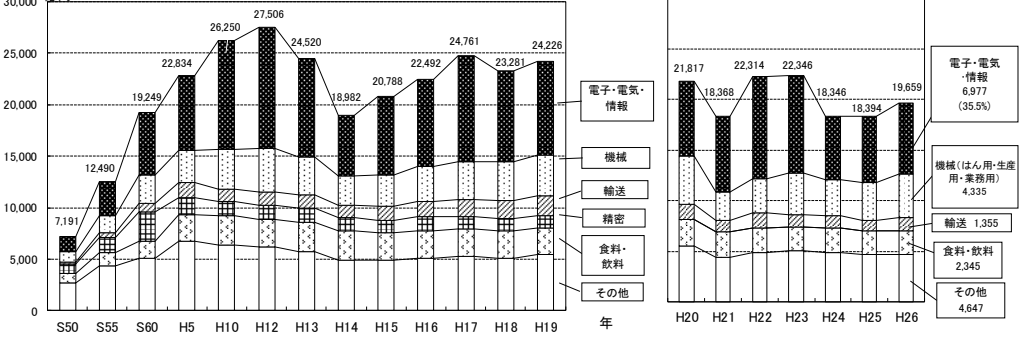


次期計画の基本的な考え方（案）

長野県の製造業の現状と課題

- 1 製造業は全国的に苦戦、長野県はその全国と比較してもさらに苦戦
 - 製造品出荷額等 平成10年 100 → 平成26年 全国99.8 長野県81.4
 - 付加価値額 平成10年 100 → 平成26年 全国81.5 長野県74.9

長野県の製造業の付加価値額の推移（従業者数4人以上の事業所）

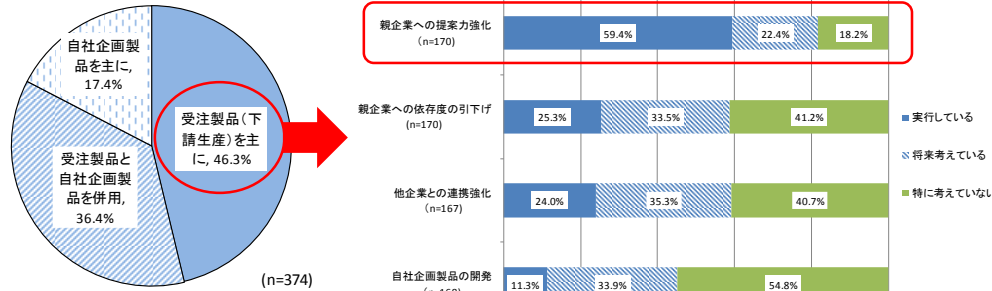


資料：「工業統計調査結果報告書」（長野県企画振興部）（従業者数4人以上の事業所）
 ※平成19年調査では調査項目の追加等が行われたため、付加価値額の数値は平成18年以前とは接続しない。
 平成20年調査から、日本標準産業分類の改訂に伴い、新しい産業分類が適用されている。

- 2 リーマンショックからの回復は道半ば
 - 製造品出荷額等 平成20年（リーマンショック発生年） 100
 - 平成21年（同後） 長野県75.2
 - 平成26年（直近） 長野県82.3
- 3 減少し続ける担い手
 - 事業所数 平成10年 100 → 平成26年 全国54.2 長野県58.3
 - 従業者数 平成10年 100 → 平成26年 全国75.3 長野県76.4

- 4 下請企業からパートナー企業へのランクアップが進む

自社の今後の方向性（企業形態）の意向について「受注製品（下請生産）を主に」とした企業の内、約6割が親企業への提案力の強化を実施しており、約2割が今後検討したいとしている。

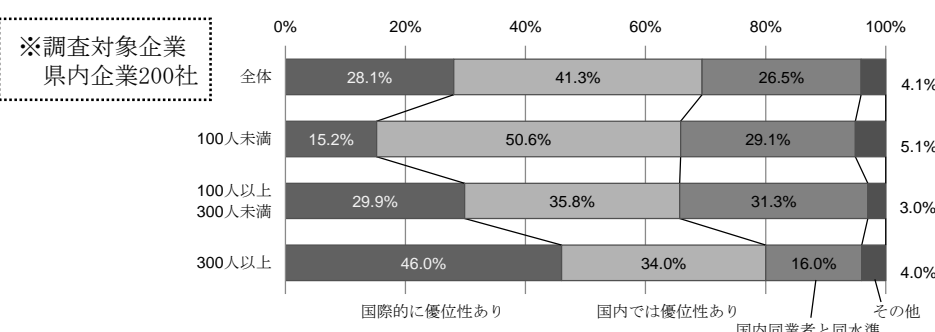


長野県内製造業の現状と今後の方向性に関するアンケート調査結果
 （2016年8月調査（一財）長野経済研究所調査）

- 5 他社に真似できない技術を持つ企業の存在

企業が保有する最重要中核技術について、69.4%の企業が国際的又は国内で優位性ありと評価している。

中核技術の客観的評価



平成27年度長野県工業技術動向調査結果

現状と課題を踏まえた長野県の製造業振興の方向性

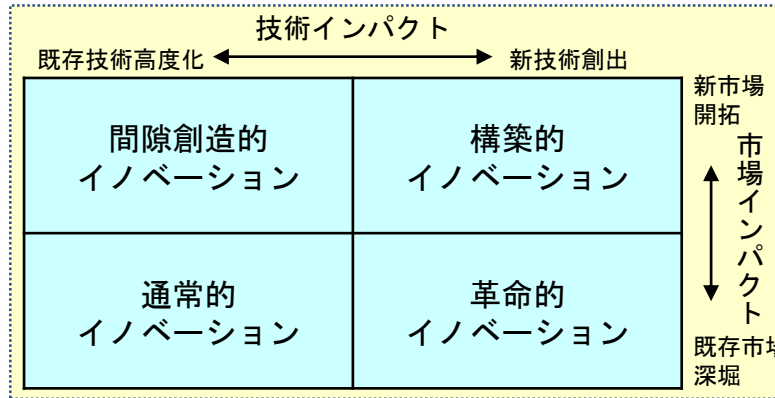
リーマンショック前の水準まで回復しない製造品出荷額等や人口減少、少子高齢化等により、製造業の担い手が減り続けるなど、様々な課題を抱える中で、今後、長野県の製造業を振興していくためには、新たな製品又はサービスの開発等を通じて新たな価値を生み出し、経済社会の変化を創出する、いわゆる「産業イノベーション」を数多く創り出すことが必要となる。

従って、次期計画においては、産業イノベーションの創出を促進・実現するための施策を強力に推進する。

●次期計画における目指す姿

産業イノベーションの創出に向けて、積極果敢にチャレンジするものづくり産業の集積

- 1 創出を目指す産業イノベーション
 - (1) 産業イノベーションの定義
 - 長野県中小企業振興条例（以下「条例」とする。）（基本理念）第3条第2項
新たな製品又はサービスの開発等を通じて新たな価値を生み出し、経済社会の大きな変化を創出する。
 - 第3期科学技術基本計画
イノベーション＝科学的発見や技術的発明を洞察力と融合し、新たな経済的価値や社会的価値を生み出す革新
 - (2) イノベーションの類型（文部科学省のホームページから引用し編集）
イノベーションには技術面と市場面でのインパクトの度合いにより、4つの類型があるとされている。



(構築的イノベーションの例) 飛行機、コンピュータなど
 (革命的イノベーションの例) アナログ→デジタルなど
 (間隙創造的イノベーションの例) ヘッドフォンステレオ、家庭用ゲーム機など
 (通常的イノベーションの例) 技術・生産手段の改善による安価で高品質な製品等の提供など

- 2 目指す姿を実現するための施策展開の方向性

- (1) 産業イノベーションの創出を実現（産業分野縦断的な施策展開）

現行プランにおいて、目指す分野として掲げている「健康・医療」、「環境・エネルギー」、「次世代交通」の各分野に関する深掘りテーマを設定し、産学官金が連携して実施する具体的なプロジェクト（＝産業集積の形成につながるプロジェクト）により、産業イノベーションの創出を実現する。

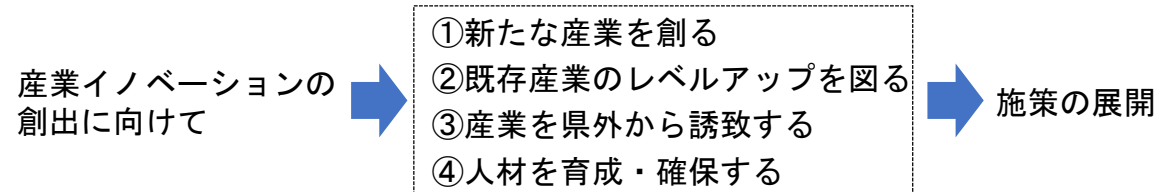
地方事務所（地域振興局）や工業技術総合センターと連携し、「全県横断的に産業振興に取り組む」との視点と「特定地域において産業の核を作り、それを成長させることで裾野を広げ、全県への波及を目指す」との視点の両面から深掘りテーマの設定を検討。

資料4参照

- (2) 産業イノベーションの創出を促進（産業分野横断的な施策展開）

県内企業の技術力や人材等のレベルアップを図るなど、以下の4つの基本的な考え方に基づき施策を展開することにより、産業イノベーションの創出を促進する。

【施策展開の基本的な考え方】



資料5参照