

みえ産業振興戦略 概要と構成

第1章 戦略策定の背景と課題

- 1 近年の地域産業政策
 - 企業誘致と中小企業振興を両軸とした産業政策を展開
- 2 汎用品生産拠点からの脱却を目指して
 - 情勢の変化に対応した産業政策に転換(四日市臨海部工業地帯の産業再生、高度部材イノベーション等)
- 3 成果と残された課題
 - 自動車関連産業と電機電子関連産業を中心とした輸出型産業で県経済成長をけん引
 - 製造品出荷額等が全国トップクラスの伸び率で推移するものの、付加価値率が低い構造になっている。

第2章 戦略の策定について

- 1 戦略策定の目的
- 2 戦略の更新・改訂 (ローリング)
- 3 地域 (現場) からみる産業構造の変化と企業行動の在り方
- 1 産業別の付加価値構造・就業者構造の変化からの考察
 - 強みは「高度部材」と「中小企業のものづくり基盤技術」。特定の業種に過度に偏らない強んで多様な産業構造構築の必要性、ものづくりとサービス産業を産業の両輪に両者を伸ばす必要性。
- 2 代表的企業の事業構造の考察
 - ① 高度部材・素材技術を活かした成長産業の強化
 - ② 安定収益を確保する事業ポートフォリオの最適化
 - ③ 新興国等の海外市場の開拓
 - ④ グローバルな社会的問題解決への貢献
- 3 ものづくり三重の考察
 - 製造品出荷額等は全国上位だが、付加価値率(付加価値÷出荷額)は全国平均を下回る状況
 - 中小企業(製造業)の付加価値率は全国42位 → 付加価値額の増加と付加価値率の向上が課題
- 4 企業アンケート調査の考察
 - ① 経営戦略: 基盤となる人材育成・確保と国内市場での競争力・技術力強化
 - ② 期待分野: グリーンエネルギー分野と医療・介護
 - ③ 成長戦略として求められる海外展開
 - ④ 外部連携の実施比率が低い
 - ⑤ 望まれる立地環境: 顧客との近接性など複数項目に分散
 - ⑥ 社会的責任: 企業の存続・成長
 - ⑦ 地域資源活用型産業の課題: 販売チャネルやマネジメント人材の確保や市場ニーズの把握等

5 企業1,052社訪問の考察

現場の生の声から導かれるキーワード

- ① 製品・技術・ノウハウ: 外部連携、顧客起点の視点、感性価値・ストーリー性の導入
- ② 販路: 行政のサポート、国内の経済・市場状況への対応策、展示会・ビジネスマッチング
- ③ 円高: 台頭するアジア企業との価格競争、円高への対応策、円高の間接影響と自動車産業の生産移転、企業買収
- ④ 海外展開: 障壁、行政のサポート、海外展開を考えない理由、現地生産のメリット
- ⑤ 人材: 求める人材像、人材採用・人材育成のポイント、人材不足と対応策、課題、行政のサポート等々

第4章 今後取り組み課題

- ① 脆弱な産業構造
- ② 成長産業育成の遅れ
- ③ サービス産業の成長率の低さ
- ④ 高度部材の強みを経済活動の成果へ
- ⑤ 海外市場への展開の遅れ
- ⑥ 外部連携比率の低さ
- ⑦ 行政の企業誘致策の転換
- ⑧ 社会課題解決に関わる取組の遅れ
- ⑨ 高度専門人材の育成
- ⑩ マーケティング活動における経営資源不足
- ⑪ 行政の課題

第5章 今後の産業政策と目指す姿

- 1 今後の産業政策 **新しい産業政策に取り組み6つの視点**
 - ① ものづくりとサービス産業を両輪と捉えた産業政策の展開によるシナジー効果の創出
 - ② 付加価値率の向上を伴った付加価値額の維持・拡大
 - ③ イノベーションとマーケティングの連携・融合～需要の喚起へ
 - ④ 世界的な視座に立った国際戦略～海外市場開拓と資金の国内還流
 - ⑤ 産業集積を活かした社会的問題解決型の成長産業の育成
 - ⑥ 地域雇用の維持・創出～資金の維持・向上～デフレ脱却

- 2 戦略で目指す姿 (目標値等) ※平成27年度の目標値
 - ものづくりを維持・強化しつつ、サービス産業の育成・強化を図り、企業が事業活動を通じて「付加価値額・率」を向上させ、「地域雇用」を維持・創出していく
 - ① ものづくり産業の付加価値を維持・強化(2.4兆円: 全国10位)
 - ② ものづくり中小企業の付加価値率を向上(31.5%→35.2%)
 - ③ サービス産業(広義)の付加価値構成を向上(61.9%→63.3%)
 - ④ 労働力人口に占める就業者割合を向上(96.0%→97.5%)
 - ⑤ サービス産業(広義)の就業者構成を向上(62.4%→65.2%)
 - ⑥ 共感者(魅力と感ずる人)の割合を向上(40.0%→60.0%)

第6章 地域の成長戦略

- 1 新しい時代を拓く新産業・新市場創出のシナリオ
 - ① 産業分類にはない高度部材産業や先端技術産業など「先端ものづくり産業」
 - ② 地域に密着した観光関連産業や、徹底した顧客志向型産業などの「サービス産業」
 - ③ 環境・エネルギー(グリーンエネルギー)関連産業や医療・健康関連産業(ライフイノベーション)などの「社会的問題解決型成長産業」
- 2 6つの戦略(具体的な取組)
 - (1) 【戦略1】ものづくり戦略(メイド・イン・三重)
 - ① ものづくり中小企業の育成(パッケージ化支援等)
 - ② AMIC等による基盤技術支援強化
 - ③ 成長産業への参入促進と海外展開促進
 - ④ ステイタスの「見える化」
 - ⑤ 技術的優位性の確保
 - (2) 【戦略2】サービス戦略～観光の産業化等～
 - ① 支援体制の強化(推進協議会)
 - ② 高付加価値経営への取組
 - ③ 強力な情報発信
 - ④ ものづくりと融合したサービス産業の創出
 - ⑤ グローバルビジネスの振興
 - ⑥ 金融機関等と連携した資金供給の促進
 - 【観光の産業化】
 - ⑦ 地域資源を活用した商品開発
 - ⑧ コンシェルジュや場所文化を軸とした共感者づくり
 - ⑨ 観光と他分野産業の融合・連携
 - (3) 【戦略3】海外展開戦略(国際戦略)
 - ① 海外展開拠点(サポータデスク)
 - ② メイド・イン・三重ブランドの売り込み
 - ③ 金融支援制度
 - ④ 海外見本市参加
 - ⑤ ネットワークの構築・活用
 - (4) 【戦略4】成長産業(社会的問題解決型成長産業)への攻めの取組
 - ① グリーンエネルギーバレー(創エネ・蓄エネ・省エネを軸に研究開発や企業誘致)
 - ② スマートライフ(メガソーラー・風力・バイオマスを絡ませた取組)
 - ③ スマートアイトランド構想(仮称)
 - ④ ライフイノベーション
 - ⑤ 「高度部材」産業の強化
 - ⑥ 次世代型産業コンベンナート
- (5) 【戦略5】戦略的な企業誘致を推進し、更なる県内への投資促進に挑戦
 - ① 付加価値創出型施設(マザー工場)誘致
 - ② マレージ制の検討
 - ③ アジアの拠点化を目指した外資系企業誘致
 - ④ グローバルアクセシビリティの強化
 - ⑤ 県内産業集積の更なる強化と空洞化防止
 - ⑥ 地域資源の再発見等を通じた県南部への設備投資促進
 - ⑦ 多様な人材育成を通じて設備投資の促進
- (6) 【戦略6】振興戦略プラットフォームの構築
 - ① ネットワーク
 - ② ひとづくり(国内外からの人材取り込み、産業界・教育機関と連携した人材育成、産業構造に対応した労働力のマッチング(特区制度の活用など)、若者・女性・高齢者等の就労促進)
 - ③ 中小・小規模企業の振興方針(5つの視点)
 - i 自発的な挑戦を促進(中小・小規模企業の特長を力発揮)
 - ii 外部連携の促進(連携による力の増幅)
 - iii 資金や人材など経営資源確保の支援
 - iv アクティブ・カンパニー(中小・小規模企業)の取組を支援
 - v きめの細かい(細かい)手厚く支援の実施
 - ④ 県工業研究所(国内外のあらゆる連携に参入、町の技術医、技術開発人材の育成)
- (7) その他
 - 県組織への反映
 - ① 産業政策、エネルギー政策、雇用政策、観光政策、国際戦略の融合(同一組織へ)
 - ② 成長戦略、ものづくり、サービスの切り口で担当課を創設
 - ③ 営業本部の設置

- (8) 参考: 企業経営戦略7カ条 (産業政策に従事する職員心構え10カ条)
 - 第1条: 何よりも大切なモノ、それは社員そして人の「幸福」
 - 第2条: 「感動的」な価値を創り出せ
 - 第3条: ものづくりは「ひとづくり」
 - 第4条: 「おもてなし」こそ我々の強み
 - 第5条: 「特定少数市場」の深さを認識すべし
 - 第6条: 「自ら動け」、アクションからのみ事がはじまる
 - 第7条: 「懐かしいモノ」で未来を描け
- (9) (番外: 若手への3ヶ条)
 - ① 我々は社会の構成員だ、悩む前に「働け」
 - ② 「自分探しの旅」に出るな、君はそこに居る
 - ③ 一緒に考えて…? まずは「自分で考える」