

【滋賀県製造業の特徴&課題】

- ①大手企業の下請け加工型製造業が集積
※市場成長時は効果あり、しかし低迷時は大きな影響を受けやすい(受託体質)。
- ②大手企業主導による企業連携
- ③自社商品・技術が「従来不要だったor不明瞭」⇒競争力不足
- ④市場ニーズ把握の経験不足

【B事業：地域中核企業育成支援事業
(2020年2月-2021年3月)】

県内企業が有する技術力や展開力の一層の強化を図り、地域の事業者に影響力を及ぼす「地域の中核企業」へと成長する道筋を明らかにすることで、より高付加価値かつ海外市場ニーズも踏まえた戦略的な製品やサービス、ビジネスモデルの創出を促進し、魅力ある産業・質の高い雇用の創出を図ることが目的。

【B事業実施し判明した課題】

- ・個別支援に傾倒。周囲を巻き込む仕掛け不足(産学連携等)
- ・目標となる先輩企業が不在
成長への明確なステップ目標設定
- ・飛躍するための基礎固め&投資への適切な評価
- ・計画から実現への加速化(伴走支援)
- ・継続支援へ向けた体制構築

【都道府県の施策との連携・親和性】

滋賀県産業振興ビジョン2030では、変化への挑戦(ChallengeforChange)～受け継いだ強みを活かし、次代を見据えた新たな価値の共創～とあり、目指す姿からのバックカスティングにより産業・経済の活性化(企業等の稼ぐ力・働く力・ブランド力・循環力・創る力)を図るという考えに即した内容である。

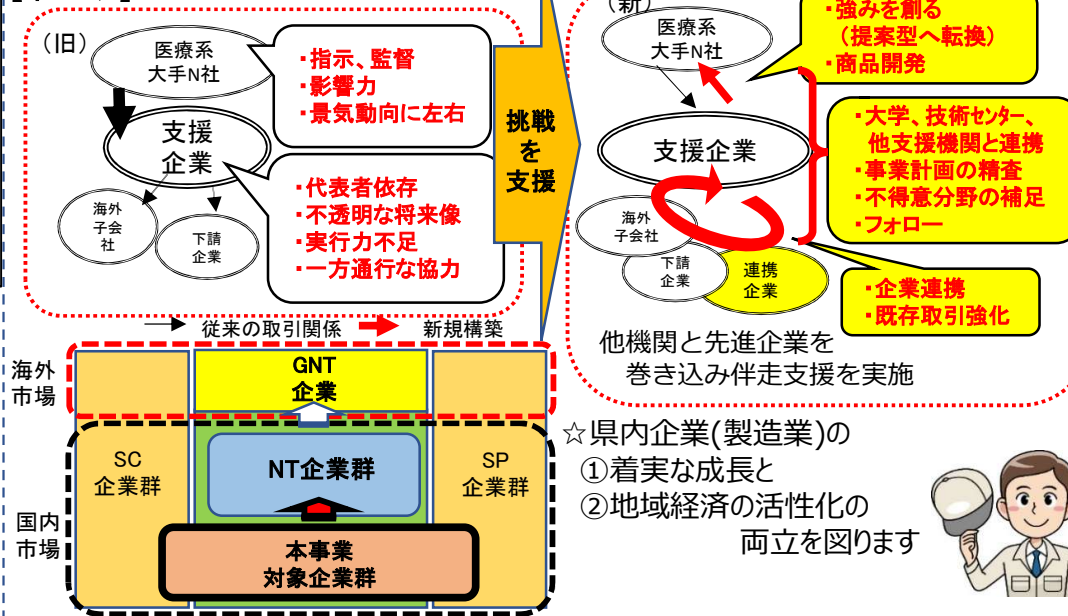
■“滋賀型・NT(ニッチトップ)企業創出支援事業”とは

≡滋賀県の特徴を活かし、NTおよび地域の中核となり、
地元経済を牽引する企業を創出(0→1)することを目指します！

- ①滋賀県の特徴を活かすこと(産学官連携・企業集積・先輩企業等を巻き込み)
- ②競争力のある技術力・商品力等備え、市場を見つけ、実現する能力を獲得し、提案型企業へ転換を図ること。(より高付加価値なサービス・ビジネスモデルの創出)
- ③県内企業が「ニッチトップ企業」へと成長する道筋を明らかにし、実現へ向けた伴走
- ④魅力ある産業・質の高い雇用の創出を図り、地域の事業者に影響力を及ぼすこと(地域未来牽引企業)
- ⑤継続した支援体制の構築と提供

- 対象：将来的にニッチトップ企業に成長することで、かつ地域に影響力を及ぼすことを目指す企業(医療・輸送・IoT・自動車・電子・精密・AI、ロボット関連業界等)
※従業員100名未満、開発部がない等、新事業へ未着手の企業
- 目標：①売れる商品(技術)の獲得、②一定のシェア確保、③付加価値の増加
※3項目のうち2つ以上達成するための事業計画(5年)を作成し実現すること
- 体制：コーディネーター1名を中心とする企業支援チームによる集中支援
※企業支援チームとは事務局内の経営相談を担う専門家集団
- 内容：①個別事業計画立案(5年)、②実現へ向けた伴走支援、他支援機関との連携活動、③県内GNT企業&大学交えたセミナー研究会活動(産学官連携・企業連携による新商品開発)④専門家派遣への優遇措置等あり

【イメージ】



☆県内企業(製造業)の

- ①着実な成長と
- ②地域経済の活性化の両立を図ります



【成果目標】

〈企業目標〉

- ・事業計画書(5ヶ年)作成
- ①売れる商品(技術)の獲得
- ②一定シェア確保
- ③付加価値(地域への経済的効果)の増加
※①-③のうち、当初設定した数値目標より(5年後)2つ以上達成
- ・うち初年度及び各目標の達成度合い
- 〈事業目標〉
- ・連携機会の創出
- ・目標達成企業数 4/5 (80%)
- ・顧客満足度⇒80%以上
- ・@5社×3年⇒延べ15社(継続含)

【波及効果】

- ①「コア技術+市場ニーズ把握+外部獲得能力(ネットワーク)」による『売れる商品・技術』の保有
≡ニッチトップ企業(滋賀型)へ成長
- ②地域の経済を牽引(雇用数・地域内取引先の増加)
- ③プロダクトイノベーションの担い手
- ④モデルケースの普及による県内製造業のボトムアップ
- ⑤将来GNT企業へ飛躍を図る裾野拡大

以上の姿を実現することにより県内地域・製造業のさらなる活性化・付加価値創出が見込める

【将来の支援目標】

- ・B事業で実施したモデルを実証するため3年間の本件事業実施を予定。
- ・事業完了後は、連携事業や開発研究、新事業進出、販路開拓、人材育成、生産性改善等の幅広いコーディネートを手掛ける「企業支援チーム」として継続を予定。

■NT(ニッチトップ)企業とは

- ①ニッチ市場で高いシェアを有する
- ②〇〇の業界、分野で一定のシェアを持つ
- ③製品としてニッチな市場を経営、または高度な加工サービスを提供している企業

■SC(サプライヤー)企業

- ・系列内取引、量産、企業城下町型

■SP(単加工工程)企業

- ・単工程、試作、町工場等の中小企業集積

NT企業への転換を図る傾向がある

■地域未来牽引企業とは

地域内外の取引実態や雇用・売上高を勘案し、地域経済への影響力が大きく、成長性が見込まれるとともに、地域経済のバリューチェーンの中心的な担い手、および担い手候補となる企業