

みえ産業振興戦略  
改訂にあたっての検討資料

三重県



## 目 次

はじめに	1
<b>第1章 戦略改訂の背景</b>	<b>5</b>
1 現場の声からの考察	5
(1) 企業訪問から聞き取った現場の声	5
(2) 企業アンケート調査の結果	10
2 「みえ産業振興戦略」の進捗	19
(1) 6つの戦略の取組状況と課題	19
(2) 「みえ産業振興戦略」6つの目標値と社会情勢の変化	47
<b>第2章 今後取り組むべき課題</b>	<b>59</b>
<b>第3章 新たな戦略体系</b>	<b>73</b>
1 今後の産業政策を展開する視点	73
2 新たな戦略体系の構築	78



## 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、リーマンショックによる影響を踏まえ、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「みえ産業振興戦略」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。

人口減少社会への突入が本格化し、日本全体に停滞感が漂う中、三重県がその突破口を見出し、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、戦略改定の基本思想

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いきました。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2000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。

20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、松坂で生まれ、江戸に呉服屋「越後屋」を創業したほか、大坂、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、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た御木本幸吉が有名です。

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ひとつとなっています。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こり、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。こうした公害克服の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、電気機械産業は、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。工場立地に伴って、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25年度には観光入込客数が4,080万人に達するなど、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意識すべきです。

「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、もうひと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 (H25)」)、面積は 24 位(国土交通省「全国都道府県市区町村別面積調(H25)」)、県内総生産は 19 位(内閣府「県民経済計算」(H23))と、様々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、それは他県にもでき得ると言えます。

「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)への扉が開けます。

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戦略の基本思想です。





## 第1章 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」の策定に向けた検討の際、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社へのアンケートの実施により得た現場の生の声をベースに「みえ産業振興戦略」を取りまとめました。

今回、改訂に向けた検討の実施にあたっては、まず、ベースとなるのは現場の声であり、企業訪問、企業アンケートを行いました。

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数値の現状値、社会情勢の変化（例：東京オリンピックや本県での伊勢志摩サミットの開催決定、国の製油所再編の動きや「地方創生」の取組など）等について考察を行い、改訂にあたっての方向性を示します。

#### (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。

#### 【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。
- ・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。

## 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。

#### 【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、企業だけの取り組み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強化が必要。特に、首都圏では三重県の知名度が低いいため、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はなく、Uターン・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。

## 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

### 【海外展開にあたり求められるサポート】

- ・海外展開の展示会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）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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。

### 【海外展開のリスク】

- ・取引先の工場の海外進出に合わせた、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ではないか。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。

## 人材

### 【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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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、人材不足のため対応できない状況。
- ・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。
- ・ 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。

### 【教育機関等との連携】

- ・ 三重県は人材流出県となっているが、そうならないために専門的な高等教育機関を設置し、県内に定着させていく仕組みが必要。
- ・ 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く、学校教育にもっと力を入れてほしい。
- ・ 子どものころから工場やものづくりに関心を持ってもらうような取組も進めるべき。

## 行政へのニーズ

### 【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】

- ・ 補助金では、事業の新規性が強く求められるが、中小企業（特に小規模企業）では、その新規性のリスクを背負いきれない。
- ・ 少額でいいので、小規模企業が商品開発にチャレンジするための支援をしてほしい。
- ・ 補助金の存在を知った時には、受付が終わっていることあるので、積極的な情報発信をお願いしたい。
- ・ 顧客からの発注は一年を通してあり、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いるため、タイミングが一致しないことがある。
- ・ 補助金を活用して設備を導入したが、使途に制約がありフルに稼働させられない。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、補助金などお金の面だけではなく、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・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策を効果的にPR・実施してほしい。

### 【支援の対象】

- ・延命治療的に税金投入するような事業はやめるべき。
- ・公共の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。
- ・行政の手が小さな業者にまで届いていない。零細企業においても取得しやすい補助金等の県のメニューを期待している。
- ・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、県内業者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。
- ・県施設の開放機器の充実を望む。
- ・行政の助成金制度等については更なるPRが必要。助成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。

## (2) 企業アンケート調査の結果（策定時と現在の比較）

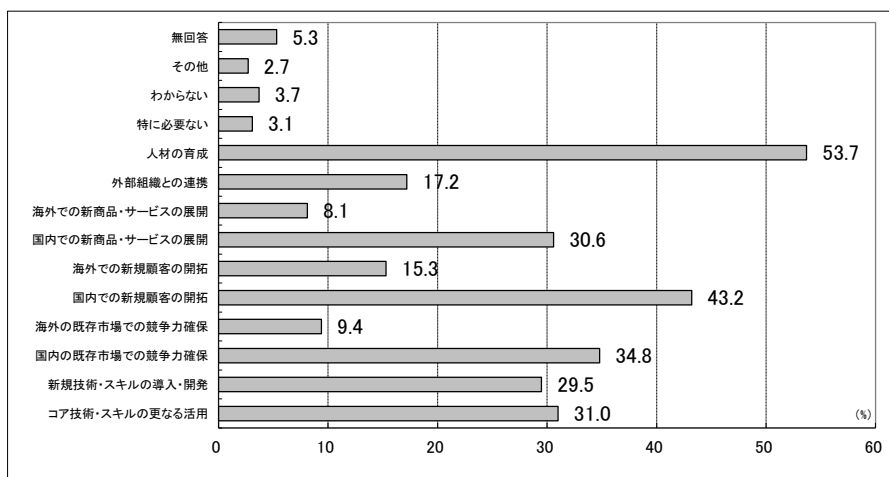
「みえ産業振興戦略」策定時の企業アンケート結果と現時点のアンケート結果を比較することで、県内企業の動向を確認し、戦略改訂に向けた考察を行います。

### 【アンケート概要】

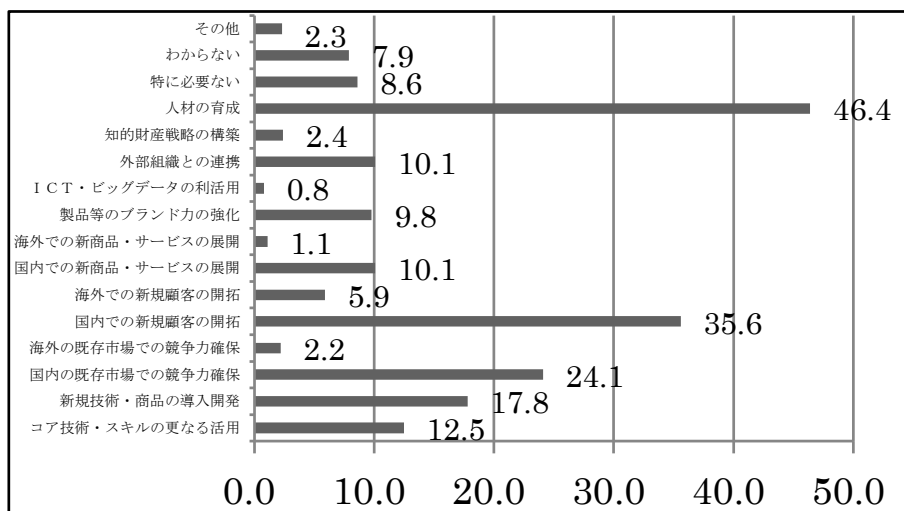
実施期間	平成 23 年 9 月	平成 27 年 5 月
調査対象	5,322 社	5,000 社
集計対象企業数	1,099 社	1,354 社
業種別	製造業 525 社 非製造業 484 社 無回答 34 社	製造業 292 社 非製造業 1,014 社 無回答 48 社

### 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

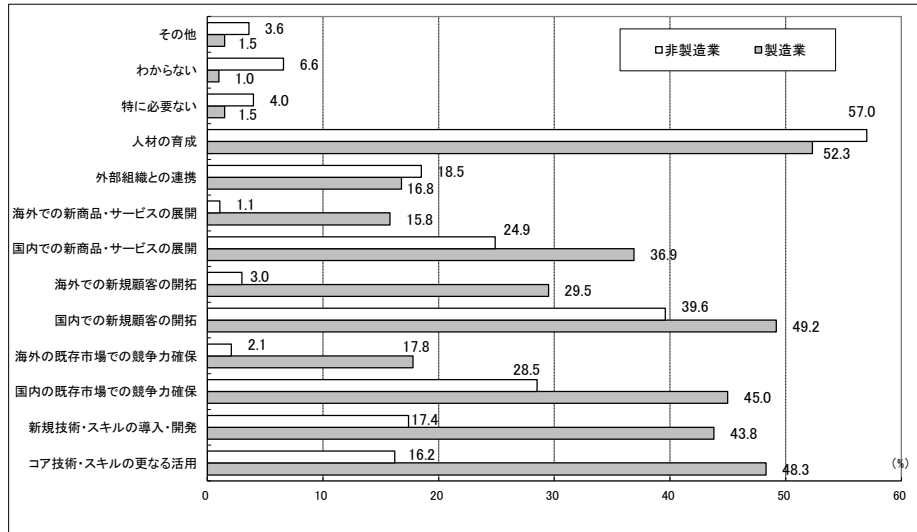
#### 【全体（平成 23 年度実施分）】



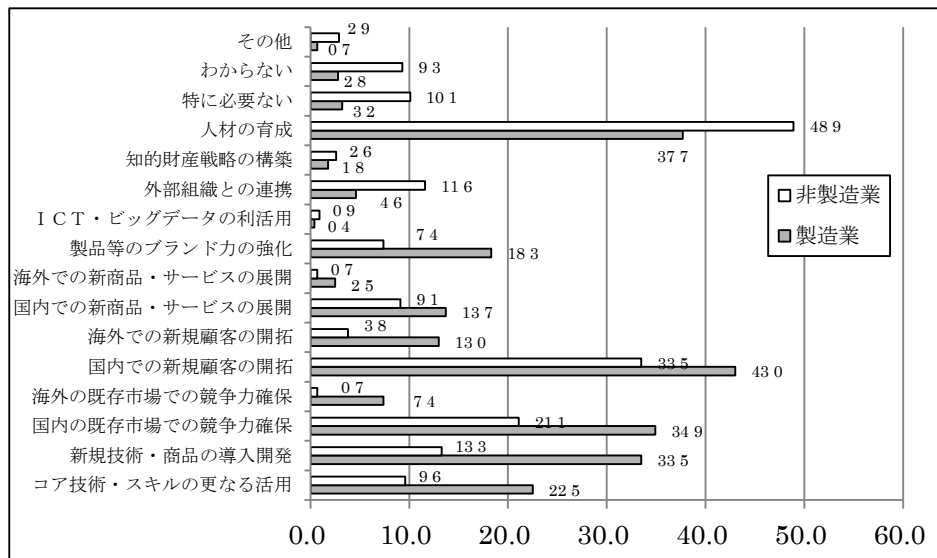
#### 【全体（平成 27 年度実施分）】



【製造業・非製造業別（平成23年度実施分）】



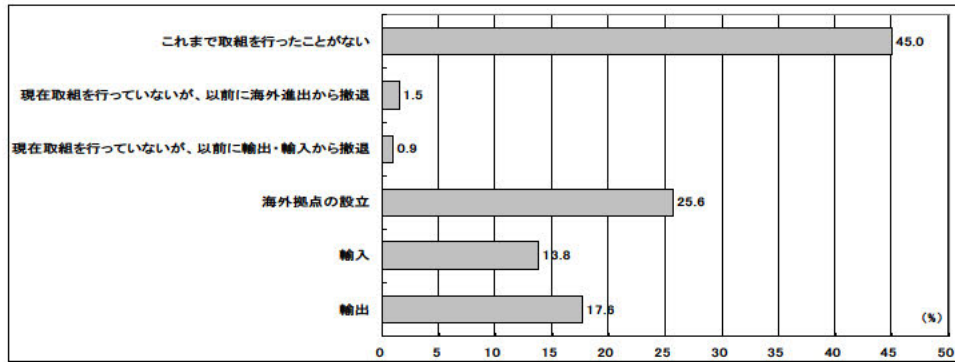
【製造業・非製造業別（平成27年度実施分）】



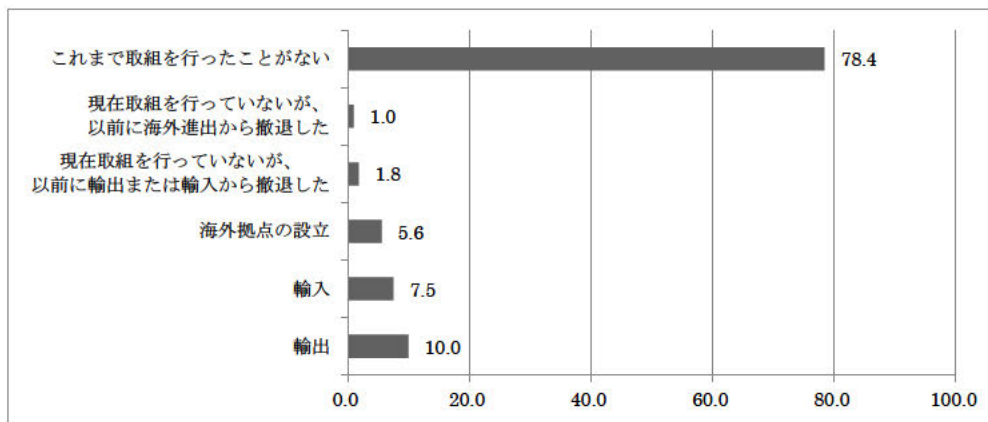
- ・ 事業所の発展のために取り組むべき経営戦略として、「人材の育成」、「国内での新規顧客の開拓」、「国内の既存市場での競争確保」が戦略策定時とかわらず上位3項目となっています。
- ・ 非製造業においては、引き続き「人材育成」のニーズが高く、製造業においては、「コア技術・スキルの更なる活用」、「国内既存市場での競争力確保」、「新規技術・スキルの導入・開発」が多く挙げられるなどアンケートの傾向に大きな変化は見られません。

## ②海外展開の取組状況

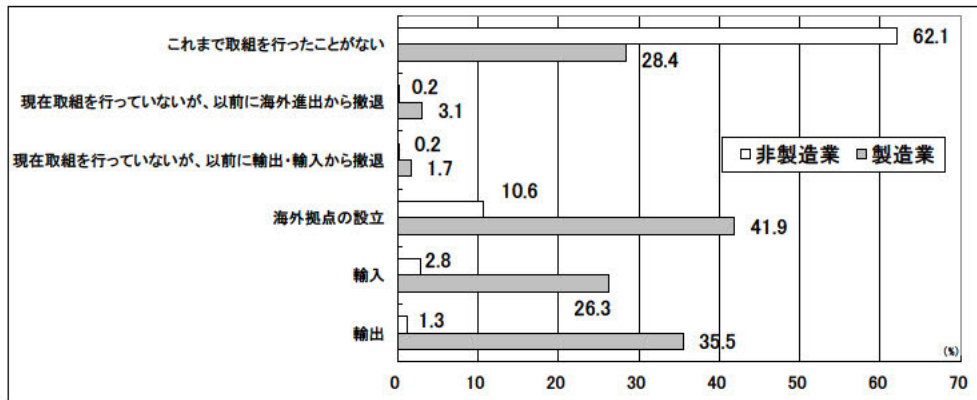
【全体（平成23年度実施分）】



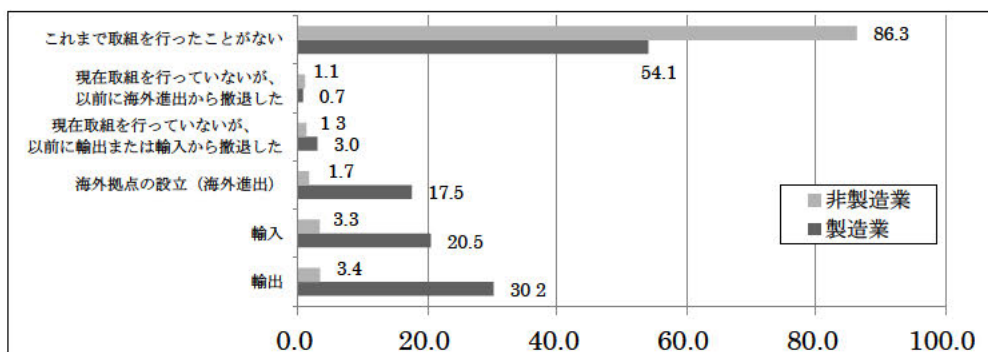
【全体（平成27年度実施分）】



【製造業・非製造業別（平成23年度実施分）】



【製造業・非製造業別（平成27年度実施分）】

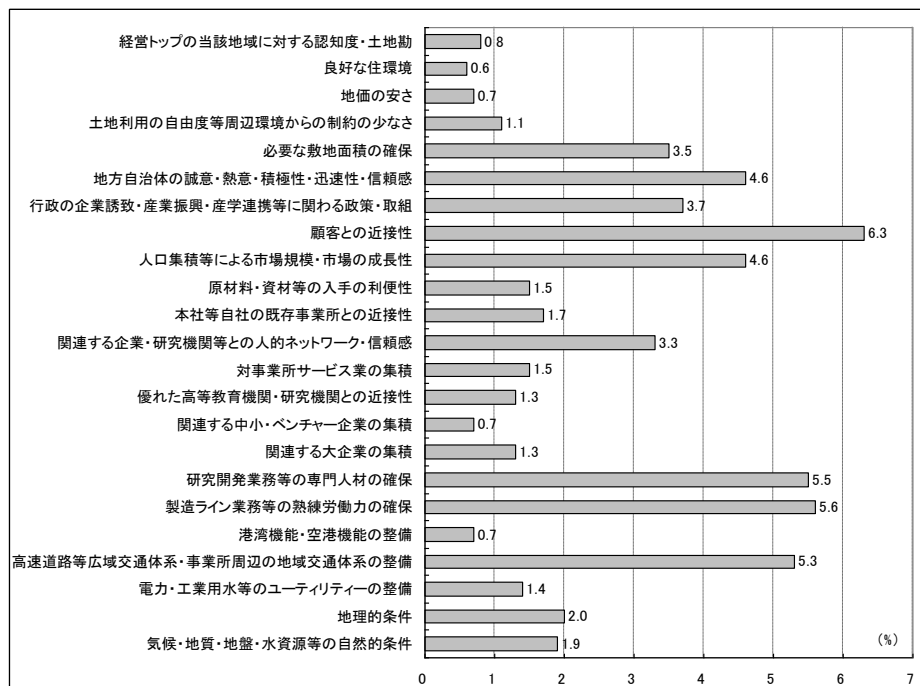




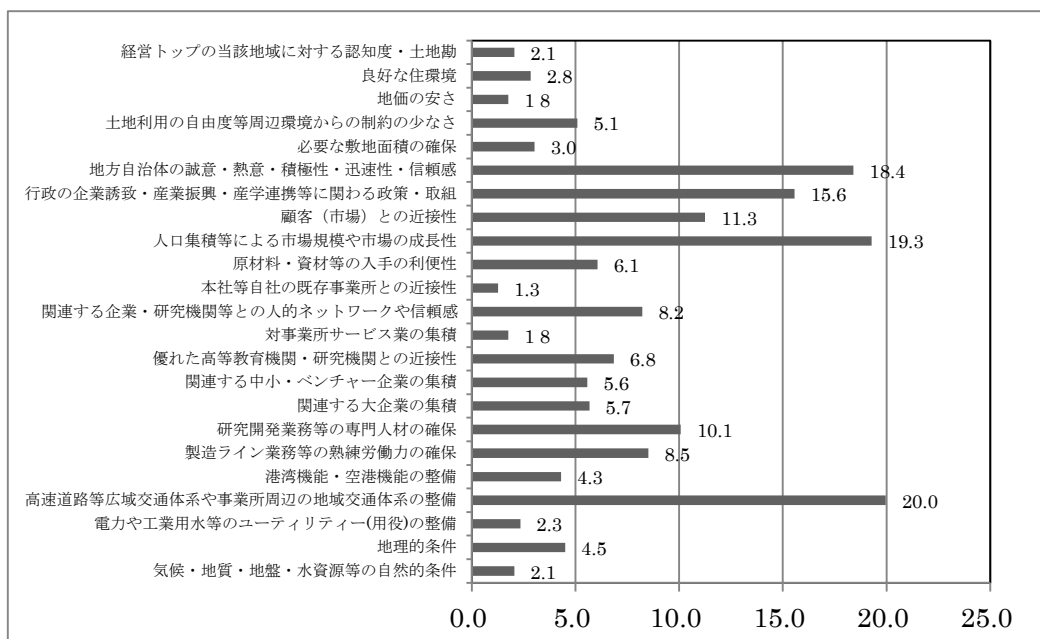
- ・ 今回実施したアンケート調査では、海外進出の度合いが少ない非製造業の回答が多かったため、「これまで取組を行ったことがない」と回答する企業の割合が高まったと推測されます。
- ・ 一方で、製造業のみを比較しても「これまで取組を行ったことがない」とする企業の割合が高まっており、策定時に課題とした県内企業の海外展開の遅れへの対応が引き続き求められます。

### ③今後最も改善・高度化を望む立地環境要因

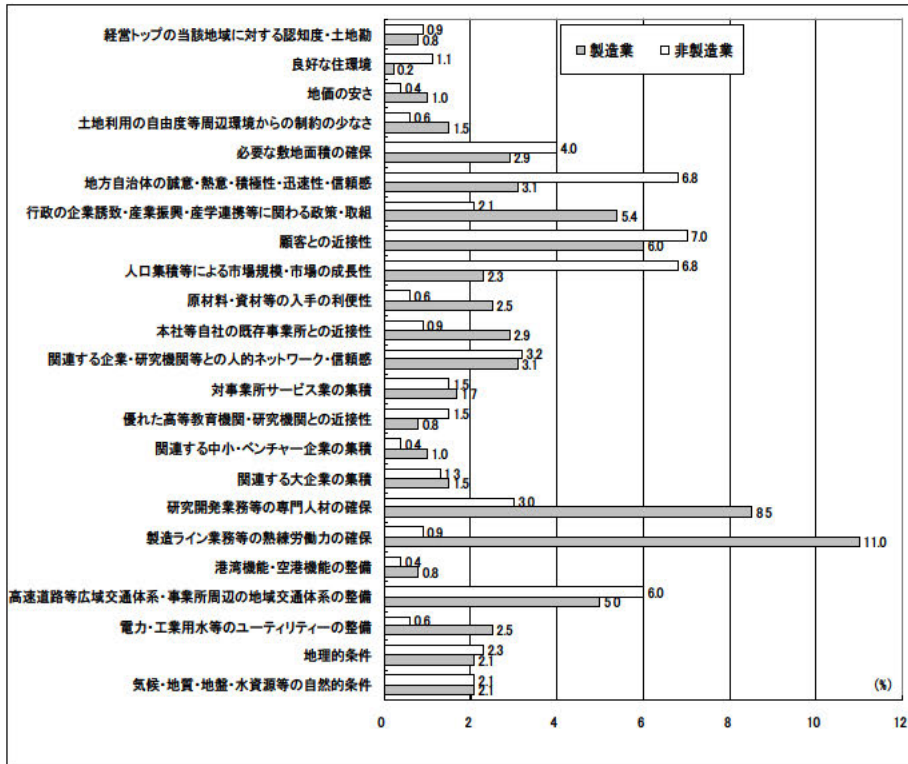
【全体（平成 23 年度実施分）】



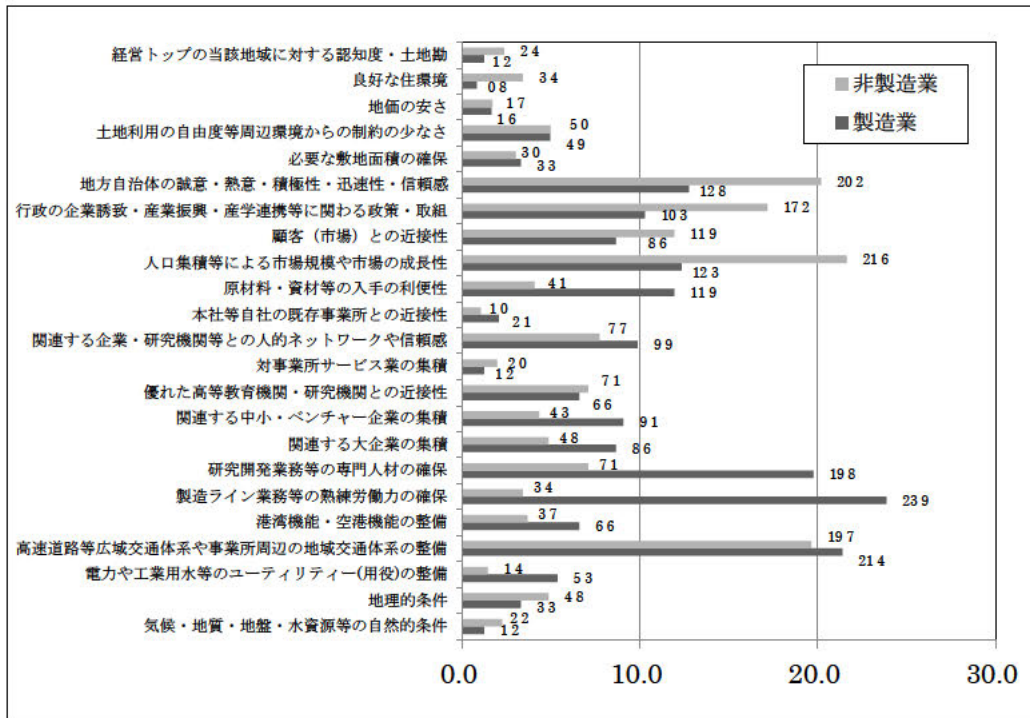
【全体（平成 27 年度実施分）】（※H27 年度実施分は複数回答可とした）



【製造業・非製造業別（平成 23 年度実施分）】



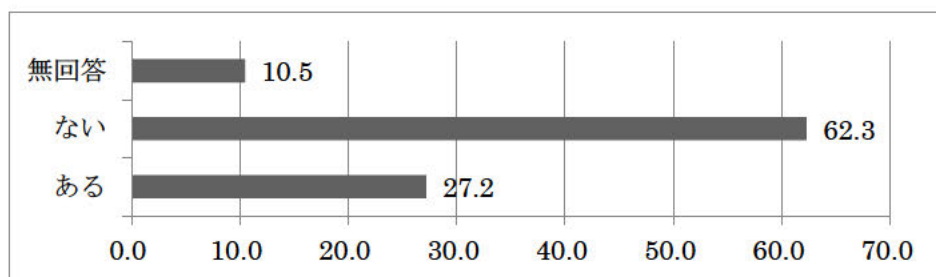
【製造業・非製造業別（平成 27 年度実施分）】（※H27 年度実施分は複数回答可とした）



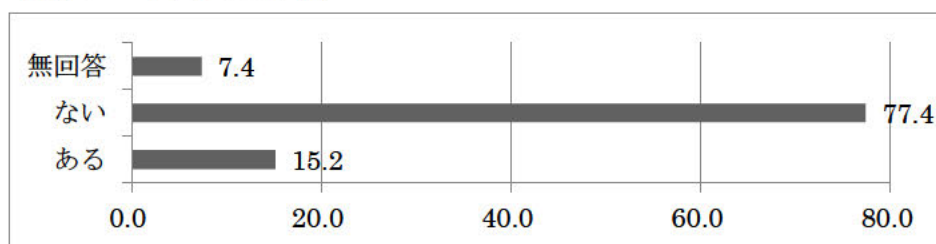
- ・ 「顧客との近接性」は製造業、非製造業とも重視しており、前回のアンケートでは最上位項目となっていました。今回の調査では「高速道路等広域交通体系や事業所周辺の地域交通体系の整備」が最上位となっており、物流の円滑化に関するニーズの高まりが見られます。
- ・ 製造業では、「熟練労働力の確保」、「専門人材の確保」、非製造業では「人口集積等による市場規模や市場の成長性」、「地方自治体の誠意・熱意・積極性・迅速性・信頼感」「行政の企業誘致・産業振興・産学連携等に関わる政策・取組」への関心が引き続き高くなっています。

#### ④産学官連携等外部連携の取組実績について

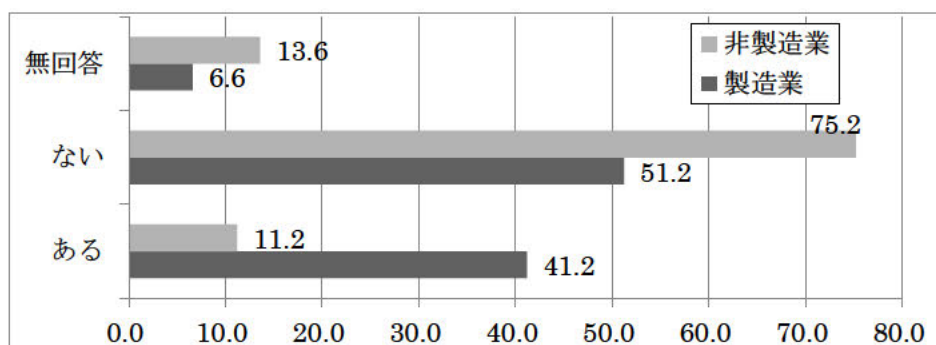
【全体（平成 23 年度実施分）】



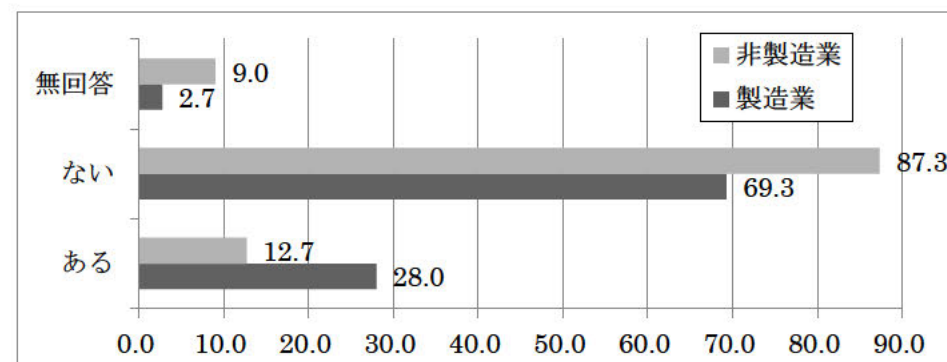
【全体（平成 27 年度実施分）】



【製造業・非製造業別（平成 23 年度実施分）】



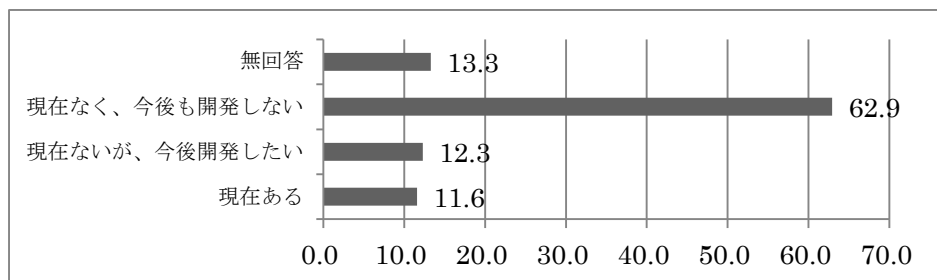
【製造業・非製造業別（平成 27 年度実施分）】



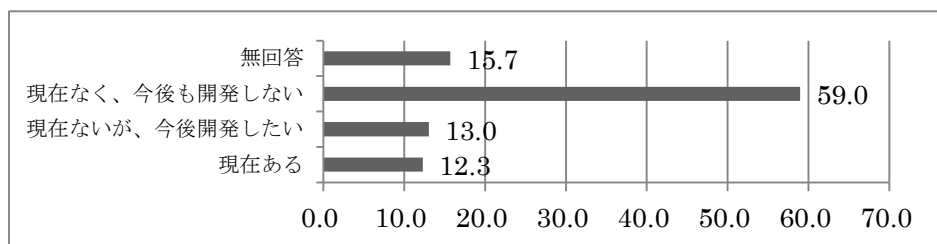
- ・ 今回実施したアンケート調査では、外部連携の度合いが少ない非製造業の回答が多かったため、取組実績が「ない」と回答する企業の割合が高まったと推測されます。
- ・ 一方で、製造業のみを比較しても「これまで取組を行ったことがない」とする企業の割合が高まっており、策定時に課題とした外部連携の遅れへの対応が引き続き求められます。

## ⑤地域資源を活用した事業展開

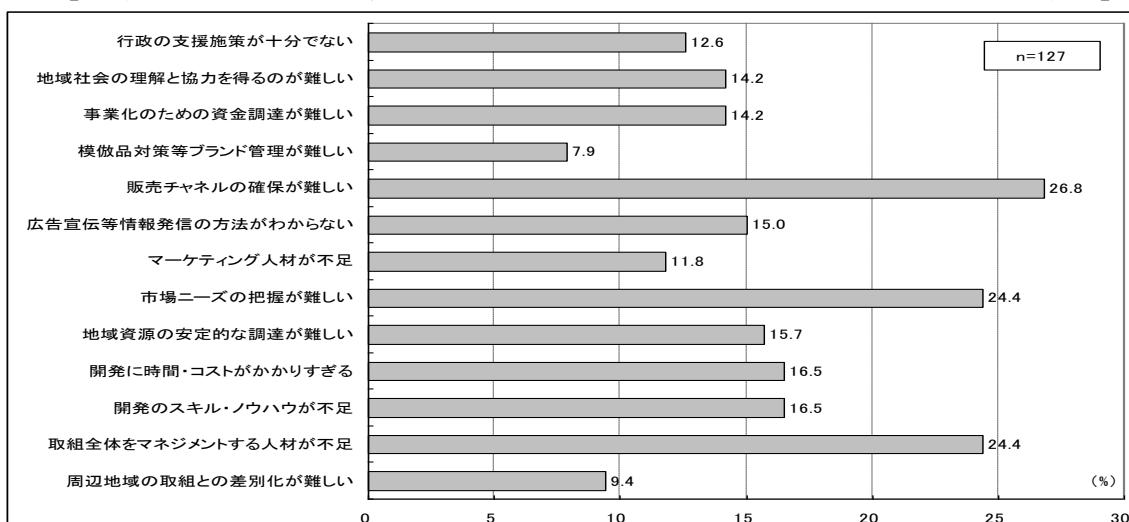
【全体（平成 23 年度実施分）】



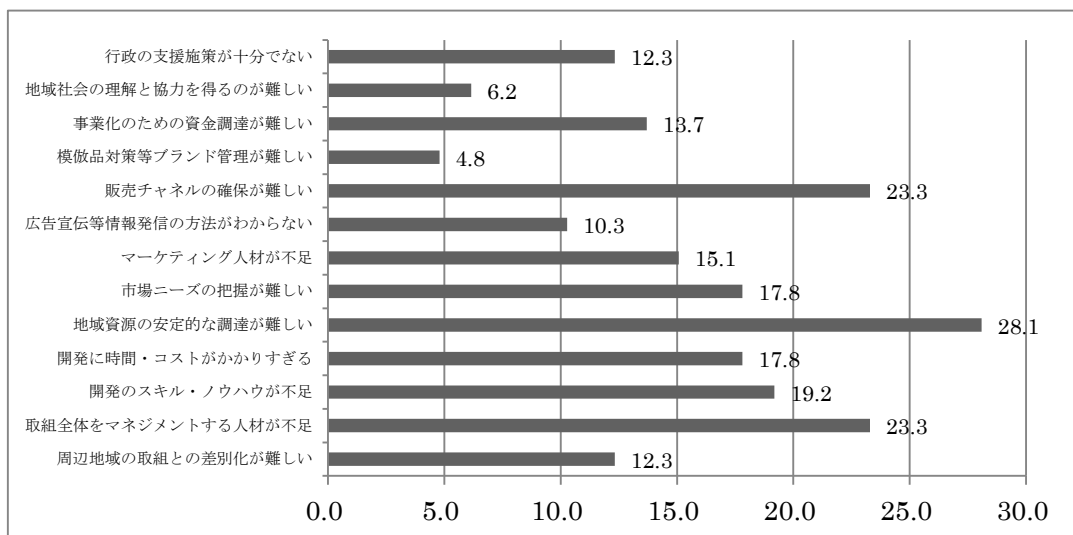
【全体（平成 27 年度実施分）】



【地域資源を活用した商品・サービスの開発の障壁（平成 23 年度実施分）】



【地域資源を活用した商品・サービスの開発の障壁（平成 27 年度実施分）】



- 地域資源を活用した事業展開について、「現在ないが、今後開発したい」及び「現在ある」との回答割合は微増しています。
- 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「取組全体をマネジメントする人材が不足」「販売チャネルの確保が難しい」といった障壁があるが、「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。

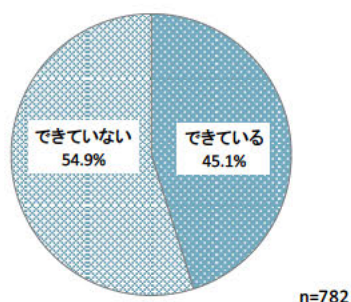
## ⑥強化すべきと考える行政の中小企業関連施策

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るか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

「みえ産業振興戦略」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具体的な取組、「6つの戦略」については、策定から3年が経過する中、その具現化による取組が進められてきました。

今回の「みえ産業振興戦略」の改訂にあたり、新たに取組を進めるべきものはないか、より強化すべき施策は何かといった視点に立ち、戦略の洗い直しを行うため「6つの戦略」の進捗、課題について整理を行います。

### 【みえ産業振興戦略：6つの戦略（策定時）】

#### 〈社会的問題解決型産業〉

環境・エネルギー関連産業、  
医療・健康産業(ライフイノベーション)など

#### 【戦略的な企業誘致】

付加価値創出型施設の誘致強化/マイルージ制企業  
立地支援制度の創設/金融機関等との連携/外資  
系企業の積極的な誘致/グローバルアクセス強化など

#### 【成長産業】

クリーンエネルギーハブ構想の策定・推進/スマートライフの  
促進/スマートアイランド構想の構築/ライフイノベーション総  
合特区の創設/高度部材産業の強化など

#### 〈サービス産業〉

観光関連産業、新たなサービス産業(徹  
底した顧客志向型産業の創出)など

#### 〈先端ものづくり産業〉

創エネ・蓄エネ・省エネ(先端技術産業)、  
高度部材産業など

#### 【サービス戦略】

サービス産業の支援体制の強化/高付加価値経営  
への取組/サービス産業の「見える化」/ものづく  
りと融合したサービス産業の創出/グローバルビジネ  
スの振興

#### 【ものづくり戦略】

競争を勝ち抜くものづくり中小企業の育成/もの  
づくり基盤技術の強化/成長産業への参入等の  
促進/ステイタスの確保など

#### 【観光の産業化戦略】

地域資源を活用した商品開発/コンシェルジュ  
や場所文化(※)を軸とした共感者づくり/観光と  
他分野産業の融合・連携

#### 【海外展開戦略】

海外展開拠点の創設/メイド・イン・三重の売り込み  
/金融支援制度創設/海外見本市等への参加促  
進/新たなネットワークの構築など

(※)場所文化:「場所」独自の生活様式、伝統、風土などの「文化」(ことば、食文化、ものづくり、自然等)

#### 【振興戦略プラットフォームの構築】

知恵と知識を呼び込むネットワークの構築/人材の育成・誘致/中小・小規模企業の振興方針/  
県工業研究所のハブ機能強化など

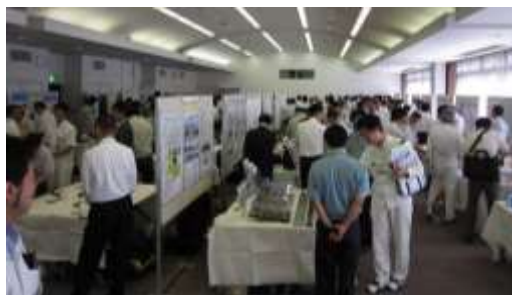
## 1) 戦略1 ものづくり戦略（メイド・イン・三重）【取組状況】

### ●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

- ・ 三重県産業支援センター及び県工業研究所との協創による中小企業の経営戦略の磨き上げと、経営戦略に基づき実施する研究・技術開発及び、それに付随する試作、マーケティング調査等への支援。（「メイド・イン・三重ものづくり推進事業費補助金」）
- ・ 「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」及び「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への支援。（「中小企業高付加価値化投資促進補助金」）

### ●「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、企業間連携の促進。
- ・ 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）に関する研究会の開催による、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支援。



「技術展示会 in Honda 鈴鹿」

- ・ 中小企業等の持つ新技術・新製品を、大企業などの川下企業の製造拠点、あるいは研究機関において直接PRする機会となる「出前商談会（展示会、面談会等）」の開催による、販路拡大・技術連携の機会の創出。

### ●「成長産業」や「海外市場」への参入を促進

- ・ 三重県海外ビジネスサポートデスク（中国及びアセアン）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の提供。
- ・ 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支援。



## ●ステイタスの「見える化」

- ・ 優れたものづくり技術やサービスの高付加価値化などを実現している中小企業・小規模企業を表彰する「三重のおもてなし経営企業選」の創設。



## ●技術的優位性の確保

「三重のおもてなし経営企業選」表彰式

- ・ 特許出願に係る補助金の交付による県内中小企業の知的財産の創造・保護の促進。
- ・ 県公設試研究所等における研究成果の知的財産化による、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。

## ◇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による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の発掘に変わってきています。

### 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、人材育成等の取組等の支援を今後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。

## 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

- ・ 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、大企業等関係機関が連携し、中小企業・小規模企業をサポートする「三重県中小企業・小規模企業振興条例」を施行。
- ・ 県内中小企業・小規模企業の8割がサービス産業であることも踏まえ、地域の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、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、解決策を検討することで連携体制の強化や必要な施策を構築するため、条例に基づき、みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会を県内5地域で設置。

### ●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、県内産業を牽引していく力強い次世代経営人材の育成をめざす「MIE 戦略経営塾」、業種や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」の開催。
- ・ サービス産業の高付加価値化に取り組む中小企業・小規模企業の人材育成を支援する「おもてなし経営」の実践に向けた中堅・リーダー養成塾の開催。

### ●サービス産業の「見える化」(強力な情報発信等)

- ・ 優れたものづくり技術やサービスの高付加価値化などを実現している中小企業・所規模企業を表彰する「三重のおもてなし経営企業選」の創設。

### ●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の検討。

## ●グローバルビジネスの振興

- ・ 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、販路拡大等につなげるための「ミラノ国際博覧会」と合わせたテストマーケティングや商談会の実施。
- ・ 「食」のハーバード大学とも称されるC I A (The Culinary Institute of America) で開催される、アメリカで最も影響のある「食」に関する国際会議「ワールド・オブ・フレイバー (W O F)」への出展による販路開拓や人材育成のためのネットワーク構築の取組。

- ・ 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。



松阪木綿の残布を活用したコサージュ

- ・ 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(工芸等)選定制度の創設。首都圏での選定商品等の展示会の開催。



三重県産桧のバイクスタンド  
「宿輪木 (やどりんぎ)」

## ●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。

## 【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や事業者間が連携した新商品の開発、カタログ販売など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県内への誘客、事業者支援、ネットワークの拡大、情報発信等に関する取組の展開。



首都圏営業拠点「三重テラス」での情報発信

- ・ 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！」による情報発信、周遊性、滞在性の向上に向けた取組。



みえ旅パスポートの発給部数は42万部を突破

- ・ 「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。
- ・ 「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の強化、県内におけるバリアフリー観光の機運醸成を図ることにより、潜在需要の創出とおもてなしの向上を図る取組。

## ● 観光と他分野産業の融合・連携

- ・ ICT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」設立し、具体的なテーマ（観光、健康、共通基盤）ごとのワーキンググループにて、新たなビジネスモデル・社会モデルを検討。

- ・ 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。

◇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

サービス産業においては、業者業態が多様であり、各分野に応じたカリキュラムが必要であり、ニーズの高い分野から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、中長期的な観点を持ち継続的に取り組んでいく必要があります。

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、新商品を販売し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

地域資源活用商品については、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。

⑤ICT・ビッグデータの利活用

「みえICTを活用した産業活性化推進協議会」の各ワーキンググループでの検討を、具体的に産業活性化につなげるための取組が必要です。

⑥「三重テラス」を活用した効果的な情報発信

効果的な情報発信による訴求力の向上、県内企業・事業者のチャレンジ支援、首都圏ネットワークの拡大と連携を図る必要があります。

## 【観光の産業化】

### ① 持続安定的な観光誘客の取組

遷宮、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、外国人旅行者のさらなる誘客を進める必要があります。

### 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（中国及びアセアン）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の提供。
- ・ 「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」を締結したJETRO等との連携による専門的な課題解決支援の取組。



JETROと三重県の連携強化にかかる覚書の締結



三重県海外ビジネスサポートデスクの開設

#### ●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）

- ・ 三重県産業支援センター及び県工業研究所との協創による中小企業の経営戦略の磨き上げと、経営戦略に基づき実施する研究・技術開発及び、それに付随する試作、マーケティング調査等への支援。（「メイド・イン・三重ものづくり推進事業費補助金」）（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。

#### ●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。

#### ●海外見本市などへの県内企業の参加を促進

- ・ 三重県海外ビジネスサポートデスク（中国及びアセアン）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の提供。

- 台湾、タイ等で開催される国際食品見本市等へ出展、ミラノ国際博覧会を契機とするテストマーケティング・商談会の実施。



FOOD TAIPEI 2015 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の促進 ～ 海外ネットワークの充実・拡大 ～

### ・【台湾】

- ◇ 台日産業連携推進オフィス(TJPO)との産業連携に係るMOU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」の開催。(H25. 5)
- ◇ 三重県と新北市と観光協定締結。(H25. 10)
- ◇ 台湾交通部観光局から「2014 台湾観光貢献賞」受賞(H26. 2)
- ◇ 台日産業連携推進オフィス(TJPO)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締結。TJPOがリーディング産業展に出展、日台若手経営者交流会を開催。(H26. 11)

### ・【タイ】

- ◇ タイ経済産業交流ミッションを実施。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。(H24. 9)
- ◇ タイ投資委員会(BOI)とMOU締結。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。(H25. 11)
- ◇ アセアン・インドミッションにて、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)
- ◇ リーディング産業展において、タイ投資委員会(BOI)がブース出展。(H26. 11)

### ・【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。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を実施。(H25. 3)
- ◇ ジェトロ・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SSC（サウス・シアトル・カレッジ）が、学術連携にかかる覚書（MOU）を締結。

サンディスク社（カリフォルニア州）へ三重県への直接投資に関するトップセールス。料理界のハーバードとよばれる食の専門大学のCIA（カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ）と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かかるMOU締結。三重大学とSSC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基本合意書（LOI）を締結。

また、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かかるLOIを締結。(H26. 8)

#### ・【欧州ミッション】

- ◇ 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）との産業連携にかかるMOUの締結。

バーミンガム大学、育成を図るため、県内の看護学生 育成を図るため、県内の看護学生等の研修受け入れに係るMOU締結。

ダッソー・アビシオン社へのトップセールス、イギリスでの三重県ビジネスセミナー開催、オリンピック・パラリンピックキャンプ地の誘致活動。

ミラノ国際博覧会を通じた三重県の「食」のPR。(H27. 7)



フランスでのビジネスセミナー



県内企業によるビジネスセミナーでのプレゼンテーション（イギリス）

・【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」の締結。(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の締結。(H26.9)
- ◇ 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、アジアに販路ネットワークを有する沖縄県との連携等、三重県産品のアジア市場への展開の促進。

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

① 海外展開を推進する上でのターゲットの明確化

限られた経営資源を有効に活用し最大限の効果を発揮していくためには、本県の強みを発揮できる分野及び国・地域をターゲットとした重点的かつ集中的な取組が必要です。

② 拡大する海外需要の取り込みに向けた推進体制の強化

国内市場が縮小する一方、新興国の急速な経済成長を本県の成長へとつなげていくためには、県内企業の海外展開の促進やインバウンド観光客の更なる取り込みを図る推進体制の強化が必要です。

③ 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」の策定。
- ・ 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・エネルギー産業の育成及び集積、地域資源を活かした新エネルギーの導入促進、環境・エネルギー技術を活用したまちづくりに向けた取組の推進。
- ・ 工業研究所が「エネルギー関連技術研究会」を運営することにより、燃料電池、太陽電池、二次電池、省エネ／システム等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、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、市町等と地域活性化に向けた取組方策等を検討。
- ・ 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て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）の取組。
- ・ 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検討を行う「熊野プロジェクト」（中山間地）の取組。

- ・ 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。



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に関する検討など、「スマートアイランドプロジェクト」による地域課題の解決に向けた取組。

## ● 「ライフイノベーション」の推進

- ・ 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、遺伝子情報等）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。
- ・ 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の促進。
- ・ AMICでは、産学官の連携をベースに、最新の技術動向や研究シーズを、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の解決支援や、他の企業・大学等との連携促進等を実施。また、セミナー等の開催及び研究会活動、さらにロビーにおける企業展示等を進め、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する様々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の開催。
- ・ 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係る有望なテーマに関するロードマップと産学官のアクションプランの策定。
- ・ 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。

### ◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

#### ①工業研究所と企業との連携強化

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

#### 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方策についての検討が必要です。
- ・ 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、将来有望なテーマのプロジェクト化に向けた検討を推進することが必要です。

#### 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て地域課題の解決が、新たなビジネスの創出に繋げることが必要です。また、先導的な事業については県内の他の地域に水平展開させることが必要です。

#### ⑤「ライフイノベーション」の更なる推進

- ・ M i e L I Pや「統合医療情報データベース」を活用し、さまざまな医薬品・医療機器等やサービスが創出されるよう支援する必要があります。
- ・ 高齢化社会の進展により健康需要は急速に拡大することから、産学官民が連携して新たなヘルスケア産業を創出していく必要があります。

## 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

- ・ 新たな投資促進制度の創設

### 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、東紀州、鳥羽市、大台町、南伊勢町及び大紀町は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（GNI）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。
- 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。



ロンドンミッション 対日投資セミナー



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
企業誘致件数	26件	65件	91件

●グローバルアクセス強化への取組

- 四日市港の利用促進を図るため、その優位性や役割等を国内外でトップセールスによりPRする「四日市港セミナー」の開催。
- 国や近隣県と連携した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）の充実にに向けた取組。

●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」及び「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への支援。（「中小企業高付加価値化投資促進補助金」）
- 県内事業所の操業の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の開催。
- 県内立地済み企業の操業の継続や事業拡大に向けた、市町や関係機関等との連携による規制の合理化などの操業環境の整備、向上のための取組。



◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

①グローバル企業の設備投資動向への対応

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。

②本社機能の地方移転に関する取組

地方創生の中でクローズアップされる本社機能の地方移転を促進する取組については他県との差別化が必要です。

③外資系企業の誘致（対内投資）に向けた取組の強化

本県経済の更なる活性化に向けて、新たなビジネスモデルや先端技術の研究開発活動を県内に持ち込む可能性のある外資系企業の誘致策を更に強化する必要があります。

## 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

- ・ 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。
- ・ 創業に関し先進的に取り組んでいる自治体とのネットワーク（「スタートアップ都市推進協議会」）を活かした創業・第二創業の促進に向けた取組。
- ・ 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、アジアに販路ネットワークを有する沖縄県との連携等、三重県産品のアジア市場への展開の促進。
- ・ 海外とのネットワークの構築（再掲）

#### 【台湾】

- ◇ 台日産業連携推進オフィス(T J P O)との産業連携に係るMOU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」の開催。(H25. 5)
- ◇ 三重県と新北市と観光協定締結。(H25. 10)
- ◇ 台湾交通部観光局から「2014 台湾観光貢献賞」受賞(H26. 2)
- ◇ 台日産業連携推進オフィス(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締結。T J P Oがリーディング産業展に出展、日台若手経営者交流会を開催。(H26. 11)

#### 【タイ】

- ◇ タイ経済産業交流ミッションを実施。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。(H24. 9)
- ◇ タイ投資委員会(B O I)とMOU締結。I C E T T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)
- ◇ リーディング産業展において、タイ投資委員会(B O I)がブース出展。(H26. 11)

#### 【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)
- ◇ ジェトロ・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SSC(サウス・シアトル・カレッジ)が、学術連携にかかる覚書(MOU)を締結。

サンディスク社(カリフォルニア州)へ三重県への直接投資に関するトップセールス。料理界のハーバードとよばれる食の専門大学のCIA(カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ)と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かかるMOUを締結。三重大学とSSC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基本合意書(LOI)を締結。

また、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かかるLOIを締結。(H26. 8)

#### 【欧州ミッション】

◇ 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)との産業連携にかかるMOUの締結。

バーミンガム大学、育成を図るため、県内の看護学生 育成を図るため、県内の看護学生等の研修受け入れに係るMOU締結。

ダッソー・アビシオン社へのトップセールス、イギリスでの三重県ビジネスセミナー開催、オリンピック・パラリンピックキャンプ地の誘致活動。

ミラノ国際博覧会を通じた三重県の「食」のPR。(H27. 7)

### ●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や情報発信を行う「三重の応援店舗」の拡大。
- ・ 首都圏でのさら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。
- ・ 包括協定の締結企業との連携による「三重県フェア」など、本県及び本県品の情報発信・販路拡大に向けた取組。
- ・ 関西事務所を中心とした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三重ファン等の協力を得た三重の魅力の発信。

◇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

三重県観光キャンペーン等の成果を踏まえた、官民連携、首都圏・関西圏での顧客拡大、ブランド力向上に向けた情報発信の精度向上を図る必要があります。

③「三重テラス」を活用した効果的な情報発信（再掲）

効果的な情報発信による訴求力の向上、県内企業・事業者のチャレンジ支援、首都圏ネットワークの拡大と連携を図る必要があります。

④関西圏営業戦略の展開

関西圏での販路拡大や観光誘客等の拡大を図るため経済界等との連携強化と県内市町のニーズに合った情報発信に取組必要があります。

⑤市町、関係団体への情報の「TWO WAY」

三重の魅力を発信する訴求力を高めるため、地元市町との双方向の情報共有と連携強化を図る必要があります。

## 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

- ・ものづくり中小企業の高度人材の確保を支援する、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の実施。
- ・文部科学省「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。

### ●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（H25～27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し、地域における安定した雇用創出を図る。

#### ・地域人づくり事業（H26～27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」により、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することで、県内産業の振興を図る。

#### ・地域創生人材育成事業（H27～29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））と、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・「食」関連・観光）において、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通じて、当該分野における安定的な人材の確保をめざす。

- ・三重労働局等関係機関と連携した、求職、求人双方のニーズ把握に基づく、職業訓練の実施。
- ・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。

## ●潜在的な労働力の労働市場への参入を促進

- ・ 就労意欲を持つ女性を対象としたキャリアカウンセリングの実施。女性向けセミナー及び企業向けセミナーの開催。  
子育て等により一定期間仕事から離れていた女性の再就職へ不安（仕事のブランク・スキル面での不安）解消及び、企業ニーズに対応するためのスキルアップ研修、離職ブランク回復のための職場実習の実施。
- ・ ステップアップカフェ「C o t t i 菜」の活用など、障がい者の一般就労に向けた就職スキル向上の支援、県民及び企業に向けた障がい者雇用の理解促進。
- ・ 障がい者雇用に実績のある企業と新たに障がい者雇用を進めたい企業とのネットワーク化（三重県障がい者雇用推進企業ネットワーク）による、障がい者雇用の促進。
- ・ 新卒未就職者を対象とした OFF-JT と OJT を組み合わせた事業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の実施。
- ・ 「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。
- ・ 男女がいきいきと働いている企業の認証・表彰による働く環境の整備。

## ◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

### ①障がい者雇用の更なる促進

障害者実雇用率が法定雇用率に達しておらず、法定雇用率達成企業の割合向上が必要です。

### ②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、若年者の離職率が改善していません。（卒業後3年以内の離職率は大卒3割、高卒4割程度）。

また、非正規雇用率が30%を超えた状況で推移しており、特に、25才から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ません。

### ③人口減少社会における職場環境の整備

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働き続けられる環境整備、男女がともに働きやすい職場づくりが必要となっています。

### ④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

中小企業・小規模企業単独での人材の確保・育成は困難であることから、その支援が求められる一方、職業訓練の定員充足率が低下傾向にあり、社会ニーズに応じた対応が必要となっています。

### 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

みえ産業振興戦略における中小・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さらに進めるため、三重県中小企業・小規模企業振興条例を施行しました。

#### 「三重県中小企業・小規模企業振興条例」

##### 【条例策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。また、地域の多様な中小企業・小規模企業が雇用を支えている。
- ・ 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。

##### 【条理の基本理念】

- ・ 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 23 条に基づき「みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会」を 5 地域（北勢、中南勢、伊勢志摩、伊賀、東紀州）に設置し、関係者が一堂に会する中で、地域の実情に応じた中小企業・小規模企業の振興に関するテーマや、中小企業・小規模企業が抱える課題の把握、解決策等を検討していきます。

## 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支援する「三重県版経営向上計画」制度の創設。
- ・ 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の検討。（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支援、関西圏での販路開拓支援。（再掲）
- ・ 創業に関し先進的に取り組んでいる自治体とのネットワーク（「スタートアップ都市推進協議会」）を活かした創業・第二創業の促進に向けた取組。（再掲）
- ・ 製造業における川下企業との商談機械（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）による中小企業・小規模企業の海外展開支援。（再掲）

### iii 資金や人材など経営資源確保の支援

- ・ 中小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）

### 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。（再掲）
- ・ 「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。（再掲）



## 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」の設置。
- ・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」の設置。

### ◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

#### ①「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さらに深め、地域ごとの課題を把握し、中小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。

#### ②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。
- ・ 三重県産業支援センターとの連携による県内企業の国の補助メニュー活用の促進や商工団体、金融機関との連携による外部資金獲得の支援。

##### ●町の技術医として、県内中小企業の技術的な取組を支援

- ・ 各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。
- ・ 陶磁器や鋳物など地域資源を活用した技術開発、新商品開発に係る共同研究・試作開発の実施。

##### ●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、機器取扱講習会の開催など企業技術者の育成に向けた取組。企業へ出向いての出前講座、人材育成型共同研究の実施。

◇これまでの取組の中で明らかとなった課題

##### ●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さら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) 「みえ産業振興戦略」策定時の現状認識

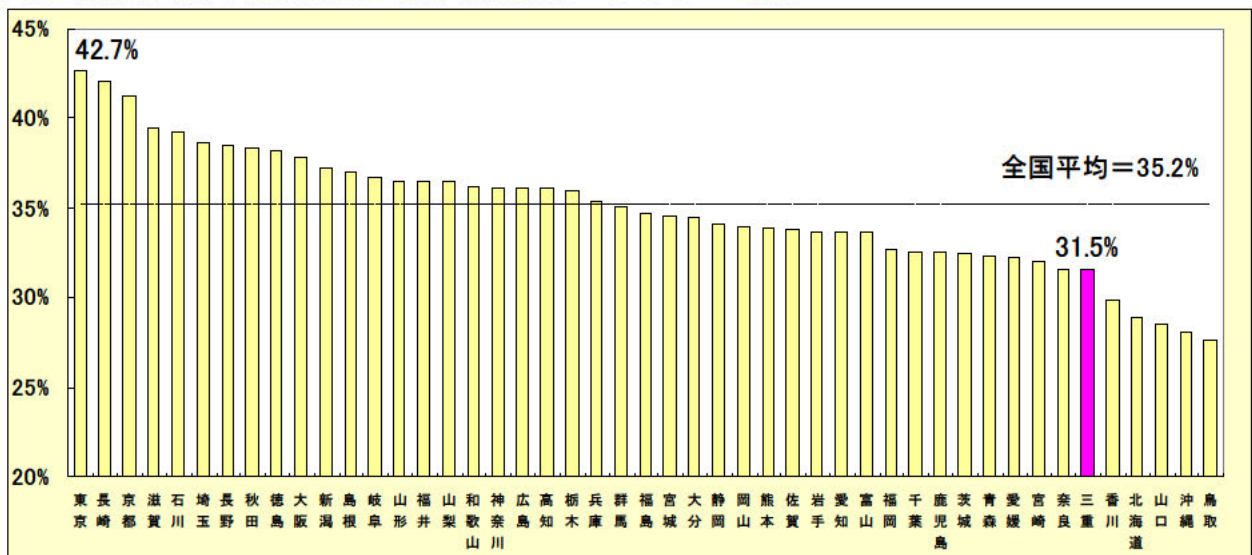
「みえ産業振興戦略」の策定を検討した当時は、未だにリーマンショックの影響が見られており、三重県は世界経済の変化に大きな影響を受けやすい産業構造であることが明らかとなりました。

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			【製造業の付加価値構成比】		【付加価値成長率(年率)】	
	96年	07年	08年	96-07年	08年(前年比)	
全国	22.3%	20.6%に低下	19.9%	0.1%増	▲2.5%減	(電機▲10.9、輸送機械▲7.3)
三重県	32%	37%に上昇	31.5%	1%増	▲9.8%減	(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 <b>上昇</b> (+9.4ポイント)	2.2%増
三重県	21.1%	→ 25.9%に <b>上昇</b> (+4.8ポイント)	1.5%増

こうした分析に加え、県内外 5000 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踏まえ、「今後取り組むべき 11 の課題」を整理し、産業政策の戦略として 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につなげていない | 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

- ◇ 成長産業  
社会的問題解決型産業への攻めの取組
- ◇ 戦略的な企業誘致  
さらなる県内投資促進への挑戦
- ◇ ものづくり戦略  
「ものづくり」と「マーケティング」の連鎖による商品開発等
- ◇ サービス戦略  
「ものづくり」と融合したサービス産業の創出等  
◇ 観光の産業化  
他分野産業との融合や「場所文化」を軸とした共感者づくり
- ◇ 海外展開戦略  
海外市場の開拓と県内企業の海外展開の促進等
- ◇ 振興戦略プラットフォームの構築  
人づくりとネットワークづくり

このように策定した「みえ産業振興戦略」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値を設定し、戦略的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つの目標値の進捗状況を整理するとともに、本県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整理を行い、今後の取組の方向性について検討を行います。

## 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)			【平成25年】 (単位:百万円)		
都道府県	金額		都道府県	金額	
1 愛知	8,793,408		1 愛知	12,482,707	
2 大阪	5,269,689		2 静岡	5,593,507	
3 静岡	4,973,224		3 大阪	5,125,375	
4 神奈川	4,476,465		4 神奈川	4,741,455	
5 埼玉	4,155,976		5 兵庫	4,439,352	
6 兵庫	4,065,873		6 埼玉	4,136,095	
7 東京	3,061,130		7 茨城	3,283,809	
8 茨城	2,732,714		8 東京	3,048,326	
9 千葉	2,627,945		9 三重	2,959,959	
10 福岡	2,341,621		10 千葉	2,849,956	
11 三重	2,316,871		11 栃木	2,594,857	
12 栃木	2,275,769		12 群馬	2,589,113	
13 群馬	2,207,958		13 広島	2,437,145	
14 滋賀	2,202,235		14 滋賀	2,303,873	
15 広島	2,143,846		15 福岡	2,240,446	

戦略策定時(H21年) 2.3兆円: 全国11位  平成25年度実績 2.9兆円: 全国9位

資料: 経済産業省「工業統計調査」から作成

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。

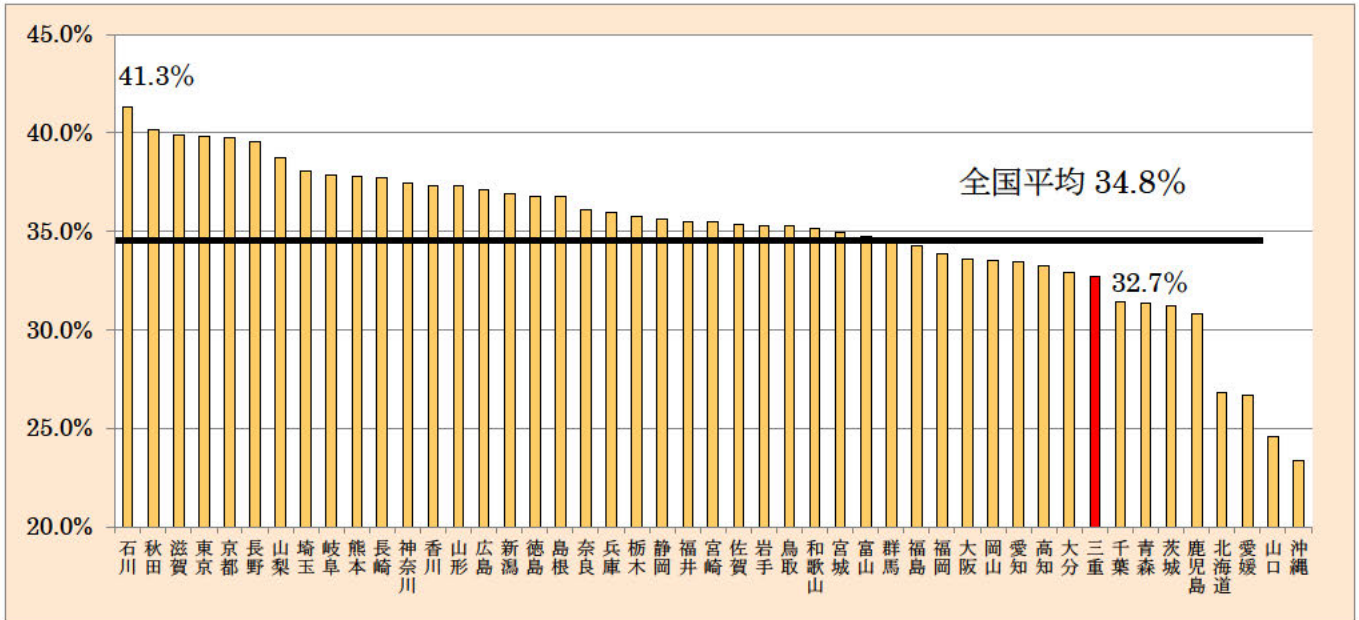
#### 製造業の付加価値額の推移

	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。



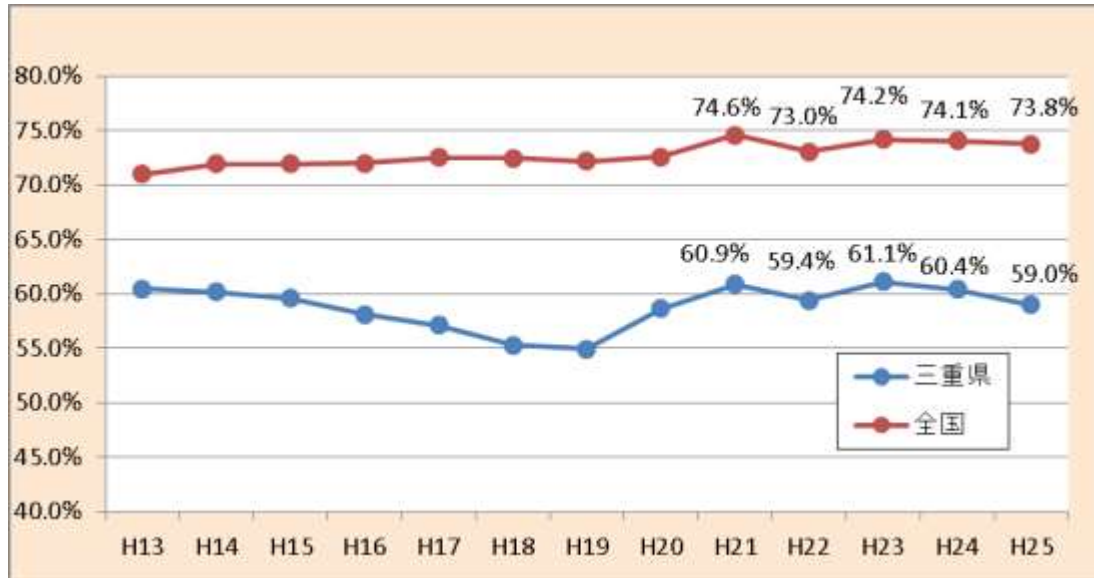
戦略策定時(H21年)	↑	平成25年度実績
31.5%(全国42位)		32.7%(全国39位)

資料: 経済産業省「工業統計調査」から作成

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。



戦略策定時(H21年) 60.9% (全国74.6%) → 平成25年度実績 59.0% (全国73.8%)

資料:内閣府「県民経済計算」から作成

サービス産業（広義）の付加価値構成比は平成21年度の61.9%から59.0%（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	2,294,397百万円	→	2,524,985百万円	(約2,305億円の増)
サービス産業（広義）	4,377,210百万円	→	4,443,507百万円	(約662億円の増)



#### 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%

戦略策定時(H22年)  
96.0% (全国6位)



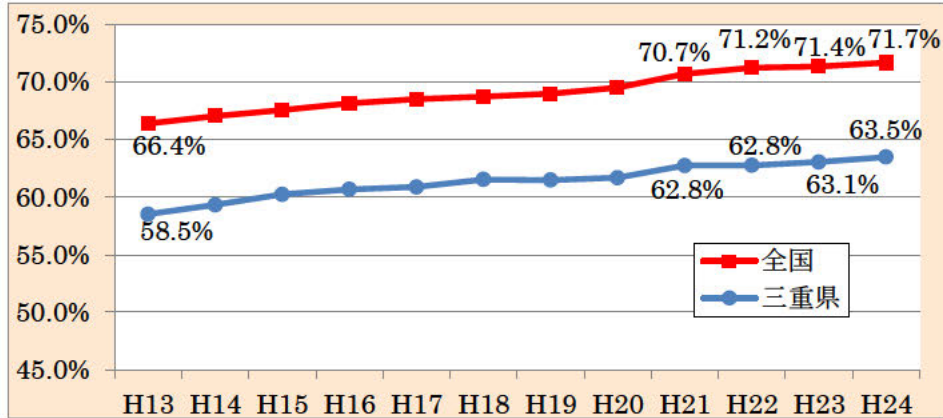
平成26年度実績  
97.8% (全国2位)

資料:総務省「労働力調査」から作成

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。また、完全失業率は全国で最も低い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。



戦略策定時(H21年) 62.8% (全国70.7%)	↑	平成24年度実績 63.5% (全国71.7%)
--------------------------------	---	-----------------------------

資料:内閣府「県民経済計算」から作成

サービス産業（広義）の付加価値構成比の増加に呼応した雇用支援を行うことで拡大を図るサービス産業（広義）の就業者構成比については、平成21年度の62.8%から63.5%（平成24年度実績）に伸びているものの、目標達成にまでは至っていません。

### 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平成23年度の40.0%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18,847件（H27.7.13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

ものづくり産業の付加価値額の向上は、「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」といった業種の成長に支えられています。

このうち、「化学工業」を支えるコンビナートを取り巻く環境については四日市を含め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。

加えて、国内の石油製品の需要が減少していく見通しの中、「エネルギー供給構造高度化法」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、四日市コンビナートでは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の活性化に重要な要因となってきています。

これらの要因は、本県産業をこれまで支えてきた四日市コンビナートの今後のあり方に関わってく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ません。

また、「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競争が激化しているなど、引き続き県内の産業界の競争力維持・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、先行きは不透明な状況にあり、特にコンビナートを有する北勢地域のものづくりについては、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7割弱が「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」で占める中、特定の産業に過度に頼らない強靱で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も必要です。

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、国産小型ジェット旅客機「MRJ (Mitsubishi Regional Jet)」の量産化をにらみ、三菱重工松阪工場がその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、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した際、一人当たり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)の一人当たり付加価値額の推移

	平成21年度		平成24年度	
製造業	10,256千円	→	11,105千円	(8.2%の増)
サービス産業(広義)	7,783千円	→	7,959千円	(2.2%の増)

みえ産業振興戦略を策定し、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、その実現に向けた産業政策を展開してきましたが、高付加価値化も見据えた「サービス産業」の更なる成長に向けた取組を検討していく必要があります。

こうした中、「観光」関連産業を地域を牽引する産業へ育成していくための取組が必要です。

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観光客の増加、特に ASEAN 諸国からの観光客の増加は顕著であり、2020 年の東京オリンピックによる日本のプレゼンスの高まりも見据えつつ、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、サービス産業の振興を図る際、ICT・ビッグデータの利活用の進展を踏まえた検討が必要です。ICT・ビッグデータの利活用により革新的なサービスやビジネスモデルの創出が期待されています。国の「日本再興戦略」においても、産業構造の変革を見据えた産業競争力強化の視点が打ち出されており、ICT・ビッグデータを活用したネットワーク情報の分析等による地域の競争力強化の取組が必要です。

加えて、2016 年の主要国首脳会議（サミット）が三重県伊勢志摩で開催されることが決定しました。

主要国首脳会議（サミット）という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、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、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。

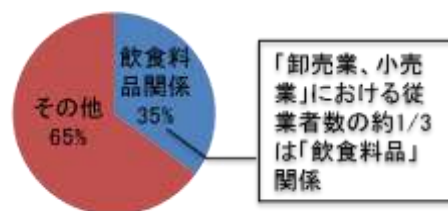
県内の事業所構成比の 1 位は「卸売・小売業」ですが、従業者数の約 1/3 は「飲食料品」関係が占めています。また、構成比の 2 位は「宿泊・飲食サービス業」、4 位の製造業のうち、事業所数が最も多いのは「食品製造業」となっています。

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 1 次産業、2 次産業も含めた地域経済の活性化につながるものであると言えます。

【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と従業者数の内訳】

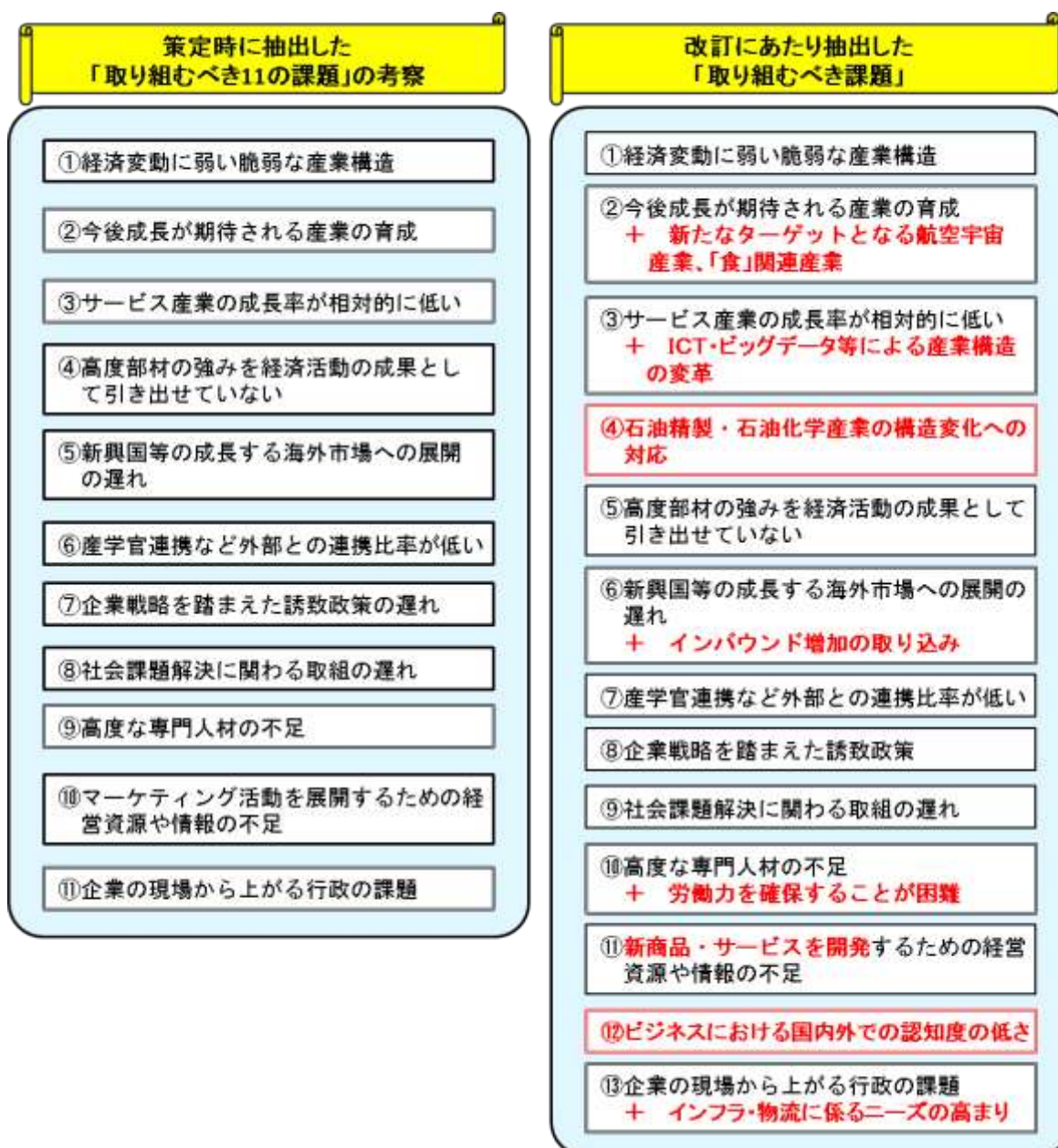
	分類	事業所数
1	食品製造業	988
2	金属製品製造業	923
3	生産用機械器具製造業	632
4	窯業・土石製品製造業	597
5	輸送用機械器具製造業	535

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、アンケートの実施により得た現場の生の声に加え、みえ産業振興戦略の進捗と課題、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、以下のとおり整理を行いました。

### 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)

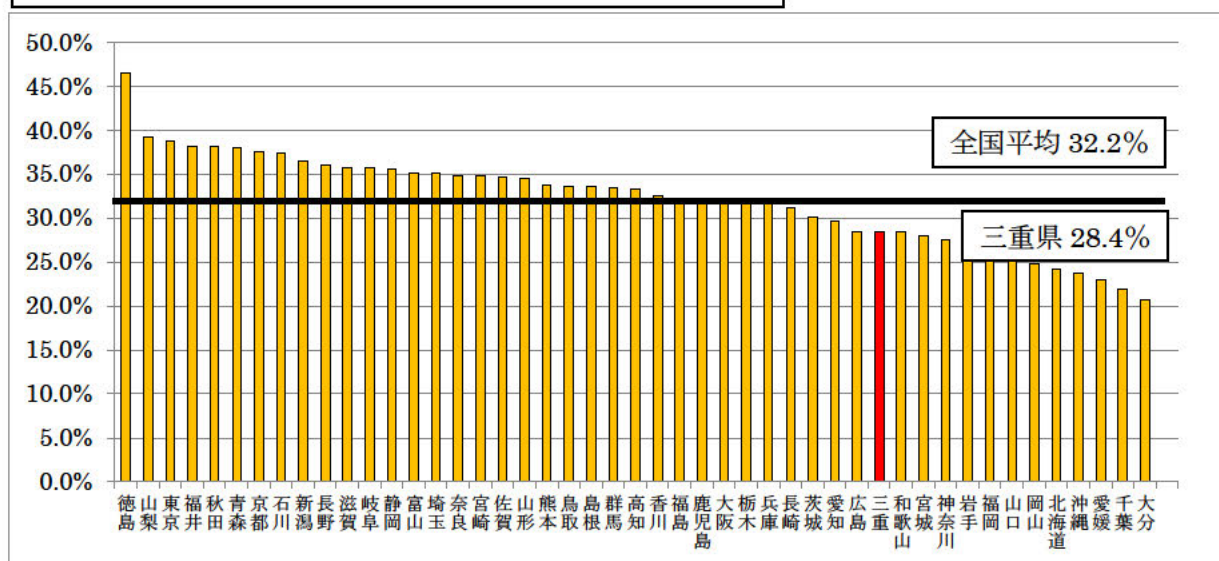
	平成21年度(策定時)	平成25年度	
県内総生産(名目)	7,115,576百万円	→ 7,529,329百万円	(約3,370億円の増)
うち製造業	2,294,397百万円	→ 2,524,985百万円	(約2,300億円の増)
うちサービス産業(広義)	4,377,210百万円	→ 4,443,507百万円	(約660億円の増)

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3,370億円増加しており、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8兆9,616億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)は相対的に低水準であり、本県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、県内のものづくり中小企業の多くは、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・環境制約や経済のグローバル化など、国内外の情勢変化を踏まえ、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べきと考えます。



## (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)

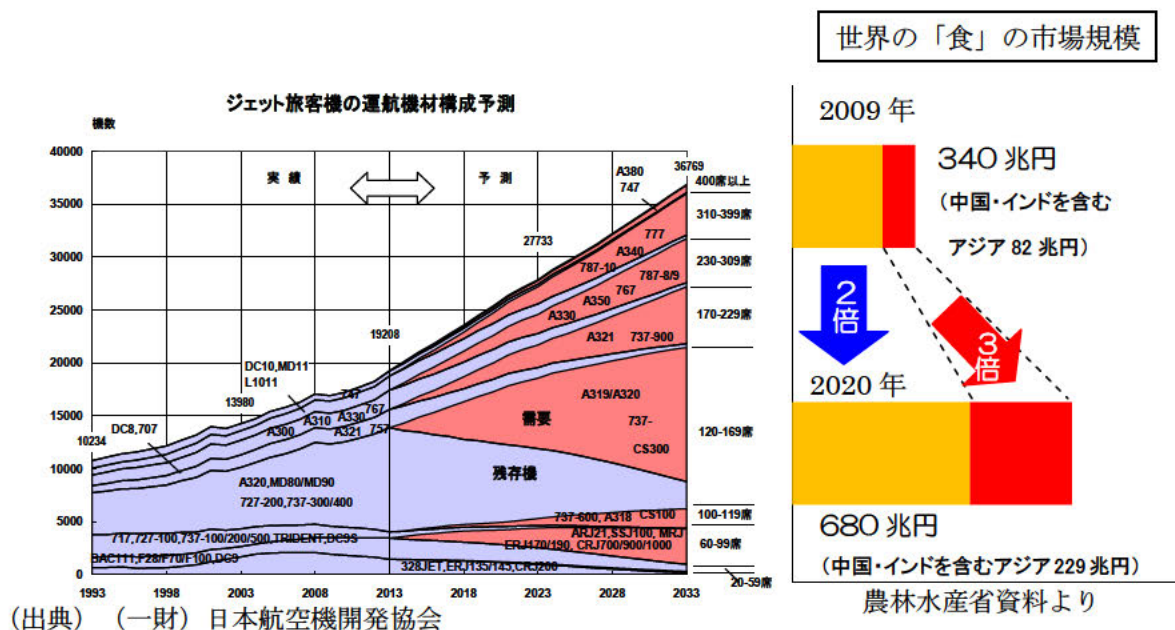
戦略を策定した当時の企業アンケート調査によれば、成長を期待するとした産業分野については「クリーンエネルギー」、「医療・介護」の順に多く、本県のものづくり産業の集積を踏まえ、「環境・エネルギー関連分野」、「医療・健康関連分野（ライフイノベーション）」を成長産業に位置付けました。

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）などを踏まえると、「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を続ける中、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ターゲットも必要です。

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、国産小型ジェット旅客機「MRJ (Mitsubishi Regional Jet)」の量産化をにらみ、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」の市場規模は 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により日本の「食」への関心は高まりを見せています。本県の「食」関連産業が多くの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

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。戦略策定後、サービス産業の就業者比率は上昇していますが、付加価値比率は減少しており、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必要があります。

#### 製造業とサービス産業(広義)の一人当たり付加価値額の推移

	平成21年度		平成24年度
製造業	10,256千円	→	11,105千円 (8.2%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、ICT・ビッグデータの利活用が挙げられます。ICT・ビッグデータの利活用は革新的なサービスやビジネスモデルの創出だけではなく、産業構造の変革の可能性も有しており、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

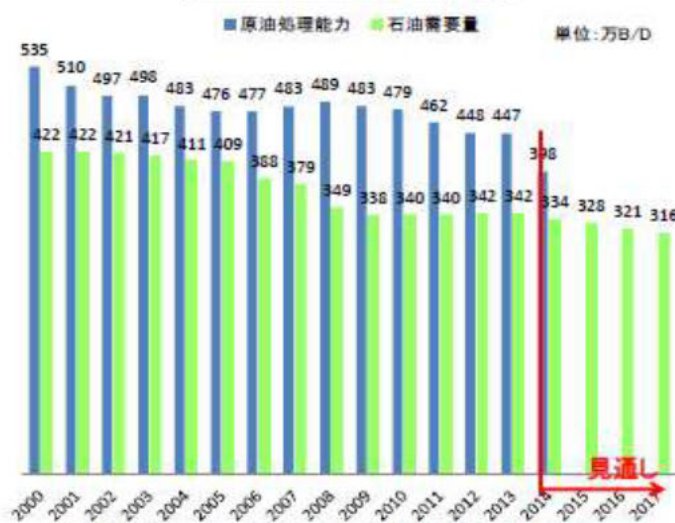
四日市コンビナートを取り巻く環境が厳しさを増しています。

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。

加えて、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、本県産業をこれまで支えてきた四日市コンビナートの今後のあり方に関わってく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、その対応が必要となっています。

原油処理能力と石油需要量の推移



※精製能力は各年4月1日時点の能力。2014年度は、各社公表情報を基にした見込み。  
 ※2000年度から2012年度までの需要量は実績、2013年度から2017年度までの需要量はエネルギー「石油製品需要見通し」より

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

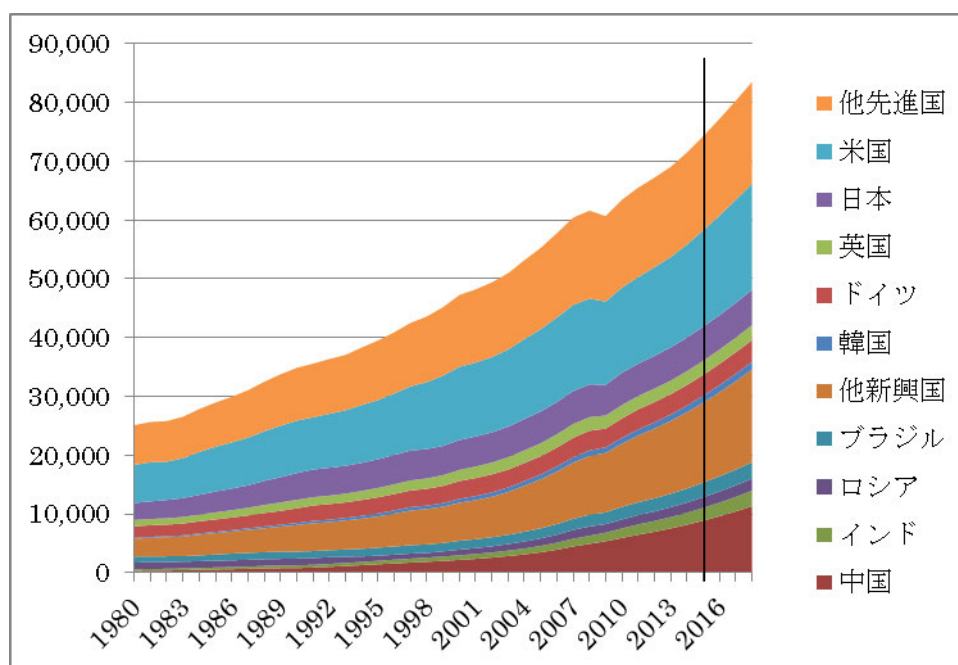
本県の強みである「高度部材」産業群の集積を再認識し、高度部材・素材技術を活かした成長産業の強化が必要です。

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、高度部材の強みを活かした高付加価値製品を開発・量産することを目指してきましたが、その研究開発の成果を早期に、継続的に新製品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います。

### (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)

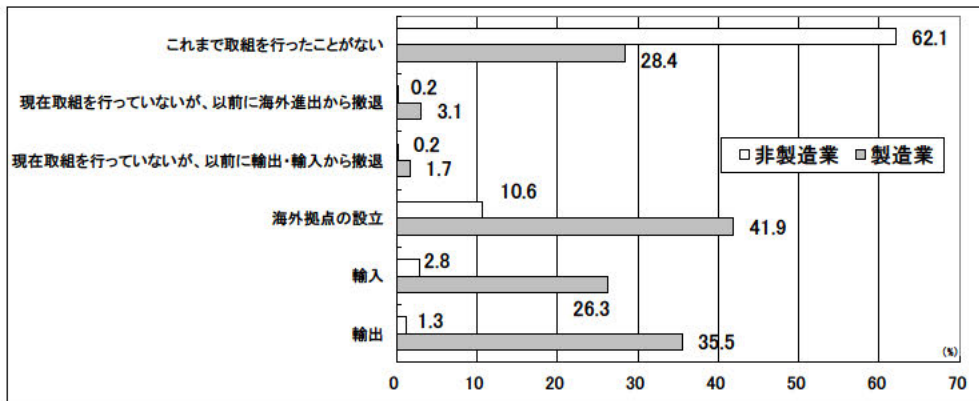
本格的な人口減少社会への突入などから国内市場の縮小に対する懸念がある一方、新興国等の成長により、引き続き、世界市場は拡大する傾向にあります。そのため、新興国等を対象とした積極的な海外展開を支援することが求められるとともに、そこで獲得した資金の国内への還流を促進し、ひいては地域の雇用の維持・拡大につなげていくことも重要です。



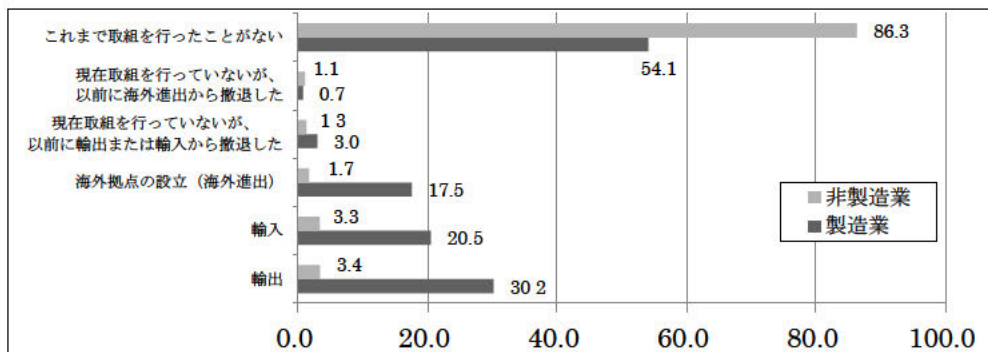
世界の名目GDPの成長予測（経済産業省「通商白書」より）

こうした中、戦略を策定した際、県外企業と比較した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。策定時のアンケート結果と今回実施した企業アンケート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 年度実施分）】



【製造業・非製造業別（平成 27 年度実施分）】



- ・ 今回実施したアンケート調査では、海外進出の割合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。

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観光客の増加、特に ASEAN 諸国からの観光客の増加は顕著となっています。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、これらの動きを本県の成長に取り込んでいく取組が必要となっています。

外国人旅行者数の推移

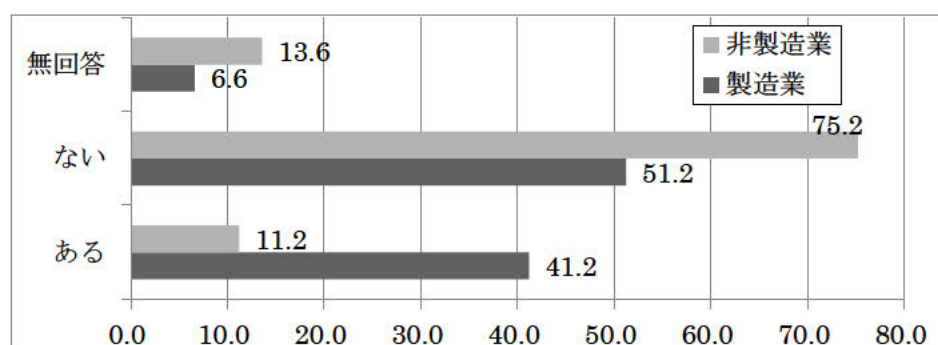
	平成24年	平成25年	平成26年
訪日外客数（全国）	8,358千人	10,363千人	13,413千人
外国人延べ宿泊者数（三重県）	90,990人	130,890人	178,520人

## (7) 産学官連携など外部との連携比率が低い

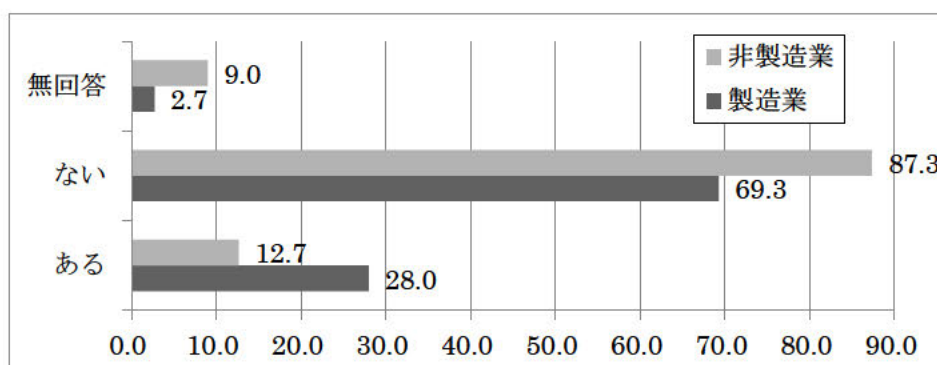
戦略策定時、業績が好調な企業群ほど産学官連携など外部連携の取組比率が高い中、外部連携を実施したことがある県内企業の比率が県外企業の比率よりも低かったことを課題の一つとしました。

策定時のアンケート結果と今回実施した企業アンケート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 年度実施分）】



【製造業・非製造業別（平成 27 年度実施分）】



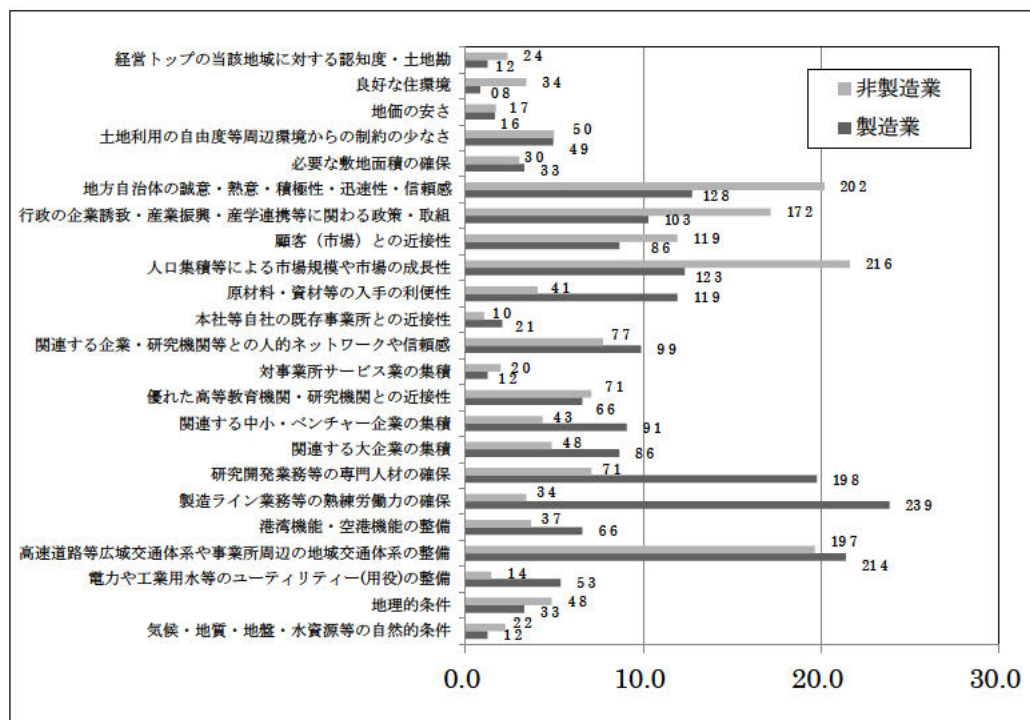
- ・ 今回実施したアンケート調査では、外部連携の度合いが少ない非製造業の回答が多かったため、取組実績が「ない」と回答する企業の割合が高まったと推測されます。

## (8) 企業における最新及び今後の立地戦略を踏まえた企業誘致策

【全体（平成27年度実施分）】（※H27年度実施分は複数回答可とした）

立地環境に係るニーズは多様化しており、専門人材・熟練労働力、産業集積、交通インフラ、顧客との近接性など複数の立地環境要因を踏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年度実施分）】



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。

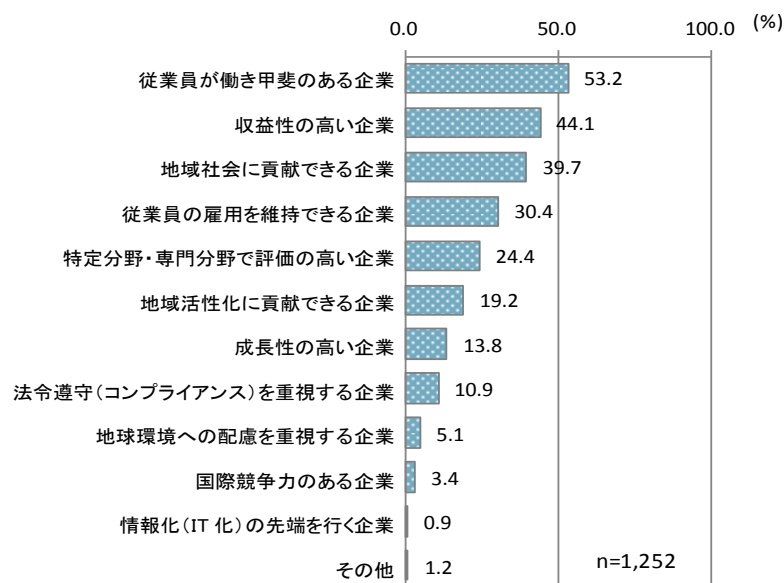
一方、人口減少などによる国内市場の縮小が見込まれる中、海外の資本・成長力を本県に取り込み、地域に雇用を生み出す外資系企業の対日直接投資に向けた取組を更に強化する必要があります。

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) 環境や雇用への配慮等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、志の高い企業を集積することは、地域の中長期の持続可能性(サステナビリティ)につながるとみられます。

三重県においては、「幸福実感日本一」を目指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、良き企業市民たることを目指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。



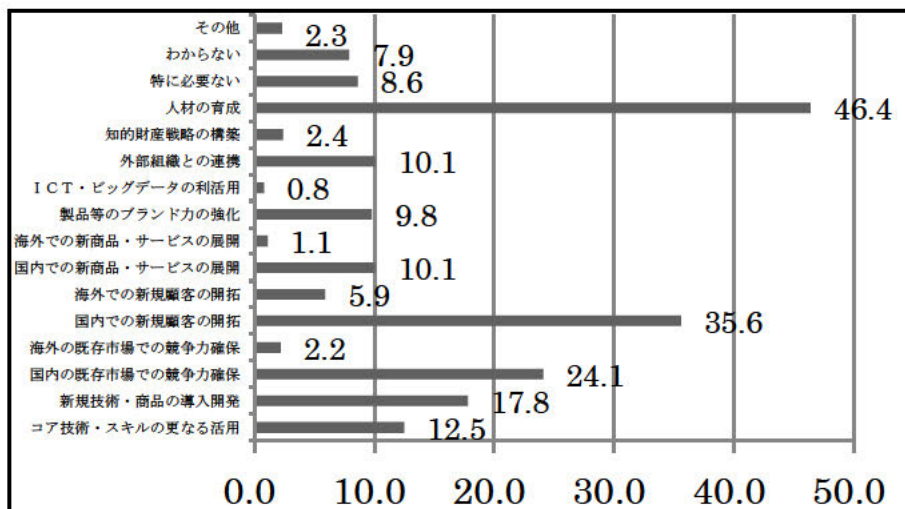
企業アンケート調査によれば、今後めざす企業の姿として、「従業員が働き甲斐のある企業」を挙げる声が多く、「収益性の高い企業」、「地域社会貢献できる企業」、「従業員の雇用を維持できる企業」がこれに続いており、従業員やサプライヤーなど多様なステークホルダーへの十分な配慮とともに、本業を通じた社会的問題解決・地域活性化の促進が求められます。

### (10) 研究・技術開発を行う高度な専門人材の不足

#### (労働力を確保することが困難)

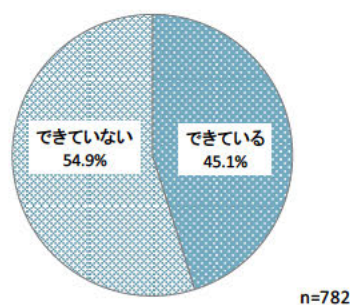
企業アンケート調査によれば、事業所発展のために取り組むべき経営戦略としては、「人材の育成」を挙げる企業が約半数を占め、「国内での新規顧客の開拓」、「国内の既存市場での競争力確保」がこれに続き、基盤となる人材の育成・確保と国内市場での競争力・技術力の強化が重要と考える企業が多い傾向となっています。

【全体（平成 27 年度実施分）】



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」との声も上がっており、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ないかの問いに対するアンケート結果

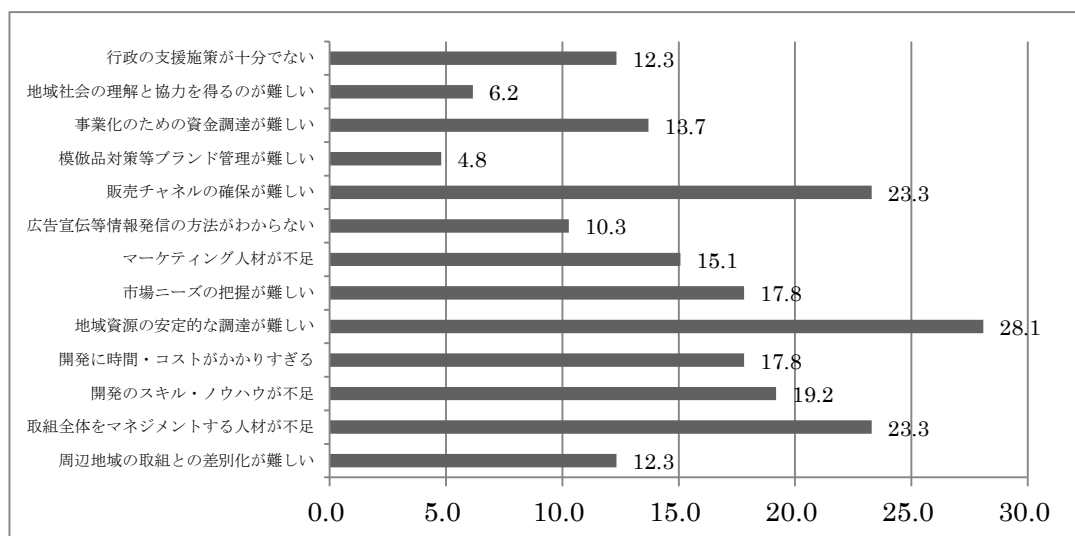




## (11) 商品・サービス開発をするための経営資源や情報の不足

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確保が難しい」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 年度実施分）】



## (12) ビジネスにおける国内外での認知度の低さ

平成 25 年度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が、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（三重県への異動が拒否される）となっているケースもあり、本県産業の活性化に向けた複合的な視点から、三重県の魅力を発信していく必要があります。

### (13) 企業の現場から上がる行政の課題

#### (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」等の行政の仕組みが企業側の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。また書類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自治体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

5000社アンケートでは、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、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、県北部は国内だけでなく海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經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）を經由しての韓国・中国島への海上輸送などが実現します。

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へ向かってしまうというピンチでもありますが、逆に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道路を活用し、本県にまで波及させる大きなチャンスでもあると言えます。

三重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。

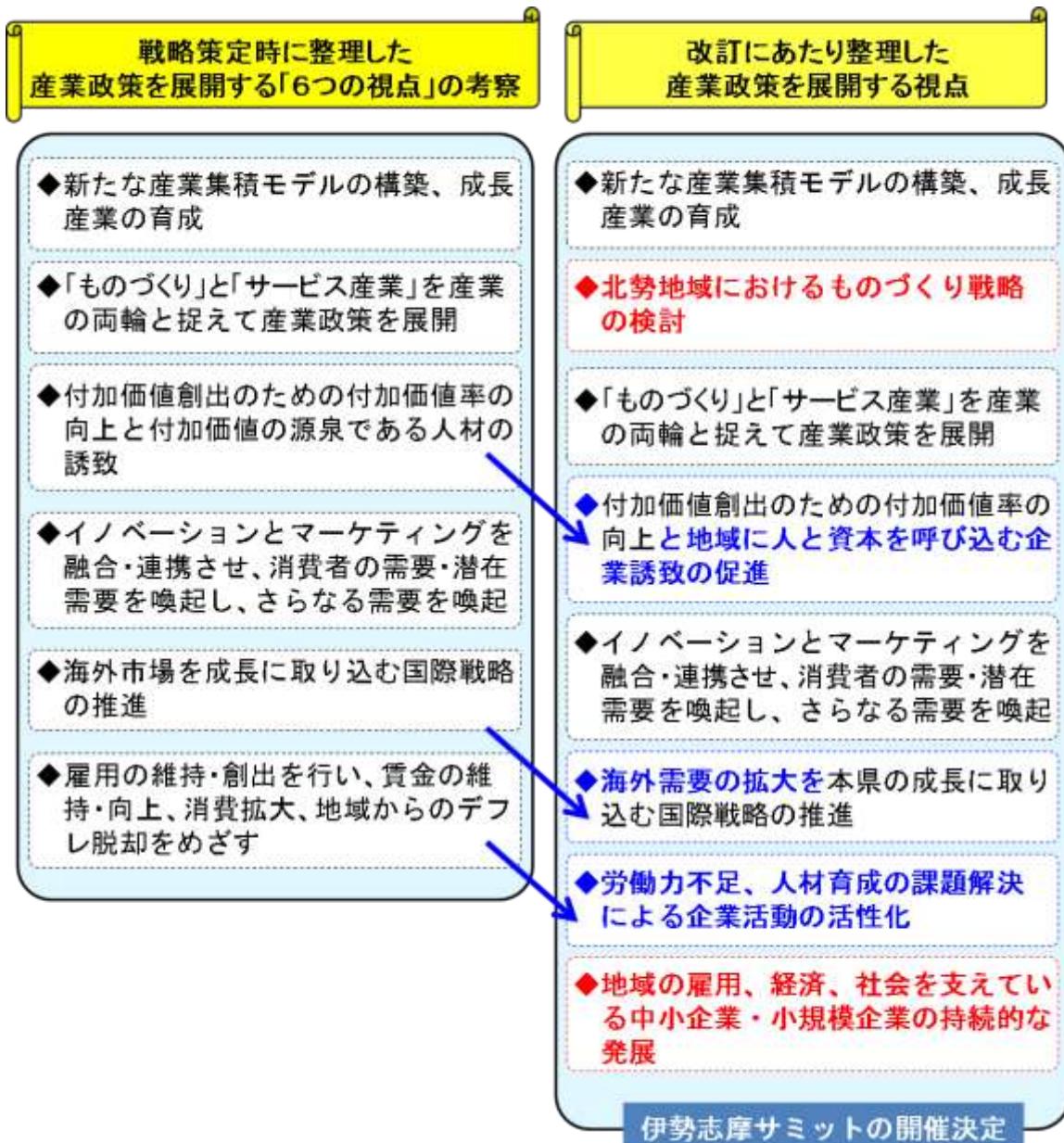


# 第3章 新たな戦略体系

## 1 今後の産業政策を展開する視点

戦略策定時、「今後取り組むべき11の課題」を抽出したのち、これらに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、以下のとおり整理を行いました。



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）を活かしつつ、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特定の業種に過度の頼ることなく、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付加価値を創出していくにあたり、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、企業誘致等を促進し、付加価値の源泉である人と資本を呼び込むことで地域の成長を促します。

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は地域の成長戦略を描くにあたって不可欠な取組であると言えます。

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となりました。

主要国首脳会議（サミット）という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、本県の経済・産業のポテンシャルを最大限引き出し、本県のステージアップを図るための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、企業アンケートによる現場の声や社会情勢の変化を踏まえ、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、それらの検討を踏まえ、今後、具体的に取り組む新たな戦略像を示していきます。

### (1) 「6つの戦略」の改訂

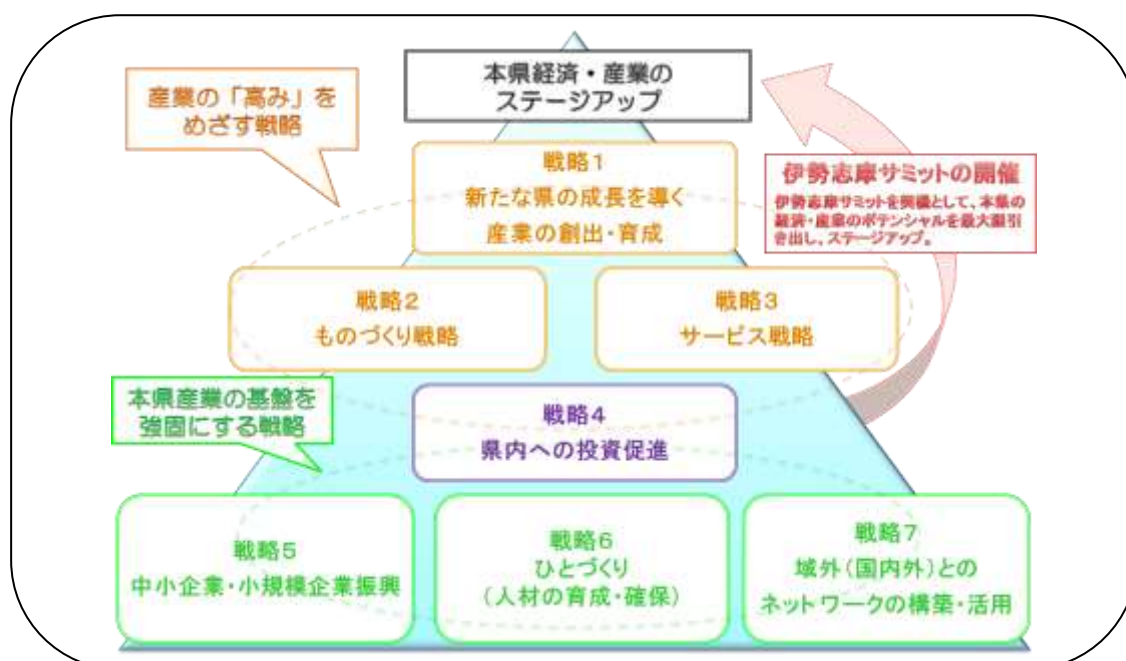
リーマンショックにより、本県が経済変動に弱い脆弱な産業構造を有していることが明らかとなったことから、「みえ産業振興戦略」の策定にあたっては、強じんて多様な産業構造を構築することとしました。

一方で、戦略の目標値など、これまでの考察にあるとおり、その取組は道半ばであると言えます。

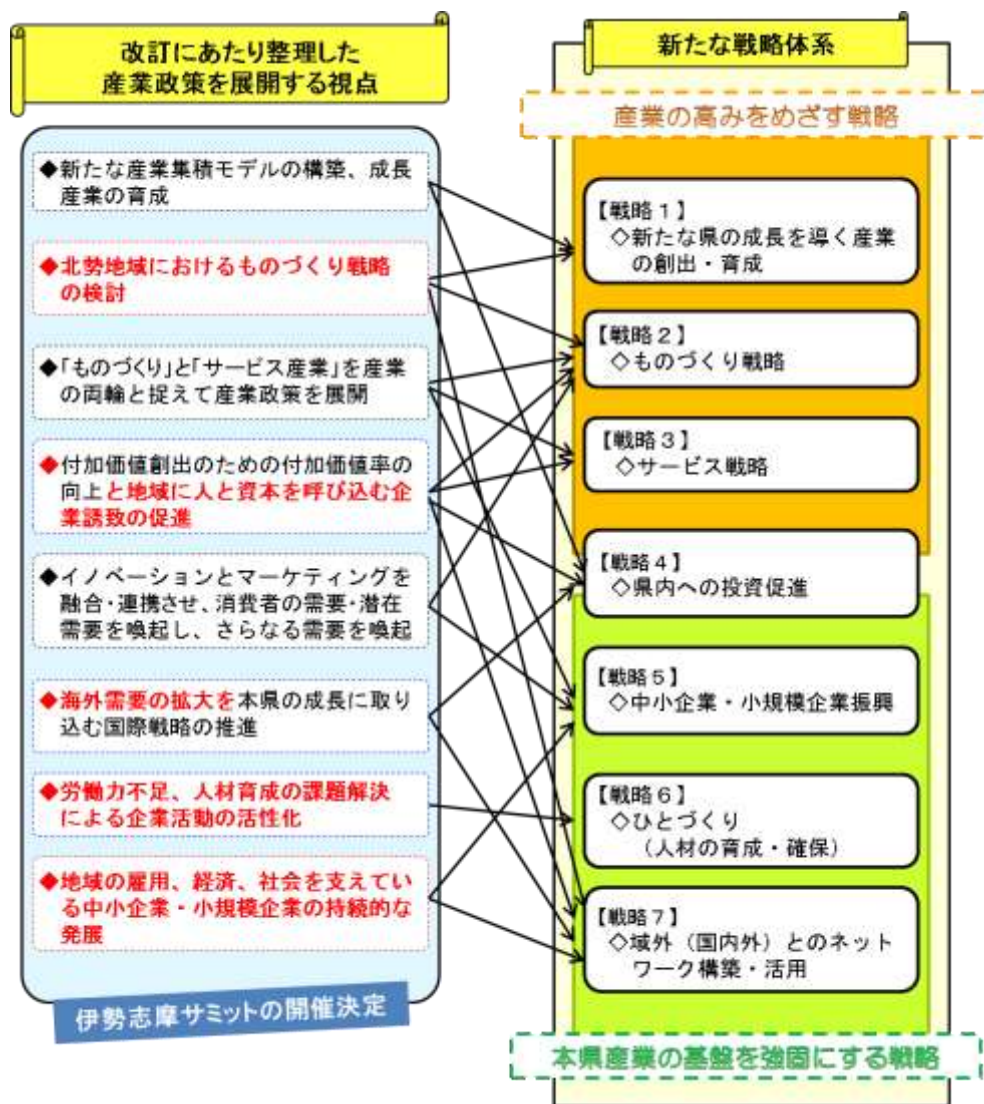
このため、今回の改訂にあたっては、前段の「産業政策を展開する視点」をもとに、戦略策定時に示した「6つの戦略」を再整理し、大きく「高みをめざす戦略」と「産業の基盤を強固にする戦略」に分類します。

これは、強じんて多様な産業構造の構築に向け、何を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を図るものです。

その際には、2016年「伊勢志摩サミット」という世界最高峰の国際会議を一過性に終わらせることなく、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須であり、「伊勢志摩サミット」の開催を施策のベースとして捉える必要があります。







### ①新たな県の成長を導く産業の創出・育成

本県の製造業出荷額の7割弱は「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」が占めています。強じんて多様な産業の構築のためには、これらの産業に過度に頼らない新たな産業の育成が求められます。

このため、「環境・エネルギー関連産業」、「ライフイノベーション」など成長分野での取組を更に進めるとともに、県内の企業動向や本県産業との親和性を踏まえ、「航空宇宙産業」を新たなターゲットとした取組を展開します。

## 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、「ものづくり」は本県の強みとなっていますが、付加価値率が全国に比べて低いことから、高付加価値化を図る技術の開発、人材の育成支援に取り組む必要があります。

また、国におけるコンビナート再編の議論など、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。四日市コンビナートはこれまで、本県のものづくり産業を支えてきた重要な存在であり、こうした動きは北勢地域、ひいては本県のものづくり産業そのものに影響を及ぼしかねません。このため、四日市コンビナートとその後背地の連携など、北勢地域全体を見据えたものづくり戦略について検討を行い、新たな展開を図っていきます。

## ③サービス戦略

第2章の考察でも確認したように、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、「サービス産業」と「ものづくり産業」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産業です。本県は、豊かな自然を背景に伊勢神宮、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、観光産業の更なる強化、「観光の産業化」を図ります。

また、「食」関連産業はその裾野の広さからターゲットの一つであると言えます。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」に関する様々なポテンシャルをサービス産業の成長、ひいては1次産業、2次産業も含めた地域経済の活性化につなげていきます。

## ④地域に人と資本を呼び込む戦略的な県内への投資促進

地域の成長の源泉は「ひと」と「資本」であり、そのいずれもを域外から呼び込む企業誘致の推進は、地域の成長戦略を描くにあたり不可欠であると言えます。

これまで、新たな投資促進制度を創設し、企業誘致策を展開してきたところですが、グローバル競争の激化に伴う大企業の投資動向への対応や、人口減少社会の中、海外の成長力を本県に取り込む対内投資の促進に向けた取組等を更に強化していく必要があります。

#### 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%を占め（平成 26 年中小企業白書より）、地域の雇用や経済、社会を支えている重要な存在であることを認識し、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。

このため、「三重県・中小企業小規模企業振興条例」に基づき、地域に根差したきめ細かな支援を実施していきます。

#### ⑥ひとづくり（人材の育成・確保）

企業活動を支えるのは「ひと」であり、「ひとづくり」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、人材の育成以前に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。

加えて、若者、女性、障がい者など潜在的な求職者の掘り起こしを行い県内の就労人口の確保を図ります。

#### ⑦域外（国内外）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獲得の視点が必須であると言えます。

そのため、県内企業の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、本県がこれまで構築してきたネットワークを活用し、国内外における県内企業の新たな販路開拓や事業展開を支援します。

また、交通インフラの進展など、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。

## ※伊勢志摩サミットの開催と7つの戦略

企業訪問、企業アンケート、社会情勢の変化やこれまでの取組の中で明らかとなった課題等を整理した上で、新たに7つの戦略を示しました。この7つの戦略の効果を最大限に引き出していくためには、本県での主要国首脳会議「伊勢志摩サミット」開催という機会を一過性に終わらせることなく、最大限活用していく必要があります。

例えば、国内外の注目が高まる中、本県の先端技術や魅力ある「食」など地域資源の魅力を発信し、本県のブランディングを強化するとともに、対内直接投資やインバウンドにつなげていくなど、サミットの開催は本県の経済・産業を次のステージに引き上げていく絶好の機会であると言えます。

その意味で、「伊勢志摩サミット」の開催が施策のベースにあることを意識し、本県経済の成長に取り込んでいくための取組を進める必要があります。