

滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例施行後10年間の
中小企業活性化施策の総括・検証および今後の取組の展開について
(中間報告)

令和4年10月

滋賀県商工観光労働部中小企業支援課

目次

| | |
|--------------------------|----|
| 1 条例施行 10 年の総括等の趣旨 | 1 |
| 2 中小企業を取り巻く状況の変化 | 2 |
| (1) 経済関連データの考察 | |
| (2) アンケート調査等の考察 | |
| (3) 中小企業を取り巻く環境変化 | |
| 3 10 年間の施策の検証 | 34 |
| (1) 県の取組内容と成果 | |
| (2) まとめ | |
| 4 今後の取組展開 | 45 |
| (1) 目指す姿・基本的な考え方 | |
| (2) 今後の施策の方向性 | |
| (3) 施策を効果的に推進するための工夫 | |
| (4) まとめ | |
| 5 関係資料 | 56 |
| (1) 各種データ | |
| (2) 県関連計画等 | |
| (3) 国の動向 | |

1 条例施行 10 年の総括等の趣旨

- 県内中小企業数は、全体の企業数の99.8%、従業員数の80%以上を占めています。中小企業は、地域の経済や社会の担い手として、生産や消費活動、雇用や地域づくりなどの面で大変重要な役割を果たしており、本県経済・社会が持続的に発展していくためには、その主役である中小企業の活性化が不可欠です。そのため、滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例(以下、「条例」といいます。)を平成25(2013)年4月に施行し、様々な関係者による一層の連携と協力のもとで中小企業の活性化を推進しています。
- 条例は令和5(2023)年4月に施行後10年を迎えることから、条例施行後10年間における社会情勢や中小企業の課題の変化を踏まえ、県の施策について総括・検証を行うとともに今後の施策展開についても検討します。
- 施策の検証にあたっては、条例に定める中小企業活性化施策の基本に基づき、各施策の成果や課題、目指す姿および今後取るべき施策の方向性を明確にします。また、条例制定当時はなかった新たな経営課題への対応についても検討します。
- さらに、次世代を見据えた中小企業の活性化を推進するため、今後の施策展開について検討します。検討にあたっては、滋賀から世界へといった大きな視点や、2030年代を見据えた長期的な視点を持ち、滋賀のあすを拓くひとづくりや、本県経済の持続的な発展につながる産業の創出といった点を重視します。また、長引く新型コロナウイルス感染症や原油高騰・物価高騰の影響により、厳しい経済環境の中で、中小企業の経営基盤の強化と新たなチャレンジへの支援をバランスよく検討することとし、令和5(2023)年度以降の中小企業活性化施策実施計画に反映します。中小企業活性化施策については、条例と滋賀県産業振興ビジョン2030を両輪として施策の構築および推進を図ります。

条例

厳しい経済や社会の状況の中にあっても、**未来に向け果敢に事業活動を展開する中小企業強みや可能性を伸ばしながら様々な課題を乗り越え、地域で生き生きと活躍する中小企業**

産業振興ビジョン

2030年に向けて、『**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。

4つの視点 重視する

- ①チャレンジする人・企業が集まる滋賀
- ②実証実験のフィールド滋賀
- ③ビジネスで実践する「健康しが」
- ④世界から選ばれる滋賀

滋賀県中小企業活性化施策実施計画

経営基盤の強化と新たなチャレンジへの支援により、中小企業の活性化を推進

2 中小企業を取り巻く状況の変化

(1) 経済関連データの考察

- ・本県人口は平成 25(2013)年をピークに、減少に転じています。
- ・県内の事業所数および中小企業数は10年前に比べて減少傾向にあります。
- ・県内事業所の従業員数は、10年前に比べて横ばいの傾向にあります。
- ・県の令和元(2019)年度の経済成長率は名目で 0.1%(全国-0.1 ポイント)、実質で 0.2%(全国+0.9 ポイント)でした。名目は7年連続でプラス成長、実質は5年連続でプラス成長でした。
- ・令和元(2019)年度の県内総生産に占める産業割合は、平成 26(2014)年度に比べて第一次産業の割合は横ばいで、第二次産業の割合が増加し、第三次産業の割合が減少しています。
- ・県内企業の倒産件数および倒産時の負債額ともに、10年前に比べて下落基調となっています。
- ・観光入込客数は増加傾向にありましたが、令和2(2020)年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、前年よりも大幅に減少しました。

① 滋賀県の人口

平成25(2013)年の約142万人をピークに、人口減少に転じています。【総務省「令和2年国勢調査」】

<男女別人口構成>

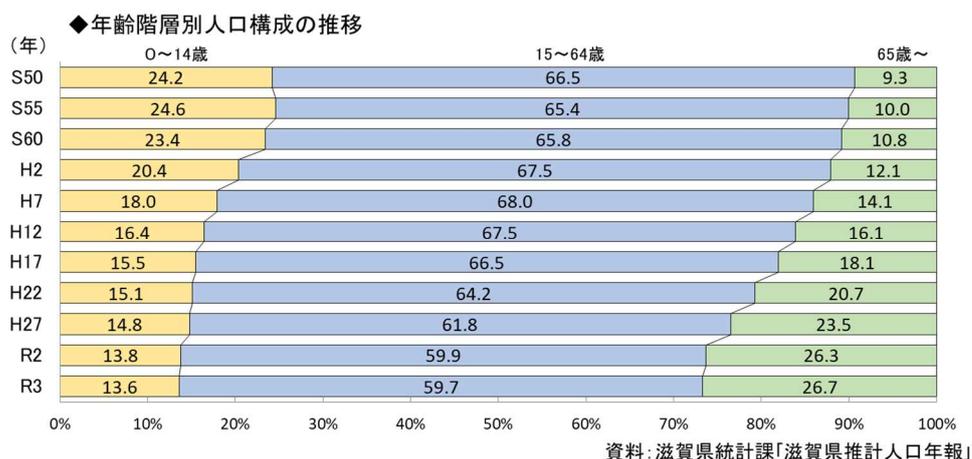
滋賀県の令和3(2021)年10月1日現在の男女別の人口構成は、男性696,384人、女性712,773人と、女性が16,389人多くなっています。【滋賀県統計課「滋賀県推計人口年報」】

<年齢階層別人口構成>

滋賀県の令和3(2021)年10月1日現在の人口の年齢階層別構成は、年少人口(0~14歳)は189,718人(県人口の13.6%)、生産年齢人口(15~64歳)は833,478人(同59.7%)、老年人口(65歳以上)は372,092人(同26.7%)となり、老年人口が前年を上回っています。

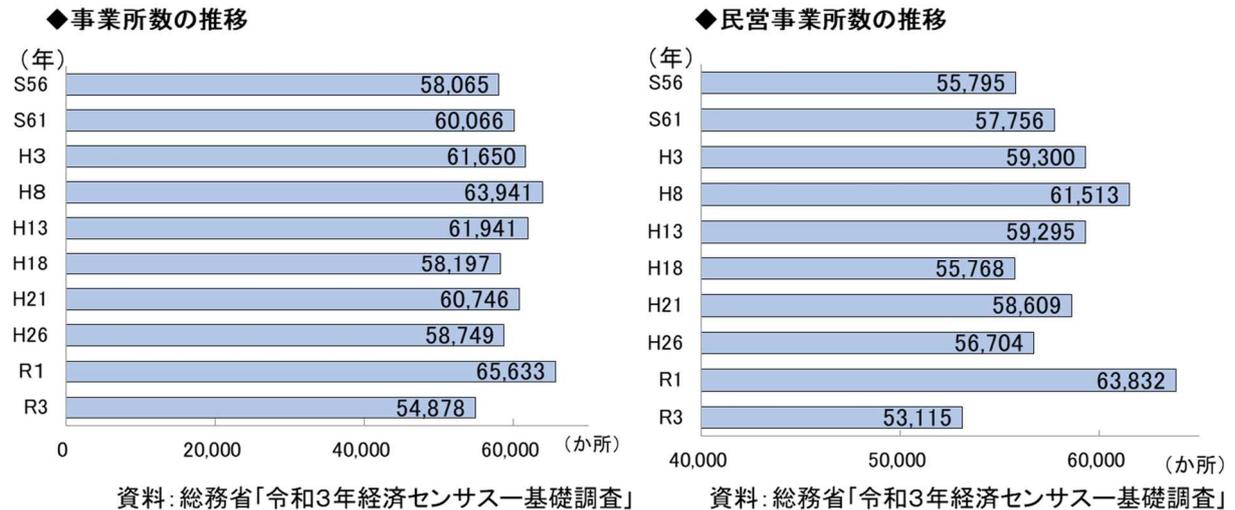
全国の構成比と比較すると、年少人口(0~14歳)は全国を上回って推移しており、生産年齢人口(15~64歳)も平成17(2005)年以降全国を上回って推移しています。また、老年人口(65歳以上)は、増加しているものの全国を下回って推移しています。

滋賀県は、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ます。【滋賀県統計課「滋賀県推計人口年報」】



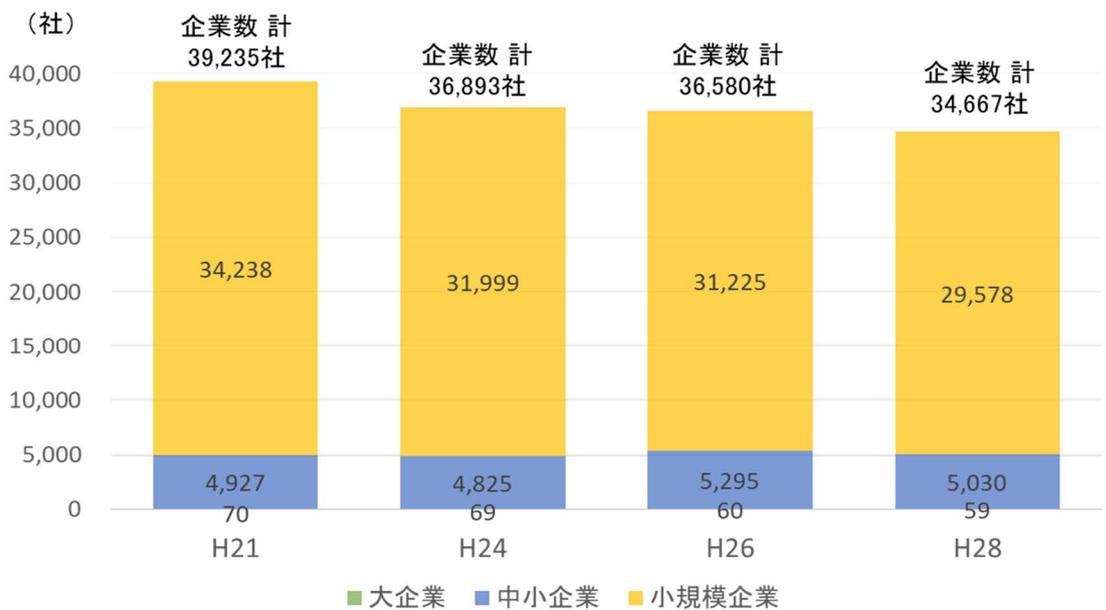
② 滋賀県の事業所数

令和3(2021)年の事業所数(国および地方公共団体の事業所を含む)は54,878事業所となっています。うち、民営事業所(国及び地方公共団体の事業所を除く事業所)は53,115事業所で、平成26(2014)年調査と比べて3,589事業所減少しています。【総務省「令和3年経済センサスー基礎調査」】



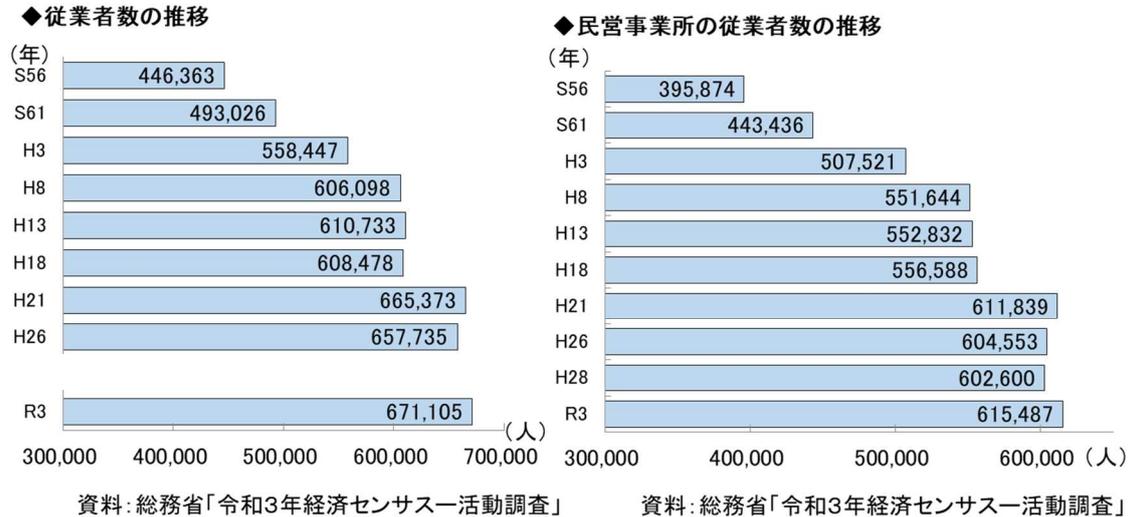
< 中小企業数 >

平成28(2016)年の滋賀県における中小企業の数(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%)を占めています。また、小規模企業数は29,578社(同3,048,390社)で、全体の85.3%(同84.9%)を占めています。【中小企業白書2021年版】



③ 滋賀県の従業員数

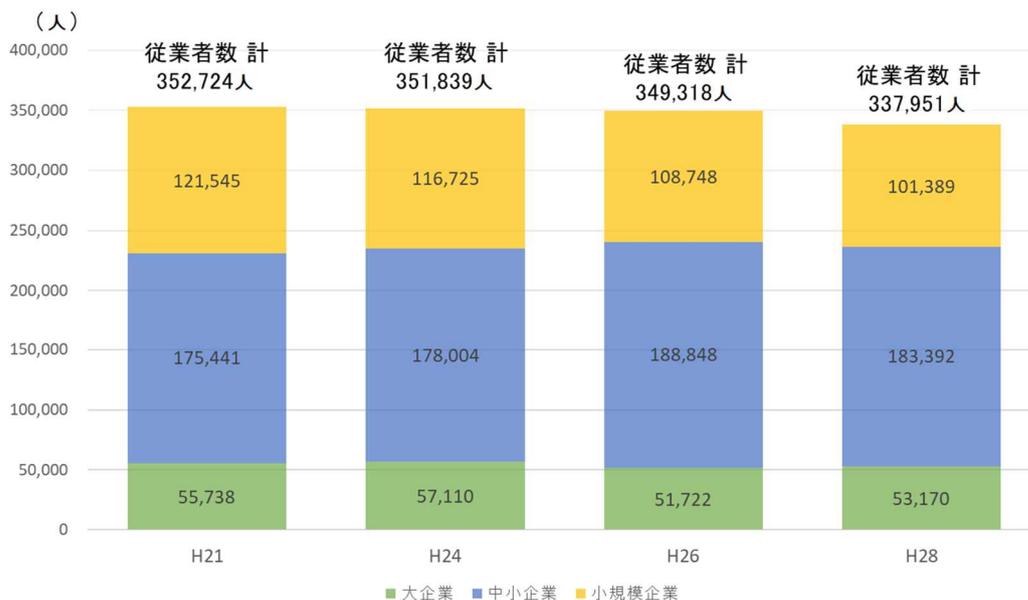
令和3(2021)年6月1日現在の従業員数(国および地方公共団体の事業所の従業員を含む)は、671,105 人となっています。うち、民営事業所(国および地方公共団体の事業所を除く事業所)の従業員について、令和3(2021)年6月1日現在の従業員数は 615,487 人で、前回平成 28(2016)年調査から 12,887 人、2.1%増加しました。【総務省「令和3年経済センサスー活動調査」】



注) 従業員とは調査時点で、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員に含めない。なお、個人経営の事業所の家族従業員は、賃金・給与を支給されていなくても従業員としている。

< 中小企業の従業員数 >

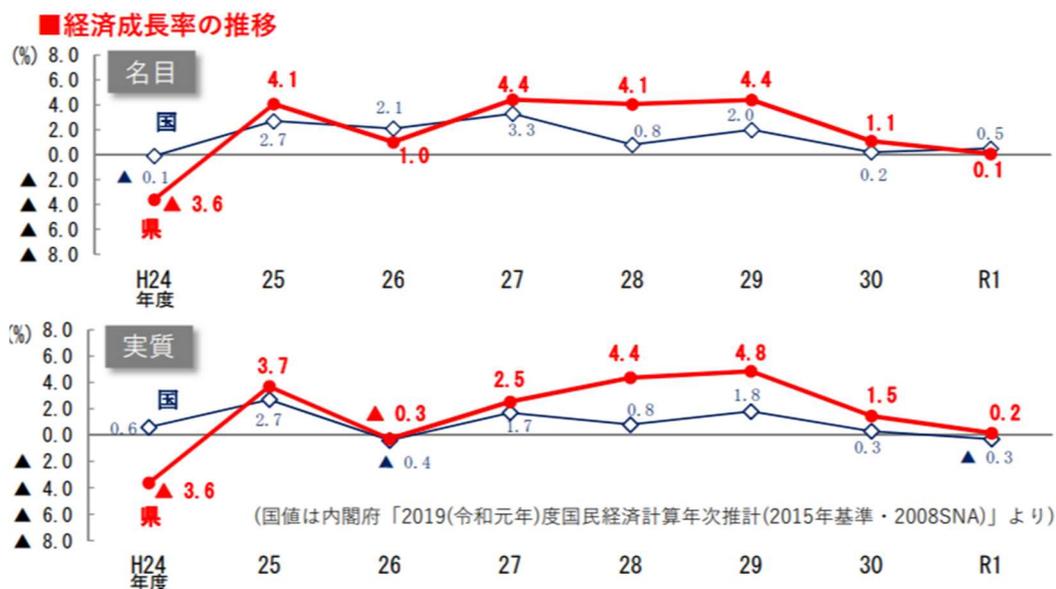
中小企業の従業員数(会社+個人事業所の従業員総数)は 284,781 人(全国では 32,201,032 人)で、全体の 84.3%(同 68.8%)となっており、滋賀県では、中小企業の従業員の割合が全国を大きく上回っています。【中小企業白書 2021 年版(平成 28 年経済センサスー活動調査)】



④ 滋賀県の経済成長率

滋賀県の令和元(2019)年度の経済成長率は、名目で 0.1%、物価変動の影響を除いた実質で 0.2%となり、名目は7年連続でプラス成長、実質は5年連続でプラス成長となりました。

我が国の経済成長率は、名目で 0.5%、実質で -0.3%となっており、滋賀県は名目で 0.4 ポイント下回り、実質では 0.5 ポイント上回っています。【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」】

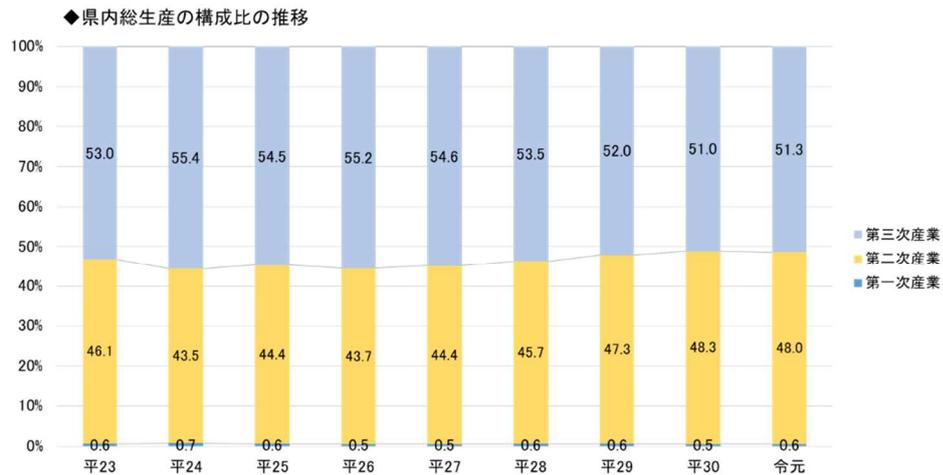


⑤ 県内総生産(産業3部門別)

令和元(2019)年度の県内総生産(=県内総支出)は、名目で 6 兆 9,226 億円となりました。令和元(2019)年度の県内総生産を経済活動別にみると、第一次産業は 383 億円(県内総生産の 0.6%)、第二次産業は 3 兆 3,259 億円(同 48.0%)、第三次産業は 3 兆 5,543 億円(同 51.3%)となっています。【滋賀県統計課「滋賀県民経済計算」】

< 県内総生産の構成比の変遷 >

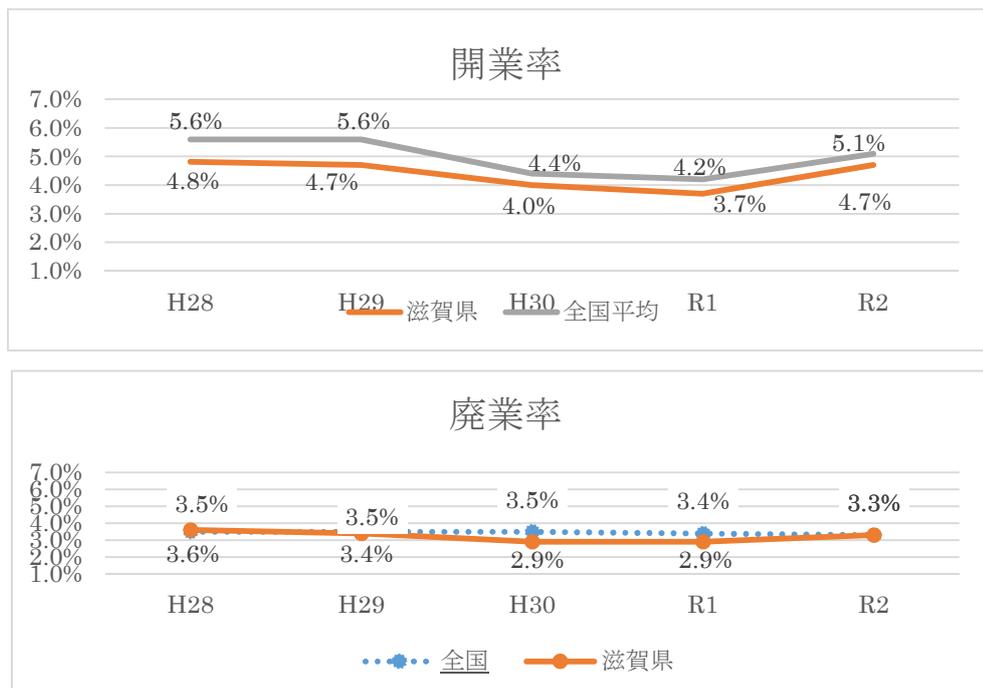
滋賀県の県内総生産の構成比について、令和元(2019)年度は第一次産業が 0.6%、第二次産業が 48.0%、第三次産業が 51.3%となりました。平成26(2014)年度と比較して、第一次産業の割合は横ばいで、第二次産業の割合が増加し、第三次産業の割合が減少しています。【滋賀県統計課「滋賀県民経済計算」】



資料:滋賀県統計課「滋賀県民経済計算」

⑥ 開業率・廃業率

滋賀県における開業率は平成 28(2016)年時点で全国平均との乖離が 0.8 ポイントありましたが、毎年徐々に乖離幅の改善がみられており、令和2(2020)年時点の乖離幅は0.4 ポイントでした。一方、滋賀県における廃業率は、ほぼ全国平均に近い水準で推移しています。【中小企業白書 2022 年版】

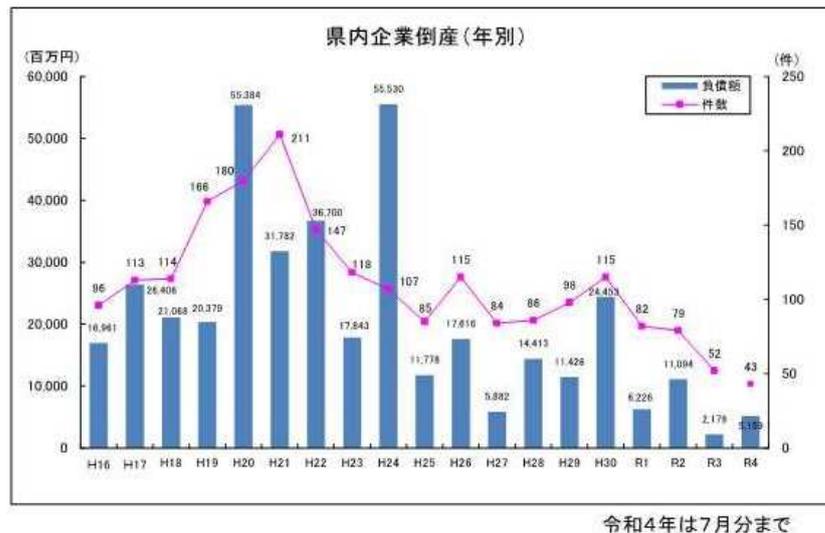


⑦ 景況調査

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、令和元(2019)年以降の業況 DI はマイナスを維持しており、令和2(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 となりました。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ります。【滋賀県商工政策課】

<倒産状況>

県内企業倒産件数については、平成 21(2009)年の 211 件をピークに令和3(2021)年は52 件と下落基調、また、倒産時の負債額についても下落基調となっています。【東京商工リサーチ】



⑧ 消費動向(百貨店・スーパー販売額)

令和3(2021)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、2,625億円で前年比1.8%減と2年ぶりに前年実績を下回り、店舗調整済では前年比±0.0%と横ばいとなりました。全国状況は、令和3(2021)年は19兆9,081億円で前年比0.9%増、店舗調整済では前年比0.6%増となり、販売額、店舗調整済ともに前年実績を上回りました。【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」】



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」

⑨ 観光入込客数

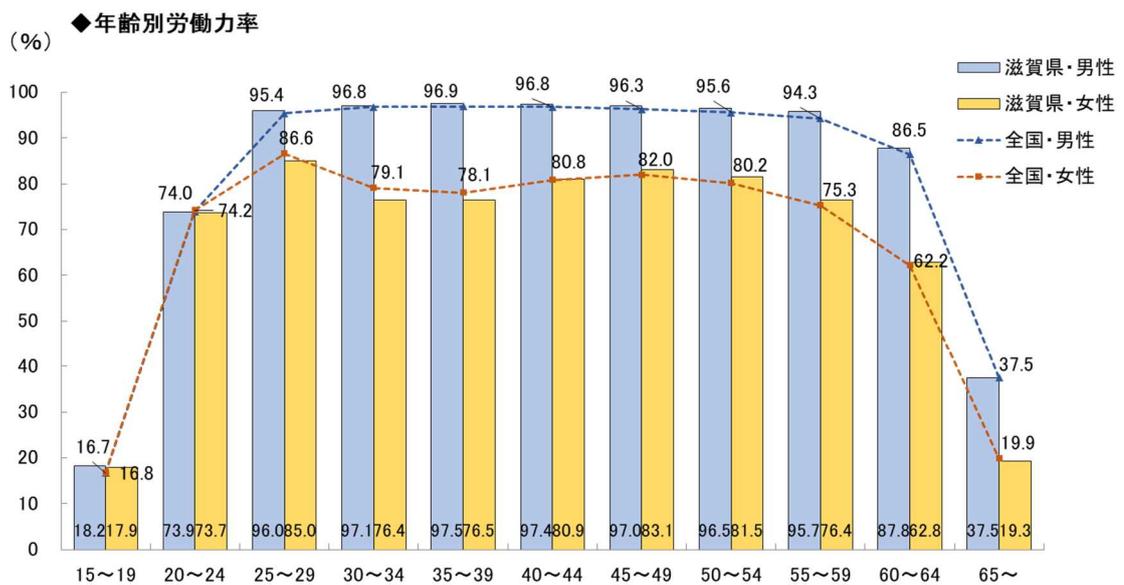
令和2(2020)年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、多くの観光施設で閉館、休業、入場制限等をされたこと、花火大会や祭りなどのイベントが中止になったこと、外国人の入国制限等の措置が取られたことなどから、日帰り客数および宿泊客数を合計した観光入込客数は、前年よりも17,621,800人少ない36,414,300人(▲32.6%)となり大幅に減少しました。また、国のGo To Travelや県の宿泊周遊キャンペーン「今こそ滋賀を旅しよう!」、市町独自の施策等により6月以降回復傾向が見られましたが、全体として前年の水準まで回復するには至りませんでした。



⑩ 労働力状態の推移

<年齢別労働力率>

令和2(2020)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ですが、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くなっています。【総務省「令和2年国勢調査」】

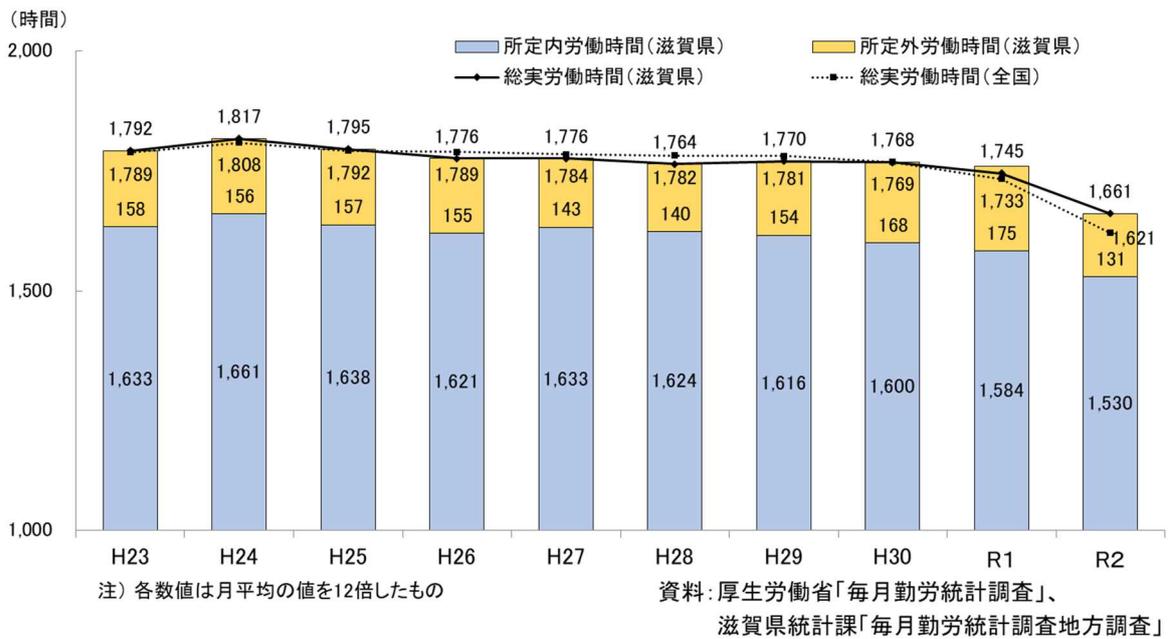


注) 労働力率は15歳以上人口に占める労働力人口の割合である。

資料: 総務省「令和2年国勢調査」

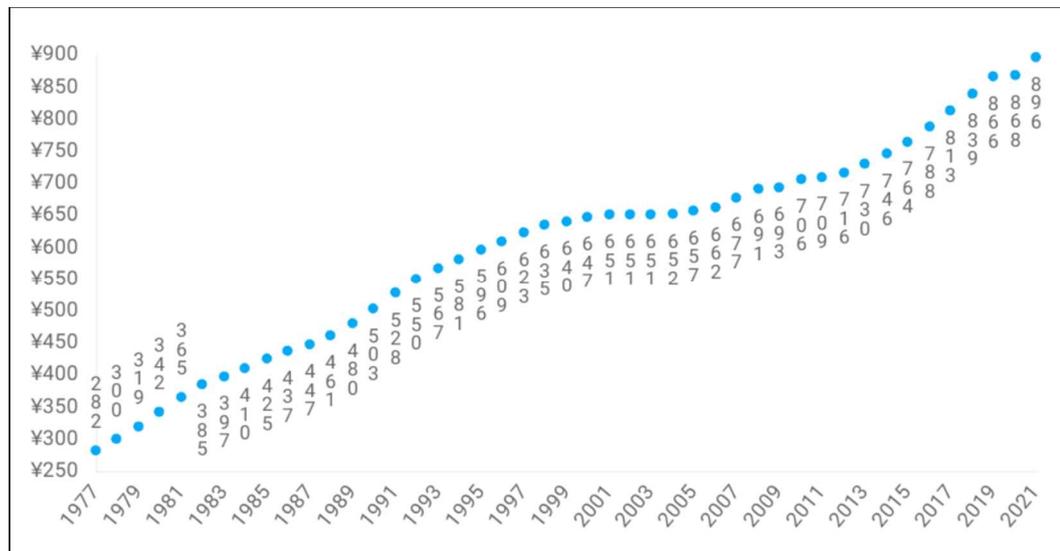
<年間総実労働時間の推移>

滋賀県における年間総実労働時間は横ばい傾向にありましたが、平成30(2018)年度以降減少し、令和2(2020)年度は大きく減少しました。【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」】



<賃金>

最低賃金は継続的に引き上げられており、令和2(2020)年を除き、近年は引上げ幅も大きくなっています。滋賀県の最低賃金の推移は以下のとおりです。



(2) アンケート調査等の考察

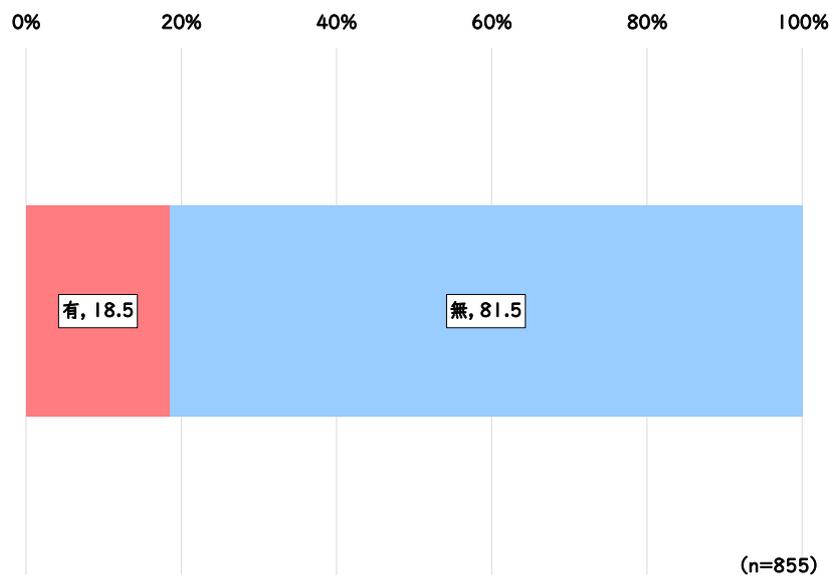
① 中小企業等実態調査結果(速報値)(令和4(2022)年度)

今年度、滋賀県内の中小企業・小規模事業者等の現状や課題、主要な経営戦略等について把握し、今後の施策の立案等に必要な基礎資料とすることを目的として、滋賀県内2,200社を対象にアンケートを実施し、876社から有効な回答を得ました。(回答率41.4%)

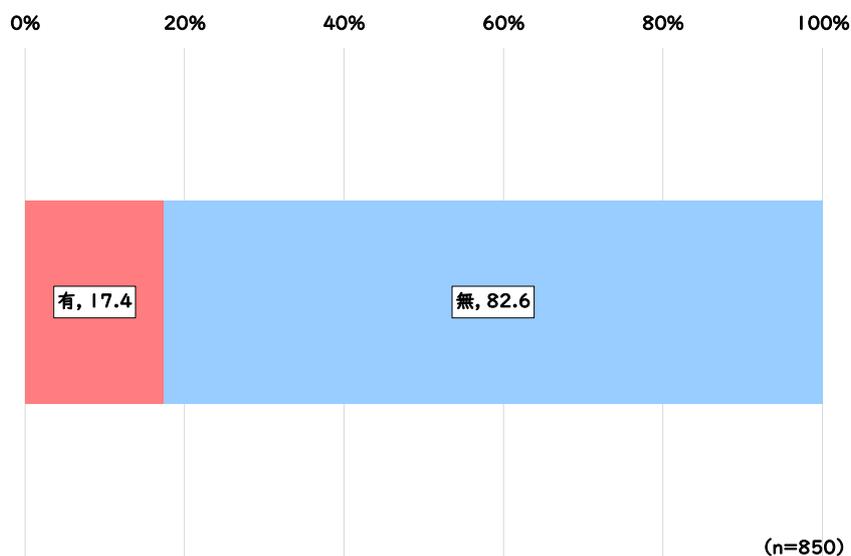
主に、「事業活動」、「最近の業況」、「取引関係」、「研究開発」、「立地」、「後継者問題」、「人材の確保・育成」、「BCP(事業継続計画)」、「物価・資材・燃料等の高騰について」、「中小企業の活性化全般についての要望」の項目についてアンケートを実施しました。以下は、調査項目のうち一部項目を抜粋したものです。

○ 事業活動について

【図表 1-1】 自社ブランド製商品の有無



【図表 1-2】 自社独自技術、サービス、ビジネスモデル

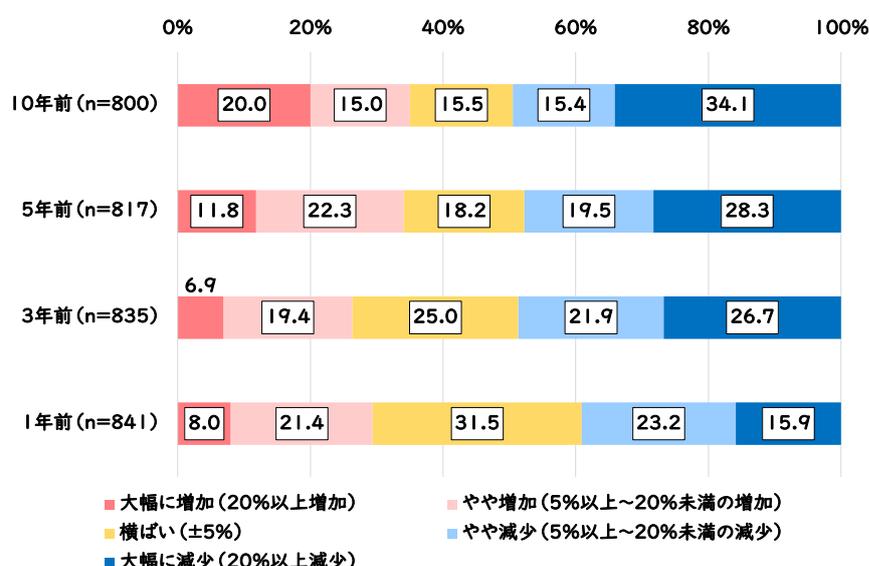


自社ブランド製商品が「有り」と答えた事業者が18.5%であったのに対し、「無し」と答えた事業者は81.5%でした。また、自社独自技術、サービス、ビジネスモデルの有無については、「有り」が17.4%、「無し」が82.6%でした。滋賀県は全国平均と比べて製造業の比率が高く、下請け企業からの脱却を目指す事業者が多く存在します。そのような事業者においては、自社ブランドや独自技術等の開発が重要なテーマとなっていますが、今回の調査からは自社ブランドや独自技術等の保有している中小企業の割合は小さいことがわかります。

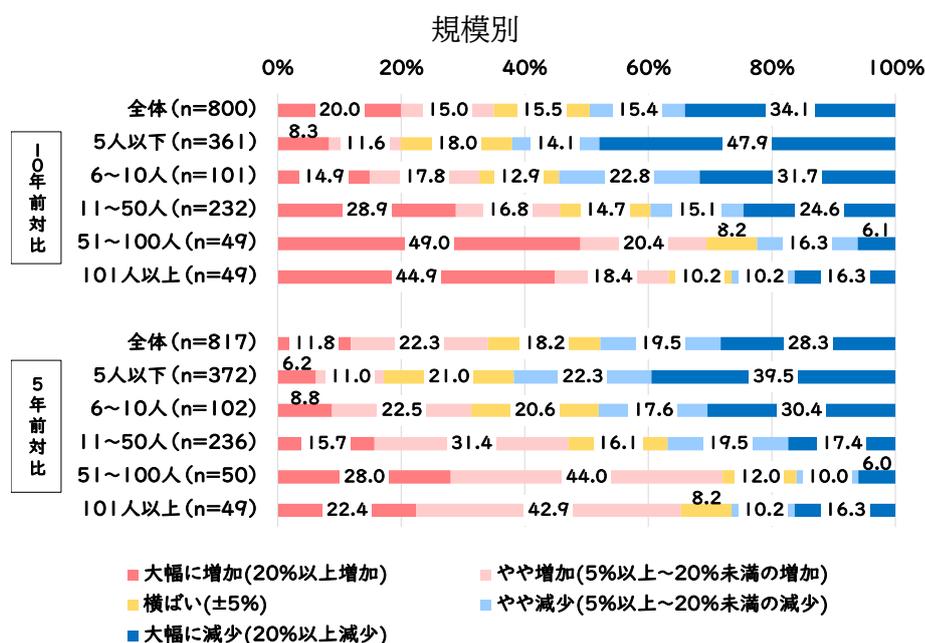
○ 最近の業況について

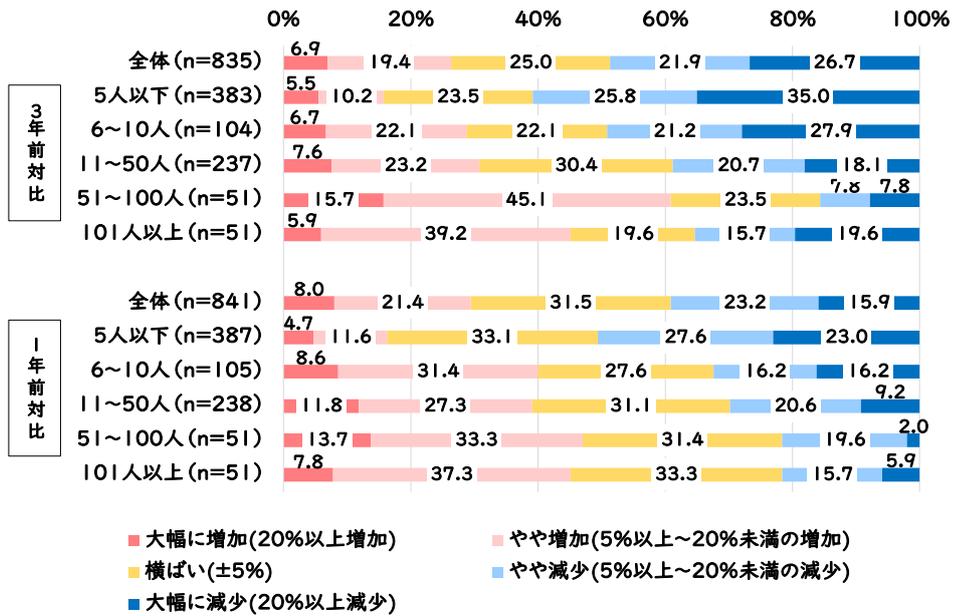
【売上高】

【図表 2-1】 売上高の推移（過去対比）

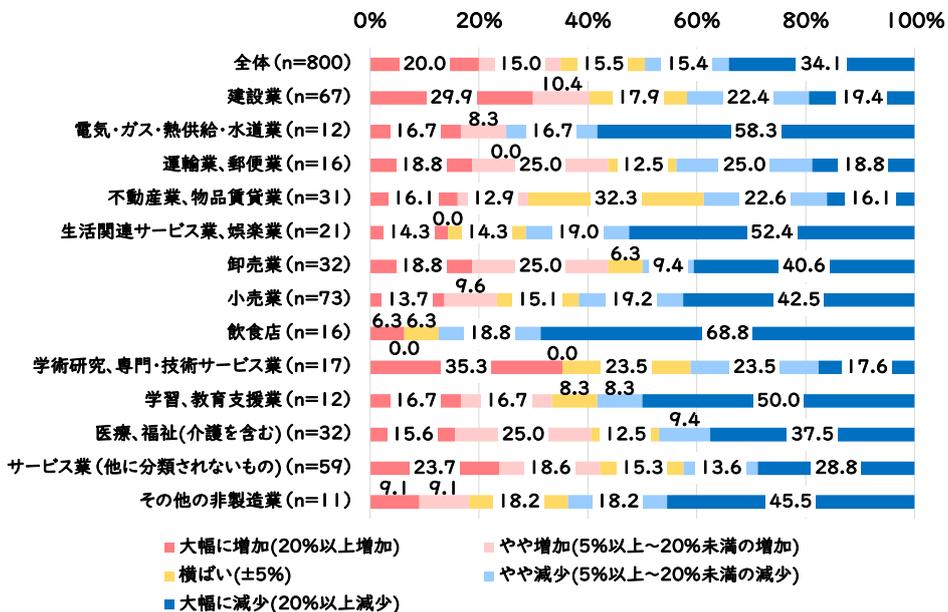
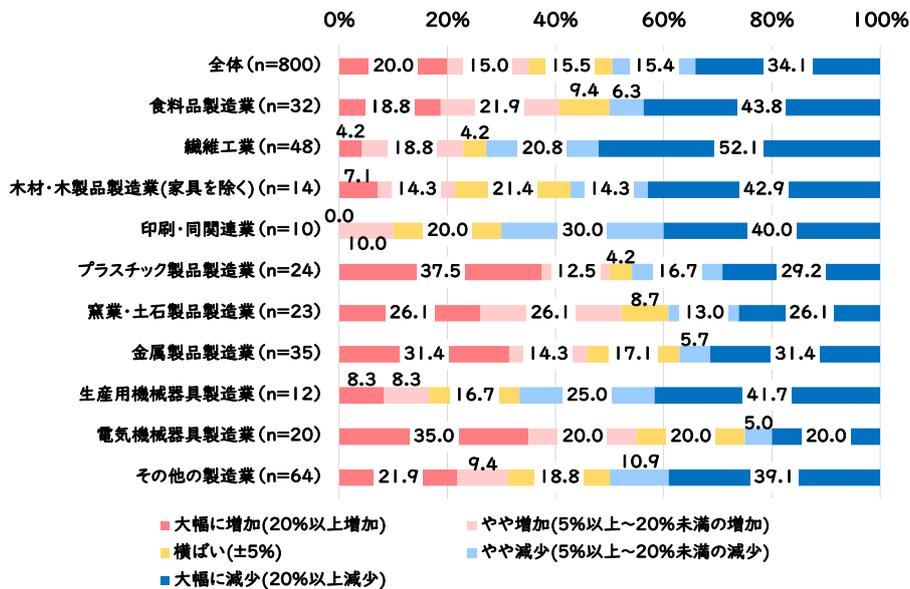


売上高については、10年前と比べて「増加」と答えた事業者は35%、「横ばい」と答えた事業者は15.5%、「減少」と答えた事業者は49.5%であり、「減少」の割合が「増加」の割合を上回りました。規模別、業種別の状況は、以下のとおりです。



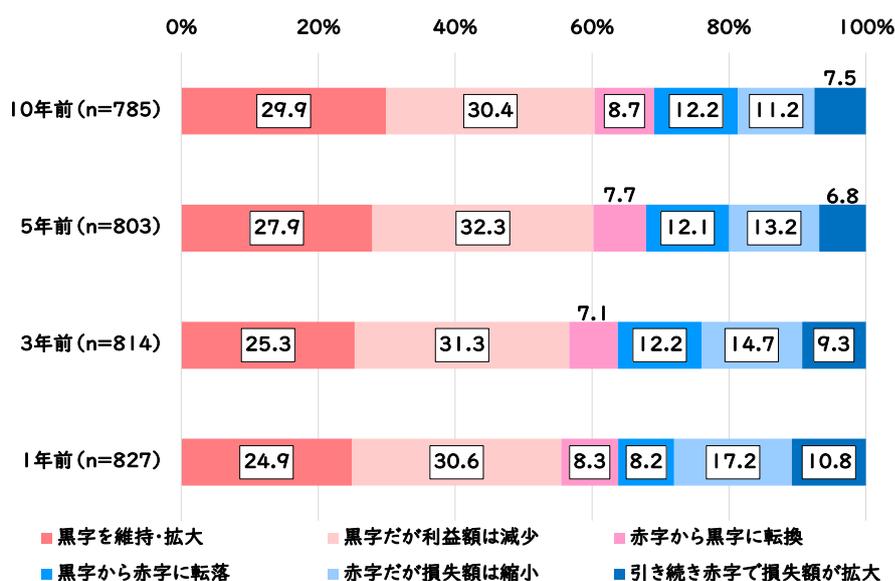


業種別 10年前対比



【経常利益】

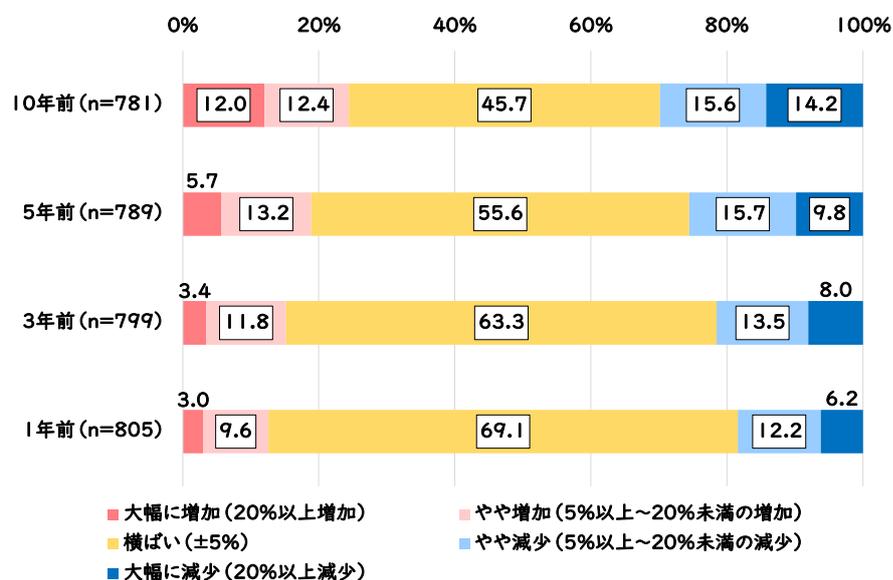
【図表 2-2】 経常利益の推移（過去対比）



経常利益については、10 年前と比べて「黒字」および「黒字に転換」と答えた事業者が69%と半数を超えました。売上高の推移とは反対に、「黒字」および「黒字に転換」と答えた事業者が「赤字」および「赤字に転換」と答えた事業者を上回っていることがわかります。

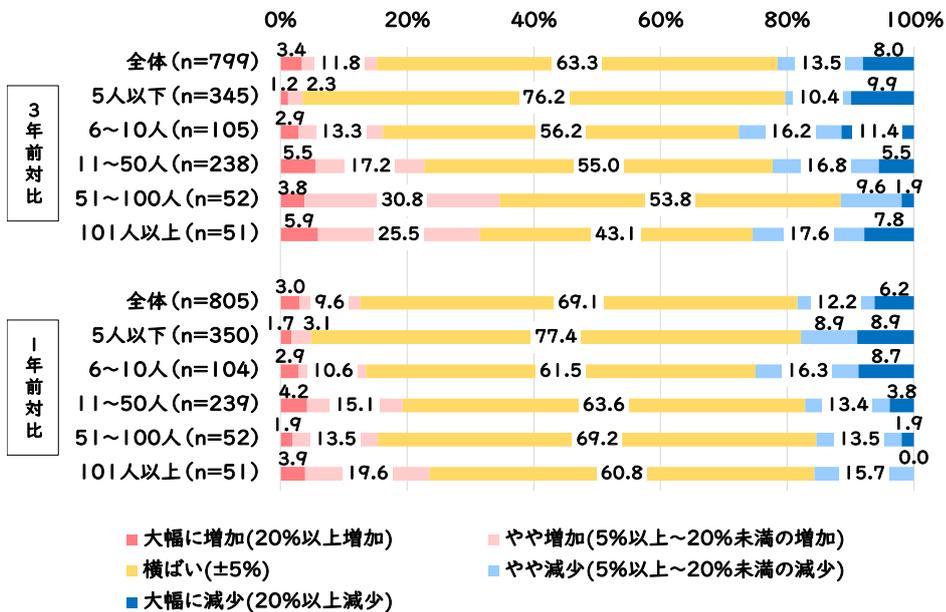
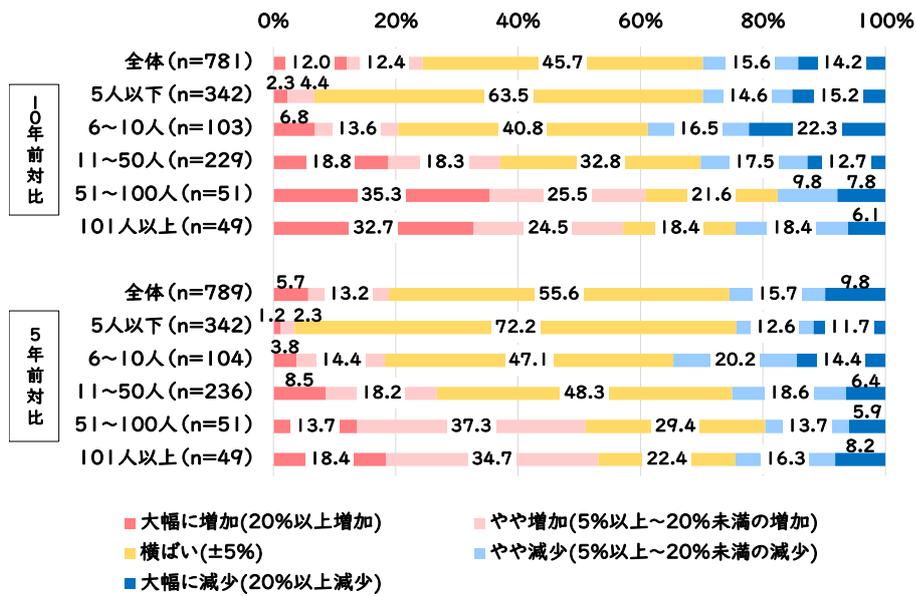
【従業員数】

【図表 2-3】 従業員数の推移（過去対比）

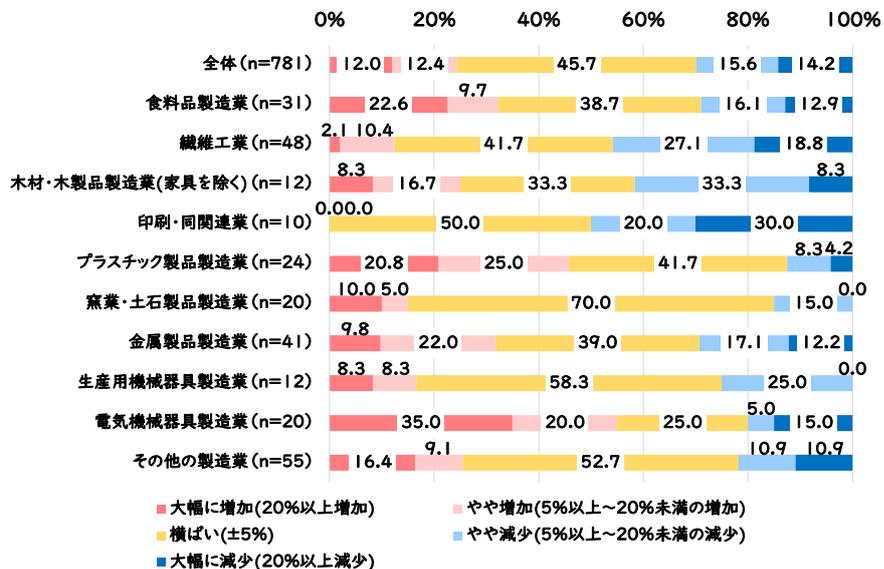


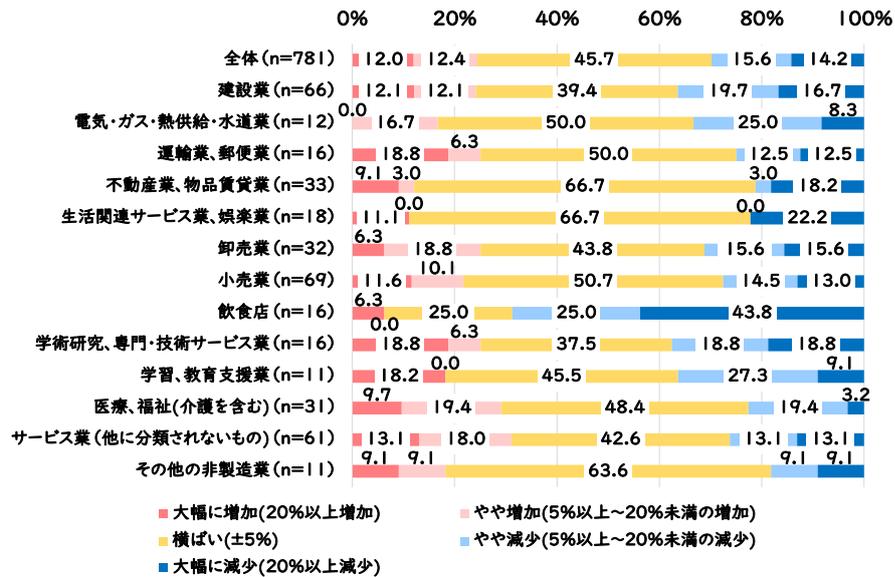
従業員数については、10 年前と比べて「増加」と答えた事業者が 24.4%、「横ばい」が 45.7%、「減少」が 29.8%と、「減少」と答えた事業者がやや「増加」を上回りました。規模別、業種別の状況は、以下のとおりです。

規模別



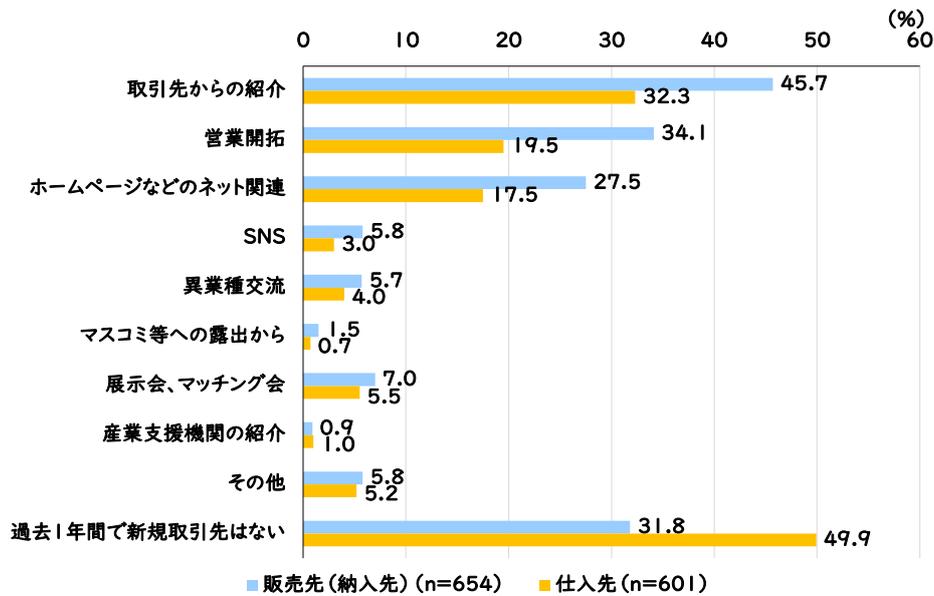
業種別 10年前対比





○ 取引関係について

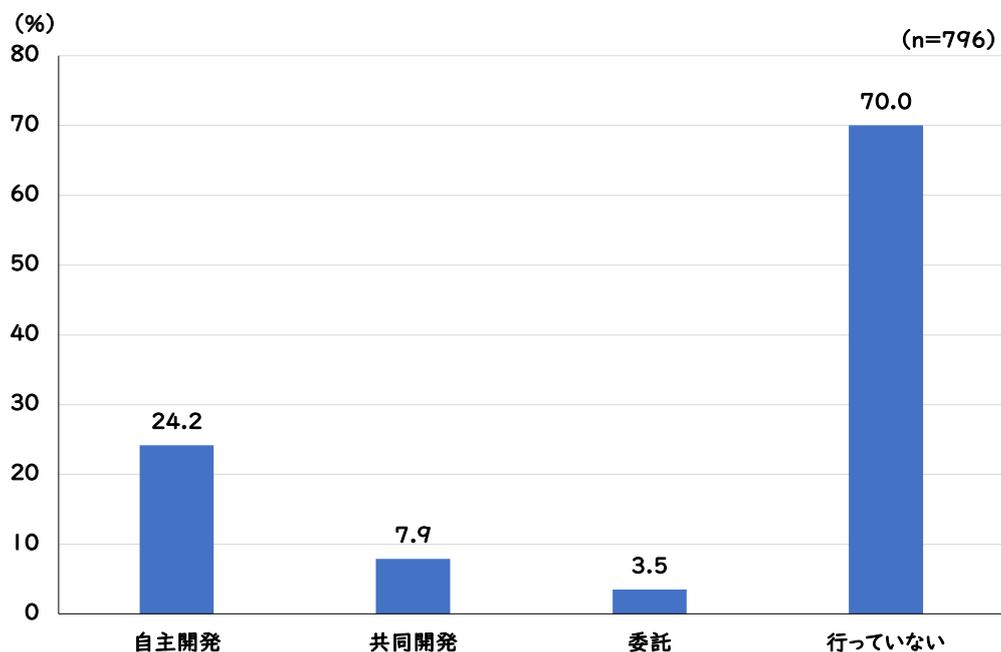
【図表 3-1】 過去1年間の新規取引のきっかけ



過去1年間の新規取引のきっかけの上位が「取引先からの紹介」、「営業開拓」、「ホームページなどのネット関連」の順であった一方、「過去1年間で新規取引先がない」と回答した事業者が31.8%（販売先、納入先）、49.9%（仕入先）と新規取引の開拓を行っていない事業者が一定数存在することがわかりました。

○ 研究開発について

【図表 4-1】 研究開発の取組状況、形態



研究開発の取組状況に関する質問においては、研究開発を実施していないと答えた事業者は70%と自主開発や共同開発等を実施していると答えた割合を大きく上回りました。

【図表 4-2】 研究開発の取組状況、形態 × 業種（製造業）

| | 自主開発 | 共同開発 | 委託 | 行っていない |
|-------------------------|------|------|------|--------|
| 全体 (n=796) | 24.2 | 7.9 | 3.5 | 70.0 |
| 食料品製造業 (n=34) | 44.1 | 11.8 | 5.9 | 50.0 |
| 繊維工業 (n=48) | 31.3 | 12.5 | 6.3 | 58.3 |
| 木材・木製品製造業(家具を除く) (n=16) | 12.5 | 6.3 | 0.0 | 87.5 |
| 印刷・同関連業 (n=11) | 54.5 | 0.0 | 0.0 | 45.5 |
| プラスチック製品製造業 (n=24) | 33.3 | 33.3 | 0.0 | 45.8 |
| 窯業・土石製品製造業 (n=24) | 37.5 | 16.7 | 8.3 | 41.7 |
| 非鉄金属製造業 (n=10) | 30.0 | 20.0 | 10.0 | 60.0 |
| 金属製品製造業 (n=39) | 17.9 | 5.1 | 0.0 | 79.5 |
| 生産用機械器具製造業 (n=12) | 50.0 | 8.3 | 16.7 | 41.7 |
| 電気機械器具製造業 (n=20) | 25.0 | 25.0 | 10.0 | 50.0 |
| その他の製造業 (n=61) | 39.3 | 8.2 | 1.6 | 57.4 |

※回答数が10社未満の業種は非表示

【図表 4-3】 研究開発の取組状況、形態 × 業種（非製造業）

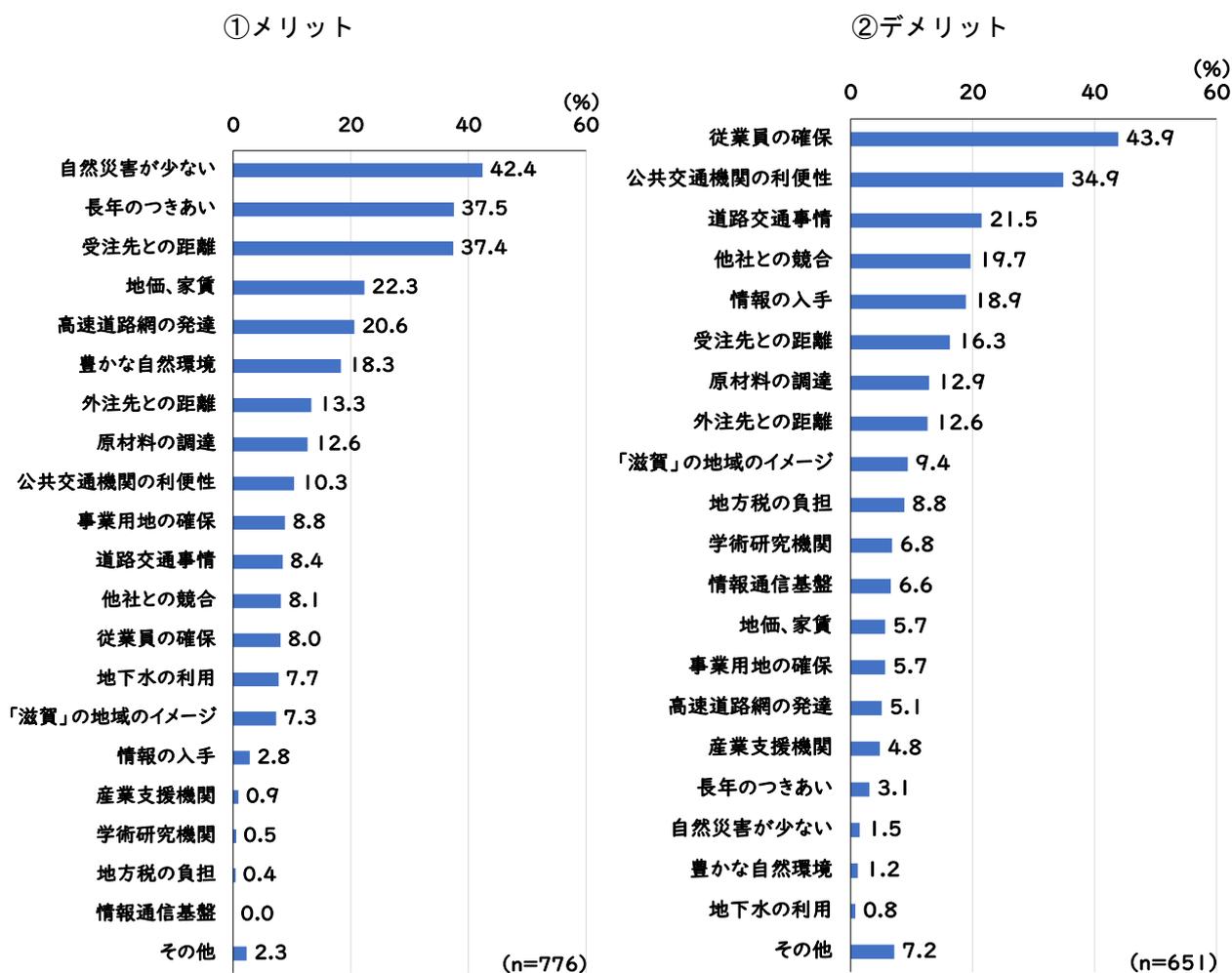
| | 自主 開発 | 共同 開発 | 委託 | 行 っ て い ない |
|--------------------------|-------------|----------|------|------------------------|
| 全体 (n=796) | 24.2 | 7.9 | 3.5 | 70.0 |
| 建設業 (n=61) | 18.0 | 1.6 | 1.6 | 82.0 |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 (n=13) | 0.0 | 0.0 | 7.7 | 92.3 |
| 運輸業、郵便業 (n=15) | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 80.0 |
| 不動産業、物品賃貸業 (n=32) | 6.3 | 3.1 | 6.3 | 84.4 |
| 生活関連サービス業、娯楽業 (n=19) | 10.5 | 0.0 | 5.3 | 84.2 |
| 卸売業 (n=33) | 12.1 | 6.1 | 3.0 | 84.8 |
| 小売業 (n=66) | 13.6 | 4.5 | 3.0 | 81.8 |
| 飲食店 (n=21) | 57.1 | 4.8 | 0.0 | 38.1 |
| 学術研究、専門・技術サービス業 (n=18) | 5.6 | 0.0 | 0.0 | 94.4 |
| 学習、教育支援業 (n=10) | 30.0 | 0.0 | 10.0 | 70.0 |
| 医療、福祉(介護を含む) (n=25) | 12.0 | 0.0 | 0.0 | 88.0 |
| サービス業(他に分類されないもの) (n=61) | 21.3 | 4.9 | 3.3 | 77.0 |
| その他の非製造業 (n=12) | 16.7 | 8.3 | 0.0 | 83.3 |

※回答数が10社未満の業種は非表示

業種別のクロス分析をみると、研究開発が重要な要素となる製造業においても研究開発が積極的に行われていない現状がわかり、前述の県内中小企業の自社ブランドや独自技術等の保有の低さに関連していることが推察されます。一方、事業の性質から見て研究開発の実施比率が一般的に低い非製造業において、自主開発に取り組んでいる飲食店の割合が57.1%と、新型コロナウイルス感染症拡大による影響を受ける中、自助努力として新しい商品等の研究に取り組んでいる飲食店が多く存在することがわかりました。

○ 立地について

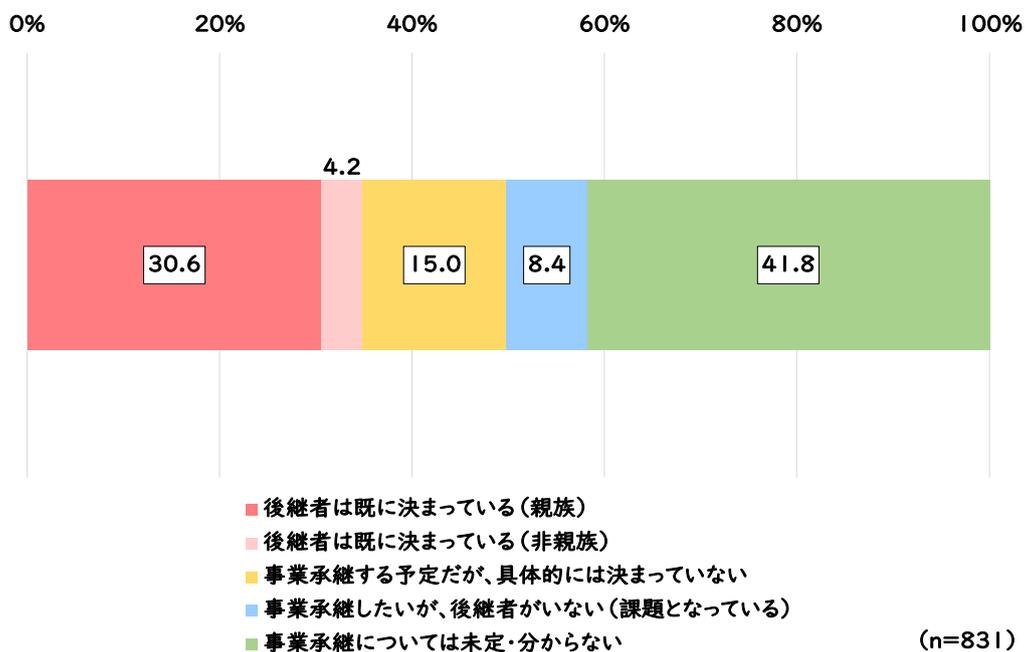
【図表5】 滋賀県内に立地しているメリットとデメリット



滋賀県内に立地していることのメリットとして「自然災害が少ない」、「長年のつきあい」、「受注先の距離」が上位3つとなっていた一方で、デメリットとして「従業員の確保」、「公共交通機関の利便性」、「道路交通事情」が上位3つとなっていました。人材の確保・育成が企業の立地においても重要な課題となっていることがわかります。

○ 後継者問題

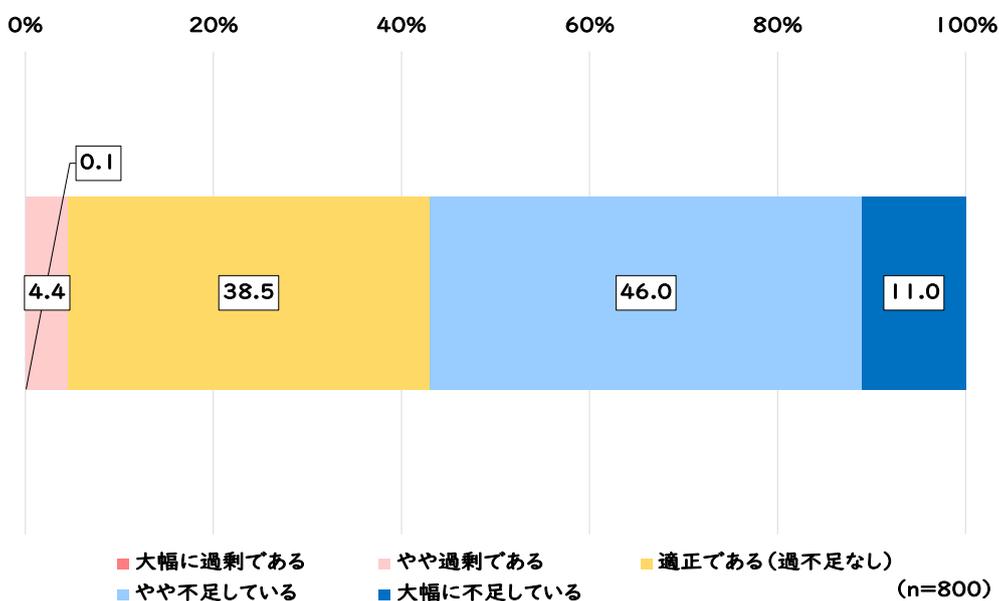
【図表 6】後継者



後継者が既に決まっていると回答した事業者は 34.8%であった一方で、「事業承継する予定だが、具体的には決まっていない」、「事業承継したいが、後継者がいない」と回答した事業者が 23.4%あり、約2割の事業者は事業承継の意思はあるが後継者を見つけられていない現状があることがわかりました。

○ 人材の確保・育成について

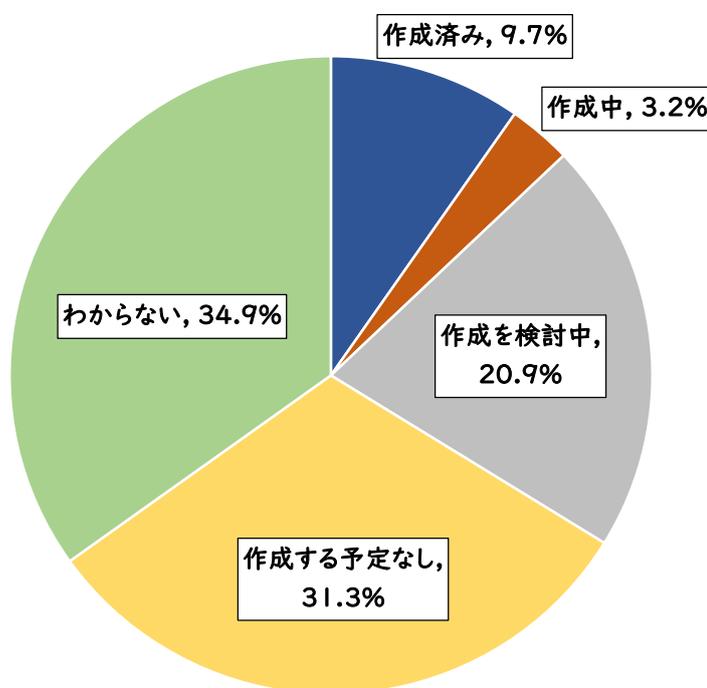
【図表 7】人材過不足状況



人材の過不足状況については、過剰であると答えた事業者が 4.5%であったのに対して、不足していると回答した事業者が 57%と約半数の事業者は人材の確保に苦慮している現状がわかります。前述の企業の立地についても、滋賀県の立地のデメリットとして「従業員の確保」を挙げている事業者が最も多くありました。また、本調査では、県内の中小企業者の約2割が事業承継の意思があるにもかかわらず後継者を見つけられていません。県内の中小企業の活性化において人材の充足が、企業の立地や後継者問題等の課題を横断的に解決するための重要な糸口であることが推察されます。

○ BCP(事業継続計画)について

【図表 8】 B C P の作成状況

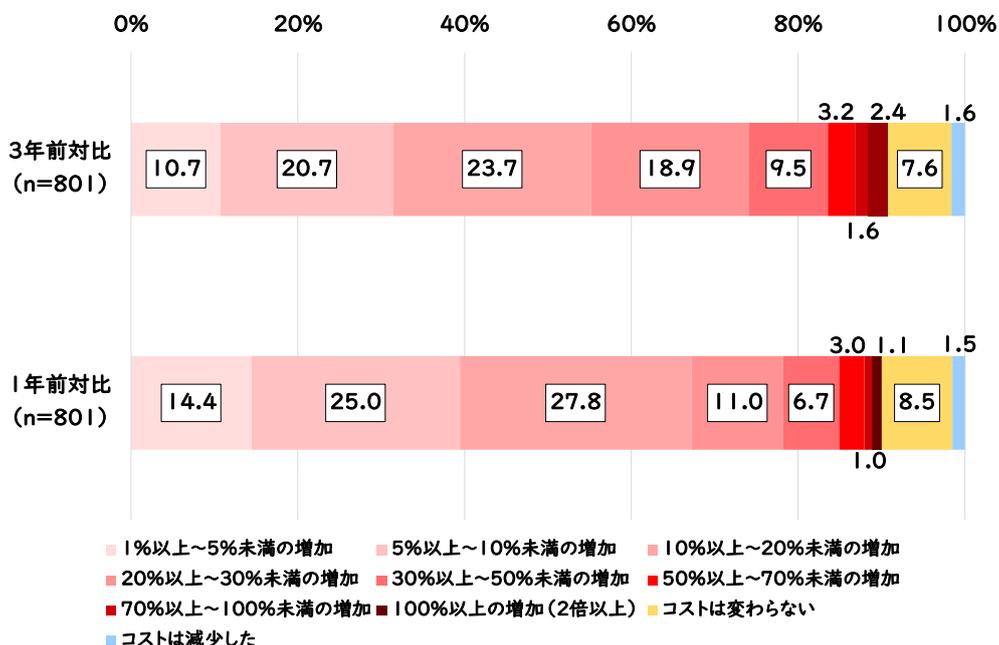


(n=803)

BCP の作成状況については、作成済みと答えた事業者が 9.7%と、作成状況は約 1 割にとどまっていることがわかりました。ただし、「作成中」や「作成を検討中」と回答した事業者が 24.1%あり、また、「わからない」と答えた事業者も 34.9%と、BCP の作成を促進、あるいは、支援することが必要です。

○ 物価・資材・燃料等の高騰について

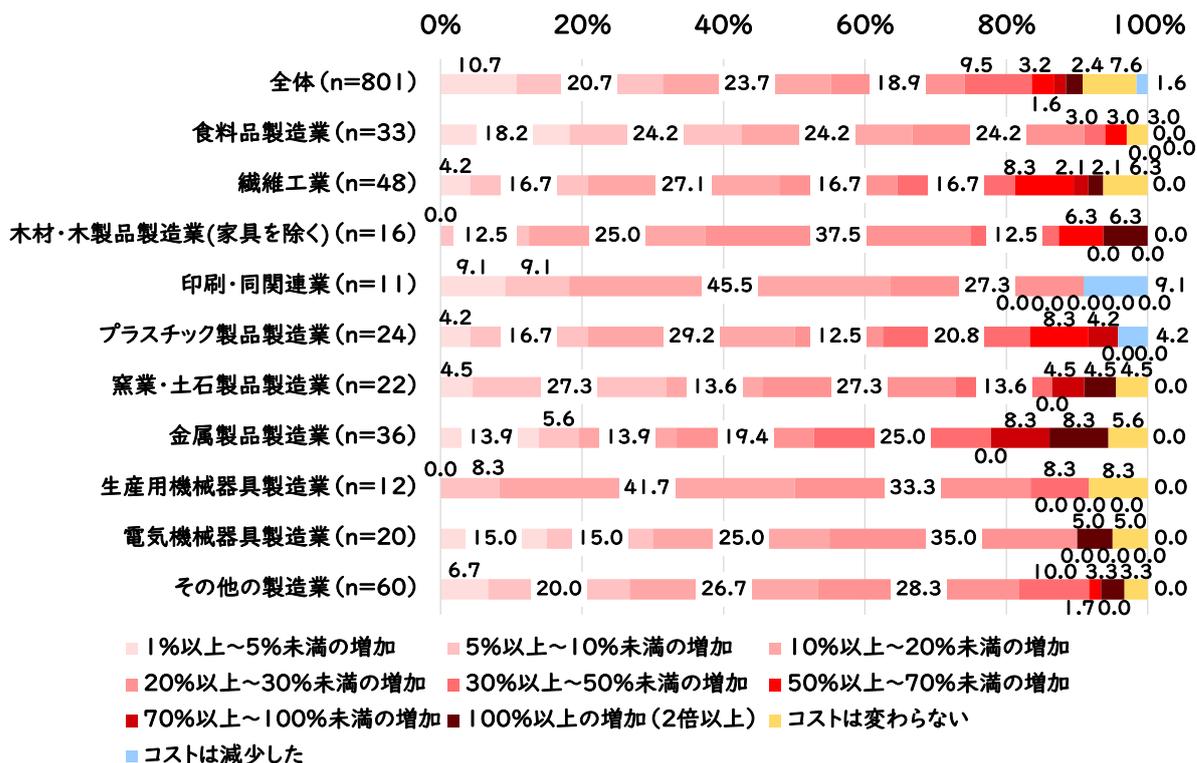
【図表 9-1】 原材料・商品、資材、燃料等の高騰状況



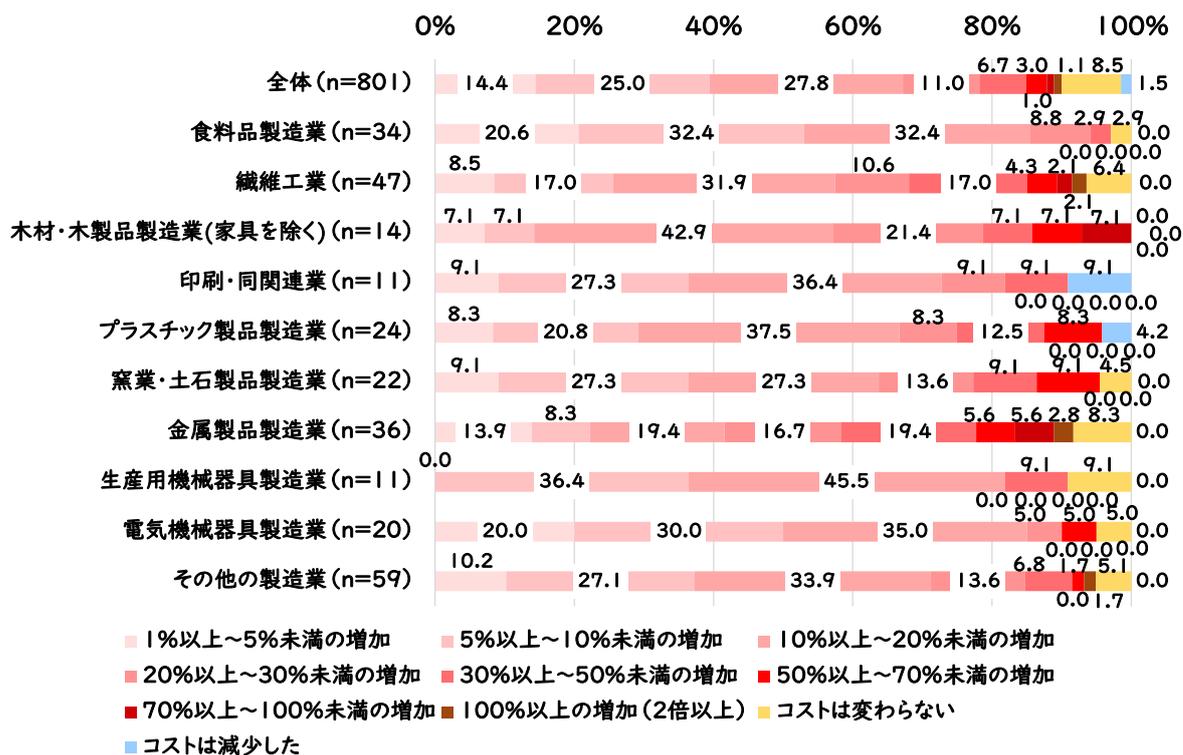
原材料・商品、資材、燃料等の高騰状況について「コストは変わらない」「コストは減少した」と回答した事業者は 3 年前比で 9.2%、1 年前比で 10%に留まっており、大部分の事業者においては、原材料・商品、資材、燃料等のコストが増加していることがわかります。

【図表 9-2】 原材料・商品、資材、燃料等の高騰状況 × 業種（製造業）

<3年前対比>



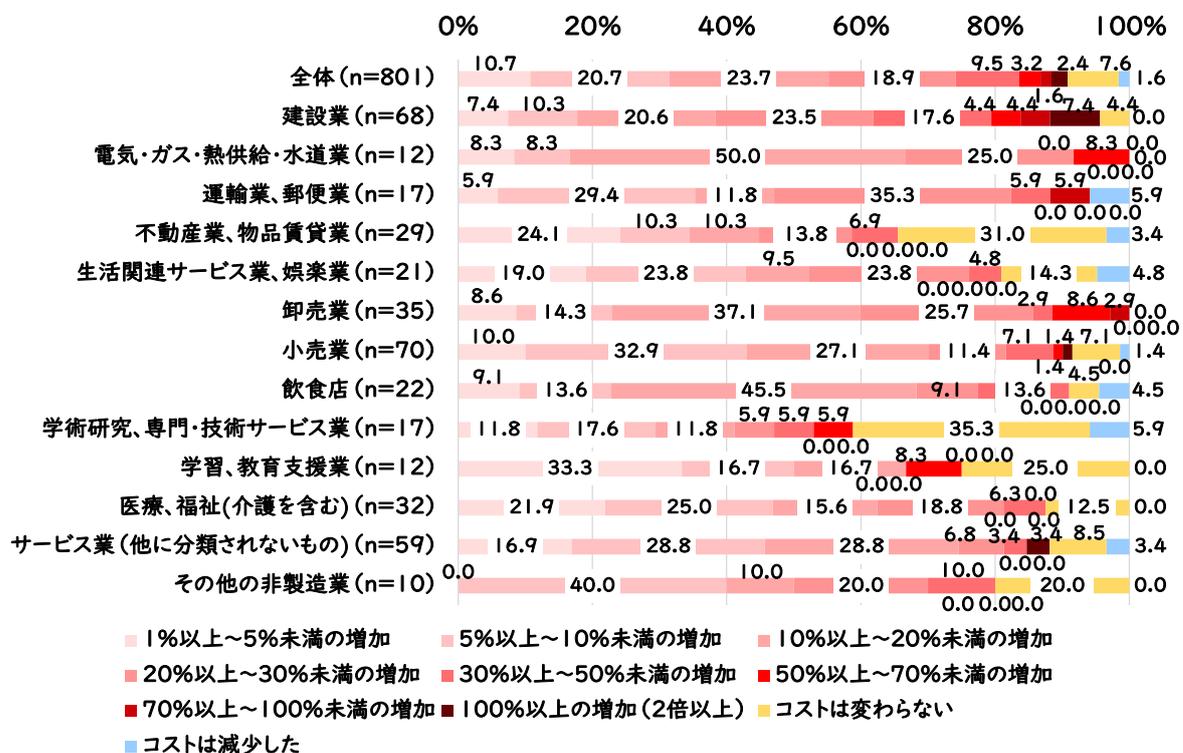
<1年前対比>



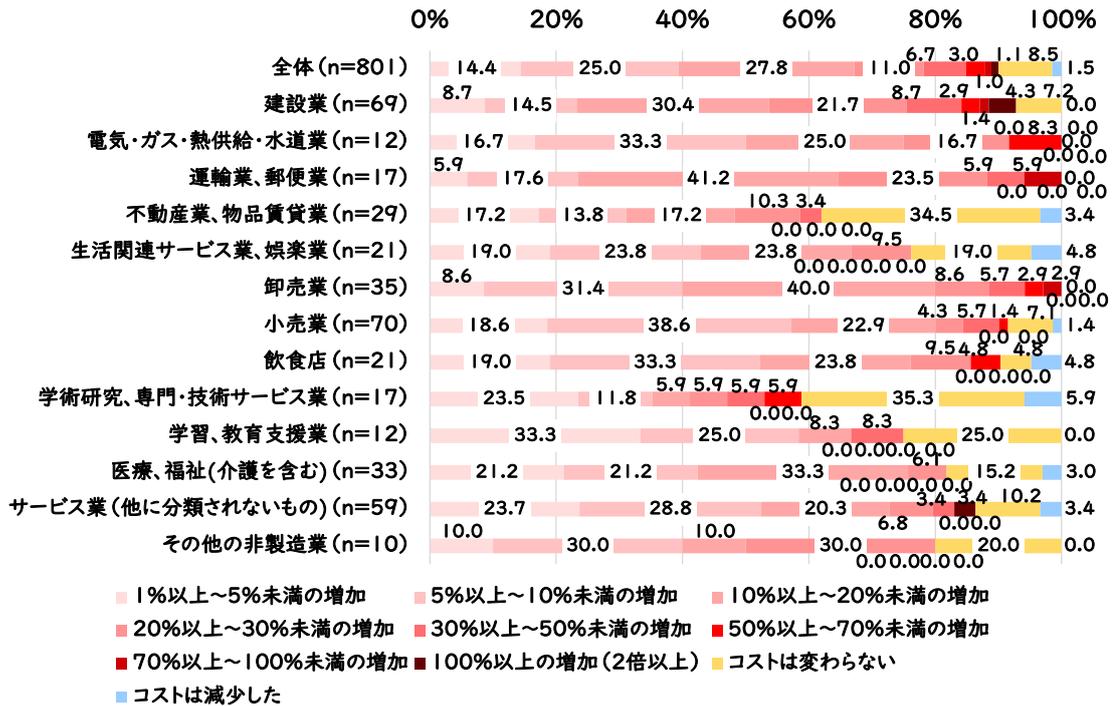
※回答数が10社未満の業種は非表示

【図表 9-3】原材料・商品、資材、燃料等の高騰状況 × 業種 (非製造業)

<3年前対比>



<1年前対比>



※回答数が10社未満の業種は非表示

業種別のクロス分析では、やや製造業での原材料・商品、資材、燃料等のコストの増加が目立ちますが、非製造業での原材料・商品、資材、燃料等のコストの増加も同様に見られ、業種を問わず原材料・商品、資材、燃料等の高騰の影響を受けていることがわかります。

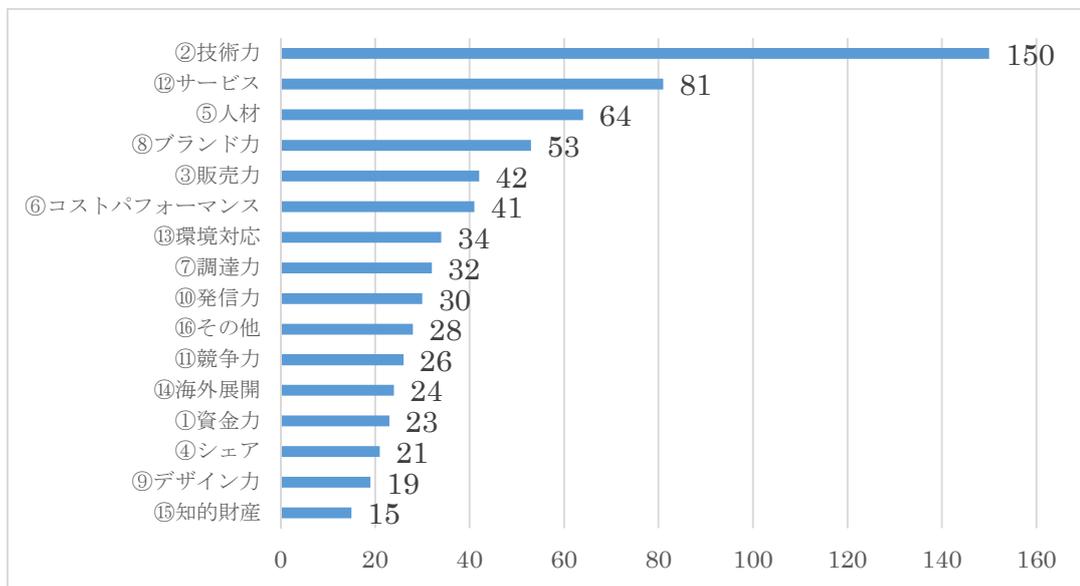
② 企業訪問結果

事業や経営の実態を直接把握して、今後の施策立案や事業の展開に活かすことを目的とし、今年度、職員が企業の現場を訪問しています。県内の中小企業・小規模事業者を対象に、令和4(2022)年7月末時点で306社を訪問し、テキストマイニング等により分析を行いました。

主に、「企業の強み」、「企業の弱み」、「過去10年間で事業活動に大きな影響があったこと」、「今後、重点的に取り組もうとされていること」、「支援を求めたいこと」、「これまで活用した県の施策」、「中小企業の活性化全般についての要望」の項目について聞き取りを実施しました。以下は、調査項目のうち一部項目を抜粋したものです。

ア 企業の強みと弱み

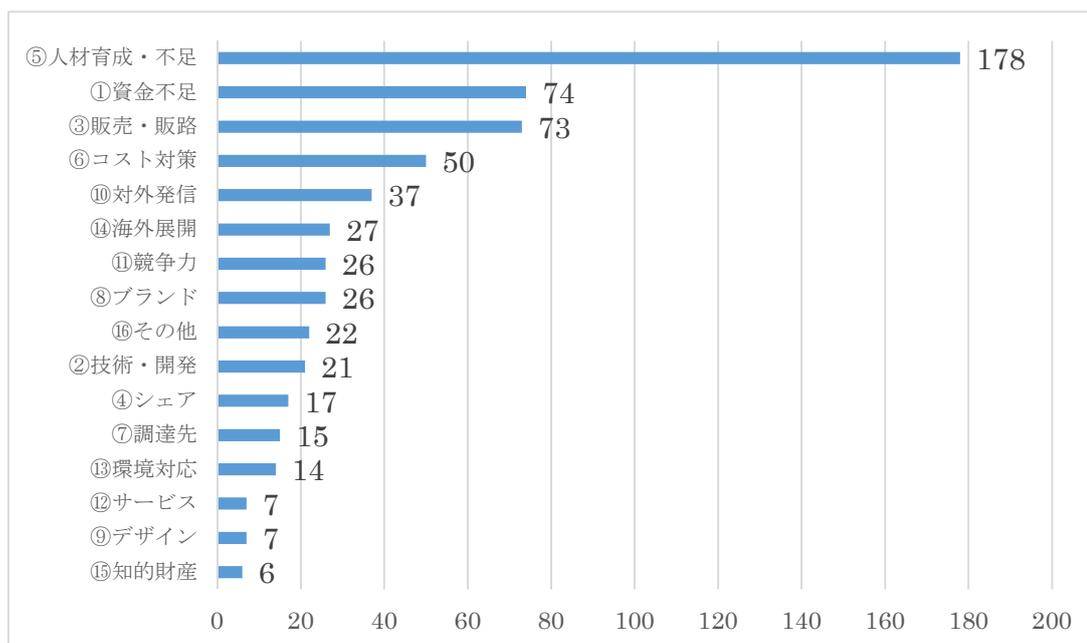
【強み】(得意とするもの、優位なもの)



【主な回答内容】

- ・新素材・新技術を研究・開拓している。知的財産の数が多い。(製造業 技術力)
- ・地元にも根ざし、地域のお客様に必要とされている。(小売業 技術力)
- ・ユーザー視点を持ち、企画やサービス提供を行っている。(サービス業 デザイン力)
- ・SDGs宣言を掲げ、環境に配慮したモノづくりを行っている。(製造業 環境対応)

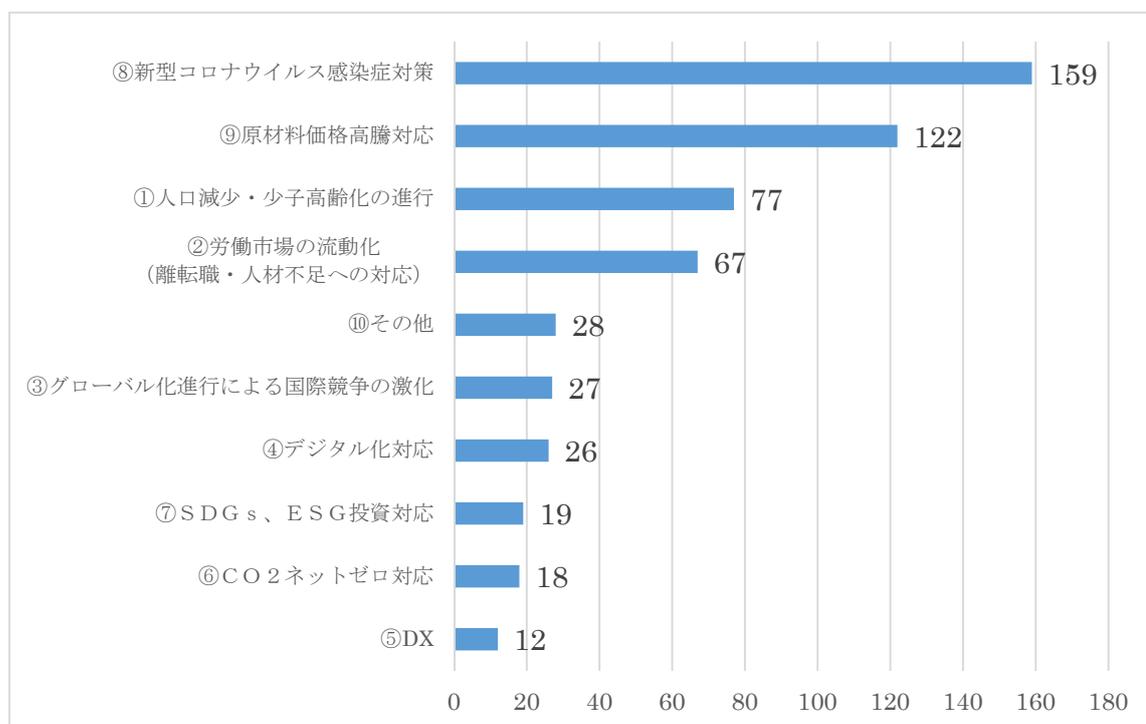
【弱み】(抱える課題等)



【主な回答内容】

- ・30代、40代前半が不足しており、技術・ノウハウの承継が課題。(製造業 人材不足)
- ・法人化に向けて、事業を拡大するに際しても資金が足りない。(サービス業 資金不足)
- ・社員のモチベーションは保っているが、個人のスキル向上が後回しになっている。(小売業 人材育成)

イ 過去10年間で事業活動に影響が大きかったこと

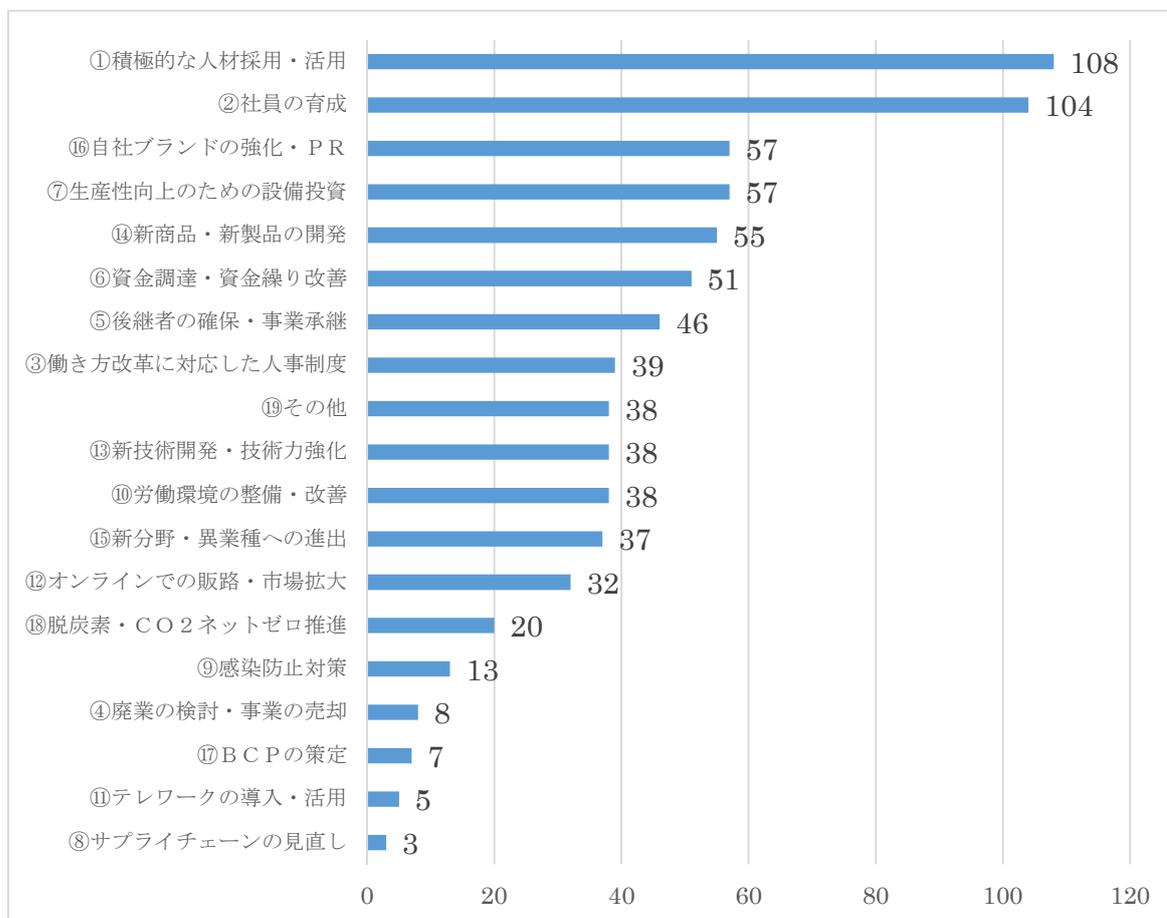


【主な回答内容】

- ・コロナ感染症の影響で販売構成が大きく変化し、製造品目の変更により多額の設備投資が必要となった。(製造業)

- ・原材料が入手しにくくなっている。部品の遅れから納期が遅れている。また、海外からの資金調達も停滞している。(製造業)
- ・販売拠点はECサイトがメインになっている。(製造業)
- ・若い世代はスーパーでまとめ買いするため、商店街に来ない。(小売業)
- ・働き方改革や基本給の賃上げといった政策が、技術の継承を重視する業界にはあっていないと感じる。(サービス業)
- ・若者は力仕事を嫌う傾向にあり、人材が定着しない。(製造業)
- ・世代交代する中で若い人材が長続きしない。(建設業)

ウ 今後、重点的に取り組むことで、支援を求めたいこと

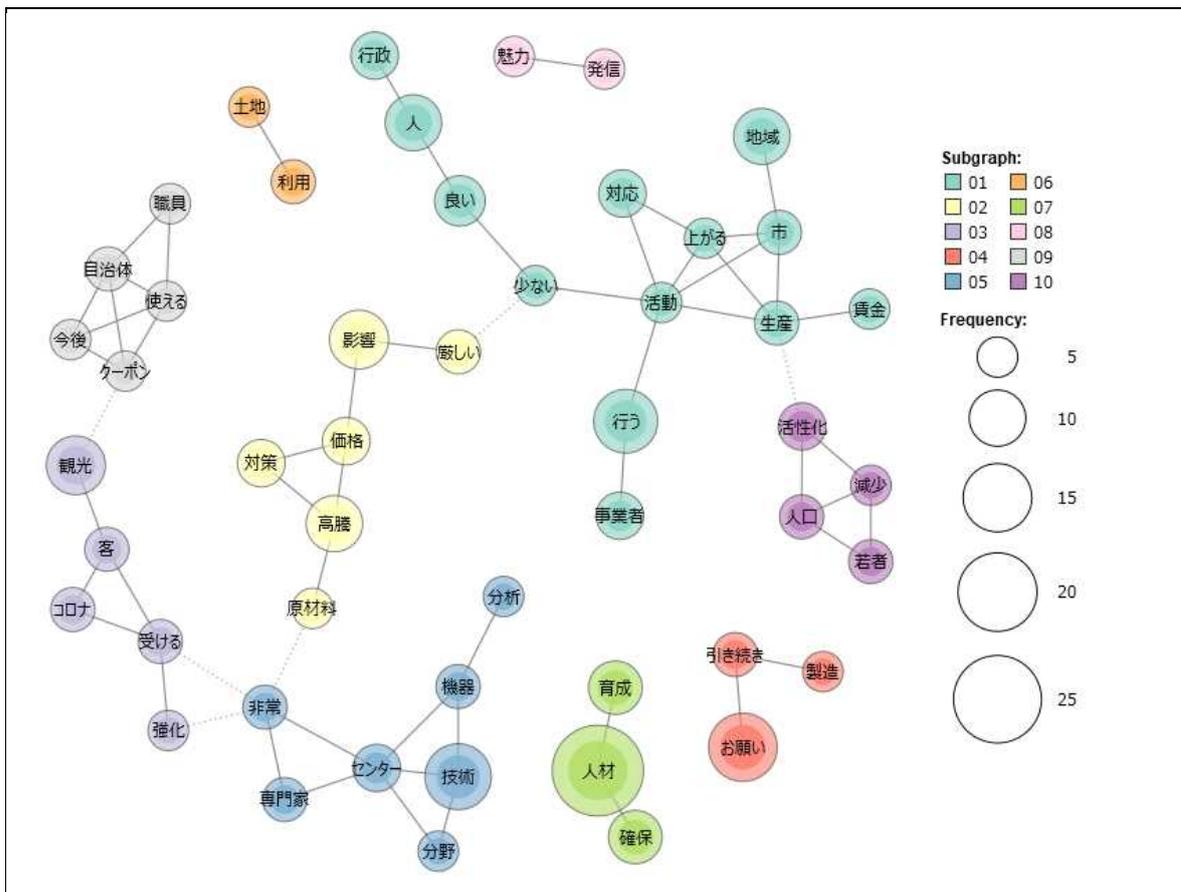


【主な回答内容】

- ・採用のため、お金をかけていく必要があり、補助・助成をしてほしい。(サービス業)
- ・女性の働きやすい環境整備を支援してもらいたい。(建設業)
- ・AIやIoT技術に精通し即戦力となる人材が欲しい。(製造業)
- ・地域に密着した業態であるが、アナログ・デジタル両面の情報発信をお願いしたい。(小売業)
- ・CO2ネットゼロ化を進めていることをアピールできる仕組みを期待。(小売業)

エ 要望

【テキストマイニング】



【主な回答内容】

- ・施策をまとめて一覧にした冊子を定期的に配布する、企業が問い合わせする窓口を一本化するなど、わかりやすい広報に努めてもらいたい。(サービス業)
- ・大企業の利益が中小企業に循環する仕組みがほしい。(製造業)
- ・学生のインターンシップ等で中小企業に人材が集まる仕組みをお願いしたい。(製造業、小売業、サービス業、その他)
- ・人口を維持・増加する政策をお願いしたい。(製造業、小売業)
- ・業種や地域ごとの特性にあわせた施策を希望する。(サービス業)
- ・中小企業のイメージアップをはかってほしい。(製造業)
- ・事業承継をする際に連帯保証人制度の緩和をお願いしたい。(製造業)
- ・閑散期に使えるクーポン発行をお願いしたい。(小売業、サービス業)
- ・セキュリティ対策に関する補助金を作ってほしい。(その他)

③ 中小企業団体アンケート結果(令和4(2022)年度)

滋賀県では毎年、商工団体を通じて、中小企業700社を対象にアンケートを実施しており、今年度は505社から回答をいただきました(回答率72.1%)。

主に、「過去10年間で事業活動に大きな影響があったこと」、「今後、重点的に取り組もうとされていることで、支援を求めたいこと」、「今後利用したい公的支援制度」、「国や県等の支援に関する情報をどこから入手しているか」の項目についてアンケートを実施しました。以下は、調査項目のうち一部項目を抜粋したものです。

- 過去10年を振り返って、事業活動に大きな影響があったことでは、「新型コロナウイルス感染症」が最も多く、次に「原材料価格高騰」が続きました。業種別にみると、「新型コロナウイルス感染症」が最も影響があったと回答した業種は、小売業(飲食店・飲食店以外)およびサービス業でした。「原材料価格高騰」が最も影響があったと回答した業種は、製造業、卸売業および建設業でした。
- 重点的に取り組もうとしていることで、支援を求めたいことは、「生産性向上のための設備投資」が最も多く、「資金調達・資金繰り改善」、「積極的な人材採用・活用」、「社員の育成」が続きました。業種別にみると、「生産性向上のための設備投資」の支援を最も求めたいと回答した業種は、製造業、サービス業および小売業(飲食店)でした。「資金調達、資金繰り改善」の支援を最も求めたいと回答した業種は、小売業(飲食店以外)および卸売業でした。「積極的な人材採用、活用」の支援を最も求めたいと回答した業種は、建設業でした。
- 過去10年間で国や県の支援制度を利用したかについては、活用したとの回答が圧倒的に多く、活用した中で最も効果的だったものについては、「補助金・助成金」が最も多く、「金融支援」が続きました。
- 今後利用したい支援制度では、「生産性向上のための設備導入にかかる補助金・助成金」が最も多く、他にも、「販路開拓のため」など、補助金・助成金を求める回答が多くなりました。
- 支援に関する情報の入手先は、経済団体を通じて行ったアンケートのため、商工会等が最も多くなりました。次いで、金融機関や県ホームページ、税理士等の専門職が続きました。

(3) 中小企業を取り巻く環境変化

10年間に於いて、中小企業の事業活動に大きな影響を与えた環境変化として、人口減少と高齢化の進行、働き方の多様化、改正入管法の施行に伴う外国人材受入れの進展、事業承継(M&A)案件の増大、Society5.0、5Gの進展、SDGs、CO₂ネットゼロの達成に向けた世界的動向、デジタル化・DX・データドリブンへの対応加速、グローバル化の進展、社会的課題解決への対応の必要性増大、大規模自然災害や感染症のまん延、サイバー攻撃、原油高騰・円安等の危機管理の重要性増大があります。

① 人口減少、働き方の多様化、外国人材受入れ

生産年齢人口(15～64歳)は減少を続け、令和27(2015)年には53.2%になり、人材不足が懸念されます。一方、高齢者人口(65歳以上)は増加を続け、34.3%になる見込みであり、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です。

令和2(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)でした。これは、主要先進7か国では最下位であり、OECD加盟38か国でみても28位と、昭和45(1970)年以降最も低い順位となっています。

令和元(2019)年の改正入管法施行に伴い、外国人材の受入れが進んでおり、県が支援した外国人材の採用者数は令和3(2021)年度で158人となっています。

また、令和2(2020)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%を超えています。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ります。

平成30(2018)年の働き方改革関連法の成立を機に、働き方改革による生産性の向上と魅力ある職場づくりが求められていますが、中小企業に浸透するまでには時間がかかり、重要な課題となっています。生産年齢人口が減少していく中、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等を行う必要があります。

② 事業承継(M&A)

近年、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しており、支援機関の関与が深まるとともに、金融機関に専門チームが設置されるなど支援体制が充実しています。

しかし、事業者の売上規模により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、支援機関の関わり方に差が出てきています。

③ 創業・スタートアップ

起業家の多くが、起業において、身近な起業家の影響を受けていますが、日本では、こうした起業家が身近にいる人の割合が他国と比べて低い状況です。また、「失敗に対する危惧」や「学校教育」も日本で起業が少ない要因として挙げられ、こうした環境の整備が求められています。

日本におけるスタートアップ向けの投資額は増加傾向にあるものの、米国と比較すると依然として大きな差があり、スタートアップの資金調達環境の整備が求められています。

国が認定する「創業支援事業計画」が県内全市町でも認定されるなど、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ます。

しかし、平成 25(2013)年以降、滋賀県の開業率は全国平均を下回り続けており、また、創業の活発化に伴い、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)も増加しています。起業にかか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ます。

④ グローバル化

令和2(2020)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、平成 23(2011)年～令和2(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ます。

「令和2年滋賀県貿易実態調査」によると、令和元(2019)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にあります。「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は多くなっています。

⑤ Society5.0

サイバー空間(仮想空間)とフィジカル空間(現実空間)を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会のことを指します。狩猟社会(Society1.0)、農耕社会(Society2.0)、工業社会(Society3.0)、情報社会(Society4.0)に続く、新たな社会を指すもので、第5期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として提唱されました。これにより、就業構造の転換や労働移動が発生することが予測されています。

⑥ 5G

「第5世代移動通信システム」のことで、「高速大容量」「高信頼・低遅延通信」「多数同時接続」という3つの特徴があります。日本では令和2(2020)年春から商用サービスがスタートし、次世代の通信インフラとして社会に大きな技術革新をもたらすといわれています。

⑦ SDGs、ESG投資

国連で平成 27(2015)年に採択されたSDGsの達成を目指す動きは世界の潮流となり、令和3(2021)年には日本企業全体において、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ます。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となってきています。

これに伴い、投資家による企業価値の評価に、非財務情報である環境(Environment)・社会(Social)・ガバナンス(Governance)の要素が考慮されるようになり、国連責任投資原則(PRI)への署名機関数が増加傾向となっています。中小企業においても経営にESGの視点を組み入れることがいまや不可避となっています。

⑧ 脱炭素、CO₂ネットゼロ

平成 27(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

め世界各国が令和 32(2050)年のカーボンニュートラルを宣言するなど、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しています。

脱炭素化に向けた具体的な取組では、エネルギー効率の高い機器・設備の導入や、太陽光発電設備の設置、電化の促進などが実施されています。また、脱炭素化に取り組んだことで、新たな取引先の創出や企業価値の向上につながっている企業も存在します。

今後は、中小企業においても、更なる省エネルギー・再生可能エネルギー導入の徹底が必要となるとともに、急速な世界レベルでのビジネスの変化への対応も迫られています。

⑨ デジタル化、DX、データドリブン

デジタル化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ますが、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ます。現在、今後も含めて事業方針上の優先度は高まっており、積極的に支援する必要があります。

また、中小企業においても、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、ビジネス判断の根拠にデータを活用するデータドリブンを図ることにより、高い競争力を有するビジネスモデルを構築する必要性が高まっています。

⑩ 大規模自然災害、感染症、サイバー攻撃等のリスク拡大

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、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ます。

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ます。

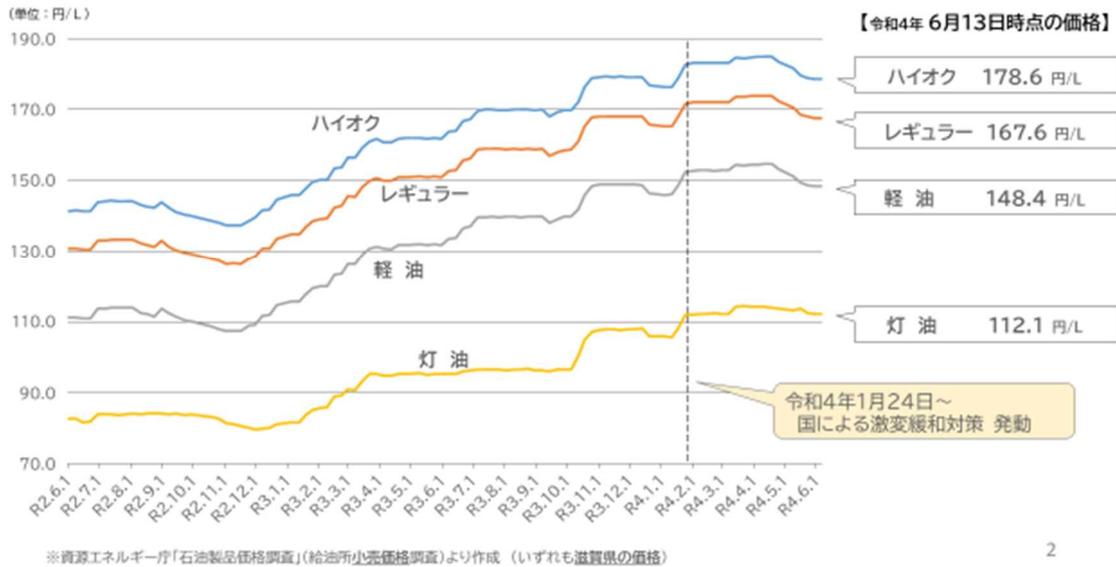
しかし、大企業に比べて中小企業のBCP策定は進んでおらず、様々な支援施策も十分には行き届いていません。リスク対応については専門的知識が必要であるため、中小企業が危機管理に人的・時間的資源を充てるのは難しく、また、各支援機関や各市町においても、個々で対応できる支援内容や情報発信・共有には限界があります。

⑪ 原油価格高騰・円安

原油価格をはじめとした原材料価格の上昇が続き、企業のコストの増加が経営を圧迫しているという声や価格転嫁が難しくコストの増加に追いついていないという声があり、また、今後の更なる原油価格・原材料価格の上昇が懸念されるなど、先行きに不安を感じる事業者も多い状況です。最近の急激な円安による輸入価格の高騰を心配する声も聞かれるようになっており、今後の注視が必要です。

燃料価格は右肩上がりに上昇し、令和4(2022)年1月24日以降、国による激変緩和対策が発動され、価格急騰は抑制されていますが、高止まりしている状況です。

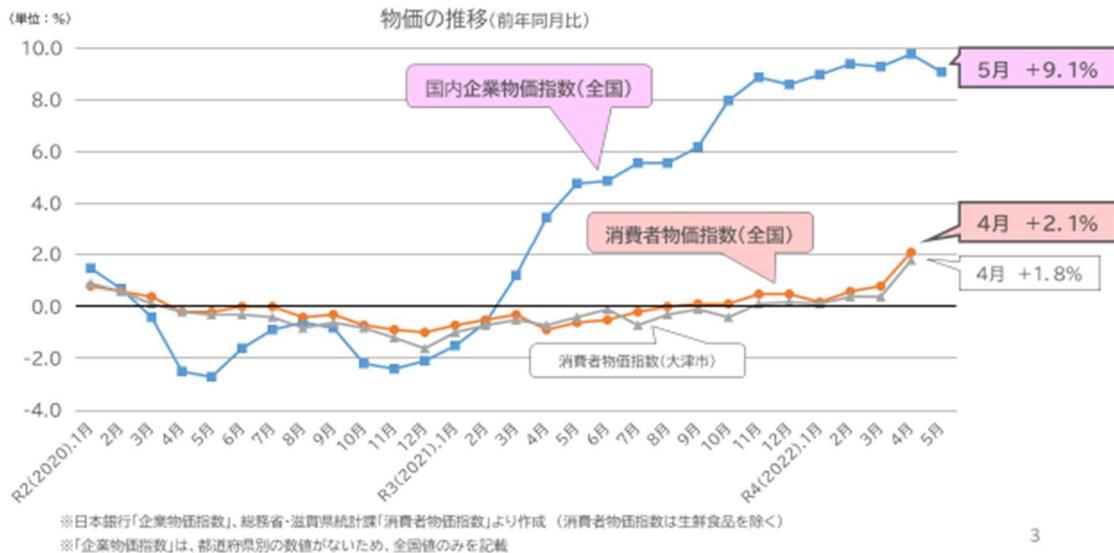
県内のガソリン価格等の推移



2

企業間で取引するモノの価格変動を示す「企業物価指数」について、令和4(2022)年5月は対前年同月比9.1%となり、過去最高水準で高止まりしています。令和4(2022)年4月の全国「消費者物価指数」についても、対前年同月比2.1%と約7年ぶりの上昇率を記録しています。両指数の上昇率の差は、価格転嫁が十分に進んでいないことも要因です。

物価の推移



3

円安が加速しており、令和4(2022)年9月には円相場が一時1ドル 140 円台となり、約 24 年ぶりの円安水準となり、輸入コストの上昇による経営圧迫が懸念されます。

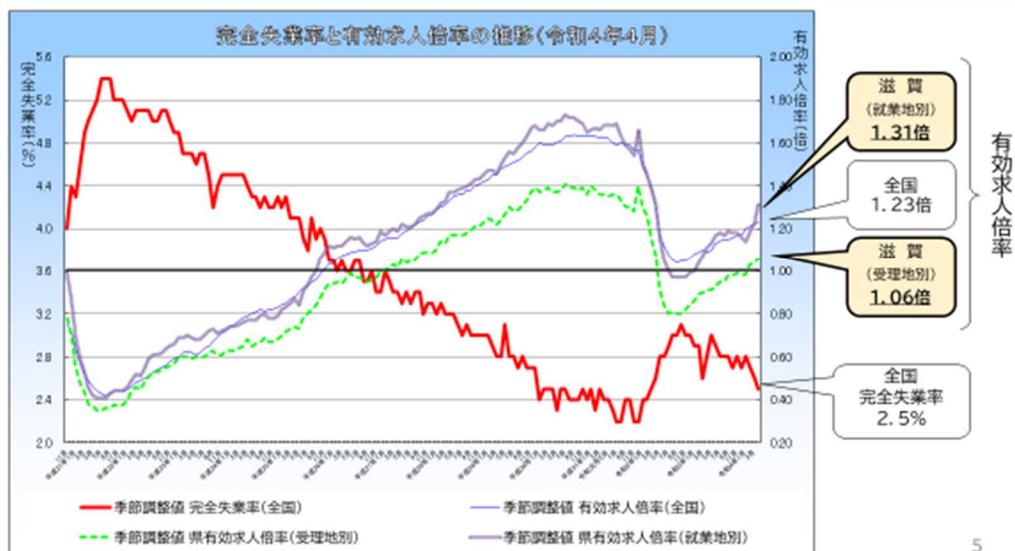
円相場の推移



4

有効求人倍率をみると、就業地別では、直近 1.31 倍と全国値を上回る状況にあり、受理地別では、コロナ禍により令和2(2020)年5月以降、1倍を下回っていましたが、令和4(2022)年2月からは1倍を上回り、県内の雇用情勢は持ち直しの動きがあります。

雇用情勢の推移



5

国が緊急対策を実施することに応じ、県においても、厳しい状況にある事業者の資金繰りや新たな事業展開等の前向きな取組への支援を行うことで、物価高騰等の影響を緩和し、コロナ禍からの経済活動の回復を確かなものとしていくこととしていますが、引き続き、影響の把握に努め、対策を検討していく必要があります。

3 10年間の施策の検証

(1) 県の取組内容、成果および課題

条例が定める施策の基本に沿って、平成25(2013)年度から中小企業活性化施策実施計画を策定し、10年間で延べ1,310事業、当初予算ベース2,508億円を実施しました。

条例が定める施策項目は、「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)」および「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)」の3項目であり、これらの施策を効果的に実施するため、「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)」を定めています。

それぞれの施策項目の主な取組内容、成果および課題は以下のとおりです。

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)

これまで、水環境ビジネスや医工連携、海外展開への支援等、将来の成長発展が期待される分野の取組を進めてきましたが、AI・IoTをはじめデジタル化やロボット技術、データ活用、脱炭素化が進展する中で、成長市場や成長分野を見極め、本県産業の持続的な発展につながるよう、更なるイノベーションの創出や新たなチャレンジを行いやすい環境整備を図る必要があります。

① 新産業の創出等

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・育成を図ってきました。

また、令和2(2020)年3月の滋賀県産業振興ビジョン2030策定後、「実証実験のフィールド滋賀」を重視し、近未来技術等の社会実装を支援してきました。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ました。

主な事業の成果と課題は以下のとおりです。

○ 滋賀発成長産業発掘・育成事業

滋賀県から新たな成長分野を切り拓き、滋賀の経済成長を牽引する新たな産業創出するため、平成28(2016)年度から滋賀テックプラングランプリ(事業化プランコンテスト)を開催しています。令和3(2021)年度は県内外の大学や中小企業から24件のエントリーがあり、テクノロジーベンチャー設立初期に必要な各種情報を学べる場を提供したほか、地元企業との共同研究の開始、法人化3社など具体的な成果につながりました。

事業化を促進するため、本事業に参加したチーム(研究者・中小企業)へのハンズオン支援を強化し、研究開発から事業化を加速させていく必要があります。

○ 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)

中小企業の新製品・新技術開発を支援するため、平成25(2013)年度以降では令和3(2021)年度までのべ111件の研究開発テーマを採択しており、令和3(2021)年度には38%が補助金採択終了後5年以内に製品化されるなど成果を挙げています。

近年、補助金申請額は増加傾向にあり、研究開発は活発化していますが、中小企業は研究開発への投資が大企業に比べて厳しい状況にあるため、継続した支援が必要となっています。

○ 近未来技術等社会実装推進事業

令和2(2020)年度から、近未来技術等の社会実装に向けた実証実験等の経費を累計で13件助成しており、令和3(2021)年度には、助成した事業1件が社会実装に至りました。

中小企業の実装を拡大させるためには、成果をよりわかりやすく周知するとともに、研究開発や実証実験については、早期の事業化・商品化に向けて段階に応じた支援を行っていくことが必要となっています。

○ イノベーションエコシステム創出支援事業

令和3(2021)年度からビジネスマッチングを実施し、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を推進しており、事業連携を検討した案件は47件となっています。

イノベーション創出や研究開発においては、多くの技術がある中で、どの技術が対象市場にマッチする技術なのかを評価するために、多くの資金と人材を要します。また、新規・中途ともに人材が集まりにくく、新しいビジネスモデルの対外発信力が弱いことが課題です。

○ 工業技術センターによる技術支援

県内の製造業・地場産業等の中小企業や団体に対して、技術相談、試験研究機器の開放、共同研究や技術講習等を行い、技術力向上に向けた支援や人材育成等に取り組んできました。技術相談は年間1万件を超え、企業や大学、国等との共同研究については、平成25(2013)年度からのべ546件行っています。

中小企業においてもグリーン、デジタル、サプライチェーン強化等への対応が求められており、工業技術センターによる先導的な技術開発や伴走支援がますます重要となっています。

② 海外展開支援

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ました。また、平成29(2017)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ました。

海外展開については、平成29(2017)年度からジェトロ滋賀貿易情報センターを誘致し、展示会展や市場調査の支援、海外バイヤーとの商談会等が実施されてきました。また、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ました。

主な事業の成果と課題は以下のとおりです。

○ 滋賀ウォーターバレー・水環境ビジネス推進事業

「しが水環境ビジネス推進フォーラム」の会員数は令和4(2022)年5月末時点で209者で、国内外の展示会への出展、商談会開催による販路開拓支援等を実施してきた結果、平成27(2015)年から令和3(2021)年までの水環境ビジネス関連の商談件数は、累計で1,723件と

なっています。

新興国の人口増加や世界的な環境問題意識の高まりから、水環境ビジネス市場の拡大基調は継続する見込みですが、それぞれの国・地域の課題等に対応して参入するのは容易ではなく、ビジネス化には一定の時間も要するため、継続した支援が必要となっています。

○ 海外展開総合支援事業・海外展開トップランナー企業支援事業・海外展開チャレンジ支援事業

平成29(2017)年にジェットロ滋賀事務所が開設されて以降、県内の中小企業、生産者団体等の海外展開を図っており、新たに海外展開した企業数は17社となっています。

県内中小企業の輸出額は10年前と比べると増加傾向にあり、海外展開に取り組む意向がある企業も多数を占めていますが、信頼できる提携先の確保、現地ニーズの把握、商習慣、文化、法令等の違いへの対応等課題は多岐にわたることから、中小企業のチャレンジを支援するための総合的な支援が必要となっています。

中小企業の経営基盤の強化(条例第8条第3項)

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ました。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ました。

今後は、生産年齢人口の減少や産業構造の変化に伴う中小企業の人材ニーズへの対応や、働き方改革への対応や兼業・副業の導入、外国人材の採用等を行い、生産性の向上を目指す中小企業を支援する取組を強化していくことが必要です。

① ひとづくり

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ました。また、平成27(2015)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ました。

また、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躍推進企業認証制度により、働き方改革の推進を図ってきました。

主な事業の成果と課題は以下のとおりです。

○ しがジョブパーク事業

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とともに、企業等における若手人材の確保・育成や受け入れ環境整備を支援しており、令和元(2019)年度から令和3(2021)年度までの若者の就職者数は6,331人となっています。

生産年齢人口の減少による人材不足が深刻化する一方で、働き方の多様化等の動きもあり、企業ニーズに合った人材確保のための総合的な支援が必要となっています。

○ 滋賀マザーズジョブステーション事業

子育て等による離職後、再就職を希望する女性等を対象とした就労支援を実施し、令和2(2020)年度から令和3(2021)年度までの就職者数は1,836人となっています。

コロナ禍により失業する非正規雇用の女性が増加している状況もあり、多様な人材の就労を推進するために、引き続き支援が必要となっています。

○ プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業

大都市圏や大手企業等のプロフェッショナル人材を県内中小企業に採用するため、支援拠点の運営等を実施し、平成27(2015)年度から令和3(2021)年度までの副業・兼業を含めた人材のマッチング件数は742人となっています。

生産年齢人口の減少による人材不足が深刻化する一方で、コロナ禍による地方移住や副業・兼業への関心の高まり等の動きもあり、多様な高度人材が県内企業で活躍するための総合的な支援が必要となっています。

○ 中小企業働き方改革推進・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推進のため、企業訪問指導によるモデル事例の発信等に取り組み、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)は、令和4(2022)年3月時点で616社となっています。

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を促進することが必要となっています。

○ 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ため、また、令和2(2020)年以降は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、テレワーク導入が進んでおり、令和3(2021)年度のテレワーク導入支援企業は7社となっています。

○ 滋賀県女性活躍推進企業認証制度

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等の実績に応じて3段階で認定を実施し、認定した企業は、令和4(2022)年6月末時点で計281社となっています。

○ 職業能力開発の推進

県立高等技術専門学校等において、働くことを希望するすべての人々が、生涯にわたって能力を発揮できるよう、ものづくり分野を中心に多様な職業能力の向上を図るため、職業訓練を実施してきたところ、令和元(2019)年度から令和3(2021)年度までの就職者数は2,082人、在職者対象の技能向上セミナーの受講者は2,597人となっています。

デジタル化の進展や産業構造の変化に伴い、労働者に求められる職業能力が変化しており、今後は、AI・IoT、ロボット等の技術の積極的な導入や、Society5.0時代に対応したデジタル技術を活用できる人材の育成が必要です。

② 事業承継

平成30(2018)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ました。

主な事業の成果と課題は以下のとおりです。

○ 滋賀県事業承継ネットワーク連携促進事業

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し、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て策定した事業承継計画は、令和3(2021)年度までに19者となっています。

近年、M&Aの活発化に伴ってM&Aを利用した事業承継のイメージが良化し、承継方法の幅が拡大してきましたが、売上規模が1億円未満の事業者については支援体制が不十分なので、今後は、事業承継・引継ぎ支援センターとの連携を更に深めて、支援体制の強化が必要となっています。

○ 滋賀発事業承継プロジェクト促進事業

円滑な事業承継に向けた体制整備にかかる費用への補助や、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事業承継推進員の設置を実施し、令和3(2021)年度までに補助金利用件数は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は111件となっています。

③ 起業・創業支援

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ました。

主な事業の成果と課題は以下のとおりです。

○ 地域の創業応援隊事業

BI(ビジネスインキュベーション)施設や、商工会・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)の育成を支援し、平成27(2015)年度～平成29(2017)年度の間には30名のIMを育成し、現在も各支援機関で創業支援担当として活躍しています。

○ 創業応援隊による起業準備者育成事業

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、資金面や技術面・経営面の補助等のトータルサポートを実施し、事業化・市場化の道筋がついたものは、令和元(2019)年度～令和3(2021)年度の間には計36件となっています。

起業にかかる支援ニーズは多岐にわたっており、一つの支援機関のみでは対応が難しくなっており、今後はより多くの機関が参加するネットワークの構築が必要となっています。

○ 女性の起業の支援

令和3(2021)年6月に「G-NETしが女性の起業応援センター」を開設し、起業の知識習

得のためのセミナーやコワーキングスペースの運営、起業家同士の交流会やポータルサイトによる情報発信などにより、起業に至る一連のプロセスを、関係機関・団体等と連携しながらトータルにサポートしています。本県の起業者に占める女性の割合は19%(約8,800人)で、全国23位となっています。

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の確保を図ってきました。

主な事業の内容は以下のとおりです。

○ 一般競争入札の参加条件の設定

県内中小企業者の官公需の受注機会は増加傾向にあります。さらに、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ところです。

○ 滋賀県新商品等パイオニア認定制度

平成16(2004)年11月に地方自治法施行令の一部が改正され、「新商品の生産により新たな事業分野の開拓を図る者」として知事の認定を受けたベンチャー・中小企業等が、新商品として生産する物品については、一定の手続きのもと、随意契約ができるとの規定が追加されました。

県では平成17(2005)年に、「滋賀県新商品生産による新事業分野開拓者認定制度(滋賀県新商品パイオニア認定制度)」を創設し、平成25(2013)年度以降では令和3(2021)年度までに合計23件の認定を行いました。令和4(2022)年度からは、「滋賀県新商品等パイオニア認定商品トライアル支援事業補助金」により、認定を受けた新商品等の販路開拓および新商品等市場化に対する経費の一部を補助し、中小企業の積極的な新商品開発および本制度への参加を促しています。

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)

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、商店街のにぎわい創出、「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ました。

今後は、立地企業への継続的なフォローやサポートが必要です。また、各産業分野において、デジタル化やSDGsへの対応、担い手の確保や魅力向上など、業界のニーズや実態に即した取組が求められます。

① 企業立地

平成27(2015)年度から「Made in SHIGA」企業立地助成金により成長産業の本社や、マザー工場、研究開発施設等の県内立地および増設を促進しました。令和2(2020)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ました。

主な事業の内容は以下のとおりです。

○ 「Made in SHIGA」企業立地助成金

平成27(2015)年度から平成30(2018)年度までの4年間、本県の産業集積や大学の知の集積を生かして、今後の滋賀県経済を牽引する成長産業分野の企業の誘致を戦略的に行うとともに、既存の県内企業の定着や再投資を促進するため、企業立地助成金制度を創設しました。助成対象として指定した、成長産業の本社、マザー工場、研究開発施設等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ました。(うち中小企業 12 社)

○ 企業立地促進応援パッケージ事業

令和2(2020)年度より、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補助等により、県内への新規立地や再投資等を促進しています。本事業の体制は以下のとおりです。

- ・企業立地サポートセンター(サポート相談員等が企業訪問を行い、操業環境の課題やニーズの把握、各種優遇施策の活用を案内)
- ・企業立地サポートチーム(事業用地に関する課題等に対し庁内関係課で検討)
- ・滋賀県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(相談件数:中小企業33件【令和3(2021)年度末】)や企業立地サポートチーム、滋賀県企業立地促進補助金(全体計画承認:中小企業14社【令和3(2021)年度末】)の活用により、企業の円滑な操業を支援しました。

② 地場産業

平成 28(2016)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ました。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ました。

主な事業の内容は以下のとおりです。

○ 地場産業事業者販路開拓応援支援事業

地場産業事業者・伝統的工艺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ました。

令和元(2019)～3(2021)年度で6者が参加(継続参加企業含む)、展示会での商談件数 86 件(令和2(2020)年度)でした。令和3(2021)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りました。

○ 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ました。

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ます。最近で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ますが、渡航ができない場合は現地代理人やジェットロ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ます。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ます。

③ 商店街振興

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創出、空き店舗対策等の取組を進めてきました。

主な事業の内容は以下のとおりです。

○ 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しました。令和元(2019)年度から令和3(2021)年度まで 19 件の事業実施がありました。

○ 商店街等空き店舗活用マッチング支援事業

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しました。平成25(2013)年度から令和元(2019)年度までの間に「AKINAI しが」に登録された物件で 24 件の契約が成立しました。

④ 観光振興

多様な主体と連携した観光キャンペーンやビワイチなどの観光推進等に取り組んできました。令和2(2020)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」を共通コンセプトとした体験・体感型ツーリズムの推進など新たな取組を開始しています。

また、平成 29(2017)年度に開設した首都圏情報発信拠点「ここ滋賀」では、近江の地酒や特産品、工芸品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観光客の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ました。

主な事業の内容は以下のとおりです。

○ 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)を実施しました。平成 29(2017)年度は「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」、平成 30(2018)年度は「虹色の旅へ。滋賀・びわ湖」、令和元(2019)年度から2

(2020)年度は「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」、令和3(2021)年度は「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」を実施しました。

延べ観光入込客数は、平成29(2017)年の5,248万人から令和元(2019)年5,404万人、令和3(2021)年は3,692万人(速報値)となりました。観光消費額は、平成29(2017)年が1,793億円、令和元(2019)年が2,035億円、令和3(2021)年が1,170億円(速報値)となりました。延べ宿泊客数は、平成29(2017)年が387万人、令和元(2019)年が408万人、令和3(2021)年が257万人(速報値)となりました。

○ ビワイチの推進

ビワイチ、ビワイチ・プラスに係る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しています。令和元(2019)年11月に「ビワイチ」がナショナルサイクルルートに指定され、令和4(2022)年4月1日にビワイチ推進条例を施行しました。

琵琶湖一周サイクリング体験者数は推計値で平成27(2015)年は52千人、令和3(2021)年は84千人でした。経済波及効果は平成27(2015)年が約6億円、令和3(2021)年が約8.7億円でした。

○ 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りました。来館者数は令和3(2021)年度が約252千人、経済効果として5.88億円となりました。

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)

施策を効果的に実施するため、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ました。令和2(2020)年度からは、新型コロナウイルス感染症への対応として、商工団体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しています。今後も引き続き、分野を横断した連携の拡大等を促進する必要があります。

主な取組の内容は以下のとおりです。

○ 商工会、商工会議所との連携

県では、商工会・商工会議所が行う経営改善普及事業に対する補助や、商工会・商工会議所における企業のデジタル化支援等を充実することで、事業者の多様な経営課題に対する支援体制を充実させてきました。また、中小企業活性化推進基金等を活用し、商工会・商工会議所に対する事務補助員の臨時的設置や経営指導員の人材育成を図ることにより、体制強化を進めてきたところです。

○ 中小企業団体中央会との連携

小規模事業者で構成される事業協同組合への対応として、中小企業団体中央会による、各

種補助金の活用支援やECサイトの運営、サイトを活用した地場産品等の販路開拓・消費喚起イベントなどを開催し、組合の活動を通して、地域経済の活性化を支援してきました。

○ 公益財団法人滋賀県産業支援プラザとの連携

「中小企業新事業活動促進法」に基づく産業振興の中核的支援機関、「中小企業支援法」に基づく県中小企業支援センターである滋賀県産業支援プラザへの補助・委託等を通じて、県内中小企業・小規模事業者に対して、経営革新、新技術の開発、起業・創業、販路拡大等について、総合的かつ一体的な支援に努めてきました。

○ 滋賀発成長産業の発掘・育成に関する連携

11 機関(滋賀県、滋賀大学、滋賀医科大学、滋賀県立大学、長浜バイオ大学、立命館大学、龍谷大学、滋賀銀行、関西みらい銀行、滋賀県産業支援プラザおよびりバネス)により、平成29(2017)年に「滋賀発成長産業の発掘・育成に関する連携協定」を締結し、各々有する知的資源および経営資源を有効に活用し、相互に連携して協働することにより、本県の強みを活かした滋賀発成長産業の発掘・育成を図ってきました。

○ 海外展開支援等に関する協定締結

株式会社滋賀銀行(平成26(2014)年3月)、東京海上日動火災保険株式会社(平成29(2017)年11月)、三井住友海上火災保険株式会社(平成30(2018)年5月)等と協定を締結し、合同セミナー等を通じて海外展開支援等に取り組んできました。

○ 県産品の販売促進にかかる協定締結(近鉄百貨店)(令和2(2020)年2月)

県と近鉄百貨店が有する情報、ネットワーク、ノウハウなどの経営資源を有効に活用し、相互に連携して取組を進めることにより、滋賀県の産業の振興発展および地域の活性化を図っています。令和3(2021)年度には、草津百貨店で「滋賀フェア」を開催し、県内事業者に活動の場を提供するとともに、消費者に滋賀のいいものを紹介しました。

○ 就職支援、働き方改革推進等にかかる協定締結や連携

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ました。また、滋賀労働局とともに、株式会社滋賀銀行、県内3信用金庫、滋賀県社会保険労務士会とそれぞれ連携協定を締結し、働き方改革を推進してきました。

○ 外国人材の受入れに関する覚書締結(経済産業協会、ハノイ工科大学)

県内事業者におけるベトナム人材の受入れを促進するため、滋賀県、一般社団法人滋賀経済産業協会およびハノイ工科大学の三者で覚書を締結し、採用・就職支援、学生サポートを連携して進めています。(令和3(2021)年11月)

○ 起業・創業等の取組にかかる協定締結(株式会社CAMPFIRE・アインズ株式会社)(令和3(2021)年2月)

県と株式会社CAMPFIREおよびアインズ株式会社は、クラウドファンディングの一層の活用を促進するため連携を強化し、社会的課題解決型ビジネスの推進、本県経済の発展および地域の活性化を図るため産業振興等に関する協定を締結しました。滋賀に特化したポータルサイト「びわこ×クラウドファンディング」により、県内事業者のクラウドファンディングの支援を行っています。

○ 事業承継の促進にかかる協定締結(県内3信用金庫)(令和3(2021)年11月)

県が設置している事業承継推進員との連携を図り、事業承継案件の発掘に努めています。また、令和3(2021)年度は、事業承継個別相談会を計4回、共催して実施しました。

○ ちいさな企業応援月間

平成26(2014)年度から10月を「滋賀のちいさな企業応援月間」として定め、経済団体、支援機関、金融機関、行政、大学等の関係者が連携し一体となって、ちいさな企業が担う役割や魅力を積極的に情報発信するとともに、ちいさな企業に対する施策の周知および活用を促進しています。また、支援ネットワークの形成に努めてきたところです。

(2) まとめ

条例が定める施策の基本に沿って上記のとおり多様な事業を実施してきましたが、どの分野においても一定の成果が挙がっており、県内中小企業の活性化に寄与してきたと考えています。しかし、中小企業支援全体について分野を問わず、以下のような課題も明らかとなってきています。

- 生産年齢人口の減少へ対応していくための支援が必要
- 小規模事業者に対する伴走支援の強化が必要
- 支援ニーズの多様化・専門化に伴い、各支援機関の連携の重要性が増大
- 支援施策について、より効果的な情報発信が必要
- デジタル化・DX・データドリブン、脱炭素・CO₂ネットゼロ、危機管理といった新たな課題に対応していくための支援が必要

また、中小企業活性化施策の策定にあたっては、近年、事業の成果を客観的に評価するための指標として可能な限りアウトカム目標を導入するなど工夫していますが、事業によって目標設定にばらつきがあるほか、A 評価となる事業が非常に多い等の指摘もあることから、今後は、事業の成果測定をより正確に行うため、適切な目標設定となるよう留意する必要があります。

今年度実施している「職員による企業訪問」や「商工団体会員アンケート調査」、「中小企業等実態調査」の結果を踏まえ、中小企業のニーズや実態に沿った形で、今後の施策の在り方や新たな事業の検討を進めていく必要があります。

4 今後の取組展開

(1) 目指す姿・基本的な考え方

条例は中小企業が、人口減少社会への移行や就業構造の変化、様々な経営課題が複合的に生じている厳しい経済や社会環境の中にあっても、未来に向け果敢に事業活動を展開し、強みや可能性を伸ばしながら様々な課題を乗り越え、地域で生き生きと活躍することを目指しています。

中小企業の活躍を支援していくためには、滋賀の産業を担う「ひとづくり」の推進等を重視しながら、新たな経営課題への対応や産業分野別・企業規模別の取組について検討し、施策をより効果的に実施するための工夫を講じる必要があります。

(2) 重視する施策の方向性

毎年度策定する中小企業活性化施策については、中小企業の声やデータに基づいて施策を検討し、より効果的な目標設定に留意していきます。

今後、中長期的には、以下の施策を重視して取り組むこととします。

○滋賀の産業を担う「ひとづくり」の推進

○中小企業の更なる成長を目指す新たなチャレンジ(変化への挑戦)への支援

○社会的課題解決に取り組み、地域に貢献する事業活動の促進と起業家の育成
施策全体としては、以下の19項目に取り組むこととします。

① イノベーション創出・研究開発

「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し、県内をフィールドにした、近未来技術等の社会実装や事業化に向けた取組を推進し、実証実験のフィールド滋賀として、中小企業が積極的に新産業にチャレンジできる環境を整えることとします。

<参考：国の動向>

経済産業省では、平成 18(2006)年度から中小企業・小規模事業者が大学や公設試験研究機関等と連携して研究開発や試作品開発等の取組を支援するサポイン(戦略的基盤技術高度化支援事業)を実施し、令和4(2022)年度よりサビサポ事業(商業・サービス競争力強化連携支援事業)と統合し、Go-Tech 事業(成長型中小企業等研究開発支援事業)を実施しています。

② 新商品等開発支援

製造業・非製造業を問わず、重点的に取り組もうとしていること、支援を求めたいこととして「新商品・新製品の開発」が上位となっています。また、本県は比較的製造業の企業が多く、下請け業務を中心とする中小企業者(製造業)において、外部要因の影響を受けやすい下請けからの脱却を望む声があり、新製品の開発により自社ブランドの確立を目指す事業者が多く存在しています。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症や原材料価格高騰等の影響により、新技術開発・製品開発や設備投資に対する投資が困難な状況にあります。

そこで、企業の技術開発等に対して資金的な支援および技術的な支援を行う必要があります。ま

た、補助金の交付を受けて新商品を開発した後、更にその商品の改良を続けたい、あるいは、事業規模を拡大してその新商品を展開したいという事業者の声に応える施策を検討していきます。

<参考：国の動向>

平成 11(1999)年より中小企業等経営強化法に基づき中小企業者の新商品の開発や新サービスの提供等の新たな事業活動を行うための経営革新計画の承認、計画の実現に向けての事業者の取組を支援しています。令和 3(2021)年 8 月には産業競争力強化法等の一部が改正されたことに伴い、経営革新計画の対象となる事業者の範囲が拡大しました。経営革新計画の承認を受けることで金融機関からの融資やものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金等において優遇措置を受けられます。

また、サポイン(戦略的基盤技術高度化支援事業)や、令和4(2022)年度からはサビサポ事業(商業・サービス競争力強化連携支援事業)と統合し、Go-Tech 事業(成長型中小企業等研究開発支援事業)を実施しています。

③ 海外展開支援

「令和2年度海外展開実態調査」において、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ります。

こうしたことから、海外展開に取り組む事業者が、海外市場における販路開拓や拠点進出を円滑に実施できる環境を整備するため、ジェトロ滋賀事務所と連携し、海外ビジネスに関する情報提供、ハンズオン支援、ビジネスマッチング、補助金等の総合支援に取り組めます。

④ 起業・スタートアップ創出

本県の開業率は全国平均を下回る水準となっていますが、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)は増加しています。それら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ます。また、女性の起業に関して、起業への意欲はあるものの家事や育児などの時間制約もあり一步を踏み出せないという方も多くなっています。一方で、研究開発型のスタートアップに関しては、事業化に向けてハンズオンによる支援を加速させていく必要があります。

そこで、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えていく必要があります。兼業、副業も含め起業する女性が増え、経済的自立と併せ地域、経済が活性化している状態を目指すとともに、滋賀発成長産業発掘・育成と、これらの成長を支える取り組みが自立・継続的に行われることで研究開発型メガベンチャーを生み出し、滋賀県で循環していくエコシステムの構築を目指します。

<参考：国の動向>

・これまでも、創業期のベンチャー企業に対して個人投資家が投資を行った場合、譲渡等により利益、損失が発生した場合に課税の特例を受けるエンジェル税制による支援や、必要な費用に対する各種補助金に支援を行ってきたところです。

- ・今年度には、「成長と分配」の好循環を目指す「新しい資本主義」の実行計画案を発表しました。起業を支援するための「スタートアップ育成5か年計画」を今年末に策定予定です。本計画では、5年間で10倍増の創業を視野に入れた取組を行うとしています。
- ・具体的には、国内VCの育成と海外の投資家、VCからの投資呼び込みを行うほか、創業時に経営者による個人保証を必要としない新たな信用保証制度の創設の検討、金融機関が個人保証を求めない創業融資の促進措置を講じる等のスタートアップ支援を行う予定です。
- ・令和4(2022)年6月に決定された「女性版骨太の方針2022」では「女性の経済的自立」を新しい資本主義の中核と位置づけ、女性が直面する課題を一つ一つ解決し女性が経済的に自立して生きられる社会を実現する必要があるとし、その対応の一つに「女性デジタル人材の育成」を掲げています。また、第5次男女共同参画計画の成果目標として「起業家に占める女性の割合:30%以上」を定めています。
- ・内閣府はスタートアップ・エコシステム拠点都市の形成に向けてスタートアップ・エコシステム拠点都市の計画を立て、関西では「大阪・京都・ひょうご神戸コンソーシアム」により、三都市の強みを融合し大学・研究機関・企業が連携することでスタートアップの新技术・新サービスの機会創出を実施しているところです。また、令和4(2022)年を「スタートアップ創出元年」と宣言し、スタートアップの創出・育成に向け取り組む考えを示しています。

⑤ ひとづくり

少子高齢化による生産年齢人口の減少に伴い、企業の慢性的な人材不足が続いています。また、就労観や就労ニーズの多様化が進んでいることから、企業にとって一律的に対応することは難しくなっており、新卒一括採用や年功序列制度の変化、転職市場の活発化、ジョブ型雇用への対応など、雇用慣習も大きく変わってきており、企業にとって人材確保が困難になってきています。

こうした中で、人生100年時代を見据え、多様な働き方を実現し、誰もが学び、成長し、活躍する社会を目指して、滋賀の産業を「ひとづくり」の視点から事業を推進し、企業の経営基盤の強化を人材という側面から支援します。また、その支援の効果が、労働者や求職者等自身の成長や活躍につながり、併せて個々の特性の応じた全員参加型社会の実現に向けた取組を進めます。

高校生については、キャリア教育の中で、自己の理解や働くことの意義の理解、社会人の講演により自己の在り方や生き方を見つめなおす機会を推進します。併せてチャレンジ精神や起業の意識を高めるため、アントレプレナーシップ教育の取組も進めます。また、大学や地元企業等と連携・活用し、商品開発、調査研究、最先端の機器等を使用したものづくり等に取り組むことを通し、生徒が高度な知識・技能を身に付ける機会を設け、滋賀の産業を支える職業人の育成を行います。

また、産業の高度化を支える人材として、専門性と実践性を兼ね備えた人材ニーズが高まっており、高等専門学校を設置による人材育成に取り組めます。

<参考:国の動向>

- ・国の経済財政運営と改革の基本方針2022において、「新しい資本主義に向けた改革」として、「人への投資と配分」が掲げられています。
- ・「総合知」による社会全体の再設計+Society5.0を担う人材の育成として、「第6期科学技術・イノベーション基本計画」「2040年に向けた高等教育のグランドデザイン」「AI戦略2021」

をはじめとした様々な計画・指針が整備され、これらを重要課題として取り組んでいます。

⑥ 事業承継

最新データでは、本県の廃業率は全国平均の水準となっており、事業者から能動的な相談がされにくく、また、ニーズがあっても何から着手してよいかわからない、専門知識が不足している、余力がない、といった声があります。また、新型コロナウイルス感染症に伴う資金繰り支援等により、事業承継に着手する事業者が一時的に減少傾向にあります。

そのため、事業者に近い存在である金融機関や商工団体等による案件の掘起し等の活発化を図る必要があります。これにより、事業承継を必要とする事業者が円滑な承継を行うことができる環境を整備していきます。

<参考：国の動向>

- ・国では、平成 27(2015)年3月に「事業引継ぎガイドライン」を策定し、各都道府県に事業承継・引継ぎ支援センターを設置。後継者不在の中小企業の事業を M&A により第三者に引き継ぐケースが増加していることから、令和2(2020)年3月には「中小 M&A ガイドライン」を策定し、事業承継・引継ぎ支援センターにおいては、専門家や仲介者によるマッチング支援等を行っています。
- ・また、M&A の効果を最大化するため、譲受側企業に向けた「中小 PMI ガイドライン」を令和4(2022)年3月に策定しています。

⑦ 資金繰り支援

令和2(2020)年度、実質無利子無担保融資である「新型コロナウイルス感染症対応資金」を創設したことにより、新規融資額が急増しました。利子補給期間が当初3年間であることから、元金の据置期間を3年としている事業者が多く、令和5(2023)年度には利子補給の終了と元金返済の開始が重なることとなり、原油価格・物価高騰等の影響も相まって、事業者の資金繰りが急速に悪化する恐れがあります。

このため、新型コロナウイルス感染症や経済等の状況を見極めながら、県の目指すべき施策の方向や中小企業者等のニーズに応じて、制度の見直しを行う必要があります。

そこで、中小企業者に対し円滑に資金供給できる制度として、新型コロナウイルス感染症対応資金にかかる返済対応やグリーン・デジタル社会に対応するための資金供給を構築します。

<参考：国の動向>

令和2(2020)年度に国は緊急経済対策において、自治体の制度融資を活用し、民間金融機関でも実質無利子・無担保の融資を受けることができる制度の創設を決定し、都道府県等が「新型コロナウイルス感染症対応資金」を創設しました。

令和3(2021)年度からは、「伴走支援型特別保証制度」を定め、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた中小企業者の資金繰り円滑化を図るとともに、金融機関が当該中小企業者に対して継続的な伴走型での支援を実施しています。

⑧ 官公需

中小企業者の官公需受注の更なる増大のため、官公需の受注機会が拡大するような県内中小企業等の新商品開発や販路拡大へ向けた更なる支援が必要となります。

また、「滋賀県が締結する契約に関する条例」の基本理念として「地域経済の活性化への配慮がなされること」と定めており、これを受けて「滋賀県の契約に関する取組方針」で「県内事業者の受注機会の増大」を掲げていることを踏まえ、県の契約に当たっては、中小企業を含む県内事業者への優先発注に努めるなど、県内事業者の受注機会の増大を図ることとしています。

<参考：国の動向>

毎年度、官公需についての中小企業者の受注の確保に関する法律(官公需法)に基づき、中小企業者に関する国等の契約の基本方針を策定しています。また、国等の契約実績の公表や事例紹介等を行っています。

⑨ DX支援

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ますが、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ます。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ります。一方で、人材の確保が難しく、専門的な人材を必要とする管理の負荷の低減が重要です。

そこで、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が増えるよう、デジタルツールを利活用してDXを実施する事業者を支援し、生産効率の向上や新たな価値を創造する取組を促進します。

<参考：国の動向>

自治体、金融機関、学識者、関係団体との連携により、地域において新たにデジタル化、DX化を伴うビジネスが創発されるような環境整備を行うとともに、モデル性、波及性の高いプロジェクトを支援し、デジタル技術の活用に係る成功事例を横展開することで地域産業の高付加価値化を推進しています。

⑩ CO2 ネットゼロ事業活動支援

中小企業等の脱炭素化にあたっては、単独での取組に限界があり、経済界等を巻き込み、取組を加速化させる必要があります。また、事業者から能動的な相談がされにくく、ニーズがあっても何から着手してよいかわからない、専門知識が不足している、余力がない、といった声があります。

このようなことから、企業が取り組むそれぞれの段階に応じて適切な支援を行うことで、次のステップに誘導し、最終的には削減に向けた「アクション」につなげる、一連の施策を展開することが必要です。企業がそれぞれの段階でどのような支援を求めているのか、把握した「生の声」を意識して、企業のニーズに対応した具体的な支援を行います。こうした取組により、企業における省エネ・再エネ導入が進むことで、温室効果ガスの排出が抑制されるとともに、企業価値の向上につながることを目指します。

<参考：国の動向>

- ・地球温暖化対策推進法の一部改正法が、令和3(2021)年5月26日に成立し、令和32(2050)年までのカーボンニュートラルの実現が明記され、脱炭素に向けた取組・投資やイノベーションを加速させるとともに、地域の再生可能エネルギーを活用した脱炭素化の取組や企業の脱炭素経営の促進が図られました。
- ・令和3(2021)年6月9日に「地域脱炭素ロードマップ」が決定し、地域課題を解決し、地方創生に資する脱炭素に国全体で取り組み、更に世界へと広げるために、特に令和12(2030)年までに集中して行う取組・施策を中心に、地域の成長戦略ともなる地域脱炭素の行程と具体策が示されました。

① 危機管理・BCP

大規模自然災害、新型コロナウイルス感染症の影響等、事業継続に影響を及ぼす危機に対し、中小企業の事業継続計画(BCP)策定は、人的労力確保が困難である等のため、大企業に比べて進んでいません。

また、中小企業における特許の出願件数および出願企業数はともに増加傾向にあり、中小企業においても特許の裾野が広がっていますが、類似品の抑制失敗等、知的財産をめぐるトラブルも生じています。

さらに、中小企業の中には先端技術を保有している企業もあり、その取引先の多くも県内の事業者であることから、ひとたび事業者がサイバー犯罪の被害が発生すると多大な悪影響を及ぼします。近年、企業を狙ったサイバー攻撃がますます巧妙化し、相談受理件数も増加している一方で、中小企業のサイバーセキュリティ対策は、未だ十分な対策を講じているとはいえない状況です。

これらの危機に対し、中小企業が人的・時間的資源を充てるのは難しく、また、各支援機関や各市町の個々のみでは、対応できる専門的な支援内容や情報提供・情報共有に限界があります。

そのため、中小企業の危機管理力・対応力の向上について、県全体で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」とすることを目指します。

中小企業の危機管理力・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ります。

<参考：国の動向>

- ・中小企業が策定する防災・減災対策に関する取組をまとめた「事業継続力強化計画」を国が認定する制度が令和元(2019)年7月に創設されています。認定を受けた中小企業は、金融支援や税制支援等、様々な支援策が受けられます。
- ・国においても、「知的財産推進計画 2022」を策定し、知的財産支援に向けた取組が進められています。
- ・国においては、サイバーセキュリティ基本法に基づき、令和3(2021)年9月にサイバーセキュリティ戦略(令和3年9月28日閣議決定)が策定され、サイバー空間における中小企業の課題に対処するための対策に取り組んでいます。また、令和4(2022)年5月、経済施策を一体的に講ずるこ

とによる安全保障の確保の推進に関する法律(経済安全保障推進法)が成立するなど、経済安全保障に向けた政府の取組みが進められているところ、全国警察としては政策の実効性を確保する観点から、技術流出事案の情報収集・分析と取締りを強化するほか、解明した技術流出の手口等を情報提供するアウトリーチ活動を推進しています。中小企業においても先端技術を数多く有しており、これら技術の流出は、我が国の国益を害するおそれがあることから、その防止に向けた取組みは、極めて重要な課題です。

⑫ 製造業振興

製造業における従業員あたりの研究者数は企業の規模が小さいほど研究者の割合が少なく、人材面において中小企業単独で研究開発を進めることが困難なため、大学や工業技術センター等と連携して技術的な支援を行う必要があります。

新型コロナウイルス感染症や原材料価格高騰等の影響により、新技術開発・製品開発や設備投資に対する投資が困難な状況にあります。また、県内への新規立地や再投資等を促進するためには、現在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う必要があります。

そこで、企業の技術開発に対して資金的な支援および技術的な支援を行うことにより、県内製造業の技術力向上を推進する必要があります。今後も引き続き、工業技術センターによる技術相談・共同研究・設備利用等によるハード・ソフト両面からの技術的な支援を行うとともに、「企業立地促進応援パッケージ事業」により、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します。

<参考:国の動向>

- ・経済産業省は平成 18(2006)年度から中小企業・小規模事業者が大学や公設試験研究機関等と連携して研究開発や試作品開発等の取組を支援するサポイン(戦略的基盤技術高度化支援事業)を実施し、令和4(2022)年度よりサビサポ事業(商業・サービス競争力強化連携支援事業)と統合し、Go-Tech 事業(成長型中小企業等研究開発支援事業)を実施しています。
- ・関西広域連合内における公設試験研究機関の機器利用料金割増を平成 24(2012)年度から解消し、域内企業における利便性向上を図っています。

⑬ 地場産業振興

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います。また、海外展開を含む様々な方法で需要拡大に取り組んでいますが、令和2(2020)年の新型コロナウイルスの影響により、展示会の中止や海外渡航の禁止、物流の停滞などに左右されています。

今後は、地場産業の需要拡大に向けて、デジタル化への支援を含む海外展開に積極的に取り組めるよう、他機関とも連携して環境整備を行う必要があります。

そこで、令和3(2021)年に策定した基本指針をもとに、デジタル化やSDGsを意識した施策を実施していきます。具体的には、オンライン展示会の開催、現地代理人やジェトロ等との連携による海外出展、SNSの発信やECサイトでの販売等の取組を更に進める必要があります。

<参考:国の動向>

国では、令和4(2022)年5月に「2030年に向けた繊維産業の展望(繊維ビジョン)」を策定しました。この中で、海外展開による新たな市場獲得のためには、「海外展開に向けた体制構築」「海外展開支援ツールによる後押し」「サステナビリティ・EPA等の普及・啓発」が必要とされており、越境ECを含めて海外展開する際の販路拡大、ブランディング等の取組みを支援することが挙げられています。

⑭ 商店街(商業・サービス業)振興

小規模の小売業・卸売業については、減少の傾向にありましたが、近年は歯止めもかかっています。しかし、商店街においては、全体的に「個々の商店の後継者不足」や「商店街組織の高齢化による活力低下」が大きな課題となっています。

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更なる支援が重要です。

そこで、商店街振興組合・商工会・商工会議所等が行う商店街活性化計画の策定、商店街の経営基盤の強化、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、空き店舗対策等の取組に対し補助を行うことにより、商店街等のにぎわいの創出を支援します。

<参考:国の動向>

平成24(2012)年に策定された地域商店街活性化法により、商店街振興組合等による、地域住民に役立ち、地域の魅力を発信する事業計画に対し、経済産業省が認定を行っています。認定を受けた事業者に対しては、実施事業に対する補助、中小企業信用保険法の特例等の支援措置が講じられます。併せて、令和2(2020)年10月のGo To商店街事業等により、商店街の活性化のための取組に対し、様々な補助が行われています。

⑮ 観光振興

令和2(2020)年に新型コロナウイルスの影響により、観光入込客数等は大きく減少し、令和3(2021)年においても、令和元(2019)年の水準へ回復にいたっていません。また、社会環境や人々の価値観等の変化を受けた観光ニーズへ対応していくこと等も課題となっています。

今後は、コロナ禍を経た新たな時代に対応する滋賀らしいツーリズムである「シガリズム」の提供を通じて、コロナ禍からの着実な回復を図るとともに、より良い地域社会が実現し、持続可能な観光を推進する滋賀県を目指していきます。

このため、基本方針を『シガリズム』を共通コンセプトとした観光の推進とし、5つの柱(「新型コロナウイルス感染症からの着実な回復」、「魅力向上と創出」、「受入環境整備」、「魅力の発信」および「推進体制強化」)に基づき観光振興に取り組みます。また、重点的に取り組む6つの分野(「体験・交流型観光」、「ピワイチ、ピワイチ・プラス」、「教育旅行」、「コンベンション、イベント等」、「訪日外国人旅行(インバウンド)」および「物産」)を設定し、具体的な事業を展開します。

<参考:国の動向>

経済財政運営と改革の基本方針 2022(令和4年6月7日)より抜粋

(観光立国の復活)

国内交流需要喚起のため、感染状況等を踏まえて引き続き注意深く検討を行い、旅行者等の安全を確保した上で、国内需要喚起策を実施し、観光・交通事業者と連携して平日の旅行促進等を推進する。新たな交流市場を開拓しつつ、宿泊施設改修やデジタル実装等、観光地・観光産業の再生・高付加価値化について、基金化などの計画的・継続的な支援策が可能となるよう制度を拡充するとともに、法整備も視野に強力に推進し、また、持続可能な観光に向けた取組を進める。国際交通を支える航空・空港関連企業の経営基盤強化を図りつつ、インバウンドの戦略的回復に取り組む。消費額増加や地方誘客促進のほか観光外交の推進のため、きめ細かなプロモーションを実施し、CIQ等の受入環境の整備や水際対策、外国人観光客の民間医療保険への加入促進を進めつつ、サステナブルツーリズムやアドベンチャーツーリズム、新たな観光コンテンツの創出、国立公園等の滞在環境上質化、高付加価値旅行者の誘客、クルーズの再興と世界に誇るクルーズの拠点形成、カジノ規制の実施を含めたIR整備等を強力に推進する。

⑩ 建設産業の振興

県内の建設産業就業者数が、減少傾向にあることが課題です。

今後は、建設産業従事者にやりがいをもって働いていただくとともに、若者等の入職者拡大による建設産業全体の活性化を推進することが必要です。

そこで、建設産業の魅力発信やイメージアップを図るため、滋賀けんせつみらいフェスタや、小中高校での出前授業、現場見学会等を行い、若い世代の建設産業へ理解を深めていきます。

<参考：国の動向>

建設産業における週休2日制の導入や賃金水準の引き上げなど働き方改革のための施策が推進されています。

⑪ 農商工連携・6次産業化

第一次産業、第二次産業、第三次産業の枠に捉われない取組を行っている事業者が増えていますが、「販路を拡大したいが、マンパワーが足りず生産量を増やせない」、「有機栽培の原料を仕入れており、仕入れ先となる農業者との連携を増やしたい」といった声があります。

今後は、各事業者にマッチする支援策の情報を届けられる環境を整備していくことが必要です。そこで、例えば、発酵産業は第一次産業、第二次産業および第三次産業それぞれに深く関わっているので、どの事業者に対しても不都合なく活用いただける補助金による支援を行うとともに、農林水産業者等にも情報が伝わるよう関係部局と連携して周知を行っていきます。

また、地域資源を活用し、新たな事業等を創出する、6次産業化を含む農山漁村発イノベーションの取組を推進します。

<参考：国の動向>

農林漁業者と食品産業等の商工業者の連携による新事業の展開を支援するため、「農商工等連携促進法」が平成 20(2008)年に成立しました。農林水産省と経済産業省が協力して、農商工連携による新商品開発や販路の開拓等について支援を行っています。

⑱ 小規模事業者の支援

小規模事業者は中小企業のうち90%近くを占めており、地域経済・雇用を支える重要な役割を果たすとともに、地域に根差してコミュニティの維持などの面でも貢献しています。一方で、生産年齢人口の減少により、小規模事業者は事業承継の課題や深刻な人材不足に直面し、成長の大きな阻害要因となっています。

そのため、小規模事業者の持続的な発展に向けて、商工会・商工会議所をはじめ、公益財団法人滋賀県産業支援プラザや金融機関、大企業や中堅企業等が連携し、小規模事業者の活力が最大限に発揮されるよう、成長発展、事業継続を図る必要があります。今後も、DX活用支援や新商品開発に対する支援等を通じて、小規模事業者の成長を促進します。

<参考：国の動向>

平成26(2014)年に小規模企業基本法が成立し、小規模事業者の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、小規模企業振興基本計画が定められています。また、商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律を改正し、小規模事業者の経営分析や事業計画の策定、新たな販路開拓支援を位置づけ、経営発達支援計画を策定することとしています。

(3) 施策を効果的に推進するための工夫

ア 中小企業活性化施策の推進

これまで中小企業活性化審議会や関係団体、中小企業等からの意見を踏まえ、毎年度、中小企業活性化施策実施計画を策定し、その成果を検証した上で、次の施策に反映していくPDCAサイクルにより着実な施策の推進に努めてきたところです。また、各施策について、可能な限りアウトカム目標を設定しているところです。

今後は、より一層、中小企業の声やデータに基づいて施策を検討するとともに、各事業について更に効果的な目標設定を行い、その評価を適切に測る手法を検討していく必要があります。中小企業活性化施策実施計画の策定は年1回ですが、経済情勢は日々変化しています。目まぐるしく変化する中小企業の支援ニーズを即時に把握し、タイムリーな支援施策を打ち出す工夫も求められています。

また、中小企業活性化推進本部のより効果的な活用や部局間連携についても見直しを行い、施策の効果を高めるよう努める必要があります。

イ 各支援機関の連携強化

多様な支援ニーズにきめ細かく対応していくために、市町、大企業、金融機関、大学等研究機関、中小企業団体等の支援機関の連携を強化し、複数施策の統合や相乗効果を図ることが求められています。

事業者の経営改善のためには、商工会・商工会議所が行う経営改善普及事業や、金融機関をはじめとする関係機関とも連携して取り組むとともに、公益財団法人滋賀県産業支援プラザを中核に産学官金連携を更に推進するため、情報共有等を強化する必要があります。

滋賀県における地域経済の発展に向けて、経済団体と行政との相互の連携を密にするため開催している滋賀経済団体連合会と行政との連絡調整会議においては、課題として、一方的な情報提供にとどまらず、双方向の意見交換により実のある会議にしていく必要があります。事業者のニーズに沿った施策を立案・実施するために、経済団体と行政との相互の連携を密にし、有意義な会議とするために、議論すべき議題があれば、必要に応じて会議を開催する必要があります。

ウ 小規模事業者への支援情報発信強化

支援施策の情報が、必要としている事業者にタイムリーに届くとともに、事業者が、知りたい情報を簡単に入手できる環境を整備することを目指します。

デジタル情報発信ツールの広範性・即時性を活かし、ホームページ等によるタイムリーでわかりやすい情報発信・広報周知を推進する必要があります。ただし、受け手の属性に配慮し、紙媒体情報発信ツール等も有効活用する必要があります。

(4) まとめ

条例に基づき、未来に向け果敢に事業活動を展開し、強みや可能性を伸ばしながら様々な課題を乗り越え、地域で生き生きと活躍する中小企業の姿を目指し、滋賀の産業を担う「ひとづくり」の推進、中小企業の更なる成長を目指す新たなチャレンジ(変化への挑戦)への支援、社会的課題解決に取り組み地域に貢献する事業活動の促進と起業家の育成を重視して、中小企業活性化施策を実施することとします。

5 関係資料

(1) 各種データ

「滋賀県の商工業」(商工政策課)

「景況調査」(商工政策課)

中小企業アンケート調査(中小企業支援課)

滋賀県中小企業等実態調査(中小企業支援課)

(2) 県関連計画等

滋賀県産業振興ビジョン2030(商工政策課)

滋賀県CO₂ネットゼロ社会づくり推進計画(CO₂ネットゼロ推進課)

DX推進戦略(DX推進課)

しが職業能力開発推進プラン

シガリズム観光振興ビジョン(観光振興局)

(3) 国の動向

2022年版中小企業白書・小規模企業白書(中小企業庁)

中小企業伴走支援モデルの再構築について(伴走支援の在り方検討会)