

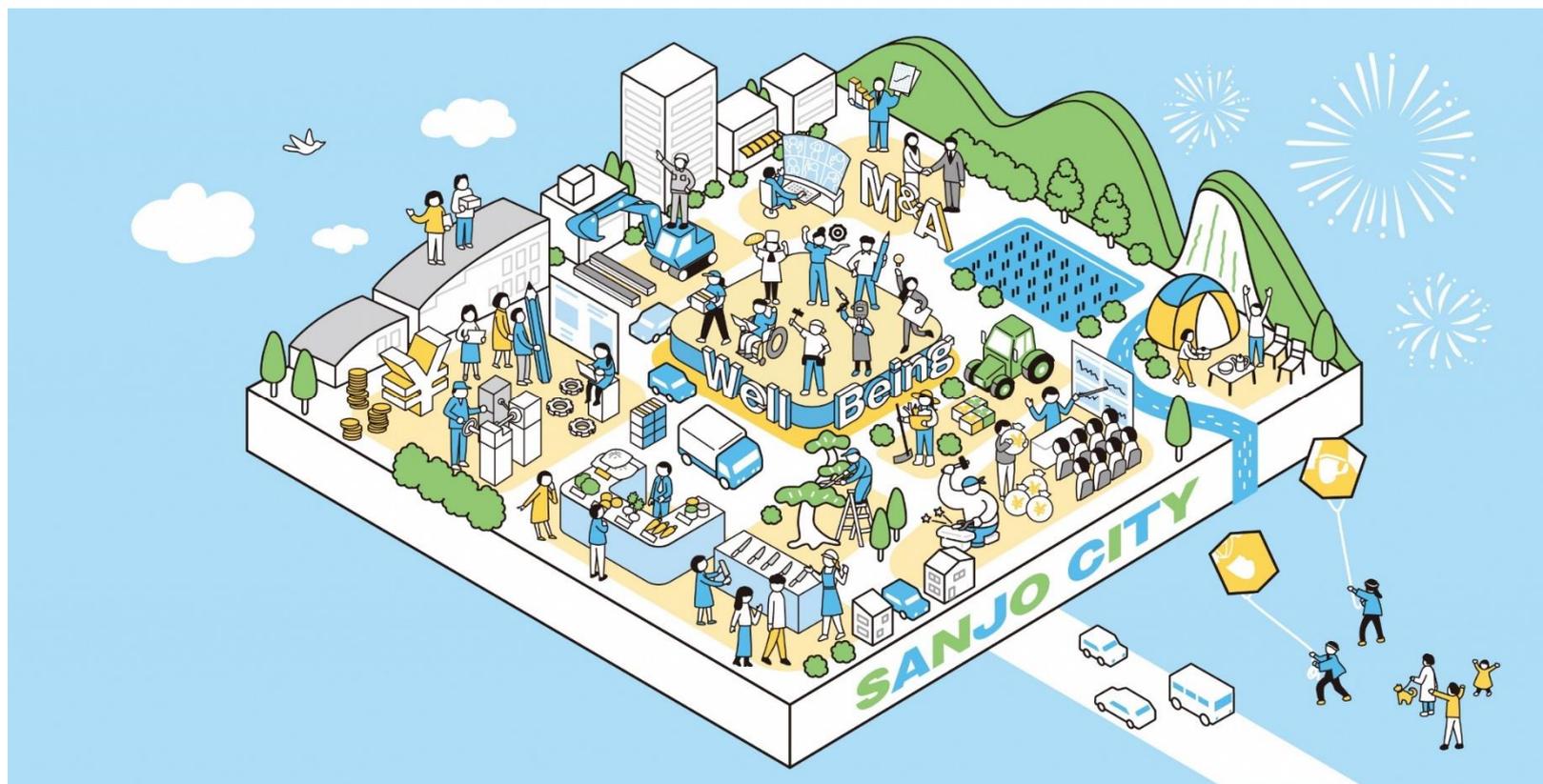


三条市
SANJO CITY

三条市経済ビジョン

よくつくる、よくいきる

～ 豊かにいきいきと働き、技術力を基軸に時代とともに進化し続けるものづくりのまち ～



令和5年1月

三条市

言うまでもなくこのまちのアイデンティティは「ものづくり」です。高い技術力を誇る製造業や生み出された製品を日本全国、世界各地へと届ける卸売業がこの地域の発展を支えてきました。

一方、人口減少・少子高齢化が進む中において、近年の市内総生産額は横ばい、地場産業の人材不足や労働生産性の低さなど、対応すべき課題も存在しています。

目まぐるしく変化する国際情勢や経済状況の中で、これらの課題を克服し、「ものづくりのまち」として持続的な発展を遂げていくことは決して簡単なことではありません。

現在も市内企業各社を始め、様々なプレーヤーが真摯に課題に向き合っていますが、それらの取組の成果をより確かなものとするとともに、各企業にとっても、地域経済にとっても豊かさをもたらす更なる発展を実現するためには、各プレーヤーが同じ方向を向いて進むことができる共通のビジョンと道筋が必要です。

そこで、「ものづくりのまち」としての今後の目指すべき姿やその実現に向かう戦略などを検討し、経済ビジョンとして取りまとめることを目的に、産学官による検討組織「三条市未来経済協創タスクフォース」を令和4年7月に立ち上げました。

あわせて、地場産業に従事する人材の確保、育成に係る方策を重点的に議論する「雇用競争力強化ワーキンググループ」をタスクフォースの内部組織として設置しました。

会議では、経営者を始め、企業の実務管理者や実務担当者、三条市立大学や外部コンサルタントなど、市内外の有識者から御参画をいただき、自由闊達で建設的な議論をいただきました。

三条市経済ビジョン「よくつくる、よくいきる～豊かにいきいきと働き、技術力を基軸に時代とともに進化し続けるものづくりのまち～」は、これらの議論を踏まえ、「ものづくりのまち」としての持続的な発展に向けて、地域経済に関わる各プレーヤーが共に歩みを進めるための指針となる共通のビジョンや戦略等を示すものです。

本ビジョンの下、これからも時代の変化を捉え、適応し、主要産業として「ものづくり」はこのまちをリードしていきます。

1. 経済ビジョンの位置付け

市の最上位計画である三条市総合計画との整合を図りつつ、ものづくりのまちとしての持続的発展に向けて、その推進力を高める観点から、地域経済に関わる各主体が共に歩みを進めるための指針となる共通のビジョンや戦略等を示すものです。

2. 経済ビジョンのポイント

課題を共有し、

- 統計データ等により、当市の産業構造や企業構造、さらには企業の労働生産性や賃金水準といった地域経済の現状や課題を客観的に明らかにし、それらを地域経済に関わる産学官の各主体で共有

協力して共通のゴールと道筋を描き、

- 課題を共有した上で、この地域が目指すべきものづくりのまちの姿などを規定するビジョンとその実現に向けた戦略等を産学官の協創により策定

皆でゴールを目指すこと

- 産学官によるプロジェクトの実行体制を規定し、ビジョンの実現に向けたプロジェクトの実行性と発展可能性を担保

3. 計画期間

三条市総合計画に合わせ、令和5年度(2023年度)～令和10年度(2028年度)の6年間を計画期間とします。

4. 経済ビジョンの構成

本経済ビジョンは、「ビジョン」、「戦略」、「アクションプラン」で構成します。

「ビジョン」

➤ ものづくりのまちとしての目指す将来像や目標を示します。

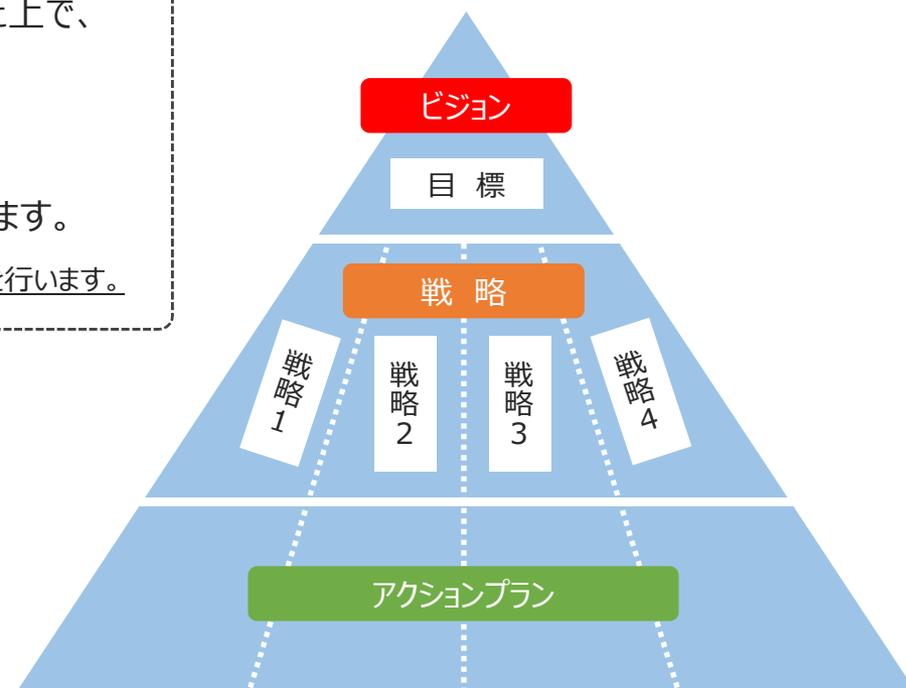
「戦略」

➤ ビジョンを達成するための道筋や注力領域を明らかにした上で、戦略毎に課題認識と取組方針を示します。

「アクションプラン」

➤ 戦略を具体の取組に落とし込むとともに、工程表を定めます。

※アクションプランは、別冊形式で作成の上、毎年度、点検や更新等を行います。



よくつくる、よくいきる

～豊かにいきいきと働き、技術力を基軸に時代とともに進化し続けるものづくりのまち～

歴史や伝統に裏打ちされた圧倒的な品質やストーリーなど、ものづくりのまちのアイデンティティや通底する守るべき価値観を核に持ちながらも、デジタル技術等の新たな要素を上手く取り入れるなどして効率化すべきところは効率化し、生産性を高める、あるいはSDGsやカーボンニュートラルなどの世界的、社会的な潮流や要請へ適切に対応するといった、時代に合わせてよりよく変わっていく不易流行の“よくつくる”ものづくりのまちを目指します。

また、それらに携わる人々を大切に、経済的豊かさだけでなく、社会的、精神的、身体的にも良好な状態で働ける雇用労働環境、すなわちウェルビーイングな雇用労働環境の整備を図ることなどを通じて、働く人が“よくいきる”ものづくりのまちを目指します。

そして、

「よくいきる」ことができるから（いきいきと働くことができるから）「よくつくる」ことができる（よいものづくりができる）

「よくつくる」ことができるから（よいものづくりがあるから）「よくいきる」ことができる（いきいきと働くことができる）

このような連鎖、循環関係により、地場産業の未来を創る人材の確保と生産性の向上を実現し、企業の「稼ぐ力」を高め、ものづくりのまちとしての持続的発展を目指します。

そのため、このような考えを端的に表すビジョンとして、

「よくつくる、よくいきる～豊かにいきいきと働き、技術力を基軸に時代とともに進化し続けるものづくりのまち～」を掲げます。

ビジョン～目指す姿～

よくつくる、よくいきる

～豊かにいきいきと働き、技術力を基軸に時代とともに進化し続けるものづくりのまち～

2028年度に目指すゴール (K G I)

経済指標

1人当たり付加価値額
(生産年齢人口)

785万円

2019年比72万円(10.1%)増
(年平均1.07%増)

1人当たり雇用者報酬

463万円

2019年比41万円(10.1%)増
(年平均1.04%増)

ウェルビーイング指標

働く人の幸せ診断指数

(提供：パーソル総合研究所+慶應義塾大
学前野隆司研究室)

2022年度比ポイント増

働く人の不幸せ診断指数

(提供：パーソル総合研究所+慶應義塾大
学前野隆司研究室)

2022年度比ポイント改善

- ※ 1人当たり付加価値額については、今後の人口減少推計を踏まえ、直近(統計上最新の2019年)の三条市の経済規模(市内総生産)約3,800億円を今後も維持するために必要な1人当たり付加価値額を算出し、設定したもの(参照資料：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」及び新潟県「市町村民経済計算」)
- ※ また、1人当たり雇用者報酬については、1人当たり付加価値額に、直近の統計データを参考に労働分配率(59%)を掛けたもの

戦略のコンセプト

生産性の向上により得られた原資で
人への投資(賃金、人材育成、職場環境の改善など)を強化し、次なる成長を促進

“不易流行”のものづくりによる生産性向上の実現

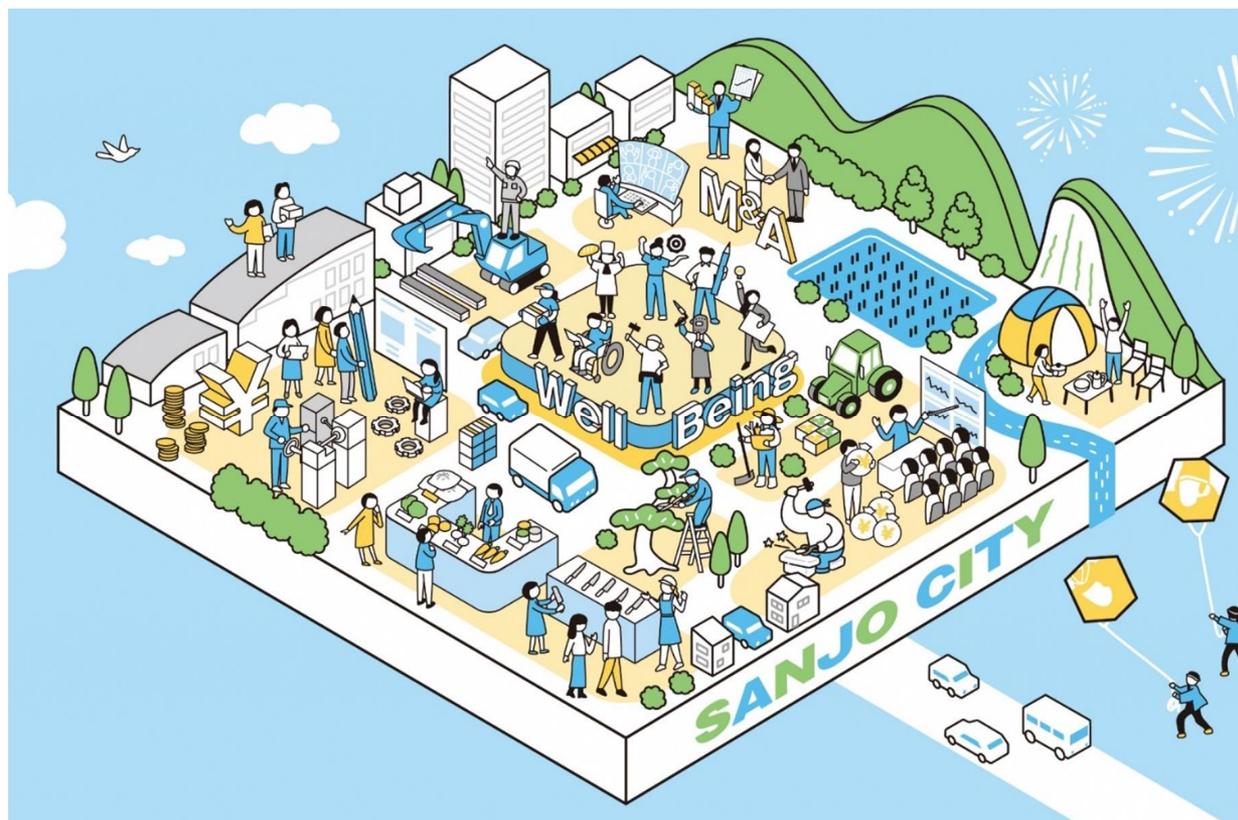
ものづくりのまちのアイデンティティや通底する守るべき価値観を核に持ちながらも、デジタル化やDX化といった時代の変化にも適応し、ものづくりの高度化、効率化を図ることにより、労働生産性の向上を実現

持続的成長のためのウェルビーイングの実現

「ウェルビーイング」を目指すことが目的であり、経済成長のエンジン(手段)でもあるという考えの下、その実現に向けて多様な人材が集まり、成長し、活躍できる環境づくりを推進



多様な人材が活躍できる
環境づくりが更なる労働生産性の向上に寄与



1. 持続的発展のための土台

企業の個性を尊重しつつ、経営規模の拡大や業務提携などを通じて、技術の発展、生産性の向上、良質な雇用労働環境の提供等が行われ、地域経済の持続的発展のための土台が形成されている。

2. 多様な人材の活躍、チャレンジ

良質な雇用労働環境が提供され、多様な人材が集まり、活躍し、常に新たなチャレンジが行われている。

3. 三条のものづくり

鍛冶や鍛冶の歴史をくむ金属加工等の三条ならではの産業が、時代の変化に対応し、新たな需要の取り込みや価値の創出などを図りながら、進化を続けている。

4つの戦略（注力領域）

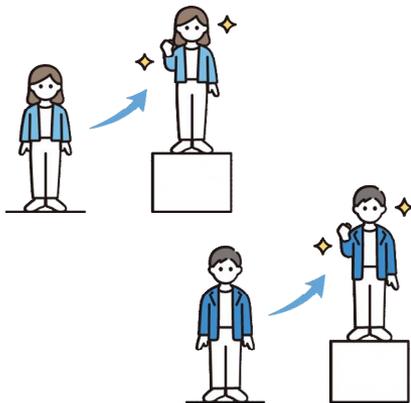
ビジョンの実現に向けた4つの戦略（注力領域）



戦略のスコープ) **ウェルビーイング※の実現を通じて地場産業の未来を担う人材の確保を図り、付加価値の増大を図っていく。**

※ ウェルビーイング

一人一人が、経済的豊かさだけでなく、社会的、精神的、身体的にも良好な状態で働ける雇用労働環境、すなわちウェルビーイングな雇用労働環境の整備を図り、それが人材の確保と幸福度の高い従業員による高い仕事のパフォーマンス、生産性の向上につながり、それが企業業績の向上につながり、さらには地域経済と三条市のアイデンティティであるものづくり産業を持続可能なものとするにつなげていく、このような「従業員」「企業」「地域経済」としての三方よしの好循環構造の実現を、三条市では商工業の振興におけるウェルビーイング戦略と定義する。



【戦略1】ものづくり産業の高付加価値化と新事業創出

国内需要の縮小等を見据え、この地域の企業が有する高度かつ専門的で多様な技術の可能性を活かした付加価値の向上を推進

1. B to B企業の付加価値向上
2. B to C企業の付加価値向上
3. 伝統的技術分野の稼ぐ力、経営力の向上

【戦略2】生産性向上の推進

生産年齢人口の減少を補い、一人当たりの付加価値額を上げていくため、デジタル化の推進や企業規模の拡大を推進

1. デジタル化の推進
2. 経営資源の集約化（統合、再編）の推進

【戦略3】産業基盤の安定化、強靱化

従業員、生産設備、ブランドなど、有形無形の貴重な経営資源を有する企業が後継者不在などを理由に廃業し、伝統技術や産業基盤等が失われることがないように、第三者承継なども含めた戦略的な事業承継を促進

1. 事業承継の推進
2. 経営資源の集約化（統合、再編）の推進

【戦略4】未来志向の人材戦略（人材の確保・育成）

地場産業の人手不足の顕在化のほか、今後の人口減少により働き手の確保が更に困難になっていくと見込まれることなどを踏まえ、多様な人材が活躍できる環境づくり等を促進し、地場産業の次代を担う人材の確保、育成を促進

1. 雇用労働環境の改善
2. 採用力強化に向けた情報発信、プロモーション強化
3. 高度人材の確保、育成

■ 課題認識

- 日本の製造業では、自動車などの最終製品メーカーを頂点に、一次、二次、三次といった形で企業が連なる**ピラミッド型の下請け分業構造**が一般的である。
- このようなピラミッド型分業構造は、ピラミッドの上位に位置する大手企業（親企業）にとっては下請け企業の小回りの利く生産体制や高度で専門性のある技術力を活用できるというメリットが、下位に位置する**下請け企業にとっては自社で営業や企画開発を行わずとも親企業から安定的に一定の量の仕事が受注できるというメリット**があり、互いが持ちつ持たれつの関係の中で補完し合いながら、日本のものづくりの発展を支え、歩みを進めてきた。
- **当市の製造業にはこのようなピラミッド型分業構造の下位に位置する中小零細規模の企業が多い**。このような企業には、上記の裏返しとして、高い技術力を有している企業であっても、発注元が示す一定の仕様や価格設定の中で製造、販売を行うという性質上、**自らが価格決定力を有しておらず、収益性や付加価値額が乏しい**状況も見受けられる。
- 加えて、日本における少子高齢化、人口減少社会の進展とそれに伴う国内市場の縮小やグローバルなビジネス展開などを背景に、**これまでピラミッド型分業構造における下請け企業が享受してきた、安定的に一定の量の仕事が受注できるというメリットさえも失われつつある**。
- ゆえに、このような事業体質は今後ますます衰退の一途を辿ることが懸念されることから、今後の生き残りと発展に向けては、このような**事業体質を変えていく必要**がある。
- このほか、**カーボンニュートラルや人権などの社会課題に配慮した製品選択が世界的に進みつつある**中、当市企業の国際競争力（選ばれる力）を維持、強化するため、**これらの動向に適切に対応することも必要**である。

■ 取組方針

- 「**取引先とは垂直的ではなく対等に**」「高品質“低価格”ではなく**高品質“相応価格”**に」「売上額の拡大よりも**付加価値額の増大**を」、こういった価値観の下、この地域の企業が有する、この**地域に集積する高度で専門的で多様な技術のポテンシャルを活かした**付加価値の向上を図る。
- カーボンニュートラル対応がグローバルスタンダードになり、最終製品メーカーや大手企業だけでなく、**サプライチェーンを構成する企業にまで脱炭素化の影響が波及しつつある**ことから、**当市企業がこうした国際潮流に適切かついち早く対応することにより、競争力（選ばれる力）の維持、強化（先行利益の享受）**を図る。

戦略 1 - 2) ものづくり産業の高付加価値化と新事業創出 (BtoC系)

■ 課題認識

- 日本では少子高齢化、人口減少社会が進展し、今後も加速度的に人口が減り続ける見通しであり、それに伴い国内における消費市場は基本的には縮小していくことが予想される。
- そのため、日本の高度経済成長期や人口増加時代には適していた、価格を下げて量を確保する国内の薄利多売のビジネスモデルは限界を迎えつつある。人の数が少なくなるので、より多く売るだけでなく、商品の付加価値を高め、より高く売ることが重要となる。
- また、加速度的な国内人口の減少とその下で予想される国内市場の縮小による需要減を補うため、従前にも増して海外市場に目を向け、輸出の拡大を図ることも重要である。カーボンニュートラルや人権などの社会課題に配慮した製品選択が世界的に進みつつあることから、市内企業の国際競争力の強化に向けては、これらの動向を踏まえ適切に対応することが必要である。
- 鍛冶等に代表される伝統技術分野は、当市のものづくりの礎であるとともに、現在も国内外のコアなファンを惹きつける象徴的な地域固有の資源として存在している。一方で、事業体として見ると、中小零細規模の事業所が多く、経営管理や市場分析などに関する意識やノウハウが不足していることなどから、技術等のポテンシャルに比して、収益性や付加価値額が十分ではない状況も見受けられる。

■ 取組方針

- 市内企業が取り組む事業の高付加価値化（デジタルトランスフォーメーション、事業再構築、新製品開発、マーケティング強化、販路開拓など）を後押しする。
- 伝統技術分野に関しては、地域固有の資源として高いポテンシャルを有し、差別化による高付加価値化に適した領域であることから、経営管理や市場分析などに関する意識やノウハウなどを補足するなどし、現代の需要に適応した商品づくり、ブランド構築、販路開拓などを促進する。ファクトリーツーリズムを基軸とする体験型観光プログラムと連携するなど、感覚価値の提供による付加価値向上を図る。
- 国内市場の縮小という中長期的な予見を踏まえ、海外市場展開を促進する。
- 当地域のものづくり産業基盤をいかしたファブレス型の起業や新たな事業展開を行う第二創業など、地域産業の高付加価値化、活性化に資する起業、創業を促進する。

戦略2) 生産性向上の推進

■ 課題認識

- 国立社会保障・人口問題研究所が公表している人口推計によれば、三条市の生産年齢人口（15～64歳）は、2020年比で、2030年に約12%減、2040年には約27%減となる見込みである。
- この減少率を三条市の既存の製造業（従業者数4人以上の事業所／2018年）に単純に当てはめ、減少率に相当する従業者数が各事業所で均等に減っていくと仮定したシミュレーションを行うと、**2030年には10人未満規模の事業所の約半分（約120事業所）、2040年には10人未満規模の事業所の全て（236事業所）で雇用できる人材がいない**ことになる。
- 少子高齢化、人口減少社会の進展やそれに伴う地域経済の縮小は、税収減や需要減などの観点から行政サービスや民間の生活関連サービスなど地域住民にとって必要な事業の継続を困難にし、住民の暮らしの質や地域の持続可能性の低下につながる。
- 直近（統計上最新の2019年）の三条市の経済規模（市内総生産）は約3,800億円であり、それを生産年齢人口で割った1人当たりの付加価値額は約713万円である。**2040年の生産年齢人口で現在の経済規模を維持するには、1人当たり付加価値額を今の1.23倍の約877万円に引き上げなくてはならない**ことになる。
- 当市の社会経済や企業の事業活動に与えるこれらのインパクトを念頭に、今後の人口減少に対応するためには、**市内企業の働き方を変革し、労働者1人当たりの付加価値額（あるいは労働時間当たりの付加価値額）、すなわち「労働生産性」を上げていくことが必要**である。

■ 取組方針

- デジタル技術を導入、有効活用するなどして少ない人員でも事業を回せるよう単純作業の自動化、省力化等を図り、**人手不足の解消を図るとともに、単純作業の見直しにより生まれた人手をより創造的で付加価値の高い仕事にシフトさせる**ことで、生産性の向上を図る。
- バックオフィス業務などの**非競争領域は、複数企業の連携、相乗りなどにより、一定の単位で効果的なデジタル化の推進**を検討する。
- 一般的に企業規模が大きい方が、生産性が高くなる傾向にあることから、統合、再編等による企業規模の拡大促進についても選択肢の一つとして検討を進める。

戦略3) 産業基盤の安定化、強靱化

■ 課題認識

- 高齢化の進展に伴い、経営者の高齢化も進む中で、中小企業の事業承継が社会的な課題として認識されている。民間調査会社が調べた新潟県内企業の「後継者不在率」は近年5~6割程度で推移している。(全国的には近年6割超で推移している。)
- この「後継者不在率」のほか、経営者の年齢分布を用いて今後の事業の存続を推計(70歳で引退と仮定)すると、2030年には20%強の事業所が廃業することになる。
- 後継者不在などを背景に、従業員、生産設備、ブランド、サプライチェーンなど、有形、無形の貴重な経営資源を有する中小企業の廃業も想定される。
- そのような廃業が当市で起こると、鍛冶等の伝統技術のほか、高度で多様な加工技術集積が成す地域サプライチェーンと産業基盤が衰退しかねない。
- そこで、このような経営資源を廃業により散逸させることなく、地域の経済や雇用を支える地場産業の経営基盤を安定的なものとするため、事業承継や後継者の確保・育成を、時機を逸することなく的確に行っていく必要がある。



■ 取組方針

- 廃業に伴う経営資源の散逸を回避し、産業基盤の維持・発展を図るため、第三者承継、すなわちM&Aも含めて戦略的に事業承継を推進する。
- 一般的に企業規模が大きい方が、生産性が高くなる傾向にあることも踏まえ、事業承継や後継者難等を契機に統合、再編等による経営資源の集約化を図るなど、事業の強化・拡大、新分野への参入といった付加価値向上に資する企業行動を促進する。

戦略4) 未来志向の人材戦略 (人材の確保・育成)

■ 課題認識

- 足下では管内の有効求人倍率が慢性的に高い状況（特に製造業系）にあり、**地場産業の人手不足が顕在化**している。
- 今後日本では加速度的に人口が減り続ける見込みであり、益々働き手の確保が困難になるおそれがある。
- こうした中、市内企業の雇用労働条件に関しては、**全国や産業構造が類似する他市町村と比べて賃金水準が低い**ほか、地域独自あるいは業界独自の業務カレンダーに準拠しているなどの理由から、**求職者ニーズと乖離した少ない休日数**となっているなど、改善すべき点が複数見受けられる。
- また、BtoB企業を中心に、日常において求職者との接点に乏しい業種業態が多いことなどから、**「企業の知名度が低い」「求職者に認知されていない」**といったことを人材確保難の課題に上げる意見も数多い。

■ 取組方針

- 賃金は企業の付加価値額（粗利益）の分配によるものであり、分配率は企業規模の大小や業種に関わらずおおむね50～60%となる。そのため、前述の戦略1～3の取組のほか、高度人材（企画、デジタル、デザインなど）の確保や従業員の能力開発支援など、**あらゆる施策を総動員し、1人当たり付加価値額（＝労働生産性）の向上に徹底して取り組むことにより、賃金引上げを実現**していく。
- 市内企業の**賃金引上げと多様な人材が活躍できる環境づくり（雇用労働環境の改善等）を促進**し、働く場としての魅力向上を図る。
- これらにより**従業員の満足度や幸福感の向上を図り、個々のパフォーマンスや生産性を持続的に高め、更なる企業成長と所得向上を生む好循環の創出につなげていく。**
- **市内企業の認知度向上に向けた情報発信、プロモーション等の充実**を支援し、採用力強化を図る。

プロジェクトチーム体制の構築

本ビジョンに基づく取組を着実に実行に移すとともに、毎年のPDCAサイクルの実施とそれに基づく施策等の検討を機動的かつ効果的に行うため、令和4年度に開催した三条市未来経済協創タスクフォース及び雇用競争力強化ワーキンググループを発展的に解消し、各取組単位で新たに産学官のプロジェクトチームを組織する。

体制イメージ	プロジェクト		プロジェクトチーム
戦略1 ものづくり産業の高付加価値化と新事業創出	BtoB企業の付加価値向上	 市長	(検討メンバー) ・工業会 ・地場産センター ・市立大学 ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
	BtoC企業の付加価値向上		・地場産センター ・商工会議所 ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
	伝統技術分野の稼ぐ力、経営力の向上		・地場産センター ・工業会 ・商工会議所 ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
	BtoB/BtoC 共通		・地場産センター ・工業会 ・商工会議所 ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
戦略2 生産性向上の推進	デジタル化の推進	 プロジェクト管理者 (商工課)	・商工会議所 ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
	経営資源の集約化		・商工会議所 ・金融機関 ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
戦略3 産業基盤の安定化、強靱化	事業承継の推進		・商工会議所 ・金融機関 ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
	経営資源の集約化		
戦略4 未来志向の人材戦略 (人材の確保・育成)	雇用労働環境の改善		・商工会議所 ・金物卸商協同組合 ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
	採用力強化に向けた情報発信、プロモーション強化		・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
	高度人材の確保、育成		・市立大学 ・地場産センター ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所
共通事項	ブランディング、プロモーション強化		・地場産センター ・商工会議所 ・関係企業 ・関係機関等 ・市役所

三条市未来経済協創タスクフォース

(敬称略・五十音順)

氏名	所属等
大沼直也	株式会社スノーピーク 執行役員 商品本部長
斎藤直人	シマト工業株式会社 代表取締役社長
渋谷恒夫	三条信用金庫 地域経済研究所 常勤理事
島田哲雄	三条市立大学 学部長
曾根忠幸	株式会社タダフサ 代表取締役社長
中村純	株式会社三條機械製作所 本社管理部長
長谷川直哉	株式会社マルチ長谷川工作所 代表取締役社長

雇用競争力強化ワーキンググループ

(敬称略・五十音順)

氏名	所属等
岡部美咲	株式会社サカタ製作所 総務経理課主任
柏崎亮太	三条市労働環境改善・雇用競争力強化コンサルタント
金子薫	カネコ総業株式会社 代表取締役社長
小林雅俊	株式会社コロナ 総務部次長
齋藤一成	株式会社マルサ 代表取締役社長
高橋竜也	株式会社高儀 代表取締役社長
永井元章	三条市立大学 地域連携キャリアセンター長

三条市未来経済協創タスクフォース

第1回会議 「三条市経済ビジョンとそれに基づく戦略、戦術の検討」(令和4年7月19日)

第2回会議 「目標及び戦略領域の検討」(令和4年9月2日)

第3回会議 「戦略の検討」(令和4年10月3日)

第4回会議 「課題と取組方針を踏まえた戦術の検討①」(令和4年10月18日)

第5回会議 「課題と取組方針を踏まえた戦術の検討②」(令和4年10月31日)

雇用競争力強化ワーキンググループ

第1回会議 「労働環境・雇用競争力の観点における目指す姿と現状の課題等について」(令和4年8月1日)

第2回会議 「労働環境・雇用競争力の観点における課題と原因の深堀」(令和4年9月1日)

第3回会議 「課題と原因を踏まえた打ち手の検討」(令和4年10月4日)

第4回会議 「課題と原因を踏まえた打ち手のアクションプランへの落とし込み」(令和4年10月28日)

三条市未来経済協創タスクフォース・雇用競争力強化ワーキンググループ 全体会議

第1回会議 「経済ビジョンの取りまとめ案について」(令和4年11月25日)

参考データ等

1. 地域経済

2. 産業構造

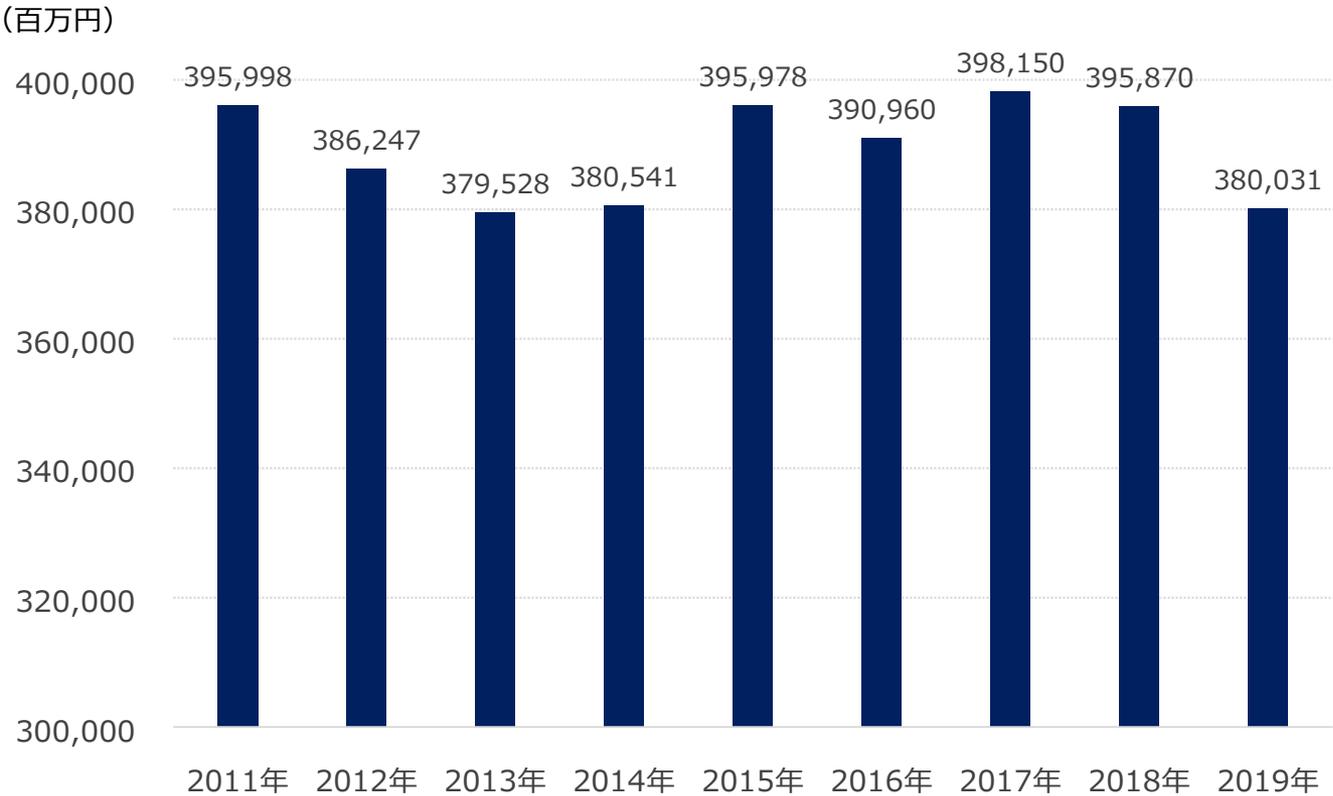
3. 人口動向、雇用労働情勢等

4. 製造業の分析

参考) 市町村GDP (付加価値の総額) の推移 (全産業)

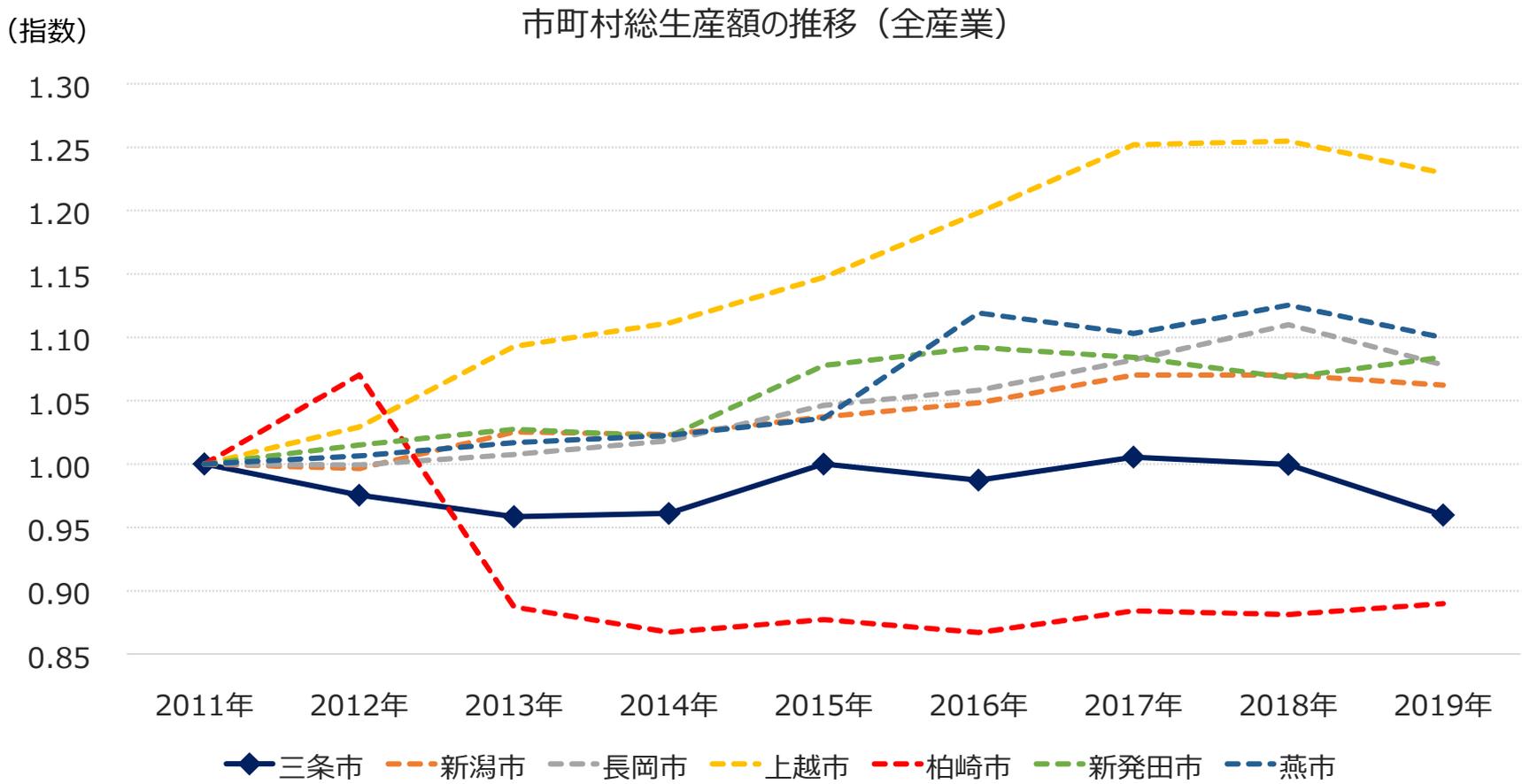
直近 (統計上最新の2019年) の三条市の経済規模 (市内総生産) は約3,800億円

三条市の総生産額の推移



参考) 市町村GDP (付加価値の総額) の推移 (全産業) ※2011年を“1”とした場合

県内主要他市で市町村GDP (付加価値の総額) が伸びているのに対し、三条市は停滞気味である



1. 地域経済

2. 産業構造

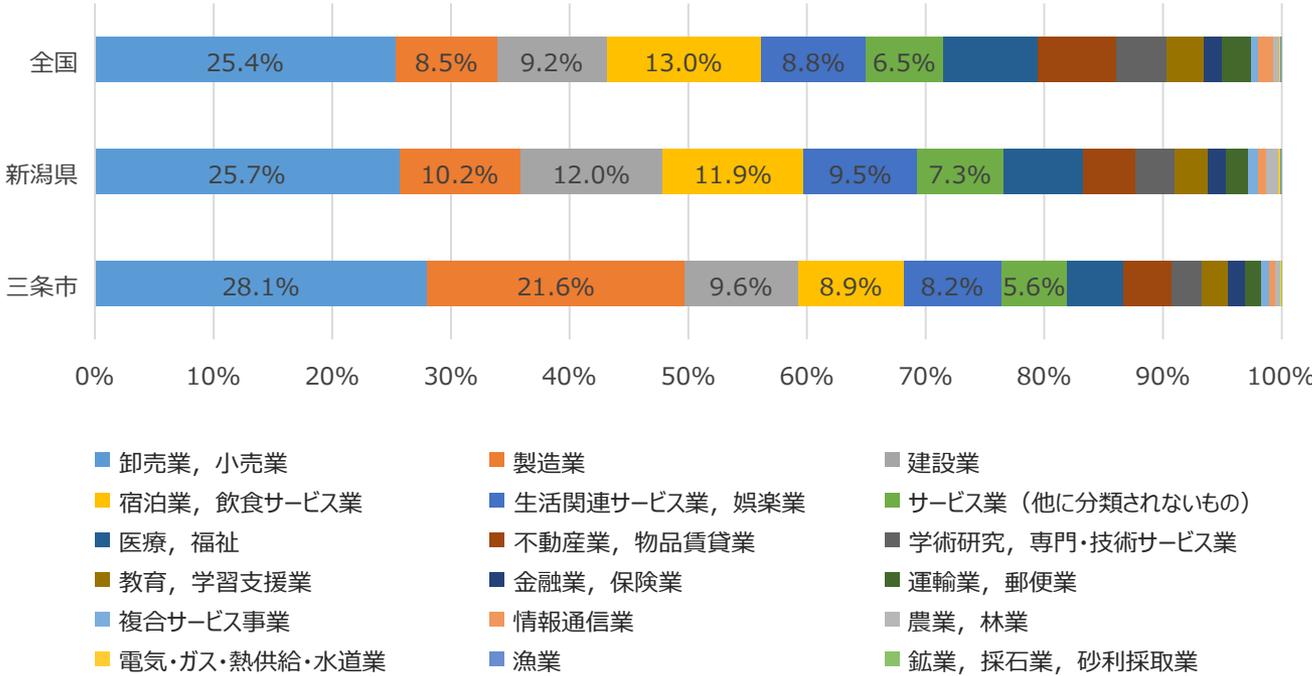
3. 人口動向、雇用労働情勢等

4. 製造業の分析

参考) 三条市の産業構造

三条市は、全国、新潟県と比較して、「卸売業,小売業」、「製造業」の割合が高い

産業構造（産業大分類別・事業所数構成比） ※2016年



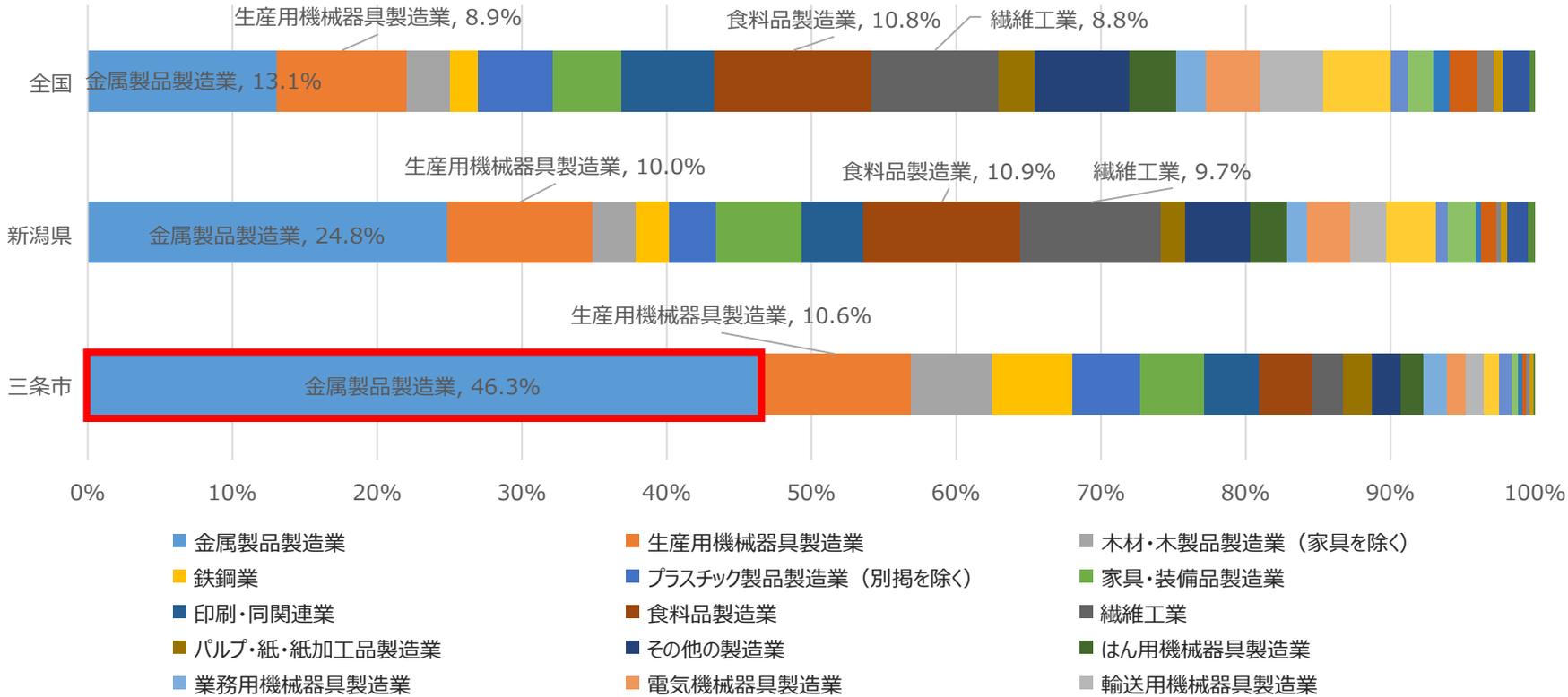
	三条市	新潟県	全国
卸売業, 小売業	28.1%	25.7%	25.4%
製造業	21.6%	10.2%	8.5%
建設業	9.6%	12.0%	9.2%
宿泊業, 飲食サービス業	8.9%	11.9%	13.0%
生活関連サービス業, 娯楽業	8.2%	9.5%	8.8%
サービス業 (他に分類されないもの)	5.6%	7.3%	6.5%
医療, 福祉	4.7%	6.8%	8.0%
不動産業, 物品賃貸業	4.1%	4.4%	6.6%
学術研究, 専門・技術サービス業	2.6%	3.3%	4.2%
教育, 学習支援業	2.1%	2.9%	3.1%
金融業, 保険業	1.5%	1.5%	1.6%
運輸業, 郵便業	1.3%	1.9%	2.4%
複合サービス事業	0.7%	0.8%	0.6%
情報通信業	0.5%	0.7%	1.2%
農業, 林業	0.4%	1.0%	0.5%
電気・ガス・熱供給・水道業	0.1%	0.1%	0.1%
漁業	0.0%	0.0%	0.1%
鉱業, 採石業, 砂利採取業	0.0%	0.1%	0.0%
	100%	100%	100%

出所：内閣府「地域経済分析システム（RESAS）」（総務省「経済センサス基礎調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」再編加工）

参考) 三条市の産業構造

とりわけ、製造業のうち約半分近くを金属製品製造業が占めており、全国、新潟県との比較において金属製品製造業の割合が突出して高い

産業構造（製造業・事業所数構成比） ※2016年



出所：内閣府「地域経済分析システム（RESAS）」（総務省「経済センサス－基礎調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス－活動調査」再編加工）

1. 地域経済

2. 産業構造

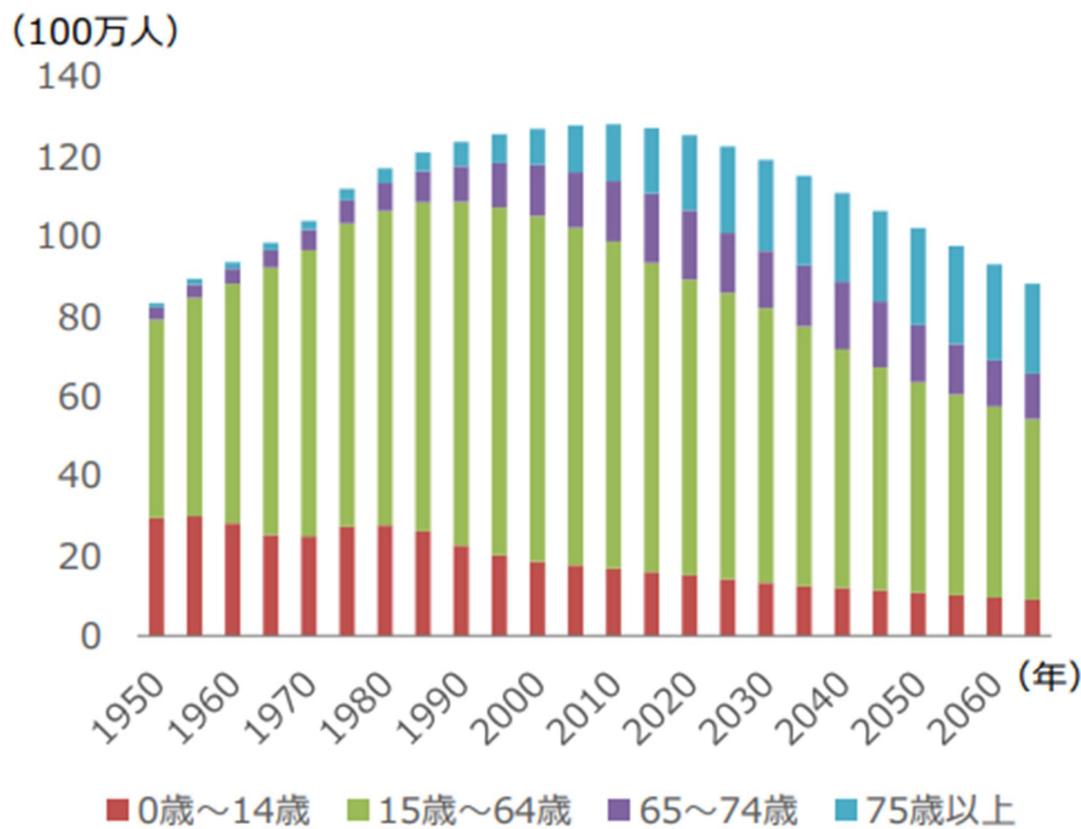
3. 人口動向、雇用労働情勢等

4. 製造業の分析

参考) 日本の総人口の推移と推計

日本では少子高齢化人口減少社会が進展し、今後も加速度的に人口が減り続ける見通し

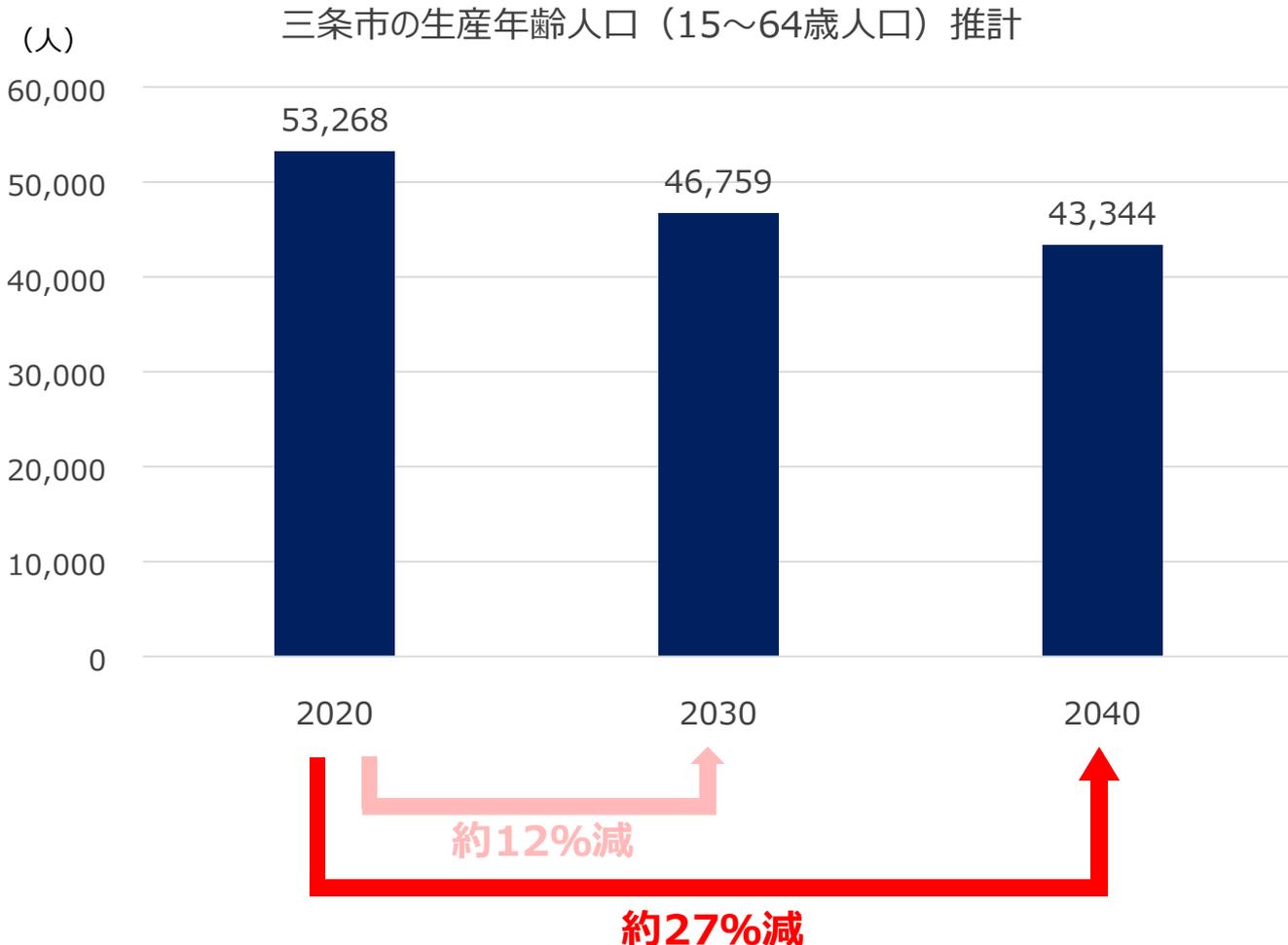
日本の総人口の推移と推計



出所：経済産業省,第1回スマートかつ強靱な地域経済社会の実現に向けた研究会,資料4「ウィズ・ポストコロナ時代における地域経済産業政策の検討」,P2 (国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」「日本の地域別将来推計人口」を基に作成)

参考) 三条市の生産年齢人口 (15~64歳人口) 推計

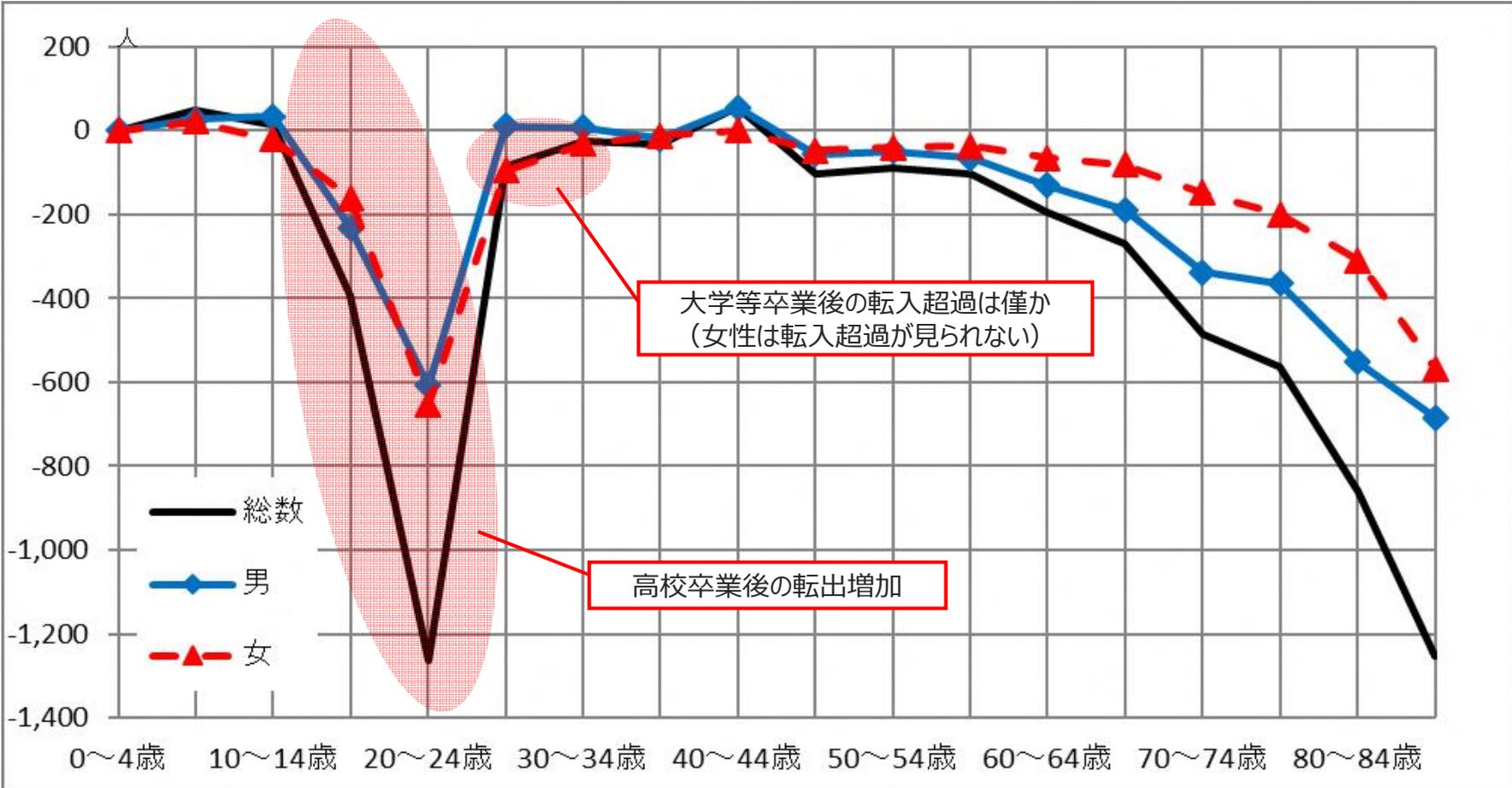
三条市の生産年齢人口 (15~64歳人口) は、2020年比で、2030年に約12%減、2040年に約27%減となる見込み



参考) 若年層の人口流出

三条市は、大学等への進学を契機とする市外県外への人口流出とその後の復元力の弱さによる若年層の転出超過が顕著（特に女性）

三条市の世代（5歳階級）ごとの人口増減を表わした国勢調査におけるコーホート図
(前回(平成27年)調査時の年齢を今回(令和2年)調査時の年齢に置き換えて、人口の増減をグラフ化したもの)

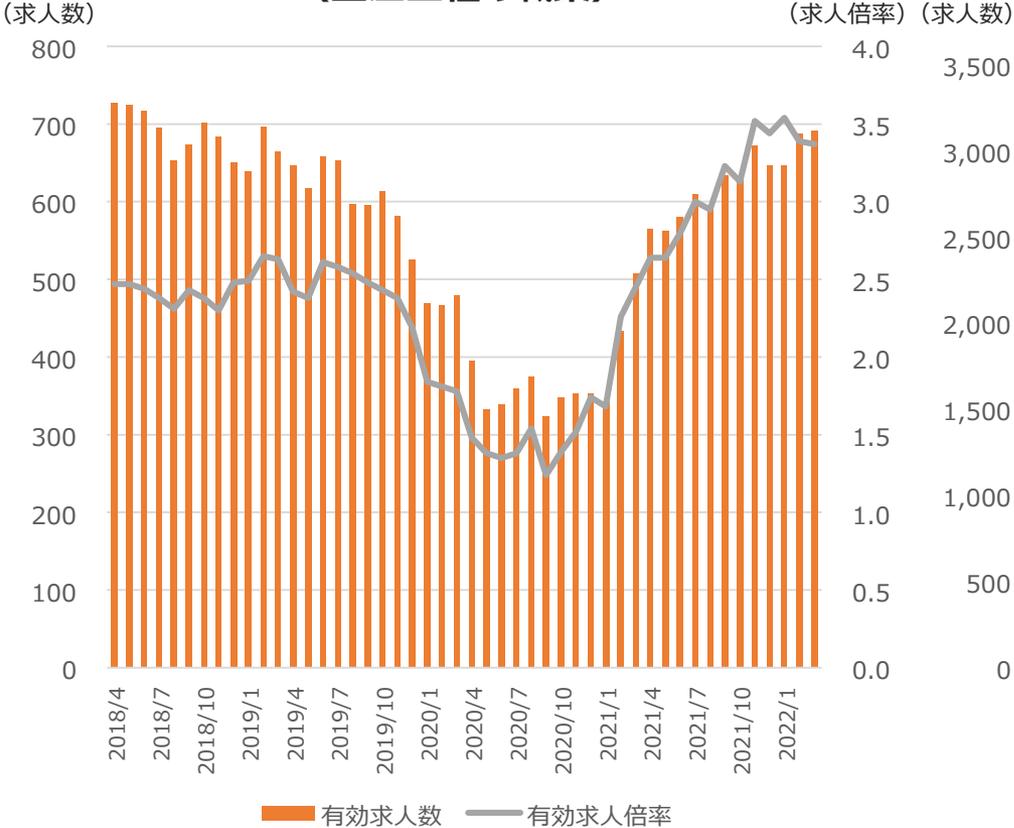


出所：総務省「国勢調査（平成27年、令和2年）」を基に作成

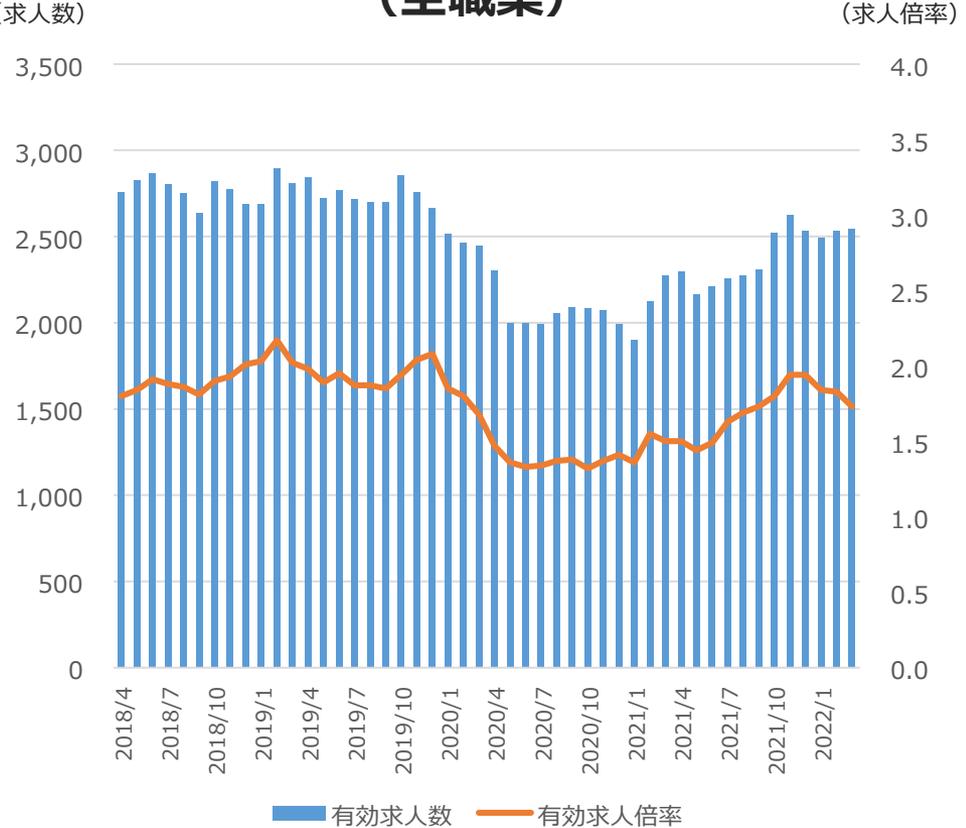
参考) 地場産業の人手不足

管内の有効求人倍率は近年、恒常的に高い状況 (特に製造業系)

ハローワーク三条管内の有効求人倍率
(生産工程の職業)



ハローワーク三条管内の有効求人倍率
(全職業)



出所: ハローワーク三条「雇用統計」

参考) 後継者不在率

新潟県企業の「後継者不在率」は近年 5~6 割程度で推移 (全国的には近年 6 割超で推移)

新潟県企業の後継者不在率 (調査数: 約4,200社)

全国企業の後継者不在率 (調査数: 約26万6,000社)



1. 地域経済

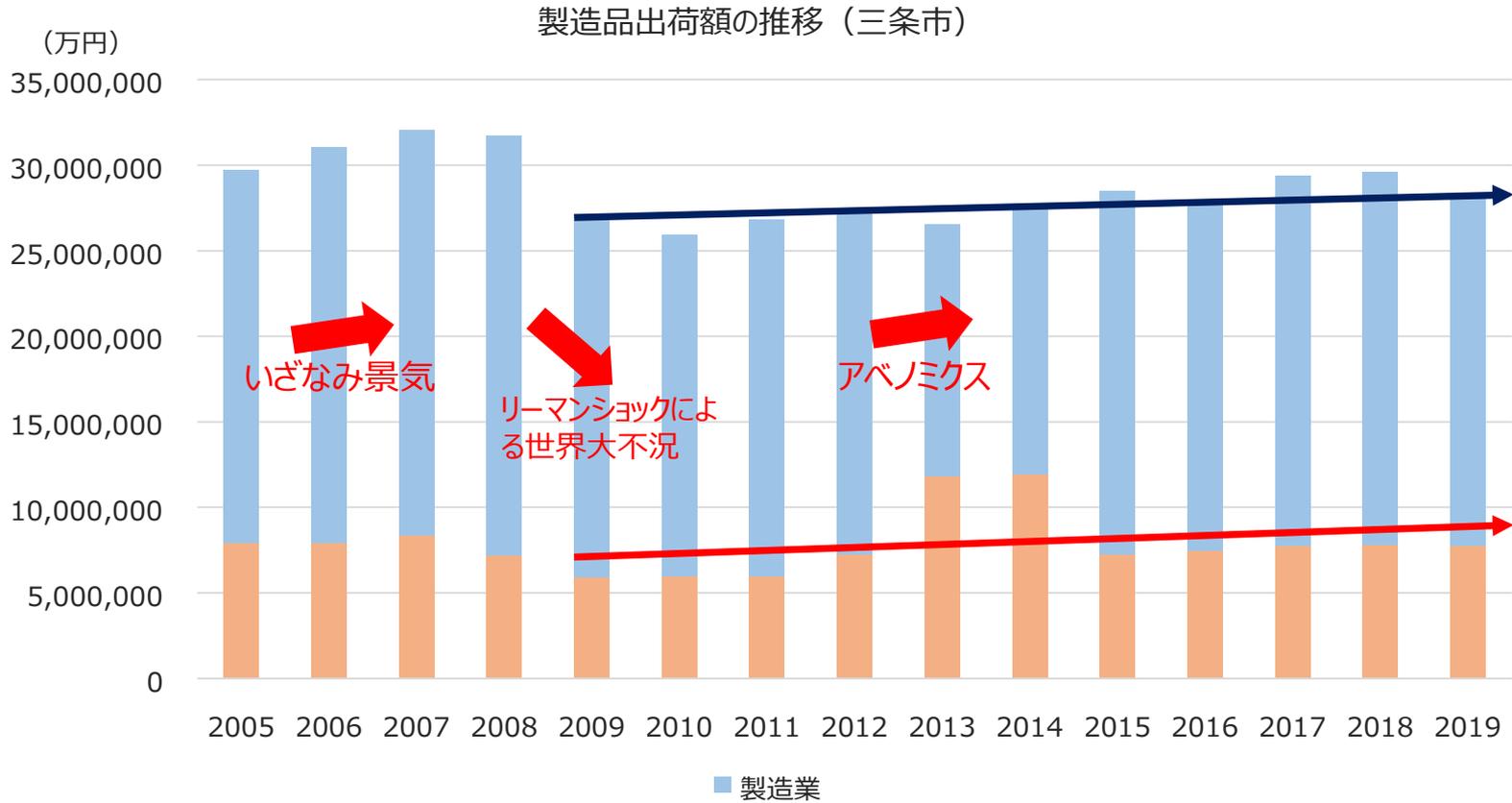
2. 産業構造

3. 人口動向、雇用労働情勢等

4. 製造業の分析

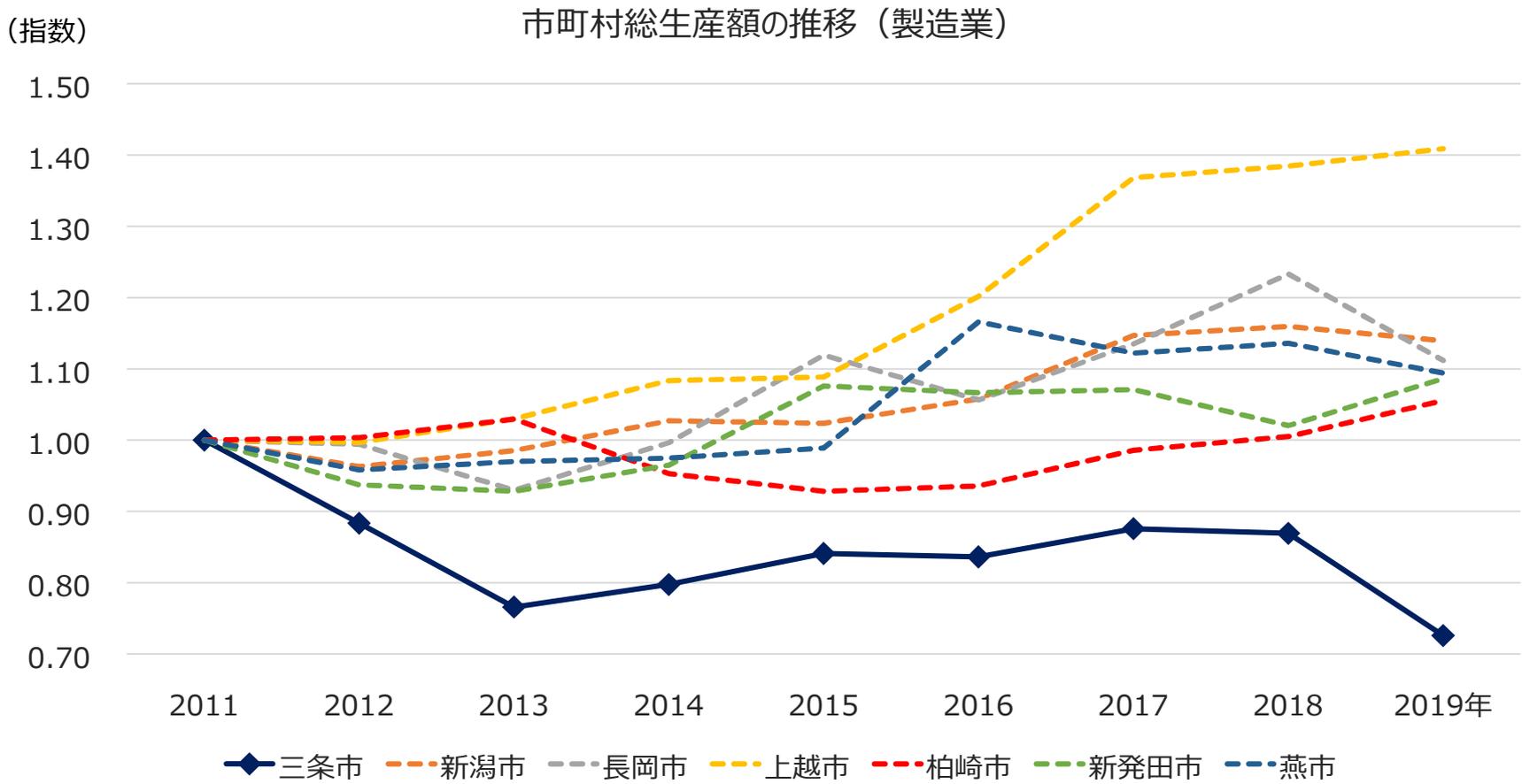
参考) 製造品出荷額

- 製造業 (全業種) …横這い (若干上向き)
- 金属製品製造業…横這い (若干上向き)



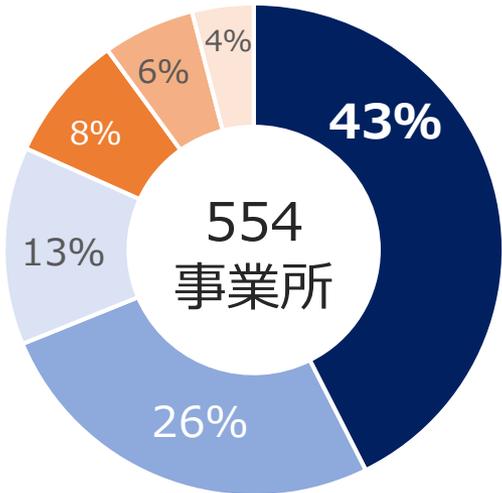
参考) 市町村GDP (付加価値の合計) 推移 (製造業) ※2011年を"1"とした場合

三条市の製造業の総生産額 (付加価値の総額) は、近年減少傾向になっている

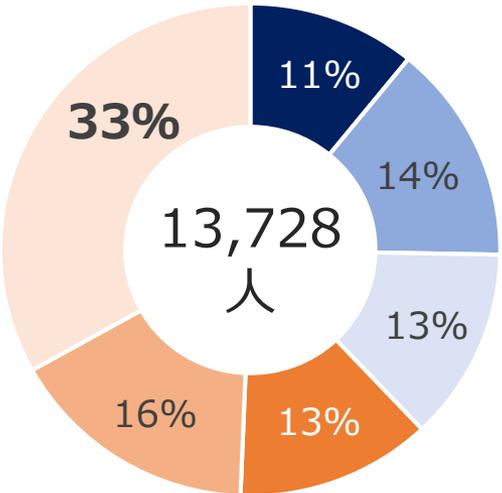


参考) 従業員規模別で見た三条市の製造業

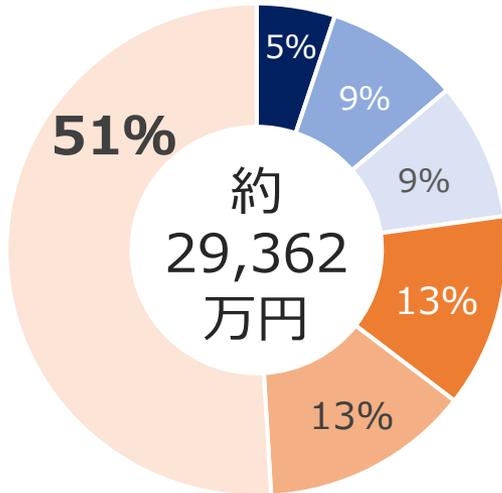
事業所数



従業者数



製造品出荷額



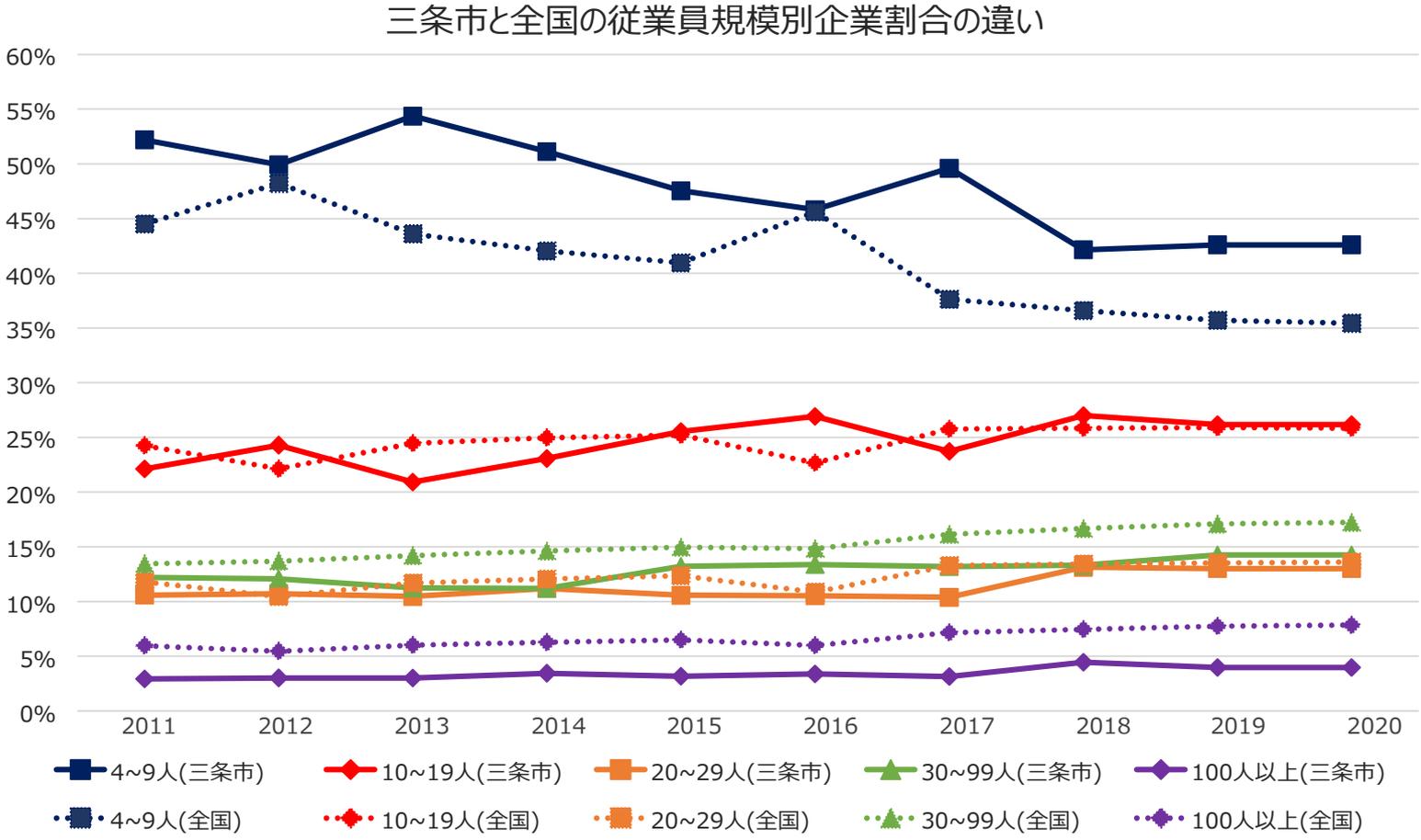
- 4~9人 ■ 10~19人 ■ 20~29人
- 30~49人 ■ 50~99人 ■ 100人以上

	事業所数	従業者数 (人)	製造品出荷額 (万円)
4~9人	236	1,496	1,487,678
10~19人	145	1,979	2,556,133
20~29人	72	1,736	2,648,581
30~49人	46	1,739	3,725,556
50~99人	33	2,232	3,992,967
100人以上	22	4,546	14,951,429

参考) 三条市と全国の従業員規模別企業割合の違い

三条市の製造業は、全国と比べて、従業員4～9人規模の企業の割合が高く、従業員規模の大きい区分（30～99人、100人以上）の割合が低い

= 企業規模が小さい

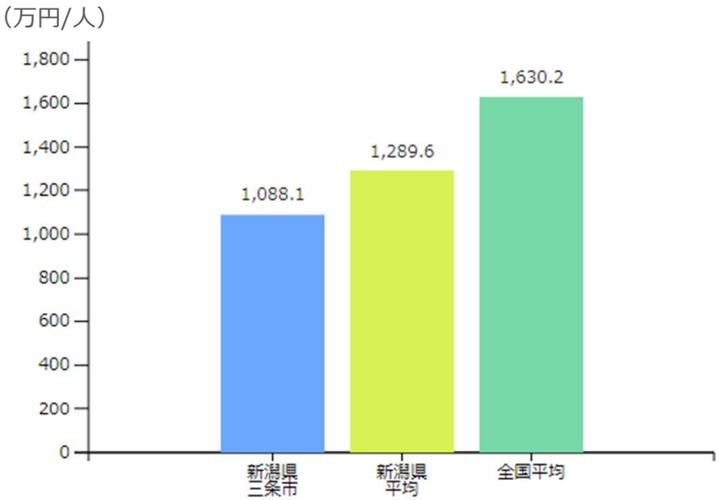


出所：経済産業省「工業統計調査」及び「経済センサス」

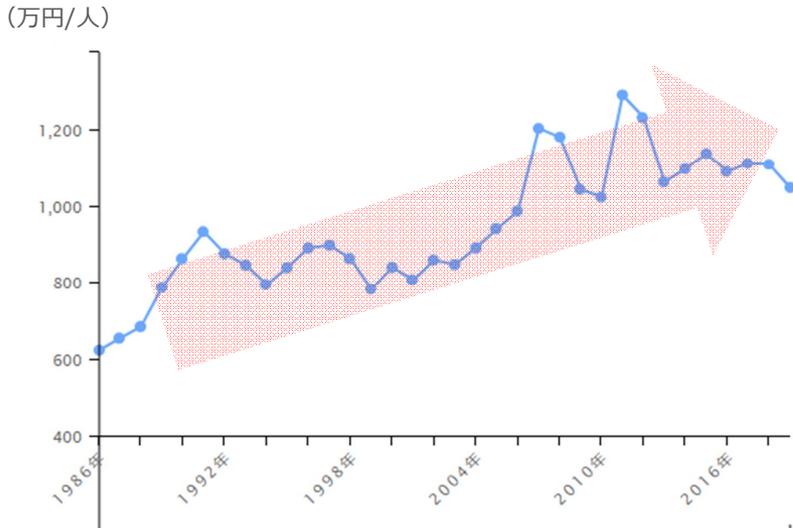
参考) 製造業の労働生産性比較 – 三条市、新潟県、全国

三条市の製造業(全業種)の労働生産性は、年々上昇傾向にあるものの、新潟県、全国には及ばない

労働生産性（製造業、2016年）



労働生産性の推移（製造業、三条市）



- 労働生産性 = 付加価値額 ÷ 常用従業者数
- 付加価値額（従業者30人以上の場合）
= 製造品出荷額等 - (原材料使用額 + 燃料使用額 + 電力使用額) + (年末在庫製造品 - 年初在庫製造品) + (年末在庫半製品 - 年初在庫半製品) - (国内消費税額 + 推計消費税額)
- 付加価値額（従業者29人以下の場合）
= 製造品出荷額等 - 原材料使用額等 - (国内消費税額 + 推計消費税額)

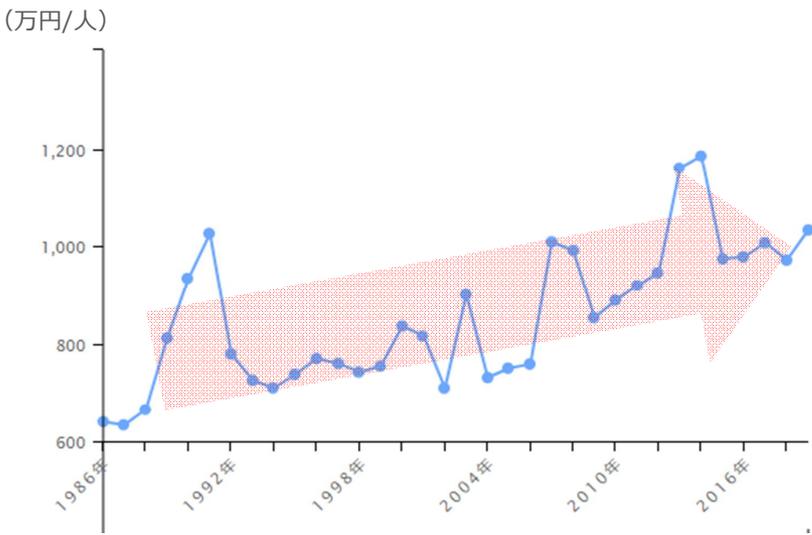
参考) 金属製造業の労働生産性比較 - 三条市、新潟県、全国

金属製品製造業の労働生産性も同様 (年々上昇傾向、一方で、新潟県、全国には及ばない)

労働生産性 (金属製品製造業、2016年)



労働生産性の推移 (金属製品製造業、三条市)

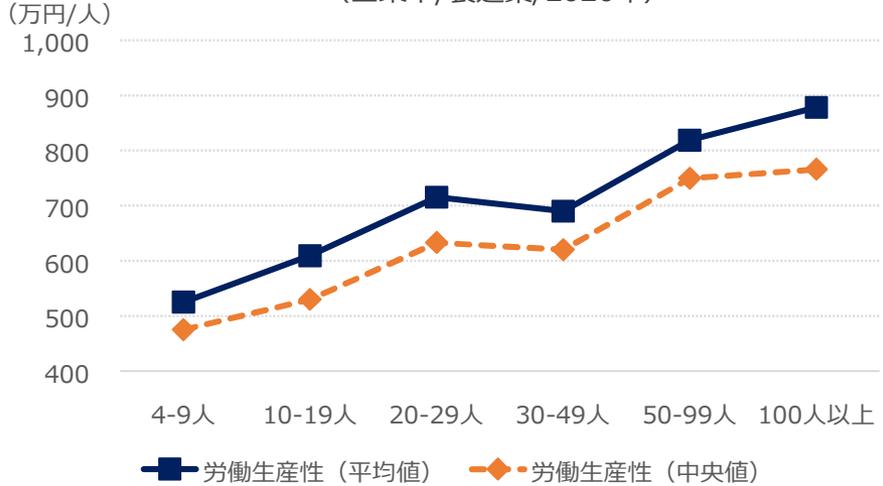


- 労働生産性 = 付加価値額 ÷ 常用従業者数
- 付加価値額 (従業者30人以上の場合)
= 製造品出荷額等 - (原材料使用額 + 燃料使用額 + 電力使用額) + (年末在庫製造品 - 年初在庫製造品) + (年末在庫半製品 - 年初在庫半製品) - (内国消費税額 + 推計消費税額)
- 付加価値額 (従業者29人以下の場合)
= 製造品出荷額等 - 原材料使用額等 - (内国消費税額 + 推計消費税額)

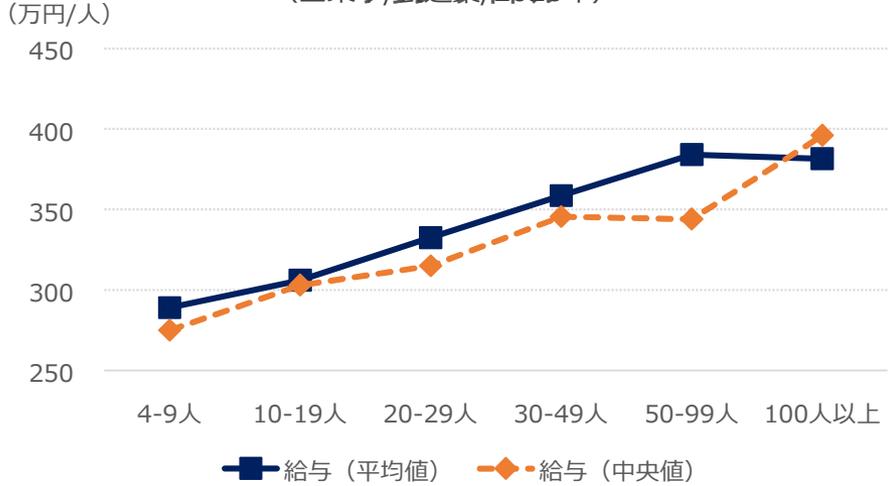
参考) 企業規模と労働生産性、給与の関係

企業規模が大きいほど労働生産性（1人当たり付加価値額）が高く、給与も高い

企業規模と労働生産性の関係
(三条市/製造業/2020年)

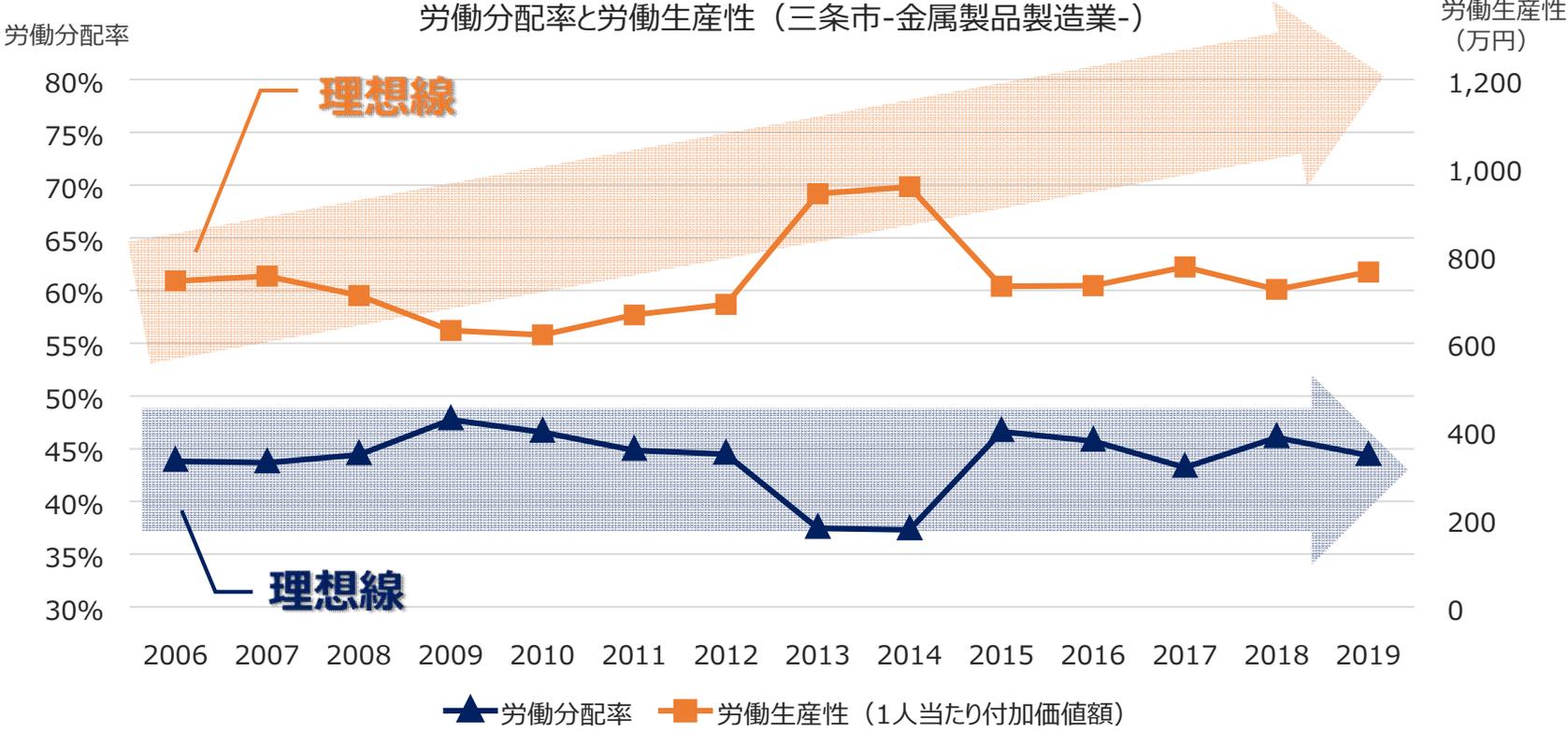


企業規模と給与の関係
(三条市/製造業/2020年)



参考) 金属製品製造業の賃金分配に関する分析

三条市では、「**労働生産性の向上 + 分配の増大**」という理想的なシナリオ※は描けていない（まずは、分配の原資を拡大するために、労働生産性の向上を図ることが必要）



※ 労働生産性の上昇により労働者1人が生み出す付加価値が増加すれば、労働分配率を一定とした場合、その付加価値の増加分の一部は賃金に分配されるため、労働生産性の上昇と共に、賃金が上昇することになる。

・ 労働生産性：ここでは、粗付加価値額÷従業員数で計算
 ・ 労働分配率：ここでは、現金給与総額÷粗付加価値額で計算