

群馬県産業振興基本計画

～「両利き（ハイブリッド）の産業構造」を目指して～

（令和3年4月～令和6年3月）

群馬県産業経済部

「両利き（ハイブリッド）の産業構造」を目指して

本県経済は、新型コロナウイルス感染症の拡大により、幅広い産業分野において深刻な影響を受けており、中小・小規模事業者は厳しい経営を強いられています。特に、飲食・サービス・観光など、対人サービスに関連する産業は、大きな制約を受けています。

一方で、本県経済を牽引してきた輸送用機器をはじめとしたものづくり産業では、急速に進む社会経済のデジタル化（Society5.0）を背景に、これまでの有形資産からデータなどの無形資産を活用したビジネスモデルへの転換を迫られています。加えて、温暖化対策と経済成長の両立（グリーン・リカバリー）も大きな課題です。

そこで、今回策定の「群馬県産業振興基本計画」では、本県産業の将来像と施策の方向性として、既存産業の強みを生かしながら、時代の変化に合わせ新たな成長機会を探求する「両利き（ハイブリッド）の産業構造」を目指すこととしました。

今後はこれにより「ニューノーマル（新常態）」への転換を促すとともに、あらゆる産業のDX（デジタルトランスフォーメーション）を進め、生産性と付加価値を高めます。さらに、e-スポーツやコンテンツ産業などの新たな富を生むビジネスの創出や、将来の産業を担う人材の育成に取り組み、多様な産業による厚みのある経済成長と県民所得の増加を図ります。

所得の増加がもたらす「経済的な豊かさ」と、首都圏に位置しながら豊かな自然と空間に恵まれた本県の「生活環境（暮らしやすさ）」をかけ合わせ、県民一人ひとりの「幸福度向上」を実現してまいります。



令和3年3月

群馬県知事

山本 一太

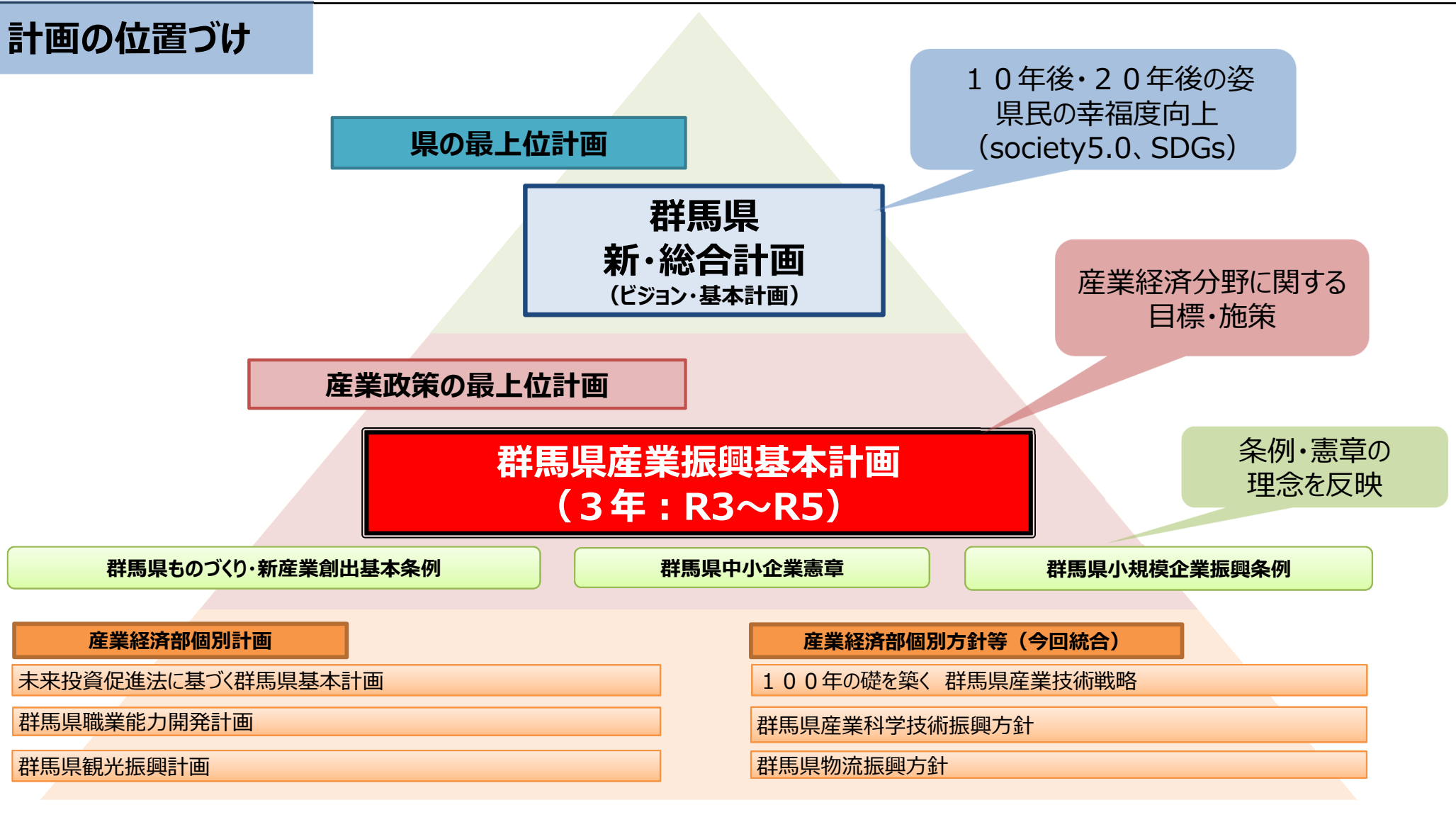
構成

1. 産業振興基本計画策定の目的・位置づけ	…4
2. 本県の将来像と施策の方向性	…5
3. 「両利き（ハイブリッド）の産業構造」を目指すための施策体系（4つの基本方針）	…8
4. 各基本方針と主要施策	…9
基本方針Ⅰ DXの推進と新たなビジネスへの挑戦	…10
基本方針Ⅱ 様々なリスクや環境の変化に柔軟に対応できる産業の構築	…14
基本方針Ⅲ 群馬の新たな魅力を創造・発信	…21
基本方針Ⅳ 生き生きと働ける環境づくりと、将来の産業を担う自律型人材の育成・確保	…28
5. 目標、効果検証	…32
【分析編】	
本県経済の現状と課題（データ分析・ヒアリング結果）	…37
【資料編】	
関連条例等	…58

1. 産業振興基本計画策定の目的・位置づけ

○産業経済分野における最上位計画として、本県における**産業振興の方向性**を明確にし、更なる経済発展を図る。

計画の位置づけ



2. 本県の将来像と施策の方向性

- 新型コロナウイルス感染症の影響を受けた**県経済を立て直すための足下対策**に取り組むとともに、新総合計画（ビジョン・基本計画）の開始に合わせ、「**10年後・20年後の本県経済の姿**」を見据えた施策に着手する。
- 既存産業の強みを生かしながら、時代の変化に合わせ新たな成長機会を探求することにより、「**両利き（ハイブリッド）の産業構造**」を目指す。

現状・課題

- 少子高齢化や若者の県外流出による人材不足
- 製造業（輸送機器）に特化した産業構造
- 脆弱なサービス業（特に情報通信業）
- 中小企業対策、セーフティネット支援に重きを置いたこれまでの施策
- 急速に進む社会経済のデジタル化、Society5.0※1

- 新型コロナウイルス感染症による県経済への深刻な影響
- ニューノーマルに対応したビジネスモデルへの転換（ウイズコロナへの対応）

施策の方向性

- **産業のデジタル化（DX）による企業価値向上**（体力(規模)、体質(生産性)の強化、魅力ある中堅・中小企業）
- 人材への投資（産業を支える人材の確保・育成）
- 民間の力を引き出し活用
- 商工・経済団体の活性化
- 農林業や建設業等多様な産業との連携・協業

産業振興基本計画 R3-5（3年間）

- ① 新型コロナウイルス感染症の影響を受けた既存産業の立て直し
- ② 新たな成長機会の探求

本県の将来像

- 1人あたり県民所得の向上
- 持続可能な地域経済の実現



DX（デジタル・トランスフォーメーション）とは

AI、IoT、ビッグデータ等のデジタル技術を活用し、ビジネスモデルや組織、業務、企業文化・風土等を抜本的に変革し、新たな価値の創出により成長・競争力を強化すること。今後、デジタル技術が、あらゆる産業において価値の中核となることが予想されている。

※1：仮想空間と現実空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）

① 新型コロナウイルス感染症の影響を受けた既存産業の立て直し

- 新型コロナウイルス感染症は、飲食・小売、宿泊業から製造業に至るまで、あらゆる業種に影響を与えている。特に中小・小規模事業者への影響は深刻であり、売上回復が遅れるほど、**雇用への影響**とともに**廃業等の増加**が懸念される。
- **資金繰り等による経営の下支え**とともに、**ウィズコロナ、ニューノーマル対応**を進めることで、新型コロナウイルス感染症の影響をいち早く払拭し、反転攻勢につなげる。

対応方針

① **生産性・企業価値向上**のため既存産業の**DX**を推進
(経営改革の手段としてデジタル技術を導入)

② 県内企業の**事業継続**に向けたきめ細かな支援
(資金繰り支援、経営相談、販路開拓支援、BCP策定支援 等)

③ 国（労働局）とも連携した**雇用維持・再就職**に向けた支援

④ **ニューノーマル**実践のための**新しいビジネスモデルの構築**
(感染症対策の徹底、オンライン活用 等)

⑤ デジタルシフトによる本県観光の**新しい価値や魅力**を創造・発信



②新たな成長機会の探求

- 新型コロナウイルス感染症拡大を契機に、**産業のデジタル化（DX）**が加速。事業を継続・発展させていくため、時代の変化に対応した**新たなビジネスモデル**の構築が必要。
- 労働力人口が減少し、従来のやり方では事業が継続できない恐れもある中、**DXが事業継続の鍵**。製造業はもとより、サービス産業をはじめあらゆる産業の生産性向上の有効な手段。
- 社会経済の変革を新たなビジネスチャンスに変え、**多様な産業による厚みのある経済成長**を目指す。

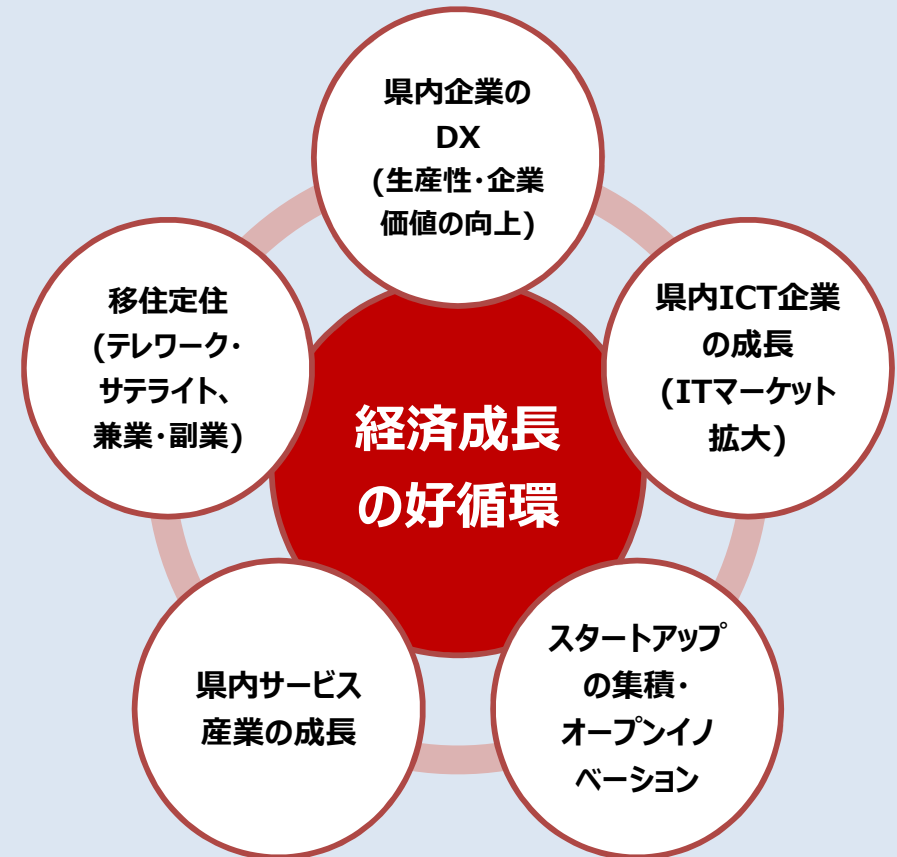
対応方針

① 本計画期間（3年間）を「**県内企業のDX推進のための重点取組期間**」とし、組織体制を含め、取組を強化

② **スタートアップ^{※2}の集積・オープンイノベーション^{※3}**を通じた県経済の活性化

③ 産業を支える**自律型人材・デジタル人材**の確保・育成

④ 企業価値の向上により、優れた技術や地域の雇用を支える企業の**事業承継、経営力強化**を促進



※2：短期間で、イノベーションや新たなビジネスモデルの構築、新たな市場の開拓を目指す動き、または概念。

※3：企業内部と外部のアイデアを有機的に結合させ、価値を創造すること

3. 「両利き（ハイブリッド）の産業構造」を目指すための施策体系

○ 4つの基本方針のもと、**既存産業の強み**を生かしながら、時代の変化に合わせ**新たな成長機会**を探求する。

	① 新型コロナウイルス感染症の影響を受けた既存産業の立て直し	② 新たな成長機会の探求
基本方針Ⅰ DXの推進と新たなビジネスへの挑戦	企業価値の向上 生産性の向上 ニューノーマル対応のビジネスモデル構築	スタートアップ (新しい市場やビジネスモデルでの起業) オープンイノベーション デザイン・アート
基本方針Ⅱ 様々なリスクや環境の変化に柔軟に対応できる産業の構築	企業体力（規模）・体質の強化 レジリエンス強化	SDGs 海外販路開拓 ICT企業の成長
基本方針Ⅲ 群馬の新たな魅力を創造・発信	データマーケティング インバウンド対策 マイクロツーリズム	MICE推進 交流人口増 eスポーツ・コンテンツ産業
基本方針Ⅳ 生き生きと働ける環境づくりと、将来の産業を担う自律型人材の育成・確保	雇用維持・再就職支援 働き方改革	自律型人材 リカレント教育、デジタル人材

県民所得の向上



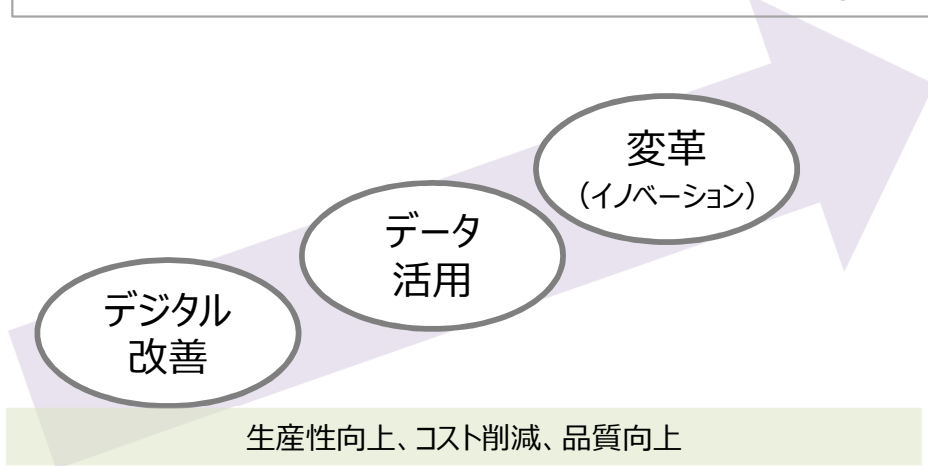
持続可能な地域経済の実現



4. 各基本方針と主要施策

- 本県経済は、製造業の集積を強みとしているが、あらゆる産業における価値が転換する中、時代に即したあり方へ進化していく必要がある。特に、デジタル技術の活用による付加価値は著しく伸張しており、本県経済への取り込みを図っていく。
- デジタル化、非接触・分散化、ネットワーク化等に取り組む事業者を支援し、県内事業者の稼ぐ力の向上を図る。
- 特に新型コロナウイルス感染症の影響を受けた県内中小・小規模事業者に対しては、デジタル化を通じたニューノーマル対応などにより、事業の継続・発展を支援していく。

データ分析・活用により価値転換、新ビジネス創出へ デジタルトランスフォーメーション (DX)



イノベーションとは

これまでとは違った新しい技術、考え方、仕組みを取り入れて、新たな価値を生み出し、社会的に大きな変化を起こすこと。



【主な施策】

施策1 デジタル技術を活用した「稼ぐ力」の向上
(高付加価値型産業への転換と集積促進)

施策2 スタートアップ支援、オープンイノベーション推進

施策3 ニューノーマル(非接触、分散化、ネットワーク化)、
アート・デザイン指向のビジネスモデル構築

【施策I-1】

デジタル技術を活用した「稼ぐ力」の向上（高付加価値型産業への転換と集積促進）

取組の方向性

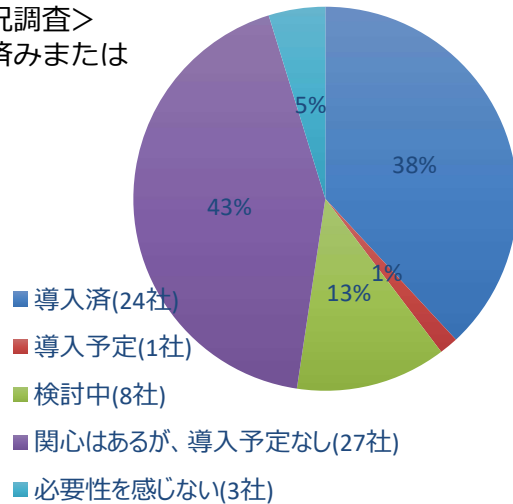
- デジタル技術の活用による企業のイノベーションを支援し、新たな価値を提供できる企業を育成する。
- 新たな価値を提案できる高付加価値型産業への転換と集積を図る。

現状・課題

- デジタル技術の活用を中心とした新たな価値を生み出すなど、時代に即したあり方へ進化する必要がある。
- 県内企業のデジタル技術の活用は限定的であり、高付加価値型産業への転換が進んでいない。

（資料1）IoT導入・検討の状況

<製造業を対象とするIoT導入状況調査>
調査対象企業のうち、IoTを導入済みまたは導入予定の企業は半数未満に留まる



<実施時期>
令和元年9月1日～30日
<調査対象>
県内企業（計103社）
<回答数>
63社（回答率61.2%）

主な取組

（1）スマートファクトリー創出支援・ものづくりのデジタル化支援
県内企業の生産・品質管理工程へのIoT・AI・ロボット導入等によるデジタル化とともに、デジタル人材育成を支援し、本県産業の持続的発展を促進する。

（2）開発研究支援・新技術イノベーション促進
企業との共同研究による課題解決やデジタル技術活用による新技術・新製品開発を支援し、本県産業の高付加価値化や新産業創出を促進する。

（3）科学技術振興・知財戦略
県試験研究機関を中心とした地域イノベーションの創出に向けた環境整備及び科学技術人材の育成を推進する。また、（一財）群馬県発明協会等と連携し、知財を活用した価値の創造、企業の成長戦略の実現支援を行う。

（4）ものづくり情報発信
リアルでの展示商談会を開催するとともに、常設のオンライン展示場によりニューノーマルに対応した商談機会を切れ目なく創出する。

（5）未来への投資促進（ICT産業）
ICT企業等の高付加価値企業をターゲットに、新たな事業拠点等を誘致するため、事業者のニーズに応じた支援を行う。

（6）事業承継支援
デジタル技術の導入など、事業承継前の事業内容の磨き上げを行う。企業の成長につながる事業承継を支援する。

（7）テレワーク導入支援
中小企業のテレワーク導入を支援し、時間や場所にとらわれない多様な働き方を推進する。

スマートファクトリーとは IoT、AI、ロボット等のデジタル技術を組み合わせて工場内のネットワーク化を行い、稼働状況の把握や、経営も踏まえた最適な稼働を実現させた工場。
テレワークとは 情報通信技術を活用した時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方のことで、「Tel（離れて）」と「Work（仕事）」を組み合わせた造語。自宅で働く「在宅勤務」、移動中や出先で働く「モバイル勤務」、本拠地のオフィス以外の施設で働く「サテライトオフィス勤務」といった形態がある。

【施策 I - 2】

スタートアップ支援、オープンイノベーション推進

取組の方向性

- 本県経済を持続・発展させるため、スタートアップ・ベンチャーが集積し、成長することが可能な体制（事業）を構築する。
- 地域や業界が抱える課題を県内の大学・企業の技術シーズを用いて解決する。

現状・課題

- 今後の経済成長には、成長が見込める事業領域で短期間で急成長し、消費者のライフスタイルや、既存の業界やサービスに大きな影響を与える「スタートアップ(企業)」の存在が欠かせないが、我が国のスタートアップは大都市圏に偏在している。
- 急速に進むデジタル社会のなかで、企業が持続的に発展を遂げるためには、企業や業種の枠を超えた連携により、価値を高めていく、オープンイノベーションの取組が重要である。

都道府県	J-Startup
東京都	98
神奈川県	6
福岡県	6
京都府	5
大阪府	5
宮城県	4
愛知県	3
山形県	3
その他	11

都道府県別J-Startup数

主な取組

(1) スタートアップ支援

スタートアップ・ベンチャーが群馬に集積するためのエコシステム形成や、成長支援の取り組みを関係機関と連携して実施する。

醸成・発掘

● スタートアップエコシステム醸成セミナー

● スタートアップピッチ&交流会

成長・育成

● アクセラレータープログラム ※4

挑戦・連携

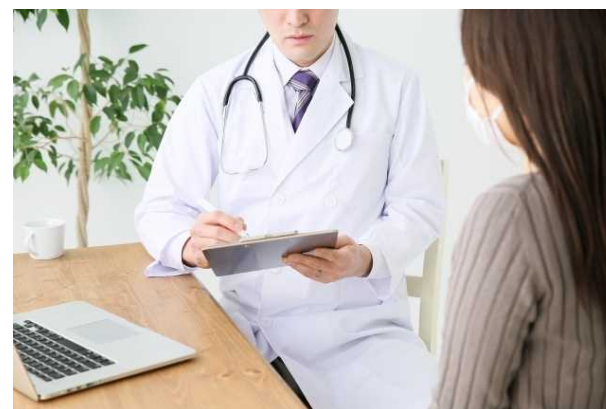
● 研究開発型スタートアップ支援

● 新市場創出型スタートアップ支援

※4：スタートアップの成長と発展を目指す短期間のプログラム。

(2) デジタル技術を活用したビジネスモデル構築

県内企業が持つIT技術シーズを活用し、「医療・介護」「防災減災」「農業」「過疎対策」などの、社会課題の解決に資する産学官医連携のビジネスモデルを構築する。



【施策 I - 3】

ニューノーマル（非接触、分散化、ネットワーク化）、アート・デザイン指向のビジネスモデル構築

取組の方向性

- コロナ対応で求められる非接触化、分散化、ネットワーク化に、デジタル技術を用いて対応する。
- ニューノーマルに対応するデジタル技術と、群馬の産業・風土・文化を融合させ、群馬らしさが光るオンリーワンの産業立県を目指す。

現状・課題

- ウィズコロナ時代にあっては、デジタル化（非接触、分散、ネットワーク化）を軸に、生活様式、産業構造が大きく変化していく。
- 一方、模倣されやすいデジタル的なものと比べ、アート（機能・性能よりも、感覚・心に訴求するもの）・アナログな価値を持つもの、ライブ・実物の評価は高まってくることが予測される。
- 全国各地で産業の画一化が進んでおり、他との差別化が必要である。



主な取組

（1）創業支援

デジタル技術による社会構造、経済環境が変革している中、変化をビジネスチャンスと捉え、創業を考える方に対して、創業支援センターによる相談対応や関係機関の連携等による支援を実施する。

（2）地場産業の振興

繊維、木工、伝統工芸品等、産地組合や関係団体、市町村等と連携し、産業の魅力を広く発信するとともに、関連企業の新たな製品開発や販路開拓等の取組に対して、支援を実施する。

（3）産業デザイン振興

企業がデザインを戦略的に活用し、自社製品の付加価値化と他社製品との差別化を図るために必要な支援を実施する。

（4）ものづくり情報発信

リアルでの展示商談会を開催するとともに、常設のオンライン展示場によりニューノーマルに対応した商談機会を切れ目なく創出する。

（5）ニューノーマル創出支援

事業継続及び地域活性化に向け、感染症対策に取り組んでいる中小企業・小規模事業者が連携し、ニューノーマルの視点から実施する新たなビジネスへの支援を実施する。

（6）地域・まちなか活性化応援

地域やまちなかの活性化に向けて事業性のあるプランを選定し、クラウドファンディング型ふるさと納税の活用やクラウドファンディング事業者と連携した支援を実施する。

様々なリスクや環境の変化に柔軟に対応できる産業の構築

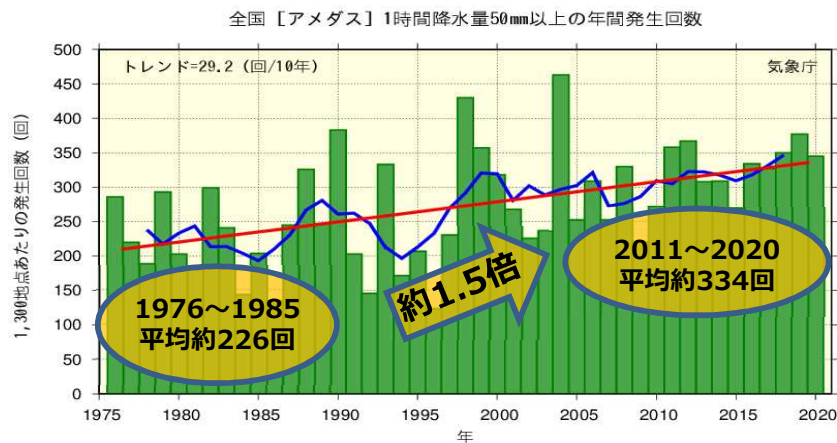
- ウィズコロナ、ウィズ気候変動の時代において、様々な社会変化が既に起こりつつあり、その流れは不可逆的である。特に中小企業・小規模事業者の経営環境は厳しさを増している。
- 近年多発する自然災害への対応や「ぐんま5つのゼロ宣言」の実現に向けた環境分野への取組、バーチャル空間を利用したサービスやデータ駆動型のビジネスへの対応、産業を支えるサプライチェーンの再構築、物流機能の強靱化、中小企業・小規模事業者の事業承継などに取り組む。
- 一社・一業種依存からの脱却、高付加価値業種、未来を牽引する事業領域への進出などにより、事業継続に向けた企業体力・体質の強化を図る。

(1) 事業の継続が困難になると想定しているリスク（複数回答）

	2020年5月調査	2019年5月調査	(%)
1 自然災害	↑ 77.1	57.4	(1)
2 感染症（インフルエンザ、新型コロナウイルス、SARSなど）	↑ 71.4	32.4	(6)
3 取引先の倒産	↑ 42.9	35.3	(4)
4 火災・爆発事故	↑ 39.0	35.3	(4)
5 取引先の被災	↑ 35.2	32.4	(6)
6 物流の混乱	↓ 29.5	30.9	(8)
7 設備の故障	↓ 28.6	42.6	(2)
8 情報セキュリティ上のリスク	↓ 22.9	27.9	(9)
9 経営者の不測の事態	↓ 20.0	26.5	(10)
10 自社業務管理システムの不具合・故障	↓ 18.1	36.8	(3)
10 戦争やテロ	↑ 18.1	13.2	(13)
12 製品の事故	↓ 17.1	20.6	(12)
12 情報漏えいやコンプライアンス違反の発生	↓ 17.1	25.0	(11)
14 環境破壊	↓ 8.6	13.2	(13)
その他	1.0	1.5	

注1: 矢印は、2019年5月調査より回答割合が高い(低い)ことを示す
 注2: カッコ内は2019年5月調査時の順位
 注3: 母数は、事業継続計画(BCP)を「策定している」「現在、策定中」「策定を検討している」のいずれかを回答した企業105社。2019年5月調査は68社

(2) 1時間降水量50mm以上の年間発生回数



出典：気象庁データ「大雨や猛暑日など（極端現象）のこれまでの変化」

「ぐんま5つのゼロ宣言」とは

2050年に、自然災害による死者「ゼロ」、温室効果ガス排出量「ゼロ」、災害時の停電「ゼロ」、プラスチックごみ「ゼロ」、食品ロスの「ゼロ」の5つの「ゼロ」を達成し、災害に強く持続可能な社会を構築し、県民の幸福度を向上させるための本県の宣言。

出典：(株)帝国データバンク群馬支店「事業継続計画（BCP）に対する群馬県内企業の意識調査（2020年）」

【主な施策】

施策1 SDGsの推進

施策2 事業継続支援、レジリエンス強化

施策3 ものづくり産業の強化・成長産業への事業領域拡大

施策4 海外販路開拓・サプライチェーンの再構築

施策5 サービス産業の高付加価値化

施策6 県内ICT企業の成長支援

【施策Ⅱ - 1】

SDGsの推進

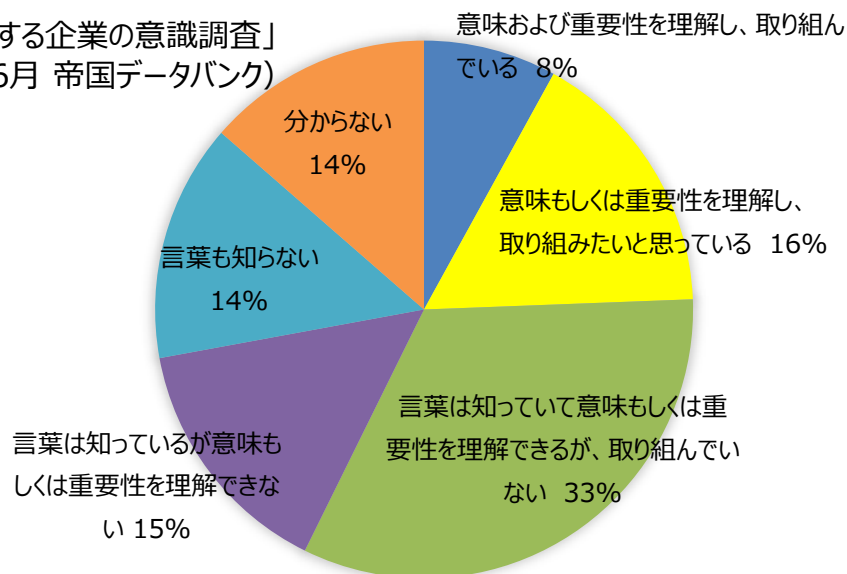
取組の方向性

- 県内企業によるSDGsの取組を加速させ、持続的社会の構築に取り組む企業の価値向上と収益力強化につなげる。

現状・課題

- 労働人口減少、主力産業激変、環境・社会重視の消費などが将来一層見込まれる中、企業はSDGsを無視して持続的な発展は見込めず、むしろ存続が危うい。
- 中小企業は目の前の本業（収益）以外にリソースを割く余裕に乏しい。SDGsの概念が大きすぎ、何から取り組めばいいか分かりにくい。
- 中小企業がSDGsを知り、取り組むきっかけづくりが求められる。

「SDGsに関する企業の意識調査」
(2020年6月 帝国データバンク)



主な取組

(1) SDGs関連ビジネスの創出、成長支援

社会や地域の課題をビジネスチャンスと捉え、課題解決につなげようとする企業を支援。マッチング等により、SDGs 関連ビジネスを創出するほか、そこに挑戦する企業の事業活動を後押し。

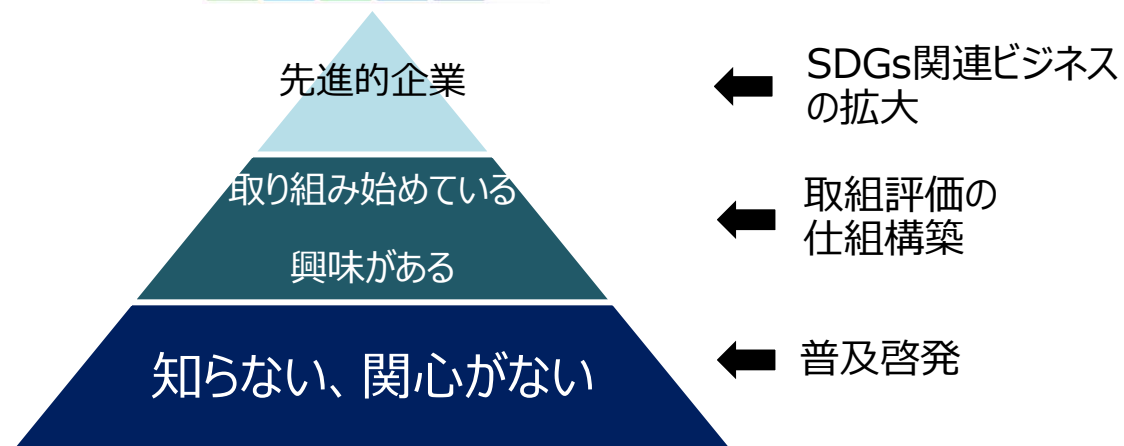
(2) 持続可能な経営支援

SDGs を企業の経営戦略として活用する企業を増やし、持続可能な経営への転換を促すため、専門家によるコーチングプログラム等により伴走型のきめ細かな支援を実施する。



SDGsとは

国連で採択された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す開発目標。



県内産業のSDGsを推進するため、関心や取組みの度合いに応じて、普及啓発から先進事例の発信まで、施策を組み合わせ実施していく。

【施策Ⅱ－２】

事業継続支援、レジリエンス強化

取組の方向性

- 中小企業・小規模事業者が抱える様々な事業継続リスクに応じたきめ細かな支援により、事業継続に向けた経営力（企業の体力・体質）、災害対応などのレジリエンス強化を図る。
- 支援機関の支援力向上や支援機関同士の連携を促進する。

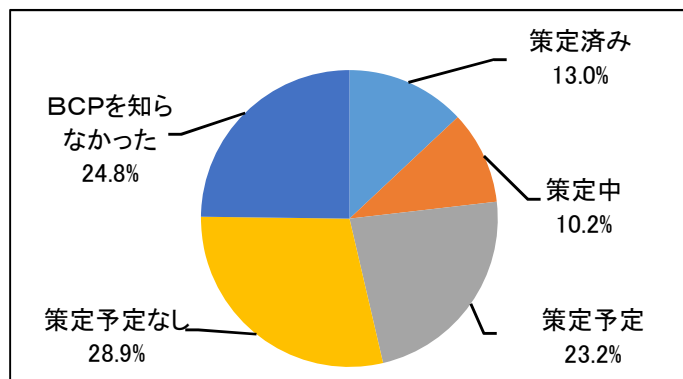
現状・課題

- 気候変動等の影響等により頻発化・激甚化する自然災害。
- 自然災害に加え新型コロナウイルス感染症の影響等により、県内事業者を取り巻く事業継続に係る課題は多様化、複雑化。
- さらに、県内事業者はニューノーマルやデジタル化への対応等が喫緊の課題となっている。
- 経営者の高齢化が進んでおり、事業継続のための経営者の世代交代が急務となっている。

<BCP策定済みの事業者数>

調査対象企業のうち、BCPを策定済みの事業者は13.0%にとどまる。

(令和2年5月・県調査)



主な取組

(1) 制度融資

中小企業・小規模事業者の目的に応じた事業資金を長期・固定金利で融資することにより、経営の安定化や積極的な事業展開を資金面から支援する。

(2) 「伴走型」できめ細かな経営支援

商工会、商工会議所、中小企業団体中央会、産業支援機構、金融機関等の連携を強化し、中小企業・小規模事業者に対し、伴走型によるきめ細かな支援を実施する。

(3) 事業継続計画（BCP）策定支援

自然災害や感染症流行等の有事における県内企業の事業継続を支援するために、BCPの普及・啓発、策定の支援、策定後の運用支援を実施する。

(4) 地場産業の振興 (施策Ⅰ－３再掲)

繊維産業をはじめとした地場産業の魅力を広く発信するとともに、関連企業の新たな製品開発や販路開拓、後継者育成等の取組を支援する。

(5) 事業承継支援 (施策Ⅰ－１再掲)

支援機関が連携して、地域の雇用確保や中小企業・小規模事業者が持つ技術・ノウハウを維持するとともに、企業の成長につながる事業承継を支援する。デジタル技術を活用し、事業承継前の事業内容の磨き上げも支援する。

(6) 地域・まちなか活性化応援 (施策Ⅰ－３再掲)

地域やまちなかの活性化に向けて、事業性のあるプランを選定し、クラウドファンディング型ふるさと納税の活用やクラウドファンディング事業者と連携した支援を実施する。

【施策Ⅱ－3】

ものづくり産業の強化・成長産業への事業領域拡大

取組の方向性

- 輸送機器を中心としたものづくり産業集積の強みをさらに伸ばしつつ、成長が見込まれる分野への進出を支援し、今後増加する付加価値を本県経済へ取り込む。
- 「ぐんま5つのゼロ宣言」の実現に向け、環境分野における技術開発・事業展開を支援する。
- 農林業や建設業、医療福祉分野等と連携した付加価値の高い商品・サービス開発を支援し、事業領域の拡大を図る。

現状・課題

- 本県産業構造は、自動車産業への一極集中が進んでいる。
- 産業における付加価値が「製品」から「サービス」や「データ活用」に移行していく。
- 地球温暖化への対応は経済成長の制約ではなく、産業構造や経済社会の変革をもたらす、大きな成長につながるという発想の転換が必要である。
- 農林業等の労働集約型産業においては高齢化や人口減少による労働力不足が課題。産業の枠を超えた取組が求められている。

次世代モビリティとは

EVや自動運転車といった次世代の自動車をはじめ、MaaS（Mobility as a service）と呼ばれるような、街と連携した移動サービスをも含んだ広い概念。

CASEとは

「Connected（コネクティッド化）」「Autonomous（自動運転化）」「Shared/Service（シェア/サービス化）」「Electric（電動化）」の4つの頭文字をつなげたもので、自動車関連産業に大きな変革をもたらすと言われる。

主な取組

（1）スマートファクトリー創出支援・ものづくりのデジタル化支援（施策Ⅰ－1再掲）
県内企業の生産・品質管理工程へのIoT・AI・ロボット導入等によるデジタル化とともに、デジタル人材育成を支援し、本県産業の持続的発展を促進する。

（2）開発研究支援・新技術イノベーション促進
企業との共同研究による課題解決やデジタル技術活用による新技術・新製品開発を支援し、本県産業の活性化や新産業創出を促進する。

（3）次世代モビリティ産業参入支援
CASE時代において、自動車関連産業に求められる付加価値の変化を捉え、地域企業の基盤強化を支援する。

（4）地場産業の振興（施策Ⅰ－3再掲）
繊維産業振興のほか食品工業では農業者と連携し、地産地消による6次産業化や地域資源活用により付加価値の高い商品の開発を支援。

（5）デジタル技術活用による多様な産業の課題解決の支援
センサー類や5Gを始めとする通信等デジタル技術を活用し、防災監視や効率的な地域交通システム構築、医療ヘルスケア分野等幅広い産業分野の課題解決につなげる取組を支援。

（6）経営革新への支援
経営革新計画承認制度により、中小企業・小規模事業者の経営力向上に向けた新たな取組を支援する。

（7）制度融資
中小企業・小規模事業者の目的に応じた事業資金を長期・固定金利で融資することにより、経営の安定化や積極的な事業展開を資金面から支援する。

【施策Ⅱ－４】

海外販路開拓・サプライチェーンの再構築

取組の方向性

- 人口減少等に伴う国内市場の縮小や、国内での感染症拡大や自然災害等に伴う販路縮小に備え、海外での販路開拓を進める。
- 生産拠点の国内回帰の流れを捉え、本県への企業立地を進める。

現状・課題

- 人口減少等により国内市場の縮小が確実なものとなっているため、海外市場の取り込みを図ることが課題。また、新型コロナウイルス感染症の拡大により、海外の展示会や人や物の流れにも影響があることから、越境ECでの商流を活用できるように体制を整えることが課題である。
- 新型コロナウイルス感染拡大時に、医療用物資・衛生物資の輸入が滞り供給不足に陥ったように、海外からの輸入に過度に依存した生産体制を見直し、生産の国内回帰の動きが見られる。

主な取組

（１）越境EC海外販路開拓支援

セミナー、ワークショップの実施により、越境ECへの取り組みを促進する。また、オンラインによるバイヤー招へい等を実施し、商談機会の創出を図る。

（２）JETROとの連携推進

JETROではニューノーマルに対応した海外販路開拓を推進するため、食品や生活雑貨、工芸品等の越境ECでの輸出支援を強化している。JETROと連携し、共催事業の実施や、JETRO支援メニューの紹介などを通じて相乗効果の創出を図る。

（３）未来への投資促進（強靱化）

災害発生や感染拡大等の非常時に備えたりリスク分散の観点から、生活や産業に必要な製品・部材を安定的に供給できるよう、生産・物流等の新規拠点を設ける事業者への支援を行う。

越境ECとは

インターネット上で行われる商品やサービスに関する商取引・決済(電子商取引・Electronic Commerce)のうち、国境を越えておこなわれるもの。



【施策Ⅱ－5】

サービス産業の高付加価値化

取組の方向性

- 県内サービス事業者に対し、IT導入による生産性向上や事業の高付加価値化、ニューノーマル時代に対応した新たな事業展開を促す。

現状・課題

- 事業所数の76.0%、従業者数の67.4%を占めているサービス産業の事業従事者1人あたり付加価値額は製造業の6割程度であり、製造業に比べて労働生産性の底上げの余地が大きい。
- 労働人口の減少及び需要密度の低下が予想され、AIやクラウド等のITツール導入による生産性向上や高付加価値化が課題である。
- 物流業界では、物流コストの上昇やトラック事業者等の人材不足が問題となっており、物流効率化の促進・人材確保のための情報共有支援等が求められている。
- 新型コロナウイルス感染症の影響を特に受けやすいサービス産業では、各種感染防止策の実施や「新しい生活様式」を見据えた業態転換、新たな事業展開等を実施することにより、利用者数の回復や高付加価値化が期待される。

主な取組

（1）サービス産業のイノベーション促進

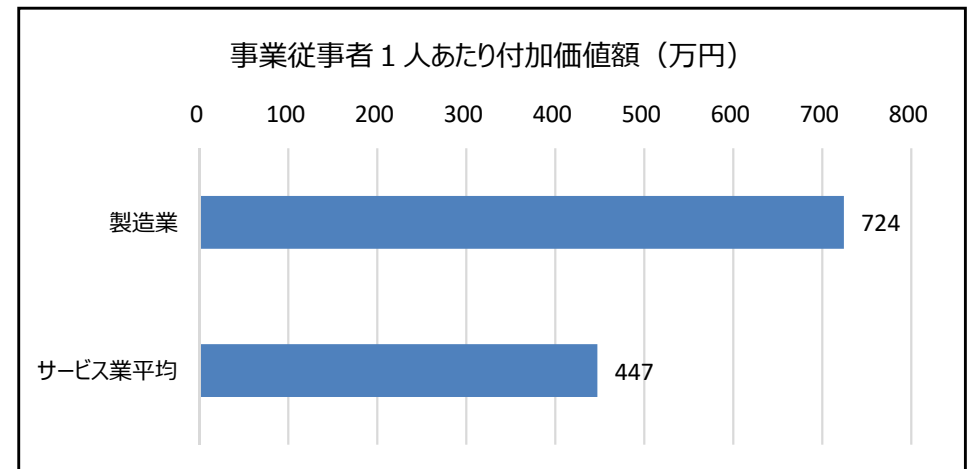
新型コロナウイルス感染症拡大により大きな打撃を受けた県内の飲食・小売等のサービス事業者に対し、デジタル技術を活用することにより、ニューノーマル時代に対応した事業展開を支援する。

（2）物流機能強化推進

県内物流団体と連携し、物流人材の確保・育成支援に取り組むとともに、国際物流機能の効率化や、荷主企業と物流事業者の相互協力による物流環境の改善（ホワイト物流）を推進し、物流業の生産性向上と事業者間の連携強化を図る。

（3）経営革新への支援 （施策Ⅱ－3再掲）

経営革新計画承認制度により、中小企業・小規模事業者の経営力向上に向けた新たな取組を支援する。



出典：H28経済センサス

【施策Ⅱ－6】

県内ICT企業の成長支援

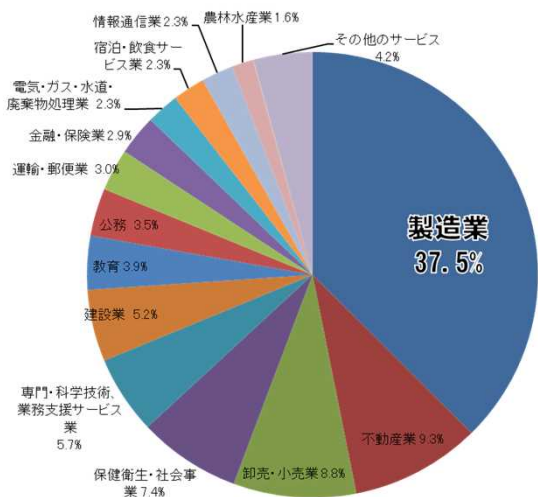
取組の方向性

- イノベーション創出につながる研究開発部門やデジタル分野における高度な知識やスキルを有する人材活用を推進する企業の集積・成長を図る。
- 産学官連携による各世代に対するI T教育や、デジタル関連シーズを活用した新たな事業への取組を推進する。

現状・課題

- イノベーション創出につながる情報通信業の集積や、研究開発のためのI T人材が不足している。
- 5 Gやクラウドコンピューティング等の新技術の登場に伴い、I C T企業には新たな事業展開が期待されている。
- 県内I C T企業の成長、新たな事業展開を促進するため、リソースの強化・人材育成等が求められている。

(1) 県内総生産(名目)の産業別構成(平成28年度)



(2) 産業特化係数(平成28年度)

業種	特化係数(全国=1)
製造業	1.80
農林水産業	1.30
卸売・小売業	0.71
金融・保険業	0.62
情報通信業	0.47

(平成28年度 県民経済計算)

主な取組

(1) オープンイノベーションの推進

県内ICT企業のもつデジタル関連シーズ等を活用して、企業や業種の枠を超え地域課題の解決支援を行うとともに、県内ICT企業の成長を促す。

(2) 未来への投資促進 (ICT産業) (施策Ⅰ－1再掲)

ICT企業等の高付加価値企業をターゲットに、新たな事業拠点等を誘致するため、事業者のニーズに応じた支援を行う。

(3) 大学連携による産業人材育成プロジェクト

県内の主要企業及び大学が、連携して講義を実施するほか、本プロジェクトのカリキュラムへの導入や、大学間の単位互換制度の対象科目となることを目指す。

(4) 自由な発想育成プロジェクト

中高生を対象とした、地域課題解決型のプログラミング教育の実施を支援する。中高生が将来、I Tクリエイターや起業家となり、県内産業を牽引することを目指す。

(5) 専門知識・リテラシーの醸成、リカレント教育の推進

産業技術専門校のI T教育、企業技術者等のデジタル教育(スキルアップセミナーの拡充、オンライン教育の活用)、求職者向けデジタルスキルの向上に取り組む。

(6) 産業人材へのリカレント教育

企業の経営者及び従業員を対象に、IoTをはじめとする技術分野におけるリカレント教育を実施し、時代の変化に対応できる人材を育成する。

リカレント教育とは

「学校教育」を、人々の生涯にわたって、分散させようとする理念で、修学と就職を繰り返すこと。「職業上必要な知識・技術」を働きながら学ぶ場合や、学校以外での学び、生涯学習等もこれに含まれる。

（課題）

- 観光のニューノーマル転換が必要。
- データマーケティングによる観光地づくり・情報発信が必要。
- 観光のデジタル化を進め、新たな価値を生み出していく必要がある。
- 観光客の減少や、他国・他都道府県への移動制限等、社会状況への対応が必要
- 成長が期待されるeスポーツやコンテンツ産業誘致への取組が必要。
- 高い経済効果を生み出すだけでなく、地域のビジネス機会やイノベーションの創出に大きく資するMICEの戦略的誘致が必要。

（取組方針）

- ウィズコロナ時代のニーズを反映し、かつ、DXを活用しながら観光振興を行い、ニューノーマル下における観光先進県を目指す。
- eスポーツやコンテンツ産業の推進、MICEの戦略的な推進により、新たな成長機会の探求を図る。

MICEとは

企業等の会議（Meeting）、報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字を使った造語で、これらビジネスイベントの総称。

eスポーツとは

「エレクトロニック・スポーツ」の略で、コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った対戦をスポーツ競技として捉える際の名称。



【主な施策】

- 施策1 ニューノーマルに対応した観光地づくり
- 施策2 新しい価値や魅力を創造・発信
- 施策3 ウィズコロナ時代の「変化」に柔軟に対応

- 施策4 eスポーツ・コンテンツ産業等による新ビジネスの創出
- 施策5 戦略的なMICE推進

【施策Ⅲ－１】

ニューノーマルに対応した観光地づくり

取組の方向性

- ニューノーマル対応の視点を取り入れた観光地づくりを進めるための取組を行う。

現状・課題

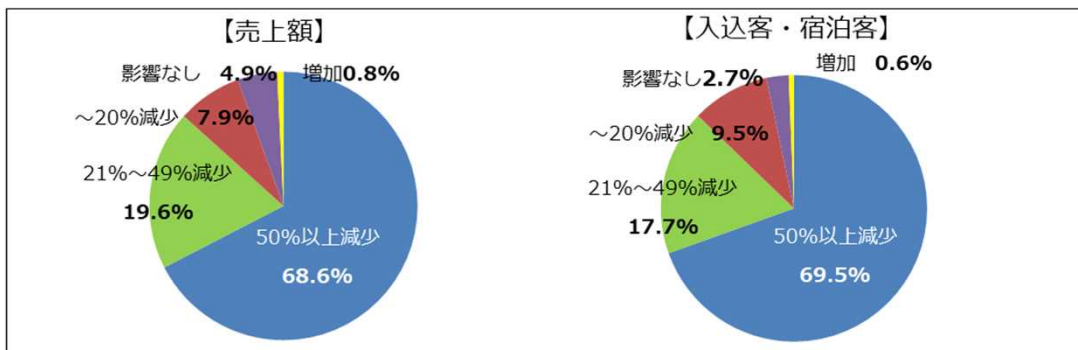
【現状】

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、観光産業は大きな影響を受け、観光においてもニューノーマルへの転換を求められている。

【課題】

- 観光のニューノーマル転換を行うための体制整備や、観光客が安心・安全に旅行できるような受入環境の整備が必要。
- 新型コロナウイルスによる影響を的確に捉え、施策へ反映させるために、データマーケティングによる観光地づくりや情報発信が必要。

■本県観光関連事業者への影響



(出典) 群馬県「観光関連事業者アンケート」(R2年7月調査)

主な取組

(1) 県域DMOの見直しと機能強化

- ・地域との関わりを重視し、ニューノーマル下における「持続可能な観光」を強く意識した体制に見直しを行う。
- ・地域との関係性を深めながら、データ分析に基づく戦略策定や施策提案を行い、県域DMOの観光地域マーケティング・マネジメント機能の強化を図る。

(2) データマーケティング体制の確立

- ・県域DMO内に観光データを一元的に管理するデータプラットフォームを設置し、分析したデータを地域へフィードバックする体制を構築する。

(3) 「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり推進

- ・多様な関係者と合意形成し、継続的に地域資源の発掘・磨き上げを行うことで、「様々な観光客に繰り返し選ばれ、かつ、観光振興による効果が地域全体を豊かにする」地域づくりを行う。

(4) 受入環境整備

- ・感染症の状況を含む観光地の安全情報を発信する。
- ・県が業界ごとに作成している感染症対策ガイドライン等の遵守について要請することと合わせ、ガイドライン等に基づき感染症対策を適切に行っている事業者の店舗の認定を行い、安心・安全な環境づくりを促進する。
- ・観光情報HPのリニューアルや、デジタル環境整備を行う市町村等の支援を行い、デジタル化促進のための基盤整備を進める。

データマーケティングとは

様々なデータを分析し、観光客のニーズ把握や効果的な情報発信など、施策へ反映させること。

DMOとは

地域の多様な関係者を巻き込み、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行うその舵取り役となる法人。Destination Management Organizationの略。



【施策Ⅲ－２】

新しい価値や魅力を創造・発信

取組の方向性

- 観光のデジタル化を強力に進め、新しい価値や魅力を創り出し、戦略的に発信する。
あわせて、本県の強みを生かした魅力を更に磨き上げ、本県への旅行需要の喚起を行う。

現状・課題

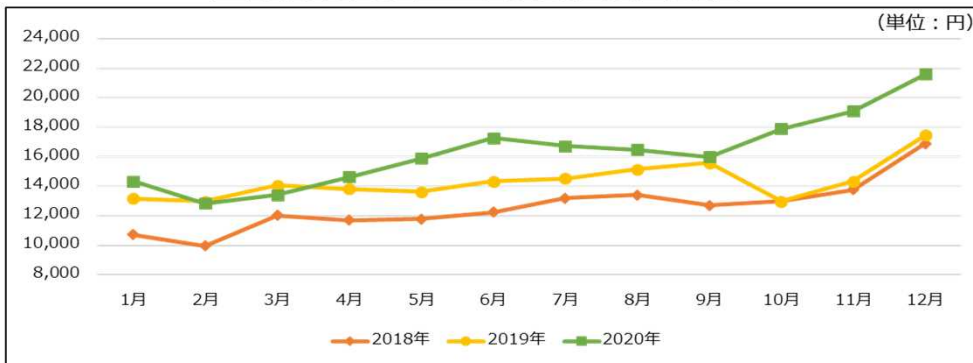
【現状】

- 近年のデジタル化進展に加え、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を契機として、テレワークやネットショッピングの利用などが増加している。
- 観光分野においても、デジタル活用により観光産業や誘客のあり方に変革をもたらすDXへの積極的な取組が求められている。

【課題】

- 最先端のICT技術を活用した施策を実施する等、観光のデジタル化を強力に進め、新たな価値を生み出す必要がある。

■ ネットショッピングにおける支出額の推移（全国）



（出典）総務省「家計消費状況調査」

主な取組

（１）デジタルを軸とした取組の拡充

- ・県庁動画スタジオ「tsulunos」を活用した動画配信や、Web広告を実施する。
- ・有カメディアやインフルエンサーを活用した情報発信を観光情報HPとの連携により実施する。
- ・リアルな体験と連動したオンラインイベントを開催する。

（２）移住・交流・関係人口の増加に向けた取組の推進

- ・「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり推進（施策Ⅲ-1）
- ・ワーケーションの推進、長期滞在化・平準化の推進（施策Ⅲ-3）
- ・Gメッセ群馬を核に、県内全域へのMICEの誘致を行う（施策Ⅲ-5）
- ・ぐんまフィルムコミッション（FC）と地域FC・市町村等との連携によりロケ誘致を推進する（施策Ⅲ-4）

（３）需要を喚起するプロモーション

- ・温泉や自然などの「群馬ならではの魅力」のプロモーションを強化する。
- ・データマーケティングに基づき、ターゲットを絞ったプロモーションを実施する。
- ・民間事業者とのタイアップ事業や旅行エージェントと連携したプロモーションを行う。

（４）県産品販路の更なる拡大

- ・感染防止対策を講じた上で、物産展を開催する。
- ・オンライン販売やカタログギフトなど、非対面・非接触での県産品販売を実施する。
- ・リアル・デジタルでの販売のほか、県産品を広くアピールする優良県産品制度を活用し、認知度の更なる向上を図る。

【施策Ⅲ－３】

ウィズコロナ時代の「変化」に柔軟に対応

取組の方向性

- 反転攻勢を見据えたインバウンド対策を進めながら、社会や観光客のニーズの変化に対応した新たな観光のスタイルの普及・定着を図る。

現状・課題

【現状】

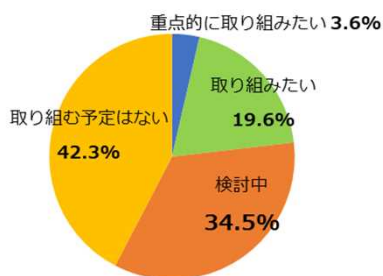
- インバウンド誘客は難しい状況が続いており、今後数年間は、入国制限が「開閉」を繰り返すことが想定される。
- 国内旅行については、感染拡大状況によっては都道府県間の移動自粛要請が行われることが想定され、当面の旅行者数は新型コロナウイルス発生前と比較して落ち込むことが考えられる。

【課題】

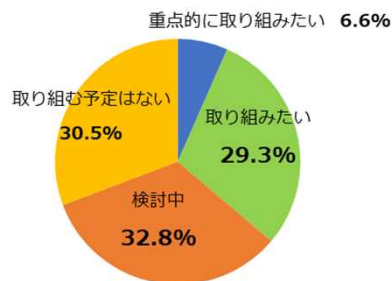
- ウィズコロナ時代においては、変化する社会状況へ臨機応変に対応する施策を講じることが求められる。

■県内観光関連事業者のインバウンド誘客への取組意欲

【当面の考え】



【長期的な考え】



(出典) 群馬県「観光関連事業者アンケート」(令和2年度)

主な取組

（１）反転攻勢のためのインバウンド対策

- ・多言語HPを核としたプロモーションにより、旺盛な訪日意欲への対応とインバウンド誘客の本格再開に向けたブランディングを図る。
- ・インバウンド受入登録施設である「パートナー施設」への支援、登録数増に取り組むことで、県内施設のインバウンド受入の気運醸成を図る。
- また、インバウンド受入認定施設である「Gunma Excellence施設」の増加を推進し、世界水準に対応した受入環境の高度化を支援する。
- ・県上海事務所やJNTO海外事務所との連携のほか、海外事業者による高い発信力を活用して、国際的な観光地としての本県のプレゼンス向上を図る。

（２）マイクロツーリズムの推進

- ・マイクロツーリズムにおける誘客ターゲットに対して重点的に情報発信を行う。
- ・働き方改革・休み方改革を踏まえ、時期や時間に縛られない旅行を県内企業に対して促す。
- ・近県等とも連携の上、近場旅の魅力を継続的に創出・発信する。

（３）ワーケーションの推進

- ・ワーケーションの受入を推進するために必要な共用ワークスペースの整備や、ワーケーションに適應した新たなコンテンツの開発支援を行う。
- ・県庁内関係各課と連携の上、先行モデルの構築を行うほか、ワーケーションを希望する企業と受入施設の橋渡しを行う。

（４）長期滞在化・平準化の推進

- ・季節や曜日、時間等をずらした旅の魅力やメリットをWebやSNS等を通じて発信する。
- ・平日宿泊を促進するための取組を行う市町村等を支援する。

マイクロツーリズムとは

自宅から1時間から2時間程度で行ける、地元や近隣への短距離観光のこと。

ワーケーションとは

「ワーク」(労働)と「バケーション」(休暇)を組み合わせたもので、旅先で働きながら休暇を取得する過ごし方。

【施策Ⅲ - 4】

eスポーツ・コンテンツ産業等による新ビジネスの創出

取組の方向性

- eスポーツ推進を地域経済の活性化につなげる。
- 群馬発コンテンツの発掘 & 発信とクリエイティブ拠点化を推進
- 県フィルムコミッションによるロケ誘致を強化する。

現状・課題

- 成長が期待されるeスポーツを活用した地方創生を推進し、大規模大会等の誘致・開催を通して「群馬県のブランド力向上」及び「関連産業育成」を図る必要がある。
- ぐんまブランドの強化に繋がる「群馬発コンテンツ」の発掘 & 発信と、クリエイターの育成支援や交流を通し、群馬県のクリエイティブ拠点化を推進する必要がある。
- フィルムコミッション活動の支援体制を強化し、映像作品の積極的な誘致を通して、県内事業者の関連産業への参入を図る必要がある。

主な取組

eスポーツ推進

(1) eスポーツの土壌づくり

・県内企業や市町村等と連携しながら、eスポーツ人口・ファンの増加につながる取組を進め、関連産業を育成する。

(2) eスポーツ大会の開催・誘致

・キーコンテンツとなる大規模大会の継続的な誘致・開催を通じて、「群馬県のブランド力向上」を図るとともに、大会やイベントを通じた関連産業の参入を支援する。

(3) eスポーツによる人材育成

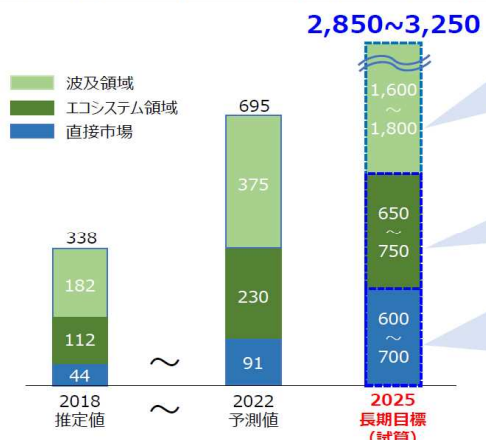
・eスポーツを切り口に、デジタルツールを活用できる人材育成を推進するとともに、eスポーツ・IT関連業界で活躍する産業人材を育成する。

(4) ゲーム依存対策

・関係部局と連携してゲーム依存対策に取り組む。

(参考) 国内のeスポーツ市場の長期目標

日本における波及領域を含めた市場の予測と長期目標 (億円)



【試算の仮定】

エコシステム領域の経済活動が周辺産業へ与える波及効果を参考情報として簡易試算

波及効果の例 → 大会観戦、機器購入、建設事業、イベント開催など

波及効果計算は総務省の提供する産業連関表*(ある産業に新たな需要が発生した場合に、どの産業にどれくらい形が波及していくのか算出する仕組み)を基に試算

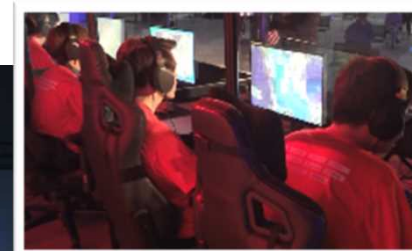
【試算の仮定】

エコシステム領域の経済活動として、次の業種などにおいてeスポーツに係る固有の付加価値を生み出す事業を簡易試算

エコシステム領域の経済活動の例 → 関連機器メーカー、建設事業者、旅客輸送/宿泊施設事業者など

【試算の仮定】

	2025年	備考
ファン数	2,300-2,600万人	← 韓国並み浸透度/プロ野球並みのファン数
1人あたり価値	2,700-円/人	← 先進国の最大伸び率(=2.3倍)で成長した場合の1人あたり価値 (2018年は1,150円/人)



U19 eスポーツ選手権 (R2.11開催 @Gメッセ群馬)

(注) エコシステム領域内の項目(関連機器や旅客輸送/宿泊施設など)はファン数の増加のみに連動して試算(直接市場の一人価値上昇とは連動しない)

出典: (一社) 日本eスポーツ連合「日本のeスポーツの発展に向けて(令和2年3月)」

【施策Ⅲ－４】

eスポーツ・コンテンツ産業等による新ビジネスの創出

新コンテンツ創出

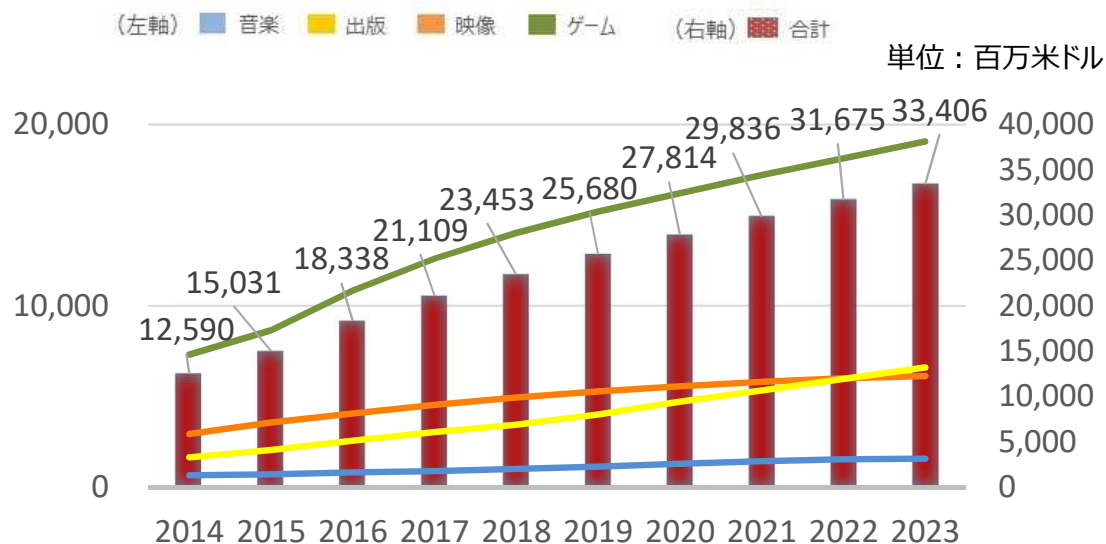
（１）クリエイティブ拠点化の推進

・クリエイターの育成支援や、様々な分野との交流を通して、クリエイティブ需要の創出や新たな価値を創造し、群馬のクリエイティブ拠点化を目指す。

（２）コンテンツ発掘・発信による群馬ブランドの強化

・県内のコンテンツを磨き上げ、新コンテンツとして創出することや、エビデンスなどを付加して発信することにより、群馬ブランドの強化を目指す。

〔日本〕 デジタルコンテンツ市場の推移



出典：グローバルエンタテインメント&メディアアウトLOOK (PwC)、グローバルライセンス調査 2019(ライセンスガイdnターナショナル) 等を用いて経済産業省が作成

※デジタルコンテンツとは、音楽、出版、映像、ゲームなどのうち、デジタル形式で提供されるコンテンツのこと

ロケ誘致推進

（１）ロケ誘致の体制強化

・ぐんま F C と地域 F C ・市町村等の連携強化を図り、「オール群馬」による撮影支援を行う。

（２）映像分野のクリエイティブ拠点化への取組

・ワーケーションを兼ねたアーティスト in レジデンスで若手クリエイターを招聘し、映像制作を行う。

（３）映像関連産業への参入・ビジネスマッチング促進

・撮影支援の増加による、映像関連産業（飲食、機材レンタル等含む）への県内事業者の参入や、映像関連資材のビジネスマッチングを促進する。



映画撮影風景（昭和庁舎）



【施策Ⅲ－5】

戦略的なMICE推進

取組の方向性

- 多くのMICEを誘致し、人・モノ・カネ・情報のネットワークを構築し、地域のビジネス機会やイノベーションを創出し、群馬県の競争力・ブランド力・土地の求心力を向上させる。

現状・課題

- 「群馬ブランド」のPRの場と、「人材交流の場」となる大規模なMICEの開催実績が、少ない。
- 「Gメッセ群馬」が、令和2年6月に開所したが、新型コロナウイルスの影響もあり、大規模なMICEは増加していない。
- MICE誘致は経済活性化に有効な方法であり、自治体間の誘致競争は激化している。より多くのMICE誘致には、本県の強みや魅力を活かし、戦略的に取り組む必要がある。
【取組（1）】
- 大規模なMICEの誘致には、宿泊業・旅行業・飲食業など多様な主体と連携する必要がある。オール群馬のMICE受入れ環境を整える必要がある。
【取組（1）（2）】

主な取組

（1）戦略的なMICE誘致

○戦略的なMICE誘致

MICEターゲットごとに関係者との役割分担を明確にし、産・学等の協力も得ながら、Gメッセ群馬を核として、地域への経済波及効果の高いMICEの誘致活動を行う。

○地域のMICE誘致力強化

MICE開催都市としての魅力を高めるため、県内市町村や関係者と面的な連携を強化し、地域のMICE誘致力を強化する。

（2）MICE産業支援

県内事業者のMICE案件獲得を支援し、地域のMICE誘致力を強化するため、主催者とのマッチングや展示商談会への出展支援・事業者向けセミナー等を行うと共に、事業者の連携強化に取り組む。

都市の競争力・ブランド力向上

MICE推進
の意義

高い経済効果

ビジネス機会や
イノベーションの創出



（課題）

- 決められた時間・場所への出勤等の従来の働き方が障壁となり、さまざまな事情を抱えた人が働けない。
- 中小企業はITを経営戦略に活用できる人材が不足し、時代の変化に対応する製品開発力が脆弱。
- 技術革新や産業構造の変化に対応できる高度な技能技術者が必要。

（取組方針）

- 誰もが持てる能力を発揮し、活躍できる働き方・環境の実現を目指す。
- 産官学連携による各世代に対するIT教育や、デジタル関連シーズを活用した新たな事業への取組を推進する。
- ICT技術を活用した新たな人材確保策を推進し、各世代に応じた情報発信を行い、県内就職者を確保する。
- 産業や地域のニーズに基づいた人材育成を強化する。
- デジタル化の進展により、人材不足の解消、新たに生まれる雇用への移行や、新しいビジネスモデルへの参入を促進する。

※「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」（平成27年8月28日成立）の第6条において、策定に努めることとされている都道府県推進計画について、以下の各項目を計画として位置づけ、取組を進めます。

- ・施策1 働き方改革の推進
- ・施策3 雇用維持・再就職に向けた支援



【主な施策】

施策1 働き方改革の推進

施策2 デジタル人材育成、リカレント教育推進

施策3 雇用維持・再就職に向けた支援

【施策Ⅳ－1】

働き方改革の推進

取組の方向性

- 従来の働き方では働き続けることが困難な状況にある人も含め、県民誰もが、職場において持てる能力を発揮し、活躍できる働き方の実現を目指す。

現状・課題

- 職場の理解不足や環境整備が不十分で、働きたくとも働けない人がいる。仕事と家庭の両立など、さまざまな事情を抱えた人でも生き生き働ける柔軟で多様な働き方の普及が求められている。
- 本県の年間総労働時間は全国平均を上回っている。
- 全国における女性の第1子出産後の離職率は46.9%で、出産・子育てを理由とする離職が多い。
- 職場における男女の機会・待遇の均等やキャリア形成支援に加え、各種ハラスメントを防止する取組を推進する必要がある。

主な取組

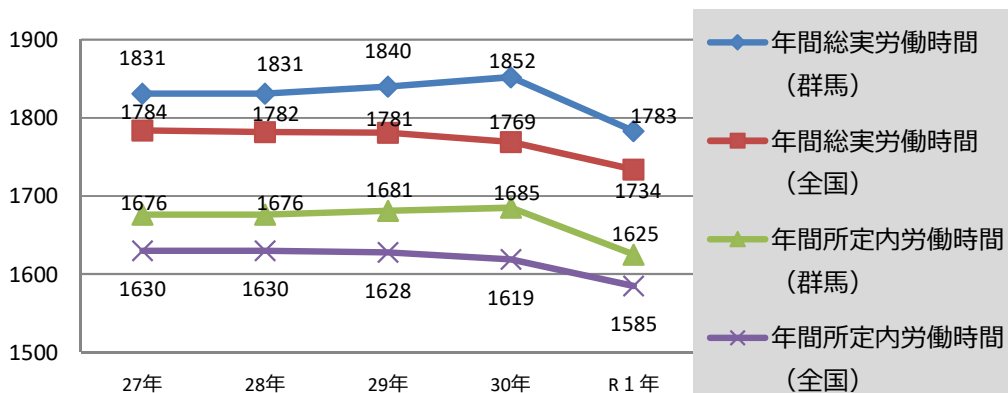
(1) 働きやすい職場環境づくり

意識改革や生産性の向上などにより長時間労働を縮減するとともに、多様な働き方を推進する。

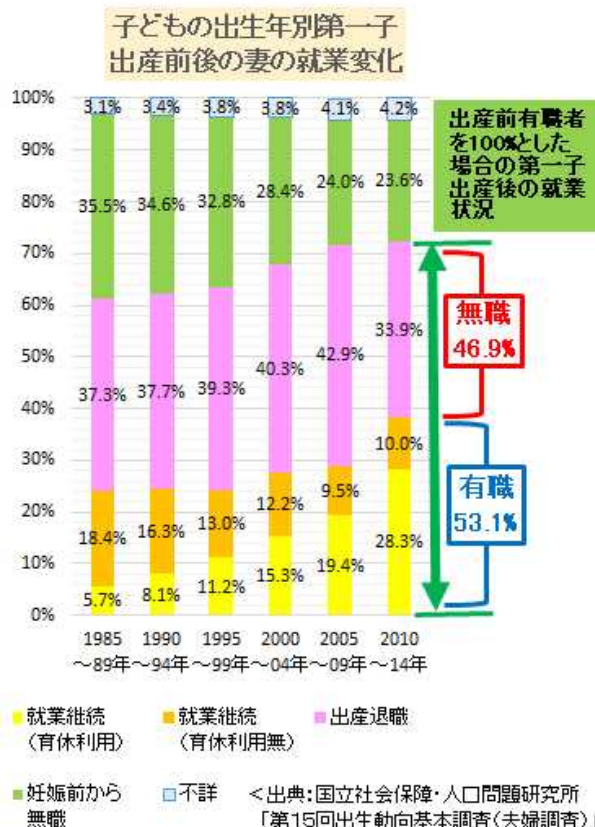
- ・働く人の環境や事情に合った働き方（年齢や性別、国籍、障害、病気、介護、育児など）
- ・時間や場所にとらわれない働き方（短時間、フレックス、テレワークなど）
- ・一つの仕事にとらわれない働き方（兼業・副業など）

同一労働・同一賃金に関する普及啓発により、公正な待遇を確保する。

年間総実労働時間及び年間所定内労働時間（群馬県・全国）



出典：厚生労働省「毎月勤労統計調査（事業所規模30人以上）」



【施策Ⅳ－２】

デジタル人材育成、リカレント教育推進

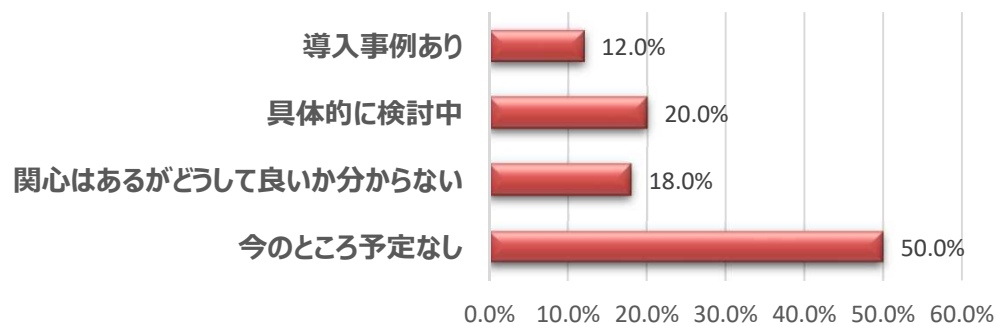
取組の方向性

- 産学官が一丸となり、県内産業のイノベーションを起こす人材を、幅広い世代で育成することにより、地域を活性化させる。
- 群馬の環境を生かした教育で、感性を磨きながら、デジタルツールに「魂」を込める力を持った人材を育成する。

現状・課題

- 経営主導者層でデジタル化に対する知見が不足しており、幅広い世代が生涯にわたり学びやすい環境が求められている。
- 県内大学が連携し、産業界が必要とする人材像を把握し、それに合わせた人材を育成する必要がある。
- 県内中小企業のデジタル技術への理解が不足しており、業務とデジタルに精通し、効率性や生産性を改善できる人材が求められている。

県内企業のデジタル技術の導入について



主な取組

（１）大学連携による産業人材育成プロジェクト （施策Ⅱ－６再掲）

県内の主要企業及び大学が、連携して講義を実施するほか、本プロジェクトのカリキュラムへの導入や、大学間の単位互換制度の対象科目となることを目指す。

（２）自由な発想育成プロジェクト （施策Ⅱ－６再掲）

中高生を対象とした、地域課題解決型のプログラミング教育の実施を支援する。中高生が将来、ITクリエイターや起業家となり、県内産業を牽引することを目指す。

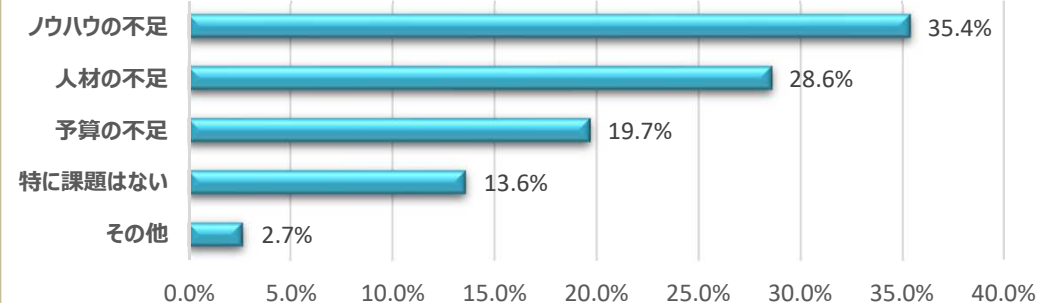
（３）専門知識・リテラシーの醸成、リカレント教育の推進 （施策Ⅱ－６再掲）

産業技術専門校のIT教育、企業技術者等のデジタル教育（スキルアップセミナーの拡充、オンライン教育の活用）、求職者向けデジタルスキルの向上に取り組む。

（４）産業人材へのリカレント教育 （施策Ⅱ－６再掲）

企業の経営者及び従業員を対象に、IoTをはじめとする技術分野におけるリカレント教育を実施し、時代の変化に対応できる人材を育成する。

県内ものづくり企業のデジタル技術導入における課題



【施策Ⅳ－3】

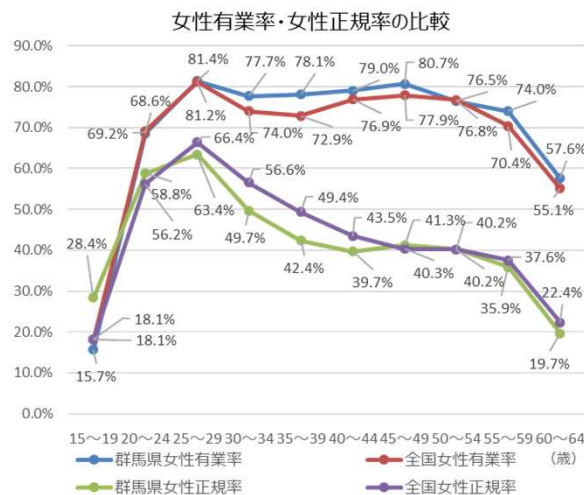
雇用維持・再就職に向けた支援

取組の方向性

- 働きたいすべての人が能力を活かし活躍する社会の実現を目指す。
- 企業が求める人材を育成し就職に結びつけることで、企業の人材確保を支援する。

現状・課題

- 人口減少や学卒者の大企業志向が進み、県内企業の人材不足が深刻な状況。
- 技術革新や産業構造の変化に対応できる技能技術者の必要性も高まっている。
- 新型コロナウイルス感染症の影響で非正規雇用者の失業が増加傾向。
- 女性は非正規雇用者の割合が高く、社会情勢の影響を受けやすい。
- 余剰人員を抱える企業がある一方で、コロナ禍以前から人手不足に悩む企業もあり、両者をつなぐ取組の構築が求められている。



出典：総務省統計局「就業構造基本調査（H29）」

主な取組

（1）就職支援（若者、女性、シニア等）

県若者就職支援センター（ジョブカフェぐま）、ジョブカフェ・マガーズ、シニア就業支援センター、就職氷河期世代向け専門相談窓口を設置し、きめ細かな就職支援を行う。

（2）障害者雇用の促進

障害者の就労先の開拓や職場定着の支援を行うとともに、テレワークの導入を推進する。

（3）働く女性の活躍推進

女性の継続就業に繋がる働きやすい職場環境づくりを推進するほか、管理職として働くことへの啓発、正規就業化等を支援する。

（4）人材獲得施策の推進

大学や金融機関等との連携によるU・Iターンや人材誘致を推進するほか、ICTを活用した企業の採用活動の導入支援を行う。

（5）産業人材育成の推進

産業技術専門学校や離職者等再就職訓練において、デジタルスキル向上等の職業訓練を実施し、就職を支援する。

（6）企業間の人材シェアマッチング支援

新型コロナウイルス感染症の影響で人手が余剰となった企業と人手不足企業とを結びつける取組を国等と連携して実施する。

民間企業における障害者実雇用率の推移（単位％）



5. 目標、効果検証

5. 3段階の評価指標（KPI）による効果検証

○計画を効果的かつ効率的に実施するため、PDCAサイクルに基づく、成果の検証と進捗管理を行い、施策を柔軟に見直しながら、目的・目標の達成を目指す。

①総合計画（ビジョン・基本計画）

- 「県内総生産」「1人当たり県民所得」 など
- 10年後の目標値に対し、現在の到達点を確認

②産業振興基本計画（3年後の到達点）

- 計画全体の目標・目指す姿を設定（4項目）
- 基本方針に基づき成果を検証できる評価指標を設定(10項目)
- 3年後の目標に対し、各年度における実績を評価・検証

③年度ごとの進捗管理（単年度の取組目標）

- 各施策ごとに、当該年度に取り組む事業と評価指標（KPI※5）を前年度3月に設定
- 年度終了後に評価・次年度の実施内容へ反映



※5：重要業績評価指標。Key Performance Indicatorsの略。

目標・目指す姿（全体目標・目指す姿）

○本計画による取組の成果を図る指標として、以下のKPIを設定する。

	全体目標・目指す姿 (KPI)	現状値		目標値 (2023)	出典
1	県内総生産（名目）	89,704億円	平成29（2017） 年度	93,000億円 （+3.7%）	県民経済計算
2	1人当たり県民所得	332万5千円	平成29（2017） 年度	340万円 （+2.3%）	県民経済計算
3	1人当たり賃金 （年間・全業種計）	431万8千円	令和元（2019） 年	450万円 （+4.2%）	賃金構造基本統計 調査
4	1人当たり付加価値額 （労働生産性）	885万4千円	平成29（2017） 年度	918万円 （+3.7%）	県民経済計算

目標・目指す姿（基本方針の実現）

○各基本方針に基づく取組の成果を図る指標として、以下のKPIを設定する。

	目標・目指す姿 (KPI)	現状値		目標値 (2023)	出典	総合計画掲載項目・関連 基本方針				
						総合 計画	方針 I	方針 II	方針 III	方針 IV
5	スタートアップ支援事業による支援 起業家数	—	(令和3年度から 実施)	90者 (R3~R5)	経営支援課調べ	○	○			
6	地域経済牽引事業計画策定件数	68件(H29~R1)	令和元年度 (R2.3.31時点)	75件 (R3~R5)	未来投資促進室調べ			○		
7	事業承継計画策定件数	293件(H30~R1)	令和元年(2019)	600件 (R3~R5)	経営支援課調べ	○	○	○		
8	事業継続計画(BCP)策定支 援数(県関係分)	396件(H26~R1)	令和元年(2019)	150件 (R3~R5)	経営支援課調べ			○		
9	観光消費額	2,845億円	令和元年(2019)	3,090億円	観光庁「共通基準に基づく観 光入込客統計」「宿泊旅行統 計」、群馬県「観光客数・消費 額調査」に基づき算出	○			○	
10	延べ宿泊客数	865万人泊	令和元年(2019)	895万人泊	観光庁「宿泊旅行統計」				○	
11	年次有給休暇取得率	52.4%	令和元年(2019)	62.0%	就労条件総合調査特別集計 (厚生労働省雇用環境・均 等局職業生活両立課作成)	○				○
12	管理職に占める女性の割合	16.1%	平成29年(2017)	25.0% (4人に1人)	就業構造基本調査	○				○
13	民間企業における障害者実雇用率	2.14%	令和元年(2019)	2.25%	群馬労働局「障害者雇用 状況の集計結果」	○				○
14	ジョブカフェを利用した就職者数 (若者)	1,072人	令和元年度 (R2.3.31時点)	1,200人	労働政策課調べ	○				○

① 群馬県産業振興基本計画推進

プロジェクトチーム

- ・ 部内所属長で構成するプロジェクトチームにより、計画の目的・目標が達成されるよう、事業の効果的かつ効率的な実施を推進するとともに、目標の達成状況や事業の進捗状況の検証を行う。

② 群馬県産業振興基本計画推進

ワーキンググループ

- ・ 部内職員で構成するワーキンググループにより、計画の推進と進捗状況検証の具体的作業を行う。

③ (仮称) 群馬県産業振興基本計画推進

有識者会議

- ・ 外部の有識者等で構成する会議を設置し、計画の進捗状況について、検証・評価を行う。

このほか、経済団体等に対するヒアリングなどを実施し、適宜施策に反映させていく。

【分析編】 本県経済の現状と課題

1.群馬県の主な指標

人口 (R1.10.1)

1,942,456人

全国18位

(総務省：年齢別人口統計調査結果)

面積

6,362.28Km²

全国21位

(県統計課：第61回群馬県統計年鑑)

一人当たり県民所得(H29年度)

332万円

全国 5位

(県統計課：群馬の県民経済計算)

県内総生産 (H29年度)

8兆9,704億円

全国 17位

(県統計課：群馬の県民経済計算)

産業別県内総生産 (H29年度)

1次産業： 1,276億円 (1.4%)

2次産業：3兆9,340億円 (44.1%)

3次産業：4兆8,571億円 (54.5%)

(県統計課：群馬の県民経済計算)

製造品出荷額等 (H30年)

9兆1,360億円

全国13位

(県統計課：工業統計調査結果確報)

商業年間販売額 (H28年)

7兆293億円

全国15位

(県統計課：商業統計調査)

企業数 (H29年民営・非一次産業)

大企業： 100者 (0.2%)

中小企業：64,907者 (99.8%)

うち小規模事業者：56,623者 (87.1%)

(中小企業庁：中小企業白書)

事業所数 (民営) (H28年)

90,231事業所

全国18位

(県統計課：経済センサス基礎調査)

製造業事業所数 (H28年)

10,418事業所

全国15位

(県統計課：経済センサス活動調査)

産業別事業所数 (H28年)

1次産業： 641事業所 (0.7%)

2次産業：21,047事業所 (23.3%)

3次産業：68,543事業所 (76.0%)

(県統計課：経済センサス基礎調査)

商店数 (H28年)

18,527店

全国 19位

(県統計課：経済センサス活動調査)

従業者数(雇用者数) (H28年)

900,921人

全国17位

(県統計課：経済センサス基礎調査)

産業別従業者数 (H28年)

1次産業： 6,932人 (0.8%)

2次産業：287,014人 (31.8%)

3次産業：606,975人 (67.4%)

(県統計課：経済センサス活動調査)

規模別従業者数 (H28年)

大企業：106,051人(17.4%)

中小企業：503,830人(82.6%)

うち小規模事業者：190,170人(31.2%)

(中小企業庁：中小企業白書)

観光入込客数 (H30年)

6,520万人

(県観光物産課：観光客数・消費額調査(推計))

観光消費額 (H30年)

2,959億円

(県観光物産課：観光客数・消費額調査(推計))

外国人宿泊者数 (R1年)

29万人泊

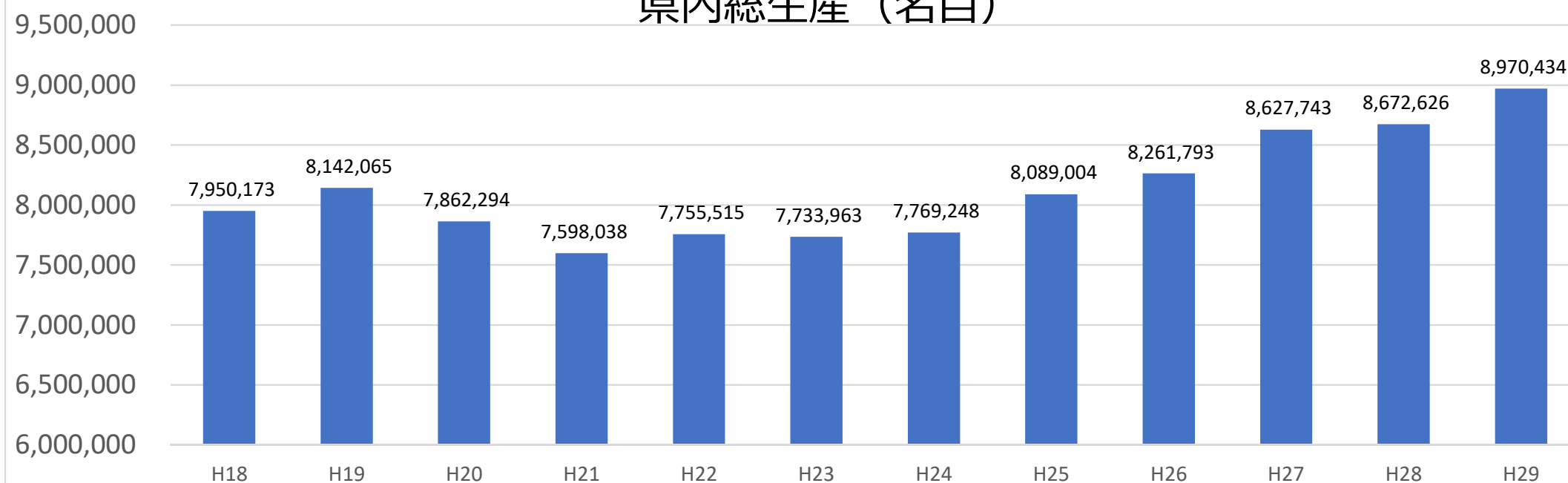
全国35位

(観光庁：宿泊旅行統計調査)



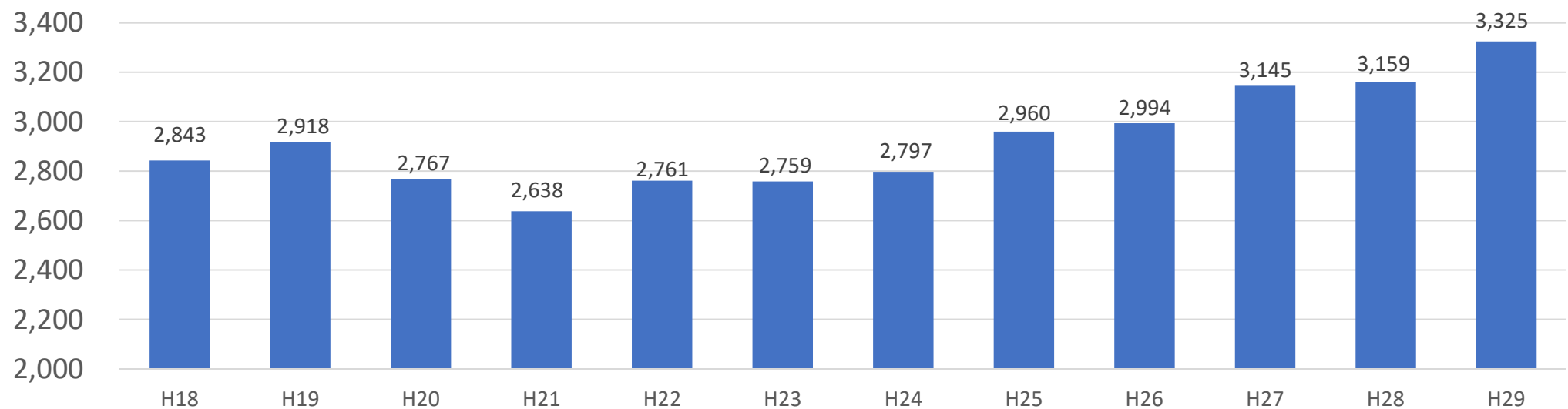
(百万円)

県内総生産 (名目)



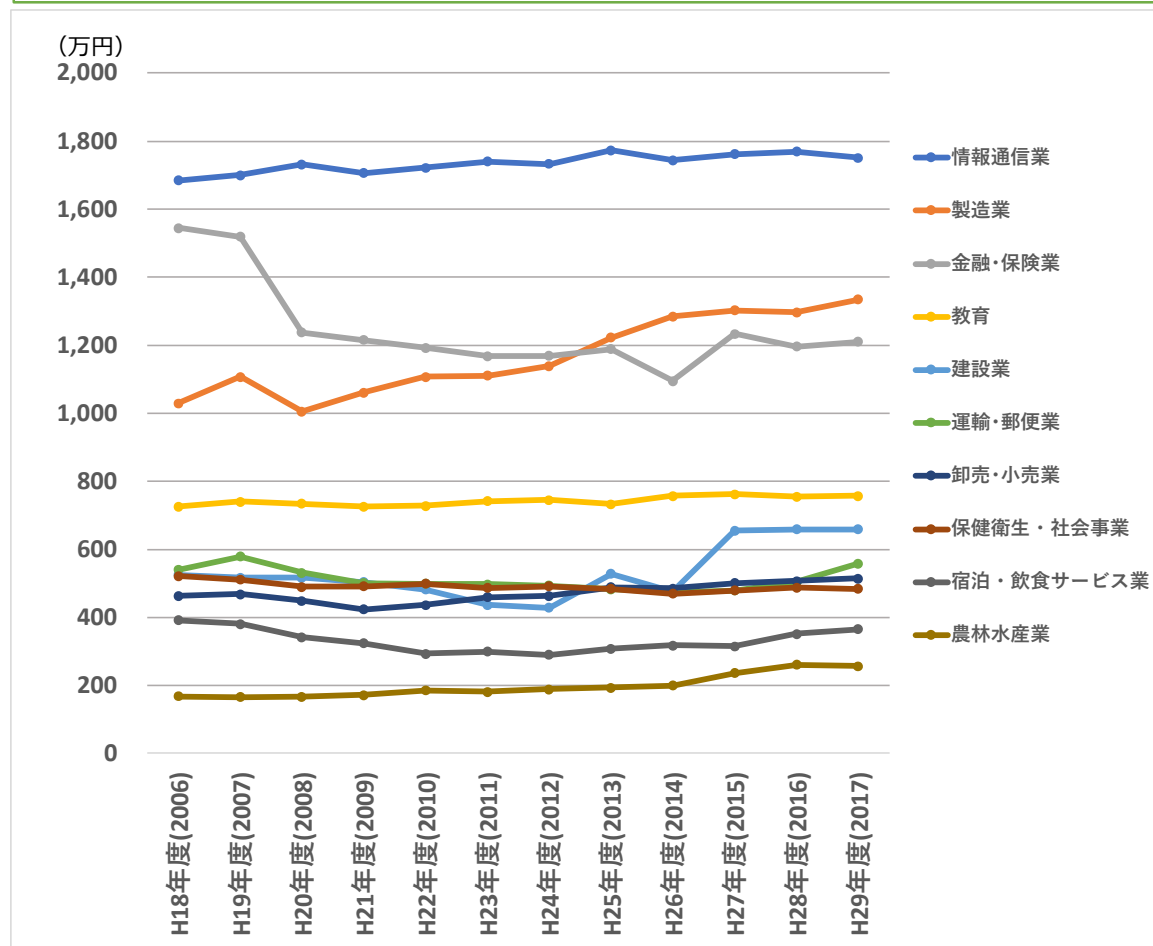
(千円)

1人あたり県民所得



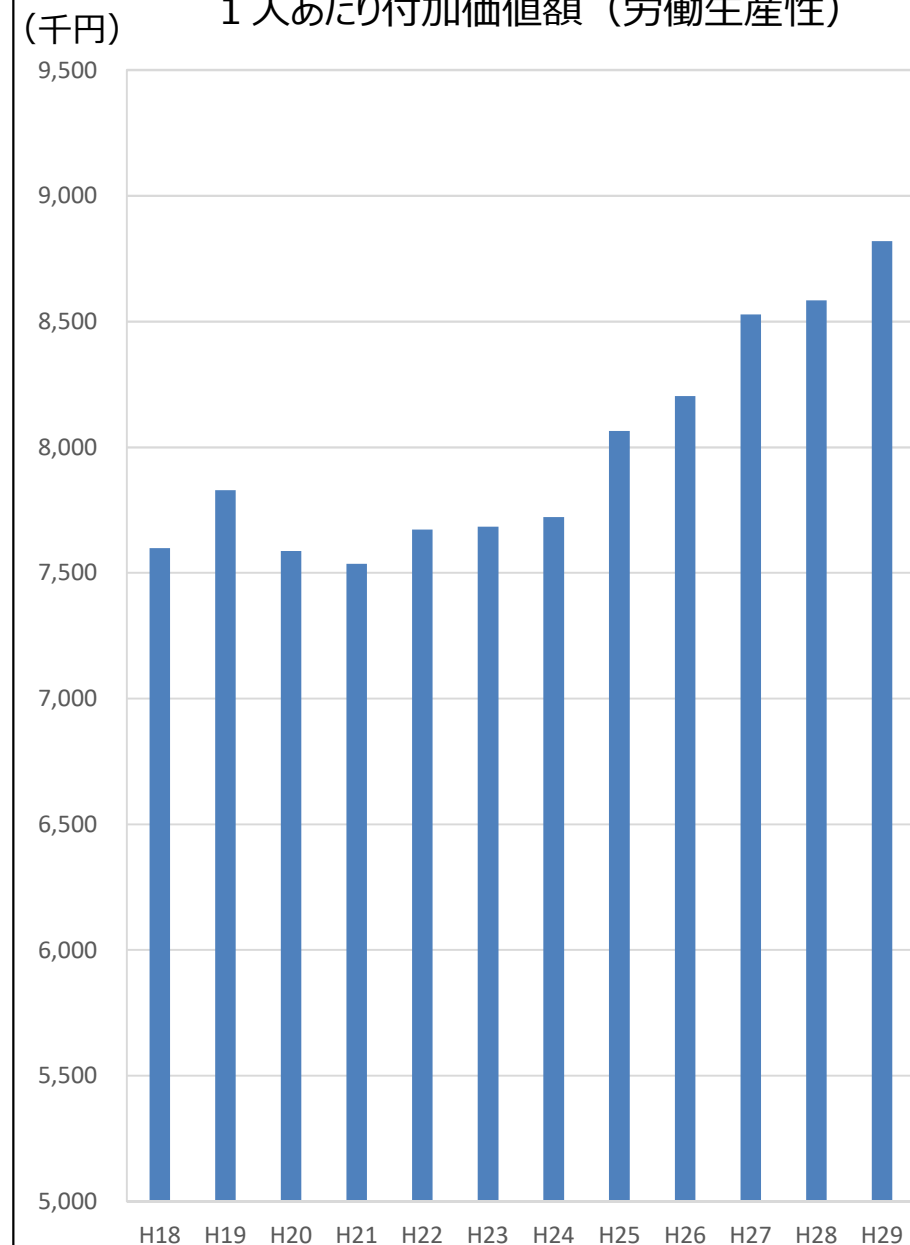
労働生産性の推移（主要な産業別）

- ・労働集約的な産業（「卸売・小売業」、「保健衛生・社会事業」、「宿泊・飲食サービス業」「農林水産業」等）については、労働生産性が低い傾向がある。
- ・「製造業」、「建設業」については労働生産性が向上している。一方、その他の業種はほぼ横ばいで推移している。



【出典】群馬県「県民経済計算」を再編加工

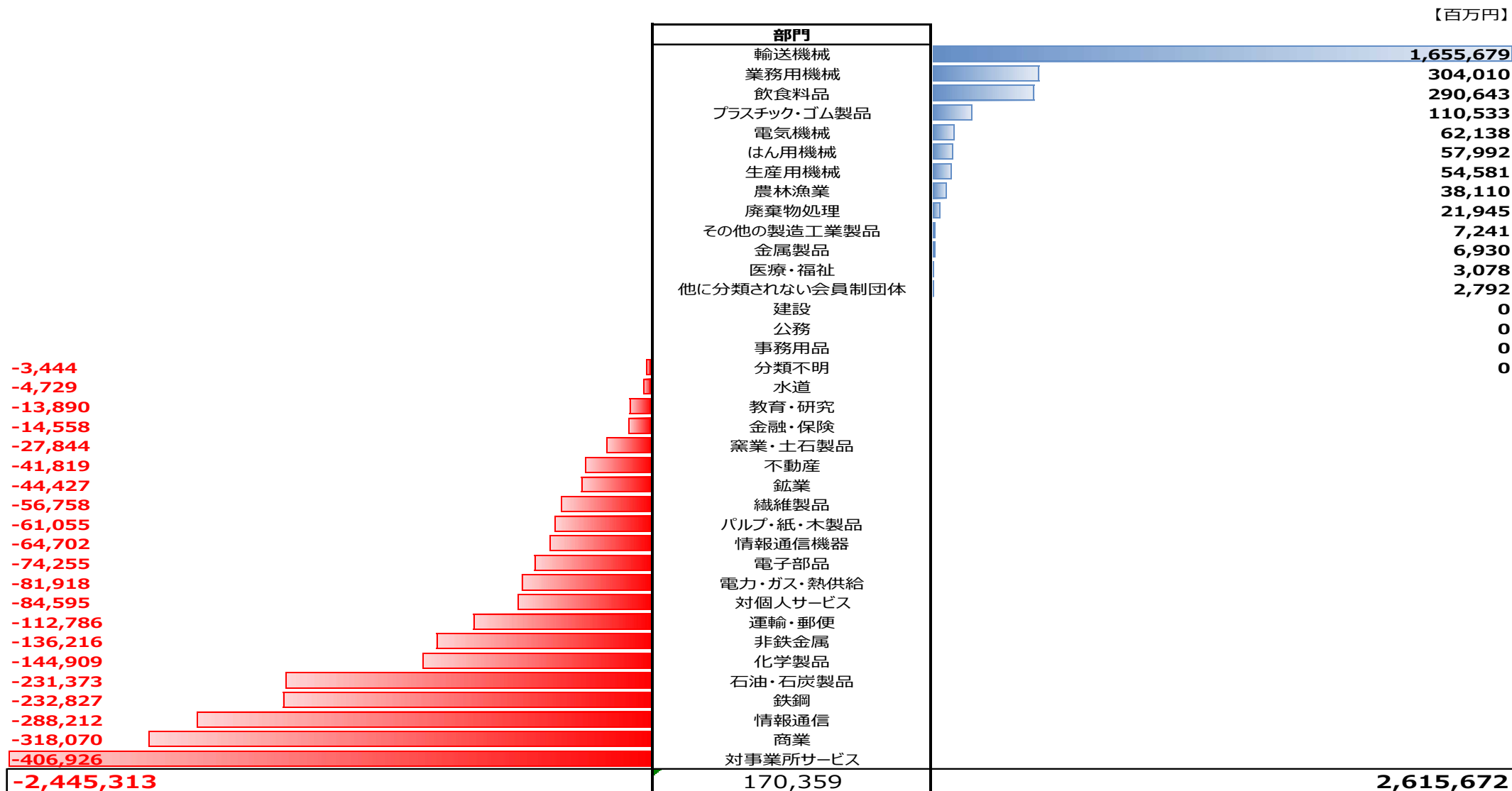
1人あたり付加価値額（労働生産性）



【産業連関表に基づく県際収支】

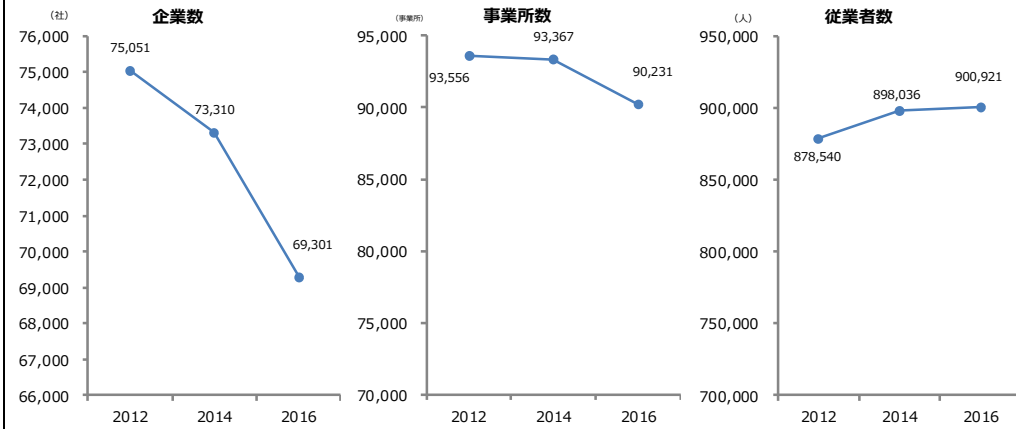
○県際収支は、1,704億円の超過となっている。東日本大震災の影響を受けた平成23年（568億円）の3倍となったが、平成17年（2,960億円）と比べると57.6%となっている。

○本県経済の「稼ぐ力」を伸ばすには、多様な産業による厚みのある経済成長を目指す必要がある。



① 企業数・事業所数・従業者数の推移

・企業数、事業所数は減少傾向であり、廃業数が開業数を上回っている。一方、従業者数については、景気動向が拡大傾向であったこともあり、増加していた。

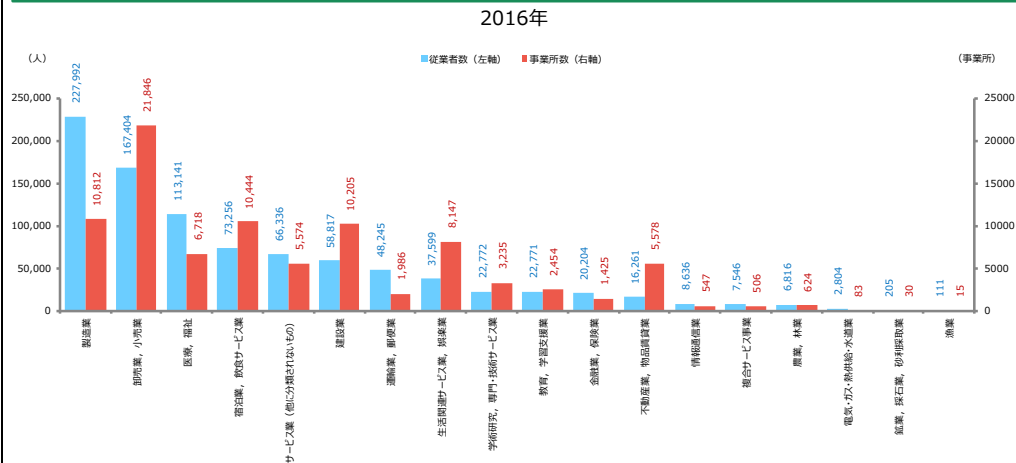


【出典】総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

【注記】企業数については、会社数と個人事業所を合算した数値。従業者数は事業所単位の数値。

③ 産業大分類別に見た従業者数（事業所単位）と事業所数

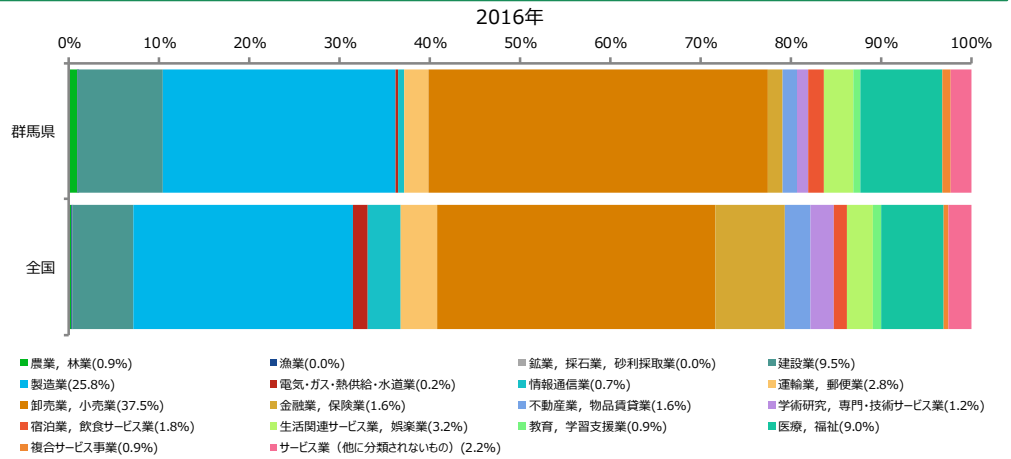
・従業者数から見ると、「製造業」「卸売業・小売業」が大きな雇用の受け皿となっている。一方、建設業、宿泊サービス業は小規模企業が多くなっている。



【出典】総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

② 産業大分類別に見た売上高（企業単位）の構成比

・全国と比較し、「卸売業・小売業」が多くの売上高を占めており、「製造業」、「建設業」もやや多い売上高となっている。一方、「金融業・保険業」や「情報通信業」、「学術研究、専門・技術サービス業」の構成比は低くなっている。

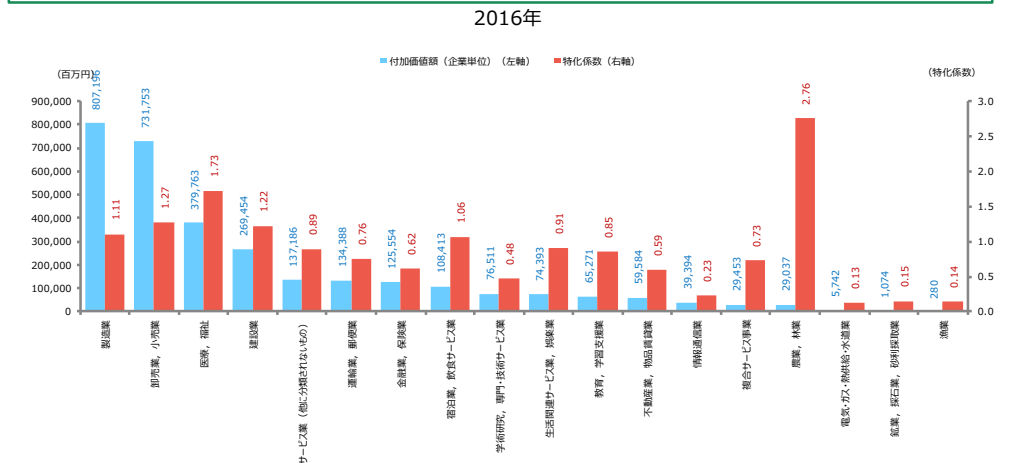


【出典】総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

【注記】凡例の数値は選択地域の数値を指す。

④ 産業大分類別に見た付加価値額（企業単位）

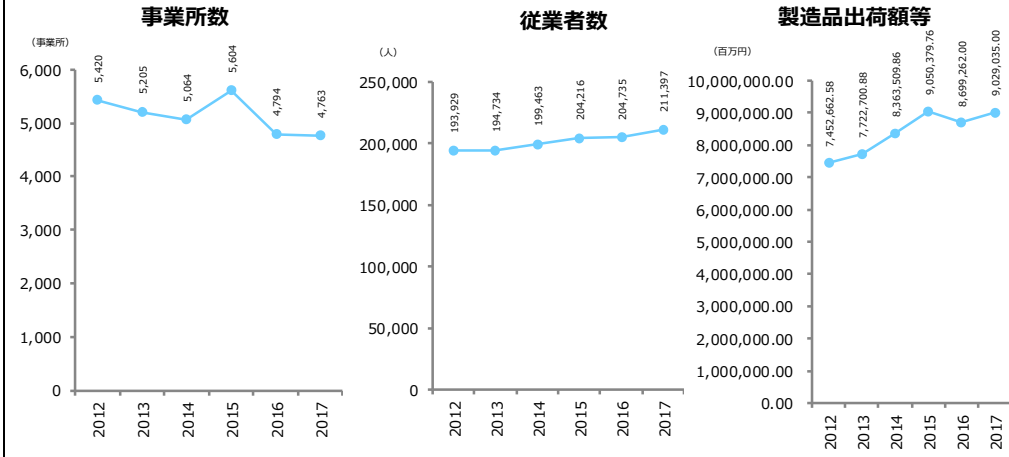
・「製造業」「卸売業、小売業」の付加価値額が高く、稼働力が高い産業となっている。
 ・「農業・林業」「医療・福祉」「卸売業・小売業」「製造業」「建設業」は特化係数が1を上回り、他都道府県に比べ稼働割合が大きい産業となっている。



【出典】総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

①事業所数・従業者数・製造品出荷額等の推移

- ・事業所数は減少傾向が続く。
- ・従業者数はほぼ横ばい。1事業所あたりの従業者数は北関東3県で最も少なく、小規模企業が多い。
- ・税像品出荷額等はここ数年自動車業界の好調に支えられ回復基調が続く。

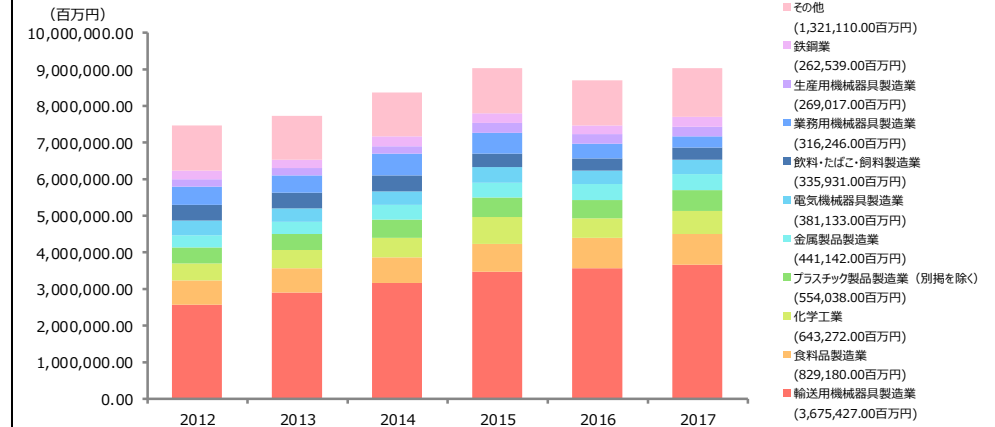


【出典】 経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

【その他の留意点】 従業員数4人以上の事業所が対象。

②産業別製造品出荷額等の変化

- ・自動車を主力とする輸送機器の比率が圧倒的で、特化度は愛知県に次ぎ全国2位。
- ・食料品が安定して上位にあるほか、プラスチックや化学、金属など素材分野で強みを持っている。



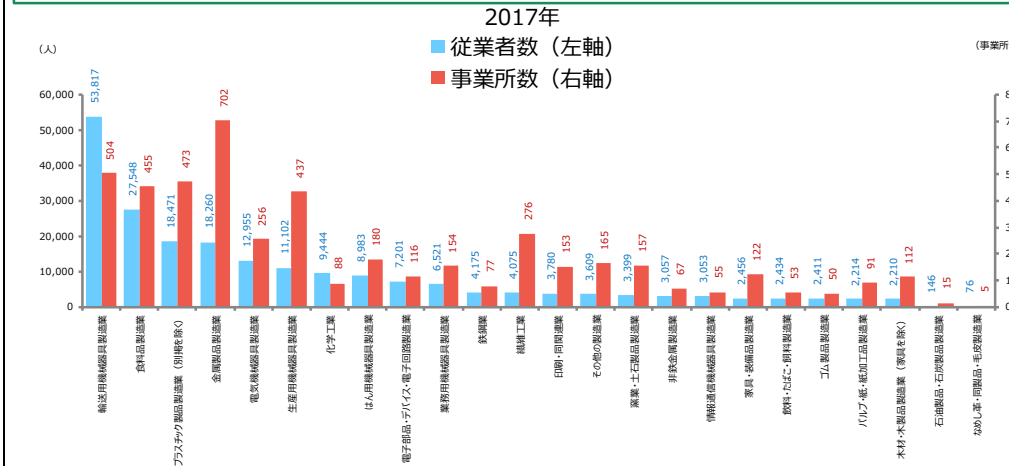
【出典】 経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

【注記】 凡例の数値は最新年の数値を指す。

【その他の留意点】 従業員数4人以上の事業所が対象。

③産業中分類別従業者数・事業所数

- ・従業者数では輸送機器、食料品、金属、プラスチックなど、製造品出荷額等と同じ傾向。
- ・事業所数では金属が首位、輸送機器、プラスチック、食料品と続く。ここからも小規模企業が多いことがうかがえる。

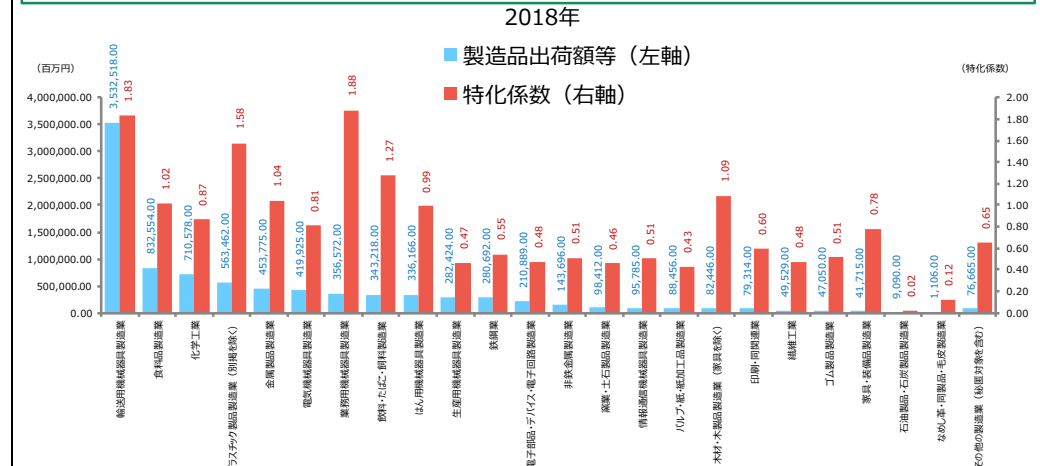


【出典】 経済産業省「工業統計調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

【その他の留意点】 従業員数4人以上の事業所が対象。

④産業中分類別製造品出荷額等

- ・自動車を中心とする輸送機器産業が圧倒的な比率を占めていることが確認できる。

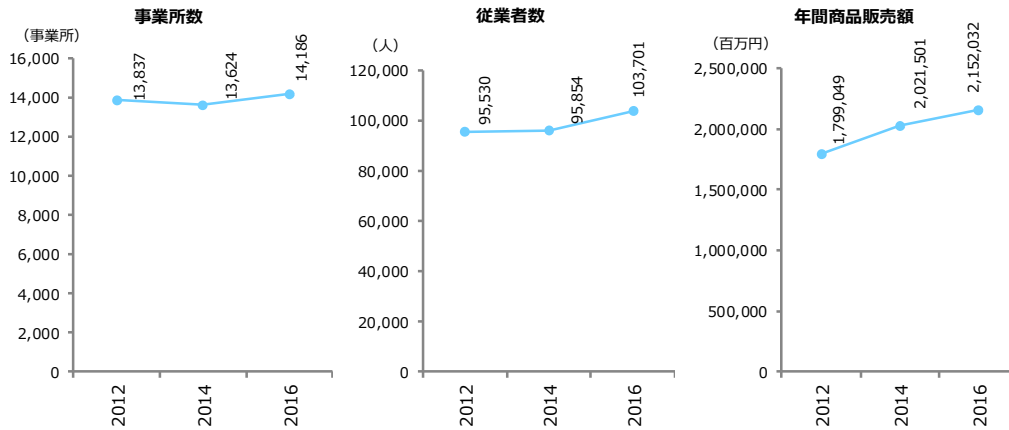


【出典】 経済産業省「工業統計調査」総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

【その他の留意点】 従業員数4人以上の事業所が対象。

①事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移

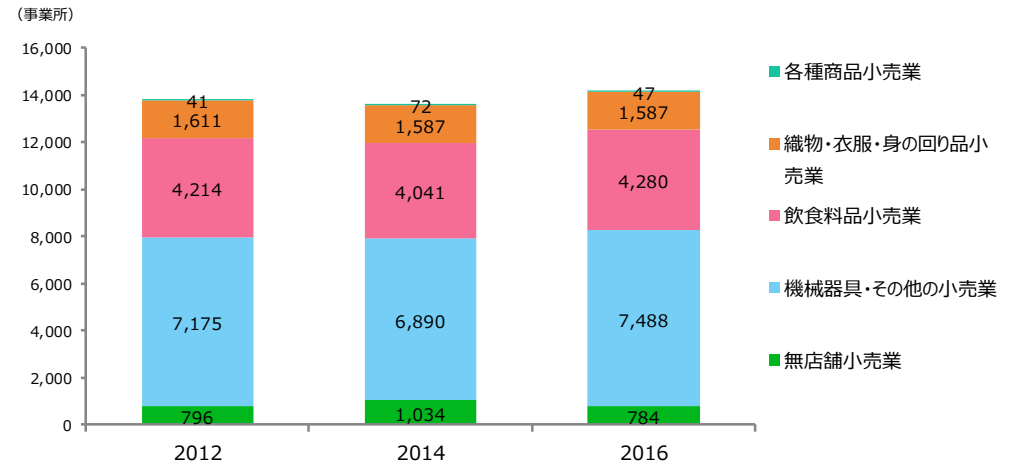
・産業全体の事業所数は減少傾向であったが、小売業では事業所数、従業者数、年間商品販売額ともに増加傾向であった。



【出典】 経済産業省「商業統計調査」 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

②産業別小売業事業所数の変化

・「機械器具・その他の小売業」や、「食料品小売業」が増加傾向である。
 ・具体的には、前者は、「自動車小売業」や「医薬品・化粧品小売業（調剤薬局やドラッグストア等）」、後者は、「コンビニエンスストア」や「菓子・パン小売業」が増加している。

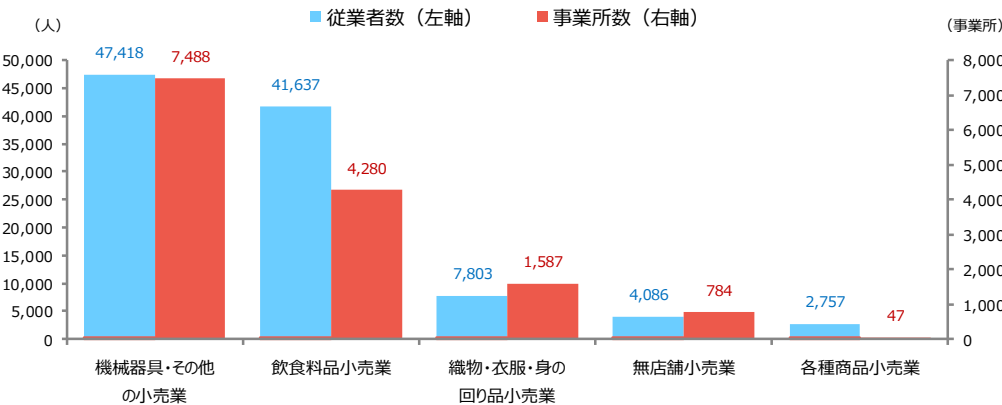


【出典】 経済産業省「商業統計調査」 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

③産業中分類別従業者数・事業所数

・従業者数は、「機械器具・その他の小売業」（構成比45.7%）と、「食料品小売業」（同40.2%）で、大半を占める。
 ・一事業所あたり従業者数は、「食料品小売業」が9.7人であり、比較的人手が必要な業種となっている。
 （参考 「機械器具・その他の小売業」：6.3人、「繊維・衣服・身の回り品小売業」：4.9人）

2016年

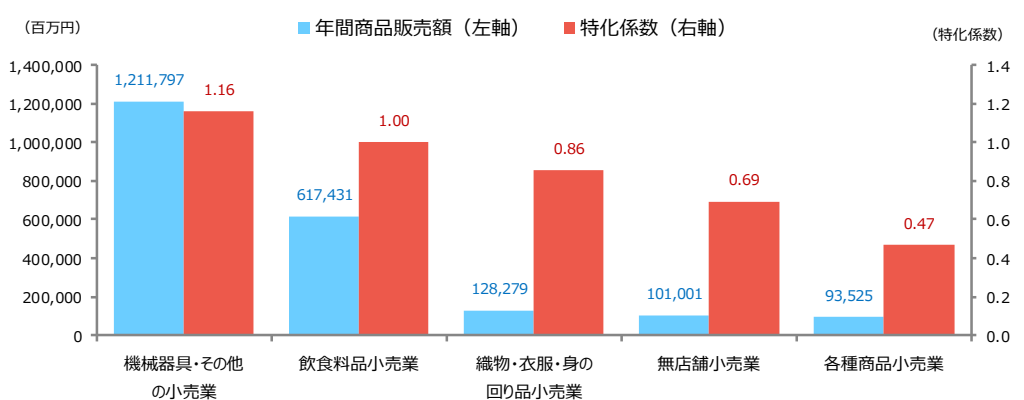


【出典】 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

④産業中分類別年間商品販売額

・年間商品販売額は、「機械器具・その他の小売業」が1兆2,117億97百万円（構成比56.3%）で、大きな割合を占めている。
 ・また、特化数も1.16であり、稼ぐ力が大きな業種となっている。
 ・各種商品小売業（百貨店、総合スーパー等）は、特化係数が0.49と小さい業種となっている。

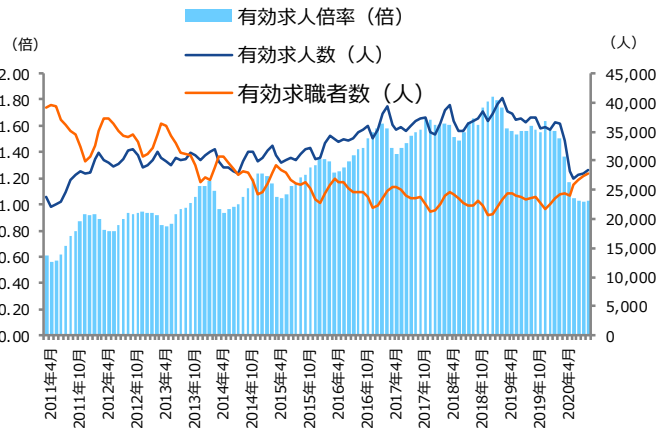
2016年



【出典】 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

①有効求人倍率の推移【都道府県単位】

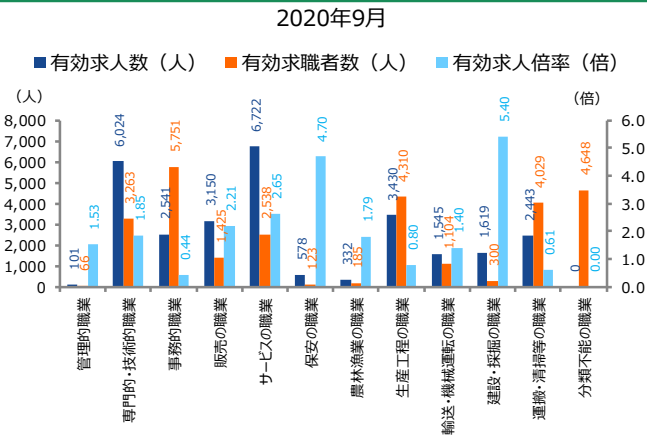
・有効求人数が有効求職者数を上回り、有効求人倍率が1.5倍を上回る傾向が続いていたが、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、1.0倍に近づいている。



【出典】厚生労働省「職業安定業務統計」

②有効求人倍率（職種間比較）【都道府県単位】

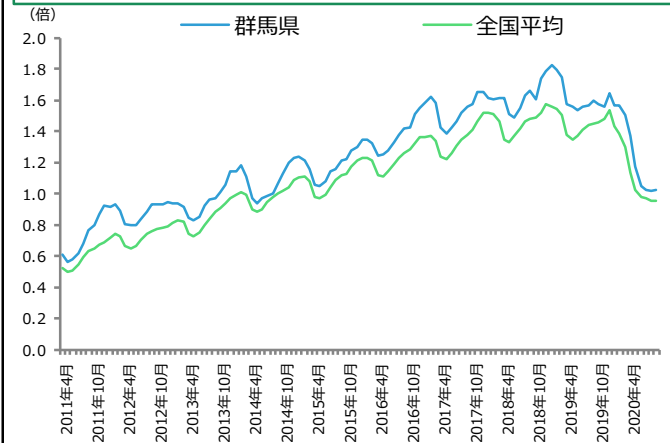
・建設・採掘の職業など、有効求人倍率が5.0倍を超えている職業がある一方、事務的職業など、1.0倍を下回る職業もあり2極化している。



【出典】厚生労働省「職業安定業務統計」

③有効求人倍率推移（地域間比較）【都道府県単位】

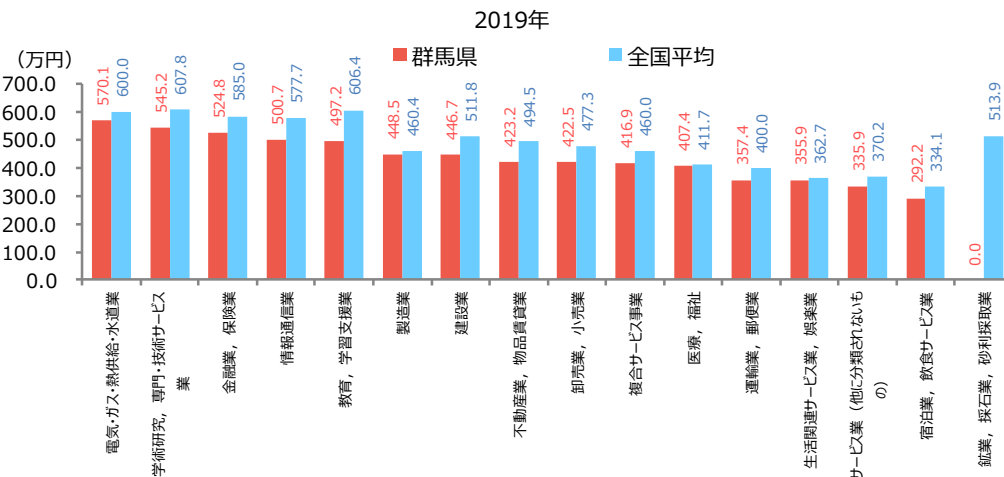
・有効求人倍率は、全国平均と比べると概ね高水準で推移している。



【出典】厚生労働省「職業安定業務統計」

④一人当たり賃金（産業間比較）【都道府県単位】

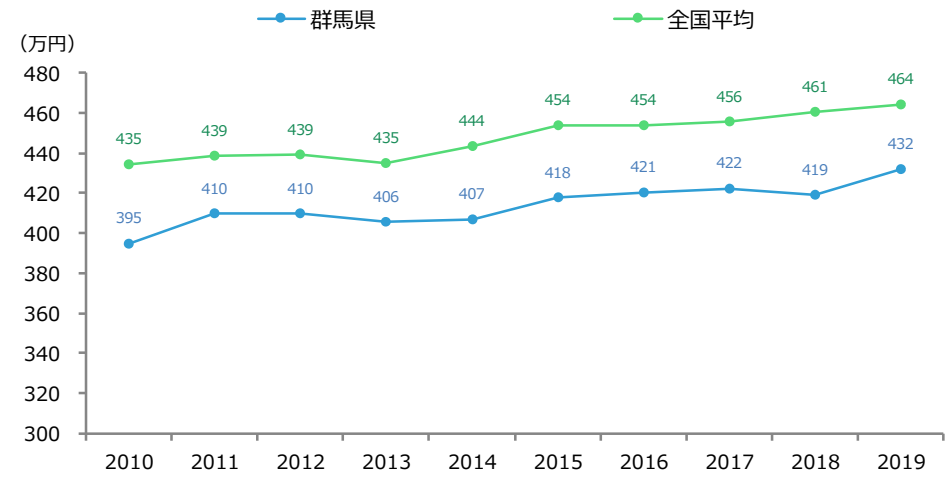
・産業別の一人当たり賃金では、すべての産業で全国平均を下回っている。



【出典】厚生労働省「賃金構造基本統計調査」

⑤一人当たり賃金（地域間比較）【都道府県単位】

・群馬県の一人当たり賃金は、全国平均を30～40万円ほど下回っている傾向が続いている。

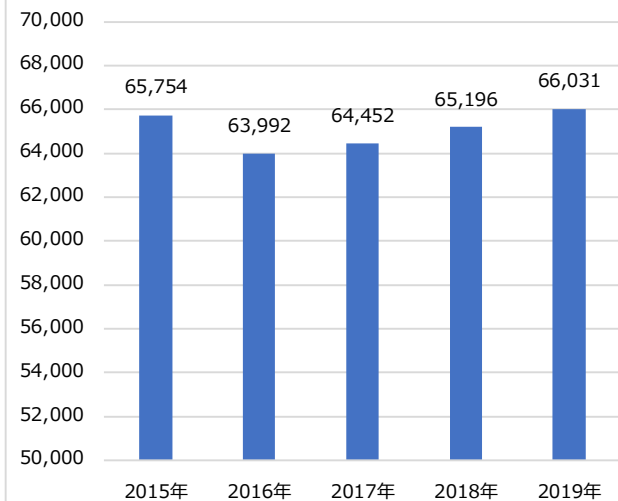


【出典】厚生労働省「賃金構造基本統計調査」

①観光入込客数

・観光入込客数は、近年6,500万人前後で推移している。

単位：千人

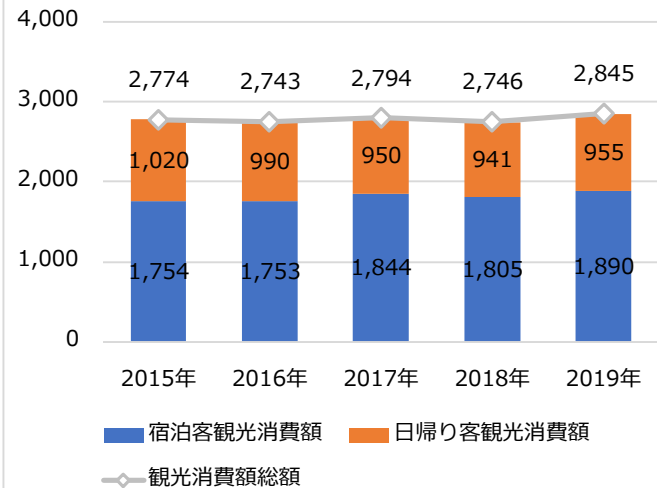


【出典】群馬県「観光入込客統計調査報告書」

②観光消費額

・観光業費額は、概ね2,800億円前後で推移している。内訳では、宿泊客の占める割合が増加傾向である。

(億円)

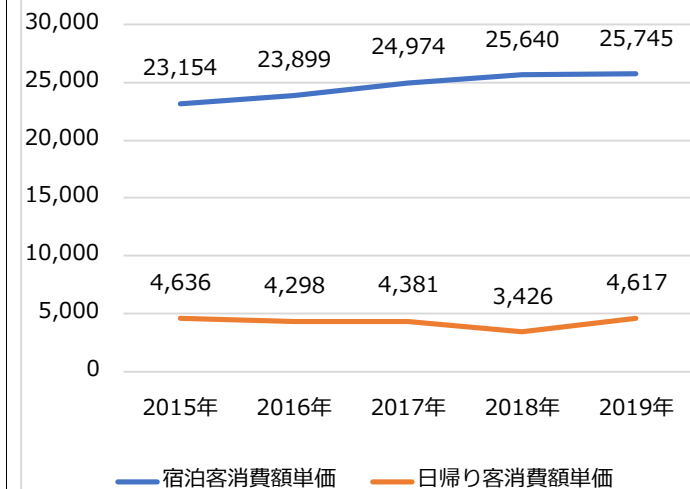


【出典】観光庁「共通基準による観光入込客統計」「宿泊料統計」、群馬県「観光客数・消費額調査」に基づき群馬県作成

③観光消費額単価

・観光業費額単価は、宿泊客はやや増加傾向であるものの、日帰り客は、横ばいで推移している。

(円)



【出典】群馬県「観光入込客統計調査報告書」

④本県の外国人宿泊者の国又は地域（従業員10人以上の施設）

・台湾からの宿泊者が大半を占めており、ほか中国、香港、タイ等のアジア諸国、アメリカが上位となっている。

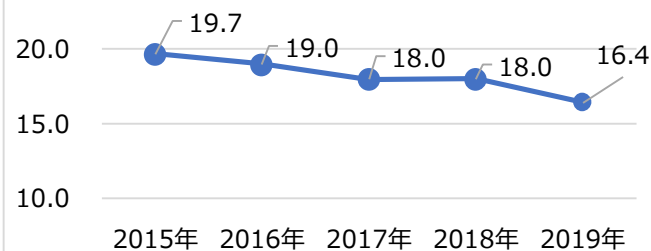
2017年		2018年		2019年	
国籍	構成比	国籍	構成比	国籍	構成比
台湾	48.3%	台湾	46.1%	台湾	42.7%
香港	9.4%	中国	11.8%	中国	13.7%
中国	9.1%	香港	9.8%	香港	9.5%
タイ	6.1%	タイ	6.8%	タイ	7.2%
アメリカ	4.4%	韓国	5.0%	アメリカ	4.3%

【出典】観光庁「宿泊旅行統計」

⑤本県の宿泊者数のうち県内在住者の割合

・宿泊者数のうち、県内在住者の割合は、減少傾向となっている。

(単位：%)

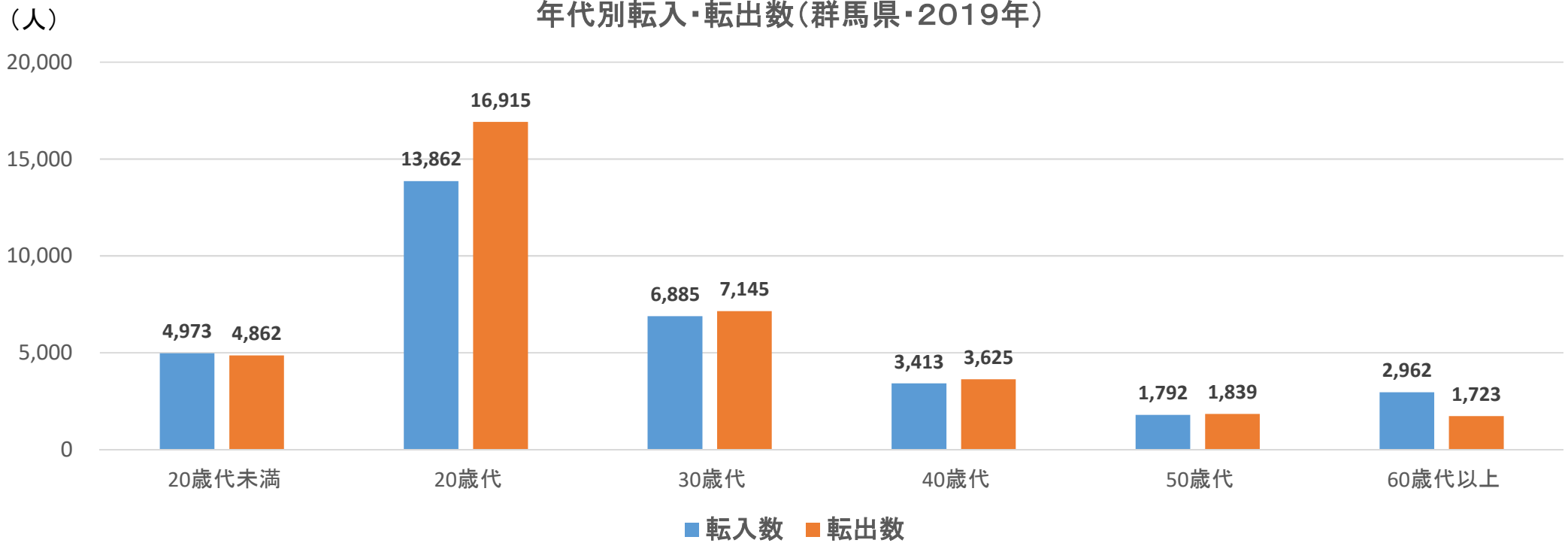


【出典】観光庁「宿泊旅行統計」

2.群馬県の人口（年代別転入・転出の状況）

○ 40歳代以下の年代が「転出超過」。特に20歳代での転出超過が顕著で、東京圏（東京都、埼玉県、神奈川県）への転出が多い。

→大卒者等の若者に対する県内の雇用の受け皿確保が課題。



○転入・転出数 上位3位までの都道府県

	20歳代未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代以上	
転入	● 1位 埼玉県	849人	● 1位 埼玉県	2,503人	● 1位 埼玉県	1,478人	● 1位 埼玉県	684人	● 1位 埼玉県	371人	● 1位 東京都	1,052人
	● 2位 栃木県	596人	● 2位 東京都	2,261人	● 2位 東京都	1,127人	● 2位 東京都	524人	● 2位 東京都	312人	● 2位 埼玉県	634人
	● 3位 東京都	563人	● 3位 栃木県	1,386人	● 3位 栃木県	813人	● 3位 栃木県	386人	● 3位 栃木県	186人	● 3位 神奈川県	264人
転出	● 1位 埼玉県	1,015人	● 1位 東京都	4,299人	● 1位 東京都	1,717人	● 1位 埼玉県	876人	● 1位 埼玉県	401人	● 1位 埼玉県	441人
	● 2位 東京都	856人	● 2位 埼玉県	3,813人	● 2位 埼玉県	1,258人	● 2位 東京都	526人	● 2位 東京都	301人	● 2位 東京都	298人
	● 3位 神奈川県	422人	● 3位 神奈川県	1,629人	● 3位 神奈川県	712人	● 3位 栃木県	372人	● 3位 栃木県	172人	● 3位 栃木県	209人

3. 産業界からの意見集約

- 県内産業界からの意見を計画に反映させるため、企業・団体等との意見交換、ヒアリング・アンケートを実施

① 本県の産業振興に係るアンケート調査（景況調査・8月）

- 県に求める施策等についての設問追加

② 経済団体等へのヒアリング（書面アンケート+関係課ヒアリング・8～9月）

- 県内26団体等を対象に実施

③ 経済団体との意見交換会（R2.11.16）

- 主要5団体の会長等（一社）群馬県商工会議所連合会、群馬県商工会連合会、群馬県中小企業団体中央会、（一社）群馬県経営者協会、群馬経済同友会

④ 有識者からの意見

- 金融機関（県内金融機関との意見交換会・R2.10.20）
- 若手ものづくり経営者（「ものづくり未来トーク」・R2.12.14）

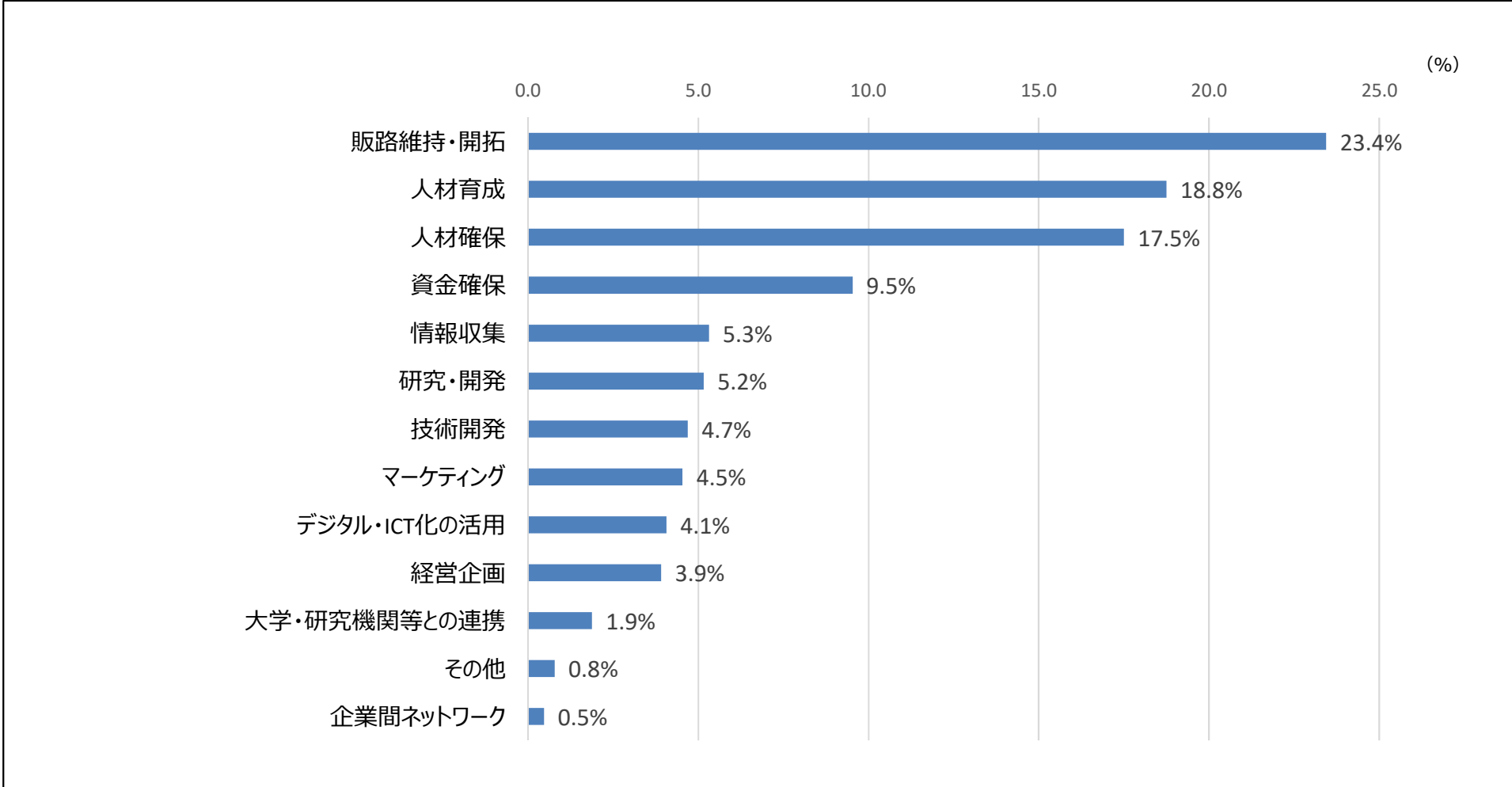
【その他】 個別計画の策定課程でのアンケート調査

- 人材育成に関するアンケート【職業能力開発計画】
企業（製造業）へのアンケート（424社）
- 観光分野に関するアンケート【観光振興計画】
事業者アンケート（県内819団体）及び関係団体アンケート（87団体）

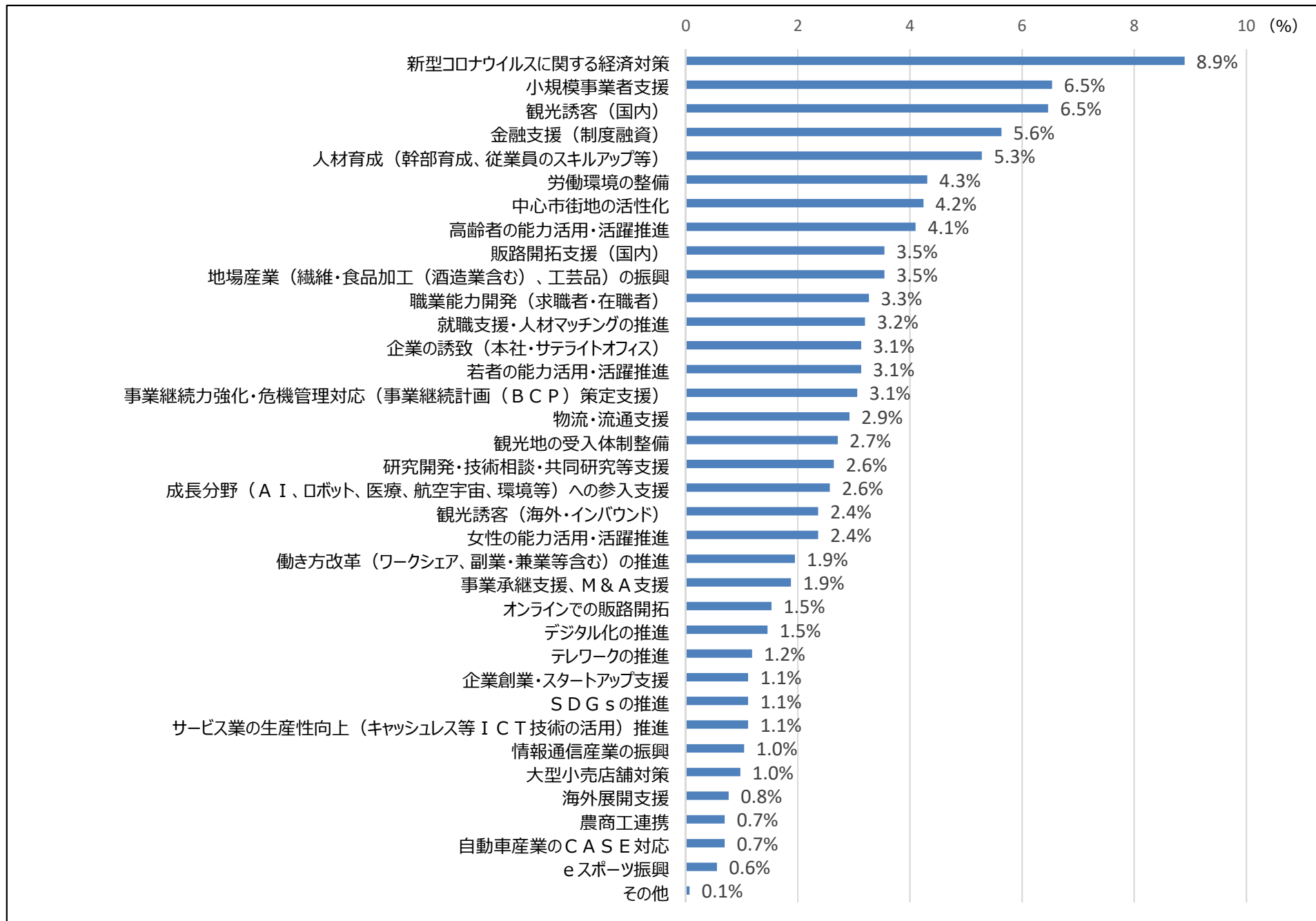
①本県の産業振興に係るアンケート調査について(R2.8景況調査)

- 実施時期 令和2年8月
- 回答事業所数 259事業所
【商工団体経由（小規模事業者中心） + 県直接（大手企業中心）】

①事業展開や経営を強化する上での障害・課題について教えてください。(複数回答可)



②群馬県が力を入れて取り組むべき具体的な産業振興施策について教えてください。(複数回答可)



② 経済団体等へのヒアリング調査結果概要

- 実施時期 令和2年8～9月
- 対象 産業経済部関連の県内経済団体等（26団体等）
- 実施方法 アンケート（書面）＋担当課によるヒアリング

担当課	ヒアリング団体
産業政策課	群馬経済同友会 公益社団法人日本青年会議所群馬ブロック協議会
経営支援課	一般社団法人群馬県商工会議所連合会 群馬県商工会連合会 群馬県中小企業団体中央会 公益財団法人群馬県産業支援機構 一般社団法人群馬県情報サービス産業協会 一般社団法人群馬県トラック協会 群馬県信用保証協会
地域企業支援課	群馬県酒造組合 群馬県食品工業協会 群馬県ふるさと伝統工芸士会 一般社団法人群馬県繊維連合会 群馬県金型工業会 群馬県プラスチック工業振興協会 群馬県中小企業モデル工場（経営研究会）
労働政策課	日本労働組合総連合会・群馬県連合会 一般社団法人群馬県経営者協会
観光魅力創出課	公益財団法人群馬県観光物産国際協会 一般社団法人群馬県温泉協会 群馬県旅館ホテル生活衛生同業組合 群馬県飲食業生活衛生同業組合
イベント産業振興課	県内イベント関連事業者
eスポーツ・新コンテンツ創出課	一般社団法人群馬県eスポーツ連合

県内企業のDX推進に求められるもの

【人材】

- ・デジタルビジョンを作り、語れる経営者、リーダーの育成
- ・情報通信産業の開発拠点誘致など、県全体のデジタル化に役立つような産業振興、デジタル人材の確保・移住とデジタル化を担う若年層の流出防止
- ・教育現場へのデジタル化の導入、ICT教育の充実、中高生のデジタル企業訪問
- ・若手経営者やIT担当者向けの研修、啓発・啓蒙活動の実施や、段階的なDX推進が可能な具体策の提供
- ・商工会等による中小・小規模事業者向けのIT推進専門部隊を創設してはどうか

【技術・環境】

- ・専門家による企業のデジタル化支援体制の確保（実地アドバイス、社内環境整備、製造業とシステム会社の仲介等）
- ・デジタル化へのノウハウ、資金（補助金）の提供、セキュリティ対策への支援
- ・デジタル化の中小企業向け事例の紹介、ソフトウェア技術の活用による開発への評価・解析方法の技術的支援、検査工程におけるAI・IoT活用の成功事例等を紹介して欲しい
- ・DXによる経済効果の事例研究・情報交換等を行う業界団体のワークショップや推進資源の共同開発のためのコンソーシアムの組織を設立してはどうか
- ・公的なレンタルオフィス・リーススペースの充実を図り、IT事業者の誘致・IT人材を増やすとともに、異業種交流によるデジタル化の推進を支援して欲しい

経営課題と取り組むべき方策

【人材】

- ・後継者不足対策、後継者に求められる経営能力全般の高度化
- ・若者の県外流出、製造業離れ、人材派遣頼りの人繰りが課題
- ・I T人材の確保、育成、I T人材の受け皿となる企業の不足
- ・U・Iターン人材の確保対策
- ・クリエイティブな人材や、デザイン思考のできる人材の不足と確保
- ・視野の広い技術者の不足（製造工程を熟知した設計者、製品全体を熟知した部品設計者）

【デジタル化・生産性向上等】

- ・ロボットの導入、省人化（高価であり導入が困難）
- ・広報・情報発信のデジタル化
- ・キャッシュレス化導入（手数料の高さが障壁）
- ・一社、一業種依存によるリスク回避と、成長産業への参入
- ・デジタル化した商品や技術は陳腐化のスピードが速いことから、デジタル化に取り組む一方で自社の付加価値を見極める必要がある

【コロナ対応等】

- ・海外渡航の制限や輸出入の停滞、また、コロナ禍、台風の影響によるサプライチェーンの毀損
- ・技能実習生が来日できない場合の対応
- ・観光客、イベント、展示会、外出機会等の激減
- ・地方への集客、移住
- ・観光消費額の増加対策、集客の分散化・平準化(時期や時間、場所の集中の解消)

経営課題と取り組むべき方策

【人材】

- ・後継者不足対策、後継者に求められる経営能力全般の高度化
- ・若者の県外流出、製造業離れ、人材派遣頼りの人繰りが課題
- ・I T人材の確保、育成、I T人材の受け皿となる企業の不足
- ・U・Iターン人材の確保対策
- ・クリエイティブな人材や、デザイン思考のできる人材の不足と確保
- ・視野の広い技術者の不足（製造工程を熟知した設計者、製品全体を熟知した部品設計者）

【デジタル化・生産性向上等】

- ・ロボットの導入、省人化（高価であり導入が困難）
- ・広報・情報発信のデジタル化
- ・キャッシュレス化導入（手数料の高さが障壁）
- ・一社、一業種依存によるリスク回避と、成長産業への参入
- ・デジタル化した商品や技術は陳腐化のスピードが速いことから、デジタル化に取り組む一方で自社の付加価値を見極める必要がある

【コロナ対応等】

- ・海外渡航の制限や輸出入の停滞、また、コロナ禍、台風の影響によるサプライチェーンの毀損
- ・技能実習生が来日できない場合の対応
- ・観光客、イベント、展示会、外出機会等の激減
- ・地方への集客、移住
- ・観光消費額の増加対策、集客の分散化・平準化(時期や時間、場所の集中の解消)

③ 経済団体との意見交換会

「産業振興基本計画」策定に向けた経済団体との意見交換

【既存産業の立て直し】

- ・倒産廃業が最大の問題。求人減少、求職者の増加。ここ2～3年は、個人消費減。
- ・既存事業の見直しと、DXを推進し、先の見通しを立てる必要がある。
- ・都会における生活のリスクが明らかになっており、移住を促進し、県内労働力・個人消費を増やすべき。移住促進をしっかりとやる必要がある。
- ・ビジネスモデルの転換、事業者の意識改革も必要。
- ・地域を支える中核企業を育てる必要がある。また、イベント等の担い手である小規模・零細事業者の事業継続も必要。

【DX】

- ・デジタル化は、あくまで事業継続のための手段。自力でDXに取り組めない事業者は、いかにデジタル化を進展させるかが課題。
- ・中小企業には、デジタル化やデータ活用を進めるための人材、人材育成ノウハウ等が不足しており、専門家等の派遣体制の整備が必要。
- ・県内にICT産業が少ない、ICT産業の誘致を進め、DXを県内企業に波及させるべき。
- ・地域内に高度な能力を持つ外国人人材が入ってくることで、他の事業者への波及効果が期待できる。
- ・製造工程全般に幅広い見識を持つ技術者の育成、文系人材のデジタルリテラシー強化、社員・学生へのプログラミング教育の導入が必要。

④ 有識者からの意見

県内金融機関との意見交換会

【D Xによる県内産業振興】

- ・銀行も含め、様々な業種の事業者が徐々にデジタル化に取り組みはじめている。（事務のIT化、作業の自動化、Wi-Fi環境導入、非接触・非対面のサービス導入、スマートグラスによる遠隔作業支援、オンラインでのビジネスマッチング等々）
- ・自動車産業や旅館業など、既存産業がD Xを取り入れて、いかにより強くなるかが重要。

【スタートアップ支援】

- ・第二創業支援も含め創業支援をより充実させたい。面白いシーズを持っている事業者は多数おり、ビジネス化の支援を行いたい。
- ・県庁3 2階のイノベーションハブを活用（リアル・オンライン）し、アイデアを持つ人と投資家等、人と人が交流する、知恵が集まる場所となるよう協力して仕掛けていきたい。ネットワークを展開することが大切。

【県内優良企業の周知】

- ・県内にも技術力や将来性、給与面でもいい企業はたくさんあるが、学生に情報が届いていないため、就職先として選ばれない。
- ・企業HPでは、仕事内容や研修等学生に向けた内容の情報発信をするなど、工夫の余地がたくさんある。
- ・県や銀行で情報プラットフォームを作り、学生向けに（従来行っていたものよりも）発信力の強い場をつくって、県内・県外に、優良企業のPRを行ってはどうか。
- ・マッチメイキングのベストプラクティスを作り、学生に向けてシンボリックに優良企業のPRが行えないか。

若手ものづくり経営者との「ものづくり未来トーク」

【デジタル技術の活用】

- ・製造業が生き残っていくためには、デジタル技術の活用が必要。（Webを活用したプロモーション・マーケティング、スマート工場化等）
- ・コロナ禍の影響でデジタル技術を利用した販路開拓の手法が普及し始めているが、リアルでの商談と比べると、伝達可能な情報量はやはり少なくなる。
- ・今後は、リアルとバーチャルそれぞれの良い面を組み合わせたハイブリッド型の取組が重要。

【企業の認知度・価値向上】

- ・県内にも優良企業はたくさんあるが、ブランド力が弱い。
- ・就職先として中小企業を選んでもらうためには、学生だけでなくその親世代にも企業のことを知って認めてもらうことが重要。
- ・企業価値を向上させるためには、デザインを活用した企業ブランディングなど、ものづくり企業も新たな視点による取組が必要。

【企業のイノベーション推進】

- ・コロナ禍で取り組みはじめた新事業で、今までとは異なる分野の方と知り合うことができた。そのような方々との意見交換等によって、更なる新規事業のアイデアがでてくることを体感した。
- ・県庁32階のイノベーションハブなどを活用し、県内で官民共創によるイノベーションが生まれるような仕掛けを、我々企業側からも行っていきたい。

【資料編】 関連条例等

群馬県の経済関係条例等の変遷

年代	経済上の出来事	国の法律等	群馬県の経済関連条例等
1940	1949 1ドル=360円	1948 中小企業庁設置	
1950		1959 工場等制限法(02廃止)	1953 群馬県工場設置奨励条例(59廃止) 1959 群馬県工場誘致条例(84廃止)
1960		1963 中小企業基本法	
1970	1973 変動相場制移行	1972 工業再配置促進法 (06廃止) 1973 工場立地法	1972 群馬県工場立地適正化条例(12廃止) 1977 群馬県中小企業振興条例 (01廃止)
1980	1985 プラザ合意 1989 消費税導入3%	1983 テクノポリス法(99廃止) 1988 頭脳立地法 (99廃止)	1984 群馬県企業誘致促進条例(92廃止)
1990	1991 バブル崩壊 1993 上信越自動車道開通 1997 アジア通貨危機 1997 消費税率引上5%	1993 小規模事業者支援法 1997 集積活性化法(07廃止) 1999 中小企業基本法改正 (中小企業政策の転換)	1992 群馬県産業高度化促進条例(01廃止)
2000	2008 リーマンショック	2005 中小企業新事業活動促進法 2007 企業立地促進法	2000 e-Vision新ぐんま経済社会ビジョン (16廃止) 2001 群馬県ものづくり・新産業創出基本条例 2003 (財)群馬県産業支援機構発足
2010	2011 東日本大震災 2011 北関東自動車道全線 開通 2013 アベノミクス 2014 消費税率引上8% 2016 T P P 合意 2019 消費税率引上10%	2010 中小企業憲章 2013 小規模企業活性化法 2014 産業競争力強化法 2014 小規模企業振興基本法 2014 小規模事業者支援法改正 2017 地域未来投資促進法 2018 中小企業等経営強化法	2011 群馬県中小企業憲章 2013 群馬県次世代産業振興戦略 (H25-R1) 2013 群馬がん治療技術地域活性化総合特区 2014 群馬よいとこ観光振興条例 2016 群馬県小規模企業振興条例 2016 群馬県産業振興基本計画 (H27-R1)
2020	2020 新型コロナウイルス感染 症拡大		2021 群馬県産業振興基本計画 (R3-5)

基本理念

- 意欲的・創造的な活動（やる気のある者）の支援
- 支援体制の整備（セーフティネットの構築）
- 多様な個の連携による活力のある経済の実現

「強さ」・自立

「優しさ」・連携

「元気な群馬」

■ 基本的施策 ■

意欲的・創造的な活動 （やる気）の支援

- ものづくり基盤（技術力）の強化
- 新産業の創出（創業、ベンチャー）
- 人材の育成（技術者・技能者育成）

〈技術・情報・人〉

■ 支援体制 ■

支援体制の整備 （セーフティネットの構築）

- 支援措置の統合整備
- 資金供給の円滑化
- 地域、産業界、大学等との協働

〈資金と組織（人）〉



これらの施策と体制の整備により

目的

歴史・伝統
群馬の特性
経済の基礎

新たな挑戦
新時代を
リードする

ものづくり基盤の強化

及び

新産業の創出と育成

を図り

もって

県民生活の安定、元気な経済、元気な群馬を実現します

群馬県は、事業所の多くが中小企業であり、大勢の人々がそこで働き、様々な分野で果敢に挑戦する中小企業が産業を支える中小企業立県です。そして、小規模企業を始めとした中小企業が、地域社会において大きな役割を担っています。

これからの本県経済を発展させ、県民の暮らしを豊かにするには、中小企業の健全な発展が必要です。そのためには、地域を支える中小企業を支援することが大切です。

県内経済が東日本大震災の大きな影響を受けた今こそ、群馬をはばたかせるため、地域の要となる企業を生み育てる環境づくりを進めます。中小企業とそこに関わる人々が誇りを持って生きる「ふるさと群馬」を築いていくため、ここに、中小企業振興の理念として、群馬県中小企業憲章を定めます。

1 地域を支える中小企業の健全な発展を、国、市町村、関係機関と連携しながら支援します。

中小企業は、私たちの働く場であるとともに、地域社会を支える大切な存在であり、それなくして人々の生活は成り立ちません。

県は、国や市町村と一緒に、中小企業の持つ多様な個性や可能性を存分に発揮できるよう中小企業を励まし、成長を支えています。

1 未来を担う世代が中小企業に誇りと夢を持てるよう、その重要さを伝えます。

中小企業は、私たちの生活を支える大切な存在でありながら、大企業に比べ、必ずしも十分に評価されていないのが現実です。

県は、未来を担っていく世代に、中小企業の価値と魅力を正しく伝え、将来、そこで活躍することに誇りと夢を持てるようにします。

1 公正な取引環境の整備に努め、中小企業の果敢な挑戦を支援します。

中小企業が、人や資金に恵まれた大企業との間で、不利益な取引を強いられることがあってはなりません。県は、こうしたことが起きないように対策をとっていきます。

また、これからは、今まで以上に創意工夫を重ね、様々なことに挑戦していくことが必要とされる時代です。県は、新しい分野に挑戦する意欲ある中小企業を積極的に支援していきます。

1 施策の立案実施にあたっては、中小企業の立場にたち、経済環境の変化に対応し、常に迅速かつ適切な対策を講じます。

中小企業を応援していくためには、常に変化する経済の動きをしっかりとらえ、その都度、中小企業の立場にたって、応援方法を見直しながらしっかりと取り組みます。

目的 (第1条) ・小規模企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進

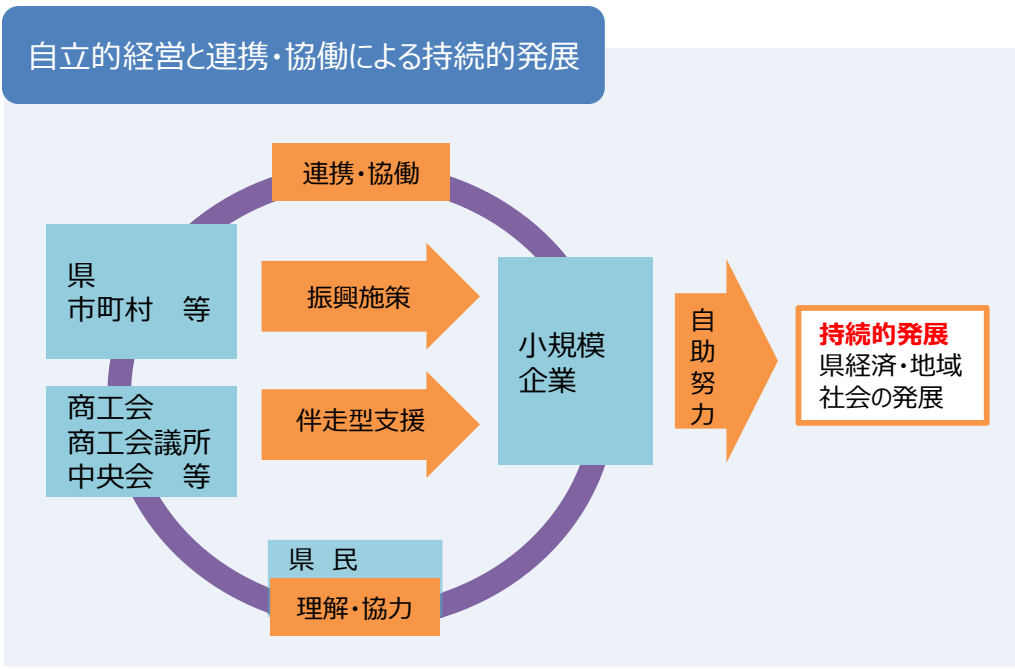
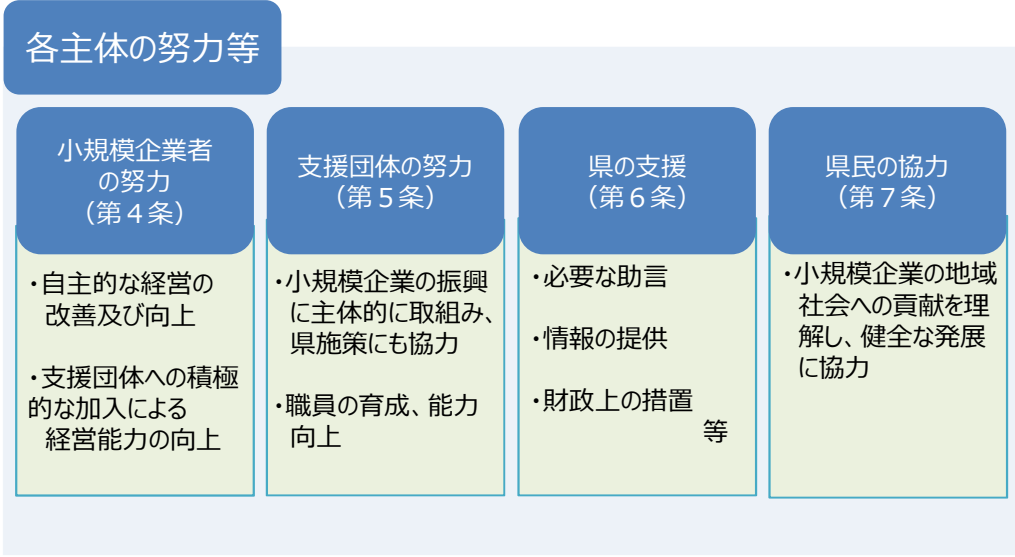
定義 (第2条) ・小規模企業者、商工会・商工会議所・中央会等の支援団体を定義

基本理念 (第3条) ・小規模企業が県の経済や地域社会の発展に果たす役割を明示
 ・小規模企業者の自立的な経営と連携・協働を推進
 ・小規模企業の活力が最大限に発揮されるよう、持続的発展を図る

基本的施策 (第8条) ・経営資源の確保が困難である小規模企業者が多いことを考慮した上で、小規模企業の活力の向上を図る施策を実施

- (1) 新たな事業展開の促進
- (2) 商品の販売又は役務の提供の促進
- (3) 商品、役務等の需要の増進
- (4) 創業の促進、事業承継の円滑化
- (5) 事業活動を担う人材の確保及び育成
- (6) 資金の円滑な供給

団体等との協働 (第9条) ・市町村、商工会・商工会議所・中央会等、多様な主体との協働
 ・商工会・商工会議所が実施するきめ細かな支援への協力



◎観光県群馬の礎（前文）

群馬らしさ・群馬の魅力

- ・豊かな資産
「温泉県」「野菜王国」「絹の里」「交通の要衝」等
- ・思いやりと真心でもてなす伝統
夏の雷、冬のからっ風といった地域的特性が育んだ義理と人情・至誠を重んじる県民性

◎基本理念（第3条）

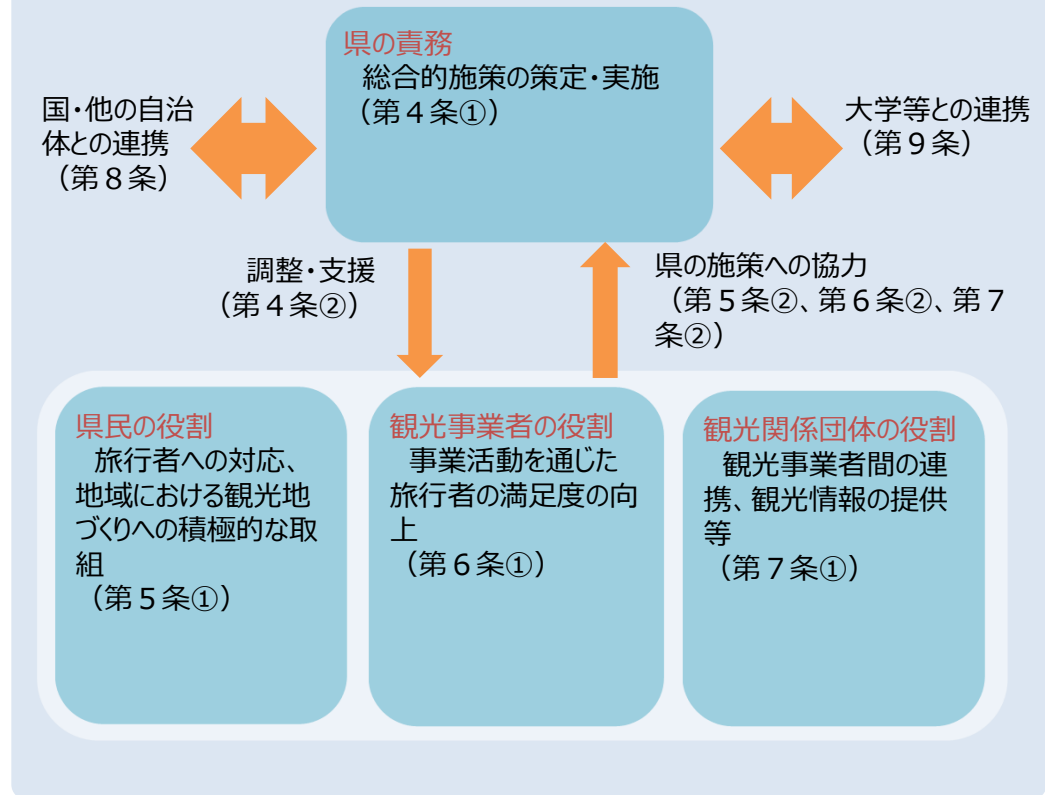
観光振興の意義、考え方

- ・地域の主体的な取組と関係者の連携
- ・誇りと愛着が感じられる地域社会の形成
- ・観光資源の魅力を活かす
- ・観光産業の高い経済波及効果
- ・地理的条件を活かす
- ・観光需要の多様化への対応

◎基本的施策（第10条～16条）

- ・魅力ある観光地の形成
- ・観光情報の発信
- ・人材の育成
- ・外国人旅行者の来訪促進
- ・良好な景観の保全等
- ・観光振興のための基盤整備
- ・新しい観光分野への対応等

◎各主体の役割等



施策の総合的・計画的な推進、推進体制の整備（第17条、第18条）

観光を通じた県民生活の向上及び
県民が誇れる地域社会の実現（第1条）