

Ⅲ

本県産業の特徴と課題

1 本県の立地環境・地域資源

特 徴

本県は、東京から60kmから160kmに位置しており、比較的平坦で、東西約84km、南北約98km、面積は関東地方最大となる6,408.09km²を有し、産業活動の基盤となる土地や水資源にも恵まれています。

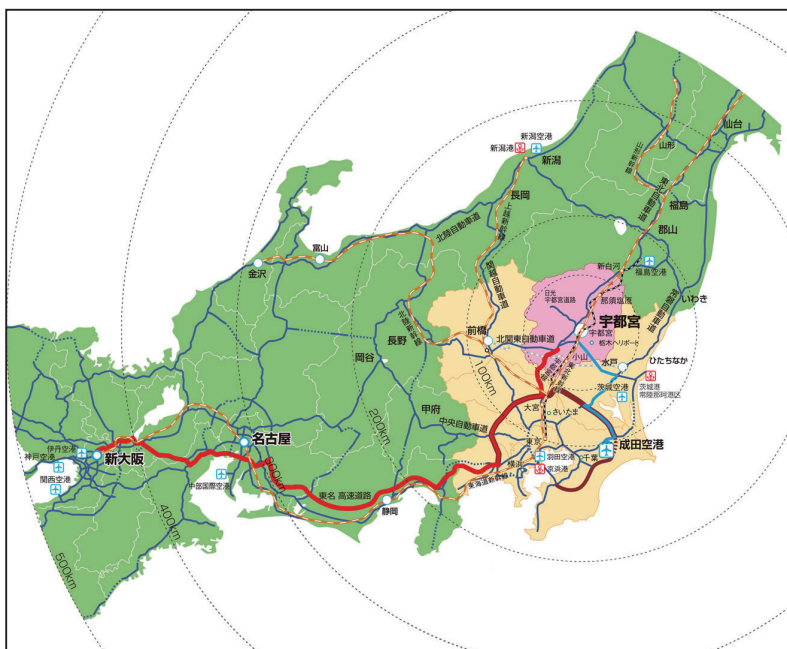
県を南北に通る東北縦貫自動車道や国道4号、新4号国道の幹線道路、東西には北関東自動車道や国道50号など、東西南北にネットワークを形成し、さらには、首都圏中央連絡自動車道（圏央道）により、本県と成田空港のアクセスの利便性が向上するとともに、東海地方や関西地方、多摩地域を中心としたものづくり産業の集積地である首都圏西部地域に、都心を経由せずアクセスすることが可能となっています。

鉄道では、東北新幹線により東京から小山まで41分、県都宇都宮まで最速49分で直結しているなど、東京への通勤が可能な圏域となっています。さらに、上野東京ラインの開通によるJR宇都宮線の東京駅乗り入れと東海道線との直通運転、北陸新幹線の開通により、首都圏南西部や日本海側との交通の利便性が向上しています。

このような道路や鉄道網の整備等によって、産業活動や人の交流に必要な交通における地理的優位性が高まっています。

また、本県は日光国立公園や渡良瀬遊水地等ラムサール条約湿地などの貴重な自然や、豊富な温泉に恵まれ、日光、那須といった我が国を代表する観光地を有するとともに、世界遺産「日光の社寺」や日本遺産「足利学校」などの歴史文化遺産、ユネスコ無形文化遺産の「烏山の山あげ行事」や「鹿沼今宮神社祭の屋台行事」等の伝統行事など、優れた歴史と文化を有しています。

さらに、豊富で良質な水、穏やかな気候、肥沃な農地などの恵まれた環境と、大消費地に近いという地理的条件などを生かしなが、米麦、園芸、畜産などが需要動向に応じて生産されており、52年連続日本一の収穫量を誇るいちごをはじめ全国上位を占めるかんぴょう、二条大麦、にら、日本なしなどの農産物、生産量全国2位となる生乳、全国的に飼養頭数の多い肉用牛などの畜産物、全国的に高い品質が認められている日本酒、さらには、ユネスコ無形文化遺産に登録された「結城紬」や日本遺産に認定された「益子焼」等の伝統工芸品など、とちぎの魅力の向上と産業の成長を実現する多様な地域資源を有しています。



県都宇都宮からの交通アクセス

○新幹線

- 東京：最速49分
- 名古屋：約2時間30分
- 大阪：約3時間30分

○空港アクセス（自動車利用）

- 羽田空港：約1時間30分
- 成田空港：約1時間30分
- 茨城空港：約1時間

○港湾アクセス（自動車利用）

- 京浜港：約2時間
- 茨城港：約1時間

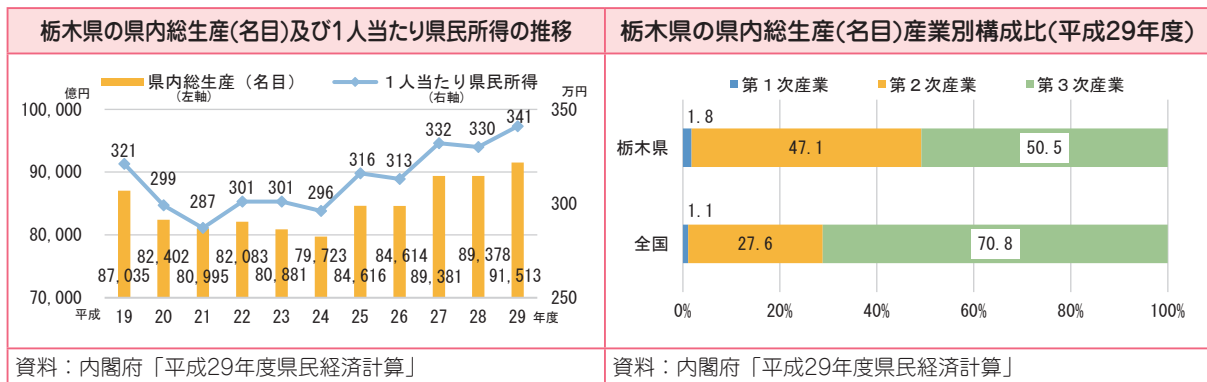
2 本県の産業構造の特徴と課題

(1) 本県の産業構造

特 徴

① 統計調査の結果に基づく現状

- 本県では、昭和30年代後半（1960年代）からの積極的な工業化政策により、第1次産業から第2次産業へのシフトが進み、県内総生産及び県民所得も順調に増加してきました。近年では、平成20（2008）年のリーマンショックに端を発した世界同時不況や、平成23（2011）年3月の東日本大震災の影響による景気の落ち込みがありました。その後は回復傾向にあり、平成29（2017）年度の県内総生産（名目）は9兆1,513億円で全国15位、1人当たり県民所得は341万円です。
- 本県の産業構造は、全国的な傾向と同様に第3次産業へシフトしつつありますが、第2次産業、特に製造業の割合が全国平均と比較すると高く、第3次産業の構成比が低いことが特徴となっており、平成29（2017）年度の県内総生産に占める第2次産業の構成比は47.1%で、全国平均の27.6%より19.5ポイント高く全国2位となっています。
- 本県企業1,000社（回答535社）を対象とした令和元（2019）年度栃木県国際経済交流調査では、平成30（2018）年度の輸出額は7,394億円になっています。また、県内における外国人宿泊数は増加を続けており、令和元（2019）年度は過去最高の24万7千人に達しています。このように、人口減少に伴う国内需要の減少が懸念される中、世界の需要を取り込む動きが進展しています。



課 題

- 本県の強みであるものづくり産業の振興を図るため、成長が期待できる産業分野への戦略的な取組、AIやIoT、ロボット等の未来技術の活用などを通じて、生産性向上や高付加価値化を図り、更なる成長・発展を実現していく必要があります。
- サービス産業については、少子高齢化に伴う社会構造の変化等を背景に重要性が増しており、今後も成長・発展を続けていくことが期待できることから、ICTの活用や人材育成などにより、新たなサービス等の創出や経営力向上を促進していく必要があります。
- Society5.0実現の加速化による本県産業の成長と地域課題の早期克服に向けて、AI等の導入・利活用など未来技術の社会実装を促進していく必要があります。
- 本県産業の持続的な発展に向けて次世代産業を創出するため、大学等の技術シーズを活用したベンチャー企業や地域における新たな価値を創出する企業の創出・育成を図る必要があります。
- 世界経済の活力を本県産業の成長・発展につなげていくため、本県企業の海外展開支援や県産品の輸出促進、外国人観光客の誘客促進の取組が必要となっています。

(2) 製造業

特 徴

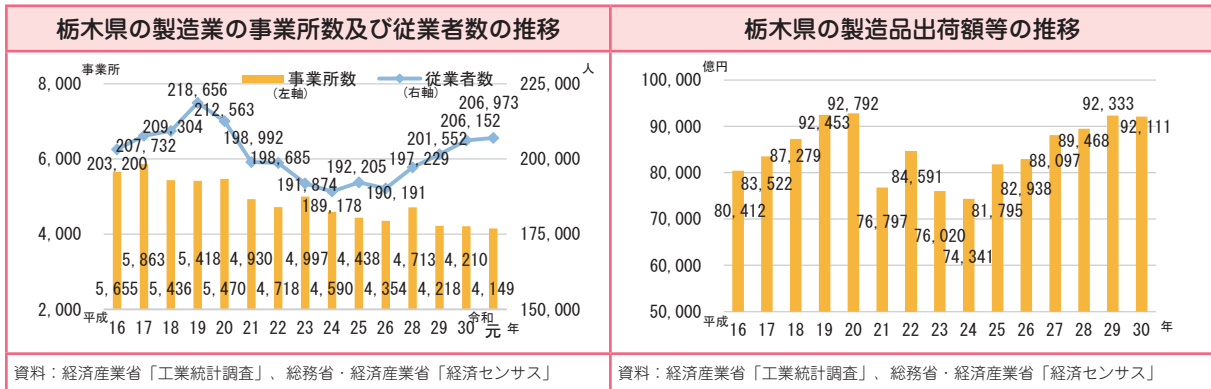
① 統計調査の結果に基づく現状

- 本県の製造業は、令和元（2019）年で事業所数（従業者4人以上）が4,149所、従業者数が20万6,973人であり、平成25（2013）年との比較ではそれぞれ、289所減、1万4,768人増となっています。また、平成30（2018）年の製造品出荷額等は9兆2,111億円で、平成25（2013）年との比較で1兆316億円増加しています。

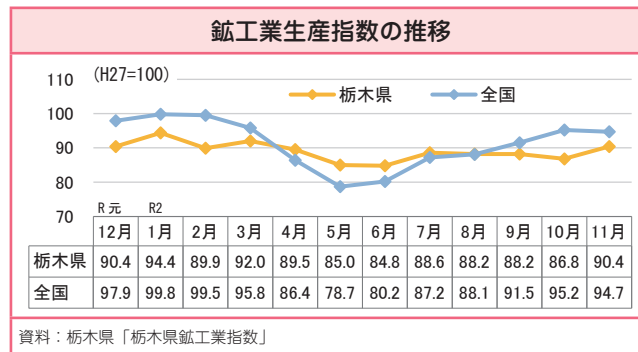
〔区別の業種割合（上位3業種）〕

（事業所数、従業員数は令和元（2019）年、製造品出荷額等は平成30（2018）年）

事業所数の割合	金属	13.5%	プラスチック	11.0%	食料品	10.0%
従業員数	輸送機械	16.2%	食料品	11.9%	プラスチック	9.5%
製造品出荷額等の割合	輸送機械	15.6%	電気機械	10.9%	飲料・たばこ	10.3%



- 新型コロナウイルス感染症の影響について、栃木県鉱工業生産指数の推移を見ると、令和2（2020）年11月は90.4となり、4か月ぶりの上昇となりました。



② 工業基本調査（令和元（2019）年度）の結果

下請的立場にある事業所	57.5%				
今後の発注元との下請的な関係（主な回答）					
現在の関係を維持したい	発注企業を分散したい	特定の発注企業との関係を強化したい	自社製品開発等により自立したい		
57.3%	19.8%	15.8%	5.6%		
生産性向上に向けた取組状況					
取り組んでいる	取組を計画している	今後取り組みたい	取り組む予定はない		
39.5%	2.8%	31.2%	25.8%		
導入しているデジタル技術（「導入している」割合）					
IT	IoT	ロボット	RPA ^{※1}	ビッグデータ	AI
38.8%	14.0%	10.4%	3.2%	3.2%	0.4%

※1 Robotics Process Automationの略称。ロボットによる業務自動化のこと。

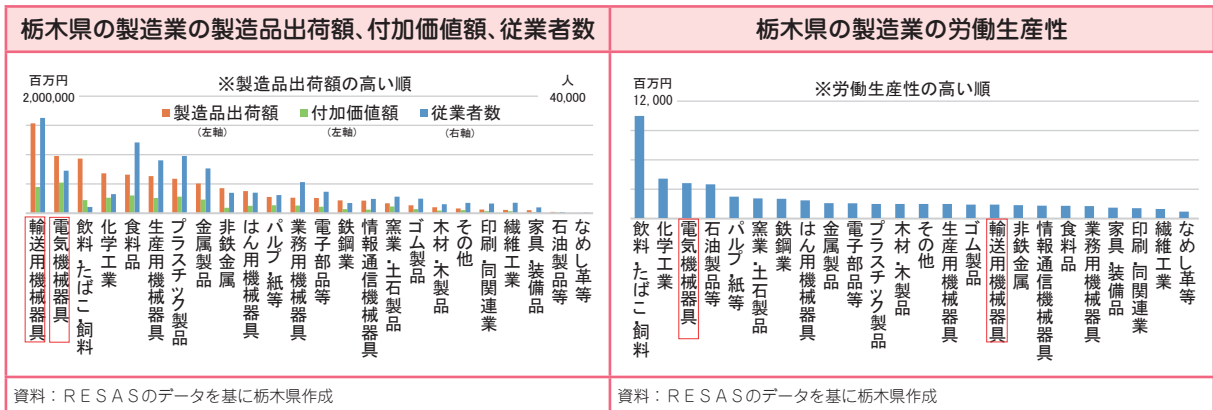
新製品開発等の取り組み				
新製品開発 18.5%	新分野事業 9.7%	どちらもしていない 73.2%		
海外ビジネス（「行っている」割合）		22.5%		
海外ビジネスの内容				
輸入（直接・間接を 問わない） 10.6%	他社（国内の商社、卸 業者）を通じた間接輸出 10.4%	海外拠点がある （代理店は除く） 10.3%	貴事業所による 直接輸出 8.6%	
輸出先国（主な回答）				
中国 46.4%	アメリカ 30.4%	タイ 30.4%	韓国 20.3%	
自由貿易協定等の影響				
競争の激化 16.5%	販売価格(国内向 け)の低下 13.7%	売上の減少 (国内向け) 13.3%	仕入れコスト(国内 調達)の低下 8.4%	仕入れコスト(海外 調達)の低下 8.0%
利用したことのある公的研究機関や大学等				
産業技術センター (本所) 21.4%	県南技術支援 センター 4.8%	県内大学等 4.0%	県外大学等 2.4%	利用したことがない 72.2%
事業継続の予定				
自分の引退後も事業を継続させたい 62.2%	自分の代で事業を辞めたい 10.3%	分からない 27.5%		
BCPの策定状況				
策定している 17.7%	策定中 6.0%	策定を検討している 18.6%	策定の予定はない 26.2%	分からない 31.5%

③ 企業ヒアリング（令和元（2019）年度）の調査結果とりまとめ

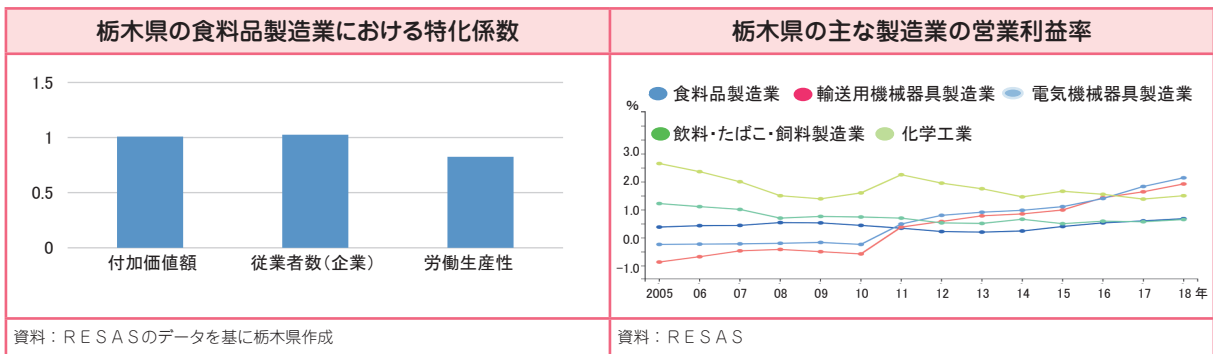
中小企業
<ul style="list-style-type: none"> ●OEM（相手先ブランド名製造）だけでなく自社ブランド製品の製造で下請からの脱却を目指している。（業務用機械器具製造業） ●販路を拡大するため、西日本や海外での展示会へ出展の取組を進めている。（食料品製造業等） ●産業クラスターへの支援は地理的に区切ることが多いが、部品、製造設備、人材等を有する企業との連携が有効であるため、より柔軟性をもって取り組める仕組みにしてほしい。（輸送用機械器具製造業） ●ロボットを導入したくても導入できない企業も多く、特に食料品製造業者は、低単価で利益幅が少ないため、そのような企業に対する補助等があれば良い。（食料品製造業） ●協力企業の中には後継者の不在に悩む企業があり、このような企業が事業継続できない際の自社への影響等に不安がある。（輸送用機械器具製造業等） ●デジタル技術を活用することによって、比較的単純な作業における人手不足への対応と生産性向上に繋がっている。（業務用機械器具等）
大手企業
<ul style="list-style-type: none"> ●昨今の日韓関係の冷え込み、米中貿易摩擦の影響を受けており、今後の先行きが不透明である。（輸送用機械器具製造業等） ●多品種少量生産のため、問題があった場合の早期解決、品質改善等の点から、県内企業との取引を行っている。（業務用機械器具製造業） ●中小企業に対する支援は多いが、一定規模の企業に対する支援や上場等企業がステップアップするための支援が少ない。（生産用機械器具製造業等） ●光学技術はさまざまなものづくり分野の高度化に寄与するので、重点的にその活用を図っていく必要がある。（業務用機械器具製造業）

④ 地域経済分析システム（RESAS）による本県分析

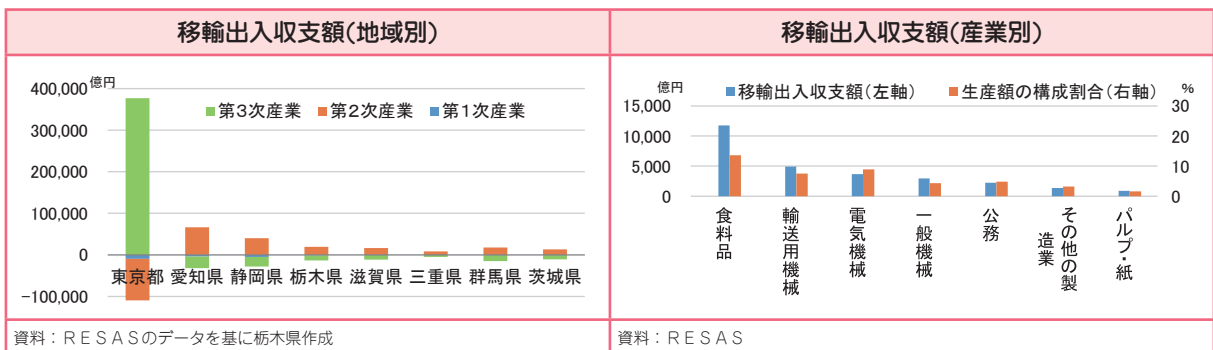
本県における自動車・航空宇宙・医療福祉機器関連の主な企業が含まれる輸送用機械器具製造業、電気機械器具製造業を見ると、製造品出荷額、従業員数及び付加価値額が上位に位置する一方、労働生産性では中下位となっています。（いずれも平成29（2017）年の値）



食料品製造業では、特化係数（全国平均との比較係数）が付加価値額や従業員数で概ね1となり全国水準であるものの、労働生産性は1を下回っており（平成28（2016）年）、さらに、営業利益率では他の製造業に比べ低く、伸びが緩やかになっています。



本県の移輸出入収支額（域外からの移出・輸出に伴う収入額から域外への移入・輸入に伴う支出額を差し引いたもの。以下、「収支額」。）は全国第4位となっています。また、東京都を除く上位4県においては、収支額に及ぼす第2次産業の割合が高くなっています。さらに、第2次産業のうち、本県においては「食料品」の収支額が高くなっています。（平成25（2013）年）



課 題

- 今後も「ものづくり県」として成長・発展するためには、本県の優れた技術や産業集積を強みとする自動車産業、航空宇宙産業及び医療福祉機器産業に対し、大企業との協業や連携を促進するなど競争力強化につながる支援策を展開するとともに、AI・IoT・ロボット技術、光学技術及び環境・新素材技術を新技術・新製品開発などに活用促進していく必要があります。
- Society5.0実現に向けた動きが加速する中、5G^{※1}（第5世代移動通信システム）やロボット等の未来技術の導入・活用による生産基盤の強化を促進するとともに、MaaS^{※2}に代表されるようなものづくりとサービスが融合した新たな製品・サービスなど、新たな事業の創出・育成を推進することにより、県内ものづくり企業の生産性と付加価値の向上を図る必要があります。
- 地域未来牽引企業や産業分野の中核的な企業など、今後の地域経済をリードする担い手となり得る企業を創出・育成していくため、重点的な支援を行っていく必要があります。
- 新たな販路、取引を拡大するため、西日本をはじめ県内外での展示商談会の開催及び出展や、アジアや欧米等の市場獲得に意欲を持つ事業者に対して、海外展開や人材確保・育成等に関する支援を行う必要があります。
- 人的資源や資金に限りのある中小企業が抱える技術、経営、マーケティング等の事業課題の早期解決やオープンイノベーション^{※3}の促進を図るため、産学官金連携を一層推進していくとともに、企業が身近で支援を受けられるよう、栃木県産業技術センターの施設・機器整備、（公財）栃木県産業振興センターの機能強化を図っていく必要があります。
- 下請的な立場にある中小企業・小規模事業者が多く、景気や為替の変動等の影響を受けやすいことから、特許等を取得・活用した自社製品の開発や提案型企業への転換、IoTやロボット等の活用による経営基盤と競争力の強化を図るための更なる支援を行う必要があります。
- 気候変動や地震等の発生に伴う大規模自然災害、国際的な脅威となっているウイルス感染症、インターネットを介したサイバーテロ等に備えるため、事業継続計画（BCP）の策定や見直し、事業継続マネジメント（BCM^{※4}）の実施に対して、普及啓発・策定支援を行うなど、非常事態への対応力の向上を支援する必要があります。
- 日本酒や伝統工芸品など、本県特有の優れた地域資源を生かした製品の開発を支援するとともに、幅広く周知し、販路拡大を支援する必要があります。
- 食品関連産業の更なる成長に向けて、“フードバレーとちぎ”^{※5}のネットワークの強みを生かしながら、引き続き農商工連携を促進し、商品開発、販路開拓を戦略的に支援することにより、本県の“食”のブランド力を高めるほか、労働生産性向上のための未来技術等の導入を促進する必要があります。

※1 5th Generationの略称。

※2 Mobility as a Serviceの略称。出発地から目的地まで、利用者にとっての最適経路を提示するとともに、複数の交通手段やその他のサービスを含め、一括して提供するサービスのこと。

※3 自社技術だけでなく他社、大学、研究機関といった外部とともにそれぞれが持つ技術やアイデアを組み合わせ、革新的な商品やビジネスモデルを生み出すこと。

※4 Business Continuity Managementの略称。

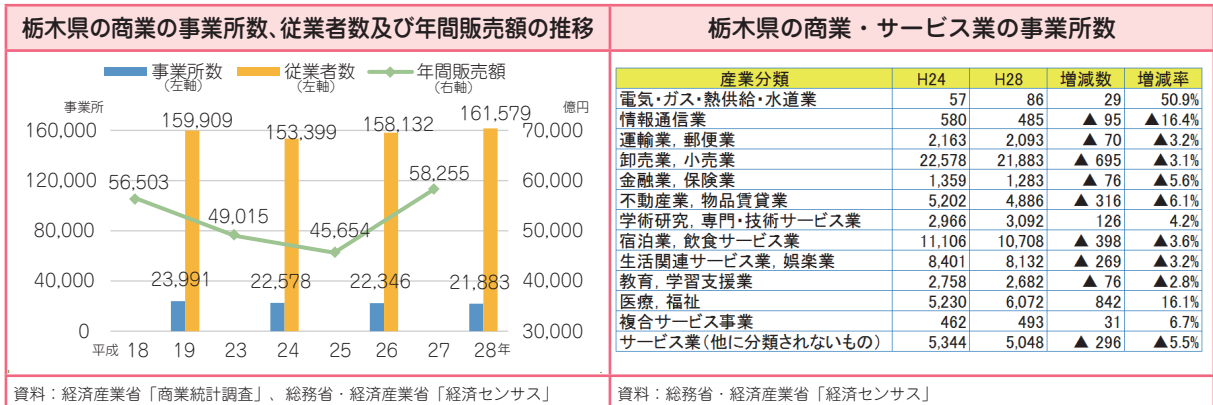
※5 本県の豊かな農産物や豊富で良質な水、恵まれた立地条件を生かし、農業や食品製造業をはじめ、流通業、小売業、さらには観光、サービス産業など、第1次産業から第3次産業まで幅の広い“食”に関する産業の振興を図る取組のこと。

(3)商業・サービス業

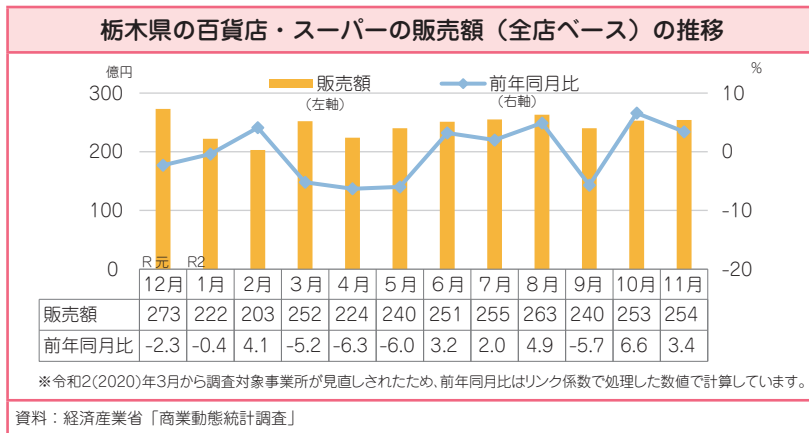
特徴

① 統計調査の結果に基づく現状

- 本県の商業（卸売業、小売業）は、平成28（2016）年には、事業所数2万1,883所、従業者数16万1,579人となっており、平成24（2012）年からそれぞれ、695所減、8,180人増となっています。また、平成27（2015）年の年間販売額は5兆8,255億円で、平成23（2011）年との比較で9,240億円増加しています。
- 商業・サービス業の事業所数は、平成28（2016）年度には、「卸売業、小売業」2万1,883所（構成割合32.7%）、「宿泊業、飲食サービス業」1万708所（同16.0%）、「生活関連サービス業、娯楽業」8,132所（同12.1%）、「医療、福祉」6,072所（同9.1%）などとなっています。



- 新型コロナウイルス感染症の影響について、本県の百貨店・スーパーの販売額（全店ベース）の推移を見ると、令和2（2020）年9月に前年同月比-5.7%となりましたが、その後2か月連続で前年同月を上回っています。



② 商業・サービス業実態調査（令和元（2019）年度）の結果

経営上の問題点(最も多い回答)					
卸売業		小売業		サービス業	
価格競争の激化		取扱商品・サービスの売上の減少・低迷		従業員の確保	
33.3%		35.0%		29.7%	
経営上の課題解決のために利用する相談窓口(上位2位の回答)					
卸売業		小売業		サービス業	
税理士	公認会計士	税理士	商工会議所等	税理士	商工会議所等
38.8%	20.9%	41.5%	20.8%	30.2%	15.1%

ICT等の導入状況（「導入している」の割合）			
卸売業	小売業	サービス業	
57.6%	46.1%	43.0%	
キャッシュレス決済の導入状況（「導入している」の割合）			
卸売業	小売業	サービス業	
14.5%	32.8%	15.2%	
今後力を入れていきたい販路開拓（最も多い回答）			
卸売業	小売業	サービス業	
新商品（新サービス）企画開発	新商品（新サービス）企画開発	新商品（新サービス）企画開発	
32.4%	18.9%	13.2%	
事業継続意向			
回答	卸売業	小売業	サービス業
自分の引退後も、事業を継続させたい	50.9%	28.7%	35.7%
自分の代で事業を辞めたい	32.7%	49.4%	43.2%
後継者の予定			
回答	卸売業	小売業	サービス業
自分の代で事業を辞める	30.2%	43.3%	42.2%
まだ検討していない	28.3%	25.6%	22.8%
後継者は決まっている	30.2%	24.7%	20.2%
今後、後継者を決める（探している）	11.3%	4.7%	13.4%
BCPの策定状況（策定している又は策定中である事業所）			
卸売業	小売業	サービス業	
18.5%	5.5%	10.0%	
BCPを策定しない理由（主な回答）			
回答	卸売業	小売業	サービス業
必要性を感じない	64.7%	61.6%	65.2%
策定に必要なスキル・ノウハウがない	29.4%	18.6%	14.8%

③ 創業者実態調査（令和元（2019）年度）の結果

創業を志した理由（上位3位）		
仕事の経験や技術、知識や資格を活かすため	自分の裁量で仕事がしたかった	社会貢献のため
41.0%	34.6%	31.4%
開業前の課題（上位3位）		
一般的な経営知識（財務・税務・会計含む）の習得	起業のための手続	人材の確保
33.2%	31.9%	30.7%
開業に当たって利用した支援制度（上位3位）※「特にない」（64.1%）以外の回答		
商工会・商工会議所への相談	先輩創業者等からの指導や創業者との交流	創業塾・セミナー
10.1%	8.7%	8.7%
開業後に直面した課題（上位3位）		
人材の確保	一般的な経営知識（財務・税務・会計含む）の習得	顧客や販路の確保
45.2%	31.4%	30.4%

④ 創業塾受講者実態調査（令和元（2019）年度）の結果

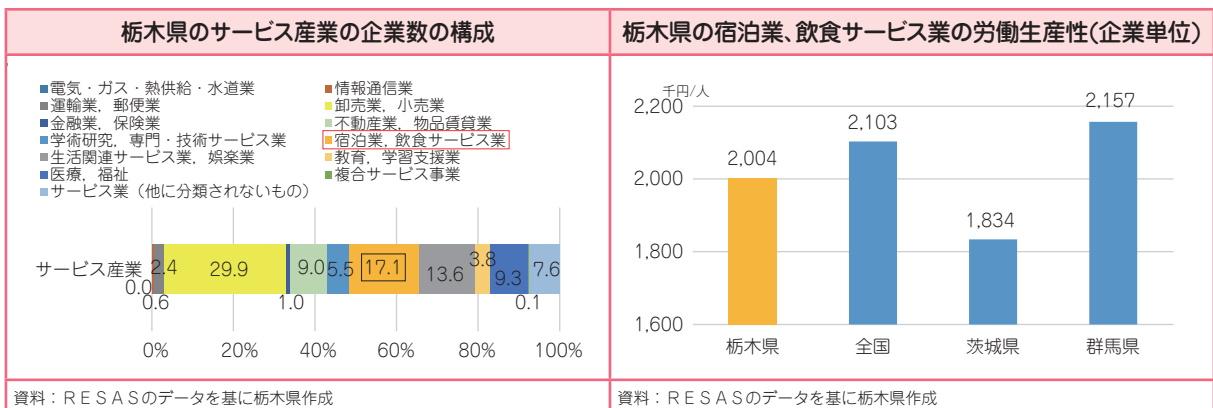
創業に当たって、現在直面している課題（上位3位）		
資金調達 38.8%	一般的な経営知識（財務・税務・会計含む）の習得 34.7%	事業特有の専門知識・資格の習得 22.4%
創業に至らなかった理由（上位3位）		
自身の経営者としての資質・能力に不安 26.7%	必要な知識や技術等が不足していた 23.3%	家庭環境が変化（結婚、離婚、出産、介護など） 23.3%
創業への再度チャレンジの意向（「チャレンジしたい」の回答）		39.3%

⑤ 企業ヒアリング（令和元（2019）年度）の調査結果とりまとめ

- 外国人顧客に対する多言語対応や、多様な顧客ニーズへの対応（24時間365日営業等）が必要になっている。（物流事業者）
- 商店街では老舗が多いため、後継者や担い手となる若手が少なく、組合としての取組が行いづらくなっている。（商店街振興団体）
- ネットスーパーは大規模でやらなければ採算確保が難しく、自社では対応できない。（食品スーパー）
- 今後は、高齢者の電球交換や買い物支援等の地域貢献型の事業を展開していく予定であるが、そこでしっかりと収入を確保できるようにすることが重要である。（物流事業者）
- 商業の活性化に向けて、建築物の許可基準等の規制緩和を行ってほしい。（百貨店）
- インターネットを活用したサービスを提供するためには、通信インフラが重要となるが、観光地等では通信環境が不十分なエリアも多いので、行政等で対応してもらいたい。（ホテル）
- IoT等の導入には、導入する地域ベンダーのリテラシーの底上げも重要である。（情報通信機械器具製造業）
- キャッシュレスの推進は、レジ作業、事務手続も効率化されるため、企業としては望ましいものの、現金を使う顧客が多く、その顧客を大切にしていく必要がある。（食品スーパー）

⑥ 地域経済分析システム（RESAS）による本県分析

栃木県におけるサービス産業の企業数の中で多数を占める宿泊業、飲食サービス業の労働生産性は、全国平均を下回っています。（平成28（2016）年）



課 題

- 人口減少・少子高齢化等による国内需要の減少や、国内外の競争の激化等に対応し、中小企業・小規模事業者が事業を発展させていくためには、創業期から成長期、成熟期などの各ステージに応じた事業者への支援を充実させていく必要があります。
- サービス産業の生産性は、製造業等と比べ低く、中でも、その大多数を占める中小企業・小規模事業者の生産性は大企業と比較し低いことから、生産性の向上、高付加価値化を推進していく必要があります。
- 特に小規模事業者ほど、顧客のニーズ把握や新規獲得、新商品開発、情報収集・発信、事業承継の対応などに苦慮していることから、人材の確保・育成や個店の経営安定・発展のため、行政や商工団体等による支援の充実が必要です。
- 商業・サービス業を営む小規模事業者が多くを占める商店街は、後継者不足による空き店舗の増加、消費スタイルの多様化や郊外立地型大型店等との競争など、様々な課題を抱えていることから、その実態を明らかにするとともに、それぞれの地域の歴史や伝統・文化、観光や農産物などの地域資源を生かし、個性と特色のあるものとして活性化が図られるよう支援していく必要があります。
- 商業・サービス業実態調査では、小規模事業者ほど「適切な後継者がいない」ことなどを理由に廃業を考えていることから、これら事業者と新規創業等を希望する人材とのマッチングの取組を進める必要があります。
- 事業継続計画（BCP）は、大規模な自然災害やウイルス感染症発生等の緊急時における事業の継続又は早期復旧により、取引先の維持・獲得、企業の信頼度の向上に資する効果があるほか、BCPの策定を通じて企業の業務改善の効果が期待でき、中長期の経営戦略を練る機会にもなることから、未策定の企業等に対して普及啓発・策定支援を行う必要があります。
- 経済情勢の変化に影響を受けやすい中小企業・小規模事業者の経営基盤の安定・強化を図るため、円滑な資金繰り等への支援を行っていく必要があります。
- 海外展開している事業者が少数に留まっていますが、地域の特性や購買層など、ターゲットを具体化した上で、事業展開が図られるように支援していく必要があります。
- 観光地、商店街等で商業・サービス業を営む事業者の多くは、マーケティングに必要なデータの収集・集積、分析・活用が進んでいないことから、今後加速するキャッシュレス決済などから得られる販売データや、県民、観光客の移動動向、消費動向等を総合的に分析することで、客観的なデータに基づく効果の高い商業施策の立案、新商品・新サービスの企画開発、新ビジネスの創出などにつなげていく必要があります。
- 県内企業のICT化を促進するため、その導入を担う地域ITベンダー^{※1}における先端技術の導入や人材育成への支援の充実を図る必要があります。

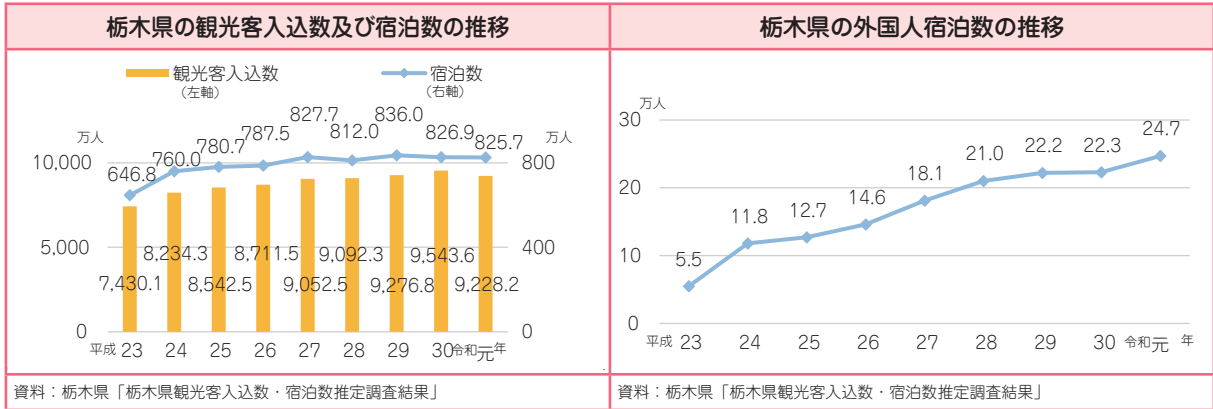
※1 IT関連の機器やソフトウェア、システム、サービスなどを販売する企業のこと。

(4)観光

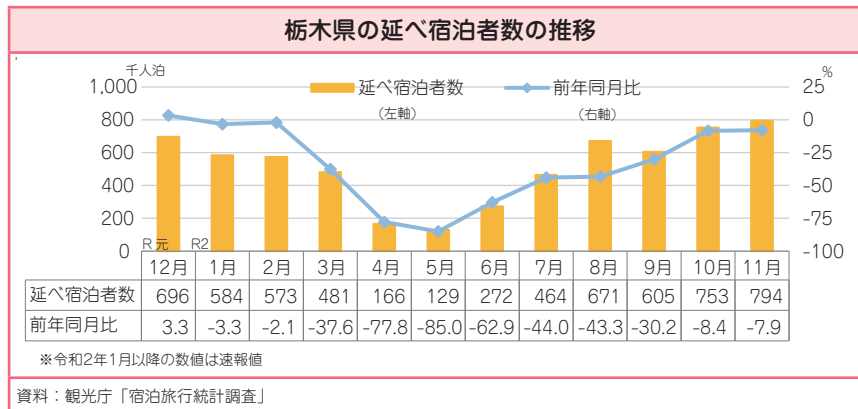
特 徴

① 統計調査の結果に基づく現状

- 令和元（2019）年の本県の観光客入込数は9,228.2万人、観光客宿泊数は825.7万人となっています。また、外国人宿泊数は、24.7万人となり、過去最高を更新しています。



- 新型コロナウイルス感染症の影響について、本県における延べ宿泊者数の推移を見ると、令和2（2020）年5月に前年同月比-85.0%となった後、6か月連続で前年同月からの減少幅が縮小しています。



② 観光意向調査（令和元（2019）年度）の結果

（県内、近隣都県、遠方都市の居住者の日帰り、宿泊旅行について調査）

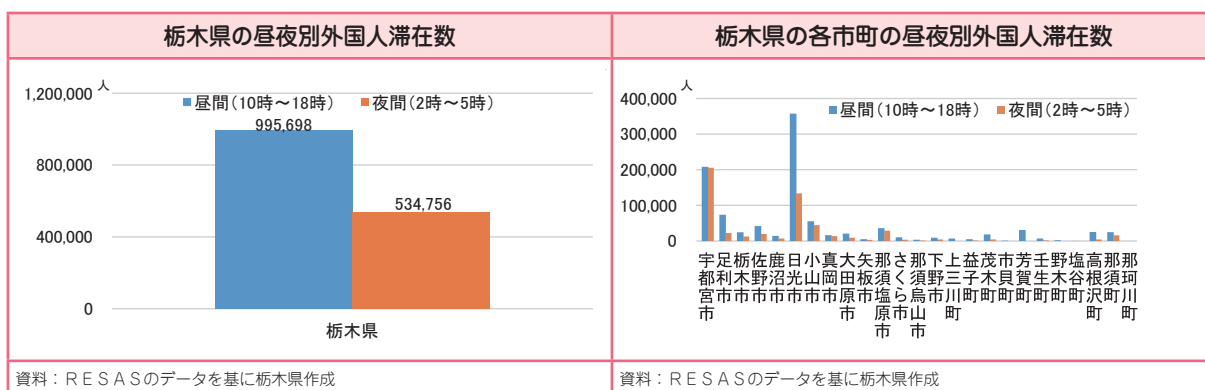
3年以内に栃木県内での観光目的の宿泊旅行の宿泊エリア			
いずれの旅行者も「日光エリア」、「那須エリア」への旅行が多い			
宿泊旅行に関する情報入手方法（主な回答）			
回答	県内	近隣都県	遠方都市
地域や施設の公式ホームページ	46.1%	51.2%	47.0%
宿泊予約サイト	45.3%	43.1%	48.7%
旅行専門雑誌・ガイドブック	24.2%	32.5%	35.0%
栃木県へ訪問しなかった（3年以内）理由（主な回答）			
回答	近隣都県	遠方都市	
魅力的な観光スポット・イベントがないから	26.4%	34.6%	
現地での交通の便が悪いから	12.9%	21.9%	

③ 企業ヒアリング（令和元（2019）年度）の調査結果とりまとめ

- 二次交通の課題はあるが、栃木県はバス路線が北関東の中でも充実しており、他の地域と比べてアドバンテージがあると考えている。（旅行エージェント）
- 景観や街並み整備など自治体でしかできないことがあるので、自治体連携を推進してほしい。（旅行エージェント）
- 診察時の外国語対応やドクターヘリ等の緊急搬送体制など医療体制の整備・充実に向けて、県や市等とも連携して検討していく必要がある。（DMO）
- 栃木県大阪センターを拠点とした誘客について、今後はPR機会も増加することが想定され、関西方面からの観光客を呼び込むことができる可能性がある。（観光協会）
- 例えば、日光、那須で徹底的にブランディングするなど、本県の強みの最大化による、地域の特徴が前面に出た政策を実行してほしい。（旅行エージェント）
- 富裕層には、本質を伝えるものでなければ関心を持たれない。宿泊先起点で旅行を組んでもらえるような魅力的な旅館・ホテル等が必要である。（観光協会）

④ 地域経済分析システム（RESAS）による本県分析

平成30（2018）年の訪日外国人の滞在状況を昼と夜で比較すると、昼は99万5,698人が滞在していますが、夜は53万4,756人（46万942人減、46.3%減）となっています。



課 題

- 新型コロナウイルス感染症の影響により減少した国内外の観光客を呼び戻すため、誰もが安心して快適に観光できる受入態勢の整備や、地域が主体となった観光地づくりを促進していく必要があります。
- ターゲットに応じた効果的な情報発信手法を見極め、様々な媒体によるプロモーションを展開していくことが必要です。
- 多くの観光客から高い評価を受け、本県観光地が誇る「花」「食」「温泉」「自然」「歴史・文化」に加え、体験コンテンツの充実や映画・テレビ番組等のロケ地への観光客誘致など、観光素材の掘り起こしと磨き上げを行い、本県の魅力度を向上させることが必要です。
- 観光消費額の大きい宿泊数増加に向けて、滞在コンテンツの充実やテーマ性・ストーリー性のある周遊ルートの形成、WEBやSNS等の活用など、本県での宿泊を促すPR等を効果的に行う必要があります。
- 観光地へのアクセス道路の整備や渋滞対策の実施が必要です。
- 日本遺産等の地域資源の結びつけなどによる地域間連携の構築・強化及び二次交通の充実による滞在時間・日数の長期化や消費喚起に向けた取組が必要です。
- 富裕層の嗜好を踏まえたコンテンツの磨き上げが必要です。
- 国・地域ごとの嗜好を把握したうえで、訴求力の高いコンテンツを充実させることが必要です。
- 外国語対応など専門的な知識やノウハウを持った人材の確保・育成が必要です。
- 地域が一体となり、外国語人材の拡充、案内標識等の多言語化、無料公衆無線LAN環境の整備など、外国人旅行者の受入環境整備に取り組んでいくことが必要です。
- 関西圏に対しては、まず一度来ていただけるように、本県の魅力を発信していくことが必要です。

(5)企業立地

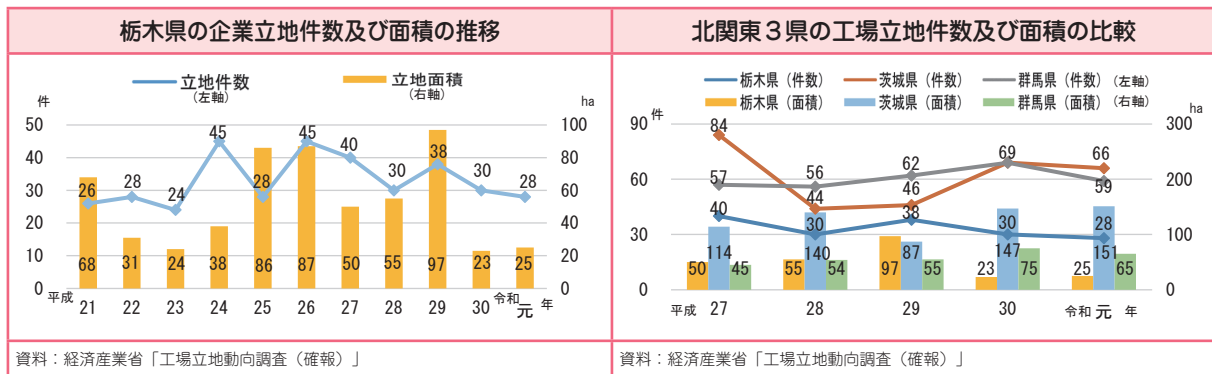
特 徴

① 統計調査の結果に基づく現状

- 県の工場立地状況は、令和元（2019）年の立地件数が28件（全国11位）、立地面積が25ha（全国18位）となっています。

〔北関東3県の比較〕（令和元（2019）年）

立地件数	茨城県	66件（全国3位）	群馬県	59件（全国4位）
立地面積	茨城県	151ha（全国1位）	群馬県	65ha（全国4位）



② 工業基本調査（令和元（2019）年度）の結果

県内立地の評価（主な回答）

評価	回答項目	交通の利便性	従業員の生活・居住環境	優秀な人材の確保	大学や公的研究機関との連携環境
とても良い、良い		35.7%	26.8%	4.6%	4.1%
とても悪い、悪い		15.5%	5.7%	41.5%	20.5%

③ 本社機能移転状況に関する調査（令和元（2019）年度）の結果

（平成27（2015）年1月以降の転入・転出等の調査）

北関東3県の企業増減数

	新設	転入	転出	増減
茨城県	21 企業	47 企業	▲ 27 企業	41 企業
栃木県	37 企業	20 企業	▲ 15 企業	42 企業
群馬県	45 企業	23 企業	▲ 13 企業	55 企業

移転の種類（企業ヒアリングによる分析）

親会社や所属するグループ会社の方針に伴い、新設・移転（転入・転出）を行うパターン	別の地域にあった本社を、主要な事業所のある所在地へ移転するパターン	事業拡充や創業、賃借料の低減などを目的に新たな用地を確保し移転するパターン
49.2%	32.2%	18.6%

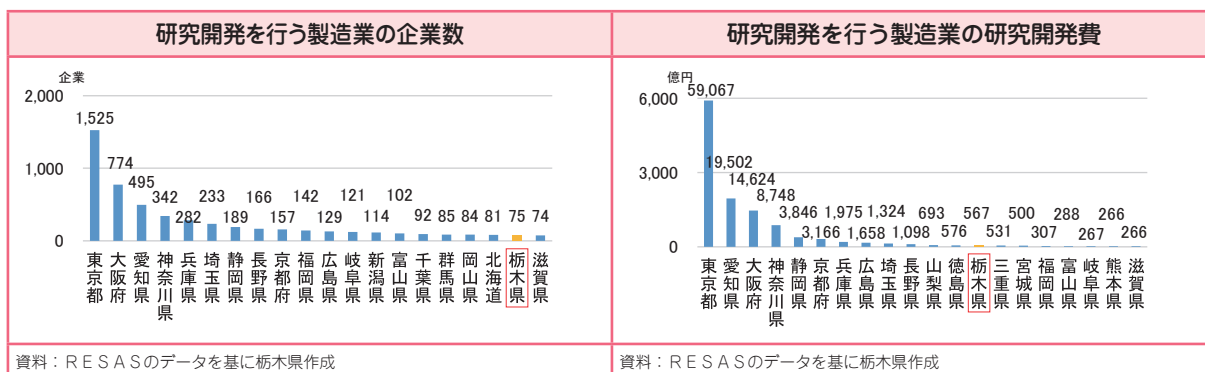
④ 企業ヒアリング（令和元（2019）年度）の調査結果とりまとめ

- 本県立地のメリットとして、首都圏から近距離であること、鉄道・道路等の交通の利便性、低い災害リスク、広い敷地、安価な土地、豊富な水、良好な住環境などがある。（複数の企業）
- 知見を有する大学との連携が図れている。（生産用機械器具製造業）
- デメリットとして、企業の立地場所によって、高速道路のインターチェンジから遠い、新幹線の終電が早い、東西アクセスが不便、住環境整備、通勤時間帯の渋滞等がある。（複数の企業）

- 県北において周辺の企業が次々に撤退しており、長く取引があった企業がいなくなることへの危惧がある。(電気機械器具製造業)
- 設備の更新・拡充のため用地を確保したいが、大規模な工場であり移転が難しく、近隣に広げることも規制があるため難しい。(食料品製造業)
- 顧客訪問等において交通インフラは重要であり、新幹線の停車する便数の増加を図ってもらいたい。(情報通信機械器具製造業等)

⑤ 地域経済分析システム（RESAS）による本県分析

平成29（2017）年の本県における研究開発を行う製造業の企業数は75企業（全国19位）、研究開発費用は567億円（同13位）にとどまっています。



課 題

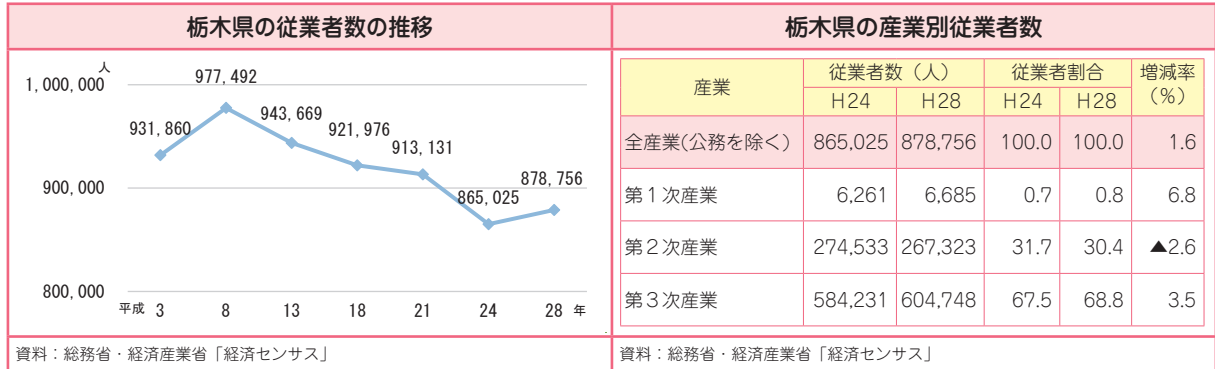
- グローバルな社会情勢の変化の中、国内外において生産拠点等の再編・集約が進んでいることから、交通インフラの強みや地震などの大規模な自然災害リスクの少なさ、生活環境の充実など、本県の優れた立地環境を生かした企業誘致及び定着促進に向けた取組を強化し、選ばれる“とちぎ”を目指していく必要があります。
- 工場の立地地点選定の際に多くの企業が本社への近接性を重視していること、また、優秀な人材の雇用の場となることから、本社や研究所等の立地促進に向けて、誘致活動を強化していく必要があります。
- 企業の新たな立地需要に的確に対応するため、市町と役割分担をしながら相互協力を図り、産業団地を整備していく必要があります。
- 本県立地環境の優位性を一層高めるため、物流の効率化や物流環境の整備を図るとともに、物流関連企業の誘致に取り組んでいく必要があります。
- 企業活動を担う人材の確保や通勤環境の改善などの課題に対する取組を強化していく必要があります。
- 工場の新增設等に伴う規制等については、引き続き関係機関との調整を図っていく必要があります。
- 新型コロナウイルス感染症の影響による生産拠点の国内回帰など県内企業の生産体制の強化を支援していく必要があります。

(6)雇用・産業人材

特 徴

① 統計調査の結果に基づく現状

- 平成28（2016）年の県内の事業所の従業者数は、87万8,756人となっており、第2次産業が全体の30.4%、第3次産業が全体の68.8%になっています。



- 平成29（2017）年の雇用者（役員を除く）の雇用形態は、「正規の職員・従業員」が61.1%（平成24（2012）年63.3%）、「非正規の職員・従業員」38.9%（同36.7%）となっています。（資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」）
- 有効求人倍率は、令和元（2019）年度に1.36となっています。また、求職者数と求人数の関係では、「事務職」や「労務職」では求職者数が多く、「保安職」、「建設職」、「サービス職」などでは求人数が多いなど、需給のミスマッチが見られます。（資料：栃木労働局「労働市場のようす」、同「求人求職バランスシート（インデックス）」）
- 女性の就労について、平成29（2017）年の女性の有業者数が平成24（2012）年に比べ4.4%増加し、有業率が出産育児期に低下する「M字カーブ」は解消されてきましたが、正規雇用の比率が20代でピークを迎えた後、低下を続ける「L字カーブ」という新たな課題が生じています。（資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」）
- 高齢者の就労について、平成29（2017）年の60歳以上の有業率は平成24（2012）年に比べ男女ともに上昇しており、また、60～64歳で男性47.7%、女性21.7%、65～69歳で男性30.2%、女性22.7%が正規雇用となっています。（資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」）
- 障害者の就労については、県内に本社のある民間企業のうち、法定雇用率2.2%が適用される企業の状況をみると、令和元（2019）年は2.07%となっており、平成25（2013）年の1.68%から0.39ポイント上昇していますが、法定雇用率には達していません。（資料：栃木労働局「令和元年 障害者雇用状況の集計結果」）
- 外国人労働者は令和元（2019）年で2万7,385人となっており、平成27（2015）年と比較すると1万1,982人（77.8%）増加しています。（資料：栃木労働局「『外国人雇用状況』の届出状況まとめ（令和元年10月末現在）」）

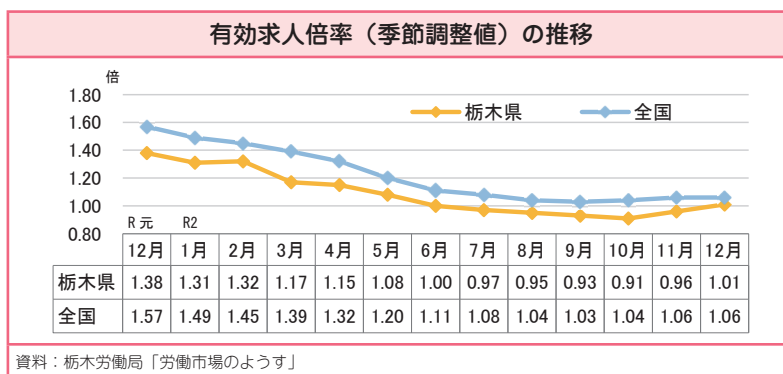
〔外国人労働者の状況〕（令和元（2019）年）（国籍、在留資格、産業別雇用状況の%値は外国人労働者に占める割合）

国籍(主なもの)	ベトナム 20.5%	フィリピン 15.5%	中国香港等を含む14.5%	ブラジル 13.6%
在留資格(主なもの)	永住者など身分に基づく在留資格 44.5%		技能実習 29.7%	
	専門的・技術的分野の在留資格 10.1%		資格外活動 8.4%	
産業別雇用状況(主なもの)	製造業 43.1%		サービス業(他に分類されないもの) 30.1%	
	卸売業、小売業 5.0%		宿泊業、飲食サービス業 4.0%	
外国人労働者を雇用する事業所			3,215所（平成27年比1,095所(51.7%)増加）	

- 平成29（2017）年において、就職氷河期世代の中心となる35～44歳のうち不安定な就労状況にある方は1万200人で、35～44歳人口（27万1,400人）に占める割合は3.8%となっています。（資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」）
- 令和元（2019）年の常用労働者1人平均月間総実労働時間は142.2時間と、平成26（2014）年と比較すると5.1%減少しています。（資料：栃木県「栃木県の賃金、労働時間及び雇用の動き（令和元（2019）年平均）」）

〔内訳〕	所定内労働時間	131.2時間 (平成26年比4.5%減)	所定外労働時間	11.0時間 (平成26年比12.0%減)
------	---------	--------------------------	---------	--------------------------

- 新型コロナウイルス感染症の影響について、本県の有効求人倍率（季節調整値）の推移を見ると、令和2（2020）年12月は1.01倍となり、6か月ぶりに1倍を超えています。



② 工業基本調査（令和元（2019）年度）の結果

希望する人材のイメージ（主な回答）				
	生産加工	仕入販売	企画管理	研究開発
高等学校（職業系）卒	54.5%	21.5%	19.4%	15.2%
大学卒（大学院卒を含む）	6.8%	28.7%	39.3%	49.0%
人材育成の方法（主な回答）				
自社・事業所内研修 63.9%	外部の民間研修機関利用 30.0%	親・グループ企業の協力 15.7%	県等の公的研修機関利用 13.1%	
人材育成に取り組む上での問題点（主な回答）				
育成する時間的余裕がない 43.0%	指導者の不足 35.6%	育成・研修費用の確保 16.0%	外部の育成・研修情報等の不足 7.2%	
デジタル人材の業務上の必要性				
既に確保に取り組んでいる 11.0%	必要と考えているが、確保に向けた取組はまだである 20.1%	将来必要かもしれないが、当面確保する予定はない 26.6%	今後もデジタル人材は必要ない 17.8%	デジタル人材が必要かは分からない 24.5%

③ 商業・サービス業実態調査（令和元（2019）年度）の結果

経営上の問題への今後の対応策（「人材の確保・育成」の回答の割合）		
卸売業	小売業	サービス業
31.1%	22.3%	33.3%

④ 採用実態等調査（令和元（2019）年度）の結果

採用の充足状況			
	平成29年	平成30年	令和元年
新卒採用の充足率	49.9%	48.4%	46.0%
中途採用の充足率	69.1%	78.8%	62.7%

従業員の過不足				
適切である 52.7%	過剰感がある 3.2%	不足している 44.1%		
「不足している」人材				
若手社員 83.4%	中堅社員 48.4%	管理職 15.8%		
人材不足の解消に向けた今後の取組（主な回答・複数回答）				
採用手段の見直し・ 拡充 33.9%	高齢者の活用 26.2%	アルバイト・パート の活用 24.8%	女性の活用 21.5%	外国人の活用 19.7%
従業員に求める、強化したい能力（若手社員、主な回答）				
求める能力		強化したい能力		
自立性、責任感、積極性、 責任感、思いやりなど 72.8%	コミュニケーションや プレゼンテーション、 交渉など対人力 53.0%	自立性、責任感、積極性、 責任感、思いやりなど 61.2%	自社事業に関する知識・ 技術 52.7%	
研修を行う上での課題（主な回答）				
講師の確保 100%	社外研修先の確保 46.9%	研修時間の確保 18.1%		
外国人を雇用するに当たり工夫した、または工夫したいこと（主な回答）				
文化や習慣などへの違いに配慮 した対応 50.0%	日本語教育や日本語能力試験受 験に向けた支援 32.6%	外国人の指導担当者等の配置 32.2%		
外国人を雇用している、あるいは今後雇用したい事業所の外国人雇用に対する考え（主な回答）				
現在の人数を維持したい 38.8%	人数を増やしたい 40.5%	人数を減らしたい 5.0%	採用をやめたい 0.4%	
外国人の雇用に関して特に困難に感じること（主な回答）				
日本語能力の不安 60.7%	文化や習慣などの違いへの配慮 35.2%	長期雇用が望めない、定着しない 33.0%		
労働力不足についての影響				
影響が出ており、既に対策を講 じている 3.7%	影響が出ており、今後対策の必 要性を感じている 38.1%	影響はない 32.2%		

⑤ 地域国際化実態調査（令和元（2019）年度）の結果（栃木県居住の外国人住民等への調査）

仕事の有無		
している 79.9%	していない（仕事を求めている） 11.4%	していない（仕事を求めていない） 8.0%
仕事での不満		
賃金が安い 57.3%	仕事をする上で日本人でないことを 理由に差別的な扱いを受けている 23.6%	仕事をする上でうまく会話がで きない 21.3%

⑥ 外国人留学生実態調査（令和元（2019）年度）の結果

（県内の高等教育機関等に在籍する外国人留学生への調査）

卒業後の進路（主な回答）			
栃木県内において就職 希望 32.5%	栃木県外の日本におい て就職希望 27.3%	栃木県内において進学 希望 8.1%	母国において就職希望 8.1%

栃木県外の日本で就職を希望する理由（主な回答）				
栃木県外に家族や知人がいるから	栃木県外に住みたい地域があるから	希望する就職先が栃木県外にあるから	栃木県内の企業は賃金が低いと感じるから	栃木県内での就職支援が足りないと感じるから
37.8%	31.9%	26.7%	20.0%	16.3%
就職を希望する分野（主な回答）				
翻訳・通訳		販売・営業		情報処理
20.8%		17.6%		14.0%
就職活動に関して望む支援策（主な回答）				
留学生を対象にした就職情報の充実	留学生を対象にしたインターンシップの充実	学校等における就職説明会等の充実	在留資格の変更手続の説明	企業における就職説明会の充実
59.4%	34.3%	23.4%	23.0%	20.8%

⑦ 企業ヒアリング（令和元（2019）年度）の調査結果とりまとめ

- 若者がものづくりや工場勤務を敬遠しており、人材採用が難しい。（非鉄金属製造業等）
- 中小企業は、大手企業が提示する条件よりも有利な条件を出すことができず、地元の高卒者の採用も厳しい状況にある。（金属製品製造業）
- 地元での雇用を生み出さなければ存在意義がないという意識のもと採用に取り組んでいる。（地域商社）
- AIやIoTの導入によるデータ活用等の点から、今後、ITスキルを有する人材を確保していく。（はん用機械器具製造業）
- 中小企業では新卒者の教育に時間がかけれないため、即戦力として積極的に中途採用を行っている。（輸送用機械器具製造業）
- 管理職になることを希望しない若者も増えており、管理職の人材不足が懸念されている。（食品製造業）
- 年代構成では、若手社員と高齢社員に二極化しており、中間層が不足している。（生産用機械器具製造業）
- 自社の海外展開を見据えて、海外拠点の外国人社員をローテーションで受け入れている。（電気機械器具製造業）
- 働き方改革が進められる中、仕事量が減少すると外国人労働者が離れてしまうため対応が難しい。（プラスチック製品製造業）
- 働き方改革や健康経営に取り組んだ結果、女性社員の活躍につなげることができた。（生産用機械器具製造業）

課 題

- 新型コロナウイルス感染症の影響により悪化した雇用環境に対応するため、企業の雇用維持に向けた取組を促進するとともに、新規学卒者や離職者等の就労を支援する必要があります。
- 福祉分野や建設分野等特定の職種では人手不足が続く一方、事務職については、求人数に比べ求職者数が超過していることから、雇用のミスマッチ解消に関する取組を行っていく必要があります。
- 生産年齢人口の減少に伴い、女性、高齢者、外国人などの多様な人材の活用が必要であり、ワーク・ライフ・バランスのとれた誰もが働きやすい職場環境を整えていく必要があります。
- 本県出身の大学等卒業者等をはじめ、東京圏等から優秀な人材を県内に呼び込むことができるように、県内の中小企業に関する情報発信や、学生等の求職者側と企業の求人側をマッチングさせる取組を充実させるなど、U・I・Jターンを促進する必要があります。
- 労働人口が減少していることから、若者、女性、障害者、高齢者などに加え、不本意に非正規雇用で働いている就職氷河期世代等の就労を支援していく必要があります。
- 中小企業・小規模事業者における労働生産性の向上や人材の確保・定着等を図るため、長時間労働の是正や多様で柔軟な働き方の実現を図る取組を支援していく必要があります。
- Society5.0の実現に向けては、未来を想像し、まだ世の中になく新しいモノやサービス（価値）を生み出す、いわゆる「ゼロイチ人材」や未来技術に対応できる人材の育成が求められています。