厚生・産業常任委員会資料３－１
平成 29 年（2017 年）10 月３日
商工観光労働部商工政策課

滋賀県経済・産業の状況のモニタリング結果について

１　「滋賀県産業振興ビジョン」におけるモニタリングの位置づけ

・　「滋賀県産業振興ビジョン」（平成 27 年３月策定）では、「本ビジョンが目指す姿の実現に向け、毎年度、有識者等の意見を聴きながら、滋賀県の経済・産業の動向について、量的（客観的）および質的（主観的）の両面からモニタリングを行い、その状況を把握・分析すること」としており、このたび平成 28 年度の把握・分析を行いました。

２　経緯

・　平成 27 年１月～３月　モニタリングの指標等について滋賀県立大学と共同研究を実施
・　平成 27 年７月～９月　モニタリングの指標、県民意識調査の手法等について滋賀県立大学と共同研究を実施
・　平成 27 年 10 月～３月　企業訪問実施
・　平成 27 年 11 月～３月　県民意識調査実施、結果とりまとめ
・　平成 28 年４月～９月　モニタリング指標の把握・分析、有識者意見聴取
・　平成 28 年 10 月　平成 27 年度分の公表
・　平成 28 年 10 月～３月　企業訪問実施
・　平成 28 年 11 月～２月　県政モニターによるアンケート調査実施、結果とりまとめ
・　平成 29 年４月～９月　モニタリング指標の把握・分析、有識者意見聴取
・　平成 29 年 10 月　平成 28 年度分の公表

３　モニタリングに当たっての基本的な考え方

（１）全体的な考え方

「目指す姿」に沿って、「①企業の稼ぐ力」、「②働く力」、「③ブランド力」、「④循環力」、「⑤創る力」および①～⑤を横断する「⑥横断的姿」に分類し、それぞれの視点についてモニタリングを行う。また、モニタリングは、量的（客観的）側面および質的（主観的）側面を組み合わせて行う。

（２）量的（客観的）側面からのモニタリング指標

①原則として、アウトカム（成果）指標とする。
②直近のデータとして、当該年または前年のデータが採用できる指標とする。
③全国（国との比較）・時系列での比較ができる指標とする。

（３）質的（主観的）側面からのモニタリング指標

量的（客観的）側面からのモニタリングで捉えきれない質的（主観的）側面からのモニタリング指標について、県民意識調査・県政モニターによるアンケート調査や部内職員による企業訪問（ヒアリング）を活用して行う。

４　滋賀県経済・産業の状況のモニタリング結果

別紙のとおり

厚生・産業常任委員会資料３－２
平成２９年（２０１７年）１０月３日
商工観光労働部商工政策課

滋賀県経済・産業の状況のモニタリング結果について

「滋賀県産業振興ビジョン」（平成27年３月策定）では、「本ビジョンが目指す姿の実現に向け、毎年度、有識者等の意見を聴きながら、滋賀県の経済・産業の動向について、量的（客観的）および質的（主観的）の両面からモニタリングを行い、その状況を把握・分析すること」としており、このたび、平成28年度の把握・分析を行いましたので公表します。

モニタリングに当たっての考え方

１　全体的な考え方

「目指す姿」に沿って、「①企業の稼ぐ力」、「②働く力」、「③ブランド力」、「④循環力」、「⑤創る力」および①～⑤を横断する「⑥横断的姿」に分類し、それぞれモニタリングを行う。また、モニタリングは、量的（客観的）側面および質的（主観的）側面を組み合わせて行う。

２　量的（客観的）側面からのモニタリング指標

①原則として、アウトカム（成果）指標とする。

②直近のデータとして、当該年または前年のデータが採用できる指標とする。

③全国（国との比較）・時系列での比較ができる指標とする。

※　「滋賀県産業振興ビジョン」（平成27年３月策定）の策定前（平成26年度）を基準年として設定し、平成24年度から平成28年度（５年分）の指標値を時系列で比較する。

※　表中、「変化率」は平成27年度（平成27年）から平成28年度（平成28年）に対しての変化の伸び率を％で示したもの。同様に、「方向」は、前年に対しての変化を「↑」（改善）、「→」（横ばい）、「↓」（悪化）で示したもの。

３　質的（主観的）側面からのモニタリング指標

量的（客観的）側面からのモニタリングで捉えきれない質的（主観的）側面からのモニタリング指標について、県民意識調査・県政モニターによるアンケート調査や部内職員による企業訪問（ヒアリング）を活用して行う。

①企業の稼ぐ力（1）【量的（客観的）側面】

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	変化率	方向
製造品出荷額等（県）　単位：億円	62,912	64,352	68,139	73,718	（集計中）	—	-
製造品出荷額等（国）　単位：億円	2,815,983	2,920,921	3,051,400	3,131,286	（集計中）	—	-
製造業付加価値額（県）　単位：億円	22,598	23,039	22,788	24,091	（集計中）	—	-
製造業付加価値額（国）　単位：億円	850,320	901,488	922,889	980,280	（集計中）	—	-
鉱工業生産指数（県）　※1	101.1	103.4	100.6	100.8	101.5	0.7	↑
鉱工業生産指数（国）　※1	97.8	97.0	99.0	97.8	97.6	-0.2	↓
サービス産業の売上額（県）単位：億円	20,772	21,381	21,983	（調査予定）		—	-
サービス産業の売上額（国）単位：億円	2,806,620	2,877,758	2,924,513	（調査予定）		—	-
工場立地件数（県）	32	24	27	28	17	-39.3%	↓
輸出額（県）　単位：億円	7,004	6,726	7,053	6,035	（調査予定）	—	

※1　鉱工業生産指数の変化率は、ポイント表記。

①企業の稼ぐ力（2）【モニタリング結果】

【量的（客観的）側面】

○ 製造品出荷額等（県）は、平成26年から平成27年にかけて増加。

○ 製造業付加価値額（県）は、平成26年から平成27年にかけて増加。

○ 鉱工業生産指数(県）は、平成27年から平成28年にかけて増加。

○ 工場立地件数(県）は、平成27年から平成28年にかけて減少。

○ 輸出額(県）は、平成26年から平成27年にかけて減少。

【質的（主観的）側面（企業訪問によるヒアリング：業況）】

○ 東アジア地域において需要は拡大を続けている。

○ リーマンショックから平成27年くらいまでは市場として成長していたが、平成28年から低調。また、この5、6年潤沢な利益は得られていない状況。

○ 医療機器業界は、社会の高齢化や新興国（特に中国・インドを中心としたアジア）の発展に伴い、世界的にみても需要が増えてきている。

【まとめ】

○ 製造品出荷額等について、国および県ともに増加。

○ 製造業付加価値額は、国においては順調に増加しており、県においても平成26年に減少したが、平成27年にかけて増加。

○ 鉱工業生産指数は、国および県ともに平成24年から平成28年にかけてほぼ横ばい。

○ 平成28年においては、東アジア地域において需要が拡大している、医療機器の世界的な需要の増加があるとする企業がある一方で、市場が低調となっている企業もある。

②働く力（1）【量的（客観的）側面】

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	変化率	方向
月間現金給与総額（県） 単位：円	336,054	338,872	339,861	356,154	362,267	1.7%	↑
月間現金給与総額（国） 単位：円	356,649	357,977	363,338	357,949	361,593	1.0%	↑
有効求人倍率（県） ※2 ※3	0.68	0.85	0.98	1.08	1.20	0.12	↑
有効求人倍率（国） ※2 ※3	0.82	0.97	1.11	1.23	1.39	0.16	↑
完全失業率（県） ※3	4.0	3.1	3.1	2.2	2.5	0.30	↓
完全失業率（国） ※3	4.3	4.0	3.6	3.4	3.1	−0.30	↑
管理職者に占める女性の割合（県） ※3 ※4	12.5	13.3	13.1	14.4	16.5	2.10	↑
障害者法定雇用率達成企業の割合（県） ※3 ※4	54.7	51.8	54.9	59.1	58.8	−0.30	↓
障害者法定雇用率達成企業の割合（国） ※3 ※4	46.8	42.7	44.7	47.2	48.8	1.60	↑
ワーク・ライフ・バランス推進企業登録数（県） ※4	641	668	695	763	835	9.4%	↑
女性活躍推進企業認証制度認証企業数（県） ※4				22	132	500.0%	↑

※2 有効求人倍率は、年度。
※3 有効求人倍率、完全失業率、管理職者に占める女性の割合および障害者法定雇用率達成企業の割合の変化率は、ポイント表記。
※4 管理職者に占める女性の割合は毎年6月30日現在、障害者法定雇用率達成企業の割合は毎年6月1日現在、ワーク・ライフ・バランス推進企業登録数および女性活躍推進企業認証制度認証企業数は毎年3月31日現在（平成24年の数字は平成25年3月31日現在。以下同様）。

②働く力（2）【質的（主観的）側面】

1		平成27年度	平成28年度
自分の仕事にやりがいや充実感を感じている。	そう思う	12.1%	19.4%
	ややそう思う	27.8%	37.5%
	どちらとも言えない	27.7%	16.2%
	あまりそう思わない	12.7%	16.2%
	そう思わない	8.6%	10.6%
	無回答	11.1%	

2		平成27年度	平成28年度
仕事と生活のバランスが取れている。	そう思う	6.8%	15.3%
	ややそう思う	26.0%	32.1%
	どちらとも言えない	28.1%	20.0%
	あまりそう思わない	17.5%	22.8%
	そう思わない	10.3%	9.8%
	無回答	11.3%	

3		平成27年度	平成28年度
仕事をはじめ社会的な生活を営む上で、自分の技術や能力などが発揮できている。	そう思う	6.9%	17.2%
	ややそう思う	27.4%	31.6%
	どちらとも言えない	29.2%	22.3%
	あまりそう思わない	16.4%	18.1%
	そう思わない	9.1%	10.7%
	無回答	11.0%	

4		平成27年度	平成28年度
仕事をはじめ社会的な生活を通じて、自分の技術や能力などが高まっている。	そう思う	5.4%	11.9%
	ややそう思う	24.7%	31.7%
	どちらとも言えない	32.4%	25.7%
	あまりそう思わない	16.7%	22.9%
	そう思わない	9.9%	7.8%
	無回答	10.9%	

※ 平成27年度は県民意識調査（アンケート調査、平成28年1月に実施、N＝1,643）、平成28年度は県政モニターによるアンケート調査（平成28年11月に実施、N=331）の結果による。（以下、同様。）

②働く力（3）【質的（主観的）側面】

5		平成27年度	平成28年度
仕事や就業に役立てるための学びや自己啓発を行っている。	そう思う	5.7%	22.2%
	ややそう思う	22.3%	32.4%
	どちらとも言えない	29.5%	19.9%
	あまりそう思わない	18.3%	17.1%
	そう思わない	13.5%	8.3%
	無回答	10.8%	

6		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町では、働く意欲がある人たちの雇用が確保されている。	そう思う	1.2%	3.3%
	ややそう思う	6.9%	14.5%
	どちらとも言えない	42.7%	49.8%
	あまりそう思わない	27.3%	21.8%
	そう思わない	13.0%	10.6%
	無回答	8.9%	

7		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町では、年齢や性別にかかわりなく、働きやすい環境が整っている。	そう思う	0.9%	1.8%
	ややそう思う	7.0%	12.4%
	どちらとも言えない	41.5%	44.1%
	あまりそう思わない	27.3%	30.8%
	そう思わない	14.4%	10.9%
	無回答	8.9%	

②働く力（4）【モニタリング結果】

【量的（客観的）側面】

○ 月間現金給与総額(県)は、平成27年から平成28年にかけて増加。

○ 有効求人倍率(県)は、平成27年度から平成28年度にかけて改善。

○ 管理職者に占める女性の割合(県)は、平成27年から平成28年にかけて上昇。

○ 障害者法定雇用率達成企業の割合(県)は、平成27年から平成28年にかけて低下。

【質的（主観的）側面（県民意識調査、県政モニターによるアンケート調査）】

○ 「自分の仕事にやりがいや充実感を感じている」人の割合(「そう思う」「ややそう思う」の合計)は、平成27年度約40%、平成28年度約57%。

○ 「仕事をはじめ社会的な生活を営む上で、自分の技術や能力などが発揮できている」と感じている人の割合(「そう思う」「ややそう思う」の合計)は、平成27年度約35%、平成28年度約49%。

○ 「働く意欲がある人たちの雇用が確保されている」と感じている人の割合(「そう思う」「ややそう思う」の合計)は、平成27年度約9%、平成28年度約18%。

○ 「年齢や性別にかかわりなく、働きやすい環境が整っている」と感じている人の割合(「そう思う」「ややそう思う」の合計)は、平成27年度約8%、平成28年度約15%。

【まとめ】

○ 月間現金給与総額は、国はほぼ横ばいであるが、県は平成24年以降増加。

○ 有効求人倍率は、県および国ともに平成24年から平成28年にかけて改善。

○ 「働く意欲がある人たちの雇用が確保されている」「年齢や性別にかかわりなく働きやすい環境が整っている」と感じている人の割合はそれぞれ20%に満たない。

③ブランド力（1）【量的（客観的）側面】

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	変化率	方向
地場産業の生産額（県）　単位：百万円	93,057	95,668	105,163	（集計中）		―	―
信楽陶器の生産額（県）　単位：百万円	3,850	3,786	3,450	3,491	3,472	−0.5%	↓
地域産業資源（県）　単位：数　※5	243	254	262	269	301	11.9%	↑
延べ観光入込客数（県）　単位：万人 ※5	4,419	4,523	4,633	4,794	5,078	5.9%	↑
観光入込客数（黒壁ガラス館）　単位：万人	173	164	183	168	（集計中）	―	―
観光入込客数（ラコリーナ近江八幡）単位：万人				162	（集計中）	―	―
観光入込客数（多賀大社）　単位：万人	160	164	162	161	（集計中）	―	―
宿泊者数（県）　単位：万人	296	321	333	383	376	−1.8%	↓
都道府県の魅力度ランキング（民間）単位：順位　※5	37	36	39	41	33	−	↑

※5　地域産業資源は、毎年6月頃指定。延べ観光入込客数（県）の平成28年の数値は速報値。都道府県の魅力度ランキングは、毎年9月頃公表。

③ブランド力（2）【質的（主観的）側面】

8		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町に誇りや愛着を感じる。	そう思う	14.4%	25.4%
	ややそう思う	38.9%	42.6%
	どちらとも言えない	28.2%	18.4%
	あまりそう思わない	10.5%	9.1%
	そう思わない	5.9%	4.5%
	無回答	2.1%	

9		平成27年度	平成28年度
県内の自然・歴史・文化的なスポットを訪れている。	そう思う	10.4%	26.0%
	ややそう思う	32.8%	49.8%
	どちらとも言えない	25.7%	9.7%
	あまりそう思わない	19.1%	8.5%
	そう思わない	9.6%	6.0%
	無回答	2.4%	

10		平成27年度	平成28年度
県内の自然・歴史・文化的なスポットについて、県外の人にその良さを広めている。	そう思う	5.0%	16.6%
	ややそう思う	17.8%	34.1%
	どちらとも言えない	33.0%	18.4%
	あまりそう思わない	25.7%	19.0%
	そう思わない	15.8%	11.8%
	無回答	2.7%	

③ブランド力（3）【質的（主観的）側面】

11		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町には、自慢したい地域の「宝」（自然資源、歴史・文化資源、伝統産業など）がある。	そう思う	11.9%	32.3%
	ややそう思う	32.7%	36.3%
	どちらとも言えない	29.7%	17.5%
	あまりそう思わない	15.6%	8.5%
	そう思わない	7.9%	5.4%
	無回答	2.2%	

12		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町では、これらの「宝」やスポットが産業振興に活かされている。	そう思う	2.2%	8.5%
	ややそう思う	17.2%	25.4%
	どちらとも言えない	36.0%	33.5%
	あまりそう思わない	27.7%	22.1%
	そう思わない	14.5%	10.6%
	無回答	2.4%	

13		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町では、観光などの訪問客が増えている。	そう思う	5.1%	7.6%
	ややそう思う	18.8%	25.7%
	どちらとも言えない	32.4%	38.1%
	あまりそう思わない	25.0%	20.2%
	そう思わない	16.3%	8.5%
	無回答	2.5%	

14		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町では、訪問客を受入れる体制が整っている。	そう思う	1.8%	3.3%
	ややそう思う	10.8%	17.2%
	どちらとも言えない	38.8%	38.7%
	あまりそう思わない	28.8%	29.9%
	そう思わない	17.3%	10.9%
	無回答	2.4%	

③ブランド力（4）【モニタリング結果】

【量的（客観的）側面】

○ 地域産業資源(県)は、平成27年6月から平成28年6月にかけて増加。

○ 延べ観光入込客数(県)は、平成27年から平成28年にかけて増加。

○ 宿泊者数(県)は、平成27年から平成28年にかけて減少。

○ 都道府県の魅力度ランキングは、平成27年から平成28年にかけて順位が上昇。

【質的（主観的）側面（県民意識調査、県政モニターによるアンケート調査）】

○ 「お住まいの市・町に誇りや愛着を感じる」人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約54%、平成28年度約68%。

○ 「「宝」（自然資源、歴史・文化資源、伝統産業など）やスポットが産業振興に活かされている」と感じている人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約20%、平成28年度約34%。

○ 「訪問客を受け入れる体制が整っている」と感じている人の割合（「そう思う」「やや思う」の合計）は、平成27年度約13%、平成28年度約21%。

【まとめ】

○ 地場産業の生産額(県)は、平成24年から平成26年にかけて増加しており、地域産業資源(県)も平成24年以降増加。

○ 延べ観光入込客数(県)は、平成24年から平成28年にかけて増加。

○ 「自慢したい地域の「宝」がある」と感じている人の割合は約69%であるが、「「宝」やスポットが産業振興に活かされている」と感じている人の割合は約34%となっている。

④循環力（1）【量的（客観的）側面】

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	変化率	方向
開業率（県）	4.00%	3.90%	4.40%	4.50%	4.30%	−4.4%	↓
開業率（国）	4.50%	4.60%	4.80%	4.90%	5.20%	6.1%	↑
廃業率（県）	3.80%	3.90%	4.20%	3.90%	4.90%	25.6%	↓
廃業率（国）	3.90%	3.80%	4.00%	3.70%	3.80%	2.7%	↓

（以下、参考値）

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	変化率	方向
商店数（小売業・卸売業）（県）	13,520		13,669			—	—
商店数（小売業・卸売業）（国）	1,405,021		1,407,235			—	—
年間販売額（小売業・卸売業）（県） 単位：億円	21,650		23,339			—	—
年間販売額（小売業・卸売業）（国） 単位：億円	4,803,328		4,788,284			—	—
商店数（飲食店）（県）	3,393		3,417			—	—
商店数（飲食店）（国）	390,510		386,610			—	—

④循環力(2) 【質的(主観的)側面】

15		平成27年度	平成28年度
食品や日用品の購入は、地元の商店街やスーパーを利用している。	そう思う	55.4%	58.0%
	ややそう思う	27.1%	28.1%
	どちらとも言えない	8.6%	6.6%
	あまりそう思わない	5.5%	3.9%
	そう思わない	2.1%	3.3%
	無回答	1.2%	

16		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町や県内でとれたものを意識して買っている。	そう思う	16.3%	22.7%
	ややそう思う	28.1%	41.4%
	どちらとも言えない	32.5%	18.7%
	あまりそう思わない	14.7%	10.9%
	そう思わない	7.4%	6.3%
	無回答	1.0%	

17		平成27年度	平成28年度
遊びやレクリエーションは、主にお住まいの市・町内で行っている。	そう思う	6.6%	9.7%
	ややそう思う	16.6%	25.1%
	どちらとも言えない	32.7%	29.9%
	あまりそう思わない	25.0%	21.8%
	そう思わない	17.8%	13.6%
	無回答	1.3%	

18		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町の駅前や商店街には活気がある。	そう思う	2.2%	3.6%
	ややそう思う	8.2%	15.1%
	どちらとも言えない	22.2%	16.9%
	あまりそう思わない	32.7%	30.8%
	そう思わない	33.7%	33.5%
	無回答	1.0%	

④循環力（3）【質的（主観的）側面】

19		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町には、学びや自己啓発を行うことができる場所が充実している。	そう思う	1.5%	3.6%
	ややそう思う	9.1%	16.0%
	どちらとも言えない	34.5%	33.8%
	あまりそう思わない	34.0%	26.0%
	そう思わない	19.5%	20.5%
	無回答	1.4%	

20		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町には、地元の産品を取り扱ったり、介護や子育てなど地域の課題を解決してくれる企業が充実している。	そう思う	1.0%	0.9%
	ややそう思う	8.6%	16.6%
	どちらとも言えない	34.3%	34.4%
	あまりそう思わない	35.2%	31.4%
	そう思わない	19.5%	16.6%
	無回答	1.3%	

④循環力（4）【モニタリング結果】

【量的（客観的）側面】

○ 開業率(県)は、平成27年から平成28年にかけて低下。

【質的（主観的）側面（県民意識調査、県政モニターによるアンケート調査）】

○ 「食品や日用品の購入は、地元の商店街やスーパーを利用している」人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約83％、平成28年度約87％。

○ 「駅前や商店街には活気がある」と感じている人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約11％、平成28年度約19％。

○ 「地元の産品を取り扱ったり、介護や子育てなど地域の課題を解決してくれる企業が充実している」と感じている人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約10％、平成28年度約18％。

【質的（主観的）側面（企業訪問によるヒアリング：県内での企業間取引の現状）】

○ 県内企業で取引できることは県内企業で行い、そこから関西、国内へ広げていくことを考えている。

○ 取引は、県内企業のことも考えるが、全体最適化を念頭にサプライチェーンを行っている。

○ 県内企業の育成のため、県内企業を優先した県発注方針が出ていることはありがたい。

【まとめ】

○ 開業率は、国は平成24年から平成28年にかけて上昇しているが、県は平成24年以降低下と上昇を繰り返しており、ほぼ横ばい。

○ 「駅前や商店街には活気がある」「地元の産品を取り扱ったり、介護や子育てなど地域の課題を解決してくれる企業が充実している」と感じている人の割合はそれぞれ20％に満たない。

⑤創る力（1）【量的（客観的）側面】

	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	変化率	方向
しが新事業応援ファンド採択件数（県）	34	42	39	47	52	10.6%	↑
地域中小企業応援ファンド採択件数（国）	2,007	1,927	1,917	2,476	（集計中）	―	―
特許出願件数（県）※6	924	961	1,095	958	1,037	8.2%	↑
特許出願件数（国）※6	287,013	271,731	265,959	258,839	260,244	0.5%	↑
公設試の利用件数（県）	30,106	29,816	31,115	29,490	31,147	5.6%	↑
経営革新計画の承認件数（県）	30	39	33	22	39	77.3%	↑
経営革新計画の承認件数（国）	3,276	3,321	3,561	4,107	5,157	25.6%	↑

※6　特許出願件数は、暦年。

⑤創る力(2) 【質的(主観的)側面】

21		平成27年度	平成28年度
あなたご自身やお勤め先には、新しい事業や新しい商品・サービスのアイデアがある。	そう思う	1.3%	3.9%
	ややそう思う	7.1%	19.6%
	どちらとも言えない	37.7%	32.3%
	あまりそう思わない	33.0%	25.7%
	そう思わない	19.5%	18.4%
	無回答	1.5%	

22		平成27年度	平成28年度
お住まいの市・町では、新しい事業を始めたり、新しい商品・サービスを生みやすい環境が整っている。	そう思う	0.7%	2.1%
	ややそう思う	5.5%	11.5%
	どちらとも言えない	37.3%	41.7%
	あまりそう思わない	33.5%	26.9%
	そう思わない	21.6%	17.8%
	無回答	1.5%	

⑤創る力（3）【モニタリング結果】

【量的（客観的）側面】

○ しが新事業応援ファンド採択件数（県）は、平成27年度から平成28年度にかけて増加。

○ 特許出願件数（県）は、平成27年から平成28年にかけて増加。

○ 公設試の利用件数（県）は、平成27年度から平成28年度にかけて増加。

【質的（主観的）側面（県民意識調査、県政モニターによるアンケート調査）】

○ 「新しい事業や新しい商品・サービスのアイデアがある」と感じている人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約9%、平成28年度約24%。

○ 「新しい事業を始めたり、新しい商品・サービスを生みやすい環境が整っている」と感じている人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約7%、平成28年度約14%。

【質的（主観的）側面（企業訪問によるヒアリング：イノベーションへの取組）】

○ イノベーションを起すプロセス、基盤づくり（風土）が重要である。

○ IoTに関する取組はこれからである。クラウドも活用していきたい。

○ オープンイノベーションをさらに推進し、大学などの研究機関と中小企業の産学連携体制を強化して欲しい。

【まとめ】

○ 特許出願件数は、平成27年から平成28年にかけて国の伸びを上回って県は増加。

○ 「新しい事業や新しい商品・サービスのアイデアがある」「新しい事業を始めたり、新しい商品・サービスを生みやすい環境が整っている」と感じている人の割合はそれぞれ25%に満たない。

⑥横断的姿（1）【量的（客観的）側面】

	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	変化率	方向
県内総生産（実質）（県）　単位：兆円　※7	6.32	6.51	6.47	6.41	6.69	4.4%	↑
国内総生産（実質）（国）　単位：兆円	499.63	512.65	510.30	516.79	523.47	1.3%	↑
企業倒産件数（県）　※8	107	85	115	84	86	2.4%	↓
企業倒産件数（国）　※8	12,124	10,855	9,731	8,812	8,446	−4.2%	↑
個人県民税（県）　単位：億円	499	523	528	534	521	−2.4%	↓
個人道府県民税（国）　単位：億円	46,817	49,880	51,025	51,717	（集計中）	—	—
法人県民税・法人事業税（県）　単位：億円	317	343	398	413	466	12.8%	↑
法人道府県民税・法人事業税（国）単位：億円	31,857	35,142	39,793	43,530	（集計中）	—	—

（以下、参考値）

	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	変化率	方向
事業所数（民営）（県）	58,057		58,507		57,005	—	—
事業所数（民営）（国）	5,768,489		5,779,072		5,622,238	—	—
従業者数（民営）（県）　単位：千人	591		604		607	—	—
従業者数（民営）（国）　単位：千人	55,837		57,427		57,439	—	—

※7　平成27・28年度県内総生産（実質）（県）の数値は、県が集計中のため、一般財団法人アジア太平洋研究所の予測を使用。
※8　企業倒産件数は、暦年。

⑥横断的姿(2) 【質的(主観的)側面】

23		平成27年度	平成28年度
1年前と比べて、自分の世帯の暮らし向きは良くなってきた。	そう思う	4.2%	1.8%
	ややそう思う	10.6%	10.3%
	どちらとも言えない	40.0%	43.5%
	あまりそう思わない	26.7%	26.3%
	そう思わない	17.8%	18.1%
	無回答	0.7%	

24		平成27年度	平成28年度
現在の自分の世帯の暮らし向きは良い。	そう思う	8.3%	6.6%
	ややそう思う	24.3%	22.7%
	どちらとも言えない	35.7%	36.0%
	あまりそう思わない	19.7%	22.4%
	そう思わない	11.1%	12.4%
	無回答	0.8%	

25		平成27年度	平成28年度
1年後の自分の世帯の暮らし向きは、現在に比べて良くなりそう。	そう思う	3.2%	1.8%
	ややそう思う	9.6%	7.3%
	どちらとも言えない	38.9%	45.2%
	あまりそう思わない	30.2%	27.0%
	そう思わない	17.1%	18.8%
	無回答	1.0%	

⑥横断的姿（3）【モニタリング結果】

【量的（客観的）側面】

○ 県内総生産は、平成27年度から平成28年度にかけて増加。

○ 企業倒産件数(県)は、平成27年から平成28年にかけてほぼ横ばい。

○ 法人県民税・法人事業税は、平成27年度から平成28年度にかけて増加。

【質的（主観的）側面（県民意識調査、県政モニターによるアンケート調査）】

○ 「1年前と比べて、自分の世帯の暮らし向きは良くなってきた」と感じている人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約15%、平成28年度約13%。

○ 「現在の自分の世帯の暮らし向きは良い」と感じている人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約33%、平成28年度約30%。

○ 「1年後の自分の世帯の暮らし向きは、現在に比べて良くなりそう」と感じている人の割合（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は、平成27年度約13%、平成28年度約10%。

【まとめ】

○ 県内総生産は、平成24年度から平成27年度にかけてほぼ横ばい、平成28年度は増加。国内総生産は増加傾向。

○ 企業倒産件数は、国は平成24年度から平成28年度にかけて減少しているが、県は平成24年度以降減少と増加を繰り返しており、ほぼ横ばい。

○ 法人道府県民税・法人事業税は、国および県ともに増加。

○ 「現在の自分の世帯の暮らし向きは良い」と感じている人の割合は約30%であるが、「1年後の自分の世帯の暮らし向きは、現在に比べて良くなりそう」と感じている人の割合は約10%。

(参考1)ビジョンが目指す姿

本ビジョンでは、10年後の姿として、以下の姿を見据え、その過程において、その時々の経済・社会情勢の変化等に柔軟に対応しながら、計画的に産業振興施策を進めていくこととします。

○ これまでの産業集積を基盤にした「新たな成長産業の創出」により、環境と両立した、日本を支えるたくましい経済が創造されています。→「①企業の稼ぐ力」として把握

○ 独自技術や競争力のある商品・サービスを生み出す「挑戦する企業の活躍」により、地域経済の活性化、雇用の維持・拡大が図られています。→「②働く力」として把握

○ 琵琶湖をはじめとする豊かな地域資源や特性が活かされ、「世界に通用するブランド価値の発信」により、滋賀のステータスが向上しています。→「③ブランド力」として把握

○ 地域の課題や日々の暮らしに根ざした「地域貢献企業の集積」により、地域を支え、地域が潤う循環型経済が確立しています。→「④循環力」として把握

○ 多様な主体の連携の中から生み出される「イノベーションの連続」により、新たな価値が創造され、国内外の需要に迅速かつ柔軟に対応できるビジネスモデルが次々と展開されています。→「⑤創る力」として把握

（参考2）モニタリングの全体像

①企業の稼ぐ力		②働く力		③ブランド力		④循環力		⑤創る力		⑥横断的姿（①～⑤を横断）	
これまでの産業集積を基盤にした「新たな成長産業の創出」により、環境と両立した、日本を支えるたくましい経済が創造されています。		独自技術や競争力のある商品・サービスを生み出す「挑戦する企業の活躍」により、地域経済の活性化、雇用の維持・拡大が図られています。		琵琶湖をはじめとする豊かな地域資源や特性が活かされ、「世界に通用するブランド価値の発信」により、滋賀のステータスが向上しています。		地域の課題や日々の暮らしに根ざした「地域貢献企業の集積」により、地域を支え、地域が潤う循環型経済が確立しています。		多様な主体の連携の中から生み出される「イノベーションの連続」により、新たな価値が創造され、国内外の需要に迅速かつ柔軟に対応できるビジネスモデルが次々と展開されています。			
指標名	出典	指標名	出典	指標名	出典	指標名	出典	指標名	出典	指標名	出典
製造品出荷額等	県・国：工業統計調査	月間現金給与総額	県・国：毎月勤労統計調査	地場産業の生産額（信楽陶器の生産額含む。）	県：滋賀県の商工業	開業率・廃業率	国：雇用保険事業月報・年報	ファンド採択件数	県・国：県産業支援プラザ調べおよび中小企業基盤整備機構調べ	県内総生産（実質）・国内総生産（実質）	県・国：県民経済計算・一般財団法人アジア太平洋研究所調査および国民経済計算
製造業付加価値額	県・国：工業統計調査	有効求人倍率	県・国：職業安定業務月報	地域産業資源	県：中小企業支援課調べ	（参考）商店数（小売業・卸売業）	県・国：商業統計調査（隔年実施）	特許出願件数	国・県：特許行政年次報告書	企業倒産件数	民間：（株）東京商工リサーチ調べ
鉱工業生産指数	県・国：鉱工業指数	完全失業率	県・国：労働力調査	延べ観光入込客数（黒壁ガラス館、ラ・コリーナ近江八幡、多賀大社含む。）	県：観光入込客統計調査	（参考）年間販売額（小売業・卸売業）	県・国：商業統計調査（隔年実施）	公設試の利用件数	県：滋賀県の商工業	個人道府県民税、法人道府県民税・法人事業税	県・：税政課調べ 国：総務省調べ
サービス産業の売上額	県・国：サービス産業動向調査　拡大調査	管理職者に占める女性の割合	県：労働条件実態調査	宿泊者数	県：観光入込客統計調査	（参考）商店数（飲食店）	県・国：経済センサス調査（隔年実施）	経営革新計画の承認件数	県・国：県産業支援プラザ調べおよび国調べ	（参考）事業所数	県・国：経済センサス調査（隔年実施）
工場立地件数	県：工場立地動向調査	障害者法定雇用率達成企業の割合	県・国：障害者雇用の集計結果	都道府県の魅力度ランキング	民間：地域ブランド調査	食品や日用品の購入は、地元の商店街やスーパーを利用している	県民意識調査・県政モニターによるアンケート調査	新しい事業や新しい商品・サービスのアイデアがある	県民意識調査・県政モニターによるアンケート調査	（参考）従業者数	県・国：経済センサス調査（隔年実施）
輸出額	県：貿易実態調査	ワーク・ライフ・バランス推進企業登録数	県：労働雇用政策課調べ	お住まいの市・町に誇りや愛着を感じる	県民意識調査・県政モニターによるアンケート調査	お住まいの市・町や県内でとれたものを意識して買っている		お住まいの市・町では、新しい事業を始めたり、新しい商品・サービスを生みやすい環境が整っている		1年前と比べて、自分の世帯の暮らし向きは良くなってきた	
業況	企業訪問によるヒアリング	女性活躍推進企業認証制度認証企業数	県：女性活躍推進課調べ	県内の自然・歴史・文化的なスポットを訪れている		遊びやレクリエーションは、主にお住まいの市・町内で行っている		イノベーションへの取組	企業訪問によるヒアリング	現在の自分の世帯の暮らし向きは良い	
		自分の仕事にやりがいや充実感を感じている		県内の自然・歴史・文化的なスポットについて、県外の人にその良さを広めている		お住まいの市・町の駅前や商店街には活気がある				1年後の自分の世帯の暮らし向きは、現在に比べて良くなりそう	
		仕事と生活のバランスが取れている		お住まいの市・町には、自慢したい地域の「宝」（自然資源、歴史・文化資源、伝統産業など）がある		お住まいの市・町には、学びや自己啓発を行うことができる場所が充実している					
		仕事をはじめ社会的な生活を営む上で、自分の技術や能力などが発揮できている		お住まいの市・町では、これらの「宝」やスポットが産業振興に活かされている		お住まいの市・町には、地元の産品を取り扱ったり、介護や子育てなど地域の課題を解決してくれる企業が充実している					
		仕事をはじめ社会的な生活を通じて、自分の技術や能力などが高まっている	県民意識調査・県政モニターによるアンケート調査	お住まいの市・町では、観光などの訪問客が増えている		県内での企業間取引の現状	企業訪問によるヒアリング				
		仕事や就業に役立てるための学びや自己啓発を行っている		お住まいの市・町では、訪問客を受入れる体制が整っている							
		お住まいの市・町では、働く意欲がある人たちの雇用が確保されている									
		お住まいの市・町では、年齢や性別にかかわりなく働きやすい環境が整っている									