

東海市産業振興ビジョン

平成23年3月
東海市



は じ め に

わが国の経済はリーマンショック後の経済危機を克服し、外需や政策的な需要創出・雇用下支え効果により持ち直してきました。本市の基幹産業であります鉄鋼産業では、アジア向けの輸出と製造業を中心とした内需の回復により、平成22年度の粗鋼生産量が2年ぶりの1億トン台に回復し、平成23年度も同水準を維持する見通しであるといわれています。

しかしながら、急速な円高の進行や海外経済の減速懸念により、平成22年後半以降、先行き不透明感が強まり、また、失業率も依然として高水準にあるなど景気は足踏み状態にあります。

このように厳しい経済情勢にあっても、個性と創造力あふれる地域主権を確立し、市民の皆さんとともに誇りに思えるまちづくりを進め、そしてまた、次世代へと夢を引き継ぐため、平成22年3月に本市のまちづくりの方向性を示す羅針盤として5つの東海市都市宣言を行ったところです。

その中の1つに「にぎわいあふれ個性輝くまち東海市」があります。この宣言の趣旨は、市民生活を向上させるとともに、個性豊かで活気のあるまちにするためには、工業・商業・農業の活性化やバランスのよい発展、将来計画が必要であるというものです。この度、策定いたしました「東海市産業振興ビジョン」は、この宣言の内容を具現化し、より具体的な施策のあり方を示すものです。

市民の皆様が地域経済の活性化と雇用の拡大を実感することはもとより、東海市が「住み続けたいまち、住んでみたいまち」として、これからも発展していくため、本ビジョンの着実な推進をとおして、将来を見据えたまちづくりにしっかりと取り組んでまいります。



平成23年3月

東海市長 鈴木 淳雄

目 次

序章 ビジョン策定の趣旨等	1
1 ビジョン策定の目的.....	1
2 ビジョンの性格	1
(1) ビジョンの位置付け	1
(2) ビジョンにおける視点.....	2
3 ビジョン策定の経緯.....	3
(1) 「東海市企業実態調査・分析事業」の実施（平成 21 年度）.....	3
(2) 「東海市産業振興ビジョン策定委員会」における検討(平成 22 年度).....	4
第1章 市産業の現状と課題	5
1 市の概況.....	5
(1) 東海市の沿革	5
(2) 地理	8
(3) 産業基盤の整備状況.....	8
2 産業構造及び現状	15
(1) 市産業の歴史(産業の変遷)	15
(2) 産業の業種分野・規模別の特徴.....	16
3 産業経済の課題.....	25
(1) 事業(経営)課題.....	25
(2) 地域課題.....	28
第2章 市産業をとりまく環境の変化	33
1 パラダイムシフトと将来産業	33
(1) 社会経済情勢の変化.....	33
(2) 期待される産業の姿.....	35
(3) 産業構造の転換(岩手県釜石市の歴史)	37
2 新たな産業基盤の整備	39
(1) 今後の道路整備.....	39
(2) 新たな産業用地の確保(新田地区整備基本構想).....	40

第3章 市の産業振興方策	42
1 産業の将来展望	42
(1) 強みを活かした事業の高度化と経営革新	42
(2) 新しい産業(知識集約型・社会課題対応型・先端技術型)の育成・誘致、起業家の支援	48
(3) 成長力ある商業・サービス産業への転換と集積	53
(4) 農業の現状を踏まえた取り組み	57
(5) 雇用問題への対応	59
2 目指すべき目標と年次	61
(1) 目標	62
(2) 目標年次	63
3 産業振興施策の方向性	63
(1) 既存産業の経営改善、高度化、新たな事業展開の取組と創業支援	63
(2) 企業・官公庁・大学等との連携・協働の促進(農商工連携、産学官連携、異業種交流等)	63
(3) 東海市の力再発見、ブランド化の推進と情報発信	64
(4) 市の各種計画等との整合によるモデル的な取組	65
(5) 多様な雇用促進と産業人材の育成	66
(6) 新産業分野の立地促進支援	66
(7) 産業基盤の整備	67
(8) 農業の重点的支援策	68
第4章 産業振興の推進体制等	69
1 「(仮称)東海市産業振興ビジョン実行計画」の作成	69
2 施策の推進体制	69
3 施策推進の行程	70
巻末 参考資料	72
1 東海市企業実態調査・分析事業 アンケート調査票	72
2 東海市産業振興ビジョン策定委員会	76
(1) 設置要綱	76
(2) 委員名簿	78

序章 ビジョン策定の趣旨等

1 ビジョン策定の目的

- これまで、本市産業は、自動車、家電等と並んで日本の基幹産業のひとつでもある鉄鋼関連産業を牽引力として堅調に発展・推移してきた。しかしながら、2008年の金融危機に端を発する世界的な同時不況による影響は、例外なく本市鉄鋼関連産業にも及び、このところ、若干の景気回復の兆しは見られたものの、先行きは依然不透明なままである。

あわせて社会動向に目を転じてみると、国内人口の減少はその加速度を増し、地球規模で解決が求められるエネルギー・環境問題への対応が不可避であることなど、これまでの経済的発展を支えた大量生産・大量消費という経済フレームを見直す転換点にさしかかっていると言える。

- こうした社会の動向に左右されることなく、本市の経済活力を維持、向上させるためには、新たな産業分野を含めた裾野の広い産業構造を形成することが極めて重要であり、陸・海・空の交通結節点という最高のロケーション機能を活かして、積極的な企業誘致を推進するとともに、既存産業の集積・強みを発揮した新産業・新サービスの創出に取り組むことが必要である。
- そこで、今後の社会経済情勢を見据えながら、本市の産業ポテンシャルを最大限に発揮できる産業振興の方向性を示すとともに、実効性ある戦略的な施策展開の方策を明らかにするため、東海市産業振興ビジョン(以下、「ビジョン」という。))を策定するものである。

さらに、本ビジョンの策定を契機として、本市の経済発展のみならず、本市産業に関わる全ての市民等が日々働きがいを実感し、真に豊かな市民生活が享受できるよう企図するものである。

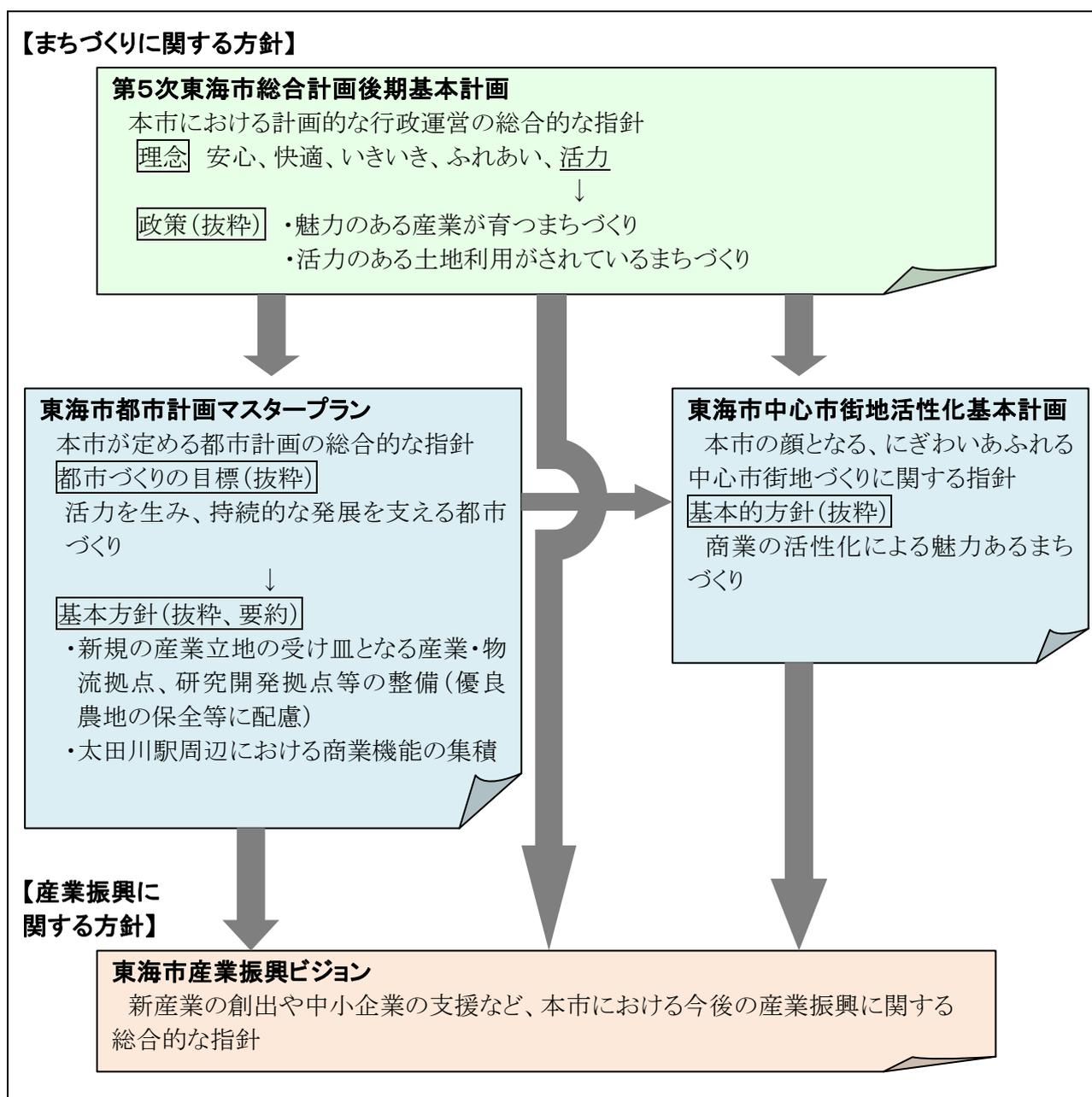
2 ビジョンの性格

(1) ビジョンの位置付け

下表(次頁)のとおり、本市の諸計画等との整合を踏まえ、本市における産業振興の方向性や施策展開の方策を示した産業振興に関する指針である。

なお、本ビジョンの策定にあたっては、国の「新成長戦略」、並びに愛知県の「愛知県産

業労働計画」に留意した。



(2) ビジョンにおける視点

① 中小企業の支援に配慮する

中小企業に光をあて、中小企業の新たな挑戦(経営改善、経営革新)を後押しする。

② 新たな産業の芽を育てる

企業誘致の推進と、市内事業者の事業展開・技術開発等をサポートすることで、本市のリーディング産業である鉄鋼に次ぐ多様な産業の小さなセカンドランナーを育成する。

③ 市内産業の現状と課題に対応

平成21年度に実施した「東海市企業実態調査・分析事業(後述)」で明らかとなった市内企業における事業課題の解決に寄与する。

④ 東海市らしい産業支援のあり方を追求

国・県の産業振興の方向性を参考としながら、東海市産業の実態に合った産業支援の方策を明らかにする。

⑤ 川上と川下に重点的な支援

事業者の新しい挑戦に対し、計画策定時等の初期ステージ(川上)と、販路開拓等の最終ステージ(川下)の取り組みを重点的に支援する。

新たな取り組みが相当程度に動き出し、本格的に進めるべき段階(川中)に至れば、国・県の各種支援制度に橋渡しするなど、効果的かつ有機的な施策体系の構築に努める。

3 ビジョン策定の経緯

(1) 「東海市企業実態調査・分析事業」の実施 (平成21年度)

ビジョン策定の基礎資料とするため、東海市企業実態調査・分析事業(以下、「企業実態調査」という。)を実施して、以下のとおり市内企業の実態について調査・分析を行った。

① 調査期間

平成21年12月から平成22年2月まで

② 調査方法

★アンケート調査

市内の商工業者(3,230事業所)を対象に郵送によるアンケート調査を行った。

調査内容：経営状況、企業の強み、経営上の課題、不足する経営資源 等

※ アンケート調査における調査票は巻末資料を参照

有効回答：1,163事業所(回答率 36.0%)

★ヒアリング調査

より深く市内事業者の実態を把握するため、事業者を直接訪問してのヒアリング調査を行った。

調査内容：上記のアンケート調査内容に同じ

調査件数：138事業所

(2) 「東海市産業振興ビジョン策定委員会」における検討(平成22年度)

ビジョンの策定にあたり、市内事業者を始め、多様な関係者からの意見を反映させるため、東海市産業振興ビジョン策定委員会を組織して、協議・検討を行った。

※ 東海市産業振興ビジョン策定委員会 設置要綱、委員名簿は巻末資料を参照

【東海市産業振興ビジョン策定委員会の開催状況等】

第1回

- ・開催日 平成22年6月30日
- ・議 事 市内産業の現状と課題
東海市産業振興ビジョン策定にあたっての基本的な考え方

第2回

- ・開催日 平成22年8月30日
- ・議 事 産業の目指すべき方向性と支援のあり方
ビジョンの全体構成案

第3回

- ・開催日 平成22年12月22日
- ・議 事 ビジョンの目標設定について
素案について

(平成23年1月13日～同2月14日 素案に対する市民等からの意見募集)

第4回

- ・開催日 平成23年3月18日
- ・議 事 素案について

第1章 市産業の現状と課題

1 市の概況

(1) 東海市の沿革

① 市のあらまし

- 東海市は、日本列島のほぼ中央部にある知多半島の西北端に位置し、北は天白川を境に名古屋市と隣接している。

市の東部は自然に恵まれた丘陵地、中央平坦部は農地及び住宅地、また伊勢湾に面した西部は、愛知県の主要な工業地域である名古屋南部臨海工業地帯の一角を形成しており、生活と産業が明確に区分されている。

- 本市には、新東名高速道路と新名神高速道路を結ぶ伊勢湾岸自動車道のインターチェンジがあり、さらに近隣には、名古屋港、中部国際空港もあることから本市は、陸海空の交通の要衝として極めてポテンシャルが高い。

また、中部国際空港に乗り入れている名古屋鉄道(名鉄)常滑線と、知多半島を縦断する名鉄河和線の分岐駅である太田川駅からは、名古屋駅や中部国際空港駅まで約20分という距離にあり、市民の足としての利便性も非常に高い地域である。



② 市の沿革

- 江戸時代、尾張藩2代藩主徳川光友が、馬馳走(まはせ)(現在の横須賀町及び高横須賀町の一部)に御殿を建ててこの地を訪れ、景勝を賞したことから、横須賀は町方と称され、農漁村から商業の町へと変貌を遂げた。

江戸中期には、平島村(現在の荒尾町)に米沢藩9代藩主上杉鷹山の師となる儒学者の細井平洲を輩出した。

- 山車を町内に曳き回し、からくり人形の華麗な妙技を披露する「大田まつり」、「横須賀まつり」は、江戸後期から約230年にわたりこの地に受け継がれている。これらの山車は本市の有形民俗文化財に指定されている。



横須賀まつり 山車



細井平洲肖像画

- 明治期にはトマト王と呼ばれている「カゴメ株式会社」の創業者、蟹江一太郎氏が日本で最初のトマトソースの製造を始め、近隣農家へトマト生産が拡大するなど、西洋野菜の栽培が盛んに行われるようになった。

昭和36年に完成した愛知用水により、当地域の農業は高度化、近代化する。そして現在では、フキは出荷量全国一を誇るようになり、洋ランやタマネギと共に本市の特産品となっている。

- この愛知用水は、工業用水としても利用されることとなり、昭和30年代に鉄鋼関係の大企業が進出し、中部圏最大の鉄鋼基地へと発展し、昭和30年から40年代にかけて全国各地から急激な人口流入を生むこととなった。



フキ



洋ラン



臨海部工業地帯

この企業立地は上野・横須賀両町にまたがる臨海部で展開されたため、両町は工業都市への発展や人口増加など将来の飛躍的発展に備え、昭和44年に合併し、東海市は誕生した。

③ 人口の変遷

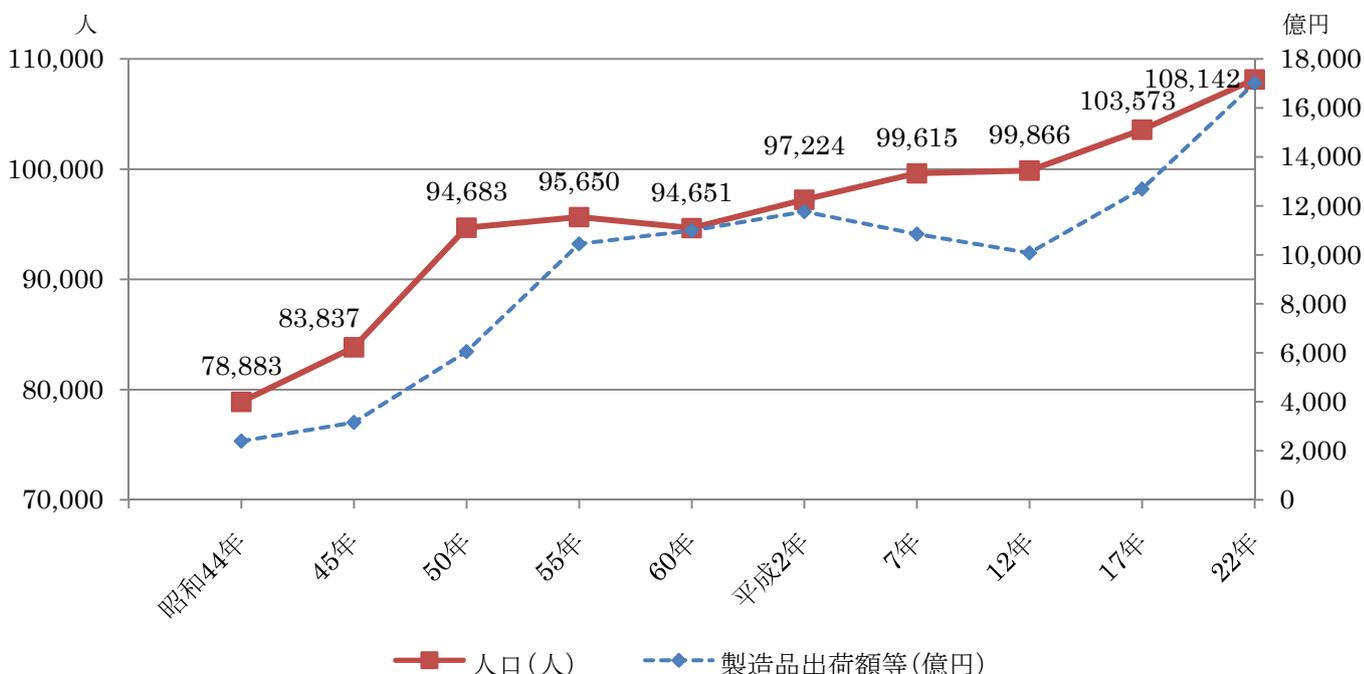
- 本市の人口は、市制施行された昭和44年当時78,883人であったのが、昭和55年には95,650人と急速に増加し、わずか10年間で1.2倍もの伸びを示した。

これは先述の、現新日本製鐵(株)(昭和36年創業)を始めとする臨海工業地帯の形成と、これに伴う従業員の流入によるもので、さらに名古屋市近郊住宅地域として、名古屋市通勤者の流入も寄与している。

しかしながら、昭和50年頃より伸び率が鈍化し始め、昭和55年を境に一時期減少となった。これは、昭和48年の第1次オイルショックを契機として、大手企業を中心に従業員の雇用調整等が行われたことによるものと推測される。

その後、緩やかではあるが再び増加に転じ、平成12年以降は若干伸び率を上げながら増加基調にあり、ここ数年は毎年約1,000人程度増加している。

図1-1 人口の推移(製造品出荷額等との対比)



資料:住民基本台帳、工業統計調査

※ 22年の製造品出荷額等は21年の数値としている

- 図1-1は本市人口と製造品出荷額等との関連性を示したものであるが、傾きに大小の違いはあるものの、これまでの本市人口の増減率には製造業の景況と深い関連性があることがうかがえる。

市制施行後の爆発的な人口増加の要因となった鉄鋼関連産業の業況は、その後も本市人口の推移に大きな影響をもたらしている。

一方、本市人口の将来予測については、本市の都市計画マスタープランでは平成32年の人口を113千人と推計しているが、そのためには着実に地域経済の活性化を図ることが必要である。

(2) 地理

① 地理

- 本市は知多半島の西北端に位置し西は伊勢湾に面し、北は名古屋市、東は大府市、東浦町、南は知多市に隣接しており、市域は東西8.06km、南北10.97km、面積43.36km²である。

地形は、市の南北を通過する西知多産業道路によって内陸部と臨海部に区分され、内陸部の東部は緩傾斜の丘陵となっており住宅地として最適である。



地質は丘陵部が洪積層からなり、低地部は沖積層により形成されている。

- 臨海部は、昭和35年に名古屋南部臨海工業地域が造成され、新日本製鐵、愛知製鋼、大同特殊鋼、東レ、三洋化成等の工場や、トヨタ自動車等の港湾施設が立地している。

また、本市は中部圏の中心都市 名古屋市の15km圏内に位置し、名鉄常滑線にて太田川駅より名古屋駅まで約20分の近距離にある。

② 気候

太平洋側の気候にあつて比較的温暖な地である。

夏は高温多湿で蒸し暑い、冬は乾燥した晴天の日が多く降雪はほとんどみられない。

図1-2 気温・降水量等

年	降水量(mm)			気温(°C)					風向・風速(m/s)			日照時間(h)
	合計	日最大	1時間最大	平均			最高	最低	最大			
				日平均	日最高	日最低			平均風速	風速	風向	
平成17年	877	107	29	16.1	20.7	11.9	35.6	-3.6	1.3	8	北西	1925.1
平成18年	1582	82	40	16.2	20.9	12.2	37.6	-3.7	1.5	9	北西	1728.1
平成19年	1330	108	28	16.7	21.6	12.4	38.5	-1.2	1.4	11	北西	1936.5
平成20年	1759	102	56.5	16.5	21.6	12.2	38.4	-2.3	1.4	9	北西	2033.8
平成21年	1676	116	83.5	16.7	21.7	12.4	35.8	-3.4	1.5	8.3	北西	2049.3

資料: 気象庁 気象統計情報

(3) 産業基盤の整備状況

① 土地利用

- 従来の住宅地は、ほぼ名鉄常滑線の沿線と、河和線の駅周辺にまとまっていたが、

かつての企業進出に伴う従業員住宅用地のため、東部丘陵地の多くが開発され、住宅地が内陸部まで広がった。

商業地は名鉄の駅周辺に形成されており、横須賀、大田、名和、加木屋がこれに当たるが、近年は内陸の富木島の道路沿に一つの商業核が形成されている。

また、主な農地は、名鉄常滑線と西知多産業道路にはさまれた地域と内陸部に展開されていたが、前者のうち北半分は工業専用地域に指定され、その内の一部は土地区画整理事業による企業誘致の結果、倉庫・物流施設等が集積したエリアを形成している。

工業専用地域は、西知多産業道路の西側の戦後の埋立地区と、東側の部分に分かれる。前者は新日鐵を始めとする誘致企業が多く立地しており、後者については、一部の地域を除き、農地の中に工場等がスプロール的に立地している。

- このように、本市の土地利用は、臨海部埋立地の産業ゾーン、臨海部と内陸部を分離する緩衝緑地(公園緑地・農業緑地)、内陸部の居住ゾーン、丘陵部の農業緑地ゾーンと大きく4つのゾーンに大別している。

このメリハリある土地利用は、快適な居住環境、良好な産業環境、豊かな自然環境を確保するといった秩序ある都市構造を構築する上で重要な役割を果たしており、さらに特徴的な都市景観を生み出す上でも大きな役割を担っている。

② 交通

近年、中部国際空港の開港や、市内に東海インターチェンジを有する伊勢湾岸自動車道はじめ新名神高速道路や東海北陸自動車道の全線開通によって、国内外への広域交通ネットワークが実現し、極めて高い交通ポテンシャルを有する地域である。

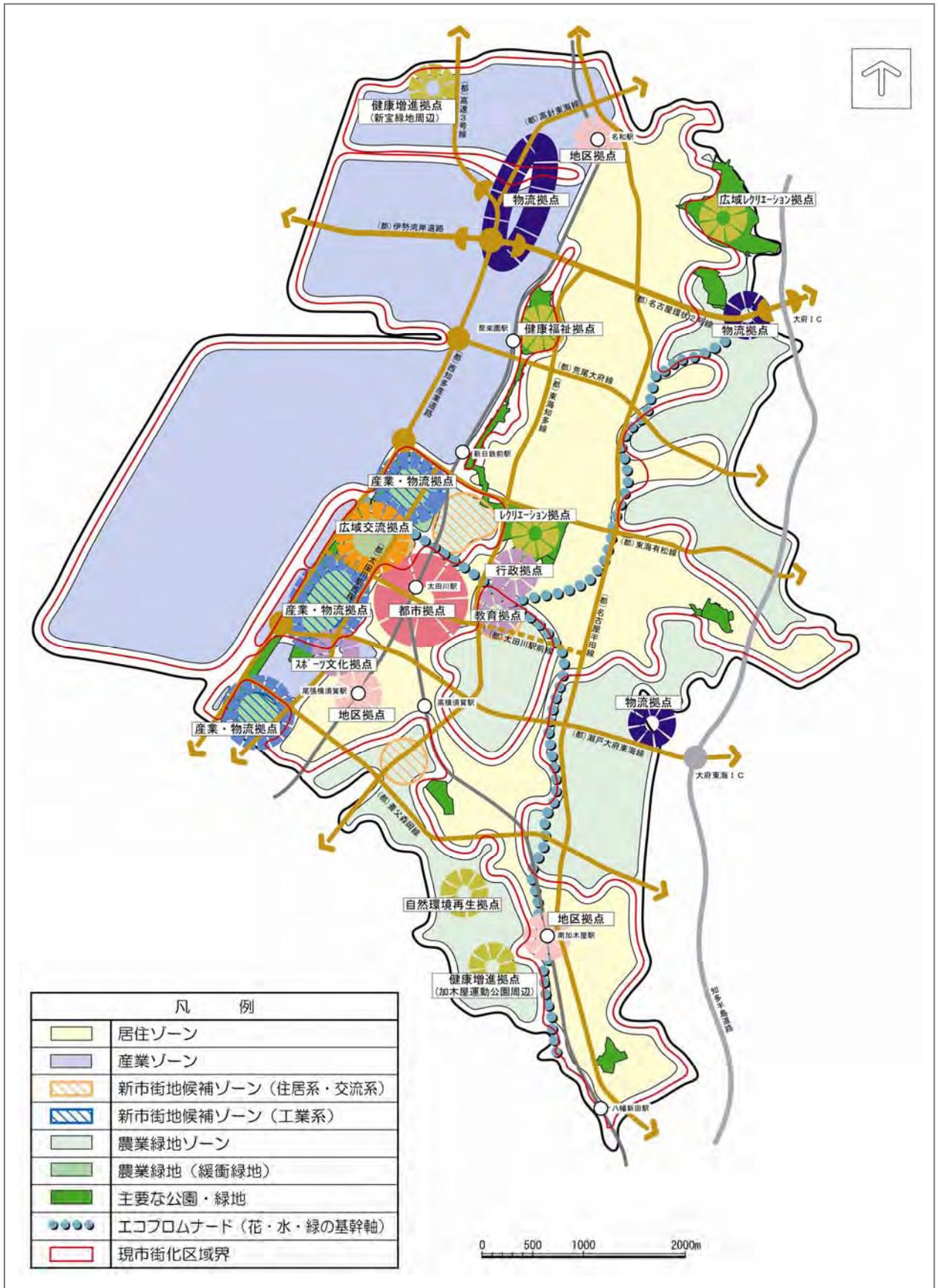
(道路)

本市は、知多半島地区の知多市、常滑市、半田市等と国道247号(西知多産業道路)、県道55号線(名古屋半田線)及び知多半島道路(南知多道路)で結ばれている。

大府市及び西三河地区の刈谷市、豊田市等とは国道155号、伊勢湾岸自動車道で、名古屋市中心部とは国道247号、知多半島道路(名古屋市内は名古屋高速)で結ばれている。

さらに名古屋港(名古屋市南部)とは伊勢湾岸自動車道で、中部国際空港とは国道247号、知多半島道路(一部、知多横断道路)でつながっている。

図1-3 将来都市構造図(目標年次:平成32年)



資料:東海市都市計画マスタープラン

★ 陸路(自動車)による本市から主要地への所要時間

- ・名古屋駅(東海 IC → 名古屋高速『錦橋出口』 約 20 分)
- ・名古屋 IC(東海 IC → (名古屋高速経由) 約 40 分)
- ・一宮 JCT(東海 IC → (名古屋高速経由) 一宮 JCT 約 35 分)
- ・名古屋港(東海 IC → 名港中央 IC 約 3 分)
- ・中部国際空港(国道 247 号線(西知多産業道路)で約 40 分)
- ・豊田市(東海 IC → 豊田 JCT 約 15 分)

(鉄道)

名古屋方面から常滑市・中部国際空港方面への名鉄常滑線と、本市(太田川駅)から半田市・武豊町、知多半島南部の美浜町・南知多町方面への名鉄河和線が市内を南北に走る。

名古屋方面からの両路線は本市の太田川駅で分岐していることから、太田川駅は知多半島最大の鉄道の結節点となっている。また、名鉄の両路線における市内駅は8駅である。

(港湾)



名古屋港の全景 (名古屋港管理組合 HP より)

一部本市も面している名古屋港は、1907年(明治40年)に開港し、4市1村(名古屋市・東海市・知多市・弥富市・飛島村)にわたる広大な陸域(4,213万平方メートル)と水域(8,226万平方メートル)を有する。

物流、生産、防災、交流、交通の機能が備わった総合港湾として発展し、2008年(平成20年)の総取扱貨物量は7年連続(1億6,510万トン)、貿易黒字額は12年連続(3兆5,556億円)して日本一を記録している。

(空港)

本市の南部、約20kmの常滑市に位置する中部国際空港(愛称 セントレア)は、伊勢湾海上の人工島にある国際空港で、2005年(平成17年)2月に開港した。

空港島の敷地面積約470ヘクタール内に滑走路が1本(長さ 3,500メートル、幅 60メートル)で運用時間は24時間である。



中部国際空港 (愛知県航空対策課HPより)

2010年9月現在、定期国際線は28の航空会社が世界30都市・地域へ、国内線は4航

空会社が21都市へ就航している。

③ 教育機関(大学・高校)

- 本市には下表のと通りの大学・高校が立地する。

また、大学については、周辺市町(名古屋市(南区)、大府市、半田市、美浜町)に3大学が立地する。

1 本市の大学、高校 (大学) 星城大学(経営学部、リハビリテーション学部) (高校) 県立横須賀高校(普通科)、県立東海南高校(普通科)、県立東海商業高校(情報科、総合ビジネス科)
2 周辺市町の大学 ・大同大学(工学部、情報学部) … 名古屋市南区 ・至学館大学(健康科学部、人文学部、短期大学部) … 大府市 ・日本福祉大学 半田キャンパス(情報社会科学部) … 半田市 ・日本福祉大学 美浜キャンパス(社会福祉学部、経済学部、福祉経営学部、こども発達学部、国際福祉開発学部) … 美浜町

- 平成18年11月に星城大学、東海商工会議所、本市の三者で「産官学連携協議会」を発足した。現在、この協議会をベースとしてラウンドテーブル「観光振興会議」を設置し、市民、大学生とともに、「産業観光」、「歴史・文化観光」、「ランの町観光」等の具体的な活動を進めている。

さらに星城大学では、「東海まちづくり研究会」を発足し、知多地域の各市町・商工会議所等の大学へのニーズをヒアリングし、大学が保有する研究成果等のシーズを地域に還元するための組織的活動を行っている。

④ 試験研究機関

主に本市周辺の試験研究機関は下表(P14)のとおりである。

愛知県は日本を代表するものづくりの地域らしく、さらに周辺まで対象範囲を広げると、産・学・官(公)にわたり高次の研究機能を備えた魅力ある拠点施設が多い。

⑤ 労働力(就業人口)

- 本市の労働力を生産年齢人口(15～64歳)で見たものが図1-5～7である。

愛知県平均との比較によると、生産年齢人口の割合は0.3ポイントほど高いだけであるが、生産年齢人口の年代別構成比では県平均より20代は1.0ポイント、30代は1.2ポイント高く、若い世代の比率が高くなっている。

- 一方、生産年齢人口の男女別構成比は、県との比較においては男性が2.6ポイント高く、男性が半数を若干上回っている。

★主な民間研究機関

会社名	業種	研究組織等	所在地
愛知製鋼(株)	鉄鋼業	技術開発部、電磁品事業本部	東海市
東邦ガス(株)	電気・ガス・熱等供給業	技術研究所	東海市
住友軽金属工業(株)	非鉄金属製品製造業	研究開発センター	名古屋市港区
東亜合成(株)	無機・有機製品、プラスチック製品製造業	R&D総合センター	名古屋市港区
(株)東レリサーチセンター	研究開発会社	-	名古屋市港区
アロン化成(株)	無機・有機製品、プラスチック製品製造業	技術開発センター	名古屋市港区
大同特殊鋼(株)	鉄鋼業	研究開発本部	名古屋市南区
中部電力(株)	電気・ガス・熱等供給業	電力技術研究所、エネルギー応用研究所	名古屋市緑区

★主な公設試験研究機関等

機関名	内容	所在地
東海市農業センター	シンビジウム、デンドロビウム等のラン科植物を栽培し、新品種の育成など農作物の栽培技術に関する試験研究を行う	東海市
愛知県産業技術研究所	県内中小企業の技術開発力の向上のため、戦略的な研究開発を始め技術指導・相談、依頼試験など地域に密着した技術支援を行う	刈谷市
あいち健康の森健康科学総合センター	健康で生きがいに満ちた長寿社会を実現するために保健・医療・福祉等に関する情報提供等を行う	東浦町
国立長寿医療研究センター研究所	老化や老年病発症のメカニズム解明、治療技術の開発や応用等を行う	大府市
JSTイノベーションプラザ東海	地域の独創的な研究成果を活用した「産学官の交流」や、「産学官による研究成果の育成」を進める	名古屋市南区

図1-5 人口の年齢別構成比

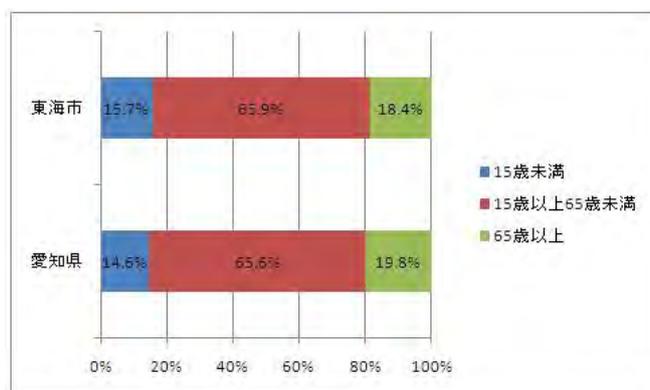
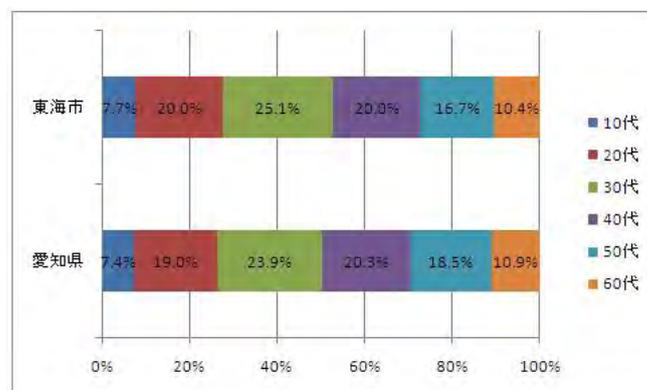


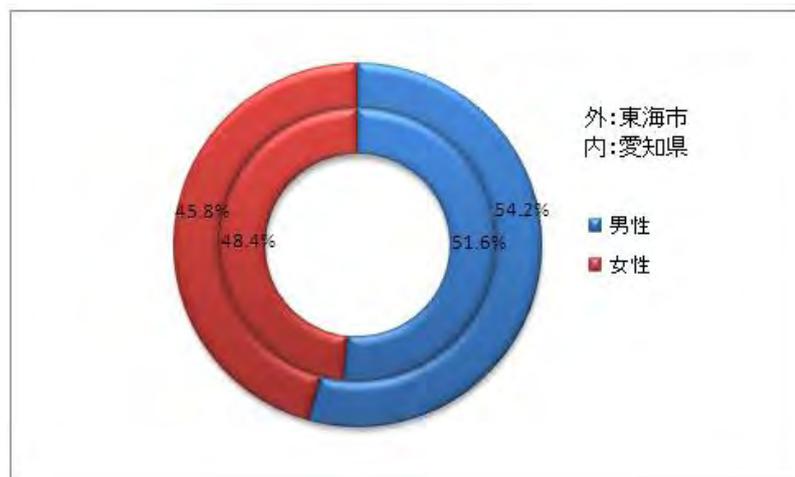
図1-6 生産年齢人口の年代別構成比



各指標とも

資料:平成21年愛知県の人口(年報)統計表
住民基本台帳

図1-7 生産年齢人口の男女別構成比



資料:平成 21 年愛知県の人口(年報)統計表
住民基本台帳

2 産業構造及び現状

(1) 市産業の歴史(産業の変遷)

以下、本市産業の主要な歴史を略記する。

<奈良時代の製塩>

大田町の松崎製塩遺跡に見られるとおり、奈良時代には名和町から養父町にかけての海岸部で製塩が行われ、遠く平城京まで送られていたという記録もある。

<江戸期から昭和初期の産業>

尾張藩第2代藩主徳川光友が横須賀に別邸を建てて以降、横須賀は町方と称され、農漁村から商業の町へと変貌する。大正から昭和初期にかけては、市内において醸造、綿布業が盛んになり、酒、味噌、しょう油や木綿が生産されるようになる。

<明治以降の農業>

名古屋の近郊農業地区であった当地区は、早くから西洋野菜の栽培に取り組み、明治23年にはタマネギ、同27年にトマトを手がけ、同32年にはトマトの加工に着手し現在のカゴメ(株)の基礎がつけられた。昭和30年から始まった愛知用水事業によって本市の都市近郊農業地域としての地位を確立し、現在では、フキ、タマネギ、洋ランが特産物となっている。

<海面の埋立と漁業の終焉>

漁業では、地先の海面を利用した沿岸漁業と、のりの養殖も行われており、特に後者は昭和30年代始めには全盛を誇っていた。しかし、同34年に始まる臨海部工場用地造成のための海面埋立により本市漁業の歴史に終止符が打たれた。

<臨海工業地帯と東海市の誕生>

昭和30年、知多郡旧上野町と旧横須賀町の沖合に名古屋南部臨海工業地域の造成が決定され、並行して進められた愛知用水開発事業ともあいまって、愛知県が

製鉄所誘致に乗り出す。昭和32年に富士製鉄と地元資本の共同出資により、東海製鉄(株)が設立され、昭和39年に1号炉が完成し操業が開始された(昭和43年、富士製鉄が吸収。現、新日鐵)。

これに続く大同特殊鋼(旧大同製鋼)や、戦前から立地していた愛知製鋼(豊田自動織機より分離)とともに、当地区は一大鉄鋼基地としてその後の本市の発展の礎となる。

この間に地元2町は、新しく造成された埋立地の帰属を契機として昭和44年4月に合併し、東海市の誕生に至った。

その後、臨海工業地帯は鉄鋼3社とその関連事業所の立地や、東レ、三洋化成等の誘致企業の相次ぐ操業によって現在の姿が形成された。

< 広域交通網を活かした物流拠点の整備 >

近年においては、大規模物流拠点として整備を行った浅山新田地区の産業用地が平成17年にほぼ立地が完了し、約80の企業が操業を開始した。

これは、中部国際空港の開港や、伊勢湾岸自動車道の開通、また、名古屋都市高速道路の本市への延長など、陸海空にわたる本市の高い交通ポテンシャルを再認識するものとなった。

(2) 産業の業種分野・規模別の特徴

① 産業(業種)分野別

ア 産業構造の推移

- 本市の産業構造やその特徴を分析する前に、就業の視点からみた産業の変遷について触れる。

図1-8は、昭和50年以降の東海市居住者の産業別就業人口の構成比を示したものである。既に農業、漁業等の1次産業人口は昭和50年当時、5.9%と少数で、漸次、減少傾向をたどる。

本市の産業は、名古屋南部臨海工業地帯の造成以降、急速に工業化が進み、製造業を中心とする2次産業は昭和50年当時は52.8%と、最大の産業であったが、徐々にその比率を下げ、代わってサービス産業等の台頭により3次産業が順調に増加している。平成17年には半数以上の市民が3次産業に従事することとなる。

なお、このデータは市民の就業場所が本市に特定されているものではないが、本市周辺を含めた産業構造を概略したものである。

図1-8 産業別就業人口構成の推移



資料: 国勢調査

- 次に、市内総生産について、愛知県全体と比較したものが図1-9である。

図1-9 産業別市内総生産の構成(平成19年度)



資料: あいちの市町村民所得

本市の平成19年度総生産は6,363億円で、このうち2次産業は55.0%、製造業が全体の45.5%を占めている。若干のタイムラグはあるものの、各々の数値で平成17年の産業別就業人口の構成比(図1-8)を大きく上回っている。

また、製造業の総生産の比率は、全国1位の工業県である愛知県全体の35.5%を10ポイントも上回っており、本市の産業全体に占める製造業のポジションの高さがうかがえる。

- 次に、本市産業の近年の推移について、事業所数及び従業者数を指標で確認する(図1-10~11)。

市内の事業所数は、平成18年時点で4,085あり、昭和50年当時の3,142から約30年の間に30%増加している。同期間で事業所数の伸び率が大きいのは、少数の電気・ガス・水道・熱供給業を除き、運輸・通信業(2.08倍)、金融・保険業(1.89倍)、サービス業(1.80倍)である。しかしながら、昭和61年以降はバブル経済崩壊後の長期にわたる景気低迷を反映してか、事業所総数は減少傾向であり、特に平成8

年から平成18年までの最近10年間については、全体で8.7%減となっている。

図1-10 事業所数の推移

産業	昭和50年	昭和61年	平成8年	平成18年	H18/S50	H18/S61	H18/H8
建設業	245	439	489	428	174.7%	97.5%	87.5%
製造業	388	471	492	428	110.3%	90.9%	87.0%
卸売業・小売業	1,531	1,840	1,819	1,538	100.5%	83.6%	84.8%
金融・保険業	28	53	75	53	189.3%	100.0%	70.7%
不動産業	207	249	264	269	130.0%	108.0%	101.9%
運輸・通信業	91	173	174	189	207.7%	109.2%	108.6%
電気・ガス・水道・熱供給業	3	11	14	12	400.0%	109.1%	85.7%
サービス業	649	1,057	1,146	1,168	180.0%	110.5%	101.9%
総数	3,142	4,293	4,473	4,085	130.0%	95.2%	91.3%

資料:事業所・企業統計調査

図1-11 従業者数の推移

産業	昭和50年	昭和61年	平成8年	平成18年	H18/S50	H18/S61	H18/H8
建設業	3,115	5,730	7,009	6,065	194.7%	105.8%	86.5%
製造業	22,059	22,373	19,838	17,816	80.8%	79.6%	89.8%
卸売業・小売業	7,015	9,555	11,828	12,081	172.2%	128.4%	102.1%
金融・保険業	459	746	950	592	129.0%	79.4%	62.3%
不動産業	311	510	533	606	194.9%	118.8%	113.7%
運輸・通信業	4,944	6,313	5,487	6,229	126.0%	98.7%	113.5%
電気・ガス・水道・熱供給業	44	134	224	209	475.0%	156.0%	93.3%
サービス業	6,755	7,450	9,565	11,168	165.3%	149.9%	116.8%
総数	44,702	52,811	55,434	54,766	122.5%	103.7%	98.8%

資料:事業所・企業統計調査

- 一方、従業者数で見ると、同じく昭和50年から平成18年までの伸び率は1.23倍となっており、事業所数の伸びに比べてやや小さい。産業別では電気・ガス・水道・熱供給業の大幅増を除くと、不動産業・建設業(1.95倍)、卸売業・小売業(1.72倍)に次いで、サービス業(1.65倍)が雇用を拡大した。

また、平成8年以降の最近10年間では全体で1.2%の減少をみており、建設業、製造業、卸・小売業ともに10%以上の減少、不動産業にいたっては38%の減少と人員削減が進んでいる。それ以外では運輸・通信業が9%伸ばしたほかは、ほぼ横ばいとなっている。

- このように、東海市の産業は昭和30年代後半に始まる工業化の波によって産業構造の高度化が促され、昭和50年代以降は、運輸通信業、金融保険業、サービス業、不動産業等の第3次産業も伸張してサービス経済化が進んだ。

しかしながら、本市経済にも昭和後半から平成初期にかけてのバブル経済とその崩壊が直撃し、その後、失われた10年、20年とも例えられる長期の景気低迷を経験することになる。さらにその後訪れた“いざなぎ景気”超えの戦後最長の景気拡大と、100年に1度とも言われたリーマンショック後の世界同時不況に再び翻弄され、全市的に産業全般にわたって後退基調といえる。

イ 農業の現状

- 本市の農業指標は、農家数 1,062戸、農家人口 2,784人、経営耕地面積 630ヘクタールである(平成17年)。昭和60年と比較すると農家数(△19.8%)、農家人口(△48.7%)、経営耕作面積(△32.8%)ともに減少の一途である。

また、専兼別農家数の構成をみると、専業農家35.8%、第1種兼業(農業が主)20.5%、第2種兼業(兼業が主)43.7%であり、兼業農家は6割を占める。

- 昭和60年から平成17年の約20年間で、専業農家(△10.8%)の減少に比して、兼業農家(△55.7%)はほぼ半減している。このことは、兼業農家の中でもつばら農業に携わっていた就農者の高齢化と後継者不足が影響している。さらには、土地と労働力の他産業への転換と流出も進んでいることを示唆している。
- 次に、農業の作目別産出額をみたものが図1-15である。

産出額の総計は39.7億円(平成18年)であるが、このうち野菜が36.8%、花き32.2%、果実19.1%が主な作目となる。米のシェアは小さく、野菜、花きに大きく特化しており、典型的な都市近郊農業の形態をなしている。野菜では、タマネギ、フキ、花きでは洋ランが本市農業の特産品である。

農地の特色については、名鉄常滑線以西の臨海地区と平野部に多く分布していた田が減少している。内陸丘陵地にかけても畑地、樹園地に比べ田の減少が顕著である。

図 1-12 農家人口及び農業就業者の推移

単位：人

区分 年	農家人口	農業就業者			
		総数	専業	兼業	
				農業が主	兼業が主
昭和60年	5,431	3,860	2,627	155	1,078
平成7年	4,745	3,448	2,310	116	1,022
平成17年	2,784	2,181	1,554	151	476

資料：農(林)業センサス

図 1-13 経営耕地面積の推移

単位：a

区分 年	経営耕地				農家1戸当 たりの面積
	総数	田	畑	樹園地	
昭和60年	93,846	30,793	31,111	31,942	70.8
平成7年	85,141	22,704	33,643	28,794	73.3
平成17年	63,027	15,351	23,423	24,253	59.3

資料：農(林)業センサス

図 1-14 専業・兼業別農家数

単位：戸

区分 年	総農家数	専業農家	兼業農家	
			農業が主	兼業が主
昭和60年	1,325	287	399	639
平成7年	1,161	246	305	610
平成17年	1,062	256	147	313

資料：農(林)業センサス

昭和60年・平成7年は、「販売農家＋自給的農家」の数値を集計したが、平成17年は調査定義が変更され、「自給的農家」を除く「販売農家＋農業サービス事業者」等の農業経営体の数値を集計した。

図1-15 農業産出額

単位：千万円

年	農業 産出額	耕種作物							畜産				
		総数	米	麦類	雑穀・ 豆・い も類	野菜	果実	花き・ 種苗・ その他	総数	肉用牛	乳用牛	豚	鶏
平成14年	446	416	23	-	3	166	94	131	30	1	11	X	12
平成15年	428	398	29	-	3	160	73	133	30	1	14	X	11
平成16年	425	395	20	-	2	158	82	133	30	-	13	X	12
平成17年	403	376	19	-	2	150	73	131	27	-	9	X	14
平成18年	397	373	20	-	3	146	76	128	24	-	X	X	X

資料：愛知農林水産統計年報

ウ 商業の現状

○ 平成19年の本市の卸売業・小売業は商店数886、従業者数7,619人、年間商品販売額2,991億円で、昭和60年から平成19年までの約20年間で商店数は26.7%減少している。一方で従業者数は26.6%、商品販売額は54.6%もの伸びを示している。

中でも特筆すべきは小売業で、従業者数(21.9%)、商品販売額(34.9%)とも増えているものの、商店数にいたっては31.2%と大きく減少している。

このことは、市内外の大規模店の進出にともなう競争の激化や、後継者の不在等によって小規模店舗が閉店や廃業を余儀なくされた厳しい現実を物語っている。

図1-16 商店数、従業者数及び商品販売額の推移

区分 年	商店数(店)			従業者数(人)			年間商品販売額(百万円)		
	総数	卸売	小売	総数	卸売	小売	総数	卸売	小売
昭和60年	1,209	187	1,022	6,019	1,208	4,811	193,446	112,350	81,096
平成3年	1,214	222	992	6,749	1,647	5,102	318,674	206,799	111,875
平成9年	1,149	198	951	7,371	1,704	5,667	257,000	145,001	111,998
平成14年	1,002	199	803	7,434	1,890	5,544	260,638	167,918	92,720
平成19年	886	183	703	7,619	1,752	5,867	299,133	189,723	109,409

資料：商業統計調査

○ 次に図1-17の小売業の売場面積推移であるが、この約20年間で本市全体の売場面積は29.7%増加している。1店舗当たりの売場面積でみると88.6%、販売額にいたっては97.5%増となっており、約20年の間に店舗の大きさも売上規模もほぼ倍増したというデータである。

しかしながら、売場1平方メートル当たりの販売額は10%しか伸びておらず、ほぼ横ばいの状況で推移していることから、売場面積の増加率以上には拡大しない低調な購買力と、新規の出店店舗が既存店(特に小規模店舗)のマーケット・シェアを奪い合い、この繰り返しで成り立っている厳しい現実が読み取れる。

○ 卸売業はもともと大きな集積はないものの、製造業の伸びを反映して資機材、工業関連製品を扱う業態の伸びは大きいですが、消費財関連の業態は必ずしも大きく

はない。

図1-17 売場面積等の推移

単位：㎡、百万円

区分 年	市内 売場面積	1店舗当たり		売場1㎡当 たり販売額
		売場面積	販売額	
昭和60年	78,697	77.0	79	1.0
平成3年	84,679	85.4	113	1.3
平成9年	89,377	94.0	118	1.3
平成14年	97,446	121.4	115	1.0
平成19年	102,047	145.2	156	1.1

資料：商業統計調査

エ 統計にみる工業の現状

- 工業統計調査からみた本市の工業は、事業所数241、従業者数16,664人、製造品出荷額等1兆7,007億円、粗付加価値額3,165億円である（平成20年、但し従業者4人以上の事業所 — 以下同じ）。
- ここ20年間の推移に関して特筆すべき点として、平成5年から同10年にかけて、バブル経済崩壊後の激しい景気減速にみまわれ、製造品出荷額等9.9%減、付加価値額23.4%減、また、雇用（従業者数）にいたっても18.8%減とほぼ2割近い減少となった。

ところが一転して、平成14年を境とした戦後最長といわれる景気拡大局面に入り、平成15年から同20年にかけては製造品出荷額等が78.2%増と、驚異的な伸びを示した。しかしながら、平成17年頃から急激に高騰し始めた鉄鉱石価格の上昇等が本市の主要産業である鉄鋼業界の収益を圧迫することとなり、同期間での付加価値額は逆に5.8%の減少となっている。

- 次に、業種別の特徴をみると、事業所数は金属の17.4%がもっとも多く、以下、鉄鋼(16.2%)、生産用機械(12.4%)、輸送機械(8.7%)、プラスチック(7.1%)と続く。これを製造品出荷額等でみると、鉄鋼のシェアは82.0%と圧倒的で、以下、化学(8.6%)、プラスチック(2.5%)、食料品(1.8%)である。

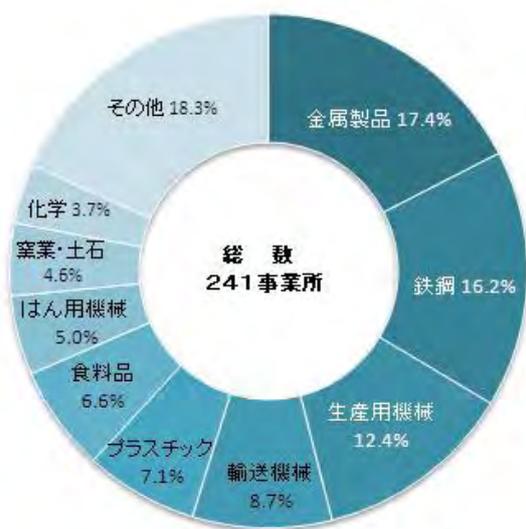
このように本市の工業は事業所数の構成で見ると多様な業種構成となつてはいるが、製造品出荷額等において鉄鋼に偏重している。

図1-18 工業の推移

年	事業所数	対前期	従業者数	対前期	製造品 出荷額等	対前期	付加価値額	対前期
		増加率		増加率		増加率		増加率
		%	人	%	万円	%	万円	%
昭和58年	286	-	20,497	-	96,724,175	-	31,015,541	-
昭和63年	325	13.6	20,990	2.4	100,761,125	4.2	40,427,160	30.3
平成5年	336	3.4	20,763	△ 1.1	108,928,862	8.1	45,912,840	13.6
平成10年	294	△ 12.5	16,867	△ 18.8	98,096,496	△ 9.9	35,165,532	△ 23.4
平成15年	248	△ 15.6	14,878	△ 11.8	95,430,131	△ 2.7	33,598,064	△ 4.5
平成20年	241	△ 2.8	16,664	12.0	170,075,075	78.2	31,652,615	△ 5.8

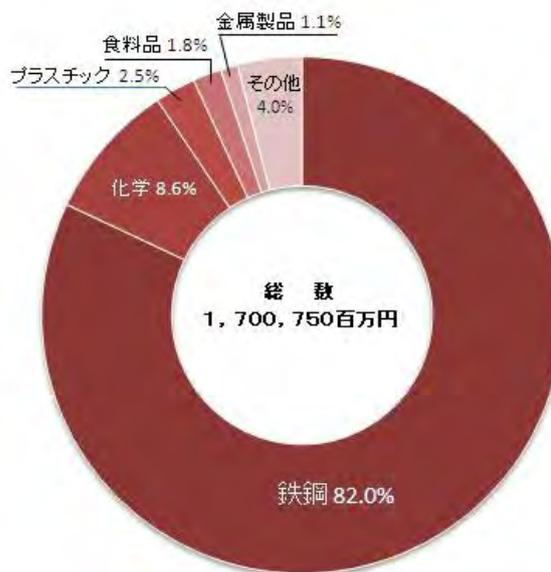
資料：工業統計調査

図1-19 業種別事業所数構成比
(平成20年)



資料:工業統計調査

図1-20 業種別製造品出荷額等構成比
(平成20年)



資料:工業統計調査

○ 次に、主要業種別に近年の推移をみてみる。

まず、事業所数では、本市でもっとも多い金属製品の減少が著しく、ここ20年間(昭和63年から平成20年)で26社、38.2%減少している。この他、同期間でプラスチック(△37.0%)、食料品(△23.8%)等も減少しており、増加したものは輸送機械(23.5%)及び生産用機械(13.5%)であった。

これを従業者数で見ると、最近5年間(平成15年から平成20年)で、各業種とも従業者数を増加させる中、唯一、金属製品だけが22.9%減と大きく減らしている。

一方、ここ20年間では食料品については、73.3%増と大きく雇用を伸ばしていることがわかる。

製造品出荷額等では、ほぼ全ての業種が増加基調にあり、特に20年前と比べてプラスチック(151.9%)、輸送機械(151.0%)の伸びが顕著である。

図1-21 主要業種別事業所数の推移

業種	年				前5年 増加率 (H20/H15)	前10年 増加率 (H20/H10)	前20年 増加率 (H20/S63)
	昭和63年	平成10年	平成15年	平成20年			
総数	325	294	248	241	△ 2.8	△ 18.0	△ 25.8
鉄鋼	45	39	33	39	18.2	0.0	△ 13.3
金属製品	68	61	57	42	△ 26.3	△ 31.1	△ 38.2
化学	10	11	9	9	0.0	△ 18.2	△ 10.0
プラスチック	27	22	16	17	6.3	△ 22.7	△ 37.0
食料品	21	19	16	16	0.0	△ 15.8	△ 23.8
生産用機械	37	46	40	42	5.0	△ 8.7	13.5
輸送機械	17	16	18	21	16.7	31.3	23.5

資料:工業統計調査

図1-22 主要業種別従業者数の推移

単位：人

業種	年				前5年 増加率 (H20/H15)	前10年 増加率 (H20/H10)	前20年 増加率 (H20/S63)
	昭和63年	平成10年	平成15年	平成20年			
総数	20,990	16,867	14,878	16,664	12.0	△ 1.2	△ 20.6
鉄鋼	15,143	11,043	8,890	10,286	15.7	△ 6.9	△ 32.1
金属製品	1,082	943	1,012	780	△ 22.9	△ 17.3	△ 27.9
化学	891	918	855	1,033	20.8	12.5	15.9
プラスチック	517	542	658	761	15.7	40.4	47.2
食料品	784	1,058	1,224	1,359	11.0	28.4	73.3
生産用機械	547	568	481	547	13.7	△ 3.7	0.0
輸送機械	390	431	462	560	21.2	29.9	43.6

資料：工業統計調査

図1-23 主要業種別製造品出荷額等の推移

単位：百万円

業種	年				前5年 増加率 (H20/H15)	前10年 増加率 (H20/H10)	前20年 増加率 (H20/S63)
	昭和63年	平成10年	平成15年	平成20年			
総数	1,007,611	980,964	954,901	1,700,750	78.2	73.4	68.8
鉄鋼	805,243	717,050	725,321	1,395,445	92.4	94.6	73.3
金属製品	17,399	18,714	17,954	17,966	0.1	△ 4.0	3.3
化学	85,935	92,483	95,505	146,065	52.9	57.9	70.0
プラスチック	17,084	27,711	37,853	43,037	13.7	55.3	151.9
食料品	22,164	27,801	27,383	30,382	11.0	10.1	37.1
生産用機械	7,698	10,114	9,555	12,109	26.7	19.7	57.3
輸送機械	5,907	7,847	12,264	14,825	20.9	88.9	151.0

資料：工業統計調査

② 事業所規模別

- 次に本市の中でも事業所数が比較的多い製造業、建設業、卸売業・小売業について、従業者数の規模別構成比の特徴を愛知県全体の状況と照らし合わせてみる。

初めに製造業であるが、最も大きな特徴は、従業者規模が1～4人の極めて零細規模の事業所が33.4%で、県全体(48.7%)と比較して少ないという点である。また、従業者数が20人未満の小規模な事業所は全体の72.4%で県全体(84.4%)よりも10ポイント以上少なくなっている。

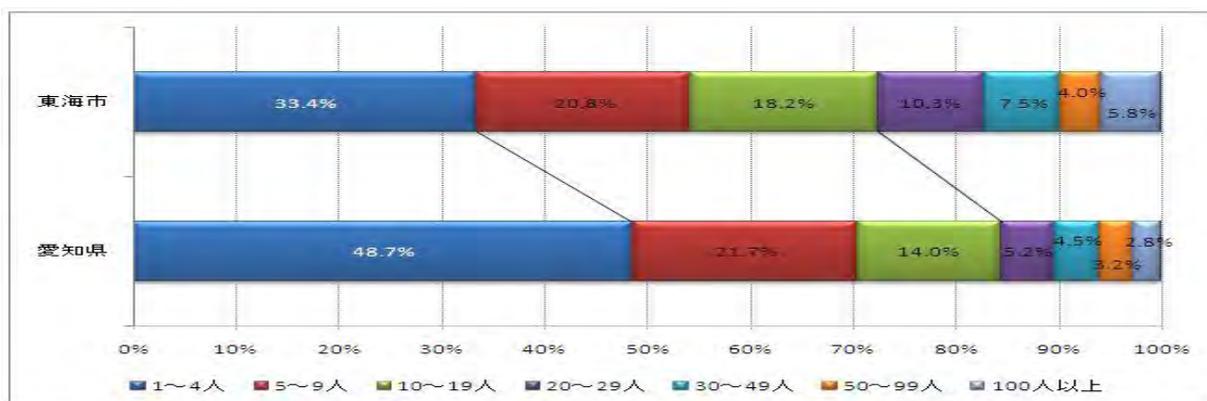
このことは、中規模以上(従業者数が20人以上)の事業所が相対的に多いことを示しているが、全体の3分の2以上は小規模事業者であり、本市経済の原動力となっていることがうかがえる。

- 建設業も同様に従業者規模が1～4人の零細規模の事業所が43.0%で、県全体(52.6%)と比較して少ないが、従業者数が20人未満の小規模な事業所は87.4%で県全体(92.4%)よりも5ポイント以上少ないものの製造業と比べて差異は小さい。

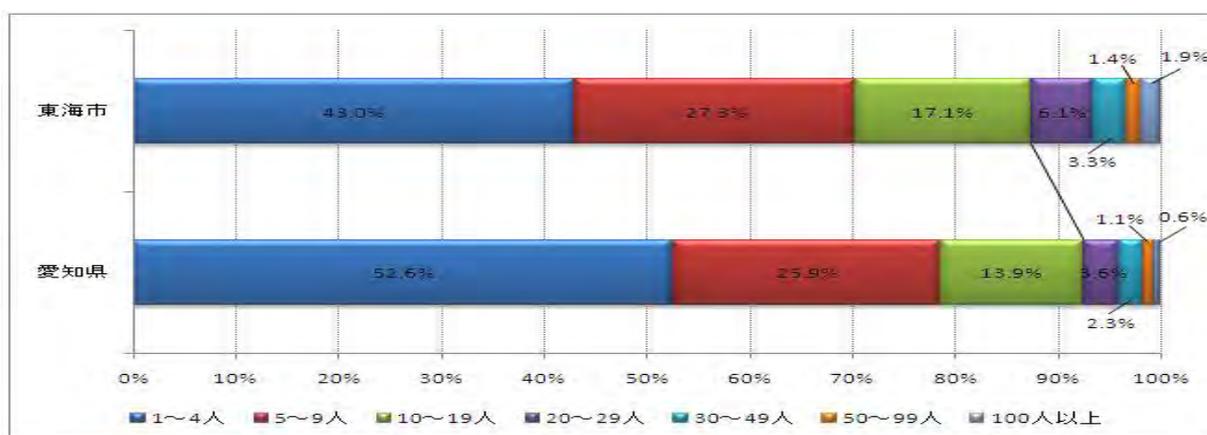
なお、卸売業・小売業は若干の差はあるものの県全体の構成比とほぼ同じである。

図1-24 従業者規模別事業所数

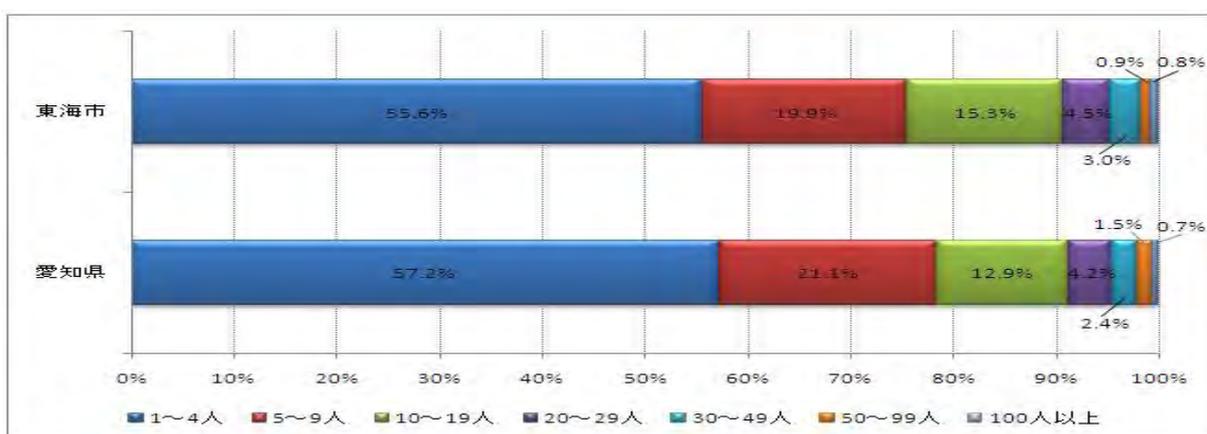
<製造業>



<建設業>



<卸売業・小売業>



資料:平成18年事業所・企業統計調査

3 産業経済の課題

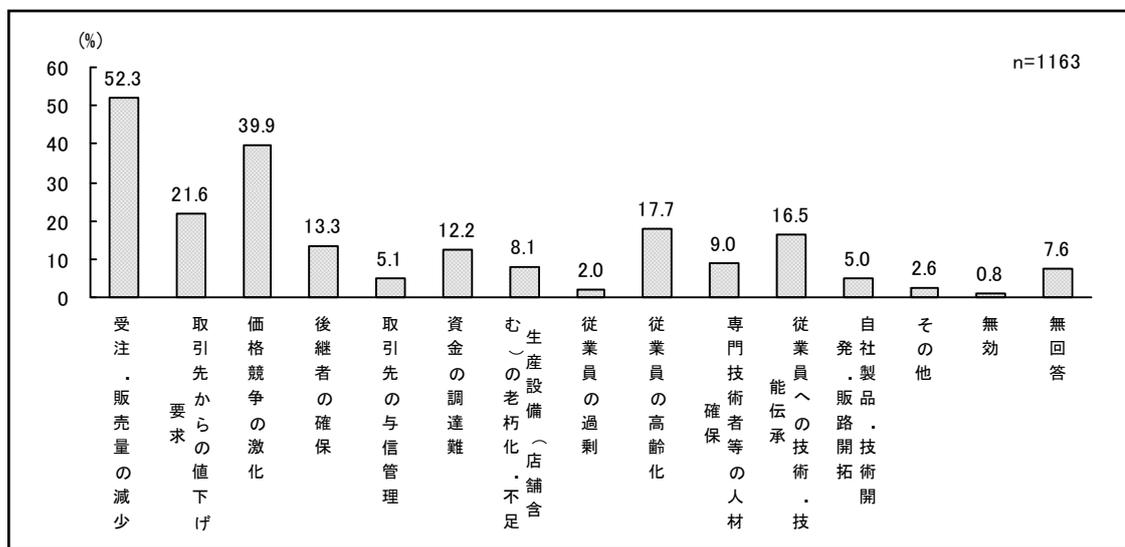
(1) 事業(経営)課題

企業実態調査(概要については、本ビジョンの「3ビジョン策定の経緯」を参照のこと。)で明らかとなった市内商工業者の全体的な経営課題と、固有の課題などその特徴を以下に述べる。

ア 経営上の課題

- 経営上の課題については、半数超の企業が「受注・販売量の減少」(52.3%)と回答している。次いで「価格競争の激化」(39.9%)が多い。景気悪化による需要の低迷、競争激化が企業経営に大きな影響を与えているものとみられる。

図1-25 経営上の課題



- 業種別にみると、製造業、建設業、卸・小売業、サービス業、運輸・サービス業において、「受注・販売量の減少」が顕著である。景気回復の見通しが不透明であることから、これらの業種には早急な対応策が求められる。

図1-26 経営上の課題(業種別)

(単位:%)

業種	受注・販売量の減少	取引先からの値下げ要求	価格競争の激化	後継者の確保	取引先の与信管理	資金の調達難	生産設備の老朽化・不足	従業員の過剰	従業員の高齢化	専門技術者等の人材確保	従業員への技術・技能伝承	自社製品・技術開発・販路開拓	その他	無効	無回答
製造業【n=219】	60.7	23.7	33.8	15.1	4.6	11.0	12.8	2.7	19.2	9.1	22.8	8.7	0.5	1.4	6.4
建設業【n=242】	60.3	37.6	45.9	13.2	4.5	15.7	1.7	2.1	18.6	11.2	21.1	2.5	2.1	0.4	2.1
卸売業【n=65】	60.0	27.7	52.3	10.8	23.1	7.7	1.5	1.5	13.8	6.2	6.2	1.5	0.0	1.5	3.1
小売業【n=201】	64.2	8.0	49.8	12.4	2.0	9.0	9.0	2.0	18.9	5.0	10.4	4.5	3.5	1.0	7.0
サービス業【n=317】	36.6	13.9	32.2	14.5	4.1	12.3	9.5	0.9	16.1	11.7	15.8	5.0	3.5	0.6	11.7
運輸・通信業【n=56】	58.9	32.1	44.6	10.7	3.6	10.7	8.9	7.1	28.6	5.4	14.3	5.4	3.6	0.0	5.4
金融業【n=12】	16.7	16.7	41.7	16.7	25.0	0.0	8.3	0.0	16.7	0.0	25.0	8.3	0.0	0.0	16.7
その他【n=51】	19.6	19.6	25.5	7.8	2.0	23.5	13.7	0.0	5.9	7.8	9.8	5.9	7.8	0.0	21.6

太字 回答率が50%以上の項目 回答率が20%以上50%未満の項目

○ 売上動向別にみた場合、売上が減少した企業の6割が「受注・販売量の減少」と回答しており、需要低迷が売上減少の大きな要因となっていることがわかる。

一方で、売上が増加した企業では、「専門技術者の人材確保」や「従業員への技術・技能伝承」といった回答が他の企業と比べて多いことが特徴である。これらの企業は、業績の維持・拡大に必要なカギは『人材』であることを示唆している。

図1-26 経営上の課題(売上動向別)

(単位:%)

売上動向	課題	受注・販売量の減少	取引先からの値下げ要求	価格競争の激化	後継者の確保	取引先の与信管理	資金の調達難	生産設備の老朽化・不足	従業員の過剰	従業員の高齢化	専門技術者等の人材確保	従業員への技術・技能伝承	自社製品・販路開拓	その他	無効	無回答
減少(-5%超) 【n=837】		60.3	22.5	40.6	11.9	4.5	12.8	8.2	1.9	17.7	6.8	13.9	4.4	1.9	1.1	7.8
横ばい(±5%) 【n=220】		37.3	21.4	37.7	19.1	8.2	11.8	6.4	1.8	20.9	11.8	20.5	6.8	3.6	0.0	4.1
増加(+5%超) 【n=89】		21.3	18.0	43.8	13.5	3.4	10.1	12.4	3.4	12.4	24.7	34.8	5.6	6.7	0.0	1.1

 太字 回答率が50%以上の項目
 回答率が20%以上50%未満の項目

イ 業種別の課題(特徴)

【製造業】

製造業は調査で最も売上減少が目立った業種である。製造業は、「品質」「開発力・技術力」を強みとする企業が多く、これらで競争力を持つことがポイントとなる。売上が増加した企業は「開発力・技術力」を強みとする企業が78.6%と特に多く、優れた開発力・技術力が業績を引き上げしていることがうかがえる。しかし、実態としては設備投資や研究開発を進める企業は少なく、成長に向けた投資に消極的な企業が多いことが課題である。

設備投資や研究開発の支援は方策の1つとして有用と考えられるが、カギとなるのが製造業の企業が関心を寄せる新分野進出(特に環境・リサイクル分野)、新技術開発である。また、企業は販路・市場開拓への関心が高く、その支援も求められている。

図1-27 売上動向別の強み(製造業)

(単位:%)

売上動向	強み	ブランド力	開発力・技術力	品質	価格競争力	シェア・製商品ラインナップ	納期	サービス・保守	スキル・技能	営業力・販売力	その他	無効	無回答
減少(-5%超) 【n=183】		7.1	23.5	42.6	9.8	3.8	27.9	9.3	20.2	7.7	2.7	2.2	3.3
横ばい(±5%) 【n=21】		14.3	14.3	42.9	19.0	4.8	23.8	14.3	9.5	9.5	0.0	0.0	4.8
増加(+5%超) 【n=14】		21.4	78.6	28.6	7.1	14.3	21.4	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0

 太字 回答率が30%以上の項目
 回答率が20%以上30%未満の項目

【建設業】

建設業は「スキル・技能」「品質」「開発力・技術力」「サービス・保守」を強みとする企業が多く、これらで競争力を持つことがポイントとなる。売上が増加した企業は、売上が減少した企業と比べて「サービス・保守」「営業力・販売力」を強みとする企業が多いことが特徴である。

他の特徴として、企業が今後重視する取り組みでは「資金調達の円滑化」を重視する企業が他業種と比べて多く、資金面に不安があることがうかがえる。中小企業の多くが融資支援の強化を要望していることもあり、資金面の支援が期待されている。

図1-28 売上動向別の強み(建設業)

(単位:%)

売上動向	強み	ブランド力	開発力・技術力	品質	価格競争力	シェア・製商品ラインナップ	納期	サービス・保守	スキル・技能	営業力・販売力	その他	無効	無回答
減少(-5%超)【n=161】		5.0	22.4	29.8	16.1	0.6	16.1	18.6	28.6	7.5	4.3	1.9	5.6
横ばい(±5%)【n=61】		3.3	18.0	29.5	9.8	0.0	16.4	23.0	34.4	8.2	6.6	3.3	3.3
増加(+5%超)【n=19】		15.8	21.1	26.3	21.1	0.0	10.5	31.6	36.8	21.1	0.0	0.0	0.0

太字 回答率が30以上の項目 回答率が20以上30未満の項目

【卸・小売業】

卸・小売業は「品質」「サービス・保守」「営業力・販売力」を強みとする企業が多く、これらで競争力を持つことがポイントとなる。売上が増加した企業は、売上が減少した企業と比べて「ブランド」「シェア・製商品ラインナップ」「営業力・販売力」を強みとする企業が多いことが特徴である。

企業が今後重視する取り組みでは「販路・市場開拓」を重視する企業が突出して多いことが特徴である。販路・市場開拓の後押し、ノウハウ指導、情報発信などの支援が期待されている。

図1-29 売上動向別の強み(卸・小売業)

(単位:%)

売上動向	強み	ブランド力	開発力・技術力	品質	価格競争力	シェア・製商品ラインナップ	納期	サービス・保守	スキル・技能	営業力・販売力	その他	無効	無回答
減少(-5%超)【n=208】		12.5	2.9	24.0	13.5	5.3	9.1	30.3	5.8	23.6	5.3	3.4	10.1
横ばい(±5%)【n=37】		10.8	5.4	29.7	13.5	8.1	5.4	35.1	10.8	24.3	5.4	5.4	2.7
増加(+5%超)【n=17】		23.5	5.9	29.4	11.8	17.6	11.8	11.8	5.9	41.2	0.0	0.0	5.9

太字 回答率が30以上の項目 回答率が20以上30未満の項目

【サービス業】

サービス業は「サービス・保守」を強みとする企業が多いが、要であるサービスの質を高め、付加価値を高めることがポイントとなる。他に、企業の多くが弱みとしている「営業力・販売力」を高めることも課題である。

売上が増加した企業は、売上が減少した企業と比べて「スキル・技能」との回答が多く、高いスキル・技能が付加価値を高めている。一例としては、「特殊な美容技術」などの他社にない技術・サービス、「従業員教育の充実」などの他社との差別化が目立った。他社にない技術・サービスを得ることはすぐにできないが、人材育成はどの企業も始めることができる。また、「人材確保・育成」を重視する企業が多くみられることから、サービス業に対しては人材育成の支援・指導を充実させることが有用な方策のひとつとなる。

図1-30 売上動向別の強み(サービス業)

(単位:%)

売上動向	強み	ブランド力	開発力・技術力	品質	価格競争力	シェア・製商品ラインナップ	納期	サービス・保守	スキル・技能	営業力・販売力	その他	無効	無回答
減少(-5%超) 【n=217】		7.4	8.3	21.2	4.6	3.2	2.3	40.6	15.2	3.2	6.9	2.3	14.3
横ばい(±5%) 【n=66】		7.6	10.6	19.7	10.6	0.0	0.0	34.8	18.2	15.2	7.6	3.0	10.6
増加(+5%超) 【n=28】		7.1	7.1	25.0	10.7	0.0	0.0	28.6	32.1	14.3	10.7	14.3	0.0

太字 回答率が30以上の項目

回答率が20以上30未満の項目

【運輸・通信業、金融業、その他】

運輸・通信業は、「品質」「サービス・保守」を強みとする企業が多い。一方で、「価格競争力」「営業力・販売力」との回答は他の業種と比べ少なく、これらを伸ばし差別化を図る余地がある。

金融業及びその他の業種は、売上が減少した企業が比較的少なかった。企業の強みでは、「サービス・保守」を強みとする企業が多い。金融業及びその他の業種は、他の企業等と連携して技術・サービス開発に取り組む企業が少なく、連携の活発化が今後期待される。そのため、連携にかかわる支援・指導が有用な方策のひとつとなる。

(2) 地域課題

① 鉄鋼関連に偏重した産業構造

- 平成19年度の愛知県の市町村民所得によると、本市の市内総生産は、6,363億円であるが、そのうち46%が製造業で占められており、全国一の工業県である愛知県平均(36%)を大きく上回まっている。

そして、この製造業の付加価値額3,165億円のうち、鉄鋼業が2,272億円、比率にして72%を占めている(図1-31)。

これを就業者ベースで見ると、鉄鋼業関連の従事者数10,286人は、工業全体16,664人の62%と、雇用面でも鉄鋼業の寄与は大きく、さらに、関連産業や鉄鋼業従事者の消費活動等による経済効果も考えるならば、本市経済は鉄鋼業に著しく依存していることがわかる。

図1-31 東海市工業に占める鉄鋼業の位置(平成20年)

	鉄鋼業 (A)	工業計 (B)	シェア(A/B)
事業所数	39	241	16.2%
従業者数	10,286人	16,664人	61.7%
出荷額	13,629億円	16,398億円	83.1%
現金支給額	766億円	1,038億円	73.8%
原材料使用額	11,094億円	13,088億円	84.8%
付加価値額	2,272億円	3,165億円	71.8%

- 鉄鋼業は、明治以降の殖産興業の根幹を担い、戦後のわが国経済の発展を支えた自動車、電機、造船といった産業に肩をならべるするリーディング産業である。

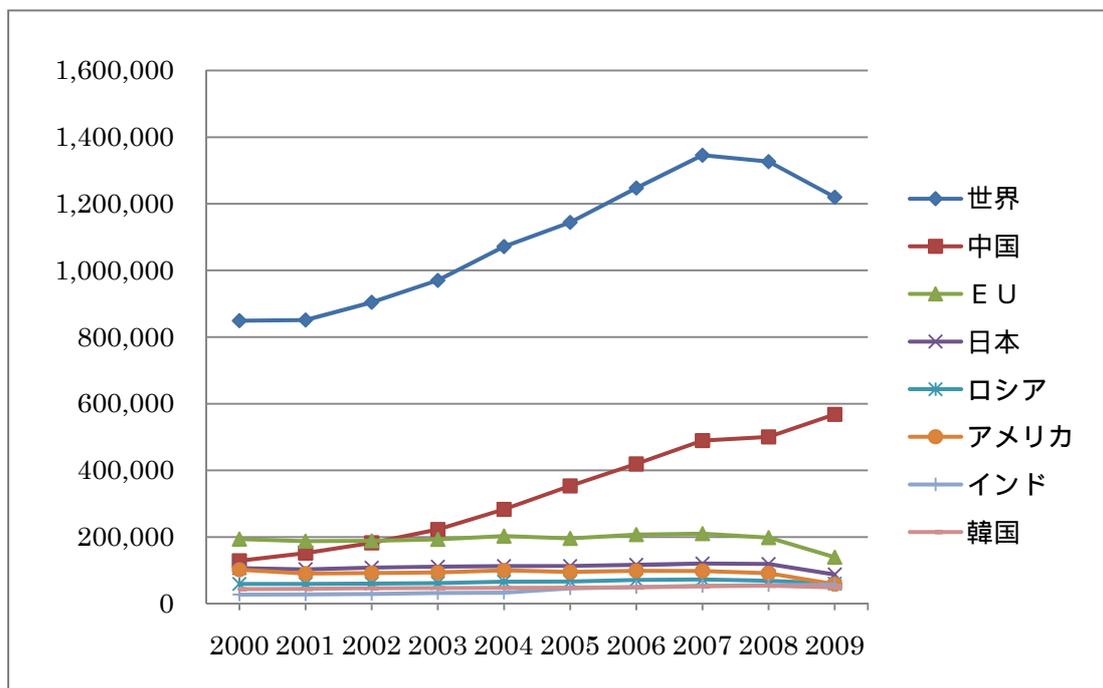
しかしながら、世界の粗鋼生産(図1-32)にもあらわれているとおり、近年の中国を始め、韓国、台湾、インド、ブラジル等の新興国の経済成長は目ざましく、特に東アジア諸国は、世界の成長エンジンとしてその動向が最も注目される場所である。

今後、国内の主要製造メーカーにおいても、潜在力あるマーケットとして、また、低廉な人件費等による収益性の拡大を目指して、東アジアを中心に生産拠点を大きくシフトすることも予想され、国内製造業の空洞化すら懸念される状況にある。

- 特に、鉄鋼に関しては、旺盛な国内需要等を背景に中国が粗鋼生産を急速に伸ばしており、技術の進歩もさることながら、世界の鉄鋼業界においてますます存在感を高めている。一方、わが国の鉄鋼業界は、国内最大の供給先であった自動車、家電等の需要が今後ますます先細りとなり、輸出部門においても伸び盛りであるアジア各国等との競争の激化にさらされている。

さらに、温暖化ガスの削減など地球規模で解決が求められる環境問題へ対応も鉄鋼業界にとっては大きな課題である。

図1-32 主要国の粗鋼生産推移



出所: world steel association

- 市内には現在、新日鐵名古屋製鉄所、愛知製鋼本社工場、大同特殊鋼知多工場の地元でいう“鉄鋼大手3社”があるが、各社とも主力ユーザーは自動車産業である。

言うまでもなく愛知県はトヨタ自動車を始め多くの系列企業が立地する自動車の一大集積地であるが、長期的には国内販売台数の増加は期待できず、加えて諸外国の台

頭もあり、自動車に大きく依存する本市の鉄鋼業自体も大きな岐路に立たされていると言える。

- 本市としても、今後の鉄鋼業界の動向如何では、関連中小企業の新分野進出、事業展開等に向けた支援を本格的に検討しなければならない。

さらに、その存在感において本市の基幹産業“鉄鋼”を凌駕する新たな産業は望むべくもないが、新たな産業の芽を育成するなど、鉄鋼に次ぐセカンドランナーを生み出す取り組みが極めて重要となる。

② 層の薄い商業集積

- 前述のとおり市内商業については、市内外への大規模店の進出や、後継者不足等によって中小商業者は経営不安にさらされ、閉店あるいは廃業が相次ぐ厳しい状況にある。

市内の商業は、これまで横須賀地区に最も大きな集積がみられ、市内で唯一の商店街振興組合(横須賀商店街振興組合、昭和54年設立)を組織して諸活動を行っていたが、近年、組合員の廃業等により組合脱退が後を絶たず、平成22年7月をもって解散した。また、同時に横須賀地区内の共同店舗(横須賀センター協同組合、昭和40年設立)も閉店し、組合も解散にいたった。

さらに、昭和30年代後半に建設され、新日鐵の市内最大規模の社宅であった上野台社宅の従業員・家族の暮らしを支え続けた東海センター(共同店舗、東海センター協同組合)も、平成22年8月をもって長い歴史に幕をおろした。

一方、横須賀地区に次いで商業集積のあった大田地区も、平成4年からスタートした土地区画整理事業や、同地区の核店舗であったユニー太田川店の移転等を契機に店舗数が激減し、今やわずかな店舗を残すだけの閑散とした状況である。

近年では、名和地区、富木島地区等でチェーン店等が幹線道路沿線上に立ち並び、いわゆるロードサイド店が市内商業の中心と変わりつつあり、商店街のような一団の店舗の集積が消えつつある。

図1-33 市内の主な商業団体(平成22年4月現在)

名称	所在地	設立年月	特記事項
横須賀商店街振興組合	養父町北反田	昭和54年4月	平成22年7月解散
横須賀センター協同組合	養父町北反田	昭和40年3月	平成22年7月解散
東海センター協同組合	富木島町東山田	昭和40年12月	平成22年8月解散
加木屋ショッピングセンター協同組合	加木屋町一丁目	昭和43年4月	
コアふきしま協同組合	富木島町前田面	平成8年7月	
ジャンプアップおおた協同組合	大田町	平成15年3月	

- これまでの地域商業は、駅など多くの人が行き交う場所や、住居が密集した場所などへ自然発生的に店舗等が集積し、商店街が生活上のほぼ徒歩圏内に立地して人々の暮らしを支えてきた。

ところがモータリゼーションの進展とともに、日常の買い物も郊外の大型店へと人波を変化させ、地域によっては食品等の最寄品も市外の大型店へといったように、市内外の商圈を複雑なものにしている。

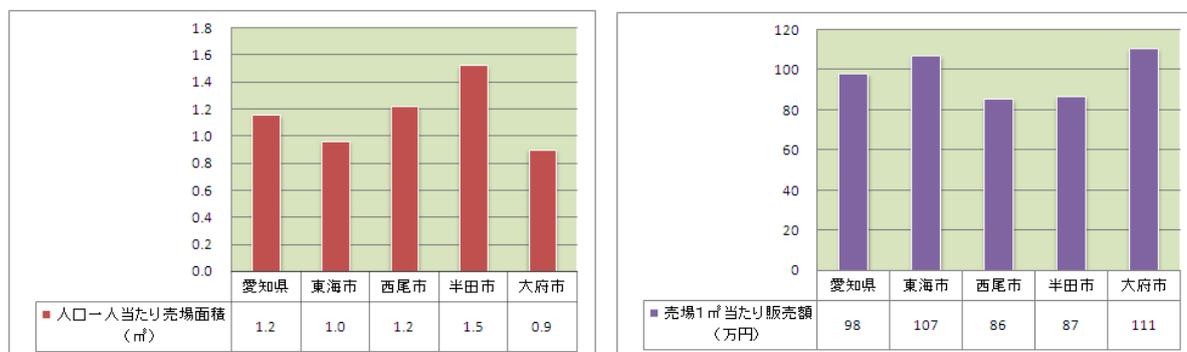
- 人口が同規模の市(西尾市)及び近隣市(半田市、大府市)と、各指標等を照らし合わせたものが図1-34である。

図1-34 他市との商業指標比較1(事業所数、販売額、売場面積)



各指標とも
資料:平成19年商業統計調査

図1-35 他市等との商業指標比較2(人口一人当たり売場面積、売場1㎡当たり販売額)



平成19年商業統計調査、各市等の人口(平成19年6月1日)から作成

次に、図1-35によると、他市や県平均よりも人口一人当たりの売場面積が若干低いことがわかる。このことは市民の買い物の足が他市等へ流出していることをあらわしている。

また、売場1㎡当たりの販売額は逆に他市等よりも若干高いことから、この数値だけをもって断定することは困難ではあるものの、さらに売場面積を増加させる、換言すればもう一段の商業集積を図る経済的な余力を残しているものと推定される。

- 現在、本市には核となる商業集積地区が存在しないことから、本市の顔となる中心市街地整備として土地区画整理、連続立体交差、市街地再開発の三位一体の事業が進められる太田川駅周辺地区に計画的な商業誘致が望まれる。この太田川駅周辺地区を商

業・賑わいの中心軸として、他地区それぞれの特性を踏まえ、相互に補完し合う調和のとれた商業誘致を進めることが必要である。

③ 不足する工業用地

- 現在、本市の市街化区域内の工業地域及び工業専用地域には約85haの都市的低未利用地が残されているが、多くは新田であったり、資材置き場等で利用されているもので、工業用地としては高次の土地利用がなされているとは言い難い状況である。

一部の新田では地権者が多数で、権利関係が錯綜している上、多くは兼業農家であるため、農業の生産性が低くとも、すぐにでも土地を手放す必要性を感じるものではない。また、地区内の道路は農道を改良した程度で、大型車の通行はもちろん、乗用車のすれ違いも困難なところが多い。

一方、田畑以外の土地については地権者の地価上昇の期待も大きく、短期的に用地の流動化が進むことは望めない。

現在、本市においては工場立地法に基づく工場適地(工業の立地に適した一団の土地)等、すぐさま企業の立地が可能な用地は皆無に等しく、産業振興を図るには可及的速やかに対外的な紹介に足るだけの新たな産業用地を確保することが必要である。

- 平成23年3月に見直しを行った本市の都市計画マスタープランにおいても、広域交通体系のインターチェンジ周辺など立地ポテンシャルの高い区域を中心に、生産機能(工場)を主体とした新たな工業地を始め、これに付随する研究開発機能や物流機能等を含めた用地の形成を図ることとしている。

後に詳述するが、「新田地区整備基本構想」等を推進し、用地の確保と、関連する基盤整備に取り組むことが喫緊の課題である。

第2章 市産業をとりまく環境の変化

1 パラダイムシフトと将来産業

(1) 社会経済情勢の変化

① 少子・高齢化社会

- 我が国の総人口は、人口動態の統計をとり始めて以来、2005に初めて出生数が死亡数を下回り、総人口が減少に転ずる人口減少社会に入った。

出生数の減少、つまり、現在の少子化傾向が続くと、人口減少は加速度的に進行し、諸説あるところではあるが、21世紀半ばには総人口は1億人を割り込み、2100年の総人口は現在の半分以下になると見込まれている。

- 少子化以上に深刻な問題が高齢化である。国立社会保障・人口問題研究所によれば、老年人口(65歳以上)については、2010年の2,941万人から2055年には3,646万人となり、総人口に占める割合は、2010年の23.1%から上昇を続けて、2055年には40.5%に達すると推計されている。

また、生産年齢人口(15～64歳)も2010年の8,129万人から減少し続け、2055年には4,595万人、総人口に占める割合は2010年の63.9%から2055年には51.1%になると予測されているとおり、今後、我が国は未曾有の少子・高齢化社会を迎えることとなる。

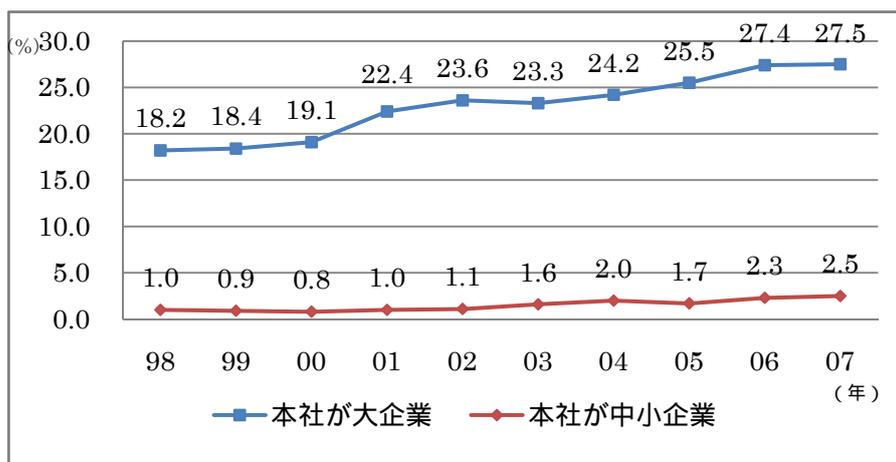
② 経済のグローバル化

- 我が国は、戦後の奇跡的な経済復興の後、繊維製品を皮切りとして、自動車、機械、家電製品等において、アメリカとともに世界経済を牽引する原動力となってきた。しかしながら、近年における中国、韓国、台湾、インドを始めとした東アジア諸国の経済成長はもはや驚異的ですからあり、東アジア諸国は今や製造拠点として、また、マーケットとしても世界の成長センターへと変貌を遂げようとしている。

- 一方、我が国は前述のとおり的人口減少等により、この先、多くの工業製品が国内需要の頭打ちにみまわれ、さらに先の見えない為替動向等も重なって、国内製造メーカーは生産拠点の海外シフトをさらに加速させることも考えられ、本格的な国内産業の空洞化が懸念されるところである。

もはや国内企業は一国レベルから地球規模の視点で経営戦略をたてざるを得ず、例外なく地域の既存大企業においてもグローバル化への対応は不可避であることから、主要企業の海外移転等も非現実的な出来事ではないことを認識しておかねばならない。

図2-1 製造業における規模別の海外生産比率



資料:2010年版中小企業白書(中小企業庁)

③ 低炭素社会

- 低炭素社会とは、地球温暖化を引き起こすとされる温室効果ガスの1つである二酸化炭素の排出量を極力抑えた、環境負荷の少ない産業・生活システムを構築した社会をいう。

政府は、温室効果ガスの排出を2020年までに1990年比で、25%削減するという中期目標とともに、低炭素社会の実現に向けて2050年までに80%削減することを長期目標に掲げている。

- さらに、環境・エネルギー産業を経済成長の原動力として、重点的に政策投資を行うこととし、景気の回復と雇用の創出を図り、地球温暖化を始めとする環境問題の解決につなげようと積極的な取組みを進めている。

特に、グリーン・イノベーションと言われる革新的な環境・エネルギー技術の研究開発の加速化・新技術の創出に対する政策は、新たなビジネスチャンスとしても期待されることである。

④ 雇用情勢

- リーマンショック(2008年9月)後の景気後退は、雇用情勢に極めて深刻な影響を及ぼした。現在、全国の完全失業率は、5%台で推移しており、有効求人倍率も1を下回ったままである。

国内の景気を支えてきた愛知県においても、全国の数値よりは良いものの、絶頂期であった平成19年の数値(失業率2.7%、有効求人倍率1.95)と比較して、平成22年4月から6月の平均失業率は4.8%(全国平均 5.2%)、平成22年9月の有効求人倍率は0.71(全国平均 0.55)と大きく悪化している。

- また、国内の雇用者(約5,086万人(2009年1-3月期平均))の約1/3に当たる1,699万人が非正規雇用者であり、平成21年度年次経済財政報告によると、その多くは、賃金が年間300万円未満であるといわれている。

このように、正社員並みに働いても生活の維持が困難な就労者、いわゆるワーキングプアが社会問題となっている。

(2) 期待される産業の姿

- 前述したとおり、今後、我が国は少子化・高齢化という潜在的な問題を抱えながら、ますます加速度を増して人口減少が進んでいく。また、同時に生産年齢人口の減少による産業の担い手不足と、消費者の減少による需要の先細りを意味するものであり、大量生産・大量消費という、これまでの右肩上がりの我が国経済を支えた基本的なフレーム(枠組み)が根本から崩れる危機的状況であることを示唆している。

加えて、新興国の台頭と消費の拡大による経済のグローバル化や、これまでの経済発展の代償としてつきつけられている地球環境問題の解決など、我が国の産業は大きな転換点にさしかかっている。

本市においても、政策的意図を持って、子育て支援の充実や、未婚者支援対策にも乗り出し、人口減少に歯止めをかけるべく注力しているところであるが、産業振興の上でも将来の社会経済動向に対応した、新しい産業の姿を展望し、これの創出に向けた具体的な取組みを開始しなければならない。

そこで、今後の成長が期待される分野、新しい産業の姿について、国や県の計画等では、どうデザインしているのかを確認しておく。

【国】

- 平成22年6月、政府は「新成長戦略」を発表した。これは、90年代初頭のバブル経済崩壊以降の20年あまりの閉塞状況を打ち破り、元気な日本を復活させるための国家戦略である。

「新成長戦略」では、図2-2のとおりこれからの産業の姿を指し示し、戦略的に諸政策を推し進めることとしている。

- 「新成長戦略」では、今後、重点的に取り組むべき7つの戦略分野のうち、特に産業分野について、環境(グリーンイノベーション)、健康(ライフイノベーション)、アジア、観光の4つを示している。

- ・環境(グリーンイノベーション)

トップレベルの環境技術を普及・促進し、世界ナンバーワンの「環境・エネルギー大

国」を目指す。

(例)蓄電池、次世代自動車、省エネ家電、スマートグリッド、エコ住宅 等

・健康(ライフイノベーション)

医療・介護・健康関連産業を成長牽引産業として明確に位置づけ、新しい民間事業者の参入も促進し、多様なサービスが提供できる体制を構築する。

(例)革新的な医薬品、遠隔医療システム、医療・介護ロボット、バリアフリー住宅 等

・アジア経済戦略

環境やインフラ分野等で固有の強みを集結し、総合的かつ戦略的にアジア地域でビジネスを展開する。

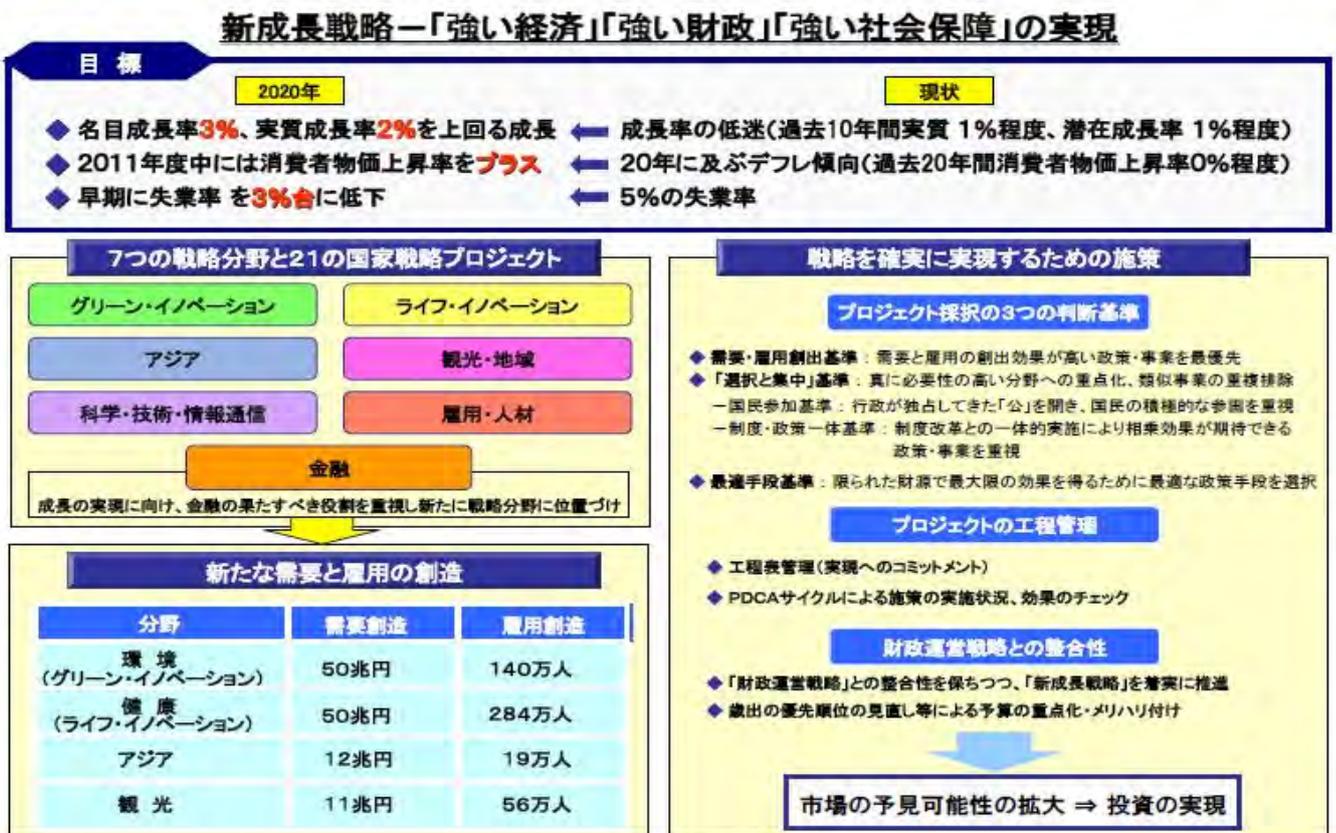
(例)新幹線・都市交通、水、エネルギーなどのインフラ整備 等

・観光

観光による国内外の交流人口の拡大や我が国独自の文化財・伝統芸能等の文化遺産の活用を地域経済の活性化や雇用機会の増大の切り札とする。

(例)エコツーリズム、グリーンツーリズム、産業観光 等

図2-2 新成長戦略における戦略分野と施策等



資料:新成長戦略のポイント

～「元気な日本」復活のシナリオ～ 抜粋

【県】

- 愛知県は、これまで「愛知県産業創造計画」、「愛知県勤労者福祉推進ビジョン2010」、

「あいち就業促進プラン」をそれぞれ策定し、これらを産業・労働行政の基本的計画として産業労働行政を進めてきたが、これらの計画が2010年度に目標年次を迎えることにともない、3計画を統合した「愛知県産業労働計画」を近く策定する予定である。

- 「愛知県産業労働計画」では、今後、特に重点的に取り組むべき分野として自動車産業と航空宇宙産業を位置づけるほか、環境・新エネルギー、高度部材・素材、健康長寿を取り上げ、既存の産業集積を十分活かした戦略的な産業振興を推進する。

その他、成長著しいアジアの新興国との経済連携を推進し、進出企業の支援を行うほか、東アジア諸国からの観光客誘致を強化することとしている。

(3) 産業構造の転換(岩手県釜石市の歴史)

- ここで、本市と同様に鉄鋼のまちである岩手県釜石市における産業構造転換の歴史について触れておきたい。

釜石市の近代における産業は、1858年に大島高任による日本初の西洋式高炉の建設、1874年の官営製鉄所の建設、そして1950年の富士製鐵株式会社釜石製鉄所の発足以来、本市と同様に鉄とともに歩んできたと言える。

人口は、1950年代後半から増加し、釜石製鉄所の最盛期である昭和35年には、87,511人であった。しかしながら、1960年代から始まる釜石製鉄所の事業合理化等により人口流出が進み、全ての高炉が休止することとなる。

平成2年の人口は52,484人と、最盛期の60%まで落ち込み、今なお人口減少(平成22年9月現在 40,167人)は進んでいる。

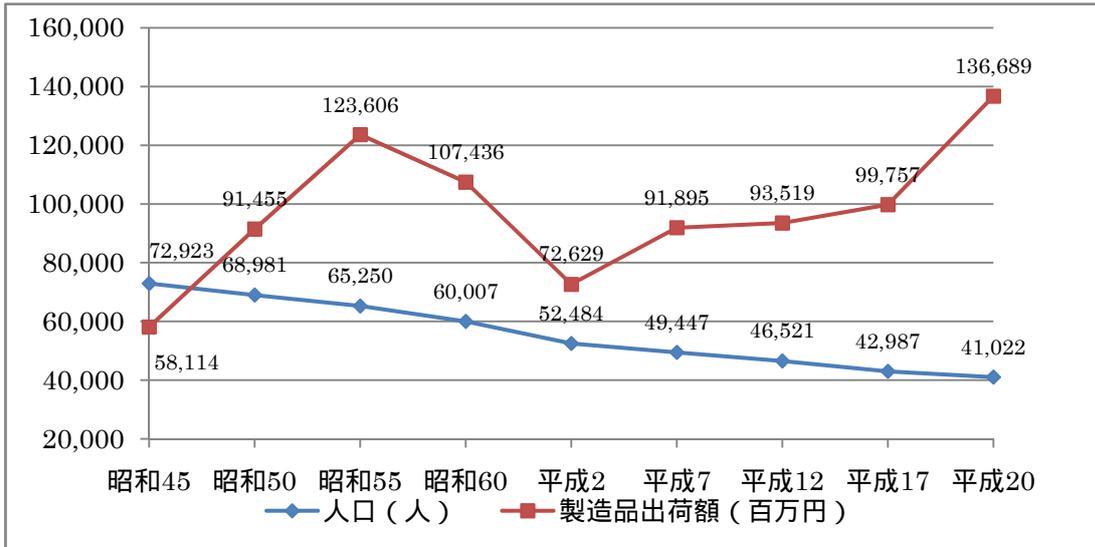
- 次に、釜石市の製造品出荷額に注目すると、製造品出荷額に占める鉄鋼の割合が、昭和56年に70.9%(平成20年の東海市 82.0%)であったところ、平成12年に26.0%と機械製造(36.1%)に昭和35年以来の1位の座を明け渡した。

製造品出荷額は、昭和55年を境に減少し始め、平成2年には55年比で41.2ポイントダウンまで落ち込んだが、平成20年には136,689百万円と、最盛期の55年を上回るまでに回復している。

これは、行政・地元企業等が一体となって進めた企業誘致や、エコタウン事業(※)への取組みなどによって、鉄鋼による一極集中から機械製造や食料品製造など、多業種への産業構造転換の努力の成果でもある。

産業の歴史に触れるにつけ、本市の姉妹都市である釜石市から学ぶべきものは多い。

図2-3 釜石市の人口・製造品出荷額の推移



資料:工業統計調査、釜石市 HP

※ エコタウン事業

ゼロ・エミッション構想(ある産業から出るすべての廃棄物を新たに他の分野の原料として活用し、あらゆる廃棄物をゼロにすることを目指す構想)を地域の環境調和型経済社会形成のための基本構想として位置づけ、併せて、地域振興の基軸として推進することにより、先進的な環境調和型のまちづくりを推進することを目的として、平成9年度に創設された国の制度である。

平成23年3月11日、三陸沖を震源地として発生した東日本大震災(東北地方太平洋沖地震)は、死者・行方不明者2万人超という我が国史上最悪の災害となり、釜石市にも甚大な被害をもたらしました。釜石市民始め全ての被災者の皆様に衷心よりお見舞い申し上げます。

未曾有の惨事に屈することなく、釜石市を始め全ての被災地が復興への道を力強く歩んでいかれますことを心から念願しております。

2 新たな産業基盤の整備

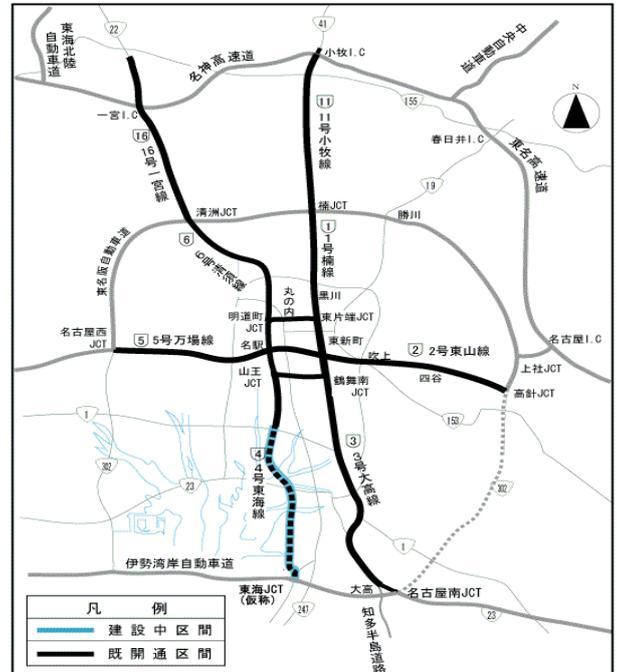
(1) 今後の道路整備

- 現在、平成24年度末の完成予定で、都心環状線の山王JCTから東海IC(伊勢湾岸自動車道)を結ぶ高速4号東海線の工事が進められている(図2-4)。
- さらに、本市と常滑市を結ぶ自動車専用道路「西知多道路」の整備も計画されているところである。

現在、東海JCT(仮称)から知多市長浦IC間は既存の4車線を拡幅して6車線化する案(図2-5)、長浦ICから常滑JCT(仮称)間のバイパス案が検討されている。

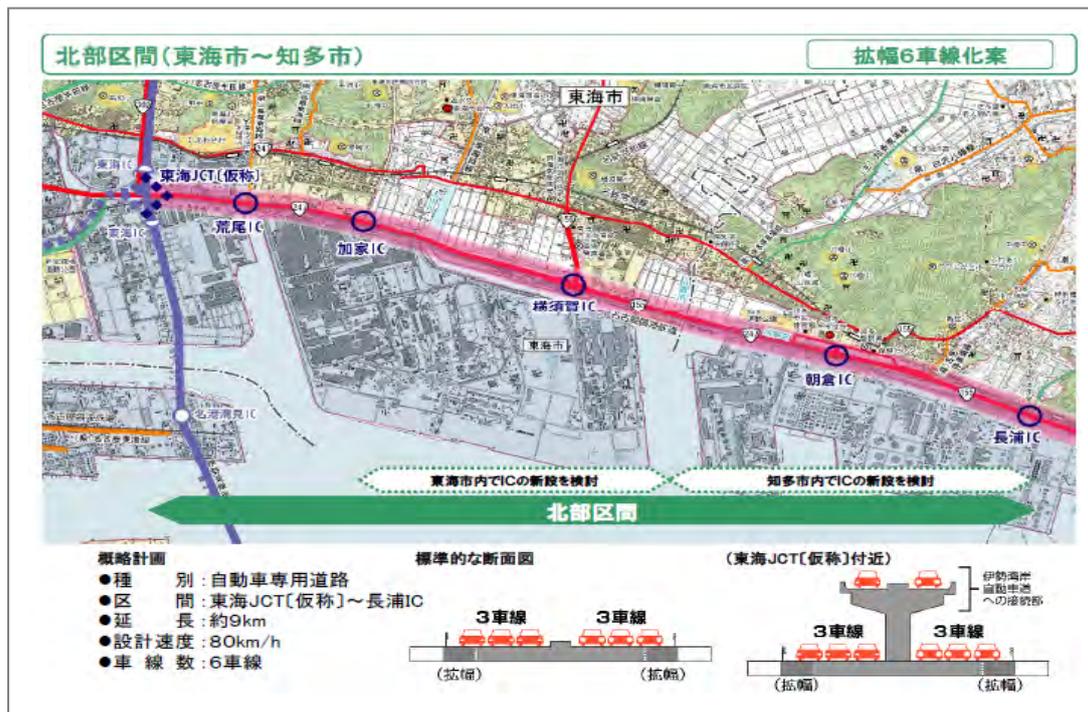
本市を含めた知多地域及び中部国際空港と、名古屋高速や東名高速などの高速道路網との結びつきがさらに強まり、広域的な物流機能の向上や交流人口の拡大による経済の活性化が大いに期待される場所である。

図2-4 名古屋高速道路 路線



資料:名古屋高速道路公社 HP

図2-5 西知多道路 概略計画(北部区間)



資料:愛知県道路建設課 HP

(2) 新たな産業用地の確保(新田地区整備基本構想)

- 江戸時代より開発された本市の西部にある干拓新田地区は、臨海部の工業地と市街地の間に位置しており、地区の西側には西知多産業道路、東側には名鉄常滑・河和線が南北に走るほか、大田川、信濃川などが地区周辺を流れ伊勢湾に注いでいる。

現在、本市ではこの新田地区を対象として、以下のように土地利用を構想しているところである(図2-6)。

- 臨海部から東部に向かって産業ゾーン、緩衝緑地ゾーン、居住ゾーン、農地ゾーンという本市独自の土地利用構成を継承し、新田地区を「緩衝・誘致施設ゾーン」と「居住ゾーン」により構成する。

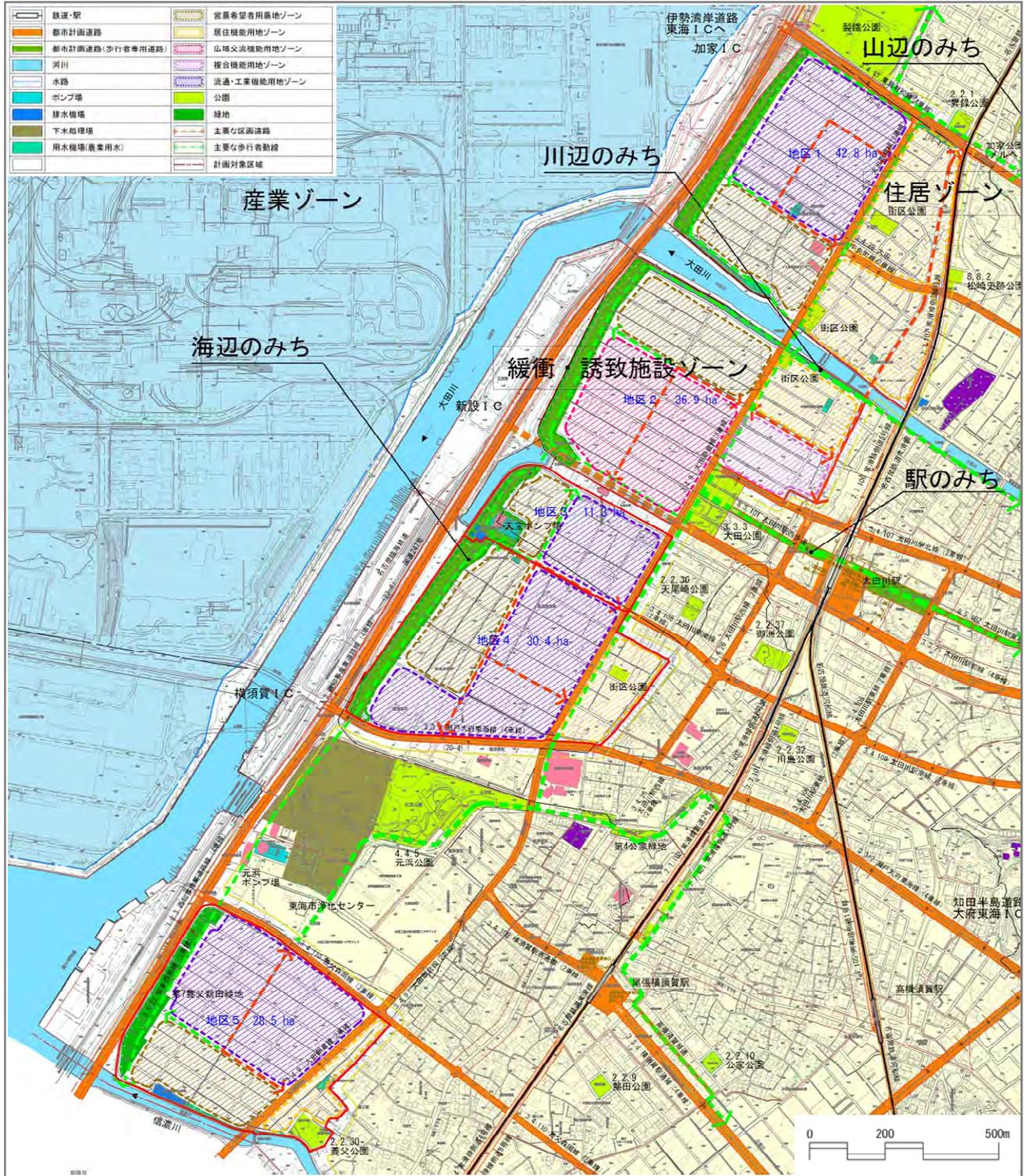
<緩衝・誘致ゾーン>

西知多産業道路線(整備予定の西知多道路)と大田朝倉線の間区域は、保全農地や工業・物流系施設及び交流系施設の立地を見込んだ緩衝機能を確保できる大規模な誘致施設街区とする。緩衝緑地には排水機能に対応した水辺を含むとともに、保全農地や河川と一体となる緑地軸の形成を図る。

<住居ゾーン>

大田朝倉線より東側の区域は、既存の道路配置を踏襲した住居系街区の形成を図り、必要に応じて街区公園の確保を行う。駅周辺部では、隣接する既成市街地との調和に配慮しつつ、広域交流機能との連携も視野に入れ、複合機能(住+商+公等)の誘致を図る。

図2-6 新田地区整備基本構想 地区の基本構成



第3章 市の産業振興方策

1 産業の将来展望

(1) 強みを活かした事業の高度化と経営革新

■ 企業や事業の優位性を高める固有の強み

2008年9月のリーマン・ショックに端を発する金融危機は、またたくまに実体経済へ波及し、世界的な同時不況の影響は例外なく本市経済にも及んでいる。その後、政府の経済対策等により景気回復に向けた若干の兆しが表れたものの、市内企業が実感できるだけの本格的な回復軌道にはほど遠いと言わざるをえない。

このように先行きに対する不透明感、不安感を払拭し、国内外の経済環境や、社会動向等に左右されない力強い自律的な回復を成し遂げるためには、各事業者が確たる経営理念を持ちながら、優秀な人材を確保、育成し、独自の技術・技能に磨きをかけ、他にはない製品・サービスを創出することが必要である。

■ 強みに着目した産業振興が必要

それぞれの事業者がこうした固有の強みを持つことが企業や事業の優位性を高め、厳しい現実を切り開く唯一の原動力になると言っても過言ではない。

そこで、本市においては、現状、各事業所が何をもって強みとし、企業の付加価値を高めるためにどのような取組をし、また、関心を持っているのか明らかにする。

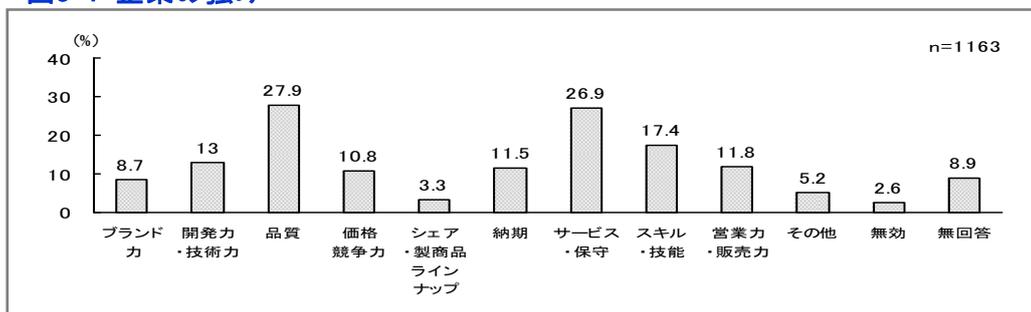
その上で、各事業所のこれら取り組みをベースに、強みをさらに特徴づけるため、本市としてどのような方向性を持って産業の振興を図るべきかを検討する。

① 市内事業者が持つ強み(ブランド力、スキル等)

■ 市内企業の強み ～品質・サービス

先に一部触れたところではあるが、企業実態調査において、企業の強みを確認したところ、図3-1のとおり「品質」(27.9%)が最も多く回答され、次いで「サービス・保守」(26.9%)となった。逆に「価格競争力」、「ブランド力」、「シェア・製商品ラインナップ」の回答は少なく弱みと捉えることができる。

図3-1 企業の強み



■業種別の強み～他の弱点を強化することが必要

製造業では「品質」(41.6%)、建設業では「スキル・技能」(30.6%)、卸売業では「営業力・販売力」(36.9%)が最も多く回答されるなど、業種と関連性の高い項目が選ばれる傾向がある。回答の多い項目は企業が重視している内容であり、これらで競争力を持つことが重要である。

また、業種ごとに回答の多い項目と少ない項目に分かれる傾向があり、差別化を考えるうえでは他の企業が弱みとする部分を強化することが有用と考えられる。例えば、製造業、建設業、サービス業では「営業力・販売力」、小売業では「製商品ラインナップ」などを強化することがあげられる。

図3-2 企業の強み(業種別)

(単位:%)

業種	強み	ブランド力	開発力・技術力	品質	価格競争力	シェア・製商品ラインナップ	納期	サービス・保守	スキル・技能	営業力・販売力	その他	無効	無回答
製造業【n=219】		8.7	26.0	41.6	10.5	4.6	26.9	9.1	17.8	7.8	2.3	1.8	3.7
建設業【n=242】		5.4	21.1	29.3	14.9	0.4	15.7	20.7	30.6	8.7	4.5	2.1	5.0
卸売業【n=65】		6.2	7.7	20.0	16.9	15.4	23.1	20.0	7.7	36.9	1.5	4.6	3.1
小売業【n=201】		14.9	2.0	26.9	11.9	3.5	4.0	32.8	6.0	20.4	6.0	3.0	11.9
サービス業【n=317】		7.3	8.8	20.8	6.3	2.2	1.6	37.5	17.4	6.6	7.3	3.5	13.6
運輸・通信業【n=56】		10.7	5.4	33.9	8.9	3.6	14.3	32.1	25.0	8.9	3.6	1.8	5.4
金融業【n=12】		25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	41.7	8.3	33.3	8.3	0.0	8.3
その他【n=51】		5.9	5.9	13.7	13.7	2.0	2.0	43.1	3.9	7.8	11.8	0.0	21.6

太字 回答率が30%以上の項目
 回答率が20%以上30%未満の項目

■売上動向別の強み(売上げに寄与する強みとは)

売上動向別にみた場合、売上げが増加(+5%超)した企業では「ブランド力」、「開発力・技術力」、「営業力・販売力」が他の企業と比較して多く回答されていることから、これらの項目が売上げ増加の一因になっているものと推察される。

逆に売上げが減少(-5%超)した企業では、「ブランド力」、「開発力・技術力」、「営業力・販売力」を課題とする企業が多いことが読みとれる。

図3-3 企業の強み(売上動向別)

(単位:%)

売上動向	強み	ブランド力	開発力・技術力	品質	価格競争力	シェア・製商品ラインナップ	納期	サービス・保守	スキル・技能	営業力・販売力	その他	無効	無回答
減少(-5%超)【n=837】		8.0	12.7	28.9	10.8	3.3	12.9	27.1	17.0	10.4	4.8	2.4	8.7
横ばい(±5%)【n=220】		8.2	11.4	25.9	11.4	2.3	8.6	30.0	18.6	13.6	7.7	2.7	6.8
増加(+5%超)【n=89】		18.0	21.3	27.0	12.4	5.6	7.9	21.3	20.2	22.5	4.5	4.5	1.1

太字 回答率が30%以上の項目
 回答率が20%以上30%未満の項目

■「ブランド力」、「開発力・技術力」、「営業力・販売力」が競争力の源泉

この結果から明らかなように、不況下においても売上げを伸ばすカギ、言うなれば業績回復のために早々にも取り組むべき課題として、また、競争力の源泉となるコア・コンピタンス(※)として、是が非でも確立すべき3つのキーワードは「ブランド力」、「開発

力・技術力」、「営業力・販売力」である。

今後の本市産業を展望する場合、各事業所がそれぞれ上記3要素をブラッシュアップし、各事業所の強みとして確立することを目指さなければならない。

※ コア・コンピタンス

他社に真似のできない核となる能力。成功を生み出す能力であり、競争優位の源泉となる。

② 付加価値向上の取組

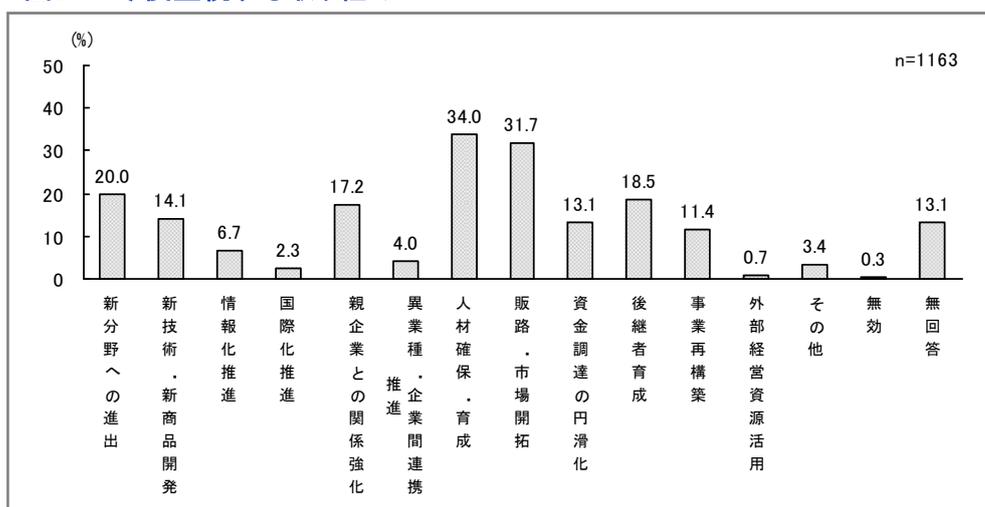
■ 関心の高い「人材育成」と「販路・市場開拓」

次に市内の事業者が企業・事業の付加価値を高めるため、今後、どのようなことに取り組むべきか、関心をもっているのかを調査した結果が図3-4のとおりである。

「人材確保・育成」(34.0%)が最も多く回答され、次いで「販路・市場開拓」(31.7%)となっている。

また、「新分野への進出」(20.0%)、「事業再構築」(11.4%)の回答があるが、2009年版中小企業白書によると、過去に経営方針を転換した経験のある中小企業や今後経営方針を転換する予定のある中小企業の方が、経常利益率が改善してきたとする割合が高い、というデータもあり、経営革新に果敢に挑戦していくことが必要である。

図3-4 今後重視する取り組み



■ 業種別の取組み～全てに共通する「人材確保・育成」

製造業では「人材確保・育成」、「販路・市場開拓」のほか、「新分野への進出」、「新技術・新商品開発」、「親会社との関係強化」が多く回答されている。

建設業では「人材確保・育成」、「販路・市場開拓」のほか、「親企業との関係強化」、

「資金調達の円滑化」、「後継者育成」が多く回答されている。資金調達については建設業が突出して回答が多い点が特徴的である。

卸・小売業では、「販路・市場開拓」が他の業種と比べて特に多く回答されている。また、「人材確保・育成」への関心も高い。他に、卸売業では「新分野への進出」、「後継者育成」が多い。

サービス業では、「人材確保・育成」が最も多く回答されている。次いで、「販路・市場開拓」、「後継者育成」への関心が高くなっている。

図 3-5 今後重視する取り組み(業種別)

(単位:%)

業種	取組み	新分野への進出	新技術・新商品開発	情報化推進	国際化推進	親企業との関係強化	異業種・企業間連携推進	人材確保・育成	販路・市場開拓	資金調達の円滑化	後継者育成	事業再構築	外部経営資源活用	その他	無効	無回答
製造業【n=219】		24.2	26.9	3.7	3.7	25.6	5.5	28.8	38.8	11.4	17.8	11.0	0.9	0.9	0.0	10.0
建設業【n=242】		16.9	11.2	5.8	0.8	28.5	4.5	43.4	24.4	23.6	22.7	12.4	0.4	2.9	0.4	5.0
卸売業【n=65】		30.8	9.2	10.8	3.1	15.4	6.2	26.2	52.3	9.2	21.5	13.8	0.0	3.1	0.0	7.7
小売業【n=201】		19.9	8.5	7.0	1.5	5.5	2.5	27.4	45.8	6.0	13.4	8.5	0.5	5.0	0.5	19.9
サービス業【n=317】		18.0	14.2	6.9	1.9	8.5	3.5	35.6	23.0	10.7	20.2	12.0	0.9	4.4	0.3	17.0
運輸・通信業【n=56】		25.0	3.6	10.7	7.1	37.5	0.0	48.2	30.4	17.9	12.5	17.9	1.8	0.0	0.0	7.1
金融業【n=12】		0.0	25.0	8.3	16.7	8.3	16.7	58.3	16.7	8.3	8.3	8.3	0.0	8.3	0.0	16.7
その他【n=51】		15.7	9.8	11.8	0.0	9.8	2.0	15.7	13.7	13.7	15.7	7.8	0.0	5.9	0.0	25.5

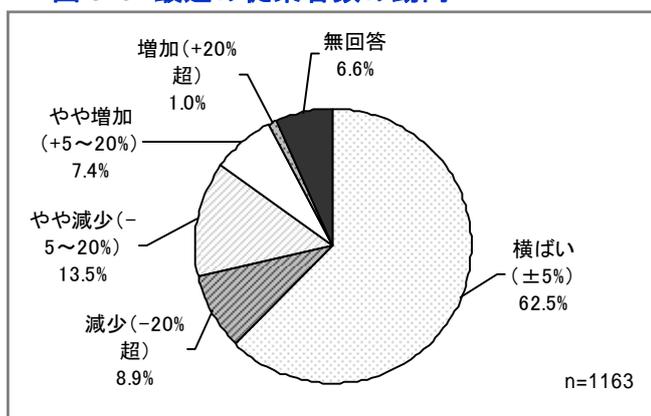
太字 回答率が40%以上の項目 回答率が20%以上40%未満の項目

■ 求められる有為な人材

上記のとおりあらゆる業種に共通する関心事が人材の確保と育成である。

市内事業者における雇用状況であるが、企業実態調査では、図3-6のとおりここ1、2年で従業員数を増やした事業所はわずかに8.4%で、それ以外は横ばい以下で、従業員を減らした事業所は実に73.8%に及んでいる。この結果からも雇用の過剰感は引き続き根強いものの、事業の発展・拡大のために有為な人材を求めていることは明らかである。

図 3-6 最近の従業員数の動向



■ 人材育成・能力開発の課題

しかしながら、(社)日本経済団体連合会のレポート「中小企業を支える人材の確保・定着・育成に関する報告書」によると、中小企業においては「質の高い人材を確保でき

ない」ことや、「必要数を確保できない」ことにジレンマを抱えていることが指摘されている。さらに、同報告書では、中小企業にあつては、「指導・育成できる人材が不足」、「時間的余裕がない」などを主な理由として、人材育成・能力開発に課題があるに言及している。

■ 最重要の取組み～「人材の確保と育成」

ほぼ全ての企業において最も重要な経営資源は人材である。つまり、事業の維持、拡大のためには、優秀な人材を確保し、いろいろな部門・事業シーンにおいて力を発揮できる社内人材の育成を図ることである。

このように、様々な問題点をはらんではいらぬものの、企業の付加価値向上に向けた最重要の取組みとして「人材の確保と育成」を位置づける必要がある。

③ 強みを活かし、付加価値を高めるための支援(基本的な考え方)

■ 「ブランド力」、「開発力・技術力」、「営業力・販売力」、「人材の確保と育成」を柱に

前述のように、各事業所の持つべき強みとして、「ブランド力」、「開発力・技術力」、「営業力・販売力」を高め、これら各要素を実現するための「人材の確保と育成」を図ることに対し、本市として支援を行っていく必要がある。

■ 「情報」の力

先の企業実態調査とともに実施したヒアリング調査において、多く事業者から寄せられた声が「情報」に関することであった。

厳しい経営環境の中、各事業者は事業の成長を図るために様々な取組みを考えているが、「情報」の不足・必要性を訴える声を多く耳にした。

企業経営者はつねに孤独であり、経済環境が厳しい時にこそ「情報」を、と考えている。先の「ブランド力」、「人材の確保と育成」等に対する支援策は不可欠ではあるが、スキームの整備や、制度運用が軌道に乗るまでには時間を要する。しかし、必要な情報提供は比較的短期に実行が可能である。

事業展開、経営の高度化等の進取的な取組みであれば、なおさら情報の意義は大きく、必要な時に必要な情報を提供するは、事業者にとっても大変意義のあることである。

また、おぼろげながらも事業の将来展望はあるものの、何からどう手をつけていいのかわからない経営者も多い。こうした事業者においても、必要な情報を入手できることは何にも増して心強いものである。

さらに、本市においては、この「情報」の持つ力を重視して支援のあり方を考えたい。

■ 「情報の活かし方～学・思・行

事業者において「情報」とは、管理、企画、製造、販売といった各場面において必要

とされる知識であり、智恵である。激動の社会経済状況に翻弄されることなく、未来を切り開くには知識・智恵なくしてはあり得ない。

しかしながら、知識・智恵があれば、それで事足りるものではない。知識・智恵を活かして、これを事業として具現化するためには、考える作業が不可欠である。知識にまた別な知識を加え、考えることによって新しいアイデアを生み出し、具体的に実行していく。

この一連のプロセスを経てこそ結果は得られるものである。

このことに関連して、本市が生んだ偉大な先達 細井平洲(※)はこう述べている。

「学・思・行相まって良となす(学問と思索と実行と三つそろって、初めて学問をしたと
いうことができる)」

もっともこの言葉は学問について論じられたことであるが、万般にわたって通じるものであり、企業経営者等も事業のあらゆる局面において参考となる格言である。

※ 細井平洲

東海市出身の江戸時代の儒学者である。細井平洲は、藩政改革で有名な米沢藩主・上杉鷹山の師として活躍し、晩年には、尾張藩に仕え、藩校・明倫堂の初代督学となった人物である。「学んだことを生かす」という実学が信条で、吉田松陰や西郷隆盛にも大きな影響を与えた。

■ 学・思・行による施策の展開

各事業者が、新分野進出や事業展開、経営の高度化、技術・サービス開発等といった新たな取り組み(広く「イノベーション」と称する)を進めるにあたっては、まず必要とされる情報を入手し、理解を深めながら(学)、具現化のための検討を進め、計画を立案する必要がある(思)。次に、熟度の高まった計画を実際に実施することとなる(行)。

事業者の取り組みに必要な上記のプロセス(学・思・行)に重きを置き、学び、考え、そして行動を開始する、この各プロセスごとに事業者を支援するための本市プログラム(施策の体系)を明らかにする。

この学・思・行による一連のイノベーション活動を支援する施策展開のイメージは図3-7のとおりである。

図3-7 学・思・行の施策展開イメージ

	フェーズⅠ 「学」のステージ	フェーズⅡ 「思」のステージ	フェーズⅢ 「行」のステージ
事業者の取組	関連情報の収集、調査・研究、マーケティング等	プランニング、パートナーの確保、実現可能性評価等	初期の研究開発、知的財産の活用等
本市の支援施策(例)	〇〇講演会の開催、商工会議所の窓口相談	△△プラン研究会の開催、連携先の確保、事業のコーディネート等	□□□開発に対する助成、専門家による指導等

(2) 新しい産業(知識集約型・社会課題対応型・先端技術型)の育成・誘致、起業家の支援

① 本市が考える新しい産業

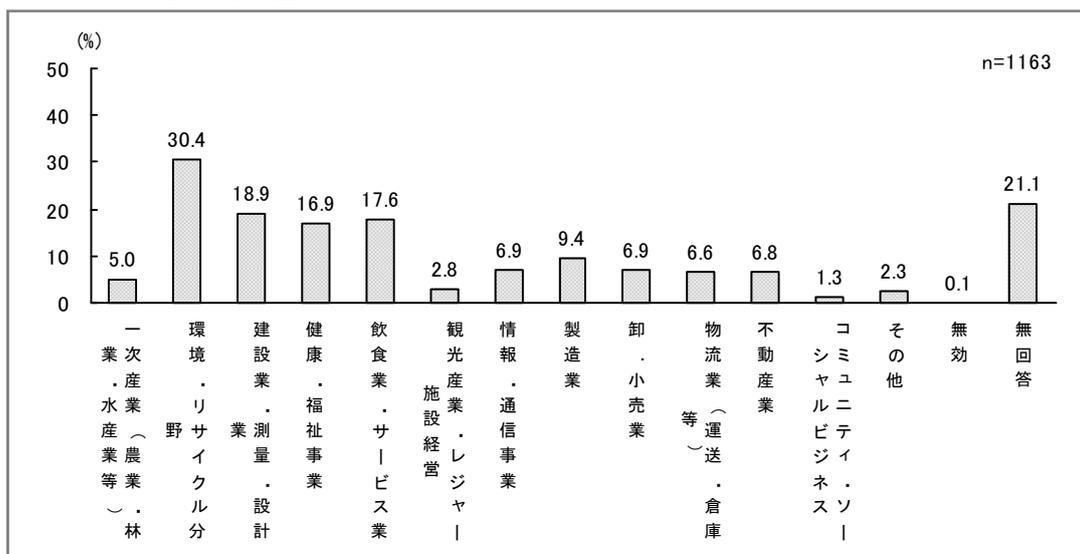
■ 関心の高い「環境・リサイクル分野」

第2章で国・県が描く新しい産業分野のイメージを示したが、一方、本市の事業者が将来的な成長産業としてどのような分野に関心を持っているのか。

企業実態調査で関心のある分野・市場を尋ねたところ、「環境・リサイクル分野」(30.4%)が最も多く回答された(図3-8)。

国の「新成長戦略」におけるグリーン・イノベーションにも見られるように、地球温暖化ガスの削減、化石燃料の代替化や生態系の維持など、近年、国内外での環境問題に対する意識の高まりにともなって、新しい需要創出とビジネスチャンス拡大への期待から高い関心が持たれているものと思われる。

図3-8 関心のある産業分野



■ 全業種が環境分野に注目

図3-9のとおり業種別に関心のある分野を見ても、いずれの業種からも「環境・リサイクル分野」が2~4割回答されていることが特徴であり、多くの業界が注目していることが読みとれる。

とりわけ製造業と卸売業において「環境・リサイクル分野」への関心が高い。

これから伸びる産業を考えた時、環境に配慮した製(商)品・サービスを開発・販売することは必須の要件でもあり、具体的なプランの有無に関わらず、あらゆる事業者が将来構想のキーワードとして“環境”を重要視している。

図 3-9 関心のある産業分野(業種別)

(単位:%)

業種 \ 分野	一次産業	環境・リサイクル分野	建設業・測量・設計業	健康・福祉事業	サービス業・飲食業	観光産業・レジャー施設経営	情報・通信事業	製造業	卸・小売業	物流業	不動産業	ソーシャルビジネス・コミュニティ	その他	無効	無回答
製造業【n=219】	6.4	41.6	9.6	17.8	10.0	1.4	7.3	30.6	1.8	4.6	0.9	0.5	0.5	0.0	19.6
建設業【n=242】	5.0	36.8	59.9	10.7	6.2	3.3	6.2	2.9	1.2	1.2	13.2	0.0	2.5	0.4	12.8
卸売業【n=65】	10.8	41.5	15.4	16.9	9.2	0.0	7.7	13.8	18.5	6.2	3.1	1.5	0.0	0.0	15.4
小売業【n=201】	2.5	18.9	2.0	15.4	17.9	4.5	7.0	2.0	20.9	3.5	4.0	0.5	4.0	0.0	33.8
サービス業【n=317】	4.1	24.0	9.1	24.3	34.7	3.5	7.9	4.7	3.5	4.7	5.7	3.2	2.8	0.0	22.4
運輸・通信業【n=56】	7.1	33.9	5.4	10.7	7.1	1.8	7.1	8.9	3.6	66.1	1.8	3.6	0.0	0.0	8.9
金融業【n=12】	0.0	25.0	0.0	25.0	8.3	0.0	0.0	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	41.7
その他【n=51】	5.9	21.6	15.7	5.9	21.6	0.0	2.0	2.0	9.8	2.0	31.4	0.0	2.0	0.0	23.5

太字 回答率が40%以上の項目 回答率が20%以上40%未満の項目

■ 新しい産業を考える時代背景

かつては、産業構造の転換について、「重厚長大から軽薄短小」といったスローガンに象徴されるように、鉄鋼のような素材産業から自動車、家電のような加工組立型へという流れがあった。ところが、サービス産業の成長にともなって、産業のソフト化・サービス化が叫ばれ、製造業にあっても高付加価値化が標榜されてきたところである。

鉄鋼業界をみても、主に自動車の素材として使用される高張力鋼板(ハイテン)に代表される高級鋼材等によって、台頭する諸外国メーカーとの競争力を堅持してきた。

しかしながら、どれだけ価値的な製品を製造、販売しようにも、将来の国内産業を展望すると、人口減少による相当程度の国内需要の先細りは不可避であり、内需中心の産業には限界がある。

一方、輸出中心の外需に依存した産業も、新興国の経済成長にともなうマーケットとしての拡大は魅力であるが、今後の為替動向によっては、製造業に限らず国内産業の海外シフトがさらに進展することも懸念される。

■ 東海市が考える新産業の3類型

それでは、これほど世界規模で経済環境が激変する今日、本市において新しい産業としてどのような分野を育成、振興すべきであろうか。

これからの社会経済動向や、国・県の政策展開の方向性、本市産業の課題を踏まえながら、本市が振興すべき産業の姿をイメージすると、次の3つの産業類型が考えられる。

- a 知識集約型産業
- b 社会課題対応型産業
- c 先端技術型産業

a 知識集約型産業

文字どおり知識、智恵を最大の経営資源とする産業である。

社会経済の閉塞感を打破し、これまでにはない需要を創造するため、高度な知

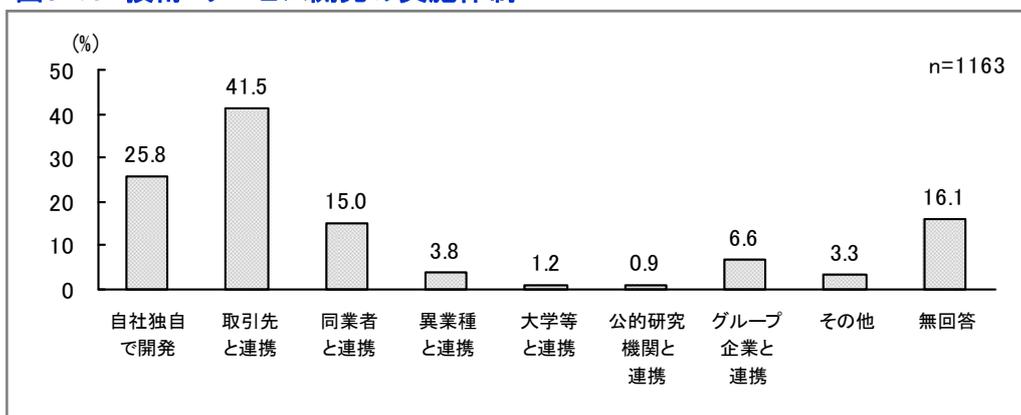
識・智恵によって新しいマーケットをつくり出す産業と言える。

大学や、公設試験研究機関が持つ技術シーズを活用したり、異業種交流や産学官連携等によって複数の知識・智恵を相互に結集することによって生まれた成果を活用するものである。

先にも述べたが、企業実態調査で明らかになったとおり、売上が増加した企業は「開発力・技術力」を強みとする企業が特に多いことから、個々の事業者においては技術研究、サービス開発に前向きに取り組むことが必要であるが、大学等の技術シーズや異業種企業の持つ知見、ノウハウを活用することが重要である。

本市の産業全体をながめると、企業実態調査によれば、技術・サービス開発に関する取り組みについて、「取引先と連携」(41.5%)、「自社独自で開発」(25.8%)との回答が多く、「大学等と連携」(1.2%)、「公的研究機関と連携」(0.9%)している事業者が極めて少ないことは大きな課題と言える。

図3-10 技術・サービス開発の実施体制



b 社会課題対応型産業

市民生活全般の諸課題の解決等を図る、半ば公共・公益的な産業である。

例えば、一向に減少する気配のない交通事故や犯罪の発生、あるいは子どもに対する親の虐待や独居老人の孤独死など、もはや普通に起こりうる不幸な出来事を見るにつけ、誰もが願う心豊かで安心して暮らすことができる社会を築きたいものである。

私たちの生活周辺には、その他にも少子・高齢化の進展や、コミュニティの衰退、価値観の多様化等に起因する、ありとあらゆる問題・課題が山積していると言えるが、発想を転換すれば、こうした生活課題を解決することは一つのビジネスチャンスととらえることも可能である。

昨今は、行政の力が及ばない領域を補完する意味で、NPO(特定非営利活動法人)の活動が注目されているところであり、NPO等を中心に地域社会の諸問題に取り組むコミュニティビジネス、ソーシャルビジネスを振興することが必要である。

さらに、地域の活性化という観点から、本市独自の地域資源を活用したビジネス展開も考えられる。例えば、埋もれた観光資源を発掘して、これまでにはなかった観光のスタイルを提供、あるいは、本市ならではの伝統、文化、芸能と一体となったまちおこしとしての取り組みなどが、新しい地域産業の芽になる可能性もある。

c 先端技術型産業

これまで高い技術革新の力によって日本経済を牽引した産業そのものの姿であり、技術力を拠り所とした付加価値性の高いものづくり産業と言える。

一例としては、燃料電池(※1)、情報通信(半導体、ストレージ・メモリ(※2)等)、新素材(CFRP(※3)、カーボンナノチューブ(※4)等)、創薬、再生医療(※5)等があげられる。

本市の主要産業である鉄鋼においても、世界最高とも言える絶え間ない技術革新によって、廉価な諸外国の鋼材に対し高級鋼として差別化を図ってきた。

主に自動車の部材に利用されるハイテン(※6)が代表的な製品であるが、その自動車産業も将来的にはますます小型化が進み、やがては強くて軽量な新素材を投入したEV(電気自動車(※7))、PHV(プラグインハイブリッド(※8))等の次世代自動車によって変わることも予想され、鉄鋼業界の次なる技術革新が期待されるところである。

※1 燃料電池

水の電気分解と逆の原理で、水素と酸素から電気を作る次世代の発電システムである。

※2 ストレージ・メモリ

インターネットの高速化等にもなって必要となる大容量の記憶装置で、情報処理技術の高度化に不可欠なコア技術である。

※3 CFRP(炭素繊維強化プラスチック)

カーボンファイバー(炭素繊維)にプラスチック材料を含浸した後、硬化させて成形した複合材料のことで、軽量で強度の強い素材である。

※4 カーボンナノチューブ

直径 0.7~70nm(ナノメートル)で、長さが数十 μm (マイクロメートル)程度の円筒形をした炭素の結晶で、新素材として期待が大きい。

※5 再生医療

失われた人体機能を再生する際の臓器や組織機能を再建する医療技術である。人工多能性幹細胞(iPS細胞)はその代表例である。

※6 ハイテン(高抗張力鋼)

合金成分の添加や組織の制御などを行って、一般構造用鋼材よりも軽量で強度を向上させた鋼材である。

※7 EV(電気自動車)

電気を動力としてモーターで走行する自動車である。電動のため走行時に CO_2 や NO_x を出さないことが特徴である。

※8 PHV(プラグインハイブリッドカー)

部分的にバッテリーのみで走行できるハイブリッドカーである。車両に付けたコンセントにプラグを差し込み(Plug-in)外部電源から直接充電できる。

② 新しい産業を創出するための本市の基本的な考え方

■ 新しい挑戦への支援

本市において、将来の社会経済動向に対応した成長産業を育成するためには、これまで築き上げられた本市産業のストックを十二分に活用することが必要である。

今後、それぞれの事業者が望むことは多岐にわたるものと考えられるが、新分野への進出や、事業展開等によって、新しい事業領域への挑戦を支援することが本市の役割である。

まずは、市内企業等が持てる強みをどのような分野で、どう活かすのかをシミュレーションすることからスタートさせ、この強みを最大限に光らせる道筋を描くことに注力する。

■ 連携による新産業の育成

次に、激変する社会と複雑化する経済、また、多様化する消費者ニーズに対応した新しいマーケットを的確に見据えるためには、人・モノ・金・情報と言われる経営資源のうち、特に「情報」を重視し、事業者が必要としている「情報」を正確かつリアルタイムで提供する支援のあり方に留意する。

ただし、「情報」を活用するためには、「情報」が単なる一つの知識にとどまらないよう、取組みに必要な智慧へと転化させなければならない。このステップアップをフォローするため、「連携」をキーワードとして、様々な人々、団体等が関わりを持ちながら、弱い部分を補完することに重きを置く。

このように、「情報」の有効な活用と、「連携」による智慧の結集をもって、新しい産業の萌芽を育成したいと考えている。

③ 起業・創業に対する支援ユニットの形成

■ 地域経済に活力を生む起業・創業

図3-11は全国データではあるが、開廃業率の推移を示したものである。

この図から明らかなように86年から91年の間、バブル経済崩壊の時期を境として開業率が廃業率を下回った。

中小企業対策を始め、創業支援策等は国・県で活発に講じられているものの、廃業率は高止まりで、これを上回るだけの開業率の増加は見られない。

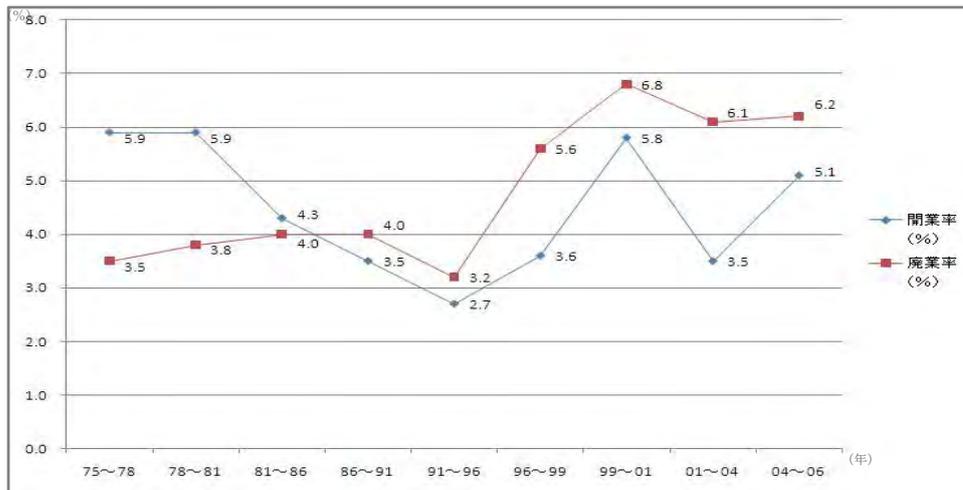
失われた10年とも20年とも言われる昨今の経済環境は、多くの企業倒産や廃業をもたらし、果敢に創業しようとするものの意欲を奪うほどの厳しさである。

しかしながら、経済に活力をもたらすのは、新しいアイデアをもった創業精神の旺盛な起業家によるところが大きい。

本市においても事業所数は年々減少傾向にあることから、これまでの事業とは異なる新しい業種・業態へと舵をきる第二の創業も含めて、地域経済に活力を生み出す起爆

剤として起業・創業を支援する。

図3-11 開廃業率の推移(全国)



資料:2010年版中小企業白書(中小企業庁)

■ 専門家による支援体制の構築

この起業・創業を支援するため、本市としては先に述べたとおり、必要な情報提供ができ、効果的な連携等も仕掛けられる専門家によってサポートする。

事業活動の大部分は代表者等の自助努力によるものであるが、創業等の段階では必要な経営資源に恵まれてはいないため、事業の世話人的役割をもった専門家が一貫して指導・助言できるフォロー体制を構築する。

(3) 成長力ある商業・サービス産業への転換と集積

① 全市的な取組でブランドイメージを構築

■ あらゆるニーズに対応した魅力ある商業環境

前述のとおり、本市の卸売・小売事業者数は年々減少傾向にあり、商業者を主な組合員等とする商業団体の解散も後を絶たず、小規模な店舗は淘汰の荒波にさらされ大変厳しい状況にある。一方、本市においてもその傾向が顕著であるように、新しい商品がすぐに店頭に並び、品揃えが豊富な大型店にとってかわろうとしている。

しかしながら、生活に高い利便性をもたらす大規模店舗も、その多くは幹線道路沿いのロードサイドに立地していることから、自動車が運転可能な世代にとっては、大型店は便利この上もないが、昨今、「買い物難民」なる造語もあるように、今後ますます増加する高齢者世帯には、日常の買い物にも事欠く現実が待ち受けている。

本市においても、あらゆる世代や、消費者ニーズに対応した、魅力ある商業環境を形成することが必要である。

■ 商業の役割と「一店逸品運動」

これまでの地域商業は、日常の買い物場としてばかりではなく、生活に束の間の憩いをもたらす季節の催事や地域の祭りなどの主要な担い手となってコミュニティを支えてきた存在でもある。

国では、商店街等が持つ地域コミュニティを支える機能に着目して、平成21年8月、「商店街の活性化のための地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律(地域商店街活性化法)」を施行して、商店街振興組合等による、地域住民に役立ち、地域の魅力を発信する取組みに対し支援を行うこととした。

本市においても、商工会議所が中心となって、「ヤル気のある」、「自分なりの創意工夫を活かした」商店・専門店の個性的な商品、サービスを発掘し、これを育てることで本市の商業活性化を目指す「一店逸品運動」を展開しているところである。

この「一店逸品運動」は平成17年度から実施しており、これまでに168店舗(平成22年度までの累計)が参加して、他では入手できないその店ならではの商品、サービスを発掘し、これに磨きをかけて、個店のオリジナルな特徴を創出しようと取り組んでいる。

さらに、この「一店逸品運動」参加店が中心となって、地域の子どもたちの安全を守ろうと、「子ども110番の店」の活動も展開中である。

■ 市内店舗のブランド化を推進

この「一店逸品運動」のように、他との差別化を図り、その店でしか得られない顧客満足を満たす優れた商品、サービスをさらにブラッシュアップさせ、これを知らしめる市内店舗のブランド化を一層推進する。

例えば、特定の飲食、物販品目毎のテーマ設定、あるいは、市内で統一的なキーワード(安心・安全、元気、健康等)を掲げた全市的な取組みなど。

② 太田川駅周辺地区を市内最大の商業集積地へ

■ 中心市街地の衰退

明治45年、本市において最初の鉄道が敷設(現 名鉄常滑線)された後、昭和6年に太田川駅より半田線(現名鉄河和線)が開通したことによって、太田川駅は知多半島最大の交通結節点となり、乗降客数・貨物量とも本市最大となる。

昭和30年代の臨海部工業地帯の発展にともなう爆発的な人口増加は、大田地区の人口集中や商業活動の活発化につながり、太田川駅を中心とした本市の中心市街地が形成された。

その後、急激な人口増加とモータリゼーションの進展により、昭和の後期から郊外へと居住者が流出し、域内人口が減少し始め、平成に入ると商業活動も衰退するなど、中心市街地としてののにぎわいが低下した。

■ 中心市街地の基盤整備

中心市街地の衰退に歯止めをかけるため、本市の都市拠点として「東海市の玄関口・顔づくり」を目標に掲げ、平成4年から本市の施行により土地区画整理事業を進めることとなった。さらには土地区画整理事業とともに実施している鉄道の連続立体交差事業も平成23年中には鉄道の高架が完成する予定である。

図3-12 中心市街地 整備イメージ



資料:東海市中心市街地活性化基本計画

■ 中心市街地の賑わい空間

図3-12のように各種の都市基盤整備が進められているが、最も大きな課題は、太田川駅周辺地区の賑わいをいかに創出するかということである。

上記のとおり、都市機能の郊外化や土地区画整理事業の進展等に伴って、当該地区における商業集積は極度に低下しており、バラエティに富んだ店舗を多数誘致し、回遊性のあるまちづくりが必要となっている。

特に、昭和46年にオープン以降、本市のみならず知多半島全域からも集客し、本市中心市街地の賑わいの核であったユニー太田川店(平成14年閉店)が、再度、太田川駅周辺に出店する計画もあることから、大型店と中小規模の店舗が共存した魅力ある商業環境を形成する。さらに、整備が予定される50m歩道等において定期的にイベントを開催するなど、商業との相乗効果をねらったアミューズメント的な空間を演出していく。

③ コミュニティビジネス、ソーシャルビジネスの振興

■ コミュニティビジネス、ソーシャルビジネスへの期待

戦後の目ざましい我が国の経済発展は、昭和30年代の高度経済成長、さらには二度のオイルショックやプラザ合意後の円高という度々の困難を乗り越え、狂乱のバブル経済とその終焉を経て、長い低迷の道をさまようこととなった。

この間、1億総中流社会とも比喻されたように、ほぼ全ての国民が日常生活を十分謳歌するに足るだけの物質的な豊かさかを享受した一方で、日常生活においては、核家族の進展等による世代間の断絶、離婚件数の増加、はたまた、エスカレートする子どものいじめや、若者の引きこもりなど、行き過ぎた経済至上主義など社会のひずみは、皮肉にも経済の担い手であった多くのサラリーマン家庭を直撃した。

さらに、昨今の社会全体をみても、勝ち組・負け組、格差社会なる言葉がメディアで何の違和感もなく使われ、自殺者は年々増加の一途で、日常の治安を脅かす犯罪や、悲惨な交通事故の発生は後を絶たず、安全な社会で、安心して暮らせる当たり前の毎日が望まれている。

このように、市民の日常生活や社会が発する悲鳴を希望へと変えるべく、身近な問題をビジネスチャンスとするコミュニティビジネス、ソーシャルビジネスに大きな期待が寄せられているところである。

■ 本市のNPO活動

本市においても、東海市まちづくり基本条例で、「新世紀にふさわしいまちづくりは、市民の持つ豊かな社会経験、知識、創造性などを十分に生かし、市民と市が、それぞれに果たすべき責任と役割を分担し、共に手を携え、相互に補完し、及び協力して進めることを基本とします。」と掲げているように、行政運営の基本方針は市民との協働・共創である。

それでは、市民活動の代表例とも言えるNPOの取組みはどうであるのか、近隣市(人口が近似している市を含む)と比較したものが図3-13である。

図3-13 関係市のNPO数

	市内NPO数	人 口	人口/NPO数
東海市	11	108,754	9,887
大府市	9	85,912	9,546
知多市	12	84,837	7,070
半田市	28	117,583	4,199
江南市	14	101,820	7,273
西尾市	23	109,069	4,742

※ 各市の人口は平成22年10月1日現在(半田市のみ同4月1日現在)

NPO数は愛知県社会活動推進課HPより

もつとも、NPOの数だけで評価できるものではなく、地域の実情等も一様ではないため、あくまでも参考ではあるが、人口規模に比して本市のNPO活動は低調であり、市民との協働・共創をまちづくりの基本理念とする本市としては課題であるとも言える。

■ 社会起業家の支援と育成

戦後、三種の神器とも言われた工業製品を皮切りにスタートした大量生産、大量消費という、これまでの経済の基本フレームが崩壊した今、従来のモノではなく、家庭で、地域で、市内で必要とされる新しいサービスを提供するコミュニティビジネス、ソーシャルビジネスの意義はあまりにも大きく、NPOを中心とした市民活動を重要な産業の担い手の一つと位置づけ、広く市民等に普及啓発するとともに、若者、主婦、高齢者等による社会起業家の支援と育成を図っていく。

(4) 農業の現状を踏まえた取り組み

① 産業としての農業

平成21年12月、国においては、食料の生産基盤である農業を改めて貴重な社会資本として位置付けるべく農地法が大きく改正された。主な改正点は、法の目的を農地の効率的な利用促進とした目的自体の改正や市街化区域の農地も含めた遊休農地対策の強化、農地の面的集約の推進などである。

近年、国をあげての食料自給率の低下に対する取り組みや、世界情勢の流れにより、農業を取り巻く環境は大きく変わろうとしている。

本市においても、社会情勢に注視しつつ、第5次総合計画の施策の推進と合わせて、「産業としての農業」について取り組む必要がある。

② 農業後継者の育成

前述のとおり、本市の農家数、農業人口は年々減少し続けており、農業従事者の高齢も進んでいる。

このような課題に対応するため、本市では第5次総合計画の施策として、「農業後継者を育成する」ことを掲げているところであり、引き続き、農業後継者等を対象に「業としての農業の魅力」向上を図るための諸事業に取り組んでいく。

③ 農業基盤の整備

■ 耕地面積の減少

農家数等の減少にともなって、本市の経営耕地面積も年々減少している。

耕地面積の減少は、地域環境の変化や担い手の減少に影響され、抜本的な改善を行うことは困難であるが、耕地の集約化による経営の合理化を図るなど、小さな面積でも付加価値の高い農産物や収穫回数の多い農産物を作る農業基盤の整備・保護を図っていく。

■遊休農地の増加と今後の対応

農地の遊休化の防止や有効活用を進めるためには、個々の農家の努力、取組みだけでは限界があり、地域での合意形成や市、農業委員会、JA等の関係者が連携した取組みが重要である。

高齢化などで耕作できない農家の土地を他の農家や農業生産法人が借り受けて耕作できるなど、地域の実情に合った地域営農システムづくりに取り組む必要がある。

※ 耕作放棄地は統計用語、遊休農地は法令用語であり、ほぼ同様の内容であるが、長期間放置されて原野化しているような土地の取扱いには差異がある。

④ 産業としての農業支援

■農商工連携の仕組づくり

平成20年7月、「小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律(農商工等連携促進法)」が施行され、地域経済活性化のため、地域の中小企業と農林漁業が連携を取りながら、それぞれの経営資源を有効活用して行う新商品の開発等を促進する取り組みが行われている。

地域の資源を活かした付加価値の高い、これまでにない商品・サービスなどの開発や自社のみでは成し得ることができない課題解決の方法として、農業や商業、工業のそれぞれの経営資源を活かした「連携」には大きな可能性がひめられている。

本市においても、国・県による本格的な支援制度の前段階として、農商工連携の仕組みづくりに着手する。

■地産地消の推進

食の安全や環境保護に係るフードマイレージ(食料の輸送距離)に対する意識の高まりにより、全国的に地産地消が推進されている。

大規模な産直施設や、マルシェ・ジャポン(都市住民参加型の市場)が大きな盛況を得ているように、農業にとってはビジネスチャンスの拡大につながる、またとない流れである。

本市においても、平成22年度に「東海市直売所・地産地消飲食店ガイドマップ」を作成したところであり、今後も時代のニーズにマッチした地産地消を一層推進していく。

■商品開発・ブランド化

地域資源の活用による新たな商品開発やブランド化は本市の魅力向上を図るうえで必要な取組みである。B級グルメ(※)に代表される「食」による地域活性化を考えれば、農産物はキーポイントとなり得る貴重な地域資源である。

個店レベルでの取組みではあるが、本市産の玉ねぎを使った「玉ねぎ寿司」や、イチジクを使った「いちじくスムージー」は、新聞・テレビ等のマスコミに多く取り上げられたところであり、地元農産物を活用した商品開発・ブランド化に対する関心は高いと言える。

商品の認知度が高まれば、間接的ではあるが地元農産物への注目を集めることも予想され、相乗効果を生むことが期待できる。

本市においても、農産物の活用方法にこだわった商品開発や、ブランド化に取り組んでいく必要がある。

※ B級グルメ

明確な定義があるわけではないが、安価で気軽に楽しめる庶民的な料理をいう。

(5) 雇用問題への対応

① まだまだ厳しい雇用情勢

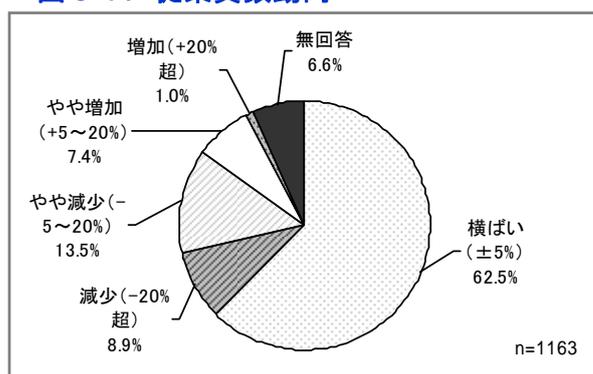
リーマンショック以降の景気後退は、雇用にも深刻な影響を及ぼしている。

企業においては、派遣労働者等の非正規従業員の雇止めのみでは改善できず、正社員のリストラにも踏み込まざるを得ない厳しい経済情勢は、多くの失業者をうみ、雇用の安定には明るい兆しが見られない。

それでは、本市における雇用の状況はどうであるのか、企業実態調査から現状分析してみる。

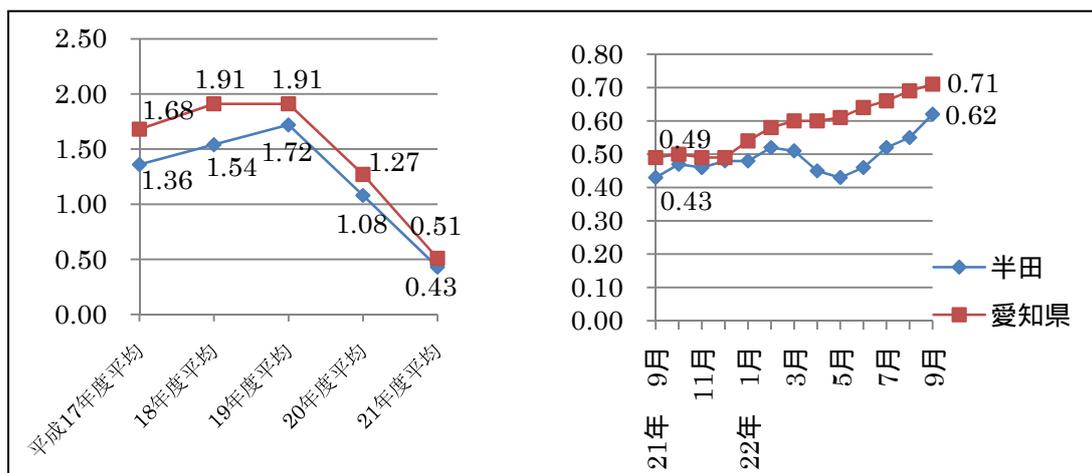
ここ1,2年の従業員数の動向についてであるが、図3-14のとおり「横ばい(±5%)」が半数超を占めているが、「減少(-20%超)」、「やや減少(-5~20%)」との回答も2割あり、85%の事業者において雇用は横ばい以下である。

図 3-14 従業員数動向



今後、さらに業績悪化に起因する雇用の減少が懸念される環境にある。

図3-15 最近の有効求人倍率



資料:愛知労働局「最近の雇用情勢」
ハローワーク半田「最近の労働市場」

次に、有効求人倍率から見た近年の雇用状況であるが、図3-15は愛知県とハローワーク半田管内の市町(東海市・半田市・常滑市・知多市及び知多郡)における有効求人倍率を示したものである。

本市だけのデータではないものの、愛知県・ハローワーク半田いずれも平成21年末頃から改善傾向にはあるものの、未だ1を下回ったまま楽観視できる状況にはない。

② 障害者、高齢者、女性の雇用を促進

■ 労使のギャップと人材不足

市内事業者においても、雇用の過剰感は否めないものの、ヒアリング調査においてよく耳にしたことが「人材の不足」であった。

雇用主が従業員に求める労働のパフォーマンスと、従業員等の職業意識の違いや知識・技能の有無等によって労使間にギャップが生まれている。

人を雇うだけの仕事がなく雇用が進まないことは、ある意味では当然の帰結であり、雇用の受け皿になりうる新規の仕事・事業をつくりだすしか解決の道はないが、社員の仕事ぶりに社長が頭を抱えているのは問題である。

市内の事業者からは、「若い人が職場に定着しない」との御意見も度々うかがったように、若者の離職率の高さは全国的な傾向で大きな課題でもある。

充実した社内研修を実施できる大手企業はともかく、社員研修に当てるべき時間的余裕、資金もないという中小零細企業を対象として、行政が社内人材の育成のために何らかの手だてを考える必要がある。

加えて、若者の安定した就業のための啓発事業や、様々な就労に向けた意識喚起となる支援事業を実施することが求められる。

■ 障害者、高齢者、女性の活躍を応援

今、多くの知的障害者を雇用する、とある企業が注目を集めている。

この会社は、約50年前から重度障害者の雇用にチャレンジし、「障害者と社会をジョイントする」ことを経営方針に据え、品質・生産性等で高い水準を維持することが可能であることを実証している。

本市においても、障害者の雇用に積極的に努めている事業所がある。関係者から非常に熱心に仕事に打ち込んでいる様子をうかがったが、障害者を始め、今後ますます増加する高齢者の雇用を促進することは極めて重要なテーマである。

仕事ぶりに見合った適正な賃金の確保や、作業等を容易にするための製造内容の見直しなど、多くの課題はあるものの、障害者の自立支援や、長寿社会の中で高齢者の長いセカンドライフを充実したものとするためにも、意欲ある障害者・高齢者に働く場を提供する必要がある。

また、国・県においても様々な取組みがなされているが、本市としても、子育てをしながらも勤労意欲のある女性が安心して働ける就業支援や、労働環境の整備に努めていく。

2 目指すべき目標と年次

- 本産業振興ビジョンを策定するにあたり、もともとの経緯となったことが、製造業と鉄鋼関連に著しく偏った産業構造を、どのように裾野を広げるのかどうかであった。

国や県、民間の有識者が展望する将来の成長産業は、環境・エネルギー関連、医療・介護等の健康福祉分野、ご当地らしく近未来の自動車や、航空宇宙関連分野等の高度のハイテク産業など、確かに今後のグローバル経済を考えると主要産業になりうるものばかりである。

しかしながら、当該分野を戦略的な企業誘致によって集積させる道はあるにせよ、市内の既存産業をこのような分野へ、右向け右と誘導することは困難である。

また、いたずらに市内総生産、製造品出荷額をどれだけ増やすのか、といったマスの姿では本来もっとも大事な事業所の顔が見えてこない。

- それでは、本産業振興ビジョンとして、本市産業の未来をどのようにデザインし、何を目標とすべきなのか。

本ビジョンでは、特に中小規模の事業者に光りをあて、各事業者が今後なすべきことを知り、これを着実に実行していくこと、ひいては、業種・規模の違いこそあれ、事業者それぞれが固有の光りを放つことが理想であると考えます。

木を見て森を見ずとは言うが、市という行政の役割を自覚した時、事業所一つそれぞれに着目した振興策を実施することこそが必要であるからである。

- 具体的な目標設定にあたり、今後のグローバル経済の進展、ますます厳しくなる経済環境の悪化、また、これからの激変する社会動向に対応しつつ、今後も生き残りをかけて事業を継続、発展させるためには、まず第一に、現在、抱えている経営上の問題点を最優先して解決することが必要である。根本的な企業体質、一時的な課題であれ、現在の課題に取り組むことが不可欠である。

まずは目下の課題に挑戦することが、将来を開くための原動力となる。

- 第二に、自分(社)はこれから何を強みとしていくべきかを明らかにすることである。競争力の源泉としてその強みを発見し、さらに磨きをかけていくことにこそ真のイノベーションがあり、そこに事業者それぞれの固有の(企業)価値が見いだされるものと考ええる。

(1) 目標

① 東海市産業が目指す姿

イノベーションに挑戦し、固有の(企業)価値を創造する

各事業者が、それぞれ経営の合理化、新事業展開、自社製品の開発、製造技術の向上など、最も大きな**事業課題の解決・実現等に向けた取組(広く『イノベーション』と称する)に挑戦**する。この取り組みを足掛かりとして、人材、技術、ブランド、組織力、経営理念等をブラッシュアップ、あるいは再発見することで、**他にはない競争力の源泉を明らかにし、固有の(企業)価値を見いだす**ことを目指す。

② 目標指標

I 学び、考え、行動することでイノベーションに取り組む事業者

300事業所

II 各種連携の成果として生み出す新たな産業の芽

25事例

III 他にはない固有の(企業)価値を有する事業所

150事業所

(2) 目標年次

◎ 平成35年度を目途とする。

次期の東海市総合計画(第6次)の目標年次にあわせる。

本産業振興ビジョンの目標は、個々の事業者にスポットをあて、事業者の意欲、自発的取組みを喚起する啓発要素が強いため、ある程度の長期期間を設定する。

3 産業振興施策の方向性

(1) 既存産業の経営改善、高度化、新たな事業展開の取組と創業支援

① 「(仮称)東海市企業イノベーション相談コーナー」の開設

- ◆ 通常の経営課題の相談から、創業や新事業進出、新分野展開の計画など、各種の事業ニーズに合った“よろず相談コーナー”として商工会議所の中小企業相談所をリニューアルする。
- ◆ 相談コーナーでの対応・体制を充実させるとともに、各種相談・指導業務にあたっては(財)あいち産業振興機構と連携し、経営・技術外部専門家の活用を検討する。

② 人材の育成(人材育成講座の充実)

- ◆ 平成23年3月に商工会議所が策定した「中期ビジョン」の人材育成の基本方針を踏まえ、新入社員から経営陣までの各層に対する人材育成のため、体系的かつ計画的な総合人材育成講座を開講する。
- ◆ 講座テーマの設定はニーズが高い内容を中心に編成する。

(2) 企業・官公庁・大学等との連携・協働の促進(農商工連携、産学官連携、異業種交流等)

① 連携コーディネーターの発掘

- ◆ 連携による新たな取組みの仕掛人、中心者となるコーディネーターを企業OB、大学等から発掘し、育成する。
- ◆ コーディネーターの発掘・育成にあたっては星城大学、(財)あいち産業振興機構、(財)科学技術交流財団等と連携する。

② 「(仮称)東海市企業連携サポートセンター」の設置

- ◆ 前掲の連携コーディネーターを中心に、自社のみでは解決困難な課題に対する相談や、事業者からの要望による連携先の確保、及びマッチング、連携グループの組織化から計画立案・推進までの一切をマネジメントするセクションを商工会議所内に新設する。

③ 「学思行」による産業支援プロジェクト(考え方)の長期的な推進

- ◆ 新たなビジネスヒントを習得するための「学び」の場を設ける。
個々の事業者にとって専門の有無に関わらず、将来成長が見込まれる業種分野、最新技術動向、あるいは事業拡大、新分野進出、連携の成功事例など、新しい知識を学び、様々な経験に触れるきっかけとなる研修を行う。
- ◆ 単独では実現不可能な課題に取り組む企業、連携グループに対し前掲の「東海市企業連携サポートセンター」において連携コーディネーターが中心となって応援する。コーディネーターは各プロジェクト毎の担当者制として、「学び」、「考え」、「行動」する各ステージをトータルで支援する。
- ◆ 連携コーディネーターは国・県等の他の支援メニューへの橋渡しも含めて川上から川下まで責任を持って担当する。

④ 「(仮称)東海市『学思行』プロジェクト支援補助金」の創設

- ◆ 「『学思行』産業支援プロジェクト」を推進する各連携グループ等の活動費の一部を助成するための支援制度を創設する。
<対象事業(経費) 一例>
 - ・「学」のステージ → 技術・文献調査、マーケティング調査費
 - ・「思(考える)」のステージ → 研究会に招聘する専門家の謝金・旅費
 - ・「行」のステージ → 初期の研究開発・試作に要する経費
- ◆ この補助メニューは連携コーディネーターと一体となって進めるもののみ対象とするもので、企業単独での活用は想定しない。

(3) 東海市の力再発見、ブランド化の推進と情報発信

① 「(仮称)東海市ブランド戦略研究会」の立ち上げ

～ 東海市ブランド(東海市の底力)の整理・構築 ～

- ◆ あらためて各企業等の事業を棚卸しすることによって、個々の事業者が持つ魅力

ある製商品・サービス、誇れる技術、ビジネスモデル、経営者・従業員のセンスなど、卓越したそれぞれの経営資源を再認識し、競争力の源泉としてさらにブラッシュアップする手法を研究する。

- ◆ 優れた経営資源どうしを相互に結集させ、連携を仕掛けることで新たなビジネスチャンスを開拓する方策を検討する。

② 「(仮称)東海市の匠・わざもの」の情報発信

- ◆ 市内の逸品・サービス、優れた技術等を「東海市の匠・わざもの」として本市が認定し、商工会議所等で一元的に情報発信する。
- ◆ 市内事業者の販路開拓のツールとして、ネット上でのバーチャル・メッセを開催する(業種別・テーマ別など)。

(4) 市の各種計画等との整合によるモデル的な取組

① 市「いきいき元気推進事業」と連携した健康・福祉増進のための全産業的な一体的取組

現在、市が進めている「いきいき元気推進事業(下記参照)」と一体となった産業面におけるキャンペーン的な取組や、健康・長寿・介護等をテーマとした産学官連携事業等を推進する。

【参考】
市「いきいき元気推進事業」とは…
東海市では、市民一人ひとりの健康意識の向上と健康的な生活習慣の定着を促すため、総合的に市民の「健康づくりと生きがいがづくり」に取り組むことにより、市民一人ひとりの豊かな人生と健康長寿の実現を図ることを目的に、平成 22 年度に「健康・生きがい連携推進プラン」を策定した。

基本構想	基本計画
1 将来像(ビジョン) 『ひとりひとりが いきいきと 笑顔でいられるまち』 2 推進項目 I 健康を意識するきっかけづくり II こころと体によるこぶ食生活 III 体を動かすことを生活のリズムに IV 人と人がつながる場づくり V 心豊かに Let's Enjoy 3 環境づくりの方針 ① 市民が主体的に参加する取り組み ② 高齢者が元気になる取り組み ③ 事業を連携させる取り組み ④ 社会資源を活用した取り組み ⑤ 民間事業者等や関係機関が連携した取り組み	事業展開の方策 1 運動応援プログラム 自分に合った運動の実践ができる環境を整えることで、運動習慣をつくり、生活習慣病を予防する。 2 食生活応援プログラム 自分に合った食生活ができる環境を整えることで、自分にとっての適量やバランスを意識して、生活習慣病を予防する。 3 ふれあい応援プログラム 人と人がふれあい通して心が前向きになる環境を整える。

(例1) 市内の小売・飲食店、農家等が参画しての健康づくりに寄与する全市的な販売促進、販路開拓事業(関連グッズの値引き販売、農商医工連携による健康レシピの開発・提供等)

(例2) 市内製造業者の得意技術(素材、加工等)と星城大学リハビリテーション学部のノウハウ、あいち健康長寿産業クラスター推進協議会((財)科学技術交流財団)

等の知見を活かし、相互に連携した福祉用具、高齢者介助用品等の開発

② 太田川駅周辺地区の中心市街地整備を契機としたまちづくりとしての各種取組

土地区画整理事業や駅の連続立体交差事業、駅西側の市街地再開発の都市基盤整備等を始めとして、現在、進められているまちづくり事業(中心市街地活性化)を契機として、産業における新しいサービスの提案を行う。

(例1) 駅周辺農地での就農体験を取り入れた東海市版グリーンツーリズム

(例2) 駅を起点とした産業観光の充実(工場見学、体験)

(例3) テナントミックスによる未利用地を活用した新しい物販、飲食店の誘致、さらに50m歩道のアミューズメント機能を付加した駅周辺のショッピングモール化

(5) 多様な雇用促進と産業人材の育成

① 障害者、高齢者、女性を積極的に雇用する地域産業の土壌形成

◆ 障害者の自立支援や高齢者の生きがいづくり、女性の自己実現の場として就労を重視し、障害者、高齢者、女性の積極的な雇用に努める事業所を顕彰する制度を設ける。

◆ 平成22年度に本市が創設した「離職者雇用創出奨励補助金」制度を拡充するなど、障害者、高齢者、女性を雇用した場合の資金的な支援もあわせて行う。

<参考> 離職者雇用創出奨励補助金

地域の雇用創出のため、離職者を新たに新規雇用する市内の事業主に対し、一人当たり20万円の補助金、障害者の場合は30万円を交付するもの

② 新規採用者、中堅社員、経営陣、技術者等への計画的・体系的な総合人材育成カリキュラムの実施

◆ 自社のイノベーションを支える中核人材の確保、育成に配慮して、相当程度の高度なニーズにも対応できるカリキュラムを編成する。

※ 前掲「人材の育成(人材育成講座の充実)」のとおり

(6) 新産業分野の立地促進支援

① 「(仮称)東海市産業育成会議」の設置

◆ 前掲の「学思行」産業支援プロジェクトを始め、市の産業振興全般に対する指導・助言を行うための常設の第三者機関として「(仮称)東海市産業育成会議」を発足させ

る。

- ◆ 構成メンバーは、商工会議所、市内事業者、学識経験者等からなる6、7名で構成する。
- ◆ 具体的な業務として、前掲の「学思行」産業支援プロジェクトへの指導・助言、同支援補助金の審査、企業誘致にあたっての進出企業の審査など、本ビジョンを基に実施する施策の実効性評価等を行う。

② 新産業誘致のための優遇制度の創設

- ◆ 企業誘致の受け皿となる産業用地等の基盤整備事業の進捗状況にあわせ、企業誘致を促進するための新交付金(固定資産税を対象)を主とした優遇制度を創設する。
- ◆ 特に後述の「重点的に誘致すべき業種・業態」を戦略的に実現するため、先見性のある業種・業態(工場、研究施設の別など)の設定はもとより、地元の雇用創出効果や、環境・地域貢献への取組等に重点的に配慮した制度とする。

(7) 産業基盤の整備

① 新田地区整備基本構想の計画的推進

- ◆ 都市計画道路 西知多産業道路線と大田朝倉線の間において、工業物流系施設や、広域交流系施設の立地を見込んだ大規模な誘致施設街区の配置を目指す『新田地区整備基本構想』を推進する。
- ◆ 本構想に位置づけられた工業物流系施設として、大小規模の工場や研究開発拠点、あるいは実証実験施設を配置するなど、厚みのある本市産業構造の集積に寄与する産業立地に努める。

② 重点的に誘致・育成すべき業種・業態

- ◆ 国の「新成長戦略」や県の「産業労働計画」において、今後、戦略的に推進すべき分野として、次世代自動車、航空宇宙、環境・新エネルギー、健康長寿分野が示された。

一方、前述のとおり本産業振興ビジョンでは、本市が振興すべき産業として、知識集約型産業、社会課題対応型産業、先端技術型産業の3類型を取り上げた。

- ◆ 本ビジョンでは、上記3類型以上の詳細な産業分野の設定は行わず、前掲の「新田地区整備基本構想」による産業用地の確保が明らかとなる時点において、「東海市産業育成会議」等により誘致すべき業種分野・業態等を協議、検討する。
- ◆ その際には今後の市内事業者による「学思行」産業支援プロジェクトの進捗状況等

を踏まえ、その成果と進出企業との複合的な取組への可能性も考慮し、他地域との競争においても優位性を発揮できる誘致・育成分野を設定する。

(8) 農業の重点的支援策

① ビジネスとしての就農支援

意欲のある多様な農業者を育成するため、特に新規就農を重点的に支援することとし、創意工夫を活かした特色のある経営にチャレンジする農業者に対し、あいち知多農業協同組合との連携のもと、前掲の「東海市企業イノベーション相談コーナー」等において相談、指導・助言を行う。

② 農商工連携の組織化

洋ラン、フキ、タマネギ等、本市の農業産品をこれまでにはない活用方法をもって新商品等を生み出す農商工連携の手法を重視し、前掲の「東海市企業連携サポートセンター」において総合的な支援を行う。

第4章 産業振興の推進体制等

1 「(仮称)東海市産業振興ビジョン実行計画」の作成

- 本ビジョンは、本市産業の課題を認識し、将来あるべき産業の姿を展望して、これを実現するための施策の方向性を示すものであり、本ビジョンをもって直ちに具体的な施策の実行につながるものではない。

個別施策の実施にあたっては、実態に即した具体的な内容の検討や、詳細な施策のつくり込みを行う必要がある。また、同時に全てスタートすることは現実的ではないため、時宜に照らした効果的なタイミングで実施事業の選定を行うことが不可欠である。

そのため、前述した「東海市産業育成会議」の指導・助言のもと、本市において「(仮称)東海市産業振興ビジョン実行計画」を策定して必要な施策を推進する。

- 「東海市産業振興ビジョン実行計画」では、本ビジョンを実際に実行するために必要となる詳細な施策の制度設計(要綱、要領等の作成)や、総合的な施策効果を高めるための実施時期、また、施策推進に必要な環境整備の方針等を盛り込むものとする。
- また、「東海市産業振興ビジョン実行計画」は、「東海市産業育成会議」による前記の実行計画の評価・検証結果を踏まえ、3年程度を1スパンとして、本ビジョンの目標年次(35年度)まで4、5回の改訂を行うものとする。

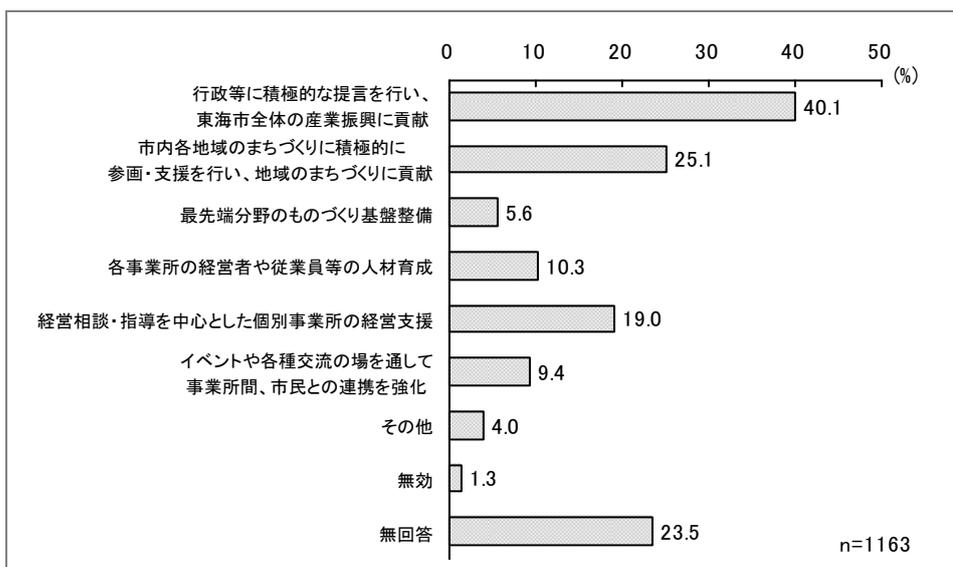
2 施策の推進体制

- 個別具体的な施策の推進体制は、「実行計画」で定める事業メニュー毎に決定することとなるが、市・商工会議所が中心となって本ビジョンを推進する。

特に商工会議所については、企業実態調査で期待する役割・機能を確認したところ、「行政等に積極的な提言を行い、東海市全体の産業振興に貢献」してほしいとの回答が最も多く(図4-1)、地域総合経済団体として重要な役割が求められているところであり、市と商工会議所が両輪となって本市の産業発展をリードすることが必要である。

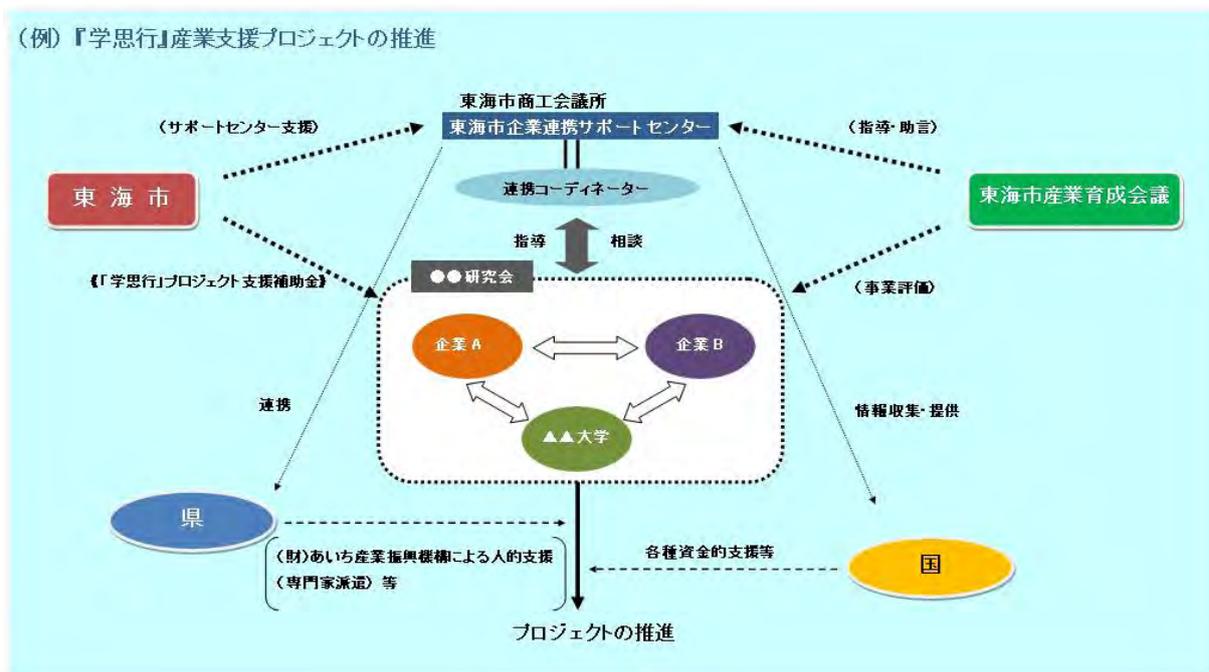
さらに、施策の内容を充実させ、施策効果を高めるため、関係団体(県、(財)あいち産業振興機構、(財)科学技術交流財団、星城大学、あいち知多農業協同組合等)とも緊密に連携する。

図4-1 商工会議所に期待する役割・機能



- 一例として、「『学思行』産業支援プロジェクトの推進」を例にとると推進体制は、図4-2のとおりである。

図4-2 施策の推進体制(イメージ)



3 施策推進の行程

本ビジョンに基づく具体的施策は、実行計画を定めこれを実施することとなるが、ビジョン策定時における関連施策全体の行程は図4-3のイメージである。

図4-3 産業振興ビジョンに基づく施策等行程表(当初イメージ)

展 望 年次・実行計画	1 強みを活かした事業の高度化と経営革新	2 新しい産業の育成・誘致、起業家の支援	3 成長力ある商業・サービス産業への転換と集積	4 農業の現状を踏まえた取り組み	5 雇用問題への対応
【フェーズⅠ】 第1次実行計画 (23～25年→3年)	「学」のステージ ★重点推進項目:人材育成、経営(事業)の棚卸し → ◎人材育成講座の充実(各種の研修・勉強会等) ◎ブランド研究会の立上 ◎イノベーション相談コーナーの開設(経営改善、創業支援等) ▲企業価値向上の普及啓発	◎コーディネーターの発掘	◎ブランド研究会の立上 ◎いきいき元気事業との連携	◎就農支援 ○いきいき元気事業との連携 ○産品のブランド化推進 ▲地産地消の啓蒙活動 ○太田川駅50m歩道での産直市	○離職者雇用創出奨励補助金による支援 ▲障害者、高齢者、女性の雇用促進(啓発) ◎雇用創出補助金の拡充
【フェーズⅡ】 第2次実行計画 (26～28年→3年)	「思」のステージ ★重点推進項目:外部資源等との連携促進、イノベーションの推進 → ○商工会議所ブランド部会発足 ○固有価値 成果発表 ▲イノベーション:100事業所達成 ▲固有価値:50事業所	◎連携サポートセンター設置 ▲各種連携グループの立上 ◎学思行プロ補助金創設	○太田川駅前周辺 商業誘致 ○固有価値 成果発表	◎農商工連携の組織化	◎雇用モデル事業所の顕彰
産 業 振 興 ビ ジ ョ ン 中 間 評 価 (産 業 育 成 会 議)					
【フェーズⅢ】 第3次実行計画 (29～31年→3年)	「行」のステージ ★重点推進項目:産学官等の連携モデル事業の取り組み、個々の強み(価値)を構築 →	◎モデル事業(いきいき元気) ○連携モデルの事業実施 ▲誘致すべき業種・業態の検討	◎モデル事業(中心街)	○農商工連携モデルの事業実施	○市内事業所 就職説明会
【フェーズⅣ】 第4次実行計画 (32～34年→3年)	「果」のステージ ★重点推進項目:上記の3項目の継続的な実施、成果の情報発信 → 「学」から「行」のモデル事業の継続、固有の企業価値を発信	◎匠・わざもの情報発信(メッセ) ◎企業誘致優遇制度創設			
連携による産業の芽:25 事例 イノベーション:300 事業所 固有価値:150 事業所					

※ 平成 23 年度に産業育成会議を発足

※ 本市に関わる諸事情等によって、施策実施の有無や、施策の実施時期等は変更する可能性がある

◎ビジョン記載の新規施策

○関連(既存)事業

▲環境整備等に関すること

巻末 参考資料

1 東海市企業実態調査・分析事業 アンケート調査票

貴社の概要及びご回答者についてご記入及び をつけて下さい。

企業名		事業所名	
部署名		役職	
回答者名		連絡先 TEL	
業種	1. 製造業 2. 建設業 3. 卸売業 4. 小売業 5. サービス業 6. 運輸・通信業 7. 金融業 8. その他 () (製造業の場合は、下記の中分類の中から該当する番号を選んで をつけて下さい)		
	1. 食料品製造業 2. 飲料・飼料 3. 繊維 4. 衣服 5. 木材・木製品 6. 家具・装備品	7. パルプ・紙 8. 印刷 9. 化学 10. 石油・石炭 11. プラスチック 12. ゴム製品	13. 皮革製品 14. 窯業・土石 15. 鉄鋼 16. 非鉄金属 17. 金属製品 18. 一般機械
資本金	1. 個人企業 3. 1,000万円～3,000万円未満 5. 5,000万円～1億円未満 7. 3億円～5億円未満	2. 1,000万円未満 4. 3,000万円～5,000万円未満 6. 1億円～3億円未満 8. 5億円以上	
従業員数	1. 5名未満 3. 30名～50名未満 5. 100名～300名未満 7. 1,000名以上	2. 5名～30名未満 4. 50名～100名未満 6. 300名～1,000名未満	
年間 売上高	1. 3,000万円未満 3. 5,000万円～1億円未満 5. 3億円～5億円未満 7. 10億円～30億円未満 9. 50億円～100億円未満	2. 3,000万円～5,000万円未満 4. 1億円～3億円未満 6. 5億円～10億円未満 8. 30億円～50億円未満 10. 100億円以上	
事業形態	1. 自社の製品・サービスが主体 3. 他社の製品・サービスが主体 (2次) 5. グループ内取引が主体 (グループとは資本関係・人的関係を指す)	2. 他社の製品・サービスが主体 (1次) 4. 他社の製品・サービスが主体 (3次以降)	
主な顧客・ 取引先	1. 市内 3. 名古屋市 5. 中部圏 (愛知県除く) 7. 関西圏 9. その他国内地域	2. 知多半島内 4. 愛知県内 6. 関東圏 8. 九州圏 10. 海外 ()	
業歴	1. 5年未満 3. 10年～20年未満 5. 30年以上50年未満	2. 5年～10年未満 4. 20年以上30年未満 6. 50年以上	

問 1. 貴社の最近（ここ 1～2 年）の売上動向はいかがでしょうか、該当する番号に をつけて下さい。

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 横ばい（±5%） | 2. 減少（-20%超） |
| 3. やや減少（-5～20%） | 4. やや増加（+5～20%） |
| 5. 増加（+20%超） | |

問 2. 貴社の最近（ここ 1～2 年）の利益動向はいかがでしょうか、該当する番号に をつけて下さい。

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 横ばい（±5%） | 2. 減少（-20%超） |
| 3. やや減少（-5～20%） | 4. やや増加（+5～20%） |
| 5. 増加（+20%超） | |

問 3. 貴社の最近（ここ 1～2 年）の従業員数はいかがでしょうか、該当する番号に をつけて下さい。

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 横ばい（±5%） | 2. 減少（-20%超） |
| 3. やや減少（-5～20%） | 4. やや増加（+5～20%） |
| 5. 増加（+20%超） | |

問 4. 貴社の最近（ここ 1～2 年）の取引量・販売数はいかがでしょうか、該当する番号に をつけて下さい。

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 横ばい（±5%） | 2. 減少（-20%超） |
| 3. やや減少（-5～20%） | 4. やや増加（+5～20%） |
| 5. 増加（+20%超） | |

問 5. 貴社の「強み」は何ですか、該当する番号に (2 つまで) をつけて下さい。

- | | |
|------------------|-------------|
| 1. ブランド力 | 2. 開発力・技術力 |
| 3. 品質 | 4. 価格競争力 |
| 5. シェア・製商品ラインナップ | 6. 納期 |
| 7. サービス・保守 | 8. スキル・技能 |
| 9. 営業力・販売力 | 10. その他 () |

問 6. 貴社の「付加価値向上・効率化」の取組み状況について、該当する番号に (3 つまで) をつけて下さい。

- | | |
|----------|------------|
| 1. 人材育成 | 2. IT 化促進 |
| 3. 品質管理 | 4. 研究開発 |
| 5. コスト削減 | 6. 設備投資 |
| 7. 許認可取得 | 8. その他 () |

問 7. 貴社の「技術・サービス開発」の取組み状況について、該当する番号に をつけて下さい。

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 自社独自で開発 | 2. 取引先と連携 |
| 3. 同業者と連携 | 4. 異業種と連携 |
| 5. 大学等と連携 | 6. 公的研究機関と連携 |
| 7. グループ企業と連携 | 8. その他 () |

問 8. 貴社が東海市での「立地優位性」を感じる点について、該当する番号に (3 つまで) をつけて下さい。

- | | |
|------------------|----------------------|
| 1. 港の利便性が高い | 2. 道路交通の利便性が高い |
| 3. 技術者や技能者の確保が容易 | 4. 人件費が安い |
| 5. 発注先・外注先が近い | 6. 受注先が近い |
| 7. 連携できる同業者が多い | 8. 異業種連携が図りやすい |
| 9. 産学官連携が図りやすい | 10. 地価・家賃が安い |
| 11. 事業用地の確保が容易 | 12. 名古屋市に隣接し受注・販売に有利 |
| 13. 行政の支援が手厚い | 14. メリットは感じない |
| 15. その他 () | |

問 9 . 貴社の業界について今後 (1 ~ 2 年) の「収益見通し」をどのようにお考えですか、該当する番号に をつけて下さい。

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1. 横ばい (±5%) | 2. 減少 (-20%超) |
| 3. やや減少 (-5 ~ 20%) | 4. やや増加 (+5 ~ 20%) |
| 5. 増加 (+20%超) | |

問 10 . 貴社の当面の設備投資計画についてどのようにお考えですか、該当する番号に をつけて下さい。

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1. 横ばい (±5%) | 2. 減少 (-20%超) |
| 3. やや減少 (-5 ~ 20%) | 4. やや増加 (+5 ~ 20%) |
| 5. 増加 (+20%超) | |

問 11 . 貴社の経営上の課題をどのようにお考えですか、該当する番号に (3 つまで) をつけて下さい。

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| 1. 受注・販売量の減少 | 2. 取引先からの値下げ要求 |
| 3. 価格競争の激化 | 4. 後継者の確保 |
| 5. 取引先の与信管理 | 6. 資金の調達難 |
| 7. 生産設備 (店舗含む) の老朽化・不足 | 8. 従業員の過剰 |
| 9. 従業員の高齢化 | 10. 専門技術者等の人材確保 |
| 11. 従業員への技術・伝承 | 12. 自社製品・技術開発・販路開拓 |
| 13. その他 () | |

問 12 . 貴社を取り巻く経済・社会環境の構造変化について、経営上影響を受けそうだと思う、または現在影響を受けているものは何ですか、該当する番号に (3 つまで) をつけて下さい。

- | | |
|----------------|---------------|
| 1. 雇用情勢悪化 | 2. 規制緩和 |
| 3. 公共事業凍結・見直し | 4. 消費低迷 |
| 5. 少子・高齢化・人口減少 | 6. エネルギー・環境問題 |
| 7. 経済のグローバル化 | 8. 金融環境 |
| 9. 為替変動 | 10. 原材料の高騰 |
| 11. その他 () | |

問 13 . 貴社において、今後重視する取り組みは何ですか、該当する番号に (3 つまで) をつけて下さい。

- | | |
|--------------|----------------|
| 1. 新分野への進出 | 2. 新技術・新商品開発 |
| 3. 情報化推進 | 4. 国際化推進 |
| 5. 親企業との関係強化 | 6. 異業種・企業間連携推進 |
| 7. 人材確保・育成 | 8. 販路・市場開拓 |
| 9. 資金調達の円滑化 | 10. 後継者育成 |
| 11. 事業再構築 | 12. 外部経営資源活用 |
| 13. その他 () | |

問 14 . 貴社が関心のある分野・市場は何ですか、該当する番号に (3 つまで) をつけて下さい。

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| 1. 一次産業 (農業・林業・水産業等) | 2. 環境・リサイクル分野 |
| 3. 建設業・測量・設計業 | 4. 健康・福祉事業 |
| 5. 飲食業・サービス業 | 6. 観光産業・レジャー施設経営 |
| 7. 情報・通信事業 | 8. 製造業 (具体的な取扱商品 :) |
| 9. 卸・小売業 (具体的な取扱商品 :) | 10. 物流業 (運送・倉庫等) |
| 11. 不動産業 | 12. コミュニティ・ソーシャルビジネス |
| 13. その他 (具体的な取扱商品 :) | |

問 15 . 貴社は東海市内から移転の予定は、ありますか、該当する番号に をつけて下さい。

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. 今のところ移転予定はない | |
| 2. 将来的に移転する可能性はある (その理由 :) | |

問 16. 貴社が現在利用している公的支援は何ですか、該当する番号に (3つまで)をつけて下さい。

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| 1. 研究開発に関わる各種助成・奨励制度 | 2. 工場立地に関わる各種助成・奨励制度 |
| 3. 雇用に関わる各種助成・奨励金 | 4. 中小企業を対象とした低利融資・保証制度 |
| 5. 人材育成に関わる各種助成・奨励金 | 6. 設備投資に関わる各種助成・奨励制度 |
| 7. 異業種連携に関わる各種助成・奨励制度 | 8. 産官学連携に関わる各種助成・奨励制度 |
| 9. 技術継承に関わる各種助成・奨励制度 | 10. その他 () |

問 17. 貴社は東海商工会議所の会員ですか。該当する番号に をつけて下さい。

- | |
|----------|
| 1. 会員 |
| 2. 会員でない |

問 18. 東海商工会議所に期待する役割、機能は何ですか。該当する番号に (2つまで)をつけて下さい。

- | |
|---|
| 1. 行政等に積極的な提言を行い、東海市全体の産業振興に貢献 |
| 2. 市内各地域のまちづくりに積極的に参画・支援を行い、地域のまちづくりに貢献 |
| 3. 最先端分野のものづくり基盤整備 |
| 4. 各事業所の経営者や従業員等の人材育成 |
| 5. 経営相談・指導を中心とした個別事業所の経営支援 |
| 6. イベントや各種交流の場を通して事業所間、市民との連携を強化 |
| 7. その他 () |

問 19. 東海市の産業政策に期待することは何ですか、該当する番号に (3つまで)をつけて下さい。

- | | |
|------------------------|-------------------|
| 1. 助成制度の強化 (研究開発) | 2. 助成制度の強化 (設備投資) |
| 3. 助成制度の強化 (人材育成) | 4. 融資制度の充実 |
| 5. 人材育成支援の強化 (助成以外) | 6. 人材確保支援の強化 |
| 7. 受注支援の強化 | 8. 産学連携支援の強化 |
| 9. 市外企業誘致の促進 | 10. 工場用地の確保 |
| 11. 産業観光の促進 | 12. 事業の承継支援強化 |
| 13. 技術・技能の継承支援の強化 | 14. 異業種・企業間連携推進 |
| 15. 見本市・企業マッチングイベントの開催 | 16. 特に期待することはない |
| 17. その他 () | |

問 20. 今後、東海市が支援・誘致すべき分野は何ですか、該当する番号に (3つまで)をつけて下さい。

業種	1. 製造業	2. 建設業	3. 卸売業	4. 小売業	5. サービス業	6. 運輸・通信業
	7. 金融業 8. その他 ()					
(製造業の場合は、下記の中分類の中から該当する番号を選んで をつけて下さい)						
	1. 食料品製造業	7. パルプ・紙	13. 皮革製品	19. 電気機械		
	2. 飲料・飼料	8. 印刷	14. 窯業・土石	20. 情報通信機械		
	3. 繊維	9. 化学	15. 鉄鋼	21. 電子部品		
	4. 衣服	10. 石油・石炭	16. 非鉄金属	22. 輸送機械		
	5. 木材・木製品	11. プラスチック	17. 金属製品	23. 精密機械		
	6. 家具・装備品	12. ゴム製品	18. 一般機械	24. その他		

問 21. 貴社の保有特許、オンリーワンの商品・取り組みなど、貴社をPR する内容をご自由に記入して下さい。

--

問 22. 東海市の行政全般についてご意見があれば、ご自由に記入して下さい。

--

2 東海市産業振興ビジョン策定委員会

(1) 設置要綱

東海市産業振興ビジョン策定委員会設置要綱

(目的)

第1条 東海市が戦略的かつ総合的な産業振興のあり方を示す産業振興ビジョンを策定するに当たり、検討及び協議を行うことを目的に東海市産業振興ビジョン策定委員会(以下「委員会」という。)を置く。

(所掌事務)

第2条 委員会は次の事項を検討する。

- (1) 市産業の現状と課題の分析に関すること。
- (2) 将来における市産業の目指すべき方向性に関すること。
- (3) 産業振興を図る効果的な施策に関すること。
- (4) その他、市長が必要と認める事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会の委員は、17人以内をもって組織する。

2 委員会の委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、または任命する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 商工業者団体の代表
- (3) 企業・事業所の代表
- (4) 農業者団体の代表
- (5) 社会奉仕団体の代表
- (6) 市内に住所を有する者
- (7) 市の職員
- (8) その他市長が必要と認める者

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、平成23年3月31日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長1人を置き、委員の互選により定める。

2 委員長は、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、または委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会は、市長が招集する。

2 市長は、必要があると認めるときは、委員以外の者を会議に出席させ、その意見または説明を聞くことができる。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、環境経済部商工労政課において処理する。

(雑則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成22年3月1日から施行する。

(2) 委員名簿

【委員】

(敬称略)

	所属団体	職名	氏名	備考
1	星城大学	教授	岩田 均	委員長
2	愛知製鋼(株)	経営企画部長	都築光治	
3	三笠電子工業(株)	取締役社長	佐藤雅之	
4	(株)山本工業所	専務取締役	山本悦子	
5	(有)金星リビングシステム	取締役	星 利子	
6	(有)グランツ	代表取締役	小野員国	
7	知多信用金庫	常務理事 企画部長	久田富雄	
8	東海商工会議所	事務局長	森 洋司	副委員長
9	あいち知多農業協同組合	東海事業部 事業部長	久野兼幸	
10	特定非営利活動法人 HEART TO HEART	理事長	尾之内直美	
11	市民公募委員	-	深谷栄太郎	
12	市民公募委員	-	川辺信市	
13	愛知県産業労働部産業労働政策課	主幹	吉田英生	
14	愛知県尾張県民事務所 知多県民センター	産業労働課長	石川克巳	
15	東海市	企画部長	近藤福一	
16	東海市	都市建設部長	花井紀一	
17	東海市	環境経済部長	大橋昌司	

【事務局】

	所属	職名	氏名	備考
1	東海市環境経済部	次長	加藤英樹	
2	東海市環境経済部商工労政課	課長	菊池博史	
3	東海市環境経済部商工労政課	主幹	加藤 忍	
4	東海市環境経済部商工労政課	主事	岩間貴司	