

【参考資料】

「みえ産業振興戦略」の取組状況

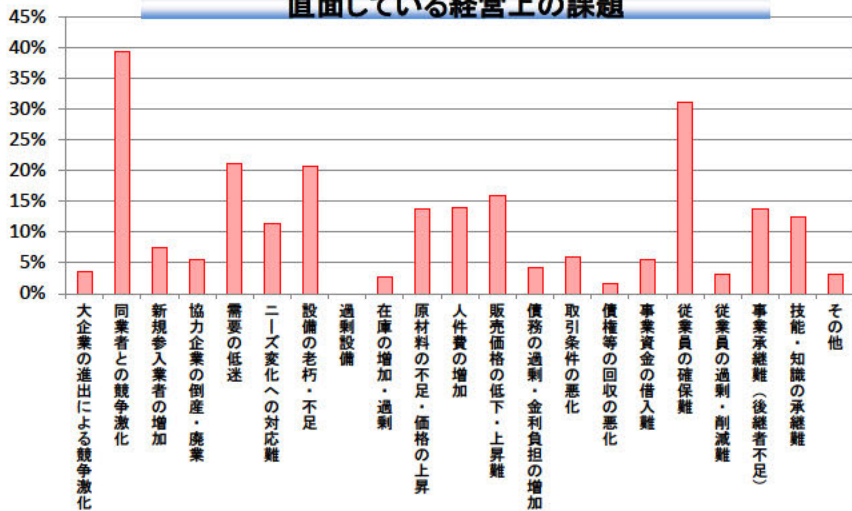
平成26年9月15日

現場等の声 平成26年度 5000社アンケート

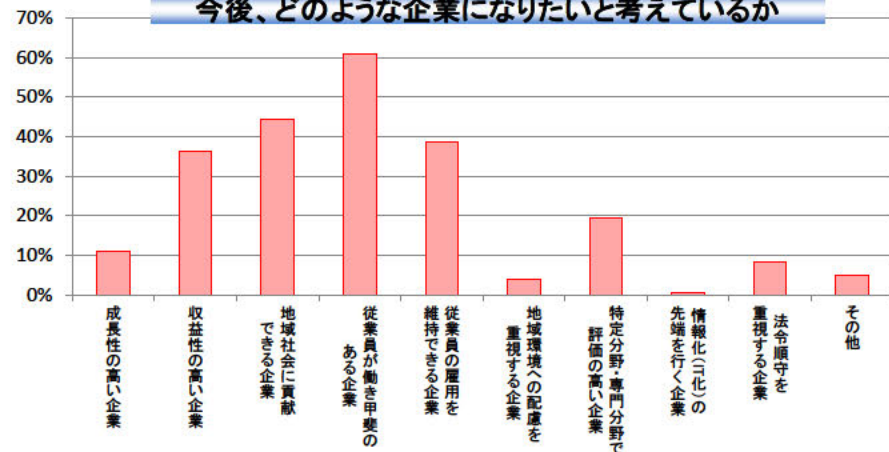
～県内中小企業の事業活動の方針～

- 「同業者との競争の激化」、「需要の低迷」に直面しつつも、「設備の老朽・不足」、「従業員の確保」といった課題を抱えている。
- 県内の中小企業は、「従業員が働き甲斐のある企業」、「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」といった事業活動を支える従業員や地域を重視する傾向。
- 『今後、重点的に取り組みたい経営戦略』として、「人材育成」、「新規顧客・販路の開拓」を挙げられている。
- 『今後、強化すべきと考える中小企業関連施策』においては「人材育成の確保・育成の支援」が圧倒的に高くなっている。「設備投資への支援」、「販路・新市場開拓への支援」についてもニーズが高い。

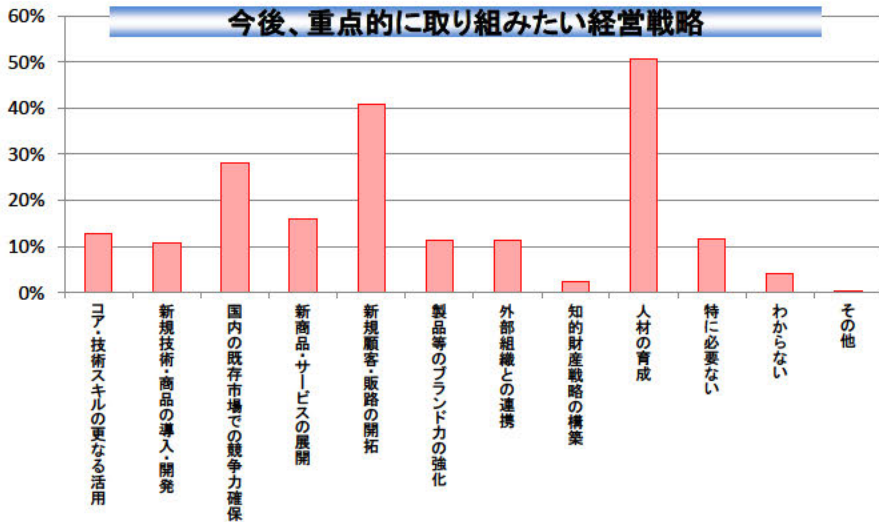
直面している経営上の課題



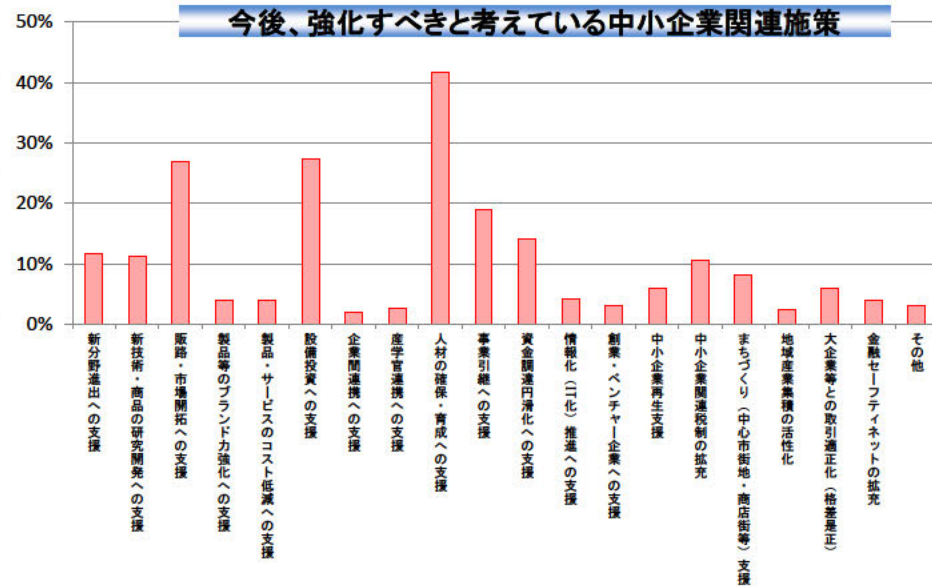
今後、どのような企業になりたいと考えているか



今後、重点的に取り組みたい経営戦略



今後、強化すべきと考えている中小企業関連施策



「みえ国際展開に関する基本方針」の実施について

【基本的な考え方】

基本方針は、「みえ産業振興戦略」における海外展開戦略を具体化したものであることから、目標期間を当戦略と同じ平成27年度としたうえで、毎年度、取組状況の確認、評価を行い、必要に応じて見直しを行う。

1. 地域等の見直し

第3章 国際展開に対する今後の取組の方向性（「みえ国際展開に関する基本方針」より）

1. 基本的な考え方

○相手国・地域のメリットにもなる「Win-Win」の関係構築

○国際的に開かれた三重県文化の形成 ○三重モデル(台湾との連携モデル)の横展開

2. 重点的に取り組むべき国・地域

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

(1)アジア経済圏(ASEANを除く)

○台湾【重点地域】

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

○中国

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

○韓国

○インド

(2)ASEAN

○タイ【重点国】

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

○ベトナム、マレーシアなど

- ・海外誘客
- ・県産品の販路拡大

(3)北米・欧州

○米国

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

(4)友好提携都市等

○ブラジル

基本方針策定後の主な成果

○台湾【重点地域】

- ・H25.11 三重大学地域戦略センターと財団法人資訊工業策進会とMOU締結(学学連携)
- ・H25.11 台湾区機器工業同業公会(TAMI)の会員企業来県、商談会・セミナー開催
- ・H25.12 台湾にて機械関連企業の若手経営者の交流会に参加、台湾企業訪問
- ・H26.4 JETROよりRIT事業(台湾との交流、食品加工)の採択
- ・H26.6 国際見本市(FOOD TAIPEI 2014)への三重県ブース(4社)の出展
- ・H25.10 新北市との観光交流協定締結
- ・H26.2 新北市天灯祭にブース出展、ランタンフェスティバル出展、台湾交通観光局から「2014台湾観光貢献賞」受賞



○中国

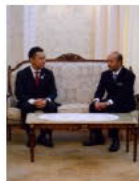
- ・H25.9.11 日中ものづくり商談会@上海2013及び「@広東に県内企業が出展
- ・H25.10 中国(成都)VIP顧客販路開拓イベントに県内から3社が出品し、マッチング

○インド

- ・H26.2 四日市市にてインドビジネスセミナー開催、ワドワ駐日インド大使が来県
- ・H26.9 ミッション

○タイ【重点国】

- ・H25.11 タイ投資委員会(BOI)とMOU締結
- ・H25.11 リーディング産業展でのタイ投資セミナーの開催
- ・H25.11 ICETTがバンコクにおいて、BOI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



○マレーシア

- ・H25.11 マレーシアミッションを実施、ケダ州ムクリズ首相を訪問し米の栽培技術、ゴム産業、観光産業、食品加工や環境技術等の連携・情報共有していくことを確認
- ・H25.11 現地旅行会社(アップルパッケージング社)を海外観光特使に委嘱し、三重県観光客誘致の協力関係を構築。
- ・H26.9 イオンマレーシアで「三重県フェア」開催

○米国

- ・H26.2 サンディスク(株)を四日市市内に誘致(多目的拠点を新設)
- ・H26.6 ワシントン州との医療分野での連携、SSC(旧SSCCC)との航空機分野での連携の具体化に向けた事前調査を実施
- ・H26.8 アメリカミッションで、ワシントン州政府とのMOU締結、サンアントニオ市政府とのLOI締結



○欧州

- ・H26.5 ロンドン(ジェトロ主催の対日投資セミナー)で知事プレゼン、三重県の産業集積、優遇制度、食や文化の魅力を発信
- ・H26.5 フランス航空機メーカーに訪問し、ネットワーク構築

○ブラジル

- ・H25.10 ブラジル三重県人会来県、意見交換
- ・H26.6 「名古屋ブラジルフェスタ2014」に出展、三重県PR

課題・取組方向

- 「台湾と三重県の産業連携推進プラン(案)」の策定及び同プランに基づき、TJPOとの間で築いた信頼関係を幅広い分野に横展開、交流のすそ野を拡大。
- 台湾におけるさらなる誘客策(台北のほか、台中、高雄などの南部地域)
- ICETTの持つ研修生ネットワークを活用した、中国に対する環境技術の展開
- 「三重県フェア」でのマーケティングを踏まえたマレーシアをはじめ東南アジアへの販路開拓の支援
- 米国SSCとの航空機分野での人材育成に関する具体的な連携の調整、ワシントン大学と三重大学の医学部間での研究や人材育成の連携調整
- ドイツ、フラウンホーファー、三重大学、AMICと連携し、県内企業等が参加できる具体的なプロジェクトの創出、ビジネスマッチングや技術交流の機会を創出
- インドにおける「三重モデル」の展開に必要なファシリテーターの設置

「みえ国際展開に関する基本方針」の実施について

2 新たな分野の取組

第3章 国際展開に対する今後の取組の方向性（「みえ国際展開に関する基本方針」より）

3. 国際展開のためのプラットフォームの構築

(1)既存の行政間ネットワークのフォローアップと新たな戦略的構築

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

(2)国際展開の推進体制(ファシリテーター等)の整備

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



(3)人材育成、啓発

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

基本方針策定後の主な成果

- OH25~ 各国の駐日在外公館等とのネットワーク構築(タイ、インド、中国、米国、英国等)
- OH25.11 三重県とタイ投資委員会(BOI)と「産業連携に関する覚書(MOU)」を締結
- OH25.11 ICETTがバンコクにおいて、BOI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ビジネスマッチングを実施
- OH25.12 日台若手経営者交流会に参加、台湾企業訪問
- OH26.3 「三重県農林水産物・輸出促進協議会」を設立
- OH26.6 「三重県企業国際展開推進協議会」を設立
- OH26.8 「みえ国際展開推進連合協議会」を設立



課題・取組方向

- 既存の行政間ネットワークのフォローアップ、市町等がネットワークを持つ国・地域のニーズ調査等の実施、駐日在外公館とのネットワークの更なる強化
- タイにおける企業同士のビジネスマッチングや大学間連携に向けた取組の具体化
- AMIC(高度人材イノベーションセンター)との共同研究等による開発製品・技術の海外展開、台湾や欧州の研究機関、関係機関との連携強化
- 海外ビジネスサポートデスクの周知・活用促進とこれまでの評価、今後の在り方等
- ジェトロに加え、三菱商事、豊田通商、伊藤忠商事等商社との包括協定を活用した連携
- 県内企業と留学生のマッチングの場の提供、県内企業におけるグローバル人材の育成
- ワシントン大学と三重大学の研究や人材育成の連携模索

4. 各分野(海外展開、外資系企業誘致、海外誘客)における取組方針

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

(1)三重県企業の海外展開(直接投資、輸出)に対する支援

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

(2)外資系企業の誘致に対する支援

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

(3)海外からの誘客促進

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

基本方針策定後の主な成果

- OH25 ICETTがマレーシアにおける環境ビジネスの展開可能性調査
- OH25.6 日本マイクロサム(株)の本社機能を東京から津市に移転(ベルギー本社)
- OH25.10 日本アエロジル(株)が、特殊処理品の製造プラント等を敷地内へ増設決定
- OH25.12 サンディスク(株)を四日市市内に誘致(多目的拠点を新設)
- OH25 日本とブラジルのビザの免除措置要望活動(関係大臣等への働きかけ、全国知事会での提言等)の実施
- OH25.11 タイにおいて、三重県物産展を開催
- OH25.11 知事ミッションにて日系GMS百貨店を訪問し、県産品の販売促進について意見交換
- OH26.6 「名古屋ブラジルフェスタ2014」に出展、三重県PR
- OH26.8 ワシントン州とのMOU締結やバイオメディカル産業等との共同研究等に向けたネットワーク構築
- OH26.9 イオンマレーシアにおいて、「三重県フェア」を開催

課題・取組方向

- ICETTによる県内環境関連企業の海外展開プロジェクトの創出(中国、タイ、ベトナム、ブラジルなど)
- 米国、欧州、インドなど航空機産業等との新たなネットワーク構築
- 三重県人会とのネットワークを活用した日系人150万人を中心とした食の売り込みの具現化
- 県内企業のインド進出支援のための現地政府関係者とのネットワーク構築、県内企業に対する情報発信及び啓発(インドビジネスに関心のある企業の発掘)
- 「三重県フェア」でのマーケティングを踏まえたマレーシアをはじめ東南アジアへの販路開拓の支援
- タイに次ぐ対前年比伸率(74%)を示したブラジルの日本への観光客の県内誘客の具現化
- 強い訴求力を有する伊勢神宮や熊野古道など伝統的な観光資源を活用した海外誘客の取組

みえ産業振興戦略の概要と構成

第1章 戦略策定の背景と課題

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

第2章 戦略の策定について

- 戦略策定の目的
- 戦略の策定手法等
- 戦略の更新・改訂 (ローリング)

第3章 地域(現場)からみる産業構造の変化と企業行動の在り方

- 産業別の付加価値構造・就業者構造の変化からの考察
 - 強みは「高度部材」と「中小企業のものづくり基盤技術」。特定の業種に過度に偏らない強じんて多様な産業構造構築の必要性、製造業と非製造業を産業の両軸に両者を伸ばす必要性。
- 代表的企業の事業構造の考察
 - ①高度部材・素材技術を活かした成長産業の強化 ②安定収益を確保する事業ポートフォリオの最適化 ③新興国等の海外市場の開拓 ④グローバルな社会的問題解決への貢献
- ものづくり三重の考察
 - 製造品出荷額等は全国上位だが、付加価値率(付加価値÷出荷額)は全国平均を下回る状況
 - 中小企業(製造業)の付加価値率は全国42位 → 付加価値額の増加と付加価値率の向上が課題

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

- 企業アンケート調査の考察
 - ①経営戦略:基盤となる人材育成・確保と国内市場での競争力・技術力強化 ②期待分野:クリーンエネルギー分野と医療・介護 ③成長戦略として求められる海外展開 ④外部連携の実施比率が低い ⑤望まれる立地環境:顧客との近接性など複数項目に分散 ⑥社会的責任:企業の持続・成長 ⑦地域資源活用型産業の課題:販売チャネルやマネジメント人材の確保や市場ニーズの把握等

- 企業1,052社訪問の考察
 - 現場の生の声から導かれるキーワード
 - ①製品・技術・ノウハウ: 外部連携、地域資源活用、顧客起点の視点、感性価値・ストーリー性の導入
 - ②販路: 行政のサポート、国内の経済・市場状況への対応策、展示会・ビジネスマッチング
 - ③円高: 台頭するアジア企業との価格競争、円高への対応策、円高の間接影響と自動車産業の生産移転、企業買収
 - ④海外展開: 障壁、行政のサポート、海外展開を考えない理由、現地生産のメリット
 - ⑤人材: 求める人材像、人材採用・人材育成のポイント、人材不足と対応策、課題、行政のサポート 等々

第4章 今後取り組む課題

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

第5章 今後の産業政策と目指す姿

- 今後の産業政策
 - 今後取り組むべき11の課題
 - ①ものづくりとサービス産業を両軸と捉えた産業政策の展開によるシナジー効果の創出
 - ②付加価値率の向上を伴った付加価値額の維持・拡大 ③イノベーションとマーケティングの連携・融合～需要の喚起へ
 - ④世界的な視座に立った国際戦略～海外市場開拓と資金の国内還流
 - ⑤産業集積の特性を活かした社会的問題解決型産業の育成 ⑥地域雇用の維持・創出～資金の維持・向上～デフレ脱却

- 戦略で目指す姿(目標値等) ※平成27年度の目標値
 - ものづくりを維持・強化しつつ、サービス産業の育成・強化を図り、企業が事業活動を通じて「付加価値額・率」を向上させ、「地域雇用」を維持・創出していく
 - ①ものづくり産業の付加価値を維持(2.32兆円:全国11位)
 - ②ものづくり中小企業の付加価値率を向上(31.5%→35.2%)
 - ③サービス産業(広義)の付加価値構成を向上(61.9%→63.3%)
 - ④労働力人口に占める就業者割合を向上(96.0%→97.5%)
 - ⑤サービス産業(広義)の就業者構成を向上(62.4%→65.2%)
 - ⑥共感者(魅力と感じる人)の割合を向上(40.0%→60.0%)

→ 『一定の経済成長』を伴いつつ、『個人の幸福(豊かさ)』を実現

第6章 地域の成長戦略

- 新しい時代を拓く新産業・新市場創出のシナリオ
 - ①産業分類にはない高度部材産業や先端技術産業など「先端ものづくり産業」
 - ②地域に密着した観光関連産業や、徹底した顧客志向型産業などの「サービス産業」
 - ③環境・エネルギー(グリーンエネルギー)関連産業や医療・健康関連産業(ライフバージョン)などの「社会的問題解決型産業」

- 2つの戦略(具体的な取組)
 - (1)【戦略1】ものづくり戦略(メイド・イン・三重)
 - ①ものづくり中小企業の育成(パッケージ化支援等) ②AMIC等による基盤技術支援強化 ③成長産業への参入促進と海外展開促進 ④ステイタスの「見える化」 ⑤技術的優位性の確保

- (2)【戦略2】サービス戦略～観光の産業化等～
 - ①支援体制の強化(推進協議会) ②高付加価値経営への取組 ③強力な情報発信 ④ものづくりと融合したサービス産業の創出 ⑤グローバルビジネスの振興
 - 【観光の産業化】………
 - ⑥地域資源を活用した商品開発 ⑦コンシェルジュや場所文化を軸とした共感者づくり ⑧観光と他分野産業の融合・連携

- (3)【戦略3】海外展開戦略(国際戦略)
 - ①海外展開拠点(サポートデスク) ②メイド・イン・三重ブランドの売り込み ③金融支援制度 ④海外見本市参加 ⑤ネットワークの構築・活用 ⑥プロモーションと誘客活動

- (4)【戦略4】成長産業(社会的問題解決型産業)への攻めの取組
 - ①クリーンエネルギーバレー(創エネ・蓄エネ・省エネを軸に研究開発や企業誘致) ②スマートライフ(メガソーラー・風力・バイオマスを含めた取組) ③スマートアイランド構想 ④ライフイノベーション総合特区(医療機器開発・医療情報DB) ⑤「高度部材」産業の強化 ⑥中小企業と大企業の連携 ⑦次世代型産業コンビナート

分科会メンバーと連携したプロジェクトが續々と創出
★ 災害対策型ソーラーシステムの研究開発
★ 住宅間直流電力融通技術の研究開発
★ 防災用フィルム基盤型ソーラー発電蓄電システムの研究開発

- (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
 - ②付加価値創出型施設(マザー工場)誘致 ③マイレージ制 ④金融機関等と連携した県内投資促進 ⑤アジアの拠点化を目指した外資系企業誘致 ⑥グローバルアクセスの強化 ⑦県内産業集積の更なる強化と空洞化防止 ⑧地域資源の再発見等を通じた県南部への設備投資促進 ⑨多様な人材育成を通じた設備投資の促進

- (6)【戦略6】振興戦略プラットフォームの構築

- ①ネットワーク ②ひとづくり(国内外からの人材取り込み、産業界・教育機関と連携した人材育成、産業構造に対応した労働力のマッチング、若者・女性・高齢者等の就労促進、特区制度を活用した雇用政策の推進) ③中小・小規模企業の振興方針(5つの視点)
 - i 自発的な挑戦を促進(中小・小規模企業の持てる力の発揮)
 - 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 きめ細やかな「探しているところに手が届く」支援の実施

- (7) その他
 - 県組織への反映

参考: 企業経営戦略7カ条(県職員心構え10カ条)

- 第1条: 何よりも大切なモノ、それは社員そして人の「幸福」
 - 第2条: 「感動的」な価値を創り出せ
 - 第3条: ものづくりは「ひとづくり」
 - 第4条: 「おもてなしこそ我々の強み」
 - 第5条: 「特定少数市場」の深さを認識すべし
 - 第6条: 「自ら動け、アクションからのみ事ははじまる」
 - 第7条: 「懐かしいモノ」で未来を描け
- 【備考: 若手への3カ条】①我々は社会の構成員だ、頼むだけ頼む、②「自分探しの旅」に出るな、君はそこに居る、③一緒に考えて…まずは「自分で考える」

「みえ産業振興戦略」の取組状況(6つの目標値)

①ものづくり産業の付加価値を維持・強化
[県内製造業の付加価値額・順位]

戦略策定時 2.3兆円:全国11位 **↑** 平成24年度実績 2.7兆円:全国9位

製造業の付加価値額の都道府県順位

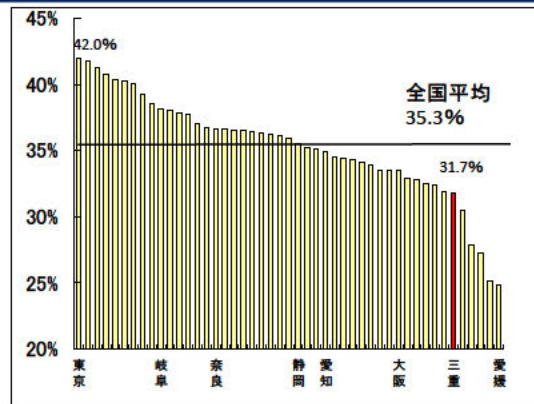
【平成21年】	(百万円)	金額	【平成24年】	(百万円)	金額
1	愛知	8,793,408	1	愛知	11,938,481
2	大阪	5,269,689	2	静岡	5,463,759
3	静岡	4,973,224	3	大阪	5,136,675
4	神奈川県	4,476,465	4	神奈川県	4,870,438
5	埼玉	4,155,976	5	兵庫	4,351,897
6	兵庫	4,065,873	6	埼玉	4,123,273
7	東京	3,061,130	7	茨城	3,483,711
8	茨城	2,732,714	8	東京	3,328,323
9	千葉	2,627,945	9	三重	2,755,646
10	福岡	2,341,621	10	千葉	2,534,041
11	三重	2,316,871	11	群馬	2,464,465
12	栃木	2,275,769	12	広島	2,326,648
13	群馬	2,207,958	13	栃木	2,319,108
14	滋賀	2,202,235	14	福岡	2,267,625
15	広島	2,143,846	15	滋賀	2,259,825

出典) 経済産業省「工業統計調査」から作成

27年度目標値 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
[県内製造業・中小企業の付加価値率]

戦略策定時 31.5%(全国42位) **↑** 平成24年度実績 31.7%(全国42位)

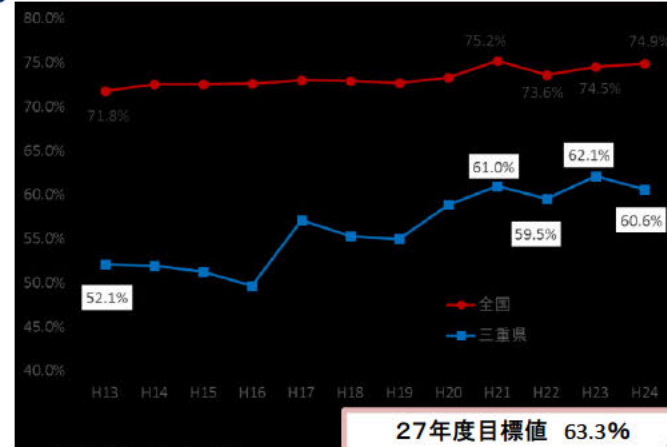


平成24年「工業統計調査」から作成

27年度目標値 35.2%

③サービス産業(広義)の付加価値構成比向上
[総生産に占めるサービス産業(広義)の割合]

戦略策定時 61.0%(全国75.2%) **↓** 平成24年度実績 60.6%(全国74.9%)



戦略策定時(H21)の数値が変更となっている

27年度目標値 63.3%

④労働力人口に占める就業者割合を向上
[就業者/労働力人口の全国順位]

戦略策定時 96.0%(全国6位) **↑** 平成25年度実績 96.8%(全国5位)

	労働力人口(千人)	就業者(千人)	就業者割合	
1	高知県	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%

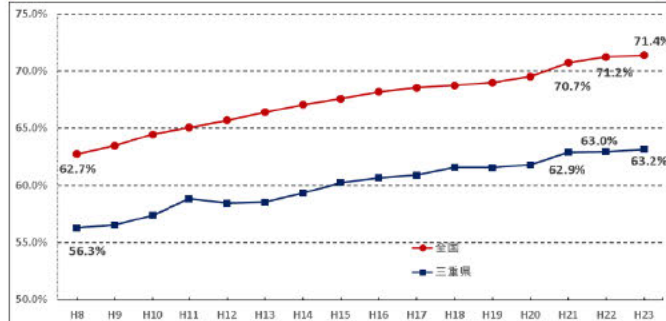
	労働力人口(千人)	就業者(千人)	就業者割合	
1	福井県	420	409	97.4%
2	鳥取県	354	344	97.2%
3	富山県	564	547	97.0%
4	岐阜県	1,073	1,040	96.9%
5	三重県	950	920	96.8%
6	山形県	601	582	96.8%
7	愛知県	3,988	3,861	96.8%
8	香川県	499	483	96.8%
9	滋賀県	741	717	96.8%
10	静岡県	2,002	1,937	96.8%

27年度目標値 97.5%

出典) 総務省「労働力調査」から作成

⑤サービス産業(広義)の就業者構成を向上
[サービス産業に従事する就業者の割合]

戦略策定時 62.9%(全国70.7%) **↑** 平成23年度現在 63.2%(全国71.4%)



内閣府「県民経済計算」から作成

※統計数値の変更により、戦略策定時(H21)の数値が変更となっている

27年度目標値 65.2%

⑥共感者(魅力と感じる人)の割合(※)を向上

戦略策定時 40.0% **↑** 平成25年度実績 53.0%

※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

27年度目標値 60.0%