

第2期帯広市産業振興ビジョン

(案)

令和2年2月

帯広市

目 次

第1章	計画策定にあたって・・・・・・・・・・・・・・・・	2
第2章	これまでの主な取り組み・・・・・・・・・・・・	3
第3章	地域産業の現状と課題・・・・・・・・・・・・	8
第4章	産業振興の基本方針・・・・・・・・・・・・	32
第5章	展開施策・・・・・・・・・・・・・・・・	35
第6章	計画の推進体制と進捗管理・・・・・・・・・・	45
参考資料	・・・・・・・・・・・・・・・・	46

第1章 計画策定にあたって

1 計画策定の背景と趣旨

「帯広市産業振興ビジョン」(以下、「第1期産業振興ビジョン」という。)は、帯広市中小企業振興基本条例の規定に基づき、経済団体等との連携のもと、2009(平成21)年2月に策定しました。

「第2期帯広市産業振興ビジョン」(以下、「ビジョン」)は、十勝・帯広を取り巻く社会経済環境の変化等を踏まえ、地域産業及びその担い手である中小企業(小規模企業を含む。以下同じ。)等が地域社会の発展に重要な役割を果たしているとの認識のもと、市と中小企業者(小規模企業者を含む。以下同じ。)等が協働して取り組む産業振興の基本方向や推進する施策などを明らかにすることを目的に策定するものです。

2 計画の位置づけ

このビジョンは、帯広市中小企業振興基本条例第4条の規定に基づき、地域の中小企業関係団体と密接に連携し、市長が定める「中小企業振興のための指針」を表すものです。

また、産業振興に関する分野計画として、帯広市のまちづくりの総合的な指針である第七期帯広市総合計画に即して策定するものです。

3 計画の期間

ビジョンの期間は、2020(令和2)年度から2029(令和11)年度までの10年間とします。

また、社会経済情勢の変化や国の政策等の動向を踏まえて、計画の推進に大きな影響が生じた場合には、必要に応じて見直しを行います。

第2章 これまでの主な取り組み

1 第1期帯広市産業振興ビジョン

第1期産業振興ビジョンは、2007（平成19）年4月に施行した帯広市中小企業振興基本条例に規定する中小企業振興のための基本的な指針として、地域の中小企業者、経済団体等の連携のもと、2009（平成21）年2月に策定し、2015（平成27）年3月には中間見直しを行っています。

第1期産業振興ビジョンでは、目指す地域産業の姿を「地域力をいかした活力ある地域産業の形成」とし、

- ①地域資源を活用した産業の振興
- ②産業間・産学官金連携による産業の振興
- ③中小企業の活性化による産業の振興

の3つの視点に基づき、「中小企業の経営基盤の強化」「産業人・担い手の育成」「ものづくり産業の活性化」「産業基盤の強化」「集客・交流産業の振興」の5つの「施策の基本方向」とこれに付随する20の「基本施策」を基本に、重点的に推進する「7つの重点プロジェクト」と基本施策を具体化するために実施する52の「展開事業」を体系的に整理しています。



2 施策の基本方向に基づく取り組み

(1) 中小企業の経営基盤の強化

- 新規開業支援資金の融資限度額拡充（平成 21 年度～）
- 中小企業金融円滑化法に基づく資金貸付条件変更の取扱開始（平成 21 年度～）
- 帯広市中小企業研修連携会議の設置（平成 21 年度～）
- フードバレーととかち推進協議会の設立（平成 23 年度～）
- ニューフロンティア資金（制度融資）の創設（平成 23 年度～）
- 広小路アーケード改修、集客・回遊・滞留事業の実施（平成 23 年度～）
- 創業支援等事業計画の認定（平成 26 年度～）
- とかち・イノベーション・プログラム（TIP）の実施（平成 27 年度～）
- プレミアム付商品券の発行（平成 27 年度、令和元年度）
- トカチ・コネクション構築事業の実施（平成 28 年度～）
- 起業家育成事業～Step up Next～の実施（平成 28 年度～）
- 十勝ドリームマップ会議の実施（平成 28 年度～）



(2) 産業人・担い手の育成

- フードバレーととかち人材育成事業の実施（平成 24 年度～）
- おびひろキッズタウンの実施（平成 24 年度～）
- 十勝人チャレンジ支援事業の実施（平成 24～29 年度（市）、平成 30 年度～（とかち財団））
- U I J ターン希望者向け情報誌の発行（平成 26 年度～）
- 首都圏での合同企業説明会、移住相談会の実施（平成 26 年度～）
- 移住促進ツアーの実施（平成 28 年度～）
- クリエイティブ人材U I J ターン促進事業の実施（平成 28 年度）
- 進学・就職体験（未来ビュー帯広）の実施（平成 29 年度～）
- 高齢者活力導入促進事業の実施（平成 30 年度～）



(3) ものづくり産業の活性化

- とちかABCプロジェクトの実施（平成21～25年度）
- 十勝ベーカリーキャンプ・十勝小麦キャンプ・北海道小麦キャンプの実施（平成21～27年度、29年度）
- フードバレーとちか推進協議会の設立（再掲）
- 中国・上海とのビジネスマッチング実施（平成23年度）
- 日本フードシステム学界2011年度秋季研究会の開催（平成23年度）
- 国際戦略総合特区の認定（平成24年度～）
- JICA草の根技術協力事業の実施（平成24年度～）
- ものづくり補助金制度拡充（海外販路拡大支援）（平成25年度～）
- HACCP対応施設整備補助金創設（平成25～27年度）
- 十勝バイオマス産業都市の認定（平成25年度～）
- フジッコ株式会社との包括連携協定締結、大豆ピニトール抽出・商品開発事業の実施（平成26年度～）
- ものづくり補助金支援講座・相談会の実施（平成28年度～）
- HACCP導入事例集の作成（平成28年度）
- 食の高付加価値化事業の実施（平成28年度～）
- 株式会社明治との包括連携協定締結、白樺学園高等学校との連携事業実施（平成29年度～）



(4) 産業基盤の強化

- 帯広市企業立地促進条例の改正（平成21年度、28年度）
- 十勝地域産業活性化基本計画の策定（平成26～30年度）
- 十勝地域産業活性化協議会の設立（平成26～30年度）
- 帯広市西20条北工業団地の完売（平成28年度）
- 地域未来投資促進法に係る基本計画策定（平成29年度～）
- 帯広市先端設備等導入促進基本計画の策定（平成30年度～）
- 新たな工業団地基本計画の策定（平成30年度）



(5) 集客・交流産業の振興

- とちまちらのオープン（平成 22 年度～）
- とちまち物産センターの設置（平成 22 年度～）
- トカプチ雄大空間ルート運営協議会設立（平成 22 年度～）
- 交流人口を増やす会設立（平成 23 年度～）
- 広小路アーケード改修、集客・回遊・滞留事業（再掲）
- 首都圏イメージアップ広告キャンペーンの実施（平成 24～26 年度）
- フードバレーシェフの会設立（平成 24 年度～）
- 幸福駅のリニューアル（平成 25 年度）
- 十勝を舞台にした漫画“銀の匙”の映画化（平成 25 年度）
- とちまちパンを創る会の設立（平成 26 年度～）
- 帯広一名古屋の航空便再開（8月のみの季節便）（平成 26 年度～）
- とちまちマルシェの規模拡充（平成 27 年度～）
- とちまち帯広空港保安検査場増設（平成 27 年度）
- 街なかコミュニティ・ホテル事業の実施（平成 27 年度）
- 台湾観光交流友好駅の締結（平成 28 年度～）
- とちまち帯広空港ターミナルビルの増築（平成 28 年度）
- デスティネーション十勝設立（平成 29 年度～）
- とちまち帯広空港ターミナルビルの施設拡充（平成 29 年度～）
- とちまち帯広空港エプロン拡張（平成 29 年度）
- ポロシリ自然公園指定管理者制度導入（平成 29 年度～）
- 北海道とちまちサイクルフェスタの実施（平成 30 年度～）
- とちまち帯広空港の民間委託公募実施（平成 30 年度）



3 成果指標

第六期帯広市総合計画と連動した成果指標では、大学・試験研究機関の共同研究数がc判定、帯広物産協会の物産取扱高がd判定となっているものの、17項目の指標のうち、11項目が目標達成のa判定となっています。

第1期産業振興ビジョン全体では、帯広市産業振興会議において施策の進捗状況や展開方策等の点検・評価、見直しなどを行いながら、消費税増税や東日本大震災、平成28年度台風10号による被害などの様々な外的要因の影響もある中、立地企業数や観光入込客数の増加など概ね順調に取り組みを進め、中小企業の活性化をはじめとした産業全体の振興を図ってきました。

帯広市第六期総合計画と連動した成果指標の達成状況

施策の基本方向	内容	目標			
		基準値 (原則平成 19年度値)	目標値 (原則平成 31年度値)	直近値 (原則平成 30年度値)	達成率
中小企業の 経営基盤の 強化	法人市民税の賦課法人数	5,067社	現状維持	5,030社	b
	法人市民税の賦課金額合計	21.5億円	現状維持	21.2億円	b
	卸・小売業及びサービス業の法人 市民税賦課金額合計	9.8億円	現状維持	9.6億円	b
	商店街の空き店舗率	10.39% (H20)	現状維持	8.59%	a
	ものづくり総合支援補助金採択 件数に占める事業化・商品化率	61.5%	67.1%	67.3%	a
産業人・担い手の 育成	有効求人倍率	0.51倍	0.63倍	1.23倍	a
ものづくり 産業の活性化	技術指導相談件数	363件	492件	1,047件	a
	ものづくり総合支援補助金採択 件数に占める事業化・商品化率 (再掲)	61.5%	67.1%	67.3%	a
	食料品製造業の付加価値生産性	1,002万円	現状維持 (H30)	1,206万円 (H29)	a
	大学・試験研究機関の共同研究数	36件	43件	39社	c
	十勝ブランド認証企業数	21社	32社	29社	b
産業基盤の強化	立地企業数	4社	30社	55社	a
集客・交流産業の 振興	観光入込客数	236万人	269万人	293万人	a
	宿泊客数	83.7万人	94.2万人	127.0万人	a
	観光情報提供件数	11.9万件	19.6万件	43.8万件	a
	帯広物産協会の物産取扱高	5.9億円	7.4億円	5.9億円	d
	とち帯広空港利用乗降客数	60.2万人	62.8万人	67.8万人	a

達成率の評価基準は、a : 100.00%以上

b : 66.66%以上 100.00%未満

c : 33.33%以上 66.66%未満

d : 33.33%未満

第3章 地域産業の現状と課題

1 地域を取り巻く社会経済環境の変化

(1) 経済のグローバル化の進展

輸送技術や情報技術などの発達を背景とした経済のグローバル化の進展により、この10年で、我が国の貿易額が1.5倍に、訪日外国人旅行者数が4.6倍に増加するなど、ヒト・モノ・カネ・情報の国境を越えた往来が拡大しています。

地域産業の重要な担い手である中小企業においても、新興国などの海外経済との結びつきが強まる中、国内だけでなく海外の動向も踏まえた活動をしていくことが求められています。

(2) 人口減少社会、少子高齢化の進行

少子高齢化の進行により我が国は人口減少社会に入っており、2053（令和35）年には1億人を下回ると予測されています。

帯広市の人口も、2000（平成12）年の173,030人をピークに減少しており、国立社会保障・人口問題研究所によると、2045（令和27）年には15万人を下回ると予測されています。

人口の減少は、国内市場の縮小や労働力の不足など、中小企業の活動に大きな影響を及ぼすものであり、地域産業の活力低下が懸念されています。

こうした中、中小企業には、海外を含めた新たな市場の開拓のほか、労働力の確保に向けた多様な人材の活用や労働生産性の向上などの対応が求められています。

(3) 技術革新の進展

IOTやAI、ロボットなど第四次産業革命と言われる技術革新は、生産や消費などの活動を大きく変えようとしています。

先進技術等は、中小企業が直面する人手不足や事業承継などの経営課題の改善や、ものづくりの高度化などの効果が期待できることから、中小企業においても導入を進め、課題解決につなげていくことが求められています。

(4) エネルギーの安定確保

我が国は、エネルギー自給率が1割を下回っており、エネルギー資源の大半を海外に依存している状況にあります。

また、近年、多くの自然災害が発生しており、特に平成30年の北海道胆振東部地震による道内全域の停電（ブラックアウト）では、農林水産業や観光業など地域産業にも大きな影響を及ぼしたところです。

十勝には、家畜排せつ物などのバイオマスや日本有数の日照時間、水資源など、再生可能エネルギーとして活用できる資源が豊富に存在していることから、こうした資源を活かしながら、市民生活や経済活動に必要なエネルギーを安定的に確保していくことが求められています。

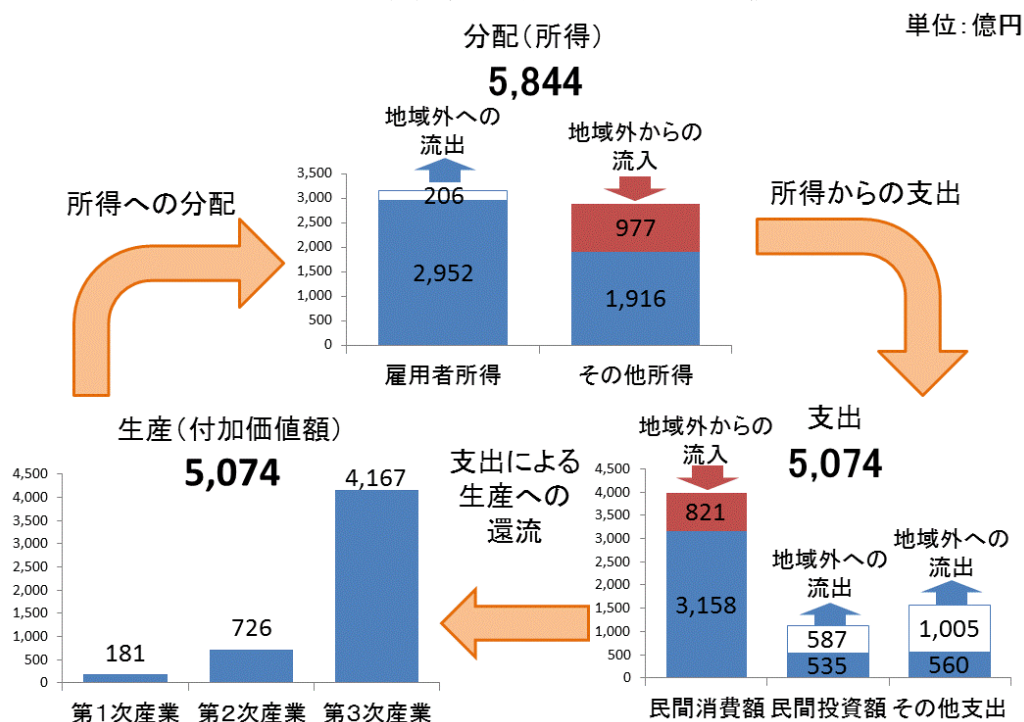
2 地域産業の現状と課題

(1) 経済活動の分析

(「地域経済分析システム」「地域経済循環分析自動作成ツール」)

地域の経済活動は、これまで各分野の統計資料に基づき分析することが一般的でしたが、経済産業省と内閣官房の「地域経済分析システム (RESAS)」、環境省の「地域経済循環分析自動作成ツール」により、地域経済の循環構造を「生産 (付加価値額)」「分配 (所得)」「支出」の観点から一体で分析することが可能となりました。

帯広市の地域経済循環図 (平成 25 年値)



出典: RESAS

※端数整理により、合計額が一致しない部分あり

※第一次産業は個人経営者を除いた額となっており、実数値より低くなっている

地域経済循環図は、地域内 (市内) 企業の経済活動を通じて生み出された付加価値 (粗利) が、労働者や企業の所得として分配され、消費や投資などで支出され、再び市内企業に還流する循環を表したものです。

生み出された付加価値がいずれかの過程で市外へ流出した場合、地域経済が縮小する可能性があるため、地域経済の循環を把握し、どこに課題があるのか分析することが必要です。

①地域経済の自立・循環分析

地域経済の自立度を示す指標の1つとして、地域経済循環率があります。

地域経済循環率は、生産（付加価値額）を分配（所得）で除した額で、値が低いほど市外から流入する所得に対する依存度が高いことを示しています。

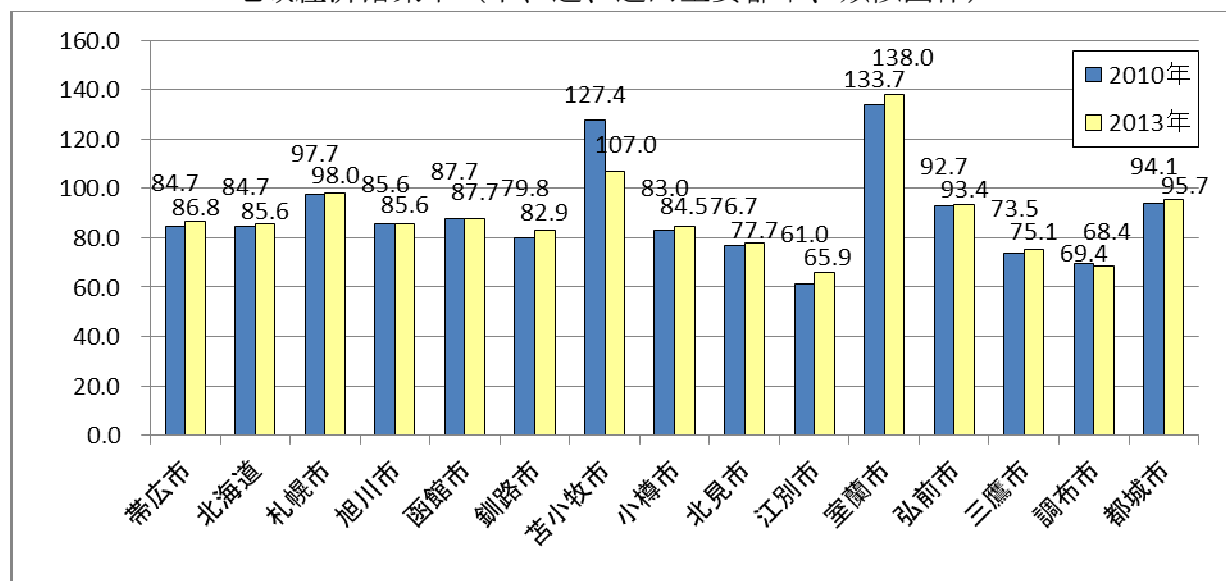
帯広市の地域経済循環率は、2010（平成22）年の84.7に対し2013（平成25）年には86.8と2.1ポイント上昇しており、全道平均を上回り、道内主要都市の中で5番目となっています。

また、総務省分類による帯広市の類似団体である弘前市、三鷹市、調布市、都城市と比較すると、三鷹市、調布市と比べると高くなっていますが、弘前市、都城市と比べると低くなっています。

地域経済循環率は、所得が市外へ流出することでも高くなりますが、それは地域経済の縮小を招くことにつながります。

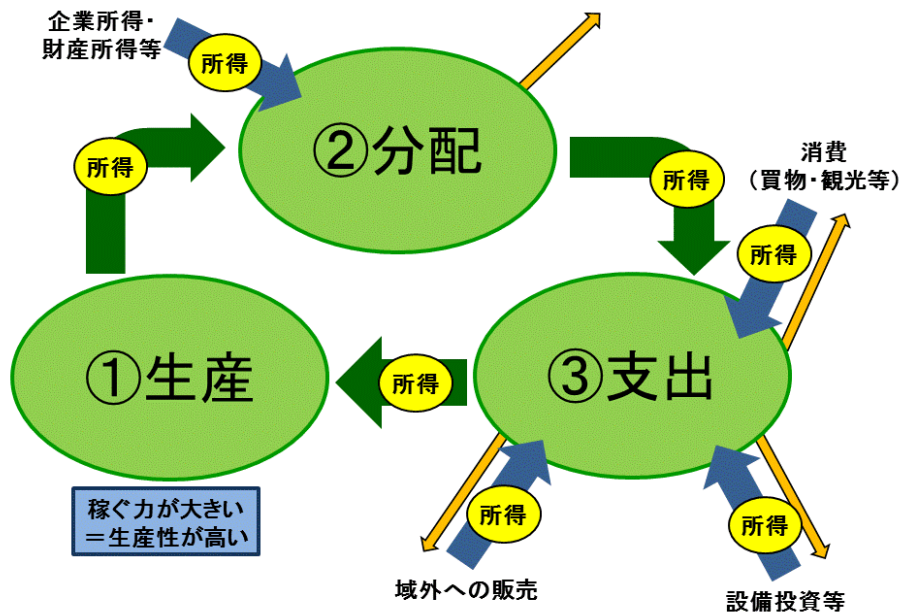
このため、地域経済の自立度を高めつつ住民の所得の向上を図るためには、市内企業の生産を強化し（次ページ上図①、以下同じ）、付加価値額を向上させることで住民・企業への所得分配を増やし（②）、市外への商品・サービス等の販売や観光客誘致による外貨の獲得、市内企業からの商品購入等により資金の流出を減らすなど、様々な取り組みを通じて市内での支出額を拡大し（③）、再び生産へ回る資金を増やすという好循環を生み出していく必要があります。

地域経済循環率（市、道、道内主要都市、類似団体）



出典：RESAS

地域経済循環の好循環構造（イメージ）



②産業別の生産分析

生産（付加価値額）は、各産業がどれだけ粗利を生み出しているかを示すもので、地域経済循環図を見ると、帯広市の合計は 5,074 億円となっており、第 1 次産業から第 3 次産業にかけて金額が大きくなっています。

全国と比較した修正特化係数^{*}を見ると、第 1 次産業が 2.33、第 2 次産業が 0.36、第 3 次産業が 1.39 となっており、第 1 次産業の割合が非常に高くなっている一方、第 2 次産業は全国の半分以下となっており、相対的に第 2 次産業が弱いことがわかります。

また、従業員 1 人あたりの粗利（労働生産性）で見ると、第 1 次産業は全国約 1,700 の自治体中 175 位で全国上位に位置する一方、第 2 次産業は 1,470 位、第 3 次産業は 1,269 位で下位となっており、第 1 次産業の強みを第 2 次産業、第 3 次産業でうまく活かしてきていない現状が伺えます。

生産（付加価値額）の修正特化係数及び従業員 1 人あたりの粗利（平成 25 年値）

	第 1 次産業	第 2 次産業	第 3 次産業
修正特化係数 [*]	2.33	0.36	1.39
従業員 1 人あたりの粗利 (全国順位)	430 万円 (175 位)	454 万円 (1,470 位)	636 万円 (1,269 位)

出典：RESAS

^{*}帯広市の各産業の付加価値額の比率を全国の比率で除したもので、1 より高いほど全国平均より当該産業の比率が高いことを表しています。

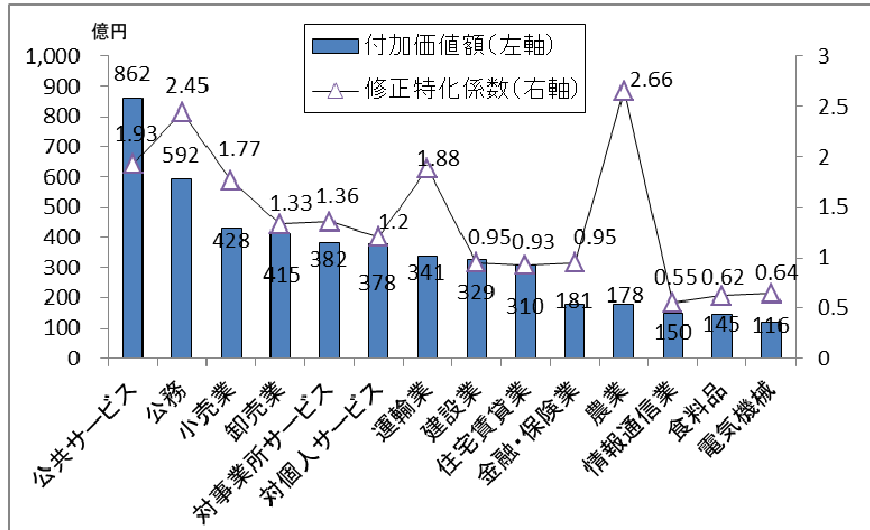
③業種別の生産分析

業種別の生産状況を見ていくと、40に分類された業種のうち100億円以上の粗利をあげている業種は14業種で、全体の約94.5%の粗利を生み出しています。

基幹産業である農業は178億円の粗利をあげており、修正特化係数も2.66と高くなっていますが、食料品製造業の粗利は145億円、修正特化係数は0.62と低くなっています。

食料品製造業は、地域の強みである農畜産物の活用などにより、成長の可能性があります。

帯広市の業種ごとの付加価値額（100億円以上）（平成25年値）



出典：地域経済循環分析（環境省）

④所得から支出・生産への循環

地域経済循環図の分配（所得）を見ると、雇用者所得は、206億円が地域外（市外）へ流出している一方、地域経済循環図の支出の民間消費額を見ると、市外から821億円が流入しています。

これは、周辺自治体の住民の給与として一旦市外へ流出した所得が、消費活動として市内で支出され、各産業の生産へ還流する地域経済の循環が進んでいることを示しています。

一方、地域経済循環図の支出のうち、事業者等の設備投資などの民間投資額を見ると、587億円が市外へ流出しており、市内事業者が市外企業へ設備投資等を発注することなどにより生じているものと考えられることから、地域経済の好循環を生み出すためには、市内企業の技術力の向上などを通じて、投資の流出を防ぐことも必要です。

⑤域際収支

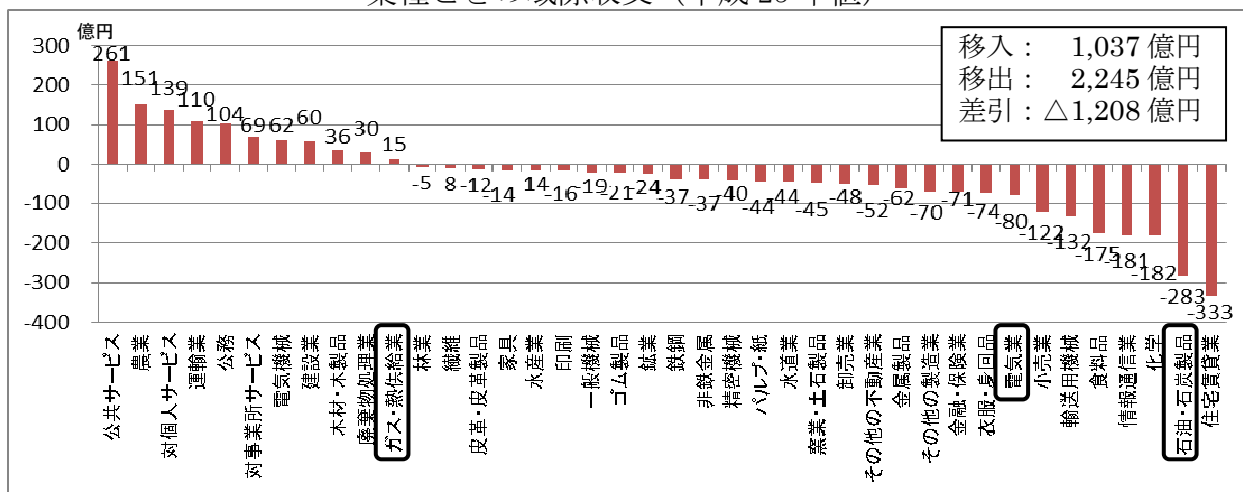
地域経済循環図の支出のうち、その他支出には政府支出や域際収支が含まれています。域際収支は、市外への商品販売等により流入する資金と、市外からの商品購入等により流出する資金を差し引きしたもので、帯広市では1,208億円が市外へ流出しています。

業種ごとの域際収支を見ると、公共サービス、農業、対個人サービス、運輸業など11業種が市外から資金が流入している一方、住宅賃貸業や石油・石炭製品、化学など29業

種は市外へ資金が流出しています。

特に、石油・石炭・電気などのエネルギー代金で 348 億円が市外へ流出していることから、地域でエネルギーを生み出すことが出来れば市内で資金が循環し、経済の活性化や自立化に繋がります。

業種ごとの域際収支（平成 25 年値）



出典：地域経済循環分析（環境省） ※ はエネルギー関連業種

(2) 帯広市の中小企業の現状と課題

中小企業は、地域経済の重要な担い手であるだけでなく、市民生活とも密接な関わりを持っています。

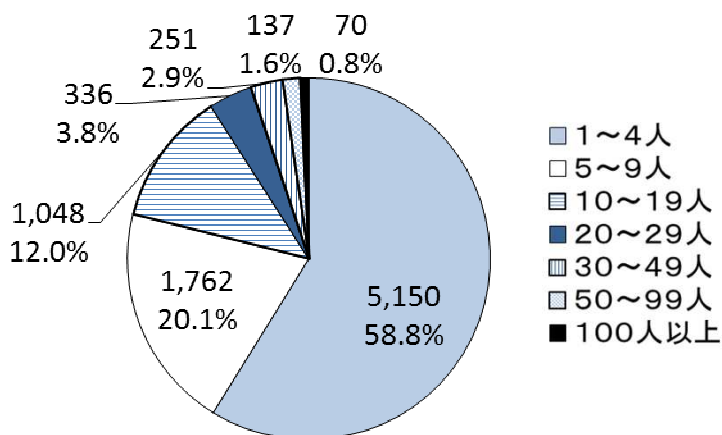
このため、中小企業の振興を図ることが帯広市の持続的な発展につながることから、ここでは帯広市の中小企業全般の現状と課題を整理していきます。

①事業所の規模と従業員

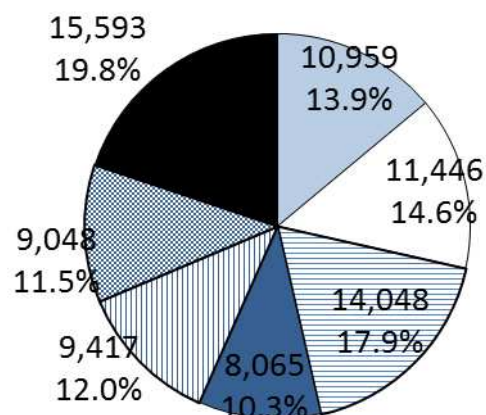
従業員が100人未満の企業の数、8,684社で割合は99.2%であり、中小企業が大半を占めています。

また、従業員が100人未満の企業で働く人は62,983人、割合は80.2%であり、中小企業が地域雇用の主要な受け皿となっています。

従業者規模別事業所数（社）



従業者規模別従業員数（人）



出典：経済センサス活動調査（経済産業省）

②事業所の開廃業

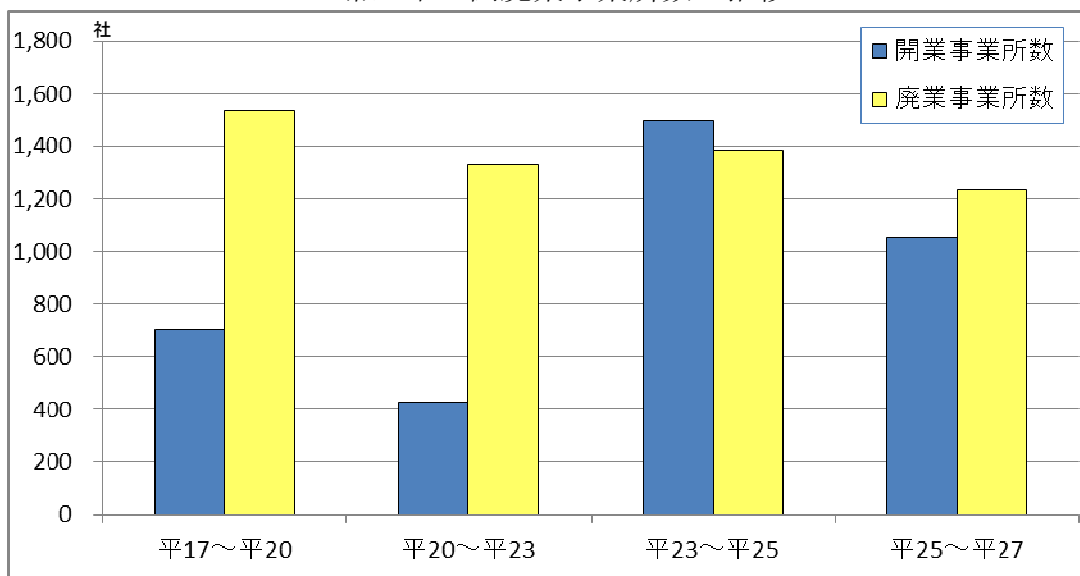
景気の動向などにも左右されることから、年によってばらつきがあるものの、事業所の開業数は増加傾向、廃業数は減少傾向にあります。

2013（平成25）年から2015（平成27）年の開廃業の動向を見ると、事業所は全体で180社減少しており、主な内訳としては建設業で55社、卸・小売業で41社、生活サービス関連サービス業で35社、製造業で24社となっています。

同じく、従業員数は全体で4人減少しており、医療・福祉で350人、宿泊・飲食業で237人の大幅増となっている一方、製造業で331人、建設業で259人の大幅減となっています。

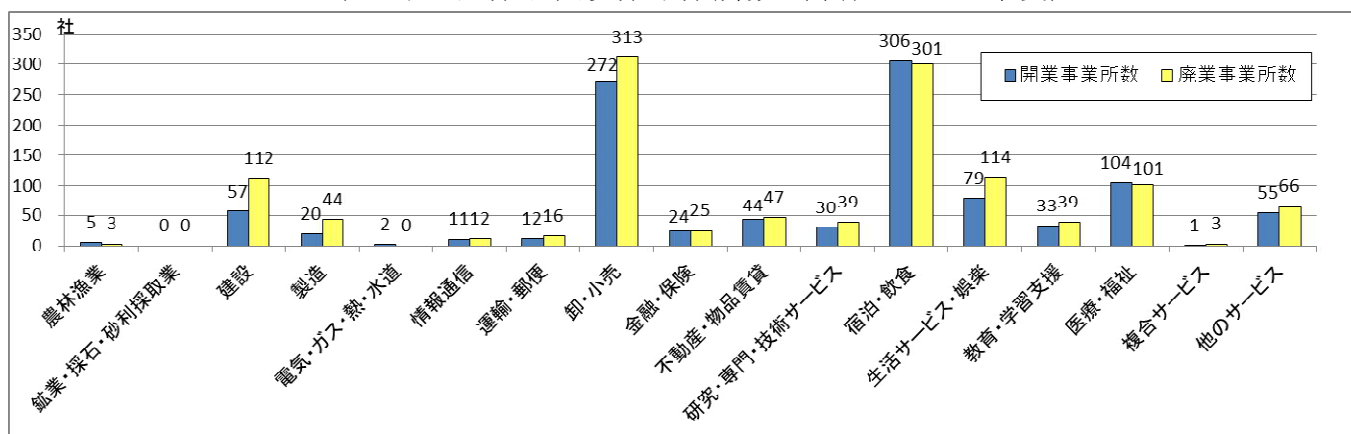
第2次産業から第3次産業へ労働力のシフトが進んでいることが伺えますが、地域経済の自立度を高めるためには、各産業がバランス良く発展していくことが望ましいことから、経営基盤の強化や創業・起業の促進を通じて、各産業の活力を維持・拡大していくことが必要です。

帯広市の開廃業事業所数の推移



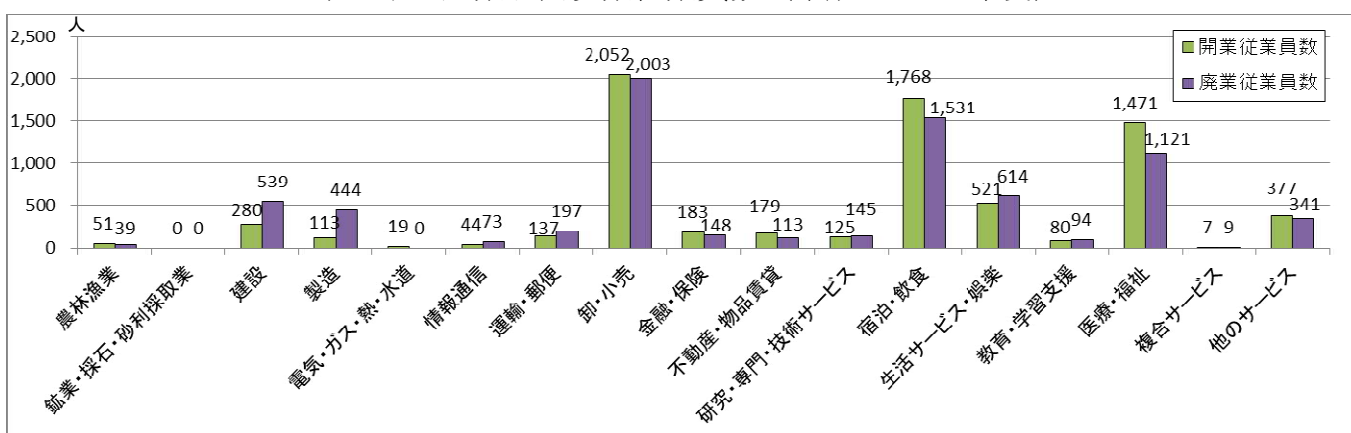
出典：事業所・企業統計（総務省）、経済センサス（経済産業省）

帯広市の産業別開廃業事業所数（平成 25～27 年度）



出典：経済センサス活動調査（経済産業省）

帯広市の産業別開廃業従業員数（平成 25～27 年度）



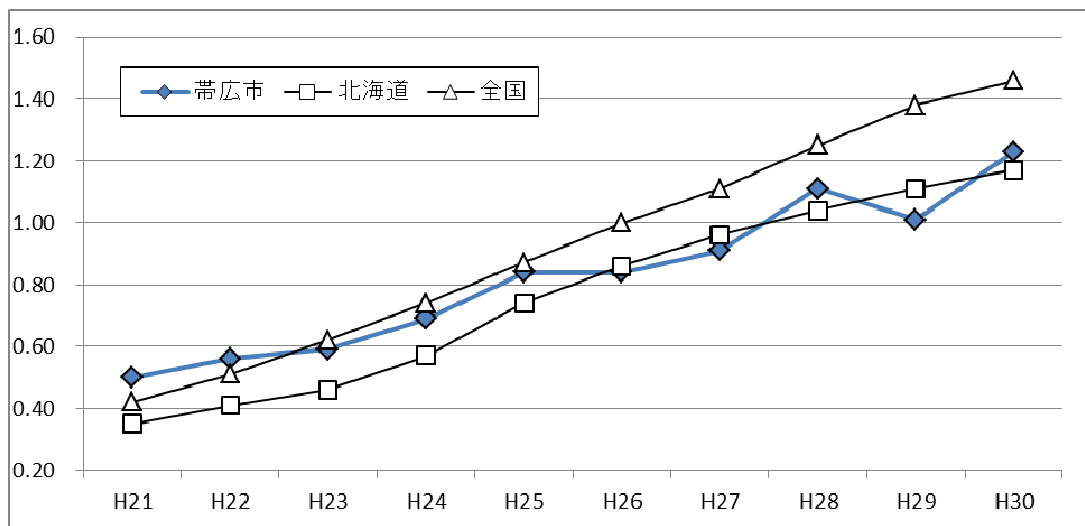
出典：経済センサス活動調査（経済産業省）

③有効求人倍率の推移

管内の有効求人倍率は、2018（平成30）年度で1.23倍と増加傾向にあり、業種によっては人手不足の問題が顕在化しています。

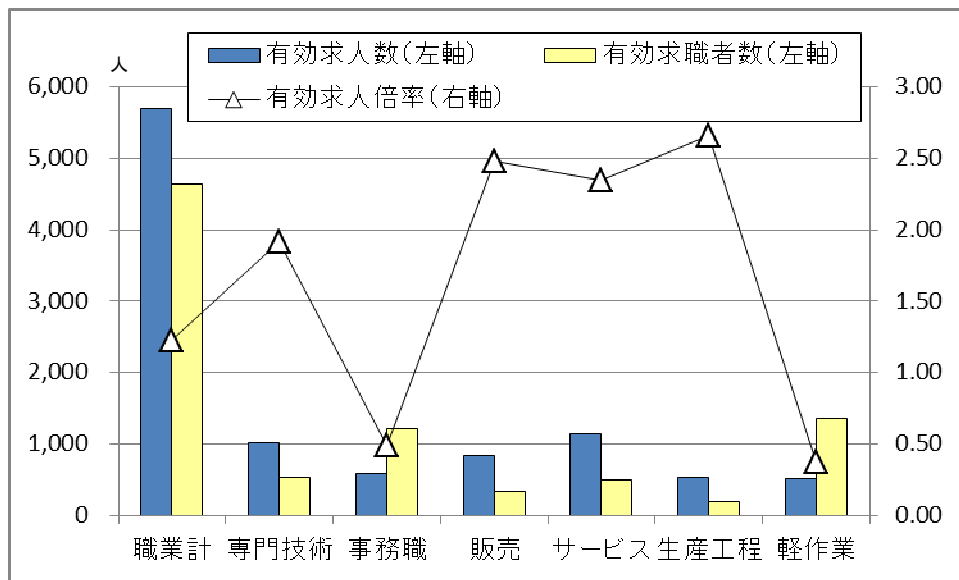
職業別では、販売、サービス、生産工程で2倍を超える一方、事務職や軽作業では1倍を下回っており、雇用のミスマッチが生じています。

求人倍率の推移（帯広市、北海道、全国）



出典：安定所別有効求人倍率（常用）の推移（北海道労働局）

業種別有効求人倍率（平成31年3月）



出典：十勝の雇用情勢（帯広公共職業安定所）

④帯広市産業経済実態調査

地域経済の現状を把握し、本ビジョンの具体的な施策検討の基礎資料とするため、平成30年11月に市内企業3,000社を対象に帯広市産業経済実態調査を実施しています。

(回答数816社、回収率27.2%)

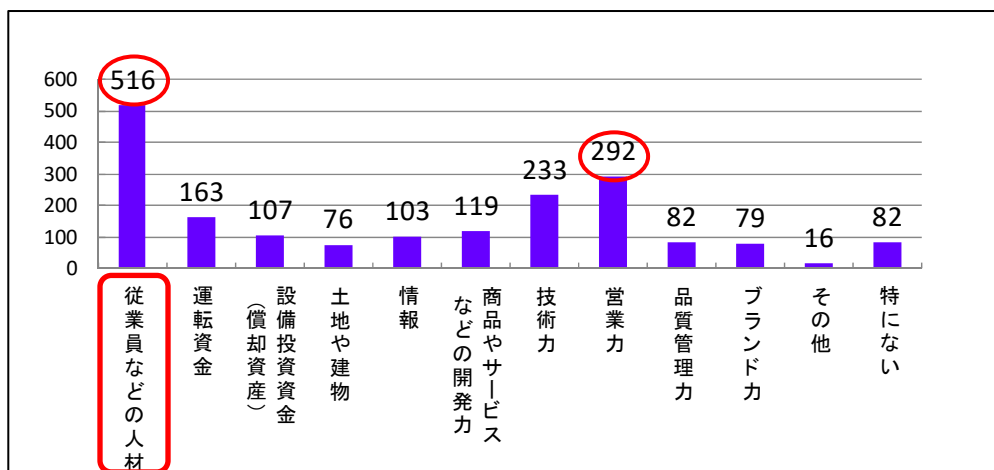
また、回答内容の背景や理由などを深掘りすることを目的に、アンケート調査に回答があった企業215社にヒアリング調査を実施しています。

(ア) 企業が抱える課題

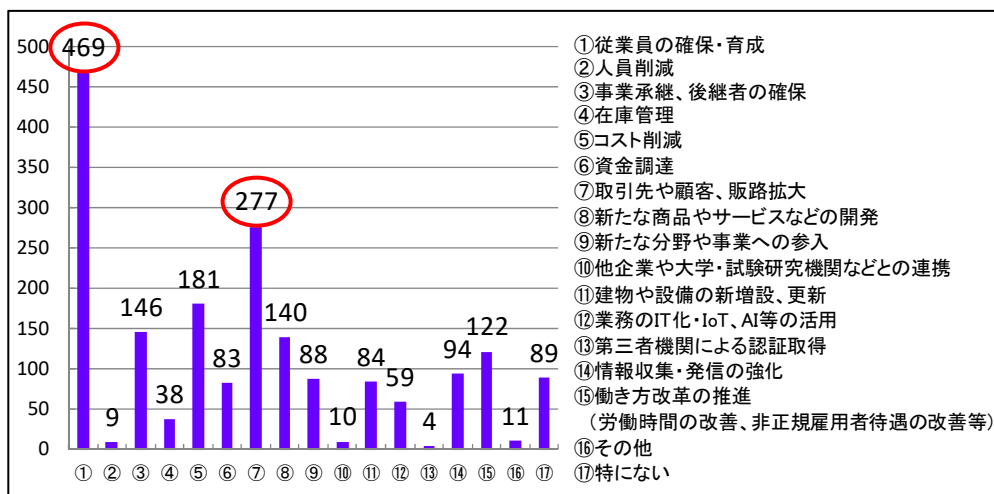
課題となっている経営資源は、「従業員などの人材」が最も多く(516件)になっており、続いて「営業力」(292件)が挙げられています。

一方、今後、優先的に取り組みたいこととしては、「従業員の確保・育成」が最も多く(469件)、続いて「取引先や顧客、販路拡大」(277件)が挙げられており、人材確保・育成が大きな課題となっています。

■どのような経営資源が課題となっていますか。3つまで選んでください。【問18】



■今後、優先して取り組みたいと考えていることは何ですか。3つまで選んでください。【問19】



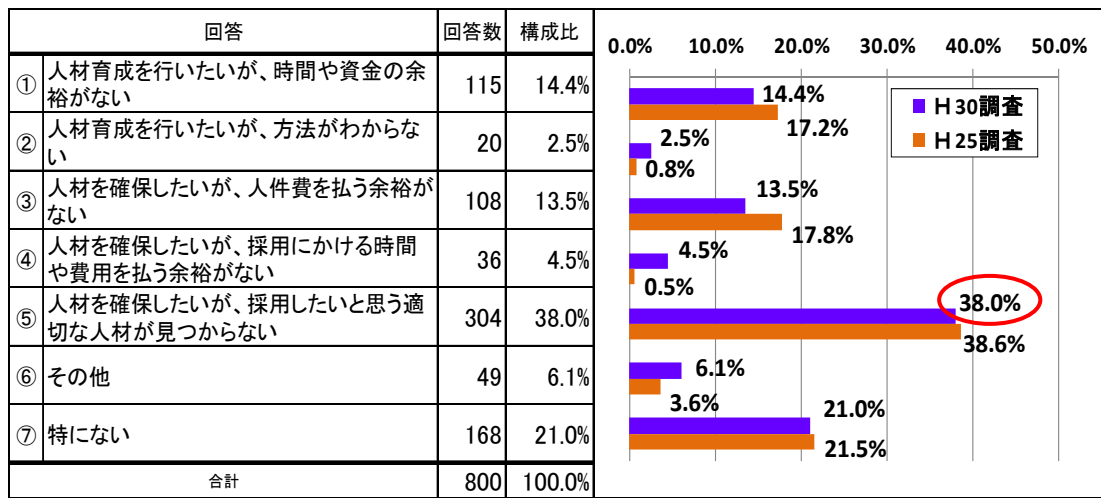
(イ) 人材確保・育成に関する課題

人材の確保・育成の課題は、「人材を確保したいが、採用したいと思う適切な人材が見つからない」が38.0%で最も多くなっています。

また、ヒアリング調査から、規模・業種を問わず人材の確保が課題となっており、特に資格が必要な技術職を中心に著しい人手不足の状況にあることが明らかになっています。

この背景として、そもそも技術者の養成にはかなりの時間を要すること、業界の魅力が理解されていないため求職者が少ないこと、若手人材が定着せず早期に退職してしまい、技術の継承が進まないことなどが挙げられています。

■ 人材の確保・育成について、最も課題となっていることは何ですか。【問5】

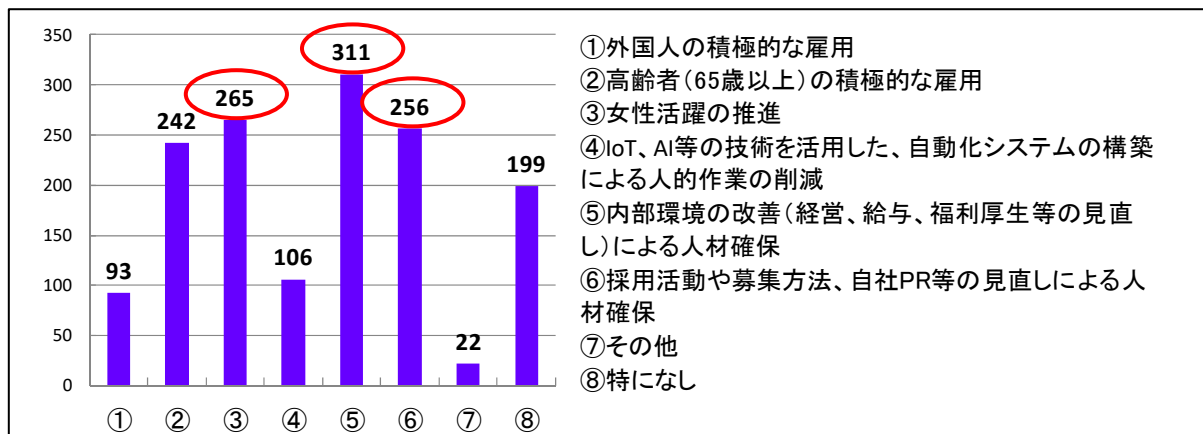


(ウ) 人材不足に対する対策

人材不足による将来的な取り組みとして、「内部環境の改善（経営、給与、福利厚生等の見直し）による人材確保」が311件で最多となっており、続いて、「女性活躍の推進」（265件）、「採用活動や募集方法、自社PR等の見直しによる人材確保」（256件）が挙げられています。

また、ヒアリング調査から、事業者がインターンシップの活用や、経験豊富な高齢者や外国人、女性の受入体制の整備など、採用の対象範囲拡大に取り組んでいることが明らかになっています。

■ 今後見込まれる人材不足について、将来的に取り組みたいと考えていることはなんですか。3つまで選んでください。（現在の制度上の制限は考慮しないものとします。）【問6】

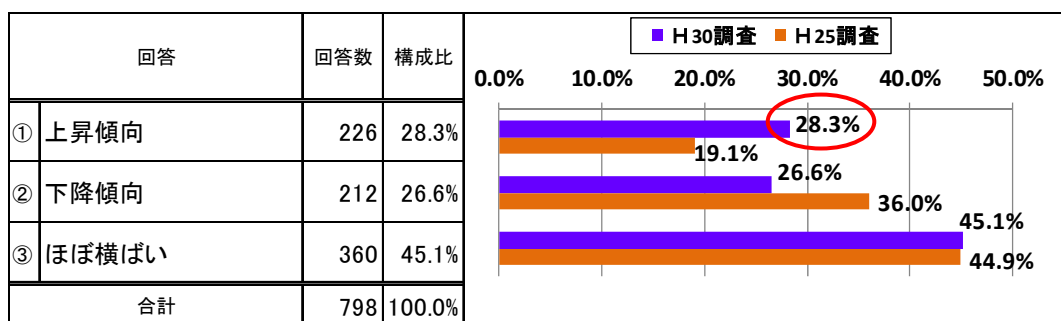


(エ) 売上の動向

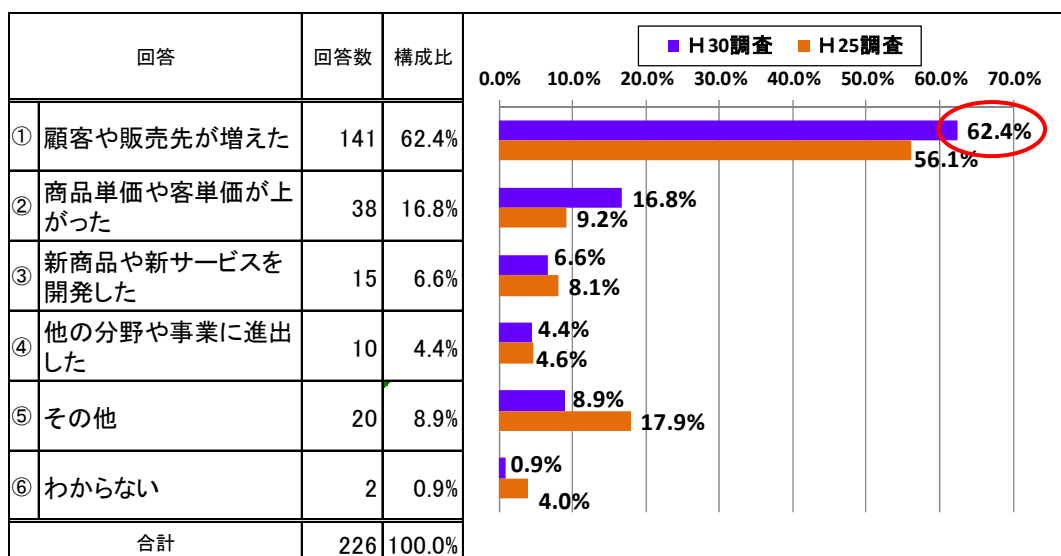
過去5年間の売上の動向については、「上昇傾向」が28.3%、「下降傾向」が26.6%となっており、平成25年度調査と比較すると、「上昇傾向」で9.2ポイント増加し、「下降傾向」で9.4ポイント減少しています。

上昇傾向の理由については、「顧客や販売先が増えた」が最も多く(62.4%)、ヒアリング調査によると、台風被害の復旧工事や大型建築物の建設に伴う関連需要に加え、技術力向上及びノウハウ蓄積による作業の効率化などの要因が挙げられています。

■直近5カ年の売上は、どのような傾向でしたか。【問11】



■問11で①と回答された方にお尋ねします。一番の理由は次のどれですか。【問12】

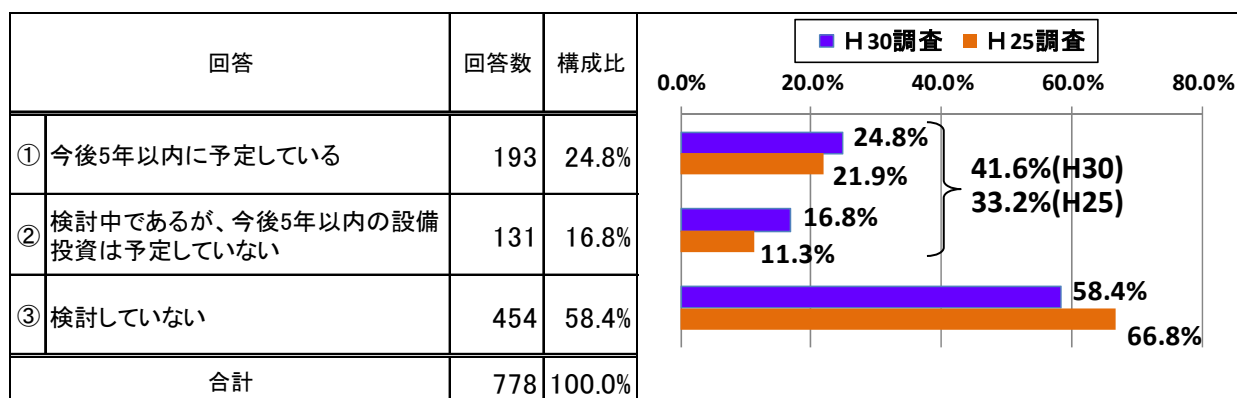


(オ)設備投資の意向

設備投資の意向については、「検討していない」が最も多い(58.4%)ものの、「今後5年以内に予定している」と「検討中であるが、今後5年以内の設備投資は予定していない」の合計で41.6%となっており、平成25年度調査と比較すると、8.4ポイント増加しています。

具体的な設備投資としては、機械設備や車輛等の更新や、事務所等の建替えを目的とした土地・建物の購入などのニーズがあることが明らかになっています。

■設備投資（移転や新增設、更新など。リース形式を含む）の予定はありますか。【問21】



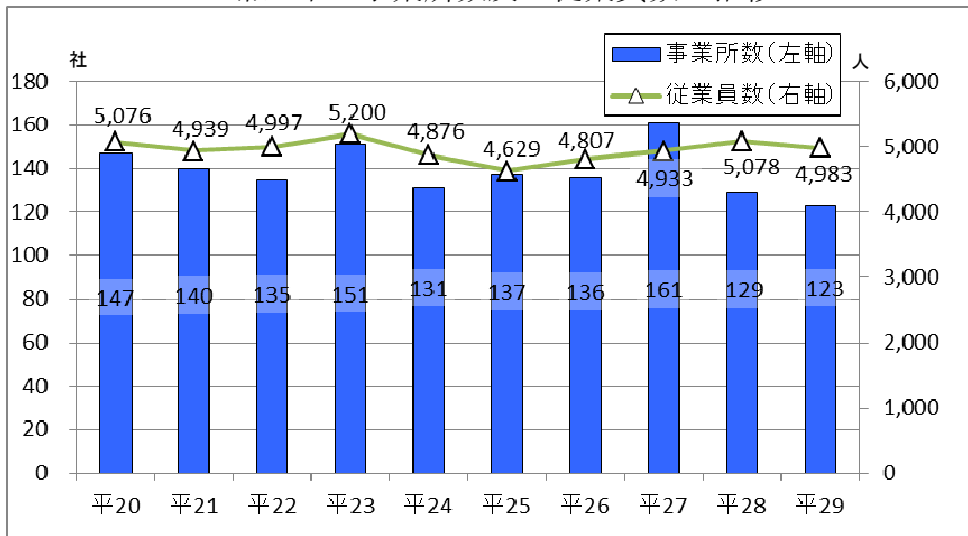
(3) 工業（製造業）の現状と課題

①事業所数、従業員数、製造品出荷額等

平成29年の事業所数は123社で減少傾向にあり、従業員数は4,983人とほぼ横ばいで推移している一方、製造品出荷額等は1,718億円と増加傾向にあります。

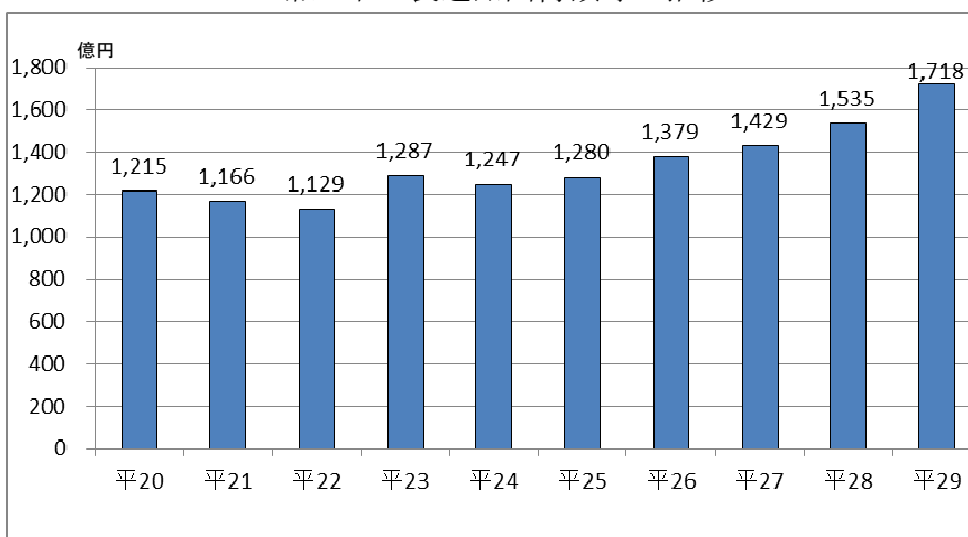
また、製造品出荷額等のうち食料品製造業が占める割合は38.9%と最も高く、農業機械など生産用機械器具製造業が7.4%、木材・木製品製造業が6.1%と第一次産業に関連する製造業が一定の割合を占めています。

帯広市の事業所数及び従業員数の推移



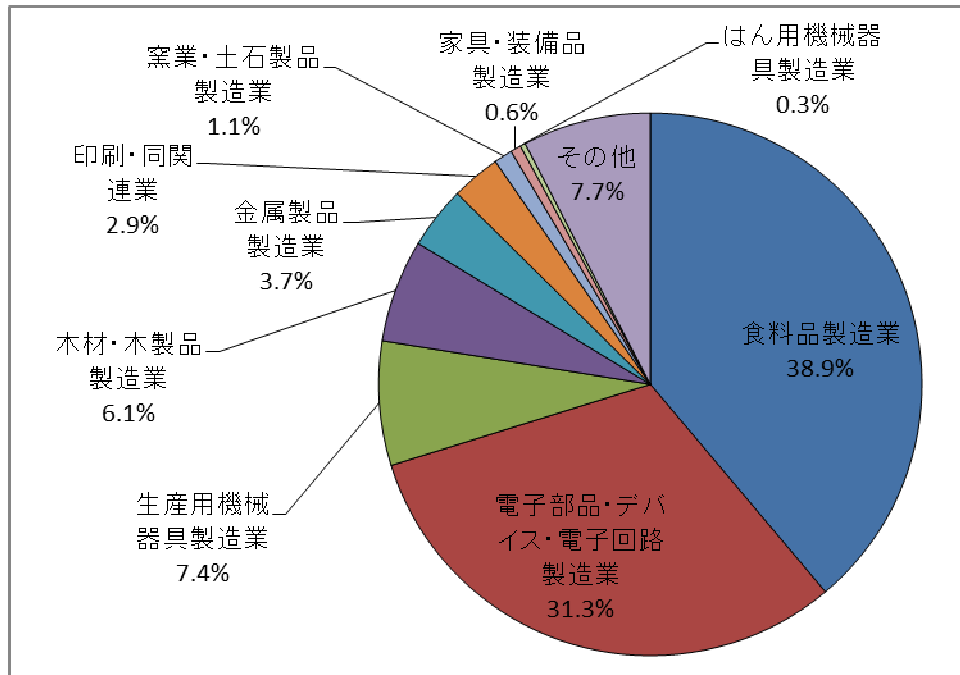
出典：工業統計調査、経済センサス（経済産業省）

帯広市の製造品出荷額等の推移



出典：工業統計調査、経済センサス（経済産業省）

帯広市の製造品出荷額等の割合（平成 29 年値）



出典：工業統計調査（経済産業省）

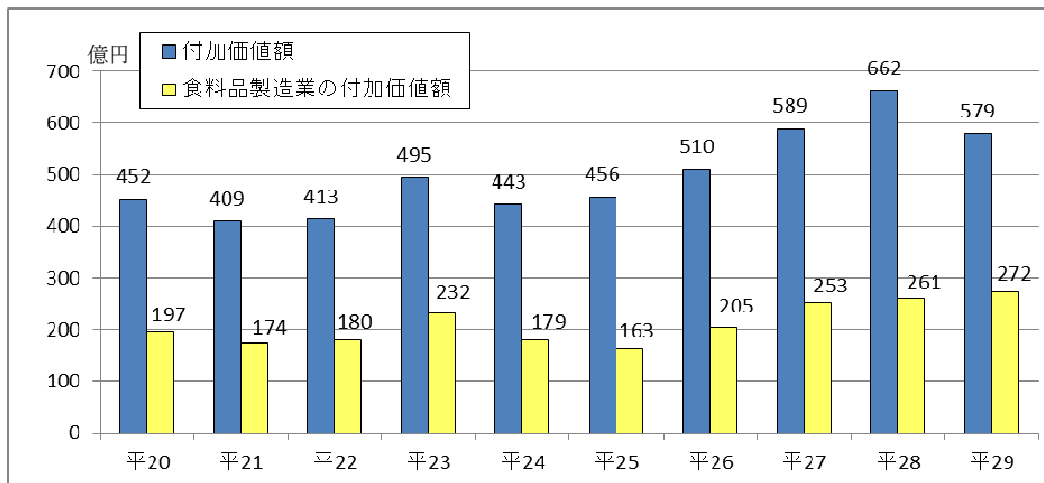
②付加価値額等

粗利を表す付加価値額は増加傾向にあり、平成 29 年で製造業全体が 579 億円、うち食料品製造業が 272 億円となっています。

売上に対してどれくらいの粗利があるかを示す付加価値率（付加価値額を製造品出荷額等で除した額）は、平成 29 年の製造業全体で 33.7%、食料品製造業で 40.7%となっており、ともに全国、全道平均を上回っています。

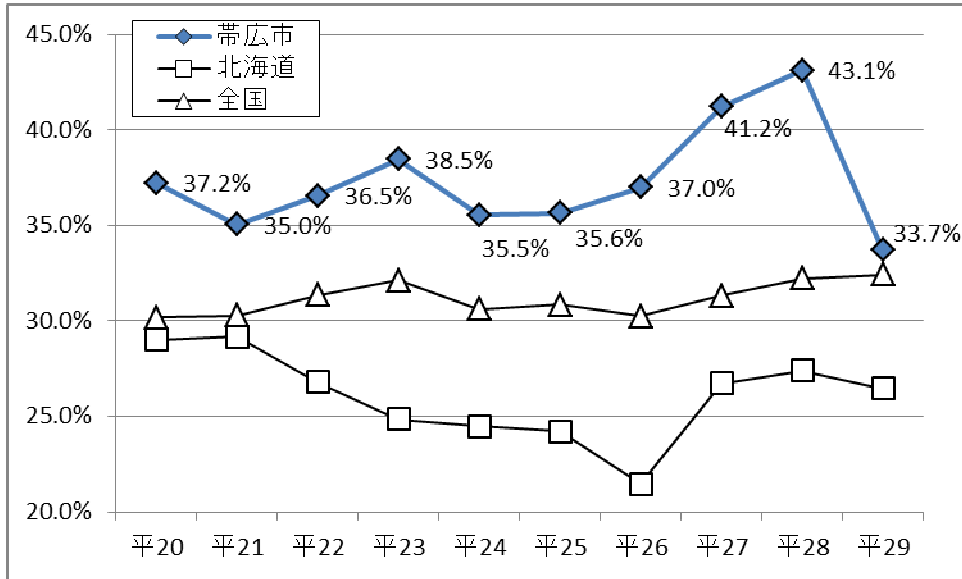
一方、全産業に占める製造業、食料品製造業の付加価値額の割合が全国と比べて相対的に低いことから、地域の強みを活かした付加価値の高い商品開発を通じて、食料品製造業を中心にものづくり産業を振興していく必要があります。

帯広市の付加価値額の推移



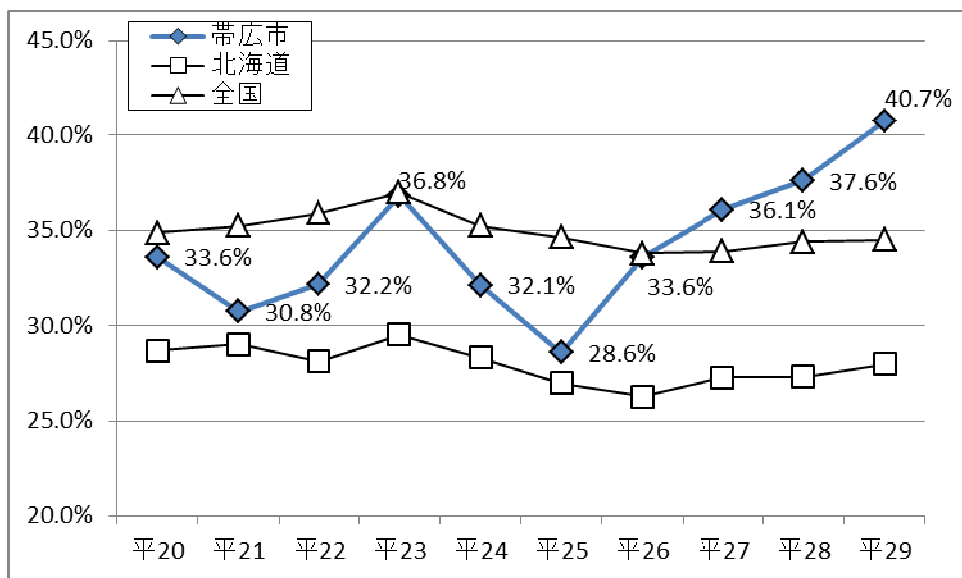
出典：工業統計調査、経済センサス（経済産業省）

帯広市・北海道・全国の製造業の付加価値率



出典：工業統計調査、経済センサス（経済産業省）

帯広市・北海道・全国の食料品製造業の付加価値率



出典：工業統計調査、経済センサス（経済産業省）

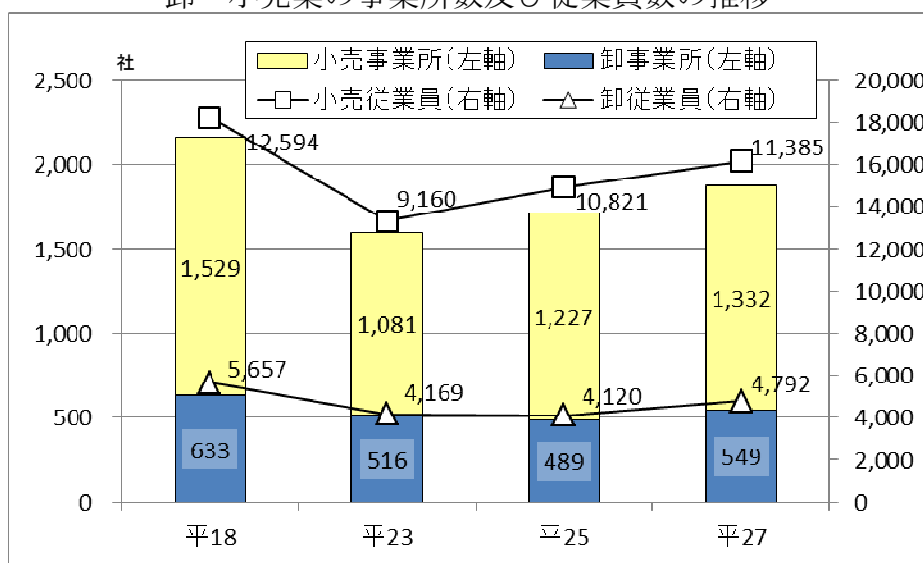
(4) 商業の現状と課題

①事業所数、従業員数、商品販売額

卸・小売業の事業所数、従業員数、商品販売額は、2015（平成27）年で事業所数が1,881社、従業員数が16,177人、商品販売額が6,510億円となっており、いずれも近年増加傾向が見られるものの、10年前と比較すると減少しています。

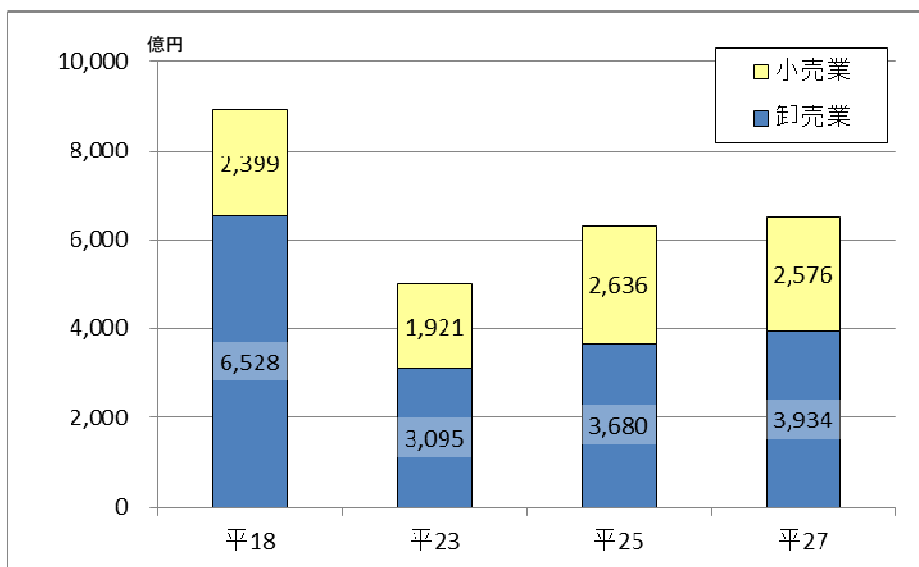
また、商品販売額は、卸売業で医薬品・化粧品等を含むその他の卸売業が32.1%、小売業では医療品・化粧品や燃料等を含むその他の小売業が34.1%と最も高い割合を占めています。

卸・小売業の事業所数及び従業員数の推移



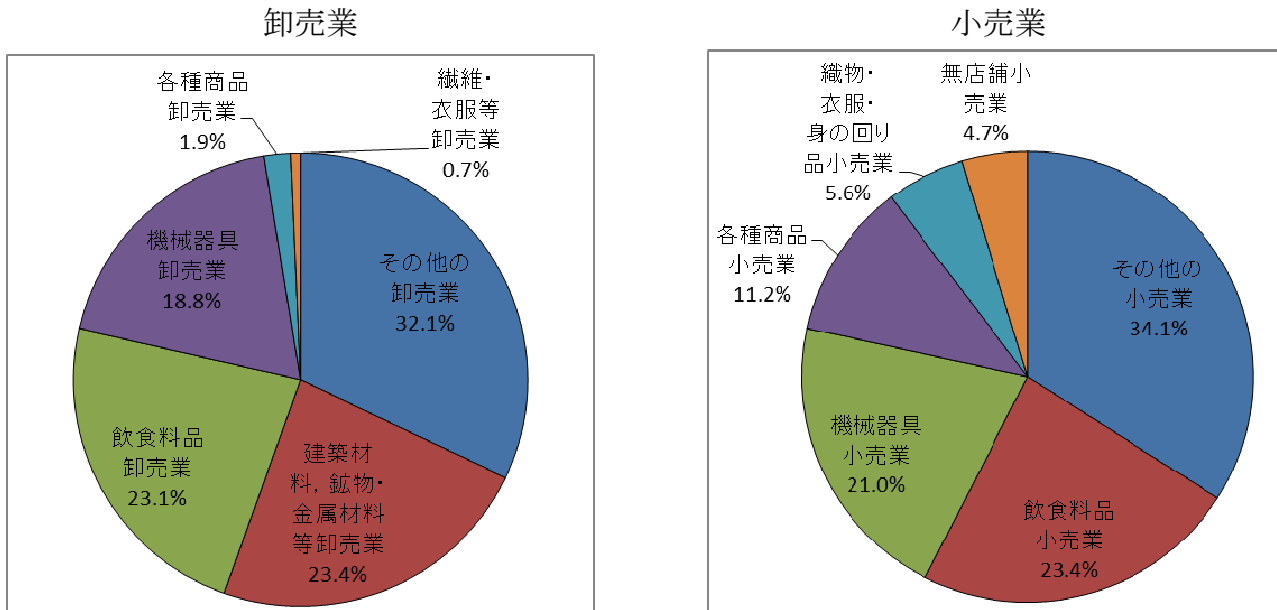
出典：商業統計調査、経済センサス（経済産業省）

卸・小売業の商品販売額の推移



出典：商業統計調査、経済センサス（経済産業省）

帯広市の商品販売額の割合（平成 27 年値）



出典：経済センサス活動調査（経済産業省）

②付加価値額等

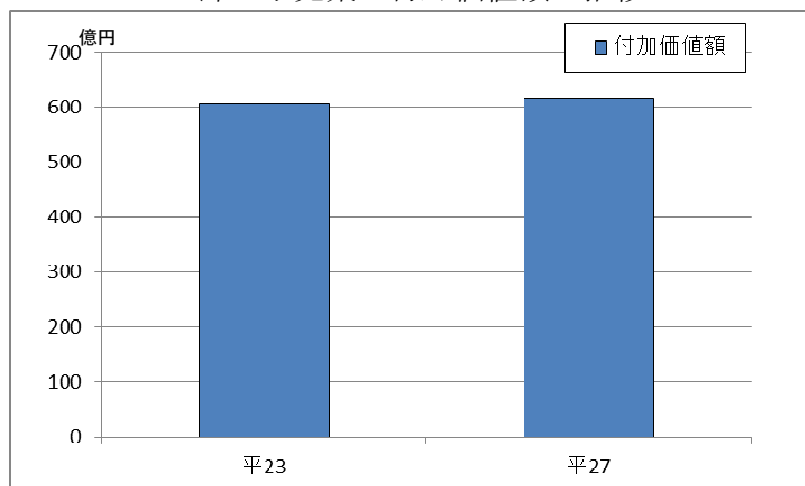
卸・小売業の付加価値額は平成 27 年で約 617 億円と平成 23 年と比べほぼ横ばいとなっています。

一方、平成 23 年に 12.1%であった付加価値率は平成 27 年には 9.5%となり、全国平均を下回っています。

卸売業を通さない直接取引や消費者向け電子商取引（EC）の拡大などにより、これまでの商習慣が変化してきており、卸・小売業はこうした変化に対応していくことが求められています。

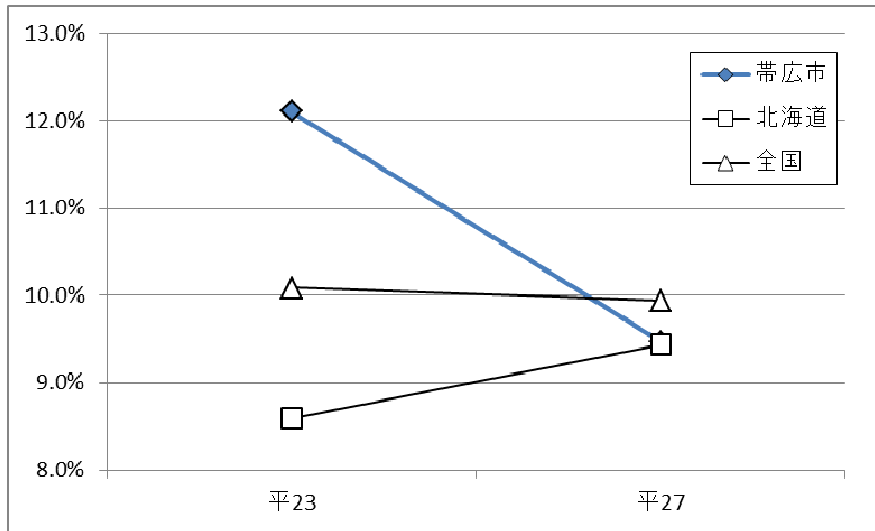
また、小売業については高齢化の進行に対応した徒歩生活圏での消費活動の場の提供に加え、販売機能だけでなく地域コミュニティの場としての役割を担うなど、引き続き地域において一定の商業機能を維持することが求められています。

卸・小売業の付加価値額の推移



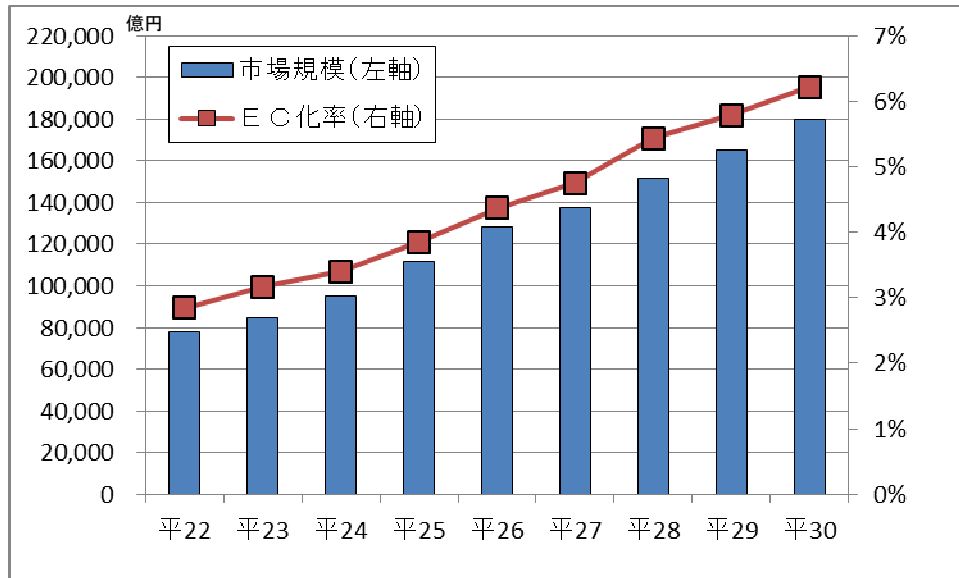
出典：経済センサス活動調査（経済産業省）

帯広市・北海道・全国の卸・小売業の付加価値率



出典：経済センサス活動調査（経済産業省）

日本のB to C - EC市場規模の推移



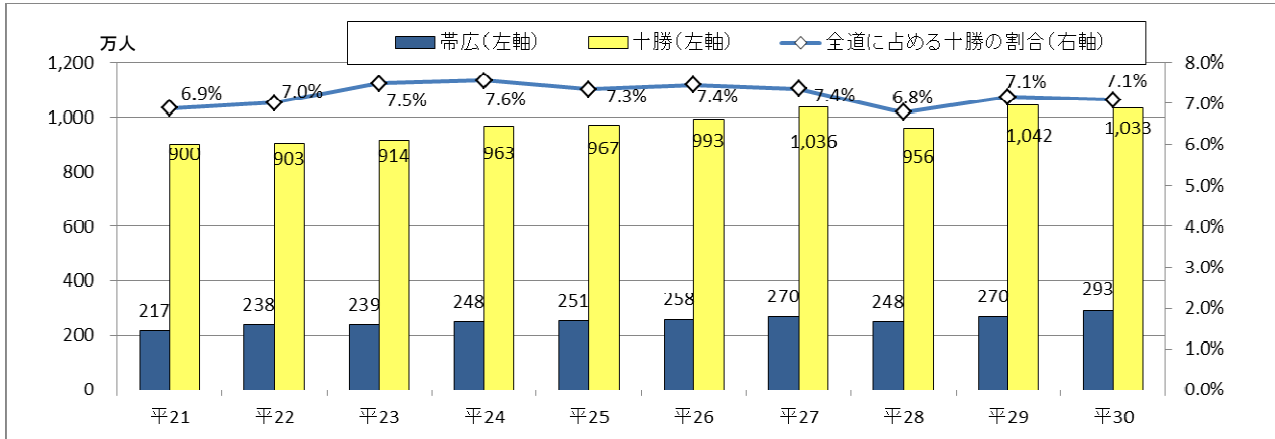
出典：電子商取引実態調査（経済産業省）

(5) 観光の現状と課題

十勝・帯広は、雄大な自然景観と、大規模な農業、豊かで質の高い農畜産物を活かした食が他地域に勝る大きな魅力となっています。

これらの地域資源を活かし、国内外に向けた観光プロモーションや、アウトドアを核とした体験・滞在型観光の推進などを図っており、十勝圏における平成30年度の観光入込客数は1,033万人、帯広市で293万人といずれも増加傾向にあります。全道に占める十勝の割合は、ほぼ横ばいの7%前後で推移しています。

帯広市・十勝圏域観光入込客数（延べ人数）と全道に占める十勝圏域のシェア推移



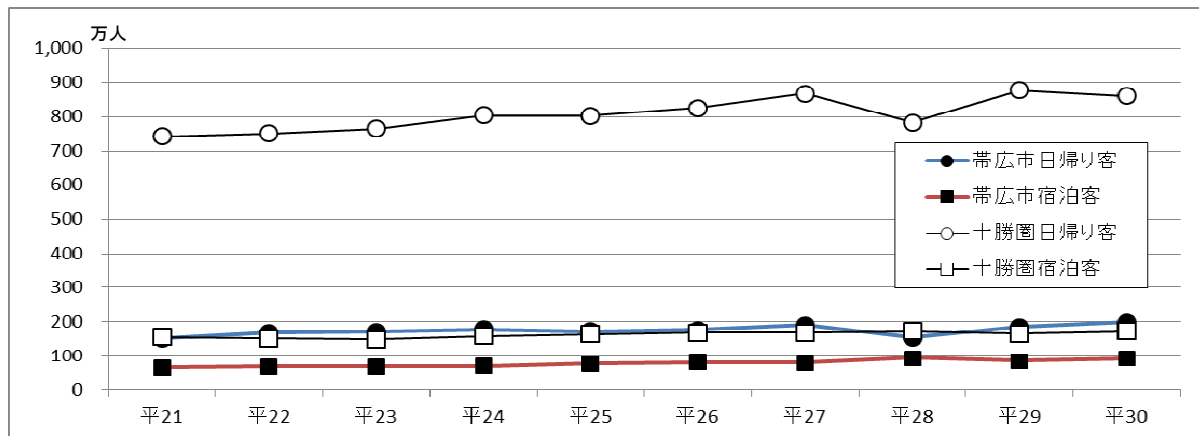
出典：北海道観光入込客数調査（北海道）

2016（平成28）年度の台風被害による一時的な落ち込みはあるものの、道外客・道内客、また、宿泊・日帰りどちらの内訳でも十勝・帯広いずれも増加傾向にあります。

これは、交通網の充実、ビジネスホテルや飲食店の集積によるJR帯広駅周辺の利便性向上が要因として挙げられます。

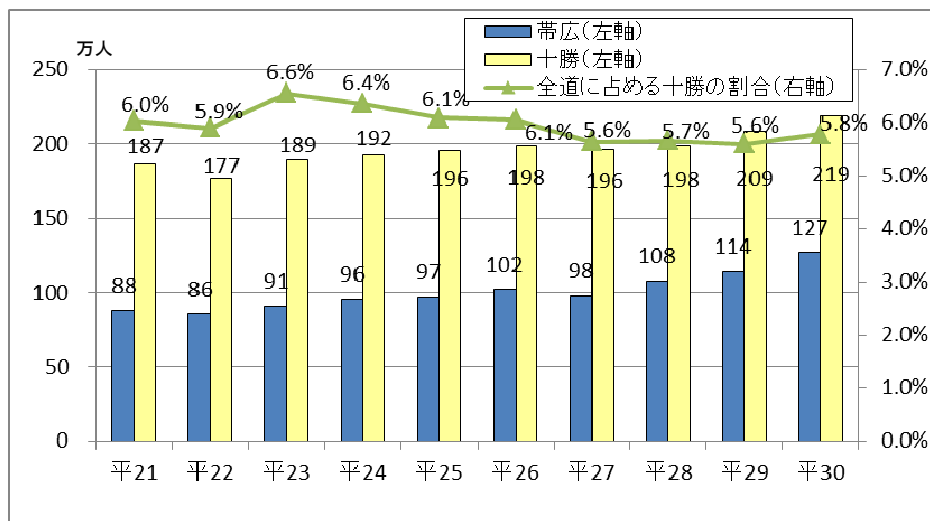
一方、十勝・帯広どちらも依然として日帰り客の方が多い状況を踏まえ、観光消費額を増加させていくために滞在型観光の推進を図っていく必要があります。

宿泊・日帰り客の推移



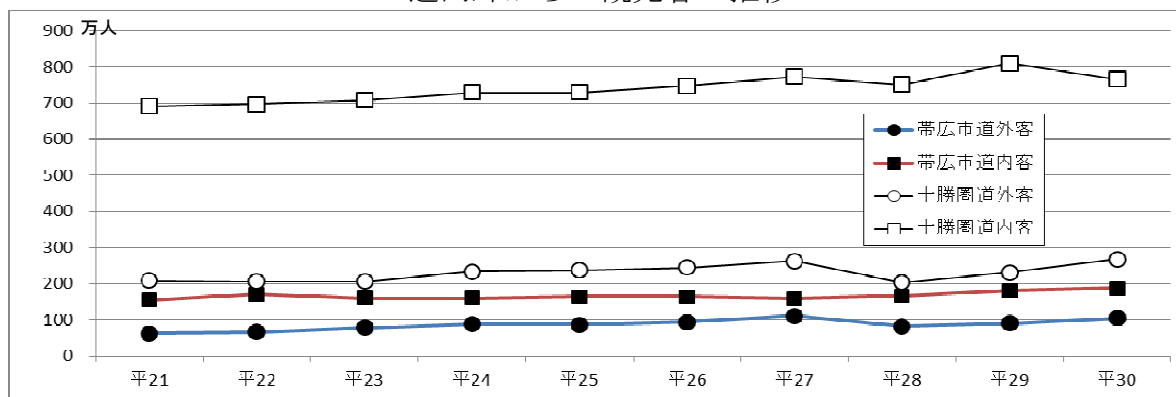
出典：北海道観光入込客数調査（北海道）

帯広市・十勝圏域宿泊者数（延べ人数）と全道に占める十勝圏域のシェア推移



出典：北海道観光入込客数調査（北海道）

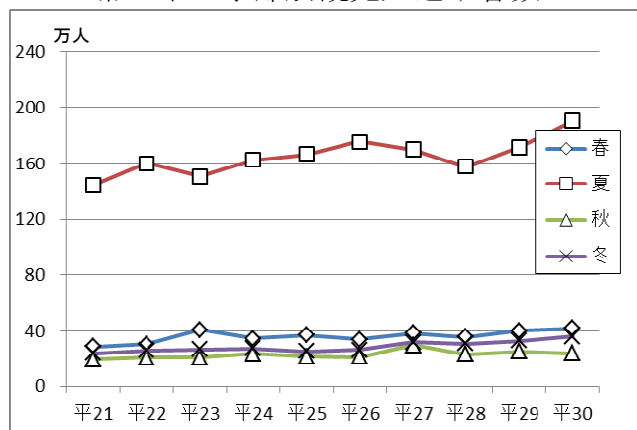
道内外からの観光客の推移



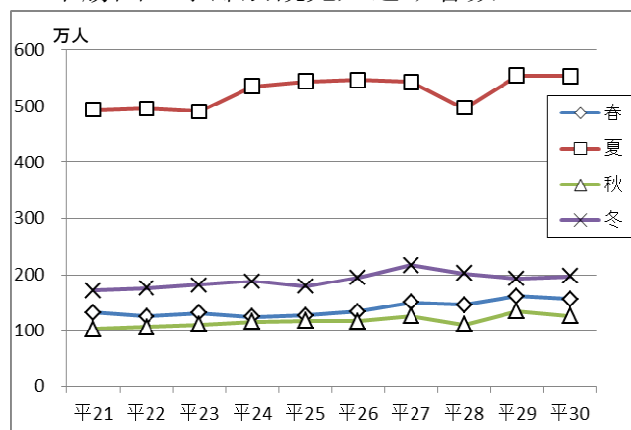
出典：北海道観光入込客数調査（北海道）

また、近年、ジュエリーアイスをはじめとした冬の観光素材も注目されているものの、帯広市の季節別の観光客の動向は、十勝・帯広ともに夏季（6～9月）が圧倒的に多く、夏季以外の閑散期における誘客促進が課題となっています。

帯広市の季節別観光入込み客数



十勝圏の季節別観光入込み客数

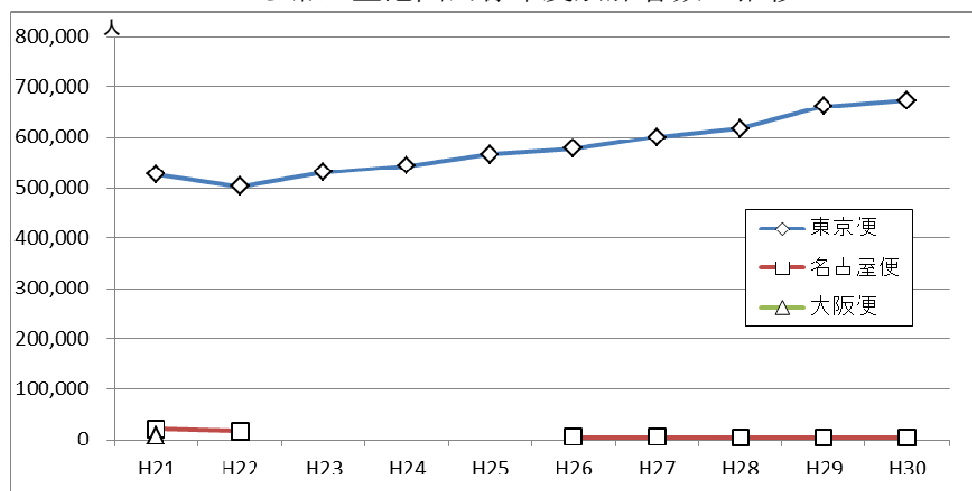


出典：北海道観光入込客数調査（北海道）

とち帯広空港の旅客数は増加しており、平成 30 年度で約 68 万人が利用しています。

これは、ダブルトラッキング化による座席数の増やビジネス及び観光需要の拡大によるもので、今後もとち帯広空港の利用促進や、北海道横断自動車道などの高速交通網等を組み合わせ、道外や道央圏等からの交流人口の拡大を図る必要があります。

とち帯広空港国内線年度別旅客数の推移



出典：帯広市空港事務所調べ

(6) 農業の現状

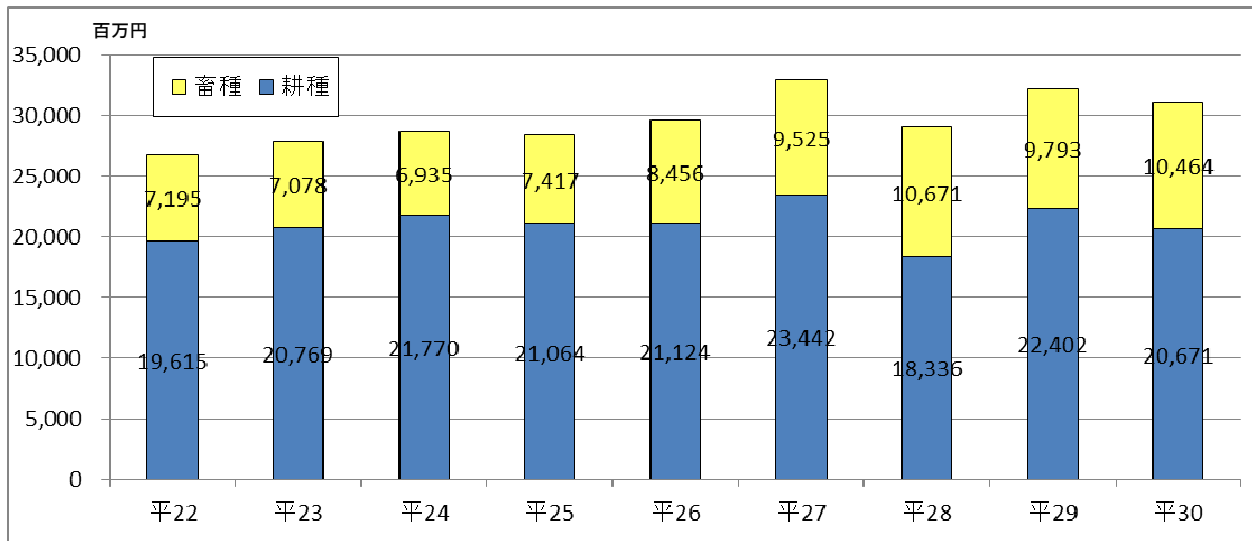
帯広市の農業産出額は増加傾向にあり、平成27年度には過去最高の329億円となりました。特に、畜種の産出額が増加しています。

主要農作物の作付面積は、小麦やてん菜の作付面積が減少する一方で、豆類、野菜の作付が拡大しています。

酪農・畜産では、乳用牛の頭数が減少する一方、肉用牛の頭数が増加しており、全体では増加しています。

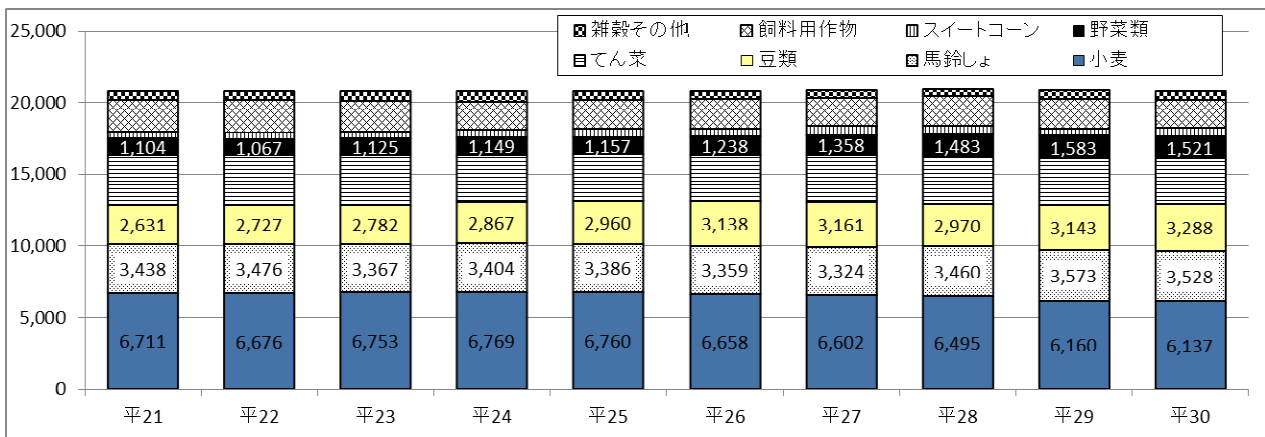
帯広市の農家戸数が、減少していく中、一戸あたりの経営耕地面積は拡大しています。

帯広市の農業産出額の推移



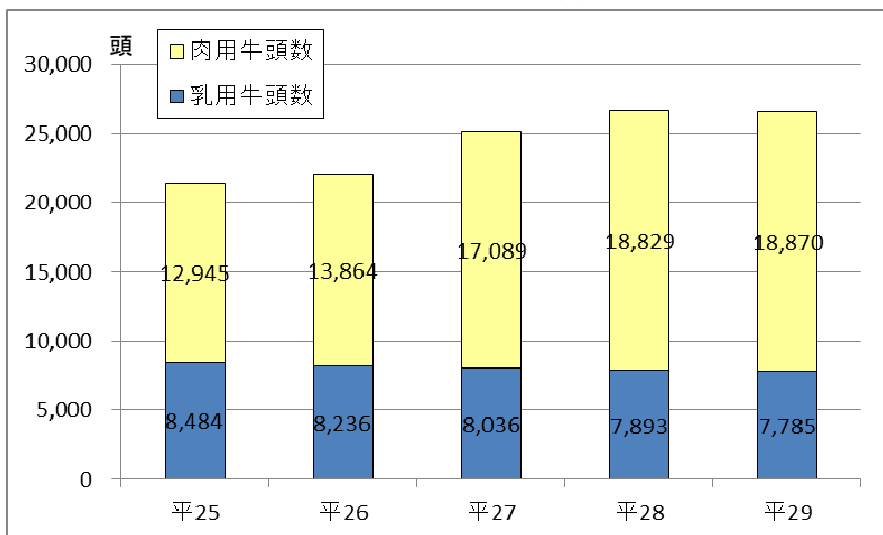
出典：帯広市農政部

帯広市の主要作物作付面積の推移



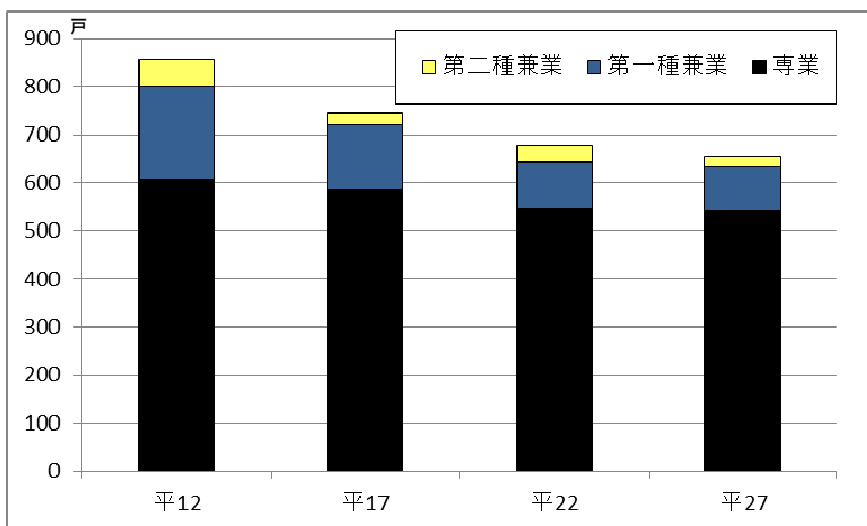
出典：帯広市農政部

帯広市の乳用牛、肉用牛頭数の推移



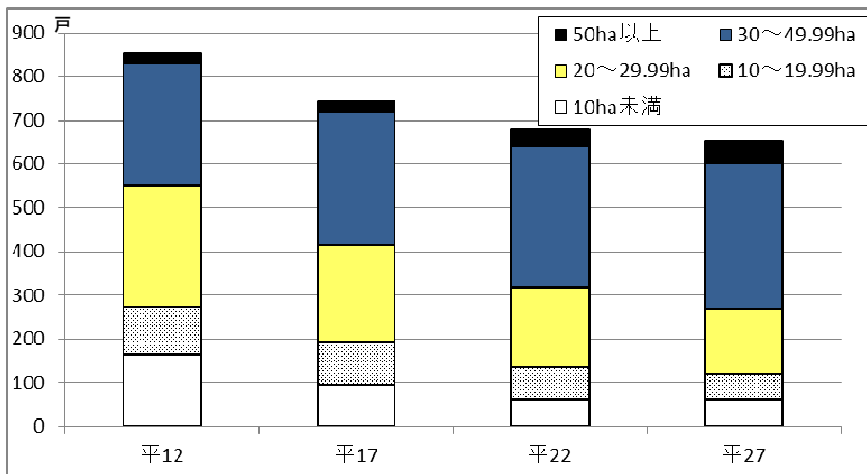
出典：十勝畜産統計（十勝農業協同組合連合会）

帯広市農家数の推移



出典：農林業センサス（農林水産省）

帯広市の経営耕地面積規模別農家数の推移



出典：農林業センサス（農林水産省）

第4章 産業振興の基本方針

1 基本的な考え方

第1期産業振興ビジョン策定以来、地域経済は、消費税増税や小規模企業振興基本法施行などの国の政策のほか、東日本大震災をはじめ平成28年北海道豪雨災害、胆振東部地震などの自然災害発生による影響を受けてきました。

この間、十勝の優位性である農林漁業、食、環境、バイオマス等の豊かな地域資源を活かした地域産業政策である「フードバレーとまち」の取り組みとして、定住自立圏構想、北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区、十勝バイオマス産業都市構想などを通じた地域産業の振興に、十勝19市町村が一体となって取り組んできました。

また、創業・起業の促進による「しごと」づくりや、UIJターン促進などの人材確保、体験・滞在型観光の推進によるにぎわいの創出など、地方創生の取り組みが企業、経済団体、支援機関、行政などの連携のもと進められてきています。

こうした取り組みにより、製造品出荷額等は1,192億円（2007（平成19）年）から1,718億円（2017（平成29）年）に増加しているとともに、立地企業数も2010（平成22）年から2018（平成30）年までの累計で55件となるなど順調に推移しており、西20条北工業団地の保有地の完売などにもつながっています。

このほか、観光入込客数、宿泊客数、とまち帯広空港の定期便旅客数なども堅調に推移しており、地域産業の活力の創出につながってきています。

地域経済が持続的に発展していくためには、今後、経済のグローバル化の進展や、人口減少・少子高齢化の進行、第四次産業革命などの技術革新といった社会経済環境の急速な変化に対応していくことが求められており、地域企業の大半を占める中小企業等の経営基盤の強化を図るとともに、海外を含む新たな市場の開拓や、多様な人材の活用、労働生産性の向上などに取り組んでいく必要があります。

また、近年多くの自然災害が発生していることなどを踏まえ、市民生活や経済活動に必要なエネルギーの安定供給や確保のほか、個々の事業者における緊急事態発生時の業務継続の準備なども求められています。

中小企業者、経済団体、行政の協働のもと、こうした情勢や環境を的確に捉え、食と農林漁業を柱とする地域の優位性を活かすことで、地域の魅力を創出することが重要です。

また、地域経済分析の結果に基づく取り組み等により、地域経済の自立度を高め、中小企業者等の所得を向上させるとともに、地域産業への波及効果を大きくし、地域経済の好循環を生み出していくことが必要です。

2 基本方向

地域経済の持続的な発展のため、以下の3つの視点に基づき、地域産業の振興を図ります。

視点① 中小企業の持続可能性の強化

住民へのサービス提供や雇用の確保など、様々な面で中小企業は地域経済を支えています。

地域資源を活用し、地域経済の持続的な発展を担う主役は中小企業者であることから、経営基盤の強化などを通じて中小企業者自らの努力を支援し、課題にチャレンジする中小企業を育てていくことが重要です。

また、地域産品やサービスの購入などを通じて地域経済を支えることへの市民理解を促進し、中小企業の持続可能性を高めていく必要があります。

視点② 地域資源の高度活用

優位性のある地域資源を活用し、各産業の付加価値額と付加価値率の向上を図ることで、地域内により一層の利益が生まれます。

食料品製造業などにおいては、地域の農畜産物が全国に原料として供給されることで、商品やサービスの地域間競争が激しくなるなど、ブランド力の更なる向上が求められています。

農畜産物やバイオマスなど、豊かな地域資源の供給量に乗じた利益を生み出していくためには、継続的に差別化を図るなど、地域資源の高度な活用を促進することが重要です。

視点③ 域内外や異業種との連携促進

これまで、フードバレーとかちの取り組みなどにおいては、域内外の力を活用しながら、地域産業の振興を図ってきました。

集客交流産業においては、地域資源の魅力発信など、管内事業者が連携した、面としての取り組みが求められています。

また、域内に新しいしごとを創るため、創業・起業の促進などを進めてきていますが、中小企業等はリソースが少ないことから、積極的に外の力を活用する必要があります。

地域で、新たな価値を創造する基盤が整いつつある中、より連携しやすい環境づくりや連携を加速させることが重要です。

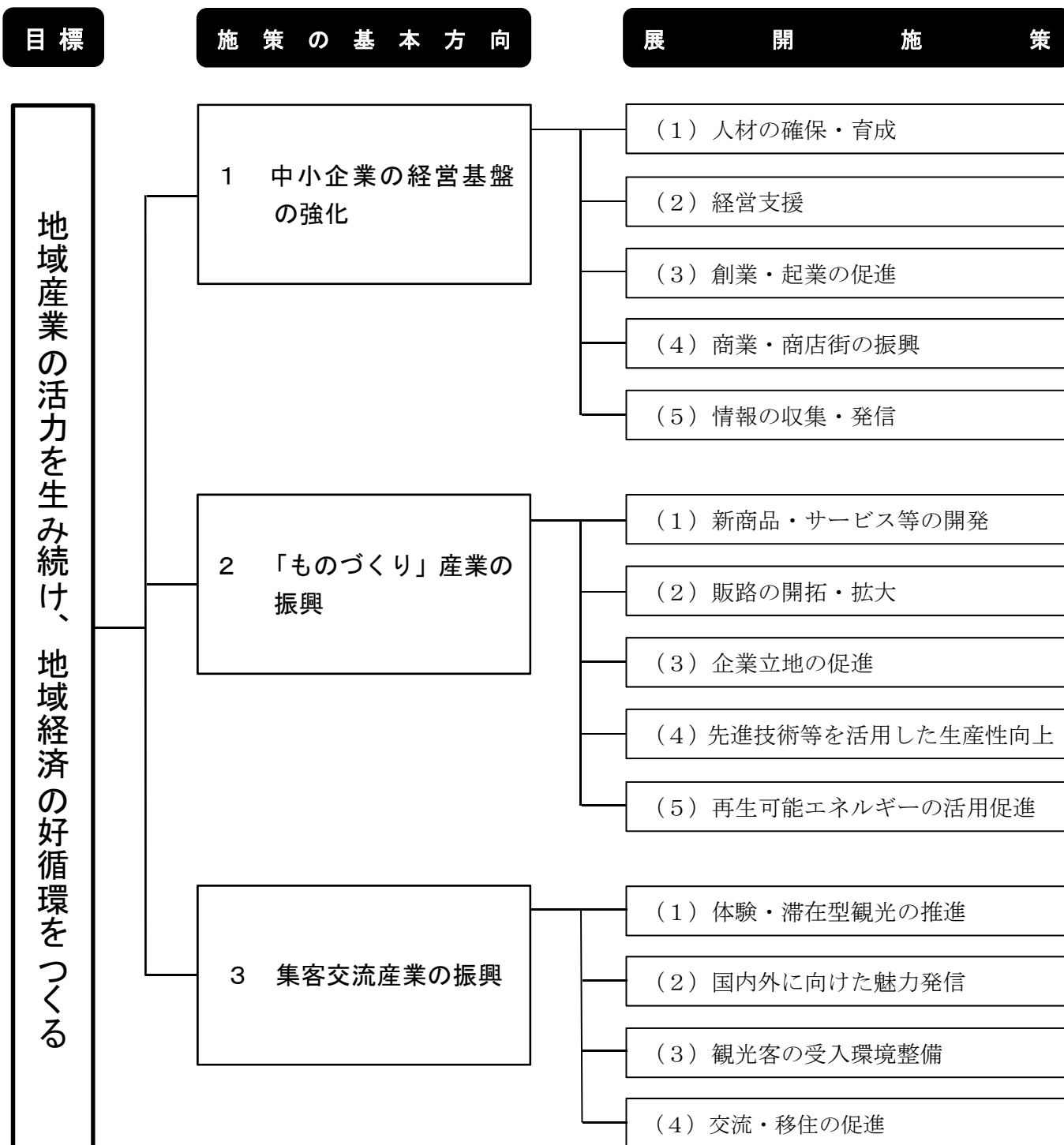
こうした考え方を踏まえ、ビジョンの目標を、

『地域産業の活力を生み続け、地域経済の好循環をつくる』

とし、地域経済を支える「中小企業の経営基盤の強化」、地域資源を活用した付加価値の創出などを目指す「ものづくり」産業の振興、地域とつながり活力を生む「集客交流産業の振興」の3つの基本方向のもと、ビジョンの施策を展開します。

3 展開施策の体系

3つの基本方向に基づき、14の施策を展開します。



第5章 展開施策

1 中小企業の経営基盤の強化

(1) 人材の確保・育成

【取り組みの方向性】

- 多様な人材の活用及び就労環境の整備に取り組みます。
- U I J ターンの促進など域外からの人材確保に取り組みます。
- 関係機関等が連携し、事業者の人材育成を促進します。

【具体的な取り組み】

① 多様な人材の確保支援

- 経済団体等と連携し、業務の切出しなどによる、高齢者や女性、障害者など多様な人材が活躍できる仕事づくりを促進します。
- 技術革新等に対応した、従来の働き方にとられない多様な働き方を促進します。
- 健康経営の促進や育児休暇の取得支援など、従業員が安心して働けるよう就労環境の整備を推進します。
- 関係機関と連携し、十勝・帯広で働く外国人が住民サービスを受けられるよう環境の整備を行います。
- 外国人労働者の受入企業との情報交換等により課題を把握し、対応を検討します。

② 域外からの人材確保支援

- 十勝・帯広に関心のある人たちとのネットワークを構築します。
- 移住相談会や合同企業説明会等のイベントなどを実施し、移住を希望する人に地元企業の情報を提供します。
- 最新のコミュニケーションツールの活用や、相手の興味・関心に応じた接点の構築など、効果的な情報提供の手法を検討します。
- 教育機関や経済団体等と連携し、若手人材の確保に向けた課題の整理や方法を検討します。
- 事業者が従業員の確保・定着のために行う環境整備等について、支援を検討します。

③ 人材育成支援

- 行政や支援機関が実施する人材育成事業において、事業者へのアンケート・ヒアリング等を通じ、ニーズを踏まえた事業を実施します。
- 事業者の人材育成や技術教育、資格取得等に対する支援を検討します。
- 専門学校や技術技能育成機関等と連携し、従業員の技術習得に関するリカレント教育を検討します。
- 技術の蓄積や継承の課題を分析し、支援方策を検討します。

(2) 経営支援

【取り組みの方向性】

- 事業継続を希望する事業者に対する相談支援体制を整えます。
- 持続可能な経営や第二創業など、社会状況の変化に応じた資金需要に対応します。
- 事業者の自然災害リスク対策を支援します。
- 地域経済の調査分析を行い、施策の検討や効果の把握に活用します。

【具体的な取り組み】

① 相談支援及び支援ネットワークの構築

- 金融機関や支援機関等が連携し、情報提供や相談、企業同士のマッチングなどを行う支援機能のネットワークを構築します。

② 資金調達等への支援

- 社会情勢に応じて、運転資金や設備投資、第二創業、新技術導入等に必要な資金需要を融資制度により支援します。

③ 緊急事態発生時の対応支援

- 事業者による災害等の緊急事態発生時に業務を継続するための計画（BCP）策定を支援します。

④ 地域経済の調査分析

- 経済分析ツールや統計資料等を活用し、関係機関と連携しながら地域経済の調査分析を行い、地域経済の実態把握や施策の効果測定等を行います。

(3) 創業・起業の促進

【取り組みの方向性】

- 創業・起業を促進するため、起業家が事業創発にチャレンジしやすい環境づくりに取り組みます。

【具体的な取り組み】

① 事業創発支援

- 地域の支援機関と連携し、域内外の人材を触発し、新たな事業構想づくりから事業計画の磨き上げ、事業化に至るまでを総合的に支援します。

② 資金調達への支援

- 創業・起業に必要な設備投資や運転資金を融資制度により支援します。

(4) 商業・商店街の振興

【取り組みの方向性】

- 商店街によるイベント実施や環境整備活動等に対する支援を継続して行います。
- 各商店街の関係者が集まる会議の場を通じて、様々な支援制度の周知や効果的な支援活用事例の情報提供を行っていくことにより、商業や商店街の活性化に向けた事業者の主体的な取り組みを促進します。

【具体的な取り組み】

① 商店街・商業団体への支援

- 商店街が実施する地域の活性化に向けた取り組みや、地元事業者で構成される商業団体の活動を支援します。

② 中心市街地活性化基本計画に基づく取り組みの実施

- 中心市街地の都市機能の更新を支援するとともに、商店街をはじめとする多様な主体によるイベントなどのにぎわいづくりの取り組みを支援します。
- 中心市街地活性化協議会における「まちなか活性化懇談会」などを活用し、特徴ある取り組みを進める事業者との意見交換を行うことで、事業者に意欲を与え、前向きに取り組む事業者の活動を支援します。

(5) 情報の収集・発信

【取り組みの方向性】

- 伝えたい相手に応じた適切な情報発信を行います。
- 事業者が必要な情報を取得できる仕組みづくりを進めます。

【具体的な取り組み】

①情報の効果的な活用

- 事業者が情報を伝えたい相手の年代や興味・関心に応じた表現や伝達方法を用いて、地域の魅力を効果的に発信していく手法を検討します。
- 行政や支援機関等が連携し、必要な情報を一元化するなど分かりやすく発信します。

2 「ものづくり」産業の振興

(1) 新商品・サービス等の開発

【取り組みの方向性】

- 製造業の更なる付加価値の向上に向けて、食や農業など地域の優位性を活かした新商品・サービス等の開発を促進します。
- 新商品・サービス等の開発の取り組みを活性化させるため、産業間連携や産学官連携を促進します。

【具体的な取り組み】

① 新商品・サービス等の開発の支援

- 支援機関の機能を活用しながら、新商品等の開発の過程で発生する様々な課題に対する助言など、事業者の取り組みを多面的にサポートします。
- 食や農業など地域の強みを活かした新商品・サービス等の開発に意欲的な事業者を重点的に支援します。
- 支援機関が提供する研究開発・製品化支援機能の活用を促進します。

② 産業間連携、産学官連携の促進

- 市と支援機関がコーディネート機能を發揮して、新商品・サービス等の開発における大学・試験研究機関の研究開発力の活用などを促進します。
- 新たな視点や方法による付加価値創出に取り組む事業者を増やすため、新商品・サービス等の開発に意欲のある事業者が集える場を提供し、事業者間の連携を促進します。
- 他都市の事例などを分析しながら、最新のコミュニケーションツールなども駆使した効果的な産業間連携・産学官連携の手法などを検討します。

(2) 販路の開拓・拡大

【取り組みの方向性】

- 事業者による新たな販路の開拓を促進するため、国内外の事業者とのマッチングを進めます。
- 商品・サービスのブランド化に必要なマーケティングの取り組み支援や、知的財産の保護・活用を促進します。

【具体的な取り組み】

① 販路の開拓・拡大の支援

- 支援機関の機能を活用しながら、商社や首都圏等の百貨店、スーパー、物流業者などとのマッチング支援を行います。
- 支援機関等を通じて、展示会や物産展等への共同出展を支援します。
- インターネットを使用した商品・サービスの販売など、国内外の販路拡大に取り組む事業者を支援します。

② 商品・サービスのブランド化の促進

- 十勝・帯広の食のブランドイメージを守るため、支援機関と連携して、HACCPの導入促進など食の安全・安心を確保するための取り組みを支援します。
- 支援機関が実施している十勝・帯広の食に着目した認証制度を通じて、事業者の商品・サービスのブランド化を促進します。
- 生物多様性やSDGs、カーボンオフセット等、新たなブランド価値の創造に取り組む事業者への支援方策を検討します。
- 地域ブランド・会社ブランド・商品ブランドが連動した効果的なブランドの発信方法を検討します。

③ マーケティングの取り組みの支援

- 国内外の販路拡大や新商品・サービス等の開発を行う事業者の市場調査などマーケティングの取り組みを支援します。
- 事業者が、AIやビッグデータを活用したマーケティングなど、新たな手法を学ぶ場の提供を検討します。

④ 知的財産の保護・活用の促進

- 知的財産に関するセミナーの開催や無料相談窓口の設置などを通じて、事業者の知的財産に対する認識を深めるとともに、知的財産権の取得を支援します。
- 知的財産に関する事業者ニーズの掘り起こしや、関心を持ちやすい事例の整理などを通じて、事業者の知的財産に関する認識を高める方策を検討します。

(3) 企業立地の促進

【取り組みの方向性】

- 域内外から投資を呼び込めるよう、工業用地の供給を図ります。
- 地域の強みを活かした企業の集積や地元企業の事業拡大等を支援します。

【具体的な取り組み】

① 工業用地の供給

- 西19条北工業団地の造成・分譲を進めます。
- 企業の立地需要などを踏まえながら、新たな工業用地の必要性について検討します。

② 企業立地環境の整備

- 帯広市企業立地促進条例に基づく助成などを通じて、優位性のある食や農業に関連した企業の立地を促進するほか、工場の新増設など地元企業の事業拡大等を支援します。
- 比較的大規模な民間の未利用地に係る情報の収集・提供を通じて、企業立地を促進します。
- 国の企業立地施策や企業立地の需要の分析などを行います。

(4) 先進技術等を活用した生産性向上

【取り組みの方向性】

- ものづくりの高度化や生産性向上、省力化に資する先進技術等の導入を促進します。

【具体的な取り組み】

① 先進技術等の導入促進

- 生産性向上特別措置法による固定資産税の減免など国の制度を活用しながら、先進技術等を活用した設備の導入を支援します。
- 支援機関を通じて、先進技術等に係る相談対応を行います。
- 支援機関のネットワークにおいて、先進技術等の導入の際の課題や国の支援施策の情報共有などを図ります。

(5) 再生可能エネルギーの活用促進

【取り組みの方向性】

- 十勝・帯広の豊富な資源を活用した再生可能エネルギーの利用を促進します。

【具体的な取り組み】

① 地域エネルギーの活用

- 地域資源を活用した再生可能エネルギーの利用に取り組む事業者を支援します。
- 再生可能エネルギーの活用促進のため、関係機関と連携し、課題や手法についての調査研究等を行います。

3 集客交流産業の振興

(1) 体験・滞在型観光の推進

【取り組みの方向性】

- 十勝の魅力である自然や食を活かした、体験・滞在型観光を推進します。
- 個人観光客を主要なターゲットとした、まちなかの利便性・快適性を活かした観光コンテンツの充実を図ります。

【具体的な取り組み】

① アウトドアを核とした体験・滞在型観光の推進

- 農や食、アウトドアなど十勝の魅力を組み合わせた付加価値の高い滞在型コンテンツの拡充などにより、観光客の滞在期間の延長や消費の拡大を図ります。

② 旅の満足度向上に向けた取り組みの推進

- 2次交通を活用した十勝・帯広のモデルコースづくりなど、観光客が十勝を周遊するきっかけづくりを進めます。
- まちなかでのナイトタイムエコノミーの推進などを通じ、旅の満足度の向上を図ります。

③ 十勝の魅力を発信するイベントの開催

- 十勝・帯広の歴史や文化、食の魅力などを発信するイベントを開催します。

(2) 国内外に向けた魅力発信

【取り組みの方向性】

- 訪日外国人旅行者を含めた道外からの誘客を重点に、観光客の誘致を進めます。

【具体的な取り組み】

① 観光情報の効果的な発信

- 他地域に勝る十勝の魅力の発信等を通じ、十勝・帯広への観光客誘致を進めます。
- 閑散期の誘客が期待できる訪日外国人観光客に対し、国ごとに異なる多様なニーズや志向に応じた観光プロモーションを実施します。
- 北海道内7空港の一括運営委託などを通じ、とちかち帯広空港の航空路線の充実と利便性の向上を図ります。

(3) 観光客の受入環境整備

【取り組みの方向性】

- 観光客の多様なニーズへの対応や、地域住民と共存するための受入環境整備を進めます。

【具体的な取り組み】

① 観光客の受入環境の整備

- 宿泊、観光、交通、飲食事業者などと連携し、観光客に対する分かりやすい情報発信や、新たなサービスの導入などの受入環境の整備を進めます。

② 観光公害（オーバーツーリズム）の対策

- 農地への無断立ち入りなど、観光客の増加に伴う弊害への対策を検討します。

(4) 交流・移住の促進

【取り組みの方向性】

- 進学などで帯広市を離れる若者に対して、就職を契機としたUターン促進に重点的に取り組みます。
- 地域内外の人々に対し、十勝・帯広の仕事や住環境の情報発信を行うなど、定住や移住促進に向けた取り組みを進めます。

【具体的な取り組み】

① 「十勝で暮らすこと」についての魅力の発信

- 居住の快適性や魅力ある企業、チャレンジを認め育てる環境など、十勝で働き住み続けることについての魅力を発信します。
- 小・中・高校各段階において十勝で働く魅力の認知向上を図り、将来的なUターンや定住を促進します。

② 域外からの移住支援

- 移住を検討している相手のニーズや時期に応じた効果的な情報発信や移住体験の取り組みを行います。

第6章 計画の推進体制と進捗管理

1 計画の推進体制

市と中小企業者等との協働を基本にビジョンを効果的に推進するため、中小企業者、中小企業関係団体、金融機関、大学、行政などで構成する帯広市産業振興会議において、中小企業振興及び地域産業振興施策等の推進に関する事項などの協議を行います。

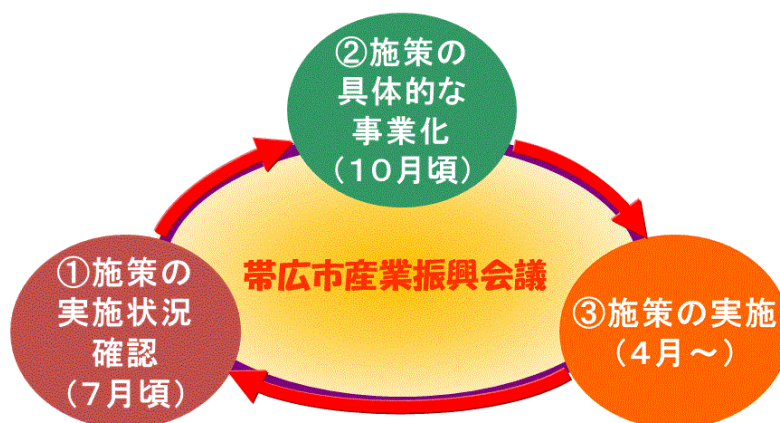
2 計画の進捗管理

ビジョンの実行性ある推進に向け、帯広市産業振興会議において、毎年度、ビジョンの進捗管理や評価などを行いながら、施策の効果的な展開を図ります。

第七期帯広市総合計画の推進計画と整合を図りながら、事務事業の実施状況点検等をもとに、施策の見直し等必要な検討を行い（①）、その結果を踏まえ、取り組み内容等を議論します（②）。

必要に応じて、施策推進に係る情報共有を図るとともに、中小企業者等、経済団体、市の適切な役割分担、協働などについて協議し（③）、地域産業振興施策等を総合的に推進します。

帯広市産業振興会議の実施イメージ



参考資料

1	平成 30 年度 帯広市産業経済実態調査報告書・・・	47
2	部会議論のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・	151
3	産業振興会議委員名簿・・・・・・・・・・・・	159
4	議論の経過・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	161
5	帯広市中小企業振興基本条例・・・・・・・・	163
6	産業振興会議設置要綱・・・・・・・・・・・・	165

1 平成30年度 帯広市産業経済実態調査報告書

目 次

1 調査の概要	48
(1) 趣旨	48
(2) 実施体制	48
(3) 内容	48
2 調査結果	50
(1) アンケート調査の結果	50
(2) ヒアリング調査の結果	74
資 料 編	79
(1) アンケート調査集計結果	80
(2) ヒアリング調査における聴取内容	113
(3) アンケート調査票	139

1 調査の概要

(1) 趣旨

帯広市では、中小企業振興の基本理念として平成19年に「帯広市中小企業振興基本条例」を制定し、これに基づき、平成21年2月に「帯広市産業振興ビジョン」(以下「ビジョン」といいます。)を策定しました。以来、「中小企業の経営基盤の強化」、「産業人・担い手の育成」、「ものづくり産業の活性化」、「産業基盤の強化」、「集客・交流産業の振興」の5つを施策の基本方向として、中小企業振興に取り組んできたところです。

中間年の平成25年度に産業経済実態調査を実施し、ビジョンの中間見直しを行ったところですが、改めて地域経済の現状を把握し、次期ビジョンの具体的な施策検討の基礎資料とするため本調査を実施しました。

(2) 実施体制

本調査は下記のとおり実施しました。

実施主体・・・帯広市

協力機関・・・帯広商工会議所、帯広信用金庫、帯広畜産大学、とかち財団、北海道中小企業総合支援センター十勝支部、北海道中小企業団体中央会十勝支部、北海道中小企業家同友会とかち支部、とかち地域活性化支援機構

(3) 内容

①アンケート調査

平成28年経済センサス活動調査を基に、帯広市内の3,000事業所を無作為に抽出し、以下の内容からなるアンケート調査を実施しました(調査票は資料編に掲載しています)。

ア) 内容

人材について(10問)、経営状況について(7問)、経営上の課題と今後の事業計画について(9問)、支援策について(3問)、フードバレーとかちについて(2問)、その他(1問)、企業概要について(9問)の7項目、全41問。

イ) 送付数、回収数、回収率 (送付数、回収数の単位：事業所)

業種	送付数	回収数	回収率
建設	846	253	29.9%
製造	327	135	41.3%
卸・小売・サービス	1,827	427	23.4%
分類不明	—	1	—
計	3,000	816	27.2%

ウ) 回答者の属性 (単位：事業所)

業種	小企業	中企業	大企業	計
建設	187	61	6	254
製造	102	34	6	142
卸・小売・サービス	225	156	38	419
分類不明	—	—	—	1
計	514	251	50	816

注 1) 企業規模の定義は、中小企業基本法や小規模事業者支援法などの関係法令に基づき、中企業、小企業を分類し、中企業、小企業に該当しないものを大企業としました。

注 2) ウ) の業種計とイ) の回収数が一致しないのは、送付時と異なる業種を回答した事業者があるため。なお以下の分析では、アンケート調査票の回答を元に集計を行いました。

②ヒアリング調査

アンケート調査に回答があった企業を中心に、回答内容の背景や理由などを深掘りすることにより、地域経済の実情や課題等を明らかにするため、以下の内容からなるヒアリング調査を実施しました。

ア) 内容

業界の最近の動向及び今後の見通し、当面の課題と対応、経営相談相手の有無及びその内容、設備投資の意向及び内容、他企業・試験研究機関等との連携の意向及び内容、食に関する新たな取組みの意向及び内容、行政への要望、その他・自由意見

イ) 実施件数

事業者 215 件 (建設 47 件、製造 51 件、卸・小売・サービス 117 件)
 業界団体 13 件

2 調査結果

(1) アンケート調査の結果

ここでは、アンケート調査の結果について、回答があった事業所の全体集計を中心に整理しました（横棒グラフは単一回答、縦棒グラフは複数回答）。なお、事業所規模別集計、及び業種別集計の結果については、資料編に掲載しています。

また、回答の背景などについては、「(2) ヒアリング調査の結果」において記述します。

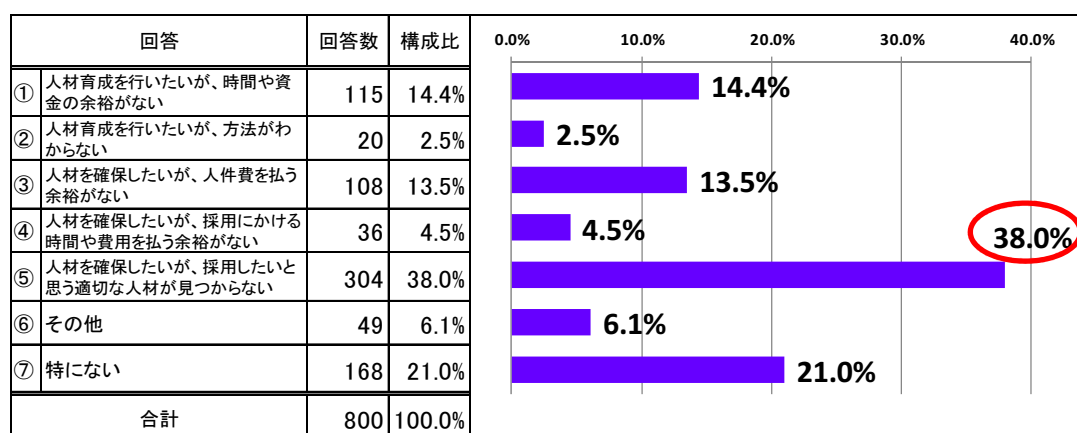
①人材について

この項目では、今後、人手不足が見込まれる中、どのように人材を確保していくか、どのような人材を育成していくかなどを検討するため、従業員の採用・育成方法や後継者に対する現状と課題、人材不足に対する取組方針などについて質問しました。

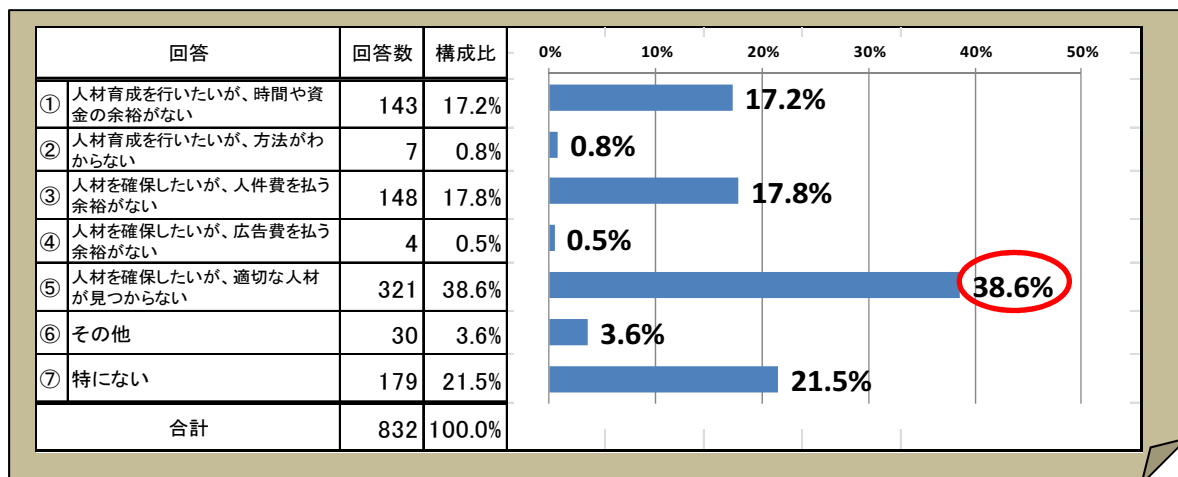
人材の確保・育成について、最も課題となっていることを質問したところ、「人材を確保したいが、適切な人材が見つからない」が最多（38.0%、図1）となっています。この傾向は特に建設関連において顕著（44.8%、資料編図5-3）となっています。

また、「特にない」を除くと、「人材育成を行いたい、時間や資金の余裕がない」が14.4%、「人材を確保したいが、人件費を払う余裕がない」が13.5%となっており、人材の確保・育成について、時間や金銭面で課題があることがうかがえます（図1）。

【図1. 人材の確保・育成に関する課題（問5）】

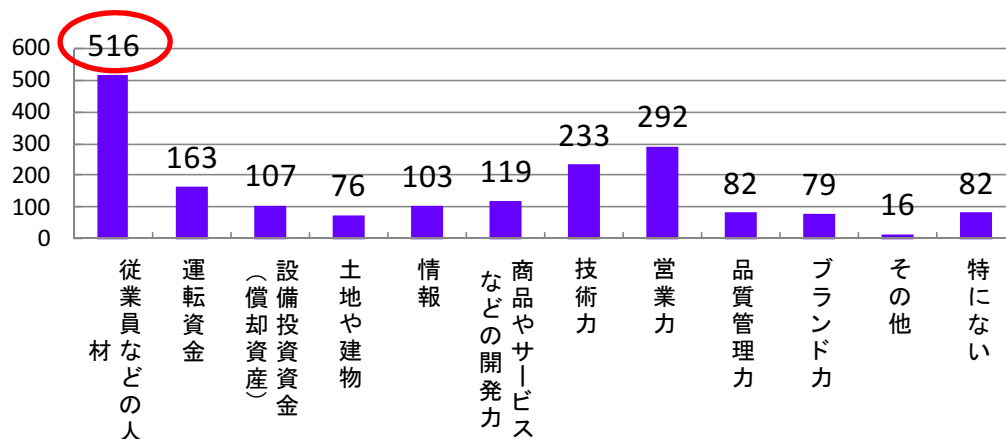


【図 2. 平成 25 年度調査（参考）】

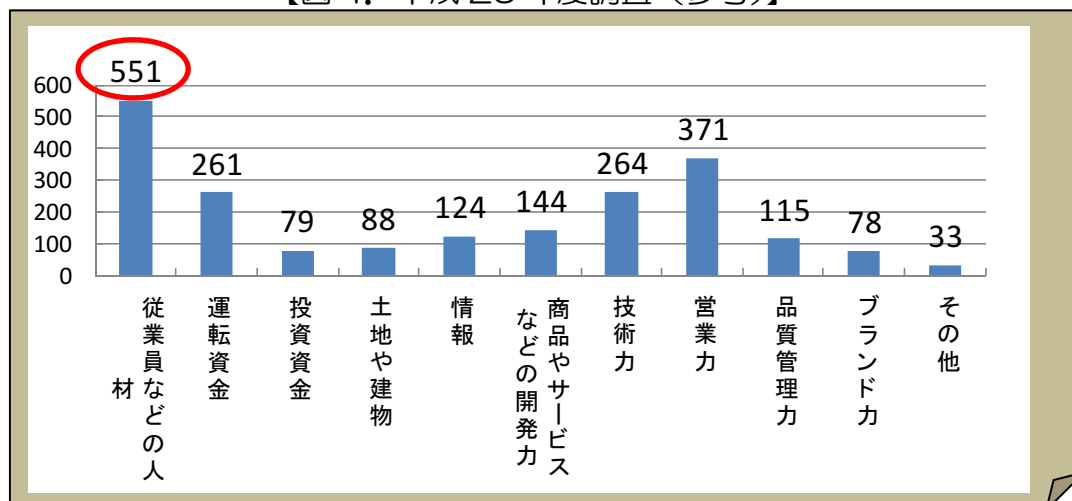


また、「課題となっている経営資源」では「従業員などの人材」が最多（516件、図3）となっています。規模、業種を問わず、従業員などの人材が課題となっている状況にあります（資料編図 18-2~18-7）。

【図 3. 課題となっている経営資源（問 18）】

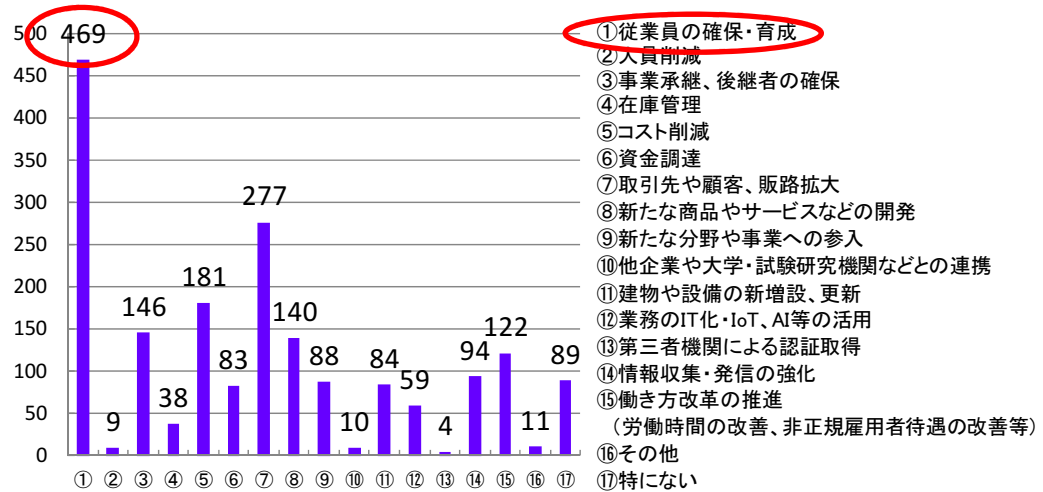


【図 4. 平成 25 年度調査（参考）】

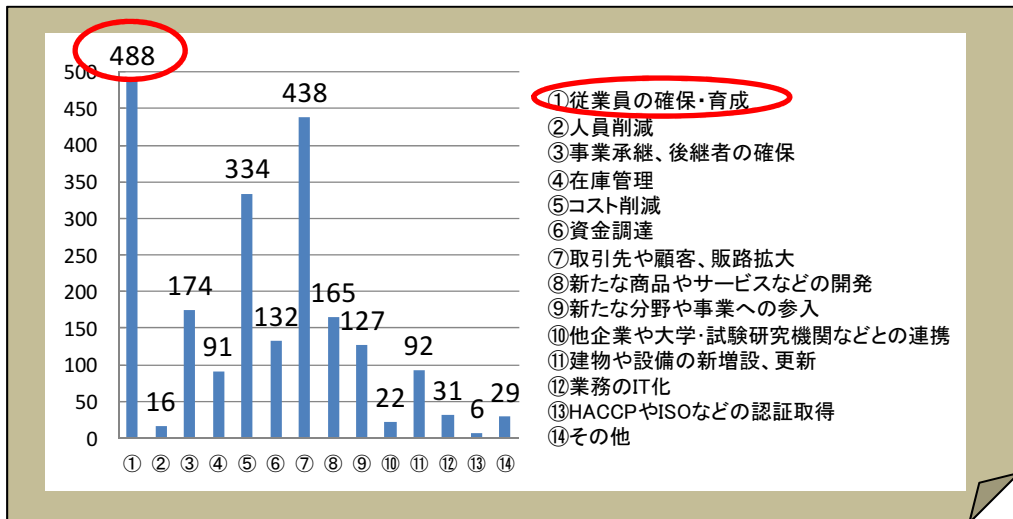


さらに、「今後優先して取組みたいこと」では「従業員の確保・育成」が最多（469件、図5）となっています。また、「新商品・新サービス開発の課題」では、「特にない。」を除き、「人材が足りない」（26.6%、図7）の割合が多くなっています。

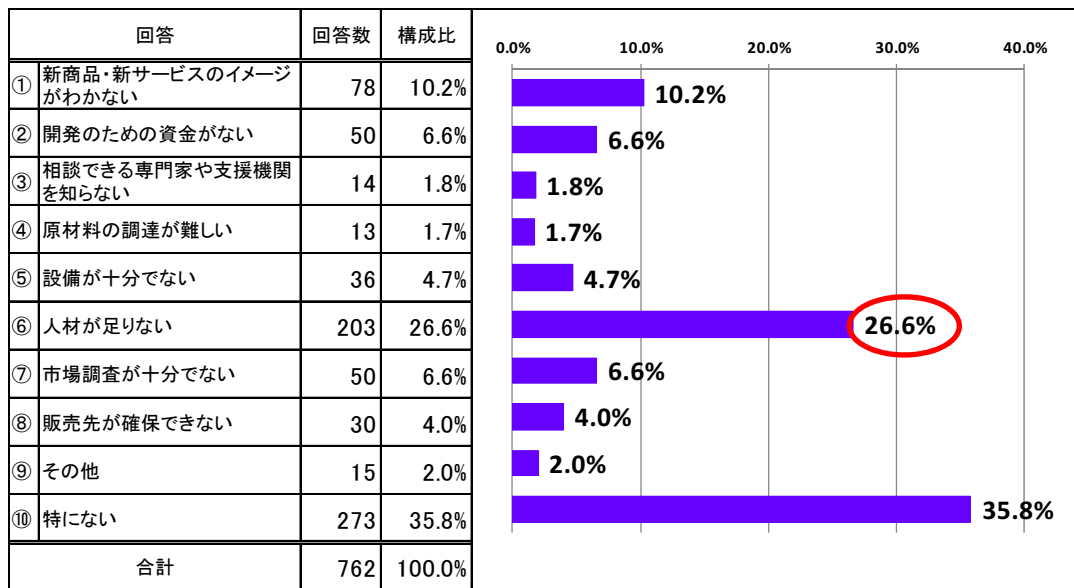
【図5. 今後優先して取組みたいこと（問19）】



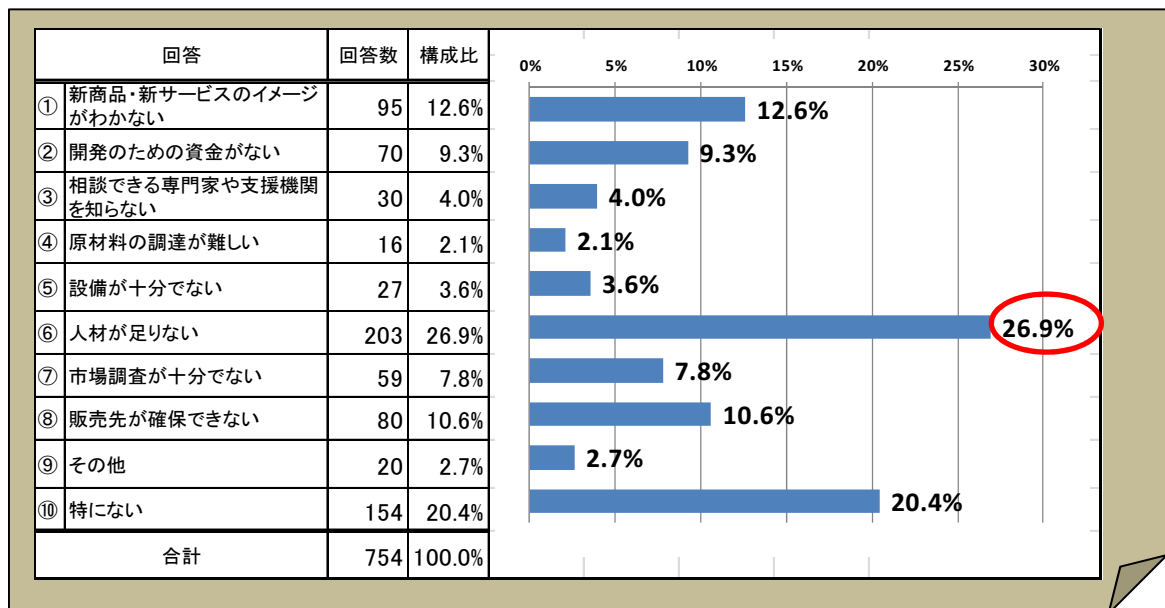
【図6. 平成25年度調査（参考）】



【図 7. 新商品・新サービス開発の課題（問20）】



【図 8. 平成 25 年度調査（参考）】

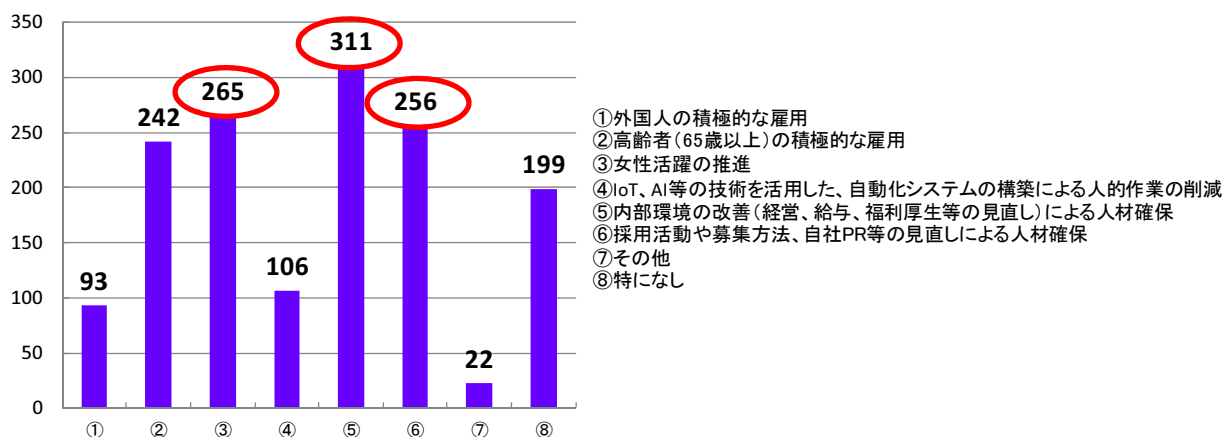


このほか、「人材不足について将来的に取組みたいこと」では「内部環境の改善（経営、給与、福利厚生等の見直し）による人材確保」が最多（311件、図9）となっており、続いて、「女性活躍の推進」（265件）、「採用活動や募集方法、自社PR等の見直しによる人材確保」（256件）となっています。

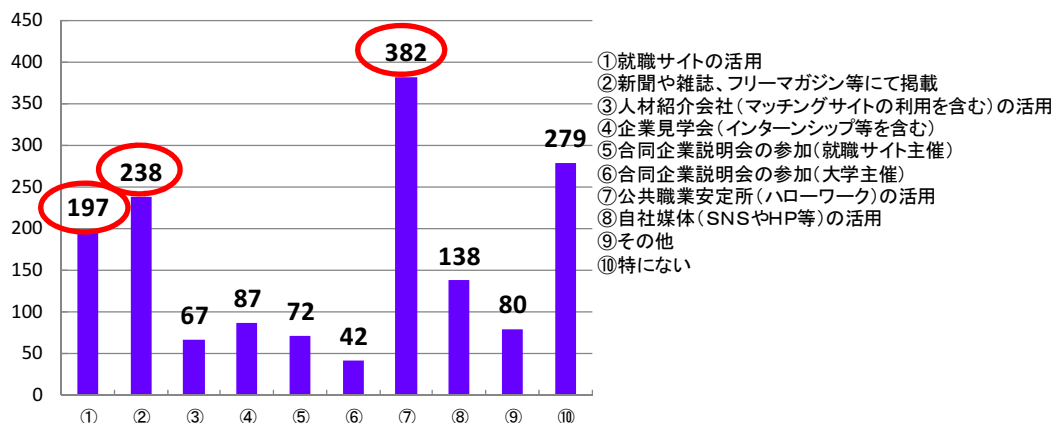
また、「採用活動の取組み」では「公共職業安定所（ハローワーク）の活用」が最多（382件、図10）、続いて「特になし」を除くと、「新聞や雑誌、フリーマガジン等にて掲載」（238件）、「就職サイトの活用」（197件）が続きます。事業規模別に見ると、小企業では「特になし」が多く、中企業では「公共職業安定所（ハローワーク）の活用」、大企業では「就職サイトの活用」が多い傾向にあります。（資料編図3-2～3-4）

以上の結果から、人材の確保・育成が極めて大きな課題となっている中、人材不足に関しては、今後人材確保に向けた取組みを各種進めていこうと考えている事業者が一定程度いることがうかがえます。また、採用に関しては、公共職業安定所（ハローワーク）の活用が中心となっていますが、事業所の規模が大きくなる程、就職サイトの活用等の多様な取組みをしている傾向にあります。

【図9. 人材不足について将来的に取組みたいこと（問6）】



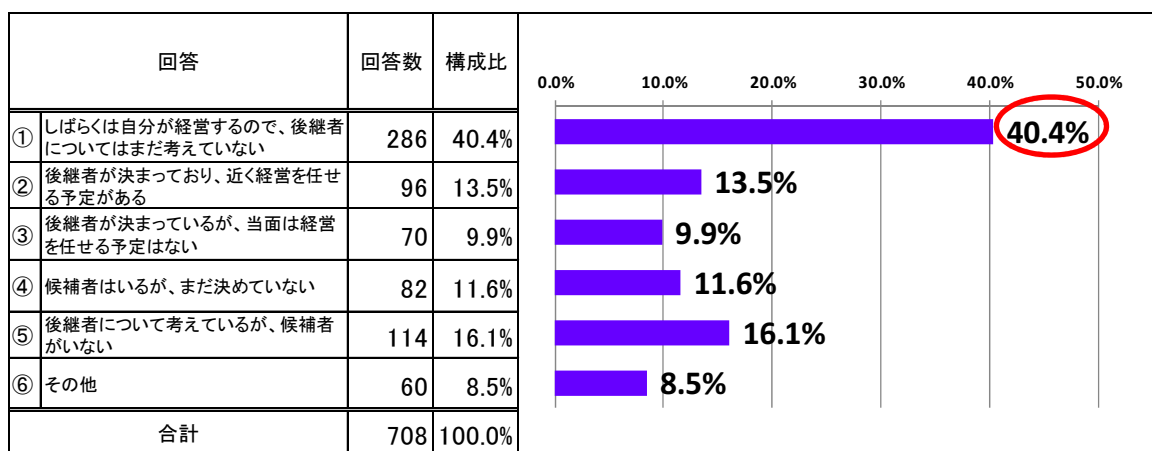
【図10. 採用活動の取組み（問3）】



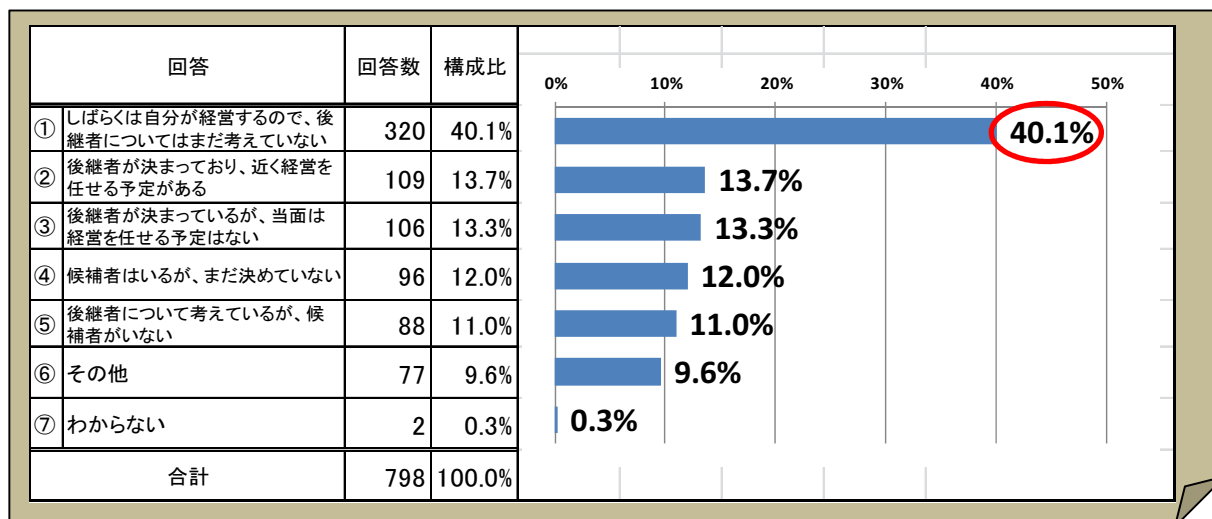
次に、後継者について意向をうかがったところ、「しばらくは自分が経営するので、後継者についてはまだ考えていない」が最多（40.4%、図 11）となっていますが、その割合は事業所の規模が大きくなるほど低くなる傾向が見られます（小企業 42.4%、中企業 36.4%、大企業 20.0%、資料編図 8-2）。

また、平成 25 年度調査と比較すると、「しばらくは自分が経営するので、後継者についてはまだ考えていない」は同程度となっているが、「後継者について考えているが、候補者がいない」が 5.1 ポイント増加しています。

【図 11. 後継者についての意向（問 8）】



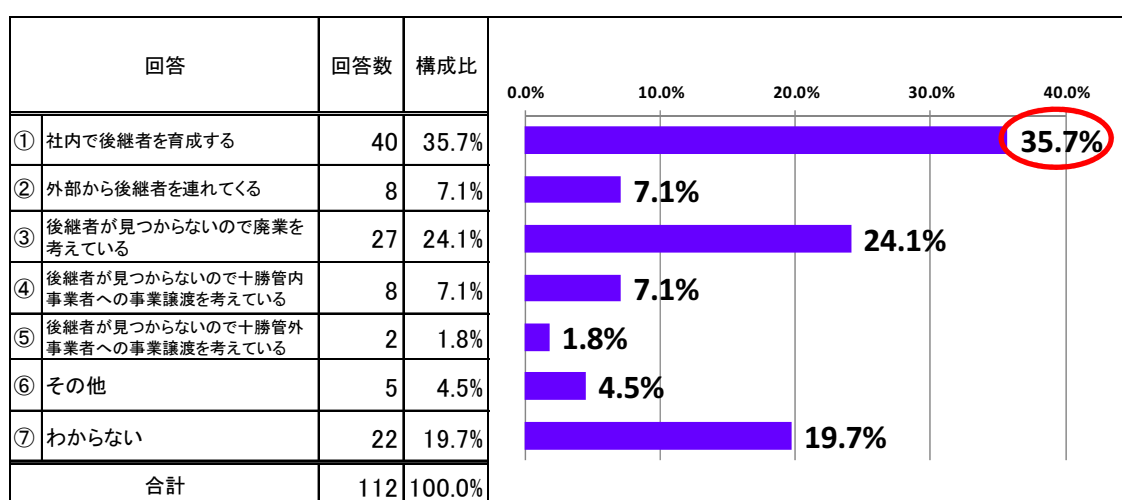
【図 12. 平成 25 年度調査（参考）】



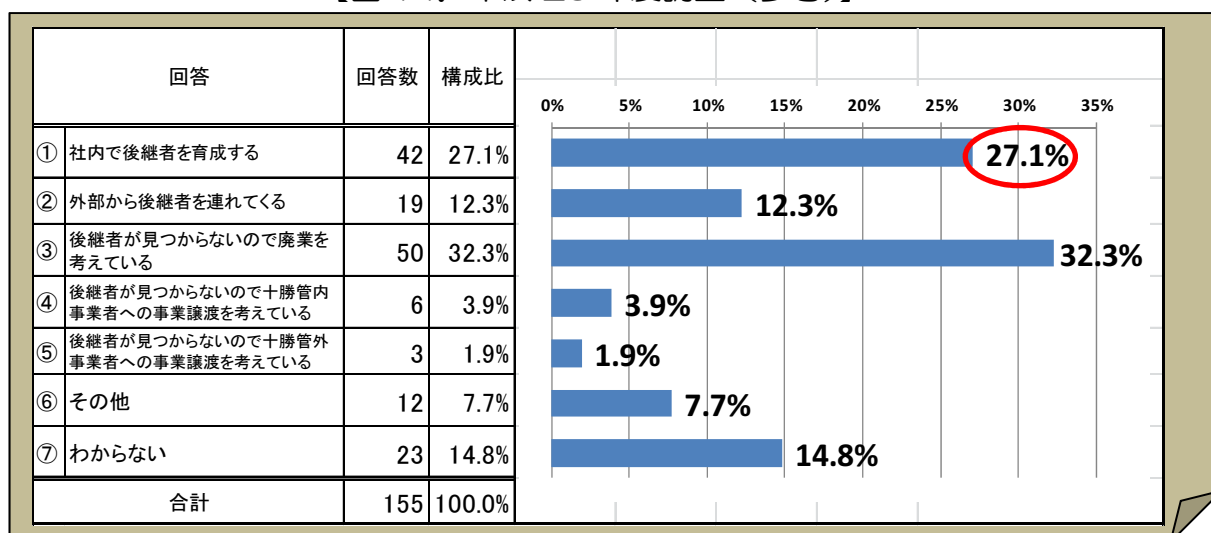
さらに、「後継者について考えているが、候補者がいない」と回答した事業者に対して、今後の対応をうかがったところ、「社内で後継者を育成する」が最多（35.7%、図13）となりました。こうした意向は、規模が大きいほど顕著となっています。（小企業 30.5%、中企業 48.3%、大企業 100.0%、資料編図9-2）また、特に建設関連（42.4%、資料編図9-3）で意向が多い状況にあります。

また、平成25年度調査と比較すると、「社内で後継者を育成する」と回答した事業者の割合が増加しています。

【図13. 後継者の候補者がいない場合の意向（問9）】



【図14. 平成25年度調査（参考）】



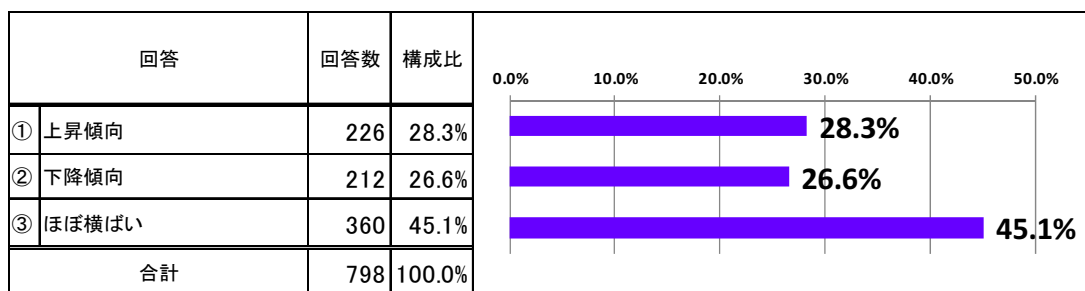
②経営状況について

この項目では、経営状況を左右する要因を把握するため、取引の状況や今後の経営方針などについて質問しました。

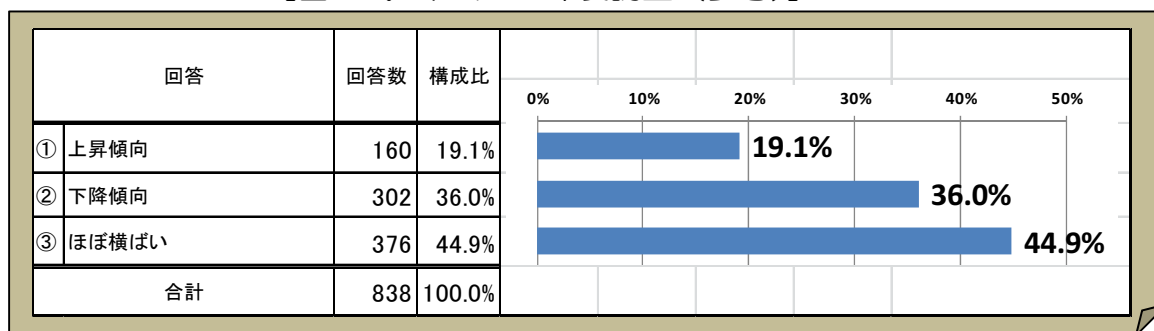
過去5年間の売上の動向について質問したところ、「上昇傾向」が28.3%、「下降傾向」26.6%、「ほぼ横ばい」が45.1%となっています（図15）。規模別に見ると、「上昇傾向」の割合は規模が大きくなるほど大きくなっている状況が見られます（小企業19.5%、中企業42.3%、大企業50.0%、資料編図11-2）。

また、平成25年度調査と比較すると、「上昇傾向」が9.2ポイント増加し、「下降傾向」が9.4ポイント減少しました。

【図15. 過去5年間の売上の動向（問11）】

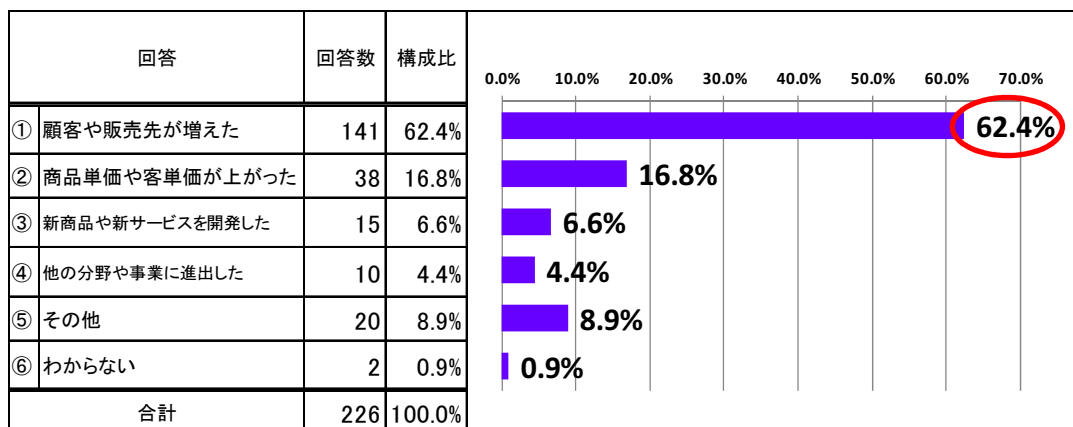


【図16. 平成25年度調査（参考）】

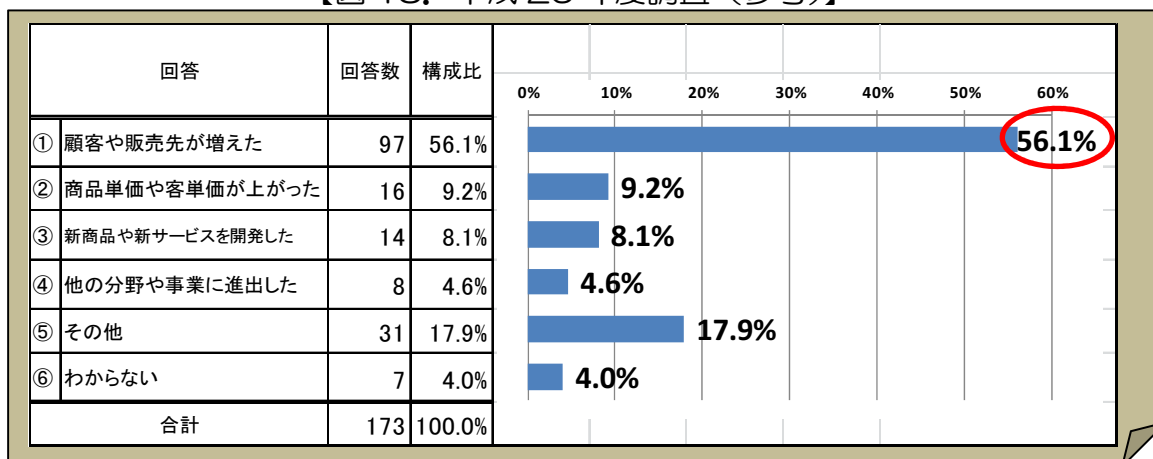


また、上昇傾向の理由については、「顧客や販売先が増えた」が最多（62.4%、図17）、下降傾向の理由については、「顧客や販売先が減った」が最多（56.1%、図19）となっており、規模や業種を問わず、顧客や販売先の動向が、売上を左右する大きな要因となっていることがうかがえます。

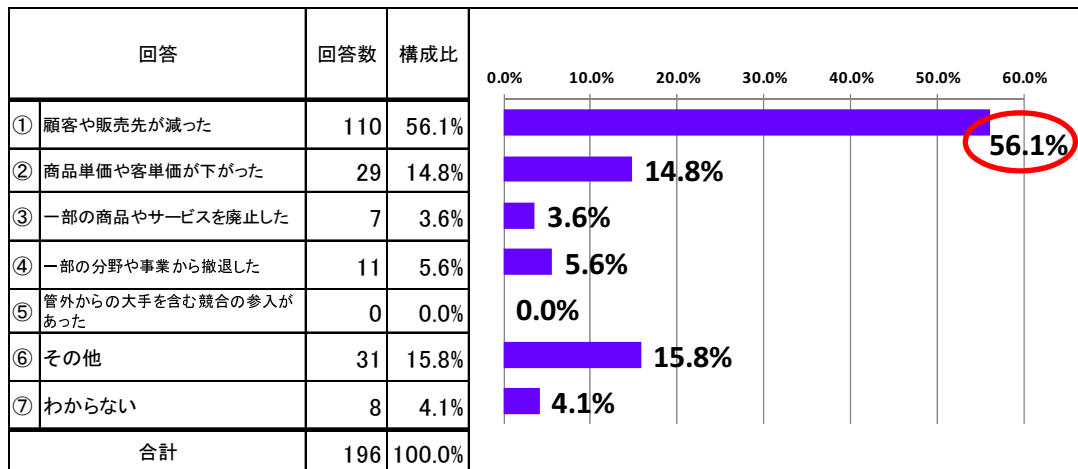
【図 17. 売上が上昇傾向である理由（問 12）】



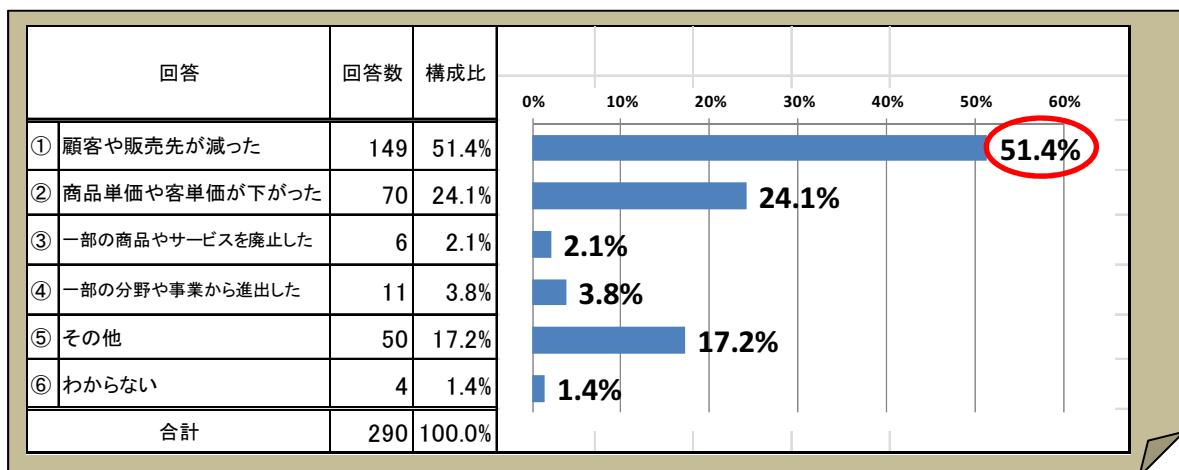
【図 18. 平成 25 年度調査（参考）】



【図 19. 売上が下降傾向である理由（問 13）】



【図 20. 平成 25 年度調査（参考）】

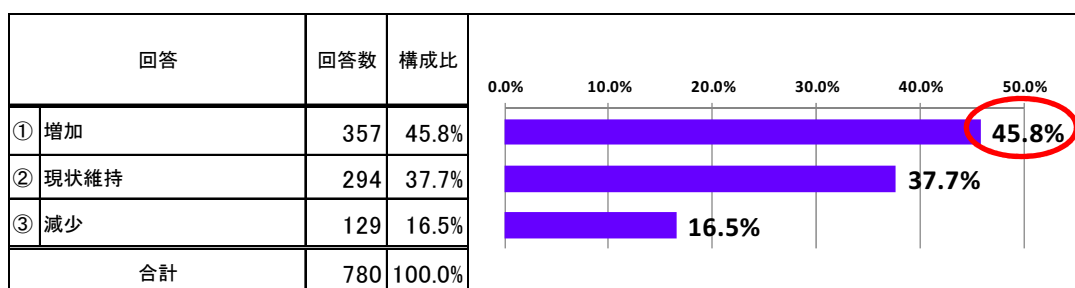


今後の経営方針について質問したところ、売上では「増加」が多く（45.8%、図21）、規模が大きくなるほどその割合が高くなっています（小企業37.8%、中企業57.3%、大企業74.4%、資料編図16-2）。

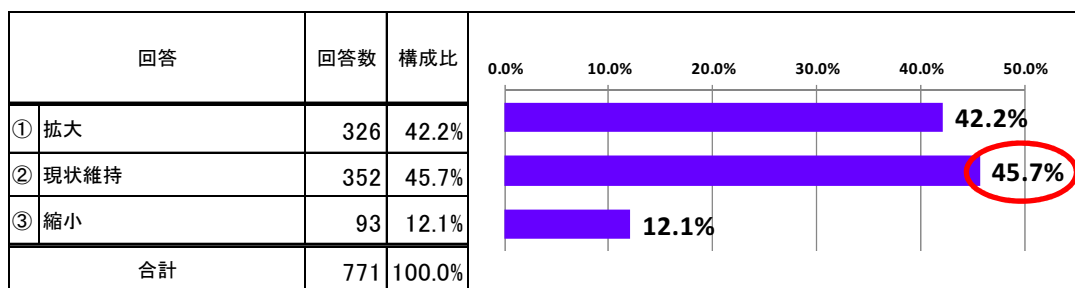
また、販路（取引先）では「現状維持」がやや多く（45.7%、図22）、規模が小さくなるほどその割合が高くなっています（小企業51.6%、中企業36.9%、大企業25.6%、資料編図16-5）。

さらに、事業分野では「現状維持」が圧倒的に多く（71.3%、図23）、規模や業種を問わず同じ傾向になっています。

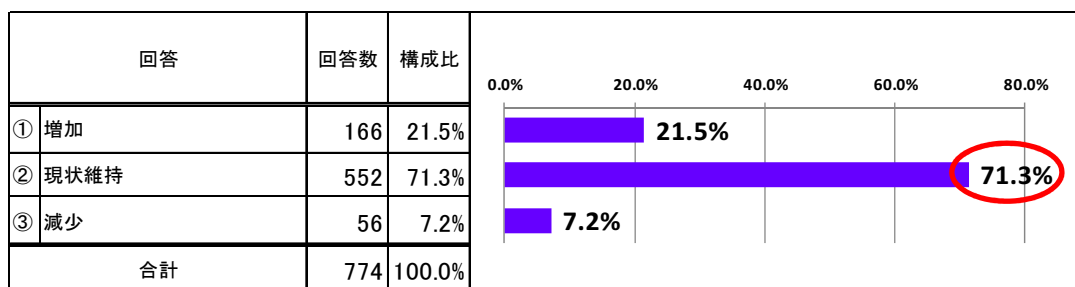
【図21. 今後の経営方針（売上）（問16）】



【図22. 今後の経営方針（販路[取引先]）（問16）】



【図23. 今後の経営方針（事業分野）（問16）】



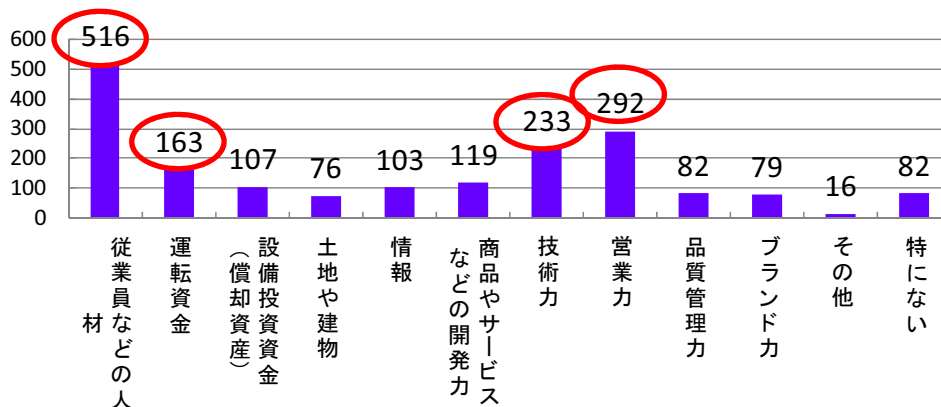
③経営上の課題と今後の事業計画について

この項目では、事業者が直面している重点的な課題や、個別支援の潜在的なニーズを把握するため、課題と感じていることの内容や、設備投資の予定、他企業・大学・試験研究機関との連携などについて質問しました。

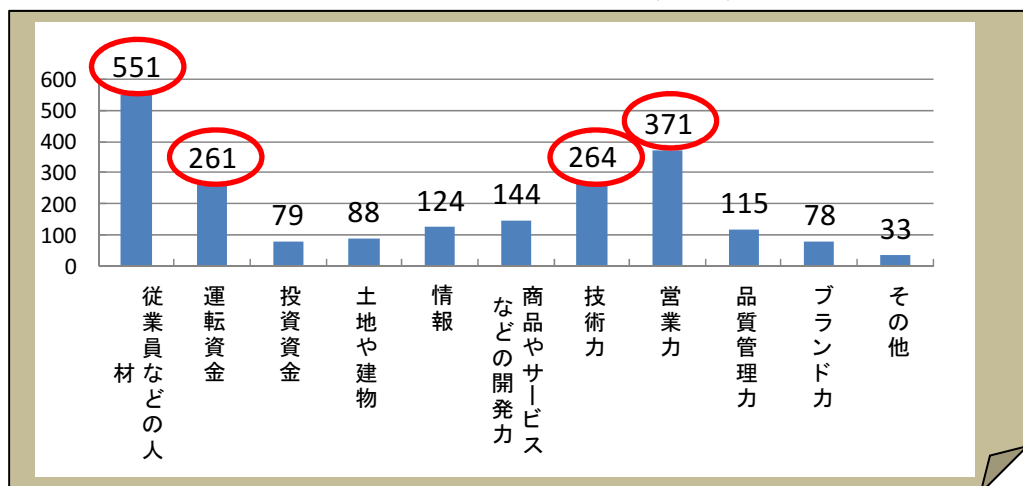
課題となっている経営資源については、「従業員などの人材」が最多（516件、図24）で、以下、「営業力」（292件）、「技術力」（233件）、「運転資金」（163件）となっています。参考として、平成25年度調査と比較しましたが、回答傾向に大きな変化はありませんでした。

さらに、今後優先して取組みたいこととしては、「従業員などの確保・育成」が最多（469件、図26）で、以下、「取引先や顧客、販路拡大」（277件）、「コスト削減」（181件）となっており、人材の確保・育成に加え、営業活動を含め顧客・販路拡大の取組みが課題となっていることが、これらの設問からもうかがえます。

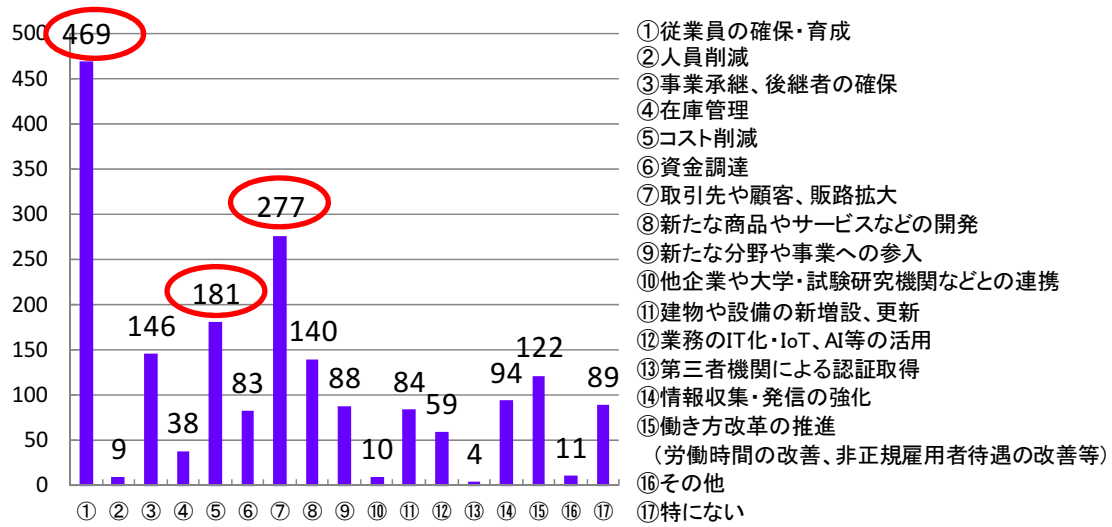
【図24. 課題となっている経営資源（問18）再掲】



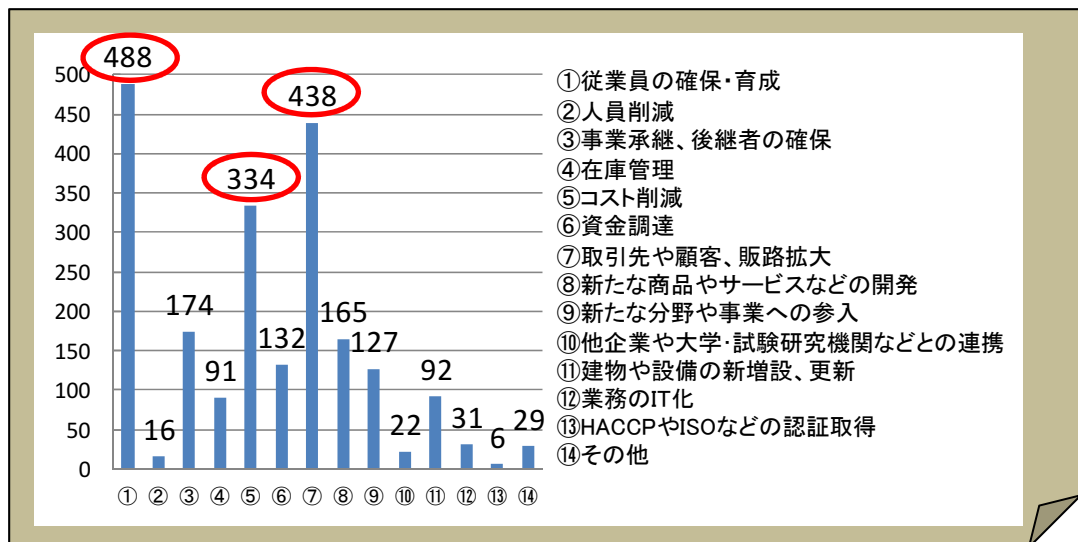
【図25. 平成25年度調査（参考）】



【図 26. 今後優先して取組みたいこと（問 19）再掲】



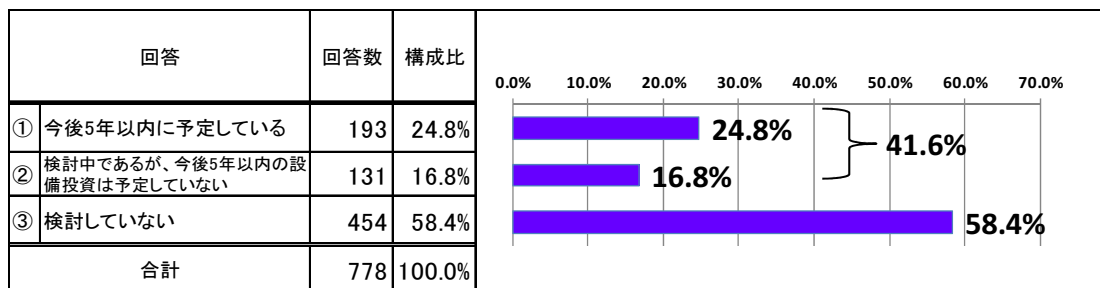
【図 27. 平成 25 年度調査（参考）】



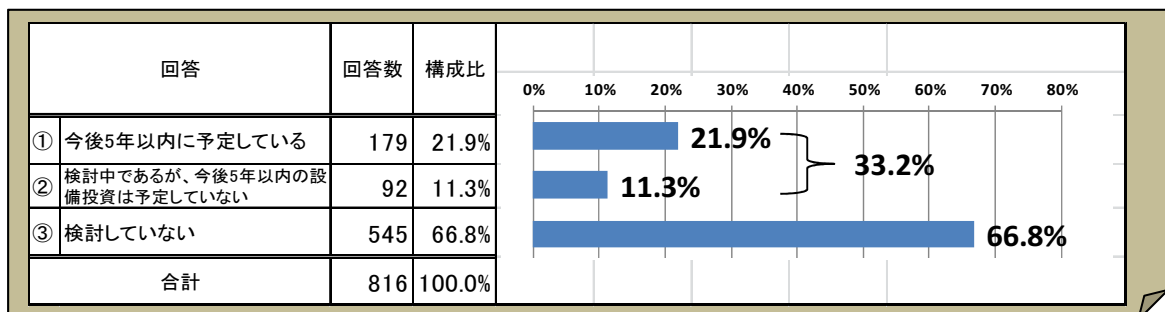
次に、設備投資の意向については、「検討していない」が最多（58.4%、図 28）となりましたが、「今後5年以内に予定している」および「検討中であるが、今後5年以内の設備投資は予定していない」の合計は、41.6%となり、特に中企業では55.5%（資料編図 21-2）、製造関連では51.9%（資料編図 21-3）と、設備投資の意向が比較的強く見られます。

また、平成 25 年度調査と比較すると、「今後5年以内に予定している」および「検討中であるが、今後5年以内の設備投資は予定していない」の合計値は、8.4 ポイント増加しています。

【図 28. 設備投資の意向（問 21）】



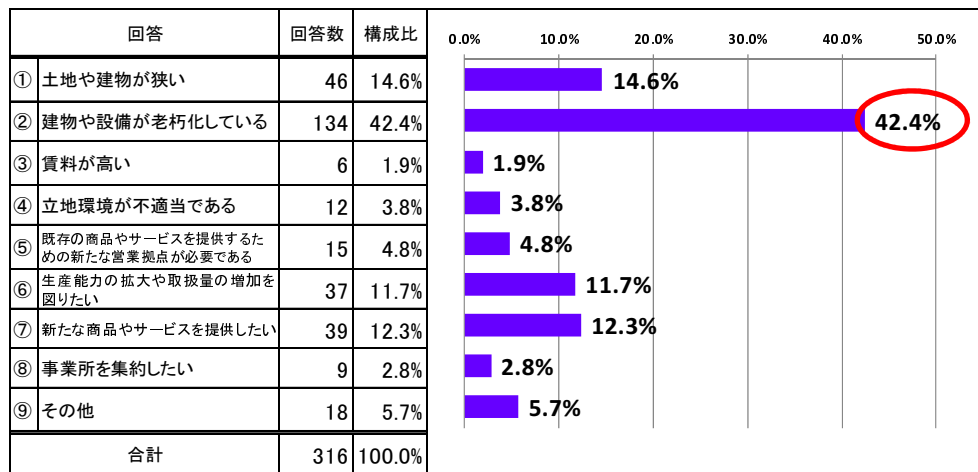
【図 29. 平成 25 年度調査（参考）】



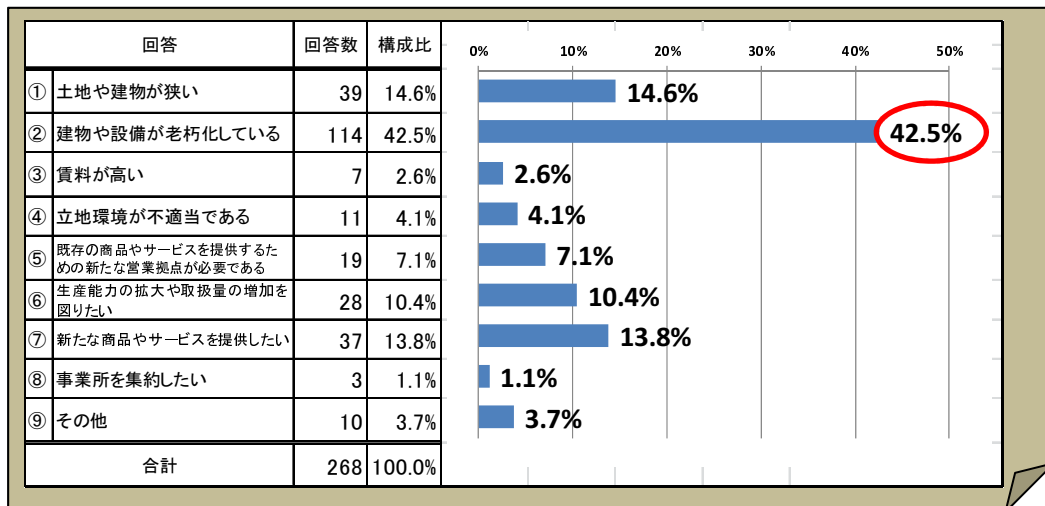
設備投資を予定または検討している理由としては、「建物や設備が老朽化している」が最多（42.4%、図 30）となっています。

一方、検討していない理由としては、「現状で特に支障がない」が最多（67.5%、図 32）ですが、規模が小さいほど「投資を回収するだけの売上を得られる見通しがない」の割合が多くなっている（小企業 25.2%、中企業 18.2%、大企業 6.9%、資料編図 24-2）ことがうかがえます。

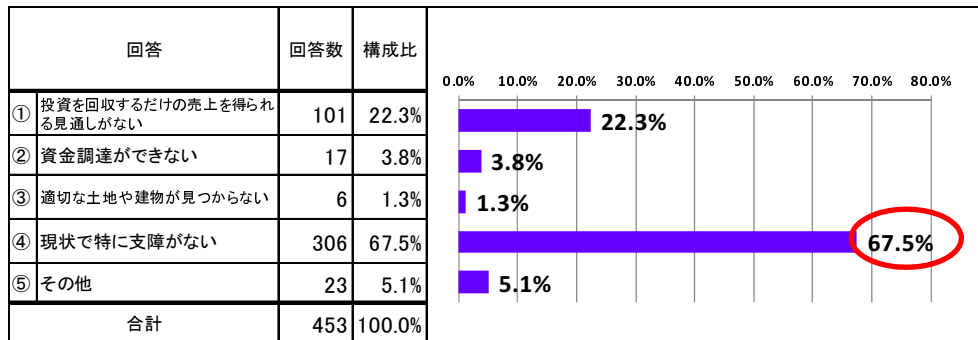
【図 30. 設備投資を予定または検討している理由（問 22）】



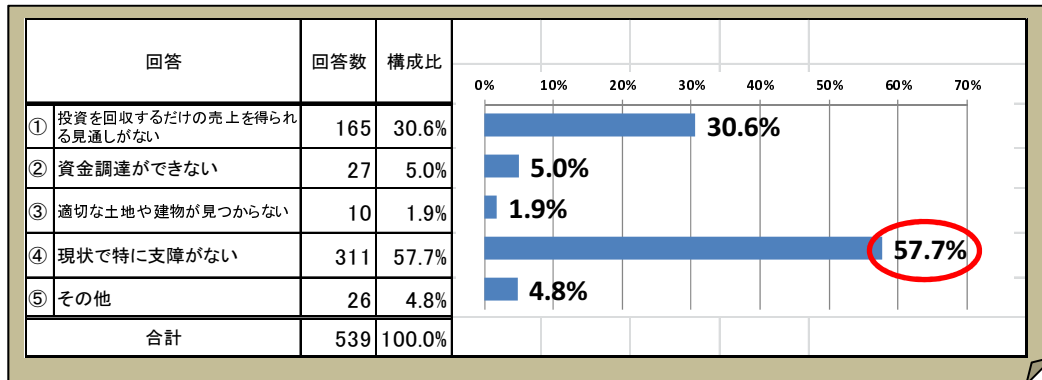
【図 31. 平成 25 年度調査（参考）】



【図 32. 設備投資を検討していない理由（問 24）】

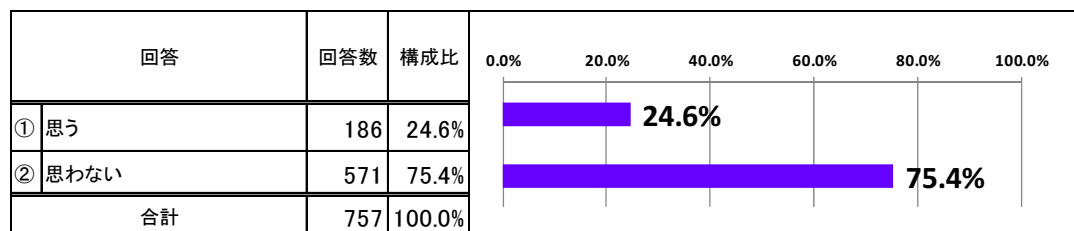


【図 33. 平成 25 年度調査（参考）】

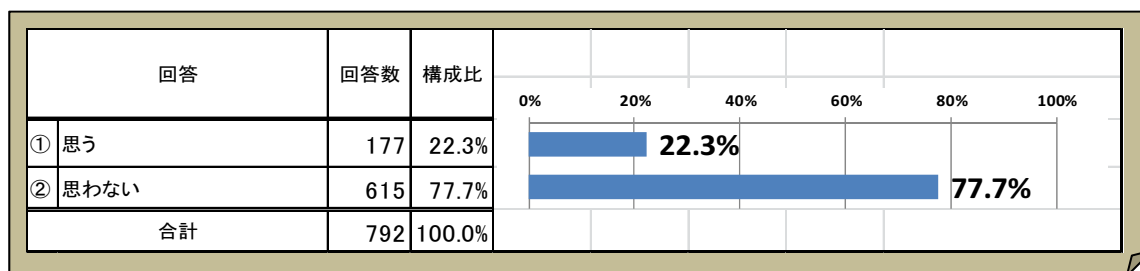


また、他の企業や大学・試験研究機関との連携や共同研究の意向については、「思う」が24.6%、「思わない」が75.4%（図34）であり、中企業では「思う」が37.3%（資料編図25-2）、製造関連で「思う」が30.8%（資料編図25-3）と比較的高くなっている特徴が見られます。

【図34. 連携や共同研究の意向（問25）】



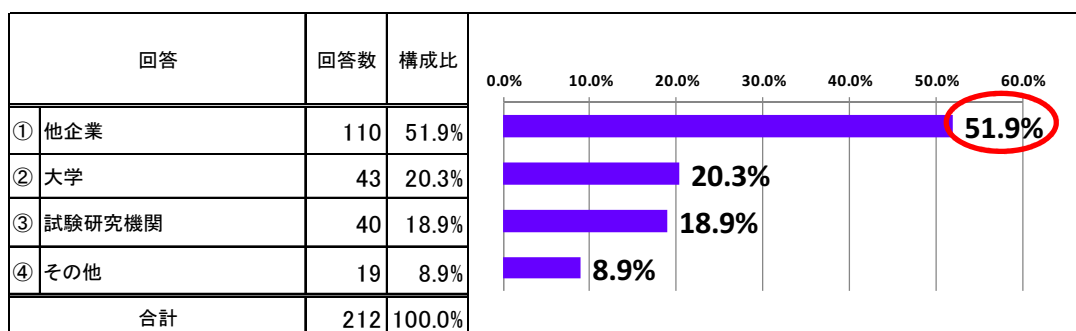
【図35. 平成25年度調査（参考）】



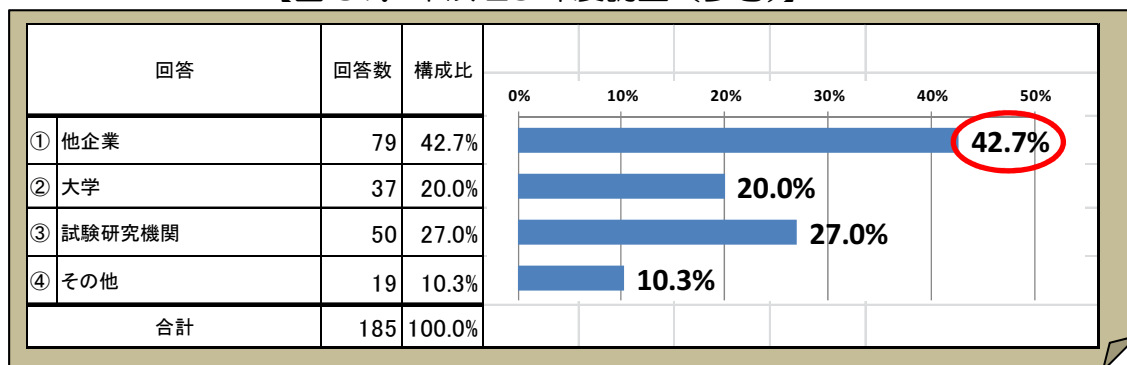
連携や共同研究を希望する相手先としては、「他企業」が最多（51.9%、図 36）となっており、大企業（66.7%、資料編図 26-2）で特に顕著であり、建設関連（56.4%、資料編図 26-3）と卸小売関連（56.0%）で比較的多いほか、製造関連では「試験研究機関」が比較的多く（30.0%、資料編図 26-3）なっています。

また、平成 25 年度調査と比較すると、「他企業」を希望する回答が 9.2 ポイント増加したほか、試験研究機関を希望する回答は 8.1 ポイント減少しました。

【図 36. 連携・共同研究を希望する相手先（問 26）】



【図 37. 平成 25 年度調査（参考）】

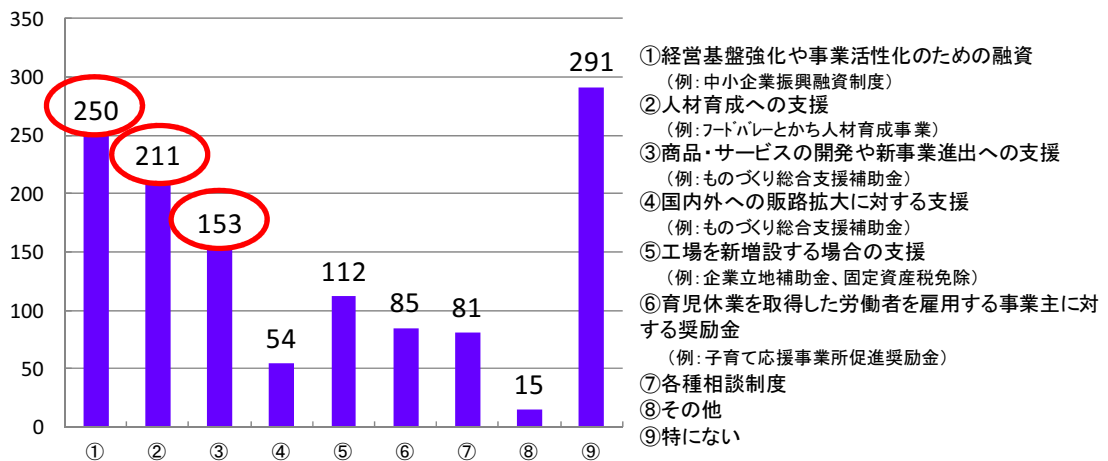


④支援策について

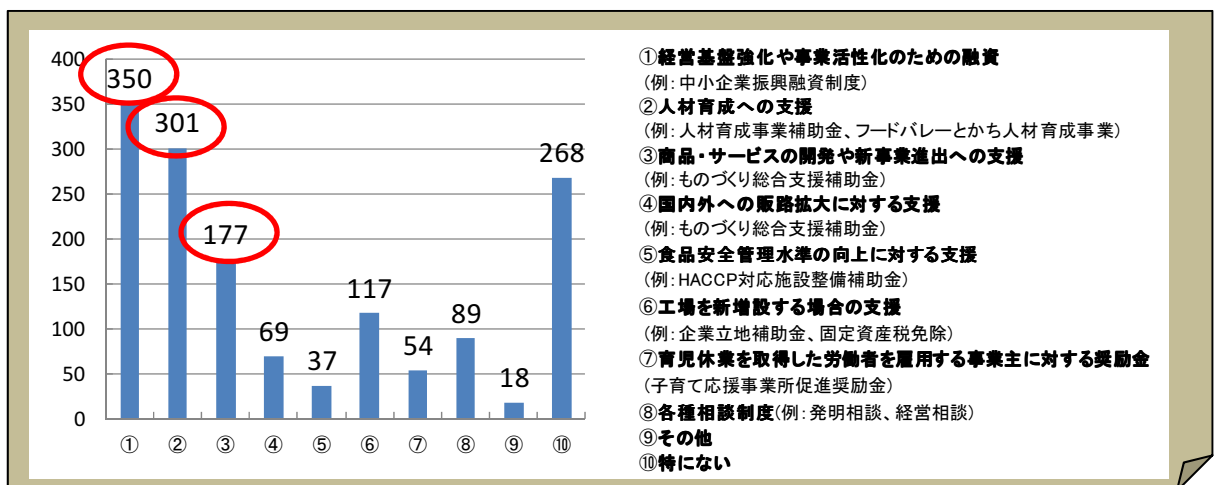
この項目では、支援策に対するニーズや課題について把握するため、帯広市の支援策について質問しました。

利用してみたい支援制度については、「特にない」を除き、「経営基盤強化や事業活性化のための融資」が最多（250件、図38）で、「人材育成への支援」（211件）、「商品・サービスの開発や新事業進出への支援」（153件）と続いています。製造関連では、「工場を新增設する場合の支援」（40件）が多くなっています（資料編図27-6）。

【図38. 利用してみたい支援制度（問27）】

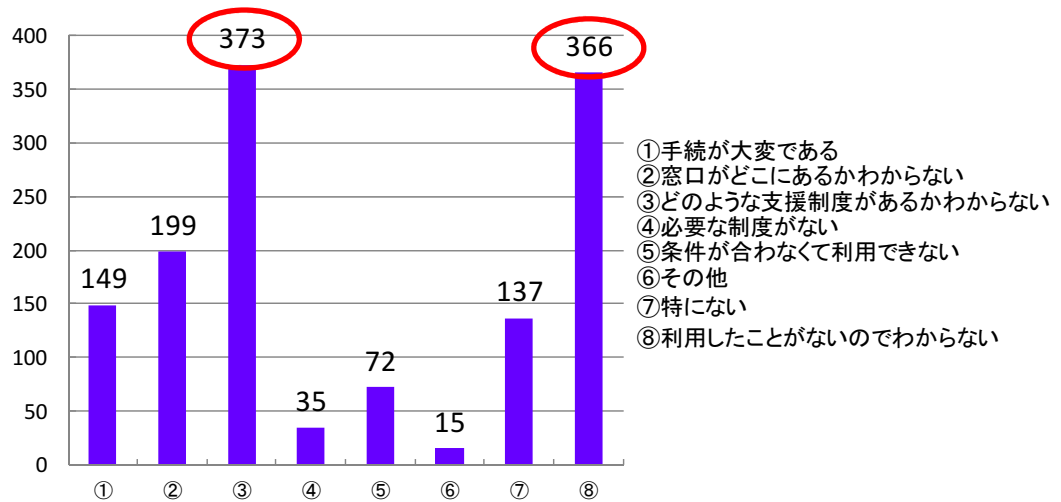


【図39. 平成25年度調査（参考）】

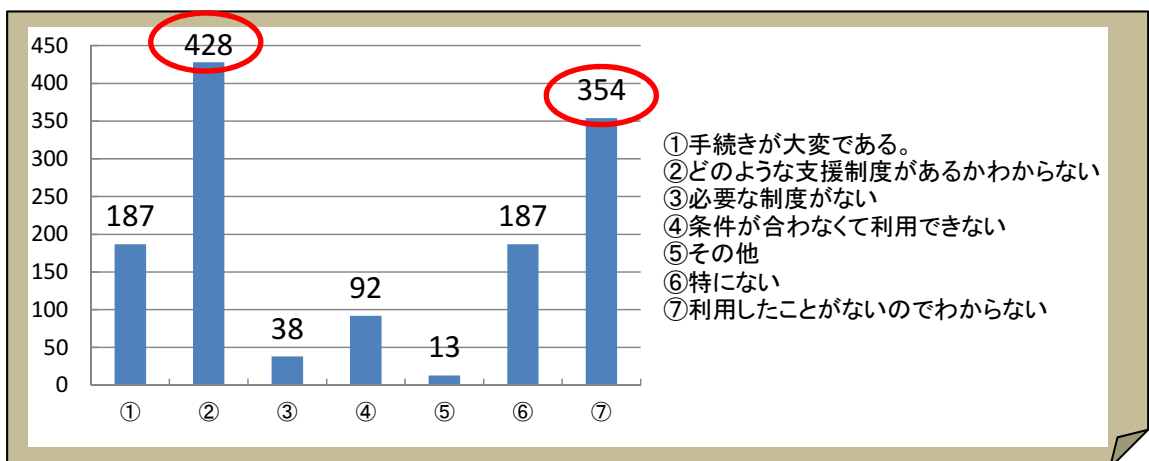


帯広市の支援制度について感じることにについては、「どのような支援制度があるかわからない」が最多（373 件、図 40）で、「利用したことがないのでわからない」（366 件）が続いて多くなっています。

【図 40. 帯広市の支援制度について感じること（問 28）】



【図 41. 平成 25 年度調査（参考）】

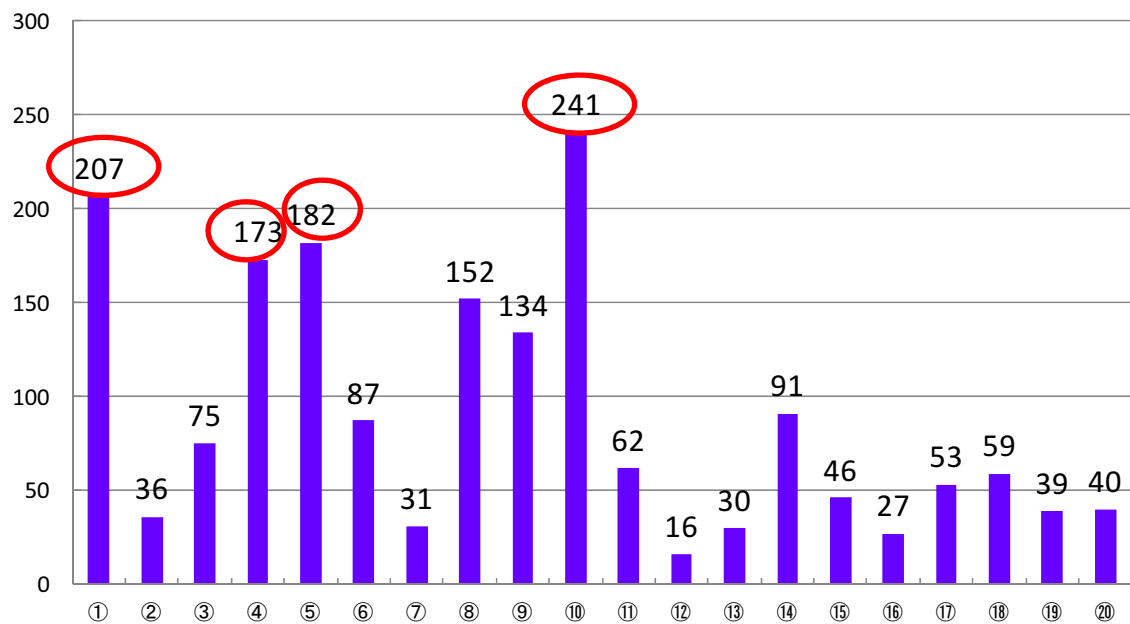


また、ビジョンにおいて今後重点的に取り組むべきと思うものについては、「雇用の確保」が最多（241件、図42）で、「経営支援」（207件）、「商業・商店街の活性化」（182件）、「経営基盤の強化」（173件）と続いています。「①人材について」の項目中の課題と同様、人材の確保が求められていることがうかがえます。

規模別に見ると、中企業、大企業では「雇用の確保」が最多（中企業：109件、資料編図29-3、大企業：15件、資料編図29-4）、小企業では「経営支援」が最多（136件、資料編図29-2）となっています。

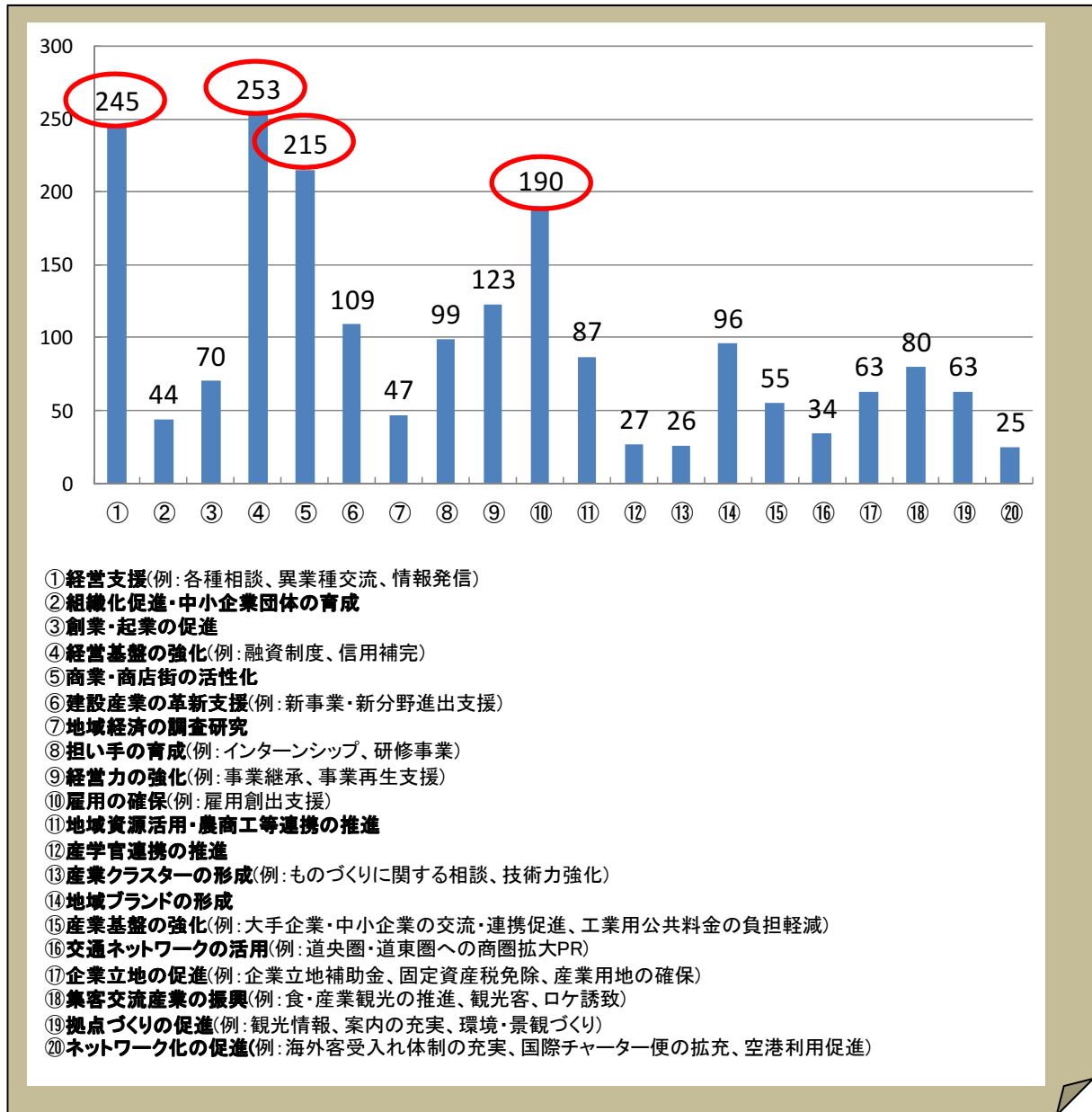
業種別では、建設関連において「建設産業の革新支援」が第3位（61件、資料編図29-5）、製造関連において「雇用の確保」が最多（34件、資料編図29-6）、卸小売サービス関連において「商業・商店街の活性化」が最多（121件、資料編図29-7）という特徴が見られます。

【図42. ビジョンの今後の重点（問29）】



- ①経営支援(例:各種相談、異業種交流、情報発信)
- ②組織化促進・中小企業団体の育成
- ③創業・起業の促進
- ④経営基盤の強化(例:融資制度、信用補完)
- ⑤商業・商店街の活性化
- ⑥建設産業の革新支援(例:新事業・新分野進出支援)
- ⑦地域経済の調査研究
- ⑧担い手の育成(例:インターンシップ、研修事業)
- ⑨経営力の強化(例:事業承継・事業再生支援)
- ⑩雇用の確保(例:雇用創出支援)
- ⑪地域資源活用・農工商等連携の推進
- ⑫産学官連携の推進
- ⑬産業クラスターの形成(例:ものづくりに関する相談、技術力強化)
- ⑭地域ブランドの形成
- ⑮産業基盤の強化(例:大手企業と中小企業の交流・連携促進、工業用公共料金の負担軽減)
- ⑯交通ネットワークの活用(例:道央圏・道東圏への商圏拡大PR)
- ⑰企業立地の促進(例:企業立地補助金、固定資産税免除、産業用地の確保)
- ⑱集客交流産業の振興(例:食・産業観光の推進、観光客・ロケ誘致)
- ⑲拠点づくりの推進(例:観光情報・案内の充実、環境・景観づくり)
- ⑳ネットワーク化の促進(例:海外客受入体制の充実、国際チャーター便の拡充、空港利用促進)

【図 43. 平成 25 年度調査（参考）】



⑤フードバレーとかちについて

この項目では、「フードバレーとかち」に関する取組みの意向を把握し、今後の支援について検討するため、取組みたい内容などについて質問しました。

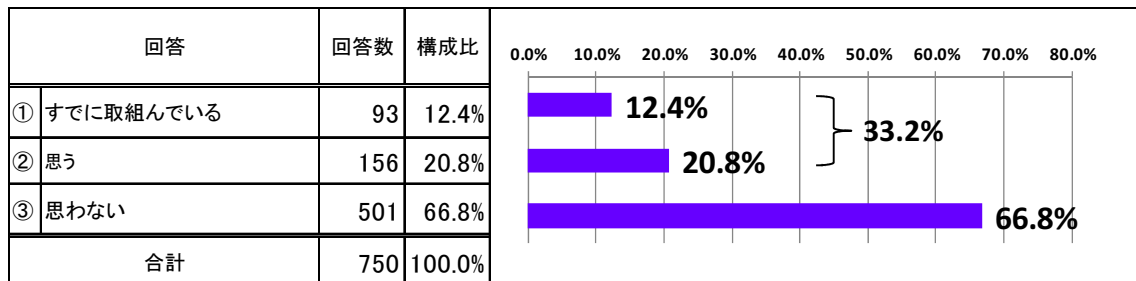
食に関する新たな取組みの意向については、「すでに取組んでいる」および「思う」の合計が33.2%、「思わない」が66.8%となっています（図44）。

規模や業種による違いが大きく、食に関する取組み意向（「すでに取組んでいる」も含む。）では、小企業（28.4%、資料編図30-2）及び建設関連（20.1%、資料編図30-3）で取組みの意向が比較的弱い一方、中企業（41.1%、資料編図30-2）、大企業（38.6%）、製造関連（40.8%、資料編図30-3）、卸小売関連（38.5%）で比較的強くなっている状況が見られます。

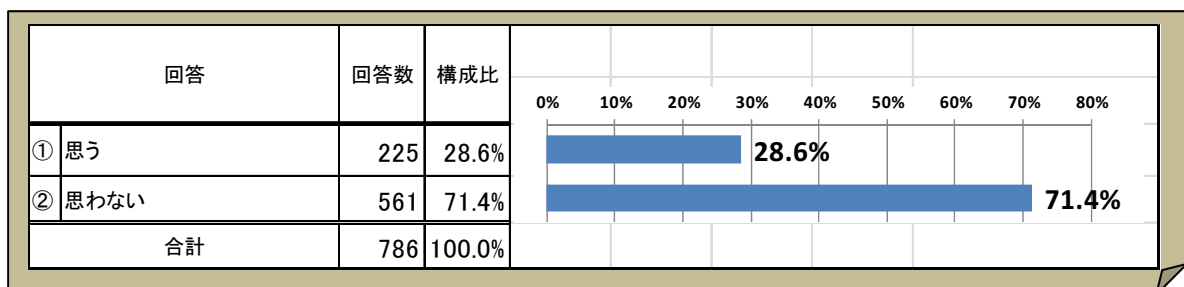
また、参考として、平成25年度調査と比較すると、食に関する取組みの意向（「すでに取組んでいる」も含む。）は4.6ポイント増加しています。

さらに、関心がある取組み内容としては、「新たな商品やサービスの開発」が最多（74件、図46）で、「地元農畜水産物の活用」（71件）、「農業または農業関連産業」（62件）と続いています。

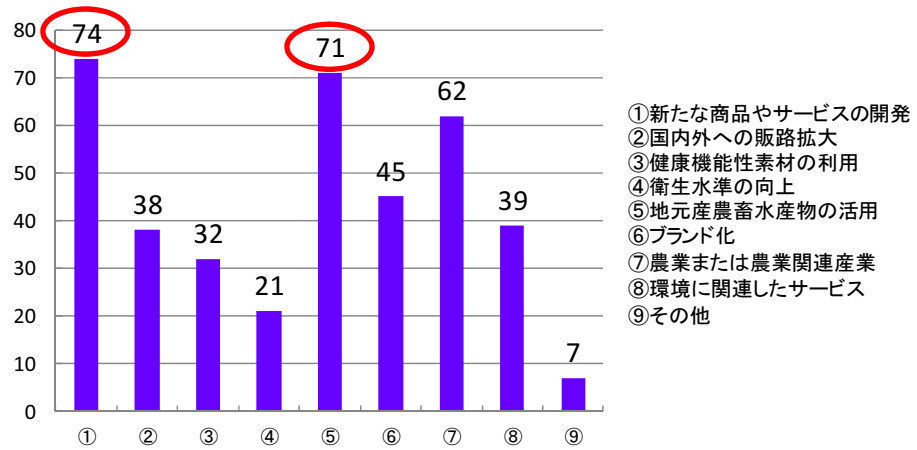
【図44. 食に関する取組みの意向（問30）】



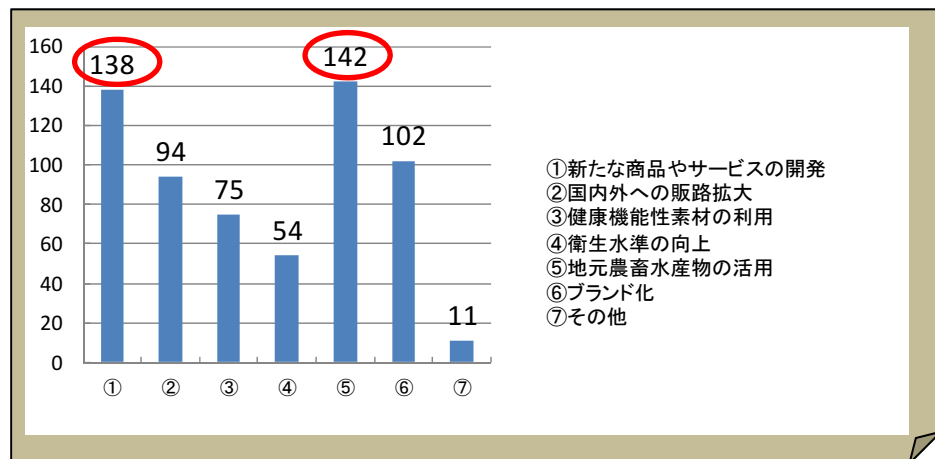
【図45. 平成25年度調査（参考）】



【図 46. 関心がある取組み内容（問 31）】



【図 47. 平成 25 年度調査（参考）】



(2) ヒアリング調査の結果

ここでは、ヒアリング調査の結果について、アンケート調査結果の背景や、今後の参考になると思われる事例などを中心に整理しました。なお、聴取内容の詳細については、資料編に掲載しています。

①人材について

人材の確保については、規模・業種を問わず課題となっており、特に資格が必要な技術職を中心に著しい人手不足の状況にあります。この背景には、そもそも技術者の養成にはかなりの時間を要すること、業界の魅力が理解されていないため求職者が少ないこと、若手人材が定着せず早期に退職してしまい、技術の継承が進まないこと、ヘッドハンティングによる転職が増加傾向にあることなどが挙げられています。また、業界によっては、メディア等で報じられている長時間労働などの過酷な労働環境に対するイメージと、高収入を得ることよりもプライベートを重視する傾向にある若年者層のニーズとのミスマッチが人材の確保が進まない要因の 1 つとして挙げられています。

さらに、人材不足に加え、少子高齢化による市場縮小や最低賃金の上昇などの影響により、人件費の負担感が大きくなっている状況が伺えるほか、会社の先行きが不透明で、経営状況も厳しいため、従業員を増やしたくても増やせないとの声が多く聞かれました。

こうした中で、インターンシップの活用や、経験豊富な高齢者や外国人、女性の受入体制の整備など、個々の事業者による採用の対象範囲拡大に関する取組みに加えて、業界として、学校を対象とした出前講座を実施するなど、人材確保に向けた取組事例や、現場業務を通じた実践的な教育のほか、社内研修会の実施、セミナーへの参加、資格取得費用の補助など、人材育成に向けた取組事例が見られました。

そうした取組みの課題として、後継者や技術職を育成するための時間の確保や、研修等に従業員を派遣する際の代替人員の確保などが挙げられており、人材育成に当たっては、時間や費用、人員確保などがネックとなっている状況がうかがえます。

②経営状況について

売上が増加傾向にある事業者について、平成 28 年の台風被害に伴う復旧工事や、公共を含む大型建築物の建設が続いたことによりなど、建設関連業種において需要が増加しているとの声が多く聞かれました。

また、基幹産業である農業の関連業種において堅調な需要が見られたほか、個々の事業者の経営努力として、顧客との信頼関係の構築、技術やノウハウ蓄積による作業の効率化、顧客ニーズの分析、SNS等を活用した販路拡大なども挙げられています。さらに、同業他社の廃業が、売上増加の背景にあるという指摘も見られました。

一方、売上が下降傾向である事業者については、人口減少や少子高齢化による市場規模の縮小、消費者の嗜好・生活習慣の変化などによる需要の減少や、従業員不足による生産力の低下、原材料費や燃料費などの経費の上昇といった声が多く聞かれました。このほか、域外企業の進出等に伴う競争の激化、販売形態の多様化なども挙げられており、流通販売形態の変化も影響していることが伺えます。また今後、EPA・TPPの影響、消費税増税への対応などを懸念する声も挙げられていました。

こうした中で、規模・業種を問わず、会計士などの専門家や経済団体、金融機関などに資金繰りや人材確保・育成など経営全般についての相談を行っている様子が見えます。また、同業者との情報交換や人材不足対策としての従業員の融通、所属する団体や取引先を通じた異業種交流会を行うなど、横の連携が他地域に比べ強いとの声も聞かれました。

このほか、特に建設関連では、台風被害の復旧工事などの完了に伴い、発注件数や大型事業が減少傾向にあることから、今後は安定的な受注ができず、先行きの見通しが立たないとの声が多く聞かれました。

③経営上の課題と今後の事業計画について

販路拡大については、アジア圏を中心とした海外に積極的に展開しようとする動きが見られるほか、営業エリアの拡大や、新たな事務所の開設など、販売・営業の拠点を拡大しようとする事例が見られました。

一方で、人材不足により、営業活動に手が回らないとの声や、商談会やSNSなどを活用した販売がうまく販路に結びついていないとの声も聞かれました。また、消費者の嗜好の変化や市場の分析不足、商社等に支払う手数料など、販路拡大に向けた課題点も多く聞かれました。さらに、海外展開の課題として、輸送や現地法人設立などの費用面が挙げられていました。

商品開発については、地元農産物の活用やギフト商品等の利益率が高い商品開発を検討するなど、付加価値をつけ差別化を図る取組みが見られます。

一方、検討をしているがなかなか商品化に至らないという声や、開発に充てる人材がいない、材料等の調達コストが負担になっている等の声が聞かれました。

設備投資の予定については、機械設備や車輛の更新を予定しているとの声が多く聞かれたほか、生産性の向上を目指した設備投資や、老朽化等による新たな土地・建

物への投資の意向が見られました。

一方、当面予定がない理由としては、既存の施設等で対応するとの声や、先行きの不透明感や資金不足などのため投資できないという声が聞かれました。

他企業との連携については、PR イベントを共同で開催している事例や、異業種・大手企業と連携した商品開発、技術者育成など、各々の強みを生かした多様な連携が行われている様子がうかがえます。一方、他企業との意見交換や交流する場を提供してほしいという要望や、コンプライアンスの関係で大手企業との連携がうまく進まないなどの課題も聞かれました。

産学官連携については、農業や食に関連する分野を中心に、地元の大学や試験研究機関への相談などが行われている事例や、今後連携していきたいという期待の声が聞かれました。

一方で、連携の意向はあるが、商品開発・研究などに充てる人材がないという声のほか、企業の売上に直接的に繋がる共同研究ができればよいという意見も見られました。

異業種への参入については、本業以外の収益を確保する手段として、製造関連及び卸・小売・サービス関連を中心に検討が行われています。具体的には、基幹産業である農業経営や、農畜産物を活用した商品開発、サービス事業など、本業と関連のある業界や業種への参入を検討している事例が見られました。

④支援策について

市の支援策については、補助金額や支援対象の拡大のほか、書類作成等の手続きの簡素化など、制度の充実を求める声が多く聞かれました。また、支援制度の周知、改善を求める声や、制度の利活用促進に向けたコーディネーターの配置やワンストップ窓口の設置を求める声も聞かれました。

観光振興については、十勝は道央や道南と比較すると外国人対応が遅れており、外国語表示や多様な決済サービスなどの受入環境の整備が必要であるとの声が聞かれました。また、家族で楽しめる場所が不足しているという意見や、暑さが厳しい地域の人に対して、帯広を避暑地としてPR する必要があるとの意見も見られました。

このほか、商店街・中心市街地の活性化に取り組むべきとの意見や、技術を学べる専門学校や大学を設置してほしいという意見も見られました。

⑤フードバレーとかちについて

食関連の取組みについては、幅広い業種で、取組みや連携を進めている事業者が見られます。具体的には、高校と連携した十勝産食材を使った弁当販売や、食に関連した企業や試験研究機関とのツアー実施などの意向が見られました。

また、フードバレーとかちを通じて多くの事業者とともに取組んでいきたい、地元食材を通じて十勝・帯広をもっと発信していきたいという声が聞かれました。

一方、製造関連においては、価格の上昇などにより、十勝産農産物の確保が課題となっているとの声が聞かれたほか、食品等安全衛生管理（HACCP）の制度化に対する懸念、農業や食関連産業以外にも結びつくような情報発信をした方がよいという意見もありました。

⑥業界団体への聞き取りについて

人材については、技術者を中心に人手不足になっており、その要因として、若年者の早期離職や、技術職の魅力不足が挙げられています。

こうした中、人材確保の取組みとして、外国人技能実習生の受入や労働環境の見直しのほか、役員自ら札幌に常駐し採用活動に注力しているといった取組み事例も聞かれました。このほか、企業は高齢者をはじめ潜在的な労働力にきちんとアプローチするべき、外国人雇用については日本語教育等の研修費用などが課題、採用や雇用環境に対する経営者の意識改革が必要といった意見も聞かれました。

経営状況については、インバウンドの増や旅行の個人化などによる観光客等の増加に伴い、宿泊・飲食関連を中心に売上が好調であるとの声が挙げられた一方、大会やイベント等の誘致や、閑散期の需要の確保に向けた観光の目玉づくりが課題との声も聞かれました。このほか、売上が下がり来年の見通しも立たない企業も多い、ライバル店の進出により競合が激化しているといった声も聞かれました。

設備投資については、業界や企業規模を問わず、全体的に増加傾向にあり、合理化・効率化や HACCP 対応など社会経済の変化への対応のほか、胆振東部地震を踏まえた災害対応を目的としているものが多いとの声も聞かれました。

一方、規模の小さい企業では、経営者が自分の代で返済することができない資金を借りてまで設備投資をすることは少ないといった声も聞かれました。

また、同業種の企業間で受注した業務をシェアするなど、他の地域ではあまり見られない連携事例や、食品加工技術センターなどの試験研究機関との連携・相談を行っている事例も聞かれました。

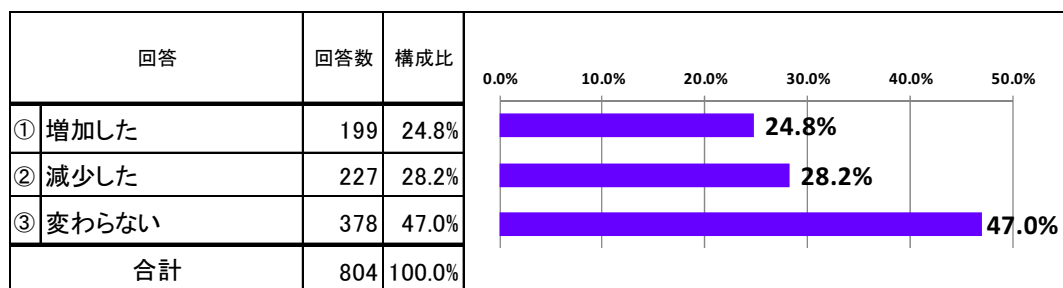
このほか、食に関する取組みとして、チーズなどの乳製品の販路拡大に意欲的に取組む事例が見られました。

資 料 編

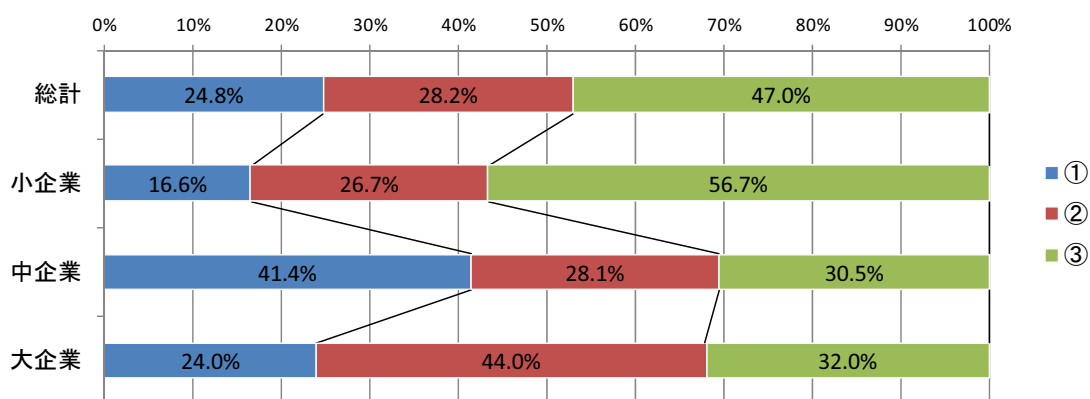
(1) アンケート調査集計結果

■(1) 5年前と比較し、従業員数はどう変化しましたか。

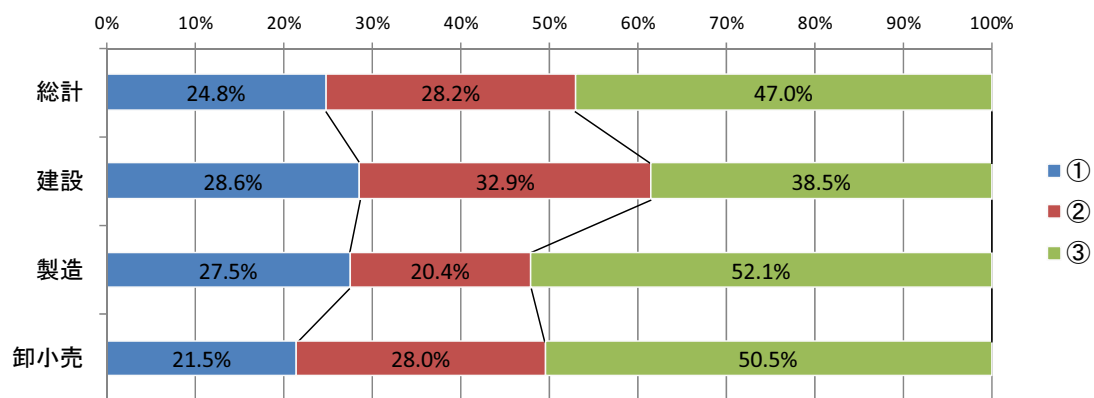
【図1-1】



【図1-2】

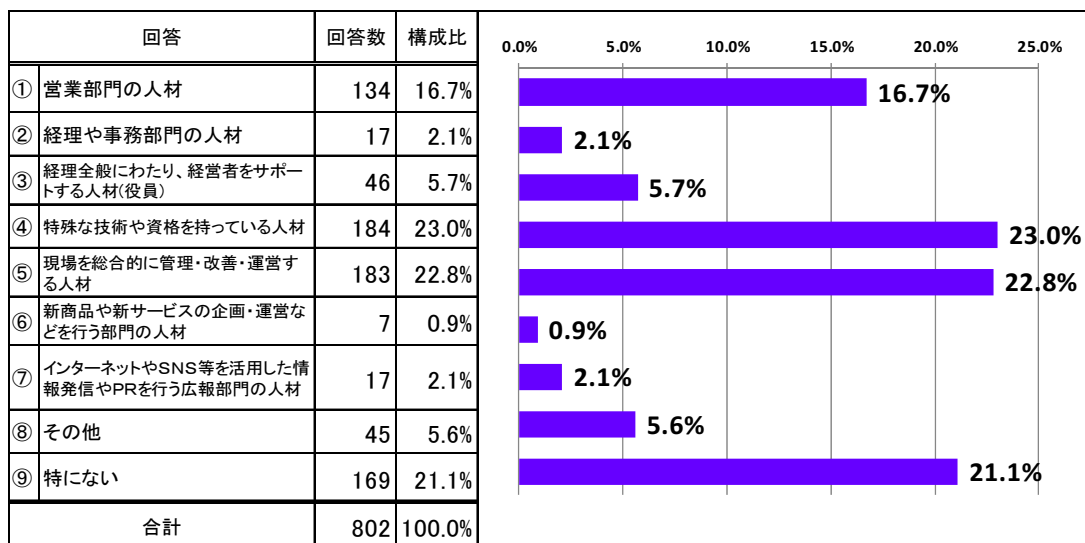


【図1-3】

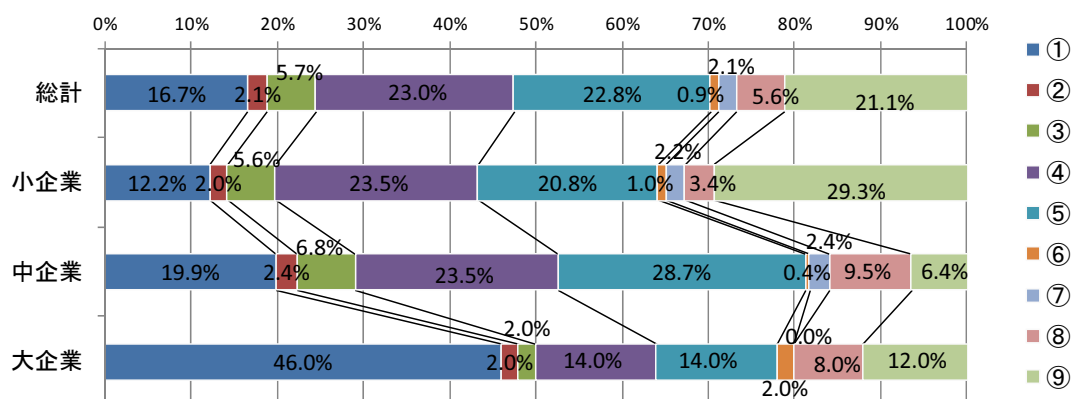


■(2) 現在、最も必要としているのはどのような人材ですか。

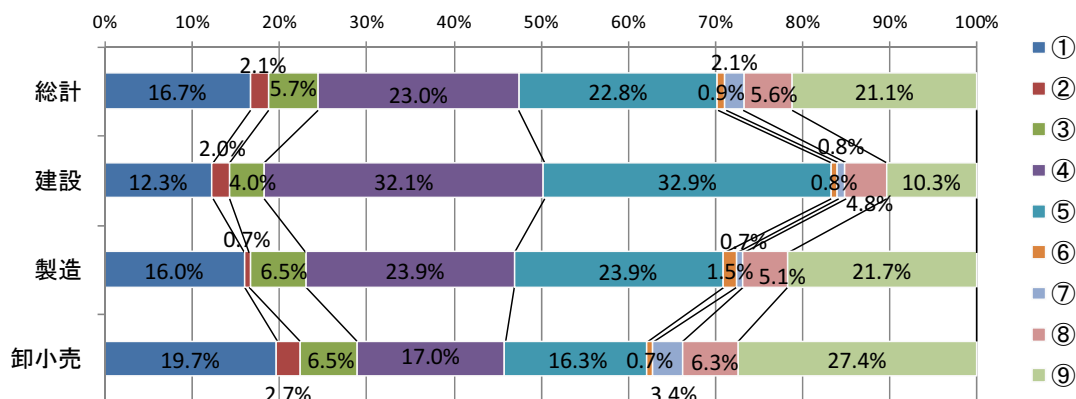
【図2-1】



【図2-2】

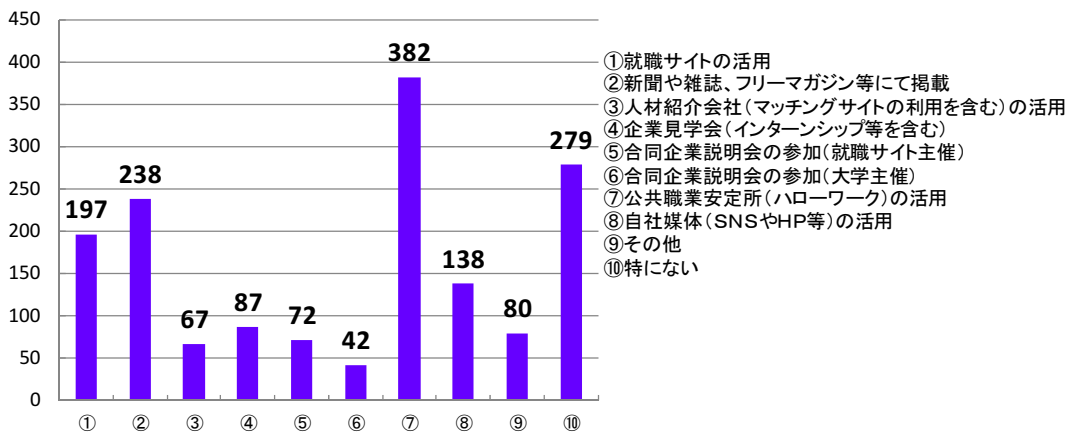


【図2-3】



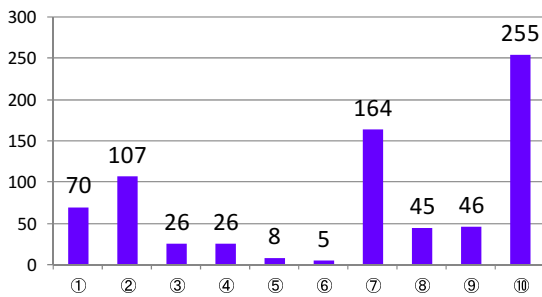
■(3) 採用活動として、どのようなことを行っていますか。いくつでも選んでください。

【図3-1】



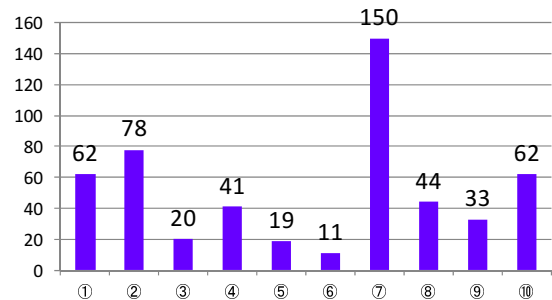
【図3-2】

小企業



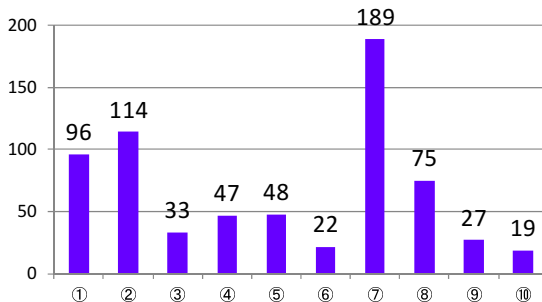
【図3-5】

建設



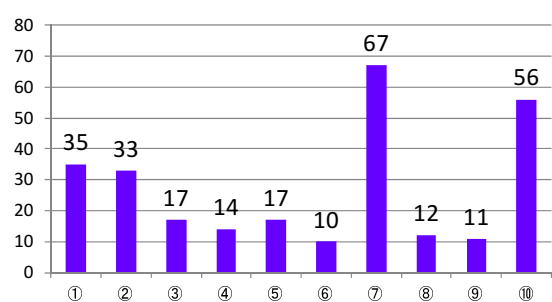
【図3-3】

中企業



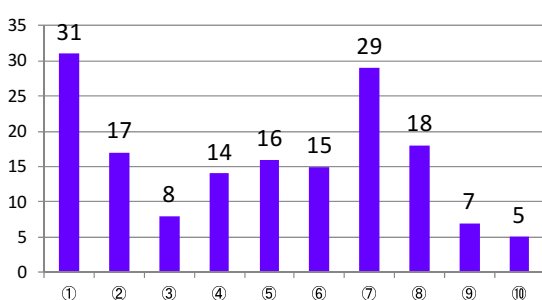
【図3-6】

製造



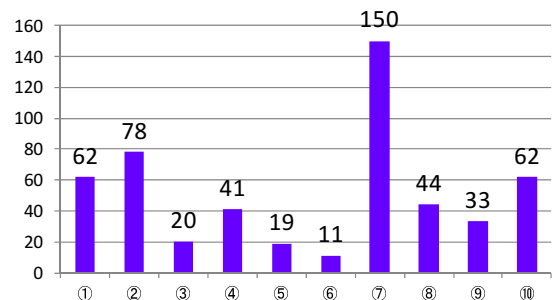
【図3-4】

大企業



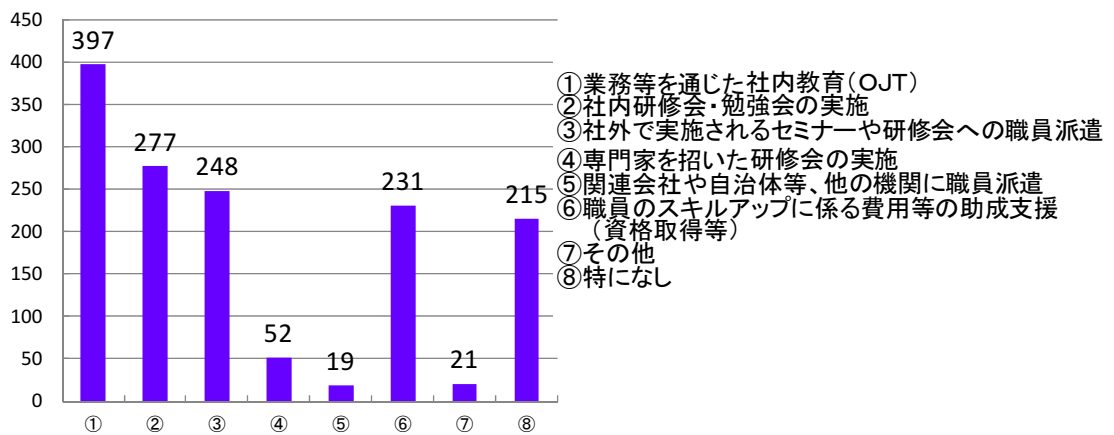
【図3-7】

卸小売サービス



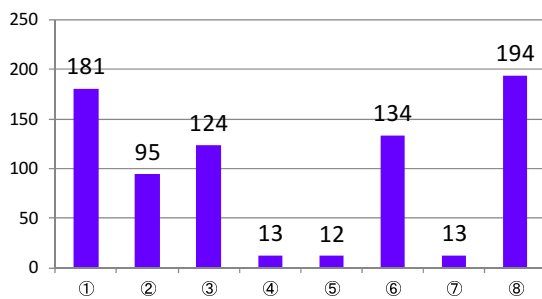
■(4) 人材育成として、どのようなことを行っていますか。3つまで選んでご記入ください。

【図4-1】



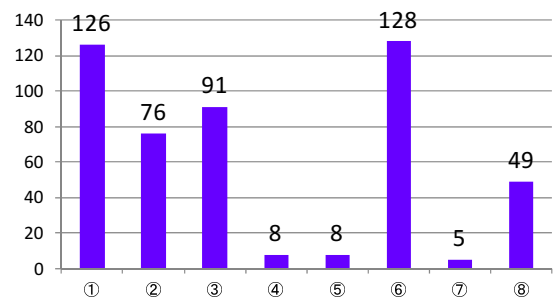
【図4-2】

小企業



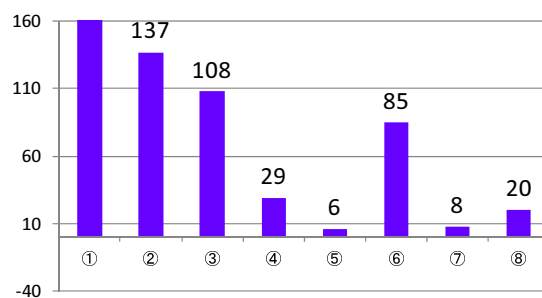
【図4-5】

建設



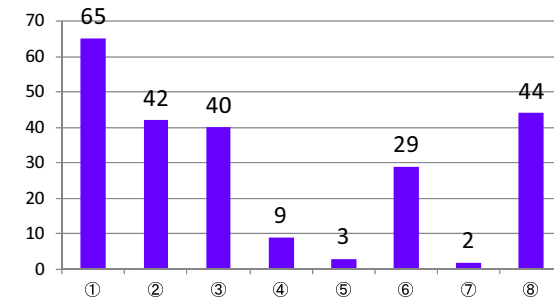
【図4-3】

中企業



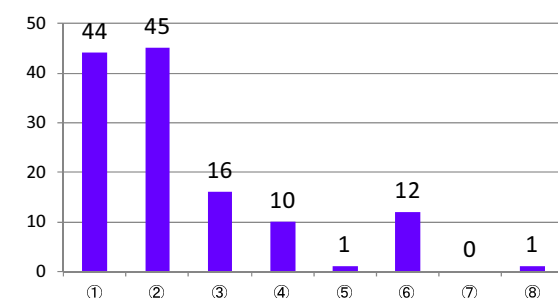
【図4-6】

製造



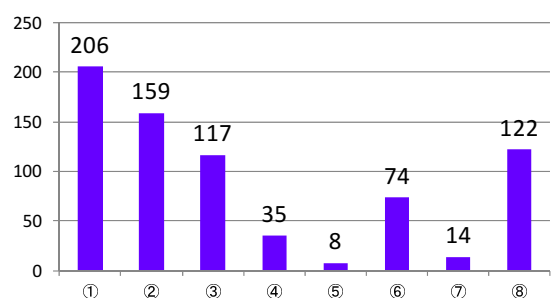
【図4-4】

大企業



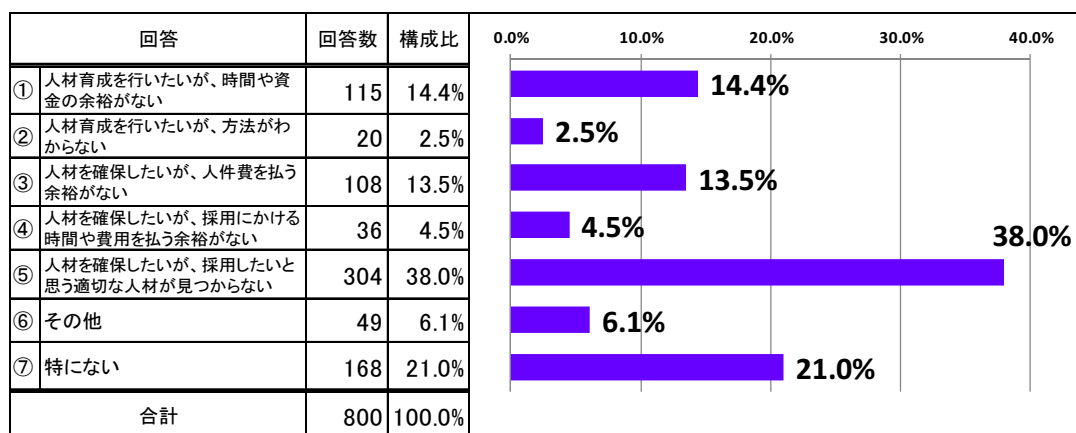
【図4-7】

卸小売サービス

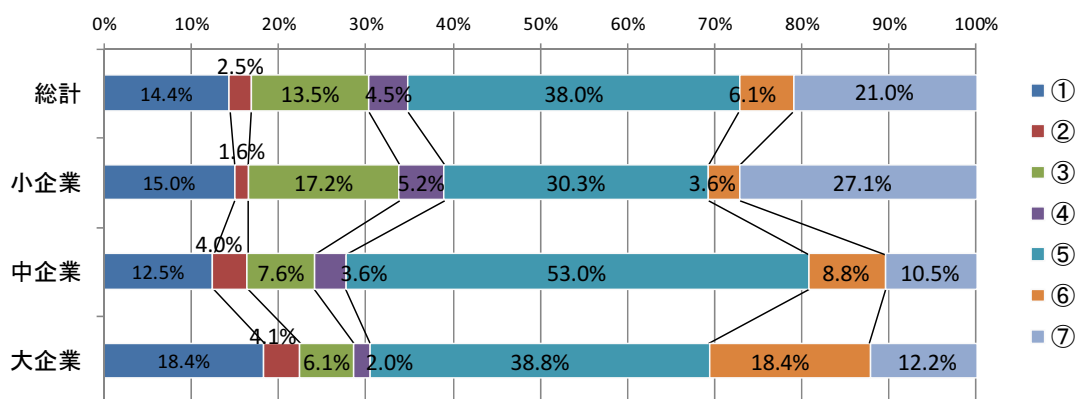


■ (5) 人材の確保・育成について、最も課題となっていることは何ですか。

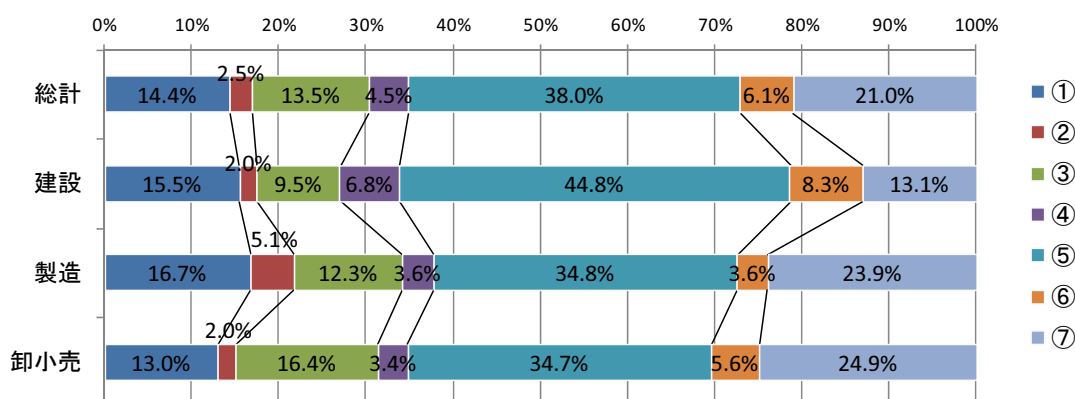
【図5-1】



【図5-2】

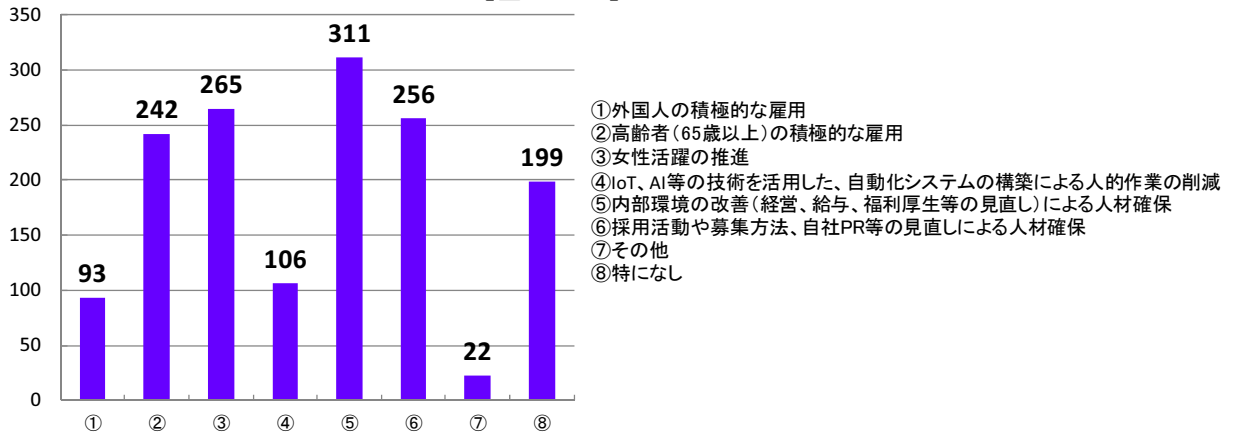


【図5-3】



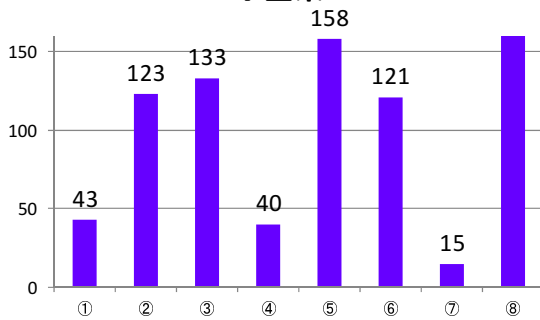
■(6) 今後見込まれる人材不足について、将来的に取り組みたいと考えていることはなんですか。3 つまで選んでください。(現在の制度上の制限は考慮しないものとします。)

【図6-1】



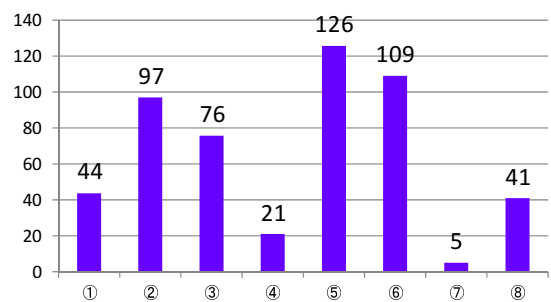
【図6-2】

小企業



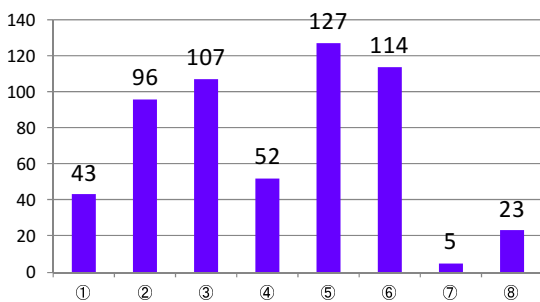
【図6-5】

建設



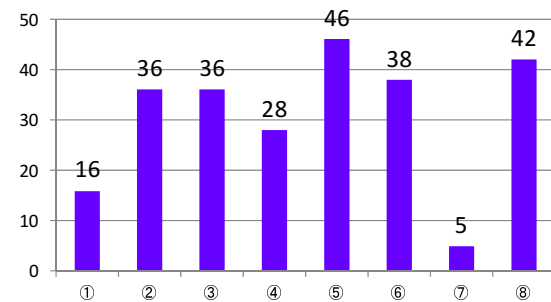
【図6-3】

中企業



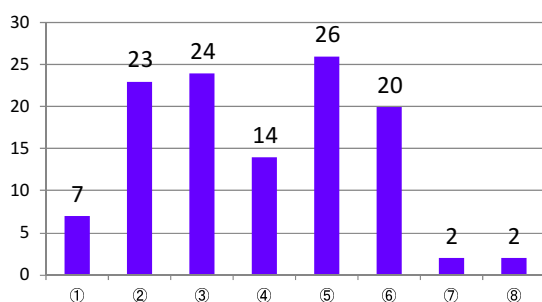
【図6-6】

製造



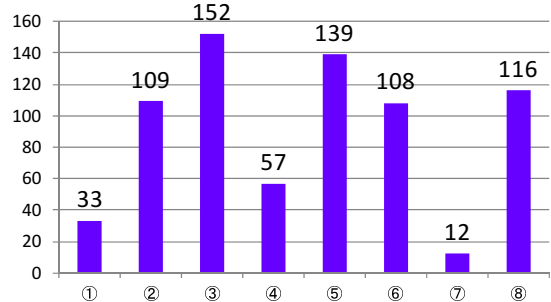
【図6-4】

大企業



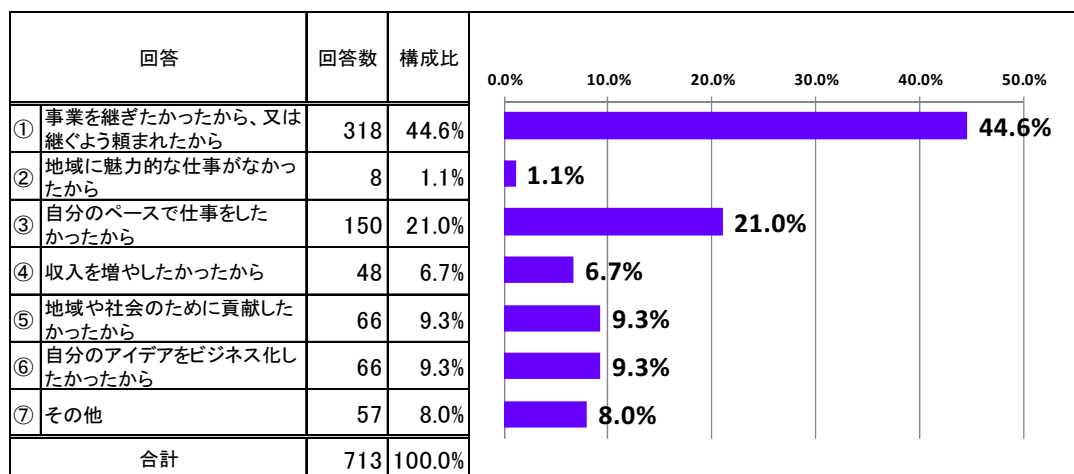
【図6-7】

卸小売サービス

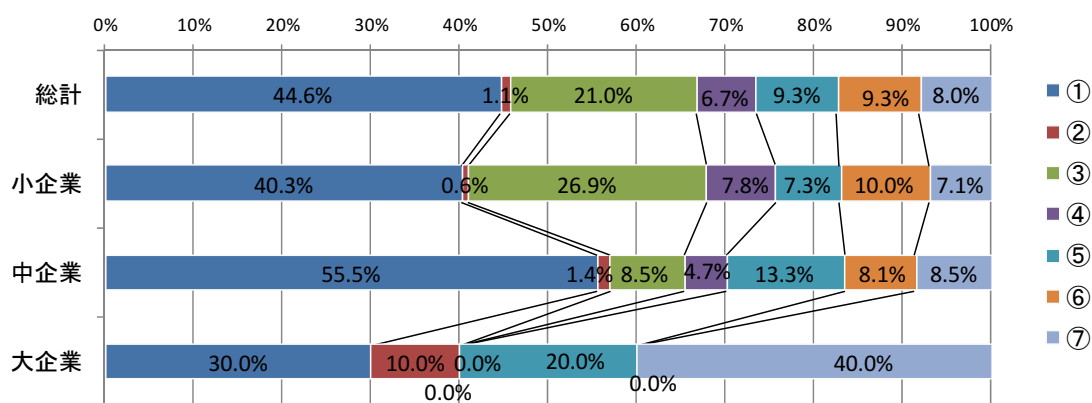


■ (7) 経営者の方にお伺いします。経営者になられたのはどのような理由からですか。

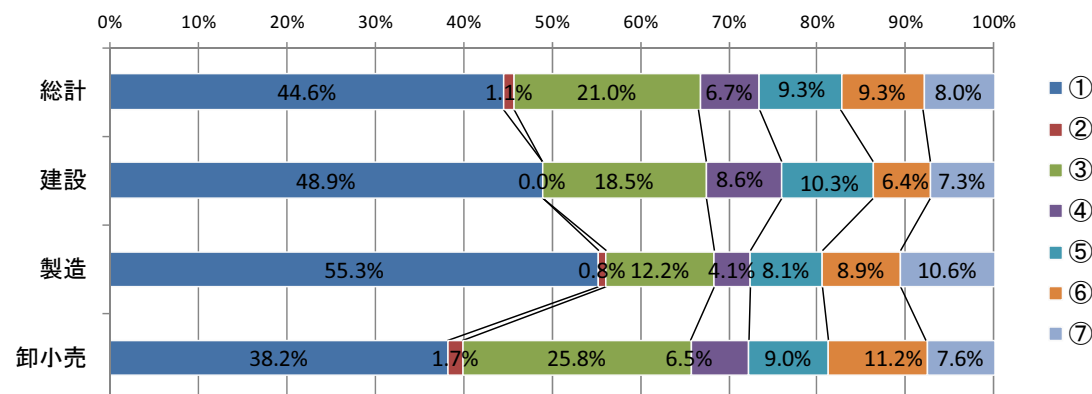
【図7-1】



【図7-2】

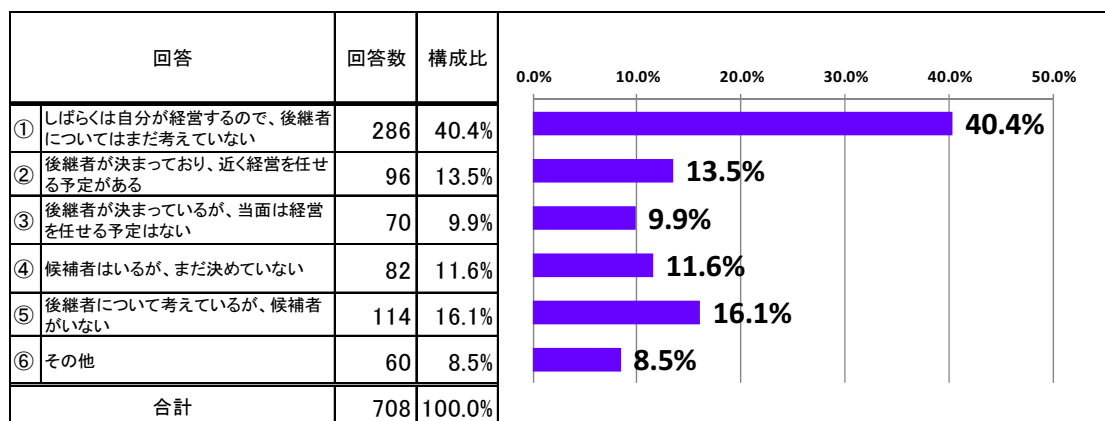


【図7-3】

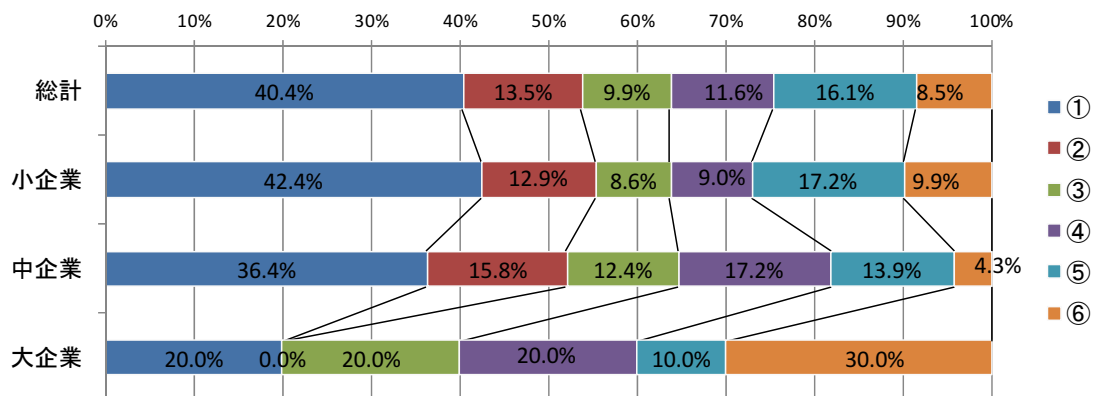


■ (8) 経営者の方にお伺いします。後継者についてどのように考えていますか。

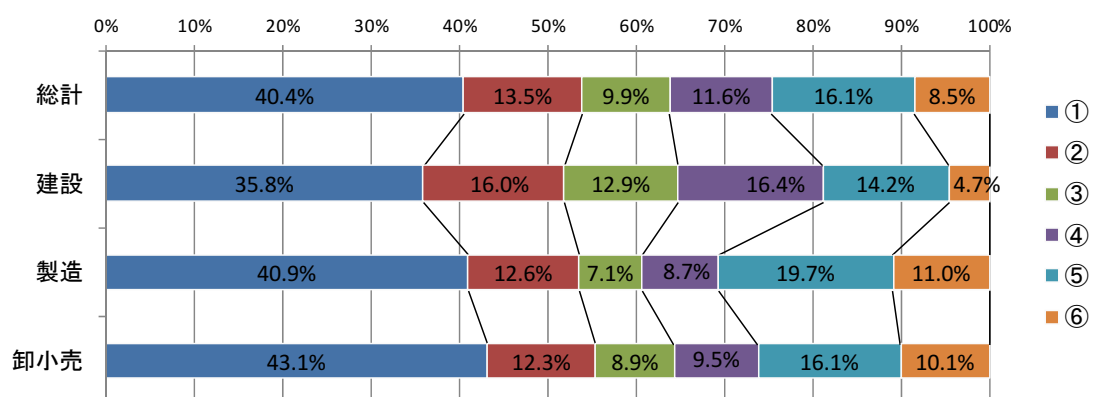
【図8-1】



【図8-2】

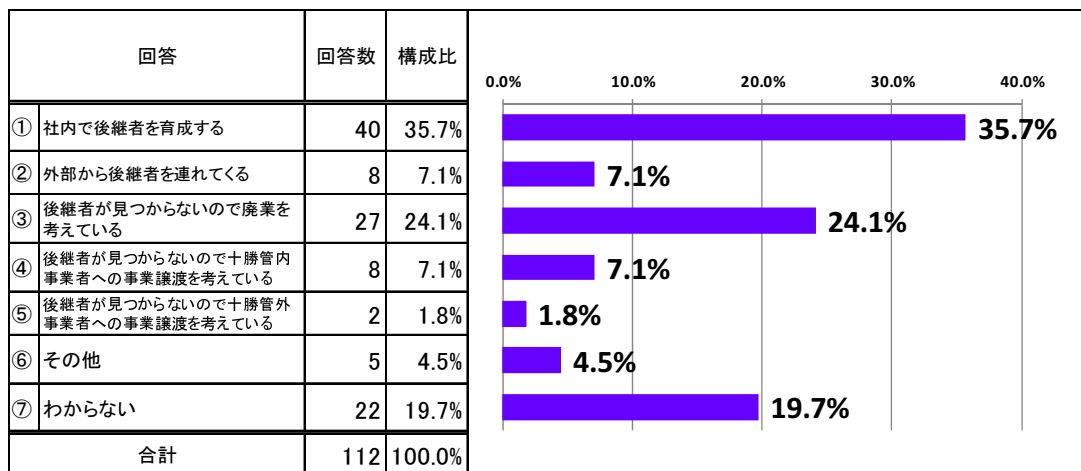


【図8-3】

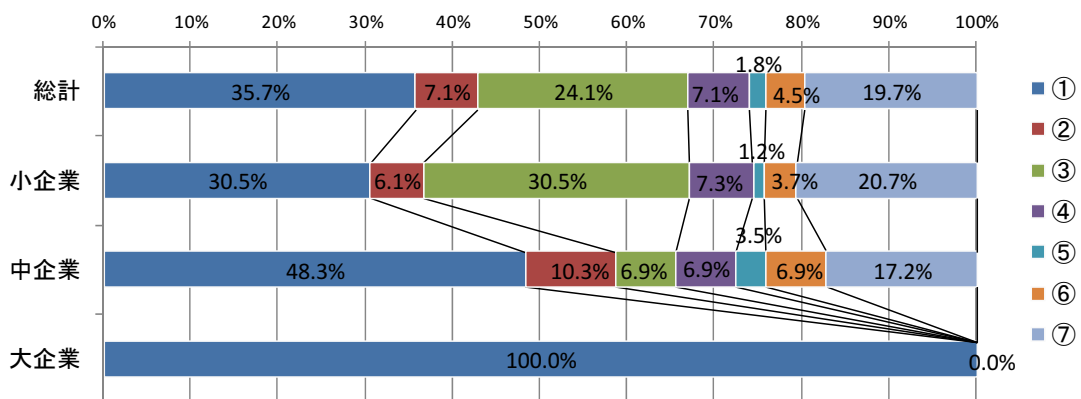


■(9) (8)で⑤と回答された方にお尋ねします。今後どのような対応を予定していますか。

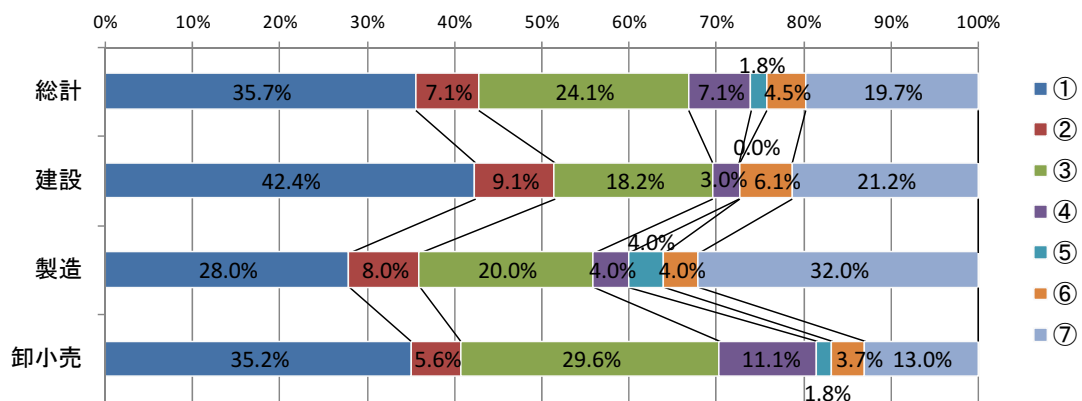
【図9-1】



【図9-2】

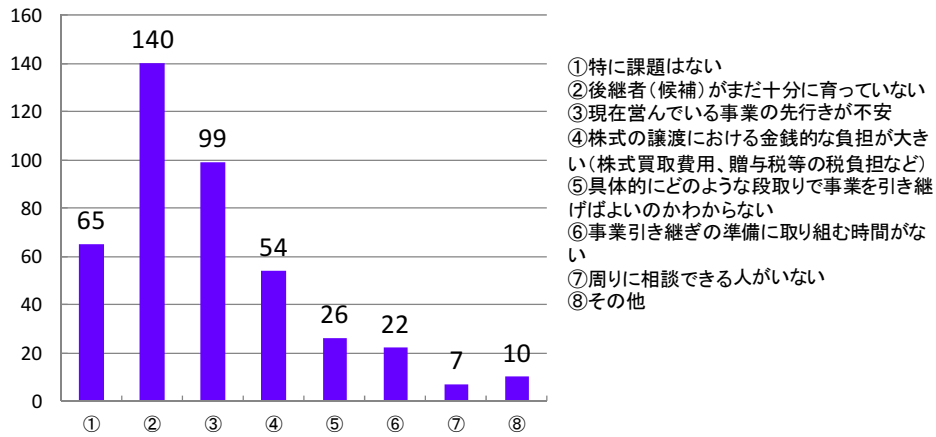


【図9-3】



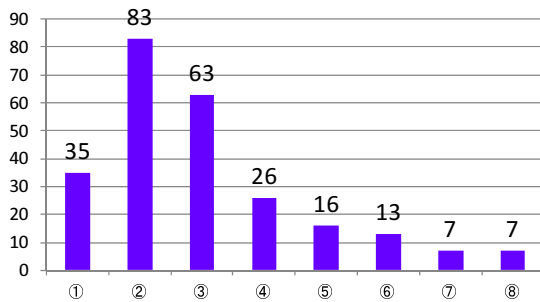
■(10) (8)で②、③、④と回答された方にお尋ねします。後継者に事業を引き継ぐに当たっての課題はありますか。いくつでも選んでください。

【図10-1】



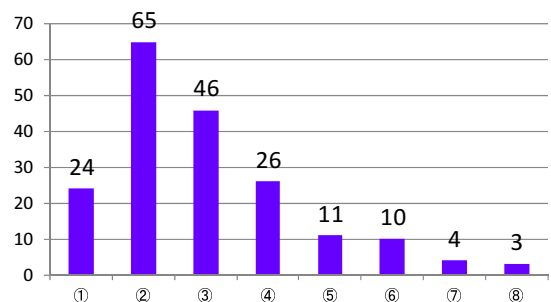
【図10-2】

小企業



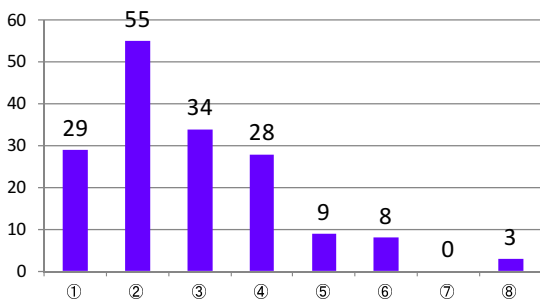
【図10-5】

建設



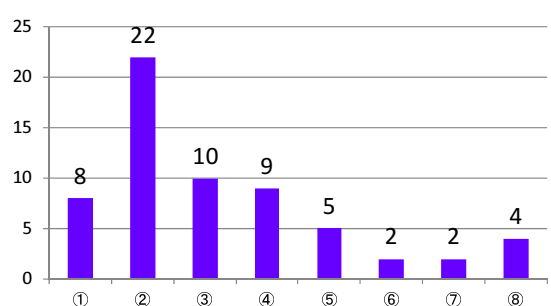
【図10-3】

中企業



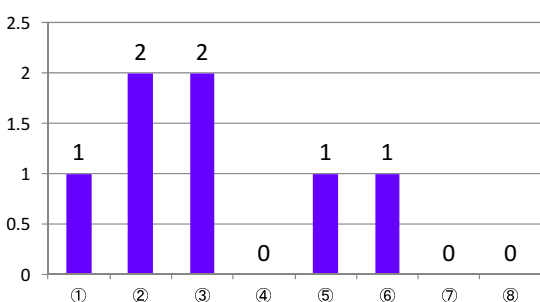
【図10-6】

製造



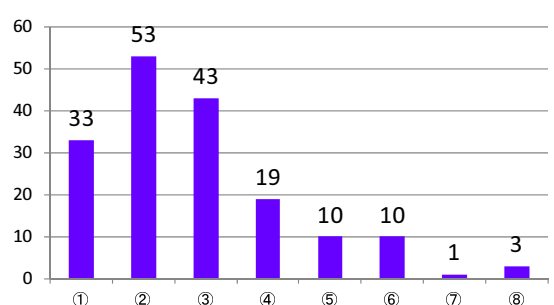
【図10-4】

大企業



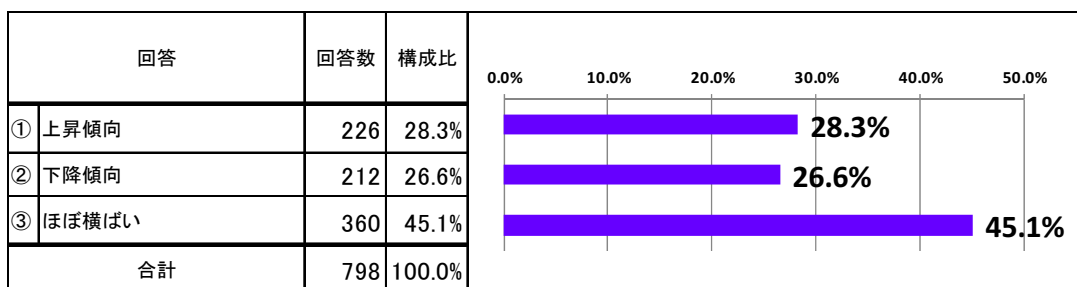
【図10-7】

卸小売サービス

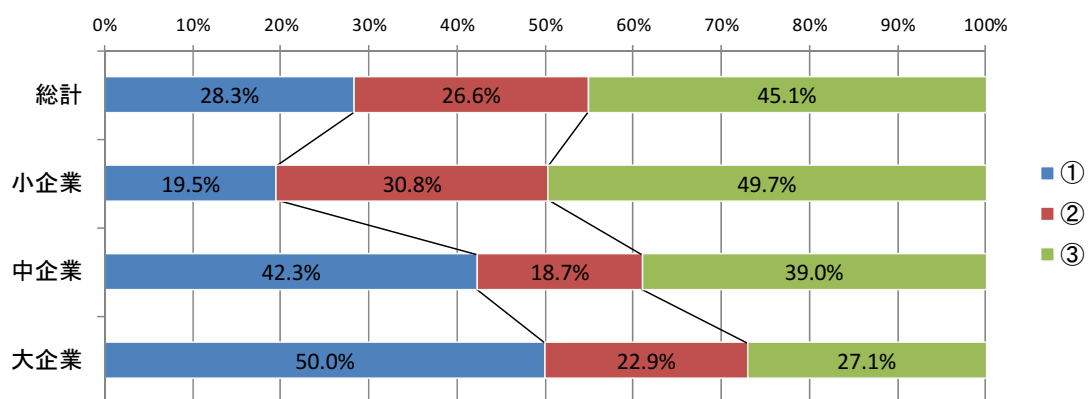


■(11) 直近5カ年の売上は、どのような傾向でしたか。

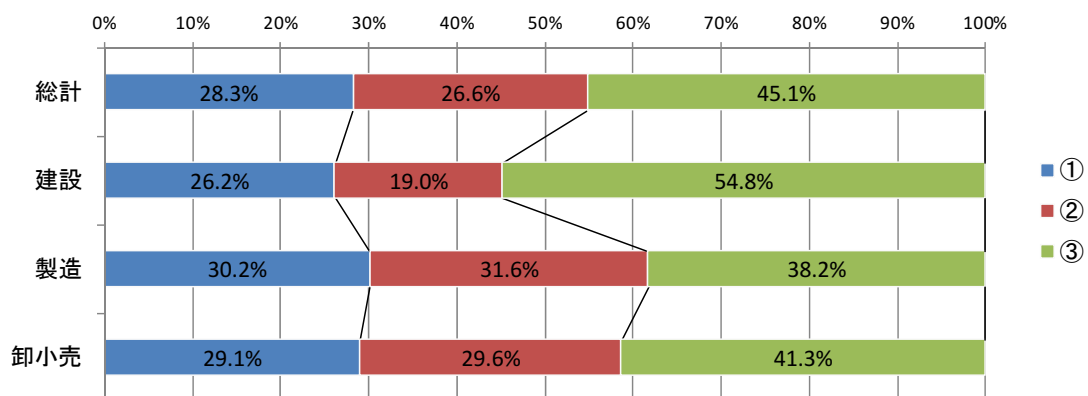
【図11-1】



【図11-2】

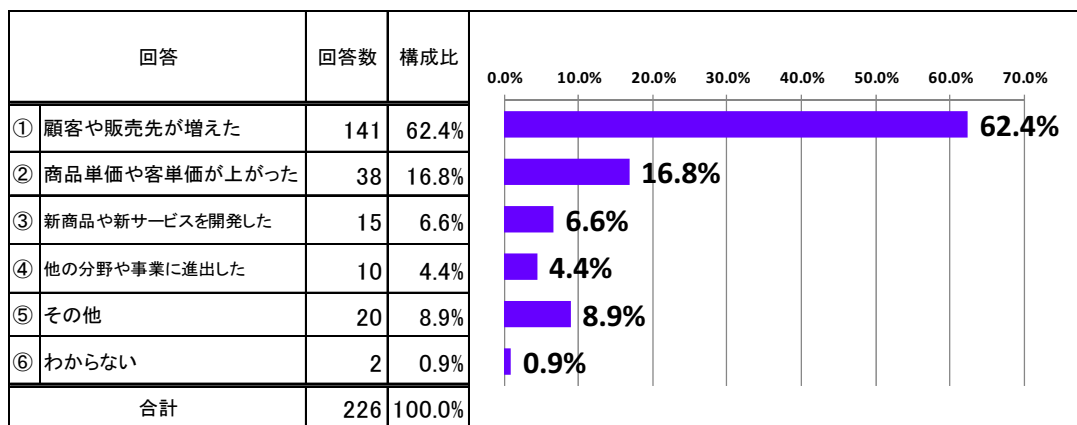


【図11-3】

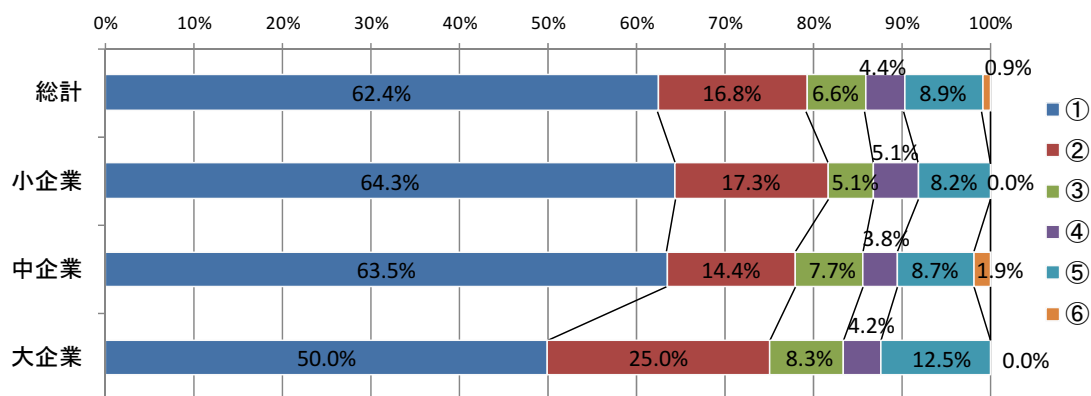


■(12) (11)で①と回答された方にお尋ねします。一番の理由は次のどれですか。

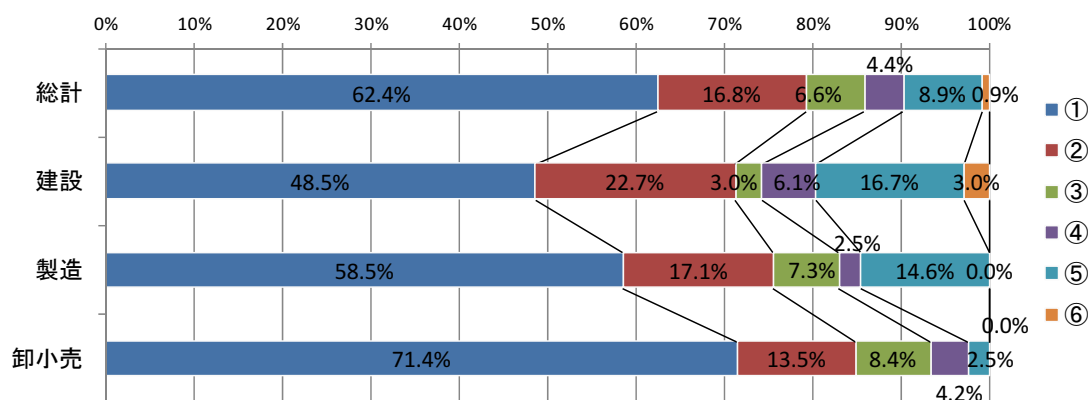
【図12-1】



【図12-2】

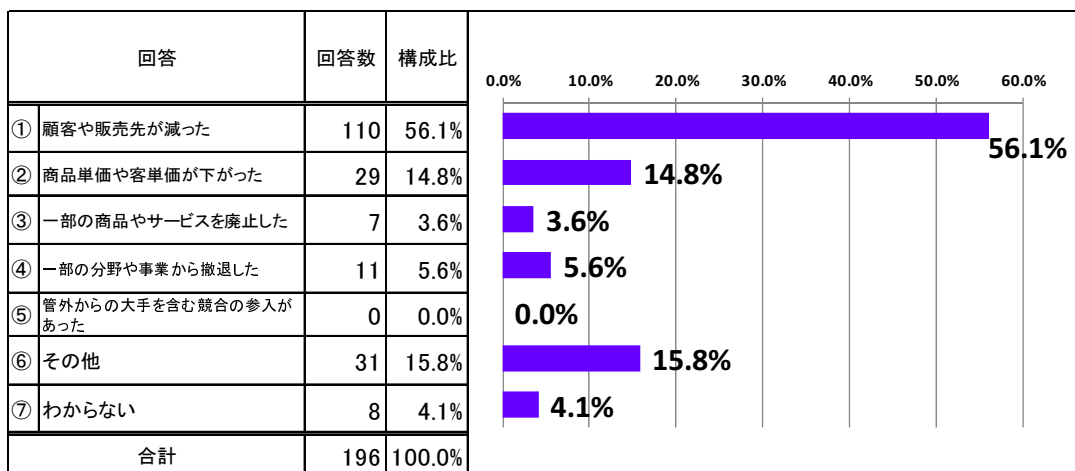


【図12-3】

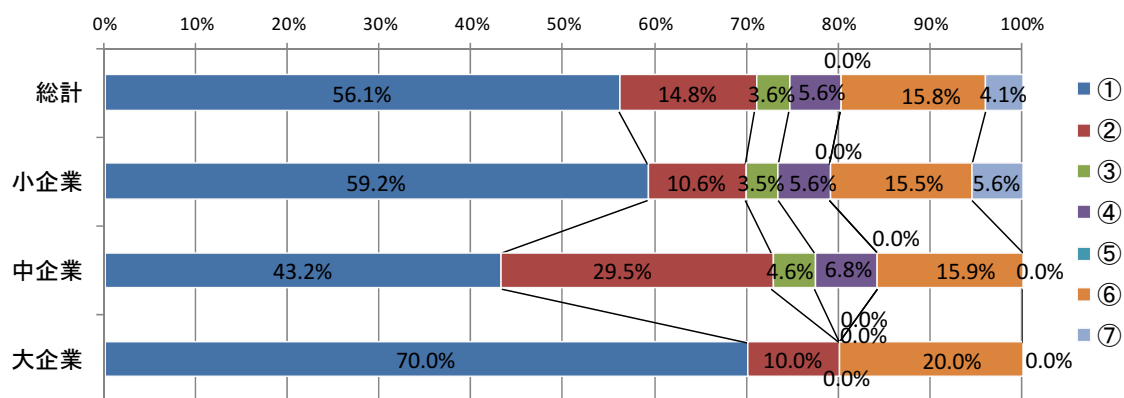


■(13) (11)で②と回答された方にお尋ねします。一番の理由は次のどれですか。

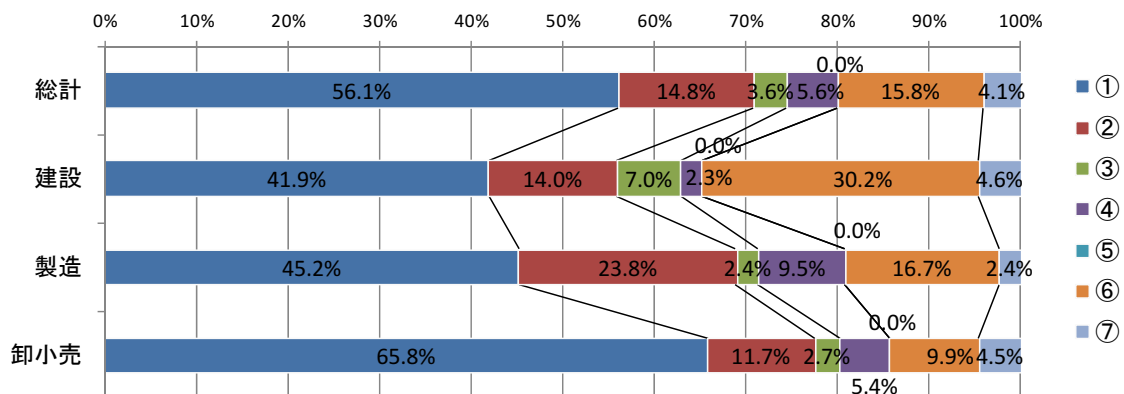
【図13-1】



【図13-2】

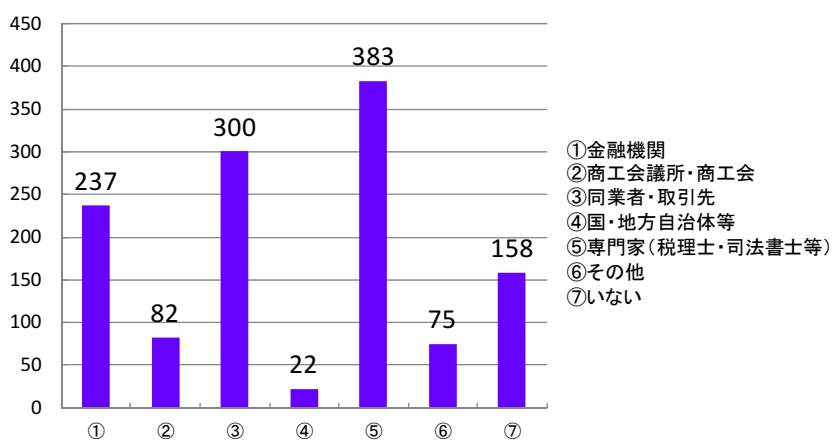


【図13-3】



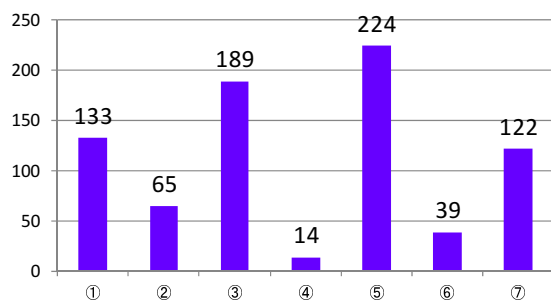
■(14) 経営について主に相談する相手方はいますか。いくつでも選んでください。

【図14-1】



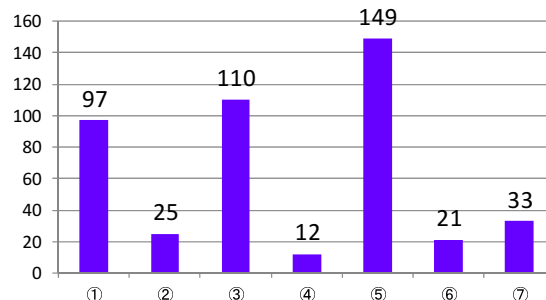
【図14-2】

小企業



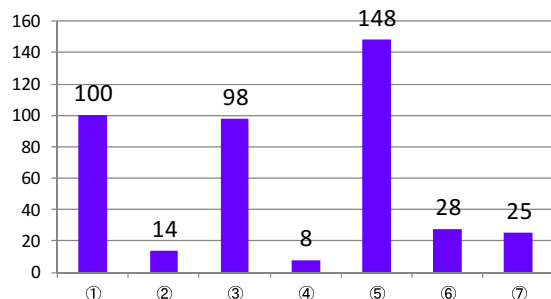
【図14-5】

建設



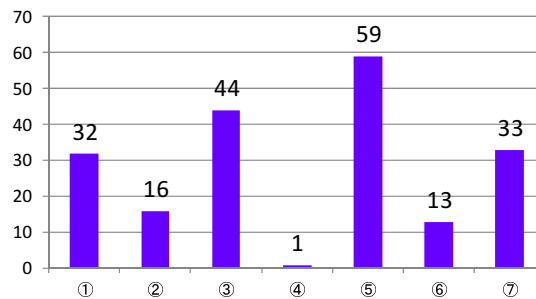
【図14-3】

中企業



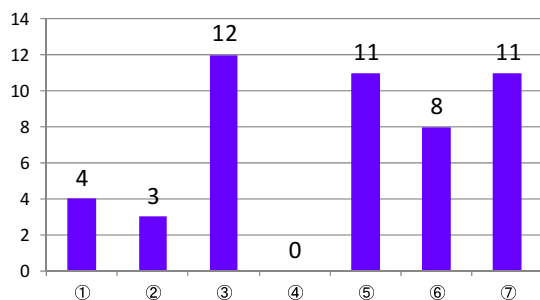
【図14-6】

製造



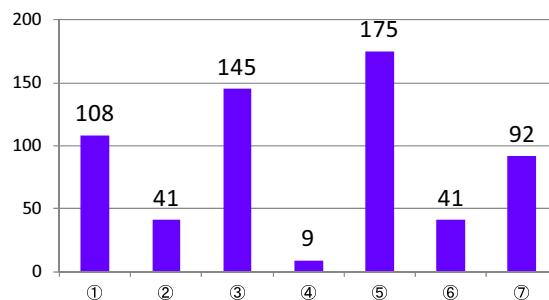
【図14-4】

大企業



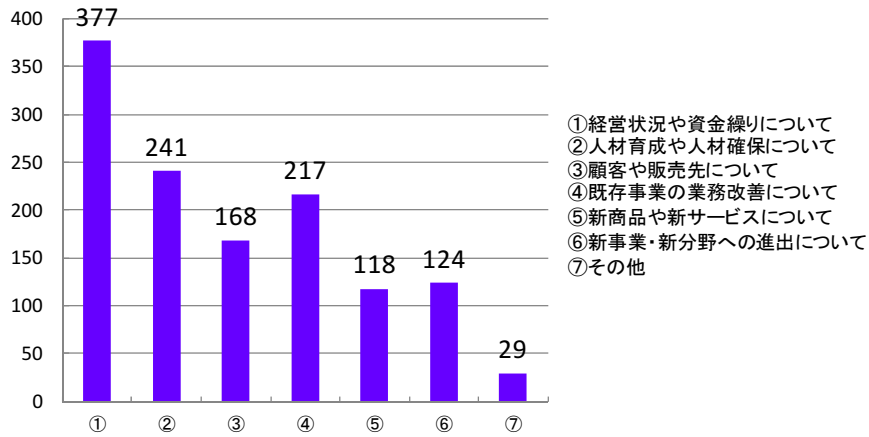
【図14-7】

卸小売サービス



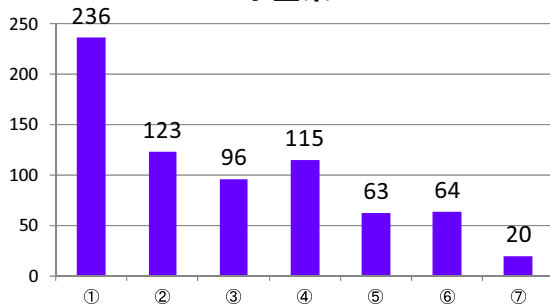
■(15) (14)で①～⑥と回答された方にお尋ねします。主にどのような相談をされますか。いくつでも選んでください。

【図15-1】



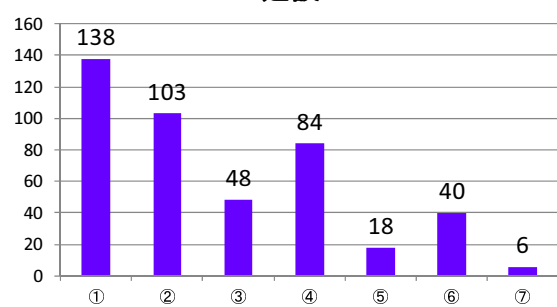
【図15-2】

小企業



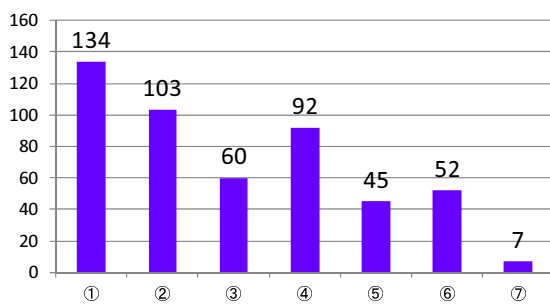
【図15-5】

建設



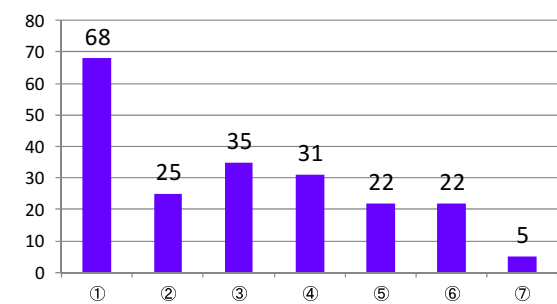
【図15-3】

中企業



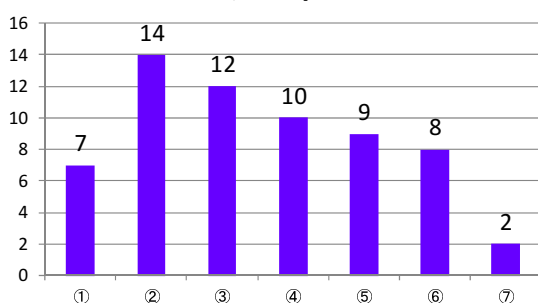
【図15-6】

製造



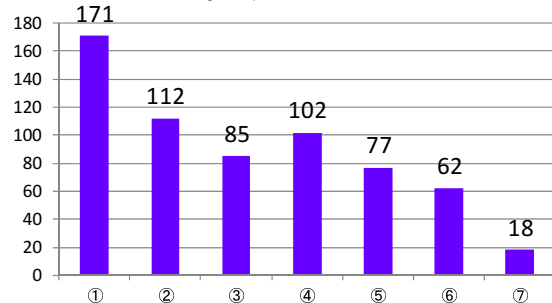
【図15-4】

大企業



【図15-7】

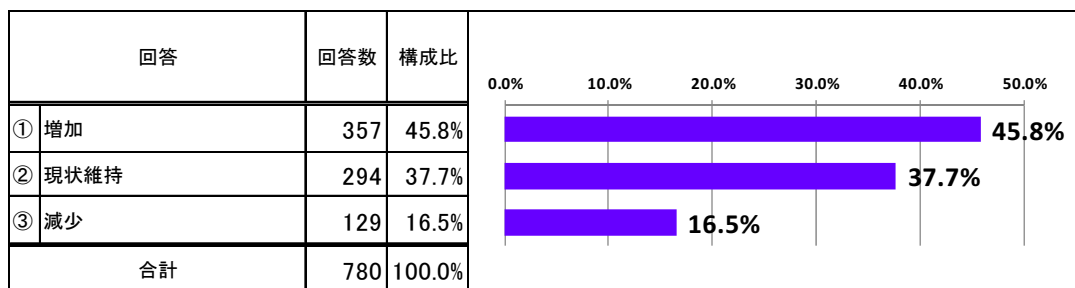
卸小売サービス



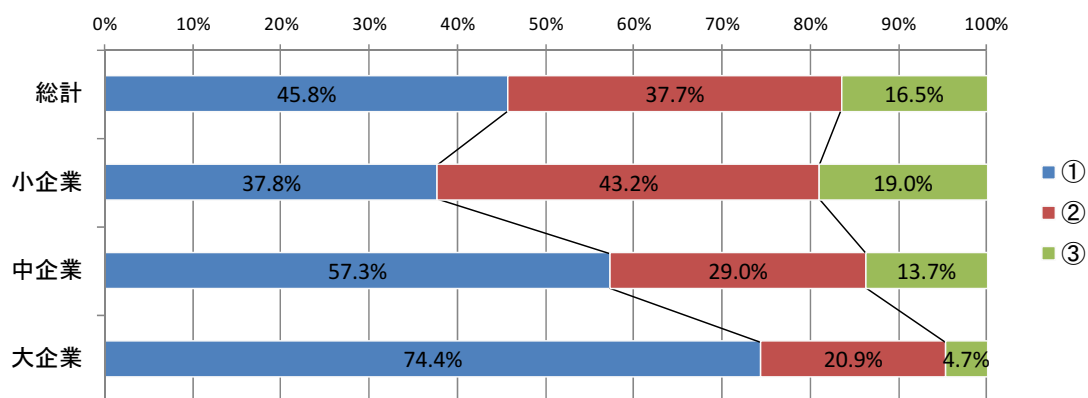
■(16) 今後の経営方針について、将来展望をどのように考えていますか。各項目から1つお選びください。

(ア) 売上

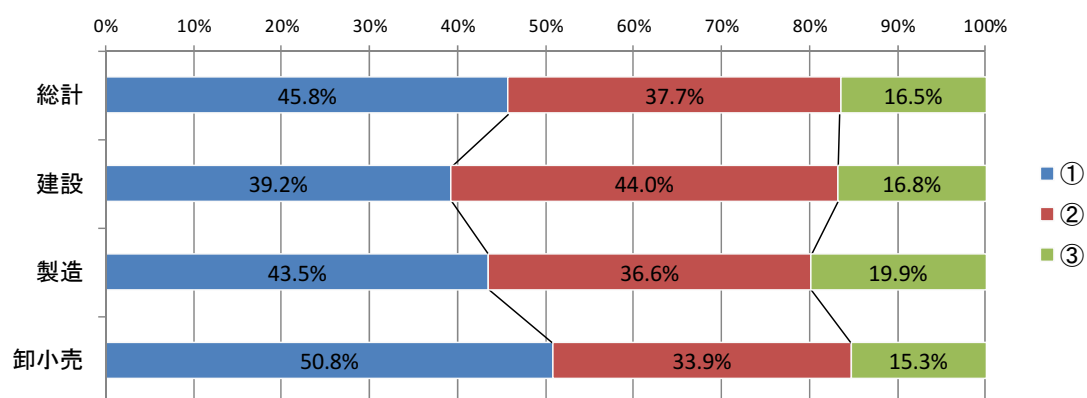
【図16-1】



【図16-2】

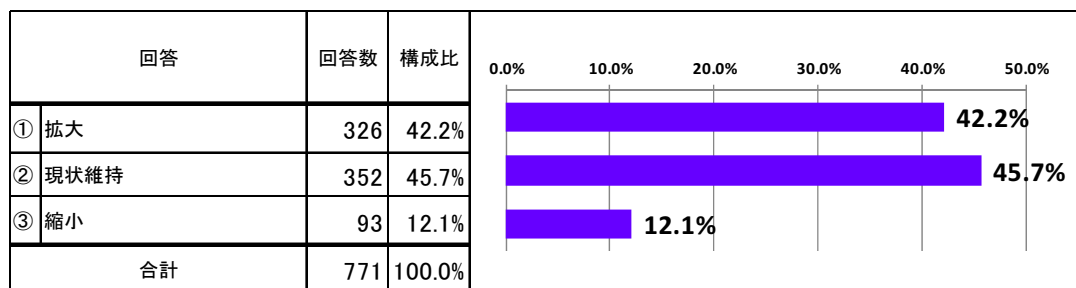


【図16-3】

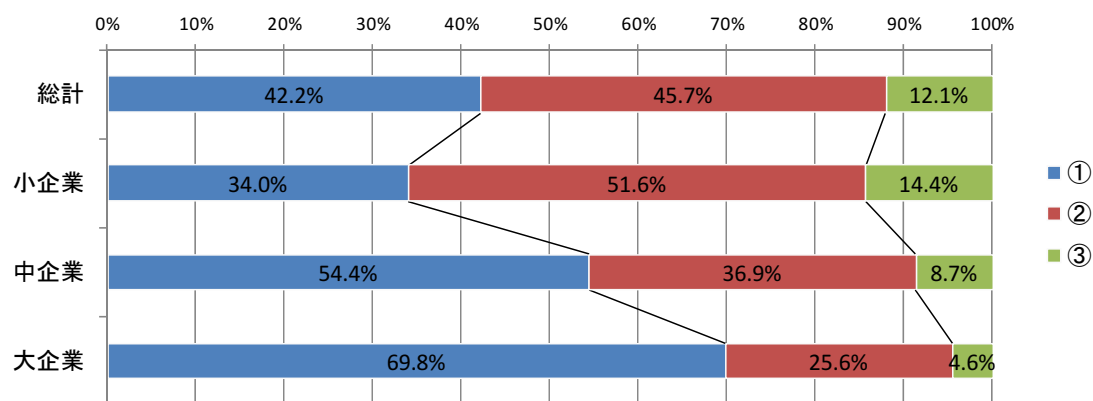


(イ) 販路（取引先）

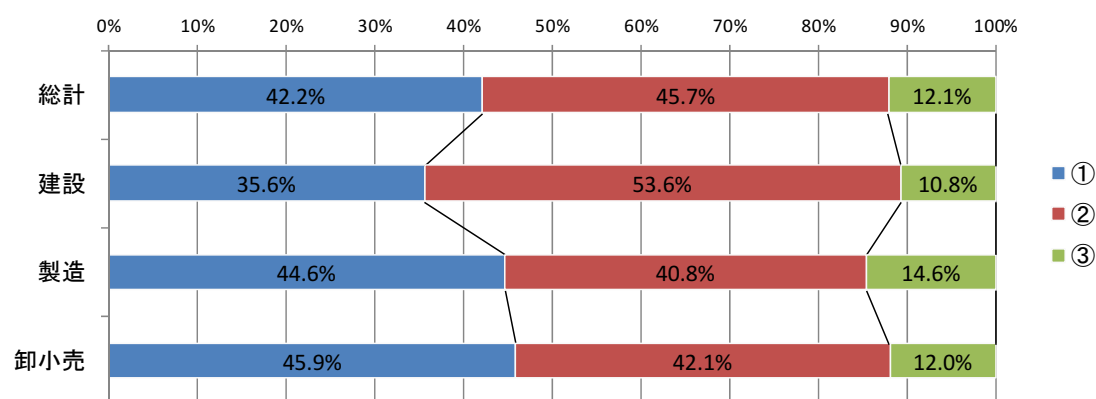
【図16-4】



【図16-5】

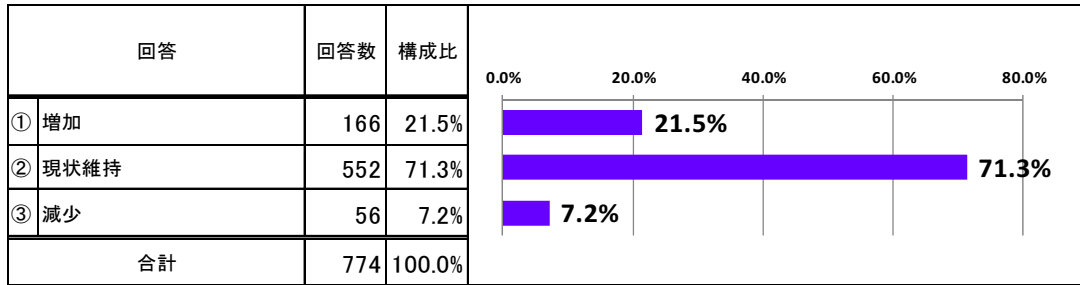


【図16-6】

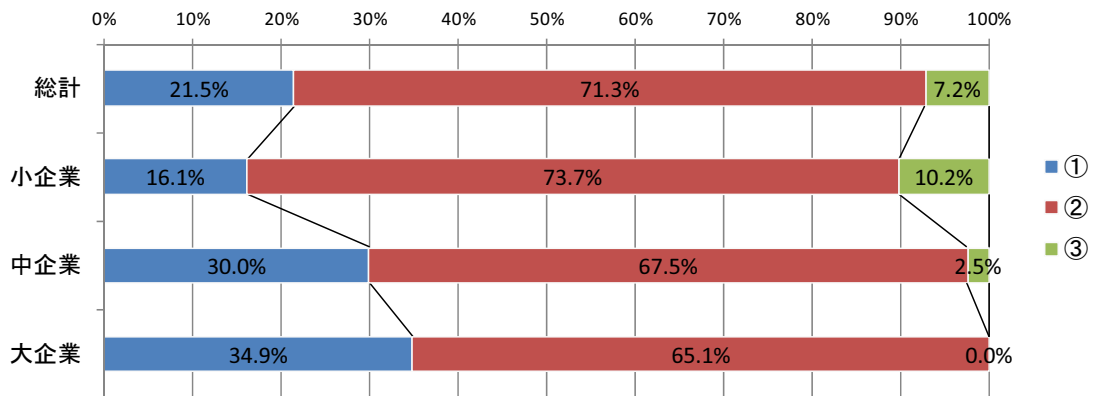


(ウ) 事業分野

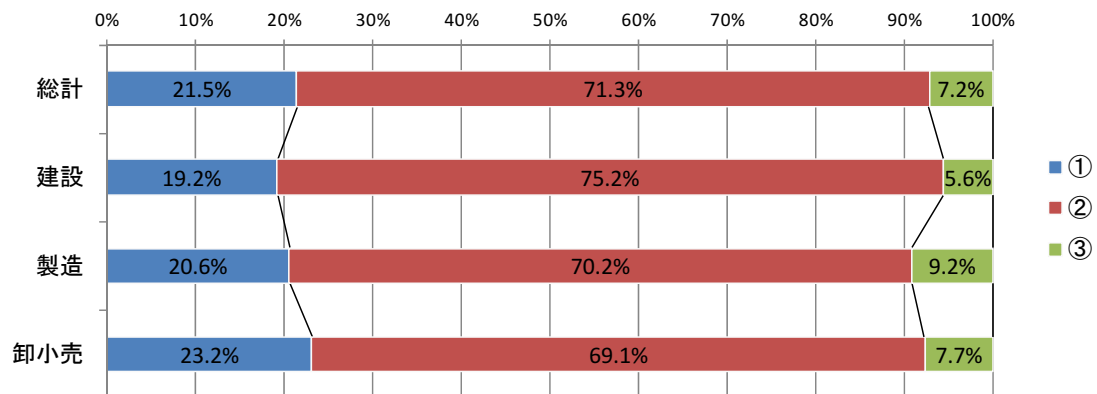
【図16-7】



【図16-8】

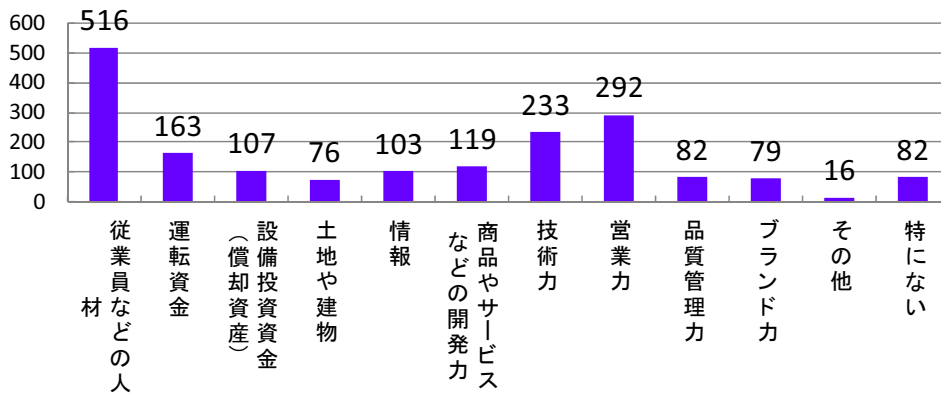


【図16-9】



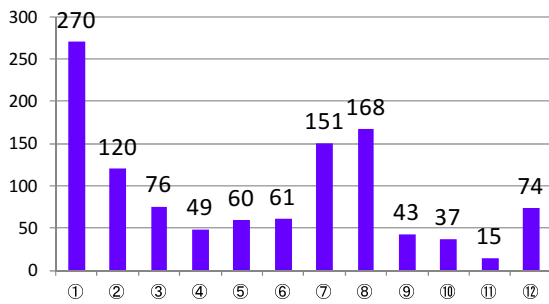
■(18) どのような経営資源が課題となっていますか。3つまで選んでご記入ください。

【図18-1】



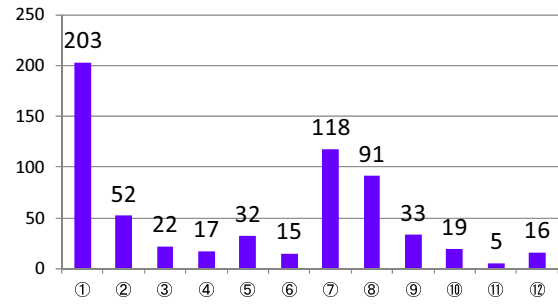
【図18-2】

小企業



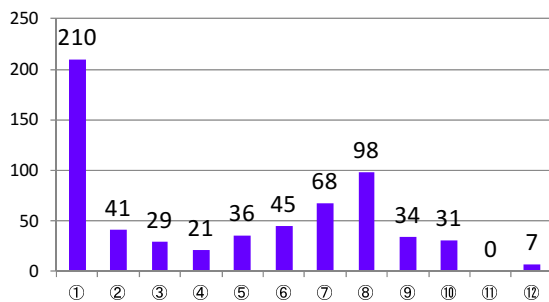
【図18-5】

建設



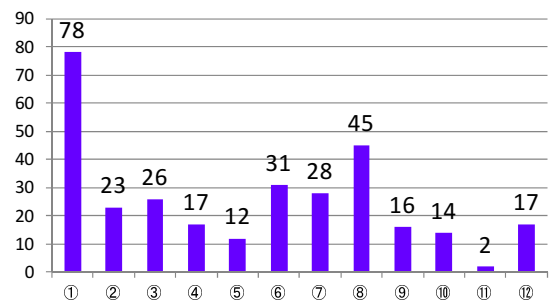
【図18-3】

中企業



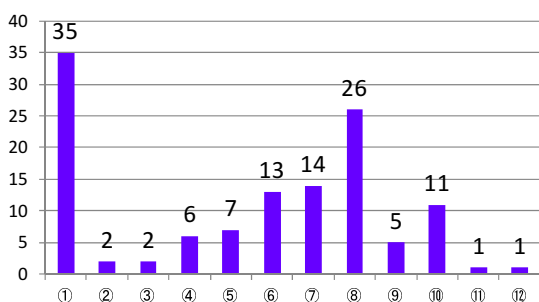
【図18-6】

製造



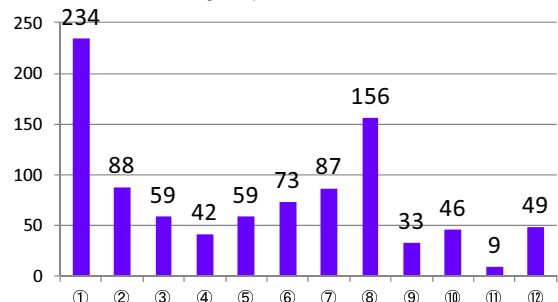
【図18-4】

大企業



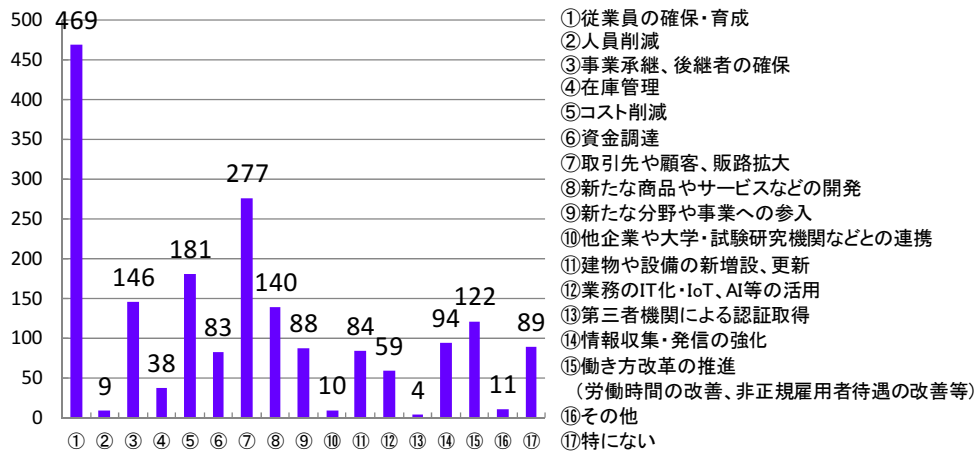
【図18-7】

卸小売サービス



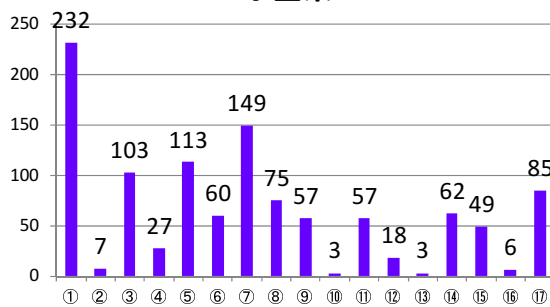
■(19) 今後、優先して取り組みたいと考えていることは何ですか。3つまで選んでご記入ください。

【図19-1】



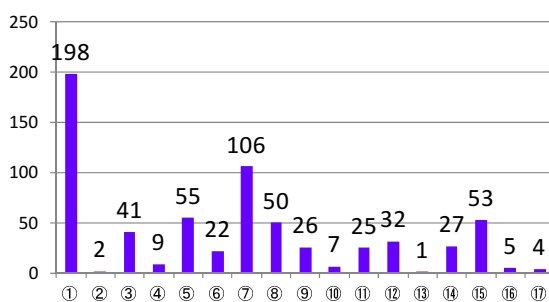
【図19-2】

小企業



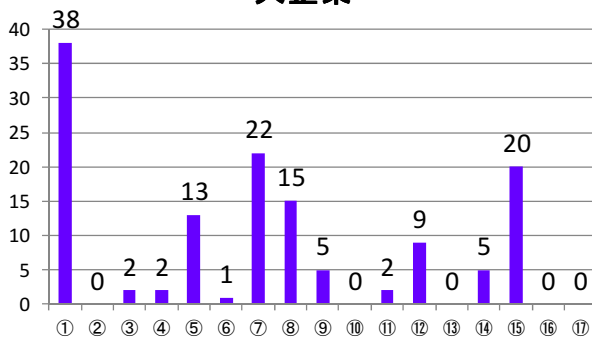
【図19-3】

中企業



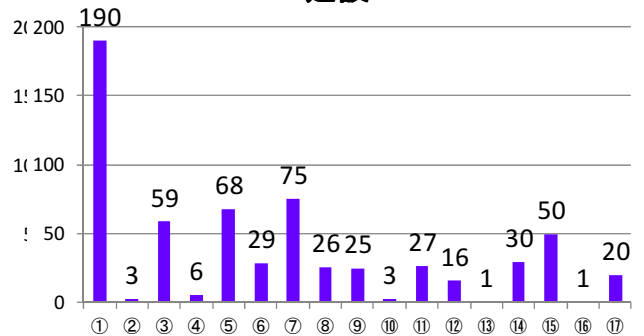
【図19-4】

大企業



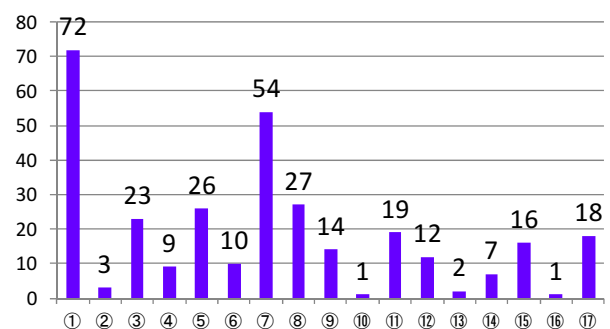
【図19-5】

建設



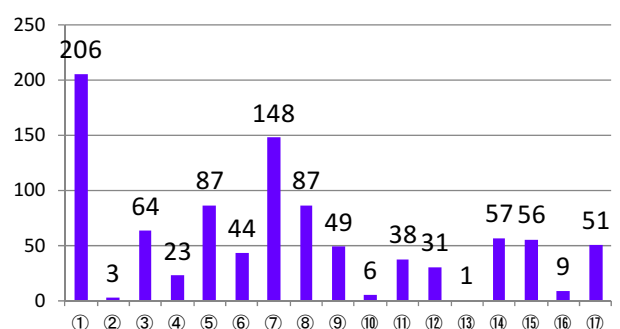
【図19-6】

製造



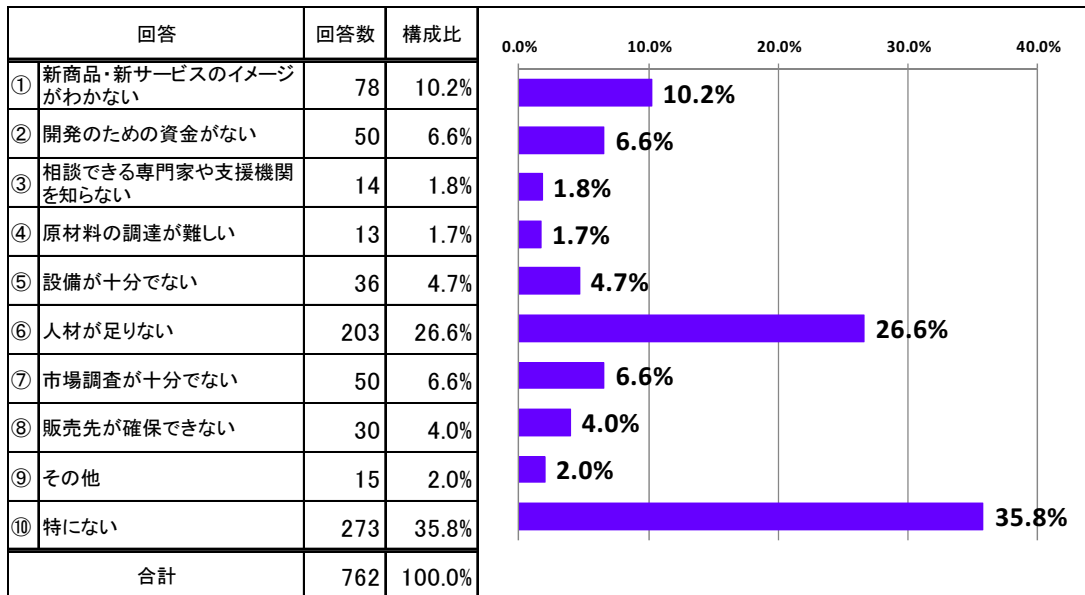
【図19-7】

卸小売サービス

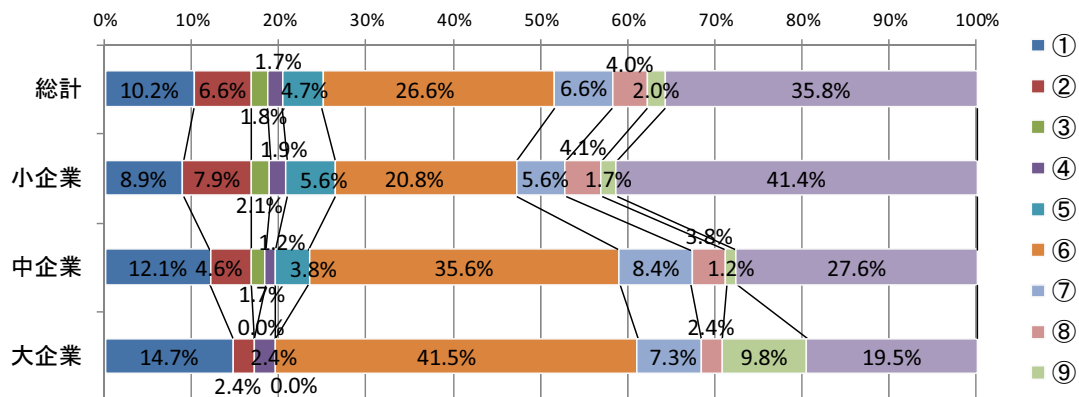


■ (20) 新たな商品やサービスなどの開発について、最も課題だと感じていることは何ですか。

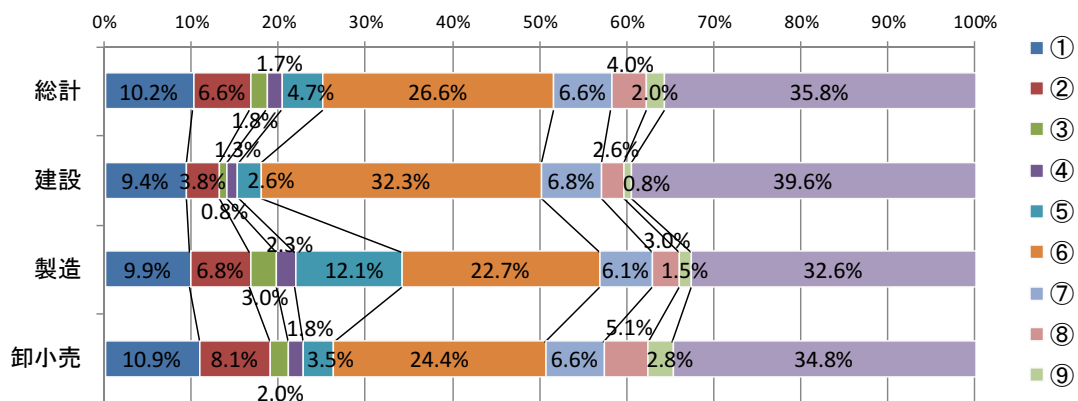
【図20-1】



【図20-2】

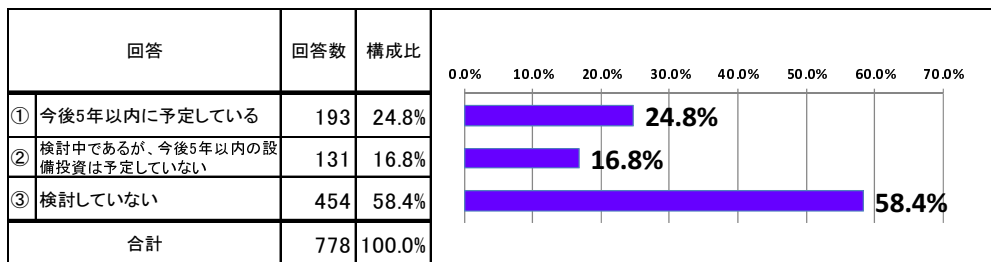


【図20-3】

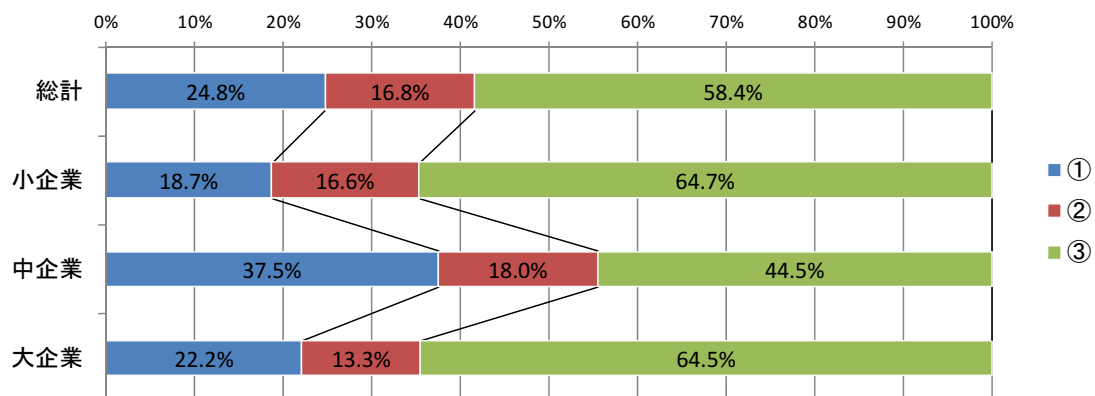


■(21) 設備投資（移転や新增設、更新など。リース形式を含む）の予定はありますか。

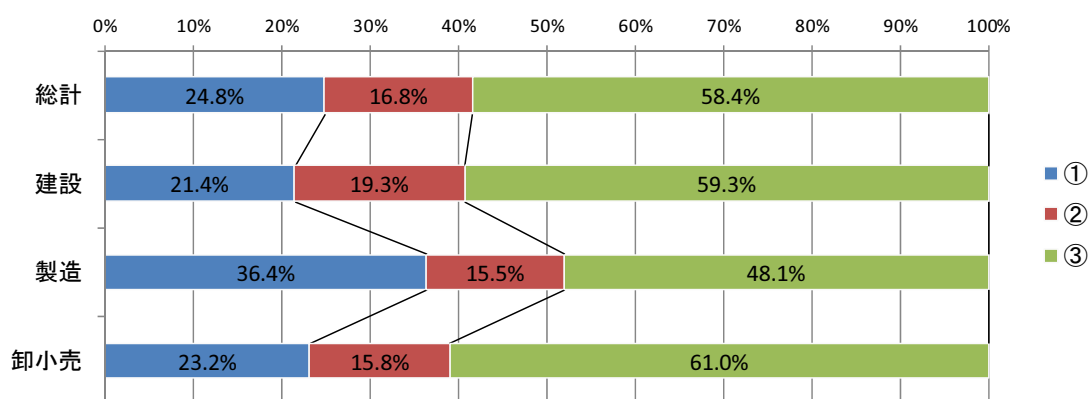
【図21-1】



【図21-2】

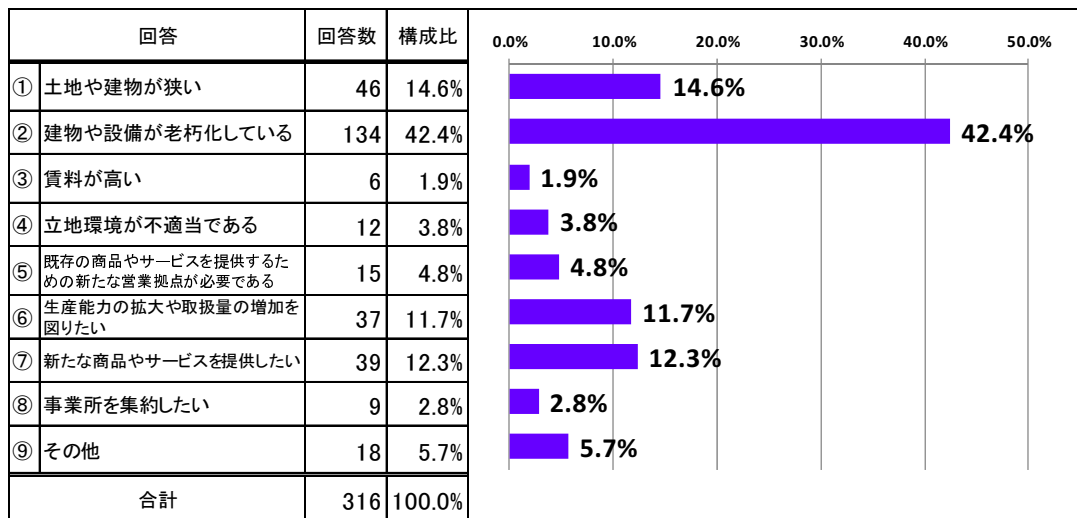


【図21-3】

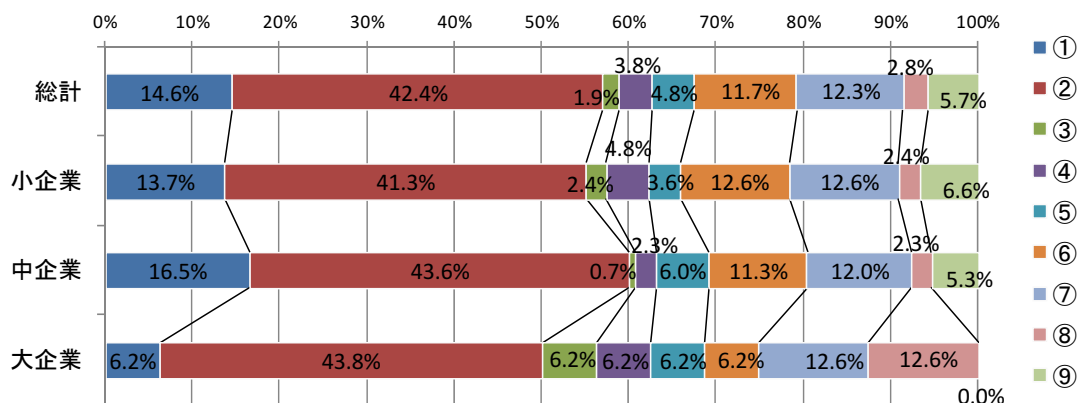


■ (22) (21)で①または②と回答された方にお尋ねします。設備投資を予定又は検討している一番の理由は何ですか。

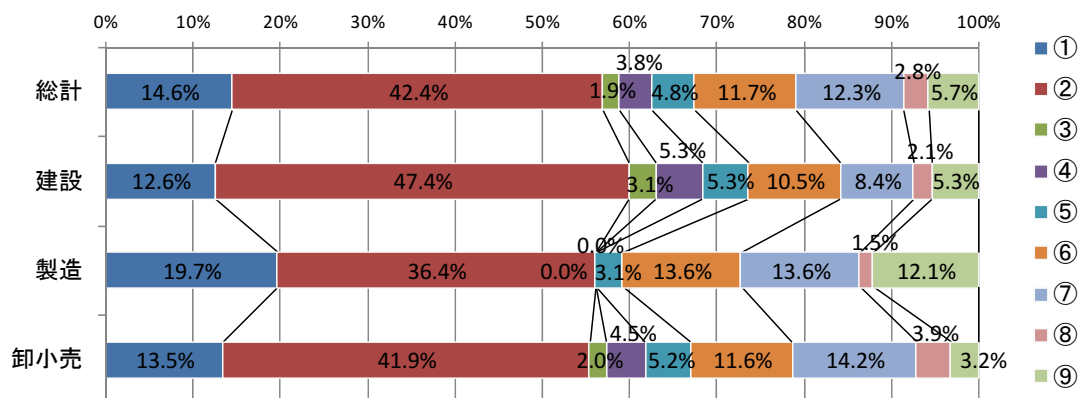
【図22-1】



【図22-2】

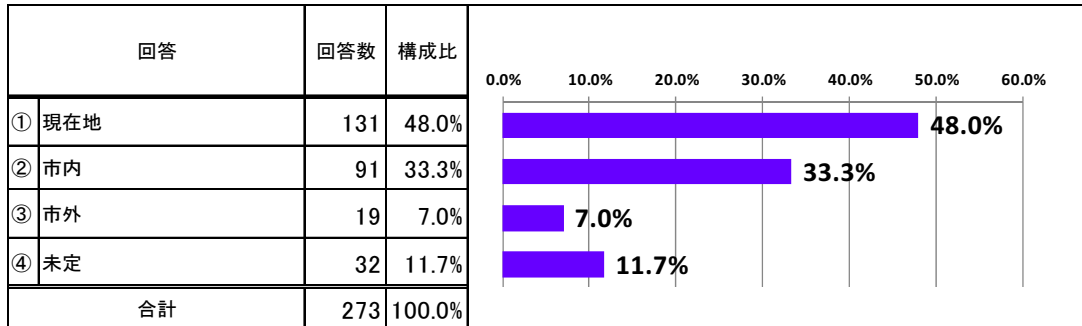


【図22-3】

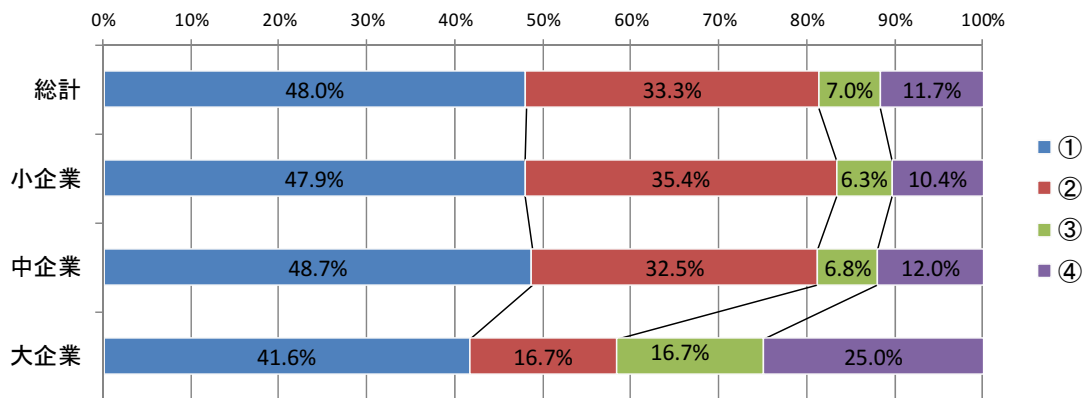


■ (23) (21)で①または②と回答された方にお尋ねします。お考えの場所はどちらですか。

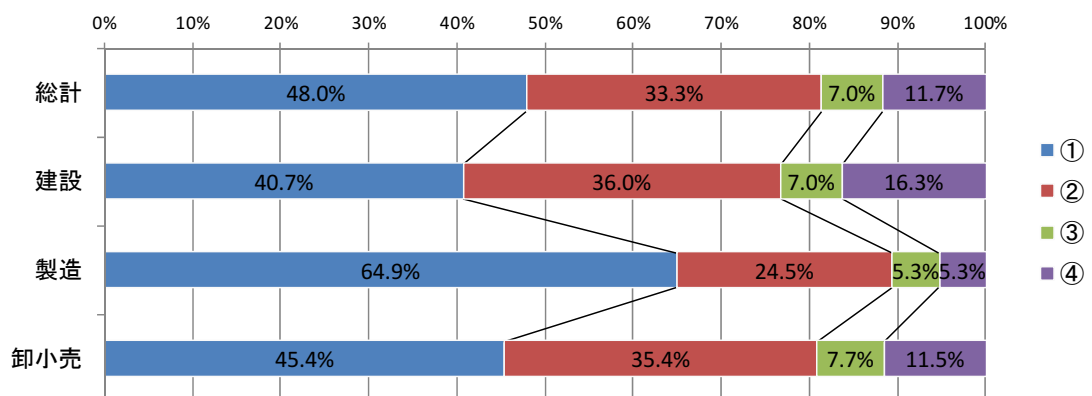
【図23-1】



【図23-2】

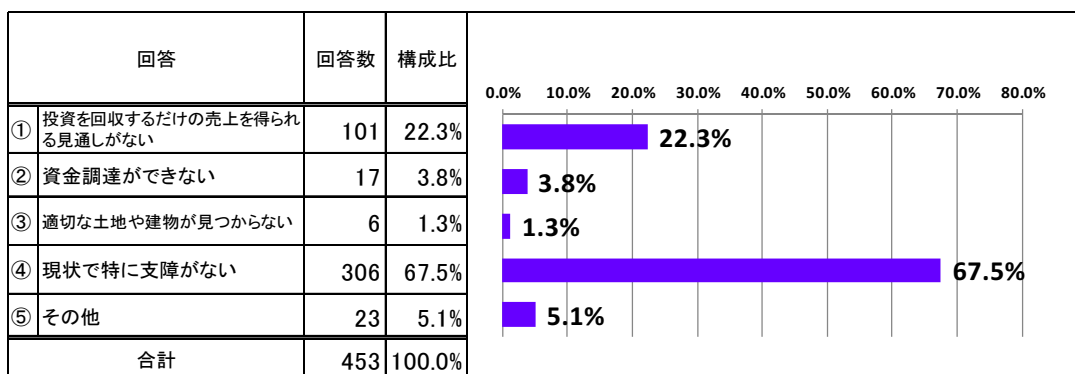


【図23-3】

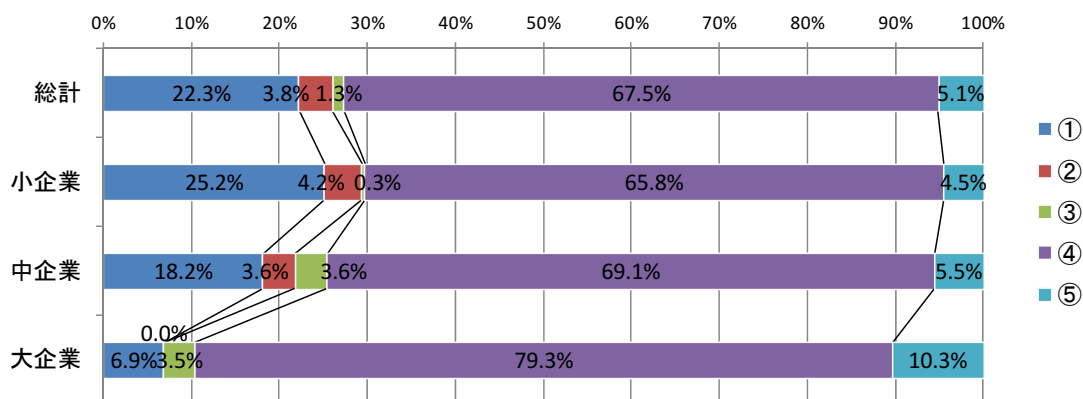


■(24) (21)で③と回答された方にお尋ねします。一番の理由は何ですか。

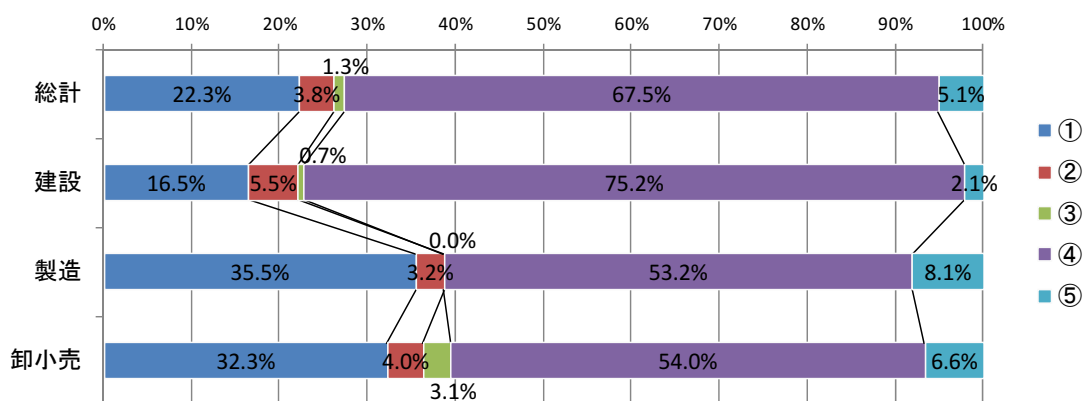
【図24-1】



【図24-2】

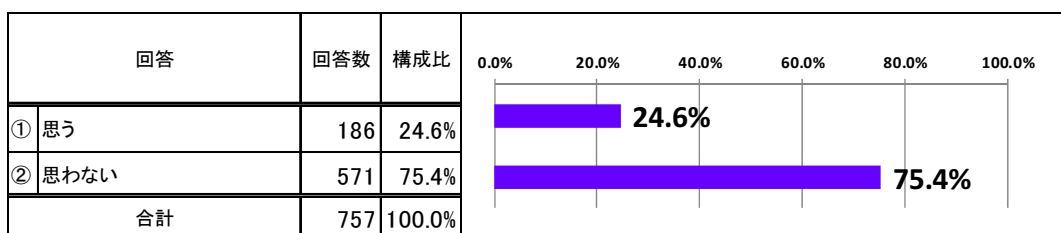


【図24-3】

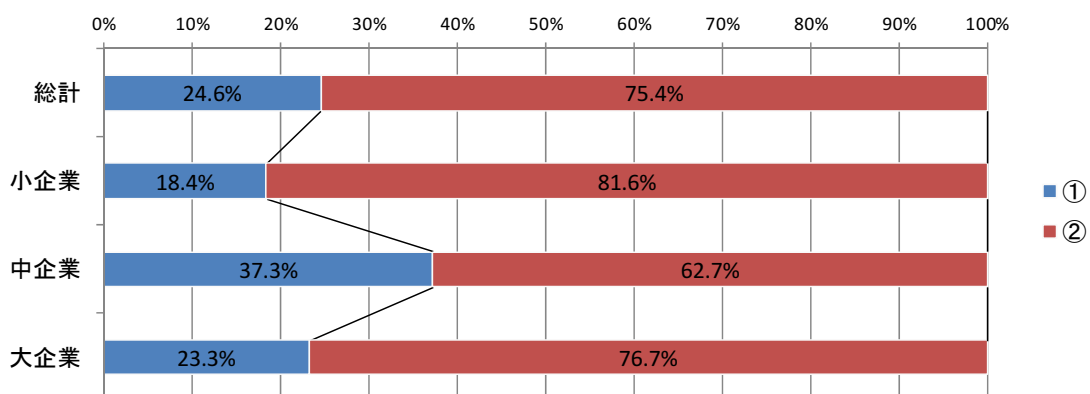


■ (25) 今後、他の企業や試験研究機関との連携や共同研究をしたいと思いますか。

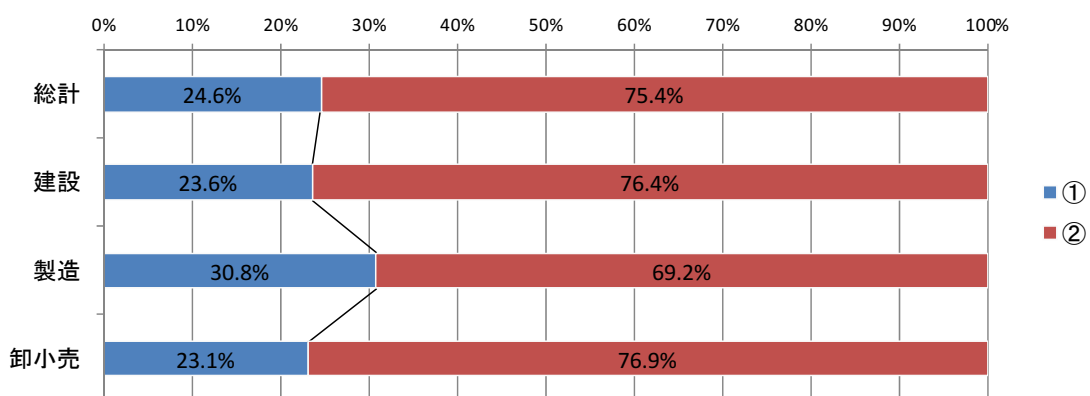
【図25-1】



【図25-2】

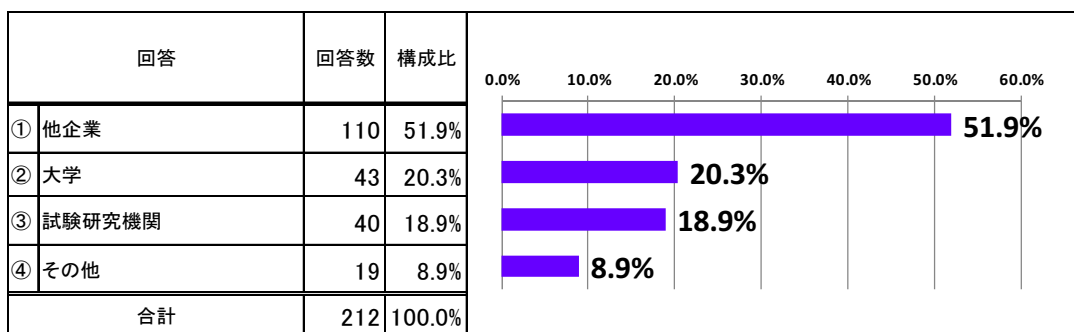


【図25-3】

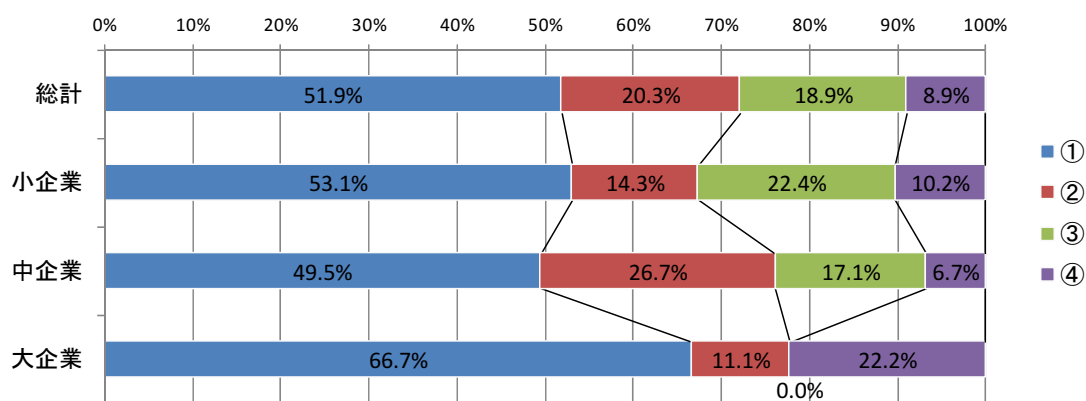


■(26) (25)で①と回答された方にお尋ねします。どのような連携や共同研究をお考えですか。

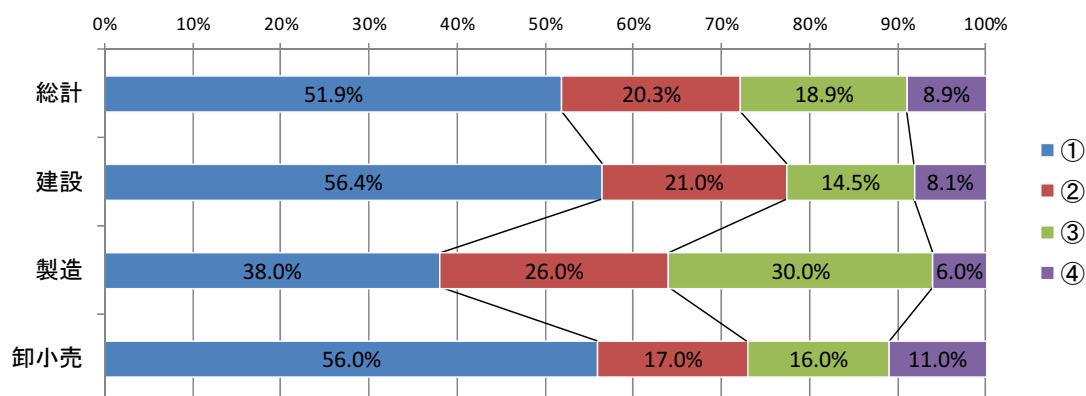
【図26-1】



【図26-2】

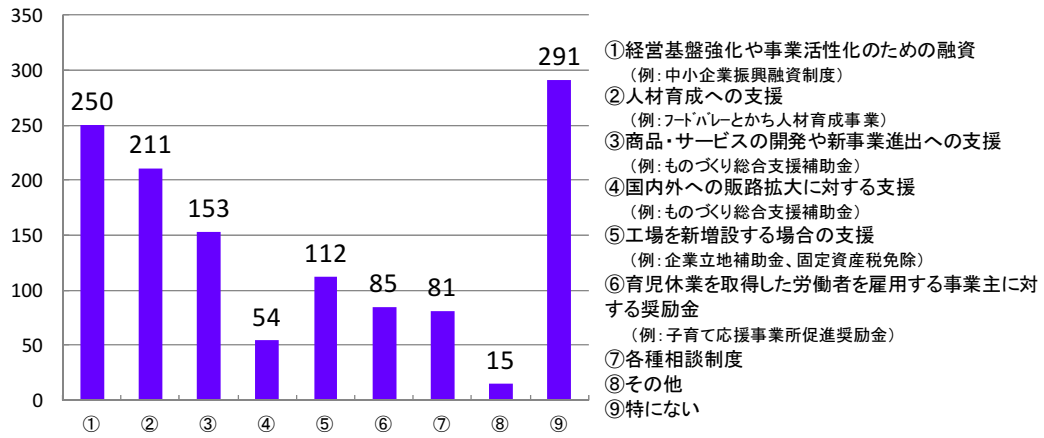


【図26-3】



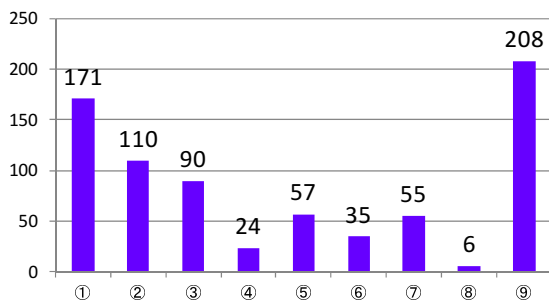
■ (27) 帯広市の支援制度のうち、今後利用してみたいものを3つまで選んでください。

【図27-1】



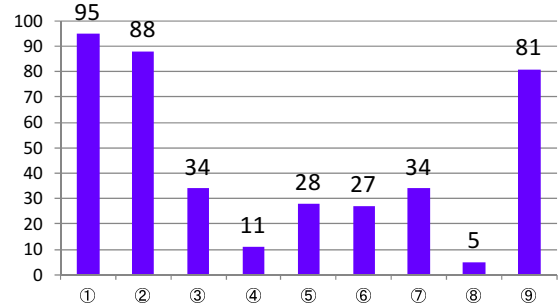
【図27-2】

小企業



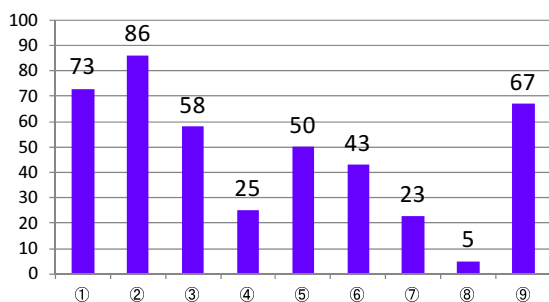
【図27-5】

建設



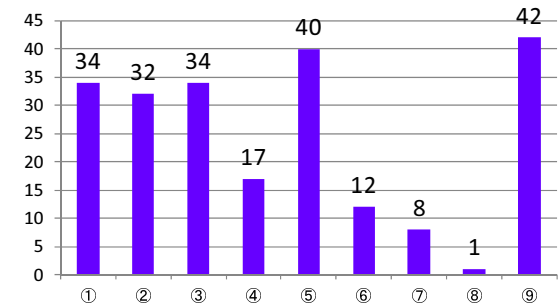
【図27-3】

中企業



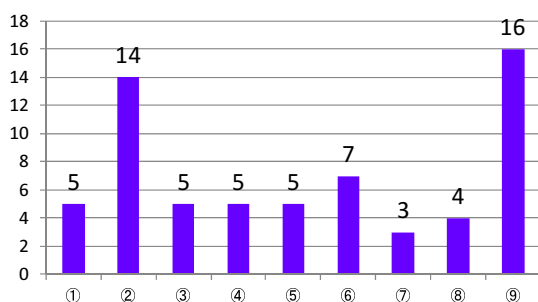
【図27-6】

製造



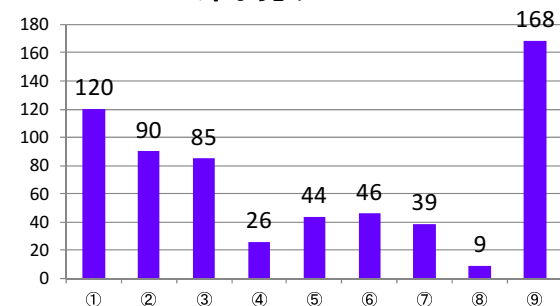
【図27-4】

大企業



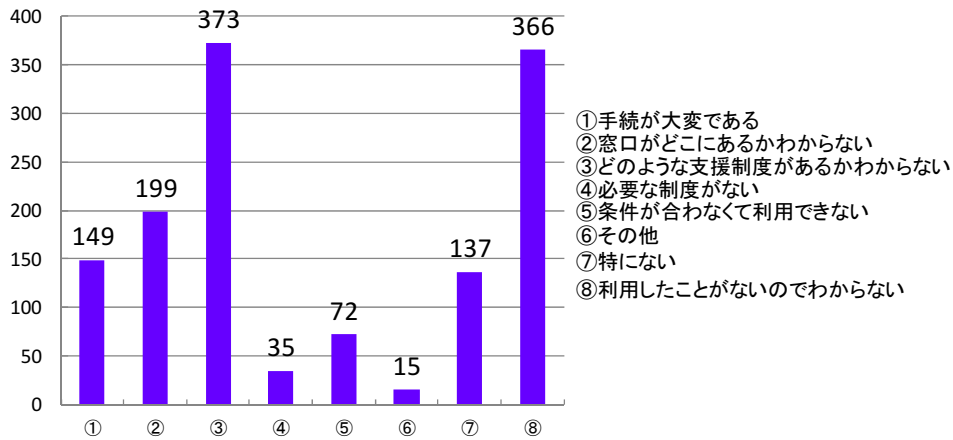
【図27-7】

卸小売サービス



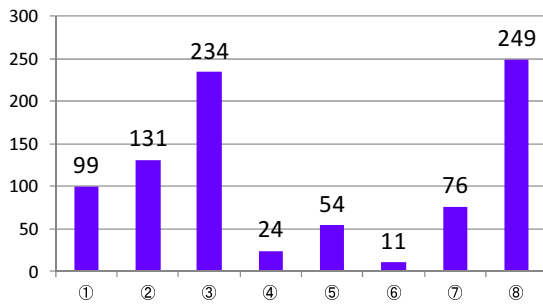
■ (28) 帯広市の支援制度について、どのようなことを感じていますか。いくつでも選んでください。

【図28-1】



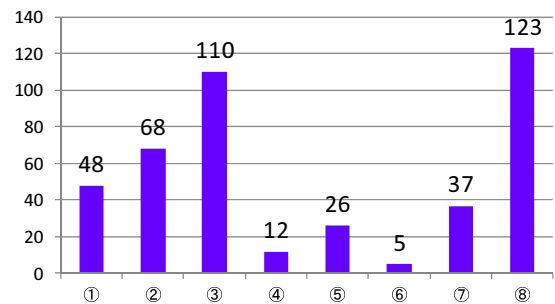
【図28-2】

小企業



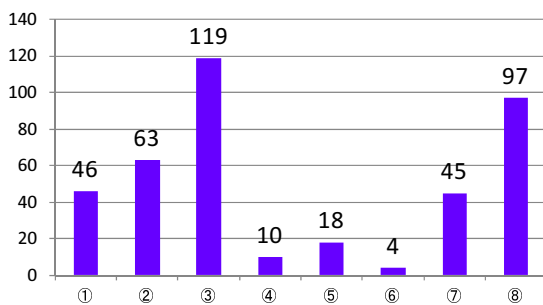
【図28-5】

建設



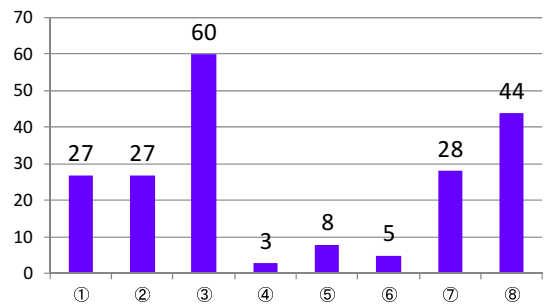
【図28-3】

中企業



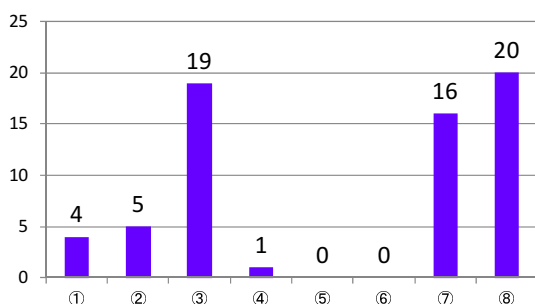
【図28-6】

製造



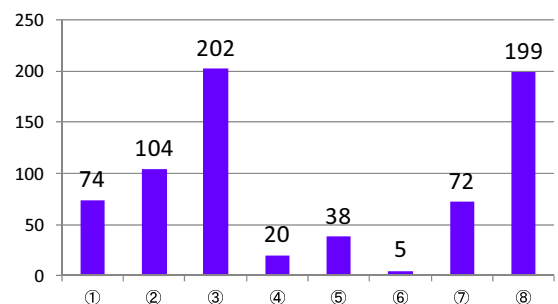
【図28-4】

大企業



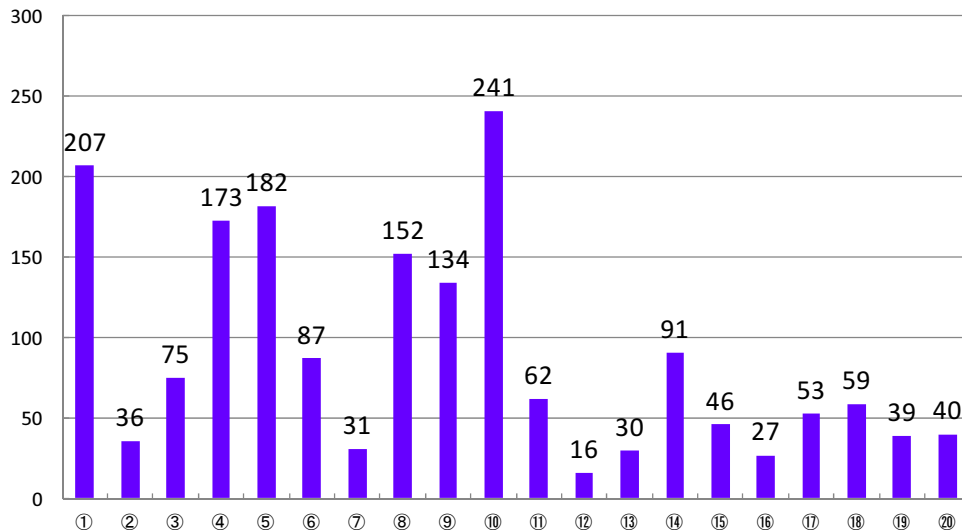
【図28-7】

卸小売サービス



■(29) 「帯広市産業振興ビジョン」(平成21年2月策定)は中小企業振興施策として以下を掲げています。このうち、今後重点的に取り組むべきと思うものは何ですか。3つまで選んでください。

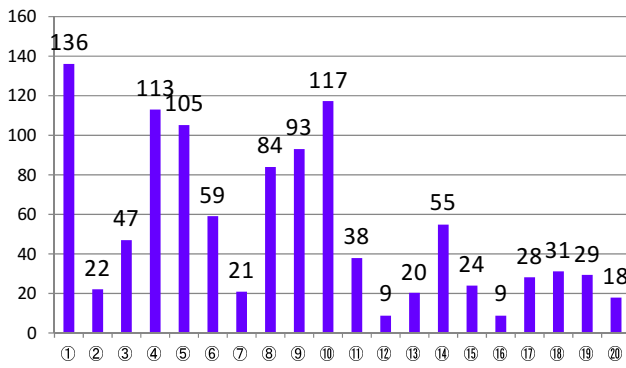
【図29-1】



- ①経営支援(例:各種相談、異業種交流、情報発信)
- ②組織化促進・中小企業団体の育成
- ③創業・起業の促進
- ④経営基盤の強化(例:融資制度、信用補完)
- ⑤商業・商店街の活性化
- ⑥建設産業の革新支援(例:新事業・新分野進出支援)
- ⑦地域経済の調査研究
- ⑧担い手の育成(例:インターンシップ、研修事業)
- ⑨経営力の強化(例:事業承継・事業再生支援)
- ⑩雇用の確保(例:雇用創出支援)
- ⑪地域資源活用・農商工等連携の推進
- ⑫産学官連携の推進
- ⑬産業クラスターの形成(例:ものづくりに関する相談、技術力強化)
- ⑭地域ブランドの形成
- ⑮産業基盤の強化(例:大手企業と中小企業の交流・連携促進、工業用公共料金の負担軽減)
- ⑯交通ネットワークの活用(例:道央圏・道東圏への商圏拡大PR)
- ⑰企業立地の促進(例:企業立地補助金、固定資産税免除、産業用地の確保)
- ⑱集客交流産業の振興(例:食・産業観光の推進、観光客・ロケ誘致)
- ⑲拠点づくりの推進(例:観光情報・案内の充実、環境・景観づくり)
- ⑳ネットワーク化の促進(例:海外客受入体制の充実、国際チャーター便の拡充、空港利用促進)

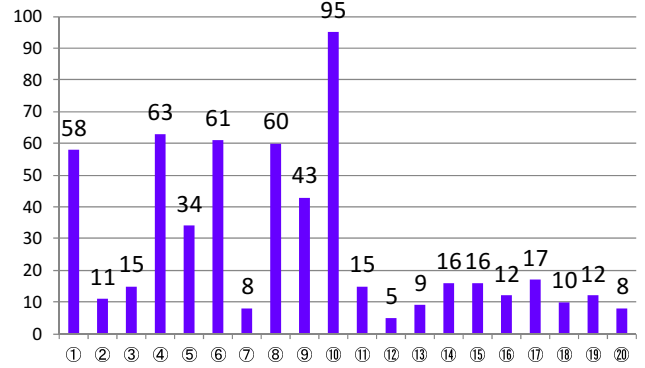
【図29-2】

小企業



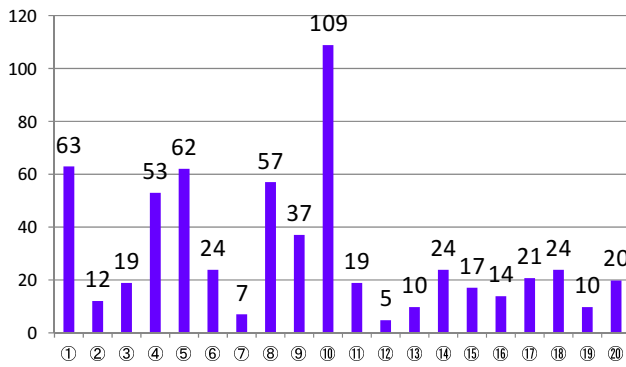
【図29-5】

建設



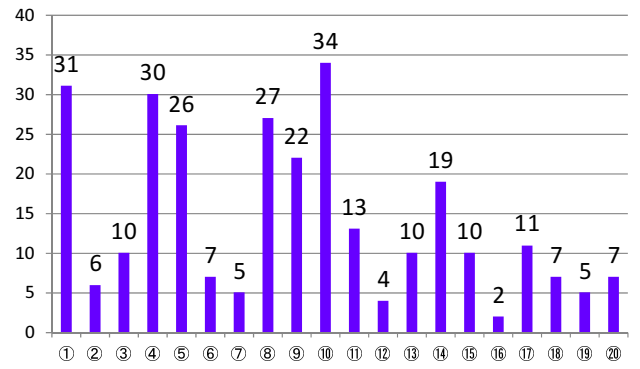
【図29-3】

中企業



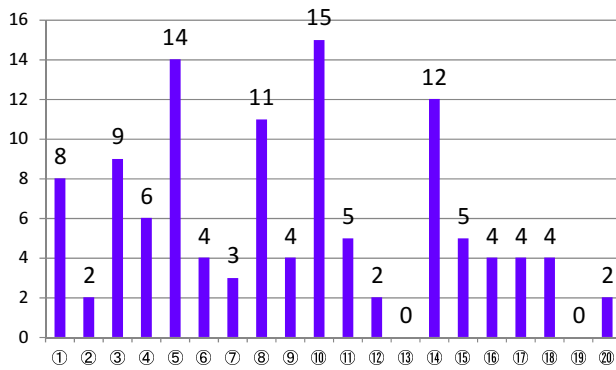
【図29-6】

製造



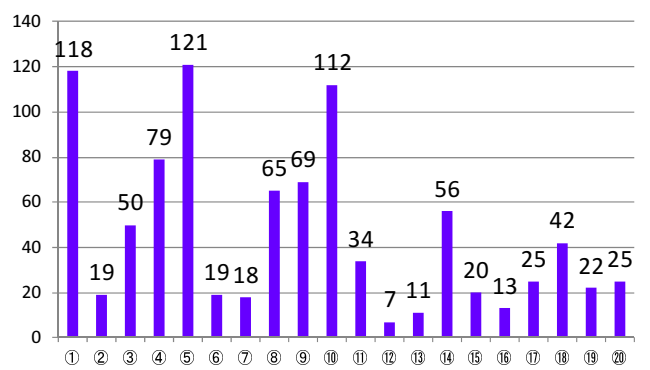
【図29-4】

大企業



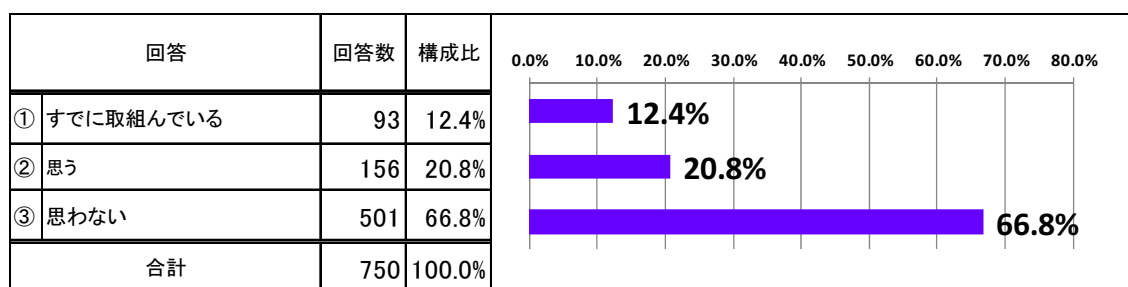
【図29-7】

卸小売サービス

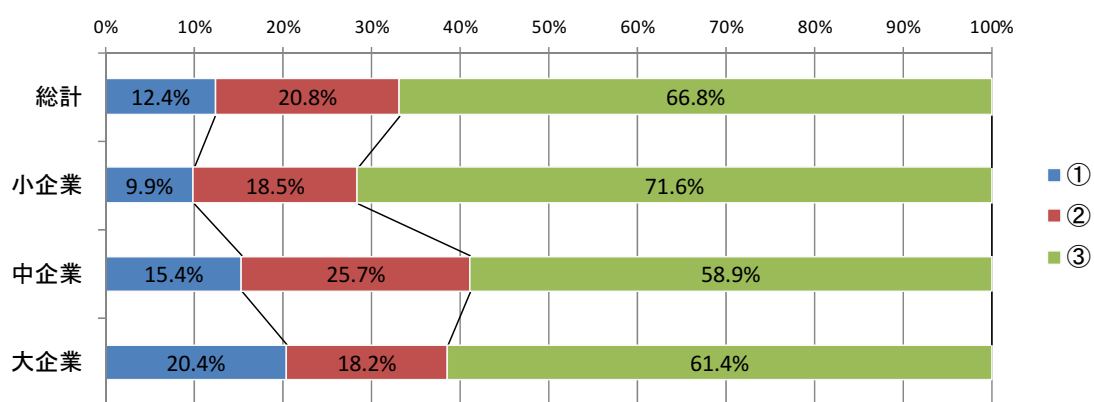


■ (30) 今後、食に関連した取り組みを行いたいと思いますか。

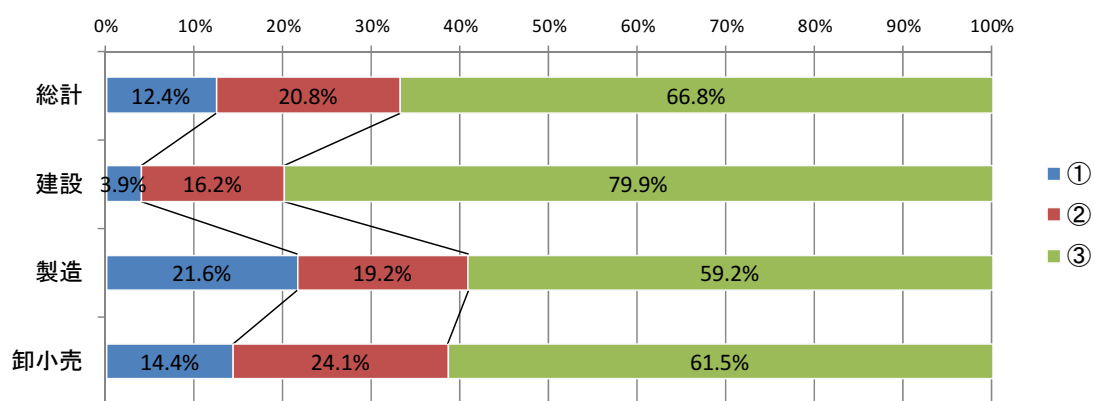
【図30-1】



【図30-2】

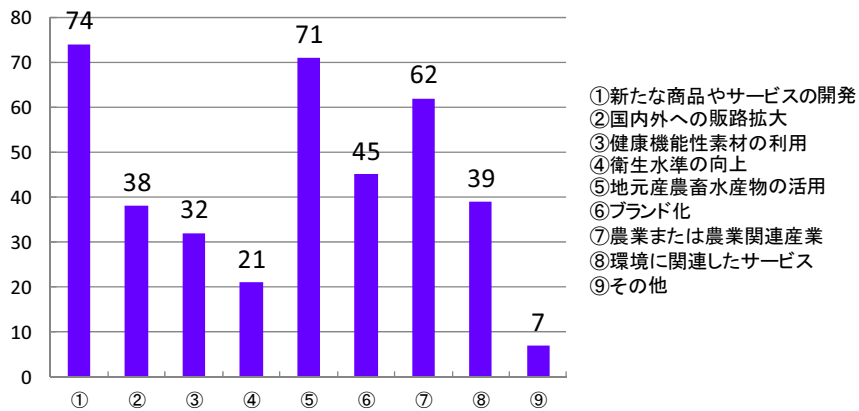


【図30-3】



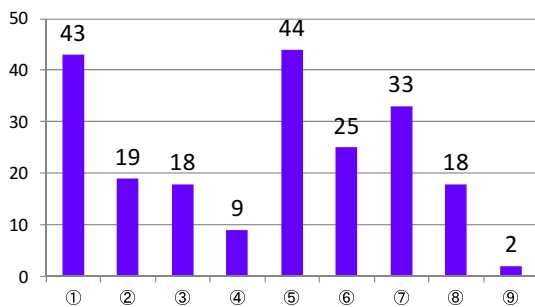
■(31) (30)で②と回答された方にお尋ねします。将来的に取組みたいことを、いくつでも選んでください。

【図31-1】



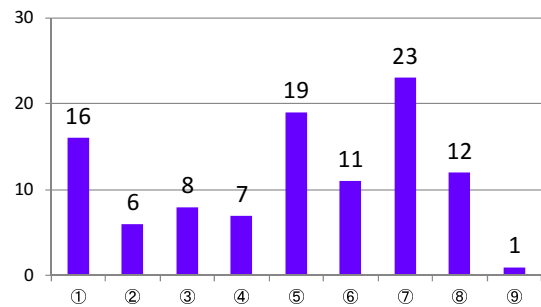
【図31-2】

小企業



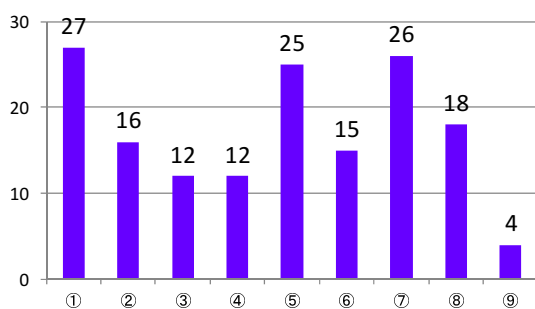
【図31-5】

建設



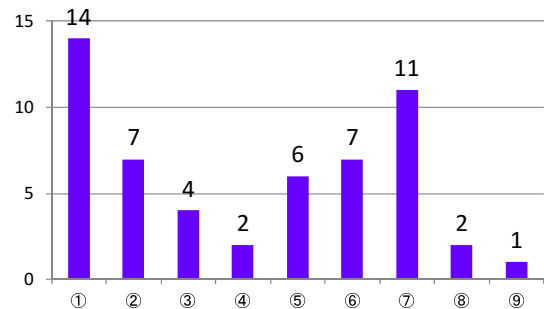
【図31-3】

中企業



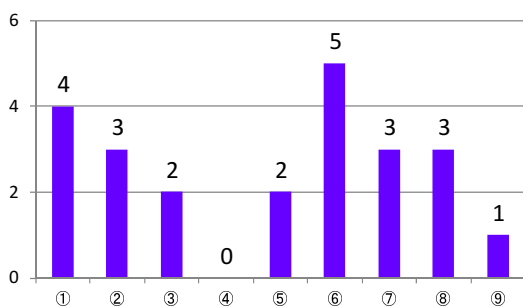
【図31-6】

製造



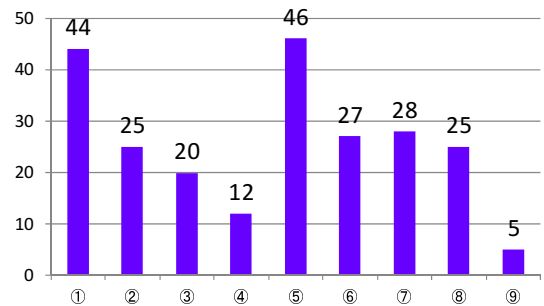
【図31-4】

大企業



【図31-7】

卸小売サービス



(2) ヒアリング調査における聴取内容

以下では、ヒアリング調査において聴取した内容のうち、主なものを掲載します。なお、「○」印ごとの小見出しに付した件数は、同様の内容の聴取件数を表しています（「・」は主なものであり、小見出しに付した件数とは合致しません。なお、【建】は建設関連、【製】は製造関連、【卸】は卸・小売・サービス関連を表します）。

(ア)事業者（企業、個人事業主等）

①人材について

○人材（特に技術職、営業職）が不足している（確保が難しい）。（99件）

- ・大学・専門学校など進学率の上昇に伴って職人のなり手が減少しており、人材を確保するのが難しい状況。【建】
- ・建設業界全般的に人材確保が深刻な問題となっている。求人を出しても応募がなく採用ができない。【建】
- ・土木系学校卒の新入社員や中途採用など、施工管理の資格をとるのに有利な人を募集している。応募してくる人はいるが、こちらが求める人材の応募はない。【建】
- ・トラック業界では運転者が不足しており、新聞とハローワークを通じて求人募集を出したが、全く応募がない。繁忙期は他社から人を借りたい場合もあるが、東京オリンピックが影響しているのか、この地域に技術者が少なくなっている。【建】
- ・都市部に仕事があるため、都市部に人が集まる。帯広でも都市部へ人材が流出している。【建】
- ・現場経験のある人材でないと現場を統括することが難しいので、現場を総合的にサポートできる人材が欲しい。【建】
- ・業務内容は国家資格が必要となることもあり、若い人材でなくてもいいが、募集をかけてもなかなか応募がない。また、アルバイトやパートでは業務の補助はできても、主となってやることは不可能。【建】
- ・ハローワークや求人情報誌に情報を出しても、応募は1件しかなく、未経験の年配者であったため採用を見送った。仕事はあるが人材不足で対応できていない。【建】
- ・人材を増やしたいが、特殊な技術資格が必要になる職種であるため厳しい。普通のやり方では人が集まらない。【製】
- ・総務系の人材は足りているが、現場での人材が不足している。大学を卒業してすぐ現場に配置することはなかなか難しい（大学生は嫌がる）ため、高卒者が中心となっているがその部分の人材が足りていない。【製】
- ・製造ラインの管理者と作業してもらおうパートさんを常時募集しているが、なかなか集まらない。ただ、オホーツク方面と比較すると、十勝は相対的には人が集まりやすい。【製】

- 営業を募集しても人が来ない。若い人には営業という仕事に対する拒否感があるようだ。同業者と話していても、同じ話を聞く。【製】
- 人手不足が深刻化しており、従業員の残業により仕事を回している状況。その一方で、働き方改革により従業員が働ける時間が短くなっており、人材の確保が急務。【卸】
- 商品を増産するためにパートを募集しているが全く人が集まらない。【卸】
- 販路拡大のため営業する人材を募集しているが、全く応募がない。【卸】
- とにかく人手不足が直近の課題。従業員の総数は増えているが、正社員数は5年前より減少している。扶養手当内の勤務を希望しているパートが一番多いが、最低賃金の上昇により、パート全体の労働時間が減少しており、その分、人を増やしている。【卸】
- ハローワークなどにパートの求人を出しても、まったく反応がない。今いる職員が退職したら業務を続けられるか心配。儲かる仕事でもないのに、簡単に賃金も上げられない。【卸】

○業界として魅力に乏しい。(14件)

- 建設業は3K・5Kとまだまだイメージが悪く、母親が特に就職先として認めないケースが多い。仮に就職してもすぐに転職を勧めるので、母親を取り込まなければ難しい。【建】
- 若い世代を中心に建設業全体に先行き不安を感じる状況にあるように思われる。将来性や魅力のPRが必要。【建】
- 建設業は縁の下の方の仕事をしていて、例えば災害があったときでも、テレビでPRされるのは消防や警察が多く、建設業がなかなかPRされない。親の世代にとっては、建設業はイメージが悪いため、子どもに対し就職先に勧めない。【建】
- 度々、マスコミなどで、業界の長時間労働など過酷な労働環境が問題視されてきており、新卒の学生などから敬遠される要因となっている。【卸】

○若手人材が定着しない。(15件)

- 自治体が中途採用で技術者を募集するので、やっと一人前になった者が辞めてそちらに行ってしまう。一人前になるまで資格取得や勉強などに10年で5千万円は最低かかるため割に合わない。【建】
- 若い人材を雇用しても3年ほどで独立、あるいは、条件の良い会社へ転職してしまう。【建】
- 建設業関係は3年～5年の経験が必要となるが、つい先日も資格を取得した途端に辞めてしまった従業員もいた。【建】
- 当業種については、技術職であり、技術を身に付けるまで3年はかかる。一度勤めたら5年以上は働いてほしいが、最近はすぐやめてしまうのが課題である。現在、勤務している(残っている)職員は全て10年以上の勤務。【製】

- ・60歳定年後に嘱託職員という形で雇用しているが、いずれ若い人に業務を引き継いでいかなければならない。その場合、何年か前に雇って徐々に継承していかなければならないが、人を1人増やすことは大きな支出になるし、最近だとちゃんと定着してくれるかどうかもわからないため判断が難しい。【製】
- ・採用しても3年以内に辞めてしまうことが多い。特にここ数年は公務員への転職が増えている。【卸】
- ・複数の大学と共同研究を行っていることから、最近では共同研究の大学などからの理系女子の就職が増えている一方、ヘッドハンティングにより転職する技術者の男性職員が増加傾向にある。【卸】

○先行き不透明で、経営状況も厳しいため、増員したくても増員できない。(14件)

- ・以前は経理や運搬作業などを行う従業員がいたが、売上が減ってきていることから、人員を確保する余裕もなく、今いる従業員で作業を兼務している。【製】
- ・人材確保には、給与面など福利厚生改善が必要ではあるが、現在の売上などから考えると厳しい。【製】
- ・人件費を払える売上がないため、営業にも回れていない。【卸】
- ・少子高齢化で仕事・売上ともに減少傾向で従業員も雇えない(雇うほど仕事がない)状況である。【卸】

○人材を育成・確保する方策が必要である。(33件)

- ・今の就職希望者は収入よりも休暇の取得を求める人が多いので、入社した最初のうちは残業もさせず休暇もフリーで認めている。【建】
- ・全道的にインターンシップを受け入れており、業界としても努力している。【建】
- ・工業高校、農業高校の土木科学生を対象として、建設事業に関する理解を深める講座を実施。学生だけでなく保護者にも案内し、民間企業だけでなく行政機関など建設事業に関わる関係機関とその役割を説明し、業界全体への理解を深めることにより就業希望者の獲得につなげている。【建】
- ・従業員は高卒が多く、以前は、工業高校や農業高校の土木系学生を対象としていたが、対象範囲を広げ、普通科も対象としたため増えたと思う。【建】
- ・会社で資格取得費用を負担するなどしている。【建】
- ・異業種(百貨店)からの講師派遣、接遇、人事評価、企業理念の共有などをテーマに研修を実施している。【建】
- ・新卒採用は毎年行っている。また、人材の確保先としては高等技術専門学院が多い。【製】
- ・60歳定年で再雇用は原則65歳までの再雇用制度を整備している。ただし、会社側が望み本人も良いということになれば、65歳を超えても常勤として雇用している。【製】

- 社員教育は、社内の現場業務を通じて実践的な育成を行っている。社員には会社全体を俯瞰する力を身につけさせたい。会社の業務がどう回ることで業績が上がり自分の給与の財源となるのか、そういうサイクルを意識して業務に精励することが必要。【製】
- 合同説明会への参加など、人材確保に向けた投資を積極的に実施している。【製】
- 身内採用を強化しており、現在の営業担当からの繋がりでも営業職を採用した場合、現担当者が退職する場合でもスムーズに引継ぎが出来る。身内採用の場合、通常よりも待遇を良くするようにしている。【製】
- 人材育成は OJT のほか、講師を呼んだ社内研修や外で実施されるセミナーへの職員参加などを実施。【製】
- 採用活動は主に自社媒体で行っているが、イベントの際、アルバイトとして雇った学生の繋がりでも業務に興味をもってもらった人を採用することもある。【卸】
- 安定した人材確保のため、以前は中途採用が多かったが、昨年からは新卒採用を実施している。【卸】
- 人材育成では、営業職は最初の2年間を新人と定義し、定期的に研修を行っている。通常は集合研修だが、北海道は広いため Web 研修も取り入れている。また、朝礼時に本社から全国の営業所へ映像発信を行うなどしている。【卸】
- 人材育成では、自社で行う社員研修のほか、親会社や同業者グループが行う研修に参加させている。【卸】

○人材育成が十分に行えない（課題がある）。（17件）

- 技術的な面で新たな資格の取得促進や情報の更新など積極的に人材育成を行いたいが、社員に時間の余裕がなく業務が優先となってしまうため、なかなか進んでいない。【建】
- 人材育成はこれから事業を行っていく上での先行投資だと考えるが、資格を取らせるために100万円以上の投資をしても転職などで無駄になってしまうのはやりきれない。【建】
- 本当はもっと職員を研修に行かせたいが、現場を管理できる人が少ないため、長期不在になると現場を回せなくなるというのが大きな課題。【製】
- 人材育成を行いたいと思っており、経済団体の研修などに参加させている。社内業務というより、管理運営を適切に行えるような人材育成をしたいがどのような方法が良いか悩んでいる。【製】
- 技術の伝承が課題。昔のように、「先輩の技術を盗め。先輩の背中を見て覚えろ。」では人は育たない。【製】
- 一番の課題は人材育成。人材確保はできているが育成が難しい。経験はなくても良いが、採用後に社内でスキルを上げるよう教育しても、思うようにいかない面もある。【卸】

- ・技術力の向上を図れるよう、業務ごとの研修や、技術力アップと技術資格の取得に取り組めるような環境作りを行いたい。【卸】

○採用方法など人材確保に悩んでいる（課題がある）。（32件）

- ・土木科学生だけでは足りず、普通科学生で業界に関心がある人まで対象を広げて採用し、採用後に時間をかけて専門技術職に育成するという動きも業界内では出てきており、そうした場合の時間や経費面での企業負担も増えている。【建】
- ・就職サイトで募集しているが、こちらが求める人材は集まらない。以前は新聞やフリーマガジンなどで募集していたが、効果がなく、経費がかかるためやめた。【建】
- ・人材の確保に向け、インターンシップなど行いたいけどどこに聞けばよいかわからない。【建】
- ・民間の職業紹介会社の利用も検討しているが、費用対効果の面で不安がある。【建】
- ・合同企業説明会や、ハローワークを利用しているが人が集まらないため、昨年から自前で高校や大学などに訪問し自社PRを行っている。【製】
- ・今の若い人の多くは、残業をしてまでお金が欲しいと思わない。お金より余暇という風潮。【製】
- ・就活サイトは一度データを入力すると沢山の企業へ簡単にエントリーが出来るしまうので、ヒット率が低い。自社ホームページにエントリーシートを載せ、応募フォームから申し込んでもらうとヒット率が高い。【製】
- ・募集枠に対して選抜できる規模で応募はあるが、地元高卒が多く、大学卒の応募はない。【卸】
- ・土日が書き入れ時のため、人を雇おうとしても土日勤務の条件で合致することが少ない。【卸】
- ・ノウハウや技術が必要な仕事であり、未経験者の採用は困難。【卸】
- ・建物を作るような一般的に知られている業界ではないため、応募してこないのかもしれない。今はハローワークしか使っていないため、募集方法を目に留まるような形で工夫していきたい。【卸】
- ・人手不足の余波か、十分な吟味ができないまま雇入れした結果、トラブルに至ることもある。労使それぞれの立場で意識の隔たりが大きいと感じる。【卸】

○今後見込まれる人材不足に取り組むための方策が必要である。（既に取り組んでいる。）（52件）

- ・人材不足に対応し効率を上げるIoT施工の計画をしたいが、初期投資がかかることに加え手頃な規模のものがない。【建】
- ・AIなど新技術の活用について、大型事業実施の際には自動運転機械の導入などによる工期短縮など、スケールメリットが考えられるが、地元中小企業が受注するような工事においては、そうしたメリットを生かす機会が想定されず、導入に踏み切れない。【建】
- ・人材不足への対応は、高齢者の雇用や女性の積極的な採用に取り組みたい。【建】
- ・労働力の確保のため、今年からベトナム人の実習生を採用している。【建】

- ・内部環境の改善をしないと人が集まらないため、環境改善に取り組んでいる。【建】
- ・3Kのイメージが定着している飲食業界で正職員を確保することは難しいため、高齢者が働きやすい職場づくりに努めている。高齢者は、注文をとるハンディターミナルの操作や、会計のレジスターの操作が苦手である一方、業務開始前の準備や閉店後の片づけ、あるいは業務中の食器の片づけなどは高齢者でも十分対応可能である。こうした仕事の切り分けができれば、高齢者が戦力として活躍でき、さらに現在働いている従業員の負担軽減、離職防止につながる。【製】
- ・当社の女性割合は3割で、女性の積極的な採用に取り組んでいる。ただ女性の管理職が少ないため、今後はどんどん上に上げていく方針。【製】
- ・定年退職した人を、お互いの同意のうえで週2～3回のパートとして再雇用している。最近はフルタイムパートもなかなか集まらないので、今いる職員をパズルのように組み合わせてシフトを組んでいる。【製】
- ・ベトナム人やインドネシア人の外国人実習生を労働力にしている。【製】
- ・生産管理は、将来的にAIを活用できないかと期待している。【製】
- ・これまでは女性の事務員が多かったが、最近は女性活躍社会の動きもあり、女性＝事務といった風潮はなくなりつつあると思う。【卸】
- ・事務の効率化の観点から、ペーパーレス化を導入している。以前に比べ、郵便でのやり取りが大幅に減り、郵送料が削減できたほか、取引先からも大変喜ばれている。【卸】
- ・人材確保のためには、給与や福利厚生などの改善が必要であるが、現状の売上では資金的に厳しい。【卸】
- ・65歳以上の雇用を積極的に行うなど、定年の延長などを考えなければならないと考えている。【卸】
- ・今後は手当など福利厚生制度も拡充し、とくに勤務期間の長い従業員に還元(優遇)することで、やりがいをもって続けてもらいたい。【卸】

○働き方改革に取り組んでいる一方で課題もある。(26件)

- ・働き方改革として、休暇取得の促進に取り組んでいるが進まない。【建】
- ・働き方改革の一環で、工事受注の際にも休日の確保が求められるが、日雇いの作業員の待遇確保のため、事業者側で賃金への配慮などの対応が必要となっており、経費面での負担が増している。【建】
- ・週休2日制はなかなか難しい。元請業者が土曜日に発注をしてくるところがあり、自社の努力だけでは働き方改革に取り組むのは難しい。【建】
- ・近年、ダブルワークをする従業員が増えているが、国は、個人や企業が勤怠管理をすべきとの姿勢。企業が管理することに限界がある中、従業員の健康・生活を守るためには、労基などがしっかり対応しなければならないのではないかと感じている。【製】
- ・これまで、休祝日は必ず会社を開けていたが、従業員のことを考えれば、休みにすることも必要。今回のゴールデンウィークでは2日間臨時休業にした。【建】

- 昨今テーマになっている働き方改革については、機械化などを通じて余力を生み出し、休暇の取りやすい体制にしていきたい。【製】
- 働き方改革の前から、柔軟な労働契約の仕組を構築してきた。以前、心の病でフルタイム勤務が難しい職員について、契約社員という形で時短勤務制度を取っていたが、当社に欠かせない人材となったため、勤務時間はそのまま正社員として雇用できるように規約を改正した。また、過去にそのような職員がいた場合にも、職場へ戻りやすくするための休職制度を設けている。【卸】
- 働き方改革の影響で作業効率化が求められている。今まで手書きだった領収書を印刷・出力できるようにしたり、電話で受けていた受注を本社で開発した受注システムに変更し、注文先がシステムで入力すると自動集計してくれるなど、作業の効率化を図っている。【卸】
- 働き方改革を進めたいが欠員のため、なかなか進まない。【卸】
- 働き方改革を踏まえて遠方への営業を避け、購入相談なども予約制を導入した。最初はクレームもあったが、予定通りに来店してくれた方への記念品贈呈などにより現在は定着しているように感じている。【卸】
- 働き方改革については、極力残業はしない、明日出来る仕事は明日やるなどの取り組みで環境の改善に取り組んでいる。【卸】

○後継者がいない（育成について課題がある）。（25件）

- 後継者がいない。自分が創業者であるため会社をたたむことも検討している。【建】
- 後継者は決まっているが、まだ経験不足。もうすこし自分がトップでやっていく。【建】
- あと2年で60歳になるため、後継者をどうするか今後の課題。娘が2人いるが継ぐ予定はない。今後、経営が厳しくなってきたら、廃業するか、どこか大手企業にM&Aされるかなどを考えなければと思っている。【製】
- 後継者については、孫に継いでもらいたいと考えているが、事業が軌道に乗らないと難しい。【製】
- 中小企業の経営を受け継ぐのは絶対的な覚悟が必要。覚悟に尽きる。中小企業には、ヒトもモノもカネもない。何も無い状態を受け止めて、絶対に投げ出さず持続させる覚悟が必要。【製】
- 後継者について、従業員で会社の負債が無ければ承継しても良いという意向を示している社員がいる。子どもが後を継ぐよりは、意欲のある社員がいるのであればその方が良いと思っている。【製】
- 後継者は決まっているが、育成に時間がかかっている。【卸】
- 事業承継税制など、優遇制度も出てきているが、承継までの期間中の株式管理など複雑であるほか、出口戦略が描きにくい。中小規模の事業者からすると、もっと簡略化が必要だと感じる。【卸】
- 跡継ぎはおらず、他の同業者から営業権の譲渡要請や共同運営の相談など、様々な打診を受けている。【卸】

○従業員が高齢化している。(14件)

- 業界で働く者の高齢化に伴い技術の継承が進まない。【建】
- 工事書類の作成に IT 技術が必要になり、高齢化が進んでいる技術者には負担となっている。【建】
- 技術者(大工)の高齢化により作業効率下がっているため、外注が増大している。【建】
- 長年勤めているベテランのパートさんが高齢になっており、若い人を育てないといけないと考えているところ。【製】
- 同業他社も従業員の高齢化が進んできており、若い人材を確保しなければと考えているが、人員を雇える売上がないため、雇えない状況。【製】
- 熟練技術者が高齢化していく中で、職員の年齢バランスが悪く、うまく技術の継承が出来ていない現状。【卸】
- 業界内では高齢化が問題となっており、組合への入会も減少してきている。【卸】
- 現状では影響はないが、雇用しているドライバーの年齢層が上がってきている。【卸】

②経営状況について

○売り上げが増加している(好調である、先行きが一定程度見通せる)。(49件)

- 新規開拓に向けた営業活動は特に行っていないが、実績を積み上げていく中で信頼していただき、顧客先から別の仕事を紹介いただくなど、微増ではあるが売り上げが拡大している。【建】
- 平成28年の台風被害で復旧需要があったことと、公共関係で大型建物の建設が続いたため、売上はここ数年で大きく伸びた。また、以前は2月~5月くらいは暇であったが、最近は養生技術が進むなどして、通年で仕事が出来るようになってきている。【建】
- 農業施設の電源設備の接続など、農業関係で売り上げが堅調。【建】
- 台風被害からの復旧工事や大型建築工事などの関係で、出張で帯広に来る人が増えており、お土産に商品を購入していく。【製】
- 主にアジア圏からの観光客の需要が伸びることで、顧客や販売先が増え、売り上げが増加している。【製】
- ネット注文や、注文後も顧客と SNS を通じた意見交換など、注文から納品までの顧客との密接な対応やスピード感が同業他社との差別化になっている。全国から注文を受けているとともに、さらに近年リピーターも多くなっており、売り上げが毎年伸びている。【製】
- 会社を15年やってきて、ノウハウが積み重なってきた事により類似の作業であれば短時間で出来るようになった。結果的に、同じ人数でこれまで以上の依頼に対応することが可能となった。【製】
- 補助金を活用した設備投資を行ったことで、生産性が上がり売上が伸びた。【製】
- 特に農業団体からの発注が多く売り上げは上昇傾向。平成28年度の台風の際は台風以降注文がパタッと止まって大変だった。十勝は農業が駄目だと厳しい。【製】

- 地元産原料を使用するかどうか、販売先のニーズに合わせた対応をしている。販売先が増えているため、売上は伸びている。【製】
- 他社と合併したことによる単純な売上増もあるが、安定した売上が積み重なってきたことと、既存の顧客からの紹介や、自社 Web を見て依頼が来るようになったことなどにより売上が伸びている。【卸】
- 車の販売台数は全国的に見て過去最高となっており、先行きが明るいものと感じている。それに伴い自社についても増収が続いている状況。【卸】
- キャッシュレス化による電子決済対応機器を導入する業者が最近多い。【卸】
- 元々PB 商品提供と、物産展への出店販売をメインに商品生産を行ってきたが、最近では OEM 生産や原料・一次加工品の販売を強化してきた効果もあり、取引先が増え、売上は上昇傾向となっている。【卸】
- 少子高齢化やコンビニの普及により、需要は少なくなっており、業界が再編された。その結果、ある程度仕事がある状況。【卸】
- 派遣業、サービス業の世間の認知度は上がってきていると感じており、首都圏に本社がある企業が地方に進出してきていることからビジネスチャンスは広がってきているのではないかと感じる。【卸】
- 写真撮影は、一張羅を着た特別な日から私服・普段着の今を切り取るものになった（市民化、インテリア化）。ここに伸び代があると考えている。【卸】
- 売り先の住み分けができてきたため、値下げ競争などの叩き合いがなくなった。売上は安定している。【卸】

○売り上げが減少している（不調である、先行きの見通しが立たない）。（36件）

- 業務量は得意先の建築業者の景気によって左右されてしまい、先行き是不透明。【建】
- 土木工事の発注件数（予算）が減っているため、受注できる仕事が減っている。【建】
- 労務単価や資材単価の上昇分を料金に転嫁しにくいなどの理由により先行きが不透明であるという不安がよく話に出る。【建】
- 少子高齢化が進行する中、後継者が不在、あるいは、退職した従業員の補充ができないなどの理由により、取引先の外食産業が店を閉めるケースが増えてきている。こうした状況を反映して、当社の売り上げが減少し厳しい経営状況にあるが、効果的な対策がないのが実情。【製】
- インターネット利用者の増加やペーパーレス化などによって、印刷関係の仕事は減っている。業界としても問題意識をもっている。【製】
- コンビニでお昼ご飯を買って職場で食べる人が増えており、地域の定食屋などが減少している。当社はこうした飲食店に食材を BtoB で卸しているため、売り上げが減少してきている。【製】
- 最近、仕入先が大手企業に買収され、取引から外れ売上が下がった。大企業は大企業から仕入れるため、我々のような零細企業に仕事がない。【製】
- 人口減少による市場の縮小、紙から電子媒体への移行などにより、印刷業は存亡の危機に立たされている。【製】
- 燃料高騰により仕入れ値も上がっている影響で、売上は若干下がっている。【製】

- ・取引先に対し値上げの話をした場合、他の業者に乗り換えられてしまう可能性もあり、慎重に話をしなければならない。【製】
- ・消費意欲の減少により、顧客が減り、業界の売上げ自体が減少傾向にある。【卸】
- ・少子化や若者の車離れによって売上げは下降傾向にある。【卸】
- ・とりまく環境は日に日に悪くなっている。現在の自動車は自動運転や衝突防止の技術が搭載されることによって各種センサーなどの制御が複雑化しており、ディーラーでしか整備できないようなものが増えてきている。【卸】

○競争が激しい（激しくなっている）。（20件）

- ・帯広市内は住宅地の空きが少なく、新たな住宅建設が進まない。分譲地などのまとまった土地は、大手が購入してしまい、参入する余地がない。【建】
- ・札幌圏から大手が参入し、価格競争となれば地域の小規模事業者は撤退を余儀なくされる。【建】
- ・外食産業は多様化が進んでおり、競争が激化している。【製】
- ・ネットを介して破格の値段で受注・納品する業者がおり、脅威となっている。【製】
- ・バブル崩壊後、売上げが減少する中、国の規制緩和により同業者が倍に増え、パイの奪い合いになっている。また、インバウンドをターゲットとした会社が参入してきており、売上げを奪われている。【卸】
- ・大型店の中に入っているところが生き残っており、単独店舗はどんどん減っている。【卸】
- ・個人で経営しているが、大手のフォトスタジオに顧客が取られている。【卸】
- ・帯広市内ではチェーンホテルの建設が続いており、小規模事業者にとっては厳しい経営環境にある。【卸】
- ・特に街中の飲食店は飽和状態であり、競争が激化している。【卸】
- ・日EU・EPA、TPPの影響で、ヨーロッパのクッキー、チョコレートなどの関税が、5～10年後には0%になり、スーパーやコンビニでの菓子、食品加工品の価格関税分は確実に下がるため、競争が激化する。【卸】
- ・外の人からは、帯広はエステや美容室、歯医者が多いと言われる。ホワイトニング・矯正など含めて、美容意識が高いのではないか。そのため、競争が激しい。【卸】

○消費税増税への対応が課題となっている（対応が必要である）。（5件）

- ・現在は、景気も悪くなく売上も伸びているが消費税が上がった後が心配。【建】
- ・消費税増税に伴う需要の減退が懸念される。消費税5%→8%の増税の際と比べると駆け込み需要を感じない。また、前は納車が増税のタイミングをまたいだ場合、メーカーから増税影響部分についての補填があったが、今回はどうなるのかわからない。【卸】
- ・10月の消費税増税に向けて、設備機器を10%に対応しないといけない。【卸】

○公共工事などの業務発注量や発注の仕組みについて改善して欲しい。(8件)

- ・人手不足と資材の高騰に公共単価が追いつかない状況。見直して適正な単価にするべき。【建】
- ・受注者側の仕事量を踏まえて工期を柔軟に設定できるようにしてほしい。【建】
- ・現在は、台風被害の復旧工事により仕事が生まれているが、それが終わった後は、通年の雇用維持に向けた事業量確保が必要となる。【建】
- ・公共工事の減少に伴い大型事業が少なくなり、業務量が減少している。【建】
- ・地元企業優先の発注をお願いしたい。【製】

○経営などについて相談ができる相手がいる。(環境がある。)(92件)

- ・専門家(会計士、税理士など)に経営状況などの相談をしている。【建】
- ・金融機関や経済団体に社会保険の加入や決算資料作成などについて相談している。【建】
- ・他地域の同業種との交流があり、情報交換をしている。【建】
- ・金融機関にいきなり相談すると、同業他社と比較されてしまう可能性があるため、金融機関と話をする必要のある場合は、まず会計事務所と話を整理してから行うようにしている。【製】
- ・ロータリークラブに入っており、その中で情報収集などを行っている。一種の異業種交流であるが、そういった場で、経営上の悩みを共有している。【製】
- ・組合では月1回以上で会合を持っている。最近、原料が一方向的に値上げされたが、卸への要望活動を連携してやっていこうといった話をしている。ライバルというよりは仲間。【製】
- ・業界で人の貸し借りを頻発に行っており、他地域と比べて同業他社との繋がりが強く、人件費が抑えられている(札幌や釧路などの他都市では、人手が足りない場合、メーカーに頼んで人を派遣してもらっているがその分人件費がかかる)。
- ・経済団体における異業種との交流を通じて意見交換をしている。【卸】
- ・同業者と業務効率化の仕方や販売先、新事業に関して情報交換している。【卸】
- ・取引先や得意先などから声掛けをして、異業種の勉強会を不定期に開催している。【卸】
- ・同業他社に人材育成や業務改善の手法などを相談することが多い。十勝帯広という地域は横の連携が強く、こういったことも話せる環境。他地域はそうではないと聞く。【卸】

○経営などについて相談ができる相手がない。(環境がない。)(18件)

- ・特に必要としていない。【建】
- ・個人で経営してきたため、相談できる相手はいない。【製】
- ・以前は税理士などに相談していたが、今は相談できる相手はいない。【製】
- ・自社にしかない技術を持っており、大手企業からの仕事依頼も受けている。そういった意味では、他に頼らない経営ができているため、特に他社に経営の相談をすることはない。【製】

- ・結局最後は自分で考えなければならないので、金融機関や税理士など他者を交えても仕方ないと思っている。【卸】
- ・専門性の高い業種であるので、他人に相談をすることはない。【卸】

③経営上の課題と今後の事業計画について

○販路開拓を進めている（関心がある）。（16件）

- ・アジアでの北海道ブランド力は強い。何か十勝のものを使い向こうで商売できないか考えている。【建】
- ・販路拡大を目的に管外に土地を購入した。新たに営業所を作る予定。【建】
- ・最近、新商品を開発した。既存の商品を含め、十勝地域内で販路を拡大していこうと考えている。【製】
- ・国内は人口減少していくので、海外への販路拡大を考えている。北海道ブランドが通用する、アジア圏が良いと思う。【製】
- ・今後販路をさらに拡大するため、営業力強化に力を入れ、仕入先を増やして行きたい。【製】
- ・他都市への営業を拡大したいと思っている。【卸】
- ・流通企業の協力を得て全国のスーパーでの取り扱いが始まっており、今後伸びていく見込みであるが、さらに拡大させたい。【卸】
- ・卸先への運搬に人手を取られ、なかなか営業に行けない。人手を増やして営業に力を入れ、販路拡大を目指していきたい。【卸】

○販路開拓に課題がある。（15件）

- ・新たな取引先を模索しようと思っても、基本的に業者ごとに発注先が固定化されており、取引先の取り合いとなることは相互に避けている。【建】
- ・人材が確保できないため事業の拡大（販路拡大）は厳しい。【建】
- ・現在、全道に商品（食品）を販売しているが、一度道央に商品を持って行ってから展開するため、消費期限の問題で取扱量が少量に留まっている。現在、冷凍状態で提供できないか検討しており、これがうまく行けば販売量が大きく増える。【製】
- ・お客が首都圏に多いこともあり、市場調査がまだまだ不十分だと感じている。【製】
- ・商談先が、今まではスーパーだったが今はコンビニやドラッグストアなど多岐に渡っている。商談先が増えた一方、卸先はほぼ全て商社になっている。手数料が高くて大変。【製】
- ・販路拡大の取組みとして、商談会やホームページ、SNSの活用を行っているが、思うような効果が得られていない。【製】
- ・海外展開は現在模索中だが、日本で作ったものを持っていくと高くなり、現地法人を作ってもコストが膨大になるため、権利ビジネスが良いと考えている。ライセンス契約をした機械が現地でどんどん生産されるようになってくれば、ロイヤリティーが入り、これにはほとんどコストがかからないため利益になる。リスクが低い方法だと考えている。【製】

- 娯楽の多様化によって車が単なる移動手段と考える人が多くなってしまったため、うちのような工場に預ける人は少なくなった。若者を含めた顧客の開拓が必要。【卸】
- 販路を拡大していくための新しい視点や人脈を持った、営業が必要。【卸】

○商品開発を進めている（関心がある）。（11件）

- 他社と差別化を図るため製品開発や技術開発を進めている。【建】
- お客からアイデアの掘り起こしをして、ニーズを把握し、新たな商品開発をこれまでも進めてきたが、今後もさらに取組みたい。【製】
- 残渣物の活用をもっと図らなければならない。十勝産原料を使っており単価が高いため、何とか付加価値をつけて販売したい。【製】
- 地元食材を使ったデザートや麺類の商品開発などを検討している。【製】
- ギフト商品など利益率の高い商品開発を行い販売していこうと考えている。【製】
- 現在のメニューだけに留まらず、新たにメニュー開発をしていきたいと思っている。【卸】
- 今後飲食店などの他分野にも販売域を広げるほか、他企業との連携を強化して、新しい商品やサービスを提供していきたい。【卸】

○商品開発に課題がある。（12件）

- この地域で新たなサービスを実施するためには、大都市に本社がある同業者と戦わなければならないが、色々な調達コストは本州の方が安いので、戦っていくのは大変。【製】
- 新しい商品を開発し、いざ販売しようとなると何らかの設備が必要となってくる。資金的な問題もあるが、当社の規模で様々なものを作っていると機械の稼働率が落ちてしまう。設備稼働時間を増やすとなると、交代制勤務などの体制構築が必要となり大変。【製】
- 商品開発にあたっての、市場調査（客が求めているもの）が十分でないことが課題。【卸】
- 人口減少の中、よほど新しいことに取り組まなければ売り上げ増加は望めない。他業者も同様の認識。だが、新たなことに取り組もうにも、そこに充てる人員がいないので、結果的に拡大できない。【卸】
- 商品化に向け様々検討しているが、商品化に至るものは少なくなかなか難しい。【卸】

○効果的な情報発信をする必要がある。（検討している。）（18件）

- 仕事（作業）に魅力を感じてもらえていないので、何か伝わるような情報発信を検討したい。【建】
- 地域貢献などを通じ実際の建設業をメディアに取り上げてもらい、災害時の作業やその必要性など、子どもを含め一般の人に対して理解してもらうような情報発信に取り組む必要がある。【建】

- 会社は自己資本比率50%以上あり、経営は順調であるが、会社のPR不足であると感じているため、動画共有サービスを利用した会社紹介ビデオを作成した。ホームページのリニューアルも予定しており、会社のPRに努めていきたい。【製】
- 北海道内で就職する場合、札幌勤務を希望する人が圧倒的に多い。採用活動をしていても、札幌に支店があるかといったことを聞かれる。若い人にとって札幌は便利。十勝・帯広に住むことの良さを、行政だけではなく企業と連携して発信していく必要があると考えている。帯広も良いと思ってもらえるような取組みが必要。【製】
- 数年前にホームページを全面リニューアルし、情報発信をより強化したことで、お客さんの前さばきが出来るようになった。全国から問合せがあるが、ホームページを見て合わないなと思った人は連絡が来ない。その分、サービスが必要な方に注力できるようになった。【製】
- 産業廃棄物処理業を行っているが、どうやったらPRできるか悩んでいる。どこに発信すれば顧客に届くのか情報がほしい。【卸】
- この業界の認知度が低いので、社会に対するやりがいや会社の福利厚生、休暇取得率など、会社の環境の良さを積極的に発信する必要があると思っている。【卸】
- まだまだエクササイズの体に与える影響を理解してもらえていないのが課題であるため、エクササイズの魅力や快適で居心地の良い体になることの良さを伝えて売上を伸ばしていきたい。【卸】
- 職場見学について随時受入をしている状況ではあるが積極的に取り組んでおらず、情報発信をもっとしていかなければならないと感じている。【卸】

○設備や車両の更新を予定・検討している。(20件)

- GPSなど新しい技術へ対応するための測量機器の更新は随時進めている。【建】
- 機器の更新をしていきたいと考えてはいるが、少しずつしか進まない状況。【建】
- 時期は未定だが、現在使用している機械設備を更新しコンパクトにしたいと思っている。【製】
- パソコンや印刷機、看板製造のための機械設備などは、5年程度毎に更新をしている。また、新たな技術を使った機械が必要になるときは、需要を踏まえ購入又は外注する。【製】
- 試験器具や車両については定期的に更新している。【卸】
- 社屋は約30年経過しており設備も特注品が多く、1,000万円クラスの更新を随時行っていく予定である。【卸】

○施設・設備が老朽化、狭隘化している。(18件)

- 建物や施設の老朽化にともない設備更新が必要となっている。【建】
- 現在の事務所や工場は築40年経過し、老朽化のため建て替えを考えている。【製】
- 建物が老朽化してきたこと、また機器導入により手狭になったことから、敷地内に新たに工場を建築しようと考えている。【製】
- 事務所が古くなってきたので移転も検討しているが、具体には決めかねている。【卸】
- 現在の建物が50年近く経過したもののなので、建替したいと考えている。【卸】

- ・現在の店舗はテナントであり、約 30 年経過して老朽化している。【卸】

○土地、施設設備の投資を予定・検討している。(31件)

- ・土地が手狭なため、人材不足が解消し売上も上昇に向かえば購入したいと考えている。【建】
- ・営業力を強化し他地域に営業所を作りたい。【建】
- ・事務所が手狭になってきているため、新たな事務所を建てる予定であるが、時期は未定。【製】
- ・建物や設備が老朽化しているため、5年以内には増築を考えている。場所は、創業当時からいるこの場所が理想だが、工業団地も含めて検討したいと考えている。【製】
- ・今後、新たな設備導入を考えている。品質の向上や作業の効率化が図られると期待している。【製】
- ・補助金を利用し、作業の機械化や施設の建て替えを検討している。【製】
- ・現在は借地・借家で手狭になっているため、新たな用地を探しており、敷地面積 500 坪くらいで、出来れば居抜き物件を購入したい。【製】
- ・土地の賃貸借契約が終了するため、その土地を購入する予定。【製】
- ・事業所を集約するため、土地や建物を含めた設備投資を考えている。【製】
- ・生産量を増やすというより、労働生産性の向上に繋がる設備投資を考えている。減価償却と、設備導入による人件費などのコスト削減を比較して、効果があるかどうかを検討している。【製】
- ・現在、別々の商品（食品）を同じ冷凍庫で保管しており、衛生面で問題が出る可能性があることから中古の冷凍庫を入れる予定。【卸】
- ・写真を加工する機器を購入し、生産性を上げて、取扱量を増やして行きたい。【卸】
- ・売上も増加しているため、設備投資で生産力拡大を考えている。【卸】

○設備投資の予定はない。(20件)

- ・今のところ現在の設備で充分であり、設備投資の予定はない。【建】
- ・今のところ現在の設備が老朽化してはいるが稼働しているので、設備投資の予定はない。【建】
- ・工場を移転したばかりであり、しばらく設備投資の予定はない。【製】
- ・自分の代で会社を閉める可能性があるため、現時点では大規模な設備投資は考えていない。【製】
- ・倉庫を探していたが、最近借りることが出来た。そのうち倉庫を所有したいと考えているが、契約期間の関係でまだ設備投資する予定はない。【卸】
- ・新たな倉庫を新增設する意向はない。物流がよいため、札幌の間屋に夕方までに発注すれば翌朝までに届く。【卸】

○先行きの不透明感や資金不足などのため、投資したくてもできない。(18件)

- ・20年以上使用している工場なので改修などを行いたいが、仕事が減少してきている状況で、金額が大きすぎて返済の目処が立たない。【建】

- 受注業務が主であり、投資の回収の見通しが立っていないため投資ができない。【建】
- 設備投資を検討できる余裕がない。余裕があれば従業員の賃金を上げたい。【建】
- 設備が老朽化しており、HACCPが義務化された場合には基準を満たせない可能性がある。ただ、売り上げが少ない中、銀行から融資をしてもらって設備を更新することは難しい状況。【製】
- 設備が老朽化しており、年間売上より高い設備投資には、なかなか金融機関から融資を受けられない。【製】
- 新たな営業拠点の整備を検討しているが、資金調達などの理由から具体化していない。【卸】
- 建物が老朽化しているが、売り上げの見込みがないため改築はできないので照明のLED化や外壁などの改修をしていく予定。【卸】

○他企業との連携・マッチングを進めている（関心がある）。（23件）

- 工事の増加が見込まれない中、設備投資に費用をかけられないので、同業者と機械の共用や地域との連携を考えたい。【建】
- 異業種企業と連携し、太陽光パネルのリサイクル新規事業を行いたいと考えている。【建】
- 大学や他の企業（住宅メーカー）と連携し、再生エネルギーの活用について検討したい。【建】
- 利益率が良い商品を作りたいと思っており、仕入れ先とは今後も連携したいと思っている。【製】
- 工務店と連携し、夏休みに合わせて木材のイベント教室を行った。家を買うとなった時、知名度がないとなかなか発注しづらい。【製】
- 現在は札幌の事業者と一部業務提携を行っている。【製】
- 自社が繁忙期で対応困難な場合や自社で対応できる機器がない場合など、他社に仕事を回して業界で上手く仕事をシェアしたい。【製】
- 同業者での機械のシェアが必要になってきており、どうにか出来ないか考えている。設備は高く、毎日稼働するものではない。各会社で稼働率の悪い機械をもってもコストが嵩むだけなので、各々が違う機械を持ち、自社で出来ないものは外注することでそれぞれの機械稼働率を上げた方が良い。【製】
- 農業関係事業者などとタッグを組み、十勝産食材をプッシュしたメニュー展開を行いたい。【卸】
- 広小路やそれより北側のお店でも、独自路線で元気のある飲食店があるので、それらの人達と連携して何かできたら面白いと考えている。【卸】
- 宅配事業に関しては、当初からコンサルと連携している。予想を上回る成果が上がっている。【卸】
- 大手企業からの人材派遣などの連携により、技術者育成や商品開発、海外投資の進展などを期待している。【卸】

○他企業との連携・マッチングについて課題がある。(4件)

- 大手企業との連携を考えているが、大手企業はコンプライアンスの問題もあり、なかなか連携出来ない。大手の研究部門の技術を借りて何か良い製品を作れないかと考えている。【建】
- 他企業と連携を考えているが、意見交換する場がない。異業種交流の場があるとよい。【卸】
- 15年ほど前に経済団体の会員をやめた。連携などを考えてもメリットを感じない。【卸】

○産学官連携を進めている(関心がある)。(17件)

- 工業系大学と連携し技術研究をしたい。【建】
- 大学などの知見を地域内で活かしていけることが望ましい。【建】
- 試験研究機関と連携して分析や付加価値が付けられる二次加工技術などに取組みたいと考えている。【製】
- 今まで商品開発する際は、とち財団や帯広畜産大学にお世話になった。何がしたいか今は思い浮かばないが、また商品開発する際は、連携したいと考えている。【製】
- 農業機械の自動制御技術について、帯広畜産大学と共同研究している。【製】
- 将来的に帯広畜産大学と連携し、健康という視点で商品開発など何か出来れば良いと考えている。【製】
- 既に他企業や試験研究機関と連携した取組みを行っており、これからも進めていく。小規模事業者が単独でPRなどを行うことは難しいが、連携することで効果的なPRが可能となる。【製】
- HACCPなど安全性の関係では、帯広畜産大学の先生と色々相談しながら進めている。【卸】
- とち財団と連携し商品開発を進めており、今後もしていきたい。
- 今後、商品の改良など開発面で食品加工技術センターに協力を求めたい。【卸】
- 食材の健康面の効果分析なども試験研究機関と連携して取組みたい。【卸】
- 他企業と連携し、アドバイスをもらいながら、他企業の持っている強みを活かし、客のニーズに合わせた商品開発に取り組んでいきたいと考えている。【卸】

○産学官連携に課題がある。(3件)

- 企業や大学などと連携はしてみたいと考えているが、そもそも研究開発などに割ける人員がない。【製】
- 帯広畜産大学は色々なことをやっていると思うが、もう少し売上につながることを一緒に出来たらと思う。本州の大学から共同研究の話が来るが、うまく行けば売上アップが期待できるテーマが多い。帯広畜産大学ともそういう取組みが出来れば良い。自分が帯広畜産大学のことを知らないだけかもしれないが。【製】

○異業種参入について実施・検討している。(13件)

- ・ 今後は、売上を拡大するため、新事業で売上を伸ばしていきたい。アジアには知り合いが多いため、十勝の食材を使って何かできないか考えている。【建】
- ・ 野菜の栽培など他の業界にも積極的に進出していきたいと思っている。【製】
- ・ ここ数年売り上げは横ばいのため、液晶関係など、他分野の取組みも考えている。【製】
- ・ 既存事業を継続しつつ、既存事業から派生した事業をどんどん開発していきたいと考えている。【製】
- ・ ファームレストランを行いたいと考えており、補助金や融資制度など資金調達方法を検討している。【製】
- ・ 今後、障害福祉分野から隣接領域である介護保険分野に進出を考えている。
- ・ 本業での売り上げ増が難しい中、関連業界である旅行業に進出し、大手旅行代理店が組まないようなニッチなツアーを企画・販売している。【卸】
- ・ 農業生産法人を設立し、農業を新たに始めようと考えている。【卸】

④支援策について

○補助制度などの各種支援制度を充実してほしい。(32件)

- ・ ドローンなどの先端技術の導入が各分野で求められていくと予想されるので、そのための支援があるとよい。【建】
- ・ 工事現場で使用する資材を運搬するユニック付トラックなどの車輛購入に対する助成制度があると良い。【建】
- ・ 建設業に対しても補助金などの支援対象としてほしい。【建】
- ・ 自社で研修を行う際、講師招聘に係る助成があれば良い。【製】
- ・ 市役所の補助金は、投資額に対する割合が低い。その金額なら焼け石に水である。もう少し設備投資に積極的になれるよう補助金額や割合を上げて欲しい。【製】
- ・ 以前工場を増設した時、国の時限立法で施設の一括償却ができ、それが投資判断に大きな影響を与えた。一括償却は税金の繰り延べのようなものであるが、当社にとってはありがたかった。補助金も大事だが、様々な制度があると、投資をしようかという判断に良い影響を与えと思う。【製】
- ・ 地元産食材を使うことが条件となるような補助などあればありがたい。【製】
- ・ 卸売業でも補助の対象となる仕組みを作って欲しい。そうすれば設備投資がしやすくなる。【卸】
- ・ 労働環境を良くする会社の活動をサポートしてくれるような支援を期待している。【卸】
- ・ 支援制度については利用したことがないので特にないが、雇用の創出については今後重点的に取り組んで欲しい。【卸】
- ・ 障害者雇用にも行政として力をいれてほしい(企業側にもっと認知してもらいたい)。障害者にも働ける人はいっぱいいると感じており、他の企業としても興味はあるが、どこに相談したらいいのかとの声もあるようだ。【卸】

- ・コミュニケーションツールの発達などにより、ホームメイド文化が発展。給料よりもやりがい優先する価値観が広がるなど、個人事業主が増えていくだろう。こうした個人事業主が増えることに伴って、各種申告などに悩む人が増えると思われるので、公的な支援があるとよいのでは。【卸】
- ・スケートなどのスポーツ文化による人材育成を進めるべき。北海道民の体力不足解消に加え、スポーツ人材が社会・会社で活躍するモデルを作れば、スポーツの価値も上がる。【卸】

○補助制度などの手続きを簡素化してほしい。(12件)

- ・支援制度を活用したことがないが、手続きなどが大変だと聞いている。【建】
- ・中小企業では1から書類を作る作業がとても負担になっている。【製】
- ・行政の支援制度は手続きが煩雑で分かりにくい。もう少し使いやすい制度にできないか。【製】
- ・審査に時間や手間がかかる印象がある。【卸】
- ・支援制度を使いたい但し手続きが複雑すぎて申請できない。【卸】

○補助制度や融資制度など支援制度の周知を徹底すべき。(37件)

- ・支援制度の情報をインターネットなどで調べるがやはり大変(負担に感じる)。【建】
- ・付き合いのあるところの制度は知っており利用しているが、市の制度は良く分からない。各機関の制度をコーディネートしてくれる人がいたら良いと思う。【建】
- ・補助金や融資制度など窓口のワンストップ化が必要。【建】
- ・人材育成については国の助成を受けながらやっているが、何か新しいことをやろうとした場合に活用できる制度の情報が不足している。【製】
- ・支援制度はどういったものがあるか、情報発信はしているかもしれないが、わかりづらい。【製】
- ・設備投資をするうえで利用できる制度があるのであれば利用したいと考えているが、市のホームページで探しても見つからなかった。もう少しわかりやすいホームページにしてほしい。【卸】
- ・どのような支援制度があるか不明。わかりやすい情報発信をしてほしい。【卸】

○インバウンド対応を含め観光客などに対応する環境整備が必要ではないか。(5件)

- ・子どもがいるファミリーが楽しめる場所が不足していると感じる。【建】
- ・釧路市のちょっと暮らしのように、夏の避暑目的の人に積極的にPRすべき。【建】
- ・十勝・帯広は海外観光客対策が弱いと思う。道央・道南圏に比べて外国語表示もかなり遅れている。【製】
- ・外国人の中にはレンタカーに乗れない人もいるので、公共交通機関と行政がもっと連携して外国人観光に対する対応をしていくべきではないか。【製】
- ・北海道全体のインバウンドが伸びる中で、リピート客を中心に「札幌以外」の観光も増えると予想される。言語や決済サービスを含めた受入対応、環境整備が必要。【卸】

○中心市街地（商店街を含む。）について課題がある（活性化に取り組むべき）。（9件）

- 先日、テレビか何かで松山市の商店街に関するものを見た。地場のものを使った飲食店や加工品などを出しているお店が並び、地元の人も観光客も来ていて良い循環になっているようだった。これから、観光ということを考えて時に、商店街をもっと魅力のあるものにしていくということも考えなければならないのでは。【製】
- 街中の税金が高いため、企業が街中から逃げていき、さらに商店街が衰退していく。【製】
- 街中には利用できる駐車場が少ない。人が集まり商店街を活性化するためには、環境整備が必要なのではないか。【製】
- 駅及び駅周辺の活性化をお願いしたい。駅は帯広の顔であり、観光客が来てがっかりしている様子がある。【卸】
- 買い物などで人の流れが年々郊外に集中しているため、もっと中心街に人が集まる工夫を色々な面から考え、中心街の活性化に努めていただきたい。【卸】

○技術を学べる専門学校や大学などの学校が少ない。（3件）

- 帯広に、技術を学ぶことができる専門学校や大学を増やしてほしい。【建】
- 帯広市でプログラムなどのソフト系技術を学ぶことができるのは、コア専門学校のみである。釧路には公立大や教育大、高専などがある。一定程度のレベルの人材が輩出されている学校を作ってほしい。【卸】
- 総合大学を設置して欲しい。総合大学があると、地域に様々な能力を持った人材が供給される。地元に残る人ばかりではないが、やはり大学卒業後その地域に残る人は多い。【卸】

⑤フードバレーとかちについて

○食関連の取組みを進めている（関心がある）。（20件）

- 人間的な余裕がなければできないが、将来的には農業関連と連携・協力をしていきたい。【建】
- 太陽光やエネルギーと連携して農産物を作り海外に展開できるような流れを作りたい。【建】
- ブランド化の取組みについて、小規模事業者で1社では難しいことを、フードバレーとかちを通じて皆で取り組んでいければ良い。【製】
- フードバレーとかちの取組みにより、飲食店などが増えることで間接的に仕事も増えるため、どんどん流れを作っていってほしい。【製】
- 北海道といえばジンギスカンが定着しているが、牛肉でも同じように北海道や十勝の文化になるような商品を作りたい。【製】
- 食をテーマとした事業を通じて、生産者や食品加工会社など様々な企業、十勝農試や北農研などの試験研究機関とつながっており、こうした関係者をコーディネートして、食をテーマにしたツアーを行いたい。【卸】

- ・高校とのコラボによる「十勝産食材を使った弁当」の販売を行った。今後もフードバレーとかちを意識した取組みを進めていきたい。【卸】
- ・現在も農業機械関係で販売を行っているが、今後もブランド化や環境に関連したサービスなどにも積極的に取り組んでいきたい。【卸】
- ・土に関わる仕事をしているので、食育や土の改良について手伝いが出来たらいいと考えている。【卸】
- ・食を通じて十勝をもっと発信していきたい。【卸】
- ・地場産食材を使った新しいメニュー開発を行い、イベントなどで提供し、人を呼び込もうと考えている。【卸】

○食関連の取組みについて課題がある。(8件)

- ・東京では食べられない地元のありのままの食の提供が求められているのではと感じる。【建】
- ・地元企業から食材を仕入れており、十勝産に切り替えている。一方、主力製品の主原料などは、そもそも、道内産(十勝産)のものがなく、切り替えができない。【製】
- ・フードバレーとかちの取組みは大変よいと思う。内輪だけでやっているという印象が強いが、対象を明確にし、もっと外部に発信して広げていくとよいと思う。【卸】
- ・地元食材を使用したいが、商品価格が上昇してしまうのでなかなか難しい。ただ、できるだけ使用するように心掛けている。【卸】
- ・HACCP制度化は来年からなのに、保健所とのやり取りでもまだ基準が見えてこないなので心配している。【卸】

○フードバレーとかちのさらなる浸透のため工夫が必要。(4件)

- ・フードバレーとかちそのものがわかりづらい。農業や食関連産業とは結びつくが、その他の業種には響いてこない。【建】
- ・フードバレーとかちについて、オランダの実態などと比較すると、何がやりたいのかよくわからない。そこが明確になれば、自分達が何をすれば良いかも見えてくると思う。【製】
- ・食と観光がこれからの十勝に重要な要素だと考える。もっとも魅力を発信できる。【卸】

◎その他

○物流機能の強化や利便性の向上などのためインフラの整備が必要。(5件)

- ・道東道の片側2車線化など、災害があっても物流機能が停止しないようなインフラ整備を出来るだけ早期に実施してほしい。【建】
- ・飛行機や電車、バスなどの公共交通機関がもっと充実すると、観光客の増加にも繋がるし、住民の便も良くなると思う。【卸】
- ・最終バスが夜8時台であり、もう少し遅い時間までバスがあればと思う。全国と同規模程度の都市と比べると、仕事などで帰りが遅くなった場合に利用できるバスがないと感じている。【卸】

(イ)業界団体（組合、協会等）

①人材について

- 各企業は技術者を中心として、人材不足が深刻化している。また、経理等の総務関係の人材も少ないと聞く。
- 人材が集まらない理由として、求めている人材は技能職が多いため敬遠されるのではないかと思う。
- どの企業も有効求人倍率が高くなり、新卒採用が厳しくなっている。特に、大卒を採用していたが取れなくなった。各社色々考えているが、ある会社では担当が札幌に張り付いて人材確保にあたっており、人材確保が大変になってきている。
- 人手不足の対応として、規模の小さな店では休みの日を増やすなどしている。
- 人材不足により、技術の継承が難しくなっている。個店では、後継者の確保ができないところも多い。
- 管理部門に人がいないため、事務手続きや情報収集が難しい企業が多い。
- 観光業において、深夜の勤務や早朝勤務等が嫌われている。採用してもすぐにやめることも多い。
- 若年者を中心に早期離職が増加している。
- 売り上げの減少により人材（技術職）の確保が難しい。
- 技能実習生等外国人の検討を始める企業が増えている。ただ、低賃金で使える労働力という理由であれば、持続性が無く、かえって費用がかかる場合もある。
- 管内には、潜在的な労働人口（高齢者や女性以外にも）はまだあるはずで、地域や企業の持続的な成長を考えると、そこにきちんとアプローチすべき。
- 人材確保では求人サイトなどで募集しているが、なかなか集まらないので、個人的な紹介など通じて採用することも多い。
- 暴力団関係者を採用しないように面接などで確認している。
- 数年前、域外の資本が入ってきたため、対策として時給を上げ、人材を確保した。
- 従業員の確保が困難なことと収益の確保のため、正社員の雇用から季節変動によってパート・アルバイトを雇用する飲食店が多い。
- 雇用に関しては、企業がやるべきことをやりさえすれば、採用はできると考えており、実際に、採用や離職が大幅に改善した話も聞いている。一方、「体力のある企業だから」と聞き入れない経営者も多い。そのため、市が採用・定着等と労働環境の改善についての調査を行い、その結果を公表してもらうのが望ましいと考える。
- 外国人の雇用も検討したが、日本語教育等の研修費用など含めると割高感がある。簡易な作業などは障害福祉サービスを活用する予定。
- 人材を確保するため、支度金を各社用意しているが、新規だけでなく他社からの転職も該当するため、支度金目的に事業所を転々とする者もいる。
- 協会などで合同就職相談会を開催するなど、業界全体で人材確保に取り組んでいる。
- 各事業者ともに人材不足が顕著で、その対策として、外国人の受入を積極的に考えている事業者が多い。

- 人口減や少子化の影響で、人が確保出来ないため、給料や人材育成等での待遇を向上させていきたいが、追いついていない状況。
- 働き方改革の取組みは、この地域の中小企業にとっては厳しいと思う。組合員は中小企業が多く、人材が集まらない上、働く時間（残業時間）も削減されると、仕事が立ち行かなくなる。また、時間外の収入を当てにしている従業員もいる。
- サービス残業を良しとするような会社には人が入ってこなくなっている。一方で、残業代で生活が成り立っている人もおり、気の利いた会社は残業代を基本給に乘せ、残業をさせない取組みをしているところもある。今後は、残業は駄目、週休2日は当たり前という会社文化を作る会社が生き残っていくと思う。
- 働き方改革で従業員の休日確保、労働時間削減でその結果、経営者等の負担が大きくなっている。
- 深夜の施設管理では機械化なども今後検討が進むと考えられる。
- 会員である会社社長の平均年齢は58歳だが、後継者が決まっているのは約3割。後継者探しは、大体社長が50歳くらいから始めないと間に合わないと言われていいる。後継者をどう決めていくかというのは中小企業の課題だと思う。
- 会員企業の多くは、事業承継や人手不足について課題となっており、対策としてセミナーを実施しているが、まだ参加企業数が少なく、課題解決に向けた取組みが会員に浸透していない状況。今後は会員企業への課題認識の共有やセミナー実施の周知を図っていく。
- 運転手の高齢化が大きな課題となっている。
- 組合員数が減少している。

②経営状況について

- 以前から比べると観光需要は増加しているが、閑散期の売上を確保するためには、観光の目玉づくりや大会・イベントの誘致が課題。
- これまでの10年は、北海道ガーデン街道や訪日外国人観光客の増加により街中の飲食店を中心に域外からの客は増加の傾向。
- ここ3~4年ほど観光客の個人化の進展により、個店への好影響がある。
- 「なつぞら」効果等もあり、全体的に売上は良好で、農業中心に波及効果大きい。
- 飲食業界は補助金を活用しながら事業を行っているところもあり、比較的好調。
- 飲食関係の売上は好調ではあるが、物販関係は売上が減少傾向にある。
- 組合員の中には、売上が上がっておらず、来年の見通しも立たない企業が多い。
- これまでの10年間は需要が落ち続けている。今後も傾向は変わらないのでは。
- 観光客の個人化が進み、団体客が減少していることから、全体的に売上が減少傾向にあり、今後更に厳しい状況になると見込まれる。
- 高齢者の免許返納が需要拡大の好機ではあるが、代替手段となる公共交通の不足により進まない。
- 十勝管内の景気D.I.より、全体感として「売上額」と「収益」が減少傾向にある。

- 収益については、「なつぞら」特需やインバウンドの取込み拡大やGW10連休の集客増によるプラス影響もあるが、効果が局所的であり、原材料価格の高騰や人手不足等のマイナス影響をカバーするには至っていないことが要因だと予想される。
- 今シーズン、複数のライバル店が新たにオープンし、競争が激しくなると思われる。
- 外食離れの状況が進んでいる。
- 消費増税に向けての駆け込み需要については税制優遇等の支援制度が整備されていることもあり、5%⇒8%に増税した際よりも動きは鈍い印象。ただし、ハウスメーカーについては、住宅着工件数が増加傾向にあり、プラス影響があるものと思われる。
- 当組合員は、金融機関よりも会計事務所に相談しているケースが多いと思う。
- 全国チェーン店は支店が本部と相談しながら対応しているが、地元企業は、金融機関や会計事務所等と融資などの相談をすることが多い。
- 当組合への組合員からの相談内容は、BCP策定や消費増税への対応などに関する相談が多い。
- 組合員からの相談件数は横ばいから減少傾向にある。具体的には、規模拡張に伴う設備投資が減少している。一方、事業承継や創業・起業相談は年々増えている状況。

③経営上の課題と今後の事業計画について

- 販路開拓に力を入れる企業も増えており、とかち財団を中心に出席している、FOOMA JAPAN や、FOODEX 等に参加している企業もいる。その他独自に出展している場合や、海外にも売り出している企業もいる。
- 近年は最低賃金が上がっており、政策的に最低賃金を上げる方向の議論がなされていることから、最低賃金に振り回されないよう最初から費用の見込みを立てやすい正社員で雇用しようという会社が増えてきている。
- 支払いに関しては、キャッシュレスの取り組みは可能性があるが、規模の小さい店では導入コストが課題。
- 一部事業所では新規車両の導入もあるが、中古車による更新が大半。
- これまでより車輛更新時の走行距離が延長傾向にあり、設備投資が進まない状況。
- 去年の震災のあと、自家発電を検討しているところもある。
- 設備投資は業界や企業規模を問わず、全体的に増加傾向にある。設備投資の種類としては、人手不足に対応するための合理化・効率化設備や HACCP への対応設備等の現代の経済情勢に適應するための投資が多い印象である。
- 低金利局面でもあり、設備投資は検討しやすい環境にあるのではないかと考える。
- 補助金を活用して設備投資をしている事業者もいる。
- 全体として投資する傾向は見られないが、自分のところでは今後にも備え、外装工事をした。
- 特に投資は見られない。通常の維持管理程度。
- 人材不足のため、生産性を上げるために設備投資をしたいところではあるが、自分の代で返済できない投資額を金融機関から借りてまで設備投資をする企業は少ない。また、後継者がいないこともあり、2世代で返済しようとする考えもない。

- 設備投資資金不足のため、設備投資をしたくても出来ない企業が多い。
- 組合員数が減少している中、環境改善に係るランニング費用や修繕費が負担になっている。
- 規模の小さい企業が多く、AI、IOTなどの設備投資は無理ではないか。
- 建設現場にドローンなどが入っている事例は良く聞くようになっている。
- 後継者に事業を渡すには、設備の改修など、働きやすい環境整備が必要だが、リスクを負えない状況。
- 同業種の企業では、ライバルではなく協力して仕事をしている。例えば、A企業が受注したが、業務量が多い場合、B企業にシェアして協力している。ここ十勝ならではだと思ふ。他の地域ではそういうやり取りは聞かない。
- 金融機関、保険業界、商店街、JICAなどと連携を行い、人材確保・育成や技術力向上に努めている。
- 流通関係の連携だと、既存流通先との繋がりがあり、乗換えが難しい。
- 組合員は食関連企業も多いことから、食品加工技術センター等との連携や相談が多い。

④支援策について

- 高齢者の免許返納の促進に取り組んでほしい（返納者への運賃補助の実施など）。
- 食の技術確保の取り組みに対する支援をお願いしたい。これまでは当団体でも開催していたが、加入者以外の参加も必要で、行政主体での実施が望ましい。
- 早期離職対策に取り組んでほしい。（個店が多いため、若者が孤立化の状況。市内で交流が促進される機会、場づくりが必要。）
- 行政職員は街に買物や飲食等でもっと来てほしい。
- スポーツ大会などの誘致を更に進めてほしい。
- 特に制度的に何かをやってほしいというものは無いが、哲学を持った職員の存在は大事だと思う。
- 行っている事業又は新たに行う事業への側面支援をいただきたい。
- 商店街を維持、拡充していく支援等を行って欲しい。
- 他都市の取り組みも研究し、引き続き、商店街を活性化させる取り組みを進めて欲しい。
- インバウンド対応にあたり、各種施設の多言語化について行政の支援があるとありがたい。

⑤フードバレーとかちについて

- 全体としての取り組みは無いが、各々の事業者で取り組んでいる。
- 最近発行された十勝のチーズマップなどうまく活用できればと思うが、具体的な取り組みまでには至っていない。
- 十勝・帯広の名物である豚丼の歴史などの情報の整理と発信を進めたい。
- チーズなどの乳製品の販路拡大やPR拡大に取り組む事業者がいる。
- 会員企業への海外進出への支援や食品加工業への取り組みをサポートしている。

--	--	--

帯広市産業経済実態調査(平成30年度)

【この調査について】

(1) 目的

帯広市では、中小企業振興の基本理念として平成19年に「帯広市中小企業振興基本条例」を制定し、これに基づき、平成21年2月に「帯広市産業振興ビジョン」を策定しました。以来、「中小企業の経営基盤の強化」、「産業人・担い手の育成」、「ものづくり産業の振興」、「産業基盤の強化」、「集客・交流産業の振興」の5つの柱で中小企業振興に取り組んでいます(詳しくは、インターネットで「帯広市 産業振興ビジョン」と検索してください)。

帯広市産業振興ビジョンは計画策定から概ね10年が経過することから、今後、新たな帯広市産業振興ビジョンを策定するため、改めて現場の実情を把握することが必要となっています。

本調査は、新たな帯広市産業振興ビジョン策定の基礎資料とするとともに、今後、個別・具体的な支援の方法を検討する参考とするため、実施するものです。

ご回答は集計して公表する予定ですが、個々の企業名・事業所名は公表しません。また、アンケート結果は上記の目的以外には使用しませんので、ご承知おきください。

(2) 実施体制

実施主体・・・帯広市

協力機関・・・帯広商工会議所、帯広信用金庫、帯広畜産大学、とちか財団、北海道中小企業総合支援センター十勝支部、北海道中小企業団体中央会十勝支部、北海道中小企業家同友会とちか支部、とちか地域活性化支援機構

(3) 記入上の留意点

- ・ご回答は、調査票の回答欄に直接ご記入ください。
- ・選択式の質問は、特に指定がない限り、一つ選んでご記入ください。
また、「その他」を選択される場合は、内容を()にご記入ください。
- ・ご記入は、黒ボールペンなどをお願いします。
- ・調査の基準日は、平成30年10月1日です。
- ・本社・本店等の場合は、貴社全体の状況や数値などをご記入ください。
支社・支店等の場合は、特に指定がない限り、貴支社・支店等についてご記入ください。
- ・調査票は同封した返信用封筒にて、11月30日(金)をメドにご投函ください(切手不要)。
なお、この調査票は、目的外の使用や個別公開は行いません。

(4) お問い合わせ先

帯広市西5条南7丁目1番地
帯広市 商工観光部 工業労政課 (担当:熊林、田口、小山内)
電話:0155-65-4167
FAX:0155-23-0172
メール:kogyo@city.obihiro.hokkaido.jp

(5) 人材の確保・育成について、**最も**課題となっていることは何ですか。

- ①人材育成を行いたいが、時間や資金の余裕がない
- ②人材育成を行いたいが、方法がわからない
- ③人材を確保したいが、人件費を払う余裕がない
- ④人材を確保したいが、採用にかかる時間や費用を払う余裕がない
- ⑤人材を確保したいが、採用したいと思う適切な人材が見つからない
- ⑥その他 ()
- ⑦特にない

回答欄(5)

(6) 今後見込まれる人材不足について、将来的に取組みたいと考えていることはなんですか。**3つまで**選んでください。(現在の制度上の制限は考慮しないものとします。)

- ①外国人の積極的な雇用
- ②高齢者(65歳以上)の積極的な雇用
- ③女性活躍の推進
- ④IoT、AI等の技術を活用した、自動化システムの構築による人的作業の削減
- ⑤内部環境の改善(経営、給与、福利厚生等の見直し)による人材確保
- ⑥採用活動や募集方法、自社PR等の見直しによる人材確保
- ⑦その他 ()
- ⑧特にない

回答欄(6)

(7) 経営者の方にお伺いします。経営者になられたのはどのような理由からですか。

- ①事業を継ぎたかったから、又は継ぐよう頼まれたから
- ②地域に魅力的な仕事がなかったから
- ③自分のペースで仕事をしたかったから
- ④収入を増やしたかったから
- ⑤地域や社会のために貢献したかったから
- ⑥自分のアイデアをビジネス化したかったから
- ⑦その他 ()

回答欄(7)

(8) 経営者の方にお伺いします。後継者についてどのように考えていますか。

- ①しばらくは自分が経営するので、後継者についてはまだ考えていない ⇒(11)へ
- ②後継者が決まっており、近く経営を任せる予定がある ⇒(10)へ
- ③後継者が決まっているが、当面は経営を任せる予定はない ⇒(10)へ
- ④候補者はいるが、まだ決めていない ⇒(10)へ
- ⑤後継者について考えているが、候補者がいない ⇒(9)へ
- ⑥その他 () ⇒(11)へ

回答欄(8)

(9) (8)で⑤と回答された方にお尋ねします。今後どのような対応を予定していますか。

- ①社内で後継者を育成する
- ②外部から後継者を連れてくる
- ③後継者が見つからないので廃業を考えている
- ④後継者が見つからないので十勝管内事業者への事業譲渡を考えている
- ⑤後継者が見つからないので十勝管外事業者への事業譲渡を考えている
- ⑥その他 ()
- ⑦わからない

回答欄(9)

(10) (8)で②、③、④と回答された方にお尋ねします。後継者に事業を引き継ぐに当たっての課題はありますか。いくつでも選んでください。

- ①特に課題はない
- ②後継者（候補）がまだ十分に育っていない
- ③現在営んでいる事業の先行きが不安
- ④株式の譲渡における金銭的な負担が大きい
（株式買取費用、贈与税等の税負担など）
- ⑤具体的にどのような段取りで事業を引き継げばよいのかわからない
- ⑥事業引き継ぎの準備に取り組む時間がない
- ⑦周りに相談できる人がいない
- ⑧その他（

回答欄(10)	

2. 経営状況について

【質問のねらい】 この質問は、お取引の状況や今後の経営方針などについてお尋ねするものです。
他の質問と重ねて分析し、経営状況を左右する要因を把握することを目的としています。

(11) 直近5カ年の売上は、どのような傾向でしたか。

- ①上昇傾向 ⇒(12)へ
- ②下降傾向 ⇒(13)へ
- ③ほぼ横ばい ⇒(14)へ

回答欄(11)

(12) (11)で①と回答された方にお尋ねします。一番の理由は次のどれですか。

⇒回答後(14)へ

- ①顧客や販売先が増えた
- ②商品単価や客単価が上がった
- ③新商品や新サービスを開発した
- ④他の分野や事業に進出した
- ⑤その他（
- ⑥わからない

回答欄(12)

(13) (11)で②と回答された方にお尋ねします。一番の理由は次のどれですか。

⇒回答後(14)へ

- ①顧客や販売先が減った
- ②商品単価や客単価が下がった
- ③一部の商品やサービスを廃止した
- ④一部の分野や事業から撤退した
- ⑤管外からの大手を含む競合の参入があった
- ⑥その他（
- ⑦わからない

回答欄(13)

(14) 経営について主に相談する相手方はいますか。 いくつでも選んでください。

- ①金融機関
- ②商工会議所・商工会
- ③同業者・取引先
- ④国・地方自治体等
- ⑤専門家（税理士・司法書士等）
- ⑥その他（)
- ⑦いない

回答欄(14)	

(15) (14)で①～⑥と回答された方にお尋ねします。主にどのような相談をされますか。
いくつでも選んでください。

- ①経営状況や資金繰りについて
- ②人材育成や人材確保について
- ③顧客や販売先について
- ④既存事業の業務改善について
- ⑤新商品や新サービスについて
- ⑥新事業・新分野への進出について
- ⑦その他（)

回答欄(15)	
	/

(16) 今後の経営方針について、将来展望をどのように考えていますか。各項目から1つお選びください。

(ア) 売上

《①増加 ②現状維持 ③減少》

(イ) 販路（取引先）

《①拡大 ②現状維持 ③縮小》

(ウ) 事業分野

《①他分野へ進出 ②現状維持 ③撤退（一部撤退）》

回答欄(16)	
ア	
イ	
ウ	

(17) (16)で回答された理由（売上の増減、販路（取引先）の拡大、縮小、事業分野の進出、撤退 等）について、自由にご記入ください。また、(16)の項目以外で今後の経営見通しがある場合も、自由にご記入ください。

回答欄(17)

(20) 新たな商品やサービスなどの開発について、**最も**課題だと感じていることは何ですか。

- ①新商品・新サービスのイメージがわからない
- ②開発のための資金がない
- ③相談できる専門家や支援機関を知らない
- ④原材料の調達が難しい
- ⑤設備が十分でない（具体的に：)
- ⑥人材が足りない
- ⑦市場調査が十分でない
- ⑧販売先が確保できない
- ⑨その他 ()
- ⑩特にない

回答欄(20)

(21) 設備投資（移転や新增設、更新など。リース形式を含む）の予定はありますか。

- ①今後5年以内に予定している ⇒(22)へ
- ②検討中であるが、今後5年以内の設備投資は予定していない ⇒(22)へ
- ③検討していない ⇒(24)へ

回答欄(21)

(22) (21)で①または②と回答された方にお尋ねします。設備投資を予定又は検討している**一番の**

理由は何ですか。⇒**回答後(23)へ**

- ①土地や建物が狭い
- ②建物や設備が老朽化している
- ③賃料が高い
- ④立地環境が不適當である
- ⑤既存の商品やサービスを提供するための新たな営業拠点が必要である
- ⑥生産能力の拡大や取扱量の増加を図りたい
- ⑦新たな商品やサービスを提供したい
- ⑧事業所を集約したい
- ⑨その他 ()

回答欄(22)

(23) (21)で①または②と回答された方にお尋ねします。お考えの場所はどちらですか。

⇒**回答後(25)へ**

- ①現在地
- ②市内
- ③市外
- ④未定

回答欄(23)

(24) (21)で③と回答された方にお尋ねします。**一番の理由**は何ですか。⇒**回答後(25)へ**

- ①投資を回収するだけの売上を得られる見通しが無い
- ②資金調達ができない
- ③適切な土地や建物が見つからない
- ④現状で特に支障がない
- ⑤その他 ()

回答欄(24)

(25) 今後、他の企業や試験研究機関との連携や共同研究をしたいと思いませんか。

- ①思う ⇒(26)へ
- ②思わない ⇒(27)へ

回答欄(25)

(26) (25)で①と回答された方にお尋ねします。どのような連携や共同研究をお考えですか。

回答欄(26)

【相手先】 他企業 大学 試験研究機関 その他 (いずれかにチェック)
【内容】

4. 支援策について

【質問のねらい】 この質問は、帯広市の支援策についてお尋ねするものです。
支援策に対するニーズや課題について把握することを目的としています。

(27) 帯広市の支援制度のうち、今後利用してみたいものを3つまで選んでください。

- ①経営基盤強化や事業活性化のための融資 (例：中小企業振興融資制度)
- ②人材育成への支援 (例：フードハブとから人材育成事業)
- ③商品・サービスの開発や新事業進出への支援 (例：ものづくり総合支援補助金)
- ④国内外への販路拡大に対する支援 (例：ものづくり総合支援補助金)
- ⑤工場を新增設する場合の支援 (例：企業立地補助金、固定資産税免除)
- ⑥育児休業を取得した労働者を雇用する事業主に対する奨励金
(例：子育て応援事業所促進奨励金)
- ⑦各種相談制度 (例：発明相談、経営相談)
- ⑧その他 ()
- ⑨特にない

回答欄(27)

(28) 帯広市の支援制度について、どのようなことを感じていますか。いくつでも選んでください。

- ①手続が大変である
- ②窓口がどこにあるかわからない
- ③どのような支援制度があるかわからない
- ④必要な制度がない (具体的に：)
- ⑤条件が合わなくて利用できない
- ⑥その他()
- ⑦特にない
- ⑧利用したことがないのでわからない

回答欄(28)

(29)「帯広市産業振興ビジョン」(平成21年2月策定)は中小企業振興施策として以下を掲げています。このうち、今後重点的に取り組むべきと思うものは何ですか。3つまで選んでください。

- ①経営支援 (例:各種相談、異業種交流、情報発信)
- ②組織化促進・中小企業団体の育成
- ③創業・起業の促進
- ④経営基盤の強化 (例:融資制度、信用補完)
- ⑤商業・商店街の活性化
- ⑥建設産業の革新支援 (例:新事業・新分野進出支援)
- ⑦地域経済の調査研究
- ⑧担い手の育成 (例:インターンシップ、研修事業)
- ⑨経営力の強化 (例:事業承継・事業再生支援)
- ⑩雇用の確保 (例:雇用創出支援)
- ⑪地域資源活用・農商工等連携の推進
- ⑫産学官連携の推進
- ⑬産業クラスターの形成 (例:ものづくりに関する相談、技術力強化)
- ⑭地域ブランドの形成
- ⑮産業基盤の強化 (例:大手企業と中小企業との交流・連携促進、工業用公共料金の負担軽減)
- ⑯交通ネットワークの活用 (例:道央圏・道東圏への商圏拡大PR)
- ⑰企業立地の促進 (例:企業立地補助金、固定資産税免除、産業用地の確保)
- ⑱集客交流産業の振興 (例:食・産業観光の推進、観光客・ロケ誘致)
- ⑲拠点づくりの推進 (例:観光情報・案内の充実、環境・景観づくり)
- ⑳ネットワーク化の促進 (例:海外客受入体制の充実、国際チャーター便の拡充、空港利用促進)

回答欄(29)

5. フードバレーとかちについて

【質問のねらい】 この質問は、「フードバレーとかち」について、ご意向をお尋ねするものです。
 「フードバレーとかち」とは、食と農林漁業を柱として、オール十勝で地域産業を活性化し
 ていこうとする考え方のことで、「農林漁業を成長産業にする」、「食の価値を創出する」、「十勝
 の魅力を売り込む」という3つの取り組みを進めています。
事業者様の取り組み意向の把握と、今後の支援について検討することを目的としています。

(30) 今後、食に関連した取り組みを行いたいと思いますか。

- ①すでに取り組んでいる⇒(32)へ
 ②思う ⇒(31)へ
 ③思わない ⇒(32)へ

回答欄(30)

回答欄(30)

(31) (30)で②と回答された方にお尋ねします。将来的に取組みたいことを、いくつでも選んでくだ
さい。

- ①新たな商品やサービスの開発
 ②国内外への販路拡大
 ③健康機能性素材の利用
 ④衛生水準の向上
 ⑤地元産農畜水産物の活用
 ⑥ブランド化
 ⑦農業または農業関連産業
 ⑧環境に関連したサービス
 ⑨その他()

回答欄(31)

回答欄(31)	
)

⇒よろしければ、(32)の回答欄に具体的な内容を記載してください。
 今後の支援の参考とさせていただきます。

6. その他

(32) その他行政へのご意見・ご要望などがあれば、自由にご記入ください。

回答欄(32)

7. 企業概要について

質問	回答欄(33)～(41)	
(33) 企業名(屋号など)	(フリガナ)	
(34) 代表者職氏名及びご年齢	職	氏名 ご年齢 歳代
(35) ご回答事務所所在地		
(36) ご連絡先	TEL	FAX
(37) ご記入者	部署名	氏名
(38) 従業者数	① 正規職員 _____ 名 ② 非正規職員 _____ 名 ③ 派遣職員・その他 _____ 名 ※経営者のみの場合は、ゼロを記入してください。	
(39) 業種(売上が多い順に3つまで)	(1位) <input type="text"/> (2位) <input type="text"/> (3位) <input type="text"/> ※12ページの業種一覧から選択し、記号(アルファベット)でご記入ください。	
(40) 主な製品・商品・サービス		
(41) 創業年、資本金	創業年 _____ 年 ※ご回答が本社の場合は本社の創業年、支社・支店などの場合はその開設年をご記入ください。	資本金 _____ 円 ※本社の資本金をご記入ください。

ご協力ありがとうございました。

(参考) 業種一覧

記号	業種	具 体 例
A	農業、林業	耕種農業、畜産農業、農業サービス業、園芸サービス業、育林業、素材生産業、特用林産物生産業（製薪炭業など）、林業サービス業、その他の林業（狩猟業など）
B	漁業	海面漁業、内水面漁業、海面養殖業、内水面養殖業
C	鉱業、採石業、砂利採取業	金属鉱業、石炭・亜炭鉱、原油・天然ガス鉱業、採石業、砂・砂利・玉石採取業、窯業原料用鉱物鉱業、その他の鉱業（酸性白土鉱業など）
D	建設業	一般土木建築工事業、土木工事業、舗装工事業、建築工事業、木造建築工事業、建築リフォーム工事業、大工工事業、とび・土工・コンクリート工事業、鉄骨・鉄筋工事業、石工・れんが・タイル・ブロック工事業、左官工事業、板金・金物工事業、塗装工事業、床・内装工事業、電気工事業、電気通信・信号装置工事業、管工事業、機械器具設置工事業
E	製造業	食料品製造業、飲料・たばこ・飼料製造業、繊維工業、木材・木製品製造業、家具・装備品製造業、パルプ・紙・紙加工品製造業、印刷・同関連業、化学工業、石油製品・石炭製品製造業、プラスチック製品製造業、ゴム製品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業、窯業・土石製品製造業、鉄鋼業、非鉄金属製造業、金属製品製造業、はん用機械器具製造業、生産用機械器具製造業、業務用機械器具製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、電気機械器具製造業、情報通信機械器具製造業、輸送用機械器具製造業、その他の製造業（昼等生活雑貨製品製造業など）
F	電気・ガス・熱供給・水道業	発電所、変電所、ガス製造工場、ガス供給所、熱供給業、上水道業、下水道業
G	情報通信業	通信業、放送業、情報サービス業（ソフトウェア業、情報処理・提供サービス業）、インターネット附随サービス業（ポータルサイト・サーバ運営業、アプリケーション・サービス・コンテンツ・プロバイダ）、映像・音声・文字情報制作業（新聞業、出版業、広告制作業など）
H	運輸業、郵便業	鉄道業、道路旅客運送業、道路貨物運送業、水運業、航空運輸業、倉庫業、運輸に附帯するサービス業（貨物運送取扱業、運送代理店、こん包業など）、郵便業
I	卸売業、小売業	各種商品卸売業、繊維・衣服等卸売業、飲食料品卸売業、建築材料・鉱物・金属材料等卸売業、機械器具卸売業、その他の卸売業（家具・建具・じゅう器等卸売業など）、各種商品小売業（百貨店、総合スーパーなど）、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業、機械器具小売業、その他の小売業（ガソリンスタンド、書籍・文房具小売業など）、無店舗小売業（通信販売・訪問販売小売業、自動販売機による小売業など）
J	金融業、保険業	銀行業、協同組織金融業、貸金業・クレジットカード業等非預金信用機関、金融商品取引業・商品先物取引業、補助的金融業等（信託業、金融代理業など）、保険業（保険媒介代理業、保険サービス業を含む）
K	不動産業、物品賃貸業	不動産取引業、不動産賃貸業・管理業、物品賃貸業
L	学術研究、専門・技術サービス業	学術・開発研究機関、専門サービス業、広告業、技術サービス業（建築設計業、測量業、写真業など）
M	宿泊業、飲食サービス業	宿泊業、飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業
N	生活関連サービス業、娯楽業	洗濯・理容・美容・浴場業、その他の生活関連サービス業（旅行業、家事サービス業、冠婚葬祭業など）、娯楽業（スポーツ施設提供業、遊戯場など）
O	教育、学習支援業	学習塾、教養・技能教授業（音楽教授業、書道教授業など）
P	医療、福祉	医療業、保健衛生、社会保険・社会福祉・介護事業
Q	複合サービス事業	郵便局、協同組合
R	サービス業（他に分類されないもの）	廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、職業紹介・労働者派遣業、その他の事業サービス業（建物サービス業、警備業など）、その他のサービス業（集会場、と畜場）

経営基盤・人材部会 論点に対する対応方向(概要版)

1 部会開催の概要

(1) 部会の概要

今後「農業」を基盤とした地域であることを共通認識として10年後のあるべき姿を想定しながら、経営基盤の強化、人材確保・育成について、どう進めれば良いか議論し、8つの論点を整理し、基本的な考え方や具体的な施策案をまとめた。

(2) 実施期間

平成30年9月4日(全体会議)～令和元年6月5日にかけて、計5回開催。

(3) 実施体制

産業振興会議の委員及び専門部会委員の計9人で構成し、部会長・副部会長を選任。

部会長 佐藤 聡(株式会社佐藤工務店)

副部会長 兼子 賢(サンテック/株式会社)

委員 金尾 泰明・志子田 英明・井上 理 合田 倫佳

鈴木 修士・谷脇 正人・内木 真紀衣

2 各論点における議論と基本的な考え方

① 人手不足対策について

＜委員からの主な意見＞

- 生産年齢人口の減少により、人手不足は深刻な課題であり、高齢者、女性、外国人など様々な人材の活用とその労働環境の整備が必要。
- 若手人材の確保のため、十勝で働く魅力や価値について、相手に応じて伝えることが重要。

＜基本的な考え方＞

- 高齢者など多様な人材の活用及び就業環境の整備や労働生産性の向上に取り組む必要がある
- 域外からの人材の確保のための取組みに工夫が必要。

【具体的な施策】

- 伝える世代に応じた効果的な情報発信
- 若手人材の育成・定着に向けた具体的手法の検討
- 高齢者の就業促進や外国人材活用のための環境整備
- 女性の労働環境の整備の促進
- 生産性向上に資する先端設備導入に対する支援

② 地域の経済循環について

＜委員からの主な意見＞

- 豊富な農畜産物を加工し、付加価値を付けて販売することにより、地域によりお金が落ちることになる。
- 食品加工業が足りないと感じる。
- 地元企業から購入しようという意識を市民に広げることが必要。

＜基本的な考え方＞

- 農業を基盤とする十勝においては、それに付加価値を付ける食品加工をさらに充実させ、関連企業への波及効果や「ヒト・モノ・カネ」の域内循環を生み出すことが必要。
- 域内においても、地元企業から購入しようという意識を広げることが必要。

【具体的な施策】

- 付加価値向上に取り組む事業者への支援
- 地産地消の推進

③ 持続可能な経営について

<委員からの主な意見>

- 産業形態などの変化に対応できるよう先進地事例や専門的ノウハウなど、**必要な情報にアクセスできる環境**があると良い。
- お互いの力を合わせて産業を発展させていくという**前向きな M&A の使い道**を本格的に考えていくべき。

<基本的な考え方>

- 企業の中核を担う者を育成する研修や交流の機会を提供が重要
- M&A に対する**知識の普及と相談支援体制の構築**が必要
- 先進地事例や専門的知識などの**有益な情報を得やすい環境づくり**が必要。
- 起業や第二創業など**新たな仕事を生み出す**ことが重要。

【具体的な施策】

- 人材育成、事業創発、資金調達等への支援
- 必要な情報を取得しやすい環境づくり
- 事業継承等に関する相談支援及び支援ネットワークの構築

⑤ 自然エネルギー、再生可能エネルギー等の活用について

<委員からの主な意見>

- 再生可能エネルギーを産業として位置づけ、**持続化に向け検討**すべき。
- 十勝にはバイオマスが豊富にあるので**燃料用以外にも有効活用**できると良い。
- エネルギーの**地域循環の仕組みづくり**が必要

<基本的な考え方>

- 豊富な自然エネルギーや再生可能エネルギーを**地域で活用、循環**できる**仕組みづくり**が必要
- 自然エネルギーや再生可能エネルギーに取り組み事業者が増える中で、十勝で**一体となって進めていく**必要がある。

【具体的な施策】

- エネルギー資源の**効果的活用**の検討

④ AI、IoT 等の導入・活用について

<委員からの主な意見>

- 先進技術の導入に伴い、**それを使いこなす人材、開発できる人材**が必要
- 業種の垣根を越えて利用**できる環境づくりが重要
- 先進地で技術を学び、十勝の農業に合うものに組み替えて活用できる**技術開発**をすすべんベンチャー等と提携・協力して地域の農業を発達させていくことが重要。

<基本的な考え方>

- 技術の進歩に合わせた人材の育成や専門家など**外部人材の確保**が必要
- スマートアグリについて、先進地から技術を学び、**専門家等と連携し、土勝に合った形で推進**していくことが重要。

【具体的な施策】

- AI、IoT 等生産性向上に取り組む**事業者への支援** ○先進技術導入の促進
- 先進技術導入に関する**情報発信、相談体制の充実**

⑥ 情報発信について

<委員からの主な意見>

- 産業・経済は分りにくいので、**わかりやすい言葉**に変換して伝えることが重要
- 関係者が行う十勝帯広の PR よりも、住んでいる学生が友達に発信する**ような第三者が情報発信**することの方が**効果的で信憑性が高い**。
- 小規模事業者が**情報共有**できる**プラットフォーム**があると良い。

<基本的な考え方>

- 情報を伝えたい相手に**伝わりやすいように工夫**することが必要
- 管外からの学生や来街者に**十勝の魅力を発信**してもら**う仕掛け**が必要
- 情報に**たどり着きやすく**するための**仕組み**が重要

【具体的な施策】

- 効果的な**情報発信**
- 第三者による**情報発信の仕組み**の検討
- 必要な情報を取得しやすい**環境づくり** (再掲)

⑦連携について

<委員からの主な意見>

- すでに様々な分野で連携しているが、業種間、企業間での連携強化が求められる。
- 人材の採用・育成や女性・外国人の活用などは連携することで効果的な課題解決につながる。また、物流などの面でも共同化や地域商社などによりコスト削減が可能である。

<基本的な考え方>

- 関係機関・団体との連携した取組みに加えて、異業種間の連携強化が求められる。
- 業種間の連携のほかに、個別企業間の連携のための情報共有、マッチングが必要。

【具体的な施策】

- 連携を進める機関・団体への支援
- 連携に取り組む企業のマッチングについての検討

⑧その他(中心市街地、交流の場等)について

<委員からの主な意見>

- 地域の活性化を図るためには、「交流人口を増やす」ことが必要であり、「人が集まる場所」を作ることでも重要。
- 少子化、人口減少の中、病院・老健・幼稚園・保育園を一括化して、子どもから高齢者まで、人でにぎわう憩いの場を作ることでもできるのではないかと。
- 大学のキャンパスや留学生が安心して交流できる場所があると良い。

<基本的な考え方>

- 学生や外国人の活動拠点が市内中心部から離れており、中心市街地に人が集う場所を設け、交流を促進することが必要。
- 子どもから高齢者まで誰もが気軽に利用できるスペースなど人で賑わう場所が市内中心部に必要

【具体的な施策】

- 中心市街地活性化基本計画に基づく取組みの実施
- 起業・創業の拠点整備、運用

ものづくり・販路拡大部会 論点に対する対応方向(概要版)

1 部会開催の概要

(1) 部会の概要

「地域資源を活かした付加価値の創出、向上」を目標として、

①新しい製品(商品)・技術・サービスの開発

②新しい売り先、市場の開拓、拡大

を行うためにどうすれば良いか、8つの論点でそれぞれ議論を行い、基本的な考え方と具体的な施策案を整理した。

(2) 実施期間

平成30年9月4日～令和元年6月27日にかけて、計8回開催。

(3) 実施体制

産業振興会議の委員及び専門部会委員の計9人で構成し、部会長・副部会長を選任。

部会長 河西 健一(栗林建設株式会社)

副部会長 田中 克宜(株式会社マテック)

委員 小倉 修二・貴戸 武利・伊豆倉 寿信・佐々木 章哲・

中田 隆之・萩原 一宏・濱田 安之

2 各論点における議論・基本的な考え方・具体的な施策

①業種・成長分野

<委員からの主な意見>

- 第一次産業関連分野は、関連企業が集中しており他地域に比べて優位性がある。
- 国内外の政策や、相場などの外部要因に左右されることがある。
- TPPやEPAで関税が安くなり、外国の良いものが安く入ってきているものがある。一方、世界的な需要の高まりなどで、価格が上昇しているものもある。

<基本的な考え方>

- 他地域に比べ優位性のある、第一次産業及びその関連分野を中心に地域経済の成長、付加価値向上を図る。
- 国内外の動向・環境変化などにより事業者を取り巻く環境は日々変わっており、様々な状況に対応できるよう企業体力の強化が必要。

【具体的な施策】

- 新たな商品・技術・サービス開発、販路拡大等への支援
- 設備導入への支援

②経営環境・インフラ

<委員からの主な意見>

- 家畜排せつ物処理をバイオガスプラントで行う計画を立てていたが、電気系統への接続にストッパーがかかり、規模拡大が困難になっている。
- 土木業は仕事のほとんどが公共事業であることから、景気等による予算規模の変動が大きいと、人材確保が難しく、地域インフラの維持が困難になっている。
- 事業規模の拡大時に、土地を新たに買って建物を建てようというモチベーションに繋がる施策があると良い。
- 会社の課題解決や、自社に付加価値をつけることを目的としたM&Aを検討。

<基本的な考え方>

- 経営環境の変化への対応、特に地域エネルギーの活用や外国人労働者も含めた人材確保などの課題への対応が必要。
- 安定して事業を行うため、自然災害リスクへの対策を講じるとともに、事業用地の確保や地域経済を支えるインフラの維持・整備が必要。
- 事業承継、M&Aが注目されており、付加価値向上を含めた対応が必要。

【具体的な施策】

- 地域エネルギーの活用に向けた課題検討を行う場の設置
- 経営環境に影響を及ぼす革新技術への対応を検討
- 地域経済活動を支えるインフラ等の維持・整備
- 経済活動に必要な土地の流動性の確保
- 事業承継やM&Aに関する相談・マッチング機能の構築

③技術・生産力

<委員からの主な意見>

- 豆腐業界では、十勝産大豆の生産量が多く、類似商品があると云われる。また、高脂肪豆腐という新技術を用いた商品が販売されたが、販売価格があげられない。
- 働き方改革の影響で、生産性をあげるために業務内容を見直す必要がある。
- 若い人達への技術継承がうまくいっていない。

<基本的な考え方>

- 十勝は食に関するブランドイメージが高いが、全国で使用されることでコモディティ化が進んでおり、そこから脱するための方法を検討。
- 生産性向上に資する先端技術や設備を導入するための環境整備が必要。
- 人手不足や社内システムの未整備など、技術継承の課題に対する対応が必要。

【具体的な施策】

- 新たな商品等のアイデア創発に資する場の構築
- 設備の貸出や技術指導等による事業者への技術力提供
- 技術蓄積・継承のための仕組み構築に対する支援
- 新たな商品・技術・サービス開発への支援（再掲）
- 設備導入への支援（再掲）

⑤マーケティング

<委員からの主な意見>

- 北海道のイメージにあらがいをかけており、全国より取組が遅れている。
- マーケティングが足りない。良いものを作る意識はあるが、お客様にとっての価値や、どうやって利用してもらうかの考えが足りない。
- マーケティングを実際にやる場合、どこから手を付けて良いかわからない。
- 経営者向けのマーケティングと、従業員向けのマーケティングは違うと思う。

<基本的な考え方>

- マーケティングは重要であり、経営者や従業員の意識改革が必要。
- 中小企業が最初の一步を踏み出しやすい仕組み・支援が必要。

【具体的な施策】

- 事業者がマーケティングを学ぶ場の構築
- マーケティングに必要なデータ収集・利活用の支援
- マーケティングに関する相談への対応
- マーケティングに取組む事業者への支援

④業種・成長分野

<委員からの主な意見>

- 6次産業化に取組む生産者同士の繋がりで、取引先を紹介する動きが出てきている。顔が見える関係同士なので話がうまくいくことが多い。
- 十勝出身でない外部の人と繋がると、全然違う視点でものを考えており面白い。
- 目的によって様々なメンバーや集まり方での異業種交流があって良いと思う。
- 連携により様々な商品を開発しているが、ヒット率が低い。

<基本的な考え方>

- 連携は新事業や新商品の開発、販路拡大など様々な効果があることから、新たな連携を生み出したリ、これまでの連携をより強化することが重要。
- 連携が良い成果に結び付かない場合もあり、付加価値向上に繋がる連携のあり方を検討。

【具体的な施策】

- 事業者同士が連携しやすい環境の整備
- 連携を求めた事業者の相談対応、コーディネート
- 効果的な連携・マッチング手法の検討
- 事業者が連携して行う事業に対する支援

⑥ブランド化の促進

<委員からの主な意見>

- 自社の認知度が高まることで、採用活動にも良い影響を与えている。
- 商品ブランド、会社ブランド、地域ブランドの3つがあると思うが、自社では地域ブランドにあらがいをかけている。
- ブランド化が価格にあらがいを反映させていない。
- 最近ではカーボンオフセットなど、環境に配慮して作るというプロセスもブランドになると思う。十勝は再生可能エネルギーが豊富で、可能性はあると思う。

<基本的な考え方>

- 地域ブランドの維持・向上に加え、商品ブランド、会社ブランドの認知度向上が必要。
- ブランド力を商品価格や販路拡大に繋げるための取組が必要。

【具体的な施策】

- 食の安全を確保するための取組への支援
- 社会動向と連動したブランド認知向上の取組
- 地元事業者や商品の情報発信支援
- ブランド力の強化に関する取組への支援

⑦知的財産保護・活用

＜委員からの主な意見＞

- 十勝の人はものづくりを頑張っているが、商標などの知的財産には関心が薄く、外に出た時に心配。
- 知財に積極的でなくとも良いが、自分の身を守るようになれば良い。

＜基本的な考え方＞

- 知的財産を活用し、自社の権利を保護する意識の醸成が必要。

【具体的な施策】

- 知的財産に関する相談窓口の設置
- 知的財産に係るセミナーの実施
- 知的財産取得に係る助成
- 知的財産の活用に関する普及啓発

⑧経営資源(ヒト・モノ・カネ・情報)

＜委員からの主な意見＞

- 大都市圏や札幌圏の業者と比べ、情報収集力が低い。
- HACCP など、現場でやらなければならないルール等が増えており、現場の人間に落とし込むのが大変。
- 働き方改革への対応を業界として取り組んでいかなければならない。
- 技術だけでなく、道徳面も含めた自社の社員教育制度を確立する。
- 人材確保のために、社員募集取得に対する助成ができないか。

＜基本的な考え方＞

- 自社の経営資源をどう付加価値向上に繋げていくか、また経営資源を更に強化するためにはどうすれば良いか検討が必要。
- 大都市圏に比べて情報収集・発信力が低いという課題の克服。
- 効果的な人材確保や育成方法を検討。

【具体的な施策】

- セミナーやメールマガジン等による情報発信
- 人材育成の支援
- 人材確保に対する取り組みへの支援
- 経営資源強化に係る設備投資に対する支援

集客・交流部会 論点に対する対応方向(概要版)

1 部会開催の概要

(1) 部会の概要

「集客・交流を通じた中小企業の振興」をテーマとして、

- ① 観光客誘致の推進による外貨の獲得
- ② 地域内の人材確保、地域外からの人材獲得を行うためにどうすれば良いか、各委員の立場などから議論を行い、議論を踏まえ基本的な考え方と具体的な施策案を整理した。

(2) 実施期間

平成30年9月4日(全体会議)～令和元年6月27日にかけて、計5回開催。

(3) 実施体制

- 産業振興会議の委員及び専門部会委員の計8人で構成し、部会長・副部会長を選任。
- | | |
|------|--------------------------------------|
| 部会長 | 高原 淳 (ソーゴー印刷株式会社) |
| 副部会長 | 大宮 美紀子 (大宮事務所) |
| 委員 | 佐藤 憲・井田 芙美子・木野村 英明・坂口 琴美・杉山 雅則・千葉 和也 |

2 各論点における議論と基本的な考え方

① 十勝・帯広の魅力発信

＜委員からの主な意見＞

- 十勝・帯広は、「何の先進地」か決めて、絞って、打ち出すことが重要である。
- 観光客の誘致を移住・定住に繋げるための視点、取り組みが必要である。
- 地元の人々が地域の魅力をきちんと理解し、その魅力を発信していくことができる地域にしておくことが重要。

＜基本的な考え方＞

- 他地域と比較し優位性のある十勝の魅力を前面に活かした情報発信が必要。
- 移住者獲得の視点を踏まえた国内観光客の誘致が必要。
- 宿泊客数の平準化を目指し、閑散期を中心に訪日外国人観光客の誘致を推進することが必要。

【具体的な施策】

- 十勝を訪れた観光客のリピーター化の推進
- 「十勝で生きること」の魅力にかける情報の発信
- 訪日外国人観光客の誘致

② 観光客の利便性と満足度の向上

＜委員からの主な意見＞

- 団体旅行から個人旅行への移行に対する2次交通の対応が必要である。
- 外国人によるネイティブチェックなどの対応が必要である。
- タクシーやハラルなど、日本とは異なる文化への対応が必要である。
- キャッシュレス対応の導入が遅れており、訪日外国人をはじめ観光客の需要を取りきれない現状について、改善が必要である。

＜基本的な考え方＞

- 訪日外国人観光客の増加や個人化の進展に伴う観光客の多様なニーズに応える受け入れ環境整備を進める。
- 魅力ある観光コンテンツづくりを進め、観光客の満足度向上を図り、体験・滞在型観光を推進する。

【具体的な施策】

- 訪日外国人観光客の受け入れ環境の整備支援
- 旅行の個人化の進展への対応
- 体験・滞在型観光の推進
- オーバーツーリズム(観光公害)への対策

③移住・定住の促進による人材の確保

<委員からの主な意見>

- 観光客誘致による外貨獲得に加え、移住・定住促進による地域内経済循環を高めることが重要である。
- 十勝には若者にとって魅力ある仕事はあるが、うまく伝わっていない状況であり、対策が必要である。
- Iターン対策とUターン対策でターゲットと情報を届ける時期が違うと思うので使い分けをして情報発信をしたら良いのではと思う。

<基本的な考え方>

- 大学等への進学で帯広市を離れる若者の就職時を契機としたUターン促進に重点的に取り組む。
- 十勝の魅力あるしごとを地域内外に発信するとともに、接点を増やすことで移住・定住を促進する。

【具体的な施策】

- 管外の大学生を十勝への就職に結びつけるための機会の設定
- 十勝に住む、十勝で働く魅力について、小・中・高校各段階での認知促進

3 帯広市産業振興会議委員名簿

帯広市産業振興会議委員（15人）

会長	梶原 雅仁
副会長	松本 健春
副会長	金山 紀久
委員	井田 芙美子
	大宮 美紀子
	小倉 修二
	金尾 泰明
	兼子 賢
	河西 健一
	貴戸 武利
	佐藤 憲
	佐藤 聡
	志子田 英明
	高原 淳
	田中 克宜（会長、副会長以外、五十音順 敬称略）

経営基盤・人材部会委員（9人）

部会長	佐藤 聡
副部会長	兼子 賢
委員	井上 理
	金尾 泰明
	合田 倫佳
	志子田 英明
	鈴木 修士
	谷脇 正人
	内木 真紀衣（正副部会長以外、五十音順 敬称略）

ものづくり・販路拡大部会委員（9人）

部会長	河西 健一
副部会長	田中 克宜
委員	伊豆倉 寿信
	小倉 修二
	貴戸 武利
	佐々木 章哲
	中田 隆之
	萩原 一宏
	濱田 安之（正副部会長以外、五十音順 敬称略）

集客・交流部会委員（8人）

部会長 高原 淳

副部会長 大宮 美紀子

委員 井田 芙美子

木野村 英明

坂口 琴美

佐藤 憲

杉山 雅則

千葉 和也（正副部会長以外、五十音順 敬称略）

4 議論の経過

■帯広市産業振興会議

【第5期】

- H29/11/06（月）第1回 正副会長の互選について
第5期会議の進め方について
帯広市中小企業振興基本条例施行10周年記念事業について
- H30/05/08（火）第2回 専門部会・テーマについて
専門部会・委員について
今後のスケジュールについて
- R元/08/05（月）第3回 部会議論のまとめについて

◆帯広市中小企業振興基本条例施行10周年記念シンポジウム

- H29/12/06（水）基調講演：「中小企業振興基本条例を軸にした地域産業政策の展開」
講師：慶應義塾大学 経済学部 教授 植田 浩史 氏
パネルディスカッション
東洋農機株式会社 取締役相談役 渡辺 純夫 氏
税理士法人竹川会計事務所 代表社員・公認会計士 竹川 博之 氏
国立大学法人帯広畜産大学 学長補佐・教授 金山 紀久 氏
司会：植田教授

◆三部会合同会議（全体会議）

- H30/08/09（木）第1回 帯広市産業振興ビジョンの策定について
講演：「地域産業の未来をひらく帯広市中小企業振興基本条例」
講師：東洋農機株式会社 取締役相談役 渡辺 純夫 氏
今後のスケジュールについて
- H30/09/04（火）第2回 帯広市産業振興ビジョンの策定について
10年間の取り組みについて
現状と課題について
アンケート調査について
- R元/10/24（木）第3回 第2期帯広市産業振興ビジョン（原案 たたき台）について
今後のスケジュールについて
- R02/01/29（水）第4回 第2期帯広市産業振興ビジョン（原案）に対するパブリックコメントの結果について
第2期帯広市産業振興ビジョン（案）について
今後のスケジュールについて

◆経営基盤・人材部会

- H30/09/04 (火) 第1回 自らの経営、取り組みについて
この(10年)間の変化について
10年後の経営、取り組みについて
- H30/11/14 (水) 第2回 10年後を見据えた経営上の課題について
- H31/01/16 (水) 第3回 十勝産業の10年後のあるべき姿と課題について
- H31/02/22 (金) 第4回 十勝産業の10年後のあるべき姿と課題について
- R元/06/05 (水) 第5回 十勝産業の10年後のあるべき姿と課題について

◆ものづくり・販路拡大部会

- H30/09/04 (火) 第1回 自らの経営、取り組みについて
この(10年)間の変化について
10年後の経営、取り組みについて
- H30/10/01 (月) 第2回 自らの経営、取り組みについて
この(10年)間の変化について
10年後の経営、取り組みについて
- H30/10/31 (水) 第3回 今後の議題・テーマについて
- H30/11/21 (水) 第4回 地域資源を活かした付加価値の創出、向上について
- H31/01/18 (金) 第5回 地域資源を活かした付加価値の創出、向上について
- H31/02/26 (火) 第6回 地域資源を活かした付加価値の創出、向上について
- H31/03/22 (金) 第7回 地域資源を活かした付加価値の創出、向上について
- R元/06/27 (木) 第8回 ものづくり・販路拡大部会における議論のまとめ(案)について(たたき台)

◆集客・交流部会

- H30/09/04 (火) 第1回 自らの経営、取り組みについて
この(10年)間の変化について
10年後の経営、取り組みについて
- H30/12/26 (水) 第2回 現状の取り組み、課題について
- H31/02/18 (月) 第3回 現状の取り組み、課題について
- H31/03/27 (水) 第4回 現状の取り組み、課題について
- R元/06/27 (木) 第5回 集客・交流部会における議論のまとめ(案)について

◆正副部会長会議

- H30/10/18 (木) 第1回 今後の進め方について
スケジュールについて
議事録の共有について
- H30/12/03 (月) 第2回 各部会の進捗等について
産業振興ビジョン・産業振興の基本方向について
十勝・帯広の産業の状況について
- R元/07/04 (木) 第3回 各部会議論の整理について
今後のスケジュールについて

5 帯広市中小企業振興基本条例

帯広市中小企業振興基本条例

帯広・十勝は、民間開拓団の入植以来、先人たちの弛まぬ努力によって、農業及び関連する幅広い産業が発展を遂げてきました。

今日でも、農業を基盤として、食品加工や農業機械など関連産業が発達しているほか、消費・サービス、運輸・流通など幅広い産業が展開しており、帯広市は、広く十勝の産業と関連性を深めながら、十勝の産業や生活を支える中心都市として発展してきています。本市産業を支える中小企業は、地域資源が持つ価値を限りなく発揮させ、雇用を確保・拡大し、市民所得の向上をもたらすなど、帯広・十勝の地域経済の振興・活性化を図る極めて重要な担い手であります。

地域産業の発展に重要な地位を占める中小企業の振興が、帯広・十勝の発展に欠かせないものであることの理解を地域で共有し、関係者の協働で地域経済の振興を図ることにより、もって地域の発展に資するためこの条例を制定します。

(目的)

第1条 この条例は、地域産業の発展に果たす中小企業の役割の重要性にかんがみ、帯広市の中小企業振興に関して基本的な事項を定めることにより、その基盤の強化及び健全な発展を促進し、もって産業及び地域社会の発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号の定めるところによる。

- (1) 中小企業者 中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項各号に定めるものをいう。
- (2) 中小企業者等 中小企業者、事業協同組合、事業協同小組合、協同組合連合会、企業組合、商工組合、商工組合連合会、商店街振興組合、商店街振興連合会その他市長が適当と認めた中小企業団体をいう。

(中小企業振興の基本的方向)

第3条 この条例の目的を達成するため、市及び中小企業者等が協働して中小企業の振興を図る基本的方向は、次のとおりとする。

- (1) 帯広・十勝の地域資源を活用する起業・創業及び新技術・新事業開発の支援
- (2) 技術・技能の向上をはじめとする人材の育成及び担い手づくりの促進
- (3) 経営基盤の強化
- (4) 産業基盤の整備
- (5) 中小企業者の組織化の促進及び中小企業団体の育成

(市長の責務)

第4条 市長は、前条の規定に基づき、地域の中小企業関係団体と密接に連携し、中小企業振興のための指針を定めるものとする。

2 市長は、国、北海道その他の公的団体等と連携し、融資のあっせん、助成金の交付その他中小企業者等に対する支援等必要な施策を講じなければならない。

(中小企業者の役割と努力)

第5条 中小企業者は、自助の精神にのっとり経営基盤の改善・強化、従業員の福利向上に努めるとともに、地域環境との調和及び消費生活の安定・安全確保に十分に配慮し、地域経済の振興発展に貢献するものとする。

2 中小企業者は、それぞれの地域及び業種等を中心に組織化を図るとともに、中小企業者等による共同事業の実施、商店街組織への加入等相互に協力するよう努めるものとする。

(市民の理解と協力)

第6条 市民は、帯広・十勝の中小企業が地域経済の振興・発展及び市民生活の向上に果たす重要な役割を理解し、地域中小企業の育成・発展に協力するよう努めるものとする。

(委任規定)

第7条 この条例の施行について必要な事項は、別に定める。

附則

(施行期日)

1 この条例は、平成19年4月1日から施行する。

(帯広市中小企業等振興条例の廃止)

2 帯広市中小企業等振興条例(昭和54年条例第26号)は、廃止する。

6 帯広市産業振興会議設置要綱

帯広市産業振興会議設置要綱

(設置)

第1条 市及び中小企業者等が中小企業振興及び地域産業振興等に関する事項について協働で検討するため、帯広市産業振興会議（以下「振興会議」という。）を設置する。

(検討事項)

第2条 振興会議は、次に掲げる事項について検討する。

- (1) 市及び中小企業者等との協働を基本に、平成21年2月に策定した「帯広市産業振興ビジョン」の効果的な推進方策に関すること。
- (2) その他中小企業振興及び地域産業振興等に関すること。

(委員構成)

第3条 振興会議の委員は、次に掲げる者のうちから市長が依頼する。

- (1) 中小企業等の関係者
- (2) 地域金融機関の関係者
- (3) 行政機関等の関係者
- (4) その他の機関の関係者

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、2年とする。ただし再任を妨げない。

(会長等)

第5条 振興会議には、委員の互選により、会長1名及び、副会長2名を置く。

- 2 会長は、振興会議を代表し、会務を統括する。
- 3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。
- 4 その他、委員の互選により相談役を置くことができる。

(会議)

第6条 会長は、会議を招集し、会議の議長となる。

- 2 専門の事項を調査するために必要があるときは、委員及び部会委員で組織する部会を置くことができる。
- 3 部会委員は、会長が依頼する。部会における調査が終了したときは、その任を終えるものとする。

(庶務)

第7条 振興会議の庶務は、帯広市商工観光部調整主幹において行う。

(補則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、振興会議に関し必要な事項は、会長が会議に諮って定める。

附 則

(施行期日)

1 この要綱は、平成21年3月30日から施行する。

(帯広市中小企業振興協議会設置要綱の廃止)

2 帯広市中小企業振興協議会設置要綱は、廃止する。

附 則

この要綱は、平成21年6月3日から施行する。