

「みえ産業振興戦略」
今後の取組等について

平成25年10月20日

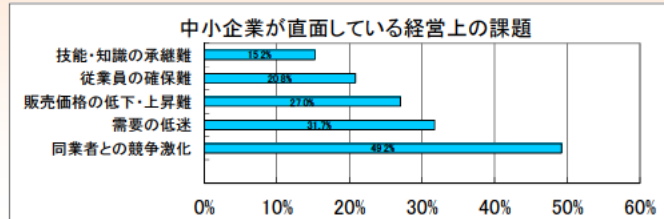
- 1 三重県中小企業振興条例(仮称)の制定に向けて
- 2 産業政策と一体となった雇用政策の展開
- 3 みえスマートライフ推進協議会による具体的なプロジェクトの創出
- 4 ICTを活用した産業活性化の推進
- 5 「みえ国際展開に関する基本方針」の策定
- 6 首都圏営業拠点「三重テラス」の開設

(参考)現場等の声～1,000社訪問、5,000社アンケートの実施～

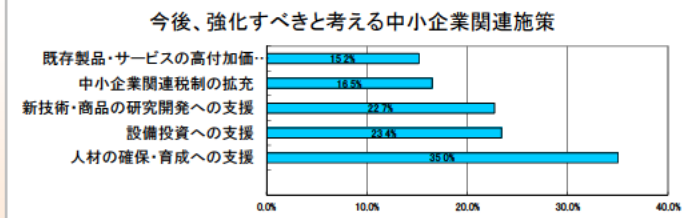
1 「三重県中小企業振興条例(仮称)」の制定に向けて

直面している課題と必要な支援

直面している経営上の課題として、「同業者との競争激化」が49.2%と約半数を占め、次いで「需要の低迷」(31.7%)、「販売価格の低下・上昇難」(27.0%)が続いている。



今後、強化すべき中小企業関連施策として、「人材の確保・育成への支援」が35.0%と最も多く、次いで「設備投資への支援」が23.4%となっている。

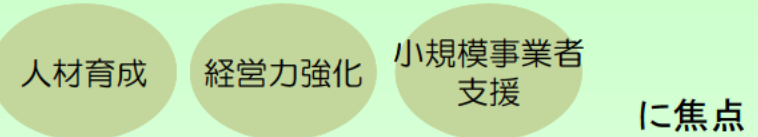


【三重県「平成25年度三重県内産業実態調査に関するアンケート調査」
平成25年5月、県内外6,187社を対象に実施】

条例制定に係るこれまでの意見(抜粋)

- 県や大学等は、人と人、企業と企業をつなぐ役割を果たすことが重要。
- 県は前向きな中小企業を支援する仕組みを作ることが重要。
- 中小企業は、地域を支える、あるいは地域の雇用を守る存在であることから、「人」が大事である。
- 創業意欲のある起業家と、基盤産業をうまく結びつけることができれば競争力の向上につながることから、創業に対する支援が必要。
- 新たな販路の拡大に取り組むことは、中小企業にとって重視すべきことであり、条例に盛り込むことが必要。
- 条例では、小規模事業者が果たしている役割に光を当て、チャレンジできる環境整備を図ることが必要。

条例制定に向けて基本的な考え方



[基本的な理念]

- ・ 三重県の中小企業の立ち位置、果たしている役割
- ・ 中小企業がめざす姿
- ・ 県の中小企業支援の方向性
- ・ 県民にとって、中小企業支援が必要であることの明確化

[県の責務など]

- ・ 県は、人材育成をはじめ、中小企業の振興に関する総合的な施策について策定、実施する責務を有すること
- ・ 市町、中小企業者、小規模企業者、中小企業関係団体、教育機関、大学、金融機関、大規模企業者等の役割の位置づけ
- ・ 中小企業の振興について、県民の理解と協力を得ること

[基本的な施策の方針]

- ・ 中小企業が成長(挑戦)できる仕組みの創設
- ・ 中小企業の人材育成・確保の支援
- ・ 新規の設備投資を促すための資金供給の円滑化
- ・ 技術開発の支援、新分野への進出支援、同業種・異業種連携の促進など、ものづくり産業の振興
- ・ 観光などサービス産業の振興
- ・ 県内の起業・創業を促すための支援
- ・ 国内及び海外への販路拡大の促進
- ・ 自社の強みや良さに気づいていない中小企業のための情報発信の促進
- ・ 小規模企業が果たしている役割を考慮した、きめ細かい事業環境の整備

平成25年度内に中小企業・小規模事業者の振興を図る条例の制定をめざす

2 産業政策と一体となった雇用政策の展開

—三重県版 産業雇用創造プロジェクト(案)—

○県内ものづくり産業(※)を中心に産業振興と雇用創造をめざす

- ・県内製造品出荷額等の25.9%を占める輸送用機械器具製造業、さらには、自動車関連産業であるプラスチック製品製造業、金属製品製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、繊維工業を含めた5業種で、**県内製造品出荷額等の52.4%を占める**(H22工業統計調査)。
- ・その意味でこれら自動車関連産業を中心とした産業振興と雇用創造に取り組む。
- ・例えば、「地域の雇用環境の整備」「雇用拡大に向けた県内事業者の支援」「人材育成と雇用マッチングの促進」さらには「事業主の雇用支援」を総合的に実施することによって、産業政策と一体となった雇用政策を展開
- ・その際、新しいニーズを踏まえて雇用のパイを拡大しつつ、若年者やOB人材などのキャリアアップ研修やインターンシップなどにより、県内中小企業への雇用へとつなげていく

目標: 県内ものづくり産業の振興と
600人の新たな雇用創造

[事業期間: H25.10~H28.3]

実施メニュー

地域の雇用環境の整備

地域関係者のネットワーク構築、地域の人材ニーズ把握、人材確保のための取組等、地域で雇用が創造されやすい環境整備

- ・プロジェクトリーダー等を配置するなど、事業推進体制を整備
- ・中小企業の新分野展開や技術力向上に向けて、高度技術者やOB人材等の雇用を支援
- ・次世代自動車を見据え、電動・電装部品など新しい分野の研究開発を促進するため、大学と連携した人材育成講座を開設(大学への寄付講座等)
- ・自動車関連企業の合同面接会の開催による就職支援 など

雇用拡大に向けた県内事業者の支援

新規創業、新分野への進出、研究開発等による事業の拡大など地域の雇用機会を拡大

- ・中小企業が、販路拡大をめざし、川下企業へ提案する製品・部品のタイムリーな試作を支援
- ・中小企業の新商品開発や商品の高機能化に向けた技術開発プロジェクトの実施
- ・中小企業の営業力強化につながる大都市圏の専門展示会への出展支援
- ・高度な設備・機器を活用した技術講座(座学・実学)の開催等 など

人材育成と雇用マッチングの促進

地域の人材ニーズを踏まえた人材育成等を実施し、地域雇用へつなげる

- ・中小企業がOJTを通じて行う、技術開発や販路拡大を担う人材育成を支援
- ・中小企業に求められる営業力や提案力の強化につながるキャリアアップ研修(営業力強化セミナーや、新商品開発セミナー等)を開催し、即戦力となる人材を育成
- ・求職者(在職者を含む)やOB人材を対象として、先端技術のベンチマーキングを含め、リーダーとなる人材を育成する製造管理者育成セミナーを実施
- ・若年求職者を対象として、ものづくり中小企業等での長期インターンシップ(ワークプレイズメント)を実施 など

事業主の雇用支援

- ・企業が施設整備と併せて雇入れを行った場合に、地域雇用開発奨励金に上乘せする形で、三重労働局を通じて助成

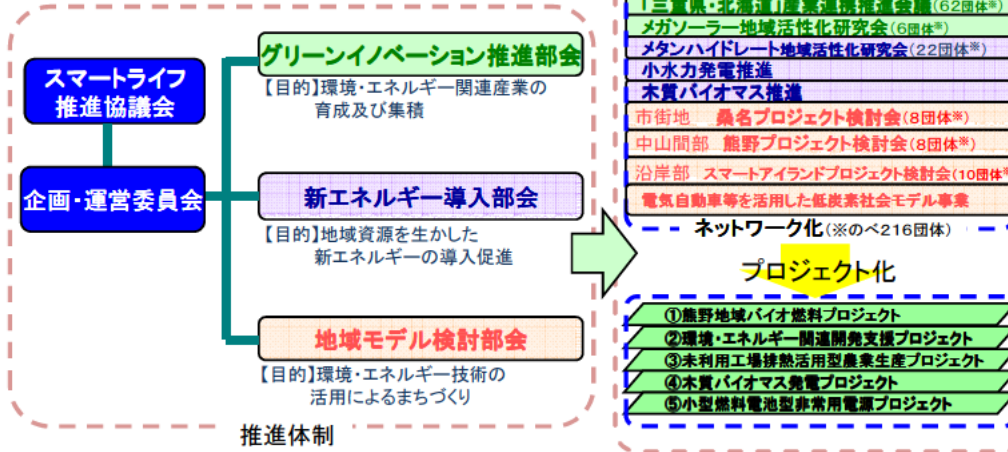
実施主体: 三重県戦略産業雇用創造プロジェクト協議会

構成員(予定): 商工団体、労働団体、(公財)三重県産業支援センター、金融機関、研究機関、民間企業、中部経済産業局、三重労働局、三重県 等

3 みえスマートライフ推進協議会による具体的なプロジェクトの創出

- 個人の幸福実感の向上に資するライフスタイルの実現を目指しつつ、事業者にとってビジネスチャンスを生み出すための協議会を平成24年10月に設立。
- 協議会では、新たなビジネスモデルや社会モデルを発掘していくためのアイデアや知恵を集結させ、実際の地域フィールドでプロジェクト化を図る。

- 会長 知事
- 特別顧問 寺島実郎氏(一般財団法人日本総合研究所)
- 会員:企業、大学、経済団体、市町等



取組事例①

熊野地域バイオ燃料プロジェクト

～未利用柑橘類を活用したバイオ燃料生産技術開発～
〔平成25年度新エネルギーベンチャー技術革新事業(NEDO)〕

高度部材・素材を強みとする四日市コンビナート企業などを中心とした「みえバイオファイナリー研究会」を本年5月に設立し、環境・エネルギー、食糧問題などの社会的問題のパラダイム転換につながるような新たなビジネス創出への取組を開始しました。現在、国内外のバイオマス資源の賦存量やバイオファイナリーに関する技術調査などの基礎調査を実施しています。



今後は調査結果などを踏まえ、バイオファイナリーに関する各分野での注視すべき技術事項について整理し、三重県で取り組むべきプロジェクトテーマの検討を行うとともに、企業主体の研究開発プロジェクト化を推進していきます。

また、本年7月に、県内中小企業、三重大学が進める「未利用柑橘類を活用したバイオ燃料生産技術開発」がNEDOの「新エネルギーベンチャー技術革新事業」に採択されました。本事業により、熊野地域をフィールドとしたビジネスモデルの実現を目指して、技術検討及び市場調査を開始しています。本事業を地域と一体になって進めることにより、地域の課題解決と産業育成を図ります。

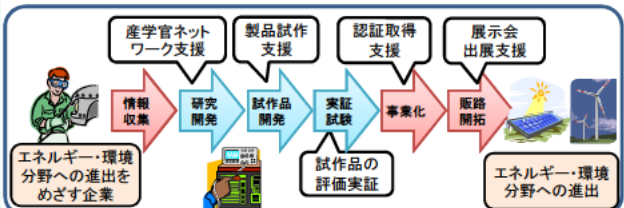
取組事例②

環境・エネルギー関連開発支援プロジェクト

平成25年度地域の技術シーズを活用した再エネ・省エネ対策フィジビリティ調査(環境省)

中小企業がいち早く環境・エネルギー関連分野へ進出できるよう、県工業研究所が中心となって「エネルギー関連技術研究会」を昨年7月に設立し、「太陽エネルギー」、「燃料電池」、「二次電池」、「省エネシステム」の4つの分科会で、新たなビジネスにつながる技術開発などの検討を進める中で、4件のテーマ(創エネ:2、蓄エネ:1、省エネ:1)について、共同研究プロジェクトを始めています。

また、環境省の委託事業として本年7月に採択を受けた「地域の技術シーズを活用した再エネ・省エネ対策フィジビリティ調査(25・26年度事業)」などを活用して、低炭素社会の実現につながる商品開発の方向性の検討を進めるとともに、今後は調査結果を踏まえ、地域モデルへの展開も視野に入れながら、新たな再エネ・省エネに関する製品化に向けたビジネスモデルの提案を行っていきます。



取組事例③

未利用工場排熱活用型農業生産プロジェクト

平成25年度農業成長産業化実証事業(経済産業省)

県内バイオ関連中小企業や農業者などが進める「未利用工場排熱の農業生産システム(植物工場)への事業展開」が、本年7月に経済産業省の「農業成長産業化実証事業」に採択されました。本事業が円滑に進むよう支援するとともに、植物工場の新たな省エネ技術であるデシカント空調装置の導入試験や、情報通信技術を活用した植物工場の最適環境制御技術の検討など、省エネ技術による農工商連携などの取組も支援していきます。

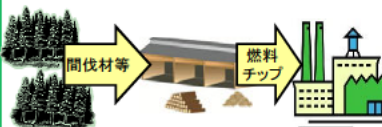


取組事例④

木質バイオマス発電プロジェクト

三重県多気町内において、大手企業が木質バイオマス発電事業(発電規模:6,000KW程度)を計画しており、平成28年度の運転開始に向けて準備を進めています。本事業が円滑に進むよう、多気町とも連携しながら、発電所建設に伴う諸条件等の環境整備について支援していきます。

事業場所:多気町クリスタルタウン工業ゾーン(多気郡多気町)
 想定年間発電量:約4.1百万kwh(一般家庭11,300世帯分に相当)
 燃料種別:木質チップ
 燃料使用量:6万t/年程度
 着工予定:平成26年度



取組事例⑤

小型燃料電池型非常用電源プロジェクト

平成25年度課題設定型産業技術開発費助成事業(NEDO)

大手企業、ベンチャー企業、京都大学などがNEDOより本年5月に採択を受けた「固体水素燃料電池を用いた充電機能付き非常用電源の開発(平成25年度課題設定型産業技術開発費助成金)」について、大雨や津波など災害が懸念される熊野市(熊野プロジェクト検討会)、鳥羽市(スマートアイランドプロジェクト検討会)をフィールドに、小型燃料電池を活用した非常用電源確保などユーザーニーズ(災害時の緊急電源としての有用性、費用対効果、改善点等)の把握など製品開発に向けた実証試験を行います。

本事業が円滑に進むよう支援するとともに、関連する新たな製品開発に向け、県内ものづくり中小企業との連携も促進していきます。

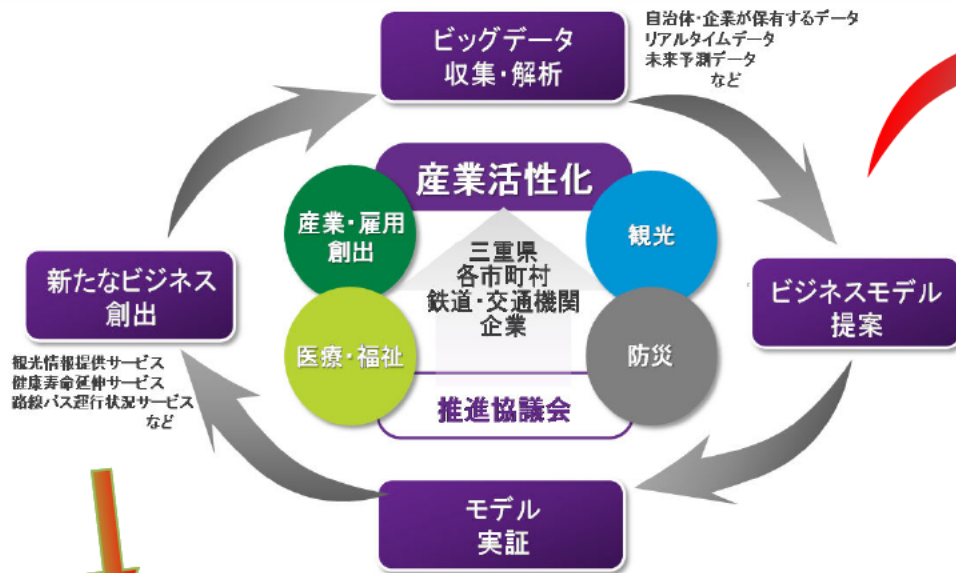


4 ICTを活用した産業活性化の推進

【目的】産学官の連携により、自治体・住民・観光客等からもたらされる情報（ビッグデータ）、ICT技術を活用して、新たなビジネスモデルの構築を図りながら、住民や観光客の満足度向上や産業振興、地域活性化につなげる。

ICT・ビッグデータを活用した新しいビジネスの可能性

さまざまな企業と三重県および市町がそれぞれの情報を提供すると、その情報の解析から事業戦略を検討し、新たな事業が生まれ、さらに観光、防災、医療福祉などの産業・雇用の創出相乗効果となって活性化が期待されます。



観光情報提供サービス
健康寿命延伸サービス
路線バス運行状況サービス
など



三重県 県内自治体共通プラットフォーム

推進体制

みえICTを活用した産業活性化推進協議会

ICTを活用した新たな産業の創出、ICTの活用による新たなまちづくりについて情報交換及び議論を行う。

会員：企業、大学、団体、地方自治体など
運営委員会：4回/年 ワーキンググループ/随時

【運営委員会】

特別顧問：東京大学大学院情報学環・学際情報学府学環長・学府長 須藤 修 氏
座長：三重大学副学長 西村訓弘 氏
委員：三重大学大学院生物資源学研究科 教授 坂本竜彦 氏
福山市立大学都市経営学部 教授 渡邊 明 氏
メンバー：近畿日本ツーリスト(株)、近畿日本鉄道(株)、(株)ケーブルコネクト
三重、シスコシステムズ(同)、ソフトバンク株、ソフトバンクテレコム(株)、
(株)東芝、(株)ナビタイムジャパン、西日本電信電話(株)、富士通(株)

WGで検討

観光WG



県内企業を中心としたコラボレーション事業、ビッグデータ、オープンデータ、リアルタイムデータを活用し、観光客動向分析などを行い、新たなビジネスモデルを検討。

- ・着地型観光促進
- ・導線分析 など

医療WG



県民がより質の高いサービスを楽しみ、健康増進に寄与するための新たなビジネスモデルを検討する。

- ・健康寿命延伸
- ・アクティブシニア創出 など

共通基盤WG



医療福祉、観光、防災、産業育成等を推進するため、三重県のあるべき姿や共通プラットフォームを検討。

- ・アプリケーション開発
- ・インフラ検討 など

三重県、県内自治体がフィールドを提供し、ビッグデータ、オープンデータ、リアルタイムデータを活用した新たなビジネスモデルを産学官で創出。

5 「みえ国際展開に関する基本方針」の策定

第1章 世界経済の状況と三重県における国際展開の現状

1. 拡大する世界経済

- ・国内需要の減退→G8からG20、BRICS諸国・アジアなど新興国市場の拡大
- ・世界的な国家間・地域間の連携の加速
- EPA、FTA、RCEP(東アジア地域包括的連携協定)
- TPP(環太平洋パートナーシップ)

2. 三重県の国際展開の現状と課題

- ・三重県企業の海外展開の取組は他県に比べ遅れている。
(これまで海外展開を行ったことがない:県内31.7%、県外19.8%)
- 拡大する世界経済や国内の取引構造の変化を見据え、企業の海外展開を推進する必要。
- ・県内観光事業者等において、これまでニーズが高くないインバウンド誘客。
- 国内の景気、季節変動、行事的要素に左右されない誘客構造への対応が必要。

第2章 国際展開に係る三重県のポテンシャル

1. 三重県の持つ多様な海外ネットワーク

○県のネットワーク

台日産業連携推進オフィス(台湾)、CSEM社(スイス)、アムシー地域(フランス)、フラウンホーファー研究機構(ドイツ)、サンパウロ州(ブラジル)、河南省(中国)、バレンシア州(スペイン)、ハラオ

○市町等のネットワーク

(中国)天津市、江蘇省鎮江市、蘇州市、無錫市濱湖区、(米国)カリフォルニア州ロングビーチ市、サンタバーバラ市、ワシントン州キヤマス市、(ブラジル)サンパウロ州バスタス市・オサスコ市、(フランス)ル・マン市、(イタリヤ)カンパニア州ソレント市、(カナダ)ブリティッシュコロンビア州プリンスルパード市 等

2. ファシリテーターとして活用可能な組織

- ・三重大学地域戦略センター(RASC)
- ・(公財)国際環境技術移転センター(ICETT)
- ・高度部材イノベーションセンター(AMIC)
- ・日本貿易振興機構(ジェトロ)三重貿易情報センター
- ・三重県海外ビジネスサポートデスク
- ・三重県外国人観光客誘致促進協議会

3. 世界に誇る産業集積と試作ものづくりの能力

- ・自動車関連、電子・デバイス、石油化学分野の企業が集積
- ・外資系企業が立地
- ・試作グループ等による高付加価値のものづくり

4. 世界に知られる観光資源

- ・忍者、真珠、海女など世界的に魅力ある資源

5. 三重の食文化と食料

- ・松阪牛、伊勢えび、など三重ブランド認定品を使った料理、マグロ、マダイなどの養殖魚、伊勢うどんなど郷土料理

三重県のポテンシャルを最大限に活かした国際展開の推進

世界経済の状況と三重県の国際展開の現状と課題を踏まえた国際展開の推進

第3章 国際展開に対する今後の取組の方向性

1. 基本的な考え方

○国際的に開かれた三重県文化の形成

○相手国・地域のメリットにもなる「Win-Win」の関係構築

○三重モデル(台湾との連携モデル)の横展開

2. 重点的に取り組むべき国・地域

○台湾、タイからアジア市場へ ○欧米へパートナーとしての知的交流・企業誘致 ○東アジア地域・東南アジア諸国からの誘客強化

(1)アジア経済圏(ASEANを除く)

○台湾[重点地域]

- ・三重大学のプロジェクト推進、産業交流、物産展の開催
- ・「三重宣言」に基づく観光交流の推進

○中国

- ・ICETTを活用した環境技術の展開、製造業向け展示会出展、県産品の販路拡大

○韓国

○インド

(2)ASEAN

○タイ[重点国]

- ・タイ投資委員会(BOI)とのMOU締結
- ・ICETTを活用した環境技術の展開、アジアのサプライチェーン参入
- ・物産展開催による販路拡大

○ベトナム、マレーシアなど

- ・海外誘客
- ・県産品の販路拡大

(3)北米・欧州

○米国

- ・ワシントン州との交流
- ・企業誘致
- ヨーロッパ(スイス・ドイツ・フランス)
- ・知的交流の推進
- ・海外誘客

(4)友好提携都市等

○ブラジル

3. 国際展開のためのプラットフォームの構築

(1)既存の行政間ネットワークのフォローアップと新たな戦略的構築

- ・既存のネットワークの強化と市町の海外ネットワークの活用
- ・タイ投資委員会(BOI)とのMOU
- ・RASCとサウスアトランティック・コミュニティ・カレッジ(SSCC)とのMOU

(2)国際展開の推進体制(ファシリテーター等)の整備

- ・ICETTのネットワーク再構築と活用
- ・AMICでの連携プロジェクトの推進
- ・RASC、ジェトロ等支援機関間の連携強化
- ・ジェトロ、金融機関、商社との連携

(3)人材育成、啓発

- ・グローバル人材の育成(企業向けセミナー、留学生マッチング、商社OB等)
- ・「みえ国際展開モデル事例集」(仮称)の策定

4. 各分野(海外展開、外資系企業誘致、海外誘客)における取組方針

○「ものづくり」(製造業)と「サービス産業」(非製造業)を産業の両輪と捉えた国際展開

(1)三重県企業の海外展開(直接投資、輸出)に対する支援

- ・三重県海外ビジネスサポートデスクの機能強化
- ・ICETTを活用した環境技術の展開
- ・「食」に関わる産品、伝統工芸品の積極的展開(メイドイン三重の売り込み)

(2)外資系企業の誘致に対する支援

- ・外資系企業の生産拠点・研究開発拠点の誘致
- ・高級ホテル等外資サービス業の誘致

(3)海外からの誘客促進

- ・産業、物産との連携によるブランド発信
- ・広域的に連携した誘客活動(例:昇龍道プロジェクト)
- ・三重県の留学生・外国人ネットワークを活かした魅力発信

6 首都圏営業拠点「三重テラス」①



9月28日(土)
東京日本橋にOPEN!



MIE TERRACE



東京都中央区日本橋室町2丁目4-1
浮世小路千足屋ビル「YUITO ANNEX」
1階:62.70坪
2階:72.38坪
合計:135.08坪



お伊勢参り 出発の地、日本橋



伊勢商人の店が軒を連ね、
今なお老舗企業として活躍している、日本橋



6 首都圏営業拠点「三重テラス」②

「食」や「観光」、「歴史」、「文化」、 「産業」など三重の魅力の情報発信

買う(ショップ)

三重の選りすぐりの商品を、地域ならではの物語という付加価値をつけて販売

食べる(レストラン)

三重の産直食材や地域の「旬」の食材にこだわったメニューの提供

体験する(イベント)

観光PR、三重の伝統・文化・歴史等に関するセミナーや講座、伝統産業や地場産業を紹介する展示会、生産者と事業者との商談会などの開催

三重ゆかりの店舗や企業等との連携

三重の物産や飲食を提供していただける三重ゆかりの店舗(応援店舗)や、**三重にゆかりのある企業(応援企業)**とのネットワークを構築・拡大し、首都圏において戦略的かつ多面的な情報発信に取り組めます。

1F

- プライベートブランド商品の開発
- 三重の各地域を旅するかの如く、地域の旬の味を提供
- テストマーケティングなど消費者目線の評価を事業者へフィードバックなど



1F ショップ



9/28オープニングセレモニー



1F レストラン

2F

☆企業トップと知事の懇談会の開催

- テーマ性のある講座や参加型イベントの開催
- オフィスワーカー等を対象にした「朝大学」の手法による講座の開催
- 首都圏のパイヤーやクリエイター等との商談会など、BtoBでの活用など



2F 多目的ホール

さまざまな人々との交流や感動との出会い、新しいアイデアの創出などにつながる営業活動を総合的に進め、県内への観光誘客や県産品の販路拡大につなげていきます。

6 首都圏営業拠点「三重テラス」③

県産材・伝統工芸品の活用

組子をあしらった照明



鈴鹿墨で染めた暖簾



伊勢木綿のカーテン



伝統柄のパーテーション



物販

レストラン



萬古焼、伊賀焼のタイル

尾鷲ひのきの什器、ファサード



伊賀くみひものメニューブック

多目的ホール



伊勢型紙の照明



尾鷲ひのきの
フローリング、
テーブル



7 首都圏営業拠点「三重テラス」④

「三重テラス」の営業方針

「商人道」を大切にした営業

『商いは、人の喜ぶ顔をみるためにするもの』

『人の気を見て商の上手は此国の人也』



私たち、「三重テラス」スタッフは、

おいしい「食」や地域が誇る「商品」



の旬を提供し、

事業者のみなさまとともに



三重の文化に触れることができる、
「とっておき！」のひと時を演出

(参考)現場等の声～平成25年度 1000社訪問～

1. 新規事業・販路の開拓

- ・父親の代と同じ商品ではこれからのニーズをつかんでいけない。そのため、若い感覚で新しい商品づくりに挑戦したいが、そのような取組を支援してほしい。
- ・本業だけにとらわれるのではなく、今持っている技術を多分野へ活かす方法を考え、実行することで新たな販路開拓ができる。
- ・将来を見越して、スピード感を持った新商品開発が必要。
- ・補助金では、事業の新規性が強く求められるが、中小企業(特に小規模企業)では、その新規性のリスクを背負いきれない。
- ・海外への販路を模索しているが、情報の入手が困難。海外の市場調査を行う際の支援が欲しい。
- ・シンガポールへの販路開拓を始めたが、取引規模が小さいため、他社と協同して輸送するなど物流コストを抑える方策を検討中。

2. 利益率向上・高付加価値化

- ・特定少数の顧客に付加価値の高い商品を提供している。中小規模の事業者にとってはこのような取組方法も大事だと思う。
- ・小売りの物販は通信販売事業者や大型店との価格競争では太刀打ちができない。
- ・他社にできない技術を持ち続けるため研究開発に注力。
- ・付加価値の高い製品を開発するため、クリエイター等との連携を模索。
- ・メディアで取り上げられる製品の創出と、製品をアピールするための広報ストーリーを提供していくことが必要。
- ・付加価値を上げるために低価格路線のスーパー等との取引を打ち切った。

3. 地域の活性化

- ・自分たちが儲けていくことが当然大事なことであるが、地域の活性化につながるようなビジネス展開を行っていきたい。行政も一緒にテーブルで考えていただくとありがたい。
- ・今後のサービス産業において、女性をターゲットとしたサービス提供が重要だと考える。地域と一体となった取組を支援いただければ幸い。
- ・地元商店街への集客イベント等を行っているが、そもそも周辺人口が少ないことから、根本的な解決にはつながらない。
- ・商店街では高齢化の進展や資金不足により、大々的な施策が展開できない状況にある。
- ・過疎化が進み、情報源の乏しい田舎において、商工会の役割は大きい。
- ・東紀州地域で新商品を開発しても、最終的には物流がネックとなるため、試行錯誤している。
- ・「三重テラス」は単なる物販の場ではなく、情報発信による三重への“誘客”という点を重視すべき。
- ・産業構造が変化するなか、従来のコンビナートのように隣接する事業所よりも、遠隔地の事業所との連携が増加。

4. 人づくり・ネットワーク

- ・国際競争力のある人材育成が必要と痛感しているが、そのためには、小学校以前の教育段階から取り組まなければならない。
- ・緊急雇用創出事業を活用させてもらった。制度自体はありがたいが、地域ではその事業を担う人材がいない・みつからないため、苦慮。
- ・三重県出身の学生は、愛知県をはじめ、県外へ流出している。
- ・将来的には業界の集約が予想されるため、事業継承に不安。
- ・高卒の新規社員を採用したが、社内環境が整わず、必要な研修を受けさせられる状況にない。
- ・海外展開においては物流が大事。1社単独では解決が難しいので、海外展開の先輩企業の声を聴くためのネットワークを行政に紹介してほしい。
- ・インターネットで入手できる情報だけではなく、地域においても生の情報、新しい情報をリアルタイムかつ直接入手することが必要。
- ・商売は最後は信頼関係・人である。行政は行政ならではのネットワークを築いてほしい。

5. 行政への要望

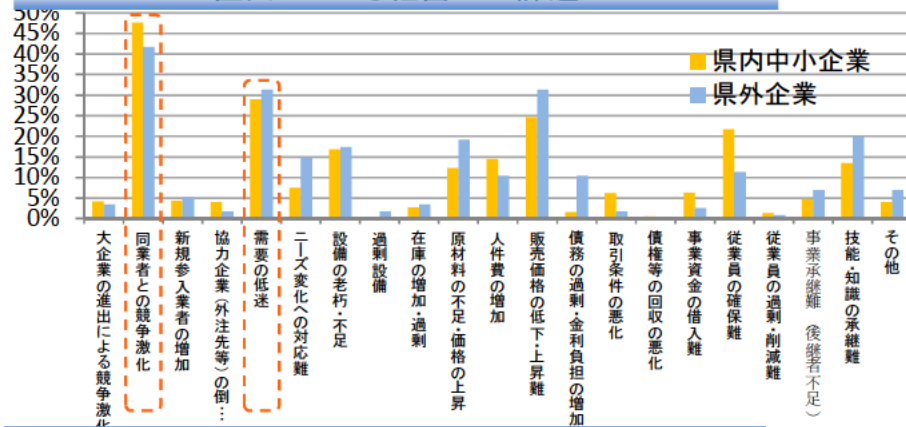
- ・県外における三重県の知名度が低く、PRがうまくいかない。県主導で「三重県」のイメージ向上に取り組んでほしい。
- ・県が首都圏や関西圏などで販路拡大につながる取組を行ってくれることは有難いが、その際、それぞれの商品の良さをしっかりと理解したうえで臨んでほしい。
- ・企業からの相談窓口を一本化(コンシェルジュ機能、ワンストップサービスなど)してほしい。
- ・北勢地域と南勢地域の産業構造の違いを踏まえた施策を期待。
- ・県の成長戦略を示していただくことも大変ありがたいが、中小企業にとっては即効薬となるようなわかりやすい具体的な策を効果的にPR・実施してほしい。
- ・県の成長戦略では、その取組方向や成長分野とする業種に関して具体性に欠けると感じる。明確な方向性を打ち出していただけると、企業側としては、その方向性に沿った事業としてアピールするなど、使いやすい。
- ・体力の無い企業に対し、延命治療的に税金投入するような事業はやめるべき。
- ・技術流出の恐れがあるため、一律に海外移転を進めるのは危険ではないか。日本のものづくりを守るシステムを官民で考えていくことが必要。
- ・工場立地法による規制の緩和に向けて、市が検討を始めている状況もある。法規制に関する権限をもっと地元(市町)へ委譲し、規制緩和を進めてほしい。

(参考)現場等の声～平成25年度 5000社アンケート～

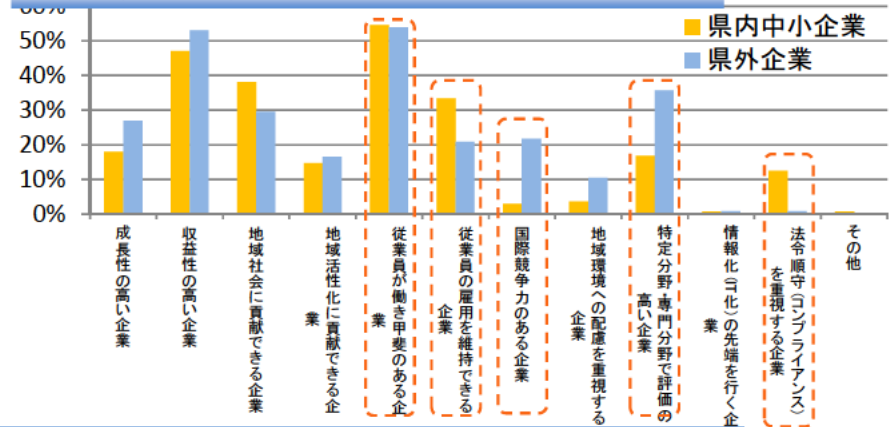
～事業活動の方針～

- 県内外の中小企業は、ともに「需要の低迷」の中で「同業者との競争激化」に直面しており、新たな販路開拓や他社との差別化を図っていく必要性に迫られている。
- その様な中、[今後、重点的に取り組みたい経営戦略]について、県内中小企業は県外企業に比べて「コア技術・スキルの更なる活用」「新規技術・商品導入・開発」に向けて消極的。
- また、県外企業が「特定分野・専門分野で評価の高い企業」「国際競争力のある企業」を重視する傾向である一方、県内中小企業は「地域社会に貢献できる企業」「従業員の雇用を維持できる企業」「法令順守を重視する企業」といった事業活動そのものよりも、それを支える従業員や地域を重視する傾向。
- [今後、強化すべきと考える中小企業関連施策]においても同様であり、「既存製品・サービスの高付加価値化」「新技術・商品の研究開発への支援」において県内中小企業に比べて県外企業の回答の高さが顕著。

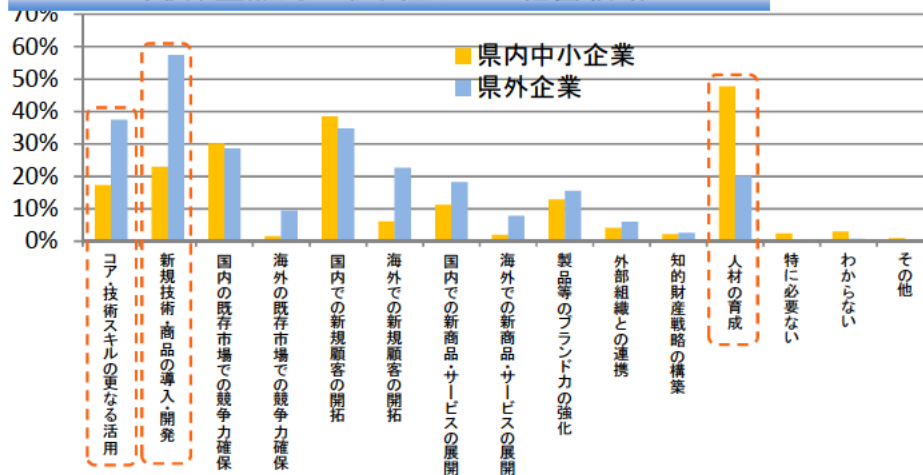
直面している経営上の課題



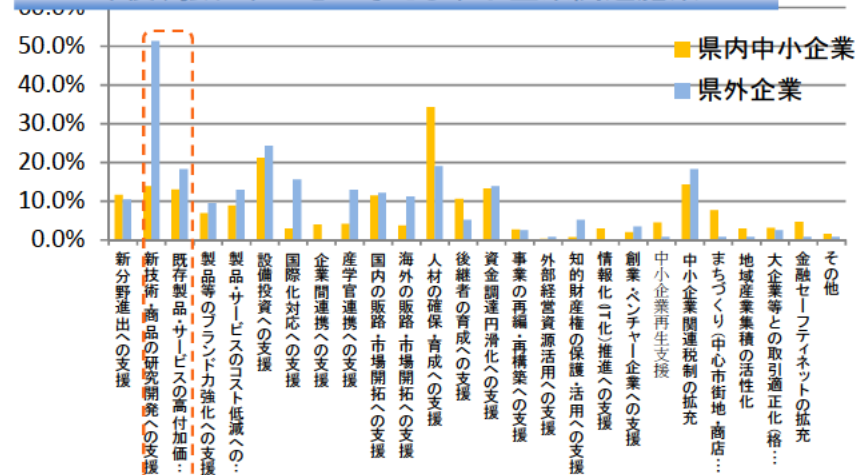
今後、どのような企業になりたいと考えているか



今後、重点的に取り組みたい経営戦略



今後、強化すべきと考える中小企業関連施策



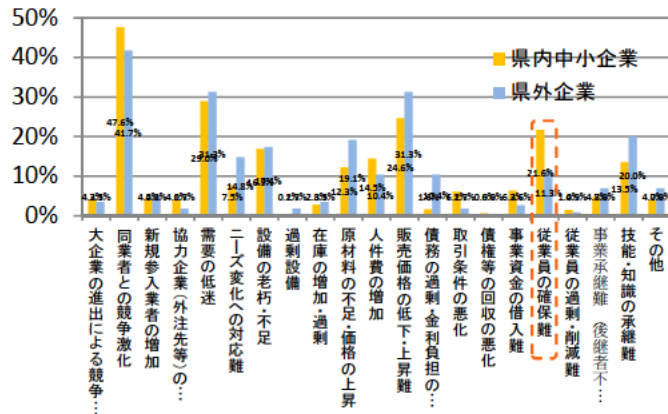
～人材の育成・確保～

■ [直面している経営上の課題]のうち、県内中小企業は「従業員の確保難」に直面している割合が県外企業に比べて高く、また、[重点的に取り組みたい経営戦略]や[強化すべきと考える中小企業関連施策]でも県内中小企業は県外企業に比べて「人材の育成」を重視する傾向が明確。

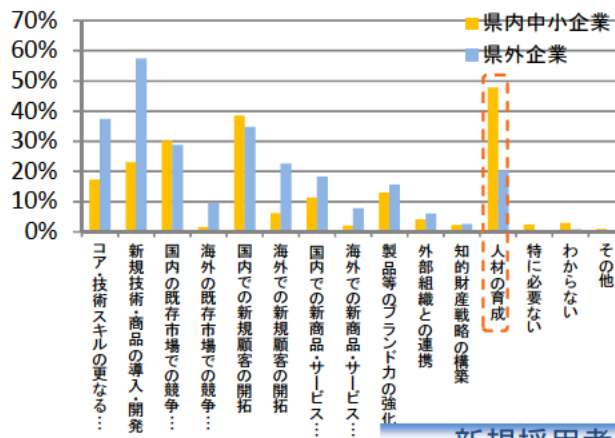
■ 中小企業における採用について、「必要に応じて採用している」割合が最も高く、その対象についても「特に年齢・学歴を問わない」とする傾向が強い。にも関わらず、想定通りの採用ができていないかとの問に対して、特に県内中小企業の半数近くが「できていない」と回答している状況。

■ さらに、新規採用者の募集に際して、大企業が多くツールを有し、その効果も比較的高い一方、中小企業は「ハローワーク等への求人依頼」による募集が中心であり、効果を「低い」と感じている。逆に「学校の就職課等の紹介」「学校の先生の紹介」といった、学校を通じた手法による効果が相対的に「高い」と感じている。

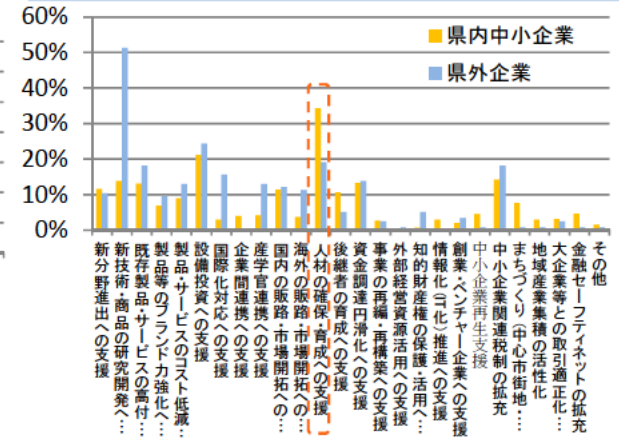
直面している経営上の課題



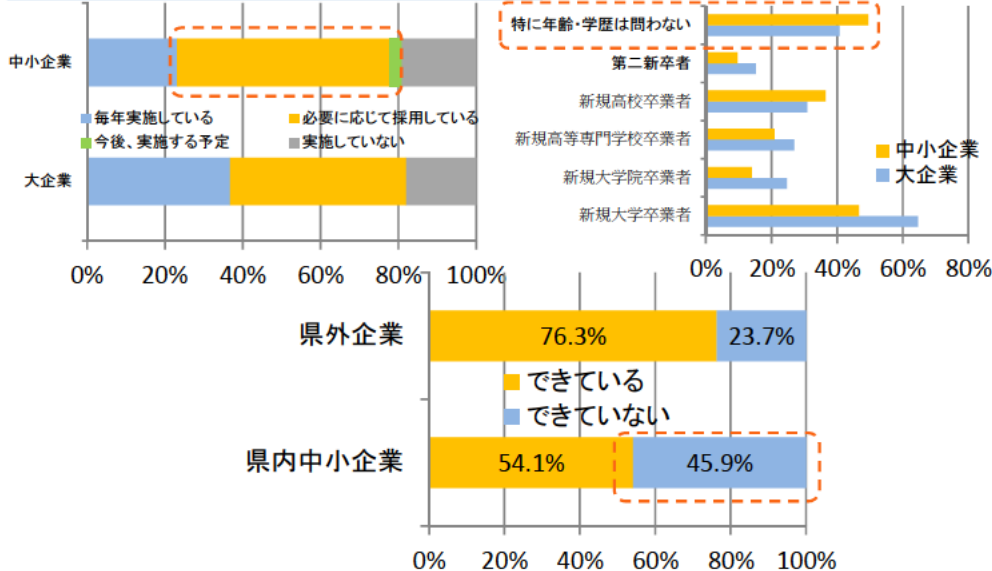
今後、重点的に取り組みたい経営戦略



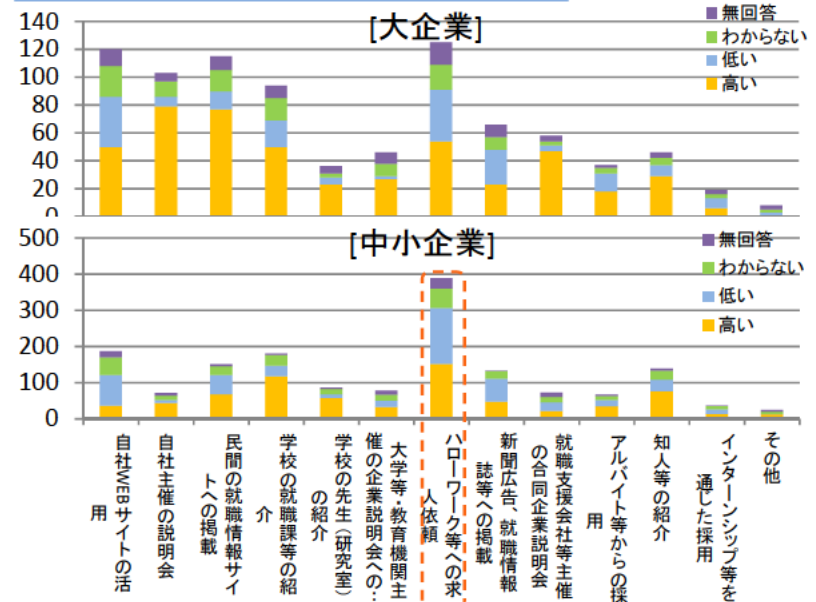
強化すべきと考える中小企業関連施策



定期的な採用

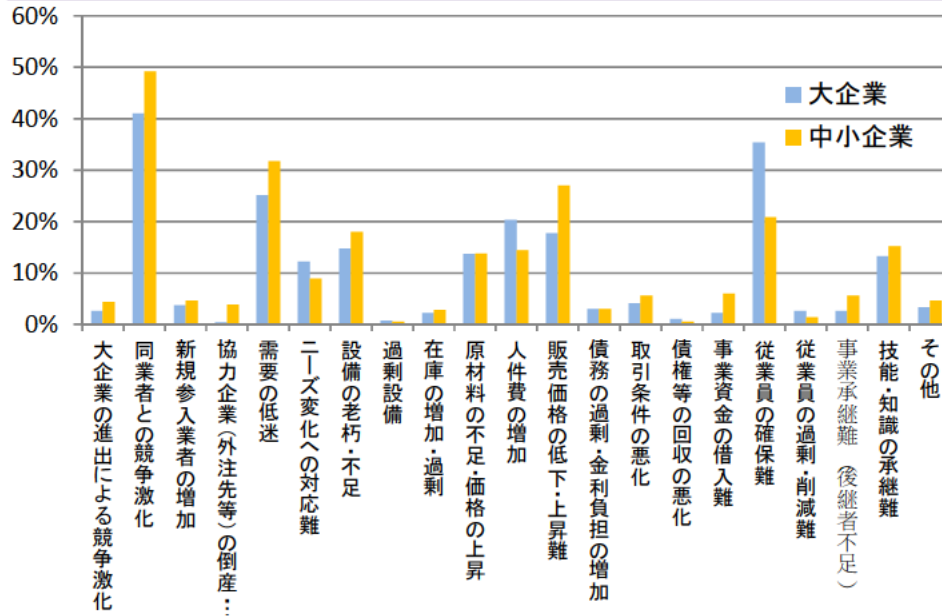


新規採用者の募集方法と効果

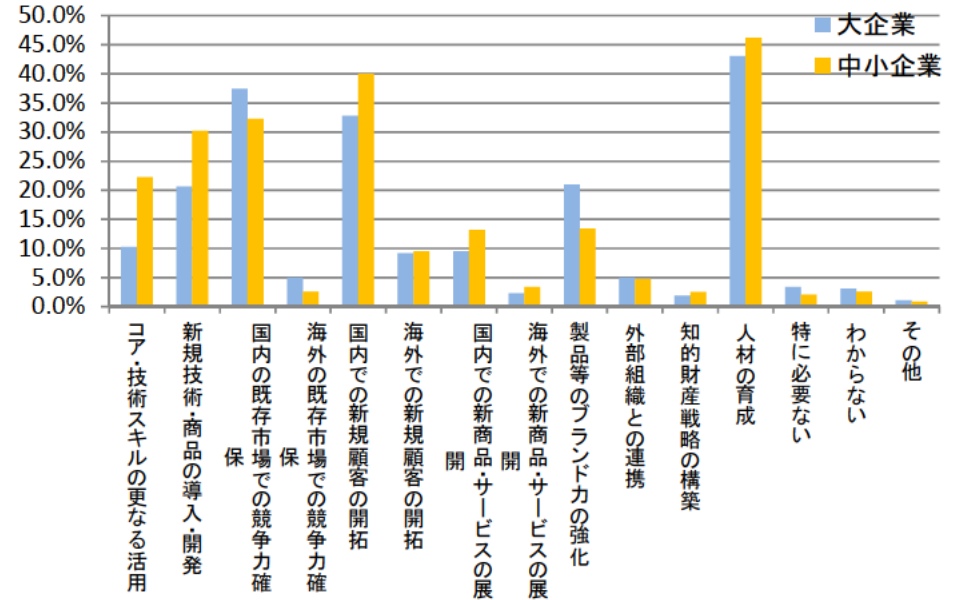


※参考:その他アンケート結果(規模別比較)

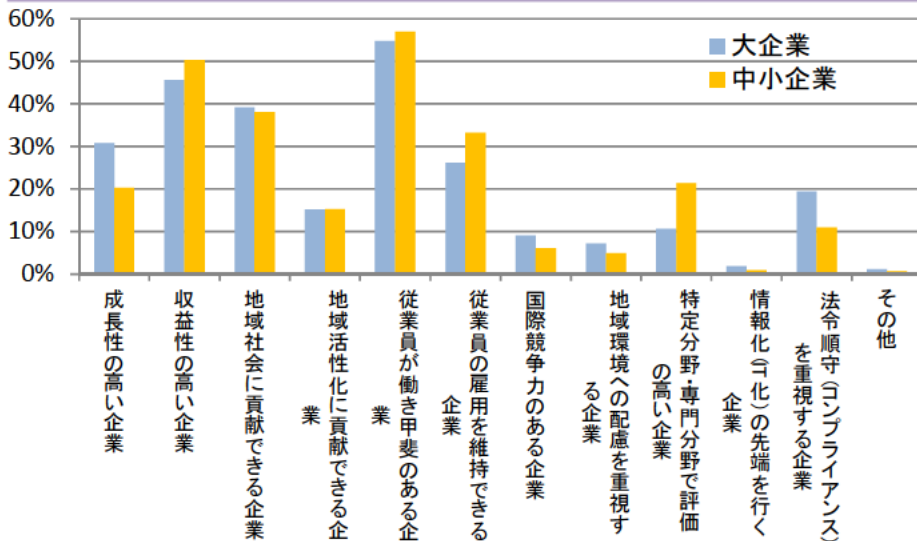
直面している経営上の課題



今後、重点的に取り組みたい経営戦略



今後、どのような企業になりたいと考えているか



今後、強化すべきと考える中小企業関連施策

