

みえ産業振興ビジョン（仮称）

～既存価値を超え、KUMINAOSHIの産業政策で若者が躍動する三重～

素案

平成30年9月

三 重 県

目次

序

なぜ、今、「みえ産業振興戦略」の改訂なのか

- ・みえ産業振興ビジョン（仮称）の特徴・位置づけ

第1章

「みえ産業振興戦略」の総括等

1. 社会経済情勢等の変化
2. 「みえ産業振興戦略」の総括（フォローアップ）
 - (1) 戦略によるこれまでの取組
 - (2) 戦略でめざしてきた姿（目標値の達成状況）の考察
 - (3) 主要産業の事業構造の考察
 - (4) 県内外企業5,000社アンケート調査の考察
 - (5) 企業から聞き取った現場の声

第2章

2030年頃の産業等の姿

1. 2030年頃の産業等の姿
2. 実現するために取り組むべき課題

第3章

新成長ビジョン

1. ビジョンの基本理念
2. 4つの産業政策（取組方向）
 - (1) ものづくり産業のスマート化の促進
 - (2) 多様な魅力（特性）を生かした付加価値の創出
 - (3) 人口減少社会での地域課題の解決への貢献
 - (4) 産業プラットフォームの強化
3. ビジョンの進行管理

参考

参考資料

- (1) 委員名簿
- (2) 議論の経過（議論スケジュール、議論概要）
- (3) 県内産業構造のマクロ分析データ
- (4) 用語の説明

序 なぜ、今、「みえ産業振興戦略」の改訂なのか

21世紀初頭の今、私たちは、過去からの延長線上で描くことができない時代環境の大きな変化を迎えています。

世界的な人口増加と高齢化の中での国内人口の減少と高齢化の進展、IoT（モノのインターネット化）、ビッグデータ、AI（人工知能）、ロボット等に代表される第4次産業革命による産業・就業構造の大転換の可能性とこれらの技術開発等を巡るグローバル競争の激化、そして、世界経済の重心のアジアへのシフトなど、時代が次へと急激に変化していく中、私たちは、今どこにいて、どこへ向かっていくべきなのでしょう。

折しも、政府においては（未来投資戦略）、狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会に続く、人類史上5番目の新しい社会に向けた取組（Society 5.0の実現）を進めていくこととしています。

地方は、この革命ともいえる変化をどう捉えるのか、そして、どういう成長ビジョンを描いて産業政策を推進していくのかが問われています。

平成24年7月に策定した「みえ産業振興戦略」、そして平成28年3月の改訂版において、世界的な視座にも立った議論により産業政策の方向性を示してきましたが、例えば、莫大なデータを集約して活用し、それぞれの分野で世界市場を席卷して産業・就業構造にも大きな影響を与えつつあるGAFAM（ガーファ）のようなプラットフォーム型ビジネスの存在は想定していません。

その意味では、今後訪れようとしている第4次産業革命以降の時代環境の激変までは捉え切れてはいないのも事実です。

私たちは、人類史上5番目の新しい社会の到来を見据え、「みえ産業振興戦略」を全面的に改訂し、概ね10年先を見据え、中長期的な視点で、三重県がめざすべき産業の姿や産業政策の方向性を示し、取組を開始します。

そして、広く県民の皆さんの意識の変化を促し気運を高める、とりわけ10年後、20年後に地域社会の担い手である若者、子どもたちに県内の産業で活躍したいと思ってもらえるようビジョンの基本理念の実現に向けて取り組んでいきます。

《みえ産業振興ビジョン（仮称）の特徴・位置づけ》

三重県がめざすこれからの産業政策の基本的姿勢や、実現に向けて重視すべき点などについての検討を行っていくうえで、新たに策定する「みえ産業振興ビジョン（仮称）」の特徴及び位置づけを下記のとおり整理しました。

1. 概ね10年先を見据え、三重県の産業だけでなく県民生活や地域社会を取り巻く環境の変化等を想定しながら、中長期的な視点で、めざすべき産業の姿や産業政策の方向性を提示します。
2. 産業分野別の振興策だけではなく、県内の産業を振興することで、地域社会の様々な課題の解決にもつなげるという視点で政策を構築します。
3. 広く県民の皆さんの意識の変化を促し気運を高める、とりわけ10年後、20年後に地域社会の担い手である若者、子どもたちに県内の産業で活躍したいと思ってもらえるビジョンとします。

ビジョンの特徴・位置づけは上記のとおりですが、ビジョンの提示だけにとどまらず、めざす姿を具現化していくために、第3章の新成長ビジョンには、今後5年程度を見据えた取組方向を、さらには今後3年程度の間、産業界などとも連携して重点的に取り組むべき具体的な方向性も記載することとします。

1. 社会経済情勢等の変化

現在、我が国を取り巻く社会・経済は大きな変革期にあります。

世界を見渡すと、世界人口は増加し続け、2050年には97億人を突破（2017年：約75億人）、食料や水資源等の不足は一層深刻さを増し、地球温暖化に伴う気候変動や、地球規模での生物多様性の減少等の環境問題をも克服していくことが求められています。

そのような中、第4次産業革命を巡るグローバル競争の激化、IoTやAIなどによるシェアリングエコノミーの進展、さらには世界的な人材獲得競争の激化、そしてアジアへの世界経済の重心シフトなど、世界経済を取り巻く環境は大きく変化しています。

我が国においては、人口減少と超高齢社会の到来、エネルギー、資源、食料等の制約、インフラの老朽化など、課題は山積しています。

その中でも、今後、三重県経済が避けて通ることのできない潮流として、「人口減少・超高齢社会の到来と若者の県外への流出」、「第4次産業革命による産業・就業構造の大転換」、「多様な働き方の拡大」、「高速交通ネットワークの拡大」、「世界経済の中心がアジアへシフト」などを強く意識していく必要があります。

(1) 人口減少・超高齢社会の到来と若者の県外への流出 (人口減少・超高齢社会の到来)

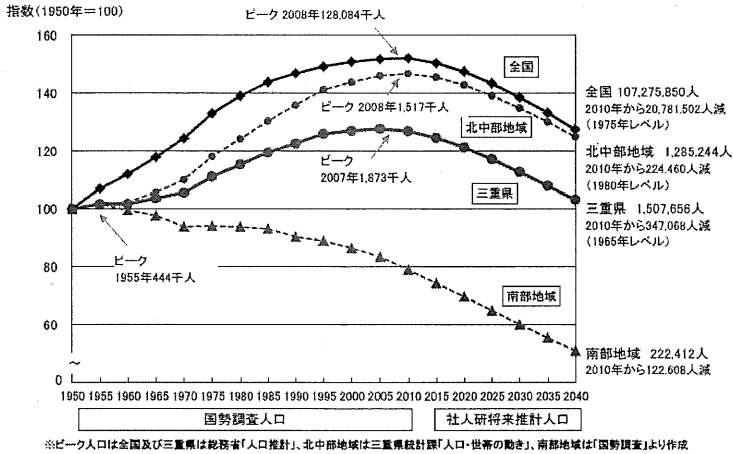
2030年にかけて、世界の人口は新興国を中心に増加する一方、日本の人口推計は、2029年に1.2億人を、2053年には1億人を割り、生産年齢人口の減少が加速するとともに、高齢化率（65歳以上の割合）は、2017年の27.7%から2030年には31.2%まで増加するなど、人口減少・高齢化という構造的な問題に直面しています。

三重県の人口は全国より1年早い2007年にピークを迎え、その後減少に転じています。このまま推移した場合、三重県の人口は大きく減少し、2060年には約120万人まで落ち込みます（2015年は182万人）。2030年の生産年齢人口は2015年比で約14%減少する一方、高齢化率は、2015年の27.9%から2030年には32.6%まで増加すると推計されています。また、2030年には南部の10市町で65歳以上人口の割合が40%を越えます。

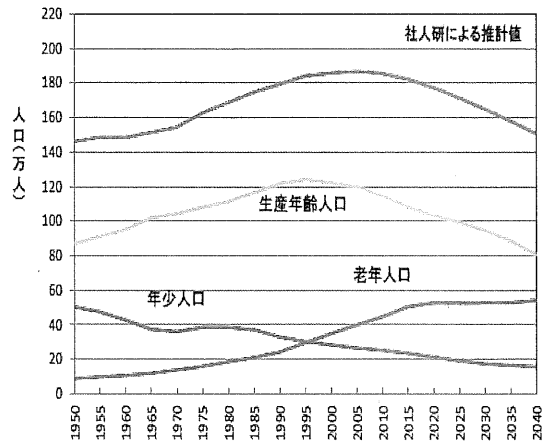
人口減少と高齢化は、労働力供給の減少だけでなく、将来の経済規模の縮小や生活水準の低下を招くおそれがあります。

一方、世界に先例のない高齢化の進行と、生産年齢人口が減少する中、高齢者の活躍の場を創出し、高齢者が支えられる側から支える側へと転換するような社会づくりと、新技術を有効に活用しながら、生産性の向上を実現することにより、これらの課題を乗り越えることができれば、「課題解決先進県」として、日本のみならず世界の範となり得ます。

【図 II-1】 三重県及び全国の5年ごとの人口及び将来推計人口の推移



年齢3区分別人口の推移(三重県)



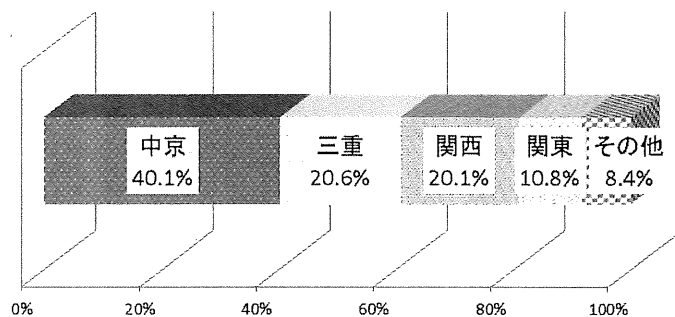
(若者の県外への流出)

三重県の人口移動の状況は、2015年から3年連続で3,500人を超える転出超過が続く中、その年齢構成は15～29歳が8割を占めるなど、若者の県外流出が続いています。

県内の高校を卒業した大学進学者のうち、約8割が県外の大学へ進学しているとともに、本県の大学進学者収容力は37.5%と低位となっています。県内高等教育機関卒業生の県内就職率は49.4%であり、本県と就職支援協定を締結した大学生のUターン就職率は関西圏で20.7%、中京圏で37.0%です。

こうした中、地域の持続的な発展のためには若者の県内定着が大きな課題となっています。

県内高校卒業生の進学先地域(平成26年度から29年度)の割合



□若者の就職観

- ・民間の調査では、大学生(全国)の就職観の1位は「楽しく働きたい」(29.7%)、2位は「個人の生活と仕事を両立させたい」(26.2%)となっています。また、県内の高等教育機関の全学生を対象とした調査では、就職で重視する条件は「働きやすさ」(71.7%)が最も多く、次いで「給料」(60.6%)、「やりがい」(54.5%)の順となっています。

- ・若者の県内定着を促進するためには、若者の就職観等も踏まえた上で、「魅力あるしごとの創出」、「働き方改革の推進」、「誰もが働きやすい職場づくり」などを進めていく必要があります。

□次代を担う「人づくり」

- ・人口減少が進む中、三重県が他県との差別化を図りながら自立的に発展していくためには、次代を担う「人づくり」の視点が一層重要となります。
- ・企業の現場では産業人材の育成・確保が大きな課題となっていることから、地域社会を牽引していく人材を輩出する役割を担う県内高等教育機関をはじめとする教育機関などとも連携しながら、三重県の産業を根幹から支える、多様なニーズに対応した人材の育成・確保を進めていく必要があります。

□外国人材の活躍

- ・若者や子育て世代の転出超過が続く中、人口減少と高齢化もあいまって、中小企業等を中心に労働力不足は一層深刻化することが見込まれており、国においても、外国人材の受入れ拡大が検討されています。
- ・特に、優れた外国人材といえる県内の外国人留学生については、総数は増加しているものの、労働力不足にもかかわらず、県内企業での採用が進んでいません。

※県内高等教育機関留学生（全留学生）

H27:840人（1,009人）、H28:865人（1,019人）、H29:967人（1,208人）

※県内高等教育機関留学生の県内就職率

H27:19.7%、H28:14.9%、H29:19.2%

- ・県内企業の国際化を推進するためにも、その土台となるグローバル人材が必要不可欠であることから、外国人留学生をはじめとする外国人材活躍のための環境整備を進め、県内企業における優秀な人材の確保・育成につなげる必要があります。

(2) 第4次産業革命による産業・就業構造の大転換

I o T、ビッグデータ、A I、ロボット等に代表される第4次産業革命により、これまで実現不可能と思われていた社会の実現が可能になるとともに、既にG A F A（ガ－ファ）が市場を席卷しているように産業構造や就業構造が大きく転換する可能性があります。また、技術の革新に伴い、既存産業の生産性が飛躍的に高まることで、人口減少・高齢化、生産年齢人口の減少など日本が直面している課題の解決に大きく寄与すると期待されます。

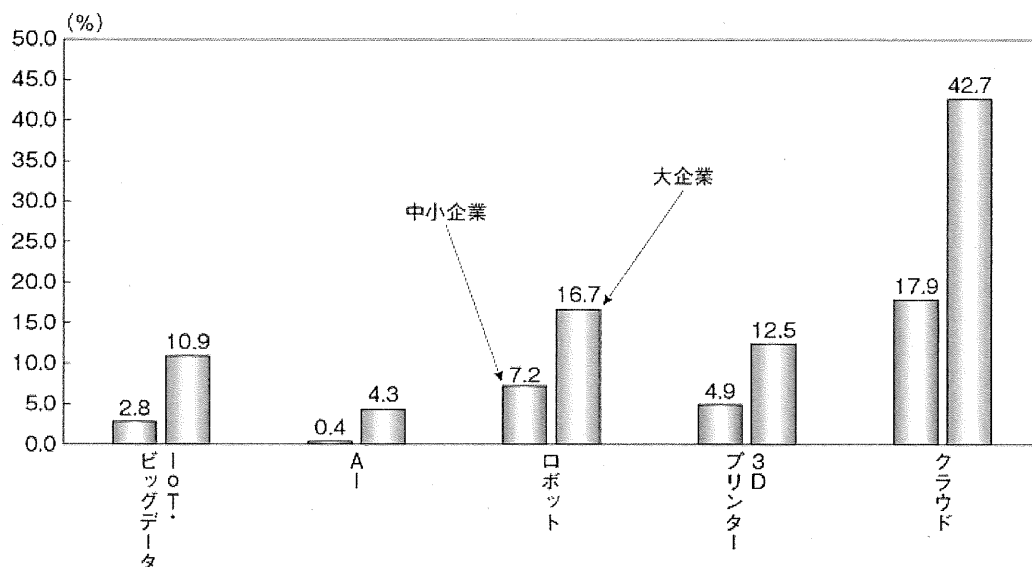
さらに、新しいサービス・製品・ビジネスモデル創出の可能性が広がり、I o T・A I等を有効活用して新しいアイデアを具現化すれば、都市・地方といった場所や、組織の規模を問わず成功を手にすることができるようになります。

第4次産業革命における新規技術の導入状況を見ると、中小企業の導入済み企業の割合は、大企業と比較し低い傾向が見られます。

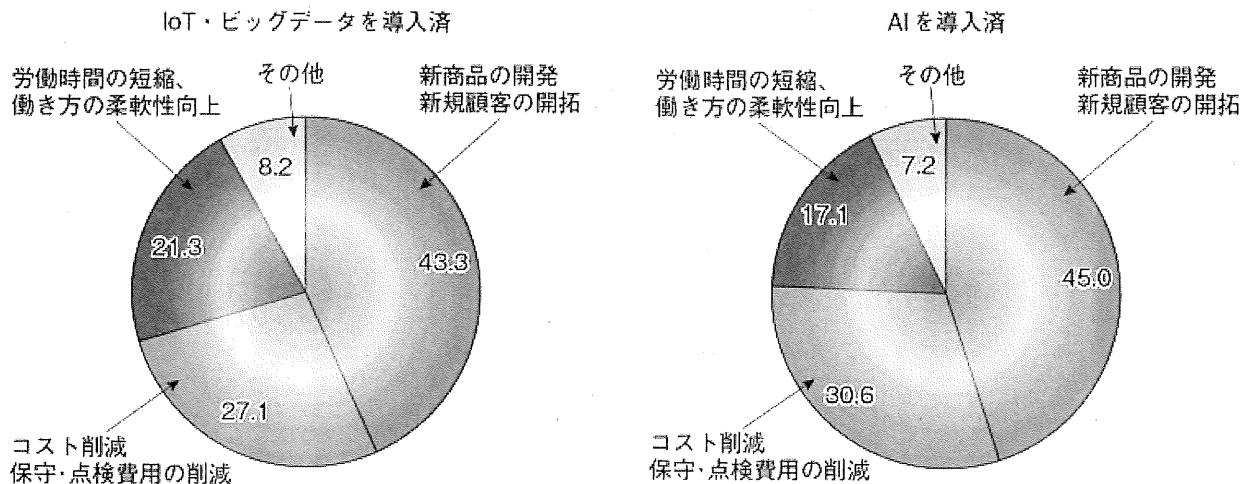
三重県においては、県内企業の63%（2016年度県内事業所アンケート）がI o T・A I等の導入を必要と考えていますが、コスト、人材不足等の課題から、導入は進んでいません。こうした中、県内企業のI o T・A I等の導入・活用に関する理解の向上、それらに必要な人材の育成を進め、県内中小企業・小規模企業のI o T・A I等の活用を促進することにより、事業活動の革新やサービス・生産性の向上を図り、地域経済の活性化につなげていく必要があります。

加えて、世界的な人口増加による将来の食料不足や、新興国の経済成長等に伴う世界の食市場の急速な拡大により、今後、食と農の重要性は一層高まっていくと考えられることから、農林水産分野におけるI o T、ビッグデータ、A I等の活用を促進し、農林水産業を、働きやすく、付加価値が高い産業へ転換させていく必要があります。

新規技術の導入状況（2017年内閣府）



新規技術活用による成果（2017年内閣府）



□データによる産業のサービス化

- ・今後、センサ技術の高度化とI o Tの台頭に伴い、走行データ、製品の稼働状況等や個人の実世界での活動に関するデータを取得することが可能となり、リアルデータの活用可能性は一層高まります。
- ・例えば、工場における効率性の飛躍的な向上はもとより、消費者の個別要求への低コストでの対応などが加速的に進みます。
- ・その意味では、リアルデータを取得し、自らの持つ強みと戦略的に結び付け、今まではつかむことができなかった顧客ニーズに基づくサービスや製品を生み出す者が、新たな競争優位を確立することが予想されます。
- ・その競争優位を確立するための鍵は、「リアルデータを生み出し続ける顧客等との接点をいかにして獲得するか」です。

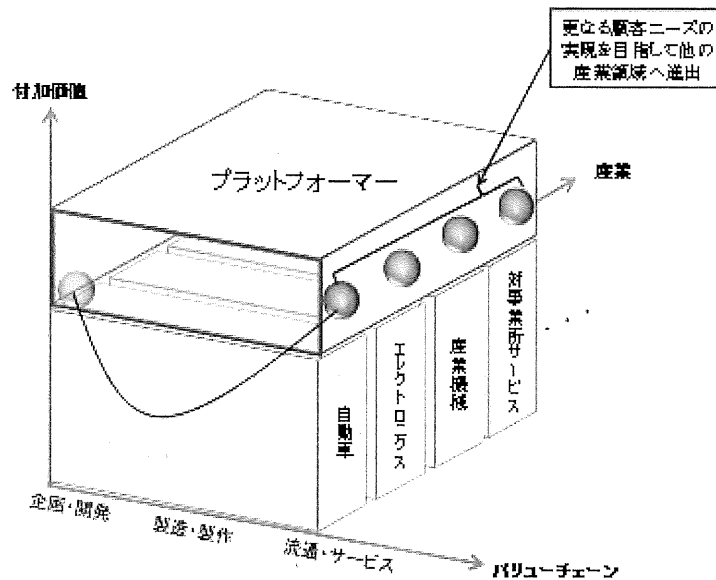
今後、超スマート社会の到来に伴って、顧客接点に近く、顧客接点を生かした高付加価値な製品・サービスを提供していく企業こそが、新たな顧客ニーズを顕在化させながら大きく成長していく可能性が高くなってきます。

□プラットフォームの台頭

- ・リアルデータを生み出し続ける顧客との接点を獲得する過程で、更なる産業構造の変革が予想されます。例えば、これまで把握・対応しきれなかった顧客ニーズの実現をめざして、他の事業領域に進出し、新たな事業領域の組み合わせによる事業展開を行う者（プラットフォーム）の出現です。
- ・こうしたプラットフォームは、各産業分野においては従来からその産業構造の中において存在してきました（例えば、自動車産業における企画・開発から製造、さらには流通・メンテサービスまでの一貫サービス提供事業者等）。

- ・しかし、例えば、米国グーグル社（インターネット検索事業）が、自動車の自動走行の分野へ進出し始めてるように、既存の産業構造を超えてサービスを提供する動きが見てとれます。
- ・サイバー空間を介してあらゆる産業分野の壁を超えてつながる超スマート社会では、既存の自動車、エレクトロニクス、産業機械、対事業者サービスといった各分野の中で機能している製品・サービスといった産業分野の横串を刺す仕組みを構築し、消費者にサービスを提供する者が競争優位性を高めていくことが予測されています。

プラットフォームの台頭のイメージ図（平成28年版科学技術白書）



Society5.0につながるConnected Industries

<社会の変化>



Connected Industries 新たな社会を形成

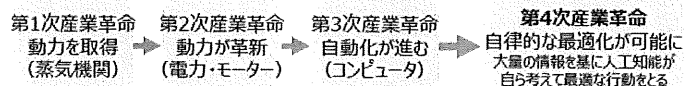
・様々なつながりによる新たな付加価値の創出 人間中心
 ・従来、独立・対立関係にあったものが融合し、課題解決型
 変化

<産業の在り方の変化> 個々の産業ごとに発展

→新たなビジネスモデルが誕生

もの×もの
 人間×機械・システム
 企業×企業
 人間×人間
 (知識や技術の継承)
 生産×消費

<技術の変化>



資料：経済産業省作成

超スマート社会とは、「必要なもの・サービスを、必要な人に、必要な時に、必要なだけ提供し、社会の様々なニーズにきめ細かくに対応でき、あらゆる人が質の高いサービスを受けられ、年齢、性別、地域、言語といった様々な違いを乗り越え、生き活きと快適に暮らすことのできる社会」です。（「第5期科学技術基本計画」2016年1月閣議決定）

さらに、日本政府は、超スマート社会の実現に向けた一連の取組を「Society5.0」とし、更に深化させつつ強力で推進することとしています。

なお、Society5.0は、「狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会に続くような新たな社会を生み出す変革を科学技術イノベーションが先導していく、という意味を持つ」としています。

具体的には、超スマート社会の実現に向けて、「超スマート社会サービスプラットフォーム」を形成し、複数の異なるシステムを連携協調させることで新たな価値創出を図るとともに、データフォーマット等の標準化や、必要となる人材育成等を実施することとしています。

さらに「超スマート社会」における我が国の競争力強化に向けての知的財産化や国際標準化、基盤技術の戦略的強化としてサイバーセキュリティ技術、IoTシステム構築技術、ビッグデータ解析技術、人工知能技術等の強化を図ることとしています。

(3) 多様な働き方の拡大

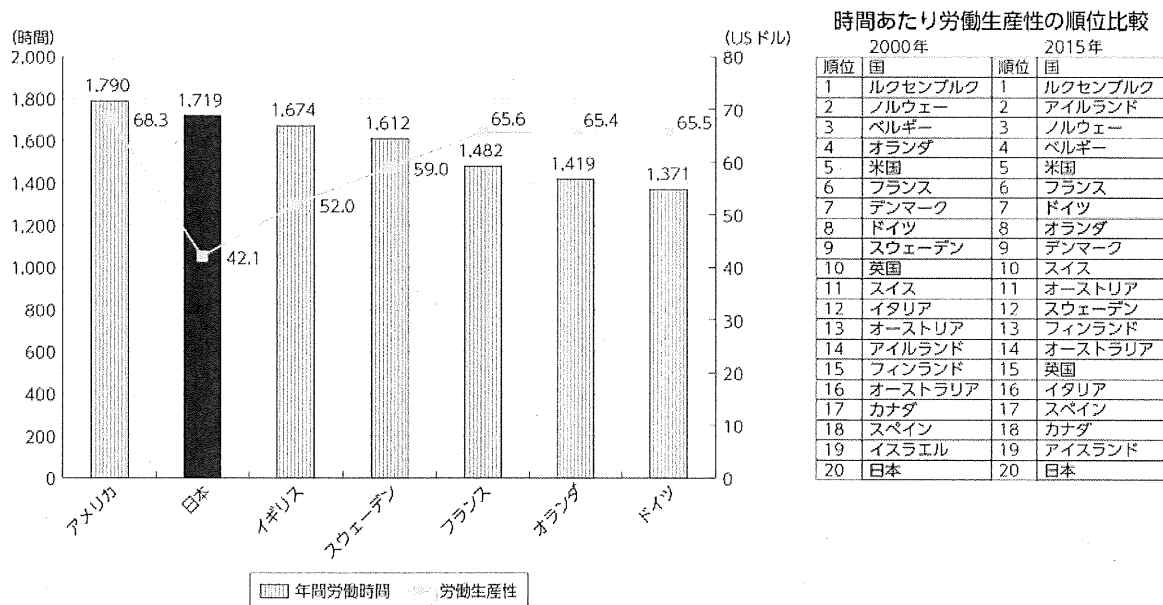
人口減少と高齢化が進む中、労働力不足を克服し持続的な経済成長につなげるためには、人生100年時代の到来をも見据えた働き方改革を推進し、多様で柔軟な働き方を導入するとともに、多様な人材がその意志や能力を發揮できるような社会を構築することが重要です。

長時間労働の是正や柔軟な働き方の拡大は、労働生産性の向上と労働参加の拡大に寄与するとともに、余暇時間の増加による消費活動の促進に寄与する可能性も考えられます。我が国の労働時間は減少してきているものの、依然として先進国の中ではトップレベルです。他方、時間当たりの労働生産性は低い水準にあり、働き方改革による労働生産性向上の余地があるといえます。

また、IoTやAI等の技術革新は働き方に大きな影響を与えます。例えば、働く場所・時間を主体的に選択しやすくなり、働き方の選択肢が拡大するとともに、女性、高齢者、障がい者の活躍の場も拡大する可能性があります。さらに、産業構造が大きく転換する可能性があることから、成長分野への人材移動と転職・再就職が不利にならない柔軟な労働市場の確立も求められています。

三重県においては、働く場の質を向上させ、魅力ある働く場を提供し、人口減少に歯止めをかけ地方創生につなげるという考えのもと、長時間労働の是正など働き方を見直し、誰もがいきいきと働き続けることができる職場環境の整備を進めるとともに、労働生産性の向上や優秀な人材の確保など経営戦略としての働き方改革にいち早く取り組んできました。こうした結果、ワーク・ライフ・バランスの推進に取り組んでいる事業所の割合も増加傾向にあります。今後もさらなる取組を進めていく必要があります。

主要国の年間労働時間と時間当たり労働生産性 (2015年)



注) 労働生産性は購買力平価換算 USドル

(出典) 年間労働時間: OECD 「OECD Employment Outlook 2016」

労働生産性: 公共財団法人日本生産性本部 「労働生産性の国際比較 2016年版」

(4) 高速交通ネットワークの拡大

新名神高速道路や東海環状自動車道等の道路網の整備が進むとともに、リニア中央新幹線については、2027年に東京・名古屋間、2037年には名古屋・大阪間が開業するなど、三重県と大都市間を結ぶ交通ネットワークがつながります。

新名神高速道路の開通は東名阪自動車道の渋滞緩和につながるるとともに、東海環状自動車道の開通により、大垣市・四日市市間の所要時間が45分短縮し55分になるなど、企業活動の向上や物流の効率化、観光の活性化などの効果が期待されます。

リニア中央新幹線の開業によって、東京・名古屋間が約40分、東京・大阪間が約1時間で結ばれます（三重・名古屋間：約10分、三重・東京間：約60分、三重・大阪間：約20分）。これにより、東京圏、名古屋圏、関西圏の3大都市圏がそれぞれの特色を発揮しつつ一体化し、世界からヒト、モノ、カネ、情報を引き付け、世界を先導するスーパー・メガリージョンの形成が期待されており、三重県経済にも大きなインパクトをもたらします。

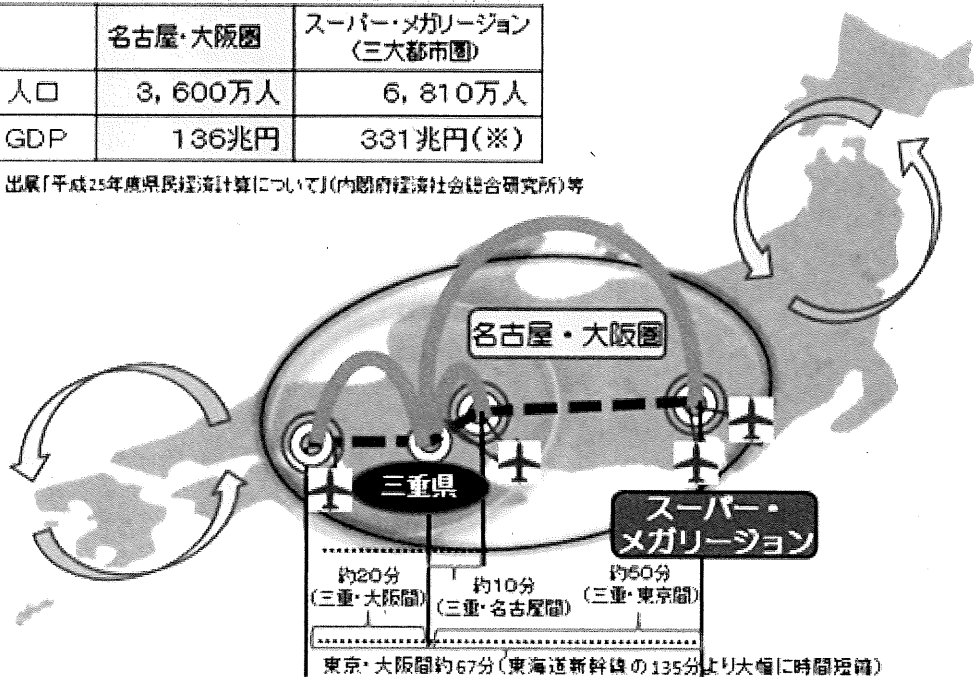
高速交通ネットワークの拡大は、物流の効率化や人的交流の活発化による生産性の向上、アクセス向上による観光客の増加など、様々な波及効果が期待されることから、その効果を最大化できるよう取り組んでいく必要があります。

リニアインパクトによるスーパー・メガリージョンの形成

※ 3大都市圏のGDPはフランスの281兆円を超える規模となる。

	名古屋・大阪圏	スーパー・メガリージョン (3大都市圏)
人口	3,600万人	6,810万人
GDP	136兆円	331兆円(※)

出展「平成25年度県民経済計算について」(内閣府経済社会総合研究所)等



(5) 世界経済の中心がアジアへシフト

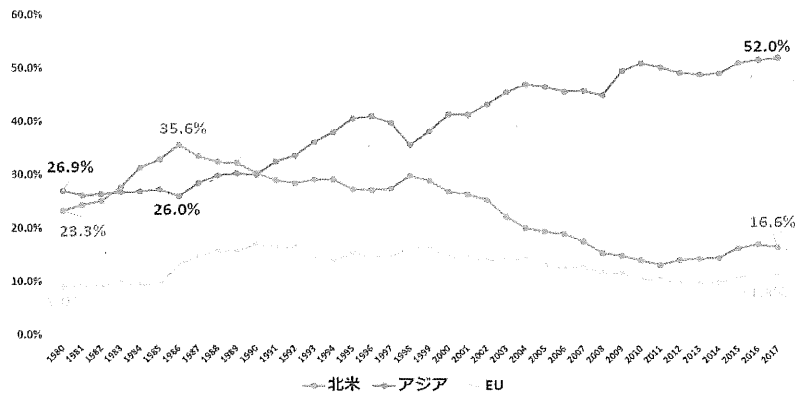
世界中でヒト、モノ、カネ、情報の流れがますます活発化しており、グローバル競争が激化しています。新興国の急速な経済発展などにより、様々な産業分野が激しい価格競争に晒される中で、国際的な競争力を強化していかなければなりません。また、人口減少に伴い国内市場の縮小が見込まれる中、国内ビジネスだけで持続的な成長戦略を描くことが難しくなっており、海外の成長市場の取り込みを図っていく必要があります。

日本の地域別貿易のシェアの推移を見ると、1980年代中頃には、対北米貿易に約3割を依存していましたが、2017年には、対アジア貿易が5割を超え、将来においては更に増加することが予想されます。

中国のGDPは、既に日本の4倍を超え、2023年頃には5.8倍に達すると見込まれます。また、中国・インドの世界GDPシェアが、2010年の22%から2030年には34%まで拡大するなど、世界経済の中心が中国・インドを中心としたアジアへ移行する動きが明確になると考えられます。他のアジア新興国でも中間層、都市人口の拡大が見込まれ、アジアにおける巨大な中間層マーケットが出現することとなります。

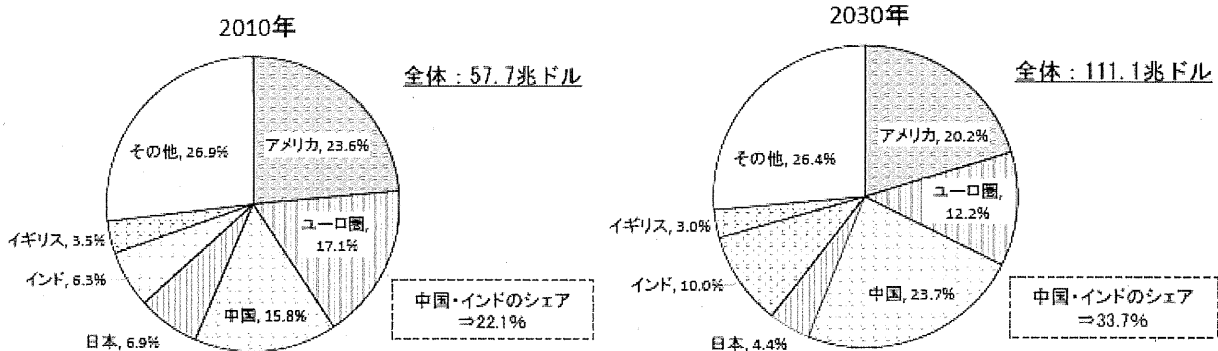
急成長を遂げつつあるアジア市場をしっかりと取り込むべく、アジア地域との関係性をこれまで以上に深めていく必要があります。

日本の地域別貿易のシェアの推移



(注) シェアは、当該地域の貿易総額(輸出額+輸入額)÷世界の貿易総額(輸出額+輸入額)により算出
(出典)財務省「貿易統計」輸出額の推移(地域(国)別)より国土交通省国土政策局作成

世界経済に占める各国シェア (実質2005年ドルベース)



(出所) OECD (2014) “Economic Outlook No 95” により作成。(注) ユーロ圏はOECDに加盟している15か国。
「2030年展望と改革タスクフォース報告書」(平成29年1月25日)より

2. 「みえ産業振興戦略」の総括（フォローアップ）

（1）戦略によるこれまでの取組

平成20（2008）年、日本経済はリーマンショックに端を発する世界同時不況に見舞われ、大きな打撃を受けました。

その中でも三重県は、電気機械・自動車産業等の製造業が一転急減し、県内総生産は1年でマイナス9.8%も低下しました。国内総生産がマイナス2.5%であったことを踏まえると、三重県が世界経済の変化にきわめて影響を受けやすい産業構造であることが判明したことから、「強じんて多様な産業構造」を構築するため、「みえ産業振興戦略」を新たに策定（平成24年策定、平成28年改訂）するとともに、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。

（主な取組）

【戦略1】新たな県の成長を導く産業の創出・育成

- ・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、県内企業の参入促進、事業環境整備の取組を促進。
- ・航空機部品生産協同組合（松阪クラスター）の始動及び航空関連産業における事業拡大。
- ・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。総合特区計画に基づく、みえライフイノベーション推進センター（MieLIP）を中心とした製品開発プロジェクトを展開。
- ・平成24年3月に策定、平成28年3月に改定した「三重県新エネルギービジョン」に基づき、新エネルギーの導入促進や環境・エネルギー関連産業の振興に向けた取組を展開。

【戦略2】ものづくり戦略

- ・「メイド・イン・三重ものづくり補助金」「みえ産学官技術連携研究会」等の取組により、ものづくり中小企業の技術開発等を支援。
- ・大手企業等と県内中小企業との技術交流会を開催し、県内ものづくり中小企業等の技術提案の機会や製品の販路を拡大。平成24年度～29年度の商談数は累計で1,355件、うち成約は106件。
- ・「中小企業高付加価値化投資促進補助金」を活用して、ものづくり基盤技術の高度化に取り組む県内ものづくり中小企業の設備投資を促進。

- ・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。

【戦略3】サービス戦略

- ・平成27年7月に策定した「みえ食の産業振興ビジョン」に基づき、素材の磨き上げ、商品開発、販路開拓、情報発信、人材の育成などの取組を推進。また、「伊勢志摩サミット」や「お伊勢さん菓子博2017」等の機会をとらえ、「食」に関する本県のポテンシャルの高さを国内外に発信。
- ・三重県の産業競争力の強化等にICTを活用していくため、平成29年3月に策定した「三重県ICTによる産業活性化推進方針」に基づき、県内中小企業等のICT活用を促進。
- ・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）。
- ・三重県観光キャンペーン「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！」(H25.4～H28.3)、「みえ食旅パスポート」(H28.6～)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。
- ・インバウンドについて、重点国・地域に加えて、欧米市場、富裕層、国際会議等MICEをターゲットにした誘致に取り組むとともに、増加する個人の外国人旅行者の誘客に向けてSNS等を活用した情報発信を強化。

【戦略4】さらなる県内への投資促進

- ・航空宇宙産業や「食」関連産業など成長産業への投資や、マザー工場化、研究開発施設などの高付加価値化につながる投資を促進。
- ・外資系企業誘致にかかる体制（外資系企業ワンストップサービス窓口や三重県外資系企業誘致推進会議）の整備や外資系企業に対する補助制度を拡充。
- ・地域未来投資促進法による支援制度を活用して、地域の特性を生かして高い付加価値を創出し、経済的波及効果を及ぼすことにより地域経済を牽引する事業者の取組を支援。

【戦略5】 中小企業・小規模企業振興

- ・地域の雇用や経済を支えている中小企業・小規模企業への支援を迅速かつ的確に実施することを目的に、平成26年4月に施行した「三重県中小企業・小規模企業振興条例」に基づき、事業者の特性に応じたきめ細かな支援を実施。
- ・「三重県版経営向上計画」認定制度を創設し、計画の作成及び実行を支援することにより、中小企業・小規模企業の新たな事業活動や経営向上への取組を促進。認定件数は累計（平成30年3月末）で1,126件。
- ・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月に設置。相談者数は累計（平成30年3月末）で7,706者。
- ・海外ネットワークとの連携や海外展開に向けた資金供給、グローバル人材の育成など三重県独自の新たなスタートアップ支援の取組方向をとりまとめた「MIEグローバル・スタートアップ・サポートプログラム」を平成28年7月に策定し、グローバル・スタートアップの取組を後押し。
- ・県内中小企業・小規模企業の円滑な事業承継に向けた支援に取り組むため、平成26年6月に「事業引継ぎ支援センター」を設置。相談企業数は累計（平成30年3月末）で410社、うち成約は37件。さらに、平成29年8月に「三重県事業承継ネットワーク」を組成するとともに、平成30年3月に「三重県事業承継支援方針」を策定し、取組を加速。

【戦略6】 ひとつづくり（人材の育成・確保）

- ・「戦略産業雇用創造プロジェクト」、「地域活性化雇用創造プロジェクト」により、自動車や、航空宇宙、食、観光等の分野において、地域の産業政策と一体となった雇用機会の拡大や求職者の能力開発・人材育成の取組を推進。
- ・「おしごと広場みえ」において、総合的な若者の就労支援サービスをワンストップで提供するほか、県内の中小企業の様々な魅力の情報を発信。
- ・県外大学12校と就職支援協定を締結し、学生向けの情報発信等を進め、県外からの学生のU・Iターン就職を促進。
- ・企業における働き方改革を推進するため、専門家派遣によるコンサルティングの実施や、働き方改革に取り組んでいる企業等を登録・表彰。
- ・障がい者の就労訓練の場、商品販売のチャレンジの場、県民や企業と障がい者の交流の場として、県が整備し平成26年12月にオープンしたステップアップカフェ「Cotti菜」は、来店者数が86,000人を突破。関係機関と連携した障がい者雇用推進の取組により、障がい者の実雇用率（H25：全国47位）も平成27年から3年連続で全国平均を上回る。

【戦略7】域外（国内外）とのネットワークの構築・活用

- ・平成25年9月に「みえ国際展開に関する基本方針」を策定し、産学官金が一体となって「オール三重」で海外展開に取り組むことで、姉妹・友好提携先や各国大使館等との連携を強化するとともに、海外ミッション等により新たな国際ネットワークを積極的に活用し、海外自治体との連携事業を展開。
- ・伊勢志摩サミットのレガシーを次世代に引き継ぐ場として、平成29年5月に伊勢志摩サミット記念館「サミエール」がオープン（オープンから約11ヶ月で来館者数20万人を突破）。また、サミット開催日前後の2週間程度を「みえ国際ウィーク」と定め、県内全域で国際交流等の取組を展開。
- ・平成25年9月にオープンした首都圏営業拠点「三重テラス」において、三重の魅力を発信するとともに、首都圏におけるネットワークを強化・拡大。「三重テラス」の来館者数は300万人を突破。
- ・関西圏における三重の魅力発信・認知度向上のため、平成26年3月に策定した「関西圏営業戦略」（平成29年10月改定）に基づき、関西圏への営業活動を展開。

戦略策定時（統計データはH21）からの変化をマクロ分析で比較すると、主要産業であるものづくり産業（自動車、電気機械、石油化学）は、より強固になるとともに、航空機関連産業や食関連産業などの成長もあり、多様な産業構造への転換のきざしが見えつつあります。加えて、県内の雇用情勢は、有効求人倍率が1.6倍を超えるバブル期並みの高水準で推移するなど、好調が維持され、民間企業における障がい者の実雇用率も平成27年から3年連続で全国平均を上回るなど、これまでの取組が一定の成果につながっているものと考えられます。

- ・県内総生産（H28年度速報）は1兆109億円増加。
- ・主要産業の付加価値額（工業統計調査・H28年速報）は、輸送用機械器具製造業で約1,646億円増加し7,411億円、電子部品・デバイス・電子回路製造業で1,324億円増加し5,359億円、石油化学で926億円増加し4,149億円に。この3業種で約3,895億円増加し、製造業全体の5割強を占める。
- ・新たな成長産業として位置づけた航空宇宙産業や食関連産業の付加価値額（工業統計調査）は、その他の航空機部分品・補助装置製造業（H27年）で34億円増加し147億円（H21年比：130%）、食料品製造業（H28年速報）で366億円増加し1,691億円（H21年比：128%）に。
- ・平成29年度の有効求人倍率は1.65倍（H24年度：0.99倍）。
- ・平成29年度の障がい者の実雇用率（民間企業）は2.08%（H24年度：1.57倍）。

(2) 戦略でめざしてきた姿（目標値の達成状況）の考察

戦略に基づく産業政策の展開にあたっては、平成31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たところです。この6つの数値目標の進捗状況について考察します。

本県産業においては、戦略の目標として掲げた県内ものづくり産業の高付加価値化（付加価値の向上）、労働力人口に占める就業者割合の向上、そして三重県の魅力が向上するなど、戦略に基づく取組が一定程度、成果につながりつつあります。

①ものづくり産業の付加価値を維持・強化

製造業の付加価値額は、戦略策定時の2.3兆円（H21年）を大きく上回る3.1兆円（H28年速報）に。

輸送用機械器具（16百億円増）、電子部品・デバイス・電子回路（13百億円増）、化学工業（7百億円増）が牽引。

②ものづくり中小企業の付加価値率を向上

ものづくり中小企業の付加価値率は、戦略策定時の31.5%（H21年）から目標値を上回る35.3%（H28年速報）に上昇。全国平均値（35.9%）に肉薄。

平成28年の統計データは速報値であり、産業別従業者規模別の付加価値額等が公表されていないため詳細は把握できないものの、平成27年（32.6%）から平成28年速報（35.3%）の付加価値率が大きく上昇。

③サービス産業（広義）の付加価値構成を向上

サービス産業（広義）の付加価値構成比は、戦略策定時の58.1%（H21年度）から56.8%（H28年度速報）へと減少。

県内総生産における製造業の付加価値額の伸び（65百億円増）がサービス産業（広義）の付加価値額の伸び（48百億円増）を上回ったことが要因。

サービス産業の労働生産性は、製造業の労働生産性（6.40百万円／人）に比べて低い4.19百万円／人（H28年経済センサス）。

④労働力人口に占める就業者割合を向上

労働力人口に占める就業者割合は、戦略策定時の96.0%（H22年）から目標値を上回る98.2%（H29年）に上昇。また、完全失業率は全国で4番目に低い1.9%（H29年）。

本県においては、労働力人口が減少する中、就業者数が増加。なお、全国においては、労働力人口、就業者数ともに増加（いずれも女性が大幅に増加）。

⑤サービス産業（広義）の就業者構成を向上

サービス産業（広義）の就業者構成比は、戦略策定時の63.1%（H21年度）から64.1%（H27年度）に上昇。

保健衛生・社会事業の構成比が拡大（9.1%→11.5%）。

⑥三重が魅力ある地域であると感じる人の割合の向上

三重が魅力ある地域であると感じる人の割合は、戦略改訂時の55.5%（H27年度）から目標値を上回る62.7%（H29年度）に上昇。

※ 詳細な考察については、資料編に記載。

(3) 主要産業の事業構造の考察

三重県においては、製造業のうち、自動車、電子デバイス・電気機械、石油化学の3分野は、本県の製造品出荷額等（9.9兆円、全国9位（平成28年工業統計調査速報））の6割以上を占めるとともに、従業員数でも製造業の5割弱に達するなど、本県の雇用・経済情勢、ひいては県内の中小企業等に大きなインパクトを持っています。

このため、これらの主要産業分野の代表的企業の事業構造の変化や今後の方向性についてヒアリングを実施しました。

○自動車産業

- ・2025年頃までを見据えた内燃機関関連部品の更なる高付加価値化
- ・「環境・安全」分野を強く意識した製品開発と生産
- ・電動化（ハイブリッド車、電気自動車）
- ・先進安全、自動運転
- ・コネクティッド（つながるクルマ）
- ・リサイクル性の向上、ゼロエミッション化
- ・需要のある地域における部材の現地調達及び生産

○エレクトロニクス産業

- ・グローバル需要の取り込みと先を見据えた技術開発
- ・IoT、AI分野での更なるシェア獲得
- ・勝ち組企業への部材の供給拡大
- ・IT機器の生産拠点及び製造規模の拡大

○石油化学産業

- ・2030年頃までを見据えた石油関連事業での競争力強化と、再生可能エネルギー事業への取組の強化
- ・エチレンセンターから始まる製品生産チェーンによる生産性向上の加速（スペシャリティ製品はもとよりコモディティ製品でもコスト競争力を強化）
- ・世界と戦う機能商品製品における機能の差別化・高付加価値化
- ・有機化学のみならず無機化学も含めた多様な事業ポートフォリオの構築

【参考】経済成長の主要エンジンへと変化しつつある観光

観光、旅行関連産業は、2017年、世界全体のGDPの10%を占めるとともに、10人に1人の雇用を提供し、世界全体の国際観光旅客数は2030年には18億人まで拡大すると予測されています。

近年のインバウンドの大幅な増加（2012年：836万人⇒2017年：2,869万人）もあり、我が国における2012年から2016年の観光GDPは23%成長し、その伸び率は輸送用機械（23%）等とともにトップクラスとなっています。インバウンドの増加は、訪日観光をきっかけとした越境ECによる日本製品購買の動きの拡大なども含めると、宿泊業のみならず、製造業等の幅広い業種に投資を誘発するなど、観光が日本経済の成長を牽引する主要産業へと変貌を遂げていくことが見込まれています。

また、外国人延べ宿泊数は2022年に日本人の延べ宿泊数を逆転し、2030年には日本人の1.7倍になるとともに、2016年に日本人国内旅行者対訪日外国人観光客＝7対3であった経済効果が、2030年には2対3と逆転するとの民間調査会社の予測もあります。

これらの予測も含め、観光を取り巻く環境は、人口減少と高齢化の進行による国内旅行者の減少、モノ消費からコト消費に代表される旅行者ニーズや旅行形態の多様化、インバウンド需要の増加など、大きな変動期を迎えています。

こうした中、観光産業が三重県経済を牽引する「稼ぎ手」としてさらなる発展を遂げるため、地域DMOや観光事業者、行政が一体となって、文化、歴史、自然、食など、三重県が世界に誇る資源を生かしたオンリーワンの観光地づくりとともに、国内外の旅行者ニーズや旅行マーケットのトレンドなどを的確に捉えた商品・サービスの創出や効果的・効率的なプロモーション・誘致活動を推進する必要があります。

(4) 県内外企業5,000社アンケート調査の考察

アンケート調査結果から、今後の経営戦略の方向性と課題を抽出しました。その主なアンケート結果を以下に示します。

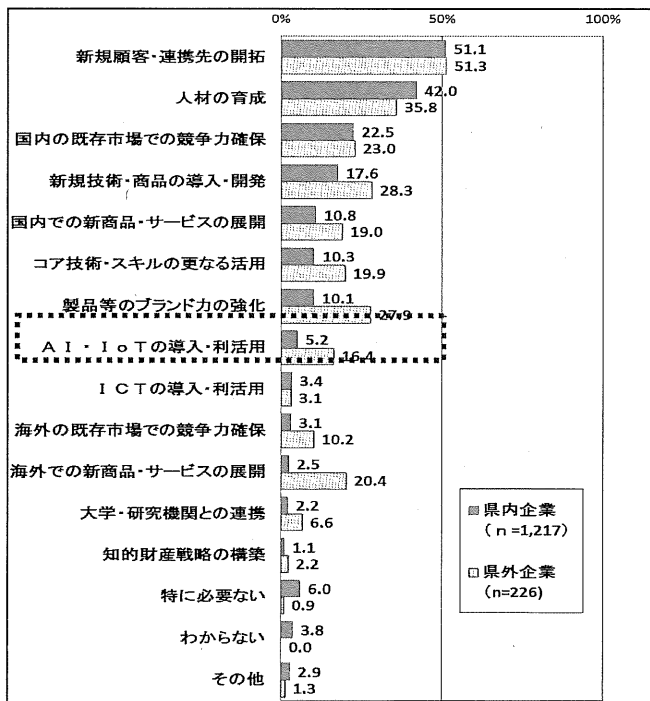
【アンケート調査概要】

- 実施期間：平成30年5月10日から同年6月11日まで（郵送発送、郵送回収）
- 調査対象：合計5,000社（県内：4,000社、県外：1,000社）
※県内企業は無作為抽出、県外企業は直近4年間で経済産業省の「はばたく中小企業・小規模事業者300社」に選定された企業から抽出。
- 集計対象企業数：合計1,516社（回収率30.3%）
（地域別）県内1,276社、県外240社
（業種別）県内：製造業313社、非製造業920社、無回答43社
県外：製造業160社、非製造業77社、無回答3社
（規模別）県内：資本金3億円超：138社、同3億円以下：986社、無回答：152社
県外：資本金3億円超：17社、同3億円以下：214社、無回答：9社

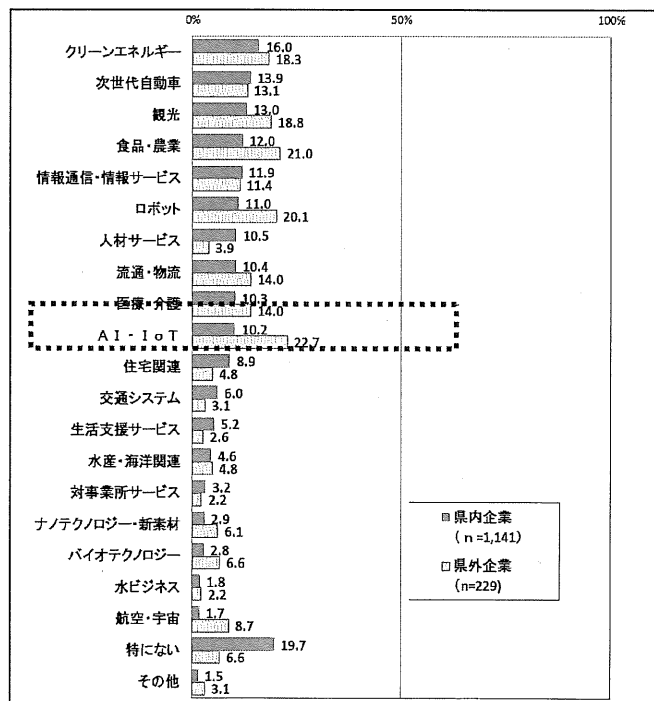
① I o T・A Iの導入・利活用促進

- 今後、重点的に取り組みたい経営戦略として、「I o T、A Iの導入・利活用」について、県内企業の意向は5%（製造業でも7%）と非常に低くなっています（県外企業の意向（16%）の1/3）。また、企業が発展していくうえで成長を期待している分野としても、「I o T、A I」について、県内企業の期待度は10%と低くなっています（県外企業の期待度（23%）の1/2）。
- 今後強化していく必要があると考える人材についても、「データサイエンティスト」について、県内企業の優先度は4%と低くなっています（県外企業の優先度（9%）の1/2）。

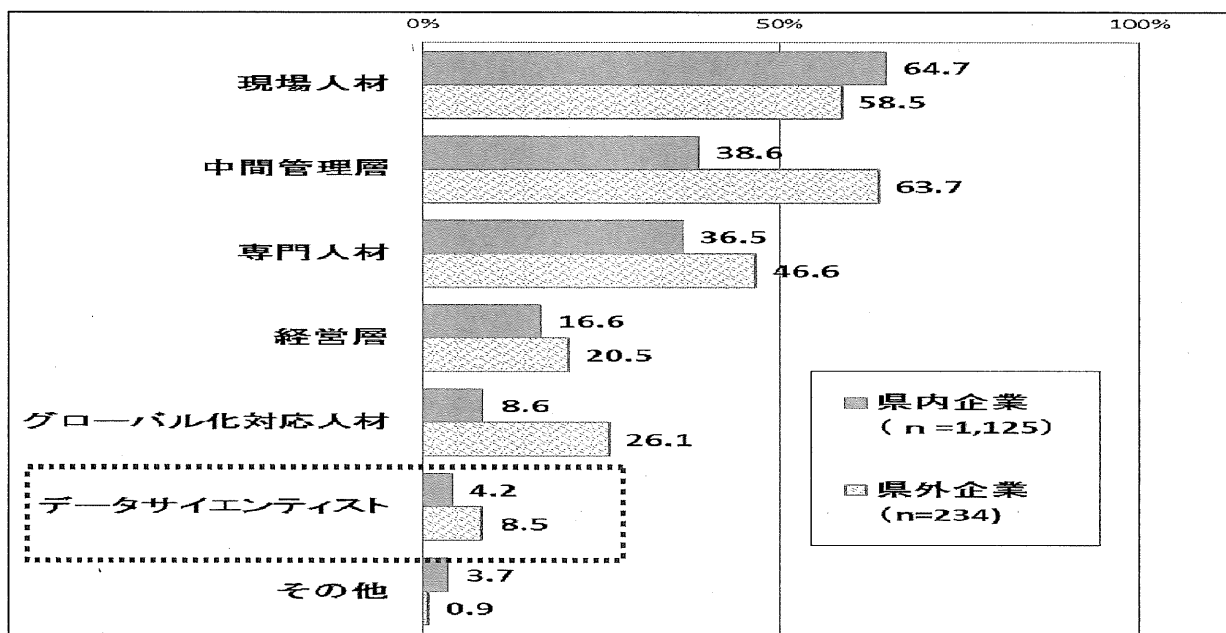
【重点的に取り組みたい経営戦略】



【成長を期待している分野】

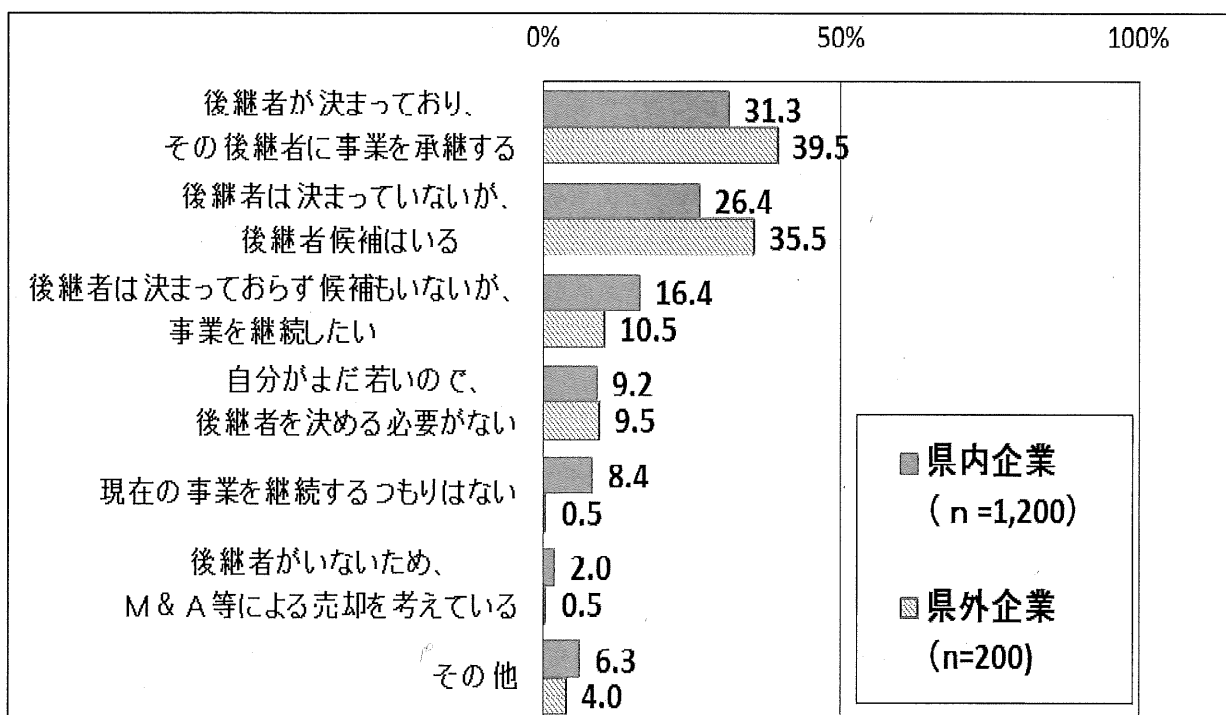


【今後強化していく必要がある人材】



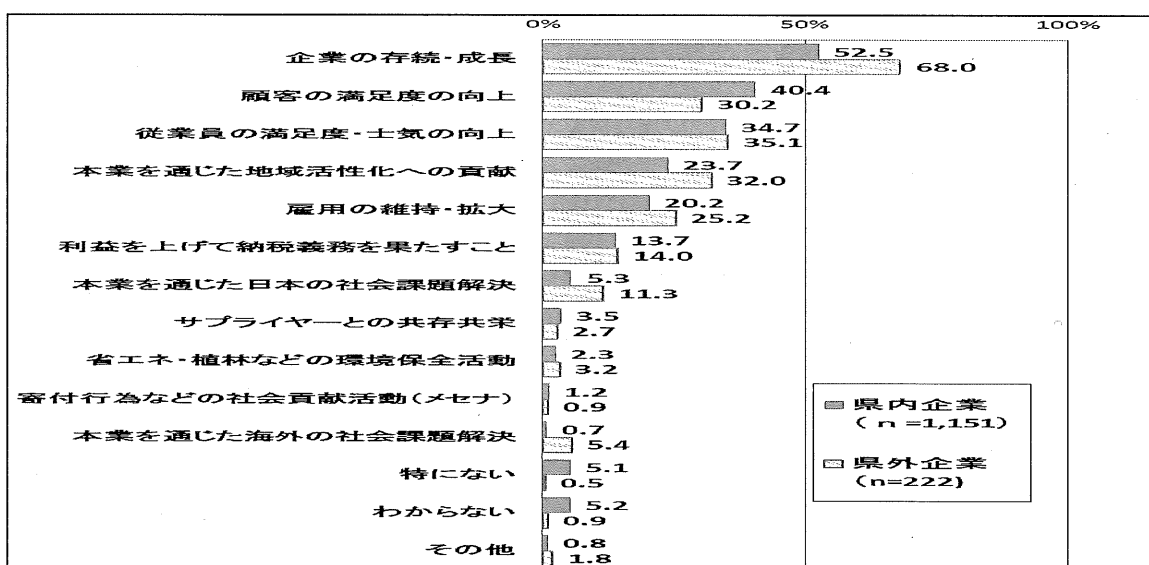
② 円滑な事業承継の促進

- 事業承継の予定について、県内企業では「後継者が決まっており、その後継者に事業を承継する」が31%で最も高く、次いで「後継者は決まっていないが、後継者候補はある」が26%、「後継者は決まっておらず候補もないが、事業を継続したい」が16%と続いています。県外企業でも上位3項目は同様の順。
- 県内企業は県外企業に比べて「後継者が決まっている」、「後継者候補がいる」と答えた企業の割合が低くなっています。



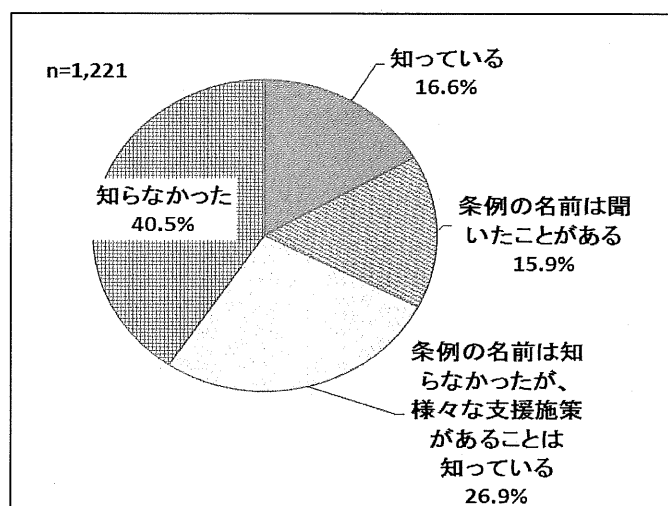
③ SDGs を含めた企業の社会的責任としての活動促進

- ・ 地域・社会の一員として果たすべき責任として、県内企業では「企業の存続・成長」が過半数を占め、次いで「顧客満足度の向上」は40%、「従業員の満足度・士気の向上」が35%と続いています。特に、県内製造業は「従業員の満足度・士気の向上」が40%と最も高くなっています。県外企業でも、県内企業と同様に「企業の存続・成長」が約7割と最も高くなっていますが、以下「従業員の満足度・士気の向上」が35%、「本業を通じた地域活性化への貢献」が32%と続いています。
 - ・ 特に、「本業を通じた地域活性化への貢献」について、県内企業(24%)に比べ県外企業(32%)の割合が高くなっていますが、県内企業においても戦略策定時(H23)から大きく上昇しています(7%⇒24%)。
- また、「本業を通じた日本の社会課題解決」についても、戦略策定時(H23)から着実に伸びてきています(2%⇒5%)。



④ 三重県中小企業・小規模企業振興条例の認知度向上

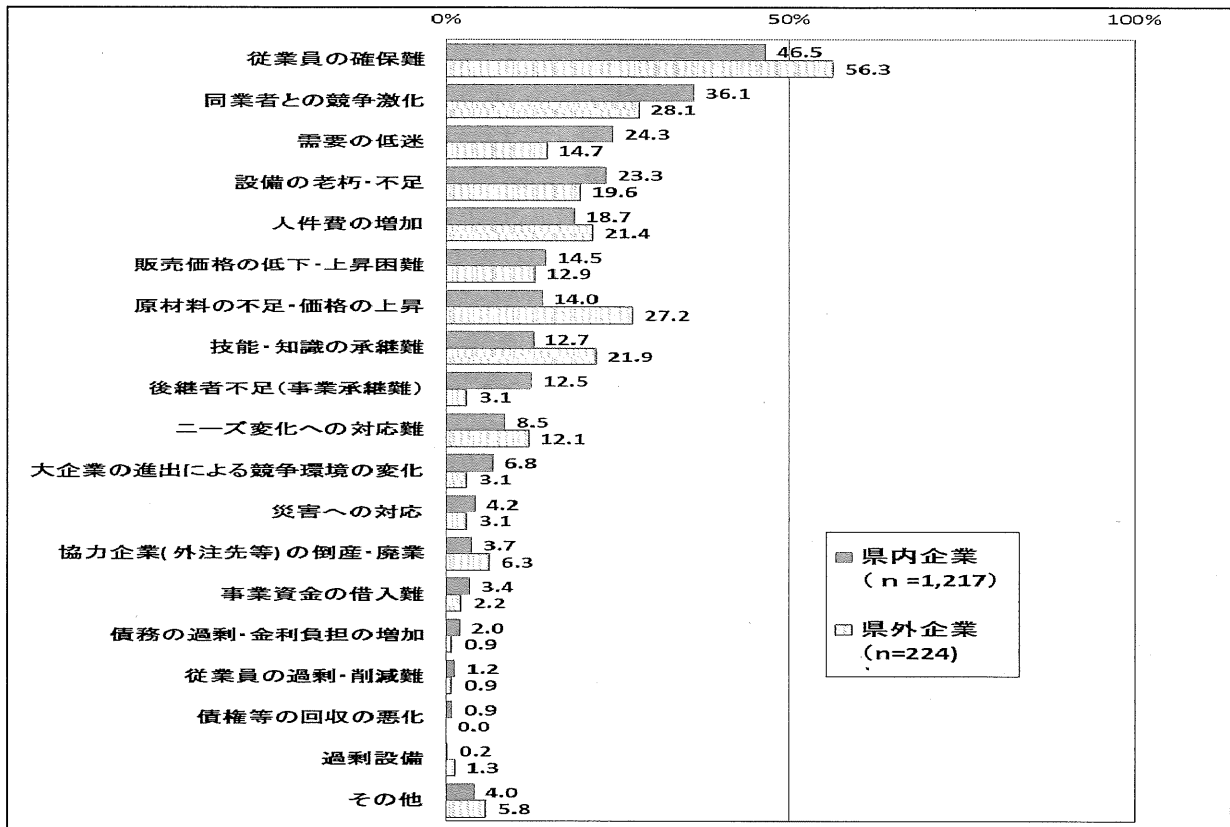
- ・ 三重県中小企業・小規模企業振興条例の認知度について、「知らなかった」と回答した県内企業は約4割を占めていますが、「知っている」「条例の名前は聞いたことがある」の合計も33%あり、徐々に浸透しつつあります。



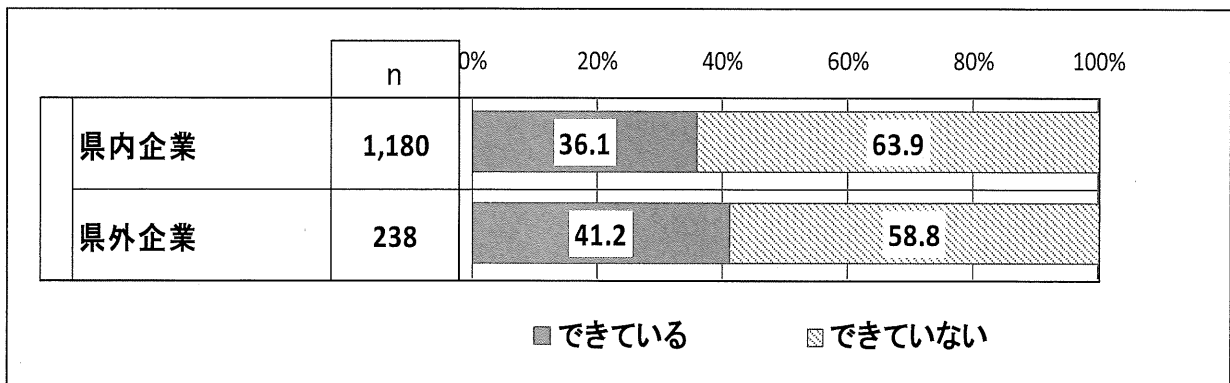
⑤ 基盤となる人材の確保が喫緊の課題

- ・ 経営上の課題として、県内企業では「従業員の確保難」が約5割を占め、次いで「同業者との競争激化」が36%、「需要の低迷」が24%で続いています。県外企業では上位2項目は県内企業と同様ですが、「原材料の不足・価格の上昇」が3位となっています。
- ・ 特に、人材の確保について、県内企業では「想定どおりに採用できていない」が6割以上を占めており、労働力不足が深刻化しています。

【経営上の課題】



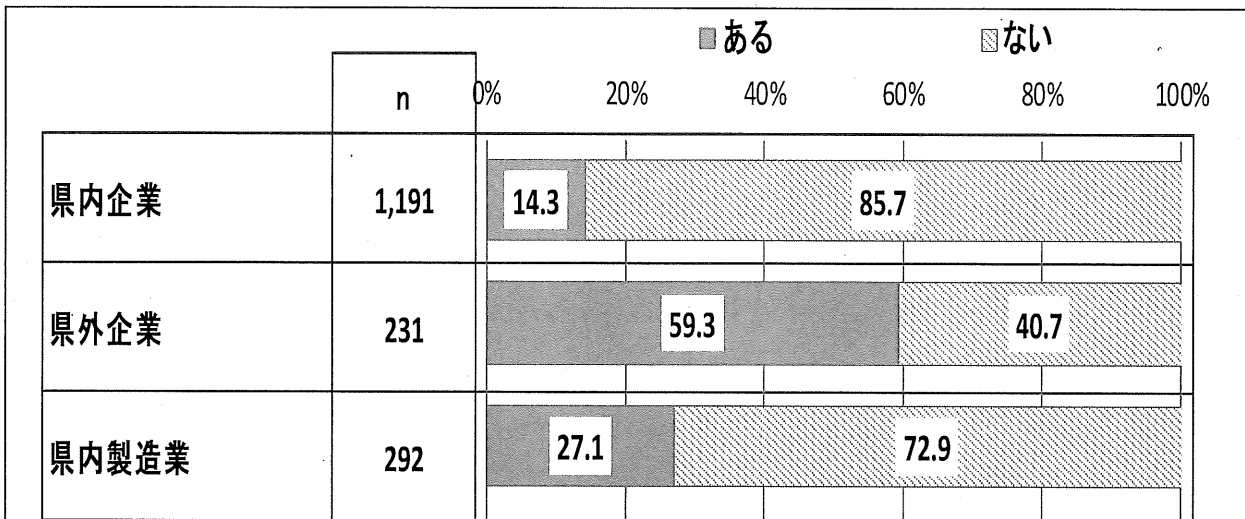
【想定どおりの採用の可否】



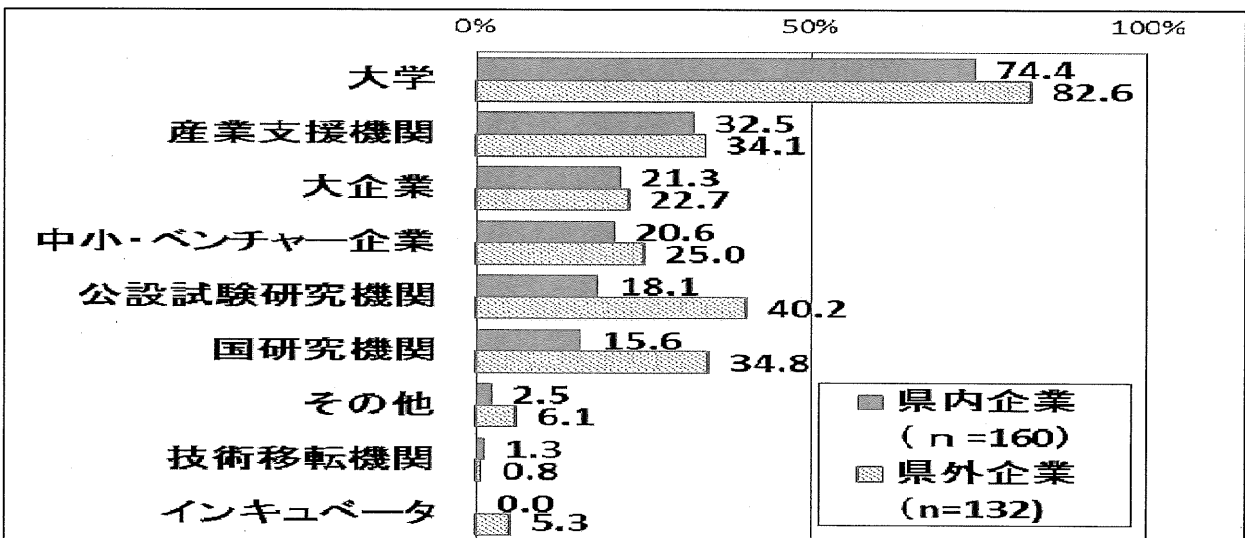
⑥ 産学官連携など外部連携の促進

- 外部連携の有無について、県内企業では「ない」(86%)が「ある」(14%)を大きく上回っており、戦略策定時(H23・「ある」20%)と比べてもいまだに課題ですが、製造業においては、「ある」が27%となっています。
- 一方、県外企業では「ある」(59%)が過半数を占め、「ない」(41%)を上回っており、県内企業に比べて外部連携を行う企業が多い傾向がうかがえます。
- 外部連携先について、県内企業では「大学」が7割半ばを占め、次いで「産業支援機関」が33%、「大企業」が21%と続いています。一方、県外企業では「大学」が83%、「公設試験研究機関」が40%、「国研究機関」が35%の順となっています。

【外部連携の有無】



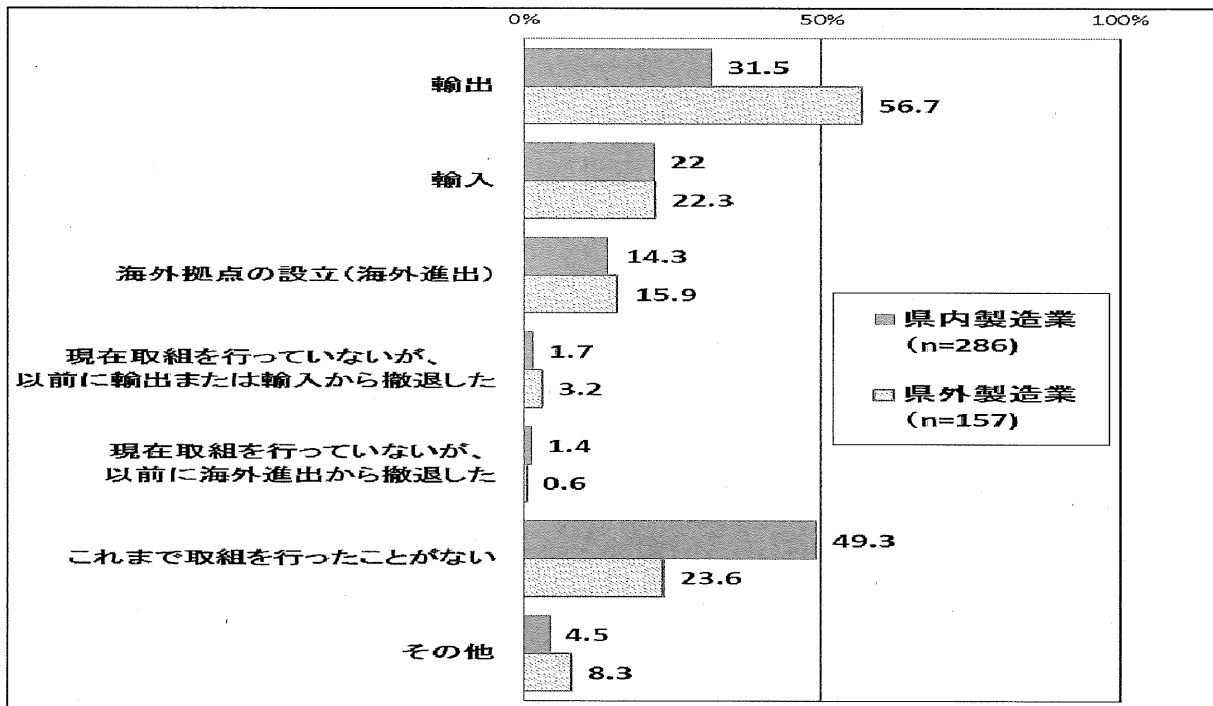
【外部連携先】



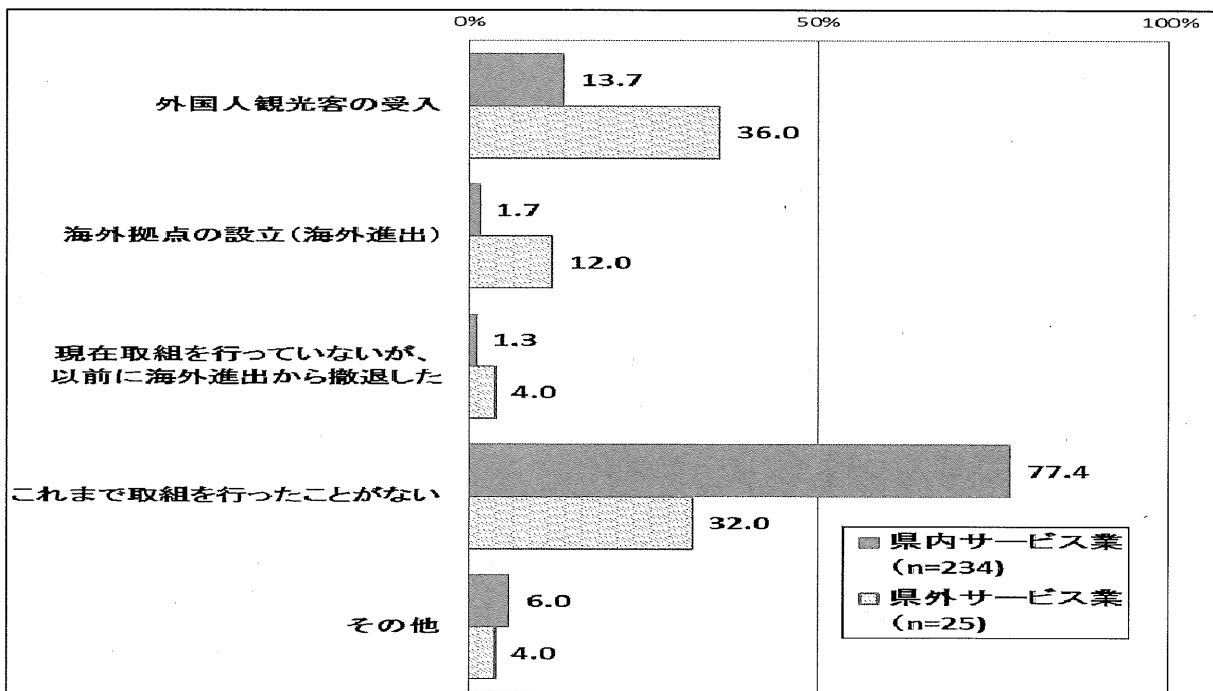
⑦ 海外展開の促進

- ・ 現在行っている海外展開の取組について、特に、「輸出」は県内製造業が32%のところ県外製造業は57%ですが、戦略策定時（H23・28%）から着実に伸びてきています。他方、県内製造業の約5割が「これまで取組を行ったことがない」と回答しており、戦略策定時（H23・32%）と比べてもいまだに課題ですが、国内景気の回復や製造業の国内回帰の動きなども影響していると考えられます。
- ・ 「外国人観光客の受入」は、県内サービス業が14%のところ県外サービス業は36%となっています。

【海外展開の取組状況(製造業)】



【海外展開の取組状況(サービス業)】



(5) 企業から聞き取った現場の声

県職員による企業1,000社への訪問(平成30年度)・ヒアリングの実施、さらには企業5,000社へのアンケート調査等により収集した経営者等の現場の生の声を下記のとおり整理しました。

【県内産業の更なるレベルアップに向けて】

(効果的な情報発信)

- ・三重県にはいいものが多いのに、見せ方に課題がある。それぞれが散らばっている印象。それらを一緒にして効果的に発信できると良い。

(サービス産業のハイエンド化)

- ・宿泊業、サービス産業は富裕層の取り込みを意識したハイエンド化も極めて重要。付加価値が高まり、生産性の向上にもつながる。

(AIの活用)

- ・AIは、ビッグデータを集めてこそ効果が出てくる。AIはビジネスにつながるという発想を持って取り組むことが必須。
- ・AIは全てを解決するものではない。あくまで経営や現場の判断ツール。

(物流の充実)

- ・食品業界の課題は物流。県外の商談会に出展して、商談が進んだとしても、物流がつかない。全国の例を見ていると、地方で成長する企業は、物流企業と一緒に成長していることが多い。運送会社との連携が必要。
- ・中小企業等にとっては、人口減少が進展する中、販路開拓で外需を取り込んでいく必要があると認識している。しかし、大手からの大口発注に対して生産能力等の問題で対応できないことも多い。地域商社などの機能を増加していくべきではないか。

(県内中小企業の海外展開)

- ・海外展開の事業にかかわったことがあるが、県内中小企業の物量が少ない。物量が少ないとビジネスとして成立しにくい。

【労働力不足の深刻化、働く場の魅力向上】

(労働力不足の深刻化)

- ・採用がますます難しくなっている。人材不足は深刻であり、労働力不足が社会崩壊へつながる。
- ・人材の採用はできても、求める人材の採用が困難になっている。
- ・労働力不足への対応として、外国人を活用できる環境整備が必要。

(働き方改革)

- ・ AI やビッグデータの活用により生産性を向上させれば、サービス業でも、若い社員に高い給料を払うことができ、さらには完全週休2日、長期休暇の取得など、働き方改革も実現することができる。
- ・ 女性にとって特に重要なのは、子育てと仕事が両立できる環境。
- ・ 人材不足→時給をUPせざるを得ない→人材不足で売上は下がる→労働者は働き方改革(有給休暇の確保、賃金UPを要求)。この複雑な方程式は企業単独では解決できない。
- ・ 人口減少に伴うサービス事業者の現状をもっと理解するべき。サービス業の実際の労働環境をもっと把握するべき。

(若者に魅力を伝える)

- ・ 若い経営者をはじめ若手が三重県で活躍していることを知ってもらうことで、若者に三重の魅力が伝わるのではないか。
- ・ 就職を決定する際に重要なポイントは、賃金はもとより教育環境の充実が欠かせない。今の若者は育ててほしいという思いを持っている。

【「組み合わせ」や「繋ぎ直し」、新しい価値の創出】

(組み合わせ・繋ぎ直し)

- ・ 事業承継が課題となっているが、高齢化した経営者への支援だけでなく、後継者となる若手・次世代経営者のネットワークづくりや勉強会の場づくりが必要。
- ・ さまざまな分野で活躍している人たちを集めて、地域資源を生かした商品などについて、みんなで相談し勉強しながらブラッシュアップできる場があるとありがたい。
- ・ 事業者や人の交流が生まれることが大事。それをきっかけに何かが生まれる。
- ・ 伝統工芸に携わる若手が交流できる機会があるとありがたい。そこから新たなコラボレーションが生まれるのではないか。

(デザイン力・クリエイティブな視点)

- ・ 面白い企業があれば、地域の魅力が向上し、人材も集まる。地方にも面白い仕事はあるが、プロデュースできる人材がいない。必要となるのは、発想、企画して進めていく力。そのすべてが「デザイン力」だと思う。
- ・ 地方の事業者は、クリエイティブな要素(パッケージ、広告費、商品のストーリーづくりなど)にかけるコストの意識が薄い。
- ・ 商品開発等にデザイナーのノウハウを取り入れたい。特化したスキルを持った人たちを紹介してもらえるような人材バンクがあると良い。

(新しい挑戦)

- ・これまでのやり方を変えたがらない人も多い。新しいことに挑戦したがらず、「誰かがやらないと自分はやらない」という考え方になる。ビジネスでは「これまで誰もやっていないこと」に価値がある。
- ・昔は毎年同じことをしていれば、売上や商品にも大きな影響はなかったが、特にこの5年間ぐらいで生活様式が大きく変化しており、企業も常に変化を求められる。
- ・付加価値を付けた商品づくりをしていかなければならないと認識している。少しでも新しい情報がほしい。

(ICTの活用)

- ・生き残るためには、ICTを積極的に導入して未来に向かう集団にならなければならない。そういう取組を応援してくれるとありがたい。
- ・ネット販売に挑戦し、柱として成長させたい。その際、消費者の分析も行いたいので、ICT関係の情報がほしい。
- ・中小企業などは、主体的にICTの導入・活用を行っていけない。今後、益々スマート化に乗り遅れていく可能性も高く、行政等でサポートしてほしい。

(外国人留学生の活用)

- ・外国人留学生を採用し、海外展開の業務を任せたい。

【観光業を経済成長の主要エンジンへ】

(観光を稼げる産業に)

- ・地域内でいかにお金を循環させるのかが重要。宿泊業は、他の業種と比べ、域内調達率が大きい業種である。一方、サービスを丸ごと取り込む傾向が強いため、地域内の他産業との連携が深まらないことが多い。地域内の他産業との連携を深めて、もっと地域に根差した取組を進めていくべき。
- ・観光産業は、宿泊者数をどれだけ増加させられるかが鍵。日帰り客と比較しても、消費額が断然多い。
- ・三重県の観光は、他県に比べて個人客の占める割合が低いと感じる。

(宿泊業の魅力を向上)

- ・観光産業の環境、ハード面は整ってきているが、人材確保が困難となっている。
- ・宿泊業では、従業員のキャリアパスが不明確。より多くの若者に宿泊業に携わってもらうためには、キャリアパスが描けるような仕掛けが必要である。また、ES（従業員満足度）を上げて、働く場としての魅力を向上させなければならない。それが人材の獲得にもつながる。

【地域経済の活性化と地域課題の解決】

- ・地域経済の活性化には、スモールビジネスが多く生まれることが大切。地域経済に与える効果も高い。その意味でも、若者のスタートアップ支援が重要な取組になるのではないかな。
- ・企業が地域課題の解決に貢献していく重要性は高まっている。地域課題に貢献する姿勢が注目されることで、企業イメージの向上にもつながり、広告宣伝費にかけるコストを上回る効果が得られることもある。
- ・三重県の北部と南部では状況が異なるため、事業者が考えていることも違う。一括りに考えるのではなく、北部と南部を分けて考えなければいけない。

【行政の課題】

(情報提供、支援制度の充実)

- ・中小企業に情報が伝わってこない。様々な政策や取組があると思うが、知らなかったら意味がない。積極的な情報提供をお願いしたい。
- ・人材育成・確保、販路拡大に関する支援を充実させてほしい。
- ・中小企業では設備投資や技術改良の費用が乏しく、新しい一歩が踏み出せない。
- ・M&Aに限らず、休廃業・解散、倒産事業者の黒字事業や、魅力的な事業に限定して事業引継ぎを行う際の支援があるといい。
- ・中小企業、特に小規模企業においては、今を維持していくのが精いっぱいであり10年先の変化など考える余裕がない。寄り添って一緒に考えてほしい。

(外部連携のサポート)

- ・産学官連携に取り組みたい。例えば、地域で取り組む共同事業に産学官で取り組むためのコーディネートをお願いしたい。

(伝統産業・地場産業)

- ・県産食材は学校給食で活用されているが、伝統工芸品の食器も活用するなど、子どもたちが伝統工芸品に触れる機会をつくると良いのではないかな。学校の家庭科の授業で活用する方法もある。

(行政全般に対する意見)

- ・高速道路をはじめ道路インフラの迅速なる整備。三重県の活力向上、人口減少抑制等に向けての三重県の魅力度UP。百年に一度のパラダイムシフトの中での生き残りのため、グローバル競争力強化につながる思い切った規制緩和、許認可の簡素化等が必要。
- ・企業を誘致しても、地域内から調達が行われないと、地域経済に与える効果は低くなる。

- ・県内産業の実態を知るにはデスクワークでは本質を知ることができない。
もっと現場に出ること、人と会うこと、人の意見を聞くことが必要。

1. 2030年頃の産業等の姿

本県を取り巻く社会経済情勢等の変化及び「みえ産業振興戦略」の総括などを踏まえ、2030年頃の産業の姿を以下のとおり整理しました。

将来の産業の姿をイメージすることにより、その実現に向けた課題を整理し、具体的な取組方向を検討していくこととします。

(1) 産業及び就業構造の大きな変化

- ①第4次産業革命が進展する中、三重県のものづくり産業は、あらゆる分野で多くの企業がI・O・T・A・I等のICT技術を最大限に活用し、力強く付加価値額を増加（ビジョン策定時より約10%強）させています。県内大手企業の工場においては、他県に先駆けてスマート化に向けた再投資も増加し、県内でのスマート・ファクトリー化が進展しており、自動車・半導体・エレクトロニクス産業、さらには素材産業など、県内産業の更なる国際競争力の向上につながっています。
- ②主要産業の一つである自動車関連産業では、エンジン車の分野の持続的な成長もある中で、CO2ゼロエミッションや自動走行などを強く意識した次世代自動車分野が成長してきており、部品の種類の変化、部品点数の減少、サプライチェーンの変化等が起きています。
- ③県内中小企業・小規模企業においても、ICTを活用した生産性向上が飛躍的に進み（企業アンケートベースで、ICT導入・利活用割合が50%以上）、県内付加価値額向上に大きく寄与しています。
- ④多くの県内中小・小規模サービス事業者において、ICT・A・I等の活用が進み、電子タグを使った商品管理によって、商品購入時の支払い、在庫管理、売れ筋商品の把握等が容易になっています。また、キャッシュレス化が一般化し、レジスピードの改善など消費者の利便性が向上するとともに、店舗等の省力化や、データの利活用が図られています。さらに、電子タグによって収集されたデータは、A・Iによって分析され、商品のレイアウト変更、仕入れの時期と数量の決定、値付けなどが効率的に行われ、サービス産業の生産性を向上させています。
- ⑤県内の多くの観光施設等において、多言語音声翻訳システムや自動予約システムの導入、超高速の次世代の無線通信技術が普及するなど、ストレスフリーな受入環境整備が進み、外国人観光客の利便性が一層向上しています。

- ⑥農業のあらゆる現場において、ICT機器が幅広く導入され、栽培管理等がセンサーデータとビッグデータ解析により最適化されています。また、ICT機器を通じて収集される熟練農業者の作業ノウハウがAIにより形式知化されるとともに、農作業の多くがロボット技術やセンシング技術等で自動化・無人化されています。
- ⑦航空レーザ計測等による高精度な森林資源・地理空間情報や、ICTによる木材の生産・流通段階における各種情報の共有化、ロボット等の先端技術を活用した「スマート林業」の実現により、森林施業の高度化や、需要に応じた効率的な木材生産が可能となっています。
- ⑧ノリやカキなどの無給餌養殖においては、水温等の環境情報をビッグデータとして蓄積・管理し、赤潮や病害等の対策に役立てるほか、ブリやマグロなどの給餌養殖においては、環境情報に加え、給餌量や成長速度等のデータを蓄積し最適化していくことで、効率的な生産管理が可能となっています。さらに、ICT・AI等の活用による陸上養殖システムが実現・導入され、海水など外部環境に影響がない「スマート・お魚ファクトリー」が整備されています。

(2) ダイバーシティ社会へ

- ①単純な作業がAIやロボットによって処理されるとともに、ICTを活用したテレワークも一般的となっており、大都市に行かずとも、地方にしながら直接世界とつながることが可能になるなど、人々はよりクリエイティブで時間と場所の制約を受けない仕事に携わるようになっていきます。また、見守りサービスなどが充実し、介護や子育てと仕事の両立も容易になるとともに、ICT技術が浸透する中で、女性、高齢者、障がい者の活躍の場も拡大していきます。
- ②自由な働き方が増加し、あるプロジェクトの期間内はその企業に所属するが、プロジェクトが終了するとともに、別の企業に所属するケースや、副業・兼業の拡大により、複数の企業のプロジェクトに同時に従事するケースも広がっています。
- ③新しいビジネスにチャレンジする若者が増えるとともに、若者を中心に多様な人材の交流も活発に行われており、既成概念にとらわれない新たなアイデアやビジネスの種が生み出されています。また、豊かな自然、穏やかな気候風土など、暮らしやすい環境の中で、多くの若者がいきいきと働いています。
- ④県内の宿泊業において、ICT・AIの活用をはじめとする働き方改革が進み、労働生産性が飛躍的に向上する（宿泊業、飲食サービス業の労働生産性が4百万円/人と現在の倍）など、三重県の宿泊業は若者にとっても、より魅力的なしごとになっています。

⑤第1次産業のスマート化により、例えば、高品質な農産物の安定生産や農場の大規模化が容易になるほか、専門的な担い手農業者はもちろん、経験の浅い農業者（新規参入した若者）や高齢者、障がい者なども含め、多様な担い手が活躍できる農林水産業の実現につながっています。

（3）スーパー・メガリージョンにおけるプレゼンス向上

①高速道路網の整備が進み、物流の効率化による県内企業の生産性向上が図られるとともに、通勤圏が拡大することで人材確保も容易になっています。また、リニア中央新幹線東京・名古屋間の開通を契機に、本社機能を東京から三重県に移転する企業が増加しています。

②伊勢神宮をはじめとする三重の有する文化や歴史、また自然、食等の魅力をもとに、県内各地のDMOが中心となった観光地づくりが進展し、観光地の魅力が向上するとともに、地域の観光情報が広く国内外に発信されています。さらに、高速道路網の整備や2027年のリニア中央新幹線開業、2033年の第63回式年遷宮ともあいまって、三重県が全国有数の観光先進県となっています。

③三重県における観光業の県内総生産構成比が、県の主要産業である輸送用機械製造業（H27:7.2%）に迫る規模となり、観光業は、三重県経済を牽引する主要産業（県内総生産構成比（H27:3.1%）は5%台へ）となっています。

（4）アジア経済圏の一翼を担う

①世界中でヒト、モノ、カネ、情報の流れがますます活発化する中、アジア新興国をはじめ、拡大する海外市場への展開をめざす県内企業が、三重県の持つ強みやこれまで培ってきたネットワークを生かして、国際展開に積極的に取り組んでいます。特に、アジアでは、県内企業がタイを拠点にASEAN各国へ、台湾を拠点に華人経済圏への展開の足場を広げています。

②三重の食が、アジアをはじめとする世界中の人々から注目され、県内食関連事業者の海外展開が進むとともに、「食」を目的とした集客交流も増加するなど、食関連産業が三重県経済を牽引する主要産業（製造品出荷額が3,000億円台と現在の倍）となっています。

③三重県が、日本を象徴する文化や、日本人の精神性を体感したいと思う欧米やアジアからの訪日外国人が必ず立ち寄る観光地となっています。また、世界有数のゴルフツーリズムの目的地として、さらには国際会議等MICEの開催地として、三重県のブランドイメージが確立しています。

(5) 地域課題の克服

- ①自動走行のコミュニティバスが、通園・通学、買い物、通院などのための送迎を展開し、また、自動走行の一人乗りパーソナルビークルが高齢者を中心に活用されつつあります。さらに、ネット注文による宅配が、地元のスーパー等の小売事業者とネット事業者、宅配事業者の提携によるビジネスとして一般化し、県内全域で広く利用されるなど、県内の全ての地域で高齢者をはじめとする人々の生活の利便性が向上しています。
- ②ウェアラブル端末などの測定ツールが普及し、個人ごとの健康データを活用した疾病管理・健康管理などの個別化医療が進んでいます。また、介護現場でも、ロボット・センサー等の活用により、夜間の見守りなどをめぐる職員の厳しい労働環境は大幅に改善され、その分専門性を生かして個々の利用者に最適なケアの提供が可能になっています。さらに、高齢者等が自立した生活を営む上で支障となる問題（身体・認知能力等）に対し、新しい技術・製品を活用することにより、住み慣れた場所で生活を続けていけることが可能となっています。
- ③中小企業・小規模企業の事業承継については、例えば、経営の世代交代を契機に若者の活躍の場が広がり、これまでの常識に捉われない新しいビジネスモデルに挑戦するケースや、地域に並立する事業者の事業統合などが進められるケースが広がり、円滑な事業承継が行われています。
- ④IoT・AI等の活用や地域の特性を生かして、多くの企業が新たな製品やサービスを生み出し成長するとともに、県内に本社を置く株式上場企業数も拡大するなど、若者にとって魅力のある企業が増加しています。
- ⑤クリエイター等との連携により、伝統産業をはじめとした地域資源が、新たな価値を付加されて世界へ発信されています。また、クリエイティブな発想により、例えば、草刈り、空き家の維持・活用、有害鳥獣捕獲などの地域課題が、プロボノ活動などにより解決されるケースも出てきています。
- ⑥衣・食・住や介護など地域生活に密着した様々なサービスを総合的に担う事業者が、新たなビジネスモデルを展開するなど、高齢化をはじめとする地域課題の解決にも貢献し、地域の生活の質を維持・向上させています。
- ⑦電気・水道・ガス、道路等の社会インフラにおいて、ICT技術を活用した需給管理・省エネ・効率化が進んでいます。さらに、三重県の恵まれた自然特性を生かした再生可能エネルギーの導入が大幅に進んでいます。

2. 実現するために取り組むべき課題

2030年頃の産業等の姿を実現するために今後、喫緊に取り組むべき7つの課題を整理しました。

【取り組むべき7つの課題】

① I o T、A Iのビジネスへの積極的な取り込み（第4次産業革命への対応）

I o T、ビッグデータ、A I、ロボット等に代表される第4次産業革命は、既存産業の生産性を飛躍的に高め、人口減少・高齢化、生産年齢人口の減少など日本が直面している課題の解決に大きく寄与すると期待されています。

さらに、新しいサービス・製品・ビジネスモデル創出の可能性が広がり、都市・地方といった場所や、組織の規模を問わず成功を手にするチャンスです。

一方、企業アンケート調査によれば、県内企業のI o T、A Iの導入・利活用や、I C Tに関する人材（データサイエンティスト）の強化に対する認識は県外企業と比較して低くなっています。（P22～23参照）

県内企業のI o T・A I等の導入・活用に関する理解の向上、それらに必要な人材の育成を進め、県内企業のI o T・A I等の活用を促進していくことが必要です。

特に、県内中小企業・小規模企業において、I C Tを活用した生産性の向上は喫緊の課題となっています。その際、断片的に表れつつある「超スマート社会」が産業構造や就業構造に大きな変化をもたらすことを考慮し、取組を展開していくことも肝要です。

② 今後、成長が期待される産業分野の育成

企業アンケート調査によれば、今後成長を期待している産業・技術分野について、県内企業では「クリーンエネルギー」が最も多く、「次世代自動車」「観光」がこれに続いています。一方、県外企業では「A I・I o T」が最も多く、「食品・農業」「ロボット」がこれに続いています。

県内主要産業の一つである自動車関連産業では、エンジン車関連部品の更なる付加価値向上に加え、次世代自動車の到来に向けた取組が求められます。

また、半導体、ディスプレイなどのエレクトロニクス産業では、グローバル需要の更なる取り込みは喫緊の課題です。

さらに、石油・化学産業では、アジア等の巨大コンビナート群が台頭する中、四日市コンビナートの更なる国際競争力の強化も急がれます。

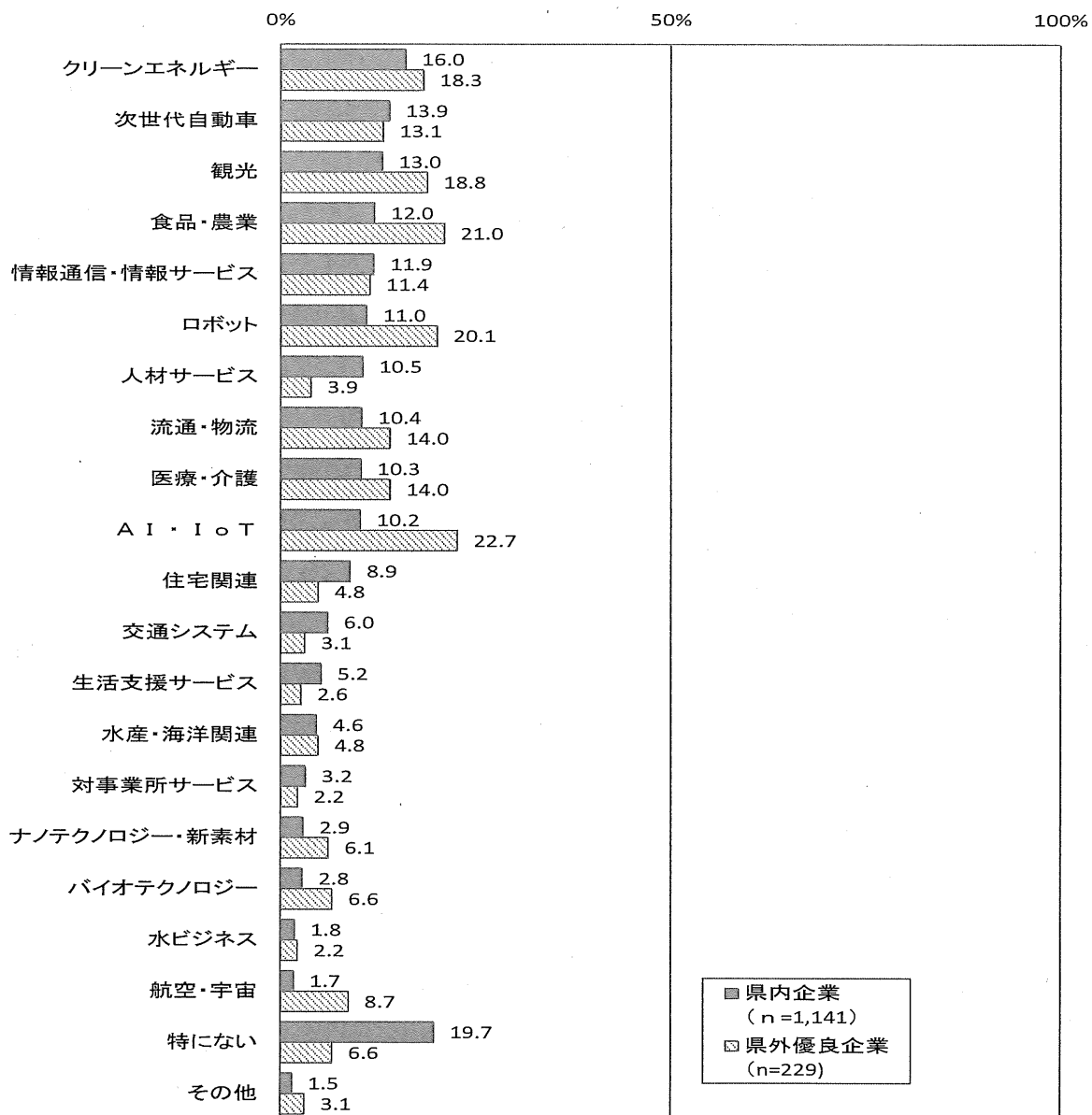
世界的な資源・エネルギーの需要増加や、国内の高齢化の進行などを踏まえると、「環境・エネルギー関連分野」「医療・健康関連分野」は依然として、成長市場として有望です。さらには、世界的に市場の拡大が見込まれる航空宇宙産業や食関連産業をターゲットとした取組も、引き続き進めていく必要があります。

観光産業の国内総生産構成比（平成27年）は2.3%で、自動車関連産業を含む輸送用機械製造業の3.2%に迫る規模となっています。三重県における観光産業の県内総生産構成比は3.1%（輸送用機械製造業は7.2%）と国内の構成比（2.3%）を上回っており、企業アンケートでも、今後成長を期待している産業・技術分野として期待度の高い観光産業は重要な産業です。

県内全域に波及効果のある観光産業を持続的に発展させていくためには、拡大するインバウンド需要の取り込みを一層強化するとともに、観光で地域の稼ぐ力を伸ばす、更なる観光の産業化に取り組む必要があります。

【成長を期待している産業・技術分野（2018年県内外企業5,000社アンケート）】

※3番目までの重視項目を集計したもの



③アジアシフト化する世界経済への対応

企業アンケート調査によれば、県内企業の海外展開の遅れは、戦略策定時と比較しても依然として課題となっています。(P27参照)

人口減少による国内市場の縮小が見込まれる中、世界のGDPは、中国、インド、その他のアジアを中心に増加する見通しであり、県内企業の積極的な海外展開を支援することが求められています。

県内中小企業・小規模企業にとっても、今後、世界経済の重心がアジアシフトしていく中で、急成長を遂げつつあるアジア市場をしっかりと取り込むべく、アジア地域との関係性をこれまで以上に深めていく必要があります。

また、アジアの成長により、世界の資本がアジアに集まってくる中、その資本(投資)を国内はもとより本県に呼び込むことも重要です。

特に、農林水産物・食品等の輸出額が、5年連続で過去最高を更新するなど、世界的な日本食ブームとなっています。こうした海外での認知度・注目度の高まりを世界における日本産食品に対する更なる需要拡大の機会ととらえ、本県としても輸出促進の取組を効果的に行っていく必要があります。

さらに、訪日外国人旅行者の大幅な増加が進む中、本県ならではの魅力ある観光資源や伊勢志摩サミット開催のレガシーを生かし、重点国・地域に加え、欧米・富裕層、アジアからの外国人旅行者及び個人の外国人旅行者(FIT)の誘致に積極的に取り組む必要があります。

④新たな知恵や知識、技術の取り込み、新しい価値の創出

I o T、A Iなどの技術の急速な発展や、グローバルな競争の激化に伴い、企業には、かつてないほどのスピード感が求められています。顧客ニーズの多様化、製品ライフサイクルの短期化、グローバル化による競争構造の変化等に伴い、モノづくりに対する要求レベルはますます高まり、今持っている知恵や知識、技術だけでイノベーションを生み出すことは難しくなっていることから、新たな知恵や知識、技術を取り込むことが必要となってきています。

一方、企業アンケート調査によれば、県内企業の産学官連携などの外部連携比率は低く、戦略策定時と比較しても依然として課題となっており、県外企業で見られるような公設試験研究機関等との連携が一層求められます。(P26参照)

また、企業へのヒアリングでは「若手の交流の場・ネットワークづくりが必要」「交流をきっかけに、新たなコラボレーションが生まれる」という声もあります。

第4次産業革命により、あらゆる産業が新技術の荒波を受け、従来の常識や経験が通用しない大変革を迎えようとしています。また、人々の価値観やライフスタイルが多様化する中、「既存価値にとらわれない、新たな発想・手法(=クリエイティブ)」も求められており、クリエイティブに注力する企業が、急速に存在感を高めています。

こうした中、文化、歴史、自然、食など、三重県の魅力（特性）を再認識し、付加価値を創出していけるように産業化していくことが必要です。その際、引き続き、戦略的なプロモーション活動を展開することに加え、その魅力（特性）と、既存価値にとらわれない新たな発想・手法（クリエイティブ）をシンクロさせ、新たな価値の創出につなげていくことにも挑戦していくべきです。

⑤企業の社会的責任としての活動（地域課題解決等）の促進

県民生活や地域社会を取り巻く時代環境は目まぐるしく変化しており、例えば、若者や子育て世代の流出、買い物難民や認知症増加など超高齢社会への対応、若者のニート率増加、労働力不足など、地域社会には課題が山積しています。

過去、人類は、食料不足を農林水産業で、モノ不足を工業で解決してきました。また、国連での「持続可能な開発目標」（SDGs）の採択や、ESG（環境、社会、ガバナンス）投資の世界的な広がり等、社会課題の解決への取組は、企業価値の向上、さらには企業の持続的成長にとって重要な要素となりつつあります。こうした中、山積している「地域社会の課題」を産業（民間ビジネス等）で解決していくことも必要です。

企業アンケート調査においても、地域・社会の一員として果たすべき責任として、本業を通じた地域活性化への貢献や、日本の社会課題解決を重視する県内企業が増加しています。（P24参照）

人口減少と超高齢社会の到来を踏まえ、産業政策が経済的価値を創出していくことに加え、地域課題の解決など社会的価値の創出にも貢献していくことが求められています。産業構造に加え、社会構造も変化していく中で、地域課題の解決につなげるという視点を持った産業政策も新たな軸として出していくことが求められています。

地域住民の生活を支える県内の中小企業・小規模企業に目を転じると、平成11年以降の15年間で約1万6千者減少しました。平成29年の県内の状況を見ると、経営者の高齢化や後継者難等が大きな要因である休廃業・解散件数（487件）は、倒産件数（100件）の4.8倍にのぼっています。また、県内経営者のうち60代以上が全体の53.6%（70代以上が23.3%）を占めています。

高齢化が進展する一方で、中小企業経営者の平均引退年齢は70歳程度であることから、ここ数年のうちに団塊世代の経営者の大量引退が予想されているところから、

優れた技術や経験、雇用が失われることのないよう、円滑な事業承継は喫緊の課題となっており、関係機関と連携し、事業承継支援に関する総合的・集中的な取組を展開していく必要があります。

⑥中小企業・小規模企業の振興とサービス産業の生産性向上

中小企業・小規模企業は、県内企業数の99.8%、従業者総数の88.7%、付加価値額の78.3%を占め、地域の雇用や経済、社会を支える基盤であり、成長発展を支える原動力となっている重要な存在です。

特に、本県の従業者数、付加価値額は、全国（従業者数：70.1%、付加価値額：54.5%）と比較し、中小企業・小規模企業の占める割合が大きくなっています。

人口減少による国内市場の縮小、第4次産業革命による産業構造等の大転換、経済のグローバル化の進展など、社会経済情勢がこれまでにないスピードで変化しています。こうした急激な環境変化に対応していくには、中小企業・小規模企業、自らが主体的に経営の向上を図っていくことが重要です。

しかし、資金や人材など経営資源に制約があるため、外からの変化に弱く、場合によっては不公平な取引を強いられるなど数多くの課題を抱える中小企業・小規模企業を支えるべく、きめ細かな支援を迅速かつ的確に実施していくことも求められています。

三重県経済の主役は、あらゆる事業者であり、全ての働く人々です。そして、その大部分は中小企業・小規模企業が担っています。中小企業・小規模企業の振興と、人づくり、働き方改革の推進、さらにはイノベーション創出の場づくりなど、県内産業プラットフォームをしっかりと維持・強化していく取組も重要です。

また、県内の数多くの中小企業・小規模企業が携わるサービス産業は、県内産業に占める付加価値の過半（約57%）を占めており、ものづくり産業同様に重要な産業です。

サービス産業全体の労働生産性（4.19百万円/人）は、製造業（6.40百万円/人）に比べて低く、特に、宿泊業、飲食サービス業（2.06百万円/人）、生活関連サービス業、娯楽業（2.78百万円/人）が低くなっています。サービス産業の労働生産性の向上は、人口減少の進行、労働力不足が深刻になる中で重要な視点です。

⑦労働力不足の深刻化と働く場の魅力向上

本県の雇用情勢は、有効求人倍率が高水準で推移し改善が進んでいる一方、人口減少・高齢化の進行や、若者や子育て世代の転出超過などにより、労働力不足は深刻化しています。

企業アンケートにおいても、経営上の課題として「従業員の確保難」を挙げる企業が最も多くなっており、人材の確保が喫緊の課題となっています。（P25参照）

若者の県外流出が大きな課題となる中、人口減少と超高齢社会の到来を強く意識し、将来の地域社会の担い手である「若者」にとって魅力がある産業を育成・振興していくことは、きわめて重要です。若者の就職先の選択において、

「働きやすさ」や「やりがい」といった観点が、これまで以上に重要視されており、人材確保面でも企業の一層の取組を促進していく必要があります。

さらには、障がい者や女性、外国人などを含めたすべての方が自己の能力や適正に応じてその能力を最大限発揮でき、誰もが働き続けることができる環境づくりが必要です。特に、超高齢社会の到来を見据えると、働く意欲のある高齢者の労働参加を促進し、豊富な経験やノウハウを有する高齢者の活躍の場を創出していく必要があります。

人口減少が進む中、三重県が他県との差別化を図りながら自立的に発展していくためには、次代を担う「人づくり」の視点が一層重要となります。

産業政策は「人づくり」に帰着します。今、不足していること、今、一番大切なこと、そして、今後も必要なこと、それは人づくりです。

1. ビジョンの基本理念

(社会経済情勢等の大きな変化)

平成20(2008)年、日本経済はリーマンショックに端を発する世界同時不況に見舞われ、大きな打撃を受けました。

その中でも三重県は、電気機械・自動車産業等の製造業が一転急減し、県内総生産は1年でマイナス9.8%も低下しました。国内総生産がマイナス2.5%であったことを踏まえると、三重県が世界経済の変化にきわめて影響を受けやすい産業構造であることが判明したことから、「みえ産業振興戦略」を新たに策定し、「強じんて多様な産業構造」の構築をめざし取り組んできました。

その取組を開始して以来、電気機械や、自動車産業、石油化学などの県内主要産業は再び成長軌道に乗るとともに、航空機や食関連産業をはじめ、観光産業なども活性化しつつあり、県内において強じんて多様な産業構造への転換が一定程度進みつつあります。

「強じんて多様な産業構造」は、短期間で実現できるものではなく、今後も重要な取組として、引き続き粘り強く取り組んでいく必要があると認識しています。

しかし、我が国を取り巻く社会経済情勢等は大きな転換期を迎えています。三重県においても、「人口減少・超高齢社会の到来と若者の県外への流出」、「第4次産業革命による産業・就業構造の大転換」、「多様な働き方の拡大」、更には、「高速交通ネットワークの拡大」、「世界経済の中心がアジアへシフト」などのもたらす地域経済へのインパクトは非常に大きく、これまでの延長線上の取組だけでは「強じんて多様な産業構造」の実現は困難です。

(今後の産業政策で大切にしたい視点)

このような転換期を迎えていることを踏まえ、私たちは10年後である2030年頃の三重県産業の姿を具体的にイメージし、それを実現していくにあたっての取り組むべき7つの課題を整理しました。

私たちがその課題を克服し、今後の産業政策の方向性をとりまとめるにあたり、3つの視点を大切にします。

① 「超スマート社会」の到来

第4次産業革命はもとより、社会・経済そして産業構造へも大きな影響を及ぼす「超スマート社会」の到来を意識します。

世界の産業の主戦場がビッグデータの取得、そしてIoT、AIの組み合わせ等の領域にシフトし、産業構造や就業構造さえも転換させていく中では、これまでの延長線上での取組に加え、超スマート社会の到来なども見据えて、これまで以上に現場感覚を鋭くし(研ぎ澄まし)、常に変化を予測しながら、柔軟に対応していくことが重要です。

② 「若者」に魅力ある産業の育成・振興

多くの企業はもとより、県民の皆さん、特に「若者」に魅力ある産業を育成・振興していくことが重要です。

少子高齢化が加速する中で、若者が三重県の転出超過の約8割を占める今の状況は、三重県経済の持続的な発展をめざしていく上で、大きな懸念です。

若者の流出は、貴重な労働力の減少だけでなく、消費市場の縮小という形で供給面と需要面の双方に影響を与え、三重県経済を負のスパイラルへと陥らせる可能性があります。

女性や高齢者、障がい者、外国人材などの多様な労働力を確保していく取組を進めていくとともに、持続的な三重県経済の発展に向けた駆動力として期待される若者にもっと光を当てる必要があります。

事業承継などの取組においても、若年の経営者が利益率や売上高を向上させ、企業の成長にもつなげていくケースが多く見られます。

その意味では、県内企業が、例えば、クリエイティブな視点を取り入れ、新たな価値を生み出し、世界に挑戦したり、働き方改革を実現し、魅力的な働く場になるなど、若者にとって「クールな（魅力ある）」産業を育成・振興していくことが重要です。

③ 知恵や知識、技術の「組み直し」による新たな価値創出

既存の価値に捉われずに「新しい価値」を生み出していくことがこれまで以上に必要とされます。

その際、知恵や知識、そして技術を「組み合わせ」、「繋ぎ直し」、「かけ算」してシナジー効果を創出することが大切です。

顧客のニーズや社会の要請等に応えるべく経営を進めていく中で、既存価値との差異を意識し、少しでも新しい価値を生み出していくことが、企業をはじめ、あらゆる事業者に強く求められてきます。

また、シリコンバレーに誕生するような破壊的イノベーションを生み出すことも重要ですが、個々の企業や地域等が、それぞれの持つ強みを再確認し、それに異なる知恵や知識、そして技術を「組み合わせ」、若しくは今の組み合わせを「繋ぎ直し（再結合）」、新しい価値を生み出していくことが大切です。

基本理念

既存価値を超え、KUMINAOSHIの産業政策で若者が躍動する三重

～ 知恵や知識、技術を組み合わせ・繋ぎ直し、共感と協創による新しい三重の産業創出 ～

(基本理念の実現に向けて)

このような考え方のもと、三重県経済の自立的・持続的な発展に向けて、強じんて多様な産業構造への転換を粘り強く続けていくこととし、知恵や知識、そして技術を国内外から積極的に取り込み、それらを「組み合わせ」、あるいは「繋ぎ直し」ていくことで、「新しい価値」を生み出し、成長していきけるよう、産業を育成・振興していきます。

例えば、これまで強みであったものづくりと第4次産業革命をシンクロさせて次世代につながる産業としていくこと、地域資源をもう一度棚卸しする中でクリエイティブな視点を組み込んで更なる付加価値を創出していくこと、さらには、そのベースとなる人づくり、中小企業・小規模企業の振興にも取り組んでいくことが重要です。

「組み合わせ」、「繋ぎ直し」という行為は、協創の取組にもつながり、地域産業の魅力・活力の向上、ひいては若者を地域産業へ呼び込むこととなり、若者の地域産業への愛着を深めることにも貢献します。

今後、「知恵や知識や技術、人を組み合わせ・繋ぎ直し、共感と協創により、県民の皆さま特に若者にも魅力ある産業を創出していく」ことを具現化していくことで、「既存価値を超え、KUMINAOSHIの産業政策で若者が躍動する三重」の基本理念の実現につなげていくこととします。

【事例】「組み合わせ」や「繋ぎ直し」による新しい価値の創出

① 老舗食堂・商店 × AI・ビッグデータ

機械学習を活用した顧客予測、画像認識を活用した顧客満足の把握、これらの情報を活用した営業オペレーションの変革が収益性と利益率を向上。

② 農業 × ICT自動化設備

トマト栽培に、オランダ型のICT自動化設備を導入・活用し、温度・湿度・日光・換気・水量の一元管理と自動化を実現させ、安定した高品質トマトを生産。

③ 製薬会社 × 高校生

高校生が企画・提案する形で、地域資源を生かした化粧品シリーズを開発。平成24年度以降、毎年製品化。

④ IT企業 × 地元食材

地元の水産業界と提携し、魚のベビーフードを開発。地元で水揚げ、加工した魚を使ったベビーフードをオンライン販売し、首都圏でも成功。

⑤ 豆腐メーカー × 新しい加工技術

豆腐メーカーが新しい加工技術で、大豆本来の甘さや旨みが味わえ飲みやすい、県産食材を活用した高付加価値な豆乳を開発し、豆乳市場に新規参入。

(参 考) アドバイザリーボード及び戦略改訂小委員会委員等での議論

三重県の産業政策の基本的な考え方（新たな視点）として、各委員等からいただいた意見を以下のとおり整理しました。

- 多くの企業に加え、地域、そして若者、県民の皆さんからも「共感」いただき、「協創」につながっていくビジョンであるべき。
- 強みである「ものづくり産業」を、IoT、AI、ロボット等に代表される第4次産業革命が進む中で、更に付加価値をつけ、強化していくことが必要。
- 第4次産業革命が今後もたらすであろう超スマート社会の到来で、消費者の生活環境が激変し、産業構造へも大きな変化をもたらすという認識も重要である。
- SDGs（国連サミット採択）が世界的にも注目されている中、消費者や地域住民、従業員等が求める「地域課題」の解決にも繋げていくような産業政策も必要である。
- 地域の行政が責任を持って取り組むべき分野は「安心・安全」。例えば、災害時の住環境や水まわりなどの分野を産業化すれば特色になる。
- 地域の中で鍵となる企業（地域経済の牽引企業）を伸ばすことによって、地域全体を引き上げていくことが必要である。
- 「ものづくり産業」や「サービス産業」の維持・強化、そして、その取組のなかで、地域課題の解決へも繋げていくためには、今後、益々イノベーションが求められる。

しかし、イノベーションの創出は、既存の対応策の延長線上では困難であり、知恵や技術を「組み合わせる」、「繋いで」、「かけ算」していくという取組が重要である。

- イノベーション創出を加速するために、「クリエイティブ」の視点を持った産業政策にも挑戦すべきである。

2. 4つの産業政策（取組方向）

「既存価値を超え、KUMINAOSHIの産業政策で若者が躍動する三重～知識や知識、技術を組み合わせ・繋ぎ直し、共感と協創による新しい三重の産業創出～」という基本理念の実現に向け、以下の4つの取組方向を「みえ産業振興ビジョン（仮称）」の柱とし、推進していきます。

それぞれの取組方向は、今後5年程度を見据えたものとし、あわせて、今後3年程度の間、産業界などとも連携して重点的に取り組むべき具体的な方向性についても記載することとします。

【4つの取組方向】

◆ものづくり産業のスマート化の促進

第4次産業革命のウェーブをしっかりと捉え、強みである「ものづくり産業」のスマート化を促進し、更なる付加価値を創出し、持続的な発展につなげていきます。

◆多様な魅力（特性）を生かした付加価値の創出

県産食材や県産品、県内観光資源、そして県内企業活動など、多様な三重県の魅力（特性）を意識して新たな付加価値の創出につなげます。

◆人口減少社会での地域課題の解決への貢献

人口減少と超高齢社会、さらには若者の県外への流出の影響が顕在化しつつある中、産業政策を通じて地域課題の解決にも貢献していきます。

◆産業プラットフォームの強化

3つの具体的な取組を力強く推進していくため、産業基盤やネットワークを強化します。

取組方向 1 ものづくり産業のスマート化の促進

- ・三重県の経済を牽引している輸送用機械（自動車等）、電気機械、石油化学（素材等）などを中心とする「ものづくり産業」は、三重県はもとより我が国の強みです。
- ・三重県産業（事業所）の約1割を占める「ものづくり産業」によって、三重県全体の付加価値の約4割（38.8%）をも創出しています（全国平均は約2割）。
- ・この強みである三重県の主力産業を今後も維持し、更に付加価値をつけて発展させていくことは重要です。
- ・折しも、ICTが急速に発展し、ネットワーク化やIoTの利活用が進む中、国内外において、ものづくり分野でICTを最大限に活用し、第4次産業革命とも言うべき変化を先導していく取組が進められています。
- ・今後、ICTは更に発展していくことが見込まれており、従来は個別に機能していた「もの」がサイバー空間を利活用してシステム化され、さらには、分野の異なる個別のシステム同士が連携協調することにより、自立化・自動化の範囲が広がり、革新的イノベーションとでもいうべき新たな付加価値の創出が期待されます。
- ・今後、第4次産業革命のウェーブをしっかりと捉え、強みである「ものづくり産業」のスマート化を促進し、更なる付加価値を創出し、持続的な発展につなげていきます。

《具体的な取組》

（1）次世代自動車産業の振興

電気自動車（EV）等の普及に向けた動きが活発化するなど、自動車を構成する部品や素材が大きく変化しつつある中で、県の基盤産業である自動車関連産業が変化に迅速に対応できるよう、県内企業の技術開発や販路開拓、人材育成の取組を支援します。

なお、現在、主力である内燃機関についても、関連部品の更なる高付加価値化を促進していきます。

- ①次世代自動車に対応し得る技術や素材、部品の開発など、自動車関連部品企業の高付加価値化を促進します。
- ②自動車メーカーが今後重点的に取り組む「環境・安全」に対応できるよう、県内の部品サプライヤーにおける製品の改良及び開発を促進します。
- ③川下企業との出前商談会の開催により、県内ものづくり中小企業等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、川下企業のニーズ把握等を行うことにより、技術や新製品開発を通じた参入促進を図ります。（再掲）

- ④県内への自動車関連産業の集積を図り、サプライチェーンを強化するため、次世代自動車関連企業（分野）の誘致の推進と同関連企業の再投資を促進します。
- ⑤自動車産業を取り巻く環境変化に対して、県内中小企業が迅速に対応できるよう、高度3次元加工機器（5軸加工機、砂型3Dプリンター）等を活用して、次世代を担う高度技術者を養成するなど、次世代の自動車産業人材の育成を支援します。

（2）次世代素材産業の振興

石油・化学分野など素材関連産業は、ものづくりを支える重要な産業であり、今後もあらゆる産業の成長を支えていくことが期待されています。

今後、次世代産業の成長を促進していくためにも、素材産業のスマート化をはじめ、素材の研究開発の促進、素材関連産業の人材育成に取り組んでいきます。

特に、世界的に厳しい競争に晒されている石油化学コンビナートにおいて、四日市コンビナートが競争力を今後とも維持・強化できるようAI・IoT、ビッグデータを活用したスマートコンビナート化による生産性向上や技術人材育成等を進めます。

- ①素材関連企業の研究開発機能の強化やスマート・ファクトリー化への再投資等を促進していきます。
- ②AMICや県工業研究所等が、企業と連携した素材の共同研究の実施やプロジェクトの創出、そして産学官連携を推進への取組を通じて、素材関連中小企業の課題解決や技術開発力の向上を図るなど、素材産業の高付加価値化を促進します。
- ③四日市コンビナートの今後を見据え、産学官による競争力化や先進化等に関する協議の場を持つとともに、プラントメンテナンスの効果的な手法の構築やAI・IoT、ビッグデータを活用したプラントの運営・保守人材の育成等により生産性の向上を図ります。
- ④次世代自動車産業など次世代成長産業に対応し得る技術や素材、部品について、講座の開催等を通じて人材育成を行います。

（3）エレクトロニクス関連産業の更なる強化

今後更なる成長が見込まれるアジアなどのグローバル需要の取込に向けて、半導体、ディスプレイなど県内企業の競争力強化を促進します。

なお、エレクトロニクス分野（電子・デバイス）においては、今後も生産規模はもとより付加価値額においても日本一のプレゼンスを維持し、世界の第4次産業革命の進展に貢献していきます。

- ①県内エレクトロニクス企業のスマート・ファクトリー化、更なるマザー工場化など県内拠点の機能強化に向けた再投資を促進します。

- ②次世代自動車産業をはじめとする成長産業を支えるエレクトロニクス関連部品の高付加価値化を促進します。
- ③先端エレクトロニクス産業は、製造技術の革新による新規物質や最先端装置の導入などに伴い、様々な規制の対象となることが多いことから、事業者及び市町とともに、代替措置や迅速な法手続きなどを検討し、投資や操業をしやすい環境づくりを進めます。
- ④ICTが急速に発展し、ネットワーク化やIoTの利活用が進展する中で、エレクトロニクス関連技術の試験研究を推進するとともに、県内中小企業・小規模企業の基盤技術力の向上を図ります。

(4) 航空宇宙関連産業の振興

航空宇宙産業は世界の旅客需要増大を背景に今後大きな成長が期待されるとともに、素材から加工、組立、生産設備、サービス分野まで産業のすそ野が幅広く、異業種との技術の相乗効果も大きいことから、県内企業の参入や事業拡大を支援することにより、県内航空宇宙産業の振興につなげます。

- ①認証取得支援や国内外の展示会への出展支援等を通じて、自動車関連企業等からの参入促進や、既存サプライヤーの事業拡大を促進します。
- ②企業誘致活動を通じて、国内外サプライヤーの誘致を図ります。
- ③産業連携に関するMOUやこれまでネットワークを構築してきた欧米等の地域との連携を核として、継続的に県内企業の航空宇宙分野における海外展開を支援します。
- ④中部地域の航空宇宙産業のノウハウを持つ機関と連携した人材育成に取り組めます。また、航空宇宙産業を支える人材育成のため、現在の企業人材のスキルアップに加えて、学生等の若者を対象に航空宇宙産業の魅力を伝える取組を進めます。

(5) ヘルスケア産業（医療・健康・福祉産業）の振興

医療・福祉機器や医薬品、化粧品、機能性を有する食品、薬用植物を活用した商品、健康管理や生活支援サービス等さまざまなヘルスケア分野の製品・サービスを創出するため、医療・福祉現場等のニーズと県内ものづくり企業の持つ技術等とのマッチングや、国内外の事業者間のマッチングに取り組めます。

- ①みえライフイノベーション総合特区計画に基づき、県内7箇所に設置した企業等の製品開発を支援する研究開発支援拠点「みえライフイノベーション推進センター（Mi e L I P）」や、総合特区支援利子補給金、規制の特例措置等の支援措置を活用し、企業等によるさまざまな製品・サービスの創出の支援に取り組めます。

- ②三重大学医学部附属病院が県内9医療機関の保有する患者の医療情報を統合して構築した「統合型医療情報データベース」を活用し、企業等による画期的な医薬品や医療機器等の研究開発の取組を支援します。
- ③県内外ヘルスケア分野の企業・研究機関等を対象に、県内ものづくり企業の技術シーズ等の発信やニーズ収集を行う戦略的営業活動、県内ものづくり企業による医療・福祉機器等の開発・製品化に必要なコーディネートを行うことで、ヘルスケア産業の競争力強化や、医療・福祉現場の業務効率化等を促進します。

(6) ものづくり中小企業の高付加価値化

県内ものづくり企業の生産性向上、技術開発能力向上による競争力の強化や付加価値額の増大を図るため、産学官が連携する研究会により、新技術導入や重点研究などに取り組み、県内中小企業・小規模企業の基盤技術力の向上につなげます。併せて、県内企業が抱える技術課題を解決するため、企業ニーズに応じた共同研究や、依頼試験、機器解放、人材育成研修等の技術支援を行います。

- ①ものづくり中小企業の技術高度化やICT化等による生産性向上、さらにはスマート化を促進するなど、企業の高付加価値化に向けた事業展開を支援します。
- ②県内ものづくり中小企業等の基盤技術力の向上を図るとともに、製品の高付加価値化へ向けた取組を支援します。
- ③新技術・新製品の研究開発に取り組む県内中小企業に対して、共同研究等による特許等の知的財産の取得、及び国等の競争的資金を獲得できるよう積極的に支援します。
- ④川下企業との出前商談会の開催により、県内ものづくり中小企業等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、川下企業のニーズ把握等を行うことにより、技術や新製品開発を通じた参入促進を図ります。
- ⑤県内ものづくり中小企業の人材育成について、AMICや県工業研究所などを活用した取組を推進します。

- ・「伊勢志摩サミット」（2016年）という世界最高峰の国際会議の誘致・開催は、三重県が育んできた「自然と人との共生」や「伝統文化の継承」など世界に誇ることができる精神性や価値、そして、この地で生活する人々にこれらのことが連綿と受け継がれ、伝統を守りながらも革新を積み重ねることで進化してきたことを、改めて私たち県民が誇りとして認識することとなりました。
- ・県産食材や県産品、県内観光資源、そして県内企業の活動など、多様な三重県の魅力に改めて気づき、世界に向けて発信することができました。
- ・今、この日本の原点でもある三重の風土に根付いた魅力（価値）を産業に転換し、多くの人々の生活を豊かにしていく絶好の機会でもあります。
- ・三重の魅力を国内外へ発信する観光産業は、県内付加価値の約3%（県内自動車産業の約半分）をも占める産業となっており、今後、主要産業へと育成していくことが必要です。また、県内付加価値の過半（約5.7割）を占めるサービス産業についても、三重の魅力を意識して新たな付加価値の創出につなげていく必要があります。

《具体的な取組》

（1）「食」関連産業の振興

伊勢志摩サミット（平成28年5月）、そしてお伊勢さん菓子博2017（平成29年4月～5月）の開催を契機とした「みえの食」の国内外での知名度向上等への取組、そして、食関連産業の県内への新規立地さらには県内中核企業の再投資促進などの誘致活動を力強く推進し、「食」関連産業を今後の三重県の主要産業へと育成していきます。

そのため、今後は、「国内外におけるグローバルな市場の獲得」、「地域の総合力を生かしたローカル・ブランディングの推進」、「食関連産業の将来を担う人材の育成」という3つの視点を重視し、取組を展開していきます。

- ①素材の付加価値を高めるため、素材の磨き上げに取り組むとともに、マーケットニーズに対応した試験研究を進め、開発した技術などを普及することで、品質向上につなげます。
- ②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な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。
- ③伊勢志摩サミットによる「みえの食」の知名度向上などを生かし、事業者や関係機関などと連携し、効果的な販路の開拓につなげます。
さらに、国内外で三重の食の販路開拓や、国内外からの観光客による食の消費拡大につながるよう、三重の食材や食文化を効果的に情報発信します。

- ④国際食品見本市への出展、現地バイヤーや商社との商談機会の創出、海外営業活動の支援等を通じて、県産農林水産物・食品の輸出に意欲のある県内事業者を支援します。
- ⑤「食」関連企業の国内外からの県内への投資、更には県内「食」関連企業の再投資の促進に取り組みます。
- ⑥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、多様な連携（つながり）で新たな付加価値を創出する仕組みを支援します。特に、「食」関連産業の人材については、農林水産事業者、産業界や教育機関等とも連携した協議会（事業体）を構築し、オール三重での人材の育成・確保に取り組みます。

（2）観光の産業化の加速

観光産業は、県内総生産の3%（2,644億円：FY27）を超えるまでの産業に成長しつつあり（輸送用機械：7.3%、化学：5.6%）、将来の本県経済の稼ぎ手として更なる発展を促進していきます。

国内外の来訪者から何度でも訪問したい観光地として選ばれるとともに、観光関連産業が三重県経済を牽引する産業として確立され、県内各地で「観光地経営」の視点に立った持続可能な観光地域づくりが進展するよう、次期観光振興基本計画の策定も見据え、オール三重でさらなる観光の産業化の推進、何度でも訪れたい観光地づくり、観光の基盤づくりに取り組みます。

- ①地域DMOや観光事業者、行政が一体となった、文化、歴史、自然、食など、三重県が世界に誇る資源を生かしたオンリーワンの観光地づくりを進めます。
- ②歴史、文化、自然、食など三重ならではの資源を生かした体験等、観光の魅力創出と流通促進に取り組みます。
- ③働き方改革等を通じた宿泊施設の質の向上や多様なニーズに対応できる人材育成などの取組を進め、若者等のしごとの創出、起業につなげます。
- ④地域の宿泊施設等と住民が一体となった、地域ならではの資源を生かした高付加価値で質の高いサービスや体験メニューの提供など、地域内でモノ・コト・ヒト・カネが好循環し、地域内調達率・同消費額の増加につながる仕組みづくり等を支援します。

(3) 次世代エネルギー産業の振興

「三重県新エネルギービジョン」に基づき、多様な主体の協創により、新エネルギーの導入促進、省エネの推進、創エネ・畜エネ・省エネ技術を活用したまちづくり、環境・エネルギー関連産業の振興等に取り組みます。

- ①環境への負荷の少ない安全で安心なエネルギーを確保するため、三重県の地域特性を生かした太陽光発電や風力など新エネルギーの導入を進めます。
- ②エネルギーマネジメントシステムの導入促進による省エネの推進とともに、家庭・事業所における省エネの普及促進や、コージェネレーション、燃料電池、次世代自動車など革新的なエネルギー高度利用を推進します。
- ③地域団体、事業者、市町等の協創により、過疎対策、観光振興、防災対策などの地域課題の解決に向けて、創エネ・蓄エネ・省エネ技術を活用したまちづくりを推進します。
- ④県内企業の環境・エネルギー分野への進出を促進するため、県内企業や高等教育機関とのネットワークを構築し、県内企業の技術力を生かし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を図ります。
- ⑤バイオリファイナリーなど次世代の地域エネルギーや新技術に関して、中期的な視点に立って、情報収集、企業ニーズの把握、実証実験の支援等の取組を行い、将来の産業の育成、地域産業の活性化、新しいまちづくりなどにつなげます。

(4) サービス産業の振興

サービス産業は、本県の付加価値構成比の過半（56.2%）をも占める産業であるだけでなく、地域経済や暮らしを支え、牽引している重要な産業です。今後も、人口減少の進展、労働力不足が深刻になる中で、製造業に比べて低い生産性の向上に取り組むことに加え、顧客のニーズを踏まえた、更には先取りした事業者の取組を支援していきます。

その際、サービス産業には、中小企業、特に小規模企業が多いことから、産業支援機関などとも連携し、きめ細かなサポートをしていきます。

- ①サービス産業の生産性向上を促進するため、ICT導入による業務の効率化等に取り組む事業者を支援します。
- ②県内のそれぞれの地域ニーズを踏まえた事業展開や商品開発を促進します。そして地域課題の解決の貢献にもつなげていきます。
- ③サービス事業における事業の成長、経営多角化、新たな価値創造、ブランディングの向上など、次世代を担うサービス事業経営人材の育成を促進します。

- ④小規模企業が抱える課題・ニーズに即応したきめ細かな支援を通じて、小規模企業の経営の改善と安定、発展を図ります。
- ⑤中小企業・小規模企業への円滑な資金供給を図り、地域経済の発展につなげます。(再掲)
- ⑥大型店による積極的な地域貢献活動を促進することにより、大型店と地域産業等との連携を促進し、地域経済の活性化を図ります。
- ⑦中小企業・小規模企業のキャッシュレス決済やICT導入を促進し、生産性向上を図ります。

(5) 戦略的なプロモーション活動の展開

三重の産業の持つ魅力や価値が、県が先頭に立った営業活動を通じて国内外から共感を呼び、産業・地域経済の活性化につなげるとともに、県内への企業誘致、県産品等の販路拡大や国内外からの誘客促進につなげます。

- ①首都圏営業拠点「三重テラス」において、魅力的な店づくりや催事を開催することにより、三重ファンの獲得に努めるとともに、効果的な情報発信や関係団体との連携を深めます。
- ②関西圏において、効果的な情報発信による観光誘客、U・Iターン就職の支援、移住・定住の促進、企業誘致の推進などに取り組みます。
- ③首都圏及び関西圏において、情報発信、観光誘客、販路拡大などの取組の基盤となる「多様なネットワークの充実・強化」に取り組みます。
- ④食や伝統工芸品・地場産品をはじめとする県産品などの国内外に向けた販路拡大及びブランド価値を高めるきっかけづくりのため、ターゲットを絞ったプロモーション活動を展開します。

(6) 国内外から選ばれる観光地づくりと誘客プロモーション

定住人口が減少する中、急増する外国人旅行者の誘客拡大、リピーターや三重ファンを増やすことで交流人口を拡大し、地域の活性化につなげます。2020年の東京オリパラ、2021年の三重とこわか国体・とこわか大会と続くスポーツイヤーや伊勢志摩サミットによる知名度向上といった好機も生かしながら、DMOをはじめ地域の多様な主体と連携を深め、データ分析に基づいた周遊性・滞在性向上の仕組みづくり、地域ならではの資源を生かした体験メニューの充実、国内外の旅行者に的確にリーチするプロモーション、MICE誘致、快適で優しい受入環境整備に取り組みます。

- ①ラグビーW杯、東京オリ・パラ、三重とこわか国体・三重とこわか大会等を契機とした、周遊性・滞在性向上のためのサービスや商品の創出、周遊促進の仕組みづくりに取り組みます。
- ②国等のビッグデータ、外国人旅行者実態調査、観光三重HPログインデータ、みえ食旅パスポート等のデータ分析に基づき、SNS、Web、各種メディア等を活用した効果的・効率的なマーケティング、プロモーションを展開します。

- ③三重県の強みを生かした国際会議等MICE誘致に取り組みます。
- ④急増する訪日外国人旅行者受入のため、バリアフリー、観光案内所、FreeWiFi-MIE、キャッシュレス環境、多言語対応、交通アクセスの充実など受入環境整備を促進します。

(7) クリエイティブな視点による新たな価値の創出

三重の地には先人から受け継がれてきたブランドやイノベーションという新しい価値を創出できる素地があることを改めて自覚し、それをベースにしつつ、三重の経済・地域・人を一層元気にしていくため、伝統産業・地場産業に加え、県産食材や県産品、県内観光資源、そして県内企業活動など、多様な三重県の魅力（特性）と既存価値にとらわれない、新たな発想・手法（クリエイティブ）の組み合わせや繋ぎ直しにより、新しい価値の創出につなげる「みえクリエイティブ」を力強く宣言し推進します。

- ①企業等のクリエイティブな活動の促進に向け、クリエイティブの可能性や認識の浸透を図ります。
- ②クリエイティブな活動に取り組む意欲があるにも関わらず、これまで経験やノウハウ、人脈がないため断念しているケースの解消を図るため、意欲のある企業等同士の交流の促進や、クリエイター等に容易にコンタクトできる環境づくりを進めます。
- ③企業等のクリエイティブな活動の原動力となる人材や、県内においてクリエイターをめざしている人材の育成を図ります。
- ④デザイナーをはじめとしたクリエイター等との連携により、企業等のブランド価値の向上等による競争力の強化や、他社との差異化等による新たな成長、更には強みを生かした新たなビジネス展開（経営の多角化）などを促進します。

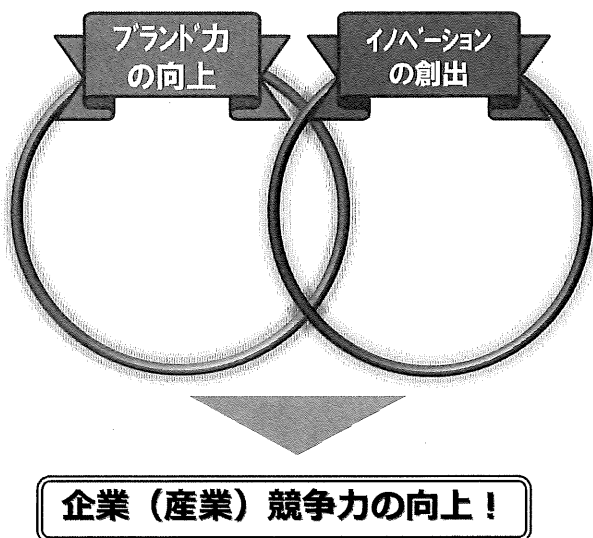
「みえクリエイティブ」宣言(案)

1. クリエイティブの効果・今後のあり方

◆「クリエイティブ」の効果

=ブランド力の向上+イノベーションの創出

=企業(産業)競争力の向上



「クリエイティブ」の効果のイメージ

日本の産業が世界をリードしている分野は、ハードウェア・エレクトロニクスの組み合わせ領域が中心である一方で、世界の主戦場は第4次産業革命以降のソフトウェア・ネットワーク・サービス・データ・AIの組み合わせ領域に急速にシフトしつつあります。

そして、人々の価値観やライフスタイルが多様化していく中で、これらインターネットに接続された製品やサービスにおいては、顧客満足度(CS)を向上させる手法の一つとして、「既存価値にとられない、新たな発想・手法(=クリエイティブ)」も求められており、クリエイティブな活動に注力する企業が、急速に存在感を高めています。

クリエイティブな活動は、①顧客と長期に渡って良好な関係を維持するためのブランド力の向上手法、②顧客視点を取り込んだイノベーションの創出手法、として活用されるようになり、企業(産業)競争力の向上に大きな影響を及ぼしています。

このような中、経済産業省においては、日本各地をクリエイティブな力で活性化し、新しい日本を創造していくことを宣言(H23.11)するとともに、デザイン等のクリエイティブを活用した経営手法により、ブランド力向上とイノベーション力の向上を推進するため、「デザイン経営」を宣言(H30.5)しました。

これまで、三重県においても伝統産業・地場産業の分野においては、デザイン性や機能性に優れ、こだわりのある革新的な商品を選定する「三重グッドデザイン」や付加価値の高い商品づくりに向けたデザイナーとの連携などを進めてきた結果、一定の成果が現れつつあります。

今後、クリエイティブな活動を全産業に広げていくため、引き続き、県がしっかりリードしつつ、県民・企業の皆さんを巻き込みながら、積極的に推進していく必要があります。

2. 三重ならではのクリエイティブとは



三重には、風光明媚な自然や恵まれた食材など、多様な地域資源に加え、「おもてなし」「おかげさま」「崇敬」「寛容」「ものあはれ」「不易流行」「常若」「自然との共生」など、伊勢神宮をはじめ、悠久の歴史の中で育まれてきた日本人を象徴する伝統や文化、スピリット（精神性）を有しており、三重ならではの「ストーリー」や「世界観」をベースとしたオンリーワンのブランド力があります。

折しも、2016年5月に開催された伊勢志摩サミットにより、それらが国内外に発信され、高い評価を得るとともに、「日本の文化聖地」として強く印象づけられました。

そして、三重には、各時代・分野でこのDNAが受け継がれています。

例えば、古くから「お伊勢まいり」に訪れる多くの旅人を迎え入れ、伊勢うどんや餅でもてなしてきました。江戸時代には、関宿など日本中の人々が行き交う要所が形成され、独自の情報網を有していた伊勢商人が隆盛しました。

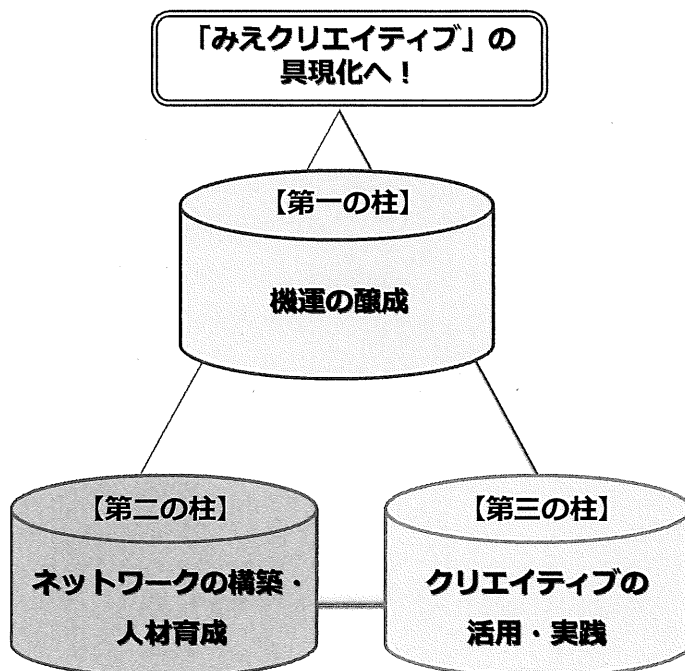
こうした中から、三井財閥の礎を築いた三井高利、世界で初めて真珠の養殖に成功した御木本幸吉、北海道の名付け親である松浦武四郎、国学の四大人（しうし）の一人とされる本居宣長など、世界に誇れる人材を輩出してきました。

一方、三重は国産初のジェット旅客機「MRJ」の生産拠点や、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でおり、ものづくりイノベーションの地でもあります。

このように、三重の地には先人から連続と受け継がれてきたブランドやイノベーションという、新しい価値を創出できる素地があります。

改めて、それらを自覚しベースにしつつ、伝統産業・地場産業に加え、県産食材や県産品、県内観光資源、そして県内企業活動など、多様な三重県の魅力（特性）と既存価値にとらわれず、新たな発想・手法（=クリエイティブ）の組み合わせや繋ぎ直しにより、新しい価値の創出につなげる「みえクリエイティブ」を力強く推進することを宣言します。

3. 「みえクリエイティブ」の具現化に向けた取組方向の三本柱



多様な三重県の魅力（特性）と既存価値にとらわれず、新たな発想・手法（=クリエイティブ）の組み合わせや繋ぎ直しにより、新しい価値の創出につなげる「みえクリエイティブ」を力強く推進していくにあたり、以下の3つの取組方向を柱とし、具体的な施策を展開します。

◆第一の柱「機運の醸成」

三重県内において、クリエイティブな企業等も一部出てきてはいますが、まだまだクリエイティブのメリットや可能性についての認識が十分とは言えない中で、機運の醸成を図ります。

◆第二の柱

「ネットワークの構築（環境整備）・人材育成」

クリエイティブな活動が継続的、発展的に行われていくようにするため、必要となる基盤の整備やネットワークの構築を図るとともに、企業等のクリエイティブな活動を支える人材や、県内においてクリエイターをめざしている人材の育成を図ります。

◆第三の柱「クリエイティブの活用・実践」

地域経済を持続的に発展させていくため、クリエイティブな視点の活用・実践により、「モノ」「コト」を磨き上げ、ブランド価値の向上や新たな成長を図ります。

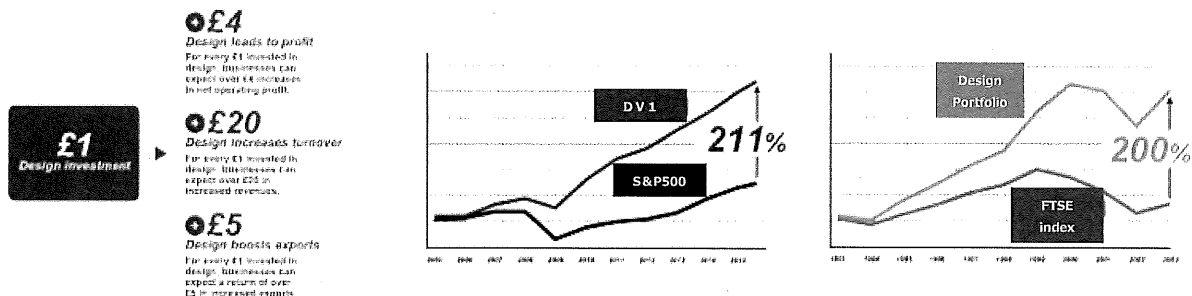
4. 具体的な取組のイメージ

三本柱	切り口	取組のイメージ	効果
①	機運醸成	既存価値にとらわれない新たな発想や手法（クリエイティブ）により、製品・サービスの新しい価値の創出や地域の活性化に貢献している 企業等の顕彰 。	クリエイティブの可能性や認識が浸透することで、 企業等のクリエイティブな活動が活発化 。
①②③	ネットワーク（環境整備）	県内をはじめ、全国各地のクリエイターやクリエイティブを活用した 事例等のデータベース化 。	クリエイティブな活動に取り組む意欲があるにも関わらず、これまで 経験やノウハウ、人脈がないため断念している ケースの解消。
	人材育成	クリエイティブな活動を行っている人たち（= クリエイティブ人材 ）、あるいは、その 意欲がある人たちとの交流 。	世代や業種を超えた 新たな活動・イノベーションの創出 や クリエイティブ人材の育成 。
③	新しい価値の創出	クリエイター等との連携 により、企業の製品・サービス等について、クリエイティブな視点を活用しながら、 新しい価値創出 。	ブランド価値の向上、売上アップ 等による競争力の強化。
③	新ビジネス	クリエイター等との連携 により、企業の既存の技術やノウハウとクリエイティブな視点を組み合わせた 新たなビジネス展開の創出 。	経営の多角化、他社との差異化等による 新たな成長 。

※施策の実施にあたっては、包活協定を締結している芸術系大学（京都造形芸術大学、大阪芸術大学、成安造形大学）との連携も検討。

5. クリエイティブへの投資効果

◆**デザイン等のクリエイティブ関連に投資した企業は、その4倍の利益**を得られる、全体と比較して**過去10年間で2.1倍に成長**した等の調査結果があります。



4倍の利益

€1のデザイン投資に対して、営業利益は€4、売上は€20、輸出額は€5増加
(出典)

British Design Council "Design Delivers for Business Report 2012"を基に特許庁作成

2.1倍の成長

デザインを重視する企業の株価は、S & P 500全体と比較して、10年間で2.1倍成長
(出典)

Design Management Institute "What business needs now is design. What design needs now is making it about business."を基に特許庁作成

2.0倍の成長

デザイン賞に登場することの多い企業（166社）の株価は、市場平均（FTSE index）と比較し、10年間で約2倍成長
(出典)

British design Council "The Impact of Design on Stock Market Performance: An Analysis of UK Quoted Companies 1994-2013, 2004"を基に特許庁作成

6-1. 具体的なクリエイティブ事例（製造業）

事例①

発想の転換

■長谷園「かまどさん電気」（伊賀市）

- ・土鍋ご飯を電気で作くという、**世界初の土鍋電気炊飯器「かまどさん電気」**を発売（平成30年3月）し、大ヒット中。
- ・通常の土鍋は直火での炊飯のため、火加減が難しいことに加え、IHヒーターでは対応できないため、**他のメーカーは通常の電気炊飯器でいかに土鍋の味を再現できるかを模索している中、まさに発想の転換で生まれた商品。**
- ・同社のモットーは、顧客の真のニーズを理解する「作り手こそ、真の使い手であれ。」



事例③

ブランド戦略の刷新

■資生堂「シーブリーズ」（東京都）

- ・海に行く20~30代の男性をターゲットにして商品を展開。
- ・しかし、海に行く人が年々減少。
- ・海に行ったときに使うというブランド戦略から、**日常で使うというブランド戦略に変更するとともに、ターゲットを女子高生に変更。**
- ・売上が8倍に伸びた。



事例②

新しい価値の創出

■山藤「焼き串干物」（南伊勢町）

- ・干物の地元である伊勢志摩産の魚の干物を切り身にして串に刺して焼き上げた「**焼き串干物**」を販売。
- ・「手間なく片手で食べられる、おしゃれでおいしいブリチ干物」をキャッチコピーとし、晩酌の同伴やホームパーティでの一品など、**干物の新たなスタイルを提案。**



事例④

他社との差別化

■マツダ「Car as Art」（広島県）

- ・優れたアート作品が人々に提供する驚きや感動を同社の車を見たときにも感じさせるような**デザインをめざす。**
- ・それに基づき、最初に発売された「CX5」は「**魂動デザイン**」という新しいデザインコンセプトを採用し、凛とした佇まいや品の良い艶やかさなど、**日本の美意識を追求。**特に、**他社ではほとんど売れない「赤」をメインカラーに。**
- ・一時は倒産寸前とも言われていたが、2017年度の売上高は3兆4,740億円（前年比8.1%増）世界販売台数が163万台（前年比5%増）、という発表がされ、**見事にV字回復。**



6-2. 具体的なクリエイティブ事例（非製造業）

事例⑤

新しい価値の創出

■BANKO archive design museum

（四日市市）

- ・**萬古焼を産業とデザインの両面から紹介。**
- ・ミュージアムを設立するにあたっては、内田館長の「地域ゆかりの人たちでつくりたい」との思いから、設計は以前から萬古焼で商品づくりをしているデザイナーの小泉誠氏、ミュージアムのロゴは四日市高校卒業生の大橋歩氏、萬古焼の歩みを紹介する壁面イラストは四日市市出身の後藤美月氏が担当。



事例⑥

新しい繋がり
の創出

■rotable in 尾鷲（尾鷲市）

- ・尾鷲の海と山の恵みを味わう**一日限りのレストラン。**
- ・「**作り手**」と「**食べる人**」が**同じテーブルでその食材を用いた料理を食べる。**「食べる人」は普段自分たちが消費しているものを、誰がどのような想いで生産しているのかを感じるとともに、「作り手」は自分が生産したものを普段会うことのない「食べる人」にどのような形で届け、どのような反応をするのかを実感する場。
- ・**コンセプトは、「命を支えている食、より豊かに、持続可能に、全員が主体となってデザインしていく。」**



事例⑦

新たなビジネス展開
（異業種連携）

■浅井農園（津市）

- ・デンソーが有する**先進的なロボット等自動化技術**と浅井農園が有する**品種開発や高度栽培管理技術等を統合。**
- ・**JVMモデル農園を整備し、技術実証・データ収集・展示普及のための拠点として新たな技術・サービス開発を推進。**

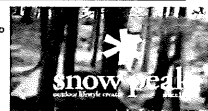
マーケティング 品種選定	施設設計 資材調達	生産工程管理 ロボ・自動化	労務管理 業務改善	出荷管理 パッケージング	物流管理 鮮度保持	販売管理 プロモーション
新品種開発技術	高度生産管理技術	全国流通チャネル	あさい農園 ASAI NURSERY	高度施設園芸技術	【JVMモデル農場イメージ】 ・生産規模：4.0ha程度 ・初期投資額：14億円 ・売上高約6億円、稼働利益20%以上 ・事業拠点：三重県内 ・事業開始予定：平成31年秋ごろ	
農作業ロボット技術 FA・自動化技術 物流・鮮度保持技術			DENSO ロボット等自動化技術			

事例⑧

真の顧客ニーズ
の追求

■snow peak（新潟県）

- ・同社が所有しているキャンプ場で**社長自らがユーザーとともにキャンプを行いニーズを把握。**また、店舗に来た購入の**可能性が高い人にターゲットを絞り込み、顧客体験を集中**（直営店はもちろん、スポーツ用品店などの中に入っている売り場にも同社スタッフを常駐させ、上質なサービスと正しい情報を提供。）このような取組により、**同社の広告費はゼロ。**
- ・同社の製品は保証書がなく、**永久保証。**
- ・ここ30年で売上高は**9倍の45億円**、**売上総利益率は約50%。**



- ・ 県内産業の魅力と付加価値を高め、未来を担う若者が活躍する場を創出していくためには、多くの企業に加え、地域、そして県民の皆さんからも「共感」をいただき、「協創」の取組から付加価値を創出していけるよう、産業政策を通じて「地域課題」の解決にもつなげていく視点も重要です。
- ・ 人口減少と超高齢社会、さらには若者の県外への流出の影響が顕在化しつつある三重県において、県民の皆さんが希望を持っていきいきと暮らせる豊かな地域社会を実現していくためには、例えば、ICTを最大限に活用し、システム化やその連携協調の取組を、ものづくり産業だけでなく、様々な分野に広げるなど、様々な産業の振興につなげ、さらには、地域課題の解決にも貢献していくことが重要です。

《具体的な取組》

(1) 中小企業・小規模企業の円滑な事業承継

県内中小企業・小規模企業の経営者の高齢化が進む中、後継者難による廃業や地域経済の損失等を抑えるため、「三重県事業承継ネットワーク」(H29. 8月組成)を核に、「三重県事業承継支援方針」(H30. 3月策定)に基づき、「プレ承継」、「事業承継」、「ポスト承継」の各段階に応じたきめ細かな支援を、各支援機関と連携しながら総合的・集中的に実施します。

- ①事業承継診断の実施やセミナー開催等により、支援機関がそれぞれの立場で働きかけを強化し、経営者の早期準備に向けた対話を促進します。
- ②経営向上や経営の「見える化」の取組、事業承継計画の作成などを支援することにより後継者候補等が承継を望む環境整備を進めるとともに、後継者のマッチングやM&Aなどの第三者承継の支援、移住者の継業支援、中小企業融資制度「事業承継支援資金」等により、経営者が抱える課題解決に向けた取組を促進します。
- ③後継者が企業の資産を引き継ぎつつ、新たな視点により社会経済環境の変化に対応するため、承継後の再成長に向けた経営革新や人材育成・活用を支援します。
- ④三重県事業承継ネットワークを活用し、例えば県内をいくつかのブロックに区分するなど、県内一律から各地域の実情に応じたきめ細かい事業承継の促進に取り組みます。

(2) 次世代ヘルスケア産業の創出

高齢期でも健康を維持できる活力ある社会をめざすため、政府は産学官連携で、予防・健康管理サービスの創出・活用を推進するとともに、予防・治療・ケアまでの総合的なヘルスケアソリューションの創出を促進する等、関連するヘルスケア産業の活性化を図る「次世代ヘルスケア・システムの構築」を進めていくこととしています。

三重県では、健康寿命の延伸など超高齢社会における潜在的な健康需要に寄与する三重県発の次世代ヘルスケア産業を創出するため、企業等による疾病予防や健康管理、生活支援などに関する製品・サービスの開発・実証等を支援します。

- ①健康寿命の延伸に寄与する製品・サービスの創出を促進します。
- ②高齢者等を介護する側に加えて当事者等にも目を向けた製品・サービスの創出を促進します。

(3) 生活関連サービス産業の振興

少子高齢化に伴う人口減少下においても、地域の生活関連サービスを振興し地域の生活を守るとともに、若者が将来に向かい希望をもって働くことのできる魅力ある企業を創出するなど、若者にとって魅力的な環境整備を進めます。

- ①ユーザー・生活者と企業等が初期段階から一体となって協創する「リビング・ラボ」機能を活用するなどし、新しい生活関連サービスの創出等を促進するとともに、意欲ある若者や県内事業者の生活関連サービス産業等への新規参入を促進します。
- ②県内中小企業・小規模企業へのICT導入・活用を促進し、生産性向上を図るなかで、生活関連サービスなど地域ニーズがあるにも関わらずビジネスとして成立することが難しかった企業の事業展開も促進していきます。
- ③産学官が連携して幹線道路、バス停、駅などから自宅までを結ぶ短距離交通（ラストワンマイル交通）などの自動運転における取組を促進します。また、県内企業の自動運転にかかる基盤技術の向上などをサポートしていきます。

(4) 「産学官連携拠点」との連携による地域課題解決への貢献

大学や企業等との連携により、三重県の抱える地域課題の解決に向けた研究に取り組むとともに、本県の魅力向上につなげます。

- ①三重大学や東京大学「地域未来社会連携研究機構」のサテライト拠点等と連携し、産業振興の観点から、地域課題の解決にもつながるテーマの研究等に取り組みます。

- ②産学官連携により、例えば、過疎地における自動運転等の社会実装への取組を推進し、地域課題の解決に貢献します。
- ③いつ起こるかわからない災害に備え、ハード・ソフトの両面から、災害に強い地域づくりに取り組むことが強く求められており、その取組を加速していくためにも、「安心・安全」分野における産業化についても検討を行っていきます。
- ④東京大学との連携を進める中で、人の交流を促進し、地域課題解決に貢献できる産業人材の育成につなげていきます。

【東京大学地域未来社会連携研究機構のサテライト拠点の誘致（設置）】

東京大学が平成30年4月1日に設置した「地域未来社会連携研究機構」のサテライト拠点が全国で初めて三重県内に設置される予定です。

今後、サテライト拠点では、都市や農山漁村、森林、観光地、工場集積地、再生可能エネルギー施設など、実証フィールドとしての特性を生かした三重県にふさわしいテーマを選定し、県内大学等とも連携して研究に取り組むこととしています。この取組により、県内の地域課題の解決や、県内大学等との連携による魅力向上につなげます。

取組方向4 産業プラットフォームの強化

- ・取組方向1～3の具体的な取組を力強く推進していくためには、中小企業・小規模企業の振興や人づくり、働き方改革の推進、更には関係機関との連携を促進する環境づくりなど、産業振興の基盤的な取組が重要です。
- ・また、三重県を取り巻く社会・経済の大きな変革期においては、今後の状況変化や新たな課題へ直面する中、柔軟に対応していく基盤的なプラットフォームを構築していく必要があります。

《具体的な取組》

(1) 中小企業・小規模企業の振興

私たちは、中小企業・小規模企業こそが本県経済を牽引し、地域社会の持続的な形成及び維持に寄与している重要な存在であることを認識し、多くの産業支援機関との議論を重ね、平成26年に「三重県中小企業・小規模企業振興条例」を施行し、これまで中小企業・小規模企業の振興に取り組んできました。

本県を取り巻く社会経済情勢等が大きな転換期を迎えている今、改めて中小企業・小規模企業の重要性を認識し、その機動性と地域性を生かして大きな変化へ柔軟に対応していくことを促進していかなければなりません。

手綱を緩めることは許されません。引き続き、粘り強く中小企業・小規模企業の振興に取り組んでいきます。

その際、特に、小規模企業の事業の持続的発展に配慮しつつ取組を進めていきます。

- ①県内各地域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実施するため、支援関係団体が一堂に会し、中小企業・小規模企業が抱える課題の把握、解決策等の検討を行い、必要な取組を推進します。
- ②次世代分野等での中小企業の技術開発の支援、中小企業の抱える基盤的な技術課題の解決、新しい分野への進出等を支援します。そのためにも県工業研究所の機能の維持・強化に努め、効果的な取組を展開します。
- ③サービス産業の高付加価値化及び人材不足への対応等を図るため、サービス産業の生産性向上を図ります。
- ④伝統産業や地場産業における匠の技や地域の特性を生かし、現代のライフスタイルに即した新商品の開発ならびに大都市圏や海外に向けての販路開拓を支援します。また、地域産業資源を活用した事業者の取組を支援します。
- ⑤商工団体による小規模企業の抱える課題等に即応した伴走型支援を通じて、経営改善と安定を促進し、小規模企業の持続的発展、地域産業創出につなげます。

- ⑥中小企業・小規模企業の挑戦を後押しするため、商工団体等と連携して経営の向上にかかる課題の把握・整理、実施計画の作成とその実行をサポートします。
- ⑦中小企業・小規模企業の経営者の育成、必要とされる能力を備えた人材の育成・確保に取り組みます。特に、県内外の若者が、中小企業・小規模企業の経営者の経験や経営理念に触れ、現場を体験する機会の創出などに取り組み、県内中小企業・小規模企業の人材確保を支援します。
- ⑧中小企業・小規模企業への円滑な資金供給を図り、地域経済の発展につなげます。
- ⑨新しい技術やサービスによるグローバルな視点を有する創業・第二創業を促進し、新たな経済循環や経済成長はもとより若者等の県内定着にもつなげていきます。
- ⑩国内及び海外での市場の開拓に取り組む中小企業・小規模企業の販路の拡大を促進するため、企業の連携及び共同での販路開拓の支援を行います。
- ⑪地域経済とくらしを支え、そしてこれからも支え続ける魅力ある県内中小企業・小規模企業の取組を顕彰します。

(2) 人材の育成・確保（人材力の強化等）

少子高齢化等による人材不足が進展する中、地域経済の持続的な発展につなげていくため、一人ひとりの人材の質を高めるとともに、女性、障がい者、高齢者など誰もが活躍の場を得られるよう、多様な働き方の実現に向けた職場環境づくりに取り組みます。その際、政府が進める人生100年時代を見据えた「人づくり革命」の取組ともシンクロし、誰もがいくつになっても活躍できる社会の構築にもつなげていくこととします。

※各産業分野別の人材育成・確保については、縦軸的取組として、各具体的取組方向に記載しています。

(産業政策と雇用政策の一体化)

- ①若者・子育て世代を県内に呼び込み、定着させるための就労支援や企業が行う生産性向上の取組など、地域の産業政策と一体となった雇用機会の拡大に取り組みます。

(産業構造変化への対応：リカレント教育等)

- ②産業界のニーズ更には潜在的ニーズを踏まえ、リカレント教育のプログラムを検討し、県内企業の技術者等が幅広く受講できるよう取組を進めます。
- ③津高等技術学校において、「IoT社会」や「ロボット技術」に対応する人材を養成するなど、生産性の向上や競争力の強化を図る企業のニーズに合った職業能力の開発に取り組みます。

④三重県出身者が多い県外大学等と就職支援協定の締結を進めるほか、移住相談機関などと連携し、U・Iターン就職を促進します。

(正規雇用の促進)

⑤非正規雇用の正規化対策として、一人ひとりに応じたキャリアアッププログラムの作成により、体系的・計画的な支援に取り組み、正規雇用を促進します。

(女性の活躍促進)

⑥女性が離職することなく働き続けることができるよう、就労継続に関する意識啓発や再就職を希望する女性の支援など、より一層の女性の就労支援に取り組みます。

⑦女性が安心して働き続けられる環境を整えるため、多様な働き方が可能な職場環境づくり、男性の育児・家事への参加促進、育児休業取得の円滑化等を総合的に推進します。

(高齢者の活躍促進)

⑧働く意欲のある高齢者の労働参加を促進し、高齢者の活躍の場を創出するため、ハローワークなどとも連携し、生涯現役社会の気運の醸成をはじめ、高齢者の企業等への就業を促進します。また、中高年を対象に企業等のニーズを踏まえた教育訓練を実施することにより、中高年の新たな活躍を支援します。

(障がい者の活躍促進)

⑨障がい者が自らの能力を発揮して活躍できるように、障がい者雇用ゼロ企業をはじめとする県内企業等による雇用の促進や、多様な障がい特性に応じた職場定着支援の推進を図ります。

(外国人留学生等の活躍促進)

⑩外国人留学生の採用ノウハウ等の事業者への提供、受入環境づくり、そして外国人留学生のインターンシップの促進などにより、外国人留学生の県内事業者への就労につなげていきます。

⑪県内企業において、一定の専門性や技能を有する外国人材が確保できるよう、外国人が円滑に共生できるような地域社会の実現も含めた受入環境の整備に取り組みます。

(魅力ある働く環境の整備等)

⑫働く意欲のあるすべての人が、多様な働き方を選択し、自らの能力・スキルを発揮することにより、いきいきと働き、地域の中で活躍できるよう、長時間労働の是正や、柔軟な就労形態の導入、有給休暇の取得促進など、企業における働き方改革を推進します。

(3) 戦略的企業誘致の推進と再投資の促進

成長が期待される産業や国際競争力のあるスマート・ファクトリー、更には外資系企業などをターゲットに、国内外の事業者からの県内への投資を促進し、魅力ある雇用機会の創出につなげていきます。

これらの取組については、全国初となったマイレージ制の企業投資促進制度を、スマート化や更なるマザー工場化などの拠点機能の強化を促進すべく進化させ、誘致活動を展開します。

また、地域の経済や暮らしを支え、牽引していく中小企業・小規模企業の高付加価値化への投資を促進するとともに、こうした企業による地域活性化や地域課題解決の貢献への事業展開（投資）も促進していきます。

- ①次世代自動車分野や航空・宇宙分野など成長産業の県内への投資を促進するとともに、県内ものづくり産業のスマート化や拠点機能の強化を促進していくため、スマート・ファクトリー企業の新規誘致、県内拠点のスマート・ファクトリー化への再投資、県内企業の更なるマザー工場化などへの再投資を促進します。
- ②国内のみでなく、海外からの投資も呼び込むべく、外資系企業の誘致にも積極的に取り組みます。
- ③県内企業の高付加価値化につなげるため、研究開発機能の強化を促進します。さらには、知識集約型産業への進展を背景に、その担い手である企業が柔軟かつ活動的に生産性・競争力を向上させ、個人の能力の質を向上させるため、クリエイティブオフィスなどへの投資を促進します。
- ④中小企業・小規模企業の高付加価値化への投資を促進します。また、中小企業・小規模企業による、事業を通じた地域課題解決にも貢献していく投資を促進していきます。
- ⑤都会部のオフィスビルとは異なる、のどかで温かな雰囲気の中で新たな発想を生み出せるよう（クリエイティブ活動）、自社の都市部の拠点で行う業務と同等以上の効果を発揮できるサテライトオフィスの誘致にも取り組みます。
- ⑥コネクターハブ機能により地域経済全体の底上げに寄与する中核企業を創出・育成するとともに、個々の企業が持つ強みを最大限に生かした付加価値の高い商品開発を加速させます。
- ⑦新規立地企業等に対して地域企業の情報提供を行うとともに、ニーズの把握に努め、地元企業とのネットワークを構築します。
- ⑧市町等と連携して、投資及び操業に関する規制の合理化及び法手続きの迅速化や、新たな事業用地の確保に向けた取組などを進め、企業の投資意欲の向上と操業しやすい環境づくりを図ります。

(4) オープンイノベーションの促進

産学官連携の更なる深化を通じて、革新的な新製品（商品）・サービス、またはビジネスモデルを開発できるよう、オープンイノベーションを促進します。

- ①産学官などの連携による「最先端部材の共同研究」「中小企業の課題解決」「技術人材育成」を通じて、イノベーション（ベンチャー等）の創出を図ります。
- ②産業界等と連携した研究開発・技術開発人材の育成を図ります。
- ③みえ産学官技術連携研究会を通じて、県内企業等の共通課題の解決、共同研究、産学官プロジェクトの創出につなげます。

(5) 県内産業のICT化の促進

先導的な取組の推進、事業者のICT活用支援、人材育成、情報通信基盤の強化等の取組を産学金官が連携して、より効果的に実施できるよう取り組みます。

- ①企業において、今後の人材ニーズの増大が見込まれるICTに関する人材を確保するため、人材育成プログラムの実施に取り組みます。
- ②県内企業のICT導入を積極的に後押しすることにより、品質やサービスの向上とともに、生産性の向上につなげます。
- ③IoT通信にかかるインフラ基盤の整備を促進します。

(6) 国際展開の促進

本県の強みやこれまでに培ってきた海外の政府・自治体等との関係を生かしつつ、産学官金が一体となって、産業や観光、文化などのさまざまな分野において戦略的かつ横断的に国際展開の推進に取り組むことにより、世界から優れた企業、人材の呼び込みや県内企業の海外展開を促進します。

- ①伊勢志摩サミット関係国や台湾、タイ、その他産業連携に関する覚書(MOU)締結国などの行政間ネットワークの強化に努めるとともに、これらのネットワークを基盤として、企業間や、大学・行政機関等が連携した具体的な取組につながるよう取り組みます。
- ②「三重県国際展開支援窓口」において、海外ビジネス・販路拡大に関する相談を受けるなど企業の国際展開を支援します。
- ③国際食品見本市への出展、現地バイヤーや商社との商談機会の創出、海外営業活動の支援等を通じて、県産農林水産物・食品の輸出に意欲のある県内事業者を支援します。
- ④国際展開を進めるなかで、海外とのネットワークを構築し、海外からの投資も呼び込むべく、外資系企業の誘致にもつなげていきます。

⑤外国人旅行者のニーズや行動を的確に把握し、三重ならではの体験型観光を充実するとともに、ターゲットとする国・地域の市場特性に合わせたトップセールスやプロモーション、SNS等を生かしたFITの誘客促進、ゴルフツーリズムを核としたさらなる需要拡大、MICE誘致等に取り組みます。

(7) グローバル・アクセスの効果的活用

高速道路網の整備に伴う中京圏・関西圏からのアクセス向上や、リニア開通のインパクトを最大限に生かせるよう、国内外からの誘客促進や国内外の企業による県内への積極的な投資を働きかけます。

- ①DMO、観光事業者、市町等多様な主体と連携し、食や体験など三重ならではの魅力を生かしたデータ分析に基づく効果的な情報発信やプロモーションに取り組み、宿泊促進、周遊性・滞在性向上やリピーターの確保、新規顧客の開拓につなげ、観光消費額の増加を図ります。
- ②県内への若者定着の観点から、企業の本社機能やサテライト機能の積極的な誘致に取り組みます。
- ③規制の合理化や、スマート・ファクトリー等誘致のための新たな産業用地の確保等を促進することにより、企業の操業環境の向上に取り組みます。
- ④新名神高速道路や臨港道路霞4号線をはじめとする道路整備やコンテナクレーンの増設等に伴い四日市港の利便性が高まるチャンスを捉え、国内外の企業や船会社に対するポートセールスを行い、インセンティブ制度の活用をPRするなど、四日市港の利用促進に向け、四日市港管理組合と連携して取り組んでいきます。

3. ビジョンの進行管理

(モニタリング指標の設定)

「みえ産業振興ビジョン（仮称）」の4つの取組方向に基づく新たな産業政策をより効果的に進めていくために、以下の6つの項目をモニタリング指標（3年後の2021年度目標値）として設定し、その達成状況を把握するとともに、取組の改善につなげていきます。

（検討中）

(「みえ産業振興ビジョン（仮称）アドバイザリーボード」)

「みえ産業振興ビジョン（仮称）」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はないよう、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「みえ産業振興ビジョン（仮称）アドバイザリーボード」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。

あわせて、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。

(1) 委員名簿

○「みえ産業振興戦略」アドバイザーボード委員（敬称略）

座 長	佐久間裕之	株式会社スエヒロEPM 代表取締役会長
委 員	新井 純	大和住銀投信投資顧問株式会社 取締役 協和発酵キリン株式会社 監査役
	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
	小柴 満信	JSR株式会社 代表取締役社長
	後藤 健市	株式会社プロットアジアアンドパシフィック 代表取締役社長
	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	Senior Advisor to CEO Cabot Microelectronics Corporation
	寺島 実郎	一般財団法人日本総合研究所 会長
	徳増 秀博	一般社団法人地域デザインオフィス 代表理事
	西村 訓弘	三重大学大学院地域イノベーション学研究科 教授・副学長
	松原 宏	東京大学大学院総合文化研究科 教授
	三田 敏雄	中部電力株式会社 相談役
	宮崎 由至	株式会社宮崎本店 代表取締役会長
	和田 正武	元 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

○ みえ産業振興戦略改訂小委員会委員（敬称略）

座長 西村 訓弘

三重大学大学院地域イノベーション学研究所 教授・副学長

委員 岩名 礼介

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

政策研究事業本部社会政策部 部長・上席主任研究員

遠藤修一郎

三重県商工会連合会 事務局長

後藤 健市

株式会社プロットアジアアンドパシフィック

代表取締役社長

田山 雅敏

中外医薬生産株式会社 代表取締役社長

堀 誠

株式会社デンソー大安製作所 所長

松原 宏

東京大学大学院総合文化研究科 教授

オブザーバー

瀧本 和彦

株式会社百五総合研究所 地域調査部

部長・主席研究員

百嶋 徹

株式会社ニッセイ基礎研究所 社会研究部

上席研究員

別府 孝文

株式会社三十三総研 調査部 部長・主席研究員

（２）議論の経過（議論スケジュール、議論概要）

◆平成30年1月25日（木） 場所：岡三証券日本橋室町店（東京都中央区）

「みえ産業振興戦略」アドバイザリーボード

（議題）

- ・産業構造の変革等を見据えたものづくり産業の振興について
- ・地域課題の解決を図る産業振興の視点について

◆平成30年3月24日（土） 場所：プラザ洞津（三重県津市）

みえ産業振興戦略改訂小委員会

（議題）

- ・三重県産業の10年先の見通しを踏まえ、県として、どのような方向性で産業振興を進めるべきか。

◆平成30年5月20日（日） 場所：三重県庁講堂棟会議室（三重県津市）

みえ産業振興戦略改訂小委員会

（議題）

- ・今後、三重県がめざしていくべき産業政策の基本的な考え方
- ・今後の産業政策の具体的な取組方向

- ◆平成30年6月30日（土） 場所：三重県庁講堂棟会議室（三重県津市）
みえ産業振興戦略改訂小委員会
(議題)

- ・「みえ産業振興ビジョン（仮称）～中間整理（案）～」について

- ◆平成30年7月17日（火） 場所：三重テラス（東京都中央区）
「みえ産業振興戦略」アドバイザーボード
(議題)

- ・「みえ産業振興ビジョン（仮称）」の中間整理について

(3) 県内産業構造のマクロ分析データ

①戦略の目標（サービス産業関係）にかかる詳細分析

戦略で掲げた目標のうち、戦略策定時（統計データはH21）と比較し、実績値が減少したサービス産業（広義）の付加価値構成比について考察します。

平成28年度（速報）の県内総生産（付加価値額）は、対平成21年度比で113.6%（1兆109億円増）と大きく伸びています。うち第2次産業は対平成21年度比で116.7%（5,058億円増）、第3次産業（サービス産業（広義））は111.1%（4,803億円増）となっています。

第2次産業（特に製造業）の付加価値額の伸びが、第3次産業（サービス産業（広義））の付加価値額の伸びを上回っていることから、第3次産業の付加価値構成比が58.1%（H21年度）から56.8%（H28年度速報）に相対的に減少しました。

また、国と比較すると、三重県の第3次産業の構成比は小さくなっていますが、平成21年度からの付加価値額の伸びは、国より5.5ポイント大きくなっています。

	《県内総生産（付加価値額）》 三重県 ※（ ）内は付加価値構成比		
	H21年度	H28年度（速報）	H21比
第1次産業：	829億円 (1.1%)	→ 863億円 (1.0%)	《104.1%》
第2次産業：	30,226億円 (40.7%)	→ 35,284億円 (41.8%)	《116.7%》
内 製造業：	26,259億円 (35.4%)	→ 32,711億円 (38.8%)	《124.6%》
第3次産業：	43,100億円 (58.1%)	→ 47,902億円 (56.8%)	《111.1%》

	全国		※()内は付加価値構成比
	H21年	H28年	
第1次産業：	5.3兆円 (1.1%)	→ 6.2兆円 (1.2%)	《116.9%》
第2次産業：	119.4兆円 (24.4%)	→ 143.4兆円 (26.8%)	《120.0%》
内 製造業：	93.7兆円 (19.2%)	→ 113.3兆円 (21.2%)	《120.9%》
第3次産業：	364.2兆円 (74.5%)	→ 384.7兆円 (72.0%)	《105.6%》

第3次産業（サービス産業（広義））の付加価値額の伸びでは、保健衛生・社会事業が121.0%と最も大きく、次いで専門・科学技術、業務支援サービス業（118.5%）、宿泊・飲食サービス業（113.8%）、卸売・小売業（113.1%）となっています。

なお、宿泊・飲食サービス業においては、国は96.1%と付加価値額が減少していますが、県は113.8%と大きく増加しています。

また、第3次産業の構成比では、保健衛生・社会事業（5.5%→5.8%）が増加しています。これは、国においても同様の傾向です。保健衛生・社会事業には、医療業、介護事業が含まれており、高齢化が進む中、更なる需要拡大が見込まれます。

三重県は、製造品出荷額が全国9位の「ものづくり県」である一方、第3次産業（サービス産業（広義））は県内総生産の56.8%を占めており、ものづくり産業同様に重要な産業です。

次に、サービス産業の労働生産性（平成28年経済センサス）を見ると、サービス産業全体の労働生産性（4.19百万円/人）は、製造業（6.40百万円/人）に比べて低くなっています。

業種別に見ても一部の業種（電気・ガス・熱供給・水道業、金融業・保険業等）を除き、概して低くなっています。

特に、宿泊業、飲食サービス業（2.06百万円/人）、生活関連サービス業、娯楽業（2.78百万円/人）が低くなっており、サービス産業の労働生産性の向上は、人口減少の進行、労働力不足が深刻になる中で重要な取組です。

②ものづくり産業にかかる詳細分析

全国と比較し県内総生産に占める割合が高く、三重県の主要産業である第2次産業（特に製造業）の構成比が増加した要因を考察します。

第2次産業の中でも、製造業の県内総生産（平成28年度三重県民経済計算・速報では、製造業の業種別データが公表されていないため、平成27年度三重県民経済計算で考察）が、対平成21年度比で123.5%（構成比35.4%→39.2%）と大きく増加しており、輸送用機械、化学、電気機械などがけん引しています。国の対平成21年度比115.3%と比較し、県（123.5%）は8.2ポイントも高く、依然として製造業は三重県の主要産業と言えます。

	H21		H27（単位：億円）	構成比
製造業計	26,259	→	32,443（123.5%）	35.4%→39.2%
＜主な産業＞				
輸送用機械	4,517	→	6,070（134.4%）	6.1%→7.3%
化学	3,296	→	4,622（140.3%）	4.4%→5.6%
金属製品	1,234	→	2,034（164.9%）	1.7%→2.5%
電気機械	860	→	1,439（167.3%）	1.2%→1.7%
石油・石炭	1,255	→	1,891（150.7%）	1.7%→2.3%
情報・通信	176	→	435（246.8%）	0.2%→0.5%

また、製造品出荷額等（H28年速報）については、製造業全体で対平成21年比105.4%と増加しています。増加した主な産業は、非鉄金属、プラスチック製品、はん用機械器具、食料品、電気機械器具、情報通信機械器具、生産用機械器具、輸送用機械器具、化学工業です。

中でも、東海4県（愛知、岐阜、静岡、三重）で、特に三重県に強みのある産業（平成26年工業統計調査）は以下のとおりです。

【東海4県で出荷額等が1位のもの（平成26年工業統計調査）】

- 化学工業 : 無機顔料製造業、脂肪族系中間物製造業（脂肪族系溶剤を含む）、プラスチック製造業
- はん用機械器具 : 玉軸受・ころ軸受製造業
- 情報通信機械器具 : その他の通信機械器具・同関連機械器具製造業
- 電子部品・デバイス : 集積回路製造業

さらに、三重県の強みであるものづくり産業について、改めて県内への経済波及効果の視点から考察します。

東海4県で比較すると、多くの分野において三重県産業の県内歩留まり率（平成23年産業連関表）が他県よりも低く、県内生産への波及効果が他県よりも小さいことが読み取れます。

三重県の主要産業である輸送用機械器具、化学製品については、東海4県での県内歩留まり率が最も低くなっており、今後の検討を要する課題です。

特に、自動車関連では、完成品に対する部品の出荷額等（平成26年工業統計調査）において、愛知県の約3倍、静岡県約1.4倍に対して、三重県は約0.8倍であり、域外からの部品供給が多いことが推察されます。

○県内歩留まり率（平成23年産業連関表）

	愛知	岐阜	静岡	三重
輸送機械	53.0%	46.1%	39.6%	39.9%
化学	52.1%	64.2%	56.3%	47.6%
石油・石炭	40.7%	50.1%	41.2%	37.6%

○自動車関連の製造品出荷額等の他県比較

平成26年工業統計調査「産業細分類統計」 製造品出荷額等（単位：億円）

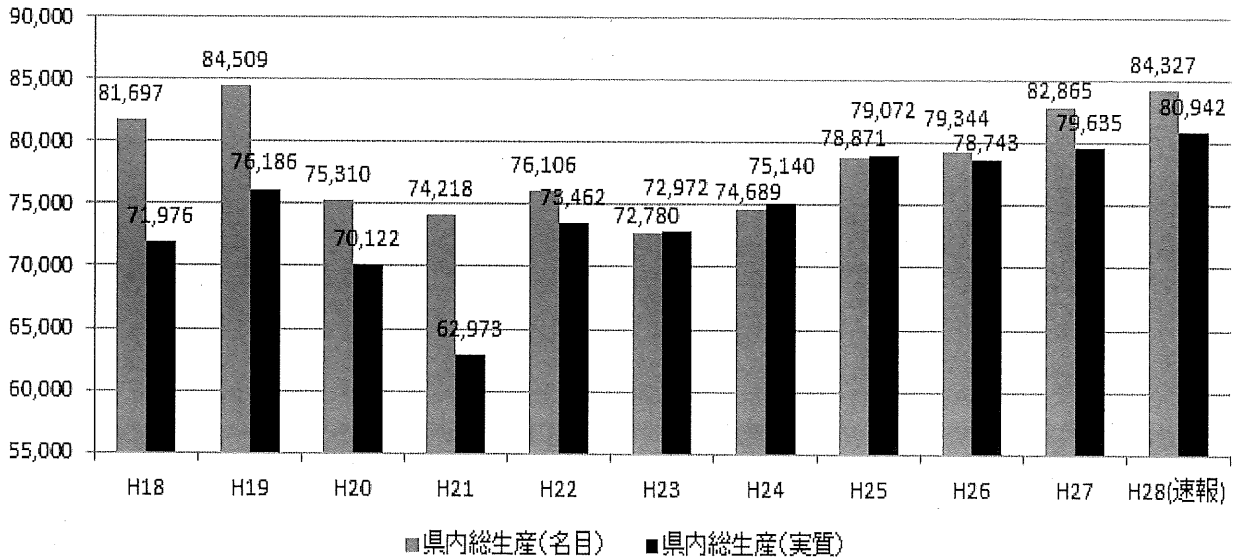
産業分類	愛知県	岐阜県	静岡県	三重県
自動車製造業（二輪自動車を含む）①	58,784 億円	1,545 億円	17,325 億円	12,167 億円
自動車部分品・附属品製造業②	165,091 億円	4,618 億円	23,357 億円	9,598 億円
②÷①	2.8	3.0	1.3	0.8

【三重県産業等の概要】

(1) 県内総生産

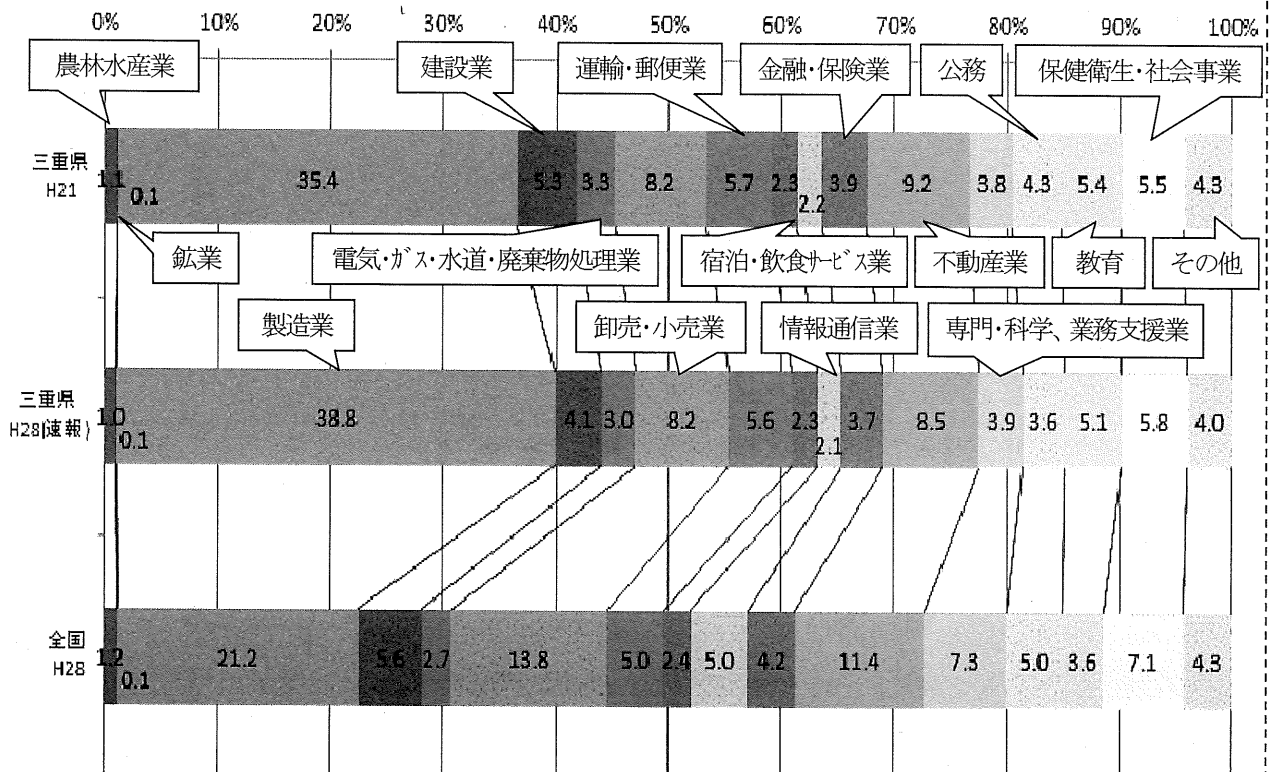
平成28年度の県内総生産（速報）は、名目で8兆4,327億円と5年連続の増加、実質では8兆942億円となり、2年連続の増加。比較可能な平成18年度以降では名目が2番目に高く、実質は最も高くなっています。

(億円)



(2) 県内総生産の経済活動別構成比

平成28年度（速報）の県内総生産（名目）の経済活動別の構成比は、第1次産業が1.0%、第2次産業が41.8%、第3次産業が56.8%。中でも製造業が38.8%で最も大きな割合を占め、全国（21.2%）と比べて特に高くなっています。



(3) 地域別総生産額

平成27年度の総生産額を地域別に見ると、その特徴は以下のとおりです。

(地域別構成比)

北勢地域が54.7%と最も多く、次いで中南勢地域の23.6%、伊勢志摩地域の10.0%、伊賀地域の9.1%、東紀州地域の2.6%の順となっています。

(地域別・産業構成比)

県内総生産の構成比と比較すると、北勢・伊賀地域は総生産に占める製造業の割合が高く、中南勢・伊勢志摩・東紀州地域はサービス産業の割合が高くなっています。

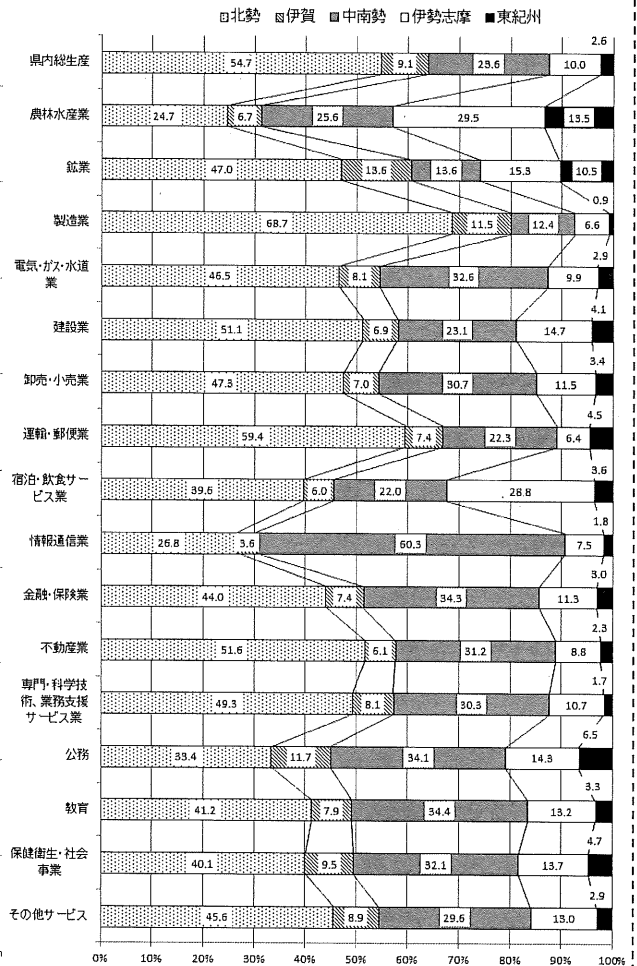
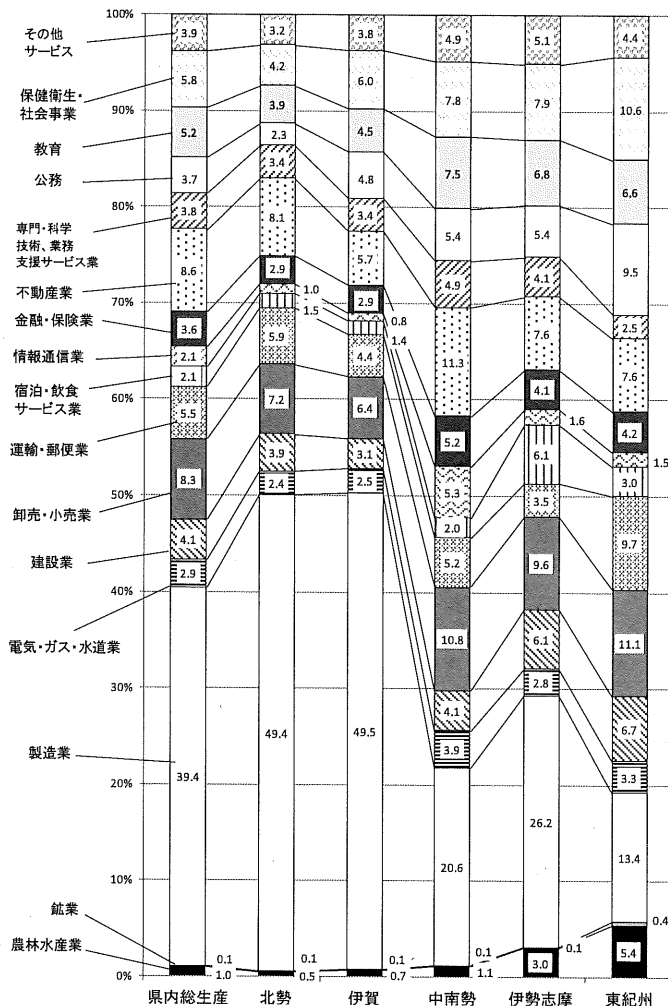
地域別の特徴として、中南勢地域では不動産業、情報通信業、伊勢志摩地域では宿泊・飲食サービス業、東紀州地域では保健衛生・社会事業、運輸・郵便業の割合が高くなっています。

(産業別・地域構成比)

県内総生産の構成比と比較すると、農林水産業は伊勢志摩・東紀州地域、製造業は北勢地域、宿泊・飲食サービス業は伊勢志摩地域、情報通信業及び保健衛生・社会事業は中南勢地域の割合が高くなっています。

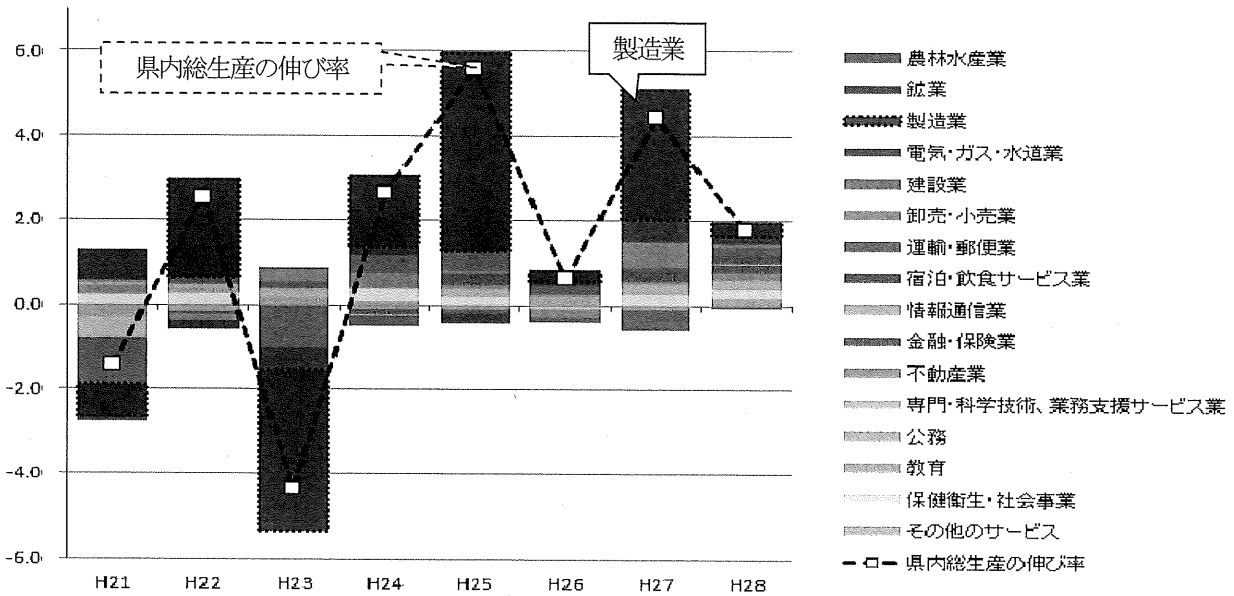
地域別・産業構成比

産業別・地域構成比



(4) 県内総生産の伸びと経済活動別寄与度

製造業の好・不調が、県内総生産の伸び率に大きな影響を及ぼす傾向があります。



(5) 鉱工業生産指数

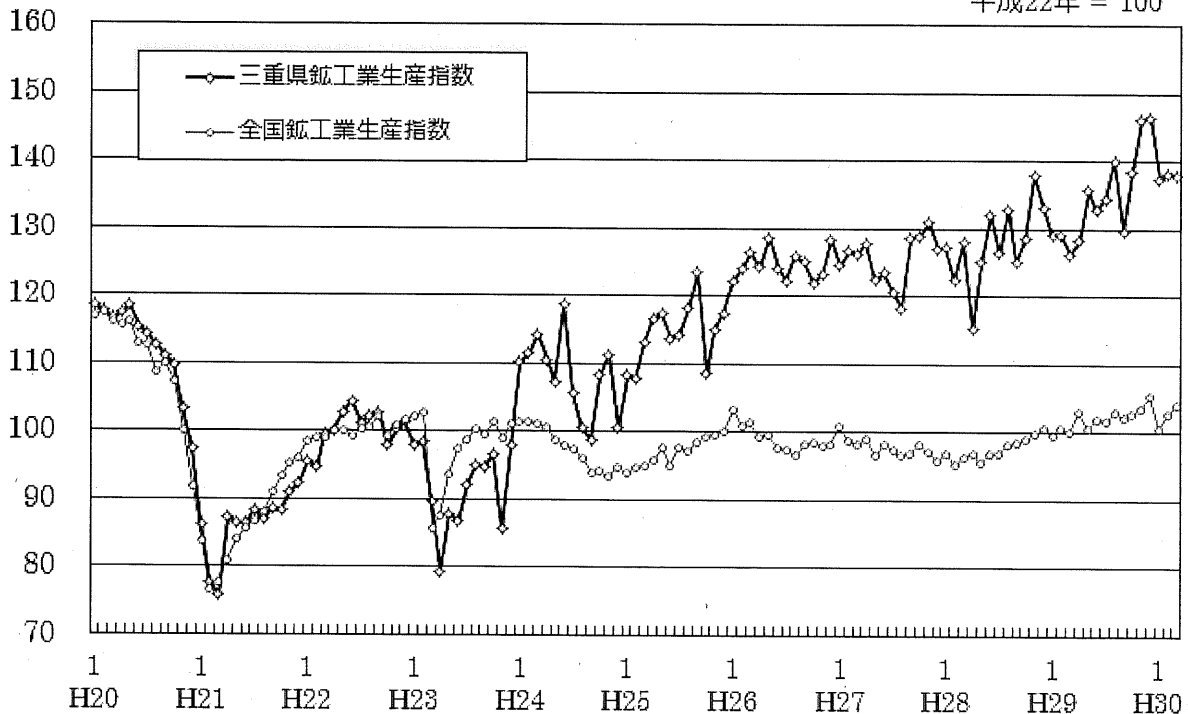
三重県における鉱工業生産指数は、全国の鉱工業生産指数が平成22年以降一進一退を繰り返しながら概ね100前後を推移する中で、平成26年の始めにはリーマンショック前の水準を上回るなど、上昇傾向が続いています。

(参考)

平成22年から平成27年への全国の鉱工業生産指数の変化に対する各都道府県の寄与度は、三重県が0.979で全国1位となっています。(経済産業省が平成29年2月に公表した試算より)

三重県及び全国の鉱工業生産指数 (季節調整済指数)

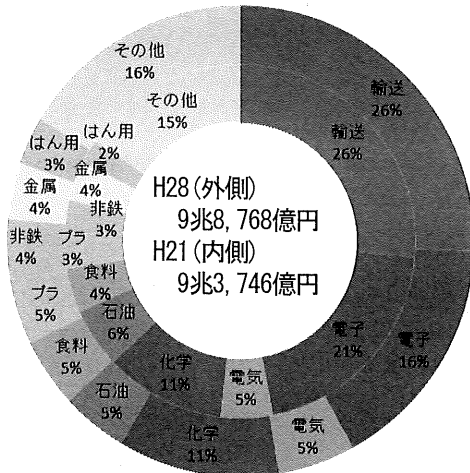
平成22年 = 100



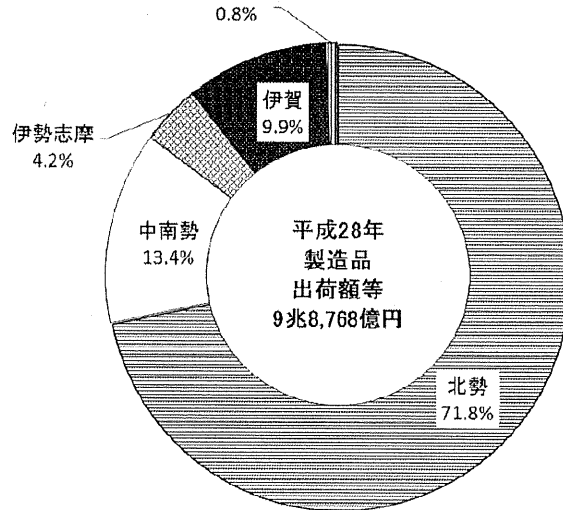
(6) ものづくり産業（製造品出荷額等）

三重県は、製造品出荷額等（H28年速報）が全国9位のものづくり県です。産業別の構成比を見ると輸送用機械器具（25.6%、全国7位）、電子部品・デバイス・電子回路（16.3%、全国1位）、化学工業（11.2%、全国9位）の順となり、この3産業で全体の5割強を占めています。地域別では北勢地域が7割強を占めています。

製造品出荷額等の産業別構成比（H21・H28）



製造品出荷額等の地域別構成比（H28）



(7) サービス産業（事業所数、従業者数、付加価値額）

サービス産業の事業所数（平成28年経済センサス）は60,961で全産業の79.0%を占め、卸売業、小売業（25.4%）が最も多く、次いで宿泊業、飲食サービス業（12.0%）となっています。従業者数（同上）は539,131人で全産業の67.3%を占め、卸売業、小売業（18.3%）が最も多く、次いで医療、福祉（12.3%）となっています。付加価値額（平成28年度三重県民経済計算（速報））は、47,902億円で全産業の56.8%を占め、不動産業（8.5%）が最も多く、次いで卸売・小売業（8.2%）となっています。

産業大分類別事業所数及び従業者数（H28）

産業大分類	事業所数	構成比	従業者数	構成比
A 農業，林業	545	0.7%	6,169	0.8%
B 漁業	124	0.2%	1,151	0.1%
C 鉱業，採石業，砂利採取業	39	0.1%	390	0.0%
D 建設業	7,884	10.2%	46,690	5.8%
E 製造業	7,615	9.9%	207,599	25.9%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	106	0.1%	3,198	0.4%
G 情報通信業	432	0.6%	5,148	0.6%
H 運輸業，郵便業	1,915	2.5%	43,542	5.4%
I 卸売業，小売業	19,577	25.4%	146,316	18.3%
J 金融業，保険業	1,311	1.7%	18,073	2.3%
K 不動産業，物品賃貸業	3,801	4.9%	13,292	1.7%
L 学術研究，専門・技術サービス業	2,631	3.4%	15,960	2.0%
M 宿泊業，飲食サービス業	9,293	12.0%	74,466	9.3%
N 生活関連サービス業，娯楽業	6,846	8.9%	37,096	4.6%
O 教育，学習支援業	2,494	3.2%	16,954	2.1%
P 医療，福祉	5,647	7.3%	98,616	12.3%
Q 複合サービス事業	691	0.9%	8,304	1.0%
R サービス業（他に分類されないもの）	6,217	8.1%	58,166	7.3%
A～R合計	77,168	100.0%	801,130	100.0%

※公務、事業内容等不詳を除く

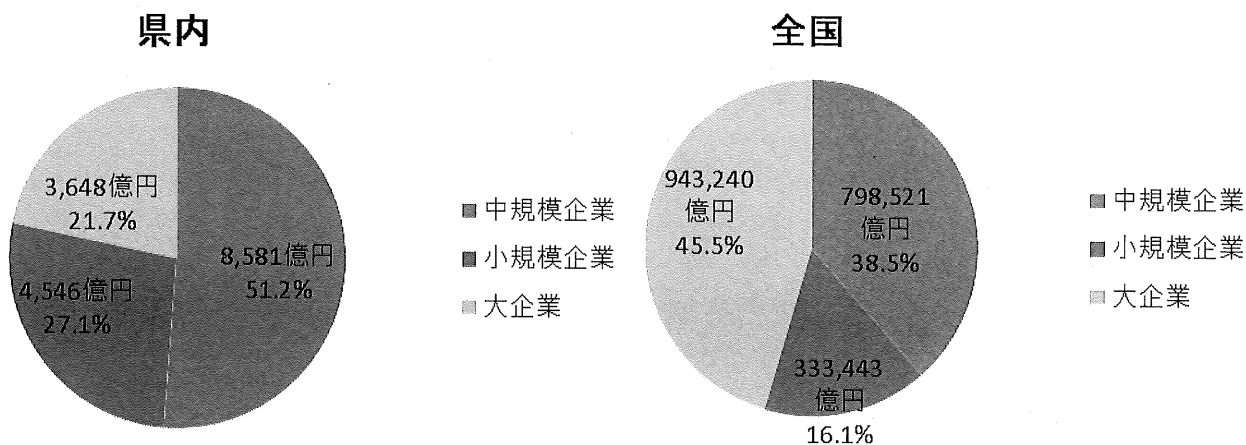
(8) 中小企業・小規模企業

(企業数・従業者数・付加価値額)

中小企業・小規模企業は、県内企業数の99.8%、従業者総数の88.7%、付加価値額の78.3%を占めています。(うち、小規模企業は、県内企業数の86.0%、従業者総数の34.3%、付加価値額の27.1%を占めています。)

※企業数・従業者数は平成26年、付加価値額は平成23年のデータ

中小企業の付加価値額 (H23)

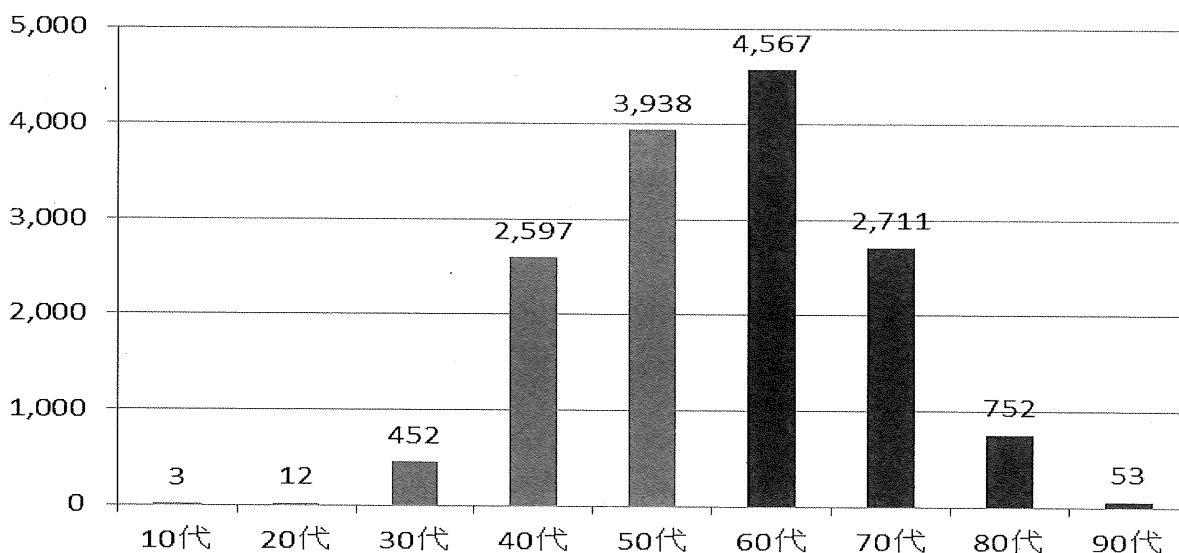


※グラフでは、中小企業・小規模企業のうち、「小規模企業」を除いたものを「中規模企業」と分類。

(経営者の年代分布)

県内経営者のうち60代以上が全体の53.6% (70代以上が23.3%) を占めています。

経営者の年代分布

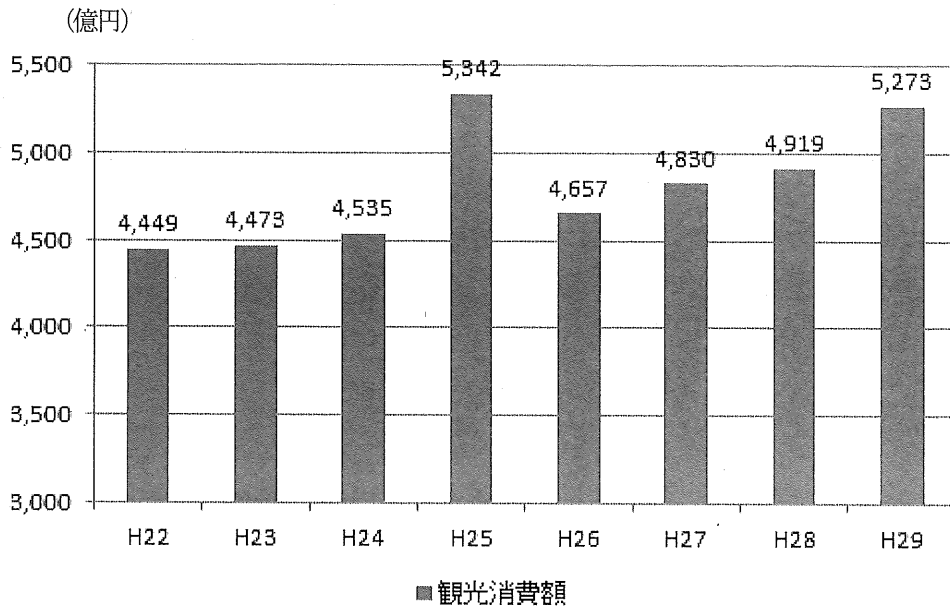


(出典：㈱東京商工リサーチ、三重県内データ 22,147 社のうち、年齢が判明している企業 15,085 社の経営者, 平成29年12月)

(9) 観光

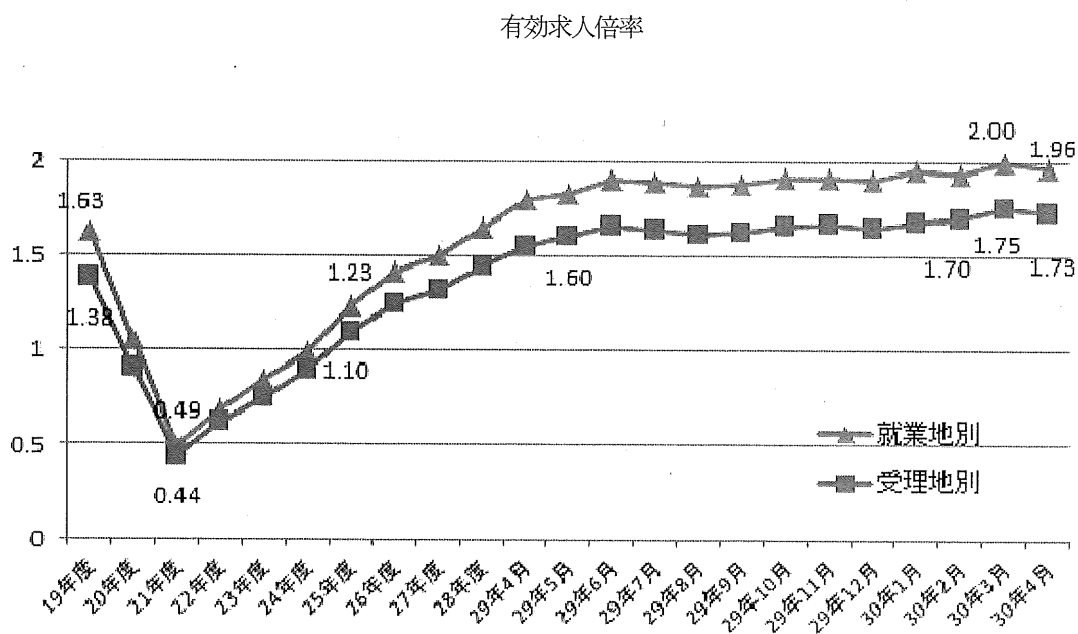
三重県における観光業の付加価値額（H27年）は2,644億円で、県内総生産の3.1%を占めています。

三重県の延べ宿泊者数（H29速報値）は819万人（うち外国人は28万人）、観光レクリエーション入込客数（H29）は4,219.5万人、観光消費額（H29）は5,273億円となっています。



(10) 雇用情勢等（有効求人倍率）

三重県の平成30年4月の有効求人倍率は1.73倍となり、高水準で推移しています。

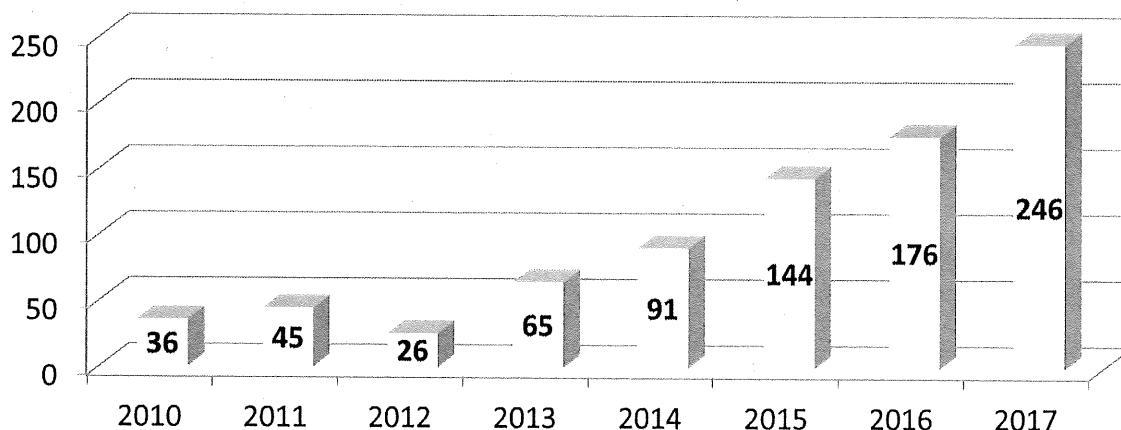


(11) 企業誘致の状況

三重県の企業誘致の状況は、工場立地動向調査（経済産業省）において、面積で平成28年が全国2位、平成29年上期では全国6位と高水準で推移しています。

三重県が把握している企業立地件数は、平成29（2017）年で246件となっており、年々増加しています。

企業立地件数



(12) 社会資本整備の状況

