

# 滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例 施行10年の総括・検証について

## 概要

◎『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』に向け令和4年度から始動  
令和5年に施行10年を迎える「**滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例**」  
について、これまでの取組の「**総括・検証**」および今後の施策展開の「**検討**」を実施

## 方向性

- ・条例で定める**3つの基本方向**をテーマとして設定。
- ・結果の検証に加えて、**各テーマで論点(仮説)を定め、今後の施策展開を提言**する。
- ・**大きな視点(滋賀県⇒日本⇒世界)、長期的な視点(さらに10年後の2030年代)**に着目。

## ◎ 3つの基本方向【テーマ】

- 1 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化
- 2 中小企業の経営基盤の強化
- 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化

- ① 滋賀のあすを拓く人づくりの推進
- ② 経済の持続的な発展につながる産業の創出  
(例:DX、CO2 ネットゼロ、シガリズム等)

特に重視する視点

# ◎ はじめに：条例施行10年間の県内中小企業を取り巻く状況の変化

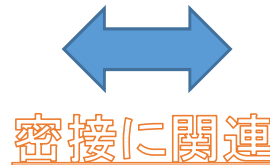
条例施行時（平成25年=2013年）から現在まで、県内中小企業を取り巻く状況はどのように変化してきたのか？

## 外 部 的 要 因

- ・人口減少と少子高齢化の進行
- ・グローバル化進行による競争の激化
- ・新たな経営課題に対する対応  
(ICT・DX化、CO2ネットゼロ、ウイズコロナ等)

## 内 部 的 要 因

- ・後継者、担い手の不足
- ・多様な働き方の拡大  
(フリーランス、テレワーク等)
- ・資金繰り、設備の老朽化



## ◆ これまで条例が果たしてきた役割は？

- ・企業の新たな市場開拓の支援(新商品開発支援、海外展開支援、新規創業支援...)
- ・事業承継の促進や、人材確保や育成による企業活動継続のための支援
- ・地域の特性に合わせた産業の創出や、観光振興による滋賀の魅力を高める取組の促進

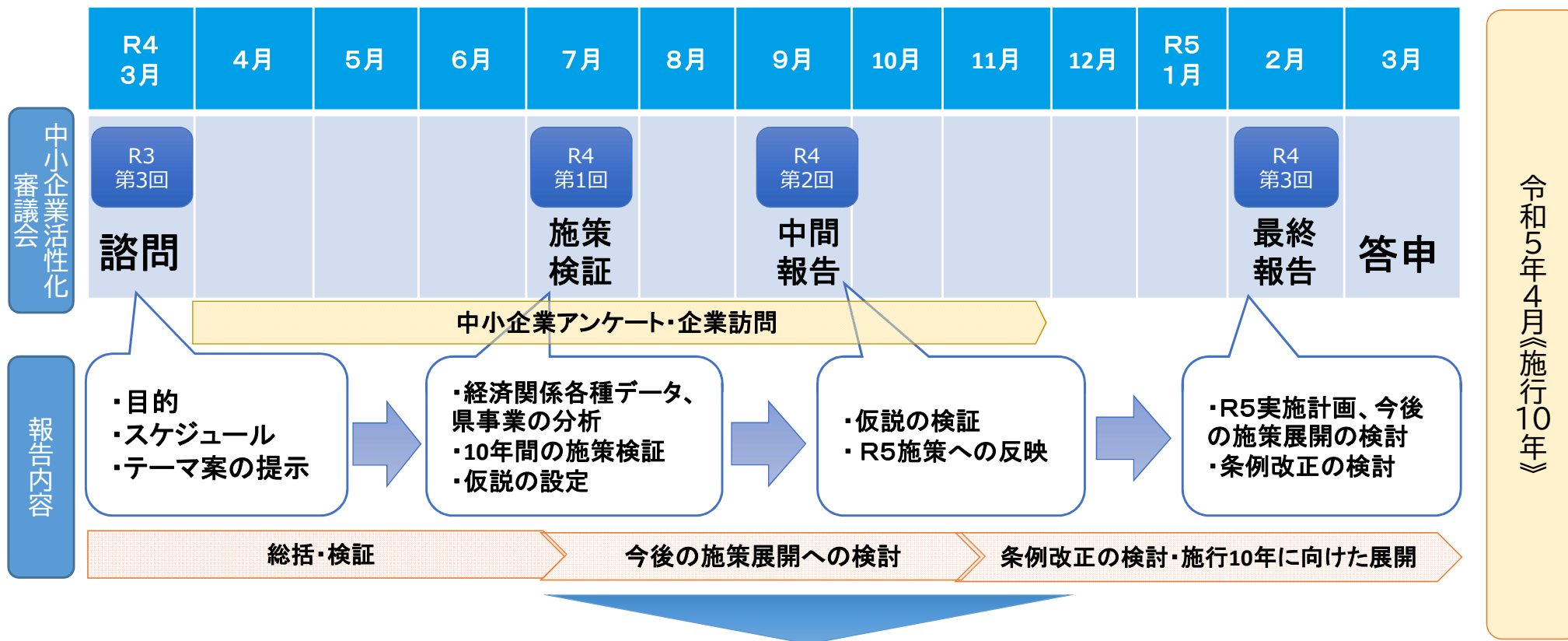
一方で、施行10年間の“**変化**”に対する  
条例自身の“**変化**”は？



『**滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進**』のため、各種アップデートが必要。

中小企業の声や各種データをもとに、今後の中小企業活性化施策を検討

# ◎ 全体スケジュール



目指すゴール:『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』に向けた県施策への反映

## ～条例10年タスクフォースについて～

- ・ 今回の条例10年総括・検証作業および検討を行うに際して、庁内全体で議論するため、関係各課局で構成する「**条例10年タスクフォース**」を設置。
- ・ 各所属の業務分野においてどのような変化があったのか、今後の方向性はどうあるべきなのか、このチームで検討。
- ・ これまでの施策の検証、企業訪問等を実施。

# 10年間の取組の総括

- 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化  
(条例第8条第2項)
- 中小企業の経営基盤の強化(条例第8条第3項)
- 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化  
(条例第8条第4項)
- 中小企業者および関係団体等の有機的な連携の促進  
(条例第9条第1項)

## 「中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化(条例第8条第2項)」

### にかかると10年間の取組の総括

水環境ビジネスや医工連携、海外展開など、将来の成長発展が期待される分野の取組みを進めてきた。

- 水環境ビジネスについては、しが水環境ビジネス推進フォーラムを設置し、本県の強みを生かしたネットワーク形成やビジネスチャンスの創出に取り組んできた。また、平成29年度からは国立環境研究所琵琶湖分室との連携や、JICA事業を活用したプロジェクト創出に努めてきた。
- その他、研究開発型ベンチャーの事業化プランコンテストや大手企業とのマッチング機会の提供など、ハンズオン支援を行ってきた結果、大学発ベンチャーも生まれるなど、滋賀発成長産業の発掘・育成支援に努めてきた。
- 海外展開については、平成29年度からジェトロ滋賀貿易情報センターを設置し、展示会出展や市場調査の支援、海外バイヤーとの商談会等を実施してきた。また、台湾台南市やベトナムホーチミン市との協定を締結し、ビジネス案件の創出に取り組んできた。
- 滋賀県産業振興ビジョン2030の策定後は、実証実験のフィールド滋賀を重視し、近未来技術等社会実装を支援してきた。また、経済界と共同で滋賀×SDGsイノベーションハブを設置するなど、社会的課題をビジネスで解決する取組も進めてきた。

## 「中小企業の経営基盤の強化（条例第8条第3項）」

### にかかると10年間の取組の総括

商工会・商工会議所等による経営指導や制度融資の活用促進、事業承継や創業支援により、中小企業や小規模事業者の経営支援に取り組んできた。また、人材確保や多様化する働き方に対応する取組を進めてきた。

- 平成26年度から商工会・商工会議所と連携し、経営発達支援計画に基づく経営支援に取り組んできた。
- 制度融資については、新型コロナウイルス感染症対応資金や開業資金（創業枠）を設けて、中小企業の事業継続を支援してきた。
- 事業承継については、平成30年度から、行政・金融機関・支援機関による事業承継ネットワークを構築し、事業承継診断および承継事例の創出に取り組んできた。
- 起業・創業支援については、インキュベーションマネージャーの養成や地域おこし協力隊との連携、滋賀県産業支援プラザが中心となり創業支援機関のネットワーク形成を図り、多様化する起業・創業ニーズに応えてきた。
- 人材確保については、しがジョブパーク、滋賀マザーズジョブステーションを設置し、若者や女性のニーズに応じた就職支援を行ってきた。また、平成27年度からプロフェッショナル人材戦略拠点の設置により人材ニーズの掘り起こしとマッチングに取り組んできた。
- 多様な働き方への対応については、ワーク・ライフ・バランス推進企業登録制度や女性活用推進企業認証制度により、働き方改革の推進を図ってきた。



## 「産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化（条例第8条第4項）」 にかかると10年間の取組の総括

企業の県内への新規立地や再投資等の促進、地場産業・地場産品の魅力発信、「ここ滋賀」開設やビワイチ推進をはじめとする観光振興に取り組んできた。

- 企業立地の促進については、平成27年から「Made in SHIGA」企業立地助成金により成長産業の本社機能や、マザー工場・研究開発施設の県内立地および増設を促進した。令和2年度からは「企業立地促進応援パッケージ事業」により、県内への新規立地や再投資等を促進してきた。
- 地場産業・伝統的工芸品の振興については、平成28年から「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例」および「近江の地酒でもてなし、その普及を促進する条例」を施行し、地場産品等のブランド構築や新商品開発への支援、実演販売会・展示会の開催等を実施してきた。また、近年はオンラインを活用した情報発信や販路拡大にも取り組んできた。
- その他、平成29年度に開設した首都圏情報発信拠点「ここ滋賀」では、近江の地酒等の県産品の魅力発信・販路拡大支援や、観光コンシェルジュによる滋賀へのいざないに取り組み、首都圏における滋賀ファンの裾野拡大に取り組んできた。
- 観光振興については、多様な主体と連携した観光キャンペーンやビワイチ観光推進等に取り組んできた。また、令和2年度以降は新型コロナウイルス感染症の影響を受けながらも、ワーケーションや「シガリズム」の推進など新たな取組を開始している。

## 「中小企業者および関係団体等の有機的な連携の促進（条例第9条第1項）」

### にかかる10年間の取組の総括

産学官連携や農商工連携、滋賀県産業支援プラザや商工会・商工会議所等の支援機関との連携強化に取り組んできた。

- 商工業、農業・水産業、観光業など、分野横断で産学官連携に取り組み、共同研究の創出等を図ってきた。
- ちいさな企業応援月間を設け、小規模事業者の魅力発信やネットワーク形成の促進に努めてきた。
- 平成26年3月に滋賀銀行と協定を締結し、また、平成29年11月に東京海上日動火災保険、平成30年5月に三井住友海上火災保険と協定を締結し、海外展開支援等に取り組んできた。
- 令和2年2月に近鉄百貨店と協定を締結し、県産品の販売促進に取り組んできた。
- 県外の大学との就職支援協定の締結や、産業界と連携し、合同企業説明会やインターンシップ事業を推進してきた。また、平成29年9月に滋賀労働局・滋賀銀行と連携協定を締結し、働き方改革を推進してきた。
- 令和3年2月にCAMPFIRE・アインズと協定を締結し起業・創業等の取組強化を図り、また、令和3年11月に県内3信用金庫と協定を締結し事業承継の促進を図っている。
- 令和2年度から新型コロナウイルス感染症への対応として、商工会・商工会議所・中小企業団体中央会による中小企業の事業継続や販路開拓、新商品開発の取組や、消費喚起のイベント開催を支援する地域経済活性化事業を実施した。



# 施策項目一覧

## • 条例に位置付ける施策項目

- 1 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化  
①新産業の創出等 ②海外展開支援
- 2 中小企業の経営基盤の強化  
①人づくり ②事業承継 ③創業支援 ④官公需
- 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化  
①企業立地 ②地場産業 ③商店街振興 ④観光振興

## • 10年前にはなかった考え方

- ①SDGs
- ②脱炭素・CO2ネットゼロ
- ③デジタル化／DX
- ④危機管理・BCP

# 1 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化

条  
例  
で  
掲  
げ  
る  
方  
針

- (1) 将来において成長発展が期待される分野への参入に向けた環境の整備、当該分野における研究開発に対する支援その他の方法により、当該分野における中小企業の参入および事業活動の促進を図ること。
- (2) 地域の実情および特性を踏まえた商品および役務の開発に対する支援、これらの利用の推進その他の方法により、県民の安全および安心に配慮した中小企業の事業活動の促進を図ること。
- (3) 海外における新たな需要の開拓に対する支援、外国との経済交流の推進その他の方法により、中小企業の海外における円滑な事業の展開の促進を図ること。

取  
組  
分  
野

## ① 新 産 業 の 創 出 等

新たな製品・技術の開発、オープンイノベーションによるビジネスチャンスの拡大、近未来技術の社会実装に向けたチャレンジ等を支援することにより、滋賀の成長を支える多様な産業を創出。

## ② 海 外 展 開 支 援

新たに海外展開に取り組む事業者を支援することや、水環境関連の海外ビジネスプロジェクトを創出することで、県内企業の海外展開事業を支援。

施  
策  
と  
成  
果  
主  
な

- プロジェクトチャレンジ支援事業（中小企業新技術開発プロジェクト補助金）  
⇒ポストコロナやCO<sub>2</sub>ネットゼロなど社会的課題の解決につながる技術開発に要する経費を補助し、新製品開発・新技術開発を支援
- 近未来技術等社会実装推進事業  
⇒近未来技術の社会実装に向けた取組を支援し、一部で社会実装が実現
- イノベーションエコシステム創出支援事業  
⇒大手企業・大学と県内企業によるオープンイノベーション・ビジネスマッチングを実施  
参加企業間のネットワーク構築や、イノベーション創出に向けた企業間の連携が活発化
- 工業技術センターによる技術支援  
⇒県内の製造業や地場産業等に対して技術相談、試験機器利用、共同研究や技術講習等を実施し、中小企業の技術力向上や生産技術の革新等を支援

- 海外展開チャレンジ支援事業補助金  
⇒企業の海外展開フェーズに応じた支援を行うため、海外展開への新たな取り組みに係る経費の一部を助成。
- 「しが水環境ビジネス推進フォーラム」の設置  
⇒水環境ビジネスの展開を図るために情報提供、具体的なビジネス案件形成のためのマッチングを実施。

## 中小企業の活性化（仮説）に向けた着目点

- ① 限られた資源を集中させるため、本県の企業の集積や特性を踏まえた将来成長発展が期待される分野の見極めが必要。加えて、事業化・商品化に向けて、企業が抱える課題に対するフォローアップ支援をする必要がある。
- ② 海外展開に取り組む企業への支援体制を構築する必要がある。海外展開について、プロジェクト実施や企業間の成約につながる取組への支援に注力するべきである。

## 2 中小企業の経営基盤の強化

条例で掲げる方針

- (1) 勤労観および職業観の醸成、職業能力の開発の促進、就業環境の整備その他の方法により、中小企業の事業活動を担う人材の確保および育成を図ること。
- (2) 資金の供給の円滑化、経営改善および危機管理に関する支援体制の整備、事業および技術の円滑な承継に対する支援その他の方法により、中小企業の経営の安定および向上を図ること。
- (3) 創業に向けた環境の整備、創業に関する意識の啓発、新商品の開発に対する支援その他の方法により、中小企業の創業および新たな事業の創出の促進を図ること。
- (4) 県の物品、役務等の調達に関する中小企業者の受注の機会の増大、中小企業者が供給する物品、役務等に対する情報の発信その他の方法により、中小企業者が供給する物品、役務等に対する需要の増進を図ること。

取組分野

### ① 人づくり

誰もが働き、活躍できる社会の実現に向けた各種の取組により、県内中小企業の人材確保や育成を支援。

### ② 事業承継

平成30年度に「滋賀発 事業承継プロジェクト」を立ち上げ、官民挙げた様々な取組により中小企業の事業承継を推進。

### ③ 創業支援

BI施設を中心に、IMによる伴走型支援を実施。起業者の成長に合わせた事業ステージごとの支援策を展開。

### ④ 官公需

「滋賀県における中小企業者向け官公需確保のための推進方針」に基づき、県内中小企業者の受注機会を確保。

施策と成果  
主な

- 多様な人材の確保・就労支援  
⇒女性、若者、障害者、高齢者、外国人の各就労支援機関での相談体制を強化。
- 女性活躍推進認証制度、ワーク・ライフ・バランス推進企業登録制度の活用  
⇒県内中小企業の働き方改革を推進。
- プロフェッショナル人材戦略拠点運営  
⇒高度専門人材とのマッチングを支援。

- 事業承継ネットワーク事務局の設置  
⇒県全域における推進体制の構築。
- 事業承継円滑化補助金  
⇒円滑な事業承継の体制整備に必要な経費に対する補助の実施。

- 地域の創業応援隊事業  
⇒IM養成研修を実施し、県内30名が起業支援の専門家として活躍。
- 創業応援隊による起業準備者育成支援事業  
⇒起業間もない方に対する資金面の支援と支援者のスキルアップ。
- 滋賀発成長産業発掘・育成事業  
⇒大学等のビジネスシーズを発掘し、法人化までを支援

- 一般競争入札における地域要件  
⇒原則として県内事業者を優先して入札参加者を選定する。
- 滋賀県新商品等パイオニア認定制度  
⇒随意契約による購入が可能となる県内商品等を認定。

### 中小企業の活性化（仮説）に向けた着目点

- ① 人口減少や産業構造等の変化に伴う人材に関する企業ニーズに対応するためには、多様な人材の確保に向けた総合的な支援機能の強化が必要である。
- ② 小規模事業者における事業承継案件の顕在化が県の役割であり、事業承継ネットワーク構成機関による支援を強化する必要がある。
- ③ 起業に関する支援ニーズは多様化していることから、県内創業支援機関のネットワークの強化が必要である。
- ④ 中小企業者の受注機会を確保するさらなる仕組みづくりと同時に、事業者の自主的な努力を促す施策を検討する必要がある。

# 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化

- 条例で掲げる方針
- (1) 付加価値の高い製品の開発能力の向上および製品の新たな需要の開拓に対する支援、地場産業における製品の魅力の発信、企業の設備投資の促進その他の方法により、ものづくり産業を担う中小企業の事業機会の増大を図ること。
  - (2) 商店街への来訪客の増加を図るための環境の整備、商店街における創業の促進その他の方法により、小売商業およびサービス業の振興を通じた中小企業の事業機会の増大を図ること。
  - (3) 新たな観光資源の発掘、観光資源の魅力の増進およびその発信、これらを活用した事業の推進その他の方法により、観光客の来訪および滞在の促進による中小企業の事業機会の増大を図ること。
  - (4) 前3号に掲げるもののほか、産業分野の特性に応じた中小企業の事業機会の増大を図ること。

	① 企業立地	② 地場産業	③ 商店街振興	④ 観光振興
取組分野	令和2年度から「企業立地促進応援パッケージ」を設け、立地企業が抱える操業上の課題に対する支援を実施。	地場産業・地場製品については、時代の変化に適合する新たな取組を総合的、継続的な支援を実施。	地域の文化や伝統を活かした商店街の魅力向上や地域のふれあい創出、空き店舗対策などの取組により、商店街等にぎわいを創出。	観光入込客数の増加を図るため、本県の観光資源の磨き上げや効果的な情報発信を実施。
施策と成果 主な	○企業立地促進応援パッケージ ⇒企業立地サポートセンターや企業立地促進補助金の活用により企業の操業環境等の改善を支援	○近江の地域産業振興総合支援事業 ⇒地場産業組合等が実施する需要拡大・販路開拓、商品開発、後継者育成等の取組を支援	○にぎわいのまちづくり総合支援事業補助金 ⇒イベント開催や商店街情報の発信等、商店街の活性化にむけたソフト事業の助成を実施  ○商店街等空き店舗活用マッチング支援事業「AKINAIしが」を運用 ⇒商店街の空き店舗の有効活用と小規模事業者の創業を促進	○観光プロモーション ⇒地域観光プログラムの展開や多様な主体と連携した観光キャンペーンを実施 ○ビワイチの推進 ⇒琵琶湖の湖岸をはじめ、県内全域への自転車による周遊観光を推進し、国内外からの来訪促進 ○「ここ滋賀」の設置・運営 ⇒首都圏に情報発信拠点「ここ滋賀」を設置し、滋賀へ観光誘客や県内事業者の販路拡大を促進

## 中小企業の活性化（仮説）に向けた着目点

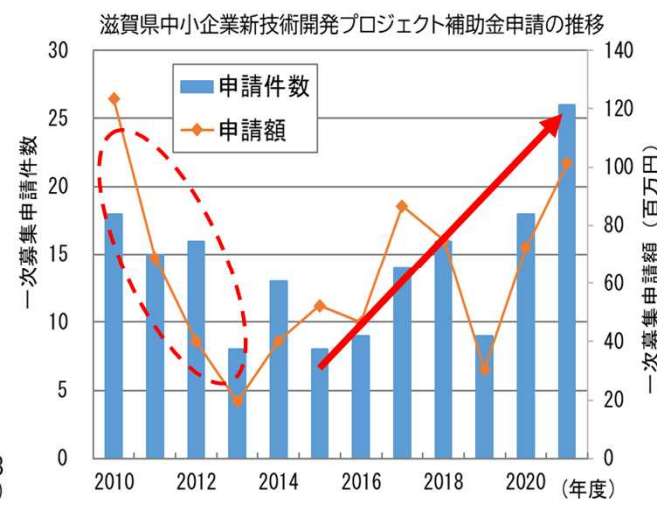
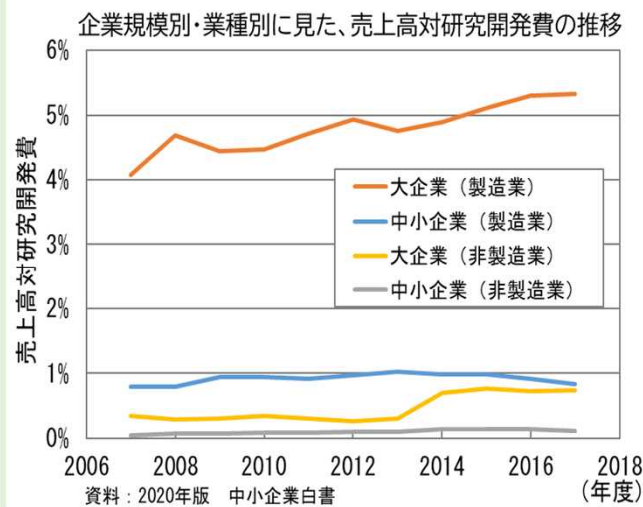
- ① 操業上の課題に対して、迅速かつ継続的に対応するサポート体制を構築し、新規立地や再投資を促進する。地場産業および地場製品の振興に向けて、各地場産業組合が個別に抱える課題を解決するための取組に対する幅広い支援が重要である。
- ② 商店街の持続的な発展に向けて、商店街の魅力向上に寄与する人材（担い手）の確保・育成が重要である。
- ③ 持続可能な観光の推進に向けて、コロナ禍により変化した人々の価値観やライフスタイルに対応した観光コンテンツの創出が重要である。



# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 1 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化【①新産業の創出等】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。



### ○全体の傾向

- ・ 大企業、中小企業ともにリーマンショック以降において売上が低迷する中、大企業の売上高に対する研究開発費は増加傾向である。一方、中小企業の売上高に対する研究開発費は横ばいであり、中小企業は大企業と比較し資金面において研究開発に取り組むことが容易ではない。
- ・ 県内中小企業の新製品・新技術開発を支援するプロジェクト補助金において、2010～2013年度の間、申請額が大きく減少したが、2016年度以降増加傾向にあり、補助金を活用した研究開発が活発化している。
- ・ また、プロジェクト補助金で近年、自動認識や太陽光発電など、製品化に向け研究開発だけでなく社会実装に向けた実証試験も必要とする研究開発テーマが増えてきている。

# 1 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化 【①新産業の創出等】

## ② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

### 事業① 滋賀県中小企業新技術開発プロジェクト補助金【H18～】

- ・平成18年度から本補助金による支援を開始し、令和3年度までのべ194件の研究開発テーマを採択した。令和2年度、3年度は新型コロナウイルス感染症対策に資する研究開発を積極的に支援、令和4年度はCO2ネットゼロ枠を新設するなど、社会的課題に取り組む研究開発の支援を推進。
- <成果> 補助金採択終了後5年以内の製品化割合：R1 46%、R2 47%、R3 38%

### 事業② 近未来技術等社会実装推進事業【R2～】

- ・滋賀県内をフィールドに、近未来技術等の社会実装に向け、企業等からの申請に基づく実証実験等の経費に対して助成。
- <成果> R2採択：5件、R3採択：8件 社会実装に至った件数：1件（R3年度末時点）

### 事業③ イノベーションエコシステム創出支援事業【R3～】

- ・大手企業、大学と県内企業によるオープンイノベーション。ビジネスマッチングを実施。
- <成果> 事業連携を検討した件数R3：47件

## ③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・中小企業は研究開発に対する投資が大企業に比べ厳しい状況であるため、継続して支援が必要である。
- ・新規補助金申請者の開拓・周知が必要である。
- ・補助金採択終了後も引き続き研究開発や試作評価に取り組まれており、早期の事業化・商品化に向けて段階に応じた支援が必要である。
- ・中小企業にも取組を拡大させるため、成果をよりわかりやすく伝え、社会実装に向けた取組を加速化させる必要がある。

## ④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

「新たなチャレンジ」が日本で一番行いやすい県、「社会的課題」をビジネスで解決し続ける県を目指す。



## 【事例】株式会社テクロム(近江八幡市)

### 中小企業新技術開発プロジェクト補助金を活用し、自動車メーカー向け全自動サンプリングバッグ洗浄装置に取り組む企業

#### 【企業情報】

理化学機器の設計・開発・製造・販売などを行う企業  
(従業員数2名、資本金1,000万円)

#### 【取組・効果】

自動車メーカーは車内の揮発性有害物質の規制を強めており、有害物質の量を測定するためにサンプリングバッグが用いられる。サンプリングバッグは予め洗浄が必要であるが、これまで手作業で行われ非効率であったため、平成27年度 **全自動のサンプリングバッグ洗浄装置**の開発に取り組んだ。

従来の手作業に比べ、**加熱加湿洗浄法<sup>®</sup>**により**洗浄時間を1/20程度で同等の洗浄効果を有する洗浄装置**を開発した。平成29年に商品化し、これまで8件販売実績がある。滋賀県工業技術センターと共同研究を行い、特許を2件取得した。



開発した洗浄装置



サンプリングバッグ

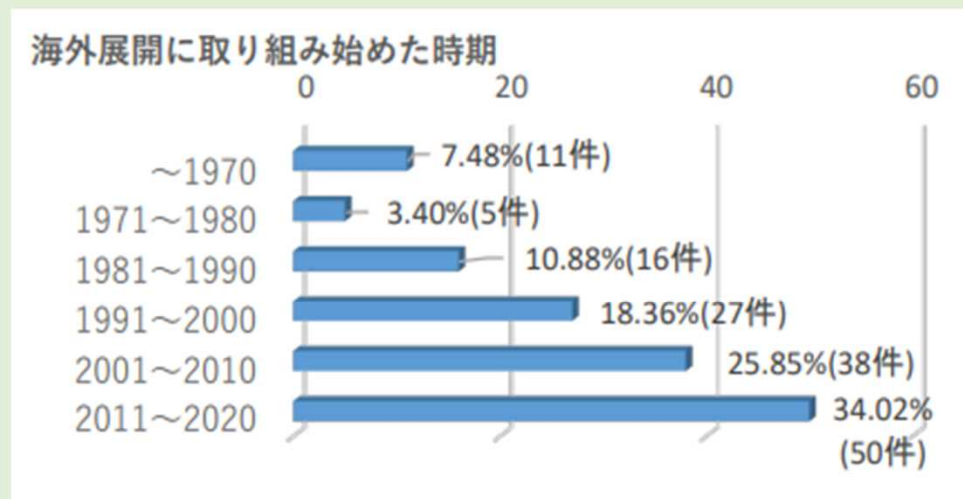
## ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

### 1 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化【②海外展開支援(水ビジネス)】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。



資料:経済産業省  
「水ビジネス海外展開施策の10年の振り返りと今後の展開の方向性に関する調査」



資料:滋賀県  
「令和2年度海外展開実態調査」

#### ○全体の傾向

- ・水ビジネスに関する調査（経済産業省）によると、世界の水ビジネス市場は、人口増加、途上国での都市化の進展を受け、市場が拡大しており、2030年には約112兆円の市場規模となる見込み。
- ・令和2年度に実施した海外展開実態調査によると、海外展開に取り組み始めた時期は、2011年～2020年が全体の34%と最も多く、滋賀県では特に近年、海外展開への取組が活発に行われている。

# 1 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化 【②海外展開支援(水ビジネス)】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

## 事業① 滋賀ウォーターバレー・水環境ビジネス推進事業【H23～R3】

《成果》

- ・平成25年3月に「しが水環境ビジネス推進フォーラム」を立ち上げ、会員数は令和4年5月末時点で209者。
- ・国内外の展示会への出展や、商談会開催による販路開拓支援を実施。水環境ビジネス関連の商談件数は、H27～R3累計で1,723件。
- ・海外で水環境ビジネスを展開するにあたり実施する実現可能性調査や実証試験に要する経費を一部補助。  
H28採択：3件 H29採択：3件 H30採択：7件 R1採択：6件 R2採択：4件 R3採択：4件

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・海外における水ビジネスの市場は、人口増加や世界的な環境問題への意識の高まりから拡大基調が将来的にも継続する見込みであることから、水環境ビジネスは世界的な時流をとらえた取組であると考えられる。
- ・一方、海外における水環境課題については、国・地域ごとに課題や背景が異なるなど固有の事情があるとともに、現地の法制度や環境規制に応じた技術や製品、サービスの開発・提供が求められるため、ビジネスとして参入していくためには、それぞれの国・地域の実情やニーズ、法制度の熟知、自社の技術や製品等が現地の要求を満たしているかどうか等について事前の十分な調査が必要となるなど、海外での事業の足掛かりを得るまでには幾重ものハードルがあり、ビジネス化までには一定時間がかかるものの着実に取り組んでいく必要がある。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

アジアをはじめとする新興国市場の成長を取り込むとともに、社会的課題をビジネスで解決し続ける県を目指す。

## 【事例】株式会社KANSOテクノス(大津市)

水環境ビジネス海外展開事業化モデル事業補助金を活用し、ベトナムでの水環境改善とビジネス展開に取り組む

### 【企業情報】

「環境」「土木」「建築」分野を統合した、総合環境エンジニアリング企業(従業員534人、資本金1億円)

### 【取組・効果】

・ベトナムのハロン湾沿岸水域の水質汚濁を解決するため、水環境改善の技術・ノウハウを現地パートナーを通じて提供し、収益を得る「ノウハウ提供型ビジネスモデル」の実現可能性調査を実施。

・JICA(国際協力機構)の資金スキームの提案書に反映し応募した結果、採択された。

・JICA事業を通して現地政府関係者との関係構築が進んだことから、ハノイに合弁会社を設立。



(ハロン湾沿岸水域)



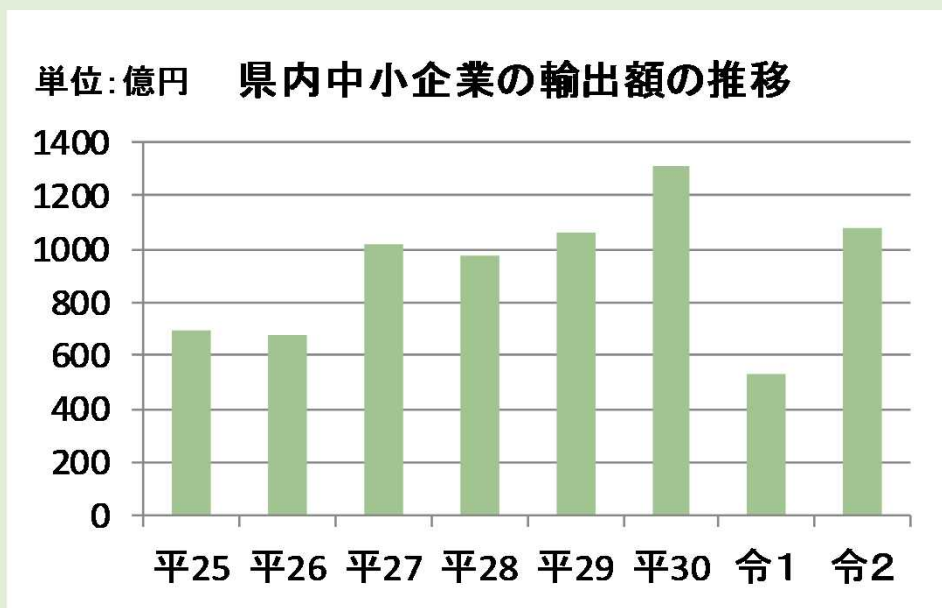
(JICA事業での研修の様子)



## ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

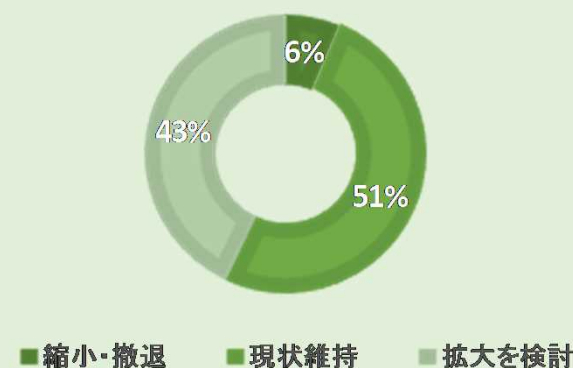
### 1 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化【②海外展開支援(海外展開総合支援)】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。



資料:県商工政策課「令和2年滋賀県貿易実態調査」

### 今後の海外事業の 全体の方針



資料:県商工政策課「令和2年度海外展開実態調査」

#### ○全体の傾向

- ・「令和2年滋賀県貿易実態調査」によると、令和元年には一度輸出額が落ち込んでいるものの、10年前と比較すると増加傾向であることが分かる。
- ・「令和2年度海外展開実態調査」においても、県内企業の今後の海外事業方針は「現状維持」または「拡大を検討」が94%を占めており、コロナ禍の中でも海外展開に取り組む意向がある企業が多いことが分かる。

# 1 中小企業による自らの成長を目指す取組の円滑化【②海外展開支援(海外展開総合支援)】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

## 事業① 海外展開総合支援事業【H29～R3】

- ・ ジェト口を誘致し、平成29年7月にジェト口滋賀事務所を開設。
  - ・ 以降、ジェト口滋賀貿易情報センターと連携し、県内中小企業、生産者団体等の海外展開を図った。
- 《成果》ジェト口開設後、新たに海外展開した企業数は17社。

## 事業② 滋賀から世界へ！滋賀県海外展開トップランナー企業支援事業【H30～R2】

- ・ 県内中小企業のモデルとなりうる成功事例を創出し、本県経済を牽引しうる企業の支援を行うため、海外販路開拓に必要な経費の一部を助成。
- 《成果》H30採択：5件 R1採択：8件 R2採択：7件

## 事業③ 反転攻勢に向けた滋賀県海外展開チャレンジ支援事業【R3】

- ・ 企業の海外展開フェーズに応じた切れ目のない支援を行うため、海外展開への新たな取り組みに係る経費の一部を助成。
- 《成果》R3採択：16件

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・ 海外展開に取り組む意向がある企業は多いが、海外事業を継続して取り組むためには言語や規制対応等の多額な経費がかかるため、資金面での支援が必要である。
- ・ 海外展開へのチャレンジを促進するため、支援制度の周知や活用の促進を図る必要がある。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

海外展開に取り組む企業への支援を強化し、世界から選ばれる滋賀を目指す。



## 【事例】ツジコー株式会社(甲賀市)

### 県の海外展開チャレンジ支援事業補助金を活用し、タイでの安定した原料調達に取り組む

#### 【企業情報】

食品原料の生産販売を行う企業(従業員92人、資本金24,000千円)

#### 【取組・効果】

・「バタフライピー」(東南アジア原産のマメ科植物)からとれる青い天然着色料は、世界的に例がなく今後市場の拡大が期待される一方、乾燥花の安定確保が困難。

・タイの完全無農薬、無化学肥料栽培の有機農園の拡張等を目的とし、現地法人の設立を計画。

・補助金を活用し、現地情勢や法制度等の調査を行い、令和4年6月に現地法人を設立。今後は工場稼働を見込んでいる。



(有機農園での花摘み)

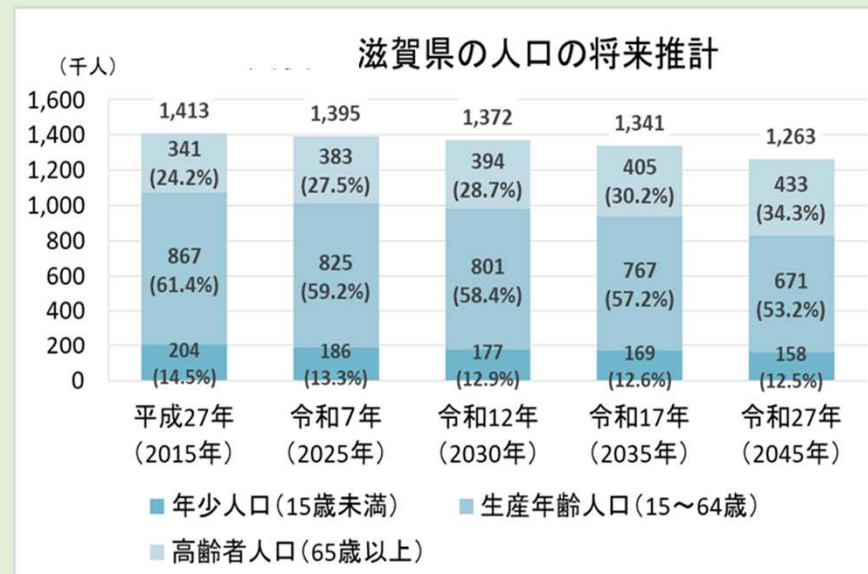


(青いチョコレート)

# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 2 中小企業の経営基盤の強化【①人づくり】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。



出典：滋賀労働局「職安統計年報」、厚生労働省「一般職業紹介状況」、総務統計局「労働力調査(モデル推計値)  
 ※有効求人倍率は年度表記、完全失業率は年表記。

出典：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30年度推計)」

### ○全体の傾向

- リーマンショック後に落ち込んだ有効求人倍率(0.38倍)と上昇した完全失業率(4.1%)は、それ以降、徐々に回復し、平成30年(度)には有効求人倍率は1.38倍、完全失業率も2.1%に改善したが、新型コロナウイルス感染症の影響により、雇用が悪化、企業活動が低下したため、令和2年(度)には、有効求人倍率が0.86倍に下落し、完全失業率は2.4%に上昇した。
- 生産年齢人口(15~64歳)は減少を続け、令和27年には53.2%になり、一方、高齢者人口(65歳以上)は増加を続け、34.3%になる見込み。

## 2 中小企業の経営基盤の強化 【①人づくり】

### ② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

#### 事業① しがジョブパーク事業

- ・ 学生・若者・就職氷河期世代の求職者を対象に相談から就職・定着までをワンストップで支援する。また、県内企業等を対象に、若手人材の確保・育成や受け入れ環境整備を支援する。

《成果》（令和3年度）

しがジョブパークの利用者数：15,772人

しがジョブパークを利用した若者の就職者数：2,236人

#### 事業② 滋賀マザーズジョブステーション事業

- ・ 出産や子育てによる離職後、再就職を希望する女性等を対象とした就労支援を実施する。

《成果》（令和3年度）

滋賀マザーズジョブステーションの相談件数：5,416件

滋賀マザーズジョブステーションの就職件数：948人

#### 事業③ プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業【H27～】

- ・ 中小企業の事業革新に必要となるプロフェッショナル人材の採用を支援する拠点を運営するとともに、県外でのマッチング会の開催等を通じて、大都市圏や大手企業等から県内中小企業への人材還流を促進

《成果》（令和3年度）

地域企業の経営課題等に関する相談件数：1,068件

①地域企業に対する副業・兼業を含めた人材マッチング件数：238件

②直近の勤務地が県外のプロ人材のマッチング件数：103件※①の内数

## 2 中小企業の経営基盤の強化 【①人づくり】

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・ 少子高齢化による生産年齢人口の減少による人材不足
- ・ 人生100年時代に向け、誰もが活躍し続ける社会の構築が必要
- ・ DXやCO2ネットゼロなどの社会環境、産業構造の変化への対応
- ・ コロナ禍による地方移住や副業・兼業への関心の高まり、失業する非正規雇用の女性が増加
- ・ 出産、育児、介護など生活と仕事の両立を図り、労働者の定着、人材確保を進めるには働き方改革が急務
- ・ 支援機関が複数存在するが、人材確保を総合的に相談できる機関がない

上記の課題は複合的に関連しており、企業ニーズに合った多様な人材を確保し、適材適所での活用につなげるための総合的な支援が必要。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

各企業などが働く場としての魅力向上に取り組み、年齢、性別、病気・障害の有無、国籍などを問わず、多様な人の就労が進み、必要な人材が確保され、定着している。

さらに、都市部の企業の高度人材が県内企業に就職し、または県内企業との間での副業・兼業を行う等、新たな人材のつながりも生まれている。



## 【事例】ワボウ電子株式会社（長浜市）

### プロフェッショナル人材が新規事業の取組みを支援

#### 【企業情報】

- ・ プリント基板設計、電子機器の組立てを行う企業
- ・ 従業員322名、資本金3,500万円

#### 【取組・効果】

- 設立以来、電子機器部品の製造を行ってきたが、全体的な業績の落ち込みをカバーすべく、新規事業として「エビの養殖事業」をスタート。
- エビの養殖技術は確立できたものの、エビの商品化・販路開拓のノウハウが乏しく大きな課題となっていた。
- 滋賀県プロフェッショナル人材戦略拠点に相談したところ、販路開拓および商品ブランディングのプロフェッショナル人材(副業)とのマッチングが成立。
- プロフェッショナル人材の豊富な知識と卸売業界への人脈が活かされ、商品の販路開拓・ブランド化に成功し、首都圏レストランで提供されるなど、事業拡大につながっている。

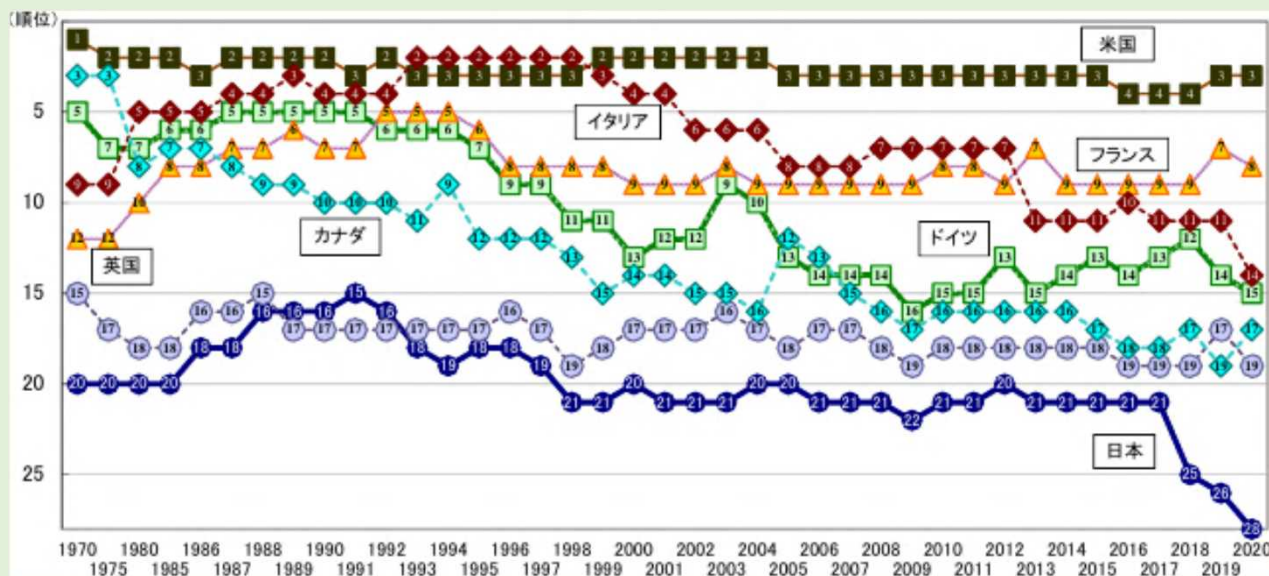


ブランド化に成功した  
「おうみ海老」

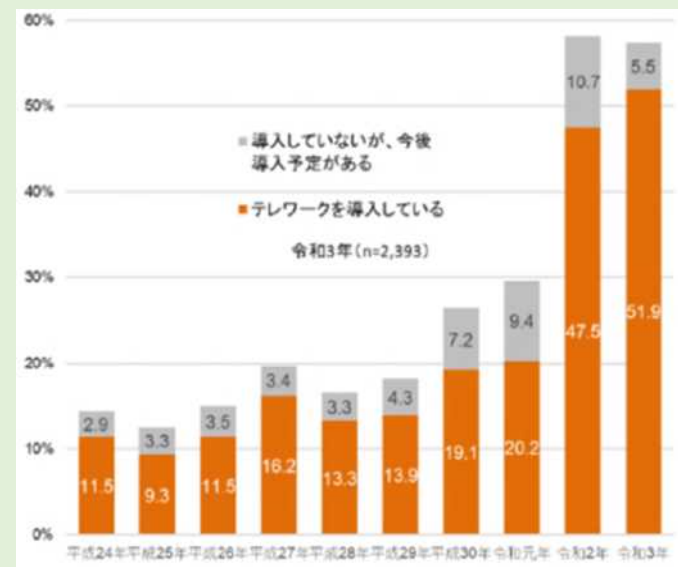
# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 2 中小企業の経営基盤の強化【①人づくり(働き方の多様化)】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。



主要先進7か国の就業者一人当たり労働生産性の順位推移  
((公財)日本生産性本部「労働生産性の国際比較」)



テレワークの導入状況の推移  
(総務省 通信利用動向調査)

### ○全体の傾向

- ・ 2020年の日本の一人当たり労働生産性（就業者一人当たり付加価値）は、78,655ドル（809万円）。主要先進7か国では最下位であり、OECD加盟38カ国でみても28位と、1970年以降最も低い順位になっている。
- ・ 令和2年以降、新型コロナウイルス感染症への対応（感染防止や事業継続）のためテレワークを導入する企業等が大幅に増加し、常用雇用者100人以上の企業では50%を超えている。一方で、企業規模が小さくなるほど導入率は低い傾向にある。



## 2 中小企業の経営基盤の強化 【①人づくり(働き方の多様化)】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

### 事業① 中小企業働き方改革推進事業・ワーク・ライフ・バランス推進事業

ワーク・ライフ・バランスの普及啓発を行う推進による企業訪問指導によるモデル事例の発信や中小企業関係団体と協働でセミナーを開催するなど中小企業の主体的な取組を促進。

《成果》ワーク・ライフ・バランス推進登録企業（従業員100人以下の企業） 616社（R4.3末現在）

### 事業② 業界団体と連携したテレワークの導入支援事業

多様な働き方が可能な労働環境整備の促進のため、業界団体がおこなうテレワーク導入支援事業を支援。

《成果》令和3年度 テレワーク導入を支援した企業数：7社

### 事業③ 滋賀県女性活用推進企業認証制度

女性活躍推進に取り組む企業・団体を男女の育休取得率や女性の継続就業、管理職登用への取組などの実績に応じて、3段階で認定を実施。

《成果》一つ星企業：154社 二つ星企業：124社 三つ星：3社 計281社（令和4年6月末現在）

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

・生産年齢人口が減少しており、働き方改革の実現により、生産性の向上や多様な人材の労働参加率の向上などをおこなう必要がある。中小企業においては働き方改革の浸透するまでに時間がかかることから、県内の約99.7%が中小企業である本県においては重要な課題であり推進が必要である。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

テレワーク等の普及により、場所や時間の制約を受けにくい働き方が広がるとともに、多様な人が個性を生かして活躍するダイバーシティ経営が広がり、多様な視点と多様な発想を生かし、新たな商品やサービスを生み出すなど、強い経営が実現している。

## 【事例】長岡産業株式会社(大津市)

滋賀県ワーク・ライフ・バランス推進企業登録制度を活用し、  
自社の次世代育成支援や働き方改革を情報発信

### 【企業情報】

(事業内容)プラスチック加工販売および各種請負事業  
(従業員数90名 男性64名 女性26名)

### 【取組・効果】

- 「幸せと誇りー当社にかかわる人々、お客様、取引先、地域の皆様、そして社員とその家族に対し、幸せと誇りを提供できる会社を目指します」を経営理念に掲げ、ワーク・ライフ・バランスを推進し、社員の子育て支援や生産性の向上などの働き方改革に取り組む。
- 滋賀県ワーク・ライフ・バランス推進企業にも登録し、男女かかわらず育児休業制度の取得を促進するなど計画的な働き方改革を進めたことにより、次世代育成支援対策推進法に基づく「くるみん認定」を令和3年に取得



# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 2 中小企業の経営基盤の強化【②事業承継】

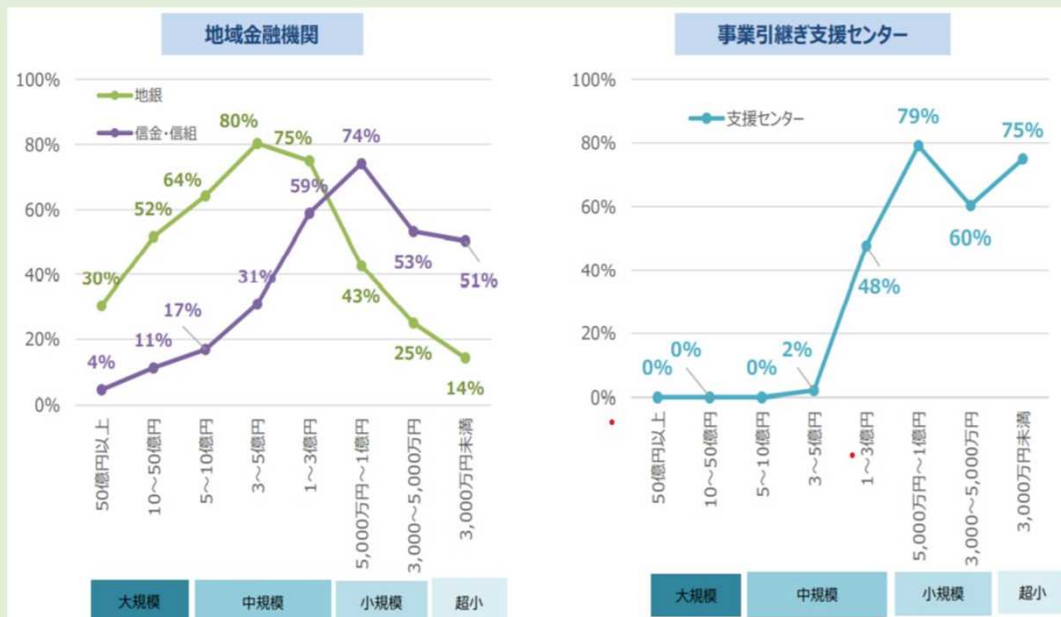
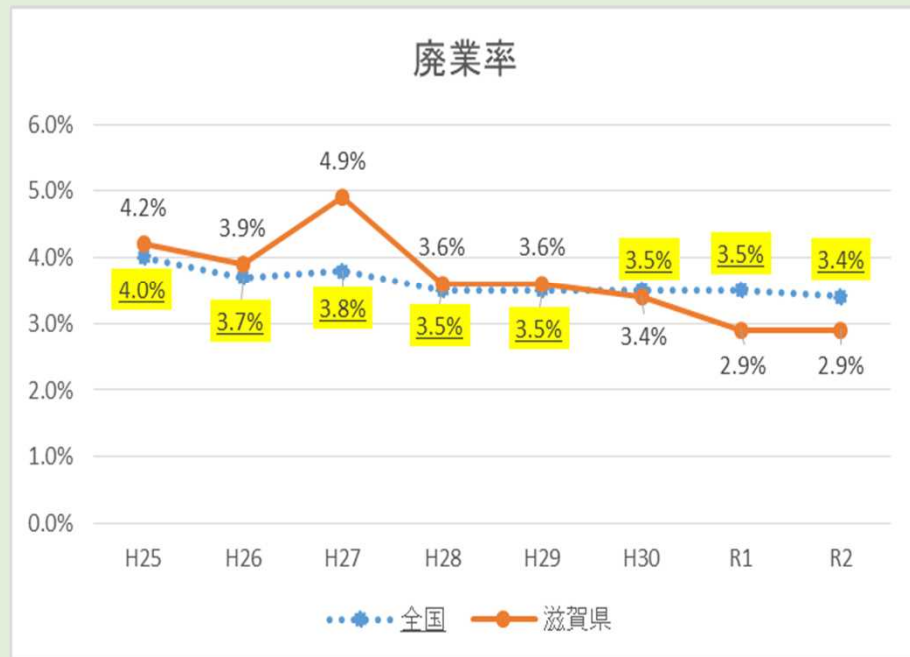
① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

廃業率の（中小企業白書参照）推移

・H30以降、県の数値は全国平均を下回っている。

経済産業省「中小M&A推進計画」

M&A支援機関がターゲットとしている事業者の規模



### ○全体の傾向

- ・平成30年に国により「滋賀県事業承継引継ぎ支援センター」が設置されて以降、県内金融機関や商工団体等で構成される滋賀県事業承継ネットワークと連携し支援を実施。近年、M&Aの活発化により、事業承継やM&Aに関するセミナーの開催や支援員のスキルアップのための勉強会が実施されるなど、支援機関の関与が深まっている。
- ・金融機関にて専門チームが設置されるなど支援体制が充実されているが、事業者の売上規模により支援機関の関わり方に差がでてきている。

## 2 中小企業の経営基盤の強化 【②事業承継】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

### 事業① 滋賀県事業承継ネットワーク連携促進事業【H30～】

- ・滋賀県事業承継ネットワークを運営するとともに、ネットワーク構成機関の職員を対象とした事業承継支援スキル向上研修を実施。
- 《成果》事業承継引継ぎ支援センターとネットワーク構成機関が連携し、19者の事業承継計画を策定。

### 事業② 滋賀発事業承継プロジェクト促進事業【H30～】

- ・円滑な事業承継に向けた体制整備にかかる費用（生産性向上のための設備投資、商品開発等）への補助や、事業承継に係る案件の顕在化のため掘り起こしを専門に行う人員（事業承継推進員）を設置。
- 《成果》補助金 R2：1件 R3：11件（うち事業承継が進んだもの 8件）  
事業承継推進員がセンターへ繋いだ数 R3：111件（令和3年度末時点）

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・M&Aの活発化に伴い、M&Aを利用した事業承継へのイメージが良化し、承継方法の幅が拡大。
- ・売上規模により、M&Aに適している事業者と適していない事業者に分類され、支援体制に差が出ている。
- ・県では、平成30年から5年間を集中取組期間とし、事業承継・引継ぎ支援センターや滋賀県事業承継ネットワークと連携し進めてきたが、売上規模が1億未満の事業者については、センターとの連携をさらに深める必要がある。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

事業承継・引継ぎ支援センターとネットワークの連携を強化し、円滑に事業承継が行える環境を実現する。



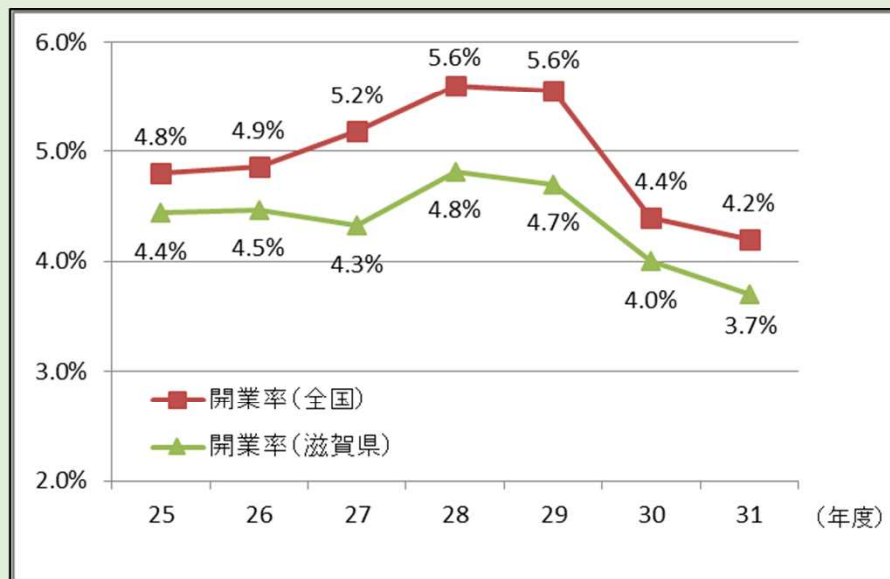
# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 2 中小企業の経営基盤の強化【③創業支援】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

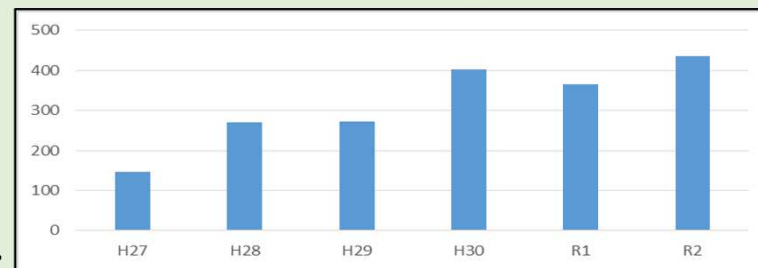
開業率（中小企業白書参照）の推移

・H25以降、県の数値は全国平均を下回り続けている。



創業支援等事業計画に基づく創業者数

・R2コロナ禍の影響で落ち込むが、全体は増加傾向。



一方で…

新設法人数



○全体の傾向

- ・国においても、「産業競争力強化法」（H26.1施行）で、地域の創業を促進させるため、市町が民間の創業支援事業者（地域金融機関、NPO法人、商工会議所・商工会等）と連携して、ワンストップ相談窓口の設置、創業セミナーの開催、コワーキング事業等の創業支援を実施する「創業支援事業計画」を国が認定（県内全市町でも認定済）。
- ・各機関における支援体制の充実に伴い、県内における創業は活発になっていると考えられる。

## 2 中小企業の経営基盤の強化 【③創業支援】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

### 事業① 地域の創業応援隊事業【H27～H29】

・BI（ビジネスインキュベーション）施設や、商工業・商工会議所において、起業支援の専門家として活躍できるIM（インキュベーションマネージャー）の育成を支援。

《成果》 IM養成研修を実施し、30名のIMを育成。現在も、各創業支援機関で創業支援担当として活躍。

### 事業② 創業応援隊による起業準備者育成事業【R1～R3】

・起業準備者や、起業して間もない立ち上げ段階の方に対し、事業化・市場化の道筋をつけるための資金面の補助および支援機関による技術面・経営面のトータルサポートを実施。

《成果》 R1採択：10件（申請：19件） R2採択：10件（申請：32件） R3採択：17件（申請：24件）

※上記の内、「事業化・市場化」の道筋がついたもの R1：9件 R2：10件 R3：17件

起業家に対する資金面の補助だけでなく、伴走支援者同士のノウハウ共有やスキルアップも進めた。

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

・創業が活発化することに伴い、従来の形や目的に捉われない創業（コワーキング、社会的課題への対応）も増加。

・それらの起業に対する支援ニーズは多岐に渡っており、一つの支援機関だけでは対応が難しくなっている。

・県では、「地域はひとつのインキュベータ」をキャッチフレーズにBI施設等に所属するIM同士の連携を進めてきたが、より多くの機関が参加するネットワークの構築を進めていく必要がある。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

県内創業支援機関のネットワークを強化し、多様化する起業支援ニーズに応じていく。



## 【事例】スマイルデザインカンパニー(草津市)

県の「創業応援隊による起業準備者育成支援事業」を活用し、『しがコレかるた』を企画・製作。滋賀の魅力を伝える活動を実践中。

### 【企業情報】<スマイルデザインカンパニー>

- 代表者／松井 栄里
- 事業内容／グラフィックデザイン
- 企業HP／<https://karuta.biz/>

### 【取組・効果】

- ・草津SOHOビジネスオフィスで開催されていた起業・創業相談会で、県内の名所旧跡や特産品を題材とした「しがコレかるた」を企画。
- ・「創業応援隊による起業準備者育成支援事業」内で実施する起業準備応援補助金を活用、産業支援プラザ職員の伴走支援により試作品を開発。
- ・補助事業期間終了後も伴走支援は継続。商品化のためのクラウドファンディングにも取り組み資金を獲得。1,000個の制作・販売まで辿り着いた。

□「創業応援隊による起業準備者育成支援事業」とは？

起業準備者や起業して間もない立ち上げ段階の方に対し、支援機関による技術的・経営面のトータルサポートおよびテストマーケティングに係る資金面の補助を実施するもの。事業は、県から(公財)滋賀県産業支援プラザへ委託することにより実施した。【事業期間:平成31年度～令和3年度まで】



かるたのイラストは松井さんが描いたもの

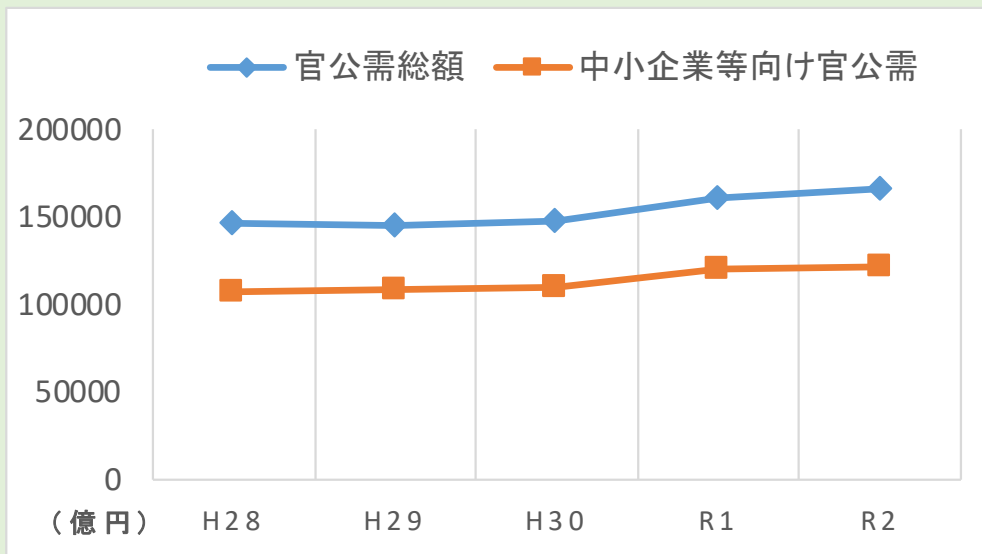


# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

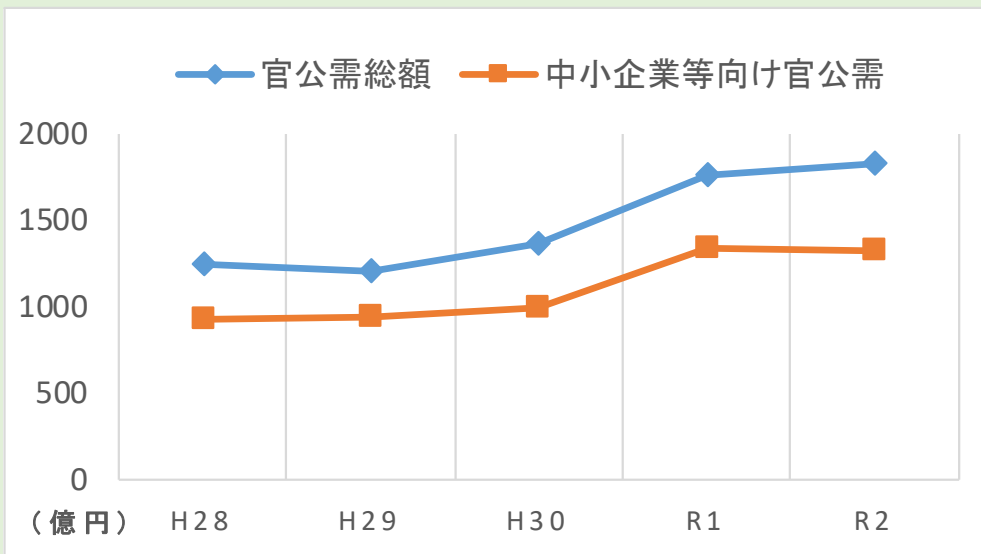
## 2 中小企業の経営基盤の強化【④官公需】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

地方公共団体の官公需契約実績の推移(全国)



滋賀県の官公需契約実績の推移



※「地方公共団体による中小企業者の受注機会の増大のための措置状況等調査結果」(中小企業庁)を基に作成  
地方公共団体の官公需契約実績の推移(全国)は、都道府県、人口10万人以上の市及び東京都特別区の合算

### ○全体の傾向

- ・ 全国の地方公共団体の官公需契約実績は緩やかであるが右肩上がりに伸びており、官公需総額と比例する形で中小企業者・小規模事業者向け官公需実績も伸びている。
- ・ 滋賀県の官公需についても、官公需総額は右肩上がりに伸び、中小企業者・小規模事業者向けの官公需実績も伸びており、県内中小企業者の官公需の受注機会は増加傾向にある。
- ・ また、滋賀県の官公需総額に対する中小企業者・小規模事業者向けの官公需の割合は75%と全国平均とほぼ同等の実績となっている。

## 2 中小企業の経営基盤の強化 【④官公需】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

### 事業① 一般競争入札の参加条件の設定

- ・ 県内事業者に対する優先発注に向け一般競争入札における地域要件を原則として入札参加者を県内事業者、準県内事業者、県外事業者の順に選定するよう参加基準等を改正し（建築工事を除く）、県内中小企業者の受注機会拡大へ向けて、県受注の仕組みづくりを行っている。

《成果》 県内中小企業者の官公需の受注機会は増加傾向にある。

### 事業② 滋賀県新商品等パイオニア認定制度

- ・ 地方自治法施行令に規定する随意契約を可能とするため、新商品等パイオニア認定制度により新商品等を認定することで、新商品の生産等により新たな事業分野に挑戦する事業者の支援を行う。

《成果》 認定件数 H29：2件 H30：1件 R1：4件 R2：5件 R3：6件

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・ 引き続き、県内事業者に対する優先発注に向け、県内事業者が一般競争入札やオープンカウンタに参加しやすくするためにさらなる仕組みづくりが必要。
- ・ 中小企業者の官公需受注に資するような、県内中小企業等の新商品開発や販路拡大のさらなる支援が重要となる。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

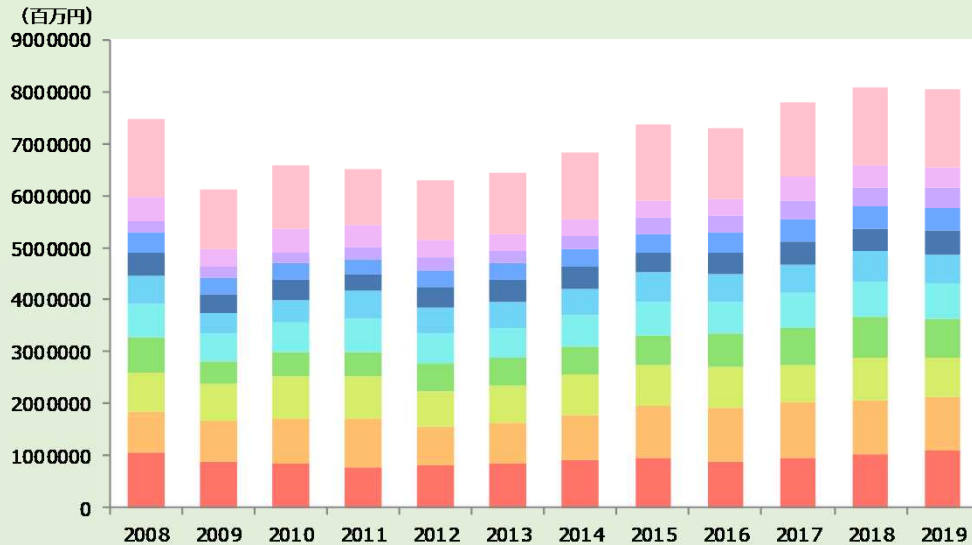
中小企業者の受注機会を確保するさらなる仕組みづくりと同時に、官公需の機会の拡大にもつながるような新商品等の開発を引き続き支援していく。

# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

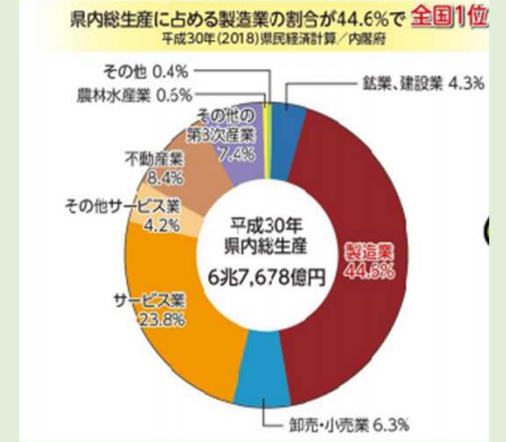
## 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化【①企業立地】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

産業別製造品出荷額等の変化



- その他 (1,502,570.00百万円)
- 窯業・土石製品製造業 (382,446.00百万円)
- 食品製造業 (414,708.00百万円)
- 金属製品製造業 (422,187.00百万円)
- 電子部品・デバイス・電子回路製造業 (445,798.00百万円)
- 生産用機械器具製造業 (593,165.00百万円)
- プラスチック製品製造業 (別掲を除く) (673,968.00百万円)
- はん用機械器具製造業 (744,949.00百万円)
- 電気機械器具製造業 (746,271.00百万円)
- 化学工業 (1,036,540.00百万円)
- 輸送用機械器具製造業 (1,085,879.00百万円)



### ○全体の傾向

- ・ 令和2年（2020年）の工業統計調査によると製造業1事業所あたりの付加価値額は11億1,384万円で全国2位の高さであり、平成30年(2018年)の県内総生産に占める製造業の割合は、全国1位の44.6%となっている。
- ・ 大企業をささえる中小企業も、大手メーカーからの先鋭的なニーズに応え続ける中で技術力を高め、独自技術により国内外で高いシェアを誇る企業が数多く生まれている。



### 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化 【①企業立地】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

#### 事業①「Made in SHIGA」企業立地助成金【H27～H30】

- ・滋賀県経済の活性化を図るため、今後の成長が見込まれる産業分野における企業の本社機能、研究開発拠点、マザー工場などの新規立地や県内工場等の増設を促進。

《成果》助成対象として指定した、成長産業の本社、マザー工場、研究開発施設の県内立地および増設に対して、その費用の一部を助成した。（中小企業12社）

#### 事業② 企業立地促進応援パッケージ事業【R2～】

- ・立地企業への継続的なフォローを行うサポートや、操業上の課題解決に向けた取組に要する経費の一部への助成等により、県内への新規立地や再投資等を促進。

《成果》企業立地サポートセンター（相談件数 中小企業33件【令和4年3月末現在】）や企業立地サポートチーム、企業立地促進補助金（全体計画承認 中小企業14社【令和4年3月末現在】）の活用により、企業の操業環境等の改善を支援した。

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

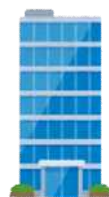
立地している中小企業への継続的なフォローやサポートを行い、再投資を促進する必要がある。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

操業上の課題に対して、迅速かつ継続的に対応するサポート体制を構築し、新規立地や再投資を促進する。

# 【事例】企業立地促進応援パッケージ事業

## 企業の抱える立地・操業に関する課題



企業



立地定着  
増設・再投資  
新規立地

新卒者の採用  
通勤環境の改善  
増設・拡張の用地が必要

従業員の確保・増員  
働きやすい職場環境づくり  
土地利用上の規制・手続

従業員スキルアップ

## 企業立地促進のサポート体制をパッケージで！

### 企業立地サポートセンター

サポート  
相談員等

企業訪問

・課題・ニーズの把握

継続的なフォロー

・税制等優遇施策活用のご案内  
・事業用地の情報を提供

### 企業立地サポートチーム

・事業用地に関する課題等の解決に向けて検討  
(構成) 文化財保護課、環境政策課、森林保全課、自然環境保全課、  
農政課、都市計画課、住宅課、企業庁、企業立地推進室

### 企業立地促進補助金

・新規立地・増設時に企業が行う人材確保や通勤環境の改善  
等にかかる経費に対し補助

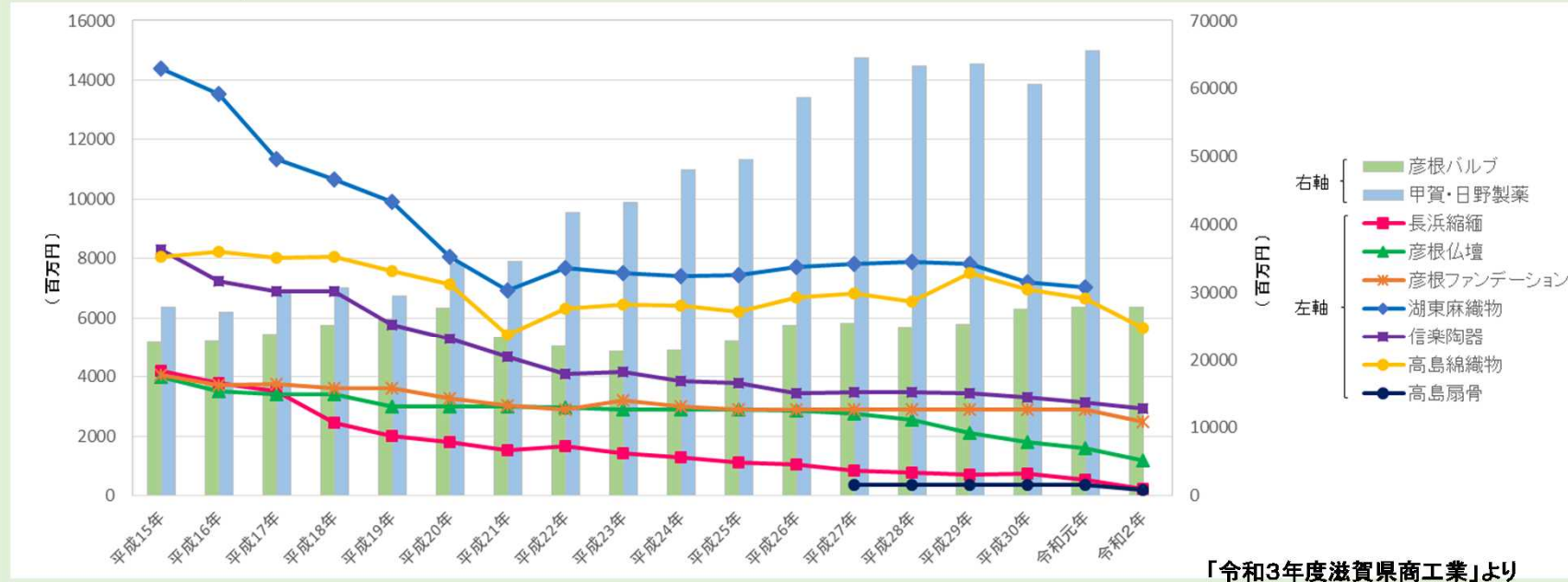
企業立地サポートセンターとして、企業が抱える操業上の課題をワンストップで相談できる窓口を設置するとともに、複数の部局にまたがる事業をチームとして課題を解決することで、迅速かつ円滑な課題解決に資することができる。

# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

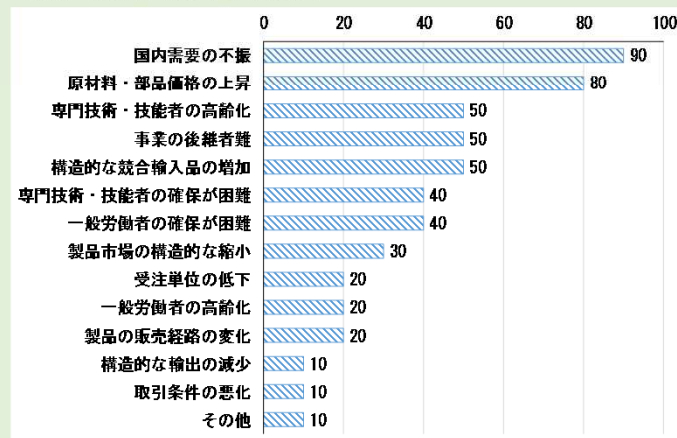
## 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化【②地場産業】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

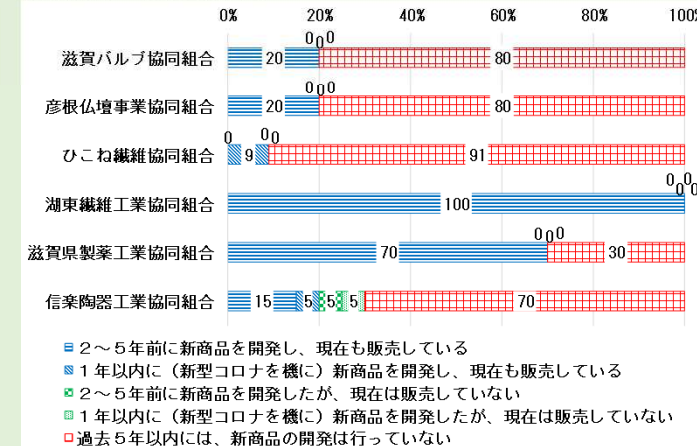
産地別製造品出荷額等の変化



地場産業を取り巻く状況



新商品の開発動向



令和3年度実施「地場産業等実態調査」より

### 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化【②地場産業】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

#### ○全体の傾向

- ・生産額の推移が順調に伸びを示している産地もある一方で、多くの産地で生産額が減少傾向となっており、一般消費者へのブランド周知や、海外の展示会に出展などで産地振興を図っている。
- ・人口減少やライフスタイルの変化に伴う需要の縮小、海外製品との価格競争等により、厳しい市場環境、経営環境にあるが、平成28年3月に制定された「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例」等を受け、需要拡大に向けた情報発信やPR、新市場への展開など、精力的に活動を推進している。

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

#### 事業① 地場産業事業者販路開拓応援支援事業

- ・地場産業事業者・伝統的工芸品事業者の販路開拓の取組を進めるため、新たな市場に向けた販路開拓に必要なノウハウを有する専門家を地場産業事業者の元に派遣し、地場産業事業者の販路開拓等を総合的にプロデュースした。

《成果》令和元～3年度で6者参加（継続参加企業含む）、展示会での商談件数86件（令和2年度）。令和3年度は各社がアドバイザーの指導のもと作成した新製品がオーストリアで行われた4日間のテストマーケティングで956.16ユーロの売り上げとなった。

#### 事業② 地場産業組合等海外展開戦略等支援事業

- ・地場産業組合が行う新たな市場開拓に向けた海外展開戦略、国内の需要拡大を目指す販路開拓・商品開発・市場調査、web商談会、今後の持続的発展に向けた後継者確保・育成などの戦略的な取組を支援した。

《成果》ほぼ全ての地場産業組合が海外や国内での販路開拓を目指した展示会等への出展を行い、新規取引が成立しており、またメディアへ掲載など産地の周知にもつながっている。最近は海外展示会への出展や渡航はコロナウイルスの影響に左右されているが、渡航ができない場合は現地代理人やJETROの力を借りての出展や、出展できない場合はSNSを積極的に活用するなどといった代替案により進めている。また、後継者育成事業では伝統的工芸品の職人も誕生している。



### 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化 【②地場産業】

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

現状では以下の4点が課題としてあがっている。

- ・ 消費者の声を反映した新分野開拓や商品開発
- ・ ECサイト、SNSの活用などデジタル化への取り組み
- ・ 後継者育成および「買い手」となるファン作り
- ・ SDGs等を意識した取り組み

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

地場産業の需要拡大に向けて、引き続き販路開拓や海外展開を支援するとともに、デジタル化への支援やSDGsを意識した取り組みや担い手創出のための取り組みに対する支援を行う。

## 【事例】浜縮緬工業協同組合（長浜市）

地場産業組合等海外展開戦略等支援補助金を活用し、和装分野以外の事業の構築と国内外での販路開拓を図る。

### 【企業情報】

長浜市域で製造される絹織物地場産品「浜ちりめん」の産地組合。組合員は浜ちりめんの製造事業者で構成され、組合敷地内の加工場で浜ちりめんの精練加工を行っている。（従業員数6名、組合員数10社）

### 【取組・効果】

着物用の白生地を製造する長浜絹織物産地では、和装需要の低下に伴い生産量が減少していることから、既存事業に次ぐ新たな事業の構築が図られている。

そのなかで、産地のもつ技術を活用し、アパレル生地およびアイテムの開発とファクトリーブランド（2M,38S）の創設（（有）吉正織物工場）やデニム生地の開発（南久ちりめん（株））、滋賀県東北部工業技術センターとの共同研究で長濱KNITの開発（浜縮緬工業協同組合）等を行い、展示会等に出展。新規取引も成立しており、これらが地場産業を支える第二の柱となるべく取り組んでいる。



開発品

## 【事例】艸方窯(甲賀市)

地場産業事業者販路開拓応援事業を活用し、新しい信楽焼を提案、ヨーロッパでの販路開拓を図る。

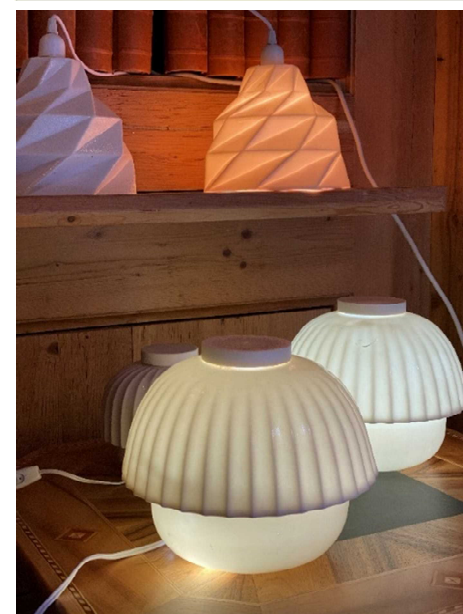
### 【企業情報】

甲賀市で地場産品「信楽焼」製造する窯元。透ける陶器(信楽透器)のインテリアやエクステリアの製造にも取り組んでいる。(従業員数1名)

### 【取組・効果】

技術力や開発力は有している一方で、新規販路開拓手法のノウハウが欠如している海外での新規市場開拓や販路開拓を希望していた艸方窯に対し、ノウハウやデザイン指導力、海外販路開拓指導力をもった事業者を派遣し、商品の開発から販路開拓までの取り組みを指導。

欧州でのニーズに合わせたテーブルランプやペンダントランプ等を開発、東京インターナショナルギフトショーへの出展や、オーストリアの高級リゾートホテルにおいてテストマーケティングを実施し高評価を得た。



開発したテーブルランプ等

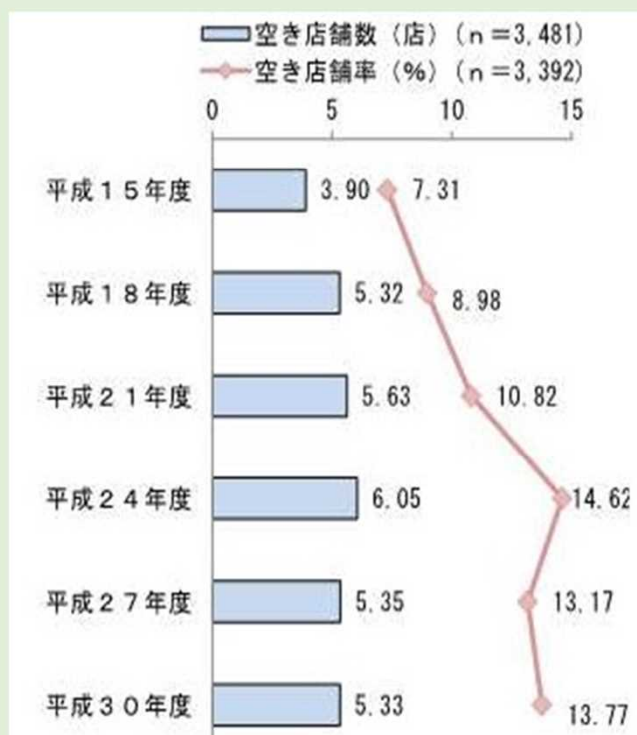
# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化【③商店街振興】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

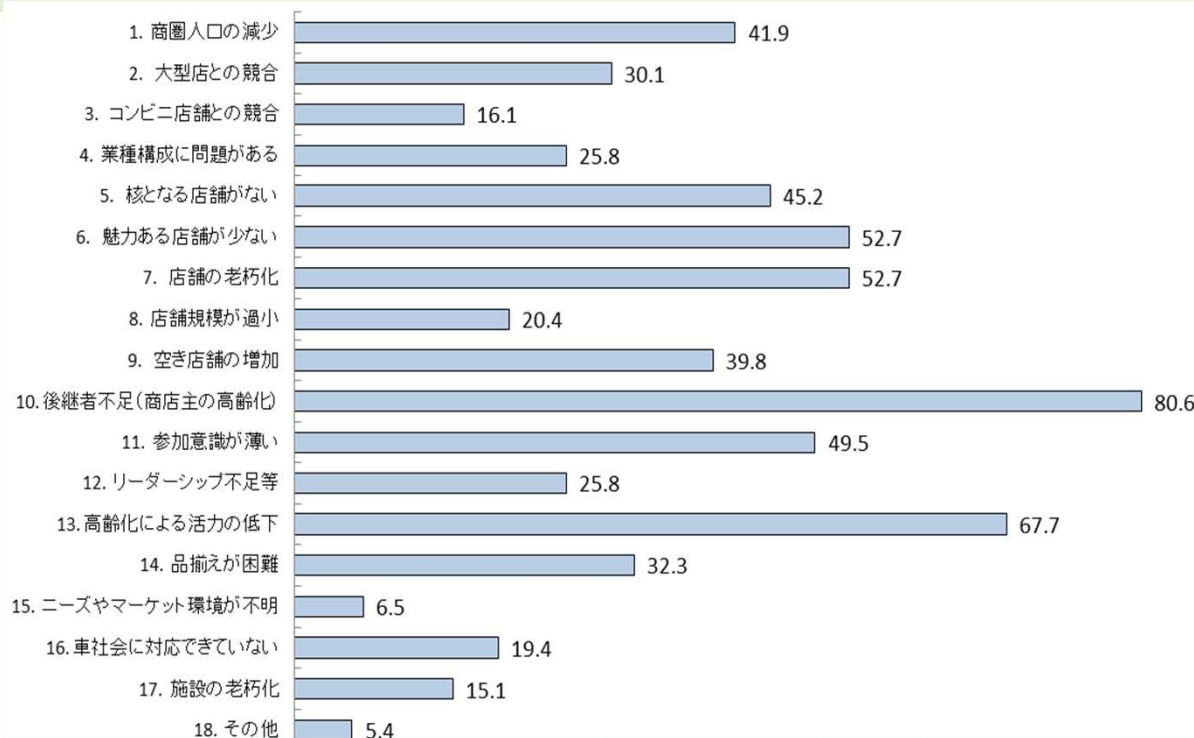
中小企業庁 平成30年度商店街実態調査

1商店街あたりの空き店舗の平均店舗数及び空き店舗率



県中小企業支援課 令和元年度滋賀県商店街実態調査

商店街の全体的な課題(複数回答可)



### ○全体の傾向

- ・全国の商店街の空き店舗率は平成21年度の調査以降10%を超えており、平成30年度の実態調査においても空き店舗率は約13%と依然と高い水準となっている。
- ・また、令和元年度に県が実施した商店街実態調査においては、「後継者不足」や「高齢化による活力の低下」が商店街の全体的な課題として挙げられており、高齢化の中で商店街活動に携わる人材の確保・育成が課題となっている。



### 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化 【③商店街振興】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

#### 事業① にぎわいのまちづくり総合支援事業

・商店街等が行う、地域の特性を活かした商店街の魅力向上や地域のふれあい創出、空き店舗対策などの取組により、地域社会が抱える課題の解決や商店街等のにぎわいを創出しようとする事業を支援。

《成果》事業実施者数 R1：9件 R2：9件 R3：9件

来街者数等の目標を達成した商店街等の割合 R1：60% R2：16% R3：62%

#### 事業② 商店街等空き店舗活用マッチング支援事業【H25～R1】

・創業支援情報など開業に役立つ情報も掲載した、しが空き店舗情報サイト「AKINAIしが」の効果的な運用により、商店街の空き店舗の有効活用と小規模事業者に対する創業促進を支援。

《成果》「AKINAIしが」に登録された物件で24件の契約が成立した。

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

・県による商店街等空き店舗活用マッチング支援事業は一定の成果があったが、全国的にみると空き店舗率は依然と高い。

・空き店舗への対策として、実態調査で挙げられた課題にもあるように後継者不足の解消が必要であるが、それには、商店街で事業を続けたいと思えるような商店街全体の魅力を高めることが何より必要。

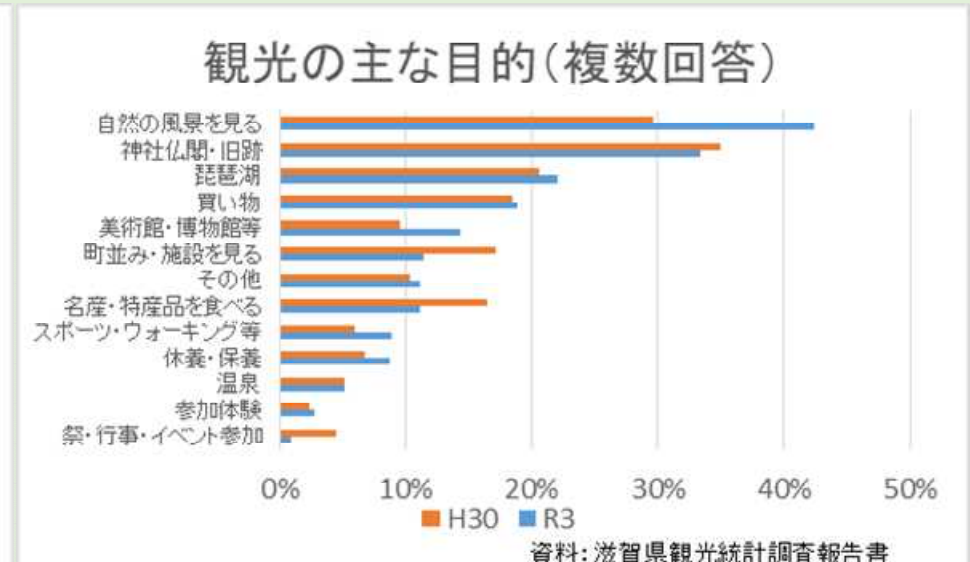
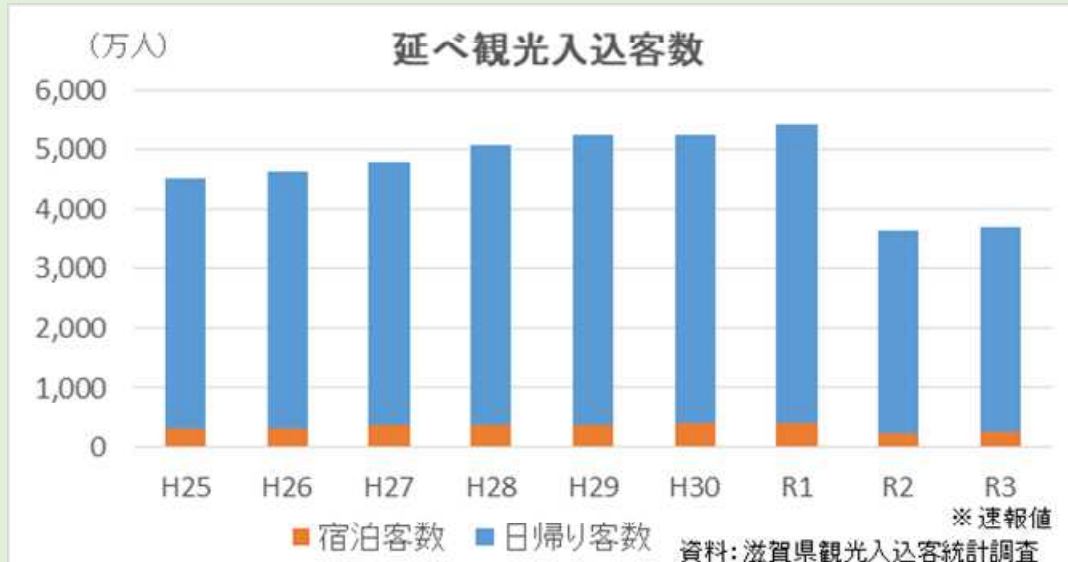
④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

商店街の持続的な発展に向けて、商店街の魅力向上に寄与する取組へのさらなる支援が重要である。

# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化【④観光振興】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。



### ○全体の傾向

- ・ 滋賀県の延べ観光入込客数は順調に増加を続け、令和元年には過去最高の5,404万人を記録したが、新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年に大きく減少し、令和3年においても回復に至っていない。
- ・ 令和3年度の滋賀県の観光地を訪れた主な目的は、「自然の風景を見る」が42.4%、次いで「神社仏閣・旧跡」が33.3%、「琵琶湖」が22.0%となっている。特に「自然の風景を見る」の割合が平成30年度に比べて大きく増加している。

### 3 産業分野の特性に応じた中小企業の事業活動の活発化 【④観光振興】

#### ② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

##### 事業① 観光プロモーションの実施

- ・地域観光プログラムの展開や特別企画、周遊企画等、多様な主体と連携した観光キャンペーン（プロモーション）を実施。  
平成29年度「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」、平成30年度「虹色の旅へ。滋賀・びわ湖」、令和元年度～2年度「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」、令和3年度「歴史関連コンテンツにスポットをあてた観光プロモーション」
- 《成果》延べ観光入込客数：平成29年5,248万人→令和元年5,404万人→令和3年3,692万人（速報値）  
観光消費額：平成29年1,793億円→令和元年2,035億円→令和3年1,170億円（速報値）  
延べ宿泊客数：平成29年387万人→令和元年408万人→令和3年257万人（速報値）  
※新型コロナウイルス感染症の影響により各指標の数値は落ち込んでいる。

##### 事業② ビワイチの推進

- ・ビワイチルート、ビワイチ・プラスルートに係るPRや受入環境整備等を実施し、国内外からの誘客を図るとともに、県内全域への自転車による観光周遊を促進。
- 《成果》令和元年11月：「ビワイチ」がナショナルサイクルルートに指定、令和4年4月1日：ビワイチ推進条例施行、琵琶湖一周サイクリング体験者数（推計値）：平成27年52千人→令和3年84千人、  
経済波及効果：平成27年約6億円→令和3年約8.7億円

##### 事業③ ここ滋賀の設置・運営

- ・首都圏における情報発信拠点「ここ滋賀」を設置することにより、県内事業者の販路拡大や観光客の本県への誘引を図った。
- 《成果》平成29年度開設 来館者数：令和3年度 約252千人、経済効果：令和3年度 588百万円

#### ③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・コロナ禍により落ち込んだ観光需要の着実な回復（感染拡大防止と経済活動の両立）を目指す。
- ・持続可能な観光の推進に向けて、コロナ禍を経て変化した観光ニーズに対応する新たなツーリズム「シガリズム」をコンセプトとした観光コンテンツを創出する。

#### ④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

持続可能な観光の推進を通して、観光関連産業の中長期的な成長を目指す。

# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 新たな経営課題【SDGs】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

SDGsは「Sustainable Development Goals」の略称です。2015年9月の国連サミットにおいて、全会一致で採択された「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」が掲げる国際社会共通の目標です。「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現を目指し、2030年を年限とする17の国際目標と169のターゲット、232の指標で構成されています。

アジェンダでは、持続可能な社会をつくるために、経済成長、社会的包摂（「誰一人取り残さない」）、環境保護という3つの課題を統合的に解決することを求めています。



### SDGsの特徴

普遍性

先進国を含め  
全ての国が  
行動する

包摂性

人間の安全保障の  
理念を反映し  
「誰一人取り残さない」

参画性

全ての  
ステークホルダーが  
役割をもつ

統合性

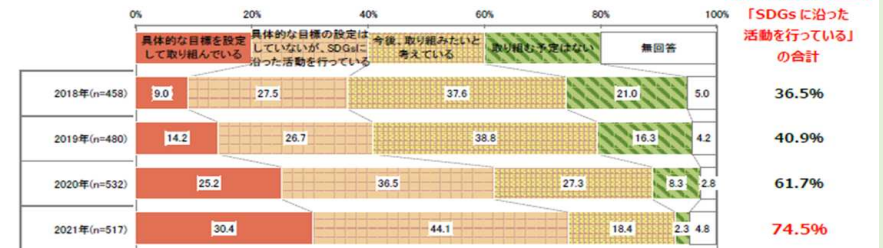
社会・経済・環境は  
不可分であり  
統合的に取り組む

透明性

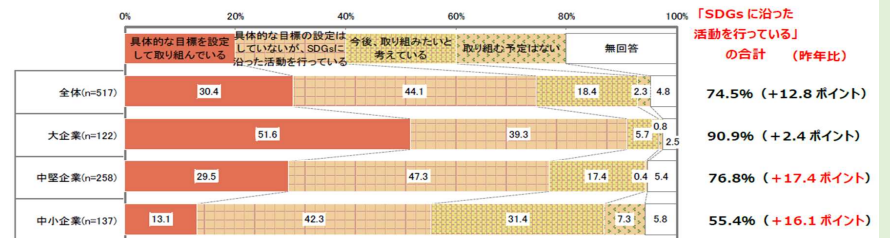
モニタリング指標を  
定め定期的に  
フォローアップ

（資料：滋賀SDGs×イノベーションハブ活動報告書）

【図2-1】SDGsに関わる活動の取り組み状況（全体・経年比較）



【図2-2】SDGsに関わる活動の取り組み状況（従業員規模別）



本調査では、大企業：従業員数3,000人以上  
中堅企業：従業員数300人以上～3,000人未満  
中小企業：従業員数300人未満  
と区分しています。

（資料：（一社）日本能率協会『日本企業の経営課題2021』調査結果速報【第5弾】）

### ○全体の傾向

- ・ SDGsは、2015年9月の国連サミットにおいて、全会一致で採択された国際社会共通の目標。2030年を年限とする17の国際目標と169のターゲット、232の指標で構成される。
- ・ 2021年には、日本の企業全体において、SDGsに取り組む企業が7割を超え、中堅・中小企業においても、SDGsに関わる取組をしている比率が大きく増加している。
- ・ 本県においても、2017年1月、全国に先駆けてSDGsを県政に取り込むことを宣言し、2019年にはSDGsの達成に向け優れた取組を進める「SDGs未来都市」（内閣府）に選定された。



## 新たな経営課題【SDGs】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

### ○滋賀SDGs×イノベーションハブ（愛称：しがハブ）

県と経済界が協力し、2018年10月に官民連携の組織として創設（滋賀銀行、関西アーバン銀行、滋賀県）しがハブでは、SDGsの普及啓発に加えて、SDGsに通じる滋賀の社会的課題を解決する新しいビジネスモデルの構築を目指して活動。

#### ◆イノベーション創出活動

滋賀の社会的課題解決につながるビジネスモデル創出等の活動を行い、36件の事例をサポート。

#### ◆普及啓発活動

セミナー・ワークショップ等の開催や、経済団体を始めとする各種団体への普及活動など、企業にとってのSDGsの取組の必要性と実践者の事例を学ぶ場を提供。

#### ◆SDGs宣言のサポート活動

SDGs宣言のサポートを行い、県内で105社がSDGs宣言を策定。（令和3年3月時点）

#### ◆滋賀SDGs×ビジネス表彰

県内の企業等がSDGsにビジネスで取り組む優良事例を表彰。 優秀賞：5社 奨励賞：8社

#### ◆2020年度 地方創生SDGs官民連携優良事例に選定（全国5事例）

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

・ 中小企業においてSDGsに取り組むことへの重要性の理解を深めるため、他地域の先駆的事例の共有、また世界的な潮流の紹介など取組を加速させるための情報共有が必要である。

・ SDGsに取り組むことを見える化する制度の研究。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

企業間の情報交換や事例の発信を行い、SDGsの一層の浸透を図るとともに、新たなビジネスの創出や企業価値の向上に向けた取組を促進し、社会的課題をビジネスで解決し続ける県を目指す。

# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

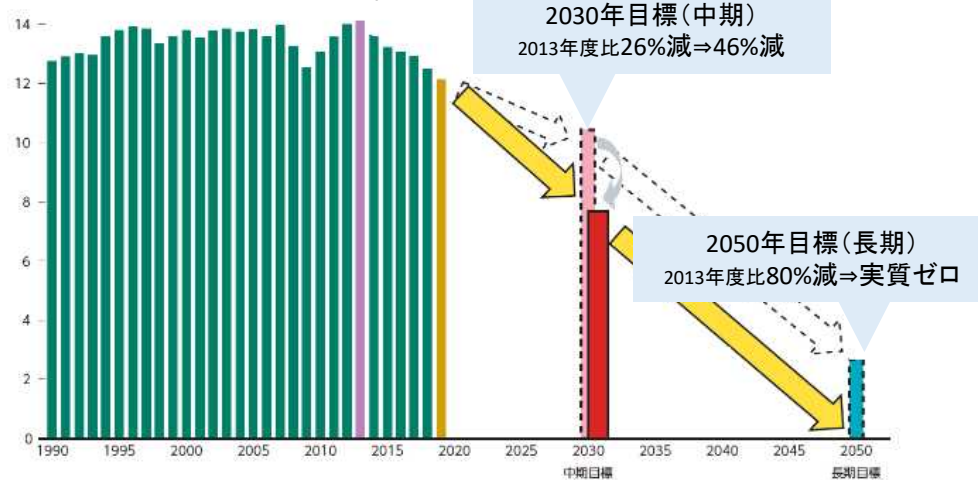
## 新たな経営課題【脱炭素・CO2ネットゼロ】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

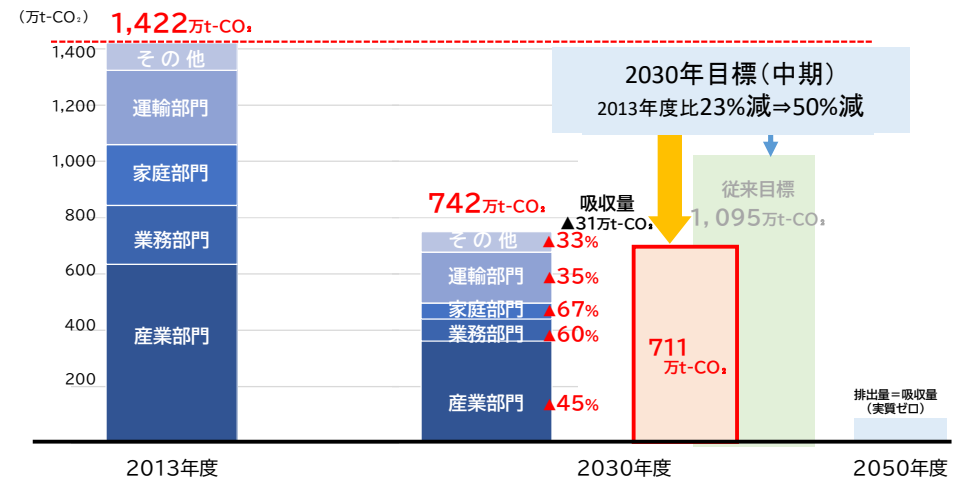
### 日本の温室効果ガス排出量削減目標

（令和3年版環境白書から作成）

2013年



### 滋賀県の温室効果ガス排出量削減目標



### ○全体の傾向

- ・2015年のCOP21（パリ）以降、脱炭素化に向けた世界の潮流は加速化し、日本をはじめ世界各国が2050年のカーボンニュートラルを宣言
- ・サプライチェーンを含む企業活動全体に脱炭素化を取り込む動きが世界的に進展
- ・本県においても、国に先立って2020年1月に「しがCO<sub>2</sub>ネットゼロムーブメント」キックオフ宣言を行い、「滋賀県CO<sub>2</sub>ネットゼロ社会づくり推進計画」を策定（令和4年3月）し、温室効果ガス削減目標を大幅に見直した。

## 新たな経営課題【脱炭素・CO2ネットゼロ】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

### 事業① 省エネ・再エネ等推進加速化事業

専門家による省エネ診断の実施や、省エネ・再生可能エネルギー等の設備の導入、整備に対する支援を実施

(支援件数)	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	計
省エネ診断	12	17	20	43	56	62	62	79	80	431
省エネ・再生エネ設備導入	14	30	44	59	49	54	46	50	55	401

### 事業② プロジェクトチャレンジ支援事業

技術開発からその成果の事業化までの計画を認定し、各段階に応じた支援を実施。技術開発に要する経費を補助する中小企業新技術開発プロジェクト補助金において、令和4年度CO<sub>2</sub>ネットゼロに資する技術開発を支援する「CO<sub>2</sub>ネットゼロ枠」を新設。

令和3年度 中小企業の新製品等開発計画の認定等件数：22件

過去5カ年計画認定事業の製品化割合：38%

《成果》2013年度比 温室効果ガス排出削減量（2019年度実績）

産業部門▲22.9% 業務部門▲33.8%

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・さらなる省エネルギー・再生可能エネルギー導入の徹底が必要
- ・急速な世界レベルでのビジネスの変化への対応が必要
- ・産業構造の変化に伴う中小企業支援（小規模事業者への支援）、雇用支援（労働者の再教育）等が必要

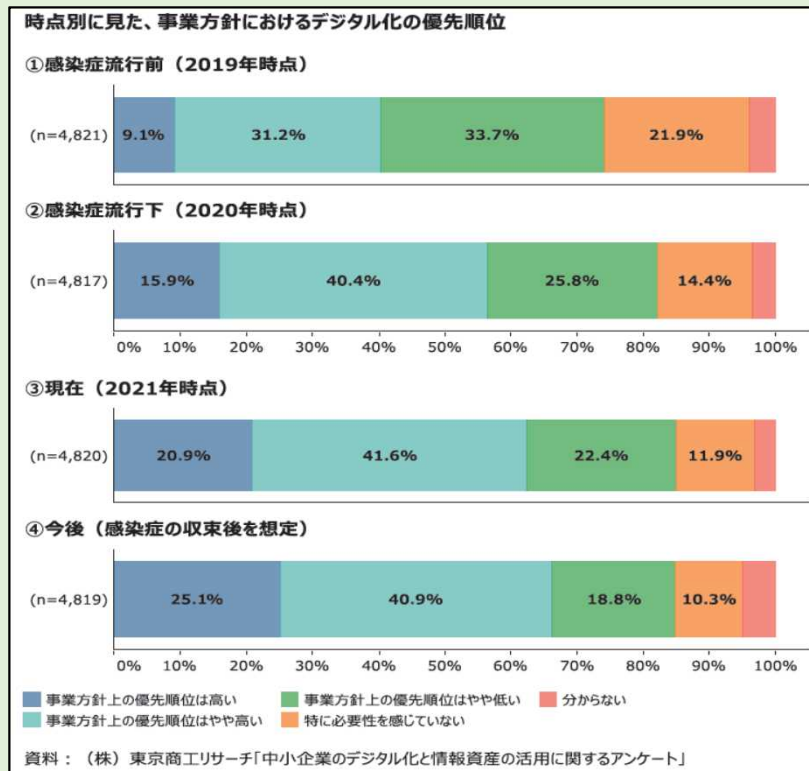
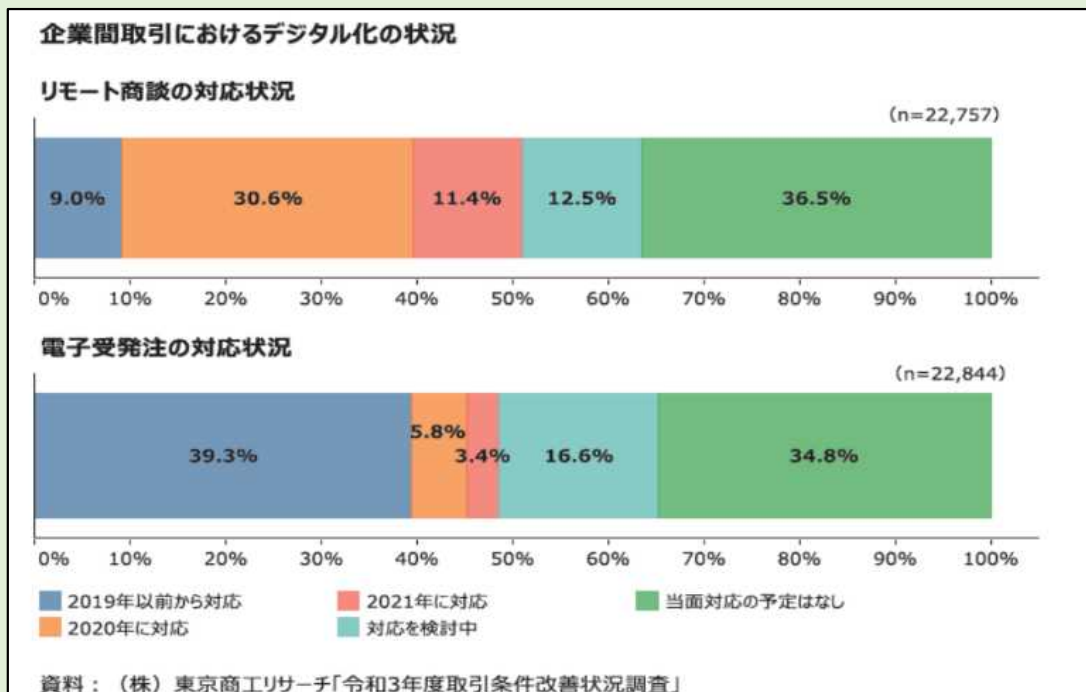
④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

CO<sub>2</sub>ネットゼロの実現に向け実施する取組によって、温室効果ガス排出量を削減するだけでなく、“新たな産業の創出”“雇用の増加”“資金の地域内循環”“グリーン投資の活性化”など、地域課題の解決や経済の活性化が実現する姿を目指す。

# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 新たな経営課題【デジタル化／DX】

① 施行後10年間（H25=2013年）でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。



### ○全体の傾向

- ・ デジタル化については、従来から企業において一定程度取組が進んでいたと考えられ、新型コロナウイルスの影響によりその流れが加速している。
- ・ 現在、今後も含めて事業方針上の優先度は高まっており、県における中小企業支援策についても積極的に行う必要がある。



② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

### 事業① DXによる新たなビジネスモデルづくり事業【R3～】

《成果》

参加企業においてデジタル技術を活用した新たな事業展開や事業見直しの検討を開始した件数：24件  
アナログデータをデジタル化するなどDXに向けた一歩を踏み出すことができた。

### 事業② 滋賀県DX推進戦略【R3】

《成果》

「滋賀県基本構想」で掲げる「みんなで目指す2030年の姿」の実現に向け、新型コロナウイルス感染症の流行による「新たな日常」における県民生活や経済活動の維持に必要なデジタル社会の形成に関する施策を迅速かつ重点的に推進。

地域や産業の持続可能な発展と県民の暮らしをより豊かにする新たな価値創造を、「暮らし」「産業」「行政」の各分野のDXにより実現するため策定。

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・ 中小企業等において、デジタル技術を活用した商品・サービスの高付加価値化や生産性向上が図られることにより、高い競争力を有するビジネスモデルを構築する企業を増やす必要がある。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

産業のDXを推進することで、高付加価値化や省力化、生産性・安全性の向上による、持続可能な産業を実現する。

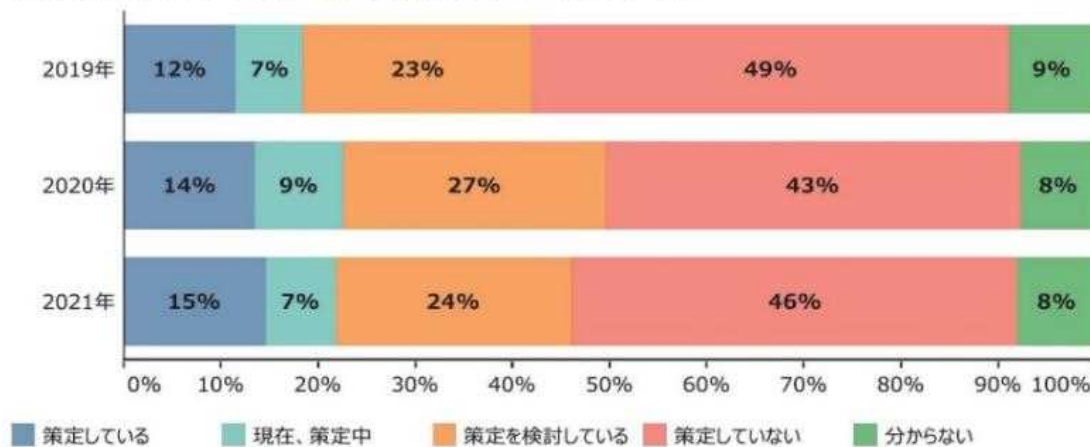
# ◎「各テーマにおける“目指す姿”」の考え方

## 新たな経営課題【危機管理(中小企業等が直面するリスクへの対応)】

① 施行後10年間(H25=2013年)でどのような“変化”があり、県内中小企業を取り巻く状況がどう“変化”したのか。統計データや客観的指標を示して考察し、全体の傾向を整理。

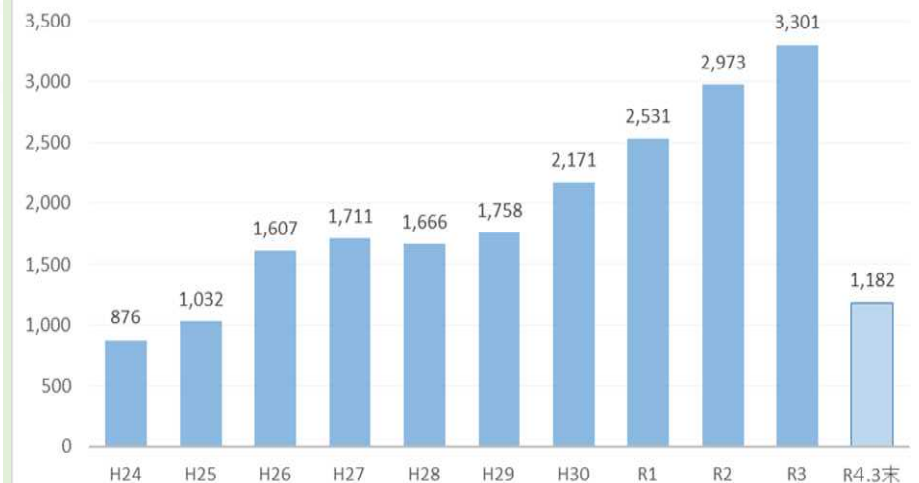
- ・大規模自然災害、コロナ禍の発生
- ・サイバー犯罪の相談受理件数の増加
- ・知的財産にかかる相談件数の増加
- ・経済安全保障(技術情報等の流出防止の必要性)

事業継続計画(BCP)の策定状況の推移(中小企業)



資料：(株)帝国データバンク「事業継続計画(BCP)に対する企業の意識調査」(2019年5月、2020年5月、2021年5月)

サイバー犯罪の相談受理件数



### ○全体の傾向

- ・中小企業のインターネット活用の広範化、サプライチェーンの複雑化が進展する中で、中小企業の事業活動に影響を及ぼすリスクは自然災害や感染症のまん延、サイバー攻撃など多岐にわたっており、中小企業においても、災害対応やサイバーセキュリティ等に係る対策の重要性がますます高まっている。また、滋賀県の企業等は高度な技術情報等を保有しており、近年、海外展開の進展等に伴い、知的財産をめぐるトラブルも生じている。
- ・しかし、大企業に比べて中小企業のBCP策定は進んでおらず、様々な支援施策も十分には行き届いていない。リスク対応については専門的知識が必要であり、人的・時間的資源に余裕がない中小企業が、自社だけで、自力で行う対策には限界がある。

## 新たな経営課題【危機管理(中小企業等が直面するリスクへの対応)】

② 施行後10年間で、県としてどのような施策に取り組んで、どのような成果があったのか。

### 事業① 事業継続計画（BCP）策定支援事業等

計画策定にかかるノウハウを実践的に学ぶ講座を開催し、R1年度までにのべ105社が参加。  
「滋賀県版BCPモデル（BCP策定のひな形）を作成。

### 事業② 事業者のサイバーセキュリティ強化にかかる取組

企業・商工会等における講演実施、注意喚起チラシ等による広報・情報発信に取り組んできた。また、R4年度から「サイバーコネクトSHIG@」により関係機関の連携（コネクト）を強化。

### 事業③ 知的財産に係る支援の取組

INPIT滋賀県知財総合支援窓口では、様々な専門家によるサポート、各支援機関との連携により、豊富な支援メニューを提供し、知的財産保護による事業者の経営力強化を支援。県内各地で相談会も実施。

### 事業④ 経済安全保障に係る取組

警察が企業等を訪問し、注意喚起を行うとともに、各種相談や不審情報等の通報を依頼。

③ ①と②を踏まえ、どのような課題があり、目指すゴール『滋賀らしい次世代の中小企業の活性化推進』のために、今後必要なポイントを整理。

- ・ 中小企業が、危機管理に人的・時間的資源を充てるのは難しい。また、各支援機関や各市町の個々においては、対応できる専門的な支援内容や情報発信・共有に限界があり、県全体のレベルでの取組や連携が必要不可欠。
- ・ 中小企業のリスク対応力を高めるためには、気軽に専門家に相談できる体制を整備するとともに、多くの関係機関の連携を強化し、県内全体への情報発信、情報共有を一層推進していく必要がある。

④ ③の結論を踏まえ、“目指す姿”として提示。

中小企業のリスク対応力向上を関係機関の連携強化により支援し、滋賀県の中小企業の新たな「強み」とする。

# 参考資料

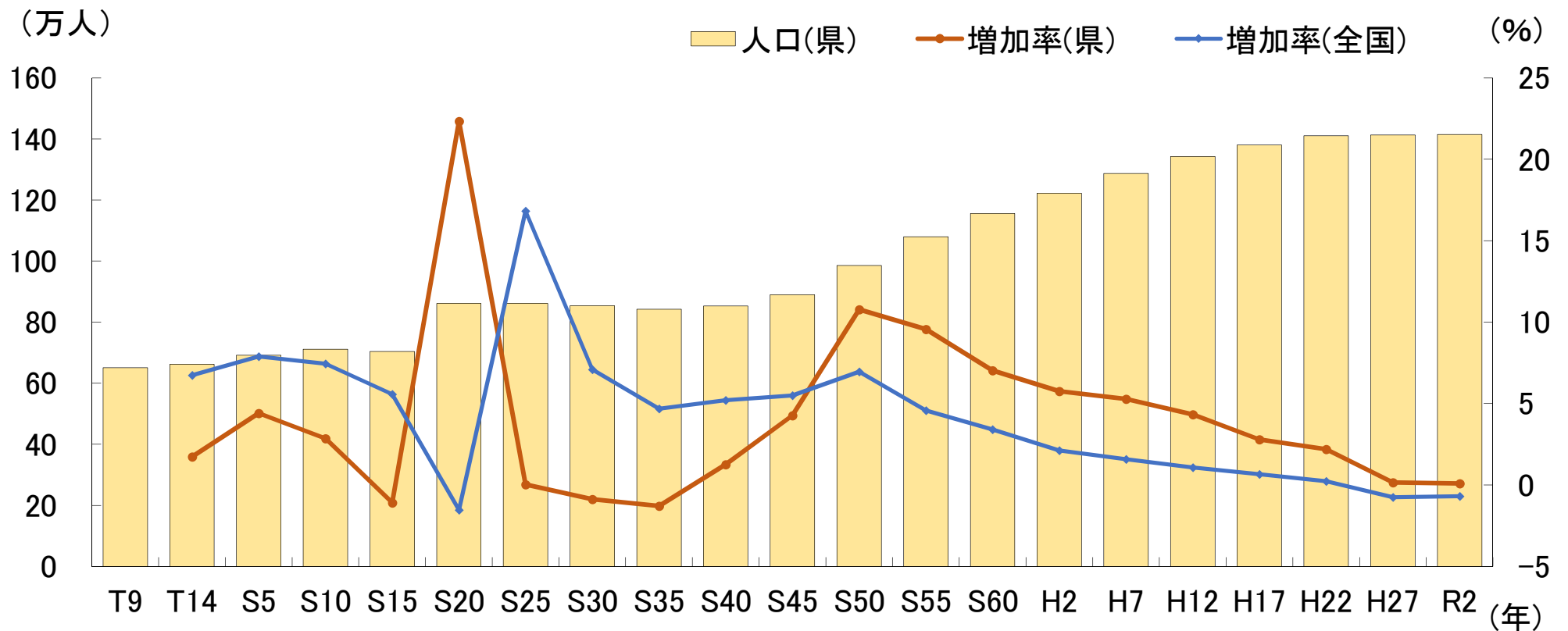
- 人口・経済関係基礎データ



# 1 滋賀県の人口

国勢調査によると、戦後85万人前後で推移していたが高度経済成長期を経て、昭和42年から増加し続け、平成20年には140万人を超えた。しかし、平成25年の約142万人をピークに、人口減少に転じている。

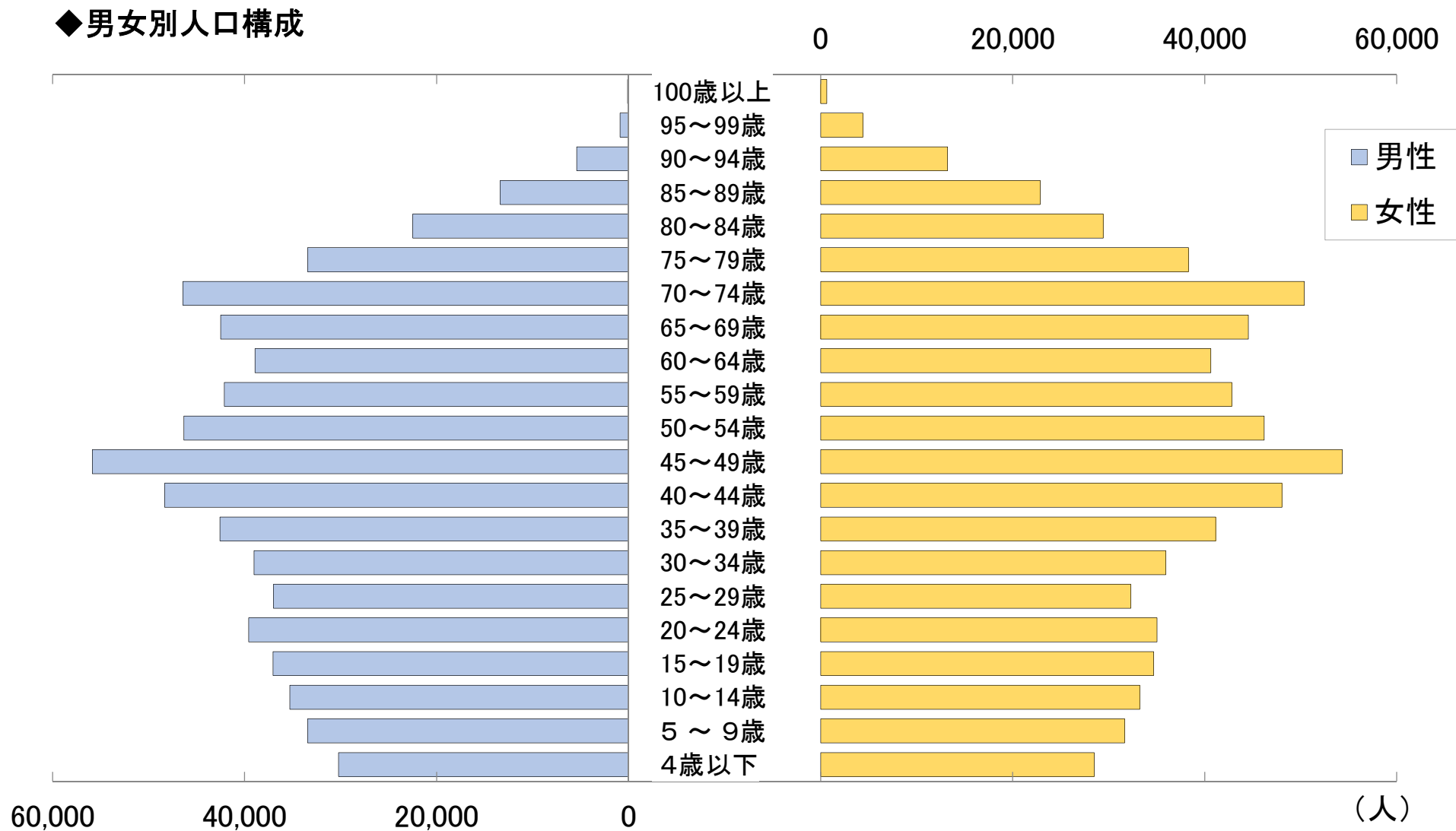
## ◆国勢調査に基づく人口の推移



資料:総務省「令和2年国勢調査」

## 2 男女別人口構成

本県の令和2年10月1日現在の男女別の人口構成は、男性698,424人、女性713,991人で女性が15,567人多い。



資料：滋賀県統計課「滋賀県推計人口年報」

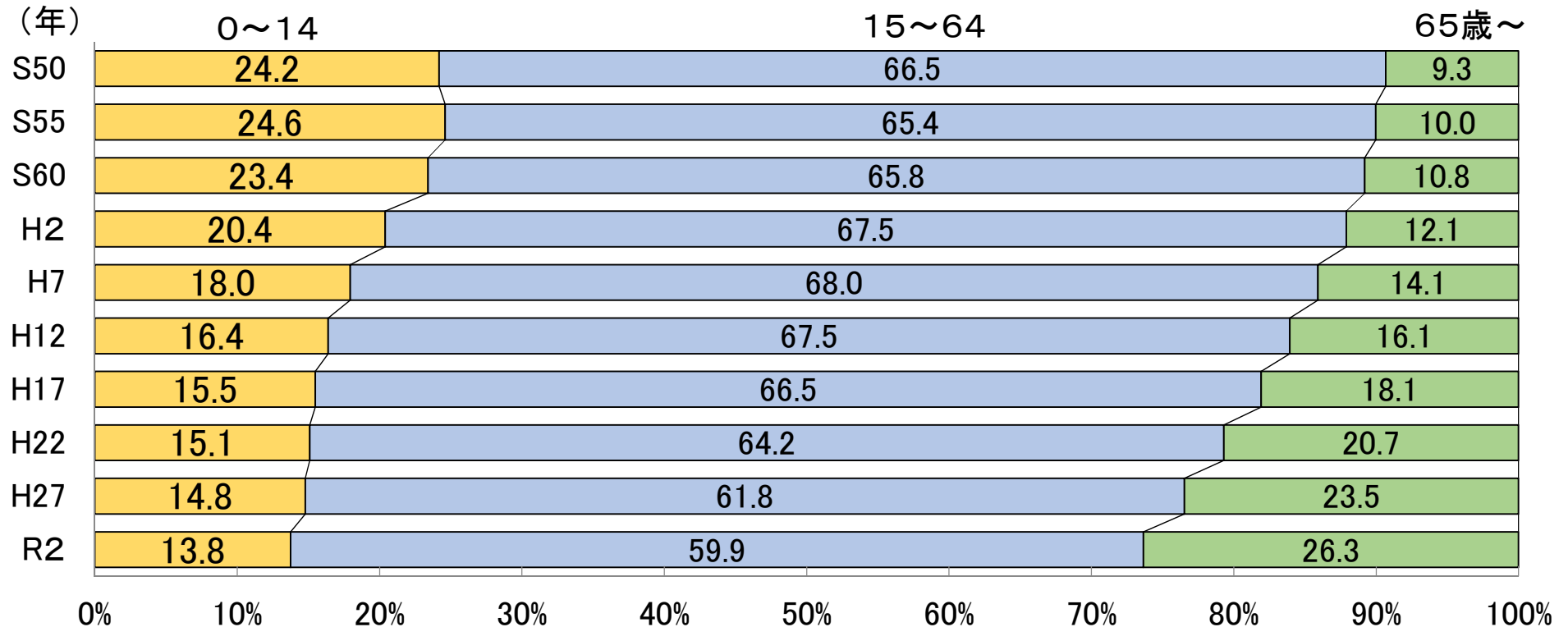
### 3 年齢階層別人口構成

本県の令和2年10月1日現在の人口の年齢階層別構成をみると、年少人口(0～14歳)は192,305人(県人口の13.8%)、生産年齢人口(15～64歳)は837,825人(同59.9%)、老年人口(65歳以上)は368,416人(同26.3%)となり、老年人口が前年を上回った。

全国の構成比と比較すると、年少人口(0～14歳)は全国を上回って推移しており、生産年齢人口(15～64歳)も平成17年以降全国を上回って推移している。また、老年人口(65歳以上)は、増加しているものの全国を下回って推移している。

本県は、全国と比べると年少人口の割合が高く、老年人口が低い人口構成となっているものの、全国に遅れながらも高齢化は着実に進展している。

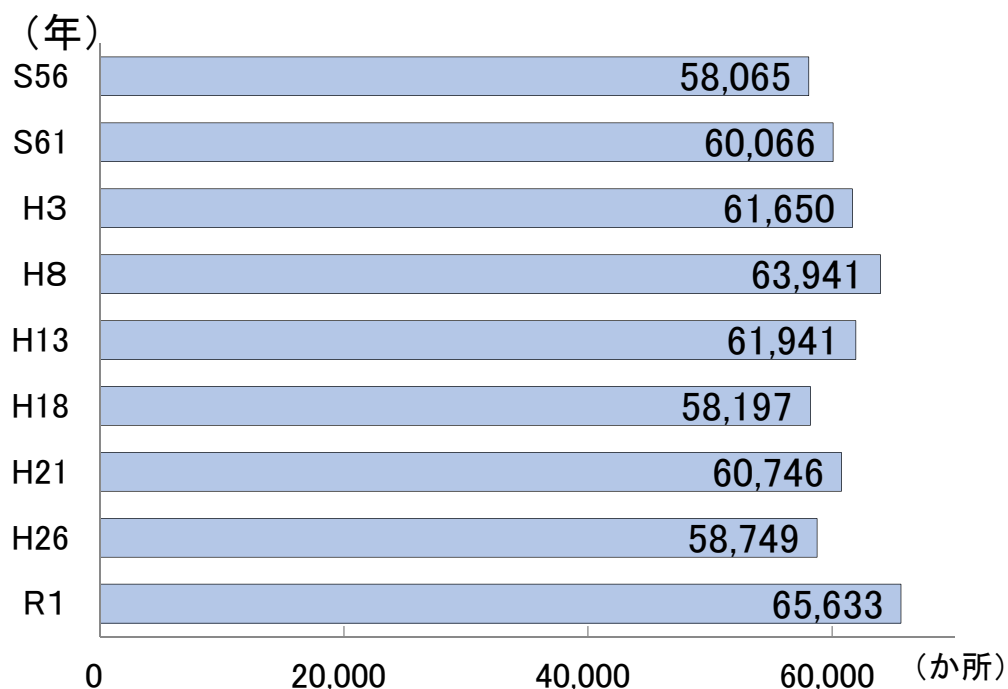
◆年齢階層別人口構成の推移



## 4 事業所数

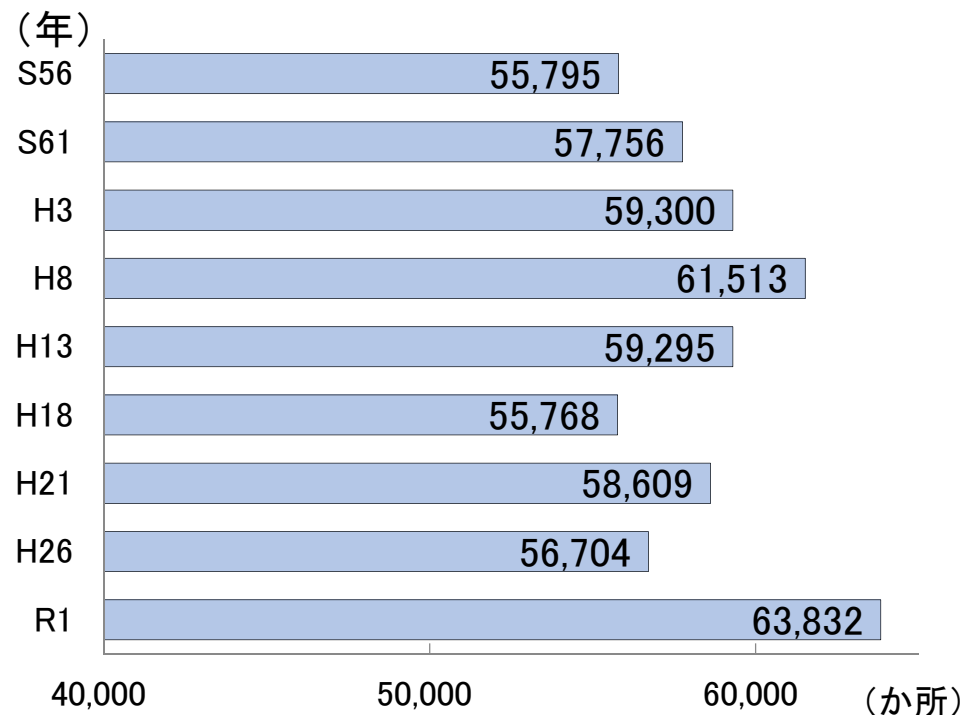
経済センサスー基礎調査によると、令和元年の事業所数(国および地方公共団体の事業所を含む)は、65,633事業所となっている。そのうちの民営事業所(国及び地方公共団体の事業所を除く事業所)について、経済センサスー基礎調査によると、令和元年の民営事業所数は63,832事業所で、前回の平成26年調査から7,128 事業所増加した。

◆事業所数の推移



資料:総務省「令和元年経済センサスー基礎調査」

◆民営事業所数の推移



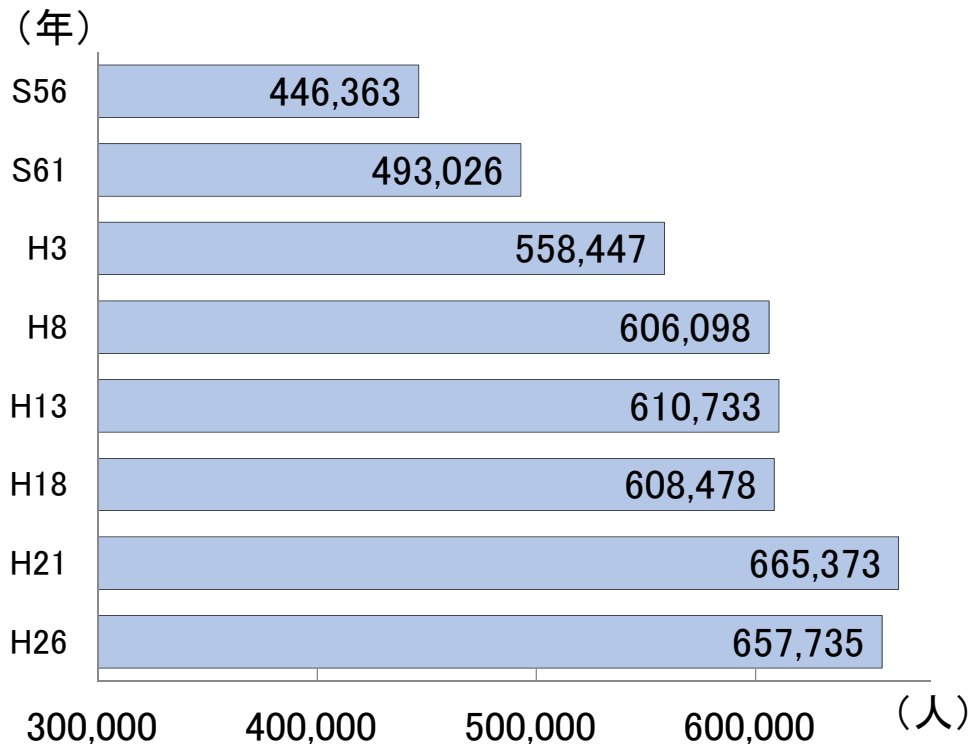
資料:総務省「令和元年経済センサスー基礎調査」



## 5 従業員数

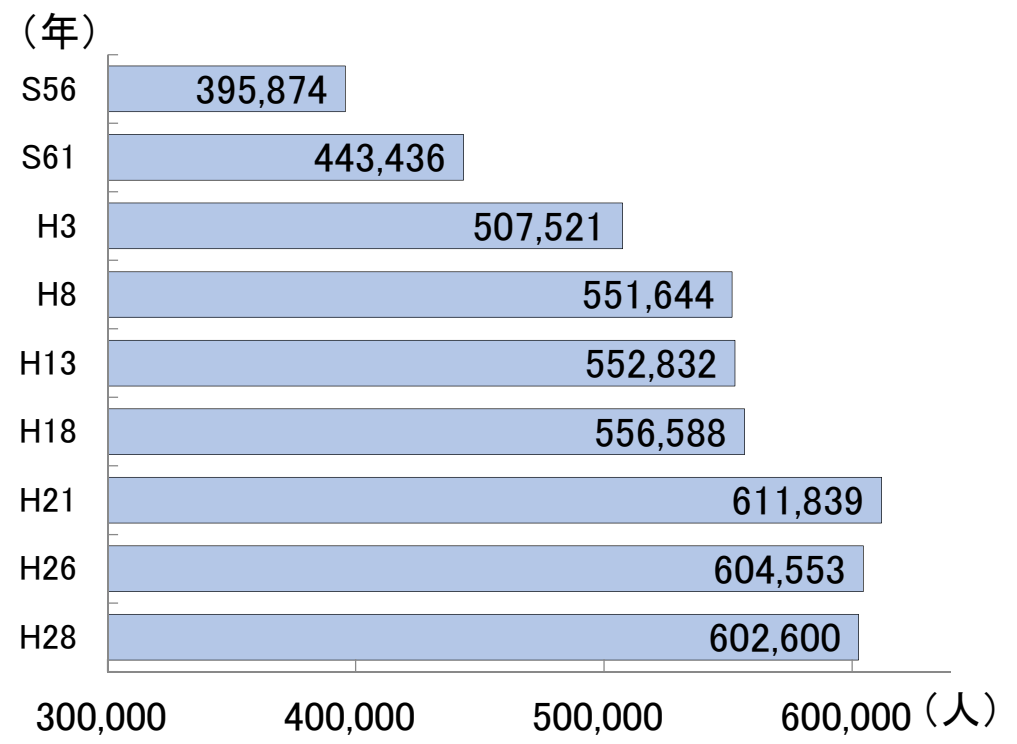
経済センサスー基礎調査によると、平成26年7月1日現在の従業者数(国および地方公共団体の事業所の従業者を含む)は、657,735人となっている。うち、民営事業所(国および地方公共団体の事業所を除く事業所)の従業者について、経済センサスー活動調査によると、平成28年6月1日現在の従業者数は602,600人で、前回平成26年調査から1,953人、0.3%減少した。

◆従業者数の推移



資料:総務省「平成26年経済センサスー基礎調査」

◆民営事業所の従業者数の推移



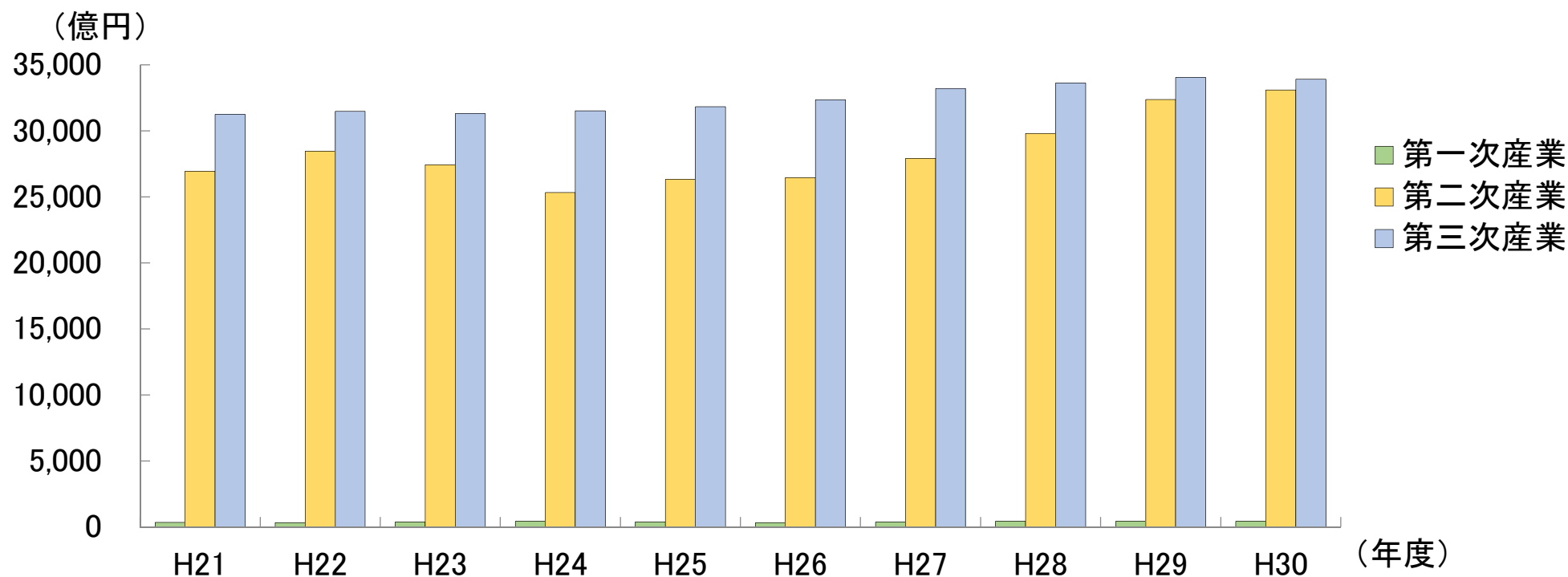
資料:総務省「平成26年経済センサスー基礎調査」  
総務省「平成28年経済センサスー活動調査」

注)従業者とは調査時点で、当該事業所に所属して働いている全ての人をいう。当該事業所から賃金・給与(現物給与を含む。)を支給されていない人は従業者に含めない。なお、個人経営の事業所の家族従業者は、賃金・給与を支給されていなくても従業者としている。

## 6 県内総生産(産業3部門別)

平成30年度の県内総生産(=県内総支出)は、名目で6兆7,679億円となった。平成30年度の県内総生産を経済活動別にみると、第一次産業は419億円(県内総生産の0.6%)、第二次産業は3兆3,085億円(同48.9%)、第三次産業は3兆3,902億円(同50.1%)となっている。(県内総生産は、総資本形成に係る消費税等を含むため、比率の合計は100を下回る。)

### ◆産業3部門別県内総生産(名目)の推移



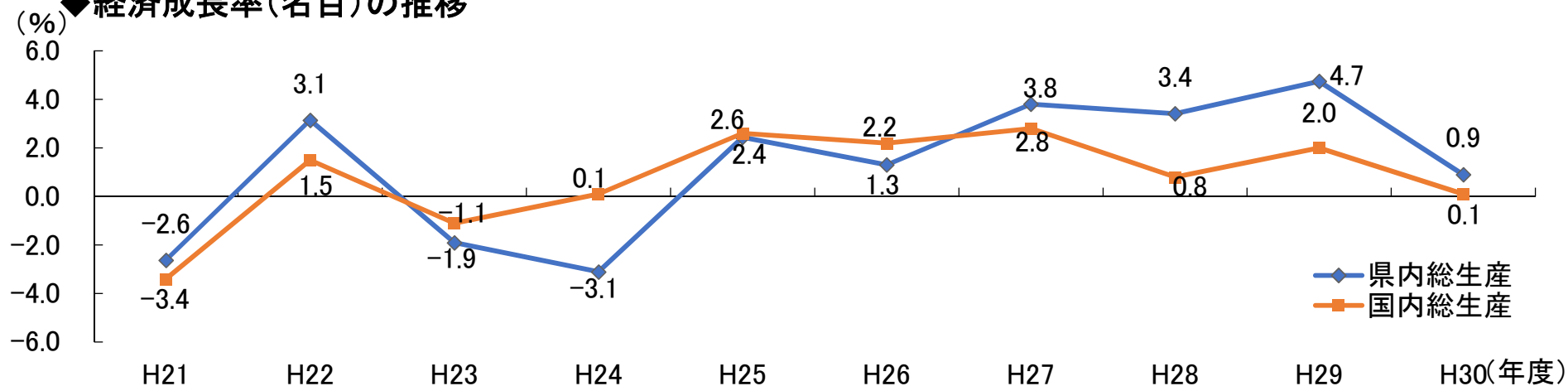
資料:滋賀県統計課「滋賀県民経済計算」

## 7 経済成長率

本県の平成30年度の経済成長率は、名目で0.9%、物価変動の影響を除いた実質で1.2%となり、名目は6年連続でプラス成長、実質は4年連続でプラス成長となった。

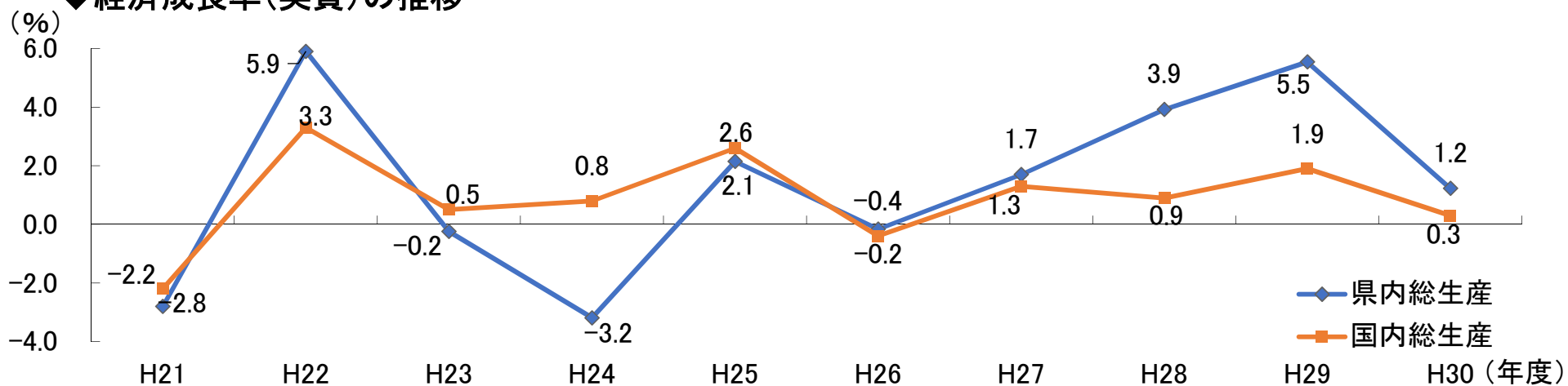
我が国の経済成長率は、名目で0.1%、実質で0.3%となっており、本県は名目で0.8ポイント上回り、実質では0.9ポイント上回っている。

◆経済成長率(名目)の推移



資料: 滋賀県統計課「滋賀県民経済計算」、内閣府「国民経済計算年報」

◆経済成長率(実質)の推移

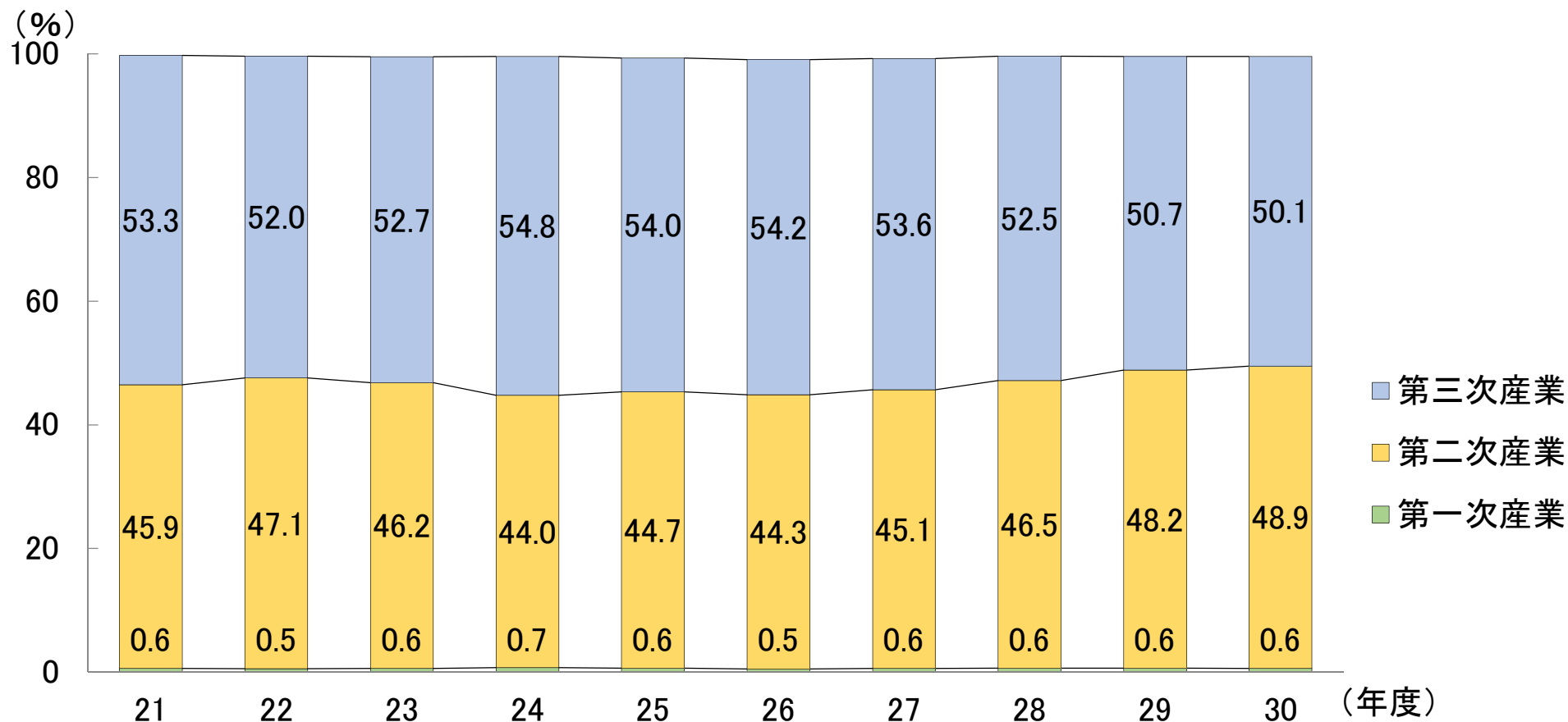


資料: 滋賀県統計課「滋賀県民経済計算」、内閣府「国民経済計算年報」

## 8 県内総生産の構成比の変遷

本県の県内総生産の構成比について、平成30年度は第一次産業が0.6%、第二次産業が48.9%、第三次産業が50.1%となった。平成29年度と比較して、第一次産業は変わらず、第二次産業の割合が増加し、第三次産業の割合が減少した。

### ◆県内総生産の構成比の推移



資料：滋賀県統計課「滋賀県民経済計算」



## 9 開業率・廃業率

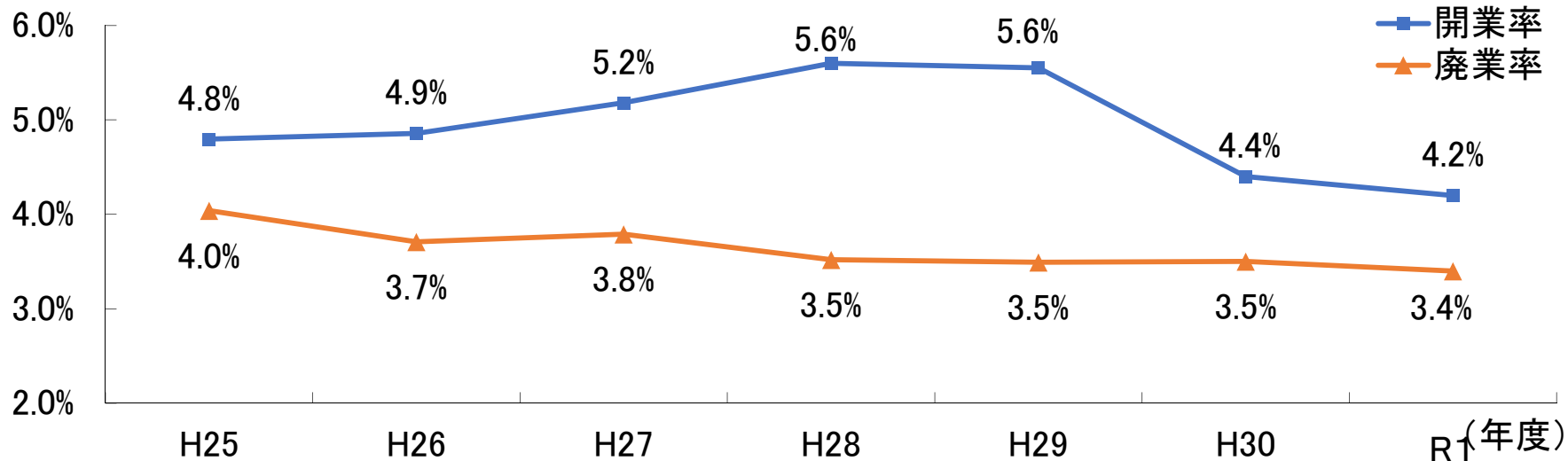
本県における令和元年度の開業率は3.7%、廃業率は2.9%となっており、開業率が廃業率を上回っている。

注1) 開業率＝当該年度に雇用関係が新規に成立した事業所数／前年度末の適用事業所数

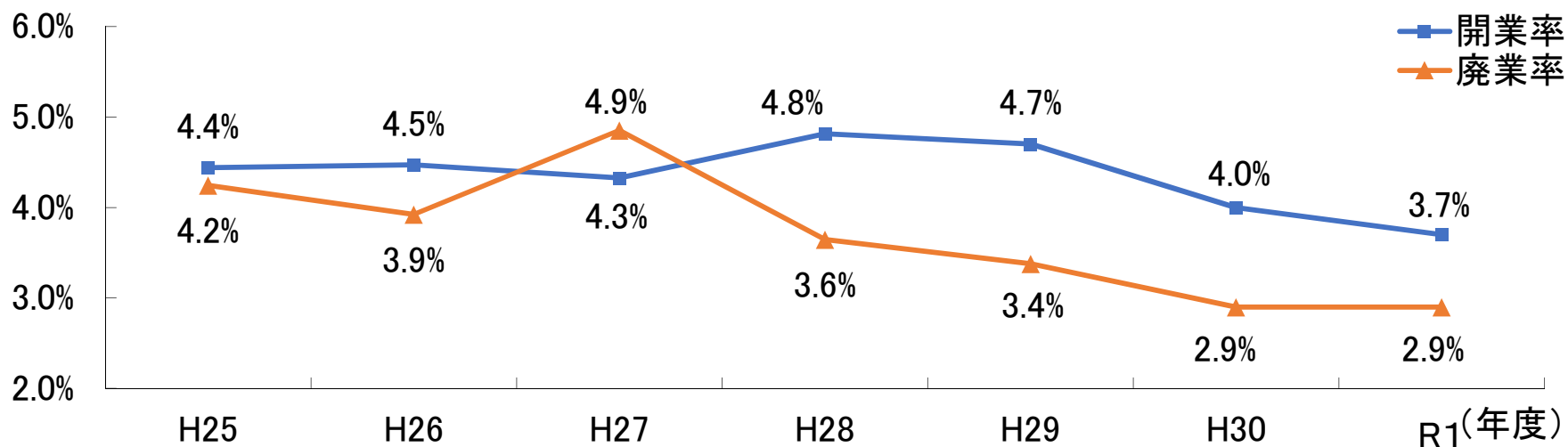
2) 廃業率＝当該年度に雇用関係が消滅した事業所数／前年度末の適用事業所数

3) 適用事業所とは、雇用保険に係る労働保険の保険関係が成立している事業所数である。

### ◆滋賀県の開業率・廃業率の推移



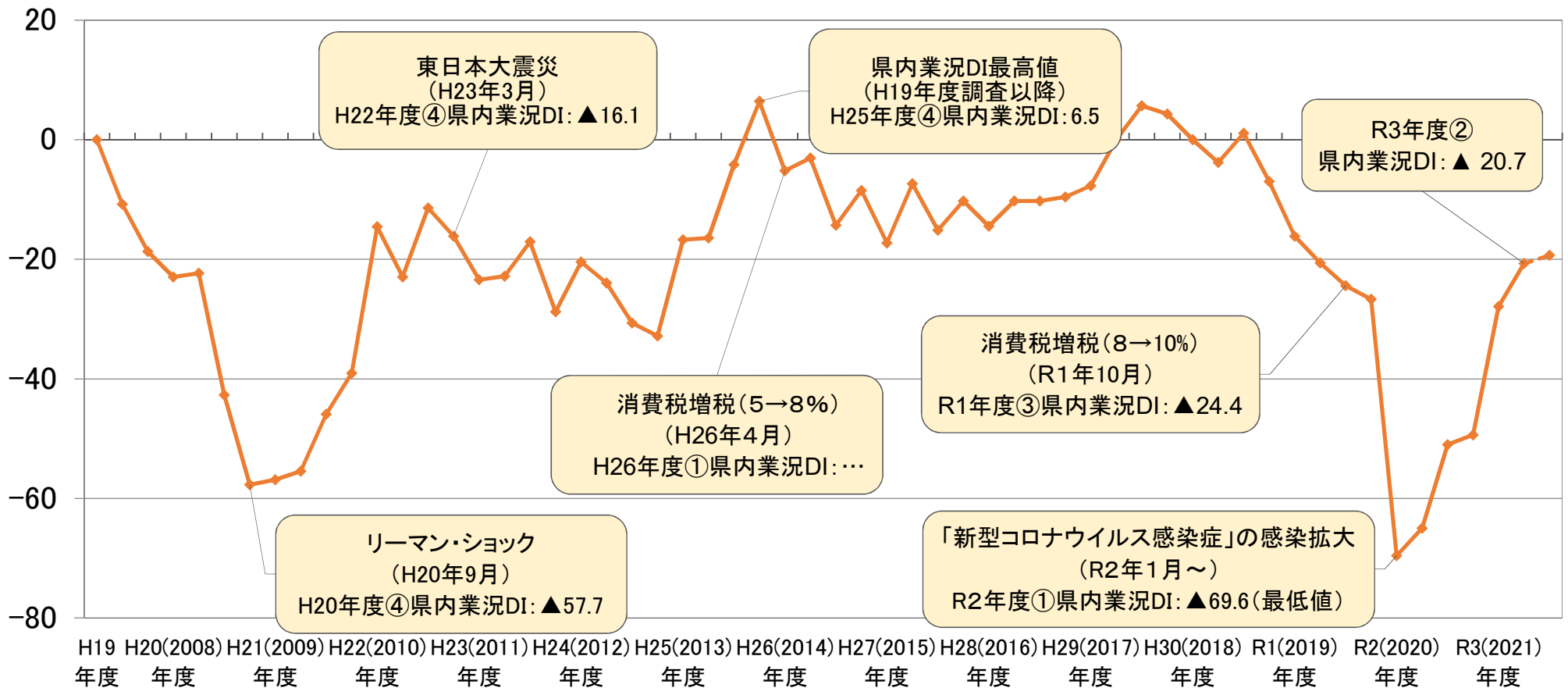
### ◆全国の開業率・廃業率の推移



# 10 景況調査

滋賀県が年4回、四半期ごとに実施している景況調査による県内企業の景況感について、2019年以降の業況DIはマイナスを維持しており、2020年4月-6月期には新型コロナウイルス感染拡大の影響により、業況DIが▲69.6となった。現在は、業種によって景況感に違いはあるものの、全体では回復基調にある。

## ◆業況DIの推移



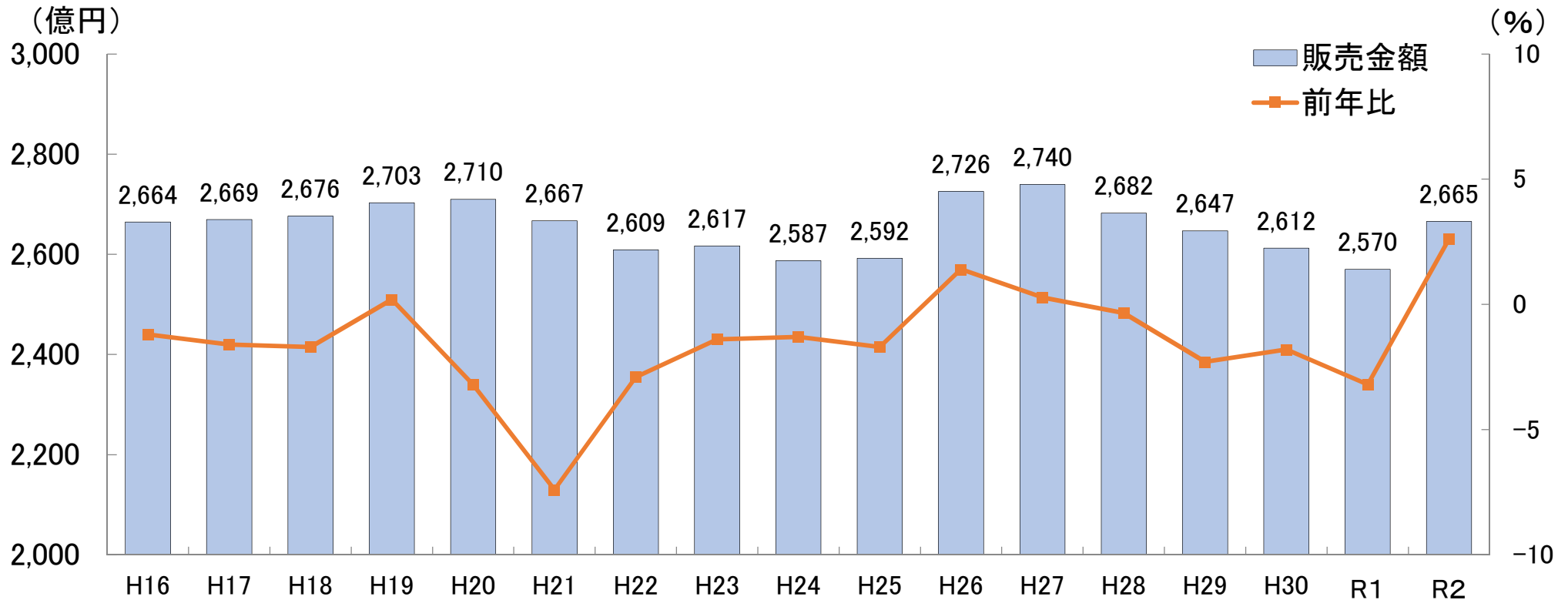
注) DI:「増加」・「好転」したとする企業割合から、「減少」・「悪化」したとする企業割合を差し引いた値

# 11 消費動向(百貨店・スーパー販売額)

令和2年の本県の百貨店・スーパー(従業員50人以上で売場面積が1,500㎡以上)販売額は、2,665億円で前年比1.7%増、店舗調整済では前年比2.6%増となり、販売額、店舗調整済ともに5年ぶりに前年実績を上回った。

全国状況をみると、令和2年は19兆5,050億円で前年比5.4%減、店舗調整済では前年比6.6%減となり、販売額、店舗調整済ともに前年実績を下回った。

## ◆百貨店・スーパー販売額の推移(店舗調整済)



注1)「百貨店・スーパー販売額」は「大型小売店販売額」から名称変更されたもの。

注2) 店舗調整済とは、調査対象商店の定義変更および異動があった場合、前年同月比を当年および前年とも調査対象となった商店のみで算出した数値をいう。

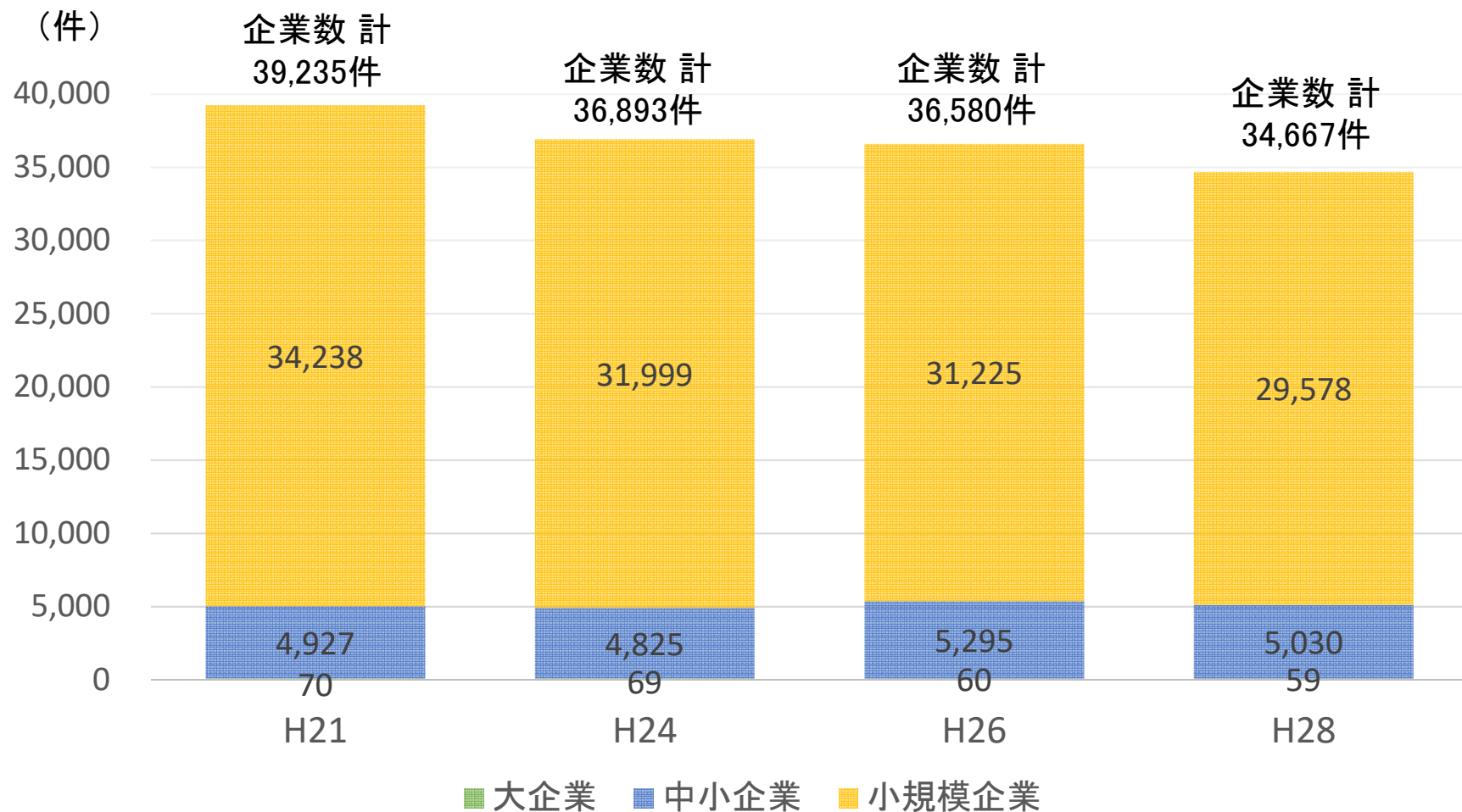
資料: 近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」  
経済産業省「商業動態統計調査」

## 12 中小企業の企業数の推移

滋賀県の企業数は、減少傾向にある。

平成28年の中小企業は、平成26年よりも265件、小規模事業者は、平成26年よりも1,647件減少した。

### ◆滋賀県における企業数の推移



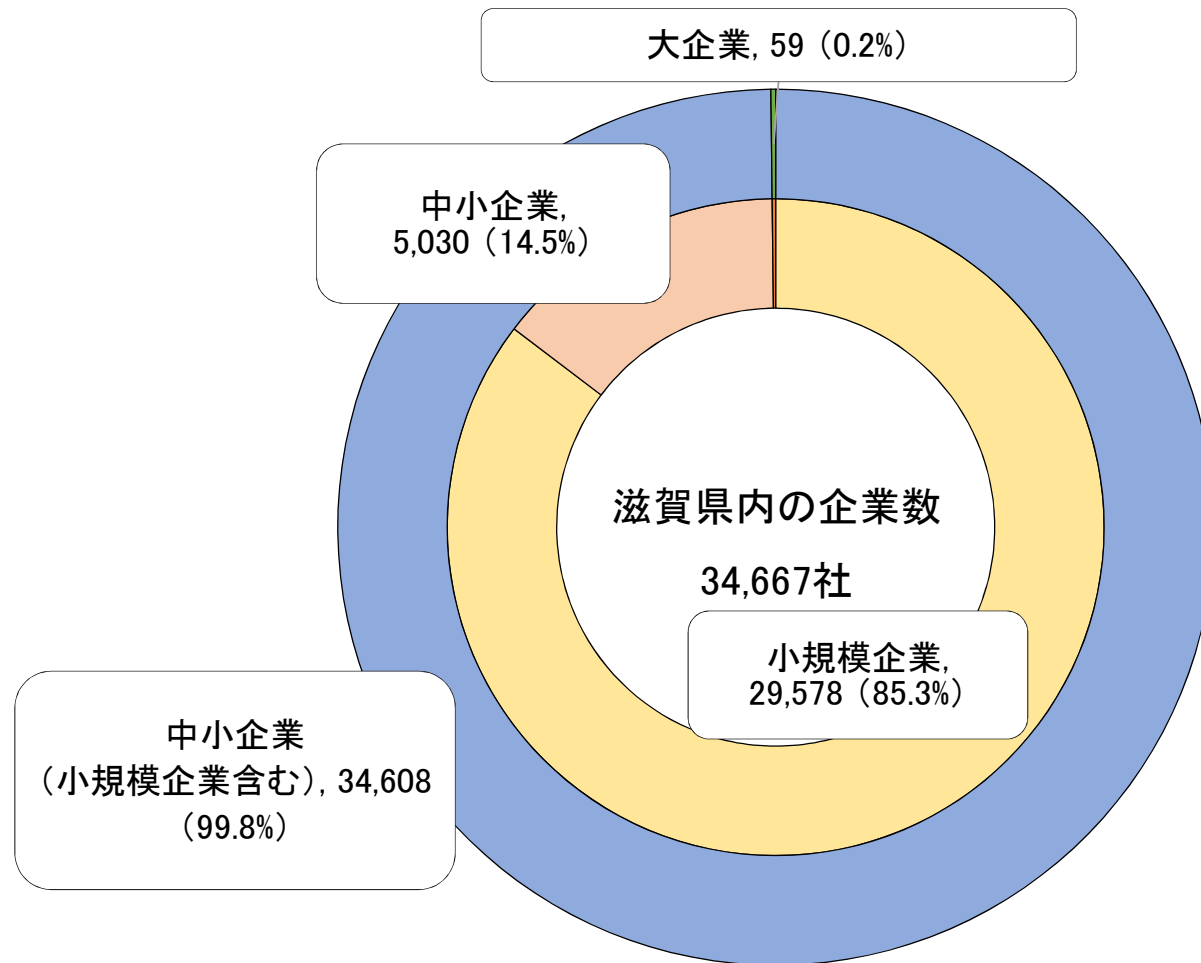
資料:総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査結果」



## 13 中小企業の企業数

中小企業白書2021年版によると、平成28年の滋賀県における中小企業の数は34,608社(全国で3,578,176社)で、県内企業数に占める中小企業の割合は99.8%(同99.7%)を占めている。  
また、小規模企業の数29,578社(同3,048,390社)で、全体の85.3%(同84.9%)を占めている。

### ◆滋賀県における企業数

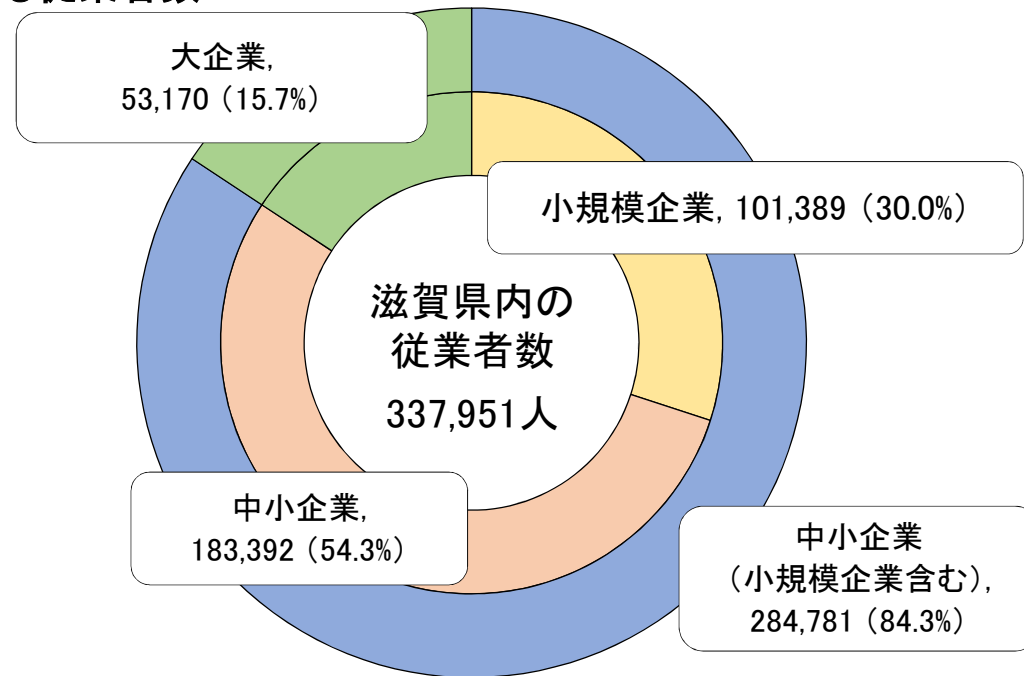


資料：中小企業白書2021年版(平成28年経済センサスー活動調査)

# 14 中小企業の従業者数

中小企業の従業者数(会社+個人事業所の従業者総数)は284,781人(全国では32,201,032人)で、全体の84.3%(同68.8%)となっており、本県では、中小企業の従業者の割合が全国を大きく上回っている。

## ◆滋賀県における従業者数



注) 従業者数とは、会社と個人事業所の従業者数の合計

資料: 中小企業白書2021年版(平成28年経済センサスー活動調査)

中小企業とは、中小企業基本法の規定に基づき、以下のような会社、個人としている。

- ・製造業その他……資本金 3億円以下／従業員300人以下
- ・卸売業……資本金 1億円以下／従業員100人以下
- ・サービス業 ……資本金5千万円以下／従業員100人以下
- ・小売業……資本金5千万円以下／従業員 50人以下

小規模企業とは、上記のうち、従業員が、製造業その他では20人以下、他は5人以下の会社、個人事業所としている。

# 15 観光入込客数

令和2年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、多くの観光施設で閉館、休業、入場制限等がされたこと、花火大会や祭りなどのイベントが中止になったこと、外国人の入国制限等の措置が取られたことなどから、日帰り客数および宿泊客数を合計した観光入込客数は、前年よりも17,621,800人少ない36,414,300人(▲32.6%)となり大幅に減少した。また、国のGo Toトラベルや県の宿泊周遊キャンペーン「今こそ滋賀を旅しよう!」、市町独自の施策等により6月以降回復傾向が見られたが、全体として前年の水準まで回復するには至らなかった。

## 調査方法

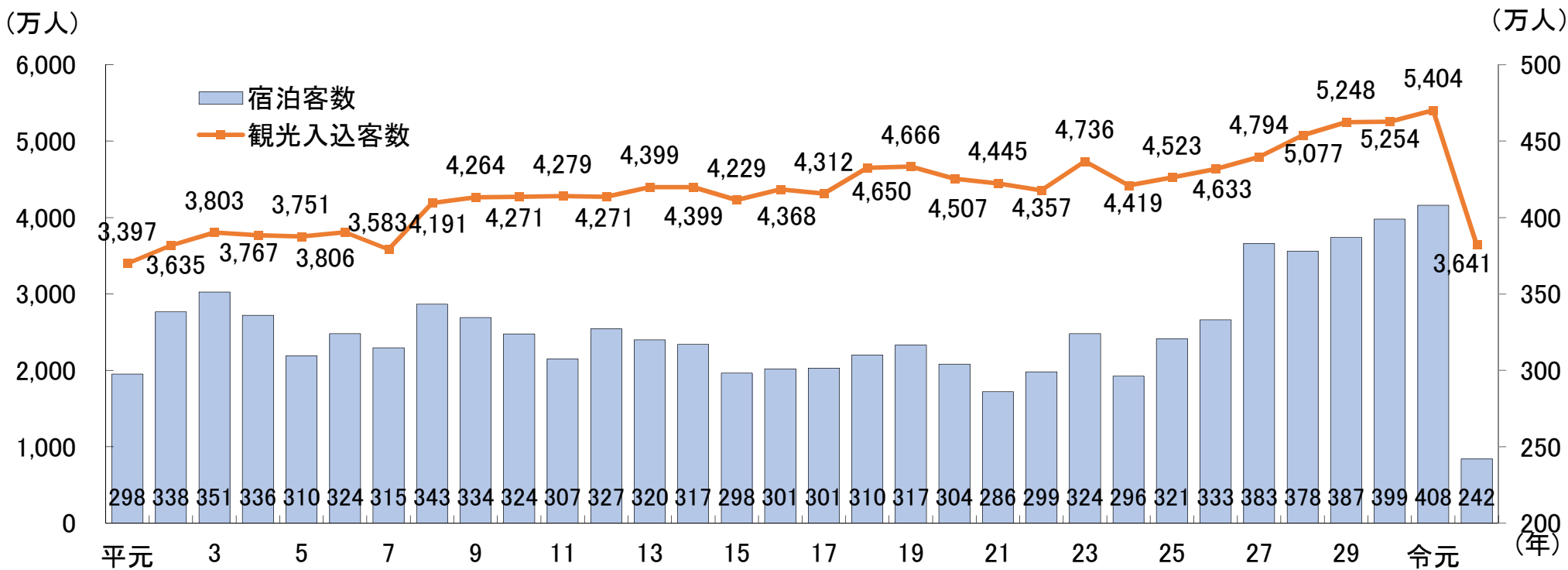
### ①滋賀県観光入込客統計調査

県内の年間入込客数が1,000人以上見込まれる観光地について、市町から寄せられた報告を集計。

### ②宿泊旅行統計調査

国土交通省観光庁が宿泊事業所に郵送またはオンラインにより調査を実施。

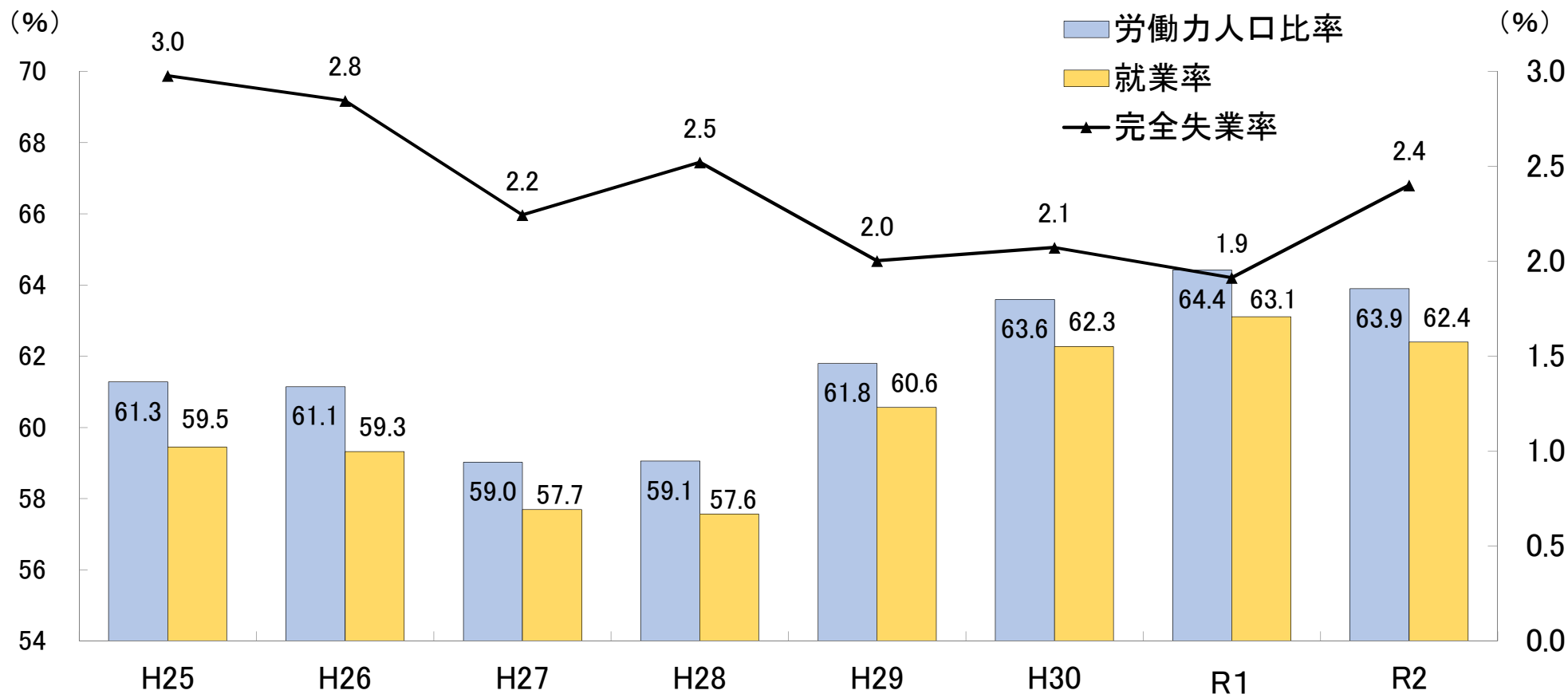
## ◆観光入込客数の推移



資料: 滋賀県観光振興局「令和2年滋賀県観光入込客統計調査」

# 16 労働力状態の推移

## ◆労働力状態の推移



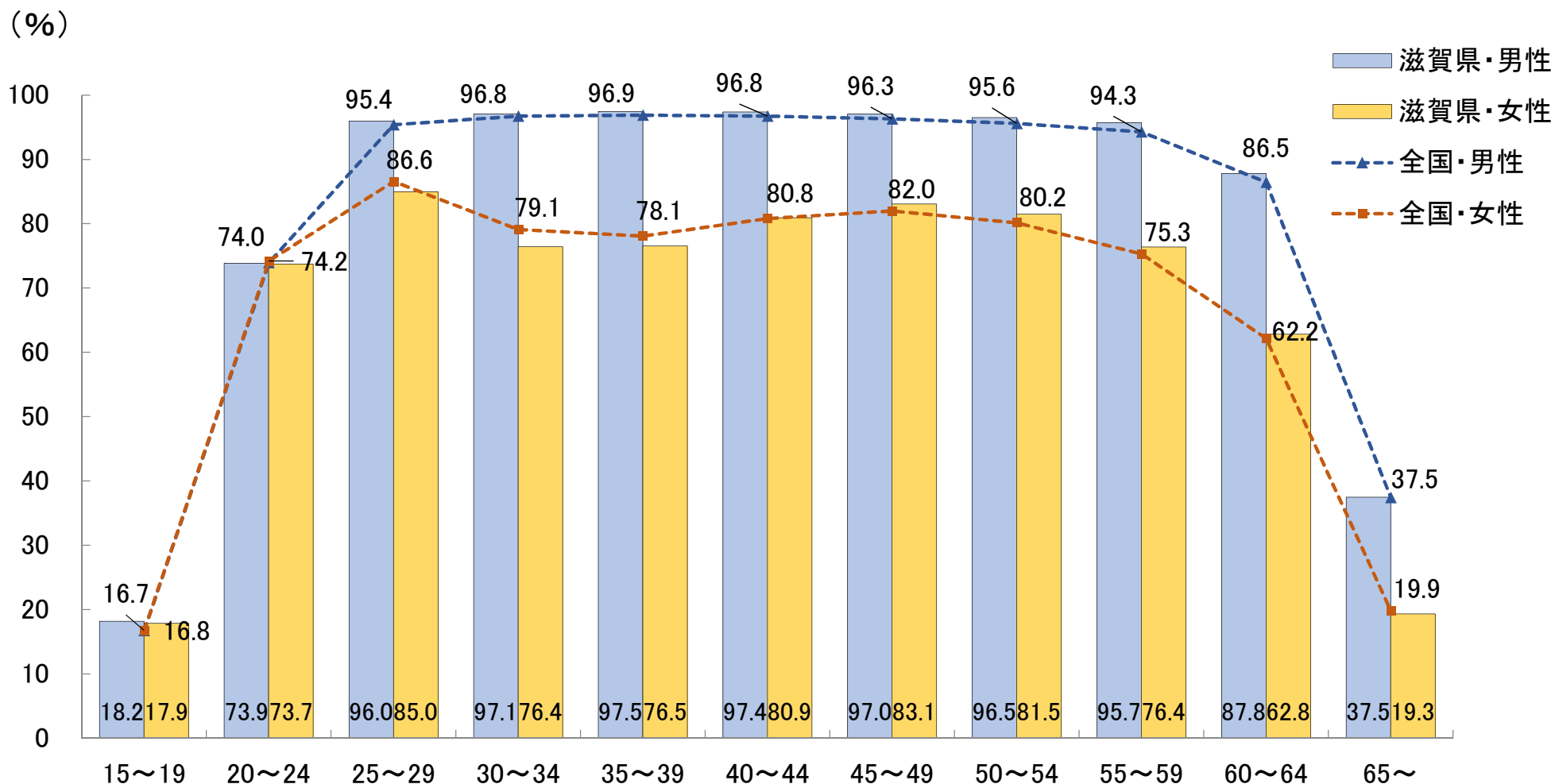
注) 労働力人口は就業者と完全失業者の合計。非労働力人口の内容は、家事、通学、その他(高齢者など)である。  
労働力人口比率 = 労働力人口 / 15歳以上人口 × 100  
完全失業率 = 完全失業者 / 労働力人口 × 100  
就業率 = 就業者 / 15歳以上人口 × 100



# 16 年齢別労働力率

令和2年における滋賀県と全国の労働力率を比較すると、男性ではすべての年齢階級において 全国とほぼ同じ比率だが、女性では25～39歳の年齢階級において全国よりも落ち込みが大きい。

## ◆年齢別労働力率



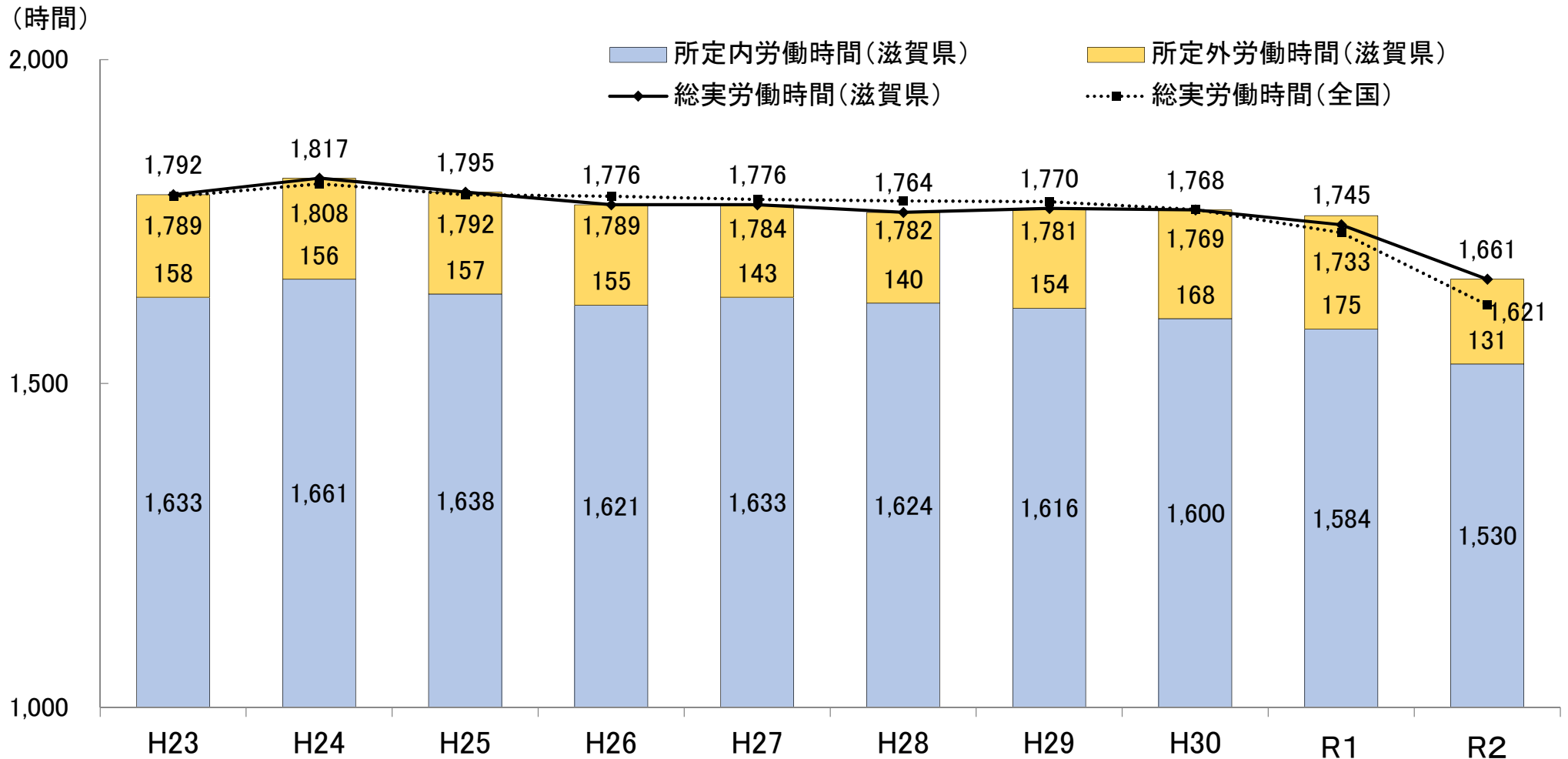
注) 労働力率は15歳以上人口に占める労働力人口の割合である。

資料:総務省「令和2年国勢調査」

# 18 年間総実労働時間の推移

滋賀県における年間総実労働時間は横ばい傾向にあったが、平成30年度以降減少し、令和2年度は大きく減少した。

## ◆年間総実労働時間の推移(事業所規模30人以上)



注) 各数値は月平均の値を12倍したもの

資料:厚生労働省「毎月勤労統計調査」、  
滋賀県統計課「毎月勤労統計調査地方調査」