

第2次雲南市産業振興ビジョン (案)

挑戦し、活力を生み出す雲南市
～たしかな雇用創出をめざして～

平成27年2月

雲南市

目 次

第1章 第2次雲南市産業振興ビジョンの策定にあたって	1
1. ねらい.....	1
2. 策定方針.....	1
3. 計画期間.....	1
4. 第2次雲南市産業振興ビジョンの構成.....	2
第2章 本市産業をとりまく状況	3
1. 現行産業振興ビジョンの成果と課題.....	3
2. わが国経済産業政策の展開方向.....	30
3. 本市産業の現状.....	33
第3章 事業所アンケート調査結果	37
1. 調査概要.....	37
2. 調査結果の概要.....	38
3. 調査結果のまとめ.....	57
第4章 事業所ヒアリング調査結果	58
1. 調査概要.....	58
2. 調査結果の概要.....	59
3. 調査結果のまとめ.....	63
第5章 第1～4章を踏まえた展開シナリオ	64
1. 課題と可能性の整理.....	64
2. 基本方向.....	68
3. 展開シナリオ.....	71
4. 展開シナリオを支える推進体制.....	72
第6章 第2次雲南市産業振興ビジョンの基本方向	75
1. 基本理念.....	75
2. 基本姿勢.....	75
3. 施策体系.....	75

第1章 第2次雲南市産業振興ビジョンの策定にあたって

1. ねらい

本市では、市町村合併前の平成16年に策定した「新市建設計画」の産業・経済分野における政策分野別計画として、前年の平成15年に「新市産業振興ビジョン（以下、「現行ビジョン」とする。）」を策定した。

現行ビジョンでは、新市建設計画の将来像の実現をめざし、『自立型地域経済圏の確立に向けたふるさと産業の創出』を基本理念と定め、雲南市の産業政策のめざす姿を明らかにするとともに、「健康安全」「技術革新」「都市創造」「資源活用」の4つの基本方向を柱とする施策体系により、政策を推進してきた。

この現行ビジョン策定から平成26年で10年が経過し、内外の経済産業環境も大きく変化してきたことから、現行ビジョンを改定し、新たに「第2次雲南市産業振興ビジョン（以下、「本ビジョン」とする。）」を策定するものである。

2. 策定方針

本市を取り巻く経済情勢を概観すると、平成15年に産業振興ビジョンの策定以降、リーマン・ショックの発生、東日本大震災の発災、急速な経済のグローバル化による国内大企業工場の海外移転、新興国企業における技術力向上などが進展し、前回策定時と比較しても、企業の競争環境は格段に厳しさを増している。

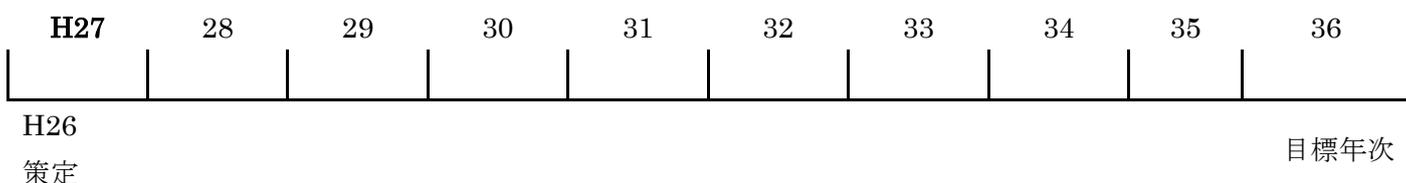
また、信用取引の増大、地政学的リスクの高まりなどにより、各種の資源及びエネルギーの確保、為替相場の長期的な展望を予測することが困難である上、経済環境全般における変化のスピードもますます加速している。一方、本市の経済環境においては、山陰・山陽を結ぶ新たな大動脈である中国横断自動車道尾道松江線（以下、「尾道松江線」とする）の開通（全線供用開始平成26年度）に向けた整備が進むなか、本市には3つのインターチェンジ（以下、「IC」とする。）が開設し、企業立地環境、観光交流に係るアクセス環境が大幅に向上した。

しかしながら、市内事業所等の経営環境は市全域で進む人口減少と高齢化により、生産年齢人口の長期的な減少が懸念されており、長引く景気低迷と合わせ厳しい状況が続いている。この状況を打開するためには、新たな優位性を活かし、新たな産業活動の可能性を切り開く挑戦を進めることが重要である。

本ビジョンは、現行ビジョンの基本的な考え方を踏襲し、新たな変化を捉え、地域優位性を活かした強い産業基盤の構築をめざして策定する。また、平成26年度に策定され、平成27年度から平成36年度までの10年間を推進期間とする本市における最上位計画「第2次雲南市総合計画」の産業分野の具体的なビジョンと位置付ける。

3. 計画期間

本ビジョンは、以下の期間を対象とし、平成36年度を目標年次として推進する。



4. 第2次雲南市産業振興ビジョンの構成

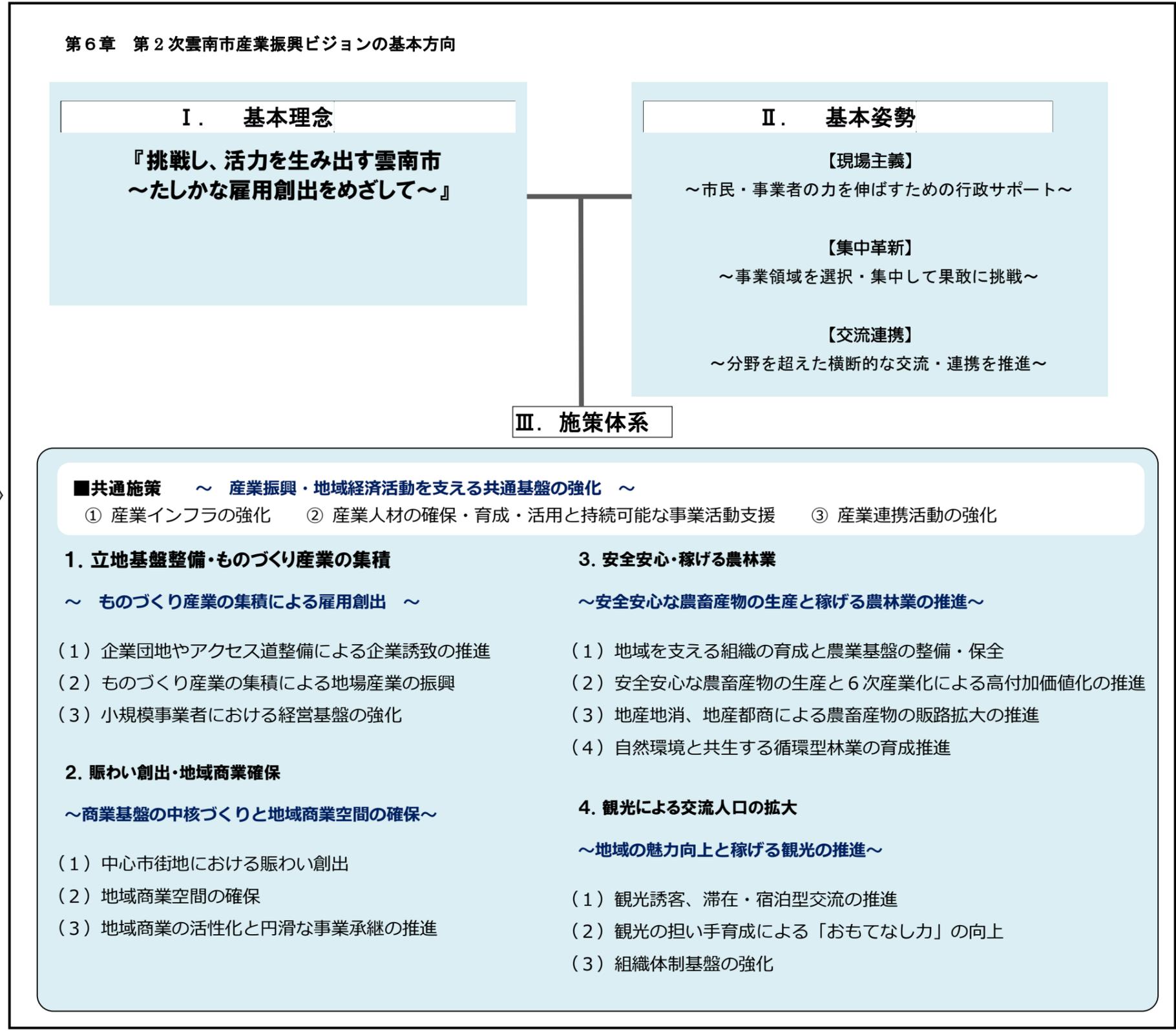
第1章 第2次雲南市産業振興ビジョンの策定にあたって
 1. ねらい
 2. 策定方針
 3. 計画期間
 4. 第2次雲南市産業振興ビジョンの構成

第2章 本市産業をとりまく状況
 1. 現行産業振興ビジョンの成果と課題
 2. わが国経済産業政策の展開方向
 3. 本市産業の現状

第3章 事業所アンケート調査結果
 1. 調査概要
 2. 調査結果の概要
 (1) 事業所の概要
 (2) 事業所の規模
 (3) 経営の状況
 (4) 経営の強みと課題
 (5) 今後の事業の方向性
 (6) 事業環境に関する改善ニーズ
 (7) 本市産業状況の考察
 3. 調査結果のまとめ

第4章 事業所ヒアリング調査結果
 1. 調査概要
 2. 調査結果の概要
 (1) 人材確保・育成
 (2) 事業展開・経営上の創意工夫
 (3) 産業施策への意見
 3. 調査結果のまとめ

第5章 第1～4章を踏まえた展開シナリオ
 1. 課題と可能性の整理
 2. 基本方向
 3. 展開シナリオ
 4. 展開シナリオを支える推進体制



第2章 本市産業をとりまく状況

1. 現行産業振興ビジョンの成果と課題

本ビジョン策定にあたり、基本理念『自立型地域経済圏の確立に向けたふるさと産業の創出』の実現に向け、現行ビジョンの施策体系について、計画期間においてどのような成果が達成されたかについて検証した。

ー 1. 現行産業振興ビジョンの体系

基本理念

自立型地域経済圏の確立に向けた ふるさと産業の創出

基本方向

1. 雲南らしさを活かした全国に誇るオンリーワン産業への挑戦
2. 人・もの・技術・情報のネットワークによる活力ある製造業の育成
3. 都市の高度化により暮らしを豊かにする産業の発展
4. 地域特性を活かした持続可能な交流・循環産業の創出

基本姿勢

基本姿勢1 市民参画

行政依存・民間依存の体質を見直し、地域の市民・事業者・行政等が主体的に参画し、それぞれの立場における役割を発揮して産業振興や産業創出に総力で挑戦します

基本姿勢2 集中革新

横並び・合意形成重視を見直し、ある事業領域を選択・集中し、新しいビジネスに向かって果敢に挑戦する起業活動こそ、集中的に支援します

基本姿勢3 交流連携

産業分野や業種別の縦割りの的な対応や発想を見直し、分野を超えた横断的な交流・連携によって、新たな可能性や相乗効果を引き出します

施策の体系

健康安全 農食連携による「有機産業」の振興

- 安全な農産物の生産と機能性の高い食品産業の育成
- 地域特性を活かした水田農業と山地畜産の推進

技術革新 「ものづくり産業」の高付加価値化

- 機械金属製造業の高度化と建設業等の構造転換
- 新たな産業拠点の整備と企業誘致の推進

都市創造 都市の高度化による「生活産業」の充実

- 都市計画をふまえたにぎわい拠点の創出
- 地域に密着したコミュニティビジネスの促進

資源活用 持続可能な「交流・循環産業」の創出

- 雲南らしさを活かした交流事業の産業化
- 自然環境と共生する循環産業の起業化

健康安全

農食連携による「有機産業」の振興

(1) 安全な農産物の生産と機能性の高い食品産業の育成

① エコロジーおよび有機農産物の生産振興

○低農薬・有機栽培の農業生産者の育成

- ・ エコファーマーや有機農業生産者の導入計画作成・認定取得支援
- ・ リース型有機農業ほ場の整備による参入支援
- ・ 農企業創生特区の導入による企業参入の促進

○低農薬・有機農業の技術普及

- ・ 低農薬・有機農業の栽培技術の導入、研修
- ・ 生産指導體制の強化
- ・ 有機 JAS 登録認定機関の設置
- ・ JA 雲南や木次農林振興センター等との連携強化

○低農薬・有機農産物の生産振興

- ・ 良質な堆肥による土づくりやほ場整備
- ・ 有機 JAS 認証ほ場の拡大促進
- ・ 新市独自の安全基準設定の検討

○エコロジーおよび有機農産物の市場開拓や販売促進

- ・ 安全な農産物の産地形成によるブランド化の推進
- ・ 低農薬・有機農産物の地産地消の推進

② 農食連携による安全で機能性の高い食品産業の育成

○農食連携による(仮称)有機産業振興協議会の発足

- ・ 農家、製造業、流通販売業者、飲食店、支援機関等のネットワークの形成
- ・ 栽培、製造、流通等の履歴管理や商品表示等の仕組みづくり
- ・ 農食連携や異業種交流による新たな商品開発

○地域特性を活かした健康食品の開発

- ・ 原材料生産や新商品開発の推進
- ・ 健康長寿日本一食品の開発
- ・ 地元企業の育成と関連企業誘致等による健康食品産業の育成
- ・ 健康食品メーカー等とのネットワークづくり

○販路開拓やマーケティング支援体制の強化

- ・ 新市産業振興センター等の市場開拓や販売促進の強化
- ・ 産学官連携による食品の成分分析や機能性評価の支援

○食料品製造業の有機 JAS 認証取得の促進

- ・ 有機 JAS 認証取得の指導や手続き支援

(2) 地域特性を活かした水田農業と山地畜産の推進

① 中核的経営体の育成による持続可能な水田農業の推進

○水田農業を支える中核的経営体の育成

- 地域特性や集落意向をふまえた生産体制の確立
- 認定農業者の育成
- 農業法人の設立促進と経営力強化
- 集落型経営体の設立促進
- 農地の利用集積による生産規模の拡大支援

○売れる米の生産と戦略的な流通販売対策

- 特別栽培による高品質な米生産の推進
- 適地適作、体系的な作付けの推進
- 大口実需者や消費者グループへの販路開拓

○米を中心とする複合型水田経営の推進

- 土地利用型作物の栽培促進
- 米等を活かした農産加工による商品開発、販売促進

② 中山間地域を利用した山地畜産の導入

○山間地を活用した生産環境の整備

- 山地畜産のモデル拠点整備と事業化支援
- 山地畜産特区の導入による国有林や保安林等の活用策の調査研究

○山地畜産を通じた畜産物のブランド化

- 産地形成や商品開発の推進
- 産学官連携による機能性分析や成分表示による有利販売
- 放牧地や施設を活かした交流型農業の推進

○山地畜産による畜産、酪農の振興と支援強化

- 技術普及と担い手育成、雇用創出
- 林野や草地等の斡旋
- 農家や製造業、流通販売店、消費者等のネットワークの形成

(1) 機械金属製造業の高度化と建設業等の構造転換

① 機械金属製造業の競争力強化と新分野進出

○機械金属製造業の企業体質の強化

- 産業振興センター設置による支援体制強化
- 地元企業訪問によるニーズ把握
- 産学官連携による技術・商品開発や起業支援
- 地元企業の商品・技術の販路開拓
- 知的財産や特許情報等の活用に向けた指導体制強化
- 国際規格認証取得の支援

○機械金属製造業のネットワーク事業の開発

- 地元企業と誘致企業との取引促進
- 地元製造業の共同受発注等のネットワーク事業の推進

○機械金属製造業の新分野進出の促進

- 保有技術・ノウハウを活かした新分野進出
- 異業種交流等による新事業・新商品開発
- 業務提携や共同出資等による新分野進出

② 建設業等の構造転換に向けた起業化活動

○新分野進出による構造転換の促進

- 建設業や食料品製造業等の農業参入促進と経営支援体制強化
- 農企業創生特区導入による参入促進
- 健康・福祉分野での商品開発やサービス業への参入
- 環境・リサイクル分野での商品開発やサービス業への参入
- 建設業等の構造転換への支援制度の充実

○起業を促進させる総合的な支援

- 貸工場や貸事務所の整備によるインキュベーション機能の強化
- 利用可能な空き店舗や空き工場、空き事務所等の情報提供
- 新市産業振興センターによる多角的な起業支援

(2) 新たな産業拠点の整備と企業誘致の推進

① 経営支援機能を備えた新たな産業拠点の整備

○経営支援機能を備えた工業団地の整備

- ・ 起業化・経営支援機能を備えた工業団地整備
- ・ 貸工場や貸事務所の整備
- ・ 経営支援や情報提供、コーディネート機能の強化
- ・ 経営者や従業者・技術者等の交流・研修の場の整備
- ・ クリーンエネルギー導入、省エネルギー推進
- ・ 分譲手法の弾力化

○中国経済産業局との連携

- ・ 中国経済産業局からの職員出向の検討

○テクノアークしまねサテライトオフィスの開設検討

- ・ 産業技術サポート体制の強化
- ・ 専用回線の整備等の情報通信基盤整備
- ・ しまね産業振興財団からの職員出向検討

○高速自動車道を活かした流通業務団地の整備

- ・ 広域的物流拠点としての整備
- ・ 物流関連企業の立地促進
- ・ 物流情報システムの導入支援
- ・ インターチェンジへのアクセス道路の整備改善

② 戦略的な企業誘致の推進

○企業誘致活動の強化

- ・ 企業誘致の推進に向けた専門職員の配置
- ・ 立地可能性のある企業への継続的な営業活動
- ・ 首長等のトップセールスによる企業との交流機会の充実
- ・ 販路開拓や誘致活動の拠点としての都市部事務所の開設検討
- ・ 誘致企業に対する優遇措置の充実

○立地企業に対するアフターケアの充実

- ・ 定期的なニーズ把握ときめ細かな相談対応
- ・ 立地企業の技術や商品ニーズに対応する地元企業の紹介
- ・ 国や県との連携による多様な人材を紹介できるデータベースの整備

(1) 都市計画をふまえたにぎわい拠点の創出

① 集客性の高いにぎわい拠点・商業集積の整備促進

○都市の都市計画策定による市街地開発

- ・ シンボリックなにぎわいゾーンの整備
- ・ 都市計画策定を通じた計画的・効果的な土地利用の促進
- ・ 利便性の高い道路、駐車場の整備
- ・ 歩道や交流空間の整備
- ・ 住民、事業者、行政が連携した市街地整備
- ・ ゴミの発生抑制やリサイクル等の仕組みの導入

○新しい商業集積地の整備

- ・ 中核的商業店舗の誘致
- ・ 地元商店や異業種等による商業拠点づくり
- ・ 都市型サービス業(小売店、飲食店、文化、レジャー等)や生活支援サービス業(介護福祉、保育所等)の立地促進
- ・ フランチャイズビジネスへの進出促進
- ・ 地元産直市等との連携

○タウンマネジメント機能の強化

- ・ 市街地のまちづくりのプロデュース組織の設立
- ・ タウンマネージャーとなる人材の育成、確保

(2) 地域に密着したコミュニティ・ビジネスの促進

① 暮らしを支える生活支援ビジネスの起業促進

○コミュニティ・ビジネスの普及導入

- ・ 食事宅配、家事援助、外出支援、買物代行、通院の移送等による支援
- ・ 乳幼児の託児等、子育て支援サービスの充実
- ・ 葬祭代行や資産管理等による集落機能の維持、形成
- ・ 集落営農と連携した地元農産物や加工品の販売、サービス
- ・ IT技術習得の支援サービス提供

○市民グループ等の起業支援

- ・ コミュニティ・ビジネス研修機会の充実
- ・ サポート人材の確保
- ・ NPO法人による設立事務等の支援
- ・ 女性や高齢者の能力発揮の機会づくり

○起業化支援拠点の整備

- ・ 空店舗や空家等の情報データベースの整備、活用
- ・ SOHO等のITビジネスを促進する情報サロンの開設
- ・ 起業家への情報提供、コーディネート
- ・ 地元商工会やしまね産業振興財団等との連携強化

(1) 雲南らしさを活かした交流事業の産業化

① 雲南らしさを活かした産業観光の推進

○雲南らしさを活かした産業観光の推進

- 山地畜産での動物とのふれあいや製造体験
- 低農薬、有機農業や果樹園等での農業体験や食農教育
- 酒造会社やワイナリーでの酒蔵体験や味わいの演出
- 産業遺構や創作工房での知的体験
- 伝統工芸品やクラフト工房めぐり

○ルート設定や施設間連携による拠点型観光の推進

- 観光施設や景観を結ぶルート設定
- 施設等の広域的な連携
- 循環バス等の検討

○(仮称)産業観光ネットワーク協議会の設立

- 施設や事業所、人材のネットワーク化
- オペレーション機能の強化
- コーディネーターの確保、育成
- リピーターの組織化によるサービス提供
- 観光協会等との連携

○自然環境や歴史文化、農と食を活かしたテーマ型観光の推進

- 自然とのふれあいや市民参加の景観づくりによる観光
- 歴史遺産や町並みにふれる観光
- 神楽や祭礼等の伝統文化にふれる観光
- 農畜産物やふるさとの食を味わう観光
- 農村の生活文化を学び体験する観光

② グリーンツーリズムによる都市農村交流の促進

○グリーンツーリズムの導入促進

- グリーンツーリズムの事業化に向けた研修の実施
- グリーンツーリズム特区導入による施設要件等の緩和
- 農村景観の魅力向上に向けた住民活動の支援
- 旅行商品の企画や体験プログラムの充実
- 情報発信やコーディネート、各種手配をサポートする事務局体制の充実

○民間設置型の市民農園の整備促進

- コテージ付農園の整備による一定期間の賃貸契約による販売
- 市民農園特区の導入による民間企業やNPO 法人等による開設促進
- 指導者としての中高齢農業者の能力開発と雇用の場づくり
- 遊休農地の有効利用による荒廃化の防止
- 都市の農園利用者の滞在から定住への展開

(2) 自然環境と共生する循環産業の起業化

① 計画的な森林管理と地元産木材の利用促進

○新市での持続可能な森林管理と素材生産体制の強化

- 計画的な森林施業の推進
- 林業従事者の確保や後継者育成
- 経営基盤の強化促進
- 施業技術の向上や機械導入の促進

○地元産木材の利用促進と新たな商品開発

- 公共事業における地元産木材や木製品利用促進
- 産学官連携による用途開発と商品化の支援
- 特用林産物の生産振興による商品開発

○山地畜産と林業との連携強化

- 林間放牧による林畜複合経営システムの事業化調査・研究

○低農薬・有機農業等と林業との連携強化

- 木質廃棄物の堆肥の製造販売

○未利用資源を活かした起業化活動

- 食品廃棄物や汚泥等のリサイクル事業の起業化
- 太陽光やバイオマス等の発電設備による事業化の検討

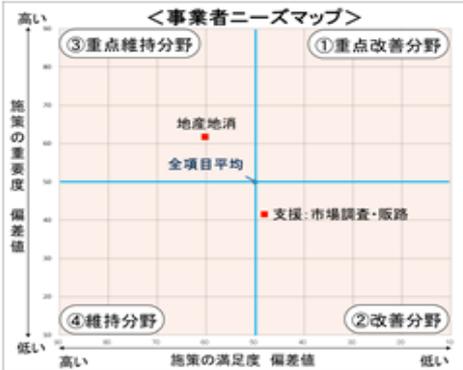
ー 3. 現行ビジョンの各施策の検証

■ 検証ページの見方

健康安全		農食連携による「有機産業」の振興		(1)安全な農産物の生産と機能性の高い食品産業の育成			
				② 農食連携による安全で機能性の高い食品産業の育成			
■ 前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況				(表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況			
<p>① 野菜価格安定対策事業負担金 ⇒新規に取り組む農業者も増え、栽培管理徹底などで販路確保も進んだ。</p> <p>② 温湯種子消毒装置普及支援事業補助金 ⇒減農薬、減肥料による農産物生産が徐々に拡大している。</p> <p>③ 雲南市らしいPR事業 ⇒本市の食の魅力を紹介するため、メディア関係者向け食と神話のPRイベントを開催し、ブランド化と販路拡大に取り組んだ。</p> <p>④ 雲南フェア開催事業 ⇒首都圏、関西で「雲南フェア(食の販売促進活動)」開催。本市の食の魅力を販売・PR。ブランド化促進、消費者ニーズの把握とファン獲得を図った。</p> <p>⑤ 農商工連携促進事業 ⇒市内農商工業者が対峙し「地域資源」活用型の新産品開発と販路拡大を行った。</p>	区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
	①	活動指標	申請件数	回			9
		成果指標	エコロジー米の面積	ha	114	130	130
		活動指標	産地振興計画協議	回	1	1	1
	②	対象指標	野菜出荷農家数	戸	64	64	64
		成果指標	水耕野菜販売金額	トン	175.0	175.0	175.0
		活動指標	企業訪問による情報収集・支援回数 ③④とも	回	276	270	270
	③	対象指標 ③④とも	雲南市商工会会員数	人	1,276	1,263	1,263
		対象指標 ③④とも	雲南市農商工連携協議会会員数	人	70	69	74
		成果指標	雲南市らしいPR事業	回	1	1	1
		活動指標	企業訪問による情報収集・支援回数	回	276	270	270
	④	対象指標 ③④とも	雲南フェア出店事業者数	店	9	12	12
	⑤	活動指標	農商工連携プロジェクト数	回	5	5	5

■ 関連施策に関する事業者意識

農食連携による安全で機能性の高い食品産業の育成に関連する事業者ニーズマップを見ると、地産地消(農産物を活かした産直市場など地産地消の状況)は、満足度が6位(24項目中)と高い水準にあり、重要度も9位(24項目中)とやや高く、重点維持分野に分類されています。支援:市場調査・販路(市場調査や販路開拓等)に対する支援・アドバイザーは、満足度はやや低い14位(24項目中)、重要度もやや低い16位(24項目中)の改善分野に分類されています。



地産地消 ③重点維持分野			
事業者ニーズ	0.67	11/24位	
満足度		重要度	
数値	0.06	数値	4.91
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	5/24位	順位	9/24位

支援:市場調査・販路 ②改善分野			
事業者ニーズ	-3.14	16/24位	
満足度		重要度	
数値	-0.82	数値	4.06
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	14/24位	順位	16/24位

■ 新ビジョン策定に向けた課題

① 野菜特産化をめざす事業であり、今後も引き続き栽培面積の拡大を目指していく必要がある。

② 新商品開発・販路拡大事業補助金(H26年度開設)

③ 中小企業プロジェクト連携支援事業補助金(H26年度開始)

④ 生み出された商品等の追跡

【満足度・について】

市の産業施策に対する事業者の満足度・重要度分析に際しては、下記のとおり回答結果を得点化している。選択肢に点数を付けて、その平均値を求め、満足度と重要度を数値化することによって、項目ごとに比較できるようにしている。

選択肢	点数	選択肢	点数
満足している	10	とても重要である	10
どちらかといえば満足	5	どちらかといえば重要である	5
わからない	0	わからない	0
どちらかといえば不満	-5	どちらかといえば重要ではない	-5
不満である	-10	重要ではない	-10

【タイトル】
政策、施策名、事業名

【行政の目】
施策担当課作成の施策マネジメントシートをもとに、前ビジョン期間における主な取り組みと関連する指標の達成状況について記載している。

【事業者の目】
アンケート結果をもとに、施策関連項目に関する満足度・重要度、改善ニーズ(改善優先度)などを数値化・グラフ化して記載している。

※グラフの見方は、下記『満足度・重要度について』、次頁『ニーズ分析の手法』参照。

【新ビジョンへの課題】
今後の施策に求められる課題認識について記載している。

■「ニーズ」の分析手法

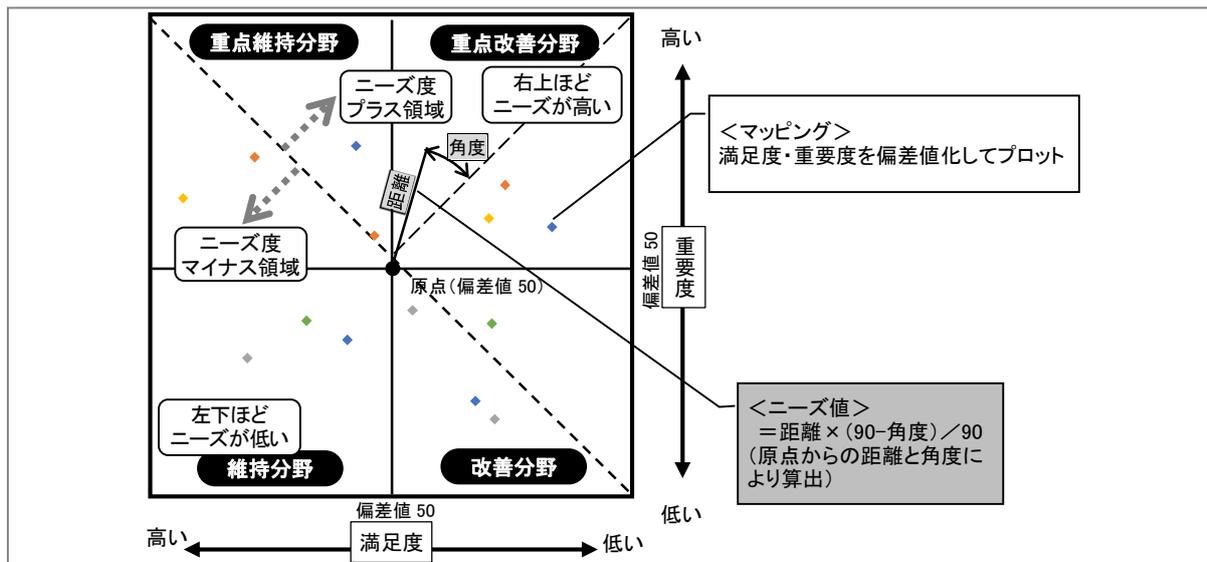
市の産業政策に関する事業者の「満足度」と今後の施策に向けた「重要度」についての集計結果を用いて、ニーズマップを作成した。

「ニーズマップ」は、設問項目ごとに算出した「満足度」と「重要度」の偏差値を、縦軸に重要度の偏差値、横軸に満足度の偏差値をプロット（位置付け）したマップグラフである。

プロットの位置によって、その設問項目が「維持分野」、「改善分野」、「重点維持分野」、「重点改善分野」のどの分野に位置するかを把握することができる。

プロットした点が右上ほど、改善度（改善ニーズ）が高くなっていることを示す。

<改善ニーズ値の算出方法、ニーズマップの見方>



<維持・改善の分野区分の説明>

重点維持分野	重点改善分野
満足度、重要度ともに平均値より高い項目 ・重要と感じていて、かつ満足傾向にある項目 ・取組に対する成果が表れており、今後も重点的に維持していく必要がある	満足度が平均値より低く、重要度が平均値より高い項目 ・重要と感じていて、かつ不満傾向にある項目 ・取り組みに対するニーズが特に高く、優先的に改善していく必要がある
維持分野	改善分野
満足度が平均値より高く、重要度が平均値より低い項目 ・満足傾向にあるが、重要と感じていない項目 ・取組に対する成果が表れており、取組への理解を得ながら維持していく必要がある	満足度、重要度ともに平均値より低い項目 ・不満傾向にあるが、重要と感じていない項目 ・改善ニーズはあるものの、必要性の認識が低く、取組への理解を得ながら改善していく必要がある

■指標に見る達成状況 概観

前期計画期間における健康安全分野においては、「JA 雲南販売額（農業・畜産）」「エコロジー米の作付面積」「協業経営型以上の経営体組織」に関する指標については、順調な展開が図られた。一方、「中山間地域等直接支払制度の協定集落数」「耕作放棄地面積」「繁殖和牛飼養頭数」「和牛飼養頭数」に関する指標から、高齢化、過疎化、後継者不足といった課題が進行していることが推察される。

■事業所アンケートにみる改善ニーズ 概観

健康安全分野に関連する項目を見ると、関連のある「起業家育成」「人材育成」が重点改善分野となり、「地産地消」が重点維持分野であった。

■新ビジョン策定に向けて 概観

- ・栽培技術向上、エコファーマー育成等、環境にやさしい農業、収益性の高い農業の推進。
- ・米の等級比率向上（病虫害防除や適地・適作による品質の向上）。
- ・安全安心な農畜産物の生産振興と高付加価値化、販路拡大。
- ・食の地産地消、地産都商の推進。
- ・農業の6次産業化の推進による農産物のブランド化、販売強化。
- ・販路拡大に取り組む個人、団体に対する支援。
- ・食料自給率（力）の確保と持続可能な農業経営。
- ・農業機械の共同化、高性能化、生産コストの低減。
- ・農業経営指導の推進等による認定農業者の育成。
- ・就農希望 UI ターン者や地元の就農者に対する支援。

農食連携による「有機産業」の振興

(1)安全な農産物の生産と機能性の高い食品産業の育成

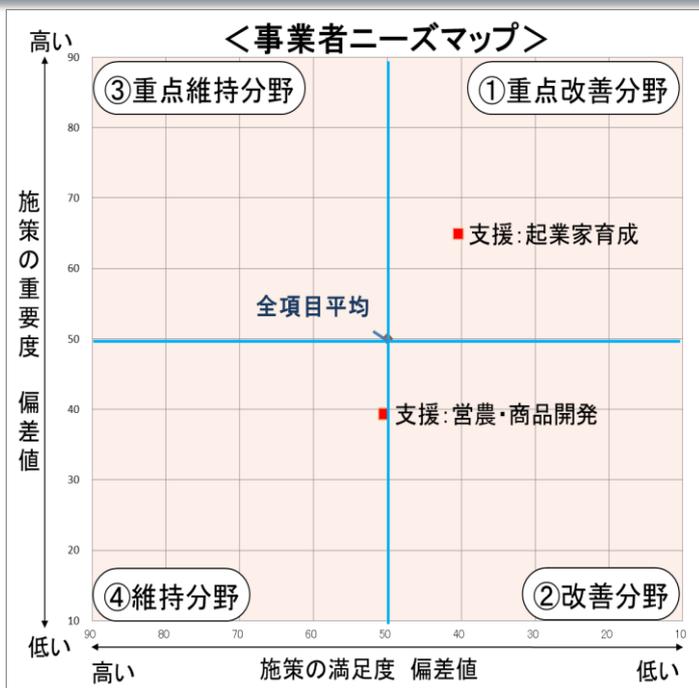
①エコロジーおよび有機農産物の生産振興

■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況 (表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

- ① 農業用廃プラスチック適正処理対策事業
定量的に発生する廃プラ適正処理が実現できた。
- ② 環境保全型農業直接支払交付金事業
減農薬、減肥料による農産物生産が徐々に拡大。エコロジー米「奥出雲千石米」の生産面積も年々拡大傾向。安全安心志向消費者ニーズに対応している。
- ③ 農林水産振興がんばる地域応援総合整備事業
水耕野菜及び完熟果実の生産拡大や産直販売の急激な伸びなど、着実に成果を収めることができた。

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
①	活動指標	廃プラスチック回収回数	回	2	1	1
	対象指標	農家戸数	戸	4,545	4,545	4,545
	成果指標	廃プラスチック回収量	トン	54.3	59.5	55.4
②	活動指標	事業説明会	回	1	1	1
		交付金申請件数	件	18	25	34
	対象指標	エコファーマー認定者数	人	101	89	96
成果指標	取組対象面積	ha	13.2	16.8	69.9	
③	活動指標	事業ヒアリング	回	7	7	5
	対象指標	農家戸数	戸	4,545	4,545	4,545
	成果指標	JA雲南販売額(農業・畜産)	億円	23.2	23.6	24.9

本項の生産振興関連事業者ニーズマップを見ると「起業家育成」は満足度 20 位 (24 項目中) と低い水準にある。一方、重要度は 6 位 (24 項目中) と高く、重点改善分野となった。「営農・商品開発」は、満足度は 12 位 (24 項目中)、重要度はやや低い 18 位 (24 項目中) であり、維持分野であった。



支援: 営農・商品開発		② 維持分野	
事業者ニーズ	-5.65	16/24位	
満足度		重要度	
数値	-0.65	数値	3.97
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	12/24位	順位	18/24位

支援: 起業家育成		① 重点改善分野	
事業者ニーズ	15.33	2/24位	
満足度		重要度	
数値	-1.38	数値	5.04
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	20/24位	順位	6/24位

■新ビジョン策定に向けた課題

- ① 回収作業の協力先である総合センター事業管理課の縮小に伴い、回収作業の負担増が見込まれる。
- ② 堆肥施用の要件追加により、取組面積が拡大したが、継続する上では堆肥供給側の問題も想定される。
- ③ 本市の自然条件を活かして栽培される農産物の高付加価値化を図る。
- ④ 新規作物研究・販売体制確立と各生産組合の活動育成、若手就農者の確保・育成が必要。

農食連携による「有機産業」の振興

(1)安全な農産物の生産と機能性の高い食品産業の育成

②農食連携による安全で機能性の高い食品産業の育成

■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況

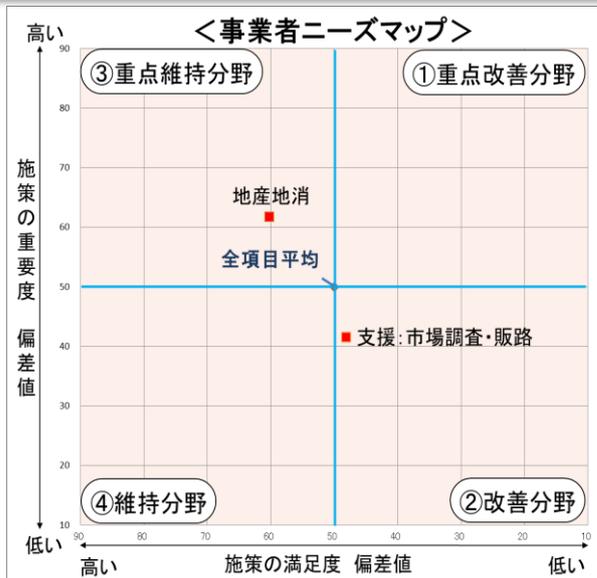
- ① **野菜価格安定対策事業負担金**
新規に取り組む農業者が増え、栽培管理徹底などで販路確保も進んだ。
- ② **温湯種子消毒装置普及支援事業補助金**
減農薬、減肥料による農産物生産が徐々に拡大している。
- ③ **雲南市らしいPR事業**
メディア関係者向けに食と神話のPRイベントを開催。ブランド化と販路拡大を推進した。
- ④ **雲南フェア開催事業**
首都圏、関西で「雲南フェア(食の販売促進活動)」開催。ブランド化促進、消費者ニーズの把握とファン獲得を図った。
- ⑤ **農商工連携促進事業**
市内農商工業者が連携し「地域資源」活用型の新産品開発と販路拡大を図った。

(表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
①	活動指標	申請件数			9	
	成果指標	エコロジー米の面積	ha	114	130	150
②	活動指標	産地振興計画協議	回	1	1	1
	対象指標	野菜出荷農家数	戸	64	64	64
③	成果指標	水耕野菜販売金額	トン	175.0	175.0	175.0
	活動指標	企業訪問による情報収集・支援回数 ③⑤とも	回	276	270	270
	対象指標 ③④とも	雲南市商工会会員数	人	1,276	1,263	1,253
④	対象指標 ③④とも	雲南市農商工連携協議会会員数	人	70	69	74
	成果指標	雲南市らしいPR事業	回	1	1	1
⑤	活動指標	企業訪問による情報収集・支援回数	回	276	270	270
	成果指標 ④⑤とも	雲南フェア出店事業者数	店	9	12	12
⑤	活動指標	農商工連携プロジェクト数	回	5	5	5

■関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「地産地消」は、満足度が5位(24項目中)と高い水準にあり、重要度も9位(24項目中)とやや高く、重点維持分野であった。また、「市場調査・販路」は、満足度はやや低い14位(24項目中)、重要度もやや低い16位(24項目中)の改善分野に分類であった。



地産地消 ③重点維持分野			
事業者ニーズ	0.67	11/24位	
満足度	重要度		
数値	0.06	数値	4.91
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	5/24位	順位	9/24位

支援:市場調査・販路 ②改善分野			
事業者ニーズ	-3.14	16/24位	
満足度	重要度		
数値	-0.82	数値	4.06
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	14/24位	順位	16/24位

■新ビジョン策定に向けた課題

- ① 野菜特産化に向け、今後も引き続き栽培面積の拡大を目指していく必要がある。
- ② 新商品開発・販路拡大事業補助金(H26年度開設)。
- ③ 中小企業プロジェクト連携支援事業補助金(H26年度開始)。
- ④ 開発商品等の追跡。

農食連携による「有機産業」の振興

(2)地域特性を活かした水田農業と山地畜産の推進

①中核的経営体の育成による持続可能な水田農業の推進

■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況

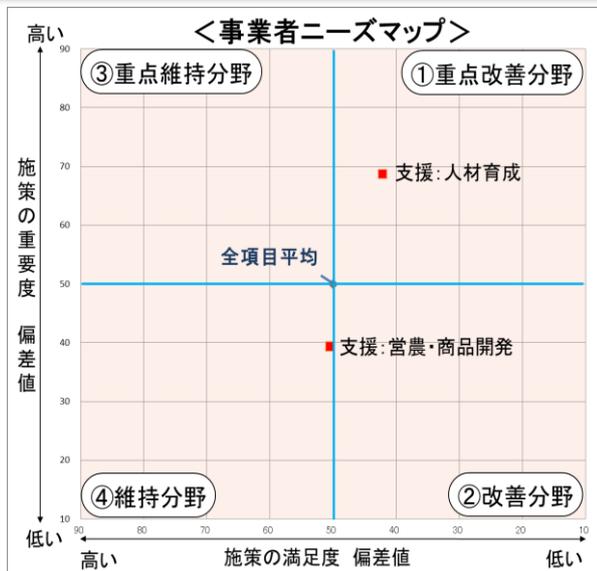
- ① **経営所得安定対策推進事業**
販売農家の経営安定に寄与している。
- ② **台湾貿易促進事業**
雲南市農商工連携協議会会員事業者による商品の販売促進が図られた。
- ③ **中山間地域等直接支払**
耕作放棄地化抑制や集落単位の農業経営が進展。また、農村集落の機能維持、公益機能維持にも寄与した。
- ④ **担い手農地集積事業**
担い手不在地域解消や地域貢献活動の取組支援及び後継者確保に向けた人材育成、経営多角化など農業・農村活性化に寄与した。
- ⑤ **農地有効利用支援整備事業**
受益者負担率 25%。簡易な基盤整備事業として有効で生産基盤整備が進み、荒廃農地化の抑制となる。

(表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
①	活動指標	米価(一等米JA概算額)	円	6,600	7,000	6,300
	対象指標	交付金支払者数	人	3,383	3,284	3,300
	成果指標	JA雲南販売額	億円	23.0	23.6	26.0
②	活動指標	市内業者訪問回数	回			4
	対象指標	市農商工連携協議会会員数	人			74
	成果指標	台湾におけるフェア出店事業者数	店			12
③	活動指標	交付金額	千円	318,422	318,899	319,600
	対象指標	協定面積	ha	2,010	2,013	2,014
	成果指標	協定集落数	戸	218	217	215
④	活動指標	協業経営型以上の経営体組織	組織	20	21	25
	対象指標	集落営農組織	組織	84	85	79
	成果指標	協業経営型以上の経営体組織	組織	20	21	25
⑤	活動指標	実施地区数	区	12	8	11
	対象指標	事業対象農地面積		5,348	5,083	4,173
	成果指標	事業対象耕作放棄面積		822	789	841

■関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「人材育成」は、満足度が 19 位(24 項目中)と低い水準にあり、一方で重要度は 3 位(24 項目中)と高く、重点改善分野であった。「営農・商品開発」は、満足度は 12 位(24 項目中)、重要度がやや低い 18 位(24 項目中)の維持分野であった。



支援:営農・商品開発		②維持分野	
事業者ニーズ	-5.65	満足度	16/24位
数値	-0.65	重要度	3.97
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	12/24位	順位	18/24位

支援:人材育成		①重点改善分野	
事業者ニーズ	15.26	満足度	3/24位
数値	-1.25	重要度	5.20
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	19/24位	順位	3/24位

■新ビジョン策定に向けた課題

- ① 経営所得安定対策の交付金削減及び廃止により、耕作放棄地増大が懸念される。
- ② 競争力の高い国産農産物の成長支援。台湾の企業との継続的取引の実現。
- ③ 農業者の高齢化や役員不足等により第 4 期中山間地域等直接支払制度の協定数が減少すると見込まれる。
- ④ 機械更新に伴う補助金・交付金への地元要望があるが、大規模農家対象で対応できていない。
- ⑤ 負担率の軽減要望を踏まえ、H25 年度より同事業を実施。負担軽減についての検討が必要。

■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況 (表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

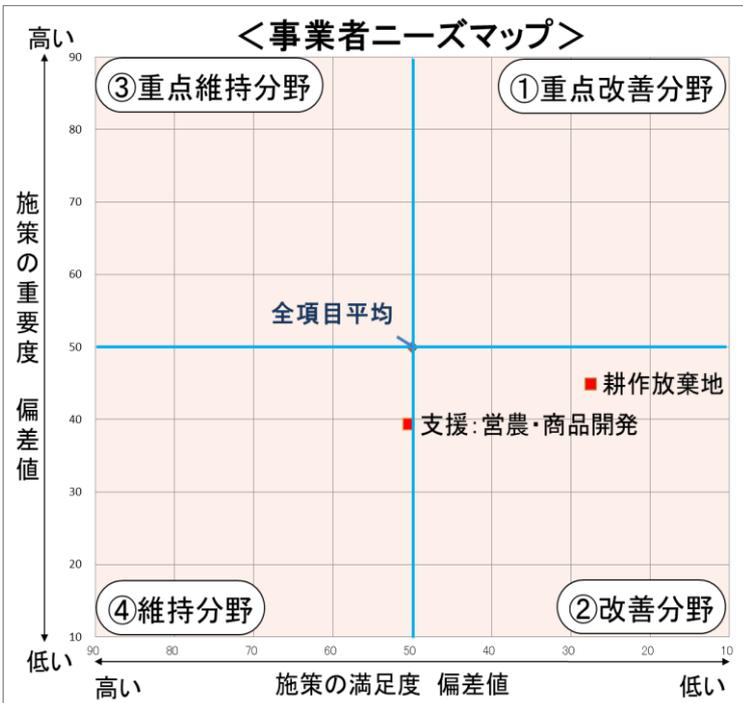
- ① 県有種雄牛産子
- ② 市営牧場運営
- ③ 優良雌牛奨励
- 以上①②③

県有種雄牛を活用した“奥出雲和牛”のブランド化を図るため、県有種雄牛の指定交配を条件とした肉用牛の保留・導入を行う事業で、実施により県有種雄牛の指定交配への関心が高まった。

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
①	活動指標	肉用牛優良雌牛奨励事業補助金による保留・導入数	件	17	19	2
	対象指標	和牛飼養農家	戸	163	137	128
	成果指標	繁殖和牛飼養頭数	頭	612	557	513
②	活動指標	利用農家数	戸	4	5	10
	対象指標	和牛飼養農家	戸	163	137	128
	成果指標	利用農家数	戸	4	5	10
		飼養頭数	頭	3,892	3,876	3,835
③	活動指標	県有種雄牛産子造成奨励事業頭数	頭		15	14
	対象指標	和牛飼養農家	戸		137	127
	成果指標	保留・導入頭数	頭		19	2
		繁殖和牛飼養頭数	頭		554	513

■関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「耕作放棄地」は、満足度は23位(24項目中)と低い水準にあり、一方で重要度もやや低い14位(24項目中)で改善分野であった。また、「営農・商品開発」は、満足度では12位(24項目中)、重要度がやや低い18位(24項目中)で維持分野であった。



耕作放棄地 ②改善分野			
事業者ニーズ	8.26	7/24位	
満足度	重要度		
数値	-2.31	数値	4.21
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	23/24位	順位	14/24位

支援:営農・商品開発 ④維持分野			
事業者ニーズ	-5.65	16/24位	
満足度	重要度		
数値	-0.65	数値	3.97
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	12/24位	順位	18/24位

■新ビジョン策定に向けた課題

- ① 繁殖和牛農家数及び繁殖和牛の飼養頭数の減少に歯止めが掛かっていない。
- ② 補助上限額の引上げの要望がある。
- ③ 補助条件の指定交配期間の見直しを求める意見がある。

■指標に見る達成状況 概観

前期計画期間における技術革新分野においては、中小企業者等に向けた新産業創出を支援する事業の活用等により「新製品開発件数」「工業付加価値額」「企業誘致」に関する指標が順調に推移した。

一方、「助成金対象企業増加 常用従業員数」では数値は減少傾向にある。
新規高校卒業者の管内就職率は、およそ 55%～60%で推移している。

■事業所アンケートにみる改善ニーズ 概観

技術革新分野に関連する項目を見ると、「労働力確保」「人材育成」「専門的人材」の3項目が重点改善分野に位置付けられた。

一方、「道路網」「土地等確保」の2項目については重点維持分野に分類された。

■新ビジョン策定に向けて 概観

- ・企業誘致促進に向け、誘致支援対策の検討。
- ・新規会員、商工会の巻き込み等で体制を再構築するなど、受益機会の見直し。
- ・管内高校生の地元就職率、定着率の向上。
- ・開発された製品の販売状況等、事業成果の追跡調査。
- ・企業アンケート調査等事業所の現況把握。
- ・産業人材確保・育成。
- ・企業誘致の継続的な推進。

(1)機械金属製造業の高度化と建設業等の構造転換

①機械金属製造業の競争力強化と新分野進出

「ものづくり産業」の高付加価値化

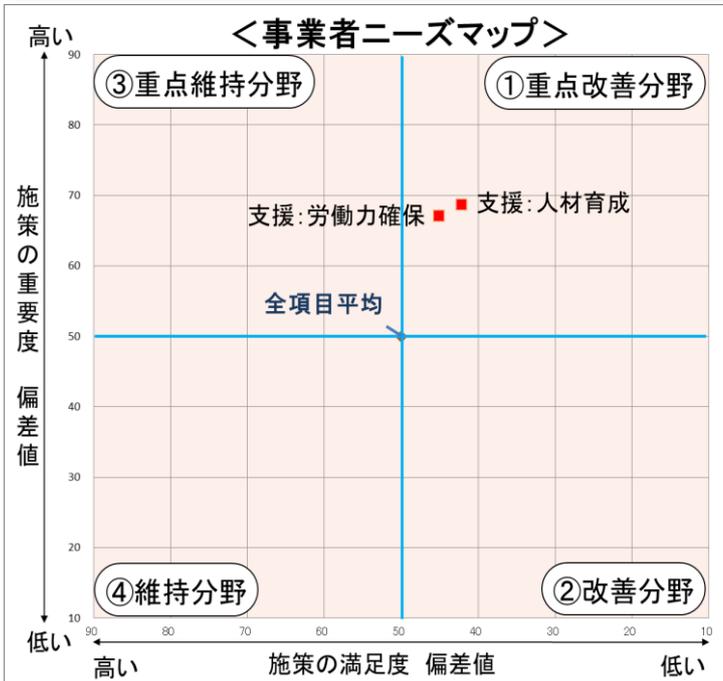
■前ビジョン期間の主な取り組みと達況状況 (表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
①	活動指標	企業立地助成金申請数	件	8	10	10
		雇用促進助成金申請数	件	1	3	1
	対象指標	企業立地認定件数	件	6	8	8
②	活動指標	企業視察実施高校数	校	5	5	5
		対象指標	会員企業数	社	26	26
	成果指標	助成金対象企業の増加 常用従業員数	人	35	28	14
③	活動指標	新規高校卒業者の管内 就職率	%	60.6	54.9	60.0
		対象指標	補助事業活用件数	件	14	11
	対象指標	事業所数	事業所	117	120	120
	成果指標	新製品開発件数	件	3	5	8

- ① 企業立地促進対策助成事業
工業製品出荷額年間約 900 億円規模となり、県下第 4 位に位置するものづくり産業立地市となっている。
- ② 雲南雇用対策協議会
会員企業のニーズ(フォローアップ、求人確保、若手社員への研修事業等)に応える事業が推進できている。
- ③ 中小企業者等新産業創出支援事業
新製品開発、製品の高度化のための実証試験データが得られ、販路拡大につなげることができたとの意見が寄せられている。

■関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「労働力確保」は、満足度が 16 位(24 項目中)とやや低い水準にあり、重要度は 5 位(24 項目中)と高く、重点改善分野となった。また、「人材育成」は、満足度が 19 位(24 項目中)と低い水準にあり、一方で重要度は 3 位(24 項目中)と高く、同じく重点改善分野であった。



支援:労働力確保 ①重点改善分野			
事業者ニーズ	12.03	5/24位	
満足度		重要度	
数値	-1.04	数値	5.13
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	16/24位	順位	5/24位

支援:人材育成 ①重点改善分野			
事業者ニーズ	15.26	3/24位	
満足度		重要度	
数値	-1.25	数値	5.20
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	19/24位	順位	3/24位

■新ビジョン策定に向けた課題

- ① 企業誘致促進に向け、誘致支援対策を検討する必要がある。
- ② 新規会員、商工会の巻き込み等で体制を再構築するなど、受益機会の見直しが必要。管内高校生の地元就職率、定着率の向上は、今後も島根県や関連団体と一層の連携をして対処する必要がある。
- ③ 開発された製品の販売状況等、事業成果の追跡調査が必要。

「ものづくり産業」の高付加価値化

(1)機械金属製造業の高度化と建設業等の構造転換

②建設業等の構造転換に向けた起業化活動

ビジョン期間の主な取り組みと達成状況

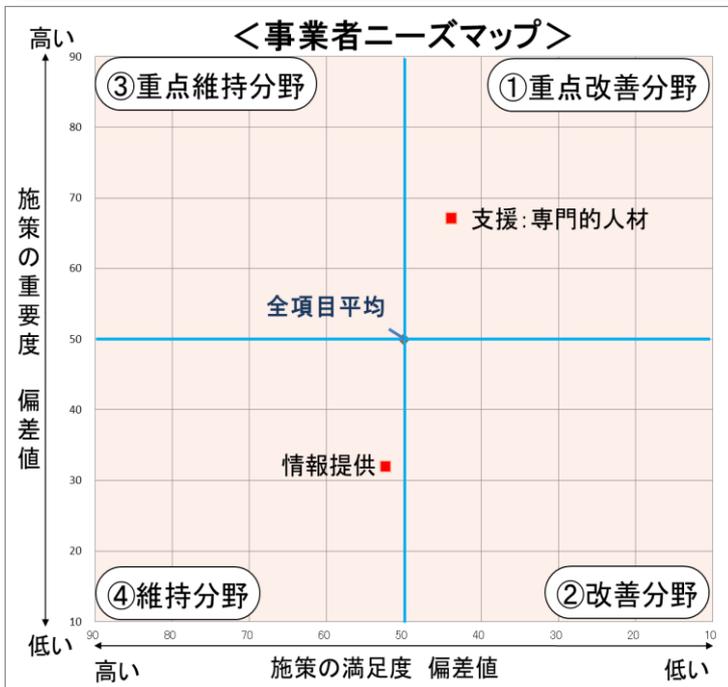
(表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
①	活動指標	企業立地認定件数	件	3	1	1
	対象指標	工業事業所数	社	99	92	未公表
	成果指標	工業付加価値額	億円	321	348	未公表
②	活動指標	県主催のセミナー参加	回	2	2	2
		市内既存企業へのフォローアップ	件	17	17	17
	成果指標	起業支援情報取得数	件	2	2	2
③	活動指標	企業訪問回数(市内外)	件	270	270	270
		産業振興セミナー・交流会開催数	回	3	2	1
	対象指標	製造業事業所数	社	99	92	
	成果指標	立地認定件数	件	3	1	4

- ① **ものづくり人材育成事業**
ものづくり経営革新塾(主催:雲南市商工会)全5回(H21、H22)等に取り組み、現場の改善を通じた現場リーダー育成に取り組む。
- ② **島根県企業誘致対策協議会参画事業**
島根県による企業誘致目的セミナーに参加。様々な企業情報を得ることができた。
- ③ **産業振興センター運営事業**
合併以来34件の企業立地認定。内8社が誘致企業。立地計画上の雇用数は常用・パートを含め776名となった。「しまね産業振興財団」「中国経済産業局」との連携により企業ニーズに合った相談体制を構築。「機械要素技術展」などの出展の橋渡しを実施。

■ 関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「専門的人材」は、満足度が17位(24項目中)と低い水準にあり、一方で重要度は4位(24項目中)と高く、重点改善分野であった。また、「情報提供」では、満足度は9位(24項目中)とやや高く、重要度が20位(24項目中)と低い水準にあり、維持分野であった。



支援: 専門的人材 ① 重点改善分野			
事業者ニーズ	13.09	4/24位	
満足度		重要度	
数値	-1.13	数値	5.14
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	17/24位	順位	4/24位

情報提供 ④ 維持分野			
事業者ニーズ	-10.61	20/24位	
満足度		重要度	
数値	-0.51	数値	3.67
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	9/24位	順位	20/24位

■ 新ビジョン策定に向けた課題

- ① 特定企業に偏らず、多くの事業所の参加を得る必要がある。
- ② セミナー参加事業所のみからの情報収集であり、企業アンケート調査等による総合的な検討が必要。

■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況

① スマート IC 設置事業（神原企業団地）

神原企業団地整備とこれに関連する市道整備等アクセス確保にあわせ、国道～市道～松江自動車道を結ぶ「スマートIC」整備に向け、国土交通省に向けた整備要望活動を実施している。

神原企業団地整備はH30年度分譲開始予定。これにあわせたスマートIC整備が必要。

② 企業団地整備事業

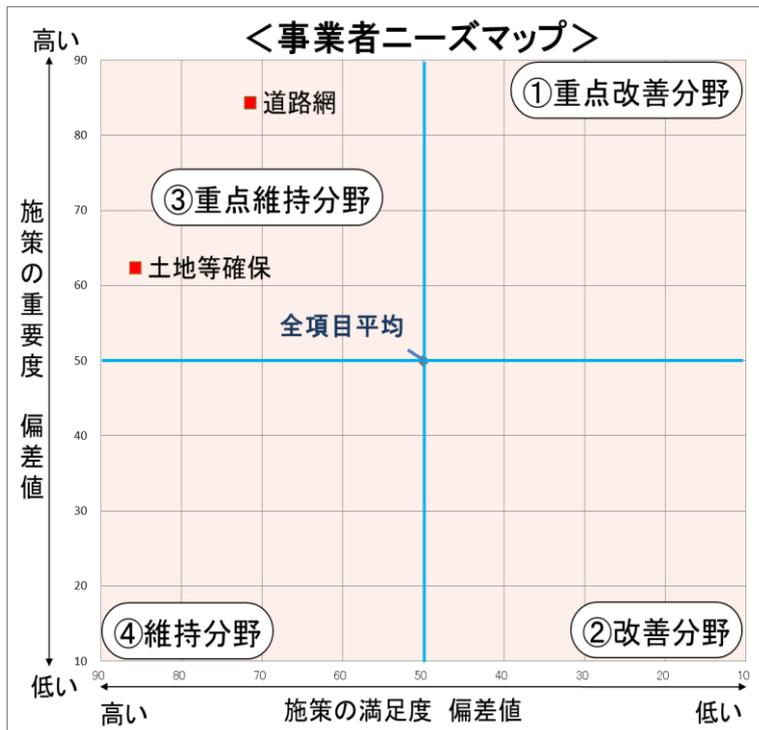
H24年度産業集積拠点形成アクションプランを策定。これにより加茂町松江自動車道沿線に新たな企業団地整備について盛り込む。H25年度、神原企業団地概略設計実施。南加茂企業団地内のアクセス向上を目指した市道改良計画の概略設計着手。H26年度、国道54号～神原企業団地～松江自動車道を結ぶ新道設置・既存道路改良等について概略設計着手した。

③ 雲南市産業振興センター開設（H17年11月開設）

ナショナルブランド企業の経営のトップや元現場の設計製造責任者等を外部人材として登用したことにより、一定の経営支援機能を備えている。企業間交流会や新たな行政支援メニューの検討・策定が実現している。

■関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「道路網」は、満足度が3位(24項目中)と高い水準にあり、重要度は1位(24項目中)と最も高く、重点維持分野であった。また、「土地等確保」は、満足度が1位(24項目中)と最も高く、重要度は8位(24項目中)と高い水準にあり、同じく重点維持分野であった。



道路網 ③重点維持分野			
事業者ニーズ	5.81	8/24位	
満足度		重要度	
数値	0.87	数値	5.85
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	3/24位	順位	1/24位

土地等確保 ③重点維持分野			
事業者ニーズ	-10.93	21/24位	
満足度		重要度	
数値	1.90	数値	4.93
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	1/24位	順位	8/24位

■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況

① しまね産業振興財団への職員出向

平成 25 年 2 月に包括的業務協力協定を締結し、H26 年度から「しまね産業振興財団」へ職員を派遣。中国経済産業局への職員出向同様、人的ネットワークの構築と専門的知識や経験習得に役立っている。

② 中国経済産業局との連携

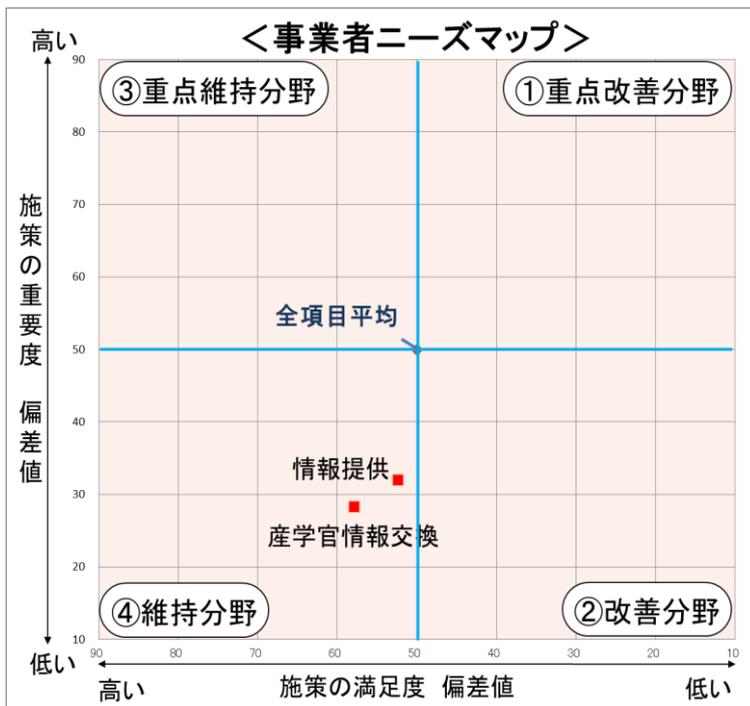
H20 年度から中国経済産業局との人事交流を推進。本市から 3 名の職員が出向し、企業誘致や立地をはじめ、産業振興全般にわたる幅広い知識・経験習得に結びついている。出向後は産業推進課(産業振興センター)に配置され、修得した知識や経験、幅広いネットワークを業務に役立てている。

③ トップセールスを含めた企業誘致活動

島根県誘致対策協議会主催の企業立地セミナーへの参加のほか、市内企業訪問を年間通じて実施している。また、食品関連機器製造業者が集積する愛知県・名古屋方面への企業訪問に力を入れている。

■ 関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「産学官情報交換」は、満足度では 6 位(24 項目中)と高く、重要度が 23 位(24 項目中)と低い水準にあり、維持分野であった。また、「情報提供」は、満足度は 9 位(24 項目中)とやや高く、重要度が 20 位(24 項目中)と低い水準にあり、同じく維持分野であった。



産学官情報交換 ④維持分野			
事業者ニーズ	-16.66	24/24位	
満足度		重要度	
数値	-0.12	数値	3.51
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	6/24位	順位	23/24位

情報提供 ④維持分野			
事業者ニーズ	-10.61	20/24位	
満足度		重要度	
数値	-0.51	数値	3.67
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	9/24位	順位	20/24位

■指標に見る達成状況 概観

前期計画期間における都市創造分野においては、「雲南市地域商業活性化支援事業の補助事業実施件数」「軽トラック市開催回数」に関する指標については順調に推移した。

また、「経営指導員による指導等回数」は、に関する指標については24年度の82回を最高に、25年度も73回を実施した。

■事業所アンケートにみる改善ニーズ 概観

都市創造分野に関連する項目を見ると、「商店街振興」が重点改善分野となった。

また、「コミュニティ・ビジネス」「買物空間」「まちづくり」の3項目は改善分野であった。

「商店街振興」は事業者ニーズにおいて全24項目中1位であった。

■新ビジョン策定に向けて 概観

- ・商業基盤の中核づくりと地域商業空間の確保。
- ・補助金交付後の該当事業の立ち上がり支援、市・関係機関による支援体制の強化。
- ・地域内経済循環、地域商業の活性化支援。

都市の高度化による「生活産業」の充実

(1) 都市計画をふまえたにぎわい拠点の創出

① 集客性の高いにぎわい拠点・商業集積の整備促進

■ 前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況 (表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

① 中心市街地活性化事業

合併 10 年を迎え、中心市街地エリアの設定が実現。活性化計画を前進させることで、集客性の高いにぎわい拠点、商業集積の整備促進を進める。

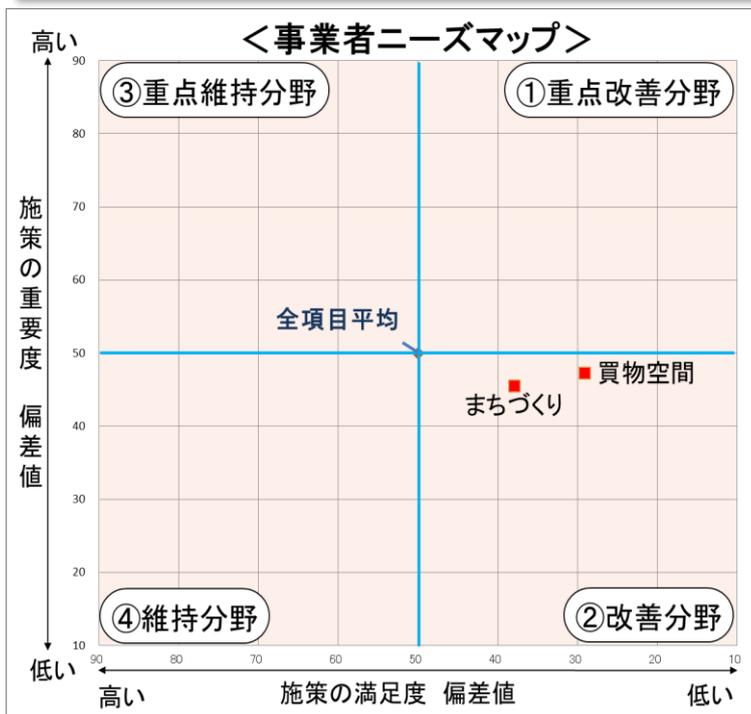
② 都市計画マスタープラン策定事業

商業施設や業務施設をはじめ、市役所新庁舎など公共公益施設の立地促進を図り、交通の要衝である三刀屋木次 IC 周辺地域と円滑に連絡し、賑わい創出の都市の顔づくりを推進するベースができた。

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
②	活動指標	策定委員会開催数	回	2	2	5
	対象指標	雲南市人口	人	42,279	41,898	41,333

■ 関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「買物空間」は、満足度は 22 位(24 項目中)と低い水準にあり、重要度は平均と同じ水準の 12 位(24 項目中)で改善分野であった。また、「まちづくり」は、満足度は 21 位(24 項目中)と低い水準にあり、重要度は平均と同じ水準の 13 位(24 項目中)で改善分野であった。



買物空間 ②改善分野			
事業者ニーズ	8.81	6/24位	
満足度		重要度	
数値	-2.19	数値	4.30
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	22/24位	順位	12/24位

まちづくり ②改善分野			
事業者ニーズ	3.51	9/24位	
満足度		重要度	
数値	-1.56	数値	4.23
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	21/24位	順位	13/24位

■ 新ビジョン策定に向けた課題

- ① H26 年度に雲南市商工会が事業主体となって「FS(可能性調査)」を実施。事業導入に向けた内容検討が課題。

都市の高度化による「生活産業」の充実

(2)地域に密着したコミュニティ・ビジネスの促進

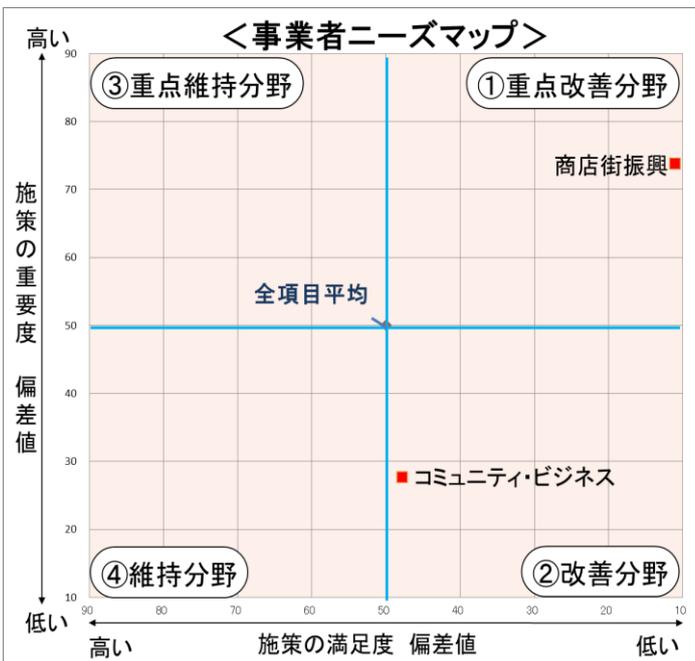
①暮らしを支える生活支援ビジネスの起業促進

■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況 (表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
①	活動指標	市と商工会の相談件数	件	240	240	250
	対象指標	小売業事業者数 ②③とも	事業者	515	515	515
		商工会員数		1,276	1,263	1,263
成果指標	経営指導員による指導 等回数	回	56	82	73	
②	活動指標	補助申請件数	件	4	7	8
	成果指標	補助事業実施件数	件	4	7	8
③	活動指標	商業事業者等への指導 相談件数(商工会全体)	件		4,019	4,179
	成果指標	小売業年間販売額			37,634	37,634
		軽トラック市開催回数	回		2	3

■関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「商店街振興」は、満足度が24位(24項目中)と最も低く、一方で重要度は2位(24項目中)と高く、24項目の中で最も事業者ニーズの高い重点改善分野であった。「コミュニティ・ビジネス」は、満足度は15位(24項目中)とやや低く、重要度は最も低い24位(24項目中)で、改善分野であった。



商店街振興 ①重点改善分野			
事業者ニーズ	38.81	1/24位	
満足度		重要度	
数値	-3.50	数値	5.41
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	24/24位	順位	2/24位

コミュニティ・ビジネス ②改善分野			
事業者ニーズ	-9.82	18/24位	
満足度		重要度	
数値	-0.84	数値	3.48
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	15/24位	順位	24/24位

■新ビジョン策定に向けた課題

- ① 今後も継続的に開催し、課題抽出しと解決、振興策を練る必要がある。
- ② 補助金交付後に撤退する事案等があり、行政と関係機関による、より強力な支援体制を望む声がある。
- ③ 尾道松江線が平成27年春に全線開通予定であり、開通に向けた商工振興策が必要である。

■指標に見る達成状況 概観

前期計画期間における資源活用分野においては、「観光入込客数」「道の駅利用者数」「市有林整備面積」「木材生産量」「有害鳥獣駆除頭数」「さくらの会会員数」に関する指標が順調に推移した。

「道の駅利用者数」に関しては、たたらば壺番地が開業し、1施設単独で年間50万人が来客した。

一方、「ふるさとフェア来場者数」「市産材利用量」に関する指標では、各数値が減少している。特に、「市産材利用量」24年度に比べ25年度は半分以下に減少した。

■事業所アンケートにみる改善ニーズ 概観

健康安全分野に関連する項目を見ると、「観光産業化」「まちづくり」「耕作放棄地」の3項目が改善分野となった。また、「伝統・技術」は維持分野であった。

■新ビジョン策定に向けて 概観

- ・高速道路からの誘導策。今後の方向性や情報発信の方法の検討。
- ・市内の観光資源の磨き上げ及び観光連盟との連携強化。
- ・松江尾道線開通に関する広島県内からの交流人口の変化の検証。
- ・交流人口拡大に向けた取り組みの強化。
- ・森林施業の集約・路網整備の実施。
- ・市産材の原木生産体制及び供給体制の強化。
- ・森林資源の継続的な活用。
- ・森林の保全と事業の安定実施。
- ・獣害被害における駆除者の確保、駆除体制の確立。

持続可能な「交流・循環産業」の創出

(1)雲南らしさを活かした交流事業の産業化

①雲南らしさを活かした産業観光の推進

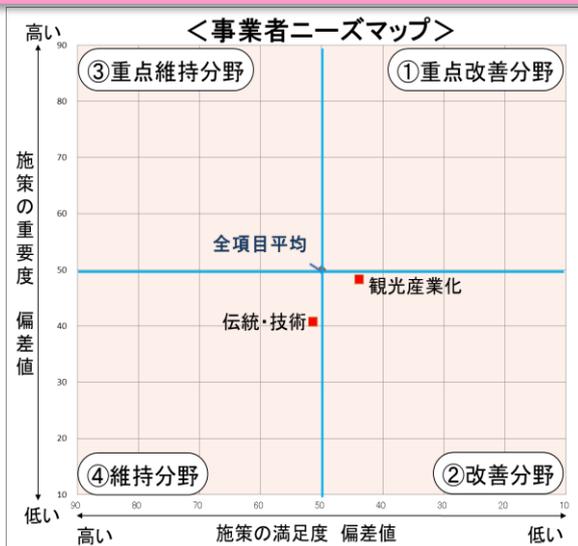
■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況 (表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度
① 活動指標	観光パンフ作成	部	45,000	10,000	52,000
	観光情報発信回数	回	400	400	400
	テレビラジオCM回数	回		30	157
② 成果指標	観光入込客数(市)①④とも	千人	950	966	1,504
② 成果指標	道の駅利用者数	人	231,255	212,328	600,000
③ 成果指標	圏域を訪れた観光客数		3,101	3,101	3,101
④ 活動指標	県外誘客活動回数	回	72	80	80
	外国人観光客誘致促進活動回数	回	5	5	5
⑤ 活動指標	テレビ等による情報発信回数	回	600	600	600
	ふるさとフェア開催数	回	1	1	1
⑤ 成果指標	ふるさとフェア来客数	人	181,000	163,000	

- ① 雲南神楽フェスティバル補助事業
合併以来毎年度開催し、本市を象徴するイベントとして定着しつつある。「神楽」の保存振興、魅力PRを通じて交流人口の拡大を図る。
- ② 道の駅連絡会
「たたらば壺番地」単館で年間50万人。鉄の道文化圏推進協議会参画事業たたら製鉄をテーマとした観光が地域資源として大きな魅力に拡大しつつある。
- ③ 島根県観光連盟参画事業
平成24年古事記編纂1300年、JRディスプレイネーションキャンペーン誘致、平成25年出雲大社・平成の大遷宮など、観光誘客を図る上での機会を得た。
- ④ 広島地区観光情報発信事業実行委員会参画事業
島根ふるさとフェアはH26年の第17回までの累計で2,563,023人が来場。

■関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「観光産業化」は、満足度は18位(24項目中)と低い水準にあり、一方で重要度もやや高い10位(24項目中)で改善分野であった。また、「伝統・技術」は、満足度は11位(24項目中)、重要度は17位(24項目中)とやや低く、維持分野であった。



観光産業化 ②改善分野			
事業者ニーズ	2.12	10/24位	
満足度		重要度	
数値	-1.13	数値	4.35
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	18/24位	順位	10/24位

伝統・技術 ④維持分野			
事業者ニーズ	-5.58	15/24位	
満足度		重要度	
数値	-0.58	数値	4.03
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	11/24位	順位	17/24位

■新ビジョン策定に向けた課題

- ① 一部の神楽団体からは後継者不足を理由に参加できないとの意向を聞いている。
- ② 今後の活用の、事業内容、負担金の金額は精査する必要がある。
- ③ 高速道路からの誘導策や今後の方向性や情報発信の方法についての検討が必要である。
- ④ 雲南市内の観光資源の磨き上げが重要。さらに観光連盟と連携を密にすることが大切である。
- ⑤ 広島県からの交流人口拡大につながったかを検証する必要がある。

持続可能な「交流・循環産業」の創出

(1)雲南らしさを活かした交流事業の産業化 ②グリーンツーリズムによる都市農村交流の促進

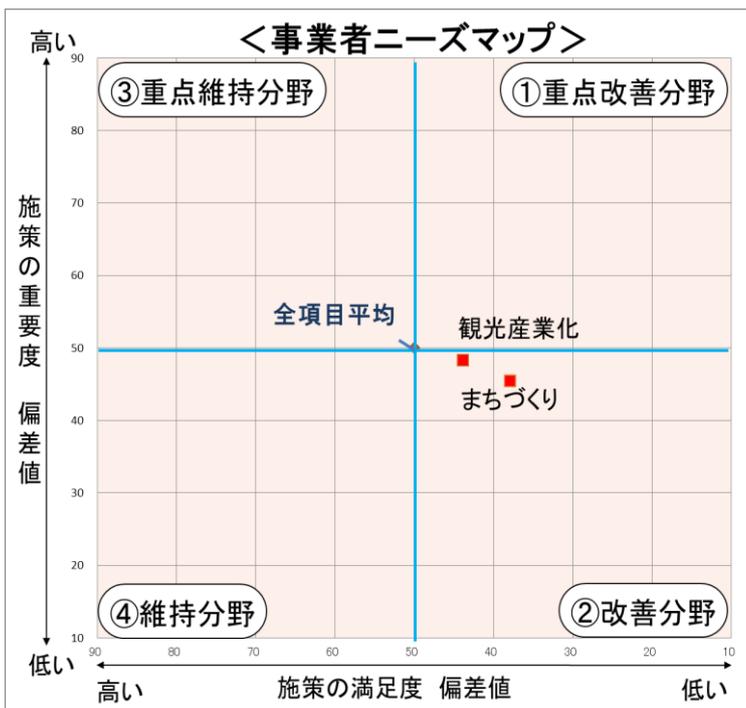
■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況 (表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

- ① 雲南市さくらの会補助事業
桜は雲南市のまちづくりシンボルであり、毎春 10 万人以上の集客がある。
- ② 雲南市さくら祭り
H19 年からブランド化事業と連携し、桜祭りと共催で雲南市を丸ごと体験する「体感フェア」を連続開催している。

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度
① 成果指標	サクラの会会員数	人	611	625	689
	桜植栽数(述べ)	本	108,892	108,995	109,033
活動指標	来場者数(斐伊川堤防桜並木)	千人	90	85	95
② 対象指標	日本の人口	千人	127,758	127,471	126,213
成果指標	観光消費額	百万円	3,715	未確定	未確定

■関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「観光産業化」は、満足度は 18 位(24 項目中)と低い水準にあり、一方で重要度もやや高い 10 位(24 項目中)で改善分野であった。また、「まちづくり」は、満足度は 21 位(24 項目中)と低い水準にあり、重要度は 13 位(24 項目中)で改善分野であった。



観光産業化 ②改善分野			
事業者ニーズ	2.12	10/24位	
満足度	重要度		
数値	-1.13	数値	4.35
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	18/24位	順位	10/24位

まちづくり ②改善分野			
事業者ニーズ	3.51	9/24位	
満足度	重要度		
数値	-1.56	数値	4.23
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	21/24位	順位	13/24位

■新ビジョン策定に向けた課題

- ① 将来的な基金維持。木次町の会員が多く、他地域の会員からより開かれた取り組みを望む声がある。
- ② さくら守が 1 名欠員の状況が続いており、解消が急がれる。

持続可能な「交流・循環産業」の創出

(2)自然環境と共生する循環産業の起業化

①計画的な森林管理と地元産木材の利用促進

■前ビジョン期間の主な取り組みと達成状況

(表) 前ビジョン期間の主な指標目標の達成状況

① 公有林整備事業

市有林を核とした林業振興モデル団地を4団体設定。森林組合に対し20年間の森林経営信託を実施。H25より各種事業を統合して公有森林整備事業として一本化。森林整備が進展している。

② 木材利用促進事業補助金

市産材を含めた県産材を50%以上使用して市内に住宅を新築、増改築するものを対象に助成金を交付。民間レベルでの県産材を含む市産材の利用効果が促進された。

③ バイオマス関連整備事業

森林バイオマス・エネルギー事業導入により、里山が再生し、また、林地残材を活用して再生可能エネルギー活用が進んだ。H24より毎年1台ずつ公共施設にチップボイラーを導入。

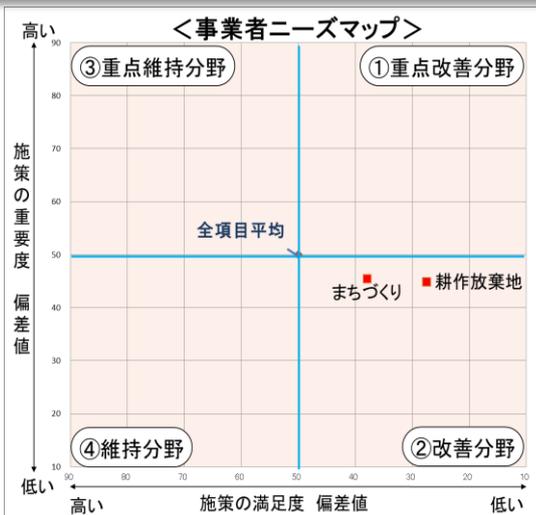
④ 有害鳥獣捕獲奨励事業

有害鳥獣による農地被害抑制に一定程度寄与している。

区分	指標名	単位	23年度	24年度	25年度	
①	活動指標	事業発注件数	件	5	4	4
		信託件数	件	5	5	5
	対象指標	市有林・市行造林地		858	859	868
		成果指標	公有林整備面積		7.7	4.9
②	活動指標	交付申請数	件	13	17	9
		雲南市産材利用量	m ³	101	160	74
		市内の島根県木材協会会員	社	25	25	24
		成果指標	市産材利用量	m ³	100.9	159.5
③	活動指標	市民参加型収集運搬登録者	人	0	116	175
		市民参加型収材積	トン	0	250	745
		木質チップボイラー数	機	0	1	1
	対象指標	雲南市森林面積	ha	43,803	43,799	43,803
成果指標	木材生産量	m ³	10,073	18,614	19,827	
④	活動指標	駆除申込件数	件	152	107	63
	対象指標	駆除班員	人	152	163	157
	成果指標	有害鳥獣駆除頭数(インシシ等)	頭	1,138	1,852	2,226

■関連施策に関する事業者意識

本項に関連する事業者ニーズマップを見ると、「耕作放棄地」は、満足度は23位(24項目中)と低い水準にあり、一方で重要度もやや低い14位(24項目中)で改善分野であった。また、「まちづくり」は、満足度は21位(24項目中)と低い水準にあり、重要度は平均と同じ水準の13位(24項目中)で改善分野であった。



耕作放棄地 ②改善分野			
事業者ニーズ	8.26	7/24位	
満足度	重要度		
数値	-2.31	数値	4.21
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	23/24位	順位	14/24位
まちづくり ②改善分野			
事業者ニーズ	3.51	9/24位	
満足度	重要度		
数値	-1.56	数値	4.23
全項目平均	-0.69	全項目平均	4.42
順位	21/24位	順位	13/24位

■新ビジョン策定に向けた課題

- ① 造林補助金のみでは計画的な森林整備が難しい状況。制度の改正に伴い、施業集約・路網整備の実施が必要。
- ② 市産材の原木生産体制や供給体制の強化を図る必要がある。
- ③ 森林資源の活用を持続的に行うことにより、森林の保全と事業の安定実施を図る必要がある。

2. わが国経済産業政策の展開方向

本ビジョンの策定にあたり、国を取り巻く人口動向及び経済政策の展開方向について、以下のとおり整理した。

(1) 人口減少社会の進行による経済活動への影響

日本創成会議においては、平成 26 年に『成長を続ける 21 世紀のために 「ストップ少子化・地方元気戦略」』を掲げ、その中で「人口減少は地方の中山間地域において急激に進行しているが、今後は都市部においても同様の状況が進む」とし、人口減少が極めて深刻な状態にあることを指摘した。

わが国の人口は平成 20 年をピークとして減少に転じるとともに、少子高齢化が同時進行する段階にある。今後も現在の人口減少傾向がさらに進行した場合、国内の既存市場の縮小などの影響も懸念され、地域経済における経営環境はいつそう厳しさを増すことが予測される。一方、女性の社会進出が進むなかで、子育て支援ニーズや高齢化による医療・福祉産業への需要が増大することから、当該分野での事業機会は拡大することが予測される。

このような状況を踏まえ、社会構造の変化に対応した商品・サービスの提供や、大都市市場及び海外市場への参入等を見据えた支援の必要性が高まっている。また、生産年齢人口の減少により労働力不足が徐々に顕在化しており、将来を見据えた企業活動や後継人材の不足など、産業活力の低下を招きかねないリスク要因が顕在化している。

今後は、高齢社会、男女共同参画社会にふさわしい、働きやすい職場環境づくりに向けた事業者支援や多様化・高度化する人材ニーズへの対応を進め、産業人材の確保・育成に取り組む必要がある。

(2) 『日本再興戦略 2014 改定版 - 未来への挑戦 - 』に示された経済政策の基本方向

国は、2014 年に「日本再興戦略 2014 改定版 - 未来への挑戦 - 」を策定し、いわゆる岩盤規制に対する改革、「稼ぐ力」の強化、「世界でトップレベルの雇用環境」の実現、といった観点から改革に取り組むことなどを盛り込んだ、基本となる経済戦略を示した。その概要は以下のとおりである。

① 企業の生産性の向上

グローバル化の進む経済活動においては、産業競争力の強化が喫緊の課題となっている。

しかし、日本企業の生産性は欧米企業に比して低く、特にサービス業等の非製造業分野の生産性の低さが大きな問題となっている。

国においては、日本再興戦略において、サービス業等の生産性の底上げを行うとともに、大胆な事業再編を通じた選択と集中を進め、将来性のある新規事業への進出や海外展開を促進している。また、情報化による経営革新の推進など、企業の「稼ぐ力」の向上を促進することとしている。

そこで、既存企業の変革とベンチャー企業の加速化による成長分野をけん引する担い手を育成するための対策を講じることとしている。これにより、グローバル競争に打ち勝つ攻めの経営判断を後押しする仕組みを強化や、収益性・生産性の高い分野への集中的な支援や雇用シフトの改善がより進むものと考えられる。

② 立地競争力の強化

国際的な立地競争力を高める政策を推進し、国内外企業から日本への投資を促すことをめざしており、環太平洋パートナーシップ (TPP) をはじめとする経済連携交渉を加速させることを重要な方針として位置づけている。あわせて、モノ・サービス・投資のグローバル化を促進する環境の整備、成長志向型の法人税改革等により、立地競争力を強化し、グローバルなヒト・モノ・カネを呼び込むことをめざすとしている。特に、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催も視野に入れ、直接投資残高の倍増目標の達成を目標とする取り組みを推進することとしている。

③ 技術革新と新たなビジネスモデルの創出

変革のスピードが増す製造業のイノベーションの波に打ち勝つため、産学官の連携による研究・人材・資金の融合化を図り、革新的な技術シーズを創出するとともに、新製品や新たなビジネスモデルへつなげるための「橋渡し」を進める「イノベーション・ナショナルシステム」を構築することともに、世界最高の知財立国を目指すこととしている。

日本の研究開発型産業におけるイノベーションの象徴とも言えるロボット技術を工場の製造ラインに限らず、医療、介護、農業、交通など生活に密着した現場で活用し、少子高齢化の中での人手不足やサービス部門の生産性の向上という日本が抱える課題の解決の切り札にすると同時に、世界市場を切り開いていく2020年を目途とし、成長産業に育成していくための戦略を策定することとしている。

④ 女性の更なる活躍促進と働き方改革

同戦略においては、「女性の力」を我が国最大の潜在力と位置づけ、これを最大限発揮できるようにすることで、産業人材の確保や官民現場における活躍と活性化を図るため、役員の女性比率や女性の登用方針等を積極的に情報開示することを促すとしている。また、税制・社会保障制度等を女性の働き方に中立的なものとするための検討を図り、「2020年に指導的地位に占める女性の割合を30%」を目標とする新法の提出を含めた総合的な検討に着手することとしている。

さらに、産業人材の流動化による経済活力を引き出すことを目的とし、行き過ぎた雇用維持型の政策から労働移動支援型の政策へと転換を図ることとしている。このため、多様な価値観や経験、技術を持った海外人材が国内で能力を発揮しやすいよう、技能実習制度の拡充、建設業及び造船業に従事する技能者の就労を円滑化するための緊急措置を整備することとしている。

また、今後、日本への留学生や海外の優秀な人材が日本で働き暮らしやすくするため、国家戦略特区の活用にとどまらず、中長期的視点に立って総合的な検討を進めることとしている。

⑤ 成長産業の競争力強化

今後、農業が競争力と魅力ある産業に転換し、自律的な地域経済の牽引役として成長できるよう、意欲と経営マインドを持った農業の担い手が企業の知見も活用して活躍できる環境の整備に取り組むこととし、農業経営環境の革新と農地集積バンクにより、農地の有効活用を促進することとしている。これにより、若者の地方回帰の受け皿としての可能性を拡大し、新しい農業の展開につなげる仕組みづくりを促進することとしている。

さらに、農業の担い手が将来への希望と安心感を持てる農政の大転換を図り、攻めの農林水産業の展開に向けた構造改革を多面的に実行することとしている。具体的には、①農業委員会・農業生産法人・農業協同組合の在り方の一体的見直しによるスピード感ある農業経営体制の構築、②流通とマーケティング、6次産業化を含めた国内のバリューチェーンの再構築、③バリューチェーンを国際市場との連結強化、新たな国内市場

の開拓の3つの柱により、高い付加価値とブランド力強化により、地域経済の牽引役たりうる攻めの農林水産業の展開を図ることとしている。

一方、国民の健康寿命の延伸を目標に掲げ、革新的医療技術を世界に先駆けて実用化するための医療分野の研究開発に係る司令塔の創設や、セルフメディケーション実現のための健康寿命延伸産業の育成などの取り組みを強化している。

さらに我が国が超高齢化社会を迎え、急激な人口減少に直面する地方において、医療介護サービスを持続的かつ効率的に提供していくという社会課題の解決を図る必要に迫られていることから、①医療介護等を一体的に提供するための新たな法人制度の創設等により、医療介護サービスの効率化・高度化を図り、地域包括ケアを実現することで、医療介護の持続性と質の向上を両立すること、②健康増進・予防へのインセンティブを高めることにより公的負担の低減と公的保険外の多様なヘルスケア産業の創出を両立すること、③保険外併用療養費制度の大幅拡大により多様な患者ニーズへの対応と最先端技術・サービスの提供を両立することの3つを重点とし、社会保障の持続可能性の確保、質の高いヘルスケアサービスの提供、健康産業の活性化の同時実現を目指すこととしている。

⑥ 地域活性化と中堅・中小企業・小規模事業者の革新

若者を含めた魅力ある雇用の場の創出は、地方再生においてもっとも重要な施策のひとつであることから、国においては、地域を支える企業の合従連衡や新陳代謝を通じて、収益性・生産性の一定程度の向上を図り、地域の雇用と賃金の安定の実現を図ることが重要としている。その上で、地方自治体において、地域金融機関等と連携し、専門人材の活用、中小・小規模事業者に対するきめ細かい支援を行うこと、また、地域の資金が域内で再投資されて、地域の好循環を実現する仕組みづくりが重要としている。

また、多様な地域資源を活用した地域ぐるみの農林水産業の6次産業化の推進、酪農家の創意工夫を活かしたビジネスの促進、農林水産物の輸出促進など農林水産業の成長産業化の取組によって、地域に魅力ある雇用の場の創出、また、観光産業の振興を図るため、国内外への情報発信力の強化のほか、更なるビザ発給要件の緩和や出入国手続きの迅速化・円滑化、様々な外国語・文化への対応等により世界に通用する魅力ある観光地域づくりを進め、アジアをはじめとする地域の旺盛な観光需要の取込みを図ることが重要であるとし、いずれもやる気のある地域の活動を伴走型で支援することとしている。

⑦ 地域経済構造の改革

急速に人口減少が進む地方にあって、活力ある地域経済社会を構築するため、医療介護等の公的サービス、都市機能、競争力のある地域企業を核とした産業の集積を進めるとともに、他都市・他地域との広域的な人・情報の交流・連携を拡大することが重要であるとしている。

その上で、地域に根ざした中小・小規模事業者等の自発的な挑戦を促し、地域の特色を活かした新産業を育成し、地域経済を再構築する戦略の必要性を訴えており、国においては、東京への一極集中傾向に歯止めをかけるとともに、少子化と人口減少を克服することを目指した総合的な政策の推進するため、司令塔となる本部を設置し、政府一体となって取り組む体制を整備することとしている。

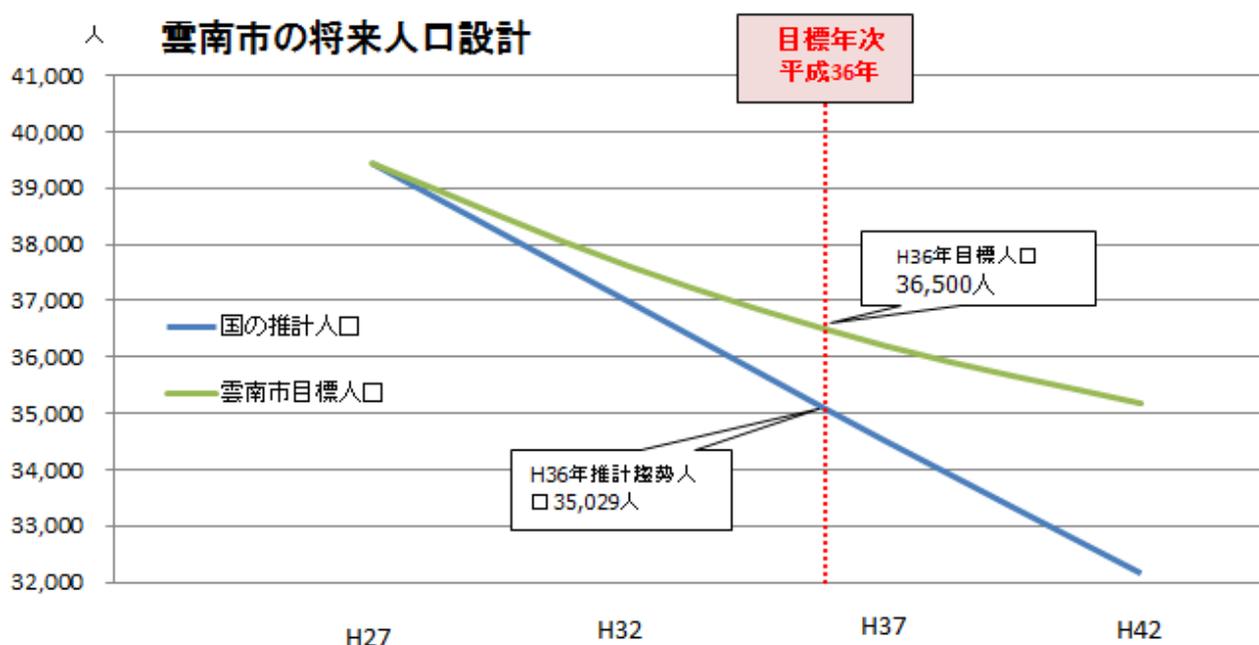
3. 本市産業の現状

(1) 第2次雲南市総合計画における人口目標の設定と産業振興の将来像

第2次雲南市総合計画期間においては、人口動態における社会減を抑止することをめざし、特に、20・30歳代を中心とした子育て世代の市外流出の抑制、移住・交流人口の確保に取り組むこととしている。そのためには「人づくり」や「若者誘致」を進めることで、雲南市の若者と全国から集まった若者がいきいきと課題解決にチャレンジをするまちをめざすこととする。

産業分野においては「挑戦し活力を産みだすまち」を実現するため、地域資源を大切にし、6次産業化や地場産業の連携、農商工連携の活動を一層強め、地域経済の好循環を生み出す取り組みを進める。また、地域資源をさらに磨きあげ、積極的に市外へ伝え、交流を拡大し、産業として育てるよう努めることとする。

農林業や観光、中小企業の振興に加え、企業立地のための環境整備を図るとともに、創業者や経営者の活力ある産業振興に向けた挑戦を支援する。そして魅力ある雇用の場の拡充や雇用機会を確保するため、子育て環境整備、教育環境の充実、住宅施策などと一体的に推進することにより、若者流出の抑制と転入人口の増加促進を図り、長期的な出生数の向上につなげることをめざす。



推計人口は、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(H25.3推計)」

※1 出生数から死亡数を引いた人口が減少している状態

※2 転入数から転出数を引いた人口が減少している状態

* 上グラフ 第2次雲南市総合計画基本構想より転載

(2) 産業構造の概観

① 市内の労働力

平成 22 年国勢調査結果によれば、本市の労働力人口は 22,224 人（完全失業者含む）で、前回平成 17 年調査（23,579 人）よりも 1,355 人の減少となっている。完全失業者数は、今回調査で 713 人と、前回調査（767 人）に対し、54 人、割合にして 7.0%減少となっている。産業別従事者の割合を見ると、第 1 次産業が 2,337 人で全体の 10.9%、第 2 次産業が 6,279 人で全体の 29.2%、第 3 次産業が 11,823 人で全体の 55.0%となっており、第 3 次産業従事者が、全体の過半数を占めている。

産業別従事者の割合を見ると、第 1 次産業が 2,337 人で全体の 10.9%、第 2 次産業が 6,279 人で全体の 29.2%、第 3 次産業が 11,823 人で全体の 55.0%となっており、第 3 次産業従事者が、全体の過半数を占めている。

② 事業所・企業数及び従業者数

平成 24 年の経済センサスによれば、本市の事業所の総数は 1,966 事業所、従業者数では 13,550 人でともに県内 6 位となっている。このうち事業所の産業別内訳では事業所数では、卸・小売業が 505 事業所、建設業が 354 事業所の順となっている。

一方、従業者数では製造業が 3,856 人でもっとも多く、次いで卸・小売業で 2,451 人となっている。なお、上位 2 業種に従事する人の合計は、市従業者数の約 46.6%に相当する。

③ 市内総生産と一人当たり市民所得の推移

島根県県民経済計算によれば、市内総生産は平成 18 年に 1,017 億 9 千 2 百万円であったものが、平成 21 年には 988 億 3 千 1 百万円にまで大きく減少した。これは、国内外経済に大きな打撃を与えたいわゆるリーマン・ショックによる影響が大きな要因であると考えられる。その後、平成 23 年には東日本大震災発災など引き続き大きな外部要因変化があり、987 億 2 千 8 百万円とさらに減少した。

一方、平成 23 年における本市の一人当たり市民所得は 251 万 4 千円で、松江市（262 万 4 千円）に次いで県内 2 位と高水準にある。

④ 第 2 次雲南市総合計画基本構想における産業政策の展開方針

本市の今後のまちづくりの最上位計画である第 2 次総合計画基本構想においては、基本理念である「生命（いのち）と神話が息づく 新しい日本のふるさとづくり 「課題先進地」から「課題解決先進地」へ」に基づき、地域資源に根ざした 6 次産業化、地場産業間連携、農商工連携の強化、観光交流産業の確立などにより、地域経済の連関性向上に向けた取り組みを進めることとしている。

(3) 産業別の現状

① 農 業

本市の農業は、水稻生産のほか、畜産・酪農などが盛んである。特に有機農業や安全性に配慮した酪農などについては全国的にみても先駆的な取り組みが多く存在しているほか、農産加工、産直市での販売等、食品製造業や販売と一体化した6次産業化の取り組みも進められている。

2010年の販売農家は2,988戸であり、県内では出雲市(3,838戸)に次いで第2位であるが、本市平成17年調査時(3,452戸)に比べて13.4%の減少となった。そのうち7割以上が「販売なし」販売額「50万円未満」の零細な農家であった。農業就業人口では、平成17年の4,922人から3,363人と31.7%の減少となった(出典:農林業センサス)。

農業における市内総生産額は、平成18年に24億2千万円であったものが、平成21年には21億7千万円まで減少した。しかし、平成23年には24億6千5百万円まで回復した(出典:島根県市町村民経済計算)。

農業は本市の基幹産業のひとつであり、今後は豊かな食の資源を活かした付加価値の高い生産振興、ブランド化、輸出推進、農商工連携、6次産業化など収益性向上を図る取り組みが求められている。一方、集落営農組織の設立状況をみると、平成17年には4団体であったものが平成26年には18団体にまで増加しています。

② 林 業

林業においては、豊富な森林資源を有する本市ではあるが、低廉な輸入材に押され、木材価格が低迷するなかで業界全般の活力が低下している。主な事業は、植林、育林のほか、木材の利用促進を図るための間伐材利用による商品開発などである。

2010年の農林業センサスによると林業家は3,759戸で保有山林面積は5,681haである。林家以外の林業経営体は542事業体で平成17年の791事業体に比較して、大きな減少を示している。うち法人化している団体は13団体である(出典:農林業センサス)。

近年は本市が推進するバイオマス・エネルギー事業に参入する他業種の事業所もあり、今後の成長が期待されている。

③ 製造業

平成24年の製造業の、従業者数は3,856人であり、本市の中核的な雇用の受け皿となっており、同年の事業所数は181事業所と依然高水準にある(出典:経済センサス)。

平成24年の製造品出荷額は約899億7千9百万円で、島根県内では出雲市(約3,594億5千2百万円)、安来市(約1,604億9千8百万円)、松江市(約1,168億9千3百万円)に次いで4位となっている。その中核を担っているのは、はん用機械器具製造業で、約288億2千1百万円で市全体額の3割以上に相当する額となっている。次いで輸送用機械器具製造業が96億5千7百万円である。また、粗付加価値額では、約362億7千万円となっており、順位は製造品出荷額同様に4位で、業種別では額の多い順に機械器具製造業、電気機械器具製造業の順となっている(出典:工業統計調査)。

④ 建設業

平成 24 年の建設業の従業者数は 1,857 人であり、製造業（3,856 人）、卸売・小売業（2,451 人）とともに、本市の重要な雇用の受け皿となっている。しかし、国や地方公共団体の財政硬直化と道路等の社会基盤整備の進展等による公共事業の削減などから、年々従業者数が減少している。さらに同様の理由から事業所数も減少傾向にあるが、平成 24 年調査には 505 事業所と依然高水準にある（出典：経済センサス）。

平成 23 年の建設業の総生産額は、約 112 億円である。これは、市内生産額の約 11.4%にあたり、製造業、不動産業、サービス業に次ぐ割合となっている。10 年前の平成 14 年度と比較すると約 75 億円の減少となっている（出典：島根県市町村民経済計算）。

⑤ 商業

本市の中心部には、小売業や飲食店等が集積していますが、地域によっては商店街の活力低下が懸念される状況となっている。

平成 24 年の卸・小売業の従業者数は 2,451 人であり、製造業 3,856 人に次ぎ第 2 位であり、重要な雇用の受け皿となっている。しかし、IT 利用によるネットビジネスの普及や流通事情の激変、価格競争の激化などを背景として、年々従業者数が減少している。さらに同様の理由から事業所数も減少傾向にあり、平成 24 年には 505 事業所となっている。また、平成 23 年の卸・小売業の総生産額は、約 89 億 4 千 4 百万円で、市内生産額の約 9.0%にあたる。この額は 10 年前の平成 14 年度と比較すると約 31 億円の減少となっている（出典：経済センサス）。

前述のとおり、本市の一人当たり市民所得が県内 2 位の水準にありながら、商業活力が低下していることから、購買力の多くが近隣の松江市、出雲市に流出していることが推察される。

⑥ 観光・交流

本市の観光は、平成 25 年に尾道松江線（無料区間）の市内への IC が開設されたことにより、広島市、松江市など山陰・山陽双方からの入り込みが飛躍的に増加した。同年の年間入込客数は 143 万 8 千人とはじめて 100 万人台に達し、平成 22 年数値から約 55 万人の大幅増加となっている（出典：島根県観光動態調査）。

特に尾道松江線に開設された本市吉田町にある道の駅たたらば壺番地は、約 50 万人を集客し、本市の新たな一大観光拠点となった。平成 27 年には、同路線が尾道市と全通し、より観光交流商圏が拡大することからいっそうの成長が期待される。

こうした外部環境の変化を活かし、本市産業への効果を導き経済波及効果を高めるため、魅力的な観光ネットワークの充実、アクセス性の向上、各産業間の連関性の向上などに取り組むことが求められる。

第3章 事業所アンケート調査結果

1. 調査概要

(1) 調査の目的

本アンケート調査は、合併10周年を迎える本市にあつて、合併前に策定した「自立型地域経済圏の確立に向けたふるさと産業の創出」を基本理念とする「現行ビジョン」の改定、本ビジョンの策定にあたり、市内生産者及び事業者への市産業振興施策に対する意向・要望を把握することを目的として実施した。

(2) 調査項目

- ・事業所の概要
- ・経営の状況
- ・経営の強みと課題
- ・今後の事業の方向性
- ・産業振興策等に対する意見・要望

(3) 調査対象

市内の生産者及び事業所（個人）より抽出した 1,286 件

(4) 調査方法

郵送方式によるアンケート調査

(5) 調査時期

平成26年8月22日～同9月5日

(6) 調査実施主体

雲南市産業推進課

(7) 回収結果

有効回収数：525件（締切時）

- ・有効回収率：40.8%（前回調査時有効回収率：36.2%）

2. 調査結果の概要

(1) 事業所の概要

事業所の所在地では、「木次地域」が最も多く、24.2%、次いで「大東地域」が23.2%、「三刀屋地域」が19.4%であった。また、業種別では、「卸売・小売・飲食店」の回答が最も多く、30.3%、次いで「建設業」が22.3%、「製造業」が15.0%であった。業種別の状況は以下のとおりである。

【農業】

- ・ 「農業法人」と「認定農業者」の回答が最も多く、ともに40.5%を占めた。
- ・ 地域別では、加茂地域は他地域と比べて「農業法人」の回答の割合が高く、62.5%であった。

【製造業】

- ・ 「食料品」の回答が最も多く、26.6%を占めた。次いで「その他」の回答が16.5%、「金属製品」の回答が10.1%であった。
- ・ 地域別では、吉田地域は「食料品」の回答の割合が100%、また、加茂地域は他地域と比べて「金属製品」の回答の割合がやや高く、23.5%であった。

【卸売・小売・飲食店】

- ・ 「食料品小売業」の回答が20.8%、「飲食店」の回答が13.2%であった。（「その他の小売業」の回答が最も多く、45.9%を占めた。）
- ・ 地域別では、三刀屋地域では他地域と比べて「飲食店」の回答の割合がやや高く、23.5%、掛合地域では他地域と比べて「食料品小売業」の回答の割合が高く、53.3%であった。

【サービス業】

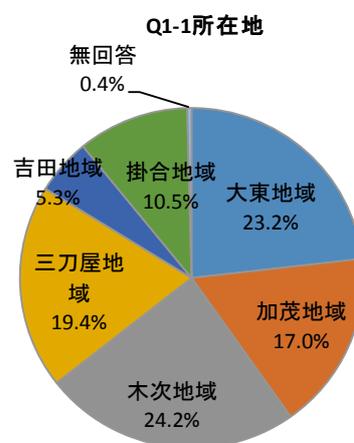
- ・ 「観光・レクリエーション施設」の回答が10.1%、「旅館・ホテル」の回答が4.3%であった。（「その他のサービス」の回答が最も多く、82.6%を占めた。）
- ・ 地域別では、掛合地域が他地域と比べて「観光・レクリエーション施設」の回答割合が高く、28.6%であった。（加茂地域、吉田地域では「その他のサービス」の回答の割合が100%であった。）

問1-1 事業所の所在地

Q1-1所在地

※%欄下線は前回値を上回るもの

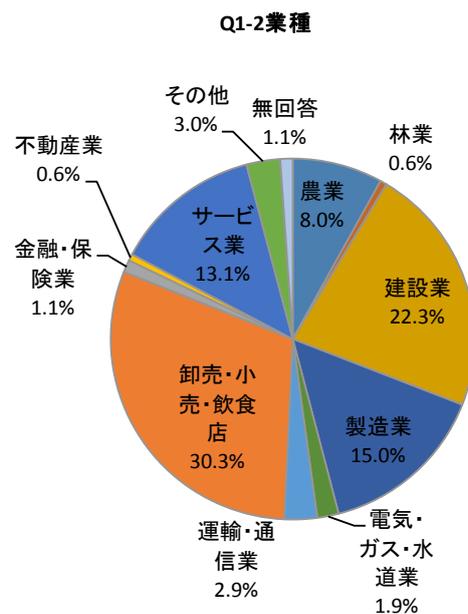
No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	大東地域	122	<u>23.2</u>	20.6
2	加茂地域	89	<u>17.0</u>	13.4
3	木次地域	127	24.2	26.3
4	三刀屋地域	102	19.4	20.9
5	吉田地域	28	<u>5.3</u>	4.9
6	掛合地域	55	10.5	12.9
	無回答	2	0.4	1.0
		525	100	100



問1-2 業種

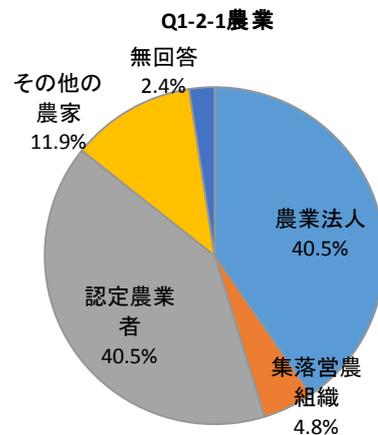
Q1-2業種

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	農業	42	8.0	11.0
2	林業	3	0.6	1.3
3	鉱業	0	0.0	0.0
4	建設業	117	22.3	23.7
5	製造業	79	15.0	15.7
6	電気・ガス・水道業	10	1.9	0.6
7	運輸・通信業	15	2.9	2.1
8	卸売・小売・飲食店	159	30.3	24.2
9	金融・保険業	6	1.1	0.8
10	不動産業	3	0.6	0.1
11	サービス業	69	13.1	4.1
12	その他	16	3.0	15.0
	無回答	6	1.1	0.9
		525	100	100

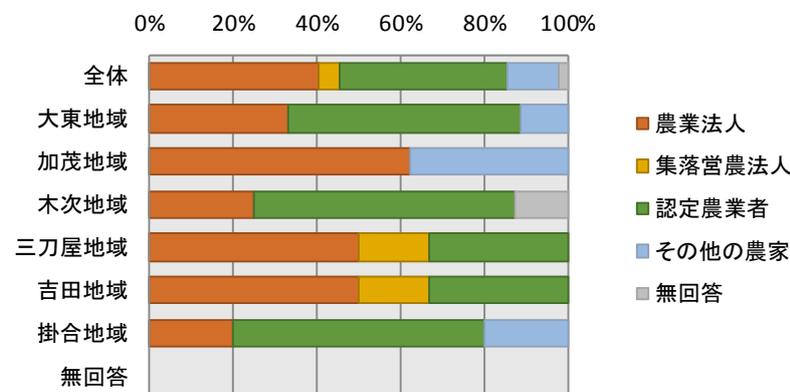


Q1-2-1農業

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	農業法人	17	40.5	6.4
2	集落営農組織	2	4.8	7.7
3	認定農業者	17	40.5	34.6
4	その他の農家	5	11.9	50.0
	無回答	1	2.4	1.3
		42	100	100



Q1-2-1農業 × Q1-1所在地



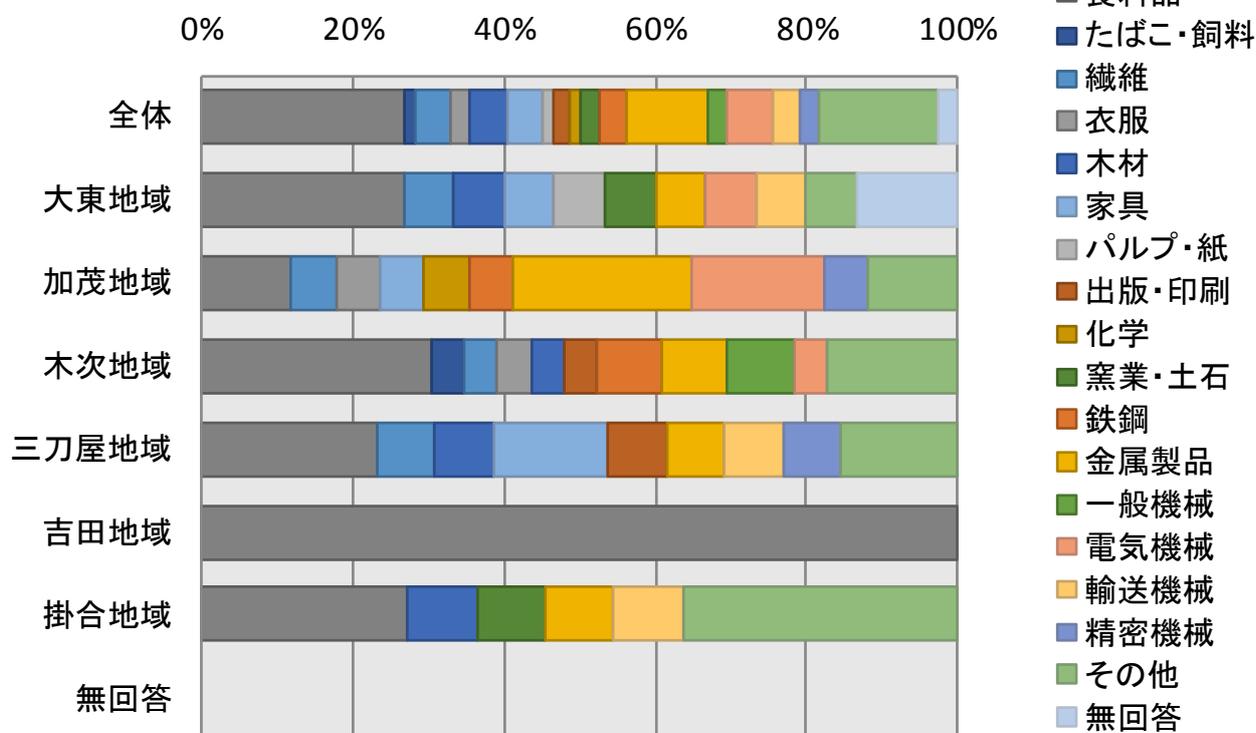
Q1-2-2製造業

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	食料品	21	26.6	25.2
2	たばこ・飼料	1	1.3	0.0
3	繊維	4	5.1	2.7
4	衣服	2	2.5	2.7
5	木材	4	5.1	8.1
6	家具	4	5.1	9.0
7	パルプ・紙	1	1.3	0.0
8	出版・印刷	2	2.5	2.7
9	化学	1	1.3	0.0
10	ゴム	0	0.0	0.0
11	皮革	0	0.0	0.0
12	窯業・土石	2	2.5	12.6
13	鉄鋼	2	2.5	3.6
14	金属製品	8	10.1	9.9
15	一般機械	2	2.5	3.6
16	電気機械	5	6.3	7.2
17	輸送機械	3	3.8	0.9
18	精密機械	2	2.5	1.8
19	その他	13	16.5	9.9
	無回答	2	2.5	0.0
		79	100	100

Q1-2-2 製造業

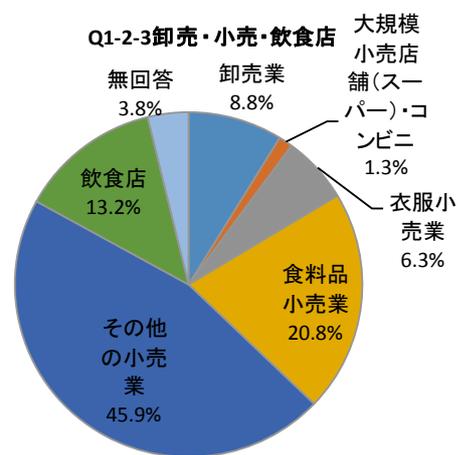


Q1-2-2製造業 × Q1-1所在地

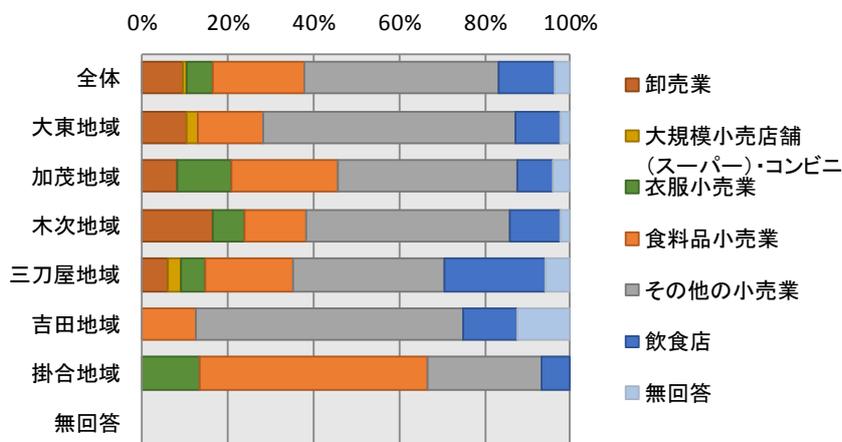


Q1-2-3卸売・小売・飲食店

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	卸売業	14	8.8	6.4
2	大規模小売店舗（スーパー）・コンビニ	2	1.3	3.5
3	衣服小売業	10	6.3	11.1
4	食料品小売業	33	20.8	29.2
5	その他の小売業	73	45.9	49.1
6	飲食店	21	13.2	0.0
	無回答	6	3.8	0.6
		159	100	100

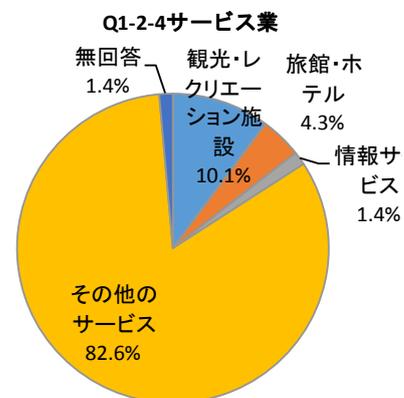


Q1-2-3卸売・小売・飲食店×Q1-1所在地

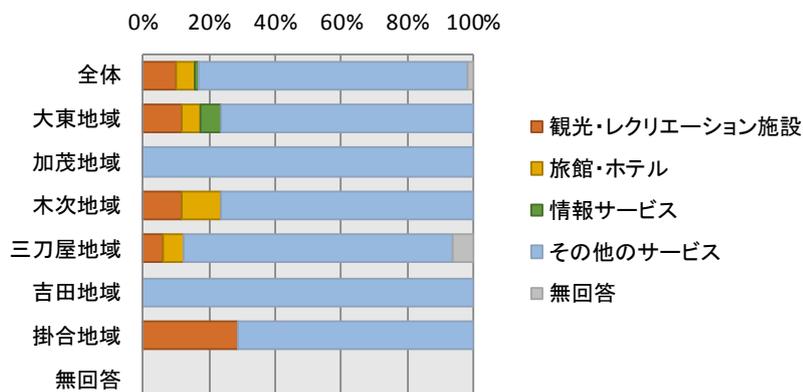


Q1-2-4サービス業

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	観光・レクリエーション施設	7	10.1	4.7
2	旅館・ホテル	3	4.3	0.0
3	情報サービス	1	1.4	2.8
4	その他のサービス	57	82.6	88.7
	無回答	1	1.4	3.8
		69	100	100



Q1-2-4サービス業×Q1-1所在地



(2) 事業所の規模

従業員規模では、「1～9人」の回答が73.0%と最も多く、前回調査時同様、小規模事業者を中心とする構成になっている。次いで「10～29人」の回答が12.0%であった。

従業員規模を業種別にみると、「300人以上」の回答は製造業と金融・保険業に多く、一方、不動産業においては「1～9人」の回答の割合が100%であった。

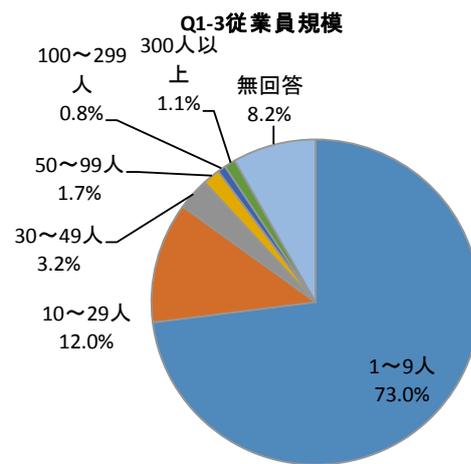
売上高規模では、「1000万円～3000万円未満」が最も多く、全体の24.4%を占めた。「500万円未満」の回答が17.5%、「1億円～5億円未満」の回答が15.2%であった。

地域別では、掛合地域では他地域と比べて「500万円未満」の回答の割合がやや高く、27.6%であった。

問1-3 従業員規模

Q1-3従業員規模

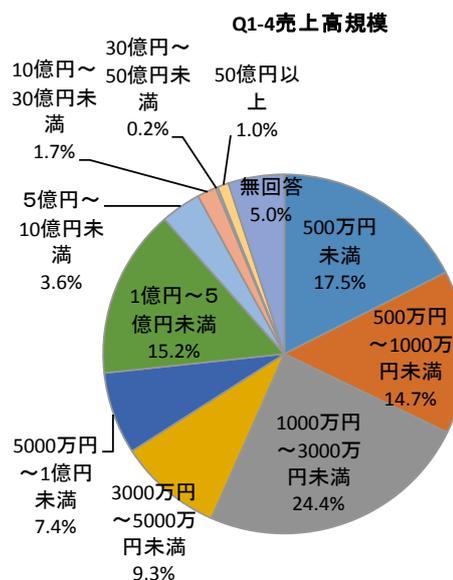
No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	1～9人	383	73.0	75.3
2	10～29人	63	12.0	10.6
3	30～49人	17	3.2	3.2
4	50～99人	9	1.7	1.7
5	100～299人	4	0.8	0.4
6	300人以上	6	1.1	0.3
	無回答	43	8.2	8.5
		525	100	100



問1-4 売上高規模

Q1-4売上高規模

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	500万円未満	92	17.5	18.6
2	500万円～1000万円未満	77	14.7	14.8
3	1000万円～3000万円未満	128	24.4	21.2
4	3000万円～5000万円未満	49	9.3	10.3
5	5000万円～1億円未満	39	7.4	9.2
6	1億円～5億円未満	80	15.2	15.4
7	5億円～10億円未満	19	3.6	2.3
8	10億円～30億円未満	9	1.7	1.3
9	30億円～50億円未満	1	0.2	0.1
10	50億円以上	5	1.0	0.6
	無回答	26	5.0	6.2
		525	100	100



(3) 経営の状況

今期の売上高では、「減少見込み」の回答が最も多く、46.3%を占めた。

また、今期の経常利益においては、「黒字見込み」の回答が44.8%を占めているものの、4割近くが「赤字見込み」と回答しており、厳しい経営環境がうかがえる。

過去5年間の売上高では、「減少傾向」の回答が最も多く、49.9%を占めており、ほぼ半数の事業所において、売上減少傾向が続いている。

また、過去5年間の経常利益においても「減少傾向」の回答が最も多く、ほぼ半数の49.7%を占める結果となった。

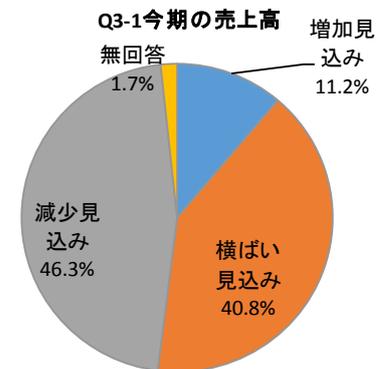
このように、過去5年間の売上高及び経常利益ともに「減少傾向」との回答が半数を占めており、市内事業所の経営状況が悪化していることがうかがえる。

特に、「卸売・小売・飲食店」、「建設業」では売上・収益ともに減少と回答した事業所が多くなっている。

なお、平成26年4月に施行された消費税率改定（税率5%を8%に上昇）の影響については、「影響は特になかった」の回答が最も多く50.5%を占めたが、「卸売・小売・飲食店」においては「影響があった」の回答割合が59.3%と過半数となっており、業種による差異が明らかになった。

Q3-1今期の売上高

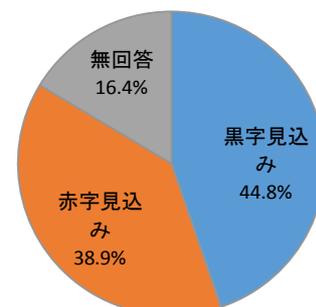
No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	増加見込み	59	11.2	7.2
2	横ばい見込み	214	40.8	33.5
3	減少見込み	243	46.3	55.2
	無回答	9	1.7	4.1
		525	100	100



Q3-2今期の経常利益

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	黒字見込み	235	44.8	42.4
2	赤字見込み	204	38.9	38.4
	無回答	86	16.4	19.2
		525	100	100

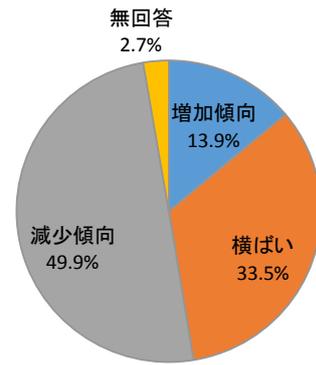
Q3-2今期の経常利益



Q4-1過去5年間の売上高

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	増加傾向	73	13.9	8.5
2	横ばい	176	33.5	31.6
3	減少傾向	262	49.9	56.4
	無回答	14	2.7	3.5
		525	100	100

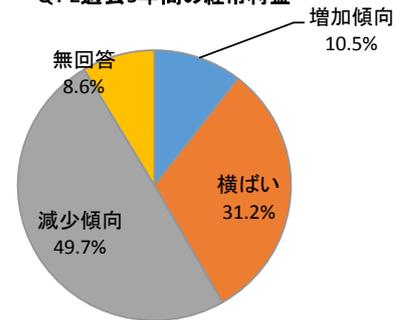
Q4-1過去5年間の売上高



Q4-2過去5年間の経常利益

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	増加傾向	55	10.5	5.4
2	横ばい	164	31.2	30.4
3	減少傾向	261	49.7	55.9
	無回答	45	8.6	8.3
		525	100	100

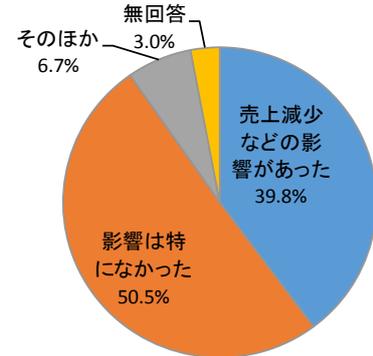
Q4-2過去5年間の経常利益



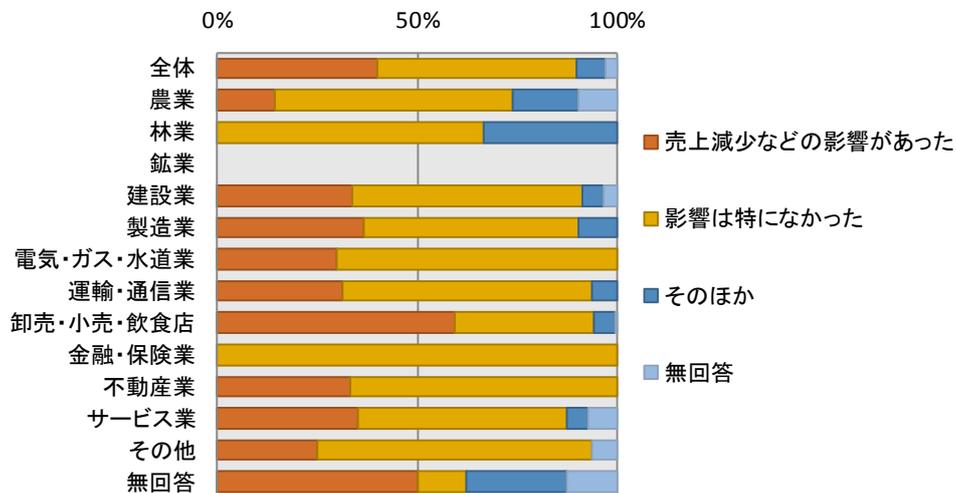
Q5消費税率の上昇に伴う影響

No.	カテゴリ	件数	%
1	売上減少などの影響があった	209	39.8
2	影響は特になかった	265	50.5
3	そのほか	35	6.7
	無回答	16	3.0
		525	100

Q5消費税率の上昇に伴う影響



Q5消費税率の上昇に伴う影響 × Q1-2業種



(4)経営の強みと課題

事業経営における強みについては、「技術」との回答が最も多く、38.3%であり、次いで「品質」35.4%、「顧客管理・サービス」26.9%となっている。業種別では、農業、製造業では他業種と比べて「品質」の回答の割合が高くなっている。

一方、事業経営における課題については、「売上の伸び悩み」が最も多く、39.4%であり、次いで「利益率の低下」が33.9%、「需要・受注量の減少」が33.3%となった。特に、「卸売・小売・飲食店」において、「売上の伸び悩み」を課題と回答する割合が高くなっている。「製造業」では、「後継者の不足」「従業員の高齢化」などが課題となっている。

こうした経営課題に対する対策として講じている取り組みとしては、「コストの削減」が最も多く、29.7%、次いで「人材の育成・確保」29.5%、「販売・営業力の強化」29.1%の順となっている。

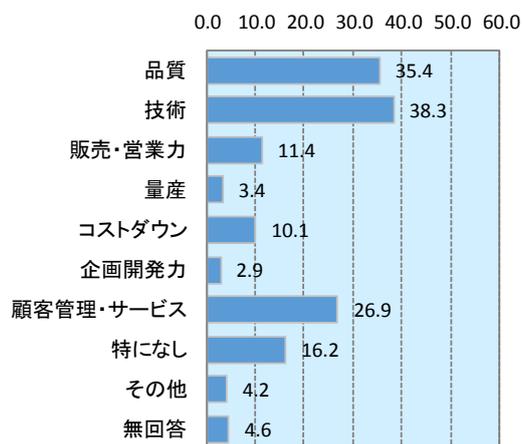
業種別では、「卸売・小売・飲食店」などでは「販売・営業力の強化」が多く、「製造業」「建設業」「運輸・通信業」では、「技術力の開発・向上」「事業所・設備の更新」などがあがっている。

次に、「後継となる経営人材は確保できていない」が63.6%を占め、「確保している」32.8%を上回っており、ほぼ6割の事業所で後継者確保が課題となっている状況が明らかになった。

Q6事業経営における強み

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	品質	186	35.4	32.3
2	技術	201	38.3	36.6
3	販売・営業力	60	11.4	8.6
4	量産	18	3.4	2.8
5	コストダウン	53	10.1	9.0
6	企画開発力	15	2.9	4.8
7	顧客管理・サービス	141	26.9	31.9
8	特になし	85	16.2	16.9
9	その他	22	4.2	3.8
	無回答	24	4.6	9.6
		525	-	-

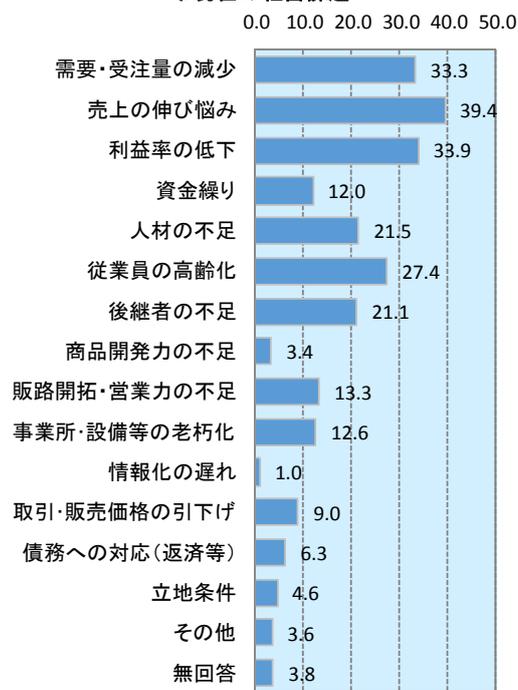
Q6事業経営における強み



Q7現在の経営課題

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	需要・受注量の減少	175	33.3	45.9
2	売上の伸び悩み	207	39.4	48.0
3	利益率の低下	178	33.9	38.7
4	資金繰り	63	12.0	13.3
5	人材の不足	113	21.5	9.2
6	従業員の高齢化	144	27.4	21.0
7	後継者の不足	111	21.1	16.2
8	商品開発力の不足	18	3.4	4.1
9	販路開拓・営業力の不足	70	13.3	14.7
10	事業所・設備等の老朽化	66	12.6	9.7
11	情報化の遅れ	5	1.0	3.0
12	取引・販売価格の引下げ	47	9.0	18.6
13	債務への対応（返済等）	33	6.3	5.9
14	立地条件	24	4.6	9.5
15	その他	19	3.6	3.8
	無回答	20	3.8	4.2
		525	-	-

Q7現在の経営課題



Q8経営課題に対する対策

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	販売・営業力の強化	153	29.1	36.3
2	人材の育成・確保	155	29.5	21.2
3	商品・サービスの品質向上	95	18.1	21.0
4	新商品・新サービスの開発	56	10.7	12.4
5	技術力の開発・向上	98	18.7	17.5
6	事業所・設備の更新	38	7.2	5.8
7	I Tの有効活用	22	4.2	5.4
8	コストの削減	156	29.7	34.5
9	企業間連携の強化	42	8.0	7.8
10	得意分野の伸長	74	14.1	12.1
11	新市場の開拓	35	6.7	9.5
12	新分野への進出	35	6.7	10.9
13	事業全般の見直し	65	12.4	17.4
14	人員整理・資産売却	14	2.7	4.0
15	廃業	54	10.3	5.4
16	その他	22	4.2	3.4
	無回答	32	6.1	8.8
		525	-	-

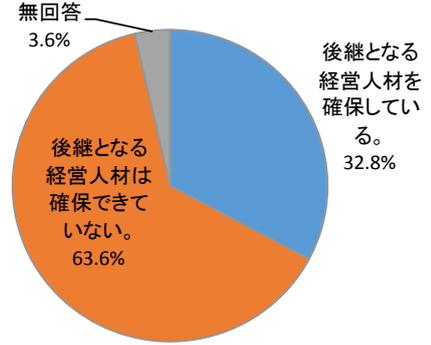
Q8経営課題に対する対策



Q9事業経営にかかる後継人材の確保

No.	カテゴリ	件数	%
1	後継となる経営人材を確保している。	172	32.8
2	後継となる経営人材は確保できていない。	334	63.6
	無回答	19	3.6
		525	100

Q9事業経営にかかる後継人材の確保



(5)今後の事業の方向性

今後の事業の考え方については、「今後も事業を維持」の回答が最も多く、48.4%を占めているものの、「今後は事業を縮小（8.8%）」と「将来的には廃業（28.6%）」を合わせると37.4%となっており、3～4割程度の事業者が将来的な事業継続に悲観的であり、厳しい経営環境にあることが明らかになった。

また、「将来的には廃業（28.6%）」の回答割合が、10年前の前回調査に比較して10%以上増加していることから、この10年間で地域の経営環境が、より厳しさを増していると推察される。

「今後は事業を縮小」及び「将来的には廃業」と回答した事業者の割合を地域別、業種別でみると、地域では「掛合地域（（事業縮小：15.5%・将来廃業：46.6%）」、業種では「卸売・小売・飲食店（9.3%・34.6%）」「建設業（事業縮小：7.5%・将来廃業：30.5%）」が目立って高くなっている。

新たな事業活動への取り組みについては、「着手していない」の回答が最も多く81.9%を占め、「着手している」の回答12.8%を大きく上回っている。

新たな事業活動への取り組みに「着手している」と回答した事業者の多い業種は、「製造業（22件・26.8%）」「卸売・小売・飲食店（18件・11.1%）」となっている。

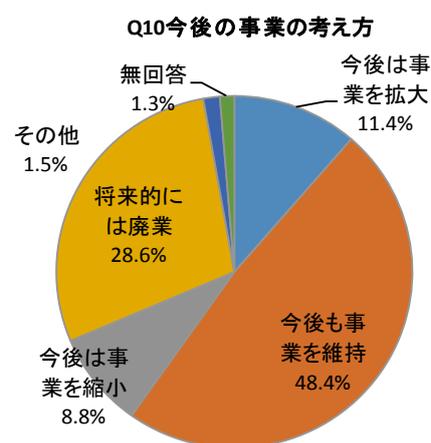
新分野への進出意向については、「考えていない」の回答が83.4%を占め、「考えている」の回答11.4%を大きく上回っている。

新分野への進出意向を「考えている」と回答した事業者の多い業種は、「卸売・小売業・飲食店（17件・10.5%）」「建設業（15件・12.7%）」「製造業（10件・12.2%）」「サービス業（10件・14.1%）」となっている。

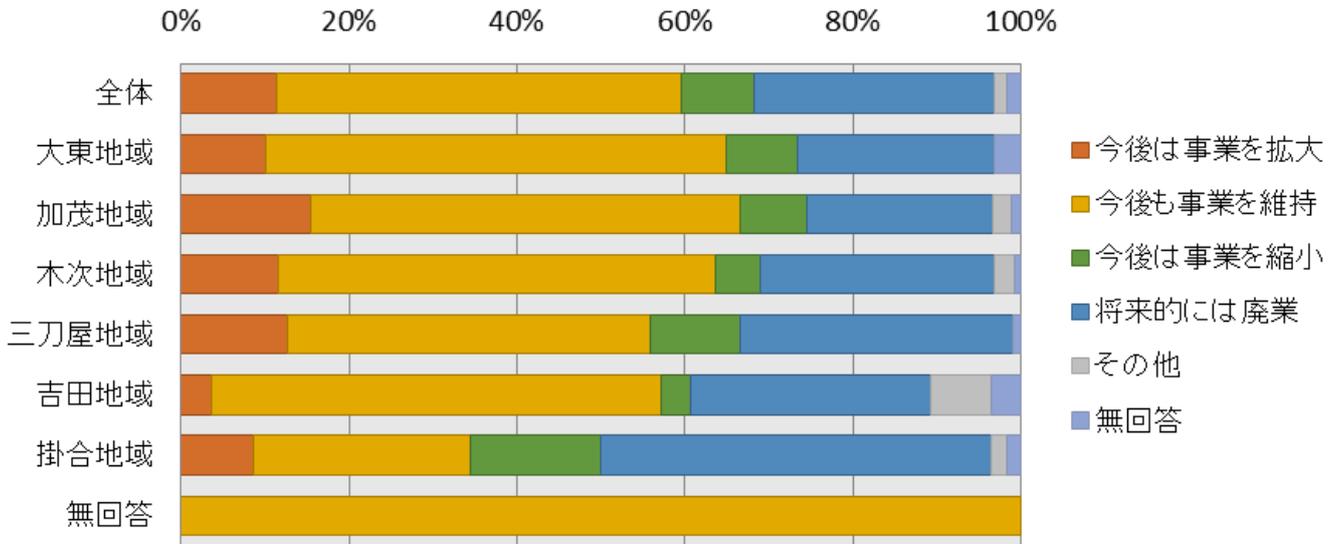
参入したい事業領域としては、「農産物の生産・販売（18.3%）」「飲食サービス（16.7%）」「林業・バイオマスエネルギー」「介護・福祉」がそれぞれ10.0%となっている。

Q10今後の事業の考え方

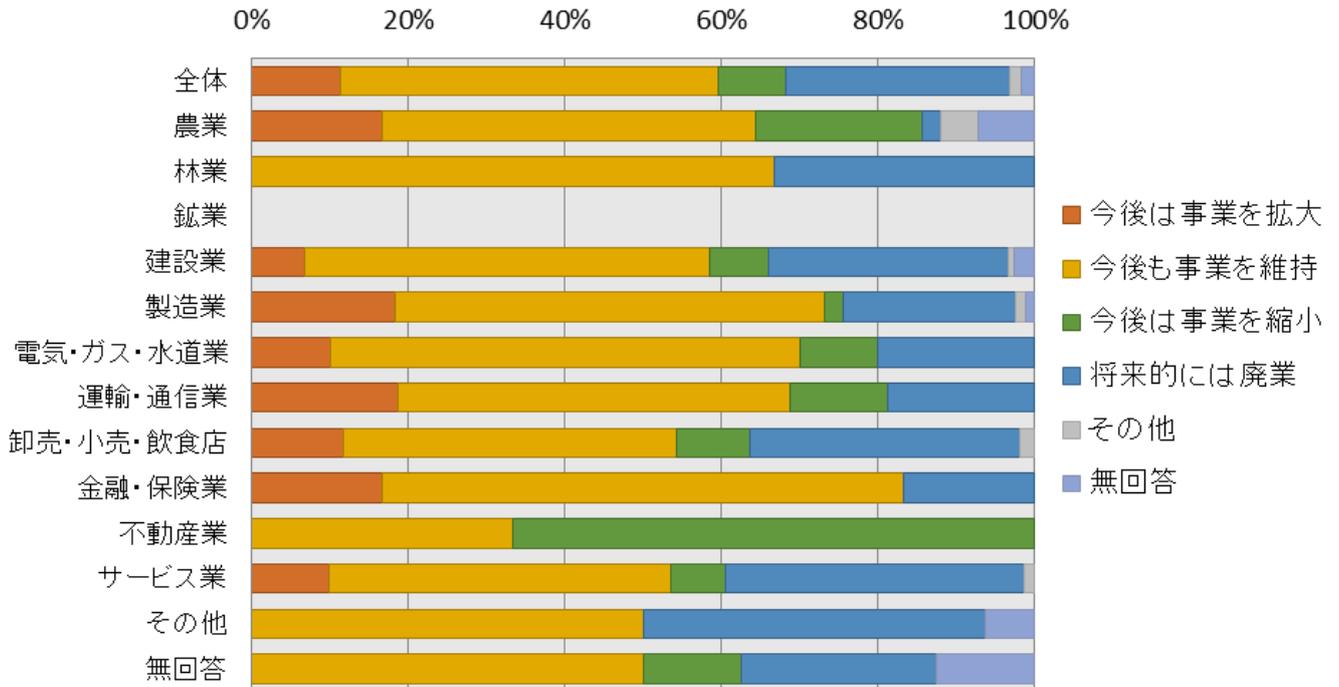
No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	今後は事業を拡大	60	11.4	10.3
2	今後も事業を維持	254	48.4	56.8
3	今後は事業を縮小	46	8.8	8.3
4	将来的には廃業	150	28.6	18.4
5	その他	8	1.5	2.3
	無回答	7	1.3	4.0
		525	100	100



Q10今後の事業の考え方×Q1-1所在地



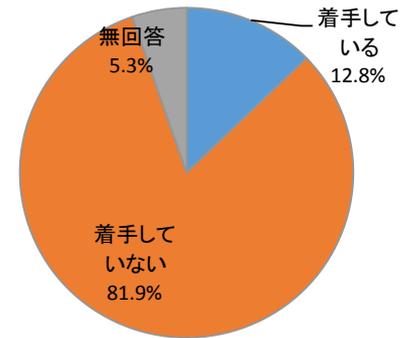
Q10今後の事業の考え方×Q1-2業種



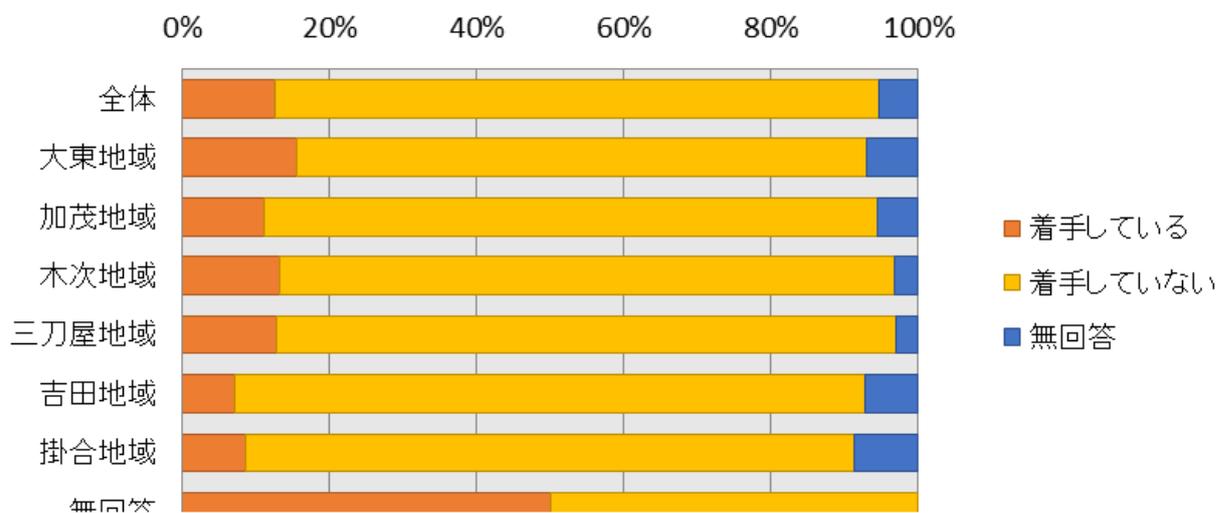
Q11-1新たな事業活動への取り組み状況

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	着手している	67	12.8	13.6
2	着手していない	430	81.9	75.4
	無回答	28	5.3	11.0
		525	100	100

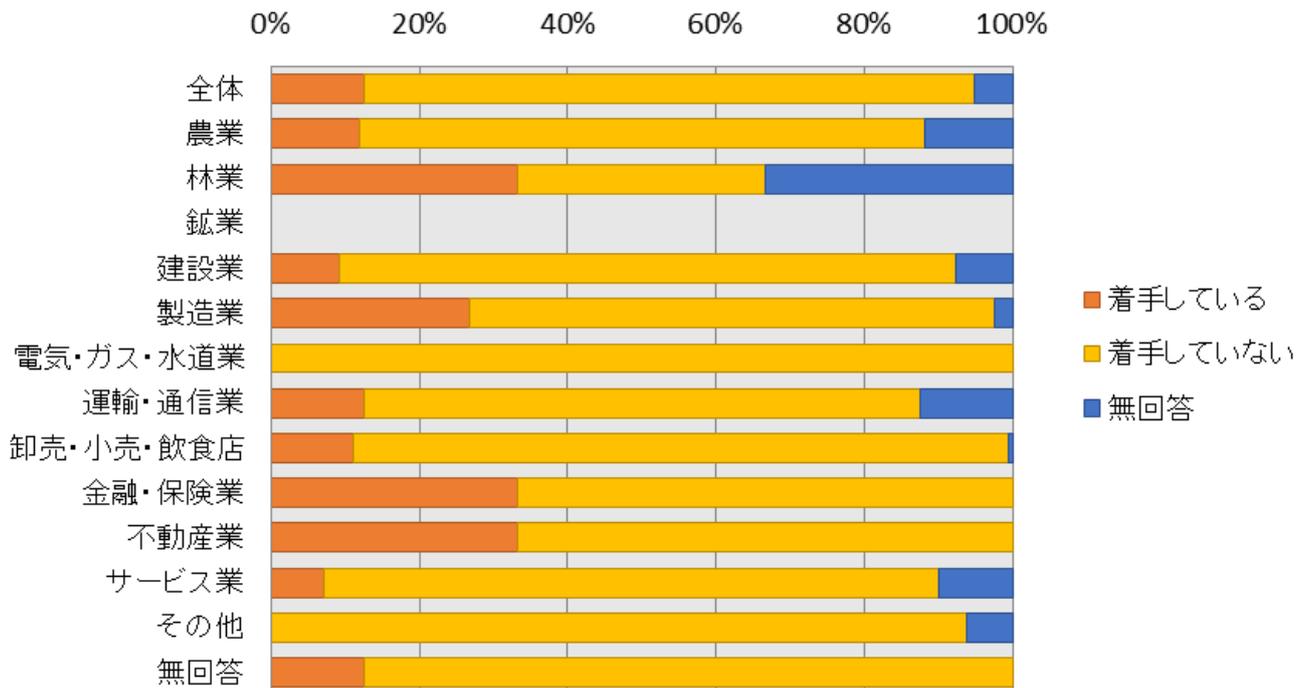
Q11-1新たな事業活動への取り組み状況



Q11-1新たな事業活動への取り組み状況
× Q1-1所在地

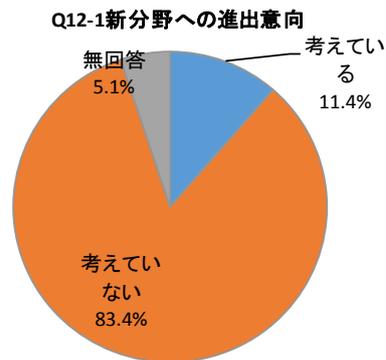


Q11-1新たな事業活動への取り組み状況
× Q1-2業種

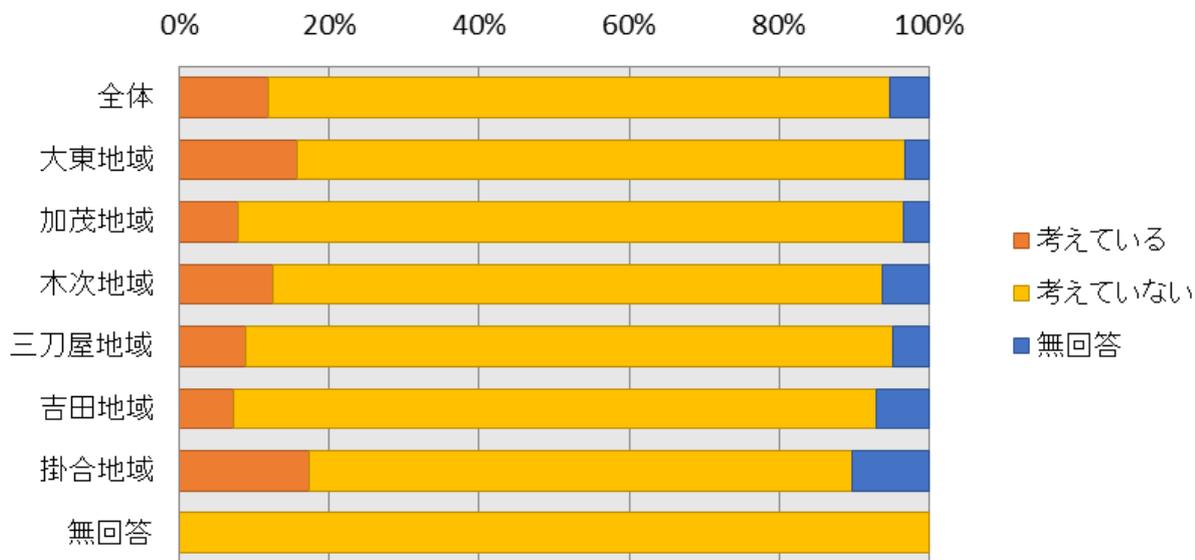


Q12-1新分野への進出意向

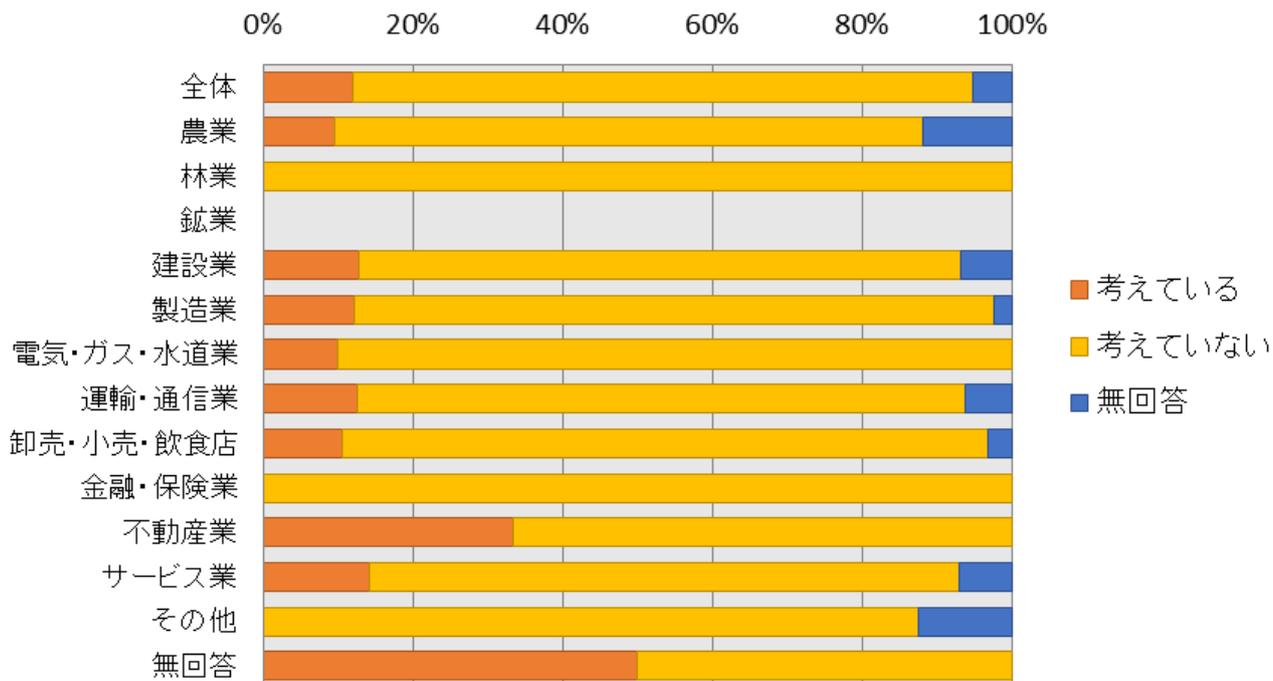
No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	考えている	60	11.4	17.1
2	考えていない	438	83.4	70.6
	無回答	27	5.1	12.3
		525	100	100



Q12-1新分野への進出意向×Q1-1所在地



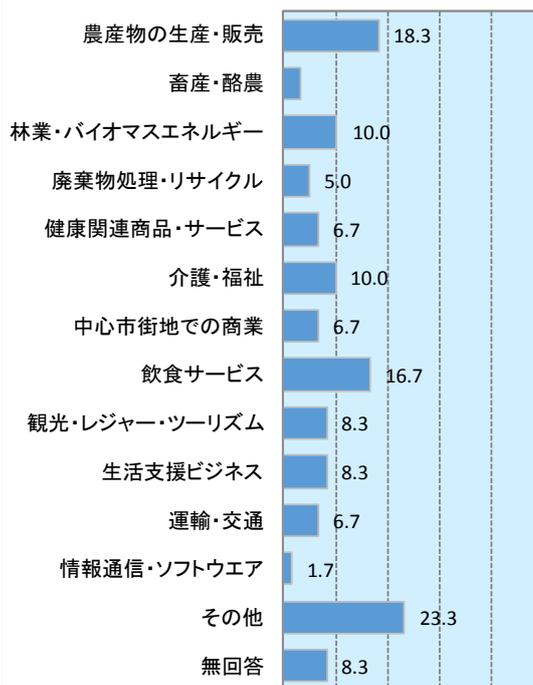
Q12-1新分野への進出意向×Q1-2業種



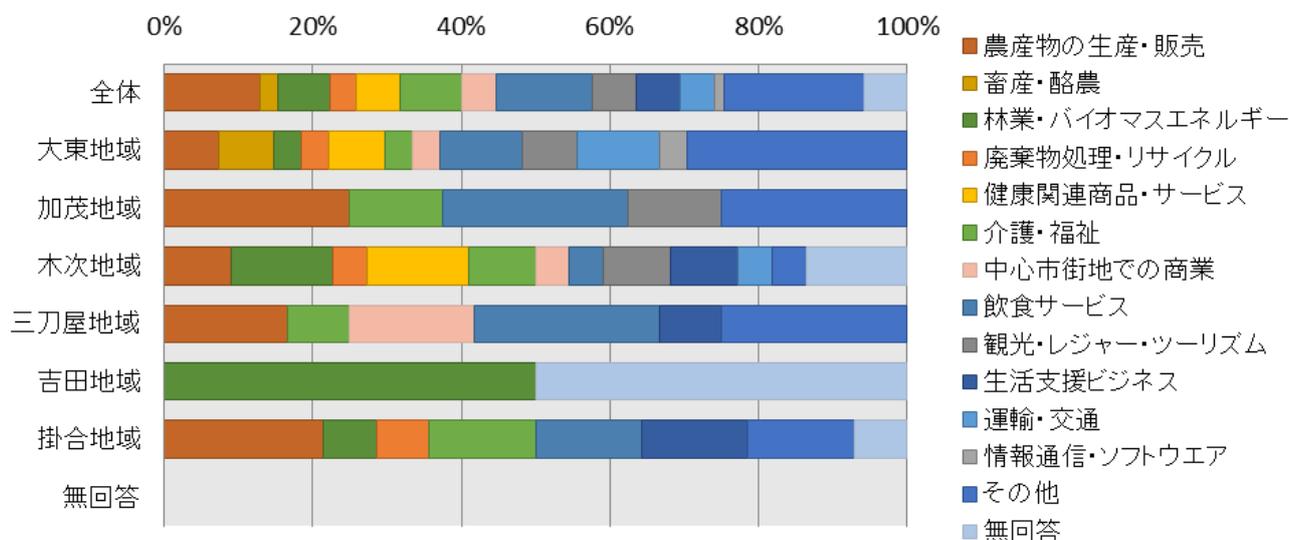
Q12-2参入したい事業領域

No.	カテゴリ	件数	%	前回%
1	農産物の生産・販売	11	18.3	26.4
2	畜産・酪農	2	3.3	0.8
3	林業・バイオマスエネルギー	6	10.0	5.0
4	廃棄物処理・リサイクル	3	5.0	10.7
5	健康関連商品・サービス	4	6.7	11.6
6	介護・福祉	6	10.0	15.7
7	中心市街地での商業	4	6.7	10.7
8	飲食サービス	10	16.7	11.6
9	観光・レジャー・ツーリズム	5	8.3	10.7
10	生活支援ビジネス	5	8.3	9.9
11	運輸・交通	4	6.7	4.1
12	情報通信・ソフトウェア	1	1.7	3.3
13	その他	14	23.3	18.2
	無回答	5	8.3	3.3
		60	-	-

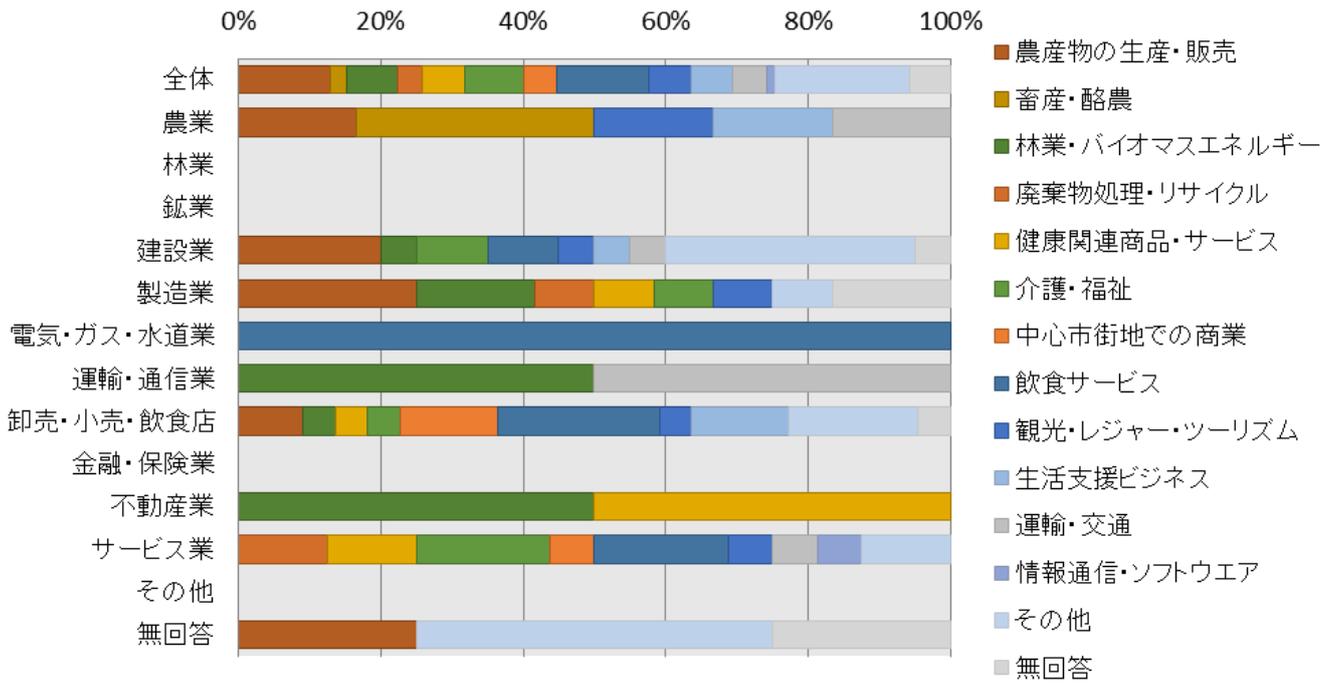
Q12-2参入したい事業領域



Q12-2参入したい事業領域×Q1-1所在地



Q12-2参入したい事業領域×Q1-2業種



(6)事業環境に関する改善ニーズ

■「ニーズ」の分析手法(再掲)

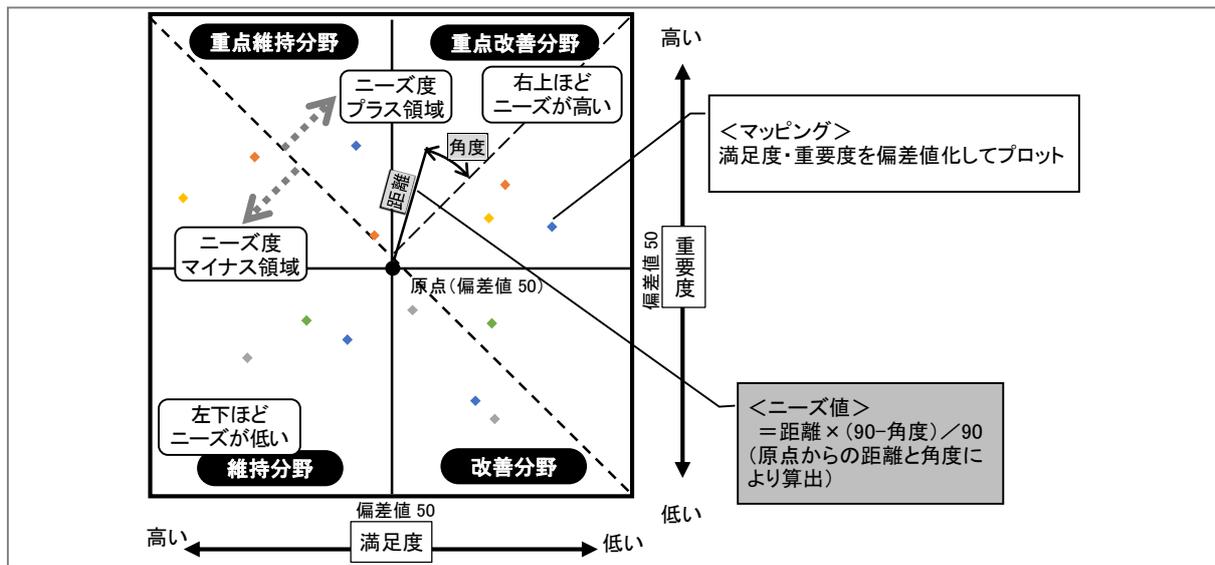
市の産業政策に関する事業者の「満足度」と今後の施策に向けた「重要度」についての集計結果を用いて、ニーズマップを作成した。

「ニーズマップ」は、設問項目ごとに算出した「満足度」と「重要度」の偏差値を、縦軸に重要度の偏差値、横軸に満足度の偏差値をプロット（位置付け）したマップグラフである。

プロットの位置によって、その設問項目が「維持分野」、「改善分野」、「重点維持分野」、「重点改善分野」のどの分野に位置するかを把握することができる。

プロットした点が右上ほど、改善度（改善ニーズ）が高くなっていることを示す。

<改善ニーズ値の算出方法、ニーズマップの見方>



<維持・改善の分野区分の説明>

重点維持分野	重点改善分野
満足度、重要度ともに平均値より高い項目 ・重要と感じていて、かつ満足傾向にある項目 ・取組に対する成果が表れており、今後も重点的に維持していく必要がある	満足度が平均値より低く、重要度が平均値より高い項目 ・重要と感じていて、かつ不満傾向にある項目 ・取り組みに対するニーズが特に高く、優先的に改善していく必要がある
維持分野	改善分野
満足度が平均値より高く、重要度が平均値より低い項目 ・満足傾向にあるが、重要と感じていない項目 ・取組に対する成果が表れており、取組への理解を得ながら維持していく必要がある	満足度、重要度ともに平均値より低い項目 ・不満傾向にあるが、重要と感じていない項目 ・改善ニーズはあるものの、必要性の認識が低く、取組への理解を得ながら改善していく必要がある

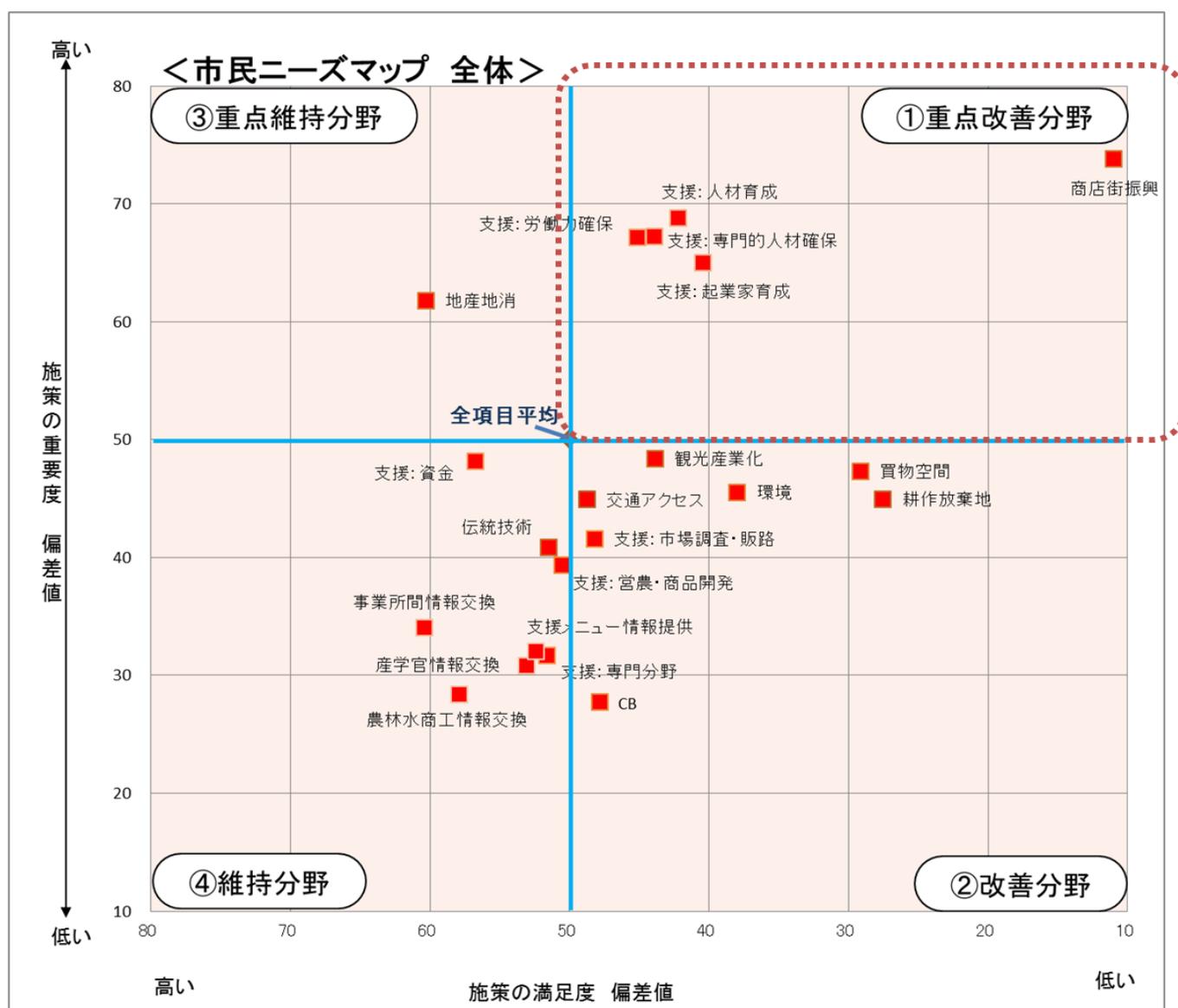
■「ニーズ」の分析

雲南市の産業政策に関するニーズ

～「商店街振興」のほかは「産業人材の確保・育成に関する事項」に改善ニーズが集中～

- 【重点改善分野】・・・「商店街振興」「人材育成」「専門的人材確保」「労働力確保」「起業家育成」
- 【重点維持分野】・・・「地産地消」
- 【改善分野】・・・「買物空間」「耕作放棄地」「観光産業化」「環境」「交通アクセス」「支援：市場調査・販路」「CB（コミュニティビジネス）」
- 【維持分野】・・・「支援：資金」「伝統技術」「支援：営農・商品開発」「支援メニュー情報提供」「事業所間情報交換」「産学官情報交換」「農林水商工情報交換」「支援：専門分野」

改善ニーズ ポートフォリオ



(7)本市産業状況の考察

市内事業者アンケート結果の全体を整理すると、下記のような産業の状況を推察することができる。

- 市内事業者の多くは、今期も含めて直近5年間は売上減少傾向にある。
- しかしながら直近5年間の経常利益は黒字収支の事業者が約5割を占めている。
- 以上から、売上減少の続く中で、コスト削減対策等、採算分岐点を下げる経営努力により、事業を維持している様子が推察される。
- 事業経営の課題は「売上伸び悩み」「利益率低下」「需要受注量の減少」など、取引先や市場環境に関連する項目があがっており、強みは自社が保有する「技術力」「サービス水準」など経営資源に属する事項と考えている事業所が多くなっており、経営環境の変化と事業ニーズの分析・イノベーションが必要な状況にあることがうかがえる。
- 事業を維持する意思を有する事業者が半数近いが、将来廃業を考えている事業者が3割近くにのぼっており、10年前より10.2ポイント増加している。
- 前回調査時の10年間に廃業した事業者もあることを考慮すると過去10年からこれから10年の20年間に廃業する事業者数は、かなりの数にのぼる可能性も懸念される。
- 新たな事業への取り組みは新分野参入に意欲をもつ事業者の割合は少ないが、地域資源である食の生産資源、森林資源、高齢化の進行に伴いシルバービジネスなど、地域特性を踏まえた展開が図られる傾向にある。
- 市の産業政策全般へのニーズとしては、商店街振興のほかは産業人材の確保・育成や起業人材の育成などへのニーズが高くなっている。
- これらから、事業経営者の多くが、現在の厳しい経営環境で勝ち残っていくための重要要因を「担い手」「担い手人材」と「支援人材」を柱とし、「イノベーション人材」による新たな経営の仕組みと多様な産業連携を求めていることが推察される。

3. 調査結果のまとめ

項目	ポイント
今期の売上高	「減少見込み」が半数近い割合
今期の経常利益	「黒字見込み」が半数近い割合
過去5年間の売上高	「減少傾向」が半数
消費税率改定の影響	「影響は特になかった」が半数超
事業経営における強み	「技術」「品質」「顧客管理・サービス」
事業経営における課題	「売上げの伸び悩み」「利益率の低下」「需要・受注量の減少」
	「卸売・小売・飲食店」で「売上げの伸び悩み」が大きな課題。 「製造業」で「後継者不足」「従業員の高齢化」が大きな課題。
事業経営課題への対策	「コストの削減」「人材の育成・確保」「販売・営業力の強化」
後継経営人材の確保の状況	「確保できていない」が6割以上
今後の事業の考え方	「今後も事業を維持」が半数近い割合 「将来的には廃業」が3割弱 ※前回調査比10%以上増
	「将来的には廃業」回答の多い業種： 「卸売・小売・飲食店」「建設業」
新たな事業の取り組み	「着手していない」が8割以上
	「着手していない」回答の多い業種： 「製造業」「卸売・小売・飲食店」
新分野への進出意向	「考えていない」が8割以上
	「考えている」回答の多い業種： 「卸売・小売・飲食店」「建設業」「製造業」「サービス業」
新分野への進出意向を参入したい事業領域	「農産物の生産・販売」「飲食サービス」「林業・バイオマスエネルギー」「介護・福祉」
事業者の市産業政策への改善ニーズ	【重点改善分野】 「商店街振興」「産業人材育成支援」「専門的人材の確保支援」「労働力確保支援」「起業家育成支援」

第4章 事業所ヒアリング調査結果

1. 調査概要

(1) 調査目的

事業所アンケート調査結果から抽出した課題に基づき設定した下記(2)調査項目について、市内16事業所を対象として、事業の状況、今後の方向性、市産業振興施策に対する意見などを聞き取り、その内容を本ビジョン策定の資料とすることを目的として実施した。

(2) 調査項目

調査項目は、アンケート調査の傾向を深堀することを目的として以下の3項目とした。

- ① 人材確保 育成について
- ② 事業展開・経営上の創意工夫
- ③ 市産業振興施策への提言

(3) 調査対象

市内事業所(個人) 16件

(業種別対象件数)

農畜産業	3	工務店・建設業	2	卸売・小売業	2
林業	1	家具製造業	1	観光・サービス業	2
食料品製造業	3	機械金属製造業	2	合計	16

(4) 調査方法

訪問による聞き取り調査

(5) 調査時期

平成26年12月～27年1月

2. 調査結果の概要

(1) 人材確保・育成

【A 人材確保】

-1. 地元人材の傾向

- 近年、早期離職の傾向が強くなった。(多数)
- 採用従業員の多くが、現場改善活動等への取り組みに対し実直で責任感が強い。

-2. 事業所の人材確保ニーズと定着促進のための工夫

- 近年は地元採用臨時社員を増員。定期的に非正規社員の正社員化に取り組んでいる。
- 繁忙期には人材派遣会社を通じて地域外からの人材確保を行っている。
- 就業意欲を高める重要要因は所得向上であるとし、手当の充実も含めて取り組んでいる。
- 定着率向上のためには、愛社精神ある人材を増やすことが最も重要と考えている。
- 地域に根付く産業人材の確保・育成をめざし、通年で研修生を募集している。

-3. 人材確保につながる地域環境づくり

- 人材確保には、雇用のみでなく高水準の教育環境など総合的な定住環境づくりが不可欠。
- 地元雇用を重視しているが、地元就職希望者は少ない(若年世代は職住分離志向が強い)。

-4. 人材確保のための工夫

- 事業承継のあり方として、家族や従業員でなく起業をめざす地域外人材も対象とし、ニーズシーズをマッチングする仕組みが有効ではないか。(複数)
- (公財)ふるさとしまね定住財団等との連携によりIターン受け入れを積極的に行っている。
- 長期インターンシップの導入に関心がある。
- 全国展開している企業であることから、従業員にはUIターン者も多い。

【B 人材育成】

-1. 学校教育との連携

- グローバル化に対応し、活用できる多言語会話能力の習得。
- 自由な発想や起業家に適した個性を伸ばす教育。

-2. 社内で行っている人材育成活動

- ベテラン技術者の技術力や経験の活用。(複数)
- 専門性を有する人材の入社が前提ではないため、現場実践を通じて習得させている。
- スキル向上のため訓練担当を配置し教育プログラム(品質管理、安全確保等)を実施。
- 「見せる化」活動により女性従業員の声を重視した結果、現場改善が活発化している。

-3. 研修・交流機会の活用

- 商工会での異業種交流会等に参加している。(複数)
- 企業間交流による工場相互見学や各種研修会等に社員が積極的に参加している。

-4.従業員の意識醸成

- 従業員が本音で話せる社内環境をつくっている。
- 社外からの見学受入等により評価されることで責任意識の醸成につながっている。

-5.事業活動を行う上での地域特性

- 進取の気風が不足している地域性が、人材が育ちにくい要因となっているのではないか。

-6.地域との交流、社会貢献活動

- 地域住民との親睦・貢献を重視し、夏祭りや災害時の避難拠点として連携している。
- 幼稚園、小中高校生、大学生の体験活動やインターンシップを受け入れている。

(2) 事業展開・経営上の創意工夫

-1.販売促進・販路拡大に関する取り組み

- 公共需要と民間需要を組み合わせることで安定化を図っている。
- 尾道松江線開通で地域外からの客も増加している。特に桜の花見シーズンには広島からの来客が増えている。
- お客様の立場で考えることを最優先し、「コミュニケーション、お客様との会話」に重点をおいたコンセプトで取り組んでいる。
- 地域の消費行動の特徴や変化をとらえた店舗経営を展開し柔軟に対応している。

-2.製品・商品開発に関する取り組み

- 地元資源を活用する際にトレンドや利用者ニーズをきちんと把握することが重要である。
- 地域の困りごとを地域ニーズと捉えて商品やサービスを開発している。
- 地産地消を強みとし、地元ブランド食材を直接仕入れることで県内客の高評価を得ている。
- 世界市場で認められる独自の技術開発を行っている。

-3.技術・品質向上に関する取り組み

- 技術・サービス水準を磨き、他社ではできない技術・サービス提供とコストパフォーマンスを実現している。(複数)
- 品質の向上と維持を図り、トレーサビリティ(生産者情報等を伝達するための仕組み)に基づき、利益よりも信頼、収益性が低くても戦略上重要な仕事を重視する。(複数)
- 食品の機能性検証において研究機関、専門家を有効に活用している。

-4.経営方針に関する取り組み

- 付加価値の高い事業展開を行い、市場の価格競争を回避することが基本。(複数)
- 県外市場への輸送コストが増大しており、地域内で自律的な物流システムを構築する必要がある。(複数)
- 製造コストの管理と削減を重視している。
- コスト管理部署があり経費の削減を徹底している。取引価格の決定権は取引先にあること

から、コスト削減で収益性を確保することが重要となっている。

- 物流対策、コスト低減対策があってはじめて外貨獲得型企业として持続できる。
- 起業して間もない段階や新事業に着手した段階にあっては、あえて助成事業や融資に頼らず自己資金による経営努力を行った。
- 為替変動リスクを受けないよう地産地消に取り組んできた。現在は円安になり、他社の海外工場が国内回帰の動きが見受けられる。
- 利益を追求する前に、まずはお客様の信頼を獲得することが重要である。

-5.マーケティングに関する取り組み

- 地元の販売単価の下落等をきっかけに、早期に主な販路を首都圏ニッチ市場に転換したため、現在の販売基盤ができた。(複数)
- 異業種や産業間連携を重視している。(複数)
- 広島県側からの誘客を図る場合、市場も拡大するが競合も増えることを認識すべきで、独自性を訴求し、認知度向上が重要となる。
- 尾道松江線開通効果で増加したお客様の顧客管理と活用が重要。
- 尾道松江線開通により広島県北部の庄原市、三次市などから集客できている。松江市、出雲市等と連携しターゲットを設定した取り組みが重要となる。
- 県内での評価が高くても、県外客に十分認知されていないものが多いことを自覚すべきである。

-6.消費者交流に関する取り組み

- 教育・体験型の取り組みを行ったことが評価され期待されてはいるものの、現状では収益性が見込めない上に、受け入れ態勢が整っていないため常時実施は難しい。
- お客様に安全な環境のなかで「食」が生産・製造されていることを知ってもらうことが重要であると考え、体験活動は無料で実施している。
- 顧客は買い物だけでなく店内での会話も楽しみにしており、店内にサロンスペースがあり、小さなカフェのような空間になるよう工夫している。

(3) 産業施策への意見

-1.人口対策

- 人口維持対策強化を。人口は消費規模、就業者確保など事業活動の基盤(多数)

-2.製造業振興対策

- 県内で部品供給可能な産業クラスター化が進むと理想的。高品質と低コストが前提。

-3.商業・サービス業振興対策

- 大型産直市場兼物流センターの整備(複数)
- 市内の宿泊施設が少なく、観光利用、ビジネス利用とも選択肢が限定される。(複数)
- 事業者意欲が低下しているケースがあるが、サービスを提供する側のモチベーションが低いとサービス業は成立しない。

-4.観光振興対策

- 市観光産業は伸びる余地がある。道の駅 たたらば壱番地成功をさらに活かすべき。(複数)
- 観光を軸に異業種・地域間連携を進め、地域産業連携の仕組みを構築することが必要。
- 尾道、四国方面と高速道路でつながることから、冬の観光利用者も増えると期待している。
- 観光ネットワークは目的や戦略を共有した上での連携でなければ効果があがらない。

-5.農商工連携・6次産業化

- 市内事業者、特に生産者やものづくりの事業者にはマーケティング力の強化が急務(複数)
- スパイプロジェクトのように事業者意欲と生産者意欲を引き出す産業施策はかかわりやすく、メディア戦略としても有効。

-6.雇用対策 起業家支援

- 退職者によるシニア起業家支援ファンドの創設などを構想してはどうか。

-7.産業振興ビジョン等、政策推進に関すること

- 市場戦略を明確にした施策立案を重視してほしい。
- 市、県の産業施策と事業者活動が一通貫していることが重要。
- 産業振興ビジョンを策定した上で、市内事業者等がどのように具体的な展開を図るか。その創意工夫が成否を分ける。
- 雲南市のブランドイメージを高めるシンボリックな存在がほしい。(桜はよいが通年のイメージがほしい)

3. 調査結果のまとめ

複数事業者からの回答から、設問ごとのポイントを下表のように整理した。

項目	現状・実施中の対策項目	課題・提言項目
人材確保	<ul style="list-style-type: none"> □ 近年早期離職の傾向が強くなった。 □ ベテラン技術者の技術力や経験を活かしている。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業承継のあり方として、家族や従業員でなく外部人材で起業をめざす人材に受け継げる仕組みが有効である。
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> □ 異業種交流会、企業間交流機会などへの従業員の参加促進している。 	
事業展開・経営上の創意工夫	<ul style="list-style-type: none"> □ 品質向上と維持、トレーサビリティに基づき、利益よりも信頼、収益性が低くても戦略上重要な仕事を重視している。 □ 技術・サービス水準を磨いている。 □ 付加価値の高い事業展開を行い、地域の価格競争に巻き込まれないようにしている。 □ 域内需要の低迷を早期に見究め、首都圏のニッチ市場開拓に着手している。 □ 異業種や産業間連携を重視している。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 県外市場への輸送コストが増大している。地域内で自律的な物流システムを構築しないと太刀打ちできない。 ■ 外貨獲得型企业であり続けるには、品質に加え物流対策、コスト対策が不可欠。
産業振興ビジョンへの提言		<ul style="list-style-type: none"> ■ 人口維持対策強化を。人口は消費規模、就業者確保など事業活動を支える基盤である。 ■ 大型産直市場兼物流センターの整備が必要である（複数）。 ■ 市内の宿泊施設が少なく、観光利用、ビジネス利用とも選択肢が限定されることを解消する必要がある。 ■ 観光産業はまだ伸びる余地がある。たたら場壱番地の成功をさらに活かすべきである。 ■ 市内事業者、特に生産者やものづくりの事業者にはマーケティング力の強化が急務である。

第5章 第1～4章を踏まえた展開シナリオ

1. 課題と可能性の整理

本ビジョンの策定にあたり、各種調査分析から抽出された課題と可能性について以下のように整理した。

(1) 産業構造全体

【課題】	【可能性】
<ul style="list-style-type: none"> ■ 産業間の連携が進んでおらず、市内経済の循環性、産業連関性が弱い ■ 市内購買力の市外への流出が続いている ■ 過去5年間の売上高が減少している事業所が約5割を占める ■ 後継経営人材を確保できていない事業所が全体の6割以上 ■ 将来廃業を考えている事業所が約3割ある 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市民一人あたり所得が県内2位の高水準 ■ 製造業、卸・小売業の従業者数が市従業者数の約4割に相当 ■ 事業の強みは「技術」「品質」「顧客管理・サービス」 ■ 新分野への進出意向を参入したい事業領域「農産物の生産・販売」「飲食サービス」「林業・バイオマス・エネルギー」「介護・福祉」
【今後の取り組み方向】	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域資源に根ざした農業の6次産業化、地場産業間連携、農商工連携の強化、観光交流産業の確立などにより、市内の産業連関性の強化に向けた取り組みを進める ・ 政策ニーズの高い施策項目は「商店街振興」「産業人材育成支援」「専門的人材の確保支援」「労働力確保支援」「起業家育成支援」 	

(2) 農業

【課題】	【可能性】
<ul style="list-style-type: none"> ■ 生産者の高齢化に伴う後継者不足 ■ 零細規模の農家が多く経営基盤の確立が課題 ■ 耕作放棄地が増加 ■ 鳥獣被害の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 安全性に配慮した農業が推進されている ■ 農産加工、地産地消、農業の6次産業化が進む ■ 農業生産法人の組織化が進んでいる ■ 農業基盤整備に取り組んでいる
【今後の取り組み方向】	
<ul style="list-style-type: none"> ・ エコファーマー育成、低肥料・低農薬栽培などの環境にやさしく経済的な農業の推進 ・ 米の等級比率向上のため、病虫害防除や適地・適作による品質の向上 ・ 安全安心な農畜産物の生産振興と高付加価値化 ・ 地産地消、地産都商、海外展開の推進 ・ 農業の6次産業化の推進による農産物のブランド化 ・ 販路拡大に取り組む個人、団体に対する支援 ・ 生産基盤・機械施設の整備による生産コストの低減 ・ 集落営農組織の法人化と認定農業者の育成 ・ 就農希望UIターン者や地元の就農者に対する支援 ・ 補助制度の活用や県営事業の導入等による圃場や農道・水路等の基盤整備の推進 ・ 有害鳥獣被害対策等による耕作放棄地対策の推進 ・ 日本型直接支払制度の活用による農業・農村の多面的機能保全 	

(3) 林業

【課題】	【可能性】
<ul style="list-style-type: none"> ■産業の担い手、後継者不足が進行 ■木材価格の低迷 	<ul style="list-style-type: none"> ■バイオマス発電への未利用木材の供給など、バイオマス・エネルギーへの関心向上 ■公共建築物等の木材利用促進に関する法律により、公共建築物の木材利用が拡大見込
【今後の取り組み方向】	
<ul style="list-style-type: none"> ・「伐って、使って、植えて、育てる」循環型林業の推進 ・高性能林業機械の導入による施業の効率化 ・森林保全のための担い手の育成 ・市民参加による森林バイオマス事業の推進 ・公共施設や住宅への市産木材利用の促進 ・市産材の原木生産体制及び供給体制の強化 ・森林施業の集約、林道・路網整備の実施 ・森林資源の継続的な活用 ・森林の保全と事業の安定実施 	

(4) 製造業

【課題】	【可能性】
<ul style="list-style-type: none"> ■経営上の後継人材不足、従業員の高齢化による技能伝承 ■国内需要の低迷による売上の減少 ■大都市に向けた流通コスト負担の増大 ■販路開拓、マーケティング活動の遅れ 	<ul style="list-style-type: none"> ■製造品出荷額、粗付加価値額ともに島根県内4位 ■製造業の中核は機械製造業で市製造品出荷額の3割以上を占める ■市外を主要市場とする外貨獲得型産業が形成されている
【今後の取り組み方向】	
<ul style="list-style-type: none"> ・企業誘致の継続的な推進 ・企業誘致促進に向け、立地支援助成制度等の検討 ・管内高校生の地元就職率、定着率の向上 ・開発された製品の販売状況等、事業成果の追跡調査 ・企業アンケート調査等事業所の現況把握 ・産業人材確保・育成 	

(5) 建設業

【課題】	【可能性】
<ul style="list-style-type: none"> ■国、地方公共団体の財政運営と社会基盤整備の進展等による公共事業の削減 ■従業者数、事業所数ともに減少 ■総生産額の大幅な減少 	<ul style="list-style-type: none"> ■製造業、卸売・小売業とともに本市の重要な雇用の受け皿である ■多様な技能を活用した、新分野進出への果敢な挑戦 ■環境や生活様式に配慮した建築リフォーム等の新事業への展開
【今後の取り組み方向】	
<ul style="list-style-type: none"> ・環境への配慮や低コスト工法の導入 ・新規成長分野への挑戦支援 	

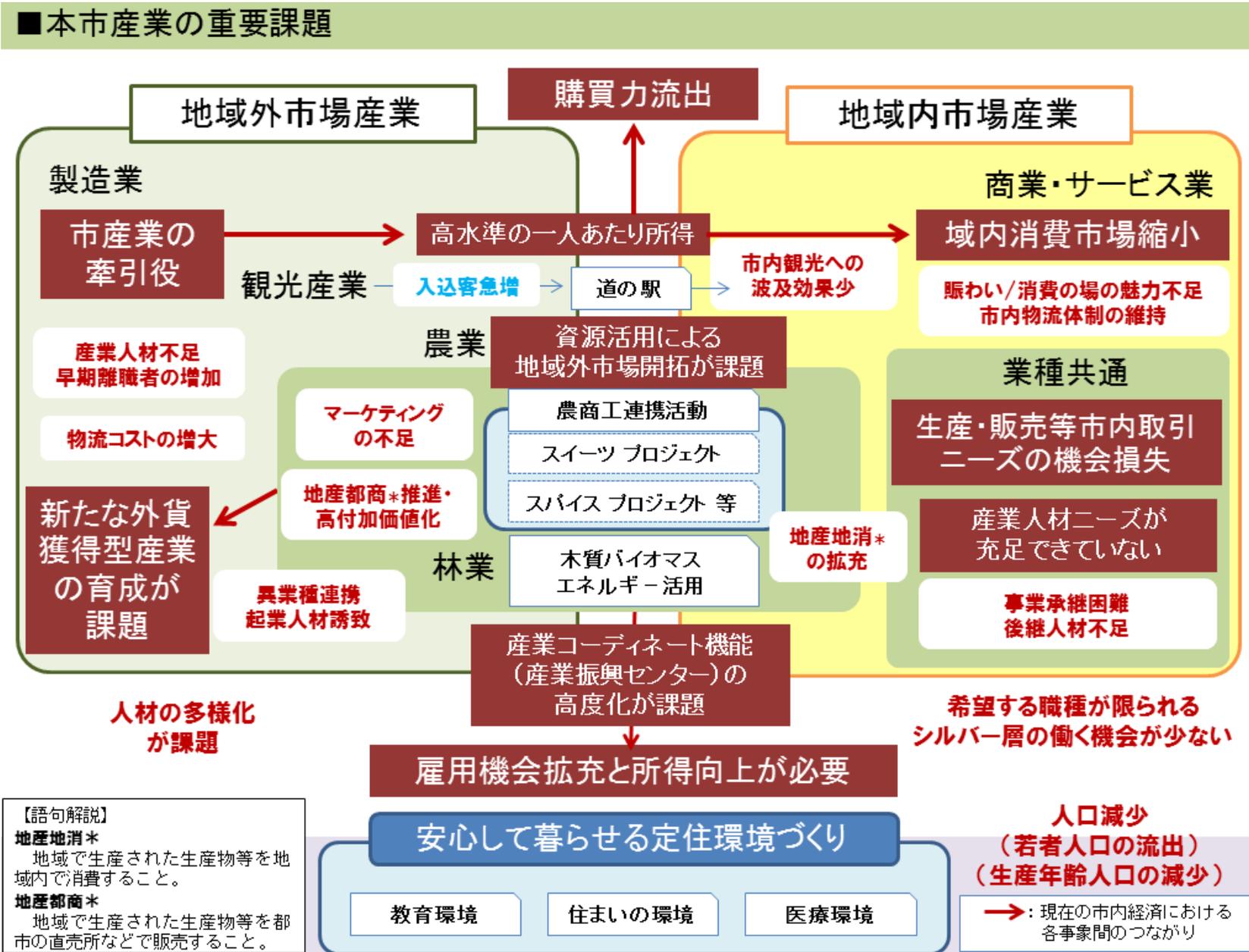
(6) 卸売・小売業

【課題】	【可能性】
<ul style="list-style-type: none"> ■購買力の市外への流出 ■買い物弱者の顕在化 ■売上げの伸び悩み ■地域商店街の活力低下 ■ネット通販や流通事情の激変、価格競争の激化などを背景とした経済規模の縮小 	<ul style="list-style-type: none"> ■市街地に小売業や飲食店等が集積 ■地元農産物を用いた商品開発、販売に着手している事業所の存在 ■製造業に次ぐ重要な雇用の受け皿
【今後の取り組み方向】	
<ul style="list-style-type: none"> ・商業基盤の中核づくりと地域商業空間の確保 ・地域内経済循環の活発化 ・地域商業の活性化支援 ・積極的な助成制度の活用による経営支援 	

(7) 観光・サービス業

【課題】	【可能性】
<ul style="list-style-type: none"> ■不十分な市内観光ネットワーク ■観光入込客数に対する宿泊者数の低迷 ■観光消費と波及効果の向上 ■主体的な観光の担い手としての機能確立 ■尾道松江線開通による国道交通量の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ■尾道松江線（無料区間）開通により山陽・四国・近畿・九州方面からの入込客数が増加 ■新たな大規模集客拠点の創出 ■新たな観光産業創出 ■観光情報発信の一元化
【今後の取り組み方向】	
<ul style="list-style-type: none"> ・高速道路からの誘導策として周遊性の向上やワンストップ窓口となる拠点づくりと情報発信 ・市内の観光資源のストーリー確立による魅力づくりと広域連携強化 ・尾道松江線開通における観光入込客の変化要因の検証 ・観光協会と市内事業者とが連携したリピーター獲得への取り組み強化 	

図 本市産業の重要課題



2. 基本方向

本市産業の課題と可能性を踏まえ、本ビジョン策定に向けた基本方向を以下のように設定する。

外貨獲得型産業の強化 × 地域内循環型産業の確立

● 外貨獲得型産業の強化

本市産業の強みである機械・金属・食品などの製造業の集積や急成長している観光の産業化の進展を見据え、大都市圏、海外等地域外市場を主要市場とする、いわゆる外貨獲得型産業の強化を図ることで、市内に還流するマネーフローの規模拡大を図る。

● 地域内循環型産業の確立

県内第2位の「一人あたり所得」に対して、購買力の相当数が流出していること、各産業において原料・資材等の仕入先が域外（域外）となっていることなどにより、現状では、本市経済の地域内循環性は極めて低く、これによる事業機会の損失が生じていることから、域内循環性を高める卸・小売・飲食・サービスなどの各産業の振興により、地域内需要を高めるとともに購買力の流出を抑制し、産業連関性を構築する。

また、上記の基本方向に向けた推進力となる「人（人材・人口）」に関する取り組みを総合的に推進することが求められる。

● 産業人材の確保・育成

市内企業においてニーズの高い優れた産業人材、事業承継の対象となる後継人材の確保が求められている。地域資源や経営環境、市場の変化を組み合わせ新たな事業価値を創出する起業人材の確保・育成を図る必要が高まっており、女性、高齢者等多様な人材の能力が発揮できる雇用環境の充実を図る。

また、学校等の教育環境との連携や外部人材獲得のための仕組みを構築する。

● 定住人口の確保

事業を行う上で不可欠である労働力の供給基盤として、また、消費活動の基盤となる市人口の維持（若者世代の転入増と転出抑制）に向けた雇用環境と一体となった総合的な定住環境の充実を図る。

瀬戸内ジャムズガーデン

ジャム製造販売・カフェ&ギャラリー運営・観光農園
オーナー 松嶋匡史氏 山口県周防大島町

- 都市から移住したオーナーが、農業・食品製造業・観光をつなぐ6次産業化事業を確立
- ジャムの原料となる果実はすべて自家農園と契約農家から調達
- 他の原料も安全性に配慮した無農薬、添加物類は不使用
- 製造するジャムは、直営販売店・カフェを訪れる住民、観光客に高い人気
- 経営基盤の弱い新規就農者等から果実を市場価格より高い価格で買い取り、農家の経営安定化を支援
- 農家とともに農業生産現場からのジャムづくりに取り組み、人気商品を開発
- 中国地域以外にも販路を広げ、地産都商で外貨を獲得
- 島の暮らしと働き方に魅力を感じる若い移住者が増加
- 地元人材や地域外から周防大島町に移住・就農を希望する人材の確保や育成にも注力

果実本来の香りと食感を楽しめるよう、少量ずつ短時間で煮込む製法にこだわっている手作りジャム専門店瀬戸内ジャムズガーデン。周防大島産の柑橘やイチゴ、キウイ、イチジク、サツマ芋など、四季折々の旬の果実をジャムにして人気を博している（種類は年間約80種以上）。

また柑橘にチョコレートを組み合わせたオリジナルマーマレードなども評判で、近年は、地方創成のモデル事例としてマスコミにも度々取り上げられている。直営店では、自家製のジャムやマーマレードを使ったスイーツが食べられるカフェも併設しているほか、「美味しいジャムづくりは美味しい食材から」という考えの下、原材料となる果実類は、すべて自家農園か契約農家から直接仕入れ、無農薬もしくは減農薬で育て、旬にこだわったものを使用している。また、砂糖は種子島産の農薬不使用のサトウキビから、化学的精製をせずに作り上げた洗双糖を使い、化学調味料や着色料など不要な添加物類を使用していない。

特に、経営基盤の弱い新規就農者等から果実を市場価格より高い価格で買い取り、農家の経営の安定化を支援している。また、農家と協力して農業生産現場からのジャムづくりに取り組んでおり、人気商品の地元サツマイモや栗を活用した「焼きジャム」もそうした努力から生まれた。

現在は、中国地域以外にも販路を広げており、地元の豆腐店や餅店とのコラボ商品を開発するなど地域企業との連携による事業化にも取り組んでいる。

こうした取り組みは、観光面だけでなく、魅力ある島の働き方として都市の若者層の注目を集め、移住者の増加にも貢献している。オーナーの松嶋氏はこうした実績と実践的な6次産業化のノウハウを活かし、人材育成研修の講師を努めるなど、地元人材や地域外から周防大島町に移住・就農を希望する人材の確保や育成にも注力している。

3. 展開シナリオ

本ビジョンにおいて、本市の経済産業活力を高めるための展開シナリオを以下のように設定する。

シナリオ1. 経済規模の縮小を克服する ⇒ 外貨獲得型産業を伸ばす

- 方策1 本市産業を牽引する製造業の振興を図る。
- 方策2 中心市街地の賑わいづくりにより商業の振興を図る。
- 方策3 本市産業において大きな成長要因を有する観光産業の振興を図る。

シナリオ2. 経済構造の弱みを克服する ⇒ 地域内循環型産業を再興する

- 方策1 中心市街地の賑わいづくりにより商業の振興を図る。
- 方策2 原材料の市内調達等により産業の重層化を確立する。
- 方策3 農商工連携の充実により農業振興を図る。
- 方策4 木質バイオマス活用によりエネルギーの地産地消を進める。

シナリオ3. 優れた人材を確保育成する ⇒ 市内外の人材確保と育成を図る

- 方策1 学校教育等において産業人材の育成を図る。
- 方策2 他地域・大都市部から優れた人材の確保を図る。
- 方策3 女性、高齢者等多様な人材能力の活用を図る。

シナリオ4. 人と財の流れを転換する ⇒ 域外流入を増大、域外流出を抑制する

- 方策1 市内の観光消費を伸ばす。
- 方策2 市外への購買力流出を抑制する。

シナリオ5. 地域産業の再生産性を高める ⇒ 事業承継と起業創業を支援する

- 方策1 後継人材の確保による事業承継を支援する。
- 方策2 地域の課題解決や資源活用による起業・創業を支援する。

4. 展開シナリオを支える推進体制

ここまで第5章では、「外貨獲得型産業の強化」と「地域内循環型産業」との結びつけの必要性について述べてきたが、この展開シナリオを支えるための推進体制を整える必要がある。

雇用を生み出す産業振興支援体制の整備

-1. 産業振興センターの機能強化

- (1) 確実に雇用を生み出す産業振興センターに強化
- (2) 充実した高度専門スタッフによる起業・創業や事業者間マッチング推進
- (3) 人材活用による事業承継の促進
- (4) 各種相談対応可能なアドバイス機能の導入
- (5) ビジネスセミナーや講座開設等による人材育成の推進

-2. 雇用創出に向けた連携強化

- (1) 中国経済産業局や（公財）しまね産業振興財団等との連携強化

-3. 産業振興のための成果主義導入

- (1) 目標設定と成果主義導入による事業・経営管理の導入

ー 1. 産業振興センターの機能強化

(1) 確実に雇用を生み出す産業振興センターに強化

現行ビジョンの推進体制として平成17年11月に創設した雲南市産業振興センターにより、官民が連携して、地元企業や農業生産者、行政や支援機関等の相互交流の場づくりが実現している。これにより、数々の企業誘致や地場産業の設備投資、雇用創出が図られてきた。

しかし、今後さらに進むと予測される少子高齢化を克服し、人口の社会増を実現させるためには、さらなる「雇用の場の創出」が欠かせない。現在のセンターをさらに飛躍・前進させ、確実に雇用を生み出す、産業振興センターへと機能強化を図る必要がある。

(2) 充実した高度専門スタッフによる起業・創業や事業者間マッチング推進

産業振興センターの強化策の一つとして、高度専門スタッフの常駐化を検討する。企業の有する技術や人材、設備等をもとに経営状況、成長力等が総合的に判断できると同時に事業運営に幅広い見識を有し（中小企業診断士等）、関係機関等のコーディネートや自身の経験等を活かした支援を行うことができるような優れた専門スタッフを常駐化することが望ましい。起業や創業、事業者間マッチングに向けた支援が推進され、確実な雇用創出に結びつくものとする。

(3) 人材活用による事業承継の促進

第3章では「事業所アンケート調査結果」を取り上げたが、「事業承継」が深刻な課題のひとつとして浮き彫りとなった。後継者不在を理由とする廃業や事業縮小を回避するためにも、抜本的な対策が急がれる。

新たな産業振興センターでは、先の高度専門家スタッフの配置に加え、事業をうまく承継していくための経営者と後継者を結ぶ専門人材の活用も必要と考える。雲南市商工会等関係機関と十分に連携しながら、事業承継実現によって本市の地域経済に与える影響を最小限に抑えなければならない。

(4) 各種相談対応可能なアドバイス機能の導入

起業や創業、事業拡大には、様々な専門的知識や技術の習得が欠かせない。税務や労務、法務などのほか、事業計画書の作成、新商品開発、販路開拓、デザイン、IT など、事業運営上、必要とされる分野の専門家によるアドバイス機能の導入についても、新しい産業振興センターにおいて検討すべきと考える。

(5) ビジネスセミナーや講座開催等による人材育成の推進

専門スタッフの常駐化、事業承継の推進、各種アドバイスに加え、起業や創業、事業拡大の実現のためには、それぞれの分野をめざす人材を直接的に育てることを目的とした人材育成が欠かせない。

新たな産業振興センターのアドバイザー等を中心に、ビジネスセミナーや講座を開催し、しっかりと学んでいただくことにより、確実な起業や創業、事業拡大が実現するものとする。

－ 2. 雇用創出に向けた連携強化

(1) 中国経済産業局やしまね産業振興財団等との連携強化

国・県の制度活動、産業政策情報、人的支援など、中国経済産業局やしまね産業振興財団との連携を強化し、効果的な企業活動支援メニューの提供を行う。

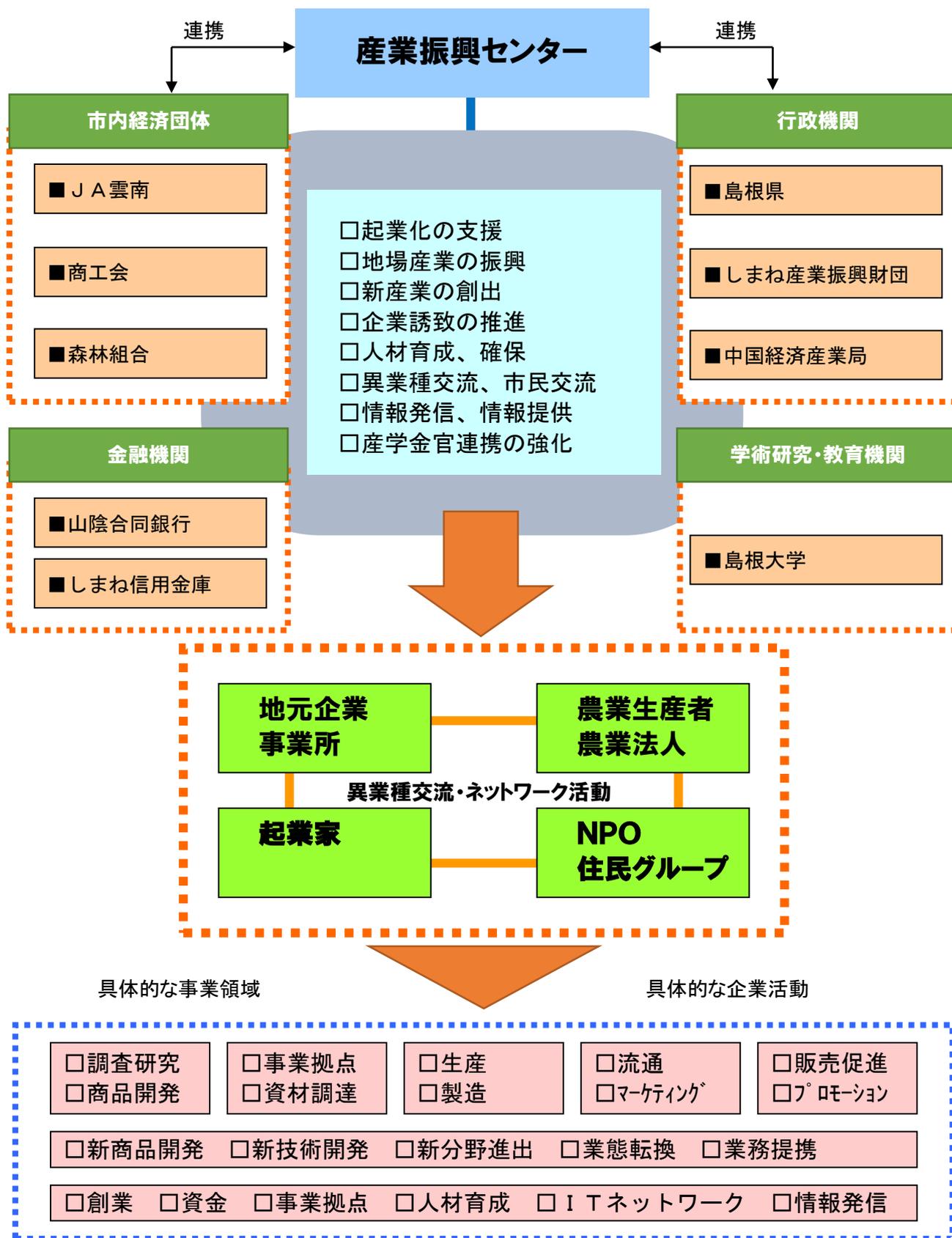
あわせて、雇用情勢の課題やその変化に対応し、必要な雇用対策の方向性の共有と連携施策の立案、重点的かつ緊急的に取り組むべき事項への迅速な施策展開を図る。

－ 3. 産業振興のための成果主義導入

(1) 目標設定と成果主義導入による事業・経営管理の導入

目標を明確にした成果重視の組織マネジメントを図るため、目標管理制度に基づく PDCA サイクルに基づく「評価指標の設定」「年次目標数値の設定」「定期的な評価検証の実施」「改善点の計画反映」といった事業管理・経営管理を実施する。

■展開シナリオを支える産業振興センターのイメージ図



第6章 第2次雲南市産業振興ビジョンの基本方向

1. 基本理念

挑戦し、活力を生み出す雲南市 ～たしかな雇用創出をめざして～

2. 基本姿勢

(1) 現場主義

～市民・事業者の力を伸ばすための行政サポート～

新たな知恵は現場から生まれる。こうした民の力を最大限に引き伸ばす役割を行政が担う。

(2) 創業革新

～事業領域を選択・集中して果敢に挑戦～

新事業に立ち向かい、挑戦する事業者等への集中的支援による活力連鎖を創出する。

(3) 交流連携

～分野を超えた横断的な交流・連携を推進～

異業種・他分野を受け入れ、自社経営の課題解決につながる「場」を提供する。

3. 施策体系

■ 共通施策

～ 産業振興・地域経済活動を支える共通基盤の強化 ～

次ページ以降に記載する、各施策(1)～(4)を支える横断的な取り組みとして、①産業インフラの強化、②産業人材の確保・育成・活用と持続可能な事業活動支援、③産業連携活動の強化を掲げ、市内産業の振興及び市民の経済活動を支える共通施策として推進する。

① 産業インフラの強化

○経済活動を支える効率的な物流機能の充実を推進する。

◆地域内物流及び地域間物流機能の強化

② 産業人材の確保・育成・活用と持続可能な事業活動支援

○地域産業を支える多様な産業人材の確保・育成・活用を図る。

◆産業人材の確保・育成活動

◆熟練技術・技能の伝承と技術等保有者の活用促進

◆事業の担い手(人材)確保による事業承継の促進

◆円滑な資金調達の支援

③ 産業連携活動の強化

○産業間連携や他地域との連携を推進する。

◆他産業・他業種との有機的な連携

◆事業活動の広域連携・広域展開の支援

(1) 立地基盤整備・ものづくり産業の集積

～ ものづくり産業の集積による雇用創出 ～

経済のグローバル化や、国際的な企業間競争、為替変動による生産の海外拠点化など、地方のものづくり産業を取り巻く情勢は、厳しい状況にある。一方で、尾道松江線の全線開通による交通インフラの充実や、誘致企業、地場産業の成長により、地方に製造拠点を置きながらも、独創的な技術革新や商品開発により、確実に業績を伸ばす製造業が存在しており、これらの事業者が果たす役割は非常に重要である。これまで以上に、これら外貨獲得型産業をけん引し、さらなる産業集積によって雇用拡大を実現させる必要がある。

そのためには専門的かつ総合的な支援体制を強化するとともに、IT 技術の活用や健康サービス産業等の成長産業との連携による企業の競争力強化についても積極的に取り組むこととする。

① 企業団地やアクセス道整備による企業誘致の推進

○たしかな雇用と産業集積を促す企業立地環境の整備を推進する。

◆神原企業団地整備やスマート I C 等アクセス確保による新産業創出拠点整備

◆既存企業団地等における立地環境整備

○交通ネットワークを活かした企業誘致を積極的に推進する。

◆製造業を中心とした企業誘致活動の強化

◆都市と地方の壁を克服する力を持つ I T 産業の誘致推進

◆関係機関との連携による情報収集に基づくセールス活動

◆特色ある企業立地優遇制度の充実

② ものづくり産業の集積による地場産業の振興

○企業支援・産業創出機能の強化を図る。

◆産業振興センターの機能強化による起業・創業、経営課題解決、販路拡大等の支援

◆金融機関、産業支援機関等との連携による経営サポート

◆立地企業に対するアフターフォローの徹底

○機械金属製造業の企業体質の強化を図る。

◆きめ細やかな地場企業への訪問による企業ニーズ把握

◆産学官金連携による新技術、新商品開発、及びノウハウ移転等の支援

◆医療・福祉・健康分野連携による新事業、新分野進出支援

◆海外展開等への販路開拓支援

○安全・安心なオンリーワンの食品産業群の確立を目指す。

◆農食連携による機能性の高い食品産業のネットワーク形成

◆有機 JAS 規格認証取得等による、市場開拓並びに販売促進の強化

③ 小規模事業者における経営基盤の強化

- 経営改善、事業再生に向けたネットワーク（関係機関の連携）事業の推進を図る。
 - ◆資金繰り円滑化のための経営支援
 - ◆販路開拓のための共同受発注体制の構築
- 下請け型企业体質からの脱却を図る。
 - ◆保有技術やノウハウを活かした新分野進出の促進
 - ◆異業種交流等を通じた取引促進、新事業・新商品開発の促進
 - ◆生産性向上につながる経営基盤強化支援

（２）賑わい創出・地域商業確保

～商業基盤の中核づくりと地域商業空間の確保～

安全で快適に暮らすためには、利便性が高く、健康的で文化的な生活基盤づくりが必要である。中心市街地エリアにおいては、都市計画に沿った賑わい拠点・商業集積地の整備が重要な要素であり、これにより商業基盤の中核づくりが実現する。

また、市内それぞれの生活エリアにおいては、地域特性に応じた地域商業空間や維持・確保が必要であり、それぞれの役割の中で、魅力ある地域商業を確立し、購買力の向上につなげる。

① 中心市街地における賑わい創出

- 中心市街地における中核商業拠点を整備する。
 - ◆賑わい創出につながる商業空間の整備と集積
 - ◆新規ビジネスの創造と展開
 - ◆都市機能整備と連結した持続可能な商業基盤づくり
 - ◆地域商業との連携、ネットワークづくり

② 地域商業空間の確保

- それぞれの地域の特性や役割に応じた地域商業空間を確保する。
 - ◆既存商店街における空き店舗の活用
 - ◆中山間地域における移動販売の推進、支援
 - ◆市民活動をビジネス化するコミュニティビジネス、ソーシャルビジネス等の推進

③ 地域商業の活性化と円滑な事業承継の推進

- 経営支援の強化や新規の創業支援を行い地域商業の活性化を図る。
 - ◆継続的な地域経済振興会議での議論と施策の展開
 - ◆事業者への経営指導、経営支援、金融支援などの情報の提供
 - ◆商業団体等と連携した施策の展開
 - ◆事業の継続と発展へ向けた事業承継への支援
 - ◆インターネット等の情報通信網を活用した顧客の獲得

(3) 安全安心・稼げる農林業

～安全安心な農畜産物の生産と稼げる農林業の推進～

農林業を取り巻く状況は、高齢化に伴う担い手不足、米価の下落と木材価格の低迷などにより大変厳しい状況にある。

今後の農業振興においては、農業生産をはじめ、地域の担い手として重要な集落営農の法人化や認定農業者のさらなる育成が不可欠である。これに消費者が求める安全安心な農産物の生産と6次産業化による高付加価値化を付与することによって「稼げる農業経営」を実現していく。

また、林業においては、バイオマスエネルギー事業への林地残材の活用だけでなく、市産木材の供給体制を整えることによって、地域内循環による持続可能な産業を育成し、「稼げる林業経営」を確立する。

① 地域を支える組織の育成と農業基盤の整備・保全

○農業・畜産の担い手(人材)の確保とともに、経営規模拡大や組織化により経営力の強化を図る。

- ◆集落型経営体(集落営農・法人化)の育成
- ◆認定農業者育成による中核的農家の確保
- ◆U I ターン者や地元の就農者に対する支援

○圃場、農道、水路等の農業基盤の整備・保全を図る。

- ◆農業機械の共同化・高性能化による生産コストの低減
- ◆農業基盤等の整備による生産性向上
- ◆鳥獣被害対策、日本型直接支払制度の活用推進
- ◆中山間地域が持つ食料供給、集落維持、国土保全等多面的機能の発揮

② 安全安心な農畜産物の生産と6次産業化による高付加価値化の推進

○安全、安心な農畜産物の生産と6次産業化を推進する。

- ◆エコファーマー等の低農薬・有機栽培農家の育成
- ◆環境にやさしく経済的な農業(エコエコ農業)の推進
- ◆売れるコメづくりのための良質米生産
- ◆県有種雄牛の活用と優良雌牛の導入等による和牛生産振興
- ◆地域資源を活かした、農業の6次産業化による新たな産業の創出

③ 地産地消、地産都商による農畜産物の販路拡大の推進

○市外への積極的なセールスや地産地消により、農畜産物の販路拡大を図る。

- ◆販売施設整備による地産地消の推進
- ◆効果的な販売促進活動による農畜産物のブランド化
- ◆都市部などへの域外販路獲得のための販売機会の提供

④ 自然環境と共生する循環型林業の育成推進

- 「伐って、使って、植えて、育てる」循環型林業の推進による新産業の創出を図る。
 - ◆未利用間伐材等の収集運搬システム確立によるエネルギー利用の推進
 - ◆市産木材の供給体制の確立及び市産木材利用の推進
 - ◆高性能機械の導入等による新たな担い手の育成
 - ◆計画的な熱供給施設の整備

(4) 観光による交流人口の拡大

～地域の魅力向上と稼げる観光の推進～

出雲神話や出雲國風土記など、雲南市ゆかりの地域資源を活かした観光ビジネスに着手し、観光ガイドを養成するなど観光の受け地づくりを推進してきた。

雲南市における観光入込客数は、出雲大社大遷宮や同年3月の松江自動車道開通、道の駅「たたらば壱番地」開設効果等により、前年の約1.5倍の140万人余り（平成25年）となっている。

また、平成26年度中に尾道松江線（中国やまなみ街道）が全線開通することから、山陽自動車道や瀬戸内しまなみ海道（西瀬戸自動車道）につながり、沿線地域や山陽・四国圏域、近畿や九州方面からの観光入込客・交流人口の増加が期待される。

このような好条件を背景に、市内通過の高速道路無料区間に3つのICを持つ強みを活かしつつ、市全体の観光プログラムと観光推進体制の構築を図りながら、訪れる人々にその魅力や良さが伝わり満足度の高い「稼げる観光」を確立する。

① 観光誘客、滞在・宿泊型交流の推進

- 地域資源を活かした観光商品の充実及び観光施設の老朽対策の計画的な推進を図る。
 - ◆道の駅の観光案内機能の整備と、旅行事業者との連携強化による観光商品の充実
 - ◆神話、たたら、遺跡、桜、滝、ホテルなどを活用した観光商品の充実
 - ◆安全・安心な「食の幸」を活かした特産品等開発支援
 - ◆観光誘導サインの計画的な整備、観光施設・宿泊施設の老朽対策の計画的な推進
- 観光情報の発信と広域連携（交流）の推進を図る。
 - ◆効果的な観光情報の発信、観光宣伝や雲南市PR大使の協力による雲南ファンの獲得
 - ◆近隣市町村や尾道松江線沿線自治体等との広域連携（交流）の推進

② 観光の担い手育成による「おもてなし力」の向上

- おもてなしの心の醸成と観光担い手づくりを強化する。
 - ◆市民のおもてなし力を向上し、観光ガイド養成などスキルアップを支援
 - ◆地域自主組織等による観光交流メニューづくりの支援
 - ◆民間事業者による観光事業参入を促進

③ 組織体制基盤の強化

○観光協会を中心とした観光推進体制の確立を図る。

◆雲南市観光協会の組織体制の強化

◆市観光振興計画（仮称）の策定による具体的な数値目標、行動計画、役割分担の設定