の商品・サービスのブランド力を高めていくことが、これからの県内産業や地域経済の発展には欠かすことのできない戦略となっています。

滋賀県の地域の魅力を効果的にアピールしながら、県内の豊かな地域資源を活用し、組み合わせることで相乗効果を生み出すことにより、消費者の感性に訴える新たな付加価値を生み出し、地域ブランド力の強化につなげます。

〔主な取り組み〕

地域資源の活用による新事業創出の促進

県内に数多く存在する産地の技術や農林水産品等、地域資源を活かし、県内各地域や県のイメージをリードする商品・サービスを生み出すような新たな事業展開を目指した、地域中小企業等の創意工夫ある取り組みを促進します。

ブランド構築に向けた地域産品の開発・販路開拓等の推進

地域ブランドの構築を目指し、滋賀の特徴ある地域資源の有効活用を図るうえで、現代の感性に訴える新しい価値を備えた商品・サービス、コンテンツ等が創出されるよう、消費者の視点にたった先端技術やデザイン等との融合による商品等の開発や販路開拓に向けた取り組みを推進します。

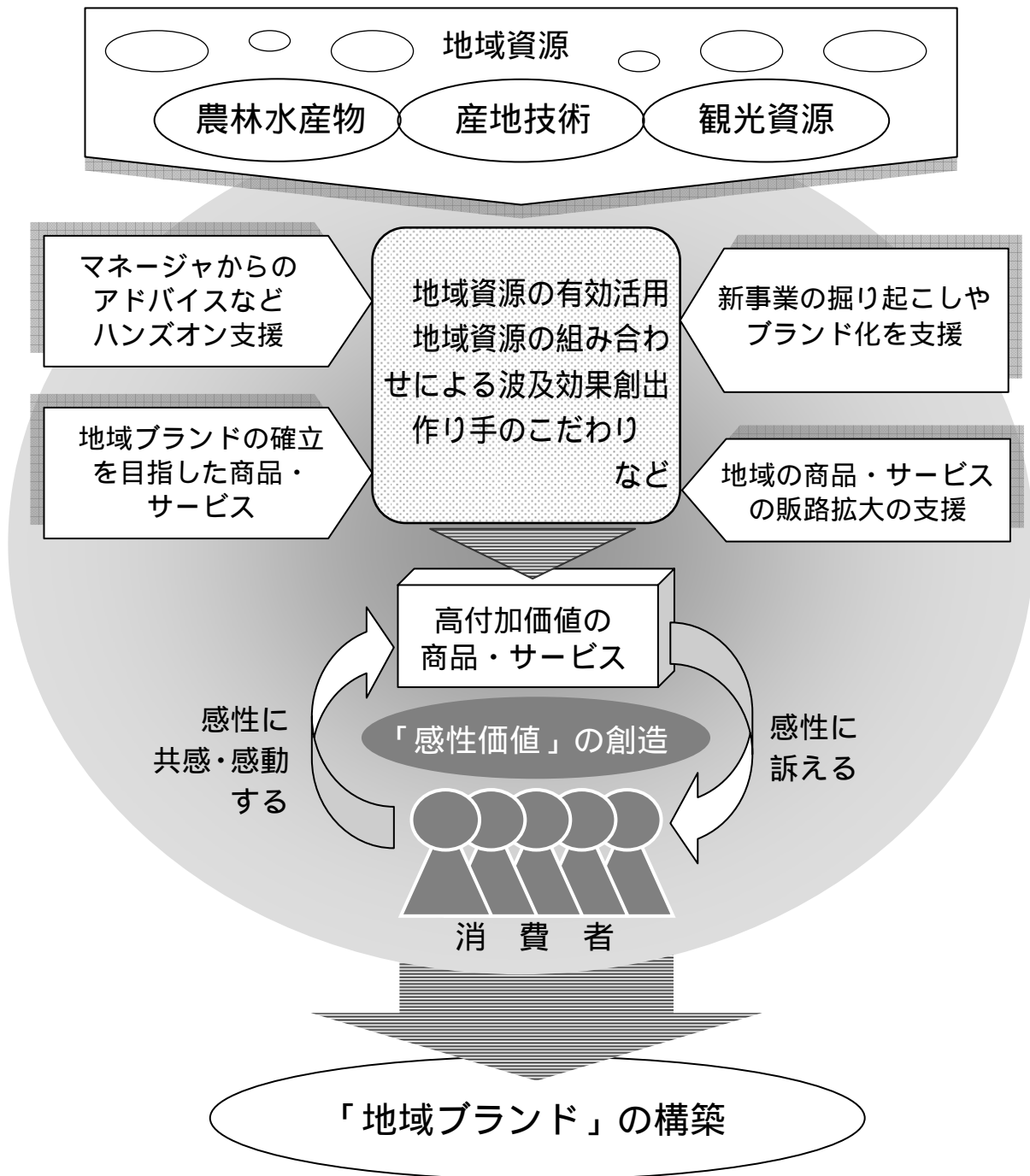
ブランド構築に向けた環境づくりの推進

ブランド構築への幅広い取り組みを促進するため、国の支援策等に関する情報提供やアドバイスをはじめ、活動を促進するための交流の場の提供や人材育成など、環境づくりを推進します。

ブランド定着化に向けた取り組みの促進

個々の商品やサービスのブランドが高まることにより、それが消費者の地域への理解や良いイメージの定着に結びつく好循環に繋がるよう、観光との融合を図り、商品・サービスの付加価値についての効果的な情報発信や活用促進を図ります。

地域ブランド構築のイメージ



2. “滋賀”ならではの環境関連産業の集積

〔目的〕

環境分野については、地球温暖化問題をはじめとする環境課題の解決と持続可能な経済社会システムを実現するため、より一層の先端的・総合的な環境技術の開発に取り組み、環境技術・製品・サービスによる新たな市場を創造していく環境ビジネスの振興が強く求められています。

このため、琵琶湖の環境保全に取り組んできた本県の実績を踏まえ、環境産業は滋賀でと言われるようブランド力を高め、滋賀ならではの特性を活かした環境関連産業の集積を図ります。

〔主な取り組み〕

環境産業クラスターの形成

環境分野における県内企業の強みやびわ湖環境ビジネスメッセの実績等を活かし、ネットワーク形成を図るとともに、技術開発や製品開発に加え、新技術評価や販路開拓に取り組むことにより、本県に環境産業技術の創出などの産学官金連携による技術開発プロジェクトや、製品開発が絶え間なく生み出していけるような環境産業クラスターの形成を目指します。

地域COEの構築

本県が取り組んできた地域結集型共同研究事業の成果を活かし、関係研究機関の有機的連携による研究成果の蓄積、継承、高度化を通して、地域における新技術・新産業の創出に資するために、継続的かつ積極的な運用ができる科学技術基盤としての地域COE（Center of Excellence）の構築を目指します。

商品化と販路開拓の促進

地元企業が持つ水質浄化技術や吸着技術などについて、国の競争的研究資金などを活用しながら産学官金・企業間の連携を促進し、商品化や販路開拓を推進します。

セミナー・広報誌活用等による啓発の推進

企業戦略としての環境行動や、環境に配慮した県民の消費行動などについて、セミナーや広報誌などを活用した啓発を実施します。

リサイクル製品のコスト削減・品質向上に向けた研究開発支援

資源リサイクル産業における生産コスト削減と品質向上を図るため、リサイクル製品の認定や公共事業での優先使用、研究開発を促進します。

企業等との連携によるエコプロダクツの技術開発の促進

エコプロダクツの技術開発を促進するため、企業等が行う研究や大学、試験研究機関などと企業等との連携を促進します。

環境関連産業集積のイメージ

環境関連産業の市場の拡大化
循環型社会への転換志向
環境関連産業に関する滋賀県の高いポテンシャル

県内における環境関連産業の振興

環境産業クラスターの形成
地域COEの構築
県内企業の環境技術の商品化及び販路拡大の支援
リサイクル製品の生産コスト削減や品質向上の支援
エコプロダクツの技術開発の促進 など

環境に関する意識の醸成

セミナー・広報誌などを
活用した啓発の推進 など

滋賀県の特性を生かした環境関連産業の集積

滋賀エコ・エコノミープロジェクト

滋賀エコ・エコノミープロジェクトは、経済界と滋賀県の共同プロジェクトとして、滋賀から日本、世界に向けて発信できる「新しい発展モデル」の実現を目指す取り組みです。

自然環境と人々の健康への負荷を低減しながら、県内に新たな雇用創出と事業活動における革新をもたらすための仕組みづくりと具体的なプロジェクトを推進し、持続的に発展できる健全で活発な経済社会を創造していこうとするものです。

3. 「産学官金」連携による新産業創出基盤の強化

〔目的〕

製造業がウェイトを占める本県産業が、将来にわたって発展を遂げていくためには、新たな産業創出のための基盤を強化していくことが重要です。

そこで、地域の大学や企業の互いの強みを活かした連携による新技術の開発や新事業への展開を促進するとともに、地域の金融機関、NPO法人、市町村等が連携し、中小企業が内外の競争力を高め、力強く成長・発展していくための産業振興策を戦略的に展開することにより、本県産業の自律的かつ持続的な発展を促進し、次代を担う新産業の創出を図ります。

〔主な取り組み〕

科学技術の振興と新技術シーズの創出

新しい滋賀の産業を創造するための原動力である科学技術の振興と新技術シーズの創出を図るため、大学の知的資源を活用した都市エリア産学官連携促進事業をはじめとする研究プロジェクトを推進し、地域の産学官金連携基盤の充実強化を図るとともに、研究成果の地域産業への技術移転を促進します。

共同研究プロジェクトの推進

財団法人滋賀県産業支援プラザが中心となり、県内の産業界、大学、公設試験研究機関等の連携による事業化に向けた研究テーマの発掘や、国等の大型研究開発プロジェクトの獲得に向けた事業計画の策定や共同研究体制づくりなど、中小企業の新技術開発や新事業への展開に向けての支援を強力的に推進します。

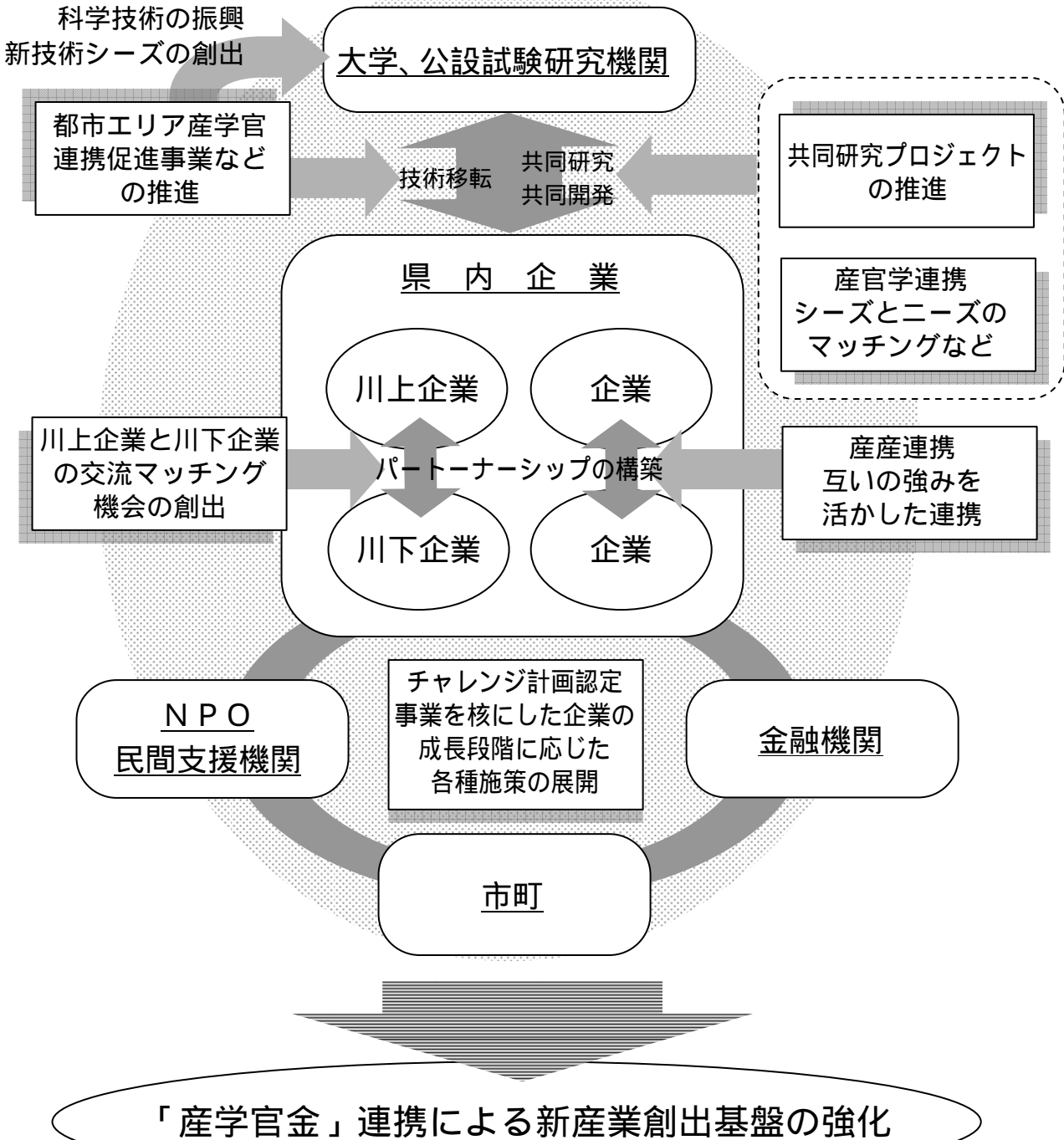
地域ネットワークによる支援

豊富な経験と人脈を備える企業OBを擁するNPO法人や、中小企業を資金面・経営面から支える金融機関、地域企業とのきめ細かなネットワークを有する市町等との緊密な連携により、優れた技術力と事業計画を有する中小企業を発掘し、チャレンジ計画認定事業を核に、企業の成長段階に応じた各種支援策を戦略的に展開します。

川上企業と川下企業との交流・連携の促進

本県経済を牽引する製造業のモノづくり基盤技術を担う川上中小企業と、マーケットに近い最終製品製造の川下大手企業との交流やマッチング機会を創出し、川下企業が必要とする技術と川上企業の保有する技術の「すり合わせ」を行うことにより、高品質・高性能な先端製品の開発・生産力の強化を図るとともに、新たな取引やパートナーシップの構築を促進します。

新産業創出基盤強化のイメージ



4. 「地」と「知」の利点を活かした戦略的な企業誘致の展開

〔目的〕

本県産業の持続的な発展と雇用の確保のためには、本社機能、研究開発機能を有する企業の積極的な誘致や県内に立地した企業の定着を図ることが重要となっています。

このため、本県の優れた立地環境や既存の産業集積・地域資源を十分に活用し、地域の産業の核となる経済波及効果の大きい企業を中心に誘致を図るなど、戦略的かつ積極的に企業誘致を推進するとともに、企業立地環境の向上による県内に立地した企業の定着を図ります。

〔主な取り組み〕

産業集積の創出・拡大に向けた誘致の推進

生産工場や関連企業を近隣に呼び込み、技術面や取引面で密接に繋がる企業群の集積を促進するなど、地域定着度が高い本社機能や研究開発機能を有する企業の積極的な誘致を図ります。

工場移転等に関する情報交換の実施

工場移転等に関する情報を入手し、県内工場用地をあっせんするため、商工団体や金融機関等との連携を強化し、情報交換を積極的に行います。

人材供給などの総合的支援策の導入

人材の供給や基盤整備、ワンストップ窓口の拡充など、企業の進出意欲を高めるための総合支援策の導入を図ります。

企業誘致優遇制度の効果的な運用

産業立地促進のための各種助成金や資金融資制度などの優遇制度の効果的な運用を図ります。

滋賀県経済振興特別区域制度の有効活用

経済振興特別区域制度における税制や融資面等の優遇措置を有効活用することにより、企業誘致を図ります。

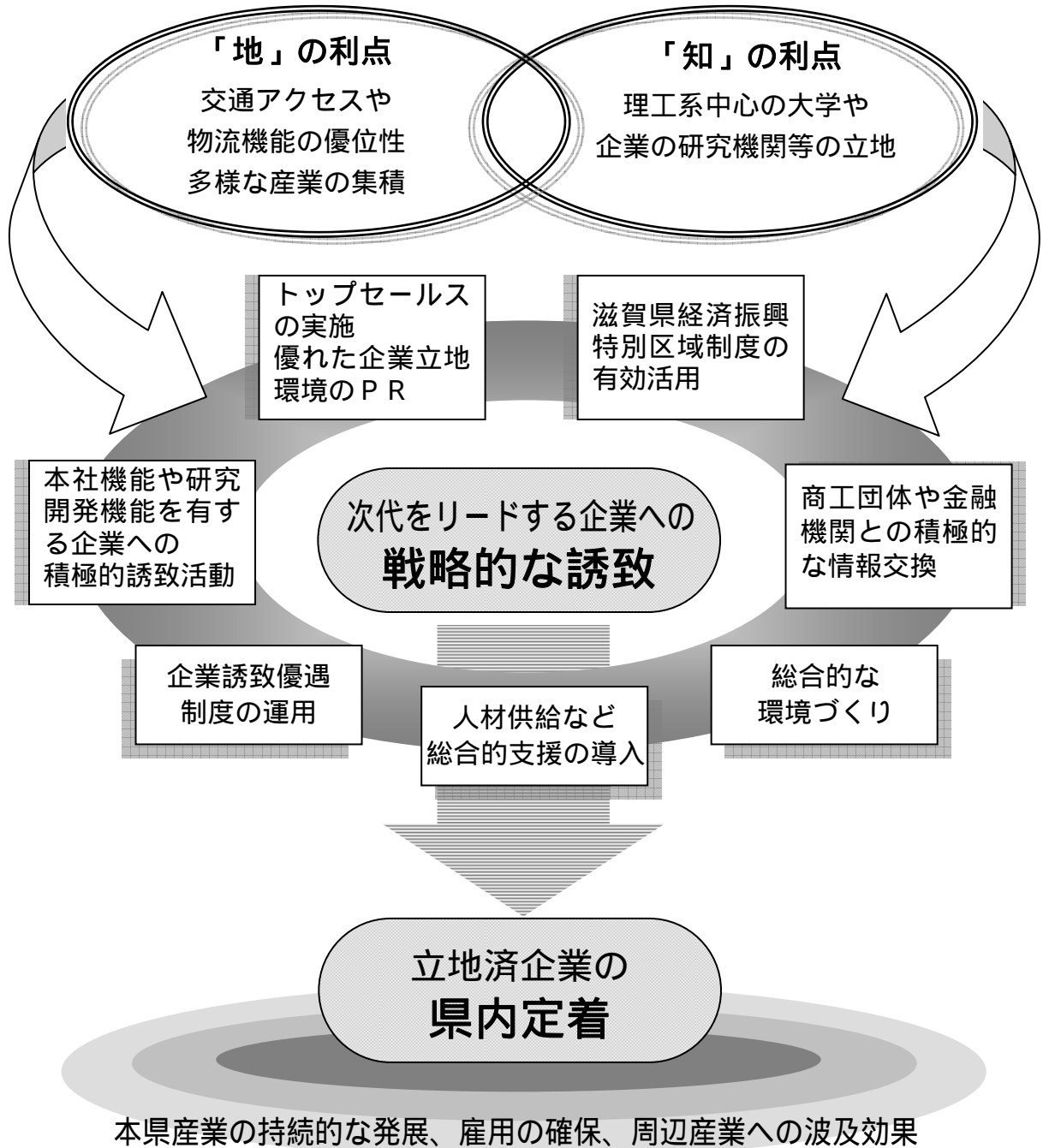
企業誘致活動の推進

知事自らが先頭に立って本県の優れた企業立地環境のPR等を行うトップセールスの実施をはじめとして、県内市町との密接な連携のもと、積極的な企業訪問活動を実施します。

総合的な環境づくり

産業活動にとっては、産業関連施設のみならず、文化、教育、自然環境、健康・福祉や交通インフラおよび都市基盤など生活関連の諸要素も重要であり、魅力ある滋賀を発信していくための総合的な環境づくりを推進します。

戦略的企業誘致のイメージ



5 . 中心市街地の活性化による魅力あるまちづくりの推進

〔目的〕

将来にわたって持続可能なまちづくりをめざすためには、居住人口の減少や大型店の郊外出店等に伴い失われつつある中心市街地のにぎわいと地域コミュニティ機能の再生が不可欠です。

このため、商店街をはじめ、地域住民や地域コミュニティが一体となって、商業、健康福祉、文化、観光など、総合的な視点から中心市街地の活性化に取り組み、魅力あるまちづくりを市町との連携により推進します。

〔主な取り組み〕

「挑戦する商店街」の自立的取り組みを促進

地域特性を活かし、創意工夫による魅力の向上やにぎわい再生に向けた商店街の積極的な取り組みを促進します。

連携・協働によるにぎわい・サービス機能の創出

地域のニーズに対応するため、商店街の空き店舗活用等により、事業者等による高齢者・子育て支援等のサービス提供やNPO、大学等によるにぎわい創出につながる取り組みを促進します。

コミュニティ機能の再生ならびにまちの魅力発信

地域住民や来訪者が商店街において交流の場として利用できる機能の再生や地域住民自らが、地域の文化・歴史など、まちの個性や魅力に気づき発掘し、来訪者にまちの魅力を発信する取り組みを促進します。

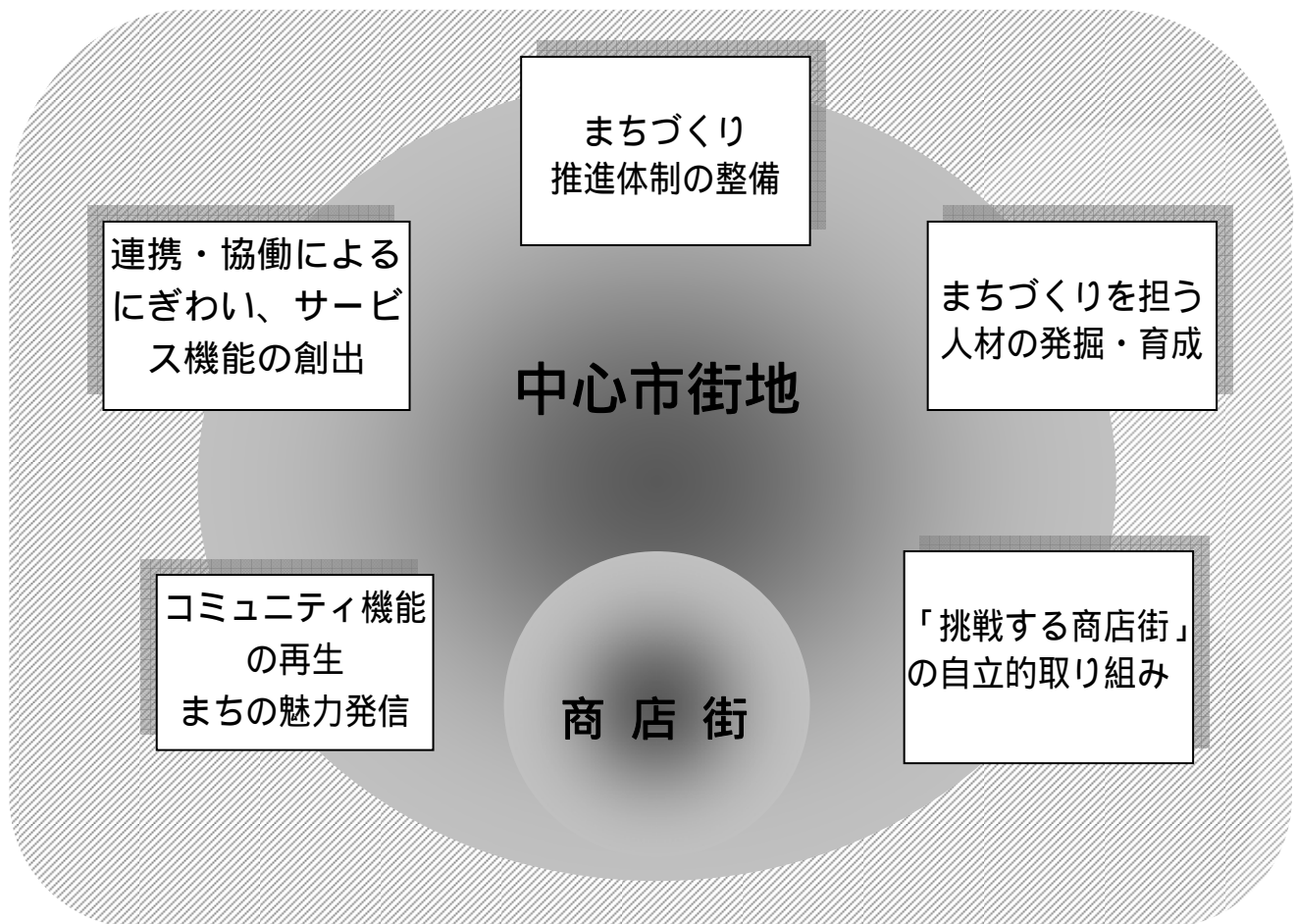
まちづくり推進体制の整備を促進

市町における中心市街地活性化協議会の設立や「中心市街地活性化基本計画」の策定など、商店街や地域住民、関係機関が一体となったまちづくりの取り組みを促進します。

まちづくりを担う人材の発掘・育成を促進

まちづくりを担う人材の発掘や育成を進めるため、次世代を担うまちづくりやリーダーの養成を促進します。

中心市街地活性化のイメージ



中心市街地のにぎわい再生

こどもや高齢者にもやさしく、歩いて暮らせるまちづくり

6 . 滋賀の歴史や自然を活かした観光産業の展開

〔目的〕

観光は、21世紀のリーディング産業と期待されており、観光産業の発展は、来訪者を通して本県経済の拡大につながります。国内はもとより海外から本県への誘客を推進するため、来訪者の多様なニーズへの対応をはかるとともに、地元市町や観光団体等とも連携し、琵琶湖をはじめとした本県の歴史や自然を活かした魅力あふれる観光地づくりと、本県観光の魅力を国内外へ継続的にアピールを図る等、誘客宣伝に取り組みます。

〔主な取り組み〕

個性あふれるニューツーリズムの推進

琵琶湖をはじめとする豊かな自然や歴史、文化など本県の地域特性を打ち出した新たな観光資源の創出を図るとともに、これらの観光資源を味わい楽しむための、自然を活かしたエコツーリズムや農業体験等を行うグリーンツーリズム等を推進します。

おもてなしの心の醸成と充実

観光関係者と県民が一体となって本県への来訪者を温かく迎え、良質のサービスを提供することにより、来訪者が再び訪れたいような観光地づくりを目指し、県民の受け入れ意識高揚や観光地の美化等の取り組みを展開するとともに、研修会の開催や啓発活動等により、ホスピタリティの質の向上に努めます。

観光付加価値の創出

県内の優れた「観光地」、「食」、「特産品」の中から逸品を選定し、付加価値化を図るとともに、大都市圏等をPRのターゲットとした滋賀の魅力アップやイメージアップ戦略を図ることにより、観光客のリピーター化や新たな観光客の増加を図ります。

団塊の世代をターゲットとした誘客の推進

これからの観光マーケットの中核を担うと期待される団塊の世代のニーズに対応した体験学習型の旅行商品の造成を図るとともに、新たな付加価値（例えばストーリー性）のあるツアーコースを設定し、広域観光ルートの充実を図ります。

国際コンベンションの促進

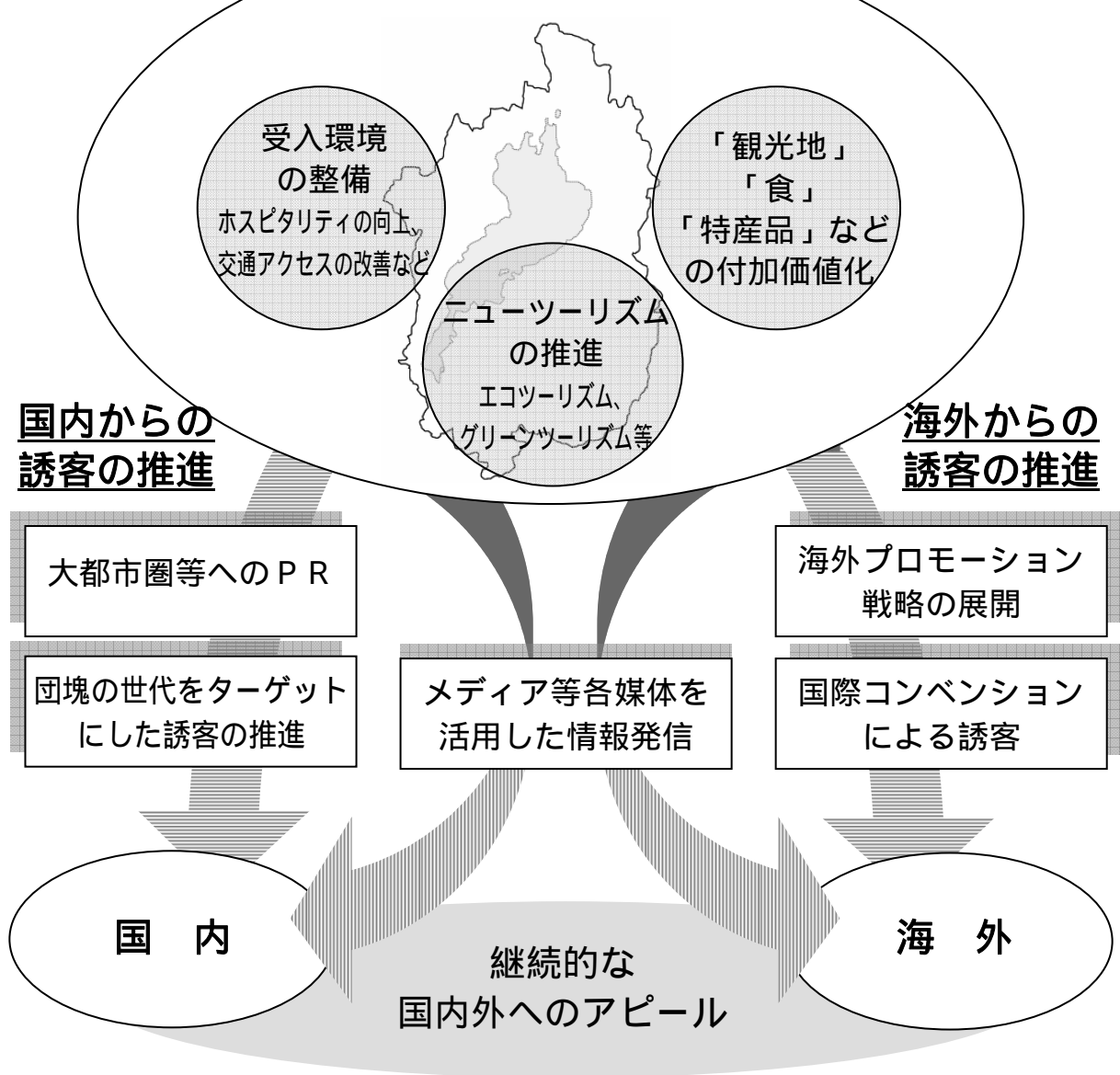
本県の水辺のロケーションは、国際コンベンションを誘致していくには、高いポテンシャルとなることから、トップセールスなどを通じて観光誘客を促進します。

海外プロモーション戦略の展開

ツアー造成を図るため、海外エージェントおよびマスコミ関係者等を本県に招聘し、本県の魅力のPRを図るとともに、国の「ビジットジャパンキャンペーン事業」を活用した広域連携による海外プロモーションなどにより、海外からの観光誘客を図ります。

歴史や自然を活かした観光産業のイメージ

歴史や自然を活かした魅力ある観光地づくり



7. 「モノづくり立県」を支える人材の育成

〔目的〕

少子高齢化などにより生産年齢人口が減少する中で、若年者を中心としたモノづくり離れが進んでいます。製造業の占める割合が高い本県産業の持続的発展のためには、モノづくりの技術・技能の継承に加え、企業活動の担い手である産業人材の育成、とりわけ、今後の滋養を支えていく若年者等の人材育成の重要性が高まっています。

このため、若年者等の育成に向け、技術、技能の向上を支援するとともに、個人の適性にあったキャリア形成や職業能力開発を実施するなど「モノづくり立県」を支える産業人材の育成を図ります。

〔主な取り組み〕

実践型人材育成システムの推進

現場の戦力となる人材の育成を図るため、企業が主体となって実施する職業訓練と企業実習を組み合わせた雇用直結型の実践型人材養成システムを推進します。

経済界と教育界が連携した工業高校における実践的な人材育成プログラムの充実

機械、電気、電子、化学分野等で企業ニーズに即した実践教育を導入し、企業・工業高校双方が抱える課題を解決し、地域に根ざし地域に生きる「モノづくり人材」を恒常的に育成供給する新たな仕組みづくりを目指します。

若年技能者の顕彰

若者の技能離れや熟練技能の次世代への継承を図るなど、モノづくり人材の育成を図るため、優秀な若年技能者を「おうみ若者マイスター」として認定し、県主催のイベントなど技能振興活動を行うことで、若い技能者の技能研さんへの意欲向上と社会全般に技能を尊重する気運の醸成を目的として実施しています。

県内の大学生の人材確保への取り組み

県内の企業が県内の大学から輩出された人材を十分に活用することができるようにするため、企業自身が魅力をPRするとともに、企業と教育機関が相互理解を促進するための環境づくりを図ります。

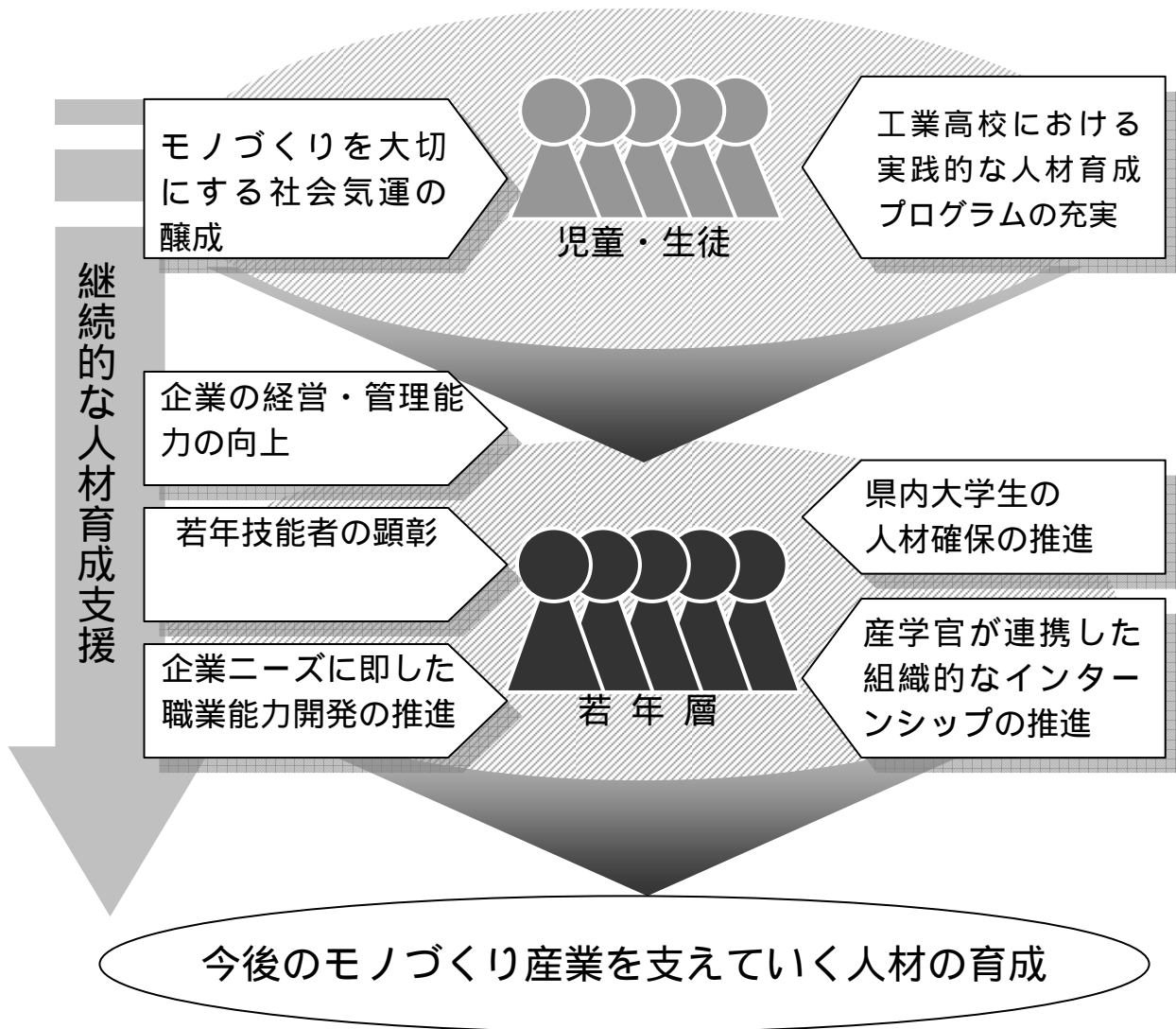
モノづくり企業の明日を担う人材の育成

モノづくり中小企業の競争力強化と持続的な成長・発展を促進するために、中核的支援機関等が中心となり、企業の技術者を対象とした技術研修や試験分析講習会等を開催するとともに、地域の大学や産業界と連携し、中小企業の明日を担う人材の経営・管理能力の向上と後継者の育成を図ります。

モノづくりを大切にする社会気運の醸成

小中学生を対象としたモノづくりや技能に触れる機会を提供することにより、職業意識の醸成と技能が尊重される気運の醸成を図ります。

モノづくり人材育成のイメージ



第6章 推進にあたって

本県産業活動の目指すべき姿である活力ある“しが”の未来を拓く産業の創出のためには、産業活動の主体である中小企業者による意欲的な取り組みが不可欠ですが、さらに、県等の行政機関や商工団体等の産業団体、大学等がそれぞれの立場で、相互に連携を図りながら協働していくことが重要です。

指針に掲げられた取り組みは、目標とする本県産業の姿を実現していく手段であり、常に状況の変化や取り組みの効果を見極めながら、関係者との適切な役割分担のもと、より効果的な目標実現のための方策を柔軟に展開していきます。

1. 多様な主体の中での県の役割

企業などによる事業活動は本来経済原則に基づく営利活動であるため、行政の関与はこれまで間接的・補完的なものに限られてきました。しかし、地域の主体性の発揮による自律的な地域経営が求められる現在、産業活動の活性化による地域の活力の維持・増進に向け、より先導的かつ積極的な役割が求められています。

(1) 産業活動がしやすい環境整備

企業が集まり、成長するためには、産業活動がしやすくなる環境づくりが重要です。また、産業を支える上で基盤となる企業の従業員が住みやすく、働きやすい環境づくりも産業振興に欠かせません。このため、産業基盤整備のほか通信基盤や都市基盤整備などの社会資本の整備や自然環境の保全に努め、産業が集積し、発展しやすい環境の整備を進めます。

また、教育を含めた人材育成、資金供給、コーディネート機能などのソフト面の基盤整備にも積極的に取り組むとともに、福祉の充実や魅力的な地域文化を育むための文化振興を図っていきます。

(2) 産学官金連携の仲介機能

産業集積の内発的発展や技術集積の高度化を促進するためには、産学官金の連携が活発に展開されることが重要です。県は、これら連携の当事者として、また、仲介役としての役割を果たしていきます。

(3) 市町や経済団体等との連携

企業誘致等による地域経済の活性化や地域コミュニティの再生に向け、まちづくりなどの地域共通の問題解決が求められており、商店街、観光、コミュニティビジネス、サービス産業など地域に根ざした産業の促進が必要であることから、市町や経済団体等との連携を強化し、産業施策の促進や協力を効果的に行っていきます。

(4) 国等との連携

近畿経済産業局や独立行政法人科学技術振興機構等との連携を密にするとともに、産業施策面の提案や連携した施策の展開を図ります。

2 . 各主体の創造的活動への役割

(1) 企業の役割

経済活動の主役は企業であり、中小企業の活性化のためには、中小企業自身のたゆまぬ努力や挑戦していく姿勢を持つことが求められています。そして、中小企業の良きパートナーとしての大企業の果たす役割への期待も大きいと言えます。

企業には、支援機関・行政等の様々な活性化策の効果的な活用を通じて、経営力や技術力等を強化し、既存企業の絶えざる改善や新事業分野への開拓等に積極的に挑戦し、また、まちづくり・文化・福祉など様々な面で市民の暮らしをより豊かにしていくことへの寄与が求められています。

(2) 大学・研究機関等の役割

地域産業の内発的な発展のためには、大学などの研究機関の持つ研究成果や研究開発能力の活用が必要不可欠です。高度かつ専門的な知識の集積という点で、大学や高等専門学校などの教育機関や研究機関が果たしうる役割は非常に大きいと言えます。

大学・研究機関等には、優秀な人材を育成して社会に供給するとともに、企業との連携等を通じて新たな研究分野の開拓等を積極的に行い、豊富な知識・知恵を社会に還元し活かしていくことが求められています。

(3) 支援機関の役割

中小企業の活性化のための支援機関は、県内には県や市町の関係機関、各経済団体、商工団体、業界団体、労働団体など、様々な機関があり、それぞれの特性を活かして、高度化、多様化するニーズに対応した専門的できめ細かいサービスの提供や、様々な主体や資源を結びつけるコーディネーターとしての役割などを担っています。

中小企業の活性化を目指す上で、これらの支援機関が連携し、相互に補完することが極めて重要であり、それぞれの機能を活かした総合的な中小企業の活性化が望まれています。

(4) 金融機関の役割

中小企業が事業を営むには、必要な資金の調達が不可欠です。中小企業がそれぞれの規模や段階等に応じて、経済状況の変動等に左右されず、必要な資金を安定的に調達することができるよう、資金調達手段の多様化が求められています。

中小企業が資金調達を行うにあたっては、企業の規模や状況により、民間金融機関によるプロパー融資や政府系金融機関による融資など様々な選択肢があり、円滑な資金供給に重要な役割を担っており、特に、地域金融機関には、リレーションシップバンキングへの取り組みなどで、地域に密接した、地域ニーズに応える役割が求められています。

(5)市町の役割

市町は、企業の誘致や地位に密着した産業の活性化、さらに将来を担う人づくりに向け果たす役割は大きく、地域の産業や人づくりに、県と市町が連携しながら、主体性やマネジメント機能を発揮し、積極的に取り組んでいくことが求められています。

(6)県民等の役割

県民が主体となるNPOやボランティア団体等の活動範囲は、医療・福祉・介護、社会教育、環境保護、産業支援、まちづくりなど多岐にわたっており、地域社会にとって、新しい産業の担い手として重要な役割を果たすようになっており、これらの活動に取り組むことにより、地域社会に大きく貢献することが求められています。

3 . 指針の推進体制

(1) 評価・検証に基づく推進

指針を実効性の高いものとするためには、目標達成に向け、実施した取り組みの評価・検証を行うとともに、環境の変化や企業ニーズなどに柔軟に対応して、取り組みの有効性を追求していくことが必要となります。

このため、取り組みの推進に当たっては、滋賀県産業振興推進会議等により、施策の実施状況や効果などについて評価・検証を行い、改善策を検討し、事業に反映させるよう努めるなど、より効果的・効率的な展開を図ります。

(2) 部局連携による推進

産業の複合・融合化が進み、産業の垣根がなくなりつつある中で、効果的な施策を実施していくためには、部局横断的な連携を緊密に進める必要があります。

商工サービス業と農業、林業、観光業との関わりは、今後、新産業の創出や産業の変革を進めて行く上で特に重要となっていくことから、これらに関係する全ての部局との連携の強化を図ります。また、産業にとって重要な人材の育成・確保のために、教育や福祉等の施策との連携も進めます。