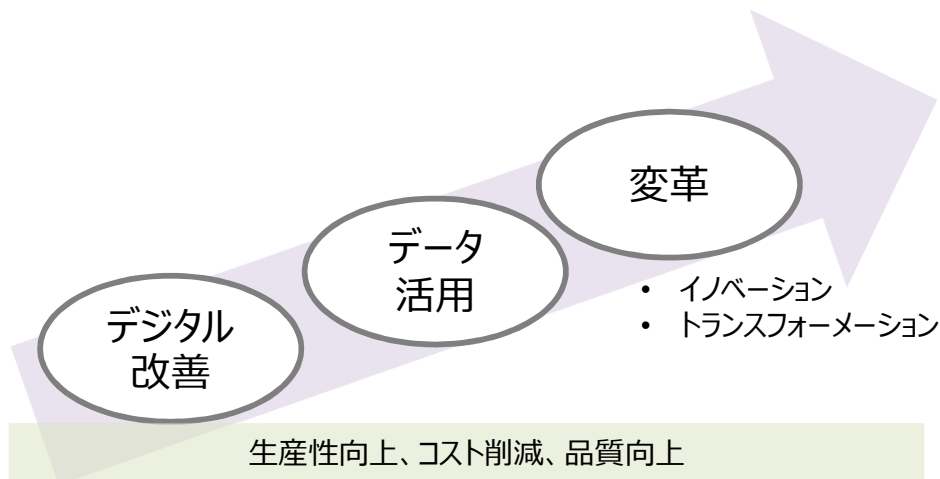


# 4. 各基本方針と主要施策

- 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



### 【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。

### 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企業等の高付加価値企業をターゲットに、新たな拠点等の設置に向けた支援を行う。

#### （6）事業承継支援

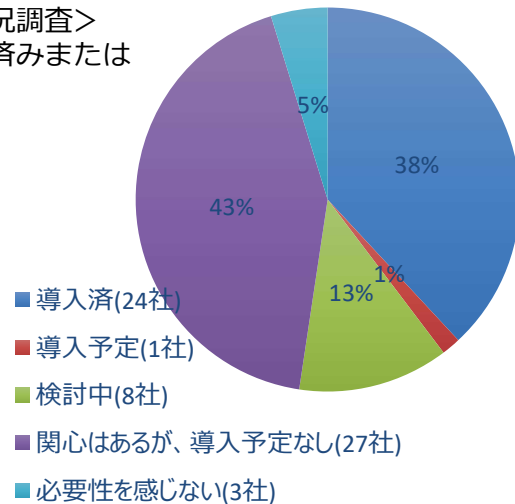
デジタル技術の導入など、事業承継前の事業内容の磨き上げを行う。企業の成長につながる事業承継を支援する。

#### （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。

（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61.1%）

# 【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

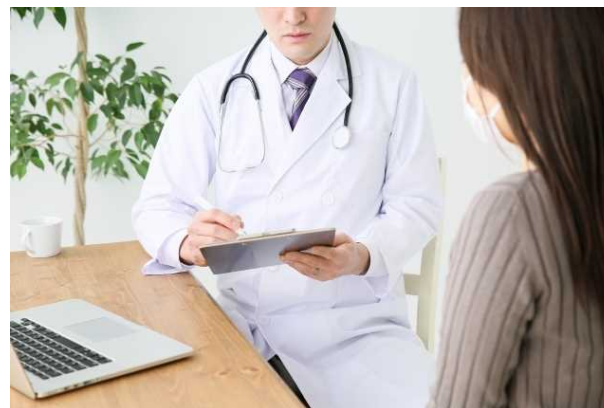
- アクセラレータープログラム

#### 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

#### (2) デジタル技術を活用したヘルスケア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・介護現場の課題解決」や「健康寿命延伸」に資する産学官医連携のビジネスモデルを構築する。[デジタル×(医療/介護/福祉/ヘルスケア等)]



## 【施策 I - 3】

# ニューノーマル、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）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。
- 全国各地で産業が画一化する昨今、デジタル技術と、群馬の風土を生かし、群馬らしさ実現・発信することでオンリーワンの事業者・産業立県を目指す。



### 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、自社製品の高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

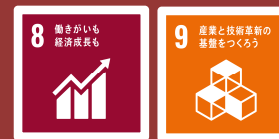
リアルでの展示商談会を開催するとともに、常設のオンライン展示場によりニューノーマルに対応した商談機会を切れ目なく創出する。

#### （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、感染症対策を実施した中小企業・小規模事業者が連携して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。



- 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「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		

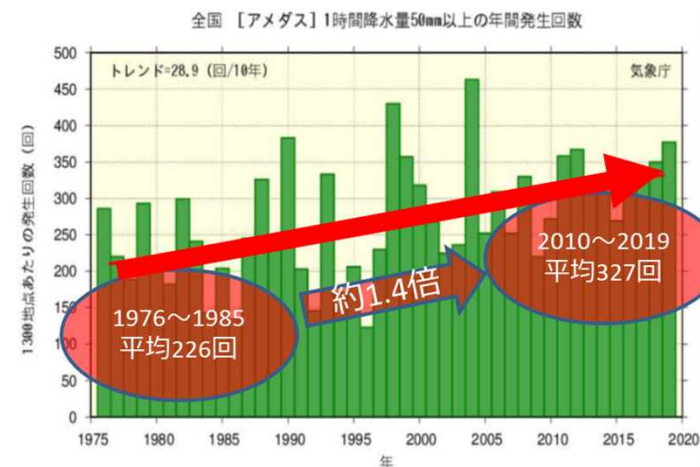
注1: 矢印は、2019年5月調査より回答割合が高い(低い)ことを示す

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

(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)」

(2) 1時間降水量50mm以上の年間発生回数



出典：気象庁ホームページ「大雨や猛暑日など（極端現象）のこれまでの変」

[https://www.data.jma.go.jp/cpdinfo/extreme/extreme\\_p.html](https://www.data.jma.go.jp/cpdinfo/extreme/extreme_p.html)

### 【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

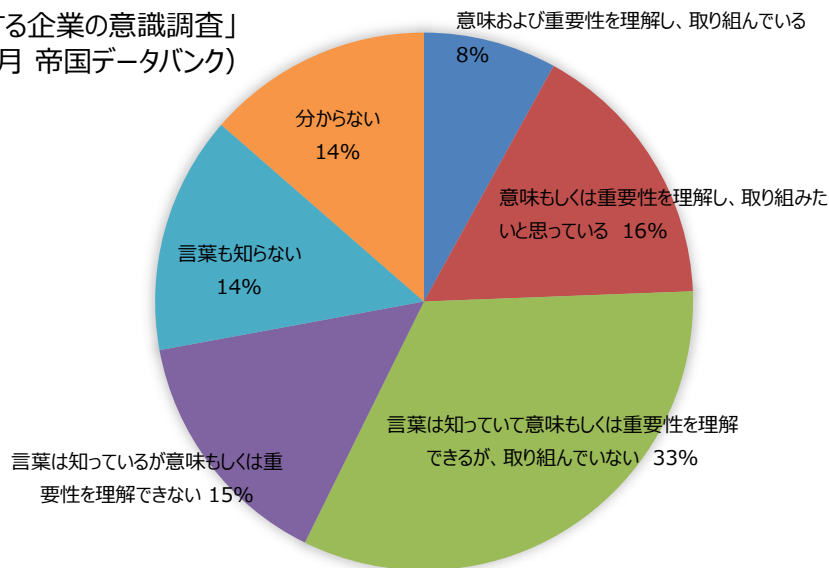
### 取組の方向性

- 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関連ビジネスの拡大

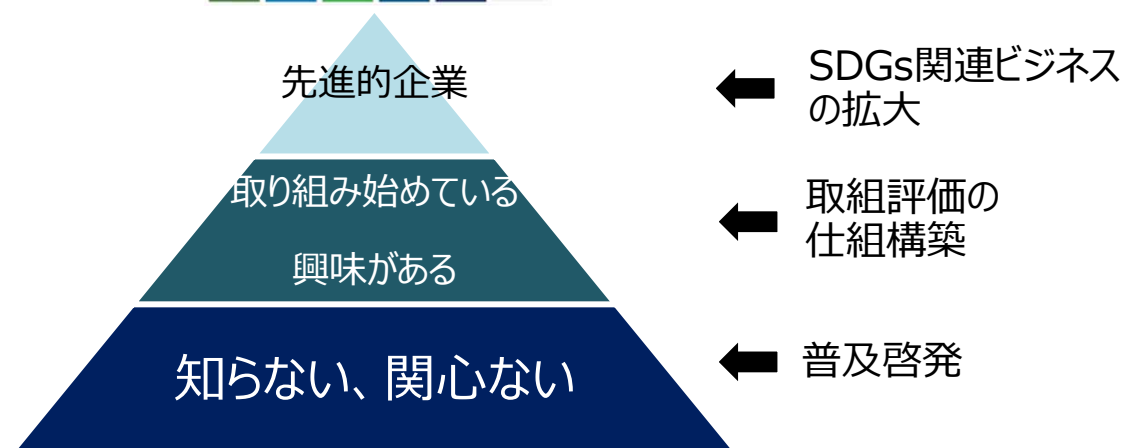
社会や地域の課題をビジネスチャンスと捉え、課題解決につなげようとする企業活動を推進する。

#### (2) 取組評価の仕組構築

取組みを評価する仕組みを構築し、企業のブランド力向上を推進する。

#### (3) 普及啓発

専門家によるコーチングプログラム等により、企業関係者や支援機関の意識改革を図る。



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。

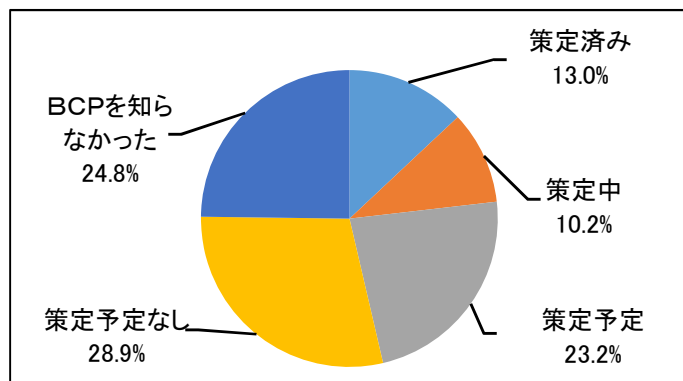
### 現状・課題

- 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

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

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

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】

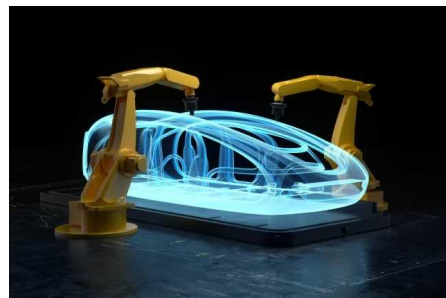
# ものづくり産業の強化・成長産業への事業領域拡大

### 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。
- 「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。



### 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と新たな価値の提供を支援する。

#### （4）地場産業の振興

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）デジタル技術による建設業や医療ヘルスケア産業との連携

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

- 少子高齢化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) 未来投資促進

サプライチェーンの再構築などの観点から、生産・物流等の新規拠点を設ける事業者への支援を行う。



## 【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、労働生産性が低い。
- 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、新たな事業展開等が必要である。

#### 主な取組

##### （1）サービス産業のイノベーション促進

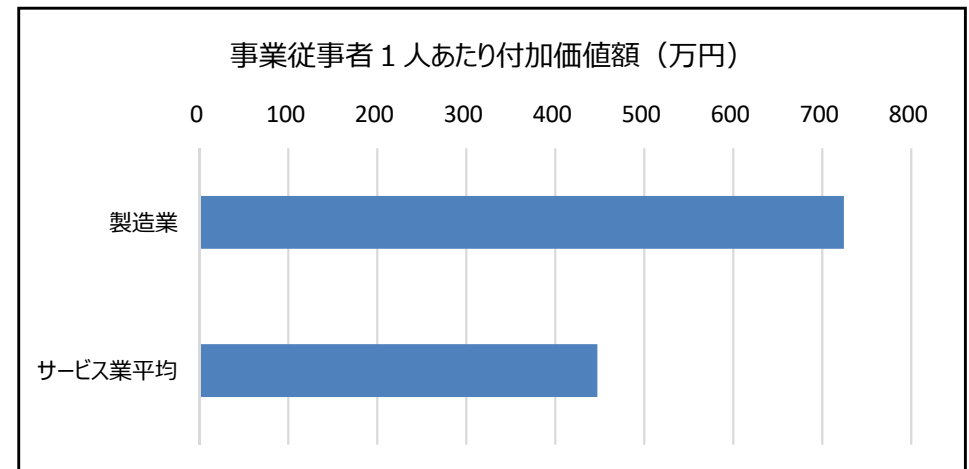
新型コロナウイルス感染症拡大により大きな打撃を受けた県内の飲食・小売等のサービス事業者に対し、デジタル技術を活用することにより、ニューノーマル時代に対応した事業展開を支援する。

##### （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

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

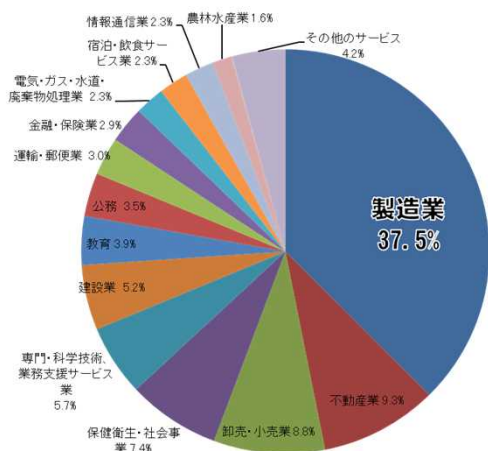
### 取組の方向性

- 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。

### 現状・課題

- 本県の産業構造として製造業が優位となっており、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IT人材が不足している。
- 5G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、ICT企業には新たな事業展開が期待されている。
- 県内ICT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企業等の高付加価値企業をターゲットに、新たな拠点等の設置に向けた支援を行う。

#### (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と連携した講義を実施するほか、大学間の単位互換制度や、本プロジェクトのカリキュラムへの組み込みを目指す。

#### (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。卒業生が、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。

#### (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(民間委託)に取り組む。

#### (6) 産業人材へのリカレント教育

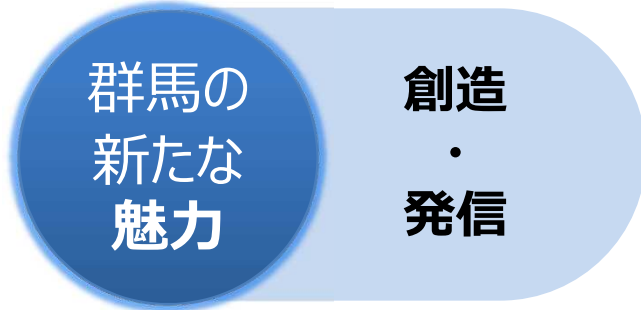
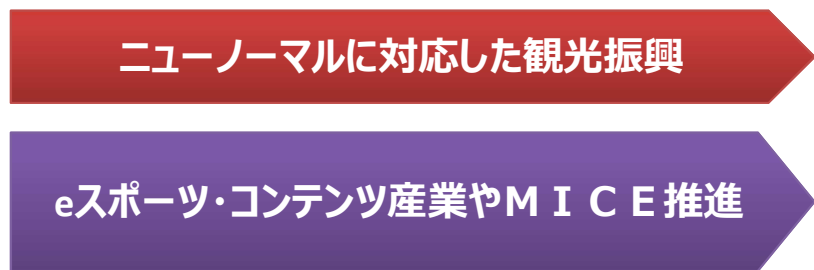
企業の経営者及び従業員を対象に、IoTをはじめとする技術分野におけるリカレント教育を実施し、時代の変化に対応できる人材を育成する。

### （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M I C E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、D X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、M I C Eの戦略的な推進により、新たな成長機会の探求を図る。



### 【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M I C E 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。

### 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

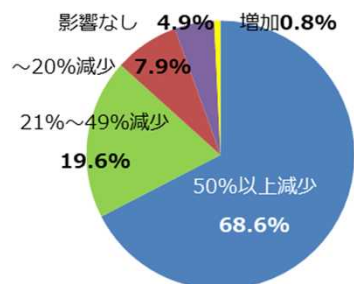
- ・多様な関係者と合意形成し、継続的に地域資源の発掘・磨き上げを行うことで、「様々な観光客に繰り返し選ばれ、かつ、観光振興による効果が地域全体を豊かにする」地域づくりを行う。

#### （４）受入環境整備

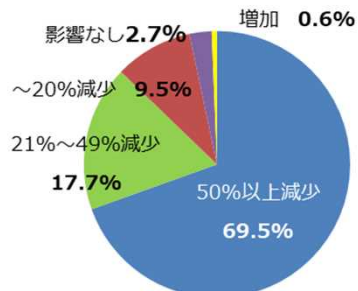
- ・感染症の状況を含む観光地の安全情報を発信する。
- ・県が業界ごとに作成している感染症対策ガイドライン等の遵守について要請することと合わせ、ガイドライン等に基づき感染症対策を適切に行っている事業者の店舗の認定を行い、安心・安全な環境づくりを促進する。
- ・観光情報HP（日本語・多言語）のリニューアルや、デジタル環境整備を行う市町村等の支援を行い、デジタル化促進のための基盤整備を進める。

■本県観光関連事業者への影響

【売上額】



【入込客・宿泊客】



（出典）群馬県「観光関連事業者アンケート」



# 【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推進しつつ、観光には欠かすことのできないリアルの良さを組み合わせることで、新しい価値や魅力を創り出し、戦略的に発信する。

### 現状・課題

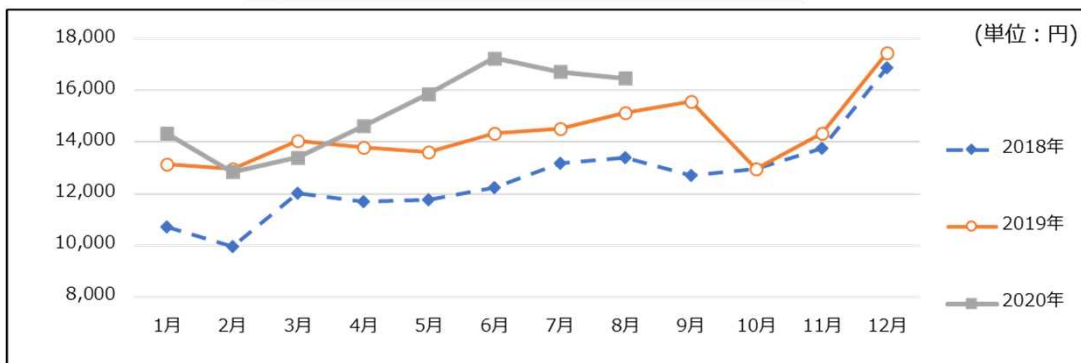
#### 【現状】

- 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E Cの利用などが増加している。
- 観光分野においても、生産性向上等が期待できるICT化の推進と、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新たな日本語・多言語HPとの連携により実施する。
- ・オンライン上で、群馬ならではの体験を可能とする新たな観光コンテンツメニューを構築する。

#### （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・高付加価値化の推進（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。
- ・オンラインやカタログギフトの活用など、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、県内や近隣県からの誘客を強化するマイクロツーリズムや新しい観光の形であるワーケーションを推進するなど、変化に臨機応変に対応する。

### 現状・課題

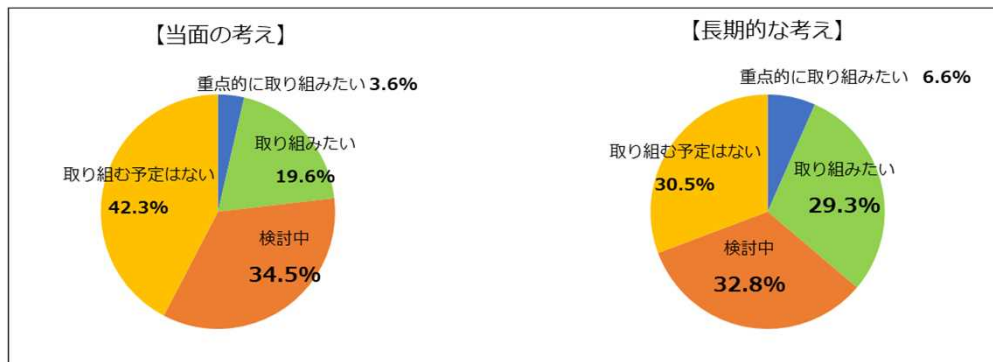
#### 【現状】

- 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



(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。

#### (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。
- ・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、ニューノーマル時代に即した新たな着地メニューの開発支援を行う。
- ・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。



# 【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

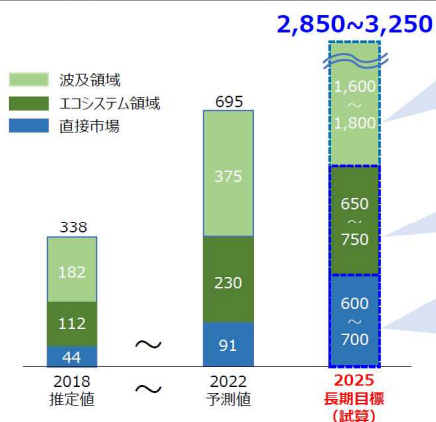
・eスポーツを切り口に、デジタルツールを活用できる人材育成を推進するとともに、eスポーツ・IT関連業界で活躍する産業人材を育成する。

##### (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で生産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

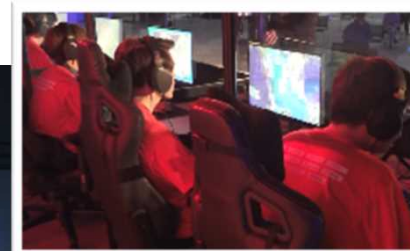
エコシステム領域の経済活動の例 → 関連機器メーカー、建設事業者、旅客輸送/宿泊施設事業者など

#### 【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)

(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)」



U19 eスポーツ選手権

# 【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

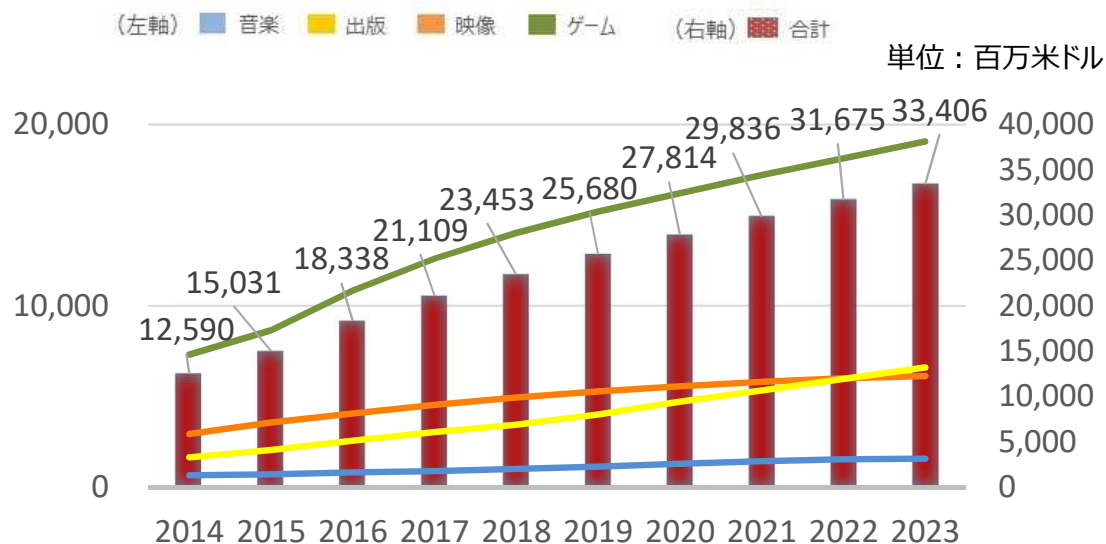
#### （１）クリエイティブ拠点化の推進

・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シング調査 2019(ライセンシングインターナショナル) 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。仕事と家庭の両立が可能な柔軟で多様な働き方の普及が求められている。
- 決められた時間・場所への出勤等、従来の働き方の障壁により、さまざまな事情を抱えた人が働けない。
- 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

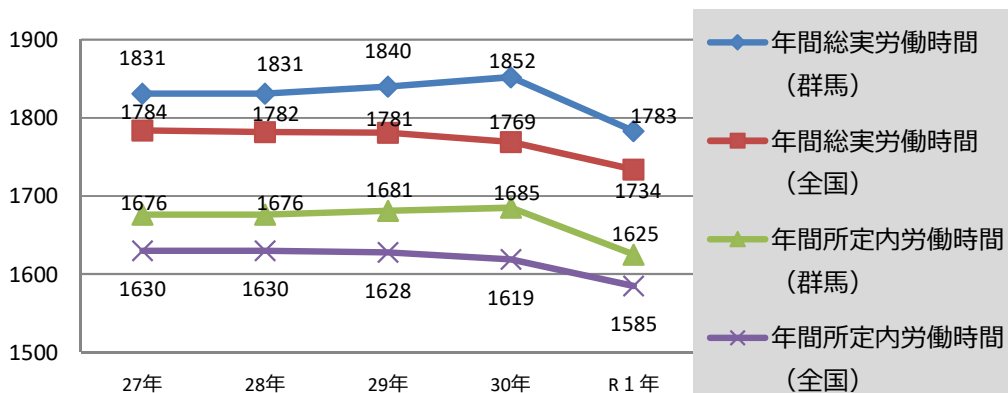
#### (1) 働きやすい職場環境づくり

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。

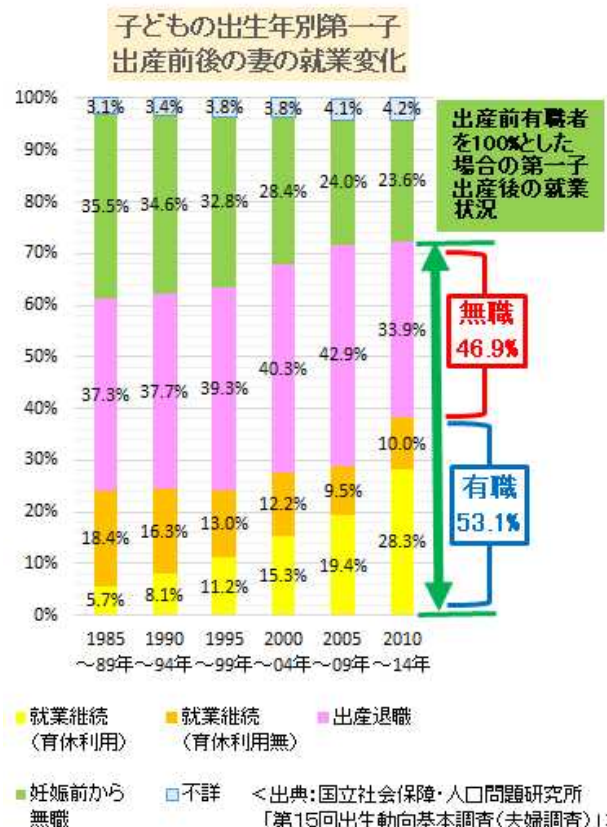
- ・働く人の環境や事情に合った働き方  
(年齢や性別、国籍、障害、病気、介護、育児など)
- ・時間や場所にとらわれない働き方  
(短時間、フレックス、テレワークなど)
- ・一つの仕事にとらわれない働き方(兼業・副業など)

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。

#### 主な取組

##### （１）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と連携した講義を実施するほか、大学間の単位互換制度や、本プロジェクトのカリキュラムへの組み込みを目指す。

##### （２）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。卒業生が、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。

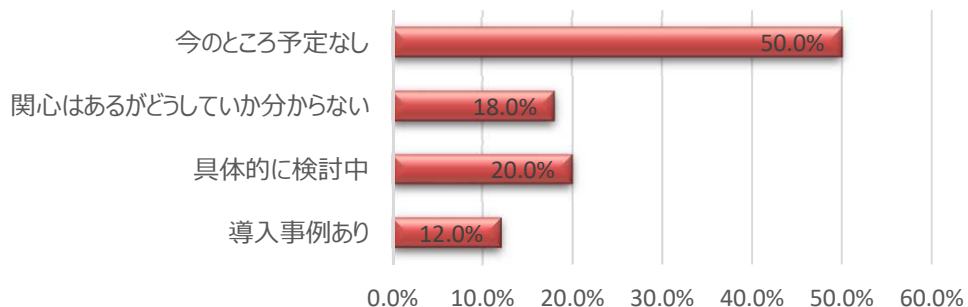
##### （３）専門知識・リテラシーの醸成、リカレント教育の推進

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（民間委託）に取り組む。

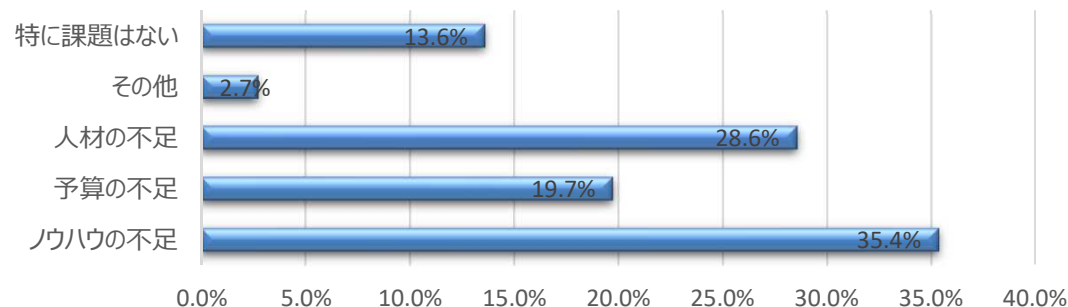
##### （４）産業人材へのリカレント教育

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。

県内企業のデジタル技術の導入について



県内企業のデジタル技術の導入における課題



# 【施策Ⅳ－3】

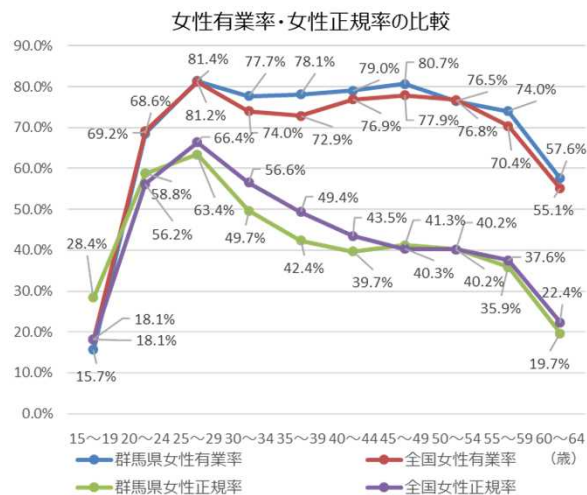
## 雇用維持・再就職に向けた支援

### 取組の方向性

- 働きたいすべての人（女性・若者・高齢者・障害者・外国籍の県民）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。

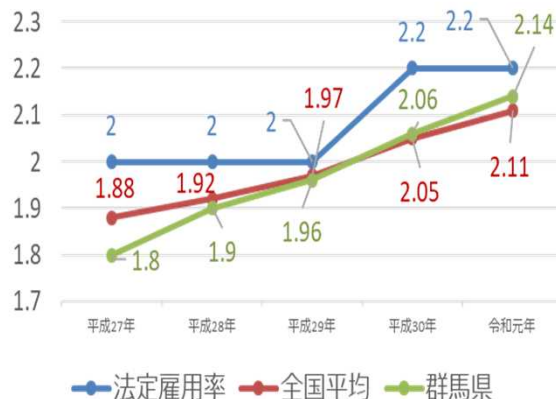
### 現状・課題

- 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。また、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。特に、女性の非正雇用者の割合が高い。
- 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）」

民間企業における障害者実雇用率の推移（単位％）



### 主な取組

#### （1）就職支援（若者、女性、シニア等）

ジョブカフェぐんま（マザーズ、シニア、就職氷河期世代向け窓口併設）において、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

継続就業に向けた、働きやすい企業の職場環境づくりを推進するほか、女性管理職の意識醸成、女性の正規就業化を支援する。

#### （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。

# 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、P D C A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）

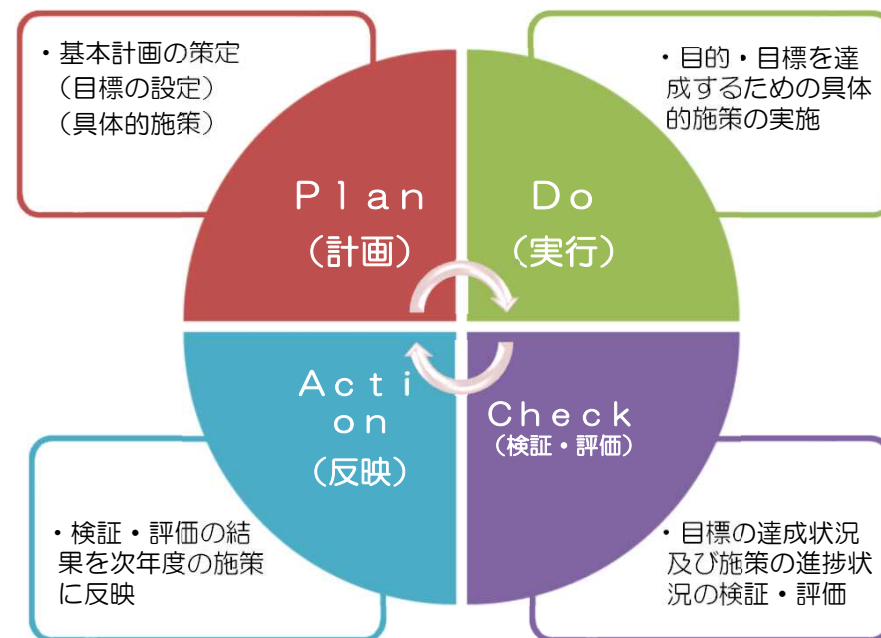
- 「1人当たり県民所得」「県内総生産」など
- 10年後の目標値に対し、現在の到達点を確認

### ②産業振興基本計画（3年後の到達点）

- 4つの基本方針ごとに成果を検証できる主な評価指標を設定
- 3年後の目標に対し、各年度における実績を評価・検証

### ③年度ごとのアクションプラン（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）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



※KPI：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。
- 新型コロナウイルス感染症による影響を払拭することを目標とする。

全体目標・目指す姿 (KPI)		現状値		目標値	出典、算出方法
1	県内総生産（名目）	89,704億円	平成29（2017） 年度	93,000億円	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	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	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	908万1千円	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K P Iを設定する。

	目標・目指す姿 (K P I)	現状値		目標値	出典、算出方法	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2年度 (2020)	<b>90者 (R3～R5)</b>	経営支援課調べ	○	○			
6	地域経済牽引事業計画策定件数	<b>68件(H29～R1)</b>	令和元年度 (R2.3.31時点)	<b>75件 (R3～R5)</b>	未来投資推進室調べ			○		
7	事業承継計画策定件数	<b>293件(H30～R1) (R2.11月末：120件)</b>	令和元年（2019）	<b>600件 (R3～R5)</b>	経営支援課調べ	○	○	○		
8	事業継続計画（BCP）策定支援数（県関係分）	<b>396件（H26～R1） (R2.11月末:37件)</b>	令和元年（2019）	<b>150件 (R3～R5)</b>	経営支援課調べ			○		
9	観光消費額	<b>2,845億円</b>	令和元年（2019）	<b>2,980億円</b>	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	<b>865万人泊</b>	令和元年（2019）	<b>880万人泊</b>	観光庁「宿泊旅行統計」	○			○	
11	年次有給休暇取得率	<b>52.4%</b>	令和元年（2019）	<b>62.0%</b>	就労条件総合調査特別集計	○				○
12	管理職に占める女性の割合	<b>16.2%</b>	平成29年（2017）	<b>25.0% (4人に1人)</b>	就業構造基本調査	○				○
13	民間企業における障害者実雇用率	<b>2.14%</b>	令和元年(2019)	<b>2.25%</b>	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）	<b>1,072人</b>	令和元年度 (R2.3.31時点)	<b>1,200人</b>	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。