

和歌山市産業振興ビジョン

(案)

平成 2 8 年 2 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 | アクションプランの作成..... | 1 |
| 5 | 市をとりまく環境..... | 2 |
| II | 和歌山市の産業の現状 | 5 |
| 1 | 産業全体の現状..... | 5 |
| 2 | 製造業の現状..... | 6 |
| 3 | サービス産業の現状..... | 10 |
| 4 | 農林水産業の現状..... | 12 |
| 5 | 観光業の現状..... | 13 |
| 6 | 創業・廃業の現状..... | 15 |
| 7 | 労働・雇用の現状..... | 16 |
| 8 | 産学官連携の現状..... | 19 |
| III | 和歌山市の産業の強み、弱み | 21 |
| 1 | 強み、ポテンシャル..... | 21 |
| 2 | 弱み..... | 29 |
| IV | 和歌山市の産業の目指すべき姿 | 35 |
| 1 | 目指すべき姿..... | 35 |
| 2 | 基本目標..... | 35 |
| V | 和歌山市の産業戦略 | 39 |
| 1 | 既存産業の更なる成長促進..... | 41 |
| 2 | 新事業創出と産業間連携等の促進..... | 47 |
| 3 | 観光業の「稼ぐ力」の強化..... | 54 |
| 4 | 産業を支える「ひと」の確保と「まち」の形成..... | 60 |
| VI | 今後想定されるプロジェクト | 67 |
| 1 | 産業振興プラットフォーム体制の構築..... | 67 |
| 2 | 戦略テーマごとのプロジェクト..... | 68 |
| VII | 産業振興ビジョンの推進体制 | 73 |
| 1 | 各主体とのパートナーシップの構築..... | 73 |
| 2 | P D C Aサイクルの構築..... | 75 |

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、地方創生を推進するための国からの支援、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」が施行されました。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するものです。

2 位置付け

産業振興ビジョンは、本市の上位計画である長期総合計画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年度中に策定する予定となっています。それに先立ち本ビジョンを策定することで、時機を逃さない産業振興施策を推進するとともに、第5次長期総合計画の策定に向けた産業分野の方向性を示すものとします。

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。

4 アクションプランの作成

産業振興ビジョンに定める戦略にもとづき、実施主体、方法、目標、スケジュール等を規定した具体的な取組を関係部局ごとに検討・実施していきます。それらを「和歌山市産業振興アクションプラン(実施計画)」に取りまとめて進捗管理を行うことで、産業振興ビジョンの実行性を担保します。

5 市をとりまく環境

(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」になると見込まれています。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%増）。うち外国人旅客数は、中国などアジアを中心にLCC（格安航空会社）、FSC（既存の航空会社）両方で増便が相次ぎ、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りました。

図表1-1 関西国際空港における年度別航空旅客数



(出所) 新関西国際空港株式会社 News Release (平成27年4月15日)

京奈和自動車道は、平成27年9月に岩出根来ICまで開通し、橋本までの所要時間が短縮されました。平成28年度中に岩出根来IC－和歌山JCT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。

図表1-2 京奈和自動車道開通によるアクセス性の向上



(出所) 国土交通省資料

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。

図表1-3 第二阪和国道の開通状況



(出所) 国土交通省資料

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。平成 30 年度に南東部に供用予定の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、平成26年12月末に「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、平成27年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、平成27年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標に、産業振興を重要な施策として位置付けています。

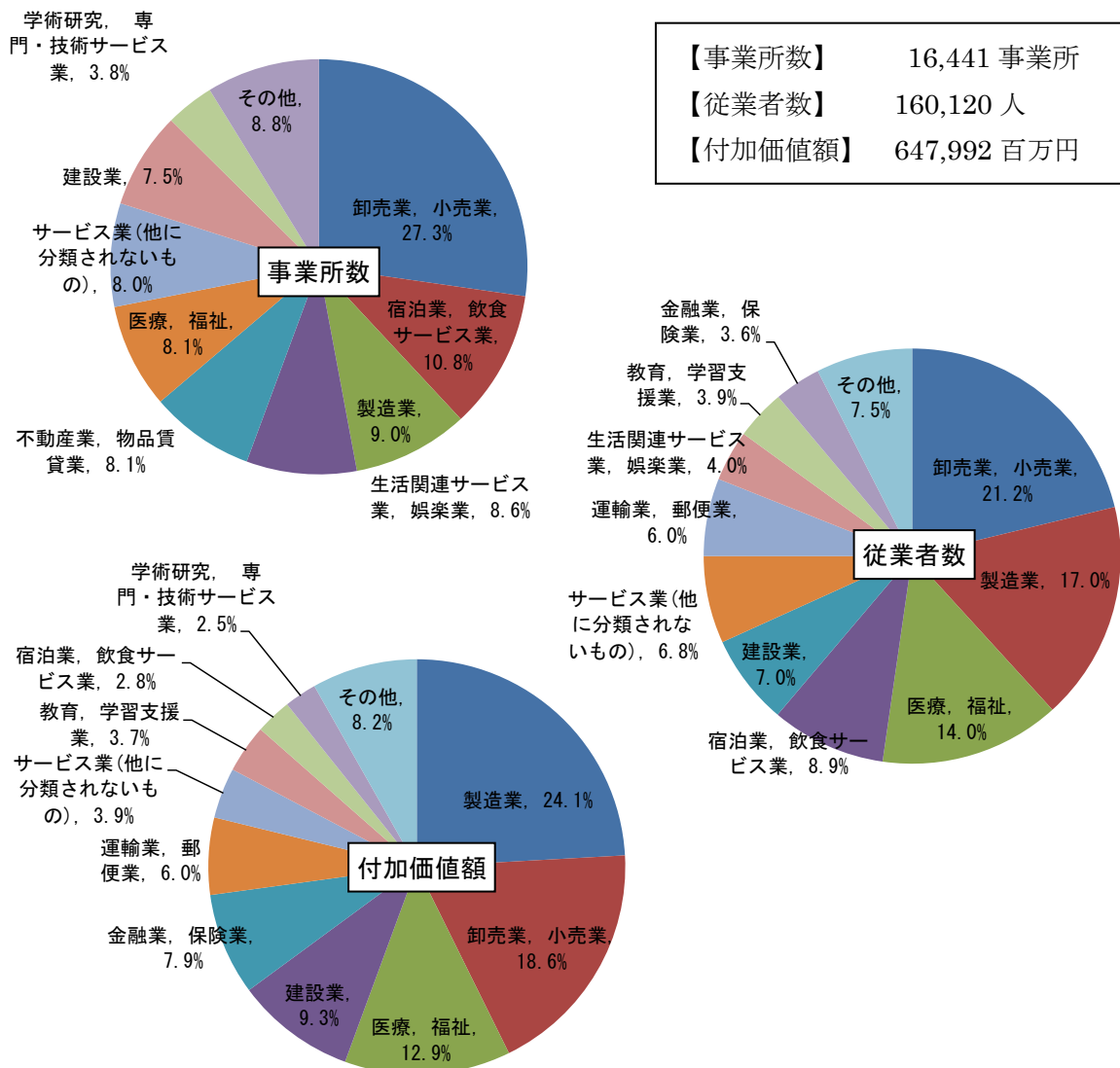
Ⅱ 和歌山市の産業の現状

1 産業全体の現状

(1) 事業所数、従業者数、付加価値額から見た産業構造

- 事業所数・従業者数では「卸売業，小売業」の占める割合が最も高くなっています。
- 付加価値額では「製造業」の占める割合が最も高くなっています。
- 従業者数・付加価値額ともに、「卸売業，小売業」「製造業」「医療，福祉」の3つの産業で過半数を占めています。

図表 2-1 事業所数・従業者数・付加価値額の産業分類別構成比

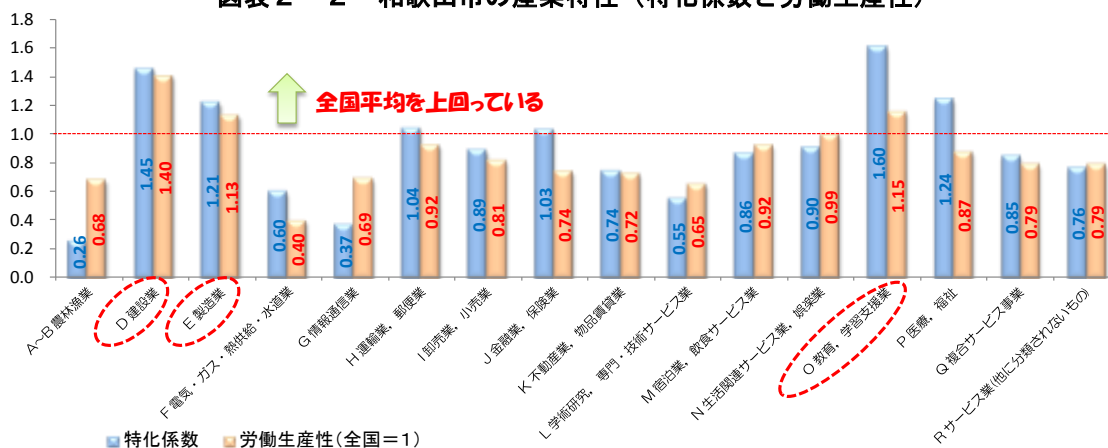


(出所) 総務省「経済センサス活動調査」(平成 24 年)

(2) 産業別付加価値額と労働生産性

- 産業分類別の付加価値額構成比では、製造業が全国の水準（＝1）を上回っている一方、サービス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。
- 従業者1人当たりの付加価値額である労働生産性は、「建設業」「製造業」「教育、学習支援業」が全国の水準（＝1）を上回っている一方、これら以外の全ての産業で全国の水準を下回っています。

図表2-2 和歌山市の産業特性（特化係数と労働生産性）

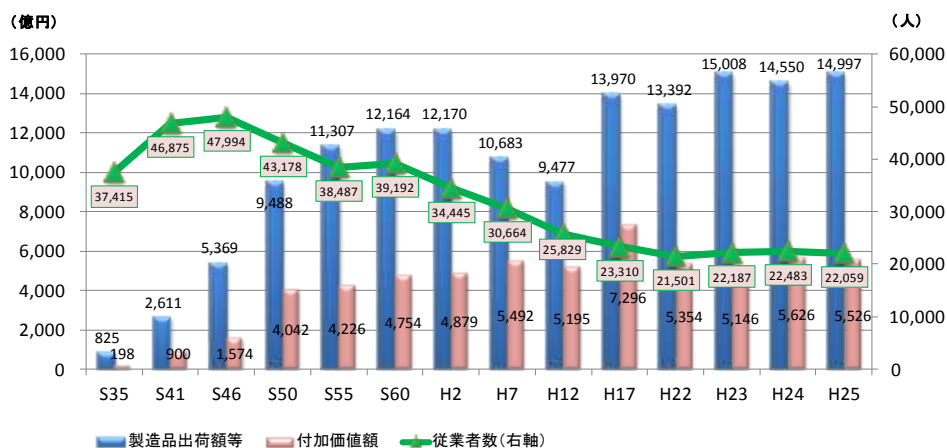


(注) 特化係数＝和歌山市の付加価値額構成比÷全国の付加価値額構成比
(出所) 総務省「経済センサス活動調査」(平成24年)

2 製造業の現状

- 製造業について長期的に見ると、従業者数は減少していますが、製造品出荷額等、付加価値額ともに増加傾向にあります。

図表2-3 製造業の製造品出荷額等・付加価値額・従業者数の推移

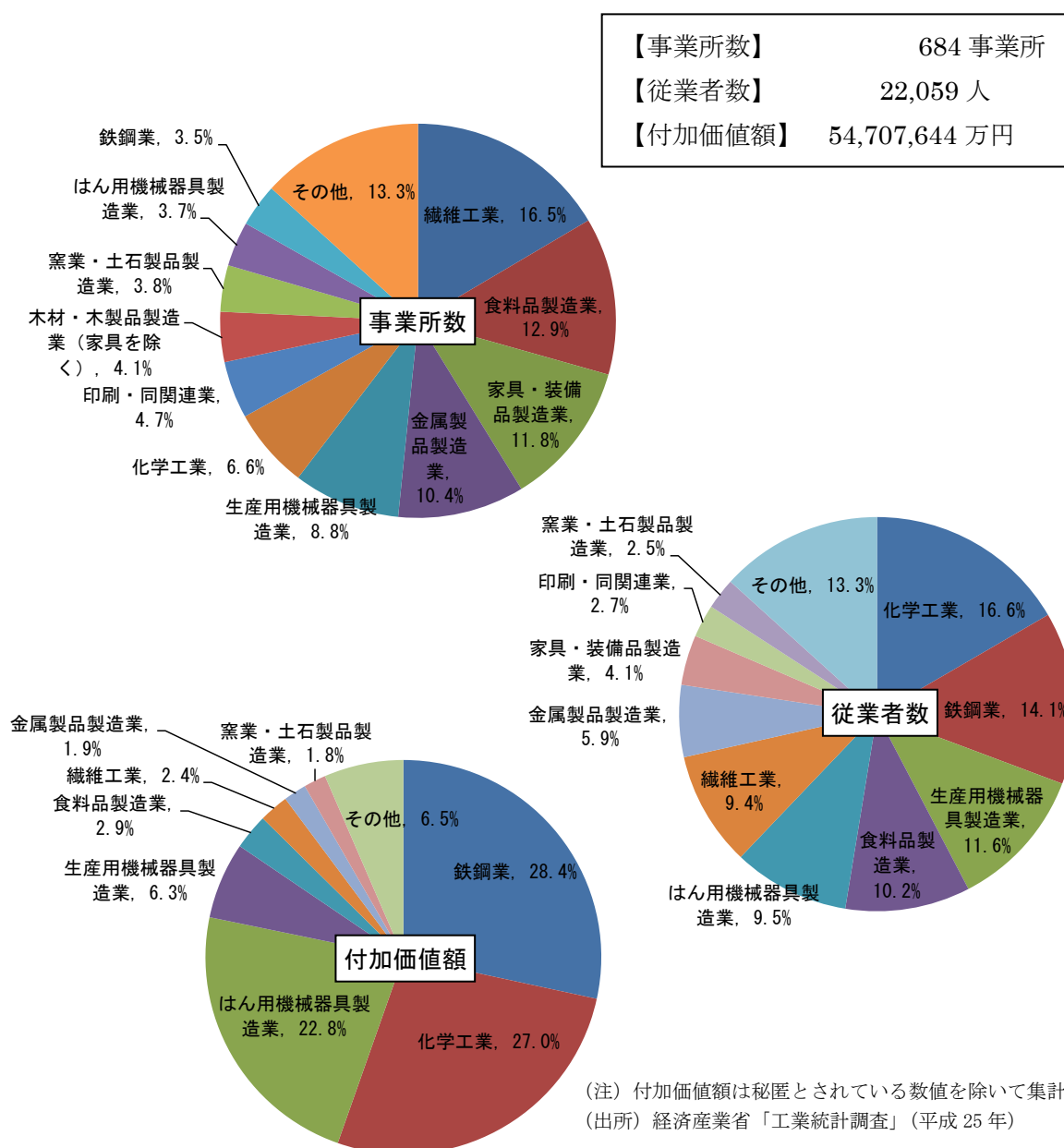


(出所) 経済産業省「工業統計調査」(各年版)
(注) 従業者数4人以上の事業所についての集計

(1) 事業所数、従業者数、付加価値額等から見た産業構造

- 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」となっています。
- 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」「化学工業」「はん用機械器具製造業」の3業種で製造業全体の約8割を占めています。

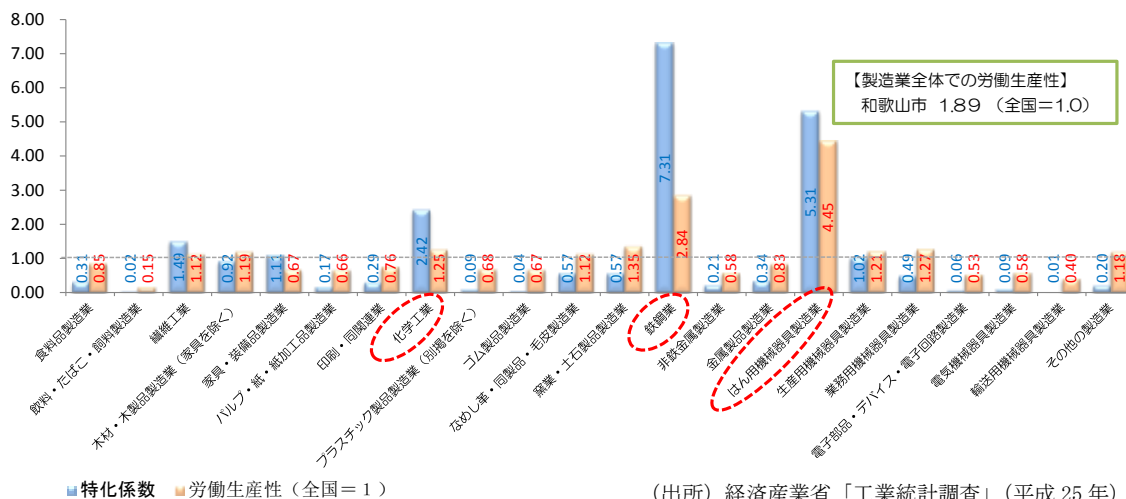
図表2-4 事業所数・従業者数・付加価値額の業種別構成比（製造業）



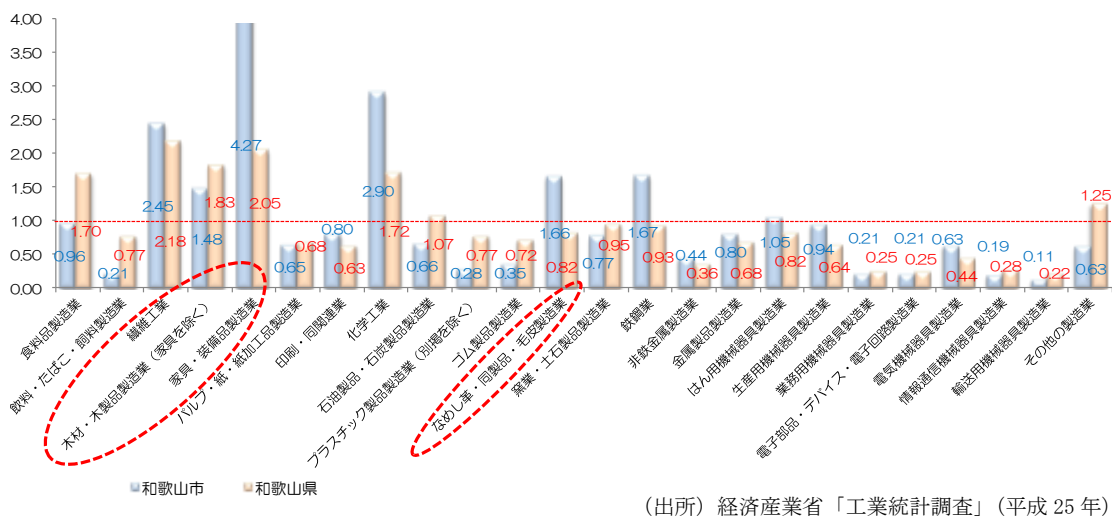
(2) 全国との比較から見た製造業の特性

- 付加価値ベースで全国平均と比較すると、6業種で全国平均を上回っており、特に「化学工業」「鉄鋼業」「はん用機械器具製造業」は全国平均の2倍以上の付加価値額となっています。
- 労働生産性についても、製造業全体で1.89（全国＝1）と、全国平均を大きく上回っています。
- 事業所数ベースで全国平均と比較すると、「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、高い品質を誇り、地場産業として長い歴史のある産業が全国平均を上回り、本市に集積していることがわかります。

図表 2-5 和歌山市の製造業特性（特化係数と労働生産性）



図表 2-6 事業所ベースでの特化係数 (全国=1)



(3) 主な製造業

【鉄鋼業】

本市の「鉄鋼業」は、製造業全体のうち従業者数で14.1%、付加価値額で28.4%を占めます。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、製造品出荷額等が大きく減少する時期もありましたが、近年は持ち直しています。

【化学工業】

本市の「化学工業」は、第1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成功したことに始まります。現在では、製造業全体のうち従業者数で16.6%、付加価値額で27.0%を占める主要産業となっており、本市を代表する地場産業のひとつでもあります。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」、近畿経済産業局の「KANSAIモノ作り元気企業100社」に多くの企業が選定されています。

【はん用機械器具製造業】

本市の「はん用機械器具製造業」は、製造業全体のうち従業者数で9.5%、付加価値額で22.8%を占めます。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なこともあり、製造品出荷額等や付加価値額も安定して推移しています。

【その他主な地場産業】

市内各地には、地域に根差した「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」等の産業が古くから集積しています。どの業種においても事業所数、従業者数、製造品出荷額等、付加価値額ともに減少傾向にありましたが、企業努力もあり、近年は横ばいで推移しています。

(4) 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、業界の課題等についてヒアリングを行いました。課題や必要な取組などに関する主な意見は次のとおりです。

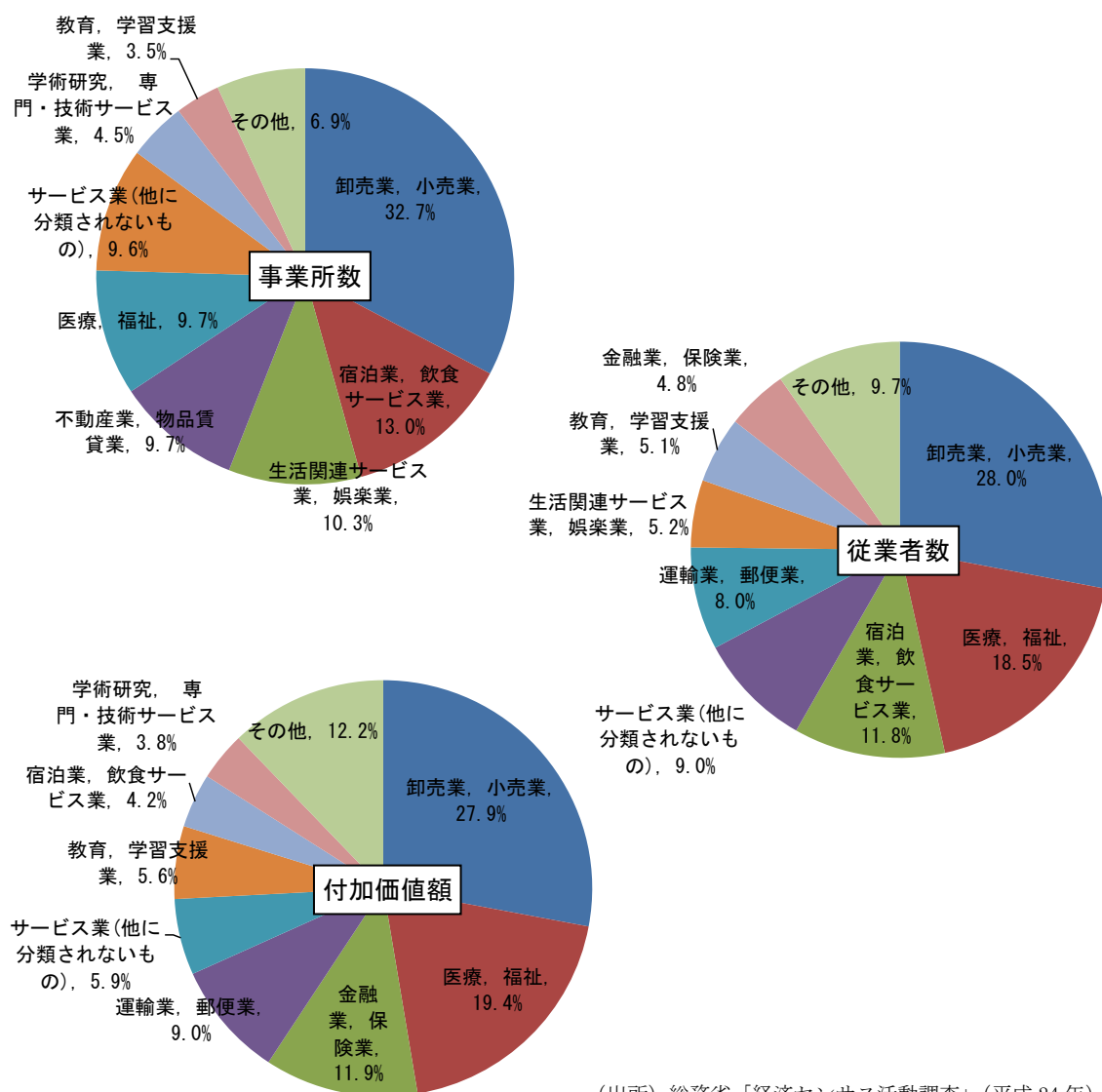
- | | |
|-------------------|---------------------|
| ・円安等による原料高への対応 | ・オンリーワン技術を活かした新商品開発 |
| ・国際競争力の低下への対応 | ・国内市場減少による新規販路開拓 |
| ・高付加価値製品へのシフト | ・東京等における商談会、展示会への参加 |
| ・ブランド化 | ・ロゴマークのアピール |
| ・技術の研鑽と伝承の継続 | ・販売価格値上げの取組 |
| ・高度な技術をITで映像化（共有） | ・資材供給における地産地消 |
| ・若い人材、技術系人材の育成、確保 | ・ビジネスマッチングの機会創出 |
| ・後継者の確保 | ・デザイン力向上機会の創出 |
| ・若者の収入アップ | ・産学官連携の強化 |

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

- 事業所数・従業者数・付加価値額のすべてで「卸売業，小売業」の占める割合が最も高くなっています。
- 従業者数・付加価値額ともに、「卸売業，小売業」に次いで「医療，福祉」が大きな割合となっており、この2つの産業で約50%を占めています。
- 「宿泊業，飲食サービス業」は、事業所数・従業者数では10%以上を占めているにもかかわらず、付加価値額は4.2%と低い割合になっています。

図表 2-7 事業所数・従業者数・付加価値額の産業別構成比（サービス産業）

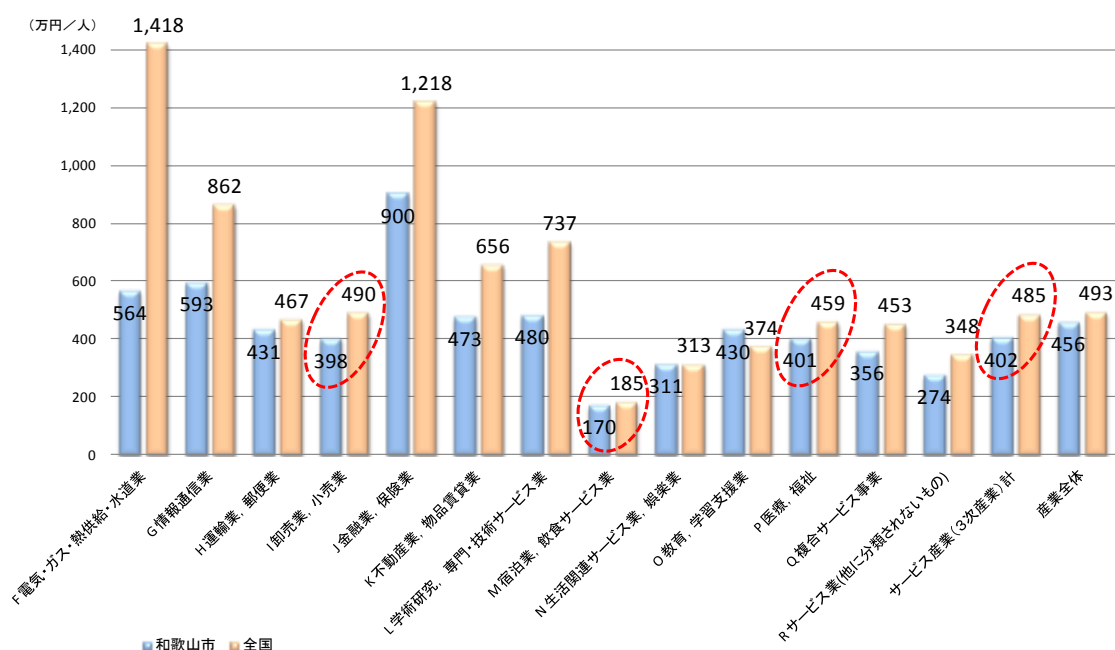


(出所) 総務省「経済センサス活動調査」(平成 24 年)

(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）と比べて低く、全国（485万円）の水準を下回っています。
- サービス業の中で、事業所数、従業者数、付加価値額で大きな割合を占める「卸売業、小売業」「医療、福祉」の労働生産性も産業全体及び全国の水準に比べて低くなっています。
- 「宿泊業、飲食サービス業」は他の業種に比べてさらに労働生産性が低くなっています。

図表2-8 産業別労働生産性 — サービス業



(出所) 総務省「経済センサス活動調査」(平成24年)

(3) 商業団体へのヒアリング結果

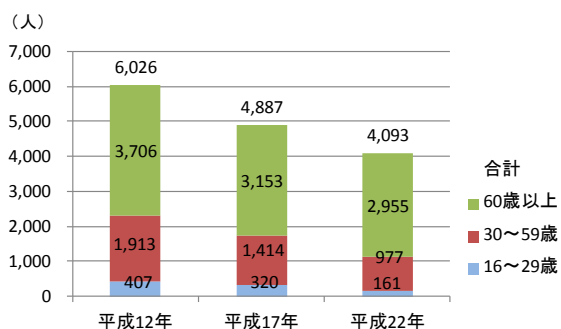
市内の商業団体7団体に対し、業界の課題等についてヒアリングを行いました。課題や必要な取組などに関する主な意見は次のとおりです。

- ・インターネット通販との競争激化
- ・人件費増による収益率の悪化
- ・大阪方面への消費流出、市内消費の減少
- ・高齢化と人口減少による購買力の減
- ・道路網の発達によるビジネスチャンス (一方で、競合他社の参入も増加)
- ・マッチングやコンサルティングの機会創出
- ・コラボレーション、業務提携、M&A
- ・新規販路や新事業分野の開拓
- ・事業承継
- ・マネジメント能力のある管理者の育成、確保
- ・人材の確保、Uターン希望者の発掘
- ・繁忙期に限定した人材確保
- ・やる気のある経営者が集まる場の創出
- ・衰退が激しい中心部の活性化

4 農林水産業の現状

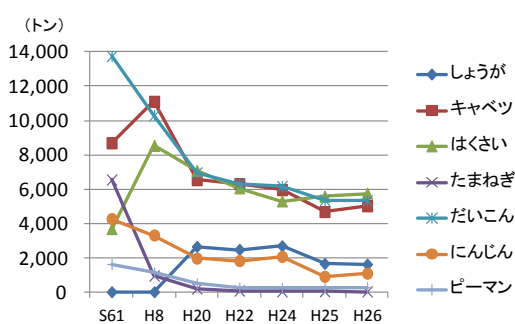
- 本市の農業は、水稻を中心に野菜や果樹を取り入れた複合経営を営み、沿岸部に近い地域での砂地を利用した「大根」や「ショウガ」をはじめ、平野部での「キャベツ」「ハクサイ」等の裏作野菜を栽培しています。
- 農業就業者人口が減少している中で、農業就業者のうち60歳以上の割合が増加しており、高齢化が進んでいます。
- 漁業も就業人口が減少しており、特産物には「しらす」「アジアカエビ」「マダイ」等があるものの、「しらす」は近年で漁獲高が大きく減少しています。

図表 2-9 和歌山市の農業就業人口の推移



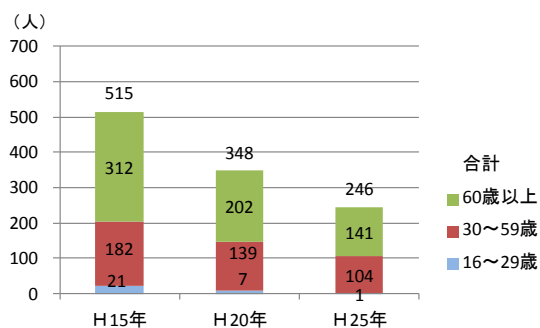
(出所) 農林水産省「農林業センサス」(各年版)

図表 2-10 和歌山市の主な農作物出荷額



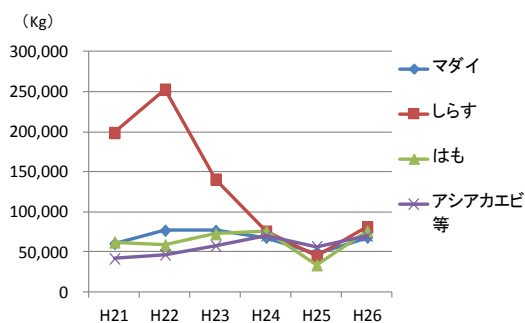
(出所) 和歌山市農林水産課資料

図表 2-11 和歌山市の漁業就業人口推移



(出所) 農林水産省「漁業センサス」(各年版)

図表 2-12 和歌山市の主な水産物漁獲高



(出所) 和歌山市農林水産課資料

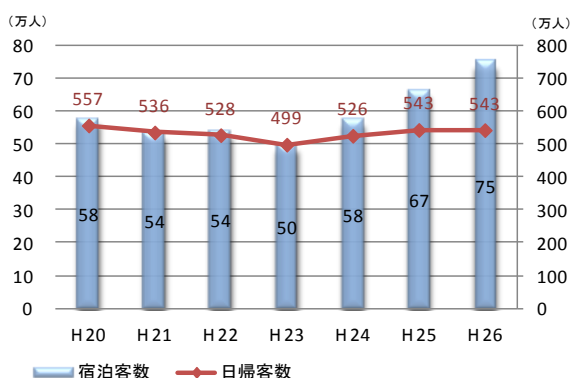
5 観光業の現状

(1) 観光客の状況

- 本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。
- 本市の観光客入込数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6万人と、前年比で約2.7倍、平成23年比では約10倍にのびます。
- 本市の宿泊客の発地別内訳を見ると、関東や外国をはじめ各地からの宿泊客が見られる一方で、県内を含めた近畿圏内からの宿泊客が50.9%と半数を占めています。

図表2-13

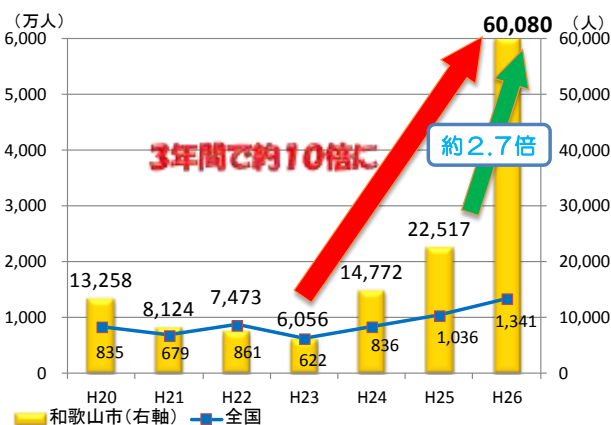
和歌山市における観光客入込数



(出所) 和歌山県「観光客動態調査報告書」(平成26年)

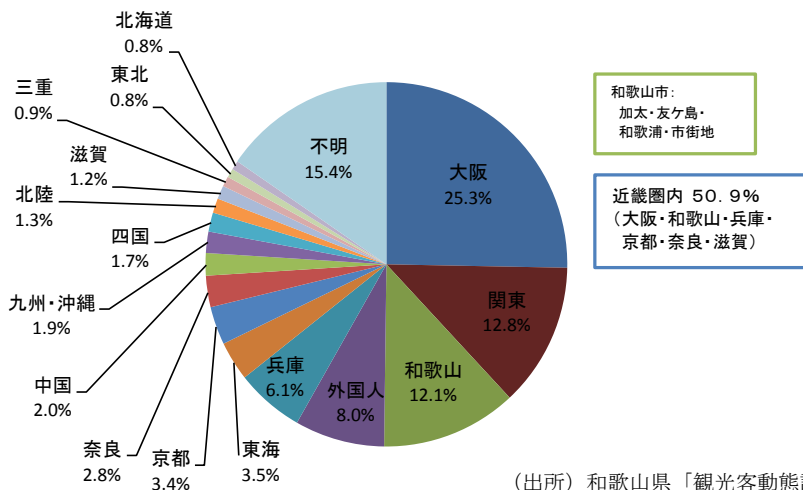
図表2-14

和歌山市における外国人宿泊者数推移



(出所) 日本政府観光局発表資料・和歌山県観光交流課発表資料

図表2-15 和歌山市への宿泊客の発地別割合

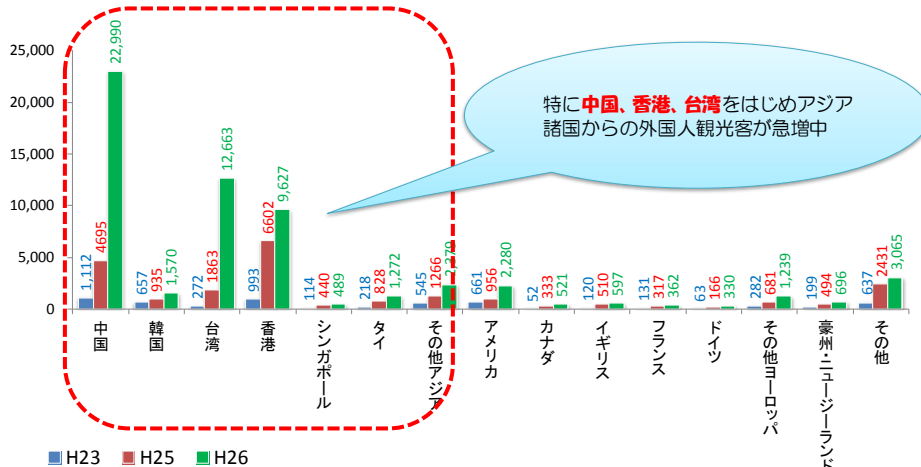


(出所) 和歌山県「観光客動態調査報告書」(平成26年)

(2) 外国人観光客の状況

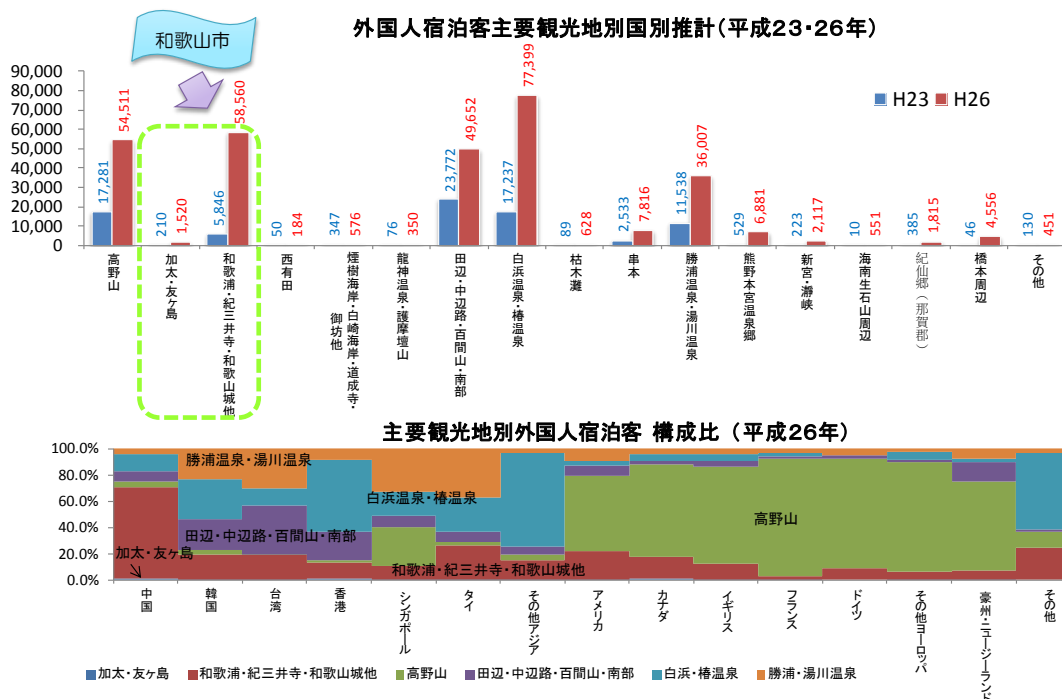
- 外国人宿泊客を国別にみると、どの国からの観光客も増加しており、特に中国、台湾、香港をはじめアジア諸国からの観光客が急増しています。
- アメリカやヨーロッパ諸国からの外国人宿泊客は低い割合となっています。
- 県内の外国人旅行者向けの免税店は、平成27年4月1日時点で100店舗あり、平成26年4月1日時点（8店舗）から92店舗の大幅増となっており、和歌山市の免税店も、平成27年7月1日現在で56店舗にのびります。

図表2-16 和歌山市の外国人宿泊客の国別推計



(出所) 和歌山県「観光客動態調査報告書」(各年版)

図表2-17 和歌山市への宿泊客の発地別割合

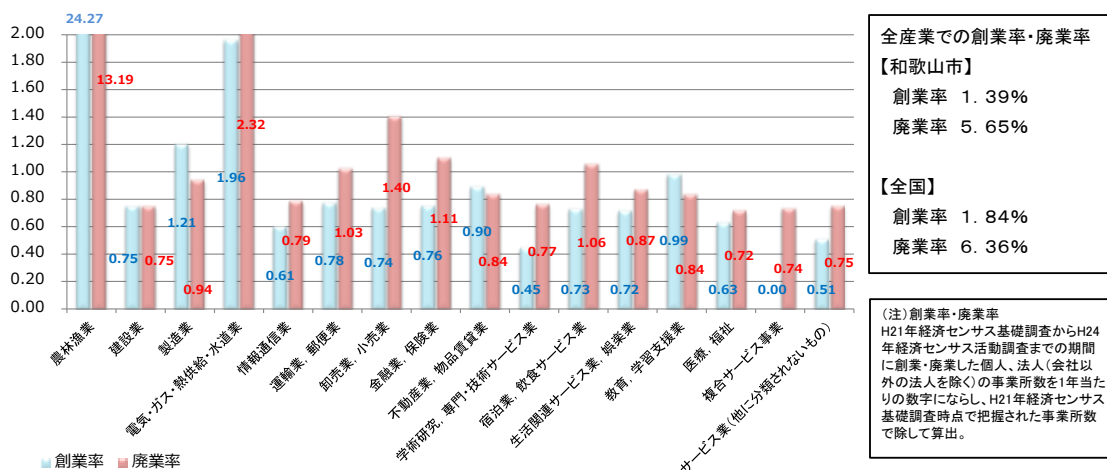


(出所) 和歌山県「観光客動態調査報告書」(各年版)

6 創業・廃業の現状

●本市の全産業での創業率・廃業率は、ともに全国より低い水準にあり、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、産業の新陳代謝が進んでいない状況にあります。

図表 2-18 全国を1とした場合の和歌山市の創業率と廃業率



(出所) 総務省「経済センサ基礎調査」(平成 21 年)・「経済センサ活動調査」(平成 24 年)

●創業率が伸び悩んでいる一方で、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、新たなソーシャルニーズが生まれており、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。

<本市でのビジネス事例①>

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」を運営する企業

<本市でのビジネス事例②>

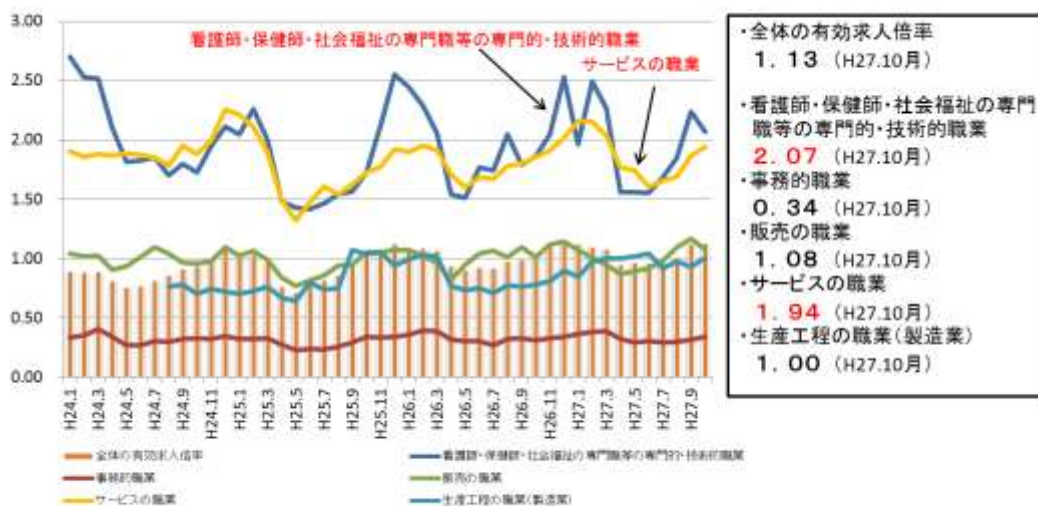
徹底した顧客目線で、地域住民に必要な家電店として事業展開する企業

7 労働・雇用の現状

(1) 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（季節調整なしの原数値）は、平成27年10月時点で1.13倍となっており、全国の水準1.28倍よりも低くなっています。
- 職業別有効求人倍率では、看護師・保健師・社会福祉の専門等の専門的・技術的職業、サービスの職業（介護サービス、接客・給仕、飲食物調理など）の有効求人倍率が約2倍である一方、事務的職業では0.5倍を切るなど、業種によりばらつきが見られます。

図表2-19 職業別有効求人倍率の推移（和歌山職業安定所管内）

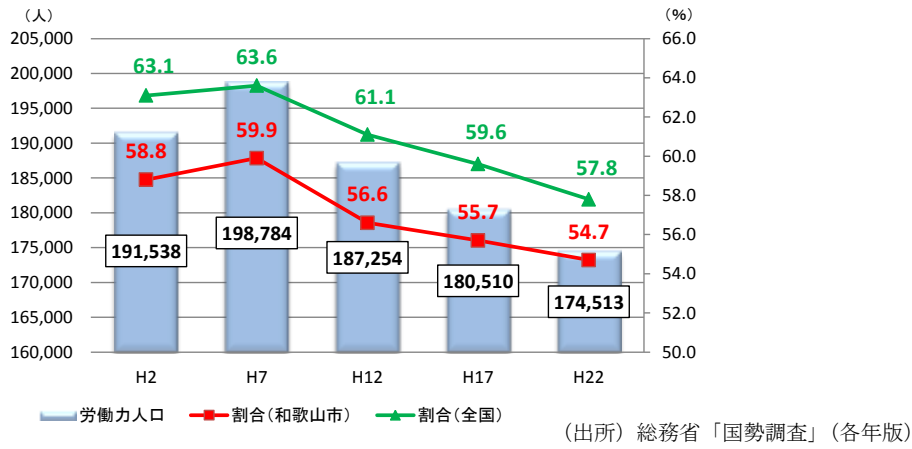


(出所) 和歌山公共職業安定所「職業別求人・求職バランスシート」(各月版)

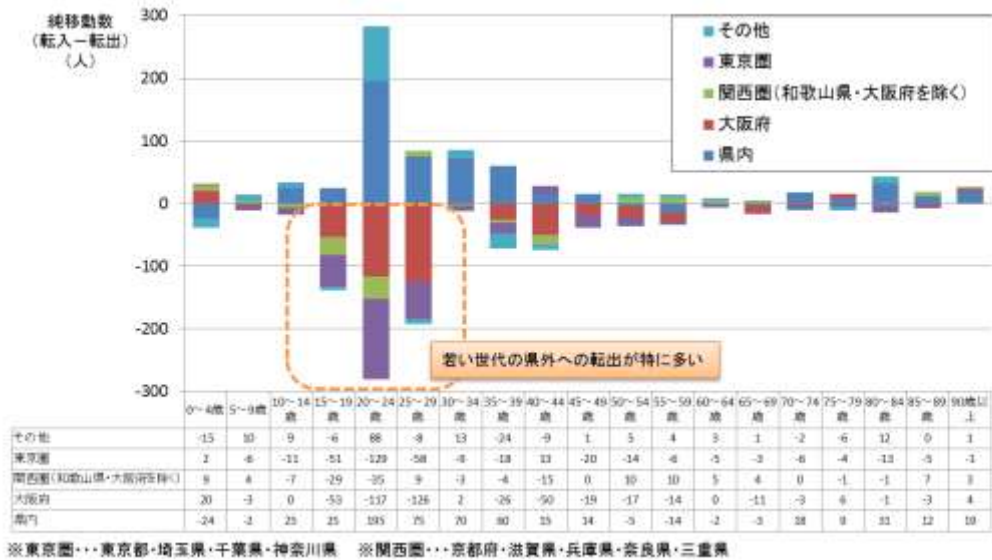
(2) 労働力人口の状況

- 本市の15歳以上人口に占める労働力人口の割合は、平成7年をピークに減少が続いており、全国と比較しても低い水準にあります。
- 本市の5歳階級別の転出・転入状況を見ると、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かけています。
- 進学状況を見ると、県内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、県内には1割しか留まっていない状況にあります。

図表 2-20 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の推移



図表 2-21 年齢階級別転入・転出数の状況



(出所) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(平成 25 年) をもとに国が作成したデータ

図表 2-22 和歌山県の高校を卒業した学生の進学先所在地

| 所在地域 | 学生数 | 比率 |
|--------|-------|--------|
| 北海道・東北 | 49 | 1.1% |
| 関東・甲信越 | 371 | 8.3% |
| 東海・北陸 | 216 | 4.8% |
| 大阪 | 1,835 | 41.2% |
| 滋賀 | 96 | 2.2% |
| 京都 | 495 | 11.1% |
| 兵庫 | 387 | 8.7% |
| 奈良 | 124 | 2.8% |
| 和歌山 | 479 | 10.8% |
| 中国 | 232 | 5.2% |
| 四国 | 105 | 2.4% |
| 九州 | 65 | 1.5% |
| 合計 | 4,454 | 100.0% |

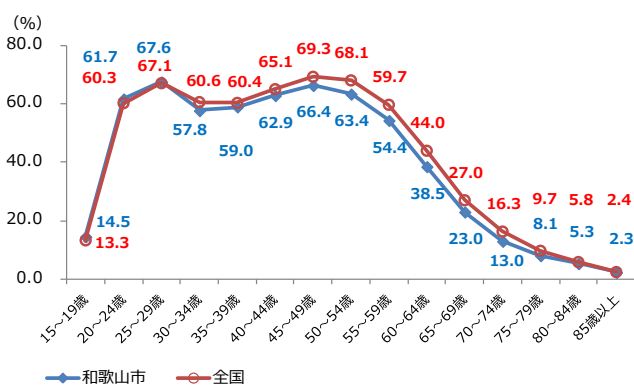
→ 県外への流出 3,975人(89.2%)

(出所) 文部科学省「学校基本調査」(平成 26 年)

(3) 女性・高齢者の就業の状況

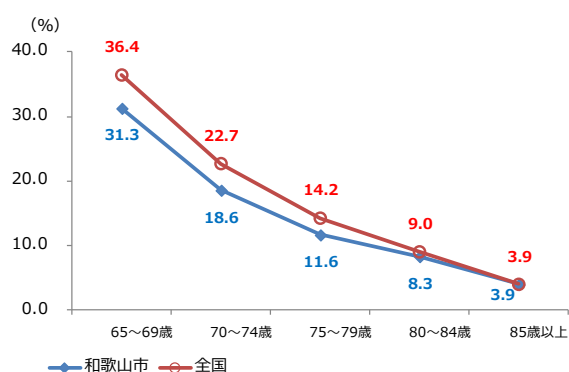
- 本市の女性及び高齢者の就業率は、どの年齢層においても全国平均とほぼ同じか、下回っている状況です。
- 和歌山市の女性就業者の約6割が非正規雇用であり、15歳～24歳の年齢階層を除き、非正規雇用率が全国より高くなっています。
- 県内の女性就業者の所定内給与はどの年齢階層でも男性より低く、30歳を超えるあたりから給与の格差は大きくなっています。

図表 2-23 女性の年齢別就業率



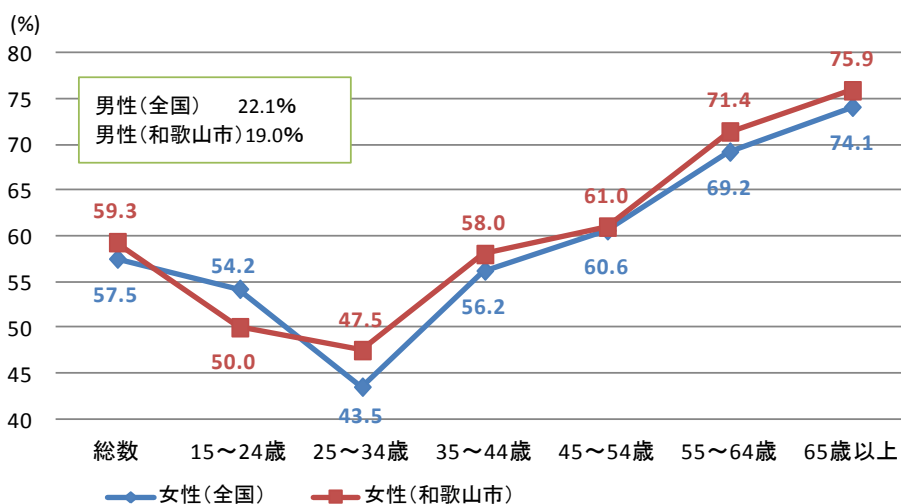
(出所) 総務省「国勢調査」(平成 22 年)

図表 2-24 高齢者の年齢別就業率



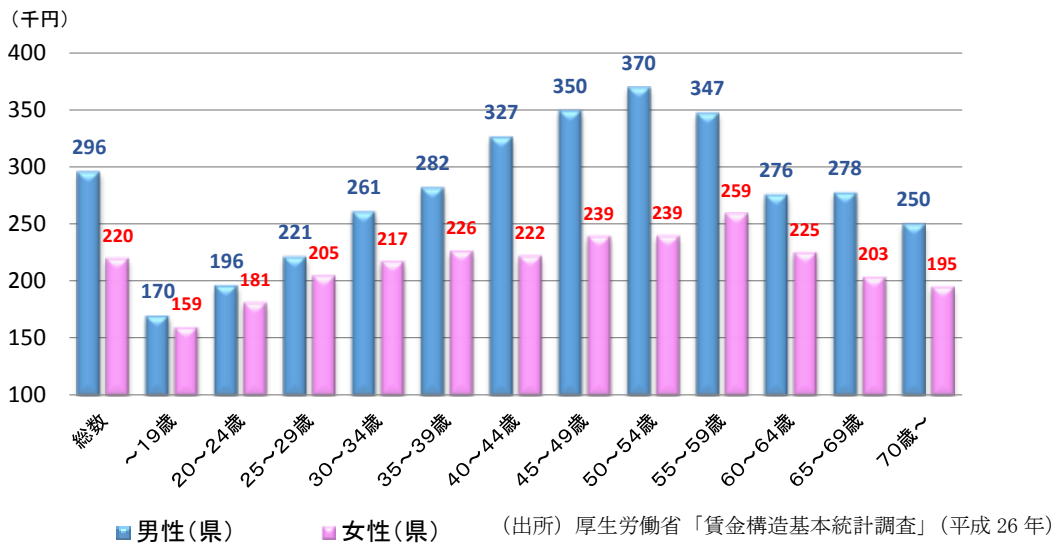
(出所) 総務省「国勢調査」(平成 22 年)

図表 2-25 年齢階級別非正規雇用率



(出所) 総務省「就業構造基本調査」(平成 24 年)

図表 2-26 年齢階級別男女別所定内給与（県）



8 産学官連携の現状

市内、県内及びその近郊には多くの教育・研究機関があり、各大学等には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 |
| 【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 |
| 【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 |

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。

製造業の状況（中核市45市中の位置づけ）

| | 中核市45市中の順位 | 金額 |
|---------|------------|-----------------|
| 製造品出荷額等 | 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 |

（注）従業者4人以上の事業所が対象

（出所）経済産業省「工業統計調査」（平成25年）

- 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ループ企業¹⁾、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である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」及び②「KANSAIモノ作り元気企業100社」に選定されている市内企業

| | |
|----------------|--|
| 平成18年 ①選定6社 | <ul style="list-style-type: none"> ◆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。 ◆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。段ボール用の高品位プリンターの分野では国内シェア約75%を占める。 ◆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。 ◆(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約70%を占める。 |
|----------------|--|

1)コネクターループ企業：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（取引関係の中心となるハブ機能）、地域外に販売している（他企業との取引を繋げるコネクターループ機能）企業。

| | |
|--|--|
| | <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>平成 19 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ゲイビングを開発、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 繊維製品の生地に抗菌、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>平成 20 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>平成 21 年 ①選定 1 社 ②選定 2 社</p> | <p>◆和歌山染工(株) ①② 羽毛布団用生地での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>平成 22 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、世界的な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> |

| | |
|--------------------|--|
| 平成 23 年 ②選定 4 社 | <p>◆アクロナイネン(株) ② 平成 18 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 製鉄工程の重要部分である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。</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種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> |
|--------------------|--|

(注) 上記の表は選定当時の企業情報に基づいて記載

(出所) 中小企業庁「元気なモノ作り中小企業 300 社」(平成 18 年～平成 21 年)

近畿経済産業局「KANSAIモノ作り元気企業 100 社」(平成 19 年～平成 23 年)

- 丸編みニット生地生産量では全国 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 年度に淡輪ランプ～平井ランプが開通予定)の整備等によりアクセス性の向上が見込まれ、さらに、京奈和自動車道(平成 28 年度に岩出根来 IC～和歌山 JCT 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 | <ul style="list-style-type: none"> ◆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。 ◆まちなかエリアの商業地域に小売業（1,000 m²以上）を追加。 |
| 交付要件の緩和 | <ul style="list-style-type: none"> ◆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2,000万円に統一。 ◆増設の場合の投下固定資産総額要件を1,000万円に引き下げ。 ◆新規雇用者に転勤転入者を含める。 ◆雇用のみ奨励金の人数要件を緩和。 |
| 奨励金額の増大 | <ul style="list-style-type: none"> ◆用地取得額の10%を交付。 ◆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。 |
| 大規模立地奨励金の対象を拡大 | ◆製造業の新設から奨励金の交付対象である全て新増設等に交付対象を拡大。 |
| 本社機能移転奨励金の新設 | ◆投下固定資産総額2,000万円以上、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。 |

（４）和歌山市が有している魅力的な観光資源の数々

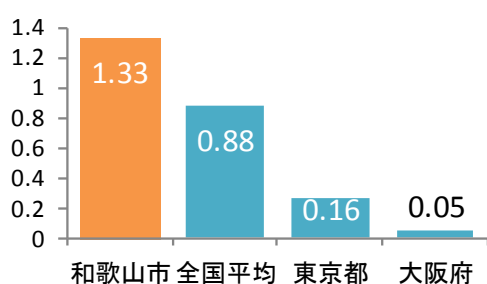
- 本市には、国指定重要文化財建造物や海水浴場などが多く、歴史、文化、景観、レジャーなどを楽しめる数多くの地域観光資源を有しています。また、本市周辺地域には高野山や白浜など知名度・人気の高い観光地があります。

和歌山市の主な観光地

| 観光地名 | 特徴 |
|--------|---|
| 和歌山城 | 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。 |
| 加太・友ヶ島 | 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。 |
| 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「おとっとと広場」がオープンするなど、地域活性化に向けた取組も進められている。 |

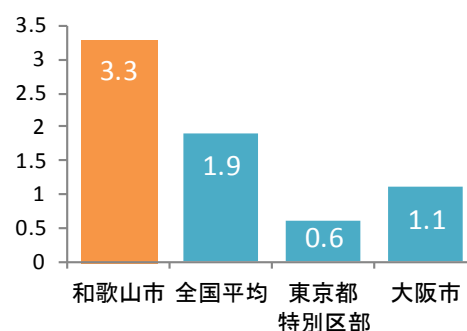
| | |
|---------------|---|
| 片男波海水浴場 | 和歌浦にある砂浜の長さが 1,200m と、サーフィンスポットとして有名な本市の磯の浦海水浴場と並び県内でも随一の規模を誇る。環境省が選定する快水浴場百選において、全国で 12 箇所しか選ばれていない海の部特選に選定されている。 |
| 和歌山電鐵 貴志川線 | 猫駅長の「たま駅長」や「ニタマ駅長」、「いちご電車」や「おもちゃ電車」など個性的なデザインの車両などで一躍有名になった本市と紀の川市をつなぐローカル線。国内外を問わず観光客にも人気のスポットとなっており、全国からローカル線が生き残るためのお手本として現在も注目されている。 |
| 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。西国第二番の札所であり、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方が参拝に訪れる。 |
| マリーナシティ | 地中海の港町の雰囲気だけでなく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。 |

図表 3-1 海水浴場数（人口 10 万人当たり）



（出所）（公財）日本観光振興協会「全国観光情報データベース」

図表 3-2 国指定重要文化財建造物数（人口 10 万人当たり）



（出所）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地

| | |
|------|--|
| 高野山 | 平成 16 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、平成 27 年には開創 1200 年を迎えた県を代 表する歴史的観光地。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 | 平成 16 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と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、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。
- 本県は、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す。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。

県の主な果樹生産

| 品目 | 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 |

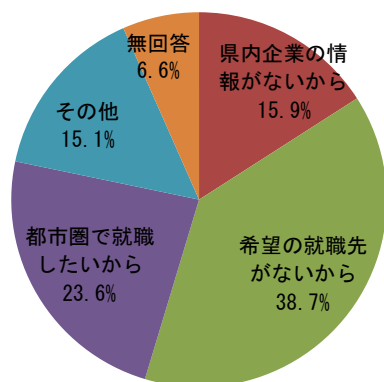
(出所) 農林水産省「農林水産統計」(平成 25 年) ※は農林水産省「特産果樹生産動態等調査」(平成 24 年)

(6) 潜在的に多いUターン希望者

● 県が実施した大学生等の就職意識調査結果¹⁾では、対象者全体の46.4%が県内での就職を希望しています。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ります。さらに、「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。

図表3-3

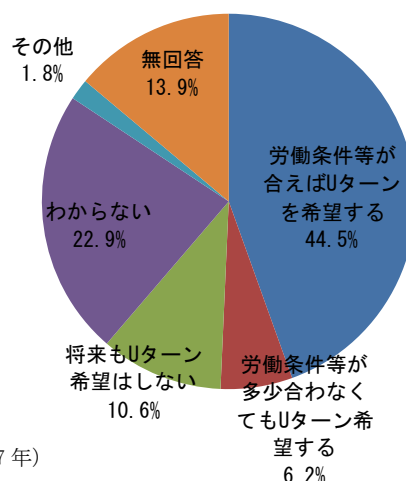
「県外で就職したい」と回答した者の理由



(出所) 和歌山県「大学生等の就職意識調査結果」(平成27年)

図表3-4

「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



(7) 東京や大阪など都市部と比較して優れた様々な生活環境

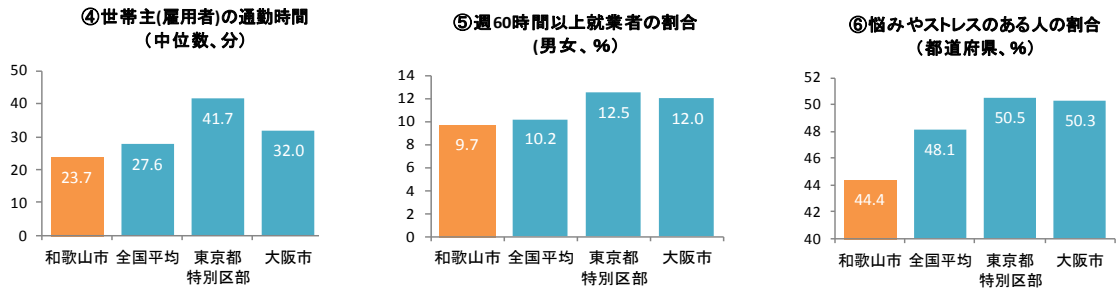
● 平均月給や商品・サービスの豊富さでは東京都などの都市部にはかなわないものの、大阪市までのアクセスが約1時間という立地に加えて本市が中核市として有する都市機能等により、都市部と比べて生活環境が優れている点が多くあります。

大卒初任給、高卒初任給、民間家賃の比較

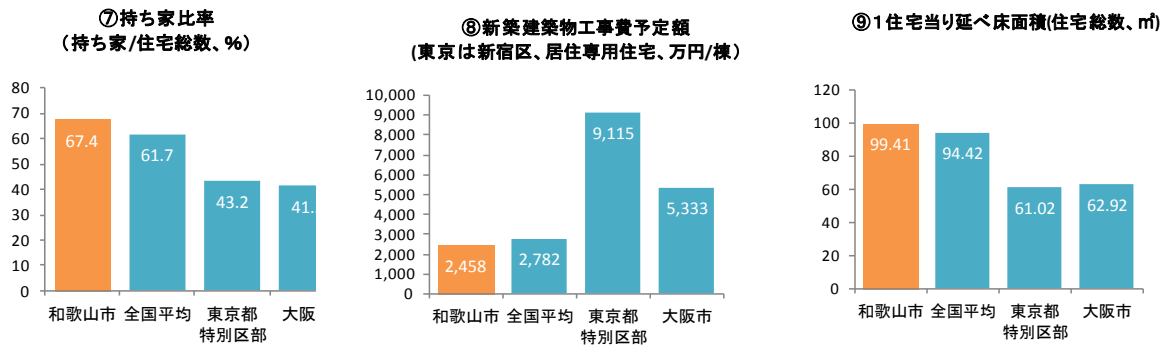
| | 和歌山市 | 全国平均 | 東京都特別区 | 大阪市 |
|--------|---------|---------|---------|---------|
| ①大卒初任給 | 19万円 | 20万円 | 21.2万円 | 20.4万円 |
| ②高卒初任給 | 15.4万円 | 15.9万円 | 16.8万円 | 16.8万円 |
| ③民間家賃 | 48,147円 | 60,423円 | 90,674円 | 61,229円 |

1) 県内出身の大学生等がUターン就職にどのような意識をもっているかについて、県が実施したアンケート調査結果
 ・ 調査対象者：県内高校出身者で、平成28年3月大学、短大、専修学校等卒業予定者
 ・ 調査期間：平成26年12月～平成27年1月
 ・ 回答数：1,016名（調査票送付数4,772名、回収率21.3%）

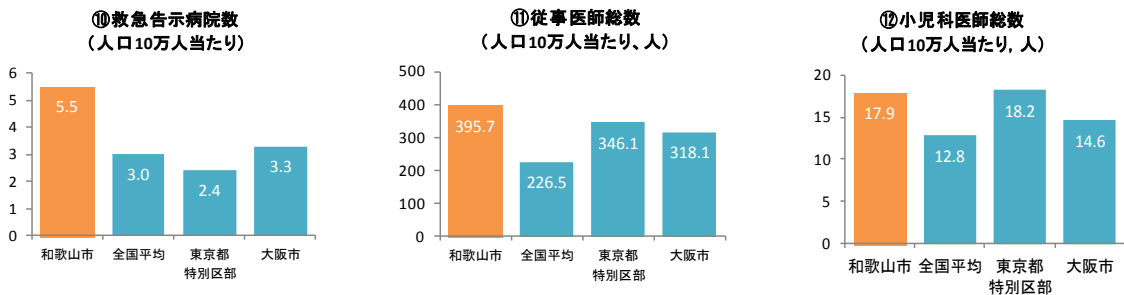
図表 3-5 プライベートが充実するまち



図表 3-6 マイホームの夢がかなうまち



図表 3-7 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)

(出所) ①②厚生労働省「賃金構造基本統計調査」(平成26年) ③④⑦⑨総務省「住宅・土地統計調査」(平成25年)
⑤総務省「就業構基本造調査」(平成24年) ⑥厚生労働省「国民生活基礎調査」(平成25年)
⑧国土交通省「建築着工統計調査」(平成26年) ⑩厚生労働省「医療施設調査」(平成25年)
⑪⑫厚生労働省「医師・歯科医師・薬剤師調査」(平成24年)

2 弱み

(1) 創業率の低さ

- 産業全体の創業率が全国及び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、ほとんどの分野で全国平均を下回っています。

創業率と廃業率の比較

| | 和歌山市 | 県 | 全国 |
|-----|-------|-------|-------|
| 創業率 | 1.39% | 1.44% | 1.84% |
| 廃業率 | 5.65% | 5.58% | 6.36% |

(出所) 経済産業省「経済センサス基礎調査」(平成21年)・「経済センサス活動調査」(平成24年)

(注) 平成21年調査から平成24年調査までの間に創業・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、平成21年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の和歌山市内総生産、県内総生産、国内総生産の下落率

| | 平成19年度から21年度にかけての総生産下落率 | 総生産に占める製造業の割合(市内・県内は平成24年度、国内は平成24年) |
|----------|-------------------------|--------------------------------------|
| 和歌山市内総生産 | △10.4% | 33.4% |
| 県内総生産 | △7.8% | 26.4% |
| 国内総生産 | △7.5% | 18.1% |

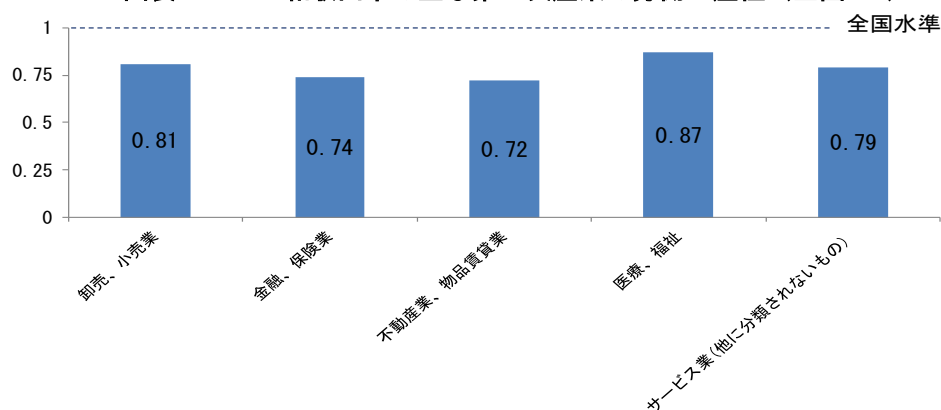
(出所) 内閣府「国民経済計算」(平成19年度・平成21年度・平成24年)

和歌山県「市町村民経済計算」(平成19年度・平成21年度・平成24年度)

(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。

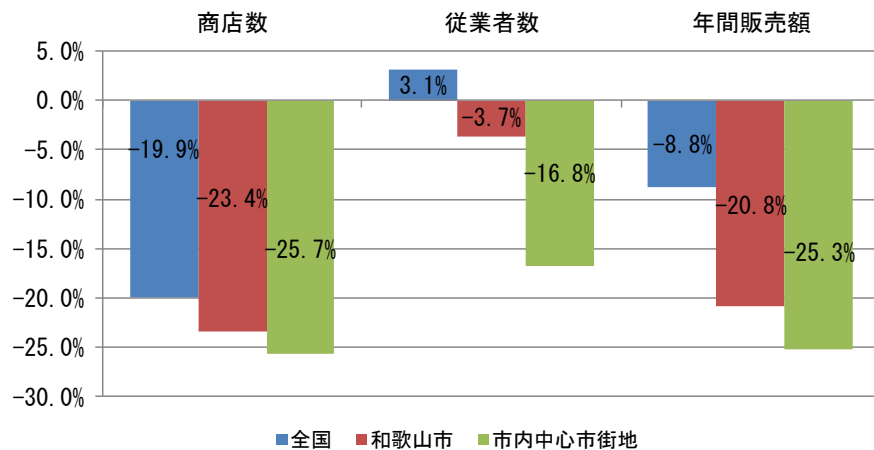
図表3-8 和歌山市の主な第3次産業の労働生産性(全国=1)



(出所) 総務省「経済センサス活動調査」(平成24年)

- 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、特に小売業の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小売業は特に衰退しており、空洞化が問題となっています。

図表 3-9 小売業の商店数・従業者数・年間販売額
(平成9年から平成19年までの増減率)



(注) 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。
(出所) 経済産業省「商業統計調査」(各年版)・和歌山市「統計資料」(各年版)

(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ること、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・県・白浜町の宿泊客数と日帰り客数 (延べ人数)

| | 和歌山市 | 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%) |

(出所) 和歌山県「観光客動態調査報告書」(平成26年)

県内観光客の1人当たり消費額（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 |

（出所）和歌山県「和歌山県観光統計調査」（平成26年）

（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組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。

図表3-10 地域ブランド調査・項目別ランキングの比較

| 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 |
| 住留意欲度 | 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 |

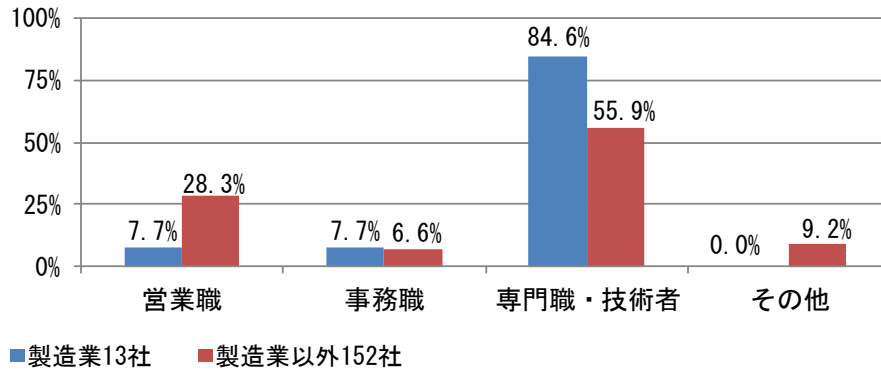
（出所）ブランド総合研究所「第9回地域ブランド調査2014」

（注）全国の1,000市区町村が対象

（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、「市内での若い専門職や技術者の確保に苦勞する」という声が聞かれます。

図表 3-11 不足している業種について



(出所) 和歌山市「和歌山市事業所アンケート集計結果報告書」(平成 24 年)

- 県内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。

和歌山市からの転出者数

| | |
|----------------------------------|--------------------|
| 和歌山市からの全転出者数 (平成 25 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%) |

(出所) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(平成 25 年) をもとに国が作成したデータ

(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。

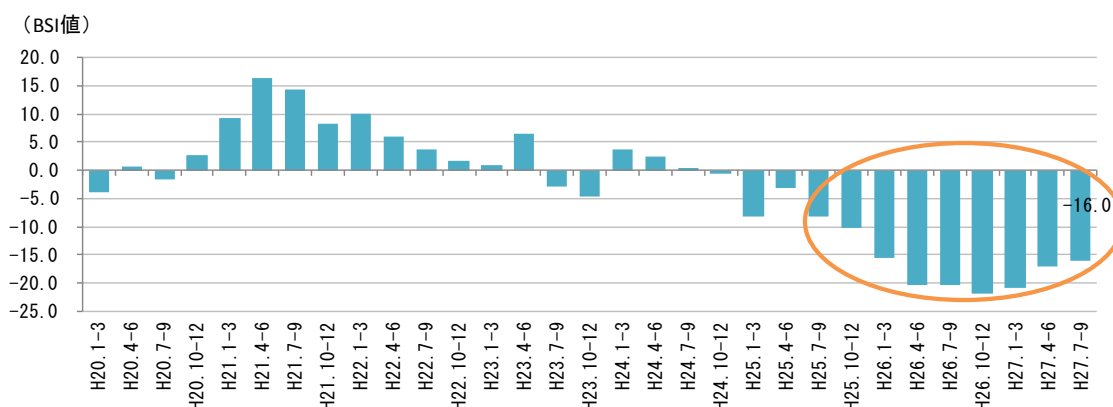
職業別有効求人倍率

| | |
|-----------------------------|------|
| 和歌山職業安定所管内の有効求人倍率 | 1.13 |
| 看護師・保健師・社会福祉の専門職等の専門的・技術的職業 | 2.07 |
| 事務的職業 | 0.34 |
| 販売の職業 | 1.08 |
| 生産工程の職業 (製造業) | 1.00 |

(出所) 和歌山公共職業安定所「職業別求人・求職バランスシート」(平成 27 年 10 月)

- 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べて低く、女性の非正規雇用の割合も高い傾向にあります。(図表2-23、24、25参照)
- 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。

図表3-12 市内企業における雇用者数の過不足感



(出所) 和歌山市「和歌山市景況動向調査」(各四半期版)

(注) 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件、回答率は40%程度。

(注) BSI値

企業経営者の自社企業の業況に関する業績判断や見通し、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 目指すべき姿

和歌山市の産業の目指すべき姿は、和歌山市産業振興基本条例の基本理念にあるように、事業者、産業関係団体、教育機関等、金融機関、市民及び市が相互に協力して総合力を発揮し、地域資源を最大限に活用することにより、本市経済が活性化された状態です。

そして、具体的には、次のような状態が想定されます。

- 独自の技術や自社ブランドを持ったメーカー、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存在し、業種の垣根を越えた共同開発や取引など、有機的なつながりが形成されています。
- 新技術による製品や新たなブランド製品等によって、製造業の出荷額は好調です。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。また、6次産業化によって、魅力ある農産物の関連商品が生み出され、域外への出荷額も大きくなっています。
- 本市の観光資源の良さを市民が認識し、愛しています。そして、本市独自の魅力が国内外の都市に伝わり、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を牽引する産業のひとつになっています。
- 「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て、「まち」がより便利に魅力的になっています。

2 基本目標

このような、市外から稼ぐ力強い産業の集積、市内における地元産品等の活発な消費、魅力的な観光資源等の創出、雇用環境の充実と魅力的なまちといった、目指すべき姿を実現するため、本市の産業振興の方向性を次の3つに集約し、基本目標として設定します。

①域外から稼ぐ力の強化と域内経済の好循環の創出

②和歌山市の特性を活かしたブランドの確立

③働きやすく、住みよいまちの実現

(1) 域外から稼ぐ力の強化と域内経済の好循環の創出

地域経済は、地域外を主な市場とする域外市場産業と、地域内を主な市場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、医療福祉などの各種サービス業（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けることが、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、産業全体の稼ぐ力の強化を目指します。

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。労働者一人当たりの付加価値である労働生産性が低いことや、新たな事業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、従業員一人当たりの給与水準が低いこと、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、域内経済の好循環の創出を目指します。

(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と考えられ、人・企業・資金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、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る自社ブランドの製品・サービスを創出することが、本市産業の競争力の底上げには必要です。

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) 働きやすく、住みよいまちの実現

本市では、進学・就職を機に市外に出た若者が、そのまま市外に定住してしまうことが多く、人口の転出超過が続いてきました。さらに、平成15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、働き手がいることで、産業の持続的な発展を進めていく活力が生まれてきます。

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

本市の産業の状況や、今後の目指すべき姿を勘案し、基本目標を達成するために必要な取組を考えると、「1 既存産業の更なる成長促進」、「2 新事業創出と産業間連携等の促進」、「3 観光業の稼ぐ力の強化」、「4 産業を支える「ひと」の確保と「まち」の形成」の4つのテーマに集約されます。これらは相互に関連し合い、相乗効果をもって産業振興に寄与するものです。

また、産業振興基本条例の基本理念にある「地域資源を最大限に活用する」との視点も必要です。地域資源に関しては、それぞれの分野で利用されるに留まり効果的な運用が図られていません。産業振興において地域資源の積極的かつ効果的な活用が図られることで、地域資源を活かした製品やサービスがより多く生み出され、住んでいる私たち自身がまちの良さを知り、誇りや愛着を持ち、まちの魅力を内外へと十分にアピールできるようになり、市民・事業者間の連携意識の向上などにつながるなど、好影響が期待されます。

これらのことから、上記の4つのテーマにもとづき、地域資源の活用を基礎とした必要な取組を産業戦略として構築し、今後の施策を実施していきます。

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 |
| | 【1-2】 歴史と伝統ある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 |

2 新事業創出と産業間連携等の促進

- | | |
|--------|----------------------------------|
| 戦 略 | 【2-1】 生活を豊かにする新ビジネスの創出と創業家の育成 |
| | 【2-2】 和歌山の特産品・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 |

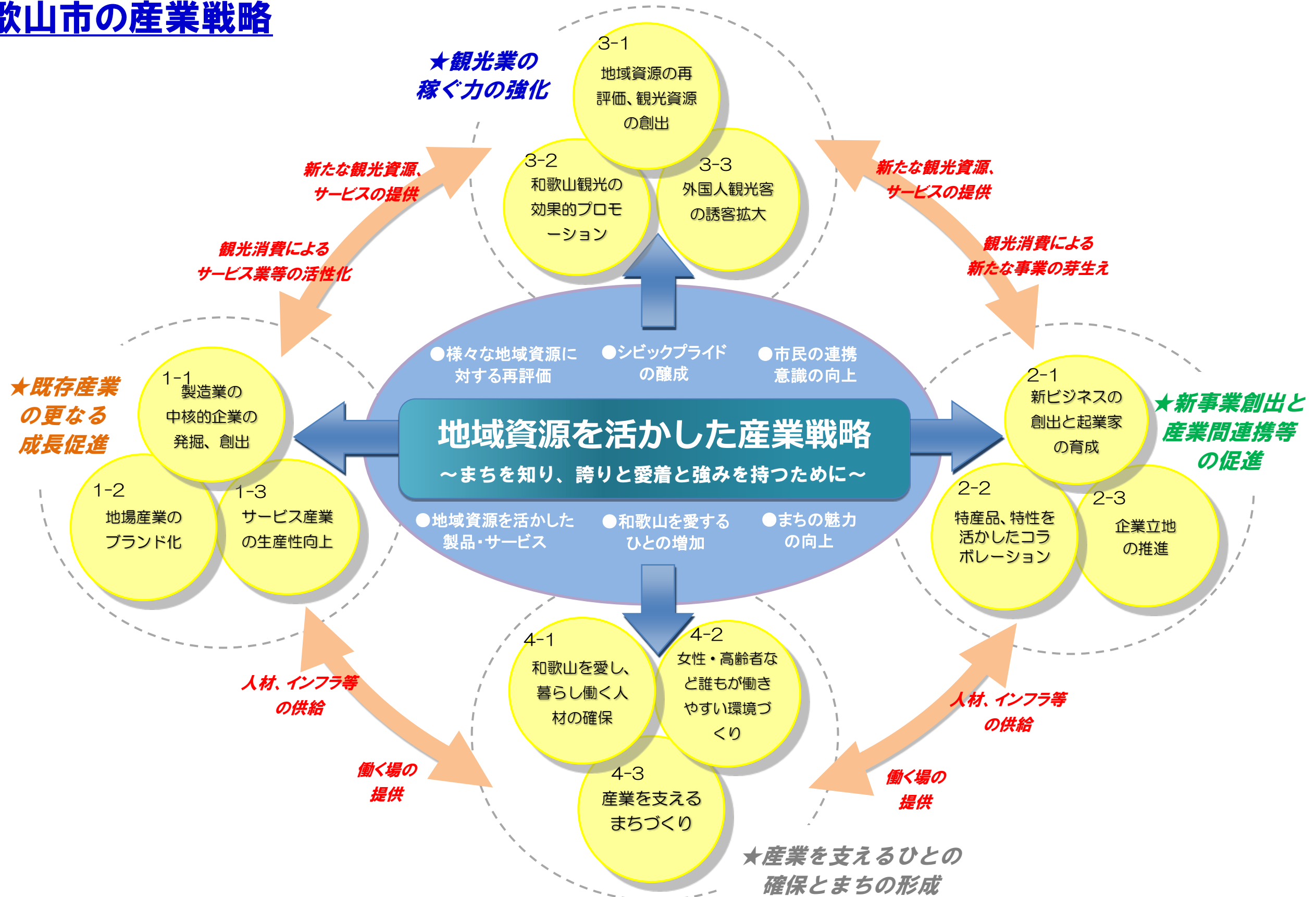
3 観光業の「稼ぐ力」の強化

- | | |
|--------|------------------------------------|
| 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 |
| | 【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 |

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 |
| | 【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 |

和歌山市の産業戦略



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機関と協働します。
- ◆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、優先順位をつけて支援していきます。

【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、鉄鋼業等の大企業とともに、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コネクターハブ企業、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など、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 企業情報の積極的な収集

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、県等と連携することにより、本市の産業振興の基礎となる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もとに、タイムリーな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) 関係機関との協働等

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、収集した企業情報から、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行い、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

対象企業には、次のようなものを想定しています。

- ・コネクタハブ企業、ニッチトップ企業、オンリーワン企業の予備軍
- ・コネクタハブ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独自の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

(参考) 本市において規模の大きい業種

| 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% |

(出所) 経済産業省「平成25年工業統計調査」

(参考) 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、
- ⑥ IT・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

(出所) 和歌山県「第二次和歌山県産業技術基本計画」

3 対象企業への集中的な支援

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、新たなビジネスチャンスの創出等により成長の促進を図るため、新製品の開発、販路開拓、他企業との連携に関する支援(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。

戦略 1-2 歴史と伝統ある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等を促進します。
- ◆独創的、革新的な技術等によるものづくり、販路開拓への支援に取り組みます。
- ◆さらに、企画提案型で自社ブランドの創出を図る企業を積極的に支援します。

【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、明治期にこれらの関連産業が多く派生しました。戦後の経済成長とともに大きく発展しましたが、海外との厳しい競争を経て最盛期と比べると生産額は大きく縮小しています。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持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していくためには、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目指す必要があります。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。さらに、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の促進

繊維、木材・木製品、家具・装備品、皮革等の地場産業について、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、新機能を持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支援し、競争力の向上を図ります。

(2) 販路開拓等への支援

見本市や展覧会への出展、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、新たな販路開拓を支援します。

また、県やJETRO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企業が数多くあります。しかし、今後より厳しい海外企業等との競争が予想される中で、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となります。

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、経営の自由度が高まります。

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、県の支援策との連携によって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

- ◆地域経済の雇用や生活等を支えているサービス産業の労働生産性を向上させるため、付加価値の増加や業務の効率化を図ります。
- ◆地域資源の活用による域内消費の拡大、先進的な取組事例の学びの促進に取り組みます。
- ◆「商業」、「医療、福祉」など、サービス産業の分野ごとの課題の解決を図ります。

【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、産業全体の付加価値の約6割、従業者数の約7割を占めるサービス産業が両輪となり支えています。

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。本市はこのサービス産業の労働生産性が、他都市と比べて低い状況です。

これは、サービス産業の従業員一人当たりが生み出す売上高が他都市よりも低いということであり、その分従業員に還元される賃金も低い水準となり、その結果、消費に多くの資金が回ってきません。また、売上高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。さらに、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。これらのことから、サービス産業の生産性を向上するための取組が必要です。

【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ります。

地域住民に対し、地元の農水産物やサービス等の魅力をアピールするなど、地産池消を推進するとともに、市役所の調達においても、市産品を優先的に活用する施策に取り組みます。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

の拡大を図ります。また、本市の強みであるものづくりの技術を活かし、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ます。また、これにより異業種の地元企業間における取引の活性化を促します。

2 先進的な取組事例の学び

サービス産業は、概ね市場が域内に限られるといった特性により、製造業と比べて競争が起こりにくい面があり、労働生産性は事業者によって大きく異なっていると言われています。このため、労働生産性の向上には、他の事業者の先進的な取組を学び取り入れることが効果的です。

市内事業者に、国が紹介する先進的な取組事例等の学びを促し、自らの経営改善に役立ててもらうことで、商品・サービスの高付加価値化、サービス・業務の効率化等を図ります。

3 地域商業の維持と活性化

対面型の事業形態である商業（主に小売業）の活性化は、人の集まりや流れの量に大きく影響を受けます。人口の拡散や減少とともに、人が集まる魅力的な商業集積が衰退し、その一方で、郊外型の大規模店舗の出店は増加してきました。しかし、商業全体の底上げや、生活の利便性の維持には、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、商業事業者の経営努力による付加価値と効率性の向上も必要です。例えば、高齢者向けの移動販売の実施、個店の魅力を高めた集客力の向上、ICTの活用による効率化など、多様なニーズへの対応やサービスの差別化等に関する取組を促進します。

4 医療、福祉産業の人材育成と効率化

日本創生会議は平成27年6月、今後10年間で東京圏の75歳以上の高齢者が急増し、深刻な医療・介護サービス不足に陥るとして高齢者の地方移住を提言しました。その移住先として医療介護体制が整っている地域の一つに本市が挙げられました。しかし、体制は整っているものの、人手不足が続き、労働生産性は全国平均を下回っている状況です。

医療、福祉サービスでは、高齢化率の上昇により需要が増大し、今後も人手不足が見込まれるため、人材育成により優秀な担い手を確保するとともに、ICTやロボット技術の活用による業務の効率化、医療と観光の融合など他の産業との連携等による付加価値の増加を促進し、労働生産性の向上、一人当たりの賃金の上昇を図ります。

2 新事業創出と産業間連携等の促進

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、新事業の創出を図ります。
- ◆少子高齢化や人口減少といった社会状況を踏まえ、女性やアクティブシニア層の創業支援、まちなかへの創業支援に取り組みます。
- ◆市民生活がより豊かなものとなるよう、社会的課題を解決するビジネスへの支援に取り組みます。

【戦略の背景】

本市は、創業率と廃業率がともに全国平均よりも低く、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、新たな企業が生まれにくいことは、地域経済の縮小、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承継の円滑化、第二創業の動きの活性化に向けた取組が必要です。

また、少子高齢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、企業をはじめ様々な主体によって地域や高齢化の問題等による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）を発展させたCSV（公益の創造、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 新規創業の促進に向けた総合支援

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めます。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の創業・販路開拓・金融支援を実施します。

2 既存企業が新たに取り組むビジネス（第二創業）への支援

国・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、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促進していくとともに、新たに生まれた新商品を市で認定して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。

3 女性やアクティブシニア層への創業支援、まちなかへの創業支援

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、地域経済の活性化の面でも効果が期待されます。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を実施します。また、まちなかの魅力向上を図る取組として、まちなかへの新規出店にかかる費用に対する助成も実施します。

4 社会的課題を解決するビジネスへの支援

関係機関と協力してセミナー等を開催し、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、事業に関するノウハウを提供することで、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コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスの全国での成功事例を調査・研究するとともに、本市においてそのようなビジネスの創出を促進するために必要な支援策について検討します。

戦略２－２ 和歌山の特産品・特性を活かしたコラボレーションの促進

- ◆地域の特産品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れやすい環境づくりを進めます。
- ◆本市の特産品のほか、県内で大きな収穫量を誇る果実等を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組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、本市産業における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、生産量の拡大、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を進めることで、付加価値の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榊島精機製作所と和歌山大学、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」が開発され、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・産学金官の連携を促進することにより、新たなイノベーションが起これ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) 県内の農林水産物を含めた6次産業化の促進

県や関係機関と連携しながら、本市の特産品である新生姜、大根、鯛、しらすなどに加え、県内で大きな生産量を誇る果実（みかん、もも、かきなど）を対象に、日頃関わることの少ない第1次産業者と第2次、第3次産業者とのマッチングやネットワークづくりを支援することで、資金やノウハウを持つ第2次、第3次産業を中心とした6次産業化の取組を促進します。

(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組のひとつとして、市周辺の果実等をまとめて加工し、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 異業種交流等による企業間・産業間及び産学金官連携の促進

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と市内企業間における取引の増加を促します。

また、和歌山県や本市との協定締結機関と連携しながら、市外企業各種専門機関を含めた異業種交流の場を提供し、企業間・産業間・産学金官連携を促進するとともに、企業訪問を強化し、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超えた連携など、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を図ります。

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 |
| 11月 | 日本政策金融公庫和歌山支店と 「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

- ◆本市の特性等を活かして誘致活動を強化するとともに、インフラ整備等の企業支援体制の強化を図ることで、本市への企業立地を推進します。
- ◆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産業振興の方向性に見合った業種への誘致活動を推進します。
- ◆インフラ整備、充実した対応等により、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を図ります。

【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、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。

この好機を逃すことなく、効果的な企業誘致活動、企業支援体制の整備を総合的に推進し、市外からの企業誘致に加え、既存市内企業の事業拡大の際にも市内に立地してもらえようような取り組みや環境づくりを進めていく必要があります。

【戦略の内容】

1 企業誘致活動の強化

(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市出身経営者や専門家の助言を受けられる体制の整備を図ります。

(2) 多角的な視点から見た本市の魅力発信

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た暮らしや

すさ（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発信します。

（３）首都圏での企業誘致活動

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、本市との関連性に着目してターゲットとする企業を選定した上で、本市東京事務所を拠点とした首都圏での企業誘致活動を推進します。

また、企業誘致活動にあたっては、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」を効果的に活用していきます。

（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活動

関西国際空港に近いという立地の優位性や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産業振興の方向性に見合った業種に対する誘致を推進します。

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、環境、用地関係の届出や各種支援制度の申請など、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、空き地等を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を含め、市内における産業集積ゾーニングについて検討するなど、企業用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、市がコーディネーターとし

て、既存市内企業と市外からの新規立地企業との間の取引や共同開発が進むよう支援します。また、事業規模の拡大を検討する市内企業の用地の確保に協力するなど、既存市内企業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た本市への立地企業に対して優遇金利で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。

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。
- ◆地域資源にストーリー性のある新しい価値を見出していきます。そのための基盤として、官民一体となったDMOづくり等を進めます。
- ◆観光地のインフラ整備や地域資源の魅力を向上させる整備を行い、観光資源としての磨き上げを図ります。

【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と考えられます。

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、ストーリー性のある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、磨き上げていくことが必要です。

【戦略の内容】

1 地域資源の再評価とストーリーづくり

和歌山大学、鉄道事業者、旅行会社等の関係機関と連携し、歴史、文化、自然、産業、食等の地域資源の洗い出しと再評価作業を行います。再評価した地域資源をテーマ別、体系的に整理し、組み合わせたストーリーづくり（紀州徳川・雑賀衆・和歌の浦万葉・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）を行います。また、ストーリー化した地域資源を文化庁が認定する「日本遺産」に申請することも検討していき

ます。さらに、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 シビックプライドの醸成と観光地域づくりプラットフォーム（DMO）の整備

ストーリーで結び付け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、地域資源に対する誇りや愛着（シビックプライド）の醸成を進めていくことで、市全体としての情報発信力の底上げを図ります。

さらに、旅行会社や観光客に対する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。

多様なニーズに対応するためのホテルの誘致、和歌山城二の丸御殿や岡公園・扇の芝等の周辺整備、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、夜間観光のためのイルミネーションの活用、統合型リゾート（コンベンションセンターを含む。）の検討、その他観光インフラの整備等を行い、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

- ◆和歌山観光の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客の誘客を図ります。
- ◆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、誘客に結びつく実効性の高い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】

観光資源が磨き上げられると、次はこれをいかに効果的に売り出すことができるかが重要となります。そのためには、ホームページや映像アーカイブなどによる充実した情報発信、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、日帰り客の割合が高くなっています。これは比較的近距離にある大阪などの都市部からの観光客が多いことによるものですが、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、日帰り客の市内滞在時間の延長や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するとともに、観光発信人制度等の効果的な運用を図り、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、首都圏等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行います。

(2) 観光地域づくりプラットホーム（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）と旅行会社や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、果樹生産が盛んな紀の川市、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広域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、県内のどこへ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訪れるというような、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) 県外の観光地との連携

県内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の利便性が高くなりました。この3つの府県はいずれも世界遺産を有しており、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。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、同じく本市と三重県や愛知県を結ぶルートも便利になるため、記紀神話などのテーマを活用した本市と奈良と伊勢志摩の連携による新たな観光ルートの創出なども検討します。

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、お金を落とすように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の構築や夜間の観光を楽しむための取組（イルミネーション、ライトアップ、飲食店ガイド等）を進め、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資源から周辺地域を含む面としての魅力づくり、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プログラム等の構築など、滞在型観光の創出に向けた取組を行います。

戦略 3-3 外国人観光客の誘客拡大

- ◆外国人観光客の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1,000万をはじめて超えた訪日外国人数は、平成26年度には1,341万人を記録しました。平成27年度も増加傾向は続き、9月現在で1,448万人と既に前年度の数字を上回りました。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、一人一回当たり13万7千円（平成25年訪日外国人消費動向調査：観光庁）となっており、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しています。

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客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。

本市は他都市との差別化による魅力向上を図るとともに、県内観光地と連携して、県全体の魅力をもって、多くの外国人観光客の誘客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、韓国等のアジア諸国、米国、英国、仏国等の欧米諸国など、様々な国の方が訪れていますが、その内訳を見ると、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、県内には、精神文化に関心が高い欧米諸国の観光客が多く訪れている高野山のような地域もあります。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。外国人観光客の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 外国人の受入体制の整備

(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、本市を目的に訪れたいくなるような、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サービスの検討も行います。

(2) 環境の整備

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-Wi-Fi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多言語表記メニューの設置、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 外国人への誘客活動の強化

(1) 効果的な情報発信等

外国人向けのホームページコンテンツの充実（質を落とさない多言語化）や、検索エンジンのSEO対策などによるホームページへの誘導、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行います。

また、ゴールデンルート（東京－箱根－富士山－名古屋－大阪－京都）からの誘導や、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した情報発信など、効果的なプロモーションを検討・実施します。

(2) 誘客へのしかけづくり

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り組み、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繋げていきます。そのほか、クルーズ船の誘致、地元商店街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。

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確保を図ります。
- ◆本市の魅力を体感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を図ります。
- ◆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、転出した若者の多くは、そのまま市外に定住してしまいます。転出超過等による労働力人口の減少や消費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、または、地元企業の情報不足のために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、地元企業の魅力の効果的な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あります。

本市産業が持続的に発展していくためには、その原動力、基盤となる人材の確保が必要で、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環境づくりが重要です。

【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、本市の歴史、文化、自然、食などの地域資源を活用し、本市で暮らし働く魅力を体感してもらえよう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、大企業にはない地元企業の魅力発信や企業見学会の開催、インターンシップ等の充実にも取り組みます。さらに、若者の地元への定着等を目的とした和歌山大学の「地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(COC+)」との連携を図ります。

(2) より若い世代への郷土愛の醸成

就職について具体的に考え始める大学等の年齢よりも若い小学校、中学校、高校の年代から、ふるさとの良いところや地域産業の魅力を伝えて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を活用した小中高生世代を対象とする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企業・産業への理解を深めてもらう取組、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、県等の関係機関と連携し、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を担う経営者、後継者の育成や、大学等を有効に活用した産業人材の育成にも取り組みます。

(2) 高等教育機関の充実等による人材の育成

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。

また、高齢者の増加に伴い人材不足が懸念される医療・福祉・介護分野の担い手や、観光振興を図るために必要な人材など、需要が見込まれる分野を支える人材の育成を図ります。

戦略4-2 女性・高齢者など誰もが働きやすい環境づくり

- ◆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。
- ◆働く意欲がある人の個々のニーズや可能性に応じた就労支援を図ります。
- ◆事業者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、雇用の質を考慮した労働参加率（生産年齢人口に占める労働人口の割合）の向上が課題となっていますが、本市の女性の正規雇用率は全国平均に比べて低く、また、女性と高齢者の就業率も全国平均よりも低い状況です。

地域経済が成長力を維持するためには、女性や高齢者の積極的な労働参加による労働力の確保が不可欠です。さらに、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繋がります。

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促進、働く環境の整備への取組が必要です。

【戦略の内容】

1 女性や高齢者などへの就労支援

(1) 女性に対する就労支援

女性を対象とした企業面談会やセミナーの実施、子育て世代の母親のための就職相談や求人情報の提供を行い、女性の就職・起業を支援します。

また、出産・育児等を機に離職した女性が安心して再就職できるよう、延長保育や放課後児童健全育成事業などの子育て支援策の充実や、スキルアップ等に関する国の支援制度の活用を促進を図ります。

(2) 高齢者に対する就労支援等

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、国やシルバー人材センターなど関係機関と連携し

た就労支援を行うとともに、障害者の働く場の確保や就労支援を行います。

また、元気な高齢者を中心に都市部から転入を促す「和歌山市版CCRC（生涯活躍のまち）」構想において、和歌山県立医科大学等との連携により、移住してきた高齢者がいつまでも健康に仕事や社会活動ができる仕組みづくりを検討します。

2 雇用環境の整備

(1) 事業者への意識啓発等

事業者に対して、女性の職域拡大や管理職登用、非正規雇用者の正規雇用への転換や処遇改善、高齢者の雇用促進等に係る国の助成制度を紹介するとともに、女性や高齢者等の活躍推進に取り組むことへの意識の向上を図ります。

また、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の多様な働き方の普及などによる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・育休取得の奨励など、女性の活躍推進に取り組む企業を支援する施策を検討します。

(2) 女性や高齢者が活躍できる働く場の創出

女性や高齢者等がその能力を活かし、子育てや介護・福祉など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の創出等を図ります。特に女性の仕事・育児の両立を助け、また女性や高齢者等の就業の場としても期待できる家事支援などの生活支援サポートサービスの創出を進めます。

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構築等を進めます。
- ◆コンパクトなまちづくりを推進するため、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を図ります。
- ◆道路網・公共交通など交通ネットワークを構築するため、幹線道路網の整備やバス路線網の強化等を進めます。

【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。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の活性化と密接に関わることから、産業振興はまちづくりとの連携を意識して推進することが必要です。

【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は、郊外への都市の広がりに歯止めをかけるとともに、交通至便な一部の地域に限定して企業立地を進めることができるよう、メリハリのきいた土地利用の規制・誘導を進めます。

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等、公共施設の再編や新たな都市機能の立地により、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ます。さらに、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などの人をまちなかへ誘導する取組を進めることで、まちなか商業の再生に繋がり、まちなかの魅力が向上し、その魅力によって人が集まるという好循環を目指します。

空き店舗等の情報提供、遊休不動産のリノベーションを促進することで、まちなかでの創業や出店を支援し、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します。

2 道路・交通インフラの整備

(1) 道路ネットワークの整備

道路ネットワークは、製造業・物流業の発展、企業立地、観光客の誘客などに大きく影響を与えることから、高速道路をはじめとする幹線道路の戦略的な整備を進めます。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）の整備を促進します。

(2) 公共交通ネットワークの整備

道路ネットワークだけでなく、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ことが重要です。鉄道路線の維持や利便性の向上、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などの次世代交通機能の導入の可能性を検討します。

VI 今後想定されるプロジェクト

12の戦略を具体化した主なものとして、次のようなプロジェクトが想定されます。これらをたたき台として、その他の具体的な事業の検討も行い、アクションプランを作成していきます。

<想定されるプロジェクト①>

産業振興プラットフォーム体制の構築

- ・産業支援ネットワーク
- ・創業支援ネットワーク
- ・産業交流ネットワーク
- ・企業立地ネットワーク
- ・和歌山市版DMO

<想定されるプロジェクト②>

戦略テーマごとのプロジェクト

- ・既存産業の成長促進
- ・新事業創出と産業間連携等の促進
- ・観光業の稼ぐ力の強化
- ・産業を支える「人」の確保と「まち」の形成

1 産業振興プラットフォーム体制の構築

アクションプランにおける具体的な事業に取り組むためには、その基盤や拠点となり、また、事業を推進するエンジンとなる機能が必要です。

既存産業の成長の促進を図る「産業支援ネットワーク」、新事業の創出を図る「創業支援ネットワーク」、企業立地の推進を図る「企業立地ネットワーク」、企業・産業間連携の促進を図る「産業交流ネットワーク」、観光商品の開発等を担う「和歌山市版DMO」の体制を整えることで、本市の産業振興の各分野を包含した総合的なプラットフォーム体制の構築を図ります。

(1) 産業支援ネットワーク

本市が、ワンストップ窓口を設置し、大学等教育機関、金融機関等との連携、国及び県の施策の活用を行いながら、企業の成長促進を図ります。

(2) 創業支援ネットワーク

平成27年2月に策定している創業支援事業計画に基づき、各創業支援機関と連携しながら、相談される方の段階・状況に応じた効果的な支援メニューを提供します。

(3) 産業交流ネットワーク

異なる産業分野が枠組みを超えて交流し、新たなビジネスチャンスに繋げるための仕組みとして、市内事業者によるネットワークを構築します。

(4) 企業立地ネットワーク

本市の企業立地に関するワンストップ窓口を活用し、企業立地に関する各種支援

制度や様々な行政手続きがスムーズに進むようサポートします。また、インフラ提供事業者や金融機関、不動産事業者と定期的に情報交換を行い、用地情報等の共有を図ります。

(5) 和歌山市版DMO

旅行会社や観光客に対する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）を設置します。様々な地域資源を組み合わせた観光の一体的なブランドづくりなど、民間主導の迅速な施策を展開します。

2 戦略テーマごとのプロジェクト

産業振興プラットフォーム体制の構築とともに、ビジョンを推進するために取り組むべきと考えられる事業について、効果的な実施を図るため、

- ① 既存産業の成長促進事業
- ② 新事業創出と産業間連携等の促進
- ③ 観光業の「稼ぐ力」の強化
- ④ 産業を支える「ひと」の確保と「まち」の形成

の4つの戦略テーマごとに、複数のものを組み合わせて、一つのプロジェクトとしたものです。

(1) 『既存産業の成長促進事業』プロジェクト

●尖った産業基盤、企業、技術成長支援事業

コネクタハブ企業等の成長促進を図るため、企業や大学等との連携のコーディネートや、ファッション性・デザイン性を重視した商品開発への支援等を、国や県の施策の活用を含めて実施します。

●和歌山市産品愛用運動、ブランド化推進運動

和歌山市産品の購買促進、市内店舗での消費促進、市産品のブランド化を推進するための運動の展開、ホームページの運用等を進めます。

●公共調達への和歌山市産品の優先活用

市役所の調達において、予算の適正な執行に留意し、市産品を優先的に活用させる制度を導入します。

●先進的な取組事例（ベストプラクティス）等の提供

中小企業の経営戦略構築の支援のために、先進的な取組事例やデータ分析を提供するとともに、図書館等においてビジネス支援スペースの設置を検討していきます（ビジネス関連図書コーナーや有料データベース、相談会等の提供）。

●研究機関・革新的企業者との接点プロジェクト

今まで接点がなかった革新的企業者等との交流や研究者との意見交換など、出会いの場を創出します。

●サービス産業活性化対策

サービス産業の活性化に向けて、需要拡大、生産性向上について、企業訪問による実態把握・調査と分野別対応を検討していきます。

(2) 『新事業創出と産業間連携等の促進』プロジェクト

●第二創業支援・事業承継支援

第二創業支援のため、地域資源を活用した新商品開発や販路開拓等、新たな事業展開を支援します。また、廃業を防止するための事業承継に関する支援策にも取り組みます。

●コミュニティビジネス創出支援

本市の社会的課題を解決す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するための支援施策に取り組みます。

●異業種交流イベントの開催

異業種交流イベントの開催を通じて、異業種間のマッチング機会を設けることにより、新たなビジネスチャンス（6次産業化など）の創出を図ります。

●異業種間連携による事業へのスタートアップ・ランクアップ支援

異業種間の連携により生まれた事業やプロジェクトに対し、専門家を派遣するなど、スタートアップ・ランクアップのための支援を行います。

●中小企業のグループ化推進

単独企業が抱える弱みの補完と強みのさらなる強化、共同によるマーケティングや販路開拓、展示会への参加等を実施していくため、企業間連携による中小企業のグループ化に繋がるマッチング支援を行います。

●産業集積ゾーニングの検討

製造・物流ゾーン、ICTオフィスゾーン、スポーツ・環境・研究施設ゾーンなど、企業用地の産業集積ゾーニングを検討し、民間事業者による企業用地の開発や企業立地の促進を図ります。

●首都圏での説明会・交流会の開催

首都圏からの企業誘致を促進するため、和歌山市ゆかりの企業等に企業誘致に関する支援施策の説明会・交流会を開催するとともに、プロモーションビデオを作製します。

(3) 『観光業の稼ぐ力の強化』プロジェクト

●ビクターセンターの設置

わか地下広場や和歌山城内に、広域観光案内・発信機能を有する「和歌山観光ビクターセンター」を設置し、高野山をはじめ魅力的な県内の観光地を含めた情報提供等を行います。

●観光商品開発ワークショップの開催

滞在型観光の創出を図るため、参加型ワークショップ等により観光商品（周遊プラン等）を開発していきます。

●和歌山市歴史遺産ストーリーの創出

日本遺産への登録を目指すとともに、日本遺産や世界遺産と連携した和歌山市オリジナルの歴史遺産ストーリーを創出、発信していきます。

●市内総合観光パンフレットの作成

市民が真に勧めたい情報に重きを置いて構成するパンフレットを作成します。また、こうした取組みにより地域資源・観光資源の発掘に繋げていきます。

●食の磨き上げ事業

市内飲食業者に地域の食材や食文化を活かしたメニューの開発促進、また、和歌山の食「和食」の発信を仕掛けていきます。

●食の素材づくり（農業担い手育成・ブランド化推進）

農業担い手育成事業の推進、農業法人設立促進、食と農の産業クラスター（食品工場コンビナート）の検討を実施します。

●食の提供づくり

中央市場をはじめ公共施設等に本市の食材や食文化を提供するスペースを設置します（中央市場、わかちか広場、市民会館等）。また、海外進出を図る事業者に対し、ジェトロ等と連携したビジネスマッチング等の支援を行います。

●首都圏での和歌山市の食発信事業者委嘱制度

観光情報発信人のように、首都圏で本市の食材を活用いただいている店舗等を「わかやま食発信事業者」として委嘱します。

●宿泊施設立地奨励金の創設

宿泊地として本市を選んでもらうために必要となる多様な宿泊施設を確保するため、ホテルや旅館の立地を推進するための奨励金制度を新設します。

(4) 『産業を支える「ひと」の確保と「まち」の形成』プロジェクト

●移住・定住支援相談ワンストップ窓口の設置

都市で生活している方に、多様で新たな価値観のもとに、従来の働き方や生き方を見直し、和歌山で働き、いきいきと生活していただくため、定住に関する相談や情報提供、体験研修などを実施するワンストップ窓口を設置します。

●人材確保（多様なインターンシップ制度等の導入）

よりも若い世代から市内企業の魅力を知ってもらうため、小中高生の職場体験やインターンシップを推進するとともに、大学生の年次や成長段階に応じたインターンシップ制度の構築を目指します。

●和歌山市版CCRCの推進（ヘルスケア産業の活性化）

医療、介護現場の視点で、新たなものづくり・サービスを展開する企業を支援します。本市のヘルスケア産業の活性化を通じて、CCRCへの推進に弾みをつけます。

●空き家対策（リノベーション・リフォームの促進）

産業の空洞化が進む「まちなかエリア」の空き家・空きビルのリノベーションによる起業等を促進し、空き家対策とともに新たな事業や雇用を生み出す都市型ビジネスの創出を図ります。

●まちなかの拠点、交流の場づくり

市街地再開発事業の推進、市民図書館・市民会館の移転、大学誘致等により、まちなかの拠点や交流の場を整備していきます。

●まちなかの賑わいづくり

和歌山城や動物園、こども科学館等へ家族で出かけてもらえる仕組みづくり、地域資源を活かした誘客イベントの実施、イルミネーションによる魅力ある夜間景観の形成などにより、まちなかの賑わい創出を図っていきます。

Ⅶ 産業振興ビジョンの推進体制

1 各主体とのパートナーシップの構築

(1) 国、県との連携

産業振興施策については、国・県も多様な支援策を実施しています。本市は本市産業の特性やニーズを的確に捉え、国・県の施策について補完する支援や、上乘せした支援を構築するなど、効果的で無駄のない施策の実現を図ります。

国との連携については、経済産業省等の支援策の事業者への紹介や支援策の活用に関する助言を中心に実施します。また、県工業技術センターや和歌山大学等とともに、国立研究開発法人産業技術総合研究所などの国の研究機関との関係強化を進め、国の技術者の本市産業への積極的な関与を促すことで、製造業の新たなシーズの発掘やシーズの製品化につながる機会の増大を図ります。

県は平成27年10月に第二次和歌山県産業技術基本計画を策定し、製造業の面的な成長を図るため、コネクターループ企業の成長を促進させるなどの取組を盛り込んでいます。このような本ビジョンの戦略と方向性が同じものについては、特に、重複やバラバラの対応となることないよう、連携を密にし、より効果的かつ集中的な施策を実施するよう努めていきます。

(2) 事業者、産業関係団体との連携

和歌山市産業振興基本条例の規定のとおり、産業振興は、事業者自らの創意工夫及び自主的な経営努力が基本です。その上で、事業者と本市や産業関係団体等が相互に協力し、総合力を発揮した取組を実施します。

産業振興基本条例に定める事業者と産業関係団体の役割は次のとおりです。

事業者の役割

- ・経営基盤の安定、就業機会の確保、人材の育成並びに福利厚生の充実に努めるものとする。
- ・地域社会を構成する一員としての社会的責任を自覚し、地域社会への貢献及び市民生活の向上に資するよう努めるものとする。
- ・市が行う産業振興施策及び産業関係団体が行う本市の産業の振興に関する事業を積極的に活用するよう努めるものとする。

産業関係団体の役割

- ・事業者の自主的な努力及び創意工夫による取組並びに創業に対して支援するよう努めるものとする。
- ・産業振興施策に協力するよう努めるものとする。

(3) 教育機関等、金融機関との連携

和歌山市産業振興基本条例では、教育機関等や金融機関は、それぞれの特性を活かして、本市産業の振興に寄与することに努めるよう定めています。

和歌山大学や和歌山県立医科大学など、個々の教育機関との産学官連携を推進するとともに、高等教育機関コンソーシアム和歌山や、地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+）の運営組織である「紀の国大学協議会」など、既存の連携組織の活用も図っていきます。

また、金融機関については、紀陽銀行、きのくに信用金庫、日本政策金融公庫と本市との間で産業振興に係る連携協定を締結しています。この協定にもとづき、実効性のある産学金官連携を図ります。

産業振興基本条例に定める教育機関等と金融機関の役割は次のとおりです。

教育機関等の役割

- ・創業を志す意欲ある人材又は高度の専門的な知識若しくは技術を有する人材の育成に努めるとともに、技術の進歩、地域の課題等に即応した研究等を推進し、本市の産業の振興に寄与するよう努めるものとする。

金融機関の役割

- ・事業者の健全な事業活動及び創業に対する支援を行い、本市の産業の振興に寄与するよう努めるものとする。

(4) 市民との連携

産業振興は市民生活の向上にとって重要な課題ですが、市民の消費動向が地域経済の活性化を左右する、事業廃業後の不動産をそのままにして所有することで産業の新陳代謝を妨げてしまうなど、市民活動が産業振興に与える影響も非常に大きなものであると言えます。

産業振興を支える市民意識の醸成を図り、地産地消や、本来あるべき利用がなされていない不動産の有効活用を促進していきます。

産業振興基本条例に定める市民の役割は次のとおりです。

市民の役割

- ・本市の産業の振興が本市の経済の活性化及び市民生活の向上に果たす役割の重要性について理解を深めるとともに、自らの消費活動が本市の経済の活性化の一翼を担っていることを認識し、地産地消に努めるとともに、産業振興施策の推進に協力するよう努めるものとする。

2 PDCAサイクルの構築

平成28年度から産業振興ビジョンの定める戦略を市全体で取り組むため、各部署において具体的に事業化し実施していくとともに、「和歌山市産業振興アクションプラン（実施計画）」として取りまとめ、進捗管理を行います。

アクションプランにおいては、各事業の実施主体、方法、目標値、スケジュール等を明確にし、その効果を和歌山市産業戦略会議等において検証することとします。その検証結果を受け、必要に応じた産業振興ビジョン及びアクションプランの見直しを実施していきます。