

静岡市ものづくり産業振興基本計画

(中間案)

平成 24 年 月
静 岡 市

目 次

序 章 基本計画策定の目的

| | |
|----------------|---|
| 1 基本計画策定の目的と背景 | 1 |
| 2 基本計画の位置づけと対象 | 3 |

第1章 ものづくり産業に関する市内外の動向

| | |
|-------------------------------|----|
| 1 全国の動向 | 6 |
| 2 静岡県の動向 | 8 |
| 3 静岡市の上位計画におけるものづくり産業の位置づけ、施策 | 10 |

第2章 静岡市のものづくり産業の現状と課題

| | |
|---------------------|----|
| 1 静岡市の産業構造 | 13 |
| 2 市内事業所アンケート | 19 |
| 3 市内事業所ヒアリング | 20 |
| 4 静岡市のものづくり産業の強みと課題 | 21 |

第3章 基本計画の目標と方針

| | |
|-----------------------|----|
| 1 基本計画策定の視点 | 24 |
| 2 基本計画の構成 | 25 |
| 3 目標と方針 | 27 |
| 4 施策と実施事業 | 30 |
| 5 基本計画と条例に定められた事項との関係 | 38 |

第4章 基本計画の推進

| | |
|-----------------|----|
| 1 基本計画の期間 | 39 |
| 2 各種事業の実施スケジュール | 39 |
| 3 基本計画の推進と関連団体 | 44 |
| 4 基本計画の評価と見直し | 46 |

参考資料

- 1 静岡市ものづくり産業振興条例及び同条例施行規則
- 2 工業統計調査等（国、県、静岡市）
- 3 静岡市内事業所アンケートの分析
- 4 静岡市内事業所ヒアリングの分析と詳細
- 5 静岡市地場産業の伝統工芸とその技術等について

序 章 基本計画策定の目的

1 基本計画策定の目的と背景

(1) 基本計画の目的

静岡市ものづくり産業振興基本計画（以下「基本計画」という。）は、平成 23 年 3 月に制定された静岡市ものづくり産業振興条例（以下「条例」という。）に基づき、条例に掲げる目的を達成するために策定するものです。また、今後策定が見込まれる産業別計画に関する方針等を念頭に入れつつ、本市のものづくり産業の振興に向けたフレームワークを示すものでもあります。

(2) 基本計画策定の背景

①本市の製造業を取り巻く経済環境の悪化

国内における製造業は、歴史的な円高などの急激な経済環境の悪化による影響を強く受け、多くの中小事業者等がその対応に苦慮しています。本市の製造業においても、同様に影響を受けている中、今後の経済環境の動向に関しても多くの問題が懸念され、大きな不安を抱えています。

このような状況にある本市の製造業は、経済のグローバル化による影響のほか、東日本大震災に起因する国内事情が複合的に交錯する状況において、個別の事業所での対応はもちろんのこと、本市だけでの問題解決は極めて困難なことであります。しかし、そのような中でも、ものづくり産業を下支えするために、市内の

中小事業所等への影響を最小限に抑制する対策や難局をビジネスチャンスに転換する方策などの新たな対応に関する方向性の提示が必要となります。

②ものづくり産業の下支えに向けた対策の必要性

本市のものづくり産業は、金属、機械、電気などをはじめ、多様な事業所が数多くあり、就労機会の提供などを含めて地域経済に大きく寄与しています。また、さまざまな事業所が多数存在する本市のものづくり産業については、そのことが今後の振興を図る上で高い潜在性を含むものと想定され、今後の国内外における競争の対抗基盤として十分な可能性が認められます。

しかし、ものづくり産業の中心にある製造業の全国的な傾向では、事業所数や従業者数に加えて、景気の動向に影響されやすい製造品出荷額等が国内景況の低迷とあいまっていずれも減少していることから、本市においても同様の傾向が懸念されます。さらに、取引先等の事業所数の減少などから、本市をものづくり拠点とする立地のメリットが縮小することで、廃業や他地域

への移転を助長するような悪循環も一つの将来予測として懸念されます。

このようなことから、本市のものづくり産業の下支えに向けた対策は喫緊の課題であります。

③ものづくり創造都市としての環境整備と機運形成の必要性

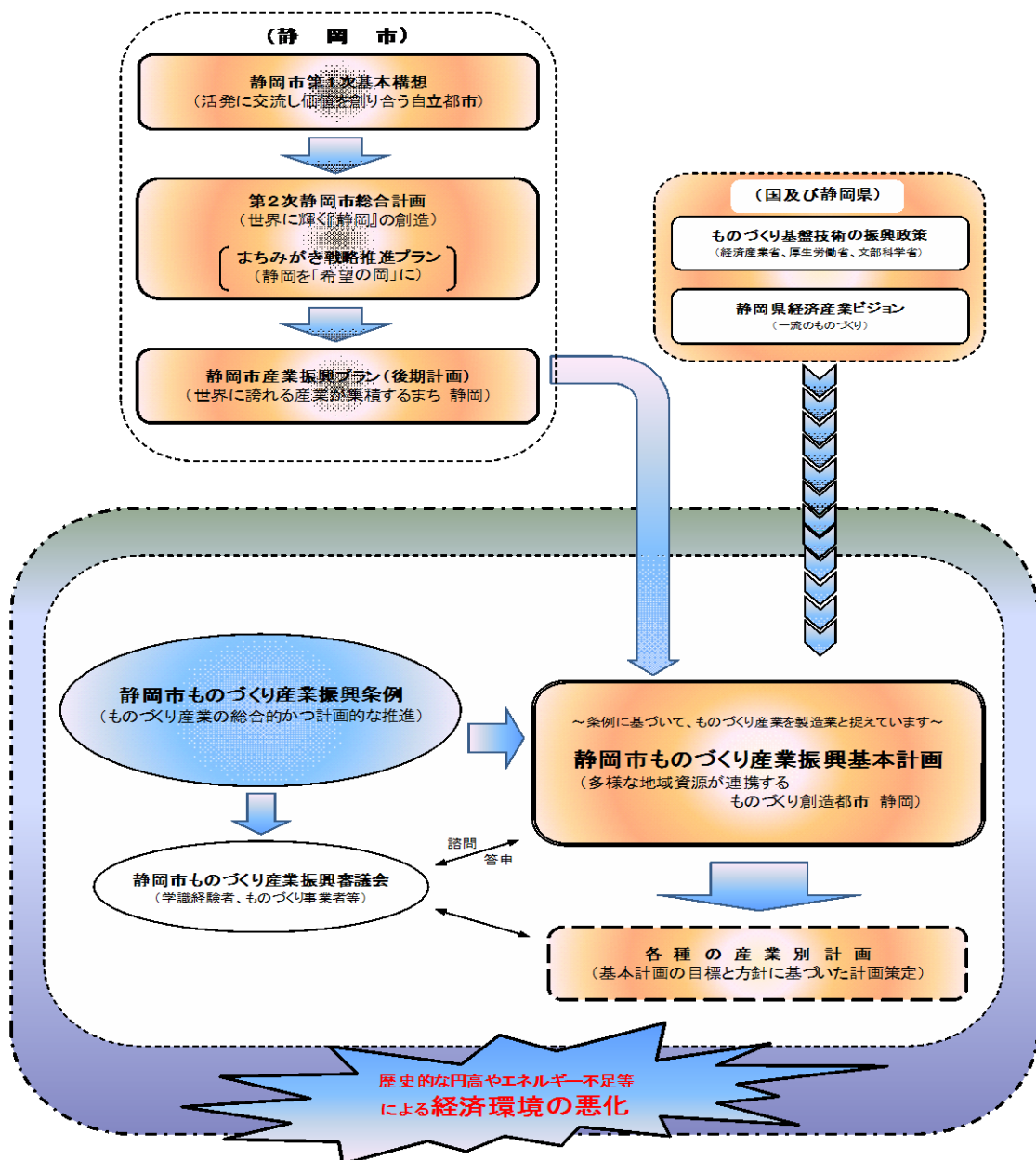
ものづくり産業の振興を図るためには、新製品開発や技術開発等に係る経済的基盤の強化を図ることが第一であるものの、このような基盤整備が効果的に促進されるような環境整備も同時に進展させる必要があります。この点については、大学等の研究機関との連携などのソフト事業や事業所等の誘致に関するハード事業が考えられます。また、そのような取組みと合わせ、ものづくりに対する地域住民の理解促進とものづくり産業の振興に向けた機運の高まりなどが、ものづくり創造都市としての要件となります。

さらに、これらのものづくり創造都市の実現に向けた各種の取組みについては、本市の立地メリットや多種多様な事業所が存在する優位性などを基本として、行政や産業関連団体などの間で連携を図りながら、ものづくり産業の振興に関する都市機能の拡充や戦略的な情報発信などの関連事業の展開が必要になります。

2 基本計画の位置づけと対象

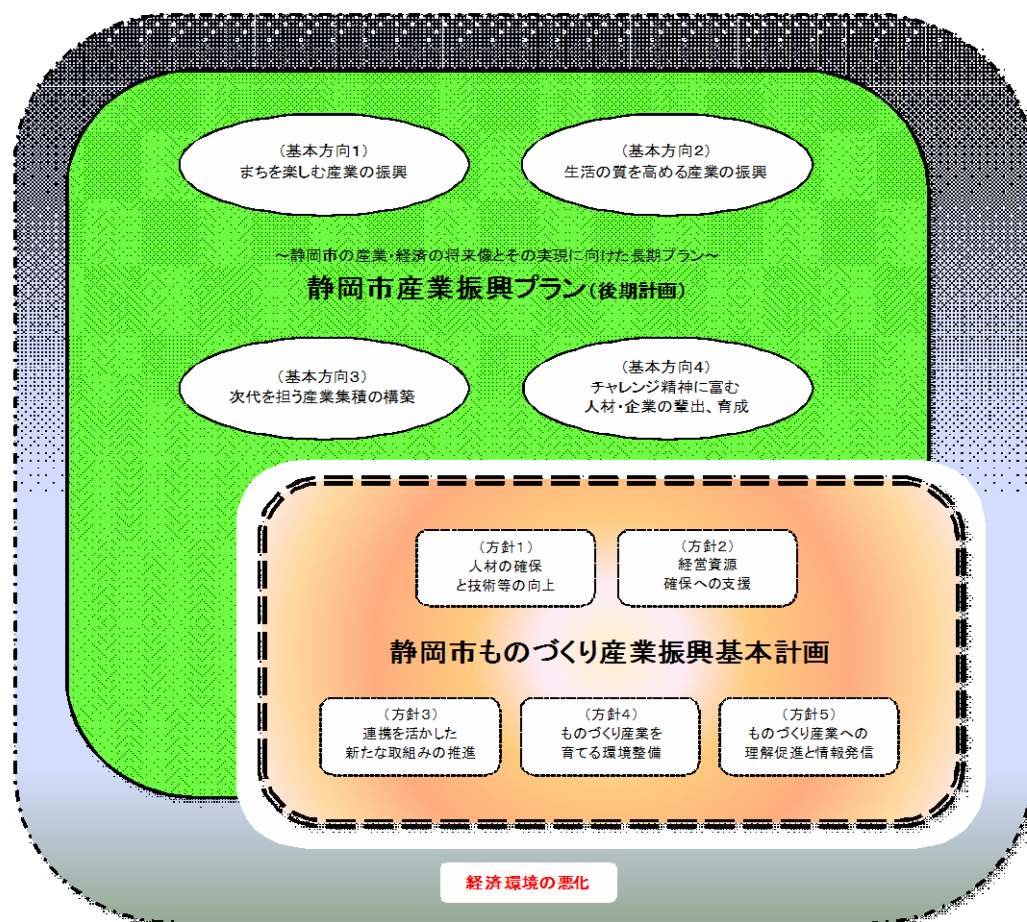
(1) 基本計画の位置づけ

基本計画は、平成 23 年 3 月に制定された条例に基づいて策定されるものであり、次の図のとおり、策定にあたっての上位計画などとの関連を示します。基本計画は、本市の将来展望を見定めた最上位計画である基本構想、第 2 次総合計画、産業振興プラン、そして、まちみがき戦略推進プランを背景とするほか、経済産業省等の国の政策や静岡県経済産業ビジョンを外的関連事項として、本市のものづくり産業の振興を目的として策定します。



基本計画の背景にある産業振興プランについては、本市の地域資源を最大限に活かした産業・経済の将来像を描き、その実現に向けた産業振興の基本方向を定めています。また、平成17年度からの10年間にわたる長期プランの中で、すでに各種の事業が推進されています。

このように産業振興プランが先行して進められている状況から、基本計画の方針や事業などに関しては、産業振興プランの考え方や具体的な事業などが多く含まれています。このことは、それぞれの取組みが相互に関連し合う中で、各種の事業などを相乗的に進めていく必要性を示しています。また、基本計画では昨今のものづくり産業を取り巻く厳しい経済環境を考慮し、緊急性に配慮した対応の検討を含めています。



(2) 基本計画の対象

条例では、基本計画が対象とするものづくり産業について、「家具・装備品製造業、電気機械器具製造業、生産用機械器具製造業その他の製造業をいう」と定義しており、日本標準産業分類や工業統計等で位置付けられる区分に基づく製造業が中心になっています。

一方、「ものづくり」という用語は比較的新しいものであり、一定の定義に収まりにくい側面があります。例えば、平成 17 年の「ものづくり国家戦略ビジョン」(経済産業省)では、狭義の製造業だけでなく、「もの」の価値を高めるデザイン等のサービス業などについても、「ものづくり力」を構成する要素として捉えています。

さらに、静岡県の「静岡県の地域資源の活用と新たな価値の創造によるものづくりの振興に関する条例」(平成 23 年施行)では、「ものづくり」を「工業製品等の設計及び製造、農林水産物の生産、サービスの提供等を通じ、有形又は無形の価値を創造する事業」とし、ものづくりが属する業種を「ものづくり産業」と捉えています。これは前述の経済産業省の定義よりも広く、価値の創造にかかわる業種をほぼ網羅している考え方と捉えることができます。

このようなことから、基本計画が対象とする「ものづくり産業」の範囲については、「静岡市ものづくり産業振興条例」に掲げた定義を基本としながら、必要に応じて国や県の計画や施策等との整合を図りつつ、基本計画を推進していきます。

静岡市ものづくり産業振興条例において「ものづくり産業」は、製造業を指すことから、基本計画の対象を本市の製造業とします。

なお、本市の今後における「ものづくり産業」の振興発展を進める上では、農林水産業や各種サービス業のほか、教育や研修などを含む「ものづくりの過程」に関わる産業、さらにコンテンツ産業などのパートナーとなりうる分野についても、必要に応じて「ものづくり産業」と見なし、基本計画の推進にあたっての対象に位置付けていきます。

第1章 ものづくり産業に関する市内外の動向

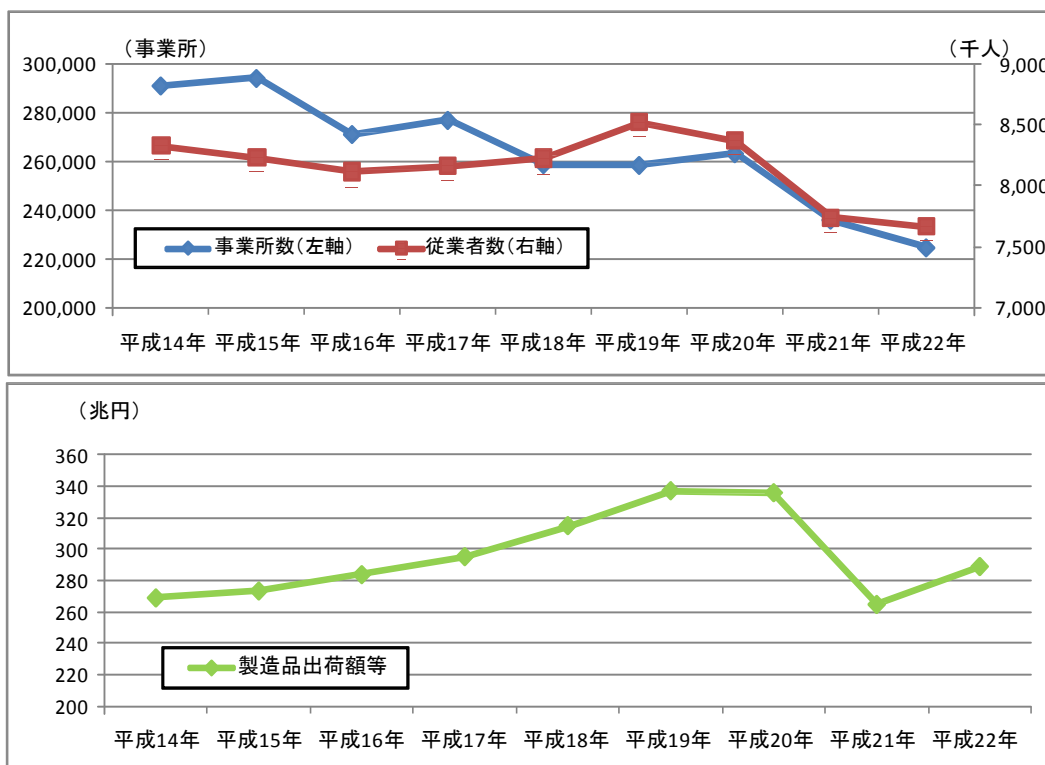
1 全国の動向

(1) 全国の製造業の状況

工業統計調査によれば、近年、全国的に事業所数や従業者数が大方減少傾向を示す中、リーマンショックの影響から平成21年の製造品出荷額等は大幅に落ち込みを見せています。

このようなことから、全国各地では地域の製造業の立て直しに向けて、利子補給制度や先端技術セミナーなどの各種振興策が行われています。その中でも、企業や工場の誘致に向けた取組みが全国で繰り広げられており、地域間、あるいは国内外における企業等の立地獲得に向けた動向は激しさを増しています。このような取組みの中では、さまざまな理由から短期間で撤退する事例も出てきており、誘致策の投資効果が十分に得られにくいという問題も発生しているため、本市のものづくり産業の振興にあたっては、長期間の定着が期待される工場や研究施設等の誘致を円滑に進めると同時に、既存の事業所を地域にとどめることも必要になります。

工業統計調査からみた製造業の状況（従業者数4人以上の事業所）



(2) 国の施策

平成 23 年 10 月に公表された『平成 22 年度 ものづくり基盤技術の振興施策（ものづくり白書）』（経済産業省、厚生労働省、文部科学省）では、次のとおり、「我が国ものづくり産業が直面する課題と展望」として、3 点を取り上げています。

- ①攻めの投資と雇用を通じて、競争力の源泉たる国内ものづくり基盤を維持・強化する。
- ②我が国の強みを収益につなげるため、積極的な海外投資等によるグローバル市場の獲得が重要であり、その果実を還流させ、我が国の復興やさらなる成長に活かしていく。
- ③電力の安定供給や法人税の引下げ、国内立地補助、経済連携締結等の施策を通じて、国際的な事業活動を円滑化しながら、新成長戦略の実現に努めていく。

また、我が国のものづくり産業の将来を担う人材の育成に関しては、「中小企業における若年人材の確保、現場の育成・能力開発体制の課題と対応」や「ものづくり産業の将来を担う人材の育成等のための職業能力開発施策」などを掲げ、中小事業者の人材育成と職業能力開発育成に重点を置いています。

さらに、ものづくりの基盤を支える教育・研究開発については、「ものづくり人材育成における工学系大学、高等専門学校、専門高校、専修学校の役割」や「ものづくり人材を育む教育・文化の基盤」のほか、「産学官連携を活用した研究開発の推進」などの項目を挙げています。

本市では、これら国の施策の方向性を踏まえつつ、地域の資源を活かしたものづくり産業の振興を図ることが必要となります。

2 静岡県の動向

(1) 静岡県の製造業の状況

静岡県の製造業に関する工業統計調査によれば、製造業の事業所数や従業者数は、ここ数年横ばいであったものの、リーマンショックの影響から平成20年以降については減少傾向にあります。また、製造品出荷額等については、事業所数や従業者数と同様に平成20年からの減少に加えて、平成21年に大幅な減少を示しています。

このような中、全国上位の製造品出荷額等を誇る「ものづくり県」とされた静岡県でも状況は深刻化しています。

(2) 静岡県の施策

静岡県では、平成23年に「静岡県の地域資源の活用と新しい価値の創造によるものづくりの振興に関する条例」の制定と合わせ、成長戦略編や商工業編などから構成する「静岡県経済産業ビジョン」を策定し、一流のものづくりと一流のものづかい等を目標に施策を推進しています。

このような静岡県の取組みから、本市のものづくり産業の振興に関連する部分を次のように示します。

※静岡県経済産業ビジョン「成長戦略編」の成長戦略の基本的考え方より

①ふじのくにグリーンニューディール

- ・多彩で高品質な農林水産物等を新しい視点で活用する「食の都」づくりや6次産業化を推進し、食関連産業を中心に内需の拡大を図る。
- ・「食と農」は幅広い世代の関心が高い分野であることから、この分野でイノベーションを起こし、新しい市場を創造していくことが期待できる。

②ふじのくに新産業創出プロジェクト

- ・人、技、物などの資源を新たな視点で組み合わせて活用する「一流のものづかい」と、国内外のニーズを的確に捉え、新しい価値を持つ商品やサービスを生み出す「一流のものづくり」により、新しい需要を創出していくことが求められる。
- ・輸送用機器や電気機器に加えて、環境や医療・福祉機器、航空宇宙、ロボットなどの成長分野の産業を育成する。

③産業を支える人材の育成

- ・イノベーションを次々と生み出していくためには、優れた人材の集積が重要であり、このために県内の大学、企業、県技術専門校や試験研究機関等が連携して、産業人材の育成に取り組みます。
- ・産業構造の変化に伴い、求められる技術や技能、知識も多様化することから成長分野や人手不足の分野への職種間の移動が可能となるような人材育成に取り組みます。

※静岡県経済産業ビジョン「商工業編」の基本方向を具体化する6つの視点より

①成長が期待される新たな産業分野への地域企業の参入 環境や医療・福祉機器、航空宇宙、ロボットなど新たな成長分野への地域企業の参入を支援する。

②静岡県新産業集積クラスターの推進 県中部地域における地域の資源と産業基盤を活かして、産業集積プロジェクト静岡 県新産業集積クラスターのひとつであるフーズ・サイエンスヒルズを推進する。

③地域資源を活用したサービス産業の振興（内容省略）

④企業立地の促進 新たな成長分野や、景気変動の影響を受けにくいと考えられる製造業の分野を中心に、国内外からの優良企業の立地や既存企業の県内での投資を促進する。

⑤中小企業の経営力の強化 中小企業の経営革新を促進するとともに、経営力向上と経営基盤強化に向けた下請 企業の販路開拓や資金調達、新商品開発等を支援する。また、新興国を中心とした 新たな需要獲得に向け、地域企業の海外展開支援や海外との経済交流を促進する。

⑥地域の活力と特色を活かした産業の振興 地域のものづくりを支え、雇用の場を創出する地場産業の振興を図る。

3 静岡市の上位計画におけるものづくり産業の位置づけ、施策

(1) 「第2次静岡市総合計画」における産業・経済分野の都市像

本市の最上位に位置する「静岡市第1次基本構想」に基づいて、平成22年3月に策定された「第2次静岡市総合計画」では、産業・経済分野の都市像を「地域が育て世界に挑む創造型産業のまち」とし、優れた能力と意欲ある人材の育成、起業力、経営力、技術力、ブランド力の強化、農商工等の連携、産業の高付加価値化などを推進するとしています。

この都市像をものづくり産業の分野に当てはめてみると、次のように考えられ、このような基盤から本市のものづくり産業の将来像を描き、その振興を図ることができます。

- ①地域の資源（人材、もの、技術、情報）等を有効に活用した企業や事業所などが市内で活動すること。
- ②世界を市場の対象として捉え、国際的な競争にも耐えうる製品や能力を保有していること。
- ③独自性の高い製品や技術のほか、市場などを自ら創造し、国内外で確固たる地位を築き上げる産業（企業や業種）が集積していること。

(2) 静岡市産業振興プラン（後期計画）

静岡市産業振興プラン（後期計画）の策定にあたっては、「地域間競争に打ち勝つ産業をつくる」、「時代の要請に応える産業をつくる」、「地域資源を最大限に活用した新産業をつくる」という三つの視点に基づく中、政令指定都市にふさわしい産業・経済の将来像を描きつつ、地域資源を最大限に活かした産業振興の基本方向を示しています。

さらに、このような産業振興プランの基本方向に加えて、基本方針、基本施策、実施事業の中から、基本計画の策定に関連する部分を抜き出し、次頁以降に示します。

「静岡市産業振興プラン」ものづくり産業関連分野（一部）

| 基本方向 | 基本方針 | 基本施策 | 実施事業 |
|------------------------------------|---------------------------------------|----------------------|---|
| 1 まちを 楽しむ 産業の 振興 | (1) 地域資源 の観光活用 | ①体験型観光の振興 | ・体験型観光プログラムの開発と誘客の推進 ・産業観光等のニューツーリズムの推進 |
| | (2) 全国・海 外への積極的 なプロモーショ ンの展開 | ①市民が誇れる静岡 ブランドの確立 | ・「静岡市ブランド」認証制度の普及 |
| | (3) まちなか や商業集積の 魅力向上 | ③都市観光の推進 | ・経済セミナー等の開催 |
| 2 生活の 質を高 める産 業の振 興 | (1) マーケット を重視した事 業展開の促進 | ①マーケティング力 の強化 | ・専門家の指導等による商品開発・企画支援 (センター業務) ・専門家の指導等による商品開発・企画支援 (新商品・特許) ・マーケティング支援講座の実施 |
| | | ②生産・流通・消費 の連携促進 | ・農商工連携の推進 |
| | | ③販路開拓支援 | ・全国規模の見本市への出展助成 ・首都圏におけるプロモーションの強化 (特産品東京展示会) ・首都圏におけるプロモーションの強化 (ホビーのまち) ・販路開拓の推進 |
| | | ④地域・伝統産業の 近代化推進 | ・若手グループの商品開発支援 (ものづくり相談・支援) ・若手後継者の技術習得支援 (伝統工芸技術保存講習会) ・アーティスト等とのコラボレーション支援推進 (ニューウェーブしずおか創造事業) |
| | (3) 豊かな生 活を実現する ビジネス・働き 方の支援 | ①ソーシャル・ビジネス の育成 | ・コンサルティングの支援 |
| | | ③多様な担い手の就労 支援 | ・雇用推進プランの策定・推進 |

| 基本方向 | 基本方針 | 基本施策 | 実施事業 |
|----------------------------|-------------------------|------------------------------|--|
| 3 次代を担う産業集積の構築 | (1) 新産業クラスターの形成 | ①健康・食品産業 クラスターの形成 推進 | ・フーズ・サイエンスヒルズプロジェクトの推進 ・地域結集型研究開発プログラムの推進 |
| | | ②環境関連産業 の振興 | ・駿河湾地域循環型社会の推進と新事業の 創出プロジェクトの推進 |
| | | ③コンテンツ産業 の振興 | ・メーカーとクリエイターとのマッチング支援 ・マッチング製品のブランド化 |
| | (2) 物流クラスターの強化 | ③低・未利用地の 活用促進 | ・遊休・未利用地の再編 |
| | (3) 企業等の 誘致・留置 | ①県外企業等の 誘致の推進 | ・誘致活動の推進 ・助成制度の強化・充実 |
| | | ②市内企業等の 留置の推進 | ・留置活動の推進 |
| 4 チャレンジ精神に富む人材・企業の輩出、育成 | (1) 創業支援 | ①インキュベート 機能の強化 | ・ビジネスプラン策定等の支援 ・営業機会拡大等のための各種事業の実施 |
| | (2) 新事業展開や製品・技術・研究開発の支援 | ①産学官、異分野 交流・連携の推進 | ・産学官交流事業の推進 ・異業種交流事業の推進 ・地域課題に係る産学共同研究への支援 ・大学等研究成果の技術移転の推進 |
| | | ②専門的な産業 支援機関との 連携による支援 | ・国、県、民間の産業支援機関・団体と連携した支援 ・中小企業支援センター等での経営相談 |
| | (3) プロフェッショナル人材の確保・育成 | ①高度な専門知識 や技術の習得 の推進 | ・各種講座等の開催 |
| | (4) 次代を担う 人づくり | ①起業家精神の醸成 | ・次世代育成プロジェクト事業 |
| | | ②職業人としての意 識・能力の涵養 | ・インターンシップの促進 ・クラフトマンサポート事業の推進 ・こどもクリエイティブタウンの整備 |

第2章 静岡市のものづくり産業の現状と課題

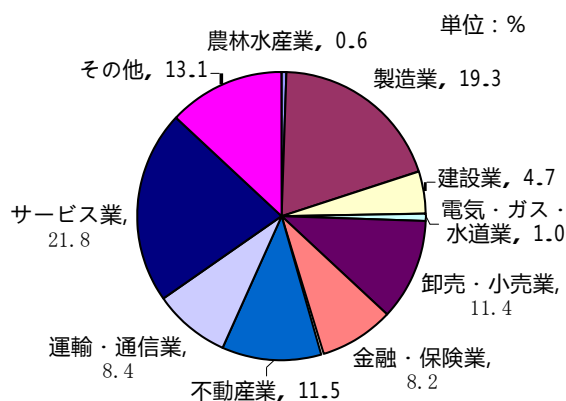
1 静岡市の産業構造

(1) 市内総生産による分析

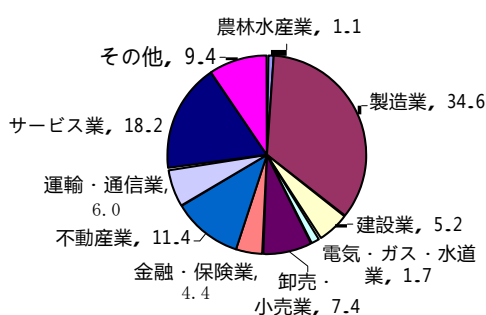
本市の市内総生産（GDP）を経済活動別にみると、サービス業が21.8%を占めて最も多く、製造業が19.3%でこれに次いでいます。静岡県は、製造業のシェアが大きく、全国の2倍近い集積が特徴的ですが、本市は全国平均に近い産業構造にあるといえます。

地域経済計算（GDP）の経済活動別内訳

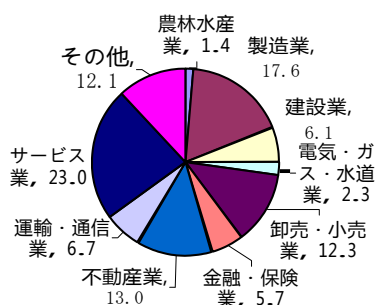
静岡市（平成20年度）



静岡県（平成20年度）



全国(平成21暦年)



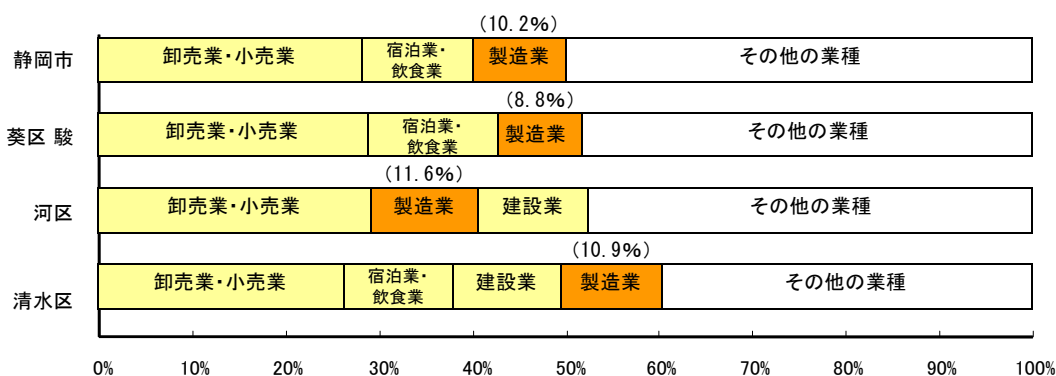
資料：静岡県「しずおかけんの地域経済計算」、内閣府「国民経済計算」

(2) 経済センサス調査による分析

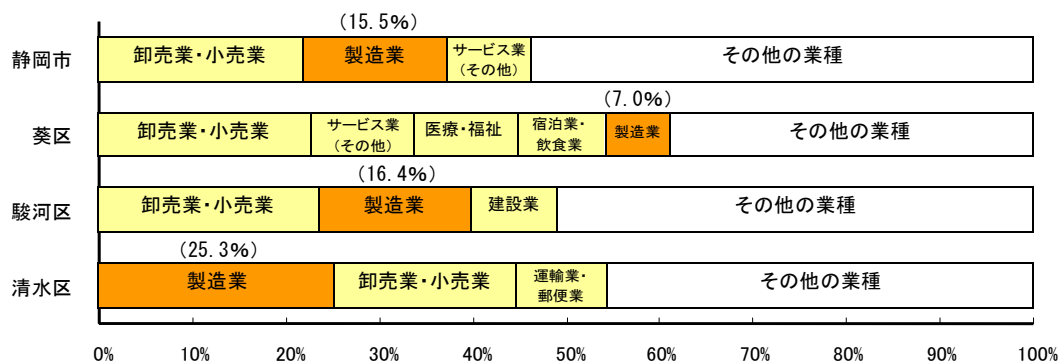
本市の産業構造を平成21年経済センサス調査にみると、「製造業」については、事業所数で3番目の10.2%、従業者数で2番目の15.5%を占めてお

り、多様な産業分野で構成される本市の中でも比較的上位を占める産業と位置付けられます。

事業所数では、「製造業」は全体の10.2%で、「卸売業・小売業」(28.1%)、「宿泊業・飲食サービス業」(11.9%)に次ぐ3番目の事業所数を有します。これを区ごとにみると、葵区(8.8%)では区内で3番目、駿河区(11.6%)では2番目、清水区(10.9%)は4番目にそれぞれ多くなっています。



また、従業者数では、「卸売業・小売業」(21.9%)が最も多く、次いで「製造業」が全体の15.5%と続いています。これを区ごとにみると、葵区(7.0%)では全体の5番目ですが、駿河区(16.4%)では2番目、清水区(25.3%)では全体で最も多くなっています。

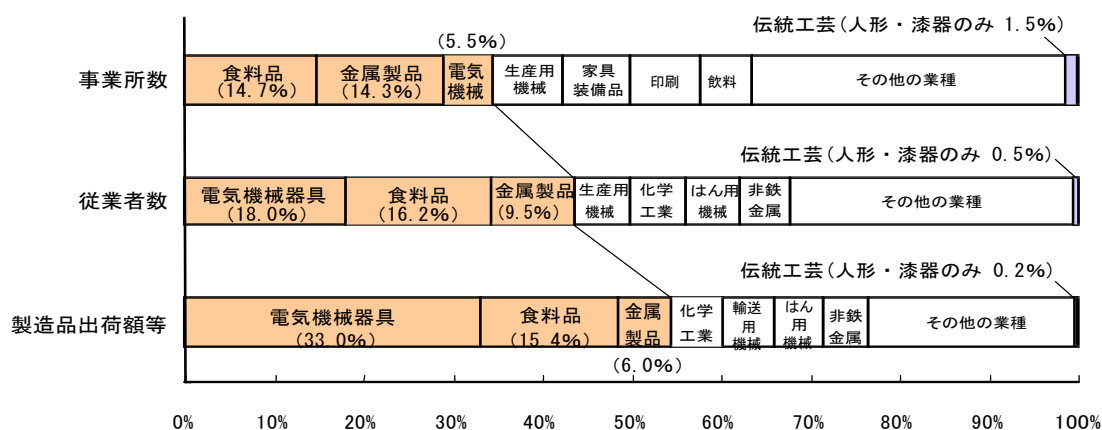


(3) 工業統計調査に基づく分析

工業統計調査に基づく事業所数、従業者数、製造品出荷額等の3点において、従業者数4人以上の統計数値による業種別の比率は次のとおり、「食料品」、「金属製品」、「電気機械器具」がそれぞれ上位項目を占めています。また、地場産業の伝統工芸分野については、統計上把握される業種が「人形」と「漆器」に限られますが、併せて参考まで比率を示します。さらに、区ごとの状況（従業者数4人以上）をみると、清水区が事業所数、従業者数、製造品出荷額等いずれにおいて最も規模が大きく、その後に駿河区、葵区の順に続く状況がうかがえます。

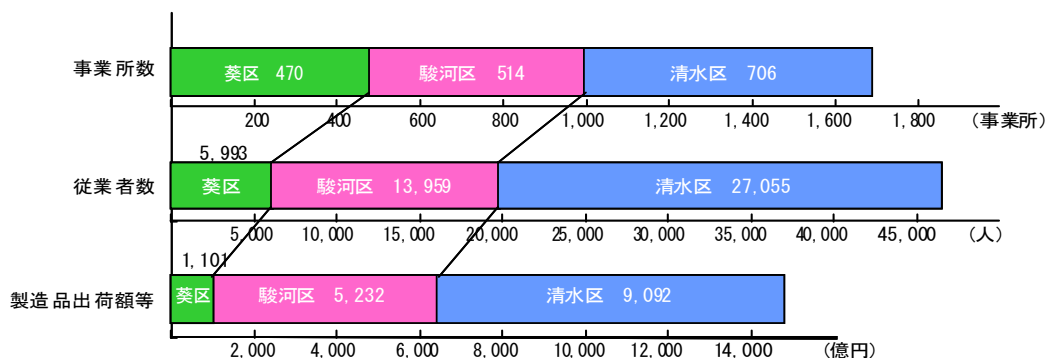
業種別の事業所数・従業者数・製造品出荷額等

(従業者数4人以上の事業所)



区ごとの事業所数・従業者数・製造品出荷額等

(従業者数4人以上の事業所)

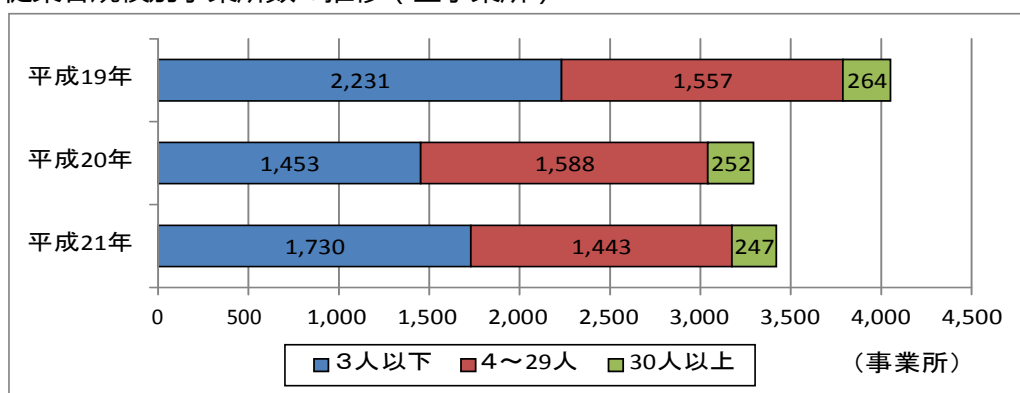


①事業所数

従業者規模別（平成21年）では、3人以下が1,730事業所（50.6%）、4人～29人以下が1,443事業所（42.2%）、30人以上が247事業所（7.2%）となっており、本市事業所の約半数が従業者数3人以下である状況が確認されます。

また、産業分類別では、最も多いのは「食料品」249事業所（14.7%）で、以下「金属製品」241事業所（14.3%）、「生産用機械器具」141事業所（8.3%）と続きます。本市の製造業は、食料品や金属製品などのほか、多種多様な業種により構成されている点が特色といえます。

従業者規模別事業所数の推移（全事業所）



平成21年 産業中分類別事業所数（従業者数4人以上の事業所）

（単位：事業所、構成比及び対前年比：%）

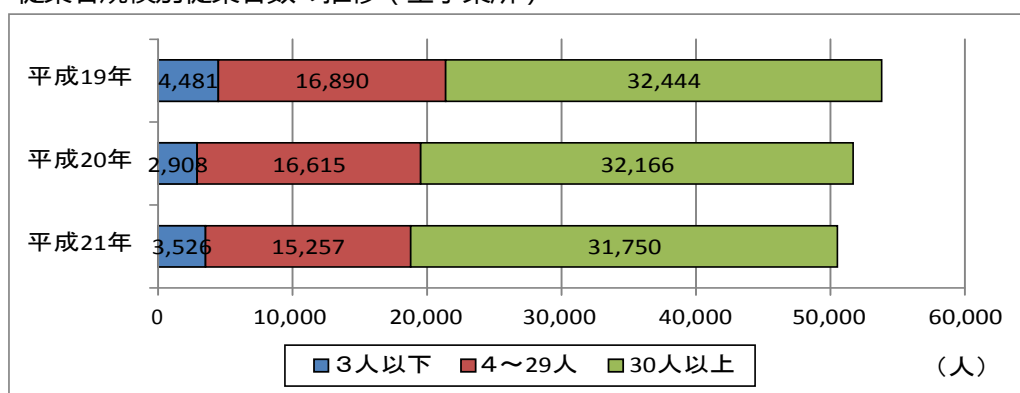
| 産業中分類表 | 事業所数 | 構成比 | 対前年比 |
|---------|-------|-------|------|
| 食料品 | 249 | 14.7 | △ |
| 金属製品 | 241 | 14.3 | △ |
| 生産用機械器具 | 141 | 8.3 | △ |
| 家具・装備品 | 130 | 7.7 | △ |
| 印刷・同関連業 | 115 | 6.8 | △ |
| 飲料・たばこ等 | 108 | 6.4 | △ |
| 電気機械器具 | 93 | 5.5 | △ |
| その他の業種 | 613 | 36.3 | △ |
| 計 | 1,690 | 100.0 | △ |



②従業者数

従業者規模別の従業者数をみると、3人以下の事業所では3,526人(7.0%)、4人~29人の事業所では15,257人(30.2%)、30人以上の事業所では31,750人(62.8%)となっています。また、産業別では、従業者がどのような産業に従事しているのかをみると、印刷関連業や輸送用機械器具製造業等の「その他の業種」が15,605人(33.2%)と最も多く、次いで、「電気機械器具」が8,447人(18.0%)、「食料品」が7,632人(16.2%)、「金属製品」が4,452人(9.5%)と続いています。

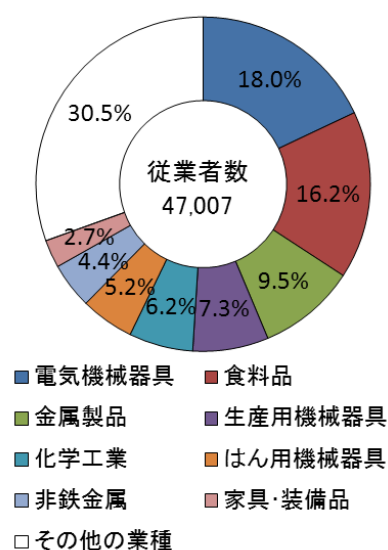
従業者規模別従業者数の推移(全事業所)



平成21年 産業中分類別従業者数(従業者4人以上の事業所)

(単位:人、構成比及び対前年比:%)

| 産業中分類表 | 従業者数 | 構成比 | 対前年比 |
|---------|--------|-------|------|
| 電気機械器具 | 8,447 | 18.0 | △ |
| 食料品 | 7,632 | 16.2 | 0.8 |
| 金属製品 | 4,452 | 9.5 | △ |
| 生産用機械器具 | 3,444 | 7.3 | 15.7 |
| 化学工業 | 2,913 | 6.2 | 5.0 |
| はん用機械器具 | 2,433 | 5.2 | △ |
| 非鉄金属 | 2,081 | 4.4 | △ |
| 家具・装備品 | 1,270 | 2.7 | △ |
| その他の業種 | 14,335 | 30.5 | △ |
| 計 | 47,007 | 100.0 | △ |

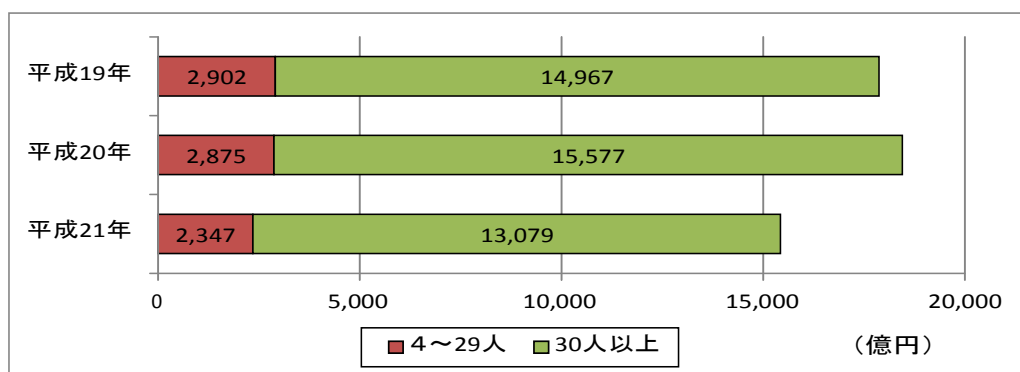


③製造品出荷額等

製造品出荷額等については、3人以下の従業者規模の事業所が調査対象から除外されているため、分析を4人以上の事業所に限定します。

平成21年は、従業者数規模4人～29人の事業所が約2,347億円(15.2%)に対し、30人以上の事業所は約1兆3,079億円(84.8%)となり、30人以上の事業所の占める比率は非常に高くなっています。また、産業分類別では「電気機械器具」が約5,090億円と最も多く、次いで、飲料・たばこ・飼料製造業や生産用機械器具製造業等に関する「その他の業種」約3,716億円、「食料品」約2,380億円と続き、「金属製品」約923億円となっています。

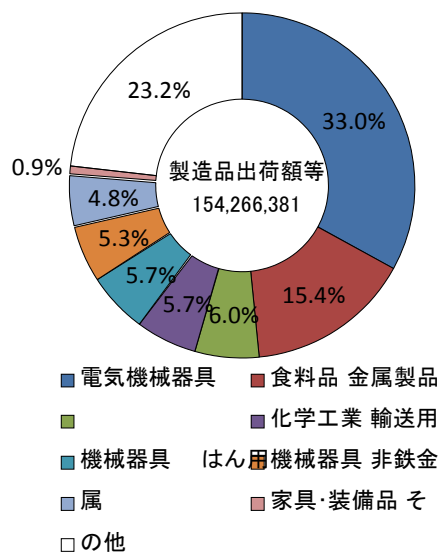
従業者規模別製造品出荷額等の推移（従業者数4人以上の事業所）



平成21年 産業中分類別製造品出荷額等（従業者4人以上の事業所）

(単位：万円、構成比及び対前年比%)

| 産業中分類表 | 製造品出荷額等 | 構成比 | 対前年比 |
|---------|-------------|-------|------|
| 電気機械器具 | 50,902,449 | 33.0 | △ |
| 食料品 | 23,798,882 | 15.4 | 3.4 |
| 金属製品 | 9,232,924 | 6.0 | △ |
| 化学工業 | 8,832,017 | 5.7 | △ |
| 輸送用機械器具 | 8,772,376 | 5.7 | △ |
| はん用機械器具 | 8,119,846 | 5.3 | △ |
| 非鉄金属 | 7,447,595 | 4.8 | △ |
| 家具・装備品 | 1,381,552 | 0.9 | △ |
| その他の業種 | 35,778,740 | 23.2 | △ |
| 計 | 154,266,381 | 100.0 | △ |



2 市内事業所アンケート

今回の基本計画策定に際して、市内に立地するものづくり事業者の現状や意向についての傾向を広く把握し、基本計画策定の基礎資料とする目的から、以下のアンケートを実施しました。

なお、アンケートの結果と分析については、「参考資料」において示します。

(1) アンケートの実施状況

①インターネット方式アンケート 実施期間：平

成 23 年 11 月 18 日～12 月 10 日 実施対象：市

内の製造業事業者 2,155 事業者

(静岡商工会議所製造業部会に所属する事業者及びその他資料により把握された製造業事業者)

実施方法：回答専用ウェブサイトを設置、各事業者には同サイトへのアクセス・回答方法を別途郵便にて通知して回答を依頼

有効回答数：285 事業者 (回答率 13.2%)

②郵送方式アンケート

実施期間：平成 23 年 11 月 18 日～12 月 5 日 (消印有効) 実施対

象：市内の地場産業各組合に所属する事業者 381 事業者

(ネット経由アンケートの対象と重複する場合は、郵送方式にて回答を依頼) 実施方法：調査票を各事業者宛直接郵

送し、記入の上返送を依頼

有効回答数：106 事業者 (回答率 27.8%)

インターネット方式と郵送方式を併用した理由は、インターネットの活用により可能な限り多くの市内事業者に対象の拡大を図りつつ、一方で高齢等の理由から IT 操作に不慣れか、十分な IT 環境を持たない事業者が、特に地場産業関係で多いと予想したことによるものであります。

なお、アンケートの調査項目は回答方式にかかわらず同一であります。

3 市内事業所ヒアリング

前項に示したアンケート調査と併せ、事業者の現状や経営上の方向性、さらに静岡市における産業振興のあり方等、より幅広く意見を聴取するため、市内に立地する複数の事業所を対象にヒアリングを実施しました。

対象企業の選定にあたっては、市内でも独自性が高い、特徴ある優れた経営を行っている事業者を念頭に選定しています。

なお、ヒアリングの詳細については、参考資料において示します。

(1) ヒアリングの実施状況

実施期間：平成 23 年 12 月～平成 24 年 1 月

実施対象：静岡市内の製造業事業者 28 社

主なヒアリング項目

- ①自社の特徴、優れた業績
- ②昨今の製造業を取り巻く経済情勢に関する現状と対応策
- ③東海地震の発生に対応する生産体制の迅速な復旧戦略（震災対策）
- ④市内製造業の持続的な振興発展に向けた活性化対策に関する視点、考え方
- ⑤静岡市で生産活動を営み続けるための要因、条件
- ⑥静岡市への期待、意見
- ⑦その他意見交換等

4 静岡市のものづくり産業の強みと課題

前項までに示した統計、アンケート、ヒアリングの分析結果から、静岡市のものづくり産業における強みと課題を整理して以下に示します。

(1) ものづくり産業における強み

①複数の産業の柱が存在する業種構造

本市には、電気機械、生産用機械、食品等の産業の柱となる業種が複数並存しています。このような業種を中心として、さまざまな産業が連携することで、新たな価値を持つ製品やサービスが生まれる可能性が高いといえます。

②多くのものづくり事業所の存在、産業としての集積

本市には他地域と比較しても多種多様な事業所が数多く存在しています。これらの事業所はお互いに取引先や協力会社などのかたちで関連しているものも多く、相互に依存する関係がすでに成立しており、競争力の源泉となっていることが考えられます。また、事業所向けの製品やサービスを展開する事業者にとっては、本市を市場と捉え、そのことがさらに事業者を集めることにも結びつくと考えられます。

③高度な技術、高品質な製品への志向性

アンケートでは多くの事業者が自社の持つ技術力と、その技術から生まれる高品質な製品を自社の強みとして挙げています。ヒアリング等でも類例の少ない優れた技術や製品を有する事業者が市内に存在していることが明らかであり、優秀な技術者や技能者が本市に多数存在することがうかがえ、我が国の特長でもある「ものづくり技術の高さ」という強みについて、本市にも同様の傾向が示されています。

④良好な立地環境

本市は首都圏や中京圏に近く、すでに道路や港湾を含む交通インフラの整備が進んでおり、今後の新東名高速道路の開通を見通す中では、周辺地域を含めて、陸海空にわたる交通網が高い水準で整備されていることから、全国的にみても物流や移動の利便性が高い地域であります。また、物流や移動における優位性が本市をさらに魅力的な市場に成長させる可能性を含んでいます。

⑤良質な生活環境

本市は温暖で緑豊かな環境があり、県内の個人消費の中心的存在であることに加え、生活上の利便性も高く、市内でものづくり産業に従事する従業者等に対して、良質な生活環境の提供が可能となっています。このことは事業所や従業者の市内への定着を促すだけでなく、新たな企業立地を促進する要因になるとも考えられます。この点は、特に市外、県外など地域外部からの評価が高く、本市のものづくり産業の振興において重視されるべき特長であります。

(2) ものづくり産業における課題

①優秀な人材の確保と養成

中小事業者においては、技術者や技能者その他さまざまな人材確保の難しさが指摘されており、事業の継続、あるいは新規の取組みを始める上で大きな障害となっています。また、人材の養成にあたっては、OJT以外の体系的な教育訓練等に手が及ばない例がみられ、今後の技術の維持、他地域との競争においても人的資源の不足が懸念されます。

②事業者の営業、マーケティング能力の不足

多くの中小事業者において、「新たな製品やサービスを開発しても、販売先や売り方に戸惑い、市場が開拓できない」という悩みは少なくありません。人材や資金等の経営資源の有効配分のためにも、技術や品質の高さばかりに固執するのではなく、取引先や消費者のニーズを的確に把握し、消費者目線での製品開発や販売につなげていく必要があります。そのための営業力とマーケティング能力の向上に課題があるといえます。

③情報その他経営資源の不足

多くの中小事業者においては、経営資源が限られており、前項の①と②でふれた人材やマーケティング能力以外にも、設備、資金、PR、専門的知識を含めて、経営に関する資源が十分に確保できていない例がみられます。特に情報の分野においては、ヒアリング等で情報収集の重要性が示されているにもかかわらず、必要あるいは有益な情報を入手できないか入手していない事業者が多くみられ、公的支援制度の利用率の低さが新しい取組みに進めない背景として想定されます。

④外部との交流、連携の必要性

アンケートによれば、企業連携、産学連携への支援の必要性を指摘する意見は必ずしも多くないものの、ヒアリングにおいては、外部のさまざまな関係者等と積極的に交流や連携を図っている事業所が多くみられます。また、産業振興プランや静岡県の施策等が示すように、他の企業や業種のほか、ものづくり産業の枠組みを超えた他の産業、大学等研究機関、公的機関等との連携は有望な方向性として期待されています。

このことから、本市のものづくり産業においても、今後の発展を期すためには日常的な取引先だけでなく、多様な外部の関係者との関係構築に向けた交流や連携が求められています。

⑤事業の推進に向けた環境整備の必要性

企業の誘致や留置をめぐる競争は激化の様相をみせており、従来の優位性だけに立脚することはできません。特にヒアリングからは、本市における新規企業誘致への取組みに加え、移転用地やインフラ整備等に関する意見が多く出され、今後の地域間競争などに対応できる施策が求められます。アンケートからは公的支援制度に係る手続きの簡素化、また、ヒアリングでは行政の産業振興に関する姿勢について要望が出されており、これらに対応する支援体制の再検討が求められています。

⑥歴史的背景を伴う業種の今後のあり方

現状における伝統工芸の事業所数などについては、従業者が3人以下の事業所がほとんどを占めているため、統計数値に表れにくく、結果として本市の製造業に占める割合が比較的小さな規模になります。また、伝統工芸に従事する職人の高齢化などが加わる中、本市の歴史や文化の一端を担う伝統工芸のあり方については、今後を左右する時期にさしかかっています。

そのような伝統工芸全般については、必要に応じた育成や支援に関する施策等の検討が考えられる一方、昨今の漆器や蒔絵などの職人の取組みに見られる「東海道五十三次ひとめ図」の製作への自助努力などに関しては、必要な施策等の実施に向けた根拠の一つと捉えることができます。

このような中、伝統工芸の将来像を考える上では、戦略的かつ計画的な取組みのほか、関連業界との連携・協働等を視野に入れつつ、他地域より更に勝る静岡市ならではの伝統工芸の育成及び創出に向けた取組みを継続的に進める必要があります。

第3章 基本計画の目標と方針

本市のものづくり産業は、前章までに指摘したさまざまな課題に直面しているものの、ものづくり産業の振興に関わる多くの地域資源等を保有しており、これらを有効に活用することで課題の解決が図られ、ものづくり産業全般の振興が実現すると考えられます。以下では、これらを実現するための基本計画策定の視点、基本計画の構成に加え、計画目標、方針、施策、実施事業についてそれぞれ示します。

1 基本計画策定の視点

(1) 新たな産業の創出

本市のものづくり産業が今後の地域間競争や国際間競争に対応し、生き残り発展を図るためには、他地域とは異なる明確な特色や特長を打ち出す必要があります。また、計画に掲げる目標達成のためには、関係者や市民が理解しやすい、具体的な成果を追求する姿勢を示す必要があります。

このようなことから、本市のものづくり産業における高い技術力や良好な経営環境等を活かした新たな産業の創出を目指し、幅広く可能性を模索しながら取り組むことで、本市が優位な立場を獲得しうる産業分野などを早期に確立することが求められます。

(2) 既存産業の活性化に向けた環境整備

ヒアリング等からは、今後とも本市において立地し操業を続けたいという既存事業者からのニーズが読み取れますが、一方で市外あるいは海外への進出や移転を選択する事業者も出ている状況にあります。本市のものづくり産業において、既存産業が今以上に活動しやすい環境を整備するため、さらなる取組みが必要となります。

(3) 情報発信と情報伝達の重要性

ものづくり産業の振興に関する制度や施策については、ものづくり事業者などの間で十分に認識されていない側面があります。また、ものづくり事業者については、情報の受発信力が弱い傾向も見受けられます。そのような中、市においても十分な情報発信に努めるなど、それぞれが情報の受発信に重点を置いて取組みを進めていくことが必要となります。

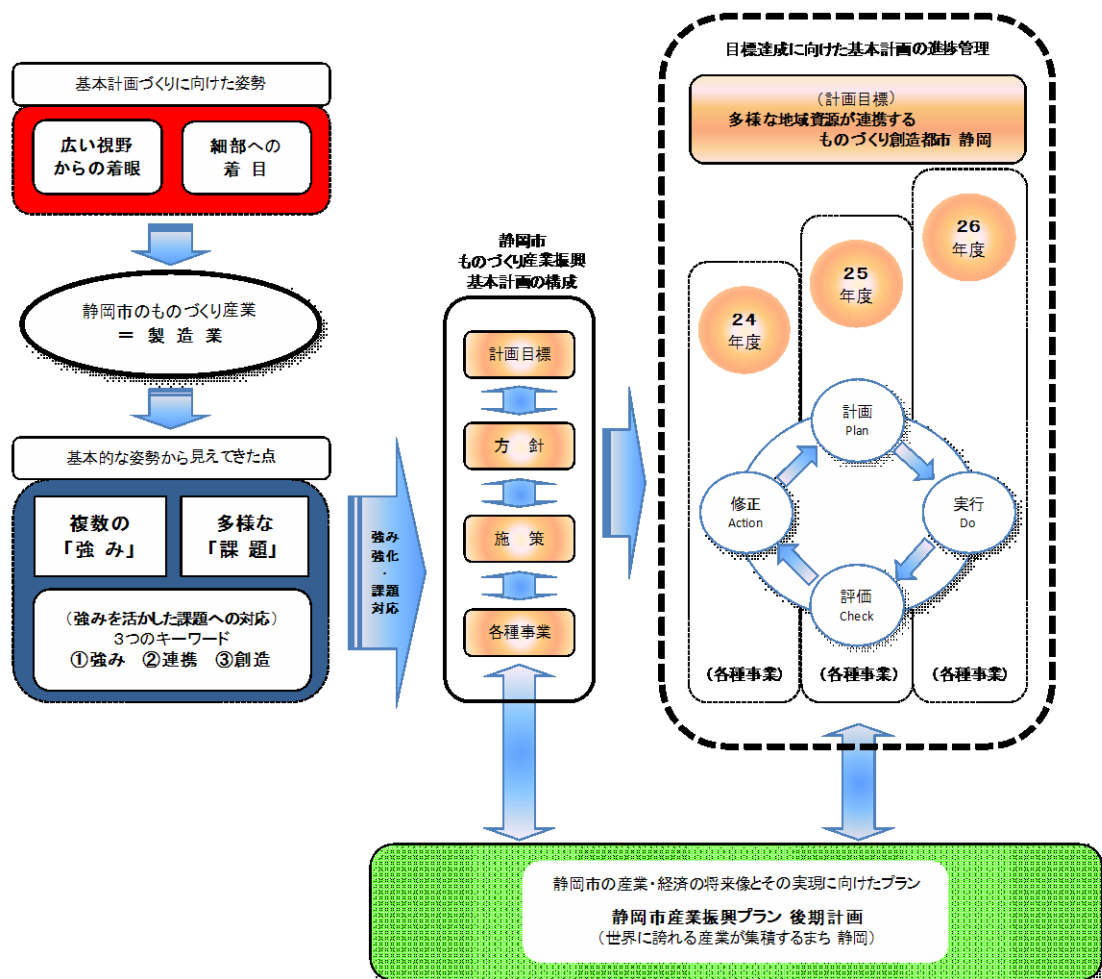
さらに、本市のものづくり産業を一層振興させるためには、より多くの方々の理解促進に向けた基盤づくりも必要となります。そのことから、本市

のものづくり産業の特徴などに関連する情報を市内外に向けて積極的に発信し、ものづくり産業への理解と支援を促すとともに、ものづくり産業の振興に関する機運を高めていくことが重要な方向性の一つであると考えられます。

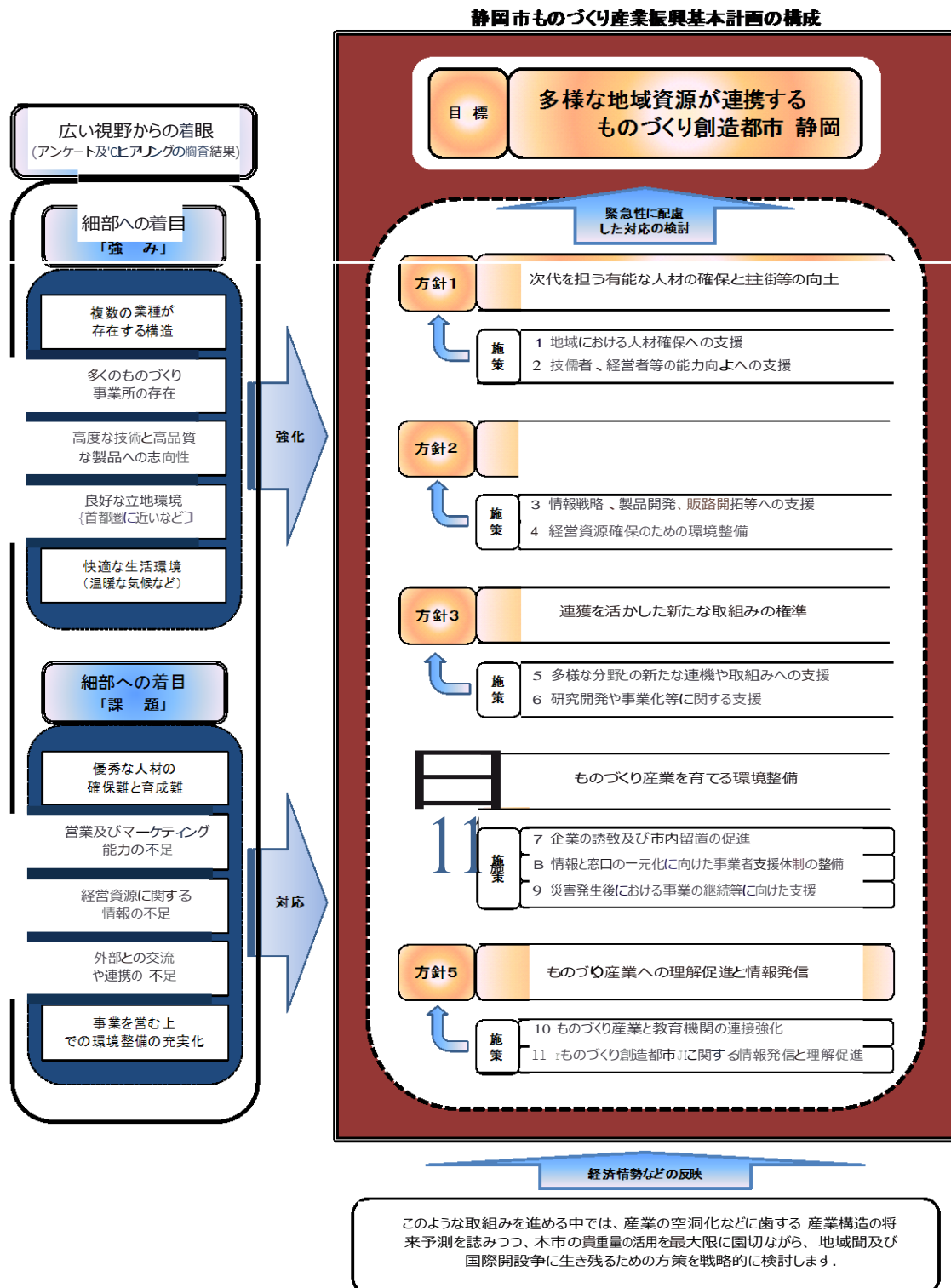
2 基本計画の構成

基本計画策定の視点を踏まえながら、市内の事業所に対して、「広い視野からの着眼」によるアンケートと「細部への着目」に関するヒアリングを実施したところ、本市のものづくり産業の「強み」と「課題」が確認されました。

これを受け、課題に取り組むコンセプトとして、「強み」、「連携」、「創造」の3つを位置づけ、強みの強化と課題への対応を同時に進める考え方のもとで、次の図のように基本計画を目標、方針、施策、そして各種事業の4段階で構成しています。また、各年度における事業の進捗管理については、PDCAサイクルに基づいて評価や見直し等を進めていきます。



このようなことによる基本計画の目標から各施策までの系統については、次の図のとおりであります。



3 目標と方針

(1) 基本計画の目標

計画が目指す最終的な目標、すなわち本市におけるものづくり産業と計画に関わるすべての関係者にとっての理想的な未来を理念として表現したものを、次のように設定します。

多様な地域資源が連携するものづくり創造都市 静岡

電気機械や生産用機械などの産業を中心として、さまざまな業種が並存する本市のものづくり産業には、高度な技術と高品質な製品への志向性を有するものづくり事業者が多く存在しています。このような地域資源としての多様なものづくり事業者の連携により、新しいものづくりを創造するための潜在的な「強み」が多分に認められます。

このような本市のものづくり産業を複合的に活かし、優れた独創性を発揮する中で強い競争力を有する「ものづくり事業者や産業」を育成するためには、本市のものづくり産業の特長に裏付けられた目標設定が必要となります。この点については、ものづくり事業者による新たな価値、製品、技術、市場等を創造していく上でも、多様な事業者や多彩な分野との有機的な連携を可能とする環境整備が必要となります。また、そのような環境の中で地域資源としての「ものづくり事業者や産業」の優れた能力が最大限に活かされると同時に、本市のものづくり産業が抱える人材確保や情報不足等の課題への対応を進めていくことができます。

このようなことを受けて策定する基本計画では、条例に掲げる産業関係団体やその他事業者等の相乗的な関連の中で、目標を「多様な地域資源が連携するものづくり創造都市静岡」と定め、各種の方針のもとで総合的かつ計画的に事業を展開します。

(2) 方針

目標の達成に向けた方向性として、次のとおり5つの方針を示します。

方針1 次代を担う有能な人材の確保と技術等の向上

多くのものづくり事業者が、優秀な人材へのニーズを持つものの、その確

保の難しさに直面しているため、人材の確保や育成に関する支援策に取り組めます。特にものづくり産業の基盤をかたちづくり、地域の特徴にも関連する「技術」の重要性に配慮し、従業者の技術や技能の向上に関する取組みに対して重点的な支援を行い、併せて市内で蓄積されている優れた技術等の次世代への引継を図ります。

このような取組みを通じて、優秀な人材の確保と定着を図るとともに、市内の各事業者への就業に結びつけていきます。加えて、本市のものづくり産業の振興に不可欠な優れた人材を輩出する理工系大学の誘致等についても検討し、5年から15年の中長期的な取組みのもとで実現を目指します。

方針2 事業者のニーズに基づく経営資源確保への支援

小規模事業所が数多く存在する本市では、小規模事業所に不足しがちな経営資源の確保が重要な課題であることから、事業者のニーズに応じた技術開発や販路開拓等のさまざまな経営資源の確保に関する支援策の展開を図ります。

方針3 連携を活かした新たな取組みの推進

ものづくり事業者と大学等研究機関、事業者間の連携や情報交換などの推進に向けた各種の支援策を展開します。また、必要に応じてものづくり産業以外の産業分野への連携を進め、新たな産業等の創出を目指します。

方針4 ものづくり産業を育てる環境整備

ものづくり事業者を支援するための窓口の一元化などに関しては、全庁的な組織再編との整合を図りつつ、ものづくり事業者が活用しやすい環境づくりを検討していきます。また、ものづくり事業者が抱える課題の把握やニーズに即した情報提供などのさまざまな施策を展開し、ものづくり産業の拠点にふさわしい環境整備に努めます。

さらに、災害発生後における事業の継続性を考慮して、ものづくり産業の復旧復興に向けた情報提供などの各種支援にも取り組めます。

方針5 ものづくり産業への理解促進と情報発信

ものづくり産業の重要性などに関して、地域住民を含めたより多くの方々

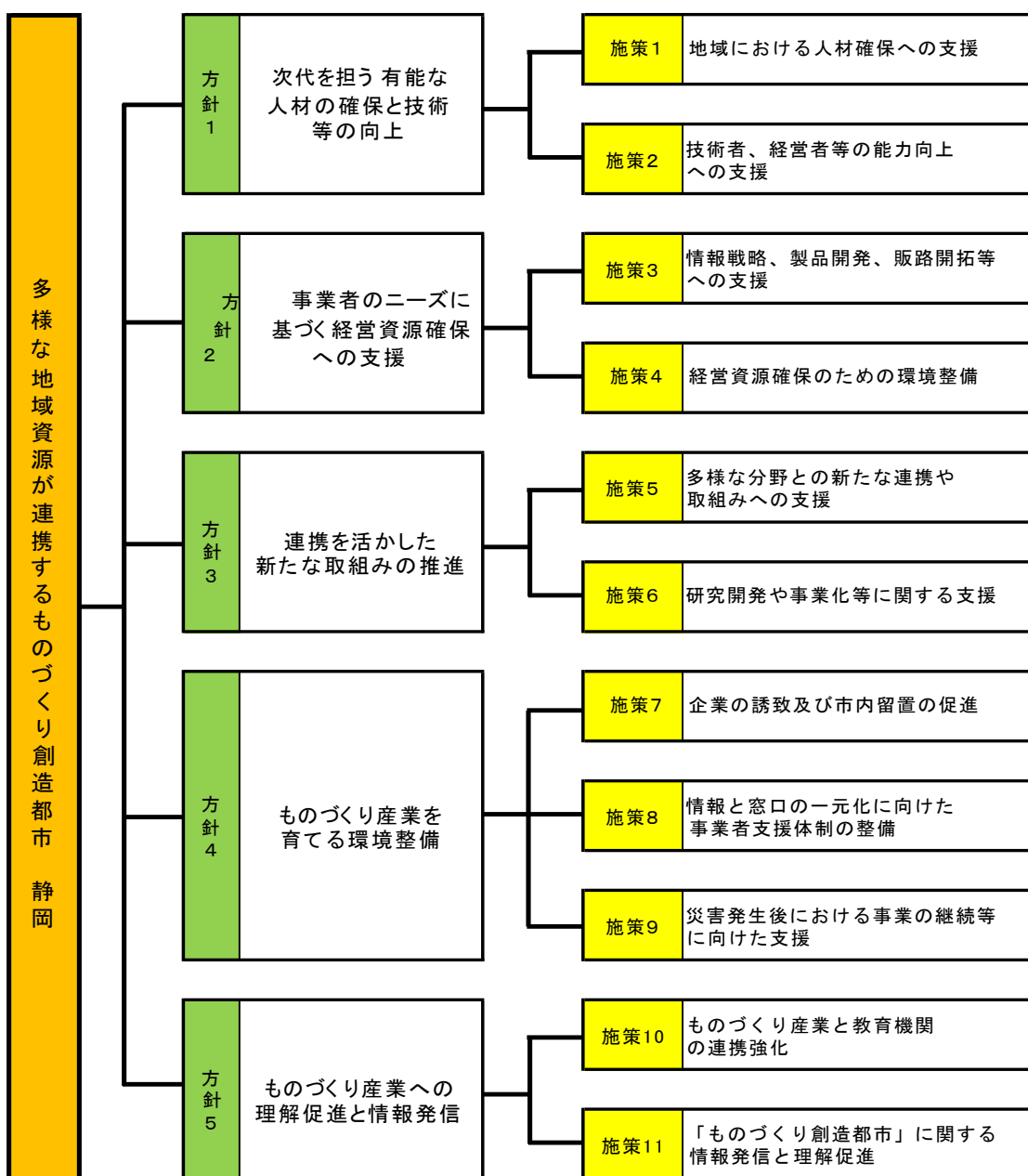
の理解促進に向けた機会を設けるとともに、積極的な情報発信に取り組めます。このような取り組みを通じて、本市のものづくり産業を広く周知し、ものづくりの意義や役割への理解を促し、事業者等の活動を支援する機運づくりに結びつけていきます。また、市外への情報発信に関しては、本市が持つものづくり産業の拠点としての魅力などを広く伝えることで、市外からの事業者の立地等につなげていくものとします。

4 施策と実施事業

施策と実施事業については、下図の施策体系図のもとで、次頁以降に掲げる方針毎の表により事業を実施します。

注1) 基本計画と産業振興プランについては、相互の事業において関連性が高いため、産業振興プランに掲げる各種の関連事業を基本計画にも併記しています。

注2) 次頁以降の表の事業番号右欄の無印は、すでに産業振興プランに登載され実施している事業であり、◆ 印は基本計画の策定に伴い新たな取組みを進める事業を意味しています。



方針 1 次代を担う有能な人材の確保と技術等の向上

(施策 1) 地域における人材確保への支援

市内の中小事業者が必要とする人材（新卒、経験者とも）を確保できる機会を拡大するとともに、既存の人材の底上げを含むより高度な人材の育成と、当該人材の市内ものづくり事業者への就業あるいは関係強化を図る観点から、理工系大学等の市内への誘致等について検討します。

| (方針 1・施策 1) 事業 | | 概要 |
|----------------|---------------------------------|--|
| 事業 1 | 企業と大学等の就職に関する情報交換の促進 | 県内外の大学等（短大・専門学校を含む）と市内の事業所が、採用情報等について情報交換を行う場を設け、地域の産業の人材確保に向けた支援を促進します。 |
| 事業 2 | (仮) 経営者と大学生の縁結び事業の推進 | 優秀な人材を確保するために、経営者等が大学3年生等に直接、地域の産業の魅力伝える就職支援策を推進します。 |
| 事業 3 | ◆ 定年延長を見越した中高年技術研修の検討 | セカンドライフの充実に向けて、中高年技術者等のニーズに基づいた技術や技能の向上に関する研修会開催を検討します。（若年層の育成や中小企業の技術力向上等を含む） |
| 事業 4 | ◆ 理工系大学の誘致及び市内の既存大学における工学部新設の検討 | 市内外から優秀な人材を確保し、これらの人材の市内ものづくり産業への就業を促進させる観点から、市内に理工系大学を誘致することなどを検討します。 |

注) ◆印は基本計画の策定に伴い、新たな取組みを進める事業であります。

(施策 2) 技術者、経営者等の能力向上への支援

技術者・技能者の育成にかかる事業者の負担軽減を図るため、技術や技能、知識の確実な修得、技能検定受験や技能五輪への参加等への支援を図ります。また、ものづくり産業の経営者等を含めた幅広い層に対し、さまざまな知識・能力の向上を促す機会を提供します。ものづくり産業全般を対象に、優れた技術や技能を有する市内の人材を顕彰・紹介し、保有者のモチベーション向上を図るとともに、一般の技術者や技能者がより高度な技術・技能の修得を目指す動機づけとします。

| (方針 1・施策 2) 事業 | | 概要 |
|----------------|------------------------------|---|
| 事業 5 | 人材育成に係る各種講座・セミナー等の開催 | 各産業支援施設において、中小企業の経営者・従業員の人材育成のため、大学や産業界で活躍する専門家の協力を得て、各種講座やセミナーを開催します。 |
| 事業 6 | 若手後継者の技術習得支援（伝統工芸技術保存講習会の開催） | 伝統工芸界の後継者育成と伝統工芸技術の保存伝承並びに技術訓練を図り、今後の商品開発に活用する目的で、漆器、蒔絵、拭漆、竹工芸、木工などの講習会を行います。 |

| (方針1・施策2) 事業 | | 概要 |
|--------------|-------------------------------|---|
| 事業7 | ◆ 伝統工芸技術士への指定及び顕彰の推進・PR活動の促進 | 伝統工芸技術保存と後継者の育成を図るため、本市の伝統産業に長年従事する技術者の中から特に優秀な技術を有し、その伝承と産業の発展に対し功績が顕著である者の指定及び顕彰を推進します。併せてPR活動を促進します。 |
| 事業8 | ◆ クラフトマンサポート事業の拡充 | 伝統産業を担う人材の確保、後継者育成のため、新規就業促進のための短期現場実習、後継者育成を図る長期現場実習、ものづくりで生計を志す方への独立支援補助事業を拡充します。 |
| 事業9 | ◆ 技能検定の受験及び技能五輪への参加等に向けた支援の検討 | 本市のものづくり産業の力量形成に向けて、確かな技術や技能は必須条件の一つであるため、技能検定の受験及び技能五輪大会への参加等を旨とする技術者や事業所等に対して、費用助成等の支援を検討します。 |

注) ◆印は基本計画の策定に伴い、新たな取組みを進める事業であります。

方針2 事業者のニーズに基づく経営資源確保への支援

(施策3) 情報戦略、製品開発、販路開拓等への支援

市内のものづくり事業者が市場の動向やニーズを把握し、自らの経営資源と併せて適切な情報受発信、製品開発、技術開発、販路開拓等を実施するため、必要な場の構築や専門家からの講習やアドバイスを受ける機会の提供、また制度や資金面からの支援を行います。

| (方針2・施策3) 事業 | | 概要 |
|--------------|--|--|
| 事業10 | 若手グループの商品開発支援(ものづくり相談・支援) | 市内地場産業の活性化のために、デザイン、技術、経営等に関する各種講演会や指導会のほか、事業者の依頼に基づいて専門家を派遣するなど、ものづくりに対する相談を行います。 |
| 事業11 | 地場産品及び伝統工芸品等の販路開拓推進 | 伝統工芸品のインターネット通販、駿府楽市特産品展示コーナーの運営等により、地場産品や伝統工芸品等の販路開拓を図ります。 |
| 事業12 | ◆ 全国規模等の見本市への出展助成強化 | 市内中小企業製造業者が市内外で行われる全国規模または国際的な展示会・見本市等に出展する経費のうち小間料について、助成を拡大します。 |
| 事業13 | ◆ 中小企業の新規市場開拓・新分野進出への支援(情報発信・ビジネスマッチングの機会提供) | 新規顧客開拓や新分野進出を目指す市内企業を支援するため、情報発信やビジネスマッチングの機会提供を推進します。 |

注) ◆印は基本計画の策定に伴い、新たな取組みを進める事業であります。

(施策4) 経営資源確保のための環境整備

ものづくり事業者のニーズに応じて、事業運営等に関する個別分野の専門家等の助言や支援を受けられる制度などを充実させ、特に中小企業等において不足しがちなマーケティング能力などの経営資源の補完を図ります。

起業を図る人材等に対して、起業に必要な情報の提供、事業計画等の作成

やマーケティングその他の知識及び能力の修得、専門家からの指導や支援、資金や営業、製品の販路開拓などの分野における多角的な支援を進めます。

| (方針2・施策4) 事業 | | 概要 |
|--------------|-----------------------------------|---|
| 事業14 | マーケティング支援講座の実施 | 産学交流センターにおいて、中小事業者等のマーケティング発想の醸成を図り、市場ニーズに対応した製品・サービスの開発を支援するため、専門家等によるセミナー・研修を実施します。 |
| 事業15 | 専門家による窓口相談 | 中小企業支援センターにおいて、専門の異なる中小企業診断士等による窓口相談を実施します。 |
| 事業16 | コンサルティングの実施 | 中小企業支援センター及び清水産業・情報プラザにおいて、専門家を事業者に派遣し、問題解決のための診断・助言を行います。 |
| 事業17 | 専門家の指導による商品企画・開発支援 | 産学交流センターにおいて、マーケティング等の専門家を活用し、地域資源を活かした商品づくりに対する支援を行います。 |
| 事業18 | 起業に向けたビジネスプラン策定等の支援 | 新規に事業展開を目指す事業者等を対象にコンテストを実施、受賞者に対する事業化に向けた支援を実施します。 |
| 事業19 | 創業者等の営業機会拡大等のための各種事業の実施 | 清水産業・情報プラザ及びSOHOしずおかにおいて、創業者等の経営相談や営業機会拡大等のための各種事業を実施します。 |
| 事業20 | ◆ 専門家の指導等による商品企画・開発等支援の拡充(新商品・特許) | 市内中小企業・製造業者が行う新商品開発及び特許等の産業財産権出願などに関する経費の一部を助成します。また、助成事業の範囲を拡充します。 |
| 事業21 | ◆ 大学等研究機関への相談機会の拡充 | 市内のものづくり事業者の大学等研究機関に対する相談機会の拡充を図ります。 |

注) ◆印は基本計画の策定に伴い、新たな取組みを進める事業であります。

方針3 連携を活かした新たな取組みの推進

(施策5) 多様な分野との新たな連携や取組みへの支援

中小のものづくり事業者が新たな製品開発や技術開発、新分野への進出を目指すための手段として、産学官交流、異業種・異分野交流を積極的に推進し、他の事業者、大学等研究機関、行政等との連携拡大を図ります。また、今後のものづくり産業の活動において、製品の差別化を図る上で重要なパートナーである製造に関する設計やデザイン、ソフトウェアの開発あるいは提供等に関する事業者等と既存のものづくり事業者との連携強化を図ります。農林水産業をはじめ、商業、サービス業、医療・福祉、建設業等、さまざまな産業等との連携を強化し、当該産業等の課題やニーズに即した新たな製品や技術等の開発、市場の確保を目指します。

| (方針3・施策5) 事業 | | 概要 |
|--------------|---|--|
| 事業 22 | 産学官交流事業の推進 | 中小企業の新商品開発、新事業進出などを支援するため、産学交流センターや清水産業・情報プラザにおいて情報提供や大学と企業との交流・連携事業を実施します。 |
| 事業 23 | 異業種交流事業の推進 | 地域経済の活性化、新産業及び新事業の創出を促進する各種団体への助成等を行うことにより、異業種間の交流を行い、情報、技術等の交換により相互交流事業の推進と経営意識の高揚、経営ノウハウの構築を推進します。 |
| 事業 24 | メーカーとクリエイターのマッチング・ブランド化の支援 | 海外を含む著名なクリエイターと地域企業、地元クリエイターと海外企業、あるいは地域のクリエイターと企業とのビジネスマッチングにより、高い付加価値を持った新商品の開発・ブランド化等を推進します。 |
| 事業 25 | 農商工連携の推進 | 第一次製品の生産拡大を包括したマーケティング支援事業を展開、専門家を活用し、地域資源を活用した既存商品をさらに「売れる商品」に向上させるための事業を実施します。 |
| 事業 26 | フーズ・サイエンスヒルズプロジェクトの推進 | 県のプロジェクトに参加、プロジェクトで得られた成果を普及し、地域産業界における事業化を促すとともに、産学官連携の一層の強化、次代を担う人材育成等を行います。 |
| 事業 27 | 地域結集型研究開発プログラムの推進 | 地域産学官の連携のもと、世界市場を視野に入れた新世代茶飲料・素材の開発・事業化を目指します。 |
| 事業 28 | 駿河湾地域循環型社会の推進と新事業の創出プロジェクトの推進 | 「駿河湾地域新事業推進研究会」が推進する、地域資源を活用した産学官連携による新事業創出に向けた活動に対し支援を実施します。 |
| 事業 29 | アーティストとのコラボレーション支援推進 (ニューウェーブしずおか創造事業) | 静岡の特色を生かした家具等の次代を担う新商品の開発を支援し、新規流通開拓を模索するため、意欲的企業による研究会の組織、デザイナー等とのコラボレーションによる新商品開発等に取り組みます。 |
| 事業 30 | ◆ 新産業開発振興機構の活用に関する検討 | これまでの新産業開発振興機構の活動実績を踏まえつつ、今後の市内ものづくり事業者との新たな連携を含めた活用の検討を推進します。 |

注) ◆印は基本計画の策定に伴い、新たな取組みを進める事業であります。

(施策6) 研究開発や事業化等に関する支援

市内のものづくり事業者が取り組む各種の連携に基づく共同研究開発や、その成果となる技術の確立、事業化さらに研究機関等からものづくり事業者等への技術移転等について、知的財産の側面を含め支援を行います。

ものづくり産業の将来展望模索のため、先進都市の動向などを調査研究し、基礎資料整備とものづくり事業者等への情報提供への活用を検討します。

| (方針3・施策6) 事業 | | 概要 |
|--------------|-------------------------|--|
| 事業 31 | 地域課題に係る産学共同研究への支援 | 経済環境の変化に伴い生じている高度で複合的な地域課題を解決するため、地域や産業界が大学の知識・人材・分析能力を生かして共同で取り組む調査・研究に対する委託事業を実施します。 |
| 事業 32 | 大学等研究成果の技術移転の推進 | 中小企業と大学との「共同研究」、大学から中小企業への「技術移転」等、産学官連携による新産業・新事業の創出に向けた支援を行う技術移転機関に対する助成を行います。 |
| 事業 33 | ◆ 産業構造の将来予測等に関する調査研究の検討 | 今後のものづくり産業に関する施策形成等に関して、産業の空洞化等を含めた将来予測を試み、基礎データの蓄積と活用に関して検討します。 |
| 事業 34 | ◆ 地域間競争に臨む戦略的方策等の検討 | 地域間競争の激化が想定される昨今において、他地域に先んじた本市ものづくり産業の生き残り戦略に関し、本市の強みを活かして検討します。 |
| 事業 35 | ◆ ものづくり先進都市等に関する調査研究 | ものづくり産業の将来展望を模索する上でも、先進都市の動向などを調査研究し、今後の産業別計画及び次期基本計画の策定に向けた基礎資料の整備とものづくり事業者等への情報提供に資することを検討します。 |

注) ◆印は基本計画の策定に伴い、新たな取組みを進める事業であります。

方針4 ものづくり産業を育てる環境整備

(施策7) 企業の誘致及び市内留置の促進

既に策定済みの「静岡市企業立地戦略指針」や企業立地促進法に基づく基本計画、また事業者の問題状況把握等をもとに、遊休用地・設備等の再編、また市内での事業継続並びに新規立地を促す情報提供やPR活動、優遇策の提供により、市内企業の留置と市外からの新規誘致を積極的に進めます。

| (方針4・施策7) 事業 | | 概要 |
|--------------|---------|---|
| 事業 36 | 企業立地の推進 | 助成制度の強化、遊休・未利用地の再編、留置活動の総合的な取組みにより企業立地を推進します。 |

(施策8) 情報と窓口の一元化に向けた事業者支援体制の整備

ものづくり事業者を対象として、本市のさまざまな支援制度や体制等のほか、国や県のそれについても、事業者の問い合わせに対して迅速かつ的確に情報提供や対応を図るため、情報と窓口の一元化を基本とした事業者への支援体制を整備します。

| (方針4・施策8) 事業 | | 概要 |
|--------------|-------------------------|--|
| 事業 37 | 国・県・民間の産業支援機関・団体と連携した支援 | 国・県・民間の産業支援機関との連携・協力を得て、これら各機関の様々な情報を一元化し、ホームページや紙媒体の配置により利用しやすい方法で支援情報を提供します。 |

(施策9) 災害発生後における事業の継続等に向けた支援

災害発生時の事業活動の迅速な復旧、維持に必要な事業継続計画(BCP)の策定について、中小事業者を対象として情報提供等の支援に取り組みます。

| (方針4・施策9) 事業 | | 概要 |
|--------------|-----------------------|---|
| 事業 38 | ◆ 中小企業の事業継続計画策定に関する支援 | 事業継続計画(BCP)の策定に向けて、中小企業を対象とした情報提供や講座等による各種支援を実施します。 |

注) ◆印は基本計画の策定に伴い、新たな取組みを進める事業であります。

方針5 ものづくり産業への理解促進と情報発信

(施策10) ものづくり産業と教育機関の連携強化

将来においてもものづくり産業の担い手を目指す若者を増加させるため、ものづくり産業と教育機関の連携を強化し、ものづくりやその現場、技術について体験、学習する機会を拡大します。

| (方針5・施策10) 事業 | | 概要 |
|---------------|------------------|---|
| 事業 39 | 次世代育成プロジェクト事業 | 登録された市内の様々な専門家等(スペシャリスト)の学校への講師招聘や、市立全小中学校における自立を育む職業体験学習推進事業等を実施します。 |
| 事業 40 | こどもクリエイティブタウンの整備 | 仕事体験やものづくり体験ができる施設を整備し、地域企業や商店街、学校、市民活動団体等と一体となり、子どもたちの創造力の育成を目指します。 |
| 事業 41 | 高校生のインターンシップ事業 | 学生が在学中に就業体験を行うインターンシップ制度の普及・啓発に取り組みます。 |

(施策11) 「ものづくり創造都市」に関する情報発信と理解促進

本市のブランドイメージ形成や向上につながる製品について「地域ブランド産品」として指定しPRを進めます。

市内のものづくり事業者等と協力し、ものづくり産業について体験等が可

能な一般市民向けのイベントや見学会の開催等を検討します。また、ものづくりに係る活動を体験型観光、産業観光における観光資源として捉え、観光誘客と市外への情報発信手段として活用します。

その他、ものづくり産業に関するさまざまな取組みや情報について、本市内外に向けて発信し、「ものづくり創造都市 静岡」というイメージの確立と理解促進を目指します。

| (方針5・施策11) 事業 | | 概要 |
|---------------|---------------------------------|---|
| 事業 42 | 体験型観光プログラムの開発と誘客の推進 | 地域産業を生かし、茶摘み、森林産業、漁業、伝統工芸品づくりなど、体験観光プログラムを開発するとともに、旅行代理店を通じて海外や首都圏等にセールスし、教育旅行や観光客の増加を図ります。 |
| 事業 43 | 産業観光等のニューツーリズムの推進 | お茶や伝統工芸などの豊富な産業資源を活用し、産業・体験型観光を活発化し、他地域との差別化を行い、観光交流客の増加を図ります。 |
| 事業 44 | 経済セミナー等の開催 | クリエイター支援センター等の本市の産業支援施設において、国内外の一流の産業人等によるセミナー、ワークショップ等を開催します。 |
| 事業 45 | 首都圏におけるプロモーションの強化 (特産品東京展示会) | 首都圏において、本市の特産品展示販売及び実演等を実施し、本市の地場産業のPRを行います。 |
| 事業 46 | ◆ 首都圏におけるプロモーションの強化 (ホビーのまち) | 「ホビーのまち静岡」を首都圏等に向け発信することにより、静岡市のブランド力を高め、更なる購買層の拡大と業界振興につなげます。 |
| 事業 47 | ◆ 静岡市ブランド認証制度の拡充 | 本市ならではの魅力ある商品や製品を静岡市ブランドとして認証し、広くPRすることで、本市の認知度を高めシティプロモーションの推進を図ります。また、これを機に新たな商品や製品の開発を促進するなどの拡充に取組みます。 |
| 事業 48 | ◆ 市民向けものづくり体験・学習イベントの開催 | 市内ものづくり事業者等の協力のもとで、広く市民に向けて市内のものづくり産業に関する学習機会として、体験型等のイベントを開催します。 |
| 事業 49 | ◆ ものづくり現場企業見学会の開催 | 市内ものづくり事業者等の協力のもとで、市民が市内におけるものづくり現場を見学する機会を通じて、ものづくり産業への理解促進に取組みます。 |

注) ◆印は基本計画の策定に伴い、新たな取組みを進める事業であります。

5 基本計画と条例に定められた事項との関係

基本計画の策定に当たっては、条例第8条第2項に規定された事項を定める必要があります。本章において記述した目標、方針、施策と、条例に規定された各事項との対応について、次の表のとおり示します。

(数字は掲載ページ)

| | | |
|--|--------------------------|-------|
| 第1号 ものづくり産業の振興に関する目標、方針及び方策に関すること。 | | |
| 基本計画の目標 | | 27 |
| 方針 | | 27～29 |
| 施策 | ※施策全般の説明 | 30～37 |
| 第2号 ものづくり産業の基盤となる技術の開発に関すること。 | | |
| 方針1 施策② | 技術者、経営者等の能力向上への支援 | 31 |
| 方針2 施策③ | 情報戦略、製品開発、販路開拓等への支援 | 32 |
| 方針3 施策⑥ | 研究開発や事業化等に関する支援 | 34 |
| 第3号 ものづくり産業の担い手の確保、育成及び資質の向上に関すること。 | | |
| 方針1 施策① | 地域における人材確保への支援 | 31 |
| 方針1 施策② | 技術者、経営者等の能力向上への支援 | 31 |
| 方針2 施策③ | 情報戦略、製品開発、販路開拓等への支援 | 32 |
| 方針5 施策⑩ | ものづくり産業と教育機関の連携強化 | 36 |
| 第4号 ものづくり産業に係る製品の販路の拡大その他の需要の拡大に関すること。 | | |
| 方針2 施策③ | 情報戦略、製品開発、販路開拓等への支援 | 32 |
| 方針2 施策④ | 経営資源確保のための環境整備 | 32 |
| 第5号 ものづくり産業に係る製品のブランド化、新たな利用方法その他の製品開発に関すること。 | | |
| 方針2 施策③ | 情報戦略、製品開発、販路開拓等への支援 | 32 |
| 方針3 施策⑤ | 多様な分野との新たな連携や取組みへの支援 | 33 |
| 方針5 施策⑪ | 「ものづくり創造都市」に関する情報発信と理解促進 | 36 |
| 第6号 ものづくり産業に係る事業環境の充実に関すること。 | | |
| 方針4 施策⑦ | 企業の誘致及び市内留置の促進 | 35 |
| 方針4 施策⑧ | 情報と窓口の一元化に向けた事業者支援体制の整備 | 35 |
| 方針4 施策⑨ | 災害発生後における事業の継続等に向けた支援の検討 | 36 |
| 第7号 前各号に掲げるもののほか、ものづくり産業の振興に関する施策の推進に関すること。 | | |
| 方針2 施策④ | 経営資源確保のための環境整備 | 32 |
| 方針3 施策⑥ | 研究開発や事業化等に関する支援 | 34 |
| 方針5 施策⑩ | ものづくり産業と教育機関の連携強化 | 36 |
| 方針5 施策⑪ | 「ものづくり創造都市」に関する情報発信と理解促進 | 36 |

第4章 基本計画の推進

1 基本計画の期間

本市の総合計画、産業振興プランの終期が平成 26 年度であるため、同計画においても、これらと併せて平成 24 年度から平成 26 年度までの3年間の計画とします。一方、現実の社会・経済状況は予測を超えて急激に変化することが当然考えられ、計画の内容が現実に適さなくなる懸念は常にあります。

従って、必要であれば計画の見直しを行うことが重要と考えます。

2 各種事業の実施スケジュール

基本計画の事業は、産業振興プランに掲げる各種の関連事業を含め、計画期間の3年間において、次頁以降の表に掲げる成果目標やスケジュールのもとで進めていきます。

各種事業の成果目標と実施スケジュール

| 目標、方針、施策、事業 | | 各事業の成果目標 | 年度 | | | 担当課 |
|------------------------------|---|--|----|----|----|-------|
| | | | 24 | 25 | 26 | |
| (目標) 多様な地協資源が連携するものづくり創造都市静岡 | | | | | | |
| (方針1) 次代を担う有能な人材の確保と技術等の向上 | | | | | | |
| (施策1) 地域における人材確保への支援 | | | | | | |
| | (事業1) 企業と大学等との就職に関する情報交換の促進 | 参加者 大学等 180校/3年 企業等 240社/3年 | | | | 商業労政課 |
| | (事業2) (仮)経営者と大学生との縁結び事業の推進 | 参加者 360人/3年 | | | | 商業労政課 |
| ● | (事業3) 定年延長を見越した中高年技術研修の検討 | 参加者 30人/3年 | | | | 地域産業課 |
| ● | (事業4) 理工系大学の誘致及び市内の既存大学における工学部新設の検討 | 3年間検討し、関係機関等との協議を含めた報告書を作成 | | | | 企画産業課 |
| (施策2) 技術者、経営者等の能力向上への支援 | | | | | | |
| | (事業5) 人材育成に係る各種講座・セミナー等の開催 | 開催回数 60回/3年 受講者数 4,500人/3年 | | | | 産業政策課 |
| | (事業6) 若手後継者の技術習得支援(伝統工芸技術保存講習会の開催) | 受講生30人以上/年(漆器、蒔絵、木工、竹工芸、(仮)の5部門(乙に関する講座) | | | | 地域産業課 |
| ● | (事業7) 伝統工芸技術秀士の指定及び顕彰の推進・PR活動の促進 | 平成26年度までに2名指定(現在48人) 展示会等 15回/3年 | | | | 地場産業課 |
| ● | (事業8) クラフトマンサポート事業の拡充 | 短期支援6人、長期支援9人、 独立支援3人(各人数は延べ) ※長期支援は期間拡充 | | | | 地域産業課 |
| ● | (事業9) 技能検定の受験及び技能五輪への参加等に向けた支援の検討 | 補助金等交付要綱などの支援 制度の整備 | | | | 企画産業課 |
| (方針2) 事業者のニーズに基づく経営資源確保への支援 | | | | | | |
| (施策3) 情報戦略、製品開発、販路開拓等への支援 | | | | | | |
| | (事業10) 若手グループの商品開発支援(ものづくり相談・支援) | 技術講習会1回/年 講演会等5回/年(新商品開発事業の推進等) | | | | 地域産業課 |
| | (事業11) 地場産品及び伝統工芸品等の販路開拓推進 | 各種展示販売イベント50回/年(駿府楽市や駿府匠宿のギャラリー等) | | | | 地場産業課 |
| ● | (事業12) 全国規模等の見本市への出展助成強化 | 助成件数140件/3年 (1社当たり、国内外各1回の計2回/年に強化) | | | | 地域産業課 |
| ● | (事業13) 中小企業の新規市場開拓・新分野進出への支援(情報発信・ビジネスマッチングの機会提供) | 支援事業への参加企業数 30社 新規顧客開拓件数 6件 新分野進出・業務転換企業数 3社 | | | | 産業政策課 |

● 印は基本計画の策定に伴い新たな取組みを進める事業であります。

| 目標、方針、施策、事業 | | 各事業の成果目標 | 年度 | | | 担当課 |
|------------------------------|--|---|----|----|----|----------------|
| | | | 24 | 25 | 26 | |
| (目標) 多様な地域資源が連携するものづくり創造都市静岡 | | | | | | |
| (方針2) 事業者のニーズに基づく経営資源確保への支援 | | | | | | |
| (施策4) 経営資源確保のための環境整備 | | | | | | |
| | (事業14) マーケティング支援講座の実施 | 開催回数 36回/3年 受講者数 2,100人/3年 (※再掲 事業5の内数) | | | | 産業政策課 |
| | (事業15) 専門家による窓口相談 | 相談件数 900件/3年 | | | | 産業政策課 |
| | (事業16) コンサルティングの実施 | 派遣回数 60件/3年 | | | | 産業政策課 |
| | (事業17) 専門家の指導による商品企画・開発 支援 | 商品企画・開発支援プロジェクトプロジェクト数 3件/3年 | | | | 産業政策課 |
| | (事業18) 起業に向けたビジネスプラン策定等の支援 | コンテスト応募件数 60件/年 | | | | 産業政策課 |
| | (事業19) 創業者等の営業機会拡大等のための各種事業の実施 | 相談件数 1,200件/3年 営業機会拡大等に関する各種支援の実施 | | | | 産業政策課 |
| ● | (事業20) 専門家の指導等による商品企画・開発等支援の拡充(新商品・特許) | 新商品 12件/3年 産業財産権 66件/3年 (対象事業を拡充) | | | | 地域産業課 |
| + | (事業21) 大学等研究機関への相談機会の拡充 | 相談機会 6回/3年 | | | | 地域産業課 産業政策課 |
| (方針3) 連携を活かした新たな取組みの推進 | | | | | | |
| (施策5) 多様な分野との新たな連携や取組みへの支援 | | | | | | |
| | (事業22) 産学官交流事業の推進 | 交流会開催数 21回/3年 交流・連携に関する情報提供の実施 | | | | 産業政策課 |
| | (事業23) 異業種交流事業の推進 | 異業種交流を推進する団体への創成 | | | | 産業政策課 |
| | (事業24) メーカーとクリエイターのマッチング・ブランド化の支援 | マッチングによる新商品開発数 3件/3年 | | | | 産業政策課 |
| | (事業25) 農商工連携の推進 | 農商工連携による商品開発への支援 | | | | 産業政策課 商業労政課 |
| | (事業26) フーズ・サイエンスヒルズプロジェクトの推進 | プロジェクトの推進 | | | | 産業政策課 |
| | (事業27) 地域結集型研究開発プログラムの推進 | プログラムの推進 | | | | 産業政策課 |
| | (事業28) 駿河湾地械循環型社会の推進と新事業の創出プロジェクトの推進 | 事業化件数 3件/3年 | | | | 産業政策課 |

註：赤字は基本計画の策定に伴い新たな取組みを進める事業であります。

| 目標、方針、施策、事業 | | 各事業の成果目標 | 年度 | | | 担当課 |
|---------------------------------|---|--|----|----|----|----------------|
| | | | 24 | 25 | 26 | |
| (目標) 多様な地域資源が連携するものづくり創造都市 静岡 | | | | | | |
| (方針3) 連携を活かした新たな取組みの推進 | | | | | | |
| (施策5) 多様な分野との新たな連携や取組みへの支援 | | | | | | |
| | (事業29) アーティストとのコラボレーション支援 推進 (三斗ーウェブしずおか創造事業) | 開発点数 平成24 25 年度 【平成2627年度 20点】 | | | | 自産産業課 |
| ● | (事業30) 新産業開発振興機構の活用に関する検討 | 新産業開発振興機構の活用 の推進 | | | | 地域産業課 産業政策課 |
| (施策6) 研究開発や事業化等に関する支援 | | | | | | |
| | (事業31) 地域課題に係る産学共同研究への支援 | 産学共同研究数 15件/3年 | | | | 産業政策課 |
| | (事業32) 大学等研究成果の技術移転の推進 | 技術移転機関への助成 | | | | 産業政策課 |
| ● | (事業33) 産業構造の将来予測等に関する調査 研究の検討 | 3年間検討し、調査研究結果 を報告書として作成 | | | | 地域産業課 |
| ● | (事業34) 地域間競争に臨む戦略的方策等の検討 | 3年間検討し、調査研究結果 を報告書として作成 | | | | 地域産業課 |
| ● | (事業35) ものづくり先進都市等に関する調査研究 | 3都市/3年 【調査研究報告書の作成】 | | | | 地場産業課 |
| (方針4) ものづくり産業を育てる環境整備 | | | | | | |
| (施策7) 企業の誘致及び市内留置の促進 | | | | | | |
| | (事業36) 企業立地の推進 | 新規企業立地件数 14件/年 (企業立地戦略指針) 平成20 24年度 70件/5年 | | | | 産業政策課 |
| (施策8) 情報と窓口の一元化人 に向けた事業者支援体制の整備 | | | | | | |
| | (事業37) 園、県、民間の産業支援機関や団体と連携した支援 | 市産業支援施設ホームページ 等における情報提供の推進 | | | | 産業政策課 |
| (施策9) 災害発生後における事業の継続等(と)に向けた支援 | | | | | | |
| ● | (事業38) 中小企業の事業継続計画策定に関する支援 | 情報提供、講座等の実施 | | | | 地場産業課 産業政策課 |

註 赤字印は基本計画の策定に伴い新たな取組みを進める事業であります。

| 目標、方針、施策、事業 | | 各事業の成果目標 | 年度 | | | 担当課 |
|-------------------------------|---|--|----|----|----|----------------|
| | | | 24 | 25 | 26 | |
| (目標) 多様な地域資源が連携するものづくり創造都市静岡 | | | | | | |
| (方針5) ものづくり産業への理解促進と情報発信 | | | | | | |
| (施策10) ものづくり産業と教育機関の連携強化 | | | | | | |
| | (事業39) 次世代育成プロジェクト事業 | -スペシャリスト派遣事業60件以上 -民間講師活用人数 2100人以上 -連続3日間以上の職場体験学習の 全校実施 -職場体験学習受入事業所リスト 掲載事業所数15(事業所) | | | | 学校教育課 |
| | (事業40) こどもクリエイティブタウンの整備 | 平成25年1月開館(指 定管理者による運営) | — | — | | 産業政策課 |
| | (事業41) 高校生のインターンシップ事業 | 参加者 90人/3年 | — | — | | 商業労政課 |
| (施策11) ものづくり創造都市に関する情報発信と理解促進 | | | | | | |
| | (事業42) 体験型観光プログラムの開発と誘客の推進 | 首都圏や海外からの教育旅行の誘致推進 | | | | 観光・シティプロモーション課 |
| | (事業43) 産業観光等のニューツーリズムの推進 | 関係団体等との連携強化による体験プログラムの開発及び充実 | — | — | | 観光・シティプロモーション課 |
| | (事業44) 経済セミナー等の開催 | セミナー等開催数 9回/3年 | — | — | | 産業政策課 |
| | (事業45) 首都圏におけるプロモーションの強化 (特産品東京展示会) | 6回/3年 也場産品のPR及び静岡市ブランドの輩出認知度の強化 | — | — | | 世帯産業課 |
| | ● (事業46) 首都圏におけるプロモーションの強化 (ホビーマチ) | PR事業の強化 3回/3年 | — | — | | 地域産業課 |
| | ● (事業47) 静岡市ブランド認証制度の拡充 | 平成24-25年度 20品認証 展示即売会 15回/3年に拡充 | — | — | | 世帯産業課 |
| | ● (事業48) 市民向けものづくり体験・学習イベントの開催 | 参加者300人/3年 | — | — | | 地場産業課 |
| | ● (事業49) ものづくり現場企業見学会の開催 | 参加者300人/3年 | — | — | | 地域産業課 |

註) 赤字は基本計画の策定に伴い新たな取組みを進める事業であります。

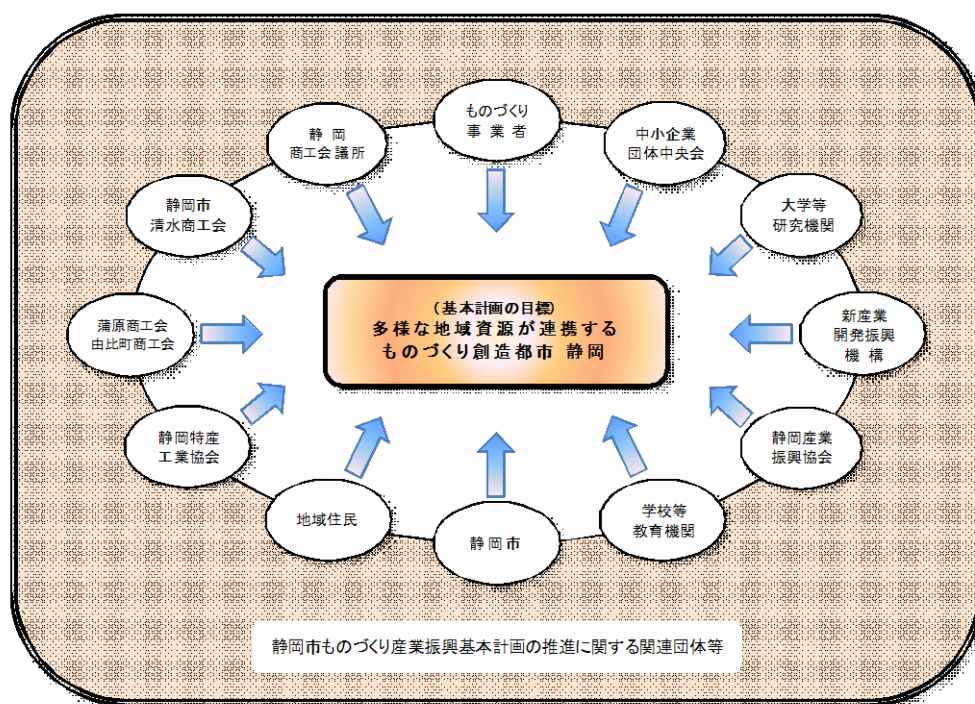
3 基本計画の推進と関連団体

(1) 基本計画の推進

基本計画は市が中心となって取組む一方で、ものづくり産業の現場では、すでに静岡商工会議所や中小企業事業者などが積極的に進めているところも多く、これら産業関係団体との連携等が基本計画を推進させる上で重要となります。このことから、市と産業関連団体との情報交換を図り、基本計画への理解と協力を得ていくことが不可欠となります。また、基本計画の推進にあたっては、市内外の大学や研究機関などとも関係を強め、事業者の多岐にわたる経営課題や技術開発等の解決に向けた連携も重要になります。

さらに、本市のものづくり産業の振興を図る上でも、国及び県の関係部署との連携を強化する中で支援体制を整えていくことも必要になります。

(2) 基本計画に関連する団体等に期待される関わり



基本計画の推進にあたっては、市内のものづくり産業に関わるすべての主体が関与することが求められ、特に条例に定めるところの「ものづくり事業者」、「産業関係団体」、「市民」、「市」のそれぞれが役割を主体的に担うことが重要になります。

さらに、ものづくり事業者や産業関係団体における今後の取組みに期待が

寄せられており、本市産業支援施設や静岡商工会議所のほか、静岡市清水商工会、蒲原商工会、由比町商工会、新産業開発振興機構、静岡特産工業協会などでの事業展開が基本計画の推進に大きく影響するものと考えられます。

(3) 市における担当部署のあり方

基本計画に掲げる施策や事業については、幅広い分野を対象とすることから、複数の担当課が連携を図りながら基本計画を推進することになります。一つの捉え方として、そのような担当課の関連部門を集約し、効率性の高い推進体制に移行することで、基本計画をさらに推し進めていくことも考えられます。このことについては、市役所全体の組織改編との整合を図りつつ、(仮称)ものづくり産業課という窓口等の一元化に向けた組織改編の検討についても、今後の課題として取組む余地があるものと考えられます。

4 基本計画の評価と見直し

(1) 基本計画の評価

計画は、本市の上位計画との整合性を図るため、3年間の計画として位置づけています。従って、より実現可能性の高い計画にするために、あるいは計画を継承する次期計画の立案に際して、現計画の進捗状況、効果に対する何らかの評価が必要になります。よって、本計画において、進捗状況・効果に関しての評価を行い、必要であれば計画を修正し、見直していくこととします。

本計画の推進状況や具体的な施策の進捗状況を把握するための手段として、あらかじめ指標となる成果目標を設定する案が考えられます。

この点について、成果目標が経済状況や産業の動向に左右される場合が多く、本計画の推進に係る成果の判断には困難が伴いますが、可能な限り適切な成果目標を設定し、各種事業を推進します。

(2) 基本計画の見直し

3年後には、計画全体の評価を行い、成果の検証や見直しの過程を分析します。本市の上位計画の見直しにより、本計画の変更を余儀なくしなければならない場合も想定されます。また、平成27年以降における新たな基本計画を策定する場合は、本計画の策定と同様に審議会において基本計画を検討します。その際には、新産業・研究開発や省エネ・省資源化に向けた技術支援などのほか、次のようなその他参照事項を念頭に入れつつ、検討を進めます。

※基本計画の見直しに関するその他参照事項

- ①インフラ整備関連
- ②代替エネルギー等に関する地域エネルギー産業開発関連
- ③ものづくりの基盤に関するイノベーション創出支援関連
- ④駿河湾等の海水利用関連
- ⑤産業施策等の推進に伴う雇用創出支援

(3) 産業別計画

産業別計画については、基本計画との内容や計画期間などとの整合を図るほか、その見直し等についても基本計画に準じた取り扱いとします。また、産業別計画の策定にあたっては、条例及び同条例の施行規則に基づく中、次の図のとおり、一定の期間をかけて審議等が行われます。

