

# 徳島市産業振興ビジョン

## (案)

平成26年9月

徳島市



# 徳島市産業振興ビジョン(案) 目次

1. 産業振興ビジョン策定にあたって	1
(1) 策定の趣旨	1
(2) 位置づけ	1
(3) 計画期間	1
2. 徳島市の産業を取り巻く社会経済の変化	2
(1) 少子高齢化の進展・人口減少の進行	2
(2) 大都市圏への人口の集中	4
(3) 長引く景気低迷の影響	5
(4) 産業のグローバル化の進展	7
(5) 雇用構造の変化	9
(6) 大規模災害による経済への影響	11
(7) 情報通信技術( ICT )の普及	12
3. 徳島市の産業の現状と課題	13
(1) 産業の概況	13
(2) 農林水産業	15
(3) 製造業	17
(4) 商業・サービス業	20
(5) 観光・コンベンション	22
(6) 雇用分野	24
(7) 災害対策	26
4. 徳島市の現状と社会経済動向を踏まえた産業の強み・弱み	27
5. 産業振興の将来像	28
(1) 産業振興の基本的な考え方	28
(2) 将来像( 産業振興の基本目標 )	28
(3) 産業振興における徳島市の役割	29
6. 産業振興のための戦略	30
(1) 戦略の体系	30
(2) 戦略の内容	32
戦略    域外所得の増加を目指した産業の育成・創出	32
- 1 製造業における成長産業の創出	32
- 2 新たな域外市場の開拓	33

	- 3	高付加価値な徳島ブランドの創出・地域プロモーションの推進	34
	- 4	観光・コンベンションの魅力向上	35
戦略		域内での経済循環の促進	37
	- 1	魅力的な商業の形成	37
	- 2	農林水産業と他産業の連携による6次産業化	38
	- 3	産業への地域資源の活用拡大	39
	- 4	地産地消の拡大	40
	- 5	社会的な課題の解決に繋がるビジネスの創出・育成	41
	- 6	産業間の連携促進	41
戦略		活発な経済活動と安定的な経済基盤づくり	43
	- 1	創業等の促進や企業誘致による産業の集積	43
	- 2	企業の新たなビジネスへの取り組みの拡大	44
	- 3	重点産業やイノベーションを支える人材の育成	45
	- 4	経営の安定化と経営基盤強化	46
	- 5	地域産業への理解と産業支援の機運の醸成	47
参考資料			49
	1	産業実態調査結果概要	50
	2	徳島市産業振興ビジョン策定委員会設置要綱	64
	3	委員名簿	65
	4	委員会概要	66
	5	用語集	67

# 1 産業振興ビジョン策定にあたって

## (1) 策定の趣旨

近年、我が国を取り巻く社会経済環境は、少子化を背景とした人口の減少やグローバル経済の進展による企業間競争の激化等、大きな変化に直面しており、本市産業の経営環境も厳しさを増しています。

このような中で、本市の産業が持続的に発展していくためには、事業者の創意工夫と自主的な努力を支援し、地域の資源や特性を活かした独自性のある産業の内発的発展を促進するとともに、新たな産業の創出等、中・長期的な視点に立った地域経済活性化のための取り組みが必要となります。

産業振興ビジョンは、本市として取り組むべき産業振興の方向性を明らかにするとともに、現状や課題を踏まえた産業施策の方針を定めるもので、市民の豊かな生活と社会を支える経済基盤の確立を目指すものです。

## (2) 位置づけ

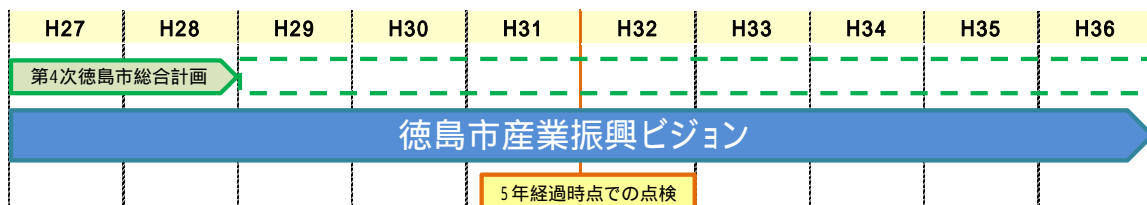
産業振興ビジョンは、第4次徳島市総合計画の将来像「心おどる水都・とくしま」の実現に向けたまちづくりの基本目標の一つである「にぎわいの都市づくり～都市に活力がみなぎり、夢が実現するまち～」の下位の計画として位置づけるものです。

具体的には、農林水産業、製造業、商業・サービス業、観光・コンベンション、雇用分野について今後の産業振興の戦略を定めます。

## (3) 計画期間

産業振興ビジョンの計画期間は、平成27年度（2015年度）から平成36年度（2024年度）までの10年間とします。ただし、社会経済情勢の変化を見極め、計画開始後5年経過時点で点検を行うこととします。

また、上位計画である徳島市総合計画において、基本的な方針の変更があった場合や、社会経済情勢に大幅な変動が生じた場合は、必要に応じて計画の見直しを行います。



## 2 徳島市の産業を取り巻く社会経済の変化

本市の産業に大きな影響を与えると考えられる国内外の社会経済環境の変化を整理します。

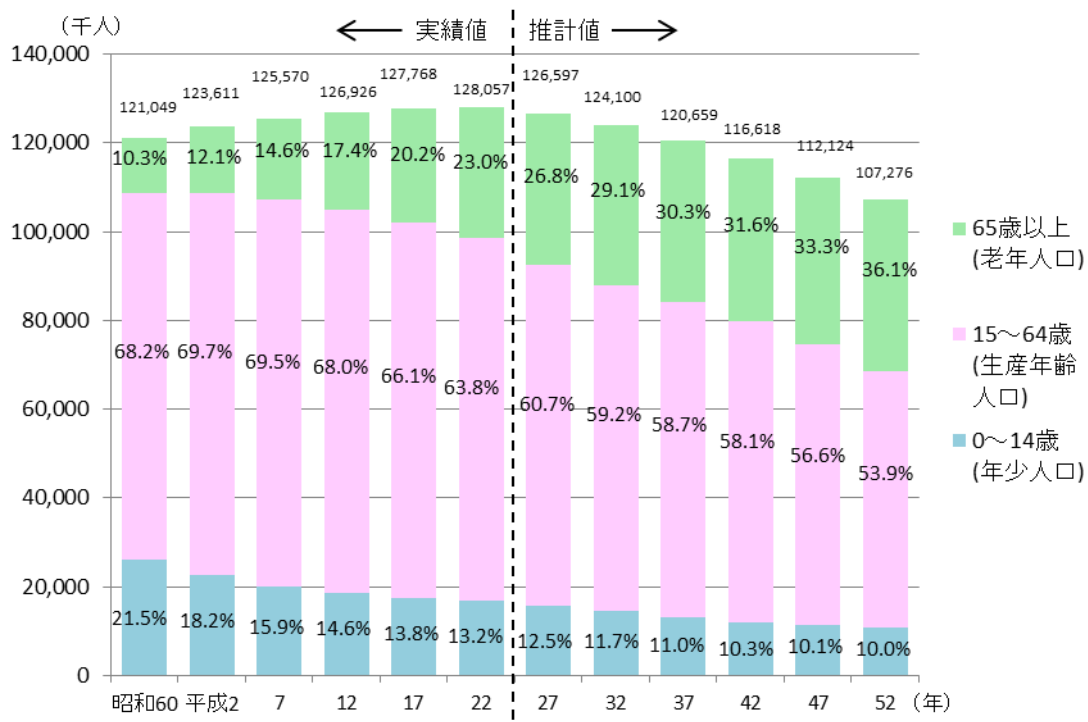
### (1) 少子高齢化の進展・人口減少の進行

日本の総人口は、平成20年（2008年）をピークに減少過程に入っています。平成22年（2010年）の国勢調査では、人口は1億2,805万人となっていますが、国立社会保障・人口問題研究所の推計では、平成52年（2040年）には1億727万人となり、約16%減少する見込みです。また、本市の人口も、平成22年に264,548人であったものが、平成52年には206,368人に約22%減少し、全国を上回る速度で減少する見込みとなっており、その後も出生率が大幅に改善されない限り、人口減少が続いていきます。

人口減少は、消費市場を縮小させて経済成長の鈍化を招きます。また、生産年齢人口の減少は、労働力の不足を招くだけでなく、税収の減少による公共投資の縮小や公共サービスの低下、社会保障の国民負担の増加を引き起こすことから、経済成長に悪影響を及ぼします。

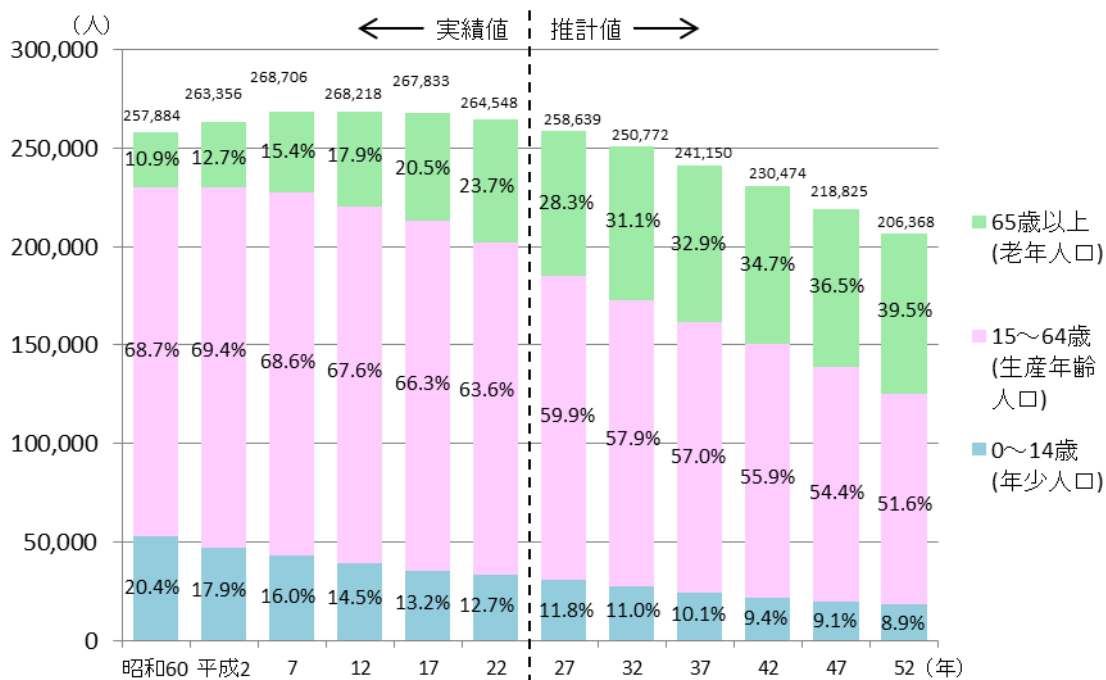
本市においても、本ビジョンの最終年度である平成36年（2024年）までに、生産年齢人口が平成22年に比べて約18%（約29,000人）減少することが見込まれており、労働生産性の向上を図る一方で、就業意欲のある女性や高齢者が働ける環境を整えるなど、労働力の減少を補う必要があることから、育児と仕事を両立できる環境や就業意欲のある高齢者が働ける環境を整備することが必要になってきます。

図表1 日本の年齢3区分別人口の推移と見通し



(資料) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」

図表2 徳島市の年齢3区分別人口の推移と見通し



(資料) 総務省「国勢調査」

国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成25年3月推計)」

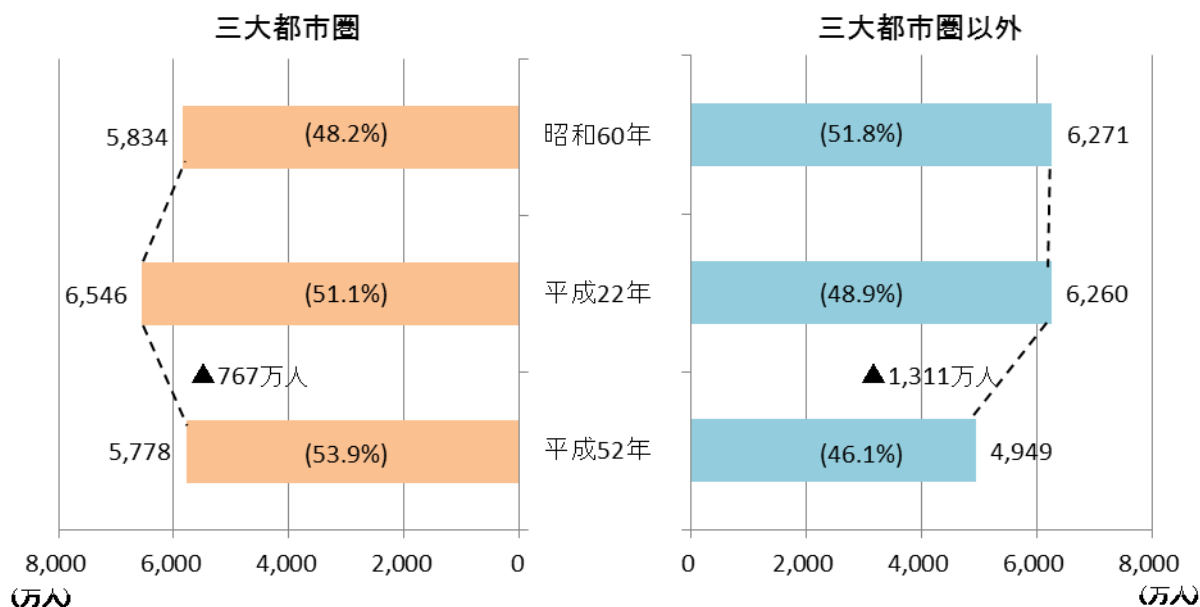
## (2) 大都市圏への人口の集中

平成22年（2010年）以降の人口推計の減少幅を見ると、三大都市圏（東京圏・名古屋圏・大阪圏）とそれ以外の地域で大きな差があります。

平成22年から平成52年（2040年）までの人口推移動向を見ると、三大都市圏は767万人の減少にとどまるのに対し、三大都市圏以外の地域では1,311万人と大幅に減少し、これまで以上に大都市圏の人口シェアが高まることが見込まれています。

今後、人口の流出を防止するためには、都市の生活基盤を総合的に整備し、地域の特性を活かした魅力ある都市づくりを通じて、人口の定着を図っていく必要があります。

図表3 三大都市圏の人口推移動向



(資料) 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）」

(注1) 三大都市圏は、東京圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）、名古屋圏（愛知県、岐阜県、三重県）、大阪圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）の合計値

(注2) 括弧内は人口シェア



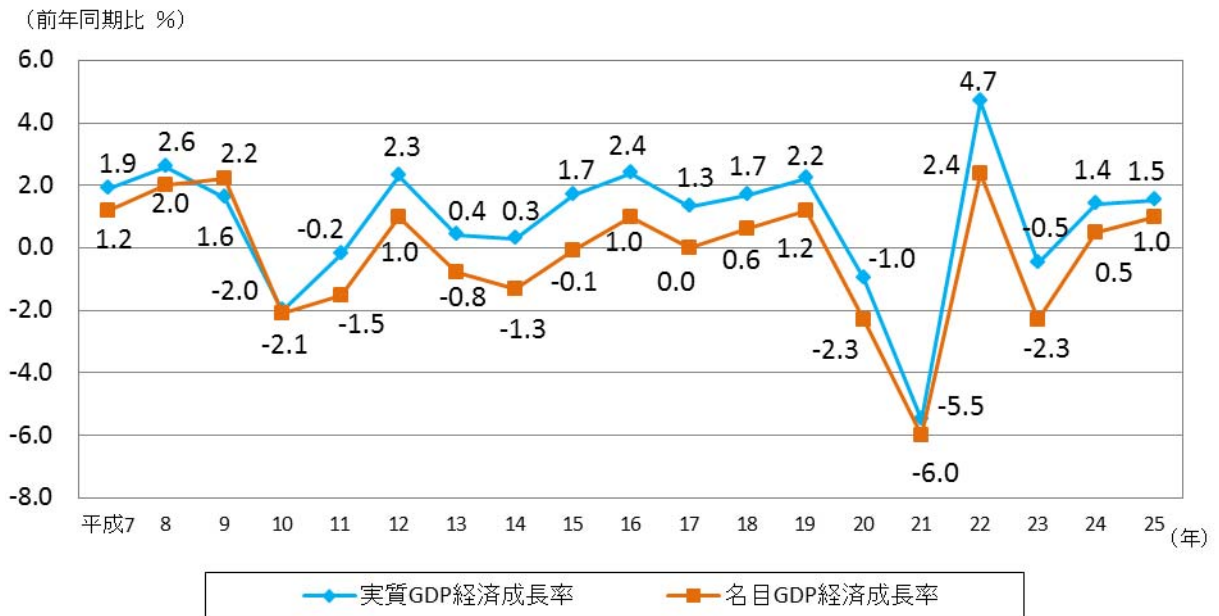
### (3) 長引く景気低迷の影響

日本の経済は、バブル経済の崩壊以降、デフレ経済の進行により労働者の賃金水準が低下するなど、長期の経済停滞に陥り、我が国の一人当たりの名目国内総生産（名目GDP）は、平成6年（1994年）に経済協力開発機構（OECD）加盟国中第3位であったものが、平成16年（2004年）以降は10位以下に低迷しています。

このような長期にわたる経済停滞の中で、中小・零細企業が生産の縮小を余儀なくされたことや、廃業率が開業率を上回る状況が続いてきたこと、さらには後継者問題等の様々な要因が重なって、我が国の基盤産業である製造業の事業所数や従業者数が減少の一途をたどっているほか、消費低迷の影響で「卸売業、小売業」も大幅に縮小しています。

また、バブル崩壊以降、雇用・労働環境が悪化し、デフレ下で、企業の人件費圧縮への動きが強まったことや、グローバル化の流れに対応するかたちで派遣労働の規制緩和が図られたことなどから、非正規雇用が拡大しています。

図表4 実質・名目GDP経済成長率の推移



(資料) 内閣府「国民経済計算(GDP統計)」

図表5 O E C D加盟国の一人当たり名目GDP推移

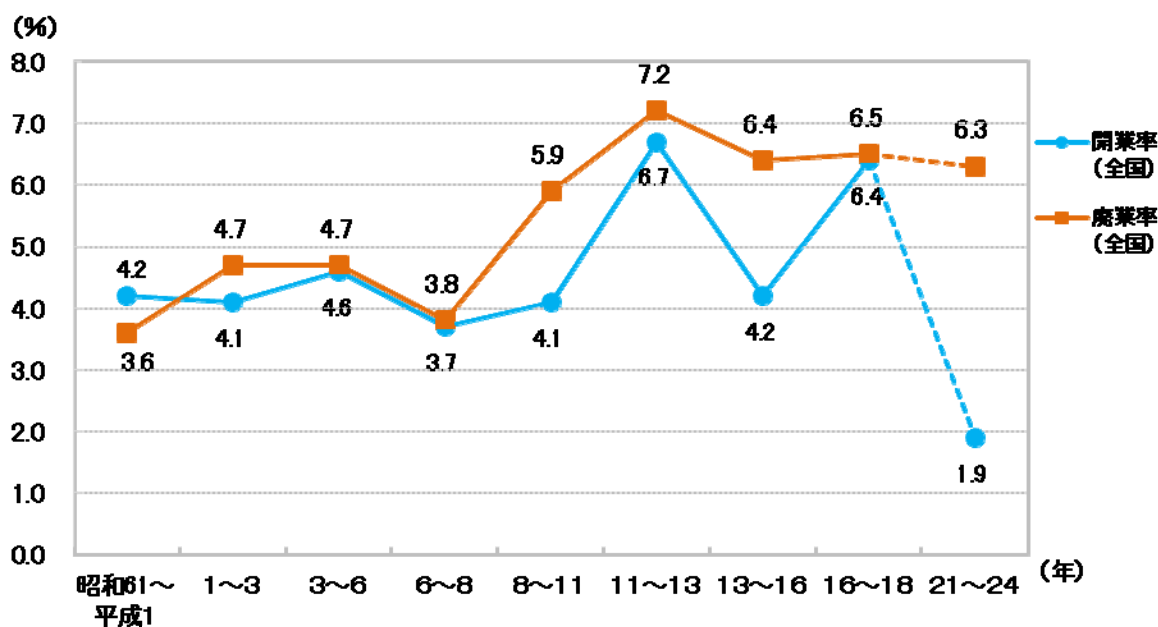
順位	平成6年 (1994)	平成12年 (2000)	平成16年 (2004)	平成20年 (2008)	平成24年 (2012)
1	ルクセンブルグ	ルクセンブルグ	ルクセンブルグ	ルクセンブルグ	ルクセンブルグ
2	スイス	ノルウェー	ノルウェー	ノルウェー	ノルウェー
3	日本	日本	スイス	スイス	スイス
4	デンマーク	スイス	アイルランド	デンマーク	オーストラリア
5	ノルウェー	アメリカ	デンマーク	アイルランド	デンマーク
6	アメリカ	アイスランド	アイスランド	オランダ	スウェーデン
7	ドイツ	デンマーク	アメリカ	スウェーデン	アメリカ
8	オーストラリア	スウェーデン	スウェーデン	アイスランド	カナダ
9	スウェーデン	アイルランド	オランダ	フィンランド	オーストラリア
10	ベルギー	イギリス	イギリス	オーストラリア	日本
11	アイスランド	オランダ	日本	オーストラリア	オランダ
12	フランス	オーストラリア	フィンランド	アメリカ	アイルランド
13	オランダ	カナダ	オーストラリア	ベルギー	フィンランド
14	オーストラリア	フィンランド	ベルギー	カナダ	ベルギー
15	フィンランド	ドイツ	オーストラリア	フランス	アイスランド
16	カナダ	ベルギー	ドイツ	ドイツ	ドイツ
17	イタリア	フランス	フランス	イギリス	フランス
18	イギリス	オーストラリア	カナダ	イタリア	イギリス
19	アイルランド	イタリア	イタリア	日本	ニュージーランド
20	ニュージーランド	ニュージーランド	ニュージーランド	スペイン	イタリア

(資料) 内閣府「国民経済計算確報」

(注1) O E C D加盟国は日本を含む34カ国であり、うち上位20カ国を掲載した。

(注2) 米ドル換算

図表6 開・廃業率の推移(非一次産業)



(資料) 総務省「事業所・企業統計調査」

「平成21年経済センサス - 基礎調査」、「平成24年経済センサス - 活動調査」

(注) 平成16~18年までの値は「事業所・企業統計調査」を、平成21年~24年の値は「経済センサス」をもとにしており、開・廃業率の算出のもととなる数値の定義が異なるため、値は連続していない。なお、このことから平成18~21年については算出できない。

## (4) 産業のグローバル化の進展

新興国の経済発展を背景とした技術力・生産力の向上により、企業間・国家間の競争が激化する中で、企業の海外進出が拡大しており、製造業の海外現地生産比率は上昇傾向で推移しています。

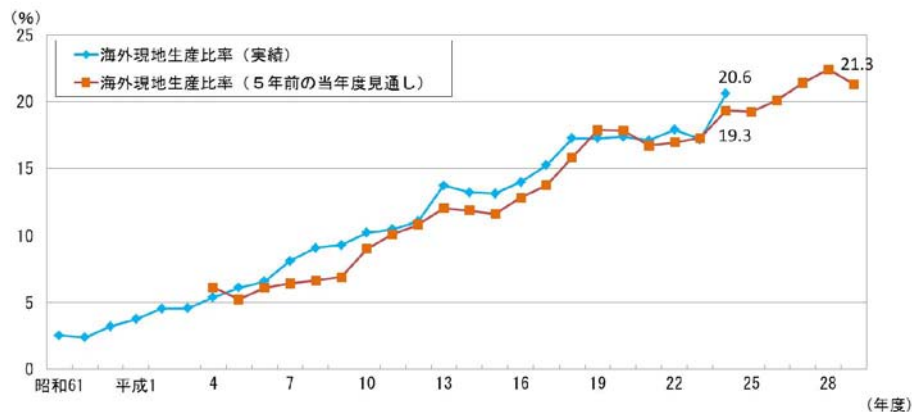
今後、人口減少により国内市場が縮小に向かう中で、市場の成長性が高く生産コストが低い海外に生産・販売の拠点を拡大することは合理的な選択であり、今後も海外市場の拡大が見込まれる中で、企業の海外進出の動きも持続していくものと考えられます。

このような中で、企業の海外生産の増加は、国内生産を代替するものでない限り、必ずしも国内における雇用の空洞化を招くとは限らないことや、海外投資による利益が国内に還元されるかたちが生まれることによって、国内雇用が押し上げられる等の効果も期待されることから、地方においても企業の海外進出を支援する取り組みが広がっています。

また、環太平洋パートナーシップ（TPP）協定 や東アジア地域包括的経済連携（RCEP）による経済・貿易の自由化に向けた交渉が進められており、国際的な経済の枠組みにおいてもグローバル化に向けた対応が求められることとなります。これらの内容如何によっては、関税により保護されてきた日本の農業等が大きな打撃を受けることが懸念される一方で、平成25年（2013年）6月に閣議決定された「日本再興戦略」では「平成32年（2020年）に農林水産物・食品の輸出額1兆円」を目標とした取り組みの方向性が示されており、平成25年には過去最高の5,505億円となっています。アジア諸国等の経済発展に伴う中間層・富裕層人口の増加を背景とした輸出の拡大が期待されています。

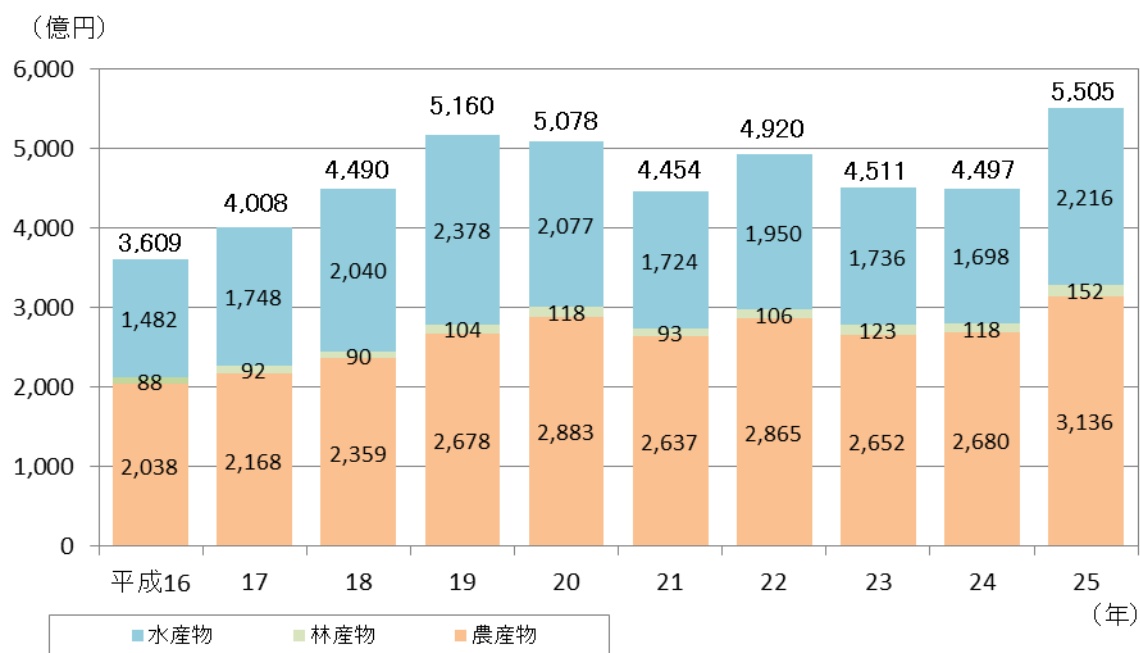
観光産業では、訪日外国人旅行者が増加傾向にあり、近年、リーマンショック や東日本大震災の影響で落ち込みがあったものの、平成24年（2012年）には回復し、平成25年には過去最高の1,036万人を記録しています。「日本再興戦略」では、訪日外国人旅行者数の目標を「平成42年（2030年）に3,000万人超」と掲げており、訪日外国人旅行者の増加は、地域経済にも好影響を与えるものと期待されます。

図表7 製造業の海外現地生産比率の実績と見通し



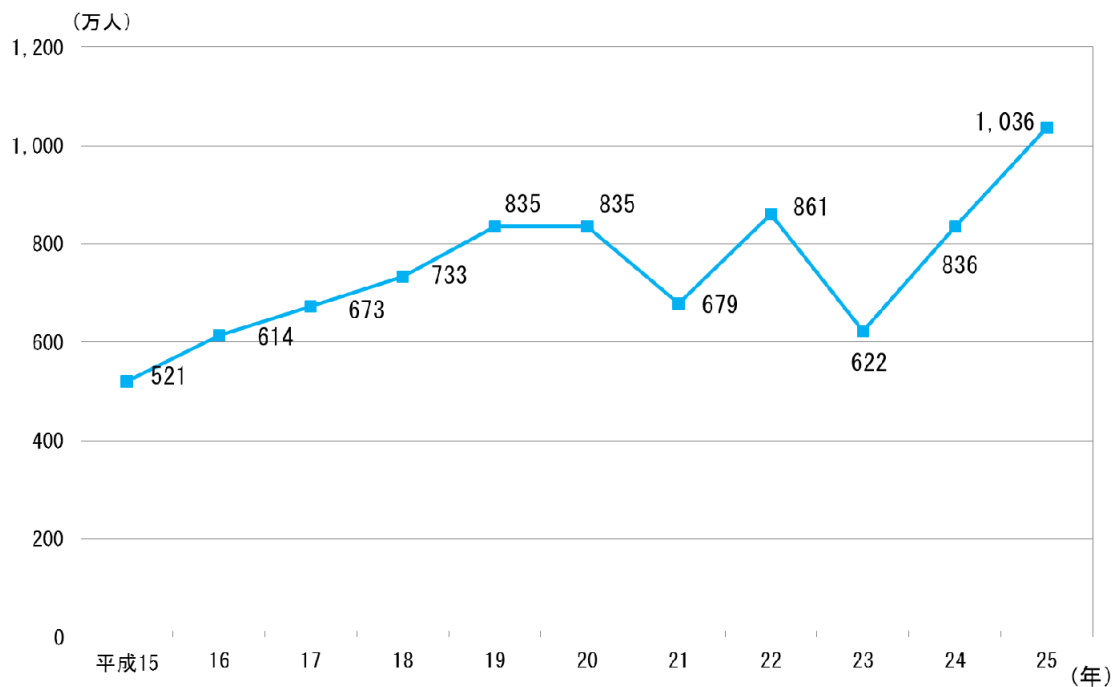
(資料) 内閣府「企業行動に関するアンケート調査」

図表8 農林水産物の輸出額の推移



(資料) 農林水産省「農林水産物・食品の輸出促進対策の概要」

図表9 訪日外国人の旅行者数の推移



(資料) 日本政府観光局「年別訪日外客数の推移」

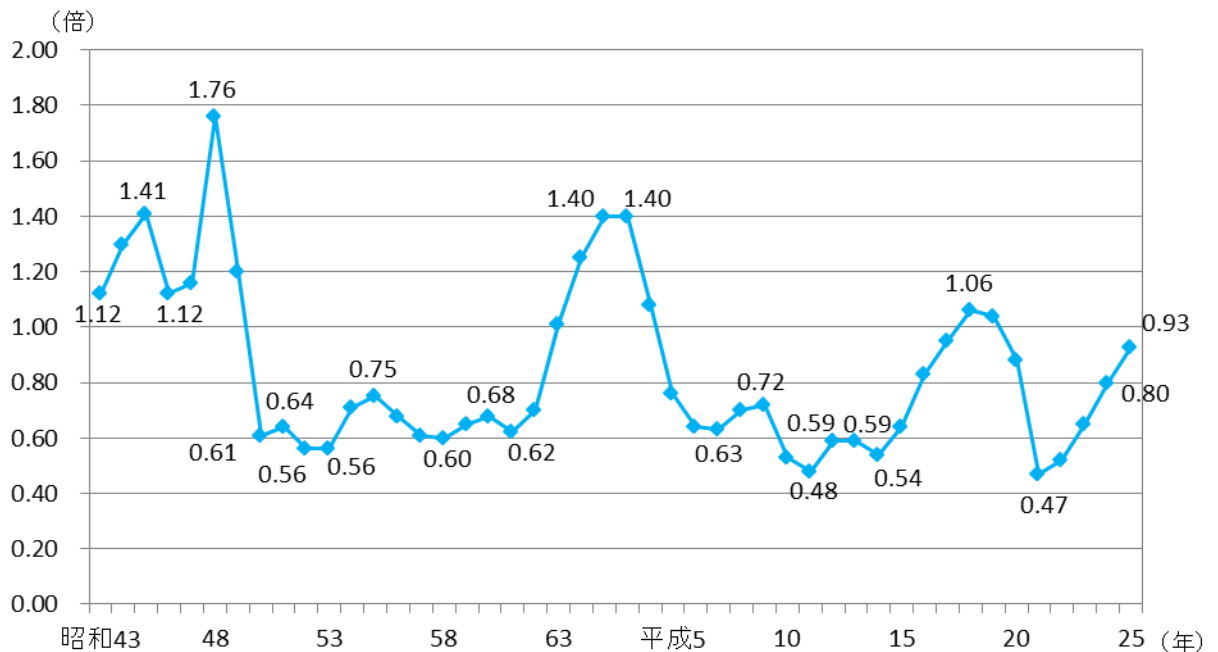
## (5) 雇用構造の変化

全国の有効求人倍率は、リーマンショックの影響で平成21年（2009年）に過去最低の0.47倍まで低下しましたが、その後回復傾向にあり、平成25年（2013年）には0.93倍となっています。

一方、長期の不況や経済のグローバル化の流れの中で、終身雇用や年功序列賃金といった日本型の雇用慣行は変容し、非正規雇用の労働者が増加傾向にあります。非正規雇用率は、1980年代中頃から急激に上昇し、平成17年（2005年）には30%を超える水準に達し、以後も緩やかに上昇を続け、平成25年には36.6%となっています。

就労形態の多様化は、人件費抑制や専門人材の確保、短期労働需要への対応等の企業側の経済的な必要性だけでなく、労働者側の就業ニーズや意識の変化も背景にあると言われていますが、非正規雇用は、雇用が不安定で賃金が低く、能力開発の機会が乏しい等の様々な問題があり、人的資本の蓄積の低下による今後の経済成長への悪影響が懸念されます。

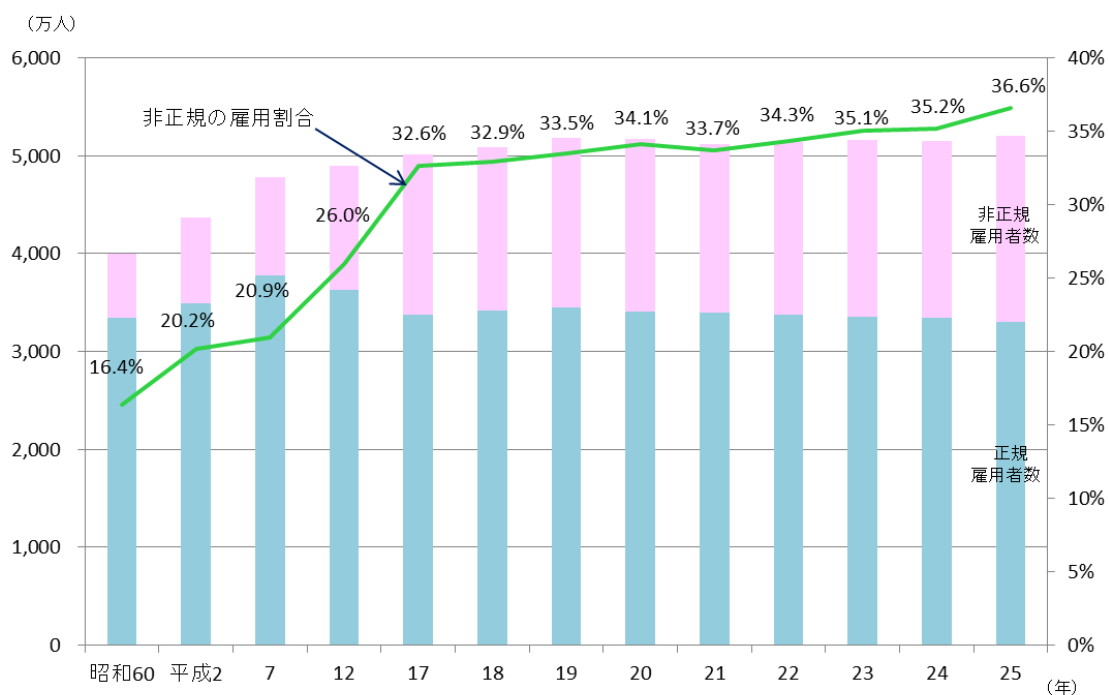
図表 10 有効求人倍率の推移



(資料) 厚生労働省「職業安定業務統計」

(注) 有効求人倍率は、新卒者を除きパートタイムを含む。また、年平均の数値である。

図表 11 正規雇用 と非正規雇用の労働者数の推移



(資料) 平成12年までは総務省統計局「労働力調査(特別調査)」(2月調査) 平成17年以降は総務省統計局「労働力調査(詳細集計)」(年平均)

(注) 平成17年以降の実数及び割合は平成22年国勢調査の確定人口に基づく推計人口(新基準)で遡及集計した数値を用いている。

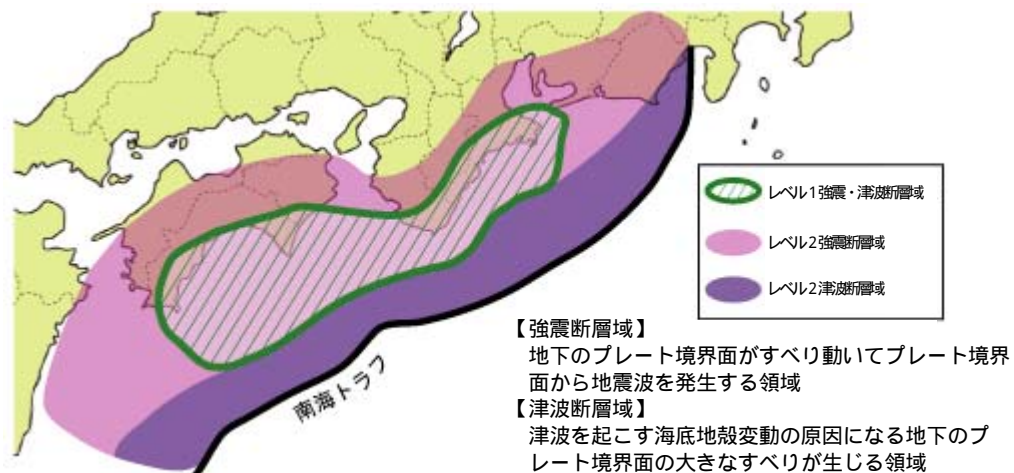
## (6) 大規模災害による経済への影響

日本は、地震や火山活動が活発な環太平洋変動帯に位置しており、国土面積に対する地震発生回数等の割合は他国と比べて極めて高くなっています。また、地理的、地形的、気象的条件においても、台風、豪雨、豪雪等の自然災害が発生しやすい国土であり、毎年、自然災害により、多くの人命や財産が失われています。

特に、近い将来発生すると言われていた南海トラフ巨大地震では、広域にわたって甚大な被害が発生する可能性があり、公共における防災・減災対策はもとより、企業等においても事業継続計画(BCP)策定等の災害に備えた対策が必要となっています。

また、東日本大震災による福島原発事故をきっかけとして、国内のほとんどの原子力発電所が停止したまま、電力の供給余力が大幅に低下しました。このことで、我が国のエネルギーの基盤の脆弱性が明らかとなっており、コスト負担の問題も踏まえた持続可能なエネルギー政策が求められています。

図表 12 南海トラフ巨大地震の想定震源断層域



(資料) 徳島市危機管理課

(注) 想定震源断層域とは、南海トラフにおける地震・津波が発生する範囲を想定したもの。

レベル1強震・津波断層域とは、南海トラフにおいて、90～150年程度の周期で発生し、過去に大きな被害を生じさせているクラスの地震・津波が発生する範囲であり、レベル2強震・津波断層域とは、南海トラフにおいて、1000年あるいはそれよりも発生頻度は低いものの、発生すればレベル1と比べ甚大な被害をもたらす最大クラスの地震・津波が発生する範囲を言う。

図表 13 各国のエネルギー自給率の比較(平成22年)

	中国	アメリカ	インド	英国	フランス	ドイツ	スペイン	日本	韓国
原子力含む	91%	78%	75%	73%	52%	40%	27%	19%	18%
原子力除く	91%	68%	74%	65%	9%	29%	14%	4%	2%

(資料) 資源エネルギー庁「エネルギー白書2013」



## (7) 情報通信技術(ICT)の普及

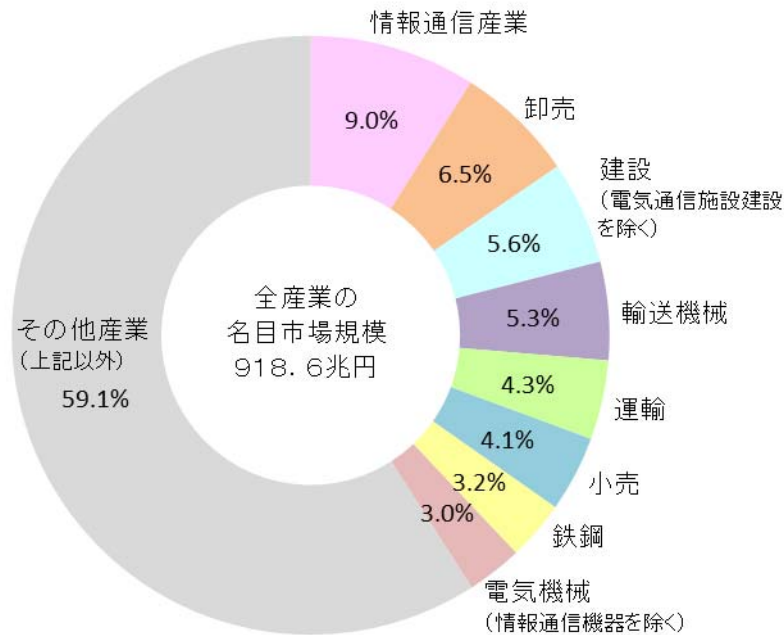
今日、情報通信技術( ICT ) は、あらゆる領域の生産活動に利用されており、経済成長と社会課題解決の手段としてより一層重要性を増しています。

インターネットが社会基盤化し、高速モバイル通信の拡大を背景としたスマートフォンの普及や情報システム等のクラウド化の流れ、ビッグデータ・オープンデータの活用の高まり等、大量に流通・蓄積されている情報資源・データの活用をはじめとして、情報通信技術( ICT )に関連した新産業や新サービス創出への期待が高まっています。

こうした中で、本県の情報通信インフラは、全国的にも、高い水準にあり、本市周辺の自治体にもIT企業のサテライトオフィスが進出する等、企業立地の価値が高まっており、このような環境を産業の創出や拡大に結びつけていくことが課題となっています。

また、地域経済の維持・発展を図る上で産業の成長力強化が課題となっている中で、既存の中小・零細企業においても情報通信技術( ICT )を活用した生産性向上への取り組みが期待されています。

図表 14 主な産業の市場規模(平成 23 年名目国内生産額)



(資料) 総務省「ICTの経済分析に関する調査」(平成 25 年)

(注) 情報通信産業とは、通信業、放送業、情報サービス業、インターネット付随サービス業、映像・音声・文字情報制作業、情報通信関連製造業、情報通信関連サービス業、情報通信関連建設業、研究の合計した数値とする。



### 3 徳島市の産業の現状と課題

本市の産業の現状を分析し、課題を整理します。

#### (1) 産業の概況

市内の事業所の大半は経営基盤が脆弱な中小・零細企業であり、本県の統計数値では、本県企業の99.9%が中小・零細企業であり、従業員の89.8%が中小・零細企業の従業員となっています。

事業所数を見ると、業種別の構成比が最も大きいのは「卸売業、小売業」(26.1%)、次いで「宿泊業、飲食サービス業」(14.8%)となっています。なお、他の分野も含めた全国平均値との対比では、「製造業」の構成比がやや低いものの、大きな相違はありません。

主な業種別の平成13年(2001年)と平成23年(2011年)の対比では、事業所数は、「建設業」や「製造業」、「卸売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」が減少し、「教育、学習支援業」や「医療、福祉」、「サービス業(他に分類されないもの)」が増加しています。

一方、従業員数については、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「医療、福祉」、「サービス業(他に分類されないもの)」が増加しており、「製造業」や「卸売業、小売業」等、従業員が減少している業種からサービス業全般へ労働力が移転している状況が見られます。

産業構造別市内総生産の内訳で最も生産額の大きい産業は「製造業」であり、5年平均伸び率も高くなっています。次に生産額が大きく、成長の見られる分野が「サービス業」であり、「金融・保険業」とともに特化係数が高いことから、本市の産業は、都市型の産業構成であると言えます。

図表 15 徳島県の企業数・従業員数

	中小企業		大企業		合計
	実数	構成比	実数	構成比	実数
企業数	29,939	99.9%	30	0.1%	29,969
従業員数(人)	155,599	89.8%	17,719	10.2%	173,318

(資料) 中小企業庁「中小企業白書 2013」

図表 16 徳島市の業種別事業所数・従業者数の推移

(単位:事業所)

業種	徳島市						全国		
	平成13年	平成18年	平成21年	平成23年			実数	構成比	
				実数	構成比	対13年比			
総事業所数(公務を除く)	16,978	15,537	16,224	14,685	-	-13.5%	5,453,635	-	
主な業種	建設業	1,278	1,128	1,211	1,095	7.5%	-14.3%	525,457	9.6%
	製造業	1,179	956	886	866	5.9%	-26.5%	493,380	9.0%
	卸売業,小売業	5,315	4,433	4,337	3,830	26.1%	-27.9%	1,405,021	25.8%
	宿泊業,飲食サービス業	2,532	2,346	2,391	2,178	14.8%	-14.0%	711,734	13.1%
	生活関連サービス業,娯楽業	1,486	1,409	1,413	1,328	9.0%	-10.6%	480,609	8.8%
	教育,学習支援業	210	590	608	426	2.9%	102.9%	161,295	3.0%
	医療,福祉	866	977	1,097	1,021	7.0%	17.9%	358,997	6.6%
	サービス業(他に分類されないもの)	686	1,049	1,142	1,051	7.2%	53.2%	356,155	6.5%
	その他の業種(公務を除く)	3,426	2,649	3,139	2,890	19.7%	-15.6%	960,987	17.6%

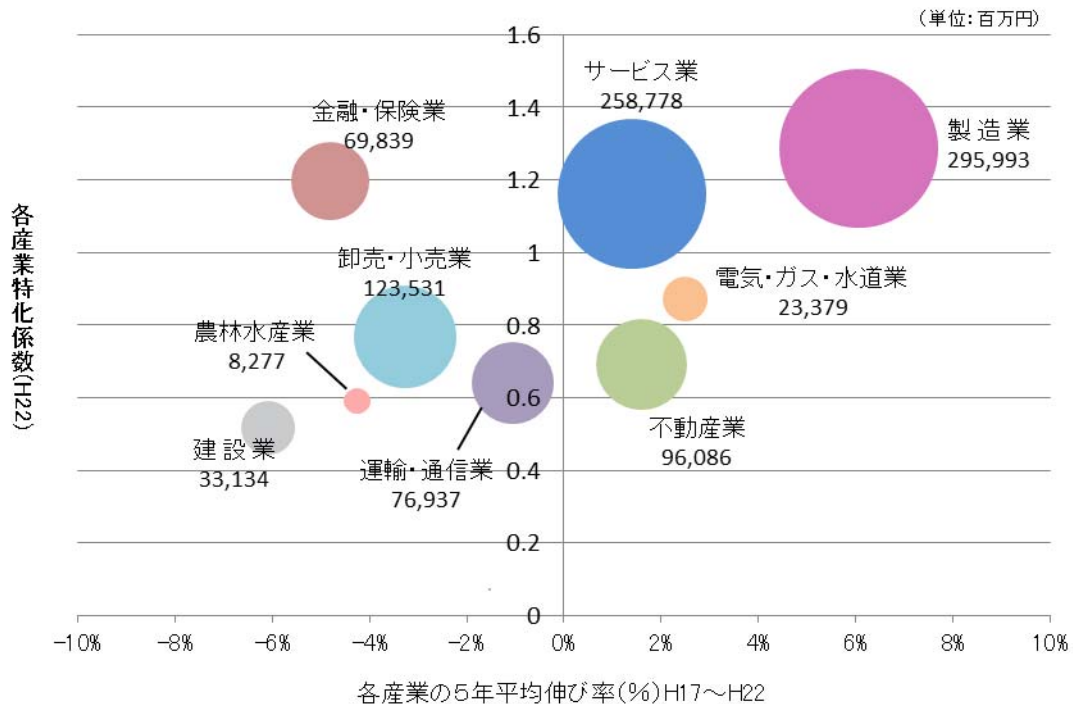
(単位:人)

業種	徳島市						全国		
	平成13年	平成18年	平成21年	平成23年			実数	構成比	
				実数	構成比	対13年比			
総従業者数(公務を除く)	141,231	133,705	144,078	128,877	-	-8.7%	55,837,252	-	
主な業種	建設業	11,246	9,453	9,171	7,841	6.1%	-30.3%	3,876,621	6.9%
	製造業	17,386	13,746	12,655	12,907	10.0%	-25.8%	9,247,717	16.6%
	卸売業,小売業	36,099	30,857	31,086	27,418	21.3%	-24.0%	11,746,468	21.0%
	宿泊業,飲食サービス業	12,665	12,524	15,460	14,372	11.2%	13.5%	5,420,864	9.7%
	生活関連サービス業,娯楽業	6,043	5,977	8,441	6,184	4.8%	2.3%	2,545,631	4.6%
	教育,学習支援業	6,699	7,979	7,615	6,362	4.9%	-5.0%	1,721,698	3.1%
	医療,福祉	14,903	16,958	19,612	18,809	14.6%	26.2%	6,178,938	11.1%
	サービス業(他に分類されないもの)	8,547	11,969	13,212	11,033	8.6%	29.1%	4,521,749	8.1%
	その他の業種(公務を除く)	27,643	24,242	26,826	23,951	18.6%	-13.4%	10,577,566	18.9%

(資料) 総務省「平成21年経済センサス-基礎調査」、「平成24年経済センサス-活動調査」

(注) 平成13年と平成18年の間、平成18年と平成21年の間は、日本標準産業分類が改定されており、業種ごとの分類の近いものを合計した値を記載している。

図表 17 徳島市の産業構造別市内総生産(平成22年)の伸び率と特化係数を示したバブル図



(資料) 徳島県「徳島県市町村所得推計」

(注) 各産業特化係数は本市内総生産の構成比を国と比較したもので、バブルの大きさは本市内総生産の額である。

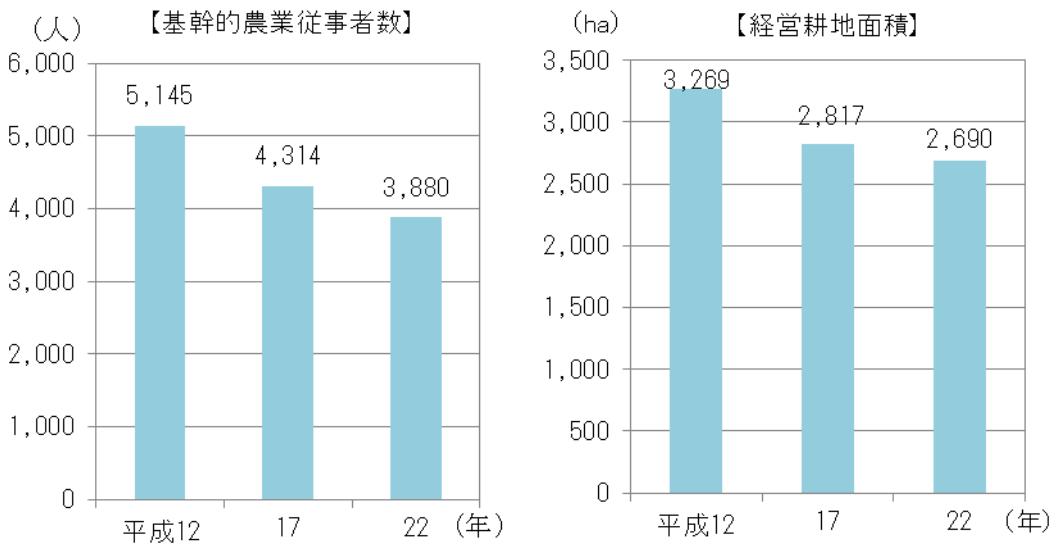
## (2) 農林水産業

農林水産業は、本市の基幹産業の一つですが、農業においては、担い手不足が深刻であり、平成12年（2000年）からの10年間で基幹的農業従事者が24.6%減少、経営耕地面積が17.7%減少しており、農業産出額も減少傾向にあります。また、漁業についても農業と同様、経営体数・就業者数ともに減少を続けています。

本市には、「徳島市農林産物ブランド育成方針」でブランド化推進品目に選定されている「スタヂ」や「シイタケ」等の23品目を中心とした農林産物や、県外で高い評価を受けている「ハモ」や「アジアカエビ」等の水産物の特産品があり、関西の市場を中心に多くの農林水産物を供給していますが、まだ知名度が低くブランド力が弱い農林水産物もあります。

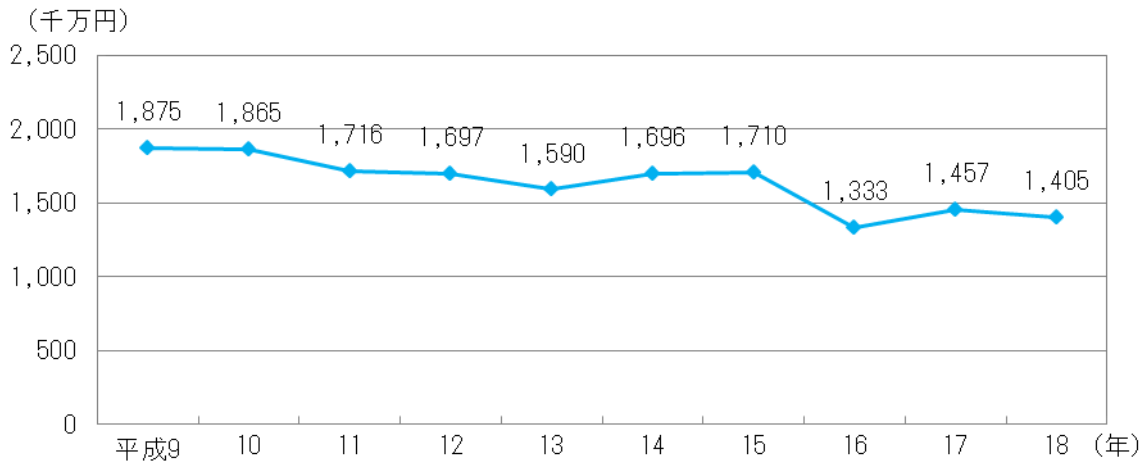
このような状況の中で、若者等が農林水産業を魅力ある職業として選択できるようにするための条件の整備や、所得向上を図るために、ブランド力を備えた付加価値の高い農林水産物を効率的に生産・供給できる環境を整えていく必要があります。

図表 18 徳島市の基幹的農業従事者数と経営耕地面積



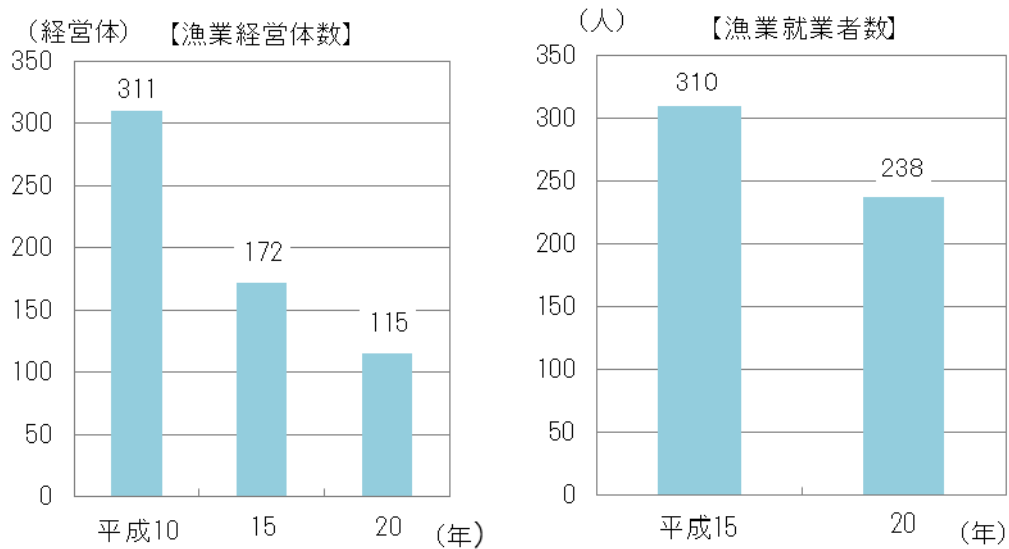
(資料) 農林水産省「農林業センサス」

図表 19 徳島市の農業産出額の推移



(資料) 徳島市「統計年報」

図表 20 徳島市の漁業経営体数と就業者数の推移



(資料) 徳島市「統計年報」

(資料) 農林水産省「漁業センサス」

図表 21 ブランド化推進品目

生産量が多く安定出荷をしている (13品目)	シイタケ、ホウレンソウ、エダマメ、ニンジン、カリフラワー、ブロッコリー、コマツナ、イチゴ、レンコン、カンショ、ネギ、ゴボウ、キュウリ
高い技術で高品質生産をしている (4品目)	ユリ、ミカン(マルチ、ハウス、高糖系品種)、洋ラン、トマト(エコ農法)
他産地にはない品目を生産している (県外又は県内) (6品目)	スダチ、ノザワナ、シソ、ナノハナ、ツルムラサキ、オクラ

(資料) 徳島市「徳島市農林産物ブランド育成方針」

### (3) 製造業

平成13年（2001年）から平成23年（2011年）までの10年間の統計値の推移を見ると、製造品出荷額等は27.8%増加していますが、事業所数は37.8%、従業者数は32.1%減少しています。製造品出荷額等の伸びは「化学工業」の影響が大きく、平成13年と平成23年の対比で61.0%増加しています。「化学工業」を除く業種は全体で20.2%減少しており、その結果、平成13年に59.1%であった「化学工業」の割合は、平成23年には74.4%にまで拡大しています。

「化学工業」は、事業所数は少ないものの、全国と比べて、製造品出荷額等の伸び率、特化係数ともに高く、雇用面も含め、本市製造業の中核をなす産業であると言えます。

事業所数、従業者数を見ると、「食料品製造業」が上位にあり、本市の基幹産業であると言えますが、近年、製造品出荷額等は減少し、特化係数も全国を下回っています。

「家具・装備品製造業」、「木材・木製品製造業」は、特化係数は高いものの、製造品出荷額等は減少しています。また、「電気機械器具製造業」、「輸送用機械器具製造業」、「生産用機械器具製造業」等は、製造品出荷額等は近年伸びているものの、その規模は未だ大きくありません。

「化学工業」に続く、「コア」となる産業を育成していくことが本市の課題であると言えます。

図表 22 徳島市の製造業の推移

(単位：事業所、人、千万円)

		平成13年		平成18年		平成23年		増減			増減率		
		実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	13 18	18 23	13 23	13 18	18 23	13 23
製造業合計	事業所数	617	-	483	-	384	-	-134	-99	-233	-21.7%	-20.5%	-37.8%
	従業者数	14,387	-	12,520	-	9,764	-	-1,867	-2,756	-4,623	-13.0%	-22.0%	-32.1%
	製造品出荷額等	38,298	-	47,187	-	48,936	-	8,889	1,749	10,638	23.2%	3.7%	27.8%
化学工業を除く業種の合計	事業所数	593	96.1%	462	95.7%	370	96.4%	-131	-92	-223	-22.1%	-19.9%	-37.6%
	従業者数	10,254	71.3%	9,002	71.9%	6,913	70.8%	-1,252	-2,089	-3,341	-12.2%	-23.2%	-32.6%
	製造品出荷額等	15,679	40.9%	15,478	32.8%	12,510	25.6%	-201	-2,968	-3,169	-1.3%	-19.2%	-20.2%
食料品製造業	事業所数	103	16.7%	87	18.0%	81	21.1%	-16	-6	-22	-15.5%	-6.9%	-21.4%
	従業者数	2,103	14.6%	2,006	16.0%	1,742	17.8%	-97	-264	-361	-4.6%	-13.2%	-17.2%
	製造品出荷額等	2,913	7.6%	2,640	5.6%	2,428	5.0%	-273	-212	-485	-9.4%	-8.0%	-16.6%
繊維工業	事業所数	54	8.8%	44	9.1%	36	9.4%	-10	-8	-18	-18.5%	-18.2%	-33.3%
	従業者数	1,211	8.4%	1,118	8.9%	661	6.8%	-93	-457	-550	-7.7%	-40.9%	-45.4%
	製造品出荷額等	798	2.1%	1,199	2.5%	671	1.4%	401	-528	-127	50.3%	-44.0%	-15.9%
木材・木製品製造業(家具を除く)	事業所数	73	11.8%	47	9.7%	32	8.3%	-26	-15	-41	-35.6%	-31.9%	-56.2%
	従業者数	882	6.1%	625	5.0%	562	5.8%	-257	-63	-320	-29.1%	-10.1%	-36.3%
	製造品出荷額等	1,714	4.5%	1,434	3.0%	1,239	2.5%	-280	-195	-475	-16.3%	-13.6%	-27.7%
家具・装備品製造業	事業所数	132	21.4%	84	17.4%	49	12.8%	-48	-35	-83	-36.4%	-41.7%	-62.9%
	従業者数	1,733	12.0%	1,153	9.2%	605	6.2%	-580	-548	-1,128	-33.5%	-47.5%	-65.1%
	製造品出荷額等	2,131	5.6%	1,392	2.9%	688	1.4%	-739	-704	-1,443	-34.7%	-50.6%	-67.7%
化学工業	事業所数	24	3.9%	21	4.3%	14	3.6%	-3	-7	-10	-12.5%	-33.3%	-41.7%
	従業者数	4,133	28.7%	3,518	28.1%	2,851	29.2%	-615	-667	-1,282	-14.9%	-19.0%	-31.0%
	製造品出荷額等	22,619	59.1%	31,709	67.2%	36,426	74.4%	9,090	4,717	13,807	40.2%	14.9%	61.0%
生産用機械器具製造業	事業所数	-	-	-	-	22	5.7%	-	-	-	-	-	-
	従業者数	-	-	-	-	587	6.0%	-	-	-	-	-	-
	製造品出荷額等	-	-	-	-	1,393	2.8%	-	-	-	-	-	-
電気機械器具製造業	事業所数	9	1.5%	3	0.6%	7	1.8%	-6	4	-2	-66.7%	133.3%	-22.2%
	従業者数	133	0.9%	31	0.2%	100	1.0%	-102	69	-33	-76.7%	222.6%	-24.8%
	製造品出荷額等	114	0.3%	49	0.1%	107	0.2%	-65	58	-7	-57.0%	118.4%	-6.1%
輸送用機械器具製造業	事業所数	5	0.8%	4	0.8%	6	1.6%	-1	2	1	-20.0%	50.0%	20.0%
	従業者数	56	0.4%	41	0.3%	86	0.9%	-15	45	30	-26.8%	109.8%	53.6%
	製造品出荷額等	133	0.3%	51	0.1%	67	0.1%	-82	16	-66	-61.7%	31.4%	-49.6%

(資料) 経済産業省「工業統計調査」

(注) 平成13年と平成18年の間、平成18年と平成23年の間は、日本標準産業分類が改定されており、業種ごとの分類の近いものを合計した値を記載している。

図表 23 徳島市の製造業の事業所数、従業者数順位(平成23年)

事業所数

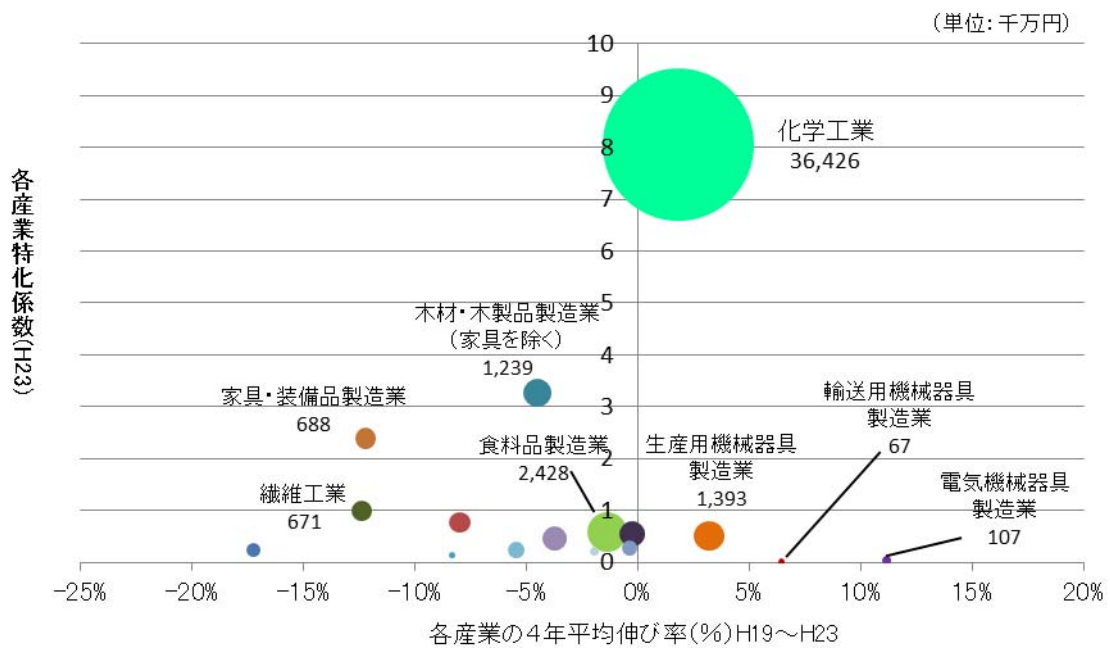
従業者数

順位	業種	実数	構成比
1	食料品製造業	81	21.1%
2	家具・装備品製造業	49	12.8%
3	金属製品製造業	38	9.9%
4	繊維工業	36	9.4%
5	木材・木製品製造業(家具を除く)	32	8.3%
全製造業合計		384	-

順位	業種	実数(人)	構成比
1	化学工業	2,851	29.2%
2	食料品製造業	1,742	17.8%
3	繊維工業	661	6.8%
4	印刷・同関連業	658	6.7%
5	家具・装備品製造業	605	6.2%
全製造業合計		9,764	-

(資料) 経済産業省「平成23年工業統計調査」

図表 24 徳島市の製造業中分類別製造品出荷額等（平成 23 年）の  
伸び率と特化係数を示したバブル図



(資料) 経済産業省「工業統計調査」

(注) 各産業特化係数は本市の製造品出荷額等の構成比を国と比較したもので、バブルの大きさは本市の製造品出荷額等の額である。

## (4) 商業・サービス業

小売業は、事業所数、従業者数、年間商品販売額のいずれもが減少傾向にあり、小売業における平成9年（1997年）と平成19年（2007年）の対比では、事業所数が33.0%、従業者数が10.1%、年間商品販売額が17.0%減少しています。本市の減少幅は全国を上回っており、これは、賃金水準の低下による消費低迷に加え、神戸淡路鳴門自動車道の全線開通や周辺自治体に大型店が立地したことによる消費の流出等が影響しているものと考えられます。特に、中心市街地（内町・新町地区）の小売業は事業所数、従業者数、年間商品販売額とも全市よりも落ち込み幅が大きくなっており、商店街等の活性化が課題となっています。

一方、売場面積及び1事業所当たり売場面積は増加しており、店舗の大型化が進んでいる状況が見られます。

また、卸売業の平成9年と平成19年の状況を比べると、事業所数が29.2%、従業者数が27.8%、年間商品販売額が29.4%減少しており、全国の状況に比べ約2倍の減少率となっています。これは、近年の小売事業者の大規模化・全国化や、ネット通販など卸売業を経由しない直接取引の増大、取引先である地域の中小・零細小売業の不振による需要縮小等に加え、神戸淡路鳴門自動車道の全線開通や東四国における四国横断自動車道の延伸等、道路交通網の発達を契機として卸売業の広域的な競争が強まったことなどが影響しているものと考えられます。

「医療、福祉」、「サービス業（他に分類されないもの）」に関しては、「(1)産業の概況」で示したとおり、事業所数や従業者数が増加しており、高齢化や経済のサービス化の進展を受けて、雇用の受け皿として期待されています。



図表 25 小売業の推移

徳島市

(単位:事業所、人、百万円、㎡、㎡/事業所)

	実数			増減			増減率		
	平成9年	平成14年	平成19年	9 14	14 19	9 19	9 14	14 19	9 19
事業所数	4,212	3,600	2,822	-612	-778	-1,390	-14.5%	-21.6%	-33.0%
うち内町・新町地区	942	782	625	-160	-157	-317	-17.0%	-20.1%	-33.7%
従業者数	19,059	19,487	17,133	428	-2,354	-1,926	2.2%	-12.1%	-10.1%
うち内町・新町地区	4,559	3,748	2,887	-811	-861	-1,672	-17.8%	-23.0%	-36.7%
年間商品販売額	363,632	331,211	301,776	-32,421	-29,435	-61,856	-8.9%	-8.9%	-17.0%
うち内町・新町地区	103,954	73,202	57,530	-30,752	-15,672	-46,424	-29.6%	-21.4%	-44.7%
売場面積	348,385	361,726	354,626	13,341	-7,100	6,241	3.8%	-2.0%	1.8%
うち内町・新町地区	100,261	93,404	72,330	-6,857	-21,074	-27,931	-6.8%	-22.6%	-27.9%
1事業所当たり売場面積	83	100	126	17	26	43	20.5%	26.0%	51.8%
うち内町・新町地区	106	119	116	13	-3	10	12.3%	-2.5%	9.4%

(資料) 徳島市「統計年報」

全 国

(単位:事業所、人、百万円)

	実数			増減			増減率		
	平成9年	平成14年	平成19年	9 14	14 19	9 19	9 14	14 19	9 19
事業所数	1,419,696	1,300,057	1,137,859	-119,639	-162,198	-281,837	-8.4%	-12.5%	-19.9%
従業者数	7,350,712	7,972,805	7,579,363	622,093	-393,442	228,651	8.5%	-4.9%	3.1%
年間商品販売額	147,743,116	135,109,295	134,705,448	-12,633,821	-403,847	-13,037,668	-8.6%	-0.3%	-8.8%

(資料) 経済産業省「商業統計調査」

図表 26 卸売業の推移

徳島市

(単位:事業所、人、百万円)

	実数			増減			増減率		
	平成9年	平成14年	平成19年	9 14	14 19	9 19	9 14	14 19	9 19
事業所数	1,500	1,271	1,062	-229	-209	-438	-15.3%	-16.4%	-29.2%
従業者数	14,736	12,989	10,643	-1,747	-2,346	-4,093	-11.9%	-18.1%	-27.8%
年間商品販売額	985,346	762,335	696,108	-223,011	-66,227	-289,238	-22.6%	-8.7%	-29.4%

(資料) 徳島市「統計年報」

全 国

(単位:事業所、人、百万円)

	実数			増減			増減率		
	平成9年	平成14年	平成19年	9 14	14 19	9 19	9 14	14 19	9 19
事業所数	391,574	379,549	334,799	-12,025	-44,750	-56,775	-3.1%	-11.8%	-14.5%
従業者数	4,164,685	4,001,961	3,526,306	-162,724	-475,655	-638,379	-3.9%	-11.9%	-15.3%
年間商品販売額	479,813,295	413,354,831	413,531,671	-66,458,464	176,840	-66,281,624	-13.9%	0.0%	-13.8%

(資料) 経済産業省「商業統計調査」

## (5) 観光・コンベンション

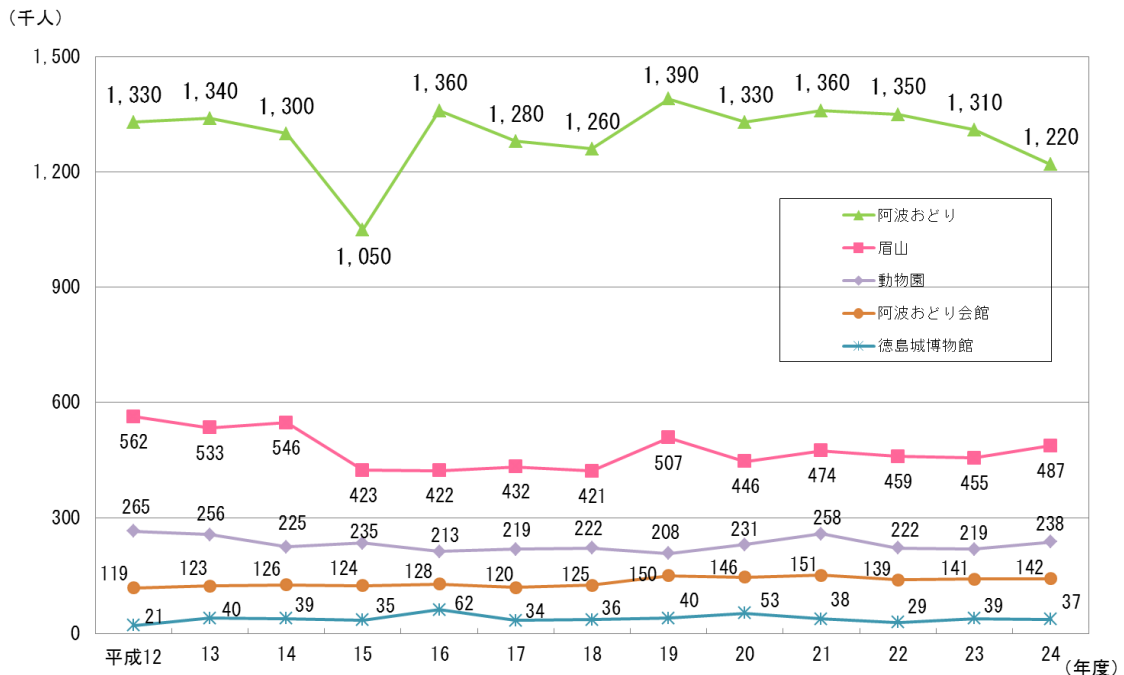
観光客入込状況については、平成15年度（2003年度）に落ち込みが見られたものの、近年はほぼ横ばいで推移しています。内訳では、「阿波おどり」が半数以上を占め、本市の観光産業の柱となっています。

平成24年宿泊旅行統計調査によると、本市の延べ宿泊者数は、都道府県庁所在地の中で第44位となっています。市内延べ宿泊者数の月別推移（平成22～24年平均）では、「阿波おどり」の開催される8月が最も多く、次いで「はな・はる・フェスタ」や「とくしまマラソン」が開催される4月、コンベンション等が多く開催される10月等が多く、目立ったイベントのない冬季はやや落ち込んでいます。

このことから、観光客の増加を目指す上においては、「阿波おどり」に代表される従来の観光資源に加え、新たな観光資源を発掘し、通年型・滞在型の観光資源を作り上げていくことが課題であり、吉野川等の豊かな自然や新鮮で安心・安全な食材、歴史に支えられた四国八十八ヶ所霊場や「お接待」に見られるおもてなしの心等、様々な地域資源等を観光資源として磨き上げることによって、観光客の誘致の拡大を図っていく必要があります。

また、県内のコンベンション開催件数は、年間約50～60件、参加者数、延べ宿泊者数は、概ね3～4万人の間で推移しており、さらなるコンベンション誘致と宿泊者数の拡大に向けた取り組みが課題となっています。

図表 27 徳島市の観光客入込状況の推移（観光関連施設別）



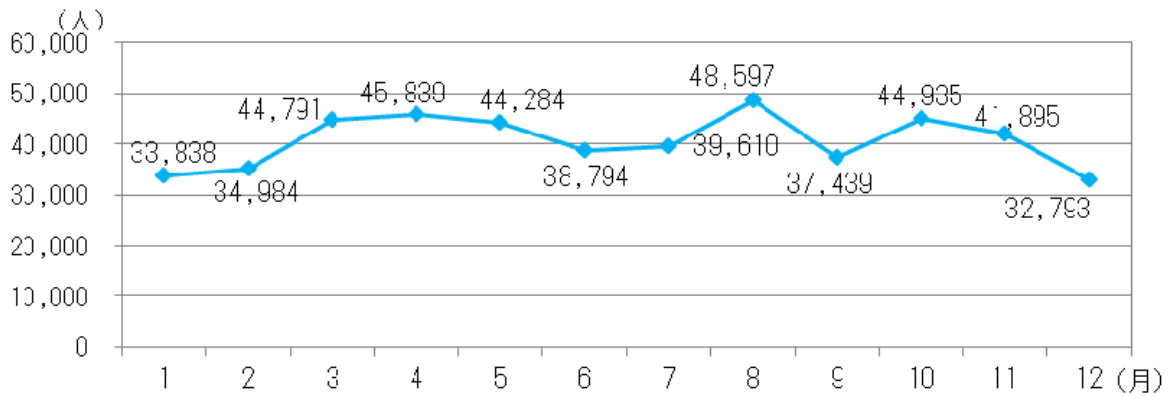
(資料) 徳島市観光課

図表 28 都道府県庁所在地宿泊者数順位（平成 24 年）

(千人)					
1	大阪府 大阪市	12,343	20	高知県 高知市	1,141
2	京都府 京都市	7,744	⋮		
3	北海道 札幌市	7,187	⋮		
4	福岡県 福岡市	6,018	34	香川県 高松市	739
5	神奈川県 横浜市	4,401	⋮		
⋮			⋮		
17	愛媛県 松山市	1,508	43	和歌山県 和歌山市	423
⋮			44	徳島県 徳島市	415
⋮			45	三重県 津市	372
			46	鳥取県 鳥取市	294
			47	群馬県 前橋市	272

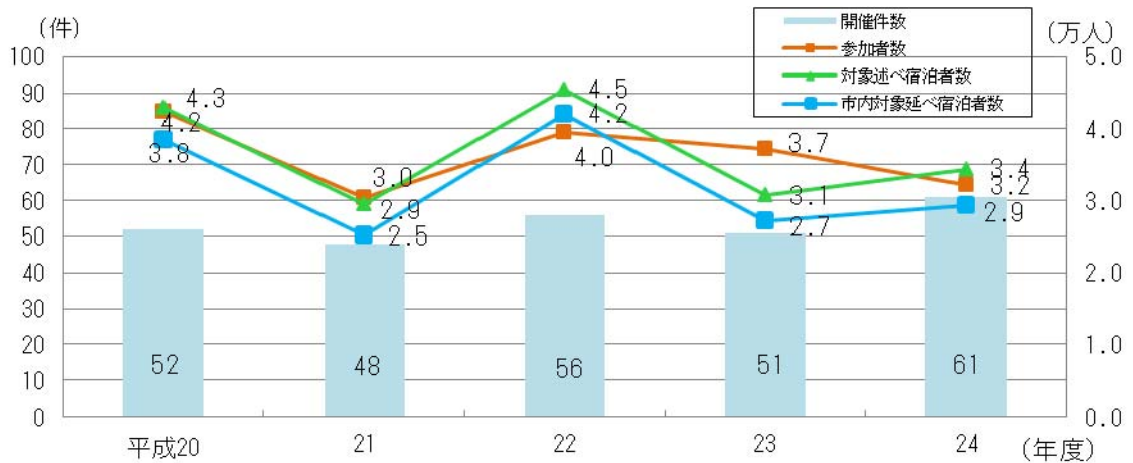
(資料) 国土交通省「宿泊旅行統計調査」

図表 29 徳島市内延べ宿泊者数の推移（平成 22～24 年平均）



(資料) 国土交通省「宿泊旅行統計調査」

図表 30 徳島県内コンベンション開催件数及び参加者数と延べ宿泊者数の推移



(資料) 徳島市観光課

## (6) 雇用分野

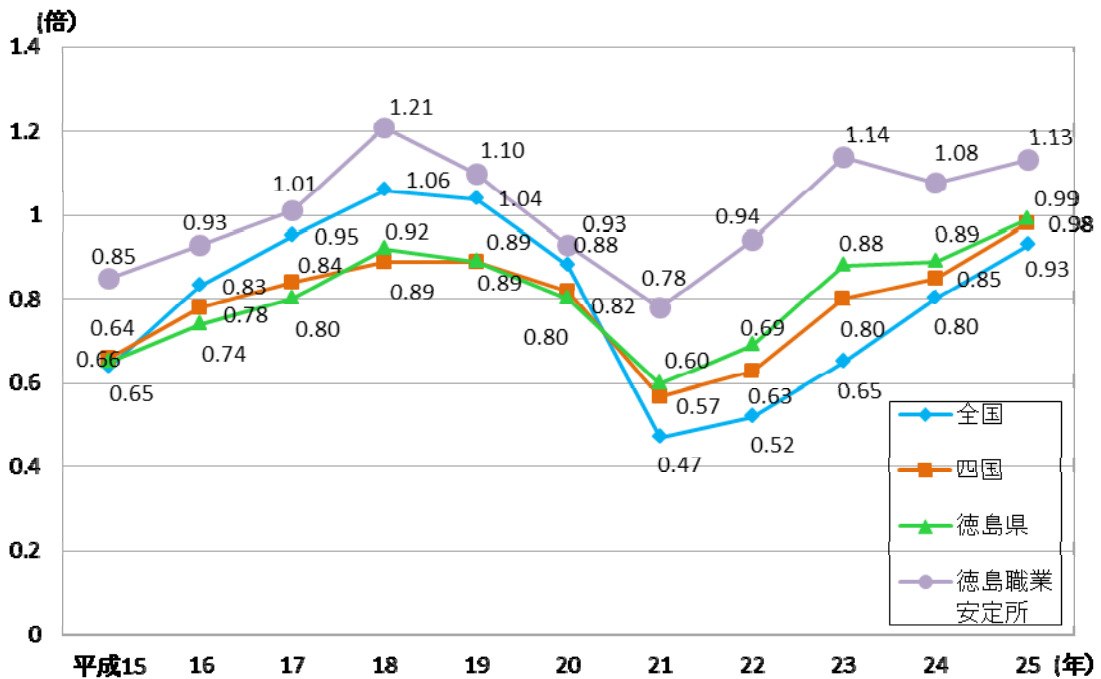
徳島職業安定所管内の有効求人倍率は、全国平均や四国平均を上回る状況が続いており、平成21年（2009年）の0.78倍をボトムとして次第に上昇し、平成23年（2011年）以降1.00倍を超える水準を維持しています。

一方、本県の完全失業率は、平成15年（2003年）からでは、平成21年、平成22年（2010年）に4.7%にまで上昇しましたが、平成23年以降はおおむね改善傾向にあり、全国平均値を下回っています。

雇用・労働分野については、国を中心に取り組みが行われていますが、本市でも市民の雇用の安定と拡大を図るため、国・県の施策を踏まえた取り組みを推進していく必要があります。

また、産業振興の観点からは、今後、長期的に生産年齢人口の減少が見込まれている中で、就労意欲がある女性や高齢者への就労支援も重要となります。

図表 31 有効求人倍率の推移  
（全国、四国、徳島県、徳島職業安定所）

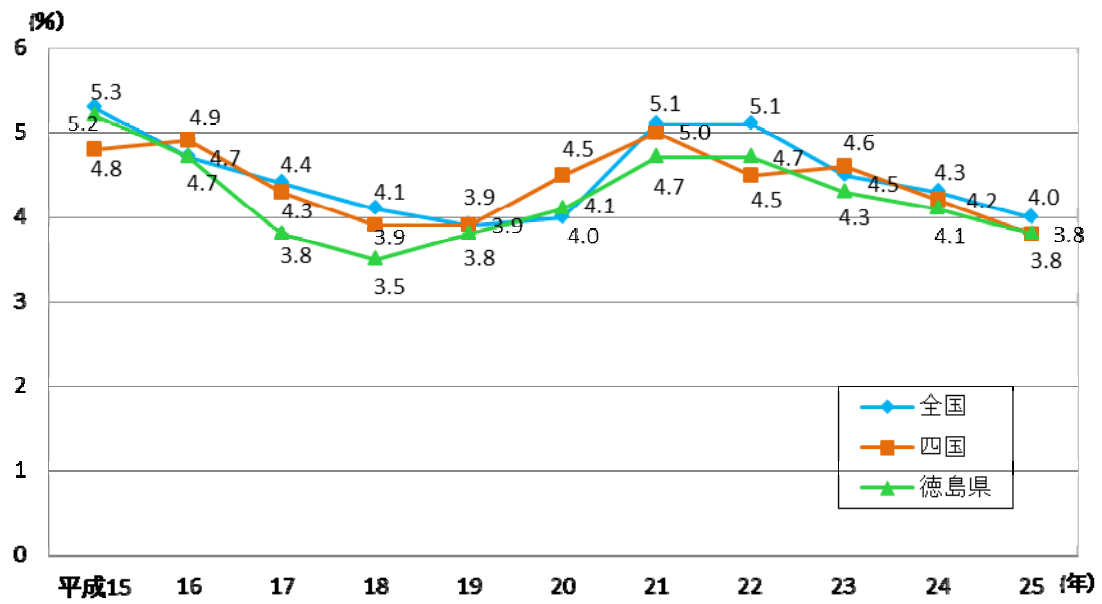


（資料）厚生労働省（ただし、平成20年以前の徳島職業安定所データについては、徳島労働局提供）

（注）徳島職業安定所が所管する地域は、徳島市、佐那河内村、石井町、神山町。

徳島県職業安定所の平成25年の数値は1月～9月の平均値

図表 32 完全失業率の推移（全国、四国、徳島県）



(資料) 総務省統計局「労働力調査」

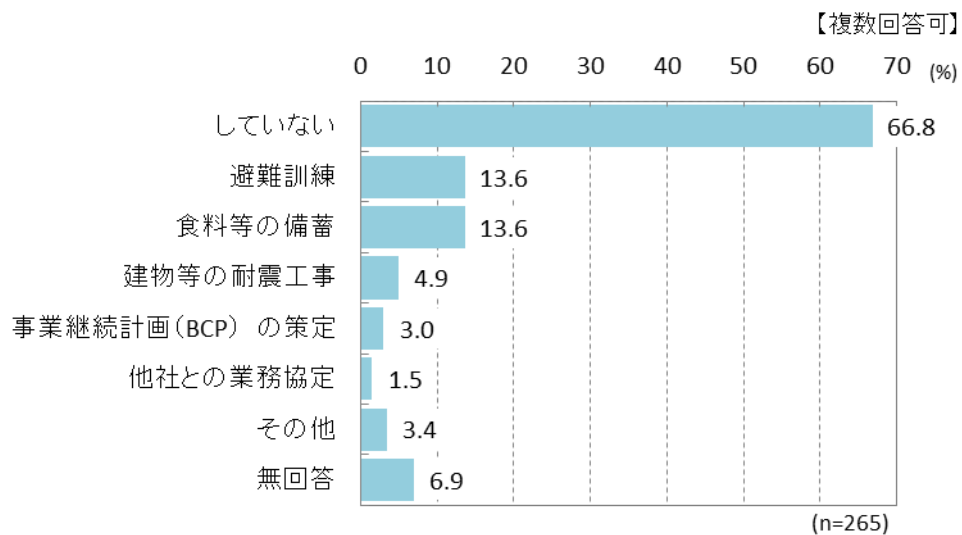
## (7) 災害対策

徳島県南海トラフ巨大地震被害想定（マグニチュード=9.0での想定）によると、生命への被害を含め様々な分野で広域に渡って大きな被害が出るのが想定されており、本市も中心市街地 や沿岸地域等が津波災害警戒区域に指定されるなど、巨大地震への対策が急務となっています。

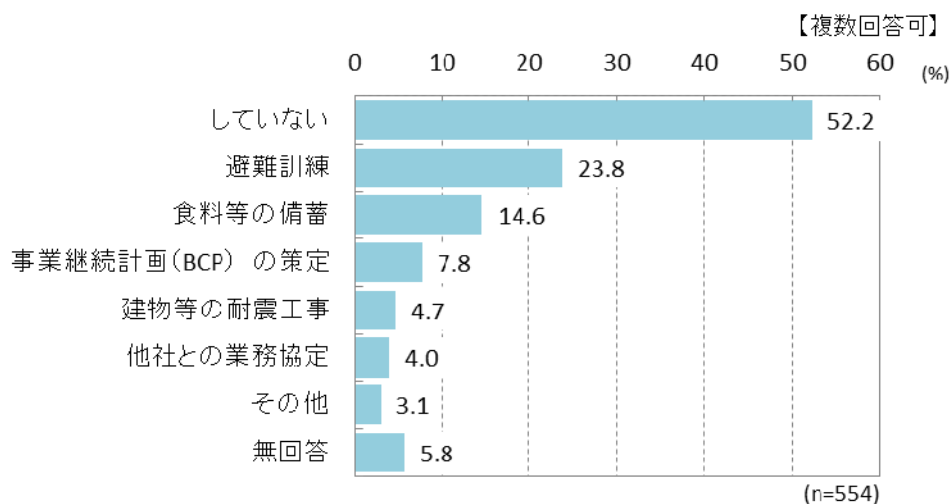
徳島市産業実態調査の結果によると、災害への備えを「していない」とする事業所は、製造業で66.8%、商業・サービス業で52.2%にのぼっており、災害対策への取り組みの啓発のほか、事業継続等の早急な備えが求められています。

図表 33 災害への備え

[ 製造業 ]



[ 商業・サービス業 ]



( 資料 ) 徳島市「徳島市産業実態調査」

( 注 ) nは有効回答数

## 4 徳島市の現状と社会経済動向を踏まえた産業の強み・弱み

本市の現状と社会経済動向を踏まえ、本市産業の強み・弱みを整理すると、以下のようになります。

今後の産業振興の方向を定める上では、本市の強み（Strength）、弱み（Weakness）を踏まえた上で、社会経済動向（機会：Opportunity、脅威：Threat）への対応を検討する必要があります。

- S × O：強みを生かし、機会を捉える
- S × T：強みを生かし、脅威を回避する
- W × O：機会を生かし、弱みを克服する
- W × T：弱みを克服し、脅威を最小限に抑える

### 市の現状（内部要因）

#### Strength（強み）

- ・需要拡大とともに発展するサービス産業の存在（医療、福祉等）
- ・独自の技術や商品を有するニッチトップ企業の存在
- ・近畿圏（京阪神）への地理的優位性
- ・豊富な農林水産資源
- ・高水準な情報通信インフラ
- ・観光資源となる可能性を秘めた豊かな自然（眉山、吉野川等） 歴史・文化（四国八十八ヶ所霊場、阿波おどり、お接待等）の存在
- ・中心市街地の機能集積

#### Weakness（弱み）

- ・製造業等における事業所数、従業者数の減少
- ・今後全国平均を上回る速度での人口、生産年齢人口の減少、高齢化
- ・化学工業以外にコアとなる産業がない
- ・中心市街地の商業空洞化
- ・卸売業の低迷
- ・経営資源が限られた中小・零細企業が大半
- ・伝統産業、農林水産業の低迷
- ・滞留型の観光資源の乏しさ
- ・徳島の認知度の低さ、ブランド力の弱さ
- ・企業誘致の用地不足

### 社会経済動向（外部要因）

#### Opportunity（機会）

- ・新興国の経済成長による市場拡大
- ・就業意欲のある高齢者、女性の存在
- ・デフレ脱却、経済成長に向けた国の施策
- ・消費者の食に対する安全・安心志向、健康志向の高まり
- ・情報通信技術（ICT）の普及、新たな活用の可能性
- ・外国人観光客増加の期待
- ・医療・福祉・環境分野等における市場拡大

#### Threat（脅威）

- ・日本経済の低迷（人口減少による国内市場の縮小及び雇用、生産年齢人口の減少による生産力の低下、少子高齢化の進行による社会保障負担の増加）
- ・グローバル化による企業間競争の激化、国内産業の空洞化
- ・大都市圏への人口・資本等の集中
- ・エネルギー供給、コストの不安
- ・貿易自由化による農産物等への打撃
- ・大規模災害発生の懸念

## 5 産業振興の将来像

### (1) 産業振興の基本的な考え方

産業を取り巻く環境が厳しさを増す中で、本市が保有するポテンシャルを最大限発揮し、意欲を持って経営革新や事業拡大に取り組む事業者を支援することにより、産業の競争力を強化するとともに、新たな産業の創出、創業の促進、人材育成等未来投資型の施策を強化し、本市経済を牽引する活力のある産業を育成します。

また、地域経済循環を機軸とした地域経済の自立性を高める取り組みを推進し、持続可能な地域経済社会を形成することにより、市民の豊かな暮らしと社会を支える経済基盤の確立を目指します。

### (2) 将来像(産業振興の基本目標)

#### 将来像 「新たな挑戦を地域で支える体制の構築」

本市経済の成長を牽引し、地域社会に根づいて意欲を持って経営革新や事業拡大に取り組む事業者を、行政はもとより、経済団体、学術研究機関、市民等が一体となって支援し、新たな成長を生み出せる地域社会を構築します。

#### 将来像 「地域経済循環による自立力の形成」

地域産業の競争力の強化や観光客誘致の推進等により、域外からの所得獲得の拡大を図るとともに、域内における材料やサービスの取引を活発にすることにより、域内経済循環を高め、自立的な地域経済を構築します。

#### 将来像 「産業振興を支える人材育成・連携強化」

産業を支える人々がより高度な産業人へと成長することにより、持続的に産業の発展を牽引する役割を果たせるよう、人材の育成を図ります。

また、新たな価値の創造や成長力の向上を図るため、企業、学術研究機関、行政等の相互連携を強化します。



### (3) 産業振興における徳島市の役割

産業活動の主役は個々の企業や事業者であり、国や地方公共団体は、その主役が活動しやすいインフラ等の環境整備や政策面での誘導を行うこと等により、産業振興を図ってきました。

一方、商工会議所・商工会や中小企業団体中央会、農業協同組合等の業界団体をはじめとする支援機関においても、産業の発展のため、国や地方公共団体等と連携しながら、会員企業等の経営革新や経営基盤強化に関する積極的な取り組み等を行ってきました。

しかし、長期にわたる景気低迷により中小・零細企業等の体力が低下し、積極的な事業展開を行うことが難しくなっています。さらに、近年は、経済のグローバル化の進展により、企業間競争や地域間競争が激化しており、他方で人口減少による国内の市場規模の縮小や労働力人口の減少も見込まれる中で、地域産業を取り巻く環境は厳しさを増しています。

こうした経済環境に対応し、産業の振興を図るためには、企業や事業者自身の創意工夫と自主的な努力を尊重しつつ、産業振興に当たる国、県、経済団体、大学、金融機関、その他関係機関・団体とのより一層緊密な連携を図り、市民の理解と協力を得ながら、本市の地域特性に応じた施策を効果的に推進することが必要となります。

本市は、地域の産業振興に広く関わる一番身近な行政機関として、事業活動のサポート役であるとともに、地域の力を結集し、地域産業の特性を育てる市内産業のコーディネーターとしての役割を果たしていく必要があります。

なお、本市の役割を果たすため、国・県等との役割分担を踏まえた上で、次の手法を意識し、産業振興に取り組むものとします。

地域産業の特性に応じた事業の重点化を行う。

国・県等の事業と一体化することで、効率的、効果的な事業の展開を図る。

国・県等の事業の隙間（ニッチ）の部分を見つけ出し、事業化に繋がるよう、きめ細かい支援を行う。

国・県等の事業に上乘せすることにより、より大きな効果を生み出す。

## 6 産業振興のための戦略

本市産業の振興にあたっては、将来像の実現のため、次の三つの戦略を掲げ、施策を推進します。

### (1) 戦略の体系

産業振興に向けた戦略を体系化して示すと、次のようになります。

#### 産業振興の将来像

新たな挑戦を地域で支える体制の構築  
地域経済循環による自立力の形成 の実現  
産業振興を支える人材育成・連携強化

#### 戦略1 域外所得の増加を目指した産業の育成・創出

製造業における成長産業の創出

新たな域外市場 の開拓

高付加価値 な徳島ブランドの創出・地域プロモーション の推進

観光・コンベンション の魅力向上

産業の成長を促し、競争力を高めることで、域外の需要を取り込み、多くの財を獲得することにより、域内経済の規模の拡大を図ります。

#### 戦略2 域内での経済循環の促進

魅力的な商業の形成

農林水産業と他産業の連携による6次産業化

産業への地域資源の活用拡大

地産地消 の拡大

社会的な課題の解決に繋がるビジネスの創出・育成

産業間の連携促進

域内産業 間の繋がりを強化することで、社会・経済の環境変化に対応できる強い体質をつくとともに、域内需給、財の循環を拡大し、自立した地域経済づくりを進めます。

### 戦略3 活発な経済活動と安定的な経済基盤づくり

創業等の促進や企業誘致による産業の集積

企業の新たなビジネスへの取り組みの拡大

重点産業やイノベーション を支える人材の育成

経営の安定化と経営基盤強化

地域産業への理解と産業支援の機運の醸成

新たな産業の創出による地域経済の持続的発展を図るとともに、経営資源の確保や資金供給の円滑化等、企業等の活動を支え自発的挑戦を促す経済基盤づくりを進めます。

## (2) 戦略の内容

### 戦略

## 域外所得の増加を目指した産業の育成・創出

### - 1 製造業における成長産業の創出

#### < 要 旨 >

本市においては、競争力の高い「化学工業」の存在が、地域産業の特徴となっていますが、地域経済全体から見ると、「化学工業」の動向に大きく左右される構造であるとも言えます。

このため、長期的な地域経済の発展を目指すには、市場等の成長性、他産業への波及効果、集積の現状等を見極めた上で適切な施策を講じることにより、「化学工業」に続く、「コア」となる産業を育成することが重要であると考えられます。

また、経済のグローバル化により、市場をめぐる企業間競争が激化する中で、企業の競争力の強化が求められていることから、企業の活力を引き出し、イノベーションを促して、企業の成長を加速させることによって、地域経済の底上げを図ることが重要となっています。

#### < ポイント >

##### 1 成長が期待できる産業への集中的な支援

今後、「化学工業」に続く「コア」となりえる可能性のある産業としては、「木材・木製品製造業」、「家具・装備品製造業」のように市場の伸びが欠けているものの伝統的に集積がある産業や、「電気機械器具製造業」、「生産用機械器具製造業」等、集積要素が欠けているものの市場の伸びがある産業があげられます。

このため、欠けている要素を補うための支援策の充実を図るとともに、地域産業の企業集積によるスケールメリットや関連企業間の相乗効果を最大限に発揮できるような支援策の充実を図る必要があります。

##### 2 事業環境の整備

将来の成長が期待できる企業や事業所を誘致するために、規制緩和や奨励措置等により、事業環境の整備を図るとともに、域内での継続的な操業を支援する必要があります。

#### < 主な取り組み >

##### 新技術・新製品の開発支援

国・県等の支援制度を活用し、成長が期待される分野等の企業が行う、自社のものづくり技術を活かした研究開発等の取り組みの促進を図るとともに、成長が期待される分野等の企業については、国・県等の支援制度の対象とならない課題解決に向けた取り組みへの重点的な支援を行います。

## 規制緩和と奨励措置の推進

製造業の事業活動の活性化を図るため、工場立地法 における緑地率等の規制緩和や工場設置奨励措置の充実により、工場の新設や既存工場への追加投資を促進します。

## - 2 新たな域外市場の開拓

### < 要 旨 >

本市には、品質のよい農林水産物や加工食品、伝統工芸品等の物産が多数存在しますが、全国的な知名度が必ずしも高くないことから、販売に充分結びついていない状況にあります。

また、企業等の多くは、経営基盤が脆弱な中小・零細企業 や個人事業者であり、総じて国内市場が縮小傾向にある中で、販路拡大は大きなテーマであるものの、情報や人材の不足等により、取り組みに困難さを抱えている現状にあります。

販路拡大・市場開拓への取り組みは、多くの労力と費用を必要とするものであることから、企業等にとっては、いかに的確で効率的なものにするかが課題となります。

このため、企業等が販路拡大・市場開拓に取り組む中で直面する様々な課題に円滑に対応できるよう、国・県の施策の活用を促すとともに、関係機関や専門家との連携によるきめ細やかな支援を行うことが必要であると考えられます。

### < ポイント >

#### 1 大規模市場に向けた情報発信

大都市圏等の市場において、企業等の販路拡大活動を側面支援するため、本市の農林水産物や加工食品、伝統工芸品等の知名度やブランドイメージの向上を目指したPR活動等を推進する必要があります。

#### 2 戦略的な域外展開

域外への販路拡大に向けては、製品の開発・改良、売込対象の特定、売込手法の検討、交渉術の習得等、企業等ごとの総合的な戦略が必要であることから、様々な支援機関等と連携し、効果的な支援を行うことが必要です。

### < 主な取り組み >

#### 県外販路拡大の支援

域外での販路拡大を促進するため、本市産品の文化的背景や安全・安心、品質等のブランドイメージの発信や企業等の販売促進活動、見本市への出展等に対する支援を行います。

#### 海外販路開拓の支援

県、とくしま産業振興機構、日本貿易振興機構（ジェトロ）、金融機関等と連携し、海外展開に向けた情報、知識の習得やグローバル人材育成に対する支援を行います。

## - 3 高付加価値 な徳島ブランドの創出・地域プロモーション の推進

### < 要 旨 >

本市では、多くの企業や団体がカンショ（サツマイモ）等のブランド化された農産物等に代表される地域資源を活かした取り組みを展開していますが、個々の製品の販路拡大に繋げるためには、地域資源のブランド力をさらに強化し、付加価値の向上、イメージアップを図ることが必要です。

また、個々の製品だけではなく、全国に向けて多くの人に本市を認知してもらい、その良さを知ってもらうためのシティプロモーションを推進し、地域の魅力や産業の情報を発信することで、本市全体のイメージアップと本市産業のブランドイメージの創出を図っていく必要があります。

### < ポイント >

#### 1 徳島ブランドの創出・高付加価値化

市場ニーズの変化に積極的に対応し、「プロダクトアウト」の考え方でなく、市場や消費者の欲求を掘り起こしたうえで、徳島の地域性を感じさせる製品づくりを行う「マーケットイン」、「カスタマーイン」の考え方に基いたブランドの創出、高付加価値化を図る必要があります。

#### 2 地域プロモーションの推進

シティプロモーション活動の一環として、本市産業の特長や観光情報、都市としてのポテンシャル等を大都市圏等に向けて発信し、本市の知名度向上や産業等のイメージの浸透により、消費者等へのアピール力を強化することで、生產品の販路拡大、企業誘致の推進等を図る必要があります。

### < 主な取り組み >

#### 製品等の高付加価値化の支援

本市特有の製品・産品等の地域ブランド化を促進するため、地域資源や地域特性を活かした、地域らしさを有する新製品・新技術の研究開発、販路開拓事業に対して支援を行います。

#### まちのイメージと連動した産業情報の発信

統一的なコンセプトを設定したアピール度の高い展示会の開催等により、本市の産業の魅力を効果的に発信していきます。

## - 4 観光・コンベンションの魅力向上

### < 要 旨 >

本市の観光を活性化するためには、本市固有の歴史や文化、自然、農林水産物、人々の活動、暮らし等の様々な価値を見直し、観光資源化を進めることにより多彩な魅力をアピールするとともに、旅行・宿泊業界を中心として、観光客の受け入れに関わる様々な業種や人々との連携により、まち全体で来訪者を温かく迎え入れる態勢づくりを行うことが重要となります。

また、旅行客のニーズの多様化や観光スタイルの変化に対応し、エコツーリズム やグリーンツーリズム 等に代表される新たな需要を取り込むツーリズムへの取り組みを促進することにより、観光産業の活性化を図っていく必要があります。

### < ポイント >

#### 1 地域資源を活用した新たな観光の創出

既存の観光資源だけではなく、食、文化、スポーツ、産業、まちづくり等の様々な地域資源を観光資源として活用し、本市ならではの新たな観光の創出を図る必要があります。

#### 2 観光客受入態勢の整備

観光客の利便性を高めるため、観光、交通、宿泊等に関する情報提供をはじめ、各種案内表示の充実等受入態勢の整備を図る必要があります。

また、観光振興に寄与する地域の人材を育成・活用し、「お接待」の精神を活かしたおもてなしを提供するなど、観光客の満足度向上に繋がるサービスの提供を推進する必要があります。

#### 3 広域的な観光振興の推進

多様な観光ニーズに対応するとともに、滞在型観光 を実現するため、徳島県内はもとより、より広域的な観光地間の相互連携により、観光資源を結ぶ広域観光を推進する必要があります。

#### 4 コンベンション誘致

本市内には大学等の専門的な学術機関や企業等が集中しており、大規模な学会や会議の需要が存在していることから、地域への経済的波及効果や都市のイメージアップ等の社会的波及効果が期待できるコンベンション の誘致を図る必要があります。

また、広域的な集客を目的として開催される展示会、見本市、スポーツ大会、文化交流等を主催者と観光産業の連携によって観光振興に繋げていく必要があります。

### < 主な取り組み >

#### 地域振興施設(道の駅)の整備

観光客の利便性向上と地域活性化を図るため、市郊外に観光情報の提供と地元物産品



の販売等の機能をもった拠点施設の整備を行います。

#### 観光情報の発信

観光情報の質と量の充実を図るとともに、様々な媒体等を活用した戦略的な情報発信を行います。

#### 地域資源を活用した観光の充実

眉山山頂観光展望施設の改修等、地域資源の活用促進に向けた環境整備を行うとともに、夜景観光やグルメイベント等の年間を通じた観光客誘致を目的として実施される、魅力ある着地型観光 イベントに対して支援を行います。

#### 観光案内の充実

観光案内所の機能向上や案内サイン等の充実に取り組みます。

また、来訪者に心の通ったサービスを提供できるよう、観光ボランティアガイド等、観光に携わる人材の育成を図ります。

#### 広域的な観光振興

交通インフラ の進展を踏まえた、魅力的な広域観光ルートを開発し、関係自治体の連携による観光客の誘致を進めます。

#### コンベンションの誘致推進

県観光協会と連携しながら、コンベンション主催団体等に対して、積極的な誘致活動を実施します。



## 域内での経済循環の促進

### - 1 魅力的な商業の形成

#### < 要 旨 >

厳しい経済環境のもとで、小売業の事業所数や売上高等が減少しています。

特に、近年は、商業機能の分散化やネット販売をはじめとした販売形態の多様化等により、旧来からの小売店や商店街等（特に中心市街地）における売り上げの落ち込みが著しい状況です。

商店街は、地域住民の生活を支える商業機能や地域コミュニティの場としての役割を持っていることから、公共的な側面から支援が必要であり、新たな手法による地域消費者の利便性向上等、地域に支持される商業の形成を図っていくことが重要です。

また、中心市街地の商店街については、市民生活を支える拠点としてだけでなく、都市の顔としてふさわしい機能や環境を保つことが必要です。

#### < ポイント >

##### 1 既存施設の利活用の促進

商店街等では、店主の高齢化や売上減少による店舗の閉鎖等により、空き店舗・事務所が増えていることから、その解消に向け、店舗等の利活用、流動化を促進するための支援策の充実を図る必要があります。

##### 2 既存店舗等の強化

商店街の活性化においては、個店の魅力アップが特に重要であり、商店街振興組合等の積極的な対応が求められることから、商店街が一体となった商業機能の魅力向上への取り組みを支援する必要があります。

##### 3 賑わいの創出

中心市街地の商店街への来街者が減少する中で、商業機能向上への取り組みと一体となって実施される各種イベントや、来街のきっかけとなるような取り組みを支援し、賑わいの創出を図る必要があります。

#### < 主な取り組み >

##### 空き店舗等の利活用の推進に対する支援

従来の空き店舗対策に加え、工房と店舗が一体となったものづくり店舗等の今までの商店街にはない形態の店舗・事務所等の立地を促進し、空き店舗等の利活用に向けた取り組みを支援します。

### 商業機能の向上支援

商店街の現状を踏まえ、集客等の課題解決に向け、商店街が積極的に取り組むきっかけづくりとなるセミナー等を開催するとともに、商業者から発案された商業機能の向上に向けた効果的な取り組みを支援します。

### イベント等の開催支援

商店街活性化の効果を高めるため、商工会議所等の支援団体と連携し、商業機能向上への取り組みと一体となって開催される集客イベントを支援します。

### 地域に密着したサービス展開の支援

地域の消費者ニーズを捉えた、宅配等による「御用聞き事業」や地域住民の消費活動やコミュニティ活動のベースとなる新たな商店街機能の形成に向けた取り組みを支援します。

## - 2 農林水産業と他産業の連携による6次産業化

### < 要 旨 >

農林水産業においては、生産物の価格低迷や資材価格等の上昇により所得が減少しており、このことが担い手不足等の問題を引き起こしています。

農林水産業の持続的発展を図るためには、生産、販売の拡大や生産コストの縮減努力だけでなく、2・3次産業の事業者と連携することにより、製品の付加価値を高める新たな製品・サービスを開発し、競争力と収益性の向上を図る6次産業化への取り組みが求められています。

6次産業化を実現していくためには、生産と加工・販売の一体化に向けた取り組みから、新製品・新サービスの開発や販路拡大面での連携に至るまで、各々の段階に応じた多様な支援が必要となります。

### < ポイント >

#### 1 農工商との連携支援

1次産業の生産者等に6次産業化への取り組みを促進するため、食料品製造業者、小売業者、飲食サービス業者等他産業の連携先を見つけることができる機会を提供する必要があります。

#### 2 開発・販売等の支援

1次産業の生産者等が6次産業化に取り組む際の実務的な開発や販売、施設整備等の支援体制を整える必要があります。

#### < 主な取り組み >

##### 製品の開発・販売支援

6次産業化の製品を開発・展示・販売できる拠点となる施設を整備します。

##### 生産者等に対する6次産業化の支援

生産者等による6次産業化を促進するため、生産者等が実施する施設の整備や製品開発・販売に対する資金援助等を行います。

##### 他産業との連携支援

生産者を他産業の事業者と結びつけるため、マッチング等による場の提供を行います。

##### 販路開拓支援

6次産業化により開発された製品等について、域外（海外を含む）市場の開拓を行うために、市場等に関する情報提供や展示会等への出展支援を行います。

### - 3 産業への地域資源の活用拡大

#### < 要 旨 >

地域経済循環を促進するためには、域内での取引を活発にする必要があります。そのため、様々な産業において、域内で生産・提供される産物や製品、サービス等の地域資源を最大限に活用することが重要となります。

また、消費者ニーズが多様化する中で、地域資源の活用は、製品・サービスの差別化や付加価値向上への効果等、事業経営にプラスの効果を与えることが期待されています。

このため、市民や企業等を巻き込んで、あらためて地域資源の価値を見直し、多様な主体の連携のもとでその活用を進めていくことが重要です。

#### < ポイント >

##### 1 経営資源としての活用

地域資源の活用拡大には、単に地域資源を使った製品開発というだけではなく、品質の高さや本市の地域性を表現するオリジナル性等の面で、消費者ニーズに応える製品づくりに取り組むことが求められており、消費者ニーズの把握から、企画、開発、製造、販売に至るまでのトータル的な支援が必要となります。

##### 2 企業間等の連携

経営資源に限りある中小・零細企業では、企業間等の連携により、経営資源の不足を補う必要があることから、企業交流等による環境づくりが必要となります。

#### < 主な取り組み >

##### 地域資源を活用した製品化・サービス化の支援

国・県等の支援制度を活用し、本市内に存在する地域資源を活用した製品化・サービス化等を促進するとともに、国・県等の支援制度の対象とならない取り組みについても、域内の経済循環に寄与すると見込まれるもの等について支援を行います。

##### 他産業との連携支援

企業間の交流を促進するため、マッチングによる場の提供等を行います。

## - 4 地産地消の拡大

#### < 要 旨 >

近年、消費者の農林水産物に対する安全・安心志向の高まりや、生産者の販売の多様化の取り組みが進む中で、生産者と消費者を結びつける地産地消への期待が高まっています。

地産地消は、消費者にとっては、身近な場所から新鮮で安心な農林水産物を得ることができるというメリットがあり、生産者にとっても、消費者との距離を縮め、繋がりを深めることで、消費者ニーズを直接把握できるほか、生産意欲の向上、流通コストの削減、規格外品販売等のメリットがあります。

さらに、地産地消は、地域における消費の拡大や域内の自給率の向上等に資するものであり、域内の経済循環に直結するものであることから、積極的な取り組みが必要です。

#### < ポイント >

##### 1 普及活動の推進

市民に対して地元の農林水産物の広報宣伝活動等を積極的に行い、地産地消の意義や地元の農林水産物に関する知識の普及を進めることが必要です。

##### 2 消費機会の拡大

地産地消の拡大を図るには、食材としての直接的な利用に加え、地元の農林水産物を使った料理や加工品を増やし、消費機会を拡大することが必要です。

#### < 主な取り組み >

##### 地元食材の魅力向上

食材フェアの開催や広報宣伝活動等を通じて市民に対し、食材としての魅力や安全性等について周知を行い、地元食材への理解を促すとともに、地産地消の意識を高めます。

##### 地元食材を使った商品化等の支援

事業者による新鮮で安心・安全な地元の農林水産物を使った料理等の開発や商品化に対する支援を行い、市民の消費機会の拡大を進めます。

## - 5 社会的な課題の解決に繋がるビジネスの創出・育成

### < 要 旨 >

近年、少子高齢化や環境問題をはじめ、福祉、まちづくり等の様々な社会的課題が顕在化している中で、地域の人材やノウハウ、資金を活用することにより、そうした課題を事業性を確保しながら解決しようとするコミュニティビジネスが注目されるようになってきました。

コミュニティビジネスは、地域における雇用を創出し、働きがい等を生み出し、公的サービスを補完するものとしても期待されていますが、事業性の確保の難しさ、認知度の低さ等の課題を抱えていることから、事業を創出、育成していくための支援体制づくりが必要となっています。

### < ポイント >

#### 1 社会的課題の解決に繋がるビジネスの創出

コミュニティビジネスの創出を促進するには、より多くの市民にコミュニティビジネスの必要性や創業方法等についての理解を深めてもらう必要があります。また、事業の収益性確保、資金繰り、人材確保等の諸課題克服のため、経済団体、金融機関、その他支援機関との協力・連携を図るとともに、事業の公益性、重要性に応じた公的支援等が必要です。

### < 主な取り組み >

#### 創業等の支援体制の構築

創業や新事業展開を促進するため、基本知識の習得、資金面等の支援を行います。

#### 社会的課題解決に向けた支援

買い物難民 対策等、社会的課題の解決に繋がる取り組みを行う事業者に対し支援を行います。

## - 6 産業間の連携促進

### < 要 旨 >

企業間競争の激化や消費者ニーズの多様化等、経済環境が大きく変化する中で、企業は事業の継続・発展のための諸課題への的確な対応が求められていますが、中小・零細企業の多くは、技術力や人材、資金力等の経営資源が不足しているため、新たな製品やサービスの開発等に取り組もうとしても、自社の力だけでは十分な事業展開が困難な状況があります。

このため、他企業（他産業）との連携により弱みを補完し、さらには、相乗効果による技術力の高度化や製品・サービスの付加価値向上に取り組むことが求められます。

## < ポイント >

### 1 連携を生み出す仕組みづくり

中小・零細企業は、自社の事業分野以外についての情報が少ないため、企業がそれぞれのニーズ・シーズを出し合い情報交換を行う機会や仕組みを設けること等により連携を促進する必要があります。

### 2 域外資源の活用

域内産業に限らず、域外産業にも連携の視野を広げることで、様々な資源（技術）を獲得するチャンスが生まれ、より大きな効果が期待できるため、積極的に連携を促進していく必要があります。

## < 主な取り組み >

### 異業種の交流

域内産業の活性化や事業活動に向けて企業間の連携を促進するため、そのきっかけとなる場を提供します。

### ITシステムの活用による産学連携の促進

四国産学官連携イノベーション共同推進機構が構築を進めている産学連携マッチング情報システム（仮称）（IT技術を駆使した産学連携業務の効率化、イノベーション創出の拠点の形成等を目指すことを目的として構築）を利用することで、大学と企業等との連携に限らず、域内産業と域内外の産業との連携等、企業間連携の促進も期待されることから、この取り組みへの参加・協力をを行い、活用を促進します。

### 異分野連携による製品化・サービス化の促進

事業の分野を異にする企業間等の連携による、新事業分野の開拓に向けた取り組みを促進するため、国・県等の支援制度の活用を促します。

## 活発な経済活動と安定的な経済基盤づくり

### - 1 創業等の促進や企業誘致による産業の集積

#### < 要 旨 >

長期にわたる経済の低迷により、事業所数等の減少傾向が続いています。

新たな産業の芽となる企業を増やし、産業集積に厚みをつけていくためには、地域における需要の創出、取り込み等による企業の活力の回復・向上を促し、創業や第二創業、業態転換等の動きを活発にすることが必要となります。

また、企業誘致によって新たな技術や経営ノウハウを呼び込むことは、既存産業にも好影響をもたらし、雇用の創出にも繋がることから、市外の企業にとって魅力ある立地環境を整え、積極的な取り組みを進める必要があります。

#### < ポイント >

##### 1 創業者の掘り起こし・育成

創業セミナーや相談会等を通じて、創業希望者を増やす必要があります。また、創業に当たっては、資金の確保をはじめ、財務、税務、労務、マーケティング等の知識や、ノウハウの習得等の様々な課題があることから、各支援団体と連携し、創業時から継続的な事業運営が可能となるまで、状況に応じた専門的な支援・サポートを行う必要があります。

##### 2 企業等の誘致

新たな企業の誘致により、本市産業の競争力を強化することを目指して、成長可能性のある産業分野の企業や既存産業への波及効果の高い企業、雇用創出力の高い企業等を中心として、クリエイティブな企業、地域の新たな需要を掘り起こすベンチャー企業、優れた事業プランを持つ創業者等の産業の芽となる企業や人材の誘致にも取り組み、幅広い産業の集積に努める必要があります。

また、市内の産業団地の空き区画が少ないことから、工場立地法の緑地率の緩和による工場敷地の有効活用や、空きビルの有効活用等による中心市街地への企業誘致策の拡充等、企業誘致の環境を整える必要があります。

#### < 主な取り組み >

##### 創業支援

地域の経済団体、金融機関等を含めた官民連携の支援ネットワークを強化し、創業支援事業計画に基づく取り組み等を進めるとともに、国・県等の支援制度を活用し、創業時から事業安定期までのトータル的なサポートを行います。



### 工場立地法の緑地率等の緩和

工場立地法により規制されている特定工場の敷地に係る緑地面積率及び環境施設面積率について、周辺地域の環境も勘案した上で、より効率的な工場敷地の利用が可能となるようその率を緩和します。

### 産業の競争力を強化するための企業等の誘致

中心市街地の空き事務所等の資源の利活用を推進し、本市産業に新たなビジネスチャンスやノウハウ等をもたらす企業や人材を積極的に受け入れ、産業の多様化・重層化を図ります。

## - 2 企業の新たなビジネスへの取り組みの拡大

### < 要 旨 >

厳しい経済状況の中で、企業が成長を持続していくためには、既存の事業分野にとどまらず、イノベーションを伴う新事業展開が必要になってきます。

中小・零細企業の中にも、機動性・柔軟性を発揮し、新たな事業分野に踏み出そうとしている企業が多数存在していることから、新たなビジネスチャンスを見つけ、果敢に新分野への進出に取り組む企業を積極的に支援することにより、本市産業の競争力の強化を図る必要があります。

### < ポイント >

#### 1 市場のニーズ等を踏まえた研究開発・技術革新への支援

新ビジネスに挑戦するには、参入する市場の動きやニーズを十分に把握することが必須となります。このため、市場調査を含めた研究開発や技術革新への取り組みに対して支援を行う必要があります。

#### 2 企業の状況に合わせた支援

新事業展開に当たっては、資金調達、人材確保、販路拡大等、様々な課題があることから、企業の経営資源や状況に応じた支援を行う必要があります。

### < 主な取り組み >

#### 新製品・新サービスの開発支援

国・県等の支援制度を活用し、自社の保有する技術を活かして新たな事業分野に挑戦する企業や、新たな事業分野に進出するための技術開発を行う企業を県立工業技術センター等と連携を図りながら支援するとともに、国・県等の支援制度の対象とならない課題の解決を図るための支援を合わせて行うことで、新事業展開をより一層促進します。



## - 3 重点産業やイノベーションを支える人材の育成

### < 要 旨 >

人材はいずれの産業においても生命線であり、各産業において求められる能力を備えた人材の育成・確保は大きな課題です。

しかし、中小・零細企業等の多くは、時間・資金面での制約やノウハウ不足等のため、人材の育成・確保に困難さを抱えている状況があります。

今後、厳しい経済環境に対応し、新事業分野への展開やイノベーションによる付加価値の向上や競争力の確保等が求められる中で、人材のレベルアップへの取り組みがより一層重要となることから、産業界、教育機関等との連携を強め、すでに実社会で活躍する人材が新たな知識や技術を学び、より高度な人材へと成長する機会を提供するとともに、販路拡大やイノベーションをもたらす高度な人材の育成を支援していく必要があります。

### < ポイント >

#### 1 産業存続に必要な人材の確保

近年、従業者の高齢化等により、1次産業では担い手が不足しており、製造業においても熟練技能やノウハウの継承が困難化していることから、意欲ある若年者等の確保や技能の向上に向けた取り組みを支援し、産業の存続・発展に向けた人材確保を図る必要があります。

#### 2 勤労観・職業観の醸成

長期的な産業の振興を目指す上で、将来の労働力となる次世代の育成が大きな課題です。かつてに比べ、子どもたちが、親や身近な人が働く姿を目にする機会が少なくなっている中で、働くことやものづくりの大切さを伝え勤労観を醸成する重要性が増していることから、教育機関と連携し、企業等の協力を得ながら、社会体験やインターンシップ等、地域における職業教育の場を創出していく必要があります。

#### 3 人材力の向上

事業活動や様々な課題への取り組みには、高い知識と現場力を備えた人材が必要となりますが、中小・零細企業単独では体系的な研修を実施することは困難です。

中小・零細企業等の社員を対象に、企業人として求められる能力育成を図るための研修を実施することで、本市産業全体の人材力を高め、企業の経営基盤の底上げを図る必要があります。

### < 主な取り組み >

#### 熟練技能者の技能継承の支援

熟練技能者が有する高度な技能が失われることを防ぎ、次代に継承することができるよう、県産業人材育成センター、研修機関等と連携しながら、若年者の育成を行う企業を支援します。

### 高度技術の習得

高い志を持って高度な技術の習得を目指す人を支援することで、本市の産業を牽引する人材を生み出していきます。

### 児童・生徒等の勤労観・職業観の醸成

児童・生徒等が、早い段階で勤労に対する前向きな姿勢を学ぶことができるよう、地域の企業における職場体験や企業人講師による出前授業等の機会を提供します。

### 担い手の確保等

新規就農者や就農後間もない就農者に対する支援等、県農業支援センター、徳島市農業協同組合（JA徳島市）等と連携しながら、農業への新規参入と定着のための取り組みを行い、担い手の育成・確保を図ります。

### 中小・零細企業の社員育成

中小・零細企業の社員を対象とした体系的な研修を実施し、人材力の向上を図ります。

## - 4 経営の安定化と経営基盤強化

### < 要 旨 >

企業等が新たな成長を目指す上では、まず、経営の安定化と経営基盤の強化を図ることが必要です。このため、資金面での支援をはじめ、業務機能強化や組織基盤強化、事業承継等、それぞれの課題に対応できる総合的な支援体制を整備することが必要です。

また、生産年齢人口が減少していく中で、経済水準の維持・発展を図っていくためには、女性や高齢者の労働市場への参入が促進される必要があることから、本市においても、国の政策を踏まえた取り組みが必要です。

### < ポイント >

#### 1 経営課題の解決に向けた支援の充実

中小・零細企業等の多くは、資金、人材、情報、技術等の経営基盤が脆弱であることから、外的な環境変化への対応に困難さを抱えています。中小・零細企業等の経営支援に当たっては、各支援団体と連携し、国・県の施策も活用しながら、個々の課題解決に向けた支援を総合的に行う必要があります。

#### 2 良好な労働環境の確保

生産労働人口の減少が見込まれる中で、働く意欲のある女性や高齢者の就業率を引き上げていくことが必要です。

正社員化の促進や子育て環境の改善等を通じて、女性や高齢者を含め、就業を希望する人が個々の生活ニーズを満たす働き方ができる良好な労働環境を整える必要があります。

### 3 災害への備え

東日本大震災では、企業の被災によるサプライチェーンの寸断により、他の企業の生産活動にも影響が及び、災害に対する企業活動の脆弱性が明らかになりました。

本市が行った産業実態調査においても、製造業では66.8%、商業・サービス業の52.2%がまったく備えをしていないという状況であることから、事業継続計画（BCP）の策定をはじめとした災害への備えを促す必要があります。

#### < 主な取り組み >

##### 経営の安定化のための支援

厳しい経済状況が続く中、取引先企業の倒産や、事業活動の制限等によって経営の安定に支障を生じた場合のセーフティネットとして、制度融資による資金供給の円滑化を図ります。

また、事業の持続的な発展を図るため、商工会議所や金融機関等と連携し、経営の効率化や事業承継等の課題解決に向けた取り組みを支援します。

##### 事業継続計画（BCP）の策定の促進

南海トラフ巨大地震等の大規模災害に備え、企業等における事業資産への損害を最小限度にとどめ、事業継続や早期の事業復旧を可能とするため、事業継続計画（BCP）の策定を促進します。

##### 正社員化の促進

人的資本の蓄積を高めるため、非正規労働者の正社員化を促進し、安定した雇用環境を創出します。

##### 子育て環境の充実

子育て支援施策の充実等により、女性等が働きやすい労働環境を整えます。

## - 5 地域産業への理解と産業支援の機運の醸成

#### < 要 旨 >

地域を基盤として産業が発展していく上で、市民の理解と協力が不可欠です。

地域に根をおろした産業は、雇用の創出や地域経済への貢献はもとより、地域住民と深く関わり合いながら、地域コミュニティの形成やまちづくりにおいても重要な役割を果たしています。また、地域産業は、地域のイメージを特徴づける存在であり、地域活性化を牽引する役割も持っています。

こうした地域産業の発展による本市経済の成長が市民生活の維持・向上、魅力ある社会づくりに繋がっていくことを広く市民に知ってもらうとともに、本市産業から生み出される産品の良さを理解してもらい、域内での消費の拡大を図ることなどによって、地域社会が一体

となって産業を盛り立てる機運を醸成していく必要があります。

## < ポイント >

### 1 産業への理解の促進

地域産業が成長・発展していくことにより、雇用が維持・創出され、地域経済が活性化し、市民生活も向上するという好循環が生み出されることや、地域コミュニティの形成やまちづくり等、豊かな社会づくりにも繋がることなどについて、市民への理解を促すとともに、地域産業が健全に発展するよう、本市が実施する施策への協力を求める必要があります。

### 2 産業支援の機運の醸成

本市においては、これまで「徳島LEDアートフェスティバル」の開催等により、徳島がLED生産の先進地であることを発信してきました。また、地産地消を推進するイベント等を開催し、市民が本市の産業に触れる機会を創出してきました。

今後も市民が身近に産業について感じることでできる取り組みを行うことにより、市民の産業支援の機運を醸成していく必要があります。

## < 主な取り組み >

### 徳島市中小企業振興基本条例の啓発・広報

徳島市中小企業振興基本条例は、本市の中小企業振興に関し、基本理念を定め、市の責務や中小企業者等の努力、大企業者の役割、市民の理解・協力等を明らかにしているものです。この条例の啓発を図ることで、中小企業振興の理念を社会全体で共有し、施策の円滑な実施に繋がります。

### 地域産業の広報

「徳島LEDアートフェスティバル」や「とくしま食材フェア」等、市民に産業への理解を深めてもらうための取り組みを推進します。

# 参 考 资 料

## 参考資料 1 産業実態調査結果概要

- 調査目的  
本調査は、徳島市内の事業者が抱える課題やニーズ、事業実態、今後の展望、施策への要望を把握し、本ビジョンに反映させることを目的として行った。
- 調査対象  
【農業】  
認定農業者  
【製造業】  
「平成 21 年経済センサス - 基礎調査」の調査対象事業所  
【商業・サービス業】  
「平成 21 年経済センサス - 基礎調査」の調査対象事業所のうち、従業員 2 人以上（中心市街地）又は 4 人以上（中心市街地以外）の事業所から 50%を抽出
- 調査期間 平成 25 年 7 月 25 日～9 月 6 日
- 回答状況

調査種別	農業	製造業	商業・サービス業
有効発送数（A）	213	830	1,733
有効回答数（B）	135	265	554
回収率（B）／（A）	63.4%	31.9%	32.0%

- 調査結果（抜粋）
  - 各設問の有効回答数は n で表記した。
  - 各割合は、四捨五入しているため、合計が 100%にならない設問がある。

### 【農業】

#### 1 性別

回答項目	割合
男性	82.2%
女性	10.4%
無回答	7.4%

(n=135)

農業以外の所得が所得の中心（第二種兼業）	12.6%
その他	0.0%
無回答	0.7%

(n=135)

#### 2 年齢

回答項目	割合
20 歳未満	0.7%
20 歳代	0.0%
30 歳代	4.4%
40 歳代	12.6%
50 歳代	23.7%
60 歳代	42.2%
70 歳代	13.3%
80 歳以上	0.7%
無回答	2.2%

(n=135)

#### 4 保有農地の合計面積

回答項目	割合
0.3 h a 未満	3.7%
0.3 以上～0.5 h a 未満	3.0%
0.5 以上～1.0 h a 未満	19.3%
1.0 以上～1.5 h a 未満	24.4%
1.5 以上～2.0 h a 未満	17.8%
2.0 以上～3.0 h a 未満	11.1%
3.0 以上～5.0 h a 未満	8.1%
5.0 以上～10.0 h a 未満	2.2%
10.0 h a 以上	1.5%
なし	0.7%
無回答	8.1%

(n=135)

#### 3 経営形態

回答項目	割合
農業所得のみ（専業）	66.7%
農業所得が所得の中心（第一種兼業）	20.0%

5 農地の耕作状況

回答項目	割合
全て自ら耕作している	65.2%
借りている農地がある	47.4%
貸し出している農地がある	9.6%
耕作していない農地がある	5.2%
その他	0.7%
無回答	1.5%

一部複数回答含む (n=135)

6 主な農作物等

回答項目	割合
野菜	73.3%
米	38.5%
畜産	5.9%
花き	5.2%
果樹	1.5%
その他	8.1%
無回答	0.7%

一部複数回答含む (n=135)

7 農産物の販売先 (全てに )

回答項目	割合
農業協同組合	83.0%
卸売市場	26.7%
直売所・朝市・道の駅等	11.9%
親戚・知人	11.1%
食堂・レストラン等の飲食店へ直接販売	3.0%
自ら販売 (ネット販売、自ら店舗で販売、移動販売等)	3.0%
地元スーパー・地元商店街への卸売	1.5%
その他	5.9%
無回答	1.5%

(n=135)

8 10年前と比べた徳島市の農業 (全てに )

回答項目	割合
農業の担い手が高齢化した	85.2%
燃料費や資材等の経費が増えた	77.8%
農家の戸数が減少した	68.1%
売却単価が下がった	61.5%
機械化等の近代化が進んだ	49.6%
遊休農地が増えた	47.4%
直売所や朝市などで消費者に直接販売する量が増えた	30.4%
化学肥料や農薬の使用を減らし、たい肥を利用するなど、環境に配慮した農業が進んだ	11.1%
ほ場設備や農道整備等の基盤整備が整った	9.6%
その他	1.5%
わからない	2.2%
特に変わっていない	0.7%

(n=135)

9 現在、意欲的に取り組んでいること (全てに )

回答項目	割合
農薬散布の回数や量を減らす工夫	50.4%
たい肥の積極的な活用	41.5%
直売所や朝市などでの販売	9.6%
市民や子どもの農業体験への協力	4.4%
加工品の販売	3.0%
ネット販売	2.2%
その他	5.9%
特にない	22.2%
無回答	3.0%

(n=135)

10 今後、積極的に取り組みたいこと (全てに )

回答項目	割合
農薬散布の回数や量の減少	44.4%
たい肥の活用	40.7%
直売所や朝市などでの販売	12.6%
市民や子どもの農業体験への協力	11.1%
ネット販売	6.7%
加工品の販売	5.2%
その他	5.2%
特にない	25.9%
無回答	3.0%

(n=135)

11 現在、他業種と連携して取り組んでいること

(全てに )

回答項目	割合
販路拡大	8.9%
新エネルギー創出 (太陽光発電等)	3.0%
商品開発 (加工品等)	3.0%
その他	1.5%
特にない	73.3%
無回答	12.6%

(n=135)

12 今後、他業種と連携して取り組みたいこと

(全てに )

回答項目	割合
販路拡大	17.0%
商品開発 (加工品等)	8.1%
新エネルギー創出 (太陽光発電等)	4.4%
その他	0.0%
特にない	57.8%
無回答	18.5%

(n=135)

13 農業を続けていく上での課題 (全てに )

回答項目	割合
資材・燃料等のコストの上昇	80.0%
農産物の出荷額が安い、安定しない	74.1%
経営の先行きが不安である	57.0%
労働力が不足している	40.0%
後継者がいない	34.1%
農地・農道等の基盤整備が不十分である	25.2%



その他	3.0%
特にない	2.2%
無回答	0.7%

(n=135)

14 今後(5年程度)のあり方についての考え

回答項目	割合
現状維持	60.0%
規模を拡大したい	23.0%
規模を縮小したい	7.4%
廃業したい	1.5%
経営転換したい	0.7%
わからない	4.4%
無回答	3.0%

(n=135)

15 規模を拡大したい内容

(規模を拡大したい人ベース)(全てに)

回答項目	割合
現在の主力品目の規模を拡大する	90.3%
新たな品目の生産により規模を拡大する	22.6%
新たな品種の開発により規模を拡大する	16.1%
主力以外の品目の規模を拡大する	9.7%
加工、直売、販路開拓など、営農・経営の多角化を進めていく	9.7%
無回答	3.2%

(n=31)

16 規模を拡大する上での課題

(規模を拡大したい人ベース)(全てに)

回答項目	割合
資金調達が難しい	61.3%
規模拡大を図るための、新たな農地の確保が難しい	51.6%
生産向上のための技術的な知識や情報が少ない	29.0%
その他	9.7%
特にない	6.5%
無回答	3.2%

(n=31)

17 農地の将来についての考え

(規模を縮小又は廃業したい人ベース)

回答項目	割合
農地として維持し、貸し出す	33.3%
将来の利用が決まるまで、そのままにする	16.7%
宅地等に転用する	0.0%
売却する	0.0%
農作業を委託する	0.0%
その他	25.0%
わからない	8.3%
無回答	16.7%

(n=12)

18 農業振興に向けて重点的に行うべき取り組み

(3つまで)

回答項目	割合
市場や販路の開拓	46.7%
営農・技術の指導	45.2%
労働力(担い手)の支援	37.8%
後継者の育成	35.6%
農地流動化(農地の貸し借り)遊休農地活用の推進	28.1%
地元農産物に対するPR活動の推進	25.2%
地産地消の推進	23.7%
ほ場設備等の農業生産基盤整備の充実	17.0%
環境保全型農業の推進	10.4%
6次産業化の支援	5.9%
観光農業・体験農業の推進	3.0%
企業等の農業参入の推進	3.0%
都市と農村の交流活動の推進	2.2%
その他	3.0%
無回答	3.7%

(n=135)

19 TPP参加による影響

回答項目	割合
厳しい状況にはなるが、色々な取り組みをしていこうと考えている	49.6%
影響を受け、規模の縮小・廃業等をせざるを得ない状況になると考えている	34.1%
規模の拡大ができると考えている	0.0%
特に影響はないと考えている	12.6%
無回答	3.7%

(n=135)

20 TPP参加による影響がないと考える理由

(影響はないと考える人ベース)

回答項目	割合
自分の生産している品目はTPPの影響を受けないと思っている	58.8%
内容がよく分からないから(何も決まっていないから)	29.4%
政府が対策を講じてくれると考えている	11.8%
その他	0.0%

(n=17)

21 色々な取り組みをしていきたい、又は規模の拡大ができると考える理由

(色々な取り組みをする、又は規模の拡大ができると回答した人ベース)

回答項目	割合
新たな販路の開拓に取り組みればTPPにも負けない農業ができる	47.8%
TPPの影響を受けない品目に転換する	29.9%
その他	13.4%
無回答	9.0%

(n=67)



## 【製造業】

### 1 事業所形態

回答項目	割合
単独事業所	79.2%
本社	10.2%
支社・支店、分工場等	7.9%
その他	0.4%
無回答	2.3%

(n=265)

### 2 生産形態（複数可）

回答項目	割合
自社製品主体の製造業	51.7%
賃加工業	17.0%
下請け製造（賃加工を除く）	10.9%
一部自社製品を製造する下請け製造	9.1%
独立した加工専門業	7.2%
その他	4.5%
無回答	4.2%

(n=265)

### 3 市内従業者数

回答項目	割合
1～3人	43.8%
4～9人	25.3%
10～29人	16.2%
30～49人	5.7%
50～99人	4.2%
100～299人	1.9%
300人以上	0.8%
無回答	2.3%

(n=265)

### 4 従業員平均年齢

回答項目	割合
39歳以下	7.2%
40歳代	32.5%
50歳代	29.8%
60歳代以上	24.2%
無回答	6.4%

(n=265)

### 5 現在の代表者

回答項目	割合
二代目以降	60.0%
創業者	30.2%
従業員出身	6.4%
他社からの出向	1.1%
その他	0.8%
無回答	1.5%

(n=265)

### 6 市内での事業年数

回答項目	割合
3年未満	0.0%
3～9年	3.8%
10～19年	6.0%

20～29年	12.8%
30～39年	14.7%
40～49年	24.5%
50年以上	37.0%
無回答	1.1%

(n=265)

### 7 観光産業とのかかわり

回答項目	割合
あり	6.8%
なし	91.3%
無回答	1.9%

(n=265)

### 8 農林水産業とのかかわり

回答項目	割合
あり	17.7%
なし	78.5%
無回答	3.8%

(n=265)

### 9 原材料の仕入先（平均）

回答項目	割合
徳島市内	40.6%
徳島市以外の徳島県内	10.3%
徳島県外	40.3%
海外	11.0%

(n=265)

### 10 製品の納入先（平均）

回答項目(消費者)	割合
徳島市内	25.5%
徳島市以外の徳島県内	9.8%
徳島県外	10.1%
海外	0.5%
小計(消費者)	45.9%
回答項目(他の事業所)	割合
徳島市内	20.5%
徳島市以外の徳島県内	11.2%
徳島県外	21.7%
海外	0.7%
小計(他の事業所)	54.1%

(n=265)

### 11 昨年度の売上高

回答項目	割合
200万円未満	5.3%
200万円以上～500万円未満	10.2%
500万円以上～1千万円未満	9.8%
1千万円以上～2千万円未満	13.6%
2千万円以上～5千万円未満	17.7%
5千万円以上～1億円未満	12.5%
1億円以上～10億円未満	20.4%
10億円以上～100億円未満	5.3%
100億円以上	0.8%
無回答	4.5%

(n=265)

12 売上高に対する仕入高の割合

回答項目	割合
20%以下	16.6%
20%超 40%以下	32.1%
40%超 60%以下	22.3%
60%超 80%以下	17.0%
80%超 100%以下	2.3%
100%超	0.0%
無回答	9.8%

(n=265)

13 2~3年前と比べた売上高の変化

回答項目	割合
大幅増加(20%以上増)	0.8%
やや増加(5~20%増)	10.6%
ほぼ横ばい(±5%)	32.8%
やや減少(5~20%減)	27.2%
大幅減少(20%以上減)	27.5%
無回答	1.1%

(n=265)

14 売上高増加の主な要因

(売上高が増加した事業所ベース)(3つまで)

回答項目	割合
生産能力の向上	26.7%
営業力の強化	23.3%
製品の差別化	20.0%
新製品開発	16.7%
市場開拓	16.7%
納期の短縮	10.0%
技術革新	6.7%
事業の多角化	3.3%
製品の内製化	3.3%
ネット通販による販路拡大	3.3%
生産拠点の海外移転	0.0%
為替の変動	0.0%
その他	20.0%
無回答	6.7%

(n=30)

15 売上高減少の主な要因

(売上高が減少した事業所ベース)(3つまで)

回答項目	割合
市場の縮小	52.4%
景気変動	50.3%
競争激化	29.7%
営業力不足	20.7%
納品先からの値下げ要請	18.6%
生産能力の低下	11.7%
製品開発の遅れ	4.8%
業務効率の低下	4.1%
為替の変動	4.1%
技術力の遅れ	1.4%
親企業の移転	1.4%
その他	8.3%
無回答	3.4%

(n=145)

16 過去1年間の新規取引のきっかけ(全てに)

回答項目	割合
取引先からの紹介	46.8%
営業開拓	22.3%
HPなどのネット関連	6.4%
展示会、マッチング会	5.7%
異業種交流会	1.9%
メディアでの報道	1.1%
産業支援機関からの紹介	0.8%
その他	3.8%
無回答	38.9%

(n=265)

17 徳島市内での生産を休止・廃止している  
生産施設や遊休土地の有無

回答項目	割合
ある	6.0%
ない	89.4%
無回答	4.5%

(n=265)

18 企業の強み(3つまで)

回答項目	割合
品質	62.6%
納期	42.3%
価格	24.5%
研究開発力、技術力	14.0%
顧客サービス	9.1%
製品の開発力や品ぞろえ	9.1%
企画提案力	7.5%
人材	7.5%
健全な財務体質	7.2%
顧客数	3.8%
営業力、販売力、市場開拓力	3.0%
その他	2.3%
特になし	13.6%
無回答	3.0%

(n=265)

19 経営上の課題・問題点(3つまで)

回答項目	割合
売上の減少	47.9%
利益の減少	40.0%
設備の老朽化	29.1%
取引先の減少	26.8%
コストの増大	24.5%
資金繰りの悪化	13.2%
人材の不足	10.9%
販路開拓難	9.4%
人件費の増大	6.4%
新商品の不足	4.5%
IT化の遅れ	4.2%
技術力の低下	3.4%
その他	3.0%
特に問題はない	7.2%
無回答	2.6%

(n=265)

20 課題・問題点の解決等のための取り組み  
(課題・問題点がある事業所ベース)(3つまで)

回答項目	割合
経費の削減(人件費を除く)	31.8%
生産性や事業効率の向上	24.3%
営業力・販売力・市場開拓力の強化	18.4%
新製品の開発	14.6%
人件費の削減	13.0%
施設や設備の増強	12.6%
資金力や経理・財務体制の強化	9.2%
情報収集やマーケティング力の強化	9.2%
製品の改良や品ぞろえの充実	8.8%
人材の確保・能力育成	8.4%
企画提案力の強化	5.4%
研究開発力や技術力の強化	3.8%
IT化の推進	2.9%
組織体制の改革	2.1%
企業間連携や研究機関との連携の強化	0.8%
その他	1.7%
特になし	19.7%
無回答	3.8%

(n=239)

21 現在の場所での事業上の利点(3つまで)

回答項目	割合
交通利便性がよい	32.8%
取引先や顧客に近い	29.8%
住宅地から離れている	13.6%
製造現場や外注先に近い	10.6%
競合や同業種が少ない	8.3%
従業者を確保しやすい	7.9%
関連業種が集積している	6.4%
賃料や地価が安い	4.9%
情報収集がしやすい	3.4%
行政等の支援が充実している	1.1%
その他	3.8%
特に利点はない	25.3%
無回答	4.5%

(n=265)

22 現在の場所での事業上の問題点(3つまで)

回答項目	割合
住宅地に近い	17.0%
取引先や顧客から遠い	13.6%
交通利便性が悪い	8.3%
賃料や地価が高い	6.8%
行政等の支援が充実していない	6.0%
競合や同業種が多い	5.7%
従業者を確保しにくい	4.2%
情報収集がしにくい	3.8%
製造現場や外注先から遠い	2.6%
その他	4.9%
特に問題はない	43.8%
無回答	10.6%

(n=265)

23 現在の場所での事業継続意向

回答項目	割合
当面は現在の場所で続ける	77.4%
将来的に廃業したい	12.1%
現在の場所や隣接地で増設・拡張したい	3.0%
他の場所に移りたい	3.0%
現在の場所で続け、同時に他の地域にも拡大したい	0.8%
その他	0.0%
わからない	1.9%
無回答	1.9%

(n=265)

24 今後の事業規模・事業分野についての考え

回答項目	割合
現状のまま事業を維持したい(現状維持)	49.4%
現状と同じ事業を拡大していきたい(事業拡大)	17.7%
現在の事業分野を軸に新規事業分野へ進出していきたい(多角化)	9.1%
現在の事業分野の中で専門分野に特化していきたい(集中化)	5.7%
現在と同じ事業を縮小しながら続けたい(事業縮小)	5.7%
新規事業分野に注力したい(事業転換)	1.1%
転業したい	0.8%
その他	1.9%
わからない	4.5%
無回答	4.2%

(n=265)

25 取り組みたい新規事業  
(「多角化」「事業転換」したい事業所ベース)  
(全てに)

回答項目	割合
農商工連携関連	22.2%
健康・医療(介護・福祉分野を含む)	18.5%
環境関連全般	14.8%
情報通信関連	14.8%
木材・木工関連	11.1%
LED関連	11.1%
エネルギー関連	7.4%
機械金属関連	7.4%
観光まちづくり、にぎわいづくり分野	7.4%
コミュニティビジネス分野	3.7%
ナノテクノロジー関連	0.0%
バイオテクノロジー関連	0.0%
その他	3.7%
無回答	11.1%

(n=27)

26 海外への進出状況

回答項目	割合
既に海外進出している	4.9%
現在、検討中(5年以内を目処)	3.0%
検討していない	80.8%
無回答	11.3%

(n=265)

27 現在の海外進出の形態

(海外進出している事業所ベース)(全てに)

回答項目	割合
生産	69.2%
販売	61.5%
研究開発	23.1%
調達	7.7%
本社機能移転	0.0%

(n=13)

28 事業承継についての考え

回答項目	割合
未定	33.2%
親族への事業承継	28.7%
廃業する	21.5%
非親族(従業員)への事業承継	7.2%
第三者への事業譲渡	0.4%
無回答	9.1%

(n=265)

29 従業員採用に関する課題(2つまで)

回答項目	割合
必要とする技能・資格を持つ人が採用できない	15.5%
必要とする人材の数が確保できない	9.8%
高度な技術・知識を持つ人が採用できない	7.2%
優秀な新卒者の採用ができない	6.4%
営業等の実務経験のある人が採用できない	4.9%
その他	2.6%
特になし	50.6%
無回答	13.2%

(n=265)

30 人材に充実させたい能力(3つまで)

回答項目	割合
営業力	18.1%
製品開発能力	17.0%
品質管理・検査の知識・技能	13.2%
生産工程合理化能力	11.3%
基本的機械操作能力(技術経営能力)	9.4%
高度熟練技能	8.3%
設計能力(CADの活用等)	6.0%
デザイン力	5.7%
設備保全能力	4.5%
IT・情報処理スキル	2.6%
保有技術の事業化能力	2.6%
大学卒業程度の科学技術知識	0.0%

その他	1.1%
特になし	36.6%
無回答	13.6%

(n=265)

31 人材育成のために実施している取り組み

(全てに)

回答項目	割合
OJT(現場での指導)	23.8%
社内研修	15.8%
自己啓発・自己研鑽	14.7%
公的機関主催の研修	10.2%
業界団体主催の研修	8.7%
民間企業主催の研修	8.3%
他社への派遣	1.1%
その他	0.8%
特に行っていない	46.8%
無回答	12.5%

(n=265)

32 人材育成上の課題(3つまで)

回答項目	割合
時間がとれない	25.7%
資金がない	18.5%
対象人材に意欲がない	7.9%
人材が定着しない	5.3%
育成方法がわからない	3.8%
対象となる人材がいらない	3.8%
育成の必要性を感じない	1.1%
その他	0.8%
特になし	37.0%
無回答	14.7%

(n=265)

33 技能継承問題への対応状況(全てに)

回答項目	割合
雇用延長・再雇用	28.7%
若手の訓練	22.6%
機械整備の充実	12.8%
技術のマニュアル化	10.6%
技能のある人材の中途雇用	8.3%
知識のデータベース化	4.9%
教育訓練機関の活用	3.4%
その他	0.8%
何もしない・必要なし	37.4%
無回答	14.3%

(n=265)

34 保有している知的財産権(全てに)

回答項目	割合
商標登録	9.1%
特許	7.2%
実用新案	3.8%
意匠登録	3.4%
保有していない	76.2%
無回答	10.2%

(n=265)

35 過去1年間の資金調達手段（全てに）

回答項目	割合
金融機関	34.0%
補助金・助成金	7.2%
公的制度	5.7%
社債	0.0%
資産証券化	0.0%
その他	1.9%
していない	51.7%
無回答	7.9%

(n=265)

36 災害への備え（全てに）

回答項目	割合
避難訓練	13.6%
食料等の備蓄	13.6%
建物等の耐震工事	4.9%
事業継続計画（BCP）の策定	3.0%
他社との業務協定	1.5%
その他	3.4%
していない	66.8%
無回答	6.8%

(n=265)

37 加盟している関係団体（全てに）

回答項目	割合
商工会議所・商工会	60.8%
同業者の団体 （協同組合、任意団体等）	31.3%
経済同友会	3.4%
まちづくり協議会、自治会等地域 コミュニティ団体	2.3%
観光関係団体	1.9%
その他団体	4.5%
特になし	22.6%
無回答	6.0%

(n=265)

38 地域資源を使った製品の製造状況

回答項目	割合
現在も製造していないし、今後も 製造の予定はない	67.2%
現在製造している	14.7%
現在は製造していないが、今後製 造したいと考えている	7.2%
無回答	10.9%

(n=265)

39 関わりがあった産業支援機関（全てに）

回答項目	割合
徳島商工会議所	28.7%
徳島県工業技術センター	21.5%
とくしま産業振興機構	21.5%
四国経済産業局	7.9%
日本貿易振興機構（ジェトロ）	6.8%
中小企業基盤整備機構	6.4%
徳島大学等の教育研究機関	6.4%

その他	1.1%
産業支援機関の名称が分からない	1.1%
産業支援機関との関わりはない	37.4%
無回答	14.0%

(n=265)

40 これまでに活用した支援策（全てに）

回答項目	割合
補助金・助成金の受給	22.6%
事業資金の融資	22.3%
セミナー等への参加	22.3%
各種交流会への参加	12.1%
試験・検査・研究の委託	9.8%
マッチングイベント・商談会への参加	8.7%
技術指導・支援	7.9%
人材の教育・育成	7.5%
経営相談・専門家派遣	6.8%
人材の確保	3.0%
知財・特許等の取得・譲渡支援	3.0%
海外進出に関する支援	1.5%
その他	0.0%
なし	38.1%
無回答	5.7%

(n=265)

41 今後活用したい支援策（全てに）

回答項目	割合
補助金・助成金の受給	19.6%
事業資金の融資	19.6%
セミナー等への参加	16.2%
技術指導・支援	10.9%
人材の確保	9.8%
人材の教育・育成	8.7%
各種交流会への参加	8.7%
マッチングイベント・商談会への参加	8.3%
試験・検査・研究の委託	6.0%
経営相談・専門家派遣	5.3%
知財・特許等の取得・譲渡支援	2.3%
海外進出に関する支援	1.9%
その他	0.4%
なし	40.0%
無回答	7.9%

(n=265)

42 徳島市の産業振興に向けて市が行うべき取  
り組み（3つまで）

回答項目	割合
補助金・融資等の制度の拡充	36.6%
各種支援制度の情報提供	27.5%
人材の確保・育成の場や機会の提供	15.8%
交通・物流基盤の整備	14.0%
展示会等のPRの場や機会の提供	11.3%
経営等に関する相談窓口の開設	7.9%
交流・連携の場や機会の提供	6.0%
操業環境の確保支援	4.5%
海外進出に関する支援	1.5%
その他	1.1%

特になし	26.4%
無回答	11.7%

(n=265)

## 【商業・サービス業】

### 1 事業所形態

回答項目	割合
単独事業所	53.8%
支社・支店、分工場等	22.9%
本社	20.6%
その他	1.1%
無回答	1.6%

(n=554)

### 2 主な業種

回答項目	割合
小売業	24.2%
卸売業	17.3%
その他サービス業	10.8%
学術研究、専門技術サービス業	8.3%
飲食サービス業	8.3%
生活関連サービス業、娯楽業	6.5%
宿泊業	2.7%
教育、学習支援業	2.5%
協同組合等	0.7%
その他	18.4%
無回答	0.2%

(n=554)

### 3 市内従業者数

回答項目	割合
1～3人	8.1%
4～9人	34.8%
10～29人	34.3%
30～49人	8.5%
50～99人	8.1%
100～299人	4.5%
300人以上	0.9%
無回答	0.7%

(n=554)

### 4 従業員平均年齢

回答項目	割合
39歳以下	27.4%
40歳代	48.6%
50歳代	17.7%
60歳代以上	2.5%
無回答	3.8%

(n=554)

### 5 現在の代表者

回答項目	割合
二代目以降	44.8%
創業者	33.9%
従業員出身	10.6%
他社からの出向	4.2%
その他	4.2%

無回答	2.3%
-----	------

(n=554)

### 6 市内での事業年数

回答項目	割合
3年未満	0.5%
3～9年	8.8%
10～19年	14.1%
20～29年	15.9%
30～39年	18.1%
40～49年	14.4%
50年以上	25.8%
無回答	2.3%

(n=554)

### 7 観光産業とのかかわり

回答項目	割合
あり	14.1%
なし	83.2%
無回答	2.7%

(n=554)

### 8 農林水産業とのかかわり

回答項目	割合
あり	17.5%
なし	78.5%
無回答	4.0%

(n=554)

### 9 商品・サービスの材料仕入先(平均)

回答項目	割合
徳島市内	32.5%
徳島市以外の徳島県内	11.2%
徳島県外	54.6%
海外	3.6%

(n=554)

### 10 商品・サービスの販売先(平均)

回答項目(消費者)	割合
徳島市内	42.1%
徳島市以外の徳島県内	18.5%
徳島県外	6.0%
海外	0.1%
小計(消費者)	66.8%
回答項目(他の事業所)	割合
徳島市内	15.0%
徳島市以外の徳島県内	11.3%
徳島県外	5.9%
海外	0.1%
小計(他の事業所)	32.3%

(n=554)

### 11 昨年度の売上高

回答項目	割合
200万円未満	0.9%
200万円以上～500万円未満	0.5%
500万円以上～1千万円未満	1.8%
1千万円以上～2千万円未満	4.7%



2千万円以上～5千万円未満	12.5%
5千万円以上～1億円未満	16.4%
1億円以上～10億円未満	41.7%
10億円以上～100億円未満	10.1%
100億円以上	0.7%
無回答	10.6%

(n=554)

12 売上高に対する仕入高の割合

回答項目	割合
20%以下	13.5%
20%超 40%以下	17.5%
40%超 60%以下	12.3%
60%超 80%以下	21.8%
80%超 100%以下	15.0%
100%超	0.2%
無回答	19.7%

(n=554)

13 2～3年前と比べた売上高の変化

回答項目	割合
大幅増加(20%以上増)	1.6%
やや増加(5～20%増)	16.2%
ほぼ横ばい(±5%)	35.4%
やや減少(5～20%減)	32.5%
大幅減少(20%以上減)	10.1%
無回答	4.2%

(n=554)

14 売上高増加の主な要因

(売上高が増加した事業所ベース)(3つまで)

回答項目	割合
営業力の強化	51.5%
新商品・サービスの開発	30.3%
商品・サービスの差別化	20.2%
事業の多角化	20.2%
施設や設備の増強・新設・改装	15.2%
品揃えの充実・見直し	11.1%
ネット通販による販路拡大	3.0%
商品・サービスの内製化	2.0%
販売等の海外展開	0.0%
為替の変動	0.0%
その他	17.2%
無回答	5.1%

(n=99)

15 売上高減少の主な要因

(売上高が減少した事業所ベース)(3つまで)

回答項目	割合
競争激化	53.0%
市場の縮小	47.5%
営業力不足	26.7%
納品先からの値下げ要請	15.7%
業務効率の低下	13.1%
仕入先からの値上げ要請	10.2%
施設や整備の老朽化	6.8%
新商品・サービス開発の遅れ	6.4%
発注企業の選別強化	5.1%

為替の変動	5.1%
品揃えの乏しさ	3.4%
その他	17.8%
無回答	1.7%

(n=236)

16 出店形態

回答項目	割合
土地・建物とも自社(己)所有	45.5%
土地・建物とも賃貸	40.4%
土地は借地、建物は自社(己)所有	9.7%
その他	2.5%
無回答	1.8%

(n=554)

17 売り場面積

回答項目	割合
30㎡未満	5.6%
30～50㎡未満	6.0%
50～100㎡未満	13.0%
100～300㎡未満	11.2%
300～500㎡未満	6.5%
500～1,000㎡未満	4.2%
1,000～3,000㎡未満	4.3%
3,000～5,000㎡未満	0.9%
5,000㎡以上	1.4%
無回答	46.9%

(n=554)

18 店舗外での販売状況(全てに)

回答項目	割合
卸売販売	12.8%
訪問販売	8.8%
ネット通販	7.9%
宅配	6.7%
代理店販売	6.0%
通信販売	2.5%
その他	1.6%
特にしていない	45.7%
無回答	23.6%

(n=554)

19 過去1年間の新規取引のきっかけ(全てに)

回答項目	割合
取引先からの紹介	42.2%
営業開拓	37.0%
HPなどのネット関連	11.4%
展示会、マッチング会	5.6%
メディアでの報道	3.8%
異業種交流会	3.6%
産業支援機関からの紹介	1.3%
その他	5.6%
無回答	28.0%

(n=554)

## 20 中心顧客層(全てに )

回答項目(男性)	割合
10歳代	3.4%
20歳代	9.9%
30歳代	13.4%
40歳代	17.0%
50歳代	17.0%
60歳代以上	16.1%
特になし	17.9%
回答項目(女性)	割合
10歳代	2.5%
20歳代	10.6%
30歳代	13.7%
40歳代	16.2%
50歳代	17.3%
60歳代以上	14.3%
特になし	18.2%
無回答	50.0%

(n=554)

## 21 来店のピーク

回答項目(平日)	割合
午前(12時まで)	10.3%
午後(12時~17時)	17.1%
午後(17時以降)	11.2%
回答項目(土日祝日)	割合
午前(12時まで)	6.9%
午後(12時~17時)	19.1%
午後(17時以降)	7.6%
無回答	59.6%

(n=554)

## 22 企業の強み(3つまで)

回答項目	割合
顧客との信頼関係	60.5%
顧客サービス (顧客に応じた対応・接遇)	39.9%
商品・サービスの開発力や品揃え	21.8%
品質・鮮度	21.1%
商品知識	20.6%
健全な財務体質	13.5%
販売価格	12.8%
営業力、販売力、市場開拓力	11.0%
店舗の利便性のよさ (長い営業時間、立地条件等)	10.6%
企画提案力	6.7%
顧客数(集客数)	5.2%
効果的な広告・宣伝	3.2%
売り出し・イベント	2.2%
その他	2.5%
特になし	5.6%
無回答	5.1%

(n=554)

## 23 経営上の課題・問題点(3つまで)

回答項目	割合
利益の減少	37.9%
売上の減少	37.2%
人材の不足	32.5%
大型店や同業他社との競争激化	20.8%
コストの増大	16.6%
取引先の減少(集客力の低下)	15.0%
人件費の増大	12.6%
設備の老朽化	10.1%
資金繰りの悪化	7.6%
経営者の高齢化	6.5%
販路開拓難	5.6%
組織力の低下	5.1%
新商品・サービスの不足	3.2%
店舗の利便性が悪い(立地条件等)	1.8%
IT化の遅れ	1.6%
その他	3.6%
特に問題はない	6.7%
無回答	2.9%

(n=554)

24 課題・問題点の解決等のための取り組み  
(課題・問題点がある事業所ベース)(3つまで)

回答項目	割合
人材の確保・能力育成	38.1%
経費の削減(人件費を除く)	34.5%
営業・販売の強化	29.9%
仕入の見直し・効率化	21.6%
顧客の要望に沿った商品・サービスのカスタマイズ	17.6%
情報収集やマーケティング力の強化	13.6%
人件費の削減	13.0%
企画提案力の強化	12.6%
資金力や経理・財務体質の強化	8.8%
品質の向上や品揃えの強化	8.4%
商品知識の充実	8.4%
施設や整備の増強・新設・改装	6.6%
IT化の推進	4.2%
イベントやキャンペーンの開催、 販促グッズの作成	3.0%
企業間連携や研究機関との連携の強化	3.0%
その他	0.8%
特になし	4.6%
無回答	1.0%

(n=501)

## 25 現在の場所での事業上の利点(3つまで)

回答項目	割合
交通利便性がよい	47.3%
取引先や顧客に近い	35.7%
賃料や地価が安い	10.1%
従業員を確保しやすい	9.6%
同業者や関連業種が集積している	8.8%
情報収集がしやすい	5.2%
競合や同業種が少ない	5.2%
行政等の支援が充実している	1.6%



その他	3.6%
特に利点はない	20.4%
無回答	5.2%

(n=554)

26 現在の場所での事業上の問題点(3つまで)

回答項目	割合
競合や同業種が多い	17.5%
賃料や地価が高い	17.0%
交通利便性が悪い	9.0%
従業者を確保しにくい	8.8%
行政等の支援が充実していない	8.3%
取引先や顧客から遠い	4.3%
情報収集がしにくい	3.8%
その他	6.1%
特に問題はない	40.8%
無回答	7.9%

(n=554)

27 現在の場所での事業継続意向

回答項目	割合
当面は現在の場所で続ける	82.1%
現在の場所や隣接地で増設・拡張したい	6.3%
他の場所に移りたい	3.1%
現在の場所で続け、同時に他の地域にも拡大したい	2.7%
将来的に廃業したい	1.1%
その他	0.4%
わからない	2.2%
無回答	2.2%

(n=554)

28 今後の事業規模・事業分野についての考え

回答項目	割合
現状のまま事業を維持したい(現状維持)	46.2%
現状と同じ事業を拡大していきたい(事業拡大)	23.5%
現在の事業分野を軸に新規事業分野へ進出したい(多角化)	13.5%
現在の事業分野の中で専門分野に特化していきたい(集中化)	5.4%
現在と同じ事業を縮小しながら続けたい(事業縮小)	2.2%
新規事業分野に注力したい(事業転換)	0.7%
転業したい	0.5%
その他	1.1%
わからない	3.6%
無回答	3.2%

(n=554)

29 海外への進出状況

回答項目	割合
既に海外進出している	5.6%
現在、検討中(5年以内を目処)	1.4%
検討していない	86.3%

無回答	6.7%
-----	------

(n=554)

30 現在の海外進出の形態  
(海外進出している事業所ベース)

回答項目	割合
販売	77.4%
調達	38.7%

(n=31)

31 事業承継についての考え

回答項目	割合
親族への事業承継	34.7%
非親族(従業員)への事業承継	12.8%
廃業する	2.9%
第三者への事業譲渡	2.7%
未定	37.0%
無回答	9.9%

(n=554)

32 従業員採用に関する課題(2つまで)

回答項目	割合
必要とする技能・資格を持つ人が採用できない	23.3%
必要とする人材の数が確保できない	20.2%
優秀な新卒者の採用ができない	16.6%
高度な技術・知識を持つ人が採用できない	12.8%
営業等の実務経験のある人が採用できない	11.2%
その他	3.1%
特になし	35.7%
無回答	5.8%

(n=554)

33 人材に充実させたい能力(3つまで)

回答項目	割合
販売・営業力	47.5%
マナー・接遇	33.6%
商品知識の充実	27.4%
統率力・リーダーシップ	26.4%
マネジメント能力	18.1%
品質管理	12.1%
商品・サービス開発能力	11.4%
IT・情報処理スキル	10.8%
設備保全能力	3.1%
イベント等の事業化能力	2.5%
デザイン力	1.6%
その他	2.3%
特になし	11.4%
無回答	5.8%

(n=554)

34 人材育成のために実施している取り組み  
(全てに)

回答項目	割合
OJT(現場での指導)	48.4%
社内研修	43.3%

自己啓発・自己研鑽	26.0%
業界団体主催の研修	22.2%
民間企業主催の研修	15.3%
公的機関主催の研修	15.0%
他社への派遣	2.5%
その他	1.1%
特に行っていない	16.6%
無回答	4.3%

(n=554)

35 人材育成上の課題(3つまで)

回答項目	割合
時間がとれない	43.1%
人材が定着しない	17.3%
対象人材に意欲がない	15.7%
資金がない	15.3%
育成方法がわからない	6.1%
対象となる人材がいない	4.2%
育成の必要性を感じない	1.4%
その他	0.7%
特になし	22.7%
無回答	7.4%

(n=554)

36 過去1年間の資金調達手段(全てに)

回答項目	割合
金融機関	42.8%
補助金・助成金	5.4%
公的制度	4.0%
社債	0.7%
資産証券化	0.0%
その他	2.0%
していない	44.2%
無回答	8.5%

(n=554)

37 災害への備え(全てに)

回答項目	割合
避難訓練	23.8%
食料等の備蓄	14.6%
事業継続計画(BCP)の策定	7.8%
建物等の耐震工事	4.7%
他社との業務提携	4.0%
その他	3.1%
していない	52.2%
無回答	5.8%

(n=554)

38 加盟している関係団体(全てに)

回答項目	割合
商工会議所・商工会	61.7%
同業者の団体 (協同組合、任意団体等)	47.7%
経済同友会	12.5%
まちづくり協議会、自治会等地域 コミュニティ団体	4.3%
商店街振興組合、商店街組合(任 意団体)等	4.2%

観光関係団体	4.0%
その他団体	6.7%
特になし	16.1%
無回答	3.6%

(n=554)

39 地域資源を使った商品・サービスの提供状況

回答項目	割合
現在も提供していないし、今後も 提供の予定はない	63.2%
現在提供している	16.2%
現在は提供していないが、今後提 供したいと考えている	8.5%
無回答	12.1%

(n=554)

40 関わりがあった産業支援機関(全てに)

回答項目	割合
徳島商工会議所	42.2%
とくしま産業振興機構	13.0%
四国経済産業局	6.5%
中小企業基盤整備機構	5.1%
日本貿易振興機構(ジェトロ)	4.5%
徳島大学等の教育研究機関	3.6%
その他	2.0%
産業支援機関の名称がわからない	2.2%
産業支援機関との関わりはない	36.3%
無回答	9.4%

(n=554)

41 これまでに活用した支援策(全てに)

回答項目	割合
セミナー等への参加	29.8%
補助金・助成金の受給	16.1%
各種交流会への参加	13.9%
事業資金の融資	11.2%
マッチングイベント・商談会への参加	6.5%
人材の教育・育成	5.1%
経営相談・専門家派遣	4.9%
人材の確保	4.3%
技術・サービス指導・支援	2.3%
知財・特許等の取得・譲渡支援	1.1%
海外進出に関する支援	0.4%
その他	0.0%
なし	38.6%
無回答	10.3%

(n=554)

42 今後活用したい支援策(全てに)

回答項目	割合
セミナー等への参加	25.8%
人材の教育・育成	22.4%
補助金・助成金の受給	21.8%
人材の確保	20.9%
各種交流会への参加	14.8%
事業資金の融資	11.0%
技術・サービス指導支援	9.4%
マッチングイベント・商談会への参加	7.2%

経営相談・専門家派遣	5.4%
海外進出に関する支援	1.4%
知財・特許等の取得・譲渡支援	1.1%
その他	0.5%
なし	26.0%
無回答	10.3%

( n=554 )

43 徳島市の産業振興に向けて市が行うべき取り組み(3つまで)

回答項目	割合
補助金・融資等の制度の拡充	33.9%
中小企業の事業環境整備の支援	26.7%
各種支援制度の情報提供	26.0%
人材の確保・育成の場や機会の提供	25.5%
交通・物流基盤の整備	18.6%
交流・連携の場や機会の提供	8.5%
経営等に関する相談窓口の開設	8.1%
展示会等のPRの場や機会の提供	7.8%
海外進出に関する支援	2.0%
その他	1.6%
特にない	16.2%
無回答	9.7%

( n=554 )

## 参考資料 2 徳島市産業振興ビジョン策定委員会設置要綱

### (目的)

第1条 徳島市産業振興ビジョン策定委員会(以下「委員会」という。)は、少子高齢化の進行、多様化する消費者ニーズ、経済のグローバル化や地域間競争の激化など産業を取り巻く環境が大きく変化する中で、「第4次徳島市総合計画」を踏まえ、本市産業の新たな成長・発展を目指し、本市産業の将来像を示すとともに、将来像の実現に向けた産業振興の方向性及び戦略を示す徳島市産業振興ビジョン(以下「ビジョン」という。)について検討することを目的とする。

### (所掌事務)

第2条 委員会は、産業振興ビジョンの策定に関することについて審議し、意見を述べる。

### (組織)

第3条 委員会は、委員20人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

産業振興団体の関係者

学識経験者

関係行政機関の職員

その他、市長が必要と認める者

### (委員長等)

第4条 委員会に、委員長、副委員長各1人を置く。

2 委員長及び副委員長は委員の互選により定める。

3 委員長は、委員会を代表し、会務を掌理する。

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

### (任期)

第5条 委員の任期は、委員の委嘱の日から第1条の目的を達成する日までとする。

### (会議)

第6条 委員会は、委員長が招集し、会議の議長となる。

2 委員長は、必要があると認めるときは、第3条に掲げる委員以外の者の出席を求めることができる。

### (事務局)

第7条 委員会の事務局は、徳島市経済部経済政策課に置く。

### (その他)

第8条 この要綱に定めるものの他、委員会の運営等に関し必要な事項は、委員会に諮って定める。

### 附 則

この要綱は、平成25年6月3日から施行する。

### 参考資料 3 委員名簿

氏名	役職等	備考
阿部 謙一郎	徳島県中小企業団体中央会 専務理事	
今川 昭弘	徳島県農政クラブ 専務理事	
上杉 和夫	公益財団法人徳島市地場産業振興協会 理事長	
清水 英範	徳島県商工労働部 副部長	
住友 武秀	一般社団法人日本旅館協会 徳島県支部長	
高岡 卓史	一般社団法人徳島県銀行協会 事務局長	
高木 博代	AWAおんなあきんど塾 リーダー	
多喜 精一郎	徳島市中央卸売市場協会 会長	
豊田 耕司	徳島商工会議所 専務理事	副委員長
中村 昌宏	徳島文理大学 総合政策学部長	委員長
疋田 光伯	四国大学 経営情報学部長	
松尾 修二	日本貿易振興機構徳島貿易情報センター 所長	
松田 清見	徳島市農業協同組合 代表理事専務	
森竹 義浩	徳島市中心市街地まちづくり協議会 会長	
山本 逸平	一般社団法人日本旅行業協会中四国支部徳島地区 委員会 委員長	
山本 高弘	一般社団法人徳島青年会議所 理事長	平成 26 年 1 月から
萱谷 和也		前任の委員

役職は委員就任当時のもの（50音順、敬称略）

## 参考資料4 委員会概要

委員会名	開催概要	議 事
第1回	と き 平成25年8月20日(火) 午後1時30分～2時50分 ところ 徳島市役所8階庁議室	1 委員長・副委員長の選任について 2 産業振興ビジョンの策定について ・ 産業振興ビジョンの概要について ・ 策定スケジュールについて ・ 第4次総合計画と現行施策について ・ 現状分析について ・ 徳島市産業実態調査について
第2回	と き 平成25年11月1日(金) 午後3時～4時45分 ところ 徳島市役所8階庁議室	1 各種調査結果についての報告 ・ 現行施策及び現状分析について ・ アンケート・ヒアリング調査結果について 2 産業振興ビジョン骨子(案)について
第3回	と き 平成26年1月10日(金) 午後1時30分～3時30分 ところ 徳島市役所8階庁議室	1 産業振興ビジョン(素案)について
第4回	と き 平成26年3月26日(水) 午後3時～4時 ところ 徳島市役所8階庁議室	1 産業振興ビジョン(素案)について

## 参考資料 5 用語集（各文中の の付いた用語）

### あ行

#### 域外産業 (P42)

主に地域外に財（製造品や農林水産物）を移出する産業。

#### 域外市場 (P30、33、39)

主に地域外の人や企業を顧客とする市場。

#### 域内産業 (P31、42)

主に地域内の人や企業を顧客として、地域住民の日常生活に必要な財・サービスの供給や移出産業の生産活動からの派生需要への対応を行う産業。

#### イノベーション (P31、32、42、44、45)

技術革新、経営革新。地域経済の活性化を図っていくために、新事業・新産業を起こすこと。

#### インターンシップ (P45)

学生が、企業等で一定期間研修生として就業体験をする制度。主に大学 2、3 年生を対象に、夏休みや春休みを利用して行われることが多い。

#### インフラ (P12、27、29、36)

「インフラストラクチャー」の略で、産業や社会生活の基盤となる施設。電気・ガスのほか、学校や病院、道路、通信回線等が含まれる。

#### エコツーリズム (P35)

地域の自然環境や歴史文化の保全に繋がるようそれらを体験・学習する観光形態。

#### エネルギー自給率 (P11)

生活や経済活動に必要な一次エネルギーのうち、自国内で確保できる比率。

#### LED (P48)

日本語では発光ダイオード。電流を流すと発光する小さな半導体チップを樹脂で覆った光源。小型、軽量、高い視認性、速い応答速度等の特徴を持つことに加えて、長寿命、低消費電力。ロウソク、白熱電球、蛍光灯に次ぐ第 4 世代の光源として急速に普及している。

#### オープンデータ (P12)

全ての人々が、著作権、特許等の制限なく利用・再掲載できるデータ。経済の活性化や行政の透明性向上のため行政機関等が保有する地理空間情報、防災・減災情報、調達情報、統計情報等の公共データのオープン化に向けた環境整備が進められている。

### か行

#### 海外現地生産比率 (P7)

企業が海外に設けた生産拠点における生産が、国内生産を含めた当該企業の生産全体に占める割合。

#### 買い物難民 (P41)

過疎化等を背景とした商店の撤退・廃業や、老化等で行動範囲が狭くなることなどにより、食料品等の日常の買い物に困難な状況に置かれている人々のこと。

#### カスタマーイン (P34)

顧客一人ひとりの要望に沿って、製品やサービスを提供していくという考え方。

#### 完全失業率 (P24)

労働力人口に占める完全失業者の割合。完全失業者とは、調査期間中に、仕事をする意思を持ち、求職活動をしている者を指す。

#### 環太平洋パートナーシップ (TPP) 協定 (P7)

環太平洋地域の国々による経済の自由化を目的とした多角的な経済連携協定。物品の関税の撤廃・削減やサービス貿易のみならず、非関税分野（投資・競争・知的財産・政府調達等）や環境・労働等も対象となる。

#### 基幹的農業従事者 (P15)

自営農業に主として従事した 16 歳以上の世帯員（農業就業人口）のうち普通の主な状態が「主に仕事（農業）」である者。

#### クラウド化 (P12)

企業等が、自社内にコンピュータを設置して運用してきた情報システムを、専門事業者等が設置するインターネット上のネットワークに移行すること。

#### グリーンツーリズム (P35)

農山漁村に滞在して、自然や文化、人々との交流を楽しむ観光形態。

#### グローバルゼーション (P5)

市場経済が世界的に拡大し、資金や人、資源、技術等の生産要素が地球規模で移動することで生産の国際化や貿易が促進され、世界経済の統合化が進む現象。

#### 経営耕地面積 (P15)

農林業経営体が経営する耕地（田、畑及び樹園地の計）の面積。経営体が所有している耕地のうち、貸



し付けている耕地と耕作放棄地を除いたもの(自作地)に、借りている耕地(借入耕地)を加えたもの。

#### 経済協力開発機構(OECD)(P5)

先進国間の自由な意見交換・情報交換を通じて、経済成長、貿易自由化、途上国支援に貢献することを目的とした国際機関。34カ国が加盟。

#### 工場立地法(P33、43)

工場立地が環境の保全を図りつつ適正に行なわれるようにするための法律。一定規模以上の工場の敷地利用に関し、緑地面積率等(準則)が定められている。市は、緑地面積率等について、同法で公表された準則に代えて適用すべき「市準則」を定めることができる。

#### 高付加価値(P30、34)

生産者が製品等に付け加えた価値が高いこと。特に、独自の価値やサービスが付随していること。

#### コミュニティビジネス(P41)

地域の人材やノウハウ・施設・資金等、地域にある資源を活用しながら、ビジネスの手法を用いて地域課題の解決に取り組むもの。地域コミュニティの活性化にも寄与する。

#### コンベンション(P1、22、30、36)

国際会議や学会、シンポジウム、博覧会、見本市等の大規模な催し。

#### さ行

#### サテライトオフィス(P12)

企業又は団体の本拠から離れた所に設置されたオフィス。

#### サプライチェーン(P47)

原材料の生産から、調達、製造、販売まで、製品やサービスが消費者の手に届くまでの全プロセスの繋がりを。

#### シーズ(P42)

ビジネスの「種」。企業がもつ技術、ノウハウ、アイデア、人材、設備等。

#### シェア(P4)

一定の範囲(地域、期間)内において、どれぐらいの割合を占めているかの比率。

#### 事業継続計画(BCP)(P11、47)

災害などのリスクが発生した際に、重要業務への影響を最小限に抑え、仮に中断しても可及的速やかに復旧・再開できるようにあらかじめ策定しておく行動計画。

#### 四国産学官連携イノベーション共同推進機構(P42)

四国内の国立大学5大学(徳島大学、鳴門教育大学、香川大学、愛媛大学、高知大学)で創出される知を、産業界へ橋渡しする役目を担う組織として発足。5大学の知を集積し、利活用を推進することにより、研究活動の活発化と地域の活性化を図ることを目的としている。

#### 終身雇用(P9)

正規の従業員として採用された場合に、定年まで雇用関係を継続すること。

#### 情報通信技術(ICT)(P12、27)

情報処理・情報通信分野の関連技術の総称。日本では「IT(情報技術)」を用いることが多いが、国際的には「ICT」ということが多いため、日本でも近年ICTがITに代わる言葉として広まりつつある。

#### 新興国(P7、27)

BRICS(ブラジル、ロシア、インド、中国)やASEAN諸国等、経済成長が著しい国々。

#### スケールメリット(P32)

事業規模が大きいくほど製品原価や平均費用等が減少し、利益率が向上すること(規模の経済)をいう。

#### スマートフォン(P12)

インターネットを利用したり、スケジュールを管理したりすることが可能で、「アプリ」と呼ばれるソフトを追加して機能を増やせる多機能な携帯電話の総称。

#### 正規雇用(P10)

正社員のように、期間を特に限定せず定年まで契約を結ぶ雇用形態。

#### 生産年齢人口(P2、24、27、46)

総人口のうち、年齢が15歳以上65歳未満の人口。労働力の中核を担う年代とされている。

#### セーフティネット(P47)

企業の倒産等を防止するための救済制度。

#### 創業支援事業計画(P43)

産業競争力強化法に基づき、市区町村と創業支援事業者(経済団体、金融機関等)が連携し創業者に対して行う支援事業について定め、国の認定を受けた計画。



## た行

### 滞在型観光 (P35)

一つの滞在地点と比較的長く居留しながら、滞在地で静養したり、体験型レジャー等を楽しんだりすること。又はそこを拠点に周辺地域の観光を楽しむ観光形態。

### 第二創業 (P43)

既に事業を営んでいる事業者が業態転換や新事業・新分野への進出を行うこと。

### 第4次徳島市総合計画 (P1)

まちづくりの基本理念や将来像、その将来像を実現するための政策の方向性、具体的施策等を示し、それらの施策を総合的・体系的に取りまとめた、徳島市のまちづくりの基礎となる計画。

### 地域プロモーション (P30、34)

地域資源や地域の魅力を外に向けてアピールすることなどにより、地域の知名度や好感度を上げ、全国に売り込む活動。

### 地産地消 (P31、40、48)

地域生産地域消費の略語。地域で生産された農林水産物を、その地域内で消費すること。

### 着地型観光 (P36)

観光客や旅行者を受け入れる地域(着地側)が、その地域の持つ歴史や文化、自然等の観光資源を活かして企画する観光形態。

### 中小・零細企業 (P5、12、13、27、29、33、39、41、44、45、46)

中小企業基本法における定義は、製造業の場合、従業員300人以下又は資本金3億円以下の企業であるが、法律や制度によって「中小企業」として扱われている範囲が異なることがある。「零細企業」は、本来は中小企業に含まれる概念だが、ここでは、小規模な事業者も施策の対象として含まれることを明確にするため、「中小・零細企業」と表現している。

### 中心市街地 (P20、26、27、37、43)

都市において、人口や都市機能、小売商業者等が集積することで、当該都市の中心としての役割を果たしている地域。徳島市では、内町地区・新町地区を中心市街地としている。

### デフレ (P5、27)

「デフレーション」の略。物やサービスの値段が下落し続けることで、経済全体が収縮していく経済状態。

### 徳島LEDアートフェスティバル (P48)

LED技術とアートが融合した新しい魅力を持つ「水都・とくしま」を創造することを目的に開催されるイベント。

### 徳島市中小企業振興基本条例 (P48)

市の中小企業振興施策の基本となる条例。中小企業振興の理念や市が取り組むべき施策の基本方針等を定めるとともに、市のみならず、市民・企業・団体等の中小企業の振興に関わる様々な主体が、地域社会における中小企業の重要性についての認識を共有し、社会全体で連携・協働して支援に当たることを求めるもの。

### 徳島市農林産物ブランド育成方針 (P15)

本市農林産物のブランド化を推進するため、適正な栽培基準、出荷基準やブランド育成品目等を定めた指針。

### とくしま食材フェア (P48)

徳島産の農林水産物の良さや魅力をPRし、再認識してもらうことで、地場産食材の利用拡大を推進し、地元農林水産物のブランド育成及び地産地消の推進を図るためのイベント。

### とくしまマラソン (P22)

毎年4月下旬頃に開催する、四国最大規模のフルマラソン。第1回大会は神戸淡路鳴門自動車道の開通10周年を記念して平成20年に開催。

## な行

### 南海トラフ巨大地震 (P11、47)

南海トラフ沿いで、「東海」「東南海」「南海」の3地震が連動してすることで起こることが想定される、マグニチュード9クラスの巨大地震。

### ニッチトップ企業 (P27)

特定の小規模なニッチ(隙間)市場において圧倒的なシェアを誇り、製品、技術、サービス等において、国内外の競合企業に負けない強い競争力を持つ企業。

### 日本再興戦略 (P7)

平成25年6月14日に第2次安倍内閣のもとで決定された経済成長戦略。

### 年功序列賃金 (P9)

年齢や勤続年数との相関関係が強い賃金制度を指す。年功とは長年にわたる功績を意味する言葉である。

## は行

### はな・はる・フェスタ (P22)

阿波おどりやダンスコンテスト、バンドコンテスト、徳島の食・物産の展示販売等、イベント満載の「とくしま春らんまんの祭典」。

### バブル経済 (P5)

不動産や株式等の資産の価格が、投機的な投資が進むことにより、実体経済から大幅にかけ離れて上昇する経済状態。「バブル」とは、価格が泡のようにふくらむことを例えたもの。

### 東アジア地域包括的経済連携 (RCEP) (P7)

東アジア諸国やニュージーランド、オーストラリア等の16カ国で広域経済連携を進める構想。実現すると、世界全体の約半分の人口と、約3割のGDPを占める広域経済圏が誕生する。

### 東日本大震災 (P7、11、47)

平成23年3月11日午後2時46分、三陸沖で発生したマグニチュード9.0の東北地方太平洋沖地震及びその余震により引き起こされた大災害。震度7の強い揺れと津波を伴い、東北・関東地方を中心とする広い範囲に甚大な被害をもたらした。

### 非正規雇用 (P5、9)

正社員としての雇用形態以外で働く形態を指す。具体的には、契約社員、嘱託社員、準社員、臨時社員、季節社員、パートタイマー、アルバイト、派遣社員、請負社員等が非正規社員にあたる。

### ビッグデータ (P12)

スマートフォン等の普及やネットワークの高速化によって生まれる大量のデジタルデータ。これを解析することで、市場動向や、個人の消費行動等を把握することができるためマーケティング等に役立つものとして注目されている。

### 福島原発事故 (P11)

東京電力福島第一原子力発電所で発生した原子力事故。東北地方太平洋沖地震により外部からの電源供給が停止。津波被害で非常用予備発電装置も使用不能となり、原子炉施設を冷却する機能が失われ、炉心溶融や压力容器の破損を伴う深刻な事態が生じた。

### プロダクトアウト (P34)

企業が商品開発や生産をする上で、市場のニーズを意識せず、企業側の意向や技術を重視して製品やサービスを提供する考え方。

### ポテンシャル (P28、34)

潜在的に持っている力。

## ま行

### マーケットイン (P34)

企業が商品開発や生産をする上で、市場ニーズを優先し、顧客視点で商品の企画・開発を行い、製品やサービスを提供する考え方。

### マーケティング (P43)

企業等が、顧客にとって価値のある提供物を創造・伝達・配達・交換することを通じて、市場を創造するための総合的活動。販促活動や市場調査だけでなく、商品企画、流通、営業・販売、顧客サービス等も含まれる。

### 名目国内総生産 (名目GDP) (P5)

国内で一定期間内に生産されたモノやサービスの合計額。日本企業の海外支店等による国外での生産は含まれない。「名目GDP」は、実際に市場で取引されている価格に基づいて推計された値である。これに対し、物価変動の影響を取り除いた値を「実質GDP」と呼ぶ。

## や行

### 有効求人倍率 (P9、24)

公共職業安定所で扱った月間有効求職者数に対する月間有効求人数の割合。「有効求人」とは、新規の求人ではなく、有効期限が存続中である求人を指す。

## ら行

### リーマンショック (P7、9)

平成20年9月に米国の投資銀行リーマン・ブラザーズが経営破綻した結果、世界中が金融危機に陥った事象。日本も世界的な経済の停滞の影響を受け、大幅な景気後退に繋がった。

### 6次産業化 (P30、38)

農林漁業者が農林水産物の生産だけでなく、加工・流通・販売までを一体的に手がけること。また、他の2次・3次産業事業者と連携して、新たな付加価値を生み出す取り組み。