

みえ産業振興戦略

三重県

平成 28 年 3 月

目 次

はじめに	1
第1章 「みえ産業振興戦略」改訂の背景	4
1 現場の声からの考察	4
（1）企業訪問から聞き取った現場の声	4
（2）企業アンケート調査の結果（策定時と現在の比較）	10
2 「みえ産業振興戦略」の進捗	18
（1）6つの戦略の取組状況と課題	18
1）戦略1 ものづくり戦略（メイド・イン・三重）【取組状況】	19
2）戦略2 サービス戦略 ～観光の産業化等～【取組状況】	21
3）戦略3 海外展開戦略（国際戦略）【取組状況】	26
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 【取組状況】	31
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 【取組状況】	35
6）戦略6 振興戦略プラットフォームの構築【取組状況】	38
（2）「みえ産業振興戦略」6つの目標値と社会情勢の変化	48
1）戦略策定時の現状認識	48
2）6つの目標値の現状値	51
3）目標値の進捗と外部環境の変化に対する検討	56
第2章 今後取り組むべき課題	61
1 13の取り組むべき課題	61
（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	62
（2）今後成長が期待される産業の育成 （新たなターゲットとなる航空宇宙産業、「食」関連産業）	63
（3）サービス産業の成長率が相対的に低い （ICT・ビッグデータ等による産業構造の変革）	64
（4）石油精製・石油化学産業の構造変化への対応	64
（5）高度部材の強みを経済活動の成果として引き出せていない	65
（6）新興国等の成長する海外市場への展開の遅れ （インバウンド増加の取り込み）	65
（7）産学官連携など外部との連携比率が低い	67
（8）企業戦略を踏まえた誘致政策	68
（9）社会課題解決に関わる取組の遅れ	69
（10）高度な専門人材の不足 （労働力を確保することが困難）	69
（11）新商品・サービスを開発するための経営資源や情報の不足	71
（12）ビジネスにおける国内外での認知度の低さ	71
（13）行政の課題（現場の声から） （インフラ・物流に係るニーズの高まり）	72

第3章 新たな戦略体系	74
1 今後の産業政策を展開する視点	74
2 新たな戦略体系の構築	77
(1) 「6つの戦略」の改訂	77
(2) 伊勢志摩サミットを契機として	79
3 戦略でめざす姿（目標値等）	80
4 新たな7つの戦略	81
(1) 【戦略1】 新たな県の成長を導く産業の創出・育成	81
(2) 【戦略2】 ものづくり戦略	88
(3) 【戦略3】 サービス戦略	93
(4) 【戦略4】 さらなる県内への投資促進	99
(5) 【戦略5】 中小企業・小規模企業振興	102
(6) 【戦略6】 ひとづくり（人材の育成・確保）	105
(7) 【戦略7】 域外（国内外）とのネットワークの構築・活用	110
5 「みえ産業振興戦略」のローリング	113

はじめに

1 「みえ産業振興戦略」の改訂にあたって

三重県では、リーマンショックの影響により、本県の産業が世界経済の影響を受けやすい構造であることが明らかとなったことから、強じんて多様な産業構造を構築していくため、平成24年7月、国の「日本再興戦略」に先駆け、地域の成長戦略として「みえ産業振興戦略」を策定しました。

これまで戦略に基づく産業政策を展開し、地域経済の活性化に向けた取組を進めてきたところですが、策定から3年が経過し、成長産業への更なる攻めの取組や外部環境の変化にいち早く対応していくためには、戦略の新たな展開を図っていく必要があります。

本格的な人口減少社会への突入など社会構造の変化に直面する中、三重県がその突破口を見い出し、地域の活力を維持し続けていくため、今、改めて三重県産業の成り立ち、言わば、「三重県のDNA」というものに立ち返り、三重県らしい、今後の産業振興の方向性を設計します。

2 戦略改訂の基本思想

山や海など豊かな自然に恵まれてきた三重県は、律令国家が成立して以来、伊勢国、志摩国、伊賀国、紀伊国の4つの令制国に分かれ、独自の経済圏を形成してきました。また、豊富な海産物に恵まれた志摩国は、古代から平安時代まで朝廷に海産物を献上する御食国としても知られています。

こうした中、伊勢神宮の「式年遷宮」においては、天照大御神の鎮座以来二千年余りの間、常に若々しい生命の輝きを願う日本人の心「常若」の精神が脈々と受け継がれてきました。

二十年に一度の「式年遷宮」は、単に御神殿を建て替えるものではなく、次世代への技術の継承という人材育成の側面を有しており、三重県の人々には古くから伝統技術を守りながらも、新たな技術との融合を図り、新しい価値を生み出すイノベーションの精神が根付いています。

加えて、古くから伊勢神宮への参拝者を受け入れてきたことで、「おもてなし」の精神が育まれています。

江戸時代になると、伊勢神宮に向かう伊勢街道沿いに発達した宿場町、東海道五十三次である関宿など、日本中の人々が行き交う要所が形成され、木綿などの取引を行った伊勢商人が隆盛しました。伊勢商人は、大坂商人、近江商人と並ぶ日本三大商人の一つであり、手堅い商売と独自の情報網を有し

ていたことが特徴とされています。伊勢商人の中で代表的な人物が三井財閥の礎を築いた三井高利です。三井高利は、松阪で生まれ、江戸に呉服屋「越後屋」を創業したほか、大阪、京都など全国各地に商売のネットワークを広げました。

明治維新後では、御木本幸吉が真珠の養殖に成功し、「ミキモト・パール」として、ロンドン、パリ、ニューヨークなどに販売を拡大し、グローバル経営を実現しました。

戦前までの三重県の産業の歴史を振り返ると、三井高利に代表される伊勢商人や御木本幸吉のように、昔から三重県の人々は域内だけで経済活動を完結せず、三重県という地の利を生かして、域外にも利益を求めてきたことが分かります。こうした気質はまさに三重県の人々のDNAとして埋め込まれていることをあらためて認識する必要があります。

戦後においては、四日市に日本で最初の石油化学コンビナートが形成され、現在まで、石油化学産業は三重県の主要産業の一つとなっています。日本の高度経済成長の中、四日市において深刻な公害が起り、企業や行政が公害防止に努力し、公害による環境問題の改善に取り組んできた経験を有しています。こうした経験を有している四日市コンビナートは、近年、経済発展を続けている新興国を中心に、モデル事例となり得ることを認識すべきです。

また、三重県には、ホンダ、デンソーなどの輸送用機械産業、東芝、シャープなどの電気機械産業の工場立地が進んだことで、現在まで、輸送用機械産業、電気機械産業が、石油化学産業とともに、三重県の主要産業となっています。

工場立地に伴い、工場周辺に世界に誇れる高い技術力を有する中小企業が多く集積し、こうした技術力を支える人材が存在していることが、三重県の重要な地域資源であることも十分に認識すべきです。

さらに、三重県は豊かな自然環境を背景に、伊勢神宮、熊野古道、テーマパークといった全国有数の観光資源を有しており、平成26年には観光入込客数が3,824万人に達するなど、三重県は観光産業も盛んです。

こうした三重県の産業の特色を考えると、三重県が有する経験・資源は、日本のみならず、世界に対して貢献できることが分かります。つまり、公害による環境問題の改善の経験に裏打ちされた環境技術、高い技術力を有するものづくり人材、風光明媚な自然や日本の歴史に裏打ちされた観光資源は、世界の人々にとって新たな付加価値になり得ることを認識すべきです。そのためには、日本の中の三重県ではなく、世界の中の三重県を意識し、世界経済の動向を見据えた戦略が欠かせません。現在、多くの新興国が直面している環境問題に対する貢献、今後、多くの需要が見込まれる航空機市場に対す

る貢献など、「世界の中で三重県が果たす役割」を明確に意識することで、三重県が積極的に海外に打って出る必要性が認識できます。さらに、風光明媚な自然環境や豊かな食・食文化の魅力による一層のインバウンド促進の可能性は当然のことながら、新たな産業への挑戦は三重県の新たな観光立県の戦略にもつながることを認識すべきです。

「三重県の人々ならできるはずである。」

なぜなら、先に見たように、三重県の人々には、地の利を生かして域外にも利益を求めるというDNAが埋め込まれています。

なぜ三重県が行動するのか、もう一つの側面があります。それは、三重県が、他の都道府県と比較した場合、例えば、人口規模は全国22位(総務省「人口推計(H26)」)、面積は24位(国土交通省「全国都道府県市区町村別面積調(H26)」)、県内総生産は19位(内閣府「県民経済計算」(H24))と、さまざまな指標において全国の中位にあることが多く、日本の主要産業を包含した産業構造となっており、「日本の縮図」と捉えることができます。そうした三重県が、世界に向けて、新たな産業への挑戦を行い、成功することができれば、それは他の自治体にもでき得ると言えます。

折しも、ビッグデータ、IoT、人工知能の進化などにより、「第四次産業革命」とも呼ぶべき大変革が着実に進みつつあります。

「三重県が変われば日本全体が変わる。」

三重県がリーダーシップを発揮して他の地域も巻き込みながら新たな産業への挑戦を続けることで、三重県だけの利益を得るのではなく、他の地域の利益にもつながり、日本経済全体の利益につながります。そうした役割が三重県にあることも、三重県が行動すべき理由の一つです。

一つの形として、2016年主要国首脳会議の三重県開催が決定しました。三重県に世界のリーダーが集まるという経験は、三重県の歴史の礎の一つとなり、この経験と自信は新たな挑戦につながります。

挑戦を続けて行くことで、次(次世代)への扉を開くことができます。

三重県は、域外に利益を求めて繁栄してきた自らのDNAを自覚し、豊かな地域資源とこれまで培ってきた人材や経験を通じて、世界の中での役割を果たすため、積極的に新たな挑戦を続け、日本の他地域を牽引していく存在になる。

これこそが、「みえ産業振興戦略」改訂にあたっての基本思想です。

第1章 「みえ産業振興戦略」改訂の背景

1 現場の声からの考察

「みえ産業振興戦略（以下、「戦略」という。）」の策定に向けた検討をはじめた際、特に重視したのが「『現場主義』からの政策創造」という視点でした。

これは、「現場立脚」型の産業政策を展開していくという考え方に基づいたものであり、企業1,052社の訪問、企業5,000社へのアンケート調査を実施し、現場の生の声をベースに戦略を取りまとめました。

今回、戦略改訂に向けた検討においても、まず、ベースとなるのは現場の声であることから、企業訪問ならびに企業アンケート調査を実施しました。

その上で、戦略策定時に取りまとめた「6つの戦略」の進捗状況や目標の達成状況、社会情勢の変化等について考察を行い、改訂にあたっての方向性を示すこととします。

(1) 企業訪問から聞き取った現場の声

県職員による県内外企業への訪問を実施し、現場の声をヒアリングしました。その内容を分類し、下記のとおり整理しました。

製品・技術・ノウハウ

【キーワード】

- ◆外部連携
- ◆顧客（消費者）ニーズへの対応
- ◆新技術・新商品開発、新分野展開

【外部連携】

- ・大学や他企業と連携した研究、商品開発を検討しているが、連携先に係る情報提供、コーディネートや資金面に係る支援をお願いしたい。
- ・付加価値の高い製品を開発するため、他分野のクリエイターとの連携を模索。
- ・地域資源の付加価値を高めていくには、1社では限界がある。異業種交流などの取組を進めていくことが必要。
- ・行政は率先して企業グループ（連携体）の立ち上げに取り組むべき。
- ・市町を越えた商品開発のマッチングサポートなど、広域での連携を県に支援してほしい。

【顧客（消費者）ニーズへの対応】

- ・従来の製品では売れないので、消費者が好むモノ・コトをキャッチしていく必要がある。
- ・これまで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。
- ・少子高齢化のニーズの変化に対応した事業展開が必要。このため、他企業との連携を進めている。

【新技術・新商品開発、新分野展開】

- ・競争力を確保するため、コア技術を活用した新商品の開発、既存商品のグレードアップに注力していきたい。
- ・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ビジネスの創出が期待できる。
- ・新商品開発にあたり、試験研究から販路・市場開拓まで、一気通貫したアドバイスがほしい。
- ・イノベーションが重要と考えており、他社にできない技術を持ち続けるため研究開発に注力している。
- ・中小企業がめざすべき技術は、コンピュータを駆使したデジタルな技術ではなく、熟練した技能・経験にもとづくアナログな技術。こうしたコアな技術を伸ばしていきたい。
- ・新たな研究開発に取り組むときに、「マーケット調査」または、「特許調査」の支援をお願いしたい。中小企業では経営資源が限られるため、こうした事前の調査が重要である。

販路の開拓

【キーワード】

- ◆首都圏等への販路開拓
- ◆三重県のブランド力向上、ストーリー性の付加

【首都圏等への販路開拓】

- ・高付加価値の商品の販路開拓にあたっては、富裕層を抱える大都市圏の百貨店等がターゲットとなる。
- ・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。
- ・「三重テラス」に商品を置いているが、商品の販売では、三重テラスを拠点とした営業活動が重要で、新たな販売先を開拓していきたい。
- ・県外への販路開拓のきっかけとして、「三重テラス」のようなアンテナショップが東京以外にもあるとありがたい。
- ・「三重県フェア」を催事場での開催で終わらせることのないよう、定番の棚へ持っていくための営業が必要。
- ・新しく販売先を確保する手法としてインターネット等を活用した販売に力を入れている。

【三重県のブランド力向上、ストーリー性の付加】

- ・産地の良さをいかに情報発信するか、企業の取組だけでは限界があり、行政も一体となったPRが必要。
- ・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。
- ・三重県のブランド力の強化が必要。特に、首都圏では三重県の知名度が低く、消費者へのPRが伝わらない。
- ・商品の発信や誘客促進だけでなく、U・Iターンの観点からも、三重の認知度を向上していくことが必要。
- ・日本の各地にはそれぞれ特徴的な魅力があるので、三重県への誘客を促進するためには、他地域とは違う感動を与える仕組みづくりが必要。

海外展開

【キーワード】

- ◆海外展開にあたり求められるサポート
- ◆海外展開のリスク・障壁
- ◆海外展開のあり方

【海外展開にあたり求められるサポート】

- ・海外の展示会への参加に関する補助金等も必要であるが、海外展開に係る事前の準備段階（計画段階）での支援の充実も必要。
- ・取引規模が小さい中小企業・小規模企業等においては、他社と協同して輸送するなど物流コストを抑える方策が必要。
- ・日本茶を海外に売り込んでいきたいと考えているが、そのまま輸出したのでは、なかなか売れない。新しい飲み方など、現地に合わせた提案型の売り込みが必要。

【海外展開のリスク・障壁】

- ・取引先の工場の海外進出に合わせて、海外での生産体制を整備しても、取引先がすぐに撤退する例もあり、リスクが高い。
- ・規制の強化等、現地の状況変化が激しい国もあり、撤退に追い込まれる場合もある。
- ・国内での生産コスト高を理由に、海外での生産を進めているが、円安が進んだ際の影響が大きい。
- ・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。日本のものづくりを守るシステムを考えていくことも必要。
- ・東南アジアにおいても人材の確保が課題となってきた。

【海外展開のあり方】

- ・グローバル展開と海外展開はイコールではない。高い技術力があれば、国内に留まりながら、海外から受注を獲得できる。
- ・国内の需要が減少しているので、日本では研究・開発に特化し、製造拠点を海外に移すことを検討している。
- ・台湾に進出したところであるが、当社が地域の窓口となって県内企業の製品も広く販売していきたい。

【キーワード】

- ◆人材の確保・育成に対するニーズの高まり
- ◆人材育成の課題
- ◆人材確保の課題
- ◆教育機関等との連携

【人材の確保・育成に対するニーズの高まり】

- ・技能検定など資格を持つ技術者が多い企業は元気なところが多い。中小企業が発展していくためには人材育成が必須。
- ・小規模の会社では、人材を育成するための仕組みの構築が難しく、行政等が開催する講座やセミナーなどを活用している。
- ・労働力不足は顕著。人材育成の前に、労働者確保に取り組むべき。
- ・定年による熟練工の減少、新規採用者の獲得難航により人材不足となっている。
- ・ハローワークで募集しても、人材が集まらない。労働力不足で受注に対応できない。
- ・新技術の導入、新規の販路開拓に関心があっても、人材不足のために対応できない。
- ・高齢化社会の中、定年後のスキルを持った人材の活用策が必要。
- ・労働力確保の観点から、住環境等を含めた三重県の総合的な魅力発信が必要。

【人材育成の課題】

- ・中小企業では、今ある技術をいかに次の世代に継承していくかが課題。
- ・技術者の育成には退職人材の活用が有効。一方で、退職人材を適材適所に配置するコーディネーターが不足している。
- ・トップクラスのノウハウを持つ技術者を有していても、若手技術者を採用して何年もかけて育成することが中小企業には困難。
- ・生産年齢人口が減少する中、女性の活躍を促進していくことが必須。
- ・技術・スキルの伝承という観点から、新入社員を必ず取るようにしている。

【人材確保の課題】

- ・情報発信力の乏しい中小企業にとっては、有能な人材が大手企業・外資系企業に流れていくのではないかと危惧している。
- ・高校生の採用を進めたいが、知名度が劣るため、地元の工業高校に人気がなく、採用が進まない。
- ・三重県は人口に対する大企業の立地件数が多く、良い人材は大企業にとられてしまうので、人材確保が非常に困難。

【教育機関等との連携】

- ・三重県は人材が流出してしまう地域だが、そうならないために専門的な高等教育機関を設置し、県内に定着させる仕組みが必要。
- ・国際競争力のある人材育成が必要であるが、そのためには、学校教育の段階から取り組まなければならない。
- ・新規採用者の基礎学力が不足していることが多い。学校教育に力を入れてほしい。
- ・工場見学など、子どもたちがものづくりに関心を持つための取組を進めるべき。

【キーワード】

- ◆補助金制度について
- ◆行政の役割
- ◆支援の対象
- ◆支援の体制

【補助金制度について】

- ・補助金を獲得するためには、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。
- ・少額の補助金でよいので、小規模企業が商品開発にチャレンジできる支援をしてほしい。
- ・補助金の存在を知った時には、申請の受付が終わっていることがあるので、積極的な情報発信をお願いしたい。
- ・一年を通して顧客からの発注はあり、企業もそれにあわせて設備を導入するが、補助金の申請期間が決められており、タイミングが一致しないことがある。
- ・補助金を活用して新たな設備を導入したが、使途に制約があり、有効活用できない。また、補助金は手続きも煩雑でメリットが少ない。

【行政の役割】

- ・地域の活性化に向けて、補助金など資金面だけではなく、行政にはコーディネーターとしての役割を果たしてほしい。
- ・過疎化が進む地域において、「食」は一つのキーワードとなる。例えば、農産物の生産から加工、販売までという6次産業化において、行政にはその橋渡しをお願いしたい。
- ・商売は信頼関係と「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。
- ・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支援策を効果的にPRし、実施してほしい。
- ・成功事例をしっかりとPRして欲しい。それが、地域のやる気と更なるブランド化につながっていく。
- ・行政の補助金制度等は更なるPRが必要。補助金制度は企業の製品の営業活動の一助になることも認識すべき。

【支援の対象】

- ・企業に対して、延命治療的に税金を投入するような事業は実施すべきでない。
- ・企業によっては、補助金等で生き残っているところもあり、純粋な競争が阻害される場合もある。
- ・行政の支援が小規模企業にまで届いていない。特に、零細企業が活用しやすい補助金等の支援制度を期待している。
- ・大企業に分類される会社への支援が少ない。活用しやすい補助金を望む。
- ・地域の企業を育成するという観点からも、県内企業への優先発注を進めてほしい。
- ・既存の支援策の枠から外れていたとしても、地域のために事業に取り組もうとする企業を支援することで地域の活性化につながる。

【支援の体制】

- ・企業からの相談窓口の一本化（コンシェルジュ機能、ワンストップサービスなど）が必要。
- ・担当者の異動等の際には、組織としての情報共有を進め、継続的な支援体制を構築してほしい。
- ・企業が活用できるよう、県施設の開放機器の充実を望む。

(2) 企業アンケート調査の結果（策定時と現在の比較）

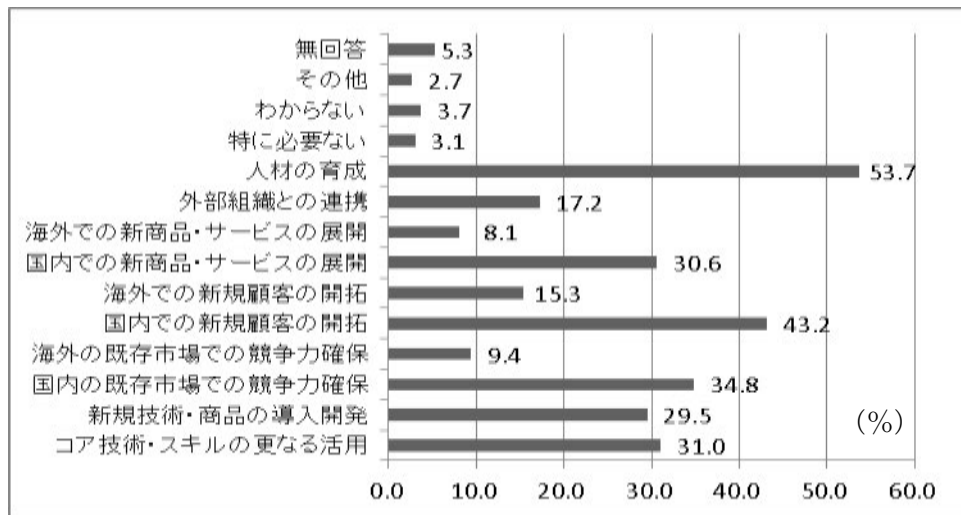
戦略策定時の企業アンケート調査の結果と現時点の企業アンケート調査の結果を比較することで、県内企業の動向を確認し、戦略の改訂に向けた考察を行います。

【企業アンケート調査概要】

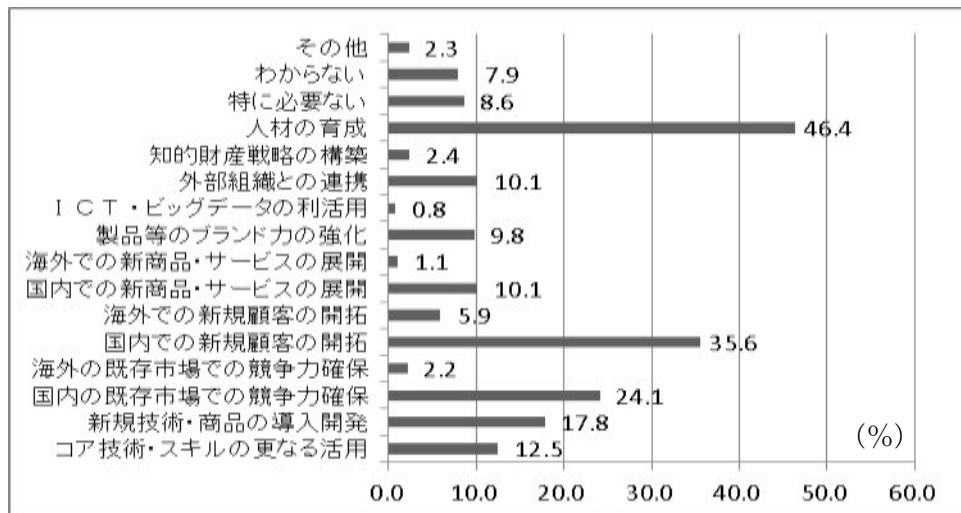
実施期間	平成 23 年 9 月	平成 27 年 5 月
調査対象	5,322 社	5,000 社
集計対象企業数	1,099 社	1,354 社
業種別	製造業 525 社 非製造業 484 社 無回答 90 社	製造業 292 社 非製造業 1,014 社 無回答 48 社

①事業所の発展のために取り組むべき経営戦略について

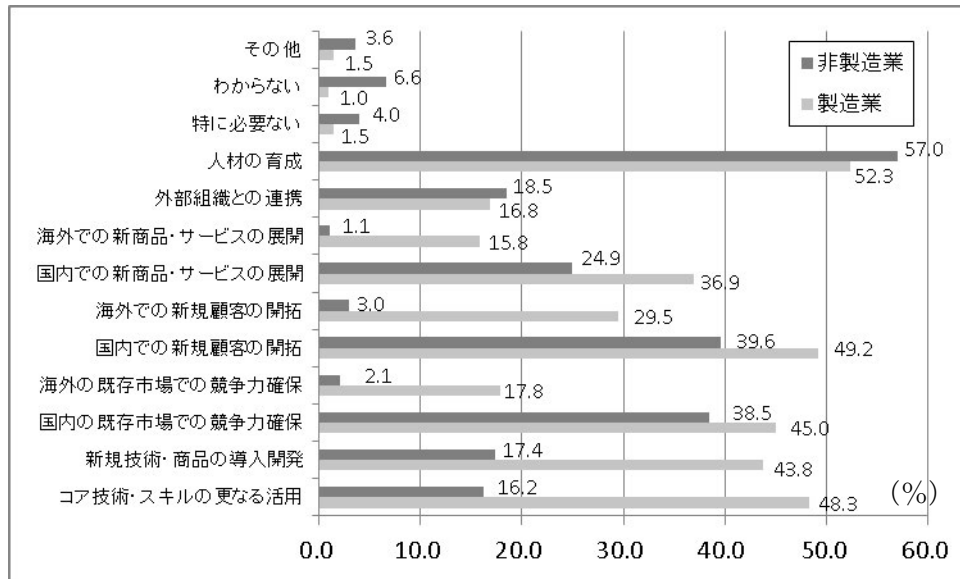
【全体（平成 23 年度実施結果より）】



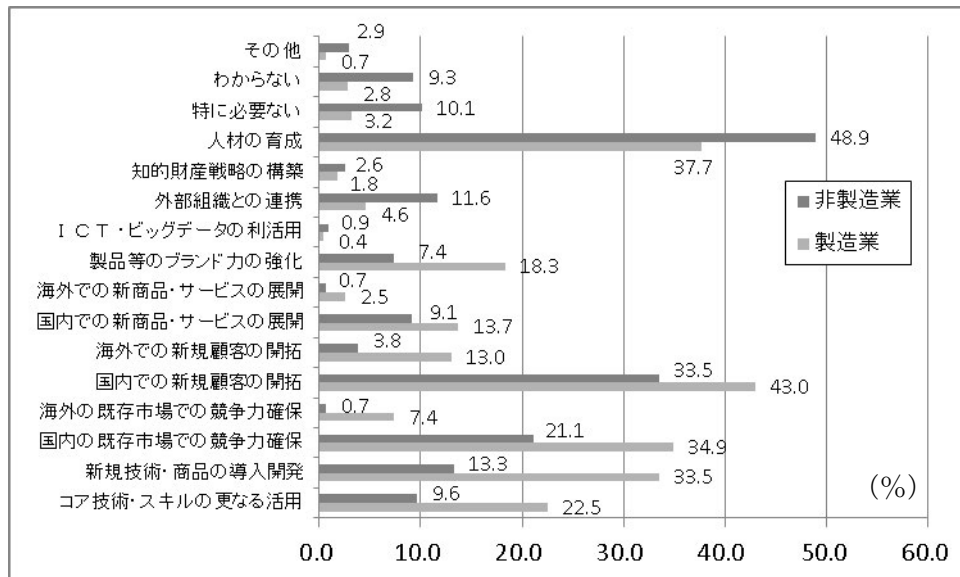
【全体（平成 27 年度実施結果より）】



【製造業・非製造業別（平成 23 年度実施結果より）】



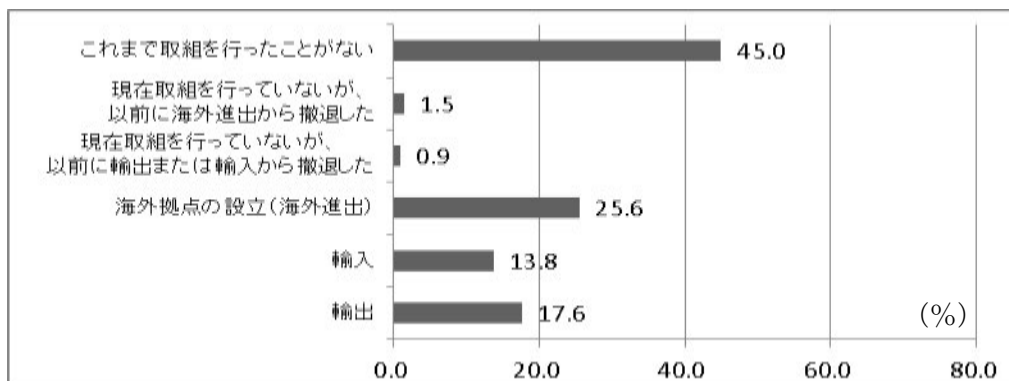
【製造業・非製造業別（平成 27 年度実施結果より）】



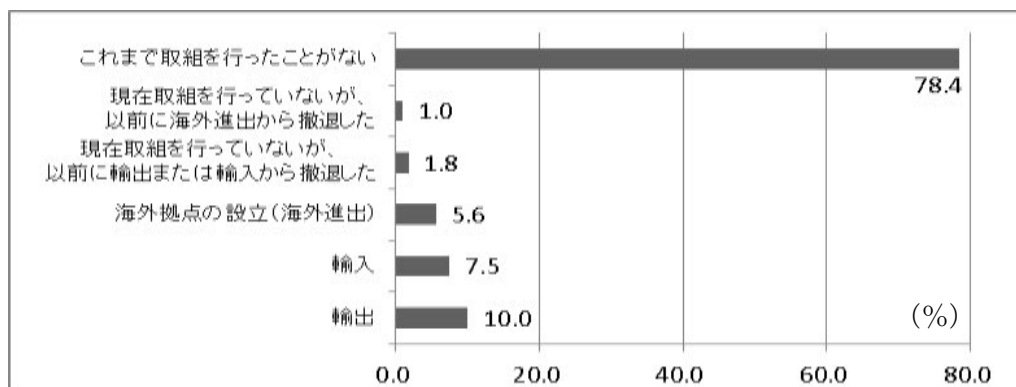
- 事業所の発展のために取り組むべき経営戦略として、全体では「人材の育成」、「国内での新規顧客の開拓」、「国内の既存市場での競争力確保」が戦略策定時と変わらず上位3項目となっています。
- 非製造業においては、引き続き「人材の育成」、「国内での新規顧客の開拓」、「国内の既存市場での競争力確保」が上位となっており、製造業においては、「国内での新規顧客の開拓」、「国内既存市場での競争力確保」、「人材の育成」、「新規技術・商品の導入開発」が多く挙げられるなどアンケートの傾向に大きな変化は見られません。

②海外展開の取組状況

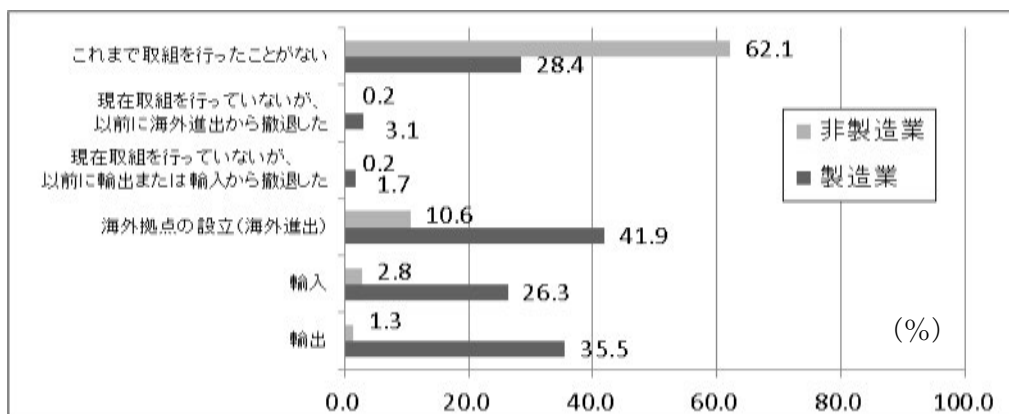
【全体（平成 23 年度実施結果より）】



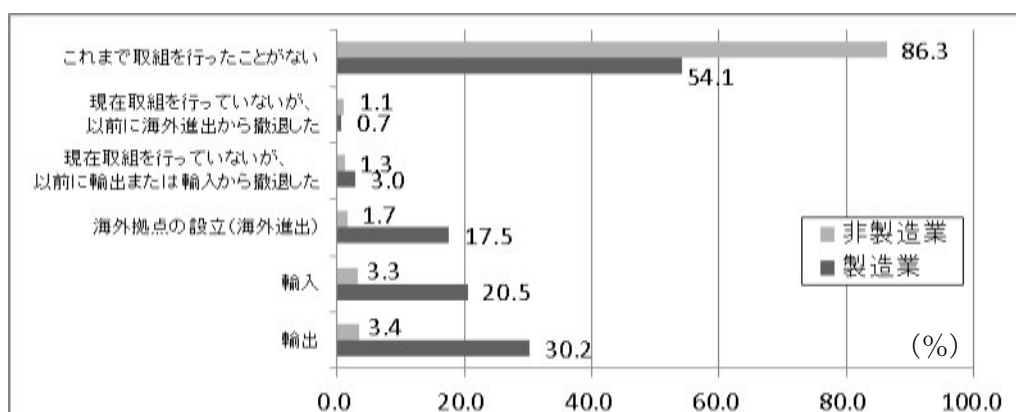
【全体（平成 27 年度実施結果より）】



【製造業・非製造業別（平成 23 年度実施結果より）】



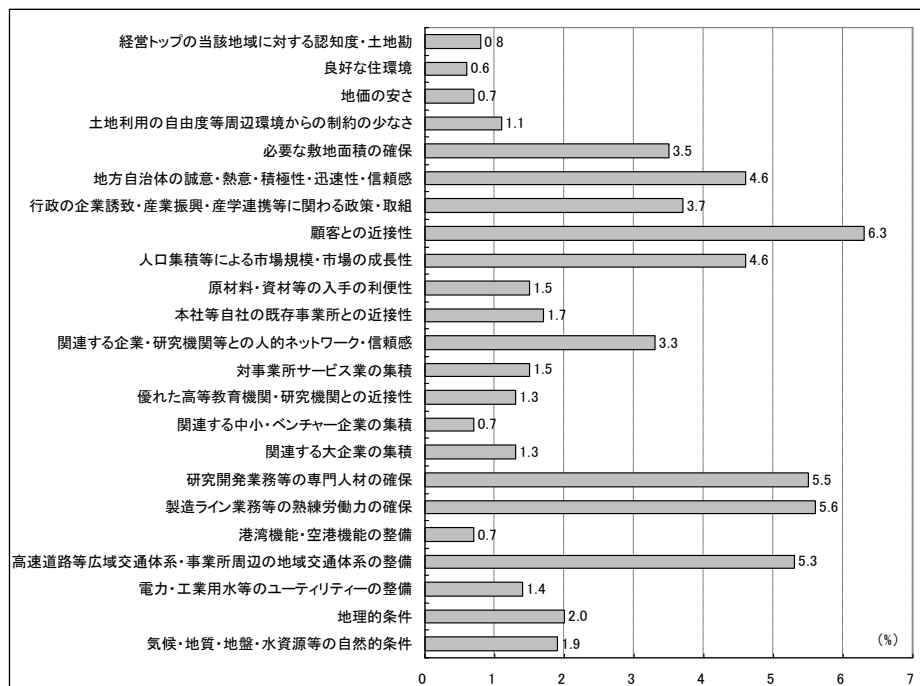
【製造業・非製造業別（平成 27 年度実施結果より）】



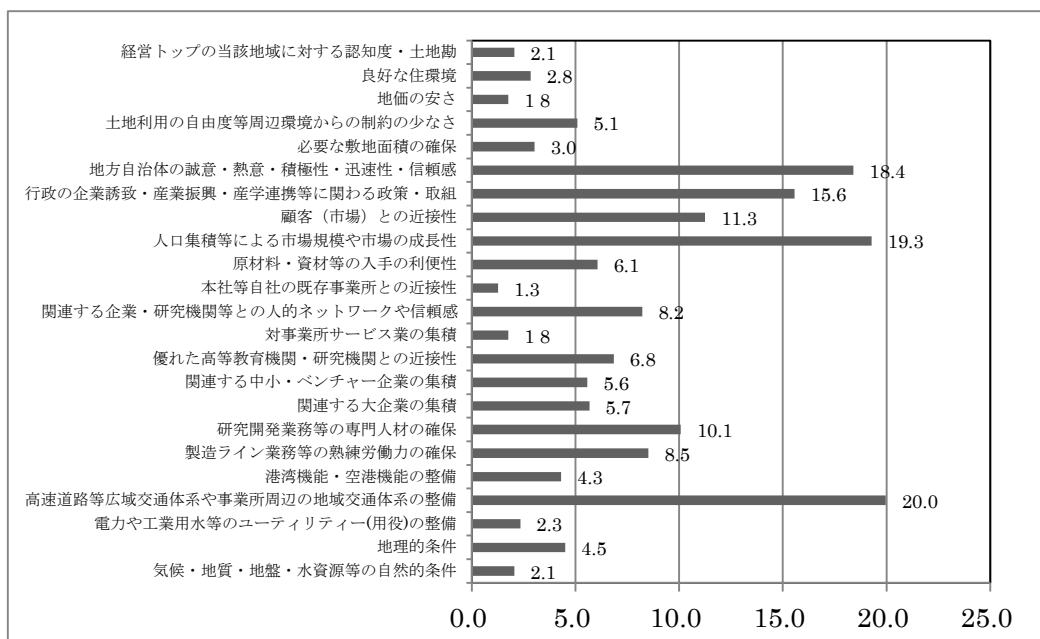
- ・ 今回実施（平成 27 年度）したアンケート調査では、海外進出の度合いが少ない非製造業の回答が多かったため、「これまで取組を行っていない」と回答する企業の割合が高まったと推測されます。
- ・ 一方で、製造業のみを比較しても「これまで取組を行っていない」とする企業の割合が高まっており、策定時に課題とした県内企業の海外展開の遅れへの対応が引き続き求められています。

③今後最も改善・高度化を望む立地環境要因

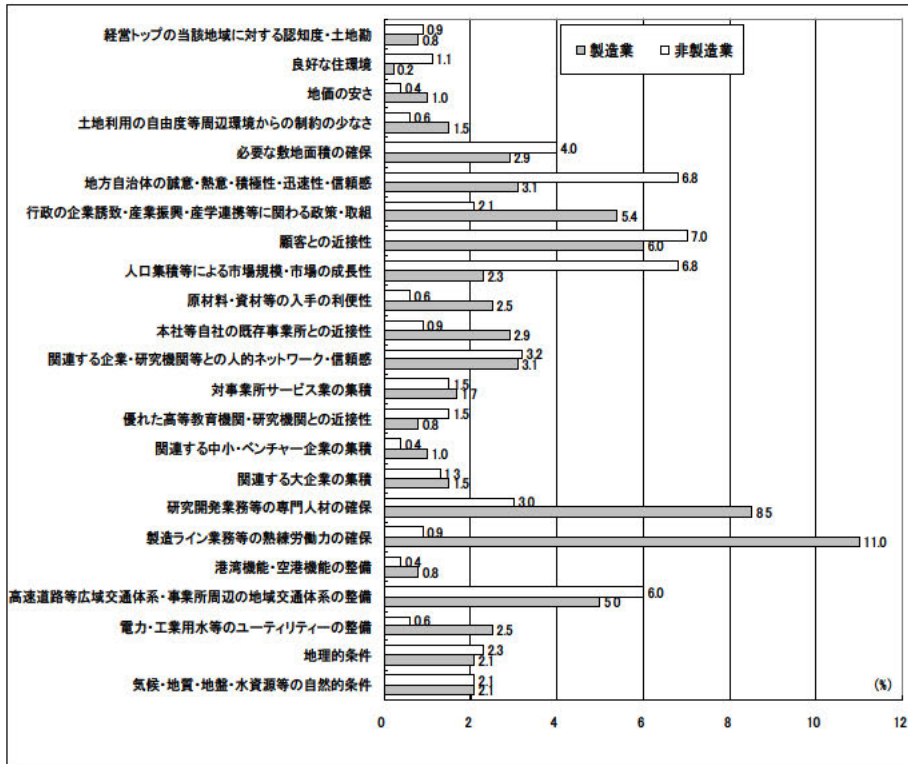
【全体（平成 23 年度実施結果より）】



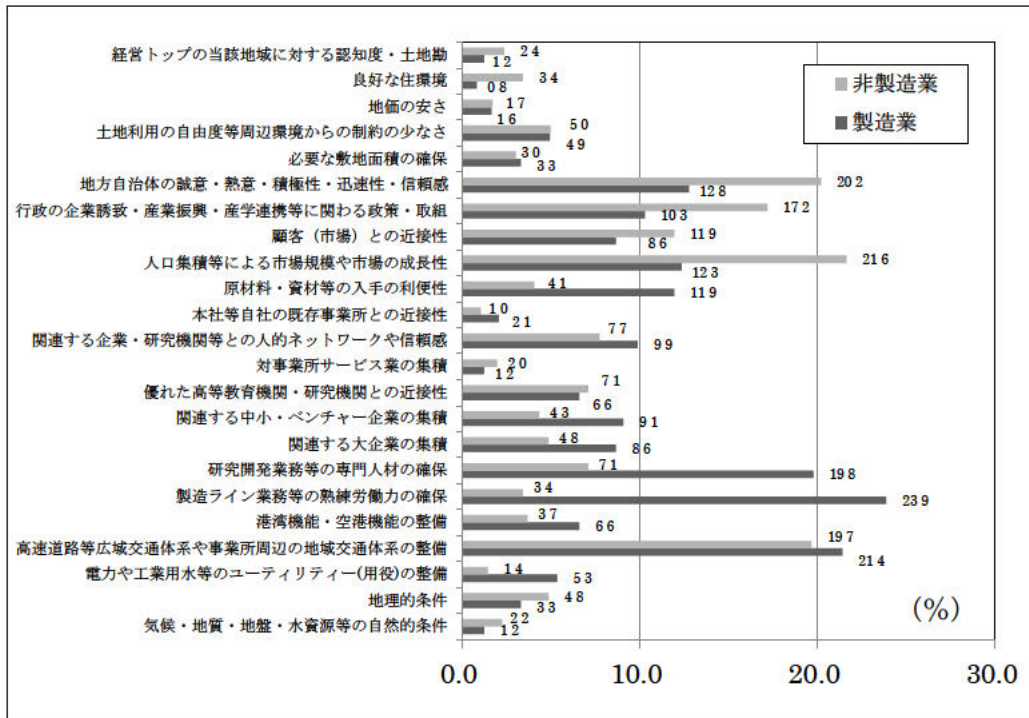
【全体（平成 27 年度実施結果より）】（※平成 27 年度は複数回答可とした）



【製造業・非製造業別（平成 23 年度実施結果より）】



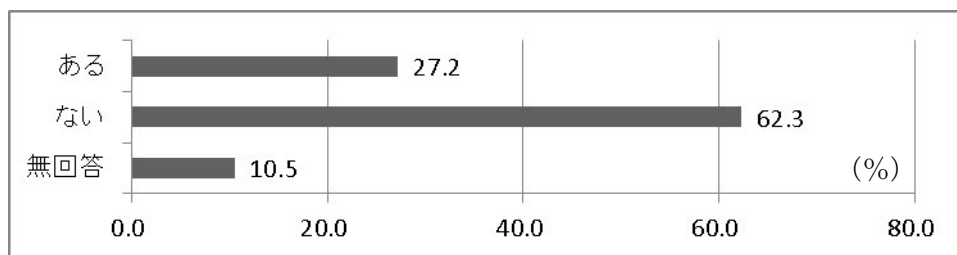
【製造業・非製造業別（平成 27 年度実施結果より）】（※平成 27 年度は複数回答可とした）



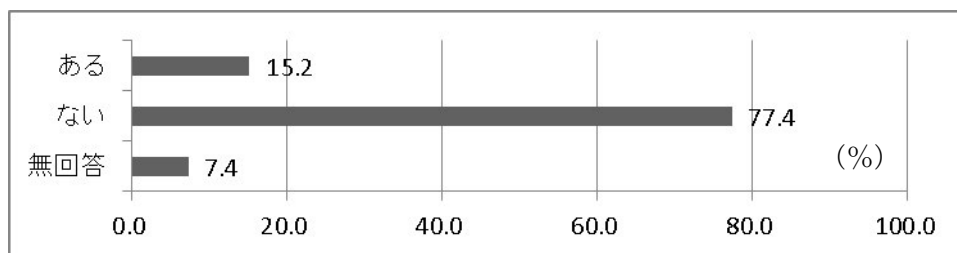
- ・ 全体では、前回(平成 23 年度)のアンケート調査時、「顧客との近接性」が最上位項目となっていました。今回(平成 27 年度)の調査では「高速道路等広域交通体系や事業所周辺の地域交通体系の整備」が最上位となっており、物流の円滑化に関するニーズの高まりが見られます。
- ・ 製造業では、「熟練労働力の確保」、「専門人材の確保」、非製造業では「人口集積等による市場規模や市場の成長性」、「地方自治体の誠意・熱意・積極性・迅速性・信頼感」「行政の企業誘致・産業振興・産学連携等に関わる政策・取組」への関心が引き続き高くなっています。

④産学官連携等外部連携の取組実績について

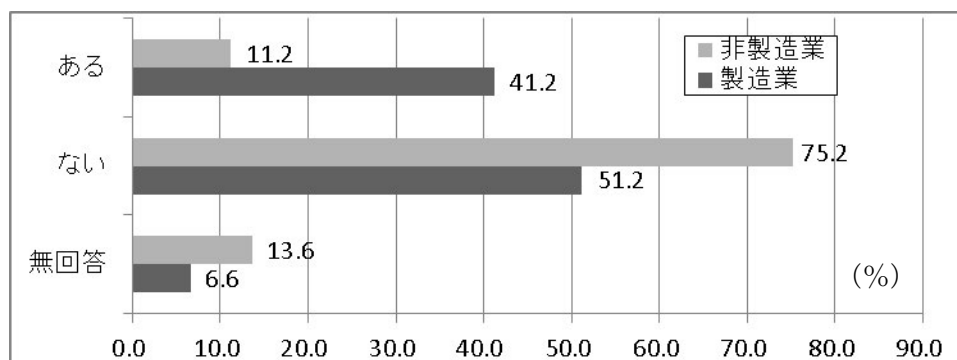
【全体（平成 23 年度実施結果より）】



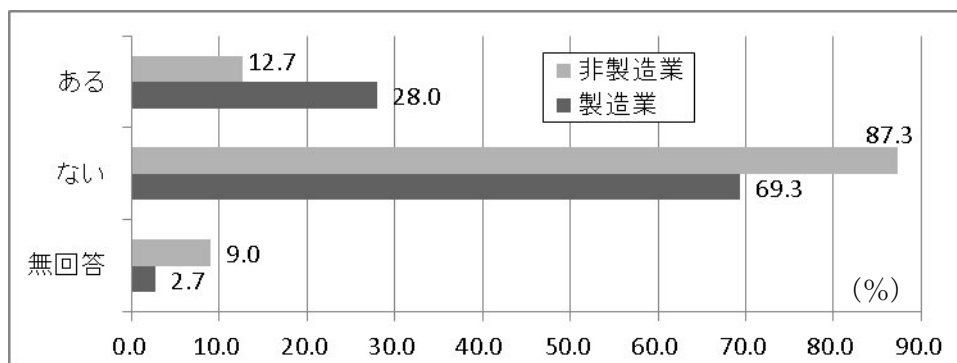
【全体（平成 27 年度実施結果より）】



【製造業・非製造業別（平成 23 年度実施結果より）】



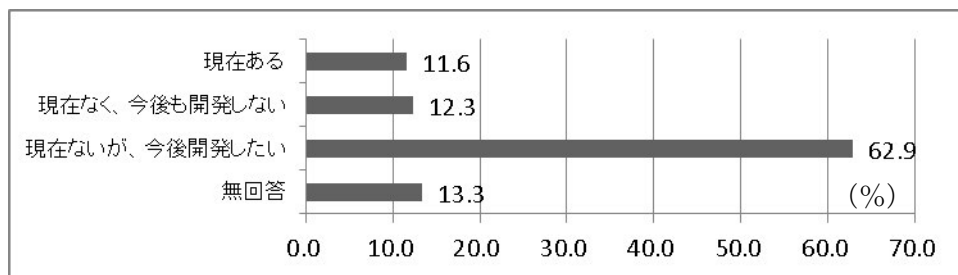
【製造業・非製造業別（平成 27 年度実施結果より）】



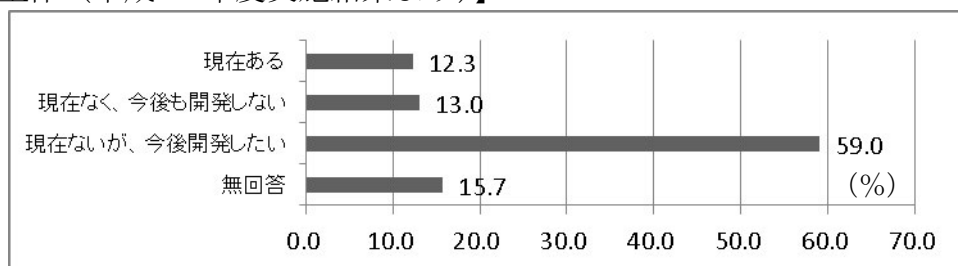
- ・ 今回（平成 27 年度）のアンケート調査では、外部連携の度合いが少ない非製造業の回答が多かったため、取組実績が「ない」と回答する企業の割合が高まったと推測されます。
- ・ 一方、製造業のみを比較しても「これまで取組を行ったことがない」とする企業の割合が高まっており、戦略策定時に課題とした外部連携の遅れへの対応が引き続き求められています。

⑤地域資源を活用した事業展開

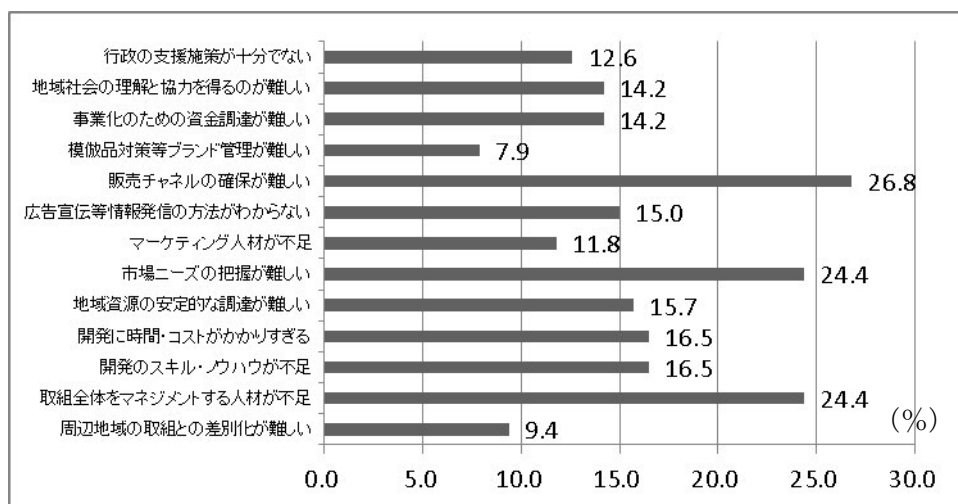
【全体（平成23年度実施結果より）】



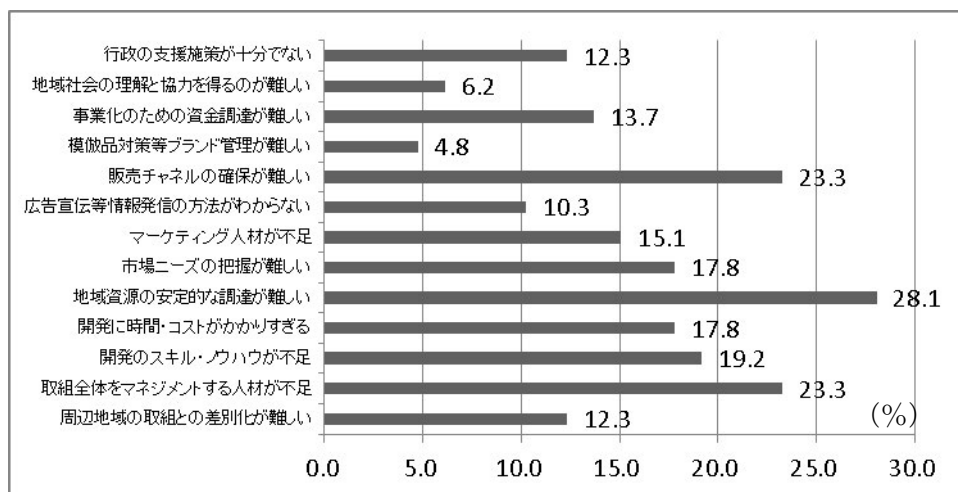
【全体（平成27年度実施結果より）】



【地域資源を活用した商品・サービスの開発の障壁（平成23年度実施結果より）】



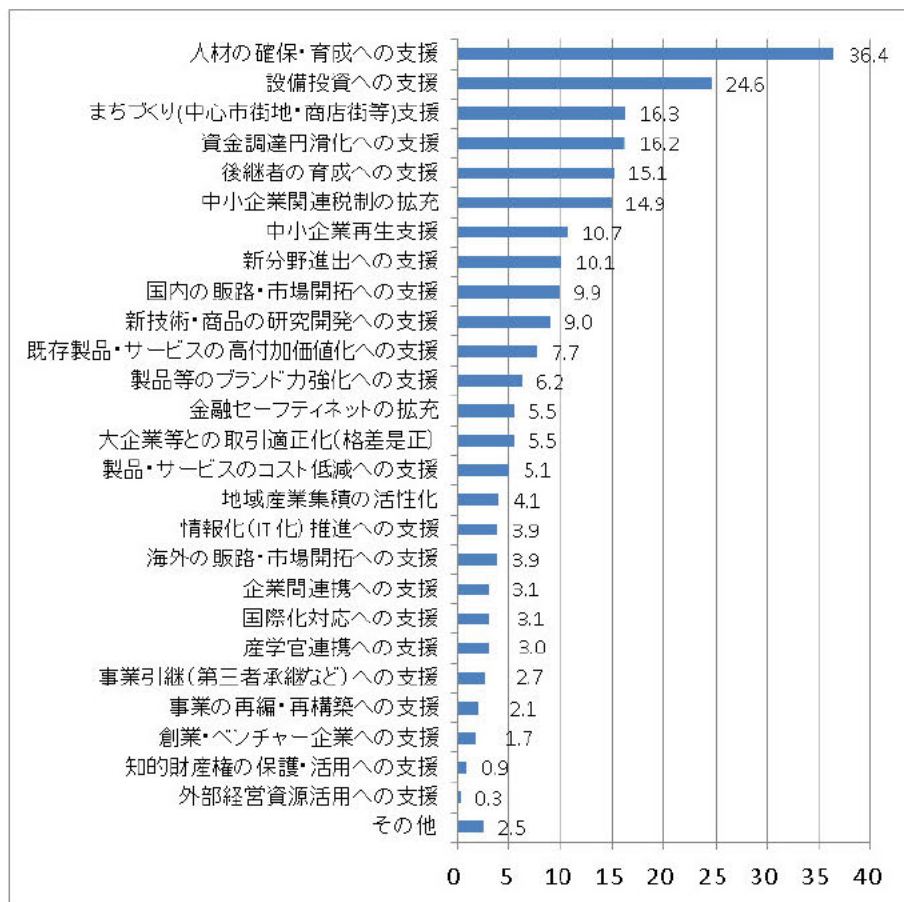
【地域資源を活用した商品・サービスの開発の障壁（平成27年度実施結果より）】



- ・ 今回（平成 27 年度）のアンケート調査では、地域資源を活用した事業展開について、「現在ある」の回答割合が微増しています。
- ・ また、地域資源を活用した商品・サービスの開発にあたっては、依然として「販売チャネルの確保が難しい」、「取組全体をマネジメントする人材が不足」といった課題に加え、「地域資源の安定的な調達に難しい」といった新たな課題も浮き彫りとなっています。

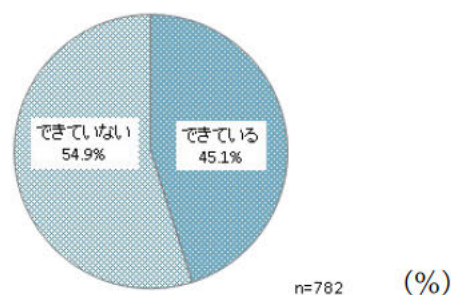
⑥強化すべきと考える行政の中小企業関連施策

今後、強化すべきと考える行政の中小企業関連施策について、アンケートを実施したところ、下記のとおり「人材の確保・育成への支援」が最多となり、次いで「設備投資への支援」、「まちづくり（中心市街地・商店街等）支援」、「資金調達円滑化への支援」の順となりました。



特に人材の確保については、下記の表のとおり半数以上の 54.9%の企業が想定通り採用できていないと回答しており、労働力の確保に向けた取組が求められています。

想定通りの採用ができていないかについての問いに対するアンケート結果



2 「みえ産業振興戦略」の進捗

(1) 6つの戦略の取組状況と課題

戦略の策定時に提示した新しい時代を拓く新産業・新市場の創出に向けた「6つの戦略」については、策定から3年間、その具現化に向けた取組を進めてきましたが、戦略の改訂にあたり、新たに取組を進めるべきものはないか、また、より強化すべき施策は何かといった視点に立ち、「6つの戦略」の進捗状況と課題について整理しました。

【みえ産業振興戦略：6つの戦略（戦略策定時）】



1) 戦略1 ものづくり戦略（メイド・イン・三重）【取組状況】

●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

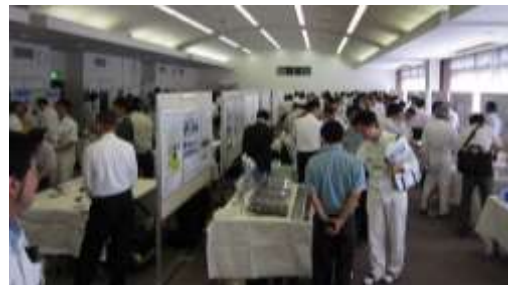
- ・（公財）三重県産業支援センターとの協創による県内中小企業の経営戦略の磨き上げと、試作段階を含む研究・技術開発、マーケティング調査等を支援。（「メイド・イン・三重ものづくり推進事業費補助金」制度等）
- ・ ものづくりの基盤技術を高度化することによる競争力の強化や本県の雇用を支える高付加価値の成長分野における生産拠点の整備を目的とする設備投資を支援。（「中小企業高付加価値化投資促進補助金」制度等）

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

- ・ 高度部材イノベーションセンター（AMIC）における研究シーズ等をきっかけとする研究会の立ち上げなど、企業間連携を促進。
- ・ 県内ものづくり中小企業に共通する基盤技術（設計、生産技術、評価・分析）に関する研究会を開催し、新たな取組にチャレンジする中小企業の掘り起し、企業の生産現場における課題解決を支援。



高度部材イノベーションセンター（AMIC）



「技術展示会 in Honda 鈴鹿」

- ・ 中小企業の持つ新技術・新製品を大企業などの川下企業の製造拠点や研究機関に対して直接PRする「出前商談会（展示会、面談会等）」を開催するなど、販路拡大・技術連携の機会を創出。

●「成長産業」や「海外市場」への参入を促進

- ・ 世界的な成長が期待される航空宇宙産業の振興をめざし、平成27年3月に策定した「みえ航空宇宙産業振興ビジョン」に基づき、人材育成、参入促進、事業環境整備の取組を促進。

- ・ 三重県海外ビジネスサポートデスク（中国：上海、タイ：バンコクに設置）によるセミナー開催等の海外展開に関する情報提供、個別相談会等での相談対応及び海外現地における商談機会を提供。（再掲）
- ・ 優れた技術等を有する県内の中小企業が連携し、取引拡大、技術力向上、新分野進出等につなげていく中小企業連携体の取組を支援。
- ・ バイオブタノールの製造に向けた取組やセルロースナノファイバーを活用した高付加価値材料の開発など、企業や大学との連携による研究開発プロジェクトの構築に向けた取組を支援。

●ステイタスの「見える化」

- ・ 社員の意欲や能力を最大限に引出し、地域・社会との関わりを大切にしながら、高付加価値で差別化された製品・サービスを提供する中小企業・小規模企業を表彰する「三重のおもてなし経営企業選」を創設。



「三重のおもてなし経営企業選」表彰式

●技術的優位性の確保

- ・ 特許出願に係る補助制度などによる企業の知的財産の創造・保護を促進。
- ・ 県工業研究所等における研究成果の知的財産化により、県内企業の県保有知的財産の有効活用に向けた環境整備を促進。

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

①大企業など川下企業の中小企業等に対するニーズの変化

部品の調達や加工の外注などだけでなく、開発・設計の段階から参画できるような、高い技術力を持つオンリーワン企業が求められています。

②高付加価値化に向けた人材の育成

世界に打って出る、付加価値の高いものづくり産業を推進していくためには、企業が進める技術開発や人材育成等に対する支援を一層強化していく必要があります。

③技術の高度化・効率化

輸送機器の軽量化に資する部材の普及が進むことが予想されていることから、評価技術や加工技術の高度化・効率化が求められています。

④他地域・他分野との連携

付加価値の高いものづくりを進めるために、産学官、地域の枠を越えた、オープンイノベーションの取組による研究・製品開発が求められています。

2) 戦略2 サービス戦略 ～ 観光の産業化等 ～ 【取組状況】

●サービス産業の支援体制の強化

- ・ 「三重県中小企業・小規模企業振興条例」を平成26年4月に施行し、中小企業・小規模企業の振興を県政の重要課題と位置づけ、教育機関、金融機関など関係機関と連携し、中小企業・小規模企業を支援。
- ・ 事業所数において、県内中小企業・小規模企業の約8割がサービス産業であることを踏まえ、地域経済の実情に応じた中小企業・小規模企業の振興を具体的かつ計画的に推進するため、「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」を県内5地域に設置。協議会では、県、市町、中小企業・小規模企業に関する団体、教育機関、金融機関等の関係機関が一堂に会し、中小企業・小規模企業が抱える課題の把握や解決策を検討し、連携体制の強化や必要な施策を構築。
- ・ 中小企業・小規模企業の発展段階に応じた経営計画を認定し、経営課題の抽出やその解決に向けた取組、さらには新事業展開等を支援する「三重県版経営向上計画」制度の創設。(再掲)

●高付加価値経営への取組

- ・ 時代の変化に対応する能力を有し、県内産業をけん引していく力強い次世代の経営人材の育成をめざす「MIE戦略経営塾」や、業種・系列を超えた経営者間のネットワークづくりに取り組む「みえ経営者育成セミナー」を開催。(再掲)
- ・ サービス産業の高付加価値化に取り組む中小企業・小規模企業の「おもてなし経営」の実践に向けた中堅・リーダー養成塾や実践道場を開催。(再掲)

●サービス産業の「見える化」(強力な情報発信等)

- ・ 社員の意欲や能力を最大限に引出し、地域・社会との関わりを大切にしながら、高付加価値で差別化された製品・サービスを提供する中小企業・小規模企業を表彰する「三重のおもてなし経営企業選」を創設。(再掲)

●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)

- ・ 社会的課題をビジネスで解決するソーシャルビジネスの活動を促進する「ソーシャルビジネスセミナー」の開催や金融機関との勉強会を通じたサポート体制構築を検討。

●グローバルビジネスの振興

- ・ 本県における今後5年間の食の産業振興の方向性を定めた「みえ食の産業振興ビジョン」を平成27年7月に策定。
- ・ 三重の「食」や「食文化」を発信し、「食」に関する産業振興を図るため、「みえ食の逸品フェア」及び「食の文化シンポジウム」を開催。
- ・ 日本の中の三重県という地域の存在感の向上を図るとともに、食を中心とした県産品の販路拡大等につなげるため、「2015年ミラノ国際博覧会」(平成27年7月)に出展するとともに、現地にてテストマーケティングや商談会等を実施。
- ・ 「食」のハーバード大学とも称されるCIA(The Culinary Institute of America)で開催されるアメリカで最も影響力のある「食」に関する国際会議「ワールド・オブ・フレバー(WOF)」への出展(平成27年4月)により、販路開拓や人材育成のためのネットワーク構築の取組を展開。



ワールド・オブ・フレバーの会場の様子

- ・ 伝統産業・地場産業について、デザイナー等との連携によるライフスタイルの変化や消費者ニーズの多様化に対応した付加価値の高い新商品開発や販路開拓の取組。



伊賀くみひものコサージュ



鋳物のオリジナルブランド
「IMOJI 鋳物師」



伊勢型紙のスカーフ

- ・ 伝統を守りつつ革新的な商品開発の気運を高めるための「三重グッドデザイン(工芸品等)選定制度」を創設し、首都圏における選定商品等の展示会を開催。



三重県産松のバイクスタンド
「宿輪木(やどりんぎ)」



バイクのマフラーに使用される
チタンを加工したタンブラー



尾鷲ひのきのコースター

●金融機関や個人・団体などと連携した資金供給の促進(ファンド創設)

- ・ 中小企業・小規模企業の経営の安定を図るため、セーフティネット資金等に加え、三重県中小企業・小規模企業振興条例の施行にあわせて、「みえ経営向上支援資金」を創設し、中小企業の前向きな取組を金融面から支援。

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

① サービス産業の高付加価値化に向けた人材育成支援

サービス産業は、業種や業態が多様なことから、各分野に応じた人材育成のカリキュラムが必要であり、ニーズの高い分野から支援対象とするなど効果的に実施する必要があります。

② 若手経営者の育成

若手経営者の育成や人的ネットワークの構築等については、グローバルや地域創生など中長期的な観点を持ち、継続的に取り組む必要があります。

③ 伝統産業・地場産業の商品開発

伝統産業・地場産業の商品開発については、新商品の販路開拓に結びつけるまでに一定の期間が必要であり各事業者の取組熟度に応じた支援が必要です。

④ 地域資源を活用した商品の開発

地域資源を活用した商品については、市場ニーズに対応した商品の企画開発、商品化、販売戦略の構築等が必要です。

【観光の産業化】

●地域資源を活用した商品の開発

- ・ みえ地域コミュニティ応援ファンド、みえ農商工連携推進ファンド等を活用した商品の販路開拓を支援するため、県外からの観光客が多い県内集客拠点を活用した販路拡大機会の創出を行うほか、商品のブラッシュアップ、事業者の販売力向上に取り組み、地域資源関連商品の販路開拓を支援。

●「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「三重テラス」のショップ・レストラン・2階イベントスペースを通じた情報発信、県内への誘客、事業者支援、ネットワークの拡大等に関する取組を展開。



首都圏営業拠点「三重テラス」(外観)



三重テラス ショップ



三重テラス レストラン

- ・ 市町、観光事業者、交通事業者、企業等との連携による三重県観光キャンペーン、「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」(平成25年4月から平成28年3月まで)による情報発信、周遊性、滞在性の向上に向けた取組を展開。



みえ旅パスポートの発給部数は61万部を突破

- ・ 「みえ国際展開に関する基本方針」に基づき、重点国・地域を中心に、本県の持つクールジャパン資源を活用した重点的なプロモーションを実施するとともに、外国人旅行者向け消費税免税店の増加促進や無料公衆無線LAN整備の支援など外国人旅行者の利便性向上を図る取組を展開。

- ・ 「日本一のバリアフリー観光県」推進宣言に基づき、NPOと連携し観光案内窓口での案内機能を強化し、県内におけるバリアフリー観光の機運醸成による潜在需要の掘り起こしとおもてなしの向上を図る取組を展開。

●観光と他分野産業の融合・連携

- ・ ICT・ビッグデータの活用により、住民・観光客の満足度向上や産業振興など地域活性化を図るため、「みえICTを活用した産業活性化推進協議会」を設立し、具体的なテーマ（観光、健康、共通基盤）ごとに、新たなビジネスモデル・社会モデルを検討。
- ・ 「2015年ミラノ国際博覧会」への出展など、三重の魅力ある「食」やそれにまつわる文化等を情報として発信し、日本の中の三重としての知名度向上や海外誘客の拡大を図る取組を展開。

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

① 持続的・安定的な観光誘客の取組

遷宮効果、三重県観光キャンペーンに頼らない持続的・安定的な観光誘客に向けた観光地づくり、外国人旅行者の更なる誘客を進める必要があります。

② 本県への外国人旅行者の来訪促進

アジアからの旅行者に加え、欧米市場、富裕層をターゲットに、これらの市場を三重県の海外誘客における主たる市場として確立させるとともに、比率が高まっている個人の外国人旅行者の取り込みを図る必要があります。

② 三重県版バリアフリー観光の推進

三重県版バリアフリー観光（パーソナルバリアフリー基準の考え方を推進する観光）の展開等を通じて、「おもてなし」の向上や観光人材の育成を図ることで来訪を促す基盤づくりを行う必要があります。

④ I o T (Internet of Things) の進展への対応

インターネットに接続されるデバイス数が急激に増加し、あらゆるモノがインターネットにつながるI o Tが進展しつつあり、それを県内の産業振興や地域活性化につなげる必要があります。

⑤首都圏（三重テラス）、関西圏（関西事務所）における効果的な情報発信

三重の魅力の認知度を更に高めていくために、効果の高い情報発信や、本県の魅力や価値を見だし（棚卸と再発見）、磨き上げる（ブランディング）一方で、「見える化」を図っていく必要があります。

3) 戦略3 海外展開戦略（国際戦略）【取組状況】

●海外展開拠点の創設（サポートデスク）

- ・ 三重県海外ビジネスサポートデスク（中国：上海、タイ：バンコクに設置）による、セミナー開催等の海外展開に関する情報提供、個別相談会等での相談対応及び海外現地における商談機会を提供。
- ・ JETRO（日本貿易振興機構）と「中小企業等の海外展開支援に係る業務協力に関する覚書」を締結し（平成25年5月締結、平成27年6月改定）、県内企業の海外展開事業における専門的な課題解決に向けて連携して支援。



三重県海外ビジネスサポートデスクの開設



JETROと三重県との業務協力に関する覚書の締結

●メイド・イン・三重ブランドの海外への売り込み（高付加価値化等）

- ・ （公財）三重県産業支援センターとの協創による県内中小企業の経営戦略の磨き上げと、試作段階を含む研究・技術開発、マーケティング調査等を支援。（「メイド・イン・三重ものづくり推進事業費補助金」制度等）（再掲）
- ・ 産学官金が一体となって県内企業の海外展開に取り組むため「三重県企業国際展開推進協議会」を設置（平成25年6月）するとともに、海外誘客、農林水産品等の輸出などの分野における海外展開の取組との連携を図る「みえ国際展開推進連合協議会」を設立（平成25年8月）。

●海外展開向け金融支援制度の創設

- ・ 県内企業の海外展開を支援する新たな融資制度として、「みえ産業振興戦略関連資金」を創設し、海外での営業所や工場等の設備投資を支援。
- ・ 創業後5年未満の企業の海外展開を支援する「創業・再挑戦アシスト資金（スタートアップ支援扱い）」を創設し、グローバル・スタートアップを支援。（再掲）

●海外見本市などへの県内企業の参加を促進

- ・ 台湾、タイ等で開催される国際食品見本市等へ出展し、県産品のPRを展開。また、「2015年ミラノ国際博覧会」を契機とするテストマーケティング・商談会を実施。



FOOD TAIPEI 2015(台湾)への出展



THAIFEX(タイ)への出展



ミラノ国際博覧会でのPR

●新たなネットワークの構築や既存ネットワークなどを活用した県内企業の海外展開などの促進 ～ 海外ネットワークの充実・拡大 ～

- ・ 「みえ国際展開に関する基本方針」を平成25年9月に策定し、県の強みを発揮できる分野及び国・地域に対して、限られた資源の中で、重点的かつ集中的に国際展開を推進。

【台湾】

- ◇ T J P O（台日産業連携推進オフィス）との産業連携に関するMOU（覚書）を締結。（H24. 7）
- ◇ 台湾からの訪日旅行・日本からの訪台旅行双方の促進を図る「日台観光サミット in 三重」を開催。（H25. 5）
- ◇ 三重県と新北市が観光協定を締結。（H25. 10）
- ◇ 三重県が、台湾交通部観光局から「2014 台湾観光貢献賞」受賞（H26. 2）
- ◇ T J P Oと「台湾と三重県の産業連携推進プラン」を策定。三重大学と南台科技大学が連携協定を締結。T J P Oがみえリーディング産業展にブース出展。日台若手経営者交流会を三重県（四日市市内）で開催。（H26. 11）
- ◇ （公財）交流協会高雄事務所へ職員を派遣。（H27. 4）
- ◇ 製造業、石油化学、国際港湾など三重県との共通点が多い高雄市と産業面、観光面、教育面での交流を促進するMOUを締結。（H28. 1）



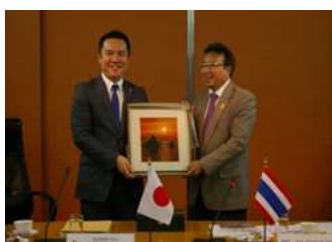
「台湾と三重県の産業連携推進プラン」への署名



高雄市とのMOU締結

【タイ】

- ◇ 三重県アセアンビジネスサポートデスクをバンコクに設置。タイ経済産業交流ミッションを実施。(H24. 9)
- ◇ B O I (タイ投資委員会) と産業連携に関するMOUを締結。I C E T T ((公財)国際環境技術移転センター) がバンコクにおいて、B O I 産業連携促進ユニットと共催し、県内環境企業とタイ企業とのビジネスマッチングを実施。(H25. 11)
- ◇ アセアン・インド経済産業交流ミッションにて、タイの旅行会社トランザ・グループに「三重県海外観光特使」を委嘱。(H26. 9)
- ◇ B O I がみえリーディング産業展にブース出展。(H26. 11)
- ◇ タイ政府工業省と産業連携に関するMOUを締結。B O I 及びタイ政府工業省の両者とMOUを締結するのは日本の自治体として初めて。(H27. 11)



タイ投資委員会
産業連携に関するMOUを締結



タイ政府工業省との産業連携に関する
MOU締結

【マレーシア】

- ◇ マレーシアの現地旅行会社アップル・バケーションズ社に「三重県海外観光特使」を委嘱。I C E T T がマレーシアにおける環境ビジネスの展開可能性調査を実施。(H25. 3)
- ◇ J E T R O ・クアラルンプール事務所に県職員を派遣。(H25. 4)
- ◇ アセアン・インド経済産業交流ミッションにて、マハティール元首相と会談。イオン・マレーシアで「三重県フェア」を開催。(H26. 9)
- ◇ マハティール元首相が来県し、県内企業等を視察。(H27. 3)。

【アメリカ】

- ◇ 三重大学とS S C (サウス・シアトル・カレッジ) が、学術連携に関するMOUを締結。(H25. 8)
- ◇ サンディスク社(米国カリフォルニア州)に対し、三重県への直接投資に関するトップセールスを実施。「食」のハーバード大学とも称されるC I A (The Culinary Institute of America) とのネットワークを構築。(H25. 8)
- ◇ 三重県とワシントン州政府が産業連携に関するMOUを締結。三重大学とS S C が、航空宇宙産業を対象とした人材育成プログラムの実施に向けたL O I (基本合意書)を締結。(H26. 8)

- ◇ 三重大学とワシントン大学が、人材交流等の相互協力に向けたMOUを締結。三重県とテキサス州サンアントニオ市政府が産業連携に関するLOIを締結。

(H26. 8)



ワシントン州政府との
産業連携に関するMOU締結



サンアントニオ市政府との
産業連携に関するLOI締結



三重大学とSSCとの
LOI締結

【欧州】

- ◇ 主要産業を航空宇宙産業とするヴァルドワーズ県（フランス）との産業連携に関するMOUを締結。パリ日本文化会館での忍者シンポジウムへの参加等誘客の取組を展開。(H27. 7)
- ◇ 県内の看護学生の育成を図るため、バーミンガム大学（イギリス）と看護学生等の研修受け入れに関するMOUを締結。(H27. 7)
- ◇ ダッソー・アビシオン社へのトップセールスを実施。イギリスで三重県ビジネスセミナーを開催。東京オリンピック・パラリンピックキャンプ地の誘致活動を実施。(H27. 7)
- ◇ 「2015年ミラノ国際博覧会」を通じて三重県の「食」をPR。(H27. 7)



ヴァルドワーズ県との
産業連携に関するMOU締結



ダッソー・アビシオン社への
トップセールス

【その他】

- ◇ ブラジル・サンパウロ州との「ブラジル連邦共和国サンパウロ州と日本国三重県との姉妹提携40周年記念合意書」を締結。(H25. 8)
- ◇ ヒンドスタン航空機の製造拠点を有するなど、成長著しいカルナタカ州（インド）との産業連携に関するMOUを締結。(H26. 9)
- ◇ イオンストアーズ香港コーンヒル店及び包括協定を結んだANAホールディングス株式会社との連携により香港の日本食レストランにおいて、県産品の販路拡大に向けた「三重県フェア」を開催。(H28. 1)

◇ アジアに販路ネットワークを有する沖縄県と連携し、アジア市場に翌日配送が可能な沖縄国際物流ハブを活用して、三重県産品のアジア市場への展開を促進。

(H27. 11)

◇ ASEAN諸国から大使を迎え、三重県とASEAN諸国の今後について、経済と環境両方の視点から考えるため「ASEAN環境フォーラム in 三重」を開催。

(H28. 2)



ブラジル・サンパウロ州との姉妹提携 40 周年記念合意書締結



インド・カルナタカ州政府との産業連携に関する覚書 (MOU) の締結



ASEAN環境フォーラム in 三重

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

① 「みえ国際展開に関する基本方針」に基づく取組

「みえ国際展開に関する基本方針」に基づき、県内企業による海外市場への展開をより一層促進するため、重点国・地域を対象とする海外ネットワークの構築・深化や国際展開の支援体制・推進体制の更なる強化を進める必要があります。

② 海外ネットワークの有効活用

海外ミッションにより構築したネットワークの有効活用による県内産業振興に向けた具体的な取組の展開が必要です。

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

【取組状況】

- 「クリーンエネルギーバレー構想（仮称）」の策定・推進
- 「スマートライフ」の促進による産業振興

- ・ 三重県の地域特性、産業特性を踏まえて、今後の成長産業として期待されている環境・エネルギー関連産業の育成・集積を図ることをねらいとした「みえグリーンイノベーション構想」（※）を平成25年3月に策定。

（※「クリーンエネルギーバレー構想（仮称）」を名称変更）

- ・ 企業、大学等の産学官で構成する「みえスマートライフ推進協議会」を核として、環境・エネルギー関連産業の育成及び集積、地域資源を生かした新エネルギーの導入促進、環境・エネルギー関連技術を活用したまちづくりに向けた取組を推進。
- ・ 県工業研究所が「エネルギー関連技術研究会」を運営し、燃料電池、太陽電池、二次電池、省エネ／システムの分野で産学官のネットワークを構築するとともに、企業との間で共同研究を実施。
- ・ 将来の二次エネルギーの中心的役割を担うことが期待される水素エネルギーを活用し、地域経済の活性化等のまちづくりにつなげるため、平成27年3月に市町等と「みえ水素エネルギー社会研究会」を設立。
- ・ メタンハイドレートについて、（独）石油天然ガス・金属鉱物資源機構（JOGMEC）等の実用化に向けた動向等を注視するとともに、「メタンハイドレート地域活性化研究会」を開催し、市町や企業等と将来の地域活性化をめざして意見交換等を実施。
- ・ 桑名市の住宅団地（陽だまりの丘）でのハウスメーカーによるスマートハウスの整備と連携したEV車両のシェアシステムを構築する取組や、同市を中心に3,500世帯にHEMS（ホーム・エネルギー・マネジメント・システム）を導入し、そこから得られる電力データを利活用することで新たなビジネスモデルの実証を行う「桑名プロジェクト」（市街地）を実施。
- ・ マイクロ水力発電装置の商品開発に向けた実証試験や、未利用木質バイオマスを活用したバイオマスエネルギーの地産地消システムの構築に向けた実証を行う「熊野プロジェクト」（中山間地）を実施。

- ・ 木曾岬干拓地メガソーラー、青山高原ウインドファーム、松阪木質バイオマス発電所などの大規模な新エネルギー施設の立地を促進。



木曾岬干拓地メガソーラー



青山高原ウインドファーム

● 「スマートアイランド構想（仮称）」の構築

- ・ 鳥羽市答志島をフィールドに、小型燃料電池を用いた非常電源の実証試験の実施など防災拠点での新エネルギー活用への検討や、小型電動モビリティの活用による島内交通の円滑化など、「スマートアイランドプロジェクト」（沿岸部）による地域課題の解決に向けた取組を実施。

● 「ライフイノベーション」の推進

- ・ ライフイノベーションを促進する地域活性化総合特区として、平成 24 年 7 月に「みえライフイノベーション総合特区」を創設。
- ・ 県内に整備されている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、検査等）を統合する「統合型医療情報データベース」のシステム構築と医療情報収集に向けた取組を実施。
- ・ みえライフイノベーション推進センター（M i e L I P）の医療・健康・福祉分野の製品開発やサービス創出への取組を支援。
- ・ みえライフイノベーション総合特区への国内外企業等の参入促進に向けた大手メーカー等への訪問や特区促進セミナー等を開催。
- ・ 岐阜県及び広島県と医療・福祉機器等の開発に向けた共同事業や米国、欧州、台湾ミッションや韓国との連携可能性調査などを実施。
- ・ 医療機器等の開発支援のため、県内ものづくり企業と医療機器メーカーや医療・福祉現場とのマッチングや製品化への補助を実施。
- ・ 薬用植物の産地形成や新商品の開発に向け、栽培技術の研究や県内事業者に対して商品開発を支援。また、「健康寿命」の延伸に寄与するサービス事業者の事業活動を支援。

●「高度部材」産業の強化

- ・ 高度部材供給地域として、「アジア No.1 航空宇宙産業クラスター形成特区」への県内企業の参画を促進。
- ・ AMI Cにおいて、産学官が連携し、最新の技術動向や研究シーズについて、入居企業をはじめとする北勢地域のものづくり中小企業に提供するとともに、技術課題や開発案件を抱える意欲ある企業への支援や、他の企業・大学等との連携等を促進。また、セミナー等の開催及び研究会活動等を進め、企業間連携や研究開発を促進。

●「次世代型産業コンビナート」の検討

- ・ バイオケミカル分野での産業創生をめざし、「みえバイオリファイナリー研究会」を設置（平成25年5月）するとともに、バイオリファイナリーに関連する商品に対してさまざまなニーズを持つ企業を対象に、業種を越えて情報交換を行うための異業種交流会を開催。
- ・ 三重県の産業特性や地域特性を生かしたバイオリファイナリーに関する有望なテーマについて、ロードマップと産学官のアクションプランを策定。
- ・ 将来有望なバイオ素材であるセルロースナノファイバー（植物の構造の骨格をなしている基本物質「セルロース」をほどいて再構築した繊維材料）を活用した高付加価値材料の開発に向けた取組や、バイオブタノールをはじめとしたバイオ燃料等のプロジェクト化に向けた取組を展開。

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

① 県工業研究所と企業との連携強化

環境・エネルギー関連技術に関して、新しいプロジェクトを創出するため、県工業研究所と企業との間で共同研究を推進していくことが必要です。

②新エネルギーの利活用と地域の活性化

- ・ メタンハイドレートについては、国等の実用化に向けた動向を把握するとともに、将来的に産業の活性化につながるように市町や企業等と意見交換や情報共有を図ることが必要です。
- ・ 水素エネルギーについては、市町等と連携しながら水素エネルギーを地域経済の活性化などにつなげる取組を進めることが必要です。

③バイオリファイナリーに関する取組

バイオリファイナリーについては、ロードマップに基づき、将来有望なテーマについて、プロジェクト化に向けた検討を進める必要があります。

④地域プロジェクトの深化と横展開

地域プロジェクトでは、環境・エネルギー関連技術を活用した地域課題の解決に向けた取組を、新たなビジネスの創出につなげることが必要です。また、先導的な事業について、県内の他の地域に水平展開させる必要があります。

⑤「ライフイノベーション」の更なる推進

高齢化に伴い、生活者の健康・予防意識が高まり、健康寿命の延伸に貢献するヘルスケア産業の成長が期待されています。このため、ものづくり企業の高い技術力、豊富な地域資源や産学官民金の連携基盤を活用し、統合型医療情報データベース、M i e L I Pを核として、ヘルスケア産業を支える基盤体制の強化を図り、医薬品や化粧品、医療機器、機能性食品等産業の競争力を強化していく必要があります。また多様な健康需要に対応した新たな製品・サービスの創出、企業が必要とする人材の育成などを行い、ライフイノベーションの更なる推進を図る必要があります。

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

【取組状況】

- 付加価値創出型施設（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
- 「アジアの拠点化」を目指した外資系企業の積極的な誘致
- 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等

- ・ 企業の投資動向等を踏まえ、戦略的な企業誘致の推進と更なる県内への投資促進に挑戦する新たな企業投資促進制度を創設。

マイレージ制度

- ・ 補助金の投資要件に満たない投資でも、ポイント（投資）を積み上げる（最大5年間）ことにより要件を達成した場合は、各補助金の申請が可能とできる制度
- ・ 障がい者雇用における法定雇用率を達成もしくは期間内に達成した企業は対象期間を1年延長

成長産業立地補助金

- ・ 対象：クリーンエネルギー、ライフイノベーション、航空宇宙分野等の成長産業及び高度部材産業
- ・ 投資要件：5億円以上 ・ 雇用要件：10人（県内企業は5人）
- ・ 補助率：10%（限度額5億円） ※「高度部材産業」の場合は12%

マザー工場型拠点立地補助金

【設備投資支援】

- ・ 対象：製造業で、マザー工場化につながる投資
- ・ 投資要件：5億円以上 ・ 雇用要件：10人（県内企業は5人） ・ 補助率：15%（限度額5億円）

【人材異動支援】

- ・ 要件：研究部門、調達部門などの体制強化に向けた人材の異動を支援。50名増加で5億円の投資とみなす。5年間で雇用を増やす場合も可
- ※但し、「設備投資支援」か「人材異動支援」のどちらか。

研究開発施設等立地補助金

- ・ 対象：研究開発施設又は試験認証機関の建設
- ・ 投資要件：2億円以上（伊勢市、志摩市、玉城町、度会町は1億円以上、鳥羽市、尾鷲市、熊野市、大台町、南伊勢町、大紀町、紀北町、御浜町、は3,000万円以上）
- ・ 補助率：投下償却資産額の10%（限度額5億円）

外資系企業アジア拠点立地補助金

- ・ 対象：アジアの生産拠点を整備する事業
- ・ 投資要件：5億円以上 ・ 雇用要件：10人（県内企業は5人） ・ 補助率：10%（限度額5億円）

地域資源活用型産業等立地補助金

- ・ 対象：県南部地域の製造業及び地域資源活用型産業
（地域資源活用型産業について、伊勢市、玉城町、度会町を追加）
- ・ 投資要件：3,000万円以上（伊勢市、志摩市、玉城町、度会町は1億円以上）
- ・ 雇用要件：5人以上（県内企業は3人） ・ 補助率：投下償却資産額の15%（限度額5億円）

サービス産業立地補助金

- ・ 対象：集客交流産業、宿泊業、情報通信産業等
- ・ 投資要件：雇用効果、経済波及効果が大きいもの
- ・ 補助率：投下償却資産額の10%（上限1億円） ※賃借の場合、家賃年額の10%（3年間）
- ・ 対象例：テーマパーク、ホテル・旅館、美術館、複合集客施設など
- ※オフィス開設についても支援
- ・ 対象：営業・販売、経営企画、財務、人事等の事務所設置 ・ 補助率：家賃年額の10%

- JETROやグレーター・ナゴヤ・イニシアティブ協議会とも連携したアメリカ、イギリスなどでのトップセールスによる外資系企業誘致の取組を展開。
- 多くの企業本社が立地する首都圏、関西圏での投資セミナー開催による企業誘致の取組を展開。



JETROセミナーin ニューヨーク



ボーイング社へのトップセールス

◇ 企業誘致件数の推移

年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
企業誘致件数	26件	65件	91件	88件(※)

※平成 27 年度については工場立地動向調査（下半期）の件数が未算入。

●グローバルアクセス強化への取組

- 「四日市港セミナー」を開催し、四日市港管理組合や関係団体と連携して、四日市港の優位性や役割等を国内外でPRし、三重県への再投資や企業誘致につなげるための取組を推進。



四日市港

- 国や近隣県と連携し、物流の円滑化等による地域の競争力強化に向けたインフラ（東海環状自動車道西回り、新名神高速道路など）の充実に向けた取組を展開。

●県内産業集積の更なる強化と空洞化の防止

- ものづくりの基盤技術を高度化することによる競争力の強化や本県の雇用を支える高付加価値の成長分野における生産拠点の整備を目的とする設備投資を支援。（「中小企業高付加価値化投資促進補助金」制度等）（再掲）
- 県内事業所の操業継続や事業拡大に向けた課題を把握するとともに、操業環境の整備・向上や企業とのネットワークを構築する地域懇談会を開催。
- 県内立地済み企業の操業継続や事業拡大に向けて、市町や関係機関等との連携により、規制の合理化など操業環境の向上のための取組を展開。

- ・ 平成 27 年 10 月に国の認定を受けた地域再生計画「三重県企業拠点強化（本社機能移転等）促進プロジェクト」に基づき、国の特例措置や県独自の「本社機能移転促進補助制度」などを効果的に活用した、企業の本社機能の県内移転・拡充の取組を展開。

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

①県内産業基盤の強化

県内企業等がグローバル競争に打ち勝つため、更なる拠点化やマザー工場化、本社機能の移転などを促進し、県内産業基盤を強化する必要があります。

②操業環境の整備

県内企業の操業継続や事業拡大を促進するため、操業に関する規制の合理化や法手続きの迅速化を図るとともに、新たな産業用地を確保する必要があります。

③外資系企業の誘致（対内投資）に向けた取組の強化

経済のグローバル化が進展する中、国やJETROなど関係機関と連携して、外資系企業の立地を促進していく必要があります。

6) 戦略6 振興戦略プラットフォームの構築【取組状況】

① ネットワークの構築

●国内外から知恵と知識を呼び込むネットワークの構築

- ・ 創業（スタートアップ）支援において、先進的に取り組んでいる自治体協議会（「スタートアップ都市推進協議会」）や地方創生に熱意のあるベンチャー企業とのネットワークを生かした創業・第二創業の促進に向けた取組を展開。
- ・ 三重県のものづくり技術と北海道の未利用資源などの地域資源、県域を越えた人と人、モノのつながりを促進する「三重県・北海道」産業連携推進会を核とした新たなビジネスの創出、地域経済の活性化をめざす取組を実施。
- ・ アジアに販路ネットワークを有する沖縄県と連携し、アジア市場に翌日配送が可能な沖縄国際物流ハブを活用して、三重県産品のアジア市場への展開を促進。（再掲）
- ・ 「みえ国際展開に関する基本方針」を平成25年9月に策定し、県の強みを発揮できる分野及び国・地域に対して、限られた資源の中で、重点的かつ集中的に国際展開を推進。（再掲）

※国・地域別の取組状況は「3）戦略3 海外展開戦略（国際戦略）【取組状況】」のP27～P30に同じ。

●三重県営業本部によるネットワークづくり

- ・ 三重の情報発信のためのネットワークづくりとして、個人会員の「三重の応援団」、法人会員の「三重の応援企業」、三重県産品の取り扱い等を行う「三重の応援店舗」の拡大を促進。
- ・ 首都圏での更なるネットワークの強化・拡大を図るため、日本橋地域の企業、団体、商業施設、キーパーソン等とのネットワークづくりを促進。
- ・ 包括協定締結企業との連携による「三重県フェア」など、本県及び本県産品の情報発信・販路拡大に向けた取組を展開。
- ・ 平成26年3月に策定した「関西圏営業戦略」に基づき、県人会、経済界など関西圏におけるネットワークづくりや三重ゆかりの店舗や企業、コアな三重県ファン等の協力を得た三重の魅力（観光、食材、産品等）を効果的に情報発信。



三重テラスでの
COOL MIE トークライブ



まごの店 in NIHONBASHI

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

①海外ネットワークの有効活用（再掲）

海外ミッションにより構築したネットワークの有効活用による県内産業振興に向けた具体的な取組の展開が必要です。

②三重県の魅力情報のさらなる発信

国内需要の縮小や消費活動の低迷等により、国内競争が激しさを増していることから、国外はもとより、国内需要を取り込む視点からも、魅力づくりに加え、情報発信のあり方や情報発信先の明確化など、その戦略性とともに強力な営業活動が求められています。

③首都圏（三重テラス）、関西圏（関西事務所）における効果的な情報発信（再掲）

本県の魅力や価値を見い出し（棚卸と再発見）、磨き上げる（ブランディング）一方で、三重の認知度を更に高めていくため、効果の高い情報発信や「見える化」を図っていく必要があります。

② ひとつづくり（雇用政策との連動）

●国内外から優秀な人材を取り込み、県内中小企業へ供給

- ・時代の変化に対応する能力を有し、県内産業をけん引していく力強い次世代の経営人材の育成をめざす「M I E戦略経営塾」や、業種・系列を超えた経営者間のネットワークづくりに取り組む「みえ経営者育成セミナー」を開催。
- ・サービス産業の高付加価値化に取り組む中小企業・小規模企業の「おもてなし経営」の実践に向けた中堅・リーダー養成塾や実践道場を開催。
- ・ものづくり中小企業の高度人材の確保を支援するため、企業と高度人材との交流会の開催や人材確保に要する経費への補助、理系学生による中小企業への短期インターンシップ等を実施。
- ・文部科学省の「トビタテ！留学JAPAN日本代表プログラム」を活用した、官民の協働による県内大学生及び高専生、企業人材の海外留学、インターンシップ等を支援。
- ・地域と企業の成長戦略の実現を図るため、「三重県プロフェッショナル人材戦略拠点」を設置し、企業の「攻めの経営」や経営改善を喚起し、都市圏等からのプロフェッショナル人材の活用を促し、企業における採用・サポート等を支援。

●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

- ・将来の技能の担い手である工業高校の生徒等に、高校在学時における技術・技能の質的向上への取組を推進し、ものづくりへの意欲や情熱を高める取組を実施。

●産業構造の変化に対応した労働力のマッチング

【国の予算を活用したプロジェクト事業】

- ・戦略産業雇用創造プロジェクト（平成25～27年度 事業費 約11億円）
本県の基幹産業である自動車関連産業において、中小企業等の新分野展開や事業拡大、求職者等の人材育成や就労マッチング等の取組を総合的に実施。
- ・地域人づくり事業（平成26～27年度 事業費 約23億円）
地域における産業や社会情勢等の実情に応じた多様な「人づくり」を推進するため、雇用の拡大（雇用拡大プロセス）や在職者の賃金の上昇などの処遇の改善（処遇改善プロセス）に向けた取組を実施。
- ・地域創生人材育成事業（平成27～29年度 事業費 約8億円）
労働力不足を抱えている分野（建設・農林水産・製造（石油化学））や、今後、産業の成長に呼応して労働力不足が懸念される成長産業（航空宇宙産業・「食」関連産業・観光関連産業など）において、雇用型訓練や中核人材育成のための在職者訓練を実施。また、若者や女性、障がい者等の潜在的な求職者の掘り起しを行うなど、公的職業訓練の枠組みでは対応できない人材育成の取組を促進。

- ・三重労働局等関係機関と連携し、求職・求人双方のニーズを把握しながら職業訓練を実施。
- ・在職者を対象とした職業訓練による企業の中核人材の育成や技能者の技能向上に向けた取組を実施。

●潜在的な労働力の労働市場への参入を促進

- ・就労相談や合同企業説明会、企業向け・女性向けセミナー、女性向け求人・求職ウェブサイト「みえじょおしごとNAVI」の運営などを実施。また、離職ブランクのある女性を対象に、働くために必要なスキルアップ研修と県内企業でのインターンシップ研修を組み合わせた研修を実施。
- ・県内の中小企業・小規模企業に対してアンケート調査を実施し、女性の活用・就労継続にあたっての現状と課題、支援に対するニーズなどを把握。また、ライフステージごとに女性が望む多様な働き方が実現できるよう、再就職後のパート労働の女性や女子学生と企業との意見交換会やワークショップを開催し、女性の就労継続に必要な環境づくりを支援。
- ・三重労働局と定期的に連絡会議を持つなど連携を強化するとともに、障がい者と企業とのマッチングの支援、障害者職業センター等と連携した定着支援などにより、企業における障がい者雇用の取組を支援。また、障がい者雇用アドバイザーが企業を訪問し、企業の実情に応じた雇用ニーズの把握、企業からの相談への対応、各種制度の啓発、求人情報の収集などを実施。
- ・特例子会社の設立支援、優良事例の普及啓発を行うとともに、実践的な職業能力を身に付けるための委託訓練などを実施。
- ・ステップアップカフェ「C o t t i 菜」(※)を活用し、障がい者の一般就労に向けた就職スキル向上を支援。また、県民及び企業に向けた障がい者雇用の理解促進のための取組を実施。
(※ステップアップカフェ「C o t t i 菜」は、社会福祉法人を運営事業者とし、福祉サービス事業所としてではなく、従業員との一般的な雇用契約に基づく事業所として、飲食・物品販売サービスを提供)
- ・平成 27 年度から開始した「三重県障がい者雇用推進企業ネットワーク」を活用し、新たに障がい者雇用を進めたい企業が、障がい者雇用に実績のある企業の支援を受け、課題を解決して障がい者雇用を進めることができるよう、企業同士のマッチングや交流会・企業見学会の開催などを支援。
- ・新卒未就職者を対象としたOFF-JTとOJTを組み合わせた取組や大学生や若年求職者を対象とした長期インターンシップを実施。
- ・「おしごと広場みえ」における職業紹介、就業相談やカウンセリング、就職支援セミナー、合同企業説明会など、若年者の就労に向けた支援を展開。
- ・県内企業への就職を促進するため、東京に開設した「ええとこやんか三重 移住相談センター」をはじめ、中部圏、関西圏においてU・Iターン就職セミナーを開催。

- ・企業におけるワーク・ライフ・バランスの促進のため、セミナー開催等による周知・啓発のほか、新たにワーク・ライフ・バランス推進キーパーソンを養成し、企業の取組を直接サポートする事業を実施。
- ・「男女がいきいきと働いている企業」認証・表彰制度により、休暇の取得促進や残業時間の削減、仕事と育児・介護の両立などに取り組む企業等を認証、表彰することで、だれもが働きやすい職場づくりを企業に拡大。(平成27年度までに延べ415社(法人)を認証し、延べ51社(法人)を表彰)。

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

①女性が働きやすい職場環境の整備

生産年齢人口が減少する中において、女性が妊娠、出産、子育て等と両立しながら希望する形で就労できる環境整備が必要となっています。

②障がい者雇用の更なる促進

県内での民間企業における障害者実雇用率の更なる向上と法定雇用率達成企業の増加に向け、一層の雇用促進の取組が必要です。

③県内における若年者を対象とした雇用環境の整備

若年者の大学進学時の県外流出が多い(約8割が県外進学)ことに加え、非正規雇用率が30%を超えた状況で推移しており、特に、25~34才までの不本意非正規雇用者が25%を超えた状況が改善していないことから取組の強化が必要です。

④高齢者の雇用の促進

生産年齢人口が減少する中において、高齢者が今まで培ってきた経験や能力を発揮できる多様な就労機会の提供が求められています。

⑤ワーク・ライフ・バランスの推進

生産年齢人口が減少する中、地域の活性化を実現するには企業が労働者を確保し、競争力を維持・向上させることが必要であり、長時間労働の抑制や休暇の取得促進などワーク・ライフ・バランスの取組を推進し、だれもが安心して働き続けられる職場環境づくりが求められています。

⑥中小企業・小規模企業のニーズに応じた人材育成施策の実施

国際的な価格・品質競争の激化や県内産業を取り巻く環境が厳しさを増し、個々の勤労者の技能向上と産業を担う人材の育成・確保が求められる中、社会ニーズに応じた職業訓練等を一層充実させることが求められています。

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・小規模企業の持てる力の発揮）
- 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（痒いところに手が届く）支援の実施

戦略における「中小・小規模企業の振興方針（5つの視点）」の中で、中小企業・小規模企業振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、県民の幸福実感の土台となる働く場を提供している中小企業・小規模企業の振興を更に進めるため、三重県中小企業・小規模企業振興条例を平成26年4月に施行しました。

「三重県中小企業・小規模企業振興条例」

【条例制定にあたっての考え方】

- ・ 三重県の中小企業・小規模企業は、本県経済をけん引し、地域社会の形成や維持に寄与している重要な存在であり、地域の雇用を支えている。
- ・ 県は、先頭に立って、中小企業・小規模企業の特성에応じた支援を行うとともに、特に小規模企業に配慮した支援を行う。そのため、中小企業・小規模企業の振興について、基本理念を定め、関係者の役割等を明らかにするとともに、施策の基本となる事項をこの条例により定める。

【条例の基本理念】

- ・ 経営の向上に対する中小企業・小規模企業の主体的な努力を促進
- ・ 地域社会の形成及び維持に寄与している中小企業・小規模企業の重要性を認識
- ・ 小規模企業の経営規模や形態を勘案し、きめ細かく支援
- ・ 関係機関等の連携・協力による推進

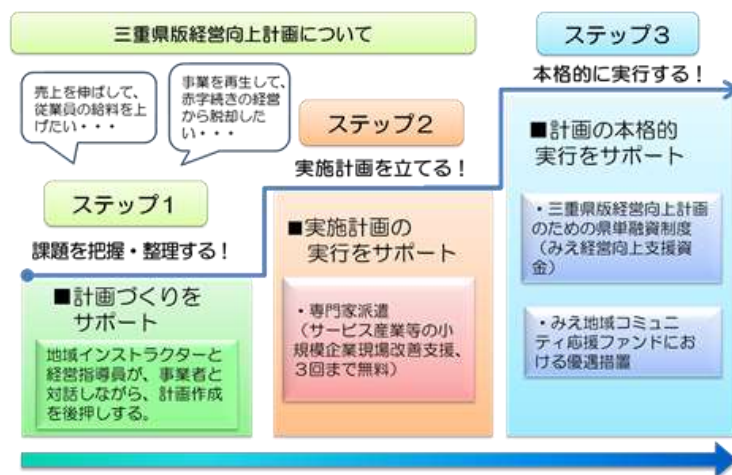
また、条例第23条に基づき、地域の実情や企業の特徴等を生かした県内中小企業・小規模企業の振興を図るため、県内5地域（北勢、中南勢、伊勢志摩、伊賀、東紀州）において、各市町、商工団体、金融機関及び高等教育機関等の代表者による「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」を平成26年5月に設置。

各地域の協議会には、分科会やワーキンググループを設け、地域毎の課題解決や地域活性化に向けた取組を進めるとともに、今後の方向性等を検討。

<5つの視点に基づく具体的な取組>

i 自発的な挑戦を促進（中小・小規模企業の持てる力の発揮）

- ・ 中小企業・小規模企業の発展段階に応じた計画を認定し、経営課題の抽出やその解決に向けた取組、さらには新事業展開等を支援する「三重県版経営向上計画」制度を創設。
- ・ 社会的課題をビジネスで解決するソーシャルビジネスの活動を促進する「ソーシャルビジネスセミナー」の開催や金融機関との勉強会を通じたサポート体制構築を検討。（再掲）
- ・ 「メイド・イン・三重ものづくり補助金」、「中小企業高付加価値化投資促進補助金」「中小企業連携体高度化支援事業」などにより、技術開発、新分野への進出、設備導入の支援や、同業種・異業種との連携等を促進。（再掲）



ii 外部連携の促進（連携による力の増幅）

- ・ 商社のネットワークを活用した販路開拓支援、芸術系大学と連携したデザイン開発に取り組む事業者を支援、関西圏での販路開拓を支援。
- ・ 創業（スタートアップ）支援において、先進的に取り組んでいる自治体協議会（「スタートアップ都市推進協議会」）や地方創生に熱意のあるベンチャー企業とのネットワークを生かした創業・第二創業の促進に向けた取組を展開。（再掲）
- ・ 製造業における川下企業との商談機会（出前商談会）の創出や三重県海外ビジネスサポートデスク（上海・バンコク）を活用し、県内中小企業・小規模企業の海外展開を支援。

iii 資金や人材など経営資源確保の支援

- ・ 中小企業・小規模企業の経営の安定を図るためのセーフティネット資金等に加え、三重県中小企業・小規模企業振興条例の施行にあわせて、「みえ経営向上支援資金」を創設し、中小企業の前向きな取組を金融面から支援。(再掲)
- ・ 小規模事業者の資金ニーズに機動的に対応するため、短期の小口資金を創設。(平成27年度から、より簡素な手続きによる「小規模事業者小口資金」及び海外展開を支援する「創業・再挑戦アシスト資金(スタートアップ支援扱い)」を創設。)
- ・ 地域と企業の成長戦略の実現を図るため、「三重県プロフェッショナル人材戦略拠点」を設置し、企業の「攻めの経営」や経営改善を喚起し、都市圏等からのプロフェッショナル人材の活用を促し、採用・サポート等を支援。(再掲)

iv アクティブ・カンパニー(中小・小規模企業)の取組を支援

- ・ 「みえ地域コミュニティ応援ファンド」の活用により地域課題を解決するビジネスを支援。
- ・ 「小規模事業者トライアル補助金」などによる商品開発や販路開拓等の支援。

v きめの細かい(痒いところに手が届く)支援の実施

- ・ 中小企業・小規模企業の経営上のあらゆる悩みや相談に対応する「よろず支援拠点」を平成26年6月に(公財)三重県産業支援センター内に設置。
- ・ 中小企業・小規模企業の事業の継続や承継、譲渡・譲受に関する相談に対応する「事業引継ぎ支援センター」を平成26年6月に(公財)三重県産業支援センター内に設置。
- ・ 小規模事業者の資金ニーズに機動的に対応するため、短期の小口資金を創設。(再掲)
- ・ 中小企業・小規模企業の発展段階に応じた計画を認定し、経営課題の抽出やその解決に向けた取組、さらには新事業展開等を支援する「三重県版経営向上計画」制度を創設。(再掲)

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

①中小企業・小規模企業へのきめ細かな支援

県内の中小企業・小規模企業は人材不足、販路開拓、資金調達、需要の低迷、施設・設備の老朽化や不足など、さまざまな経営上の課題を抱えており、企業に寄り添ったきめ細かな支援が必要です。

②「三重県中小企業・小規模企業振興条例」の更なる浸透

「三重県中小企業・小規模企業振興条例」の取組が県内に浸透し、具体的な施策の活用につながるよう条例の更なる周知を図る必要があります。

加えて、「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」や分科会、ワーキンググループにおける議論を更に深め、地域ごとの課題を把握し、中小企業・小規模企業の振興にかかる具体的な取組につなげていく必要があります。

③社会減対策も踏まえた創業環境の充実

地域の雇用の場を創出するという観点から、創業及び第二創業希望者等に向けて幅広く情報発信し、これまでの取組と合わせ、グローバルな視点を含めたスタートアップ支援に取り組む必要があります。

④ 県工業研究所

●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

- ・ 炭素繊維複合材に関する多様なニーズに応えるための研究開発・人材育成のプラットフォームとして、県外の3大学、7つの公設試験研究機関とともに組成する「コンポジットハイウェイコンソーシアム」への参画。
- ・ (公財)三重県産業支援センターと連携し、県内企業における国の支援制度(補助メニュー)の活用を促進するとともに、商工団体、金融機関等との連携による外部資金の獲得を支援。

●町の技術医として、県内中小企業の技術的な取組を支援

- ・ 企業の技術課題を整理するとともに、課題解決型共同研究の実施による県内企業の技術力向上に向けた取組を展開。
- ・ 陶磁器や鋳物など地域資源を活用した技術開発や、新商品開発に係る共同研究・試作開発を実施。

●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

- ・ 基盤技術研修、先進技術セミナー、機器取扱講習会等を開催し、企業の技術者の育成を支援するとともに、企業へ出向いての出前講座や人材育成型共同研究を実施。

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

① 工業研究所の機能強化

「町の技術医」として、支援能力(研究力・コーディネート力)強化に取り組むとともに、県内企業の製品の品質向上、高付加価値化を図るための技術シーズの開発を更に進めていく必要があります。

(2) 「みえ産業振興戦略」 6つの目標値と社会情勢の変化

1) 戦略策定時の現状認識

戦略の策定を検討した当時は、未だにリーマンショックの影響が見られており、三重県は世界経済の変化に大きな影響を受けやすい産業構造であることが明らかとなりました。

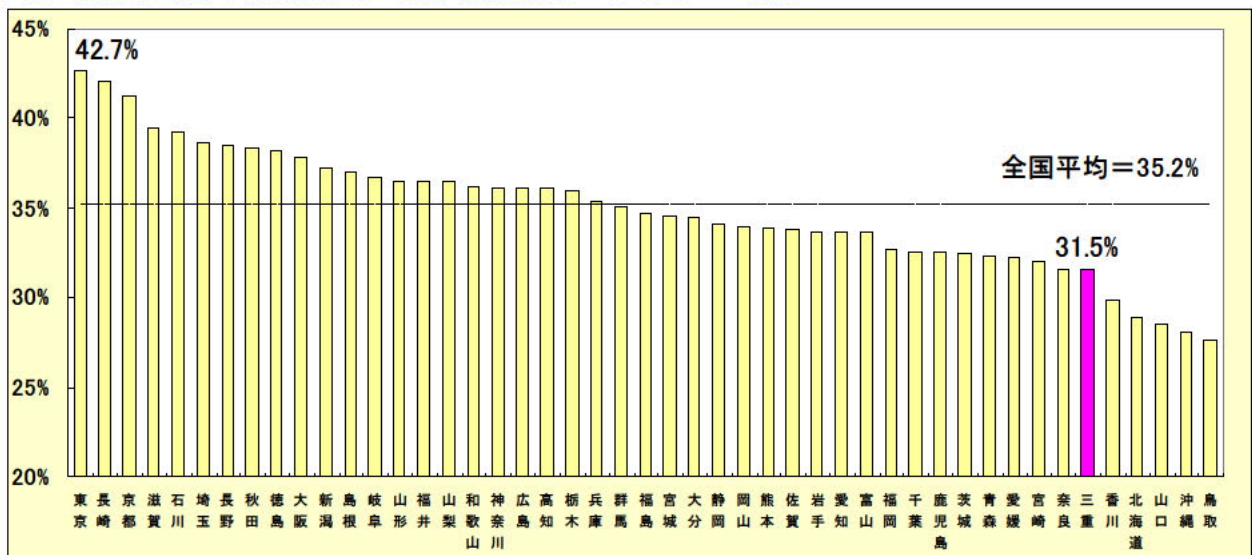
例えば、三重県では電機・自動車産業等の製造業が急減し、全国のGDP低下がマイナス2.5%であったところ、県民総生産は1年でマイナス9.8%も低下しました。

付加価値構造の変化			【付加価値成長率(年率)】	
【製造業の付加価値構成比】			96-07年	08年(前年比)
	96年	07年	08年	
全国	22.3%	20.6%に低下	19.9%	0.1%増 (電機▲10.9、輸送機械▲7.3)
三重県	32%	37%に上昇	31.5%	1%増 (電機▲43.8、輸送機械▲15.8)

※付加価値は名目ベース

また、産業構造の分析を進める中で、ものづくり中小企業の付加価値率の低さ(全国第42位)や、全国と比較した際のサービス産業の成長の相対的な遅れといった課題も明らかとなりました。

【中小企業(製造業)の付加価値率の都道府県別ランキング(2009年)】



資料:経済産業省「工業統計調査」から作成

	96年		08年
全国	17.7%	→	22%に上昇
三重県	14.8%	→	17.9%に上昇

	96年		08年
全国	67.8%	→	72.8%に上昇
三重県	56.6%	→	61.6%に上昇

	【サービス産業(狭義)の就業者値構成比】		【サービス産業(狭義)の就業者増減】
	96年度	08年度	96-08年度(前率)
全国	25.8%	→ 35.2%に 上昇 (+9.4ポイント)	2.2%増
三重県	21.1%	→ 25.9%に 上昇 (+4.8ポイント)	1.5%増

こうした分析に加え、県内外の企業 5,000 社アンケート調査の実施や企業 1,052 社の訪問による現場の生の声をふまえ、「今後取り組むべき 11 の課題」を整理し、本県の産業政策として 6 つの戦略を組み立てました。

今後取り組むべき「11の課題」

- | | |
|-----------------------------|------------------------|
| ①経済変動に弱い脆弱な産業構造 | ⑥産学官連携など外部との連携比率が低い |
| ②今後成長が期待される産業の育成 | ⑦企業戦略を踏まえた誘致政策の遅れ |
| ③サービス産業の成長率が相対的に低い | ⑧社会課題解決に関わる取組の遅れ |
| ④高度部材の強みを経済活動の成果として引き出せていない | ⑨高度な専門人材の不足 |
| ⑤新興国等の成長する海外市場への展開の遅れ | ⑩マーケティング活動を展開するための資源不足 |
| | ⑪企業の現場から上がる行政の課題 |

産業政策を展開する「6つの視点」

- ◆「ものづくり」と「サービス産業」を産業の両輪と捉えて産業政策を展開
- ◆付加価値創出のための付加価値率の向上と付加価値の源泉である人材の誘致
- ◆イノベーションとマーケティングを融合・連携させ、消費者の需要・潜在需要を喚起し、さらなる需要の喚起へ
- ◆海外市場を成長に取り込む国際戦略を推進
- ◆新たな産業集積モデルを構築し、社会的問題解決型産業を育成
- ◆雇用の維持・創出を行い、賃金の維持・向上、消費拡大、地域からのデフレ脱却をめざす

◇ものづくり戦略

国内外で生き残っていく「ものづくり」産業の育成

◇サービス戦略

サービス産業の高付加価値化経営、「ものづくり」との融合を促進

◇観光の産業化

他分野産業との融合や「コンシェルジュ」機能による共感者づくり

◇海外展開戦略

拡大する世界市場の取り込み、海外ネットワークの充実・拡大

◇成長産業 ～社会的問題解決型成長産業への取組～

スマートライフ(グリーンエネルギーバレー)、ライフイノベーション等

◇戦略的な企業誘致

マザー工場等の誘致 マイレージ制立地支援制度の検討

◇振興戦略プラットフォームの構築

ネットワークづくり 人づくり 中小・小規模企業振興

このように策定した戦略に基づく産業政策の展開にあたっては、以下のとおり、平成 27 年度を目途とした 6 つの具体的な数値目標を設定し、戦略的かつ総合的な取組を進めてきました。

- 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(年平均0.6%の伸び)
- 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(年平均0.7%の伸び)
- ⑥ 共感者(魅力と感じる人)の割合を向上(40.0%→60.0%)

この6つの数値目標の進捗状況、本県の経済に影響を及ぼす可能性のある外部環境の変化等について把握・整理を行い、今後の取組の方向性について検討を行いました。

2) 6つの目標値の現状値

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)

※県産業(事業所)の約1割を占める「ものづくり産業」によって、県全体の付加価値の約3割を創出(全国平均は2割)。ものづくり産業は三重県の強みであり、その強みを維持していきます。

製造業の付加価値額の都道府県順位

【平成21年】 (単位:百万円)

都道府県	金額
1 愛知	8,793,408
2 大阪	5,269,689
3 静岡	4,973,224
4 神奈川	4,476,465
5 埼玉	4,155,976
6 兵庫	4,065,873
7 東京	3,061,130
8 茨城	2,732,714
9 千葉	2,627,945
10 福岡	2,341,621
11 三重	2,316,871
12 栃木	2,275,769
13 群馬	2,207,958
14 滋賀	2,202,235
15 広島	2,143,846

【平成25年】 (単位:百万円)

都道府県	金額
1 愛知	12,482,707
2 静岡	5,593,507
3 大阪	5,125,375
4 神奈川	4,741,455
5 兵庫	4,439,352
6 埼玉	4,136,095
7 茨城	3,283,809
8 東京	3,048,326
9 三重	2,959,959
10 千葉	2,849,956
11 栃木	2,594,857
12 群馬	2,589,113
13 広島	2,437,145
14 滋賀	2,303,873
15 福岡	2,240,446

資料:経済産業省「工業統計調査(確報)」から作成

戦略策定時 (H21年)
2.3兆円：全国11位



平成25年実績
2.9兆円：全国9位

製造業の付加価値額は、目標とする2.4兆円を大きく上回る2.9兆円となっており、全国順位も9位に上昇しています。

なお、特に増加額の大きかった産業分類は下記のとおりです。

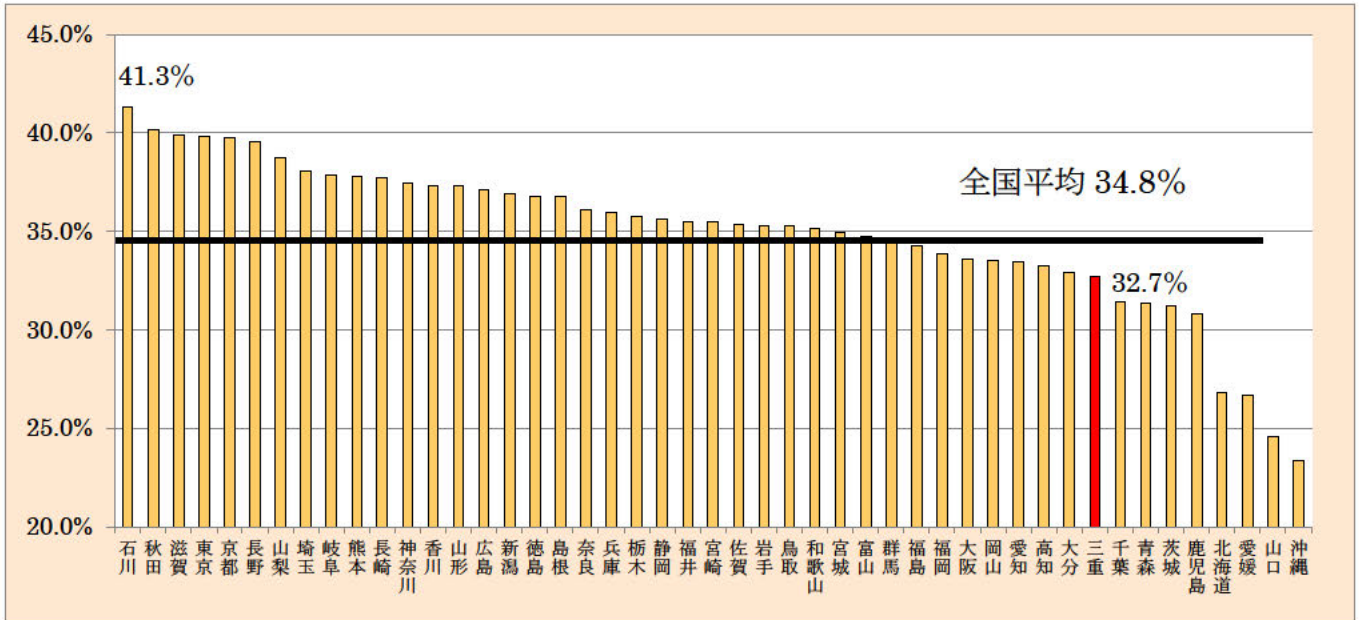
製造業の付加価値額の推移

	平成21年度	→	平成25年度
化学工業	325,951百万円	→	439,877百万円 (35.0%増)
電子部品・デバイス・電子回路製造業	403,553百万円	→	555,249百万円 (37.6%増)

② ものづくり中小企業の付加価値率を向上 (31.5%→35.2%)

※規模を創出しにくい中小企業については、付加価値率を向上していく戦略をとることが重要です。

三重県のものづくり中小企業の付加価値率は、31.5%(全国 42 位)。まず4年間で全国平均 (35.2%)を目指すこととします。



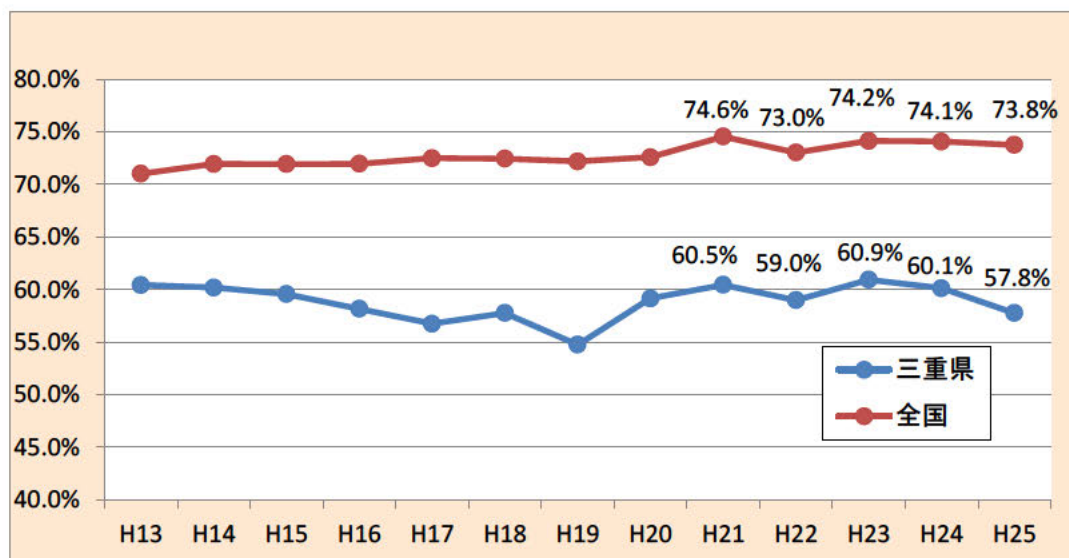
資料:経済産業省「工業統計調査」から作成

戦略策定時 (H21 年) 31.5% : 全国 42 位		平成 25 年実績 32.7% : 全国 39 位
---	--	-------------------------------------

本県のものづくり中小企業の付加価値率は、平成 21 年度の 31.5% (全国 42 位) から平成 25 年度時点で 32.7% (全国 39 位) へと上昇していますが、未だ、全国平均を下回っている状況であり、更なる取組の強化が必要です。

③ サービス産業（広義）の付加価値構成を向上（年平均0.6%の伸び）

※ものづくり産業（製造業）とサービス産業（非製造業）を産業の両輪と捉えた戦略を展開します。三重県のサービス産業における近年の付加価値構成比の伸び率は年平均0.41ポイントと、全国の伸び率の年平均0.54ポイントより低いため、それを上回る伸び率（年0.6ポイント）で構成比を向上させ、三重県全体の付加価値増加を目指します。



資料：内閣府「県民経済計算」から作成

戦略策定時（H21年） 60.5%（全国 74.6%）	↓	平成25年実績 57.8%（全国 73.8%）
--------------------------------	---	----------------------------

サービス産業（広義）の付加価値構成比は平成21年度の60.5%から57.8%（平成25年度実績）へと減少しています。

これは、下記の表のとおり、県内総生産における製造業の付加価値額の伸びがサービス産業（広義）の付加価値額の伸びを大きく上回ったことに起因していると考えられます。

製造業とサービス産業（広義）の付加価値額の推移

	平成21年度	→	平成25年度	
製造業	2,328,163百万円		2,711,316百万円	（約3,831億円の増）
サービス産業（広義）	4,356,807百万円		4,442,868百万円	（約860億円の増）

④ 労働力人口に占める就業者割合を向上（96.0%→97.5%）

※産業振興を図ることで、雇用を維持・創出。その流れに呼応し、雇用政策を効果的に展開し、就業者割合を向上させます。現在、三重県の就業者割合は全国上位にあり、全国トップレベルを目指します。

【平成22年度】

		労働力人口 (千人)	就業者 (千人)	就業者 割合
1	島根県	378	367	97.1%
2	福井県	424	410	96.7%
3	岐阜県	1,118	1,076	96.2%
4	静岡県	2,070	1,989	96.1%
5	富山県	583	560	96.1%
6	三重県	958	920	96.0%
7	長野県	1,172	1,125	96.0%
8	山口県	720	691	96.0%
9	香川県	514	493	95.9%
10	鳥取県	316	303	95.9%
全国		66,022	62,707	95.0%

【平成26年度】

		労働力人口 (千人)	就業者 (千人)	就業者 割合
1	福井県	416	407	97.8%
2	三重県	951	930	97.8%
3	岐阜県	1,076	1,049	97.5%
4	島根県	350	341	97.4%
5	愛知県	4,014	3,908	97.4%
6	富山県	562	547	97.3%
7	和歌山県	484	471	97.3%
8	静岡県	2,004	1,949	97.3%
9	長野県	1,121	1,090	97.2%
10	山形県	589	572	97.1%
全国		65,826	63,538	96.5%

資料：総務省「労働力調査」から作成

戦略策定時（H22年）
96.0%（全国6位）

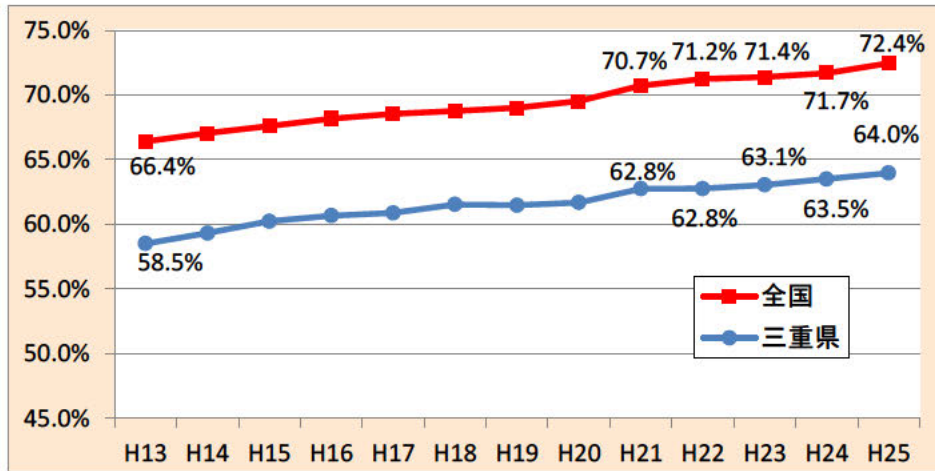


平成26年度実績
97.8%（全国2位）

労働力人口に占める就業者割合は、平成22年度の96.0%から平成26年度時点で97.8%へと上昇しています。また、完全失業率は全国で2番目に低い2.3%（平成26年）となっています。

⑤ サービス産業（広義）の就業者構成を向上（年平均0.7%の伸び）

※サービス産業の付加価値構成比の向上に応じた雇用支援を行うとともに、ものづくり産業などからの労働力移行も進めます。三重県の近年の伸び率は年平均0.47ポイントと、全国の伸び率の年平均0.66ポイントより低いため、それを上回る伸び率(年0.7ポイント)で構成比を向上させます。



資料：内閣府「県民経済計算」から作成

戦略策定時（H21年） 62.8%（全国 70.7%）		平成25年実績 64.0%（全国 72.4%）
---------------------------------------	--	-----------------------------------

経営の向上や人材育成などに取り組むことで、サービス産業の活性化並びに就業者構成比の拡大を図ってきました。平成21年度の62.8%から64.0%（平成24年度実績）に伸びているものの、目標達成には至っておらず、引き続き取組を進めていく必要があります。

⑥ 共感者（魅力と感じる人）の割合を向上（40.0%→60.0%）

※首都圏等における県事業を通じて把握した、三重が魅力ある地域であると感じる人の割合を向上させ、民間調査会社によるブランド力調査における都道府県別ランキングでトップ10入りを目指します。

戦略策定時（H23年） 40.0%		平成26年度実績 58.8%
-----------------------------	--	--------------------------

三重テラス来館者アンケート結果

首都圏営業拠点「三重テラス」を核とした情報発信やネットワークづくりにより、「本県が魅力ある地域と感じる人の割合」は40.0%（平成23年度）から58.8%（平成26年度時点）まで上昇しました。

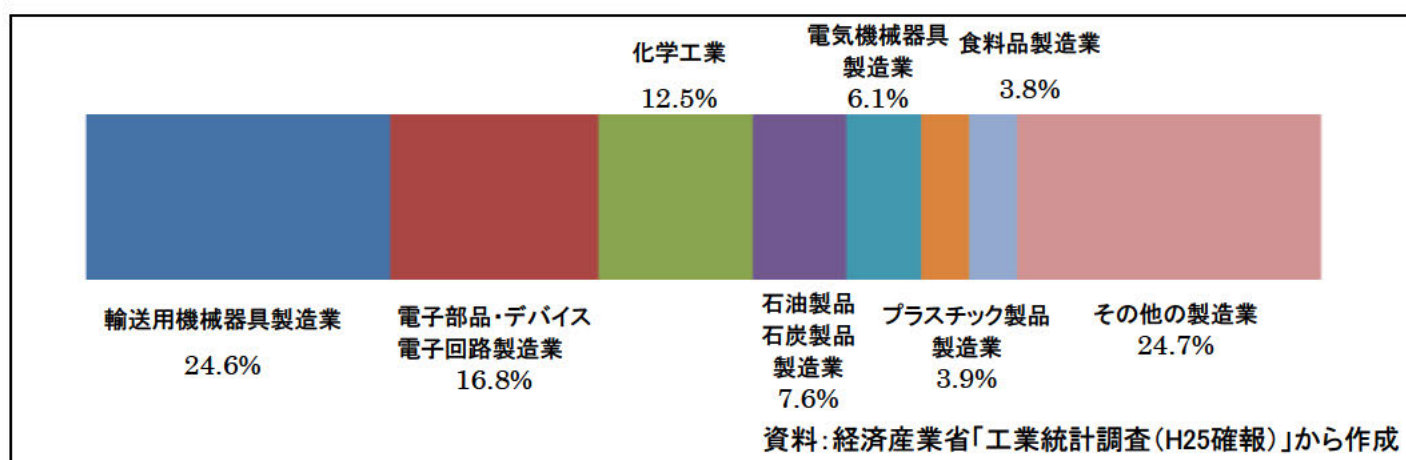
例えば、首都圏にある各都道府県のアンテナショップのうち、フェイスブックの「いいね」の件数は、19,469件（H28.3.3現在）で三重県が全国1位となっています。

3) 目標値の進捗と外部環境の変化に対する検討

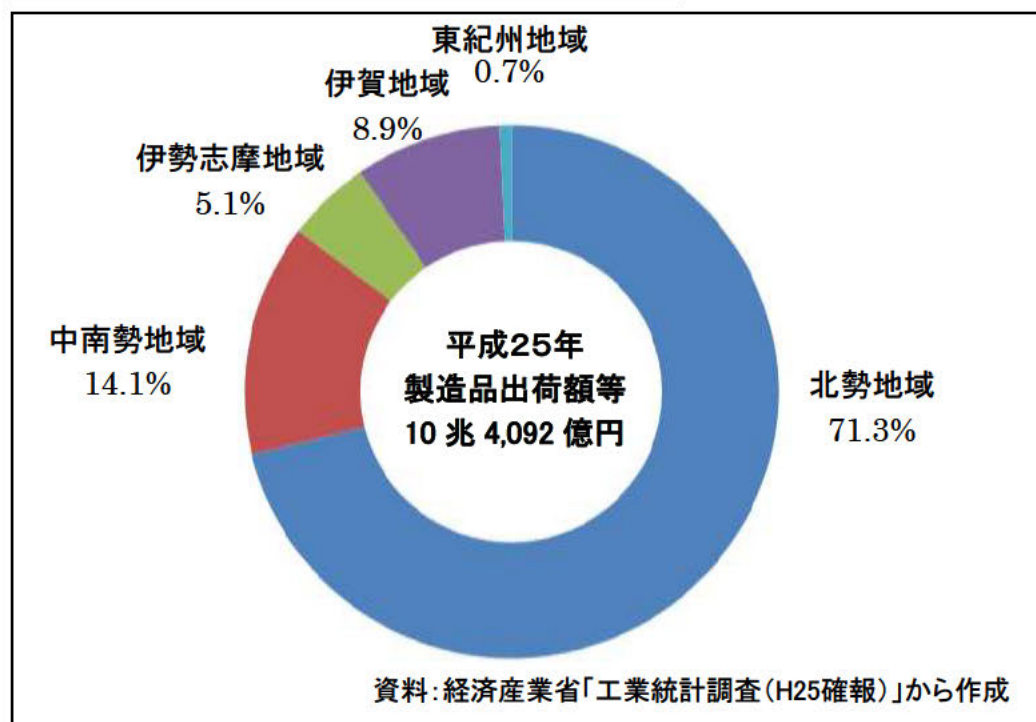
① ものづくり産業の更なる強化

本県のものづくり産業は、「輸送用機械器具製造業」、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」、「化学工業」、「石油製品・石炭製品製造業」といった業種に支えられており、特に北勢地域は本県の製造品出荷額の約7割を占め、重要な役割を果たしています。

三重県の製造品出荷額の産業別構成比



三重県の製造品出荷額の地域別構成比



このうち、「化学工業」、「石油製品・石炭製品製造業」を支えるコンビナートを取り巻く環境については、全国的に厳しさを増しています。

シェール革命による産業構造の転換や、産油から汎用樹脂生産までを現地一貫で行う巨大プラントが中東で続々と立ち上がるなど規模格差が広がり、日本のコンビナートは国際競争力の低下に直面しています。

また、国内の石油製品の需要が減少していく見通しを受け、「エネルギー供給事業者による非化石エネルギー源の利用及び化石エネルギー原料の有効な利用の促進に関する法律」（以下「エネルギー供給構造高度化法」という。）に基づく、石油精製能力の縮減を見据えた業界再編の取組が、千葉、水島などで進められている中、製造設備の老朽化や防災対策、また、施設更新の際に影響する法規制の問題を解決していくことが、四日市コンビナート活性化の重要な課題となってきています。

さらに、北勢地域を中心に関連企業の立地が集積している「電子部品・デバイス・電子回路製造業」に関しても、グローバル化の進展の中、例えば、半導体産業は韓国や台湾の企業との技術競争の激化など、引き続き県内の産業界における国際競争力の維持・向上について注視が必要です。

グローバル競争が激化する中、国内企業においては海外生産などを視野に入れた適地適産の動きも出てきており、本県に立地する企業においても例外ではありません。競争力を維持すべく、生産性の向上や新技術開発による差別化が必要となっています。

以上のように、本県産業を取り巻く外部環境を勘案すると、先行きは未だ不透明な状況にあり、本県経済を支える北勢地域のものづくり産業については、次世代を見据え、競争力の維持強化に資する新たな戦略が求められています。

また、製造品出荷額の約7割を「輸送用機械器具製造業」、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」、「化学工業」、「石油製品・石炭製品製造業」が占める中、特定の産業に過度に頼らない強じんて多様な産業構造の構築を進めるためには、新たな戦略産業のターゲットが必要です。

その意味で、今後20年間で世界の市場が2倍に膨らむと予想される「航空宇宙産業」は、部品点数が300万点にもなり裾野も広く、県内の企業動向等も踏まえると、新たなターゲットの一つであると言えます。

例えば、平成 27 年 11 月 11 日、初飛行に成功した国産初の民間ジェット旅客機「MR J (Mitsubishi Regional Jet)」の量産化を見据え、三菱重工業松阪工場が量産拠点の一つとなり、協力企業複数社による産業クラスターの立ち上げが進んでいます。

また、「アジアNo.1 航空宇宙産業クラスター形成特区」への県内企業の参画も進んでおり、航空宇宙産業における県内企業の動きに呼応した産業政策の展開が求められています。

②サービス産業の成長の促進

サービス産業の付加価値額は伸びてはいるものの、製造業の付加価値額の伸びがサービス産業（広義）の付加価値額の伸びを大きく上回っており、その影響でサービス産業の付加価値構成比は減少傾向にあります。

一方で、サービス産業の就業者の構成比は増加しており、ものづくり産業と比較すると、一人当たりの付加価値額の伸び率は低くなっています。

製造業とサービス産業(広義)における一人当たりの付加価値額の推移

	平成21年		平成25年	
製造業	10,407千円	→	12,575千円	(20.8%の増)
サービス産業(広義)	7,783千円	→	7,959千円	(2.2%の増)

戦略を策定し、これまで、強じんて多様な産業構造の構築をめざすにあたっては、「ものづくり産業」と「サービス産業」を本県産業の両輪として捉え、産業政策を展開してきましたが、「サービス産業」の高付加価値化に向けた取組を更に強化していく必要があります。

その際、「観光」関連産業を地域をけん引する産業へ育成していくための取組が重要であると言えます。

例えば、日本政府によるビザの条件緩和や円安を背景とする外国人旅行者の増加、特にASEAN諸国からの旅行者の増加は顕著であり、これらの動きを本県のサービス産業の成長に取り込んでいく取組が必要です。

また、今後、I o Tが進展していく中、サービス産業の振興においてもICT・ビッグデータを活用した革新的なサービスや新たなビジネスの創出など、地域経済の活性化につなげていく取組が期待されています。このため、県内サービス産業におけるICT・ビッグデータの活用促進に向けた取組を推進していく必要があります。

加えて、2016年の主要国首脳会議（サミット）が5月26日、27日、三重県（伊勢志摩）で開催されることが決定しました。

サミットという世界最高峰の国際会議の開催は、本県を国際観光地としてレベルアップさせるだけでなく、国内外の人々に対する本県の知名度を向上させる絶好の機会であり、一過性に終わらせることなく、地域の総合力向上につなげていくための取組が必要です。

また、本県のサービス産業の成長を促すにあたり、本県産業の構造を考慮すると「食」関連産業の振興は不可欠と言えます。

「和食」の世界遺産登録など、近年、日本の「食」に対する海外からの関心が高まる中、本県の「食」関連産業は多くの雇用の場を創出しています。

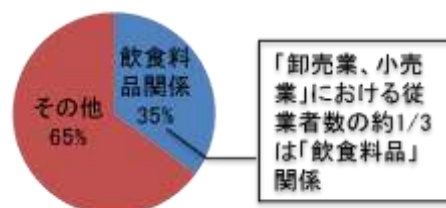
県内の事業所構成比の1位は「卸売・小売業」ですが、従業者数の約1/3は「飲食料品」関係が占めています。また、構成比の2位は「宿泊・飲食サービス業」であり、さらに4位の「製造業」のうち、事業所数が最も多いのは「食品製造業」となっています。

この裾野の広い「食」関連産業を振興していくことは、サービス産業の更なる成長、ひいては第1次産業、第2次産業も含めた地域経済の活性化につながるものと言えます。

【県内事業所構成比】

	産業大分類	構成比
1	卸売業、小売業	25.8%
2	宿泊、飲食サービス業	12.2%
3	建設業	10.8%
4	製造業	10.4%
5	生活関連サービス業、娯楽業	8.9%

【卸売業・小売業従業者数内訳】



【製造業における事業所数の内訳】

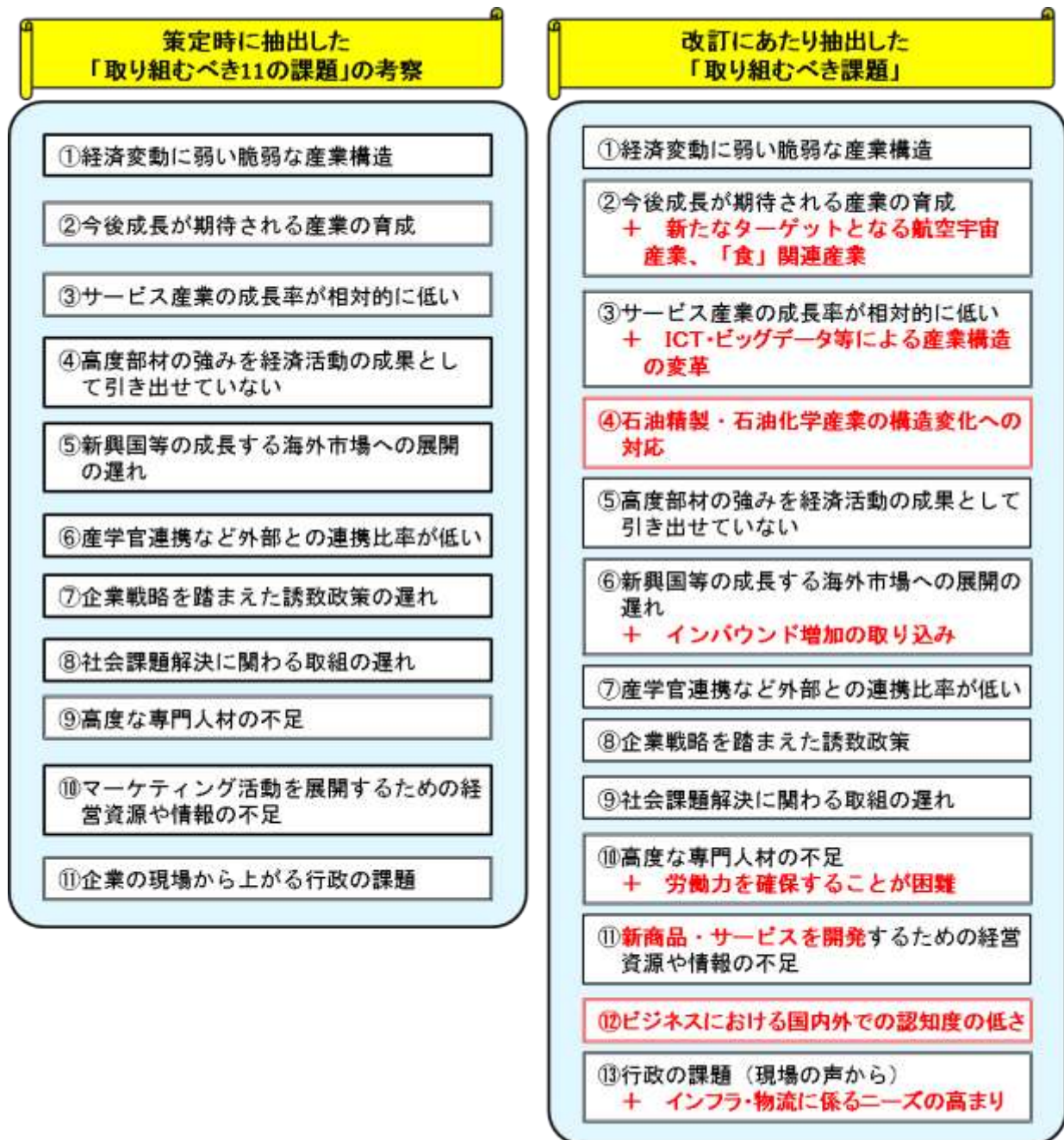
	分類	事業所数
1	食品製造業	988
2	金属製品製造業	923
3	生産用機械器具製造業	632
4	窯業・土石製品製造業	597
5	輸送用機械器具製造業	535

総務省統計局「経済センサス活動調査」(H24年度)より作成

第2章 今後取り組むべき課題

企業訪問、企業アンケート調査の実施により得た現場の生の声に加え、戦略の進捗状況と課題、6つの目標値の現状、社会情勢の変化等を勘案し、戦略策定時に抽出した「今後取り組むべき11の課題」について、再度、考察を行い、「取り組むべき課題」を以下のとおり整理しました。

1 13の取り組むべき課題



(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

県内総生産全体の動きは、電気機械や輸送用機械等を中心とする製造業の動きに連動しており、景気変動の影響を受けやすい産業構造となっています。

県内総生産の推移(名目)

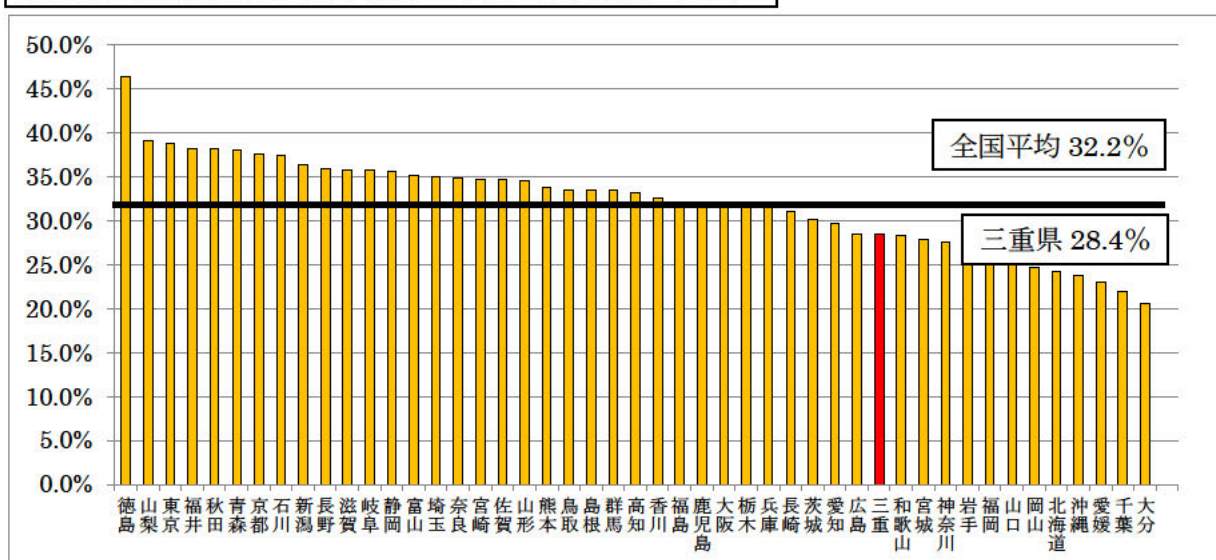
	平成21年度(策定時)	平成25年度	
県内総生産(名目)	7,205,797百万円	→ 7,688,880百万円	(約4,830億円の増)
うち製造業	2,328,163百万円	→ 2,711,316百万円	(約3,831億円の増)
うちサービス産業(広義)	4,356,807百万円	→ 4,442,868百万円	(約860億円の増)

資料:内閣府「県民経済計算」から作成

平成25年度の県内総生産(名目)は、平成21年度から4,830億円増加しており、実質の県内総生産は比較可能となる平成13年度以降、過去最高となる9兆1,334億円となっていますが、その成長を支えているのは、製造業であると言えます。

また、県内全体の付加価値率(県内総生産÷産出額)は相対的に低水準となっています。本県の主力産業である輸送用機械器具製造業等の付加価値率が相対的に低く、県内ものづくり中小企業・小規模企業の多くは、下請け構造の下で、大企業の低い付加価値率に大きく影響を受けているとみられます。

製造業の付加価値率比較(平成25年度工業統計調査より)



資源・環境における制約や経済のグローバル化など、国内外の情勢変化をふまえると、特定の業種に過度に偏らない、強じんて多様な産業構造の構築に引き続き注力していく必要があります。

(2) 今後成長が期待される産業の育成

(新たなターゲットとなる航空宇宙産業、「食」関連産業)

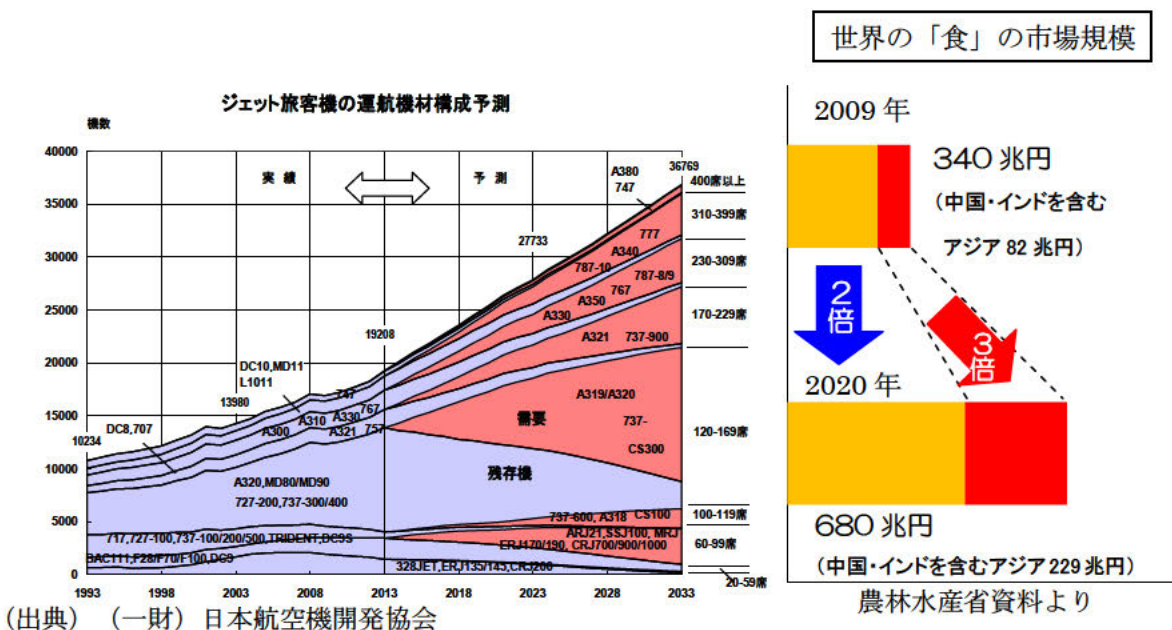
戦略策定の検討をはじめた当時の企業アンケート調査によれば、成長を期待するとした産業分野については、「クリーンエネルギー」、「医療・介護」の順に多く、本県のものづくり産業の集積をふまえ、「環境・エネルギー関連分野」、「医療・健康関連分野（ライフイノベーション）」を成長産業に位置付けました。

国内の少子高齢化の進展や、グローバルな社会的問題（人口増加、エネルギー問題）などをふまえると、「環境・エネルギー関連分野」、「医療・健康関連分野（ライフイノベーション）」は依然として、成長市場として有望です。

一方、国内外の情勢が変化し続ける中、多様な産業構造の構築を進めるためには新たな成長産業の振興が必要です。

その一つが、航空宇宙産業です。今後 20 年間で世界の市場が 2 倍に膨らむと予想される「航空宇宙産業」については、国産初の民間ジェット旅客機「MRJ」の量産化を見据え、三菱重工松阪工場がその量産拠点の一つとなるなど、県内にも力強い動きが見られており、その動きに呼応した産業政策の展開が求められています。

また、「食」関連産業も新たな成長産業のターゲットと言えます。世界の「食」の市場規模が 10 年間で 2 倍になると予想される中、「和食」の世界遺産登録など、近年、日本の「食」への関心は高まりを見せています。本県の「食」関連産業が多く雇用の場を創出していることから、「食」関連産業を成長産業として捉え、地域の活性化につなげていくための取組が必要です。



(3) サービス産業の成長率が相対的に低い

(ICT・ビッグデータ等による産業構造の変革)

戦略を策定した際、本県のサービス産業の成長率の相対的な低さを課題の一つとしました。その後、サービス産業の就業者比率は上昇していますが、付加価値構成比は減少しており、その成長率は相対的に低い状況にあることから、引き続きサービス産業の成長を促していく取組を進める必要があります。

製造業とサービス産業(広義)における一人当たりの付加価値額の推移

	平成21年		平成25年	
製造業	10,407千円	→	12,575千円	(20.8%の増)
サービス産業(広義)	7,783千円	→	7,959千円	(2.2%の増)

こうした中、サービス産業の成長を図る際の新たな視点として、例えば、ICT・ビッグデータの利活用やIoTの進展への対応が挙げられます。ICT・ビッグデータの利活用の進展等は、革新的なサービスや新たなビジネスの創出だけではなく、産業構造の変革をもたらすものであり、他の地域に遅れることのないよう、ネットワーク情報分析等を地域の競争力強化につなげていく取組が必要です。

(4) 石油精製・石油化学産業の構造変化への対応

四日市コンビナートを取り巻く環境が厳しさを増しています。

シェール革命による産業構造の転換や、産油から汎用樹脂生産までを現地一貫で行う巨大プラントが中東で続々と立ち上がるなど規模の格差が広がり、日本のコンビナートは国際競争力の低下に直面しています。

また、国内の石油製品の需要が減少していく中、国においては「エネルギー供給構造高度化法」に基づく、業界再編の取組が進められています。

こうした動きは、本県産業において大きな役割を果たしている四日市コンビナートの今後のあり方に関わる重要な問題であり、ひいては本県の産業構造そのものに影響を与えかねないことから、その対応が必要です。



経済産業省資料より

(5) 高度部材の強みを経済活動の成果として引き出せていない

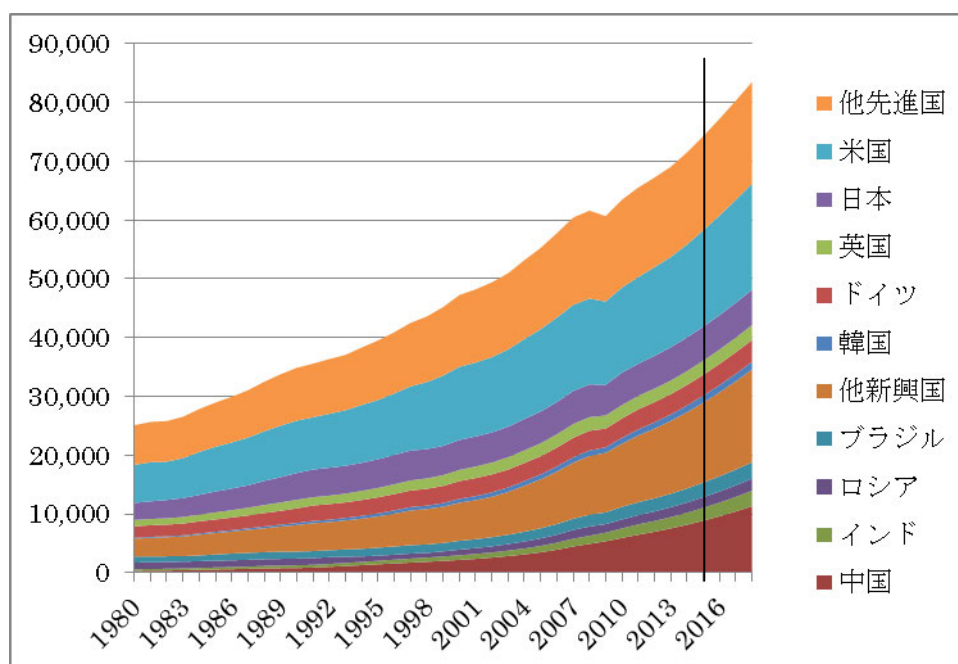
これまで、AMICを拠点とした県内外の大学・研究機関との産学官連携を通じて、北勢地域に集積する素材・部材産業と、後背地に立地する加工組立産業の大企業量産拠点の連携を促進し、高度部材の強みを生かした高付加価値製品を開発・量産することをめざしてきました。

今後は、AMIC、(公財)三重県産業支援センター、県工業研究所等の橋渡し機能の更なる強化・充実を図ることにより、研究開発の成果を早期かつ継続的に、企業の新製品開発や生産過程に結実させ、日本や世界が直面している課題解決につなげていくことが求められており、本県の強みである「高度部材」産業群の集積を再認識し、高度部材・素材技術を生かした成長産業の強化が必要です。

(6) 新興国等の成長する海外市場への展開の遅れ

(インバウンド増加の取り込み)

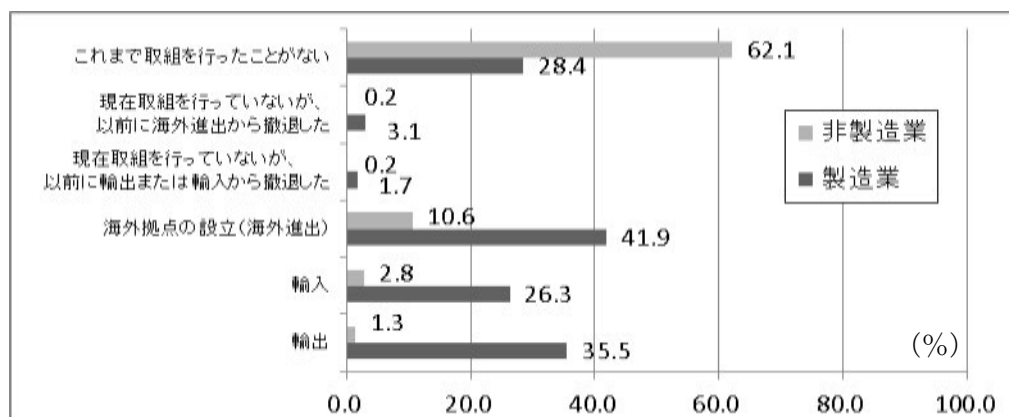
本格的な人口減少社会への突入など、国内市場の縮小に対する懸念がある一方、新興国等の成長により、引き続き、世界市場は拡大する傾向にあります。そのため、県内企業の新興国等を対象とした積極的な海外展開を支援することが求められるとともに、そこで獲得した資金の国内への還流を促進し、ひいては地域の雇用の維持・拡大につなげていくことが重要です。



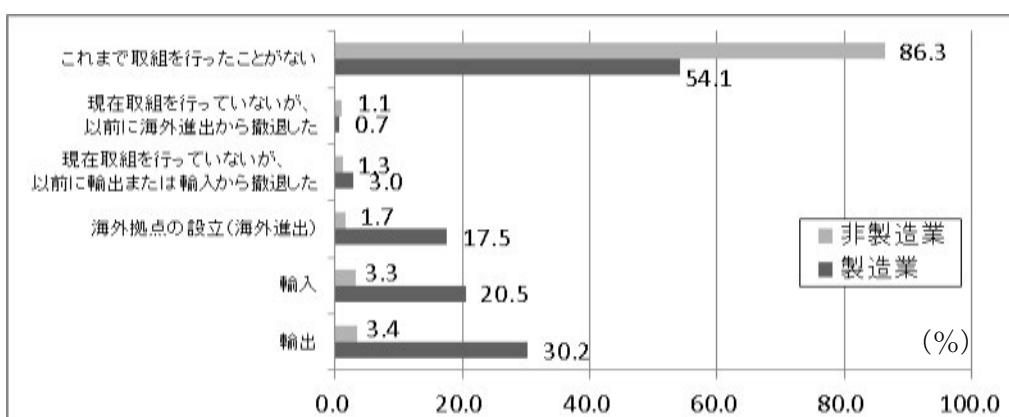
世界の名目GDPの成長予測 (経済産業省「通商白書」より)

こうした中、戦略を策定した際、県内企業の海外展開の遅れが課題の一つとなっていました。戦略策定時（平成 23 年度）と平成 27 年度実施した企業アンケート調査の結果を比較したところ、その状況に大きな変化は見られないことから、引き続き県内企業の海外展開支援が求められます。

【製造業・非製造業別（平成 23 年度実施結果より）】



【製造業・非製造業別（平成 27 年度実施結果より）】



- 平成 27 年度に実施した企業アンケート調査では、海外進出の度合いが少ない非製造業の回答が多かったため、「これまで取組を行ったことがない」と回答する企業の割合が高まったと推測されます。

また、平成 28 年 2 月 4 日には、環太平洋パートナーシップ協定（TPP）に参加各国の代表が署名を行いました。TPP の締結は、関税の撤廃、投資の自由化など、県内企業の海外展開のハードルを下げるものであり、こうした動きに合わせた取組も求められます。

加えて、日本政府によるビザの条件緩和や、円安を背景とする外国人旅行者数の増加は顕著となっており、本県の外国人延べ宿泊者数の伸び率は全国でも有数のものとなっています。（※平成 27 年下半期の伸び率は全国第 1 位）今後は、2016 年の伊勢志摩サミット、2020 年の東京オリンピックを見据えつつ、こうした流れを更に加速化させ、本県の成長に取り込んでいく取組が必要です。

外国人延べ宿泊者数の推移（暦年）

	平成25年	平成26年	平成27年
全国	33,511千人	44,824千人	66,372千人
三重県	130,890人	178,520人	383,280人

観光庁「宿泊旅行統計調査」より

外国人延べ宿泊者数の推移（三重県・月別）

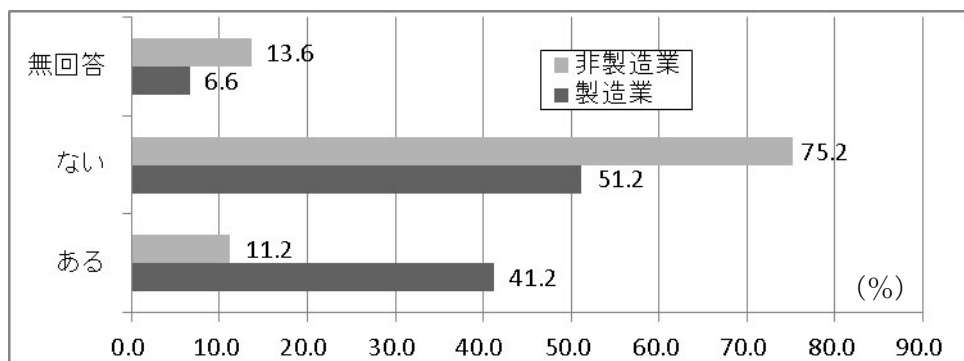
H27年7月	48,570人（対前年比385.8%）	→対前年伸び率全国1位
H27年8月	32,840人（対前年比318.2%）	→対前年伸び率全国1位
H27年11月	48,850人（対前年比228.2%）	→対前年伸び率全国1位

（7）産学官連携など外部との連携比率が低い

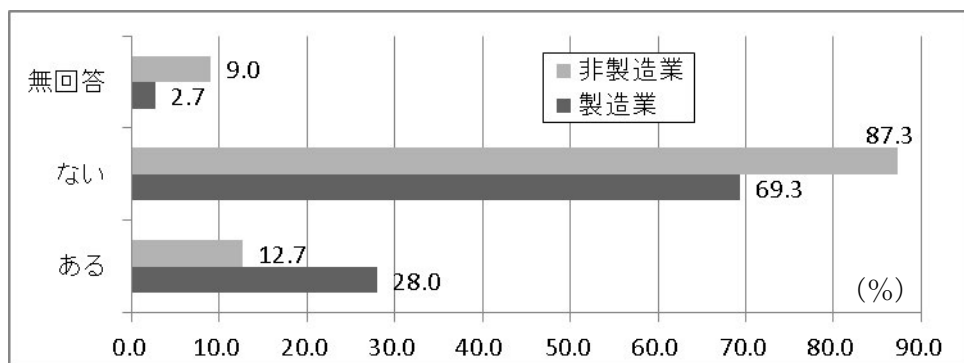
戦略策定時、業績が好調な企業群ほど産学官連携など外部連携が進んでいるということが明らかとなった中、外部連携を実施したことがある県内企業の比率が県外企業の比率よりも低かったことを課題の一つとしました。

戦略策定時（平成23年度）と平成27年度に実施した企業アンケートの調査結果を比較したところ、その状況に大きな変化は見られないことから、引き続き、県内の大学・高等専門学校を中心とする高等教育機関やAMIC、（公財）三重県産業支援センター、県工業研究所等の橋渡し機能を活用し、県内企業の外部連携を促進する必要があります。

【製造業・非製造業別（平成23年度実施結果より）】



【製造業・非製造業別（平成27年度実施結果より）】

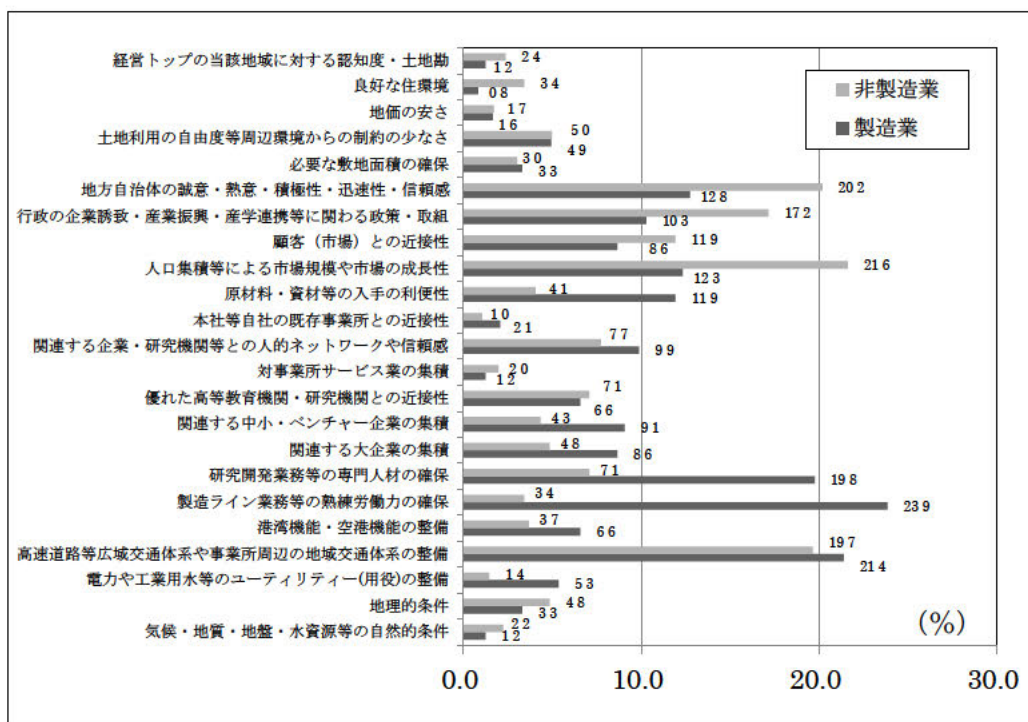


- 平成27年度に実施したアンケート調査では、外部連携の度合いが少ない非製造業の回答が多かったため、取組実績が「ない」と回答する企業の割合が高まったと推測されます。

(8) 企業戦略を踏まえた誘致政策

企業の立地環境に関するニーズは多様化しており、専門人材や熟練労働力の確保、産業集積の促進、交通インフラ等の充実、顧客との近接性など複数の立地環境要因をふまえた立地最適化の促進が必要です。

【今後最も改善・高度化を望む立地環境要因（平成27年度実施結果より）】



(※H27年度実施分は複数回答可とした)

また、グローバル競争の激化に伴い、国内企業においては海外生産などを視野に入れた適地適産の動きが出てきており、こうした投資動向への対応が求められています。

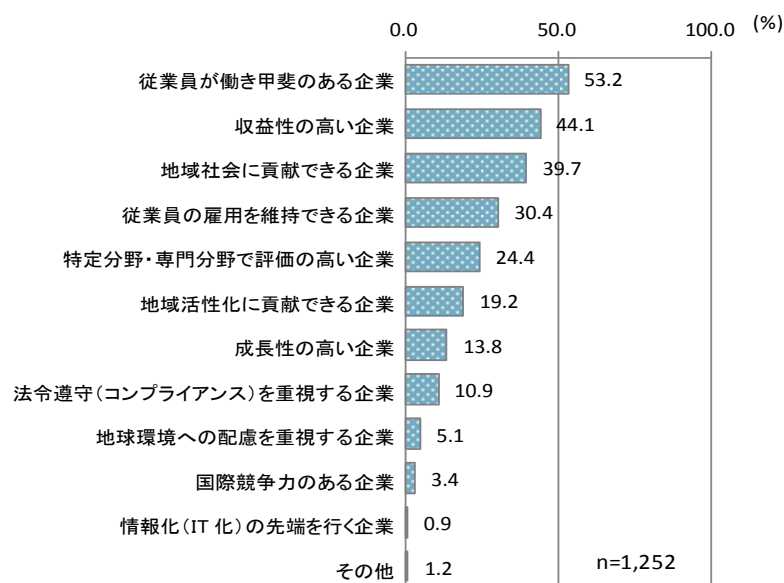
一方、人口減少などによる国内市場の縮小が見込まれる中、海外の資本・成長力を本県に取り込み、地域に雇用を生み出す外資系企業の対内投資に向けた取組を更に強化する必要があります。

加えて、補助金等による企業立地促進制度だけで他地域と企業誘致を競うには限界があることから、規制の合理化やワンストップでの対応によるサービスの向上など、総合的に取り組むことが必要です。

(9) 社会課題解決に関わる取組の遅れ

経済性だけでなく環境、雇用(障がい者などの雇用も含め)、ワーク・ライフ・バランスなど社会性にも十分な配慮を行う企業が集積することは、地域の中長期の持続可能性(サステナビリティ)につながるものと考えられます。

三重県においては、「幸福実感日本一」をめざした県政運営を展開しており、環境や雇用に十分配慮し、地域社会の活性化に貢献する企業市民たることをめざし実践する企業を優先的に支援することがとりわけ重要と考えています。



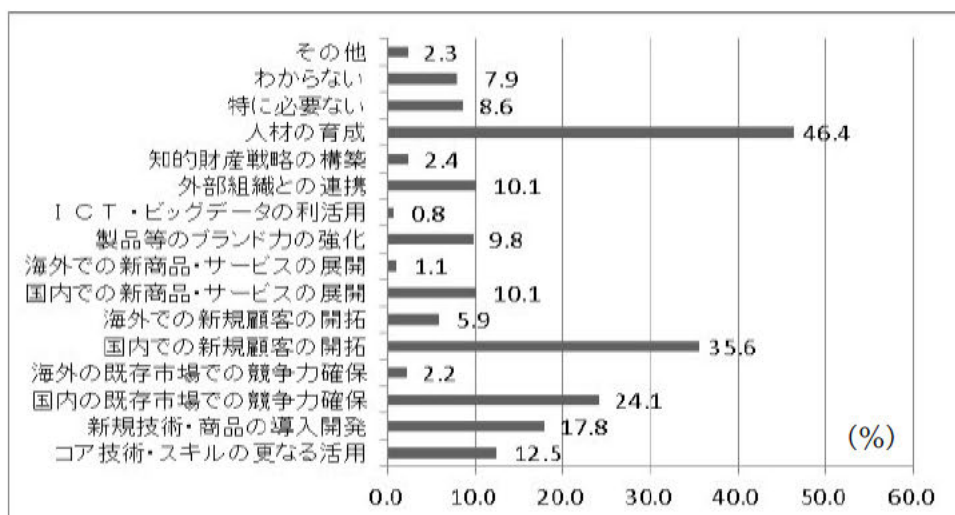
企業アンケート調査によれば、今後めざす企業の姿として、「従業員が働き甲斐のある企業」を挙げる声が多く、続いて、「収益性の高い企業」、「地域社会に貢献できる企業」、「従業員の雇用を維持できる企業」となっており、従業員やサプライヤーなど多様なステークホルダーへの十分な配慮とともに、企業の本業を通じた社会的問題解決・地域活性化の促進が求められます。

(10) 高度な専門人材の不足

(労働力を確保することが困難)

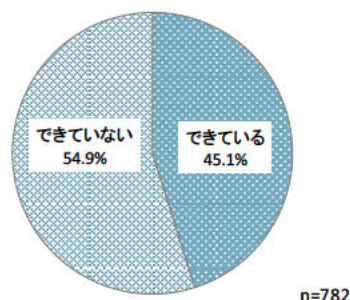
企業アンケート調査によれば、事業所発展のために取り組むべき経営戦略としては、「人材の育成」を挙げる企業が約半数を占め、「国内での新規顧客の開拓」、「国内の既存市場での競争力確保」がこれに続き、基盤となる人材の育成・確保と国内市場での競争力・技術力の強化が重要と考える企業が多くなっています。

【事業所の発展のために取り組むべき経営戦略について(平成 27 年度実施結果より)】



特に人材の確保については、下記の表のとおり半数以上の企業が想定通り採用できていないと回答しています。また、企業訪問においても、「人材育成の前に人材が確保できない」との声もあり、人材の確保に向けた取組の強化が求められています。

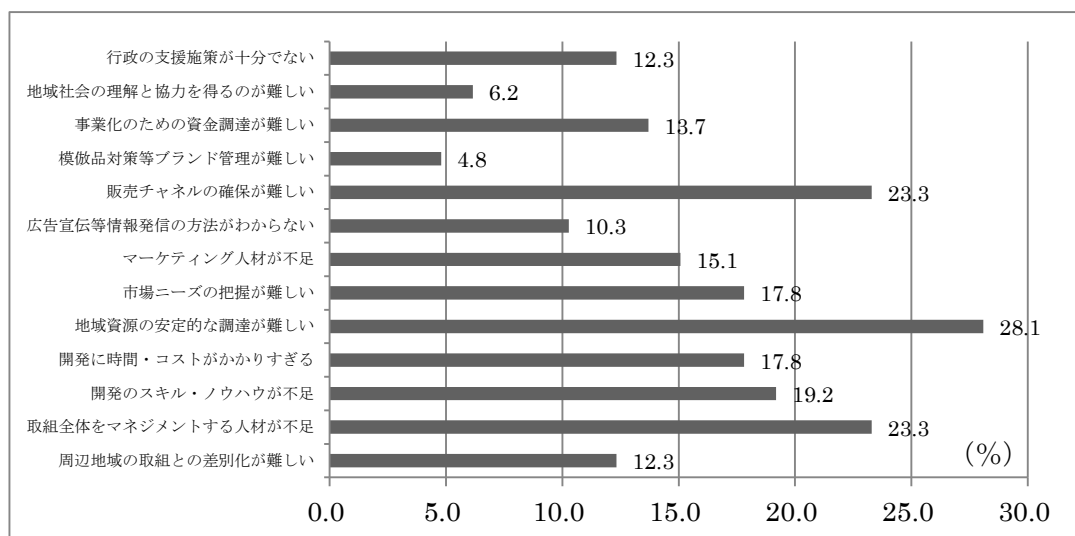
想定通りの採用ができているかの問いに対するアンケート結果



(11) 新商品・サービスを開発するための経営資源や情報の不足

企業アンケート調査によれば、地域資源を活用して新たな商品・サービスを開発する際の障壁としては、「地域資源の安定的な調達が難しい」との回答が最も多くなっています。「販売チャネルの確保が難しい」、「取組全体をマネジメントする人材が不足」、「市場ニーズの把握が難しい」がこれに続いており、経営資源・情報の不足が課題となっています。

【地域資源を活用した商品・サービスの開発の障壁（平成27年度実施結果より）】



(12) ビジネスにおける国内外での認知度の低さ

平成25年には伊勢神宮の参拝者数が1,420万人を超え、観光入込客数が4,080万人といずれも過去最高を記録しており、戦略の目標値の現状（「本県が魅力ある地域と感じる人の割合」：平成23年度40.0%→平成26年度58.8%）からも、本県の知名度は上昇傾向にあります。しかし、ビジネス・地域の雇用に直結する視点での情報発信が必要です。

企業訪問では、「県外に出た際、三重県に対する認知度が低く、商品のストーリー性が伝わらない、営業活動がうまくいかない」といった声が出てきています。また、大企業においては、三重県への異動が人事異動の際のネック（三重県への異動を拒否される）となっているケースもあり、本県産業の活性化に向けて、複合的な視点から、三重県の魅力を発信していく必要があります。

(13) 行政の課題（現場の声から）

（インフラ・物流に係るニーズの高まり）

企業訪問の考察によれば、補助金制度については、「使途の制限」や「申請期間」など、行政の仕組みが企業側の求めているタイミングやスピードに合わないとの声があり、柔軟性が求められています。また申請書類等の作成など手続きが煩雑で労力の負担が大きいとの意見もありました。

一方、補助金が市場競争を歪めたりすると、かえって事業者の競争力を削ぐことにもなりかねないと危惧する意見や、行政は補助金制度の立案よりコーディネーター役に徹するべきとの意見がありました。



本県を取り巻く交通インフラの整備状況

企業アンケート調査では、企業のインフラ・物流に関する課題認識の高まりが明らかとなりました。

本県では、今後、東海環状自動車道西回り区間、新名神高速道路の開通などにより、陸路のみならず空路・海路のアクセスが飛躍的に向上することから、県北勢地域は国内外への物流拠点としての位置づけも可能となります。

例えば、貨物ハブ空港として成長を続ける那覇空港を経由したアジア等への空輸、四日市港から国際ハブ空港（シンガポール、香港、釜山）への海上輸送、日本海側港湾（敦賀港等）を経由しての韓国・中国への海上輸送などが実現すると予測されます。

また、平成 27 年 3 月の北陸新幹線の開通は、近年増加する小松空港、富山空港の外国人旅行者が東京など首都圏へ流れてしまうというピンチでもあります。一方で、北陸エリアに訪れた観光客を東海北陸自動車道や東海環状自動車道を活用し、本県に誘客する大きなチャンスでもあると言えます。

さらに、本県の発展に重要な役割を担うリニア中央新幹線の開通も見据え、インフラ整備の進展を本県産業の成長につなげていくための視点が必要です。



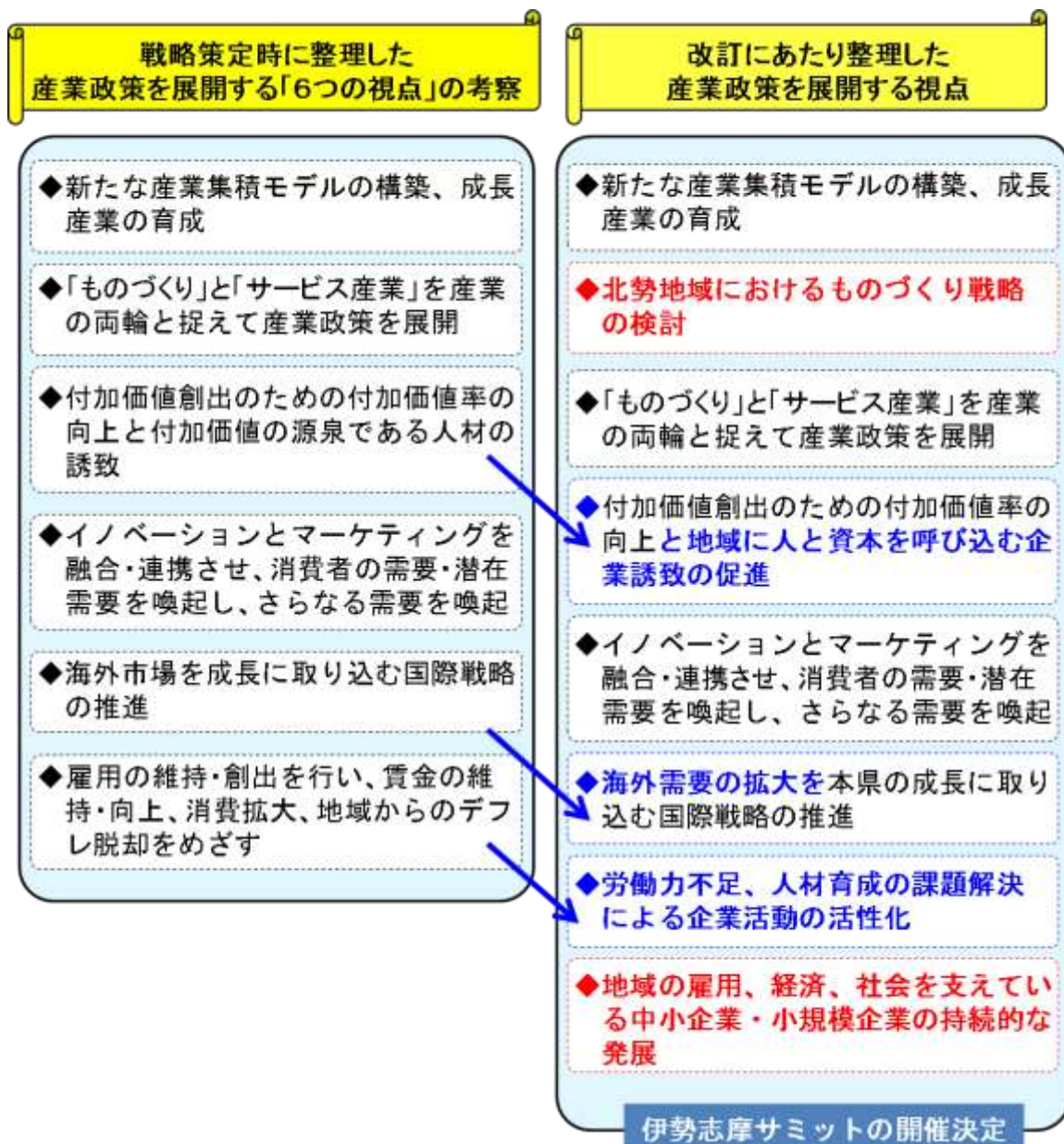
リニア中央新幹線（三重県内予定ルート）と広域圏交通ネットワーク

第3章 新たな戦略体系

1 今後の産業政策を展開する視点

戦略策定時に、「今後取り組むべき11の課題」を抽出したのち、これらの課題に対応するため、産業政策を展開する「6つの視点」を整理し、その視点をベースに「6つの戦略」の具体的な取組を提示しました。

前章での考察のように、現場の声、社会情勢の変化等により「今後取り組むべき課題」にも変化が見られていることから、産業政策を展開するための視点についても、再度考察を行い、以下のとおり整理しました。



①強じんて多様な産業構造の構築に向けて、地域の産業集積の特性（強み）を生かしつつ、新たな成長産業のターゲットの掘り起しを図り、その育成に取り組む必要があります。

今後取り組むべき「13の課題」との関係：①、②、③、⑤、⑧

②本県のものづくり産業を支えてきた「四日市コンビナート」を取り巻く環境等が変化
する中、後背地との連携等を視野に入れた北勢地域の新たなものづくり戦略の展開が
必要です。

今後取り組むべき「13の課題」との関係：②、④、⑤、⑩、⑬

③特定の業種に過度に頼ることなく、本県の強みである「ものづくり」（製造業）と雇用
拡大の受け皿ともなる「サービス産業」（非製造業）を産業の両輪と捉えて産業政策を
展開していくことが必要です。

今後取り組むべき「13の課題」との関係：①、②、③、⑩

④付加価値を高めていくにあたり、出荷額だけではなく、付加価値率の向上をめざす必
要があります。その際、付加価値の源泉である人と資本を呼び込む企業誘致等にも取
り組み、地域の成長を促す必要があります。

今後取り組むべき「13の課題」との関係：①、②、③、⑧、⑩、⑬

⑤イノベーションとマーケティングを連携・融合させ、消費者の需要や潜在需要を喚起
し、さらなる需要の喚起につなげていくことが必要です。

今後取り組むべき「13の課題」との関係：⑦、⑩、⑪、⑫、

⑥新興国など成長する海外市場への展開を図り、そこで獲得した資金の国内還流を促進
し、国内雇用の維持・拡大につなげていくとともに、増加するインバウンド観光客の
取り込みを図るなど、海外の成長力を本県に取り込むための視点が必要です。

今後取り組むべき「13の課題」との関係：②、⑥、⑧、⑨、⑬

⑦企業活動の源泉となる労働力の確保及びイノベーションの核となる高度な人材の育成
を図る必要があります。

今後取り組むべき「13の課題」との関係：⑨、⑩、⑪、⑬

⑧中小企業・小規模企業は、地域の雇用や経済、社会を支えている重要な存在であり、
地域の維持・発展のためには、中小企業・小規模企業の持続的な発展を支援していく
必要があります。

今後取り組むべき「13の課題」との関係：すべての課題への視点

※伊勢志摩サミットの開催にあたり認識すべき視点

2016年の主要国首脳会議（サミット）の開催地が三重県伊勢志摩地域に決定し、三重県に新たな歴史が刻まれることとなりました。

主要国首脳会議（サミット）という世界最高峰の国際会議の開催は、国際観光地としてのレベルアップだけでなく、国内外の人々に対する本県の知名度を向上させ、地域の総合力向上につなげていく絶好の機会です。

地域の成長を促すにあたっては、この機会を一過性に終わらせることなく、「伊勢志摩サミット」を契機として、本県のステージアップを図る視点が必要となります。

2 新たな戦略体系の構築

これまで、企業訪問、企業アンケート調査の実施により得られた現場の声や社会情勢の変化をふまえ、今後取り組むべき課題、産業政策を展開するための視点を提示してきました。

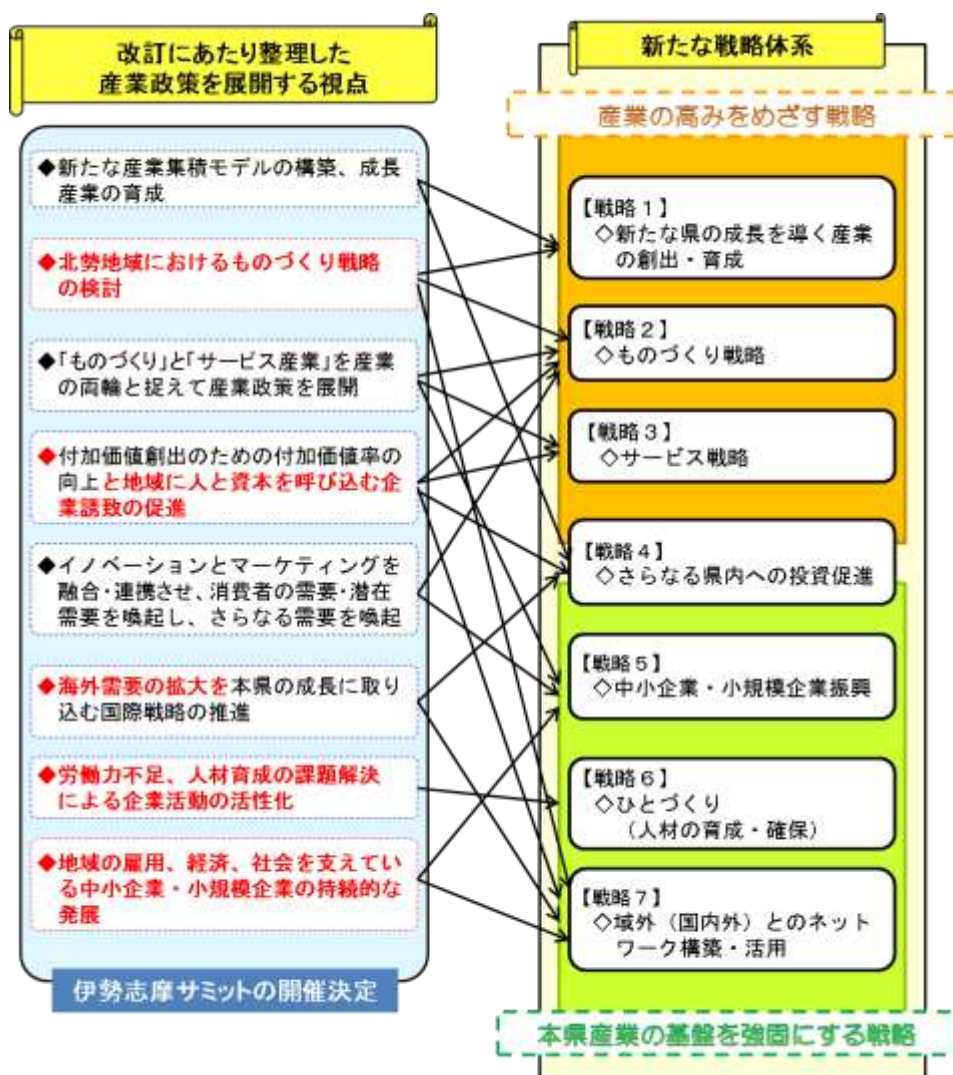
ここからは、それらの検討をふまえ、今後、具体的に取り組む新たな戦略像を示します。

(1) 「6つの戦略」の改訂

リーマンショックにより、本県の産業構造は、経済変動に弱い脆弱なものであることが明らかとなったことから、戦略の策定にあたっては、強じんて多様な産業構造を構築することとしました。

一方で、戦略における目標値など、前章の考察にあるとおり、その達成状況は道半ばであると言えます。

そこで、戦略の改訂にあたっては、下図のとおり、前段の「産業政策を展開する視点」をもとに、戦略策定時に示した「6つの戦略」を「7つの戦略」に再整理し、大きく「高みをめざす戦略」と「産業の基盤を強固にする戦略」に分類しました。



これは、強じんて多様な産業構造の構築に向け、何を本県の新たな産業の柱とするかを明確にし、「高み」をめざす取組を強化するとともに、それらを支える中小企業・小規模企業の活動、ひとづくりなど本県の産業基盤を強固にする取組を充実し、その相互作用により本県経済の拡大、さらなる地域経済の活性化を図るものです。

具体的には、以下のとおり整理しました。

「戦略1 新たな県の成長を導く産業の創出・育成」では、国も注力する「環境・エネルギー分野」、「ライフイノベーション分野」の振興を図るとともに、航空宇宙産業など今後、高い成長が期待される分野への参入等を促進します。

「戦略2 ものづくり戦略」では、本県の強みであるものづくり産業の維持・強化を図るため、企業の研究開発や技術力の向上等を支援するとともに、県内製造品出荷額の約7割を占める北勢地域のものづくり産業について、操業環境の向上など地域の課題認識をふまえた取組を展開していきます。

「戦略3 サービス戦略」では、サービス産業の成長率が製造業と比較して相対的に低くなっていることから、裾野が広く波及効果の高い観光関連産業や食関連産業等をターゲットとする産業振興策を展開し、サービス産業の成長を促します。

「戦略4 さらなる県内投資の促進」では、再投資の促進や国内外からの企業誘致に取り組み、地域の雇用やイノベーションの創出を促進し、地域経済の活性化につなげます。

「戦略5 中小企業・小規模企業振興」では、県内企業数の99.8%、雇用の86.5%（総務省・経済産業省「平成24年経済センサス―活動調査」）を占め、地域の雇用や経済、社会を支えている中小企業・小規模企業の振興を図るため、「三重県中小企業・小規模企業振興条例」に基づき、きめ細かな支援を実施します。

「戦略6 ひとづくり」では、企業訪問、企業アンケート調査の実施により得られた現場の声として、人材育成に加え、人材の確保が企業の大きな課題の一つとして挙がってきていることをふまえ、産業動向をふまえた人材育成・確保の取組を進めるとともに、潜在的な求職者の掘り起こし等を行い県内産業の担い手の確保を図ります。

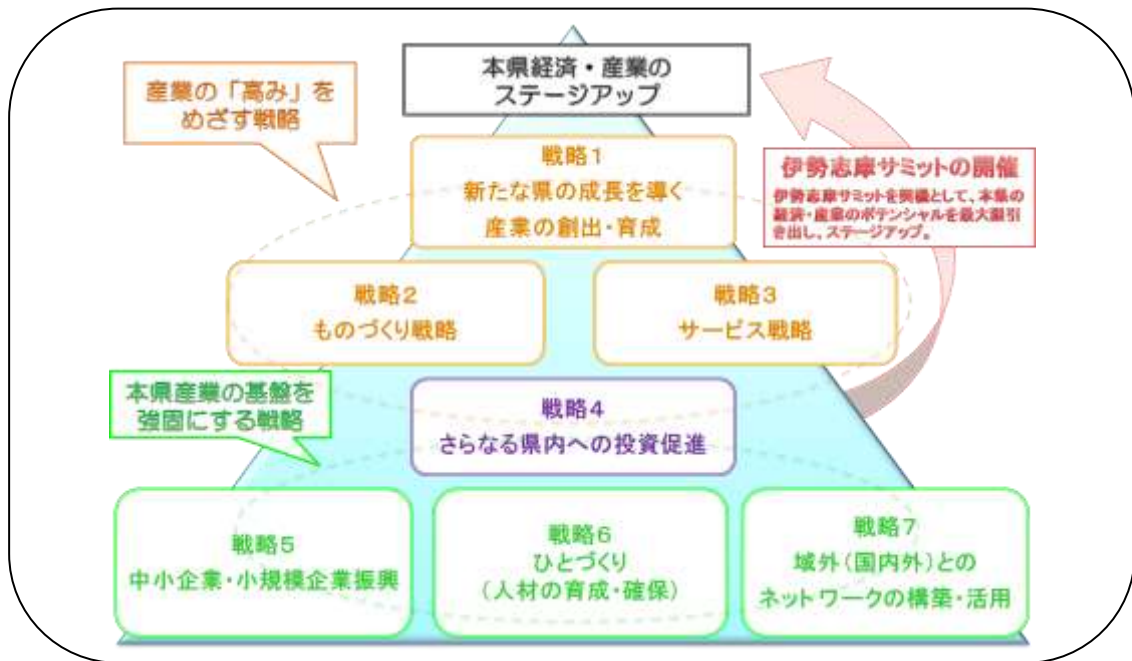
「戦略7 域外（国内外）ネットワークの構築・活用」では、人口減少社会の中、地域の成長を促すために、新たな市場獲得につながる域外とのネットワークの構築・活用を進めます。

(2) 伊勢志摩サミットを契機として

「伊勢志摩サミット」という世界最高峰の国際会議の開催は、三重県に対する域外からの評価を知り、真の実力を計ることができる絶好の機会と言えます。

戦略を具現化し、具体的な取組を進めていくにあたっては、何が三重県の強みであり、弱みであるかをしっかりと認識する必要があり、伊勢志摩サミットの経験を通じて、三重県の実力を認識し、本県経済・産業のステージアップにつなげていくことが必要です。

【新たな7つの戦略体系のイメージ図】



3 戦略でめざす姿（目標値等）

戦略策定時に、政策資源を重点的に投入し、戦略的かつ総合的に取組を進めていくため、具体的な数値目標を設定しました。

今回、新たに7つの戦略に改めましたが、戦略策定時の「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・創出していくという大きな方向性に変更はありません。

そのため目標項目については従来のままとしつつ、新たな目標値を設定します（4年後の2019年度目標値）。

① ものづくり産業の付加価値を維持・強化（2.9兆円→3.3兆円）

※県全体の付加価値の約3割を創出（全国平均は2割）。ものづくり産業は三重県の強みであり、その強みを維持していきます。

② ものづくり中小企業の付加価値率を向上（32.7%→34.8%）

※ものづくり産業の付加価値額（規模）を維持していくことは重要。しかし、規模を創出しにくい中小企業については、付加価値率を向上していく戦略をとることが重要です。三重県のものづくり中小企業の付加価値率は、32.7%（全国39位）。4年間で全国平均（34.8%）を目指すこととします。

③ サービス産業（広義）の付加価値構成を向上（57.8%→59.8%）

※ものづくり産業に強みを持つ三重県のサービス産業の付加価値構成比は57.8%となっており、全国平均（73.8%）を大きく下回っています。本県のサービス産業の付加価値構成比の近年（平成8年から平成25年）の伸び率は年平均0.1%と、全国の伸び率の年平均0.4%より低くなっており、それを上回る伸び率（年0.5%）で構成比を向上させ、三重県全体の付加価値増加を目指します。

④ 労働力人口に占める就業者割合を向上（97.8%→98.0%）

※産業振興を進めることで、働く場を創出します。その流れに呼応し、雇用政策を効果的に展開し、就業者割合を向上させます。現在、三重県の就業者割合は全国上位にあり、引き続き、全国トップレベルを維持します。

⑤ サービス産業（広義）の就業者構成を向上（62.8%→65.6%）

※サービス産業の付加価値構成の向上に応じた雇用支援を行います。三重県の近年（平成8年から平成25年）の伸び率は年平均0.45ポイントと、全国の伸び率の年平均0.6ポイントより低いいため、それを上回る伸び率（年0.7ポイント）で構成比を向上させます。

⑥ 三重が魅力ある地域であると感じる人の割合の向上（55.5%→62.0%）

※首都圏及び関西圏等において三重が魅力ある地域と考える人の割合を年平均1.5～2.0%向上します。

4 新たな7つの戦略

(1) 【戦略1】 新たな県の成長を導く産業の創出・育成

本県は製造品出荷額が全国第9位の10兆4,092億円となっており、一人当たりの製造品出荷額は全国第1位の「ものづくり県」です（平成25年工業統計調査確報より）。

特に、全国第1位の出荷額を誇る「電子部品・デバイス・電子回路製造業」をはじめ、第5位の「輸送用機械器具製造業」、第9位の「化学工業」は、本県の雇用者数においても上位を占めるなど、基幹産業として地域経済を支えています。

本県が強みを持つこれらの産業は、他の産業の基盤となる役割を果たすとともに、既存の技術を生かして他の産業の発展に貢献することが期待できる産業です。

そこで、これらの産業の競争力の維持・強化を図りつつ、県内企業の有する強みが、航空宇宙分野、環境・エネルギー関連分野、ライフイノベーション分野など成長が期待される先端産業において発揮されることを後押しし、国内のみならずグローバルな経済活動を促進することで、地域経済の成長につなげます。

●航空宇宙産業の振興

- ◇ 今後、世界的な成長が見込まれる航空宇宙産業を自動車産業、電機・電子産業、石油化学産業に続く産業の柱の一つとして振興を図るため、平成26年度に策定した「みえ航空宇宙産業振興ビジョン」に基づき、「人材育成」、「参入促進」、「事業環境整備」を柱とする取組を進めます。

<人材育成>

航空宇宙産業は、特有の技術や生産管理が必要とされるため、人材育成について実績を有する機関（VRテクノセンター（岐阜県）、名古屋大学等）が数多く存在する中部地域との連携を進め、技術人材の育成を進めます。

また、航空宇宙産業を大きく発展させていくためには、海外展開は必要不可欠なチャレンジであり、これを担える人材の育成が必要です。このため、これまで本県が培ってきたネットワーク（例えば、サウス・シアトル・カレッジ（米国））を活用し、学生や技術者の海外留学を促進するなど、航空宇宙産業に係るグローバル人材の育成を進めます。

加えて、県内に航空宇宙産業を根付かせるため、長期的な視点から、子ども・学生を対象に製造現場の見学会や航空機製造メーカー（例えば、ボーイング社）と連携した講座等を開催し、将来を担う世代に航空宇宙産業の魅力を伝える取組を進めます。

航空宇宙産業における次世代育成

航空宇宙産業は、市場の拡大とともにそれを担う人材の育成・確保に課題を抱えています。

三重県では「トビタテ！留学 JAPAN 日本代表プログラム・地域人材コース」（文部科学省事業）を活用し、将来の航空宇宙産業への就職をめざす県内学生の留学をサポートしています。

また、ボーイング社等を三重県総合博物館（Mi e Mu）に招き、小学生が実際に航空機の仕組みを体験できるイベントを開催しました。（平成 27 年 8 月）

平成 27 年 11 月には ANA ホールディングス株式会社と航空宇宙分野に係る人材育成を柱の一つとする連携・協力に係る覚書を締結し、この覚書に基づき、学生を対象とした機体工場の見学会を検討しています。

こうした取組により、将来の三重県を担う子ども達の飛行機や宇宙への興味・関心を一層高め、航空宇宙産業をはじめとするものづくり産業の担い手を育む取組を進めていきます。



トビタテ！留学 JAPAN 壮行会



ボーイング社との連携によるセミナー

< 参入促進 >

航空宇宙産業は高度な信頼性、安全性が求められるため、製造企業には厳しい品質管理が必要とされており、JISQ9100、Nadcap 等の取得による品質管理体制の整備が求められています。こうした認証の取得を促すため、認証取得に向けたコンサルティングや経費の補助制度など、県内企業の参入を促進する環境の整備を進めます。

また、中小企業が単独で航空宇宙関連業務の発注ニーズを持つ企業を探し出し、商談につなげることは困難であることから、県が持つネットワークを上げたうえで、これを生かして、商談機会の創出に取り組み、国内外の既存サプライヤーからの受注獲得につなげていきます。

<事業環境整備>

航空宇宙産業において受注を拡大するためには、先行的な設備投資、研究開発投資を行い、増産対応、コスト削減等の川下企業のニーズに迅速に答える体制を整備することが必要です。一方、航空宇宙産業は、自動車等と比べると製造ロット数が少ないことなどから投資回収に長い期間を要し、民間投資が進みにくい分野であるため、公的機関の支援制度等の活用を促進することで、投資拡大を進めます。

また、本県の航空宇宙産業を拡大するためには、個別企業の努力だけでなく、地域全体の底上げが必要であることから、国内企業の誘致活動、海外経済ミッション団派遣等を通じて、欧米に遅れをとっている装備品、MRO企業等をターゲットとする誘致活動を進めます。

<平成 28 年度の主な関連事業>

航空宇宙産業振興事業 23,873 千円

平成 27 年 3 月に策定した「みえ航空宇宙産業振興ビジョン」に基づき、生産技術者の育成や留学支援などの人材育成、認証取得の支援などによる参入促進、試作開発の支援などの事業環境整備に取り組みます。

航空宇宙産業海外連携事業 31,613 千円

航空宇宙産業において、県内企業の新規参入や事業拡大を促進するため、これまで構築してきた海外とのネットワークの活用、深化、新規開拓などを総合的に支援します。

● 「食」の産業振興（「サービス戦略」からの再掲）

- ◇ 世界の「食」の市場規模は 10 年間で 2 倍になると予想されており、裾野の広い本県の「食」関連産業は成長産業として捉えることができます。このため、本県の「食」の産業振興に取り組むための指針として平成 27 年度に策定した「みえ食の産業振興ビジョン」に基づき、「食関連産業」の付加価値を高めるとともに、三重の食の魅力を国内外に発信し、観光誘客や海外市場の獲得などにつなげていく取組を展開します。

●環境・エネルギー関連産業の振興

- ◇ 県内企業の環境・エネルギー関連分野への進出等を促進するため、「三重県新エネルギービジョン（平成28年3月改定）」に基づき、県内企業や高等教育機関等との間でネットワークを構築するとともに、県内企業の技術力を生かした製品開発に向けた研究開発を支援するなど、環境・エネルギー関連産業の育成と集積に取り組みます。

<ネットワークの形成と人材育成>

- ・ 産学官の多様な主体で構成する「みえスマートライフ推進協議会」の各プロジェクトの活動を通じて、ネットワークを拡大させ、新たなビジネスの創出をめざします。
- ・ 県工業研究所や（公財）三重県産業支援センターにおいて企業ニーズに着目したセミナーや研修等を実施するとともに、地域課題に着目した調査研究と人材育成を行っている三重大学をはじめとした高等教育機関や国内の研究機関などと連携し、環境・エネルギー関連産業に関する人材の育成に取り組みます。
- ・ 県工業研究所を中心に国や他の都道府県の公設試験研究機関、高等教育機関との技術交流を推進し、三重県の地域特性や産業特性を生かした研究開発を行い、県内企業等をサポートすることにより技術力の底上げに取り組みます。

<新エネルギー等の導入>

- ・ 日照、風況、森林の豊かさといった本県の地域特性を生かし、太陽光発電、風力発電、バイオマス発電などの新エネルギーの導入を進めるとともに、地産地消型のエネルギーシステムの導入を進めます。
- ・ 創エネ・蓄エネ・省エネ技術を活用して、産業振興、廃棄物処理などの課題解決に向けた、協創によるまちづくりを支援します。

<省エネの推進>

- ・ 住宅向けのヘムス（HEMS）、事業所向けのベムス（BEMS）等のエネルギーマネージメントシステムやコージェネレーション、燃料電池、次世代自動車などの普及を促進し、省エネの推進に取り組みます。

- ◇ 桑名市で開催される「2016年ジュニアサミット in 三重」では、「次世代につなぐ地球～環境と持続可能な社会」がテーマとなっており、本県に注目が集まる好機を生かし、本県が有する環境技術やICTの有するネットワークを活用し、世界の環境保全と経済成長の両立に貢献します。

<平成 28 年度の主な関連事業>

新エネルギー導入促進事業 16,855 千円

産学官で構成する「みえスマートライフ推進協議会」において、環境・エネルギー関連技術を活用した新たなビジネスモデルや社会モデルを検討します。また、地域コミュニティ単位で取り組む新エネルギーを活用したまちづくりを支援するとともに、家庭や事業所等に対して新エネルギーや省エネに関する普及啓発活動を行います。

みえの環境技術移転国際会議開催事業費 10,000 千円

「環境」をテーマとするジュニアサミットの開催を好機と捉え、四日市公害等で培われた環境技術や I C E T T の取組等、三重県が環境の先進地域であることを世界に発信し、急激な成長により環境問題が顕在化しつつある新興国等を対象に I C E T T 研修生 O B (政府幹部)等を招いた国際会議を開催し、三重の環境技術を活用して環境保全と経済成長の両立に貢献していきます。

●次世代エネルギー産業の振興に向けた取組

◇ 水素エネルギー、バイオリファイナリー、メタンハイドレートなど、次世代の地域エネルギーや新技術に関して、情報収集、企業ニーズの把握、実証実験の支援等を行い、地域産業の活性化に取り組みます。

<水素エネルギーの利活用の推進>

- ・ 水素エネルギーについては、燃料電池や燃料電池自動車として実用化の段階に達し、将来の二次エネルギーとして期待されていることから、産学官で構成する「みえ水素エネルギー社会研究会」の取組などにより、水素の生産、貯蔵などによる地域経済の活性化について検討を進めます。
- ・ 県工業研究所を中心とするエネルギー関連技術研究会において、県内企業の水素エネルギーや燃料電池関連の技術開発を支援します。
- ・ 水素エネルギーに対する県民の理解を深め、水素社会の到来に向けた動きを進めるため、燃料電池や燃料電池自動車の普及に取り組みます。

<バイオリファイナリーの推進>

- ・ 化石燃料からバイオマス燃料へのエネルギー転換や、バイオマスから化成品などを製造するバイオケミカル産業の創生をめざし、非可食系バイオマスを原料とした燃料や化成品の製造に向けた調査研究、研究開発などを支援します。
- ・ 産学官で構成する「みえバイオリファイナリー研究会」を中心に、軽量・高強度な次世代バイオ材料としての特徴をもつセルロースナノファイバーをはじめ、バイオリファイナリーに関する技術の実用化に向けた研究開発の推進に取り組みます。

<メタンハイドレートによる地域の活性化>

- ・ 将来の国産エネルギーとして期待されるメタンハイドレートについては、「メタンハイドレート地域活性化研究会」において、海洋産出試験や技術開発等の情報を収集し、実用化された際の地域の活性化について検討を進めます。

<平成 28 年度の主な関連事業>

バイオリファイナリー・エネルギー産業活性化推進事業 2,121 千円

バイオマスを利用した研究開発プロジェクトの推進に向けた研究会、メタンハイドレート実用化の推進に向けた研究会、水素を活用した社会の実現に向けた研究会を運営します。

水素等エネルギー関連技術開発事業 6,930 千円

県内企業が水素エネルギーをはじめとした環境・エネルギー関連分野へ進出できるようにするため、企業間のネットワークの構築や充実を図るとともに、県工業研究所が中心となって、水素・燃料電池や太陽エネルギー利用等の分野における企業との共同研究などの支援に取り組みます。

◎三重県新エネルギービジョンの改定

三重県では、平成 24 年 3 月に新エネルギーの積極的な導入促進と、地球温暖化対策や産業振興の観点から、三重県新エネルギービジョンを策定したところです。

こうした中、国においては、平成 26 年 4 月にエネルギー基本計画を策定し、家庭用の電力小売り自由化などの電力システム改革に着手するとともに、平成 27 年 11 月末から開催された国連気候変動枠組条約第 21 回締約国会議（COP21）では、世界各国の新たな温室効果ガス削減目標の合意形成が図られ、我が国においては平成 42(2030)年度の温室効果ガスについて、平成 25(2013)年度比で 26%削減（平成 17(2005)年度比で 25.4%削減）を目標としています。

このような環境変化をふまえ、平成 28(2016)年度を初年度とし、平成 42(2030)年度を目標年度とする長期計画として、三重県新エネルギービジョンを改定しました。

●「ライフイノベーション」の更なる推進

- ・ ライフイノベーションの取組を更に推進するため、ヘルスケア産業分野の産学官民金が連携して、先進的な製品・サービスの創出に向けた支援に取り組むとともに、多様な健康需要に対応した予防・健康管理等の新たな製品・サービスの開発支援に取り組めます。

<ヘルスケア産業の連携基盤の充実・強化>

三重県から世界に発信するヘルスケア分野の製品やサービスを創出するため、その開発に寄与する実証環境の整備やM i e L I Pの取組促進、国内外企業、研究機関等とのネットワーク拡充など事業環境の充実・強化を図ります。

また、社会環境の変化に対して的確に対応するため、研究開発支援体制や取組に対する評価体制を充実します。

<医薬品・化粧品・医療機器・機能性食品等産業の競争力強化>

医薬品や化粧品、医療機器、機能性食品等産業において、より高次の成長段階で活躍できるよう支援するとともに、医療ビッグデータやものづくり技術など本県が有するさまざまなポテンシャルの活用や国による規制緩和の特例、財政的支援など「みえライフイノベーション総合特区」制度の活用、国内外の企業や研究機関等との連携・誘致を促進することにより、競争力を強化し、世界に通じる革新的な製品を創出するとともに、市場の拡大を図ります。

<新たな健康需要に対応するヘルスケア産業（次世代ヘルスケア産業）の創出>

医療・介護などの公的保険サービスに加えて、潜在的な健康需要を満たす三重県発の次世代ヘルスケア産業を創出するため、企業等が有する技術、サービスや県内地域資源、ICTやビッグデータなどの活用、産学官民金で構成する「地域版次世代ヘルスケア産業協議会」との連携等により、人々の健康増進に向けた行動変容と持続的なビジネスモデルの確立につながる製品やサービスの開発や実証フィールドを活用した検証等を行います。

<平成 28 年度の主な関連事業>

みえライフイノベーション総合特区促進プロジェクト事業 30,774 千円

企業等の競争力を強化するため、技術力があり、医療機器や医薬品等の製品開発の意欲が高い企業等に対して、研究や技術支援、試作品の補助金交付等の支援を行います。

また、食の機能性評価を実施するための体制推進、木材を活用した付加価値の高い健康を意識した住宅の開発支援を行います。

みえライフイノベーション総合特区医療情報利活用推進事業 42,350 千円

県内医療機関が保有する医療情報を収集し、分析を行う統合型医療情報データベースへの参加病院の増加や機能の充実を図り、更なる質の高い地域医療連携を推進します。

(2) 【戦略2】 ものづくり戦略

一人当たりの製造品出荷額が全国1位となるなど（工業統計調査 H25 年度確報より）、輸送機械、電子部品、化学をはじめとする「ものづくり産業」は本県の強みとなっています。一方、本県の製造業の付加価値額は全国上位（第8位）にあるものの、付加価値率は全国平均を下回っている状況です。付加価値の低下は、新たな研究開発投資の妨げや人材育成の停滞等につながりかねないため、高付加価値化に向けた取組を進める必要があります。

また、本県の製造品出荷額の約7割を占める北勢地域においては、グローバル化の進展や労働力の減少、石油化学産業の構造変化など産業活動を取り巻く環境が厳しさを増しています。このため、人材の育成や技術力の向上、操業環境の向上など地域の企業の課題認識をふまえた取組を展開していきます。

加えて、チャレンジングな技術革新やイノベーションを促進し、本県の強みである「ものづくり産業」の維持・強化を図り、日本のみならず世界のものづくりをけん引する地域をめざします。

●航空宇宙産業の振興（再掲）

- ◇ 今後、世界的な成長が見込まれる航空宇宙産業を、自動車産業、電機・電子産業、石油化学産業に続く産業の柱の一つとして振興を図るため、平成26年度に策定した「みえ航空宇宙産業振興ビジョン」に基づき、「人材育成」、「参入促進」、「事業環境整備」を柱とする取組を進めます。

●北勢地域における新たなものづくり戦略の展開

- ◇ 県内製造品出荷額の約7割を占める北勢地域は、四日市臨海部のコンビナート企業を中心とする高度部材産業群と自動車、電機・電子を中心とする後背地の産業群が時間距離にして1時間以内の範囲に集積していることなどから、イノベーションを誘発する大きなポテンシャルを備えた地域であると言えます。

一方で、東海環状自動車道西回り区間、新名神自動車道など交通インフラの整備が進むとともに、グローバル化の進展や生産年齢人口が減少する中での労働力の不足感の高まり、石油化学産業の構造変化といった社会経済情勢等の変化に直面していることから、戦略の改訂にあたり、北勢地域の主要産業である自動車、電機・電子、石油化学産業の関係者や学識経験者などで構成する「ものづくり戦略分科会」を設置し、現状の課題と今後の取組の方向性について議論を重ねました。

その中で、課題として挙げられた「人材の確保・育成」、「技術力の向上」、「事業環境の整備」に関して、企業ニーズをふまえた取組を展開します。

<人材の確保・育成>

- ・ 「人材の確保・育成」については、企業が求める人材の確保の支援に向け、企業との距離が近い教育環境づくり、学生と企業とが共同研究できる場づくりを進めます。これにより、企業の研究に対する学生の理解が進むとともに、企業側の求める人材の発掘が可能となります。

また、AMICが取り組んでいる社会人向け研修を充実させ、自社だけでは人材の育成が難しい中小企業・小規模企業をフォローすることで、地域に求められる人材の確保・育成を支援していきます。

<技術力の向上>

- ・ 独自の技術を持たない企業の経営は脆弱になりがちである一方、オンリーワン技術の確立は、新たなビジネスや市場の獲得につながるものであることから、ものづくり企業の「技術力の向上」を図ります。

このため、本県の支援制度の活用を促すとともに、国の補助事業など一定規模の外部資金の獲得を支援し、技術力の向上を図る産学官の連携や他県の公設試験研究機関等との連携強化を進めるなど、さまざまな角度から支援の充実・強化に取り組みます。

<事業環境の整備>

- ・ 「事業環境の整備」については、新たな展開を図るうえで、土壌汚染対策や高圧ガス規制など法規制等が高いハードルとなる場合もあることから、規制緩和に向けた国への働きかけや規制の合理化などに取り組めます。

また、物流の停滞がコストアップの大きな要因となっており、東海環状自動車道の全線開通など道路網の整備が進む中、国、県、市町等の連携、産業部門と道路整備部門との連携を強化し、円滑な物流インフラの整備を促進します。

◇ 「ものづくり戦略分科会」においては、大きく分けて3つの課題として、「人材の確保・育成」、「技術力の向上」、「事業環境の整備」が示され、それぞれについての対応策を検討してきました。こうした中で、支援体制の全面的な強化を図るためには、産学官連携の促進と研究機能の集積を図ることも一案との意見がありました。

例えば、AMICに隣接する地域に県工業研究所の機能の一部を移転するとともに、三重大学のサテライトキャンパスや公的研究機関・試験機関を誘致することなどが考えられます。

知と技術の集積を進め、地域としての人材育成機能や研究開発機能を高めることで、課題として挙がっていた「人材の確保・育成」、「技術力の向上」、「事業環境の整備」の解決に貢献することができます。

また、こうした取組を進め、北勢地域がイノベーション拠点として域外に認知されることは、広域的な連携の促進や更なる産業集積の呼び水になると考えられます。

今後も、北勢地域の産業集積の強みを生かした三重県モデルの創出に向けて、引き続き、検討を進めます。

●四日市コンビナートの活性化に向けた取組

- ◇ 素材産業の一大集積地であり、またエネルギーの供給基地でもある四日市コンビナートの国際競争力の強化に向けて、四日市市と連携して企業ニーズを把握するとともに、操業環境の整備に取り組みます。
- ◇ 新機能素材の開発・生産が進む石油精製・石油化学工業において、技術の高度化や既存のプラントの老朽化と新機能素材のプラント新設に対応できる高度で多様な人材の育成・確保に取り組みます。
- ◇ 四日市コンビナートを中心とする石油化学産業とその後背地に存在する組立産業や電子デバイス産業との連携を深める取組を進め、北勢地域のものづくり産業全体の振興を図ります。

<平成 28 年度の主な関連事業>

四日市コンビナート競争力強化事業 271 千円

四日市コンビナートの競争力を強化するため、コンビナート企業と行政が一体となり、企業活動の課題の洗い出しや操業環境、産業基盤の望ましい方向について、具体的な協議、検討を行います。

高度部材に係る研究開発促進事業 42,787 千円

AMICを拠点に、川上産業と川下産業の連携、大企業と中小企業・小規模企業の連携、多様な人材・研究機関の交流などのコーディネートを進め、企業の研究開発、中小企業の技術課題解決等に対して支援します。

石油コンビナート（化学工場）地域創生人材育成事業 8,162 千円

四日市コンビナートに代表される石油精製・石油化学企業が、新機能素材の開発・生産を進める際に必要な多様で高度な人材を確保・育成するため、在職者に対する訓練プログラム開発を行うとともに、専門的な知識の習得や実習等を実施します。

●ものづくり中小企業の高付加価値化に向けた支援の充実

- ◇ 企業、支援機関等さまざまな主体が連携し、ものづくり中小企業の技術開発等を支援することで、基盤技術（設計・生産・加工）や中小企業独自のオンリーワン技術の更なる強化、成長産業への新規参入等を促します。
- ◇ ものづくり中小企業の技術や製品の販路拡大につなげるため、大手企業との技術交流等の機会を創出し、新たな販路開拓のほか、大手企業が行う開発や試作案件に対する技術の売り込みを支援します。また、優れた経営を行う中小企業を「三重のおもてなし経営企業選」として表彰するなど、県内企業の魅力を発信します。
- ◇ ものづくり企業の技術とデザインやアートなどクリエイティブな分野との連携・融合を促進し、新商品の開発、新たな付加価値の創出につなげていくための方策について検討を進めます。

<平成 28 年度の主な関連事業>

ものづくり技術高度化支援事業 21,004 千円

ものづくり中小企業・小規模企業の研究開発や技術力の向上および新しい市場開拓を促進するため、県や研究機関を中心とした支援ネットワークを構築して、企業の抱える課題を抽出することにより、経営戦略策定から技術開発まで一貫して支援します。

国内販路開拓支援事業 3,257 千円

中小企業・小規模企業の販路拡大の機会を創出し、新たな取引先の開拓を支援するとともに、川下企業のニーズの把握や、ネットワークの構築・強化を図るため、川下企業との出前商談会等を開催します。

●県工業研究所によるものづくり企業への支援

- ◇ 県内のものづくり企業の技術開発力を底上げするため、県工業研究所が保有する設備や知見を活用し、中小企業が抱えるさまざまな課題の解決に向けた、身近なパートナー、「町の技術医」としての役割を果たします。
- ◇ 県工業研究所が「橋渡し」役を担い、研究機関、高等教育機関、産業支援機関等の連携を強化することで、ものづくり中小企業の技術課題解決や技術シーズの事業化に向けた取組を促進します。
- ◇ 人（研究者等）や情報（シーズやニーズ）が行き交う広域的な連携・交流を活発にすることで、研究開発・人材育成の一層の加速化を図ります。
例えば、東海・北陸コンポジットハイウェイコンソーシアムにおける公設試験研究機関・大学等との連携を核として、今後、自動車・航空産業等への発展が期待できる生産性に優れた熱可塑性炭素繊維複合材料（CFRTP）の応用展開を図る成形加工技術を開発します。

＜平成 28 年度の主な関連事業＞

中小企業・小規模企業の課題解決支援事業 32,945 千円

県内中小企業・小規模企業が抱える技術課題を解決するため、新商品開発等の企業ニーズに応じて共同研究を実施するとともに、依頼試験や機器開放、人材育成研修等を実施することにより技術支援します。

新価値創造連携研究事業費 3,901 千円

地域の産業競争力を強化するため、県工業研究所が中心となり、国・公設試験研究所、大学等との技術交流の推進を図るとともに、地域企業を取り巻く連携活動を強化することによって、地域企業に求められる新しい価値を創造する試験研究や技術開発に取り組み、産業の芽を創出します。

(3) 【戦略3】 サービス戦略

本県のサービス産業の成長率は、製造業と比較して相対的に低くなっています。

これまで、「ものづくり産業」と「サービス産業」を産業の両輪と捉えた産業政策を展開してきましたが、サービス産業の更なる成長促進に向けた取組が求められます。

その際、ターゲットの一つとなるのが観光関連産業です。本県は、日本の原風景とも言える豊かな自然や伊勢神宮、熊野古道など全国有数の観光資源を有しています。加えて、世界の注目が集まる「伊勢志摩サミット」の開催も控えており、これを一つの契機として捉え、観光関連産業の更なる強化を図ります。

また、「食」関連産業は多くの雇用を創出しているなど、裾野の広い産業であり、「食」の産業振興に取り組むことで、関連する県内産業への波及効果が期待できます。三重県は「食」に関する歴史的・文化的背景を有するほか、豊富な食材に恵まれています。こうした「食」に関するさまざまなポテンシャルをサービス産業のみならず、第1次産業、第2次産業の成長につなげていきます。

加えて、ICT、ビッグデータの利活用やIoTの進展を踏まえ、新たなビジネスの創出や三重県に居を構えながらも国内外に展開する三重県モデルの創出を図り、地域経済の活性化につなげていきます。

●三重県観光の持続的な発展

<観光の産業化の更なる推進戦略>

- ・ 観光関連産業を三重県経済をけん引する産業の一つとして大きく育て、「産業としての観光」を確立させるため、観光関連事業者の経営革新に向けた取組の促進、環境整備等を進めるなど「稼ぐ力」を強化し、観光の更なる産業化を図ります。

その際には、日本版DMOの導入など観光地経営の視点で持続的な観光地づくりを行うための支援体制を充実するとともに、農林水産業をはじめ製造業や食関連産業など多様な産業と観光産業の連携を深め、新たなツーリズムの取組を促進するなど、地域の「稼ぐ力」の向上につなげていきます。

併せて、観光関連産業の持続的な発展を支えるため、観光地域振興の核として活躍する専門的人材の育成等を推進し、おもてなしや労働生産性の向上を図ります。

<伊勢志摩サミット開催等の好機を生かした誘客戦略>

- ・ 「神宮の文化」、「熊野古道伊勢路」、「忍者」、「海女」等、三重県が誇る資源を生かして、ストーリー性のある観光地づくりに取り組むほか、首都圏をはじめとする全国各地からの誘客を戦略的に進め、国内からの誘客の拡大をめざします。

具体的には、三重県観光キャンペーンで培った三重県全域の案内・おもてなし機能を更に発展させるとともに、各地域の広域的な連携を促進するなど、県内での周遊性・滞在性を高めます。

加えて、中長期的な視点に立った三重ファンの確保に向け、首都圏等からの修学旅行誘致、県内及び近隣府県からの社会見学等教育旅行の誘致に加え、ICT（アプリ等）を活用した若者をターゲットとする誘客の取組を進めます。

また、インバウンドの増加に向け、東アジア・東南アジア諸国を中心とした重点国・地域へのプロモーションに加え、欧米市場、富裕層等をターゲットに新たな誘客に取り組むとともに、比率が高まっている個人の外国人旅行者（FIT）の取り込みを図ります。

さらに、伊勢志摩サミット開催を千載一遇の機会として、本県が誘致すべきターゲットを明確にし、国内外に向けたMICE誘致を行うことで、MICE開催地としての地位の確立を図ります。

<利便性・快適性に優れた人にやさしい観光の基盤づくり戦略>

- ・ 快適で美しい観光・交流空間づくりなど、三重県への観光旅行を促進する基盤づくりを進めます。

例えば、高齢者や障がい者が快適に利用できるバリアフリーや訪日外国人旅行者対応の取組を促進させることで観光の質の向上を図り、旅行者にやさしい観光地をめざします。

また、観光地における防災対策、観光旅行における事故の発生防止、事故・災害等の発生状況に関する情報の提供等、安全・安心な観光地づくりを促進します。

<平成 28 年度の主な関連事業>

観光の産業化推進委員会負担金 111,018 千円

本県の強みである「食」をテーマとした新たなパスポート事業の展開や、そのデータを活用した観光関連産業をはじめ、サービス産業の支援など、地域の「稼ぐ力」を引き出す仕組みづくりを展開します。また、「日本版DMO」候補法人への登録に向けた取組を行うとともに、モデル的に創設された「日本版DMO」を県内他地域へ横展開していくための基盤づくりに取り組みます。

◎「三重県観光振興基本計画（平成 28 年度～31 年度）」

「みえの観光振興に関する条例」を平成 23 年 10 月に公布・施行し、あわせてその基本計画である「三重県観光振興基本計画」を平成 24 年 3 月に策定しました。

当計画は、「式年遷宮の好機を生かした国内誘客」、「三重県の特性を生かした海外誘客」等を施策展開の柱とし、平成 25 年度から 27 年度にわたる「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」や重点国・地域を明確化した戦略的な海外誘客に取り組んできたところです。

この結果、第 62 回神宮式年遷宮が行われた平成 25 年の観光入込客数が過去最高の 4,080 万人となり、観光消費額も一定の伸びを見せましたが、その後の観光入込客数や観光消費額の減少が懸念されるとともに、社会経済情勢が大きく変化する状況において、将来を見据えた観光振興のあり方を方向づけることが求められています。

このため、平成 24 年度から 27 年度までの 4 年間を計画期間とする三重県観光振興基本計画の残された課題や社会経済情勢の変化を踏まえ、三重県観光を持続的に発展させるべく、新たに三重県観光振興基本計画（平成 28 年度～31 年度）を策定しました。

●「食」の産業振興

- ◇ 多くの県民に働く場を提供している「食」関連産業の付加価値を高めるとともに、三重の食の魅力を国内外に発信し、観光誘客や海外市場の獲得等につなげていくため、本県の食の産業振興に取り組むための指針として平成 27 年度に策定した「みえ食の産業振興ビジョン」に基づく取組等を展開します。

<素材（農林水産物）の磨き上げ・試験研究>

- ・ 本県には、豊かな自然のもと、たくさんの魅力あふれる食材があります。こうした食材、素材の付加価値を更に高めていくためには、その磨き上げに取り組む必要があります。このため、市場ニーズに対応した試験研究を進めるとともに、開発した技術などを普及させることで品質向上につなげていきます。あわせて、三重の素材のブランド化を推進します。

<商品開発支援>

- ・ 現代社会のニーズに対応した売れる商品開発が求められていることから、食味や機能性など県産農林水産物が有する特徴を生かした高付加価値素材の生産を促すとともに、さまざまな異業種との連携を促進します。
- ・ 産学官金が有する知恵や技術の融合を図り、県内農林水産業をけん引する新たな商品やサービスの創出につなげるため、「みえフードイノベーション」の取組として、農林水産事業者をはじめ、さまざまな企業、大学等が参画し、交流・連携を行うネットワークや地域資源を有効活用するプロジェクトの活動を促進します。

<販路開拓支援>

- ・ 中小企業・小規模企業、小規模な農林水産事業者においては、相対的にネットワークや販売ノウハウが乏しく、自力での販路開拓が困難なケースも見受けられることから、官民一体となって販路開拓の支援に取り組みます。

<三重の食の情報発信>

- ・ 国内外への三重の食の販路開拓や観光客による食の消費拡大につながるよう、三重の食の認知度向上をめざし、積極的に情報を発信していきます。

<新たな価値を創造する基盤の構築>

- ・ 食関連事業者の経営力の向上に向けた支援や、国内外からの食関連産業の誘致など、新たな価値を創造する基盤づくりを進めます。

<食の安全・安心に向けた取組>

- ・ 食の安全・安心は、県民が豊かな食生活を通じて健康に暮らしていくための基本であるとともに、三重の食のブランド化を図るうえでも重要です。このため、関係者が協力して食の安全・安心確保に向けた取組を推進します。

<多様な連携（つながり）を生み出す仕組みづくり>

- ・ 第1次産業から第2次産業、第3次産業までの食関連産業が、さまざまな形で連携し、互いに補完しながら新たな価値を創出していくことが求められています。そのため、ICTを活用するなど多様な連携（つながり）による食のバリューチェーンの形成を進め、関係機関とともに支援する仕組みを構築します。

<食関連産業の人材の確保・育成>

- ・ 消費者が求める食を安定的に供給し、産業として持続的に発展していけるよう食を担う人材の育成・確保に取り組みます。特に、飲食業・宿泊業におけるおもてなし人材の育成を図るとともに、将来の食を担うグローバルな人材の育成に取り組みます。

<農林水産業と観光との連携>

- ・ 訪日外国人を中心とする観光客を県内に呼び込み、裾野の広い食の産業振興につなげていくため、農林水産事業者と観光事業者との連携により、農山漁村のさまざまな資源を生かした地域観光の創出を図るとともに、国が制度設計を進めている「食と農の景勝地（仮称）」の認定取得に向けて取り組みます。

<平成28年度の主な関連事業>

食の販路開拓支援事業 4,800千円

国内外から訪れる方が手軽に「みえの食」を楽しめるように、県内の食材生産者や食品製造事業者と飲食・宿泊事業者等とのマッチングの場を設け、県産品の活用促進を図ります。また、首都圏等における専門展示会等において「みえの食」の情報発信を行い、新たな販路の開拓につなげていきます。

みえの食輸出促進事業 7,737千円

JETRO等と連携し、官民一体となって県産品の輸出拡大を促進するとともに、三重県フェア等と連携した国内外での商談機会を創出することにより、県内事業者の販路拡大に向けた取組を支援します。

「みえの食」グローバル市場獲得推進事業 33,164千円

三重県の食材や食文化に対する国内外からの注目や関心の高まりを生かすため、食に関する多様な連携を推進し、洗練された商品やサービスを創り出しつつ、体験型コンテンツの紹介など魅力的な情報発信を行うことで、「みえの食」のブランドイメージを向上し、グローバル市場を獲得していくという好循環を実現します。

みえフードイノベーション総合推進事業費 123,320千円

産学官金の連携による「みえフードイノベーション」の取組の促進を図るとともに、サミット関連行事への県産農林水産物の活用を促進します。また、6次産業化サポートセンターを設置し、6次産業化に取り組む意欲ある生産者等を支援します。

● I C T ・ ビッグデータ等の利活用の促進

◇ 産学官で構成する「みえ I C T を活用した産業活性化推進協議会」を中心に、I C T 基盤・システムやオープンデータ・ビッグデータの活用に関する知見の共有、新しいビジネスの検討や企業間のマッチング等を実施するとともに、商品開発や創業も見据えた人材育成に取り組みます。

また、「三重県 I C T 活用推進方針（仮称）」を策定し、I C T を基盤として、サービス、ものづくり、観光、農業をはじめとしたさまざまな分野での産業振興につながる取組を進めます。

◇ ビッグデータ、I o T、人工知能の進化等による産業構造の変革を見据え、それらを活用することで、サービスはもとより、ものづくりなど、多様な領域のイノベーションを促進し、ビジネスを呼び込み、世界に発信・展開する三重県モデルの構築を図ります。

<平成 28 年度の主な関連事業>

I C T 利活用産業活性化推進事業 2,910 千円

地域経済の活性化を図るため、産学官で構成する「みえ I C T を活用した産業活性化推進協議会」において、I C T やビッグデータ・オープンデータ等を活用した産業の振興に向けた取組や I C T に関する人材の育成を行います。

TOPIC

I C T、ビッグデータの利活用や I o T の進展による産業構造の変革が着実に進みつつある中、民泊やタクシー利用などにおいて新たなビジネスモデルが創出されています。また、製造業においても、製品の I o T 化や新たな時代を支える基盤技術として、製造現場の I o T 化などが進みつつあります。

こうした中、例えば、東京都大田区や大阪府では民泊に関する規制緩和を特区制度により実現するなど産業界のニーズに呼応した行政の動きが見られます。また、国においては高度な自動走行の社会実装に向けた実証事業などがスタートしようとしています。

本県においても、「みえ I C T を活用した産業活性化推進協議会」を核に、県内の企業と共に、I C T ・ビッグデータを活用した産業振興に向けた取組を進めているところです。

例えば、平成 27 年度には、国の地方創生の交付金を活用し、働く場の創出に向け、学生を対象としたアイデアソンを開催し、ビッグデータの分析から商用アプリの開発、ひいては起業に至るまで、支援体制の確立に向けた取組を進めているところです。

また、「みえ旅パスポート」をベースに「食」、「観光」等に関連したアプリを開発し、データの収集及び蓄積されたデータを分析することで、マーケティングや新たな顧客の取り込み、再来訪の促進などサービス産業の高付加価値化につなげていく取組を進めています。

(4) 【戦略4】 さらなる県内への投資促進

これまで、新たな投資促進制度を創設し、「航空機」や「食」などの成長分野の企業誘致に取り組むとともに、国内企業がグローバル競争に打ち勝っていくために、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、「マザー工場化」など付加価値創出型施設へつながる企業の投資を促進してきたところです。

これらの取組は、今後、国内で加速されるであろう複数拠点の再編、地域工場の機能変化などの状況を的確に見据え、引き続き積極的に取り組んでいく必要があります。その際、地域での更なる付加価値創出に向け、企業の「本社機能」の移転にも取り組めます。

さらに、人口減少・超高齢化という課題に直面する中、今後、地域においても、世界中から優れた投資と人材を惹きつけ、海外の優れた技術を呼び込み、更なる雇用やイノベーションを創出していく必要があります。

折しも、政府が国内の徹底したグローバル化を進め、2020年に向けて対内直接投資残高を35兆円へと倍増する取組を展開していく中、国や関係機関ともしっかりと連携し、外資系企業誘致などの対内投資をこれまで以上に促進していきます。

なお、これらの取組と同時に、規制の合理化や法手続きの迅速化、さらには産業用地の確保など、企業の操業環境の向上に向けた取組も進め、ものづくり、サービスなどあらゆる分野の投資・再投資先として三重県が選ばれるよう取組を進めます。

●付加価値創出に向けた企業誘致の推進

- ◇ 企業投資促進制度の活用やワンストップサービスの提供などにより、航空宇宙産業や食関連産業など今後成長が期待される分野の誘致を推進するとともに、マイレージ制度などを活用して再投資を促進します。また、サービス産業や県南部地域における地域資源を活用した産業などの設備投資を促進します。さらに、ものづくり基盤技術の高度化などに取り組む中小企業の設備投資を促進します。
- ◇ 経済のグローバル化や適地適産の投資動向を踏まえ、グローバル競争に打ち勝つマザー工場化、研究開発機能の強化などの高付加価値化につながる再投資を促進します。
- ◇ 平成27年10月に国の認定を受けた地域再生計画「三重県企業拠点強化（本社機能移転等）促進プロジェクト」に基づき、国の特例措置や県独自の補助制度などを効果的に活用し、企業の本社機能の県内への移転や拡充を促進し、若者などにとっての働く場の魅力向上や選択肢の拡大にもつなげます。

<平成 28 年度の主な関連事業>

県内投資促進事業 1,603,040 千円

地域経済の活性化や雇用機会の創出に向けて、マイレージ制度を取り入れた企業投資促進制度を活用し、成長産業、マザー工場化、研究開発施設、外資系企業の拠点などに関する県内投資に対する支援を行います。また、国の特例制度の認定支援および本県独自の支援制度により、企業の本社機能移転・拡充を促進します。さらに、県内中小企業の製品・サービスの高付加価値化を図るため、ものづくり基盤技術の高度化などを目的として行う設備投資や、地域への経済波及効果の高い集客交流関連産業などにおける投資を支援します。

●外資系企業による対内投資の促進に向けた取組の強化

◇ 経済のグローバル化が急速に進展し、我が国が人口減少・超高齢化という課題に直面する中、今後、地域の自立的で継続的な創生を図っていくためには、地域においても世界中の優れた投資と人材を惹きつけ、海外の優れた技術を呼び込み、更なる雇用やイノベーションを創出していく必要があります。

折しも、政府が国内の徹底したグローバル化を進め、2020年に向けて対内直接投資残高を35兆円へと倍増する取組を展開していく中、地域は国としっかりと連携し、外資系企業誘致などの対内投資を積極的かつ戦略的に促進していく必要があります。

しかし、地域において外資系企業誘致を進めていくうえでは、次のような課題を克服していく必要があります。

まず第一に、「外資系企業の日本（地域）への投資を歓迎する姿勢にかけている」こと、そして、「外資系企業ニーズの把握不足や自治体セールスの未熟さ」、それに加え、「日本のマクロ経済の停滞」や「日本市場の閉鎖性・特殊性」、さらには、「海外における地域の認知度の低さ」なども課題です。

このような課題を踏まえ、戦略的な三重県の海外展開の取組（みえ国際展開に関する基本方針：海外展開の三重モデル）などしっかりと連動しながら、以下の取組を推進していく必要があります。

<外資系企業誘致推進へのコミットメント>

（外資系企業誘致推進プラットフォームの構築）

- ・ 県内各市町等と連携した「外資系企業誘致推進協議会」（仮称）の設置 等

<対内投資の重点分野やアプローチの方向性>

- ・ 外資系企業の二次投資に着目した誘致活動の展開
- ・ 外資系企業と県内ファシリテーター・県内企業のパートナーシップ構築
- ・ 重点分野として、「環境・エネルギー」「ライフサイエンス」「I o T」「航空機・自動車」「サービス」など成長分野、さらに「研究開発機能」をターゲット 等

<政府及び政府関係機関（JETRO等）との連携>

- ・ JETROなどと連携した情報収集、国内外での活動
- ・ JETROなどの海外誘致スタッフの県内招聘

<地域の魅力発信と体制の構築・整備>

- ・積極的なプロモーション（知事トップセールス等）
- ・「外資系企業ワンストップ窓口」の設置
- ・「外資系企業誘致コーディネーター」の配置 等

<地域の魅力づくり、サミット等を契機とした対内投資>

- ・規制の合理化の促進や法手続きの迅速化のサポート
- ・産業技術人材の育成
- ・伊勢志摩サミットの開催や東京オリンピック・パラリンピックを見据えた誘致活動、リニア中央新幹線という魅力PRによる誘致活動 等

<対内投資を促進するインセンティブ>

- ・支援メニューの拡充 等

<平成 28 年度の主な関連事業>

外資系企業誘致促進事業 4,866 千円

国・JETROおよびグレーター・ナゴヤ・イニシアティブ協議会との連携や、海外ミッション等で構築したネットワークを活用し、国際的な競争力やブランド力を有する外資系企業の誘致に取り組みます。

外資系企業ワンストップサービス推進事業費 5,493 千円

伊勢志摩サミットを契機に、三重県が安全で安心して活動できる地域として知名度が向上することや、県内ビジネス環境の特長、優位性を生かして、「外資系企業ワンストップサービス窓口」を設け、外資系企業のニーズに迅速に対応します。さらには、ジェトロと連携し、サミット参加国等の大使館を通じた誘致活動や海外での誘致活動及び情報発信に取り組みます。

●操業環境の向上に向けた取組

- ◇ 県内企業の再投資や事業拡大を促進するため、市町や関係機関と連携して、規制の合理化や法手続きの迅速化などに取り組むとともに、平成 27 年度に実施した産業用地可能性調査をふまえ、新たな産業用地の確保に向けた検討を行うなど、操業環境の向上に取り組めます。

<平成 28 年度の主な関連事業>

企業操業環境向上事業 1,886 千円

市町等と連携して、規制の合理化および法手続きの迅速化や新たな事業用地の確保に向けた検討など、新たな県内投資における課題の解決を支援することにより、企業の操業環境の向上を図ります。

(5) 【戦略5】中小企業・小規模企業振興

中小企業・小規模企業は、県内企業数の99.8%、雇用の86.5%（総務省・経済産業省「平成24年経済センサスー活動調査」）を占め、地域の雇用や経済、社会を支えている重要な存在です。

一方で、国際競争の激化や人口減少など社会経済構造の変化への対応などに加え、人材不足、販路開拓、資金調達、施設・設備の老朽化など、中小企業・小規模企業は多くの課題に直面しています。

このため、「三重県中小企業・小規模企業振興条例」に基づき、中小企業・小規模企業が直面している課題の解決や経営の向上などに向けた取組を促進するとともに、地域に根差したきめ細かな支援を実施することで、中小企業・小規模企業の持続的な発展を促し、地域経済の活性化を図ります。

●「三重県中小企業・小規模企業振興条例」に基づく支援策の充実と中小企業・小規模企業への更なる浸透

- ◇ 三重県中小企業・小規模企業振興条例に基づき、人材の育成、資金供給の円滑化、創業および第二創業の促進、事業承継の促進、販路の拡大に対する支援および海外における事業展開の促進など中小企業・小規模企業の特性に応じた支援を、関係機関と協力しながら推進していきます。
- ◇ 県内5地域に地域インストラクターを配置し、商工団体の経営指導員等と連携して、「三重県版経営向上計画」の作成支援や認定後のフォローアップを行い、中小企業・小規模企業の自主的な経営向上の取組を支援します。
- ◇ 中小企業・小規模企業を取り巻く環境の変化や多様なニーズに応じて、県中小企業融資制度の見直しを行うとともに、地域金融機関等と連携し、資金供給の円滑化を図ることにより、企業の前向きな取組を金融面から支援します。
- ◇ 商店街をはじめとする地域の商業活性化を進めるために、市町と連携して魅力ある商店街づくりなどを促進するとともに、地域のサービス産業の拠点としての高付加価値化への取組等に支援します。
- ◇ クラウドファンディングなど新たな資金活用の周知や地域社会の課題解決に向けたビジネスを支援するなど、中小企業・小規模企業の新たな価値創出に向けた活動を支援します。
- ◇ サミットを経験することで、県内のグローバル化が高まる中、三重県が培ってきた海外ネットワークとの連携や資金、人材育成など三重県独自の「スタートアップ・サポートプログラム」を策定し、創業及び第二創業を支援します。（再掲）

<平成 28 年度の主な関連事業>

経営向上支援事業 34,121 千円

県内中小企業・小規模企業の経営の向上に対する取組を促進するとともに、中小企業・小規模企業の挑戦を後押しするため、商工団体等関係機関と一体になって、三重県版経営向上計画の作成支援やブラッシュアップ、フォローアップを行います。

中小企業金融対策事業 552,016 千円

県内金融機関の協力を得て、利子補給、信用料補助を取り入れた三重県独自の融資制度を運用し、中小企業・小規模企業の金融の円滑化を図ります。

商店街等活性化支援事業 3,435 千円

まちづくりと一体となって商店街を活性化していくため、商店主等のネットワークづくりや、地域住民・商業者・関係団体・市町・県等が連携した商店街の魅力づくりを支援します。また、商店街が地元住民などとともに行う地域活性化のためのプロジェクトや、販売力向上、空き店舗の活用等の取組に対して支援します。

グローバル創業支援事業費 6,863 千円

サミットを契機として、伊勢神宮をはじめとする三重のさまざまな資源により、三重県が多様性を認める地域であると認知されることをふまえ、産業・経済の多様化をめざして、創業・第二創業等を予定している若者、女性、U・I ターン者等を対象に多様性のあるグローバル・スタートアップの創業を促進するため、海外支援機関等との連携やネットワーク化を支援します。

● 「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」の地域の課題解決に向けた取組

- ◇ 地域の実情に応じた中小企業・小規模企業振興を具体的かつ計画的に推進するため、県内 5 地域に設置した「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」および実務者で構成される分科会や課題別ワーキンググループにより、中小企業・小規模企業が抱える課題の把握、地域における解決策の検討等に取り組みます。
- ◇ 商工会、商工会議所、中小企業団体中央会等の商工団体や（公財）三重県産業支援センターと連携して、中小企業・小規模企業の経営の安定および向上、組織化等に取り組むとともに、商工団体による伴走型支援の充実を図ります。

<平成 28 年度の主な関連事業>

みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会事業 3,907 千円

地域の実情に応じた中小企業・小規模企業振興を具体的かつ計画的に推進するため、県内 5 地域に設置した「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」において、中小企業・小規模企業の振興や中小企業・小規模企業が抱える課題の把握および解決策の検討等を行うとともに、地域課題解決のための具体的な取組（プロジェクト）を支援します。

小規模企業等支援事業費補助金 1,368,814 千円

商工会、商工会議所等の行う小規模事業者等の経営、技術の改善、発達のための事業の充実を図り、小規模事業者等の振興と安定を支援します。

●伝統産業・地場産業の新たな価値の提供

- ◇ 伝統産業・地場産業を未来へ継承していくため、市町とも連携して人材育成に取り組みます。さらに、首都圏や海外を見据え、デザイナー等と連携した商品開発や、「消費者ニーズの把握、商品改良、販路開拓のPR、流通戦略」まで一貫したブランディングを支援するほか、「三重グッドデザイン（工芸品等）選定制度」により戦略的なデザインの活用を図ります。
- ◇ 国、県等の地域資源活用に係る支援施策の普及啓発ならびにフォローアップ活動を行い、県内事業者の新商品開発や販路開拓等の活発な事業活動を促進します。

<平成 28 年度の主な関連事業>

伝統産業・地場産業新たな市場開拓促進事業 9,977 千円

県内外で活躍するデザイナー等との連携を通じて、県内事業者の新商品の開発を行うとともに、事業者の規模に応じた商品の開発・改良から流通までの一貫したデザイン戦略を活用した支援を行い、大都市圏および海外を視野に入れた販路拡大などの取組を推進します。

魅力ある商品づくり促進事業 2,567 千円

ロールモデルとなる強いビジネスモデルを持つ事業者を育成するため、ブランディングスキルの習得を支援し、販売力の向上を図ります。また、引き続き県内集客拠点での商談会等の機会を提供します。

(6) 【戦略6】 ひとつづくり（人材の育成・確保）

「ひとつづくり」についてはこれまでも注力してきたところですが、企業訪問、企業アンケートの声として、人材の育成に加えて、人材の確保が課題となってきました。

このため、労働力が不足している分野及び産業の成長に呼応して労働力の不足が懸念される分野等をターゲットとした人材確保・育成の取組を進めます。あわせて、県内経済をけん引する次世代経営者の育成や創業支援など、グローバルな視点で企業活動に携わる人材の育成を進めます。

加えて、意欲のある若者、女性、障がい者、高齢者などあらゆる方々が、自らの能力・スキルを発揮することができる環境整備を進めることで、地域の経済活動の活性化を図ります。

●産業界のニーズに応じた人材の育成

◇ 地域創生人材育成事業など、国の予算・プロジェクト等を活用し、企業や業界のニーズに応じた人材の確保や中核人材の育成に取り組みます。

例えば、付加価値率の高い商品づくりにつなげていくため、今後、成長が見込まれる分野での人材育成や、中小企業の技術開発人材の育成に取り組むとともに、サービス産業の高付加価値化に向けた飲食業、宿泊業などに関わる中核人材を中心とする「おもてなし経営」の実践に向けた人材の育成に取り組みます。

◇ 職業訓練等により地域産業のニーズに合わせた担い手となる人材を育成するとともに、民間の職業能力開発校への支援や技能検定の実施等により、企業や勤労者が行う技能向上の取組を支援します。

◇ 検討が進んでいる県立高校の専攻科設置が産業界のニーズに合致した人材の輩出につながるよう、県内企業のニーズ把握に取り組みます。

<平成28年度の主な関連事業>

航空宇宙産業地域創生人材育成事業 77,274千円

航空宇宙産業への新規参入や事業拡大に必要な現場技能者や高度技術者等の安定的な確保・育成をめざし、県内の航空宇宙産業に関わる企業において、現場OJTを中心に外部の専門講座受講等のOFF-JTを組み合わせた人材育成を実施します。

<平成 28 年度の主な関連事業>

外国人観光客対応人材育成事業 9,402 千円

外国人旅行者の受入に必要な外国語対応やハラル対応なども含めた「おもてなし」ができる人材を育成することにより、県内インバウンド受入環境の向上を図ります。

石油コンビナート（化学工場）地域創生人材育成事業（再掲） 8,162 千円

四日市コンビナートに代表される石油精製・石油化学企業が、新機能素材の開発・生産を進める際に必要な多様で高度な人材を確保・育成するため、在職者に対する訓練プログラム開発を行うとともに、専門的な知識の習得や実習等を実施します。

公共職業訓練費 354,370 千円

県内産業で活躍する人材を育成するため、学卒者、求職者等を対象として、企業や求職者の相互ニーズを踏まえた多様な訓練を実施します。

●経営人材の育成・確保

- ◇ 次世代経営者を主たる対象に、高等教育機関等と連携し、グローバルな視点を取り入れて、力強い中小企業経営者の育成と業種を超えたネットワーク構築の場づくりに取り組みます。
- ◇ 中小企業・小規模企業を成長へと導くプロフェッショナル人材の確保に取り組みます。
- ◇ サミットを経験することで、県内のグローバル化が高まる中、三重県が培ってきた海外ネットワークとの連携や資金、人材育成など三重県独自の「スタートアップ・サポートプログラム」を策定し、創業及び第二創業を支援します。

<平成 28 年度の主な関連事業>

経営人材育成ネットワーク支援事業 4,739 千円

時代認識力や世界潮流を読み解く力といったグローバルな視点を有した経営人材を育成するため「MIE 戦略経営塾」や経営者間のネットワークづくり等を目的としたセミナーを開催し、県内中小企業の競争力強化・底上げに取り組みます。

プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業 50,587 千円

プロフェッショナル人材戦略マネージャー等を配置し、地域金融機関などと連携して、潜在的な成長可能性を持つ企業の発掘、攻めの経営への転換意欲の喚起、プロフェッショナル人材活用の提案と採用のサポート、人材受け入れ後のフォローアップを行うプロフェッショナル人材戦略拠点を運営します。

グローバル創業支援事業費（再掲） 6,863 千円

サミットを契機として、伊勢神宮をはじめとする三重のさまざまな資源により、三重県が多様性を認める地域であると認知されることを踏まえ、産業・経済の多様化をめざして、創業・第二創業等を予定している若者、女性、U・I ターン者等を対象に多様性のあるグローバル・スタートアップの創業を促進するため、海外支援機関等との連携やネットワーク化を支援します。

●次代を担う若者の就労支援

- ◇国等関係機関と連携し、若者の県内企業への安定した就労や職場定着に向けて、企業情報の提供、若者と企業の交流機会の創出やインターンシップの実施によるミスマッチの防止などの支援を総合的に実施します。
- ◇本意でない非正規雇用の若者の正規雇用化を促進するため、正規雇用を基本とした就労支援に取り組むとともに、若年の正規雇用が企業にとっても重要で有益なことを理解していただくよう、啓発を行います。また、若年無業者の自立に向け、地域若者サポートステーション等や関係機関と連携し、自立訓練、就労体験事業を進め、若年無業者の早期の就労につながるよう取り組みます。
- ◇若者のU・Iターン就職対策においては、若者が県内企業に対し興味を持つことができるよう、県内企業の魅力の情報発信に取り組むとともに、首都圏、関西圏において就職相談を行い、県内企業への就職促進に向けて取り組みます。あわせて、県外大学との就職支援に関する連携を更に進めます。
- ◇経済団体、労働団体、NPO、国、市町等と連携することにより、地域の実情に応じた雇用支援に取り組み、就労機会の確保を図ります。また、国等との連携のもと、成長が見込まれる分野や求人ニーズが高い分野への就労をめざした職業能力開発に取り組みます。さらに、高等学校卒業者等への職業訓練により地域産業の担い手となる人材を育成するとともに、民間の職業能力開発校への支援や技能検定の実施等により、企業や勤労者が行う技能向上を支援します。

<平成 28 年度の主な関連事業>

若年正規雇用安定事業 34,657 千円

若年者が安定した雇用により経済的な基盤を確立できるよう、就職のミスマッチの解消に向けた企業と若者の交流の場づくりや企業の魅力発信支援事業、社会人としての基礎に関するセミナー等を開催するとともに、U・Iターン就職セミナー等の事業を実施します。

企業と若者を結ぶインターンシップ事業 29,314 千円

正規雇用をめざす新卒未就職者や非正規雇用の若者が正規雇用に転換できるよう、就職に直結するインターンシップを実施します。

●多様な働き方の推進

- ◇障がい者雇用を促進するため、ステップアップカフェの活用や三重県障がい者雇用推進企業ネットワークにおける活動を通じた企業間の主体的な取組の支援などにより、県民および企業の理解を促進します。また、関係機関と連携しながら、障がい者と企業とのマッチングの場の設定、障がい者雇用に係る企業への情報提供、求人開拓などにより、障がい者の就労の場の拡大を図ります。
- ◇子育て等と両立しながら働きたいと考える女性が働き続けることができるよう、企業と女性の相互理解等を促し、就労継続に必要な環境づくりを支援します。また、離職したものの、再び働くことを希望する女性に対して、離職ブランクやスキル面での不安を解消するための研修等を実施し、再就職につなげます。

- ◇ 女性が輝く活力ある三重の実現に向けたネットワーク、「女性の活躍推進三重県民会議」への企業・団体等の更なる加入を働きかけ、女性の活躍推進の輪を拡げていくとともに、セミナーの開催、人材の育成などの取組を関係機関と連携して実施します。
- ◇ 高齢者が本人の希望に応じて、その豊富な経験・知識を最大限発揮することができるように、働く意欲のある高齢者に多様な就労機会を提供する取組に対して支援を行います。
- ◇ 県内企業への定着を見据え、長時間労働の抑制や休暇の取得促進など働きやすい環境を整備し従業員の処遇改善を図るため、企業におけるワーク・ライフ・バランスの取組を推進します。

＜平成 28 年度の主な関連事業＞

障がい者ステップアップ推進事業 7,104 千円

県内企業の障がい者雇用を促進するため、優良事例の普及・啓発、支援制度の周知、求人開拓、職場定着推進に向けた人材養成などに取り組みます。また、ステップアップカフェを活用した障がい者雇用に関する意識醸成や、障がい者雇用に関する企業間ネットワークの支援などに取り組みます。

女性の就労継続支援事業 4,114 千円

子育てと仕事を両立しながら働き続けることができる女性の増加を図るため、県内企業向けセミナーを開催するなど、女性の就労継続に必要な環境づくりを支援します。

未来へつなぐグッドワーク・グッドライフ創造事業 57,348 千円

伊勢志摩サミットの開催を世界から注目を集める好機ととらえ、「女性活躍」をテーマに公開フォーラム等を開催し、国内外に広く発信します。また、働く女性のキャリア継続に対するモチベーション向上や業種を超えた女性ネットワークの充実等に取り組みます。

ワーク・ライフ・バランス推進サポート事業 3,964 千円

企業への専門家派遣による個別サポートを実施するほか、全体報告会として事例紹介や意見交換を行うなど、企業におけるワーク・ライフ・バランスの取組が効果的に進められるよう支援します。

障害者実雇用率の改善

三重県の平成 25 年度の障害者実雇用率は 1.57%と全国最下位でした。

これを受け、三重県と三重労働局は「障害者雇用率改善プラン」を策定し障害者実雇用率の改善に向け、相互の連携による取組を進めてきました。

具体的には、障がい者雇用が進んでいない業種や地域を中心に、地域に影響のある主要な企業に対して、知事自らが働きかけを行うとともに、障がい者雇用を促進する仕組みづくりとして、平成 26 年 12 月にステップアップカフェ「Cotti 菜」をオープンしたほか、企業間の連携を促進する「三重県障がい者雇用推進企業ネットワーク」を立ち上げました。

こうした結果、平成 26 年度の障害者実雇用率は 1.79%（全国 33 位）となり、平成 27 年度は全国平均を上回る 1.97%（全国 20 位）に改善されました。

国や関係団体、企業等との連携により、改善が飛躍的に進んだ事例であり、障がい者雇用の促進に引き続き取り組んでいきます。



ステップアップカフェ
「Cotti 菜」



企業と障がい者就労支援事業所との連携の中で生まれた
障がい者の方々による手づくりブランド「M.I.E(ミー)」

(7) 【戦略7】 域外（国内外）とのネットワークの構築・活用

本格的な人口減少社会の中、地域の成長を促すためには、域外とのネットワークを活用した新たな市場開拓を進めていく必要があります。

このため、県内産業の動向等を踏まえ、ビジネスや研究開発等につながる新たなネットワークの構築を図るとともに、これまで構築してきたネットワークを活用し、国内外を問わず、ひとやもの、情報などの流通を促すことで、操業環境の向上、地域の競争力の向上を図ります。

また、交通インフラ整備の進展など、物流等における本県の事業環境の変化を踏まえ、その優位性を生かした営業活動や広域連携による取組を進めます。

●三重の戦略的な営業活動

- ◇ 「三重県営業本部」が中心となり、市町・事業者等と連携しながら、三重の魅力を集中的・総合的に情報発信していきます。また、包括協定を締結した企業等と連携しながら、国内外でのフェアや商談会を開催し、県内事業者とのマッチング機会を確保します。これらの取組により、県産品の販路拡大や誘客促進につなげます。
- ◇ 首都圏営業拠点「三重テラス」では、日本橋エリアの関係団体や他県アンテナショップとの連携等を通じて、首都圏におけるネットワークの強化と拡大を図ります。また、首都圏・海外を視野に入れた展示や講座の開催、外国人旅行者をターゲットとした取組などを進め、三重の魅力を発信していきます。
- ◇ 関西では、「関西圏営業戦略」に基づき、関西圏での多様なネットワークを強化・活用し、県内市町、事業者等と連携し、消費者やマスコミ、飲食店等に三重の魅力を訴求し、より効果的な営業活動を展開することにより、観光誘客の増加や「食」の販路拡大につなげます。

<平成 28 年度の主な関連事業>

戦略的営業活動展開推進事業 31,935 千円

三重テラスを中心に、日本橋エリアの関係団体や他県アンテナショップ等の企画やイベント等と連携し、首都圏での更なるネットワークの強化と拡大を図るとともに、サミットで注目を集めたコンテンツを活用したイベントやレストランフェア、国内外での観光や物産を紹介するフェアの開催など、三重の魅力を強力に情報発信する営業活動を展開します。

関西圏営業基盤構築事業 6,100 千円

「関西圏営業戦略」に基づき、歴史・文化・「食」をキーワードに、テーマや対象を明確にした観光・物産展、講座等を通じて、一般消費者、マスコミ、飲食店等に、三重の魅力を市町等と連携し情報発信します。また、飲食店経営者、小売・流通事業者等に対し、生産者の紹介等を通じて三重県食材の取扱拡大等に努めるとともに、県内事業者に商談会情報等を提供し、商談会への参加等を支援します。

●国際展開の推進（「みえ国際展開に関する基本方針」に基づく取組）

◇ 「みえ国際展開に関する基本方針」に基づき、県の強みを発揮できる分野及び国・地域に対して、重点的かつ集中的に国際展開に取り組みます。

これまで国際展開を行ったことがない県内企業にとっては、海外市場の情報や国際展開に関するノウハウが不足するなど、企業単独での取引拡大が困難であることから、その前段階の取組として、県が前面に立ち、行政間の覚書締結、国際展開の推進体制の整備などに取り組みます。

◇ 「みえ国際展開推進連合協議会」を中心に、4つの海外推進プラットフォーム（「三重県外国観光客誘致促進協議会」、「三重県農林水産物・食品輸出促進協議会」、「みえ医療・健康・福祉産業国際交流推進協議会」、「三重県企業国際展開推進協議会」）の取組を連携させながら、海外ミッション団の派遣・受入等、オール三重での国際展開を推進します。

◇ 「三重県企業国際展開推進協議会」を核として地域・分野別の部会（台湾部会、航空宇宙部会など）による活動を活発化させていきます。また、中国およびアセアン地域を対象に設置している三重県海外ビジネスサポートデスクを利用しつつ、県内中小企業・小規模企業等のニーズを把握しながら、これまでに本県が構築してきた海外政府機関等とのネットワークを活用し、県内中小企業・小規模企業等の新たな海外ビジネス展開を支援していきます。

◇ 「中小企業等の海外展開支援に係る業務協力に関する覚書」に基づき、JETROとの連携をより一層強化し、JETROが新興国を中心に設置を進める「中小企業海外展開現地支援プラットフォーム」を有効に活用しつつ、貿易相談、セミナー開催など県内企業の海外展開を支援します。

<平成 28 年度の主な関連事業>

県内中小企業海外展開促進事業 20,130 千円

中国およびアセアン地域を対象とした海外展開支援拠点を活用するとともに、産学官金が一体となって設置した「みえ国際展開推進連合協議会」を核として、本県がネットワークを有する国・地域との連携・交流の機会を創出し、県内中小企業・小規模企業の海外展開を促進します。

みえの環境技術移転国際会議開催事業費（再掲） 10,000 千円

「環境」をテーマとするジュニアサミットの開催を好機と捉え、四日市公害等で培われた環境技術やICE TTの取組等、三重県が環境の先進地域であることを世界に発信し、急激な成長により環境問題が顕在化しつつある新興国等を対象にICE TT研修生OB（政府幹部）等を招いた国際会議を開催し、三重の環境技術を活用して環境保全と経済成長の両立に貢献していきます。

●交通インフラ整備の進展をふまえた取組

- ◇ 東海環状自動車道西回り区間、新名神高速道路といった道路交通網の整備や北陸新幹線の開通、リニア中央新幹線の開通など、本県を取り巻く事業環境の進展を見据え、県内経済の成長に取り込んでいくため、本県の優位性を生かした観光誘客、販路開拓、企業誘致等の営業活動を展開するとともに広域連携による取組を進めます。

<平成 28 年度の主な関連事業>

沖縄国際物流ハブを活用した三重県産品輸出支援事業 22,273 千円

沖縄国際物流ハブ機能を活用し、アジア市場に販路ネットワークを有する沖縄県と連携することで、三重県産品のアジア市場への販路拡大と県産品輸出に取り組む県内事業者の海外展開を促進します。

四日市港振興事業 1,764,864 千円

四日市港管理組合が行う国内外の企業に対するポートセールスや臨港道路の整備・護岸の改修等の背後圏産業を物流面から支える港づくりを支援します

5 「みえ産業振興戦略」のローリング

三重県では、世界経済の影響を受けやすい産業構造を、強じんて多様なものへと転換していくため、平成24年7月、地域の成長戦略として、「みえ産業振興戦略」を策定しました。

これまで戦略に基づく産業政策を展開し、地域経済の活性化に向けた取組を進めてきましたが、策定から3年が経過し、成長産業への更なる攻めの取組や外部環境の変化への対応が求められていることから、この度、「みえ産業振興戦略」を改訂しました。

戦略の改訂にあたっては、戦略策定時と同じく、現場立脚型の産業政策を展開していくため、企業アンケート調査や企業訪問を行い県内企業（現場）の声をベースに7つの戦略を整理しました。

今後は、この7つの戦略に基づき、県内企業の主体的な努力を促進する中、関係機関と連携・協力しながら、きめ細かな支援に取り組んでいきます。

その際、「みえ産業振興戦略」が固定化し、県内企業（現場）の声に 대응することができなくなることを防ぐよう、経済や産業などに専門的な知見を有する学識経験者や民間企業の経営者等をメンバーとする「『みえ産業振興戦略』アドバイザーボード」を引き続き開催し、その時々々の雇用・経済情勢を踏まえてローリング（更新）、フォローアップを行います。

併せて、企業アンケート調査や企業訪問を継続的に実施し、現場の声や変化を職員自らが把握することで、現場からの政策立案につなげていきます。

【「みえ産業振興戦略」アドバイザーボード 委員】（五十音順・敬称略）

新井 純	昭和四日市石油株式会社 代表取締役社長
生駒 芳子	ファッションジャーナリスト
上田 豪	株式会社百五銀行 代表取締役 取締役会長
後藤 健市	株式会社プロットアジアアンドパシフィック 代表取締役会長
佐久間 裕之(座長)	株式会社スエヒロEPM 代表取締役会長
澤田 秀雄	株式会社エイチ・アイ・エス 代表取締役会長
田中 久男	ジャパンマテリアル株式会社 代表取締役社長
ダマシエク 由美子	日本キャボット・マイクロエレクトロニクス株式会社 代表取締役社長
寺島 実郎	財団法人日本総合研究所 理事長
徳増 秀博	財団法人日本立地センター 専務理事
西村 訓弘	国立大学法人三重大学大学院医学系研究科 教授・副学長
松原 宏	東京大学大学院総合文化研究科 教授
宮崎 由至	株式会社宮崎本店 代表取締役社長
和田 正武	公益財団法人三重県産業支援センター 高度部材イノベーションセンター センター長

みえ産業振興戦略

平成24年7月発行
平成28年3月改訂
三重県雇用経済部

〒514-8570
三重県津市広明町1-3番地
TEL 059-224-2355
FAX 059-224-3024