

第五期中期経営計画 2025

-事業者の価値創造に共感し、ともに成長する。-

《令和7年度（2025年度）～令和12年度（2030年度）》

公益財団法人 滋賀県産業支援プラザ

目次

第1章 計画の策定にあたって	1
1 計画策定の背景・経緯・性格.....	1
(1) プラザの概要	2
(2) プラザの沿革	2
2 計画の期間.....	3
第2章 計画の基本的な考え方	4
1 プラザの経営理念と経営指針.....	4
(1) 経営理念.....	4
(2) 経営指針.....	4
2 計画においてプラザが目指すもの	4
第3章 計画の事業目標と重点テーマ	6
計画の事業体系.....	6
1 人材の確保・育成・活躍支援.....	7
(1) 人材確保、育成、定着支援.....	7
(2) 働き方改革への支援.....	7
(3) ダイバーシティの推進.....	8
(4) 事業承継支援	8
2 新事業創出支援.....	8
(1) 起業・第二創業・スタートアップ支援.....	8
(2) オープンイノベーションの推進	9
(3) 研究開発支援・イノベーション創出支援	9
3 経営基盤強化支援.....	10
(1) 経営改善・事業再構築支援.....	10
(2) 中堅企業への成長支援.....	11
(3) 情報発信支援	11
(4) 危機管理（BCP）策定支援	11
(5) 販路開拓支援	11
(6) 海外展開支援	12
(7) マーケティング支援.....	12
(8) 生産性向上・業務効率化（省力化）支援.....	12
(9) CO ₂ ネットゼロ（脱炭素）の推進	12
(10) DX の推進.....	12

第4章 計画の推進に向けて	13
1 組織運営の推進体制	13
(1) 計画の進行管理	13
(2) 経営基盤の強化	13
(3) 組織体制の充実・強化	13
(4) 人材の育成・活用	14
2 成果指標	14
(1) 各事業目標におけるアウトカム（プラザの活動による成果を測るもの）	15
(2) 個別事業におけるアウトプット（プラザの活動量を測るもの）	15
(3) 年度目標	15
(4) アウトカム・アウトプットの達成状況の把握・評価	15
(5) アウトカム・アウトプットの見直し	15
(6) アウトカム・アウトプット一覧	15
(7) アウトカム・アウトプット（設定・内訳・計測）について	15

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の背景・経緯・性格

- 滋賀県産業支援プラザ（以下「プラザ」という。）は、県内産業の振興を図るため、平成11年（1999年）4月に中小企業振興関係の4団体が統合し、公益財団法人への移行を経て、関係機関との連携のもと、中小企業等の経営革新、新技術開発、販路開拓、起業・創業など多様な支援事業を展開し、令和6年（2024年）4月に県内中小企業等の中核的支援機関として発足してから25年が経過しました。
- プラザでは、中長期的視点で事業者が直面する課題に対応するため、これまで4度にわたり中期経営計画を策定し、プラザ経営の方向性や事業目標をとりまとめ、事業を実施してきました。前回の第四期中期経営計画期間は、策定直後の令和2年（2020年）4月新型コロナウイルス感染症で緊急事態宣言が発出され、多くの中小企業が社会情勢の変化と消費停滞の影響を受け、顧客ニーズや自社の強みに着目した事業の見直しを余儀なくされました。その後も、原油・原材料価格の高騰、部材調達難、人材不足といった課題に直面するなど、めまぐるしく環境が変化しています。
- そのような中、県では社会情勢や経営課題の変化に対応するため令和6年（2024年）3月に「滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例」の改正や、産業立地戦略の策定など、中小企業を取り巻く社会情勢の大きな変化に対応するという施策の方向性を定められました。国においては、令和6年11月「総合経済対策」にて、①賃金・所得の増加に向けた経済の成長、②物価高への対応、③安心・安全の確保、の3本柱が示され、「人への投資」「稼ぐ力の強化」「イノベーションやDX・GX」「スタートアップ」「価格転嫁」等の幅広い方策を打ち出し、「賃上げと投資が牽引する成長型経済への移行」を確実なものとする方針を示しています。また、直近では令和7年（2025年）の大阪・関西万博の開催を契機とするレガシーの創出も期待されています。
- 令和6年度（2024年度）が前計画の最終年度となります。この間、訪問件数や相談件数は目標を達成しましたが、売上増加や雇用増加は達成には至らなかったという前計画の成果や課題を踏まえるとともに、「滋賀県産業振興ビジョン2030」「滋賀県中小企業活性化の推進に関する条例」「滋賀県産業立地戦略」「滋賀県CO₂ネットゼロ社会づくり推進計画」など引き続き県のビジョン、国等の経済産業振興の方向性を基に、環境変化に対応する新たな第五期中期経営計画を策定することとしました。
- 計画では2030年を見据え、滋賀県経済の持続的な成長につながる産業の創出や中小企業の活性化へ向け、「All Plaza」で重点的に取り組んでいきます。

(1) プラザの概要

名 称：公益財団法人 滋賀県産業支援プラザ
所 在 地：滋賀県大津市打出浜2-1 コラボしが21内
設 立：平成11年（1999年）4月1日
目 的：滋賀県における産業の振興を図るため、企業等が行う創業、経営、技術開発等について総合的に支援する事業を行い、もって地域経済の発展に寄与します。
基本財産：5,000万円（うち滋賀県の出捐金 4,390万円）
役職員数：理事9名（うち常勤3名） 評議員9名 監事2名 職員70名
〔令和7年（2025年）3月1日現在〕

(2) プラザの沿革

平成11年(1999年)4月	財団法人 滋賀県産業支援プラザ設立 「新事業創出促進法」（現在の「中小企業等経営強化法」）に基づく中核的支援機関に認定
平成12年(2000年)5月	中小企業支援法に基づく都道府県等中小企業支援センターに指定
平成14年(2002年)6月	「米原SOHOビジネスオフィス支援事業」を県から受託
平成16年(2004年)8月	「コラボしが21」会館へ移転 「コラボしが21インキュベーション」の設置
平成18年(2006年)4月	「滋賀県立草津SOHOビジネスオフィス」の指定管理を県から受託 「滋賀県立テクノファクトリー」の指定管理を県から受託
平成23年(2011年)4月	公益財団法人に移行
平成25年(2013年)3月	「中小企業経営力強化支援法」（現在の「中小企業等経営強化法」）に基づく経営革新等支援機関に認定
平成26年(2014年)6月	「滋賀県よろず支援拠点」を開設
平成27年(2015年)4月	「産業・雇用創造推進センター」を開設 「滋賀ものづくり経営改善センター」を開設
平成30年(2018年)3月	「産業・雇用創造推進センター」を廃止
平成31年(2019年)4月	「コラボしが21インキュベーション」を「創業プラザ滋賀」に改編 「滋賀ものづくり経営改善センター」を「しが産業生産性

	向上経営改善センター」に名称変更
令和元年(2019年)7月	プラザ設立20周年記念事業の実施(記念誌の発行、記念講演会・交流会の開催)
令和2年(2020年)4月	「滋賀県プロフェッショナル人材戦略拠点」運営事業を県から受託
令和2年(2020年)7月	「Biz Baseコラボ21」を開設
令和4年(2022年)3月	「滋賀県立草津SOHOビジネスオフィス」の指定管理終了
令和5年(2023年)5月	「滋賀県よろず支援拠点 長浜サテライト」を開設
令和6年(2024年)5月	「滋賀県プロフェッショナル人材戦略拠点 北部サテライト」を開設
令和6年(2024年)12月	プラザ設立25周年記念事業の実施(1日産業支援プラザの開催)
令和7年(2025年)3月	「米原SOHOビジネスオフィス支援事業」の受託終了

2 計画の期間

この計画の実施期間は、令和7年度(2025年度)から令和12年度(2030年度)までの6年間とします。

ただし、計画期間中であっても、本県産業を取り巻く経済・社会情勢の変化や、国や県の制度・施策の変更等を踏まえ、3年を目途に必要な見直しを行うこととします。

(参考) 前期計画

・「第一期中期経営計画 2008」
平成20年度(2008年度)から平成22年度(2010年度)までの3年間
・「第二期中期経営計画 2011」
平成23年度(2011年度)から平成26年度(2014年度)までの4年間
・「第三期中期経営計画 2015」
平成27年度(2015年度)から令和元年度(2019年度)までの5年間
・「第四期中期経営計画 2020」
令和2年度(2020年度)から令和6年度(2024年度)までの5年間

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

(1) 経営理念

私たちは、顧客とのコミュニケーションを大切にし、そのニーズ・シーズの的確な把握のもと、常に国連で採択された持続可能な開発目標（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、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します。

(2) 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目指します。
- 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します。
- 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みます。
- 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します。
- 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ます。

2 計画においてプラザが目指すもの

プラザがこれまで蓄積した知見や支援ネットワークを最大限活用し、ワンストップで支援することにより、『事業者の価値創造に共感し、ともに成長する』姿を実現し、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・経済のさらなる発展に寄与します。

(1) 顧客と同じ目線に立ち寄り添った支援

- 顧客重視の視点に立ち、顧客との信頼関係の中で、質の高いサービスや支援に努めます。

(2) 多様な人材と専門性を活かしたワンストップサービスによる支援

- 多様な知識、経験を有するプラザ職員や専門家などの人材の活用や提供に努めます。
- 県内どこでも、企業等の多様な要請に迅速かつ丁寧な対応に努めます。

(3) 地域に根差した支援ネットワークの結節点

- 産学官金連携をはじめ、これまでプラザが構築してきたネットワークや交流の場を活用した連携の強化とともに、ニーズに沿った新たなネットワークを構築し、総合的かつ一体的に支援します。

(4) 企業の新たな取組や目指す姿の実現を後押し

- 経営革新、販路開拓、技術開発、起業・創業など、企業の発展段階やニーズに応じたチャレンジに対し、多様かつ専門的な支援を展開します。
- 社会的課題をビジネスで解決する取組を積極的に支援します。

(5) 支援制度や先進企業の取組み等の幅広い情報発信

- プラザの持つ企業支援の質的向上と量的拡大を図るために、幅広い情報をタイムリーに提供します。

第3章 計画の事業目標と重点テーマ

計画の事業体系

向かう 2030 年にはさらなる生産年齢人口の減少が危惧され、先を見据えた様々な経営課題への取組みが必要であることから、持続的な経営に欠かすことのできない3つの視点を事業目標に掲げ、県の施策の方向性や県内企業の動向などから中小企業が今後対応を求められる内容を選定し、プラザが取り組む重点テーマとします。

〔事業目標〕	〔重点テーマ〕
1. 人材の確保・育成・活躍支援	(1)人材確保、育成、定着支援 (2)働き方改革への支援 (3)ダイバーシティの推進 (4)事業承継支援
2. 新事業創出支援	(1)起業・第二創業・スタートアップ支援 (2)オープンイノベーションの推進 (3)研究開発・イノベーション創出支援
3. 経営基盤強化支援	(1)経営改善・事業再構築支援 (2)中堅企業への成長支援 (3)情報発信支援 (4)危機管理(BCP)策定支援 (5)販路開拓支援 (6)海外展開支援 (7)マーケティング支援 (8)生産性向上・業務効率化(省力化)支援 (9)CO ₂ ネットゼロ（脱炭素）の推進 (10)DXの推進

計画では、3つの事業目標と17の重点テーマを掲げ、県内支援機関との連携により効果的な中小企業等の支援を行います。

1 人材の確保・育成・活躍支援

中小企業を巡る環境がめまぐるしく変化する中で、売上拡大や資金繰り等の日々の経営課題の背景に、人手不足や人材育成、定着に関する問題などが大きな経営課題になっています。

このため、企業の人的資源を最大限に活用し、組織の成長と競争力を高めることを目的とした人材戦略の立案や、経営戦略との整合性、労働環境を整備するといった定着へ向けたチャレンジを促すことにより、人材確保から事業承継も見据えた幅広い中長期的な「人・組織」の最適化を支援します。

(1) 人材確保、育成、定着支援

- ① 中小企業の経営者等を対象に、実践的な研究会を開催し、経営力の強化や会員相互の技術力の向上を図ります。
- ② 中小企業等における生成 AI、IoT 技術の活用による DX 化の促進、ロボットや FA によるスマートファクトリーへの支援、省エネルギー対策などのための各種セミナーを開催し、社会環境の変化に対応できる人材の育成を図ります。
- ③ 「プロフェッショナル人材戦略拠点」が中心となって、中小企業の経営改善に必要な人材を明確にし、民間人材ビジネス事業者につなぐことにより、事業承継への対応も含め企業が求める人材の確保を支援します。
- ④ 県内 DX 専門家と交流や相談ができる場の活用や、県の DX 官民協創サロンとの連携、専門家派遣による DX 取組を通じて企業内の DX 人材育成を支援します。
- ⑤ 事業所からの CO₂排出量を削減し、コストダウンにつなげる方法を学ぶための研修会を通じて、県内事業所のエネルギー担当者の底上げを図ります。
- ⑥ 企業の人材確保へ向け、高校、県内大学、新設が予定されている滋賀県立高専等と連携し次世代を担う人材の育成を支援します。

(2) 働き方改革への支援

- ① コラボしが 21 内に、多様な働き方が可能となるように会社などの本部や支店とは離れた場所で、テレワーク勤務をするための「サテライトオフィス」としての利用もできる環境「BizBase コラボ 21」を提供します。また、兼業や副業を目指す方を支援する体制や設備も整備し、自由度の高い働き方を推進します。
- ② 各種セミナーの開催等、働き方改革に係るコンサルティング機能を強化します。

(3) ダイバーシティの推進

多様な人材を活かし、その能力が最大限発揮できる機会を提供することで、イノベーションを生み出し、価値創造につなげているダイバーシティ経営を推進し、「イノベーション創出」「価値創造」「生産性向上」「競争力強化」といった経営の好循環の創出を支援します。

(4) 事業承継支援

事業承継に関する相談や後継者育成に関する相談へ適切な対応を行い、必要に応じて他の専門機関等と連携して解決を図ります。

2 新事業創出支援

企業が社会的課題解決に取り組むことは、新たなビジネスチャンスを生み出し長期的な企業価値向上への投資となります。近年、世界で様々な社会的課題が深刻化しており、企業の積極的な関与が不可欠となっています。例えば、自動車産業では「電動化」に伴うエンジンや変速機等の需要の減少・変化による業態転換や事業再構築が模索されています。

このため起業等の機運の醸成に努めるとともに、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、地域の支援機関や先輩起業家等が連携して起業等を支援するネットワークの構築から、外部リソースの活用によるオープンイノベーション推進、ものづくり基盤技術の高度化を図る技術開発、AI、IoT、ロボット等の活用による生産性向上、CO₂ネットゼロへの取組による企業価値向上など、「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することにより、事業の持続的な発展と競争力の一層の強化を図ります。

(1) 起業・第二創業・スタートアップ支援

- ① 様々な人に起業等を意識し「起業等も人生の選択肢」として認識してもらえるよう、県内各地で「ビジネスカフェ」を開催し、セミナーや交流の場を通じて、起業等の機運の醸成に努めます。
- ② 新たに起業等にチャレンジしたい女性や学生を含む若者等に対して、支援機関と連携したセミナー等を通じて、新たなビジネスチャンスに挑戦する機会を提供します。
- ③ 「ビジネスカフェ」の運営等による起業家等の発掘から、インキュベーション施設への入居、公的な助成制度の活用、新たな事業者としての地域定着までを地域の支援機関や先輩起業家等の地域の創業応援隊と連携しながら、成長段階

の各ステージにあった切れ目のない起業等の支援を行います。

- ④ 起業等をめざす人のニーズに合わせた、「創業プラザ滋賀（創業サロン、創業オフィス、創業デスク）」を設置し、ビジネスプランの策定や資金調達、販路開拓等の相談・支援を行い、早期の起業等につなげます。
- ⑤ 北部地域（長浜市・高島市・米原市）における起業家の潜在的ニーズを掘り起こし育成創出を図ります。
- ⑥ インキュベーション施設内にインキュベーション・マネージャー（IM）を配置し、入居者に対する経営指導や各種支援制度を活用して経営力の向上につなげるための伴走型支援を行います。
- ⑦ コラボしが21内に設置する「Biz Base コラボ 21」に、コワーキングスペースを併設することにより、企業等と起業家等の交流の場を提供し、新たなビジネスの創出や早期の起業、オープンイノベーション、兼業・副業などにも活用できる場を提供します。
- ⑧ 「地域はひとつのインキュベータ」をキャッチフレーズに、支援機関が連携して起業家等を支援する体制「しが創業支援ネットワーク」を拡充し、起業等をめざす人を様々な角度から支援するIM等支援者の実践的な伴走型支援能力等、資質の向上に努めます。
- ⑨ 市町が策定する「認定創業支援等事業計画」に基づき実施される各種の創業支援施策と連携した取組を行います。
- ⑩ 適切な上場支援機関や専門家を紹介する上場支援協力体制を構築し、上場機運を醸成することで雇用拡大・地域経済の好循環を創出します。

（２）オープンイノベーションの推進

- ① ものづくり企業を核にオープンイノベーションを推進するフォーラムを形成し、企業マッチングを推進する機会の提供やコーディネーターによる伴走支援を通じ、県内中小企業の新事業創出と競争力強化を図り、本県経済をけん引する新たな成長産業の育成を促進します。
- ② 企業連携によるオープンイノベーションを促進するため、会員企業のコア技術や強み等の紹介を行い、マッチング機会の提供や知名度向上を図ります。
- ③ 企業経営層が参加する「異業種交流会」を運営し、業種の垣根を超えた取組の創出と横展開を図ります。

（３）研究開発支援・イノベーション創出支援

- ① 「しがオープンイノベーションフォーラム」を核として、経験豊富なコーディネーターが、新技術・新事業の創出をめざす企業の発掘から、企業や大学、新

設が予定されている滋賀県立高専、支援機関等との連携による研究開発プロジェクトの構築や、半導体などの成長が見込まれる産業などへの参入などの幅広いチャレンジを支援します。

- ② 中小企業等のものづくり基盤技術の高度化を図るため、国の「Go-Tech」等の公的なリソースを活用した研究開発を推進するとともに、研究成果の実用化や事業化を支援します。
- ③ 新製品の試作や製造に係る技術開発・改良を行う企業に賃貸型工場施設「テクノファクトリー」を管理し、事業化や製品化に向けた事業展開を支援します。
- ④ 本県の医学・理工学系大学の知的集積を活かし、医療機器開発に関心の高い県内企業による「しが医療機器ビジネス研究会」を運営し、医療・健康機器分野における研究開発プロジェクトの創出と事業化を支援します。
- ⑤ 自動車部品サプライヤーの業態転換や事業再構築への取組など、社会環境の変化に伴う企業ニーズに応える相談事業や啓発事業の取組を進めます。

3 経営基盤強化支援

中小企業等が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は、経営基盤の安定が不可欠です。

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の構築、販路開拓やマッチングの機会拡充といった市場浸透化支援や、新市場への進出を見越したマーケティング支援、資金面のみならず、近年多発する災害等のリスクへの備えにより事業継続を図る等の企業ニーズに合った情報提供や課題解決や課題探索を伴走型で行うなど、国の認定経営革新等支援機関として、中小企業に対し専門性の高い支援の提供やサポート体制の構築に努めます。

(1) 経営改善・事業再構築支援

- ① 中小企業を巡る経営課題が多様化・複雑化する中、経営全般や技術的分野に対応する専門職員を配置し、中小企業等の経営課題の解決に向けて総合的なアドバイスをを行います。
- ② 中小企業等が抱える高度かつ専門的な経営課題や、経営革新等に挑戦する中小企業等の新たな事業について、企業の要請に応じてプラザに登録している幅広い分野の専門家を派遣し、事業戦略や技術戦略の策定からブラッシュアップまで、多角的な観点からアドバイスをを行います。

- ③ 中小企業等に対する金融相談について、金融機関経験者の職員を配置し相談に応じるとともに、必要に応じて制度融資の活用や公的機関の助成制度の斡旋・紹介を行います。
- ④ 国から委託を受けた「よろず支援拠点」においても、専門的知識を有するコーディネーターが中小企業等の経営改善計画策定へのアドバイス、資金繰り改善や事業再生などを支援します。また、必要に応じて外部の専門機関と連携して対応します。

（２）中堅企業への成長支援

地域において賃上げと経済の好循環の担い手として期待される中堅企業へと成長を志向する中小企業の活性化・成長を加速するため、事業計画策定や研究開発の促進等を伴走支援します。

（３）情報発信支援

- ① ホームページの内容の充実を図るとともに、プラザが持つ各種の広報媒体を効果的に活用し、顧客に役立つ支援情報を幅広くタイムリーに提供します。
- ② 新聞やテレビ等のマスコミの広報媒体およびコラボしが21内に設置する「展示コーナー」を活用し、企業の取組みを積極的に発信するとともに、職員一人ひとりがプラザの広報マンとして、日常業務などの機会を通じて情報収集・提供に努めます。

（４）危機管理（BCP）策定支援

- ① 企業が生き抜くためには、従業員とその家族の生命や健康を守った上で、事業を継続して顧客の信用を守り、売上げを維持する必要があります。事業と売上げが確保できれば、従業員の雇用も守ることができると共に、地域経済の活力を守ることにもつながることから、BCPの策定を支援します。
- ② 中小企業等が抱える下請取引上のトラブルにきめ細やかに対応すると共に、トラブルを未然に防止するため、下請取引の適正化を推進します。

（５）販路開拓支援

- ① 中小企業等が安定した経営を維持するための受発注の確保や販路開拓につながるよう、県内外大手企業の動向や情報を収集するために、企業を訪問し県内企業へ適切な助言や情報提供に努めます。
- ② 県内外の発注を希望する企業と県内の受注を希望する企業とのマッチングを支援するため、各種展示会や商談会を他の支援機関等と連携しながら実施します。
- ③ マッチングを希望する下請登録企業を訪問し、経営環境や業況の把握、支援に

必要な情報を収集するなど、質の高い相談・助言を行います。

- ④ 製造業受発注マッチングサイトを運営し、県内の受注側企業の特徴や設備情報等を掲載し、発注側企業とのマッチングを図り、中小企業等の販路開拓や新規取引の拡大につなげます。

(6) 海外展開支援

- ① 中小企業が行う貿易取引や海外投資事業を支援するため、「よろず支援拠点」に海外事情に精通した経験豊富なコーディネーターを配置して、各種相談を行います。
- ② 海外展開をめざす中小企業等のニーズに応えるため、各種の国際情報セミナーを開催するとともに、県や独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）、独立行政法人中小企業基盤整備機構等の支援機関と連携し、最新の海外ビジネス情報の収集や提供を行います。

(7) マーケティング支援

中小企業が行う市場調査・分析、商品企画・開発、広告宣伝活動、プロモーション等を支援するため、マーケティング等に精通した経験豊富なコーディネーターの配置や専門家派遣により、各種相談を行います。

(8) 生産性向上・業務効率化（省力化）支援

県と連携して企業の製造現場の改善や生産性の向上を図るため、企業へ専門家派遣等を行うことにより、DX 等も活用しながら、さらなる生産性向上・業務効率化の実施を支援します。

(9) CO₂ネットゼロ（脱炭素）の推進

- ① 「中小企業向け SBT 認証」などの第三者認証の取得支援をはじめ、中小製造業による CO₂排出量削減に向けた取組を伴走支援し、県内中小企業の企業価値向上を促進します。
- ② 事業者の省エネ診断から省エネ・再エネ設備導入補助までをワンストップで支援することにより、省エネ・再エネ設備の導入を促進し、エネルギーコスト削減による経営体質強化を図ります。
- ③ エネルギー管理等に関する相談窓口の設置や省エネへの取組にかかる伴走支援を通じて、事業者の継続的な省エネ活動を促進します。

(10) DX の推進

- ① DX に関心の高い企業が、最新のデジタル技術や先進事例等について学び体験できる機会を提供する研究会活動を推進します。

- ② 地域の DX 専門家と交流や相談ができる場を提供し、県の DX 推進協創サロンと連携して、DX 初心者企業が専門家との関係構築と新たな一歩を踏み出す切っ掛けを提供します。
- ③ DX に取り組もうとする企業が、DX を継続して推進できる社内 DX 人材の育成と DX 実践環境の整備を支援します。
- ④ 業務効率化や人材不足解消、顧客満足度向上等への効果が期待される生成 AI やデータサイエンス等の活用による新たなビジネス展開を促します。

第4章 計画の推進に向けて

1 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、「All Plaza」として役職員が一丸となって以下の取組を行います。

(1) 計画の進行管理

- ① 計画の推進にあたっては、年度毎に事業目標毎のアウトカム(プラザの活動による成果を測るもの)、個別事業でのアウトプット(プラザの活動量を測るもの)により進捗状況等の把握に努め、効率的かつ効果的な事業運営を図れるよう進行管理に努めます。
- ② 事業の実施にあたっては、機会あるごとに実施方法や事業効果等を検証し、見直し改善を行うとともに、限りある資源を計画的かつ重点的に投入することにより、アウトカムの達成を図ります。

(2) 経営基盤の強化

- ① 県の出資法人に係る行政経営方針実施計画において、プラザは「外部資金や補助金、受託金等を獲得するなどにより、県から自立した運営に努める」とされており、将来にわたって安定的な財源を確保するため、国等の外部資金などの獲得に努め、経営基盤の強化を図ります。
- ② プラザが受託している指定管理業務をはじめ、セミナー等の参加料やインキュベーション施設の入居料の見直しなどの継続的な検討を進めます。

(3) 組織体制の充実・強化

- ① 今後、プロパー職員の定年退職、定年延長等により、特に管理職員の不足が見込まれるため、プロパー職員の管理職員への積極的登用や新たな雇用、県職員の派遣等により必要な組織体制を確保します。

- ② 人的資源を効果的に活用するため、引き続き行政経験のある県職員や専門的ノウハウを有する企業人材の積極的な受け入れを行い、組織体制の充実・強化に努めます。
- ③ ガバナンス機能を高めるため、必要に応じて体制整備や規程等の改正を行うとともに、職員には5つの「行動指針」(公明正大、コミュニケーション、ネットワーク活用、探求心、スキルアップ)を徹底します。
- ④ 職員の能力や専門性を最大限に活かすため、組織や人員配置の柔軟かつ機動的な見直しを行い、組織の活性化を図ります。
- ⑤ DXの推進により業務の効率化を図ります。

また、個人情報の保護はもとより、情報セキュリティの確保を徹底します。

(4) 人材の育成・活用

- ① 令和3年度に策定した「プロパー職員人材育成方針」に基づき体系的、計画的にプロパー職員の人材育成に積極的に取り組みます。
- ② プラザの主要3部門である「管理部門」「経営支援部門」「連携推進部門」での配置ローテーションにより、業務を通じて全体像の把握と自らの役割認識を図ります。
- ③ 職員の資質向上および自己啓発の促進を図るため、県政策研修センターや中小企業大学校をはじめ、県内外で実施される各種研修に積極的に参加させるとともに、業務に関する資格等の取得への受験料補助および資格取得時の報奨金給付を行うことにより職員の自己啓発意欲を喚起し、支援力の強化に努めます。
- ④ プロパー職員はもとより、県派遣職員、企業派遣職員など多様な人材で構成されるプラザの特性を活かし、相互に補完し合うことにより組織力が最大限に発揮できるよう、人事マネジメントを強化します。
- ⑤ プロパー職員一人ひとりの能力を高め、プラザ力の最大化を図るため、人事評価制度の導入を検討します。

2 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)を設定して、進捗管理を行います。

(1) 各事業目標におけるアウトカム（プラザの活動による成果を測るもの）

① 満足度

・プラザの支援に満足している企業の割合

② 人材の確保・育成・活躍支援

・人材確保・育成・活躍等に結びついた企業の割合

③ 新規事業創出支援

・新事業創出に結びついた企業の割合

④ 経営基盤強化支援

・経営基盤強化に結びついた企業の割合

(2) 個別事業におけるアウトプット（プラザの活動量を測るもの）

① プラザ相談件数

② 企業訪問件数

③ ホームページアクセス（ページビュー）数

④ 新たにプラザの支援を利用した企業等の数

⑤ 情報発信件数

(3) 年度目標

目標数値については、各年度「事業計画」に明記します。

(4) アウトカム・アウトプットの達成状況の把握・評価

毎年度、把握・評価し、理事会および評議員会に報告するとともに、次年度の「事業計画」に反映します。

(5) アウトカム・アウトプットの見直し

計画期間中であっても、必要に応じて見直しを行います。

(6) アウトカム・アウトプット一覧

別紙1のとおり

(7) アウトカム・アウトプット（設定・内訳・計測）について

別紙2のとおり

(別紙 1) アウトカム・アウトプット一覧

《アウトカム》

■プラザ全体

アウトカム 1 : プラザの支援に満足している企業の割合						
(単位 : %)						
	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度	令和 1 1 年度	令和 1 2 年度
目標	92%	93%	95%	97%	99%	100%
プラザの支援を受けた企業に対して実施するアンケート調査で、「利用の目的が果たせた」と回答した企業の割合。						

■人材の確保・育成・活躍支援

アウトカム2：人材の確保・育成・活躍等に結びついた企業の割合						
(単位：％)						
	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
目標	90%	92%	94%	96%	98%	100%

プラザの支援を受けることにより、雇用やスキルアップに結びついた企業の割合。

■新事業創出支援

アウトカム3：新事業創出に結びついた企業の割合						
(単位：%)						
	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	令和12年度
目標	80%	84%	88%	92%	96%	100%
プラザの支援を受けることにより、新たな取組みに結びついた企業の割合。						

■經營基盤強化支援

アウトカム 4 : 経営基盤強化に結びついた企業の割合						
						(単位 : %)
	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度	令和 1 1 年度	令和 1 2 年度
目標	90%	92%	94%	96%	98%	100%
プラザの支援を受けることにより、経営基盤の強化に結びついた企業の割合。						

《アウトプット》

アウトプット 1 : 相談受理件数

						(単位：件)
	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度	令和 1 1 年度	令和 1 2 年度
目標	13, 000	13, 170	13, 340	13, 510	13, 680	13, 850
累計	13, 000	26, 170	39, 510	53, 020	66, 700	80, 550

プラザが受理した相談の数。

アウトプット 2：企業訪問件数

						(単位：件)
	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度	令和 1 1 年度	令和 1 2 年度
目標	3,400	3,560	3,720	3,880	4,040	4,200
累計	3,400	6,960	10,680	14,560	18,600	22,800
プラザが実施した企業訪問の数。						

アウトプット3：新たにプラザの支援を利用した企業等の数

						(単位：者)
	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度	令和 1 1 年度	令和 1 2 年度
目標	1, 250	1, 350	1, 450	1, 550	1, 650	1, 750
累計	1, 250	2, 600	4, 050	5, 600	7, 250	9, 000

プラザ各部署の支援を受けた企業のうち「初めて支援を受けた」企業の数。

アウトプット 4 : 情報発信件数

						(単位：件)
	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度	令和 1 1 年度	令和 1 2 年度
目標	150	190	230	270	310	350
累計	150	340	570	840	1,150	1,500

プラザが資料提供等により情報発信した数。

アウトプット5：ホームページアクセス件数

(単位：件)						
	令和 7 年度	令和 8 年度	令和 9 年度	令和 1 0 年度	令和 1 1 年度	令和 1 2 年度
目標	311, 000	332, 000	353, 000	374, 000	395, 000	416, 000
累計	311, 000	643, 000	996, 000	1, 370, 000	1, 765, 000	2, 181, 000

プラザホームページの年間ページビュー数。

(別紙 2)

アウトカム・アウトプット（設定・内訳・計測）について

1. 指標設定の考え方

- (1) 事業目標の達成度合いを測れるもの。（プラザ支援との因果関係が明確なこと）
- (2) 計画期間中の経年変化が把握できるもの。
- (3) 実数や割合など数値測定が可能なもの。
- (4) 数値の確からしさが確保されるもの。
- (5) 計画期間の最終年度（R12 年度）目標を設定し、これに向けて各年度の目標値を遡増する。

2. アウトカム指標の設定について

(1) 指標の考え方

アウトカム 1（プラザ全体）

- ・プラザ支援を利用した企業にアンケート調査を実施し、満足度を測る。

アウトカム 2. 3. 4（事業目標の達成度合い）

- ・事業目標と重点テーマに紐づく個別事業のうち、主要な事業を測定対象とする。
- ・主要事業毎に実数や割合を計測し成果を算出する。
- ・算出した成果の平均値をもってアウトカム指標の実績とし事業目標の達成度合いを測る。
- ・計画期間初年度の目標値設定について、測定対象とする主要事業が過年度から継続して実施しているもの、または類似のものあれば、過年度の実績を基に設定。新規事業など過年度実績がないものについては、R5 年度プラザ事業への満足度（92%≒90%）を設定根拠と想定し各事業目標の達成度合を算出した数値を用いる。

(2) 主要事業設定の考え方

- ・事業目標と重点テーマに紐づく個別事業については、毎年度見直しを実施する。
- ・測定対象とする主要事業の目標値については、年度当初に設定する。

(3) 主要事業の内訳と算出方法

	主要事業	算出方法
アウトカム 2：人材の確保・育成・活躍等に結びついた企業の割合		
①	プロフェッショナル人材戦略拠点	成約件数/年度目標件数
②	DX 人材	課題解決につながった企業数/採択企業数
③	若年層等確保定着（奨学金のみ）	(採択件数/予定採択数) × (雇用につながった社数/採択企業数)
アウトカム 3：新事業創出に結びついた企業の割合		
①	ローカルベンチャー企業創出	起業数（開業届等提出）/採択数
②	北部起業家育成	起業数/予定起業数
③	Go-Tech	(採択数/採択目標数) × (過去 5 年間の事業化数/フォロー数)
④	創業プラザ滋賀	売上増につながったと回答した数/入居者数

アウトカム４：経営基盤強化に結びついた企業の割合		
①	CO ₂ 削減取組伴走	(伴走取組数/申請目標数)×(課題解決数/伴走取組数)
②	下請振興(商談会)	過去商談会に参加し成約した件数/成約目標数
③	中小企業成長展開	課題解決につながったと回答した数/参加者数
④	成長戦略策定支援	課題解決につながったと回答した数/参加者数
⑤	専門家派遣	課題解決につながったと回答した数/派遣先数
⑥	重点伴走支援	課題解決につながったと回答した数/採択先数
⑦	メディア活用	課題解決につながったと回答した数/採択先数

3. アウトプット指標の設定について

(1) 指標の考え方

- ・プラザの活動量を測る代表的な５つ。
- ・プラザ全体で計測が可能、かつ積み上げ可能なもの。
- ・前計画から継続する指標４つに加え、県内企業の価値向上へ積極的に関与すべく「情報発信件数」を新たに設定した。

アウトプット１：相談受理件数

アウトプット２：企業訪問件数

アウトプット３：新たにプラザの支援を利用した企業等の数

アウトプット４：情報発信件数

アウトプット５：ホームページアクセス件数

(2) 指標設定の考え方

- ・計画初年度の目標値は各指標とも R5 年度実績値を基に設定。
- ・県内中小企業数 約 34,608 社（中小企業白書 2020 年版）に対する各計画初年度の目標値の割合より、計画期間の最終年度（R12 年度）の目標値を設定。
- ・実施体制の変更等により実態にそぐわないと判断できる場合は、見直しを実施する。

※「新たにプラザの支援を利用した企業等の数」については、各部署での新規の数を計測する。（１企業が２部署からそれぞれ新たに支援を受けた場合は、企業等の数＝２とする。）

4. 計測その他

- ・支援終了時または年度末に、アンケート調査の実施または実績報告等より計測する。
- ・月次または四半期毎に各部署からの計測結果をとりまとめ、進捗管理をおこなう。