

和歌山市産業振興ビジョン

(素 案)

平成 2 7 年 1 1 月

和歌山市

目 次

I	産業振興ビジョンの策定にあたって	1
1	策定の趣旨.....	1
2	位置付け.....	1
3	計画期間.....	1
4	P D C Aサイクルの構築.....	1
5	市をとりまく環境の変化.....	2
II	和歌山市の産業の現状	5
1	和歌山市の産業.....	5
2	製造業の現状.....	9
3	サービス産業の現状.....	16
4	農林水産業の現状.....	20
5	観光業の現状.....	21
6	和歌山市における創業・廃業の現状.....	27
7	和歌山市における労働・雇用の状況.....	28
8	和歌山市における社会的企業家、コミュニティビジネス.....	35
9	産学官連携の状況.....	37
10	工業団体及び商業団体へのヒアリング結果.....	38
III	和歌山市の産業の強み、弱み	43
1	強み、ポテンシャル.....	43
2	弱み.....	51
IV	和歌山市の産業の目指すべき姿	56
1	将来像.....	56
2	基本目標.....	57
V	和歌山市の産業戦略	59
1	既存産業の更なる成長促進.....	60
2	新事業創出と産業間連携の促進.....	70
3	観光業の「稼ぐ力」の強化.....	80
4	産業を支える「ひと」の確保と「まち」の形成.....	90

I 産業振興ビジョンの策定にあたって

1 策定の趣旨

少子高齢社会の進展と人口減少は、地域経済の縮小や税収の減少、社会保障費の増加など様々な問題を生じさせています。国が予測している人口減少のインパクトは大きく、本市においてもこのまま何も対策を講じなければ、人口減少が経済の縮小を呼び、経済の縮小が人口減少を加速させるという負のスパイラルに陥ってしまいます。

人口減少によるまちの衰退という危機感がある一方で、地方創生を旗頭とした国からの支援、外国人観光客の急増、交通インフラの利便性向上といった活かすべきチャンスが本市に到来しています。

また、平成27年4月には、産業振興に関する施策を総合的に推進し、本市の経済の活性化と市民生活の向上を目的とする「和歌山市産業振興基本条例」を施行しました。条例では、事業者自らの創意工夫と自主的な経営努力を基本とし、事業者、産業関係団体、教育機関等、金融機関、市民、そして市が相互に協力して総合力を発揮、かつ地域資源を最大限に活用して、産業の振興を図るとしています。

このような本市を取り巻く環境の変化等を捉え、本市の総力を挙げて経済の活性化に取り組み、魅力あるまちとして維持、発展させていかなければなりません。そのための目標やその実現に向けた方向性を明確にするため、産業振興ビジョンを策定します。

2 位置付け

産業振興ビジョンは、上位計画である長期総合計画の方向性等と整合性を図りながら定める、産業振興の基本計画とします。現長期総合計画（第4次）は平成29年度までの計画ですが、見直しを前倒しし、第5次長期総合計画を平成28年度からの計画として策定する予定です。

3 計画期間

計画期間は、平成28年度から平成37年度までの10年間とします。ただし、計画開始後5年経過時点で点検、必要に応じて見直しを行うこととします。

また、第5次長期総合計画の策定状況により、整合性を図るための見直しも行います。

4 PDCAサイクルの構築

平成28年度から産業振興ビジョンに基づくアクションプラン（行動計画）を作成し、実施していきます。具体的な数値目標を設定し、その効果を産業戦略会議において定期的に検証を行うこととします。その検証結果を受け、必要に応じてビジョンの見直しを行います。

5 市をとりまく環境の変化

(1) 人口減少、少子高齢化

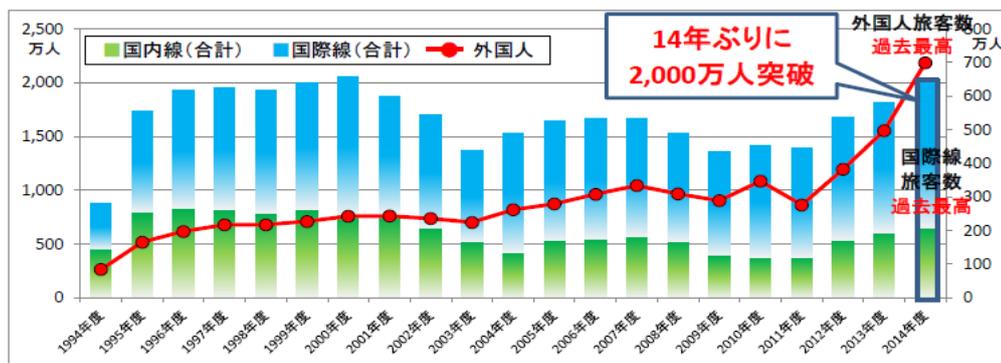
本市の人口は、昭和60年をピークに減少し続けており、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、「2040年には28万人、2060年には21万人」となる見込まれています。本市の人口減少は、全国平均を上回る水準で続いており、年少人口（15歳未満）、生産年齢人口（15～64歳）が減少する一方で、老年人口（65歳以上）は増加が続いているため、高齢化率は高くなっています。

本市の現在の人口減少の大きな要因は、自然減です。平成14年までは出生数が死亡数を上回っていましたが、平成15年に逆転して以降、その差は広がるばかりで自然減が続いています。また、社会増減を見てみると、長年転出者が転入者を大きく上回っており、近年その差は縮小しているものの、転出超過が続いています。

(2) 交通アクセス等の状況

関西国際空港の平成26年度の国際線旅客者数は、1,352万人と3年連続で前年を上回り、過去最高となりました（前年比12%）。うち外国人はアジアからの旅客者数が大幅に伸びました。LCC（格安航空会社）、FSC（既存の航空会社）ともに、中国などアジアを中心に増便が相次ぎ、過去最高であった平成25年度の497万人を上回る699万人（前年比41%増）となり、初めて日本人旅客数を上回っています。

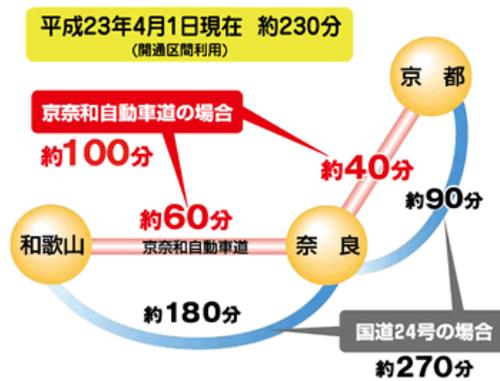
【KIX】年度航空旅客数



(出典 新関西国際空港株式会社 News Release より)

京奈和自動車道は、平成27年9月に岩出根来ICまで開通、橋本までの所要時間が更に短縮されました。平成28年度中に岩出根来IC-和歌山JTC間が開通し、奈良県の名阪国道-橋本-和歌山市間がつながる予定です。全線開通すると本市から奈良市まで60分、京都市までは100分と所要時間が大幅に短縮されます（国道24号線利用時：本市～奈良市180分、本市～京都市270分）。

また、一部区間を除き無料の自動車専用道路であるため、物流コストの削減も期待されます。



(出典 国土交通省資料より)



第二阪和国道については、平成28年度中に本市から岬町淡輪まで開通予定です。大阪南部から本市への所要時間が短縮するとともに、中平井線の接続により、国道26号線とのループ化が図られ、交通混雑の緩和や和歌山大学などへのアクセス性も向上します。



(出典 国土交通省資料より)

現在、本市には、高速道路のインターチェンジとして、和歌山 I C と和歌山北 I C の 2 か所が供用されています。将来的（平成 30 年度）に南東部にも供用されるインターチェンジは、南港山東線と接続される予定で、和歌浦などの観光拠点や工業団地が立地する臨海部とのアクセス性の向上が見込まれています。

（3）国、県等の動向（地方創生、総合戦略の策定）

ア 国の動向

国は、「2060年には約8,700万人」まで人口が減少するとの見通しを立て、そうなった場合、地域経済社会が維持できるかどうかの局面を迎えるとしています。人口減少を克服し活力ある社会の維持を図るため、昨年末に「まち・ひと・しごと創生法」に基づき、日本全体の人口の将来展望を示す「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」、それを踏まえた今後5か年の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定されました。

これらを踏まえ、各地方公共団体が「地方人口ビジョン」と「地方版総合戦略」を策定し、地域の実情に応じた施策に取り組むことになりました。

イ 県の動向

県は、国の長期ビジョン、総合戦略を踏まえ、今年度6月に「和歌山県長期人口ビジョン」と「和歌山県まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定しました。

長期人口ビジョンでは、高齢者1人を現役世代2人で支える人口形態とするため、「2060年に人口70万人」を確保することを目指し、総合戦略では、人口70万人を達成するための基本目標として、「安定した雇用を創出する」、「和歌山県への新しい「人の流れ」を創造する」、「少子化を食い止める」、「安全・安心な暮らしを実現する」、「時代に合った地域をつくる」の5つの目標が掲げられています。

ウ 市の総合戦略

本市においても、今年度10月に「和歌山市人口ビジョン」と「和歌山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定しました。

「2060年に約33万人から36万人」の人口を確保することを目指し、産業振興を重要な施策として位置付けています。

Ⅱ 和歌山市の産業の現状

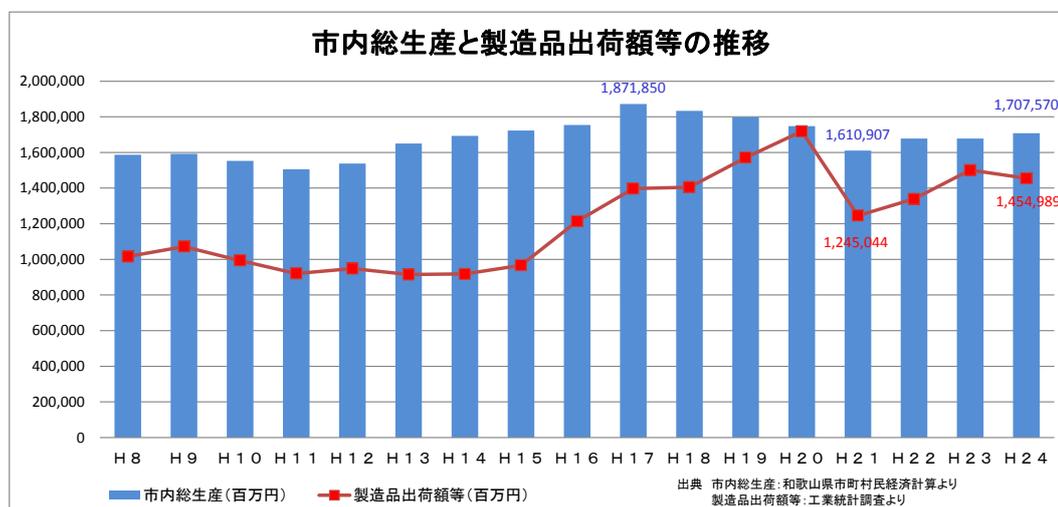
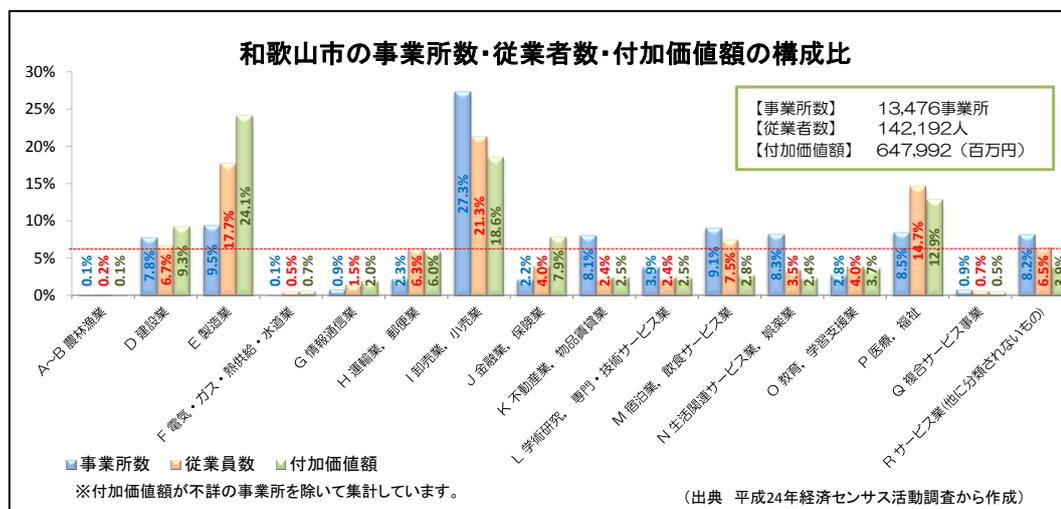
1 和歌山市の産業

(1) 事業所数、従業者数、付加価値額から見た産業構造

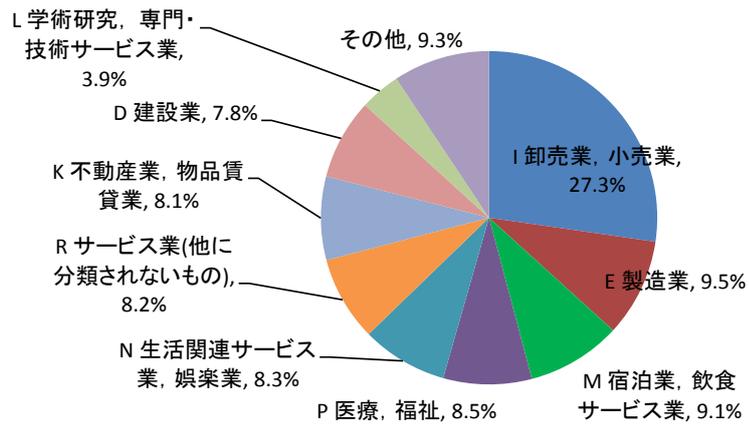
事業所数では、「卸売業、小売業」が産業全体の27.3%を占め、次いで「製造業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「医療、福祉」が続きます。これらで、産業全体の54.4%を占めています。従業者数では、「卸売業、小売業」が産業全体の21.3%を占め、次いで「製造業」、「医療、福祉」が続き、これらで産業全体の53.7%を占めています。付加価値額では、「製造業」が産業全体の24.1%を占め、次いで「卸売業、小売業」、「医療、福祉」が続きます。これらで、産業全体の55.6%を占めています。

「卸売業、小売業」、「製造業」、「医療、福祉」の3産業が、産業全体に占める割合は、事業所数で45.3%、従業者数で53.7%、付加価値額で55.6%となっています。

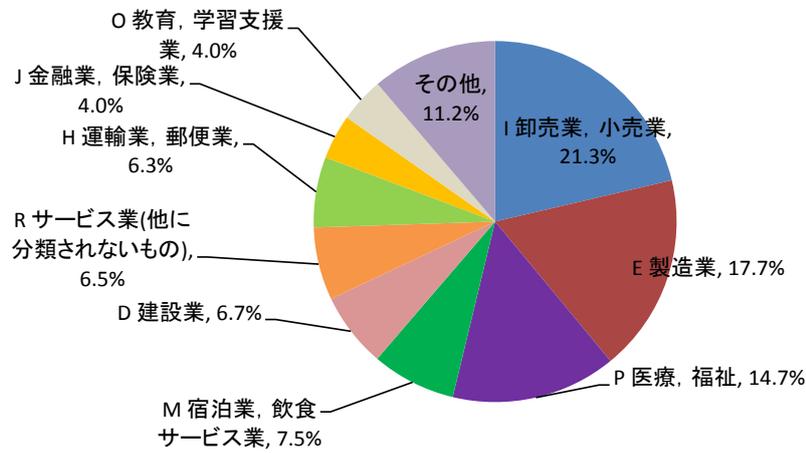
付加価値額は「製造業」、「卸売業、小売業」の貢献度が高く、より少ない従業者数で効率的に高付加価値額を生んでいる「製造業」と、付加価値額では「製造業」に及ばないものの、より多くの雇用の受け皿となっている「卸売、小売業」が本市の地域経済を支えていると言えます。



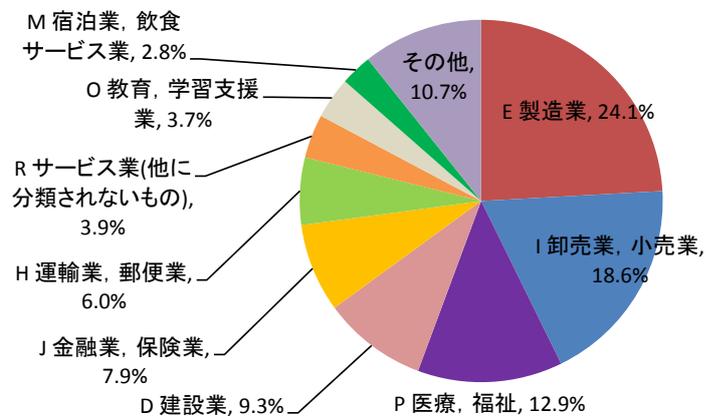
事業所数



従業者数



付加価値額

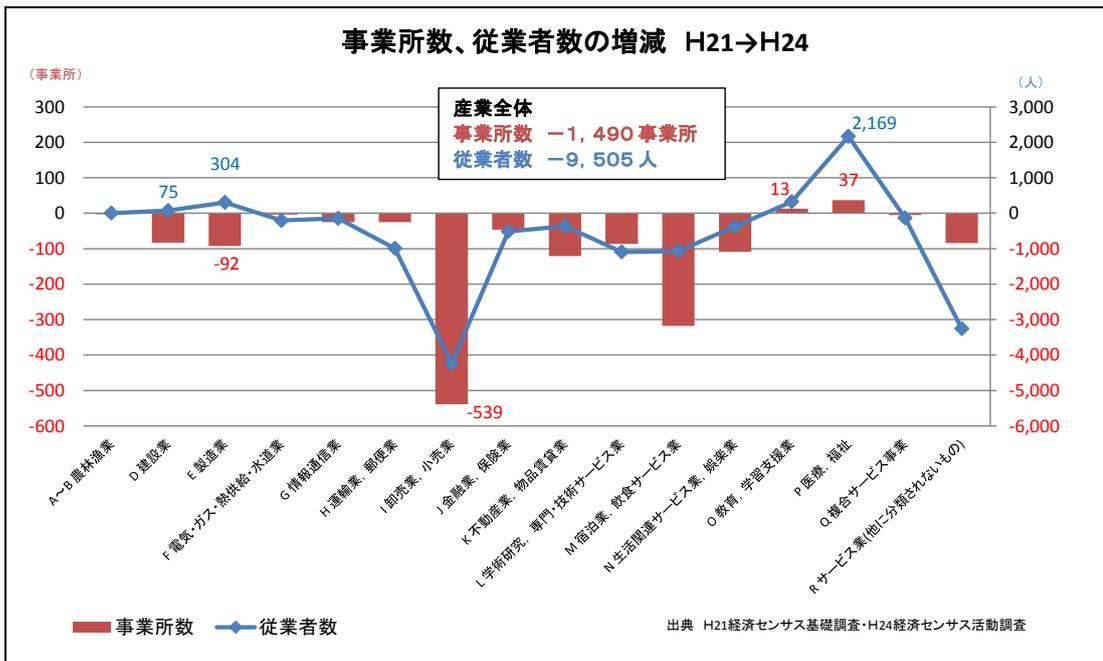


(出典 平成24年経済センサス活動調査から作成)

(2) 事業所数及び従業者数の増減

和歌山市の事業所数、従業者数は、平成21年から平成24年にかけて産業全体では1,490事業所、9,505人の減少が見られます。

産業別に見てもほとんどの産業で減少傾向にある中、「教育、学習支援業」、「医療、福祉」については事業所数、従業者数ともに増加しており、特に「医療、福祉」は高齢化の進展もあり、雇用者数が3年間で約1割増加しています。「製造業」については、事業所数は92事業所減少している一方、従業者数はやや微増となっています。これは従業者規模20人以下の小規模事業所が減少しているものの、従業者規模100名以上の大規模事業所が雇用を増やしているということが背景と考えられます。

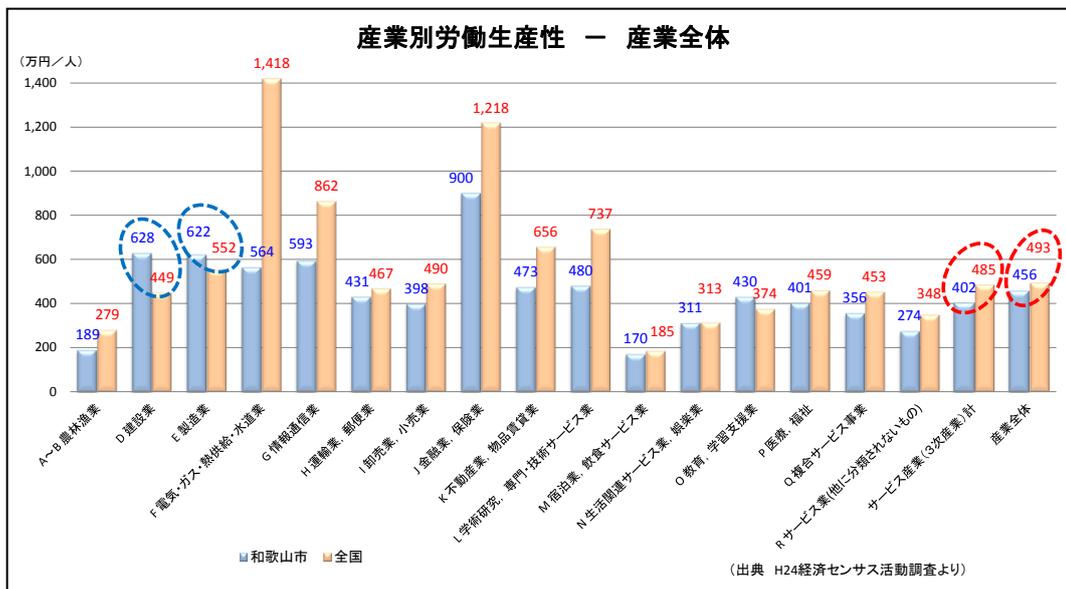
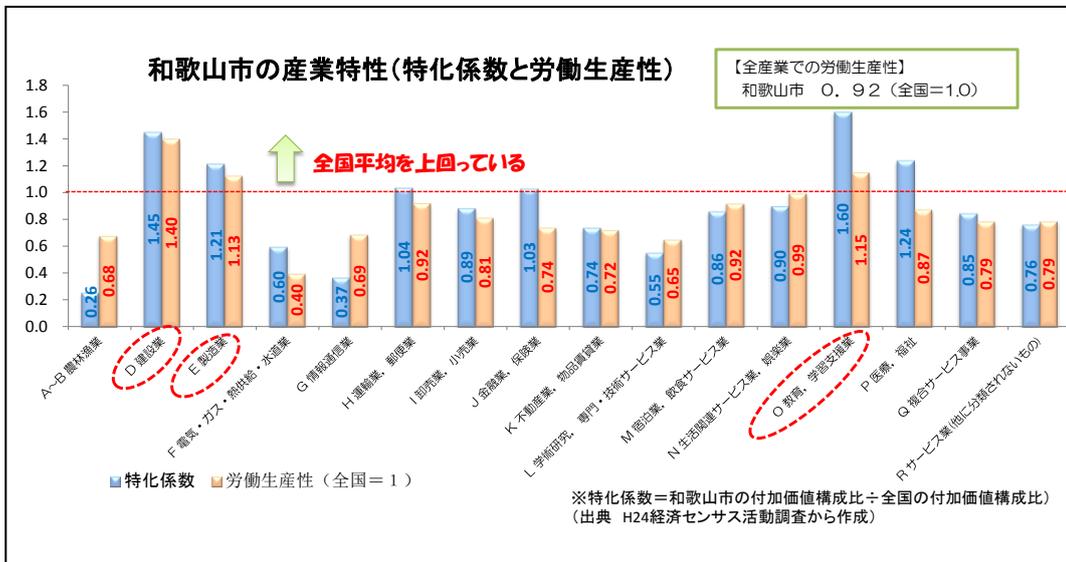
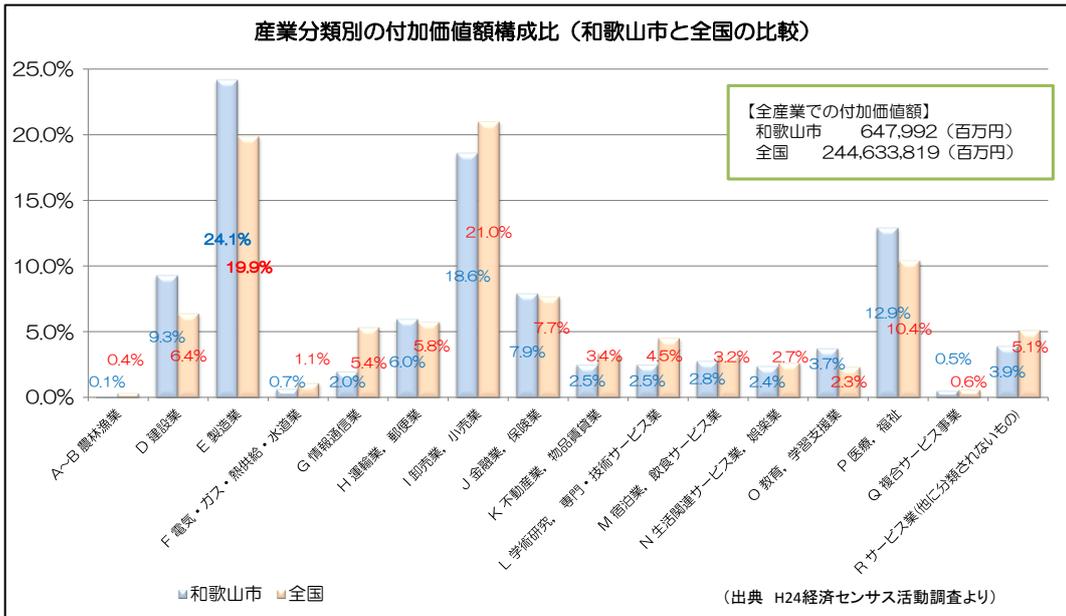


(3) 産業別付加価値額

産業分類別の付加価値額構成比をみると、和歌山市の「製造業」が産業全体に占める割合は24.1%で、全国の状況(19.9%)と比較しても高くなっています。「医療、福祉」については、本市(12.9%)は全国(10.4%)を上回るものの、一般的にサービス産業(第3次産業)とされる分野の付加価値額構成比は全国よりも低い傾向にあります。

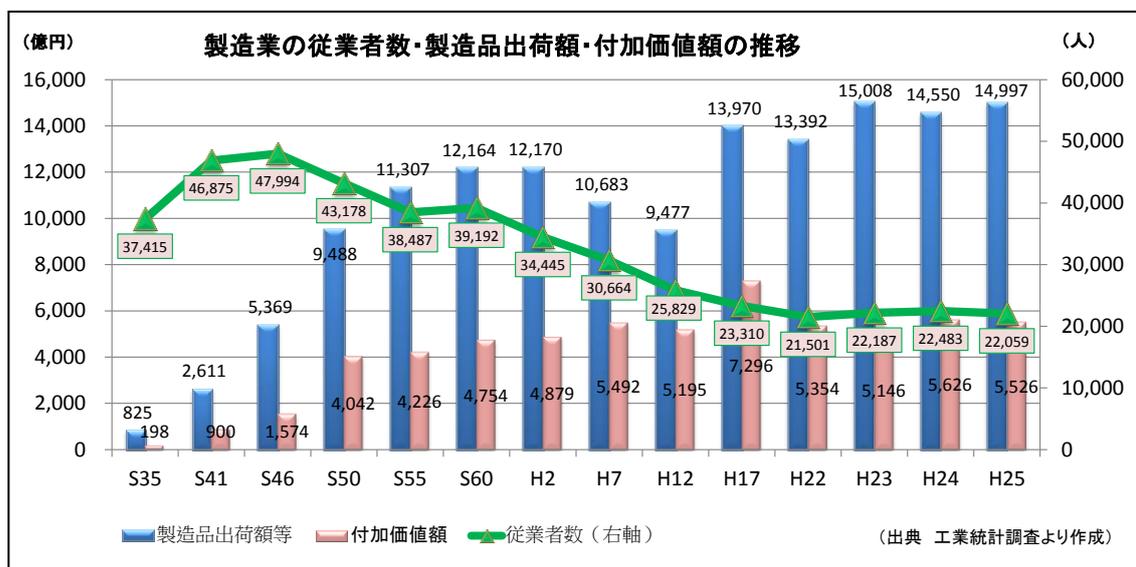
次に、産業分類別に付加価値額と従業者一人当たりの付加価値額である労働生産性の特化係数から全国の状況と比較すると、「建設業」、「製造業」、「教育、学習支援業」の特化係数が全国平均(=1)を上回っています。一方で、これら以外の全ての産業で労働生産性が全国平均を下回っており、和歌山市の全産業での労働生産性も0.92と全国平均を下回る水準にあります。

また、労働生産性を金額ベースでみると、産業全体では全国は493万円であるのに対し、和歌山市は456万円となっています。「建設業」や「製造業」では、全国を上回るものの、サービス産業(第3次産業)計では和歌山市402万円に対し、全国(485万円)よりも約2割労働生産性が低い状況にあります。



2 製造業の現状

製造業は産業全体の付加価値額の1/4を占める本市の重要産業であり、景気の影響はあるものの、長期的には製造品出荷額等、付加価値額ともに増加傾向にあります。一方で、従業者数については、近年は横ばいで推移していますが、長期的には減少傾向にあります。製造業は技術革新等が起こりやすい分野であり、従業者数が減少してきている中で付加価値額が高まってきており、労働生産性は上昇しています。

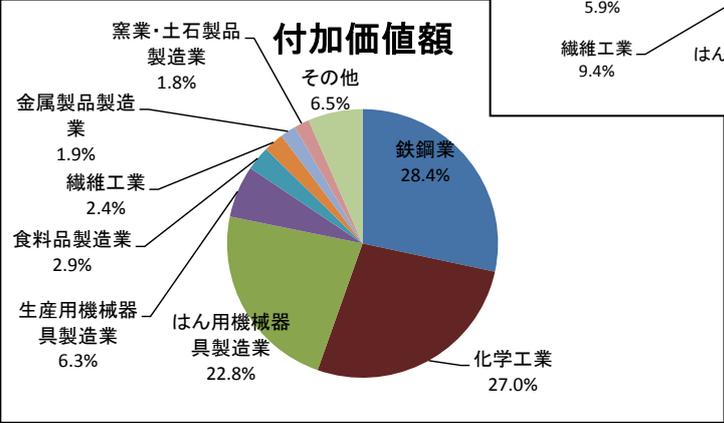
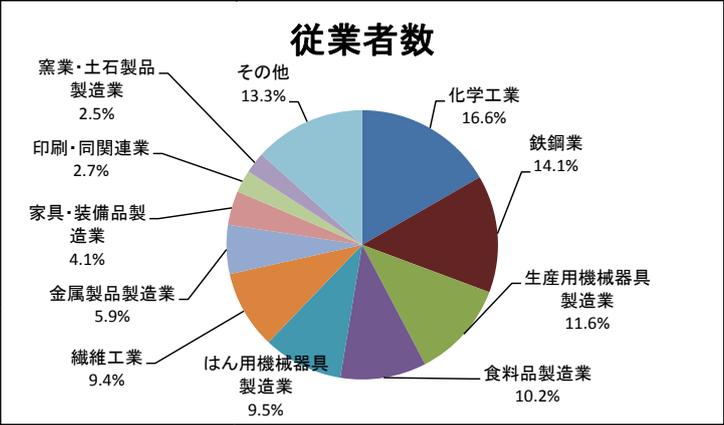
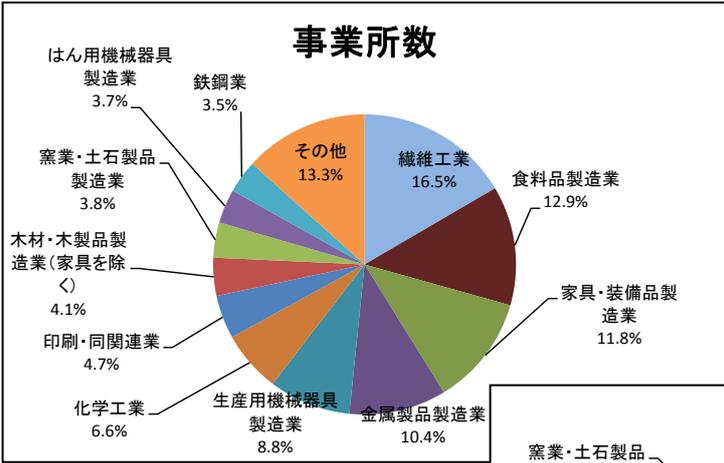
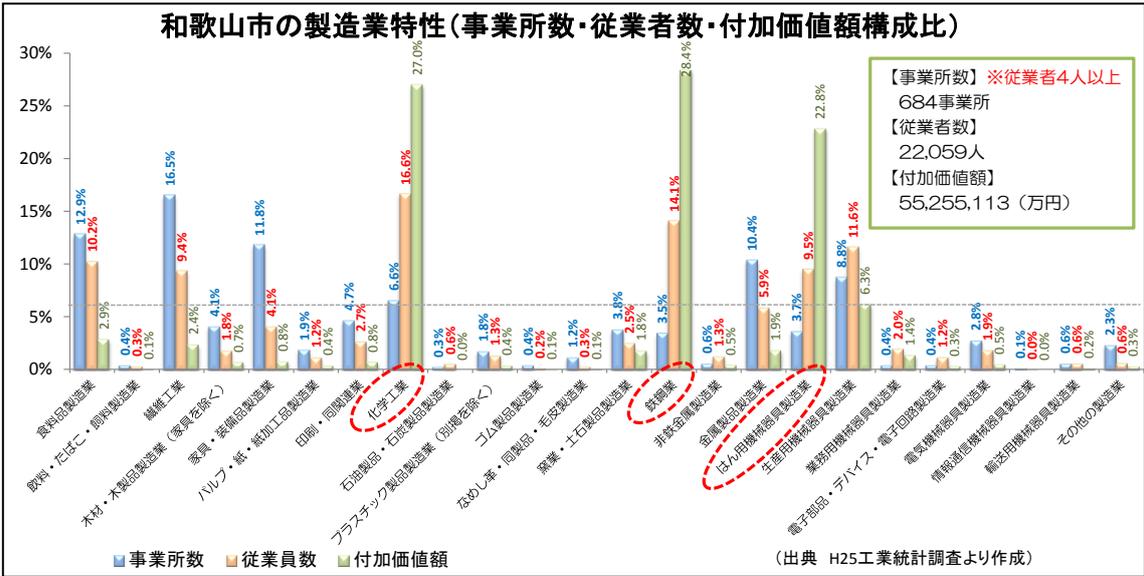


(1) 事業所数、従業者数、付加価値額から見た産業構造

事業所数では、「繊維工業」が製造業全体の16.5%を占め、次いで「食料品製造業」、「家具・装備品製造業」が続きます。従業者数では、「化学工業」が製造業全体の16.6%を占め、次いで「鉄鋼業」、「生産用機械器具製造業」となっています。付加価値額では、「鉄鋼業」が製造業全体の28.4%を占め、次いで「化学工業」、「はん用機械器具製造業」が続きます。「鉄鋼業」と「化学工業」で製造業全体の付加価値額の55.4%と半数以上にのびます。

この2業種に「はん用機械器具製造業」を加えた3業種で、製造業全体の約8割、市内産業全体では約2割の付加価値額を占めるとともに、従業者数でも製造業全体の40.2%にのび、本市の産業、雇用を支える中心的産業となっています。

これらには付加価値額では及ばないものの、「生産用機械器具製造業」、「食料品製造業」、「繊維工業」は、従業者数ではそれぞれ、11.6%、10.2%、9.4%と製造業の31.2%を占め、雇用における影響力の大きい産業と言えます。



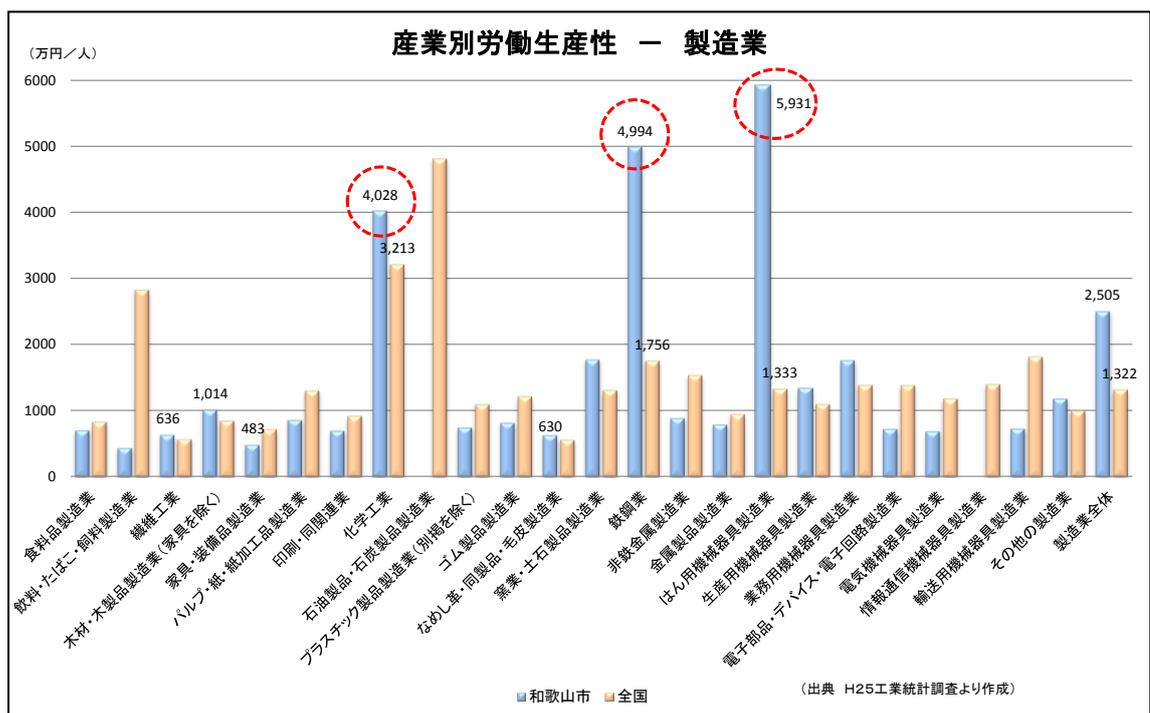
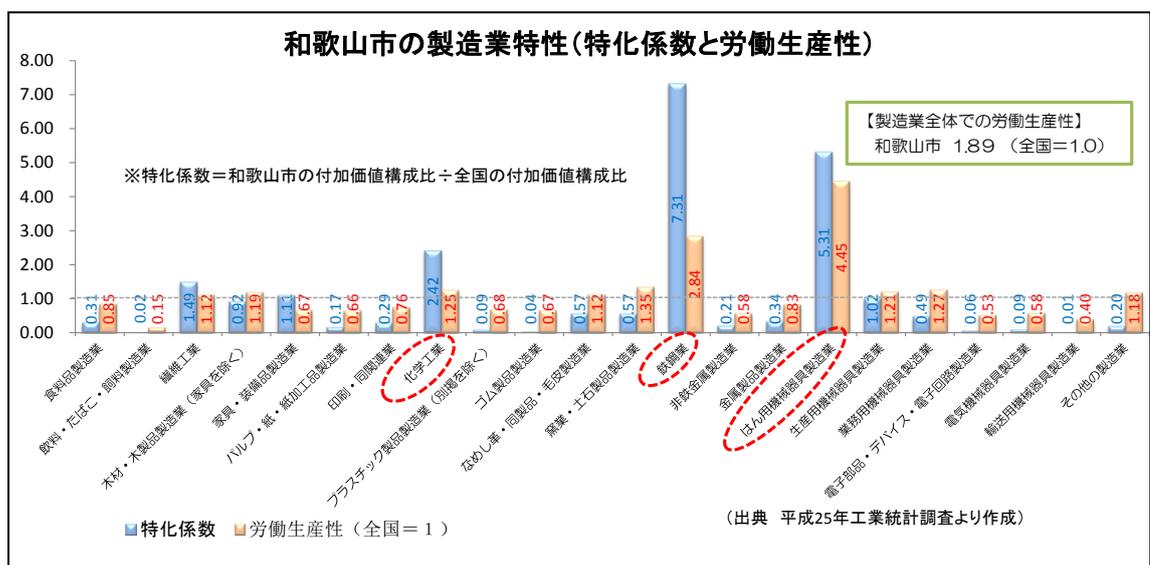
(出典 平成 25 年工業統計より作成)

(2) 全国との比較からみた製造業の特性

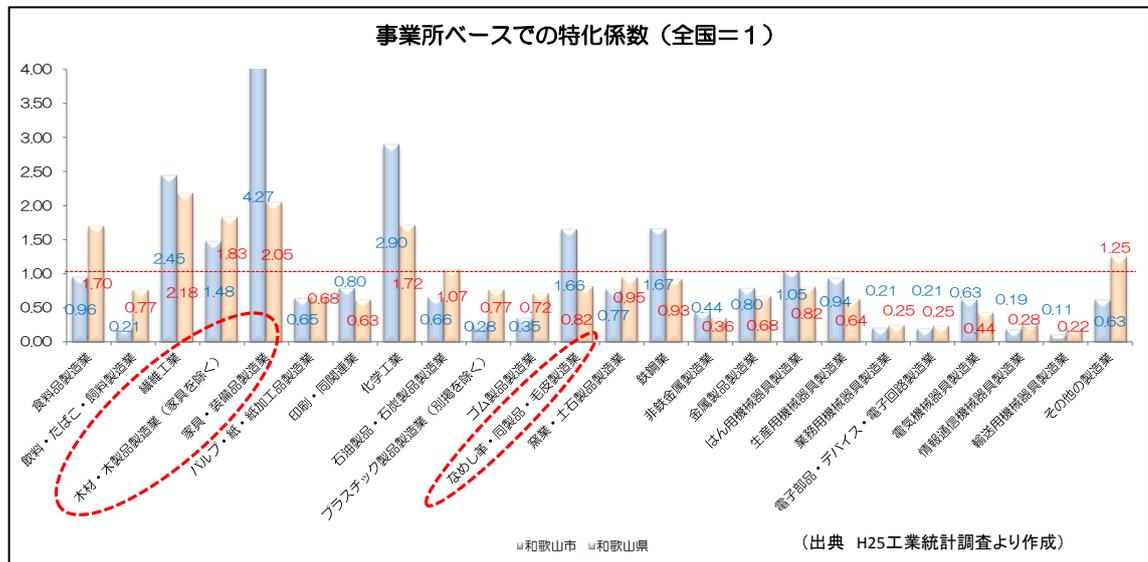
付加価値額ベースで全国平均と比較すると、「繊維工業」、「家具・装備品製造業」、「化学工業」、「鉄鋼業」、「はん用機械器具製造業」、「生産用機械器具製造業」が全国平均（＝1）を上回っており、特に「化学工業」、「鉄鋼業」、「はん用機械器具製造業」は特化係数が2を超えています。

労働生産性についても高い業種が多くあり、特に「鉄鋼業」と「はん用機械器具製造業」が全国の水準を大きく上回っていることが影響し、製造業全体での労働生産性は1.89と全国平均（＝1）を上回っています。

また、労働生産性を金額ベースでみると、製造業全体では全国は1,322万円であるのに対し、和歌山市は2,505万円であり、1,000万円以上高くなっています。中でも「化学工業」や「鉄鋼業」、「はん用機械器具製造業」が突出しています。



事業所数ベースで見ると、これまでの「化学工業」、「鉄鋼業」、「はん用機械器具製造業」のほか、「繊維工業」、「木材・木製品製造業」、「家具・装備品製造業」、「なめし革・同製品・毛皮製造業」など、規模としては決して大きくはないものの、高い品質を誇り、地場産業として長い歴史がある産業の特化係数が高く、本市に集積していることがわかります。

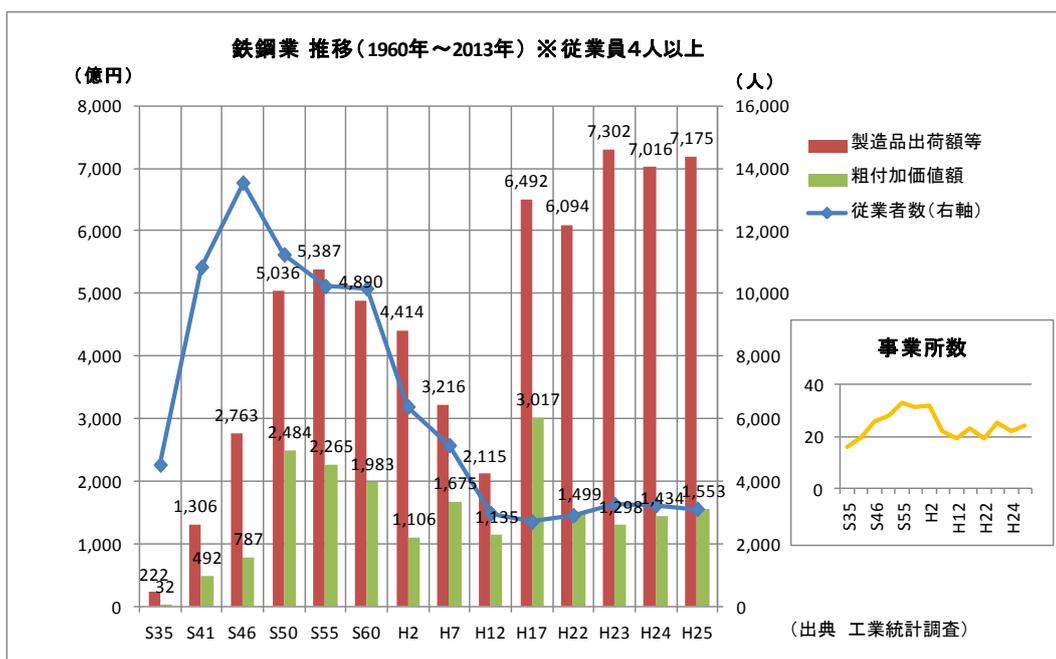


(3) 主要製造業の状況

ア 鉄鋼業について

和歌山市の「鉄鋼業」は、事業所数では製造業の3.5%に過ぎないものの、従業者数の14.1%、付加価値額の28.4%を占め、本市の経済と雇用を支える重要な産業です。

景気の影響や大手メーカーの生産集約、需要低迷による減産が行われ、従業者数、製造品出荷額等が大きく減少する時期もありましたが、製造品出荷額等については持ち直し、近年は増加傾向で推移しています。



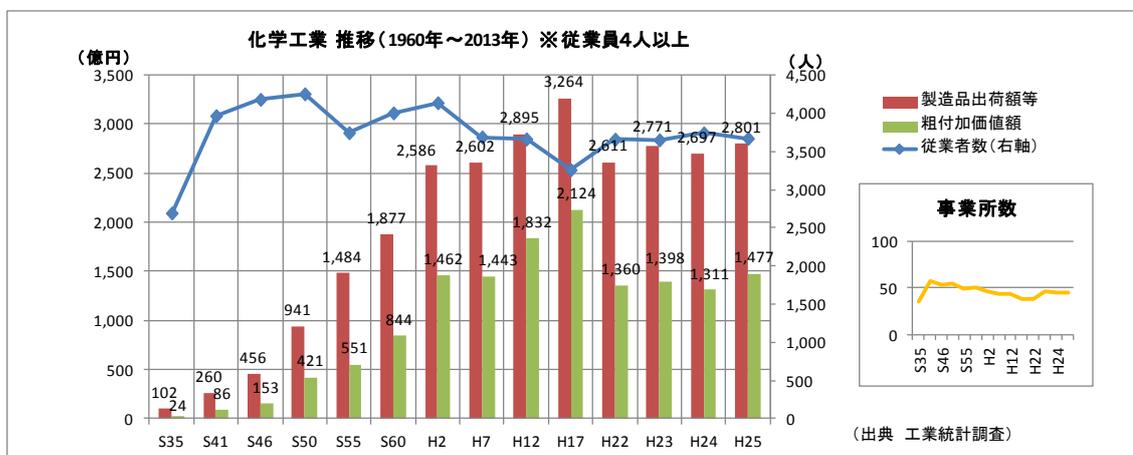
イ 化学工業

和歌山市の「化学工業」は、第一次世界大戦の勃発により合成染料の輸入が途絶えた折、捺染業者の由良浅次郎が染料の原料であるアニリンの工業的製造に日本で初めて成功したことから始まります。

事業所数では「製造業」の6.6%であるが、従業者数の16.6%、付加価値額で27.0%を占め、「鉄鋼業」と並び、本市の経済と雇用を支える重要な産業です。

事業所数、従業者数、製造品出荷額等や付加価値額は、ここ20年ではほぼ横ばいとなっています。

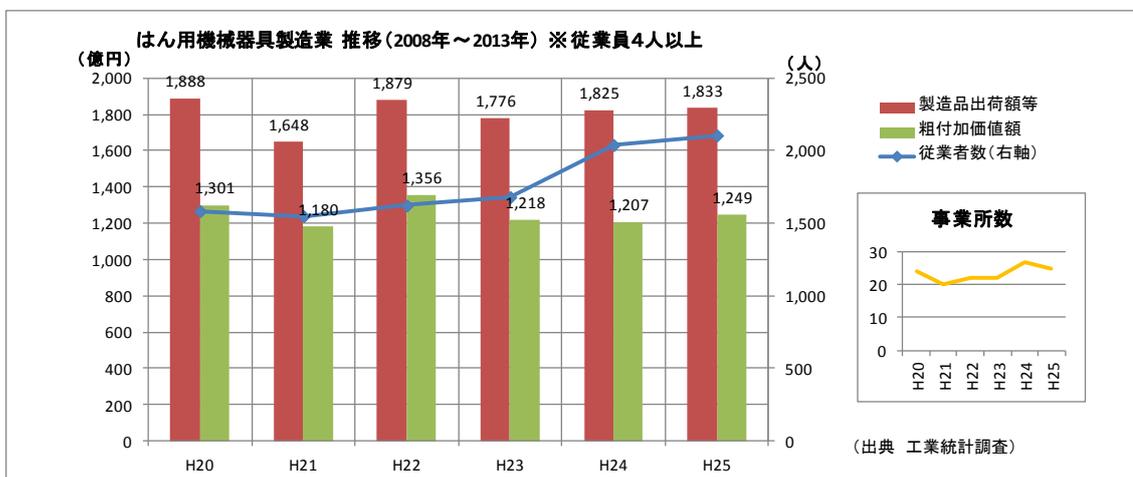
和歌山市の「化学工業」には、それぞれ特徴を持った製品を輩出する企業が数多くあり、中小企業庁の「元気なモノ作り中小企業300社(2006年～2009年)」、近畿経済産業局の「KANSAIモノ作り元気企業100社(2007年～2011年)」に多くの企業が選定されています。



ウ はん用機械器具製造業

和歌山市の「はん用機械器具製造業」は、事業所数の3.7%、従業者数の9.5%、付加価値額の22.8%を占め、「鉄鋼業」「化学工業」とともに、本市の経済を支える重要な産業です。

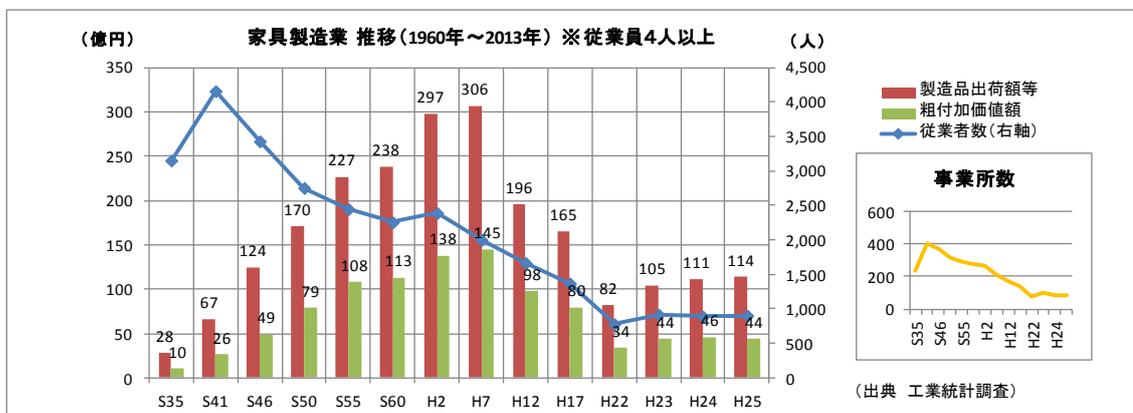
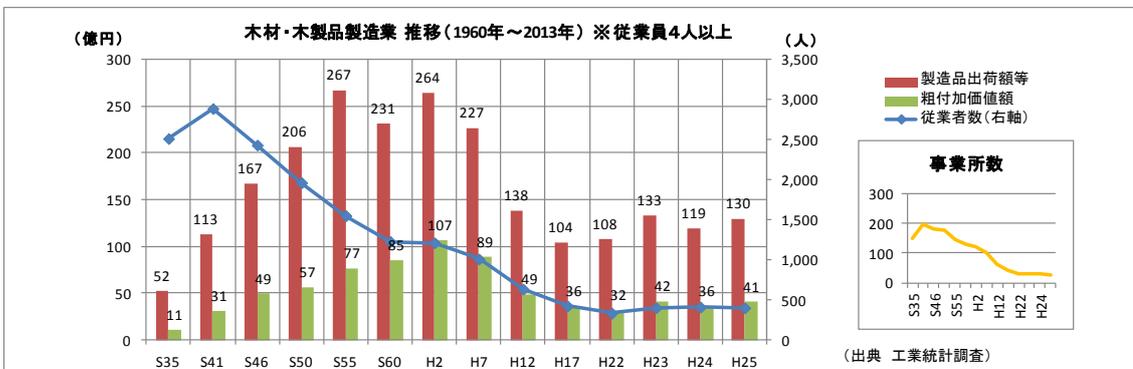
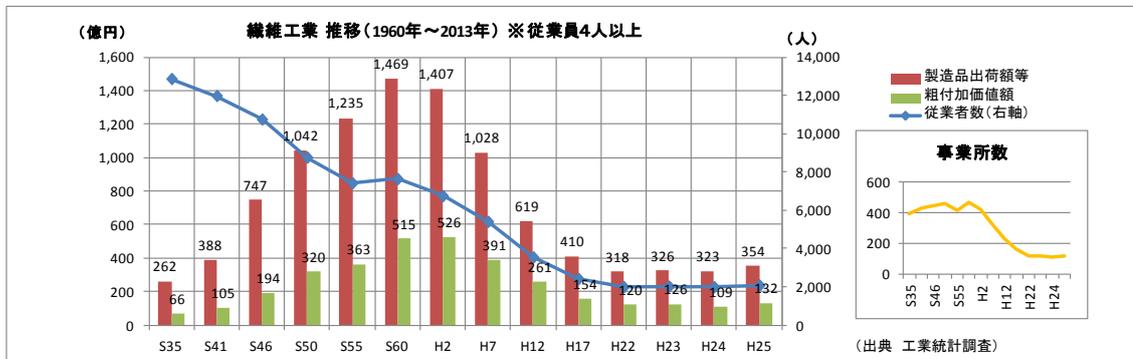
業務用パッケージエアコンや冷凍機を製造する大手メーカーの業績が堅調で、製造品出荷額や粗付加価値額も安定して推移しており、従業者数も上昇傾向で推移しています。



(4) その他主な地場産業の現状

市内各地には、地域に根ざした「繊維工業」、「木材・木製品製造業」、「家具製造業」、「なめし革・同製品・毛皮製造業」等の産業が古くから集積しています。

いずれの業種においても事業所数、従業者数、製造品出荷額等、付加価値額ともに長らく減少傾向にありましたが、企業努力もあり近年は横ばいとなっています。



「繊維工業」、「木材・木製品製造業」、「家具・装備品製造業」、「なめし革・同製品・毛皮製造業」のほとんどが、30人未満の小規模事業所です。

業種	30人未満	30～299人	合計	小規模事業所割合
繊維工業	101社	12社	113社	89.4%
木材・木製品製造業	25社	3社	28社	89.3%
家具・装備品製造業	80社	1社	81社	98.8%
なめし革・同製品・毛皮製造業	8社	—	8社	100.0%
(参考) 製造業計	560社	117社	684社	81.9%

(平成25年工業統計調査より作成)

代表的な地場産品

地場産品	概要	
ニット (メリヤス)	<p>明治に始まり、第一次世界大戦を契機に紀州ネルの起毛加工方法を応用した綿メリヤスとして飛躍的に発展。</p> <p>現在、丸編生地生産量は全国第1位で約4割のシェアを誇っており、横編ニット生地及び丸編ニット製品の製造とともに、全国屈指の総合産地となっています。</p>	
建具	<p>明治から建具業として独立業種となり、紀の川を利用して運ばれてくる吉野杉の端材で建具をつくり、大阪へ搬送したのが始まり。吉野杉・紀州桧等の材料が多くあることと大阪という商圏が近くにあることで急速に発展し、建具の一大産地となっています。</p>	
和家具	<p>江戸時代末期には現在の和歌山市において箆笥の製造技術が確立し、生産が行われていたと考えられる。明治時代には、大阪圏の需要を満たす地廻り産地として発展を続けると同時に、地元需要も増加した。昭和中期に多くの工場が桐箆笥の製造に移行。</p> <p>紀州桐箆笥は昭和62年に通産省(現経済産業省)より国の伝統的工芸品に指定され、本市が産地指定されています。</p>	
皮革	<p>源流をたどると古く慶長年間に遡る本市地場産業の中で最も古い産業のひとつ。明治には軍靴採用され、陸奥宗光がドイツの革細工師と靴工を招き、伝習所を開いたことで近代的皮革が確立。昭和の戦災により衰退したが、長い伝統と粘り強い努力により難局を打開し、品質は世界的水準にあります。</p>	 <p>皮革製品</p>

3 サービス産業の現状

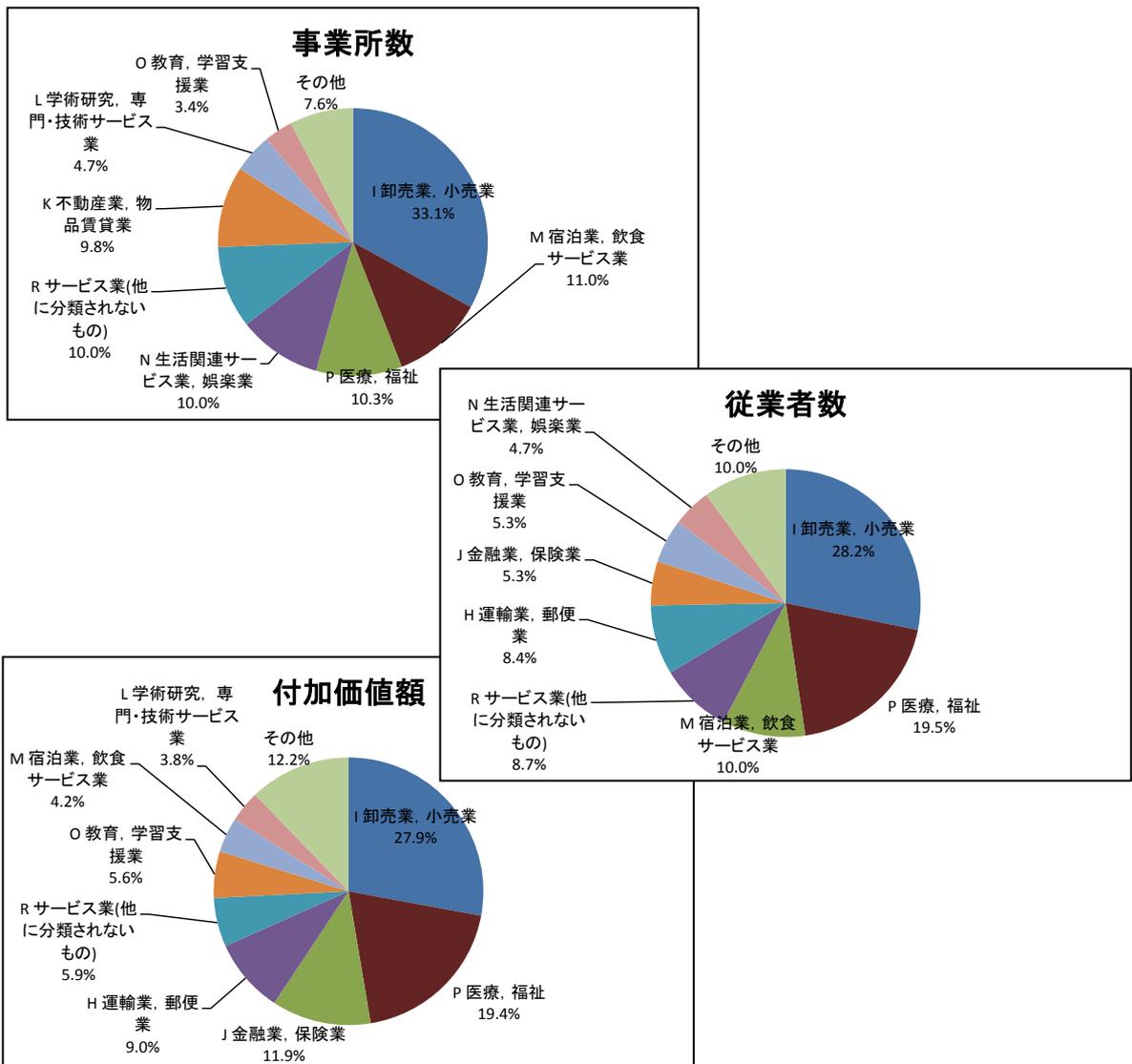
(1) 事業所数、従業者数、付加価値額から見た産業構造

サービス産業（第3次産業）は、事業所数で産業全体の82.6%、従業者数で75.3%、付加価値額で66.5%を占めています。

サービス産業のうち、事業所数では、「卸売業、小売業」が全体の33.1%を占め、次いで「宿泊業、飲食サービス業」、「医療、福祉」が続く。これらで、サービス産業全体の54.4%を占めています。

従業者数では、「卸売業・小売業」が全体の28.2%を占め、次いで「医療、福祉」、「宿泊業、飲食サービス業」が続き、合わせてサービス産業全体の57.7%を占めています。

付加価値額では、「卸売業、小売業」が全体の27.9%を占め、次いで「医療、福祉」、「金融業、保険業」が続く。「卸売業、小売業」、「医療、福祉」で47.3%を占めています。



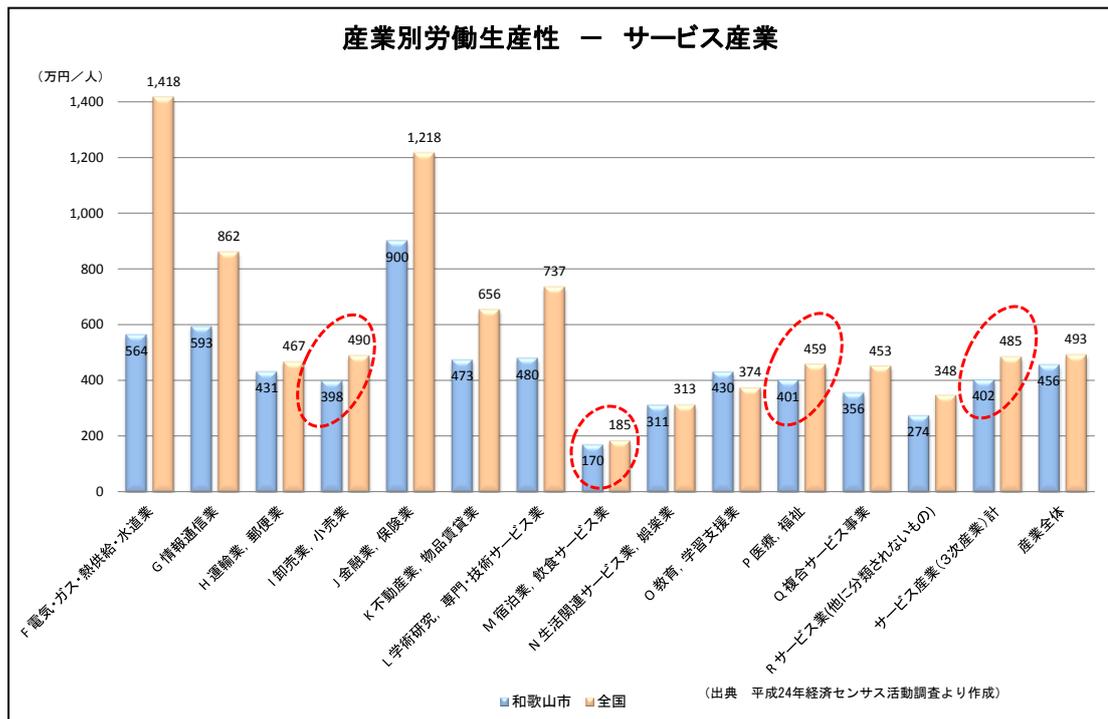
(出典 平成24年経済センサス活動調査より作成)

(2) サービス産業の労働生産性

サービス産業（第3次産業）の労働生産性は、402万円と産業全体（456万円）に比べて低く、全国（485万円）の水準よりも下回っています。

サービス産業の中で大きな位置をしめている「卸売業、小売業」、「医療、福祉」が、産業全体及び全国の水準に比べて労働生産性が低いことの影響が大きいと考えられます。

また、「宿泊業、飲食サービス業」は他の業種に比べ、更に労働生産性が低い状況となっています。



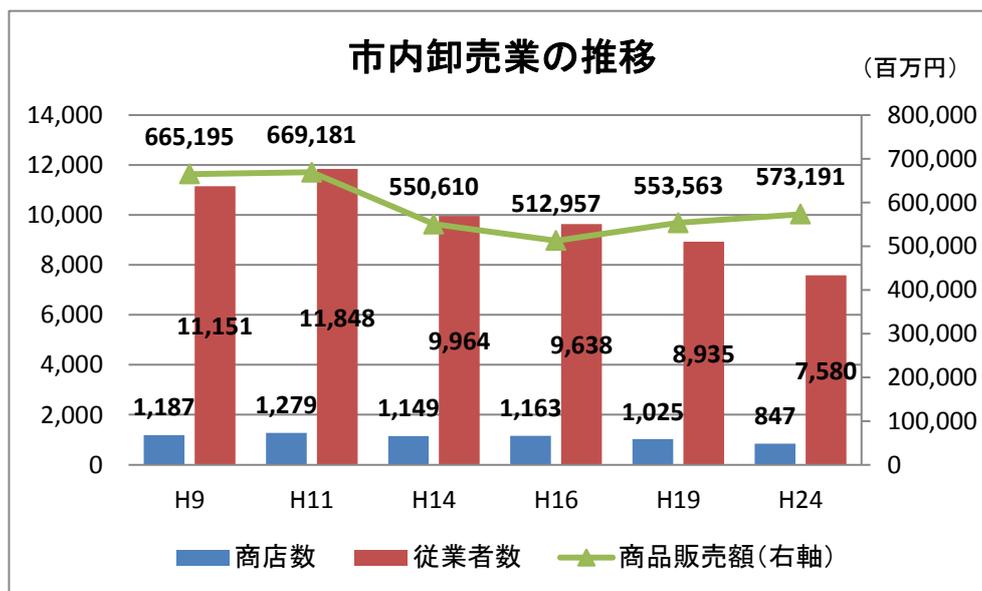
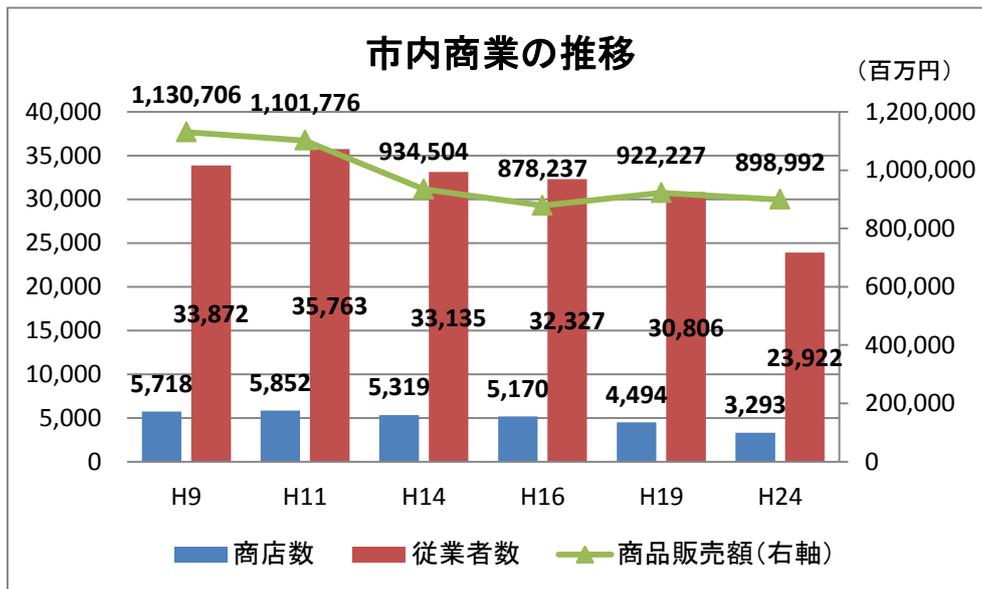
(3) 商業（卸売業、小売業）の現状

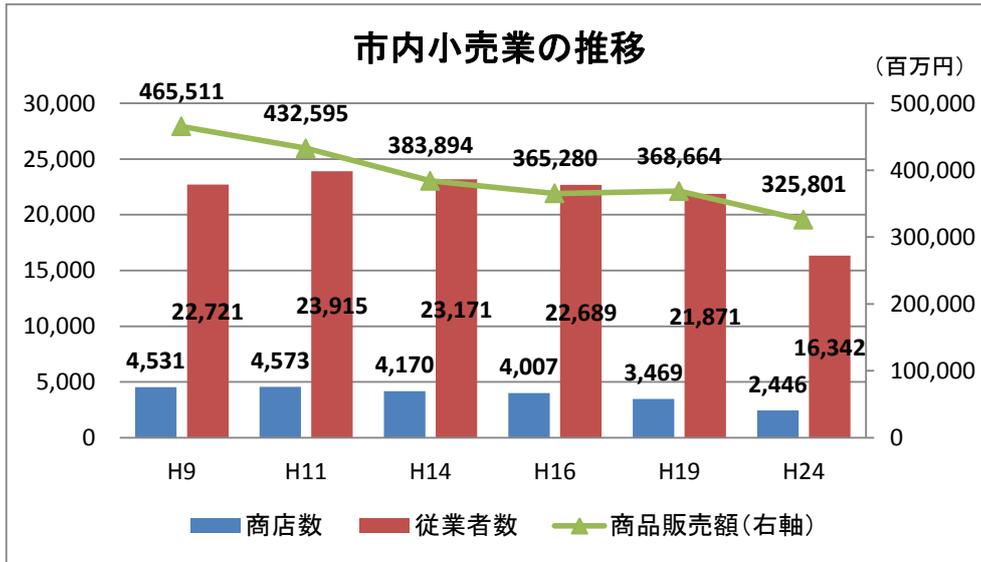
和歌山市の商業は、かつては県内全域及び大阪府の南部までを商圏として、発展してきました。

しかしながら、県内の市町村や大阪南部での商業の発展に伴い、本市の商圏は縮小が続いており、そのなかで本市の郊外にも大型店が出店し、中心部における商業の衰退が顕著となっています。

商業（卸売業、小売業）の事業所数、従業者数、商品販売額はともに、減少傾向にあります。

「卸売業」、「小売業」別では、事業所数及び従業者数は減少傾向であるが、「卸売業」の商品販売額は近年持ち直しています。

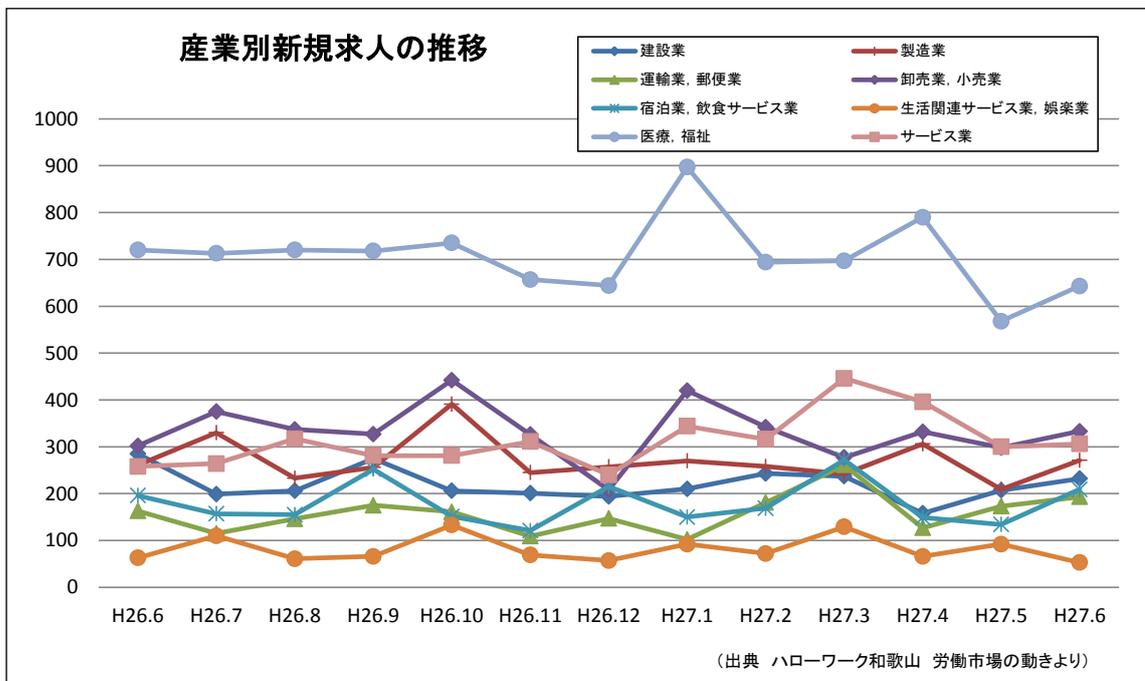




(4) 医療、福祉

「医療、福祉」は従業者数、付加価値額では、「卸売業、小売業」に次ぐ規模で、産業全体でも事業所数の8.5%、従業者の14.7%、付加価値額の12.9%を構成するなど、重要な位置を占めるが、労働生産性が401万円と産業全体(456万円)に比べて低く、全国(459万円)の水準よりも下回っています。

また、「医療、福祉」の分野は求人数が多く、人手不足が続いており、高齢化社会の進展により今後も労働者の需要が増えると考えられるため、人材をうまく誘導する取り組みが必要です。



4 農林水産業の現状

(1) 農業

本市の農業は、水稻を中心に野菜・果樹を取り入れた複合経営を営み、沿岸部に近い地域での砂地を利用した「大根」や「ショウガ」をはじめ、平野部での「キャベツ」、「ハクサイ」等の裏作野菜の栽培など、都市近郊型農業として近代化を進めてきましたが、農業就業者数、農産物出荷量とも減少が続いています。

農業就業者人口が減少してきている中で、60歳以上割合が平成17年から平成22年で64.5%から72.3%へ高くなり、高齢化が進んでいます。

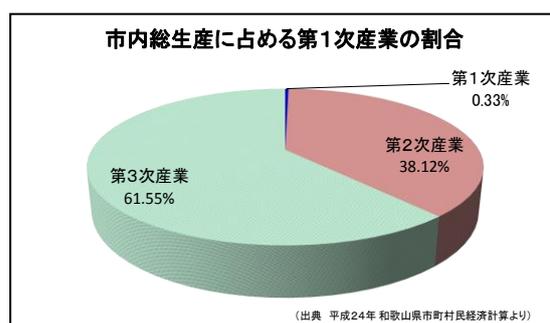
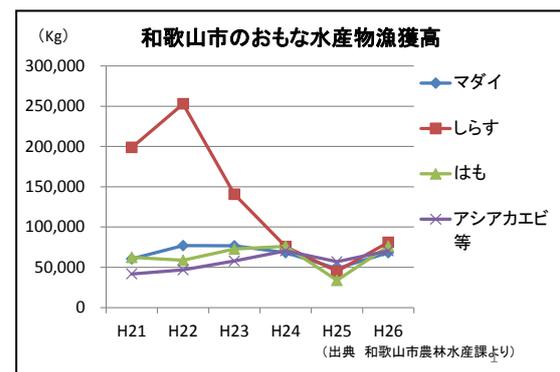
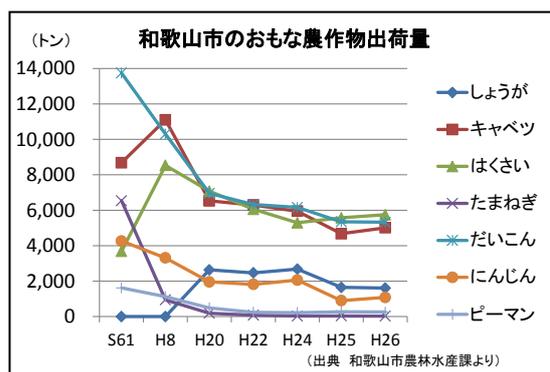
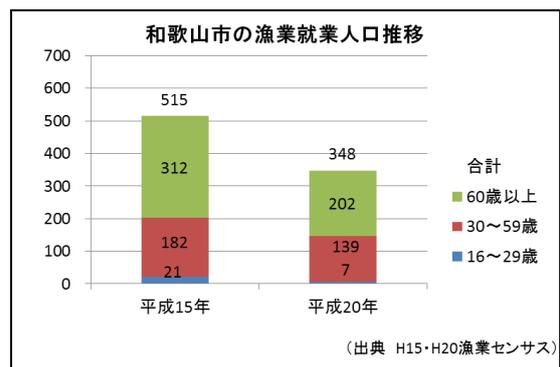
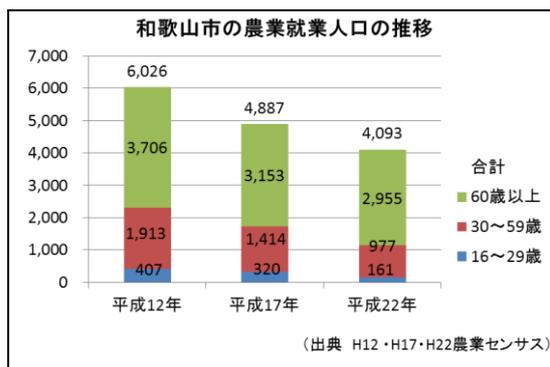
生産量全国2位を誇る新ショウガの「生姜丸しぼり（わかやまジンジャーエール）」の6次産業化に成功した例はあるものの、それに続く事例に乏しい状況です。

(2) 水産業

漁業就業人口は減少しており、特産物には「しらす」、「アジアカエビ」、「マダイ」、「アサリ」等があるものの、「しらす」は近年で漁獲高が大きく減少しています。

(3) 農林水産業の労働生産性

和歌山市は189万円と全国の279万円より低く、本市の産業全体の456万円を大きく下回っています（1(3)産業別労働生産性より）。



6次産業化成功事例

生姜丸しぼり (Wakayama Ginger Ali)

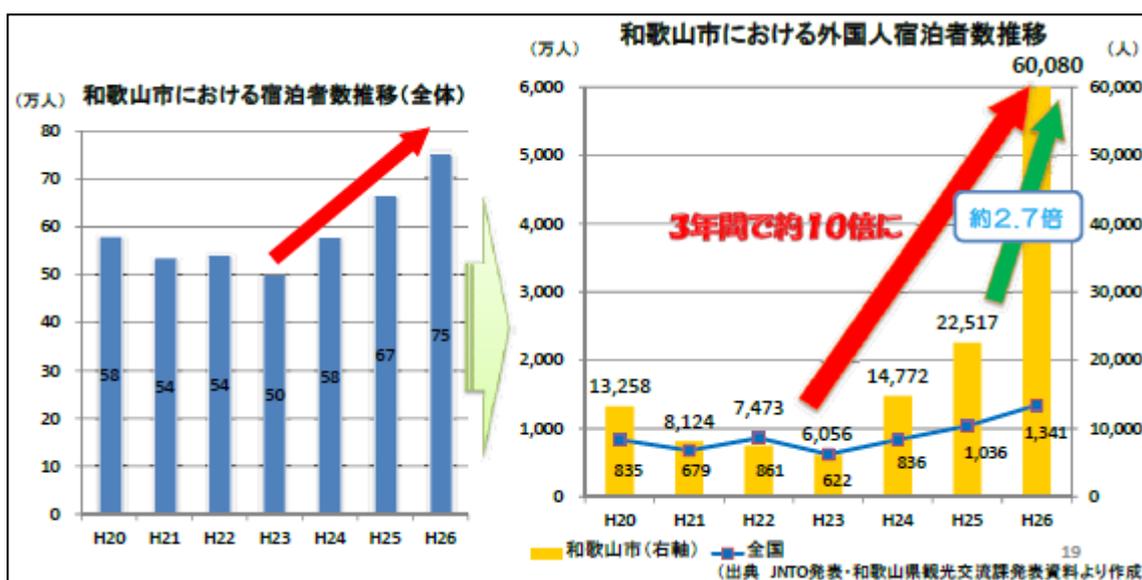
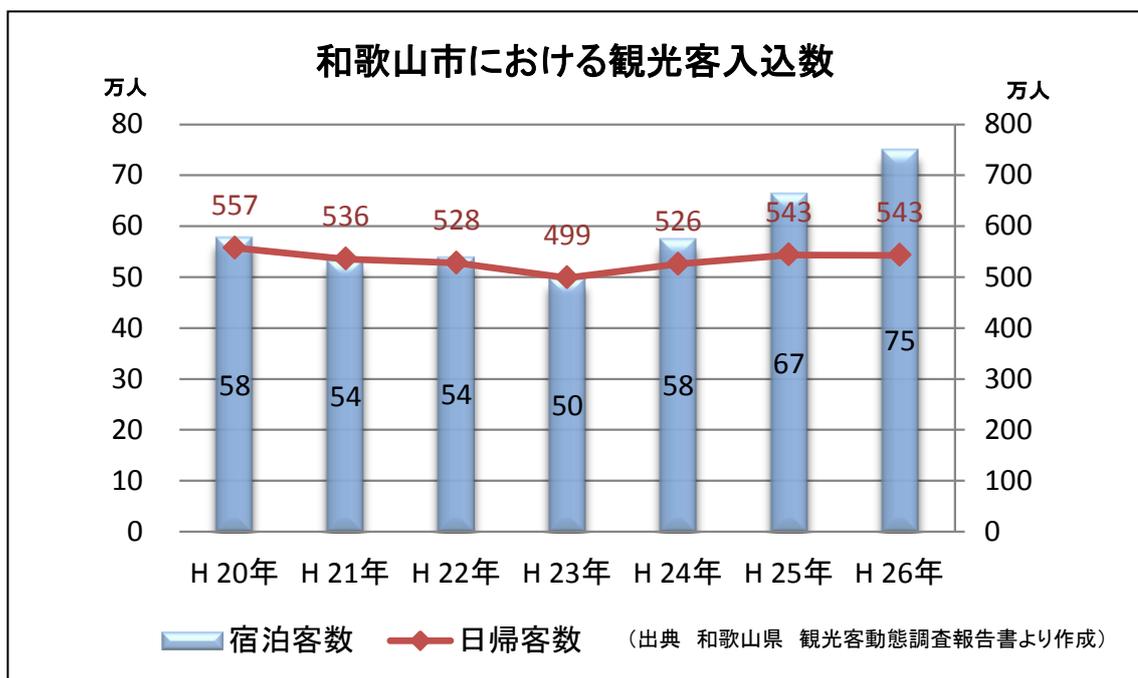
5 観光業の現状

(1) 観光客の状況

和歌山市の近年の観光客入込数は、日帰客数、宿泊客数とも、紀南地域の水害や東日本大震災のあった平成23年を底として、増加傾向が続いています。日帰客数の増加に比べ、宿泊客が増加しています。

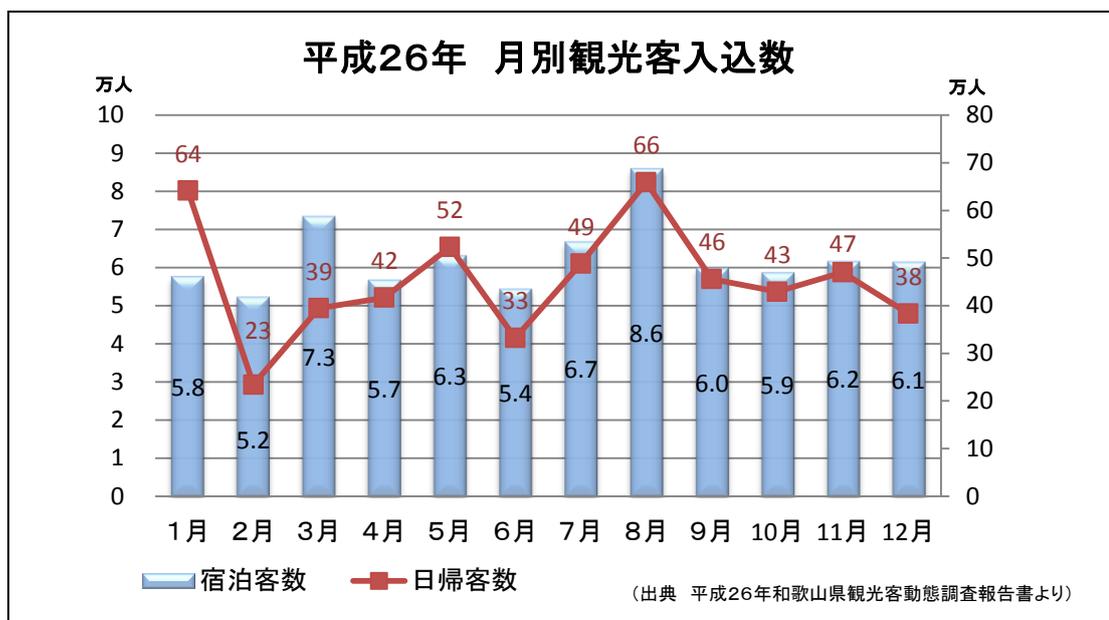
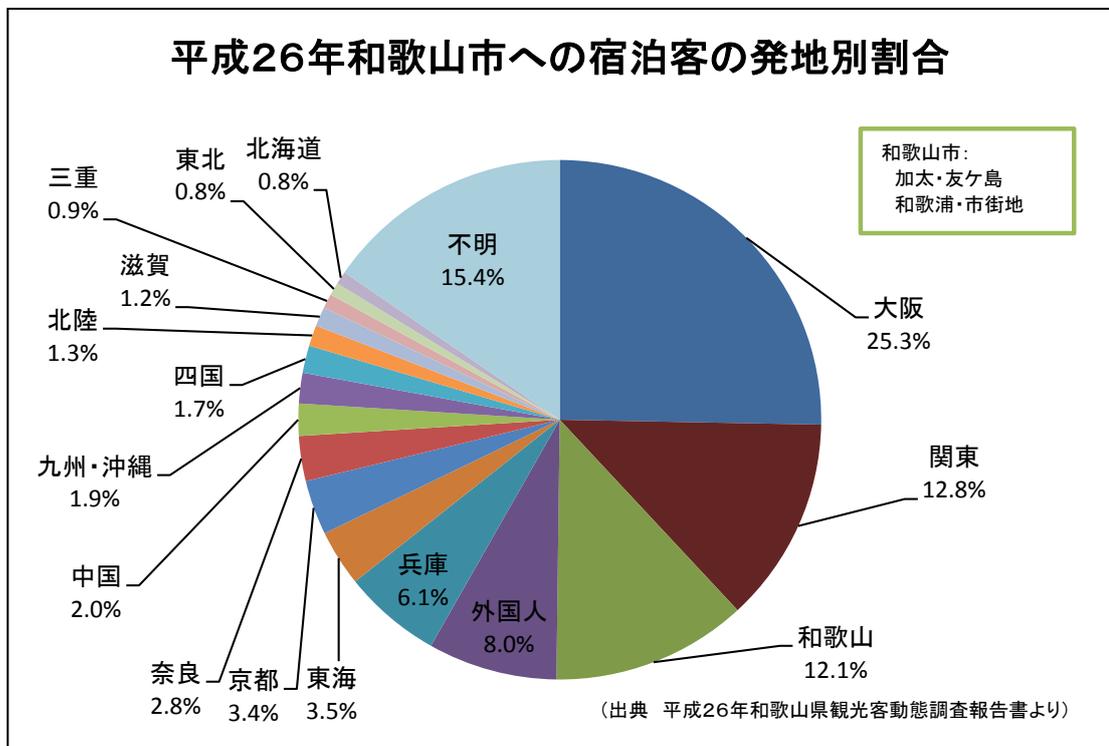
その増加を支えているのが、外国人観光客の急増であり、平成26年中の外国人宿泊者数は約6万人で、前年比2.7倍、平成23年比で約10倍にのぼります。

主な要因としては、中国や東南アジア諸国での査証（ビザ）発給要件の緩和措置や関西国際空港のLCC（格安航空会社）専用第2ターミナルのオープン、LCCの発着便数の増加などが考えられます。



宿泊客の発地別内訳をみると、近畿圏内では、大阪からの宿泊客が最も多い一方で、京都や奈良、滋賀等からの宿泊客は少なく、近畿圏外や外国人が約半数を占めます。

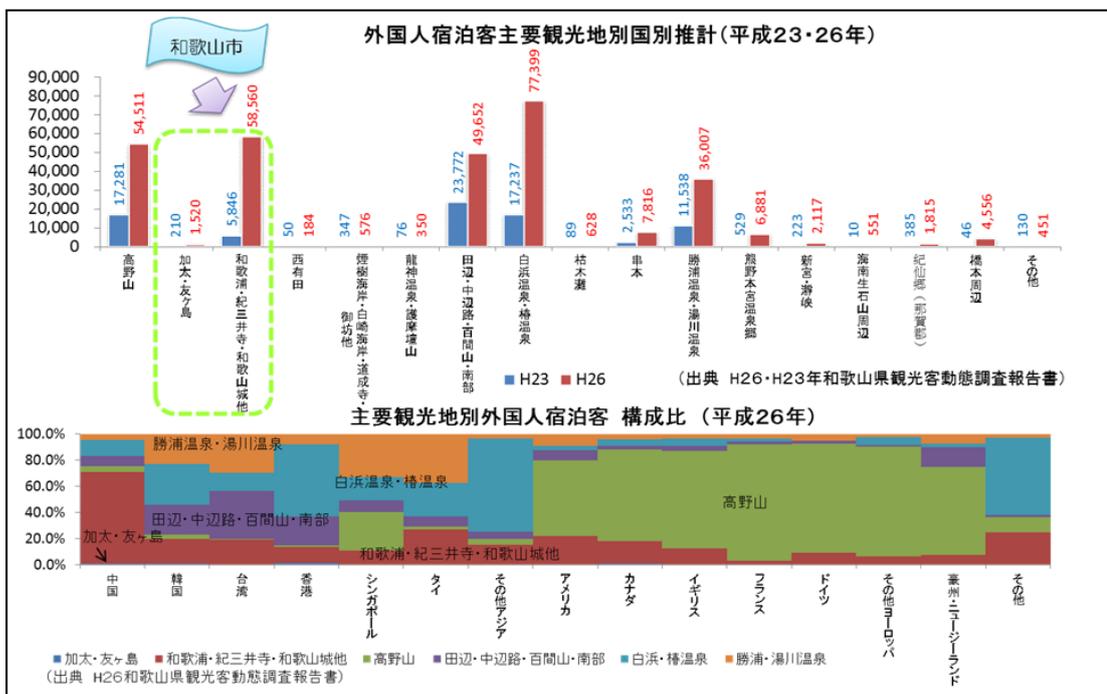
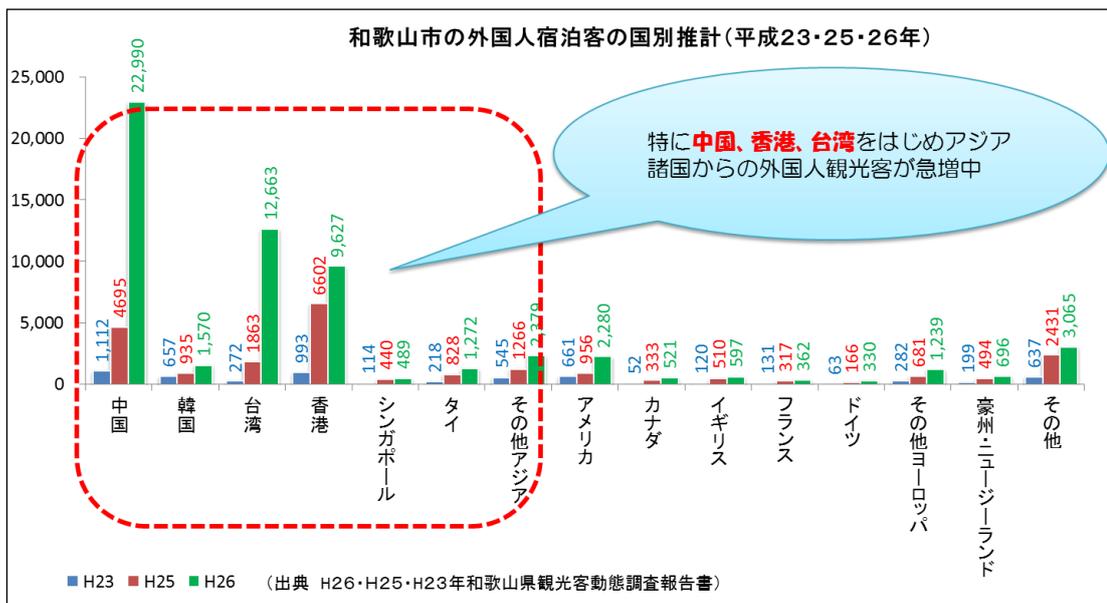
月別観光客入込数では、月によってバラツキが見られ、初詣、花見（桜）、ゴールデンウィーク、海水浴シーズンなどの時期は観光客が多いものの、2月や6月は日帰客、宿泊客ともに少ない状況です。



(2) 外国人観光客の状況

外国人宿泊客を国別に見ると、どの国からの観光客も増加していますが、特に中国、台湾、香港をはじめアジア諸国からの観光客の増加が顕著です。その中でも、中国は平成25年との比較では4.9倍、平成23年からでは20.7倍に伸びており、台湾も平成25年からでは6.8倍、平成23年からでは46.6倍と大幅に増加しています。

県内を訪れる外国人観光客の宿泊先は、本市以外では高野山や田辺・白浜・勝浦が多く、アジア諸国は比較的まんべんなく分かれているものの、アメリカやヨーロッパ諸国からの観光客はほとんどが高野山に宿泊している状況にあります。



訪日外国人観光客の消費は、国土交通省観光庁による訪日外国人消費動向調査では、日本全体での一人一回当たりの平成26年の旅行支出は151,174円となっています。

和歌山市が平成27年6月8日から11日まで(年4回調査実施のうち1回目)に、494人の外国人観光客に対し行った調査(速報値)によると、調査対象者のうち和歌山市に宿泊したのは約60%の292人であり、お土産に消費する金額は約20,000円、飲食に消費する金額は約15,000円となっており、この観光消費をいかに増加させていくかが課題と考えられます。

外国人宿泊客の状況について、和歌山市内の主なホテルにヒアリングを行ったところ、次のような回答が得られました。

ヒアリング事項	回答内容
外国人宿泊の状況	①10%未満(5社) ②10%(1社) ③30%~40%(3社) ④60%~70%(3社)
宿泊の状況	①主に1泊(12社)
チェックインの多い時間	①19時~20時(1社) ②20時(6社) ③20時~21時(2社) ④18時~22時(1社) ⑤21時~24時(1社) ⑥その他(1社)
チェックアウトの多い時間	①8時(8社) ②8時~9時(1社) ③8時~10時(2社) ④その他(1社)
市内の観光コース(複数回答あり)	①和歌山城(6社) ②黒潮市場(3社) ③ウルトラ駅長「たま」(3社) ④イオン(1社) ⑤分からない(5社)
外国人対応の課題	①マナーの違いへの対応 ②外国語の対応 ③外国人向けメニューの開発 など
※外国人宿泊客の状況について、平成27年8月3日から12日までの間、和歌山市内の市街地に立地する12のホテルにヒアリング。(JR和歌山駅周辺:6社、和歌山城周辺:3社、南海和歌山市駅周辺:2社、市内南部1社)(和歌山市産業政策課調べ)	

和歌山県内の外国人旅行者向けの免税店は、平成27年4月1日時点で100店舗あり、昨年4月1日時点(8店舗)から92店舗の大幅増となっています。

平成26年度税制改正において訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の改正により、従来免税販売の対象ではなかった消耗品(食品類、飲料類、薬品類、化粧品類その他の消耗品)を、一定の条件のもとで免税対象にする改正が行われ、平成26年10月より施行されました。県では、県内事業者が新制度を効果的に活用できるように、免税店許可申請書のためのマニュアルを作成し、改正免税制度に関する説明会を開催するとともに、200か所以上の関係事業者の個別店舗に働きかけを行い、相談窓口の設置や、店舗への対応の強化などの取り組みによる効果が出ていると思われます。

和歌山市内の免税店は、平成27年7月1日現在で56店舗にのびります。

内 訳	店舗数
鞆・化粧品・小物	20店舗
ファッション関係	12店舗
食品・酒等	11店舗
ホテル、その他	13店舗

(3) 歴史・文化・自然などの観光資源

和歌山市には、和歌山城をはじめ、徳川御三家の城下町として歴史や文化をはじめとする豊富な観光資源が数多くあります。

和歌山城は本市のシンボルであり、平成26年中の和歌山城天守閣入場者数は前年比1万3,000人増の20万2,889人と18年ぶりに20万人を突破し、外国人観光客も増加しています。また、明治時代から終戦まで旧陸軍の軍事要塞として使用され、砲台跡等が残る無人島である友ヶ島も近年多くの観光客が訪れるスポットとなっている他、加太・和歌浦・磯の浦で海水浴やマリンスポーツを楽しむこともできます。



名所旧跡	和歌山城、紀州東照宮、湊御殿、紀三井寺、友ヶ島、磯の浦、番所庭園、旧中筋家住宅、養翠園 etc
施設	マリーナシティ
イベント	桜まつり(3月～4月) 和歌山城 和歌祭(5月) 和歌浦周辺 海水浴(7月～8月) 海水浴場5ヶ所 港まつり(7月下旬) 和歌山港中埠頭 紀州おどり ぶんだら節・紀州よさこい祭り(8月上旬) 和歌山城周辺 和歌浦ベイマラソン with ジャズ・竹燈夜(10月) 食祭 WAKAYAMA(11月) 和歌山城砂の丸広場 カウントダウンイベント(12月) マリーナシティ etc
グルメ	和歌山ラーメン&早寿司、アジアカエビ、わかしらす 和歌山ジンジャーエール、加太のマダイ、わかやまポンチ etc

(4) 和歌山大学観光学部

和歌山市にある県内唯一の国立大学である和歌山大学は、平成20年に国立大学法人では初の観光学部を設置し、その後、観光学研究科修士課程を設け、平成26年度からは博士課程を置いています。学部から博士まで観光学の課程がある大学は、国立大学法人では全国唯一であり、観光に携わる人材の育成や、観光研究の拠点としての成果が期待できます。

更に、和歌山大学では、世界水準の観光学研究機関「国際観光学センター（仮称）」の平成28年の開設を計画し、準備を進めており、世界一線級の外国人研究者を招へいし、国連世界観光機関による日本初の「観光教育・訓練・研究機関」の認定を目指しています。和歌山市に世界トップレベルの研究拠点ができれば、地域の観光産業に大きなインパクトを与えるのは間違いなく、国際学会の大会や、国際機関の総会などの開催も期待できます。



和歌山大学観光学部（和歌山大学HPより）

(5) 和歌山市の産業観光

産業観光は、和歌山市の歴史的・文化的価値のある産業文化財（産業遺構）や工場・工房及び産業製品、コンテンツなどのソフト資源を観光資源とする新しい観光形態であり、市内にも産業観光の受け入れが行われている事業所があります。（和歌山商工会議所HPより）



分類	事業所
機械・金属	アクロナイネン(株)・(株)島精機製作所 資源サイクルセンター(株)松田商店 ウインナック(株)
化学	花王(株)和歌山工場
木材	(株)宮本工業・(株)山本進重郎商店
木製品	上中産業(株)
食品	(有)柏木製麺所・(株)豆紀
電気・皮革・印刷	(有)トミタ工業・(株)和歌山印刷所
卸売	和歌山市中央卸売市場協会
情報通信	阪和電子工業(株)
介護施設	さくら園紀伊風土記の丘 (株)明久)
その他	和歌山県工業技術センター

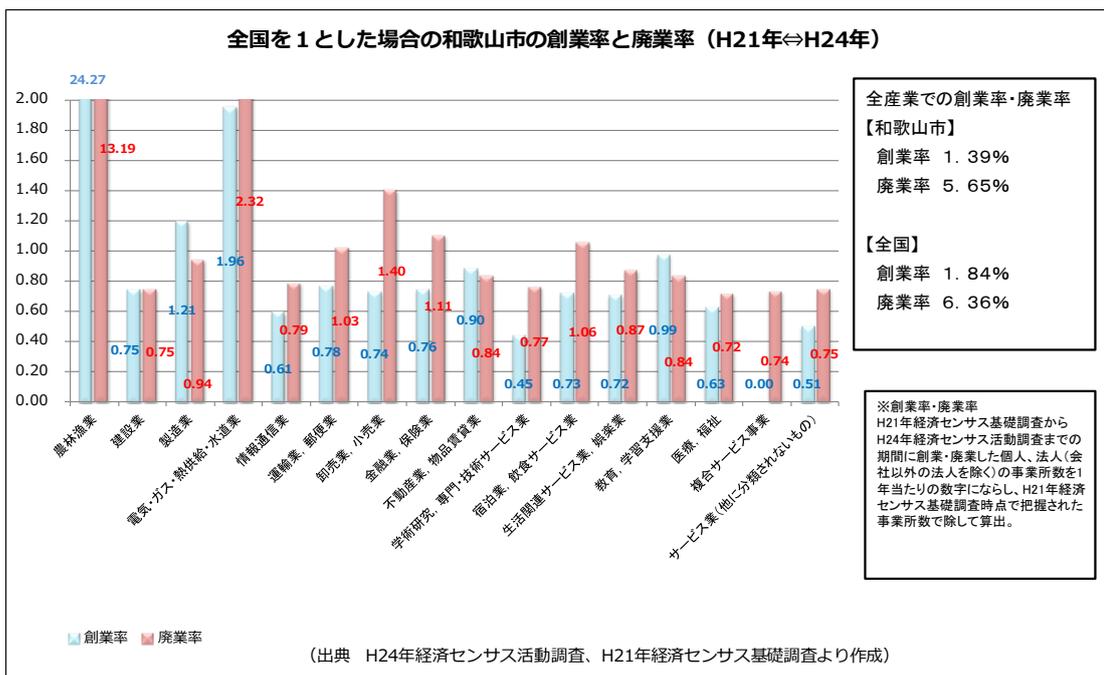
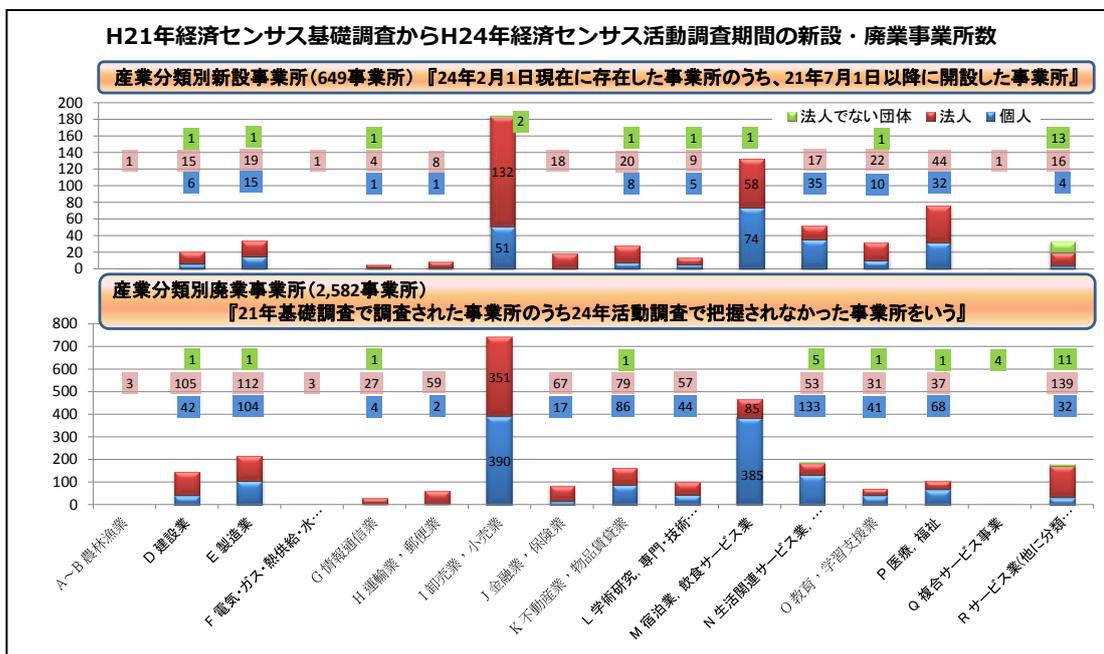
(出典 和歌山商工会議所HPより)

6 和歌山市における創業・廃業の現状

平成24年経済センサス活動調査において、前回調査（平成21年経済センサス基礎調査）からの新設事業所数は、649事業所、廃業事業所数は2,582事業所となっています。

新設事業所が最も多い分類は、「卸売業、小売業」となっており、次に「宿泊業、飲食サービス業」、「医療、福祉」と続いています。廃業事業所が最も多い分類は、「卸売業、小売業」、次いで「宿泊業、飲食サービス業」と、新設事業所と同様の傾向にあります。

和歌山市の全産業での創業率、廃業率はともに全国より低く、事業所数が減少する中で、新たな事業の担い手が現れにくく、新陳代謝が進んでいない状況にあります。意欲のある创业者の新規創業や、新事業展開を促進し、地域産業の新たな担い手を確保することが課題となっています。



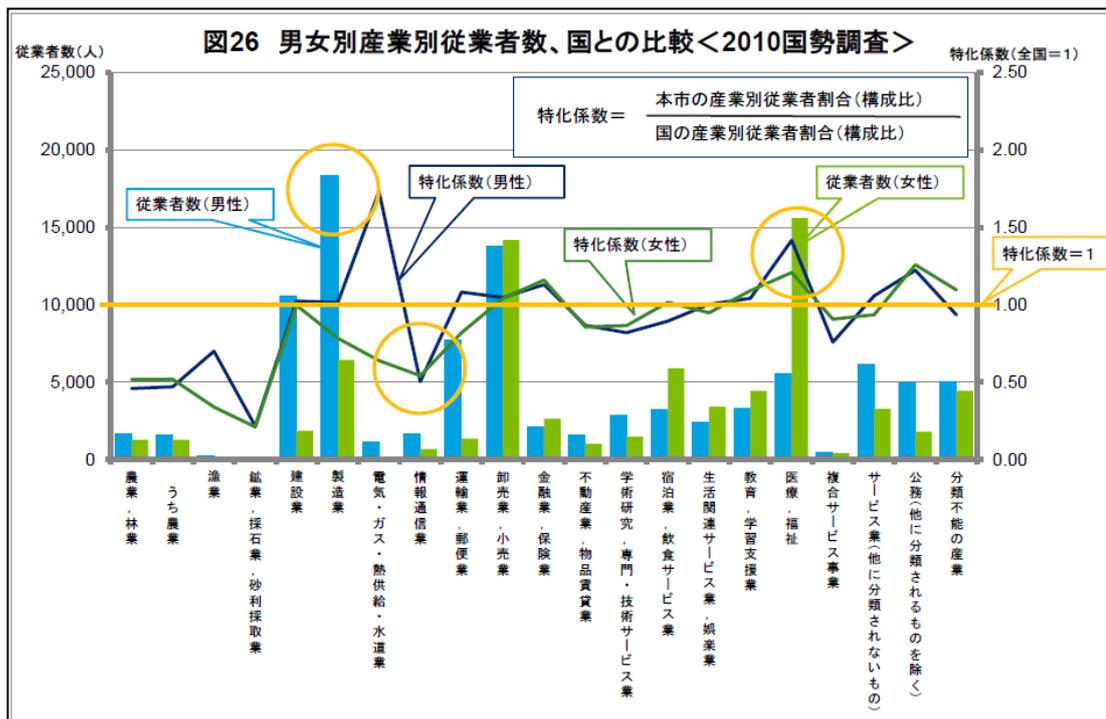
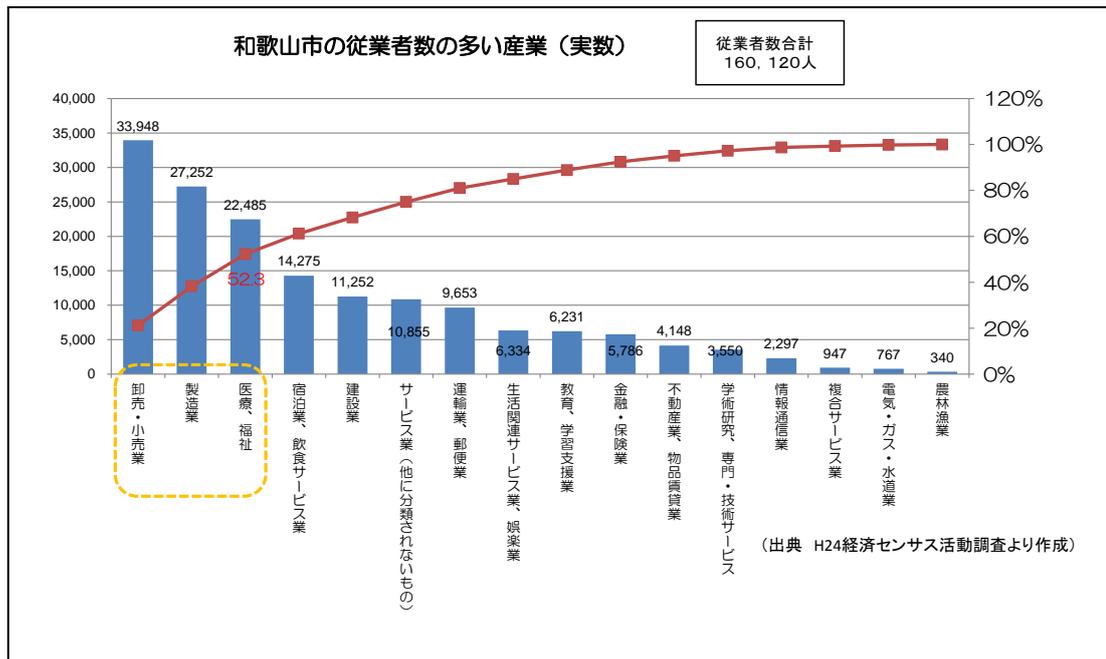
7 和歌山市における労働・雇用の状況

(1) 産業別従業者の状況

「卸売・小売業」の従業者が最も多く、「卸売・小売業」、「製造業」、「医療、福祉」で全体の52.3%を占めています。

男女別産業別従業者数では、男女とも「卸売・小売業」での従業者が多く、男性の従業者で最も多いのは「製造業」、女性では「医療、福祉」となっています。

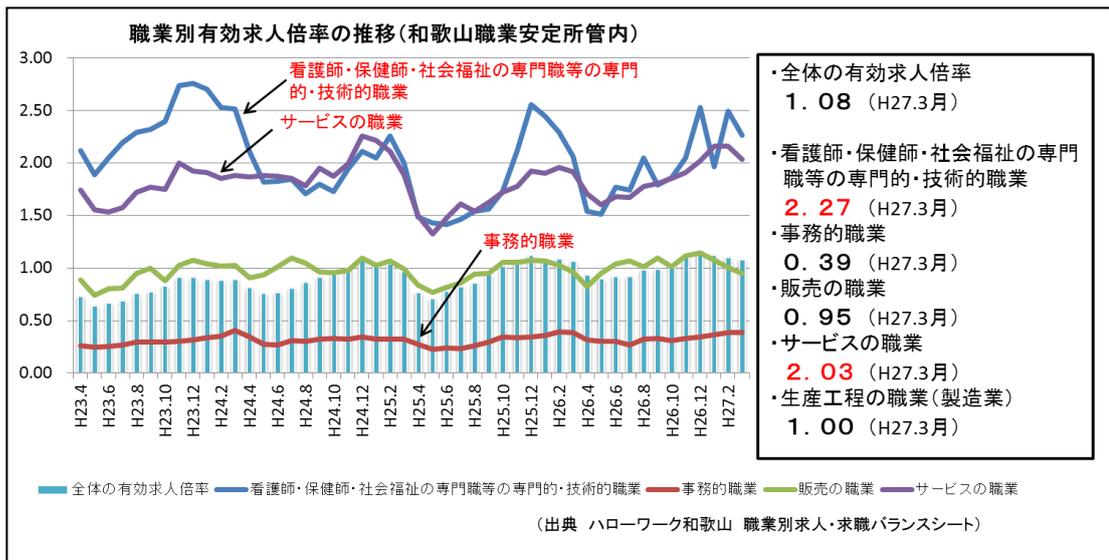
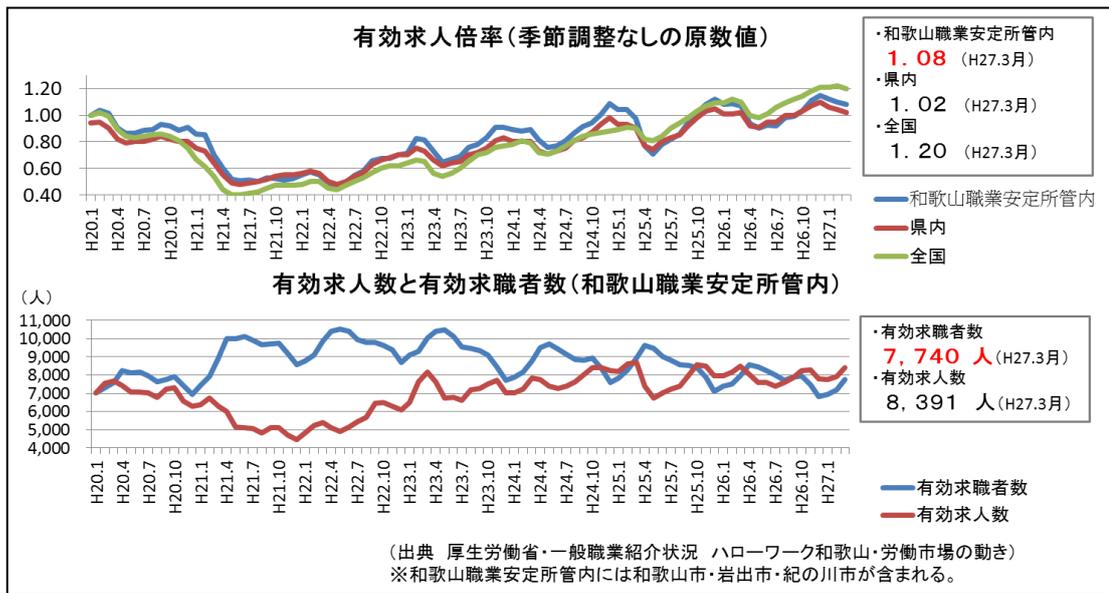
男性は「製造業」、「卸売・小売業」、「建設業」で全体の46.1%を占めており、女性は「医療、福祉」、「卸売・小売業」で42.4%を占めています。「情報通信業」の特化係数は男女とも低い状況です。



(2) 求人求職の状況

和歌山公共職業安定所管内の有効求人倍率は、平成26年10月以降は1.00倍を超える値で推移していますが、全国的にはこれを上回る上昇傾向が続いており、全国との差がやや広がりつつあります。長期的にみると有効求人数は横ばい、有効求職者数は微減傾向にあることから、有効求人倍率が上昇しています。

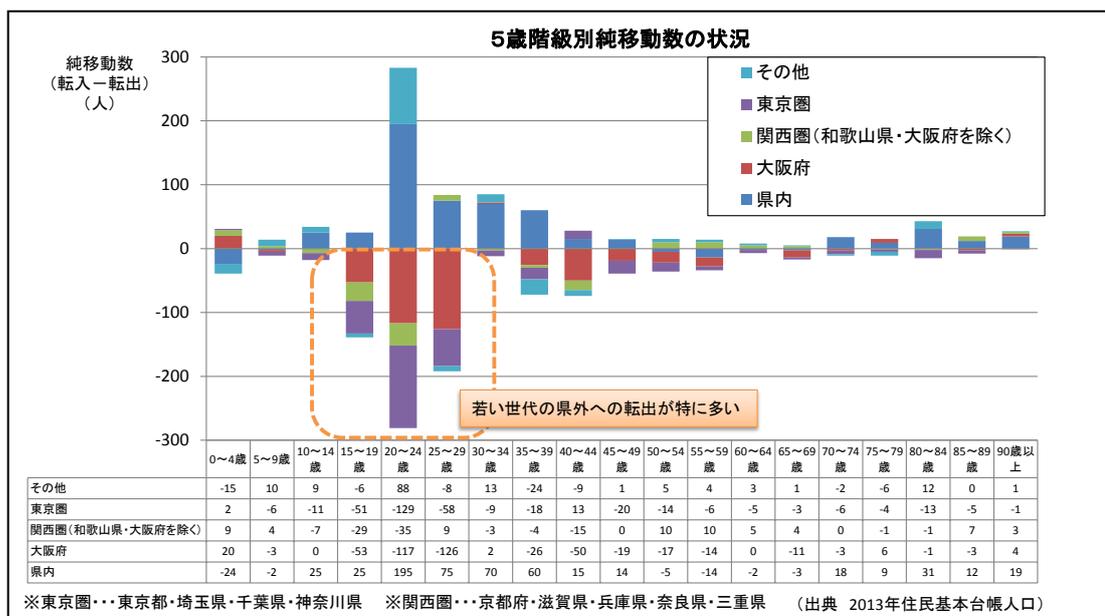
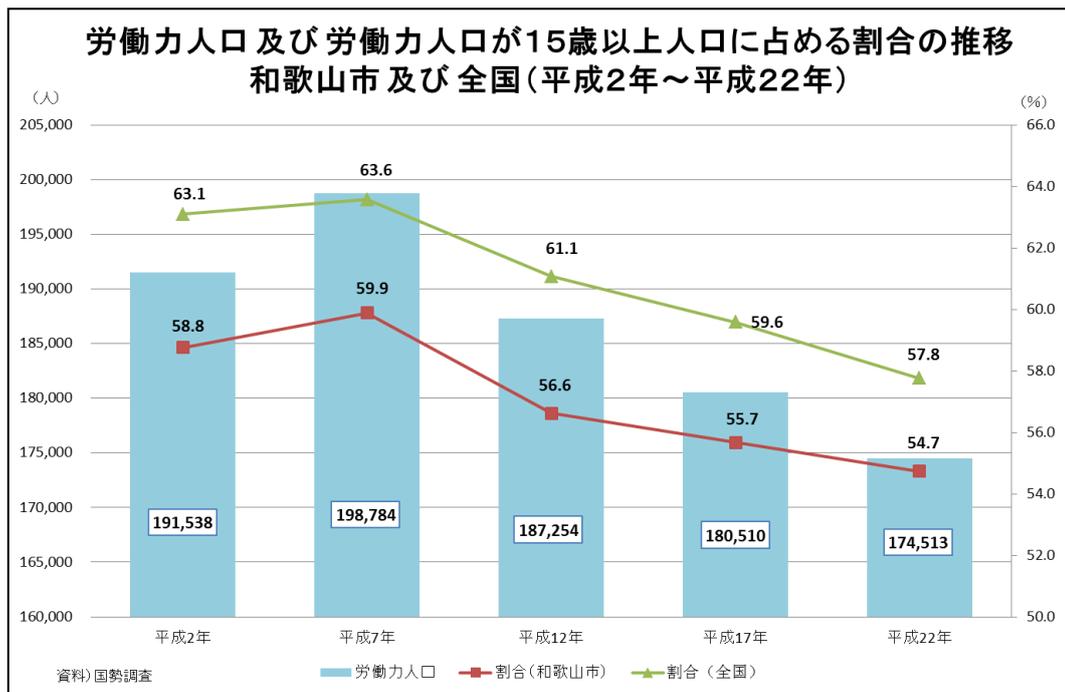
職業別有効求人倍率を見ると、看護師・保健師・社会福祉の専門等の専門的・技術的職業等、サービスの職業（介護サービス、接客・給仕、飲食物調理など）の有効求人倍率が2を超えている一方で、事務的職業では0.5を切るなど、職種によりばらつきが見られます。



(3) 労働力人口の状況

和歌山市の労働力人口及び労働力人口が15歳以上人口に占める割合は、平成7年をピークに減少が続き、全国との対比でも一貫して低い水準にあります。将来人口の減少が見込まれる中、労働力人口の割合の減少傾向に歯止めをかける必要があります。

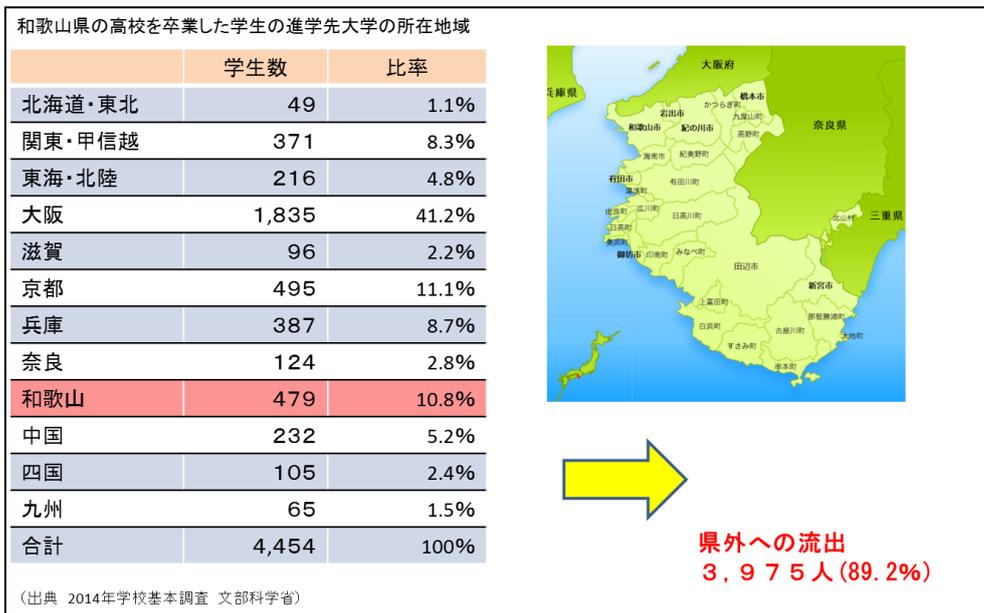
また、和歌山市の5歳階級別の転入・転出の状況を見ると、15歳から29歳までの大阪府や東京圏への転出が多く、進学や就職をきっかけに和歌山市から県外へと転出する傾向があると思われ、労働力人口の減少に拍車を掛けています。



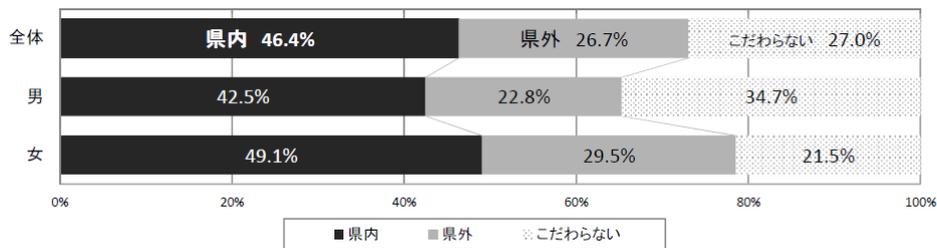
進学状況を見ると、和歌山県の高校を卒業した学生の進学先の約9割が県外となっており、和歌山県内には約1割しか留まっていない状況です。

また、本県出身の大学生等がUターン就職についてどのような意識をもっているかについて、和歌山県が実施した「大学生等の就職意識調査結果」によると、就職を希望する地域については「県内で就職したい」が46.6%と半数を占め、その理由として「故郷に愛着がある」や「地元での生活に慣れている」、「家族と一緒に暮らしたい」が挙げられています。

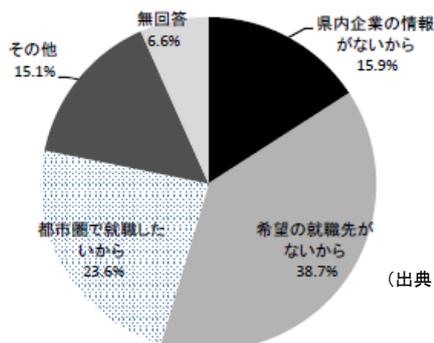
また、「県外で就職したい」との回答が26.7%を占め、その過半数(54.6%)が「希望の就職先がないから」又は「県内企業の情報がない」との理由を挙げており、「都市圏で就職したい」との積極的な県外志向を持った者は23.6%に留まっています。



就職を希望する地域



「県外で就職したい」と回答した者の理由



(出典 和歌山県 H28年3月卒業予定の大学生等の就職意識調査結果より)

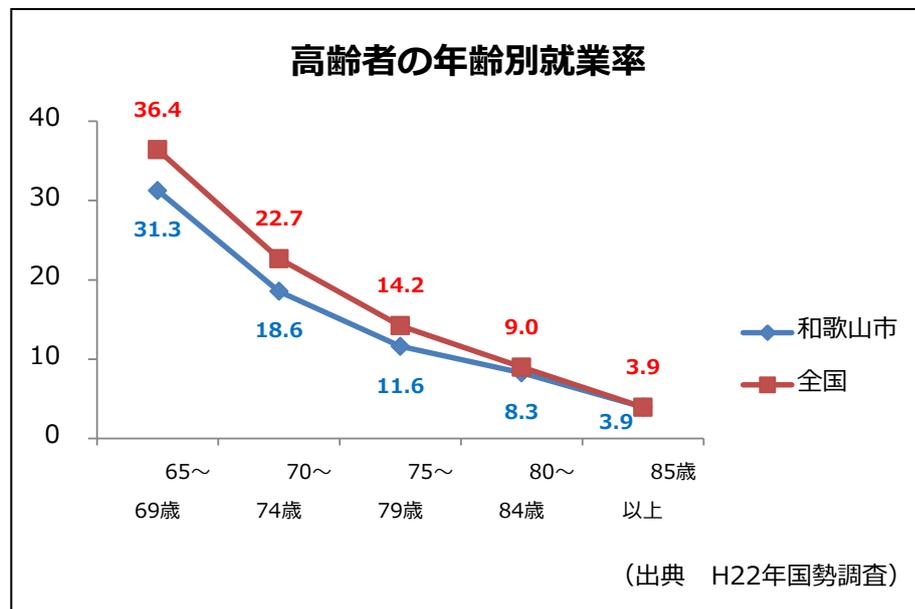
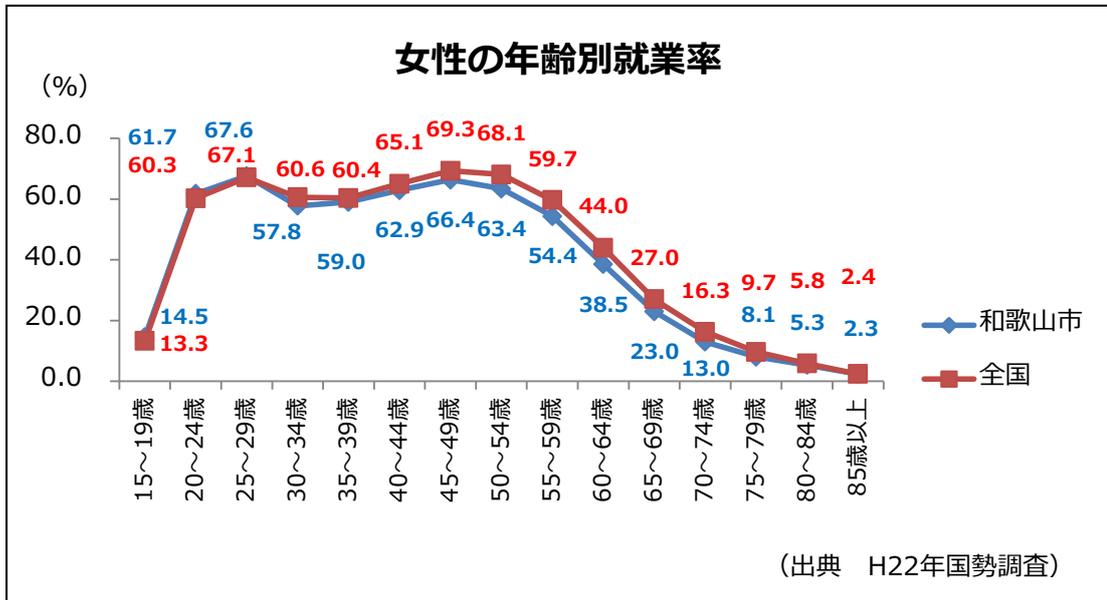
(4) 女性・高齢者の就業の状況

本市の女性及び高齢者の就業率は、どの年齢階層においても全国平均とほぼ同じか、下回っている状況にあります。

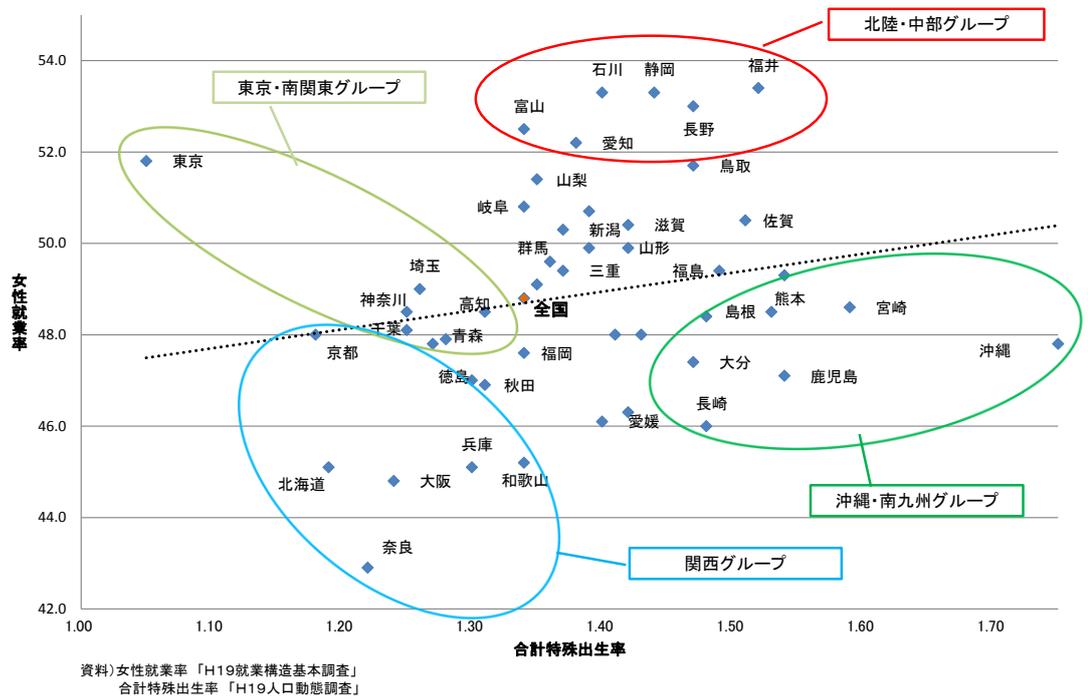
今後人口減に伴う労働力人口の減少をカバーするためにも、女性や高齢者の就業促進は必要不可欠であり、全国平均よりもその割合が低い本市にあっては、まだまだその力を活かすことができる余地が大きいと考えられます。

また、女性就業率と合計特殊出生率の散布図から、和歌山県は横軸の出生率で見るとほぼ全国並みですが、縦軸の就業率で見るとかなり低い水準にあり、散布図の左下に位置しています。3世代同居の多さや地域の女性の働く意識の違い等の影響も考えられますが、北陸・中部地域は就業率・出生率とも高く、仕事と子育てを両立できている一方で、関西地域は全国に比べ両立が進んでいない状況にあると言えます。

人口減少が予想される中、結婚や出産で仕事から離れた女性の労働市場への復帰を促すとともに、仕事と育児を両立できる環境づくりを進める必要があります。

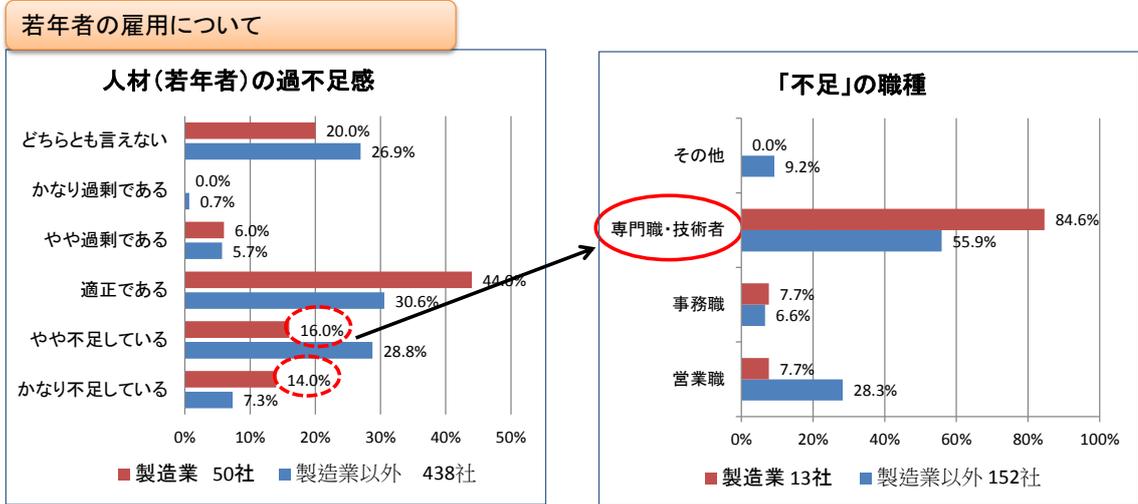


女性就業率と出生率の関係



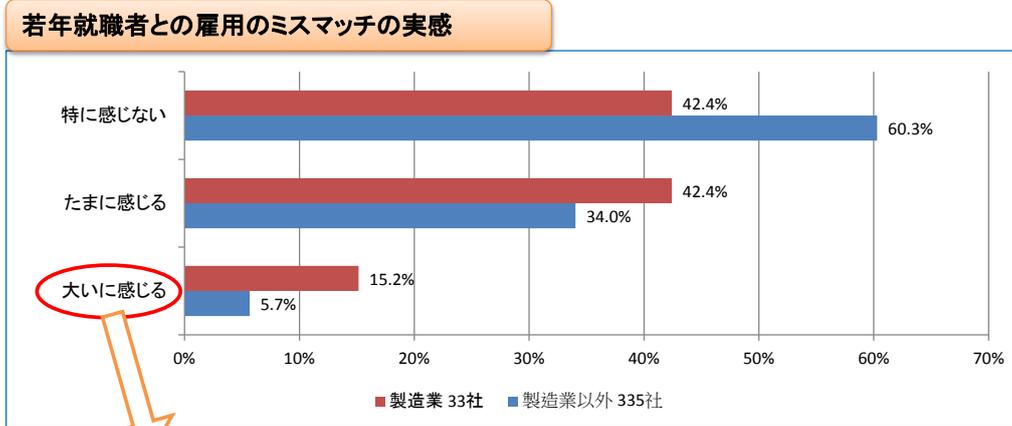
(5) 人材の過不足及び雇用のミスマッチ

事業者から見た、人材（若年者）の過不足感については、「やや不足している」、「かなり不足している」が製造業、製造業以外の事業者ともに3割にのびます。不足の職種については、「専門職・技術者」が多く、製造業以外の業種では「営業職」の人材が不足しています。



出典)平成24年2月和歌山市事業所アンケートより

若年就職者との雇用のミスマッチの実感は、「特に感じない」が多い一方で、「大いに感じる」との意見に注目してその理由を見ると、「理想を求めすぎ」や「雇用条件を優先」など、能力以前の問題として「仕事に対する心構えが問題」という意見が見られました。



若年求職者との雇用のミスマッチを「大いに感じる」理由

- ・職業観に大きな変化がみられる
- ・会社の方針と合わない
- ・雇用条件を優先
- ・理想を求めすぎている
- ・年齢に相応しい社会性や経験に乏しい、常識不足
- ・自己中心の考え方の人が多い
- ・給与や条件等を主張してくる
- ・権利と義務に関し考え方の差を感じる
- ・仕事を選ばなければ雇用はある

出典)平成24年2月和歌山市事業所アンケートより

若年求職者の能力以前の問題として仕事に対する心構えが問題との意見が多い。

8 和歌山市における社会的企業家、コミュニティビジネス

少子高齢化の進展や労働力人口の減少等により社会的課題が増大・多様化しており、新たなソーシャルニーズが生まれています。この変化を捉え、多様化しているニーズを満たし、社会的課題に対応するビジネスが誕生してきています。

女性等が働きやすい環境を提供するサービス、介護サービスやその周辺サービスを高齢者の生活スタイルに合わせて提供するサービス、中高年齢者等の生活の質を増進するメディカルヘルスケアサービスなどが挙げられますが、その中で本市における事例を紹介します。

少子化社会対応ビジネス事例

学習塾と学童保育の両方の機能を持つ「放課後滞在学習施設」を運営する A社

○安心・安全に過ごせる場所の提供

- ・学童保育は、多くの小学校で行われているが、迎える時間に制限があること、定員に限りがあることなど、働く親のニーズを十分にカバーできていない現状。
- ・A社では親が安心して働けるよう、また子どもが安全に過ごせるよう、平日は19時まで、夏休み期間の平日は8時～19時を基本時間とし、急な残業等にも対応できるよう、最長21時まで開室。
- ・利用料金も、週5日の利用で月額23,000円と、安い設定。
- ・学校の授業終了時間に合わせて、送迎車で各小学校までのお迎えや、子どもが施設を出入りするたびに保護者の携帯電話やパソコンにメールを配信するサービスも提供。

○大手学習塾と連携した子どもひとりひとりに対応した学習塾機能

- ・大手学習塾の教材や学習システムを使い、ひとりひとりの個性に合わせた学習カリキュラムを設定する個別学習スタイルを採用。
- ・学習塾等での勤務経験がある講師が常駐し、児童の質問に即対応できる体制をとっているだけでなく、講師は、答えを教えるのではなく、どのように考えれば良いか、考え方のヒントを伝え、一緒に考えることで学習をサポートしている。
- ・学童保育でもあるので、1階が友達やスタッフと遊んだり、食事をする団らんスペース、2階が学習専用ルームと区切り、子どもが気持ちを切り替えて学習できるよう工夫している。

○通常の学童保育にはないサービスを提供し、家族が安心して子どもを預けて働けるようサポートすることで、社会の課題に対応したビジネスを展開している。

(出典：近畿経済産業局「関西地域における少子高齢化対応ビジネス事例集」より)

中小企業・小規模事業者による地域課題の解決への取組事例

徹底した顧客目線で、地域住民に必要な家電店として事業展開する企業 B社

- ・1971年創業で、家電製品販売及び修理、オール電化用機器販売及び施工、住宅改修に加え、県指定福祉用具貸与事業所として介護用品及び福祉用具のレンタル・販売等を行う企業である。
- ・市内の人口が減少している中で、中心市街地では高齢単身世帯も多く少子高齢化が進んでおり、住民の生活やコミュニティに様々な影響を及ぼしている。

○顔の見える信頼関係に基づく事業活動

- ・B社は家電販売を通じた地域の暮らしへの貢献のため、顧客目線での販売を徹底して貫き、家電販売時には、維持も含めたコスト計算を行った上で各家庭での使い方を提案しながら販売を行うことで、「顧客との信頼関係」を構築し、リフォームや太陽光発電、介護用品・福祉用具など家電製品販売以外の事業につなげている。
- ・大型家電店の進出などにより経営環境が厳しさを増す中で、大型店にはできない低コスト以外のサービスに力点を置き、大型店との価格差を積極的に説明している。
- ・介護・福祉事業では、和歌山県に福祉用具貸与事業所として認定を受け、ケアマネージャーや行政、地域と連携して個々の利用者に合わせたきめ細かいサービスを行っている。

○小規模事業者ならではの徹底した顧客目線の事業により、地域の人口減少や少子高齢化といった変化や顧客のニーズの変化に合わせて、地域で必要とされる家電店として、地域に根付いた事業活動を展開している。

(出典：中小企業庁「中小企業白書2015年版 第3部第1章地域活性化への具体的取組」より)

9 産学官連携の状況

(1) 主な教育・研究機関

和歌山市内、和歌山県内及びその近郊には、多くの教育・研究機関があり、各大学等では、地域との連携、社会貢献が求められる中、産学官連携や研究支援を推進するための組織が置かれています。

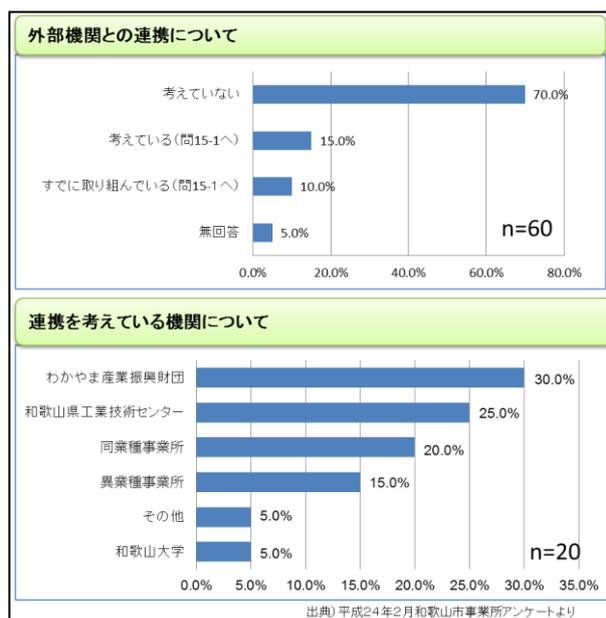
教育・研究機関名	
【和歌山市内】	
和歌山大学	産学連携・研究支援センター
和歌山県立医科大学	産官学連携推進本部
和歌山信愛女子短期大学	保育科、生活文化学科
【和歌山県内】	
近畿大学生物理工学部	研究支援・推進センター
近畿大学水産研究所	養殖研究（クロマグロ・クエ等）
和歌山工業高等専門学校	知能機械工学科、電気情報工学科、物質工学科等
【和歌山県外・近郊】	
近畿大学	リエゾンセンター（KLC）
大阪府立大学	産学官研究連携推進センター
大阪市立大学	産学官連携推進本部
【(公設) 研究・支援機関】	
和歌山県工業技術センター	受託試験、設備機器利用・貸付、技術相談・技術指導、研究開発、技術者養成、センター職員の企業派遣
和歌山社会経済研究所	総合的な研究開発 (産業経済、まちづくり、景気動向調査等)、 情報収集・提供、調査研究成果の公開・提言、 社会経済問題に関するセミナー等開催、人材育成等

(2) 外部機関との連携

外部機関との連携については、「考えていない」事業所が7割を占め、「考えている」「すでに取り組んでいる」を大きく上回っています。

そのような中、連携団体としては、わかやま産業振興財団や和歌山県工業技術センターと言った機関が半数を占めており、大学との連携を挙げた回答は少ない状況です。

企業の持つ技術やシーズ、関係機関の支援機能などを相互に連携し、相乗効果や付加価値を創出する取り組みが必要で



10 工業団体及び商業団体へのヒアリング結果

(1) 工業団体へのヒアリング結果

市内の工業団体15団体に対して、業界の課題や市への要望等についてヒアリングを行ったところ次のような回答が得られました。

●業界の課題等

- | | |
|---------|--|
| 【化 学】 | 円安が原料高につながり、製造コストアップ
外需の取り込みが課題も、円安を活かした輸出を伸ばすことがなかなか難しい。 |
| 【機械金属】 | 日本製品の国際競争力の低下。中国、韓国、台湾企業の急速な技術力向上と意思決定の敏速さが脅威。中国の景気減速による影響。 |
| 【ニ ッ ト】 | テキスタイルのブランディング化。
国内市場が縮小する中での新規販路拡大、輸出振興。 |
| 【衣料縫製】 | 産地の衰退、労働者不足（ミシンオペレータ）、賃金の高騰。
縫製製造の高度技術伝承の方法 |
| 【織 物】 | 高齢化・承継者不足、現業者の減少 |
| 【染 色】 | 燃料・資材コストの高騰も、価格転嫁難のため逆ザヤ |
| 【製 革】 | 従業員の高齢化と原材料（特に原皮・床皮）の不足 |
| 【建 設】 | 若手人材の取り込み手段、従業員の高齢化に伴う環境整備 |
| 【電気工事】 | 人手不足、技術者不足が大きな課題。特に若年層の人手不足。
工業高校卒業者の建設業や設備工事業への就職者の少なさ。 |
| 【鋳 物】 | 電気料金値上げによる製造コスト増 |
| 【木 材】 | 木材需要の拡大、公共施設の木造、木質化
業態の変革、事業拡大への取り組み、経営意識の改革 |
| 【家 具】 | 円安による輸入材等の高値安定が利益圧迫。若い職人の確保。 |
| 【洋 家 具】 | 受注の減少、木工技術の伝承機会の減少。 |

●課題克服に向けた取組

- | | |
|---------|---|
| 【化 学】 | 各社のオンリーワン技術を生かした新商品の開発及び市場開拓。
設備の省エネ化。 |
| 【機械金属】 | 技術力向上、Made in Japan の国際競争力向上。
難易度の高い製品へのシフト。 |
| 【ニ ッ ト】 | 東京での商談会への参加。
和歌山製ニットテキスタイルのロゴマークアピール。 |
| 【衣料縫製】 | 縫製オペレータの高度な技術を I T 活用で映像化し、会員企業等で活用する事業の取組み。 |
| 【染 色】 | 省エネ化。販売価格値上げの取組み。 |
| 【製 革】 | レザーフェスティバルや各種展示会への参加等を通じた 3 K（クサイ・キタナイ・キツイ）職場という先入観払拭のための情報発信。
小学生の職場見学会の開催。 |
| 【建 設】 | 官公庁への公共工事の意見交換会・要望の実施
人材の高齢化に向けた就業期間の拡大等 |
| 【電気工事】 | 県教委協力による工業高校座談会、現場見学会等電気への関心喚起。 |
| 【家 具】 | 機械化の導入、熟練工の再雇用 |
| 【洋 家 具】 | 「創作家具展」開催による技術の研鑽と伝承を継続する取組み。 |

●人材確保についての課題

- 【化 学】県内に理工系大学に限られ、技術系の新卒採用が極めて厳しい。県外大学に出た学生のUターンが大きな課題。
- 【機械金属】大手企業の採用強化による新卒人材の確保難により、中途採用の強化と社内人材の教育によるスキルアップを行う。
- 【ニ ッ ト】編み立てオペレータの高齢化、若手オペレータ技術者の育成。
- 【染 色】専門工の高齢化、後継者の確保難。
- 【建 設】大手企業に志望が集中し、中小企業まで人材が回ってこない。土木業界全体のイメージアップ。
- 【電気工事】若者への建設業のイメージアップ。学校側からの積極的な支援体制。
- 【家 具】業界として最重要課題。若者にまず業界を知ってもらうことが大切。
- 【洋 家 具】木工職を希望する若者の収入アップ

●本市で事業を行うメリット

- 【化 学】大阪港・神戸港等大規模港湾、関西国際空港に近く、物流面で恵まれている。
気候は温暖で自然環境に恵まれている。
- 【機械金属】都市圏と比べ社数が少ない分、行政機関との距離感が少ない。
住宅費や交通費が比較的安い。
- 【ニ ッ ト】同業者が多く横の連携が取りやすい。
- 【製 革】一つの地域に集積しており互助が可能。
産地イメージも県外に認知されている。
- 【鑄 物】役所と企業の垣根が低く気軽に相談できる。
工業技術センターがあり、設備も整備され利用しやすい。
- 【建 設】本社が所在し、工事現場が隣接しているため周辺状況の把握が優位。
- 【電気工事】県の中心部であり、情報収集や施設関連にも恵まれている。
- 【家 具】近年の道路事情が改善し、自然災害等も少ない市内は企業環境としてはよい。

●本市で事業を行うデメリット

- 【化 学】全国的に類を見ない激しい排水の色等規制条例で規制による処理コスト高に加えて、公共下水道使用料も中核市の中では高く、経費増に繋がっている。
人材確保面で国土の枢軸から外れており難しい。
大都市圏からの中途採用が困難。
- 【染 色】商圏である大阪に遠く、通勤や見本のやり取りが難しい。
- 【建 設】若手人材の確保が困難、育成期間に余裕がない。
事業量に対し業者数が多く、過当競争状態。
- 【鑄 物】優秀な人材の確保が難しい。
- 【洋 家 具】他地域の人との交流が普段少なく、進歩的な考え方を実行しにくい。

●要望

- 【機械金属】域内でのビジネスマッチングの機会を増やして欲しい。
- 【ニット】和歌山のニット産地をアピールするような展示会補助や、ロゴマークの周知。
和歌山製をアピール。日本の産地であることをアピール。
(例：ジャズマラソンのTシャツを和歌山で作る等。)
- 【木材】製材資材を供給する家具・建具事業者へのデザイン力向上機会の設定。
- 【衣料縫製】小規模事業者向けのハード・ソフト両面での活用可能な支援（補助金・助成金）
- 【染色】スラッジ（汚泥）終末処理施設の確保。
- 【製革】若年労働者の確保についてのアドバイスや支援。
- 【建設】地域活性化を進める上で、地元建設業者を優先し、人・モノ・カネが和歌山市内で還流するような工夫。
電子入札拡大、市内建設業者への優先発注、調査基準・最低制限価格の引き上げ、大型案件への市内建設業者の参入機会拡大、将来を見据えた総合評価入札
若手人材の確保に繋がるアピール施策。
- 【電気工事】業界の仕事への学校教員の理解を深めること及び学生への教育。
「産官学」が連携した積極的な支援体制の整備。
- 【家具】自治体の建築物が施工される場合の、家具又は建具の分離発注。
家具展出展等の助成の充実。
- 【洋家具】技術伝承など長い視点で重要なことを守るための活動への援助。
近未来への事業方法を知る機会の提供。

●その他

- 【化学】魅力的なまちづくりが人材を呼び込む大きな要因の一つ。
若い世代が魅力を感じる和歌山に。
- 【木材】製材資材を供給している家具・建具業界の振興。
公共建築物等の木造化、木質化の推進。
諸プロジェクトの高層段階からの「木」使用の取組み、資材供給での地元業者の参入方式の検討。
木の国わかやまの県都として官民挙げての木づかい運動の展開を。
- 【洋家具】別注家具業界（和歌山）では、デザイン力が必要であるにも関わらず、デザイナーやデザイン展、研修が少ない。

(2) 商業団体へのヒアリング結果

市内の商業団体7団体に対して、業界の課題や市への要望等についてヒアリングを行ったところ次のような回答が得られました。

●業界の課題等

- ・円安による仕入価格の上昇。
- ・競合他社やインターネット通販との価格競争の激化【卸売・小売・サービス】
- ・経営が厳しい中、事業承継の見通しが立たない。
- ・平均年齢の上昇
(新免許制度の普通免許では、5トン未満の車両に限定されるため)【運送業】

●課題克服に向けた取組

- ・新しい販売チャネルの発掘や、新事業分野への進出。
- ・自社の経営資源を生かした、既存事業周辺での新規事業の創出。
- ・類似業種や業界とのコラボレーション、業務提携、M&A
- ・絶えず求人募集し、平均年齢の低下に努めている。

●人材確保についての課題

- ・事業承継の見通しが立たない中、若い人材を新たに雇用し育成しようという発想にならない。
- ・マネジメント能力のある管理者の確保と育成。
- ・大手企業の早期退職者でUターン希望者の発掘。
- ・売上横ばいの中、最低賃金上昇による人件費増による収益率の悪化。
- ・人材の過不足なしも、今後、若者を採用時にはじっくり育てられる社内環境の余裕が必要。

●本市で事業を行うメリット

- ・道路網の発達及び近い将来に発達する見込みがあるので移動しやすい点。
- ・大阪や関西国際空港へのアクセスがよい立地。
- ・人情に厚く、一度信頼を得れば長期取引が可能。
- ・排ガス規制がなく、車両を長期間使用できる環境【運送業】

●本市で事業を行うデメリット

- ・交通網の発達により大阪方面への人や消費が流出し、市内消費が減少。
- ・高齢化と人口減少による購買力の減少。
- ・交通網の発達による、競合他社の参入。
- ・人情に厚いので、取引先を変更してもらいにくい。

●要望

- ・同じ課題を持つ企業の情報を金融機関等の協力により吸い上げ、課題克服のためのマッチングやコンサルティングの機会の設定。
- ・繁忙期に限定した人材確保の方法についての情報提供。
- ・技術革新を促すような支援策を期待。
- ・衰退が激しい和歌山市駅及びその周辺の思い切った再開発。
- ・企業誘致や観光振興で、人を増やし人の流れをつくる。
- ・本当の意味での「やる気」のある会社、商店経営者の集まる場の設置。

●その他

- ・仕入価格の高騰及び人件費の上昇、販売価格の低下により、売上及び利益率が大幅に低下している業種がほとんどである。更に過去と比べ、マイナンバー等法改正によって行政関係の業務量が増加しており、中小企業では経営者及びそれに近い人が対処しているのが現状である。(雇用する余裕がない、残業が著しくなるのは好ましくない為等)
- ・このような状況下で、事業承継を考える経営者は少なくなっていると思われる。事業継続を主眼に考えれば、同業種とのM&Aや類似業種とコラボ等の検討がやむを得ない。

(3) ヒアリング結果から得られた産業戦略 (V章) につながるキーワード

- ・ オンリーワン企業、コネクターハブ企業の成長促進
- ・ 製品の高付加価値化・ブランド化
- ・ 高付加価値化による賃金アップ
- ・ 販路開拓の支援
- ・ 産業集積を活かした連携
- ・ 地産地消の促進
- ・ 経済の好循環化
- ・ サービス産業の高付加価値化
- ・ 域内消費の拡大
- ・ 生産性向上を向上させる管理者の確保
- ・ ベストプラクティスの共有
- ・ コラボレーションの促進
- ・ 企業立地しやすい環境整備
- ・ 新ビジネスの創出
- ・ 新たなサービスによる需要獲得
- ・ 産業の健全な新陳代謝
- ・ 異業種交流会
- ・ 外国人観光客の誘客
- ・ 人材の確保と育成、U I J ターン促進
- ・ 人材の確保・育成
- ・ 市内就職の促進
- ・ 技術の承継・後継者の確保
- ・ 産業を支えるまちづくり
- ・ 住みよいまちの整備
- ・ 充実した交通インフラ

Ⅲ 和歌山市の産業の強み、弱み

1 強み、ポテンシャル

(1) 競争力の高い製造業の集積

- 製造業は、鉄鋼業、化学工業、はん用機械器具製造業が付加価値と雇用の多くを生み出しており、食料品製造業、生産用機械器具製造業、繊維工業等が雇用面での貢献が大きく、これらの集積により、他の中核市と比較しても規模や競争力が高い水準にあります。

和歌山市の製造業（中核市 45 市中）

	中核市 42 市中の順位	金額
製造品出荷額	8 位	1,499,710,170 千円
付加価値額	5 位	552,551,130 千円
労働生産性	2 位（1 位は豊田市）	25,050 千円

（出典 H25 年工業統計調査）

- 鉄鋼業等の大企業とともに、化学工業、食料品製造業、機械器具製造業、繊維工業などに多いと考えられるコネクターハブ企業（※）、独自の高い技術を有するオンリーワン企業やニッチトップ企業といった中小企業が地域経済を牽引しています。

- ①「元気なモノ作り中小企業 300 社（2006 年～2009 年）」【中小企業庁選定】
- ②「KANSAIモノ作り元気企業 100 社（2007 年～2011 年）」【近畿経済産業局選定】
に選定されている市内企業（下記の表は選定当時の企業情報に基づいて記載。）

<p>2006 年 ①選定 6 社</p>	<p>◆アクロナイネン(株) ① わが国で始めてダイカストによる小型エンジン用ピストンの開発に成功。小型エンジン用遠心クラッチで国内シェア約 90% を占める。</p> <p>◆紀州技研工業(株) ① 大きな飛距離を持つ独自のインクジェット技術を武器に、段ボール等の産業向け印字分野で国内トップのメーカー。大文字用インクジェットプリンターの国内シェア約 55% を占める。</p> <p>◆新中村化学工業(株) ① アクリル系樹脂の開発及び量産化技術を確立し、プリント基板用樹脂材料の国内シェア約 30% を供給。</p> <p>◆(株)東洋精米機製作所 ① 世界で初めて無洗米製造機の開発に成功。無洗米の国内シェア 70% を占める。</p>
---------------------------	--

	<p>◆阪和電子工業(株) ① 静電気放電技術を用いて半導体の品質管理に不可欠な評価・解析用検査装置を開発・製造し、国内シェア約70%を占める。</p> <p>◆和歌山精化工業(株) ① 独自の科学技術を駆使し、高機能ポリマー原料や黄色系顔料中間物の世界的な原料メーカーの地位を築く。</p>
<p>2007年 ①選定 3社 ②選定 1社</p>	<p>◆笠野興産(株) ①② 化学をベースにした技術を持ち、塗料樹脂用架橋剤を製造。化学製品を起点に医薬品、食品など新事業にも積極的に参入。</p> <p>◆高木彫刻(株) ① 布地プリント用捺染ロールの彫刻に初めてフォトエンブレイビングを開発、導入。ロール彫刻専門業者として国内トップシェアを占める。</p> <p>◆フクセン(株) ① 繊維製品の生地抗菌、消臭、保湿、美肌効果等を有する薬剤を付着させる加工技術を開発。</p>
<p>2008年 ①選定 1社 ②選定 1社</p>	<p>◆太洋工業(株) ①② 試作用FPC（フレキシブルプリント配線板）について国内トップシェア。</p>
<p>2009年 ①選定 1社 ②選定 3社</p>	<p>◆和歌山染工(株) ①② 羽毛布団用生地加工では国内生産シェア約70%を占める。国内染色加工業界のトップメーカー。</p> <p>◆尾高ゴム工業株式会社 ② 鉄鋼金属向けゴムロールは国内シェアトップ。豊富なゴム品種と独創的なロールで各分野の生産現場を支える。</p>
<p>2010年 ②選定 3社</p>	<p>◆(株)インテリックス ② オーダーカーテンは機械化が難しいという常識を覆し、カーテン縫製におけるIT化、多品種・小ロットのオーダーに対応できるシステムの開発、大規模かつ高度な機械化を推進。</p> <p>◆小西化学工業(株) ② 昭和44年に生産を開始したスーパーエンジニアリングプラスチック原料「ビスフェノールS」を主力商品とし、世界的大手化学企業にも技術ライセンスを提供するほどの実力を持つ。</p> <p>◆スガイ化学工業(株) ② 医薬・農薬・機能性の3分野を柱に、高品質の製品供給力と独自の研究活動に基づいた提案力によって国内外の多くの企業から開発・生産において欠くことのできないパートナーとして実績を積み上げている。</p>

<p>2011年 ②選定 4社</p>	<p>◆アクロナイネン(株) ② 2006年に①元気なモノ作り中小企業300社に選定</p> <p>◆柏木鉄工(株) ② 連続鋳造の鋳型製作に独自のノウハウを持ち、長年の実績と技術の蓄積で顧客との信頼関係を築く。2007年からはシームレスパイプのテストピース加工に取り組む。</p> <p>◆(株)日本化学工業所 ② 高品質な環境対応型染料や蛍光増白剤などの改良・開発を強化し、電子材料や新エネルギー分野向けの特殊機能製品にも積極的に取り組む。</p> <p>◆三木理研工業(株) ② 杉・ヒノキなどの軟らかい木材に注入することで、硬い付加価値商品に生まれ変わらせることができる独自の樹脂を開発。長年、研究・新規開発に力を注いでいる。</p>
-------------------------	---

※コネクターハブ企業

地域経済への貢献が高い企業。具体的には、地域からより多くの仕入を行い（取引関係の中心、ハブ機能）、地域外に販売している（他企業との取引をつなげる、コネクター機能）企業。

- 丸編みニット生地の生産量では全国1位、約4割のシェアを誇る繊維工業、国の伝統工芸品に指定されている紀州桐箆笥などを生産する家具製造業、兵庫・東京とともに和歌山が三大産地に数えられている皮革などの歴史ある地場産業が集積しています。

(2) インフラ整備の進展によるアクセス性のさらなる向上

- 関西国際空港から約40分というアクセスの良さに加え、阪和自動車道のインターチェンジ増設（平成30年度に現在の2箇所から3箇所に増設予定）、第二阪和国道（平成28年度に岬ランプ～大谷ランプが開通予定）の整備等によりアクセス性の向上が見込まれ、更に、京奈和自動車道（平成28年度に紀の川～和歌山間が開通予定）の整備により、奈良・京都方面、伊勢・名古屋方面とのアクセス性も向上することで、企業競争力の強化、企業立地の推進、観光誘客の拡大、市民生活の利便性向上といった効果が期待できます。

(3) 企業立地環境の充実

- インフラの整備の進展によるアクセス性のさらなる向上に加え、平成27年度から本市の企業立地促進奨励金制度を近畿圏でもトップクラスの制度内容に拡充したことなどにより、企業が立地選定時に重要視する「用地価格」「交通条件」が改善され、今後、企業立地件数が増加することが見込まれます。

和歌山市企業立地促進奨励金の主な拡充内容

対象業種の拡大	<p>◆物品の製造事業、物流関連事業、特定サービス事業、レクリエーション事業にオフィス施設（空きビル活用等）と完全人工光型の植物工場を追加。</p> <p>◆まちなかエリアの商業地域に小売業（1000㎡以上）を追加。</p>
交付要件の緩和	<p>◆規模別、業種別で定めていた投下固定資産総額要件を緩和し2000万円に統一。</p> <p>◆増設の場合の投下固定資産総額要件を1000万円に引き下げ。</p> <p>◆新規雇用者に転勤転入者を含める。</p> <p>◆雇用のみ奨励金の人数要件を緩和。</p>
奨励金額の増大	<p>◆用地取得額の10%を交付。</p> <p>◆土地にかかる固定資産税と都市計画税相当額を奨励金に追加。</p>
大規模立地奨励金の対象を拡大	<p>◆製造業の新設から奨励金の交付対象である全ての新増設等に交付対象を拡大。</p>
本社機能移転奨励金の新設	<p>◆投下固定資産総額2000万円以上、新規雇用者10人であれば大規模立地と同様の奨励金を交付。</p>

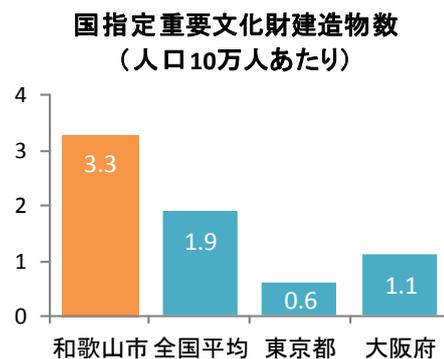
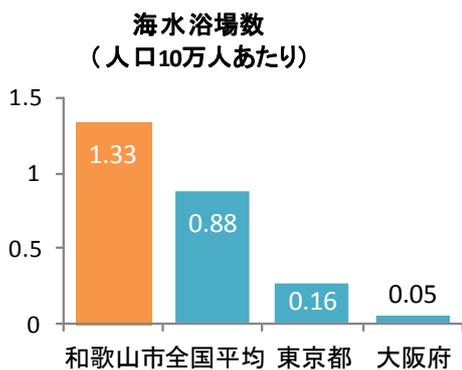
（４）和歌山市が有している魅力的な観光資源の数々

- 本市には、国指定重要文化財建造物の数や海水浴場数などが多く、歴史、文化、景観、レジャーなどを楽しめる数多くの地域観光資源を有しています。また、本市周辺地域には高野山や白浜など知名度・人気の高い観光スポットがあります。

和歌山市の主な観光地

観光地名	特徴
和歌山城	<p>徳川御三家の居城としての歴史を持つ本市のシンボルであり、姫路城、松山城とともに日本三大連立式平山城と呼ばれ、隣接する西之丸庭園（紅葉溪庭園）は国の名勝に指定されている。近年は中国や台湾などアジア諸国からの外国人観光客も急増しており、平成26年中の天守閣への入場者は18年ぶりに20万人を超える。</p>
加太・友ヶ島	<p>紀淡海峡に面した美しい海岸線が続く観光地で、釣りや海水浴、サーフィンなどのレジャーを楽しむことができる。特に、加太で獲れる高品質の真鯛は全国の高級料理店からも需要がある。また、第2次世界大戦の終戦まで旧日本軍の軍用地となっていた友ヶ島には、戦時中の施設や砲台跡などが多く残されており、近年ではその景観が魅力となって国内外から多くの観光客が訪れている。</p>

和歌の浦	「万葉集」にも詠まれた風光明媚で雄大な景色が広がる景勝地で国の名勝に指定されており、東照宮や不老橋など紀州徳川家ゆかりの歴史的な遺産も多い。全盛期に比べるとホテルや旅館の数も減少しているものの、平成 24 年には和歌浦漁港に新鮮な魚介類を直販価格で販売する「おととと広場」がオープンするなど、地域活性化に向けた取り組みも進められている。
片男波海水浴場	和歌浦にある砂浜の長さが 1,200m と、サーフィンスポットとして有名な本市の磯の浦海水浴場と並び和歌山県内でも随一の規模を誇る。環境省が選定する快水浴場百選において、全国で 12 箇所しか選ばれていない海の部特選に選定されている。
和歌山電鐵貴志川線	猫駅長の「たま駅長」や「ニタマ駅長」、「いちご電車」や「おもちゃ電車」など個性的なデザインの車両などで一躍有名になった本市と紀の川市をつなぐローカル線。国内外を問わず観光客にも人気のスポットとなっており、全国からローカル線が生き残るためのお手本として現在も注目されている。
紀三井寺	和歌山城の歴代藩主が訪れて紀州徳川家の繁栄を祈願した寺で、231 段ある階段を上ると、美しい和歌浦湾が遠望できる。西国第 2 番の札所であり、巡礼姿のお遍路さんも多く、他府県からも年中途切れることなくたくさんの人が参拝に訪れる。
マリーナシティ	地中海の港町の雰囲気ただようテーマパークで年間を通じて多くのイベントも開催される。また、マリーナシティ内の黒潮市場では、地元・和歌山の近海で獲れた新鮮な魚介類や県内の特産品を購入したり、マグロの解体ショーを楽しんだりすることができ、特に外国人観光客が増加している。
紀伊風土記の丘	国の特別史跡に指定されている「岩橋（いわせ）千塚古墳群」の公開と保全を目的とした県立の博物館施設。総面積約 65 万㎡の園内全体がひとつの博物館で古墳や文化財民家、万葉植物園、復元竪穴住居、資料館などの文化財に加え、四季折々の花を楽しめるなどハイキングコースとしても親しまれている。



(出典 (公財) 日本観光振興協会・全国観光情報データベース) (出典 文部科学省・文化財指定等の件数)

本市周辺地域の人気・知名度の高い主な観光スポット

高野山	2004年に「紀伊山地の霊場と参拝道」の一部としてユネスコの世界遺産に認定され、2015年には開創1200年を迎えた和歌山県を代表する歴史的観光スポット。特に近年は、国内観光客のみならず、和歌山市にはあまり訪れることのないアメリカやヨーロッパ諸国、オーストラリアといった地域からの外国人観光客が急増している。
熊野古道	2004年に「紀伊山地の霊場と参詣道」の一部としてユネスコの世界遺産に認定された熊野三山（熊野本宮大社・熊野速玉大社・熊野那智大社）へと続く参拝道。古くより上皇・女院から庶民にいたるまで多くの人々が通った参拝道には、現在様々なウォーキングコースがある。
南紀白浜	古くからの温泉地として知られる南紀白浜温泉や椿温泉、南紀最大の海水浴場であり毎年全国から多くの海水浴客が訪れる白良浜、国内最多の7頭のジャイアントパンダが生息するアドベンチャーワールドなど、全国有数のリゾート地。年間宿泊客数では本市を上回っている。

(5) ブランド化や6次産業化の可能性を秘めた本市及び周辺地域の農林水産物

- 高品質で域外からの人気も高い布引だいこん、山東のたけのこ、加太のマダイ、わかしらす、アジアカエビ、はもなどの農林水産物があるなど、デザイン性やブランド力を強化することで、より付加価値の高い地域ブランドとして育っていく可能性のある資源を有しています。
- 和歌山県は、みかん、はっさく、かき、うめなどで生産量全国1位を誇る果樹王国で、本市を含む和歌山経済圏（和歌山市、海南市、有田市、岩出市、紀の川市、紀美野町）

でも、みかん、はっさく、かき、もも、キウイフルーツなどの果樹生産が盛んであり、本市の製造業やサービス業と連携して6次産業化を推進できる可能性を秘めています。

和歌山県の主な果樹生産

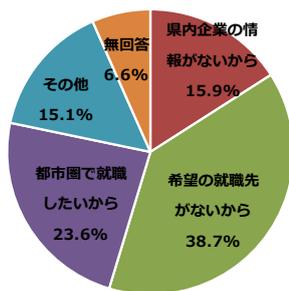
品目	和歌山県		全国	生産量全国順位 (都道府県)
	生産量	全国シェア	生産量	
みかん	168,900 t	18.9%	895,900 t	1位
はっさく(※)	24,326 t	70.3%	34,618 t	1位
かき	48,200 t	22.4%	214,700 t	1位
もも	9,590 t	7.7%	124,700 t	4位
キウイフルーツ	3,470 t	11.4%	30,400 t	3位
いちじく(※)	2,333 t	16.0%	14,568 t	2位

(出典 H25年農林水産統計 ※についてはH24年特産果樹生産動態等調査)

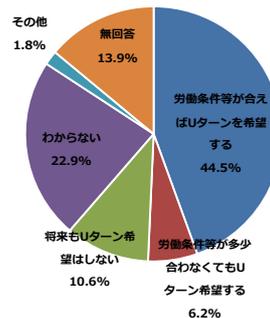
(6) ふるさと和歌山市を愛する多くの若い人材

- 和歌山県が実施した大学生等の就職意識調査結果では、対象者全体の46.4%が県内での就職を希望している。また、県外で就職したいと回答した者の理由を見ると半数以上が積極的に県外へ就職したいというわけではないことがわかる。更に、「県外で就職したい」、「特定の地域にこだわらない」と回答した者のうち過半数がUターンを希望していることから、市内企業のさらなる魅力向上と企業情報のPR等により、県外就職者のUターンを促進できる可能性が高いと考えられます。

「県外で就職したい」と回答した者の理由



「県外で就職したい」、「特定の地域にはこだわらない」と回答した者の将来のUターン志向



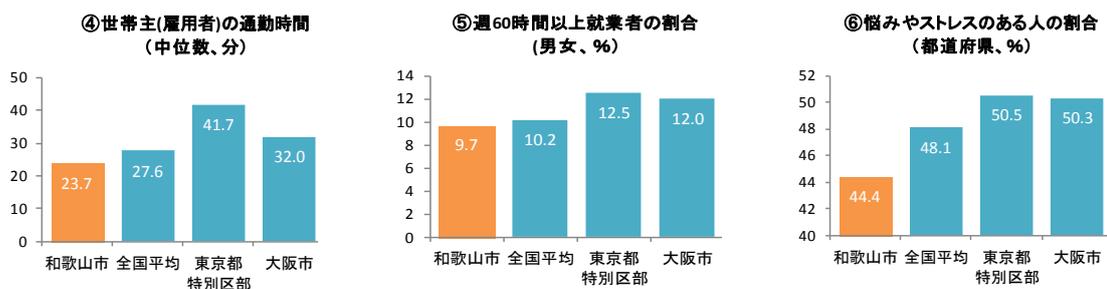
(出典 和歌山県 H28年3月卒業予定の大学生等の就職意識調査)

(7) 東京や大阪など都市部と比較して有利となる様々な生活利便性

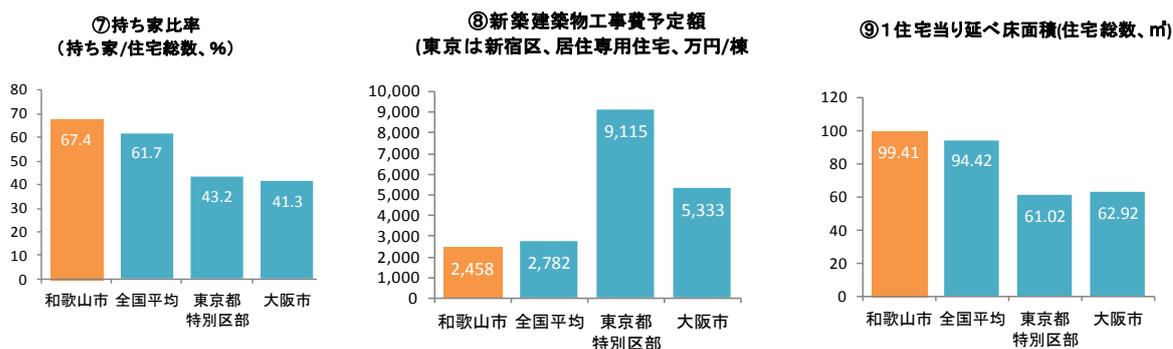
- 平均月給や商品・サービスの豊富さでは東京都などの都市部にかなわないものの、大阪市までのアクセスが約1時間という立地に加えて本市が中核市として有する都市機能等により、都市部と比べて生活利便性が高い点が多くあります。

	和歌山市	全国平均	東京都特別区	大阪市
①大卒初任給	19万円	20万円	21.2万円	20.4万円
②高卒初任給	15.4万円	15.9万円	16.8万円	16.8万円
③民間家賃	48,147円	60,423円	90,674円	61,229円

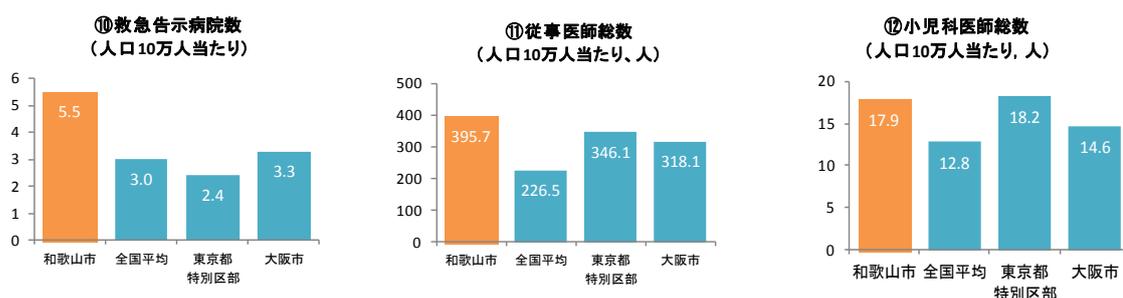
◆プライベートが充実するまち



◆マイホームの夢がかなうまち



◆医療、子育てに安心なまち



本市は、日本創生会議により医療介護体制が整っている41圏域に選ばれています。
(平成27年6月)

出典

- ①②H26 賃金構造基本統計調査【企業規模10人以上】 ③④⑦⑨H25 住宅・土地統計調査
 ⑤H24 就業構基本造調査 ⑥H25 国民生活基礎調査 ⑧H26 建築着工統計調査 ⑩H25 医療施設調査
 ⑪⑫H24 医師・歯科医師・薬剤師調査 ⑬H26 厚生労働省記者発表資料

2 弱み

(1) 創業率の低さ

- 創業率が全国、和歌山県と比較しても低く、新たな産業が生まれにくい状況となっています。特に第3次産業では、ほとんどの産業分野で全国平均を下回っており、創業が少なくなっています。

創業率と廃業率の比較

	和歌山市	和歌山県	全国
創業率	1.39%	1.44%	1.84%
廃業率	5.65%	5.58%	6.36%

※H21年経済センサス基礎調査からH24年経済センサス活動調査までの期間に創業・廃業した個人、法人（会社以外の法人を除く）の事業所数を1年当たりの数字にならし、H21年経済センサス基礎調査時点で把握された事業所数で除して算出。

(2) 製造業の比率が高いことによる景気の影響の受けやすさ

- 全国平均に比べて製造業の占める割合が高い産業構造のため、景気の影響を受けやすくなっています。

リーマンショック時における和歌山市内総生産、和歌山県内総生産、国内総生産の下落率

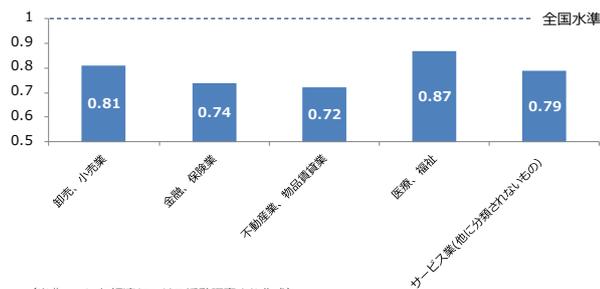
	H19年からH21年の総生産下落率
和歌山市内総生産	△10.4%
和歌山県内総生産	△7.8%
国内総生産	△8.2%

(出典 内閣府国民経済計算 和歌山県市町村民経済計算より作成)

(3) 第3次産業の労働生産性の低さ、衰退が進む商業

- 小売業、卸売業、サービス業などの第3次産業の全国比較での労働生産性が低くなっています。

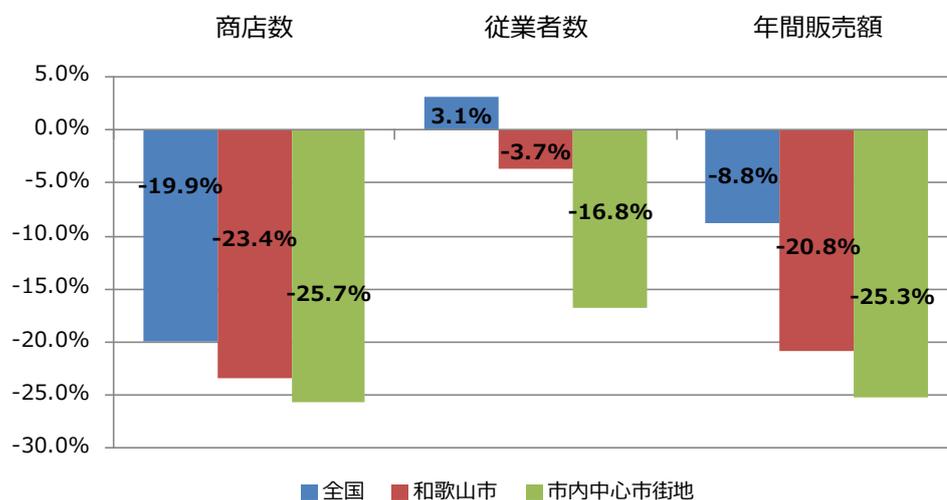
和歌山市の主な第3次産業の労働生産性（全国 = 1）



(出典 H24年経済センサス活動調査より作成)

- 商業の事業所数、従業者数、年間販売額がともに減少を続けており、特に年間販売額は全国と比較しても減少幅が大きくなっています。また、市内の中でも中心市街地の商業は特に衰退しており、空洞化が問題となっています。

小売業の商店数・従業者数・年間販売額の平成9年から平成19年までの増減率



(商業統計調査・和歌山市統計資料より作成)

※市内中心市街地は、本町・城北・広瀬・雄湊・大新・新南・宮北地区の合計により算出している。

(4) 日帰り客の割合が高く、数ある観光資源を活かしきれていないことによる観光消費額の少なさ

- 県内他都市と比べて観光客に占める宿泊者数の割合が少ないこと、数ある観光資源について魅力を打ち出して際立たせることができていないこと、観光客にお金を消費してもらう場の提供や仕組みづくりができていないことなどにより、滞在型の観光に至っておらず、観光消費額が伸びにくくなっています。

和歌山市・和歌山県・白浜町の宿泊客数と日帰り客数（延べ人数）

	和歌山市	和歌山県	白浜町
人口規模	362,402	965,597	22,371
観光入込客数	6,182,881	30,821,244	3,274,419
うち宿泊客数	752,471 (12.2%)	5,181,239 (16.8%)	1,960,644 (59.9%)
うち日帰り客数	5,430,410 (87.8%)	25,640,005 (83.2%)	1,313,775 (40.1%)

(出典 H26 年和歌山県観光客動態調査報告書)

1人当たり観光消費額（実人数ベース）

日帰り客1人当たり観光消費額	10,819円
宿泊客1人当たり観光消費額	36,664円

（出典 H26年和歌山県観光統計調査）

（5）認知度を高めることができていない地域資源

- 基礎素材・中間財生産のウェイトが大きい本市地場産業（化学工業、繊維工業、皮革など）は、付加価値の高い製品がある一方で、完成品の生産に至っていないことで十分な付加価値や認知度を得られていないケースが見られます。また、農林水産物や観光スポットなどの地域資源についても、ブランド化やシティプロモーションなどの取り組みが進んでいないことにより、認知度を高めることができていない状況となっています。

地域ブランド調査 項目別ランキング（近畿地域県庁所在都市の比較）

※全国の1,000市区町村が対象

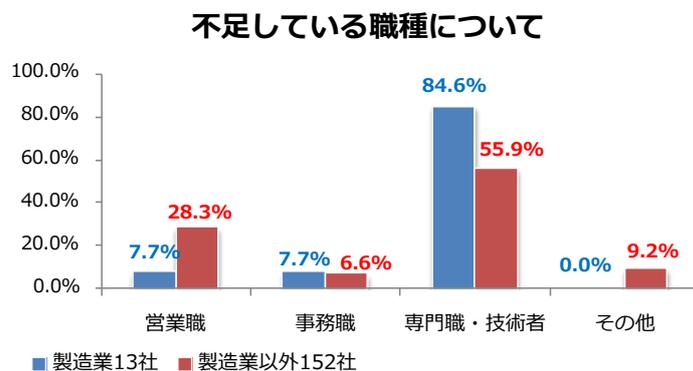
府県	和歌山県		滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県
対象市	和歌山市	田辺市	大津市	京都市	大阪市	神戸市	奈良市
魅力度	165位	475位	222位	3位	42位	7位	35位
認知度	85位	582位	136位	1位	7位	3位	28位
情報接触度	160位	548位	159位	8位	4位	12位	57位
観光意欲度	171位	776位	342位	3位	52位	10位	28位
住居意欲度	285位	440位	146位	3位	27位	3位	46位
産品購入意欲度	92位	326位	365位	5位	46位	52位	129位
食品	76位	268位	364位	9位	38位	48位	156位
食品以外	587位	510位	243位	10位	194位	108位	52位

（出典 ブランド総合研究所「第9回 地域ブランド調査2014」）

（6）大学などの教育機関の少なさ、地元企業情報の発信不足等による若年層の市外流出と人材不足

- 本市には理系の大学・高等学校が和歌山大学システム工学部や県立和歌山工業高等学校しかないことから、特に製造業（化学工業、機械器具製造業等）では市内で若い専門職や技術者を募集するのに苦労するという声が聞かれます。

平成 24 年和歌山市事業所アンケートにて、人材（若年者）が「やや不足」「かなり不足」と回答した事業者に行った「不足している職種」



(出典 H24年和歌山市事業所アンケート)

- 和歌山県の高校を卒業した学生の進学先は9割が県外となっており、和歌山市においても15～29歳という若年層の市外への転出者数が他の年齢層に比べて多くなっています。

和歌山市からの全転出者数（H25年）	8,267人
うち15～29歳の転出者数 （全転出者数に占める割合）	3,380人 (40.9%)

（7）和歌山市の労働市場が抱える弱点

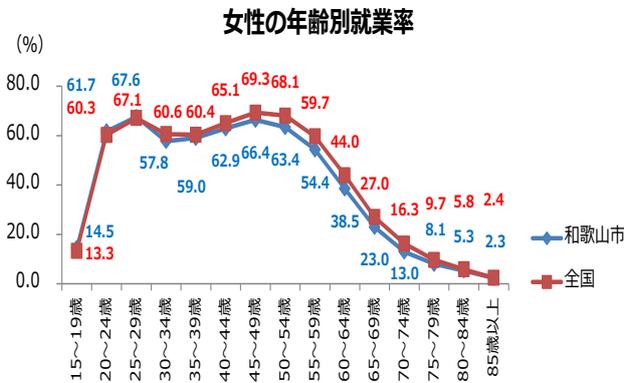
- 医療福祉分野の専門的・技術的職業で人手不足が顕著となっている一方、事務的職業では求人数の2倍以上の求職者がいる状況にあるなど、求人者が求める人材と求職者のキャリア・スキルとの間にミスマッチが生じています。

職業別有効求人倍率（平成27年3月）

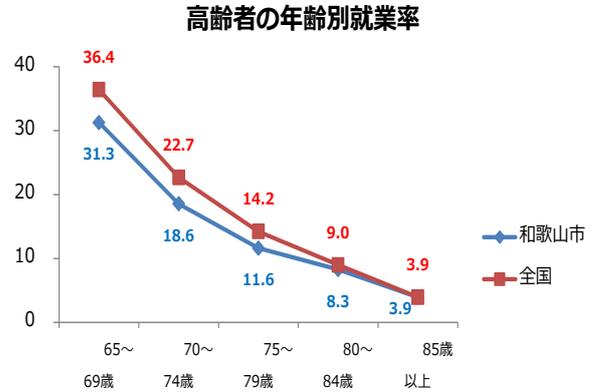
和歌山職業安定所管内の有効求人倍率	1.08
看護師・保健師・社会福祉の専門職等の専門的・技術的職業	2.27
事務的職業	0.39
販売の職業	0.95
生産工程の職業（製造業）	1.00

(出典 ハローワーク和歌山 職業別求人・求職バランスシート)

- 今後、少子高齢化の進展により構造的な人手不足に直面し続ける地域経済において重要であると考えられる女性と高齢者の就業率が全国平均と比較して低い状況にあります。



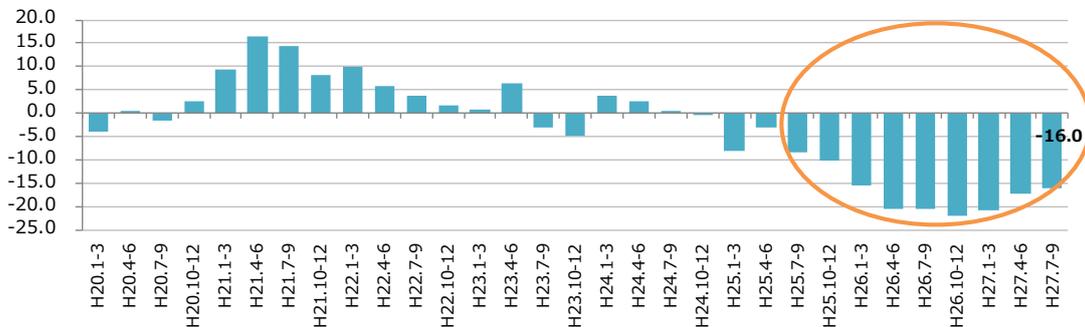
(出典 H22年国勢調査)



(出典 H22年国勢調査)

- 工業団体へのヒアリング結果によると、製造業において、若い人材が確保できずに人材の高齢化が進み、技術の継承が進んでいないことが課題となっています。また、本市で実施している企業訪問においても、正社員を募集しても応募がないといった人材不足を懸念する声が多くなってきています。

市内企業における雇用者数の現状 (BSI値)



※和歌山市景況動向調査

市内企業向けに4半期毎に実施するアンケート調査。送付件数は約800社、回答率は40%程度。

(出典 和歌山市景況動向調査)

※BSI値

企業経営者の自社企業の業況に関する実績判断や見通し、景気見通しについて「強気」「弱気」の度合いを表示したもの。「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を引いた数値で求める。「雇用者数の現状」については、0より大きければ「過剰」、0より小さければ「不足」となる。

IV 和歌山市の産業の目指すべき姿

1 将来像

和歌山市の産業の目指すべき姿として、次の将来像を設定します。

**地域資源を最大限に活用した産業の発展によって、
活力が生まれ、人を惹きつける魅力ある和歌山市**

具体的には、次のような産業のまちを想定しています。

- 独自の技術や自社ブランドを持ったメーカーや、質が高くきめ細かなサービスを提供する事業者等が数多く点在し、業種の垣根を越えた共同開発や取引など、有機的なつながりも形成されています。
- 製造業の出荷額は好調で、共同開発や市内取引が活発であるため、市内の関連産業に対する波及効果が大きいものとなっています。
- 地元和歌山産の魅力的な農産物、水産物、商品やサービスが充実しており、市民の市産品に対する愛着も深く、消費に結びついているため、域内消費が活発に起こっています。
- 本市の観光資源の良さを、まずは市民が認識し、愛しています。そして、本市独自の魅力が他都市や海外に伝わり、多くの観光客を惹きつけることで、観光産業は、本市の成長産業となっています。
- 「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼ぶ好循環が確立され、「まち」がより便利に魅力的になっています。

2 基本目標

将来像で設定した状態を達成するため、次の3つの基本目標を設定します。

- ① 域外需要の獲得及び域内経済の好循環による付加価値の増加
- ② 和歌山市の特性を活かしたブランドの確立
- ③ 住みよい、働きやすいまちの実現

(1) 域外需要の獲得及び域内経済の好循環による付加価値の増加

地域経済は、地域外を主な市場とする（地域外の企業や人を主な顧客とする）域外市場産業と、地域内を主な市場とする（地域の住民を主な顧客とする）域内市場産業に分けることができます。域外市場産業の主なものとしては、地域外への出荷が多い製造業や農業、地域外から人を呼び込む観光業があり、域内市場産業の主なものとしては、地域住民に密着し対面型で商品やサービスを提供する小売業、医療福祉及び各種サービス業（以下、「サービス産業」という。）があります。

域外市場産業が地域外から資金を稼ぎ、その資金が雇用者所得として域内住民の消費の元手となり、域内市場で消費されることによって、域内市場産業が潤い、そこで働く住民の所得につながり、更なる域内消費の拡大、域内市場の発展につながっていくというのが、大まかな地域経済における資金の流れです。このような資金の流れを円滑にしていくことが、地域経済の発展にとって重要です。

「域外から稼ぐ」との観点から本市の特性を見ると、本市の強みは、競争力の高い製造業であると言えます。一方で、同じ域外市場産業である農業や観光業については、ポテンシャルはあるものの、製造業のように強い産業とまではなっていません。製造業の強みを持続的に発展させるとともに、すそ野の広い観光業等の活性化を図り、産業全体の稼ぐ力を底上げする必要があります。稼ぐ力を強化し、域外需要獲得による付加価値の増加を目指します。

また、域内経済の観点から本市の特性を見ると、本市の弱みは、域内市場産業の大部分を占めるサービス産業の労働生産性と創業率が全国平均よりも低いことです。労働力単位あたりの付加価値である労働生産性が低いことや、新たなサービスの創出が少ないということからは、域内市場産業が、地域住民の求める十分な商品やサービスを提供できておらず、その分、域外へ消費が流出していること、従業員1人あたりの所得水準が低いこと、事業の健全な新陳代謝が起りにくく効率のよくない事業が継続していることなどが推測されます。このような本市の弱みを克服し、域内経済の好循環を図り、付加価値の増加を目指します。

(2) 和歌山市の特性を活かしたブランドの確立

これから到来する人口減少社会においては、縮小していく人口を各自治体を取り合うような激しい競争が起こる時代へ突入していくと考えられ、人・企業・資金・観光客など地域経済を支える様々な要素がより魅力あるところに流れていく傾向が顕著になることが予想されます。

このような時代を乗り切るためには、地域資源の特性（独自性や優位性など）を最大限に活用し、本市の魅力と評価を高め、他の地域との差別化を図ることができる地域としてのブランドを構築する必要があります。

また、事業者が自社ブランドの製品やサービスを創出することは、他の事業者との差別化、付加価値や認知度の向上、取引先の選択肢の拡大、価格設定の有利さなどにつながり、本市産業の競争力の底上げのためには必要です。

まちのイメージ、産業や企業のイメージを、多くの人々に魅力あるものとしてはっきりと浸透させていくことができるよう、和歌山市におけるブランドの確立を目指します。

(3) 住みよい、働きやすいまちの実現

本市では、進学・就職を機に市外に出て、そのまま市外に定住してしまう例が多く、人口の転出超過が続いてきました。更に2003年からは死亡数が出生数を上回る自然減によっても人口が減少しています。

観光客の誘致等による交流人口の増加とともに、産業振興の基盤となる和歌山で生活する人、働き手がいなければ、産業の持続的な発展を進めていく活力が生まれません。

本市の産業の持続的な発展を支える活力の維持を図るため、地域住民にとって魅力的な生活ができる住みよさ、事業者にとってメリットと感ずることができる環境、働きたい人にとって働きやすい環境が整ったまちの実現を目指します。

V 和歌山市の産業戦略

基本目標を達成するため、本市産業の強み、弱みなどの特性を踏まえた戦略を次のとおり構築しました。また、各戦略を具体化したリーディングプロジェクト（案）を4つ提案しています。

1 既存産業の更なる成長促進

- 【1-1】 製造業の強みを次世代に引き継ぐための中核的企業の発掘と成長促進
- 【1-2】 歴史と伝統ある紀州産業の持続的な発展を目指すためのブランド化
- 【1-3】 地域の生活を支える「サービス産業」の生産性向上

⇒リーディングプロジェクト（案）
『総合的な産業支援体制の構築』

2 新事業創出と産業間連携の促進

- 【2-1】 生活を豊かにする新ビジネスの創出と起業家の育成
- 【2-2】 和歌山の特産・特性を活かしたコラボレーションの促進
- 【2-3】 和歌山の魅力を総動員した企業立地の推進

⇒リーディングプロジェクト（案）
『新製品の開発や新たなビジネスの創出に繋がる異業種交流』

3 観光業の「稼ぐ力」の強化

- 【3-1】 地域資源の再評価等によるブランド力の強化と観光資源の創出
- 【3-2】 和歌山観光の効果的プロモーションによる滞在型観光の促進
- 【3-3】 外国人観光客の誘客拡大

⇒リーディングプロジェクト（案）
『和歌山観光のベースキャンプ化とビジターセンターの設置』

4 産業を支える「ひと」の確保と「まち」の形成

- 【4-1】 和歌山を愛し、暮らし働く人材の育成・確保
- 【4-2】 女性・高齢者など誰もが働きやすい環境づくり
- 【4-3】 産業を支えるまちづくりの推進

⇒リーディングプロジェクト（案）
『総合的な移住促進体制の構築』

1 既存産業の更なる成長促進

戦略1-1 製造業の強みを次世代に引き継ぐための中核的企業の発掘と成長促進

- ◆コネクターハブ、ニッチトップ、オンリーワン企業など、地域の中核的企業として成長が見込まれる企業を発掘し、成長を促進していきます。
- ◆対象企業の発掘、支援にあたっては、産業関係団体、金融機関、県など企業の最新情報をいち早く得ることができる者との協働により行います。
- ◆また、企業の成長性の高さとともに、地域経済への波及効果の大きさによって、優先順位をつけて実施していきます。

【戦略の背景】

本市は戦前から南海の工都と呼ばれ、伝統的な地場産業の発展、高度成長期の重化学工業の発展とともに成長してきた製造業中核型の都市です。この特色と強みを次世代に引き継いでいくために、製造業の持続的な発展を促していく必要があります。

本市の製造業は、鉄鋼業や化学工業における大企業とともに、高い技術力を持って集積している中小企業により支えられてきました。製造業の発展のためには、これらの企業の活躍が今後も続くことはもちろんのこと、市内企業から多くの材料等を仕入れて加工製造し、多くの製品を市外へ出荷するというように、地域内において取引の中心（ハブ機能）となり、更に地域外への取引へ繋げる（コネクター機能）ことができるコネクターハブ企業や、独自の技術力や製品により高い競争力を誇るニッチトップ企業やオンリーワン企業というような、本市の経済への波及効果や影響力が大きい新たな中核的企業の出現が必要です。

【戦略の内容】

1 企業情報の収集

本市の産業振興のための基礎とするため、企業訪問を積極的に行うとともに、産業関係団体、協力協定を結んでいる金融機関、県等と連携し、企業情報の収集を強化します。本市経済を牽引している大手企業の動向を把握し、その活動の円滑化を図ります。また、収集した中小企業情報を元に、支援策や支援対象の検討を実施します。

2 支援対象企業の発掘

(1) 関係機関との協働、リーサス等の活用

地域の中核的企業として成長が見込まれる企業を発掘するため、企業情報を収集し、産業関係団体等との協働により対象企業を選定します。国の地域経済分析システム（リーサス）をはじめとする統計データ等を最大限に活用することで、本市の経済への波及効果等の客観的な分析を図り、効果が高いと考えられる企業を優先的に選定していきます。

(2) 想定される企業

対象企業として想定する企業には、次のようなものを想定しています。

- ・コネクターループ企業、ニッチトップ企業、オンリーワン企業の予備軍
- ・コネクターループ企業に高付加価値な材料等を供給する企業群
- ・革新的なチャレンジや特徴的な技術により高い付加価値を生み出す企業
- ・他業種、他企業との融合により新たな付加価値を生み出す企業
- ・高い感度や感性を持ち、企画提案型で自社ブランドの製品を開発する企業

(本市において影響力の大きい業種)

従業員数			事業所数				
	(人)	割合			割合		
1	化学工業	3,668	17%	1	繊維工業	113	17%
2	鉄鋼業	3,109	14%	2	食料品製造業	88	13%
3	生産用機械器具製造業	2,563	12%	3	家具・装備品製造業	81	12%
4	食料品製造業	2,260	10%	4	金属製品製造業	71	10%
5	はん用機械器具製造業	2,106	10%	5	生産用機械器具製造業	60	9%
6	繊維工業	2,069	9%	6	化学工業	45	7%

粗付加価値額		(万円)	割合
1	鉄鋼業	15,527,282	28%
2	化学工業	14,773,083	27%
3	はん用機械器具製造業	12,491,141	23%
4	生産用機械器具製造業	3,422,268	6%
5	食料品製造業	1,592,161	3%

※平成25年度工業統計調査より

(県が重点的に推進すべきと考えている分野)

- ①ロボット等加工・組立技術分野、②化学分野、③医療・福祉分野、
- ④バイオ・食品分野、⑤エネルギー・環境分野、
- ⑥IT・ソフトウェア・通信技術分野、⑦農業、林業、水産業分野
- ⑧航空、宇宙分野

※第二次和歌山県産業技術基本計画より

3 対象企業への支援

本市において中核的企業として発展が見込まれると選定された企業について、その成長の促進を図るため、新製品の開発に対する支援、販路開拓に関する支援、他企業との連携に係るコーディネート（点在している優れた企業を有機的に結合させるなど）等を、国及び県の施策の活用を含めて実施します。

また、対象企業に関する情報発信を積極的に行うことにより、新たなビジネスパートナーの出現や、ビジネスチャンスの創出を側面から支援します。

戦略 1-2 歴史と伝統ある紀州産業の持続的な発展を目指すためのブランド化

- ◆ 繊維、木材、家具、皮革等の地場産業が、競争力を持った産業として持続していくことを目指し、付加価値を高めるためのブランド化を促進します。
- ◆ 独創的、革新的な技術等をもって、付加価値の向上を図る企業、特に最盛期と比べると規模が縮小している地場産業を中心に支援します。
- ◆ 更に、企画提案型によって自社ブランドの創出を図る企業を重点的に支援します。

【戦略の背景】

伝統ある産業として集積している繊維、木材、家具、皮革等の地場産業は、江戸時代に興った産業の流れを汲むもので、明治期に至り、関連部門から多くの産業が派生しました。戦後の高度成長期の発展、低成長期から海外との厳しい競争を経て今に至っており、最盛期と比べると大きく縮小しているものの、企業努力を続け競争力を維持しています。しかし、これらの地場産業は、従業員30人未満の小規模事業者が多く、全体として強い経営基盤をもっているとは言い難い状況です。

長い歴史と伝統を持ったこれら地場産業の集積は、地域資源のひとつと言え、魅力ある産業集積として持続性を保つためには、海外製品等との差別化を図り、厳しい競争に打ち勝っていかなければなりません。

そのためには、より技術力やデザイン性等を高めた付加価値の高いものづくりを図っていく必要があります。規模の経済が働きにくい中小企業にとって、付加価値を向上させる戦略は特に重要です。更に、磨いた技術力やデザイン力等をもって生み出した製品を自社ブランドとして世に送り出していくことが、付加価値の更なる向上のために求められています。

【戦略の内容】

1 付加価値の向上を図る地場産業への支援

(1) 付加価値の高いものづくりへの支援

繊維、木材・木製品、家具・装備品、皮革など、長年縮小傾向にあったが、近年は規模を維持している地場産業について、独創的・革新的な技術開発、デザイン性や機能性の高い製品の開発、新機能をもった製品の開発等を促進します。

これら付加価値の高いものづくりを、県工業技術センターや和歌山大学等の研究機関との連携のもとで促進し、競争力の向上を図ります。

(2) 販路開拓等への支援

見本市や展覧会の開催、その他PRの強化によって、認知度の向上を図るとともに、京奈和自動車道や第二阪和国道の完成による新たな経済圏との結びつきが生まれる時機を捉えて、新たな販路の開拓を促進します。

また、県と連携しながら海外の展示会への出展等も支援し、海外への販路開拓を促進します。

2 自社ブランドの創出支援

市内の地場産業には、高い技術力やデザイン力による製品を、国内・国外の有名ブランドメーカーへ、OEM（委託者のブランドで生産）やODM（委託者のブランドで設計、生産）等によって供給している数多くの企業があります。これらは、弛まない企業努力の結果であり、地場産業を持続していくための一つの目標であると言えます。

しかし、今後より厳しい海外企業との競争が予想される中、より高い目標を掲げるとすれば、自らが企画提案して完成品を開発し、それを自社ブランドによって売り出していくことが重要です。自社ブランドによるものづくりは、付加価値や認知度の向上、取引先の広がり、価格設定の有利さなどにつながります。自己決定権が拡大することで、経営の自由度も広がります。

県工業技術センターや金融機関等との協働によるブランド戦略の構築支援や異業種間のコーディネート等の実施、また、県の「わかやま地場産業ブランド力強化支援事業」等との連携による集中的な支援を図り、自社ブランドの創出を促進します。

戦略 1-3 地域の生活を支える「サービス産業」の生産性向上

- ◆サービス産業の付加価値の増加や効率的な人材活用を促進することにより、他都市よりも低い労働生産性の向上を図ります。
- ◆地域商業機能の維持を図るとともに、魅力的な商品・サービスを創出することで、域内における消費の拡大と、域外への消費の流出を抑制し、付加価値の増加及び賃金の上昇を図ります。
- ◆サービス産業における効率的な人材活用により、今後予測される働き手不足への対応と、新たな事業への人材供給の円滑化を図ります。

【戦略の背景】

本市経済は、域外から多くの資金を稼ぐ製造業とともに、産業全体の付加価値の約6割、従業員数の約7割を占めるサービス産業が両輪となって支えています。

サービス産業は、対面型の事業形態が主であるため多くの雇用を創出し、また、住民の日常に密接に関係しているサービスが多く、日々の生活を支えている業種であると言えます。このサービス産業の労働生産性が、本市は他都市と比べて低い状況です。

労働生産性は、労働力単位あたりの付加価値額のことです。これが全国平均よりも低いということは、例えば、サービス産業の従業員一人あたりが生み出す売上額が他都市よりも低いということで、その分従業員に還元される賃金も低い水準になり、その結果、消費に多くの資金が回ってきません。また、売上額が低いということは、域外のサービス産業に売上を奪われている、つまり、消費が流出していることも考えられます。また、人材活用の面から見ると、効率的に人材を活用できていないと言え、今後の人口減少社会において発生する働き手不足という問題に対して、十分に対応できない恐れがあります。

【戦略の内容】

1 地域資源の活用による域内消費の拡大

本市には産業、歴史、文化、自然など多くの地域資源があります。この貴重な地域資源から生み出される商品やサービスを活かして、域内における消費拡大と、域外への消費流出の抑制を図っていきます。

地域住民に、地元の農水産物や、地元のサービス等の魅力をアピールするなど、地産地消を推進し、市内事業者に対する消費拡大を図ります。市の調達においても、市産品を優先的に活用する施策を進めます。本市の強みである「ものづくり」を活か

し、例えばロボット技術を介護サービスに応用するなど、製造業とサービス産業の融合によるサービスの高度化を図り、地元企業間における取引の活性化を促します。

また、多くの観光客を誘客し、魅力的な商品やサービスでおもてなしをすることで、宿泊業・飲食サービス業をはじめとした幅広い分野に及ぶ観光消費の拡大を促進します。

2 ベストプラクティスの共有の促進

サービス産業は、おおむね市場が域内に限られているため、製造業と違い同じ地域内でなければ、競合関係にならないケースが多くあります。そのため、他の地域の事業者が実施している労働生産性の向上などに役立つ先進的な好事例（ベストプラクティス）を共有することが、比較的容易です。

商品・サービスの高付加価値化、サービス提供の効率化、優秀な経営者や管理者による業務の効率化等によって労働生産性を高めるため、ベストプラクティスの普及と共有を促進します。

3 地域商業の維持と活性化

本市の産業全体の中で、事業所数、従業員数、付加価値額のいずれも大きな割合を占めているのが、卸売業・小売業（商業）です。本市の雇用を支えている業種の一つで、収入面で住民生活を支えるとともに、食料や生活必需品の供給という面で日々の住民生活を支えています。しかしながら、労働生産性は全国平均を下回っています。

労働生産性が低い要因は、様々考えられますが、商業の活性化にはある一定以上の人の集まりや流れが必要であり、人口の減少とともに、人が集まる魅力的な商業集積が減少していることが要因の一つであると考えられます。中心市街地をはじめとする商店街が衰退する一方で、それに代わる郊外型の大規模店舗の出店は増加してきましたが、住居に近接した場所に地域に根差した商業機能があることが、商業全体の底上げや、生活の利便性の維持には必要です。今後の人口移動の受け皿をいくつかの地域拠点へ集約し、人口密度を高め、地域商業機能の維持を図ります。

また、商業事業者や商店街の経営努力による付加価値の向上も必要です。例えば、近くに商店がなくなったことで生活に不便を感じている高齢者向けに移動販売を実施する、商店街の魅力の差別化を図って集客力を向上させるなど、多様なニーズへの対応やサービスの差別化等により、付加価値を生み出していく取組みを促進します。

4 医療、福祉産業の生産性向上

本市の医療・福祉産業は、産業全体に占める事業所数、従業員数、付加価値額の割合が大きく、サービス産業では、卸売業・小売業に次ぐ規模です。和歌山県立医科大学附属病院や日本赤十字社和歌山医療センターという基幹病院が2か所あることも影

響し、他都市よりも医療介護体制が整っています。しかしながら、産業としての労働生産性は全国平均を下回っており、求人数が多く人手不足が続いている状況です。

今後、高齢者の増加に伴う需要の増大が見込まれ、人材不足が更に懸念される医療・福祉分野の担い手確保や人材の育成を図ります。

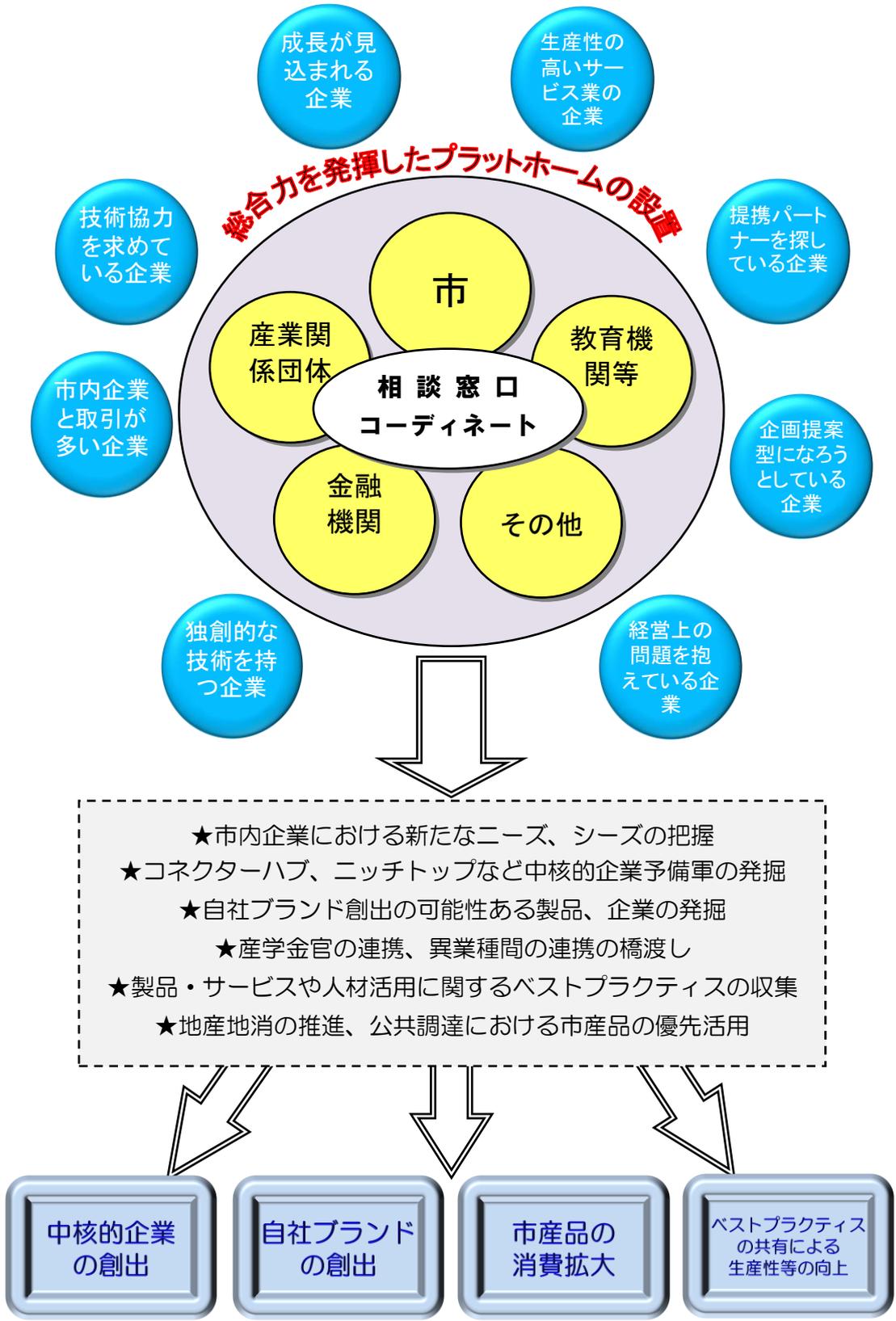
また、医療と観光の融合など、他の産業との連携による付加価値の増加の検討を図るとともに、ICTの活用やロボット技術（和歌山大学との連携等）の活用、スキルの高い人材育成によって労働生産性を向上し、一人あたりの賃金の上昇や人手不足の解消を図ります。

既存産業の更なる成長促進・リーディングプロジェクト（案）

事業名	総合的な産業支援体制の構築
内 容	<p>産業振興基本条例にある「事業者、産業関係団体、教育機関等、金融機関、市民、そして市が相互に協力して総合力を発揮し、本市経済の活性化を実現する」という基本理念を具現化するための施策として、総合的な産業支援体制の構築（産業支援プラットフォームの設置等）を進めます。</p> <p>1 産業支援プラットフォームの設置</p> <p>(1) 産業支援に関するワンストップ窓口機能の整備</p> <p>中小企業が、資金、人材、技術等に関する問題に直面した場合、その多くは、既存制度によって対応できるものであっても、制度そのものが知られていない、分かりにくい、また、窓口がバラバラであったりして、活用されないことがあります。そのため、何か問題が起こった場合に、どこに行けばいいのか、どのような制度があるのか、あるいは、何が問題なのかということについて、総合的に対応する窓口を整備します。</p> <p>(2) コーディネート機能の整備</p> <p>ワンストップ窓口で受け付けた相談について、必要に応じて、国や県の施策、大学や工業技術センター等の研究機関への紹介や引継ぎを行います。また、関連する企業とのマッチングにより互いに成長できると見込まれる場合は、企業間の橋渡しを行います。</p> <p>更に、企業訪問等により、新たなニーズやシーズの積極的な把握に努めます。規模は大きくなくとも、意欲があり成長が期待される企業を発掘し、既に競争力をもった企業とつなげることで、ともに成長していけるような関係づくりを支援します。</p> <p>(3) 総合力を発揮したプラットフォームの設置</p> <p>上記のプラットフォームの設置に関しては、本市の総合力を発揮するため、市、産業関係団体、等、金融機関の協働による組織づくりを検討し、実行性を担保した組織の構築を図ります。</p>

	<p>2 中核的企業の発掘、自社ブランド創出支援 産業支援プラットフォームの設置により、窓口が一元化されるため、市内の企業情報が集まりやすくなります。 集まった企業情報から、コネクターハブやニッチトップ企業として成長が見込まれるような企業や、自社ブランドの創出にあと一歩のところまで迫っている企業などを発掘し、総合的な支援体制によって、その実現を図ります。</p> <p>3 地産地消の推進、公共調達への市産品の優先活用 様々な企業情報の中から、優れた市産品の商品、サービス、農産物、水産物等を抽出し、その魅力の市民への周知を支援するとともに、企業間の連携による市産品を組み合わせた新商品の開発を促し、市産品の地元における消費拡大を図ります。 また、収集した情報を、市の調達において市産品を優先的に活用する施策へ反映させるため、市の調達担当部署との連携を図ります。</p> <p>4 ベストプラクティスの普及・共有 集まった企業情報からは、企業秘密を除く、他の企業が見習うべき事例などを導き出すことができます。 このような好事例をデータベース化し、市内の事業者へ普及することで、市産業の労働生産性や付加価値の底上げを図ります。</p>
担当課	産業政策課、商工振興課
実施主体	市、産業関係団体、教育機関等、金融機関、その他
目標値	上記の実施主体等による産業支援プラットフォームの設置
工程表	平成28年度 組織体制の検討 平成29年度 産業支援プラットフォームの設置

総合的な産業支援体制の構築



2 新事業創出と産業間連携の促進

戦略2-1 生活を豊かにする新ビジネスの創出と創業者の育成

- ◆意欲ある創業者や既存企業が新たに取り組むビジネス（第二創業）を支援し、創業しやすい、新たな事業分野に進出しやすい環境を醸成することで、産業の新陳代謝と地域経済の成長を促進します。
- ◆女性やアクティブシニア層の創業、まちなかでの創業支援など、少子高齢化や人口減少といった社会状況を踏まえた支援に取り組めます。
- ◆市民生活が更に豊かなものとなるよう、地域の問題、高齢化による問題などの社会的課題を解決するビジネスへの支援に取り組めます。

【戦略の背景】

本市は創業率が全国平均よりも低く、廃業率が創業率を上回っており、産業の新陳代謝が進みにくい状況となっています。新規創業が少なく、新たな産業が生まれにくいことは、地域経済の縮小、新たな産業を含めた時代に即した域内企業間の取引ネットワークが構築できない、まちの魅力を低下させていくといった恐れがあることから、創業者の育成や事業継承の円滑化、第二創業の動きの活性化とともに、少子高齢化や人口減少といった社会状況に対応した女性やアクティブシニア層による創業、まちなかでの創業の促進等の取り組みが必要となっています。

また、少子高齢化社会を迎えて税収が減っていく一方、地域住民のニーズは細分化・多様化が進み、行政のみでは対応することが難しくなっています。そのようなニーズに柔軟かつ機動的に対応するためには、企業をはじめ様々な主体によって地域の問題や高齢化による問題などの社会的課題を解決するような事業性を持ったサービス（コミュニティビジネス・ソーシャルビジネス）の提供が必要とされており、企業にもCSR（社会的責任）を更に発展させたCSV（共益の創造、事業活動を通じて社会的な課題を解決していくことを目指す経営理念）が求められるようになってきています。このようなビジネスが生まれることは、地域における新たな創業や雇用機会の創出だけでなく、地域住民の住みやすさの向上や生き甲斐を得る場の形成にも繋がります。

【戦略の内容】

- 1 産業の新陳代謝と地域経済の活性化に向けた創業支援
(1) 新規創業の促進に向けた総合支援施策

総合的な新規創業促進については、県をはじめ和歌山県中小企業団体中央会や和歌山商工会議所などの関係機関でもそれぞれ支援施策に取り組んでいます。本市は、これらの施策も含めた総合的な支援の効果と本市で実施すべき支援施策を考慮しながら、平成27年2月に策定した和歌山市創業支援事業計画に基づき、各関係機関と連携し、創業に関する窓口相談、創業支援セミナー、クラウドファンディング事業、異業種交流の場の提供などによる販路開拓支援、金融支援等の創業に伴う費用や手間の軽減など、創業前から創業後に至るまで各ステージに応じた切れ目のない支援に取り組むことで、産業の新陳代謝の促進と地域経済の新たな担い手となる創業者や新ビジネスの育成に繋がります。

(2) 女性やアクティブシニア層への創業支援施策

新規創業は、女性にとっては社会進出するため、アクティブシニア層にとっても生きがいを持って生活していくための手段のひとつとなります。また、これまで社会進出していなかった女性やアクティブシニア層の創業を促すことは、地域経済の活性化に大きな効果があります。そのような女性やアクティブシニア層の創業に伴う融資の利子補給制度に加え、都市のコンパクト化に繋がるまちなかへの新規出店にかかる費用に対する助成制度を設けるなど、人口減少社会・少子高齢社会であっても規模が縮小することなく持続的に発展していけるような地域経済の実現に向けた創業支援施策に取り組めます。

(3) 既存企業が新たに取り組むビジネス（第二創業）への支援施策

既存企業が自社の技術を活かして新たな事業分野へ進出するための技術開発を国・和歌山県の補助金制度の活用、県工業技術センターとの連携等を通じて促進していくとともに、新たに生まれた新商品を市の制度により認定してPRするなど、既存企業の新たなビジネス拡大の支援に取り組めます。

2 社会的課題を解決するビジネスの創出支援

連携機関や関係機関と協力してセミナー実施等に取り組み、社会的課題を解決するビジネスが必要とされている背景とその重要性を周知するとともに、実践におけるノウハウの提供することで、企業や地域住民をはじめとする様々な主体によるコミュニティビジネス・ソーシャルビジネスの創出を促進します。

また、地域住民が主体となった全国でのコミュニティビジネス・ソーシャルビジネスの成功事例を調査・研究するとともに、本市においてそのようなビジネスを創出・普及を促進するために必要な支援施策（補助金等）について検討します。

戦略 2-2 和歌山の特産・特性を活かしたコラボレーションの促進

- ◆地域の特産や特性を活かしたコラボレーションを促進し、全産業において新たなイノベーションが起こりやすい環境づくりを進めます。
- ◆本市の特産のほか、紀の川流域や県内で大きな収穫量を誇る果実なども含めた農林水産業の6次産業化を促進します。
- ◆異業種交流の機会をつくとともに、市もコーディネーター役となって医工連携などの企業間・産業間・産学金官の連携を促進します。

【戦略の背景】

本市の地域経済を成長させていくためには、個々の企業の成長はもちろん、産業の強みや特性を活かした取り組みを進めていかなければなりません。

農林水産業については、付加価値の割合が小さく、域外から稼ぐ力を強化するためには、生産量の向上、本市周辺地域の農林水産物を含めた6次産業化を進めていく必要があります。製造業においては、繊維工業や化学工業などの地場産業の集積といった本市の特性を活かした連携により、付加価値のさらなる向上に繋がる可能性があります。

平成24年にニット業界大手である(株)島精機製作所・和歌山大学・和歌山県立医科大学の連携により「医療用三次元計測装置」が開発、平成27年にはNKワークス(株)と和歌山県立医科大学の共同研究により「3次元電子マット」が開発されるなど、近年は医工連携による商品開発も進められているところです。県や関係機関と連携しながら、本市の産業全体において、産業間・産学金官の連携を更に促進することにより、新たなイノベーションが起こりやすい環境づくりを進めていくことが重要です。

【戦略の内容】

1 農林水産業の6次産業化の促進

(1) 本市周辺地域の農林水産物を含めた6次産業化の促進

和歌山県や関係機関と連携しながら、本市の特産である新生姜、大根、鯛、しらすなどに加え、紀の川流域や県内で大きな生産量を誇る果実（みかん、もも、かきなど）も含めた6次産業化の取り組みやネットワークづくりを支援し、農林水産業の域外から稼ぐ力の強化を図ります。

(2) 果実等加工のための工場集積の可能性に関する検討

近年、本市の交通インフラが充実し、域外へのアクセス性や域内の周遊性が向上し

てきていることを活かし、6次産業化に向けた取り組みのひとつとして、市周辺の果実等を一括して加工し、域内外に販売できるような工場等の集積についての可能性を検討します。

2 企業間・産業間及び産学金官連携の促進

(1) 産業集積等の特性を活かした企業間連携の促進

本市の特性である化学工業、繊維工業、皮革工業といった地場産業の集積を活かした製造業等の企業間連携による共同受注、新商品開発への支援等に取り組み、企業間連携による付加価値の向上を目指します。また、そのような取り組みをはじめ市内企業間における取引の増加を促します。

(2) 異業種交流からの産業間連携への発展と産学金官連携の促進

和歌山県や本市との協定締結機関等と連携しながら市内企業間、市内企業と市外企業間での異業種交流の場を提供するとともに、企業訪問を強化することで市内企業の抱える課題を把握し、企業間・産業間・産学金官連携の可能性を探ります。

また、市や関係機関がコーディネーターとしての役割を果たすことで、市外から本市への進出企業と地元企業との業種を越えたコラボレーションなど、新たなイノベーションが起こる可能性を高める環境づくりを進めます。

これら産学金官等の連携にあたっては、国や県の補助事業等も効果的に活用しながら、事業半ばで頓挫することのないよう、期間、各主体の役割、具体的目標等を定めた実現性の高い事業の実施に努めます。

各関係機関との産業分野での連携状況

平成27年4月	紀陽銀行と「産業振興に係る連携協力に関する協定」締結
9月	和歌山商工会議所・和歌山大学との三者間で「地域産業振興連携協定」締結
9月	きのくに信用金庫と「産業振興に係る連携協力に関する協定」締結

戦略 2-3 和歌山の魅力を総動員した企業立地の推進

- ◆県と連携して情報を共有しながら、多角的な視点から本市の魅力を総動員して企業立地の魅力を発信するとともに、企業支援体制の強化を図ることで企業立地活動を推進します。
- ◆首都圏に本社を置く企業に対する誘致活動や本市の特性や方向性に見合った業種への誘致促進活動を強化して効果的な魅力発信に繋がります。
- ◆インフラ整備、充実した対応等による企業支援体制の更なる充実を図り、既存市内企業が事業規模を拡大する際の市外への流出抑制と市内への立地促進に繋がります。

【戦略の背景】

企業立地の推進は、人口・雇用の増加や既存産業への波及効果、産業集積による競争力強化など、産業のみならず、まちの発展に大きく寄与することが見込まれます。

現在、京奈和自動車道や第二阪和国道の整備が進められていることにより、本市から奈良・京都・名古屋・大阪などの各方面へのアクセスが向上することは、本市が企業立地を推進する上で大きな魅力のひとつとなります。

県との連携による情報共有、本市が平成27年度から拡充している企業立地促進奨励金制度の活用や本市の持つ様々な魅力を総動員した情報発信、企業用地の確保、インフラや企業支援体制のさらなる整備などを総合的に推進することで、市外からの企業立地促進に加え、既存市内企業の事業拡大の際、市内に立地したいと考えてもらえるような環境づくりを進めていく必要があります。

【戦略の内容】

1 企業立地活動の推進

(1) 県との連携とその他の外部機関等の活用

県の企業誘致施策の活用、企業立地県市連絡調整会議の定期的な実施による企業立地に関する情報共有など、県との連携の強化を図ります。また、企業立地にとって重要な産業・企業・技術などの専門的な情報を収集するため、金融機関やシンクタンク等を活用するほか、企業立地アドバイザーの設置など専門家の助言を受けられる体制を整備し、効果的な企業立地に努めます。

(2) 多角的な視点から本市の魅力を総動員した情報発信

交通アクセスや企業立地促進奨励金制度の充実といった魅力に加え、本市で生活することになる従業員及びその家族にとって重要となる都市部と比べて暮らしやすい点（通勤時間の短さ、持ち家比率の高さ、人口当たりの病院数・医師数の多さなど）など、多角的な視点から本市の持つ魅力を総動員して情報を発信し、企業立地を推進します。

（３）首都圏での企業誘致活動の強化

平成２７年度に国の税制改正で創設された「地方拠点強化税制」を活用しながら、首都圏に本社を置く企業に対して本市が実施した本社機能移転の意向調査の結果を踏まえ、本市東京事務所を起点として本市にゆかりのある方が経営する企業、既存市内企業との取引関係がある企業など、関連性に着目して本市内への事業所の立地に繋げ、首都圏での企業誘致活動を促進します。

（４）本市の特性や目指す方向性に見合った業種に対する誘致促進

関西国際空港に近いという立地の優位性、交通インフラの整備によるアクセス性の向上といった本市の持つ物流拠点としての強みを活かして成長することが期待できる運輸業や製造業、まちなかにオフィスを構えて新たな産業・雇用を生み出す可能性のあるＩＴ関連業など、本市の特性や目指すべき方向性に見合った業種に対する誘致を促進します。

２ 企業支援体制の強化

（１）企業立地に関するワンストップ窓口の活用

平成２７年度から設置している企業立地に関するワンストップ窓口を活用し、建築関係、環境関係、用地関係や各種支援制度などの企業立地に関する様々な行政手続きがスムーズに進むようにサポートし、諸手続きに要する時間の短縮化を図ります。

（２）企業用地の確保とインフラの整備

不動産事業者、金融機関等と連携して、空き工場、空きオフィス、空地等のきめ細かに情報収集し、事業者に広く情報提供を行うとともに、平成３０年度に完成予定の（仮称）和歌山南インターチェンジ周辺における企業誘致用地の設定について検討するなど、企業団地の確保に努めます。

また、京奈和自動車道と第二阪和国道の早期完成と両道路の接続の事業実施を国に働きかけることで、域外へのアクセス性と域内での周遊性を高めるとともに、地域経済・産業の活性化に必要な幹線道路網等のインフラ整備を効率的・効果的に進めます。

(3) 既存市内企業の市外への流出抑制と市内での立地促進に向けた支援

企業訪問等を通じて既存市内企業の市内での企業活動における課題を適切に把握し、それらの課題を集約して解決に努めるとともに、事業規模の拡大を検討の際には用地の確保に協力するなどの支援を行います。また、市がコーディネーターとして市内の既存企業と市外からの新規立地企業との共同開発や取引等の連携が図られるよう支援を行うことで、既存市内企業が事業規模を拡大する際の市外への流出を抑制し、市内での立地を促進します。

(4) 新たな企業支援施策の検討

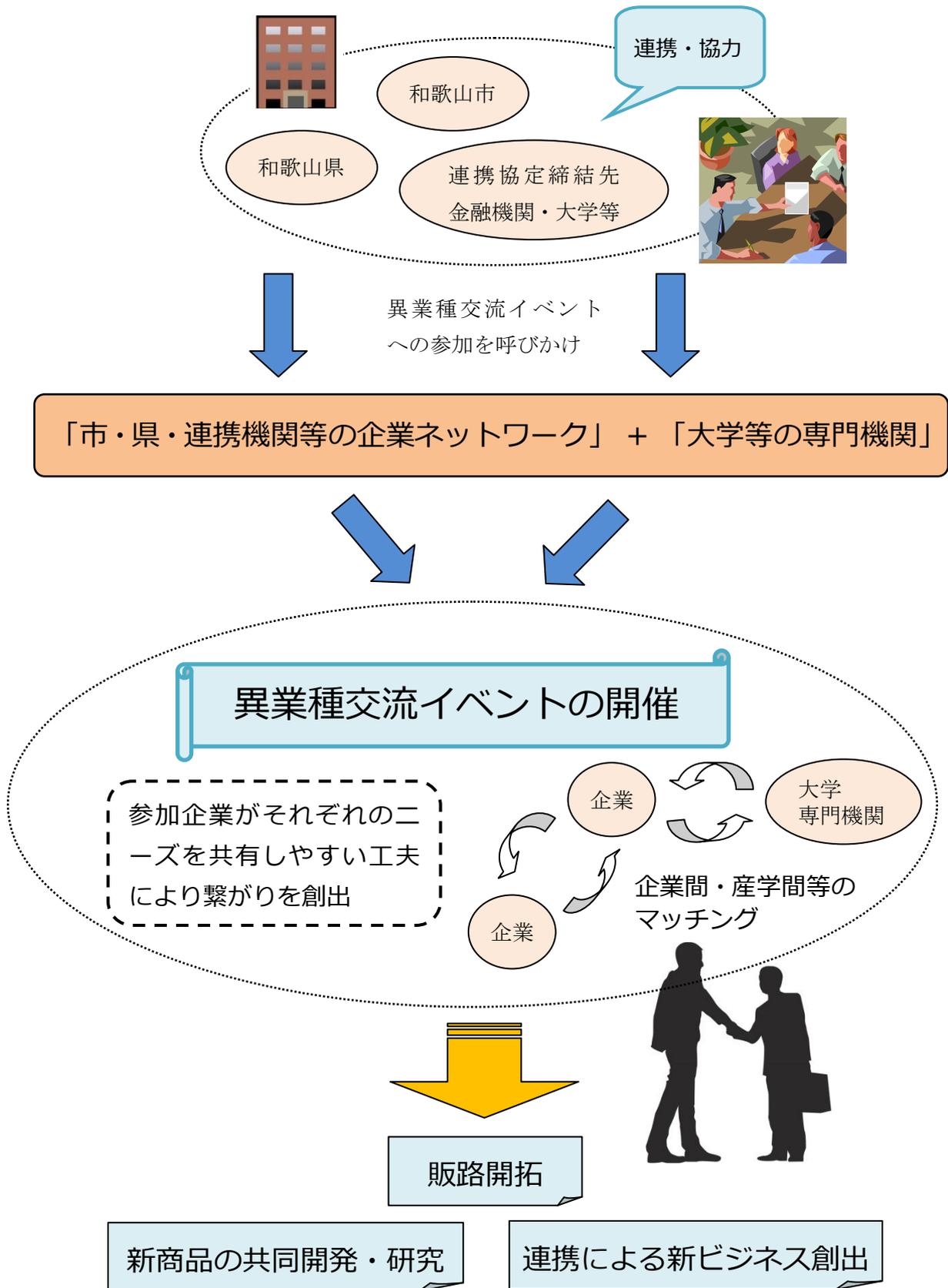
地方税の軽減措置、工業地域や工業専用地域に立地する特定工場にかかる緑地面積・環境施設面積の割合や重複緑地の算入率などの規制緩和、本市と連携協定を締結している金融機関と協力し、本市への立地企業に対して優遇金利での長期融資を行える新たな制度創設など、さらなる企業立地環境の充実にに向けた施策について検討します。

新事業創出と産業間連携の促進・リーディングプロジェクト（案）

事業名	新製品の開発や新たなビジネスの創出に繋がる異業種交流
内 容	<p>和歌山市内の企業に加え、市外の企業、関西空港からアクセスの良い海外の企業、大学、専門機関等からも参加を募り、異業種交流イベントを開催します。</p> <p>地域や業種を越えた企業が参加する異業種交流イベントを開催し、普段はあまり接触することのない企業同士が顔を合せて話をするにより、本市の多くの企業が抱えている経営課題である販路開拓に加え、企業間連携による新たなビジネスの創出や新商品開発に繋がる可能性を高めます。</p> <p>●イベントの実施方法について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・名刺交換のみで終わってしまうことのないよう、参加企業にはイベント前のある程度明確化した参加目的やニーズ、会社の簡単な紹介などを書面で提出してもらい、同内容をパンフレットに掲載、ブース配置を参加目的別にする等の工夫をこらすことで企業間のマッチングに結びつきやすくします。 ・時間の都合等でイベント当日には話ができなかった企業ともパンフレットに掲載された参加目的等の情報を通じて事後にコンタクトが取れるようにします。 ・参加企業には、イベントをきっかけとしてビジネス上の成果に結びついた場合の報告を依頼し、事業の効果測定を行います。 ・募集に関しては、本市のネットワークだけではなく、和歌山県や連携協定を締結している関係機関と共催することで、市内外へのネットワークを活用した募集を行います。 ・参加企業の出展費用については基本無料として、費用については主催・共催の各機関からの出資のほか、イベントパンフレット等への企業広告掲載による協賛金により賄います。
担当課	産業政策課
実施主体	和歌山市・和歌山県・市との産業連携協定締結機関など

目標値	異業種交流イベントを契機に販路開拓を含めた新たなビジネスに結びついた件数（マッチング件数） 〇〇件
工程表	<p>平成28年度 事業内容・効果・課題の検討 和歌山県、市との産業連携協定締結機関等と連携し事業計画を構築</p> <p>平成29年度 事業実施</p>

新製品の開発や新たなビジネスの創出に繋がる異業種交流



3 観光業の「稼ぐ力」の強化

戦略3-1 地域資源の再評価等によるブランド力の強化と観光資源の創出

- ◆歴史、文化、自然、産業などの地域資源を洗い出して再評価や整備等を行い、ブランド力の強化と観光資源の創出を図ります。
- ◆ブランド力を強化するため、地域資源を洗い出して再評価した上で、ストーリー性を持った新しい価値を見出します。また、観光客へアピールするための基盤として、官民一体となったDMOづくり等を進めます。
- ◆魅力ある観光資源の創出を図るため、必要なインフラや施設の整備等を実施します。

【戦略の背景】

本市には、城や寺社などの歴史文化財、海や山などの自然、高い技術力を誇る企業など、数多くの地域資源があります。しかし、和歌山人の控えめな性格によるものなのか、どれも他のまちにもあるものと遠慮がちになり、市外の人に魅力をうまく伝えきれていません。記紀神話に多くの地名が登場、万葉の時代には都の人の憧れの地、自立心に富んだ雑賀衆の活躍、徳川御三家の城下町といった魅力ある長い歴史を持ち、陸奥宗光や松下幸之助といった多くの偉人などを輩出している本市は、まだまだポテンシャルを活かしきれていない感があります。

自分たちのまちの魅力をもう一度洗い出し、掘り起こすなどして再評価するとともに、物語性や新しい価値を見出し、魅力ある観光資源として強くアピールできるよう、磨き上げていく必要があります。

【戦略の内容】

1 地域資源の再評価とストーリーづくり

歴史、文化、自然、産業、食などの地域資源について、和歌山大学、鉄道事業者、旅行会社等の関係機関と連携し、洗い出しと再評価作業を行います。更に、地域資源をテーマ別、体系的に整理した上で、地域資源を組み合わせたストーリーづくり（紀州徳川・雑賀衆・和歌浦万葉・記紀神話・役行者の修験道などの歴史の魅力、マリンスポーツや青石の海岸美といった海の魅力、歴史ある和菓子・農産物・海産物・ラーメンなどの食の魅力、ものづくりの魅力、農業漁業体験の魅力）を、文化庁が認定する「日本遺産」への申請と連携しながら行っていきます。

また、ストーリー化した地域資源を魅力的な観光滞在プログラム、着地型旅行商品へと深化させ、本市の観光ブランド力の強化を図ります。

2 市民への周知と観光地域づくりプラットフォーム（DMO）の整備

ストーリーづくりにより磨き上げられた地域資源について、市民、事業者、産業関係団体、教育機関等への積極的な周知を行い、観光資源の魅力に関する共通認識の醸成を進めていくことで、市外への情報発信力の底上げを図ります。

更に、旅行会社や観光客といった市場との窓口機能等を担う主体として、観光地域づくりプラットフォーム（DMO Destination Marketing/Management Organization）の整備を官民一体となって進めていきます。

3 魅力ある観光資源としての整備

ストーリー化した地域資源を魅力的な観光資源として売り出していくため、必要となる整備等を実施します。

案内板、ベンチ、駐車場の整備など、基本的な観光インフラの充実、扇の芝を含めた和歌山城周辺の整備、和歌浦や加太を含めたサイクリングロードの整備、中央卸売市場の観光市場化、マリンレジャーを初めとした体験型観光のための整備、夜間観光のためのイルミネーションの活用、I Rや交流リゾート施設の検討等を行い、魅力ある観光資源への磨き上げを図ります。

戦略3-2 和歌山観光の効果的プロモーションによる滞在型観光の促進

- ◆磨き上げた観光資源について、効果的なプロモーション等を実施し、本市への滞在型観光の誘客を図ります。
- ◆DMOによる情報発信、広域的な観光地との連携や広域観光ルートの構築など、誘客に結びつく効果的なプロモーションを実施します。
- ◆宿泊客など滞在型観光客の増加による観光消費額の拡大を図るため、滞在型観光のしかけづくりに取り組みます。

【戦略の背景】

3-1の戦略により磨き上げた観光資源について、いかに効果的に売り出すことができるかが重要です。そのためには、ホームページや映像アーカイブなど充実した情報発信、都市部におけるキャンペーン、県内や広域道路網で結ばれる他都市との連携等による誘客プロモーションが必要です。

また、県内の有力な観光地と比較すると、本市は宿泊客の割合が少なく、日帰り客の割合が多くなっています。大阪などの都市部から比較的近距离であることで、気軽に遊びに来てもらっているとの見方もできますが、より長く滞在する観光客の方が消費額も多くなる傾向にあります。観光消費による経済効果を勘案し、日帰り客の増加とともに、宿泊客の増加を図るなど、滞在型観光を促進していくことが必要です。

【戦略の内容】

1 効果的な情報発信等によるプロモーションの実施

(1) 効果的な情報発信

テレビ、新聞、雑誌、インターネット等の各種メディアを効果的に活用し、本市の観光資源の魅力を積極的に発信します。事業者や県、近隣市町村とも連携しながら、首都圏における誘客活動やロケ誘致なども行います。

また、観光客の行動の段階（計画、移動、観光）に合わせた、きめ細かな情報提供の手法を検討し、誘客に結びつく実効力の高い情報発信を図ります。

(2) 観光地域づくりプラットフォーム（DMO）による情報発信等

DMOが、地域資源を活用した着地型旅行商品の提供者（宿泊施設、飲食店、農業関係者、漁業関係者、商工業者、NPOなど）と市場（旅行会社、観光客）とをつなぐワンストップ窓口となり、情報発信や旅行商品の販売を行います。

2 広域連携によるプロモーションの実施

(1) 県内観光地との連携

県内には、世界遺産である高野山と熊野古道、全国有数のリゾート地である南紀白浜、果樹王国である紀の川市、風光明媚な海岸線、緑豊かな山々など、魅力的な観光地が数多くあります。これらの観光地と連携した観光ルートの構築を図ります。

また、本市はホテルなどの宿泊者の収容能力が高く、県内のどこに行くにも便利な位置にある交通の結節点となっていることから、本市を拠点に県内各地の観光地を楽しむというような、和歌山観光のベースキャンプ地としての役割を目指します。

(2) 県外他都市の観光地との連携

和歌山の観光資源だけでなく、県外他都市の観光地との連携を図り、本市への誘客を推進します。

京都、大阪、神戸を結ぶ観光ルートは既に有名ですが、京奈和自動車道の整備により、京都、奈良、和歌山を結ぶルートが便利に近くなりました。奈良県では京都から和歌山港までを結ぶ広域周遊自転車道「京奈和自転車道」の整備も検討されています。この3つの府県はいずれも世界遺産を有しており、新たな観光ルートの創出が期待されます。県内の世界遺産がある高野山から少し足を伸ばせば本市へ到達するため、京都市や奈良県にはない海の魅力を訴求することによって誘客し、京都と本市を結ぶ観光ルートの創出を図ります。

また、同じく京奈和自動車道の整備により、本市から伊勢志摩を結ぶルートも近くなります。伊勢と奈良と本市は、記紀神話で語られる遺跡等が数多く点在しているため、伊勢志摩と本市を結ぶ観光ルートの創出も図ります。

3 滞在型観光のしかけづくり

効果的なプロモーションにより、滞在型観光客の誘客を図るとともに、観光客が長く過ごしたくなる、お金を落としたいくなるようなしかけづくりを行います。

観光コンシェルジュ機能や夜間における観光を楽しむための取組み（イルミネーション、ライトアップ、飲食店ガイド等）を図り、観光客が楽しみ滞在しやすい環境づくりを行います。

また、和歌山城、友ヶ島などポイントとなる観光地の点から面としての魅力づくり（ポイントとなる観光資源のみに頼るのではなく、それを基点とする他の歴史遺産や飲食店、物販店を有機的に結びつけることで、点と点から面的な広がりとし、観光地としての魅力向上を図る）、朝市や早朝の漁業・農業体験など、前日の宿泊が必要となる観光プログラムやマリンスポーツを講習込みで体験できる体験プログラム等の構築、空き家等を活用した短期賃貸借契約による滞在型観光客の誘致の検討など、滞在型観光の創出に向けた取組みを行います。

戦略3-3 外国人観光客の誘客拡大

- ◆国別の観光動態を分析し、より多くの観光消費を実現するためのターゲット設定を行った上で、誘客拡大のための取組みを進めます。
- ◆外国人が魅力と感じる観光資源の整備、滞在しやすい環境の整備を図ります。
- ◆外国人への効果的な情報発信の強化、誘客へのしかけづくりに努めます。

【戦略の背景】

平成25年度に1千万を初めて超えた訪日外国人数は、平成26年度には1341万人を記録しました。今年度も増加傾向は続いており、9月現在で1,448万人を記録し、既に昨年度の数字を上回っている状況です。国はオリンピックイヤーの平成32年までに2000万人を目指すとしていますが、今の状況が続けば、前倒しして達成されることも予想されます。国の調査によると、外国人観光客の消費額は国内観光客よりも大きく、1人1回あたり13万7千円（平成25年訪日外国人消費動向調査：観光庁）となっています。国民1人あたりの年間消費額が124万円（平成25年家計調査：総務省）であることから、10人の外国人観光客を呼び込むことで、定住人口1人の年間消費額に相当すると試算されています。

人口減少に伴い、地域経済における需要の減少が予想されていますが、需要の減少により地域経済の規模が縮小すると、日常生活に必要なサービスや機能が失われていく恐れがあります。これに対して、年々増加している訪日外国人を本市に多く誘致することができれば、需要の縮小を補完する役割を期待することができます。

本市が他都市との差別化による魅力向上を図るとともに、県内観光地との連携も図り、和歌山県全体の魅力をもって、多くの外国人観光客の誘致へと結び付けていかなければなりません。

【戦略の内容】

1 ターゲットの設定

本市には、中国、台湾、香港、韓国などのアジア諸国、米国、英国、豪州などの欧米諸国など、様々な国の方が訪れています。ただし、その内訳には特徴があり、アジア諸国からの外国人が大部分を占めています。一方で、県内の他市町では、アジア諸国からの観光客が少なく、欧米諸国からの割合が大部分を占めている地域もあります。

例えば、欧米諸国からの観光客は精神文化に関心が高く、高野山に多くの欧米人が訪れています。このような県内の地域と連携を図り、本市への誘導が実現すれば、新たな観光消費を獲得することができます。国別のニーズや消費動向を分析し、より多くの観光消費を生み出すためのターゲット設定を行います。

2 観光資源の整備と環境整備

(1) 観光資源の整備

日本人とは違った外国人のニーズの多様性や視点を的確に捉えた観光資源を構築し、滞在型観光客の増加を図ります。

観光資源の魅力を向上させる整備や新たなサービスの創出によって付加価値を高め（単価を上げることが可能なように）、外国人が無理をしてでも本市を訪れたいような、高い料金を払いたくなるような、質の高い観光サービスの提供を図ります。また、多様な外国人のニーズを満たすために、より質が高く本市でしか得られない富裕層向けのサービスの検討も行います。

(2) 環境整備

外国人観光客が、困ることなく快適に滞在できるように、Free-WiFiスポットの整備、外国語表記の案内板の設置、多言語パンフレットの作成、案内窓口の設置等を推進します。

また、市内の飲食店や商業施設において、外国人観光客が買い物や食事をしやすい環境をつくるため、多言語コミュニケーションボードやメニューの多言語表記の設置、免税店の拡大、外国人向けのカード決済システムの整備などを働きかけていきます。

3 誘客の促進

(1) 効果的な情報発信等

外国人向けのホームページの充実（質を落とさない多言語化）、SEO（検索エンジン最適化）をはじめとするホームページへ誘導するしかけ、SNS等を活用した情報発信の強化を行うとともに、海外における商談会や旅行博覧会に参加し、旅行商品の造成の働きかけや積極的な広報活動を図ります。

また、ゴールデンルート（東京－箱根－富士山－名古屋－大阪・京都）からの誘導を図りつつ、セカンド・ビジット（2度目以降の訪日）の観光客をターゲットとするなど、効果的なプロモーションを検討・実施します。

(2) 誘客へのしかけ

和歌山城周辺、加太、和歌浦などの各地域が一体となって、魅力の創出とおもてなしに取組み、外国人観光客の誘客とリピーターの増加を図ります。

また、ファムトリップやメディア取材ツアーを提案、誘致し、本市の魅力を実感してもらうことで、旅行商品の造成や海外におけるメディアへの露出につなげていきます。

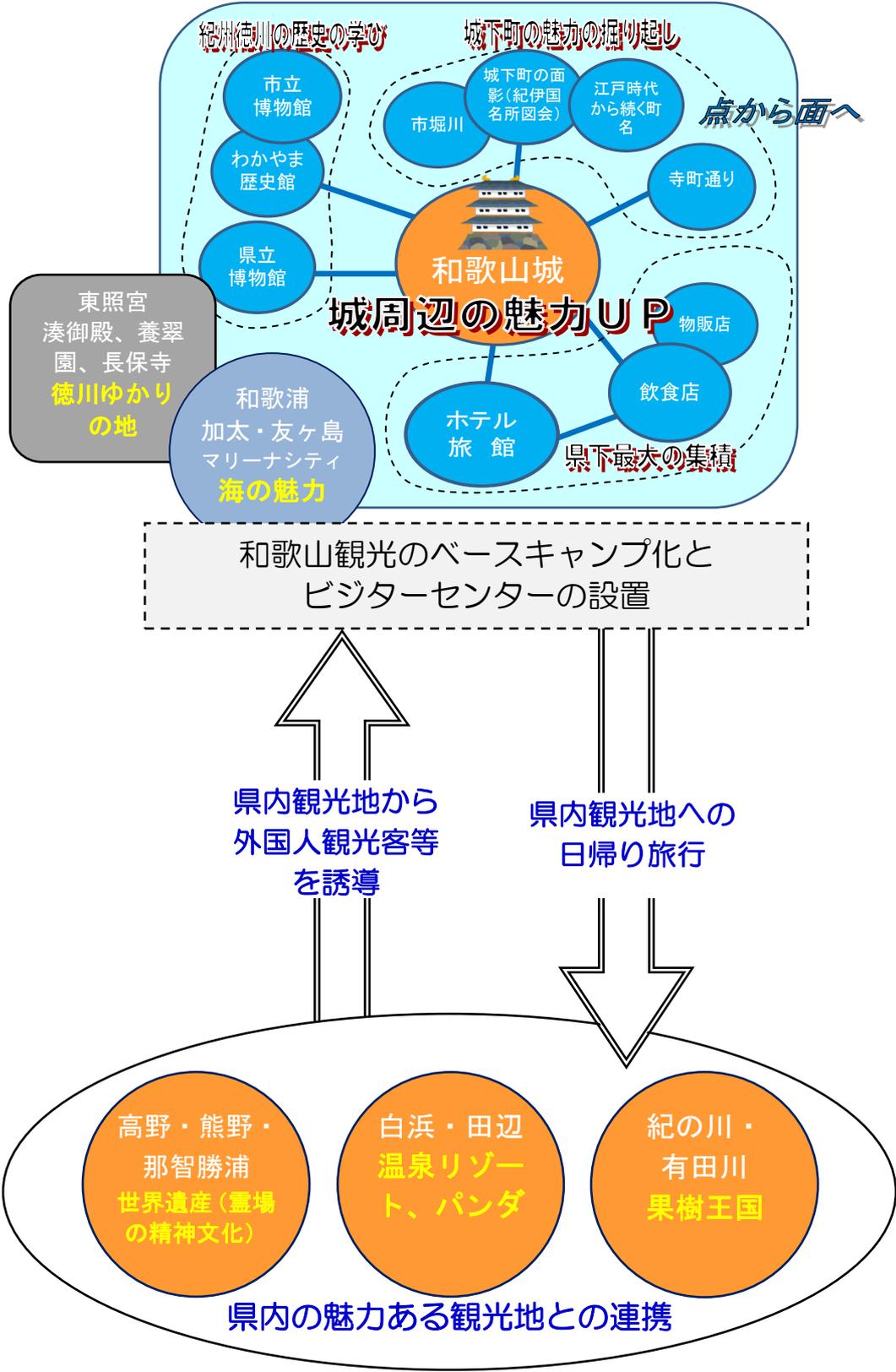
そのほか、観光バスの費用の一部助成、クルーズ船の誘致、地元商店街の外国人向けの観光化などのしかけや、和歌山ラーメン、まぐろなどの海産物、四季折々の果物といった和歌山及び日本の食の魅力を十分に活用した誘客を図ります。

観光業の「稼ぐ力」の強化・リーディングプロジェクト（案）

事業名	和歌山観光のベースキャンプ化とビジターセンターの設置
事業内容	<p>1 和歌山城を含む周辺の魅力の向上</p> <p>和歌山城を含む周辺の魅力の向上を図り、点在する地域資源間を多くの人が行き来するような、有機的なつながりを持った面としての観光地化を進めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・和歌山城周辺の歴史文化ポイントを年代・テーマごとに整理し、ストーリー化を図ります（紀州徳川家、幕末明治、和歌山城周辺の神社仏閣など）。 ・外国人観光客が、和歌山城とその周辺を安心にかつ知識欲を満たしながら周遊することができるよう、外国人向けの語り部ガイドの育成や案内板の充実（紀伊国名所図会の活用等）を図ります。 ・和歌山城の魅力をより便利に伝えることができるように、外国人向けの多言語情報配信システム（W i f i を活用した文字、写真、音声の情報配信等）の導入を検討します。 ・県立博物館、市立博物館にある紀州徳川家に関する展示品や収蔵品を、今年9月にオープンした「わかやま歴史館」の展示品と合わせて、観光客に一体的にPRすることで、和歌山城への観光客をこれら博物館等へ誘導するとともに、和歌山城及び紀州徳川家の魅力向上にもつなげます。 ・和歌山城から和歌山駅、和歌山市駅周辺の飲食店を観光客が利用しやすいように、特に夜間にまち歩きを安心して行えるように、観光客向けのフリーペーパー及びまち歩きマップを作成します。 ・市堀川沿いや和歌山城が見える場所への屋台等の開設、まちなかを流れ海へつながっている市堀川の活用（遊覧船の運用等）を検討します。 ・和歌浦東照宮、湊御殿、養翠園、海南市の長保寺（紀州徳川家歴代藩主の墓所）と連携した集客力の強化を図ります。 <p>2 和歌山観光のベースキャンプ化とビジターセンターの設置</p> <p>和歌山県下最大の飲食・物販・宿泊機能の集積と、交通の結節点という特性を活かして、本市（特に和歌山城周辺）に和歌山観光のベースキャンプとしての機能の構築を図ります。例えば、昼間は県内の観光地、夜は本市の飲食店など夜のまちをゆっくりと楽しみ宿泊していただきます。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・和歌山城周辺発の県内日帰りツアー（紀の川市へ果物狩り体験、高野山の霊場体験、白浜の温泉・パンダ見物など）の造成を図ります。また、和歌山城周辺に県内観光の概要を知ることができるビジターセンターを設置するなど、本市を拠点に県内各地の観光地を楽しめるしくみづくりを行います。 ・和歌山城を和歌山観光のベースキャンプ地のランドマークと位置づけます。和歌山城の歴史資源（天守閣、石垣等）を活かした質の高いライトアップを検討、実施し、魅力ある夜間景観の形成を図ります（その景観目当ての夜の人通り、飲食店の活性化も期待）。 ・その他、まちなかのイルミネーション、魅力的な飲食店など、本市に宿泊しなければ楽しめないようなしかけづくりを行います。 ・県内観光地と宿泊者の奪い合いになるのではなく、相互の魅力を活かした新しい観光客の掘り起しを図ります。 <p>3 高野山を訪れている欧米人を本市へ誘客</p> <p>和歌山県を訪れている欧米人のほとんどが高野山への観光客で、本市にはほとんど訪れていないことから、高野山にはない魅力、又は高野山と共通した魅力を外国人へ訴えかけることで、本市観光地への誘客を図ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高野山の精進料理に対し、海の幸をはじめ様々な種類の飲食店が集積する本市の食の魅力をアピールします。 ・山の魅力に対し、海の魅力（海岸線・漁師町の風景、友ヶ島、マリンスポーツ等）をアピールします。 ・高野山の霊場としての精神文化の魅力に対し、和歌山城や紀州徳川家に代表される武家の文化の魅力をアピールします。
担当課	観光課、和歌山城整備企画課
実施主体	市、県、和歌山大学、旅行・宿泊・飲食・物販事業者など
目標値	<p>和歌山市における宿泊者数 H26年 60,080人</p> <p>→H31年 220,000人</p>
工程表	<p>平成28年度 事業内容・効果の検討、事業計画の構築</p> <p>平成29年度 事業実施</p>

和歌山観光のベースキャンプ化とビジターセンターの設置



4 産業を支える「ひと」の確保と「まち」の形成

戦略4-1 和歌山を愛し、暮らし働く人材の育成・確保

- ◆本市への新たな転入の促進、若者世代の市外への転出抑制等により、和歌山で暮らし働く人材の育成・確保を図ります。
- ◆本市の魅力を感じることができるシティプロモーションや、若い世代への郷土愛の醸成等により、移住・定住、市内就職を促進します。
- ◆企業の人材教育への支援、高等教育機関の充実等により人材の育成を図ります。

【戦略の背景】

本市は長年、進学や就職による若者世代の人口の転出超過が続いており、転出したまま市外に定住してしまうケースが多くあります。転出超過等による労働力人口の減少や消費市場の減少によって地域経済が縮小し、地域経済の縮小が更なる人口減少を招くという悪循環に陥る恐れがあります。

大学生への就職意識調査から、希望の就職先がない、また、地元企業の情報不足のため、県外の企業を選んでいる者が多く、積極的に県外を選択している者はそう多くないことがわかっています。また、将来的にUターンを希望する者も多いことから、地元企業の更なる魅力向上と企業情報のPR等により、県外就職者のUターンを促進できる可能性もあります。

本市産業が持続的な発展をしていくためには、その原動力、基盤となる人材の確保と育成が不可欠です。そのため、和歌山に誇りを持ち、和歌山を生活と仕事の場として選択してもらえる魅力の発信や環境づくりを通じた人材の育成・確保が必要です。

【戦略の内容】

1 暮らし働く人材の確保

(1) 移住・定住、市内就職の促進

和歌山で暮らし働く人材を確保するため、本市の自然・歴史・文化・観光・食など地域資源を活用し、本市で暮らし働く魅力を体感してもらえるようなシティプロモーションの手法を検討、実施することで、移住・定住の促進を図ります。

また、学生をはじめ若い世代に市内企業の魅力を知ってもらうために、労働局や

県など関係機関と連携し、都市部でも企業面談会等を実施していくとともに、大企業にはない地域企業の魅力発信や企業見学会の開催、短期間の職場体験などインターンシップの充実にも取り組みます。更に、和歌山大学の「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+）」と連携した働きかけにより、学生の市内就職を促進します。

（２）より若い世代への郷土愛の醸成

小学校、中学校、高校等より若い年代から、ふるさとの良いところ、魅力を伝え、郷土愛を醸成することで、本市に定着する意識を向上させるとともに、進学等で一旦県外へ出たとしても、就職や転職を機にふるさとへ戻ってくる素地を整えます。

また、各分野で活躍している市出身者（主に市外在住）による若い世代への人材育成事業についても検討します。

２ 産業を担う人材の育成等

（１）産業人材の育成

産業を担う人材の確保と育成を推進するため、企業の人材確保を支援するとともに、各分野で活躍できる専門的知識や高度な技能を持った人材の育成、若い世代へのキャリア教育や地域の産業・企業への理解を深めてもらう取り組み、職場での社会人基礎力や技術力の向上を図る研修会など、県や関係機関と連携し、様々な人材育成について支援を行います。

また、地域経済のこれからの担う経営者、後継者の育成や、大学等を有効に活用した人材育成にも取り組みます。

（２）需要が見込まれる分野での人材の育成

高齢者の増加に伴う需要の増大が見込まれ、人材の不足が懸念される医療・福祉・介護分野の担い手の確保と人材の育成に取り組みます。

また、観光振興を図るためには、観光を支える人材が必要となるため、和歌山大学観光学部と連携した人材育成についても取り組みを進めます。

（３）高等教育機関等の充実

地域で教育を完結できる環境をつくり若者の転出抑制を図るとともに、専門的・技術的人材を育成するため、高等教育機関の充実・誘致に取り組みます。

戦略4-2 女性・高齢者など誰もが働きやすい環境づくり

- ◆人口減少による働き手不足が懸念される中、労働力の確保と多様な社会のニーズに対応するため、女性や高齢者など誰もが働きやすい環境づくりを行います。
- ◆女性や高齢者などの労働参加を促進し、就業率の向上を図ります。
- ◆働く意欲のある人が、安心して働くことができるよう、事業所側の受入態勢の整備や働く場の創出など雇用環境の向上を図ります。

【戦略の背景】

人口減少に伴う人手不足が懸念される中、生産年齢人口に占める労働人口の割合である労働参加率の向上が課題となっていますが、本市は女性や高齢者の就業率が全国平均に比べて低い状況です。地域経済が成長力を維持する上で、労働力を確保する必要があることから、女性や高齢者の就業率を高める取り組みが特に必要です。

また、女性の就労は社会のニーズにマッチした製品やサービスを生み出す素地を広げ、高齢者の就労は長い年月で培った多くの経験と技能を若い世代に継承することにもつながります。これらのことから、女性や高齢者など働く意欲のある人の就労を促進する取り組みが必要です。

【戦略の内容】

1 女性や高齢者など就労希望者への就職支援

(1) 女性に対する就職支援

労働局や県など関係機関と連携し、女性を対象とした企業面談会や就職関連セミナーを実施し、女性の就職・起業を支援するとともに、子育て世代の母親の再就職を支援するため、地域子育て拠点施設での就職相談や気軽に求人情報に接することができる環境を整備します。

(2) 高齢者等に対する就職支援

高齢者がこれまで培った経験や技能を活かし、労働力の一翼を担いながらいきいきと自立した生活を送れるよう、労働局や県、シルバー人材センターなど関係機関と連携した就職支援を行います。

また、障害者の働く場の確保や就労促進を図ります。

2 雇用環境の整備

(1) 事業所等への意識啓発

長時間労働の削減や年次有給休暇の取得促進、テレワークを活用した在宅勤務等多様な働き方の普及などを通し、働き方改革を推進するとともに、社内保育所の設置、出産後の職場復帰のための環境づくりなど、子育てしやすい職場環境づくりに向けた啓発を行います。

育児応援企業の表彰や奨励金の支給、産休・育休の奨励など、女性の活躍推進を図ることが企業にとってプラスとなるような支援施策について、財政的支援も含めて検討します。

(2) 職場等周辺環境の整備

仕事と子育ての両立、高齢者や障害者の雇用促進に取り組む事業所に向けた国の支援制度等を利用した職場環境整備を促進するとともに、働く親の育児を支援するため延長保育等の拡充や3世代同居・近居の推進、放課後児童健全育成事業の充実を図ります。

(3) 女性や高齢者が活躍できる働く場の創出

女性の仕事・育児の両立を助け、また女性の就業の場として期待できる家事代行サービス等の家庭生活サポートサービス産業の創出を図ります。

また、高齢者がその能力を活かし、子育て支援や介護・福祉分野等において現役世代を支える役割、地域社会が抱える課題解決につながる事業の中核的な担い手として活躍できるよう、コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスの創出、担い手の発掘・育成への取り組みを進め、働く場の創出を図ります。

戦略４－３ 産業を支えるまちづくりの推進

- ◆産業を支えるまちづくりの観点から、都市のコンパクト化、道路・公共交通ネットワークの整備等を進めます。
- ◆都市機能の集約、郊外の開発抑制、公共施設の再編やまちなかへの居住の誘導などコンパクトなまちづくりを推進します。
- ◆道路網・公共交通など交通ネットワークの整備を進めます。

【戦略の背景】

本市のまちなかエリアの人口は最盛期の半数以下に減少している一方で、人口集中地区の面積は約３倍に広がり、人口密度の低下とまちなかエリアの衰退が進行しています。

主に対面型のサービス産業（第３次産業）は、市場の地理的な範囲が限定され、その生産性は地域の人口規模と密度に大きく影響を受けます。サービス産業活性化のためにも、都市機能を集約し、まちなかへの居住の誘導、郊外の開発の抑制などコンパクトなまちづくりが重要です。また、製造業や観光業等の発展には、メリハリのきいた土地利用や道路・交通インフラの整備が不可欠です。これらまちの形が産業活性化の基盤になることから、産業を支えるまちづくりの推進が必要です。

【戦略の内容】

１ コンパクトなまちづくりの推進

（１）都市のコンパクト化とまちなかの再生

立地適正化計画の策定において都市機能誘導区域と居住誘導区域を設定し、都市のコンパクト化を推進します。市街化調整区域においても、メリハリのきいた土地利用を促進し、郊外への都市の広がりには歯止めをかけるとともに、企業立地や農業など調整区域内での土地の生産性を高めます。

また、和歌山駅、和歌山城、和歌山市駅を含めたまちなかについては、小中一貫校の整備、市民会館や市立図書館の移転をはじめ、子育て支援施設の整備等によりまちなかの利便性を向上させるとともに、高等教育機関の誘致にも取り組みを進めます。

更に、まちなかエリアの再開発により、まちなか居住を促進し、まちなかの再生を目指します。

(2) まちなかへのひとの誘導

居住環境の充実、創業・出店支援、魅力的なイベントの開催を通じて、ひとをまちなかへ誘導し、利便性・魅力の向上、賑わいの創出、まちなか商業の再生に繋げる取り組みを進めることで、更に多くの人をまちなかへ呼び込むという好循環を目指します。

まちなかでの創業や出店支援については、空き店舗等の情報提供、空き店舗等遊休不動産のリノベーションを活用し、まちなかエリアを新たな事業や雇用を生み出す都市型ビジネスの展開の場とするため取り組みを行います。

2 道路・交通インフラの整備

(1) 道路ネットワークの整備

交通インフラは、産業や生活の基盤となるもので、アクセス性が、製造・物流業の発展、企業立地の成否、観光客の誘客などに大きく影響を与えることから、このような重要性を認識しつつ戦略的な整備を行います。京奈和自動車道の第二阪和国道への延伸や和歌山南インターの整備について取り組みを進めるとともに、幹線道路網（市駅和佐線・松島本渡線、南港山東線、今福神前線、有本中島線等）の整備を効率的・効果的に進めます。

(2) 公共交通ネットワークの整備

働く人や観光客などあらゆる人にとって利用しやすい公共交通環境を整備するため、鉄道路線の維持や利便性向上への取り組み、バス路線のネットワーク強化、地域バス導入の検討等を行うとともに、より環境負担の少ないLRTやBRT等次世代交通機能の導入の可能性を検討します。

【戦略4】 産業を支える「ひと」の確保と

「まち」の形成・リーディングプロジェクト（案）

事業名	総合的な移住促進体制の構築
内 容	<ul style="list-style-type: none"> ・人口減少に伴う労働力人口の減少に歯止めをかけ、将来に向かって活力ある和歌山市を維持するためには、和歌山市へ新しいひとの流れをつくり、産業を支える「ひと」を確保することが必要不可欠であることから、都市部からの移住促進に総力を挙げて取り組みます。 ・本市の気候、文化、教育、風土、子育て情報などシティプロモーションを通して本市の魅力を発信するとともに、移住者増につながる情報の発信を行います。 ・ワンストップ窓口の設置や移住コーディネーターを配置し、住居や子育て支援、就職・就農支援施策、起業家支援施策等を一元的に取りまとめ、情報発信から相談、移住、就職、移住後の生活フォローまで一貫して対応し、安心して和歌山市で暮らし働いてもらえるよう支援を行います。 ・国の「移住・交流情報ガーデン」や、県過疎対策課が主となって取り組む「移住大作戦」と連携協力する等、関係機関と連携体制を構築します。 ・都市部での移住相談会や、和歌山市でのお試し移住・お試し就業、移住するインセンティブの仕組みなど効果的な支援施策について、検討を行います。 ・和歌山市版CCRCを検討します。
担当課	未 定
実施主体	和歌山市（和歌山県・国等関係機関とも連携）
目標値	転入者数 8,764人（H26） → 9,200人（H31）
工程表	<p>平成28年度 情報収集・連携体制の構築</p> <p>実施事業の検討・実施</p> <p>平成29年度以降 継続実施・実施事業のフォローアップ</p>

移住希望者（移住意向者・都市部在住者）

相談

情報発信
各種支援 ※

シティプロモーション
による魅力発信

情報共有・連携

国（移住・交流情報ガーデン）

和歌山県（移住定住大作戦）

- ・ 過疎対策課等関係課
- ・ 東京・大阪移住窓口
- ・ 定住支援住宅管理機構 等

和歌山市移住ワンストップ窓口

連携協力

一元化

移住

就職情報

住居情報

子育て
支援情報

教育・医療
生活情報

起業家
支援情報

就農・就漁
情報

観光情報

移住経験者
情報

※<支援メニュー例>

- ・ 都市部での移住セミナー、相談会の開催
- ・ 現地体験会等の開催
- ・ 都市部での企業説明会等就職機会の提供
- ・ お試し移住の実施
- ・ お試し就業の実施
- ・ 現地訪問の交通費や宿泊費の補助
- ・ 移住者への家賃補助
- ・ 移住のインセンティブとなる仕組みの設定

移住後の
フォロー

移住経験者
交流会

定住人口の増加
働く人の増加
地域経済の活性化