

次期廿日市市産業振興ビジョンの施策体系(案)

■本市産業の将来イメージ(目標)

「つながる産業 つなげる未来」 ～人と事業者と地域がつながり、ワクワクする“はつかいち”へ～

■キーワードと産業振興施策の方向性

方向性		具体的施策(現行ビジョンの「戦術」) *重点施策…◎	具体的取組(例)	現行ビジョン(後期計画)の各戦略との関係性
「人」	1 人材を呼び込み、 育み、定着させるまち	1-1 地元就業の促進と人材確保の推進【◎】	インターンシップ、就職ガイダンス、企業、学生マッチング 等	「戦略 1 .地域経済を支える・成長させる人材の育成・確保」を一部継承
		1-2 多様な人材の活躍の推進【◎】	ダイバーシティ経営の推進、男性育休の推進 等	
		1-3 人材育成の強化	中小企業大学校受講支援 等	
「事業者」	2 事業者の「稼ぐ力」を養い、 持続的に成長できるまち	2-1 事業環境の整備促進【◎】	産業団地整備、ゼロカーボン、環境対応 等	「戦略 6 .新たな都市活力の創出」を継承
		2-2 産業集積の維持・強化	企業誘致、事業承継	「戦略 5 .企業の生産性の向上や新事業の創出支援」を一部継承
		2-3 販路開拓・売上向上	販路開拓支援、ブランディング支援	
		2-4 生産性向上・高付加価値化	中小企業融資貸付金制度、生産性向上等応援補助金	
「地域」	3 地域と産業の 好循環が生まれるまち	3-1 観光の基幹産業化【◎】	観光産業支援	「戦略 4 .観光まちづくりのマーケティング/マネジメント機能の強化」を一部継承
		3-2 地域資源の発掘・活用【◎】	食の循環型ネットワークの構築、農水産業と製造、販売までの連携支援、 木のたびネットワークの発展、伝統的工芸品の維持・発展、商店街活性化	「戦略 2 .市内を縦断する食産業「フードバレーはつかいち」の創出」 「戦略 3 .森林の育成から木の消費までを結ぶ「木のたびネットワーク」の形成」を継承
		3-3 多様な連携の促進	異業種交流会、産官学連携	「戦略 5 .企業の生産性の向上や新事業の創出支援」を一部継承
		3-4 新たなビジネスの創出	創業・新事業創出支援	
支援基盤	4 事業活動を支える 支援体制が整ったまち	4-1 産業支援ネットワークの強化・高度化【◎】	まちづくり委員会、経済団体との連携	「戦略 7 .「オールはつかいち」の産業支援」を継承
		4-2 支援制度の認知度向上と利便性強化	経営者向け情報サイト「今こそ廿日市」の内容拡充	

■ 重点施策と具体的取組及びその根拠データ

施策方針(現行ビジョンの「戦略」)	具体的施策(現行ビジョンの「戦術」) 重点施策…◎	主な取組(素案)	根拠データ(産業構造調査・アンケート調査より)
1 人材を呼び込み、 育み、定着させるまち	1-1 地元就業の促進と人材確保の 推進【◎】	<現行ビジョンでの実施事項> ● 市内及び近隣の大学生や高校生のインターンシップ ● 市内小中学生の市内事業者でのビジネス体験 ● 市内大学生(出身者も)や高校生と市内事業者とのマッチング、就職支援 <次期ビジョンでの検討事項(新規)> ● 高校・大学との連携による「地元就職ガイダンス」や合同説明会の開催 ● 市内事業者の職場見学ツアーの実施(保護者・教員も対象) ● 若年層向け就職の支援(事業者紹介動画や求人情報の掲載) ● 地元事業者の魅力を発信する記事や動画・SNS キャンペーンの実施(若者目線での編集)	【産業構造調査より】 ・廿日市市に常住する就業者のうち、54.8%が廿日市市内で働き、34.4%が広島市へ通勤している。 ・廿日市市内で働く就業者のうち、66.4%が廿日市市居住者で、27.1%が広島市からの通勤者となっている。- 小売、食料品、道路輸送は従業者数が多く、「雇う力」を担う産業である。 ・医療・保健衛生は、雇用者数も多く、雇用者一人当たり雇用者所得額も大きくなっている。 【人材不足の深刻化】 ・従業員の高齢化が主要な経営上の不安要素として認識されており、世代交代の問題にも繋がる熟練労働者の退職に伴う技術・知識の喪失リスクをはらんでいる ・人手不足と人材不足が重要な経営課題として浮上しており、労働力の量的・質的な確保が困難な状況が明確に表れている ・人件費増加が深刻な経営課題として認識されており、最低賃金の上昇や労働市場の逼迫による影響が顕著である 【企業規模による格差】 ・企業規模による人材確保の困難さに大きな格差が存在し、小規模事業者ほど人材確保に苦慮している実態が明らかである ・人材確保において充足・不足が二極化の傾向を示しており、不足している事業者では深刻な人材不足に直面している ・企業規模による採用手法の格差が顕著で、小規模事業者ほど人的ネットワークに依存し組織的な求人活動への移行が困難な状況にある ・人材関連支援制度で最も顕著に規模の格差が表れており、大規模事業者ほど組織的な採用活動を展開する中で支援制度との接点が多い 【職種別の人材不足】 ・営業・販売職の不足感が突出しており、直接的に収益の創出を担う職種の人材確保が困難で売上確保・拡大の制約要因となっている ・製造職や建設工事職など現場で実務を担う職種の不足感が顕著で、生産能力や納期対応に影響を与える可能性がある ・研究開発・技術職や情報システム職など専門性の高い職種の確保が困難で、デジタル化や技術革新に対する取組が制約される状況にある ・応募者の不足が人材不足の主要因として認識されており、労働市場における需給バランスの不均衡が表面化している ・人材獲得競争の激化により同業他社との競合が深刻化し、特にサービス業では人材像との乖離も採用の阻害要因となっている 【採用活動の課題】 ・即戦力となる同業実務経験者への需要が過半数を占め、人材育成に投資する時間的・資金的余裕がなく短期的な人材ニーズの充足を優先せざるを得ない状況である ・ハローワークや家族・友人・知人の紹介に依存した採用活動が主流となっており、多様な採用チャネルの活用が限定的である ・採用コストを経費負担なしで抑制せざるを得ない事業者が多数存在し、効果的な人材確保への投資が困難な状況が確認される ・学校からの人材紹介の活用が限定的であり、特に新卒採用を重視する事業者における教育機関との連携確立が課題となっている ・人材紹介会社や派遣会社などの活用が中規模以上の企業に限定されており、多様な連携による人材確保手法の拡充が必要な状況にある ・小規模事業者ほど採用活動や人材育成への組織的取組が困難な状況にあり、支援制度の活用促進と基盤整備が急務となっている ・採用コストの制約により効果的な人材確保手段へのアクセスが困難な事業者が多数存在し、公的支援による採用活動の底上げが重要である ・ハローワークへの依存度が高い一方で多様な採用チャネルの活用が限定的であり、効果的な人材確保手法への支援とアクセス改善が必要である 【戦略的重要性の認識】 ・「地域経済を支える人材の育成・確保」の重要度が全戦略中で最も高く、事業者の最優先課題として認識されている ・満足度が最も低い水準にあり、現行の取組に対する評価が低いという深刻なギャップが存在している ・人材育成・確保は多くの事業者にとって喫緊の課題であることが確認されており、事業者の大半に戦略の内容や具体的施策が十分に伝わっていない

施策方針(現行ビジョンの「戦略」)	具体的施策(現行ビジョンの「戦術」) 重点施策…◎	主な取組(素案)	根拠データ(産業構造調査・アンケート調査より)
			【支援制度への期待】 ・「就職ガイダンス」「学生向け企業紹介冊子の発行」といった人材確保・育成支援に係る施策も低い利用実績となっており、認知度の低さとともに恒常的な利用の難しさや効果の不確実性が利用を躊躇する一因となっている ・「新規雇用に係る奨励金の拡充」と「地元就業に対する若年層の意識醸成」が相対的に高いニーズを示しており、採用前後のコスト軽減と若年層の地元定着が求められている ・企業規模による採用手法や人材育成への投資に大きな格差が存在し、支援制度の認知度向上と利便性強化により格差解消を図る必要がある
	1-2 多様な人材の活躍の推進【◎】	<現行ビジョンでの実施事項> ● ワークシェアリングや副業等といった多様な働き方の促進 ● 業種を超えた再就職の支援 ● 若者、女性、子育て世帯、シニア、障がい者、外国人等の就労ニーズの把握 ● ダイバーシティ経営 <次期ビジョンでの検討事項(新規)> ● 女性・シニア・障がい者・高齢者が働きやすい職場環境整備に対する支援 ● 外国人… ● 多様な人材を活用する事業者への認定制度・表彰制度の創設(好事例の見える化) ● 子育て、介護離職に対する支援	【業種別の多様な人材ニーズ】 ・多様な人材の活用意向が確認され、パート・アルバイトが3割強、主婦層が約2割、外国人労働者・高齢者が約8%の事業者が採用を希望している ・特にサービス業において多様な人材活用への関心が高く、パート・アルバイトが約45%、主婦層が25%、外国人労働者が約15%、高齢者が約11%と非サービス業を大幅に上回っている ・営業時間の長さや繁忙期の変動に対応するため、サービス業では柔軟な雇用形態での人材確保を志向する傾向が強い ・多様な人材の活用に対する意識が十分浸透していない事業者も存在し、活用促進に向けた支援や啓発の必要性が示唆される
	1-3 人材育成の強化	<現行ビジョンでの実施事項> ● ビジネス教育訓練の強化を通じたデジタル人材や専門技術者の育成 <次期ビジョンでの検討事項(新規)> ● 人材育成(オンライン研修・eラーニングに係る民間ツールの活用促進)に関する支援 ● 人材育成事例の収集・発信(ウェブサイト等で紹介) ● ICTKOBOMIYAJIMAとの連携によるDX推進モデルの確立・IT人材の育成 ● キャリア形成に関する啓発セミナーの開催 ● 地域事業者による共同研修の場づくりの支援 ● 市内事業者間での社員交換・短期インターンのマッチング促進	【人材育成の現状と課題】 ・人材育成において体系的な取組を実施していない事業者が相当数存在し、社内研修やOJTなど職場密着型の実践的アプローチに依存する傾向が強い ・中規模以上の企業において組織的な人材育成や採用競争力の強化が喫緊の課題となっている 【人材育成支援への期待】 ・「人材育成に係る助成金の拡充」が回答率4割弱と突出しており、多くの事業者が費用負担の軽減を求めている ・「業種・業態に応じた専門的研修の実施」への期待が高く、実務のスキルアップに直結する業種別の特性や課題に対応した実践的な研修が求められている
2 事業者の「稼ぐ力」を養い、持続的に成長できるまち	2-1 事業環境の整備促進	<現行ビジョンでの実施事項> ● 「新都市活力創出拠点地区」(平良地区)の整備 ● 土地需要への対応や企業の誘致を推進するため、新たな事業用地の確保に向け、調査・検討を実施 <次期ビジョンでの検討事項(新規)> ● 産業用地(民地)・空き物件の情報集約・提供 ● 各種補助金への環境配慮型新商品・サービス導入に対する優遇枠の新設 ● ゼロカーボン経営セミナーによる普及啓発	【産業構造調査より】 ・木材・木製品、食料品、印刷・製版・製本、道路輸送の4産業が廿日市市の基幹産業として識別されている。これらは市外から所得を稼ぐことで市内経済循環の起点となる産業である。 ・廿日市市は、製造業の集積に特徴があるものの、国内で平均的な産業構造を持った地域といえる。 ・佐伯・吉和地域では、製造業(食料品、木材・木製製品、印刷・製版・製本、プラスチック製品、自動車部品・同附属品など)の生産額が大きい。 ・宮島地域では製造業(食料品)、観光関連産業(宿泊業、飲食サービス、小売、「運輸業」)の生産額が大きい。 ・廿日市市と広島市は、通勤を通じた結びつきが非常に強い。商業やサービス部門での取引を通じた繋がりは確認されたものの、製造業の取引を通じた強い繋がりは確認されなかった。両市間の経済取引を通じては、廿日市市から広島市へのネットで202億円の所得漏出が生じている。広島市との近接性は廿日市市の利点でもあり、所得漏洩の解釈にはさらなる検討が必要。 【立地環境の課題】 ・廿日市市の事業環境に対する総合的な満足度は高い水準にあり、立地環境に対する評価が特に高く事業継続の基盤的条件が整っていると認識されている ・交通・物流環境については改善の余地が確認され、満足度向上に向けた重点的な取組が必要である ・事業用地・産業用地の整備状況について一定の評価を得ているものの、際立った満足度は得られておらずさらなる充実が期待される ・企業規模による設備投資余力の格差が深刻であり、小規模事業者の投資制約を支援する仕組みの構築が重要である
	2-2 産業集積の維持・強化	<現行ビジョンでの実施事項> ● 「新都市活力創出拠点地区」(平良地区)に、製造系・業務系・商業系施設を立地誘導 ● オフィス誘致活動の推進(情報サービス業) ● 事業承継や第2創業を促進させるセミナー開催やマッチング支援 ● 税理士・弁護士・中小企業診断士等による個別相談窓口の設置 ● 事業継続力の強化を図るセミナー開催、認定制度の活用 ● 新型コロナ対策に伴う業態変更や業種転換等の支援 <次期ビジョンでの検討事項(新規)> ● 企業立地助成金の創設	【産業構造調査より】 ・市内で発生した需要のうち、市内産業の生産に結びつかず市外へ漏出している需要が移輸入であり、これは所得の市外漏出を意味する。市内経済循環の強化が重要であると考えられる。 ・市内需要額6,917億円のうち、49%にあたる3,412億円は移輸入として市外へ流出している。 ・中間投入2,473億円のうち、73%にあたる1,800億円を市外から購入(移輸入)しており、生産を通じた市外への需要漏出が生じている。特に製造業は、市内中間需要額の97%が移輸入となっている。これは、廿日市市内における製造品の川上・川中・川下産業の集積がなく、原材料・部品の多くを市外調達していることを意味していると考えられる。 ・市内最終需要4,444億円に対する移輸入は36%にあたる1,613億円である。市民の消費による購買流出(買回り品やサービスで広島市へ)も確認できる。

施策方針(現行ビジョンの「戦略」)	具体的施策(現行ビジョンの「戦術」) 重点施策…◎	主な取組(素案)	根拠データ(産業構造調査・アンケート調査より)
		● 老朽化対策の支援 ● 市内事業者への訪問・アンケート等の定期実施(流出リスクや拡張ニーズを早期に把握) ● 不動産業・地域金融機関等との立地支援情報共有等連携強化 ● 市外企業のお試し立地の支援(サテライトオフィスや短期間のレンタルオフィスの斡旋) ● 承継計画の策定支援(経営診断や事業評価の実施を含む) ● 地域金融機関と連携した承継資金・M&A 資金の融資支援 ● M&A 仲介会社との連携による小規模事業者向け M&A 支援体制の整備 ● 親族外承継・従業員承継に対する税制優遇や補助制度の周知徹底 ● 廃業後の空き店舗等の再活用を促進するリノベーション支援	・廿日市市内 3 地域間の取引額は合計 176 億円(市内生産額の 2.8%、市内取引額の 5.0%)に留まる。 ・廿日市市内 3 地域間で、ある地域の生産活動が市内他地域に付加価値をもたらすという経済の相互依存関係が存在している。市内地域間の連携強化が、市内に留める所得を増やす可能性がある。 【産業環境の脆弱化】 ・仕入元、販売先、外注先の減少が主要な立地環境上の課題として認識されており、事業ネットワークの縮小やサプライチェーンの脆弱化が深刻な問題となっている ・市内及び周辺における産業集積の希薄化を懸念する事業者が多数存在し、市産業のエコシステム全体の弱体化と地域経済の活力低下が重要な課題として認識されている 【経営基盤強化の必要性】 ・事業見通しにおいて安定的・保守的な経営を志向する企業が大幅に増加しており、人口減少や労働力不足、競争環境の変化など中長期的な不確実性への対応が課題となっている ・企業規模の拡大に伴い経営・管理能力の強化ニーズが増大し、組織規模の拡大による管理の複雑化と従来の属人的な経営手法の限界が明確になっている ・経営・管理能力の強化ニーズが強く、経済環境の不確実性や事業環境の変化を背景に経営基盤の強化が急務と考えている企業が多数存在する
	2-3 販路開拓・売上向上	＜現行ビジョンでの実施事項＞ ● 持続可能なにぎわいづくりや地域課題を解決するビジネスの支援 ● シティセールスの強化による首都圏や海外の販路開拓支援 ● ネット通販や越境 EC 等の事業化の支援 ＜次期ビジョンでの検討事項(新規)＞ ● 展示会等への出展支援 ● BtoB 取引マッチングの機会創出(異業種交流会の定期開催) ● 市独自のバイヤー招致・商談会の開催(地域特産品などに特化) ● 地元産品のブランド化支援(認証制度・統一パッケージ開発等) ● インバウンド向け販促支援(多言語 POP、キャッシュレス対応など) ● 地域商社との連携による販売チャネルの多様化 ● SNS・動画メディア等を活用したプロモーション戦略支援	【産業構造調査より】 ・基幹産業である食料品、木材・木製品、化学製品、道路輸送は移輸出額が際立って大きい。 ・廿日市市から広島市への移出は、総移輸出額のわずか 1.1%とごくわずかである。対個人サービスで移出額が大きく、各産業部門の移輸出に占める割合も高くなっている。製造業全体の移出は 0.1%に留まる。 ・新型コロナウイルス感染症の 5 類移行後、宮島観光関連産業では 2023 年 1 月から前年同月の売上を上回る事業所が大半である。 【営業・販売力強化の必要性】 ・営業・販売力の強化が最重要課題として認識されており、現在の強みとのギャップが顕著で、技術力や製品力を持ちながら市場価値に転換できない構造的課題が浮き彫りになっている 【ブランド力・独自性の重視】 ・製品・サービスの独自性・ブランド力が事業の基礎的要素として広く重視されており、現在の強みと今後強化したい要素の両方で重要な位置を占めている ・サービス業では製品・サービスの独自性・ブランド力を重要な強みとして認識する事業者が多く、人的資源と差別化要素に競争優位性を見出している傾向が強い 【マーケティング・広報機能の強化ニーズ】 ・企画・マーケティングと広報・宣伝力において現在の強みと今後の強化意向に大きなギャップが存在し、認知度の向上や市場でのプレゼンス強化、差別化戦略や市場開拓の必要性を重視する姿勢が顕著である ・企画・マーケティング、広報・宣伝力に対する強化ニーズにおいてサービス業の関心が特に高く、サービス価値の可視化や顧客へのアピールの難しさが業種特有の課題として浮き彫りになっている ・企業規模の拡大に伴いマーケティング機能の強化ニーズが顕著に増加し、競合環境の複雑化や顧客ニーズの多様化に対応するため戦略的なマーケティング手法の導入が不可欠となっている 【マーケティング機能の重要性】 ・販売・受注・サービス提供機能の強化意向が最も高く、多くの事業者にとって中核的な機能として位置付けられている ・マーケティング・市場調査機能の強化志向が高く、市場環境の変化に応じた戦略的なマーケティングの重要性が増している
	2-4 生産性向上・高付加価値化	＜現行ビジョンでの実施事項＞ ● DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進支援 ● IT 人材や技術者等の知財を活用するハッカソン等の開催 ● 小規模事業者向け融資制度 ＜次期ビジョンでの検討事項(新規)＞ ● デジタル技術導入の支援(業務効率化システム、キャッシュレス決済、EC サイト等) ● 中小企業大学校との連携による DX・デジタル化推進・AI 活用等の出前講座の実施	【産業構造調査より】 ・基幹産業(食料品、木材・木製品)は生産額が突出して大きいため、粗付加価値額も大きくなっている。 ・小売と飲食サービスは「雇う力」の大きな産業であるが、雇用者一人当たりの雇用者所得は小さくなっている。これらの産業は「回す力」も担っており、生産性の向上が課題となる。 ・情報通信産業は市内に集積がなく、移輸入率が極めて高い。情報通信産業の集積がないことが、市内産業のデジタル技術導入の妨げになり、基幹産業感応度の低さに影響している可能性が考えられる。 ・デジタル化や DX への対応が基幹産業の競争力強化の鍵となることが想定される。 【コスト上昇と収益圧迫】 ・原材料価格上昇が最大の不安要素として突出しており、事業者の多くが原価の増加による利益率の圧迫並びに価格転嫁の難しさを深刻な問題と捉えている ・営業利益の先行き見通しが売上高・生産高よりも悲観的であり、コスト上昇による利益圧迫への懸念が強く表れている

施策方針(現行ビジョンの「戦略」)	具体的施策(現行ビジョンの「戦術」) 重点施策…◎	主な取組(素案)	根拠データ(産業構造調査・アンケート調査より)
			【設備投資の制約】 ・設備投資において現状維持・予定なしが最も多く、積極的な設備投資を計画していない事業者が大半を占め、経済の先行き不透明感や収益性に対する不安が影響している ・投資を行う場合も維持・補修や合理化・省力化が中心で、事業拡大よりも効率性や安定性を優先する傾向が見られる ・企業規模による設備投資余力の格差が深刻で、小規模事業者の投資制約が顕著になっている 【生産性向上施策への期待と課題】 ・「企業の生産性の向上や新事業の創出支援」への期待が高い一方で、現行施策の効果や企業ニーズとの齟齬があることが示唆されている ・生産性向上という多くの事業者に関係する内容でありながら、「分からない」が約 6 割を占めており認知度に課題がある ・デジタル技術の導入や EC 市場の活用など、具体的施策の認知度や利用状況にも課題があるものと考えられる ・サービス業が非サービス業を上回る評価を示しており、自動化・AI・IoT 投資への関心の高さと合理化・省力化への強いニーズを反映している ・小規模事業者が期待する支援と実際の政策効果との間にギャップが存在している様子がうかがえる 【補助制度の効果と利用状況】 ・「生産性向上等応援補助金」は認知度・利用実績とも比較的高く、生産性向上は多くの事業者に共通する課題であり資金面への直接的な支援である点が利用実績に寄与している ・「生産性向上等応援補助金」が回答率 3 割弱と継続・拡充のニーズが最も高く、前項の認知度と利用実績の相対的な高さが反映されている ・「設備投資に対する補助金」と「税制優遇・課税免除」に対するニーズが最も高く、事業基盤に直接関わる資金面への支援がニーズの中核を形成している ・サービス業では「生産性向上等応援補助金」の利用実績が非サービス業を上回っており、人手不足に直面する中で生産性向上への投資が喫緊の課題として認識され実際の支援制度活用につながっている ・最も顕著な規模格差が表れており、大規模事業者ほど生産性向上の投資に対する取組への余力があり補助金を活用した戦略的投資を志向している
3 地域と産業の 好循環が生まれるまち	3-1 観光の基幹産業化【◎】	＜現行ビジョンでの実施事項＞ ● 観光交流拠点など集客施設を活かし、市民や近隣住民、観光客の人の流れを捉えたビジネスの創出 ＜次期ビジョンでの検討事項(新規)＞ ● DMO 主導によるマーケティング機能の強化 ● ひとりあたり観光消費額の増加に向けた事業者支援 ● 市内事業者と観光事業者の連携構築	【産業構造調査より】 ・2016 年時点では基幹産業であった宿泊業が、2021 年では基幹産業に該当しない。これは新型コロナウイルス感染症の負の影響を大きく受けたためと考えられる。 ・宿泊業は廿日市市の基幹産業になりうる産業である。 ・宮島観光関連産業の市内生産額は 99 億円で、廿日市市全体の 1.5%。従業者総数は 2,078 人で、全体の 4.0%を占める。生産額に対して従業者数が多い産業である。 ・宮島観光関連産業の中間投入のうち、市内産業からの購入金額は 21%に留まる(移輸入 79%)。これは市内経済全体(27%)よりわずかに低い。 ・宮島観光関連産業の生産誘発効果の総効果は 117 億円(誘発倍率 1.19 倍)で、市内観光消費額に対してそれほど高い経済波及効果は発生していない。中間投入に占める市内産業からの購入割合の低さが原因と考えられる。 【観光分野での成果認識】 ・「観光まちづくりのマーケティング/マネジメント機能の強化」は産業振興戦略の中で最も奏功している領域として評価されている ・観光産業の担い手であるサービス業の関心の高さが反映され、相対的に高い評価を得ている 【地域別の観光関連特徴】 ・宮島地域において地域食材の活用が観光産業と密接に関連した重要な要素として認識されている ・宮島地域が全ての戦略に対し相対的に高い認知度を示しており、観光振興施策を含めた政策への関心と接触機会が他地域より高い ・他の政策分野による波及効果が宮島の観光産業にも還元されていると読み取ることもできる
	3-2 地域資源の発掘・活用【◎】	＜現行ビジョンでの実施事項＞ ● 木材関連製造業、けん玉メーカー、伝統工芸品の担い手、林業事業体等の育成、商品開発、販路開拓、情報発信、人材確保等の支援 ● 公共空間や建築、製品等での市産材の利用促進 ● 市産材活用を促進する制度設計、試行、事業化 ● 民間企業や半農半 X など地域農業を支える多様な担い手の育成 ● 水産資源の維持・増大のための種苗放流や漁場環境改善の取組の推進 ● 農産物等地域産品を活かした新商品の開発、ブランディングの促進 ● 瀬戸内海の景観を活かしたかき小屋等のロケーションビジネスの展開 ● 食品工場や和菓子店、飲食店、かき養殖、果樹農園、農産加工場等の食関連事業者の現場を訪ねる、学ぶ、食べられるツーリズムの商品化、ブランディング	【地域資源の活用基盤の形成】 ・地域資源の利活用に対する一定の関心が確認され、地域特性を活かした事業展開への潜在的なニーズが存在している ・販売・受注・サービス提供機能の強化志向が最も高く、多くの事業者にとって中核的な機能として認識されており、地域資源を活用した商品・サービスの市場価値向上への基盤が存在する ・マーケティング・市場調査機能の強化ニーズが高く、市場環境の変化に応じた戦略的なマーケティングの重要性が増しており、地域資源の価値創出と市場展開への関心が確認される ・事業機能の維持・強化志向が強く、縮小・廃止意向が少ないことから、地域資源を活用した既存事業の機能拡張や付加価値向上への取組余地が大きい ・廿日市市の立地環境と自然環境に対する満足度が極めて高く、地域の環境的優位性を活かした地域資源の発掘・活用の基盤が整っている

施策方針(現行ビジョンの「戦略」)	具体的施策(現行ビジョンの「戦術」) 重点施策…◎	主な取組(素案)	根拠データ(産業構造調査・アンケート調査より)
		● 宮島及び宮島口、宮浜温泉等の観光事業者や市内飲食店等での消費を促す地産地消の仕組みの検討、構築 ＜次期ビジョンでの検討事項(新規)＞ ● 市産材を使った DIY ワークショップの開催支援 ● 地元食材使用に対する支援 ● 地産地消商品開発の支援 ● 修学旅行・観光客向けの「食産業体験パッケージ」の開発(収穫・加工・試食までをセットで提供) ● 地元水産物の試食や料理教室、体験イベント等を通じた食育・消費拡大の取組の推進	【横断的波及効果の必要性】 ・地域資源の活用に関連する施策の認知度や利用実績は総じて低く、取組がもたらす横断的な波及効果や連携可能性を明確に示すことが重要とされている 【既存の取組における課題】 ・「フードバレーはつかいち」については食関連・木材関連産業を軸とし、当該業種以外の事業者には直接的な関係性が感じられないことから認知度の低さに繋がっている ・「木のたびネットワーク」については、佐伯・吉和地域が満足度 4 割強と最も高く、森林資源に恵まれた同地域の事業者がこの戦略による一定の成果を実感している
	3-3 多様な連携の促進	＜現行ビジョンでの実施事項＞ ● 経営課題の解決や新ビジネスの創出等を促進する産学金官連携の場づくり ＜次期ビジョンでの検討事項(新規)＞ ● 産業連携促進の支援 ● 異業種交流会の拡充・回数増 ● オープンイノベーションの実現を視野に入れた異業種交流会に続く展開の支援 ● 市公式 SNS や広報紙での「事業者紹介リレー」の実施 ● 市内企業の「共創アイデアボード(掲示板)」をウェブ上で運用 ● 「異業種連携の事例紹介」の整備・公開 ● ICT KOBO MIYAJIMA との連携モデルの確立 ● 地元大学等・ひろしま産業振興機構等との連携強化 ● 市内企業と県内大学の「共同研究・連携事例」の見える化(事例集または Web 紹介) ● 大学の学生プロジェクトに対する市内企業のテーマ提供の仕組みづくり(インターンや課題研究の素材)	【異業種連携への高い関心】 ・市内企業の異業種との連携に対する関心が企業間連携の中で最も高く、異業種間のマッチング機会の創出が重要な課題として認識されている ・企業間連携において事業領域拡張への積極的な姿勢が確認され、連携による新たな事業機会の創出への期待が表れている ・他の事業者・大学等とのネットワーク構築に対する関心が存在し、外部連携による事業拡大への期待が確認される 【サービス業の連携意欲】 ・「産業連携支援補助金」ではサービス業が非サービス業を上回っており、他社との連携による事業拡大や新サービス創出への関心の高さが表れている ・「はつかいち MeetupBiz(異業種交流会)」ではサービス業の認知度がやや高く、人的ネットワーク構築や新規顧客開拓への関心が表れている 【連携認識の課題】 ・「企業間の連携」「支援機関・大学との連携」「他社の先進事例の情報提供」などは「最も重要」とする回答が皆無であり、ニーズの少なさが明らかだが事業者が連携のメリットを十分認識していない可能性もある 【産学連携の潜在的ニーズ】 ・大学との連携について現在の実績は限定的であるものの、今後の連携意向は相当程度存在し、産学連携の潜在的ニーズが明確に確認される ・スタートアップ・ベンチャー企業や海外企業との連携意向も一定程度存在し、革新的な事業展開への関心が表れている 【教育機関との連携課題】 ・学校からの人材紹介の活用が限定的であり、特に新卒採用を重視する事業者における教育機関との連携確立が課題となっている ・大学との連携や産業支援機関との連携において満足度が低く、連携によるイノベーションや技術開発の可能性を十分理解していない可能性がある 【企業規模による連携格差】 ・企業規模による満足度の格差が見られ、中規模以上の企業において組織的な連携体制の構築が進んでいることが示唆される ・「専門家相談(事業実施・事業承継・知財・BCP)」の認知度は大規模事業者ほど高度な経営課題に直面し専門的支援への需要が高い 【支援制度の課題】 ・「産業連携支援補助金」は目的や対象経費が限定的であるため利用実績が低く、情報発信と制度設計の両面の見直しが必要と見られる
	3-4 新たなビジネスの創出	＜現行ビジョンでの実施事項＞ ● しゃもじんキューブのあり方の見直し、機能強化 ● しゃもじん創業塾やビジネスプランコンテスト等の開催 ● 事業承継や第 2 創業を促進させるセミナー開催やマッチング支援(再掲) ＜次期ビジョンでの検討事項(新規)＞ ● 経済団体・金融機関等と連携した、先輩起業家による「創業サポート」の創設 ● 空き店舗を使った「創業プレ実践体験(短期シェア利用)」の促進 ● 高校・大学と連携した「学生起業チャレンジ支援」の実施	【新規事業展開への意欲】 ・新規事業展開について具体的計画や意向を持つ事業者が相当数存在し、既に計画段階にある事業者も確認されている ・新規事業に関して未定とする事業者も多数おり、適切な支援により新規事業展開のさらなる拡大が期待される ・事業所の新設や移転において一定の計画を持つ事業者が存在し、新たな事業展開や立地戦略への意欲を示している ・しゃもじん創業塾の受講者も多く、市内での創業に意欲的 【都市活力創出への期待】 ・「新たな都市活力の創出」について、大規模事業者が地域全体の発展と自社の事業展開を戦略的に関連づけて捉えており、重要な要素として認識している ・優秀な人材確保や取引先拡大等の事業環境向上に直結する、重要な要素として中規模以上の企業で高い重要度を示している 【地域間格差と個別ニーズ】 ・都市機能の集積地である廿日市地域が最も高い重要度を示している一方、山間部では相対的に低い評価となっており地域差が存在する

施策方針(現行ビジョンの「戦略」)	具体的施策(現行ビジョンの「戦術」) 重点施策…◎	主な取組(素案)	根拠データ(産業構造調査・アンケート調査より)
			・住宅地に立地する多様な事業者の個別ニーズに対応した、よりきめ細かな政策展開の必要性が浮き彫りになっている ・大野地域では全般的に満足度が低く、多様な事業者の個別ニーズに対応したよりきめ細かな政策展開の必要性が浮き彫りになっている
4 事業活動を支える 支援体制が整ったまち	4-1 産業支援ネットワークの強化・高度化【◎】	＜現行ビジョンでの実施事項＞ ● 進捗状況を踏まえて、廿日市版 DMO・DMC 及び地域商社との役割分担や連携の仕組みを検討、構築 ＜次期ビジョンでの検討事項(新規)＞ ● 廿日市市産業まちづくり委員会を基軸とした支援 ● 「今こそ廿日市」上における掲示板等の試験的設置による連携の誘発(各団体が気軽に情報を投稿・共有できるチャネルやトピック別のテーマボードの設置) ● 「今こそ廿日市」における支援機関によるリレーコラムの連載(相互の役割分担や好事例を知る機会づくり)	【既存支援機関への信頼】 ・市内の商工会議所・商工会が最も信頼される支援機関として位置付けられており、現在の連携実績と今後の連携意向の両面で事業者からの高い評価が確認される ・地元金融機関も同様に高い連携実績と信頼度を有しており、引き続き地域事業者の中核的な支援機関として重要な役割を担っている 【企業規模による支援アクセス格差】 ・支援機関との連携において企業規模による大きな格差が存在し、小規模事業者の支援アクセス向上が喫緊の課題として浮き彫りになっている ・大規模事業者ほど組織的な外部連携体制を構築している傾向が強く、小規模事業者における支援制度の認知度向上と利便性向上が急務である 【情報収集・提供ニーズ】 ・連携に期待する効果として情報収集ニーズが最も高く、幅広い連携先に対する情報提供機能への期待が強く、特に既存の産業支援機関に対する期待が顕著である 【地域特性への配慮】 ・地域内での事業環境に差異が存在し、地域特性を踏まえた支援体制の構築と基盤整備が必要である ・佐伯・吉和地域で「やや重要」が 7 割超と突出しており、地理的に不利な条件を抱える山間部では市全域での連携や支援体制の構築に対し他の地域よりも重要視している
	4-2 支援制度の認知度向上と利便性強化	＜次期ビジョンでの検討事項(新規)＞ ● 各種申請手続きの簡素化 ● 関係機関(経済団体、金融機関、税理士会など)との連携強化 ● 産業支援施策の情報発信強化(ポータルサイト「今こそ廿日市」の認知度拡大) ● 支援制度の利用者の声の発信・共有(制度活用好事例として紹介)	【支援制度への不満と課題】 ・企業支援施策について不満度が満足度を上回っており、補助額の不足、申請手続の煩雑さ、適用範囲の限定性、支援ニーズとの不一致など改善すべき課題が多数存在する ・支援施策に対する認知度の低さが満足度に大きく影響しており、制度の周知と利便性向上が急務である 【戦略認知度の深刻な課題】 ・全ての戦略において「分からない」が最も多く 50～60%前後と過半を占め、戦略の認知度・浸透度の点で大きな課題がある ・「オールはつかいちの産業支援」も「分からない」が多く、DMO や DMC、地域商社といった専門的な概念が理解されていない可能性が高い ・非サービス業の方がサービス業よりも「分からない」の割合で上回っており、製造業や建設業等において行政の産業振興政策への接触機会や情報収集チャネルが相対的に限定されている ・戦略の認知度が規模に反比例する傾向が見られ、小規模事業者ほど産業振興施策との接点が限定されている実態が浮き彫りになっている ・取組がもたらす横断的な波及効果や連携可能性を明確に示すことが重要と思われる 【戦略満足度の低迷】 ・全戦略において予想された結果ではあるが、戦略の認知度・浸透度の点で大きな課題があることが明確に確認された ・満足度についても全ての戦略が 3 割未満に留まり、不満度も全て 2 割未満と戦略ごとの明確な違いは見られない状況である 【支援制度の認知度不足】 ・「生産性向上等応援補助金」を除くほぼ全ての支援制度において「知らない」の構成比が 6 割以上に上り、個々の内容以前に情報発信の部分に根本的な課題を抱えている ・個々の支援制度が事業者のニーズに合致していないか、利用障壁が高い(あるいは高いという印象を持たれている)可能性があり、こうしたギャップの解消が求められる ・全体的な傾向で確認された支援制度の認知度不足が業種を問わず共通課題となっており、認知度向上とともに制度の利用促進に向けた取組強化の必要性が浮き彫りになっている 【制度改善へのニーズ】 ・「各種申請手続きの簡素化」や「支援制度の周知・PR」も一定のニーズがあり、支援の充実だけでなくその利用しやすさや施策情報へのアクセスも重要と考える事業者が相当数存在する ・「支援制度の周知・PR」に対するニーズは 10 人を境に傾向が二分され、小規模事業者において相対的に高く支援制度に関する情報との接点の少なさがうかがえる