

滋 中 審 第 1 号

令和 5 年 (2023 年) 3 月 24 日

滋賀県知事 三日月 大造 様

滋賀県中小企業活性化審議会

会 長 北村 嘉英

中小企業活性化施策の総括・検証等について (答申)

令和 4 年 (2022 年) 3 月 25 日付け滋中第 238 号で諮問のありました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、別添のとおり審議の結果をとりまとめましたので、答申します。

つきましては、この答申を滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例の改正および滋賀県中小企業活性化施策実施計画にできる限り反映し、中小企業の活性化のための施策を総合的かつ効果的に推進されることを期待します。

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

～中小企業が生き生きと活躍する滋賀に向けた
ひとつづくり・新たな挑戦・経営基盤の強化～

令和5年3月

滋賀県中小企業活性化審議会

目次

第1章	条例施行後10年間の総括等の趣旨	1
1	条例の位置づけ	1
2	総括等の趣旨	1
第2章	中小企業を取り巻く状況の変化	2
1	本県経済・産業の状況	2
2	中小企業を取り巻く経済・社会状況	3
3	アンケート調査および職員による企業訪問の結果(概要)	6
4	関係機関の意見等	11
第3章	施策の検証および中小企業の活性化における課題	13
1	施策の成果と課題	13
第4章	今後の取組展開	28
1	目指す姿	28
2	今後の中小企業活性化施策の方向性	28
3	施策の推進にあたっての留意すべき事項	40
第5章	条例について	41

(参考資料)

- 1 滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例
- 2 滋賀県中小企業活性化審議会
- 3 滋賀県の経済・産業関係データ
- 4 総括・検証に係る事業実績一覧
- 5 施策活用事例
- 6 滋賀県中小企業等実態調査結果
- 7 中小企業団体アンケート調査結果
- 8 職員による企業訪問結果

第1章 条例施行後 10 年間の総括等の趣旨

1 条例の位置づけ

- 県内の中小企業の数、全体の企業数の99.8%、従業者数の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、本県の経済・社会が今後も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。
- このようなことから、中小企業の活性化を推進するため、「滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例」(以下、「条例」と言います。)が平成25年4月に施行されました。
さらに、平成28年には、小規模事業者の位置づけを明確にするとともに、10月を「滋賀県ちいさな企業応援月間」として新たに位置づけるために、条例が一部改正されました。
- 条例施行以降、中小企業活性化施策については、条例に基づき毎年策定する「中小企業活性化施策実施計画」(以下、「実施計画」と言います。)によって、「滋賀県産業振興ビジョン2030」の方向性に基づく施策の具体化を図りながら、関係者の連携と協力のもと、様々な取組が実施されています。
また、条例に基づき、知事の附属機関として「滋賀県中小企業活性化審議会」(以下、「審議会」と言います。)が設置されています。審議会は、産業界、大学、金融機関、市町等より任命した委員20名で組織しており、毎年度の実施計画の策定、検証等に関し意見を述べるなどの役割を担っています。

2 総括等の趣旨

- 条例が令和5年4月に施行後10年を迎えることから、令和4年3月、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た中小企業活性化施策の総括・検証と、今後の取組の展開の検討について、知事から審議会へ諮問が行われました。
- 施策の総括・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した。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した。
- 今後の取組の展開の検討にあたっては、経済・社会環境が変化し、新型コロナウイルス感染症や原油価格・物価高騰等の影響が続く厳しい経済状況にあっても、中小企業が地域で生き生きと活躍することを目指しました。また、次世代を見据えた中小企業の活性化、滋賀の産業を担うひとつづくりや、本県経済・産業の持続的な発展といった点を重視しました。

第2章 中小企業を取り巻く状況の変化

1 本県経済・産業の状況

(人口)

- 本県の人口は、平成25年の約142万人をピークに、減少に転じています。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、高齢化は着実に進行しています。

(事業所数・従業者数)

- 県内における民営事業所数(令和3年)は53,115事業所、県内に本社を置く中小企業数(平成28年)は34,608社であり、いずれも減少傾向となっています。
- 県内における民営事業所の従業者数(令和3年)は671,105人で増加傾向となっていますが、県内に本社を置く中小企業の従業者数(平成28年)は284,781人で減少傾向となっています。

(経済成長率)

- 令和元年度における県内総生産は、名目では6兆9,226億円で7年連続プラス成長、実質では7兆39億円で5年連続プラス成長となりました。産業別では、第一次産業383億円(県内総生産の0.6%)、第二次産業3兆3,259億円(同48.0%)、第三次産業3兆5,543億円(同51.3%)となっています。本県の経済成長率(名目、実質)は、概ね全国平均を上回っています。

(開業率、廃業率)

- 本県の開業率は、平成28年度時点で全国平均から0.8ポイント下回っていましたが、毎年徐々に乖離幅が改善しており、令和2年度の乖離幅は0.4ポイントでした。一方、廃業率は、平成27年度に本県の廃業率が全国1位となりましたが、それ以降は全国平均に近い水準で推移しています。

(景況)

- 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は、新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に下落しましたが、その後は回復基調にあります。
- 県内企業の倒産件数および倒産時の負債額は、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)

- 本県の観光入込客数は、令和元年まで増加傾向にありましたが、令和2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。令和3年の観光入込客数は、3,701万人(対前年+1.6%)と一定の回復が見られたものの、令和元年の水準まで回復に至っていません。

(労働力状態)

- 令和2年における本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。

2 中小企業を取り巻く経済・社会状況

10年間において、中小企業の事業活動に影響を与えた経済状況等の変化は、以下のとおりです。

(1) 新型コロナウイルス感染症

令和2年以降の新型コロナウイルス感染症の流行により、経済・社会や暮らしは大きな打撃を受け、経済・社会活動の停滞により、中小企業の業況判断 DI は急速に低下し、リーマン・ショック時を超える大幅な低下となりました。令和5年時点においても、新型コロナウイルス感染症の影響は続いており、物価高騰・円安等の影響と相まって、地域経済の状況は引き続き厳しく、中小企業の事業継続等への支援が求められています。

(2) 物価高騰、為替変動

令和3年からのコロナ禍からの需要回復や国際情勢等に起因する原材料価格等の上昇が続き、「企業のコスト負担の増加が経営を圧迫している」、「価格転嫁が難しい」という声があり、また、今後の更なる原材料価格等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。加えて、急激な円安の進行により輸入物価が上昇しており、今後の注視が必要です。

(3) 消費税率引き上げ

消費税率は、平成26年4月に5%から8%へ、また令和元年10月には8%から10%へ引き上げとなりました。いずれも駆け込み需要とその反動による影響があり、中小企業の業況は一時的にマイナス幅が拡大しましたが、その後、消費動向は回復傾向もしくは横ばいで推移し、業況もプラスに転じています。

(4) 人口減少、雇用慣習の変化、働き方の多様化

本県の生産年齢人口(15~64歳)は減少を続け、令和27年には53.2%になることが予想され、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3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、81,510ドル(818万円)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カ国でみても29位と、昭和45年以降最も低い順位となっています。

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。就労観や就労ニーズの多様化が進んでいるほか、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等、雇用慣習も大きく変わるなど、企業にとって人材確保が困難になってきています。

一方で、平成30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。コロナ禍を経て、テレワークや副業・兼業など、働き方に対する人々の意識や働き方そのものが変化してきていることから、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、生産性の向上と併せ、女性、高齢者、外国人など多様な人材の労働参加を促す必要があります。

(5) 後継者不足の深刻化(事業承継ニーズの増大)

全国の経営者の平均年齢は一貫して上昇を続け、令和2年には60歳を超えています。後継者不在率が改善傾向にある一方で、経営者の交代率は長期にわたり下落傾向となっており、廃業件数が増加傾向にあることから、事業承継の取組状況は二極化しつつあります。

また、近年は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。一方で、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。

(6) 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(Society 1.0)、農耕社会(Society 2.0)、工業社会(Society 3.0)、情報社会(Society 4.0)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(2016～2021年度)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。

(7) グローバル化

新型コロナウイルス感染症の流行以降、海外とのビジネスが以前のように行うことが難しい状況が長期化していましたが、日本の貿易動向は、新型コロナウイルス感染症流行前の令和元年と比べて輸出入とも金額ベースで上回っており、回復の動きが見られます。

海外展開実施企業が感じている課題は販売先の確保が最も多く、引き続き海外販路開拓を支援していく必要があります。

(8) 起業・スタートアップの加速

起業家の多くが、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教育環境の違い等により、日本では起業が少ない状況であり、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」や、従来の形や目的にとらわれない創業(コワーキング、社会的課題への対応)の増加に伴い、起業・創業活動は活発になっていると考えられます。こうしたことから起業・創業に係る支援ニーズは多岐にわたり、一つの支援機関だけでは対応が難しくなっています。

(9) 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年春から商用サービスがスタートしており、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。

(10) 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、積極的に推進する必要があります。

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。

(11) 脱炭素、CO₂ネットゼロ

平成 27 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、新たな取引先の確保や企業価値の向上につながる企業も存在します。

今後は、中小企業においても、新たなビジネスチャンスと捉え、更なる省エネルギー・再生可能エネルギーの導入を図るなど、世界レベルの変化への対応が求められます。

(12) SDGs、ESG投資

平成 27 年に国連で採択された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。

また、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。

(13) 大規模自然災害、感染症、サイバー攻撃等のリスク拡大

近年の自然災害の大規模化や感染症のまん延に加えて、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に伴うサイバー攻撃など、中小企業の事業活動に影響を及ぼすリスクは多岐にわたり、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、支援機関や市町においても、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。

3 アンケート調査および職員による企業訪問の結果(概要)

(1) 中小企業等実態調査

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た結果、876社から有効な回答が得られました。(回答率 41.4%)

「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)」および「物価・資材・燃料等の高騰」の項目についてアンケートを実施し、その概要は以下のとおりです。

(事業活動:自社ブランド)

- 自社ブランド製商品や独自技術等は、「無」が8割強を占め、「有」は2割弱でした。従業者数が多くなるにつれて「有」の割合は上昇し、製造業が非製造業よりも「有」の割合が高くなっています。

(事業活動:自社の強み、課題、今後強化したいもの)

- 自社の強みは、「取引先との信頼関係」(5割弱)や「技術力」の割合が高くなりましたが、小規模事業者では、「オンリーワン製品・商品・技術」の割合も高くなっています。
- 自社の課題は、「人材」(6割弱)や「資金力」、「販売力」の割合が高くなりました。従業者数が多くなるにつれて、「人材」の割合は高くなっています。
- 今後強化したいものは、「人材」(4割強)や「技術力」、「販売力」の割合が高くなりました。

(最近の業況)

- 売上高については、10年前と比べて「減少」(5割弱)が「増加」(4割弱)を上回りました。特に、小規模事業者や飲食店で「減少」の割合が大きくなっています。
- 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7割弱となりましたが、5年前対比(7割弱)、3年前対比(6割強)と、低下傾向にあります。一方で、10年前と比べて「赤字」および「赤字に転換」と答えた事業者は約3割であり、5年前対比(3割強)、3年前対比(4割弱)と、上昇傾向になりました。
- 従業者数については、10年前と比べて「増加」と答えた事業者が2割強、「減少」が3割弱であり、「減少」が「増加」を上回りました。
- IT・デジタル技術の活用は、「ホームページ」(約半数)や「オンラインを利用した営業や会議」の割合が高くなり、従業者数が多いほどその割合が高くなりました。一方で、従業者数5人以下の事業所は5割弱が「活用していない」と回答しました。

(研究開発)

- 研究開発は、「自主開発」が2割強、「共同開発」は1割弱であり、「行っていない」が7割となりました。研究開発にあたっての課題は、「技術・ノウハウを有する人材が不足」が3割弱、「実用化に結び付けられない」、「多額の費用がかかる」がともに1割強でしたが、「特に課題はない」が6割弱に上りました。

(立地)

- 県内に立地しているメリットは、「自然災害が少ない」(4割強)、「長年のつきあい」、「受注先との距離」が上位となりました。一方、デメリットは、「従業員の確保」(4割強)、「公共交通機関の利便性」、「道路交通事情」が上位となりました。

(後継者問題)

- 「後継者あり」と回答した事業者は3割強で、従業者数が多くなるにつれてその割合は高くなりました。「事業承継については未定、分からない」と回答した事業者は4割強に上りました。
- 「後継者がいない」「事業承継については未定、分からない」と回答した事業者のうち、「まだ決める時期ではない」が過半数を占めましたが、「廃業する」も3割強となりました。

(人材確保)

- 人材の過不足状況は、「人材不足」が6割弱、「適正である」が4割弱となりました。従業者数が多くなるにつれて、「人材不足」の割合は上昇しました。
- 人材の採用に関する課題では、従業者数が多くなるにつれて「優秀な新卒者の採用ができない」の割合が増加しています。
- 人材の充実させたい能力は、「営業力、提案力」が4割弱、「マネジメント能力」が3割弱となりました。また、人材育成で重要だと考える取組は、「OJT(現場での指導)」が7割強、「自己啓発・自己研鑽の促進」が約5割となりました。

(BCP)

- BCP(事業継続計画)の作成状況については、「作成に前向き」が3割強ですが、「作成する予定なし」も3割強となりました。
- BCPを必要と考える理由では、「大規模自然災害などへの対策」が6割を超えました。また、非製造業では、「新型コロナを含む感染症への対応」の割合も高くなりました。

(物価・資材・燃料等の高騰)

- 原材料・商品、資材、燃料等の高騰状況は、「コスト増加」が約9割となりました。従業者数が多くなるにつれて、「コスト増加」の割合が上昇傾向となっています。
- 対応策では、「製商品やサービスへの価格への転嫁」が6割弱となりました。

(2) 中小企業団体アンケート調査

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
は505社から回答がありました。(回答率72.1%)

「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
の入手先」等の項目についてアンケートを実施し、その概要は以下のとおりです。

(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)

- 「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)

- 「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」につ
いては、製造業、サービス業および小売業(飲食店)、「資金調達、資金繰り改善」については、小
売業(飲食店以外)および卸売業、「積極的な人材採用、活用」については、建設業で最も多くの
回答がありました。

(過去10年間で国や県の支援制度を利用したか)

- 支援制度を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)

- 「販路開拓に関する補助金・助成金」や「生産性向上のための設備導入に関する補助金・助成金」
が最も多く、続いて「金融支援」の回答が多くなりました。

(支援に関する情報の入手先)

- 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、県ホームペ
ージや金融機関、税理士等の専門職が続きました。

(3) 県職員による企業訪問

今年度、事業や経営の実態を直接把握して、今後の施策の立案や展開に活かすことを目的として、県職員による企業訪問を実施しました。県内の中小企業・小規模事業者を中心に実施し、令和4年11月末時点で504社を訪問しました。

「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で、支援を求めたいこと」、「これまでに活用した県の施策」等の項目について聞き取りを行い、その結果概要は以下のとおりです。

(自社の強み、弱み)

- 自社の強みでは、「技術力」の回答が最も多く、次いで「サービス」、「ブランド力」となりました。小規模事業者では、「技術力」に次いで、「サービス」、「人材」が上位となっています。
- 一方、弱みでは、「人材」の回答が最も多く、次いで「コストパフォーマンス」、「資金力」となりました。小規模事業者の弱みでは、「人材」に次いで、「販売力」、「資金力」となっています。

(過去10年間で事業活動に大きな影響があったこと)

- 事業活動に大きく影響した外部的要因では、中小企業、小規模事業者ともに、「新型コロナウイルス感染症」の回答が最も多く、次いで「原油価格・物価高騰」、「人口減少・少子高齢化」となりました。
- また、事業活動に大きく影響した内部的要因では、中小企業、小規模事業者ともに、「後継者や社内人材の育成」の回答が最も多く、次いで「働き方の多様化」となっています。

(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)

- 重点的に取り組み支援を求めることでは、中小企業は、「積極的な人材採用・活用」の回答が最も多く、次いで「社員の育成」、「生産性向上のための設備投資」となりました。小規模事業者は、「積極的な人材採用・活用」に次いで、「社員の育成」、「自社ブランドの強化・PR」となりました。

(これまでに活用した県の施策)

- 県の施策の活用では、「補助金・助成金」の回答が最も多く、次いで「金融支援(制度融資、債務保証等)」となりました。

(中小企業の活性化全般についての要望)

- 県への要望では、人材確保、人材育成、働き方改革の推進や、販路開拓、設備投資、起業、企業立地、DX推進に関する要望がありました。
- また、施策の周知方法の改善を求める声も多くありました。

(4) まとめ

今年度実施した「中小企業等実態調査」、「中小企業団体アンケート調査」および「職員による企業訪問」を通して、県内の中小企業の課題等について、以下の傾向等が見られました。今後は、これらの傾向を踏まえた施策の立案を図る必要があります。

- 自社の強みでは、「技術力」が最も多く、製造業や小規模事業者ほど、その傾向が見られます。県内中小企業の技術力の高さは、本県の産業を支えていると言えますので、その強みを生かし、自社ブランドや独自技術、産業財産権を保有しようとする中小企業を一層支援することで、本県経済・産業の競争力をさらに高めることができると考えられます。
- 自社の弱み(課題)および今後強化したいものでは、「人材」が圧倒的に多く、企業の規模や業種に関わらず、人材の確保や育成、定着が大きな課題となっている傾向が見られました。具体的には、新卒・若手人材の採用支援を求める声や、後継者の育成や技術の継承、社員のスキル向上等に課題を感じる事業者が多いことから、リスキリングを通じた IT・デジタル技術の活用や事業承継の促進等により、中小企業の持続的な発展を支えることが必要と考えられます。
- 10年間で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や原油価格・物価高騰が多い状況です。このような喫緊の課題への対応を図るため、資金繰り支援等により中小企業の事業継続を下支えしてきたところですが、引き続き、新商品開発や販路開拓の取組への支援を図るとともに、社会変化に対応できるよう、DXやCO₂ネットゼロの取組を促進していく必要があると考えられます。
- 企業訪問を通じて、特に小規模事業者や経済団体に所属していない企業には、施策の情報が十分に届いていない、という状況が分かりました。県においては、ホームページや冊子を通じた情報発信を行っているところですが、今後はホームページの改善やSNSの活用、支援機関との一層の連携等により、より効果的な広報を行い、中小企業の施策活用につなげていく必要があると考えられます。

4 関係機関の意見等

中小企業支援について、審議会の議論や関係団体等との意見交換における主な意見は以下のとおりです。

(1) 関係団体の意見等

(ひとつづくり)

- 人材の確保については幅広く施策があるが、「育成」の部分がない。県内の半分の人が中小企業で働いている。最低賃金はこの10年間で上がっているが、付加価値や生産性の向上がついていない。社員の育成について、教育訓練費の助成などの取組があってもよいのではないか。社員を教育することは、生産性の向上に資する。
- 職場における学びや学び直しを促進するために、地元大学との連携を高め、リカレント教育を推進するなど、人材の育成支援の幅を増やしてほしい。
- 滋賀に来た学生が、滋賀の企業で働いてくれるように、企業の魅力をもっと伝えられないか。
- 高等専門学校の開校は、今後10年の中小企業活性化を考えると必須。

(事業承継)

- この10年間で大きく変化したのは、団塊世代のリタイアによる、経営者の高齢化問題。事業承継、M&Aが必要となってきた。これからは、廃業に対する支援も必要。

(起業)

- 事業をスタートする時点の支援は多いが、事業を続けていく・規模を大きくするための支援も必要。伴走支援をもっと増やさないと、起業しただけでその後をあきらめてしまう人もいる。

(施策の周知・情報発信)

- 資料の施策活用事例を見ると、当社でも使えるものがあるが、知らなかった。県の取組の周知方法に工夫が必要ではないか。
- 県の取組について、協同組合や商工会に入っていないと、個々の事業者には情報が入ってこない。零細企業・小規模事業者は、一人で悩んでいる方が多い。
- 高齢経営者は、ホームページやSNSを見ない。周知の仕方を考えてほしい。
- 県の「滋賀県ちいさな企業応援月間」(10月)も、国の「中小企業魅力発信月間」(7月)のどちらも、打ち出しが弱く、あいまい。整合性を図るか、それぞれの意義を明確にして情報発信する必要がある。

(小規模事業者支援)

- 小規模事業者は非常に苦しんでいる。特に旅行関係や飲食店は大変厳しい状況。今後も、小規模事業者の振興に最も重きを置いた施策をお願いしたい。

(2) 市町の意見等

- 県全体でDXを核とした新産業の集積を図ることができれば、19市町がそこに向かっていくことができる。
- 高校教育の段階で起業していく、また、大学で実際に起業できるスキルを身につけることができれば、滋賀県の大きな将来の飛躍につながる。
- 地域特性を踏まえた起業・スタートアップ支援に力を入れることが重要。ソフト面での伴走支援等だけではなく、起業家が更なる事業拡大に伴い、県外への転出を防ぐための活動拠点の創出も必要。
- 近年、若者層の起業において文化・スポーツ産業の経済分野への進出が増えてきている。こうした分野への取組支援も、これから面白いのではないか。
- 中小企業・小規模事業者はがん検診の受診率がなかなか上がらない。産業政策のみならず健康医療福祉分野における中小企業・小規模事業者に光を当てる施策、従業員に寄り添った施策も必要。

第3章 施策の検証および中小企業の活性化における課題

1 施策の成果と課題

条例は、施策の基本を、「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)」の3項目としており、これらの施策を効果的に実施するため、「中小企業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。

毎年度、条例が定める施策の基本に沿って実施計画を策定し、平成 25 年度からの10年間で延べ1,310 事業(当初予算ベース2,508 億円)が実施されました。主な取組内容、成果および課題は以下のとおりです。

(1) 喫緊の課題への対応

① 新型コロナウイルス感染症対策

新型コロナウイルス感染症によって大きな影響を受けている事業者の事業継続を支援するため、感染状況や経済状況の変化を的確に捉え、迅速に補正予算を編成するなど、柔軟かつ機動的に、経済・雇用対策が実施されました。具体的には、資金繰り支援や雇用の維持に重点的に取り組むとともに、経営力強化に向けた支援や観光・物産関連の需要回復に向けた取組等が実施されました。

社会・経済・文化活動を維持しながら感染拡大に対応するなど、事業者を取り巻く環境も変化する中、今後とも、社会・経済情勢や国の動向等を見極めながら対応していく必要があります。

●制度融資

令和2年5月から令和3年5月末まで実施した実質無利子無担保融資や令和3年9月に創設した短期事業資金(コロナ枠)等により、過去最高となる 18,320 件(306,666,752 千円)の新規貸付(前年度に比べ件数ベースで約 15 倍、金額ベースで約 37 倍)が実施されました。

●離職者早期再就職支援事業

新型コロナウイルス感染症の影響で離職された方等を正規雇用者労働者として雇い入れた事業主に対して助成することにより早期再就職の支援が行われました。(令和2年度 209 人、令和3年度 351 人)

●新型コロナウイルス感染症対策経営力強化補助金

中小企業等が実施する人材育成、働き方改革、新たな販路開拓等の取組に要する経費の一部が補助されました。(令和2年度 818 件、令和3年度 3,621 件)

●「今こそ滋賀を旅しよう！」宿泊周遊キャンペーン事業

県内のホテル・旅館への宿泊を対象として、令和2年度から令和3年度にかけて、23 万人泊以上の県内旅行需要が創出されました。

② 原油価格・物価高騰対策

令和4年度は、原油価格・物価高騰の影響を受けている事業者への支援に向けて、状況把握を行いながら、補正予算を編成し、総合的な経済・雇用対策が実施されました。具体的には以下の事業等により、事業活動の下支えや未来を見据えた投資の促進が行われました。

引き続き、社会・経済情勢や価格転嫁の状況、国の動向等を見極めながら対応していく必要があります。

●中小企業振興資金貸付金、中小企業振興資金保証料軽減補助事業(5月補正予算)

令和4年6月に短期事業資金(原油価格・物価高騰対応枠)を創設し、本資金を借り入れた事業者に対して、保証料補助が実施されています。(令和5年2月末時点の保証承諾実績:26件)

●中小企業等への支援による地域経済活性化事業(5月補正予算)

地域経済の実情を熟知する商工団体等が行う物価高騰等の影響を緩和するための取組(事業者の商品開発や販路開拓への助成等)への支援が実施されました。

●電子割引券発行による中小・小規模事業者応援事業(7月、11月補正予算)

電子割引券を発行し、消費意欲を喚起することで、小売・サービス・飲食業の店舗を運営する中小企業者等への支援が実施されました。(参加登録店舗数 第1弾:5,273店 第2弾:6,037店)

●事業所省エネ・再エネ等推進加速化事業(5月補正予算)

物価高騰等の影響を受ける中小企業等の省エネ・再エネ設備の整備に対する支援が実施されました。(令和5年3月末時点の採択事業:85件)

(2) 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が進められてきましたが、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

技術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うことにより、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・育成が図られました。

また、令和2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が支援されてきました。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られました。

主な事業の成果と課題は以下のとおりです。

● 医工連携

医療分野への進出に意欲的な企業等、266機関からなるネットワークが形成され、公益財団法人滋賀県産業支援プラザを通じて、医療機器開発のための情報提供やマッチング支援が行われています。平成 25 年度から令和3年度までに、基幹事業となるシンポジウムが18回開催(参加者計 1,977 名)され、医療機器開発関連セミナーが計37回開催(参加者計 505 名)されました。また、コーディネーターによるマッチングと開発支援により、令和3年度は2件の外部資金獲得につながり、製品開発が加速しました。

本ネットワーク会員の技術分野に偏りがあることから、イノベーション創出の可能性をさらに広げるために、より多様な技術を有する事業者の参加を促していく必要があります。

● 滋賀発成長産業発掘・育成事業

滋賀から新たな成長分野を切り拓き、経済成長を牽引する新産業を創出するため、平成 28 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)が開催されています。令和4年度までに、県内外の大学や中小企業から 173 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が提供されたほか、地元企業との共同研究の開始や 11 社が法人化するなど具体的な成果につながっています。

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支援)

中小企業の新製品・新技術開発を支援するため、平成 25 年度以降では令和3年度までのべ 111 件の研究開発テーマが採択されており、平成 27 年度から令和元年度までに補助金を採択された事業者のうち 38%が製品化す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24件助成されており、令和3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

「びわ湖環境ビジネスメッセ」の後継事業として、CO₂ネットゼロをはじめとする社会的課題の解決につながるイノベーションを創出するため、大手企業や大学と県内中小企業とのビジネスマッチング会が開催され、令和3年度は事業連携を検討した案件が47件となっています。

中小企業と大企業・大学とのマッチング機会を設けることにより、継続してイノベーションの創出を図る必要があります。

● 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が行われ、技術力向上に向けた支援や人材育成等に取り組まれてきました。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年度から延べ546件が行われています。

中小企業においてもCO₂ネットゼロ、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が設置され、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まれてきました。また、平成29年度には国立環境研究所琵琶湖分室が設置されるなど、多様な主体と連携しながらプロジェクト創出に努めてこられました。

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が誘致され、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まれてきました。

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年12月末時点で222者であり、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が実施されてきた結果、平成27年から令和3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・地域の課題や法制度、商習慣、文化等の違い、企業における海外ビジネスの実績等により、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・海外展開チャレンジ支援事業**

平成29年にジェトロ滋賀貿易情報センターが開設されて以降、県内の中小企業、生産者団体等の海外展開が図られた結果、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、海外展開の一層の促進を図るためには、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に対する総合的な支援が必要となっています。

(3) 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、創業支援等による中小企業や小規模事業者の経営支援、人材確保や多様化する働き方への対応の取組が進められました。

今後は、生産年齢人口の減少や産業構造の変化に伴う人材ニーズへの対応や、働き方改革への対応、兼業・副業の導入、外国人材の採用等に取り組む中小企業への支援を強化することが必要です。

① ひとり

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が行われるとともに、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やマッチングの取組が進みました。

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の利用促進、健康経営の推進等により、働き方改革の推進が図られました。

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・定着までがワンストップで支援されるとともに、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が支援されており、平成25年度から令和4年度までの若者の就職者数は15,277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が実施され、平成25年度から令和3年度までの就職者数は6,974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、引き続き、多様な人材の就労を推進するための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、支援拠点の運営等が実施され、平成27年度から令和3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、企業訪問による助言や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、業界団体と連携してテレワークの導入が推進され、令和3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段階で認証が実施され、認証した企業は、令和4年12月末時点で計 283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、職業訓練が実施されてきたところ、令和元年度から令和3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。

● 健康経営の推進

健康寿命延伸プロジェクト表彰事業を始め、表彰された事業所の好事例の横展開を目指した「事業所における健康づくり取組事例集」の発行、「滋賀県健康経営セミナー」の開催により、事業所に対して従業員の健康づくりを切り口とした経営戦略についての周知啓発が実施されました。さらに多くの事業所が「健康経営」に魅力を感じる取り組みとなるよう、関係団体と連携しながら周知啓発に努めていく必要があります。

② 事業承継

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が構築され、事業承継診断および承継事例の創出の取組が進みました。

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が実施され、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ため、今後は、事業承継・引継ぎ支援センターとの連携をさらに深め、支援体制を強化する必要があります。

● 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が実施され、令和3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)、事業承継推進員が事業承継・引継ぎ支援センターへ繋いだ数は111件となっています。引き続き、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整備が必要です。

③ 創業支援

これまでインキュベーションマネージャーの養成、地域おこし協力隊との連携や、滋賀県産業支援プラザを中心とした創業支援機関のネットワーク形成が図られ、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

平成27年度から平成29年度にかけて、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であるインキュベーションマネージャーが30名育成され、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が実施され、事業化・市場化の道筋がついたものは、令和元年度から令和3年度の間で計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。

● 滋賀発成長産業発掘・育成事業(再掲)

滋賀から新たな成長分野を切り拓き、経済成長を牽引する新産業を創出するため、平成28年度から滋賀テックプランングランプリ(事業化プランコンテスト)が開催されています。令和4年度までに、県内外の大学や中小企業から173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の提供などにより、地元企業との共同研究の開始や11社が法人化するなど具体的な成果につながっています。

事業化を促進するため、本事業に参加したチーム(研究者・中小企業等)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。

● 女性の起業の支援

令和3年6月に「G-NETしが女性の起業応援センター」が開設され、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されています。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、県内中小企業の受注機会の確保が図られました。

主な事業の成果と課題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入札参加者の地域要件を原則として県内事業者から選定するなど、県内中小企業の受注機会拡大へ向けた取組が行われています。

● 滋賀県新商品等パイオニア認定制度

平成16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）」が創設され、平成25年度から令和4年度までに合計25件の認定が行われました。令和4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が補助され、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。

(4) 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・地場製品の魅力発信、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が実施されてきました。

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 製造業振興

中小企業等の技術開発を促進するため、プロジェクトチャレンジ支援事業による新技術開発の補助や、工業技術センターによる技術相談、産学官連携の共同研究等の取組が進められました。

主な事業の内容は以下のとおりです。

● プロジェクトチャレンジ支援事業(再掲)

中小企業の新製品・新技術開発を支援するため、平成25年度以降では令和3年度まで延べ111件の研究開発テーマを採択しており、令和3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。

● 工業技術センターによる技術支援(再掲)

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の取組が行われてきました。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年度から延べ546件が行われています。

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 企業立地

平成27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が促進されました。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が促進されました。

主な事業の成果と課題は以下のとおりです。

● 「Made in SHIGA」企業立地助成金

平成27年度から平成30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が戦略的に行われるとともに、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が創設されました。中小企業12社において、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、その費用の一部が助成されました。

● 企業立地促進応援パッケージ事業

令和2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への補助等により、県内への新規立地や再投資が促進されました。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(産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年度末】)の活用により、企業の円滑な操業が支援されました。

③ 地場産業

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」が施行され、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されてきました。また、近年はオンラインを活用した情報発信や販路拡大の取組も行われてきました。

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が地場産業事業者の元に派遣され、地場産業事業者の販路開拓等を総合的にプロデュースされました。

令和元から3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年度)でした。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が支援されました。

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が行われ、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トロ滋賀貿易情報センター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られています。

④ 商業・サービス業振興

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が進められました。

主な事業の成果と課題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が支援されました。平成25年度から令和4年度まで106件の事業が実施されました。

● 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を掲載した、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が支援されました。平成25年度から令和元年度までの間に「AKINAI しが」に登録された物件で 24 件の契約が成立しました。

⑤ 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まれてきました。令和4年度からは、「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が開始されています。

また、平成 29 年度に東京・日本橋に開設した情報発信拠点「ここ滋賀」では、特産品や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の取組、首都圏における滋賀ファンの裾野拡大の取組が行われました。

主な事業の成果と課題は以下のとおりです。

● 観光キャンペーンの実施

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が実施されました。平成 29 年度は「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」、平成 30 年度は「虹色の旅へ。滋賀・びわ湖」、令和元年度から2年度は「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」をテーマに実施されました。また、令和3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が実施されました。

延べ観光入込客数は、平成29年の5,248万人から令和元年5,404万人、令和3年は3,701万人となりました。観光消費額は、平成29年が1,793億円、令和元年が2,035億円、令和3年が1,173億円となりました。延べ宿泊客数は、平成29年が387万人、令和元年が408万人、令和3年が258万人となりました。

● ビワイチの推進

ビワイチ、ビワイチ・プラスの魅力発信とともに、受入環境整備が進められ、国内外からの誘客が図られるとともに、県内全域への自転車による観光周遊が促進されています。令和元年 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年4月のビワイチ推進条例の施行により取組が加速しています。

琵琶湖一周サイクリング体験者数は推計値で平成27年は52千人、令和元年は109千人、令和3年は84千人でした。経済波及効果は平成27年が約6億円、令和元年が14.7億円、令和3年が約8.7億円でした。

● ここ滋賀の設置・運営

情報発信拠点「ここ滋賀」が設置されることにより、県内事業者の販路拡大や観光客の本県への誘引が図られました。来館者数は令和3年度が約252千人、経済効果として5.88億円となりました。

⑥ その他の産業振興

上記の産業のほか、建設産業の振興や農商工連携・6次産業化などの取組が進められました。主な事業の内容は以下のとおりです。

● 建設産業の魅力発信

活力ある県土づくり、安全・安心社会を実現するには、建設産業の活性化が重要であり、減少傾向にある業界の若手・女性入職者の拡大を図るため、「滋賀けんせつみらいフェスタ 2022」（来場者約3,600人）や出前授業、現場見学会の開催など、建設産業の魅力発信、イメージアップを図る事業が展開されました。今後も担い手確保のため取組を継続する必要があります。

● 6次産業化ネットワーク活動推進事業

6次産業化に取り組む農業者等に対し、人材育成研修会の開催や県の普及指導員による技術・経営指導、6次産業化プランナー派遣等の支援が行われました。平成27年から令和3年の間に延べ173人の農業者等がプランナー派遣を受け、事業計画等の作成や新商品開発、農家レストランの開業等に取り組みました。

(5) 中小企業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が進められました。令和2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への支援が行われました。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・商工会議所による企業のデジタル化支援等の充実を通じて、小規模事業者の多様な経営課題に対する支援体制を強化してきました。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、体制強化が進められてきました。

● 中小企業団体中央会との連携

中小企業団体中央会による事業協同組合への支援を通じて、小規模事業者の各種補助金の活用、ECサイトの運営や、ECサイトを活用した地場産品等の販路開拓・消費喚起等のイベント開催が行われ、こうした活動により地域経済の活性化が推進されてきました。

● 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られてきました。

● 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リバネス)により、平成29年に「滋賀発成長産業の発掘・育成に関する連携協定」が締結され、「滋賀発成長産業発掘・育成コンソーシアム」を発足しました。各々が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・育成が図られてきました。

● 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年3月)、東京海上日動火災保険株式会社(平成29年11月)、三井住友海上火災保険株式会社(平成30年5月)等と協定が締結され、合同セミナー等を通じて海外展開支援等に取り組みられてきました。

● **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され、相互に連携して取組が進められることにより、滋賀県の産業の振興発展および地域の活性化が図られています。令和2年度以降、近鉄百貨店草津店にて観光物産PRが行われ、県内事業者にも活動の場が提供されるとともに、消費者に滋賀の魅力ある物産品が紹介されています。

● **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により県内企業への就職が促進されてきました。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が締結され、働き方改革を推進されてきました。

● **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が締結され、採用・就職支援、学生サポートを連携して進められています。(令和3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、社会的課題の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が締結されました。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が行われています。

● **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年11月)**

県と湖東信用金庫・長浜信用金庫・滋賀中央信用金庫は、県内の事業承継の促進のため、令和3年11月に協定を締結し、県が設置する事業承継推進員とも連携し、事業承継案件の発掘に努めています。令和3年度は、事業承継個別相談会が計4回開催されました。

● **ちいさな企業応援月間**

平成26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が促進されています。また、支援ネットワークの形成に努められてきました。

しかし、コロナ禍以降、広報・情報発信手法の中心は、チラシ配布、イベント開催等のアナログ手法から、ホームページ、SNS等のデジタル手法へと急速に移行し、関係機関からも情報発信の手法や時期等の見直しを求める意見が出ています。

第4章 今後の取組展開

1 目指す姿

条例では、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を目指しています。

中小企業には、自主的かつ自立的な努力が求められていますが、その活躍を支援していくためには、引き続き、目指す姿の達成に向け滋賀の産業を担うひとづくり等の視点を重視しながら、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するとともに、関係者が連携し、より効果的に施策を実施する必要があります。

2 今後の中小企業活性化施策の方向性

中小企業の現状および課題等を踏まえ、今後の中小企業活性化施策については以下の取組が推進されることを期待します。

(1) 滋賀の産業を担うひとづくりの推進

少子高齢化が進展する中、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、就労支援機関を中心に求職者の支援を図るとともに、企業の人材育成や多様な働き方を促進する必要があります。また、事業承継の促進により後継者不足の課題への対応を図る必要があります。

① 人材確保

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おり、企業が人材を確保するためには、就労観や就労ニーズの多様化、雇用慣習の変化への対応が必要となっています。そのため、就労支援機関を通じて、企業と求職者の接点(インターフェイス)の質的向上と量的拡大を図り、県内中小企業の人材確保を促進することが求められます。

② 人材育成

中小企業がDX、CO₂ネットゼロ等社会変革へ対応していくためには、経営者・労働者双方のマインドチェンジを進めるとともに、既存人材のリスキリング等により専門的な知識・技術を取得していく必要があります。そのため、経済団体等と連携した次世代リーダーやDX人材の育成支援により、社会情勢の変化に対応し、企業の経営戦略の実現に貢献できる人材の育成を促進することが求められます。

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提供するとともに、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を進めることが求められます。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うことも必要と考えます。

また、産業の高度化を支える人材として、専門性と実践力を兼ね備えた人材ニーズが高まっており、令和10年4月の開校を目指した県立高等専門学校の整備を進める必要があります。この滋賀県初となる高等専門学校では、これからの滋賀や社会を支える価値創造力と専門性、実践力を兼ね備え、協働して挑む人材の育成に取り組むことや、さらには、技術を通じてあらゆる世代の人々が行き交い、様々な学びと実践の機会を提供する場として、地域の産業および社会に貢献していくことが求められます。

③ 働き方改革の推進

労働者がそれぞれの事情に応じた多様な働き方を選択できるよう、仕事と生活(子育て、介護等)の両立の支援等を通じた「働きやすさ」の整備に加えて、労働者が「働きがい」をもって意欲的に働ける労働環境を整備することで労働生産性の向上を図り、また、そうした企業に優秀な人材が集まるという持続可能な取組を進める必要があります。そのため、経済団体・労働団体等の多様な主体と連携した中小企業の働き方改革を推進するとともに、登録・認証制度の活用を図るなど、魅力ある職場づくりによる企業価値の向上を促進することが求められます。

また、事業所自身が「健康でいきいきと働きやすい職場」を目指すことで、生産性の向上のみならず、従業員、就職希望者への安心感につながるよう、健康経営の取組を推進する必要があります。

<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2022」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。

経済産業政策新機軸の6つのミッションの中の一つが「新しい健康社会の実現」であり、健康経営・健康投資が期待されています。

(2) 中小企業の新たな挑戦および社会的課題の解決の取組の促進

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養として、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備する必要があります。

また、デジタル産業や健康・医療産業など今後成長が見込まれる分野における中小企業の研究開発を支援し、成長産業へのさらなる進出を促進することが求められます。

<参考:国の動向>

経済産業省では、平成 18 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年度よりサビサゴ事業(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、製造業の下請け業務を中心とする中小企業が多く、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、さら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する必要があります。

<参考:国の動向>

平成 11 年より中小企業等経営強化法に基づき中小企業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 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。

③ 海外展開支援

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、ジェトロ滋養貿易情報センターと連携し、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、補助金等による総合支援に取り組む必要があります。

<参考:国の動向>

経済産業省を中心に、政府系機関、地域の金融機関や商工会議所など国内各地域の産業支援機関が幅広く参加した「新輸出大国コンソーシアム」が平成 28 年に設立され、海外展開を図る中堅・中小企業等に対して、海外展開の戦略策定や貿易実務のアドバイス等の総合的な支援をしています。

さらに、昨今の為替動向を踏まえ、令和4年 12 月から、経済産業省、中小企業庁、ジェトロおよび中小企業基盤整備機構が一体となり、全国の商工会、商工会議所等とも協力しながら、新たに輸出に挑戦する事業者の掘り起こしや、専門家による事前の輸出相談、輸出商社とのマッチングや EC サイト出展への支援などを一気通貫で実施する「新規輸出1万者支援プログラム」が開始されています。

④ 起業・スタートアップ支援

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（コワーキングスペース、社会的課題への対応）が増加しています。支援ニーズも多岐にわたることから、一つの支援機関だけでは対応が難しくなっており、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。

また、女性の起業に関しては、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、一歩を踏み出せないという方も多くなっています。そのため、兼業、副業も含め起業する女性が増え、経済的自立と併せて、地域や経済が活性化している状態を目指す必要があります。

一方で、技術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。滋賀発成長産業発掘・育成と、これらを支える取り組みが自立・継続的に行われることで、モノづくりメガベンチャーを生み出し、県内で循環していくエコシステムの構築が求められます。

<参考:国の動向>

これまでから、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よる支援が行われています。

今年度は、「成長と分配」の好循環を目指す「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画」（令和4年6月）や「スタートアップ育成5か年計画」（令和4年 11 月）が発表されました。当該計画では、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、国内ベンチャーキャピタルの育成と海外の投資家、ベンチャーキャピタル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スタートアップ支援を行う予定です。

令和 4 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 次男女共同参画基本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」として、三都市の強みを融合し、

大学・研究機関・企業の連携により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。また、令和4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・育成に取り組んでいるところ。

⑤ DX推進

従来から企業においてDXの取組は一定程度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。DXに関する事業方針上の優先度は高まっており、県においても積極的に促進する必要があります。一方で、中小企業においては、DXを進める人材の確保が難しく、専門的な人材を確保・育成する取組も必要です。

そこで、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できるよう支援し、生産効率の向上や新たな価値を創造する取組を促進することが求められます。

また、デジタル産業分野は新型コロナの影響で進展が加速し、今や企業のシステムだけでなく、社会インフラや行政サービスなど経済・社会を支える重要なインフラとなっています。今後、更に、情報通信業の重要性が高まることから、その立地促進に向けた支援策を講じ、情報通信業の振興を図っていく必要があります。

<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。

⑥ CO₂ネットゼロ推進

中小企業等の脱炭素化にあたっては、事業者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、「生の声」を把握し、企業のニーズに対応した具体的な支援が求められます。また、企業における省エネルギー・再生可能エネルギーの導入が進むことで、温室効果ガスの排出が抑制されるとともに、新たなビジネスチャンスとして企業価値の向上につながるが必要と考えます。

なお、本県は、近畿圏・中部圏・北陸圏のクロスポイントであり、物流の結節点です。令和6年度から適用されるドライバーの長時間労働上限規制による長距離貨物輸送の制限などにより、中継拠点としての物流施設が増加していくと考えられます。今後のカーボンニュートラルを見据えてグリーン物流施設設置などを推進していく必要があります。

<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年5月 26 日に成立し、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年6月9日に「地域脱炭素ロードマップ」が示され、脱炭素の取組によって、地域課題の解決や、地域経済の活性化等をも実現するモデル地域として、今後少なくとも 100 か所の脱炭素先行地域が選定される予定です。(令和4年 12 月時点で、県内2地域(米原市、湖南市)が選定済)

(3) 中小企業の経営基盤の強化による持続的な発展への支援

① 小規模事業者支援

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、小規模事業者の経営改善や事業計画の策定、新商品開発等に対する商工会・商工会議所等の伴走支援等を通じて、小規模事業者の成長を促進し、持続的な発展を図る必要があります。

② 商工団体による経営支援

商工会・商工会議所等においては、各地域や業界において中小企業や小規模事業者の課題やニーズに対応した施策の周知や経営支援が実施されており、国や県等の施策の効果的な実施に寄与しています。

新型コロナウイルス感染症等への対応においては、事業者の資金繰りや補助金等の各種支援策の活用に関する商工団体への相談が増加しており、厳しい経営環境に置かれている事業者にとって、商工団体の重要性はますます高まっています。

そのため、中小企業や小規模事業者の持続的な発展に向けて、事業計画の策定等による経営支援に加えて、デジタル化やDXの推進等も含めた伴走支援力の強化を図る必要があります。

<参考：国の動向>

平成26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 資金繰り支援(制度融資)

令和2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」が創設されたことにより、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、経営状況が厳しい中小企業を下支えするほか、社会情勢の変化に応じて、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に対応するとともに、DXやCO₂ネットゼロの推進によりグリーン・デジタル社会に対応するための資金を供給するなど、制度融資を通じて中小企業の資金繰り支援を図ることが求められます。

<参考：国の動向>

令和2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に対して継続的な伴走型での支援を実施しました。

令和5年1月からは、「新型コロナウイルス感染症対応資金」等の返済負担軽減のための保証制度が開始されました。

④ 事業承継

本県の廃業率は、令和2年度からのデータでは全国平均の水準となっています。事業承継については、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。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継続が図れており、事業承継の優先度が相対的に低下し、事業承継に着手する事業者が一時的に減少傾向となっています。

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する必要があります。

<参考：国の動向>

国では、平成 27 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年3月に策定しています。

⑤ 官公需

中小企業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です。

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が求められます。

<参考：国の動向>

毎年度、官公需についての中小企業の受注の確保に関する法律(官公需法)に基づき、中小企業

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。

⑥ 危機管理

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、他業務に追われ余力がない等により、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、一方で贋物や類似品が出回る等の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、ひとたび事業者にサイバー犯罪の被害が発生すると多大な影響を及ぼしかねません。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、個々の支援機関や市町のみでは、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能力・対応力を高め、滋賀の中小企業の新たな「強み」とするためには、気軽に専門家に相談できる体制を整備するとともに、県全体で関係機関の連携を図り、一体的な情報発信を行う必要があります。

<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。

国においては、サイバーセキュリティ基本法に基づき、令和3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、我が国の企業等においては、規模の大小を問わず、先端技術を数多く有しており、これらの技術流出の防止は、経済安全保障上の重要な課題となっています。こうした中で、令和4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、政府一体となった取組が進められているところ、全国警察としては、政策全体の実行性を確保する観点から、技術流出事案の実態解明と取締りを強化することに加えて、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。

また、「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。

(4) 産業・地域の特性に応じた取組の促進

① 製造業振興

製造業においては、企業の規模が小さいほど全従業員に占める技術者の割合が小さく、人材面において中小企業単独で技術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受ける必要があります。

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サポートを行う必要があります。

そこで、中小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。具体的には、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が求められます。

<参考：国の動向>

経済産業省は平成 18 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県外利用者に対する機器利用料金割増を平成 24 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。

② 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年以降新型コロナウイルス感染症の拡大により、展示会の中止や海外渡航の禁止、物流の停滞などの影響を受けています。

今後は、地場産業の需要拡大に向けて、事業者が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デジタル化への支援を含む環境整備を行う必要があります。

そこで、令和3年度に策定された「近江の地場産業および近江の地場製品の振興に関する基本指針」をもとに、デジタル化やSDGsを意識した施策を実施することが求められます。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滋賀貿易情報センター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に対して更なる支援が求められます。

<参考：国の動向>

国では、令和4年5月に「2030 年に向けた繊維産業の展望(繊維ビジョン)」が策定されました。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」「サスティナビリティ・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。

③ 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必要です。

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することが求められます。

<参考:国の動向>

平成 24 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。

④ 観光振興

令和2年の観光入込客数等は、新型コロナウイルス感染症の影響により大きく減少し、令和3年においても、令和元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ならではのツーリズムである「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す必要があります。

このため、「『シガリズム』を共通コンセプトとした観光の推進」の基本方針、「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」の5つの柱に基づき、観光振興に取り組むことが求められます。また、重点的に取り組む6つの分野として、「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することが求められます。

<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)

(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(Customs:税関、Immigration 出入国管理、Quarantine 検疫所)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。

⑤ 建設産業振興

県内の建設産業就業者数は、減少傾向にあります。

今後は、建設産業従事者がやりがいをもって働くとともに、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必要があります。

そこで、週休2日制の導入をはじめとした働き方改革の推進を図るとともに、滋賀けんせつみらいフェスタや、小中高校での出前授業、現場見学会等を実施することにより、建設産業の魅力発信やイメージアップを図り、若い世代の建設産業へ理解を促進する必要があります。

⑥ 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う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、例えば発酵産業のように、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る事業について補助金により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の連携による周知が求められます。

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する必要があります。

<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。

⑦ その他、産業・地域の特性に応じた取組

これまでも上記の産業分野に限らず、環境関連産業、バイオ産業、発酵産業など、本県の特徴を生かした産業の振興や、医工連携、農福連携など、産業分野の枠組みを超えた取組が行われてきたところですが、今後はさらに情報通信業等の振興を図るとともに、これからの産業振興にあたってはスマート技術やデジタル技術の活用等により新たなイノベーションを創出する必要があります。

また、芸術家の視点や創作活動を取り入れた事業や文化芸術の多様な価値を生かす取組、本県で開催される全国規模のスポーツイベント等を生かした地域の活性化など、様々な分野との連携を図ることが求められます。

3 施策の推進にあたっての留意すべき事項

施策の推進にあたっては、共通して、以下の事項に留意する必要があります。特に、情報発信強化と支援機関の更なる連携強化(伴走型支援)については、必要とする意見がアンケート調査等で多く見られ、取組の更なる工夫が求められます。

(1) 各種計画に基づく施策の推進

滋賀県産業振興ビジョン2030や各種計画との整合性を図りながら、毎年度の中小企業活性化実施計画を策定するとともに、条例の目指す姿や中小企業の事業活動に配慮した施策の推進を図る必要があります。

(2) データやニーズに基づく施策の立案・実施

これまで審議会や関係団体、中小企業等の意見を踏まえ、中小企業活性化実施計画が策定され、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が図られてきたところです。また、各施策について、可能な限りアウトカム目標が設定されています。

今後も、アンケート調査や企業訪問、経済指標のモニタリング等を踏まえ、より一層、中小企業の声やデータに基づいた施策の立案・実施に努めるとともに、より効果的な目標設定を行い、その評価を適切に測る手法の導入やEBPM(証拠に基づく政策立案)の実践に努めることが必要です。

また、経済情勢は日々変化していることから、今後とも経済状況等の変化に対応し、柔軟かつ機動的な事業執行を打ち出す工夫が求められます。

(3) 小規模事業者への情報発信の強化

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す必要があります。

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。

また、中小企業の日常的なサポートを行っている各支援機関との連携を強化し、施策情報を確実に届ける工夫を行う必要があります。

(4) 支援機関の更なる連携強化(伴走型の支援)

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、土業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さらに推進するため、情報共有等を強化する必要があります。

さらに、事業者のニーズに沿った施策の立案・実施のため、経済団体と行政との相互の連携を密にし、一方的な情報提供にとどまらず、双方向の意見交換をより活発に行う必要があります。

第5章 条例について

条例施行後10年間において、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、社会的課題の解決への対応の必要性、大規模自然災害や感染症のまん延、サイバー攻撃、等における危機管理の重要性が増大しています。そのため、社会的課題の解決(SDGs、CO₂ネットゼロ等)や危機管理(感染症対策、物価高騰対策等)の視点を踏まえ、条例にこうした内容を反映すべきと考えます。

(1) 中小企業活性化施策の基本

人口減少や高齢化の進行、働き方の多様化といった社会情勢の変化を踏まえ、中小企業活性化施策の基本に「滋賀の産業を担うひとづくりの推進」を追加することが適当です。

また、社会的課題の解決への対応や、大規模自然災害や感染症のまん延、サイバー攻撃等における危機管理の重要性の増大を踏まえ、「社会的課題解決の取組の促進」および「危機管理」の施策を明確に位置付けることが適当と考えます。

(2) 滋賀県ちいさな企業応援月間

小規模事業者の魅力を発信するとともに、県の各施策をより多くの事業者に活用いただくためには、情報発信の手法等を見直す必要があります。

そこで、「滋賀県ちいさな企業応援月間」(10月)を、全国的な夏季休暇期間に向けた消費喚起および支援策活用の効果が期待できる時期であり、国(経済産業省中小企業庁)が広報を強化する「中小企業魅力発信月間」である7月と同時期とすることにより、一体的・効果的な情報発信を図ることが適当と考えます。