

経済雇用対策特別委員会資料
平成 24 年(2012 年)3 月 16 日
商工観光労働部商工政策課

平成 24 年(2012 年)2 月 10 日

滋賀県における中小企業振興の基本的なあり方検討のまとめ
(報告)

経済団体と滋賀県との中小企業振興に関する研究会

<目 次>

1	はじめに	2
2	現状と課題	3
3	中小企業振興の基本的な方向	17
4	基本的な施策	19
5	関係主体の役割	27
6	推進にあたって	29

1 はじめに

経済団体と滋賀県との中小企業振興に関する研究会(以下、「企業研究会」という。)は、本県の中小企業振興の基本的なあり方をはじめ、中小企業振興政策全般について検討・研究することを目的に、平成23年6月16日に設置された。

企業研究会は、同7月27日に第1回目を開催し、6回にわたり中小企業振興に関する基本的なあり方について、テーマごとに討議をしてきた。

- 第2回／9月2日 「モノづくり」
- 第3回／10月18日 「人材」、「経営支援・金融」
- 第4回／11月8日 「観光・海外展開」、「商店街・商業振興」
- 第5回／12月22日 「企業立地」、「意見等の中間整理」
- 第6回／1月31日 「検討のまとめ」

この検討のまとめは、これまでの企業研究会での議論に加え、県と地域の経済団体等との中小企業振興に関する意見交換会(以下、「地域研究会」という。)や県職員による企業訪問プロジェクトにおける意見や情報なども含め、中小企業の振興を図るための施策の基本的な方向を中心に取りまとめたものである。

今後、中小企業の振興のための条例の検討や具体の施策・事業の展開において活用されることを期待する。

2 現状と課題

中小企業の振興を検討するに当たって、対象とする「中小企業者の範囲」を明確にしておく必要がある。

(1) 中小企業の定義

まず、「中小企業者」の範囲は、中小企業基本法において定められている定義をもとに、施策ごとに法令等で定められている。

ア 中小企業基本法

第2条第1項に「中小企業者」が、また同条第5項に「小規模企業者」が規定されており、おおむね以下の各業種に属する事業を主たる事業として営む会社または個人とされている。

業種	中小企業者 (下記のいずれかを満たすこと)		うち小規模企業者
	資本金の額または出資の総額	常時雇用する従業員	常時雇用する従業員
①製造業・建設業・運輸業・その他の業種(②～④を除く)	3億円以下	300人以下	20人以下
②卸売業	1億円以下	100人以下	5人以下
③サービス業	5,000万円以下	100人以下	5人以下
④小売業	5,000万円以下	50人以下	5人以下

※例えば、農林漁業も上記の定義を満たしていれば含まれるが、NPO法人は、「会社」に該当しないため含まれない。

イ その他法令

中小企業基本法における中小企業者の範囲を基本として、その他法令において上記範囲の拡大および限定がなされている。

<例1> 「中小企業信用保険法」の場合

(i)第2条第1項第1号においては政令で業種が限定され(農業、林業、漁業、金融・保険業を除く。)、同項第1号の2においては、政令で資本金・出資の額または常時雇用する従業員についての基準が拡大されている。

業種	中小企業者 (下記のいずれかを満たすこと)	
	資本金の額または 出資の総額	常時雇用する 従業員
①ゴム製品製造業(自動車又は航空機用タイヤ及びチューブ製造業、工業用ベルト製造業を除く)	3億円以下	900人以下
②ソフトウェア業又は情報処理サービス業	3億円以下	300人以下
③旅館業	5,000万円以下	200人以下

(ii)第2条第1項第2号～第7号において、会社および個人以外の団体に範囲が拡大されている。

- ・ 中小企業等協同組合、農業協同組合、水産業協同組合、森林組合、生産森林組合、消費生活協同組合など
- ・ 医療法人(300人以下)
- ・ 商工組合、商工組合連合会
- ・ 商店街振興組合、商店街振興組合連合会
- ・ 生活衛生同業組合など
- ・ 酒造組合、酒販組合など

<例2> 「中小企業支援法」の場合

- ・ 第2条第1項第4号で、中小企業団体の組織に関する法律第3条第1項に規定される中小企業団体を対象としている。
事業協同組合、事業協同小組合、信用協同組合、企業組合、協業組合、商工組合など。
- ・ 同項第5号で、特別の法律によって設立された組合、連合会を対象としている。
商店街振興組合、生活衛生同業組合など。

【考え方】

「中小企業者の範囲」については、中小企業基本法に基づく「中小企業者」を基本とし、その他法令により拡充されているものも含めるのが適当である。

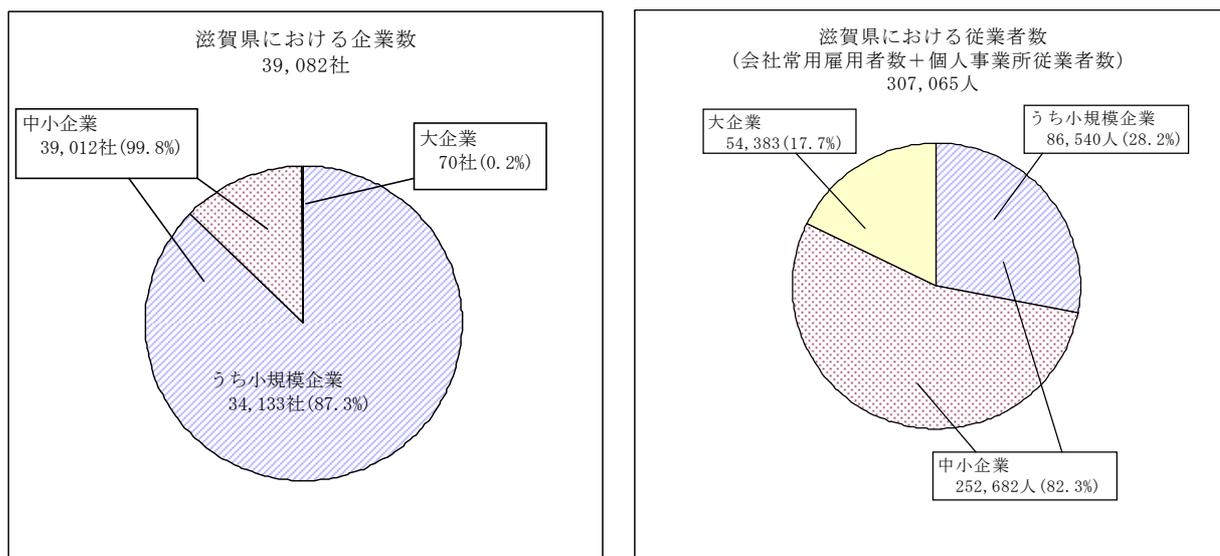
また、これら以外の者であっても、雇用や消費、サービス提供などの面で社会・経済活動に関わっている事業者であって、上記と同程度の規模の事業者についても中小企業者として広く捉えることも必要であると思われる。(農事組合法人など。)

(2) 滋賀県の中小企業、産業、経済の状況

ア 中小企業の企業数、従業者数

(i)平成 21 年の滋賀県における中小企業の数は 39,082(全国では 4,190,719)で、県内企業数に占める中小企業の割合は 99.8%(同 99.7%)を占めている。また、小規模企業の数 は 34,133(同 3,659,291)で、全体の 87.3%(同 87.1%)を占めている。

(ii)中小企業の従業者数(会社の常用雇用者数+個人事業所の従業者総数)は 252,682 人(全国では 28,270,454 人)で、全体の 82.3%(同 66.2%)となっている。)

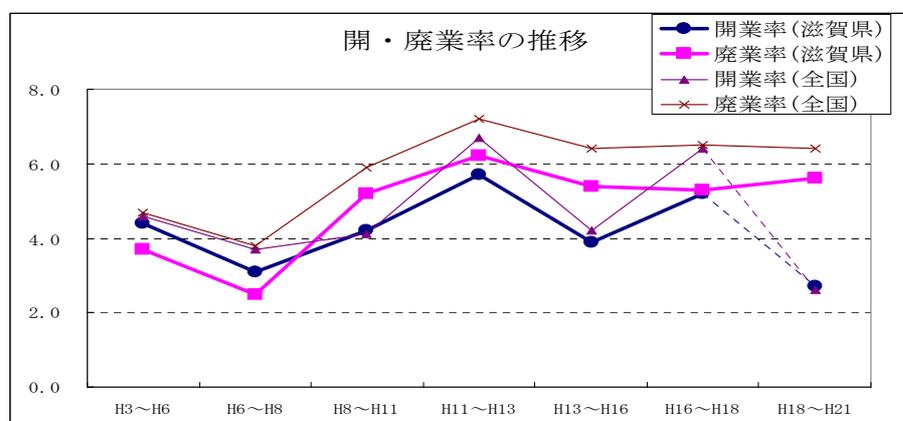


資料：中小企業白書 2011 年版

※平成 21 年経済センサス基礎調査(速報)に基づく

イ 開業率、廃業率

滋賀県における平成 16 年から 18 年の開業率は 5.2%、廃業率は 5.3%となっており、平成 18 年から 21 年の開業率が 2.7%、廃業率は 5.6%となり、近年は廃業率が開業率を上回る状況で推移している。

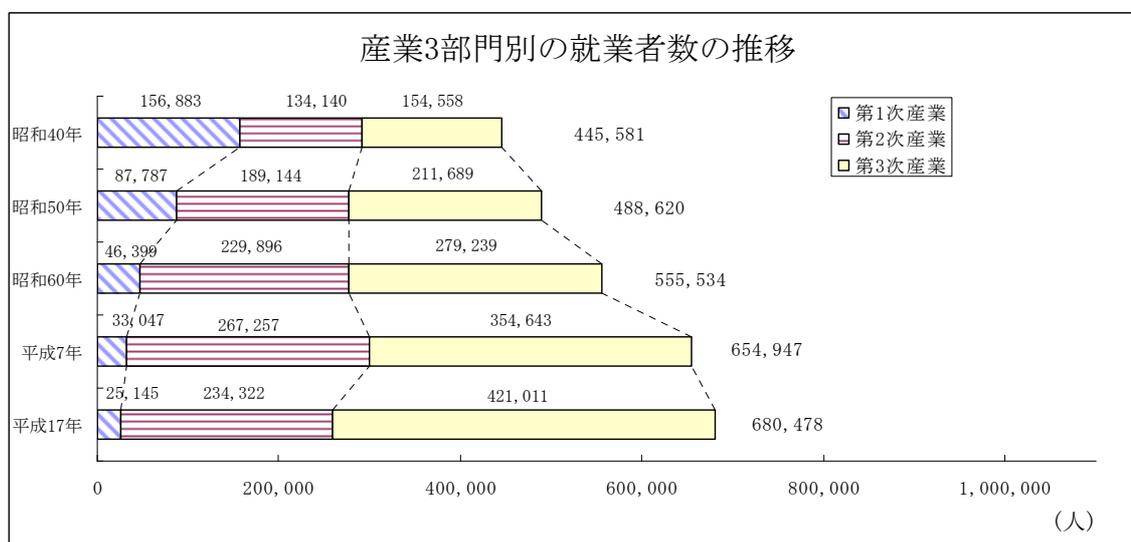


資料：中小企業白書 2011 年版に示された方法で事業所・企業統計調査より作成

注：平成 18 年から 21 年の開業率は、統計の変更によりそれまでの割合と単純に比較できない

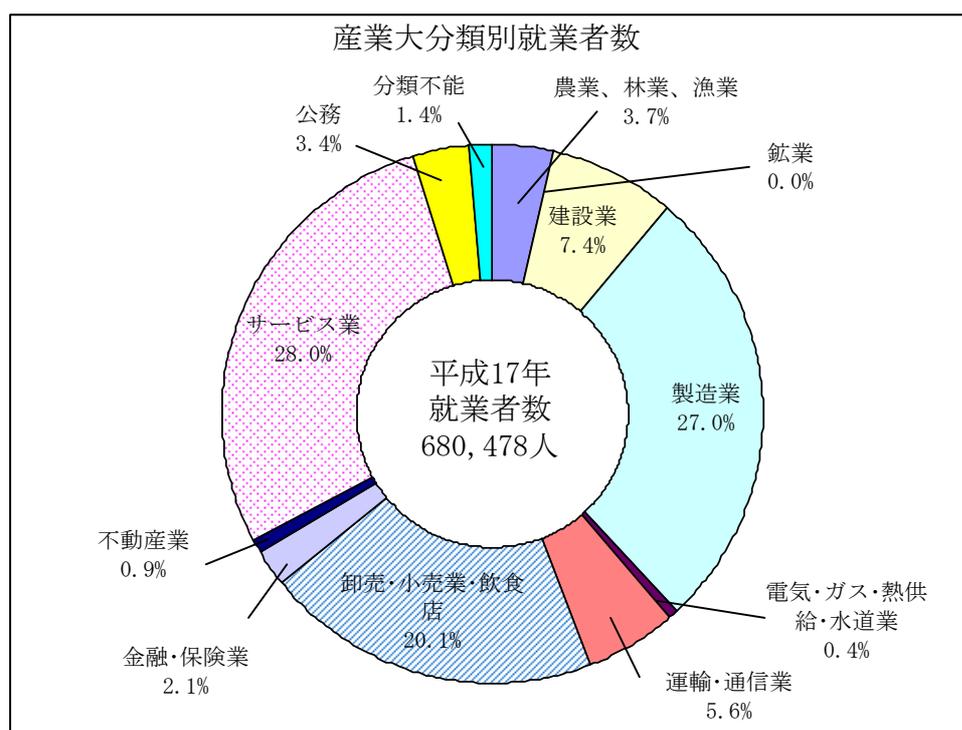
ウ 産業構造

(i)平成17年の各産業3部門別による就業者数は、第一次産業では25,145人(就業者数の3.7%)、第二次産業では234,322人(同34.4%)、第三次産業(分類不能を含む)では421,011人(同61.9%)となっている。



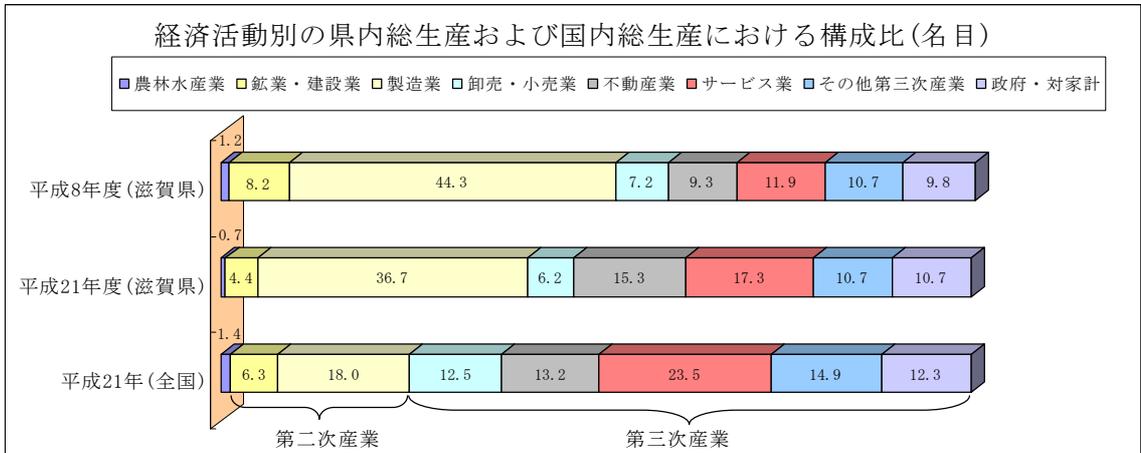
資料：国勢調査

(ii)これを産業大分類別にみると、その構成割合は農林漁業が3.7%、建設業が7.4%、製造業が27.0%、運輸通信業が5.6%、卸売・小売業、飲食店が20.1%、サービス業が28.0%となっている。それぞれの業種ごとの前回調査との伸び率を見てみると、建設業、製造業、林業などで減少となっている一方、サービス業、卸売・小売業、飲食店などで増えている。



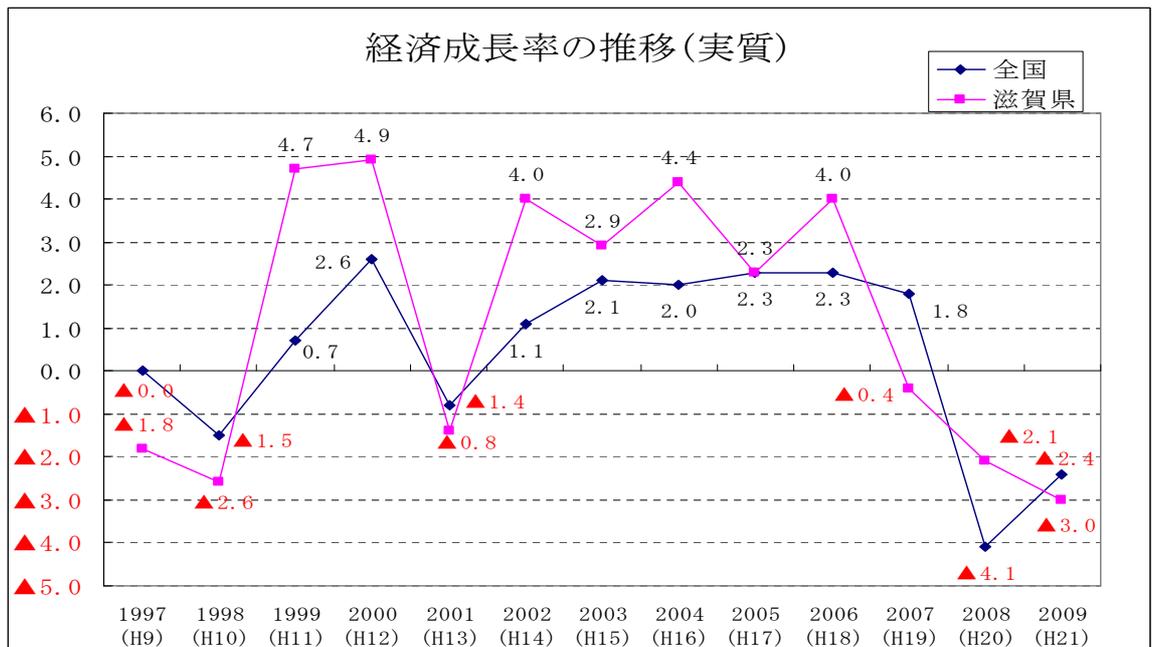
資料：国勢調査

(iii)平成 21 年度の県内総生産(名目)は、5 兆 7,015 億円で、対前年度 2.7%の減となっている。主要産業の製造業や建設業、卸売・小売業などが減少している。また、経済活動別に見ると、製造業が 36.7%を占め、サービス業が 17.3%、不動産業が 15.3%と続いている。



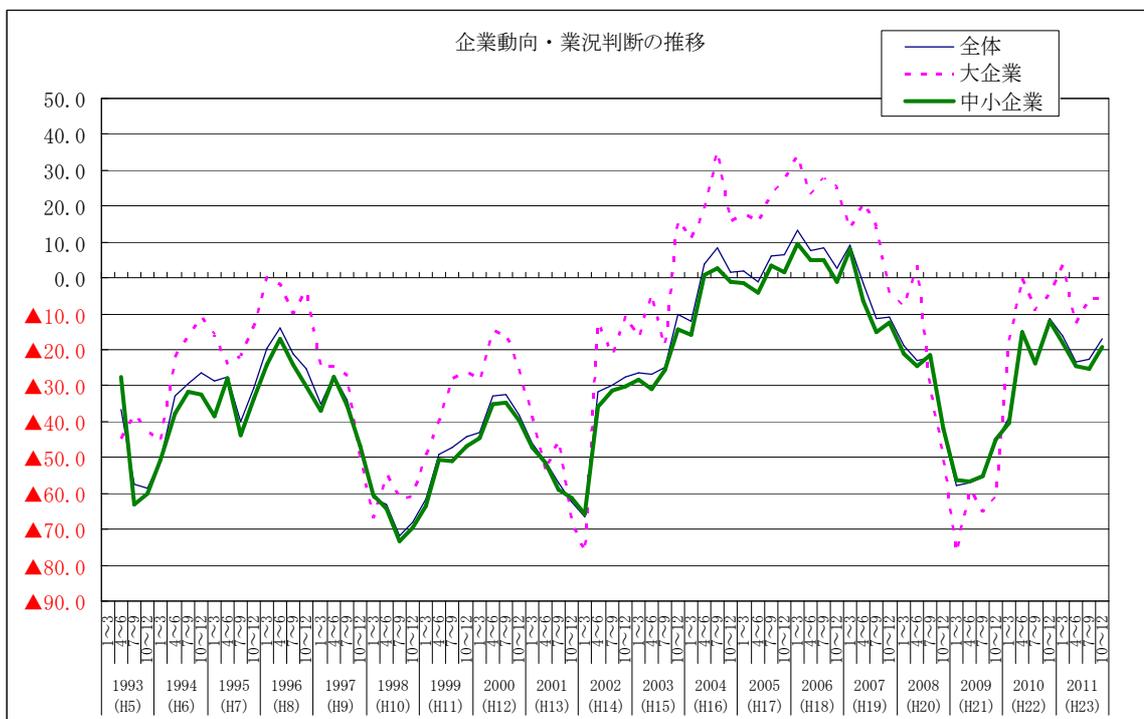
資料：滋賀県民経済計算

(iv)経済の動向を見ると、本県の平成 21 年度の経済成長率は、実質でマイナス 3.0%と 3 年連続のマイナス成長となっている。一方、我が国の経済成長率は、実質でマイナス 2.4%と、前年度より回復している。また、経年変化で見ても、全国よりも変動幅が大きく、製造業を中心とした第 2 次産業のウエイトが高い本県経済は、経済のグローバル化や円高の影響を受けやすい産業構造にあることが考えられる。



資料：滋賀県民経済計算、国民経済計算年報

(v)企業の景況感から見ると、平成23年10～12月期の業況判断について、D I 指数を見てみると、全体として▲17.1となっており、大企業が▲5.8であるのに対し、中小企業は▲19.1となっている。平成5年からの推移を見ると、大企業が上昇した後に、中小企業は遅れて上昇傾向になるものの、低い状態でとどまっている。



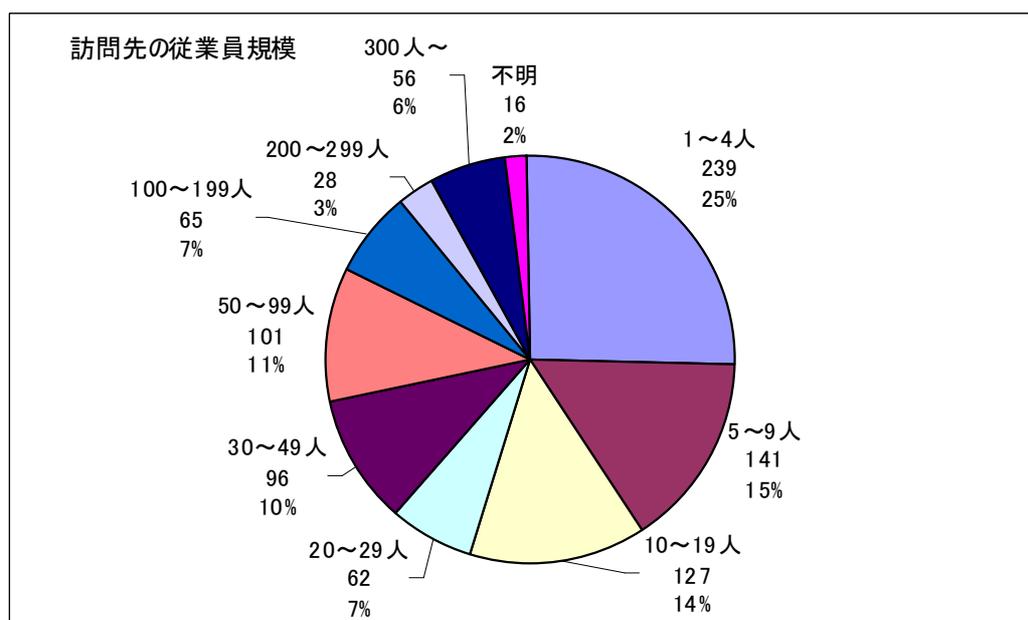
資料：滋賀県景況調査〔企業調査〕

(3) 職員による企業訪問結果の状況

○企業訪問プロジェクト(県職員が企業を訪問し、現場の状況を把握する活動)
 訪問数：931 事業所 (平成 23 年 12 月末までに報告のあった分)

ア 訪問先の従業員規模、業種等の状況

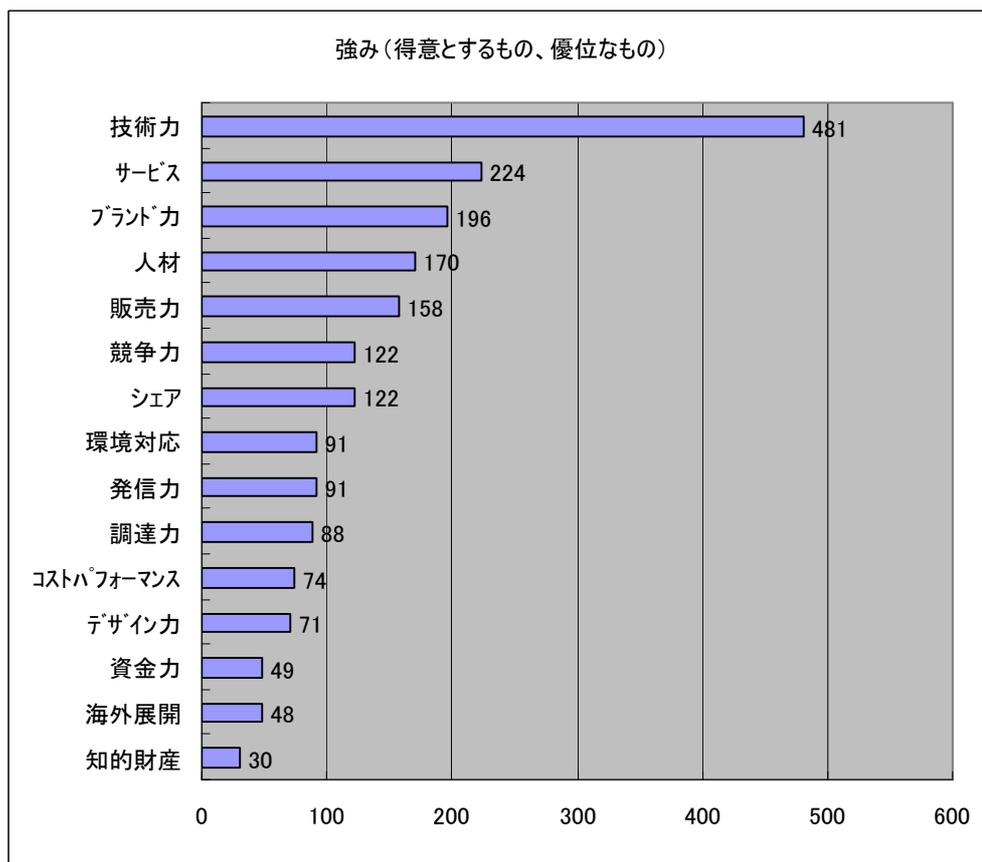
法人、個人の別：法人 803 個人 128



製造業	441	教育、学習支援業	20
卸売業、小売業	165	医療、福祉	14
宿泊業、飲食サービス業	79	運輸業、郵便業	12
建設業	47	不動産業、物品賃貸業	10
サービス業 ※他に分類されないもの	46	農業、林業	5
生活関連サービス業、娯楽業	34	金融業、保険業	4
学術研究、専門・技術サービス業	26	漁業	3
情報通信業	23	複合サービス業	2

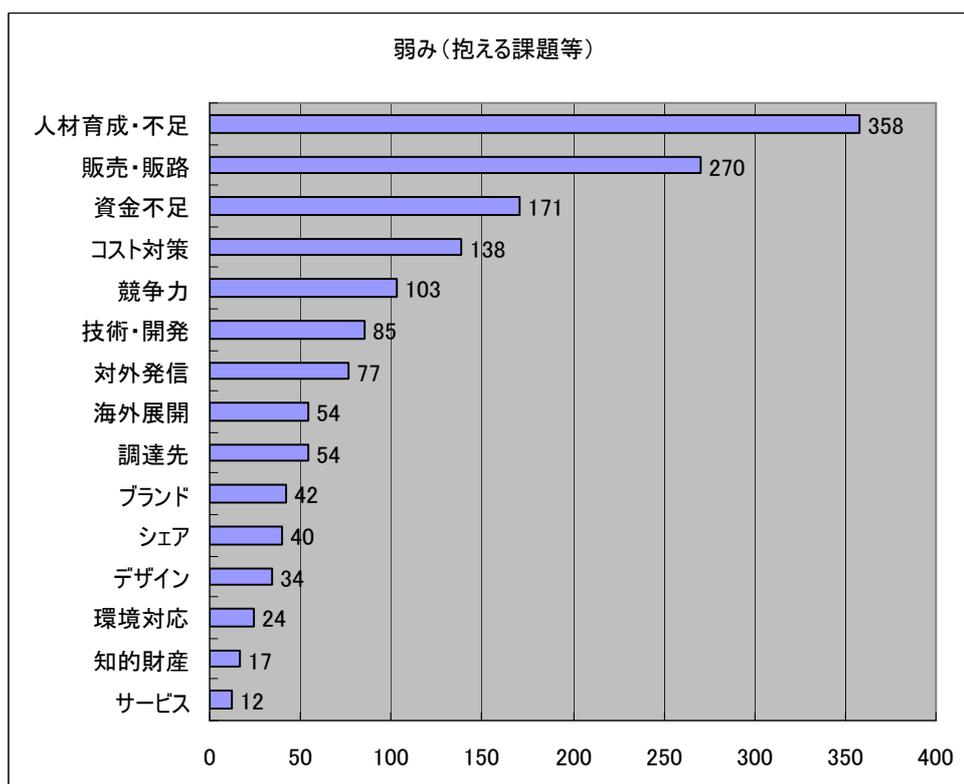
イ 企業の強み

最も多かったのが「技術力」で、「複合的な技術があり、いろいろな業種の顧客に対応できる」や「他にはない自社独自の技術がある」ことなどが報告されている。次いで、「サービス」で、「顧客の要望に的確に対応する」ことなどがあげられる。以下、「ブランド力」、「人材」、「販売力」と続いている。こうした自らが持つ強みを認識してそれ伸ばすことが中小企業にとっては重要である。



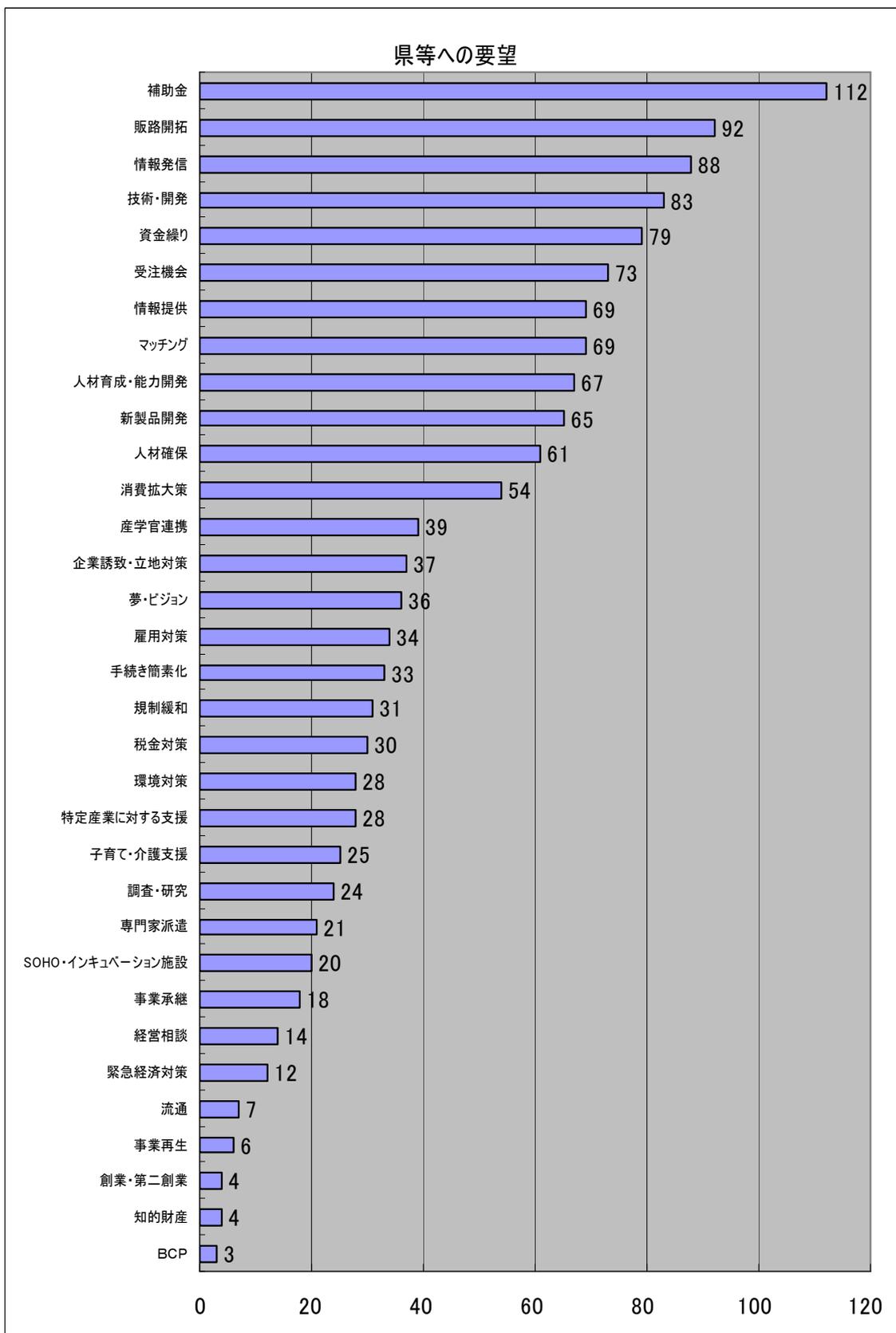
ウ 企業の弱み

最も多かったのが「人材」に関するもので、「高齢化が進み若年者の確保や育成が必要である」、「なかなか採用できない」などがあげられる。次いで「販売・販路」、「資金不足」「コスト対策」、「競争力」といった順となっている。



エ 県等への要望・意見

最も多かったのが「補助金」に関することで、これは助成の充実といったことに加え、申請や報告書類の作成負担の軽減や支払時期についての声があった。次いで、「販路開拓」、「情報発信」、「技術・開発」、「資金繰り」の順となっていた。



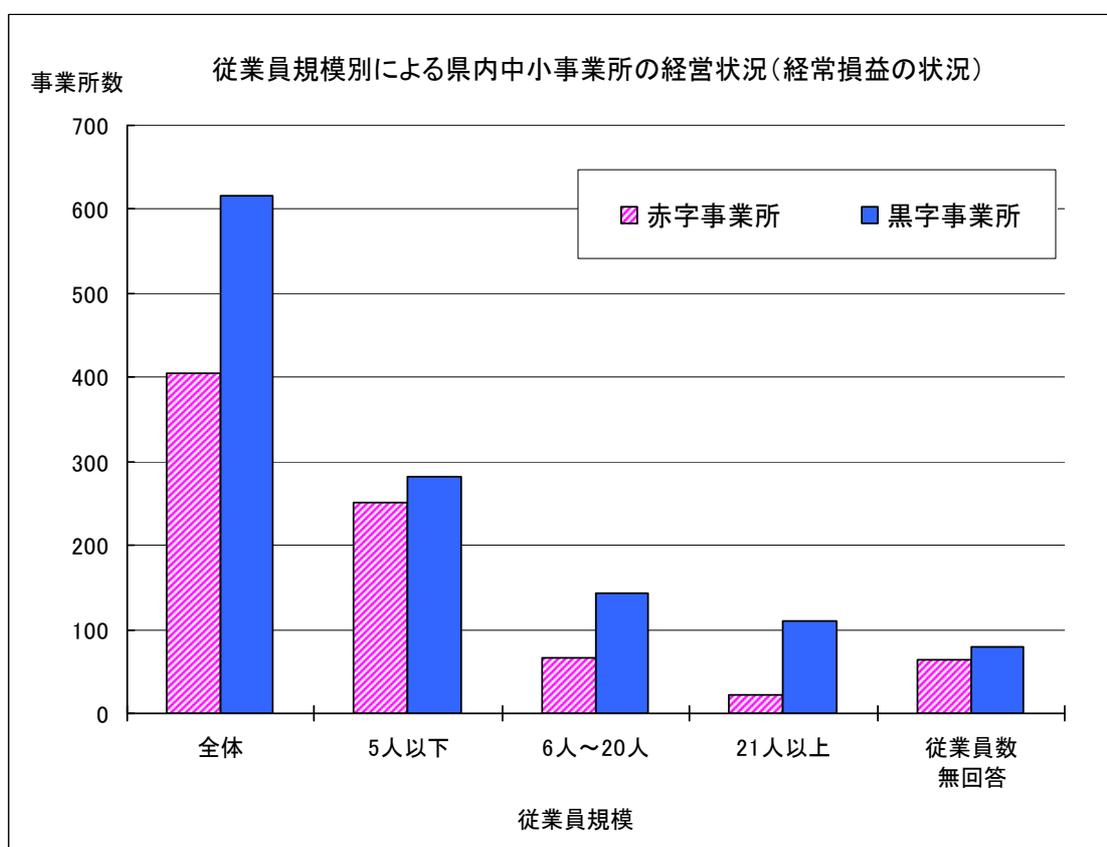
(4) 中小企業等実態調査の結果概要

県内中小企業の実態を把握するため、統計的なデータを収集することにより傾向を掴むとともに、施策展開の基礎資料とすることを目的に、実態調査を次のとおり実施した。これは、龍谷大学との共同研究として調査設計等を行い実施したもので、その結果概要は以下のとおり。

調査対象	滋賀県内中小企業 6,000 事業所（製造業 3,000、非製造業 3,000） ※平成 21 年経済センサス基礎調査から抽出
調査方法	郵送発送回収によるアンケート調査
調査時期	平成 23 年 10 月 26 日～11 月 8 日
回収状況	1,309 事業所（回収率 22.5%） このうち廃業等を除く製造業 585 事業所、非製造業 578 事業所を集計

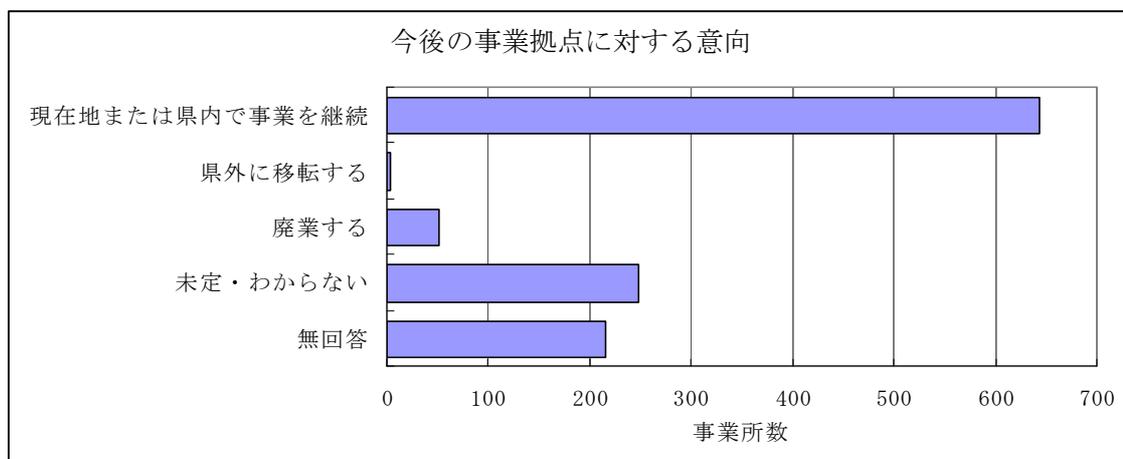
ア 3 期前と比較した経常損益の変化

県内中小企業の経営状況を、リーマンショック前の状況と比較した結果は以下のとおりで、小さい規模のほうが赤字事業所の割合が多い。一方、黒字事業所でも、利益額が減少している事業所が約 6 割を占めている。



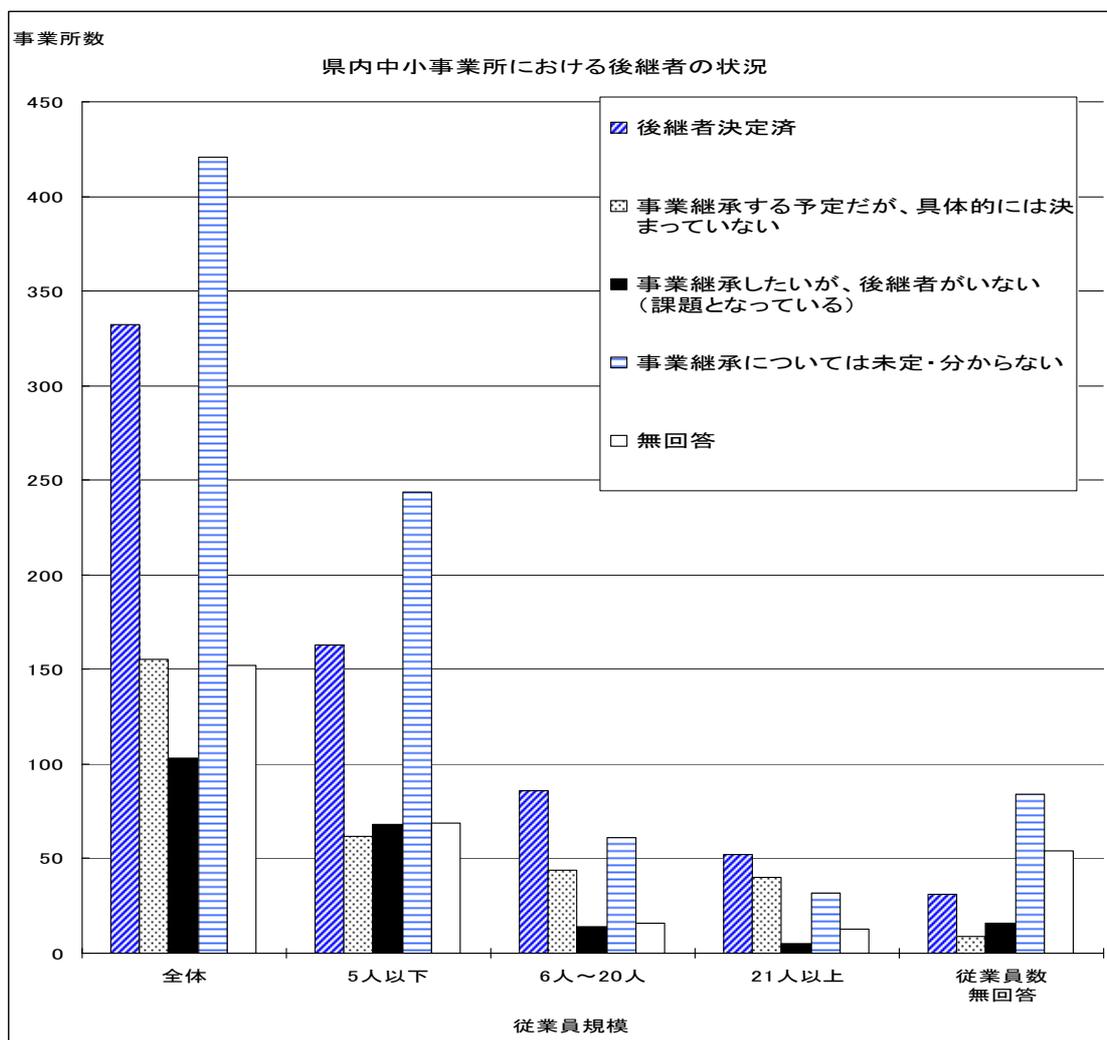
イ 今後の事業拠点に関する意向

「現在地又は県内で事業を継続する」としたものが最も多かった。次いで、「未定」や「わからない」としたものが多かった。



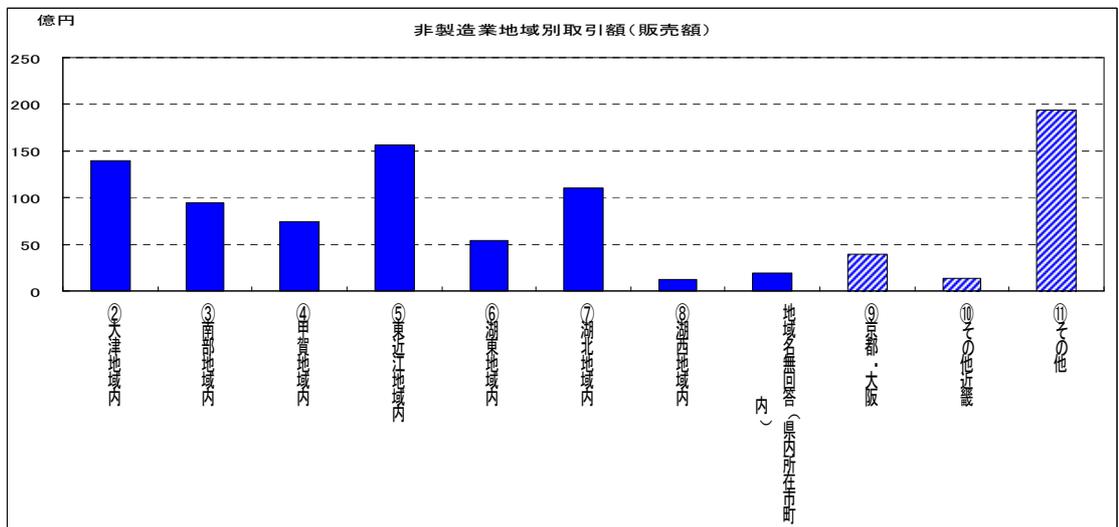
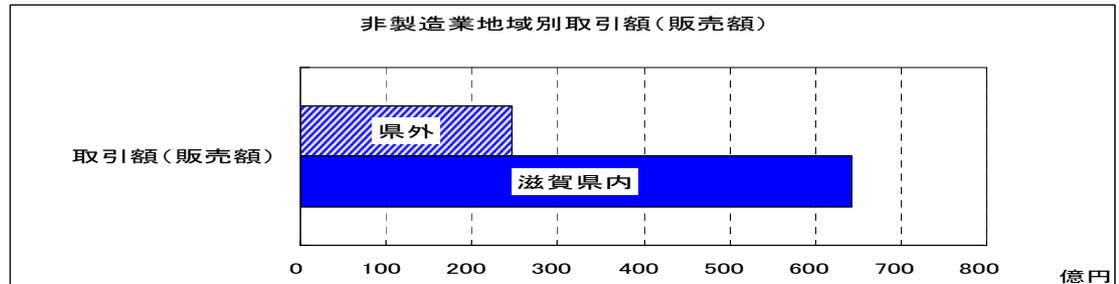
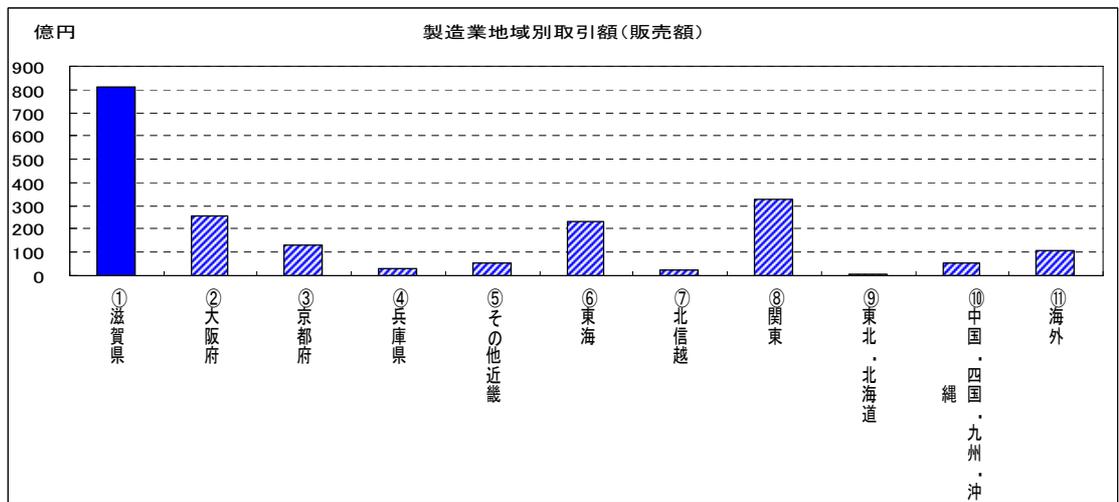
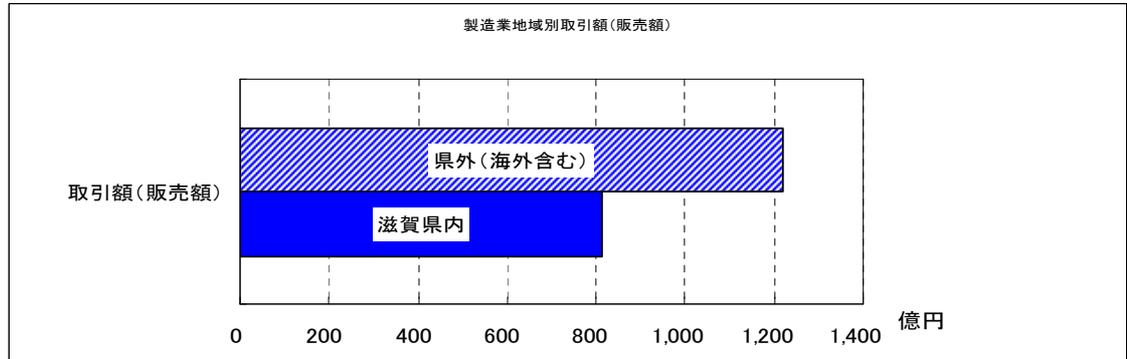
ウ 後継者の有無

後継者については、未定やまだ決まっていないところが多いが、規模の小さい事業所では、後継者がいないとしたものが多かった。



エ 地域別取引の状況

販売額で推計すると、製造業では、県外との取引が県内での取引を5割程度上回っていることがわかり、非製造業では、県内での取引が県外との取引の約2.6倍であった。



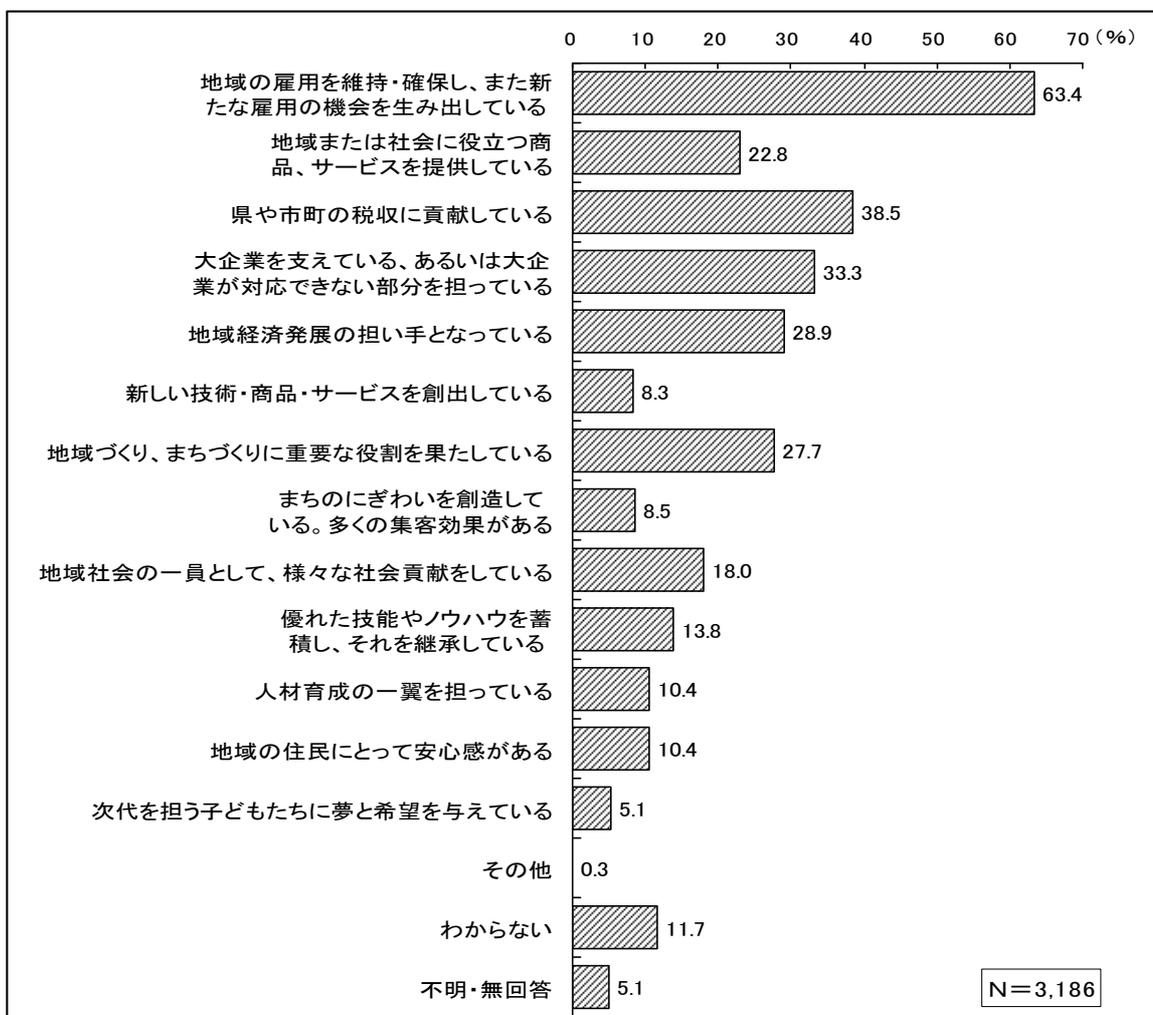
(5) 県政世論調査の結果

中小企業の振興に関して、県民の中小企業に対する意識を高める必要があることから、県政世論調査を利用して意見を聞いた結果は次のとおりであった。

調査対象	県内在住の満 20 歳以上の男女個人(外国人を含む) 3,000 人
調査方法	郵送式・無記名方式
調査時期	平成 23 年 6 月 7 日～6 月 30 日
回収状況	有効回収数 1,664 (回収率 55.5%)

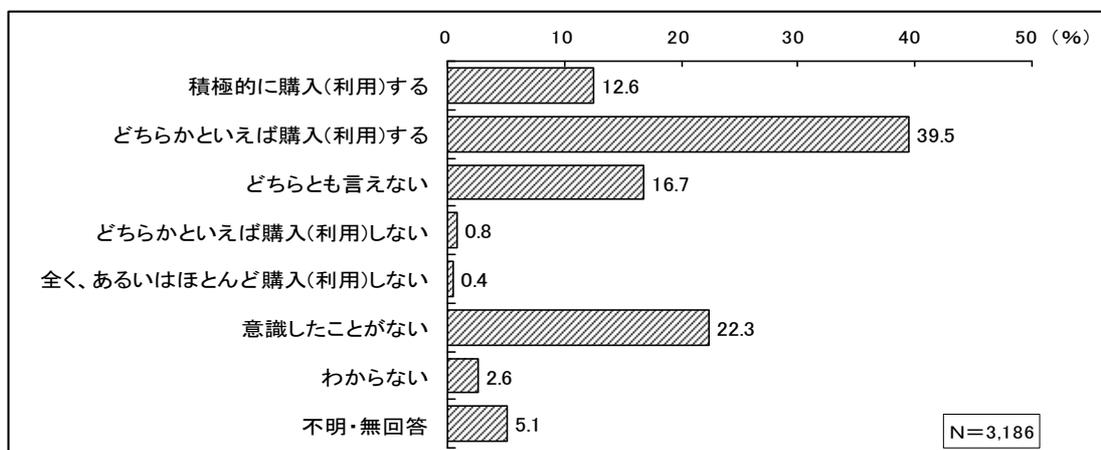
ア 中小企業の担う役割

県内の中小企業が担っている役割は、「地域の雇用を維持・確保し、また新たな雇用の機会を生み出している」が 63.4%と最も高く、次いで「県や市町の税収に貢献している」、「大企業を支えている、あるいは大企業が対応できない部分を担っている」の順となっている。



イ 県内生産品やサービスの購入・利用

県内で製造・加工された物品あるいは県内で販売されているもの、または県内で提供されるサービスを意識して購入(利用)するかどうかについては、「積極的に購入(利用)する」と「どちらかといえば購入(利用)する」を併せて52.1%となっている一方、「意識したことがない」という回答も22.3%あった。



3 中小企業振興の基本的な考え方

中小企業基本法第3条の基本理念において、中小企業は、「多様な事業の分野において特色ある事業活動を行い、多様な就業の機会を提供し、(中略)我が国の経済の基盤を形成しているもの」と位置付け、「地域における経済の活性化を促進する等我が国経済の活力の維持及び強化に果たすべき重要な使命を有する」とその役割が求められている。

また、平成22年6月28日に閣議決定された中小企業憲章の基本理念では、中小企業は、「経済や暮らしを支え、牽引する」ものとし、「社会の主役として地域社会と住民生活に貢献し、伝統技能や文化の継承に重要な機能を果たす」とされている。さらに、「難局の克服への展開が求められるこのような時代にこそ、これまで以上に意欲を持って努力と創意工夫を重ねることに高い価値を置かなければならない。中小企業は、その大いなる担い手である。」とされている。

現在、中小企業を取り巻く社会・経済の状況は、人口減少や少子高齢化により、国内需要が減少し、生産活動を支える労働力も小さくなるとともに、ライフスタイルや意識の変化により、企業活動や購買行動も時代とともに変化が生じている。

さらに、海外情勢に目を向けると、アジア等の新興国の台頭により、海外市場の拡大が見込まれる一方、急激な円高等により、コストダウンや拠点の海外への移転による空洞化が懸念されるとともに、海外からますます安価な製品やサービスが流入してくることが予想される。

また、昨年の東日本大震災は、サプライチェーンの寸断など中小企業の経営に様々な影響を及ぼしたことなど、中小企業を取り巻く経済環境はなお不透明である。

このような厳しい経済状況の中にあっても、本県の中小企業は、生産や消費活動、雇用や地域づくりなど、地域の社会・経済に重要な役割を担っていることから、中小企業が活性化することにより、地域でヒト・モノ・カネ・情報の循環が期待される。

こうしたことから、本県の中小企業振興は、中小企業基本法や中小企業憲章の基本理念をもとに、地域社会の主役としての中小企業の自主的・自立的な経営を尊重しつつ、中小企業者が本県経済の持続的な発展の原動力となり、地域経済に貢献する企業として成長するとともに、それを関係者が支えることにより、足腰の強い本県経済の実現を目指すものである。

このため、次のような滋賀県の中小企業振興の基本的な考え方のもと、取組を進める必要がある。

滋賀県の中小企業振興の基本的な考え方

(1) 中小企業に対する認識

中小企業振興は、中小企業が地域経済・社会の担い手として重要な役割を果たし、県民の暮らしを支えていることを認識し、関連する施策を総合的に推進すること。

(2) 中小企業に対する姿勢

中小企業振興は、中小企業者の行う自主的な努力、創意工夫および創造的な活動を尊重し、自立的な経営や相互の連携を促進するよう進めること。

(3) 小規模零細事業者に対する配慮

中小企業振興は、経営基盤の弱い個人や家族経営などの小規模零細事業者が県内企業の大多数を占めるという実態を踏まえ、経営規模や経営形態に十分配慮して推進されること。

(4) 中小企業に期待される役割

中小企業振興は、中小企業者が、それぞれに持つ力を発揮し、健全な事業展開を図ることで、地域経済の活性化や雇用の創出に貢献するとともに、環境との調和や人権尊重、仕事と生活の調和など社会に求められる課題に積極的に取り組むよう配慮すること。

(5) 中小企業を支える関係者の責務、役割

中小企業振興は、県はもとより、市町、国、広域連合、中小企業者を支援する団体、中小企業者が組織する団体、大企業、金融機関、大学等教育・研究機関、その他関係者および県民がそれぞれの立場で取り組むとともに、相互に連携・協力することが求められること。

(6) 本県の特徴を活かした取組

中小企業振興は、これまで築かれてきた琵琶湖の環境保全をはじめとした環境への取組や「モノづくり県」としての産業集積の特色、さらに「三方よし」に代表される近江商人の精神がこれからも適切に引き継がれるなど、本県が有する豊かな資源を活かした産業活動が一層推進されること。

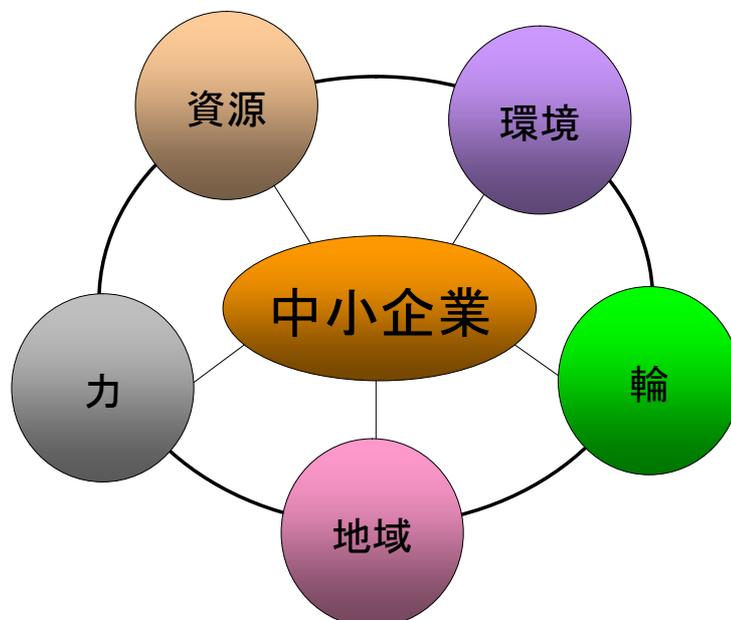
4 基本的施策

(1) 中小企業振興のための視点

中小企業振興に当たっては、中小企業の「強み」を伸ばすような取組や、「弱み」を克服するような取組が求められる。

そこで、中小企業の「強み」を次の5つの視点で捉え、それに対応する施策に取り組むことが必要である。

- 「資源」 …経営者や技術者、顧客といった人的資源、技術や設備などの経営資源、自然的歴史的資源、資金、知的財産など。
- 「環境」 …経済、社会環境、国内外の経営を取り巻く環境、自然環境、その他様々な条件など。
- 「力」 …経営力、技術力、ブランド力、企画力、販売力など。
- 「輪(和)」 …ネットワーク、組織、連携、調和など。
- 「地域」 …コミュニティ、地域づくり・まちづくり、関連産業の集積、世間よし、社会貢献など。



中小企業振興のための施策の基本的な方向を考えていくに当たっては、この5つの視点を基本に、施策構築をしていくことが求められる。この5つの視点から考えられる施策の基本的な方向は、次のとおりである。



(2) 施策の基本的な方向

(i) 人財の確保および育成

ア 課題

- ・ 有効求人倍率が全国を下回り、雇用環境が非常に厳しい。一方で、中小企業では、必要な人材の確保が困難で定着も難しい。
- ・ ニートやフリーターが増加しているなど若者の職業意識の醸成が必要となっている。
- ・ 少子高齢化の進行に伴い労働力人口の減少による影響が懸念される。
- ・ 人財の確保が難しくなることで、技術や技能の継承が困難となっている。
- ・ モノづくりを担う技能を有する人材や海外取引に関する人材などが必要となっている。

イ 施策の基本的な方向

- 若年者の雇用を促進するため、職業相談や求人情報の提供、就職に結びつく職業訓練の紹介などを充実する。
- 望ましい勤労観・職業観を育成するため、職場体験や地域産業と高等学校との連携によるインターンシップ等の就業体験などにより、学校生活の早期の段階からのキャリア教育を推進する。
- 県内の高等学校および大学の卒業生の県内中小企業への就職を図るため、求人ニーズの開拓を行うとともに、中小企業の情報を適時適切に提供できるよう工夫する。
- 中高年齢者、女性、障害者および外国人など、働く意欲のあるすべての人たちに就業機会を提供するため、職業能力開発の実施、就職の支援を行い、安定的、継続的な雇用をする。
- 職場における人材の定着を図るため、働く環境の改善やワーク・ライフ・バランスの推進により、安定した雇用を促進する。
- 県内産業を担う人材を育成するため、技術・技能の承継の支援や優秀な技能者を表彰すること等により、企業における能力開発の主体的な取組を促進する。
- モノづくり基盤技術などに関し専門性の高い人材や国際ビジネスに対応できる人材などを養成するため、大学等高等教育機関における人材の育成を推進する。

(ii)経営の安定および経営基盤の強化

ア 課題

- ・ 景気の悪化等により、資金調達が困難で、事業継続や新たな事業展開ができない。
- ・ 中小企業の経営において、金融や労働、税務等に支援が必要な企業がある。
- ・ 経営が悪化している企業においても、雇用の維持や技術の継承など、企業を存続させる必要がある。
- ・ 経営者が高齢化しており、事業を承継する人材がない。
- ・ 変化する市場や環境に対応していく必要がある。
- ・ 商工会議所、商工会等商工団体への加入が減少している。

イ 施策の基本的な方向

- 円滑な資金を供給するため、制度融資の充実など、金融の円滑化を図る。
- 中小企業の事業展開の状況や発展段階に応じた適切な支援を図るため、地域の中小企業支援機関による情報提供、相談・助言、専門家の派遣など総合的な支援体制等の充実により、企業の経営の安定や基盤の強化を図る。
- 企業再生を図る必要のある地域の中核的な中小企業に対し、財務基盤の強化や事業見直しを行うことにより、事業を継続させ、地域経済の安定を図る。
- 後継者不足による廃業に伴い、雇用や技術の喪失を防ぐため、相談対応や専門家派遣などにより、円滑な事業承継を支援する
- 新たな事業活動への取組を支援することにより経営の革新を図り、経営の安定化および向上を図る。
- 商工会、商工会議所等は身近な中小企業支援機関であることから、その体制や機能の強化を通じて、経営指導・経営支援の充実を図る。

(iii)創業および新商品・新事業創出の促進

ア 課題

- ・ 近年、廃業率が開業率を上回り、事業所数が減少傾向にある。
- ・ 新たに創業や新事業展開をする場合に、資金調達をはじめ、場所やノウハウ、マーケティング、人材確保など様々な問題を抱えている。

イ 施策の基本的な方向

- IT系企業や研究開発型企业等の育成を図るため、SOHOやテクノファクトリー等のインキュベーション施設における成長段階に応じた多面的な支援による創業および新事業展開を促進する。
- 厳しい経営環境に対応していくため、専門家等による指導・助言や資金繰

り支援等による創業環境の整備を図る。

- 中小企業支援機関や大学などと連携し、セミナーの開催などにより起業意欲のある人材の養成を図る。

(iv)交流・協働による連携の推進

ア 課題

- ・ 中小企業は専門的な人材をはじめ、資金や技術など経営資源が限られ、新分野への進出が難しい。
- ・ 企業の存続には技術革新への対応が求められる
- ・ 大学等の知的資源があまり活用されていない。

イ 施策の基本的な方向

- 中小企業が単独では解決できない課題を克服するため、新製品の開発や技術力の向上など、産学官金民それぞれが持つ機能の有機的な連携を促進する。
- 大学等の人材や知的財産を広く活用するため、共同研究等により、技術や研究成果等の産業界への移転・活用を促進する。
- 県や中小企業支援機関のコーディネート機能を強化することにより、異業種の交流を通じて、医工連携や農商工連携の事業活動を促進する。

(v)モノづくり産業の持続的な発展

ア 課題

- ・ 本県の特徴であるモノづくりに関して、技術・開発力を向上させることが必要であり、また製品の販路拡大についても支援が求められている。
- ・ 産業振興戦略プランでも今後成長が見込まれる分野として掲げている「環境」や「医療・健康」に関する取組が求められている。
- ・ 円高による県内産業の海外移転等、空洞化が懸念されている。
- ・ 外需の影響を受けにくい企業の立地が望まれている。
- ・ 道路等交通網の整備が遅れている。
- ・ 本県の地場産業は、生活様式の変化や低価格輸入品との競合で厳しい経営状況にあり、感性価値の創造に向けた取組が求められている。

イ 施策の基本的な方向

- 本県の築き上げてきたモノづくりの土壌をさらに強固なものとするため、公設試験研究機関における相談指導や試験研究、知的財産の創造・保護・活用等により、製品・技術開発力の向上や販路拡大を推進する。
- モノづくり産業の持続的な発展のために、環境関連産業や水環境ビジネス

スの振興、バイオ産業や医工連携の推進による産業集積の促進を図る。

- 県内企業の海外等への流出防止のために、県内工場や研究開発拠点への増産・増設支援とともに、高付加価値型企業や内需型企業等の新規立地の誘導により、地域経済の活性化を図る。
- 交通網の優位性を活かした経済発展の向上を図るため、道路等の交通基盤の整備等を進める。
- 地域資源を活かし、地域経済の基盤となってきた地場産業の振興を図るため、伝統産業ブランドの魅力発信等によるブランド力の向上を促進する。

(vi)商業・クリエイティブ産業の振興、商店街の活性化

ア 課題

- ・ モノづくり産業に加え、これからの新たな産業の柱が必要となっている。
- ・ 人口の減少や少子高齢化といった市場の縮小への対応が迫られている。
- ・ 大規模小売店舗の進出や後継者不足などにより、商店街が衰退している。
- ・ 商店街への加入が減少していることに加え、ナショナルチェーンの小売商業施設の設置者の協力が得られない。
- ・ 従来商店街が担っていた身近で買い物ができるところが減少し、高齢者等の買い物弱者に対する対応が求められている。
- ・ 商店街は、地域づくりと一体となった取組が求められる。

イ 施策の基本的な方向

- 新たな産業分野として、知的産業の育む潜在力を活かした創造力とデザイン力による新しい商品・サービスを創出するため、クリエイティブ産業の集積を推進するとともに、関連企業の振興を図る。
- 集客を図るため、個店の振興に合わせ、立地する商店の組織化の促進により、にぎわいの創出や利便性の向上、中心市街地の活性化等地域づくりと連携した取組を行い、商業・商店街の振興を推進する。
- 買い物弱者をつくらないために、商店街や個店に対して福祉対策としての宅配サービスなどの対策を施すなど、時代のニーズにあった商店・商店街づくりを促進する。

(vii)観光関連産業の振興

ア 課題

- ・ 滋賀県は知名度が低く、地域資源認知度も低く、イメージが希薄な県である。
- ・ 本県は宿泊観光客が少ない。
- ・ 地域の観光資源が活用しきれていない。
- ・ 海外からの観光客が少ない。

イ 施策の基本的な方向

- 観光資源の発掘やその魅力の磨き上げを通じて、本県観光の個性化を図るとともに、滋賀の観光ブランドとして発信することで本県のイメージアップに取り組む。
- 滋賀の豊かな文化財をはじめ、本県の有するあらゆる資源を観光資源として活用することにより、ニューツーリズム（滋賀ならではの資源を活かした体験型・交流型観光）の創出を図る。
- 「モノづくり県」である本県の企業等と連携した産業観光の推進を図る。
- 県内はもとより国内外、特に東アジアに向けた観光資源の発信により、国内外からの来訪を一層促進する。

(viii)様々な分野における産業振興

ア 課題

- ・ 中小企業振興の視点から、農業などの第1次産業、健康福祉産業などのサービス業や、運輸業、建設業などの振興を図る取組が求められている。

イ 施策の基本的な方向

- 農林水産業などの一次産業と商工業が連携する農商工連携など、産業分野を超えた連携を図る。
- 医療、健康、福祉、介護といった分野での創業支援や人材育成などを実施することにより、それぞれの分野の振興を図る。
- 地域の建設業が、災害対応やインフラの維持管理等の地域社会の維持に不可欠な役割を果たしていることを踏まえ、建設企業の健全な育成および安定的な経営を図る。
- 様々な分野の産業活動を促進するため、経営指導や組織化支援、組織育成を図るなど、各業界に応じた振興策の展開を図る。

(ix)海外販路の拡大

ア 課題

- ・ 円高等の中小企業を取り巻く経済環境が大変厳しい状態である。
- ・ 東南アジア諸国等海外における市場の拡大が見込まれ、この市場での販路の拡大などが求められている。
- ・ 海外取引に関して対応のできる人材育成が求められている。

イ 施策の基本的な方向

- 貿易等に関する相談窓口の充実やセミナー等の開催、現地ビジネス情報やニーズの収集・提供により、中小企業の海外販路の拡大の取組を推進する。
- 県内企業の成長に向けて、海外経済交流員の活用などにより、本県経済・産業に係るPRや海外での展示商談会による販路の拡大を図る。
- 海外への展開を図るため、語学をはじめ海外取引に関して対応のできる人材の育成を図る。

(x)受注機会の確保(増大)

ア 課題

- ・ 県の財政が非常に厳しいことにより、官公需の発注額が減少している状況にある。
- ・ 中小企業が開発した新商品等の販路拡大に課題を抱えている。
- ・ 入札に当たっての地元企業に対する配慮が求められている。

イ 施策の基本的な方向

- 県等の調達する物品および公共工事等の発注に当たっては、県内中小企業者が供給する製品等に対する需要の増進を図る。
- 公共工事における県内下請・県内材料調達をはじめ、リサイクル認定製品や新商品生産による新事業開拓者認定商品の県産品利用の促進を図る。
- 県内大手企業や大手工場に対し、県内中小企業からの優れた製品・部品の調達や工事の発注等の要請に努める。
- 中小企業の製品やサービスを優先して購入するため、県の入札制度や発注基準の見直し等を進める。

5 関係主体の役割

中小企業の振興に当たっては、中小企業者をはじめ県や関係者がそれぞれに適切な役割を果たすことが求められる。

(1) 中小企業者の努力

- ◇ 自主的に経営の安定・向上および経営基盤の強化に努めること。
- ◇ 環境との調和、良好な雇用環境の整備、地域社会への貢献、安全な安心な製品やサービス等の供給に努めること。
- ◇ 中小企業は、仕入や消費を行う主体でもあり、県内の中小企業からの調達などに努めること。
- ◇ 商工会、商工会議所、商店街などの中小企業に関係する団体への加入等に努め、その団体が行う地域づくり等の活動に協力すること。

(2) 県の責務

- ◇ 中小企業振興の視点に立った施策や事業を推進すること。
- ◇ 中小企業振興に関する施策を総合的、計画的に推進すること。
- ◇ 中小企業や中小企業を支援する団体等に対し、情報提供や助言、助成など必要な支援を行うこと。
- ◇ 市町が行う中小企業の振興のための施策に対し、情報の提供および助言その他必要な協力ならびに支援を行うこと。
- ◇ 中小企業の振興に関する施策を効果的に推進するために、国、広域連合、市町、中小企業者、中小企業に関係する団体、大企業者、金融機関、大学等教育・研究機関および県民と協力・連携すること。
- ◇ 県民への中小企業の情報提供を行うこと。
- ◇ 中小企業への学生の就職促進を図ること。
- ◇ 県内中小企業の製品やサービスを積極的に購入し利用すること。
- ◇ 中小企業者の負担の軽減を図るよう事務事業の見直しを図ること。

(3) 市町の役割

- ◇ 住民に一番身近な市町が、地域づくりやまちづくりの視点も含め、県をはじめ関係主体と協力、連携して中小企業振興の取組を進めること。

(4) 中小企業に関する団体の役割

- ◇ 中小企業を支援する団体および中小企業で組織する団体など中小企業に関する団体は、中小企業の経営の安定・向上および改善に積極的に取り組むこと。
- ◇ 雇用をはじめ中小企業者に準じた機能を有する団体についても、その役割を認識し、経営の改善に取り組むこと。
- ◇ 県および他の関係する機関・団体等と協力、連携して効果的な支援をすること。

(5) 大企業者の役割

- ◇ 地域の中小企業および地域社会との連携を図ること。
- ◇ 商工会、商工会議所、商店街などの地域の中小企業に関する団体に加入し、活動に協力するよう努めること。
- ◇ 県内中小企業への発注等に配慮すること。
- ◇ 中小企業の振興に関する施策に協力するよう努めること。

(6) 金融機関の役割

- ◇ 中小企業の資金需要に対し適切かつ積極的な金融仲介機能の促進に努めること。
- ◇ 中小企業者の経営努力を積極的に支援すること。
 - 《参考》金融庁「中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針」
 - コンサルティング機能の発揮
 - 地域の面的再生への積極的な参画
 - 地域や利用者に対する積極的な情報発信

(7) 大学等教育・研究機関の役割

- ◇ 企業ニーズに応じた人材の育成に努めること。
- ◇ 知的資源を活用し中小企業に対する研究開発の支援および成果の普及に努めること。
- ◇ 地域づくり、まちづくりに参画するよう努めること。
- ◇ 学生の中小企業への就職に配慮すること。

(8) 県民の理解と協力

- ◇ 中小企業の振興が地域経済の健全な発展および県民生活の向上に寄与することに関心と理解を深めること。
- ◇ 中小企業者が製造、販売、提供する商品やサービス等を自ら進んで消費、利用するように努めること。

6 推進にあたって

(1) 中小企業の振興のための条例

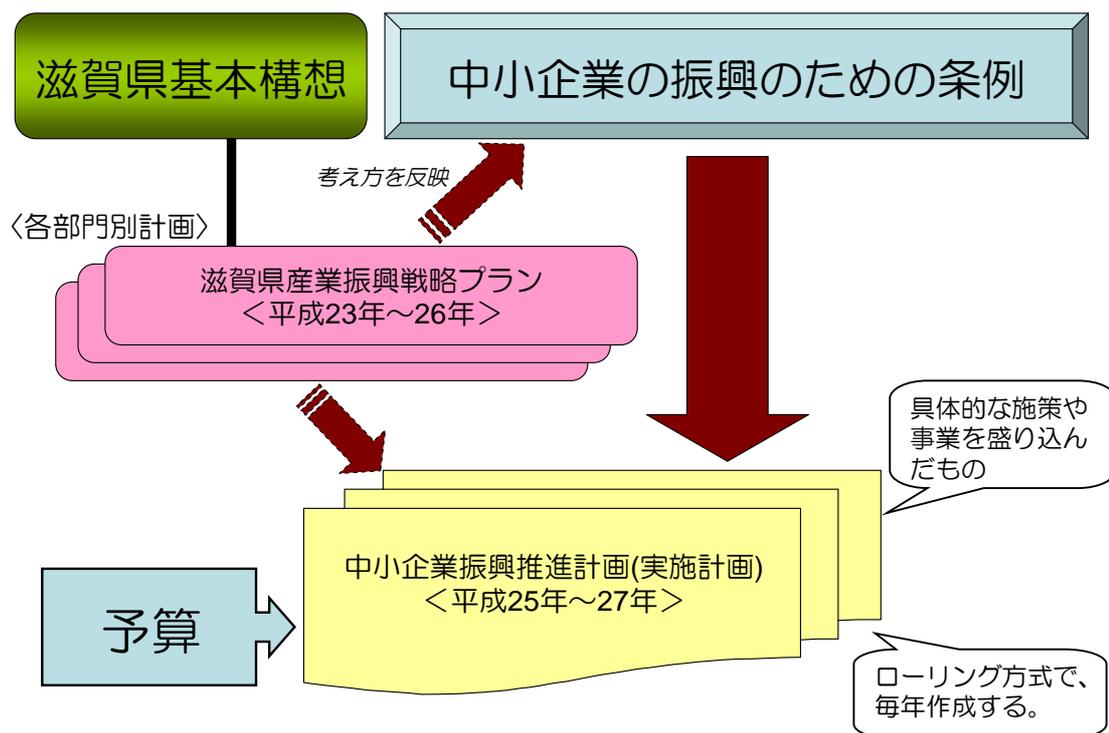
中小企業振興を強力に推進するための根拠として、県において条例を制定し、実効性の高い取組を進める必要がある。

条例においては、本県の中小企業振興のための関係者の役割、基本的な施策、実施計画の策定、推進体制等を定めるものとする。

(2) 実施計画の策定

実施計画は、3年程度の期間を目標とし、この計画を毎年ローリングをすることにより、予算の裏付けを持つ具体性の高いものとして、機動性のあるタイムリーな事業展開を図ることができるアクションプランとする。

この計画には、平成23年3月に策定した「滋賀県産業振興戦略プラン」の戦略に位置付けられた中小企業向けの施策を踏まえ、事業展開を図ることとする。



(3) 推進体制

県の施策の実施に当たっては、部局間の連携を一層進めるとともに、商工観光労働部の現場対応力を強化し、中小企業者の声を施策に適切に反映するよう努めること。

(4) 県施策における中小企業者の意見の反映

中小企業に関する施策の立案や推進に当たっては、中小企業者等の意見を聴き、施策に反映する仕組みを検討すること。

(5) 検証・公表

中小企業振興に関する施策の実施状況を検証し、その検証結果を公表するとともに、その結果を今後の施策に適切に活かしていくように努めること。

(6) 調査・研究

中小企業の経営状況や中小企業をとりまく経済や環境の実態を的確に把握するため、分析力を高めるとともに、国や大学等研究機関と連携するなど、必要な調査・研究に取り組み、その成果を中小企業者をはじめ広く情報提供に努めること。

(7) 税財政上の措置

中小企業振興に関する施策を推進するために、必要な財政上の措置を講ずるとともに、中小企業の経営に配慮した税制上の措置を検討すること。