

(3) 産業構造

① 全体

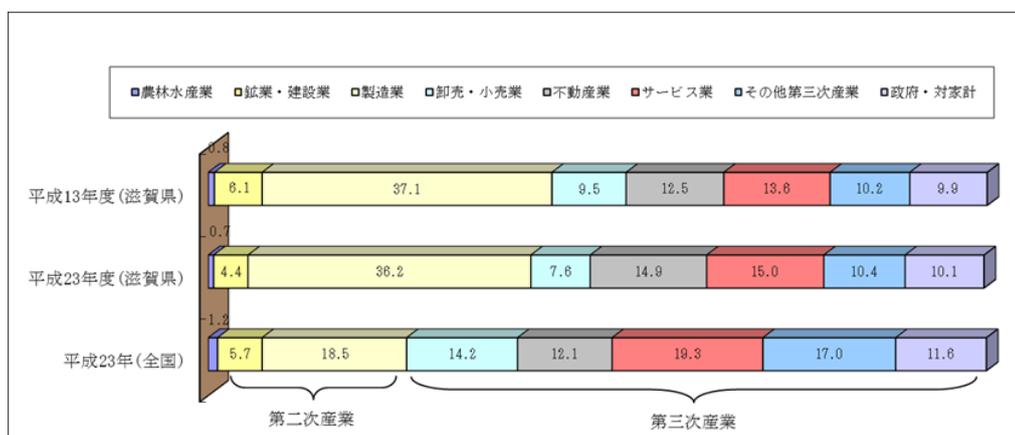
○ 高い第二次産業の割合

平成23年度の県内総生産の産業別構成比をみると、第二次産業の比率は40.6%となっています〔図表25〕。低下してきてはいるものの、全国平均と比較した場合には依然として高く、全国第1位となっています。

こうした中、製造品出荷額等について、全国に占める本県の位置を平成15年と24年で比較してみると、いずれの年も第16位と中位に位置し、この間、本県の位置は変化していないと言えます〔図表26〕。

一方、第三次産業の比率は、58.0%と増加してきてはいますが、全国平均と比較した場合には低くなっています〔図表25〕。

〔図表 25〕 経済活動別の県内総生産および国内総生産における構成比(名目)



(資料) 滋賀県統計課「平成23年度滋賀県民経済計算」

〔図表 26〕 製造品出荷額等の都道府県順位(従業者4人以上の事業所)

【平成15年】	都道府県名	製造品出荷額等 (百万円)	【平成24年】	都道府県名	製造品出荷額等 (百万円)
1	愛知	35,483,657	1	愛知	40,033,226
2	神奈川	18,752,201	2	神奈川	17,461,302
3	静岡	15,963,846	3	大阪	16,022,741
4	大阪	15,544,946	4	静岡	15,707,724
5	埼玉	13,069,108	5	兵庫	14,347,022
6	兵庫	12,345,365	6	千葉	12,388,483
7	東京	11,306,063	7	埼玉	12,139,338
8	千葉	10,888,796	8	茨城	11,097,744
9	茨城	10,072,152	9	三重	10,136,969
10	三重	7,803,865	10	広島	8,342,810
11	栃木	7,704,456	11	福岡	8,333,733
12	群馬	7,285,550	12	東京	8,198,209
13	福岡	7,257,990	13	岡山	7,628,040
14	広島	6,973,107	14	群馬	7,452,663
15	岡山	6,402,422	15	栃木	7,434,120
16	滋賀	5,789,706	16	滋賀	6,291,238
17	長野	5,683,312	17	北海道	6,139,425
18	北海道	5,320,408	18	山口	6,086,021
19	福島	5,220,419	19	長野	5,087,805
20	山口	5,122,189	20	岐阜	5,008,158

(資料) 経済産業省「工業統計調査」

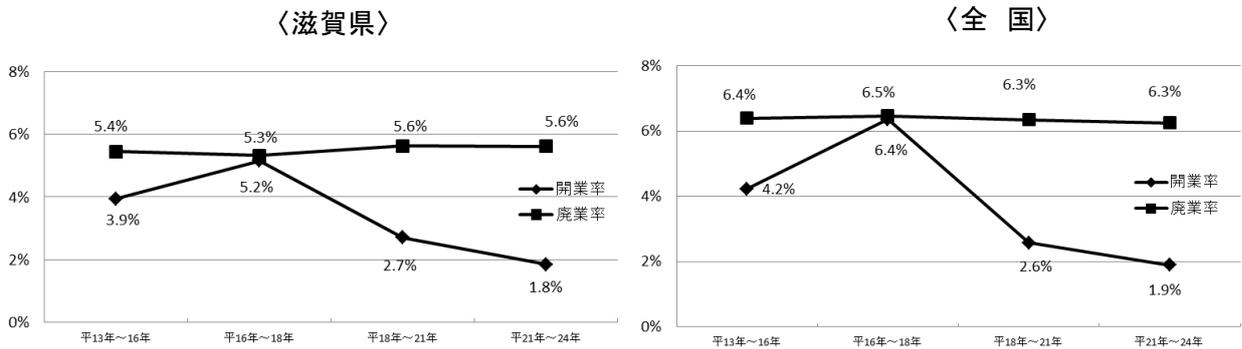
○ 廃業率が開業率を上回って推移

本県では、全国と同様、近年、廃業率が開業率を上回る状況が続いており、平成21年～24年の開業率は1.8%、廃業率は5.6%となっています〔図表27〕。

有業者に占める起業者の割合をみると、男女とも全国の中では低位となっています〔図表28〕。

新たな需要の開拓や雇用の創出を図り、産業の新陳代謝を進めていくため、創業や新事業の創出を促進していく必要があります。

〔図表 27〕 滋賀県の開業率・廃業率の推移(民営事業所・全産業)

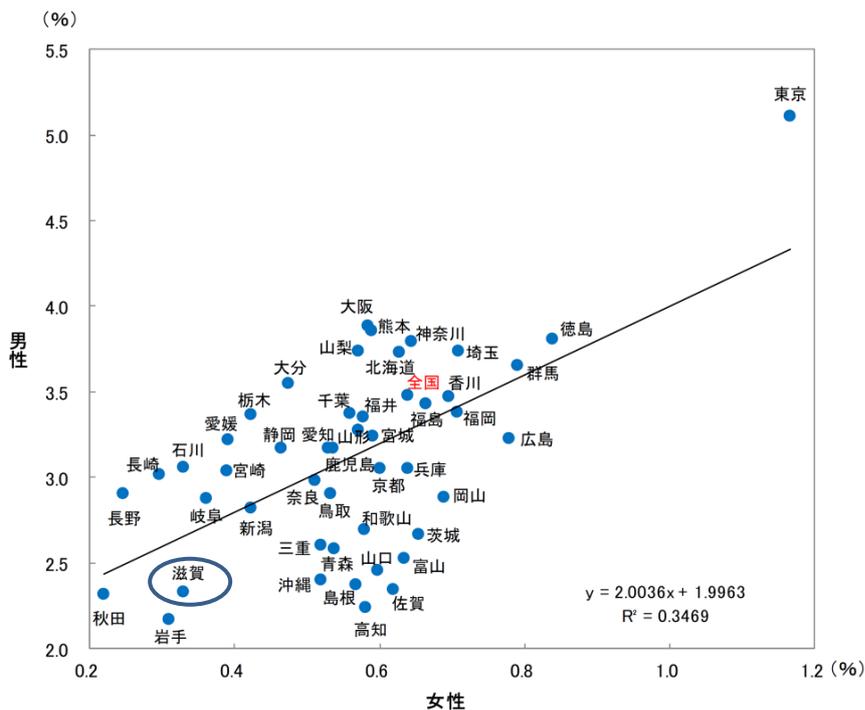


(資料) 総務省 「事業所・企業統計調査」、「平成 21 年経済センサス基礎調査」、「平成 24 年経済センサス活動調査」から作成

注 1) 中小企業庁「中小企業白書 2014」と同様の手法により作成。ただし、「中小企業白書 2014」は非一次産業の数値であるが、ここでは、滋賀県、全国ともに、第一次産業を含む全産業値である。

注 2) 平成 18 年～21 年の数値は、開業事業所の定義が異なるため、過去の数値と単純に比較はできない。また、開業事業所と廃業事業所の定義の違いにより、開業率と廃業率を単純に比較はできない。

〔図表 28〕 都道府県別男女別有業者に占める起業者の割合



(資料) 内閣府「地域経済の活性化に向けた女性の活躍促進について」(平成 26 年 4 月)

○ 外需を獲得する製造業と県内の需要に応える商業・サービス業

本県産業について、県外（海外を含む。）と県内とのモノやサービスの流れに着目してみると、製造業は、そのほとんどの業種で、移輸出率が高くなっています。

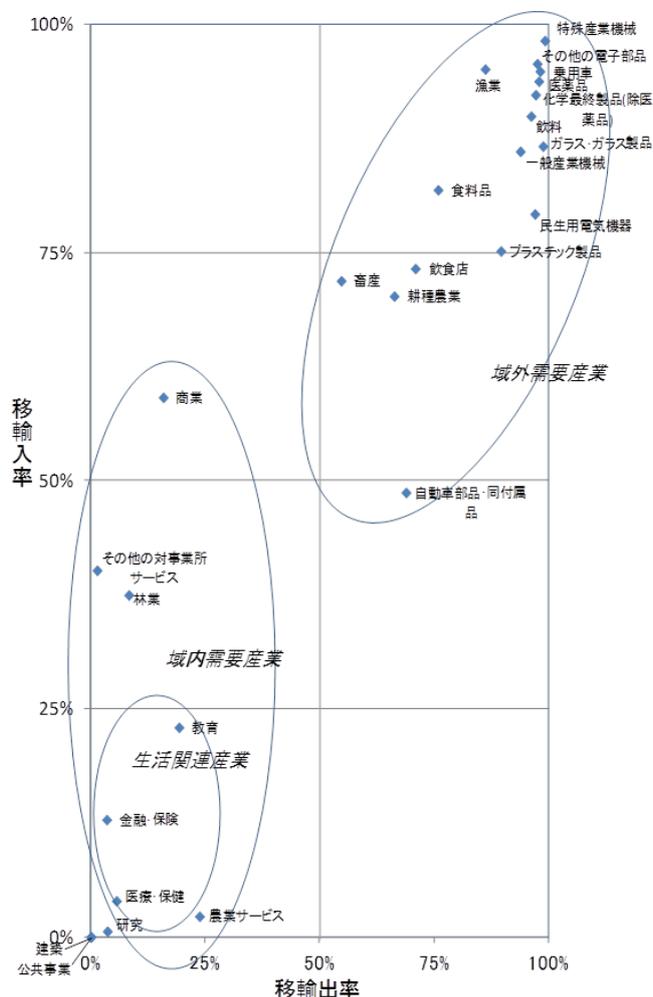
県外から原材料を調達し、生産活動を行い、移輸出を通して、県内に所得と雇用機会をもたらす「域外需要産業」であると言えます。

一方、医療・保健や教育、その他の対事業所サービス、商業などは、移輸出率が低く、県内の需要に応じて、県民の生活や県内企業の事業活動に必要なモノやサービスを提供し、県民に雇用機会をもたらす「域内需要産業」であると言えます。

特に、医療・保健や教育などの生活関連産業は、移輸出率も移輸入率も低く、県内で需給がほぼ完結しています。

また、建設産業は、域内需要産業として、県内における社会資本の整備や維持、災害に強い県づくりの担い手としての重要な役割が求められています〔図表29〕。

〔図表 29〕 主な品目の移輸出入分析



(資料) 滋賀県統計課「平成17年滋賀県産業連関表」

今後、グローバル競争が一層激化し、また、国内市場の縮小が見込まれる中で、本県経済の活性化を考えるうえでは、「域外需要産業」である製造業の一層の競争力強化を図り、県外の需要をさらに取り込んでいくことが重要です。

同時に、獲得した資金の流出を抑制し、県内での循環を促進させることが重要になってきます。そのためには、「域内需要産業」の果たす役割が重要であり、県民や県内企業の需要にきめ細かに応えるモノやサービスの創出を図ることにより、県内において、人・モノ・資金が循環し、さらに、新たな需要が開拓され、雇用が生み出される好循環を形成していく必要があります。

注) 移輸出：県内から県外への販売をいい、国内への移出と国外への輸出からなる。
 移輸入：県内における県外からの購入をいい、国内からの移入と国外からの輸入からなる。
 ・ 移輸出率：移輸出額／県内生産額 ・ 移輸入率：移輸入額／県内需要合計

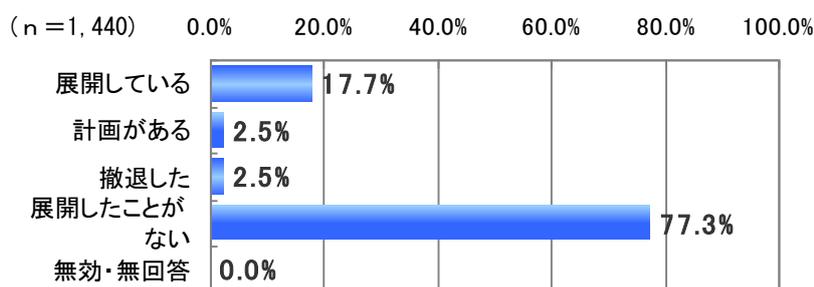
○ 進む県内企業の海外事業展開

「平成25年度・県内企業海外展開実態・意向等調査報告書（平成26年2月・滋賀県）」をみると、海外事業を展開していると回答した企業は17.7%（255社）となっています〔図表30〕。そのきっかけとしては、「海外市場への販路開拓」や「新たな事業展開」とする企業が多くなっており、海外を生産拠点というよりも市場として強く意識していることがうかがえます〔図表31〕。

海外事業展開の結果、売上や利益が「増加・拡大」したとする企業は、約半数にのぼり、また、雇用については、8割以上の企業で拡大または維持となっています〔図表32〕。なかでも、海外に拠点を設置した企業（117社）について、その国内での影響に着目してみると、雇用や設備投資が「増加・拡大」したとする企業の割合が、海外展開企業全体に比べて高くなっており、海外での拠点の設置が、国内での雇用などの面においても好影響を示す結果となりました〔図表33〕。

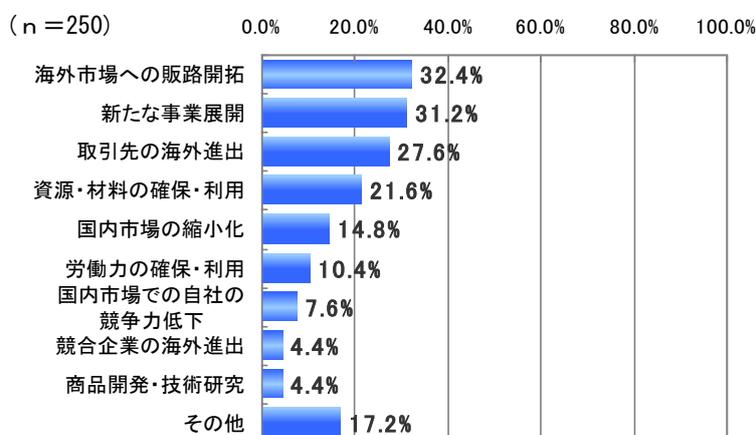
今後、成長が見込まれる新興国等での新たな需要の獲得に向け、県内企業が事業基盤を県内に維持しつつ行う海外事業展開を促進していくことが重要です〔図表34〕。

〔図表 30〕 海外事業展開状況



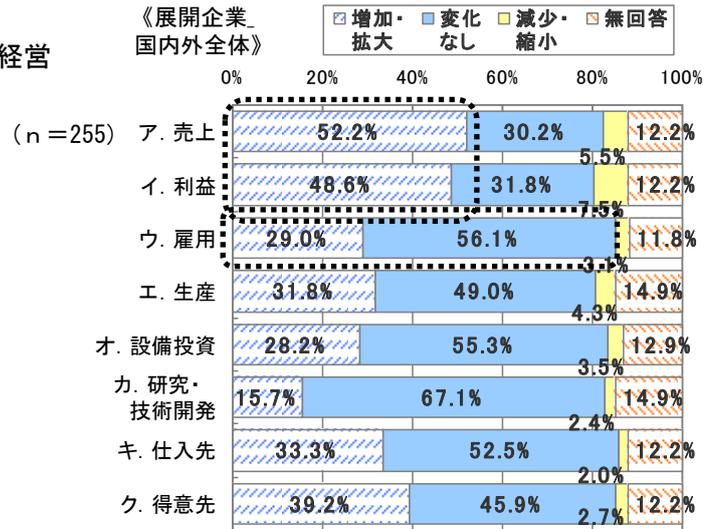
（資料）滋賀県「平成25年度県内企業海外展開実態・意向等調査報告書（平成26年2月）」

〔図表 31〕 海外事業展開を進めたきっかけ



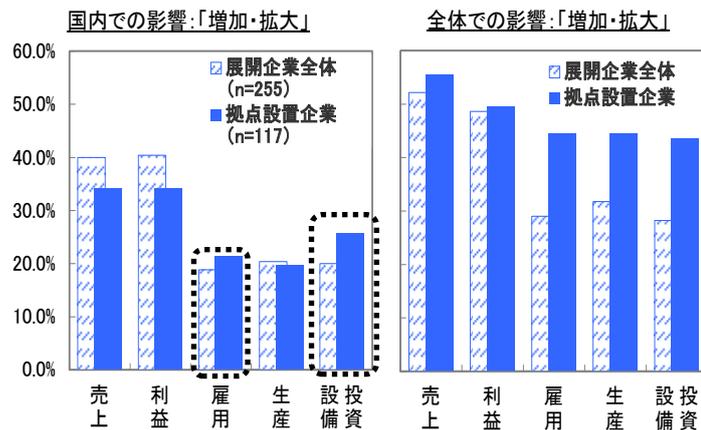
（資料）滋賀県「平成25年度県内企業海外展開実態・意向等調査報告書（平成26年2月）」

〔図表 32〕
海外事業展開が企業経営
に与えた影響



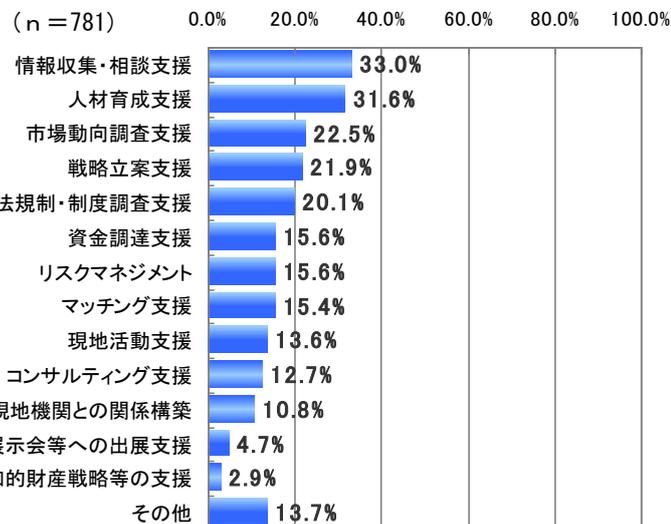
(資料) 滋賀県「平成 25 年度県内企業海外展開実態・意向等調査報告書 (平成 26 年 2 月)」

〔図表 33〕 海外事業展開が企業経営の「増加・拡大」に与えた影響



(資料) 滋賀県「平成 25 年度県内企業海外展開実態・意向等調査報告書 (平成 26 年 2 月)」

〔図表 34〕 海外事業展開を行う上で利用したい支援サービス



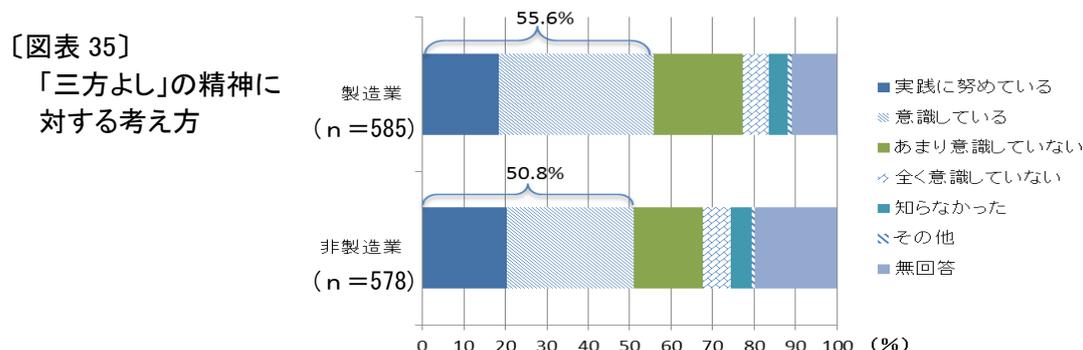
(資料) 滋賀県「平成 25 年度県内企業海外展開実態・意向等調査報告書 (平成 26 年 2 月)」

○ 受け継がれる「三方よし」の精神

「滋賀県中小企業等実態調査報告書」（平成24年3月・滋賀県商工観光労働部・龍谷大学経済学部）」をみると、「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」の精神について、「その実践に努めている」または「意識している」と回答した企業は、製造業、非製造業ともに合計で5割を超えており〔図表35〕、近江商人の教えが今日の企業の経営理念に深く浸透していることがわかりました。

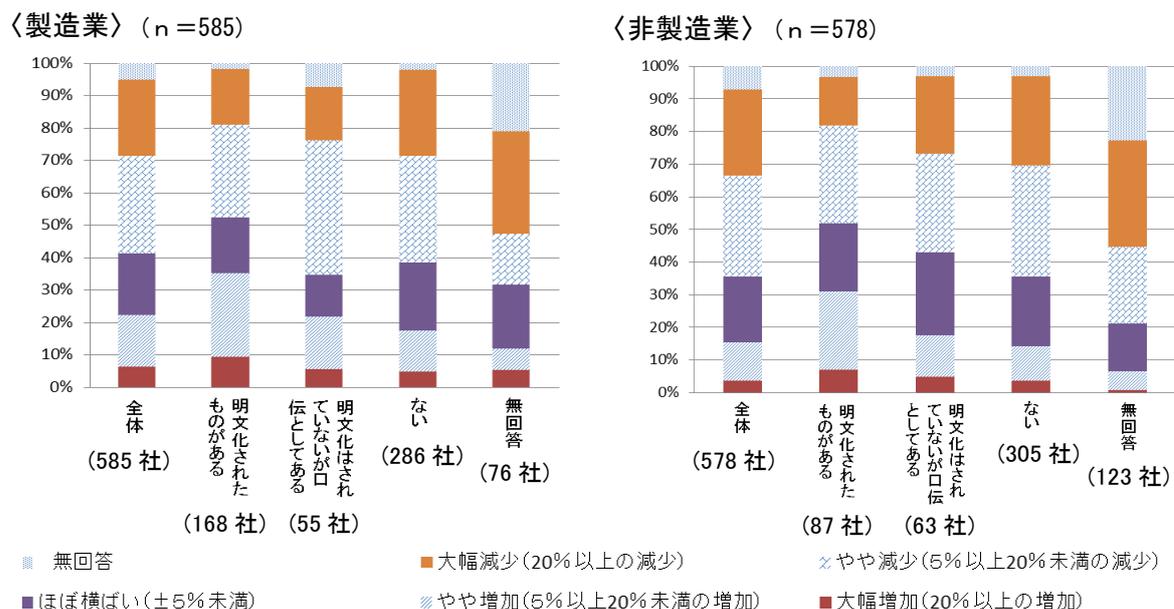
この傾向は、明文化された家訓等がある事業所ほど強くなっており、製造業でみると、家訓等がある（口伝を含む。）事業所では、「その実践に努めている」または「意識している」と回答した企業の割合が合計で76.2%であるのに対し、家訓等がない企業では、その割合は46.1%となっています。

また、家訓等がある事業所は、そうでない事業所に比べ、3期前と比較して売上高が増加していると回答した事業所の割合が高くなっており〔図表36〕、同調査では、全体的な傾向として、家訓等があり、「三方よし」の精神を重視している事業所は、そうでない事業所に比べて、経営が堅調なところが多いと推察されています。



（資料）滋賀県商工観光労働部・龍谷大学経済学部「滋賀県中小企業等実態調査報告書（平成 24 年 3 月）」

〔図表 36〕 家訓等の有無と3期前と比較した売上高・製品出荷額の変化割合



（資料）「滋賀県の中小製造業に関する滋賀県と龍谷大学との共同研究報告書（平成 25 年 7 月）」

（資料）「滋賀県の中小企業（非製造業）に関する滋賀県と龍谷大学との共同研究報告書（平成 26 年 3 月）」

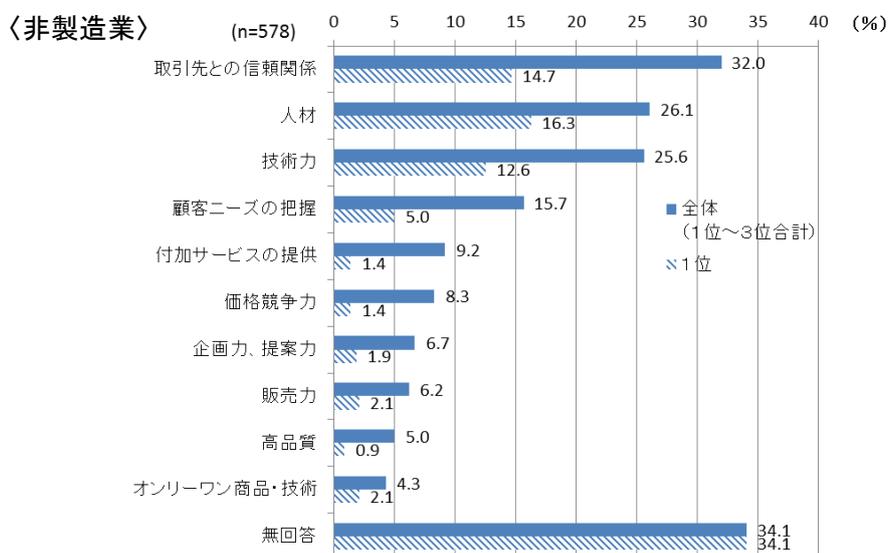
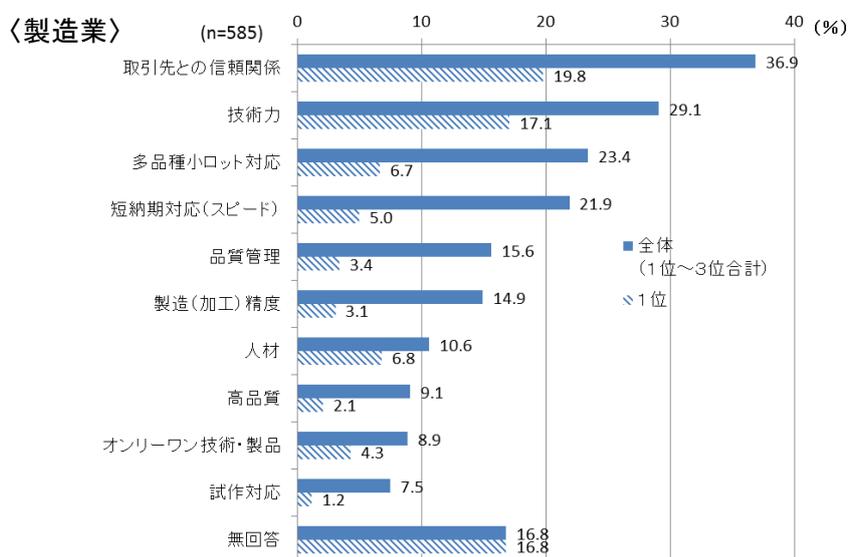
○ 「取引先との信頼関係」と「技術力」を強みとする中小企業

前述の調査報告書をみると、本県中小企業では、「自社の強み」として、製造業、非製造業ともに、「取引先との信頼関係」をあげる企業が最も多く、また、「技術力」をあげる企業も多くなっています〔図表37〕。

「今後強化したいもの」としては、製造業では「人材」をあげる企業が最も多く、次いで「技術力」「販売力」「品質管理」「生産効率」となっています。また、非製造業でも、「人材」をあげる企業が最も多くなっており、次いで「販売力」「技術力」「顧客ニーズの把握」となっています〔図表38〕。

こうした中小企業の強みを活かし、課題の克服に向け、企業のニーズに応じた的確な支援を行うことが必要です。

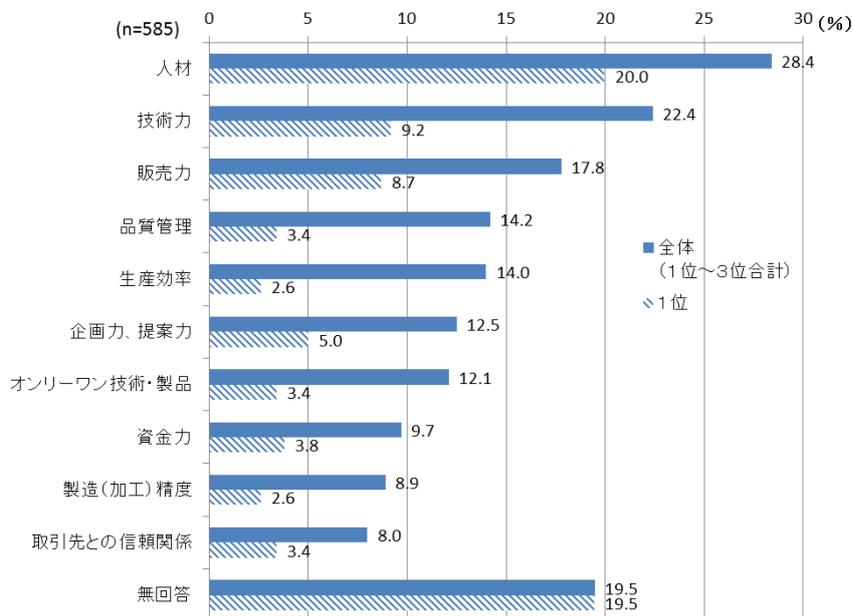
〔図表 37〕 企業としての現在の強み ※上位 10 位まで



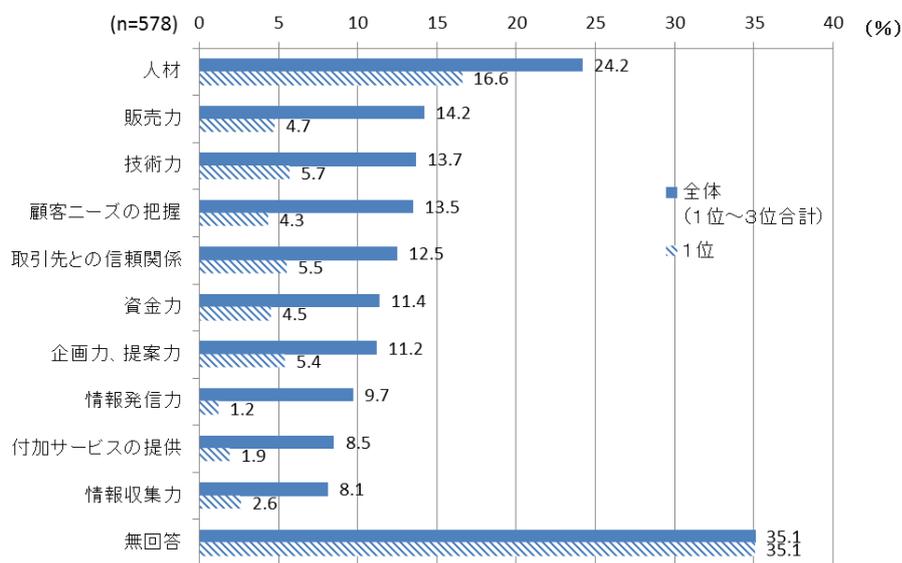
(資料) 滋賀県商工観光労働部・龍谷大学経済学部「滋賀県中小企業等実態調査報告書(平成24年3月)」

〔図表 38〕 企業として今後強化したいもの(製造業) ※上位 10 位まで

〈製造業〉



〈非製造業〉



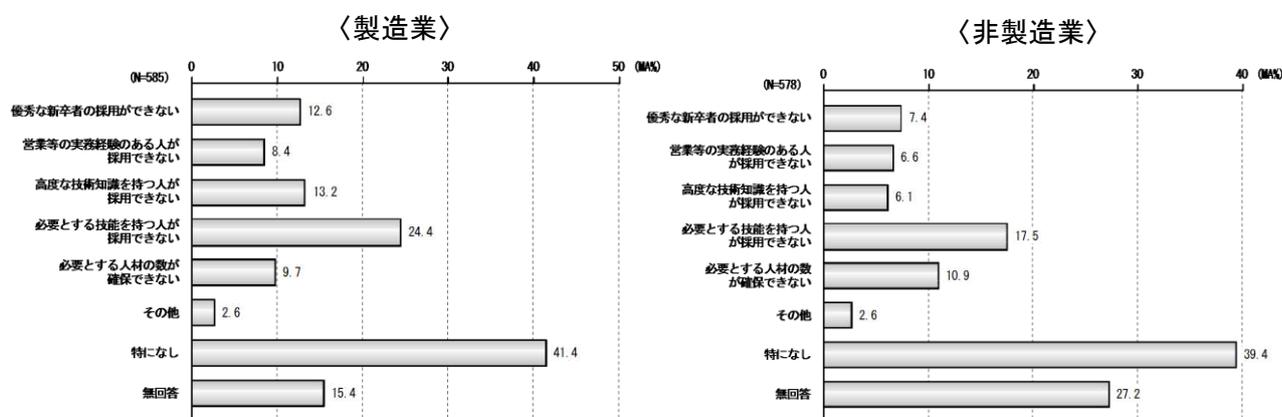
(資料) 滋賀県商工観光労働部・龍谷大学経済学部「滋賀県中小企業等実態調査報告書(平成24年3月)」

○ 困難な人材の確保・育成

前述のとおり、本県中小企業では、製造業、非製造業ともに、「今後強化したいもの」として、「人材」をあげる企業が最も多くなっていますが、現状として、「必要とする技能を持つ人が採用できない」といった課題を抱え〔図表39〕、また、人材育成上の問題点として「時間がとれない」「資金がない」といったことをあげる企業が多くなっています〔図表40〕。

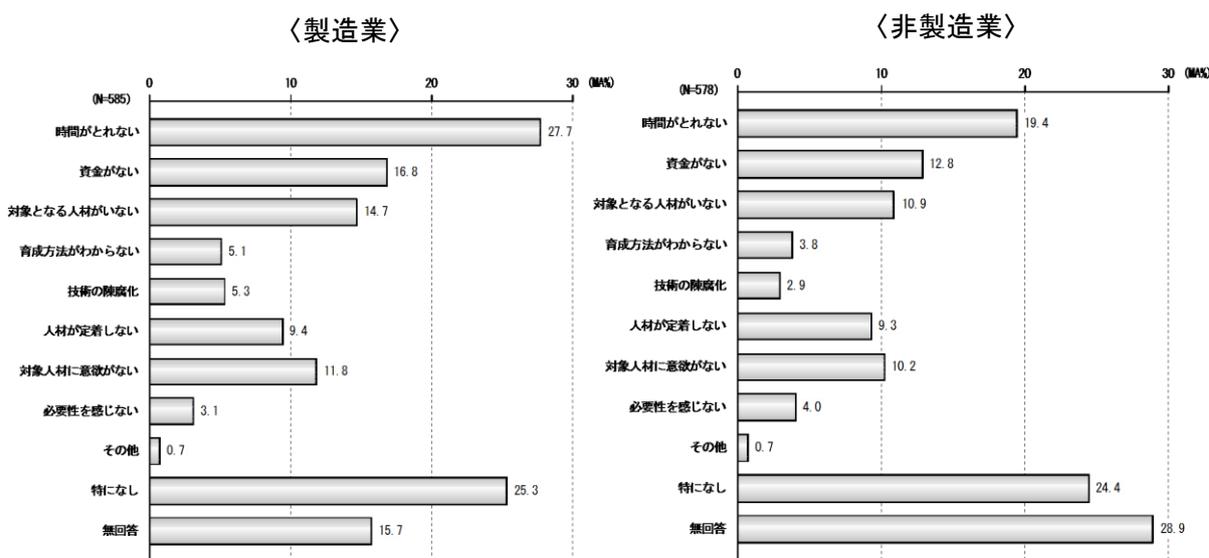
人口減少、少子高齢化により労働力人口の減少が見込まれる中、本県中小企業を支える人材の確保・育成を図ることが重要な課題となっています。

〔図表 39〕 採用に関する課題



(資料) 滋賀県商工観光労働部・龍谷大学経済学部「滋賀県中小企業等実態調査報告書（平成 24 年 3 月）」

〔図表 40〕 人材育成上の問題点



(資料) 滋賀県商工観光労働部・龍谷大学経済学部「滋賀県中小企業等実態調査報告書（平成 24 年 3 月）」

② 製造業

○ 様々な分野の大企業の事業所や研究所が立地

本県には、恵まれた地理的条件や広域交通基盤の整備等を背景に、高度な先端技術を有し、グローバル市場で活躍する様々な分野の大企業の事業所や研究所が多数立地しています。

その中でも、近年、研究開発機能を併設したり、技術面、開発面および人材育成面から国内外の生産を支える役割を担うマザー工場化が進んでいます。

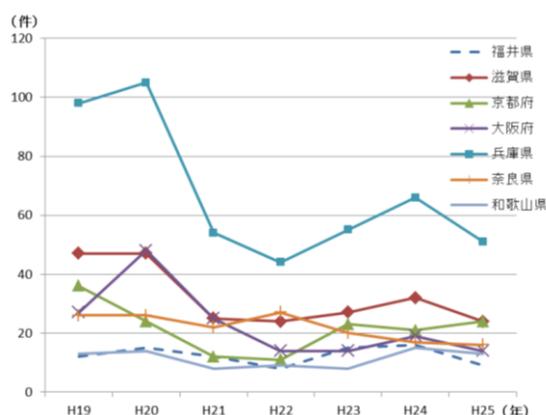
わが国製造業の海外現地生産比率が高まる中で、こうした動きは、県内中小企業にとって、これらの企業との連携により、新たな成長市場に参入する機会の拡大につながるなど、本県モノづくり産業の競争力強化を図っていくうえでの大きな強みであり、本県の立地特性や産業集積を活かしながら、マザー工場化など、国内拠点としての高度化を促進していくための一層の環境整備を進めていく必要があります。

○ 工場立地件数は横ばいで推移

工場立地の動向は、近年、立地適地が減少してきてはいますが、横ばいの状況で推移しています〔図表41〕。

業種別でみると、医療・健康領域、内需（食料・飲料）関係の立地が増えています〔図表42〕。

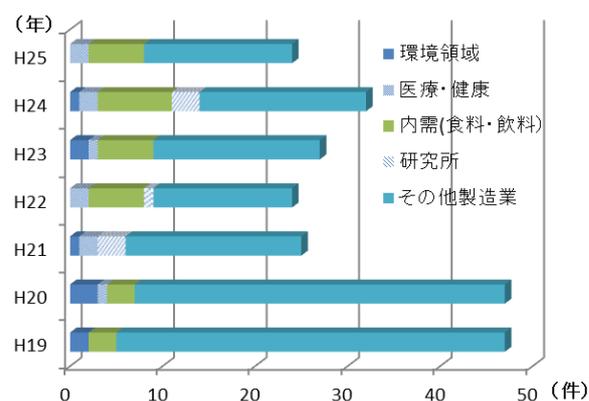
〔図表 41〕 工場立地件数の推移



(資料) 経済産業省「平成 25 年（1 月～12 月期）における工場立地動向調査について（速報）」

注) 電気業を除く。

〔図表 42〕 業種別・工場立地件数



(資料) 滋賀県企業誘致推進室「平成 25 年工場立地動向調査」
注) 電気業を除く。

○ 受注先は大手メーカーで、最大取引先への依存度が高い中小企業

「滋賀県の中小製造業に関する滋賀県と龍谷大学との共同研究報告書（平成25年7月）」における県内中小企業の取引関係をみると、ほぼ3社に1社が、大手メーカーを最大顧客としており〔図表43〕、また、最大販売先への売上高依存度が60%以上という企業が全体の36.4%に達しています〔図表44〕。

本県中小企業の多くが、地理的近接性を活かして、県内に拠点を有する大手メーカーと深いつながりを有していると言えます。

〔図表 43〕 中小製造業の最大販売先属性の内訳

(n=585)

最大取引先	比率 (%)
系列取引の大手メーカー	17.8
系列取引のない大手メーカー	16.4
中堅メーカー	13.3
中小・零細メーカー	13.3
卸売業・代理店	13.3
小売業	3.4
サービス業	0.9
官公庁・大学等	1.5
その他	5.1

} 34.2%

(資料) 「滋賀県の中小製造業に関する滋賀県と龍谷大学との共同研究報告書（平成25年7月）」

〔図表 44〕 最大販売先への売上依存度(上段:事業所数、下段:%)

(n=585)

10%未満	10%以上 20%未満	20%以上 40%未満	40%以上 60%未満	60%以上 80%未満	80%以上	無回答
64	48	136	69	61	152	55
10.9	8.2	23.2	11.8	10.4	26.0	9.4

36.4%

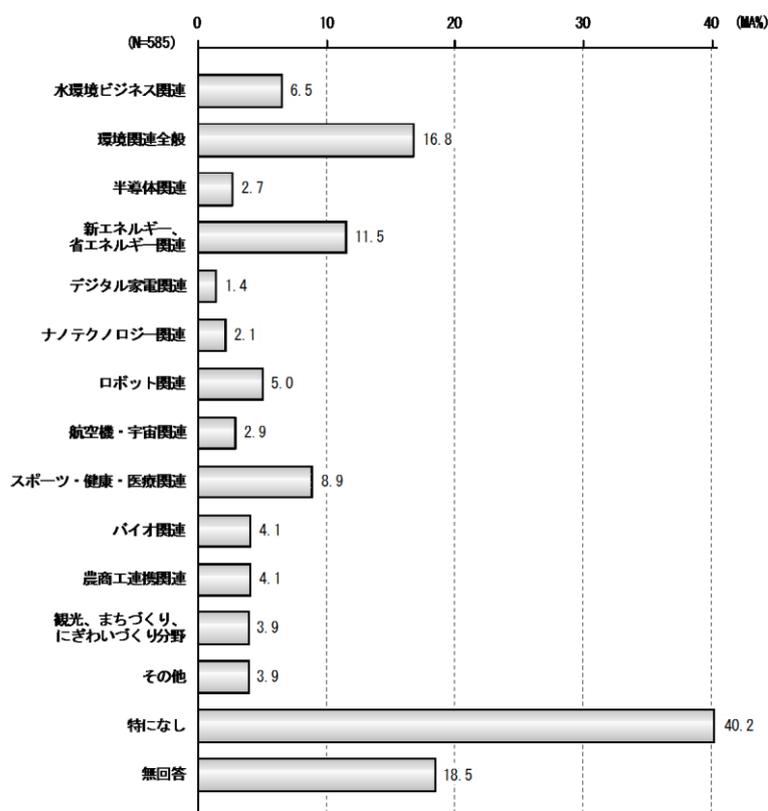
(資料) 「滋賀県の中小製造業に関する滋賀県と龍谷大学との共同研究報告書（平成25年7月）」

○ 技術力の高い中小企業

様々な分野の大企業の事業所や研究所が県内に多数立地し、マザー工場化が進み、県内中小企業の多くがこうした大手メーカーを主要顧客とする本県にあって、前述の共同研究からは、本県中小企業の特徴として、これら大手メーカーからの受注を通して、様々な分野の技術革新等に関する最新情報をいち早く入手し、事業展開の幅を広げ、また、その先鋭的なニーズに応え続ける中で、技術力を高め、ノウハウを蓄積することにより、自社ブランド製品を有する企業に発展した例がみられました。そして、こうした中から、現在、独自技術や国内外で高いシェアを誇る製品を有する中小企業が数多く存在しています。

今後、中小企業（製造業）が新規に取り組みたい事業分野としては、「環境関連全般」とする企業が多く、「新エネルギー・省エネルギー関連」「スポーツ・健康・医療関連」「水環境ビジネス関連」の順となっていますが、その他にも様々な分野に関心を持っており〔図表45〕、県内における企業間連携の一層の促進を図り、強みである技術力を活かした新しい商品・サービスの創出や技術の開発等を促進していくことが重要です。

〔図表 45〕 新規に取り組みたい事業分野(製造業)



(資料) 滋賀県商工観光労働部・龍谷大学経済学部「滋賀県中小企業等実態調査報告書(平成24年3月)」

③ 地場産業

○ 地域の歴史・風土を反映する地場産業

地場産業は、地域の歴史、風土など地域資源を反映して地域経済の基盤となってきました〔図表46〕。

しかしながら、今日、多くの産地では、低価格輸入品との競合、生活様式の変化や消費者ニーズの多様化といった要因から、生産額の下降傾向が続き、厳しい状況にあります〔図表47〕。

このような中でも、地域に培われた独自の技術やノウハウを活かし、高付加価値化を目指した新商品の開発や新市場の開拓に取り組む企業もみられ、こうした取組を一層促進していく必要があります。

また、甲賀・日野の薬産地では、中堅企業を中心にジェネリック医薬品などへの参入により生産額が伸びています。

本県における医薬品生産金額は、こうした地場産業の力と昭和40年代後半からの誘致製薬企業の参入とあいまって、平成24年（2012年）には2,468億6千万円となり、全国における順位は第10位、そのシェアは3.54%となっています〔図表48〕。

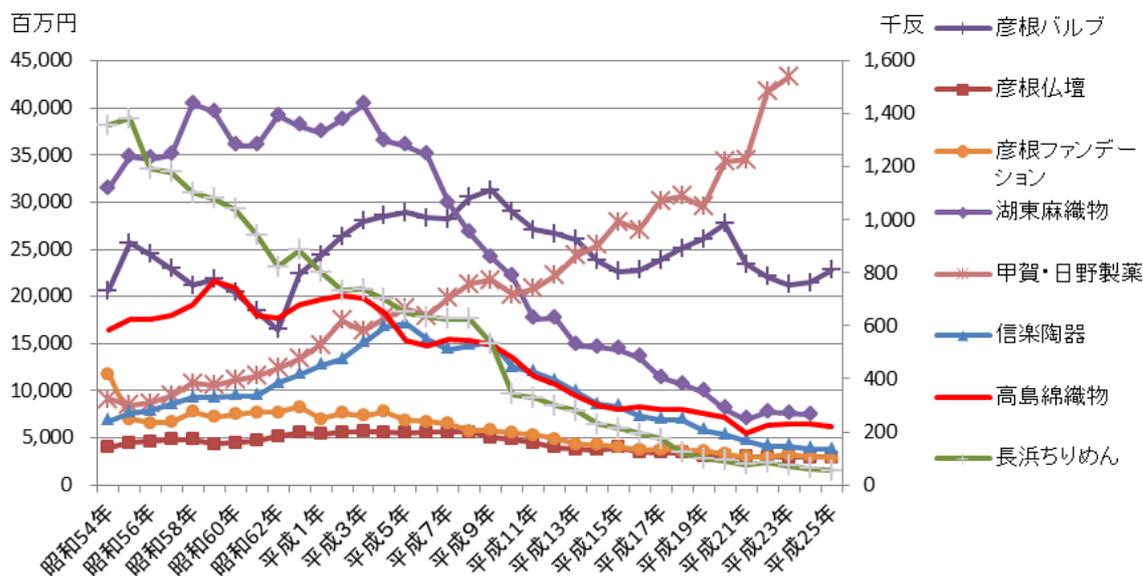
〔図表 46〕 県内の主な地場産業



産地名	地域	主な産品	組合名
ちりめん 長浜縮緬	長浜市 他	ちりめん、つむぎ、ピロード	浜縮緬工業協同組合
彦根バルブ	彦根市 犬上郡 愛荘町 他	水道用弁、産業用弁、船用弁	滋賀バルブ協同組合
彦根仏壇	彦根市 米原市 愛荘町 他	仏壇、仏具	彦根仏壇事業協同組合
彦根 ファンデーション	彦根市	ブラジャー、ガードル、ショーツ、 ボディスーツ、キャミソール、 カットソー、スポーツウェア	ひこね繊維協同組合
湖東麻織物	東近江市 愛荘町 他	服地、不織布・芯地、縫製、 染色整理加工、原糸販売	湖東繊維工業協同組合
甲賀・日野製薬	甲賀市 日野町 他	医療用医薬品、一般用医薬 品、配置用家庭薬	滋賀県製薬工業協同組合
信楽陶器	甲賀市	レンガタイル等建材類、庭園用 品類、食卓用品類、花器類、 植木鉢類	信楽陶器工業協同組合
高島綿織物	高島市	綿クレープ、厚織(ゴム資材、 帆布、その他資材)	高島織物工業協同組合
高島扇骨	高島市	扇骨、扇子	滋賀県扇子工業協同組合

(資料) 滋賀県商工政策課「滋賀県の商工業」

〔図表 47〕 県内地場産業の生産額の推移



(資料) 浜縮緬工業協同組合、滋賀県バルブ協同組合、彦根仏壇事業協同組合、ひこね繊維協同組合、湖東繊維工業協同組合、滋賀県製薬工業協同組合、信楽陶器工業協同組合、高島織物工業協同組合
注) 長浜ちりめんについては単位が千反(右目盛り)

〔図表 48〕 平成 24 年・都道府県別医薬品生産金額

順位	都 道 府 県 名	生産金額 (百万円)	全国の生産金額に 占める割合 (%)
1	埼 玉	767,948	11.01
2	静 岡	646,211	9.26
3	富 山	608,334	8.72
4	大 阪	509,117	7.30
5	東 京	344,792	4.94
6	栃 木	343,556	4.92
7	兵 庫	294,755	4.22
8	神 奈 川	269,373	3.86
9	愛 知	269,015	3.86
10	滋 賀	246,860	3.54

(資料) 厚生労働省「平成 24 年薬事工業生産動態調査」

④ 商業・サービス業

○ 減少する事業所数、従業者数

本県商業の状況をみると、商店数、従業者数、年間販売額は、ともに減少傾向にあります〔図表49〕。

商業が本県産業に占める割合は、商店数(事業所数)では32.9%、従業者数25.4%、県内総生産(飲食店除く)は7.6%となっています。〔図表50～52〕

また、サービス業^注をみると、事業所数、従業者数ともに、このところ、増加を続けてきましたが、平成24年の調査では、一部調査手法が異なるため、単純に増減の比較をすることはできないものの、減少に転じました〔図表53〕。業種別でみると、ほとんどの業種で減少しています〔図表54〕。

サービス業が本県産業に占める割合は、事業所数で33.2%、従業者数で29.9%と、いずれも最も高い割合となっています〔図表50・51〕。県内総生産は15.0%で、製造業に次ぐ割合となっています〔図表52〕。

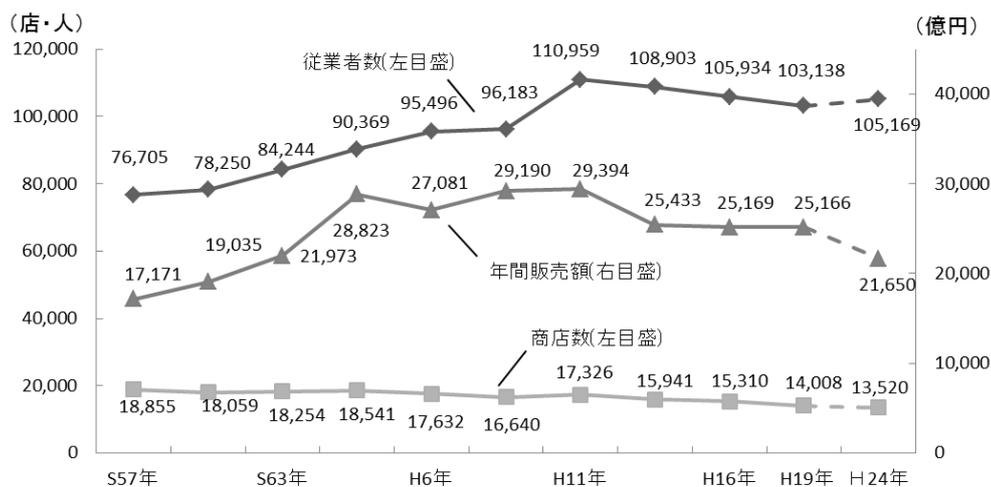
平成24年のサービス業を産業中分類別にみると、事業所数では、洗濯・理容・浴場が最も多く、次いで宗教、医療業の順となっています〔図表55〕。事業所数を全国の産業別構成比を基準にした特化係数でみると、学術研究機関や、寺社仏閣が多いことから宗教が高くなっている一方で、映像・音声・文字情報制作業や情報サービス・広告・インターネット付随サービス業がとりわけ低くなっています〔図表56〕。また、従業者数では、社会保険・社会福祉・介護事業が最も多く、次いで医療業、その他の事業サービス業の順となっています〔図表57〕。特化係数は、事業所数に係る特化係数とほぼ同様の傾向となっています〔図表58〕。

(注) 「サービス業」

総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」における産業分類のうち、以下の業種を合算したもの。ただし、「県内総生産」については、経済活動別分類(SNA分類)に基づき算出。

- ・「G情報通信業」の全て
- ・「K不動産業、物品賃貸業」のうち<物品賃貸業>
- ・「L学術研究、専門・技術サービス業」の全て
- ・「M宿泊業、飲食サービス業」のうち<宿泊業>
- ・「N生活関連サービス業、娯楽業」の全て
- ・「O教育、学習支援業」の全て
- ・「P医療、福祉」の全て
- ・「Q複合サービス事業」のうち<協同組合>
- ・「Rサービス業(他に分類されないもの)」の全て

〔図表 49〕 商店数・従業者数・年間販売額の推移

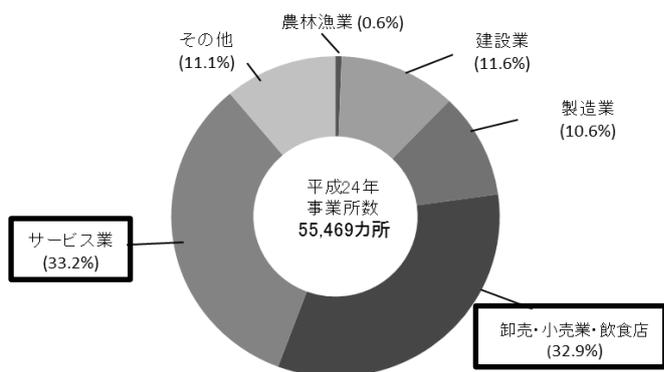


(資料) 滋賀県統計課「商業統計調査結果報告書」(～H19年)
総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」(H24年)

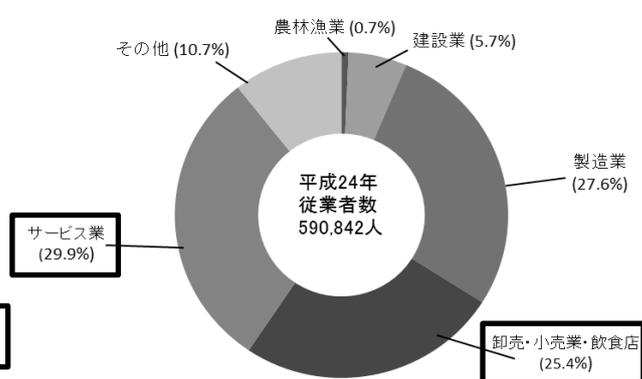
注1) 平成24年経済センサス活動調査は、商業統計調査とは一部調査手法が異なるため、単純に増減を比較はできない。

注2) 平成24年経済センサス活動調査における産業分類のうち、「I卸売業、小売業」に格付された事業所を対象。

〔図表 50〕 県内事業所の構成比

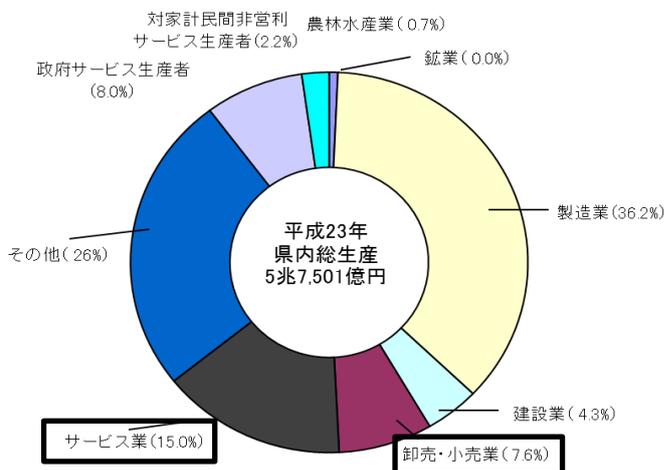


〔図表 51〕 県内従業者の構成比



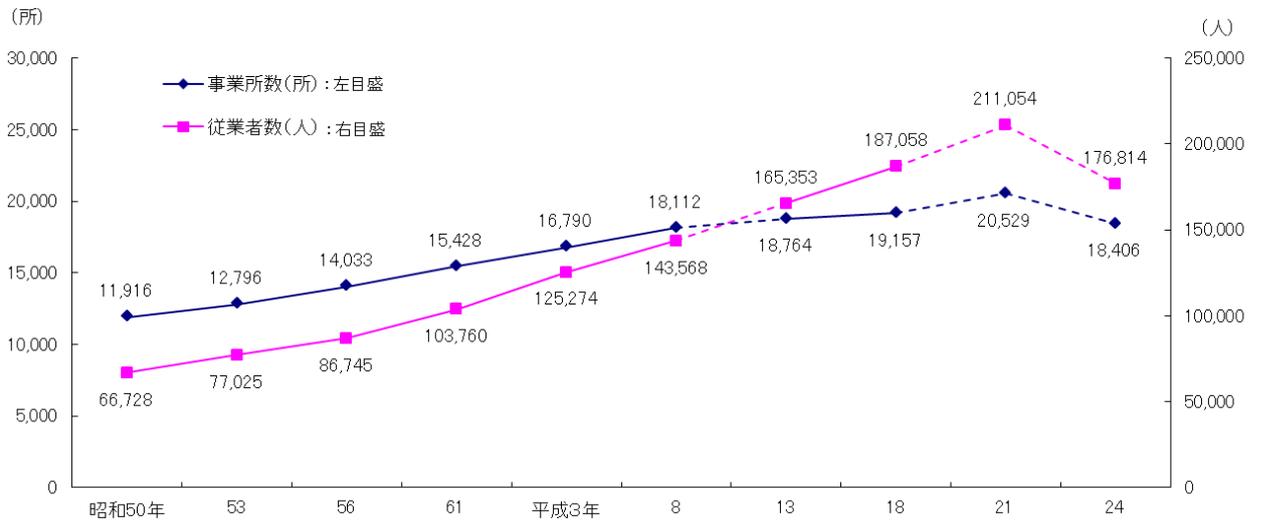
(資料) 図 50・51 総務省・経済産業省「平成24年経済センサス活動調査」

〔図表 52〕 県内総生産の構成比



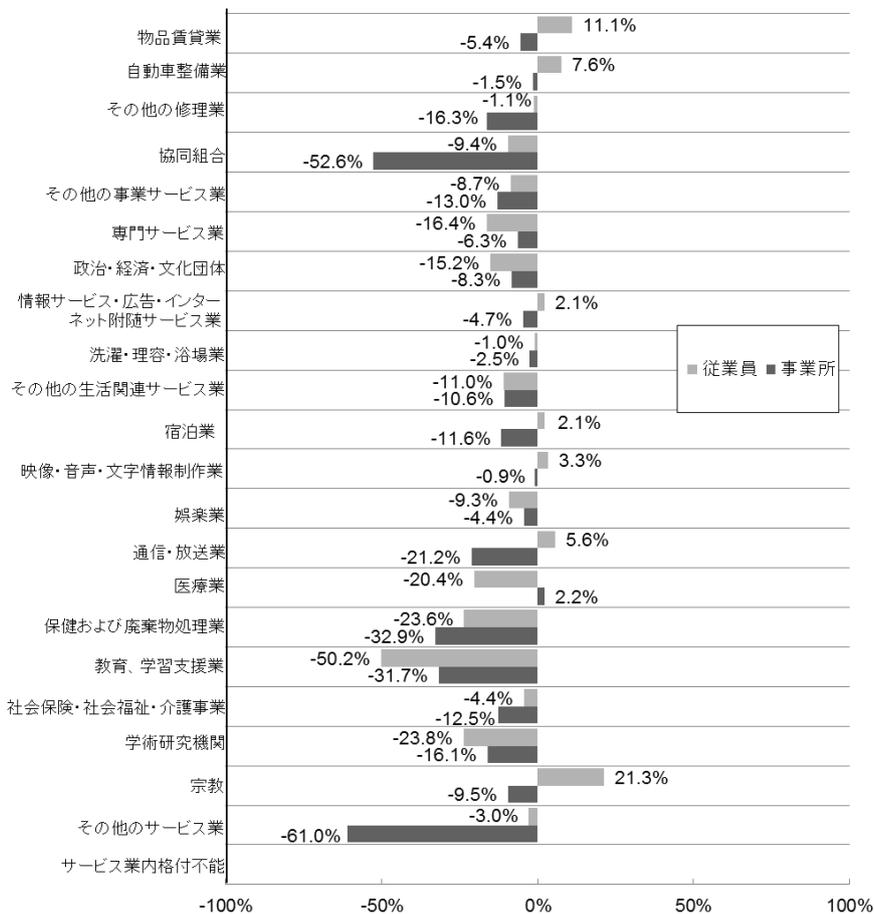
(資料) 滋賀県統計課「平成23年度滋賀県民経済計算」

〔図表 53〕 サービス業の事業所数・従業者数の推移



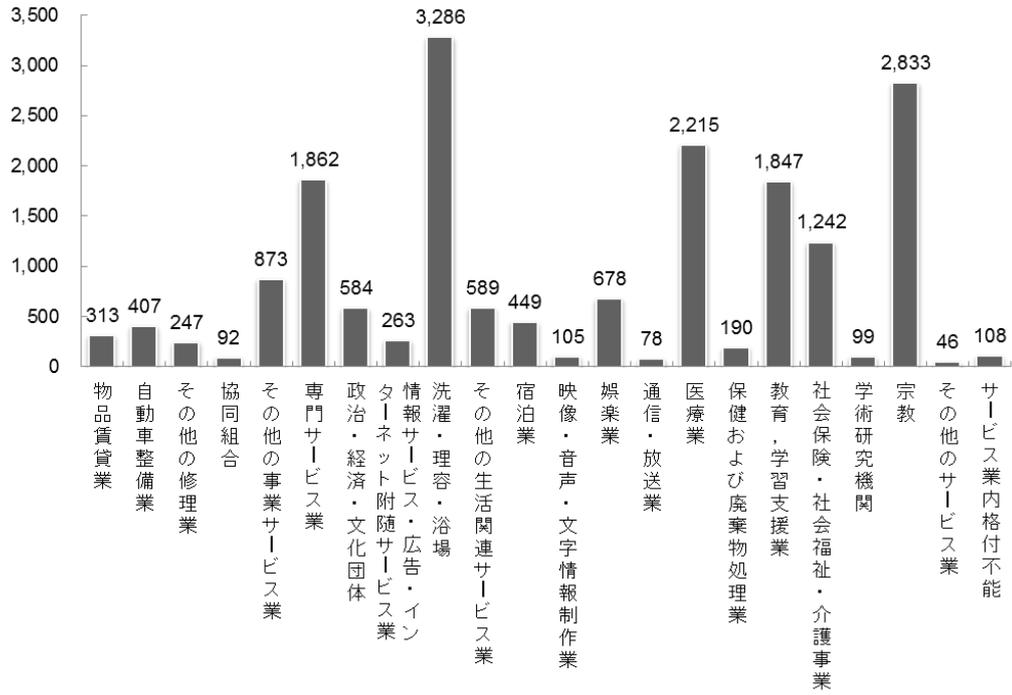
(資料) 総務省「事業所・企業統計調査報告」(～平成 18 年)、総務省・経済産業省「経済センサス」(平成 21 年、平成 24 年)
 注) 平成 13 年と平成 18 年については、平成 14 年 3 月改訂後の日本標準産業分類に基づいて抽出。また、平成 21 年以降に引用している経済センサスは、平成 18 年以前に引用していた事業所・企業統計調査と調査手法が異なる。さらに、平成 21 年と平成 24 年の経済センサスでも一部調査手法が異なるため、グラフにおいて点線で示す箇所は、単純に増減を比較はできない。

〔図表 54〕 サービス業の産業分類別増減率(平成 21 年～平成 24 年)



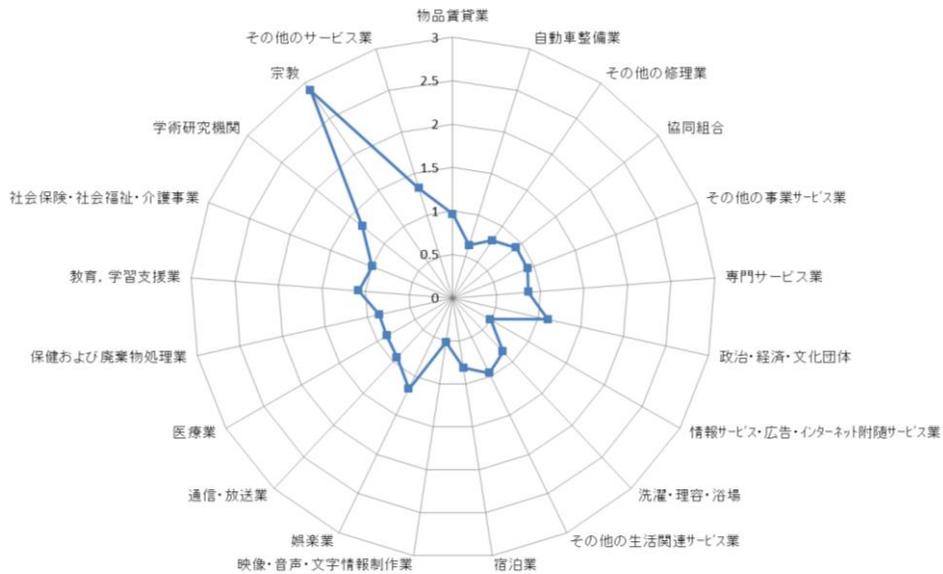
(資料) 総務省・経済産業省「平成 21 年経済センサスー基礎調査」、「平成 24 年経済センサスー活動調査」

〔図表 55〕 サービス業の産業分類別事業所数



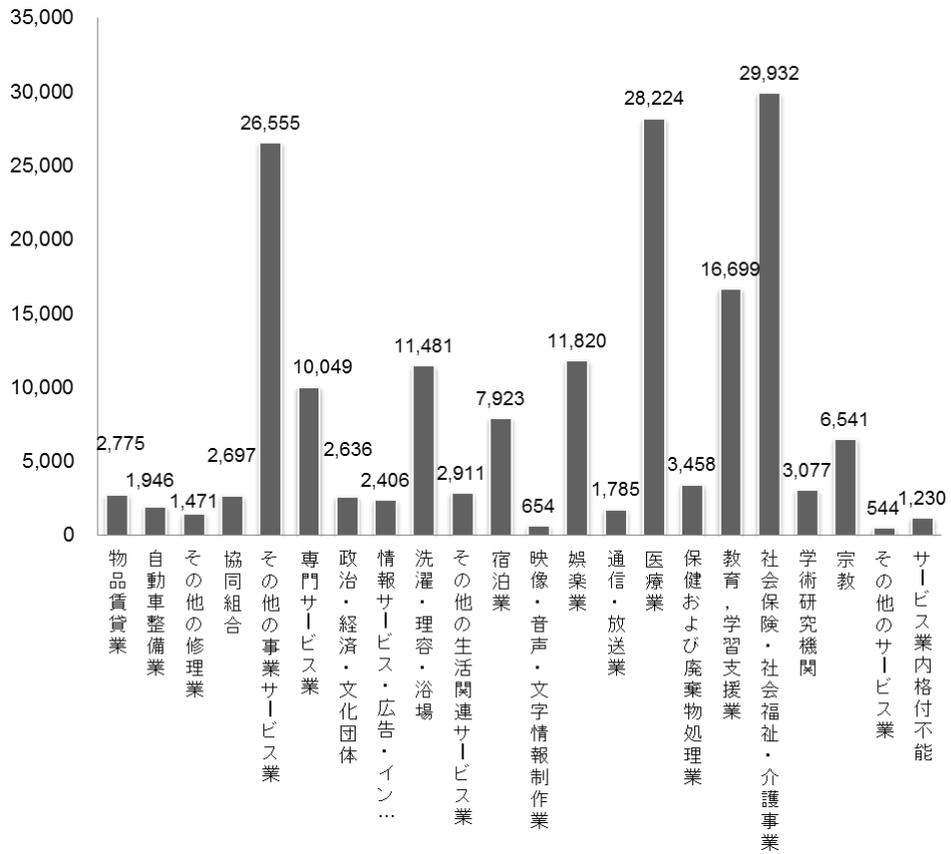
(資料) 総務省・経済産業省「平成 24 年経済センサスー活動調査」

〔図表 56〕 サービス業の産業別特化係数(事業所数・全国=1.0)



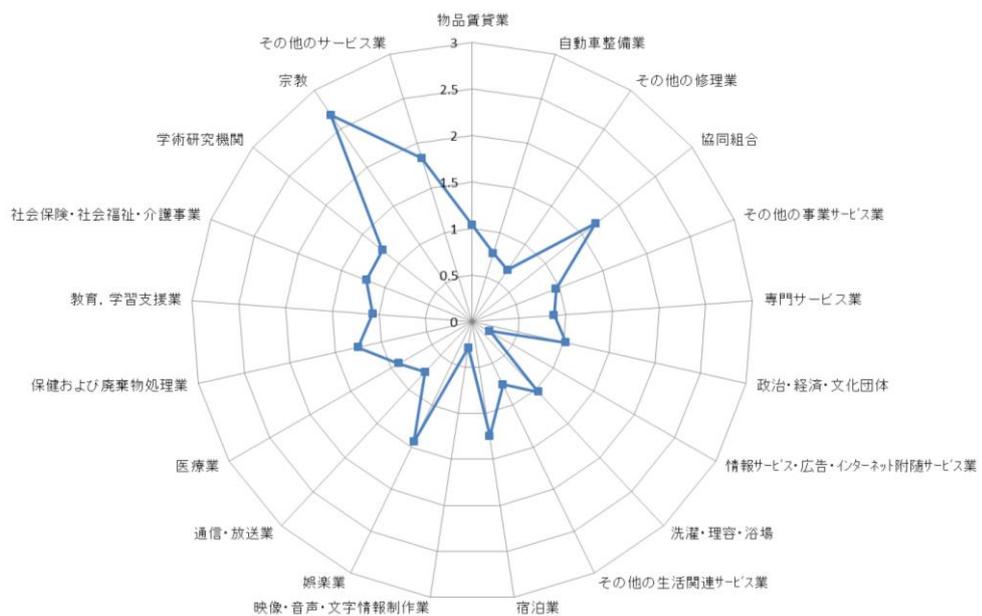
(資料) 総務省・経済産業省「平成 24 年経済センサスー活動調査」

〔図表 57〕 サービス業の産業分類別従業者数



(資料) 総務省・経済産業省「平成 24 年経済センサスー活動調査」

〔図表 58〕 サービス業の産業別特化係数(従業者数・全国=1.0)



(資料) 総務省・経済産業省「平成 24 年経済センサスー活動調査」

○ 来街者の減少等、商店街を取り巻く厳しい環境

滋賀県商店街実態調査（平成21年度）によると、商店街の現状としては、「大規模なスーパーやディスカウント」や「小・中規模のスーパー」との競合割合が高く、来街者数や顧客数が減っているとする商店街が7～8割超と高い割合を占めています。

商店街を取り巻く環境は、来街者の減少、空き店舗の増加や後継者不足による活力の低下など非常に厳しい状況にあります。

一方、高齢化が進む中、身近で買物できる場の重要性の高まり、商機能だけでなく商店街が地域コミュニティに果たす役割、安全・安心の確保などの観点から、商店街の活性化が重要な課題となっています。

○ 産業全体に占める比率が低いサービス産業

県内総生産に占めるサービス産業の比率は高くなってきてはいるものの、全国平均と比較すると、依然として低い状況にあります〔図表25〕。また、サービス産業の生産性は概して低いとされていますが、本県も同様の状況にあると推察されます〔図表50～52〕。

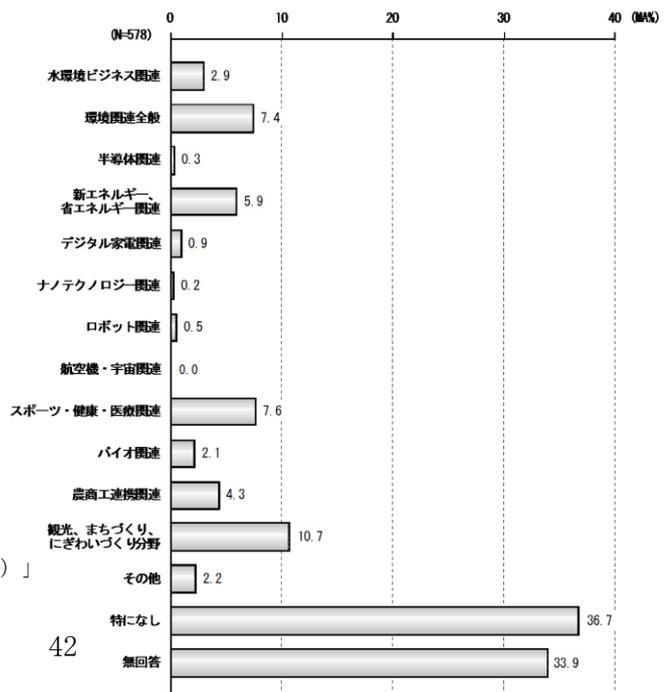
こうしたことから、サービス産業の生産性の向上・高付加価値化を図っていくことが重要です。

○ 新たな事業分野への取組

「滋賀県中小企業等実態調査報告書（平成24年3月・滋賀県商工観光労働部・龍谷大学経済学部）」によると、中小企業（非製造業）が新規に取り組みたい事業分野としては、「観光、まちづくり、にぎわいづくり分野」「スポーツ・健康・医療関連」「環境関連全般」の順となっています〔図表59〕。

少子高齢化等に伴うサービス需要の変化を踏まえた高付加価値なビジネスの創出や、成長可能性の観点のみならず産業全体のクリエイティビティを高め地域の活性化につながるクリエイティブ産業の振興など、新たな事業分野の振興に戦略的に取り組むことが求められます。

〔図表 59〕
新規に取り組みたい事業分野
（非製造業）



(資料)
滋賀県商工観光労働部・龍谷大学経済学部
「滋賀県中小企業等実態調査報告書（平成24年3月）」

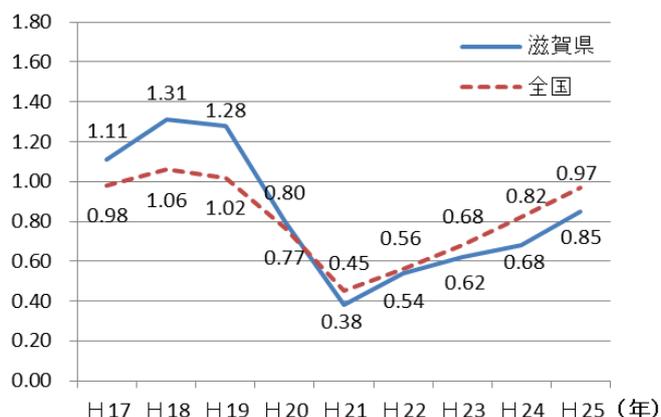
(4) 雇用情勢

○ 有効求人倍率は回復傾向

県内の有効求人倍率をみると、全国を下回ってはいるものの、平成21年（2009年）を底に、このところ緩やかな回復傾向にあり〔図表60〕、直近（平成26年7月）では、0.97倍となっています。また、就業地別の有効求人倍率も、同様に回復傾向にあり〔図表61〕、直近（平成26年7月）では、1.17倍となっています。県内企業からは、働き手の確保が難しくなっているとの声も聞かれます。

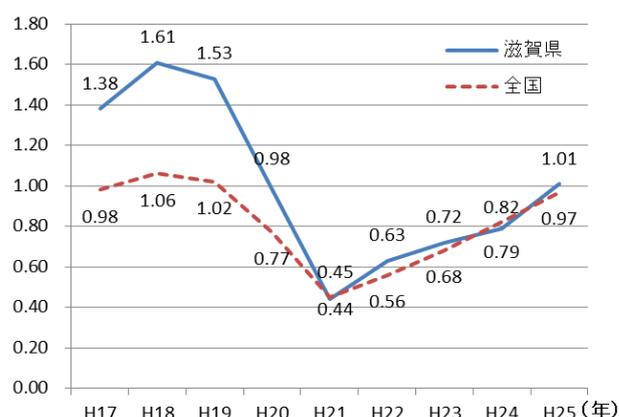
完全失業率は、一貫して全国を下回って推移しており、全国の動きとほぼ同様に、平成22年（2010年）以降、概ね回復傾向にあります〔図表62〕。

〔図表 60〕 有効求人倍率の推移
(全国・滋賀県)



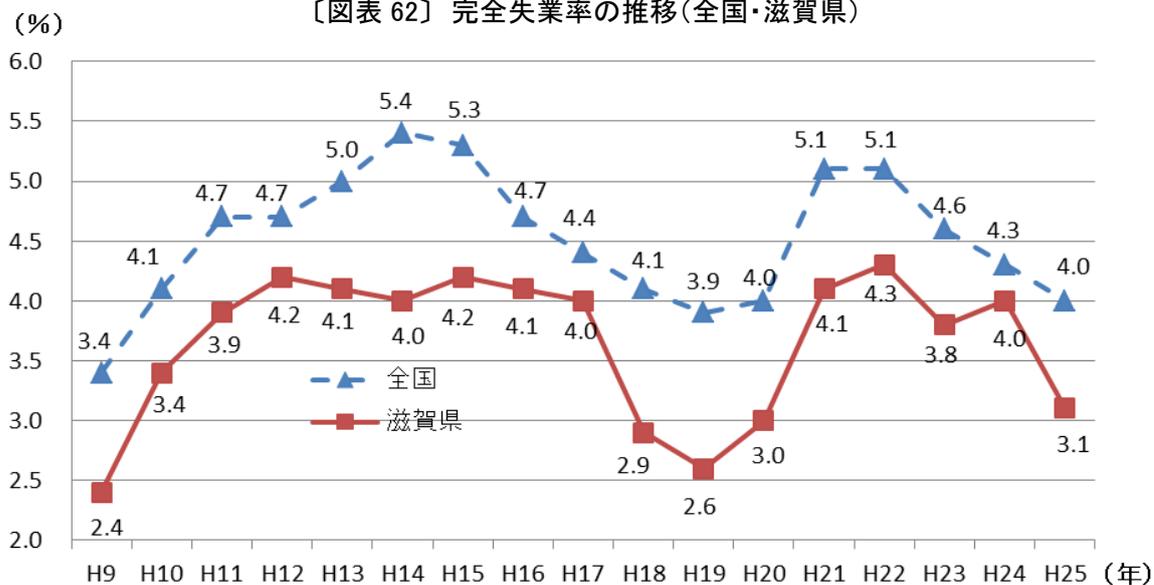
(資料) 滋賀労働局「職業安定業務月報」

〔図表 61〕 就業地別有効求人倍率の推移
(全国・滋賀県)



(資料) 厚生労働省「労働市場分析レポート第32号
(平成26年5月2日)」

〔図表 62〕 完全失業率の推移(全国・滋賀県)



(資料) 総務省「労働力調査」

○ 若者を取り巻く厳しい雇用情勢

若者の失業率は、全国的に、他の年齢に比べて高水準で推移しています〔図表63〕。

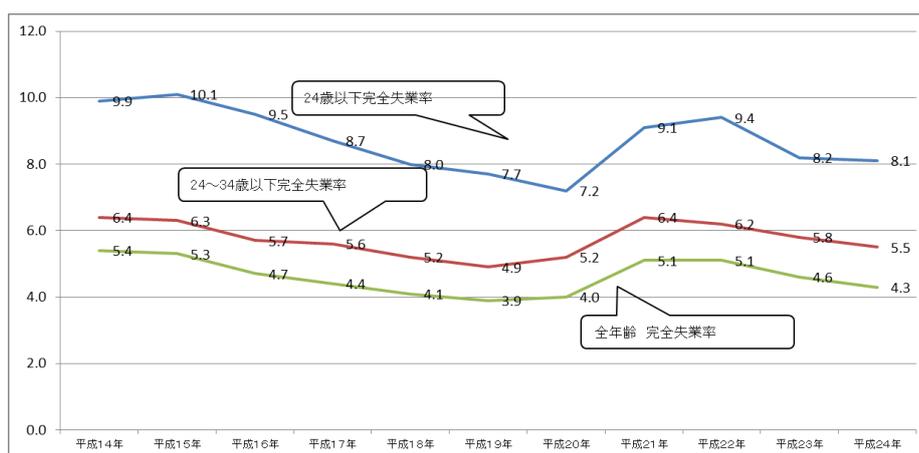
また、非正規就業率は、本県においても、全国と同様に増加傾向にあり、平成24年には 33.8%となっています〔図表64〕。非正規雇用は、正規雇用と比べて、雇用条件が不安定であり、技術や技能が身につけにくいといった問題もあります。

こうしたことから、本県の将来を担う若者が自らの能力を活かして働くことができ、また、家庭を持つことができる基盤の構築を図るためにも、魅力ある安定した雇用の創出と人材育成に取り組む必要があります。

さらに、民間による「2015年3月卒業予定者の大卒求人倍率に関する調査結果」をみると、従業員300人未満の企業の求人倍率は4.52倍であるのに対し、5千人以上の企業では、0.55倍となっており、その間に8倍の開きがみられます〔図表65〕。

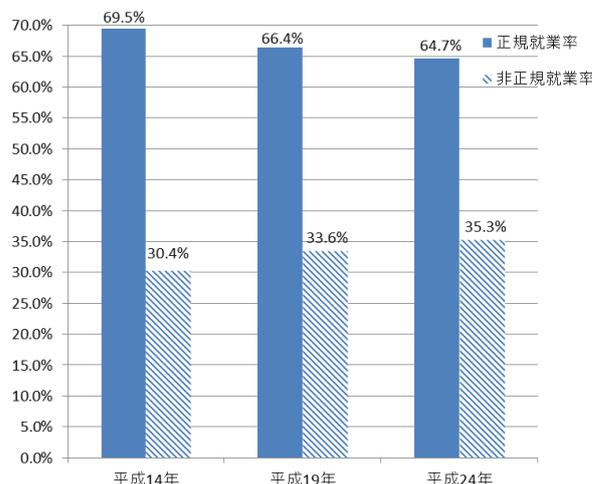
また、業種別にみると、建設業や流通業の求人倍率が他業種と比べて高くなっており〔図表66〕、依然として、企業の規模や業種によって求人と求職の間にミスマッチが生じており、この解消が必要です。

〔図表 63〕 若年層の完全失業率の推移(全国)

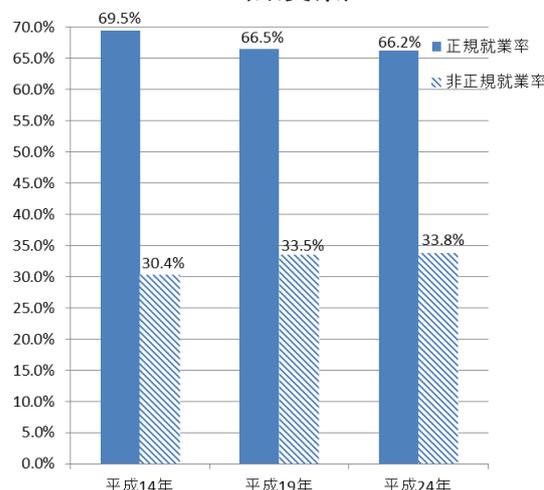


(資料) 総務省「労働力調査」

〔図表 64〕 若年労働者(15～34歳)の正規就業率・非正規就業率の推移
〈全国〉

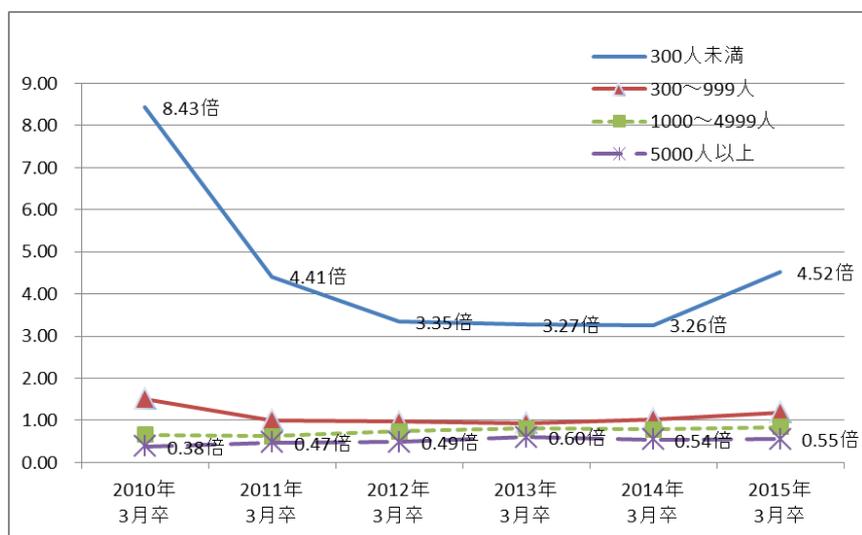


〈滋賀県〉



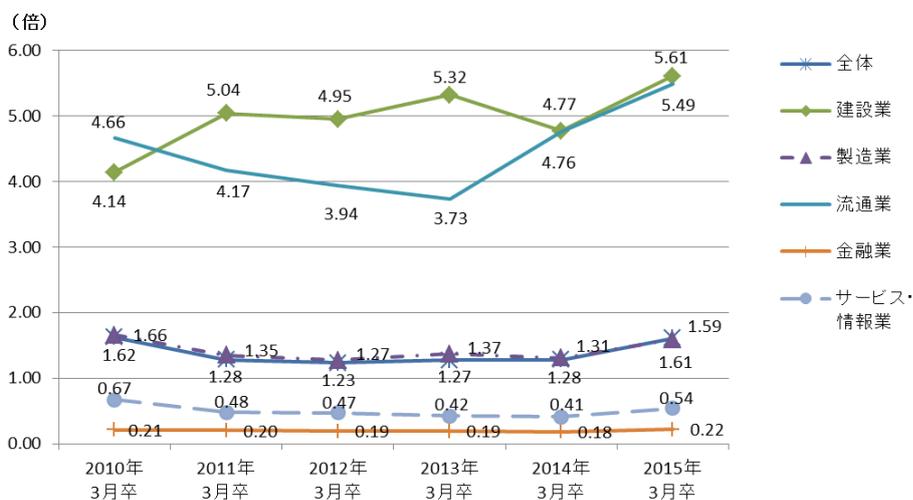
(資料) 総務省「平成24年就業構造基本調査」

〔図表 65〕 大学卒業予定者の従業員規模別求人倍率の推移(全国)



(資料) 株式会社リクルートホールディングス リクルートワークス研究所
「2015年3月卒業予定者の大卒求人倍率に関する調査結果」

〔図表 66〕 大学卒業予定者の業種別求人倍率の推移(全国)



(資料) 株式会社リクルートホールディングス リクルートワークス研究所
「2015年3月卒業予定者の大卒求人倍率に関する調査結果」

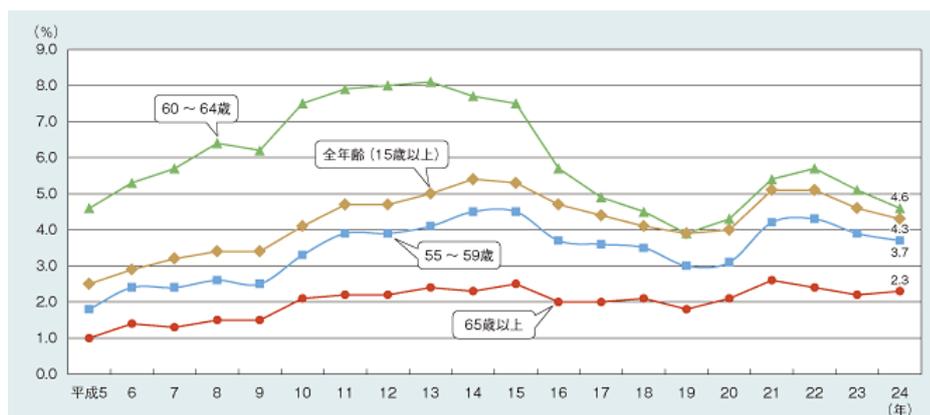
○ 活躍が期待される高齢者

全国の高齢者の雇用状況をみると、完全失業率は60～64歳で全年齢よりも高くなっています〔図表67〕。

また、県内の高齢者の年齢階層別労働力率をみると、55～59歳が77.3%であるのに対し、年齢階層が上がるごとに大きく減少しています〔図表68〕。

今後、少子高齢化が進行する中で、高齢者の就労はより一層必要となります。

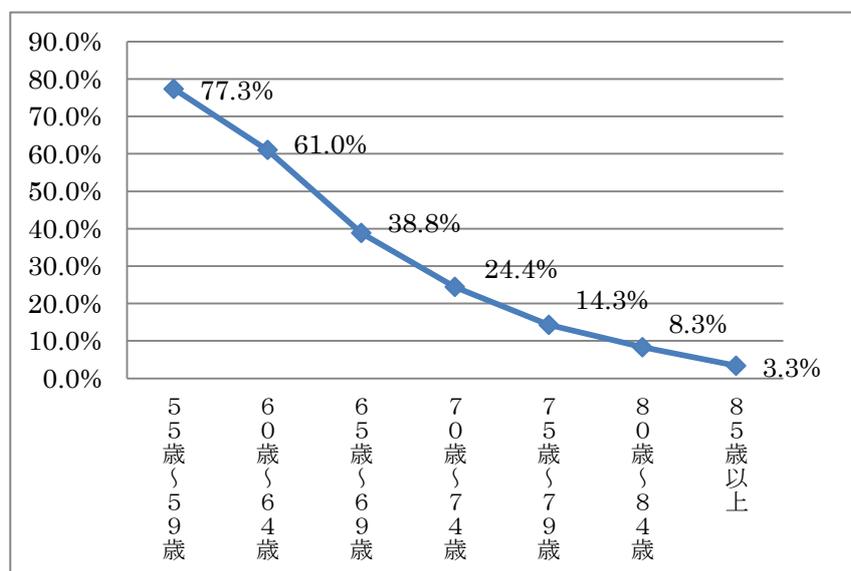
〔図表 67〕 高齢者の完全失業率の推移(全国)



(資料) 内閣府「平成 25 年版高齢社会白書」

注) 年平均の値

〔図表 68〕 年齢階級別労働力率(滋賀県・平成 22 年度)



(資料) 総務省「国勢調査」

注) 年齢階級別労働力率=年齢階級別労働力人口/年齢階級別総人口

○ 厳しい障害者の雇用情勢

県内の民間企業における障害者の実雇用率は1.81%で、全国平均を上回っていますが、法定雇用率2.0%を下回っています。また、法定雇用率達成企業の割合は51.8%であり、半数程の企業が法定雇用率を達成していない状況です〔図表69〕。

障害のある人がない人と同様、その能力と適性に合った雇用の場に就き、地域で自立した生活を送ることができるよう、社会環境を整えていく必要があります。

〔図表 69〕 障害者の雇用状況

企 業 数	法定雇用障害者数の算定の基礎となる労働者数	雇用されている障害者数	平成 25 年 6 月 1 日 現 在 の 実 雇 用 率	法定雇用率達成企業の数	平成 25 年 6 月 1 日 現 在 の 法 定 雇 用 率 達 成 企 業 の 割 合
735 企業	125,666 人	2,269.5 人	1.81%	381 企業	51.8%

(資料) 滋賀労働局発表資料より作成

○ 女性の労働力率の低さと大きな潜在力

本県における女性の労働力率^注は、30歳代を中心に落ち込む、いわゆる「M字カーブ」を描いており、その落ち込みが深いのが特徴です。一方、子育て期（25～44歳）の無職の女性の多くが再び働きたいと希望しています〔図表70〕。

女性の再就職によりM字カーブは回復しますが、パートタイム労働者の割合が高くなっています〔図表71〕。

また、管理的職業従事者に占める女性の割合は低く、平成22年の国勢調査では11.7%と、全国43位となっています〔図表72〕。

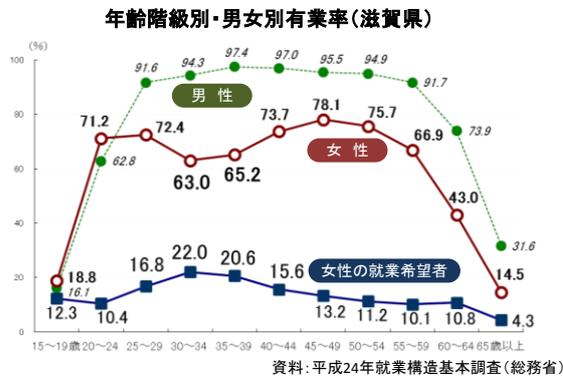
30歳代の男性では、約2割が週60時間以上働いており、長時間労働が男性の家事・育児への参画を困難にしている側面があります〔図表73〕。

日本全体の潜在的な女性労働力人口342万人の力が発揮されれば、約7兆円、GDP比で約1.5%の新たな付加価値が創造されると試算されており、地域・経済の活性化を担う人材として、女性の活躍推進を図っていく必要があります。

(注)「労働力率」：就業構造基本調査による「有業率」（普段仕事をしているもの（有業者）を人口で割ったもの）について、ここでは、便宜上、「労働力率」として用いています。

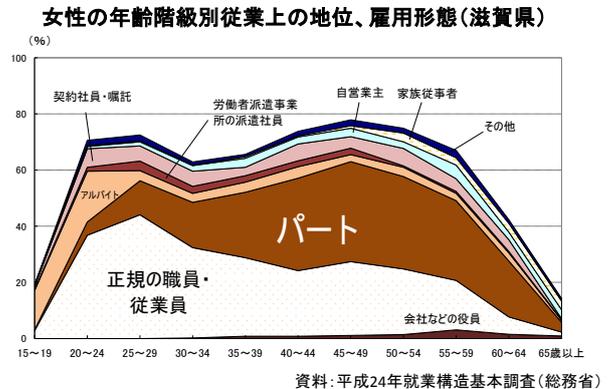
〔図表 70〕

女性の労働力率の低さと大きな潜在力



〔図表 71〕

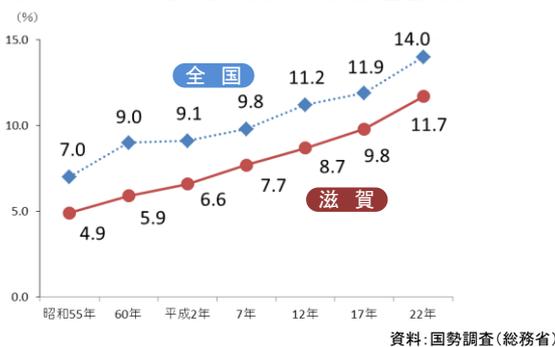
女性雇用の階層性



〔図表 72〕

女性リーダーの少なさ

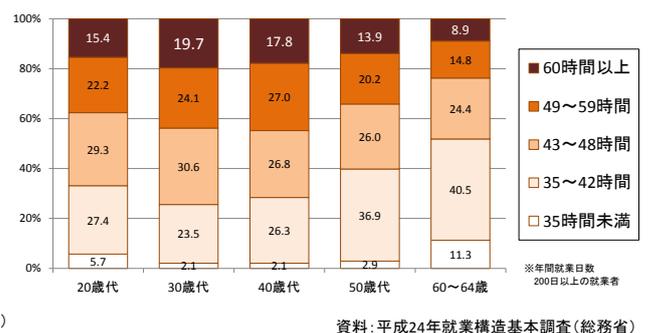
管理的職業従事者に占める女性の割合(全国・滋賀県)



〔図表 73〕

男性の長時間労働

男性の年齢階層別1週間の就業時間(滋賀県)



(5) 地域の資源

○ 豊富な地域資源

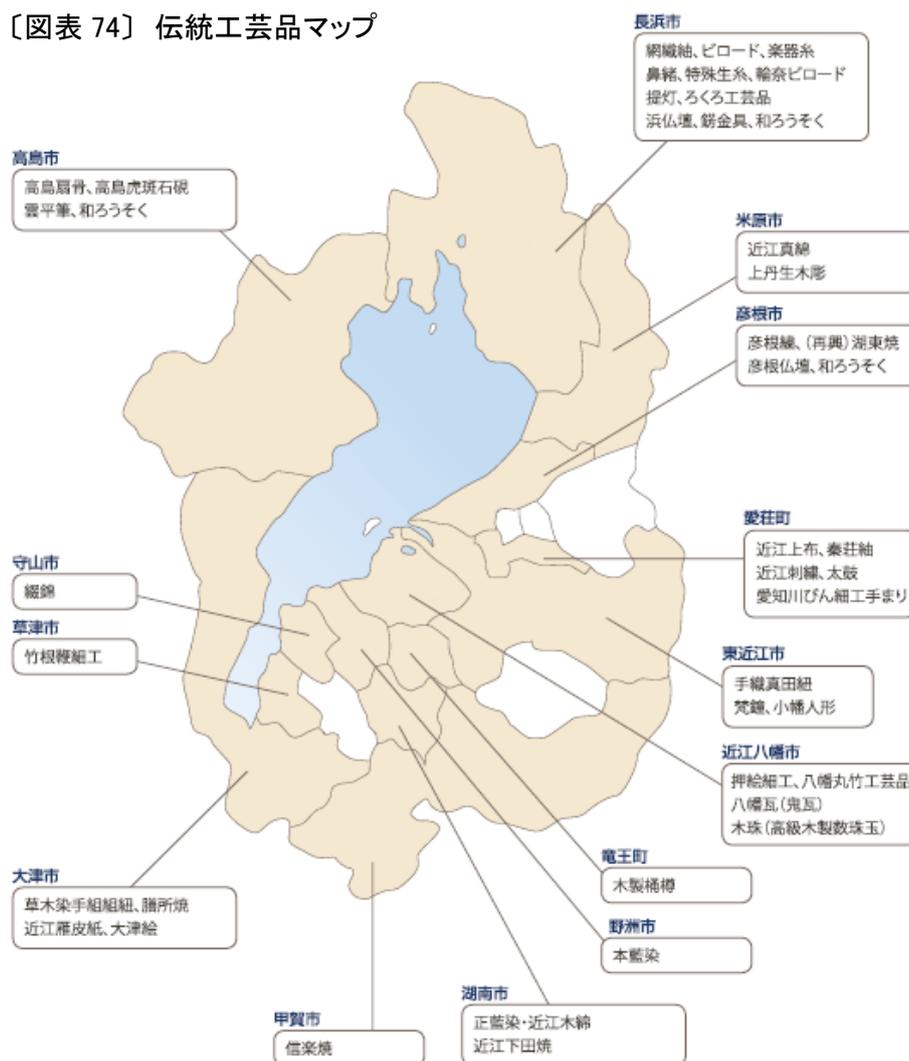
本県には、琵琶湖をはじめとする豊かな自然や多くの歴史遺産・文化資産など、資源が豊富にあります。

「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」に基づく地域産業資源として、「農林水産物」46件、「鉱工業品又は鉱工業品の生産に係る技術」46件、「文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源」170件を指定しています（平成26年6月現在）。

また、長い歴史を有し、それぞれの地域の生活文化の結晶ともいえる伝統的な工芸品も数多く存在し、経済産業大臣指定伝統的工芸品が3品目、知事指定の伝統的工芸品は39品目となっています（平成23年3月現在）〔図表74〕。

さらに、本県が発祥の地とされるモノづくり分野をはじめ、最先端工場を含めたモノづくりの現場や産業遺産も多くあります。

〔図表 74〕 伝統工芸品マップ



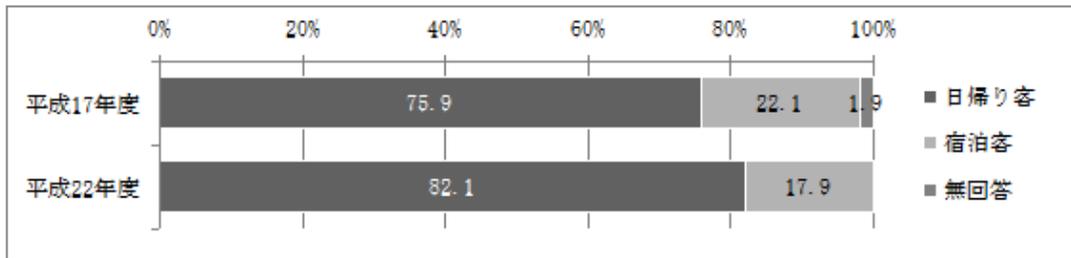
(資料) 滋賀県中小企業支援課「滋賀の伝統的工芸品」

○ 宿泊・滞在型観光の少なさ

観光関連では、宿泊・滞在型観光が少ない状況にあります。観光客の日帰り・宿泊の割合をみると、平成22年で日帰り 82.1%、宿泊 17.9%で日帰りが8割を超えています〔図表75〕。宿泊観光客の消費支出は、日帰り観光客に比べて大きいいため、観光による経済波及効果を大きくするためには、宿泊・滞在型観光を増やす必要があります。

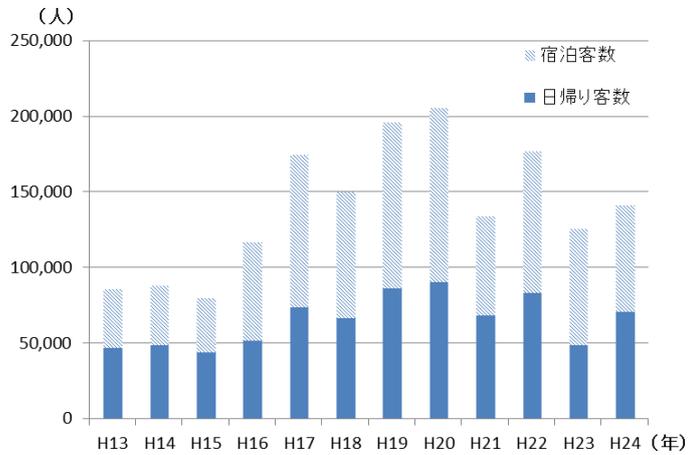
訪日外国人旅行者は増加基調にあります。平成21年はリーマンショック・円高の影響、平成23年は東日本大震災の影響など、これまでも外的要因の影響を受け、大きく減少した年がありました〔図表76〕。訪日外国人旅行者を国・地域別にみると、全国では韓国が最も多くなっていますが〔図表77〕、本県では台湾からの旅行者が約4割を占め、他の国や地域に比べ大幅に多くなっています〔図表78〕。

〔図表 75〕 日帰り・宿泊客の割合



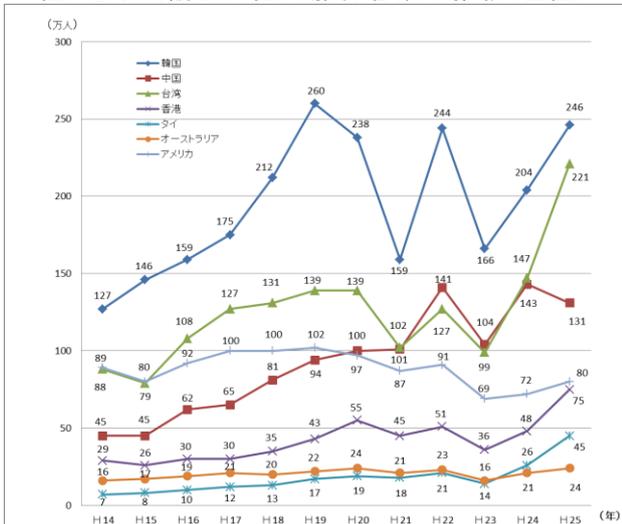
(資料) 滋賀県商工観光労働部観光交流局「滋賀県観光動態調査報告書・平成22年版」

〔図表 76〕 外国人観光入込客数



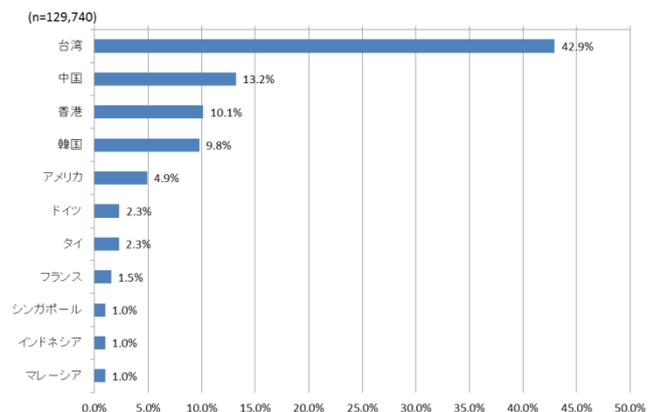
(資料) 滋賀県商工観光労働部観光交流局「滋賀県観光入込客統計調査」

〔図表 77〕 国・地域別訪日外国人旅行者数の推移(全国)



(資料) 日本政府観光局 (JNTO)「訪日外客数」

〔図表 78〕滋賀県における外国人延べ宿泊客数 (平成25年・国籍[出身地]別)



(資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査 (平成25年)」 (従業員10人以上の宿泊施設が対象)

○ 農商工連携の推進

県内における農商工連携の取組は、これまでに15件の農商工等連携事業計画が国の認定を受けて進められており、農業・漁業あるいは地域産業の活性化につながっています〔図表79〕。

本県の持つ豊かな農林水産資源を活かした競争力のある産業を創出し、農林漁業者と商工業者の双方、そして地域の活性化を図るため、地域内の農林漁業者と食品製造業者、小売業者、飲食店業者、さらには行政、産業支援組織などが今後も緊密な連携を図る必要があります。

〔図表 79〕 滋賀県における農商工等連携事業計画(認定)

認定年	内容
平成24年	鮎寿司由来の乳酸菌を利用した米粉発酵食品の開発・販売
	滋賀県産小麦を100%使用した小麦粉・パン等の開発・販売
	少量土壌培地耕栽培の摘果青トマトや高糖度完熟トマトを活用した漬物、ドレッシング、惣菜、ジャム、デザートの開発・製造・販売
平成23年	近江八幡伝統野菜「北之庄菜」を使用した「調味惣菜」等の開発・販売
	へちま繊維を活用した新クッション材の開発とへちま・麻等の天然繊維を用いた快適さを高めた寝装品の開発と販売
	びわ湖固有種“ピワマス”を活用した“ピワサーモンの炙り棒寿司”等の開発・販売
平成22年	水耕栽培の葉物野菜と鮎寿司由来の植物性「新規乳酸菌SU-6」を活用したキムチ・浅漬漬物の開発・製造・販売
	滋賀県産の人参・馬鈴薯等を使用したボイル・低温蒸野菜セットの開発・販売
平成21年	“滋賀県産新品種キイチゴ”を使用したスフレ等の開発・販売
	「滋賀羽二重糯」を使用した“豆大福”等の開発・販売
	滋賀県産の特別栽培農産物であるヤーコン、コリンキー、自然薯等の漬物の開発・販売
	HEFL照明を用いた“育苗装置”の開発・販売および“HG苗”の栽培と販売
平成20年	近江茶（抹茶・ほうじ茶・煎茶）を活用したジャム及びドレッシングの開発と販売
	びわ湖と循環型農業体験学習を組み込んだエコ・ツーリズムの推進
平成20年	青花の有効成分を抽出・粉末化した「青花粉末」の食品開発、製造及び販売

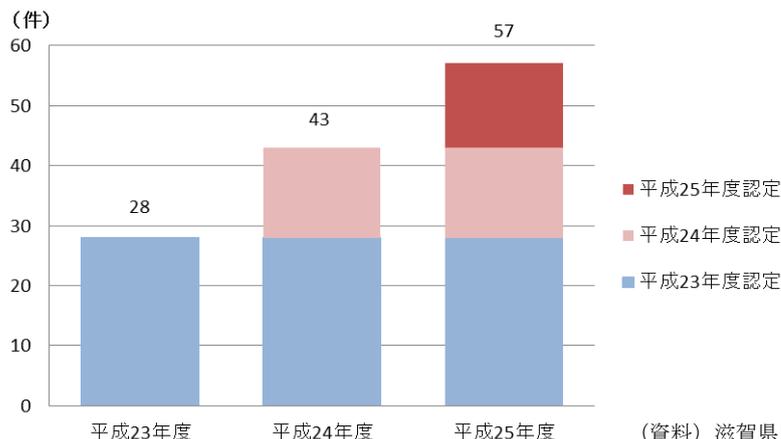
(資料) 独立行政法人中小企業基盤整備機構ホームページ

○ 6次産業化の取組が増加

農林漁業者の所得向上や地域農業の活性化を図る6次産業化への新たな取組が始まっています〔図表80〕。

今後は、農林漁業者と多様な業種の事業者が参画するネットワークを構築するなど、6次産業化の取組の面的拡大を図る必要があります。

〔図表 80〕 6次産業化・地産地消費に係る総合化事業計画の認定件数



(資料) 滋賀県農政水産部調

○ 地産地消や滋賀の農畜水産物の販売促進

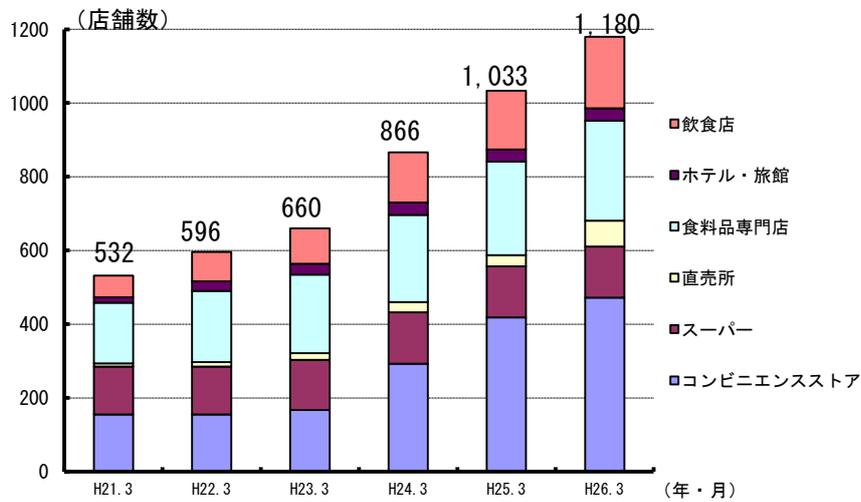
地産地消を推進する「おいしが うれしが」キャンペーンの登録店舗数は大幅に増加し〔図表81〕、食品販売業者等における県産農畜水産物の利用の取組が拡大しています。

引き続き、登録店舗数の増加とともに、キャンペーンの一層の活性化を図る必要があります。

また、滋賀を代表する近江米や近江牛、近江の茶、湖魚の県外への販路開拓や販売促進が行われ、県外での取扱店舗が増加しています。

しかし、一時的な取扱いにとどまる店舗もあることから、団体間の主体的な連携による販路開拓活動の強化・継続が必要です。

〔図表 81〕「おいしが うれしが」キャンペーン登録店舗の推移

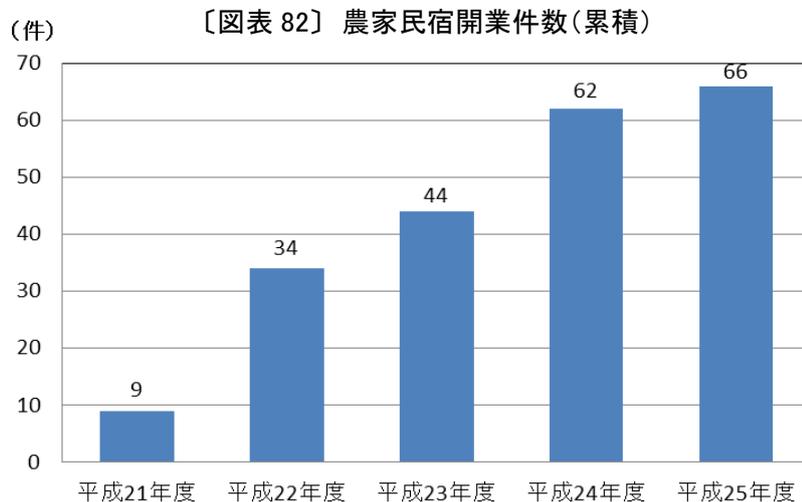


(資料) 滋賀県農政水産部調

○ 農業体験等が展開

農家民宿の開業件数が増え、各地で農業体験等を通じた都市農村交流が展開されています〔図表82〕。

今後は、食や農業体験など、果樹園、施設園芸、直売所等の農業分野と観光分野との連携を強化し、地域の活性化を図っていく必要があります。



(資料) 滋賀県農政水産部調

○ ブランド力の弱さ

本県の地域資源をみると、個々の資源の価値は非常に高く、対外的に知名度を有しているものが多くあるにもかかわらず、地域住民がその価値に気づいていなかったり、集客など地域経済の活性化につながっていない面があるなど、産業振興に十分に活かし切れているとはいえません。

民間の“属”ブランド力調査^注をみると、本県は、県外に住む方からの評価は全国で45位と最下位から三番目となっています。また、県内に住む方の評価も50%に届いておらず、県内・県外双方の評価を高める必要があります〔図表83〕。

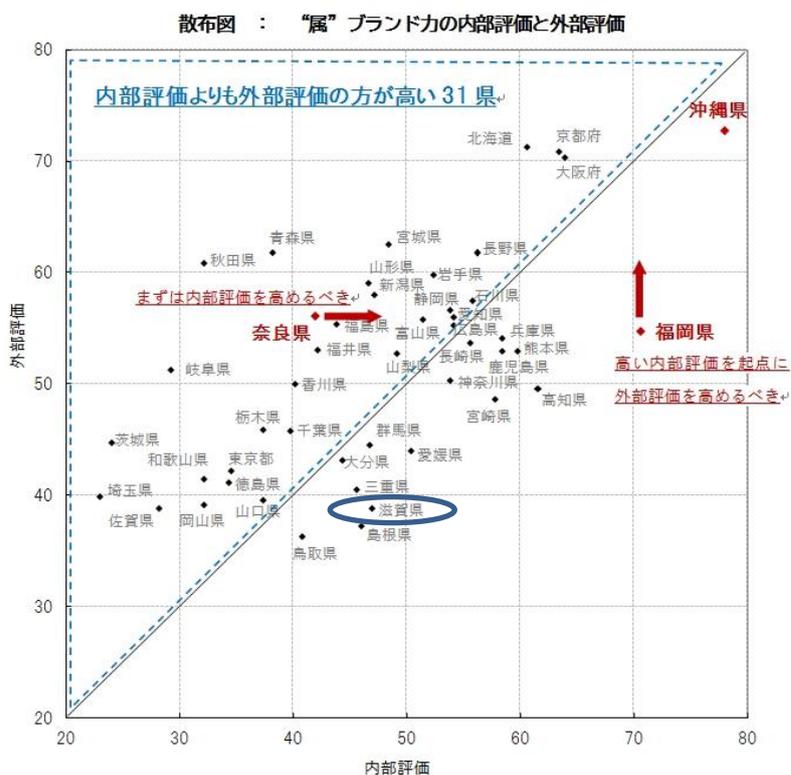
一方、平成22年滋賀県観光動態調査をみると、本県への旅行の満足度について、「満足している」または「それなりに満足している」と回答した方の合計の割合は、県外客で95.9%、県内客で93.6%と、ともに高くなっています〔図表84〕。

さらに県外客、県内客ともに約半数がリピーターであり〔図表85〕、本県を訪れた方の印象は比較的良いと言えます。

こうしたことから、地域資源の一層の活用を促進するとともに、まず一度、本県に足を運んでいただくため、滋賀の魅力発信の強化を図り、全国的な認知度を高めていく必要があります。

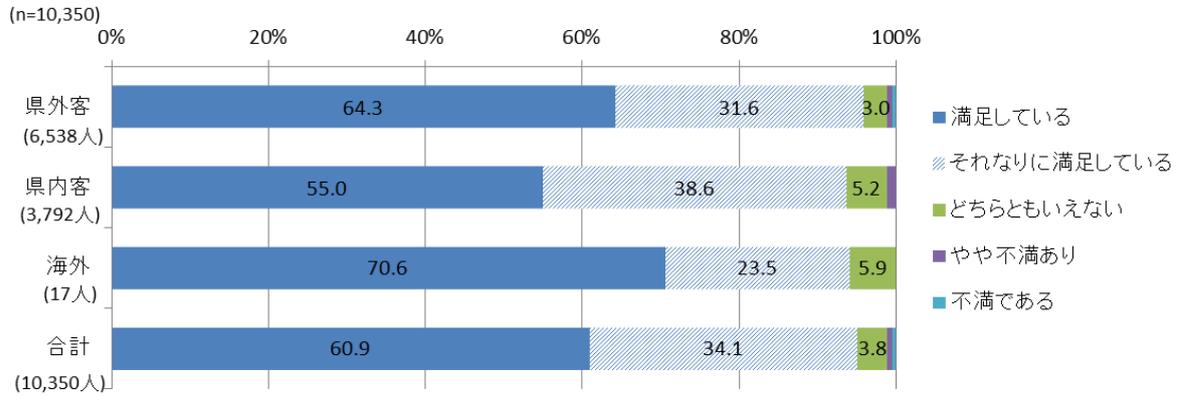
(注) “属”ブランド力調査：「自分の都道府県には、自分の都道府県を愛している人が多いと思うか」など5つの視点からの質問に対し、それぞれ「非常にそう思う」「ややそう思う」と回答した方の割合の平均値によって評価を算出したもの。

〔図表 83〕 都道府県の“属”ブランド力調査



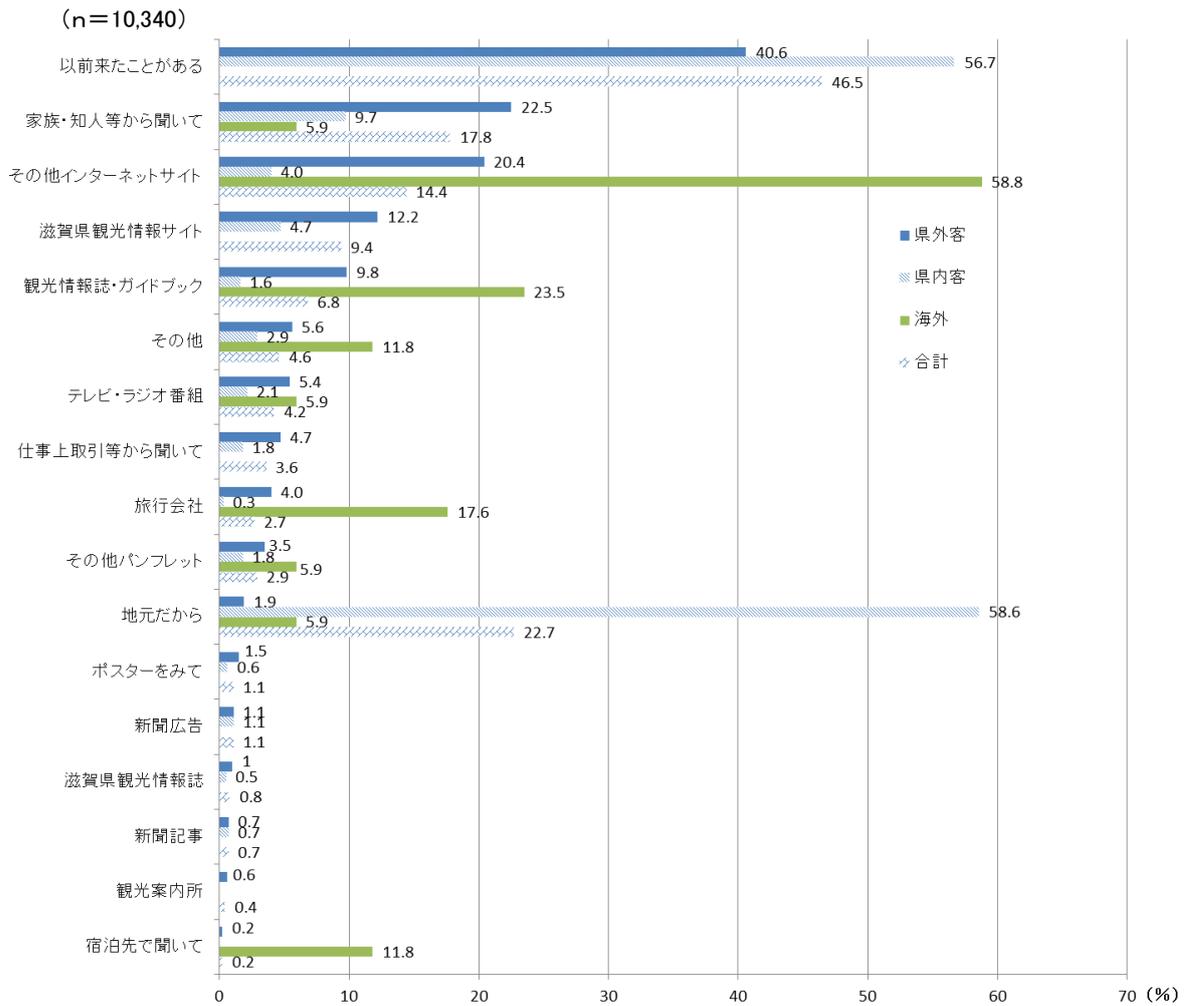
(資料) 株式会社博報堂ホームページ (平成 26 年 5 月 19 日発表)

〔図表 84〕 居住地別旅行全体の満足度



(資料) 滋賀県商工観光労働部観光交流局「平成 22 年滋賀県観光動態調査」

〔図表 85〕 旅行情報の入手



(資料) 滋賀県商工観光労働部観光交流局「平成 22 年滋賀県観光動態調査」

(6) 知的資源等

○ 教育研究機関が多数立地

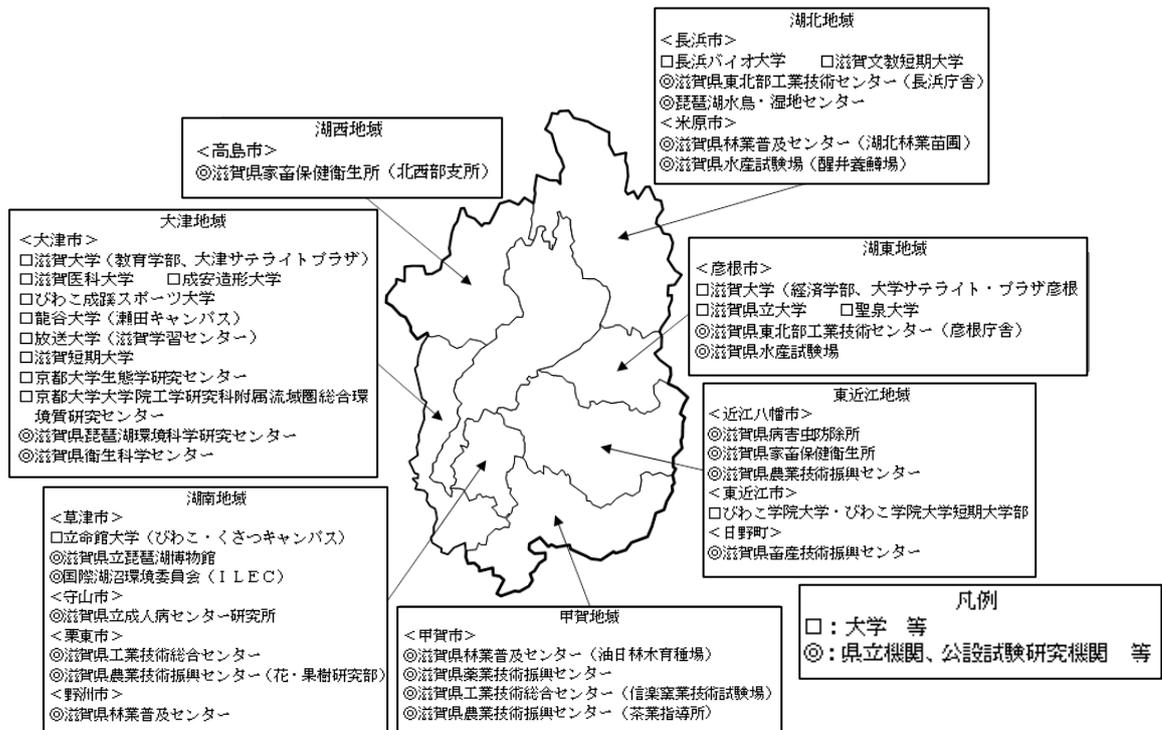
県内には、多彩な学部・学科を有する13の大学・短期大学が立地しており、約 38,000 人もの学生が学び、教育研究活動が行われているとともに、産学官連携の取組も活発に展開されています。

また、富栄養化の抑制など水質改善が見られる一方で魚介類が減少するなど、複雑化・多様化している琵琶湖環境の課題に対し、県の4行政部局と8試験研究機関が一堂に会して、課題の把握、調査研究および研究成果を踏まえた対策の立案などを一体的に行う「琵琶湖環境研究推進機構」を創設（平成26年4月）し、各試験研究機関の役割・機能を踏まえつつ、それぞれの知見を活かした環境保全に関する施策を総合的に推進しています。

さらに、公設試験研究機関をはじめ、大学連携型のインキュベーション施設など創業や研究開発・事業化をハード・ソフト両面から支援する機関も数多くあります〔図86・87〕。

本県産業の振興に向け、産学官等による連携の強化を図り、これらの知的資源の一層の活用を促進していくことが重要です。

〔図表 86〕 県内の大学・公設試験研究機関マップ



(資料) 各種資料より作成

〔図表 87〕 県内のレンタルラボ・レンタルオフィス等

設備区分	施設名称	設置者	設置場所	室数
レンタルラボ	立命館大学BKCインキュベータ	中小機構	立命館大学びわこくさつキャンパス (草津市)	30
	立命館大学産学連携ラボラトリー	立命館大学	立命館大学びわこくさつキャンパス (草津市)	10
	龍谷大学エクステンションセンターレンタルラボ	龍谷大学	龍谷大学瀬田学舎 (大津市)	21
	滋賀県立大学産学連携センター研究実験棟	滋賀県	県立大学産学連携センター (彦根市)	5
	滋賀県工業技術総合センター技術開発室	滋賀県	県工業技術総合センター (栗東市)	4
	滋賀医科大学バイオメディカルイノベーションセンター	滋賀医科大学	滋賀医科大学 (大津市)	8
レンタルファクトリー	長浜バイオインキュベーションセンター	長浜市	長浜サイエンスパーク (長浜市)	17
レンタルファクトリー	県立テクノファクトリー	滋賀県	県立テクノファクトリー (草津市)	12
レンタルオフィス	米原SOHOビジネスオフィス	滋賀県	県立文化産業交流会館 (米原市)	10
	草津SOHOビジネスオフィス	滋賀県	エルティ草津 (草津市)	20
	創業準備オフィス	滋賀県産業支援プラザ	コロボしが21 (大津市)	10
	創業オフィス	滋賀県産業支援プラザ	コロボしが21 (大津市)	13

(資料) 滋賀県商工観光労働部「滋賀県企業立地ガイド」

○ 進むブロードバンドの普及

本県のブロードバンド世帯普及率は、178.4%となっており、全国平均(165.6%)を上回っています。特に、FTTH(光回線)の普及が進んでおり、その世帯普及率は62.4%で全国第1位となっています(平成26年3月末現在)。

(7) 本県のこれまでの取組と成果

本県の産業振興における重点的な取組として、平成15年(2003年)から平成22年(2010年)を計画期間とする「産業振興新指針」では、環境、健康福祉、観光、バイオ、ITの5分野を取り上げ、振興を図ってきました。また、「県版経済振興特区制度」を創設し、「選択と集中」により、地域の特性を活かした地域による自発的・主体的な産業振興施策を推進してきました。

平成23年度(2011年度)から平成26年度(2014年度)までを計画期間とする「産業振興戦略プラン」では、今後さらに伸ばすべき分野として、環境、医療・健康、モノづくり基盤技術、にぎわい創出・観光の4つの戦略領域を策定し、重点的に取組を進めてきたところです。

さらに、平成25年(2013年)4月1日に施行した「滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例」に基づき、県内企業数の99%以上を占め、地域の経済や社会の担い手として、生産や消費活動、さらには雇用や地域づくりなどの面において大変重要な役割を果たしている中小企業の活性化を図っています。

こうした取組の結果、関連する産業の集積が図られるとともに、多くの技術やノウハウなどが蓄積され、「しが新産業創造ネットワーク」(参画:約180社(平成26年3月末時点、以下同様))や「しが水環境ビジネス推進フォーラム」(参画:約110社)、「しが医工連携ものづくりネットワーク」(参画:約130社)等をプラットフォームとして、企業・人材等のつながりが生まれ、産学官連携による共同研究等を通じ、新しい商品・サービスが生み出されています〔図表88〕。

〔図表 88〕 滋賀県産業振興戦略プランの目標および進捗

計画期間：平成23年度～平成26年度

戦略の内訳		成果指標	目 標	平成 25 年度実績
戦 略 領 域	環 境 領 域	新エネルギー・省エネルギー分野でのビジネスマッチング会参加企業数	延160社（累計）	72社 （累計163社）
		水環境ビジネスへの取組	水環境ビジネスの推進に向けた環境の整備	しが水環境ビジネス推進フォーラムの運営： 107社・団体が参画 （平成26年3月末現在）
	医 療 ・ 健 康 領 域	医工連携による研究プロジェクトの構築	研究プロジェクトの創出・事業化	「滋賀健康創生」特区の指定（平成25年9月13日）
		医療・健康分野での創業数（第二創業を含む）	8件（累計）	3件 （累計6件）
	モ ノ づ くり 基 盤 技 術 領 域	チャレンジ計画認定件数	32件（累計）	5件 （累計22件）
		展示・商談会参加企業数	延240社（累計）	41件 （累計150件）
		工場等立地件数	80件（累計）	43件 （累計103件）
	に ぎ わ い 創 出 ・ 観 光 領 域	多様な主体が参画する商店街活性化への取組件数	40件（累計）	13件 （累計41件）
		宿泊者数	330万人（平成26年）	319万人（推計値）
	分 野 横 断 戦 略	グ ロー バ ル 化 対 応 戦 略	海外企業とのビジネスマッチング	海外におけるビジネスマッチングの場の構築
外国人宿泊者数			20万人（平成26年）	11万9千人（推計値）
人 財 育 成 戦 略		職業訓練受講者の就職率	70%（平成26年度）	70.6% （平成26年3月末現在）
		職場体験参加者数	2,520人 （工業高校累計）	累計2,014人
		おうみの名工・おうみ若者マイスター認定者数	80人（累計）	14人 （累計53人）
連 携 強 化 戦 略		産学官連携等共同研究件数	40件（累計）	19件 （累計53件）
		農商工等連携促進法に基づく農商工等連携事業計画の認定数	16件（累計）	0件 （累計8件）

第3 産業振興の基本的な考え方

1 基本理念

世界にはばたく成長エンジンと 地域経済循環の絆で形づくる ‘滋賀らしい産業・雇用’の創造

豊かな自然環境や歴史遺産・文化資産があり、地理的条件に恵まれた本県は、古来、木地師や石工から始まるモノづくりの技や、近江商人の活躍に凝縮された産業の遺伝子ともいべきものを引き継ぎ、また、琵琶湖を守るという県民や企業等あらゆる主体の強い意志のもと、環境保全に取り組みながら経済発展を遂げてきた地です。

このような中で、多彩な知的資源をはじめ、先端技術分野から地域に根ざした産業まで多種多様な産業が集積し、これらを基盤にして、産学官等による連携の中から、優れた技術やノウハウが生み出され、蓄積されてきました。

人口減少・少子高齢化の急速な進行や経済のグローバル化の進展など、経済・社会の構造的な変化が進む中、これらの資源や強みをしっかりと引継ぎ、最大限に活かしながら、滋賀から、これからの時代を切り拓く「新しい価値」を創造し、本県経済の発展や雇用の維持・拡大、地域の活性化につなげていくことが重要です。

- ・ 環境保全と経済発展の両立など、国内外の課題解決への貢献
- ・ 地域の多様性や固有の資源を活かした魅力向上
- ・ 地域での人と人とのつながりの構築など、暮らしの安全・安心

これらの実現に向け、産業に携わるすべての関係者が一体となって、「変革と創造」に挑戦し、国内外の需要を開拓し、取り込むことのできる、本県経済の“成長のエンジン”となる産業の創出・振興を図るとともに、県内の産業や企業、人のつながりを一層深め、地域において、人・モノ・資金が活発に循環する経済社会づくりを進めます。

世界にはばたく成長のエンジンとなる産業の創出・振興と地域経済循環の促進を両輪として、本県経済の活性化を図るとともに、次代を担う若者をはじめ、女性も男性も、障害のある人もない人も、そして、高齢者の皆さんも、誰もが、自らの能力を活かして生き生きと働くことのできる雇用を創出します。

県民一人ひとりが将来に希望と安心感を持つことができ、企業が自らの事業活動に誇りを持てる、そして、みんなが豊かさを実感できる滋賀を共に創造していくことを目指します。

2 ビジョンが目指す姿

本ビジョンでは、10年後の姿として、以下の姿を見据え、その過程において、時々の経済・社会情勢の変化等に柔軟に対応しながら、計画的に産業振興施策を進めていくこととします。

- これまでの産業集積を基盤にした『新たな成長産業の創出』により、
環境と両立した、日本を支えるたくましい経済が創造されています。
- 独自技術や競争力のある商品・サービスを生み出す『挑戦する企業の活躍』により、
地域経済の活性化、雇用の維持・拡大が図られています。
- 琵琶湖をはじめとする豊かな地域資源や特性が活かされ、『世界に通用するブランド価値の発信』により、
滋賀のステータスが向上しています。
- 地域の課題や日々の暮らしに根ざした『地域貢献企業の集積』により、
地域を支え、地域が潤う循環型経済が確立しています。
- 多様な主体の連携の中から生み出される『イノベーションの連続』により、
新たな価値が創造され、国内外の需要に迅速かつ柔軟に対応できるビジネスモデルが次々と展開されています。

3 産業振興施策を進めるにあたっての視点

前述の目指す姿の実現に向け、以下の8つの視点を産業振興の基本方針として、施策を推進します。

① 産業活動を支える「事業環境づくり」の視点

産業振興施策の推進にあたっては、これまでに築き上げられてきた産業集積をしつかりと維持していくという視点に立ち、県内で操業する大企業、中小企業・小規模事業者のそれぞれが、その強みを活かして、経済・社会情勢や需要の変化に対応し、円滑かつ着実に事業活動を展開できるよう、ソフトおよびハードの両面から、環境の整備を図ることが重要です。

また、それぞれの地域の特性や実情に応じて、創業や新分野への進出等といった新たな挑戦が活発に行われ、さらなる産業の集積が図られる環境づくりを進める必要があります。

② 地域の特性を活かした「まちづくり」の視点

企業活動を支えるのは企業で働く人やその家族であり、若者や女性、高齢者や障害者等、誰もが安心して暮らすことができ、魅力あるまちづくりを進めることが産業の維持・集積を図り、企業の創造的な活動を促進していくうえで重要な視点となります。

子育て支援や介護サービスをはじめ、身近で買物や食事ができる環境、災害対応など安全・安心の確保、コミュニティの形成、教育・文化・スポーツ環境の充実等、様々な産業のつながりの中から、だれもが住みやすく、また、人々の交流やにぎわいのあるまちづくりを推進していくことが求められます。

③ 産業を担う「人づくり」の視点

人口減少、少子高齢化の急速な進行により、労働力人口の減少が懸念される中、本県産業を担う人材の育成・確保が不可欠です。

人づくりは、すべての活動の基盤になるものとの視点に立ち、産業のニーズにあった人材の育成・確保を図るとともに、若者、女性、高齢者、障害者等の活躍を促進していくことや起業家の育成を図る等、意欲と能力のあるすべての人が自らの力を最大限に発揮して働くことができる魅力ある雇用の場を創出していく必要があります。

④ 多様な産業の集積を活かした「つながりづくり」の視点

時代の大きな転換期にあり、人々の価値観が多様化する中、新たな需要を開拓していくためには、従来にない発想や手法が求められますが、これには、様々な主体の有する強みや力を持ち寄ることが重要です。

こうした視点から、多様な産業や技術、人材が集積し、豊富な地域資源を有する本県の強みを活かし、様々な主体のつながりの中から、新たな価値や活力が自律的かつ持続的に生まれる環境づくりを進める必要があります。

⑤ 強みを伸ばす「競争力づくり」の視点

本県の中小企業は、時代の変化の中で、高度な技術力と幅広い分野に対応できる展開力等を蓄積し、また、近江商人の「三方よし」の理念の実践に努めながら、着実な発展を遂げてきました。

地域の経済や社会の担い手として重要な役割を果たしている中小企業の有するこうした「先を見通す力」や「技術力」、「経営理念」等は、本県産業の大きな強みであるとの視点に立ち、その事業の持続的な発展と競争力の一層の強化を図っていく必要があります。

⑥ 追従を許さない「モノづくり」の視点

本格的な人口減少社会に突入し、国内市場の縮小が予想されるとともに、新興国の成長など海外との競争が一層激化する中であって、これからは、世界市場に視点を置いた付加価値の高いモノづくりを進め、国内外の需要を積極的に取り込んでいくことが一層求められます。

ニッチトップやオンリーワンを目指した技術開発を促進するとともに、サービスの提供等と一体化した商品の開発や農林水産業等との組合せにより、本県の特徴であるモノづくりの競争力強化を図っていく必要があります。

⑦ 滋賀ならではの「ことづくり」の視点

人々の価値観が多様化し、これまでの「モノを作れば売れる時代」から、創造性が求められる時代にあって、消費者の感性に訴えるストーリー性やテーマ性を高めて内外に発信していくことが重要です。

このため、地域の資源を新たな視点で見つめ直し、価値を高め、創意工夫を活かした事業展開の一層の促進を図るとともに、分散している個々の資源を面で捉えられるような、地域としての滋賀のブランド化を目指します。

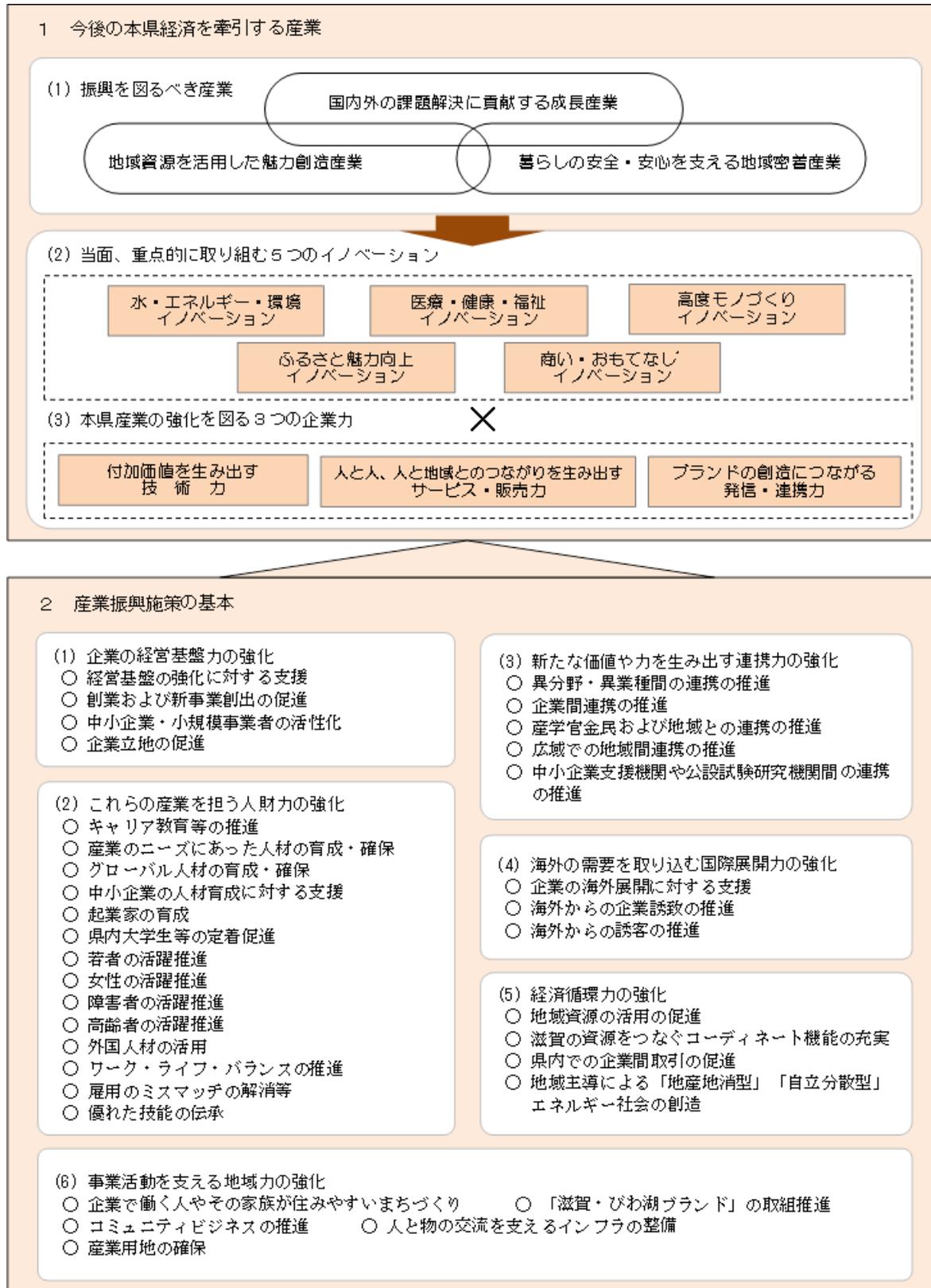
⑧ 一人ひとりの県民の「幸せづくり」の視点

人口減少・少子高齢化社会を迎える中で、これまでの発想や価値観を転換し、新たな視点から、県民一人ひとりの幸せや豊かさを実感できる社会を実現していくことが求められています。

今日、地域の多様性や固有の価値が再発見される中、豊かさの視点を地域に置いて、企業や人がつながり、コミュニティの再生や暮らしの課題解決に結びつく等、地域の中で、人・モノ・資金が循環するような産業の創出・振興を図るとともに、誰もが、生きがいを感じながら働くことのできる雇用の場を創出していくことが必要です。

第4 産業振興の基本的方向

<体系図>



1 今後の本県経済を牽引する産業

(1) 振興を図るべき産業

前述の産業振興施策を進めるにあたっての8つの視点に基づき、今後の本県経済を牽引する産業として、以下の切り口から産業振興を図ります。

○ 国内外の課題解決に貢献する成長産業

今後、アジアをはじめとする新興国の成長など、グローバル競争が一層激化し、同時に、国内市場の縮小が見込まれる中で、本県が力強く持続的な発展を遂げていくためには、国内外の需要を新たに開拓し、その成長を取り込むことのできる産業を創出・振興していく必要があります。

そのため、本県の産学官連携基盤等を活かしながら、企業が有する高度な技術力と展開力の一層の強化を図り、付加価値が高く、わが国や世界が直面している課題解決に貢献する商品やサービス、ビジネスモデルの創出を促進します。そして、産業間の連携を促進し、裾野を広げ、滋賀の強みを活かした成長産業へと育成を図ります。

○ 地域資源を活用した魅力創造産業

人口減少、少子高齢化が急速に進行する中で、地域の活性化を図っていくためには、県内外から人々を惹きつけ、人・モノ・資金・情報の活発な交流を生み出すことのできる滋賀ならではの価値を創造していく必要があります。

そのため、琵琶湖を中心とする豊かな自然や美しい景観、歴史遺産、文化資産をはじめ、農林水産物、企業等の有する知恵や技術、さらには、生活文化や人材を含め、本県の有する地域固有の資源や特性にこれまで以上に光を当て、磨き上げることで、付加価値の高いビジネスを生み出し、魅力ある雇用の創出を図ります。

○ 暮らしの安全・安心を支える地域密着産業

今後、少子高齢化が進行する中で、高齢者をはじめ若者など、人々が地域とのつながりを一層求める一方で、都市部では、核家族化や単独世帯の増加に伴い、人と人とのつながりが希薄化し、また、高齢化や過疎化が進行する地域では、地域コミュニティの維持そのものが困難になってきています。

そのため、いわゆる「買い物弱者」対策や子育て支援をはじめ、コミュニティの形成や地域資源と結びついた生きがいや健康づくりなど、暮らしの身近なニーズに対応し、生活の質の向上につながる商品・サービスの創出を促進します。地域において、女性や若者、高齢者や障害者等が、その担い手として、それぞれの能力や経験等を活かしながら、ライフスタイルに応じて働くことができる雇用の場の創出や起業を促進し、地域内での人・モノ・資金の循環の促進を図り、地域の活性化につなげます。

(2) 当面、重点的に取り組む5つのイノベーション※

上記の3つの産業を振興するという切り口を基本として、滋賀らしい強みを形成するために、滋賀の持つ「モノをつくる力」「交通と観光の力」「文化とスポーツの力」を活かし、伸ばしていくことにより、当面、以下の5つのイノベーションの創出を通じた産業の振興と雇用の創出に重点的に取り組みます。

これにより、本県産業全体への波及を狙い、その底上げを図り、本県経済の発展、雇用の維持・拡大、地域の活性化を図ります。

○ 「水・エネルギー・環境」イノベーション

- ・ 国内外の水環境課題の解決を目指す水環境ビジネスの推進
- ・ 再生可能エネルギーの導入促進と、エネルギー関連産業の振興
- ・ 持続可能な社会の実現につながる環境関連産業の振興

日本最大にして世界でも有数の古代湖であり、近畿1,450万人の暮らしや産業を支える琵琶湖を有する本県は、琵琶湖という大きな閉鎖性水域の水環境保全に取り組みながら経済発展を遂げてきました。このような中で、本県に蓄積されてきた技術や経験、ノウハウなど、「住民」「行政」「企業（工場等）」「大学等研究機関、水環境関連企業」の4つの主体による経済発展と水環境保全の両立を目指した取組を「琵琶湖モデル」として発信し、国内外の水環境課題の解決を目指して、産学官民が一体となり、水環境ビジネスの推進を図ります。

また、地域の創意工夫を活かした再生可能エネルギーの導入促進を図るとともに、本県における太陽電池やリチウムイオン電池を中心とするエネルギー・電池関連産業の集積を最大限に活かしながら、再生可能エネルギーの普及と関連産業の振興の相乗効果が発揮されるよう、県内企業における低炭素化技術を含めたエネルギー関連技術の開発等を促進します。

このほか、環境の測定や分析、監視、浄化、負荷の低減等に係る商品・サービス、技術の創出等、地球規模での環境問題や資源・エネルギー問題の解決に貢献し、産業と環境が両立した「持続可能な社会」の実現につながる環境関連産業の振興を図ります。

※ 「イノベーション」

単に新しい技術や製品の開発をさすのではなく、サービスの創出を含め、それまでのモノ、仕組みなどに対して、新しい技術や考え方を取り入れて新たな価値を創造し、社会や暮らしによりよい変化をもたらすことを意味します。

○ 「医療・健康・福祉」イノベーション

- ・ 医工連携による医療・健康・介護機器等の研究開発や新たなサービスの創出
- ・ 医薬農や医福食農の連携による健康増進に資する食品等の開発
- ・ 滋賀ならではのヘルスツーリズムの展開
- ・ 高齢者の衣食住や、子育て支援等、安心・安全な暮らしを支える商品・サービスの創出

国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）」によれば、本県における65歳以上人口は、平成22年（2010年）から平成37年（2025年）にかけて1.3倍以上に増加すると推計され、増加率は全国第5位となっています。長期的にみても、平成52年（2040年）までの30年間にかけ、65歳以上人口が1.4倍以上に増加すると推計されており、このような県は、大都市圏に含まれる本県など7都県となっています。

こうした高齢化の進展に伴う社会課題の解決を図る取組により、新たな市場を創造し、成長の原動力としていくことが重要です。

このため、本県における医工連携の取組実績を基盤に、「滋賀健康創生」特区の取組の着実な推進を図りつつ、医療・健康・介護機器等の研究開発や新たなサービスの創出に取り組みます。

また、農林水産資源や自然環境など本県の豊富な地域資源を活かし、医薬農や医福食農の連携による健康増進に資する食品等の開発、滋賀ならではのヘルスツーリズムの展開など、健康寿命の延伸に貢献する産業の振興を図ります。

さらに、高齢化の進行により需要の拡大が見込まれる高齢者の衣食住や、子育て支援等、安心・安全な暮らしを支える商品・サービスの創出を促進します。

○ 「高度モノづくり」イノベーション

- ・ 本県モノづくり産業の強みの源泉である加工組立型業種と基礎素材関連業種を重点にした競争力強化
- ・ モノづくりとサービス産業等との連携による製品や技術の高付加価値化

本県では、高度経済成長期を通じて輸送用機械器具製造業や電気機械器具製造業を中心に内陸型の加工組立型業種が集積し、製造品出荷額等に占める割合は、約54%と過半となっています（平成24年「工業統計調査」）。

これらの業種による製品や技術の応用範囲は非常に広く、今後、MEMSといわれる多様な機能を集積化した微細デバイスや世界市場の拡大が見込まれるロボット産業での活用が期待されます。

また、こうした加工組立型業種を支える化学工業やプラスチック製品製造業、窯業・土石製品製造業等、高機能な部素材を提供する基礎素材関連業種の割合が高いことも本県の特徴となっています。

当該業種におけるタッチパネルや太陽電池・二次電池等の再生可能エネルギー分野、水処理分野で使用されるフィルム関連技術をはじめ、電子部品の素材、機能性を高める金属表面処理技術等の高機能な部素材などは、今後も高い成長が見込まれます。

このような視点から、本県モノづくり産業の強みの源泉である加工組立型業種と基礎素材関連業種を重点に競争力強化を図ることとし、得意とする摺合せ技術、作り込み技術および高い安全・安心技術と独自開発技術の融合により、県内企業の新分野への参入を促進します。

また、サービス産業等との連携を推進するなどし、製品や技術の高付加価値化を目指します。

○ 「ふるさと魅力向上」イノベーション

- ・ 滋賀ならではの独自性の高いコンテンツを生み出すクリエイティブ産業の振興
- ・ 地場産業の優れた技術やノウハウを活かした新商品の開発
- ・ 環境への配慮や高齢化等に対応した建築・住宅等に関連する産業の振興
- ・ 滋賀の資源や素材の魅力を活かした特色あるツーリズムの展開
- ・ 農商工連携や6次産業化の推進による農林水産物の高付加価値化

本県では、「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」に基づき、約260件の地域産業資源を指定しています（平成26年6月現在）。

こうした滋賀ならではの資源や素材を活かし、心の豊かさや上質な暮らしぶりといった滋賀らしい価値観を持つ商品やサービスを創出し、その良さの発信につながるビジネスの振興を図ります。

このため、デジタルコンテンツやデザイン分野を重点に、滋賀ならではの独自性の高いコンテンツを生み出すクリエイティブ産業の振興を図ります。中心的な役割を担うクリエイターや企業の成長・発展を促す環境づくりを進めるとともに、モノづくりをはじめ様々な産業分野との連携を促進し、クリエイティブな発想や技術との一体化による滋賀の商品・サービスの高付加価値化やブランド力の向上を目指します。

また、地場産業の優れた技術やノウハウを活かし新しいライフスタイルを提案する商品等の開発や、環境への配慮や高齢化等に対応した建築・住宅等に関連する産業の振興を図ります。

さらに、滋賀の資源や素材の魅力を活かしたスポーツツーリズムやエコツーリズム、グリーン・ツーリズム、フードツーリズム、産業観光、文化観光等、特色あるツーリズムの展開を図ります。

また、農商工連携や6次産業化を推進する等、大都市近郊という地理的条件を活かして、マーケットインの視点から滋賀の農林水産物の高付加価値化等を図ります。農業は、地域に最も根ざした産業であり、人と人、人と地域を結びつける新たな価値の創造につながる産業として、今後、食や医療・健康・福祉、環境、教育、さらには、観光やまちづくり等、様々な分野での展開が期待され、こうした切り口からのビジネス化に向けた取組を促進します。

○ 「商い・おもてなし」イノベーション

- ・ 地域の中での‘顔の見える関係’を活かした、女性や高齢者、障害者等の潜在的なニーズを掘り起こすビジネスの創出
- ・ 魅力ある個店の振興と、中心市街地等でのまちの魅力や特産品など地域固有の資源の発信、地域コミュニティの形成を図るなどの取組の促進
- ・ 来訪者を温かく迎える人材の育成と、来訪者と居住者の交流を生み出す仕組みづくり

人口減少・少子高齢化社会を迎える中で、地域の暮らしを支え、活力を維持していくためには、地域の需要にきめ細かく応える商業・サービス業の振興を図ることが重要です。

このため、地域の中での‘顔の見える関係’を活かした、女性や高齢者、障害者等の潜在的なニーズを掘り起こすビジネスの創出を促進します。

また、魅力ある個店の振興を図るとともに、商業、サービス業を中心に多様な業種が交わる場である中心市街地などの商店街では、地域の産業や人々のつながりを創出し、まちの魅力や特産品など地域固有の資源の発信拠点として域内外の需要を取り込んだり、地域コミュニティの形成を図るなど、地域内での経済循環を促進し、地域の産業や社会に新たな活力をもたらす取組を促進します。

こうした取組によるまちのにぎわいや魅力の創出は、居住者の利便性や活力の向上とともに交流人口の拡大につながります。来訪者、居住者双方がともに満足できる体制づくり等を進めるため、地域への愛着と誇りを持ち来訪者を温かく迎える人材の育成を進め、人間味溢れる交流を通じて、来訪者が「滞在したくなるまち」「もう一度訪れたいまち」を目指します。あわせて、安全・安心で居心地のよい滞在環境づくりを進め、そのうえで来訪者と居住者が交流するための仕組みづくりを進めます。

(3) 本県産業の強化を図る3つの企業力

上記産業の創出・振興を担うのは、県内企業であり、なかでも、県内企業数の99%以上を占める中小企業、また、86.7%を占める小規模企業が、地域経済の活性化をはじめ、地域の安全・安心やコミュニティの担い手として果たしている役割は重要です。

そのため、県内企業が持続的な発展を遂げ、また、競争に打ち勝つとともに、企業の社会的責任や顧客満足度の向上等に通じる「三方よし」の理念の実践に努めながら、地域の経済および社会への貢献に向け、その力を最大限発揮できるよう、中小企業・小規模事業者の固有の課題を踏まえ、その特性に応じて、企業等の有する以下の力の強化を図ります。

○ 付加価値を生み出す技術力

科学技術の一層の活用を図るなど、さらなる技術の革新や融合を進めることにより、強みとする技術力を基盤として、確固たる技術、他にない独自技術（オンリーワン技術）を確立し、付加価値の高いモノやサービスを生み出していくことが求められます。

サービス、飲食などの分野においても、質を向上させ、顧客満足につなげるため、それぞれの分野での関連知識の習得や専門的・職人的な技術、技能の高度化等を図る必要もあります。

さらに、創造・開発した技術やノウハウ等については、知的財産として認識をしたうえで、これらの公開・秘匿・権利化を使い分ける「オープン・クローズ戦略」等の知的財産戦略なども視野に入れ、その活用や保護を図ることが重要となってきます。

また、これまでの産業振興施策の中で取り組んできたバイオテクノロジーやIT、ナノテクノロジーのほか、生物模倣技術などの新たな視点からの技術は、様々な産業分野での応用が期待されます。

○ 人と人、人と地域とのつながりを生み出すサービス・販売力

商業・サービス業はもちろん、モノづくりや建設等の分野においても、市場の動向を把握し、消費者に受け入れられる商品を企画したり、ビジネスモデルを創造することが求められます。

また、単に商品を提供するだけでなく、顧客に対し、地元こだわった、豊かさや幸せを届けるきめ細やかなサービスを実現する等、人や地域とのつながりを大切にしながら、サービスの高付加価値化や差別化を図ることによって、企業の競争力を高めていくことが重要です。

さらに、国内市場の縮小が見込まれる中で、少子高齢化社会に対応した新たな市場の開拓や海外での需要の取り込みなどに対応していくことが不可欠です。

そのため、販路開拓や営業等を行う人材の育成や確保を図っていく必要があります。

○ ブランドの創造につながる発信・連携力

自社の強みや魅力を的確に把握し、積極的にアピールしていくことが重要です。

特に、経営資源が限られる中小企業にとっては、このための情報発信力を高めていく必要があります。

積極的な情報の発信は、新たな取引先の開拓や信用度の向上、求める人材の確保、さらには、自社の事業活動について社会からの理解を得、互いの関係構築にもつながります。

共感を呼ぶようなストーリー性を持たせた発信等、効果的な情報発信を通じて、個別ブランドの創造を図るとともに、新たな価値の創造やビジネス展開に向け、異業種（分野）・同業種（分野）に限らず、企業等の間でのマッチングや提携の形成につなげていく必要があります。

2 産業振興施策の基本

前述の産業振興施策を進めるにあたっての8つの視点に基づき、本県産業の持続的な発展を支える取組として、以下の施策を推進します。

(1) 企業の経営基盤力の強化

○ 経営基盤の強化に対する支援

〔 相談支援・情報提供 〕

金融・税務・労働等の経営全般や技術面等の課題に関し、商工会や商工会議所等の中小企業支援機関との連携により、企業のニーズに応じて、きめ細かな相談支援や情報提供を行います。

〔 経営支援 〕

マーケティングをはじめ、ITを活用したスマート化、経営革新、商品・サービスの高付加価値化、事業継続計画の策定、事業承継等、企業が抱える様々な経営上の課題に関し、専門家の派遣や企業OB人材の活用等により、専門的・実践的なアドバイスを行うなど、企業のニーズに応じた支援を行います。

〔 金融支援 〕

経営基盤の強化や事業の発展に必要となる資金の円滑な供給を図るため、制度融資など、金融支援の充実・強化を図ります。

〔 技術支援 〕

技術相談や技術情報の提供、研究交流、技術者の育成、試験分析機器の開放など、技術開発や技術の高度化に対する支援の充実・強化を図ります。また、知的財産戦略に係る支援を行います。

○ 創業および新事業創出の促進

創業や新事業の創出を促進するため、ベンチャー企業等の活性化を図り、必要な情報の提供をはじめ、その立ち上がりから事業化・販路開拓に至るまでの一貫した取組に対し、産学官金が一体となり、成長段階に応じて多面的な支援を行います。

○ 中小企業・小規模事業者の活性化

「滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例」に基づき、中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化、中小企業の経営基盤の強化、産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化を基本方向として、施策の展開を図ります。

なかでも、地域の需要、雇用を担うなど、地域経済の安定と地域住民の生活の向上・交流の促進に極めて重要な役割を担う小規模事業者について、その事業の持続的な発展を図るため、関係団体等との連携のもと、適切な支援を行います。

○ 企業立地の促進

本県の立地環境やモノづくり産業の集積といった強みを活かし、付加価値の高いモノづくり産業を重点に、事業活動の中核となる本社機能や研究開発機能等を有する企業の新規立地の一層の促進を図ります。

併せて、既に立地している企業の定着や集約化および競争力強化を促す観点から、県内での設備投資の拡充に加え、研究開発機能を備え、技術面、開発面および人材育成面からも海外生産を支える役割を担うマザー工場化を促進します。

また、進出企業と既存企業や大学等研究機関、地域との連携を促進し、人材の育成や確保、技術開発等において地域内での協力関係を構築し、本県の産業集積の利点のさらなる活用を図ります。

(2) これからの産業を担う人財[※]の強化

○ キャリア教育等の推進

学校教育において、発達段階に応じた体系的・系統的なキャリア教育を推進し、児童生徒に対して、社会の一員としての役割を果たすことや「自ら学び、考え、行動する力」など、社会人・職業人として自立して生きていくために必要な能力や態度を育成します。

また、児童生徒や若者に対し、滋賀の豊かな資源を活かした体験学習を通じて創造力を育む機会を提供するなど、地域の創造性を高める人材の育成・定着を図ります。

○ 産業のニーズにあった人材の育成・確保

関係団体等と連携し、技術の進歩や産業界の人材ニーズに対応した研修や職業訓練等のプログラムの充実を図り、高度な専門的技術や知識を備えた人材の育成を図る等、本県産業を担う人材の資質向上や職業能力の開発・向上を図ります。

また、企業OBを活用する等して、中小企業の現場改善や生産性の向上に取り組むモノづくり人材の育成を図ります。

○ グローバル人材の育成・確保

初等中等教育段階からグローバル化に対応した教育環境づくりを進め、英語等の外国語能力を育成する教育や国際理解教育を推進するとともに、県内大学や関係団体等と連携し、グローバル化に対応する人材の育成・確保を図ります。

○ 中小企業の人材育成に対する支援

中小企業が抱える人材育成の課題に関し、相談・援助を行うとともに、研修会を実施するなど中小企業の人材育成を支援します。

○ 起業家の育成

大学等の教育・研究機関や金融機関、関係団体等と連携し、本県産業の新たな担い手となる起業にチャレンジする人材の育成を図ります。

※「人財」

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材を「人財」と位置付け、施策を推進します。

○ 県内大学生等の定着促進

大学や関係団体等と連携し、学生等に対し、県内中小企業の魅力を発信するなど、県内中小企業と学生の相互理解を促進するための環境づくりを進め、県内の大学等に在籍する学生をはじめ、首都圏など県外の大学や高等専門学校等に在籍する学生のUターン、Iターンの促進を図り、若年人材の県内中小企業への就職を促進します。

○ 若者の活躍推進

若者が能力と適性にあった職業を選択し、安定した雇用の場に就いて自立できるよう、相談体制の充実を図り、学校や企業、国等の関係機関と一体となって、一人ひとりの実情に即し、相談から就職までの一貫した支援を行います。

○ 女性の活躍推進

女性の活躍推進は、労働力の確保にとどまらず、社会の様々な場面に新たな価値観や創意工夫をもたらし、地域や経済の活性化につながることを期待されます。

このため、男性も含めた働き方の見直しをはじめ、女性の働く場への参画拡大や、経営戦略としての女性人材の採用・育成・登用の促進、起業をはじめとする女性の様々な場面での活躍に向けて、女性のライフステージに応じた切れ目のないきめ細やかな支援を行います。

○ 障害者の活躍推進

障害者の就労ニーズと企業の雇用ニーズのマッチングを行うとともに、職業能力の開発・向上をはじめ、職場定着や就労に伴う生活支援のための取組を一体的に行うなど、多様な就業ニーズに応じた雇用機会の確保を図るための環境整備を進めます。

○ 高齢者の活躍推進

高齢者の体力やライフスタイルに応じた多様な就労ニーズに対応しながら、就業機会の提供や職業訓練等の就労支援に取り組むとともに、高齢者が活躍できるよう人材の養成に力を入れるなど、高齢者の活躍の場の拡大に努めます。

○ 外国人材の活用

外国人留学生や高度外国人材等の活用の促進を図るとともに、日本での就労資格を持つ外国人等のニーズに応じた就労促進に努めます。

○ ワーク・ライフ・バランスの推進

仕事と子育てや介護等が両立できる雇用環境づくりをはじめ、人材の確保・定着や生産性の向上など、企業における経営戦略の視点から、誰もが自らの力を最大限に発揮して、いきいきと働くことのできるよう、ワーク・ライフ・バランスの取組の一層の推進を図ります。

○ 雇用のミスマッチの解消等

介護・福祉など成長が見込まれながらも人材不足が生じている分野において、求職者等を対象に、民間教育機関を活用した多様な職業訓練の実施等により就職の促進を図り、雇用のミスマッチの解消に努めます。

介護分野では、関係団体等と連携して、人材の確保・育成・定着の取組の一体的な推進を図ります。

○ 優れた技能の伝承

県内の産業に従事する者で特に優れたものを表彰・認定するなどの取組を推進し、技能の振興や優秀な技能者の育成を図ります。

また、建設産業では、関係団体等と連携して、その担い手の確保・育成を図るための取組を進めます。

(3) 新たな価値や力を生み出す連携力の強化

○ 異分野・異業種間の連携の推進

新たな視点からの価値創造に向け、本県の特徴であるモノづくり産業と医療・健康・介護、観光などのサービス産業との連携やITとの融合、モノづくりとデザインの一体化をはじめ、農商工や医薬農、医福食農の連携、地場産業と流通業や観光業との連携、産地間の連携、産業と地域の文化的資源との連携等、従来の第一次産業、第二次産業、第三次産業といった枠組みにとらわれない異分野・異業種間の連携を促進します。

○ 企業間連携の推進

多様な業種の大手製造企業の研究所やマザー工場と、高度な技術を有する中小企業が数多く存在する本県の強みを活かし、イノベーションの創出や中小企業の販路拡大等に向け、これらの企業間等での一層の連携を促進します。

また、経営資源の相互補完を図るための同業種間での連携の促進や、モノづくり中小企業の下請構造からの脱却を目指し、共同受注体制の確立など、ビジネス展開に向けた中小企業間の連携を促進します。

○ 産学官金民および地域との連携の推進

ニーズとシーズのマッチングやビジネスプロジェクトの創出、人材育成等に向け、企業と大学等の教育・研究機関、行政、金融機関間での連携を一層推進するとともに、地域固有の資源の活用や地域の課題解決に向け、企業と地域やNPO等との連携を促進します。

また、地域の活性化に向けた地域内での企業間連携の促進を図ります。

○ 広域での地域間連携の推進

近畿圏や中部圏などの近隣府県等との連携を進め、産学官連携の機会拡大等を図るとともに、海外からの誘客や企業誘致等に向け、広域連携による効果的な取組を推進します。

○ 中小企業支援機関や公設試験研究機関間の連携の推進

企業が抱える経営・資金・技術・人材などの課題に対し、素早く的確な支援、継続した支援が実施できるよう、国等の機関を含めた中小企業支援機関や公設試験研究機関間の連携を一層推進します。

(4) 海外の需要を取り込む国際展開力の強化

○ 企業の海外展開に対する支援

企業の海外展開等を支援するため、海外政府や関係機関・団体との間で経済交流の覚書や協定を結ぶなど、その関係構築を図り、企業が事業活動を円滑に進められるよう、環境整備を図ります。

また、現地における支援体制の整備や進出企業間のネットワークづくりを推進し、中小企業の海外における安定的な経営の実現を目指します。

さらに、国や独立行政法人日本貿易振興機構、独立行政法人国際協力機構、独立行政法人中小企業基盤整備機構等の支援機関と連携し、情報の収集や提供、相談対応、事業展開支援や県産品を含めた販路拡大支援の充実を図ります。

○ 海外からの企業誘致の推進

国や独立行政法人日本貿易振興機構等と連携して、海外からの企業誘致を推進するとともに、既に国内にある外国資本企業の研究開発拠点や製造拠点の県内誘致を推進します。

さらに、多文化共生の地域づくりを進めるなど、海外企業の受け入れ態勢の整備・充実を図ります。

○ 海外からの誘客の推進

本県の魅力を発信するため、海外ミッションの派遣やエージェント・メディアの招請などのプロモーション活動を、関西広域連合や中部広域観光推進協議会等の広域連携組織も活用して実施するとともに、訪日教育旅行の誘致等の取組を行い、特定市場に偏らない多様な地域からの誘客を推進します。

また、外国人観光客受け入れに向けたガイドブックの作成や観光施設における多言語案内、滞在環境の向上を図るための取組等を進めます。

さらに、東京オリンピック・パラリンピック等の国際的なスポーツイベント等を契機とし、併せて地域の伝統や文化芸術活動を活かした魅力ある文化プログラム等を展開することにより、誘客や国際会議等の誘致・開催を推進します。

(5) 経済循環力の強化

○ 地域資源の活用の促進

地域固有の資源について、県民自らがその価値に気づき、様々な主体とのつながりにより、地域の良さが伝わる、豊かさが実感できる、消費者の感性に訴える新しい商品やサービスとして再構築され、地域の中でその活用や消費が促進される環境づくりを進めます。

また、観光の視点から磨きをかけ、発信することにより、来訪者と居住者との観光交流が生まれる環境づくりを進めます。

こうした取組を通じて、地域の中で企業や人がつながり、モノや資金が循環し、多様な働き方を提供する雇用の場と新たな需要の創出につながる好循環の形成を目指します。

○ 滋賀の資源をつなぐコーディネート機能の充実

県内中小企業等が供給する商品・サービスや地場産品等、地域の豊かな資源とその価値を県民に伝え、理解を促す情報発信に努めるとともに、学び、触れ、体験する機会の創出など、つくり手とつかい手をつなぐ場づくりを進め、県内での購入や消費の促進を図ります。

また、県内中小企業における人材の確保や、新たなビジネス展開の促進を図るため、県内中小企業の魅力発信、若者をはじめ女性やクリエイター等、多様な人材とのマッチングに向けた環境づくりを進めます。

○ 県内での企業間取引の促進

大手企業と中小企業等とのマッチング機会の創出等により、県内での受発注の拡大や新たな技術、商品・サービスの開発等につながる関係構築を促進します。

○ 地域主導による「地産地消型」「自立分散型」エネルギー社会の創造

「滋賀県再生可能エネルギー振興戦略プラン」の着実な推進を図り、地域における様々な取組主体が、地域の資源を最大限活用しながら、生活や産業活動に必要なエネルギーを可能な限り地域の中から生み出し、地域の中にエネルギー源を分散配置するとともに、省エネを推進することにより、環境に配慮した、産業振興と雇用創出につながる、災害に強い社会を築きます。

(6) 事業活動を支える地域力の強化

○ 企業で働く人やその家族が住みやすいまちづくり

医療や介護、福祉をはじめ、にぎわいの創出や高齢者にやさしく歩いて暮らせるまちづくり、外国人住民との多文化共生のまちづくりなど、市町等と連携し、仕事とともに、滋賀に居を構える人たちにとって、安心して暮らせるまちづくりを進めるとともに、文化・スポーツや教育環境の充実、自然環境の保全等、企業の創造的な活動を支える環境づくりを進めます。

○ 「滋賀・びわ湖ブランド」の取組推進

国内外から、人・モノ・資金・情報を惹きつけ、また、本県でつくられた商品・サービスの付加価値や競争力の一層の向上を図るため、県産品や観光資源、企業等の有する技術や商品・サービスなど個別の資源についてのブランド化を推進するとともに、個別の資源のブランド価値を支え、増幅させる地域そのもののブランド化を図るため、「滋賀・びわ湖ブランド」の取組を推進します。

また、首都圏等での効果的な情報の発信や収集の充実・強化を図ります。

○ コミュニティビジネスの推進

子育て支援や介護・福祉、環境保全やまちづくりなど、地域に根ざした新たな産業や新たな働き方の創出に向け、地域の課題解決を目的とした持続的な事業活動であるコミュニティビジネスを推進します。

○ 人と物の交流を支えるインフラの整備

本県の地理的優位性や広域交通利便性の一層の向上を図るため、滋賀交通ビジョンの着実な推進により、本県を起点とする放射状の広域交通ネットワークを強化し、近畿、中部、北陸各圏域間のアクセスを充実する施策に取り組みます。

また、国際貨物の集約輸送を可能とする拠点整備の検討をはじめ、スマートインターチェンジの設置や活用の促進、鉄道貨物を活かす環境整備や近隣府県の有する港湾や空港がより戦略的に活用できる環境整備に向けた取組の推進を図ります。

さらに、災害時等における情報通信手段として有効であり、平常時には外国人観光客の利便性向上にも役立つ公衆無線LAN(Wi-Fi)整備等の取組を促進します。

○ 産業用地の確保

公共または民間等の幅広い分野からの参入を促し、新たな産業用地の造成を推進するとともに、県内の空工場や民間遊休地などの活用を促進し、企業の立地適地の確保に向けた取組を推進します。

第5 ビジョンの推進

1 各主体の役割

本ビジョンが目指す姿を実現していくためには、以下に掲げる各主体が、それぞれの役割を果たしつつ、互いに連携・協力して取組を推進していくことが必要です。

(1) 県の役割

県は、本県における事業活動が企業にとっての比較優位や競争力の強化につながり、企業がその力を最大限に発揮できるよう、ソフトおよびハードの両面から環境づくりを進めます。

施策の推進に当たっては、産業振興に係る施策は、まちづくりをはじめ、医療や福祉、教育や文化、農林水産業、さらには、環境への対応や道路等の社会資本整備など広範な分野に及ぶことから、庁内の関係部局が連携し、総合的に推進します。

また、本ビジョンを着実かつ効果的に推進していくため、適宜、県内企業へのヒヤリングを行うとともに、関係団体や市町等と経済・雇用情勢等についての意見・情報交換を実施するなどし、本県経済・産業の実態や地域における課題の的確な把握と、それらを踏まえた施策の構築や検証に努めます。

さらに、国や大学等研究機関と連携するなどして、必要な調査・研究に取り組み、その成果を広く情報提供します。

併せて、各主体間をコーディネートし、それぞれの連携を促進するとともに、必要な情報の提供、助言、支援または調整を行います。

(2) 企業の役割

企業は、本県産業の重要な担い手であり、経済社会情勢の変化に対応して、円滑かつ着実に事業を推進することができるよう、自主的かつ自立的に経営の向上および改善に努めることが期待されます。大企業には、中小企業のパートナーとしての役割も期待されます。

また、企業が、新たな需要の開拓等に向け、消費者のニーズに応える商品やサービスを生み出していくことや、地域における雇用機会の創出、まちづくりへの参画等に取り組むことは、地域の経済および社会への貢献につながります。

(3) 関係団体等の役割

関係団体等は、それぞれの団体等の有するノウハウやネットワークを活かし、企業に対して、ニーズに応じた専門的かつきめ細かな支援および協力を積極的に行うことや、企業と様々な主体や地域、資源を結びつける役割が期待されます。

支援にあたっては、関係団体等がそれぞれの機能を活かしつつ、企業の経営課題等に応じた的確な支援ができるよう、相互に連携し、相乗効果を発揮できるよう努めることが期待されます。

(4) 大学等教育・研究機関の役割

大学等教育・研究機関は、企業や地域との積極的な連携のもと、本県産業の将来を担う人材を育成し、地域に供給するとともに、豊富な知的資源を地域に移転し、企業の研究開発や新事業の創出に活かしていくことが期待されます。

(5) 金融機関の役割

金融機関は、企業への円滑な資金供給を通して、経済・産業活動を活発化させる役割を担っています。特に、中小企業に対して、その資金需要に適切かつ積極的に対応するとともに、情報の提供や付加価値の提案など通じて、経営改善を支援することが期待されます。

(6) 県民の役割

県民は、県内企業の振興が地域経済の発展および県民生活の向上に寄与することに関心と理解を深めるとともに、消費者として、県内の企業が供給する商品やサービス等を自ら進んで購入、利用するよう努めることが期待されます。

また、NPOやまちづくり等の様々な活動への参画を通じて、地域の課題解決や地域固有の資源を活用した事業の担い手として、重要な役割を果たすことが期待されます。

2 市町や国等との連携

本ビジョンの推進にあたっては、市町と連携・協力し、それぞれの地域の特性や実情に応じた産業の創出・振興を図ります。

また、国との連携を図り、本県の実情を踏まえた施策を効果的・効率的に推進し、必要に応じて、地域の課題解決に向けて法制度や施策の改善・充実等について提案を行います。

さらに、近隣府県等との連携を進め、広域連携による効果的な取組を推進します。

3 本県経済・産業の活性化状況のモニタリング

本ビジョンが目指す姿の実現に向け、毎年度、有識者等の意見を聴きながら、本県の経済・産業の動向について、量的（客観的）および質的（主観的）の両面からモニタリングを行い、その状況を把握・分析することとします。

(1) モニタリング指標

○ 量的側面からのモニタリング指標

経済・雇用の主な統計指標をモニタリング指標として設定し、全体、生産、支出（消費）、所得（分配）のそれぞれの観点から、本県経済・産業の状況についてモニタリングを行います。

（指標例）

モニタリング指標	滋 賀 県	全 国	出 典
県内総生産（名目）	5兆7,501億円 （平成23年度）	473兆2,826億円 （平成23年度）	・滋賀県民経済計算 ・国民経済計算
経済成長率（名目）	▲3.2% （平成23年度）	▲1.4% （平成23年度）	・滋賀県民経済計算 ・国民経済計算
中小企業の企業数	36,824 （平成24年）	3,852,934 （平成24年）	・中小企業白書2014年版
中小企業の従業者数	294,729人 （平成24年）	32,167,484人 （平成24年）	・中小企業白書2014年版
企業倒産件数	85件 （平成25年）	10,855件 （平成25年）	・株式会社東京商工リサーチ調べ 滋賀県企業倒産状況 全国企業倒産状況
開業率	1.8% （平成21～24年）	1.9% （平成21～24年）	・平成24年経済センサス活動調査 から中小企業白書2014年版と同 様の手法により試算
廃業率	5.6% （平成21～24年）	6.3% （平成21～24年）	・平成24年経済センサス活動調査 から中小企業白書2014年版と同 様の手法により試算
中小企業の業況D I	▲5.4 （平成26年4-6月期）	▲23.2 （平成26年4-6月期）	・滋賀県景況調査（企業調査） ・中小企業景況調査（中小企業庁・ （独）中小企業基盤整備機構）
鉱工業生産指数 （原指数）	100.9 （平成25年）	97.0 （平成25年）	(H22=100) ・滋賀県鉱工業指数 ・鉱工業指数（経済産業省）
商業事業所の 年間商品販売額	2兆1,649億9千万円 （平成24年）	480兆3,327億8,800万円 （平成24年）	・平成24年経済センサス活動調査
有効求人倍率	0.85（原数値） （平成25年度）	0.97（季節調整値） （平成25年度）	・滋賀労働局職業安定部 「職業安定業務月報」
延べ観光客数	4,419万1,300人 （平成24年）	—	・滋賀県観光入込客統計調査

○ 質的側面からのモニタリング指標

県民の経済的豊かさの主観的評価や消費に係る意識等について、アンケート調査等により把握し、県民生活の基盤となる所得や消費の観点から、本県経済・産業の状況についてモニタリングを行います。

(指標例)

- ・ 県民の主観的幸福感
- ・ 県民の経済的豊かさの主観的評価
- ・ 県民の消費に関する意識

(2) モニタリング結果の公表等

モニタリング結果は、公表するとともに、県内企業や関係団体、市町等の意見を踏まえ、具体的な施策の構築や検証等に活用します。

なお、具体的な施策の進捗状況については、中小企業活性化施策実施計画をはじめ、関連する各種計画の実施状況の検証のなかで点検・評価を行い、その結果を予算等に反映していくこととします。