

安曇野市

ものづくり振興ビジョン

高い技術力で持続的に成長するまち 安曇野

長野県 安曇野市



はじめに

近年、製造業の置かれている状況は刻一刻と変化しており、デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進、カーボンニュートラル・SDGs への取組など、これまで以上に時代の潮流にいち早く対応した経営が求められています。また、地方自治体にはこれらの課題に対応した行政運営が求められています。そこで、本市の現状及び課題を明確にしたうえで新たな目標や戦略を定めるため、「安曇野市ものづくり振興ビジョン」を策定いたしました。



本市をとりまく経済状況は、世界中を襲った新型コロナウイルス感染症の終息の兆しが見えず、加えて、原材料費・燃料費等の高騰や円安による輸入・流通コストの上昇により一層厳しい状況にあります。こうした状況下においても企業には中核事業を継続し、持続的に成長することが求められます。また、人口減少、少子高齢化による生産年齢人口の減少により地域の人材不足は大きな課題となっています。

本ビジョンでは、「高い技術力で持続的に成長するまち 安曇野」を基本目標としております。市内企業が高度な技術力を生かし、新製品・新技術の開発や新市場開拓を実現することで、これまで培ってきた技術を次世代に繋ぎ、さらに伸ばすことで持続的に成長して世界市場から求められる地域となることを目指します。

厳しい経済状況下ではありますが、ビジョンの実現に向け皆様の一層のご支援とご協力をお願い申し上げます。

結びに、「安曇野市ものづくり振興ビジョン」の策定にあたり、貴重なご意見やご提言を賜りました企業や関係機関の皆様にご心から感謝申し上げます。

令和5（2023）年3月

安曇野市長 太田 寛

目 次

第1章 安曇野市ものづくり振興ビジョンの策定にあたって	1
1. ものづくり振興ビジョン策定の趣旨と目的.....	1
2. ビジョンの位置づけと計画期間.....	1
(1)安曇野市ものづくり振興ビジョンの位置づけ.....	1
(2)計画期間.....	1
第2章 安曇野市ものづくり産業の現状と課題	3
1. 安曇野市の概況.....	3
2. 統計からみる安曇野市ものづくり産業の現状.....	4
3. 安曇野市ものづくり産業の課題.....	12
第3章 安曇野市ものづくり産業の目指すべき方向性	18
1. 基本目標.....	18
2. 基本目標実現に向けた施策体系図.....	18
3. 計画実施における指標.....	20
第4章 戦略・施策の内容	24
基本戦略1 地域を牽引するものづくり企業支援.....	24
1-1. 地域牽引企業の育成と支援.....	24
1-2. 地域内支援機関による連携.....	24
1-3. 企業立地の支援.....	24
1-4. グローバルニッチトップやその候補となる企業の育成と支援.....	25
基本戦略2 企業の経営基盤・生産性の強化.....	26
2-1. 継続的な企業活動確保に向けたBCP策定支援.....	26
2-2. 情報通信技術の利活用、DX推進による生産性向上支援.....	26
2-3. SDGsへの取り組みによる企業価値の増大.....	26
2-4. カーボンニュートラルへの取り組みによるコスト削減と信頼性向上.....	27
基本戦略3 産業間連携による新たな価値の創造.....	28
3-1. 産業間連携による新技術・新製品開発及び新分野進出支援.....	28
3-2. 企業間連携強化.....	28
3-3. 技術・製品等のPR強化.....	28

基本戦略4 ものづくり技術を継承する人材の確保と育成.....	30
4-1. 企業の人材確保支援.....	30
4-2. 企業の次世代を担う人材育成.....	30
4-3. 潜在労働力の掘り起こし.....	30
第5章 ビジョン実現に向けた推進体制と進捗管理.....	32
1. 推進体制.....	32
2. 進捗管理.....	33

資料編

第1章 安曇野市ものづくり振興ビジョンの策定にあたって

1. ものづくり振興ビジョン策定の趣旨と目的

本市では、平成22(2010)年に安曇野市工業振興ビジョンを策定し、平成27(2015)年に見直しを行いました。平成30(2018)年には、第2次安曇野市総合計画前期基本計画がスタートし、その基本目標の1つである「魅力ある産業を維持・創造するまち」の具現化に向け、第2次安曇野市工業振興ビジョンを策定しました。

第2次安曇野市工業振興ビジョン策定後現在に至るまで、工業が置かれた環境は激しく変化しており、デジタルトランスフォーメーション(DX)¹の推進、カーボンニュートラル²・SDGs³の取組など企業の経営基盤の強化や生産性の向上、さらに毎年のように発生している自然災害など不測の事態への対応が急務になっています。市内企業には時代の変化にいち早く対応した経営が求められ、支援機関や自治体には市内企業の後押しとなる施策の検討や支援方法の構築が求められています。

そのためには、第2次安曇野市工業振興ビジョンの見直しによる後期計画ではなく、工業振興ビジョンを一新したビジョン策定が必要になります。

そこで、本市の現状及び課題を明確にしたうえで新たな目標や戦略を定める「安曇野市ものづくり振興ビジョン」を策定します。

2. ビジョンの位置づけと計画期間

(1) 安曇野市ものづくり振興ビジョンの位置づけ

本ビジョンは、上位計画である「第2次安曇野市総合計画 後期基本計画」と整合を図り、本市のものづくり振興の分野別ビジョンとして位置づけます。

(2) 計画期間

本ビジョンは「第2次安曇野市総合計画 後期基本計画」との整合を図るため、令和5(2023)年度～令和9(2027)年度までの5カ年とします。

¹ Digital Transformation の略。

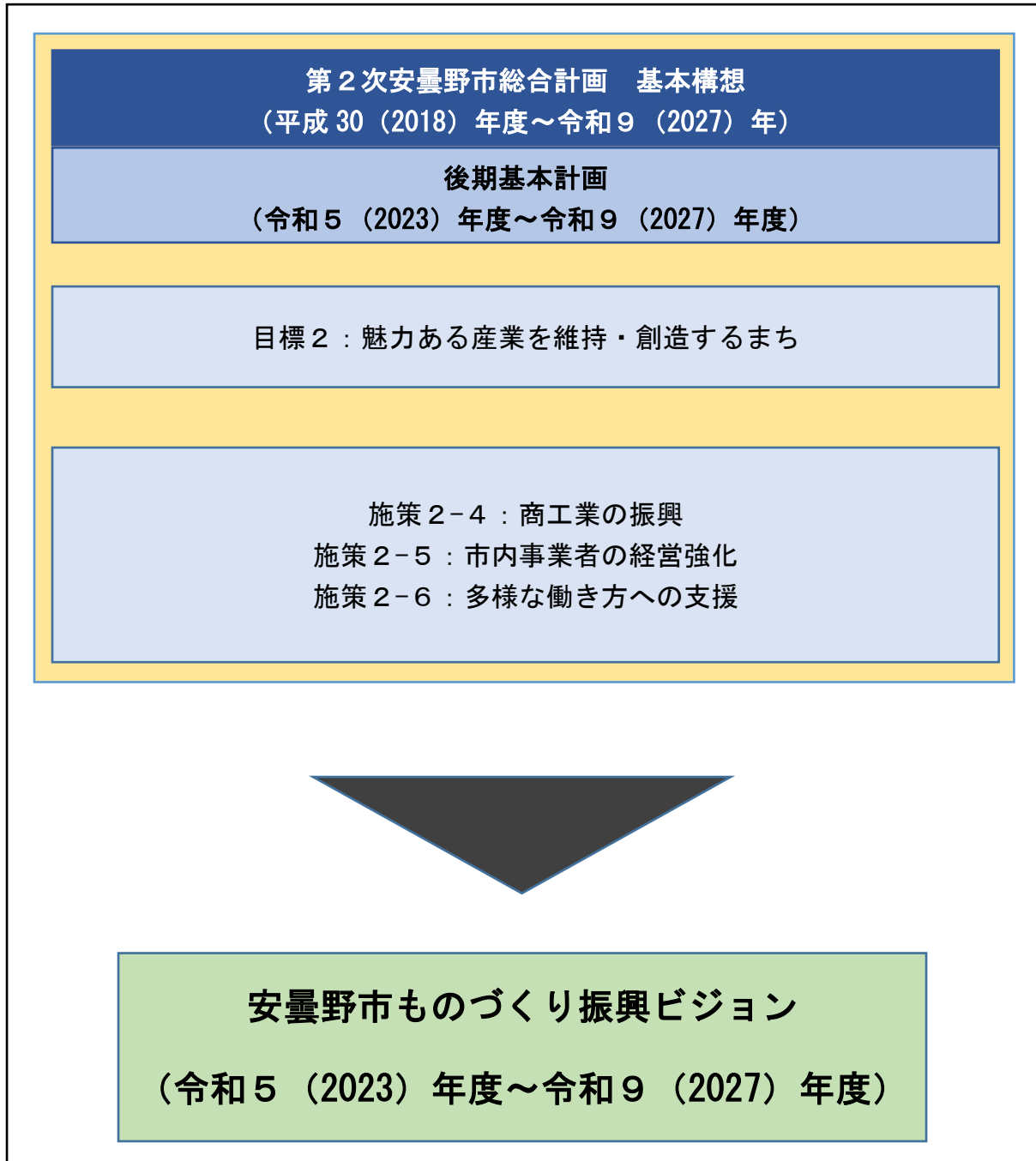
・企業が顧客、市場の変化に対応しつつ、組織、文化、従業員の変革を牽引しながら、第3のプラットフォーム(クラウド、モビリティ、ビッグデータ等)を利用して、新しい製品やサービス、新しいビジネスモデルを通して、ネットとリアルの両面での変革を図ることで価値を創出し、競争上の優位性を確立すること。(総務省HP 記載内容を編集)

・「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。」(経済産業省HP)

² 温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること。

³ Sustainable Development Goals の略で、国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2030年までに持続可能でよりよい社会を目指す国際目標。

図表 1. 上位計画と本ビジョンの関係



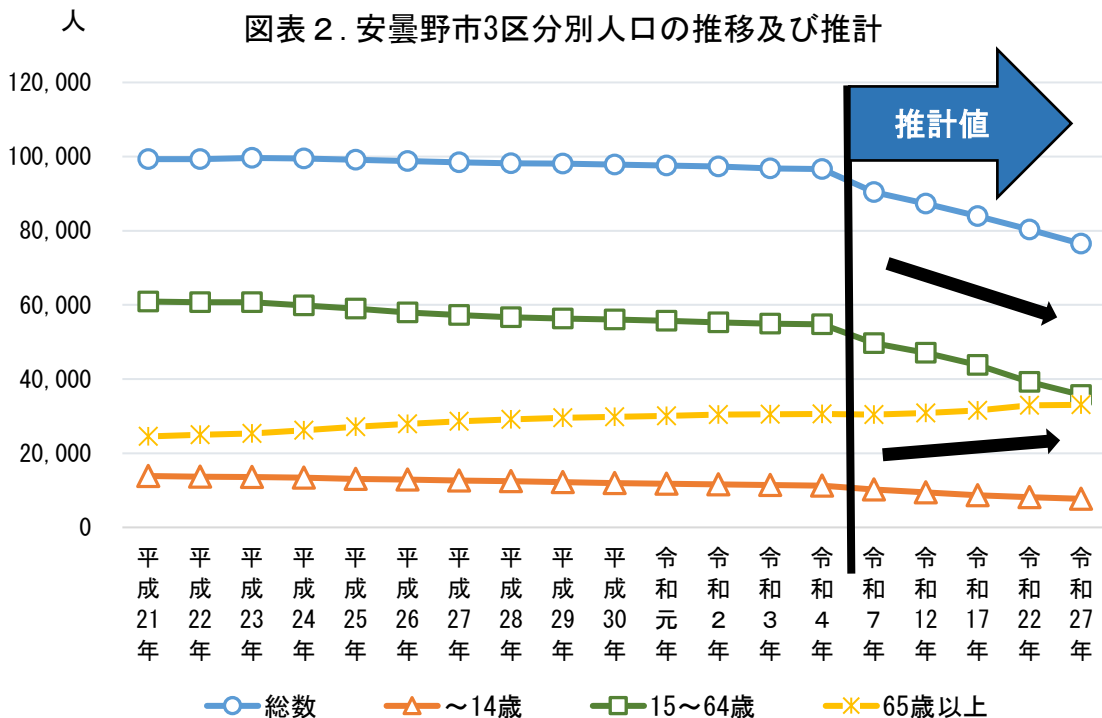
第2章 安曇野市ものづくり産業の現状と課題

1. 安曇野市の概況

本市では、総人口は平成25(2013)年以降に、生産年齢人口(15歳～64歳)は平成21(2009)年以降にいずれも緩やかな減少傾向を示している状況でしたが、今後は、加速度的に人口が減少して令和27(2045)年の時点で令和4(2022)年と比べて総人口が約21%の減少、生産年齢人口に関しては、約35%減少すると推計されています。

生産年齢人口については、過去10年間で約5,500人減少しており、様々な産業分野において人材不足が顕在化している状況です。今後、更なる人口減少によって産業間・企業間における人材獲得競争が今まで以上に激しさを増し、人材を確保できない企業は事業実施や企業の存続にも大きな影響を受けるおそれがあります。

一方、65歳以上のシニア層に関しては、過去10年間で約5,000人増加しており、今後も増加することが推計されています。



出典：安曇野市の統計、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

2. 統計からみる安曇野市ものづくり産業の現状

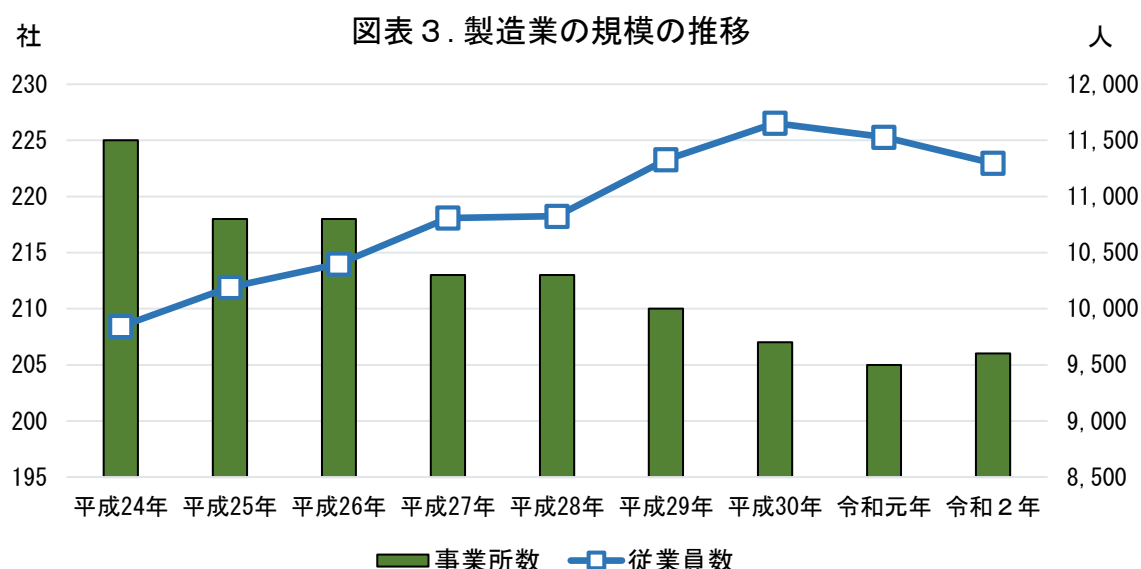
【事業所数・従業員数】

本市の事業所数（従業員4人以上の事業所）に関しては、平成24（2012）年以降減少傾向を示しており、平成24（2012）年と令和2（2020）年を比較すると9年間で約8%減少しています。

また、市内製造業の従業員数（従業員4人以上の事業所）については、平成30（2018）年まで増加傾向で推移していましたが、平成30（2018）年以降は従業員数についても減少傾向に転じています。

【特化係数⁴（従業員数）】

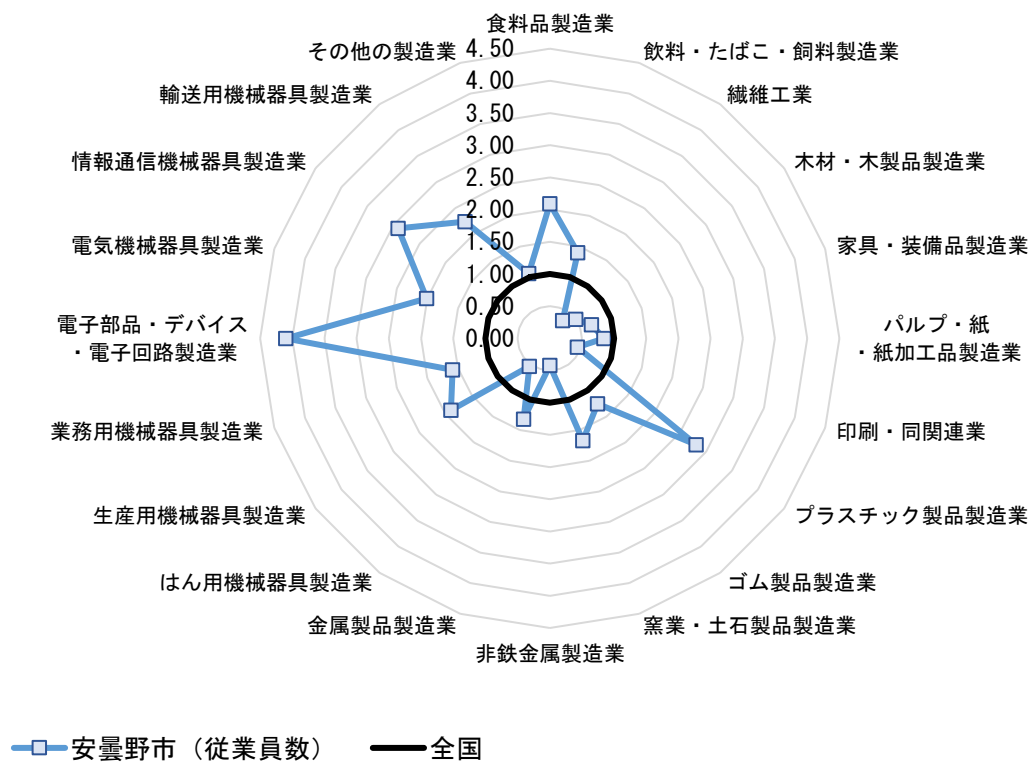
従業員数に関して特化係数を確認すると、20分野のうち13分野で特化係数が1.0を超えています。その中でも電子部品・デバイス・電子回路製造業は特化係数が4.1と非常に高い数値を示しており、加えて5分野で特化係数が2.0を超えています。本市では全国的に見て、製造業における従業員数が多く、製造業が盛んな地域であるといえます。



出典：内閣府「RESAS」、長野県「工業統計」より作成

⁴ 域内のある産業の比率を全国の同産業の比率と比較したもの。1.0を超えていれば、当該産業が全国に比べて特化している産業とされる。

図表 4. 安曇野市の特化係数（従業員数）



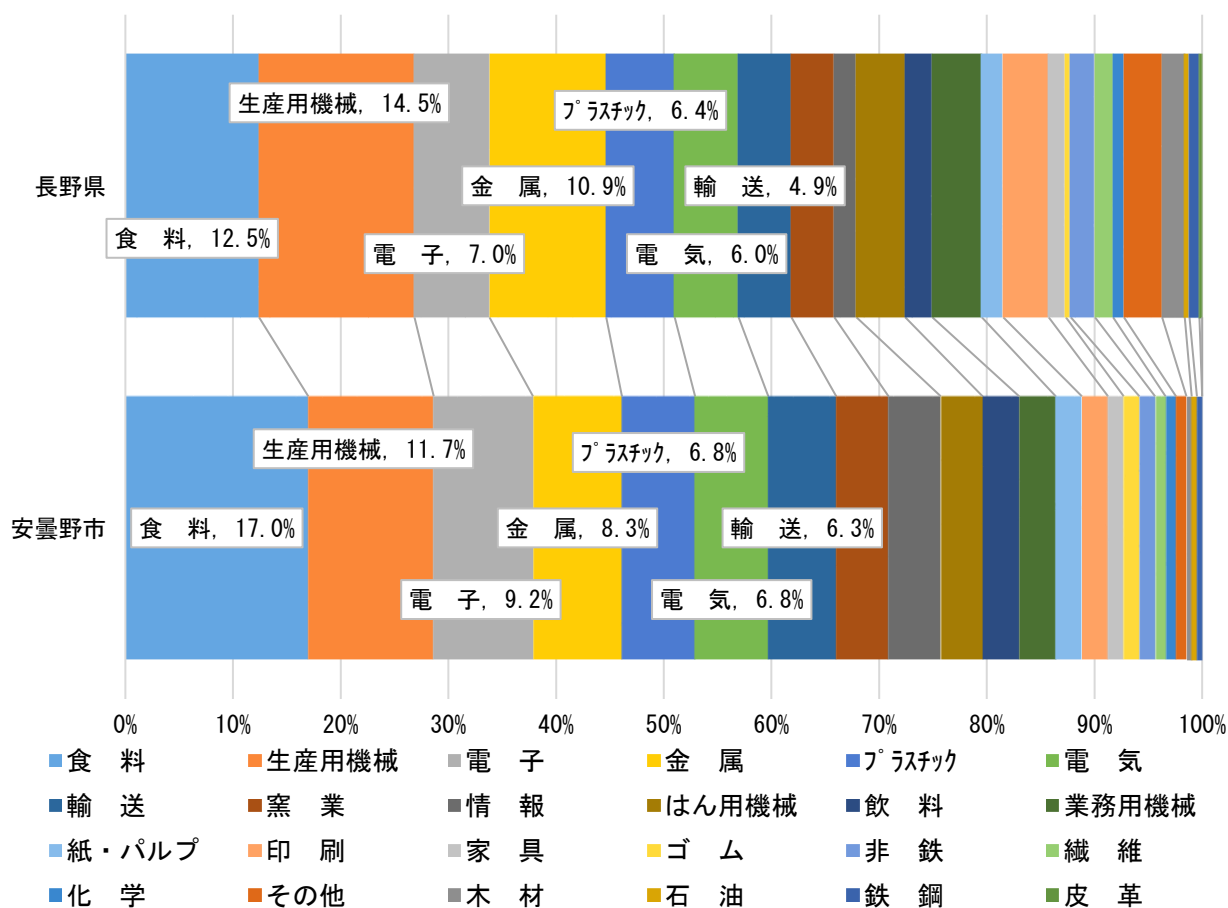
出典：内閣府「RESAS」より作成

【産業中分類別事業所数の割合】

産業中分類別の事業所数の割合について、本市は食料品製造業を筆頭に生産用機械器具製造業や電子部品・デバイス・電子回路製造業、金属製品製造業、プラスチック製品製造業、電気機械器具製造業の割合が高いことが分かります。

長野県の産業中分類別の事業所数の割合と比較すると立地している事業所の傾向は比較的類似しているといえますが、特に食料品製造業や電子部品・デバイス・電子回路製造業といった業種については、長野県の立地割合と比べて高いことが分かります。反対に生産用機械器具製造業、金属製品製造業については、当市の立地割合と比べて長野県全体での立地割合が高くなっていることが分かります。

図表 5. 産業中分類別事業所数の割合



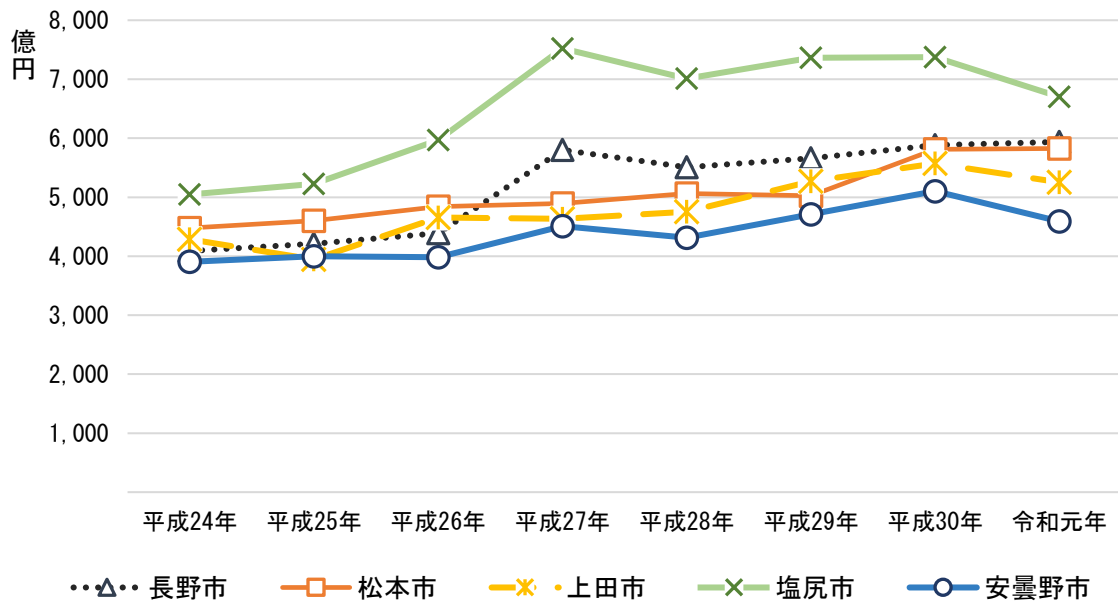
出典：長野県「工業統計」

【製造品出荷額等】

製造品出荷額等（従業員4人以上の事業所）については、平成24（2012）年から平成30（2018）年にかけて緩やかな増加傾向を示していましたが、令和元（2019）年には安曇野市を含めた上位5市のうち、3市がマイナスに転じましたが、2市では製造品出荷額が増加していることが分かります。当市については、マイナスに転じた3市の中でも特に減少幅が大きく、製造品出荷額は約500億円減少（-10.0%）しています。

ただし、平成26（2014）年以降県内5番目に位置しており、長野県内においては、ものづくりが盛んな地域といえます。

図表6. 製造品出荷額等（従業員4人以上事業所）



出典：長野県「工業統計」

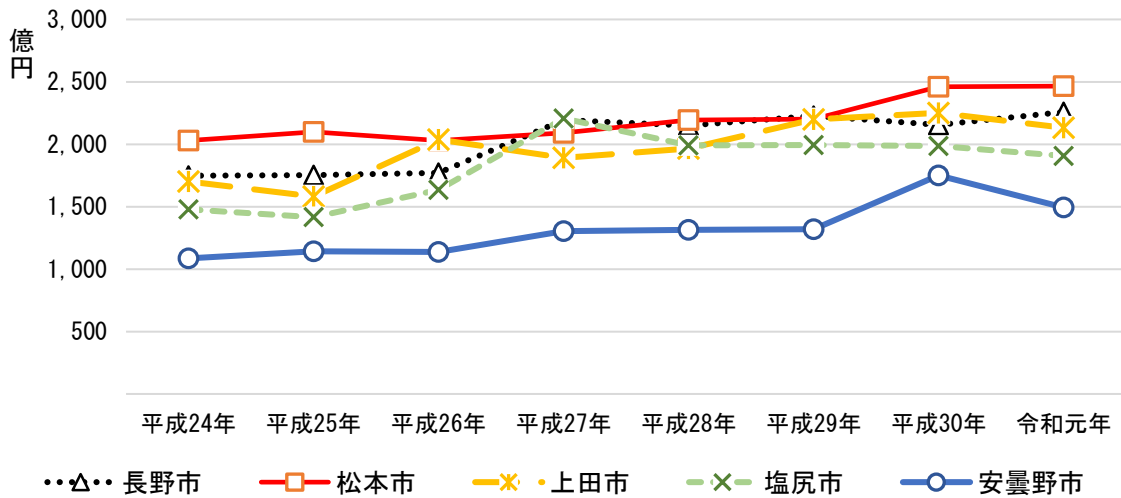
【粗付加価値額⁵】

粗付加価値額（従業員4人以上の事業所）についても平成24（2012）年以降県内5番目に位置しており、長野県内ではものづくりで稼ぐことが出来ている地域といえますが、上位4市と比べると大きな差があります。平成30（2018）年に上位4市に迫る粗付加価値額となりましたが、令和元（2019）年に本市を含めた上位5市のうち、3市でマイナスに転じており、中でも本市は約257億円減少（-14.7%）と他市に比べて大きく減少しており、上位4市との差が大きく開いたことが分かります。

【特化係数（付加価値額）】

付加価値額についての特化係数を確認してみると食品製造業、プラスチック製品製造業、窯業・土石製品製造業、金属製品製造業、生産用機械器具製造業、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の9分野で特化係数が1.0を超えています。特に電子部品・デバイス・電子回路製造業については約7.0、食料品製造業では約2.4、プラスチック製品製造業では約2.3、情報通信機械器具製造業では約2.4と非常に高い特化係数を示している状況であり、これらの分野で付加価値額を生み出している状況であることが読み取れます。

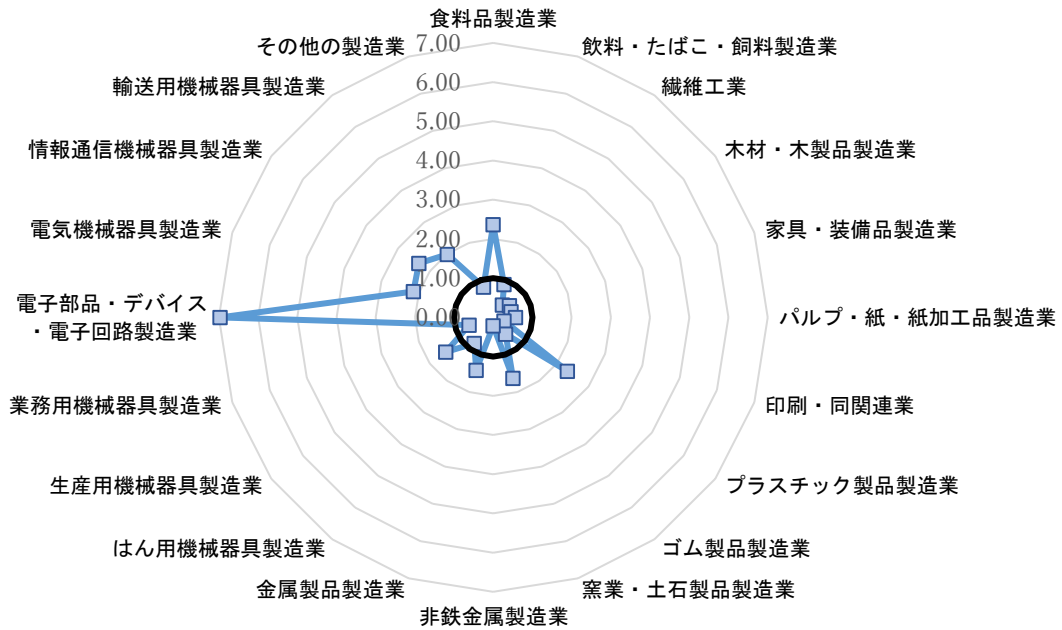
図表7. 粗付加価値額の推移（従業員4人以上事業所）



出典：長野県「工業統計」

⁵ 売上高から原材料費や仕入原価などの変動費を差し引いたもの。

図表 8. 安曇野市の特化係数（付加価値額）



■ 安曇野市

— 全国平均

出典：内閣府「RESAS」より作成

【労働生産性⁶】

労働生産性（1人当たり）に関しては、平成24（2012）年から平成29（2017）年まで長野県とほぼ同等の水準で推移していました。平成30（2018）年に国・長野県を上回る水準を示しましたが、令和元（2019）年に大きく下落したことで、再び国の水準を下回っています。

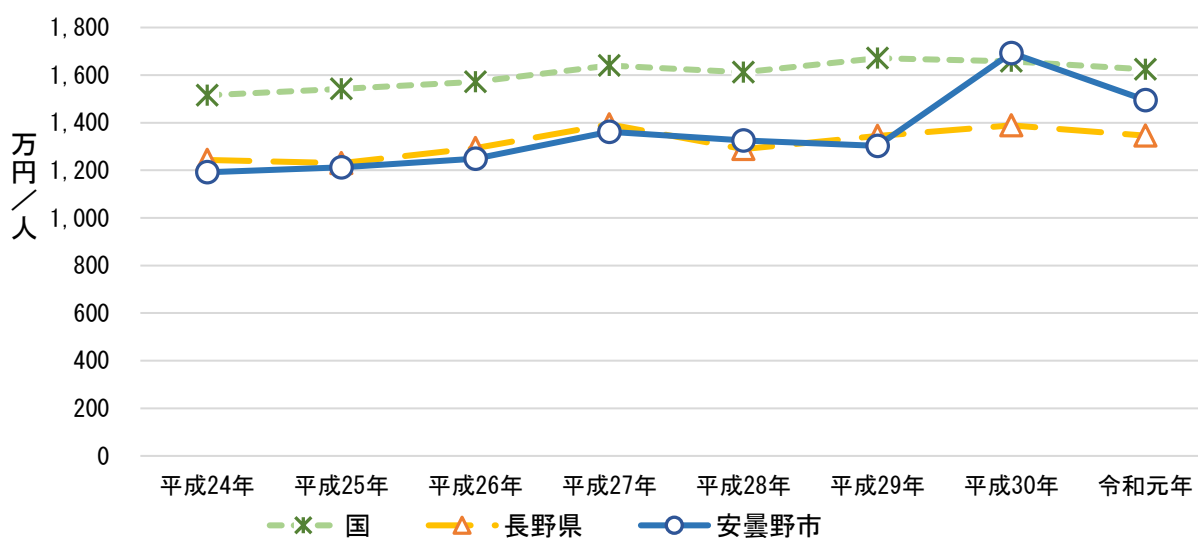
また、個別の企業についてみると労働生産性が低い企業は「稼ぐ力」が弱いといえます。稼ぐ力が弱いことで収益が低く、従業員の賃金が低くなる可能性が高いため、人口減少が進む状況下では人材確保がより困難になりがちです。企業戦略を検討して必要な投資を行うことで高い収益につなげる好循環を確立し、労働生産性の高い企業を育成することが求められます。

【特化係数（労働生産性）】

労働生産性に関して、本市の特化係数を確認してみると、はん用機械器具製造業と電子部品・デバイス・電子回路製造業に関しては、1.0を超えて全国より高い水準を示している状況ですが、その他については、すべて1.0を下回る水準であることが分かります。

付加価値額については、9分野で特化係数が1.0を超えていましたが、労働生産性について特化係数が1.0を超えているのは電子部品・デバイス・電子回路製造業、はん用機械器具製造業の2業種しかなく、多くの業種では、付加価値を生んでいるものの、総じて従業員数が多い傾向にあるため労働生産性が低い状態となっていることが分かります。

図表9. 労働生産性の推移

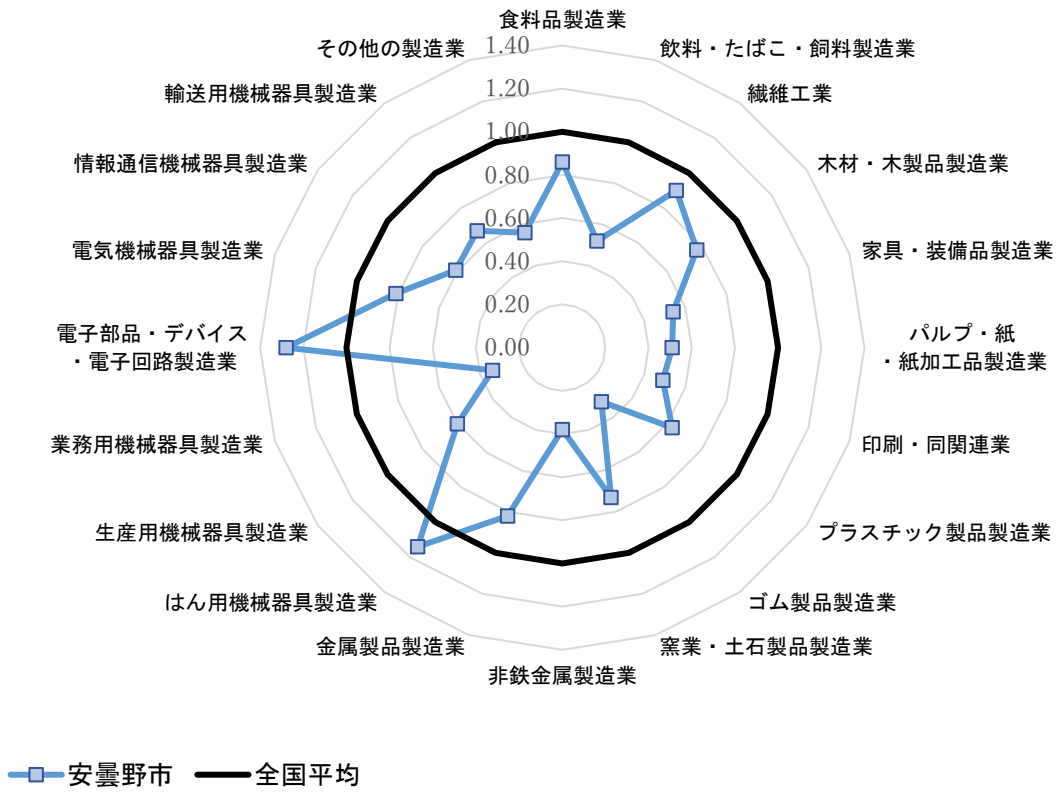


出典：内閣府「RESAS」

国の数値については都道府県データより算出

⁶ 従業員一人当たりの付加価値額。

図表10. 安曇野市の特化係数（労働生産性）



出典：内閣府「RESAS」より作成

3. 安曇野市ものづくり産業の課題

本ビジョン策定にあたり、市内ものづくり企業へのアンケート調査及び支援機関・一部事業者へのヒアリング調査を実施しました。それらの結果から明らかになった安曇野市ものづくり産業の課題をもとに、安曇野市が目指す方向と戦略を設定する必要があります。

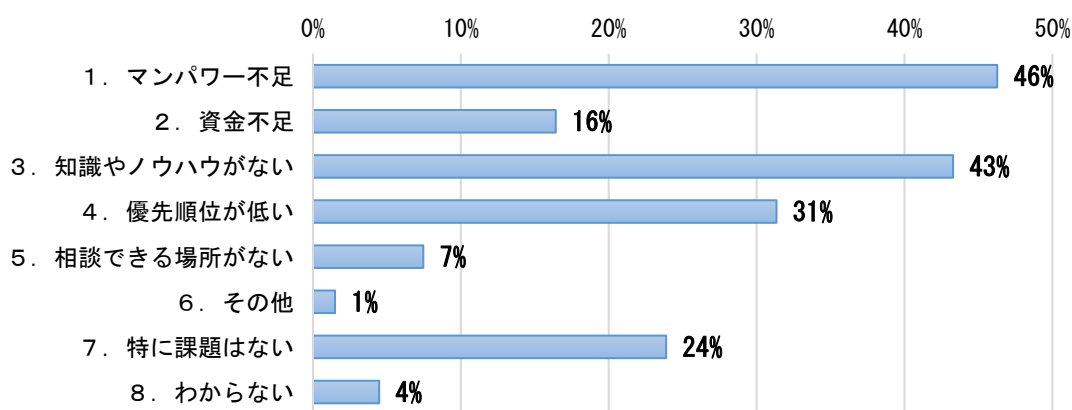
(1) 緊急事態における早期復旧やリスク回避体制の整備の遅れ

新型コロナウイルス感染症は、未だ終息が見えない状況が続いています。

また、近年毎年のように日本国内では自然災害による都市機能への甚大な被害が発生しています。これまで安曇野市内においては幸いなことに大きな被害が発生したことはありませんが、一度自然災害が発生すると経済活動や生活に大きな影響を及ぼす恐れがあります。このような緊急事態はいつどこで発生するかわかりません。平常時から緊急事態発生時に行うべき対応や行動を把握することでのリスク回避や緊急事態発生時でも企業の中核事業を維持し、事業資産の損害を最小限に抑えることで事業の早期復旧を目指し、雇用や資産を守ることが求められます。

現在、市内企業においてBCP⁷の策定を行っているのは30%（図表41参照）と少なく、早急な対応が必要な状況になっています。BCP策定に向けて市内企業が課題として感じている内容は、「マンパワー不足」が最も多く、次いで「知識やノウハウがない」と人材に関する内容が上位を占めており、人材の確保・育成や知識の習得が求められています。

図表11. BCPを策定・更新する上での課題 N=67



(2) 企業価値増大に資する取組、新規事業展開に向けた取組が不十分

競合先に打ち勝って受注を獲得するためには、SDGs・カーボンニュートラル等への取組による企業価値の増大、競合他社との差別化が図れるような技術力、取引先や消費者に訴求できるデザイン力を身に付け、他社や他地域との競争の中で常に選ばれる製品を提供できるこ

⁷ Business Continuity Plan の略。企業が自然災害などの緊急事態に直面した場合に、中核事業の継続や早期普及を可能とするために平常時から行うことや緊急時の事業継続のための方法・手段などを取り決めておく計画。

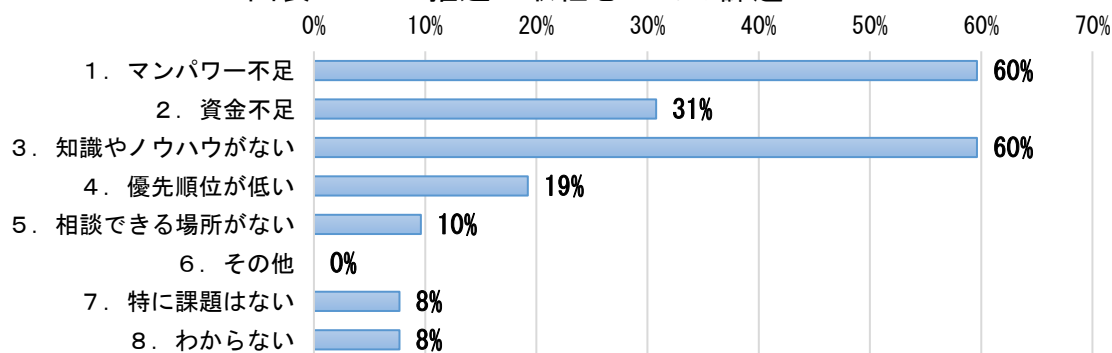
とや新しい技術を提供できる企業になることが必要です。

そのためには、DXの推進、SDGs・カーボンニュートラルへの取組、自社技術を活用した新分野への進出や新製品・新技術の開発などを推進することで市内ものづくり企業が「選ばれる企業」へ転換することが必要です。

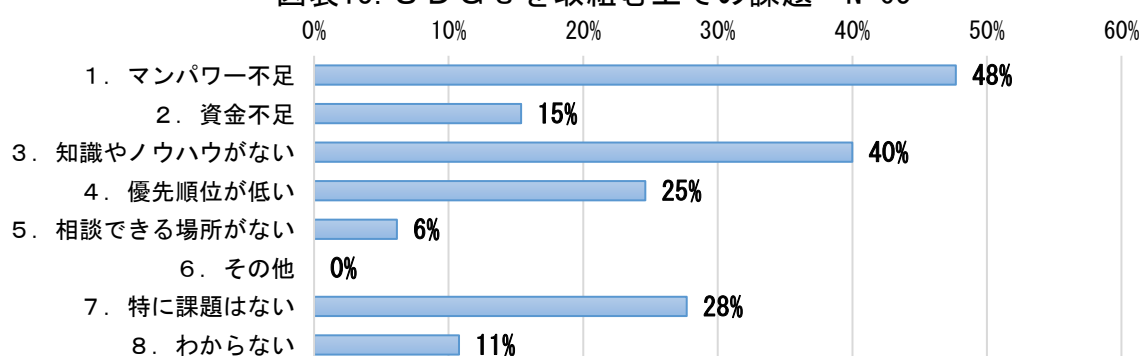
しかし、DXの推進により顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルの変革を行っている企業は17%（図表42参照）、SDGsの取組を行っている企業は40%（図表44参照）、カーボンニュートラルの取組を推進している企業は29%（図表46参照）といずれも半数に届いておらず、各要素の推進による企業価値の向上による「選ばれ続ける企業・地域」への転換が必要です。

DX推進、SDGs、カーボンニュートラルの取組に関して課題となっている内容は、すべての要素で「マンパワー不足」が最も多く、次いで「知識やノウハウがない」と人材に関する内容が上位を占めており、人材の確保・育成や知識の習得が求められています。また、資金面を課題としている企業も一定数おり、補助金等での資金面の支援が必要となっています。

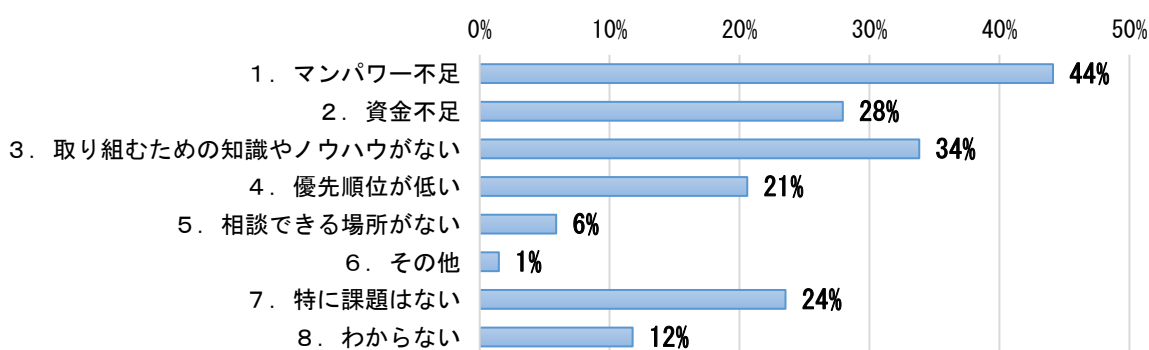
図表12. DX推進に取組む上での課題 N=52



図表13. SDGsを取組む上での課題 N=65



図表14. カーボンニュートラル推進に取り組む上での課題 N=68



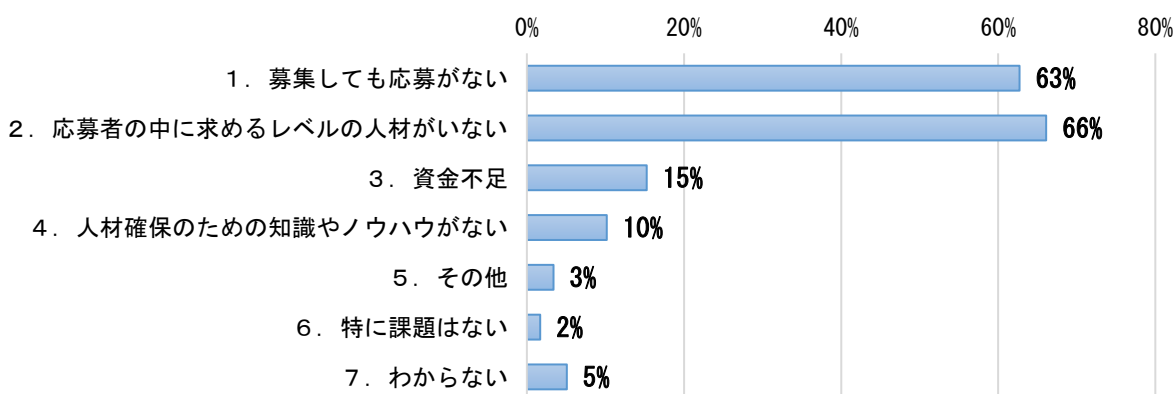
(3) 慢性的かつ深刻な人材不足

新規卒者に限らず中途採用も含めて、ものづくり産業に従事する人材は十分な状況とはいえ、人材不足を感じている企業が多い状況となっています。また、企業の進むべき方向性を定め、継続的に発展していくために求められる経営力を備えた次世代経営者や製造現場全体を統括できるような人材も充足しているとはいえません。加えて、若年層に関しては進学を機に関東・中京・関西へ流出し、そのまま進学先で就職するケースが多く、Uターン等によって本市へ戻ってきて就職する人材の確保は難しい状態が続くことが考えられます。

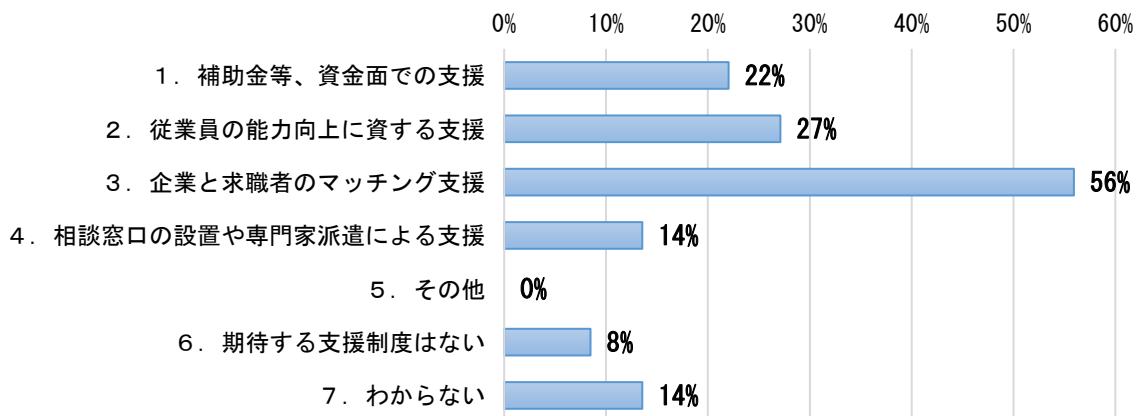
人材不足への対応として市内企業の多くが「新規人材の採用」「既存社員の教育・能力向上」に取り組んでいる状況ですが、募集しても応募がない場合や応募があっても自社で求めるレベルの人材からの応募がないといった課題を感じている企業が多く、企業と求職者のマッチング支援や従業員の能力向上に資するような支援を展開する必要があります。

一方、移住フェアなどのイベントでは本市ブースを訪問する人も多く、移住を考えている人もいるため、住環境としての本市に魅力を感じている関東・中京・関西在住者が移住することも考えられます。移住者の受け入れ先としての企業となるべく、労働環境の整備や移住者を受け入れるための社員教育などを進め、魅力ある企業情報の発信や働きやすい環境を準備することが求められます。

図表15. 人材確保に向けた課題 N=59



図表16. 人材不足問題に関して期待する支援制度 N=59



(4) 地域内連携の強化、地域外への訴求

中小・小規模零細企業は高い技術力や魅力的な商品を持っていても単独の企業では大手企業等との直接取引やBtoC⁸による商品販売を行うことは難しい状況です。単独ではできないことに対応するために地域内企業による連携を進めることが考えられますが、地域内連携を行う上で、「地域内企業の情報不足」を課題としている企業が多いことから地域内企業同士の情報交換機会を設け、業務内容の把握・交流を通じて新規の連携体制を確立し、製品開発を推進することで地域として大手企業等と取引できる体制や地域でBtoCを実施できるような商品開発体制を整えることが必要です。その際に利用可能な補助制度などの資金面での支援も必要となります。

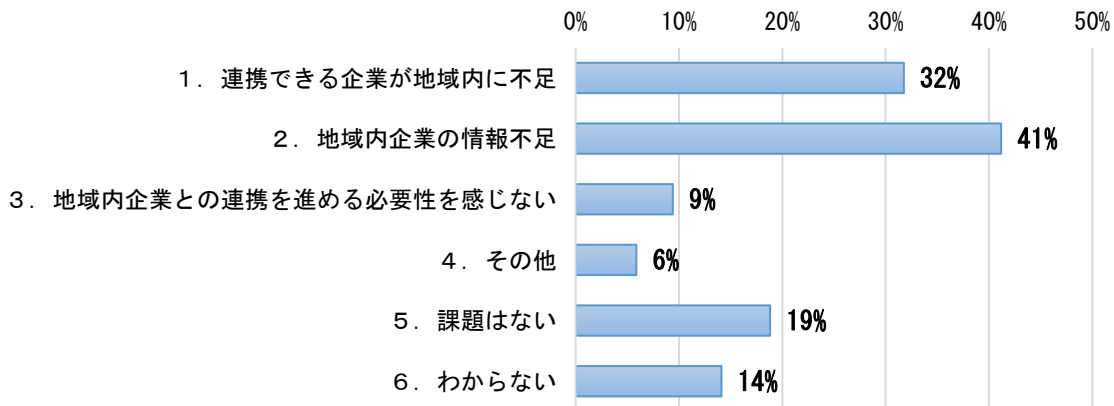
また、国内外で開催される展示会⁹等への出展に関しても単独の企業としての出展だけではなく、グループとしての出展を行うことで会場内の大きな展示スペースを確保し、来場者の目に留まる機会を創出するなどのスケールメリットを生むことが考えられます。

しかし、市内企業については過去3年間に展示会等へ出展した企業は約30%（図表40参照）にとどまっています。そのうち約半数は新規の顧客獲得に繋がっておらず、「営業力のあたる人材の不足」「参加するための知識やノウハウがない」といった人材に関する課題や「資金不足」を課題として抱えている企業があり、自社製品のPR向上に資するようなセミナーや講座の開催、出展に対する補助金等の資金面での支援を行っていく必要があります。

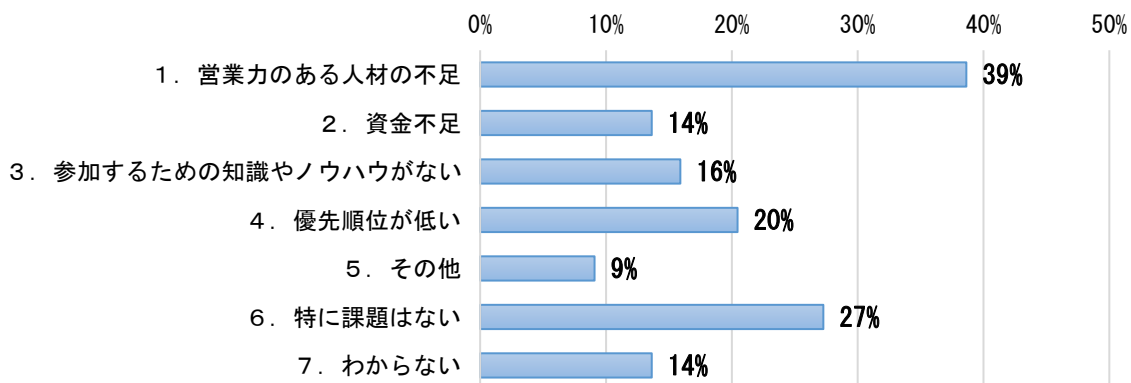
⁸ Business to Consumer 又は Business to Customer の略で企業がモノやサービスを直接個人に提供するビジネスモデルのこと。

⁹ 商品・サービス・情報などを展示、宣伝するためのイベント（ただし、フリーマーケットや路上販売は含まない）。（経済産業省「展示会産業概論」）

図表17. 地域内企業との連携を推進するうえでの課題 N=85



図表18. 展示会・商談会へ参加するうえでの課題 N=44

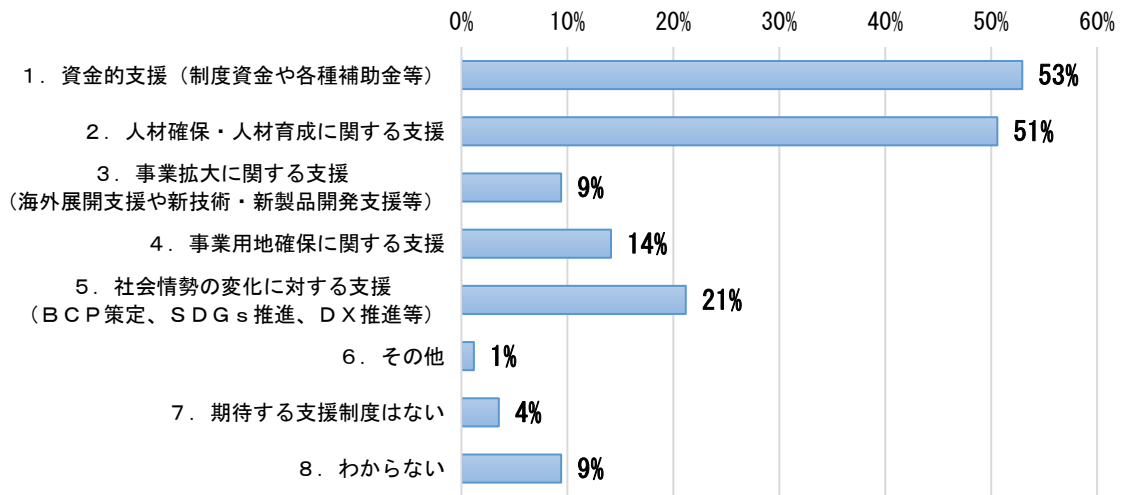


(5) 生産性向上等に向けた設備入替の実施、企業立地支援

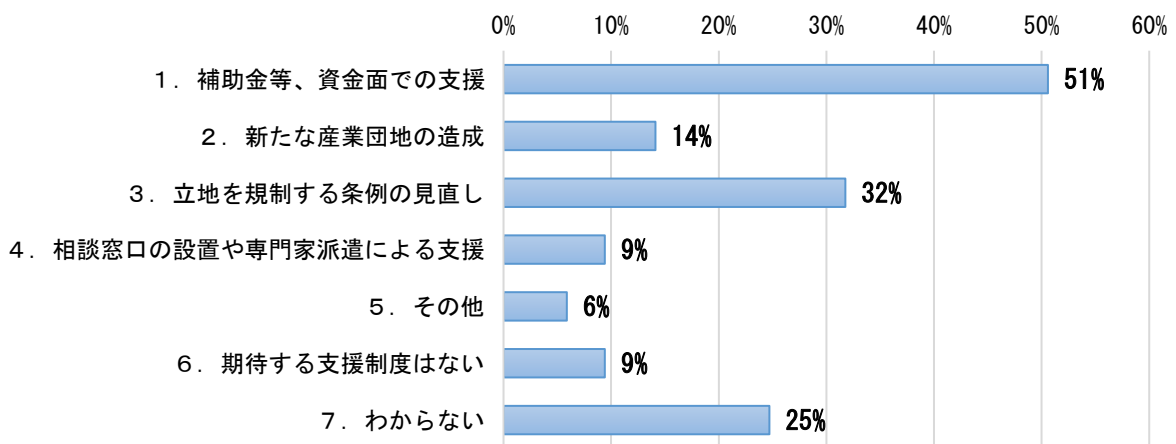
アンケート結果より、経営上の課題として「生産設備の不足・老朽化」（図表 29 参照）を挙げる企業、強化したい点として「コストダウン、業務効率化」「生産設備の増強・更新」（図表 30 参照）を挙げている企業がいることが分かっており、本市に期待する優先度の高い支援制度として「資金的支援（制度資金や各種補助金等）」を求める回答が最も多くなっています。こういった状況を踏まえ、企業に対して生産性向上に資するような生産設備導入に活用可能な資金面での支援（補助制度の充実）を実施していくことが必要です。

また、工場用地に関しても「現在必要としている」「近い将来必要となる見込み」（図表 31 参照）と回答している企業が一定数いますが、現時点で市内に企業が新規に進出可能な産業団地はなく、加えて事業規模の拡大のために敷地拡張を図ろうとしても各種土地利用を規制する法令の制限により既存敷地の拡張及び敷地内での増設を容易に実施できる状況にありません。このため、市内企業が現在地での事業規模拡大を諦め、市外への工場移転等を検討したり、実際に移転してしまうリスクを抱えている状況です。このような状況を鑑み、立地に関する条例の見直しや工場立地に際しての補助金の創設など企業が必要とする支援策を柔軟に展開することが必要となります。

図表19. 安曇野市に期待する優先度の高い支援制度 N=85



図表20. 事業所の立地等に関して期待する支援制度 N=85



第3章 安曇野市ものづくり産業の目指すべき方向性

1. 基本目標

高い技術力で持続的に成長するまち 安曇野

本市には、食料品製造業を筆頭に生産用機械器具製造業や電子部品・デバイス・電子回路製造業、金属製品製造業など幅広い分野の製造業に携わる企業が立地しています。立地している企業が各分野で培った技術力はあらゆる産業へ応用・活用できる可能性があります。

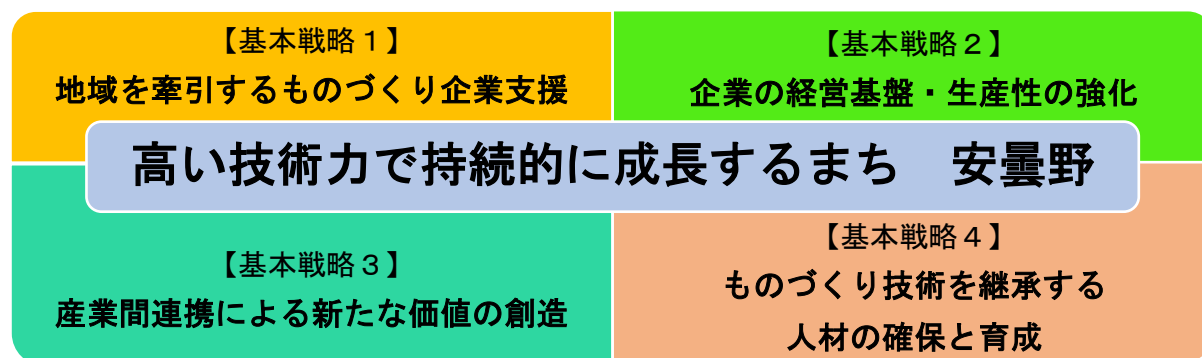
既存の事業のみに依存するのではなく、自社の技術を磨き、常に向上心を持って新製品・新技術開発や新規事業分野開拓に積極的に挑戦することで企業としての成長につながることが期待できます。新技術や新サービスの開発により、世界トップクラスの大企業をはじめとする多くの顧客からパートナーとして常に選ばれる企業になることや研究機関・異分野企業との協業、新規事業分野の開拓によりグローバルニッチトップ¹⁰企業としての地位を確立する可能性もあります。

各分野で地位を確立した企業が立地することで、本市全体が国内外を問わず多くの地域や企業から注目を集め、競合地域の中から選ばれ続ける地域となることができます。

技術を磨き、成長を続ける企業が多数立地する地域であれば、成長するサイクルを形成し、地域の持続的な成長に繋がっていくといえます。

2. 基本目標実現に向けた施策体系図

基本目標である「高い技術力で持続的に成長するまち 安曇野」を実現するために4つの基本戦略を立案し、実行します。4つの基本戦略を遂行するために14の施策を設け、各施策について取組内容や方向性を示し、地域全体で推進することで目標の実現を目指します。



¹⁰ 世界市場のニッチ分野で勝ち抜いている企業、サプライチェーンの中で重要性を増している部材等の事業を有する企業。

安曇野市ものづくり振興ビジョン(令和5年度～令和9年度)体系図

目標	基本戦略	施策	施策の方向性・取組内容
高い技術力で持続的に成長するまち 安曇野	1 地域を牽引するものづくり企業支援	1-1.地域牽引企業の育成と支援	1-1 地域外から仕事を獲得し、市内企業へ展開するような地域の牽引企業を支援するために、支援機関等と連携します。 ●支援機関等と伴走型支援体制を構築 ●地域牽引企業の生産設備導入に対する補助
	地域経済を牽引するものづくり企業が変革する経済情勢に適応して持続的に成長し続けることができるように支援体制を整える。	1-2.地域内支援機関による連携	1-2 地域内支援機関同士の目標や戦略を共有するとともに各支援機関の役割分担を明確化し、地域内企業の成長を支援します。 ●自治体や支援機関との情報交換機会の創出 ●安曇野市支援制度についてパンフレット・HPによる周知
		1-3.企業立地の支援	1-3 事業者の立場に寄り添い、企業立地に対して支援することで、市内企業の流出を防ぎ、新たな企業を誘致します。 ●適地適切な企業立地に係る庁内協議の実施 ●空き事業用地の利活用の促進(HPの定期的な更新、情報収集、提供) ●新たな産業団地の造成 ●各種補助制度の充実化
		1-4.グローバルニッチトップやその候補となる企業の育成と支援	1-4 国内外の市場でのシェア獲得を目指す企業の成長を支援します。 ●国内外展示会への出展補助、ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)による企業PRの支援 ●海外出展に関する知識向上セミナーの開催 ●海外展開を目指す際の情報提供、支援機関への橋渡し
		2 企業の経営基盤・生産性の強化	2-1.継続的な企業活動確保に向けたBCP策定支援
	企業の緊急事態への対応力向上、デジタル化、SDGsへの取り組み及び生産性向上に資する企業活動を支援する。	2-2.情報通信技術の利活用、DX推進による生産性向上支援	2-2 ICTの利活用による効率的生産や流通・販売の合理化、DX推進による新製品・新サービスの創出や生産性向上、ビジネスモデルの変革を支援します。 ●ICT導入促進・DX推進に資するようなセミナーの開催 ●DXによるビジネスモデル変革の先進事例の紹介 ●DX推進に資するような補助事業の検討
		2-3.SDGsへの取り組みによる企業価値の増大	2-3 SDGsの取り組みによって、企業の持続可能性等の企業価値増大に資するような活動を支援します。 ●SDGs取り組み事例の紹介 ●SDGs導入プロセス研修会の開催
		2-4.カーボンニュートラルへの取り組みによるコスト削減と信頼性向上	2-4 省エネが期待できる新規設備導入によるコスト削減とカーボンニュートラルの取り組みにより選ばれる企業への転換を支援します。 ●省エネ効果が見込まれる生産設備の導入を支援 ●サプライチェーンにおけるカーボンニュートラルの必要性に関する研修会の開催 ●市場・社会からの環境要請に対応した循環性の高いビジネスモデルの事例紹介
		3 産業間連携による新たな価値の創造	3-1.産業間連携による新技術・新製品開発及び新分野進出支援
	産業間連携により新たに創造される製品やサービスによって新市場開拓・新分野進出を目指す。	3-2.企業間連携強化	3-2 企業同士の連携により中核企業から仕事を獲得し、地域全体での売り上げ増につながるよう支援します。 ●地域内企業同士のネットワーク構築のための情報交換機会の創出 ●地域中核企業等で開催する出張展示会への地域中小企業の出展支援 ●企業間連携による製品・サービス等の開発促進支援
		3-3.技術・製品等のPR強化	3-3 市内企業が展示会等へ出展した際に製品やサービスを来場者に訴求できるようにプレゼンテーション能力向上を支援します。 ●外部講師を招いてのプレゼンテーション講座の開催 ●新分野進出を目指す企業に対する展示会等出展補助制度の案内 ●展示会出展や訪問の際に専門家によるアテンド支援
	4 ものづくり技術を継承する人材の確保と育成	4-1.企業の人材確保支援	4-1 若年層のUターン及び移住促進による生産年齢人口の確保を推進します。 ●合同就職説明会の開催及び参加促進 ●就業・創業・移住定住に寄与する補助制度の構築 ●インターンシップ実施に対する支援の検討
	企業が持続的に成長するために必要不可欠なものづくり人材を確保し、技術を継承できるように育成する。	4-2.企業の次世代を担う人材育成	4-2 経営力や技術力・デザイン力といった企業を支える力を持つ次世代を担う人材の育成を支援します。 ●次世代経営者を対象とした「次世代経営者育成塾」の開催 ●製造現場で主力になるような人材・専門知識を持った人材の育成 ●創業を目指す人を対象とした「創業実現セミナー」の開催
		4-3.潜在労働力の掘り起こし	4-3 子育て中の方や外国人、シニア層などの潜在的労働力を掘り起こし、人材が不足している企業での活用を支援します。 ●企業側の受け入れ環境整備に向けた情報提供 ●職業紹介事業者との連携の検討 ●人材育成教育の実施

支援機関：安曇野市商工会・安曇野工業会・公益財団法人長野県産業振興機構・長野県工業技術総合センター 等

3. 計画実施における指標

基本戦略に基づき、施策を展開する際には市内ものづくり企業と関係機関・支援機関等が連携して取組を推進し、成果につなげる必要があります。

指標設定に関して、本ビジョンは、『第2次安曇野市工業振興ビジョン』を一新した全く新しい『ものづくり振興ビジョン』であるため、指標設定についても改める必要があります。

これまでのように量的に図ることのできる指標に加えて、本ビジョンにおける基本戦略では企業の経営基盤強化や生産性の向上、企業間連携による価値の創造などといった質の向上を目指すような項目も多数あります。このような状況を踏まえ、『量』『質』の両方向から指標を定めて成果を測れるようにします。

【『質』の向上・『量』の拡大に向けての目標】

① 製造品出荷額等

本市から年間どれだけの製品が出荷されているのか『製造品出荷額等』により確認できます。市内企業の成長によって出荷額の増加を目指します。

目標値
令和7（2025）年度 <u>5,193 億円</u>
【参考】
令和元（2019）年度の製造品出荷額等 4,593 億円

本市の令和元（2019）年度における製造品出荷額等は、4,593 億円でした。計画期間最終年度の実績を評価する令和10（2028）年度に実績が確認できる令和7（2025）年度における目標値を5,193 億円と設定します。市内企業が、自社の生産性を強化することで継続的に成長し、令和元（2019）年度以降毎年100 億円の増加を目標とします。この目標値は、過去5年間で最高額であった平成30（2018）年度の5,103 億円を90 億円上回っています。（※1 億円未満四捨五入で記載）

② 製造業一人当たり労働生産性

成長意欲の高い企業に対して、新規生産設備取得時の補助や新製品・新技術開発時の補助などの積極的支援及びDX 推進等による生産性向上支援などを実施し、『労働生産性』の向上を目指します。

目標値
令和7（2025）年度 <u>1,652 万円/人</u>
【参考】
令和元（2019）年度の労働生産性
長野県：1,345 万円/人、安曇野市：1,495 万円/人
平成25（2013）年度から令和元（2019）年度にかけての労働生産性の伸び率：23.21%
平成30（2018）年度から令和元（2019）年度にかけての労働生産性の伸び率：-11.71%

令和元（2019）年度における製造業一人当たりの労働生産性は長野県を上回る額を示しています。目標値の設定は、平成 25（2013）年度から令和元（2019）年度にかけて 23.21%伸びていること、平成 30（2018）年度から令和元（2019）年度にかけて-11.71%と大幅に減少していることを基に、計画期間最終年度の実績を評価する令和 10（2028）年度に実績が確認できる令和 7（2025）年度における製造業一人当たりの労働生産性を 1,652 万円（令和元（2019）年の額より 10.5%増（年平均 1.5%増））と設定します。

③ 粗付加価値額（従業員 4 人以上の事業所）

市内ものづくり事業者がどれだけ稼げているのかを『粗付加価値額』により判断します。市内ものづくり事業者の成長を確認する一つの指標として粗付加価値額の向上を目指します。

目標値
令和元（2019）年度から令和 7（2025）年度までの粗付加価値額の伸び率 <u>21%</u>
【参考】
平成 25（2013）年度から令和元（2019）年度にかけての粗付加価値額の伸び率 長野県：17.78%、安曇野市：30.79%
平成 30（2018）年度から令和元（2019）年度にかけての粗付加価値額の伸び率 長野県：-3.58%、安曇野市：-14.72%

粗付加価値額に関しては、平成 25（2013）年度から令和元（2019）年度にかけて 30.79%の伸びを示しています。この伸び率は、同時期の長野県の伸び率（17.78%）に比べて非常に大きな伸びを示していますが、平成 30（2018）年度から令和元（2019）年度にかけて、-14.72%と大幅に低下しています。以上の状況を踏まえて令和元（2019）年から計画期間最終年度の実績を評価する令和 10（2028）年度に実績が確認できる令和 7（2025）年度において 21%（年平均 3%）の伸び率を目指します。

④ 市内事業所数

市内に事業所が立地していることで働く場所を確保することに繋がります。市内事業所が継続的に事業を営むことや新しく立地する企業がいることで雇用を維持することができますので、『市内事業所数』を指標として設定します。

目標値
令和 7（2025）年度 <u>210 事業所</u>
【参考】
令和 2（2020）年度における事業所数 206 事業所

令和 2（2020）年度における事業所数は 206 事業所でした。計画期間最終年度の実績を評価する令和 10（2028）年度に実績が確認できる令和 7（2025）年度における目標値を 210 事業所とします。

人口減少が今後も加速度的に進行することが予測される状況において、ICT¹¹の利活用やDXの推進によって自社事業の効率化やビジネスモデルの変革を通じ、市場から求められ続ける事業所であることを目指します。また、空き事業用地への誘致や新たな産業団地の造成を通して市内への進出を促すことで事業所数の増加を目指します。

⑤ 展示会新規出展企業数

市内ものづくり企業が新市場開拓や研究開発を通して新たに生み出す新製品や新技術を域内外へ広くPRし、売り上げを確保するためには、展示会等への出展が必要となります。市内ものづくり企業の『展示会新規出展企業数』の増加を目指します。

目標値
令和9（2027）年度までに新規で市補助制度を活用して展示会に出展した企業数 10社（累計）
【参考】 令和4（2022）年度に新規で市補助制度を活用して展示会等に出展した企業数：3社

展示会出展企業数に関しては、令和4（2022）年度に市の補助制度を活用して新規に展示会に出展した事業者が3社であったため、令和5（2023）年度以降、毎年2社が補助事業を活用することを目指して、令和9（2027）年度までに市補助制度を活用して新規に展示会等に出展する企業数の目標を10社（累計）と設定します。

⑥ 市内製造業への就職者数（高等学校卒業時）

市内の企業が、高等学校卒業後に就職を希望する生徒を採用することで人材の確保に繋がります。高校卒業後に『市内製造業へ就職した人数』を指標とします。

目標値
令和8（2026）年度末に市内製造業へ就職した人数 40人
【参考】 令和2（2020）年度末に市内製造業に就職した人数 41人（令和3（2021）年度学校基本調査（確報））

令和2（2020）年度末に市内製造業へ就職した高等学校卒業者は41人でした。計画期間最終年度の実績を評価する令和10（2028）年度に確報値が確認できる令和8（2026）年度の目標値を令和2（2020）年度と同程度とし、生徒数が減少傾向にある中でも市内製造業へ就職する人材を確保し、育てることを目指します。

¹¹ Information & Communications Technology（情報通信技術）の略、通信技術を用いたコミュニケーションのこと。

⑦ 市補助制度「新製品・新技術開発支援事業」又は、産業連携関係補助制度の活用件数

自社による新製品・新技術の開発や産業間連携による新商品の開発を進めることで新市場・新分野への進出に繋がっていくことが見込まれます。市内ものづくり企業の『市補助制度「新製品・新技術開発支援事業」又は産業連携関係補助制度の活用件数』を指標とします。

目標値
令和9（2027）年度までに市補助制度を活用した件数 <u>15件（累計）</u>
【参考】
令和4（2022）年度に市補助制度を活用した件数 2件
令和3（2021）年度に市補助制度を活用した件数 3件

令和4（2022）年度において市補助制度「新製品・新技術開発支援事業」又は、産業連携関係補助制度の活用件数は2件でした。補助制度の利用促進や支援機関等との連携を通して、新製品開発や産業間連携による新商品の開発によって新市場開拓・新分野進出を目指す企業を支援し、令和9（2027）年度までに累計で15件の制度活用を目標とします。

第4章 戦略・施策の内容

基本戦略1 地域を牽引するものづくり企業支援

地域経済を牽引するものづくり企業が、変革する経済情勢に適応して持続的に成長し続けることができるように支援体制を整えます。

【施策及び施策の方向性・取組の内容】

1-1. 地域牽引企業の育成と支援

地域外から仕事を獲得し、市内企業へ展開するような地域の牽引企業を支援するために、支援機関等と連携します。

●支援機関等と伴走型支援体制を構築

支援体制を一層強化するために支援機関等と連携し、企業が自社の課題を自ら設定して解決できるように、ヒアリング等を通して企業の自社解決力を高めることができるような支援体制の構築を目指します。

●地域牽引企業の生産設備導入に対する補助

地域を牽引する企業が更なる売上増を目指すための生産設備導入に利用可能な補助制度を案内し、活用促進に努めます。

1-2. 地域内支援機関による連携

地域内支援機関同士の目標や戦略を共有するとともに各支援機関の役割分担を明確化し、地域内企業の成長を支援します。

●自治体や支援機関との情報交換機会の創出

市内支援機関等との市内企業支援に関する情報交換機会を創出します。

●安曇野市支援制度についてパンフレット・HPによる周知

企業支援に関する補助金等の情報をパンフレットやHPを通じて提供します。

1-3. 企業立地の支援

企業の立場に寄り添い、企業立地に対する支援を行うことで、市内企業の流出を防ぎ、新たな企業を誘致します。

●適地適切な企業立地に係る庁内協議の実施

各種規制について適地適切な企業立地に繋がるよう庁内で協議を実施するとともにワンストップによる支援体制の構築を目指します。

●空き事業用地の利活用の促進（HPの定期的な更新、情報収集、提供）

市で把握している空き事業用地の情報は随時HPにて公表し、支援機関との情報交換、企業へのヒアリングを通して情報収集に努めます。

●新たな産業団地の造成

市内に新たな産業団地を造成し、市外からの企業誘致を目指します。

●各種補助制度の充実化

企業立地等に繋がるような市の補助制度の新設を目指します。

1-4. グローバルニッチトップやその候補となる企業の育成と支援

国内外の市場でのシェア獲得を目指す企業の成長を支援します。

●国内外展示会への出展補助、ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）¹²による企業 PR 支援

国内外の展示会に出展する企業に対して、費用負担を軽減する補助制度の活用を促します。また、SNS を活用した企業情報 PR に必要となる費用面での補助や専門的知識を有する人材による企業紹介映像の作成支援等を行います。

●海外出展に関する知識向上セミナーの開催

海外展示会への出展を目指す企業向けに、海外出展に必要な知識が習得できる専門家によるセミナーの開催を目指します。

●海外展開を目指す際の情報提供、支援機関への橋渡し

海外展開を目指す企業に対して専門機関へ繋ぐことや支援情報の提供により、海外展開に向けた後押しをします。

【関連する SDGs】



¹² 登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービス。（総務省）

基本戦略2 企業の経営基盤・生産性の強化

企業の緊急事態への対応力向上、デジタル化、SDGs への取り組み及び生産性向上に資する企業活動を支援します。

【施策及び施策の方向性・取組の内容】

2-1. 継続的な企業活動確保に向けた BCP 策定支援

災害発生時などの緊急事態における早期復旧やリスク回避を支援します。

- BCP 策定に向けた啓発活動の実施及び相談体制の構築

BCP 策定に向けた窓口相談体制を整え、情報提供等による啓発活動を実施します。

- 策定方法の案内・先行事例の紹介等 BCP に関するセミナーの開催

支援機関等と連携し、BCP の必要性や策定に関する知識、先行して取り組んでいる企業の状況などを知ることができるようなセミナーを開催します。

2-2. 情報通信技術の利活用、DX 推進による生産性向上支援

ICT の利活用による効率的生産や流通・販売の合理化、DX 推進による新製品・新サービスの創出や生産性向上の取組を支援します。

- ICT 導入促進・DX 推進に資するようセミナーの開催

ICT 導入事例や ICT 導入による効果、DX 推進による効果を知ることができるようなセミナー等を開催し、各企業が自社事業を見直してデジタル化を推進していくための支援を行います。

- DX によるビジネスモデル変革の先進事例の紹介

DX 推進により生産性向上や付加価値創出など、他社との競争優位性を身につけた企業の事例を紹介し、自社での取組の参考にする機会を作ります。

- DX 推進に資するよう補助事業の検討

自社に必要となる IT¹³ツール¹⁴選定のための専門人材による支援の実施及び企業の DX 推進に必要となる IT ツール導入の費用負担を軽減できるような補助制度の構築を目指します。

2-3. SDGs への取り組みによる企業価値の増大

企業の持続可能性及びリスク管理等の企業価値増大に資するよう SDGs への取組活動を支援します。

- SDGs 取り組み事例の紹介

SDGs を自社の経営方針に取り込んでいる企業や SDGs 推進を目的にした新製品の開発を進

¹³ Information Technology (情報技術) の略でインターネットなどの通信とコンピューターなどの情報機器を組み合わせる技術。

¹⁴ 業務の効率化等のために導入するソフトウェア等のこと。

めている企業の取組内容をセミナー等で紹介し、市内企業が事例を知る機会を作ります。

●SDGs 導入プロセス研修会の開催

SDGs を経営方針に取り込み、自社のブランディングに活用できるように、専門家や支援機関等と連携して企業向けの研修会を開催します。

2-4. カーボンニュートラルへの取り組みによるコスト削減と信頼性向上

省エネが期待できる新規設備導入によるコスト削減とカーボンニュートラルの取り組みにより、選ばれる企業への転換を支援します。

●省エネ効果が見込まれる生産設備の導入を支援

省エネ効果が期待できる生産設備を新たに導入する際に利用可能な補助制度を案内し、活用促進に努めます。

●サプライチェーン¹⁵におけるカーボンニュートラルの必要性に関する研修会の開催

自社だけでなくサプライヤー¹⁶にもカーボンニュートラルが求められるようになった現状を理解し、可能な対策を進めることができるように、研修会を通して知識を身に着ける機会を提供します。

●市場・社会からの環境要請に対応した循環性の高いビジネスモデルの事例紹介

循環性の高いビジネスモデルは持続可能性を有し、企業の競争力を高めることが期待できるため、ビジネスモデル転換に取り組んでいる先進事例を紹介することで市内企業の意識醸成を目指します。

【関連する SDGs】



¹⁵ 製品の原材料・部品調達から販売に至るまでの一連の流れ。

¹⁶ 事業や商品に必要な資材や部品、原材料などの売り手。

基本戦略3 産業間連携による新たな価値の創造

産業間連携により新たに創造される製品やサービスによって新市場開拓・新分野進出を目指します。

【施策及び施策の方向性・取組の内容】

3-1. 産業間連携による新技術・新製品開発及び新分野進出支援

産業間連携により地域資源を活用した新製品や新技術開発を支援します。

●新製品・新技術開発に係る費用に対する補助

新製品・新技術開発に意欲的な企業に対して、市補助制度の活用を促し、開発に係る費用負担を軽減することで取組の後押しをします。

●支援機関等と伴走型支援体制を構築（再掲）

支援体制を一層強化するために支援機関等と連携し、企業が自社の課題を自ら設定して解決できるように、ヒアリング等を通して企業の自社解決力を高めることができるような支援体制の構築を目指します。

●支援機関への橋渡し

産業間連携による新製品開発等を目指す企業に、支援機関等を案内することで産業間連携の構築を後押しします。

3-2. 企業間連携強化

企業同士の連携により中核企業から仕事を獲得し、地域全体での売り上げ増につながるよう支援します。

●地域内企業同士のネットワーク構築のための情報交換機会の創出

連携体制構築に向けた情報交換機会を創出する企業ネットワークの構築を推進します。

●地域中核企業等で開催する出張展示会¹⁷への地域中小企業の出展支援

地域中核企業等を会場とする市内事業者による出張展示の機会を創出し、地域中核企業からの仕事獲得を目指す動きを支援し、地域全体での売上増を目指します。

●企業間連携による製品・サービス等の開発促進支援

企業間連携により製品やサービスを新たに生み出す場合の費用負担を軽減するための補助制度を実施します。

3-3. 技術・製品等のPR強化

市内企業が展示会等へ出展した際に製品やサービスを来場者に訴求できるよう、プレゼンテーション能力向上を支援します。

¹⁷ 公共施設やイベント会場を使用するのではなく、地域中核企業の施設を借用して開催する展示会。

●外部講師を招いてのプレゼンテーション講座の開催

市内企業のプレゼンテーション力強化を目指し、外部講師による研修会を開催し、自社や自社製品のプレゼンテーションについて知識を身に着ける機会を作ります。

●新分野進出を目指す企業に対する展示会等出展補助制度の案内

新たな販路を獲得するために新分野に関係する展示会等に出展する企業に対して、出展に要する費用を補助することで展示会への出展を後押しします。

●展示会出展や訪問の際に専門家によるアテンド支援

これまでに展示会への出展経験がない、又は少ない企業向けに、専門家によるアテンド体制を構築し、企業が展示会での注意点やアドバイスを得られる機会を設けられるようにします。

【関連する SDGs】



基本戦略4 ものづくり技術を継承する人材の確保と育成

企業が持続的に成長するために必要不可欠な「ものづくり人材」を確保し、技術を継承できるように育成します。

【施策及び施策の方向性・取組の内容】

4-1. 企業の人材確保支援

若年層のUターン及び移住促進による生産年齢人口の確保を推進します。

- 合同就職説明会の開催及び参加促進

関係機関と連携し、市内での就職を目指す方に向けた説明会や相談会を実施します。

- 就業・創業・移住定住に寄与する補助制度の構築

市外からの移住や就業、新規創業を目指す方が利用可能な補助制度の構築を目指します。

- インターンシップ¹⁸実施に対する支援の検討

市内企業がインターンシップを実施する際に係る人件費を補助することで企業の負担軽減を目指すとともに、市内企業でのインターンシップの実施を促します。

4-2. 企業の次世代を担う人材育成

経営力や技術力・デザイン力といった企業を支える力を持つ、次世代を担う人材の育成を支援します。

- 次世代経営者を対象とした「次世代経営者育成塾」の開催

市内企業の次世代を担う若手経営者や経営者候補となる人材に対して、経営者としての心構えや経営に必要な知識を身に付けることができる「次世代経営者育成塾」を実施します。

- 製造現場で主力になるような人材・専門知識を持った人材の育成

製造現場において求められる知識や技能を研修を通して習得していただく機会を創出します。

- 創業を目指す人を対象とした「創業実現セミナー」の開催

市内での創業を目指す人材を対象にして、創業に向けて必要な知識を習得するための「創業実現セミナー」を実施します。また、副業・複業による創業を考えている人材を対象とした「ミニ創業実現セミナー」を実施します。

4-3. 潜在労働力¹⁹の掘り起こし

子育て中の方や外国人の方、シニア層などの潜在的労働力を掘り起こし、人材が不足している企業での活用を支援します。

- 企業側の受け入れ環境整備に向けた情報提供

¹⁸ 学生が就業前に企業等で職業体験を行うこと。

¹⁹ 潜在的に就業することが可能な人。

企業側と人材側とのマッチングがスムーズに進むように、新しく人材の受入れを行うにあたって必要となる知識（文化や国民性の違いなど）を市内企業が理解するための情報を提供します。

●職業紹介事業者との連携の検討

企業側が求める人材が確保できるように専門的知見を持った事業者との連携構築を進めます。

●人材育成教育の実施

潜在労働力となっている人材が就職した際に、職場で必要となる知識の習得に向けた研修会の開催を支援機関等と連携して実施します。

【関連する SDGs】



第5章 ビジョン実現に向けた推進体制と進捗管理

1. 推進体制

本ビジョンの推進にあたっては、施策・取組を推進する市を中心として、国や県、他市町村、産業支援機関等、地域金融機関、大学等の教育機関などとの連携を図ります。市はこれら各機関と市内ものづくり企業とを結ぶハブとしての機能を担うほか、各機関の支援事業がより効果的に機能するように調整を図り、施策・取組を推進します。

各主体が担う役割	
安曇野市	<ul style="list-style-type: none"> ● 基本戦略に基づき、施策や取組を主体的に推進する ● 連携先を結ぶハブ機能を担い、効率的な事業展開を図る
市内企業	<ul style="list-style-type: none"> ● 自社の中核事業において地域牽引企業やグローバルニッチトップを目指す ● 世界的企業から必要とされるパートナー企業になることを目指す
支援機関	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業のニーズを丁寧に把握し、市と連携しながら施策を実施 ● 支援内容や体制を整え、効率的な支援を実施する

目標【高い技術力で持続的に成長するまち 安曇野】
4つの基本戦略・14の施策

図表 21. 推進体制のイメージ図

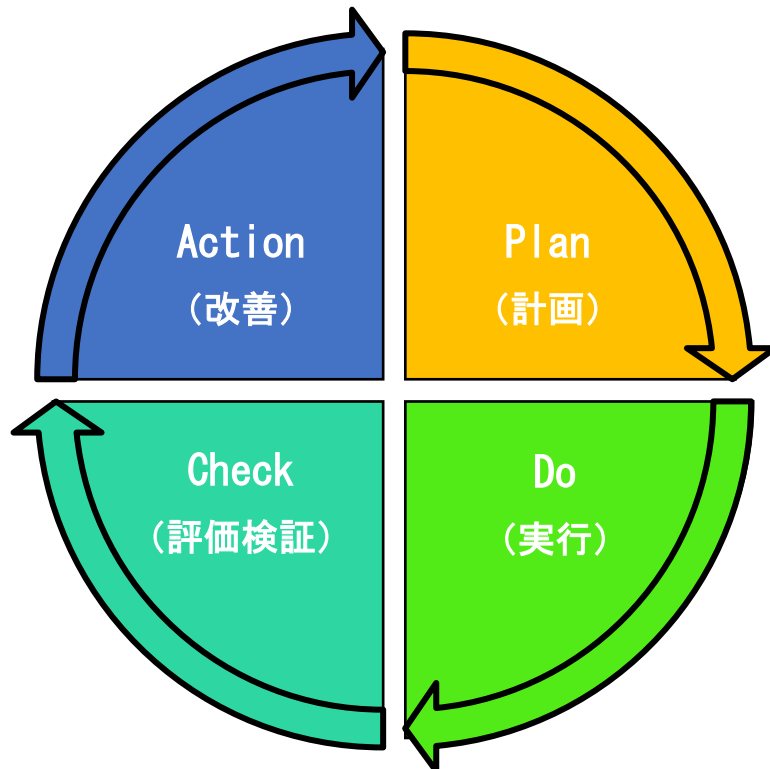


2. 進捗管理

Plan（計画）⇒Do（実行）⇒Check（評価検証）⇒Action（改善）の「PDCA サイクル」を実施し、本ビジョンを効果的・効率的に推進していきます。

市内企業の置かれている状況は刻一刻と変化しており、時代の潮流に取り残されないためにも必要に応じて施策や取組内容の見直しを行います。

図表 22. 「PDCA サイクル」イメージ



【資料編】

アンケート調査からみるものづくり企業の実情

本ビジョンの策定にあたり、安曇野市ものづくり産業の現状を把握するための企業アンケート調査を実施しました。[調査対象：241社 回答：85社 回答率：35.3%]

【売上の増減及びその理由、売上が増減した業種】

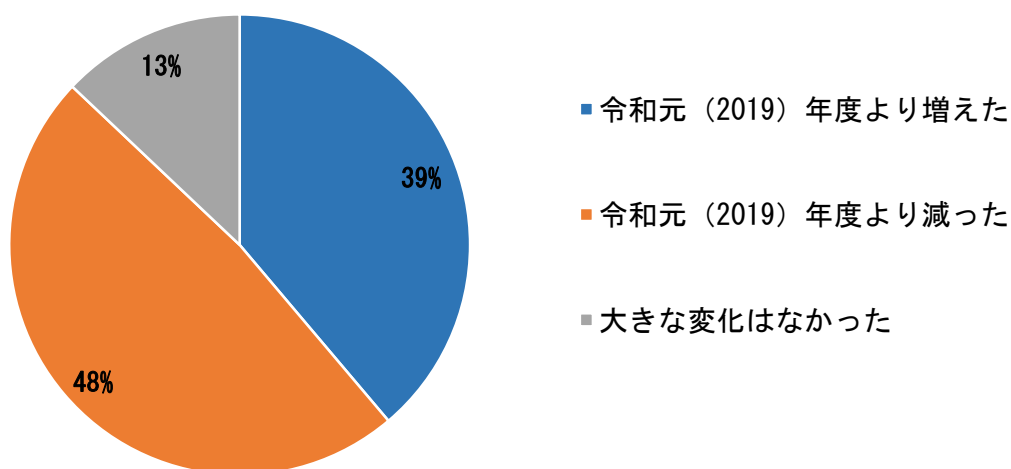
令和元（2019）年度の売上と令和3（2021）年度の売上を比較すると、売上が減った企業（48%）の方が売上が増えた企業（39%）を上回っており、約半数の企業で売上が減少していることが分かります。その大半が「受注量の減少」を理由としており、厳しい経営状況に置かれている企業が多いことが分かります。

一方、売上が増加している企業は「受注量の増加」を理由として挙げる企業が多く、その他の理由としては、「新製品・新技術開発」「新規分野への進出」を挙げており、厳しい状況下においても積極的な企業活動を継続して展開していることで売上を伸ばしているということが分かります。

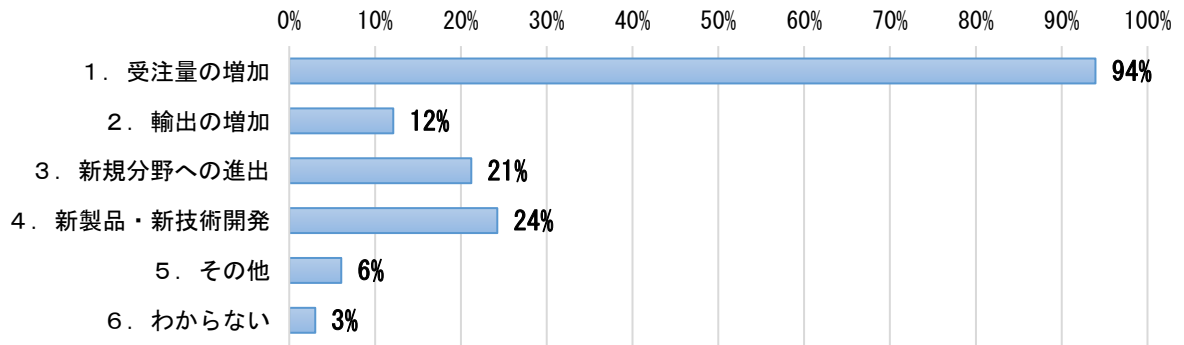
売上が増加した業種については、「電気機械器具製造業」が30%を占め、次いで「金属製品製造業」「精密機械器具製造業」の順になっており、上位3業種で約60%を占めています。

売上が減少した業種については、「食品製造業」が20%を占め、次いで「金属製品製造業」「電気機械器具製造業」の順になっており、「金属製品製造業」「電気機械器具製造業」の2業種については、増加した業種・減少した業種の双方で上位に位置しており、各事業者による売上増減の違いが明確に表れているといえます。

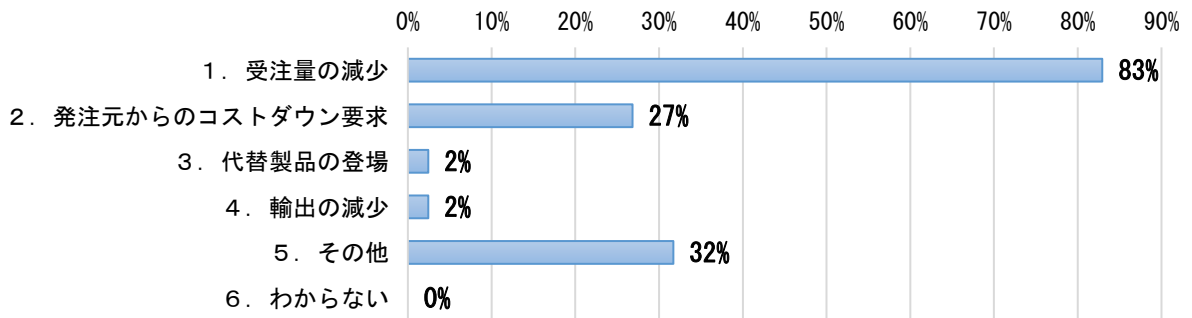
図表23. 令和3（2021）年度の売上は令和元（2019）年度の売上と比較 N=85



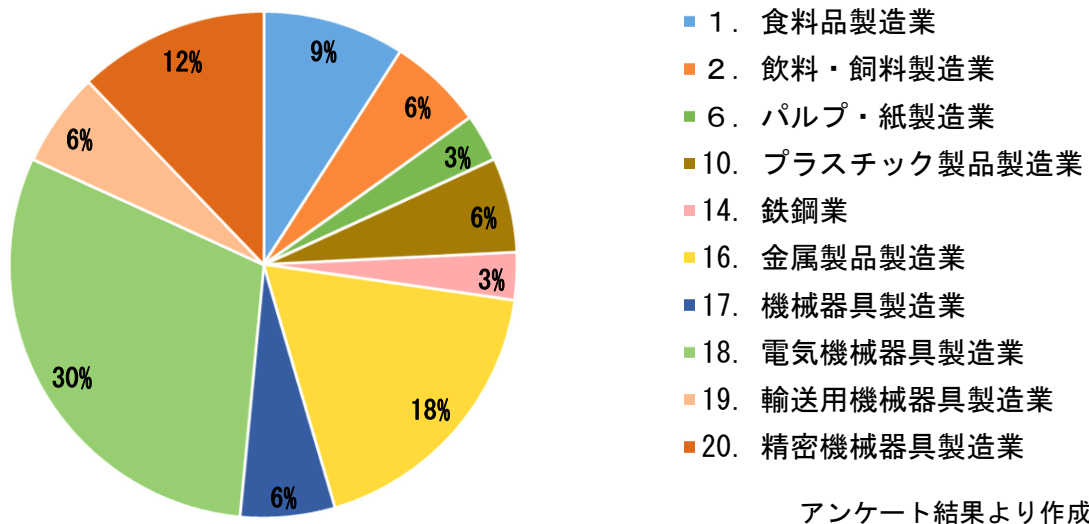
図表24. 売上の増加要因 N=33



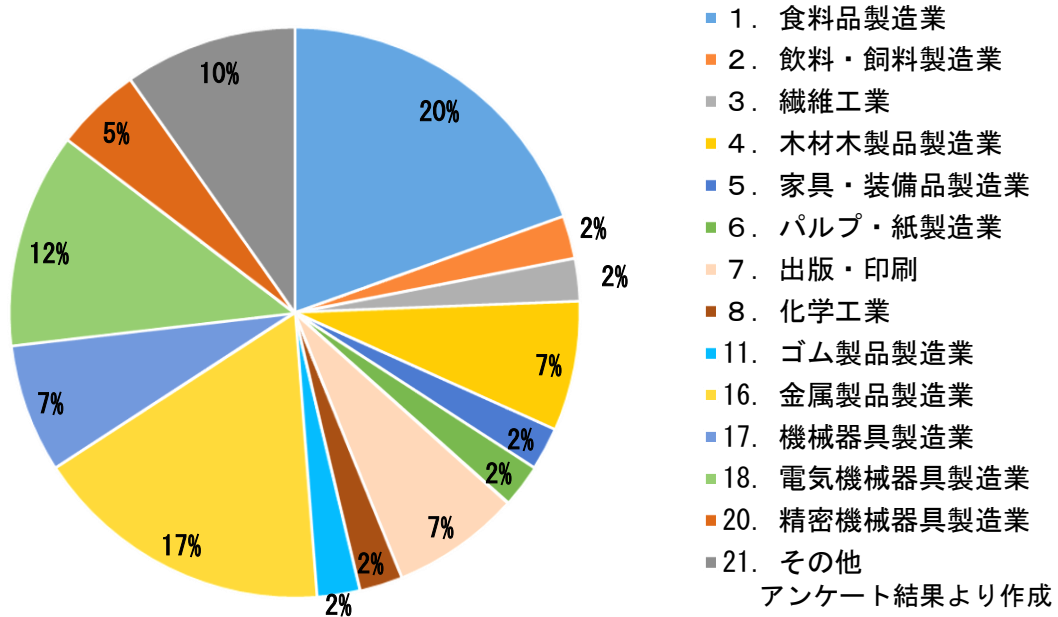
図表25. 売上の減少要因 N=41



図表26. 売上が増加した業種の割合 N=33



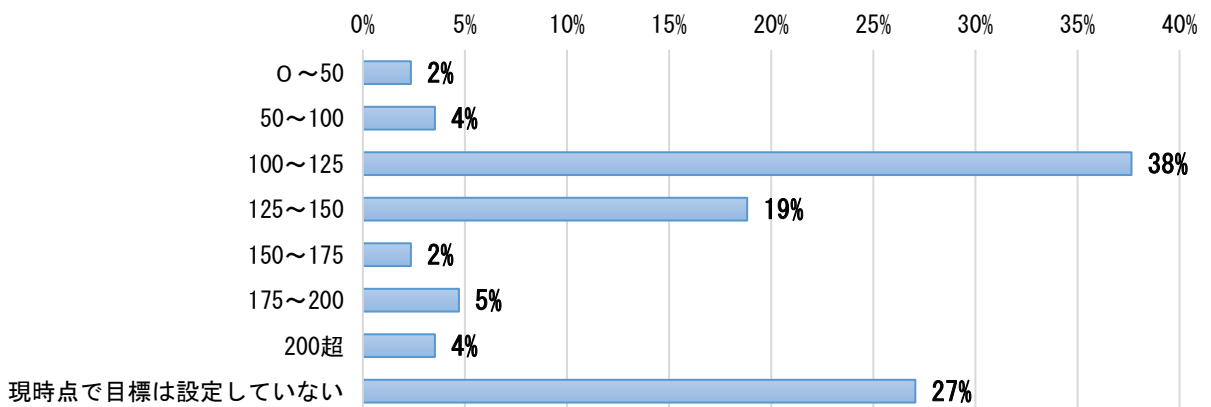
図表27. 売上が減少した業種の割合 N=41



【売上目標】

本ビジョンの計画期間終了時点（令和9（2027）年度）における売上目標については、令和3（2021）年度を100とした場合に「100～125」が最も多くなっており、現状維持からやや改善傾向になることを目指している企業が多いといえます。

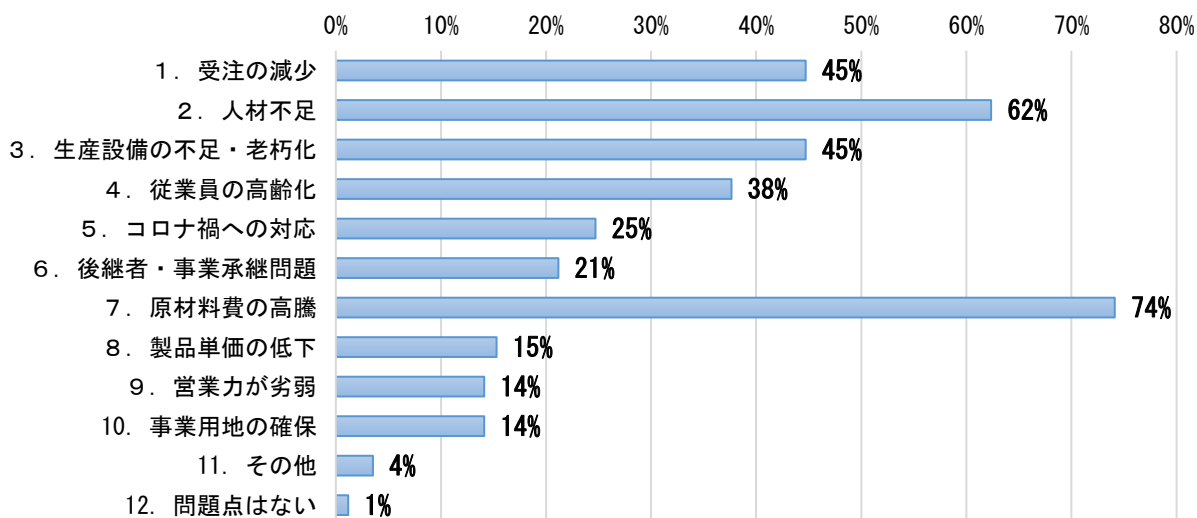
図表28. 令和3（2021）年度の売上高を100とした場合、5年後（令和9（2027）年度）の売上の目標 N=85



【経営上の課題】

経営上の課題として、「原材料費の高騰」「人材不足」「受注の減少」「生産設備の不足・老朽化」「従業員の高齢化」といった回答が多く、人材に関する面で課題を感じている企業が多いことが分かります。その他、外的要因に課題を持っている企業が多いことが分かります。

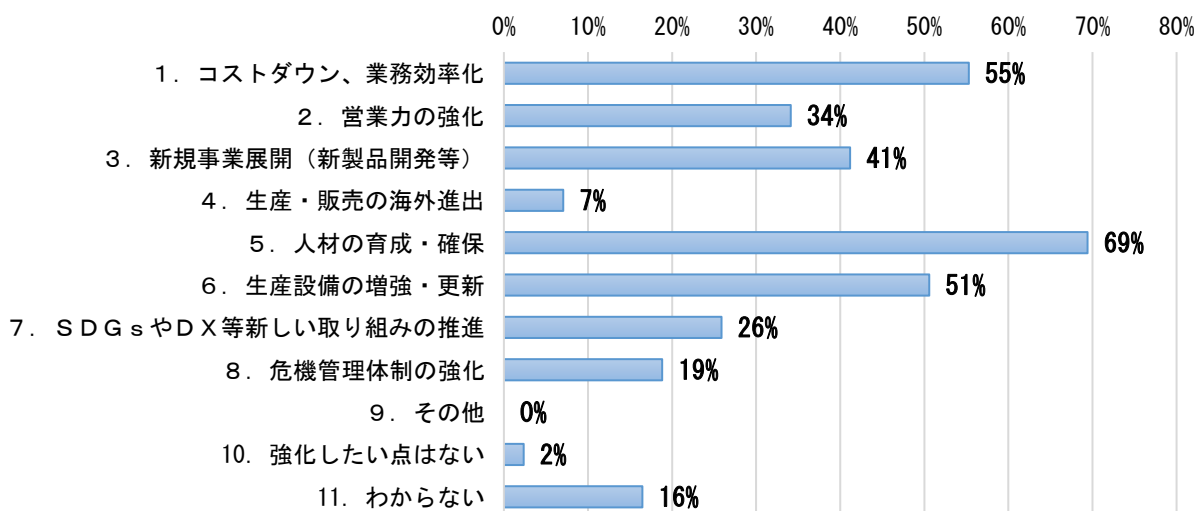
図表29. 経営上の問題点 N=85



【強化したい点】

今回のアンケート調査結果によると今後強化したい点については、「人材の育成・確保」「コストダウン、業務効率化」「生産設備の増強・更新」を挙げる企業が多く、現在抱えている経営上の課題を解決したいと考える企業が多くいることが分かります。特に「人材の育成・確保」については、アンケートに回答した企業の69%が強化したい点と考えており、人材面の強化が喫緊の課題といえます。

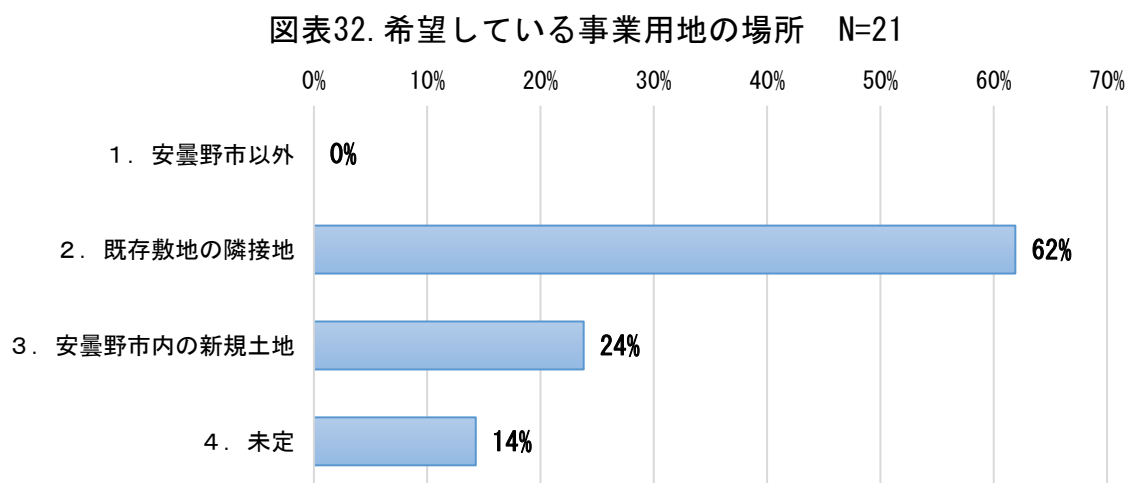
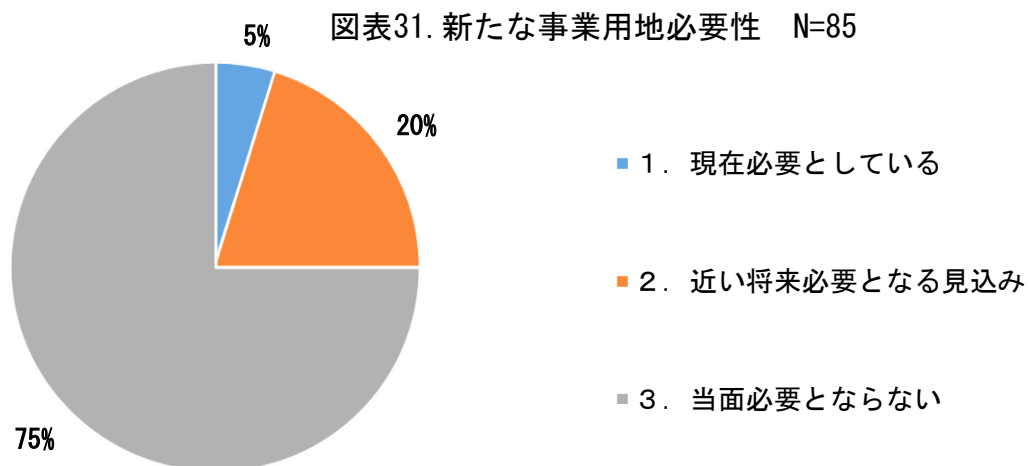
図表30. 今後強化したい点 N=85



【事業用地】

事業用地については、「現在必要としている」「近い将来必要となる見込み」と回答した企業が約 25%でした。

希望する事業用地の場所については、80%以上の企業が安曇野市内を考えていることが分かります。

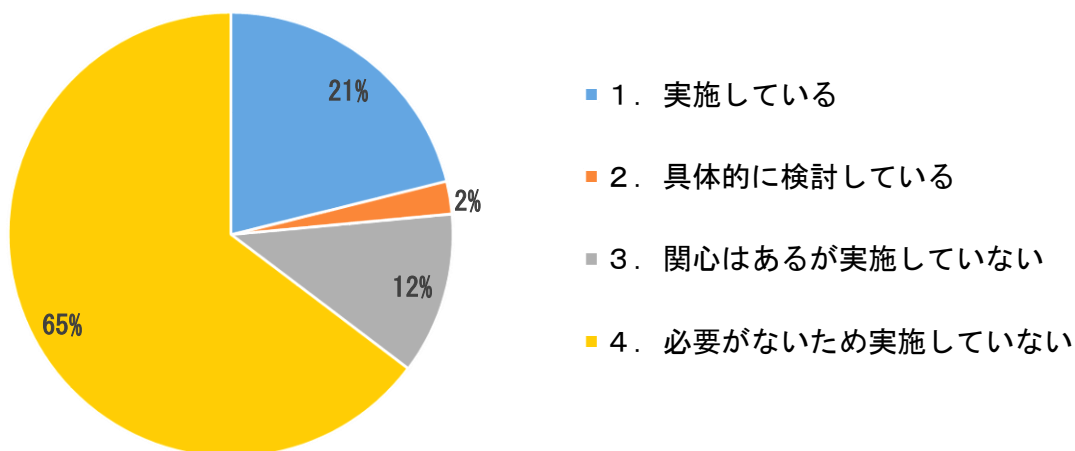


【海外事業展開】

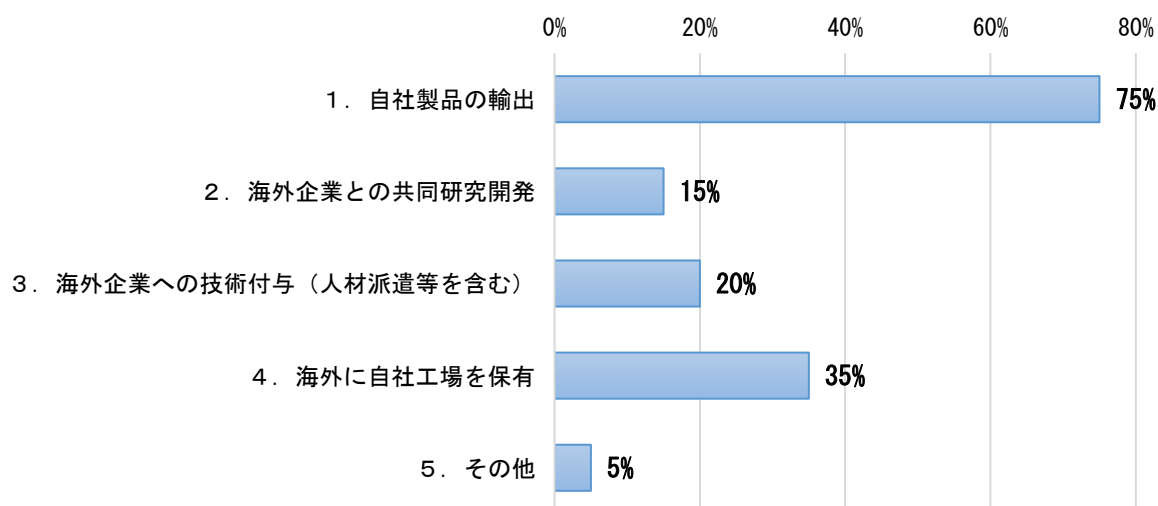
海外事業展開については、既に 21%の企業が実施しており、14%の企業については今後の海外事業展開の可能性があります。

海外事業展開を「実施している」「具体的に検討している」と回答した企業は約 23%でした。「必要がないため実施していない」と回答した企業が最も多く 65%を占めている状況であることが分かります。また、実施もしくは検討している事業は 75%の企業で「自社製品の輸出」であることが分かります。

図表33. 海外事業展開の状況 N=85



図表34. 実施もしくは検討している事業 N=20

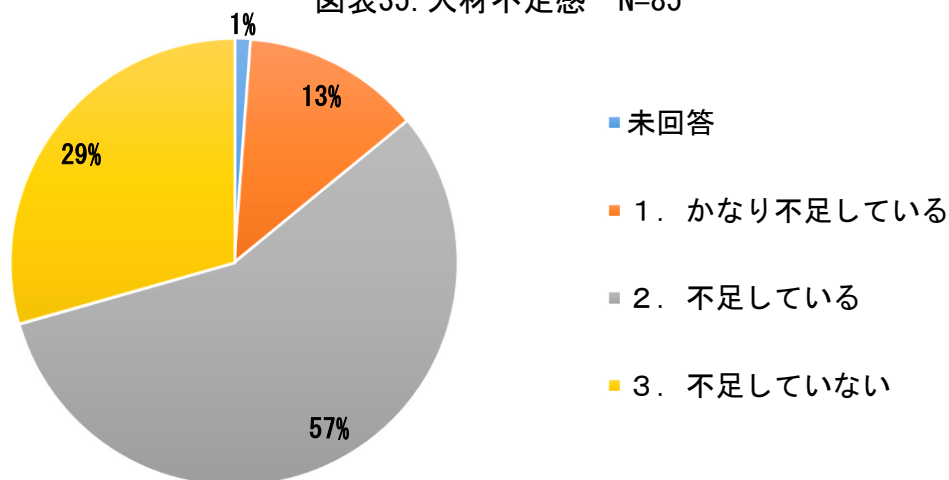


【人材不足】

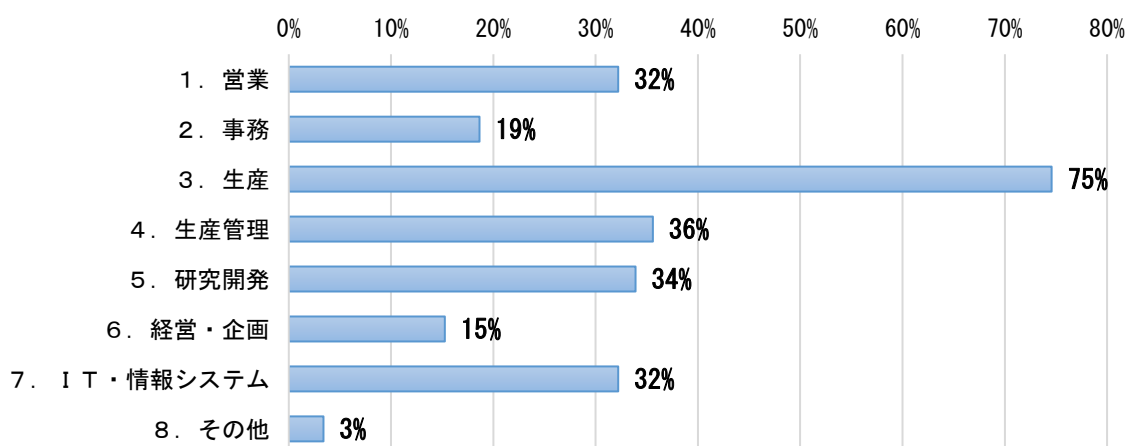
人材不足感について、「かなり不足している」「不足している」と回答した企業は、約70%にのぼっています。

不足している部門としては、「生産」が最も多く75%となっています。「生産管理」「研究開発」「営業」「IT・情報システム」の4部門についても30%以上の企業で不足を感じていることが分かります。安曇野市内企業は、生産現場に従事する人材不足を感じている企業が非常に多いことに加えて間接部門においても人材不足を感じている企業があり、人材の確保を目指す取り組みが各企業で必要であるといえます。

図表35. 人材不足感 N=85



図表36. 人材が不足している部門 N=59

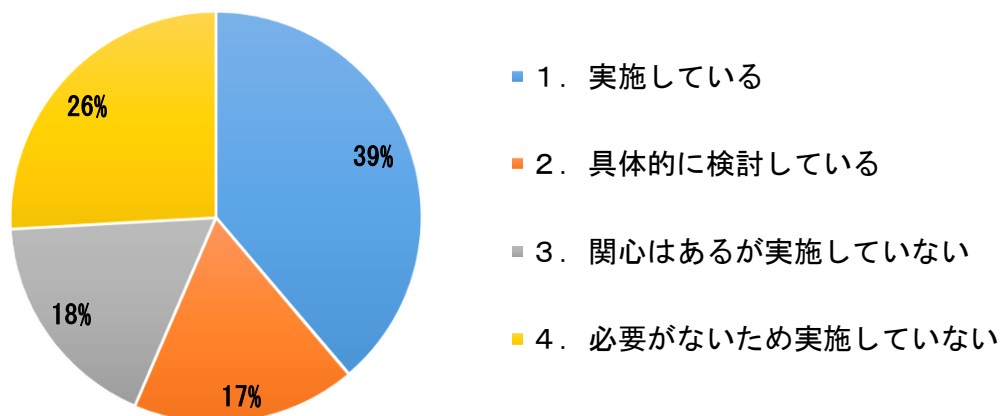


【新製品・新技術開発、新規事業展開】

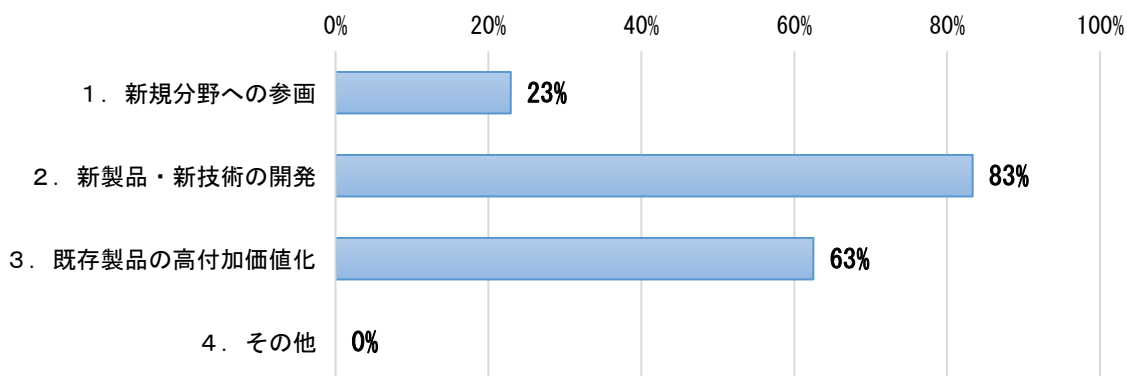
新製品・新技術開発や新規事業展開について、半数以上の企業が「実施している」「具体的に検討している」と回答しています。そのうち80%を超える企業で「新製品・新技術の開発」を実施又は検討している状況であり、「既存製品の高付加価値化」を目指す企業も60%を超えています。

これまで自社で培った技術を基に「新規分野への参画」を実施又は検討している企業は全体の23%にのぼっています。

図表37. 新製品・新技術開発、新規事業展開への取組状況 N=85



図表38. 実施又は検討している事業 N=48

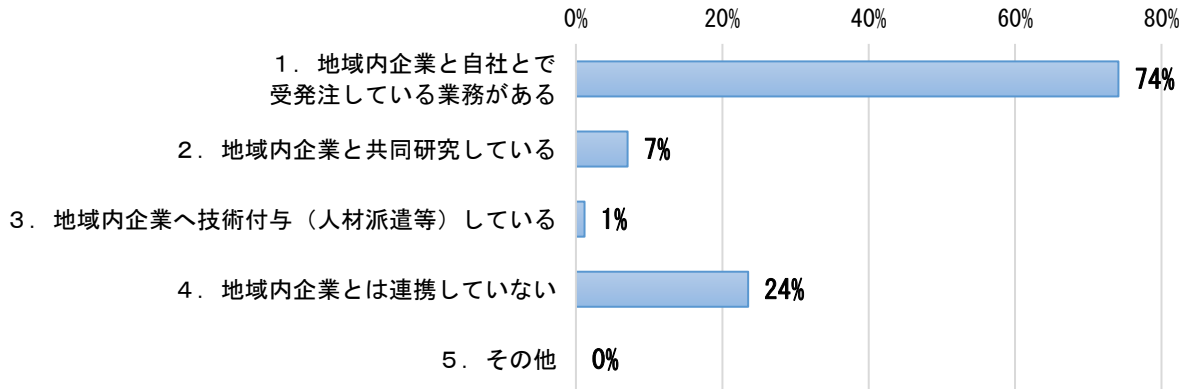


【地域内連携】

地域内（中信地域）企業との連携に関しては、「地域内企業と自社とで受発注している業務がある」と回答している企業が全体の70%以上おり、地域内企業との受発注業務を行っている企業が多いことが分かります。

一方で、「地域内企業と共同研究している」や「地域内企業へ技術付与（人材派遣等）している」と回答した企業は少ないことが分かります。また、「地域内企業とは連携していない」と回答している企業も24%おり、企業によって差があることが分かります。

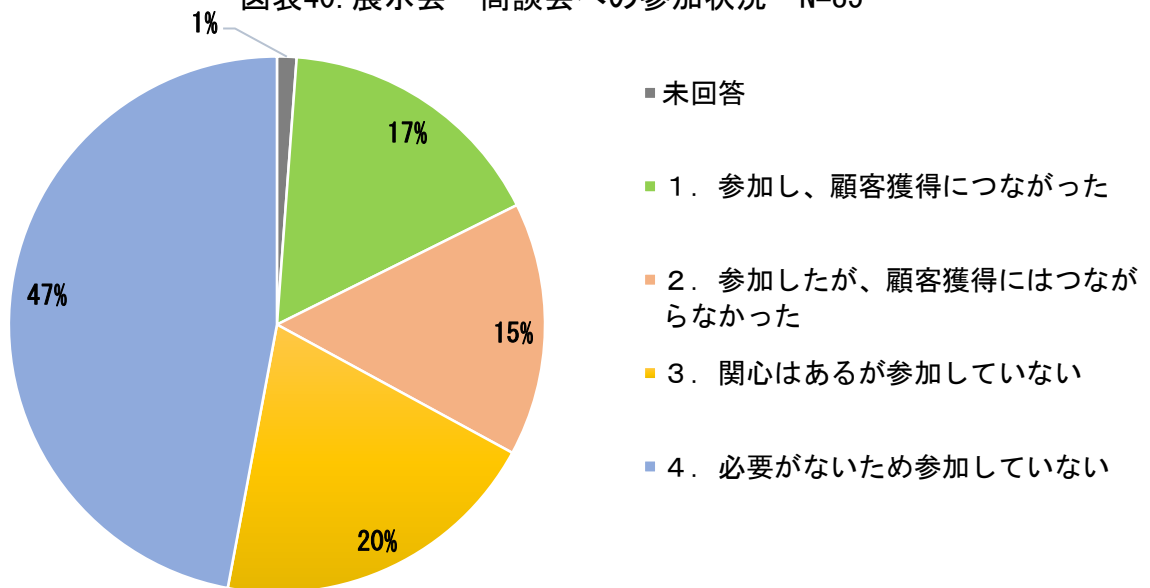
図表39. 地域内企業連携状況 N=85



【商談会・展示会】

過去3年間の展示会・商談会への参加状況に関しては、約30%の企業が参加しているが、そのうち約半数は新規顧客の獲得にはつながっていません。また、20%の企業は関心を持っていますが、実際の出展には至っていないことが分かります。

図表40. 展示会・商談会への参加状況 N=85

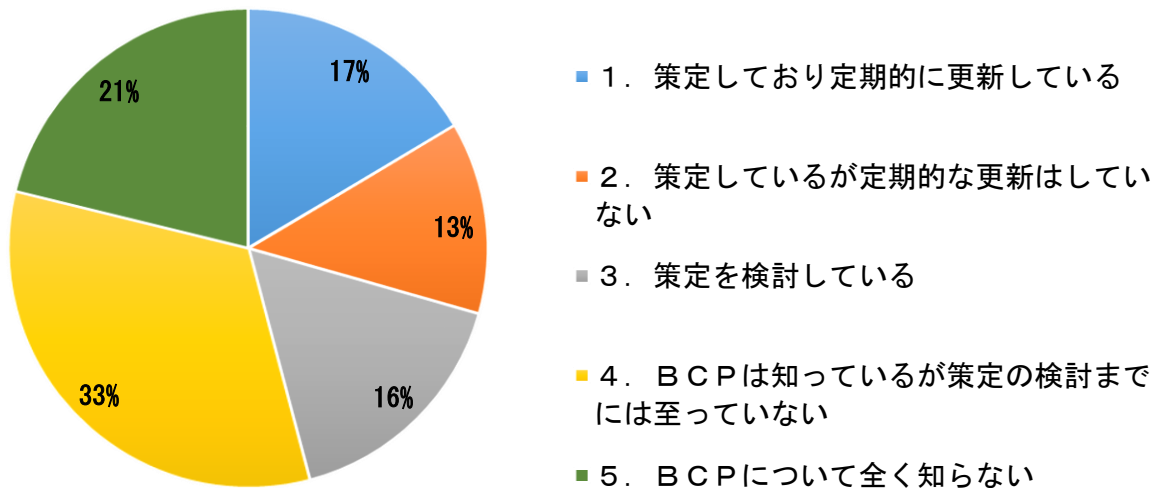


【事業継続計画（BCP）】

事業継続計画を策定している企業は約30%であった。一方、約20%の企業は「BCPについて全く知らない」と回答しており、企業間における感度の違いがはっきりと分かれている状況であるといえます。また、「BCPは知っているが策定の検討に至っていない」企業も約3割

と策定まで時間を必要とする企業が約 50%を占めています。

図表41. 事業継続計画（BCP）の策定状況 N=85



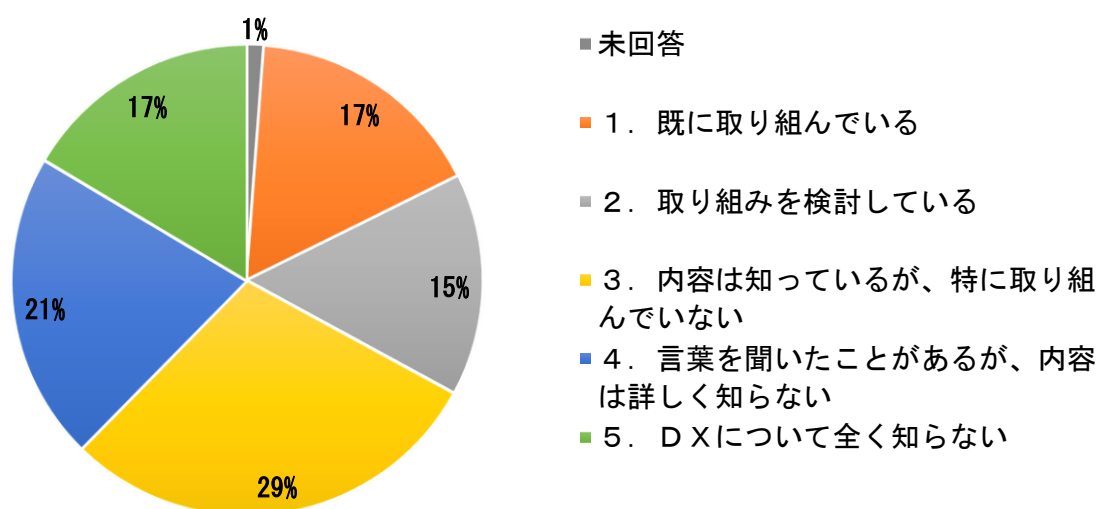
【DX 推進】

市内企業で DX に既に取り組んでいる企業は 17%いますが、「内容は知っているが、特に取り組んでいない」「言葉を聞いたことがあるが、内容は詳しく知らない」「DX について全く知らない」と回答した企業が 67%を占めており、市内企業においては、DX 推進に積極的な企業はあまり多いとは言えない状況であることが分かります。

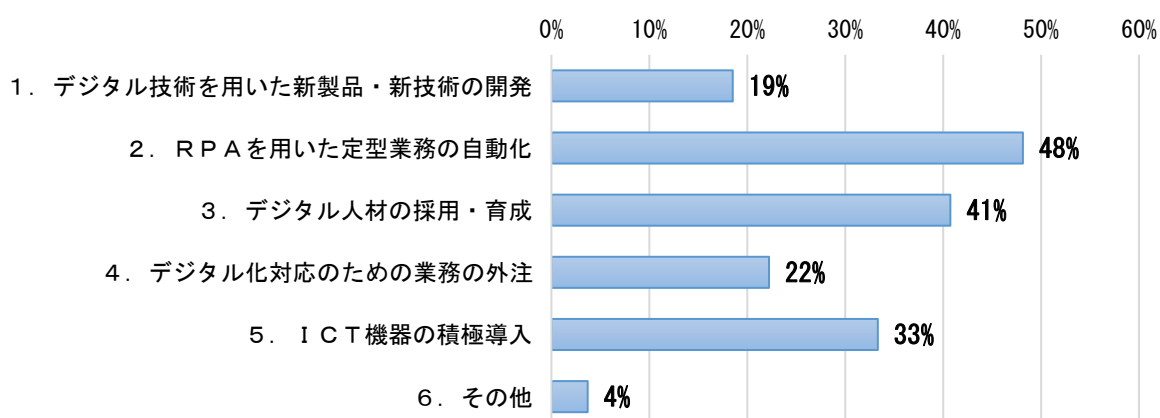
「既に取り組んでいる」または「取り組みを検討している」と回答した企業において、「RPA²⁰を用いた定型業務の自動化」「ICT 機器の積極的導入」を進めている企業が多く、業務の効率化・働き方改革への対応等を推進しています。また、「デジタル人材の育成・採用」を挙げている企業も 41%おり、社内の専門人材の育成が必要であることが分かります。

²⁰ Robotic Process Automation の略、人が行う定型的なパソコン操作をソフトウェアのロボットが代替して自動化すること。

図表42. DX推進へ向けた取組状況 N=85



図表43. 取り組んでいる・検討している内容 N=27

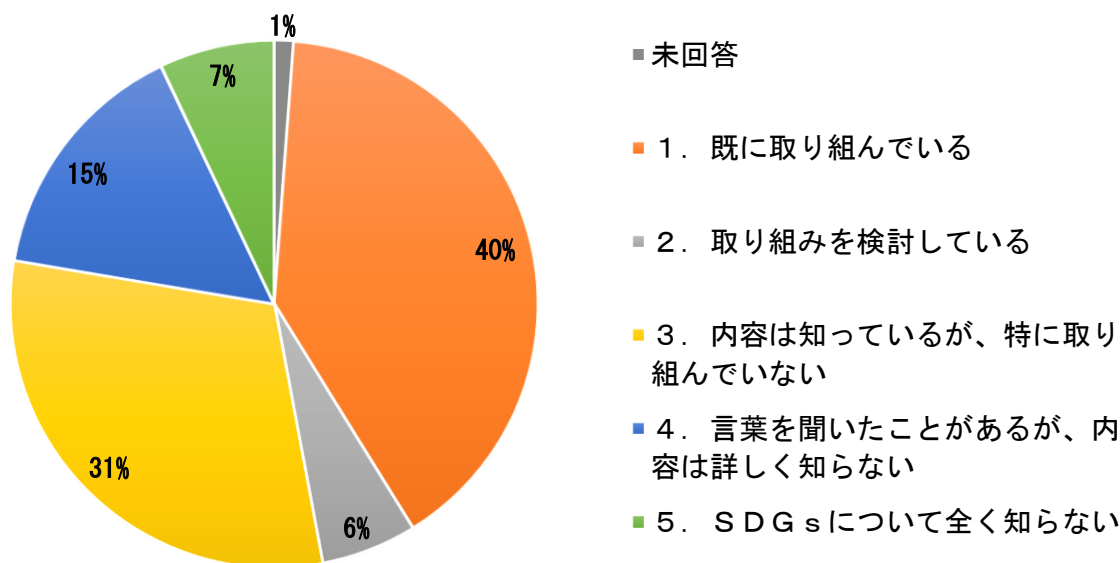


【SDGs】

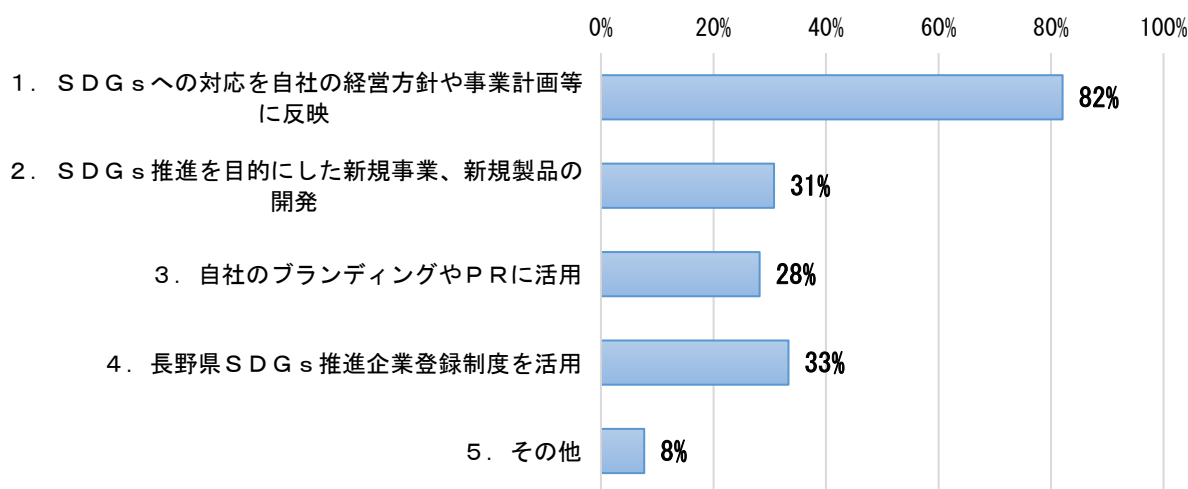
市内においては、40%の企業が既にSDGsに関して取り組みを始めており、多くの企業で自社の経営方針や事業計画等に反映させていることが分かります。

一方で約22%の企業が「言葉を聞いたことがあるが、内容は詳しく知らない」「SDGsについて全く知らない」と回答しており、企業によって認知度の差が大きいことが分かります。

図表44. S D G s への取組状況 N=85



図表45. 取り組んでいる・取組を検討している内容 N=39



【カーボンニュートラル】

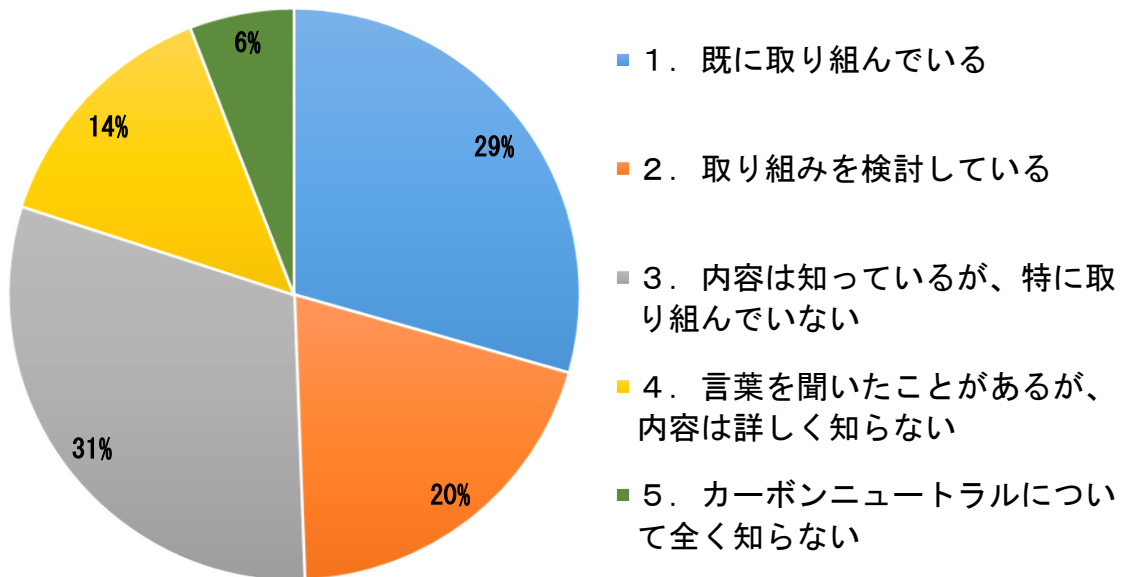
カーボンニュートラルに向けた取組状況について、約半数の企業が「既に取り組んでいる」「取り組みを検討している」と回答しています。

具体的な取組内容としては「節電や節水等、省エネへの取り組み」が最も多く 90%の企業が実施又は検討しています。次いで「再生可能エネルギー²¹の導入」が 55%となっており、比

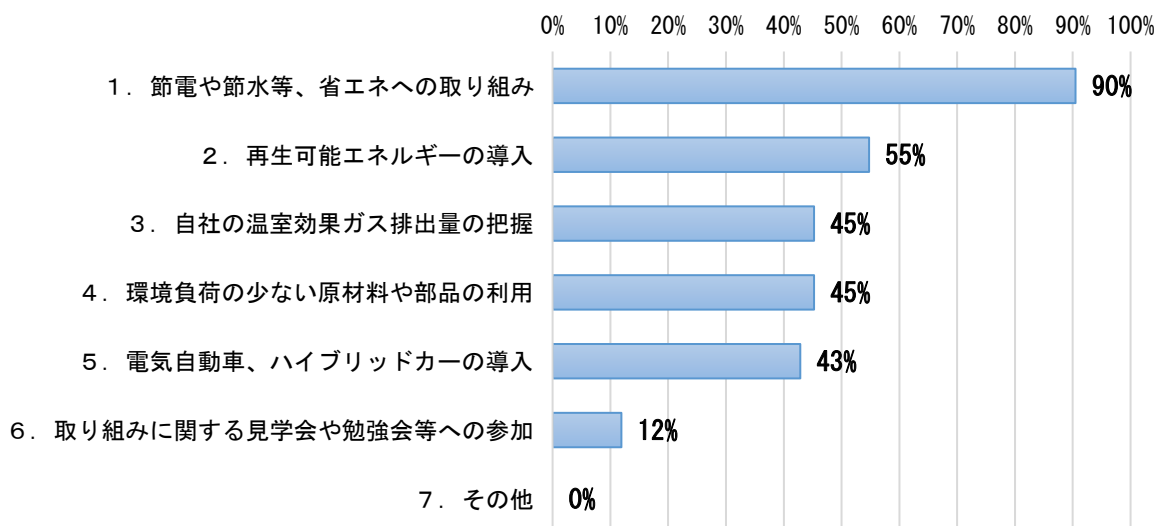
²¹ 太陽光や風力、地熱といった地球資源の一部など自然界に常に存在するエネルギー。

較的始めやすい取組内容から取り掛かっている企業が多いことが分かります。

図表46. カーボンニュートラルに向けた取組状況 N=85



図表47. 具体的な取組・検討内容 N=42

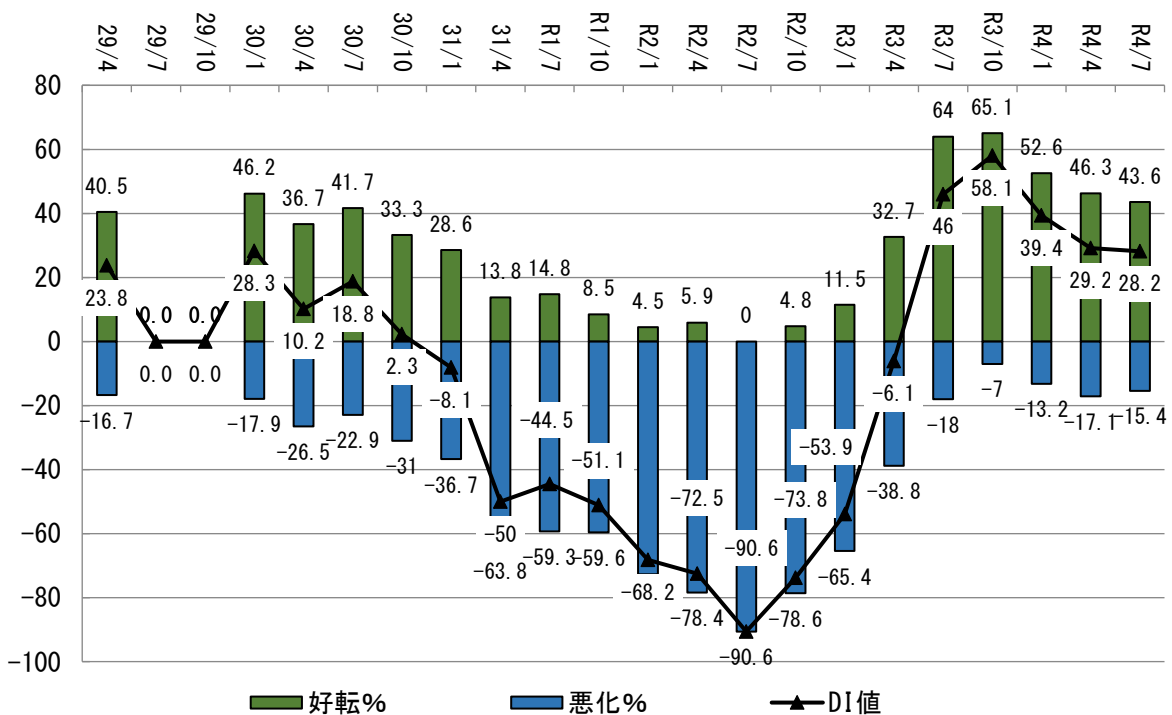


景気動向調査からみる安曇野市のものづくり

市内製造業の対前年同期比DI値²²は、平成31(2019)年1月から令和3(2021)年4月にかけて2年以上にわたり、マイナスを示していました。これは、新型コロナウイルス感染症の感染拡大等による企業活動・経済活動の停滞により、市内製造業全体に多大な影響があったものと考えられます。その後、令和3(2021)年7月からプラスに転じており、令和3年10月期には58.1ポイントを記録しています。これは、平成29(2017)年4月期以降では最も高い数値を示しており、新型コロナウイルス感染症による経済活動の停滞を乗り越え、回復基調を感じている企業が多かったことを示している時期といえます。

しかし、令和4(2022)年1月・4月と2期連続で10ポイント以上のマイナスを示し、令和4年7月についても令和4(2022)年4月と比べてDI値は低い数値となっており、新型コロナウイルス感染症の再拡大や原材料費・燃料費等の高騰による経済活動の停滞による影響が再び表れているものと推測できます。

図表 48. 業界全体の状況（対前年同期比）



出典：安曇野市景況調査

²² 企業の景況感・業況感を指標化したもの。

安曇野市ものづくり振興ビジョン策定の経過

開催日	会議・内容
令和4年 6月16日	第1回 安曇野市商工業振興審議会 ● (仮称) 安曇野市ものづくり振興ビジョンの作成について (諮問)
6月23日	第1回 安曇野市工業振興連携推進協議会 ● ビジョンの方向性及びスケジュールについて ● 企業アンケートの内容検討 ● 安曇野市工業振興連携推進協議会設置要領の一部改正について
7月5日 ～7月22日	企業アンケート (調査対象：241社 回答：85社 回答率：35.3%)
8月10日	第2回 安曇野市工業振興協議会 ● 企業アンケートの結果報告 ● 安曇野市ものづくり振興ビジョンの体系図について
9月9日	第3回 安曇野市工業振興協議会 ● 安曇野市ものづくり産業の課題と安曇野市ものづくり振興ビジョン体系図について ● 安曇野市ものづくり振興ビジョンにおける指標設定について
10月7日	第4回 安曇野市工業振興協議会 ● 安曇野市ものづくり振興ビジョンの指標修正案について ● 安曇野市ものづくり振興ビジョンの戦略・施策の内容について
11月10日	第5回 安曇野市工業振興協議会 ● 安曇野市ものづくり振興ビジョン パブリックコメント(案)について
11月25日 ～12月26日	パブリックコメント実施 (実施結果：意見提出人数 0人、意見数 0件)
令和5年 1月31日	第2回 安曇野市商工業振興審議会 ● 安曇野市ものづくり振興ビジョン最終確認
2月10日	第3回 安曇野市商工業振興審議会 ● 答申

安曇野市商工業振興審議会

区 分	氏 名	所 属	役 職
商工業団体代表 者6名	高橋 秀生	安曇野市商工会会長	会 長
	佐野 訓久	安曇野市商工会副会長	
	小林 知之	安曇野市商工会副会長	
	丸山 康富	安曇野市商工会商業部会長	
	二木 正之	安曇野市商工会工業部会長	
	増田 英治	安曇野工業会会長	
学識経験を有す る者6名	白鳥 直樹	八十二銀行豊科支店長	副会長
	内山 吉次※		
	塚平 一彦	長野銀行豊科支店長	
	本島 清隆	長野県信用組合安曇野支店長	
	山田 淳	松本信用金庫豊科支店長	
	小口 剛※		
	猿田 芳明	長野県信用保証協会松本営業部長	
垣内 健児	長野県工業技術総合センター 環境・情報技術部門長		

※前任者

安曇野市工業振興協議会

団体等名称	所 属	委員名	備 考
信州大学	学術研究院（社会科学系） 経法学部教授	山沖 義和	会 長
信州大学	学術研究院(工学系) 工学部准教授	松岡 浩仁	
松本大学	総合経営学部総合経営学科教授	兼村 智也	
一般財団法人 長野経済研究所	調査部公共ソリューション担当	村田 和憲	
安曇野市商工会代表	(株)南安精工 代表取締役社長	小林 知之	副会長
安曇野市商工会代表	(株)マルイチマシン 代表取締役社長	菅澤 一隆	
安曇野市商工会代表	(株)ちくま精機 代表取締役	花村 薫	
安曇野市商工会代表	(有)猪又鋳金工業 代表取締役	猪 又 悟	
安曇野市商工会代表	(有)アルプス印刷 代表取締役社長	浅川 博行	
安曇野工業会代表	山清電気(株) 代表取締役	伊藤 恭彦	
安曇野工業会代表	日本電熱(株) 常務取締役	内田 友宏	
安曇野工業会代表	(株)ハーモニック・ドライブ・システムズ 総務部長	山崎 俊明	
安曇野工業会代表	(有)二木工業 代表取締役	二木 正之	
長野県松本地域振興局	商工観光課長	相澤 秀明	
公益財団法人 長野県産業振興機構	松本センター センター長	伊東 紀夫	

安曇野市ものづくり振興ビジョン

(令和5(2023)年度～令和9(2027)年度)

発行 安曇野市
編集 安曇野市 商工観光スポーツ部 商工労政課
〒399-8281 安曇野市豊科 6000 番地
TEL (0263)71-2000
FAX (0263)72-1340
E-mail shokorosei@city.azumino.nagano.jp