

第7章 地域の成長戦略

これまで、地域の現状を踏まえたうえで、今後取り組むための課題（視点）を整理し、目指すべき姿（具体的な数値目標）を提示してきた。ここから以下は、それらを踏まえ、今後、産業政策（課題解決）を展開していくための成長戦略を示していくこととする。

（1）成長産業（社会的問題解決型産業）への攻めの取組

「高度部材」や「中小企業のものづくり基盤技術」という強みを活かし、3つのバレー構想（クリスタル、シリコン、メディカル）を推進していくことに加え、「クリーンエネルギー」や「医療・健康」などの成長分野（社会的問題解決型分野）の取組を加速させていく。

その際、挑戦的な「新エネルギー」導入目標（県内最終エネルギー消費量の10%：2020年度末）を踏まえ、「スマートライフ」の促進に取り組むなかで、強力に産業振興を図っていく。

また、「高度部材産業」という産業分類に無い産業を、三重発・三重オリジンの産業として世界に発出し、更なる産業集積につなげる。

さらに、「高度部材」を基軸に「中小企業のものづくり基盤技術」を強化し、強じんて多様な産業の集積へとつなげていく。

【具体的な取組方向】

「クリーンエネルギーバレー構想」の策定・推進
「スマートライフ」の促進による産業振興
「スマートアイランド構想（仮称）」の構築
「ライフイノベーション総合特区」の創設
「高度部材」産業の強化
「高度部材イノベーションセンター」などを活用した中小企業と大企業との連携の促進
「次世代型産業コンビナート」の検討

● 「クリーンエネルギーバレー構想」の策定・推進

- ・ 県内企業による環境・エネルギー関連分野の新たな製品・サービスへの事業展開を促進するための基盤整備を行い、環境・エ

エネルギー関連産業の産業集積につなげていく。

その際、創エネ（効率よくつくる）、蓄エネ（効率よく大量にためる）、省エネ（うまく使う）の視点からの技術開発の促進や、それらを総合的に組み合わせたモデル的な取組を促進していく。

- ・国内外の企業や大学などをメンバーとした「クリーンエネルギーバレー推進会議（仮称）」を設置し、取組を広く検討。
- ・県内中小企業がいち早く環境・エネルギー関連分野へ参入していく仕組みとして、技術課題などを抽出する研究会の設置や、新商品の開発を目指した新たなネットワークづくりを促進する。
- ・研究開発の促進（産学官連携による研究開発プロジェクトの実施）や、企業誘致（県内設備投資の促進）、新エネ・省エネ導入（市場の形成）などの取組を連携させて構想の実現に取り組む。

● 「スマートライフ」の促進による産業振興

- ・ライフスタイルや、企業の生産プロセスなどあらゆるシーンで変革を促す取組を進め、環境負荷を減らしながら、地域住民が豊かさを実感できるスマートライフを促進していくに際して、「クリーンエネルギーバレー構想」での具体的な取組に加え、「新エネルギー」導入を加速する取組を絡めて産業振興に取り組んでいく。

※県では、2020年度末までに、一般家庭で消費されるエネルギーの約46万1千世帯分に相当する量の新エネルギーを導入していくことを宣言しており（原油換算：約85万6千k1、2008年度の県内最終エネルギー消費量：837k1の約10%に相当）、この目標達成にむけて「新エネルギー」導入を産業振興の取組の観点から加速していく。

- ・産業界を中心とした産学官で構成する「スマートライフ推進協議会（仮称）」を設置。会員企業の専門家により部会（ワーキンググループ）を構成し、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活動を展開していく。「地域ニーズ（社会的問題解決）」、「社会基盤」、「規制・障壁」などの視点から検討を開始していく予定。
- ・「メガソーラー」、「風力発電」、「木質バイオマス」などの新エネルギー施設を、地域特性を生かしつつ、研究開発要素や地域中

小企業との連携などを絡ませながら誘致していく。

- ・家庭や事業所における新エネルギー導入の促進においても、徹底した顧客視点に立った技術開発や商品づくりにつなげていく取組を推進する。
- ・エネルギーの高度利用として、「省エネルギー」の取組を促進していくにあたり、省エネ機器の開発はもとより生産性の向上、場合によっては素材の軽量化などの取組を推進していく。

●「スマートアイランド構想（仮称）」の構築

- ・「クリーンエネルギーバレー構想」、「スマートライフ」両軸からの取組として、離島や沿岸部をモデルとした「スマートアイランド構想（仮称）」を旗艦的プロジェクトとして構築していく。
- ・我が国では、離島や沿岸部など小規模地域コミュニティでのスマートグリッドの実証試験の検証が十分ではないため、災害に強いエネルギーインフラを備えた離島や沿岸部などのスマート・コミュニティの構築に産業政策を絡めて取り組む。
- ・具体的には、太陽光発電などにより発電した電力を2次電池への蓄電や電気自転車などに充電し、非常時にはこれらの電力を照明や通信用電源として活用することや、軽油等の備蓄管理などの地域エネルギーマネージメントシステムを研究開発し、さらに、システムのメンテナンスなどの仕組みを検討し、海水による塩害などの耐久試験など実証試験を通じて、災害に強いエネルギーインフラ整備を目指す。
- ・併せて、レジャー資源化（魅力ある観光資源の創出）や、スマート漁港などに取り組み、「クリーンエネルギーのまち」としてのイメージを付加するなど、新たな観光地モデルを構築し、地域の活性化へつなげていく。

●「ライフイノベーション総合特区」の創設

- ・画期的な医療機器や医薬品の開発に加え、どの地域よりも医療機器の開発を行いやすい環境を整備するため、「みえライフイノベーション総合特区」を創設する。

- ・ 県内医療系ネットワークを活用し、患者の医療情報（健診、治療、投薬、診断画像、副作用、遺伝子情報等）を総合した「医療情報データベース」を構築。
- ・ それを核に、共同研究や臨床研究を促進する「研究開発プラットフォーム」を三重大学に設置するとともに、県内各地域の特性を生かした産業創出を支援する地域拠点を設置し、医療機器や医薬品の開発を促進していく。その際、国内だけではなく、海外の研究機関や企業との連携も模索していく。
- ・ 医療機器の製造にかかる規制の特例措置を検討（総括製造販売責任者設置の条件緩和や医療機器専門機関への申請手数料の減免など）。
- 「高度部材」産業の強化
 - ・ 高度部材供給地域としての他地域（例えば、自動車や航空機の加工組立地域）との連携
 - ・ 積極的な企業誘致、設備投資促進の取組
 - ・ 「高度部材イノベーションセンター」を活用した高度部材（素材）研究開発プロジェクトの推進や、産業界と連携した人材の育成を実施していく。
- 「高度部材イノベーションセンター」などを活用した中小企業と大企業との連携の促進
 - ・ モジュール化から「複雑系」へのビジネス転換（複雑なレシピで真似のできない商品づくりなど、自社のもつ「秘伝のタレ」のビジネスへの活用）を想定し、大企業と技術力ある中小企業との連携を促進。
 - ・ その際、特色ある技術を持つ複数の中小企業の連携を促進し、系列関係にない新しい連携を促進。
- 「次世代型産業コンビナート」の検討
 - ・ 環境・エネルギー・食糧問題などの社会的問題を根底から解決（パラダイム転換）するプロジェクトを検討
 - ・ 例えば、植物由来の素材産業コンビナートなど。

成長産業分科会メンバーと連携したプロジェクトが続々と創出

～分科会プロジェクトチームの具体的な成果～

◆塩害対策型ソーラーシステムの研究開発

海岸付近の重塩害地域（海岸から500m以内）などへの太陽光発電システムの設置については、塩害による建造物の腐食や漏電などへの対策が必要であるため、設置コスト上昇や設置不可能などの課題があり、今後一層の太陽光発電システムの普及に向け対策を講じる必要がある。そのため、塩害に強い架台や配線技術などについて、研究開発試作を行い、実証試験を通じて低コスト塩害対策技術の確立をし、三重県でのモデル例を全国へ展開していく。

◆住宅間直流電力融通技術の研究開発

家庭用太陽電池の普及に伴い、余剰電力の逆潮流量が増加することで、系統の電力供給が不安定になる恐れがあるため、各戸の太陽電池の出力抑制機能が働き、電力が有効に生かされなくなるという問題が将来発生する恐れがある。そこで、将来のスマートコミュニティの実現に向け、各戸の分散電源電力を一定個数の住宅間で直流融通の制御を行うシステムを開発し、実証試験を実施する。これにより、逆潮流による系統への負担を抑え、現状の系統インフラ環境下で再生可能エネルギーを有効に利用する技術を三重県を舞台に確立する。

◆防災用フィルム基盤型ソーラー発電蓄電システムの研究開発

悪天候などの低日射強度でも効率的に発電し蓄電ができるとともに、緊急時に最低限の電力を供給できる長寿命・軽量・堅牢な低コストな中小独立型太陽光発電システムが求められている。そのため、地震などによる落下物などの衝撃に強く断線も発生しにくいフィルム基盤型太陽電池、小型防災拠点に適したLiイオン2次電池と、最適な充放電マネジメントシステム（EMS）の研究開発を実施する。さらに、本システムを用いて、平常時には観光用の簡易宿泊施設や休憩施設用の省エネ照明（LED、OLED）や液晶TV、電動自転車の充電ステーション用電源として使用し、被災時には避難拠点などにおける照明、通信機器、小型浄水装置へ電力を供給するなど、三重県発の緊急時対応軽量電源システムを確立し、全国の防災拠点への展開していく。

(2) 戦略的な企業誘致（更なる県内投資促進への挑戦）

厳しい経済情勢の中でも県内投資を維持・拡大していくような新しい仕組みを検討し、「高度部材」などの強みを活かして成長分野の企業誘致に取り組むとともに、中小規模の県内投資も促進していく。

また、次の景気上昇局面における工場立地拡大にも備え、「クリーンエネルギーバレー」など成長エンジンとなる新たなバレー構想と連携した企業誘致を展開していく。

その際、今後、企業が海外展開を進めていく中、海外事業で稼いだ資金を国内へ還流させて、国内で「研究開発」やそれに伴う「量産試作」を行う流れを捉え、「マザー工場」などの付加価値創外型施設への設備投資の促進や、企業誘致に重心を移して取組を推進していく。

さらに、これらの取組を進めるに当たり、地域や社会の貢献につながる企業の県内投資を促進していく観点を新たに付加するとともに、国内複数拠点の選択的閉鎖、工場機能の変化（現在地での変化）、国内工場と海外工場との関係性（工場間の経済）などの状況変化にスピード感を持ち適切に対応できる企業誘致戦略を展開する。

なお、国内のみならず海外の自治体や研究機関との連携を進め、国内外からの県内への設備投資も促進していく。

【具体的な取組方向】

「クリーンエネルギーバレー構想」の策定・推進
付加価値創外型施設（マザー工場等）の企業誘致の強化
「マイレージ制」企業立地支援制度の創設
金融機関や個人・団体などと連携した県内投資の促進
「アジアの拠点化」を目指した外資系企業の積極的な誘致
グローバルアクセス強化への取組
県内産業集積の更なる強化と空洞化の防止
地域資源の再発見などを通じた県南部への設備投資の促進
多様な人材の育成を通じた設備投資の促進

- 「クリーンエネルギーバレー構想」の策定・推進（再掲）
 - ・「クリーンエネルギーバレー構想」により、環境・エネルギー関連産分野にかかる設備投資の促進や、企業誘致に取り組み、環境・エネルギー関連産業の集積につなげていく。
- 付加価値創出型施設（マザー工場等）の企業誘致の強化
 - ・「研究開発施設」や、研究開発から量産試作までを行う「マザー工場」などを対象とした優遇策を創設し、高付加価値創造型施設の企業誘致を強力に推進していく。
 - ・技術力をもつ県内中小企業や中小企業群とマザー工場の連携を促進し、「量産試作」に必須である部品、素材、加工などを担う県内中小企業（群）を育成していく。
 - ・三重県営業本部と連携し、住みよい三重を全国へ発信し、研究者などが共感できる環境づくりにも挑戦していく。
- 「マイレージ制」企業立地支援制度の創設
 - ・障がい者雇用や環境配慮など投資要件以外の項目を加算項目として立地支援サービスを提供。
 - ・また、高付加価値創造型施設につながる「研究者」の雇用などについても加算項目を検討。
- 金融機関や個人・団体などと連携した県内投資の促進
 - ・県内投資促進版の「ソーシャルファイナンス」などを検討
- 「アジアの拠点化」を目指した外資系企業の積極的な誘致
 - ・外資系企業誘致に向けた積極的な活動。
 - ・先進国地域などとの経済連携強化を通じた国外から県内への設備投資の促進。
- グローバルアクセス強化への取組
 - ・国や近隣県などと連携したインフラ整備（第2東名、中部国際空港二本目滑走路）や広域連携（釜山トランシップなどを踏まえた北陸との連携）。
- 県内産業集積の更なる強化と空洞化の防止
 - ・機能強化などにかかる中小規模（中小企業など）の県内投資を

促進し、県内産業集積の更なる強化や懸念される空洞化の防止につなげていく。

- ・遊休地の有効活用や、中小企業シンジケート活用の促進により、既存工場の進化と地域定着化を図る。

●地域資源の再発見などを通じた県南部への設備投資の促進

- ・地域資源の再発見などを通じ、地域資源を活用した産業の振興を図るなかで、県南部への設備投資を促進していく。
- ・その取組を進めるなかで、サービス産業の振興や集積にもつなげていく。

●多様な人材の育成を通じた設備投資の促進（再掲）

- ・産業界・教育機関と連携した「研究人材」、「技術開発人材」、「技能者」の育成
- ・産業構造の変化に対応した労働力の移行（サービス産業などへの労働力移行）
- ・潜在的な人々（若者・女性・高齢者）の労働市場への参入を促進

(3) ものづくり戦略（メイド・イン・三重）

「ものづくり」は、三重県はもとより我が国の強み。この強みの軸をしっかりと認識し、ものづくりで国内外の企業に勝つ戦略を展開していく必要がある。

三重県においては、ものづくりの付加価値額（規模）や企業集積度は高いものの、付加価値率（利益率）が全国に比べて低い（42位）ことから、技術や人材などの付加価値率の向上につながる「ものづくり力」を更にブラッシュアップしていく。

その際、高度部材イノベーションセンターの成果やネットワーク、出前商談会などを活用して、大企業と県内中小企業の技術連携などを促進するとともに、商工団体や金融機関など関係団体とタイアップし、時代のニーズに対応した体制で県内中小企業の取組を支援していく。

さらに、グローバルな視点に立った際、今後、ものづくり企業には、ものづくり基盤技術や生産技術での優位性を生かしながら、市場や顧客が求める商品・サービスを開発していく取組（「マーケティング」）が強く求められている。その意味で、ものづくり力をさらにブラッシュアップしていくことに加え、徹底した市場調査などから顧客にあった商品を開発し、国内外の市場で勝っていく戦略が必要である。そして、「ものづくり力」と「マーケティング」の連鎖による商品を「メイド・イン・三重」として国内外へ発信していく。

【具体的な取組方向】

国内外で戦い生き残っていくものづくり中小企業の育成
「高度部材イノベーションセンター」などを活用した中小企業の「ものづくり基盤技術」の強化
「成長産業」への参入や、「海外展開」の取組を促進
ステイタスの確保

●国内外で戦い生き残っていくものづくり中小企業の育成

- ・ 研究開発、マーケティング調査、試作から量産化に伴う設備投資などをパッケージ化し、総合的な支援を実施。
- ・ 中小企業の自発的な挑戦を促進。例えば、中小企業の強み・弱みと経営資源を再認識する中で、自らが進むべき経営戦略を確認。
- ・ 研究開発では、新たな市場開拓につながる改良開発型・試作品開発型などの取組を促進。
- ・ これらの活動を、産学官金と連携して支援。

●「高度部材イノベーションセンター」などを活用した中小企業の「ものづくり基盤技術」の強化

- ・ モジュール化から「複雑系」へのビジネス転換を想定し、大企業と技術力ある中小企業との連携を促進。（再掲）
- ・ 県内中小企業による大手企業などへの「出前商談会」などの取組を行い、両者の連携を促進。

●「成長産業」への参入や、「海外展開」の取組を促進

- ・世界に通用する高い基盤技術力を維持・強化していく戦略と同時並行で、中小企業の「成長産業」への参入や「海外展開」への取組を促進していく。
- ・その際、複数の中小企業がそれぞれ得意とする技術やネットワークを持ち寄り連携して事業展開する取組も促進。(再掲)

●ステイタスの確保

- ・メイド・イン・三重の技術やサービスなどを顕彰し、三重の産業の「見える化」を図る。

(4) サービス戦略

「ものづくり産業」と、良質な雇用の受け皿である「サービス産業」とは、経済成長をけん引していく際の「産業の両輪」となるべきものである。企業の生産性向上はもとより、消費者の需要を喚起する新たな価値の提供、差別化・高付加価値化から導かれる価格競争からの脱却などの役割を担う「サービス」は、長期化するデフレから脱却するドライバー（例えば、地域雇用の維持・創出→個人の収入微増→消費活動などのサイクル）となり、地域経済の活力向上に向けたシナリオを提示するものと認識したい。

三重県がサービス産業に焦点を当てた取組を進めていくにあたり、「おもてなし」による顧客・従業員満足度の向上や、業務プロセスの改善による生産性の向上により、顧客の囲い込みなどによる事業展開を促進していく。これらの取組を、特に「観光の産業化」として積極的に取り組んでいくとともに、国（経済産業省など）とも連携し、高齢化問題（ヘルスケア等）、少子化問題（家事代行等の生活支援）、環境・エネルギー問題（スマートサービス）など社会的問題解決市場を形成していく新しいサービス産業の創出にも挑戦していく。

【具体的な取組方向】

サービス産業の支援体制の強化

サービス企業の企業価値の向上

「おもてなし」による顧客志向型サービス産業の振興

ものづくりと融合したサービス産業の創出（新しいサービス産業の創出）

グローバルビジネスの振興

●サービス産業の支援体制の強化

- ・産業界（企業・産業団体）、行政、金融機関など関係機関により、「みえサービス産業推進協議会（仮称）」を設置。関係機関それぞれの強み、役割に応じて総合的な支援を実施。
- ・サービス関連企業への啓発・支援を連携して実施。
- ・特に、サービス企業の「生産性向上」に向けた取組を促進。

●サービス企業の企業価値の向上

- ・「すごいやんか！三重」の発掘（再掲）[新たな評価基準]
三重県が有する「すごい！」観光資源、技術、商品、サービス、取組などを掘り起こし、「すごいやんか！三重」として、積極的に情報発信する。
- ・無形財産（知的資産など）を基盤とした事業展開の促進
サービス企業の主な経営資源である無形資産（知的資産など）を活用し、金融機関などと連携して円滑な資金供給を行い、新たな事業展開を促進する。

●「おもてなし」による顧客志向型サービス産業の振興

- ・業務プロセスの改善やIT活用などによる生産性の向上や、現場（フロント）作業のムダ取りにより、余力の創出を促進。
- ・顧客や市場が求めるニーズを徹底して収集し、サービスの品質改善につなげ、顧客満足度を向上させる。その際、IT活用により、バックヤードで顧客嗜好などを情報管理（データベース化）し、よりきめの細かいサービス、ムラの少ないサービスを顧客に提供していく取組を促進。

- ・このような取組により顧客との継続的な関係の構築を促進していく。

●ものづくりと融合したサービス産業の創出（新しいサービス産業の創出）

- ・まちづくり（生活サービス）とエレクトロニクス産業の融合（スマートシティなど）などの取組を成長産業として促進。
- ・産業分類にない三重発の新たなサービス産業の振興（ものづくり産業を支える総合請負型産業：オペレーション・フルサポート・ビジネスなど）。
- ・地域の社会的問題の解決に向けた取組を促進するにあたり、ものづくりとサービス産業が連携した取組を支援するファンドを創設。

●グローバルビジネスの振興

- ・魅力（地域資源）の「棚卸と再発見」の場づくり
全国のキーパーソンなどと連携し、歴史・文化・人的資源を再評価（伝統産業を含め地域資源の強み・弱みの分析、再発見など）を実施。
- ・国内外でのローカル・トゥ・ローカルによる新たな連携を促進していく。
- ・サービス（商品等）の特徴を踏まえた効果的な流通（より効果的な場所と方法でのPRや販売）と、見える化（商品等の物語を映像化）を促進していく。

（5）観光の産業化戦略

サービス産業のなかでも、とりわけ観光産業は、その経済波及効果が、宿泊業や飲食業、運輸業といった分野だけでなく、製造業、建設業、農林水産業など幅広い分野に波及する裾野の広い産業である。その意味では、「観光」を基軸としたサービス産業の振興に取り組み、地域経済をけん引していく産業の一つとして大きく育成していくことが大切である。

その際、三重のさまざまな魅力を予感・体感していただく仕組みを構築し、三重のファンを増やしていく戦略を展開していく。

さらに、作り上げていく商品やサービスに、その地域にしかない「ものがたり性」を注入し、歴史までも含めてその地域を感じ、共感へといざなう仕掛けづくりに挑戦し、質の高い誘客へとつなげていく。

【具体的な取組方向】

観光関連企業等の一体的な取組の推進

観光と他分野産業の融合

「コンシェルジュ」や「場所文化」を軸とした共感者づくり

地域資源を活用した商品の開発

「おもてなし」による顧客志向型サービス産業の振興

グローバルビジネスの振興

●観光関連企業等の一体的な取組の推進

- ・レクリエーション施設、宿泊業や飲食業、運輸業といった分野に加え、製造業、建設業、農林水産業などの産業界（企業・産業団体）、行政、金融機関など関係機関が、それぞれの役割に応じて顧客の求めるサービスを提供し、連携して誘客へと取り組んでいく。
- ・役割においては、一義的に観光客が顧客でない場合もあり、地域内での連携も促進することにより、地域観光関連産業の振興と地域雇用の維持・創出につなげていく。

●観光と他分野産業の融合

- ・観光にとって、「食」は重要な役割を占める。その意味で、観光につながる食品関連産業の取組を促進していく。
- ・病気やけがの治療に加え、「予防」のトレンドを捉え、医療産業と連携した観光を展開していく。
- ・各種スポーツ大会などの誘致や開催など、「スポーツ」振興の取組に連動させた観光戦略を展開していく。
- ・ものづくり（製造業）との融合については、生産性向上はもと

より、ICTなどによる徹底した顧客満足度向上に向けた取組を展開していく。

● 「コンシェルジュ」や「場所文化」を軸とした共感者づくり

・首都圏営業拠点の設置（再掲）

三重県を「予感」・「体感」することで、誘客や県産品の販売拡大につなげていくため、戦略的な情報発信と営業活動の展開を実施していく。そのため、日本の情報発信の中心である首都圏において、「観光」や「食」、「企業誘致」などを含めた総合的な営業機能を持つ「首都圏営業拠点」を設置する。

その際、特定のターゲットゾーンを強く意識し、五感で三重県を「予感」・「体感」できるような仕組みを導入していくなどし、三重へ誘うための「コンシェルジュ」機能を付加していく。

・「すごいやんか！三重」の発掘（再掲）

三重県が有する「すごい！」観光資源、技術、商品、サービス、取組などを掘り起こし、「すごいやんか！三重」として、積極的に情報発信する。

・「三重の応援団（仮称）」の設置（再掲）

三重の魅力や価値を評価・共感いただく方々に、「三重の応援団（仮称）」として情報発信に協力いただく。

・「三重県経済人交流会（仮称）」の設立（再掲）

県内での在勤経験や、三重に愛着を持っていただいている現役の産業界の方々とのネットワークを構築する。このようなネットワークを活用し、新たなビジネスの展開はもとより、三重県のパートナーとして、三重の魅力の情報発信など、官民での営業活動を展開する。

・「場所文化」によるローカルからの魅力発信

自然と共生している地域にある、その「場所」独自の生活様式、伝統、風土などの「文化」（ことば、食文化、ものづくり、自然等）、すなわち「場所文化」を地域の「価値」と捉え、地域や首都圏から発信していく。

- ・観光キャンペーンの実施や、経済交流、友好交流などを活用した国内外からの誘客の実施。

●地域資源を活用した商品の開発

- ・「食」などの地域資源を活用した商品開発を進めていくにあたり、地域の事業者のネットワーク化と全国のキーパーソンとの連携の場づくりによる新商品開発やローカル・トゥ・ローカルの取組による販路開拓などを促進していく。
- ・クリエイターなどを活用し、消費者への新しい価値の提携を推進していく。

●「おもてなし」による顧客志向型サービス産業の振興（再掲）

- ・業務プロセスの改善やIT活用などによる生産性の向上や、現場（フロント）作業のムダ取りにより、余力の創出を促進。
- ・顧客や市場が求めるニーズを徹底して収集し、サービスの品質改善につなげ、顧客満足度を向上させる。その際、IT活用により、バックヤードで顧客嗜好などを情報管理（データベース化）し、よりきめの細かいサービス、ムラの少ないサービスを顧客に提供していく取組を促進。
- ・このような取組により顧客との継続的な関係の構築につなげていく。

●グローバルビジネスの振興（再掲）

- ・魅力（地域資源）の「棚卸と再発見」の場づくり
全国のキーパーソンなどと連携し、歴史・文化・人的資源を再評価（伝統産業を含め地域資源の強み・弱みの分析、再発見など）を実施。
- ・国内外でのローカル・トゥ・ローカルによる新たな連携を促進していく。
- ・サービス（商品等）の特徴を踏まえた効果的な流通（より効果的な場所と方法でのPRや販売）と、見える化（商品等の物語を映像化）を促進していく。

(6) 海外展開戦略（国際戦略）

企業、ひいては地域経済、日本経済の持続的成長のためには、国内市場が減少していく中で、海外市場を取り込んでいくことは重要な戦略である。その際、各地域の市場を踏まえ、その地域の消費者にあった商品・サービスの提供を行っていく必要がある。

特に、アジアについては、アジア・ダイナミズムの中で、企業自身が自分の立ち位置を認識し、ある意味、リスクを覚悟してでも、拡大するアジア市場の獲得や、場合によっては先進地域と連携したアジア市場への参入などを展開していくことが喫緊の取組として求められる。

その際、中小企業単独での展開に加え、優れた技術を持つ中小企業の連携などで、海外のサプライチェーンへ参入していく戦略を展開していくことも必要である。県内中小企業は、県外よりも海外展開への取組が遅れていることから（5,000社アンケート結果）、より積極的な海外展開促進の取組を推進していく。

これらの経済交流を進めていく中で、観光連携の取組も強化し、海外誘客へとつなげていき、海外の共感者づくりにもつなげていく。

【具体的な取組方向】

海外展開拠点の創設（サポートデスク）
メイド・イン・三重ブランドの海外への売り込み（高付加価値化）
海外展開向け金融支援制度の創設
海外見本市などへの県内企業の参加を促進
経済交流などの開拓や、既に経済交流などのある自治体・機関などを活用した県内企業の海外展開の促進
海外の市場動向に応じたプロモーション及び誘客活動の展開
外国人観光旅行者の受入体制の整備充実
グローバルアクセス強化への取組

●海外展開拠点の創設（サポートデスク）

- ・企業の海外展開のハードルを下げる仕組みとして、現地の情報提供や、現地でのサポートなどを行う「三重県サポートデスク」

を創設する。まずは、早々にアジアへの設置を行う。

【参考】三重県サポートデスクを「中国（上海）」、「タイ（バンコク）」に設置予定
県内企業の海外展開のための「国内デスク」を県内に設置することに加え、「海外現地デスク」を中国（上海）及びタイ（バンコク）設置する予定。両デスクにより、国内での情報提供セミナーや現地情報の提供に加え、現地専門家による情報収集、企業ミッション団のサポート、海外見本市の出展等に関するサポート、現地案内などを行う予定。また、顔の見える現地ネットワークを構築していき、県内企業へとつないでいく予定。

- ・海外経営戦略づくりの支援（経営判断の参考情報などを提供）なども実施。
- ・海外仕様商品等の認証取得などを県工業研究所などと連携して支援。

●メイド・イン・三重ブランドの海外への売り込み（高付加価値化）

- ・研究開発、マーケティング調査、試作から量産化に伴う設備投資などをパッケージ化して支援。（再掲）
- ・海外ブランディングづくりへの取組を支援
- ・留学生との出会いの場の提供、セミナーなどによる経営層の研修の場の提供、従業員の海外研修制度の創設など、企業内部でのグローバル人材の育成を支援していく。

●海外展開向け金融支援制度の創設

- ・県内中小企業の海外展開の検討・初期投資段階における資金供給を実施。

●海外見本市などへの県内企業の参加を促進。

- ・県内中小企業と県の魅力の発信
- ・三重県産商品をパッケージ化して営業を実施。
- ・県内中小企業群（シンジケート）による参画。
- ・三重県ゆかりのある専門家などをネットワーク化し、海外展示会などで企業の取組を支援していく。

●経済交流などの開拓や、既に経済交流などのある自治体・機関などを活用した県内企業の海外展開の促進

～ 海外ネットワークの充実・拡大 ～

- ・新たな地域との経済交流や友好交流の開拓
- ・海外連携の具体的なプロジェクトを実施し、海外研究機関や海

外の産業クラスターなどとの連携を強化・拡大していく。例えば、EUの地域開発プログラムなど国内に限らず相手国も含めた支援スキームを検討していく。

- ・ 経済交流のある先進国との技術連携によるアジア市場への展開や、先進国市場（環境・エネルギー、自動車、航空機など）への県内企業の参入を促進していく。
- ・ 市民レベルの国際交流や海外との学生交換などを促進し、友好交流を経済交流へと展開していく。
- ・ 国際環境技術移転センター（ICETT）の研修生ネットワークを活用し、県内環境関連企業の海外展開を促進していくことを検討。
- ・ 在日総領事館、県内操業の外資系企業などについても、積極的な接触によりネットワークを充実・拡大していく。

●海外の市場動向に応じたプロモーション及び誘客活動の展開(再掲)

- ・ 友好交流や経済交流などの取組を活用し、プロモーションの実施、誘客活動を展開。
- ・ 特に、訪県外客の大宗を占めるアジアなどへのプロモーションを強化する。
- ・ また、国及び他府県との広域連携により、観光PRに取り組み、誘客を促進

●外国人観光旅行者の受入体制の整備充実（再掲）

- ・ 海外向け情報発信の実施（外国語）
- ・ 県内主要観光地などでの多言語表記
- ・ 外客受入研修会の実施

●グローバルアクセス強化への取組（再掲）

- ・ 国や近隣県などと連携したインフラ整備（第2東名、中部国際空港二本目滑走路）や広域連携（釜山トランシップなどを踏まえた北陸との連携）。

(7) 振興戦略プラットフォームの構築

①ネットワーク

戦略を推進していくためには、国内外から知恵と知識を呼び込み、取組の主体となる人の交流が何よりも重要である。これまで取り組んできた交流を維持することに加え、新たに国内外のネットワークの構築に取り組む。

●国内外から知恵と知識を呼び込むネットワークの構築

- ・アドバイザーボードの設置。
- ・県と三重大学（地域戦略センター）の強固な連携によるネットワークの拡大。

（例えば、海外研究機関などのブランチ：サテライトオフィスなどの誘致）。

●三重県営業本部によるネットワークづくり

- ・首都圏及び関西圏において、三重県ゆかりの企業や三重県出身の現役の経済人による交流会を開催するなど、三重県ゆかりのネットワークを構築する。

②ひとづくり（雇用政策との連動）

「ものづくり」は「ひとづくり」、すなわち「産業政策」は「ひとづくり」に強く深くつながっていくものでもある。その意味で、行政が産業界と教育機関の「ハブ」となって、産業界への人材供給や、産業技術人材の育成に取り組んでいくことが必要である。

また、産業構造の変化を踏まえ、「サービス産業」や「ものづくり」に融合されるサービス分野など、重心を置いていく産業分野への労働力の移行や、ひとづくりにも注力していくことが必要である。

なお、その際、「若者」「女性」「高齢者」など潜在的な人々の労働市場への参入を促進していくことが大切である。

●国内外から優秀な産業技術人材を取り込み、県内中小企業へ供給。

- ・大学キャリアセンター機能を学外にも展開し、より企業現場に近い高度部材イノベーションセンター（AMIC）や中小企業団体中央会などに設置。
- ・県内の海外留学生、海外への日本留学生と中小企業のマッチングによるグローバル人材の確保。
- ・中小企業経営者との現場体験、人生体験の実施。
- ・映像などを活用した県内中小企業の魅力発信。

●産業界・教育機関と連携した「研究人材」、「技術開発人材」、「技能者」の育成

- ・研究開発プロジェクトなどを活用した研究人材の育成。
- ・高度部材イノベーションセンター（AMIC）などを活用した高度部材等にかかる技術開発人材の育成、県工業研究所による中小企業の技術開発人材の育成。
- ・地域企業の研修施設などを活用した技能者の育成。

●産業構造の変化に対応した労働力の移行（サービス産業などへの労働力移行）

- ・求人と求職のミスマッチの解消
- ・求人ニーズを踏まえた職業能力開発の実施。また、サービス産業など重心を置いていく産業分野への就労を目指した職業能力の開発に取り組む。

●潜在的な人々の労働市場への参入を促進

- ・「若者」「女性」「高齢者」など潜在的な人々の多様な就労を推進していく。

●ハローワーク特区の創設

- ・産業政策と雇用政策を連動していく際、ひとづくりや求人求職双方のマッチングをより効果的に行っていくため、人や情報を一カ所に集める「場」の一つとして、ハローワークを活用していく。

- ・そのために、特区によりハローワークを県が中心となり運営し、より地域の産業構造の変化などに応じた雇用政策を展開していく。

③中小・小規模企業の振興方針

中小・小規模企業は、企業数(99.5%)・雇用(86.9%)とも本県企業全体の大部分を占め、地域経済や暮らしを支え、けん引している重要な存在。特に、中小企業は、地域社会と住民生活に貢献し、伝統技能や文化の継承に重要な機能を果たし、特に小規模企業の多くは家族的経営形態をとり、地域社会の安定をもたらしている。

その意味で、「みえ産業振興戦略」において、各戦略に取り組むにあたっては、常に中小・小規模企業を意識して、連携の糸口を模索し、これら中小・小規模企業の持続的発展につなげていくこととする。

具体的には、次の5つの視点を持って、中小・小規模企業の振興を図りつつ、各戦略に取り組んでいく。

【三重県内の従業者規模別事業所数】

	合計		300人未満		300人以上	
	数	割合	数	割合	数	割合
合計	87,476	100.0%	87,015	99.5%	161	0.2%
農業、林業	507	0.6%	501	0.6%	1	0.6%
漁業	96	0.1%	96	0.1%	-	-
鉱業、採石業、砂利採取業	79	0.1%	76	0.1%	-	-
建設業	9,552	10.9%	9,546	11.0%	1	0.6%
製造業	8,614	9.8%	8,520	9.8%	79	49.1%
電気・ガス・熱供給・水道業	166	0.2%	159	0.2%	1	0.6%
情報通信業	547	0.6%	543	0.6%	1	0.6%
運輸業、郵便業	2,154	2.5%	2,135	2.5%	8	5.0%
卸売業、小売業	22,653	25.9%	22,530	25.9%	16	9.9%
金融業、保険業	1,455	1.7%	1,443	1.7%	4	2.5%
不動産業、物品賃貸業	4,279	4.9%	4,265	4.9%	1	0.6%
学術研究、専門・技術サービス業	2,858	3.3%	2,854	3.3%	-	-
宿泊業、飲食サービス業	10,480	12.0%	10,461	12.0%	5	3.1%
生活関連サービス業、娯楽業	7,603	8.7%	7,586	8.7%	4	2.5%
教育、学習支援業	3,678	4.2%	3,671	4.2%	2	1.2%
医療、福祉	5,115	5.8%	5,043	5.8%	31	19.3%
複合サービス事業	850	1.0%	849	1.0%	-	-
サービス業(他に分類されないもの)	6,790	7.8%	6,737	7.7%	7	4.3%

【三重県内の従業者規模別従業者数】

(人)

全産業	合計		300人未満		300人以上	
	数	割合	数	割合	数	割合
全産業	870,782	100.0%	756,934	86.9%	113,848	13.1%
農業、林業	6,476	0.7%	6,062	0.8%	414	0.4%
漁業	1,207	0.1%	1,207	0.2%	-	-
鉱業、採石業、砂利採取業	717	0.1%	717	0.1%	-	-
建設業	59,030	6.8%	58,702	7.8%	328	0.3%
製造業	212,338	24.4%	139,660	18.5%	72,678	63.8%
電気・ガス・熱供給・水道業	4,349	0.5%	3,980	0.5%	369	0.3%
情報通信業	6,568	0.8%	6,191	0.8%	377	0.3%
運輸業、郵便業	51,377	5.9%	47,339	6.3%	4,038	3.5%
卸売業、小売業	167,600	19.2%	161,140	21.3%	6,460	5.7%
金融業、保険業	19,807	2.3%	17,994	2.4%	1,813	1.6%
不動産業、物品賃貸業	13,685	1.6%	13,281	1.8%	404	0.4%
学術研究、専門・技術サービス業	18,535	2.1%	18,535	2.4%	-	-
宿泊業、飲食サービス業	76,762	8.8%	74,597	9.9%	2,165	1.9%
生活関連サービス業、娯楽業	39,926	4.6%	37,125	4.9%	2,801	2.5%
教育、学習支援業	38,196	4.4%	36,513	4.8%	1,683	1.5%
医療、福祉	89,506	10.3%	73,062	9.7%	16,444	14.4%
複合サービス事業	7,796	0.9%	7,796	1.0%	-	-
サービス業(他に分類されないもの)	56,907	6.5%	53,033	7.0%	3,874	3.4%

- ア) 自発的な挑戦を促進（中小・小規模企業の持てる力の発揮）
- ・ 挑戦を促進する機会と場づくりの提供（挑戦事例、自社の強み再発見など）
 - ・ 多種多様な情報の提供
 - ・ 海外展開の促進
 - ・ 規制などの緩和
- イ) 外部連携の促進（連携による力の増幅）
- ・ 中小企業群（シンジケート）構築の促進
 - ・ 各プロジェクトにおける大企業との連携促進
 - ・ 三重大学地域連携センターなどとの連携促進
- ウ) 資金や人材など経営資源確保の支援
- ・ 資金、人材、県外・国外への販路開拓力（情報や機会の提供）など、経営資源の確保を支援
 - ・ 特に、経営資源の確保が困難な小規模企業の支援を強化
 - ・ ITなどを活用した生産性の向上をしっかりと支援していく
- エ) アクティブ・カンパニー（中小・小規模企業）の取組を支援
- ・ 祭りや、まちおこしなどの地域とのつながりを強める中小・小規模企業の取組を力強く支援
 - ・ 高齢化・過疎化、環境問題など地域が抱える社会的問題を解決しようとする中小・小規模企業の取組を支援
 - ・ 熟練技能や伝統技能の継承を支援
 - ・ 地域の商工団体と連携した取組の強化・支援
- オ) きめの細かい（痒いところに手が届く）支援の実施
- ・ 職員の現場訪問による徹底した現場ニーズの把握
 - ・ ニーズと取組のマッチング（施策などの深掘）

1 中小企業を取り巻く現状と実態調査等から分かった結果

中小企業を取り巻く現状

- SCMの変化
- 大企業の海外シフト
- 新興諸国の台頭
- 急激な円高等

既存ビジネスモデルの限界、空洞化の懸念

三重県の始めた取組

1000社訪問の実施
【目的】現状の把握【手法】県職員による県内企業1000社の訪問による実態把握
【実施期間】平成23年10月～平成24年3月

アンケート調査の実施
【実施期間】平成23年9月29日から同年10月14日まで
【アンケートの方法】郵送発送、郵送回収による【調査対象】合計:5,322社(※事業所単位)【集計対象企業数】合計:1,099社(回収率20.7%)
(地域別)県内898社(81.7%)、県外167社(15.2%)、無回答34社(3.1%)

中小企業振興方針検討会
平成23年8月25日 津市内 同年10月17日 津市内

同分科会
平成23年11月18日 東京都内 同年12月27日 津市内 平成24年2月25日 東京都内

実態把握と今後の対策策定の必要性

1000社訪問等を通じて分かってきたこと(企業の課題)

①資金面	②経営体前面	③技術力・人材面	④取引関係・販路開拓面
自己資本率が低く、地域金融機関などからの間接金融に依存。 不動産、及び人的担保による借入れ中心で、資産の乏しい中小企業は構造的に資金調達が難しい。	小規模で事業をすることによる人材の固定化、市場のニーズ・トレンドの理解不足によるチャンスロス。	従業員の高齢化、若手人材の不足による技術・ノウハウ伝承の危機、ものづくり中小企業の脆弱化が進行。	下請け体制に組み込まれていることによる自発的な経営の阻害、販路開拓、各種ノウハウの未蓄積。

1000社訪問等を通じて分かってきたこと(行政(産業施策)の課題)

①制度のつかいにくさ	①情報の偏在	①スピード感の違い	①企業情報の不足
事業は完成までに時間がかかったり、新しい取組がどんどん発生する。そのため、支援制度は柔軟なモノであってほしいが、補助金等は、年度や当初の目的について厳しい制限があり企業としては制約が多く使づらい。	説明会等しても小規模企業は昼間、説明会に行く時間がない、HPを確認する暇がない。結果必要な情報を得られない。もっと現場に来てほしい。	時期が限られ、顧客のニーズもどんどん変わる中、行政の取組は何事も時間がかかる。そのためせっかく良い制度があっても使づらい。	企業間は担保がないため、お金を刈りにかかったり、親会社から厳しい条件を押しつけられるなど厳しい状況があるが、役所の方はあまりこうした現場の実態を知らないのではないか。

一言で言うと県の施策と企業ニーズが乖離していた？十分な連携が不足していた？

2 現場の声 その1 (ものづくり系、サービス系)

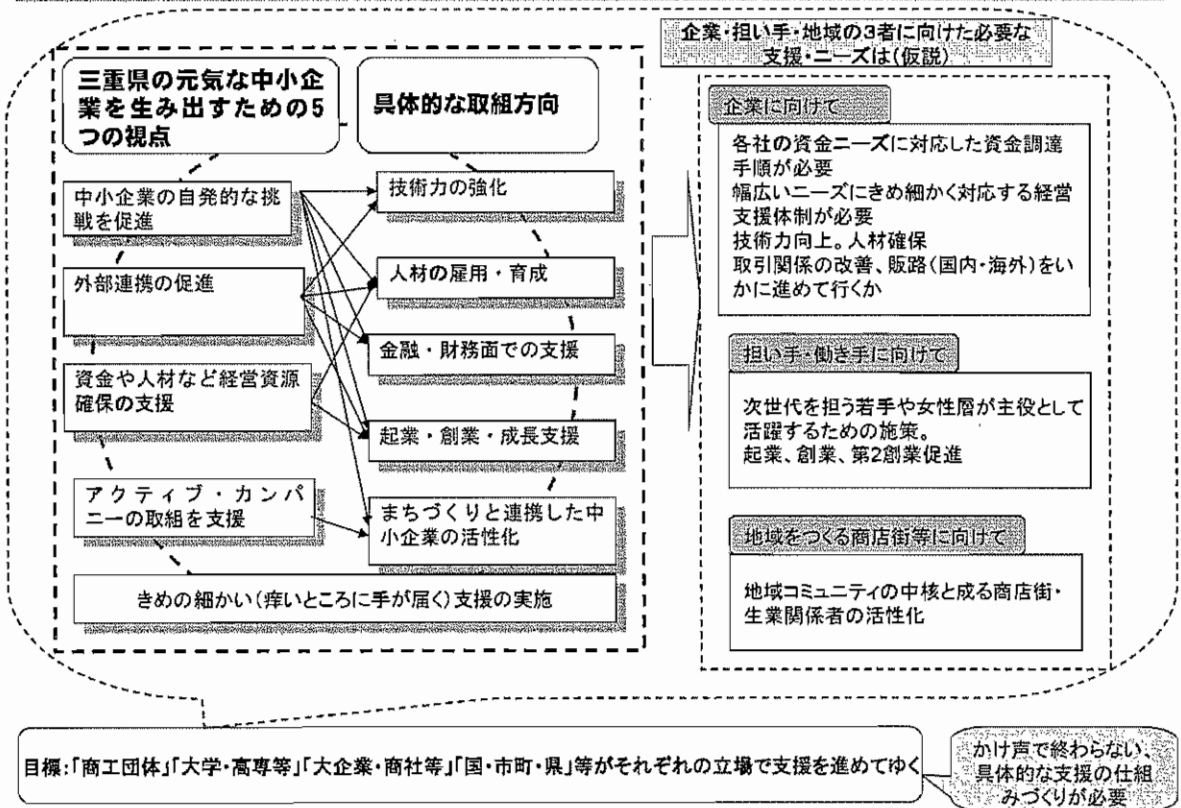
職員による1,052社訪問・中小企業振興方針委員の意見から得た現場の声(抜粋)
現場の「生の声」を集めるために、企業1,052社を職員が訪問

	ものづくり系	サービス系
自分たちの強み	<p>中国製のイスには価格では対抗できなかったが、品質や納期等の問題で日本製のイスに切り替える動きが出てきている。そういったところに、納期・デリバリー等の優位性を売り込む営業活動を行っている。(事務用什器製造 津市)</p> <p>技術情報に敏感になり、常に技術開発に取り組んでいるため、大手メーカーへ空調機をOEM供給することができるまでになった。(金属工業 津市)</p> <p>相手(顧客)からの依頼に対しては、当社は設計段階から入って、常にお互いに協力・連携しながら開発を進めている。(自動車部品製造 多気郡)</p> <p>現在中国でも同スペックで〇〇(モーター部品)を削っているが、当社の方が耐久性が高いので、比較的良好な条件で買ってもらっている(電気器具製造、鈴鹿市)</p>	<p>高齢者の接遇に力をいれている。孤独な高齢者が多い。こうした方にきちんと接遇することで高齢者も生き甲斐になるし、物も買ってくれる。(商店街関係 四日市市)</p> <p>加工用のお茶の需要が増えている。お菓子やアイスクリームに使われるものだが、これからも伸びると思う。このほか化粧品とか石けんでも工夫次第で伸びる分野はあると思う。(茶業製造販売 四日市市)</p> <p>諏訪神社と連携して新しい動きを模索している。宗教施設ということもあり、これまであまり働きかけをしてこなかったが、最近では四日市祭りも秋の諏訪神社の祭礼が活発になり客足も出るなど良い動きがでている(商店街関係 四日市市)</p>
自分たちの課題・悩み	<p>同じ品質のモノを作るのに国内でした場合は、製造コストが大きく、売価とコストが釣り合わない。例えば、自動車部品などは完全な機械化は難しいところがあり、労働集約型にならざるを得ない。そうすると、やはりコスト面で国内は厳しいところがある。(自動車部品 亀山市)</p> <p>会社や製品をうまくプレゼンすることができない社員が多い。工場勤務のため自分が他社の方からどう見られているか、といったことがわからなかったりする。いいものをつくったから売れるというものでもないし、自分たちがどれくらいのレベルなのか、そうしたことが案外わからない(機械部品製造 四日市市)</p>	<p>婚礼事情の変化などで嫁入りのときに布団を買わなくなったりお客様用布団を買わなくなった。〇〇〇などの安い布団で済ますようになった。良いものにこだわる人が減った。(商店街関係 津市)</p> <p>高学歴で優秀な女性が、結婚・子育てでやむを得ず退職したが、余裕ができたので研究業務をパートで来てもらっているケースが結構ある。フルタイムという条件さえなければ、人材確保は上手い手くのでは。(研究機関 伊勢市)</p> <p>平成10年頃まではまあまあだったが最近では、親の苦労をみていると商売をしたくないし、親もさせたくない。若い方が商売を継ぎたがらないのも時代の流れだろう(商店街関係 四日市市)</p>

3 現場の声 その2「行政に対する意見」

<p>情報について</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種の基盤整備ホームページの作成やネットビジネスへの参入など情報提供に係る支援がほしい。(家具装具品 伊勢市) 行政関係のいろんな情報もあるが、安全なところ(企業)ばかりに情報が流れてしまい、小さな企業には流れてこない。(商店街 紀北町) 制度自体を知らずに終わってしまっていることが多いので、周知方法について検討していただきたい(化学工業 伊賀市) 町や商工会から時々補助金やいろんな制度の説明会をするという話はあるが、うちは少人数だし、2人掛かりでやる工程もある。そのため、昼間説明会には行きたくとも中々行くことができない。事業者が参加しやすい工夫がほしい(金属加工 川越町) 	<p>補助金制度について</p> <ul style="list-style-type: none"> まず作成書類の多さに手間がかかりすぎる。中小企業の場合、事業開始当初の資金繰りが苦しいため、補助金支払いを精算ではなく、前払いにできないか。事業期間について、年度単位が基本であり、そのタイミングにあったものしか利用できない(機械製作業 多気郡) 類似の意見多数。 補助金についても今まで色々もらってきたが、〇〇したら1/2を補助…、という「育英みいたい補助金」で、どれも小手先だった。(商店街振興組合 四日市) 単年度の支援事業では実質半年しか事業できない。効果のある支援には、経験上3年は必要と考える。(商店街組合 津市) 中小企業はそうそう新技術は出てこない。改良等にフォーカスを当てた補助金がほしい。(金属加工 桑名) 精算払いしか認めないというのは、ベンチャー企業は非常に苦しい。(IT業 四日市市)
<p>人材育成について</p> <ul style="list-style-type: none"> 他に負けないものを持っている企業を育てて行くことが県の役目であり、それにはやはり人材育成が大事。しかし、技術等を教える人が平均的だのため、県でないなら、日本のどこに行けば(技術指導してくれるのか)いいのか、こうしたことを企業に教えてほしい。(機械部品 津市) 工業研究所が、技術相談に乗ってくれることは知らなかった。最近、大学と企業の連携は時々耳にするが、県でも技術相談にのってくれるのであれば相談にも乗って欲しいことがたくさんある。(内装材 川越町) 中途採用の社員が多いので、採用後の教育(基本的なビジネスマナー)の講座などを安価にもらえるとうりありがたい(IT 四日市市) 	<p>連携について</p> <ul style="list-style-type: none"> 一番大切なのは産学官と考える。産業だけでやっても情報が入ってこない、新しい自分たちの商品力がついていかない。(食品製造 松阪市) 連携については三重大、鈴鹿高等専らんな話を待ち込んだが、残念ながら一つも実現していない。今度、秋田県の鶴岡高等専で連携事業をする。(機械部品 四日市市) この業界には組合がないので、同業者との横の連携が取れない。地域ぐるみの対応が必要であるのであれば、連携が取れるような支援がほしい。(医療福祉 伊賀市) 経営の悩みを相談できる仲間が身近にいる環境はありがたい(IT 津市)
<p>販路について</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業が海外進出をする際、行政が、世話役みたいなことをしてほしい。タイで新工場を造るにも全部自分たちがあちこちに聞いてやっている。中小はそれにかかる人手もノウハウもない(電子部品 亀山市) 本格的に海外へ販路を拡大するにも、中小企業は人を割り振ることができない。県が販売代理人制度でいい人を紹介してくれるような制度があるとよいか。(農産物加工 四日市市) 海外進出について、行政や会議所の方から本当は辛辣な意見をいただきたいと思っている。こちらはそれを検討して進出するかどうかの判断するのだから。(金属加工 桑名市) 商店街の活性化のために県・市のまちづくりビジョンが大切。空き店舗活性化の案やノウハウなど、真のアドバイザーの支援が欲しい。(商店街関係 亀山市) 若い方は資金がないため、チャレンジ的なお店があると良いし、それを支援する制度があるとよい。(商店街関係 松阪市) 	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> 時代が変わり、理由性が薄れた規制を存続させていないか。(機械部品 津市) ものづくりは品質管理が非常に厳しい、検品してためなら返される。それくらい厳しいが、サービス産業・観光は品質確保の制度がなく企業任せになっている。観光産業には「価値基準」がない。こうした仕組みづくりを行政とやりたい。(商工会議所 鳥羽市) 全国規模のイベントなど宿泊を伴う国内観光戦略を打ってほしい。また、外国人の日本への観光客誘致も積極的に進んでほしい。(ホテル業 四日市市) 建築現場の新工法を積極的に取り入れてほしい。安全性や、コストパフォーマンスで従来と同等のものでも、新しい工法は行政は中々導入してくれない。(建築業 四日市市) 規制緩和と大店の新店舗を進出させるために、10000㎡の規制をなくすための特区を創設してほしい(流通業 四日市市) 消防法による規制が厳しく、新規投資の障害と思う場合もある。(石油製品製造 四日市市) どこに何を聞いたらいいのかわんストップでわかるころがあればよい。税制、環境、都市計画等いろいろな規則や条例がある。調べるのが大変。利益の生まない作業である。こうした窓口があると助かるが(電気部品 亀山市) 行政のアンケート多すぎる。どのように活用されたのかが見えない(広告業 四日市市)

4 キーワードを踏まえた支援のあり方と具体的な取組方向の位置づけについて



④県研究所（工業研究所）

- 企業の技術支援部隊として、国内外を含めあらゆる連携に参入。
 - ・産業界と大学、企業と企業のハブ機能の強化
- 町の技術医として、県内中小企業の技術的な取組を支援。
- 共同研究などを活用し、県内中小企業の技術開発人材を育成(再掲)。

(8) その他

①戦略の更新・改訂（ローリング）

今回策定する戦略は、成果物としての戦略内容のみならず、戦略検討のプロセスから得られる県当局と産業界、高等教育機関などの関係機関、そして特に検討会議委員とのコミュニケーション・ツールとしての意義がある。

- その時その時の雇用経済情勢を踏まえて、戦略を更新・改訂（ローリング）し、フォローアップしていく仕組みを導入。
 - ・県庁内に戦略のフォローアップを行う組織を創設。
- その際、構築されたネットワークを活用し、関係を継続的に維持していく。
 - ・例えば、定期的な戦略アドバイス委員会などの設置を検討。

②県組織への反映

この戦略は、これまで進めてきた三重県産業政策の整理とは異なる。当然、戦略に合わせた政策推進部隊が求められるはずであり、可能な限り、県組織へ反映し、実施していく。

- 産業政策、雇用政策、観光政策、国際戦略の融合（同一組織へ）
- 成長戦略、ものづくり、サービスの切り口で担当課を創設。
- 営業本部の設置

国内外をターゲットにした営業を展開し、三重県への共感者を増加させ、三重へ誘い、三重との連携した取組につなげていく。

- ・首都圏営業拠点の設置

三重県を「予感」・「体感」することで、誘客や県産品の販売拡大につなげていくため、戦略的な情報発信と営業活動の展開を実施していく。そのため、日本の情報発信の中心である首都圏において、「観光」や「食」、「企業誘致」などを含めた総合的な営業機能を持つ「首都圏営業拠点」を設置する。

その際、特定のターゲットゾーンを強く意識し、五感で三重県を「予感」・「体感」できるような仕組みを導入していくなどし、三重へ誘うための「コンシェルジュ」機能を付加していく。

- ・「すごいやんか！三重」の発掘

三重県が有する「すごい！」観光資源、技術、商品、サービス、取組などを掘り起こし、「すごいやんか！三重」として、積極的に情報発信する。

- ・「三重の応援団（仮称）」の設置

三重の魅力や価値を評価・共感いただく方々に、「三重の応援団（仮称）」として情報発信に協力いただく。

- ・「三重県経済人交流会（仮称）」の設立

県内での在勤経験や、三重に愛着を持っていただいている現役の産業界の方々とのネットワークを構築する。このようなネットワークを活用し、新たなビジネスの展開はもとより、三重県のパートナーとして、三重の魅力の情報発信など、官民での営業活動を展開する。

第8章 現場（1,052社訪問）からのメッセージ

県内外1,052社訪問から、現場を通して聞こえてくる企業経営戦略7カ条（であるべき集）を抽出。裏を返せば、産業政策に従事する職員の心構え10カ条（意識改革）でもある。ここに、今後、三重県職員が企業経営者の方々と接触する際の心構えを宣言したい。

【企業経営戦略7カ条】（県職員心構え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」の深さを認識すべき

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

番外：若手への3カ条

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」

<7か条抽出にいたる企業の代表的な声>

第1条：何よりも大切なモノ、それは社員そして人の「幸福」

・利益追求のみではなく、顧客や地域に信頼される仕事の達成や、定年制をとらない人事制度をとおして、社員そして人の「幸せ」を追求する企業こそ生き残る企業のモデル

第2条：「感動的」な価値を創り出せ

- ・機能性だけでなく、「美しさ」を付加して顧客の感性に訴える（感動を売る）オンリーワン製品を創る企業が世界市場で勝つ企業
- ・「人まねはしない、何処にもできないこと」を追求し、「こんな商品があったのか」と顧客が驚く新しい価値を持った製品を開発することが、研究開発型企业（研究員）の力の源

第3条：ものづくりは「ひとつづくり」

- ・どんなに苦しい時期でも人材育成への投資を怠らない経営方針により、世界に先駆けた技術開発を行える企業に成長できる
- ・社長自ら行動し社員とのフラットな関係を構築し、同じ方向性を共有することで、互いに切磋琢磨を続ける「社員が成長する」企業に
- ・昼夜問わず可能な限り多くの人に出会い、「人の縁」を大切にする、そして高卒社員に大学進学を推奨する姿勢こそ「ものづくりは『ひとつづくり』」企業として勝ち残る企業

第4条：「おもてなし」こそ我々の強み

- ・ITを利用した顧客管理のもと、顧客満足度の高いサービスを提供し、最適時期に顧客とコンタクトをとることで受注率のアップにもつなげている、「おもてなし」という日本人の「感性」が日本企業の強みになる

第5条：「特定少数市場」の深さを認識すべき

- ・市場拡大路線をとらず、顧客（ターゲット）を特定少数に絞った、商品価値を下げない経営方針が企業の存在感・存在価値を高め、永年存続企業になる

第6条：「自ら動け」、アクションからのみ事がはじまる

- ・「悩むよりもまず行動、とにかく行ってみる、聞いてみる、やってみる」こういう社長自らの行動が、幅広い分野への市場開拓、世界からの受注につながる中小企業ならではのモデル事例

第7条：「懐かしいモノ」で未来を描け

- ・モノ、それは商品だけではない。日本のワザ、伝統、文化、思想までをモノと捉え、それを軸に未来への取組を模索している経営者がいる。
- ・日本の食文化の伝統を守りながら、現代のライフスタイルにあった商品開発が、国民への共感を呼び、世界にもつながる。
- ・伝統工芸は高度な技術を維持・継承し、常に「本物」を提供しなければならない。しかしながら、伝統工芸であっても、新しい発想や視点を積極的に取り入れる姿勢が伝統工芸の存続につながる、未来につながる。

『みえ産業振興戦略』（案） 概要と構成 ～「移動する県庁」：現場主義からの政策創造～

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めざして
 - 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気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 戦略の策定手法

第3章 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じん度で多様な産業構造構築の必要性、製造業と非製造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 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：ク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
- 4 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

【みえた課題】 ★世界にはない部材・素材を提供できるのに生かされていない ★付加価値率が低い
★海外展開を行う企業が意外に少ない ★外部連携を行っている企業がかなり少ない

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、地域資源活用、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、人材不足対応策、課題、行政のサポート 等々

第4章 検討会議の議論

- 1 成長産業 先行営業によるプロジェクトの構築
 - 社会的問題解決型産業を成長エンジンに（「クリーンエネルギー」「医療・健康」）、産学官・企業間連携等
- 2 立地環境整備
 - 研究開発拠点化や、地域・社会貢献につながる企業の県内投資の促進、新たなバレー構想の重要性 等
- 3 中小企業
 - 世界に通用する高い基盤技術開発の促進、徹底した現場ニーズ把握によるきめ細かい支援策 等
- 4 内需振興（新しいサービス産業、観光の産業化）
 - 社会的問題解決市場の形成、交流人口・移動人口増による産業の活性化、顧客志向型サービス産業の展開
- 5 海外展開
 - 中国やASEAN諸国の成長の取り込み（サポート拠点や企業間連携等）、「見える化」と売り込み戦略 等
- 6 ひとつづくり
 - 人材交流（企業間・産学）の活性化、雇用に結びつく人材育成と中小企業の成長に必要な人材確保 等

第5章 今後取り組む課題

- ① 経済変動の大幅な振れと低付加価値構造をもたらす脆弱な産業構造 ② サービス産業の振興など強じん度で多様な産業構造の構築 ③ 高度部材の強みを経済活動の成果として引き出す ④ クリーンエネルギーなど今後の成長産業の育成 ⑤ 産学官連携など外部連携の促進 ⑥ 企業の立地戦略と行政の企業誘致策の転換 ⑦ 高い社会性を有する企業の集積・操業維持 ⑧ 新興国等の成長する海外市場の開拓 ⑨ 高度な専門人材の育成 ⑩ 地域資源活用における販売チャネルや人材の確保、市場ニーズの把握 ⑪ 企業の現場から上がる行政の課題

第6章 今後の産業政策と目指す姿

- 1 今後の産業政策
 - (1) ものづくりとサービス産業を両輪と捉え、ものづくり企業とサービス業を融合させていく産業政策の展開
 - (2) 付加価値率の向上を伴った付加価値額の維持・拡大へのチャレンジ
 - (3) イノベーションとマーケティングの融合・連携～需要の喚起へ
 - (4) 地域雇用の維持・創出～賃金の維持・向上～デフレからの脱却
- 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（2,377兆円：全国13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%→64.7%） 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%→64.9%） ⑥ 共感者（魅力と感じる人）の割合を向上（40.0%→60.0%） 『一定の経済成長』を伴いつつ、『個人の幸福（豊かさ）』を実現

第7章 地域の成長戦略

- 1 成長産業（社会的問題解決型産業）への攻めの取組
 - ① ク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・バイオマスを含めた取組） ③ スマートアイランド構想 ④ ライフイノベーション総合特区（医療機器開発・医療情報DB） ⑤ 「高度部材」産業の強化 ⑥ 中小企業と大企業の連携 ⑥ 次世代型産業コンピナート

分科会メンバーと連携したプロジェクトが結成と創出

 - ★ 塩害対策型ソーラーシステムの研究開発
 - ★ 住宅間直流電力融通技術の研究開発
 - ★ 防災用フィルム基盤型ソーラー発電蓄電システムの研究開発
 - 2 戦略的な企業誘致（更なる県内投資促進への挑戦）
 - ① クリーンエネルギーバレー ② 付加価値創出型施設（マザー工場）誘致 ③ マイレージ制 ④ 金融機関等と連携した県内投資促進 ⑤ アジアの拠点化を目指した外資系企業誘致 ⑥ グローバルアクセスの強化 ⑦ 県内産業集積の更なる強化と空洞化防止 ⑧ 地域資源の再発見等を通じた県南部への設備投資促進 等
 - 3 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 出前商談会 ④ 成長産業への参入促進と海外展開促進 ⑤ 技術連携やネットワーク化 ⑥ 顕彰による「見える化」
 - 4 サービス戦略
 - ① 支援体制の強化（推進協議会） ② サービス企業の価値向上（棚卸と再発見等） ③ 「おもてなし」による顧客志向型サービス産業の振興 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
 - 5 観光の産業化戦略
 - ① 関連企業等の一体的な取組 ② 観光と他分野産業の融合 ③ コンシェルジュや場所文化を軸とした共感者づくり ④ 地域資源を活用した商品開発 ⑤ 顧客志向型観光（サービス）産業の振興 等
 - 6 海外展開戦略（国際戦略）
 - ① 海外展開拠点（サポートデスク） ② メイド・イン・三重の売り込み ③ 金融支援制度創設 ④ 海外見本市出席 ⑤ 経済交流開拓と総領事館等との関係強化 ⑥ プロモーションと誘客活動 ⑦ 外国人観光旅行者受入体制 等
 - 7 振興戦略プラットフォームの構築
 - ① ネットワーク ② ひとつづくり（産業政策と雇用政策の連動、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、サービス産業等への労働力の移行、若者・女性・高齢者等の就労促進、ハローワーク特区） ③ 中小・小規模企業の振興方針（5つの視点） ④ 県研究所（ハブ機能）
- 戦略の更新・改訂（ローリング）～ 雇用経済情勢を踏まえてローリングしフォローアップしていく仕組みを導入～ 県組織への反映～ 産業政策、雇用政策、観光政策、国際戦略の融合 そして 営業本部～

第8章 現場（1,052社訪問）からのメッセージ

- 企業経営戦略7か条（県職員心構え10か条）
- 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「ひとつづくり」
 - 第4条：「おもてなしこそ我々の強み」
 - 第5条：「特定少数市場」の深さを認識すべき
 - 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
- （番外：若手への3ヶ条）①我々は社会の構成員だ、悩む前に「動け」 ②「自分探しの旅」に出るな、君はそこに居る ③一緒に考えよう？まずは「自分で考える」