

# ～第4期中期経営計画 2020【改訂版 2022】の概要

## 第1章 計画の策定にあたって

### 1 計画策定の背景

- 県では、平成25年4月に「滋賀県中小企業活性化の推進に関する条例」が施行され、国においても、平成26年6月に「小規模企業振興基本法」が、同年11月には「まち・ひと・しごと創生法」が施行
- 平成27年9月に国連において2016年から2030年までの行動計画である「持続可能な開発目標(SDGs)」が採択され、平成29年1月に滋賀県は全国に先駆け、SDGsを県政に取り込むことを宣言
- 平成31年4月から多様で柔軟な働き方の実現などを指す「働き方改革関連法」が順次施行
- 少子高齢化による生産年齢人口の減少、第4次産業革命の進展等のプラザを取り巻く経済・社会情勢の変化や県において新たに策定された「滋賀県産業振興ビジョン2030」などを踏まえ、新たな中期経営計画を策定

### 2 計画の性格

- (1) プラザ経営の方向性や事業目標を取りまとめた。
- (2) 「滋賀県中小企業活性化の推進に関する条例」、「滋賀県産業振興ビジョン2030」など、県の関連の各種計画と整合性を図った計画
- (3) 国等の経済産業振興の方向性や地方創生の取組など、各種支援施策を踏まえた計画

### 3 計画の期間

計画の実施期間は、令和2年度から令和6年度までの5年間(3年を目途に必要な見直しを行う。)

## 第3章 計画の事業目標と重点施策

### 1 中小企業の経営基盤の強化

経済のグローバル化や産業構造の変化、競争環境の激化などに的確に対応し、持続的な成長発展をしていくために経営基盤の安定が不可欠。このため、経営の革新や強化のための支援をはじめ、様々な経営課題に対するきめ細かな相談体制を構築するとともに、企業人材の育成・確保を図る。

### 2 販路開拓およびマッチングの強化

安定的な受注量の確保と経営基盤の強化を図るため、商談会の開催や見本市への出展支援などを通じて販路開拓やマッチングの機会を充実。企業の海外進出の拡大に伴い、多様な国際ビジネスの展開が図られるよう、企業ニーズに合った相談や情報提供を行うなど、サポート体制の構築に努める。

### 3 起業・創業および新たな事業活動の支援

開業率向上を目指すために、女性や若者など幅広い層に起業・創業を意識してもらうことが重要。このため起業等の機運の醸成に努め、起業・創業者のニーズに合ったインキュベーション施設や交流の場の提供と、「地域はひとつのインキュベータ」をキャッチフレーズに、起業等を支援するネットワークを構築し、新たな事業活動の活性化を図る。

### 4 オープンイノベーションによる新事業創出の促進

国際的な競争力向上のためには、企業が外部のリソースを取り込みながら価値創出スピードを確保することが必要。このため、AI、IoT、ロボット等の活用による技術開発、ものづくり基盤技術の高度化、オープンイノベーションの創出などを推進し、「新技術の芽の発掘」から「新事業の創出」までの幅広いチャレンジを応援し、事業の持続的な発展と競争力の強化を図る。

### 5 情報発信の充実および強化

支援情報の整理を行い、プラザの持つ多様な情報を確実かつタイムリーに提供するとともに、顧客ニーズの的確な把握に努めるなど、双方向による顧客とのコミュニケーションの質的な維持・向上と量的な拡大を図り、支援の充実に努める。

- (1) 経営革新支援
- (2) 相談体制の充実
- (3) 企業人材の育成・確保支援
- (4) 働き方改革への支援

- (1) 販路開拓支援
- (2) 国際ビジネス支援
- (3) 下請企業の振興

- (1) 起業・創業機運の醸成
- (2) インキュベーション施設の活用
- (3) コワーキングスペースの提供
- (4) 滋賀創業サポートネットワークによる連携支援

- (1) 外部のリソースを取り込んだ新技術の研究開発支援
- (2) ものづくりビジネスで実践する「健康しが」に向けた支援
- (3) 産学官金連携による新たな産業分野の育成
- (4) CO<sub>2</sub>ネットゼロへ向けた取組の支援

- (1) タイムリーで幅広い情報の収集・提供
- (2) 双方向によるコミュニケーションの強化
- (3) 知名度の一層の向上

## 第2章 計画の基本的な考え方

### 1 プラザの経営理念と経営指針

#### 経営理念

顧客とのコミュニケーションを大切に、そのニーズ・シーズの的確な把握のもと、国連で採択されたSDGsの理念を念頭に自らの資源と関係機関等との連携を最大限に活かし、常に質の高いサービスを迅速かつ着実に提供することにより、活力ある滋賀県産業の発展に貢献

#### 経営指針

- ① 顧客と同じ目線に立ち、コミュニケーションを最も重視し、そのニーズに的確に応え、ともに前進することを指す。
- ② 企業活動の支援に関わるパートナーとの連携を強め、総合的・一体的な支援を目指す。
- ③ 産学官金連携の中核となって、新たな産業の振興に取り組む。
- ④ 県内企業の動向や産業界の生の声など現場情報の把握と蓄積に努め、産業支援策の充実強化に寄与
- ⑤ 産業・経済の急激な変化や行政の政策方針に機敏に対応し、常にSDGsの理念を念頭に自ら考え行動する自立的な組織運営に努める。

### 2 計画においてプラザが目指すもの

プラザの強みである次の6つの視点を踏まえて、起業・創業等新たに挑戦する人への支援等を重点に、県域の中小企業支援機関として産学官金連携の中核を担い、県内産業・経済の発展に寄与

- (1) 顧客と同じ目線に立ち寄り添った支援
- (2) ワンストップサービスによる支援
- (3) チャレンジに対する多様かつ専門的な支援
- (4) 連携の強化とネットワークの構築
- (5) 多様な人材の活用とこれからの産業を担う人材の育成と確保
- (6) 幅広い情報の提供

## 第4章 計画の推進に向けて

### 組織運営の推進体制

計画の推進に向けて、職員一人ひとりがプラザの理念と役割を自覚し、組織力が最大限に発揮され、計画の円滑な推進が図られるよう、「Team Plaza」として役職員が一丸となって取組を行う。

### (1) 計画の進行管理 (2) 経営基盤の強化 (3) 組織体制の充実・強化 (4) 人材の育成・活用

#### 成果指標

本計画におけるプラザのあるべき姿に関する成果指標(アウトカム)および各成果指標の達成に向けた事業実施に関する指標(アウトプット)を設定

		R6年度目標
アウトカム	プラザの支援に満足している企業の割合	95.0%
	プラザの支援により売上を伸ばした企業の割合	20.0%
	プラザの支援により新たな雇用が生まれた企業の割合	30.0%
	チャレンジに成功し、事業化を達成した割合	50.0%
アウトプット	プラザ相談件数	13,000件
	ホームページアクセス(ページビュー)数	315,000件
	企業訪問件数	3,000社
	新たにプラザの支援を利用した企業等の数	1,000者
	創業支援による開業届提出率	40.0%
	専門家派遣先企業の目的達成割合	95.0%
	商談会で商談が進んだ企業の割合	80.0%
	プロジェクト応募件数	8件