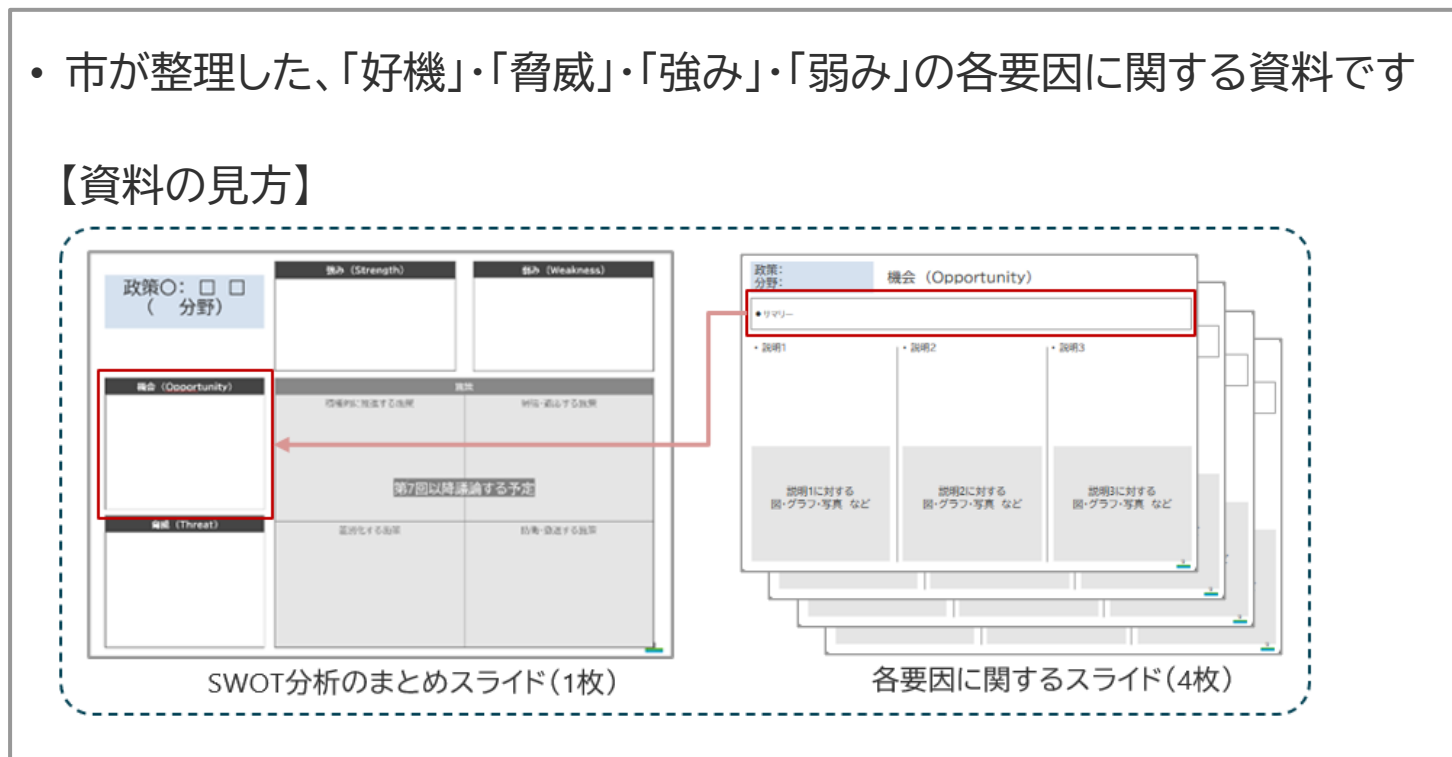


政策4：産業分野 現状と課題等の整理（SWOT要因分析）

- 市が整理した、「好機」・「脅威」・「強み」・「弱み」の各要因に関する資料です

【資料の見方】



政策:産業 (農業・工業・商業・観光)

内部環境

Strength (強み)

1. 新東名及び東名高速道路のネットワークを活かし東京大阪間の中間物流拠点及びインバウンド観光経路としての強み有。
2. 遠州三山・観光協会で開催のひなまつり、夜宵プロジェクト、風鈴まつりが観光大賞を受賞する等、誘客増効果が出ている。
3. クラウンメロンは最高峰ブランド高い評価を得て、近年、海外市場への展開国も拡大している、付加価値農業への動き有。

Weakness (弱み)

1. 農業従事者の高齢化と担い手(後継者・新規就農者)不足により、耕作放棄地・不耕作地が増加傾向にある。特に茶畑。
2. 若者世代の望む業種や職種と、遠州地域の既存産業とが必ずしも一致しておらず、若手人材が都市部へ流れる傾向続く。
3. 中小企業・小規模事業者(全ての産業)のデジタル化・DX導入が遅れ、大企業と比較し経営革新の遅れが懸念される。

Opportunity (好機)

1. 茶、温室メロンなどは、海外市場への販路拡大が期待でき、また、スマート農業の導入が推進されている。
2. 製造業の業況は、大企業・中小企業ともに改善傾向。静岡県の工場立地件数は、約50件/年と多い。
3. コロナ禍以降、海外からの誘客は回復傾向。商業や観光において、インバウンドを見据えた取組が推進されている。

Threat (脅威)

1. 国際的な原料価格の上昇や、気候変動による自然災害の激甚化等、農業へも大きな影響を及ぼす事象が発生
2. 静岡県の製造品出荷額等は、2007年をピークに2012年以降は横ばい。
3. 人口減少により、すべての業界で労働力人口が減少。

施策

積極的に推進する施策

克服・適応する施策

第7回以降議論する予定

差別化する施策

防衛(撤退)する施策

政策:産業 (農業・工業・商業・観光)

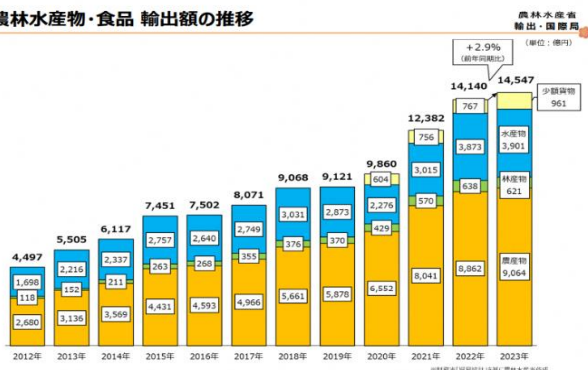
Opportunity (好機)

- 茶、温室メロンなどは、海外市場への販路拡大が期待でき、また、スマート農業の導入が推進されている。
- 製造業の業況は、大企業・中小企業ともに改善傾向。静岡県の工場立地件数は、約50件/年と多い。
- コロナ禍以降、海外からの誘客は回復傾向。商業や観光において、インバウンドを見据えた取組が推進されている。

- 高度で効率的な生産・流通管理を可能とする技術革新の進展
- 外国籍の方の人気の果物はいちご、りんご。メロンも人気が高い。
- 健康志向等の海外ニーズに応じた優良品種等への転換も進んでおり、輸出も年々増加傾向
- 女性、高齢者、外国人材、障害のある人などを含め、多様な人が活躍する機運の高まり

◇農林水産物・食品 輸出額の推移 (農林水産省)

農林水産物・食品 輸出額の推移

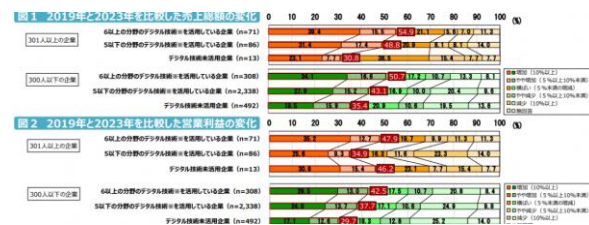


- 製造業の業況は、大企業・中小企業ともに改善している
- 県内の製造品出荷額は、輸送機械が最も多く23.6%
- 静岡県の工場立地件数は、令和2年以降例年約50件程度で推移しており、全国で3~4位
- 外国人の就業者数は、平成27年と比較すると1万5,349(44.2%)増加。外国人も住みやすい、働きやすいまちづくりが求められる。

- デジタル技術の活用により、企業はコスト削減や品質・売上の向上を実感している傾向があり、4割程度の企業は 人手不足解消や労働時間の短縮・休日の増加などの効果も実感している

- 2019年との比較で、静岡県は、東南アジアからの旅行者の増加率が全国1位
- インバウンドの地方誘客と消費の拡大が推進されている
- 外国人の国外旅行の目的で最も多いのは「ガストロノミー・美食」。市場推計規模は 1.45 億人
- ECサイト等の通信販売等は利用者が増えており、物流にも影響を与えている。

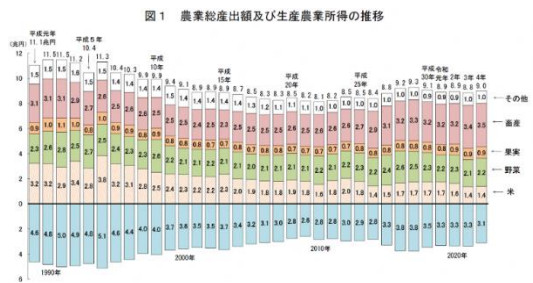
◇ものづくり企業におけるデジタル化の活用比 (2024年版ものづくり白書)



- 国際的な原料価格の上昇や、気候変動による自然災害の激甚化等、農業へも大きな影響を及ぼす事象が発生。
- 静岡県の実業出荷額等は、2007年をピークに2012年以降は横ばい。
- 人口減少により、すべての業界で労働力人口が減少。

- 令和4年は国際的な原料価格の上昇等により生産農業所得が減少
- 国内ではリーフ茶の長期的な需要の減少を背景に栽培面積が減少傾向
- 日本の年平均気温は、100年あたり1.24℃の割合で上昇。高温による品質低下などが発生
- 農林業経営体数は減少し、高齢化も進行している

◇農業総産出額及び生産農業所得推移
(農林水産省)



注: 表示単位未満を四捨五入しているため、合計値と内訳の計が一致しない場合がある(以下同じ。)

- 静岡県の製造品出荷額等は、2007年をピークに2012年以降微増減しながら横ばいの状況
- 静岡県の事業所数、従業者数は減少傾向
- 製造業では、6割以上の事業所が「指導する人材が不足している」となっている
- 新型コロナウイルス感染症からの経済活動再開に伴う需要増大や、海外情勢の不安定化などにより原油価格が上昇

◇原油高の状況(静岡県月例経済報告)



出典: 石油情報センター

- 人口減少により、すべての業界で労働力人口が減少。
- 県内の事業所数も減少傾向
- 消費者態度指数は、50以下で上下しており、伸び悩んでいる
- 物流では、ドライバーの人材不足から就労状況に課題が発生。コスト増やサービス低下などへの影響が懸念される
- 静岡県全体で茶のイメージが強く、袋井市自体の特産品の認知度が明確でない
- SNSは情報のコントロールが難しく、急激に人気が出た際はオーバーツーリズムになる可能性がある



Strength (強み)

- 新東名及び東名高速道路のネットワークを活かし東京大阪間の中間物流拠点及びインバウンド観光経路としての強み有。
- 遠州三山・観光協会で開催のひなまつり、夜宵プロジェクト、風鈴まつりが観光大賞を受賞する等、誘客増効果が出ている。
- クラウンメロンは最高峰ブランド高い評価を得て、近年、海外市場への展開国も拡大している、付加価値農業への動き有。

- 東西道路交通の要所とし発展してきた本市で、令和6年4月のトラックドライバーの労働時間規制により、更に国内の東西大消費地への物流拠点の適地として再度注目されており、民間投資の動きも出ている。
- インバウンド観光のオーバーツーリズム問題を受け、地方を訪れる外国人が増加、ゴールデンルート上にある袋井市は優位



- 「可睡齋ひなまつり」「夜宵プロジェクト」「遠州三山風鈴まつり」と、地域資源を活かした年間通じた催しが生まれ、観光レクリエーション客数も増加傾向にある。ふくろい遠州の花火への県内外からの誘客力大きい
- エコパスタジアム・アリーナでのスポーツやエンタメライブの開催が増え、遠方からの来客による宿泊や飲食等経済効果が期待。(他の資源との連携が鍵)



- クラウンメロンは、国内での高級食市場での積極的展開に加え、ドバイ、米国、アジア諸国など海外輸出も拡大し、ブランディング確立へ着実に展開中
- 茶業界が大変厳しい状況にある中、歴史や独自の生産技術を売りにした高付加価値商品を開発し、BtoC販売する動きが出ている
- イチゴ栽培では、営農人材育成の環境(プロ農家が受入)もあり新規就農者が増加している



英国ロンドン高級百貨店ハロッズで試食販売
(出典:ジェトロビジネス短信より)

Weakness (弱み)

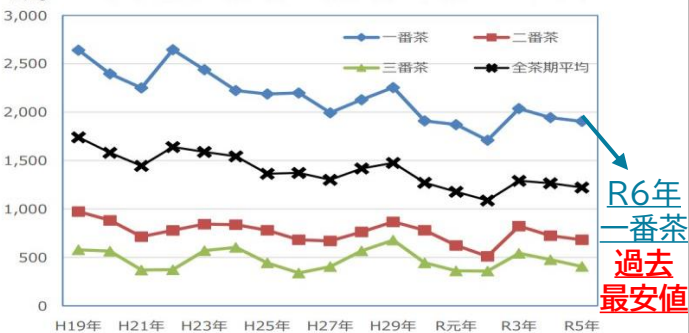
- 農業従事者の高齢化と担い手(後継者・新規就農者)不足により、耕作放棄地・不耕作地が増加傾向にある。特に茶畑。
- 若者世代の望む業種や職種と、遠州地域の既存産業とが必ずしも一致しておらず、若手人材が都市部へ流れる傾向続く。
- 中小企業・小規模事業者(全ての産業)のデジタル化・DX導入が遅れ、大企業と比較し経営革新の遅れが懸念される。

- ・ クラウンメロンは施設への初期投資が大きく、営農技術伝承とともに新規就農への課題が大
- ・ 令和6年静岡荒茶の市場価格が更に低下し、資材等高騰と相まって、従前どおりの経営では経営継続が困難に
- ・ 農業はBtoC展開有無が重要なフェーズとなる中、マーケティング・ブランディングを自ら習得し、自ら消費者に売るチャンネル開拓営業に壁がある

- ・ 企業の持続的経営に欠かせない「労働力確保」の面で、特に中小企業においては確保が大変難しい状況となっている
- ・ 若者世代が就職を望むIT産業(SE系)や事務職などの職種が本地域内に少なく、新卒学生が都市部へ就職(流出)する傾向。一方、IT産業立地などの産業構造転換が進んでいない
- ・ 先端技術産業の誘致に向けた産業用地(大区画)が不足しており、機会損失が懸念される

- ・ 中小事業者(工業・商業・サービス業)では、事務経理や生産工程でのデジタル技術の導入が遅れており、持続的経営には導入着手が待ったなしの状況にある
- ・ 農業では、スマート農業(センサー・AI・自動化等技術)が段階的に導入されている一方、農業従事者の高齢化が進んでいる現場では、長期的視点で設備投資を決断することが困難

お茶価格の推移 (荒茶・普通せん茶)



資料：全国茶生産団体連合会調べ

袋井市
令和5年度「高校生と企業を結ぶ合同企業説明会」の開催結果

参加企業 (回答数 62 社 : 回答率 95.4%)

◇合同企業説明会に参加した理由(複数回答可)

地元の高校生を確保したい	61 社	98.4%
自社をPRする良い機会だった	45 社	72.6%
市から参加依頼があった	4 社	6.5%
商工団体から参加依頼があった	2 社	3.2%
ハローワークから参加依頼があった	2 社	3.2%

