

秋田県中小企業振興条例（仮称）

第 条の規定に基づく指針

秋田を支える中小企業の振興に向けた指針（仮称）

素 案

平成 2 5 年 1 2 月

秋 田 県

<< 目 次 >>

第1章 指針策定の背景・趣旨

- 1 本県経済や県内各産業を取り巻く現状・・・・・・・・・・・・・1
- 2 中小企業の重要性・・・・・・・・・・・・・5
- 3 国の動向・・・・・・・・・・・・・7
- 4 県の対応～「第2期ふるさと秋田元気創造プラン（仮称）」の策定と
「秋田県中小企業振興条例（仮称）」の制定～・・・・・・・・・・・・・9
- 5 指針の実施期間・・・・・・・・・・・・・9

第2章 指針の視点や基本的な施策

- 1 本県及び県内中小企業のSWOT分析・・・・・・・・・・・・・10
- 2 県経済や地域を活性化させるための視点と中小企業振興のための基
本的施策・・・・・・・・・・・・・14
 - （視点1）県内中小企業の全国や海外マーケットにおける販路拡大・・・・・14
 - （視点2）交流人口の拡大等による県内消費の拡大・・・・・・・・・・・・・15
 - （施策1）環境の変化に対応する中小企業の経営基盤の強化・・・・・・・・・・・・・17
 - （施策2）新たな市場開拓へ果敢に挑戦する中小企業の販路拡大等・・・・・19
 - （施策3）「強い」企業への変革を目指す中小企業の競争力強化・・・・・21
 - （施策4）意欲ある中小企業の新たな事業の創出及び創業の促進・・・・・26
 - （施策5）地域の特性に応じた中小企業の事業活動の促進・・・・・・・・・・・・・28
 - （施策6）事業活動を支える人材の育成及び確保等・・・・・・・・・・・・・30

第3章 各分野の現状や課題、目指す姿と具体的施策

- 1 県産業の現状分析と対象分野の抽出・・・・・・・・・・・・・34
- 2 各分野の現状や課題、目指す姿と具体的施策
 - （1）製造業分野・・・・・・・・・・・・・34
 - （2）伝統産業分野・・・・・・・・・・・・・38
 - （3）食品産業分野・・・・・・・・・・・・・41
 - （4）情報関連産業分野・・・・・・・・・・・・・45
 - （5）商業分野・・・・・・・・・・・・・48
 - （6）観光産業分野・・・・・・・・・・・・・52
 - （7）建設業分野・・・・・・・・・・・・・56
 - （8）医療・福祉関連産業分野・・・・・・・・・・・・・59

第4章 指針の推進	63
-----------	----

第5章 参考資料

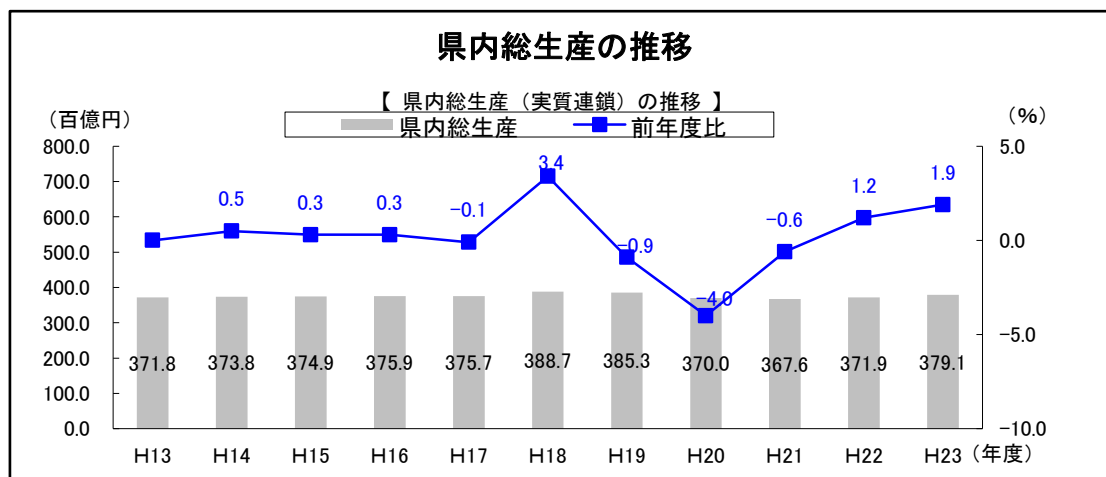
1 中小企業支援に関する県内の主な相談窓口	64
2 条例・指針の策定経過	66
3 中小企業へのアンケート結果概要	67
4 中小企業等に関する統計資料	69

第 1 章 指針策定の背景・趣旨

1 本県経済や県内各産業を取り巻く現状

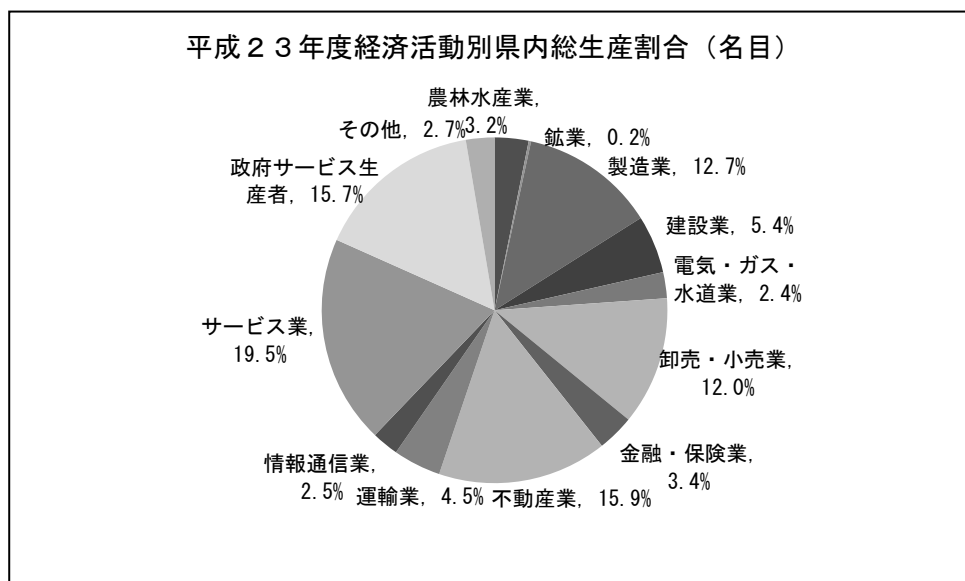
（１）本県の総生産額の推移や総生産額における各産業の構成比

○経済のグローバル化やリーマンショックの影響により、平成 19 年度～平成 20 年度の総生産額は落ち込みましたが、平成 22 年度以降はプラス成長が続いています。

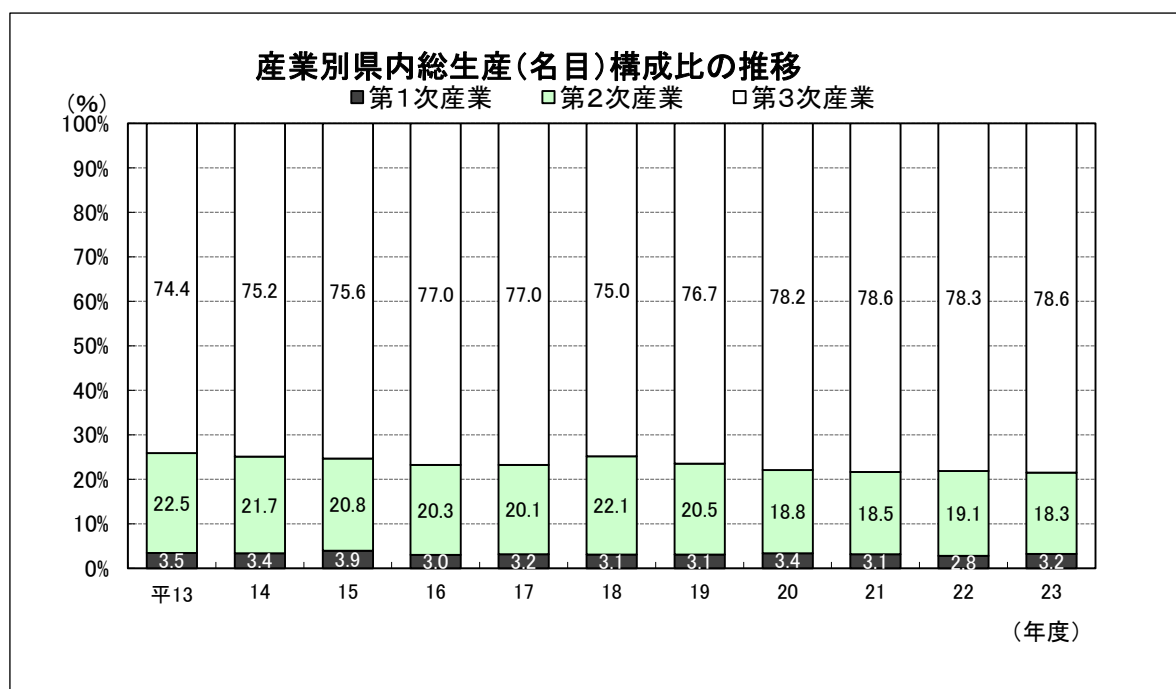


資料：平成 23 年度秋田県県民経済計算（速報）

○平成 23 年度の県内総生産の割合では、サービス業が約 19 %、製造業と卸売・小売業がそれぞれ約 12 %、建設業が約 5 %となっており、また、産業別県内総生産の構成比では、第 2 次産業の割合が下がり第 3 次産業の割合がしだいに高くなっており、サービス経済化の傾向が現れています。



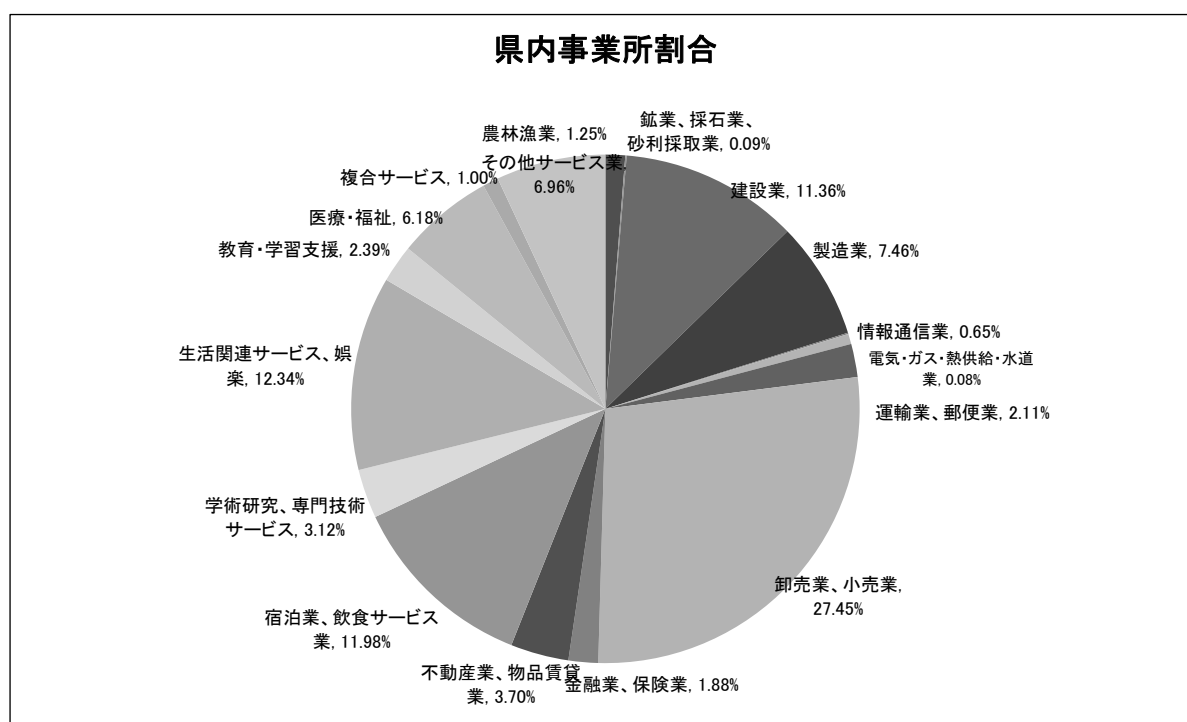
資料：平成 23 年度秋田県県民経済計算（速報）



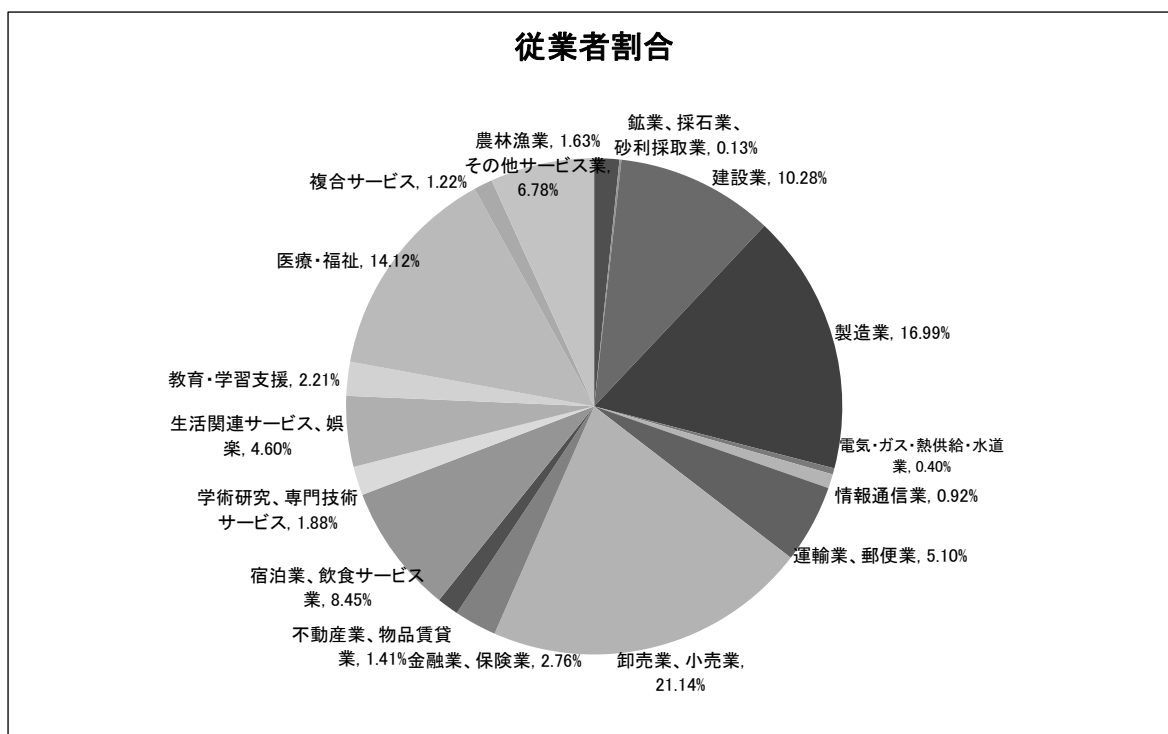
資料：平成 23 年度秋田県県民経済計算（速報）

（２）本県の事業所数・従業者数の業種別割合

- 事業所数、従業者数の割合については、卸売・小売業がそれぞれ約 27%、約 21%と最も多く、次いで製造業（約 7%、約 17%）、建設業（約 11%、約 10%）、宿泊業・飲食サービス業（約 12%、約 8%）、医療・福祉（約 6%、約 14%）となっており、それらの業種で全体の約 6～7 割を占めています。
- 製造業や医療・福祉などの業種では、事業所数に比べ、全体に占める従業者数の割合が他の業種に比較して多く、雇用吸収力があることが分かります。



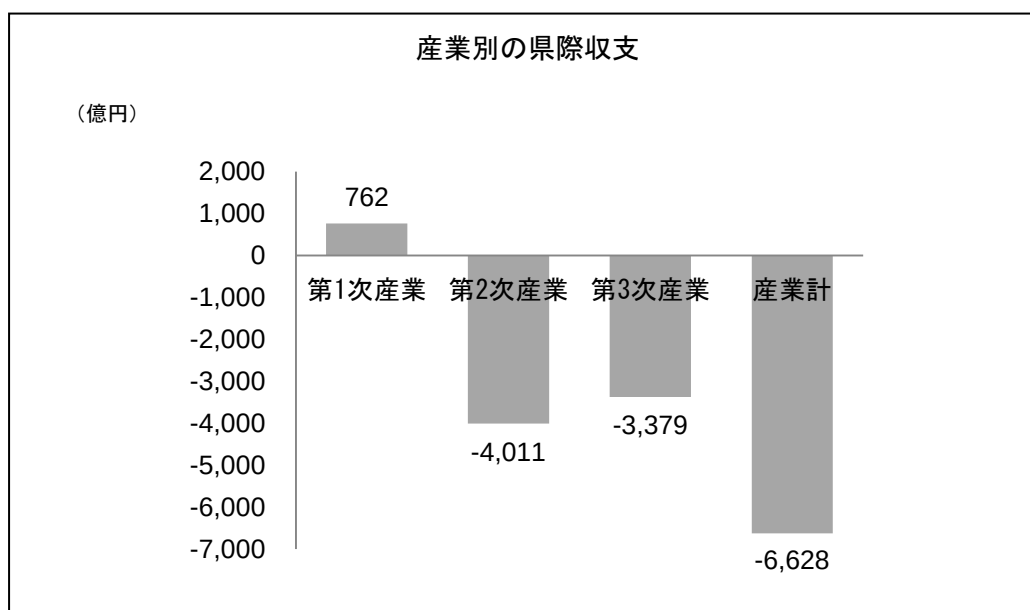
資料：H24 経済センサス活動調査
※公務及び事業内容不詳を除く



資料：H 2 4 経済センサス活動調査
※公務及び事業内容不詳を除く

(3) 県際収支

- 県外から県内への財やサービスの移入及び県内から県外への移出については、秋田県では、移入が移出を上回る状態が続いており、県際収支は移入超過となっています。
- これは、県内の個人や事業所が、自らの需要を県内で生産された財やサービスだけでは賄うことができず、県外で生産された財やサービスを購入していることを示しています。



資料：平成 17 年秋田県産業連関表

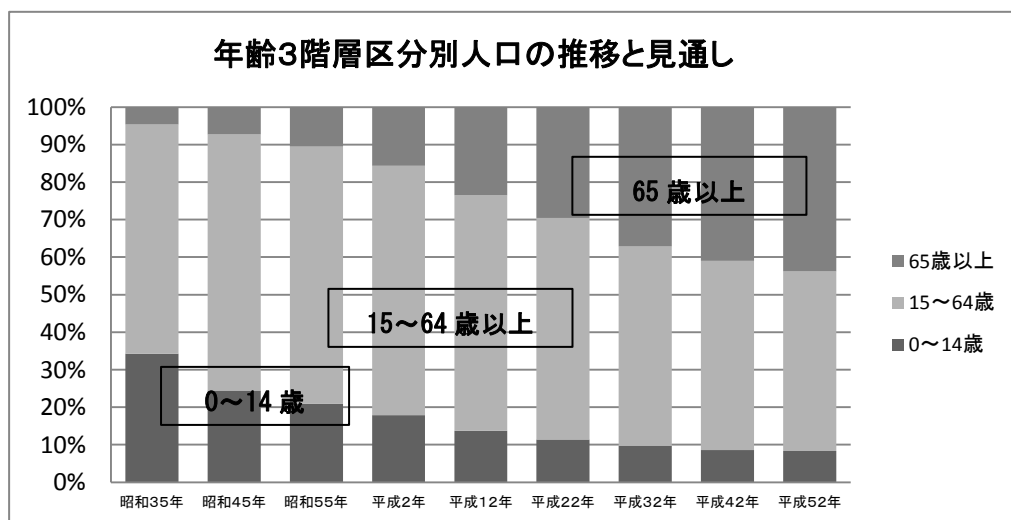
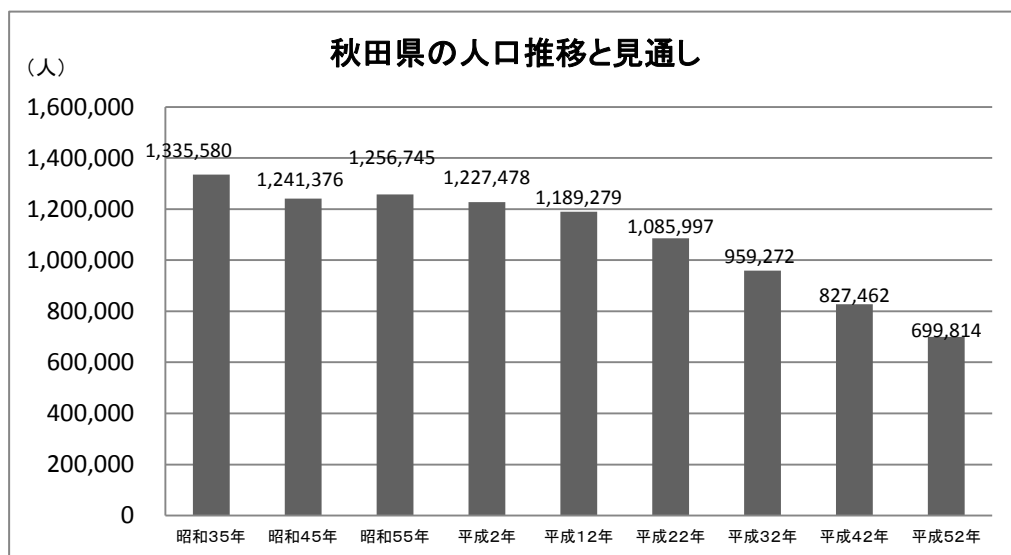
（４）少子高齢化の進行と人口減少

○秋田県の人口は、昭和３１年の１３５万６千人をピークに、昭和５６年以降減少の一途をたどり、全国最大のペースで人口減少が進んでいます。

○国立社会保障・人口問題研究所の推計（平成２５年３月）によると、秋田県の人口は平成３２年までに１００万人を割り込み、平成４２年には８３万人、平成５２年には７０万人を切ると予測されています。

○人口構成については、昭和３５年には全体の６０％以上あった１５～６４歳人口が、平成４２年には約５０％、平成５２年には５０％を割り込み、また、昭和３５年には約５％だった６５歳以上人口が、平成４２年以降には約４０％以上となると予測されています。

○少子高齢化の進行と人口減少により、県内におけるマーケットの縮小や、労働力人口の減少がさらに進むことが予想されます。



資料：秋田県人口の現状と将来

（５）中小企業を取り巻く状況の変化

- 情報通信の飛躍的な発達もあり、経済のグローバル化が急速に進んでおり、県内企業も含め、日本の産業全体が激しい世界的な競争にさらされています。
- 東北電力株式会社の電気料金については、東日本大震災による設備被害と電力需要の減少や、原子力発電所の長期停止による火力発電所の燃料費の大幅増加などにより、平成２５年９月より、規制部門（主に一般家庭や店舗等の５０ｋＷ未満の契約者に適用される電気料金）で平均８．９４％（平均１．９５円／ｋWh）、自由化部門で平均１５．２４％（平均２．１５円／ｋWh）値上げされました。
- 消費税については、平成２５年１０月１日に、平成２６年４月からその税率を８％に引き上げる決定がなされました。
- 企業間競争の激化や電気料金の値上げ、消費増税のほか、原材料価格についても上昇の傾向があり、中小企業を取り巻く状況はますます厳しさを増しています。

２ 中小企業の重要性

（１）中小企業の定義

- 「中小企業基本法」では、概ね下記のいずれかに該当するものを「中小企業者」としています。

（中小企業者）

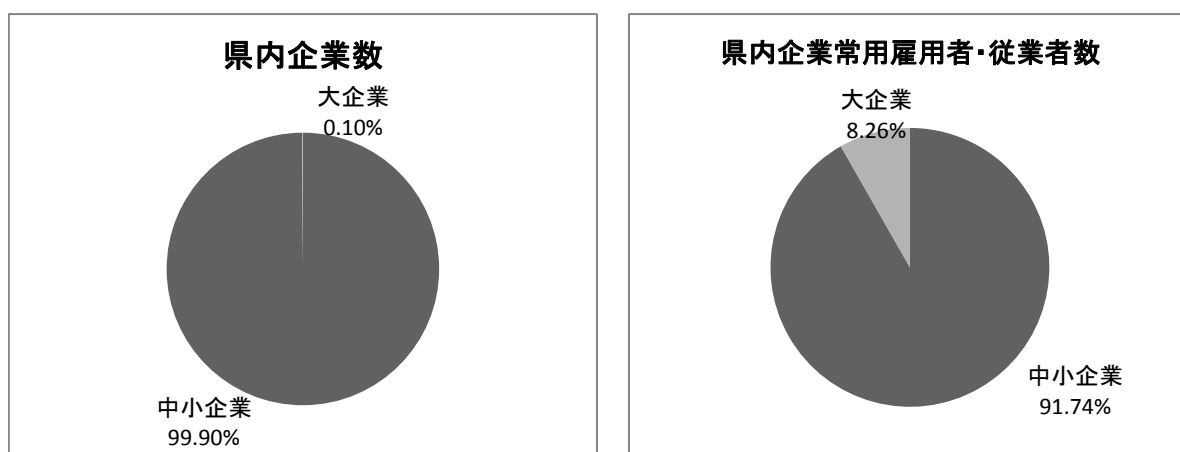
- ①製造業、建設業、運輸業、その他の業種：常時雇用する従業員３００人以下又は資本金３億円以下
- ②卸売業：常時雇用する従業員１００人以下又は資本金１億円以下
- ③サービス業：常時雇用する従業員１００人以下又は資本金５０００万円以下
- ④小売業：常時雇用する従業員５０人以下又は資本金５０００万円以下

※参考（中小企業者のうち小規模企業者について）

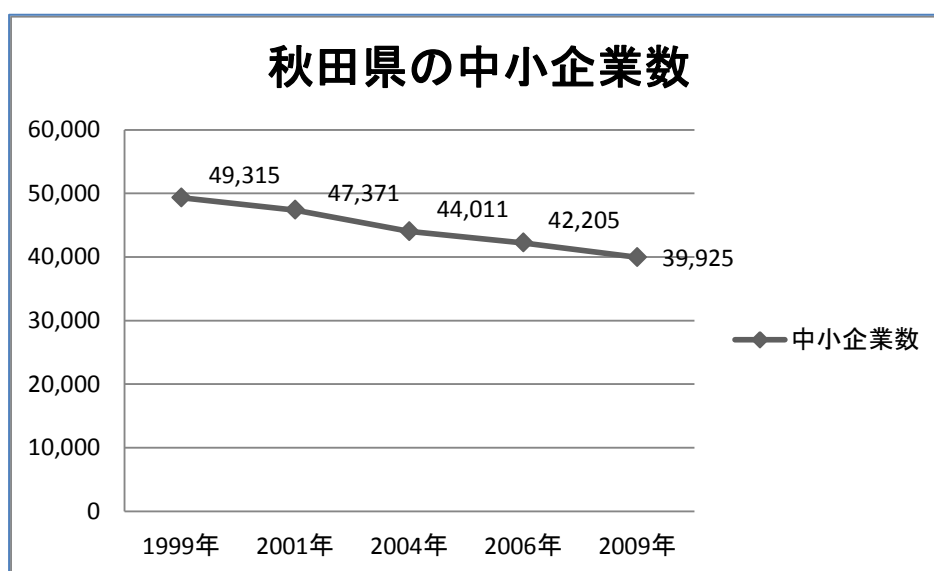
- ①製造業、建設業、運輸業、その他の業種：常時雇用する従業員２０人以下
- ②卸売業、サービス業、小売業：常時雇用する従業員５人以下

（２）県内企業における中小企業数及び従業者数

○秋田県の中小企業数は、県内企業数 39,964 社のうち、99.9% を占める 39,925 社となっており、また、中小企業の常用雇用者・従業者は、全体の約 92% を占めていますが（企業数、常用雇用者・従業者についてはいずれも平成 21 年時点）、県内の中小企業数は、年々減少の傾向にあります。



資料：中小企業白書 2013 年版



資料：中小企業白書

※ 2009 年については「平成 21 年経済センサス基礎調査」の再加工。2006 年以前は「事業所・企業統計調査」の再加工による。

（３）中小企業の雇用や地域活性化において果たす役割

- 県内企業のほとんどを占める中小企業は、各企業の多様な事業活動を通じて、県内経済の発展に大きく貢献しています。
- また、中小企業のうち、小規模企業は県内企業数の約８９％を占めており、その活性化は本県経済の発展のために重要となっています。
- 常用雇用者・従業員の９割以上を支えている中小企業は、本県の雇用の維持・確保に大きな役割を果たすとともに、若者や女性、高齢者に多様な雇用の場を提供するなど、雇用面で重要な役割を担っています。
- さらに、商店街などをはじめとして、中小企業は、地域の防災や防犯に貢献するとともに、祭事や伝統行事などにも積極的に参加するなど、地域に密着した事業活動を行っており、地域にとって中小企業はなくてはならない存在となっています。
- このように中小企業は、地域の経済・雇用・社会に重要な役割を担っており、中小企業の振興は、本県経済や地域の活性化のために極めて重要です。

３ 国の動向

- 「中小企業基本法」においては、「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、我が国の経済の基盤を形成しているもの」と位置付けられており、また、「多数の中小企業者が創意工夫を生かして経営の向上を図るための事業活動を行うことを通じて、新たな産業を創出し、就業の機会を増大させ、市場における競争を促進し、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」、「独立した中小企業者の自主的な努力が助長されることを旨とし、その経営の革新及び創業が促進され、その経営基盤が強化され、並びに経済的社会的環境の変化への適応が円滑化されることにより、その多様で活力ある成長発展が図られなければならない。」と規定されています。
- 平成２２年６月１８日に閣議決定された「中小企業憲章」においては、「中小企業は、経済を牽引する力であり、社会の主役である」、「中小企業は、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」とされています。

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」とされるなど、中小企業の重要性を大きく記しています。
- 最近では、小規模企業の重要性に鑑み、平成２５年９月２０日に「小規模企業活性化法」が施行され、「中小企業基本法」の基本理念に、小規模企業の意義として、「地

域経済の安定と経済社会の発展に寄与」を規定したほか、施策の方針にも「小規模企業の活性化」を明記する等の改正がなされたほか、関連施策についても、その充実が図られています。

- また、中小企業・小規模事業者施策を効果的に実施していくため、「“ちいさな企業”成長本部」を設置し、平成25年6月4日にその行動計画を策定しました。行動計画においては、「中小企業・小規模事業者の成長に向けた4つの具体的な行動」と、「中小企業・小規模事業者施策の効果的な実行に向けた行動」を定め、その実行を宣言しています。

4 県の対応～「第2期ふるさと秋田元気創造プラン（仮称）」の策定と「秋田県中小企業振興条例（仮称）」の制定～

- 県では、社会経済情勢の変化に対応し、秋田の成長を目指す観点から、現行の「ふるさと秋田元気創造プラン」に新たな視点を加え、重点的に推進すべき取組をまとめた新たな県政の運営指針として、「第2期ふるさと秋田元気創造プラン（仮称）」（推進期間：平成26年度から平成29年度までの4年間）の策定を行っています。
- 「第2期ふるさと秋田元気創造プラン（仮称）」の重点戦略のひとつとして、「産業構造の転換に向けた産業・エネルギー戦略」を策定し、中小企業の振興のほか、再生可能エネルギーの導入拡大や企業誘致の推進など、県産業の成長のための戦略を定めることとしています。
- また、併せて、中小企業が本県経済の発展や雇用の確保に極めて重要な役割を担っており、その振興が本県経済の活性化に不可欠であるという観点から、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進し、本県経済の持続的な発展及び県民生活の向上に寄与するため、「秋田県中小企業振興条例（仮称）」（以下「条例」という。）の策定を行っています。
- 条例では、中小企業の振興を県政の重要課題と位置づけ、中小企業者自らの努力を前提に、県民、関係団体、金融機関、研究機関、行政等がオール秋田で意欲の高い中小企業を支えていくことを宣言します。
- 条例には、国内外への販路の拡大、交流人口の拡大等による県内消費の拡大のほか、県内中小企業が時代の変化に対応しながら自ら挑戦し続ける意欲を持つ強い中小企業に成長していくための基本的施策などを定めます。
- 本指針は、条例に実効性を持たせるため、条例に基づき、県が実施すべき具体的な施策の方向性を示すもので、中小企業の振興のために必要な各種施策を取りまとめるほか、国内外のマーケットに販路を拡大する分野、交流人口の増加等を通じて県内消費を拡大する分野、雇用規模が大きく地域の雇用を支えている分野などの観点から、8分野を取り上げ、その具体的な振興策等を定めます。

5 指針の実施期間

- 指針に定める各施策については、「第2期ふるさと秋田元気創造プラン（仮称）」（推進期間：平成26年度から平成29年度までの4年間）の各施策と密接に関わるため、その実施期間は、「第2期ふるさと秋田元気創造プラン（仮称）」と同様に、「平成26年度から平成29年度までの4年間」とします。
- ただし、社会情勢や経済情勢の変化に的確に対応した中小企業振興施策を行うため、実施期間内においても、必要に応じて、施策についての見直しを行います。

第2章 指針の視点や基本的な施策

～県内中小企業の振興と県内経済の活性化のために～

1 本県及び県内中小企業のSWOT分析

○本県及び県内中小企業の強みと弱みと、社会経済環境の変化（機会と脅威）とのSWOT分析を行うことにより、今後取り組むべき有効な施策を分析します。

※SWOT分析：「強み（Strengths）、弱み（Weaknesses）」（内部要因）と「社会経済環境の変化（機会（Opportunities）、脅威（Threats）」（外部環境）との組み合わせから、今後の方向性を明確化する手法

（１）本県及び県内中小企業の強みと社会経済環境の変化の分析、必要な施策

○本県及び県内の中小企業においては、下記のような強みがあると考えられます。

「個々の中小企業の技術力の高さ」、「豊富な資源、多様な農林水産物」、「その多くがまだ未活用であること」、「多様な伝統的工芸品」、「対岸地域に近い立地環境」、「エネルギー等の成長分野に参入する県内企業の増加」、「豊かな自然環境や恵まれた住環境」、「夫の家事関連時間が日本一など子育ての好環境」、「犯罪率等の低さ等の安全安心」、「充実した教育・文化・スポーツ施設等」、「小中学生の高い学力」など

○また、社会経済環境の変化として、下記のような機会があると考えられます。

「消費者ニーズの多様化」、「品質へのこだわりの増大」、「消費者の安全志向・健康志向等の高まり」、「ICTの利活用の拡大」、「経済活動のグローバル化・海外展開の拡大」など

○反面、社会経済環境の変化として、下記のような脅威もあると考えられます。

「少子高齢化の進行」、「県内労働力人口の減少」、「経済のグローバル化による企業間競争の激化」、「電子・デバイス産業等の生産拠点の海外移転」、「製造品出荷額の減少」など

○そういった強みと、機会または脅威とを組み合わせ分析すると、社会経済環境の変化に対応し、強みを活かして中小企業を振興していくためには、次のような支援が必要と考えられます。

○県内中小企業の技術力の高さや本県の豊富な資源、多様な伝統的工艺品、対岸地域に近い立地環境などの強みを活かして、消費者ニーズの多様化や品質へのこだわりの増大、経済活動のグローバル化などの機会をとらえ、または、県内製造品出荷額の減少、企業間競争の激化や生産拠点の海外移転などの脅威に対応していくためには、

- ・「マーケットニーズに合った魅力ある製品・商品の開発や製造」、「国内外における販路の拡大や県内利用の拡大」、「魅力ある商業」などの販路拡大のための取組への支援が必要と考えられます。



必要な施策：「中小企業の新たな市場の開拓への支援」

- ・また、同時に、「製品・商品の高付加価値化や最終製品の開発」、「技術の高度化」、「産学官連携等によるイノベーションの創出」、「優れたデザインの導入」、「知的財産の保護及び活用」などの企業の競争力強化の取組への支援のほか、「多様な地域資源の活用」、「農商工連携等の促進」などの地域の特性を活かした取組への支援が必要と考えられます。



必要な施策：「中小企業の競争力強化への支援」



必要な施策：「地域の特性に応じた中小企業の事業活動への支援」

- ・併せて、電力の固定価格買取制度施行の機会に合わせ、豊富な資源を活かしてエネルギー等の成長分野に参入する県内企業が増加していることなどから、「発電事業等への進出による経営の多角化・異業種分野への進出」等の取組のほか、「新商品、新役務、新技術の開発」、「創業の促進」により、異業種分野への進出等による経営の安定化のための取組への支援が必要と考えられます。



必要な施策：「中小企業の新たな事業の創出への支援」

○恵まれた住環境や子育ての好環境、小中学生の高い学力、安全安心や充実した教育等の施設などを活かして、少子高齢化の進行や県内労働力人口の減少などの脅威に対応していくためには、上記の中小企業の販路開拓や競争力の強化、新たな事業の創出などの支援に加えて、「雇用環境の整備」、「キャリア教育の充実」、「多様な人材の確保」などの人材の育成・確保のための支援が必要と考えられます。



必要な施策：「中小企業の人材の育成及び確保への支援」

（２）本県及び県内中小企業の弱みと社会経済環境の変化の分析、必要な施策

○一方で、本県及び県内の中小企業においては、下記のような弱みもあると考えられます。

「労働生産性の低さ」、「下請受注が多く最終製品製造企業が少ないこと」、「付加価値額の低さ」、「企業同士のネットワークや連携の少なさ」、「経営基盤が弱い企業が多いこと」、「販路が十分でない企業が多いこと」、「交流人口の少なさ」、「若年者の流出」、「賃金等所得の低さ」、「技術・技能者の減少・高齢化」、「後継者の不足」など

○（１）に挙げた社会経済環境の変化としての機会、脅威とを組み合わせ分析すると、社会経済環境の変化に対応し、弱みを補完して中小企業を振興していくためには、次のような支援が必要と考えられます。

○労働生産性の低さや経営基盤が弱い中小企業が多いなどの弱みを補完しながら、ＩＣＴの利活用の拡大などの機会をとらえ、または、企業間競争の激化や少子高齢化の進行によるマーケットの縮小、後継者の不足などの脅威に対応していくためには、「相談・支援体制の整備・充実」、「資金供給の円滑化」、「円滑な事業承継」、「後継者の育成」、「情報通信技術の活用等による生産性の向上」などの取組への支援が必要と考えられます。



必要な施策：「中小企業の経営基盤強化への支援」

- 下請受注が多く最終製品製造企業が少なくことや、販路が十分でない企業が多いこと、付加価値額の低さ、企業同士のネットワークや連携の少なさ、交流人口の少なさなどの弱みを補完しながら、消費者ニーズの多様化や品質へのこだわりの増大などの機会をとらえ、または、県内の製造品出荷額の減少、企業間競争の激化や生産拠点の海外移転、少子高齢化の進行によるマーケットの縮小などの脅威に対応していくためには、
- ・「企業間連携等の促進による最終製品の開発や高付加価値化」などの企業の競争力強化のための取組への支援が必要と考えられます。

⇒ 必要な施策：「中小企業の競争力強化への支援」

- ・併せて、「県内の交流人口の拡大」や「マーケットニーズに合った魅力ある製品・商品の開発や製造」、「魅力ある商業」などの販路拡大のための取組への支援が必要と考えられます。

⇒ 必要な施策：「中小企業の新たな市場の開拓への支援」

- 若年者の流出や技術・技能者の減少や高齢化、賃金等所得の低さなどの弱みを補完しながら、少子高齢化の進行や県内労働力人口の減少などの脅威に対応していくためには、上記の中小企業の経営基盤や競争力の強化、販路開拓などの支援に加えて、「雇用環境の整備」、「キャリア教育の充実」、「多様な人材の確保」などの人材の育成・確保のための支援が必要と考えられます。

⇒ 必要な施策：「中小企業の人材の育成及び確保への支援」

2 県経済や地域を活性化させるための視点と中小企業振興のための基本的施策

第1章の2のとおり、中小企業は、県内企業の99.9%を、また、従業者数は約92%を占めており、県民の雇用の場の創出や確保をはじめ、地域経済の活性化、地域活力の向上に重要な役割を担っており、その振興は本県経済の持続的な発展に不可欠です。

しかしながら、中小企業を取り巻く環境は大きく変化してきており、人口の減少と少子高齢化の急速な進行により、労働力人口の減少に加え、需要が減少することによる商業やサービス業などの県内マーケットの縮小が予想されます。

加えて、情報通信の飛躍的な発達などにより、海外からの安価な製品やサービスの流入、海外への生産拠点の移転など、経済のグローバル化が急速に進展しており、県内企業も含め、日本の産業全体が激しい世界的な競争にさらされており、今後ますます企業間競争が激しくなっていくと考えられます。

そのような状況から、現状では、今後さらに県内の中小企業数は減少し、また、そのために雇用は縮小、人口が減少し、さらに県内マーケットが縮小していくという負の循環により、地域経済の縮小と地域活力の低下を招く恐れもあります。

そのような負の循環を防いでいくためにも、中小企業が、県内のみならず、全国や海外マーケットにおいて販路を拡大し、また、県内の交流人口を増加させ県内における消費を拡大していくことが必要となります。

併せて、県内の全ての中小企業が、時代の変化に対応しながら、自ら挑戦し続ける意欲を持つ強い中小企業に成長していくことが必要です。

このような観点から、県経済や地域を活性化させるための2つの視点と、中小企業を振興させるための6つの基本的施策を以下のとおり定めました。

(1) 県経済や地域を活性化させるための2つの視点

視点1 県内中小企業の全国や海外マーケットにおける販路拡大

少子高齢化や人口減少により県内のマーケットは今後さらに縮小が予想されるため、今後県経済や地域を活性化させていくためには、県内中小企業が全国や海外のマーケットに積極的に展開し、その生産や販売を拡大していくことが必要となります。

具体的には、「製品や商品の高付加価値化」、「マーケットニーズに合った製品・商品の開発・製造」、「国内外への営業力の強化」、「様々なネットワーク等の活用」などの取組が必要です。

視点2 交流人口の拡大等による県内消費の拡大

県内における消費を拡大していくためには、県外からの誘客促進等により、交流人口を増加させることのほか、観光産業や商業の活性化、県内における経済の循環などが必要となります。

具体的には、「県内流動や他県等との交流を活性化する機会の創出促進と基盤整備」、「集客機会を最大限に活用した商業活動等の活性化」、「サービスや製品・商品等の高付加価値化と魅力向上」、「多様なコミュニケーション手法等の活用」、「県内中小企業が製造する製品等の県内利用の拡大と県内における経済の循環」などの取組が必要です。

（2）中小企業の振興のための6つの基本的施策

中小企業の振興のためには、それぞれの中小企業が、社会経済環境の変化に対応しながら、自ら改革を行いながら成長を続け、絶えずそれぞれの強みを生み出し、競争力のある企業へ成長していくことが必要となります。

そのためには、本県や各中小企業の強みを活かし、または弱みを補完しながら、社会経済環境の変化に柔軟かつ的確に対応していくことが重要です。

県では、中小企業へのアンケート調査や個別企業へのヒアリング、県内各地域での意見交換会や条例検討委員会の開催などを通して、中小企業の課題や必要とする支援等を把握し、今後、県が行う施策に反映させていきます。

県内の中小企業が、各地域の特色を活かしながら、魅力的な製品・商品やサービスを生み出し、積極的に新たな市場の開拓に挑戦するとともに、自らが改革を行い、その経営基盤を強化していくことができるよう、県では、下記の6つの基本的施策により、関係団体や金融機関、研究機関等との連携や県民からの協力を得ながら、オール秋田で、意欲のある中小企業を全面的に応援していきます。

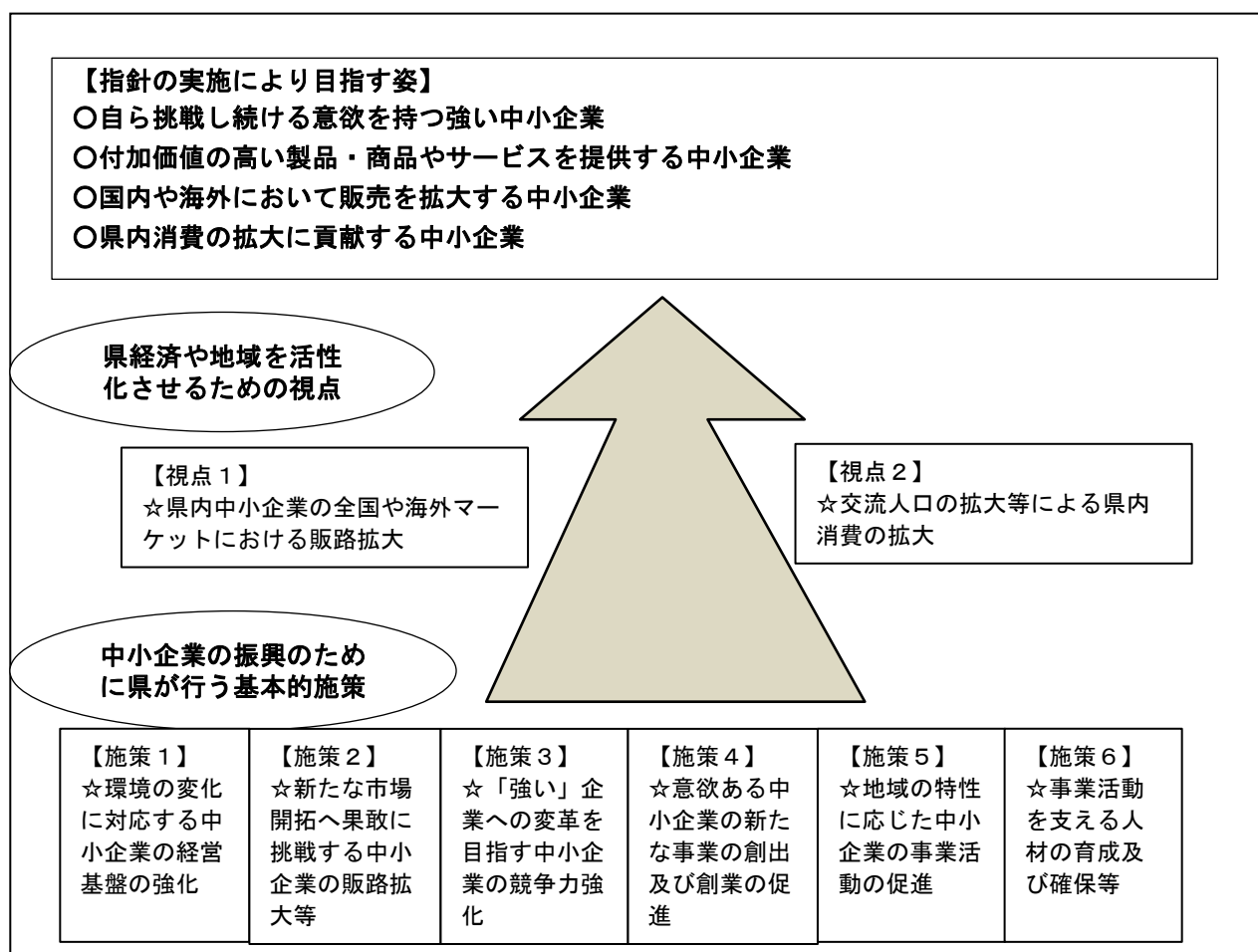
県内中小企業の多くを占める小規模企業についても、その事業活動の活性化のための支援を行います。

- 施策1 環境の変化に対応する中小企業の経営基盤の強化
- 施策2 新たな市場開拓へ果敢に挑戦する中小企業の販路拡大等
- 施策3 「強い」企業への変革を目指す中小企業の競争力強化
- 施策4 意欲ある中小企業の新たな事業の創出及び創業の促進
- 施策5 地域の特性に応じた中小企業の事業活動の促進
- 施策6 事業活動を支える人材の育成及び確保等

(3) 中小企業の振興により目指す姿

「(1)「県内経済を活性化させるための2つの視点」と、「(2) 中小企業の振興のための6つの基本的施策」により、

- 県内中小企業が、時代の変化に対応しながら自ら挑戦し続ける意欲を持つ強い中小企業に成長していくこと
 - 企業間の連携が強化され、各企業の強み等が融合された付加価値の高い製品やサービスを提供していくこと
 - 国内や海外への販売が拡大され、秋田の中小企業の知名度が全国や世界で高まるとともに、県内における生産等が拡大していくこと
 - 交流人口が拡大することで県内における消費が増加するとともに、県民等の県内産業への理解が促進され県内製造製品等の県内利用が拡大していくこと
 - 県内各地域において経済が好循環し地域が活性化されること
- などを目指します。



3 基本的施策の具体的方向性

施策1 環境の変化に対応する中小企業の経営基盤の強化

(1) 現状・課題

- 中小企業へのアンケートにおいては、従業員規模の小さい企業ほど、事業承継や資金借入に関する課題が多く、事業承継への支援や、相談・支援体制の強化、資金供給の円滑化への支援を求めている傾向が見られます。
- 県内中小企業が、社会経済環境の変化に対応しながら、経営の改善や技術力の向上、事業承継などのそれぞれの課題解決を図っていくためには、専門家による助言や技術的な支援など、企業のニーズに合った実効性の高い相談・支援体制を構築していくことが必要となります。
- また、中小企業の経営基盤の強化のためには資金調達が重要となりますが、県内には、経営基盤が弱い等の理由により、資金の調達が困難な中小企業も多くあります。
- 生産性の向上や業務プロセスの効率化にICTの利活用が有効となるため、県内中小企業においてもその導入を進めていく必要があります。

(2) 施策の方向性

①相談・支援体制の整備・充実

- ・地域の身近な相談窓口として、各商工団体の相談体制を拡充し、企業のライフサイクルに対応した相談機能を強化します。
- ・「中小企業支援ネットワーク」を通じたノウハウや人材を活用した企業の経営改善や、個別企業の再生・成長支援のほか、事業承継を支援します。
- ・県内企業へのワンストップサービスセンターである（公財）あきた企業活性化センターに、専門家を配置し、起業から販路拡大、経営革新などの一貫した支援を行います。
- ・技術的な相談については、産業技術センターや総合食品研究センター、木材高度加工研究所などにおいて、中小企業の技術的な課題の解決を支援します。

②資金供給の円滑化

- ・各種制度融資や、企業立地促進資金、ふるさと融資など企業のニーズにあわせた制度融資の充実を図ります。

- ・県の発注する工事を受注する中小企業が安定的に資金調達できる仕組みを構築し、下請企業も含めた、建設企業の経営の安定化を支援します。

③円滑な事業承継の促進

- ・各商工団体の相談体制を拡充し、地域における身近な相談窓口の機能強化を図ります。
- ・事業承継の形態に応じた、情報提供や専門家などとの連携による円滑な事業承継を図ります。

④後継者育成への支援

- ・商工団体において、次世代や若手経営者を育成するセミナー等を開催します。
- ・事業承継の形態に応じた、情報提供や専門家などとの連携による円滑な事業承継を図ります（再掲）。
- ・伝統産業について、産地が行う熟練技術者の確保・育成の取組を支援することに加え、「次世代リーダー」を育成するため、若手従事者による企業の枠を超えた連携の取組への支援や各種の研修を実施して、産地の将来を担う人材育成を支援します。

⑤情報通信技術の活用等による生産性等の向上支援

- ・各産業において、事務の効率化や高度化などに資するＩＣＴの利活用を促進するため、その普及啓発を行います。

⑥小規模事業者への支援

- ・商工団体の経営指導員等が、巡回による経営指導や各種相談を行うことに加え、会計事務や補助金等の申請など、多様な側面からサポートします。

⑦その他

- ・地震や風水害等の災害時に事業活動を継続するための事業継続計画（ＢＣＰ）策定について、その普及啓発等を行います。

施策２ 新たな市場開拓へ果敢に挑戦する中小企業の販路拡大等

（１）現状・課題

- 県内中小企業が成長していくためには、国内や海外のより規模の大きなマーケットで新たな市場開拓を行うなど、既存の販路だけではなく、新たな販路を積極的に開拓していくことが必要となり、そのために、マーケットニーズに合った魅力ある製品やサービスなどの提供が必要となります。
 - 加えて、県外からの誘客促進等により交流人口を増加させ、マーケットを拡大することで、県内における消費を拡大させていくことが必要であり、そのためには、県内流動や他県等との交流を活性化する機会の創出などが必要となるほか、県内各地域における経済の好循環を生み出すため、県内中小企業が製造する製品や提供するサービス等の県内における利用を拡大するための取組を行っていく必要があります。
 - 中小企業へのアンケートにおいては、特に製造業（伝統産業、食品産業含む）などでは、その規模にかかわらず、販路開拓に課題があり、販路拡大や製品のブランド化・知名度アップへの支援が必要と回答している企業が多く、また、商業を中心として、需要の停滞が課題で県内需要の拡大への支援が必要と回答した企業が多くなっています。
- 建設業や情報関連産業では、県発注等の拡大による受注機会の確保が必要と回答した企業が多くなっています。

（２）施策の方向性

①国内外における販路開拓支援

- ・県内中小企業の販路開拓のため、アドバイザーなどの専門員を首都圏・東北地区等に配置し、大手メーカー等の発注情報収集や取引斡旋、企業マッチングなどを行うとともに、大規模な展示会への出展等を支援し、県内中小企業の受発注機会の拡大を図ります。
- ・アンテナショップや首都圏でのイベント、物産展等を通じて食・物産・観光の一体的な売り込みを図ります。
- ・海外での展示会の開催や、金融機関と連携した海外商談会の開催など、海外における商談機会を創出するとともに、県内商社等による県産品の輸出を支援することで、民間による取引拡大を図ります。

②マーケットニーズを先取りした製品・商品の開発・製造への支援

- ・秋田ブランドの確立のための表彰制度を構築します。
- ・総合食品研究センターの技術や県外アドバイザーを活用して、秋田オリジナルな商品開発を進めるほか、アンテナショップを活用したテスト販売等により、食品事業者のマーケティングを支援します。
- ・県内中小企業の販路開拓のため、アドバイザーなどの専門員を首都圏・東北地区等に配置し、大手メーカー等の発注情報収集や取引斡旋、企業マッチングなどを行うとともに、大規模な展示会への出展等を支援し、県内中小企業の受発注機会の拡大を図ります（再掲）。
- ・伝統産業では、商品開発や販売、マーケティングを総合的にマネジメントできる次世代リーダーを育成します。

③県内の交流人口の拡大に向けた取組の推進

- ・県内流動の活性化や、隣県観光地との広域連携による周遊観光を促進するほか、観光客等の受け手の反応を踏まえた拡散する情報交流の仕組みづくりなどを進めます。
- ・先駆的事業者のネットワーク化を図り、情報交換の場の提供や情報発信の強化により、誘客拡大に対応した商業活動の展開を図ります。

④受注機会の増大などによる県内製造製品等の県内利用の拡大促進

- ・県内中小企業の事業内容や、県内中小企業が製造する製品等の県民等への情報発信を強化し、県民の県内中小企業への理解促進と、製造する製品等の県内における利用促進を図ります。
- ・県民生活の中で困っていることや求められている研究開発など、県民ニーズへの柔軟な対応を図ります。
- ・県内中小企業の信用力向上や販路拡大のため、県発注や県主催のイベント等における県内製造製品の利用拡大を進めます。
- ・県民が伝統的工芸品等に親しむ機会を創出し、その利用の促進を図ります。
- ・先駆的事業者のネットワーク化や情報交換の場の提供により、商業の活性化と県内における消費拡大を促進します。
- ・工事発注に関しては、県内企業優先発注を原則とするほか、小規模事業者等への受注機会の確保に努めるとともに、工事材料への県産品の使用を促進します。
- ・総合評価落札方式の工事については、企業や技術者の実績や技術的能力、地域貢献、地場産品の調達等を評価し、価格と品質が総合的に優れた調達を行います。
- ・県のIT調達については、県内企業が調達に参加できる機会を拡大します。

施策3 「強い」企業への変革を目指す中小企業の競争力強化

(1) 現状・課題

- 経済環境や社会環境が変化する中、それぞれの中小企業が存続・発展していくためには、中小企業自らが、多様化する市場ニーズに応じて、新たな技術や製品、サービスの開発、製品・商品の高付加価値化などに柔軟に対応していく必要があります。
- そのために、それぞれの企業が持つ優れた技術力の強化やイノベーションの創出、優れたデザインの導入等による高付加価値化、生産性の向上、研究開発力の向上などの競争力の強化が必要となります。
- また、中小企業それぞれが持つ強みを融合し、または、異業種の企業と連携することで、新たな製品やサービスを開発するなど、競争力の強化につなげていくことが必要です。
- なお、各地域における意見交換会や中小企業へのアンケートでは、全体的に、企業間連携の強化を望む声が多くあり、また、製造業を中心として設備投資への支援や新製品の開発のための支援を、製造業や建設業を中心として技術力の向上のための支援を望む声が多くありました。

(2) 施策の方向性

①生産性の向上による高付加価値化の促進

- ・アドバイザー等による生産現場における改善指導や生産性向上のための研修会等を開催し、高品質・高生産性・コスト競争力の向上を図るとともに、そのフォローアップ体制を強化します。
- ・改善の成果報告会などを通して、業種を越えた改善意識の普及・啓発を図ります。

②技術の高度化支援

- ・産業技術センターや総合食品研究センターにおいて、技術相談や巡回指導、個別指導などの技術支援を行うほか、中小企業との共同研究や受託研究を行い、技術課題の改善を支援します。
- ・成長分野である輸送機関連産業に参入しようとする企業に対しては、専門家による加工技術の指導を実施します。
- ・情報関連産業については、セキュリティ及び個人情報保護の認証取得、新技術や各

産業界における機能安全等への対応を支援します。

- ・建設業については、若手技術者に対する技術支援や、構造物の維持管理や補修・補強に必要な技術を習得するための研修を実施するほか、優良工事表彰などにより、建設技術の向上を図ります。
- ・県独自の衛生管理制度である県版HACCPについて、認証食品のPRを推進することにより県産加工食品のブランド力強化を図るとともに、意欲のある事業者に対する認証取得の支援や取得後のフォローアップを行います。

③産学官連携等によるイノベーションの創出

- ・組織や業種、研究分野を越えた産学官連携を推進し、研究開発に携わる幅広い関係者の交流を図るとともに、コーディネーターの配置により研究シーズと中小企業のニーズとのマッチングを図り、市場で評価される付加価値の高い製品・商品の開発を促進するほか、研究開発の段階に応じた競争的研究開発資金を提供します。
- ・大学や研究機関等による技術シーズ提案会などを開催し、本県産業の成長に資する新たな開発テーマの発掘や連携体制を整備します。
- ・試作品開発への支援やコンソーシアムの形成、マーケティング活動支援等を通じて、県内中小企業の有する技術力を磨き上げ、技術イノベーションの創出を支援します。

④産業デザインの導入促進

- ・産業デザインに関する支援体制を強化し、中小企業の経営戦略としての産業デザインの導入や、付加価値の高い製品開発を支援します。
- ・秋田ブランドの確立のための表彰制度を構築します（再掲）。

⑤企業間連携の強化と最終製品の開発や高付加価値化の促進

- ・異業種の工業団体が交流する機会を創出し、工業団体の組織的連携と県内中小企業の技術交流を推進するとともに、企業間連携による新商品開発や新事業展開等を促進します。
- ・新エネルギー関連産業、輸送機関連産業、情報関連産業などの成長分野への参入に向けて、技術の向上や人材育成、企業間連携の強化など、支援を強化します。
- ・医療機器の研究開発や実用化に向けて、「秋田メディカルインダストリネットワーク（AMIネットワーク）」の交流活動等により、現場のニーズに合った医療・福祉機器の開発等について支援します。
- ・企業間連携による自動車部品のユニット化を目指し、企業グループへの集中支援や新たな連携づくりを行います。
- ・消費者ニーズやマーケット分析に関する研修会の開催等により、食品事業者のマーケティング力と商品開発力の強化を図ります。

- ・県産材の利用拡大のため、耐火性能の高い木製品などの新製品の開発とその利用の拡大を支援します。

⑥設備投資への支援

（各産業対象）

- ・条例・指針の制定・策定を契機として、経営の革新に意欲の高い中小企業に対して、その設備投資を積極的に支援します。
- ・各種制度融資や設備貸与により、中小企業の設備投資を支援します。

（製造業）

- ・県内経済への波及効果の高い製造業の立地を推進し、雇用創出効果を高めるため、新規雇用者数等に応じた補助率の加算などメリハリのある制度を創設します。
- ・企業の国内拠点の集約化の動きに対応し、県外から県内への事業集約を促進する新たな制度を創設します。

（食品産業）

- ・県内における食品加工機能の拡充に資する食品加工設備の導入に対して支援します。
- ・地場農産物を活用して、6次産業化に取り組む際に必要な機械・施設の導入に対して支援します。

（商業）

- ・市町村と連携し、地域の商業の活性化に資する個店の魅力アップのための店舗改修等への支援を行うほか、県産材を使用して木質の内外装化を図るモデル店舗への支援を行います。

（建設業）

- ・舗装工事、コンクリート構造物工事、海上土木工事などにおける総合評価落札方式では、アスファルト・コンクリートプラントや舗装機械・土木工事用船舶の所有を評価します。
- ・新技術・新工法説明会などの実施により、新技術・新工法の導入・普及を支援します。

⑦中小企業のやる気を引き出すしくみづくり

- ・長年に亘り着実な経営と雇用の維持・拡大に努めた中小企業者等を表彰し、県からの感謝の意を伝えるとともに、広く周知することで中小企業者の意欲向上を図ります。

⑧地域を牽引する企業の育成

- ・ 独自技術や経営ノウハウを活かし、業績拡大が見込まれる企業を支援対象として認定し、技術力向上支援や営業力強化支援などの総合的な支援を行うことで中核企業化を目指します。

⑨成長分野への参入

- ・ 中小企業の、新エネルギー関連産業、輸送機関連産業、情報関連産業などの成長分野への参入に向けて、技術の向上や人材育成、企業間連携の強化など、支援を強化します。
- ・ 医療機器の研究開発や実用化に向けて、「秋田メディカルインダストリネットワーク（AMI ネットワーク）」の交流活動等により、現場のニーズに合った医療・福祉機器の開発等について支援します（再掲）。
- ・ 秋田メディカルインダストリネットワーク（AMI ネットワーク）の交流活動を通じて、新たな医療機関との連携を拡大します。
- ・ 産業技術センター等の技術シーズを活用した医工連携による新規医療機器の開発を推進します。
- ・ 医療ニーズを提供するメーカーとものづくり企業との連携等を支援します。
- ・ 競争的研究開発資金の提供や医工連携コーディネーター等により、ものづくり企業の商品開発を支援します。
- ・ 高齢者や障害者向けの機器開発や、ユニバーサルデザインに配慮したものづくりの取組を支援します。

⑩知的財産の保護及び活用の支援

- ・ （公財）あきた企業活性化センターの知財総合支援窓口において、特許事業の外国出願に対する支援も含め、知的財産に関する一貫した支援を行います。
- ・ 産業技術センターなどの公設試験研究機関から中小企業への技術移転を促進するため、知的財産の創造、保護、積極的な技術移転による活用、の知的創造サイクルを強化します。

⑪国内外における事業展開の促進

- ・ 海外展開支援ネットワーク（仮称）等の支援機関相互の連携強化により、多様な支援メニューや海外拠点を活用して、本県に拠点を置きながら海外進出を行う中小企業を支援します。

⑫資本の強化

- ・東京中小企業投資育成株式会社等と連携して、中小企業の自己資本の充実を促進し、成長発展を支援します。

⑬環境負荷低減への支援

- ・中小企業における温室効果ガスの削減を推進するため、省エネに関する相談体制の整備や設備改修への支援などを行います。
- ・木質バイオマスの利用の拡大を図るため、木質バイオマスを加工流通する施設やペレットボイラー等の利用施設の整備を支援します。
- ・中小企業が環境に配慮した取組を行えるよう環境マネジメントシステムの普及を推進します。
- ・建設業では、総合評価落札方式において、県認定リサイクル製品の活用やISO14001認証取得について評価します。

施策4 意欲ある中小企業の新たな事業の創出及び創業の促進

(1) 現状・課題

- 平成24年7月に電力の固定価格買取制度が施行され、県内中小企業においても、太陽光や風力等による発電事業に参入する企業が多くなっています。
- また、介護事業や農業などの分野に新たに参入する中小企業も現れ、異業種への進出等による経営の多角化が進んでいます。
- 新事業展開や経営の多角化は、中小企業の経営の安定化のための有効な手法のひとつとなっています。
- また、県経済や地域の活性化のためには、意欲あふれる起業者が数多く輩出され、多種多様なビジネスが展開される必要があるとともに、再チャレンジが可能な仕組みづくりなども必要となります。

(2) 施策の方向性

①経営の多角化・異業種分野への進出支援

- ・経営の多角化等により、再生可能エネルギーによる発電事業に参入しようとする中小企業に対して、アドバイザーの派遣、風力発電のための風況調査やメンテナンス人材の育成に対する助成、融資や利子補給などの支援を行います。
- ・少子高齢化、健康・福祉、安心・安全等の社会課題に対応し、サービス産業分野における新たな視点や自由な発想によるビジネス化を支援します。
- ・新事業展開資金などの制度融資により、経営の多角化・異業種分野への進出を行う中小企業を支援します。

②異業種連携の促進

- ・異業種の工業団体が交流する機会を創出し、工業団体の組織的連携と県内中小企業の技術交流を推進するとともに、企業間連携による新商品開発や新事業展開等を促進します（再掲）。
- ・農商工応援ファンド、秋田の食農観マッチングネット等により、食品事業者、農林漁業者、観光業者等の連携を図ります。

③新商品、新役務、新技術の開発支援

- ・あきた企業応援ファンド等の活用により地域資源を活用した新商品や新サービスの開発を促進するとともに、農商工応援ファンド等の活用により農商工連携による新商品の開発を促進します。
- ・新商品・新製品、新技術の開発にあたり、産業技術センターや総合食品研究センターなどが技術的な支援を行います。

④創業・第二創業の促進

- ・若年者や女性の創業、第二創業など、多様なタイプに応じたタイプ別スキル塾の開催や創業のための個別サポートなど、創業のタイプに応じたきめ細やかな支援を行います。
- ・各商工団体の相談体制を拡充し、地域の身近な相談窓口の機能強化を図るとともに、創業時の空き店舗活用などの支援を行います。
- ・各種制度融資や設備貸与制度等により、創業や第二創業を支援します。

施策５ 地域の特性に応じた中小企業の事業活動の促進

（１）現状・課題

- 本県には、農林水産物や伝統的工芸品など、多様な地域資源が存在しており、それらを中小企業や中小企業群の事業展開に最大限活かしていくことが重要となります。
- そのような中小企業や中小企業群の事業展開と地域づくりとが相互に連携することで、地域の活性化が図られ、地域課題の解決にもつながっていきます。
- そのような中で、伝統的工芸品等については、資源の枯渇や採取職人の減少等、原材料の確保が大きな課題となっているものもあり、その対策を進めていく必要があります。

【地場産業について】

- ・本指針では、長年にわたって地域に密着し、地域経済や雇用を支えてきた中小企業が、多様な地域資源を活用して行う事業活動を幅広く捉え、こうした活動を行う「企業群」を地場産業と位置づけています。
- ・地場産業は、地域に密着した事業活動など地域づくりと密接に関わっているため、地域活性化の観点で重要な役割を担っており、個別の中小企業の強化に加え、地場産業としての企業群を併せて強化していく必要があります。

（２）施策の方向性

①地域に密着した地場産業の強化

- ・伝統産業では、産地等が抱える諸問題を克服し産地の更なる活性化を図るため、市町村及び産地組合等が実施する新商品開発、展示会の開催等の取組を支援します。

②多様な地域資源を活用した事業活動の促進

- ・あきた企業応援ファンドの活用等により、地域資源を活用した新商品や新サービスの開発を促進するとともに、農商工応援ファンド等の活用により農商工連携による新商品の開発を促進します（再掲）。

③農商工連携等の促進

- ・製造業の技術を活用した植物工場などの先端的な農業の取組を全県域に拡大し、農業周年化の促進を図る「スマートアグリ推進プラン」の具体化に向けて、PRの拡大や技術的な支援などを行います。
- ・6次産業化推進会議、異業種交流会の開催により関係者の情報交流や連携促進を図るとともに、中小企業等が食品加工等に取り組む際に必要となる機械・施設の導入や、新商品の開発・販路拡大についての支援を行います。

④技術・技能の振興・継承の促進

- ・国の「ものづくりマイスター」制度を活用し、マイスターに認定された熟年技能士による若年技能者への指導や、人材育成を行う企業に対する相談・支援体制を周知させていきます。
- ・庁内各課で実施する人材育成に係る情報を一元的に登録、検索、提供できる仕組みを検討するとともに、優良技能者等について県知事表彰を行います。
- ・伝統産業では、産地が行う熟練技術者の確保・育成の取組を支援することに加え、「次世代リーダー」を育成するため、若手従事者による企業の枠を超えた連携の取組への支援や各種の研修を実施して、産地の将来を担う人材育成を支援します。

⑤地域づくりとの連携促進

- ・人口減少社会において今後増加が見込まれる買い物弱者の生活利便性を向上させるための新たな取組を支援します。
- ・先駆的商業者のネットワーク化を図り、情報交換の場の提供や情報発信の強化により、誘客拡大に対応した商業活動の展開を図ります（再掲）。
- ・商店街や街の活性化のため、各市町村が行うにぎわい創出等の事業に対して支援します。

⑥原材料の確保支援

- ・資源の枯渇や採取職人の減少等、伝統産業の原材料確保に不安があるため、新たな調達先や調達方法の開拓を支援するとともに、公設試験研究機関や大学等との連携により、代替原材料の活用に向けた支援を行います。
- ・木質燃料等の加工を行う中小企業について、燃料製造用原木の購入を支援します。

施策6 事業活動を支える人材の育成及び確保等

(1) 現状・課題

- 本県では少子高齢化や若年人口の流出等が早いスピードで進み、就業人口の減少など地域活力を減退させているほか、熟練技能者の高齢化や、バブル崩壊後のリストラの影響による年齢構成のアンバランスなどが進んでいます。中小企業が発展していくためには、優秀な技能者を始め、適切なマネジメントや国際ビジネスへの対応等が求められており、こうした課題に対応できるスキルを有する人材の必要性が高まっています。
- そのため、職業能力開発の推進を通じた生涯を通じたキャリア形成、スキルアップへの支援や、社内外の研修を通じた人材育成、Aターン者や若年者、女性など県内外からの多様な人材確保、「仕事と生活の調和」などの雇用環境の整備などが必要となっています。
- また、小中高大と校種を貫くキャリア教育を推進することによって望ましい勤労観、職業観を醸成し、秋田の将来を支えていく人材を育成することや、表彰・検定制度の充実等により高い技術や技能を振興・継承していくことも求められています。
- なお、各地域における意見交換会や中小企業へのアンケートでは、キャリア教育の充実、企業と教育現場との連携強化や、企業における人材育成に対する支援を望む声が多くありました。

(2) 施策の方向性

①キャリア教育の充実

- ・ふるさと教育を基盤とした「地域に根ざしたキャリア教育」を推進します。
- ・小・中学校と高等学校の連携を進め、「地域の活性化に貢献する教育活動」の視点でもキャリア教育の取組を推進します。
- ・関係機関との連携を強化し、望ましい職業観、勤労観の育成を図るとともに、一人一人の社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度の育成を図ります。
- ・職場体験やインターンシップ、企業見学等を通して、地域産業や企業についての理解を深め、地域社会を担う人材の育成を図ります。
- ・社会のニーズに応える専門高校等の教育の充実を図り、地域企業等と連携しながら地域産業を支える人材の育成を図ります。

②職業能力開発の推進と生涯を通じたキャリア形成の支援

- ・ 県内産業を支える人材を育成するため、企業ニーズを踏まえ、次代を見据えた職業能力開発を推進します。
- ・ 県立技術専門校を核として普通訓練や在職者訓練の実施による職業能力開発を推進するとともに、県立技術専門校や認定職業訓練施設、民間教育訓練機関等での在職者や求職者への職業訓練の充実を図ります。
- ・ 産業人材の育成を柱として、雇用のセーフティネットとしての職業能力開発を推進するとともに、労働者の生涯を通じたキャリア形成やスキルアップを支援します。また、企業や学校教育と連携した取組を推進します。
- ・ 産業技術センターが行う研修や技術指導を通じて、技術力や研究開発力の向上のために必要とする人材育成を実施します。
- ・ 医療・福祉分野においては、人材育成の観点から、職務に対応した従事者研修、養成研修等の充実を図り、中長期的なスキルや専門性の習得を図るとともに、事業者に対しては研修スキル向上に繋がる最新情報の提供や的確な助言等を行います。
- ・ 製造業においては、優秀な人材の確保・育成が図られるサポート体制の確立と技術者等の産業人材の育成を図ります。

③多様な人材の確保

- ・ 県内の高等教育機関が特色ある教育に磨きをかけ、グローバル社会で活躍できる実践力ある人材や、地域の産業等に寄与できる多様な人材を育成するための取組に対し支援します。
- ・ 県内外の大学生等を対象として、実際に県内の企業に触れる機会を提供し、企業の現場を実際に見ることによって理解を深め、県内就職の促進を図るとともに、就職後の企業への定着を支援します。
- ・ 県外からの多様な人材確保のため、情報提供などAターンプラザの機能強化を図るほか、起業も含めたAターン支援の取組の充実を図ります。
- ・ 学卒者やその他若年者、女性、障害者、高齢者など様々なカテゴリーからの産業人材を発掘、確保するため各種支援機関等との連携を図ります。
- ・ 若年者の県内定着促進のための県内企業情報の提供や合同就職面接会等のマッチング機会の提供を行うほか、ハローワーク等と連携し、新規求人の掘り起こしを行います。
- ・ 女性社員の基幹業務への配置や意思決定過程への参画など、企業における女性社員の活躍推進に向けた取組を促すとともに、女性のスキルアップやネットワークの拡充を図り、再就職や起業などにチャレンジしようとする女性を支援します。
- ・ 勤労意欲の高い高年齢者が少しでも長く働くことのできる環境を整備するとともに、

離職した中高年齢者の再就職の機会を確保するため、継続雇用制度の周知・導入促進やフレッシュワーク A K I T A での相談業務を通じ、中高年齢者の就職を支援します。

- ・医療・福祉分野において、県や関係機関、関係団体と連携し、様々なチャンネルを活用して高いスキルを有する人材の確保と受入体制の整備を図るほか、専門分野の技術・技能・知識取得のための研修、求人・求職の開拓及び雇用の確保を図ります。
- ・訪問介護員養成研修を修了した失業者等に介護事業所への有期雇用就労により介護の実務研修を実施するとともに、事業所及び研修生の相談・カウンセリングによる研修終了後の雇用継続と定着を図ります。

④雇用環境の整備

- ・労働局など関係機関と連携し、若者、女性、障害者、高齢者など様々なカテゴリーの皆さんが生き生きと働くことができるよう職場環境の整備に取り組みます。
- ・男女が共に、家庭や地域社会における責任を果たしながら働き続けることができるよう、「働き方の見直し」について意識啓発を行いながら、「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）」に向けた企業の取組を促進します。
- ・仕事と育児・家庭の両立支援制度の周知と、事業主・従業員双方の意識啓発を図るとともに、企業の実情に応じた両立支援の取組に対するサポートを行うほか、男性の育児参加の促進を図ります。
- ・医師不足・偏在改善計画に基づき、大学・医療機関等と連携し、子育てと仕事の両立支援や婚活等の交流の場づくりなど、増加傾向にある女性医師の就労支援等を行います。
- ・医療・福祉分野において、早期離職防止の観点から、アドバイザー派遣等による職場環境に適應するための対策を講じ、その定着を促進するほか、研修の充実などによりモチベーション向上を図ります。
- ・異業種間で相互に研修ができる体制に向けた環境づくりを行います。

⑤技術・技能の振興・継承の促進

- ・国の「ものづくりマイスター」制度を活用し、マイスターに認定された熟年技能士による若年技能者への指導や、人材育成を行う企業に対する相談・支援体制を周知させていただきます（再掲）。
- ・若者の職場定着の推進と技能継承の促進を目的とした県単独の事業の創設を検討します。
- ・庁内各課で実施する人材育成に係る情報を一元的に登録、検索、提供できる仕組みを検討するとともに、優良技能者等について県知事表彰を行います（再掲）。

- ・ 伝統産業では、産地が行う熟練技術者の確保・育成の取組を支援することに加え、「次世代リーダー」を育成するため、若手従事者による企業の枠を超えた連携の取組への支援や各種の研修を実施して、産地の将来を担う人材育成を支援します（再掲）。

第3章 各分野の現状や課題、目指す姿と具体的施策

1 県産業の現状分析と対象分野の抽出

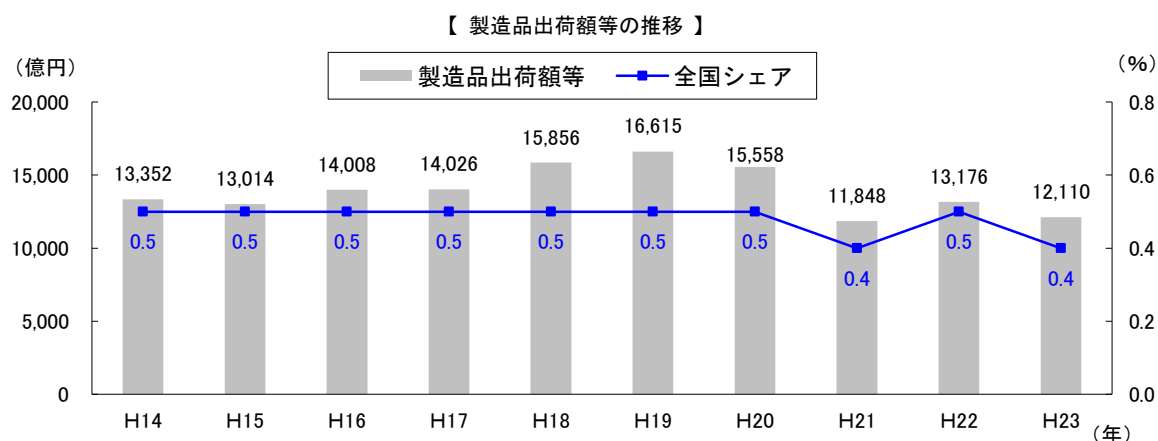
○県内の企業数や従業者数による産業構成などを分析し、全国や海外へのマーケット拡大の可能性がある分野、交流人口の拡大により県内消費を拡大させる可能性のある分野、雇用規模が大きく一定の地域雇用を支えている分野などの8分野については、それぞれの分野において、現状や課題が異なることから、目指す姿や具体的施策の方向性をそれぞれ以下のとおり策定しました。

2 各分野の現状や課題、目指す姿と具体的施策

(1) 製造業分野

①現状

- 本県の製造業の特色として、労働力を求めた単なる製造拠点として設立された企業が多く、製品開発や調達等の面で独立した事業体としての機能を満たしていないため、生産コストの比較によって海外等へ容易に移転される傾向があります。
- 工業統計によると本県の製造業は過去10年間で、従事者数が約2割、出荷額等が約1割減少しており、リーマンショックや円高による国内生産縮減の影響から抜け出せない状況が続いていることから、今後、自社による研究開発力や、それを製品化する生産技術力を向上させ、自律的な事業体に変革していく必要があります。
- 業種別では、電子部品・デバイス産業は本県製造業の出荷額等の3割以上を占めるリーディング産業ですが、半面、電子部品業界の好不況による影響が本県製造業全体に波及しやすい産業構造となっています。
- 機械産業は、出荷額等で見ると本県第二の産業であるとともに、ものづくりを支える基盤業種ですが、中小規模の事業所が県内各地に点在しており、県内製造業全体で効率的な生産が進められるような集積が進んでいない状況です。
- 木材・木製品産業では、合板工場や集成材工場の集積は全国トップレベルですが、製材工場は小規模事業者が多く、事業規模から生ずる高コスト体質からの脱却が必要とされています。



資料： 経済産業省「工業統計調査」

※平成 23 年は経済産業省「経済センサス活動調査」

②課題

- 本県の電子部品・デバイス産業は下請型、部品組立型の企業が多いため、付加価値生産性が低いこと、一極集中型であるため大手メーカーの好不況の影響を受けやすいこと、1社依存の特定工程を担う企業が多く、企業業績が取引先の業績に左右されやすい体質であることなどが課題として挙げられます。
- 製造部門に特化して発展してきた企業が多いことから、製品開発や営業の面が弱く、親会社や設立時からの取引先への依存度が高いことも課題となっています。
- 付加価値生産性を高めるためには、部品組立や部品単体の製造から脱却し、最終製品に近い製品や基幹部品の開発力を高めていく必要がありますが、本県の中小企業は7割以上が従業者30人未満の規模であり、優秀な人材の育成と確保には限界があります。
- 長年培った独自の技術を活用し、付加価値の高いユニットやモジュールの企画・開発及び製造に取り組む場合でも、1社単独での新製品開発には資金や設備、人材の面から限界があるため、得意技術の交流が図られるネットワークの構築に向けた支援体制を強化する必要があります。

③目指す姿

製造業分野では、次のような姿を目指します。

- 本県の強みである電子部品・デバイス産業を中心に、今後成長が見込まれる農工連携分野、医療・福祉機器分野、新エネルギー関連分野などにおける新製品開発と国内外における販路拡大が進んでいます。
- 大手自動車メーカーの東北進出により取引拡大が見込まれる自動車関連産業や、国内製造の拡大が図られている航空機関連産業分野の受注を拡大するため、技術力の向上と共にQCD（品質、コスト、納期）対応力が高められています。
- 企業間連携の他、大学や公設試験研究機関等との連携を進め、競争力のある新製品の開発が進んでいます。
- 協業等による規模の拡大やカイゼン活動により低コスト化を進め、国内・国外との競争力が高められています。

④具体的施策

上記の姿を実現するため、次のような取組を行っていきます。

○販路拡大への支援

- ・（公財）あきた企業活性化センターの相談機能及び受発注支援機能の強化と、産業技術センターによる技術課題解決への支援強化に取り組めます。
- ・首都圏におけるビジネスサポートの強化と展示会への出展や受発注者合同商談会への参加を支援します。
- ・公設試験研究機関、大学等を中心とした研究会活動による新製品開発と企業連携を推進します。
- ・医療機器の研究開発や実用化に向けて、「秋田メディカルインダストリネットワーク（AMI ネットワーク）」の交流活動等により、現場のニーズに合った医療・福祉機器の開発等について支援します。
- ・企業間連携が図られるコーディネート機能の強化と企業グループによる新製品開発支援に取り組めます。
- ・国内需要が伸び悩む中、海外への販路開拓や事業展開を進める企業に対し、各支援機関の連携による効果的な商談機会を創出します。

○競争力の強化

- ・技術力、研究開発力等の向上による付加価値額の増加、設備投資の促進やプロセスイノベーションの促進による生産性と付加価値の向上を図ります。
- ・大手メーカーOBによる県内企業の生産現場のカイゼン指導を行い、生産性向上に向けた取組を支援します。

- ・地域において新たな取引を生み出し、雇用の場を提供するなど地域経済を牽引する、中核企業を育成するための集中的な支援を行います。
- ・次世代自動車など先を見据えた技術の開発、今後の成長分野への参入に向けた技術開発力、研究開発力向上へ向けた取組を支援します。
- ・特許取得等による新技術の保護や特許・商標権等の知的財産の活用を支援します。
- ・小規模事業者の協業化等による規模拡大に向けた取組を支援します。

○人材の育成と確保

- ・優秀な人材の確保・育成が図られるサポート体制と技術者等の産業人材の育成に取り組みます。

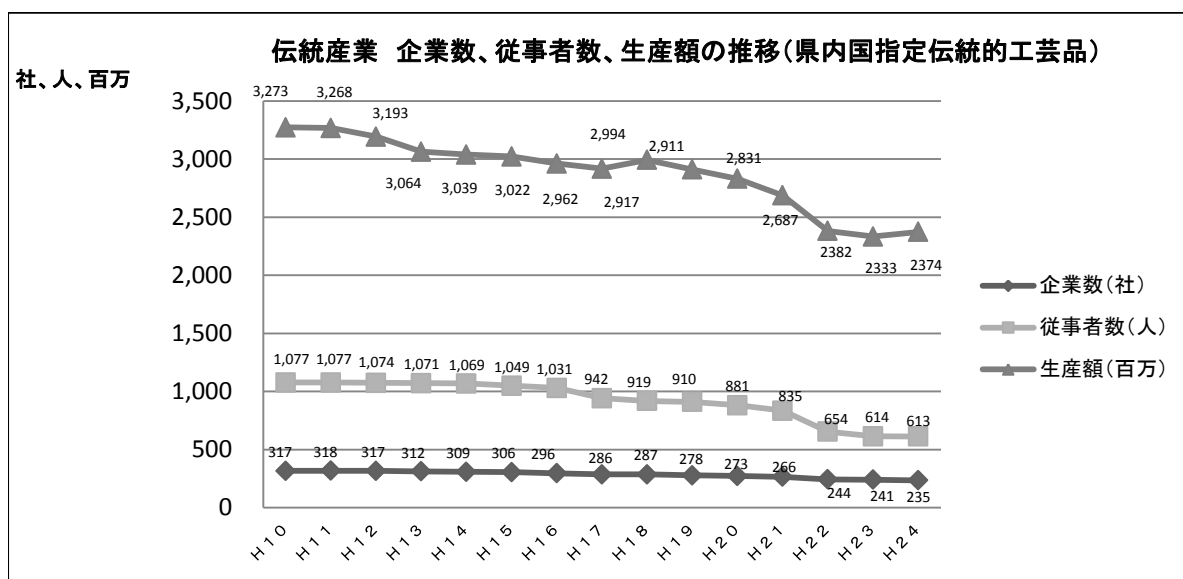
○経営基盤の強化

- ・専門家等による経営支援を行います。
- ・「中小企業支援ネットワーク」により事業再生と事業承継に支援します。

(2) 伝統産業分野

①現状

- 県内の国指定伝統的工芸品 4 品目（樺細工、川連漆器、大館曲げわっぱ、秋田杉桶樽）についてみると、生産額、企業数、従事者数は減少傾向にあります。国指定以外の伝統的工芸品等についても同様であると推測されます。
- 一方で、生活にゆとりと豊かさをもたらす質の高い製品を求めるニーズの高まりや「手しごと」に対する再評価など、伝統的工芸品等を見直す動きも見られます。



②課題

- 伝統的工芸品等は、大量生産される安価な生活用品が普及してきていること、生活様式・生活空間の変化等により消費者ニーズに合わなくなっていることなどから、需要が低迷しています。
- 熟練技術者の高齢化や減少、後継者不足により、技術の伝承が危ぶまれているほか、マーケティングから商品開発、製造、販売までを総合的にマネジメントできる人材が不足しています。
- 伝統的工芸品等の製造は、職人の手作業による部分が多いうえに、工程が複雑多岐にわたっているため生産性が低い状況にあります。
- 伝統的工芸品等は、天然素材を原材料としており、そのよさを最大限に活かして製作されていますが、近年、資源の枯渇や採取職人の減少等により、原材料確保への不安が顕在化してきています。

- 伝統的工芸品等の販路を拡大していくためには、まず消費者に伝統的工芸品等そのものを知ってもらうことが重要ですが、全国的に見て本県の伝統的工芸品の知名度はまだまだ低いと言わざるを得ず、また、県民にも意外に知られていないのが現状です。

③目指す姿

伝統産業分野では、次のような姿を目指します。

「伝統を守りながらも、未来に向かってチャレンジし続ける秋田の伝統産業を確立する」

- マーケティングから商品開発、製造、販売までを総合的にマネジメントする「次世代リーダー」を中心に、伝統的工芸品等の特長を最大限に生かしながら、現代の生活様式に合った新たなデザイン・機能を有した商品の開発が進んでいます。
- 秋田の伝統的工芸品としてブランドが確立し、県内外のみならず海外まで、それぞれの品目が知れ渡っており、ターゲットとする客層への販路が確保されています。
- 産地内での職人の育成が進んで熟練技術が維持されるとともに、一部の機械化や新たな技術の導入が進み、生産基盤が確立されています。
- 伝統的工芸品が、県民にも浸透し、利用が拡大したり、他の地域資源と連携した新たなビジネスが事業化されています。また、県民に浸透した秋田の伝統的工芸品が、県内外や海外にまで事業展開していくことで、県民の誇りを生み、地域の力や県民活力の向上に寄与しています。

④具体的施策

上記の姿を実現するため、次のような取組を行っていきます。

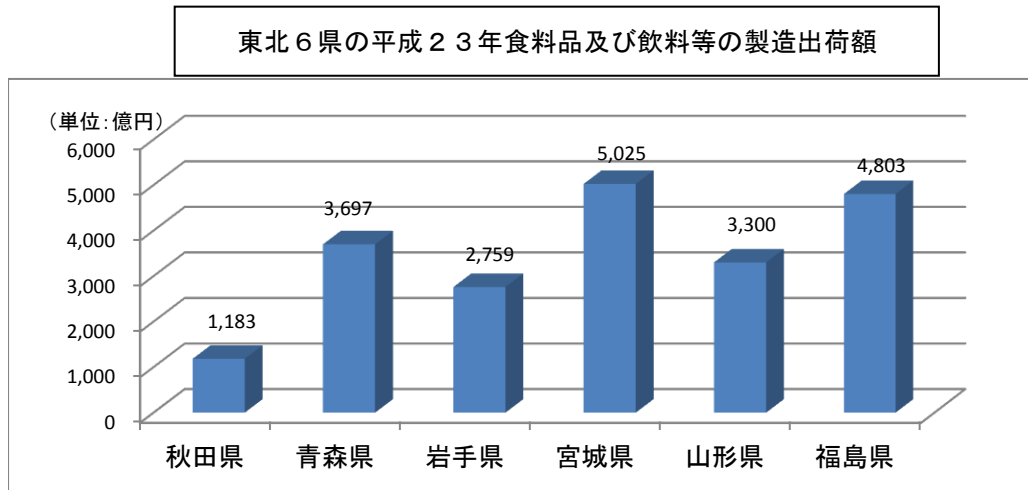
- 産業デザインの導入、販路開拓、異業種等との連携を支援し、現代のライフスタイルに合った「売れる商品づくり」を促進するとともに、「秋田ブランド」の確立に取り組みます。
- 産地が行う熟練技術者の確保・育成の取組を支援することに加え、「次世代リーダー」を育成するため、若手従事者による企業の枠を超えた連携の取組への支援や各種の研修を実施して、産地の将来を担う人材育成を支援します。
- 行政機関や高等教育機関などの関係機関との調整を図り、原材料供給に関する情報収集・提供や、生産工程改善や代替原材料利用等に係る技術シーズのデー

- データベース化を行い、産地の生産活動を支援します。
- 伝統的工芸品等と他の地域資源との連携を促進するとともに、伝統的工芸品等の県民への利用を促進し、県内外へのPRを促進します。

(3) 食品産業分野

①現状

- 食品産業は、原料の生産から最終製品の製造までを県内で完結できる数少ない業種であり、農産物の利用や雇用の拡大の観点から、今後の振興が期待されているものの、工業統計によると、本県の食料品及び飲料等製造業の出荷額は、東北6県で最下位となっています。
- これは、本県が良質な米の生産と販売に特化してきた経緯などから、清酒製造業などの一部を除き、食品加工への取組が根付かなかったためと考えられ、結果として、従業員100人以上の事業所が2.6%(12件)にとどまる一方、従業員9人以下の事業所が全体の44%、19人以下の事業所が全体の76%を占めており、小規模・零細事業者主体の産業構造となっています。
- 業種別では、豊かな米の生産を背景として発展してきた清酒製造業が東北1位の出荷額(全国6位)となっているほかは、いずれも低位となっており、他県と比べて発展途上の分野と言えます。



資料：経済産業省「経済センサス活動調査」

②課題

- 本県の食品産業は、地場消費を中心とした小規模事業者が主体となっているため、首都圏等の大消費地への情報発信力やマーケティング力の弱さが課題となっており、マーケットの動向や消費者のニーズに対応した商品開発と販路の拡大が求められています。

- また、食品事業者の規模が小さいことや、本県の農林水産業の米依存が強く、安定的な原料調達が難しいことなどから、食品産業全体の発展のためには、農商工連携や6次産業化の取組など、関連業種のネットワークを強化していくことも課題と言えます。

③目指す姿

食品産業分野では、次のような姿を目指します。

「意欲ある食品事業者が、農業者や小売業者等とのネットワークを活かし、マーケットインの視点から戦略的な商品開発とプロモーションに取り組む食品産業界」

- 人口減少により、国内の食品市場が縮小する中、消費者の嗜好やライフスタイルは多様化し、安全性や品質へのこだわりの高まりから、大量生産・大量消費型の食品産業の展開には陰りが生じています。一方、本県独自の発酵食文化や小量ながらも国内有数の自然環境の中で生産される本県の農産物等の地域資源を活かした、安全志向・本物志向の加工食品に対する消費者の関心が高まっています。
- このため、小規模であってもマーケットを意識した戦略的な商品の開発と販売に挑戦する意欲の高い食品事業者を重点的に支援するとともに、6次産業化や農商工連携など異業種からの参入を促進することで、県内食品産業の裾野の拡大を図る必要があります。
- また、商品開発をめぐる様々な課題の解決にあたっては、川上から川下までの関係者が連携して対処することが効果的であることから、食品事業者と農業者、小売業者等の関連するステークホルダーが日常的に集結できるよう、県内食品産業のネットワーク化が求められています。
- 清酒製造は、県外との競争力を有する数少ない業種の一つですが、市場の変化により、消費が大きく減少しており、普通酒から、ニーズが高まっている純米酒や吟醸酒などプレミアム感のある特定名称酒への生産シフトが求められているほか、県内外における秋田県産酒のイメージアップと消費拡大への取組が求められています。

④具体的施策

上記の姿を実現するため、次のような取組を行っていきます。

○食品事業者の経営力の向上や競争力の強化に対する支援

- ・総合食品研究センターや（公財）あきた企業活性化センター、商工団体による相談・支援体制の充実を図ります。
- ・地域の中核となる企業の育成を支援します。
- ・専門家等による経営支援を行います。
- ・「中小企業支援ネットワーク」により事業再生と事業承継に支援します。

○県外市場にチャレンジする食品事業者群の育成

- ・食品事業者のみならず農業者、小売業者など川上から川下までの関連業種による「食品産業サポートネットワーク（仮称）」の構築を図り、関係者が連携した商品開発の取組を促進します。
- ・消費者ニーズやマーケット分析に関するマーケティング塾の開催等により、食品事業者のマーケティング力と商品開発力の強化を図るとともに、異業種から食品産業への新規参入を促進します。
- ・県内における食品加工機能の拡充に資する食品加工設備の導入を支援します。

○市場ニーズを先取りした秋田オリジナルな商品開発

- ・本県主力産業の一つである清酒製造業については、国際的なコンテストにおける最高賞受賞などもあって、国内外での注目が高まっており、秋田蔵付分離酵母の純米酒シリーズなど秋田オリジナルな商品の開発と販売を支援し、美酒王国秋田のブランド力向上を図ります。また、県内外における県産酒のイメージアップと、日本酒の消費拡大に向けたオール秋田での新たな取組を支援します。
- ・米麴をふんだんに使用した独自の発酵食文化や、国内有数の環境で作られる農産物などの本県の強みをフル活用して、秋田を感じさせる商品の開発を促進します。
- ・総合食品研究センターの技術や県外アドバイザーを活用した商品の磨き上げにより、市場ニーズやライフスタイルの変化に対応した商品開発を支援します。
- ・アンテナショップを活用したテスト販売等により、首都圏等におけるマーケティングを支援します。

○ターゲットや地域を明確にした戦略的プロモーション

- ・鉄道事業者等と連携した首都圏でのイベント、物産展等を首都圏の方々とのコミュニケーションの場として活用し、食・物産・観光の一体的な売り込み

を行います。

- ・東京アンテナショップ「あきた美彩館」等を核とした「秋田夜学（交流会）（仮称）」を開催し、食を切り口とした観光誘客を促進します。
- ・アンテナショップにおけるイベント等の活発化により、情報受発信の強化を図ります。
- ・インターネット上のオピニオンリーダーや、高い情報発信力を有する人物による口コミ情報など多様な評価やネットワークを活用して、県内飲食・宿泊施設における食のおもてなしの向上を図ります。
- ・マッチング専門員や産地商談会により、首都圏の大手食品メーカーや流通業者等とのマッチングや、県内旅館・ホテル・飲食業における県産食材・食品の利用促進を図ります。
- ・県内中間流通業者の育成により、首都圏有力店等への売り込み強化を図ります。
- ・経済発展の期待される東アジアへの米や果樹等の農産物や清酒、加工食品の輸出を促進するため、新たな人的ネットワークを活用した大規模な食の見本市や県産品フェアなどを開催し、県産品の輸出促進につなげます。

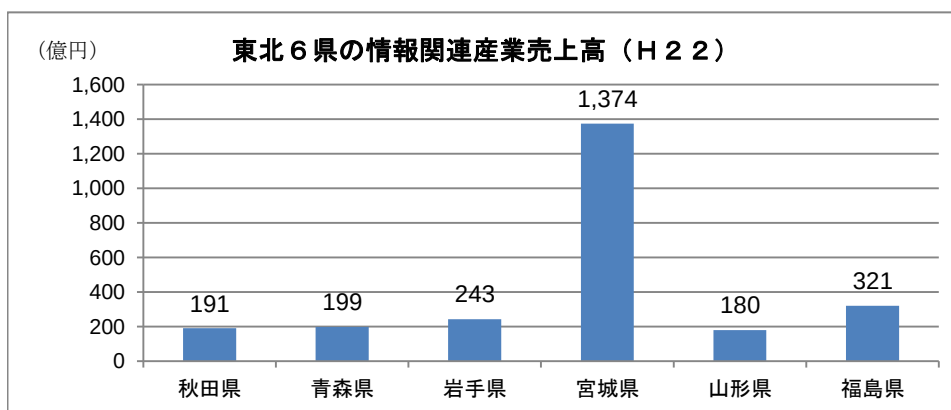
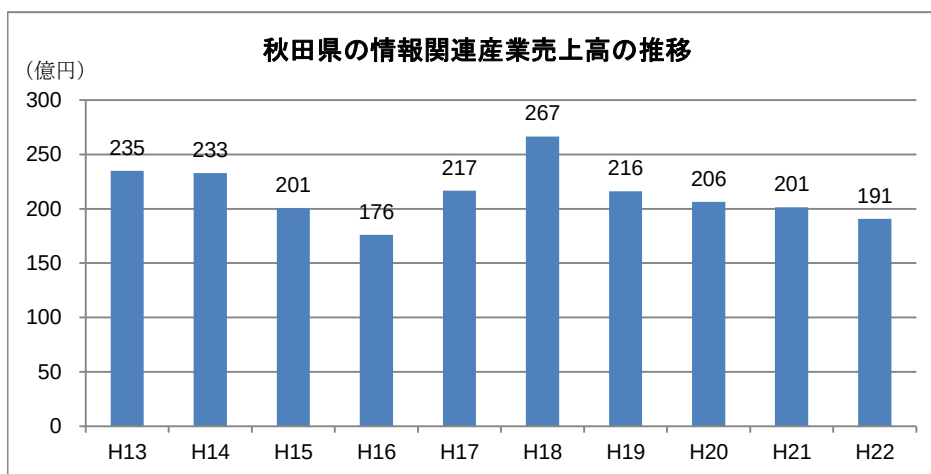
○農商工連携や6次産業化など異業種からの参入促進による食品産業の裾野の拡大

- ・農商工応援ファンド、食農観マッチングネット等により農商工連携を推進します。
- ・6次産業化サポートセンターを中心とした支援体制の整備と、6次産業化に意欲的な農林漁業者と食品製造業者等が集うプラットフォームづくりを進めます。
- ・産地立地型の一次、二次加工品の安定供給体制の構築を図ります。
- ・農林漁業成長産業化ファンド等を活用した創業支援を行います。

（４）情報関連産業分野

①現状

- 情報関連産業分野は、他産業の高度化及び効率化への貢献が期待され、かつ、ニーズ及び技術が多様であり、新たな技術やデバイスの台頭によりビジネスチャンスが拡大していることなどから、マーケットの拡大により今後も成長が見込まれています。
- 通信環境の向上により地理的ハンデが縮小したこと、ソフトウェア開発の環境変化により参入障壁が低下したことなどから、地方の中小企業においても、国内外の新たな市場開拓への積極的な挑戦が可能となっています。
- 本県の情報関連産業が全国に占める割合は、売上高が0.1%、従事者数が0.2%と極めて低くなっています（平成22年度特定サービス産業実態調査の業種区分「ソフトウェア業」、「情報処理提供サービス業」、「インターネット付随サービス業」）。
- 県内情報関連企業のほとんどが中小企業であり、従業員数5人未満の企業が4割を超えています。



資料：経済産業省「特定サービス産業実態調査」

②課題

○県内の情報関連産業には下記のような課題があると考えられます。

- ・営業力、提案力及びマーケティング力が不足している。
- ・セキュリティ及び個人情報保護の認証取得、新技術や各産業界における機能安全等への対応が遅れている。
- ・大半が下請受注のため、経験、技術及び利益の蓄積が困難である。
- ・核となる優秀な技術者が存在するが、これに続く人材、特に若手技術者の確保及び育成が図られていない。
- ・活況を呈している大都市圏からの受注が少なく、また、各社単体では受注できない案件が多い。
- ・震災復興地域の隣接地であるが、復興需要を取り込めていない。
- ・官公需において、大規模案件は県外の手大企業による受注が多く、県内企業が実績や経験を積むことができない。
- ・ICTの利活用による高度化及び効率化の提案ができないため、ICT利用者である県内企業や官公庁は、高いコストで首都圏ICT企業に発注せざるを得ない。
- ・ウェブでの情報発信などICTの利活用について、その有用性や必要性を認識していない県内事業者が多い。
- ・同業種・異業種を問わず企業間の連携が不足しており、現状や課題の共有化が図られていないため、新たな商品やサービスの開発が進んでいない。

③目指す姿

情報関連産業分野では、次のような姿を目指します。

「秋田の産業を牽引する付加価値の高い情報関連産業の確立」

- 大都市圏等からの受注拡大、ニーズの高い技術分野への対応、新たな市場の開拓により、売上高と従事者数が増大するとともに、生産性も向上しています。
- 技術と利益が蓄積され、付加価値の高い商品開発と販路拡大により、下請体質から脱却し、更なる成長を目指しています。
- 他産業での情報関連技術活用の動きが加速し、県内産業全体の高度化、効率化が図られています。

④具体的施策

上記の姿を実現するため、次のような取組を行っていきます。

○知識やスキルの向上と人材の確保及び育成

- ・新技術、新サービス、セキュリティ及び各産業界における認証や品質保証に関する知識や技術を習得するための取組を支援します。
- ・新技術や新サービスに取り組む際、試作品やプロトタイプの製作を支援します。
- ・各種団体及びコミュニティの活動を支援します。
- ・多様な人材を確保するための取組を支援します。
- ・実戦による人材の育成を支援します。

○新たな市場の開拓や経験及びノウハウの蓄積による販路の拡大

- ・展示会への出展及び大規模展示会への共同出展を支援します。
- ・大規模案件を受注するための体制整備を支援します。
- ・新たなビジネスモデルの確立に向けた取組を支援します。
- ・県内企業の育成という観点から、官公需における発注方法の見直しを図り、その実効性を高めます。

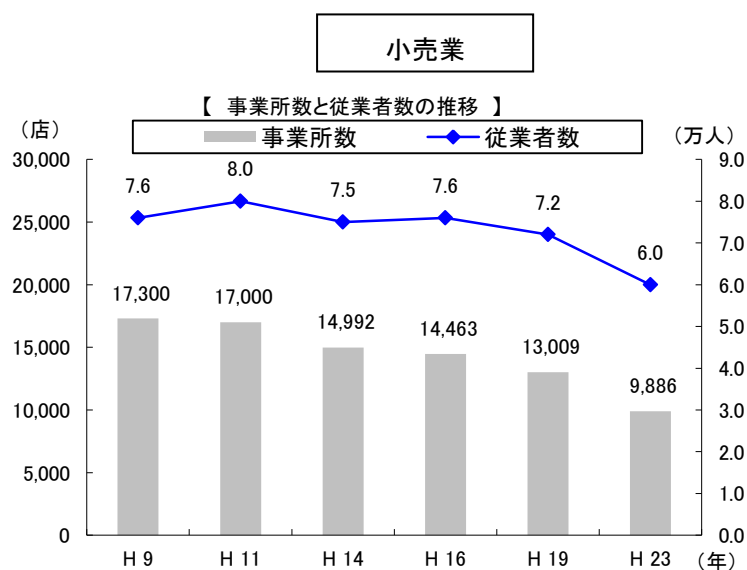
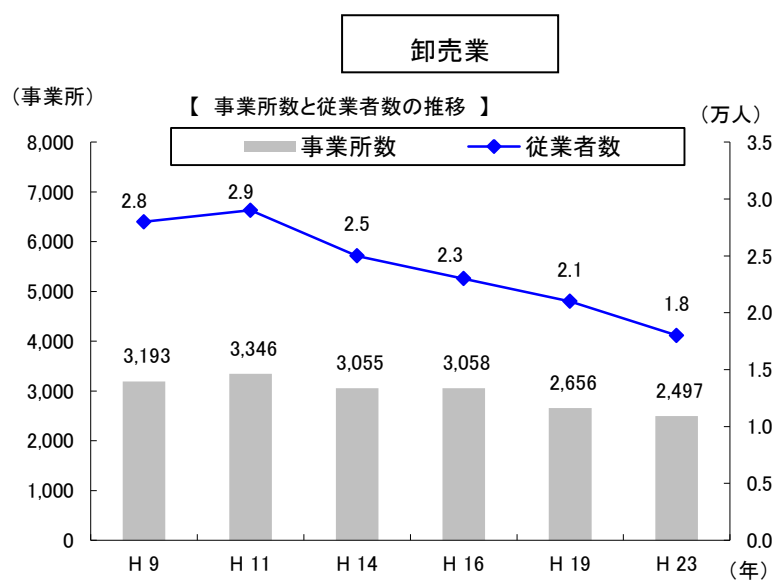
○ＩＣＴ利活用ニーズの掘り起こしや技術力と発想力による高付加価値商品づくり

- ・ＩＣＴを利活用した販売促進、事務の効率化や高度化など、県内事業者に対する普及啓発とニーズの掘り起こしを図るため、成功事例の紹介や相談会の開催を支援します。
- ・異業種間や地域間の情報共有や企業間連携による新たな市場開拓、商品及びサービスの開発を支援します。
- ・組込みソフトウェアと半導体や電子デバイスなど他産業との連携により、高付加価値商品の開発及び新分野への参入を支援します。

(5) 商業分野

①現状

- 県内商業は、店舗数及び就業者数ともに減少しており、特に中心市街地の商店街は、空き店舗率も高い状況で推移し、また組織率も低く、厳しい状況となっています。
- また、本県の消費者の状況は、買い物について車へ依存しているケースがほとんどで、買い物先としては、ロードサイド店が非常に多く、商店街へ行く人はあまり多くありません。
- 買い物先の店舗形態は、大型店・量販店が半数近くとなっており、買い物に不便を感じている人が、約半数となっています。



資料：経済産業省「商業統計」※H23年は経済産業省「経済センサス活動調査」

店舗数 20,346店（平成11年）→12,383店（平成23年）
就業者数 108,970人（平成11年）→77,297人（平成23年）
商店街空き店舗率 14.5%（平成24年）
商店街組合組織率 38.1%（平成24年）

- ・買い物時は車へ依存（89%）
- ・買い物先 ロードサイド店（75%）、商店街（17%）
- ・買い物先店舗形態 大型店・量販店（43%）
- ・買い物に不便を感じている（47.1%）
（内訳・徒歩圏内に行ける店がない 23.9%
家族の協力がないと行きたい時に買い物ができない 6.5%）
（数字はH23年度買い物動向調査）

②課題

- 各商業者において、営業力（マーケティング・販売力）の強化や新たな取引先などの更なる販路の開拓や多様化するサービスニーズへの対応、新たな商業形態の展開が求められています。
- また、高齢化する個店に対する後継者対策のほか、既存の商業者の活性化、新規参入者の増加による意欲ある元気な商業者の確保が求められています。
- さらに、経済環境としては、需要が停滞していることが問題となっており、設備の不足・店舗等の老朽化、競争の激化、流通の多様化などが課題となっています。

③目指す姿

商業分野では、次のような姿を目指します。

「意欲ある多様な商業者が県内全域で活動している」

○時代にあった個性と魅力あふれる商業

- ・多様化するニーズに対応した創意工夫ある商業活動が実施されています。
- ・消費者ニーズを捉えた魅力ある商店が多様な活動を行っています。
- ・地域住民のニーズを把握し、積極的かつ柔軟性をもって対応できる商店へ成長しています。
- ・圏域住民以外をターゲットにした商店への集客と情報発信がなされています。
- ・地域資源を活用した独自の商業活動が展開されています。

○地域コミュニティの維持及び生活を支える商業

- ・集客力のある伝統的祭礼、イベントへの積極的な取組がなされています。

- ・次代を担う人材育成と事業承継、また空き店舗を活用した新たな業態の起業が進んでいます。
- ・少子高齢化、人口減少社会の中で、高齢者等が買い物しやすい商業機能が維持されています。
- ・災害時を想定した商店の住民支援機能の強化がされています。
- ・近郊大型店と共存できるマーケットニーズを捉えた店舗展開がなされています。
- ・多様な流通に支えられた商店が地域の購買に応えています。

④具体的施策

上記の姿を実現するため、次のような取組を行っていきます。

○時代にあった個性と魅力あふれる商業

- ・個店指導を進め、売上の向上等目に見える結果を出すことで周辺商店の意欲を促します。
- ・キーパーソンとなる人材育成と圏域を越えた情報交換、先駆的な取組の情報発信による他への波及、誘発を図ります。
- ・圏域外からの誘客（観光客を含む）を意識した店舗展開や品揃の強化を支援します。
- ・創業支援に継続して取り組み、多彩な商業者が活動できる支援体制の強化を図ります。
- ・流通業者（輸送）とのコラボレーションの促進を支援します。 など

○地域コミュニティの維持及び生活を支える商業

- ・商店街等における個店の事業承継（マッチング）に対する支援体制の強化を図ります。
- ・集客力の向上を図るための伝統的祭礼及び地域イベントへの新たな取組を加味した事業の展開を支援します。
- ・大型店と異なるニーズを発掘・深掘するための調査を支援します。
- ・商店街ニーズにマッチした起業の促進を支援し、商店街の魅力の向上を図ります。
- ・買い物しやすい環境の維持のために、地域密着型の移動販売及び配達サービス等の普及促進を支援するとともに、地域中核店による買い物バス等の運行を支援します。
- ・出前商店街等、地域商店が協力した買い物利便性向上サービスの実施を支援します。
- ・商店街等の買い物の利便性を向上させる新規ビジネスへの参入の促進を図ります。
- ・卸売業の人材の育成強化及びネットワーク化を支援します。

- ・商店街の活性化のために商店街振興組合等の商店街運営組織の強化を図ります。
など

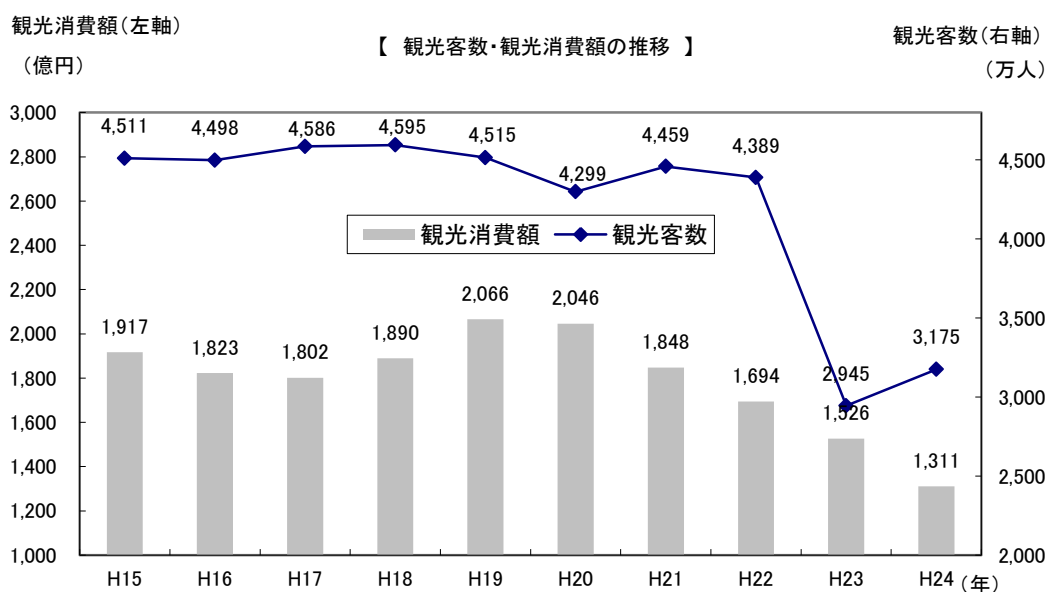
○経営基盤の強化

- ・専門家等による経営支援を行います。
- ・「中小企業支援ネットワーク」により事業再生と事業承継に支援します。

(6) 観光産業分野

①現状

- 震災による本県の観光入込客への影響は底を打ちつつあるものの、本格的な回復に向けては、いまなおその途上にあり、特に観光事業者は厳しい経営環境に置かれています。
- また、消費者ニーズに対応した観光地づくりや受入態勢も十分とはいえず、多くの観光客を惹き付ける誘客力が不足していることから、リピーターの増加にもつながっていません。



資料：秋田県「観光統計」※H22年までとH23年からは調査方法が異なるため単純な比較はできない。

②課題

- ビジネス環境が変化している中で、消費者ニーズに的確に対応し、マーケットに訴求力のある観光資源づくりと受入態勢の整備が求められています。
- 県内マーケットが縮小していく中で、観光や「食・農」「文化」「スポーツ」「交通」など多様な分野との連携により交流機会を創出し、これを県内消費の拡大に結び付けていく必要があります。
- 民間事業者等と一体となった取組態勢の構築を推進するとともに、民間事業者が観光をビジネスとして継続し、事業を行っていく仕組みづくりが必要されています。

③目指す姿

観光産業分野では、次のような姿を目指します。

「ビジネスとして継続・成長していく観光産業の形成」

○秋田のトータルイメージの定着や選ばれる観光地づくりにより、交流の活性化が図られ、企業や地域の主体的な経済活動によるビジネスとして継続・成長していく総合戦略産業としての観光が構築されています。

④具体的施策

上記の姿を実現するため、次のような取組を行っていきます。

1 お客様目線を重視したビジネスとして継続・発展していく観光産業の形成

○地域が主体となった観光地づくりの促進

- ・歴史的価値のある資源の観光利用と受入態勢整備の促進
(角館の武家屋敷、増田のまちなみ等)
- ・地域が連携した観光ルートの確立や観光案内人（ガイド）の資質向上（白神山地、鳥海山麓等）
- ・地域の伝統芸能・伝統食を活用した誘客活動の促進
- ・市町村未来づくり協働プログラムを活用した魅力ある観光地づくりの推進

○観光客のニーズにあった受入環境の充実

- ・新しいマーケットに対応した魅力ある民間観光宿泊施設等のあり方の検討
- ・総合観光情報デスク(仮称)の設置
- ・宿泊施設等での充実した観光案内サービスの提供
- ・二次アクセスの充実とわかりやすい観光案内表示の整備
- ・県有観光施設の魅力向上

○秋田の多彩な資源を活用したビジネス展開

- ・観光事業者と農家等が連携した誘客の促進
- ・食、農資源等の地域素材を活かしたビジネス展開の促進
- ・県外からの教育旅行の誘致
- ・歴史的遺産や培われた技術等を活かした産業観光の推進
- ・ペット観光の推進
- ・秋田らしい新たなツーリズムや統合型リゾート構想等新しい事業モデルの研究促進

○ビジネスとしての観光を支える人材の育成

- ・地域をリードする経営者の育成
- ・接客力、営業力等スキルを持った人材の育成

- ・観光案内人（ガイド）の資質向上（再掲）

○経営基盤の強化

- ・専門家等による経営支援
- ・「中小企業支援ネットワーク」による事業再生と事業承継への支援

2 お客様と秋田への観光を結び付けるネットワークづくり

○秋田ファンの拡大

- ・マスメディアに対する広報活動の展開
- ・雑誌・動画による具体的な魅力の発信
- ・ソーシャルメディアを活用した情報交流

○マーケットとの新しいコミュニケーション手法の確立

- ・秋田県観光総合ガイド「あきたファン・ドット・コム」のリニューアル
- ・ソーシャルメディアを活用した情報交流（再掲）
- ・秋田の情報を発信するキーマンの活用
- ・口コミ情報やネット、雑誌等のランキングの活用
- ・県民による自発的な秋田の情報発信の促進

○県内流動や近隣県等との流動の活性化

- ・県内観光地に対する県民の認知度向上と県内観光のきっかけづくり
- ・隣県観光地との広域連携による周遊観光の推進
- ・首都圏等主要マーケットでのプロモーション活動の実施
- ・コンベンションの誘致及び創出の促進
- ・航空路線を活用した秋田の観光地への利便性のアピール

○ターゲットを絞った外国人観光客の誘致促進

- ・誘客プロモーションの積極的な展開（トップセールス、広域連携等）
- ・現地消費者向け事業の強化（広告宣伝(新聞・雑誌・WEB)、メディア招聘、旅行博出展等）
- ・現地旅行会社向け事業の強化（旅行会社招聘、広告支援、旅行博出展・商談会開催等）
- ・SNS等を活用した効果的な情報交流の推進（留学生の活用、Wi-Fi環境の充実等）
- ・国内外外国人（企業等の駐在員や留学生等）への情報発信
- ・メディア戦略と国内外のキーマンを活用した誘客促進態勢の整備
- ・羽田空港や成田空港等の利用者や国内著名観光地を訪問している外国人を対象とした「次は秋田へ」プロモーションの実施
- ・海外からの教育旅行の誘致促進

○人的ネットワークの活用

- ・美彩館等を核とした「秋田夜学（交流会）」（仮称）の開催
- ・「秋田美の国大使」等による魅力発信
- ・秋田の情報を発信するキーマンの活用

- ・県民による自発的な秋田の情報発信の促進（再掲）

3 多様な分野との連携

- ・食を切り口とした誘客の促進
- ・「グリーン・ツーリズム」等体験型旅行の振興
- ・文化による賑わいの創出
- ・スポーツによる交流人口の拡大
- ・鉄道の観光資源としての活用

4 県を挙げた取組態勢の再構築

○民間事業者等が主体となった事業展開の促進

- ・地域の観光を支える若手リーダーの育成・強化
- ・集客を県内消費の増加に結び付けるビジネスとしての仕組みづくり
- ・事業活動の自由度を高めるための規制、基準等の見直し
- ・新しいマーケットに対応した魅力ある民間観光宿泊施設等のあり方の検討（再掲）

○秋田県観光連盟の組織体制強化・機能の強化

- ・新規会員の拡充と財源基盤の強化
- ・民間アドバイザーの配置や会員からの事務局員出向による体制強化
- ・県内施設の巡回指導の実施
- ・会員事業者の取組への支援

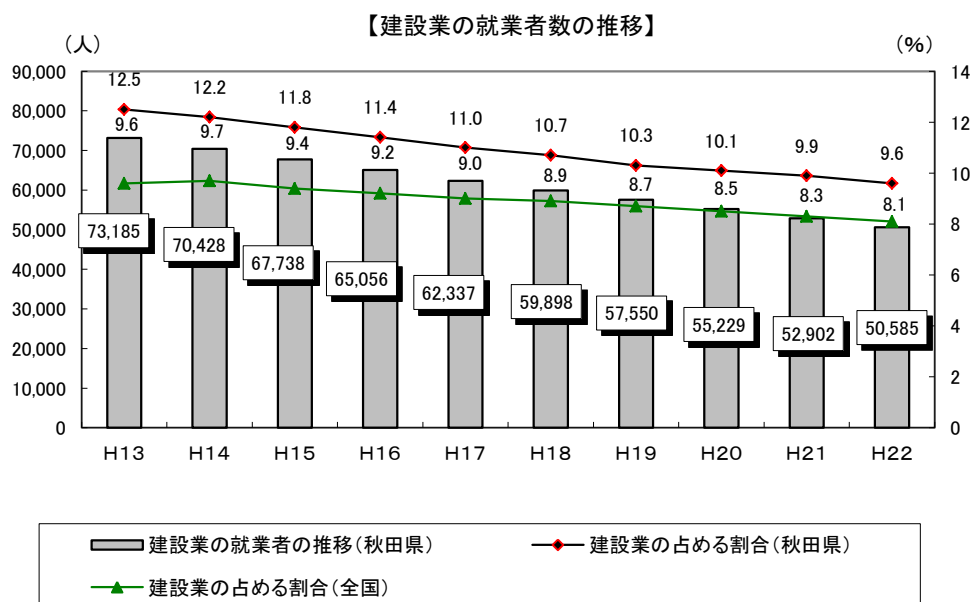
○秋田のおもてなしの実践

- ・おもてなし運動の実施の継続・拡充
- ・宿泊施設でのおもてなしの充実
- ・観光関連施設従業員の秋田ふるさと検定一級認定者の取得促進

(7) 建設業分野

①現状

- 建設投資額については、減少傾向が長く続いており、多くの建設企業が人材の不足、経営基盤の弱体化などの課題を抱えています。
- 大規模な災害などの際の応急対応や冬期間における除排雪など、地域において建設業が果たす役割の重要性が改めて見直されてきています。



資料：県民経済計算、国民経済計算

②課題

- 高度経済成長期に整備された社会資本の長寿命化対策など、建設需要の変化に対応できる新たな技術の導入や経営戦略が求められています。
- 若年者の入職が減少し、就業者の高齢化が進んでいることから、工事現場における技能労働者が不足しているほか、建設業を支える技能や技術の継承が困難となっています。
- 本県建設企業の利益率については赤字基調が続いており、経営の効率化による収益性の向上や、新分野進出による経営の多角化などにより、経営基盤の強化を図っていく必要があります。
- 建設企業の経営の悪化は、個々の企業の問題に止まらず、倒産や廃業、事業の縮小等が下請企業や資材納入業者などに連鎖することとなり、地域経済の縮小をもたらし、地域の活力が失われることが懸念されます。
- 厳しい競争環境を背景として極端な低価格受注が行われた場合、下請企業への

しわ寄せや工事の品質の低下、労働条件の悪化等を招くおそれがあります。

③目指す姿

建設業分野では、次のような姿を目指します。

「技術と経営に優れ、地域に貢献する建設業」

- 良質な社会資本整備の担い手として、技術力の向上に取り組み、技能・技術を次世代に継承しています。
- 本業の強化や経営の多角化などに積極的に取り組むことより、安定的な経営基盤を確立しています。
- 地域の維持、ボランティア活動や環境への配慮、雇用の確保等を通じて、地域に貢献しています。
- 技術と経営に優れ、地域の維持と安全・安心に貢献する企業が成長し、存続していけるような市場環境が整備されています。

④具体的施策

上記の姿を実現するため、次のような取組を行っていきます。

○技術力の向上と人材の確保・育成

- ・ 県内建設企業の技術者を対象とした研修会や説明会を開催するなど、企業の技術者の技術力の向上を支援します。
- ・ 総合評価落札方式の活用や新技術・新工法に関する説明会の開催などにより、県内建設企業の技術力向上と、新技術・新工法の普及を図ります。
- ・ 建設業が果たす役割の重要性や魅力について若年者の理解を深めるなど、地域の教育機関等との連携を図りながら、新規就業者の確保や女性の活用を促進します。

○本業の強化や経営の多角化などによる安定的な経営基盤の確立

- ・ 経営基盤の強化に自ら取り組もうとする企業に対して経営相談窓口や各種融資制度等の活用などを支援する体制の充実強化に努めます。
- ・ 観光、農業、メガソーラーなどの成長分野への活動領域の拡大や本業の強化に向けた取組を支援します。
- ・ 企業合併等に取り組んだ企業を入札参加資格審査や総合評価落札方式において評価することにより、企業合併等を促進します。

○地域の維持、雇用の確保等を通じた地域への貢献

- ・ 本県が全国にさがけて導入した、道路、河川などのインフラの維持管理等を包括して複数年で契約する「地域維持型ＪＶ」の活用などにより、地域の担い手となる建設企業の確保を図ります。
- ・ 県発注工事において、下請への県内企業の優先や資材調達に係る県産品の利用を要請することにより、地域経済への波及効果の向上を図ります。
- ・ 建設労働者の適切な賃金水準の確保を図ること等により、若年者をはじめとした建設労働者の雇用を促進します。

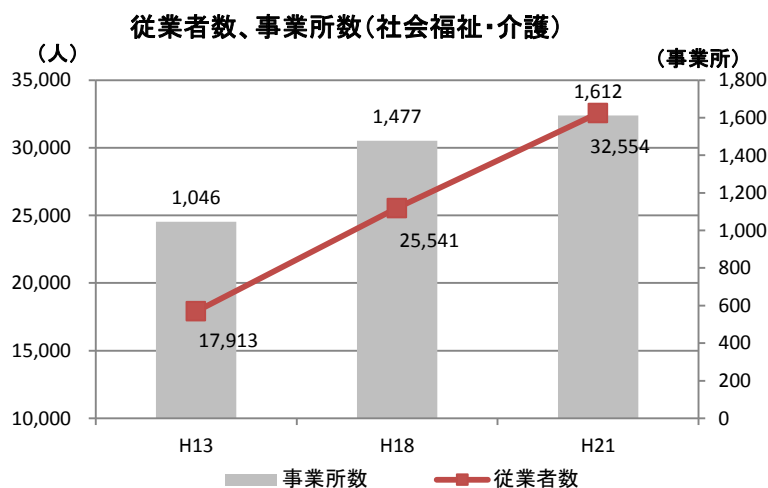
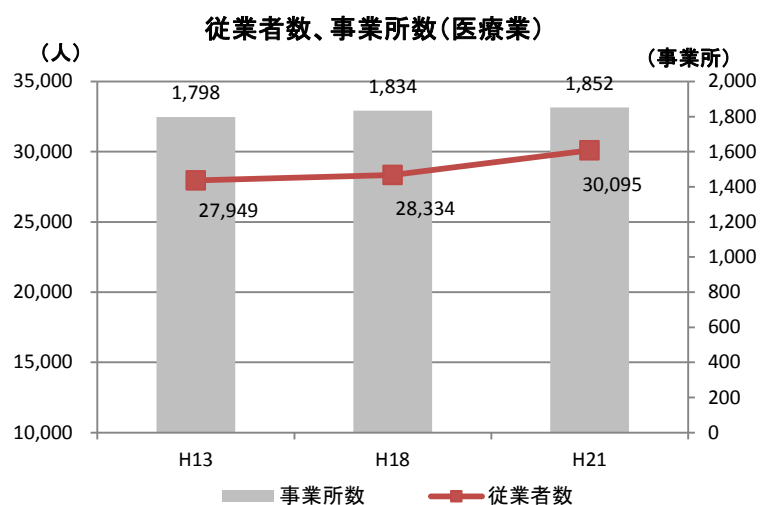
○適正な建設市場環境の整備

- ・ 低入札価格調査制度をはじめとした入札契約制度の適正な運用に努めることにより、公正な競争を促進します。
- ・ 地域の経済や雇用に与える影響を考慮し、県工事の計画的な発注に努めるとともに、県内企業への優先発注や分離・分割発注を推進し、県内企業の受注機会を確保します。
- ・ 社会保険未加入対策の強化を図るとともに、元請・下請関係の適正化を推進します。

(8) 医療・福祉関連産業分野

①現状

- 本県の医療・福祉関連産業分野は、サービス業としての「医療・福祉」だけでも、県内産業の売上高の12%、従業者数の14%を占めており、これに医薬品や医療機器の製造など関連する分野も含めると、県経済の中で、かなりのウェイトを占めているものと考えられます。
- 今後も、高齢者、特に75歳以上の後期高齢者の増加に伴い、要医療者や要支援・要介護者が増えていく見通しであり、医療や福祉に対するニーズはさらに高まっていくことが予想されます。



②課題

- 福祉・介護分野においては、人手不足が常態化しており、福祉関連職の有効求人倍率も高水準で推移している状況にあります。また、離職者のうち4分の3を3年未満の者が占める状況になっているほか、介護等の業務に従事していない潜在的有資格者が一定程度存在しているの見込まれています。今後、福祉や介護サービスへの需要の高まりが予想されている中で、人材の確保や職場への定着、資質の向上等を図っていく必要があります。
- 医療分野においては、医師不足や地域・診療科の偏在の解消に向けて、大学や医療機関と連携した総合的な医師確保対策を推進する必要があります。また、看護師についても、就職支援や就業環境の整備など、確保対策を推進する必要があります。
- さらに、高齢者等が住み慣れた地域で、自分らしい生活を続けていくことができるよう、医療・介護・福祉に携わる多職種の方々の資質の向上と連携の強化を図っていく必要があります。
- 成長分野である医療・福祉関連産業への参入に向けて、県内中小企業が、ニーズの増加や多様化に応じた医療・福祉機器の開発を行っていくことが必要となります。

③目指す姿

医療・福祉関連産業分野では、次のような姿を目指します。

「ポテンシャルの高い医療福祉産業の成長の実現」

- 労働力人口が減少していく中でも優れた人材が安定的に確保されています。
- 本県の強みである電子部品・デバイス産業を中心に、今後成長が見込まれる医療・福祉機器分野に参入し、新製品の開発が進んでいます（再掲）。

④具体的施策

上記の姿を実現するため、次のような取組を行っていきます。

【福祉・介護分野における人材育成等】

○人材の確保

- ・キャリアコーディネーターによる求人の開拓と求職者とのマッチングを強化します。
- ・福祉・介護分野へ新たに就労を希望する方に対する普及啓発のためのセミナー

等を開催します。

- ・子ども・子育て支援に関するニーズ調査を踏まえながら、保育や子育て支援に従事する人材を確保します。

○人材の定着促進

- ・就労者の職場定着促進に向けて専門的な指導を行うアドバイザーを派遣します。
- ・労働環境の整備に向けて、福祉事業所の経営者や労務管理者を対象とした「人材確保・定着セミナー」を開催します。

○人材の資質向上

- ・福祉従事者を対象とした、新任職員、中堅職員、指導者等の階層別研修を実施します。
- ・民間事業者を活用した介護職員初任者研修の実施を図ります。
- ・障害福祉サービスの相談支援従事者やサービス管理責任者等の養成等研修を実施します。

【医療分野における人材育成等】

○若手医師の地域循環型キャリア形成システムの推進

- ・あきた医師総合支援センターが県内勤務医師のキャリア形成を支援します。
- ・医学生、大学院生、研修医への県内の公的医療機関等での勤務を条件とする修学・研修資金の貸与による県内勤務医師の確保を図ります。

○県内外からの研修医の確保と研修体制の充実

- ・病院合同説明会の開催や、医学生の病院見学の促進、首都圏の勤務医師訪問等、県内外の医師・医学生等に対するアプローチを強化します。
- ・指導医の養成や、シミュレーション教育センターを活用した研修の実施などにより研修体制を充実し、初期臨床研修医・後期研修医の県内への誘導と定着を促進します。

○女性医師が働きやすい環境づくり

- ・秋田大学に設置した寄附講座での講演やワークショップにより、医師キャリア形成における男女共同参画意識の醸成を促進します。
- ・医師会との連携により女性医師相談窓口を開設し、産休・育休後の復職支援、復職後の子育てやキャリア形成等に関する相談支援など、女性医師が働きやすい環境づくりを促進します。

○がん医療に携わる専門性の高い医療従事者の育成

- ・がん医療に専門的に携わる医師や専門性の高い薬剤師、看護師等の医療従事者

を育成します。

○看護職員確保対策の推進

- ・看護職員への修学資金の貸付等により看護職員の確保を図ります。
- ・院内保育所の設置に対する支援、新人看護職員研修の充実等により離職防止を図ります。

○理学療法士等のリハビリ職種育成

- ・理学療法士等への修学資金の貸付によりリハビリ職種を確保するとともに、在宅療養者に対するリハビリ技術の向上を図ります。

【医療・介護・福祉の連携強化に向けた人材育成】

○在宅医療・介護を担う人材の育成

- ・医師、薬剤師、看護職員、リハビリ職種、ケアマネジャー、介護職員、社会福祉士など、地域の在宅医療・介護を担う多職種に対する実践的な研修を支援します。

○地域包括ケアシステムのコーディネートを担当する人材の育成

- ・市町村や地域包括支援センターの職員を対象とした研修を実施します。

【医工連携の促進等】

- 医療機器の研究開発や実用化に向けて、「秋田メディカルインダストリネットワーク（AMI ネットワーク）」の交流活動等により、現場のニーズに合った医療・福祉機器の開発等について支援します（再掲）。

- ・秋田メディカルインダストリネットワーク（AMI ネットワーク）の交流活動を通じて、新たな医療機関との連携を拡大します。
- ・産業技術センター等の技術シーズを活用した医工連携による新規医療機器の開発を推進します。
- ・医療ニーズを提供するメーカーとものづくり企業との連携等を支援します。
- ・競争的研究開発資金の提供や医工連携コーディネーター等により、ものづくり企業の商品開発を支援します。

- 高齢者や障害者向けの機器開発や、ユニバーサルデザインに配慮したものづくりの取組を支援します（再掲）。

第4章 指針の推進

1 条例・指針の県民等への周知・普及

○中小企業の振興のためには、全ての県民等が中小企業の重要性を理解し、その提供する製品・商品の利用などを通して、中小企業を応援していくことが重要となります。

そのため、中小企業の重要性や条例の基本理念、県民の協力の必要性などを広く情報発信し、条例や指針に関する県民の理解を促進していきます。

2 条例・指針の推進体制

○県内の企業経営者や企業支援機関、学識経験者などからなる「秋田県中小企業振興委員会（仮称）」を設置し、より中小企業のニーズに合った施策等を検討していきます。

○県内の各地域において、中小企業経営者から、求められる支援策や実施している施策について生の声を聴く機会を設け、施策に反映させていきます。

○県職員が積極的に企業訪問を行うほか、商工団体、金融機関等と意見交換を行う機会を確保し、ニーズに合った施策の立案を行います。

3 市町村との連携

○県の中小企業の振興施策は、各市町村の中小企業振興施策とも密接に関わるため、市町村と情報共有しながら連携を密にし、各地域の特性に応じた積極的な取組を支援します。

4 各施策の情報提供

○各施策については、中小企業にきめ細やかな情報提供を行い、その周知に努めるとともに、利用する中小企業側が分かりやすい資料を提供します。

第5章 参考資料

1 中小企業支援に関する県内の主な相談窓口

相談窓口の種類	支援機関名称	具体的な支援内容等
総合的な相談窓口	(公財)あきた企業活性化センター (TEL 018-860-5610)	創業・起業支援、設備導入支援、経営指導、販路開拓・取引拡大支援、情報提供、人材育成、知的財産権の総合相談、産業デザインの総合相談
経営全般や創業に関する地域の相談窓口	各商工会議所	中小企業の経営改善や記帳・決算申告、創業等に関する相談や指導、情報提供に関すること
	各商工会 秋田県商工会連合会 (TEL018-863-8491)	
連携組織化、組合設立支援	秋田県中小企業団体中央会 (TEL018-863-8701)	中小企業組合の組織、事業及び経営に関する相談・指導、官公需に関する支援に関すること
事業承継の支援	各商工会議所	中小企業の事業承継に関する相談、専門家の紹介、企業情報の集積、関係機関との連携に関すること
	各商工会 秋田県商工会連合会 (TEL018-863-8491)	
	秋田県中小企業団体中央会 (TEL018-863-8701)	
技術相談 研究相談 技術者養成支援	【工業等】 秋田県産業技術センター (TEL018-862-3414)	共同研究や技術相談、施設・機器の開放、人材育成支援など 生産現場の技術課題解決から最先端研究開発までを幅広くサポートする
	【食品関連】 秋田県総合食品研究センター (TEL018-888-2000)	農水畜産物の加工や利用、食品機能成分に関すること 酒や味噌などの発酵食品や微生物に関すること
	【木材関連】 (公財)秋田県木材加工推進機構 (TEL0185-52-7000)	木材加工に関する技術相談、情報提供、人材育成、性能試験の受託、県立大木材高度加工研究所の研究成果の技術移転など

相談窓口の種類	支援機関名称	具体的な支援内容等
海外展開支援	(一社)秋田県貿易促進協会 (TEL) 018-896-7366	県内企業が海外展開するための、海外及び県内での商談会開催、海外見本市参加支援、海外ミッション派遣、専門アドバイザーによる助言等のサポートを行う
	日本貿易振興機構(ジェトロ) 秋田貿易情報センター (TEL) 018-865-8062	海外事務所ネットワークにより入手した世界各国の経済、産業、統計、貿易・投資実務等の情報を基に、輸出販路開拓、海外進出先での支援、海外ビジネス情報の提供等、県内企業の海外ビジネス支援を行う
職業能力開発支援	秋田県職業能力開発協会 (TEL) 018-862-3510	職業訓練・能力開発についての相談・指導・援助・情報提供、技能検定や表彰に関すること
信用保証	秋田県信用保証協会 (TEL) 018-863-9011	中小企業が融資を申し込む際の保証に関する相談・審査や支援、経営支援に関すること

2 条例・指針の策定経過

(1) アンケート調査の実施

- ①目的：県内の中小企業が直面している課題及びその振興に必要な取組を把握し条例及び関連指針の策定に反映するとともに、今後の施策に活用
- ②調査時期：平成25年5月
- ③調査対象：県内中小企業等
(主に各商工団体や業界団体の会員等約5,700社(うち、回答のあった企業等1,973社))

(2) 中小企業へのヒアリングの実施

各企業の課題や必要な取組を把握し、関連指針の策定や今後の施策に反映するため、平成25年5月～9月に個別企業へのヒアリングを実施(計227社)

(3) 条例検討委員会の開催

- ①条例検討委員：各産業分野の企業経営者、企業支援機関、学識経験者など17名で構成
- ②開催実績及び予定：
 - 第1回 平成25年7月18日(木)
 - 第2回 平成25年9月10日(火)
 - 第3回 平成25年11月11日(月)

(4) 各地域意見交換会の開催

開催日	地域名	参加企業数	オブザーバー参加団体・企業数	参加市町村数
7月29日(月)	鹿角地域	12社	3団体	2市町
7月30日(火)	山本地域	16社	5団体・2社	4市町
7月31日(水)	平鹿地域	11社	4団体・2社	1市
8月1日(木)	雄勝地域	19社	3団体・3社	3市町村
8月9日(金)	秋田地域	24社	9団体・2社	5市町村
8月26日(月)	由利地域	10社	3団体・2社	2市
8月27日(火)	北秋田地域	14社	3団体・2社	3市村
8月29日(木)	仙北地域	11社	4団体・2社	3市町

※意見交換会に参加できなかった2市町については、意見交換終了後、個別に意見交換を行っている。

3 中小企業へのアンケート結果概要

- (1) アンケート実施時期：平成25年5月
- (2) 対象企業数：県内企業約5,700社（主に各商工団体や関連団体等の会員など）
- (3) 回答企業数：1,973社
- (4) 調査結果概要

分野等	課題	必要な支援
各産業共通	原材料価格や仕入価格の上昇、販路開拓、営業力の強化、需要の停滞など	従業員の確保や育成支援、設備投資への支援、技術力の向上支援、資金供給の円滑化支援、受注機会の拡大（県発注等の拡大）、県内需要の拡大支援など
製造業分野	原材料価格や仕入価格の上昇、設備や店舗等の不足・老朽化、営業力の強化、販路開拓など	設備投資への支援、技術力の向上支援、新製品の開発支援、従業員の確保や育成支援、国内での販路拡大支援、県内需要の拡大支援など
伝統産業分野	自社製品の開発、原材料価格の不足、販路開拓、原材料価格や仕入価格の上昇など	国内や海外での販路拡大支援、新製品の開発支援、ブランド化・知名度アップへの支援、資金供給の円滑化支援など
食品産業分野	自社製品の開発、原材料価格の上昇、設備や店舗の老朽化や不足、販路開拓、など	国内での販路拡大支援、ブランド化・知名度アップへの支援、新製品の開発支援、設備投資への支援、県内需要の拡大支援など
情報関連産業分野	事業の拡大、熟練技術者の確保、販路開拓、人件費の増加、営業力の強化など	熟練技術者や従業員の確保・育成の支援、技術力の向上支援、受注機会の拡大（県発注等の拡大）など
商業分野	大企業の進出による競争の激化、設備や店舗の老朽化や不足、サービスニーズの変化への対応、営業力の強化、販路開拓、需要の停滞など	相談・支援体制の強化、事業承継への支援、設備投資への支援、地域の企業や産業との連携の支援、県内需要の拡大支援など

分野等	課題	必要な支援
観光産業分野	原材料価格や仕入価格の上昇、設備や店舗等の不足・老朽化、サービスニーズの変化への対応、営業力の強化など	設備投資への支援、コスト削減のための指導、地域の企業や産業との連携の支援、新サービスの開発支援、資金供給の円滑化支援など
建設業分野	原材料価格や仕入価格の上昇、従業員の確保や熟練技術者の確保、需要の停滞など	受注機会の拡大（県発注等の拡大）、熟練技術者や従業員の確保・育成支援、技術力の向上支援など
医療・福祉産業分野	従業員の確保難、新規参入業者の増加、事業の拡大など	従業員の確保や育成支援など

4 中小企業等に関する統計資料

(1) 県内及び全国の中小企業数

	中小企業				大企業		合計	
	企業数	構成比(%)	うち小規模企業 企業数	構成比(%)	企業数	構成比(%)	企業数	構成比(%)
北海道	166,961	99.8	144,616	86.4	322	0.2	167,283	100.0
青森県	47,954	99.9	42,458	88.4	63	0.1	48,017	100.0
岩手県	44,388	99.8	39,125	88.0	67	0.2	44,455	100.0
宮城県	71,928	99.8	62,968	87.3	163	0.2	72,091	100.0
秋田県	39,925	99.9	35,612	89.1	39	0.1	39,964	100.0
山形県	45,799	99.9	40,797	88.9	67	0.1	45,866	100.0
福島県	71,625	99.9	63,603	88.7	85	0.1	71,710	100.0
茨城県	92,823	99.9	82,363	88.7	84	0.1	92,907	100.0
栃木県	70,736	99.9	63,025	89.0	102	0.1	70,838	100.0
群馬県	77,225	99.9	68,904	89.1	105	0.1	77,330	100.0
埼玉県	186,837	99.9	166,118	88.8	269	0.1	187,106	100.0
千葉県	139,283	99.8	122,003	87.4	265	0.2	139,548	100.0
東京都	487,729	99.1	408,714	83.0	4,662	0.9	492,391	100.0
神奈川県	216,503	99.7	187,674	86.4	600	0.3	217,103	100.0
新潟県	89,770	99.8	79,305	88.2	162	0.2	89,932	100.0
富山県	41,351	99.8	36,176	87.3	96	0.2	41,447	100.0
石川県	47,286	99.8	41,828	88.3	111	0.2	47,397	100.0
福井県	34,167	99.9	30,404	88.9	45	0.1	34,212	100.0
山梨県	36,555	99.9	33,023	90.2	48	0.1	36,603	100.0
長野県	85,783	99.8	77,032	89.6	161	0.2	85,944	100.0
岐阜県	82,601	99.9	73,266	88.6	101	0.1	82,702	100.0
静岡県	140,136	99.8	123,807	88.2	234	0.2	140,370	100.0
愛知県	240,809	99.7	206,323	85.4	715	0.3	241,524	100.0
三重県	60,504	99.8	53,210	87.8	91	0.2	60,595	100.0
滋賀県	39,165	99.8	34,238	87.3	70	0.2	39,235	100.0
京都府	94,994	99.8	83,700	87.9	187	0.2	95,181	100.0
大阪府	326,793	99.6	282,486	86.1	1,240	0.4	328,033	100.0
兵庫県	169,036	99.8	147,417	87.0	313	0.2	169,349	100.0
奈良県	36,092	99.9	31,810	88.1	28	0.1	36,120	100.0
和歌山県	40,708	99.9	36,693	90.1	31	0.1	40,739	100.0
鳥取県	18,882	99.8	16,539	87.4	32	0.2	18,914	100.0
島根県	26,319	99.9	23,308	88.5	29	0.1	26,348	100.0
岡山県	60,144	99.8	52,355	86.9	108	0.2	60,252	100.0
広島県	96,627	99.8	83,949	86.7	182	0.2	96,809	100.0
山口県	46,307	99.9	40,315	86.9	67	0.1	46,374	100.0
徳島県	29,939	99.9	26,933	89.9	30	0.1	29,969	100.0
香川県	36,329	99.8	32,004	87.9	63	0.2	36,392	100.0
愛媛県	50,945	99.8	45,108	88.4	91	0.2	51,036	100.0
高知県	29,548	99.9	26,615	90.0	27	0.1	29,575	100.0
福岡県	154,699	99.8	132,668	85.5	384	0.2	155,083	100.0
佐賀県	27,907	99.9	24,316	87.0	38	0.1	27,945	100.0
長崎県	48,638	99.9	42,825	88.0	48	0.1	48,686	100.0
熊本県	57,348	99.9	50,057	87.2	82	0.1	57,430	100.0
大分県	40,390	99.9	35,200	87.0	50	0.1	40,440	100.0
宮崎県	40,008	99.9	35,465	88.5	44	0.1	40,052	100.0
鹿児島県	58,110	99.9	51,728	88.9	59	0.1	58,169	100.0
沖縄県	53,658	99.9	47,278	88.0	66	0.1	53,724	100.0
合計	4,201,264	99.7	3,665,361	87.0	11,926	0.3	4,213,190	100.0

注) 1 企業数＝会社数＋個人事業所(単独事業所及び本所・本社・本店)とする。

2 常用雇用者 300 人以下(卸売業、サービス業は 100 人以下、小売業、飲食店は 50 人以下)、または資本金 3 億円以下(卸売業は 1 億円以下、小売業、飲食店、サービス業は 5,000 万円以下)の企業を中小企業とする。

3 常用雇用者 20 人以下(卸売業、小売業、飲食店、サービス業は 5 人以下)の企業を小規模企業とする。

4 小規模企業の構成比は全企業数に占める割合とする。

資料：中小企業白書2013年版

(2) 県内及び全国の中小企業の常用雇用者・従業者数

	中小企業				大企業		合計	
	うち小規模企業							
	会社常雇数＋ 個人従業者総数 (人)	構成比(%)	会社常雇数＋ 個人従業者総数 (人)	構成比(%)	会社常雇数＋ 個人従業者総数 (人)	構成比(%)	会社常雇数＋ 個人従業者総数 (人)	構成比(%)
北海道	1,093,262	83.3	354,129	27.0	219,218	16.7	1,312,480	100.0
青森県	286,128	88.5	106,224	32.9	37,195	11.5	323,323	100.0
岩手県	274,250	87.8	100,194	32.1	38,098	12.2	312,348	100.0
宮城県	465,559	82.6	157,180	27.9	98,334	17.4	563,893	100.0
秋田県	232,805	91.7	90,010	35.5	20,955	8.3	253,760	100.0
山形県	269,216	84.4	100,295	31.4	49,863	15.6	319,079	100.0
福島県	432,610	84.8	160,132	31.4	77,413	15.2	510,023	100.0
茨城県	566,812	89.8	215,415	34.1	64,240	10.2	631,052	100.0
栃木県	394,896	83.0	154,720	32.5	80,745	17.0	475,641	100.0
群馬県	447,373	77.5	167,748	29.1	129,526	22.5	576,899	100.0
埼玉県	1,118,307	76.2	406,985	27.7	349,182	23.8	1,467,489	100.0
千葉県	834,638	71.6	295,774	25.4	330,415	28.4	1,165,053	100.0
東京都	4,375,465	36.3	968,635	8.0	7,692,003	63.7	12,067,468	100.0
神奈川県	1,442,006	73.2	439,228	22.3	528,054	26.8	1,970,060	100.0
新潟県	572,501	84.7	206,876	30.6	103,794	15.3	676,295	100.0
富山県	280,316	80.7	96,087	27.7	67,081	19.3	347,397	100.0
石川県	294,465	84.7	106,186	30.5	53,254	15.3	347,719	100.0
福井県	213,218	89.0	80,394	33.6	26,402	11.0	239,620	100.0
山梨県	193,900	89.3	80,624	37.1	23,171	10.7	217,071	100.0
長野県	506,987	84.8	182,986	30.6	90,524	15.2	597,511	100.0
岐阜県	511,172	85.1	188,985	31.5	89,250	14.9	600,422	100.0
静岡県	882,682	80.4	313,529	28.5	215,716	19.6	1,098,398	100.0
愛知県	1,854,874	66.6	533,163	19.1	930,835	33.4	2,785,709	100.0
三重県	382,500	86.3	137,501	31.0	60,554	13.7	443,054	100.0
滋賀県	254,085	82.4	86,834	28.2	54,383	17.6	308,468	100.0
京都府	600,556	72.6	206,288	24.9	226,301	27.4	826,857	100.0
大阪府	2,472,073	62.3	724,498	18.3	1,493,562	37.7	3,965,635	100.0
兵庫県	1,121,156	80.7	367,344	26.4	267,935	19.3	1,389,091	100.0
奈良県	216,948	93.5	83,314	35.9	15,180	6.5	232,128	100.0
和歌山県	208,117	86.8	91,414	38.1	31,736	13.2	239,853	100.0
鳥取県	118,011	91.5	41,528	32.2	10,910	8.5	128,921	100.0
島根県	154,560	91.0	60,316	35.5	15,340	9.0	169,900	100.0
岡山県	406,051	84.0	131,833	27.3	77,102	16.0	483,153	100.0
広島県	675,708	74.8	209,307	23.2	227,949	25.2	903,657	100.0
山口県	301,873	84.4	102,664	28.7	55,868	15.6	357,741	100.0
徳島県	155,599	89.8	63,989	36.9	17,719	10.2	173,318	100.0
香川県	229,642	79.5	77,267	26.7	59,263	20.5	288,905	100.0
愛媛県	312,597	82.4	114,831	30.3	66,547	17.6	379,144	100.0
高知県	154,317	91.8	63,619	37.9	13,719	8.2	168,036	100.0
福岡県	1,138,439	75.0	339,387	22.4	378,957	25.0	1,517,396	100.0
佐賀県	173,274	90.0	64,680	33.6	19,203	10.0	192,477	100.0
長崎県	285,125	92.1	109,340	35.3	24,613	7.9	309,738	100.0
熊本県	339,297	89.1	125,549	33.0	41,350	10.9	380,647	100.0
大分県	248,228	83.7	88,529	29.9	48,329	16.3	296,557	100.0
宮崎県	224,016	91.4	87,754	35.8	21,084	8.6	245,100	100.0
鹿児島県	327,478	87.7	126,097	33.8	45,779	12.3	373,257	100.0
沖縄県	300,128	88.2	111,547	32.8	40,287	11.8	340,415	100.0
全国計	28,343,220	66.0	9,120,929	21.2	14,628,938	34.0	42,972,158	100.0

注) 1 企業数＝会社数＋個人事業所(単独事業所及び本所・本社・本店)とする。

2 常用雇用者 300 人以下(卸売業、サービス業は 100 人以下、小売業、飲食店は 50 人以下)、または資本金 3 億円以下(卸売業は 1 億円以下、小売業、飲食店、サービス業は 5,000 万円以下)の企業を中小企業とする。

3 常用雇用者 20 人以下(卸売業、小売業、飲食店、サービス業は 5 人以下)の企業を小規模企業とする。

4 小規模企業の構成比は全企業数に占める割合とする。

資料：中小企業白書2013年版

(3) 県内事業所数、従業者数

	事業所数(単位:事業所)					従業者数(単位:人)				
	平成13年	平成16年	平成18年	平成21年	平成24年	平成13年	平成16年	平成18年	平成21年	平成24年
農 業	341	302	333	540	485	3,438	2,814	3,537	6,855	5,283
林 業	67	63	67	198	100	780	707	742	2,577	1,170
漁 業	30	26	24	34	31	204	191	188	233	211
農 林 漁 業 間 格 付 不 能					19					167
鉱 業 ・ 採 石 業 ・ 砂 利 採 取 業	80	79	69	60	48	1,013	1,092	856	733	524
建 設 業	7,447	6,955	6,585	6,396	5,772	64,410	55,136	50,484	45,816	43,048
製 造 業	4,826	4,504	4,194	4,063	3,789	92,603	84,085	81,247	76,102	71,147
電 気 ・ ガ ス ・ 熱 供 給 ・ 水 道 業	37	34	37	132	43	1,551	1,444	1,483	2,681	1,671
情 報 通 信 業	324	318	303	367	328	5,361	4,546	4,378	4,878	3,857
運 輸 業 ・ 郵 便 業	1,122	1,055	1,038	1,188	1,073	20,815	19,976	20,269	23,280	21,340
卸 売 業 ・ 小 売 業	19,469	17,278	16,717	15,742	13,947	111,217	101,058	100,388	100,964	88,505
金 融 業 ・ 保 険 業	1,088	1,009	955	965	955	12,286	10,826	10,631	11,224	11,548
不 動 産 業 ・ 物 品 賃 貸 業	1,920	1,862	1,878	2,135	1,878	6,099	5,727	5,838	6,767	5,887
宿 泊 業 ・ 飲 食 サービス 業	8,099	7,604	7,405	6,851	6,088	38,975	37,416	36,453	37,888	35,400
サ ー ビ ス 業	16,880	16,620	16,888	18,715	16,261	102,682	107,151	119,743	156,167	128,991
学 術 研 究 ・ 専 門 ・ 技 術 サービス 業	1,718	1,609	1,613	1,777	1,588	8,507	8,444	7,633	10,140	7,857
生 活 関 連 サービス 業 ・ 娯 楽 業	7,377	7,162	7,067	6,946	6,273	23,601	22,020	22,059	23,011	19,272
教 育 ・ 学 習 支 援 業	1,469	1,450	1,387	2,111	1,215	6,028	5,865	7,619	24,580	9,257
医 療 ・ 福 祉	2,235	2,364	2,680	3,464	3,141	35,229	39,305	44,471	62,649	59,128
複 合 サービス 事 業	592	496	747	594	509	5,759	5,939	8,561	5,697	5,106
サ ー ビ ス 業 (他に分類されないもの)	3,489	3,539	3,394	3,823	3,535	23,558	25,578	29,400	30,090	28,371
全 産 業 (公 務 除 く)	61,730	57,709	56,493	57,386	50,817	461,434	432,169	436,237	476,165	418,749

注) 調査手法の変更があったため前回調査との差数が全て増加・減少を示すものではない。

資料:総務省「事業所・企業統計調査報告」、「経済センサス基礎調査」、経済産業省「経済センサス活動調査」

※産業分類については平成19年11月改訂の分類による