

「みえ産業振興戦略」
今後の取組等について

平成26年5月20日

1. 三重県中小企業・小規模企業振興条例の制定
 2. 県内投資の促進に向けた取組
 3. 首都圏営業拠点「三重テラス」の運営状況について
 4. 「みえ産業振興戦略」の更なる進展に向けて
 5. 新たな取組の具体例
 - (1)ICTを活用した産業活性化の推進
 - (2)「食」で拓く三重の地域活性化
 - (3)県内企業等の国際展開の推進
- (参考) 現場からの声 ～1,000社訪問の実施結果～

1. 三重県中小企業・小規模企業振興条例の制定

- 三重県の中小企業・小規模企業は、本県経済をけん引し、地域社会の形成や維持に寄与している重要な存在。また、地域の多様な中小企業・小規模企業が雇用を支えている。
- 昨今のグローバル競争の激化や海外市場の変化による世界経済の構造変化への対応や、国内の人口減少社会の到来による少子高齢化や地域の過疎化などの新たな社会的課題の解決への対応が求められており、今まさに、三重県の中小企業・小規模企業は、この大きな構造変化に対応していくことが必要である。
- 県は、先頭に立って、中小企業・小規模企業の特性に応じた支援を行うとともに、特に小規模企業に配慮した支援を行う。そのため中小企業・小規模企業の振興について、基本理念を定め、関係者の役割を明らかにするとともに、施策の基本事項をこの条例により定める。

基本理念(第3条)

- 経営の向上に対する主体的な努力を促進
- 地域社会の形成及び維持に寄与している中小企業・小規模企業の重要性を認識
- 小規模企業の経営規模や形態を勘案し、きめ細かく支援
- 関係機関等の連携・協力による推進

役割等(第4条-12条)

- 県の責務:** 関係機関と連携した総合的な施策の実施
- 中小企業・小規模企業の主体的努力**
: 経営の向上、雇用環境の整備 等
- 市町の役割:** 地域特性を活かした施策の実施
- 中小企業・小規模企業に関する団体の役割**
: 経営の安定・向上への支援 等
- 教育機関の役割:** 勤労、職業に対する意識の啓発
- 高等教育機関の役割:** 研究開発、人材育成のための協力
- 金融機関の役割**
: 円滑な資金調達及び経営の支援、地域の経済・社会への貢献
- 大企業の役割:** 中小企業・小規模企業振興に関する施策への協力
- 県民の理解及び協力**
: 中小企業・小規模企業に関する理解と施策への協力

中小企業・小規模企業の振興に関する施策(第13条-23条)

ものづくり産業に携わる中小企業・小規模企業の振興(第13条)

技術開発や、新分野への進出、設備導入の支援、同業種・異業種との連携促進 等

サービス産業、伝統産業及び地場産業に携わる中小企業・小規模企業の振興、まちづくりによる地域の活性化(第14条)

生産性の向上の促進、商店街活性化、伝統産業・地場産業の商品開発や技能承継の支援 等

小規模企業に対する支援(第15条)

きめ細かな支援体制の構築、経営相談・指導体制の充実、連携による商品開発や販路開拓支援、新たなサービスの創出支援 等

- 「三重県版経営向上計画」の認定等(第16条)**
経営の向上に係る計画の作成・認定とそれに対する資金供給 等
- 人材の育成及び確保(第17条)**
経営人材の育成、人材育成・確保のためのキャリアアップの取組、女性・高齢者・障がい者等の多様な就業機会の提供 等
- 資金供給の円滑化(第18条)** 融資制度、信用補完事業の充実 等
- 創業及び第二創業の促進(第19条)** 創業及び第二創業に関する意欲の醸成や相談体制の充実 等
- 事業承継への支援(第20条)** 後継者の育成に対する支援 等
- 販路の拡大に対する支援及び海外における事業展開の促進(第21条)**
中小企業・小規模企業等の連携や共同で行う販路開拓や販売機会の充実、国内外の見本市、商談会等への出展支援、海外における産学官の経済交流の促進 等
- 情報の提供及び顕彰(第22条)** 中小企業・小規模企業の魅力発信の支援 等

みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会の設置(第23条)

1. 三重県中小企業・小規模企業振興条例の制定

「三重県中小企業・小規模企業振興条例」の特徴

中小企業と小規模企業を併記する条例は三重県のみ

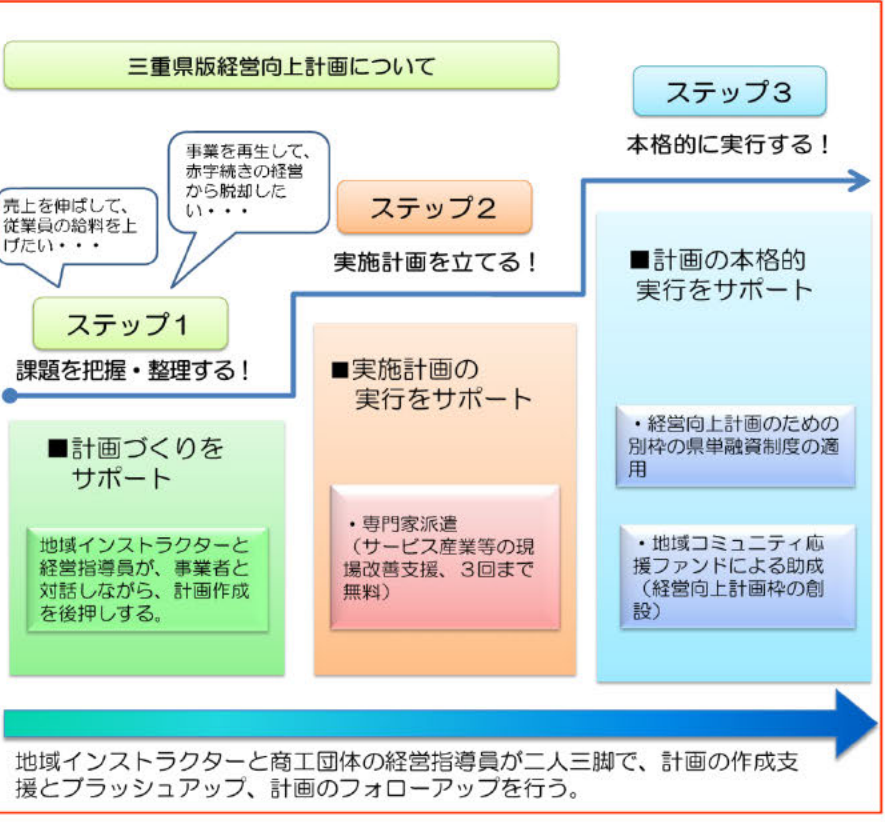
① 中小企業・小規模企業の主体的努力の規定

中小企業・小規模企業の役割として、経営の向上を図る「主体的な努力」を規定。一方で、県の役割として、中小企業・小規模企業の「主体的な努力を促進していくこと」を規定。

② 三重県版経営向上計画の認定等

県独自の経営革新制度は三重県と鳥取県のみ！

中小企業・小規模企業の挑戦を後押しするだけでなく、中小企業・小規模企業のやる気を引き出すために、県独自の経営の向上に係る計画の認定制度を創設しました！！



③ 事業承継の支援

後継者難に陥っている小規模企業等の事業承継に係る相談窓口を新たに設置し、きめ細かい事業承継支援体制の構築（事業引き継ぎ支援センターの設置）を予定。

「事業引き継ぎ支援センター」の役割

- ・事業引き継ぎ等に係る相談受付、情報提供
- ・魅力ある企業と新たな担い手とのマッチング支援



事業承継について、具体的に条文に明記しているのは三重県のみ

④ 人材育成・海外展開・顕彰制度

- ・人材の育成においては、中小企業・小規模企業の経営者育成について規定。→**三重県独自の規定**
- ・また、障がい者雇用についても規定。→**他県では、大分県、鹿児島県のみ規定**
- ・中小企業・小規模企業の海外展開支援について具体的に明記。→**他県では、滋賀県、徳島県のみ規定**
- ・優れた功績をあげている中小企業・小規模企業を顕彰する「みえ産業企業選（仮称）」の創設。→**他県では、富山県、京都府のみ規定**

⑤ みえ中小企業・小規模企業振興推進協議会の設置

今回の条例に基づく様々な施策を具体的かつ計画的に実施していくために、「**みえ中小企業・小規模振興推進協議会**」を地域ごと（5地域）に設置。

関係者が一堂に会し、地域の実情に応じた中小企業・小規模企業の振興策の検討や、中小企業・小規模企業が抱える課題の把握に努め、**PDCAサイクルを回していく。**

※5地域（北勢、中南勢、伊勢志摩、伊賀、東紀州）

2. 県内投資の促進に向けた取組

1 新たな企業投資促進制度による企業誘致

平成25年度より新たな企業投資促進制度を創設し、「マイルージ制度」を活用しながら、成長産業の誘致、マザー工場化につながる設備投資、外資系企業のアジア拠点整備などに取り組んできたところ。これまでの主な成果は下記のとおり。

成長産業（航空機産業）における誘致

- 三菱重工業による国産小型ジェット旅客機MRJの量産拠点の1つに松阪工場が選定。松阪拠点において、航空機部品のパートナー企業による産業クラスターの展開を計画



MRJ(三菱リージョナルジェット)

県内立地済み企業の設備投資（マザー工場化）

- 東芝四日市工場では、県内工場の開発スピードを更に加速させるため、県外にあった研究センターの開発部門を、その研究者約250名とともに移管。三次元構造のNAND型フラッシュメモリー製造設備をサンディスク(株)と共同で導入することを決定
- JSR(株)では、製造部門と一体化させた効率の良い開発を行うため、四日市工場において半導体材料開発における研究の中核拠点として、新クリーンルーム棟の建設を決定



(株)東芝四日市工場

外資系企業の誘致

- 日本マイクロサム(株)では、従来操業していた四日市市から津市に工場を拡大移転するとともに、本社機能を東京から津市に移転。
- サンディスク(株)では、ビジネスコミュニケーションの場として発信力を高め、新技術を生み出すための企画・開発の場として、「サンディスクテクノロジー イノベーションセンター」を四日市市内に開設

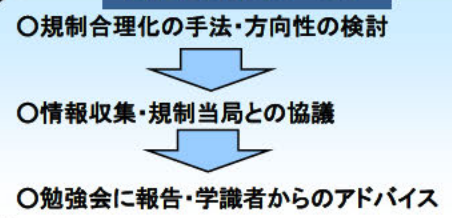
2 新たな企業誘致・設備投資の促進策 → 「規制の合理化」

規制の合理化等に向けた取組

- (株)東芝、ジャパンマテリアル(株)などの事業者、学識者、四日市市、とともに、危険物関係及び高圧ガス関係の規制に関する勉強会を設置
- 設備投資にあたって、現状の規制をクリアするために最も経済的な手法（設計・運営）を検討
- (株)東芝の四日市工場の製造棟増設にあたっては、初期運営費で約20億円、年間運営費で約10億円のコスト削減効果

投資促進の新たな手法

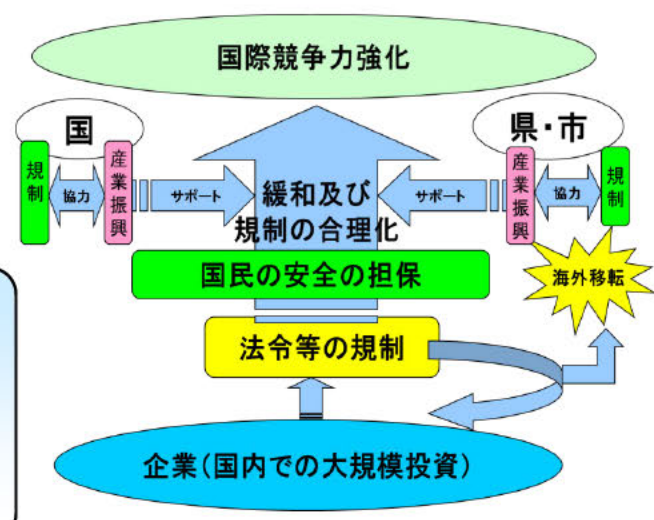
勉強会のスキーム



今後の展開

- 設備投資を検討する他の県内企業にも、規制の合理化に関する取組を展開
- 各種規制に対し、技術の進歩を踏まえ、以前と変わらず安全・安心を維持できる代替措置について研究を進める
- 研究の成果において、規制緩和を必要とするものについては企業実証特例制度（企業単位の規制緩和）を活用
- これらの成果を全国的な規制緩和につなげることで、日本の国際競争力強化にも貢献していく。

規制緩和に関するサポート体制



3. 首都圏営業拠点「三重テラス」の運営状況について

- ・平成25年9月28日のオープンから約7か月が経過し、来館者数は355,329人となりました(平成26年5月11日末現在)。
- ・ショップ、レストラン、多目的ホールにおいて、三重の魅力を効果的に情報発信し、三重への誘客や販路拡大につながる取組を展開しています。

「食」や「観光」、「歴史」、「文化」、「産業」など三重の魅力の情報発信

買う(1階 ショップ)

- 取扱商品の公募・選定(約2,500商品を選定)、常時約1,100商品を取扱い
- 季節や年中行事などにきめ細かく対応し、三重の旬の情報を発信できる店舗づくり
- POPによる商品の特徴や産地、生産者等に関する商品説明の充実、商品内容を見せた陳列、試食販売等の実施による販売促進
- 店舗内及び隣接する路面におけるマルシェ開催時における生鮮品の取扱い

食べる(1階 レストラン)

- 季節の食材を活かした数量限定ランチや季節行事に対応したメニューの提供
- お客様からの要望に対応し、地ビールの提供やカフェタイムにおける伊勢うどんの提供などのメニュー改善

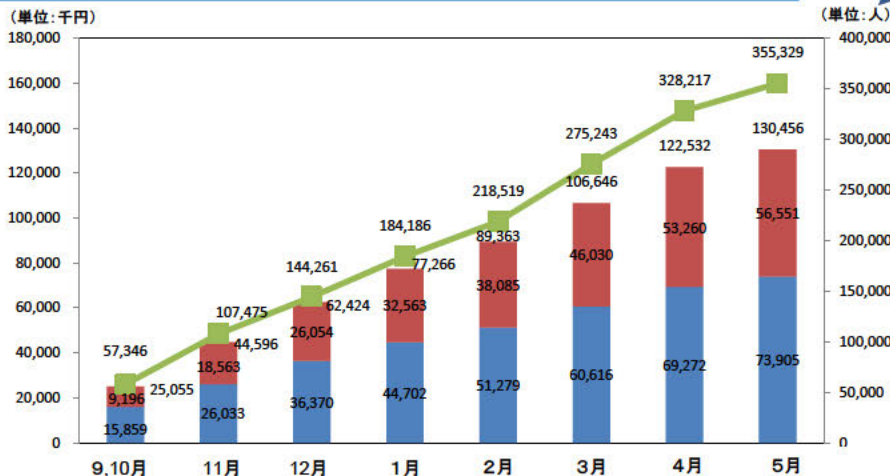
体験する(2階 多目的ホール)

- 三重の魅力の情報発信の場として、県、市町、商工団体等が主催するセミナー、展示、商談会など多彩なイベントの開催(開催件数:126件、稼働率:92.3%)

平成25年度の実績及び取組状況

- 来館者数 355,329人 ※「来館者数」、「売上合計」はH26.5.11末現在
- 売上合計 130,456千円 (ショップ 53,260千円、レストラン 56,551千円)
- メディア掲載件数 89件 (テレビ20件、ラジオ8件、新聞22件、雑誌39件)

Facebook
 全国1位
 (13,641人 * H26.5.15現在)
 ※首都圏にあるアンテナショップ道県36店舗中



【参考】他の自治体アンテナショップとの比較
 ※出展:平成25年度自治体アンテナショップ実態調査(財団法人地域活性化センター調査)
 ※アンテナショップ数 54店(都道府県38店、市町村20店)
 ※本県の平成25年度実績を2倍した数値により比較。

年間来館者数	店数
10万人未満	19
10万人以上20万人未満	8
20万人以上50万人未満	9
50万人以上70万人未満	3
70万人以上100万人未満	1
100万人以上	4
不明	10
合計	54

年間売上	店数
3千万円未満	11
3千万円以上5千万円未満	2
5千万円以上1億円未満	6
1億円以上3億円未満	12
3億円以上5億円未満	8
5億円以上7億円未満	3
7億円以上10億円未満	2
10億円以上	0
不明	10
合計	54

首都圏での販路拡大にむけた「出口」として県内事業者支援

- 1階ショップでの販売を通じた商品のブラッシュアップ(6件)、オリジナル商品の開発(26件)、テストマーケティング(2件)
- 2階多目的ホールにおける商談会等の実施による販路拡大(6件)

【商品ブラッシュアップの事例】



伊勢うどん商品のパッケージ変更
 ローストビーフの個食対応サイズへの変更

【オリジナル商品の事例】



伊勢木綿関連商品(ポーチ、トートバッグ、ブックカバー等)
 真珠関連商品(ネックレス、ピアス)

【多目的ホール活用事例】



知事トークライブ

三重に関わる人々のネットワークの拡大

- 三重県の情報発信や県産品の取扱いにご協力いただく「三重の応援団」、「三重の応援企業」、「三重の応援店舗」の加入促進
 (登録数:「応援団」681名、「応援企業」23社、「応援店舗」45店、三重テラスカード会員 678名)
- 日本橋地域の企業・団体等とのネットワーク拡大を図る営業活動の展開

さまざまな人々との交流や感動との出会い、新しいアイデアの創出などにつながる営業活動を総合的に進め、県内への観光誘客や県産品の販路拡大につなげていきます。



女子カアップ講座



尾鷲のさかな商談会

4. 「みえ産業振興戦略」の更なる進展に向けて

都道府県別成長率予測

都道府県別成長率
(2025年まで)
三重県が全国1位

公益社団法人 日本経済研究センターによる中期経済予測
平成26年3月10日発表

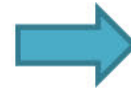
付加価値率を高める
「みえ産業振興戦略」
の方向性と合致

実質産出額伸び率		
順位	都道府県名	%
1	三重県	1.6
2	愛知県	1.5
3	石川県	1.5
4	群馬県	1.4
5	島根県	1.1

◆成長率が上位県の特長◆

「輸送機械」や「半導体・電子・電気機器」など高度な技術を背景にした高付加価値分野で、高い成長が見込まれる産業のウエートが大きい地域。三重県は、「輸送機械」「半導体・電子・電気機器」のウエートが全体の4割を超え、県内経済の成長の牽引役となっている。

加えて、「みえ産業振興戦略」においては、特定の産業に偏らない、強じんて多様な産業構造を構築の構築をめざしている



人口減少社会への突入、グローバル化の進展による海外との競争激化など、厳しい環境の中において、この予測を現実のものとし、三重県が地域から日本経済を牽引していくため、「みえ産業振興戦略」をさらに進展させていく必要がある。



本日の論点

今後、さらなる経済成長を遂げるため・・・

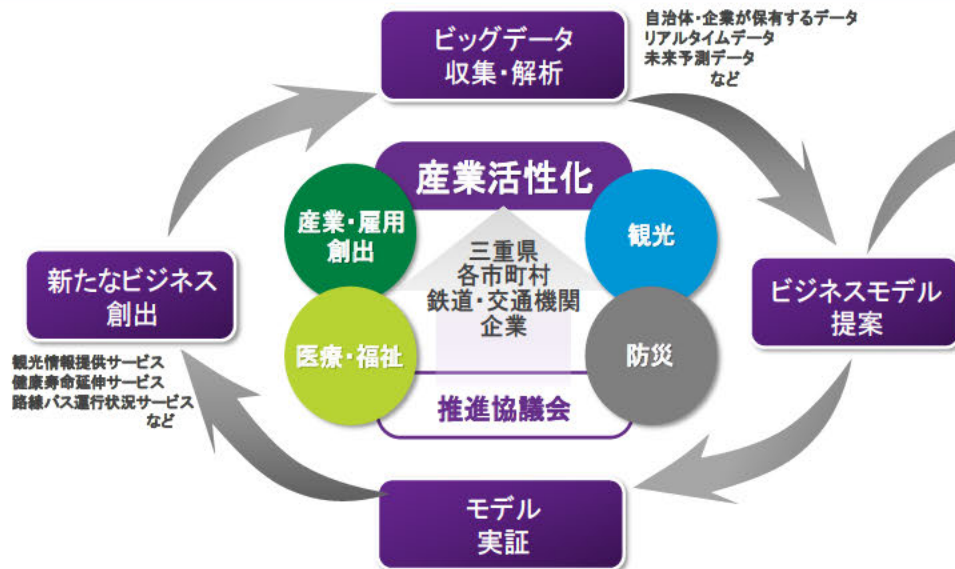
- ①新たに取り組むべき産業振興施策は何か。
- ②その具体策として、取組を進めようとしている
▽ICTを活用した産業活性化の推進
▽「食」で拓く三重の地域活性化
▽県内企業等の国際展開の推進
について、効果的な方策は何か。

5(1) ICTを活用した産業活性化の推進

【目的】産学官の連携により、自治体・住民・観光客等からもたらされる情報（ビッグデータ）、ICT技術を活用して、新たなビジネスモデルの構築を図りながら、住民や観光客の満足度向上や産業振興、地域活性化につなげる。

ICT・ビッグデータを活用した新しいビジネスの可能性

さまざまな企業と三重県および市町がそれぞれの情報を提供すると、その情報の解析から事業戦略を検討し、新たな事業が生まれ、さらに観光、防災、医療福祉などの産業・雇用の創出相乗効果となって活性化が期待されます。



推進体制

みえICTを活用した産業活性化推進協議会

ICTを活用した新たな産業の創出、ICTの活用による新たなまちづくりについて情報交換及び議論を行う。（平成25年7月17日発足）

会員：企業、大学、団体、地方自治体など
運営委員会：4回/年 ワーキンググループ/随時

【運営委員会】

特別顧問：東京大学大学院情報学環・学際情報学府学環長・学府長 須藤 修 氏
座長：三重大学副学長 西村訓弘 氏
委員：三重大学大学院生物資源学研究所 教授 坂本竜彦 氏
福山市立大学都市経営学部 教授 渡邊 明 氏
メンバー：近畿日本ツーリスト(株)、近畿日本鉄道(株)、(株)ケーブルコモンネット
三重、シスコンシステムズ(同)、ソフトバンク株、ソフトバンクテレコム(株)、
(株)東芝、(株)ナビタイムジャパン、西日本電信電話(株)、富士通(株)

WGで検討

観光WG



県内企業を中心としたコラボレーション事業、ビッグデータ、オープンデータ、リアルタイムデータを活用し、観光客動向分析などを行い、新たなビジネスモデルを検討。

- ・着地型観光促進
- ・導線分析 など

医療WG



県民がより質の高いサービスを楽しみ、健康増進に寄与するための新たなビジネスモデルを検討する。

- ・健康寿命延伸
- ・アクティブシニア創出 など

共通基盤WG



医療福祉、観光、防災、産業育成等を推進するため、三重県のあるべき姿や共通プラットフォームを検討。

- ・アプリケーション開発
- ・インフラ検討 など

ICTを活用した取組事例

東芝欧州研究所訪問 (イギリスケンブリッジ)

世界初の暗号システム(量子暗号技術)やコンピュータビジョンの研究を実施。



「食・農クラウド」によるデータ解析型の栽培技術

「食・農クラウド」を活用した大規模植物工場の実証事業を開始。
栽培データを継続的に解析し、経営・生産・販売といった経営全般を管理。

オランダ農業におけるICT利活用

アムステルダムと会津地域の農地や植物工場にセンサを配置し、農作物の栽培、農業経営等に係る各種データを集積するビッグデータプラットフォームを構築

三重県、県内自治体がフィールドを提供し、ビッグデータ、オープンデータ、リアルタイムデータを活用した新たなビジネスモデルを産学官で創出

5(2) 「食」で拓く三重の地域活性化

・「和食」のユネスコ無形文化遺産登録で、世界から日本の食文化に高い関心が寄せられている中、三重には「食」に関する多彩な地域資源が存在。
 ・この機会を好機と捉え、「食のサミット」、「ミラノ国際博覧会」、「全国菓子博覧会」において、世界に誇れる三重の食品、伝統工芸品等の魅力をPR。
 ・これらの成果を具体的な産業振興につなげるため、「食」に関するクラスターの形成をめざす。

三重が持つ 食のポテンシャル

みけつくに

【御食国】
 8世紀当時、「志摩国」は「御食国」として朝廷に海産物を献上。また、伊勢神宮外宮は食の神（豊受大神宮）が奉られており、毎日、朝夕2回お食事をお供えする祭事が1500年以上も続いている。

平城宮跡出土の志摩国木簡

【食に関する多様な文化】
 鮑や伊勢エビをはじめとする海産物、ブランド牛肉など全国に誇る食材を有するほか、海女漁などの漁法や萬古焼、伊賀焼、尾鷲わっばなど、食に関する多様な文化も引き継がれてきている。

【食関連産業の立地】
 県内製造業の事業所数は「食品製造業」が最も多く、食に関連する産業が多数立地。（味の素ゼネラルフーズ㈱、太陽化学㈱、井村屋㈱、㈱おやつカンパニーなど）

【人材の育成】
 県立相可高校は「高校生国際料理コンクール」において、5年連続で金メダルを受賞。県立四日市農芸高校では、食品製造、衛生管理などに関する高度な知識・技術を習得する食品科学課を設置、県立白子高校では、食生活アドバイザーを育成するなど、食に関する多様な人材を育成。



- 地域が有する農林水産資源等を活用した新商品や新メニューを開発する「みえフードイノベーション・プロジェクト」の展開
- 三重大学・県工業研究所と食品関連企業との連携により新たな食品加工技術の開発などをめざす「みえ“食発イノベーション創造拠点”」の取組
- 農業（アグリ）関連のビッグデータプラットフォームを構築し、新たなビジネスモデルを創出
- 「食」とあわせて、器・道具などをプロモーションすることによる県内伝統産品等の新たな販路拡大
- ローカルtoローカル（北海道など）の取組による新商品開発やブランディング
- 「みえ国際展開推進連合協議会（仮称）」を核とする海外への展開

5(3) 県内企業等の国際展開の推進

背景

人口減少社会の到来や国内需要の減退等により国内市場の縮小が懸念される一方で、海外においては、新興国を中心に急速に経済成長を遂げており、今後ますます購買力が拡大することが見込まれている。

しかしながら、県内中小企業の海外展開の取組状況は、県外企業に比べて全般的に低い状況にあり、県内経済の底上げを図るためには、県内企業の海外展開を促進する必要がある。

県内企業における国際展開の課題

- 海外展開の必要性を認識しているものの、一企業単独での取組には限界がある。
- 海外現地のニーズや嗜好など、現地の情報を的確に把握する必要がある。
- 新興国市場に入り込むためには、民間企業同士のネットワークだけでなく、現地政府等とのネットワークが必要となる場合がある。

三重県企業国際展開推進協議会の設立

国際展開に関心のあるさまざまな県内企業に加え、経済団体、産業支援機関、金融機関、大学等の学術研究機関、行政等が幅広く参画して、さまざまなニーズや課題に対応するなど、産学官金が一体となった「オール三重」で、県内企業等の国際展開を推進する「三重県企業国際展開推進協議会」を設立する。
(平成26年5月設立予定)

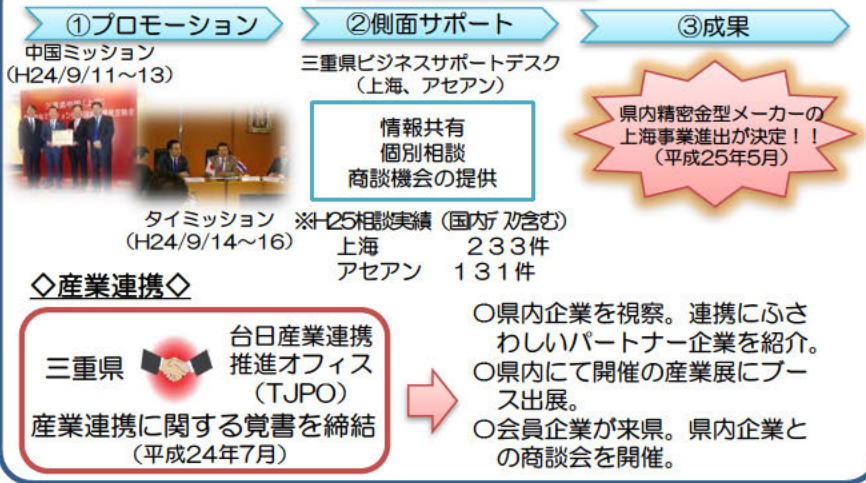
【企画・運営に関する参画メンバー】

- 企業団体：三重県中小企業団体中央会、三重県商工会議所連合会、三重県商工会連合会、三重県中小企業家同友会、三重県経営者協会
- 金融機関：百五銀行、三重銀行、第三銀行、三重県信用金庫協会、商工中金ほか
- 支援機関：三重県、三重県産業支援センター、三重大学、ジェットロ三重、国際環境技術移転センター、(三重県海外ビジネスサポートデスク)

【ターゲットを特定した「部会」の設置】

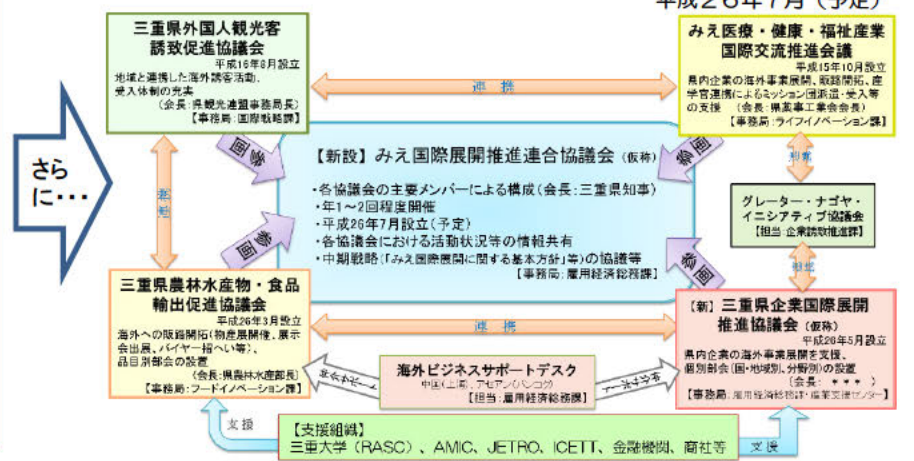
- 協議会参加企業のニーズや課題に対応し、国や地域別、分野別の部会を設置。
- 参加企業のニーズに応じた自発的な活動
(例：セミナー、調査研究、共同販路開拓、新商品の開発等)に取り組む。

現在の取組事例



みえ国際展開推進連合協議会（仮称）の設立

○既に設置した各協議会の連合化による相乗効果の発揮
○県内企業等の海外展開（投資・輸出）、海外誘客、外資系企業誘致等国際展開を推進するため、産学官金一体となった国際展開プラットフォームを構築
平成26年7月（予定）



「三重県企業国際展開推進協議会」、「みえ国際展開推進連合協議会（仮称）」の設立とあわせて、「みえ国際展開に関する基本方針」のローリングを進め、重点的に取り組む国・地域の位置付けの見直しや新規分野での展開などを検討する。

1. 新規事業・販路の開拓

- ・中小企業は億単位ではなく1～3千万円のスケールの仕事を複数とることが、市場規模からもリスクヘッジからも重要。
- ・補助金では、事業の新規性が強く求められるが、中小企業(特に小規模企業)では、その新規性のリスクを背負いきれない。
- ・次の世代の獲得をめざしてこどもをターゲットとする新たな事業を展開。
- ・起業・創業に対する融資や助成を手厚くしてほしい。
- ・グローバル展開と海外展開はイコールではない。高い技術力があれば、国内に留まりながら、海外から受注を獲得できる。
- ・海外への販路開拓を始めたが、取引規模が小さいため、他社と協同して輸送するなど物流コストを抑える方を検討中。

2. 利益率向上・高付加価値化

- ・6次産業化に取り組んだ結果、利益率が2倍に跳ね上がった。
- ・特定品種でトップシェアがあり、その強みを伸ばす取組を行っている。
- ・ニッチな分野での技術開発を進めることで、市場の獲得を図っている。
- ・高付加価値の商品を高く買ってもらえる購買層を抱える大都市圏の百貨店等をターゲットにしていきたい。
- ・特定少数の顧客に付加価値の高い商品を提供している。中小規模の事業者にとってはこのような取組方法も大事だと思う。
- ・付加価値の高い製品を開発するため、クリエイター等との連携を模索。
- ・メディアで取り上げられる製品の創出と、製品をアピールするための広報ストーリーを提供していくことが必要。

3. 地域の活性化

- ・地域の活性化はライフワークであり、商売は副次的なものとなっている。
- ・自分たちが儲けていくことが当然なことであるが、地域の活性化につながるようなビジネス展開を行っていきたい。
- ・今後のサービス産業において、女性をターゲットとしたサービス提供が重要だと考える。地域一体となった取組を支援してほしい。
- ・地元商店街への集客イベント等を行っているが、周辺人口が少ないことから、根本的な解決にはつながらない。
- ・商店街では高齢化の進展や資金不足により、大々的な施策が展開できない状況にある。
- ・過疎化が進み、情報源の乏しい田舎において、商工会の役割は大きい。
- ・台湾に進出したところであるが、当社が窓口となって県内企業の製品も広く販売していきたいと考えている。
- ・地域資源の付加価値を高めていくには、1社では限界がある。異業種交流などの取組を進めていくことが必要。

4. 人づくり・人材確保

- ・技能検定資格を持つ技術者が多い企業は元気なところが多い。中小企業が発展していくためには人材育成が必須。
- ・技術者の育成には退職人材の活用が有効。一方で、退職人材を適材適所に配置するコーディネーターが不足している。
- ・中小企業では、今ある技術をいかに次の世代に継承していくかが課題。
- ・高校生の採用を進めたいが、知名度が劣るため、地元の工業高校に人気がなく、採用が進まない。
- ・みえグリーンイノベーション構想に注目しており、この分野での人材育成(専門技術の有資格者の育成)を進めてほしい。
- ・技術職は特に人材の確保が難しい。セミナーは人材育成に良い機会なので、積極的に開催してほしい。
- ・国際競争力のある人材育成が必要と痛感しているが、そのためには、小学校以前の教育段階から取り組まなければならない。
- ・将来的には業界の集約が予想されるため、事業継承に不安。

5. 行政への要望など

- ・北米では、工場進出の際、立地する企業に必要な人材を行政が確保し、職業訓練をするなどの支援を行っている。三重県でも、補助金や減税だけでなく、新たな支援のあり方について検討してほしい。
- ・企業誘致や設備投資の推進にあたっては、震災対策としての二次的な機能を持つ施設の整備・導入にも取り組んでほしい。
- ・融資の審査の際には、過去ではなく将来性を見て評価してほしい。
- ・少額でいいので、小規模企業が商品開発にチャレンジするための支援をしてほしい。
- ・企業からの相談窓口を一本化(コンシェルジュ機能、ワンストップサービスなど)してほしい。
- ・リニア新幹線の建設が本格化すれば、受注の増加が期待できる。
- ・大手の支払いサイクルが長すぎる。短期で決済をしてくれないと、小規模企業はやっていけない。
- ・体力の無い企業に対し、延命治療的に税金投入するような事業はやめるべき。
- ・技術流出の恐れがあるため、一律に海外移転を進めるのは危険ではないか。日本のものづくりを守るシステムを官民で考えていくことが必要。