

分野別計画

概要版

【商工・物流】

政策

施策

次代を担う本市を代表する産業を生み出します

- 戦略産業の育成・集積を推進
- 都市型産業の振興
- 企業の誘致と留置の推進

世界・全国に挑戦する中小企業の振興を図ります

- 新市場や販路開拓に対する支援
- 新製品、技術開発等に対する支援
- 中小企業の経営基盤・競争力の強化
- 個店、商店街、まちの維持・成長支援

陸・海・空の社会基盤を活かしたロジスティクス産業の拡大を推進します

- ロジスティクス産業の振興
- 清水港を中心とした広域物流の促進
- ロジスティクス産業を支える社会資本整備の推進

次世代を担う優れた人材の育成と、多様な人材が活躍する雇用の場の創出を図ります

- 次世代を担う多様な人材の育成
- 若者や女性、高齢者などの雇用機会の創出
- 良質な就労環境の創出

【観光・交流】

静岡のブランド力ある地域資源を活用した観光を推進します

- 模型の世界首都・静岡を活かした魅力づくり
- 世界に認められた地域資源のみがきあげ
- 徳川家康公をはじめとした歴史に触れ親しむ観光振興
- お茶、しずまえ※8 鮮魚など食の魅力のみがきあげ
- オクシズ※9 の魅力を活かす交流促進
- スポーツを通じた魅力づくりの推進

国内外からの誘客と交流を推進します

- 静岡市ならではの資源を活用したシティプロモーションの推進
- 静岡市の特長を活かしたMICEの誘致
- 多様なネットワークを通じた世界の人々との交流促進

来訪者が再び訪れたい受入態勢づくりを推進します

- 来訪者の満足度を高める受入環境の充実
- 来訪者に安らぎを与えるおもてなしの向上

まちなかの魅力向上により賑わい創出を推進します

- まちなかの賑わいを生み出すイベントの推進
- まちづくり人材、組織の活動支援
- 清水港ウォーターフロントの賑わいづくり

【農林水産】

新たな価値や需要を掘り起こし、市民が自慢できる農林水産の静岡市ブランド創出を推進します

- 需要創出による「お茶のまち静岡市」の推進
- みかん、わさびなど強みのある産物の強化
- 食文化としての「しずまえ」ブランドの普及
- 市産材の活用促進による地域経済の活性化
- 6次産業化の推進等による新たな価値の創出

産業・産地を担う人材・組織の育成を推進します

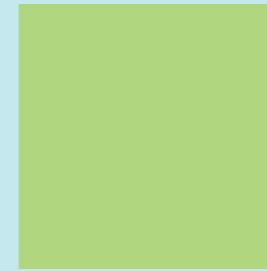
- 次代を担うビジネス感覚豊かで多様な担い手の育成・確保
- 農林水産業を成長産業にする新しい経営体の育成支援
- 経営規模の拡大を目指す農林業者の育成支援

次世代へ自信をもって継承できる生産基盤の確保を推進します

- 効率的な農林業経営のための基盤整備
- 安心・安全な漁港・漁港海岸の整備
- 既存の生産基盤の安定的な運用

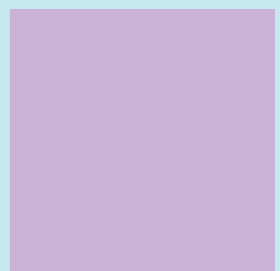
多彩な地域資源をみがきあげ、オクシズ等の地域の活力強化を推進します

- 地域資源を活かした新しい産業の創出
- 地域資源を活かした交流の推進
- 安心・安全な地域環境の整備
- 豊かな農林水産資源保護の推進



第2次静岡市産業振興プラン

Secondary Industrial development plan of Shizuokacity



平成27年3月
静岡市



第2次静岡市産業振興プランの全体像

◎第3次総合計画では、平成37年に「人口70万人の維持」を目標としていることから、本プランでは、市内経済の活性化と雇用の創出により、主として人口の社会減を食い止めることで、その実現を目指します。

社会経済環境の変化と静岡市の強み・弱み

【社会経済状況】 ●人口減少と少子高齢化の進行 ●アジア諸国の急成長とグローバル経済化の進展 ●エネルギー制約の高まり ●防災対策の強化 ●規制改革の進展	【静岡市の強み・弱み】 ○地域の中核都市にふさわしい経済力 ○ナンバーワン、オンリーワンの素材 ○本市のブランド力を高める自然資源や歴史文化資源 ○充実する高速交通ネットワーク ○専門性の高いライフサイエンス系大学 ○地震対策への先駆的取組み ×減少傾向が続く人口 ×高い高齢化率、低い若者比率 ×少ない大学数 ×地価が高く、まとまった土地の確保が困難 △バランスのとれた産業構造 △立地優位性、交通利便性の高さ (○強み ×弱み △強みにも弱みにもなり得る要素)
---	---

国や静岡県等の産業政策の方向性

【日本再興戦略】		
1 日本産業再興プラン	2 戦略市場創造プラン	3 国際展開戦略
【地方版成長戦略】		
○関東地方産業競争力強化戦略 ～関東地方全体の「連携」で産業競争力を強化する～		
【静岡県経済産業ビジョン2014～2017】		
○新たなフロンティアに挑戦する、イノベーション先進県		
○国内外から人々を惹きつける、「食」・「茶」・「花」の都		
○地域資源を活用した、産業競争力のある経済圏		
○すべての人がやりがいと充実感を持って働ける、人材の宝庫		

第3次総合計画

目標「人口70万人の維持」

【重点プロジェクト】
「創造する力」による都市の発展
→ 経済・産業の振興

<中枢都市>
③社会経済の変化に対応すべく、本市の強みを活かした戦略産業を選び、集中的に支援・育成するとともに、個々の企業のニーズに合わせた、きめ細かな支援と人材育成を行うことにより、地域経済の活性化と雇用の拡大を推進します。

【分野別計画】

- 1 商工・物流
- 2 観光・交流
- 3 農林水産

第2次産業振興プラン

産業振興の目標 (平成34年)

市内総生産額 3兆2,140億円
市内就業者数 343,100人

産業振興の方向

1. 戦略産業の振興
2. 戦略産業振興プラットフォームによる支援
3. 人材の育成・確保

分野別の政策目標

【商工・物流】
魅力的な人と企業が出会い、世界に誇れる価値を創造するまち

【観光・交流】
国内外から多くの人々が訪れ、活発な交流が行われるまち

【農林水産】
山から海の多彩な資源を活かして、人や地域が潤う農林水産の盛んなまち

静岡市経済をけん引する力を秘めた産業を「戦略産業」と位置付け、重点的な振興を通じて、その果実を本市の産業全体に広く波及させていきます。

静岡市の経済 (GDP 約3兆円)

戦略産業の振興

清水港・ロジスティクス
海洋・エネルギー
文化・クリエイティブ
食品・ヘルスケア
観光・ブランド

第3次産業 ×
卸売・小売、金融・保険、情報サービス、医療・介護 など

第2次産業 ×
機械器具、冷凍空調、金属加工、食品、プラモデル、伝統工芸 など

第1次産業
お茶、みかん、わさび、桜えび、シラス など

地域資源の活用

静岡市経済は、多種多様な産業に支えられていることから、第3次総合計画の分野別計画で掲げた幅広い施策により、各産業や中小企業のニーズに応じていきます。

産業振興3つの方向

1 戦略産業の振興

- ・世界的に市場拡大が見込まれる産業
- ・社会的必要性が高まっている産業

（エネルギー、環境、農業、ヘルスケア、観光、コンテンツ、次世代自動車、航空宇宙、ロボット、物流、次世代インフラなど）

地域資源を活かした本市のブランド力を高める産業

静岡市が持つ立地上のポテンシャルを活かせる産業

戦略産業

海洋・エネルギー産業

◎産業の概要

・駿河湾に面し豊かな海洋資源と研究機関、清水港を有する本市の立地を活かした海洋産業に、今後の成長が見込まれるエネルギー産業を、海洋資源と立地ポテンシャルの活用という接点を持たせて産業化を進めていこうとするものです。

◎主な取組み

- エネルギー関連企業等の立地支援
- 市内企業と海洋関連研究機関との連携促進
- 海洋資源を活用した製品開発、販路開拓等の支援



清水港・ロジスティクス産業

◎産業の概要

・清水港に集積する物流産業を中心として、高速道路などの社会基盤の活用と内陸拠点の整備・連携により、効率的で強いロジスティクス産業※1として育てていこうとするものです。

◎主な取組み

- 清水港と機能補完し得る内陸の物流拠点の活用検討
- 首都圏、中京圏、長野・山梨県等へのポートセールス等の実施
- 荷主企業及びロジスティクス関連企業の誘致、留置に係る活動
- 官民連携によるロジスティクス産業の研究の実施



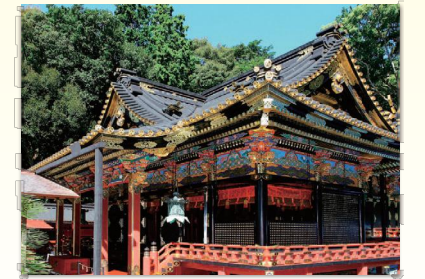
観光・ブランド産業

◎産業の概要

・外国人観光客の急増を背景に成長著しい観光産業の流れに乗るために、文化・歴史資源を活用するとともに、お茶やホビーなど、それ自体は観光資源ではないが世界的なブランド力を持つ産業の聖地化と観光的な活用を進めるものです。

◎主な取組み

- ブランド産業のPR強化等
- 官民連携によるMICE※4の誘致、推進体制の確立
- インバウンド※5の誘致推進
- 家康公四百年祭による誘客と「家康公を活かした地域ブランド」の確立



食品・ヘルスケア産業

◎産業の概要

・有力メーカーや研究機関が集積している食品産業を基盤として、医療、介護など成長著しいヘルスケア産業の育成につなげることで産業化を進めていこうとするものです。

◎主な取組み

- 機能性食品やロングライフ食品の開発及び販路開拓支援
- ヘルスケア企業の誘致や既存企業による事業化の支援
- 健康長寿を支える食品や商品、サービスの市場拡大
- メディカルツーリズム※2、スポーツツーリズム※3等の健康支援施策の実施



文化・クリエイティブ産業

◎産業の概要

・家康時代に駿府へ集積した職人に始まるクリエイティブの歴史を受けて、クール・ジャパンなどのコンテンツ産業や、工業製品の付加価値化に寄与するプロダクトデザインなどを手掛けるクリエイターの集積を図ろうとするものです。

◎主な取組み

- クリエイター支援センターの移転、再整備と周辺地区へのクリエイター集積促進
- クリエイターと企業や商業者のマッチングによるオンリーワン商品の開発支援
- クリエイターの全国・海外展開支援
- パフォーミングアート※6の産業化検討



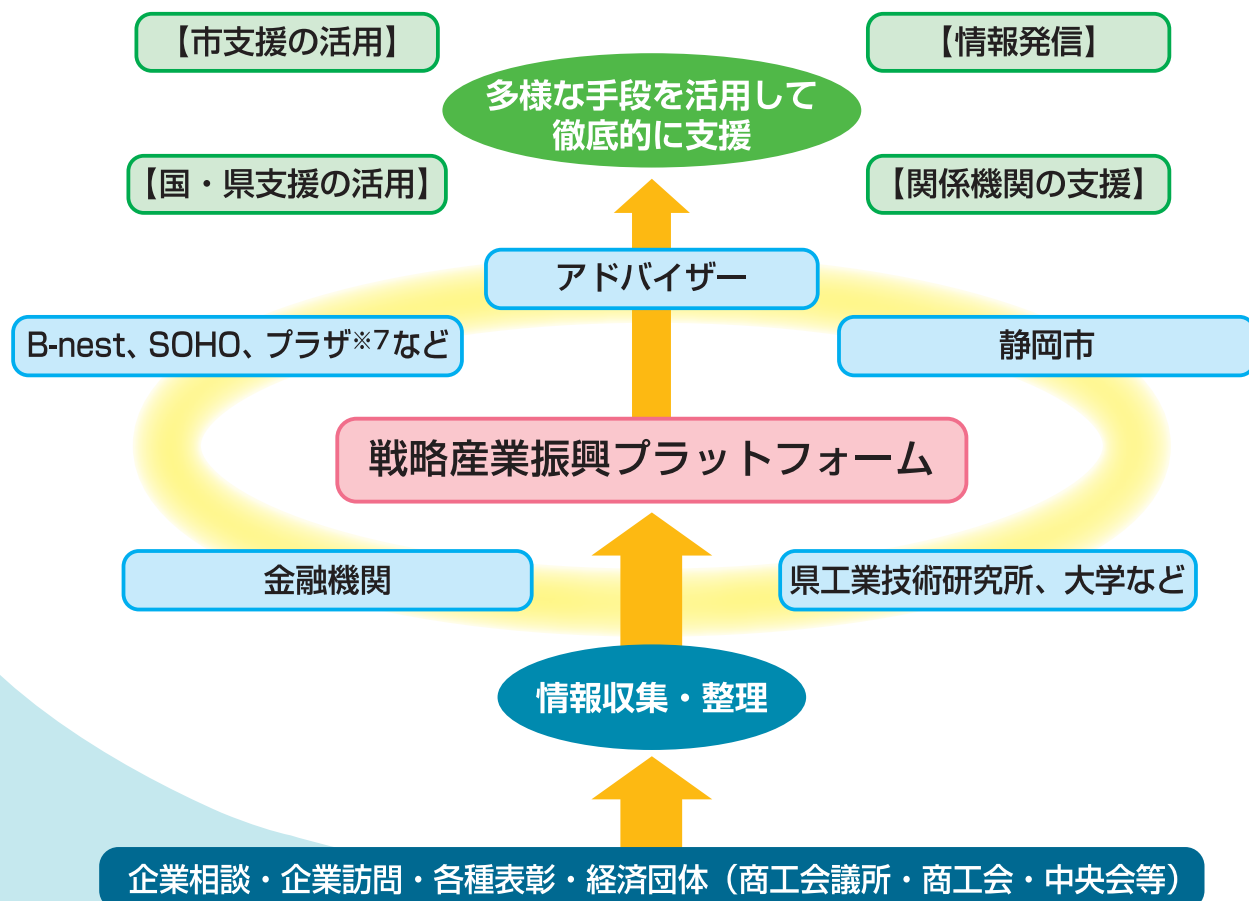
2 戦略産業振興プラットフォームによる支援



「戦略産業振興プラットフォーム」を組織

「シーズ」を **発掘** → **選出** → 徹底的に **支援**

- 市職員、産業支援施設スタッフ等が積極的な企業訪問などにより、シーズを発掘
- 目利きが成長可能性の高いシーズを選出
- 産・官・学・金が協力し、アドバイザーを活用して徹底的に支援



3 人材の育成・確保

「相応の賃金」「安定した雇用形態」「やりがい」「ワーク・ライフ・バランス」を併せ持つ働く場づくりを支援するとともに、若者や女性が魅力ある市内企業のことを知ることができるよう、情報発信やマッチングに取り組みます。

①人材の育成

- ・キャリア教育の推進
- ・クラフトマンサポートなど担い手育成
- ・企業OB人材の活用 など

②人材の確保

- ・学生と企業のマッチングの推進
- ・Uターン・Iターンの促進 など

③人材が活躍しやすい就労環境の充実

- ・女性の就労支援
- ・ワーク・ライフ・バランスの推進 など

用語説明

- ※1 単に物を運んだり、保管するだけでなく、原料調達から製品販売までの物の流れを一元管理し、最適化を図ることで高付加価値を生み出す総合的な活動。
- ※2 居住国とは異なる国や地域を訪ねて医療サービス（診断や治療など）を受けること。
- ※3 プロスポーツの観戦やスポーツイベントへの参加などを目的とする観光。
- ※4 Meeting（会議）、Incentive tour（報奨・招待旅行）、Convention 又は Conference（大会・学会）、Exhibition 又は Event（イベント・展示会）の頭文字による造語。
- ※5 外から入ってくる旅行、一般的に訪日外国人旅行を指す。
- ※6 歌、踊り、演技、演奏など、芸術家が身体を使って表現する芸術。劇場だけでなく、ギャラリー、カフェ、路上などあらゆる場所で行われる。
- ※7 B-nestは、ペガサート4・5階の「御幸町図書館」、6・7階の「産学交流センター」共通の愛称。SOHOとは、市内の産業支援団体により構成される「静岡県中部地区SOHO推進協議会（会長：静岡市長）」により運営される創業支援施設「SOHOしずおか」のこと。プラザは、地域産業の振興と地域情報化の推進を図るための拠点となる施設「清水産業・情報プラザ」のこと。
- ※8 静岡市の前浜（駿河区石部～清水区蒲原）のこと。
- ※9 奥静岡エリアの愛称。