

ごあいさつ

2014年（平成26）年3月に笠岡市産業振興ビジョンを初めて策定し、5年間の経過しました。このビジョンに基づき市民の雇用の場の創出のため本市の産業振興を「企業誘致」「地元中小企業振興・起業支援」「観光振興」の三本の柱として、具体的な諸施策を年次的・計画的に取り組んできました。



このビジョン策定以後、アベノミクスによる長期的な景気の拡大が地方へも波及するとともに、具体的な諸施策が効果を上げ、笠岡湾干拓地の北端エリアには、木質バイオマス発電所を併設した大規模な最先端野菜工場の誘致が決定し、2019年（平成31年）4月に稼働予定です。また、県営笠岡港工業用地には、11社14区画の企業立地が決定しました。市内の各地域におきましても、国のクラスター事業や岡山県の補助金等を活用するなどして、既存事業者の工場等の新設や増設が盛んに行われており、市民の働く場が着実に創出されております。笠岡職業安定所管内の有効求人倍率は、1.5倍を超える高い数値で推移しており、人口の社会動態も下げ止まりつつあり、確実に地域経済も成長してきています。

本市は、JR山陽本線の駅や国道2号、山陽自動車道のインターチェンジがあり、倉敷市、広島県福山市、井笠圏域を含めた人口100万人都市圏の中心に位置し、地理的に非常に高いポテンシャルを有しており、それを活かしていかなければなりません。本市の南部地域を横断する国道2号バイパスの工事が急ピッチで進み、10年以内には倉敷市まで信号のない道路で結ばれます。また、山陽自動車道篠坂パーキングエリアのスマートインターチェンジ化も計画され、本市の交通利便性はさらに高まります。

また、日本遺産の認定に向けて、広域的な市町での取組を積極的に進めており、地方に足を向け始めた外国人観光客をもしっかりと取り込めるよう環境整備を進め、観光産業を振興しています。

本市に様々な企業が集積し、各企業間での産業連関構造を高めることによって、地域経済を活性化させ、働く場所を確保することで、本市全体が“稼ぐ”ことができます。働く場所が確保できれば、地域が潤い、税収が増え、その税収を教育・福祉・インフラの整備に再投資することで、本市の魅力がますます向上し、さらに定住促進につながっていきます。本市を離れても、また戻って働ける、「家族の絆」を取り戻し、親子2世代、3世代にわたって一緒に暮らしていけるような地域経済を作っていきたいと考えています。

終わりに、本ビジョンの改訂に際し、有益かつ貴重な御意見をいただきました策定委員の皆様、「市民会議」に御参加いただいた高校生をはじめ市民、事業者等の皆様、そして、御協力いただきました全ての関係者の皆様に心からお礼申し上げます。

2019年（平成31年）3月

岡山県笠岡市長 小林 嘉文

目 次

第1章 笠岡市産業振興ビジョン策定趣旨等	1
1 笠岡市産業振興ビジョン策定の趣旨.....	1
2 産業振興ビジョンの位置づけ.....	2
3 計画期間.....	2
4 産業振興ビジョンの策定の流れ.....	3
第2章 産業をめぐる時代の潮流	5
1 経済情勢.....	5
2 人口減少と少子高齢社会の進行.....	5
3 雇用情勢.....	5
4 情報通信技術のさらなる進化.....	6
5 地域活性化の取組.....	6
第3章 笠岡市産業を取り巻く環境	7
1 将来人口.....	7
2 人口動態.....	9
3 労働力状態と産業別就業者.....	11
4 事業所の動向.....	14
5 雇用動向.....	14
6 産業連関表及び地域経済構造分析.....	15
(1) 笠岡市の経済構造.....	15
(2) 笠岡市経済の循環構造.....	16
(3) 笠岡市の地域経済特性.....	22
(4) 広域圏における産業連関表及び地域経済構造分析.....	23
7 本市の上位計画・関連計画.....	25
(1) 笠岡市第7次総合計画.....	25
(2) 笠岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略.....	26
第4章 笠岡市産業の現状と課題	27
1 製造業の現状及び可能性と課題.....	27
(1) 現状.....	27
(2) 可能性と課題.....	29
2 商業・サービス業の現状及び可能性と課題.....	30
(1) 現状.....	30

(2) 可能性と課題.....	33
3 観光業の現状及び可能性と課題.....	34
(1) 現状.....	34
(2) 可能性と課題.....	43
4 農業・水産業の現状及び可能性と課題.....	44
(1) 農業の現状.....	44
(2) 水産業の現状.....	46
(3) 可能性と課題.....	46
第5章 産業振興ビジョンの基本的方向.....	47
1 産業振興ビジョン改訂の考え方.....	47
2 基本理念.....	47
3 戦略方針.....	48
4 施策体系.....	50
第6章 産業振興施策の取組.....	51
第1の柱 企業誘致（外発的産業振興）.....	51
重点産業振興施策	51
1 新しい工業用地の確保・整備.....	52
2 企業誘致の推進.....	52
3 誘致企業への支援.....	53
目標指標	53
第2の柱 地元中小企業振興・起業支援（内発的産業振興）.....	53
重点産業振興施策	54
1 経営安定化に向けた支援（経営基盤強化等）.....	55
2 地域一体の新事業創出・事業承継サポート.....	55
3 販路開拓サポート体制の強化.....	56
4 新しいビジネス機会の創出.....	57
5 商店街の振興.....	58
6 域内循環型経済活性化のための「かさおかブランド」の充実・創出.....	59
7 企業の魅力発信.....	60
8 地元企業が求める人材の確保・育成.....	60
目標指標	61
第3の柱 観光振興（交流による経済活性化）.....	62
重点産業振興施策	62
1 観光客の拡大につなげる観光メニューとブランド化.....	63
2 観光客受け入れ体制の整備.....	64
3 効果的な情報発信（笠岡を知ろう，情報発信基地をつくろう）.....	65
4 各種イベント等を通じたにぎわいの創出.....	66

5	地域資源への誇り・愛着の醸成と地域ごとの魅力開発	66
	目標指標	66
第7章	産業振興ビジョンの具体化のために	67
1	産業振興ビジョンの進捗管理	67
2	産業振興ビジョンの推進体制	68
資 料 編		69
1	笠岡市事業者実態調査	69
	(1) 調査の概要	69
	(2) 調査結果	70
	製造業	70
	卸売業	78
	小売業	84
	サービス業	91
	宿泊業	98
2	笠岡市産業振興ビジョン5年間を振り返る市民会議	105
3	笠岡市産業振興ビジョン策定までの経緯	118
4	笠岡市産業振興ビジョン策定委員会委員名簿	119
5	基礎データ	120

第1章 笠岡市産業振興ビジョン策定趣旨等

1 笠岡市産業振興ビジョン策定の趣旨

本市では、2014年（平成26年）度～2018年（平成30年）度までの5年間の計画期間とする「笠岡市産業ビジョン」を2014年（平成26年）3月に策定し、本市における民間企業を含めた市民主役の産業振興の指針に基づき産業振興を進めてきました。

この間、2016年（平成28年）後半からは、海外経済の緩やかな回復を背景に、輸出や生産が持ち直す等企業部門を起点にした好循環が生まれる一方、中小企業においては人手不足、労働生産性の伸び悩みや後継者難等の問題が浮き彫りにされました。さらに、情報通信技術のさらなる進化や働き方改革等の新たな動きがありました。

本市においては、市行政の最上位計画である「第7次笠岡市総合計画」（2018年（平成30年）度～2025年度）が策定され、「笠岡づくり戦略の柱」の中で、経済・経営環境の創出を進めるための「経営戦略“稼ぐ”」という基本戦略のもと、各種の産業施策が進められています。

同計画策定時に実施した市民意識調査においては、特に重要度が高いにも関わらず満足度が低い項目の一つとして「企業誘致・雇用創出」があげられています。

そこで、笠岡市産業振興ビジョン（以下、「産業振興ビジョン」）は、今後の産業振興の基礎資料であるとともに、産業振興の羅針盤となるものであり、市内外の企業に目を向けてもらい、本市で投資を行ってもらうことを目的に策定するものです。

現ビジョンと同様、単なる計画策定に終わらない「実効性」と「継続性」のあるものとし、今後の時代の潮流に対応した地域が一体となって持続可能な地域経済の確立を目指すものです。

※第7次笠岡市総合計画：本市の計画の最上位に位置し、将来の目指す都市像、基本理念や施策大綱等を定めたもの。

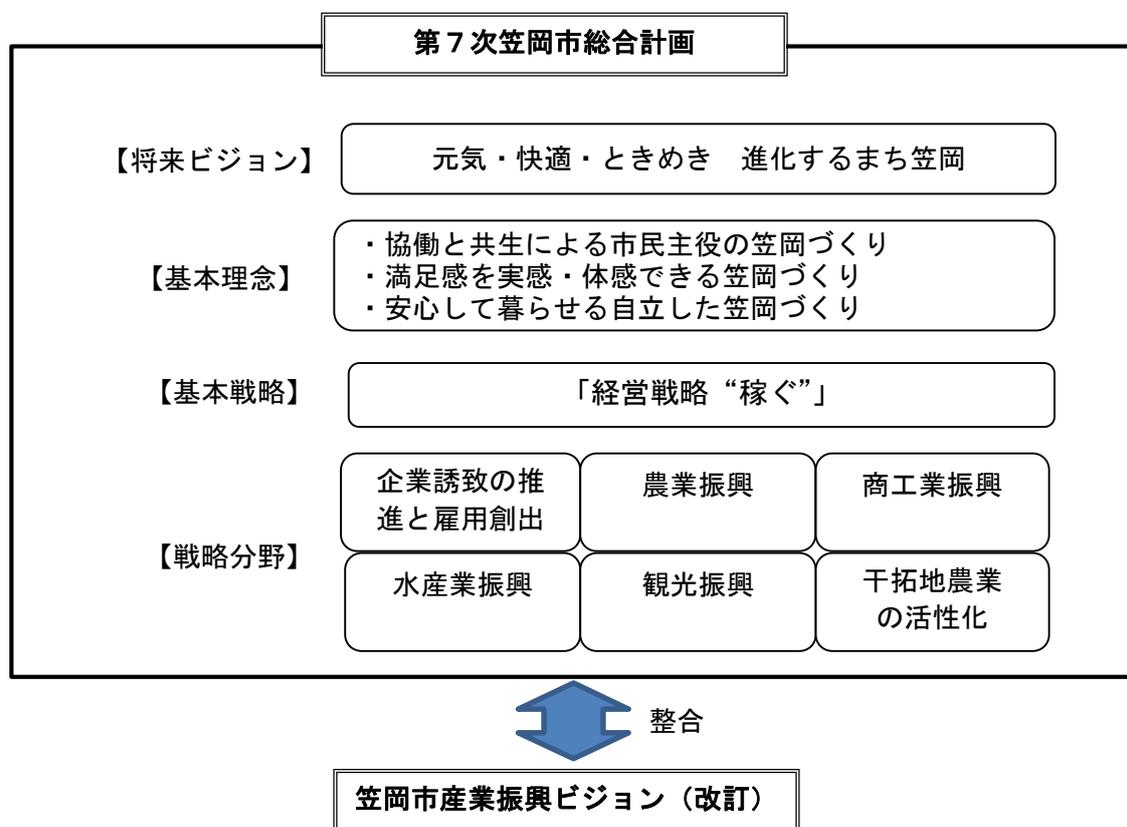
2 産業振興ビジョンの位置づけ

第7次笠岡市総合計画においては「経営戦略“稼ぐ”」を基本戦略として、基本計画では「企業誘致の推進と雇用創出」、「農業振興」、「商工業振興」、「水産業振興」、「観光振興」、「干拓地農業の活性化」の6つの戦略分野があげられています。

産業振興ビジョンは、第7次笠岡市総合計画に示された方針を踏まえた産業分野に関する個別計画であり、本市が目指す都市像を実現するための産業振興の指針となるものです。

そのため、現在の市内産業の現状と課題、本市の経済の特性、企業・市民等のニーズ等を踏まえた上で、産業振興による理念を定めるとともに、その実現に向けた戦略を立て、産業振興施策として位置づけました。(図表1-1)

■図表1-1 総合計画との関連■



3 計画期間

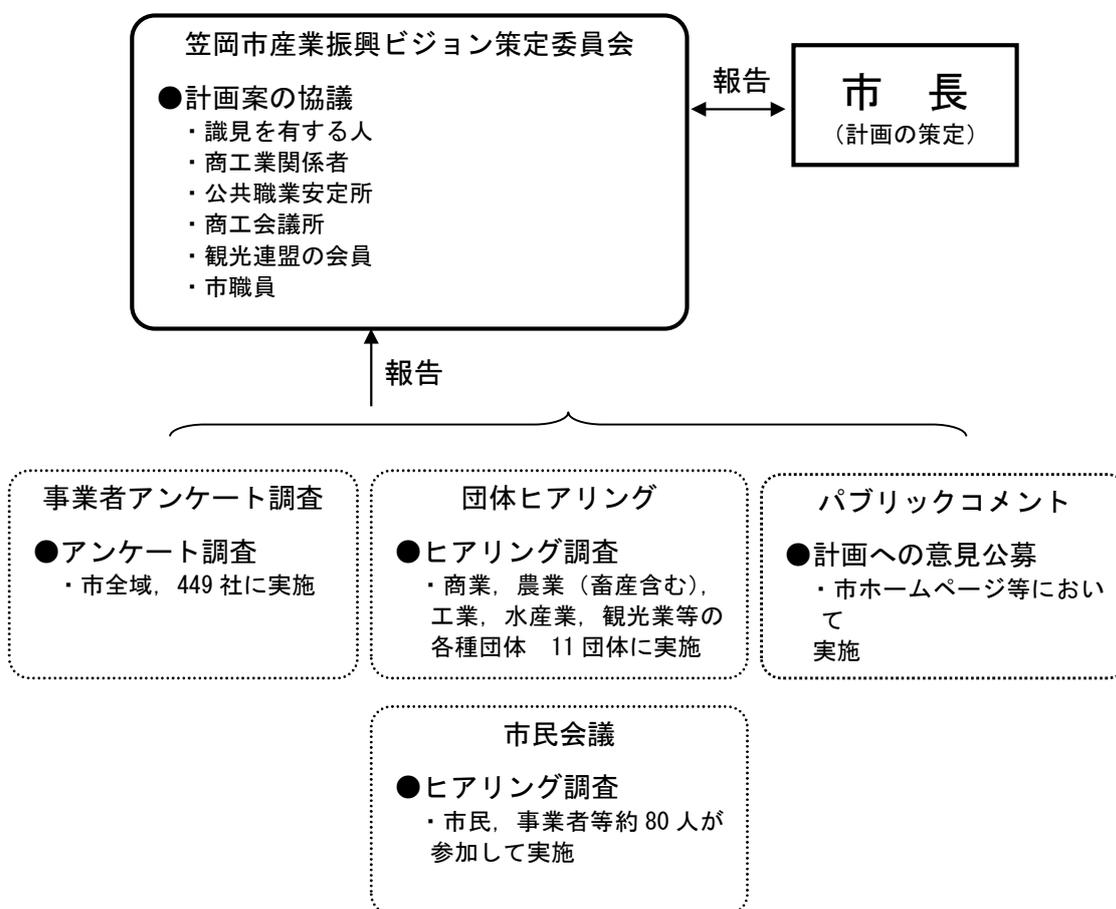
2019年（平成31年）度から2023年度までの5年間

4 産業振興ビジョンの策定の流れ

本産業振興ビジョンは、市内産業関係者及び専門家等で構成された「笠岡市産業振興ビジョン策定委員会」で検討を進めました。

事業者アンケート調査結果や団体ヒアリング、市民会議の結果等を踏まえた計画素案を策定委員会で検討し、パブリックコメントを経た後、再度策定委員会で検討し、策定されたビジョンが市長へ報告されました。市長は報告されたビジョンを基に笠岡市産業振興ビジョン（改訂）を策定しました。（図表 1-2）

■図表 1-2 産業振興ビジョン策定の流れ■



第2章 産業をめぐる時代の潮流

1 経済情勢

我が国経済は、アベノミクスの取組の下、2012年（平成24年）末から緩やかな回復基調を続けています。2016年（平成28年）後半からは、海外経済の緩やかな回復を背景に、輸出や生産が持ち直すなど企業部門を起点にした好循環が進展しています。

内閣府の「月例経済報告（2018年（平成30年）7月）」によると、「先行きについては、雇用・所得環境の改善が続く中で、各種政策の効果もあって、緩やかな回復が続くことが期待されます。ただし、通商問題の動向が世界経済に与える影響や、海外経済の不確実性、金融資本市場の変動の影響に留意する必要がある。」としています。

堅調な世界経済を背景に企業収益は過去最高水準となり、生産年齢人口が減少する中でも就業者数が増加する等、所得・雇用面で経済の好循環が見られる一方、中小企業にとっては、人手不足、労働生産性の伸び悩みや後継者難等を背景とした先行き不透明感、といった課題が示されています。

2 人口減少と少子高齢社会の進行

我が国の人口は、2015年（平成27年）国勢調査では、1億2,709万人と、調査開始以来、初めての減少となりました。「日本の将来推計人口（2018年（平成30年）推計）」によると、2045年には1億642万人になるものと予測されています。人口減少ばかりでなく、人口構造も大きく変化しています。年少人口と生産年齢人口の割合が減少している一方で、老年人口の割合は増加しており、世界でも類を見ない速さで少子高齢化が進行しています。

また、我が国全体の人口が減少する中で、総人口に占める東京圏の人口の割合が今後も上昇するとされており、地方においては人口減少への対応や地域活力を維持・向上させる積極的な取組が求められています。

3 雇用情勢

雇用情勢については、2016年（平成28年）度平均で完全失業率が3.0%と22年ぶりの低い水準となり、有効求人倍率は初めて全ての都道府県で1倍を超え、全国でも1.39倍と26年ぶりの高水準となるなど着実に改善しています。

一方で、我が国は少子高齢化により労働供給制約下にあるという課題を抱えています。こうした中で、我が国が成長を持続していくためには、労働生産性の向上とともに、女性や高齢者の労働参加等働き方をめぐる環境の変化に対応するため、イノベーションを通じた労働生産性の向上や、ワーク・ライフ・バランスの実現を通じた労働供給制約の解消に向けた方策についての取組を進めていくことが求められています。

※有効求人倍率：公共職業安定所で扱った月間有効求人数（先月から繰り越した求人数に、当月新たに発生した求人数を合計したもの）を月間有効求職者数（先月から繰り越した求職者数に、当月新たに発生した求職者数を合計したもの）で除したものの。

※イノベーション：物事の「新結合」、「新機軸」、「新しい切り口」、「新しい捉え方」、「新しい活用法」（を創造する行為）のこと。一般には新しい技術の発明と理解されているが、それだけでなく新しいアイデアから社会的意義のある新たな価値を創造し、社会的に大きな変化をもたらす自発的な人・組織・社会の幅広い変革を意味する。

4 情報通信技術のさらなる進化

近年、ICT（Information and Communications Technology:情報通信技術）はより進化し、インターネット利用の増大とIoT（Internet of Things:モノのインターネット）の普及により、様々なひと・モノ・組織がネットワークにつながることに伴い、大量のデジタルデータ（Big Data:ビッグデータ）の生成、収集、蓄積が進みつつあります。それらのデータのAI（Artificial Intelligence:人工知能）による分析結果を、業務処理の効率化や予測精度の向上、最適等デバイスの提供、効率的な機械の制御等に活用することで、現実世界において新たな価値創造につなげることができます。

先にあげたとおり、少子高齢化やそれに伴う人口減少は、我が国経済・社会に大きな影響を与える可能性があり、中長期的には経済成長を阻害する可能性があります。

これらの課題に関しては、近年さらなる発展を遂げているICTによりひと・モノ・組織・地域等を「つなげる」ことで、課題を解決するための新たな価値創造を図り、持続的成長を目指すことが考えられます。

需要を拡大させる方向として、ICTによる新たな商品やサービスの開発を通じて持続的な需要創出を図るとともに、企業の積極的なグローバル展開を通じて海外需要の取り込みを図ることなどがあります。供給を拡大させる方向として、労働投入の減少を見据え、ICT投資・利活用により企業の生産性向上を図っていくこと等があります。

5 地域活性化の取組

国では新たな重要施策として「地方創生」を掲げ、人口減少の克服や地域経済活性化の基本理念を定めた「まち・ひと・しごと創生法」を2014年（平成26年）11月に制定しました。

そして、各自治体ではそれぞれの特徴を生かした自律的で持続的な社会を創生することを目指して、これらの課題に取り組むための方針である「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、取組を進めています。

地域には数多くの地域資源が存在します。その潜在力や可能性を最大限に発揮することで、新たな商品・サービスの開発や国内・海外の市場開拓、さらには地域ブランドの創出等、地域資源

を活かしたビジネス開発の余地は大きいと考えられます。

地域の多様な関係者が連携し、独自の地域産業資源（農林水産品、鉱工業品、文化財や自然風景等の観光資源）の活用による事業活動を軸とした地域活性化が期待されています。

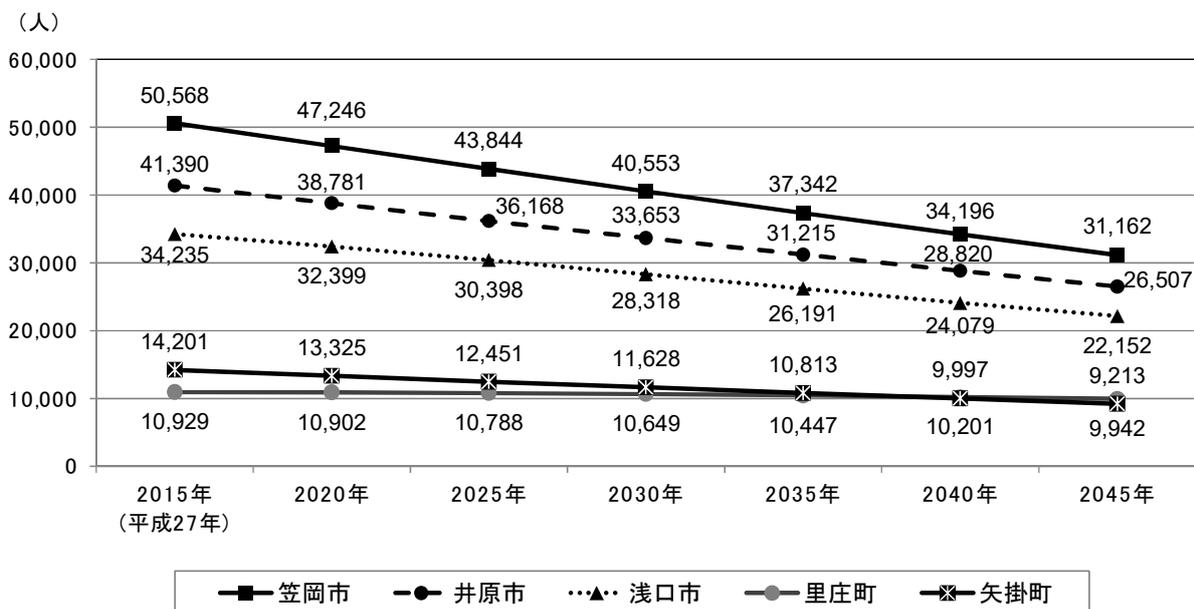
第3章 笠岡市産業を取り巻く環境

1 将来人口

2015年（平成27年）国勢調査の結果を基に、国立社会保障・人口問題研究所において推計された「日本の将来推計人口（2018年（平成30年）推計）」によると、笠岡市の人口は2015年（平成27年）50,568人（国勢調査実績値）が、10年後の2025年には約7千人減少し43,844人、さらに20年後の2035年には4万人を下回り37,342人になることが予測されています。（図表3-1）

周辺市町の将来人口の動向については、いずれの市町とも人口減少が予測されていますが、笠岡市の人口の減少率が最も大きくなっています。減少率が小さいのは、里庄町、倉敷市、福山市です。（図表3-2）

■図表3-1 笠岡市及び周辺市町の将来人口予測（2015年（平成27年）は国勢調査による実績値）■



■図表3-2 2015年を「1」としたときの指数■

	2015年 (平成27年)	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年
笠岡市	1.00	0.93	0.87	0.80	0.74	0.68	0.62
井原市	1.00	0.94	0.87	0.81	0.75	0.70	0.64
浅口市	1.00	0.95	0.89	0.83	0.77	0.70	0.65
里庄町	1.00	1.00	0.99	0.97	0.96	0.93	0.91
矢掛町	1.00	0.94	0.88	0.82	0.76	0.70	0.65
倉敷市	1.00	1.00	0.99	0.97	0.95	0.93	0.91
福山市	1.00	1.00	1.00	0.98	0.97	0.95	0.92
計	1.00	0.99	0.98	0.96	0.93	0.91	0.88

数値は2015年を1としたときの割合を示す。

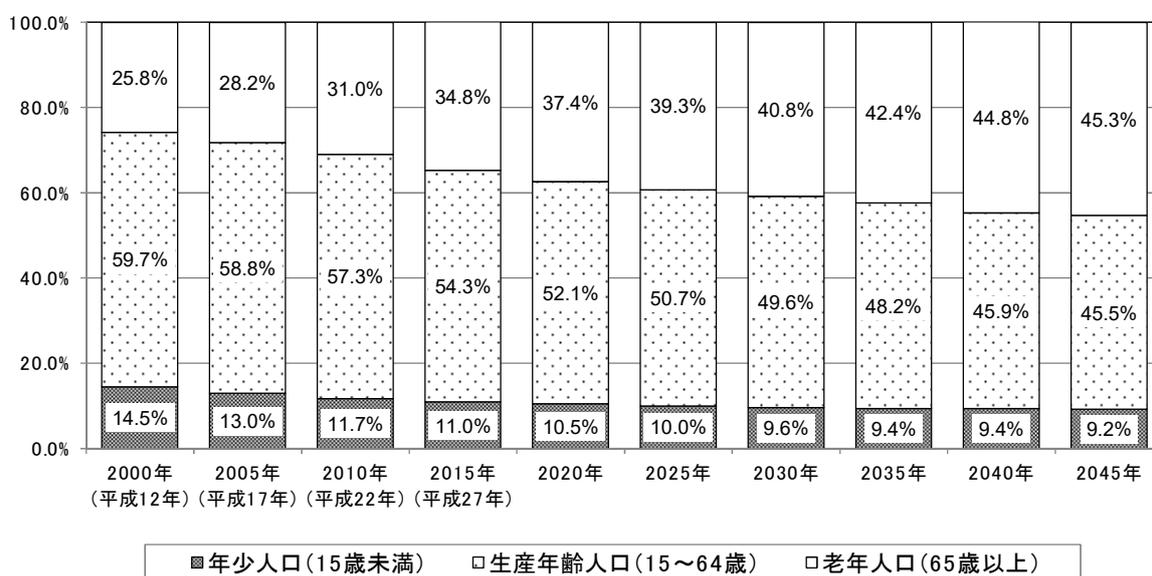
資料：国立社会保障・人口問題研究所

本市の年齢3区分別の将来推計をみると、少子高齢化の傾向は、ますます進行していくことが予測されています。

2000年（平成12年）と2020年における年齢3区分ごとの構成比をみると、年少人口（15歳未満）は14.5%から10.5%に減少、労働力の中核となる生産年齢人口（15～64歳）も59.7%から52.1%に減少となっています。一方、老年人口（65歳以上）は、25.8%から37.4%と大きく上昇しています。

年少人口、生産年齢人口については、将来にわたって減少傾向が続くことが予測されていますが、老年人口については、上述したように構成比は上昇傾向が続くものの、人口自体は、2020年をピークに、その後は徐々に減少していくことが予測されています。（図表3-3）

■図表3-3 笠岡市老年人口、生産年齢人口、年少人口の予測（2020年以降は推計値）■



本市の老年人口、生産年齢人口、年少人口の予測（2020年以降は推計値）

	2015年 (平成27年)	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年
年少人口 (15歳未満)	5,534 11.0%	4,938 10.5%	4,378 10.0%	3,903 9.6%	3,499 9.4%	3,199 9.4%	2,882 9.2%
生産年齢人口 (15～64歳)	27,349 54.2%	24,625 52.1%	22,248 50.7%	20,098 49.6%	18,012 48.2%	15,689 45.9%	14,164 45.5%
老年人口 (65歳以上)	17,595 34.8%	17,683 37.4%	17,218 39.3%	16,552 40.8%	15,831 42.4%	15,308 44.8%	14,116 45.3%

上段が実数（単位：人）、下段が総人口に占める割合
資料：総務省「国勢調査」国立社会保障・人口問題研究所

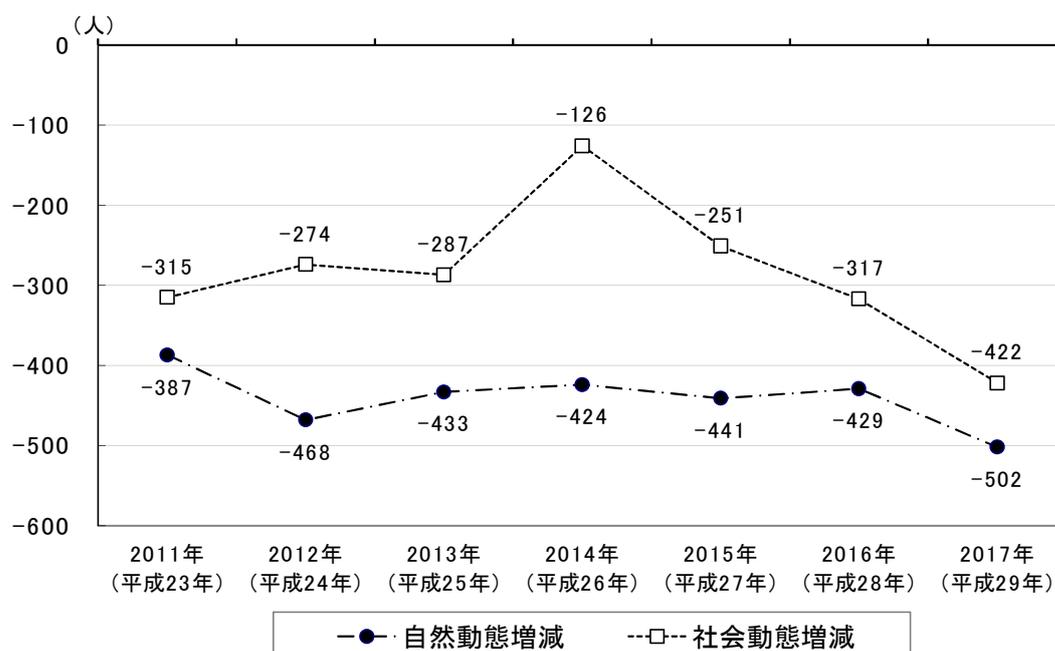
2 人口動態

本市の人口動態をみると、自然増減（出生・死亡者数）については、死亡者数が、出生数を大きく上回っている傾向が続いており、過去5年の平均では約450人の自然減となっています。

また、社会増減（転入・転出者数）については、転出超過が続いており、過去5年の平均では約280人の転出超過となっています。

この数年の転出者数は1,400人程度で推移しており、この転出者をいかに抑えるかが大きな課題となっています。（図表3-4）

■図表3-4 人口動態■



(単位:人) 各年3月31日現在

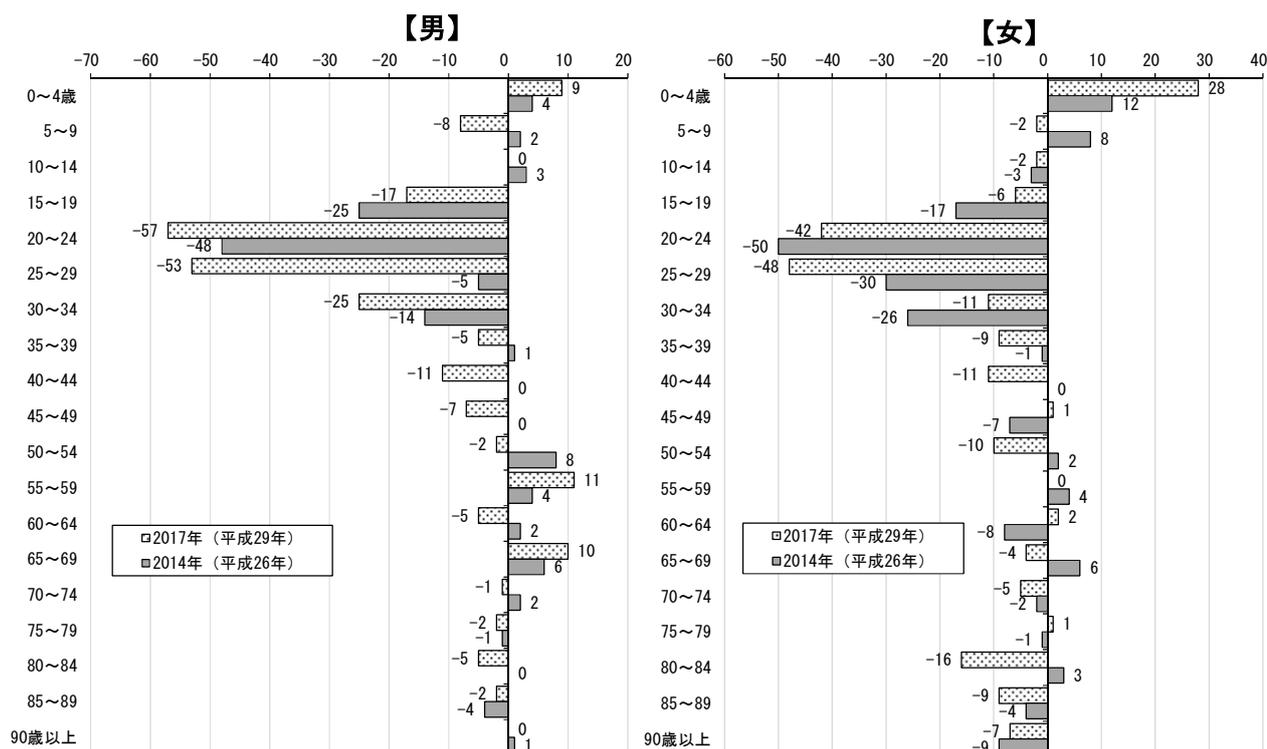
	総人口	自然動態			社会動態				人口増減
		出生	死亡	増減	転入	転出	その他	増減	
2011年 (平成23年)	53,981	322	709	△ 387	1,236	1,551	-	△ 315	△ 702
2012年 (平成24年)	53,239	301	769	△ 468	1,231	1,505	-	△ 274	△ 742
2013年 (平成25年)	52,519	308	741	△ 433	1,145	1,432	-	△ 287	△ 720
2014年 (平成26年)	51,969	306	730	△ 424	1,220	1,346	-	△ 126	△ 550
2015年 (平成27年)	51,277	303	744	△ 441	1,165	1,417	1	△ 251	△ 692
2016年 (平成28年)	50,531	286	715	△ 429	1,128	1,446	1	△ 317	△ 746
2017年 (平成29年)	49,607	271	773	△ 502	1,020	1,442	-	△ 422	△ 924

資料：人口動態統計

社会動態の中で、男女別年齢別の転入超過の推移をみると、ここ3年間では、男女の20歳代は転出が転入を上回っており、若年層の転出が続いていることがわかります。

ただ、3年間に限ってみれば、男女とも5歳未満の乳幼児、男性の50歳代後半、60歳代後半においては、転入超の数が大きくなっており、男性に限っていえば、定年前後の年代の回帰傾向がみられます。（図表3-5）

■図表 3-5 性別 5 歳階級別転入超過の推移■



(注) 図表 3-4 は「人口動態統計」、図表 3-5 は「住民基本台帳人口移動報告」を使用しているため、数字は一致しません。

社会動態としての本市の外国人登録人口は、2017 年（平成 29 年）でも 389 人で、全人口の約 0.8% を占め、ここ数年上昇傾向にあります。（図表 3-6）

■図表 3-6 外国人登録人口■

(単位:人) 各年 3月31日現在

	世帯数	総数	韓国・朝鮮	米国	ブラジル	中国	マレーシア	その他
2011年 (平成23年)	276	291	20	5	6	191	3	75
2012年 (平成24年)	278	300	19	5	7	188	3	80
2013年 (平成25年)	267	298	19	3	6	188	2	80
2014年 (平成26年)	271	304	21	6	4	179	2	92
2015年 (平成27年)	318	350	23	7	4	191	2	123
2016年 (平成28年)	339	366	23	8	3	187	2	143
2017年 (平成29年)	364	389	19	5	4	185	1	175

資料：住民基本台帳

◆人口についての考察◆

本市の総人口は、30年後の2045年には、31,000人強と現在の6割の規模まで縮小するとともに、年齢別には生産年齢人口と老年人口は拮抗し、生産年齢人口1人が高齢者1人を支えるという厳しい状況が予想されます。その大きな要因は出生数の減少と若年層を中心とした転出超です。総合戦略にもあげられている若年層の移住・定住政策はその解決策の柱であり、今回のビジョンの改訂においては、雇用の創出は大きな要となるものです。

一方、外国人居住者の増加や50歳代後半以降の定年後の回帰傾向がみられることについては見逃すことなく、産業の活性化の視点から慎重に取り組んでいく必要があります。

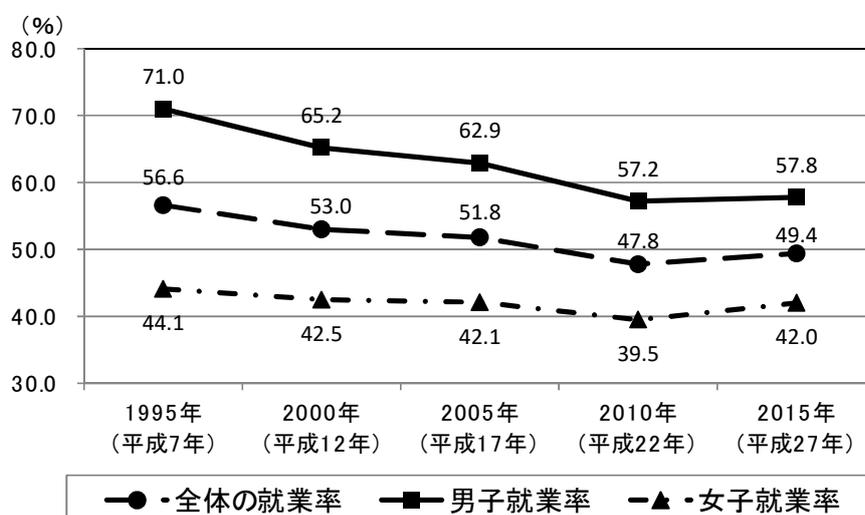
3 労働力状態と産業別就業者

本市の労働力人口は1995年（平成7年）に30,224人でしたが、前述の生産年齢人口の減少に伴い労働人口も減少傾向で推移しており、2015年（平成27年）には約7千人減少し、23,381人となっています。

15歳以上人口に占める就業者数の割合である就業率は、1995年（平成7年）に56.6%でしたが、2010年（平成22年）には47.8%まで低下しました。ただ2015年（平成27年）には49.4%とやや戻しています。

就業率を男女の別でみると、1995年（平成7年）では男性71.0%、女性44.1%でしたが、2015年（平成27年）には男性57.8%、女性42.0%となっており、女性に比べ男性の就業率が大きく減少しています。（図表3-7）

■図表3-7 国勢調査の労働力状態, 男女別 15歳以上人口■



(単位：人) 各年10月1日現在

年	区分	総数	労働力人口			就業率 (%)
			総数	就業者	完全失業者	
1995年 (平成7年)	総数	50,903	30,224	28,805	1,419	56.6
	男	23,565	17,737	16,736	1,001	71.0
	女	27,338	12,487	12,069	418	44.1
2000年 (平成12年)	総数	50,690	28,396	26,885	1,511	53.0
	男	23,477	16,330	15,307	1,023	65.2
	女	27,213	12,066	11,578	488	42.5
2005年 (平成17年)	総数	49,819	27,732	25,795	1,937	51.8
	男	23,118	15,872	14,544	1,328	62.9
	女	26,701	11,860	11,251	609	42.1
2010年 (平成22年)	総数	47,864	25,380	22,864	2,516	47.8
	男	22,347	14,522	12,784	1,738	57.2
	女	25,517	10,858	10,080	778	39.5
2015年 (平成27年)	総数	44,868	23,381	22,176	1,205	49.4
	男	21,052	13,062	12,175	887	57.8
	女	23,816	10,319	10,001	318	42.0

(注) 完全失業者：調査週間中、収入を伴う仕事を少しもしなかった人のうち、仕事に就くことが可能であって、かつ、ハローワークに申し込むなどして積極的に仕事を探していた人

就業率：15歳以上人口で就業者数を除した値

資料：国勢調査

就業者を産業分類別でみると、2015年（平成27年）では就業者数の多い産業分類は、順に「製造業」（5,422人）、「卸売業、小売業」（3,100人）、「医療・福祉」（3,060人）、「建設業」（1,613人）、「運輸業、郵便業」（1,399人）「サービス業」（1,146人）となっています。

2010年（平成22年）の就業者総数は22,864人でしたが2015年（平成27年）にはこれが22,176人と約700人減少しています。産業分類別にみると、減少が大きいのは、「卸売業、小売業」（594人減）、「製造業」（361人減）、「運輸業、郵便業」（170人減）、「建設業」（132人減）等です。「医療、福祉」は310人増と大きく増加しています。

2015年（平成27年）における各産業分類の就業者の男女別割合をみると、総数では男性が54.9%、女性が45.1%となっています。産業分類ごとには、かなり差がみられ、女性の割合が高いのは、「医療、福祉」（80.2%）、「宿泊業、飲食サービス業」（72.3%）、「生活関連サービス業、娯楽業」（68.2%）、「教育、学習支援業」（64.1%）等です。（図表3-8）

■図表3-8 産業（大分類）、男女別15歳以上就業者数■

（単位：人）

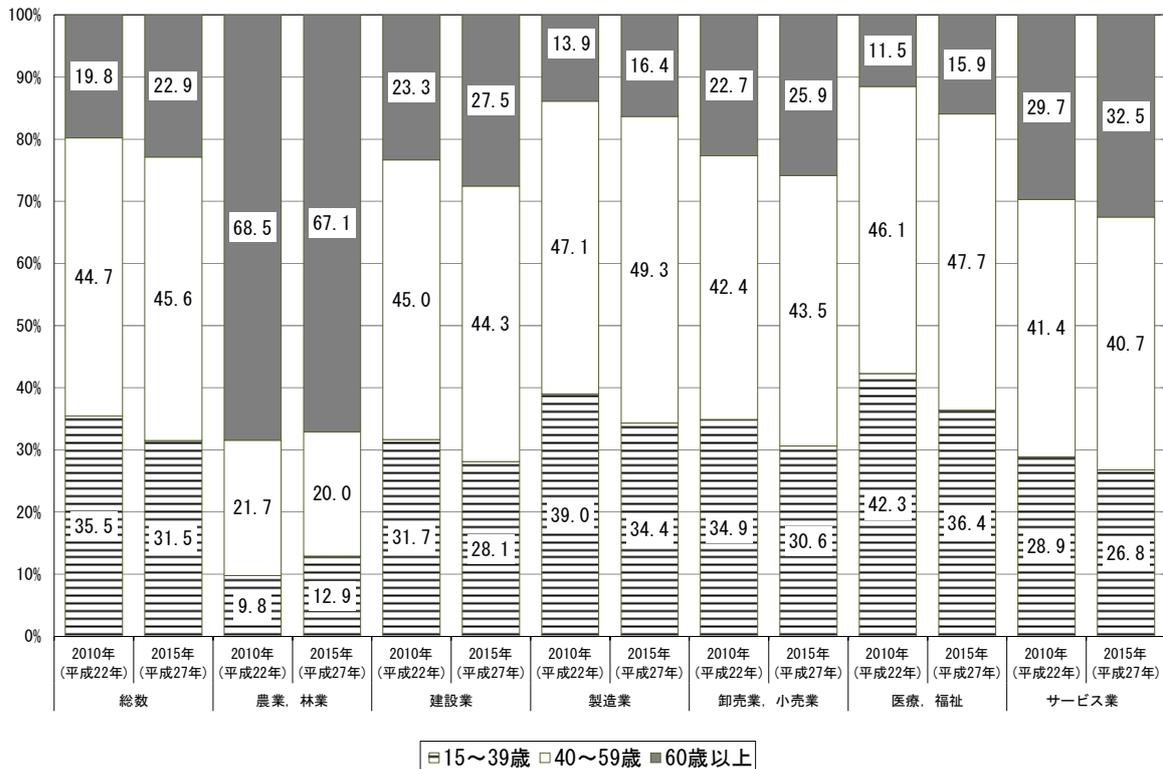
年	2010年 （平成22年） 総数	2015年 （平成27年）			就業者総数 の増減	2015年（平成27年） 男女割合（%）	
		総数	男	女		男	女
総数	22,864	22,176	12,175	10,001	△ 688	54.9	45.1
農業	834	893	538	355	59	60.2	39.8
林業	3	3	2	1	0	66.7	33.3
漁業	176	145	116	29	△ 31	80.0	20.0
鉱業、採石業、 砂利採取業	14	19	13	6	5	68.4	31.6
建設業	1,745	1,613	1,339	274	△ 132	83.0	17.0
製造業	5,783	5,422	3,613	1,809	△ 361	66.6	33.4
電気・ガス・熱 供給・水道業	137	127	116	11	△ 10	91.3	8.7
情報通信業	199	168	123	45	△ 31	73.2	26.8
運輸業、郵便業	1,569	1,399	1,193	206	△ 170	85.3	14.7
卸売業、小売業	3,694	3,100	1,371	1,729	△ 594	44.2	55.8
金融業、保険業	449	429	200	229	△ 20	46.6	53.4
不動産業、物品 賃貸業	165	205	123	82	40	60.0	40.0
学術研究専門・ 技術、サービス 業	397	420	259	161	23	61.7	38.3
宿泊業、飲食 サービス業	918	852	236	616	△ 66	27.7	72.3
生活関連サービ ス業、娯楽業	734	663	211	452	△ 71	31.8	68.2
教育、学習支援 業	886	842	302	540	△ 44	35.9	64.1
医療、福祉	2,750	3,060	607	2,453	310	19.8	80.2
複合サービス事 業	222	267	167	100	45	62.5	37.5
サービス業	1,138	1,146	792	354	8	69.1	30.9
公務	664	704	461	243	40	65.5	34.5
分類不能の産業	387	699	393	306	312	56.2	43.8

資料：国勢調査

産業分類別に就業者の年齢区分別構成比の推移をみると、5年間で「農業、林業」以外はいずれも60歳以上の高齢者が占める割合が増加しています。

「農業、林業」については、39歳以下の若年層の占める割合が増加しており、他業種との違いを示しています。(図表3-9)

■図表3-9 産業分類別年齢区分別就業者比率の推移■



資料：国勢調査

◆就業人口についての考察◆

本市の女性就業率は、ここ15年間では、一旦落ち込んだ時期もありますが、おおむね42%前後で推移しており、男性就業率が同時期7ポイント強落ち込んでいるのに比べ、コンスタントに就業率を維持しています。

産業別の就業者の性別構成をみると、「医療、福祉」「宿泊業、飲食サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」「教育、学習支援業」では、女性が6割以上を占め、主要産業の柱の一つである「医療、福祉」では8割が女性となっています。

一方、これらを含めた本市の主要産業での年齢別構成比の推移では、「農業、林業」を除き60歳以上の高齢者の割合が増加しています。

今後は、人手不足が指摘される中、女性や働くことができるのに労働の意思がなく、労働に参加していない高齢者についても、きめ細かな支援を行い、本市の重要な労働力としてとらえる視点が必要です。

4 事業所の動向

民営事業所の事業所数は、2009年（平成21年）では、2,276事業所でしたが、2014年（平成26年）には、264事業所が減少し、2,012事業所となっています。減少数が最も大きい産業分類は「卸売業、小売業」（-114事業所）です。

2014年（平成26年）の民営事業所の従業者数を産業分類別にみると、従業者数の多い産業分類は、順に「製造業」（5,427人）、「医療、福祉」（3,367人）、「卸売業、小売業」（3,212人）、「建設業」（1,172人）、「宿泊業、飲食サービス業」（1,044人）となっています。

従業者総数は、2009年（平成21年）19,718人でしたが2014年（平成26年）には、1,108人減少し、18,610人となっています。産業分類別にみて減少の大きいのは、「卸売業、小売業」（390人減）、「運輸業、郵便業」（289人減）、「金融業、保険業」（289人減）、「製造業」（243人減）、「建設業」（196人減）等です。「医療、福祉」は、478人の増加となっています。（図表3-10）

■図表3-10 民営事業所の産業分類別事業所数・従業者数■

	産業大分類	事業所数（所）			従業者数（人）		
		2009年 （平成21年）	2014年 （平成26年）	増減	2009年 （平成21年）	2014年 （平成26年）	増減
	全産業（公務を除く）	2,276	2,012	△ 264	19,718	18,610	△ 1,108
第1次産業	農業・林業	9	16	7	180	231	51
	漁業	1	1	0	4	8	4
	鉱業、採石業、砂利採取業	8	4	△ 4	40	10	△ 30
第2次産業	建設業	200	177	△ 23	1,368	1,172	△ 196
	製造業	264	242	△ 22	5,670	5,427	△ 243
第3次産業	電気・ガス・熱供給・水道業	1	1	0	29	27	△ 2
	情報通信業	16	6	△ 10	101	50	△ 51
	運輸業、郵便業	87	72	△ 15	1,257	968	△ 289
	卸売業、小売業	658	544	△ 114	3,602	3,212	△ 390
	金融業、保険業	31	29	△ 2	653	364	△ 289
	不動産業、物品賃貸業	85	64	△ 21	243	217	△ 26
	学術研究、専門・技術サービス業	61	58	△ 3	343	286	△ 57
	宿泊業、飲食サービス業	242	208	△ 34	1,225	1,044	△ 181
	生活関連サービス業、娯楽業	212	185	△ 27	667	688	21
	教育、学習支援業	57	56	△ 1	292	246	△ 46
	医療、福祉	137	174	37	2,889	3,367	478
	複合サービス事業	41	30	△ 11	293	375	82
	サービス業（他に分類されないもの）	166	145	△ 21	862	918	56

数値は、従業者数が1人以上の事業所数を示す。

資料：経済センサス基礎調査（2009年（平成21年）・2014年（平成26年））

5 雇用動向

景気判断を行う際の重要な指標として用いられている有効求人倍率（求職者に対して何倍の求人数があるのかを示す）は、高い水準で推移しています。特に岡山県の値は、全国を上回る値で推移しています。笠岡公共職業安定所管内は、これらに比べると低い値ですが、それでも2014年（平成26年）以降は1.00を上回る値で推移しています。

いずれにしても、人手不足の状況は続いています。（図表3-11）

■図表3-11 有効求人倍率の推移（2012年（平成24年）～2017年（平成29年））■

		2012年 （平成24年）	2013年 （平成25年）	2014年 （平成26年）	2015年 （平成27年）	2016年 （平成28年）	2017年 （平成29年）
有効求人倍率	笠岡安定所	0.80	0.89	1.23	1.34	1.52	1.35
	岡山県	1.11	1.28	1.41	1.45	1.66	1.79
	全国	0.83	0.95	1.10	1.23	1.37	1.52
完全失業率（全国）（％）		4.20	4.10	3.50	3.40	3.10	2.80

各年8月の数値

資料：笠岡公共職業安定所のデータから作成

6 産業連関表及び地域経済構造分析

笠岡市及び広域圏において地域経済の構造についての分析が行なわれており、そこに掲げられた提言等を整理すると、次のようになっています。

(1) 笠岡市の経済構造

2014年（平成26年）笠岡市産業連関表による市内生産額は3,757億円で、県内全体の2.2%を占めています。

原材料やサービス等の購入額である「中間投入額」は1,920億円で、笠岡市内生産額の51.1%と推計されます。

市内生産額から中間投入額を差し引いた残りが粗付加価値額であり、1,837億円で、笠岡市内生産額の48.9%と推計されます。

市内で生み出された粗付加価値額1,837億円に対して、市内で必要とされる需要額（消費支出、資本形成、在庫純増の合計）は3,817億円であり、85億円の余剰が生じています。

これは笠岡市経済の黒字分であり、移出の超過（移出－移入）に表れています。（図表3-12）

■図表3-12 笠岡市の投入・産出構造■ (単位：億円)

供給部門				需要部門							生産額
				総需要		需要					
				1,920	3,817			1,753		2,064	
				各産業部門		消費		投資			313
						家計外消費支出	民間消費支出	政府消費支出	圏域固定資本形成	在庫純増	
総供給	生産額	中間投入	各産業部門	内生部門	50	1,012	378	316	-3	2,064	3,757
		1,920		1,920							
		粗付加価値	家計外消費支出		50						
			雇用者所得		859						
			営業余剰		460						
			資本減耗引当		370						
			その他		99						
5,737	3,757	1,837	移入								1,979

【笠岡市の投入・産出バランス】

$$\text{総供給} = \text{総需要} \quad \text{.....} \rightarrow \quad 5,737\text{億円}$$

$$\begin{aligned} \text{市内生産額} &= \text{中間需要} + \text{最終需要} - \text{移輸入} \\ &= \text{中間投入} + \text{粗付加価値} \quad \text{.....} \rightarrow \quad 3,757\text{億円} \end{aligned}$$

$$\text{中間投入} = \text{中間需要} \quad \text{.....} \rightarrow \quad 1,920\text{億円}$$

$$\text{移出} - \text{移入} \quad \text{.....} \rightarrow \quad 2,064\text{億円} - 1,979\text{億円} = \quad \mathbf{85\text{億円}}$$

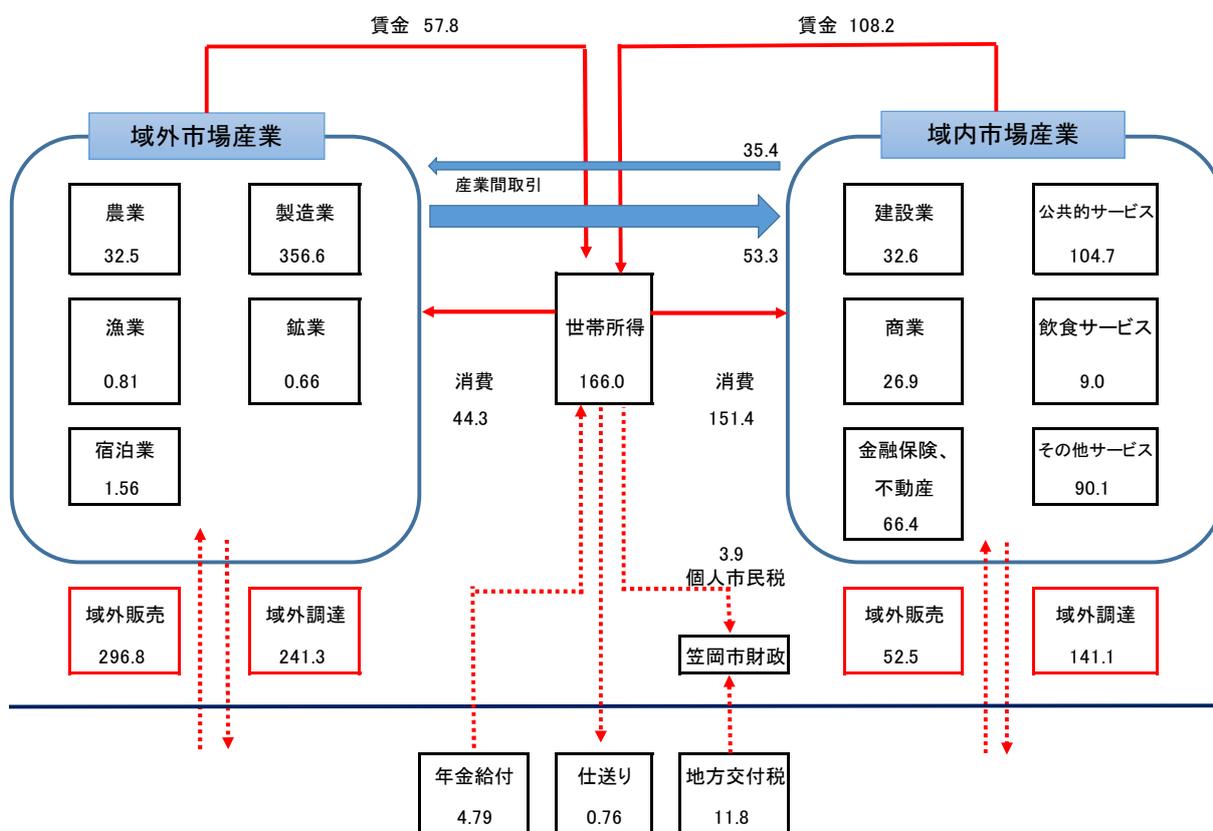
※笠岡市経済の黒字分

(2) 笠岡市経済の循環構造

図表3-13は、笠岡市の産業連関表に基づいて「域外市場産業」と「域内市場産業」という2分法によって、地域経済のマネーフロー、つまり循環構造を図示したものです。

笠岡市の「域外市場産業」では55.5万円/人と域際収支がプラスになっており、基盤産業としての役目を果たしているといえます。他方「域内市場産業」では、域内外の取引は域外市場産業に比べて当然小さいながらも、域際収支では88.6万円/人と大きな赤字となっており、サービス需要の域外、特に福山市への流出が想定されます。

■図表3-13 笠岡市経済循環図■



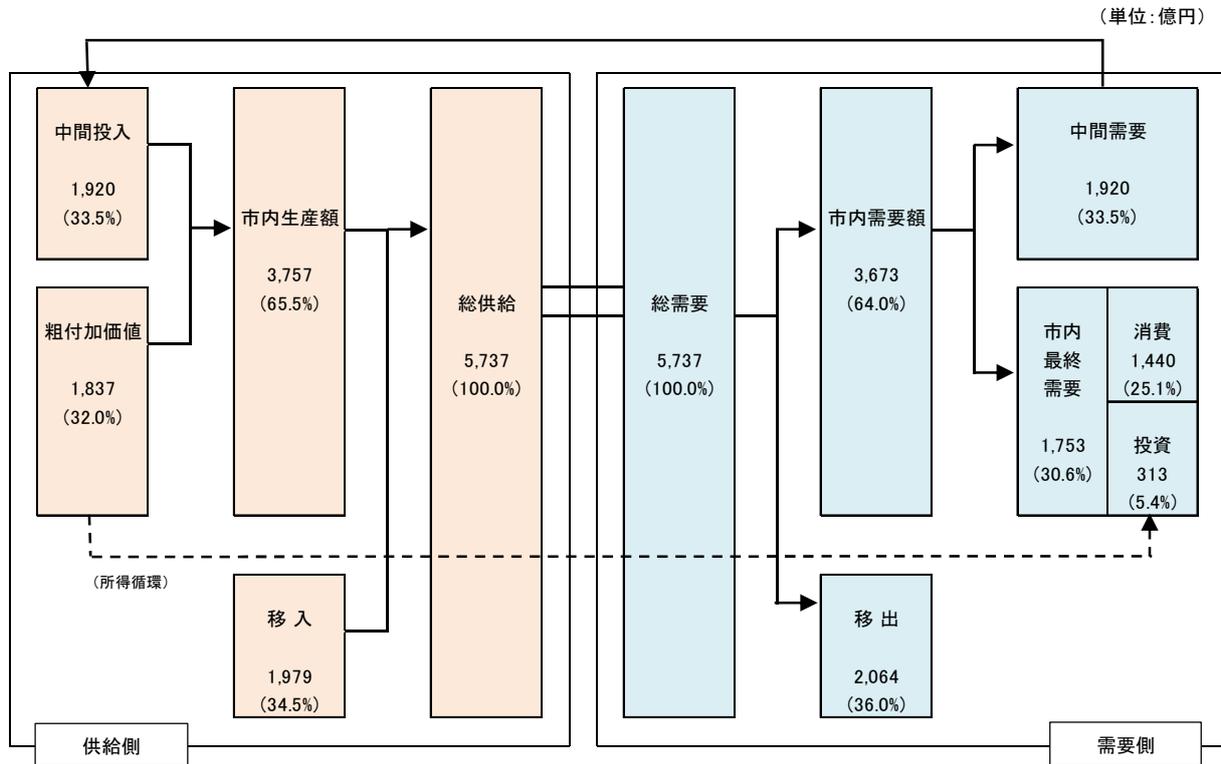
注：数字は笠岡市の昼間人口（51,731人）で割った1人当たりの金額（単位は万円）である。

① 笠岡市経済のフロー

笠岡市の経済循環構造を図式化すると、供給サイドからみると、2014年(平成26年)1年間の笠岡市の財・サービスの総供給額は5,737億円で、そのうち市内生産額が3,757億円(65.5%)、移入額が1,979億円(34.5%)となっています。また、中間投入額は1,920億円(中間投入率33.5%)、粗付加価値額は1,837億円(32.0%)となっています。

需要サイドからみると、財・サービスの総需要額5,737億円のうち、1,920億円(33.5%)が生産活動に投入(中間需要)され、残りの3,817億円(66.5%)は、消費(1,440億円)、投資(313億円)、移出(2,064億円)に分配されています。(図表3-14)

■ 図表 3-14 産業連関表に基づく笠岡市経済のフロー ■



② 笠岡市の財・サービスの流れ

笠岡市の財・サービスの流れについてみると、市内総生産額 3,757 億円に対して、中間投入額は 1,920 億円、粗付加価値額は 1,837 億円、移入額 1,979 億円となっています。

中間投入額についてみると、化学製品や鉄鋼、食料品の投入割合が高く、中間需要も化学製品や鉄鋼、対事業所サービスへの割合が高くなっています。

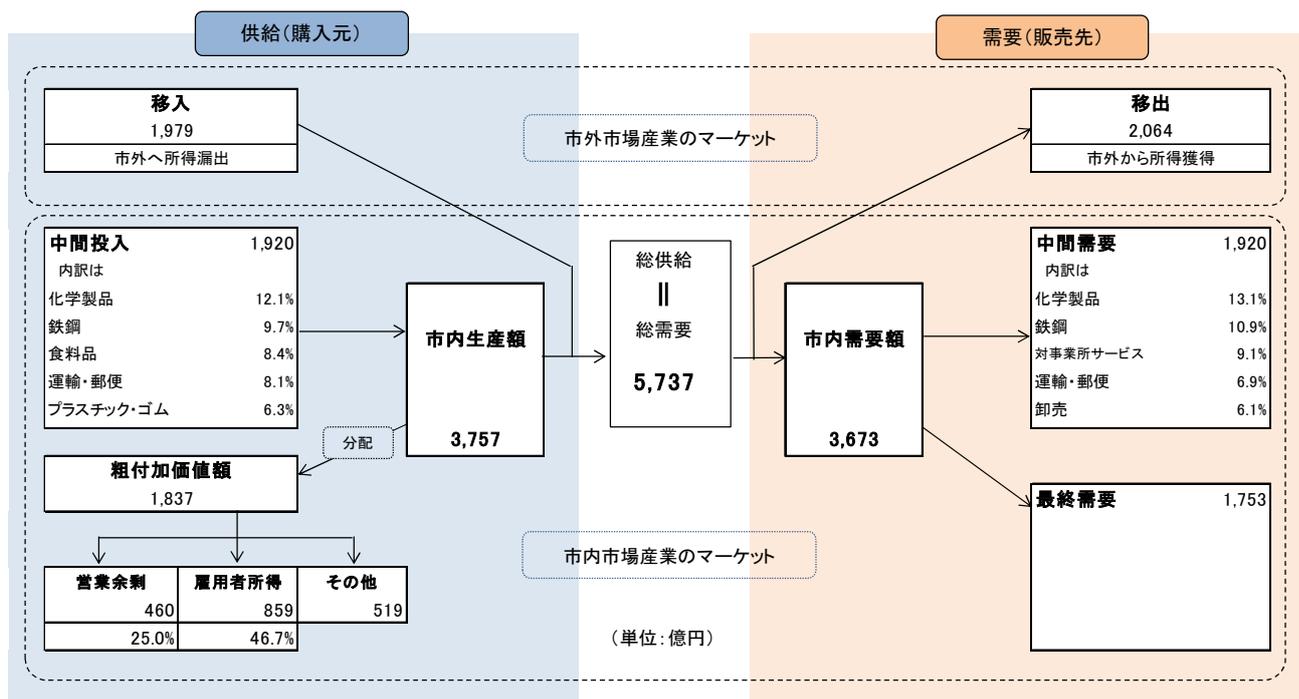
粗付加価値額については、雇用者所得 (859 億円)、営業余剰 (460 億円)、その他 (519 億円) に分配されており、労働分配率は 46.7% となっています。

最終需要額 1,753 億円と市内中間需要 1,920 億円では中間需要がやや多く、生産物が中間財と最終財に配分されています。

また、移出額 2,064 億円が移入額 1,979 億円を上回り、移入率と移出率の高さから、市内産業の加工産業としての姿が見て取れます。

一方、非競争移入型でみると、中間投入で移入率が高い部門は、①石油・石炭製品 (96.6%) ②非鉄金属 (91.6%) ③化学製品 (91.2%) ④輸送機械 (89.7%) ⑤プラスチック・ゴム (83.8%) となっています。(図表 3-15)

■図表 3-15 笠岡市の財・サービスの流れ■



③ 笠岡市産業連関表の分析結果

経済波及効果の大きい産業部門

新たな設備投資等が発生した場合に、市内への生産波及効果が大きい部門は、

- ①畜産 ②食料品 ③水道 ④その他の農業 ⑤宿泊

他の産業部門に与える影響が大きい産業部門

ある産業部門で新たな設備投資等が発生した場合に、大きく影響を与える部門は、

- ①畜産 ②食料品 ③水道 ④宿泊 ⑤飲食サービス

他の産業部門から受ける影響が大きい産業部門

他の産業部門で新たな設備投資等が発生した場合に、大きく影響を受ける部門は、

- ①運輸・郵便 ②対事業所サービス ③情報通信 ④金融・保険

稼ぐ力の大きい産業部門 (基盤産業)

域外からのマネーを獲得する産業、すなわち、移出額から移入額を控除した純移出額の大きい部門は、

- ①鉄鋼 ②プラスチック・ゴム ③運輸・郵便 ④化学製品 ⑤食料品
⑥電子部品 ⑦輸送機械 ⑧畜産 ⑨電気機械 ⑩生産用機械

所得創出の大きい産業部門 (基幹産業)

地域に所得を創出する産業として、雇用者所得、粗付加価値額の大きい部門は、

- ①運輸・郵便 ②医療・保健 ③公務 ④建設 ⑤教育・研究 ⑥鉄鋼
⑦化学製品 ⑧小売 ⑨福祉・介護 ⑩プラスチック・ゴム (順位は雇用者所得の
順番としています。)

生産波及効果が大きい産業部門

生産額が増加した場合に、生産波及効果が大きい部門は、

①宿泊 ②鉱業 ③飲食サービス ④食料品 ⑤水道

④ シミュレーションの結果

以下に、本市の特徴的な産業の経済波及効果についてのいくつかのシミュレーション結果を整理しました。

■鉄鋼部門の効果

鉄鋼大手の出荷額は、笠岡市鉄鋼業全体の出荷額のほとんどを占めており、2014年（平成26年）での鉄鋼業の移出額は約400億円と推計されています。

鉄鋼大手の効果として、この8割の操業が止まった場合の笠岡市経済への影響を想定すると、市全体の生産額へ及ぼす影響はマイナス12.3%、消費額の変化はマイナス15%に達すると推計されます。また、市内従業者数については、21,039人から1,238人減少し19,801人となります。分野別に影響をみると、本体の鉄鋼部門では423人から96人へと327人の減少があり、次に多いのが小売業で、2,631人から2,342人へと289人の減少、3番目は対個人サービス業で928人から121人減少して807人となっています。雇用については、小売業や対個人サービスといった生活に身近な分野で、労働集約的な分野に波及効果が現れてくることが示されています。

■道の駅の効果

道の駅の売上は年間5億1千万円となっています。市内向けがその25%、市外からのお客さんの消費額が売上の75%であり、売上の内、生鮮食料品は70%で、水産物は10%、加工品（主に畜産）は残りの20%となっています。また、道の駅で販売する農産物等の農家（生産者）手数料は、市内が15%、市外が20%です。

以上のことから、道の駅の経済効果に関するシミュレーションを次のように設定します。

そもそも今回の産業連関表は道の駅の存在が入ったものなので、そこから道の駅がなかった場合を想定して、そこからの差を経済効果と考えます。具体的な設定は、仕入れ額の70%が農産物、10%が水産品、20%が食料加工品なので、それで仕入れ額を割り振ります。そして、市外向けが25%なので、それを移出相当分と考えます。市内向けは、道の駅がなくても笠岡市内の商店で購入されると考えます。小売りマージン部分は、販売額から仕入れ額を引いた約1億円の80%と想定します。これらの金額を該当する産業部門の移出について現在の産業連関表の数値から差し引いたもので波及効果を捉えます。

シミュレーションの結果、道の駅の存在は笠岡市経済全体に7億1300万円の生産効果をもたらしていると推計され、生産額で見た効果倍率は1.567倍です。また、従業者効果でみると、現在の従業者数が30人であるのに対して効果は90人に及んでいます。後の6次産業化の効果でもわかるように、道の駅レストランでの地産地消のメニュー開発とその広報活動を積極的に行うことによって、経済効果はより高まることが期待できます。

※6次産業化：第1次産業である農林水産業が、農林水産物の生産だけにとどまらず、それを原材料とした加工食品の製造・販売や、観光農園のような地域資源を生かしたサービスなど、第2次産業や第3次産業にまで踏み込むこと。

■畜産部門の移出効果と6次産業化効果

ここでは、

- ・畜産部門の移出額が1割増加（441百万円）した場合を基本ケースとして設定。
- ・畜産の移出の増加に伴い、輸送も自前（市内企業）で調達する場合。
具体的には、441百万円に対する輸送マージン（0.0478）約20百万円。運輸の自給率が相当分上昇する場合。
- ・移出額増加は生産額の増加に対応している。生産額増加の半分の220.5百万円は食料品製造業に加工品生産のために投入、残りはそのまま移出される場合。

を設定します。ここでは、「畜産⇒食料品製造業」の投入係数が投入額220.5百万円に対応します。その他の投入要素も投入係数に応じて増加するものとします。

シミュレーションの指標としては、生産額の変化、付加価値額の変化、雇用者所得の変化、消費額の変化（消費内生モデルにしているためこの効果を自動的に求めることができる）、従業者数の変化、交易収支の変化が考えられます。

生産額、付加価値効果、消費効果それぞれの変化額の市全体への影響は極めて大きく、2次加工の工程を経るために雇用者数の増加が154人と期待が生まれます。これらの結果、1次産品の直接出荷に加えて、加工と流通（卸、運輸）を内生的に地域が活動をもつということの意義を示しています。

耕種農業については、畜産の場合とほぼ同程度の生産波及効果がありますが、畜産部門の効果よりはやや小さくなっています。ただし、交易収支の改善効果と雇用効果については耕種農業の方の波及効果が大きくなっており、これは、それぞれの部門の生産活動に投入する財・サービスの広がり、それらの自給率に依存するものです。交易改善効果において耕種農業の方が高いことは、耕種農業の自給率改善効果が大きいからです。

■食料品製造業の移出増加の効果

ここでは比較のため、畜産部門の移出増加額と同様の額、441百万円が増加した場合の経済効果を計測します。

生産波及効果の倍率は1.517と他のシミュレーションの数値に比べて若干低めに出ています。これは、食料品製造における投入要素の域外依存の程度が、他のケース、例えば畜産などに比べて少し高いことが影響していると考えられます。

波及効果を高めるには地産系の投入の促進が必要となってくるので、そのような企業を誘致することを考えるべきです。

■観光客増加の効果

笠岡市の観光客数は2014年（平成26年）で年間122万人（平成27年岡山県観光客動態調査報告書）です。その5%に相当する6.1万人の増加があったとします。

また、観光客は全て日帰りとし、その消費単価は1人当たり6,120円（同報告書）とします。このときの需要額は373.3百万円となります。波及効果倍率は、1.45倍となっており、他のシミュレーションよりも若干低い数値となっています。

理由としては、宿泊客がないと設定しており、需要項目が多岐にわたっている反面、それぞれの土産や食料品等、自給率が低いことがあげられます。当然のことながら、波及効果を高めるには島しょ部などへの宿泊型の推進、生産品の自給率の向上が求められます。

産業基盤に乏しい島しょ部において、観光は可能性のある分野といえますが、現状では交流軸から外れているため、年間 85 万人も集客している道の駅から誘導する必要があります。

参考資料

笠岡湾干拓地の市の親水空間・交流空間創出機能（やすらぎ機能）は、約 12 億円の効果額

①考え方

農業用水や農業施設を活用しながら、笠岡湾干拓地の親水空間・交流空間として整備されることにより創出されるやすらぎ機能がもたらす効果を仮想的市場評価法（CVM 手法）により定量的に評価する。

②評価試算方法

評価額 = (やすらぎ提供機能評価額 / 世帯) × 地区内の総世帯数

笠岡市世帯数	19,189 世帯	(平成 27 年国勢調査から)
福山市世帯数	185,555 世帯	(平成 27 年国勢調査から)
世帯数合計	204,744 世帯	

③地域評価額

評価額 = 5,827 円 / 世帯 × 204,744 世帯 = **11 億 9,300 万円 / 年**

④親水空間・交流空間創出機能（やすらぎ機能）に係る状況

- ・かさおか太陽の広場は、子どもから高齢者まで幅広い年齢層の人々の健康づくりや仲間づくりができる野外型の交流広場。
- ・笠岡湾干拓地の花、特に道の駅笠岡ベイファームに隣接している花畑は、四季折々の花が一面に咲き乱れ、圧巻の風景が広がる。

※仮想的市場評価法（CVM; Contingent Valuation Method）: アンケート調査を用いて人々に支払意思額（WTP）等を尋ねることで、市場で取り引きされていない財（効果）の価値を計測する手法である。

（資料）一般財団法人日本水土総合研究所国土経営研究会

(3) 笠岡市の地域経済特性

「笠岡市産業連関表作成及び地域経済構造分析業務報告書」(2017年(平成29年)3月)において、本市におけるリーディング産業の育成が、次のように提言されています。

●リーディング産業の条件

- | | |
|--|---|
| ①潜在・顕在ともに成長力があること
❖ 従業員数の伸びが大きい産業
❖ 雇用吸収力が大きい産業
であること | ③収益性と安定性が優れていること
(ポートフォリオ分析)
❖ ローリスク・ハイリターン |
| ②他産業への生産額の波及効果が大きいこと | |

●育成すべきリーディング産業群

サプライサイドからのリーディング産業群
長期的展望に立った地域経済を索引し、サプライチェーンを形成する産業群
サプライサイド産業群における食料品(製造業) ❖ 波及効果・影響力(係数)が大きく、稼ぐ力・雇用吸収力・収益性安定性が上位 ❖ 耕種農業、畜産、飼料・肥料、プラスチック製造、容器産業、卸・小売、各種サービス業等多くのサプライチェーンを構成する
サプライサイド産業群の川上となる畜産部門 ❖ 畜産部門は経済波及効果、影響力が大きい ❖ 地元事業所の中で稼ぐ力が大きい ❖ 畜産の川上となる飼料・有機肥料事業所の育成ができる
サプライサイド産業群の川下となる道の駅・観光業 ❖ 市内の農水産業のポテンシャルが大きいので、道の駅を観光を含めた、さらなる6次産業化へ展開する ❖ 経済循環のためレストランでのレシピの開発、メニューの豊富化と宣伝等、観光業に結びつけていく
地域連関構造の改革：地域商社(卸売部門) ❖ サプライサイドだけでなく、デマンドサイドにも影響がある ❖ 市内の卸売の自給率を高めることができる ❖ 地元製品の販売を市外に広げる手段として有効 ❖ 近隣にマーケットをもちながら流通拠点が無いので、その代替となる ❖ 販売力や企画力を育成でき、人材を育てスピーディな取組ができる ❖ 観光資源を商品として開発し販売する
デマンドサイドからのリーディング産業群
❖ 医療・保健、介護・福祉は非基盤産業であるが雇用吸収力・所得創出が大きく、人材育成や職種マッチングがうまくいけば、関連する産業の生産を高める ❖ 関連する産業は、医薬品製造、卸売、医療機械器具製造、物品賃貸サービス、食べ物(農業・食料品製造部門)の生産とケータリング、リネンサービス等が育成でき、新たな事業所の誘致の可能性はある

また、上記のリーディング産業の育成に併せて、本市に電子部品や素材生産の大手事業所が立地していることからAIやロボット製造も視野に入れた「情報通信機器製造業」の誘致についても提言されています。

※リーディング産業：地域の経済成長のけん引的役割を担う産業。

(4) 広域圏における産業連関表及び地域経済構造分析

①高梁川流域圏地域経済分析業務報告書（2016年（平成28年）3月）

●本業務における高梁川流域圏とその圏域内の地域区分は以下の通りです。

倉敷圏	倉敷市，総社市，早島町
井笠圏	笠岡市，井原市，浅口市，里庄町，矢掛町
高梁圏	高梁市
阿新圏	新見市

●分析結果のまとめは，次の通りです。

<p>域内総生産の流域圏内に占める割合が4分の3に達する倉敷圏が，倉敷圏の経済的課題（ここでは，商業・サービス産業の生産が十分な雇用を提供できるほど大きくない）を解決しないと，高梁川流域圏全体の経済の強化は困難であると考えられます。</p> <p>そして，倉敷圏が倉敷圏の課題解決を図るためには，流域圏内の井笠圏，高梁圏，阿新圏との連携が不可欠であるという相互依存関係が，高梁川流域圏には存在するものと考えられます。</p>
--

②備後圏域産業連関表等作成業務報告書（2016年（平成28年）3月）

●本業務における備後圏域の対象市町は，次の通りです。

岡山県	笠岡市，井原市
広島県	三原市，尾道市，福山市，府中市，世羅町，神石高原町

●圏域経済の強化方策として次のような提言がなされています。

強化方策		施策例
<p>(1) 現在の基幹産業を強化する経済的なつながりの強い圏域の形成</p>	①地域連携型の基幹産業の強化	<ul style="list-style-type: none"> ❖ (仮称) 備後圏域デニムプロジェクトの推進 ❖ 繊維産業の地域中核企業の把握と地域中核企業を核とする連携活動の促進
	②圏域における「強いもの連携」の促進・支援	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 高シェア企業，オンリーワン企業，グローバル企業等，「圏域トップ企業」を集めた高レベルの情報交換会
<p>(2) 圏域内で連携した新たな基幹産業の創出</p>	①新たな地域連携型の基幹産業の創出	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 広域観光ルートの開設の他，様々な観光ホームページの開設，農山村地域や島しょ部等を含む多彩な宿泊施設，機能の整備支援 ❖ 誘致，各種の広域観光の取組 ❖ 農林水産品等の「備後ブランド」の形成
	②サービス産業分野における基幹産業の創出	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 農山村地域，島しょ部，特徴あるまち並み地区へのクリエイティブ産業のサテライトオフィス等の誘致

	③産学官連携による新事業創出の取組と域内連携による企業誘致の推進	<ul style="list-style-type: none"> ❖立地情報の共有化，誘致活動の相互支援・共同化等，誘致活動の連携チームの設置
(3) 基幹産業を中心とする経済循環の強化	①基幹産業を支援するサービスの強化	<ul style="list-style-type: none"> ❖流通団地の整備等による流通機能の強化と企業誘致に向けた相互支援
(4) 圏域内の経済循環を担う産業の強化	①各市町のまちなか強化とまちなか産業の振興	<ul style="list-style-type: none"> ❖圏域活性化の目的のもと事業に取り組む地域会社・まちづくり会社の設立・活動の支援，もしくは各市町における地域会社・まちづくり会社の設立・活動や圏域内の支援・まちなかオフィスの立地促進
	②市町を越えた生活支援サービス供給チェーンの構築支援	<ul style="list-style-type: none"> ❖中山間地域を中心に，宅配・配食，食品等流通，見守り，家事支援，リフォーム等，各事業者により個別に提供されている生活支援サービスについて，利用者ニーズへの対応と効率化を図る市町を越えた事業連携チェーンの構築
	③圏域内地産地消の推進	<ul style="list-style-type: none"> ❖福山市中心部等における直販店・直販市の設置・開催，備後圏域における商業施設，飲食店，福祉・学校施設等における地産地消の推進，地産地消の推進基盤となる加工処理工程や流通システム等の構築 ❖「水の一滴まで備後産」というコンセプトによる農畜水産事業と加工業者との「切磋琢磨」の連携関係と地域ブランドの形成・強化
	④エネルギーの圏域内地産地消の検討	<ul style="list-style-type: none"> ❖製造業の自家発電等圏域内利用の可能性の検討
	⑤金融機関と連携した産業振興策による圏域マネーの域内循環の強化	<ul style="list-style-type: none"> ❖スモールビジネス，ソーシャルビジネスの開業支援に利用できる基金設立・融資システムの設置 ❖まちなか等での金融機関と連携した創業支援 ❖観光関連や6次産業化等の新事業やまちづくり事業に対する資金支援

まちなか：まちの中心部，中心市街地のこと

7 本市の上位計画・関連計画

産業振興ビジョンは、本市の総合計画を上位計画とするものであり、総合計画を踏まえた産業分野における個別計画として位置づけられるものです。

ここでは、上位計画である「笠岡市第7次総合計画」及び関連計画である「笠岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略」について掲げます。

(1) 笠岡市第7次総合計画

本市の第7次総合計画（基本構想：2018年（平成30年）度～2025年度、前期基本計画：2018年（平成30年）度～2021年）においては、地域経済の活性化として次の6つの戦略分野が掲げられています。

戦略分野	基本方針
(1) 企業誘致の推進と雇用創出	“地元で働けるまち”を目指し、企業誘致等により雇用の場を拡大・確保するとともに、こうした市内の雇用の場と市民とのマッチングを推進します。
(2) 農業振興	笠岡市の特色や強みを活かした第1次産業の活性化に向けて、農業・畜産業の振興に関わる多様な支援を行うとともに、新たな担い手の確保、農業用地・施設の適正な維持管理、鳥獣被害対策等に取り組めます。
(3) 商工業振興	行政、市民、事業者及び笠岡商工会議所等の協働による商工業の振興を進めるとともに、既存の事業者・新規創業者の自助努力及び創意工夫を支援します。
(4) 水産業振興	海に臨む笠岡市の特色ある産業として水産業を振興するため、水産資源の増加、担い手の育成とともに、安くて新鮮な笠岡の水産物を広く提供するための取組を進めます。
(5) 観光振興	「瀬戸内海・笠岡諸島」、「笠岡湾干拓地」といった本市の特徴・地域資源を活かして、本市の観光分野の魅力を発信し認知度を高めるとともに、国内観光客の誘致、修学旅行の誘致、インバウンド誘致等、観光客の増加を図ります。
(6) 干拓地農業の活性化	長い年月をかけて、先人の知恵と工夫によってつくられた干拓地を有効活用するため、農地のより効率的な利用と、干拓地農業の周知を進めるとともに、環境負荷に配慮した持続可能な循環型農業の実現を目指します。

(2) 笠岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略

笠岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略（2015年（平成27年）度～2019年（平成31年）度）において掲げられた基本目標である「新しいしごと・安定した雇用を創出する」施策として、次の4つの分野が掲げられています。各分野の主な具体的な施策・取組内容は次のとおりです。

取組分野	取組内容
(1) 地元中小企業振興・起業支援	①企業コーディネーターの配置 ②中小企業支援のための資金融資 ③中小企業経営革新計画の作成支援 ④かさおか創業サポートセンターの運営支援
(2) 企業誘致の推進	①誘致企業情報の収集 ②県営笠岡港工業用地への企業誘致推進 ③企業立地の促進奨励
(3) 第1次産業の活性化	①笠岡ブランドの育成 ②農業（漁業）体験型観光の実施 ③6次産業化の推進 ④都市地域の若者と地元企業等とのマッチング ⑤農業・漁業の担い手育成
(4) 観光振興	①笠岡ブランド（観光部門）の育成 ②観光コーディネーターの配置 ③離島の観光活性化 ④観光案内看板・パンフレット等の整備 ⑤SNSを活用した情報発信の推進 ⑥広域連携による観光振興

◆産業連関分析・上位計画についての考察◆

本市の産業連関分析から見えてきた「潜在・顕在ともに成長力がある」「他産業への生産額の波及効果大きい」「収益性と安定性が優れている」の3条件は、新しいビジョンを策定するにあたってのキーワードとして位置づける必要があります。

具体的な支援の方向としては、サプライサイドから示された「食料品（製造業）」「畜産」「道の駅・観光業」については、とくに重点的な検討が求められます。

広域的には、高梁川流域圏においては、倉敷市を核とした倉敷圏の商業・サービス産業の強化が指摘されている他、岡山・広島両県にまたがる備後圏域においては、圏域内における「強いもの連携」の促進・支援、備後ブランドの形成、地産地消の推進、観光業における広域観光ルートの開設、圏域内の核となる「まちなか」をマネジメントする会社の設立等が指摘されています。

新しいビジョンにおいては、「第7次総合計画」「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本方針や取組内容等の方向やこのような広域的な強化方策を念頭に、リーディング産業を核とした方向性を整理する必要があります。

第4章 笠岡市産業の現状と課題

1 製造業の現状及び可能性と課題

(1) 現状

〈事業所・従業者〉

本市における従業者4人以上の製造業の事業所数、従業者数の推移をみると、事業所総数は、2012年（平成24年）には132事業所でしたが、2017年（平成29年）に116事業所と12%の減少となっています。従業者総数は、2012年（平成24年）の4,501人が、2017年（平成29年）には5,082人と13%の増加となっています。（図表4-1）

■図表4-1 製造業の事業所数・従業者数・製造品出荷額等の推移■

	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (百万円)
2012年 (平成24年)	132	4,501	170,582
2013年 (平成25年)	118	4,953	174,707
2014年 (平成26年)	122	5,250	191,379
2016年 (平成28年)	115	4,852	163,378
2017年 (平成29年)	116	5,082	157,271

従業者4人以上の事業所

資料：工業統計調査（平成25年，26年，29年）
経済センサス活動調査（平成24年，28年）

2017年（平成29年）の従業者4人以上の製造業の従業者数を産業分類別にみると、従業者数の多い産業分類は、順に「食料品製造業」（1,476人）、「輸送用機械器具製造業」（630人）、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」（625人）、「生産用機械器具製造業」（394人）、「鉄鋼業」（374人）となっています。

従業者4人以上の製造業の従業者総数は、2012年（平成24年）には、4,501人でしたが、2017年（平成29年）には581人増加し、5,082人となっています。産業分類別にみて増加が大きいのは、「食料品製造業」（386人増）、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」（351人増）、「輸送用機械器具製造業」（149人増）です。逆に減少が大きいのは、「電気機械器具製造業」（201人減）、「繊維工業」（118人減）、「プラスチック製品製造業（別掲を除く）」（61人減）です。（図表4-2）

■図表 4-2 製造業の産業分類別事業所数・従業者数・製造品出荷額等■

産業分類	事業所数(所)			従業者数(人)			製造品出荷額等(万円)	
	2012年 (平成24年)	2017年 (平成29年)	増減	2012年 (平成24年)	2017年 (平成29年)	増減	2012年 (平成24年)	2017年 (平成29年)
総数	132	116	△ 16	4,501	5,082	581	17,058,200	15,727,062
食料品製造業	13	14	1	1,090	1,476	386	1,942,900	2,612,879
飲料・たばこ・飼料製造業	2	2	0	39	41	2	X	X
繊維工業	23	12	△ 11	279	161	△ 118	212,489	90,592
木材・木製品製造業(家具を除く)	3	5	2	20	28	8	25,044	43,669
家具・装備品製造業	2	2	0	19	18	△ 1	X	X
パルプ・紙・紙加工品製造業	2	1	△ 1	30	18	△ 12	X	X
印刷・同関連業	3	3	0	54	47	△ 7	49,758	55,838
化学工業	2	3	1	278	290	12	X	2,647,501
石油製品・石炭製品製造業	1	2	1	5	34	29	X	X
プラスチック製品製造業(別掲を除く)	10	8	△ 2	365	304	△ 61	2,013,697	2,476,057
窯業・土石製品製造業	21	18	△ 3	200	223	23	406,859	485,782
鉄鋼業	5	4	△ 1	398	374	△ 24	3,867,595	1,624,157
非鉄金属製造業	-	1	1	-	6	7	-	X
金属製品製造業	12	10	△ 2	227	252	25	375,612	406,708
はん用機械器具製造業	1	2	1	9	42	33	X	X
生産用機械器具製造業	15	13	△ 2	374	394	20	470,524	536,726
業務用機械器具製造業	1	1	0	77	41	△ 36	X	X
電子部品・デバイス・電子回路製造業	3	4	1	274	625	351	1,194,773	2,631,388
電気機械器具製造業	4	2	△ 2	241	40	△ 201	505,817	X
輸送用機械器具製造業	5	5	0	481	630	149	2,958,873	1,478,288
その他の製造業	4	4	0	41	38	△ 3	35,841	30,666

従業者4人以上の事業所

資料：工業統計調査(平成29年)、経済センサス活動調査(平成24年)

地域雇用に貢献する産業という観点からみると、製造業全体では、2014年(平成26年)の従業者数は5,427人と雇用吸収は最大となっています。(参考：第2位「医療、福祉」3,367人、第3位「卸売業、小売業」3,212人)(図表3-10)

「笠岡市産業連関表作成及び地域経済構造分析業務」(2017年(平成29年)3月)によると、域外からマネーを獲得する産業として、移出から移入を控除した純移出額の大きい部門をみると、鉄鋼(241億円)、プラスチック製品(122億円)、運輸関係(108億円)、化学製品(105億円)、食料品製造(94億円)等が上位となり、大型工場の属する部門が域外からマネーを多く獲得しています。

〈工業用地〉

本市において分譲中の工業用地は、岡山県が有する笠岡港(港町地区)工業用地があります。笠岡港工業用地は、1990年(平成2年)の分譲以来、企業立地は順調に進んでいます。

岡山県南部の工業用地は不足しており、本市においても民有地の有効活用や民間の活力を利用した新たな工業用地の確保が求められています。(図表4-3)

■図表 4-3 分譲中岡山県内の工業団地■

区分	用地名	所在地	未分譲面積(m ²)	残区画数
県営	玉島ハーバーアイランド	倉敷市	164,500	8
	久米産業団地	津山市	76,998	2
	笠岡港(港町地区)工業用	笠岡市	29,490	3
	真庭産業団地	真庭市	24,789	4
	吉備高原都市産業区	吉備中央町	25,121	2
	空港南産業団地	岡山市	121,672	3
市町営	津山産業・流通センター	津山市・鏡野町	98,032	※1
	美作市・作東産業団地	美作市	3,513	1
	四季が丘団地	井原市	23,759	1
	有漢団地	高梁市	13,677	1
	小瀬木団地(※2)	赤磐市	24,719	1
	矢田団地	和気町	28,000	1
	稲倉産業団地	井原市	46,000	1

※1 津山産業・流通センターは、オーダーメイドの区画もあり、残区画の算出は不可。

※2 小瀬木団地は、立地企業は決定しているが、分譲は完了していない。

資料：笠岡市

■ 笠岡市内の公営工業用地 ■

(2018年(平成30年)7月末現在)

	用途区分	用地面積 (m ²)
茂平(内陸)工業団地	準工業地域	229,763
茂平(臨海)工業団地	工業地域	239,751
美の浜(臨海)工業団地	工業地域	34,740
笠岡中央内陸工業団地	工業専用地域	215,410

資料：笠岡市

(2) 可能性と課題

〈可能性〉

- 本市は、岡山県の南西部に位置し、広島県福山市に隣接しており、福山港や水島港、岡山空港や広島空港も近くアクセス手段が豊富です。また、山陽自動車道笠岡インターチェンジがあり、インターチェンジから3時間で、中国・四国地方はもとより、近畿地方の兵庫県、大阪府、京都府や九州の福岡県に至る地域をカバーすることができる交通の結節点です。
- 倉敷市、広島県福山市、井笠圏域を含めた人口100万人都市の中心に位置しています。
- 国道2号バイパスの工事が急ピッチで進み、10年以内には倉敷市まで信号のない道路でむすばれます。また、山陽自動車篠坂パーキングエリアのスマートインターチェンジ化も計画されています。
- 工業用地については、広大な県営笠岡港(港町地区)工業用地があり、工業用水については笠岡湾干拓事業に伴う高梁川からの導水路が整備されたことにより、現在は十分な水量が確保されています。
- 現在市内に立地する製造業には、オンリーワンの技術をもつ企業も存在し、一方では食品関連企業や鉄鋼関連企業、自動車関連企業を中心に様々な業種の製造業が集積しています。

〈課題〉

- 2018年(平成30年)9月に実施した笠岡市事業者実態調査結果によると、製造業事業所の「経営上の課題」としては「必要人材の不足」「生産性の向上・効率化」「技術・技能の継承」が上位にあげられています。また「今後、取り組みたいこと」としては、「生産性の向上」「製品の高付加価値化」「新たな市場の開拓」が上位にあげられています。
本市の製造業の主要な課題は「人材不足の解消・人材育成」「生産性向上」「取引先拡大」といえます。
- 岡山県南部の工業用地は不足しており、本市においても新たな工業用地の確保が求められています。
- 同業種・異業種との連携は、それほど活発ではありません。
- 労働力不足が顕在化する中で、求人と求職のミスマッチは解消されていません。

2 商業・サービス業の現状及び可能性と課題

(1) 現状

〈サービス業〉

2014年（平成26年）経済センサス基礎調査によると、本市のサービス業（9業種）の事業所数は968事業所、従業者数は7,784人となっており、全産業に占めるシェアは、事業所数で48.1%、従業者数で41.8%です。これに商業を加えたシェアをみると、事業所数では75.1%、従業者数では59.1%と商業・サービス業は本市の主要産業となっています。

サービス業の中で従業者数が多いのは、「医療、福祉」（3,367人）、「宿泊業、飲食サービス業」（1,044人）、「運輸業、郵便業」（968人）、「サービス業（他に分類されないもの）」（918人）です。

サービス業の従業者総数は2009年（平成21年）には7,879人でしたが、2014年（平成26年）には95人減少し、7,784人となっています。産業分類別にみると、増加が大きいのは、「医療、福祉」（478人増）です。逆に減少が大きいのは、「運輸業、郵便業」（289人減）、「宿泊業、飲食サービス業」（181人減）です。（図表4-5）

■図表4-5 サービス業の産業分類別事業所数・従業者数■

産業大分類	事業所数			従業者数		
	2009年 (平成21年)	2014年 (平成26年)	増減	2009年 (平成21年)	2014年 (平成26年)	増減
情報通信業	16	6	△ 10	101	50	△ 51
運輸業、郵便業	87	72	△ 15	1,257	968	△ 289
不動産業、物品賃貸業	85	64	△ 21	243	217	△ 26
学術研究、専門・技術サービス業	61	58	△ 3	343	286	△ 57
宿泊業、飲食サービス業	242	208	△ 34	1,225	1,044	△ 181
生活関連サービス業、娯楽業	212	185	△ 27	667	688	21
教育、学習支援業	57	56	△ 1	292	246	△ 46
医療、福祉	137	174	37	2,889	3,367	478
複合サービス事業	41	30	△ 11	293	375	82
サービス業(他に分類されないもの)	166	145	△ 21	862	918	56
計	1,104	998	△ 106	8,172	8,159	△ 13

注) 上表の産業分類(中分類)は、「サービス産業動向調査(平成28年拡大調査)」において調査対象とされた産業分類である。但し、サービス産業動向調査における対象事業としては、上表のいくつかの分類(中分類)の中においては、一部の小分類に属する事業所が除かれている。

資料：経済センサス基礎調査（平成21年・26年）

〈商業〉

2016年（平成28年）の本市の商業（卸売業・小売業）の従業者数を産業分類別にみると、従業者数の多い産業分類は、順に「その他の小売業」（837人）、「飲食料品小売業」（795人）、「飲食料品卸売業」（225人）です。

本市の商業（卸売業、小売業）の従業者総数は、2012年（平成24年）は2,396人でしたが、2016年（平成28年）には2,622人と226人増加しています。産業分類別にみて増加が大きいのは、「その他の小売業」（110人増）、「飲食料品卸売業」（106人増）です。逆に減少が大きいのは、「機械器具小売業」（44人減）です。（図表4-6）

※経済センサス：事業所及び企業の経済活動の状態を明らかにし、国内における包括的な産業構造を明らかにするとともに、事業所・企業を対象とする各種統計調査の実施のための母集団情報を整備することを目的に実施されている。2009年（平成21年）までは、「基礎調査」として事業所の名称や所在地などの基礎情報を調査していたが、2012年（平成24年）「活動調査」以

降では、工業統計調査や商業統計調査を統合し、事業所の売り上げ等の経済活動も含めた調査が行われた。

■図表 4-6 卸売業・小売業の産業分類別事業所数・従業者数・年間商品販売額■

産業大分類	事業所数(所)			従業者数(人)			年間商品販売額(百万円)	
	2012年 (平成24年)	2016年 (平成28年)	増減	2012年 (平成24年)	2016年 (平成28年)	増減	2012年 (平成24年)	2016年 (平成28年)
総数	450	416	△ 34	2,396	2,622	226	54,372	69,705
各種商品卸売業	-	-	-	-	-	-	-	-
繊維・衣服等卸売業	3	3	0	9	9	0	121	606
飲食品卸売業	24	21	△ 3	119	225	106	6,387	12,867
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	31	31	0	141	150	9	7,990	10,737
機械器具卸売業	15	13	△ 2	70	42	△ 28	1,718	1,323
その他の卸売業	18	19	1	156	190	34	8,896	7,420
各種商品小売業	-	2	2	-	4	4	-	X
織物・衣服・身の回り品小売業	33	33	0	81	114	33	712	1,746
飲食品小売業	111	95	△ 16	811	795	△ 16	10,684	12,998
機械器具小売業	47	48	1	236	192	△ 44	4,890	5,981
その他の小売業	150	143	△ 7	727	837	110	12,718	X
無店舗小売業	18	8	△ 10	46	64	18	257	2,037

資料：経済センサス活動調査（平成24年・28年）

本市の商業における大きな課題の一つとしては、「購買力の市外への流出」があげられます。

市内の購買力を、市内の商業がどの程度吸引しているのかを示す「**吸引度指数**」を、2014年（平成26年）**商業統計**を基に算出しました。

吸引度数は次の式で求められます。

当該市の吸引度指数＝当該市の人口1人当たりの年間商品販売額÷県の人口1人当たり年間商品販売額

1を上回っていれば他地域の購買力を吸引。1を下回っていれば市内購買力が他地域へ

笠岡市の2014年（平成26年）の吸引度指数は、0.72であり、約3割の購買力が市外（主に福山市、岡山市）に流出していると想定されます。

笠岡市の吸引度指数を、2007年（平成19年）商業統計を基に算出すると、0.71です。よって、ほぼ同水準で推移していることとなります。（図表4-7）

■図表 4-7 2014年（平成26年）商業統計により算出した吸引度指数■

	小売業年間 商品販売額 (百万円)	人口(人)	人口一人当たり 小売業年間商品 販売額(万円)	吸引度指数
笠岡市	36,521	52,525	70	0.72
井原市	28,500	43,436	66	0.68
浅口市	22,827	36,066	63	0.66
玉野市	37,423	63,634	59	0.61
総社市	55,918	67,765	83	0.86
倉敷市	458,968	483,348	95	0.99
岡山市	804,979	704,572	114	1.19
福山市	481,352	472,839	102	1.04

人口は「住民基本台帳人口要覧」による。

資料：商業統計

笠岡駅周辺の商店街は、売上の減少や経営者の高齢化による後継者不在により閉店する店舗が増え、空き店舗が増えています。

商業・サービス業の従業者の状況を見ると、常用雇用者に占める正社員・正職員の割合が低い業種もあり、事業者における就労環境の充実や、多様な働き方を支えるサービス等の必要性がよ

り高まっていくものと考えられます。

※吸引度指数：本市の吸引度指数＝本市の人口1人当たりの年間商品販売額／岡山県の人口1人
当り年間商品販売額1を上回っていれば、他地域の商圈から顧客を吸引しているとみなす指標。

※商業統計：商品の流通及び商業経営に関する統計のことであるが、狭義に、統計法及び商業統計調査規則に基づいて実施されている〈商業統計〉を指していることもある。後者の商業統計調査は、全国の卸売業、小売業及び飲食店に属する商店を調査の対象としている。商店の全国の分布状況や販売活動など商業の実態を明らかにすることを目的とした、「商店に関する国勢調査」であり、商業センサスともいう。

(2) 可能性と課題

<可能性>

- 本市の市場規模を2015年（平成27年）国勢調査人口で見ると、50,568人ですが、井笠3町2町（笠岡市・井原市・浅口市・里庄町・矢掛町）に加え、倉敷市、福山市を加えた広域圏で捉えると、1,093,252人となり、本市は広域圏のほぼ中央に位置しています。これらの市町とは、JR山陽本線、山陽自動車道、国道2号、国道2号バイパスといった基幹的な交通軸が通っており、交通の要衝となっています。
- 2011年（平成23年）年8月に開業した「道の駅 笠岡ベイファーム」は、現在年間85万人を上回る来場者があり、一大拠点施設となっています。
- 青年会議所の2世代メンバーにおいて新商品・新サービスへの取組が活発になっています。
- 地元高校と地域事業者との連携した取組も行われています。

<課題>

- 商業・サービス業における大きな問題は、マーケットの縮小となる人口減少、特に若年層の減少です。また隣接する福山市等への市内購買力の流出です。
- JR笠岡駅周辺等、中心部の求心力の低下が顕著です。
- 2018年（平成30年）9月に実施した笠岡市事業者実態調査結果によると、卸・小売業、サービス業の「経営上の課題」「今後、取り組みたいこと」として上位にあげられたものは次のとおりです。

■図表4-8 経営上の課題■

	卸売業	小売業	サービス業
1位	販売先の確保・開拓	販売先や取引先の開拓	必要人材の不足
2位	同業者に対する競争力の構築	PR・情報通信	店舗・設備の老朽化
3位	必要人材の不足	必要人材の不足	後継者の確保・育成 販売先や取引先の開拓

■図表4-9 今後取り組みたいこと■

	卸売業	小売業	サービス業
1位	経営力の強化	魅力のある商品やサービスの開発・導入	業務の効率化
2位	新たな市場の開拓	店舗の改築・設備更新	人材の育成
3位	人材育成・確保	経営力の強化・経営改革	経営力の強化・経営改革 店舗の改築・設備更新

- 卸・小売業、サービス業全体にわたっての主要な課題は、「販売先・取引先の拡大」「人材不足の解消・人材育成」「経営力強化」「店舗改築・設備更新」です。これ以外に、卸売業では「競争力の向上」、小売業では「PR・情報発信」「魅力ある商品・サービスの導入」、サービ

ス業では「業務改善」があげられています。

○後継者不足等の問題を抱えている事業者は3割程度です。また、IT化への取組については小規模事業者が多いため、まだこれからという状況です。

3 観光業の現状及び可能性と課題

(1) 現状

〈観光統計等による観光動向〉

本市の観光客数は、年々増加の傾向にあります。特に地元観光客より入込観光客が大きく伸びています。推定観光消費額も観光客数の増加に伴い増加しており、2016年（平成28年）では7.5億円と推計されています。（図表4-10）

■図表4-10 笠岡市の観光客数■

(単位：人、万円)

年	観光客数			推定観光消費額
	総数	入込観光客	地元観光客	
2015年 (平成27年)	1,266,000	960,000	306,000	69,500
2016年 (平成28年)	1,274,000	956,000	318,000	75,039
2017年 (平成29年)	1,260,000	945,000	315,000	72,576

資料：笠岡市

■図表4-11 笠岡市の主要な観光地の来場者の変遷■

(単位：人)

施設名	2013年 (平成25年度)	2014年 (平成26年度)	2015年 (平成27年度)	2016年 (平成28年度)	2017年 (平成29年度)
カブトガニ博物館	54,297	59,744	61,088	68,017	61,111
竹喬美術館	11,775	12,400	15,244	13,033	11,175
笠岡ベイファーム	789,599	871,550	873,713	865,722	865,535

資料：笠岡市

■図表4-12 笠岡市内の主なイベントの来場者数の変遷■

(単位：人)

イベント名称	2013年 (平成25年度)	2014年 (平成26年度)	2015年 (平成27年度)	2016年 (平成28年度)	2017年 (平成29年度)
笠岡さくら祭り	3,000	5,000	3,000	5,000	5,000
ひったか・おしぐらんど	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
笠岡港まつり	60,000	60,000	70,000	70,000	70,000
大空と大地のカーニバル	40,000	40,000	30,000	40,000	25,000
いちよう祭りかさおか	30,000	15,000	15,000	15,000	5,000
菜の花フェスティバル	0	10,000	12,000	17,000	1,000
ポピーフェスティバル	0	15,000	15,000	15,000	10,000
ひまわりフェスティバル	0	25,000	10,000	10,000	15,000
コスモスフェスティバル	0	15,000	12,000	10,000	15,000

資料：笠岡市

「地域経済分析システム（RESAS）」（まち・ひと・しごと創生本部）の指定地域の目的地上位10位をみると、「道の駅 笠岡ベイファーム」が目的地として第1位になっており、本市の観光客数、本市の主要な観光地の来場者の変遷とあわせると、本市の観光客の大半は「道の駅 笠岡ベイファーム」の来場者です。（図表4-13）

■図表4-13 指定地域の目的地上位10位■

順位	施設名
第1位	道の駅 笠岡ベイファーム
第2位	JFE瀬戸内海ゴルフクラブ
第3位	笠岡市立カブトガニ博物館
第4位	笠岡総合体育館
第5位	笠岡カントリー倶楽部
第6位	かさおか古代の丘スポーツ公園
第7位	笠岡グランドホテル
第8位	笠岡ふれあい空港
第9位	岡山県笠岡陸上競技場
第10位	アサムラサキ

表示年月：2015年(平成27年)すべての期間(休日)

指定地域：岡山県笠岡市

交通手段：自動車

【出典】

株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

【注記】

検索回数は、同一ユーザの重複を除いた月間のユニークユーザ数。下記条件に全て該当した場合のみ表示。

・施設分類が、観光資源、宿泊施設や温泉、広域からの集客が見込まれるレジャー施設や商業施設に該当

・年間検索回数が自動車は50回、公共交通は30回以上

・年間検索回数が全国1,000位以内または都道府県別50位以内または市区町村別10位以内

本市には、他の地域にはない優位性を備えた笠岡諸島（高島、白石島、北木島、真鍋島、大飛島、小飛島、六島）があります。笠岡諸島では、各島々で年間を通して「走り御輿ツアー」等の様々な観光ツアーを実施していますが、夏の海水浴を目的とした観光客が多いのが実状です。

白石島には、他の島と比較して宿泊施設が多くあり、修学旅行生の受け入れを行っています。修学旅行生の宿泊者数及び白石島国際交流ヴィラの利用者数とも、近年は減少しています。(図表4-14)

■図表4-14 島の観光客数の推計■

(単位：人)

	施設名	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
高島	観光客	7,000	7,000	7,000	6,800
	内 海水浴	200	200	200	200
白石島	観光客	12,000	12,000	11,500	11,100
	内 海水浴	8,500	8,500	8,250	8,000
	内 キャンプ	130	140	0	0
北木島	観光客	3,200	3,200	3,200	3,100
	内 海水浴	400	150	150	150
	内 キャンプ	100	100	100	100
真鍋島	観光客	7,300	7,400	7,400	7,200
	内 海水浴				
	内 ふるさと村				
飛島	観光客	900	900	900	900
	内 海水浴	250	250	250	250
六島	観光客	200	200	200	600
	内 海水浴				
諸島計		30,600	30,700	30,200	29,700

〈スマートフォンユーザーにおける観光動向〉

株式会社コロプラが実施したスマートフォンユーザーやTRAVEL JAPAN Wi-Fi アプリ（TJWアプリ）利用者のデータによって、観光客の動向をみると次のようになっています。

〈高梁川流域圏域観光動態調査〉

前提条件

○調査目的

[高梁川流域圏域]に来訪した人（日帰り・宿泊）の観光動態調査
高梁川流域圏域来訪者の全体傾向の把握（基礎集計），及び観光エリア単位の来訪者特徴の分析（観光エリア分析）

○調査対象

高梁川流域圏域内に60分以上滞在した人
ただし、高梁川流域圏域居住者・通勤者、主要非観光施設（スーパー等）のみ滞在者、長期旅行者、及び高頻度来訪者を除外。また、生活圏のデータは除外しています。

○調査方法

KDDIがauスマートフォンユーザーから位置情報取得の同意を得て、個人が特定できないように加工した位置情報データ（端末現在地情報）及び属性情報（性別・年齢層）等を利用

○調査期間

2016年（平成28年）7月1日～2017（平成29年）年6月30日
※ただし、期間内に出発し、期間終了後7日経過前に帰着したデータを含む

○調査対象ユーザー数（ウエイトバック補正後）

57,665人（内 日帰り者37,188人、宿泊者20,477人）
※本調査では、利用許諾を頂いたKDDI携帯電話利用者の位置情報を使用しています。本事業の対象期間内に高梁川流域圏域を訪れたユーザーから同圏域在住者・通勤者等を除外し、性年代の偏りを補正した上で、補正後のデータから、ランダムサンプリングを実施し、調査対象サンプルとして57,665件を抽出しています。

○ウエイトバック補正

KDDI許諾者数の変動根、及び性年齢層の偏りのウエイトバック補正処理を各月で実施しています。
※KDDI許諾者数の変動は対象期間のKDDI許諾者数から、対象月の補正値を算出

高梁川流域圏への来訪者が来訪したエリアは、「倉敷市中心部」が最も多く51.8%となっています。「笠岡市」への来訪は8.8%で、12エリアの中で第3位です。（図表4-15）

同じく高梁川流域圏来訪者が訪問した観光スポットをみると、最も多いのは「三井アウトレットパーク倉敷」で6.9%です。34観光スポットの中で「道の駅 笠岡ベイファーム」は第9位、「笠岡諸島」は第15位となっています。（図表4-16）

■図表4-15 高梁川流域圏への来訪者が来訪したエリア■

	全体	倉敷市中心部	倉敷市児島地域	笠岡市	総社市	倉敷市玉島地域	高梁市
来訪者数	57,665	29,853	5,564	5,078	4,079	3,974	2,558
構成比(%)	100.0	51.8	9.6	8.8	7.1	6.9	4.4
	新見市	井原市	浅口市	早島町	矢掛町	里庄町	
来訪者数	2,389	2,237	1,723	1,665	651	533	
構成比(%)	4.1	3.9	3.0	2.9	1.1	0.9	

■図表 4-16 高梁川流域圏への来訪者が来訪した観光スポット■

順位	観光スポット	来訪者(人)	構成比(%)
-	全体	57,665	100.0
1	三井アウトレットパーク倉敷	4,006	6.9
2	美観地区1(入口周辺)	3,701	6.4
3	美観地区3(市立美術館周辺)	2,491	4.3
4	美観地区4(アイビススクエア周辺)	1,979	3.4
5	美観地区(井上家住宅周辺)	1,410	2.4
6	美観地区西(大橋家住宅周辺)	548	1.0
7	美観地区東(楠戸家住宅周辺)	490	0.8
8	倉敷スポーツ公園(マスカットスタジアム)	481	0.8
9	道の駅笠岡ベイファーム	472	0.8
10	コンベックス岡山	389	0.7
11	鷺羽山ハイランド(ハイランドホテル除く)	333	0.6
12	野崎家旧宅及び児島ジーンズストリート周辺	332	0.6
13	児島観光港	305	0.5
14	国民宿舎サンロード吉備路	304	0.5
15	笠岡諸島	228	0.4
16	農マル園芸吉備路農園	206	0.4
17	鷺羽山	181	0.3
18	備中松山城	148	0.3
19	井倉洞周辺	137	0.2
20	ジーンズミュージアム周辺	124	0.2
21	旧矢掛本陣石井家・やかげ町家交流館	116	0.2
22	新見千屋温泉いぶきの里	113	0.2
23	磯崎眠亀記念館周辺	99	0.2
24	田中美術館及び古代まほろば館周辺	82	0.1
25	星の郷観光センター	81	0.1
26	金光歴史民俗資料館	75	0.1
27	円通寺及び良寛荘周辺	54	0.1
28	矢掛町総合運動公園	52	0.1
29	高梁市図書館	49	0.1
30	かも川うどん直売所	46	0.1
31	ソルベーカリー	44	0.1
32	カフェ&アウトレット カフェ・サンラヴィアン	41	0.1
33	羽黒神社	37	0.1
34	いかしの舎	34	0.1

次に、笠岡市来訪者のみについて、その動向をみると、次のようになっています。

「笠岡市」来訪者は5,078人です。男女構成比は、男性が55.3%を占め、年代構成比は、49歳以下が65.1%を占めています。(図表4-17)

来訪者の発地は、都道府県単位では広島県、市区町村単位では福山市(広島県)がそれぞれ最も多くなっています。流入経路は国道2号/山陽本線(西からの流入)が最も多くなっています。(図表4-18, 19)

来訪者の宿泊率は31.4%です。宿泊者の総宿泊人泊数のうち、56.8%は高梁川流域圏域外に流出。最も多い域外宿泊先は福山市(広島県)です。

立寄り市区町村は福山市(広島県)が27.9%で最も多くなっています。(図表4-20, 21)

来訪者の平均昼間滞在時間は3時間24分です。

■図表 4-17 「笠岡市」来訪者の属性■

男性	55.3%	
	10～29歳	13.8%
	30～39歳	10.6%
	40～49歳	12.2%
	50歳以上	18.6%
女性	44.7%	
	10～29歳	9.4%
	30～39歳	9.5%
	40～49歳	9.5%
	50歳以上	16.3%

■図表 4-18 「笠岡市」来訪者の発地■

発地都道府県	順位	都道府県名	構成比
	1	広島県	63.4%
	2	岡山県	12.9%
	3	大阪府	4.2%
	4	兵庫県	4.2%
	5	香川県	1.5%
発地市区町村	順位	市区町村	構成比
	1	福山市	51.0%
	2	岡山市北区	3.4%
	3	尾道市	3.3%
	4	岡山市中区	2.7%
	5	岡山市南区	1.9%

■図表 4-19 「笠岡市」来訪者の流入経路■

順位	流入経路	流入率
1	国道2号/山陽本線（西からの流入）	26.1%
2	山陽自動車道（東からの流入）	7.8%
3	国道2号（東からの流入）	7.2%
4	山陽自動車道（西からの流入）	4.8%
5	山陽本線（東からの流入）	2.0%

■図表 4-20 「笠岡市」来訪者の旅程■

日帰り率	68.6%
宿泊率	31.4%
平均泊数	1.9

■図表 4-21 「笠岡市」来訪者の宿泊地■

域内宿泊率			域外宿泊率		
43.2%			56.8%		
順位	市区町村名	宿泊率	順位	市区町村名	宿泊率
1	笠岡市	34.3%	1	福山市	15.9%
2	倉敷市	3.6%	2	岡山市北区	3.2%
3	井原市	2.5%	3	東広島市	1.3%
4	浅口市	1.0%	4	岡山市中区	0.9%
5	浅口郡里庄町	0.7%	5	三原市	0.7%

■図表 4-22 「笠岡市」来訪者の立寄り■

順位	市区町村名	立寄り率
1	福山市	27.9%
2	岡山市北区	4.9%
3	尾道市	1.7%
4	東広島市	1.6%
5	岡山市南区	1.3%

〈高梁川流域圏域インバウンド動態調査〉

前提条件

○調査目的

[高梁川流域圏域]に来訪した訪日外国人の観光動態調査
高梁川流域圏域来訪者の全体傾向の把握（基礎集計）

○調査対象

高梁川流域圏域内に期間内に来訪した訪日外国人（通過者を含む）
ただし、31日以上長期旅程者を除外

○調査方法

ワイヤ・アンド・ワイヤレスがTRAVEL JAPAN Wi-Fiアプリ（以下、TJWアプリ）利用者から許諾を得て取得した位置情報ビッグデータを利用して、統計的な情報に加工した上で、調査レポートを作成

○調査期間

2016年（平成28年）7月1日～2017（平成29年）年6月30日
※ただし、期間内に出発し、期間終了後30日経過前に帰着したデータを含む

○調査対象ユーザー数（ウエイトバック補正後）

4,687人

○ウエイトバック補正

TJWアプリ利用者数の変動及び、国籍の偏りのウエイトバック補正処理を各月で実施しています。

※TJWアプリ利用者数の変動は基準月のTJWアプリ許諾者数から、対象月の補正値を算

高梁川流域圏への訪日外国人の来訪者が来訪したエリアは、「倉敷市中心部」が最も多く73.0%となっています。「笠岡市」への来訪は19.6%で、12エリアの中で第4位です。

（図表4-23）

■図表4-23 高梁川流域圏への来訪者が来訪したエリア（訪日外国人）■

	来訪者数（人）	構成比（%）
全体	4,687	100.0
倉敷市中心部	3,420	73.0
倉敷市玉島地域	1,628	34.7
浅口市	1,058	22.6
笠岡市	918	19.6
倉敷市児島地域	754	16.1
早島市	555	11.8
総社市	451	9.6
高梁市	263	5.6
新見市	227	4.8
里庄町	191	4.1
矢掛町	43	0.9
井原市	39	0.8

次に、笠岡市来訪者（訪日外国人）のみについてその動向をみると、次のようになっています。

「笠岡市来訪者」（訪日外国人）は918人です。国籍構成比は中国が17.3%を占めています。（図表4-24）

流入経路は国道2号/山陽本線（西からの流入）が最も多くなっています。（図表4-25）

来訪者の宿泊旅程は7日以上が56.1%を占め、平均泊数は6.95泊です。総宿泊人泊数のうち、3.5%が高梁川流域圏域内（倉敷市、笠岡市、里庄町）で宿泊しており、全体の96.5%を占める域外宿泊先では京都市下京区、広島市中区の順になっています。（図表4-26、図表4-27）

笠岡市内来訪者が、笠岡市内以外で最も多い圏域内周遊先は「倉敷市玉島地域」で71.3%です。（図表4-28）

また、圏域外で立寄る市区町村は広島市中区（広島県）が18.9%で最も多く、次いで京都市下京区（京都府）です。（図表4-29）

来訪者の平均昼間滞在時間は1時間59分です。

■図表4-24 「笠岡市」来訪者の属性■

順位	国名	構成比(%)
1	中国	17.3
2	米国	12.6
3	韓国	11.9
4	台湾	11.2
5	香港	6.0

■図表4-25 「笠岡市」来訪者の流入経路■

順位	流入経路	流入率(%)
1	国道2号/山陽本線（西からの流入）	27.6
2	山陽新幹線（東からの流入）	24.0
3	山陽本線（東からの流入）	14.9
4	山陽自動車道（東からの流入）	4.9
5	山陽新幹線（西からの流入）	2.8

■図表4-26 「笠岡市」来訪者の旅程■

旅程区分	3日以下	18.0%
	4-6日	25.9%
	7日以上	56.1%
平均泊数	6.95	
域内宿泊無	88.5%	
域内宿泊有	11.5%	

■図表4-27 「笠岡市」来訪者の宿泊地■

域内宿泊率 3.5%			域外宿泊率96.5%		
順位	市区町村名	宿泊率(%)	順位	市区町村名	宿泊率(%)
1	倉敷市	1.6	1	京都市下京区	4.5
2	笠岡市	1.5	2	広島市中区	3.9
3	浅口郡里庄町	0.2	3	大阪市中央区	3.7

■図表 4-28 「笠岡市」来訪者の周遊エリア■

順位	周遊エリア	来訪率(%)
1	倉敷市玉島地域	71.3
2	倉敷市中心部	69.7
3	浅口市	63.7
4	総社市	15.0
5	里庄町	13.3

■図表 4-29 「笠岡市」来訪者の立寄り■

順位	市区町村名	立寄り率(%)
1	広島市中区	18.9
2	京都市下京区	18.0
3	大阪府中央区	16.2
4	廿日市市	12.7
5	新宿区	12.3

〈訪日外国人旅行者の動向〉

我が国における訪日外国人旅行者数は、2017年（平成29年）には2,869万人と過去最高となっており、5年連続で過去最高を更新し、2020年（平成32年）に4,000万人にするとの目標に向け堅調に推移しています。

国別の内訳をみますと、2017年（平成29年）では、1位中国、2位韓国、3位台湾、4位香港で、これらの国だけで訪日外国人旅行者総数の約75%を占めています。

近年の訪日外国人旅行者の消費傾向としては、モノを所有することに価値を見出す、欲しいモノを買うことが目的の「モノ消費」より、商品やサービスを購入したことで得られる体験に価値を見出す、何かをするコトが目的の「コト消費」の伸びが大きくなっています。

訪日外国人旅行者総数に占めるリピーターの割合は、近年60%程度で推移していますが、訪日外国人旅行者数の増加に伴い、リピーター数も大きく増加しています。リピーターは、1人当たりの消費支出額も高く、地方部へ多く訪れています。

本市においては島（特に白石島と真鍋島）を中心として欧米（特にヨーロッパ）等から一定の外国人旅行者が訪れているものの、宿泊施設や島内での食事場所等の不足及び受け入れ体制のソフト面が充実していない等の問題があります。

(2) 可能性と課題

<可能性>

- 本市における大きな観光資源は「瀬戸内海・笠岡諸島」「笠岡湾干拓地」です。島しょ部の豊かな自然環境や新鮮な水産物、広大な干拓地の景観等、この地域独自の地域資源を活かした取組が期待されます。
- 2011年（平成23年）に開業した道の駅笠岡ベイファームは、周辺の景観作物や季節ごとのイベントにより多くの方が来場し、現在では年間85万人以上の来場者となっています。
- その他の観光資源としては、世界に一つしかない「カブトガニ博物館」、文化勲章受章の日本画家・小野竹喬の画業を伝える「竹喬美術館」があります。
- 備中・備後の食と観光スポットをつなぐ「備中備後麺の道」事業がラーメンのまち全国展開プロジェクト推進委員会（事務局：笠岡商工会議所）において推進されており、尾道ラーメン、笠岡ラーメンとの連携、さらには倉敷のうどん、ひいては讃岐うどん等との連携が考えられています。
- 瀬戸内を豪華客船でクルーズする「ガンツー・GUNTU」の運航も行われており、観光客のニーズに合った観光メニュー・商品開発をさらに拡大していくことが期待されます。
- 訪日観光客数は、さらなる拡大が見込まれます。本地域でもこれらの需要を効果的に取り込んでいくことが期待されます。また、本市の近隣の倉敷市、広島県福山市や広島県尾道市などには、多くの外国人を含め観光客が来訪しています。

<課題>

- 本市への観光客は、日帰り客が多く、宿泊客はわずかです。また市内での回避性も低いというのが実状です。また、近隣の倉敷市、広島県福山市や広島県尾道市などに訪れた観光客を本市に立ち寄ってもらう広域連携の視点に立った取組が必要です。
- 2014年（平成26年）度から「観光コーディネーター」が配置されました。今後は観光団体のさらなる体制強化が求められます。
- 観光資源への交通アクセス、施設、土産等のハード的な点でも弱さが目立ちます。
- かさおかブランド協議会を通して、かさおかブランドの育成に努めていますが、かさおかブランドの認知度はまだまだ低い状況です。
- インバウンドへの対応は、ハード、ソフトとも充分ではありません。
- 本市の観光事業者は、経営者の高齢化、後継者不足等により減少の傾向にあります。
- 宿泊業における「今後、取り組みたいこと」としては、「店舗の改築・設備更新」「公衆無線LAN（Wi-Fi）環境の整備」があげられています。

4 農業・水産業の現状及び可能性と課題

(1) 農業の現状

〈農業〉

本市では、瀬戸内の温暖な気候に恵まれ、酪農、肉用牛、養鶏等の畜産物、もも、ぶどう、イチジク等の果樹、稲麦、豆類等の穀類、いちご、なす等の野菜、花き等、多彩な農畜産物が生産されています。

農林業センサスによると、農家数は1995年（平成7年）に2,942戸でしたが、2015年（平成27年）には半減し、1,636戸となっています。農家の中でも小規模な自給的農家の割合が多くなっており、笠岡湾干拓地を除く地域では、農家数の減少と小規模化が進んでおります。（図表4-30）

経営耕地面積は1995年（平成7年）に1,020haでしたが、2015年（平成27年）には約25%減少し、762haとなっています。経営耕地の中では、田と樹園地は年々減少していますが、畑は逆に増加しており、1995年（平成7年）には、田が最も多かったが、2015年（平成27年）には、畑が最も多くなっています。（図表4-31）

■図表4-30 農家数■

	農家数（戸）				
	総数	専業	第1種兼業	第2種兼業	自給的農家
1995年 （平成7年）	2,942	(7.4) 217	(4.4) 128	(30.1) 886	(58.2) 1,711
2000年 （平成12年）	2,463	(8.4) 207	(2.7) 66	(28.3) 698	(60.6) 1,492
2005年 （平成17年）	2,218	(8.3) 184	(1.8) 39	(21.1) 469	(68.8) 1,526
2010年 （平成22年）	1,985	(9.7) 192	(2.1) 42	(17.2) 341	(71.0) 1,410
2015年 （平成27年）	1,636	(8.3) 136	(2.2) 36	(14.0) 229	(75.5) 1,235

() は、構成比 (%)

資料：農林業センサス

■図表4-31 経営耕地面積■

	経営耕地面積（ha）			
	総数	田	畑	樹園地
1995年 （平成7年）	1,020	608	300	112
2000年 （平成12年）	935	512	338	85
2005年 （平成17年）	817	282	488	47
2010年 （平成22年）	787	279	464	44
2015年 （平成27年）	762	211	520	30

資料：農林業センサス

農業者の高齢化や農業の担い手・後継者不足による農業従事者の減少に伴い、耕作放棄地が増加し、農地の荒廃化、森林化が進んでいます。有害鳥獣による被害も多発しています。

※農林業センサス：農林業センサスは我が国の農林業の生産構造、就業構造を明らかにするとともに、農山村の実態を総合的に把握することにより、農林行政の企画・立案・推進のための基礎資料を作成することを目的に、5年ごとに行う調査。

※自給的農家：経営耕地面積30a未満かつ農産物販売金額が年間50万円未満の農家。

〈笠岡湾干拓地〉

1990年（平成2年）に完成した笠岡湾干拓地においては、大規模営農の推進を行ってきており、農業法人の参入を促すことで遊休地の解消に努めています。

また、岡山県と本市が所有する笠岡湾干拓粗飼料基地へも農業法人の誘致を進め、その結果、粗飼料基地北端エリア 22ha に、農業法人が大規模園芸施設や育苗施設を設置するなど農業関連施設の整備が進んでいます。

2011年（平成23年）8月には「道の駅 笠岡ベイファーム」が開業し、周辺の景観作物や季節ごとのイベントにより多くの方が来場され、地域情報の発信拠点となっています。

〈畜産業〉

畜産業においては、笠岡湾干拓地を中心に乳用牛、肉用牛あわせて約 6,900 頭が飼育され、県内でも最大規模の畜産経営地域となっています。また市内北部では、養鶏業も営まれており、約 66.5 万羽の採卵鶏が飼育されています。（図表 4-32）

畜産業においても、高齢化や後継者不足、資材や燃料の高騰等厳しい状況が続いています。また飼養数増加に伴う家畜排泄物処理や環境問題（臭気・水質等）への対応が求められています。

■図表 4-32 家畜飼育状況■

（単位：戸、頭、羽）

年	乳用牛		肉用牛		豚		鶏		
	農家数	頭数	農家数	頭数	農家数	頭数	産卵鶏羽数	ブロイラー羽数	
2009年 （平成21年）	13	2,227	14	4,607	-	-	11	510,800	-
2010年 （平成22年）	13	2,239	13	4,474	-	-	9	486,000	-
2011年 （平成23年）	12	2,406	12	4,388	-	-	8	472,900	-
2012年 （平成24年）	11	2,426	12	4,493	-	-	6	490,900	-
2013年 （平成25年）	10	2,520	10	4,326	-	-	6	463,400	-
2014年 （平成26年）	10	2,439	12	4,198	-	-	7	681,400	-
2015年 （平成27年）	10	2,576	12	4,027	-	-	7	521,600	-
2016年 （平成28年）	10	2,904	12	3,855	-	-	7	663,900	-
2017年 （平成29年）	10	3,053	11	3,808	-	-	8	665,100	-

（注）2014年（平成26年）までは、基準日が8月1日現在
2015年（平成27年）からは、基準日が2月1日現在

資料：岡山県

(2) 水産業の現状

本市は、海に面していることから、大島地区、神島、高島、白石島、北木島、真鍋島、大飛島、小飛島、六島等は、昔から水産業が盛んな地域でした。

漁業センサスによると2010年(平成22年)の漁業経営体数は201経営体でしたが、2015年(平成27年)には、137経営体に減少しています。(図表4-33)

環境の変化や乱獲によって漁獲高も減少しています。また高齢化、後継者不足等によって漁業従事者も減少しています。

■図表4-33 漁業種類別経営体数■

年	計	海面漁業(経営体)										海面養殖(経営体)
		小型底引網	敷網	刺網	釣	はえ縄	ひきよせ網※1	定置網	採貝	採藻	その他の漁業	
2010年(平成22年)	201	92	-	26	33	-	1	23	-	-	15	11
2015年(平成27年)	137	60	-	16	14	2	2	25	-	-	9	9

注：※1は、地びき網、ばっち網、舟びき網を一括したものです。

資料：漁業センサス

(3) 可能性と課題

<可能性>

- 第1次産業全体で見ると、温暖な気候と海と陸の様々な環境を活かした多様な資源があります。
- 農業のうち、国内屈指の経営規模を誇る酪農・養鶏を中心とした経営規模拡大が進んでいます。
- 笠岡市の大きな地域資源である笠岡湾干拓地については、有効利用が期待されており、干拓地では、バナナ・パパイヤ・初乳等の特徴的な素材も含め、6次化による商品化が期待されています。
- 肥育牛のプライベートブランド化の取組もみられます。
- 市内にはこれら畜産や養鶏の活性化のための畜産クラスター協議会や養鶏クラスター協議会を通して生産性向上や規模拡大等の取組が行われています。

<課題>

- 笠岡湾干拓地を除く地域では、農家数の減少と小規模化が進んでおり、耕作放棄他の増加、農地の荒廃化が進んでいます。有害鳥獣による被害も多発しています。
- 畜産業においては、高齢化、後継者不足、資材・燃料の高騰が続いています。家畜排泄物処理や環境問題(臭気・水質等)への対応が求められています。
- 水産業においても高齢化、後継者不足等により漁業従事者も減少しています。また環境変化や乱獲により漁獲高も減少しています。

第5章 産業振興ビジョンの基本的方向

1 産業振興ビジョン改訂の考え方

2014年（平成26年）3月に策定された「笠岡市産業振興ビジョン」の計画期間が、2018年（平成30年）度で終了するため、今般2019年（平成31年）度～2023年度を計画期間とする産業振興ビジョンの改訂を行ないました。

産業振興ビジョンの改訂にあたっては、これまでの取組成果を念頭に、さらに近年の経済を取り巻く環境の大きな動向、すなわち「人手不足」「後継者難」「労働生産性の伸び悩み」「働き方改革」、止まらない「人口減少」「少子高齢化」等の問題・課題や「進化する情報通信技術」や「インバウンドの拡大」等の有効な対応が求められる要因等について踏まえました。

また、各地域で展開されている地域活性化の新しい取組についても着目しました。

産業振興の主役である市内の事業者・関連業界団体の現在の状況や経営・活動に対する考え方を把握し、実効性のある計画を策定するため「事業者アンケート調査」「団体ヒアリング」を実施しました。

時代の潮流に対応した、地域が一体となって持続可能な地域経済の確立を目指すことを目的として産業振興ビジョンの改訂を図りました。

産業振興ビジョンが単なる計画に終わらない「実効性」と「継続性」のあるものとし、具体的な成果の実を結んでいくためには、事業者の創意工夫及び自主的な経営努力を尊重し、事業者、関連業界団体、国・県の産業支援機関、金融機関、学校、NPO等のまちづくり団体及び市民と市が相互に連携し、協働により産業振興を進めていくことが重要です。

2 基本理念

今般の産業振興ビジョン（改訂）の基本理念は2014年（平成26年）3月に策定された「笠岡市産業振興ビジョン」における基本理念を踏襲することとします。

基本理念

笠岡のまちを豊かにする
多様なしごとが生まれる場づくり

キャッチフレーズ

—しごとが生まれ育つまち笠岡—

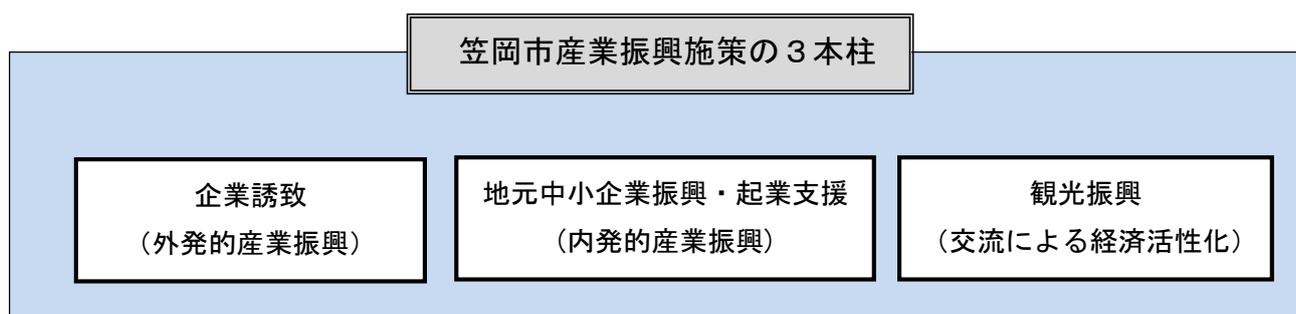
今、本市の地域の活力を創出するために本当に必要なことは、多様な「新しいしごと」が生まれる環境づくりです。新しいしごとは、地域の潜在力を結集し、互いに連携することを通してイノベーションを創出することにより生まれます。

新しく生まれたしごとは、地域に新たな市場と産業を生み出すとともに、地域経済の規模を拡大し、笠岡のまちを豊かにします。

そのため、本ビジョンでは「笠岡のまちを豊かにする、多様なしごとが生まれる場づくり」を基本理念とします。

3 戦略方針

産業振興ビジョンの実現に向け、多様な取組を戦略的に進めていくための柱として、次の3つの柱を設定します。なお、この3つの柱についても2014年（平成26年）3月に策定された「笠岡市産業振興ビジョン」において設定された柱を踏襲しました。



第1の柱：企業誘致（外発的産業振興）

地元で安定した雇用を創出するためには、企業誘致は有効な方策です。本市の地理的な位置は、関西、九州、四国エリアまでの輸送距離が片道4～5時間という企業にとって優れた立地条件にあります。

新たな企業の進出は、地元にとっては新たな需要が発生し、また外部資源を呼び込むことで地元中小企業振興にもつながるものです。

「笠岡市産業連関表作成及び地域経済構造分析業務報告書」（2017年（平成29年）3月）において提言されている「本市における育成すべきリーディング産業群」に沿った企業誘致が期待されます。

積極的に企業誘致を図り、雇用の場を拡大・確保するとともに、既存の地元企業との連携・融合により新たな事業活動の創出を目指します。

〈テーマ〉

企業を呼び込み多様なしごとが生まれ育つ豊かなまち・かさおか

第2の柱：地元中小企業振興・起業支援（内発的産業振興）

市内の企業は中小企業が大部分を占めており、事業所数、従業者数は減少傾向で推移しています。

地元中小企業が抱える問題点・課題に対応した支援の展開や、意欲ある事業者が新たに取り組むビジネスの支援、起業家精神が旺盛な人材が起業し、成長しやすい環境を整えること等によって地元中小企業の振興を図ります。

多様な特徴をもつ中小企業同士が交流・連携することによりイノベーションが創出され、地域に新事業・新産業が生み出されることも期待されます。

農産物については、農産物を生産・出荷するだけでなく、加工・流通とつなぎ、付加価値を高める取組を展開します。

地元企業を強化し域外からのマネーを獲得し、地元自給率を高めマネーを域内で循環させる域内産業の振興を目指します。

〈テーマ〉

つながりが生む循環型経済のまち・かさおか

第3の柱：観光振興（交流による経済活性化）

本市の居住人口や事業所を対象としたマーケットは縮小傾向が続いています。このため市内の消費拡大だけでなく市外からの交流人口の拡大を図っていくことが極めて重要です。

交流人口の拡大のために、「瀬戸内海・笠岡諸島」「笠岡湾干拓地」等の本市の特徴・地域資源を活かした観光産業の振興を推進します。

地域資源の再評価等によるブランド力の強化と魅力ある観光資源の創出、効果的な情報発信・プロモーション等により国内観光客の誘致、修学旅行の誘致、インバウンド誘致等、誘客拡大の取組を進めます。

本市だけではなく周辺市町との広域的な連携による取組により、さらに効果的な観光振興を図れることが期待されます。

本市が「住んでよし」のまちだけでなく、「訪れてよし」のまちを地域一体となって創りあげ、稼げる地域づくりを目指します。

〈テーマ〉

地域がつくる潤いに満ちあふれる観光のまち・かさおか

※プロモーション：商品（サービス）の販売、認知、理解、好感度、ブランドロイヤリティの促進・向上させる一切の活動。

4 施策体系

産業振興ビジョンの実現に向けて設定された3つの戦略方針に基づく施策の体系は次のとおりです。

■図表5-1 施策の体系■

第1の柱：企業誘致（外発的産業振興）

- 1 新しい工業用地の確保・整備
- 2 企業誘致の推進
- 3 誘致企業への支援

第2の柱：地元中小企業振興・起業支援（内発的産業振興）

- 1 経営安定化に向けた支援（経営基盤強化等）
- 2 地域一体の新事業創出・事業承継サポート
- 3 販路開拓サポート体制の強化
- 4 新しいビジネス機会の創出
- 5 商店街の振興
- 6 域内循環型経済活性化のための「かさおかブランド」の充実・創出
- 7 企業の魅力発信（企業・市民・行政が一体となって情報PR・発信）
- 8 地元企業が求める人材の確保・育成

第3の柱：観光振興（交流による経済活性化）

- 1 観光客の拡大につなげる観光メニューとブランド化
- 2 観光客受け入れ体制の整備
- 3 効果的な情報発信（笠岡を知ろう、情報発信基地をつくろう）
- 4 各種イベント等を通じたにぎわいの創出
- 5 地域資源への誇り・愛着の醸成と地域ごとの魅力開発

第6章 産業振興施策の取組

「戦略」の柱ごとに「重点産業振興施策」とそれに関連する「アクションプラン」及び今後5年間の「目標指標」（成果指標＝アウトカム）を以下に示します。

第1の柱 企業誘致（外発的産業振興）

本市にある県営工業団地の分譲できる用地が少なくなっています。このため、企業のニーズに対応した新たな工業用地の確保・整備を図っていきます。

ワンストップで企業誘致に関する諸問題に対応できる体制の強化を図り、見込先企業の情報収集に努め、積極的に企業誘致を推進します。

また誘致企業への従業員確保のための支援や、助成・奨励金制度による支援等を行い、誘致企業が進出しやすい環境を整えます。

企業誘致活動の各段階において岡山県等と連携した取組を進めます。

※ワンストップ：1箇所で用事が足りること。1箇所で何でもそろふこと。「一サービス」。

重点産業振興施策

施策の展開にあたっては、次のような「基本的な考え方」を踏まえて具体的な取組を行ないます。

■ひろげる

企業誘致を推進するにあたって成果を達成していくためには、今までなかった新たな取組が必要となる場合があります。

新しい体制、新しい事業によって活動領域を広げ、成果を達成していくことが求められます。

■みちびく

一つの事業・活動が動き出し、順調に進み、成果をあげるためには、まず「ターゲットの発見」「動機付け」「打診」「ネゴシエーション」等々の努力が必要です。またしっかりと成長させるためには栄養を与えたり、リードしたり、背中を押して前進させるといった努力も必要です。

■ささえる

企業誘致等、外発的な産業振興にあたっては、当事者の努力がまず必要です。しかしその努力が成果をあげていくためには、周りからの様々な支援も重要です。

外発的な産業振興を地域一体となって育て発展させていくためには、事業・活動の各々の段階で、様々な人材、事業者、団体、行政等が支援を図っていくことが必要です。

1 新しい工業用地の確保・整備

本市には、県営工業団地である「笠岡港（港町地区）工業用地」以外に公的な工業用地はありませんが、この工業団地については分譲が順調に進み、分譲できる用地は少なくなっています。また、岡山県内においても、県南部を中心に工業用地が不足している状況です。さらに、市内の民有地も、空き用地がほとんどない状況です。

今後、企業の事業拡大や企業が用地を探しているといった要望に適切に対応するためには、工業用地として適した民有地の活用や、民間活力を利用した工業用地の造成等により工業用地の確保を進めていきます。

アクションプラン

- 【プラン①】工業用地の適地調査実施
- 【プラン②】民間活力を利用した工業用地造成・確保

2 企業誘致の推進

企業誘致の活動は「企業情報の調査・収集」「企業訪問」「岡山県との連絡調整」「進出企業のアフターフォロー」等がありますが、これらにワンストップで迅速に対応する体制として「企業誘致推進室」が設置され、現在担当職員1名と専門コーディネーター1名が配置されています。今後は、さらに体制の強化を図り、積極的な企業誘致に取り組みます。

本市においては国道2号バイパスのほか、山陽自動車道においては（仮称）篠坂PAスマートインターチェンジの設置が検討されているなど広域交通アクセスの格段の向上が期待される中、本市には鉄鋼大手が進出しているほか、合成樹脂繊維製品大手の進出が決まっています。それぞれの大手企業を核として鉄鋼関連、合成樹脂関連それぞれの傘下中堅中小企業のほか、関連分野のベンチャー企業等の集積、さらには関連する物流企業の誘致を図り、新事業が創出できる事業環境の整備を進める地域主導型の笠岡版産業クラスターの形成を念頭に置いた企業誘致等、経済波及効果の高い産業群や成長が期待できる企業等、ターゲットを絞った誘致活動を推進します。

企業誘致においては、企業の進出意向の情報を効果的にキャッチすることが重要です。

そのため、笠岡商工会議所の会員や不動産関係団体、金融機関等との連携や企業立地セミナー等への積極的な参加等を行っていきます。

アクションプラン

- 【プラン①】企業誘致推進部門の強化
- 【プラン②】笠岡版産業クラスターの形成を念頭に置いた企業誘致の推進
- 【プラン③】企業誘致見込先企業の情報収集
- 【プラン④】企業立地セミナーへの参加等による情報発信

3 誘致企業への支援

誘致企業が進出しやすい環境を整えるために支援を行っていきます。

誘致企業の操業開始に伴い、新規の雇用が必要となります。現状では、有効求人倍率は高止まりで、人手不足により誘致企業にとって従業員確保は大きな課題となっています。

このため笠岡雇用開発協会と連携し、インターンシップ等体験型育成プログラムの実施や、地元学生への就職説明会の開催等の取組を行います。

誘致企業に対する「助成・奨励金制度」や製造業に対する緑地面積基準の緩和等の「優遇制度」は設けられていますので、優れた立地条件等と併せて積極的にPRしていきます。

また、起業・事業展開にあたっての様々な課題については、「かさおか創業サロン」や県のよろず支援拠点の活用により支援を行います。

アクションプラン

【プラン①】進出企業の従業員確保の支援

【プラン②】奨励金制度・優遇制度による支援

【プラン③】プラットフォーム（かさおか創業サロン・岡山県よろず支援拠点）の活用

目標指標

指標名	実績値 2017年度 (平成29年度)	中間目標値 2021年度	目標値 2023年度
笠岡港工業用地での新規操業開始企業数（企業/年）	2	1	1
その他の場所での新規操業開始企業数（企業/年）	1	2	2

(注)「目標指標」は「笠岡市第7次総合計画」の達成目標対象指標に準拠した。以下同様。

第2の柱

地元中小企業振興・起業支援（内発的産業振興）

地元の中小企業振興のため、企業コーディネーターの訪問を通して、中小企業が抱える経営課題の解決のための支援や金融支援、経営基盤強化等の支援を行います。また市内事業者の交流・連携を図り新たな事業展開、新産業創出を目指します。

意欲ある人材や事業者の起業、新事業創出への取組をワンストップで支援していきます。

市内の中小企業では、後継者がいないため廃業に至るケースも増えています。

このため、事業承継についても関係機関と連携して取り組んでいきます。

地元中小企業は、「販路拡大」を大きく望んでいます。国内及び海外に向けての販路開拓について支援を行います。地域の品物を取り扱う「地域商社」の創設についても検討します。

農水産業については6次産業化や商業・工業・福祉等と連携した新しいビジネスの展開が期待されます。このような取組について推進します。

市内中心部の求心力の低下が顕著です。このため中心市街地のにぎわいを取り戻すための取組を行ないます。

コミュニティビジネス、廃校や古民家を活用したビジネス等新しいビジネス機会の創出を支援します。

地元中小企業においては効果的な情報発信が求められています。SNSの活用等による企業の情報発信の強化に取り組みます。

地元中小企業の抱える大きな課題は労働力の確保です。このため産業人材の育成や市内高校生の地元企業への就職促進、多様な働き方等による多様な働き手の確保についての取組を推進します。

重点産業振興施策

施策の展開にあたっては、次のような「基本的な考え方」を踏まえて具体的な取組を行ないます。

■はじめる

一つの事業・活動が具体的に立ち上がり、動き出していくためには、「種まき」「醸成」「動機付け」「プランニング」等々の努力が必要です。またしっかりと成長させるためには栄養を与えたり、相談にのったり、共に進んでいくことも必要です。つまり「芽を出させ、守りはぐくむ」という観点の取組が重要です。

■ささえる

地元の中小企業の振興等、内発的な産業振興にあたっては、当事者の努力は言うまでもなく必要です。しかしその努力が成果をあげていくためには、周りからの様々な支援も重要です。

内発的な産業振興を地域一体となって育て発展させていくためには、外発的な産業振興と同様に事業・活動の各々の段階で、様々な人材、事業者、団体、行政等が支援を図っていくことが必要です。

■つながる

事業・活動は、持続し、進展し、成果を拡大していく取組が求められます。地理的に広がったり、かかわる人・事業者・分野等のつながりにより成果をあげ、やがてその事業・活動は新たなステージへとグレードアップしていくことが期待されます。

1 経営安定化に向けた支援（経営基盤強化等）

サービス需要の域外流出や市内人口の減少等を背景として、市内の事業所数が減少しています。また市内の中小企業においては、設備の老朽化による生産性の低下への対応も求められています。

このため、行政、市民、事業者及び笠岡商工会議所、岡山県産業振興財団等の協働により地元中小企業の振興を積極的に進めます。

一方で、人口減少、少子高齢化といった時代の流れにより、市内だけのマーケットでは事業継続が厳しくなっているサービス業、建設業等の業種においては、県境を越えた広域的な連携の中で事業継続・拡大が図れる体制づくりを検討します。

企業コーディネーターが企業訪問を行い、事業者の抱える問題を洗い出し、解決するための支援を行います。また、企業コーディネーターを中心に、地元中小企業内での情報交換・意見交換を推進し、新たな事業展開・マッチングを図っていきます。

中小企業の実産性向上のためには、ITの利活用は重要です。市内の、特に小規模事業所ではIT化が進んでいないのが実状です。このためIT化についての支援にも取り組みます。

中小企業の実産投資を促進し生産性の向上を支援するとともに、新たな事業展開や経営の安定のため、金融機関から資金が調達できるよう融資制度の充実を図ります。

また、市内事業者の同業種・異業種交流、企業間連携、産学官連携等により、新たなイノベーションが起こりやすい環境づくりを進めます。

アクションプラン

- 【プラン①】 プラットホーム（岡山県よろず支援拠点、福山ビジネスサポートセンター）の利用促進支援
- 【プラン②】 企業（産業支援）コーディネーターの活用・育成
- 【プラン③】 ICT（情報通信技術）、AI（人工知能）、ビッグデータの活用支援
- 【プラン④】 経営安定化・設備投資に向けた金融支援
- 【プラン⑤】 異業種・同業種の交流・連携
- 【プラン⑥】 産学官金の連携

2 地域一体の新事業創出・事業承継サポート

ワンストップで起業・二次創業、新事業展開について支援を行うために市内金融機関、笠岡商工会議所及び本市が連携して「かさおか創業サロン」を設置しています。意欲ある創業者や既存企業を「かさおか創業サロン」でサポートし、新事業の創出を図っていきます。

「かさおか創業サロン」では、事業計画の相談から事業の立ち上げ、事業の進捗状況に応じた相談を行ない、創業希望者や創業者を支援します。

また笠岡商工会議所が実施している「かさおか創業塾」についての支援や創業塾生のフォローアップにも取り組みます。また、将来の笠岡の産業振興を担う高校生、大学生等若者への起業についての講演等を検討します。

新事業への取組を進めるにあたっては、マーケットのニーズや、新しいビジネスモデル等について把握しておく必要があります。このための「情報収集・調査・分析」の支援を行いません。

市内の中小企業や第1次産業では、経営者の高齢化や後継者不在のため、廃業が増える傾向にあります。特に、「儲かっているが後継者がいない事業」「市民にとって必要な事業」については、事業が継続できるよう支援していくことが必要です。

このため、笠岡商工会議所と連携して中小企業の事業承継を支援するとともに、若手経営者の育成を推進していきます。また岡山県事業引継ぎ支援センターと連携し、後継者のいない中小企業者のM&AやMBOを進めるとともに、事業を立ち上げようとするものと後継者を探している事業者とのマッチングを図る後継者バンクの創設等を検討します。

さらに、本市においては、国道2号や山陽自動車道笠岡インターの近接による広域からのアクセスは整備されているものの、開発可能な用地の少なさ、市街地内道路の狭さ等基本的なインフラ整備に若干の遅れがみられます。

今後は、市街地内主要道路の整備とともに、企業遊休地や十分な活用ができていない公共施設等の有効活用を図り、新事業が展開できる環境づくりに努めます。

アクションプラン

- 【プラン①】 プラットホーム（かさおか創業サロン）の支援
- 【プラン②】 企業や消費者の新しいニーズに関する情報の収集・調査・分析
- 【プラン③】 創業塾の支援・創業塾生のフォローアップ
- 【プラン④】 事業承継支援センターの活用
- 【プラン⑤】 創業者と廃業者のマッチング支援
- 【プラン⑥】 事業承継補助金の活用

3 販路開拓サポート体制の強化

「事業者アンケート調査」によると、製造業において「今後、取り組みたいこと」の上位に、「新たな市場の開拓」があげられています。また卸・小売業、サービス業における「主要な課題」の上位に、「販売先・取引先の拡大」があげられています。

地元企業においては、新たな顧客の開拓、販路開拓はきわめて重要です。このため、これらについての支援を行います。

新たな顧客の開拓、販路開拓においては、見本市や物産展、商談会等への出展は有効な方策です。しかし、これらへの参加については、情報収集から当日の参加まで、中小企業だけで行うには人的、経済的な負担が大きくなります。このため中小企業の参加について、負担を軽減したり、情報発信が行ないやすい支援を行います。

また、地元製品のバイヤーと見込まれる関係者を対象として、現場へ足を運んでもらうバイヤー（ファム）ツアー等についても取り組みます。

地元中小企業の新しい販路として海外の市場も検討する必要があります。このため産業支援機関と連携して海外ビジネスサポート体制の強化を図ります。

地元産品の販売を市外・海外に広げる手段として、地域の品物を取り扱い、マーケティングや営業、販売、流通等を担う「地域商社」の創設を目指します。

アクションプラン
【プラン①】 販路開拓支援 【プラン②】 見本市・物産展・商談会等についての支援 【プラン③】 バイヤー（ファム）ツアーの実施 【プラン④】 地域商社の創設

4 新しいビジネス機会の創出

第1次産業（農林水産業）が農水産品の生産だけにとどまらず、加工・製造・販売につなげたり、観光農園や農家レストラン、農家民宿としてのサービス提供を図る等の「6次産業化」は各地で進められていますが、本市での取組は十分とはいえません。本市では「6次産業化」の更なる拡大を目指します。

現在、本市では、「干拓地でのバナナ・パパイア・初乳等の特徴的な素材を用いた6次化」の動きもみられます。

「6次産業化」推進のため、県等と連携した6次産業化の意向がある生産者への補助制度や、異業種間とのマッチング等による支援を行っていきます。

また、農業が商業や工業あるいは福祉と連携して取り組む新しい商品の開発・普及や、農作業を活用した障がい者・高齢者等への支援を行う取組等を推進します。

学校給食において地元食材を利用したり、飲食店等においても地元食材を調達する等、地元食材を地域で消費する地産地消の取組を強化します。

また、介護・福祉、子育て等、社会が抱える課題をNPO等が主体となって解決するコミュニティビジネスの創出を支援します。

さらに古い店舗・オフィスビルのリノベーションや古民家の集客施設等としての活用、廃校のコミュニティ施設等の活用等について各地に成功事例もみられます。本市でも、これらの取組について支援していきます。

このような社会に潜在化した需要等についてのビジネスモデルを検討するためには、企業、学校、医療福祉機関、行政、市民活動団体等幅広い分野が連携し、ニーズの共有化を図り、新たなサービス・商品の開発を図っていく取組が求められます。

アクションプラン
【プラン①】 6次産業化の推進 【プラン②】 農商工福連携の推進 【プラン③】 地産地消の推進 【プラン④】 コミュニティビジネス創出の支援 【プラン⑤】 空き店舗・古民家・廃校の活用の支援

5 商店街の振興

中心市街地の商店街は「商店街」という言葉が馴染まないほど、年々厳しい状況が続いています。

商店街がかつてにぎわっていたのは、買物の場であるなど商店街に行く明確な理由がありましたが、現在では、大型店やインターネット通販など、商品を手に入れる方法は多様化し、人の流れも変化しています。それに合わせ、商店街が果たすべき役割も変化してきています。

これからは、今の商店街がかつての「商店街」に戻すことを考えるのではなく、商店街を利用する新しい意味を考えることが必要です。

経済産業省の検討機関である「新たな商店街政策のあり方検討会」の中間報告(2017年(平成29年)6月)によれば、今後の商店街のあり方としては「商店街の空間としての再評価」、「まちづくりとの連携」、「個店対策」、「空き店舗対策」、「資産所有者の責任」等の方向性が示されています。

「商店街の空間としての再評価」は、商店街をまちの資産として再評価し、コミュニケーションを作る場として新しい価値を与えることで、新しい役割を発揮させることができるのではないかとされています。その上で、「まちづくりとの連携」では、10年、20年のまちづくりの中で地域の商機能や商店街はどうあるべきかについて、地域の中で合意形成していくことが必要であり、商店街を商機能を担う既存のインフラ・資産として活用しつつ、単に商品やサービスを提供する場所ではなく、まちに必要とされるプラスアルファの価値を付けたものとし、住民が集うまちの拠点としていくことが必要とされています。

併せて、まちづくりの過程が、特に商店街のかつてのにぎわいを経験していない若い世代が増えており、商店街が新しい活力を取り込んでいくためにも、若い世代とのコミュニケーションを取ることを考える必要があるとされています。

そのためには、まちづくりの視点から商店街を考えていき、活性化させるためには、行政だけでなく、官民をつなぎ効果的に地域の事業を推進できる体制づくりが必要とされています。

「個店対策」とは、まちづくりの視点からみると、商店街には差別化された商品・サービス提供を行うなど、行きたくなる魅力ある個店の立地が不可欠であるとともに、個店の集まりである商店街のターゲットを「高齢者等地域住民」「観光客」等に特化させる戦略も一方で必要とされています。

このような個店対策を充実させるためには「空き店舗対策」、「資産所有者の責任」といった店舗の活用が大切であると指摘した上で、空き店舗のリニューアルや活用方法についての金融機関等専門家のチェック、アドバイスの必要性とともに、土地・建物の資産所有者の商店街ビジョンの情報共有と空き店舗のリニューアルや活用方法についての協力が必要であるとされています。

本市に当てはめてみると、商店街の店舗は「点」として点在する存在であり、かつ、住居一体型の店舗がほとんどであることから、空き店舗等の活用が難しい状況です。

一方で、食品部門を中心に若手が関わる多くの商品が「かさおかブランド」の認定を受けており、産業・技術部門の製帽のように独自に技術をもつ製品も認定されており、これらが商店街を通して店舗販売等が実現できれば、今後も若手を中心とした独自の製品が生まれることが期待されます。

そのため、当面、集積可能な店舗の確保とリニューアル等についての具体的な計画づくりを行うため、資産所有者と情報共有を図り、協力を得るとともに、行政、商工会議所、金融機関等関係機関による協議の場を設定します。

もう一つの方向性として「キャッシュレス化」があります。一定の条件を満たす中小の対象店舗で商品を購入する際、クレジットカード・電子マネー・QRコードといったキャッシュレス決済を利用した消費者に、購入額の2%をポイントなどで還元するというものです。期間は2019年（平成31年）10月から数か月間に限定される見込みですが、事実上、対象店舗は消費税が据え置かれることとなります。

背景として、進まない中小規模の店舗のキャッシュレス化を促進させる意図が考えられます。中小規模の店舗では導入や運用に係るコストを嫌い、キャッシュレス化されていない店舗が多いため、訪日外国人の不満の1つにもなっているといわれています。

上記に述べた今後の商店街の方向性を考えたとき、キャッシュレス化は避けられないものであり、キャッシュレス決済に対応できる設備導入資金等に対する支援の取組を行政、商工会議所等の連携により推進します。

アクションプラン

【プラン①】店舗の集約とリニューアルに向けての計画づくり

【プラン②】キャッシュレス化に向けての支援

6 域内循環型経済活性化のための「かさおかブランド」の充実・創出

「かさおかブランド協議会」では、市内事業者と教育機関とが連携してかさおかブランドづくりの推進を図っています。

2018年（平成30年）度現在、「産業・技術」部門として3ブランド、「食品」部門として11ブランド、「観光」部門として12ブランドの全26ブランドが認定を受けています。

しかし、認定事業者からは、認定を受けたものの、ブランド認定後の進め方等がわからない、製品や商品をPRしたり、販売したりする場や機会が少ない、ひいては市民への認知度が十分でない、結果として売ろうとしても売れないといった声が聞こえます。

それを解決するためには、かさおかブランドとして認定されるメリット、ブランド力を高め、市民の購買意欲に結び付くような仕組みづくりが必要です。

そのためには、事業者に対しては、認定ブランドになることによる補助金での優遇措置、対外的なPR活動やイベント等の優先的な支援等の充実・強化を図ります。また、本市としても、ふるさと納税の返礼品として積極的にPRを行います。

市民に対して、認定ブランド購入にあたっては、購買意欲を促進するため積極的なPRに取り組めます。

このような取組を通して、既存のかさおかブランドの製品・商品については、地域全体で支援しブラッシュアップを図り、競争力の強化を図っていきます。

ブラッシュアップや競争力の強化は、地元企業とりわけ従業員の割合がもっとも多い製造業のもつ潜在しているオンリーワン、ナンバーワン技術を引き出す大きな力となり、新たなかさおかブランドを創出することが想定されます。

新たなかさおかブランドづくりは、地域経済の循環を創出し、地域活性化に直結する効果を生み出すことが期待されることから、「かさおかブランド協議会」、「かさおか創業サポートセンター」等の連携を通して効果的に推進していきます。

アクションプラン

【プラン①】既存のかさおかブランド製品・商品の充実・強化

【プラン②】かさおかブランド製品・商品に対する優遇措置での支援

【プラン③】市民に対する認定ブランド購入促進及びPRの支援充実

※ブラッシュアップ：磨き上げること。学問などの再勉強や鈍った腕や技の磨き直し。また、一定のレベルに達した状態からさらに磨きをかけること。

7 企業の魅力発信

（企業・市民・行政が一体となって情報PR・発信）

「事業者アンケート調査」によると、地元中小企業においては、効果的な情報発信は大きな経営課題の一つとなっています。また、ブランド認定事業者のように、市内にはオンリーワンやナンバーワンの技術を有する事業者が複数存在していますが、これらの事業者の情報は、域外に十分知られているとは言い難い状況であり、情報発信力を高めることが求められています。

このため、地元中小企業が共通して容易に情報発信するための地元中小企業のポータルサイトである「かさおか夢ワーク」が構築され、企業の情報発信を行なっています。2014年（平成26年）度には、ポータルサイトのリニューアルを行ない、スマートフォン対応等の機能追加を行なっています。今後、機能の充実や発信する情報についてのターゲットやセールスポイントの明確化等、質の向上を図る等により効果的な情報発信を行っていきます。

最近の情報発信はSNSの活用により、特定の人に情報提供できるという状況になっていますので、SNSを活用した情報発信の推進を図ります。

アクションプラン

【プラン①】企業情報の発信強化（SNS等の活用）

8 地元企業が求める人材の確保・育成

団塊の世代が第一線を退き、地元中小企業、特に製造業では技能・技術承継が大きな問題となっています。

技能承継は時間も労力も多くかかることから、中小企業が単独で行うには厳しい現状があります。そのため、関係機関と連携して地域が一体となって技能承継への取組を行います。

近年、企業の採用意欲は高く、就職市場は売り手市場のため、高校生や大学生の大企業志向が高まっています。このため、市内の中小企業は優秀な人材を確保しにくくなっています。地元中小企業に対し、労働力の確保についての支援は極めて重要です。

従来から、市内の高校と地元中小企業の結びつきは強いのですが、今後とも、高校生等の地元企業への就職促進を図るために、地元企業と学生の企業説明会やインターンシップの実施、地元中小企業の魅力発信等により、なお一層の若者の労働力確保に向けての取組を推進します。

現在市内高校と市内事業者が連携して、「産業観光ツアーの企画」や「新商品開発」を行ったり、高校生が商店街の会議に参加し、商店街イベントの企画や運営を行ったり、また、高校の授業の一環として、「親子ものづくり教室」や「笠ショップでの起業家教育」等を実施しています。これらの活動は、地元企業へ就職する動機づけとなることから、今後ともこの取組を推進していきます。

また、小中学生に対しても職場体験を含めたキャリア教育を推進します。

多様な人材の確保のため、国の制度を活用して、高齢者・女性・障がい者・外国人の雇用の安定や雇用環境の整備を図ります。併せて地元企業向けに「ワークライフバランス」「多様な働き方」の啓発活動も推進します。

とくに、外国人の雇用については、今後増加することが予想されることから、まずは雇用者側の適正な労働環境の充実のために必要な支援策の検討を行うとともに、長期滞在に備えた住宅環境の充実をはじめ地域コミュニティへの受け入れ体制、子どもたちの教育環境といった笠岡市で快適な生活が享受できる仕組みづくりの検討を行います。

また、高梁川流域や備後圏域と連携した地元企業参加による県内外での企業説明会により、U・Iターン就職を促進します。

特殊な専門的なスキルを有した人材が必要となった場合には、外部の専門家（アドバイザー）等の活用を図っていきます。

アクションプラン
【プラン①】 地元産業人材育成の研修会・セミナーの開催
【プラン②】 インターンシップ・就職説明会等の支援
【プラン③】 市内高校と地元産業界との交流
【プラン④】 小中学校でのキャリア教育の推進
【プラン⑤】 多様な働き手の確保（高齢者、女性、障がい者、外国人）
【プラン⑥】 多様な働き方の推進
【プラン⑦】 U・Iターンの就職支援
【プラン⑧】 外部人材の活用（地域おこし協力隊、外部専門家（アドバイザー）等）

※団塊の世代：終戦後の第一次ベビーブーム（昭和22年<1947年>から昭和24年<1949年>）に生まれた世代。

目標指標

指標名	実績値 2017年度 (平成29年度)	中間目標値 2021年度	目標値 2023年度

市内農業産出額（千万円/年）（農水省市町村農業産出額推計）	613(2016)	669	700
事業継承支援補助金交付件数（件/年）	0	1	1
起業支援事業補助金の新規交付件数（件/年）	10	8	8
事業所数（経済センサス）（事業所）	—	2,153（2020）	2,145（2024）
従業員数（経済センサス）（人）	—	21,696（2020）	21,796（2024）
従業員4人以上の製造業の事業所数（工業統計調査）（事業所）	123	127	131（2025）
従業員4人以上の製造業の事業所数（工業統計調査）（人）	5,254	5,270	5,286（2025）

第3の柱

観光振興（交流による経済活性化）

現在の笠岡市観光連盟は、観光関係事業者等が会員となった任意組織であり、笠岡市商工観光課が事務局を担っています。しかし、限られた予算と職員体制の中で、長期的視点に立脚した「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを推進していくには十分とはいえません。

本市の観光事業全体をコーディネートし、人材育成や、プロモーション等観光地域づくりのプラットフォームとしての役割を担うことができるよう笠岡市観光連盟等の機能強化・体制の充実を図ります。

観光客の拡大を図るための新しい観光メニュー・商品の開発を行います。特に、本地域においては、「道の駅 笠岡ベイファーム」と連携したメニュー・商品開発等について取り組んでいきます。

観光客が安心して目的地を訪問することができるよう、案内看板や港周辺の待合所等のインフラ整備に取り組みます。

観光振興の大きな柱の一つである地域ブランドづくりの推進のため、新しい資源のブランド化と既存のブランド商品のブラッシュアップを図ります。

また、本市の観光関連情報を国内外に向けて効果的に発信していく取組の推進と、本市の知名度アップ・イメージアップのためのシティプロモーションを強化します。

既存のイベントのパワーアップや、新しいイベントの開発を通じてまちのにぎわいを創出していきます。

観光振興を図る上では、市民の地域資源に対する誇りや愛着が何よりも大切ですので、これらを醸成し、高めていく取組も行います。

笠岡市内にはまだ多くの地域資源が各地に存在します。これらを掘り起こし、誘客を図る等の取組を行っていきます。これらがやがて全市的な観光資源となることも期待されます。

同業者や異業種との交流の場づくりや、井笠地域、倉敷市を中心とする高梁川流域連携中枢都市圏、福山市を中心とする備後圏域連携中枢都市圏との広域連携の取組等を行ないます。

重点産業振興施策

施策の展開にあたっては、次のような「基本的な考え方」を踏まえて具体的な取組を行ないま

す。

■土壌づくり

一つの事業・活動を立ち上げるためには、まず「人づくり」が重要です。また当事者のみで進めるのではなく、他の力や知恵も取り込むといった「輪(和)づくりや」、具体的なアクションに結びつける「場づくり」も必要です。これらが土台となって事業・活動は推進し成果をあげていくことが期待されます。

■ひろがる

産業振興の事業活動を推進するにあたっては、関連する組織や人材、あるいは関係がある地域等と連携、協力して進めることは効果的です。連携・協力の輪を広げたり、様々な分野でのマッチングにより成果をあげていくことが期待されます。

■はぐくむ

観光振興の事業・活動が立ち上がり、動き出していくためには「醸成」「情報発信」「プランニング」等々の努力が必要であり、その努力が成果に結びついていくためには、様々な形での連携や支えが重要です。

1 観光客の拡大につなげる観光メニューとブランド化

本市の特徴、地域資源を活かした魅力ある観光メニュー商品を開発したり、既存の観光メニュー商品をブラッシュアップすることにより、国内観光客の誘致、修学旅行の誘致、インバウンド誘致等、観光客の増加を図ります。

本市には他の地域にはない優位性を備えた笠岡諸島があります。この資源を活かす取組が求められます。例えば「石の文化」をキーワードにした2市2町（笠岡市、丸亀市、土庄町、小豆島町）による日本遺産認定や、神武天皇が即位するまでの旅路の伝承・「神武東遷」に関わる2市2町による日本遺産認定に向けた動きがあります。また北木島での物流・加工業・旅行業の連携による観光メニュー開発、「ガンツー・GUNTU」と連携した活性化策等といった「島」を活かした取組が期待されています。

「島」を強力な資源として、笠岡諸島がそれぞれテーマをもって結びつき、回遊性のある観光資源として位置づけ、新たな観光メニュー商品として仕立て上げる取組を、関係機関と連携して検討していきます。

また、本市において観光客を最も多く吸引しているのは「道の駅 笠岡ベイファーム」です。現在、年間85万人以上の方々が訪れています。さらなる来場者の拡大を図るため、道の駅を「笠岡の玄関口」として位置づけ、観光案内所の設置等、情報発信拠点の核として市内の観光スポット等へ周遊できるような仕掛けについても関係機関と連携して検討していきます。さらに、岡山市、倉敷市、そして福山市に訪れている観光客を本市へ誘客するため、高梁川流域連携中枢都市圏事業や備後圏域連携中枢都市圏事業の活用を図ります。

さらに、現在、ラーメンのまち全国展開プロジェクト推進委員会において進められている、備中・備後の食と観光スポットをつなぐ「備中備後麺の道」や「岡山県産和牛・牛乳や鶏卵」のブランド化や「ガンツー・GUNTU」との連携による水産品のブランド化等、産業と結びついた新しい資源のブランド化を推進していきます。

ラーメンのまち全国展開プロジェクト推進委員会（事務局：笠岡商工会議所）が備中・備後の食と観光スポットをつなぐ「備中備後麺の道」事業を推進しており、笠岡ラーメンと尾道ラーメンとの連携、さらに倉敷のうどん、ひいては讃岐うどんとの連携等、「麺」を核として多くの観光客が訪れている尾道市や倉敷市等の観光客を笠岡市に誘客できるよう広域連携の充実、拡大を図ります。

また、体験型の産業観光（エクスカーション）を実施し、観光客のニーズに合った観光メニューを開発します。

また、市内外へのイベント等への出店や販路拡大の仕組づくりに取り組みます。事業者や飲食業者等が自主的に行う、ご当地グルメ開発等の活動を支援します。

アクションプラン

- 【プラン①】 笠岡諸島の優位性を生かした観光メニュー・商品の検討
- 【プラン②】 道の駅を拠点とした観光メニュー・商品への支援
- 【プラン③】 産業観光ツアー（エクスカーション）の場づくり
- 【プラン④】 エージェントツアー等の実施
- 【プラン⑤】 教育（修学）旅行の誘致推進
- 【プラン⑥】 新たな笠岡らしさの創出（ラーメン・特産品）

2 観光客受け入れ体制の整備

笠岡諸島の玄関口である笠岡諸島交流センターとJR笠岡駅とのアクセスは十分とはいえません。JR笠岡駅と笠岡港（住吉地区）との連携強化を図り、観光客の利便性向上を図ります。また笠岡諸島の待合所、観光トイレ、遊歩道等の整備改修や棧橋のバリアフリー化とともに公共交通体系を検討し、離島航路の維持に努める等交通アクセスの向上を図ります。

観光ガイド役の不足、外国語による案内の表記等の不足等、受け入れ体制のソフト面の整備も不十分です。また島（特に白石島と真鍋島）を中心として欧米（特にヨーロッパ）等から一定の海外観光客が訪れているものの、宿泊施設や島内での食事場所等が不足しています。

このため外国人用観光案内看板や写真を豊富に掲載したパンフレット等を整備し、インバウンドの取り込みを図ります。また補助金制度を活用し、宿泊施設の整備を支援します。

市内の観光事業者は、経営者の高齢化や後継者不在により減少しています。廃業する事業者と新規参入者とのマッチングや後継者の育成についても支援します。

「観光応援サポーター等の人材育成」としては、観光ガイド役等の観光応援サポーターの育成や、観光事業の後継者及び新規参入者の育成、観光従事者の育成等を関係機関と連携して取り組めます。

アクションプラン
<p>【プラン①】 JR笠岡駅と笠岡港との連携強化</p> <p>【プラン②】 待合所の改修・棧橋のバリアフリー化</p> <p>【プラン③】 離島航路の維持</p> <p>【プラン④】 外国人用観光案内看板・パンフレット等の整備</p> <p>【プラン⑤】 観光応援サポーター等の育成</p>

3 効果的な情報発信（笠岡を知ろう，情報発信基地をつくろう）

本市の観光における情報発信は，ホームページによる紹介，観光パンフレット・チラシ等が中心でしたが，個人のプロモーションとしては，SNSの活用が効果的であり，SNSを活用した効果的な情報発信を推進します。このようなメディアを利用した情報発信だけでなく，「見本市・展示会等を通じての観光の売り込み」「イベントを通じての観光情報発信」等の取組も行いません。

また，市民自身が観光レポーターとして活躍できる場の充実を図ります。併せて，市外での情報発信協力者等の確保も図っていきます。

インバウンドの更なる拡大が見込まれる中で，海外の市場を対象に本市の観光情報を発信していくことも必要です。

笠岡市観光連盟のホームページや外国人誘客サイトの活用，在住外国人との連携等により，インバウンドの取り込みに努めます。

笠岡市の知名度アップやイメージアップを図っていくことは，観光振興のためにはもちろん重要なことですが，企業誘致，地元製品の販売促進，さらには市民のまちに対する誇りや愛着の醸成にもつながるものです。

このため，シティプロモーションを積極的に推進していきます。プロモーションの時期や場所，対象者，セールスポイント，手法を明確にし，マスメディアを有効に活用する等，国内外に向けた戦略的かつ効果的なシティプロモーションを展開します。

アクションプラン
<p>【プラン①】 SNSを活用した情報発信</p> <p>【プラン②】 観光の売り込み等の見本市・展示会への出展支援</p> <p>【プラン③】 外国人誘致サイトの活用</p> <p>【プラン④】 市民観光レポーターによる情報発信</p> <p>【プラン⑤】 市外での情報発信協力体制の整備</p> <p>【プラン⑥】 シティプロモーションの強化</p>

4 各種イベント等を通じたにぎわいの創出

本市のイベントによる来訪者は、道の駅笠岡ベイファーム周辺で新しく始められたイベントにより、近年増加しています。これらのイベントの充実を図り、更なる集客の拡大を目指します。

また、笠岡諸島の優位性を生かした、多様なイベントの開催を支援します。農業・水産業者、商工業者、観光業者、学校等が連携し、市内の農業・水産業の魅力に触れる食体験イベントや市内の生産者と市内外の消費者との交流の場づくり等によりにぎわいを創出します。

アクションプラン
【プラン①】各種イベントに対する支援
【プラン②】ツアー・マルシェ等の企画

5 地域資源への誇り・愛着の醸成と地域ごとの魅力開発

地域資源について、市民、事業者、産業関係団体、教育機関等への地域資源や魅力を知ってもらう場や機会を通して積極的な周知を行ない、地域資源に対する誇りや愛着の醸成を高めていきます。これらがベースになり、市民のホスピタリティの向上や市全体としての情報発信力の底上げが期待されます。

本市の各地域には、歴史・文化資源や個性的な食事・食材、ご当地商品、地域に愛される店舗等でまだ埋もれたものもあります。これらを地域おこし協力隊等との連携により発掘し、観光資源として地域一体で育てていくという取組をそれぞれの地域で行ないます。

アクションプラン
【プラン①】NPO・市民活動団体との連携によるワークショップ・研修会の実施
【プラン②】地域おこし協力隊等との連携による地域資源の掘り起こし

目標指標

指標名	実績値 2017年度 (平成29年度)	中間目標値 2021年度	目標値 2023年度
観光客数(1～12月)(万人/年)	130	144	180
かさおかブランド認定件数(件)	20	28	32
観光ホームページアクセス数(件/年)	38万	40万	41万

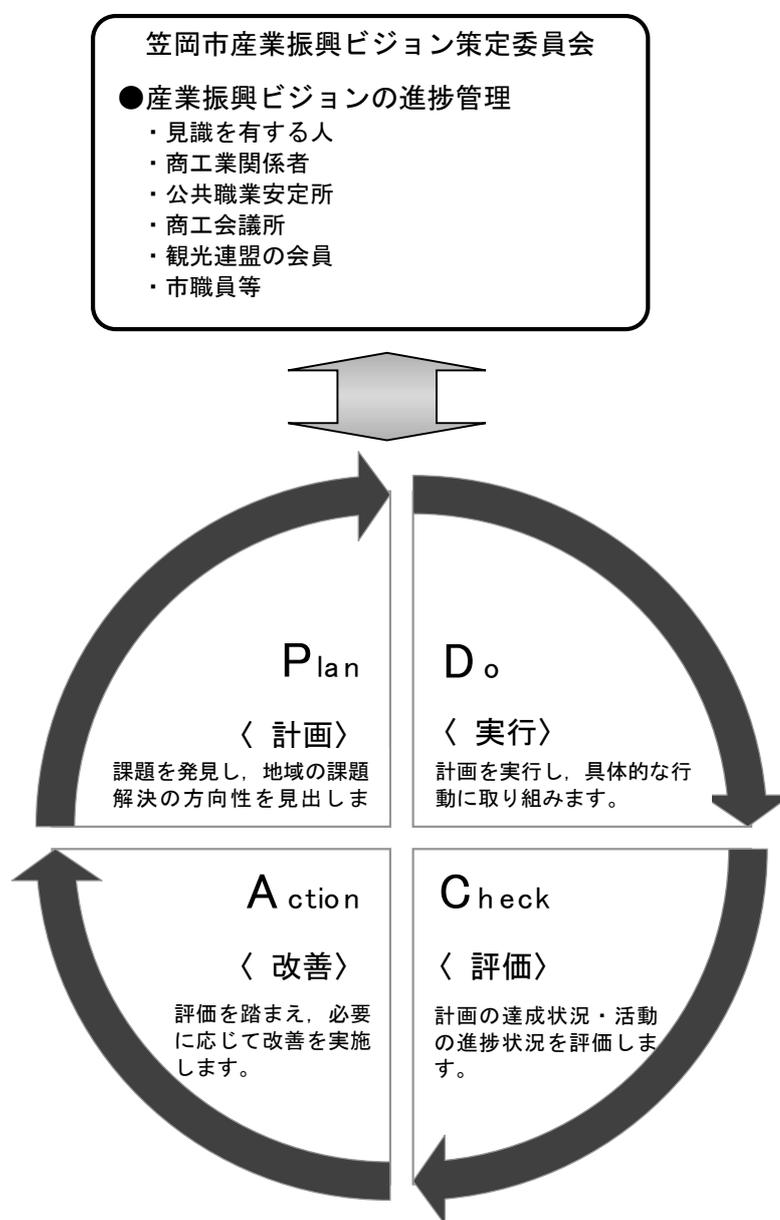
第7章 産業振興ビジョンの具体化のために

1 産業振興ビジョンの進捗管理

本産業振興ビジョンの進捗管理については、本計画の策定を行った市内産業関係者及び専門家等で構成される「産業振興ビジョン策定委員会」で引き続き、進捗状況の評価や検証を行い、必要に応じて、改善や見直しを行う等P D C Aサイクルによる進捗管理を行います。

(図表7-1)

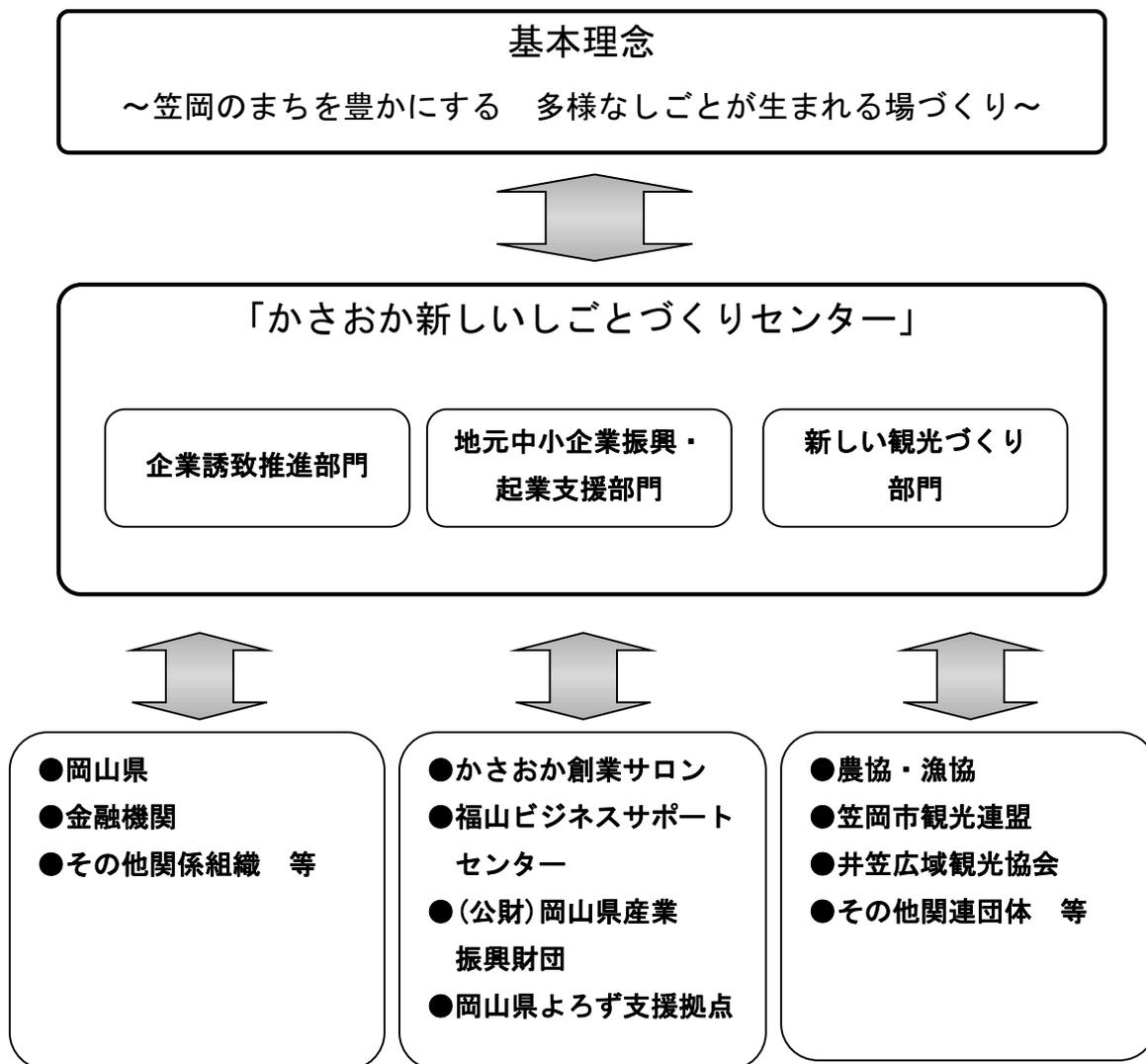
■図表7-1 笠岡市産業振興ビジョン進捗管理の流れ■



2 産業振興ビジョンの推進体制

産業振興ビジョンの推進に当たっては、これまでの「笠岡市産業振興ビジョン」の推進母体である「かさおか新しいしごとづくりセンター」を核として、国・県等、関係公共機関や民間企業・機関との連携を通して、従来からの推進体制を引き継ぎ、一層の取組強化に努めます。（図表7-2）

■図表 7-2 笠岡市産業振興ビジョンの推進体制■



1 笠岡市事業者実態調査

(1) 調査の概要

① 調査の目的

市内事業者が経済活動を行いやすい環境を整備し、ひいては地域経済の活性化が図れるためにどのような経済振興施策が望ましいのか、また、笠岡市（行政）に対して、地域の事業者がどのような支援を望んでいるのか等の実態を把握することを目的としました。

② 調査の対象

市内で事業活動を行っている「製造業」「卸売業」「小売業」「サービス業」「宿泊業」の計 400 事業所を対象にしています。

③ 調査方法

郵送法（封書による郵送・回収）

④ 調査時期

2018 年（平成 30 年）9 月 7 日 ～ 2018 年（平成 30 年）9 月 28 日

⑤ 回収状況

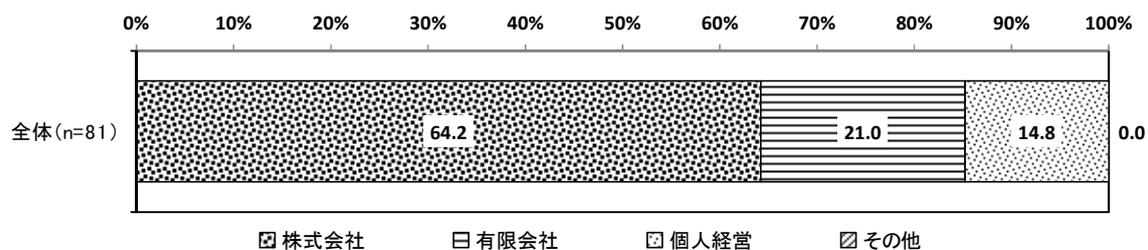
業 種	配布数	回収数	回収率(%)
製 造 業	145	81	55.9
卸 売 業	78	31	39.7
小 売 業	120	60	50.0
サ ー ビ ス 業	91	46	50.5
宿 泊 業	15	10	66.7
合 計	449	228	50.8

(2) 調査結果

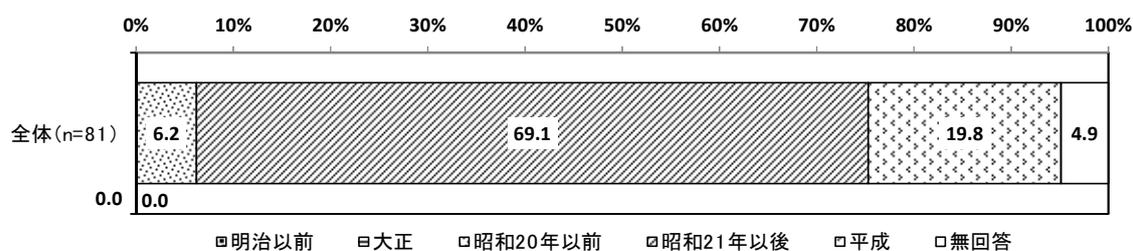
製造業

貴事業所の概要についてお答えください。

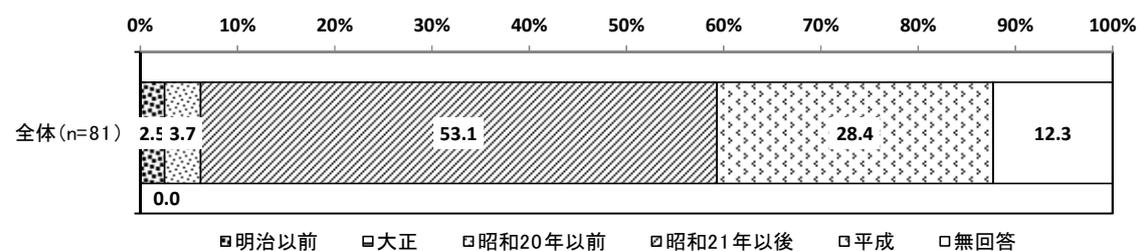
●企業形態



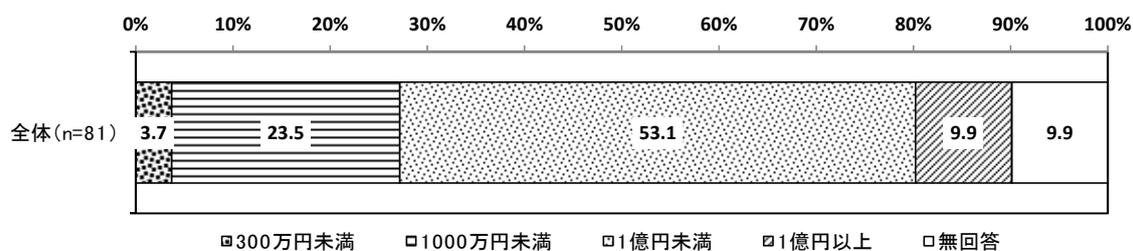
●設立（時期）



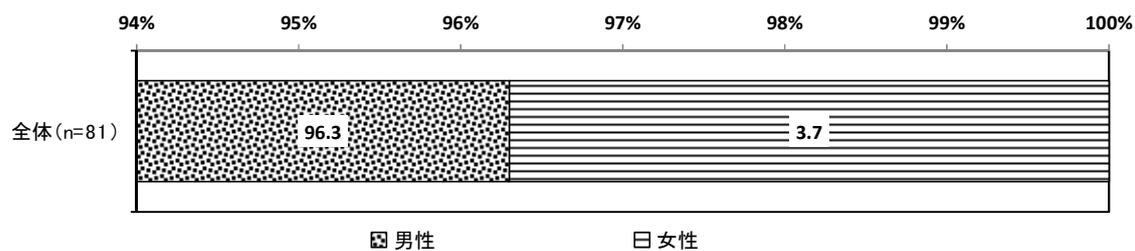
●笠岡市での事業開始年



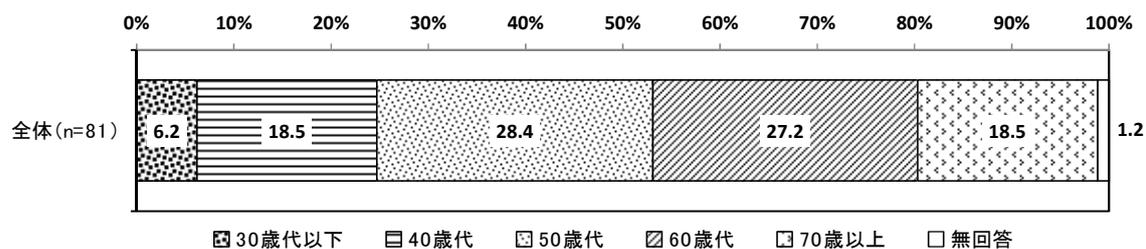
●資本金



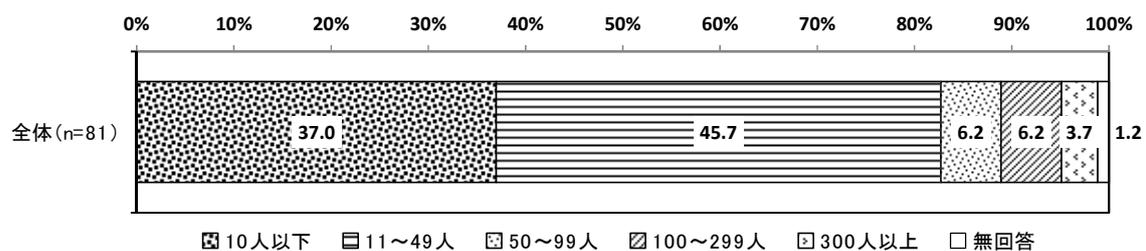
●代表者の性別



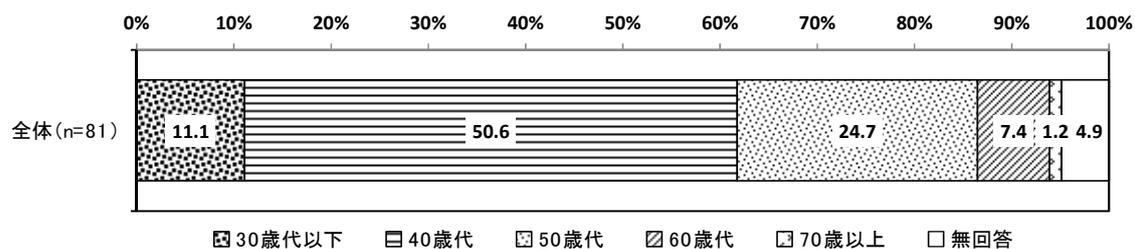
●代表者の年齢



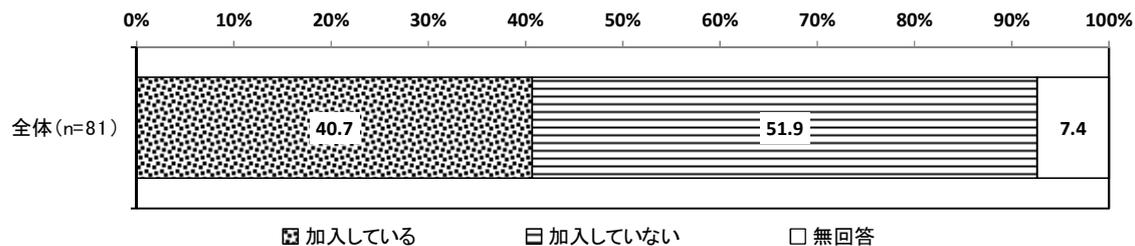
●従業員数（役員，パート等含む）



●従業員の平均年齢

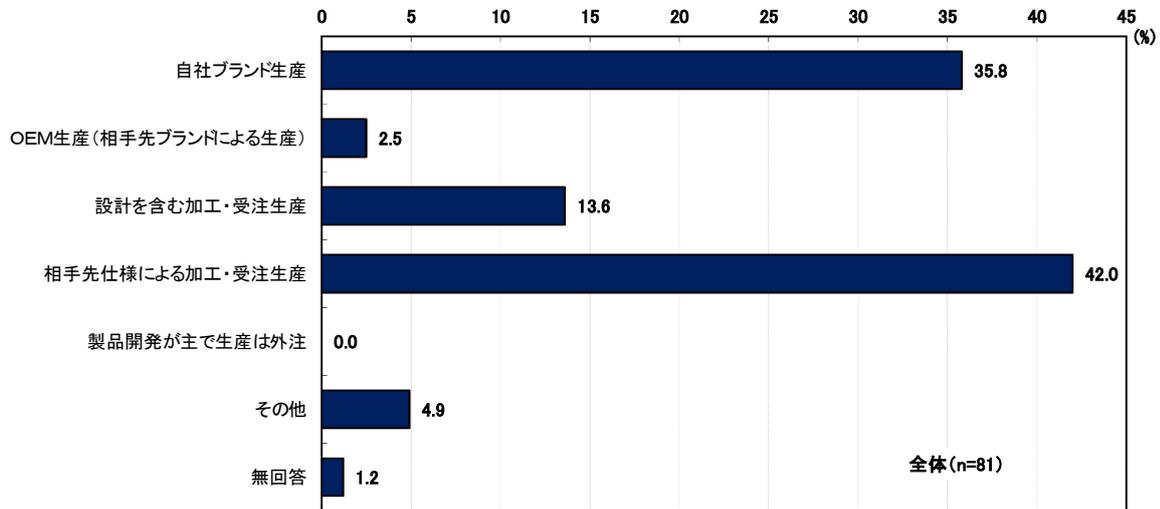


●業界団体の所属

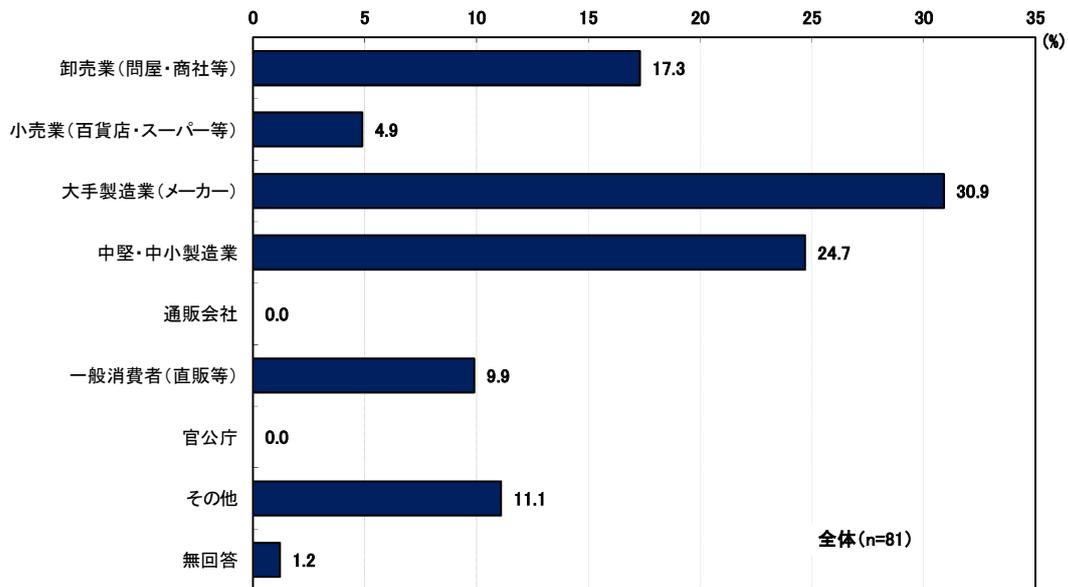


貴事業所の生産・取引状況についてお答えください。

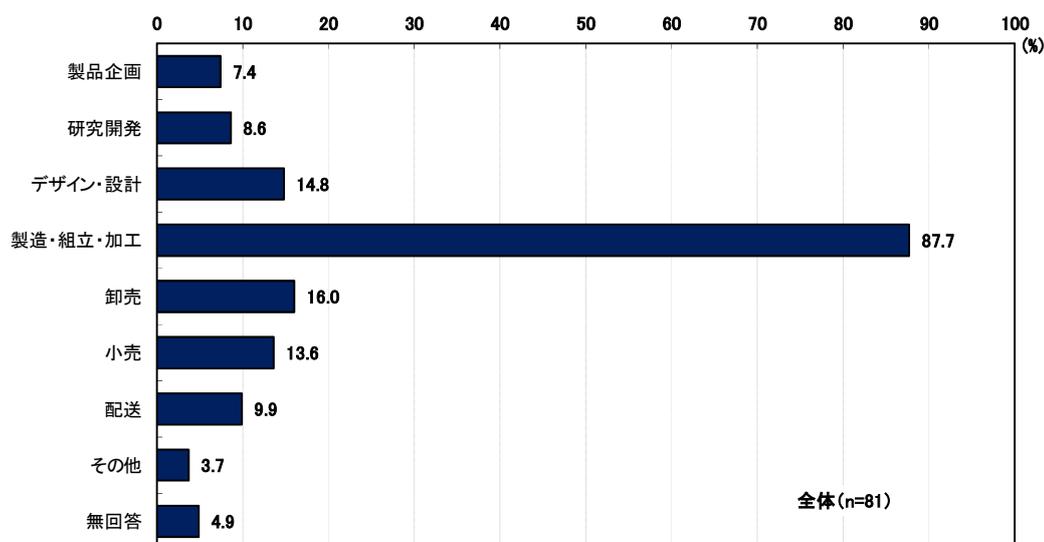
問1 主な生産形態についてお答えください。(○は1つ)



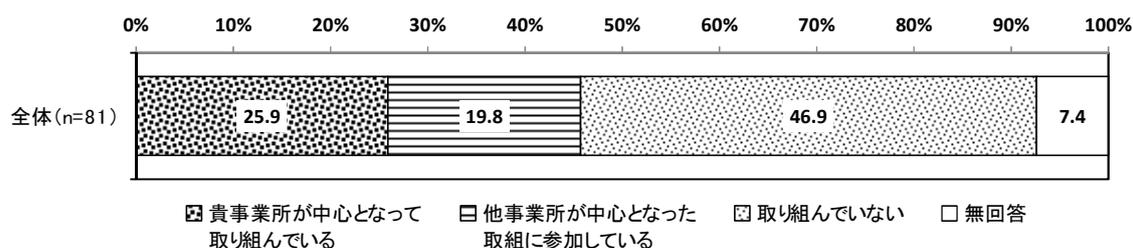
問2 主な「取引・販売先」についてお答えください。(○は1つ)



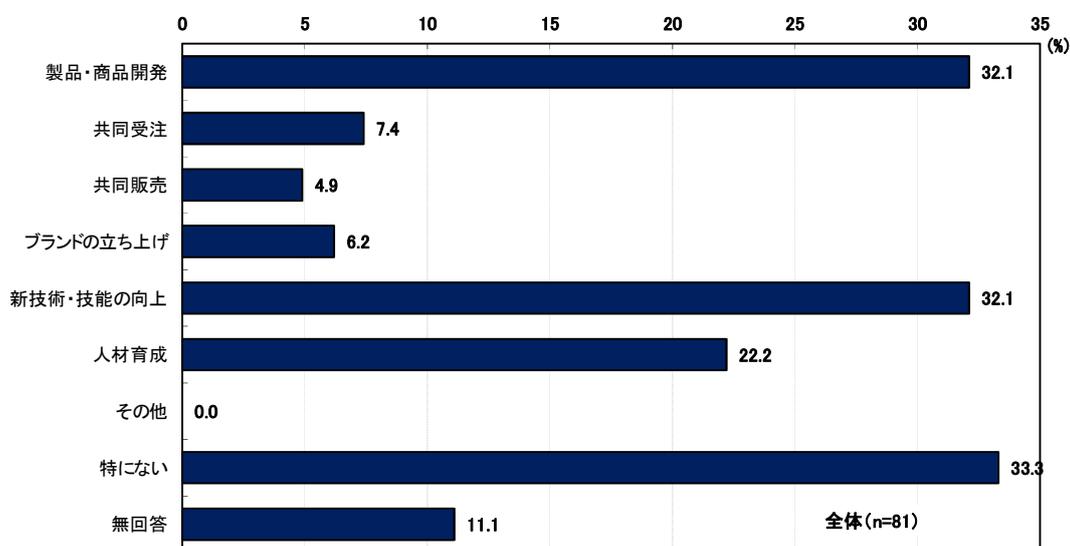
問3 貴事業所が現在行っている業務についてお答えください。(〇はいくつでも)



問4 他事業所と連携した取組についてお答えください。(〇は1つ)

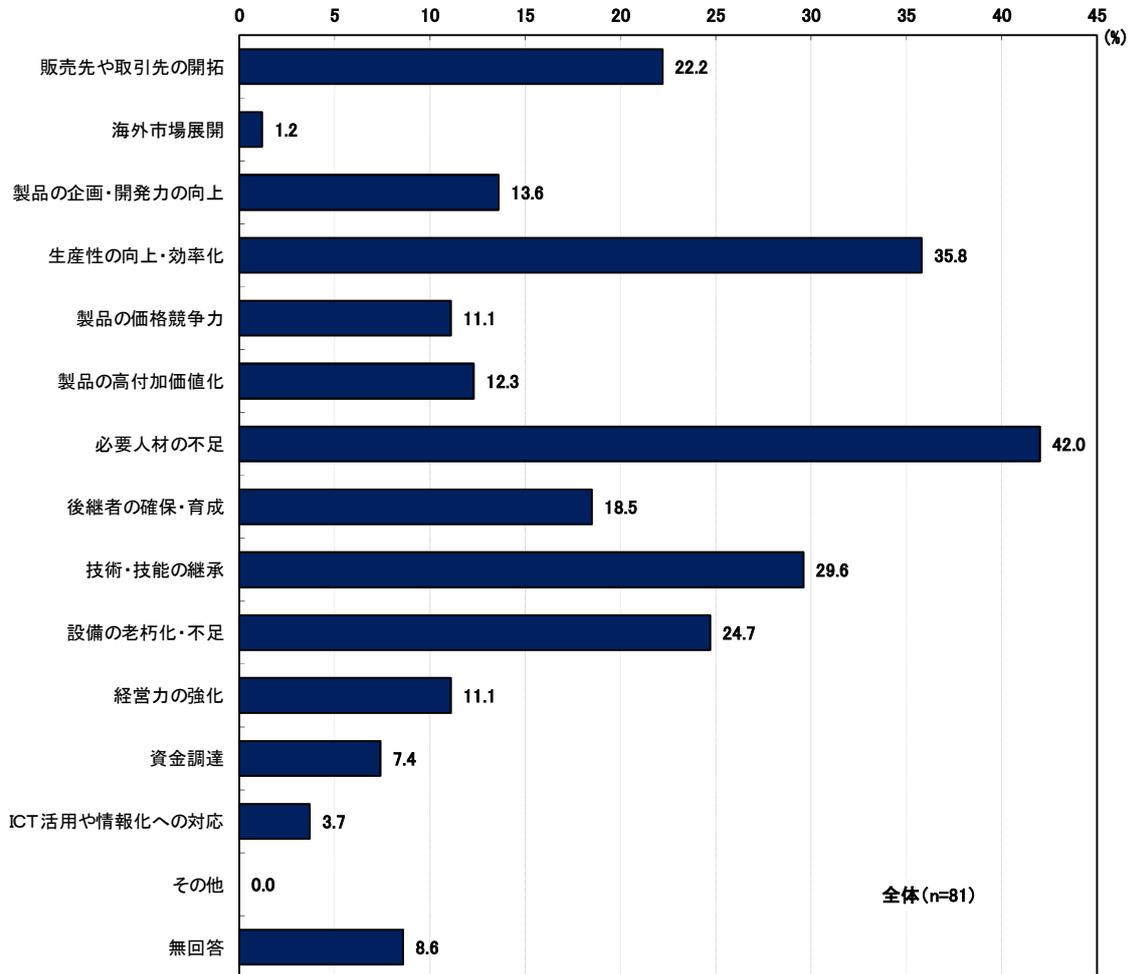


問5 今後、他事業所や研究機関等と連携して取り組みたい内容についてお答えください。(〇はいくつでも)

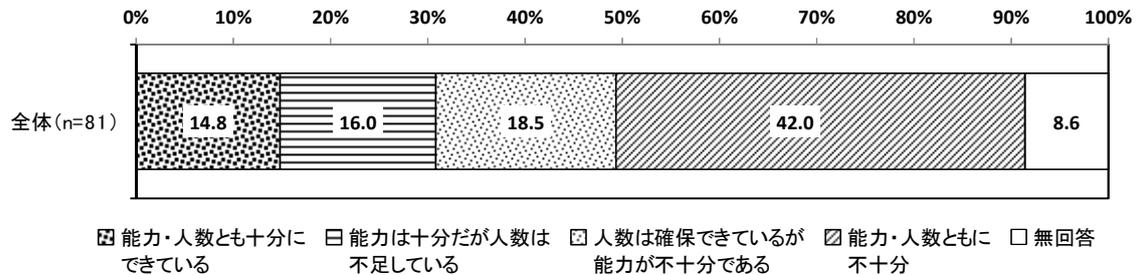


外部環境の変化や貴事業所の課題等についてお答えください。

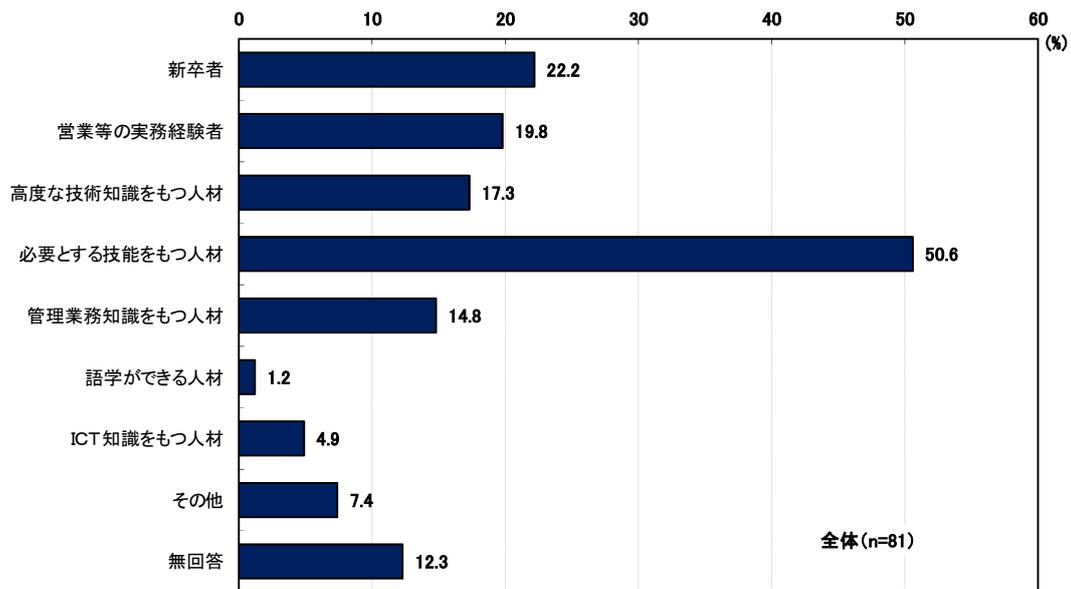
問6 貴事業所の経営上の課題についてお答えください。(〇は3つまで)



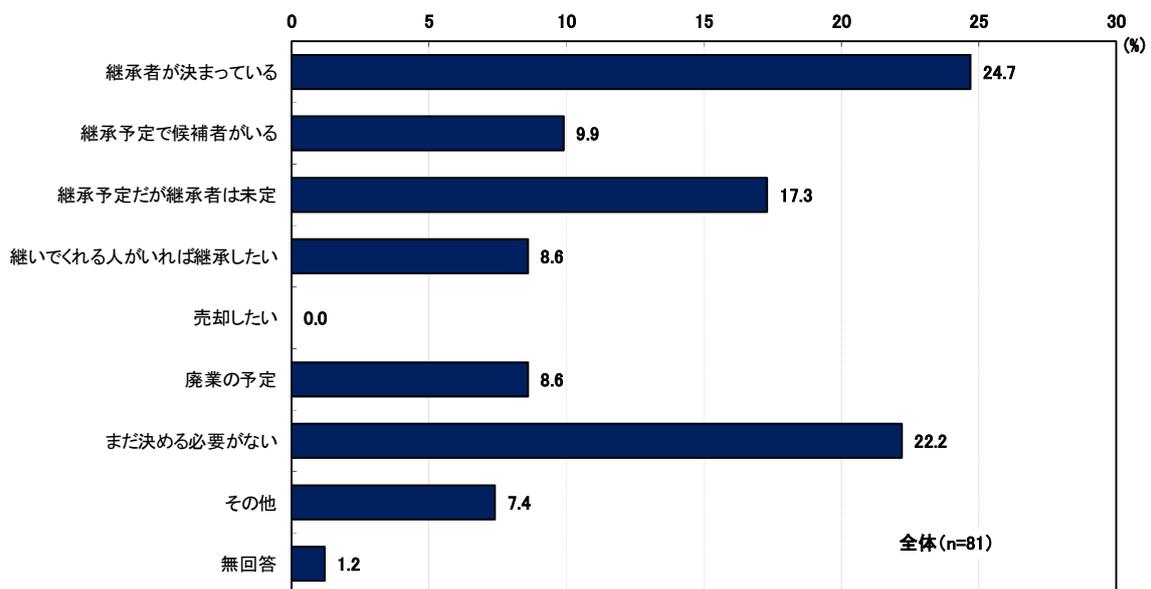
問7 人材の能力・人数の状況についてお答えください。(〇は1つ)



問8 貴事業所が必要としている人材についてお答えください。(〇は2つまで)

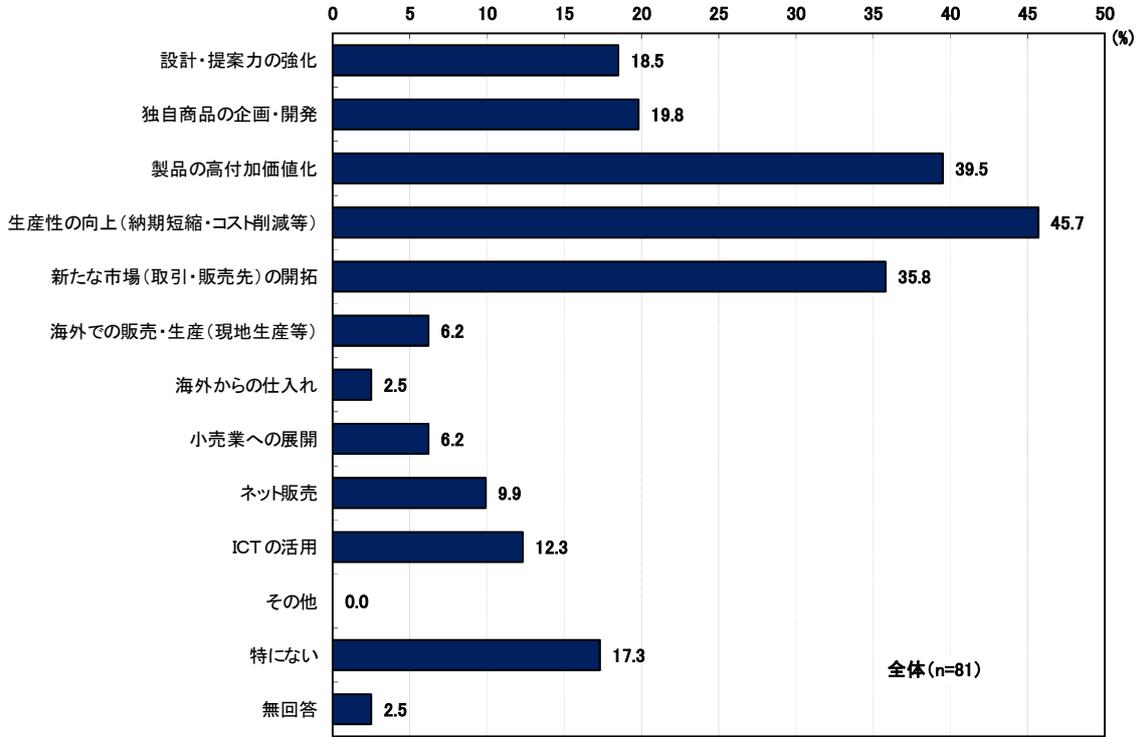


問9 事業継承の予定についてお答えください。(〇は1つ)

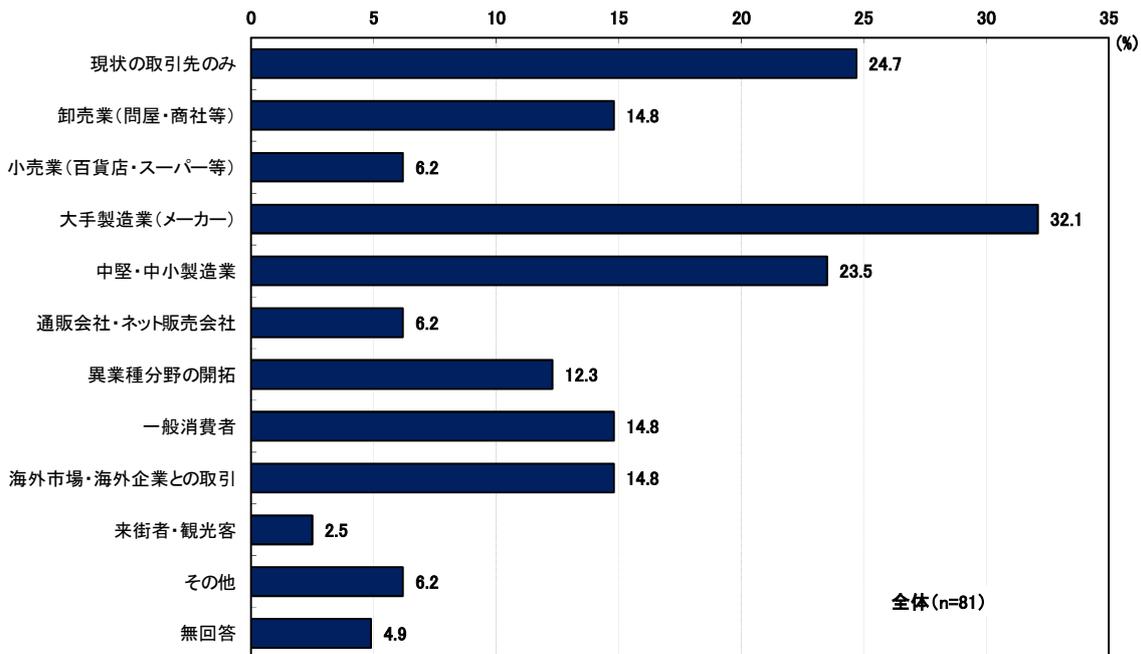


貴事業所の今後の事業展開についてお答えください。

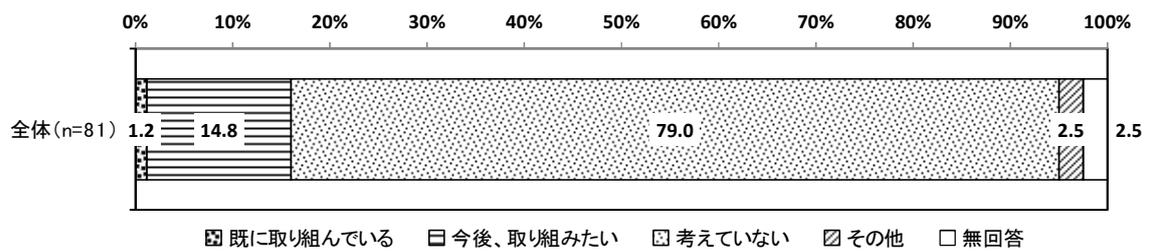
問 10 今後、取り組みたい点についてお答えください。(〇はいくつでも)



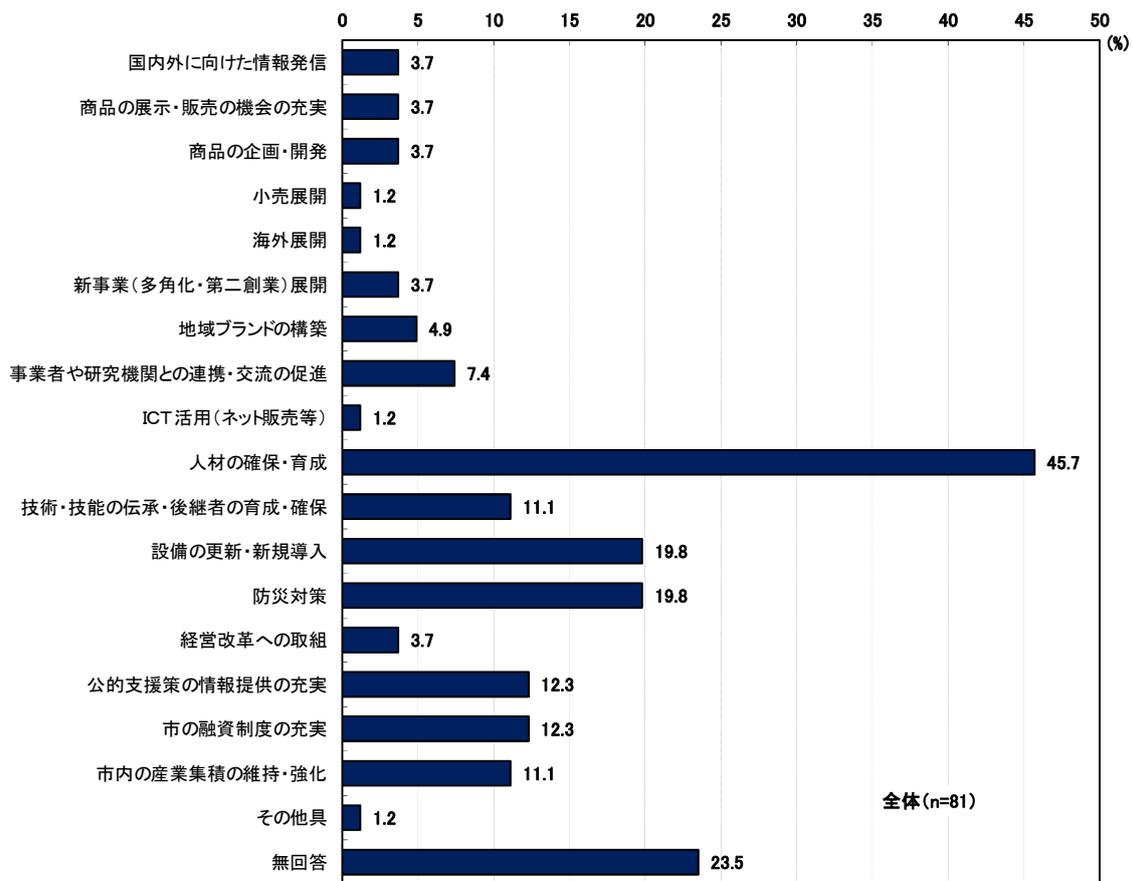
問 11 今後、開拓したい販売先・取引先についてお答えください。(〇は3つまで)



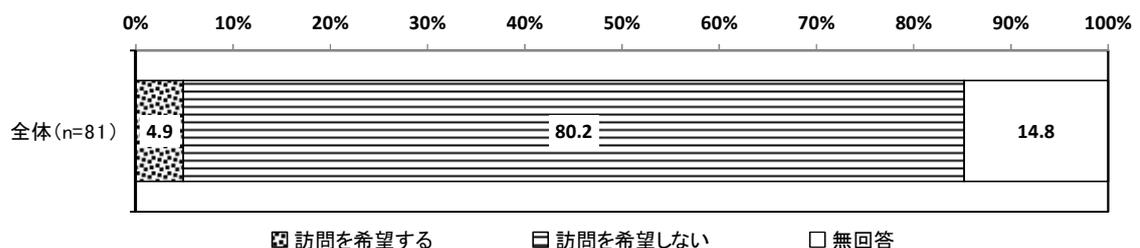
問 12 観光に関する事業や取組との連携についてお答えください。(○は1つ)



問 13 今後、行政に期待する支援策についてお答えください。(○は3つまで)



●本調査票の内容を受けて、企業コーディネーターが貴社を訪問することを希望しますか。

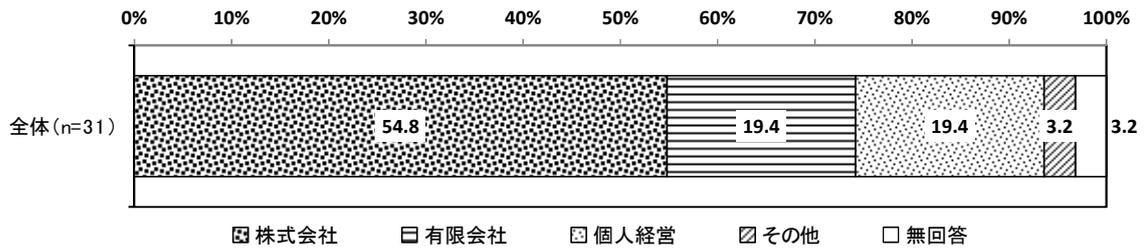


卸 売 業

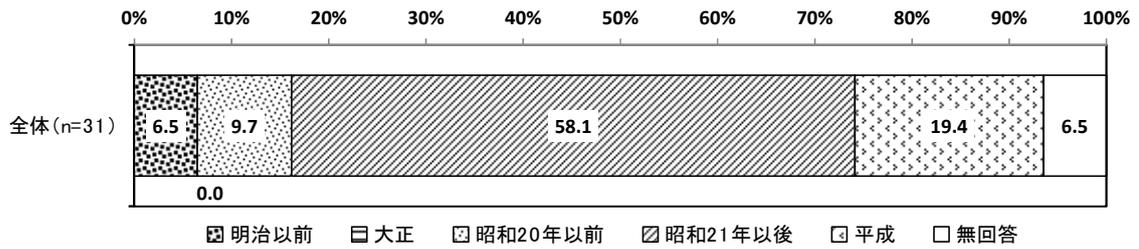
貴事業所の概要についてお答えください。

※市外にも事業所・店舗等がある場合は、従業者数等は市内分のみお答えください。

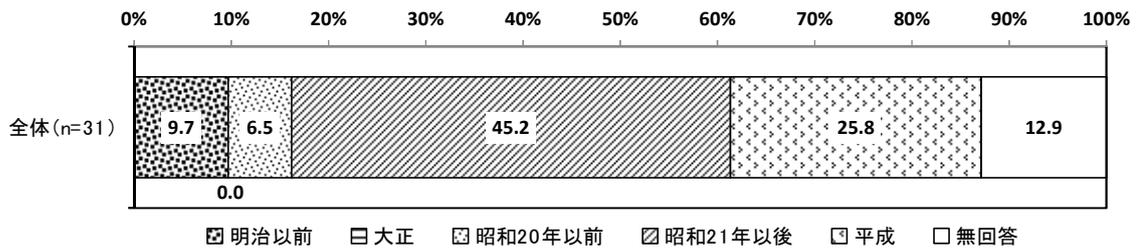
●企業形態



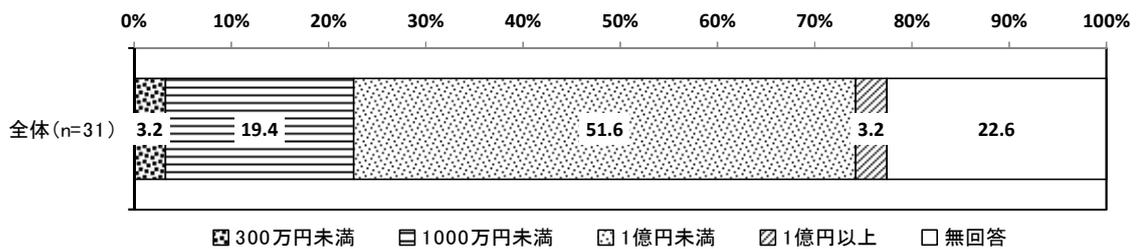
●設立（時期）



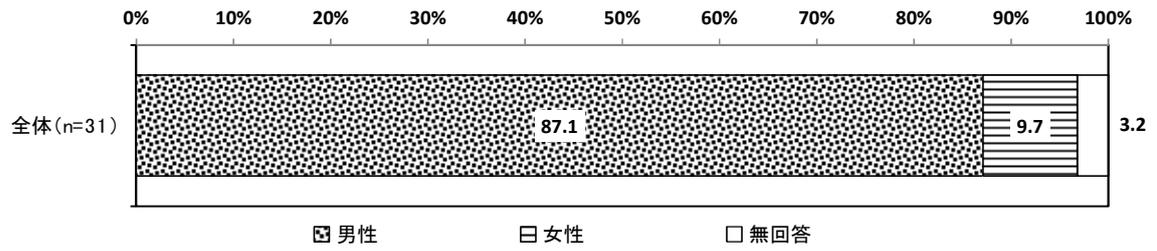
●笠岡市での事業開始年



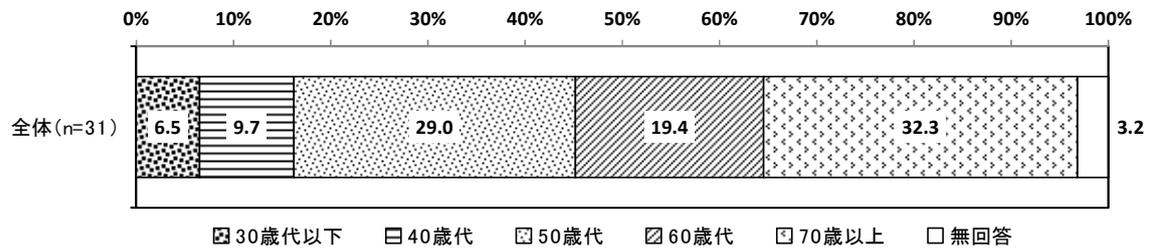
●資本金



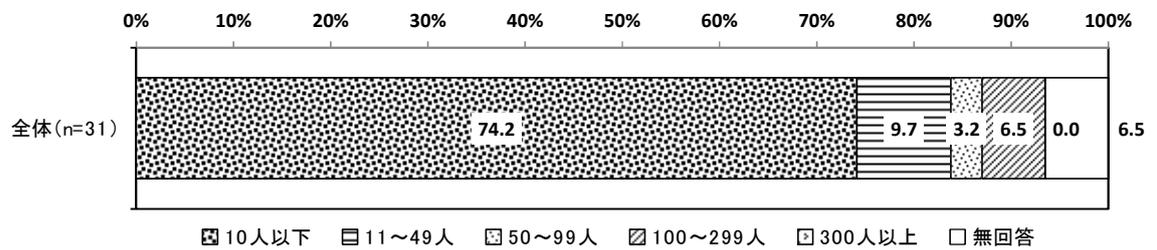
●代表者の性別



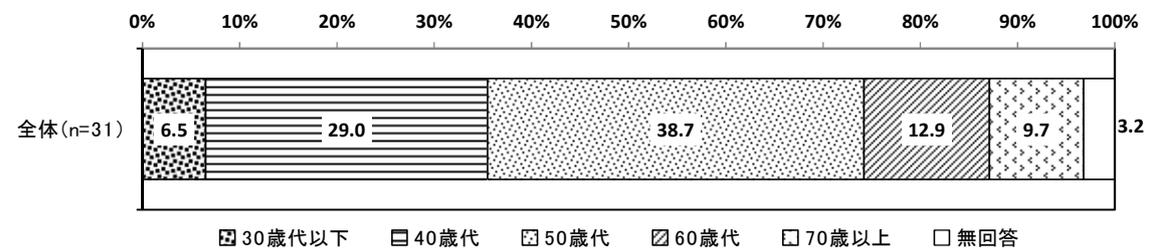
●代表者の年齢



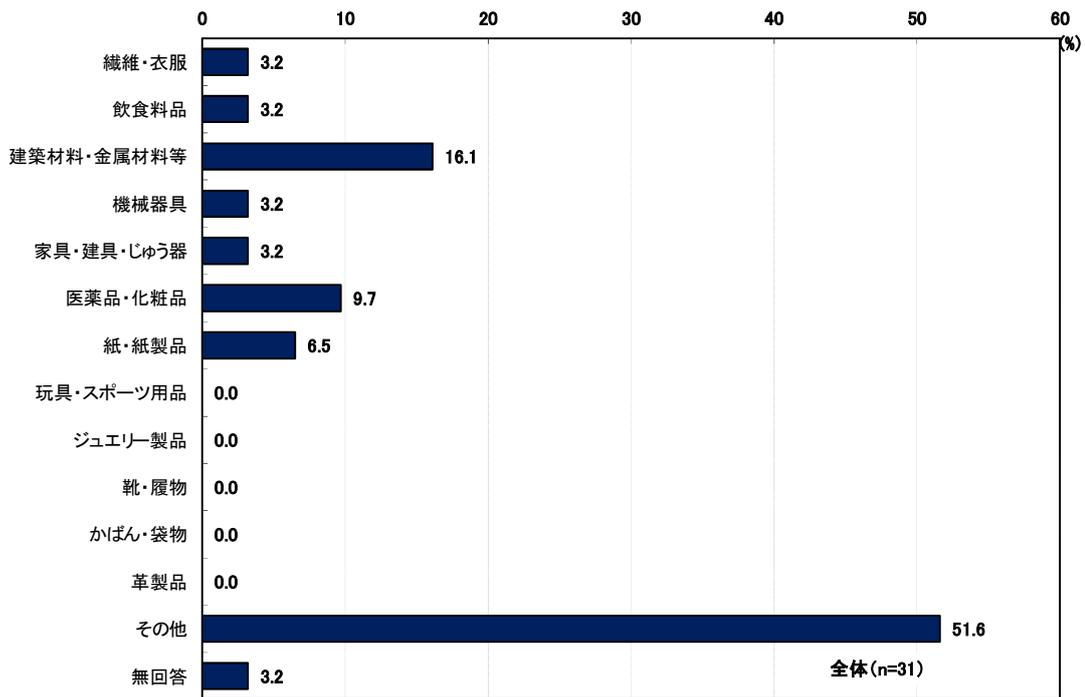
●従業員数（役員，パート等含む）



●従業員の平均年齢

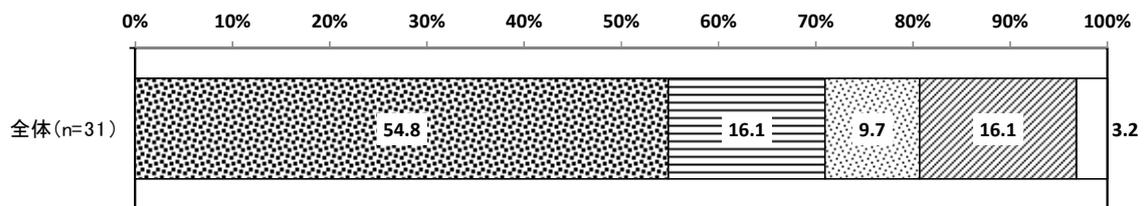


●主な取扱品（主なものに1つに○）



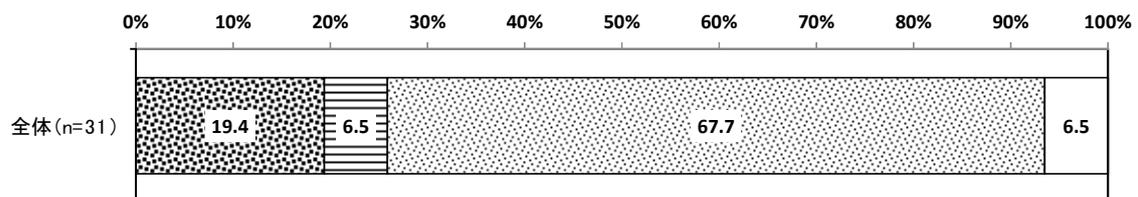
貴事業所の営業状況についてお答えください。

問1 貴事業所では、売上・利益の増加や将来の発展に向けた取組を実施していますか。（○は1つ）



取組んでおり、今後も取組みたい
 取組んでいるが、今後はわからない
 現在は取組んでいないが、今後、取組みたい
 現在、取組んでいないし、今後も考えていない
 無回答

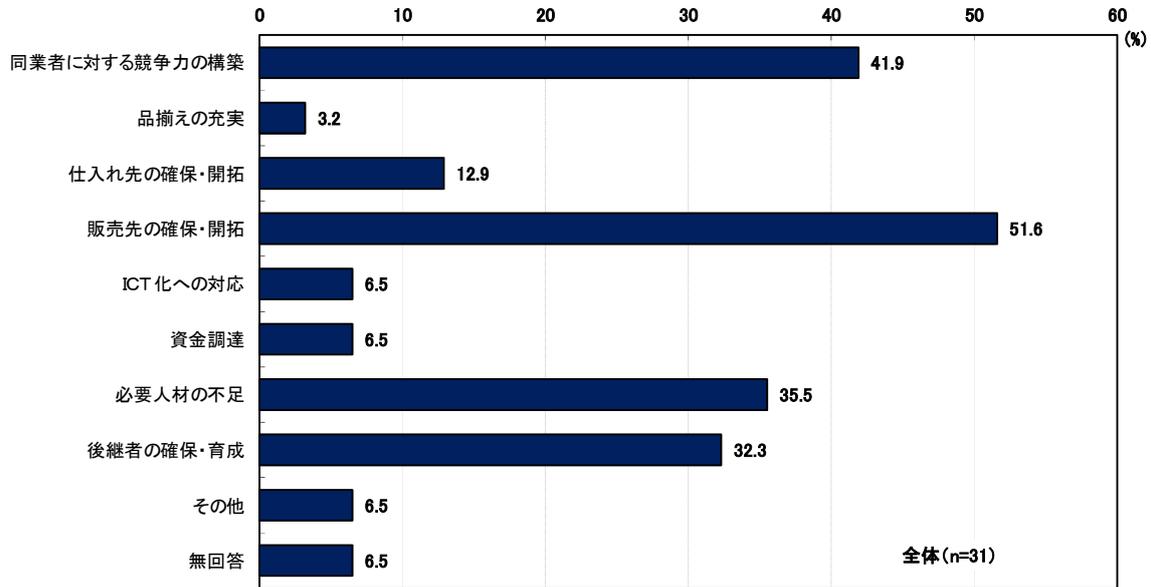
問2 他事業所や地域の団体等と連携した取組についてお答えください。（○は1つ）



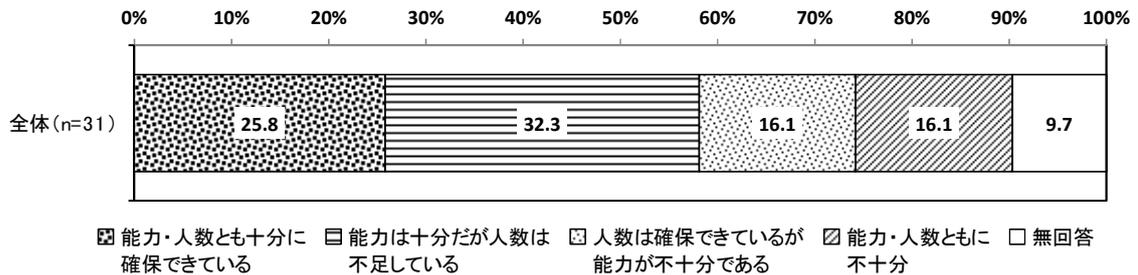
貴事業所が中心となって取組んでいる
 他事業所が中心となった取組に参加している
 取組んでいない
 無回答

外部環境の変化や貴事業所の課題等についてお答えください。

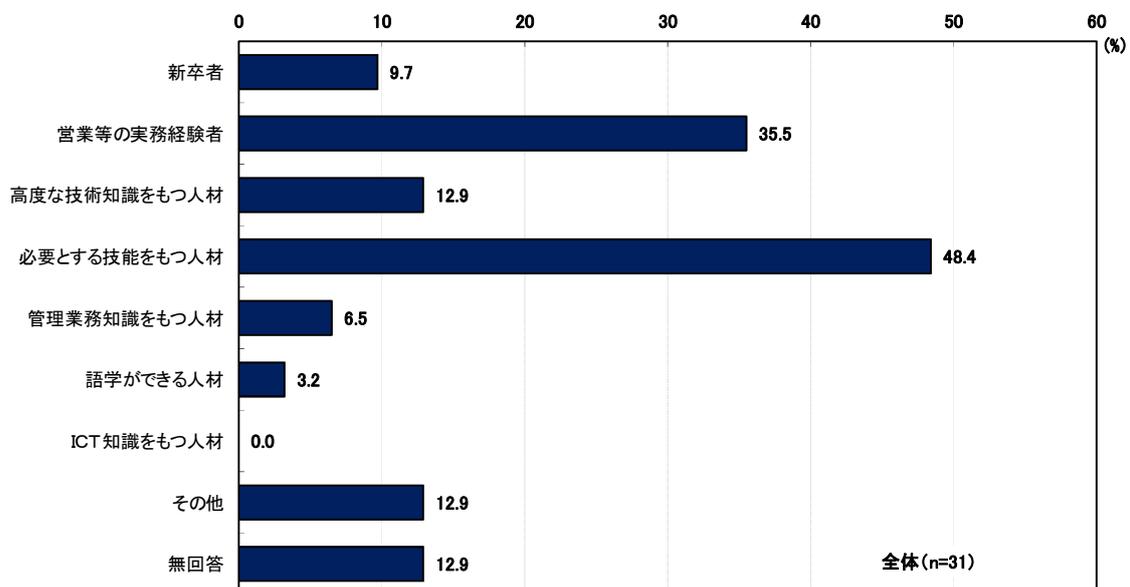
問3 貴事業所の経営上の課題についてお答えください。(○は3つまで)



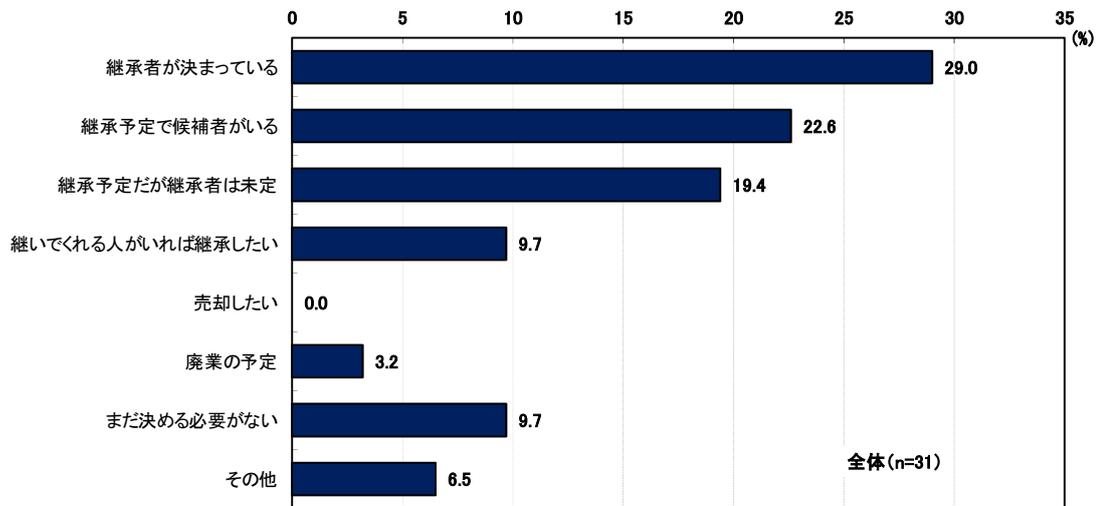
問4 人材の能力・人数の状況についてお答えください。(○は1つ)



問5 貴事業所が必要としている人材についてお答えください。(○は2つまで)

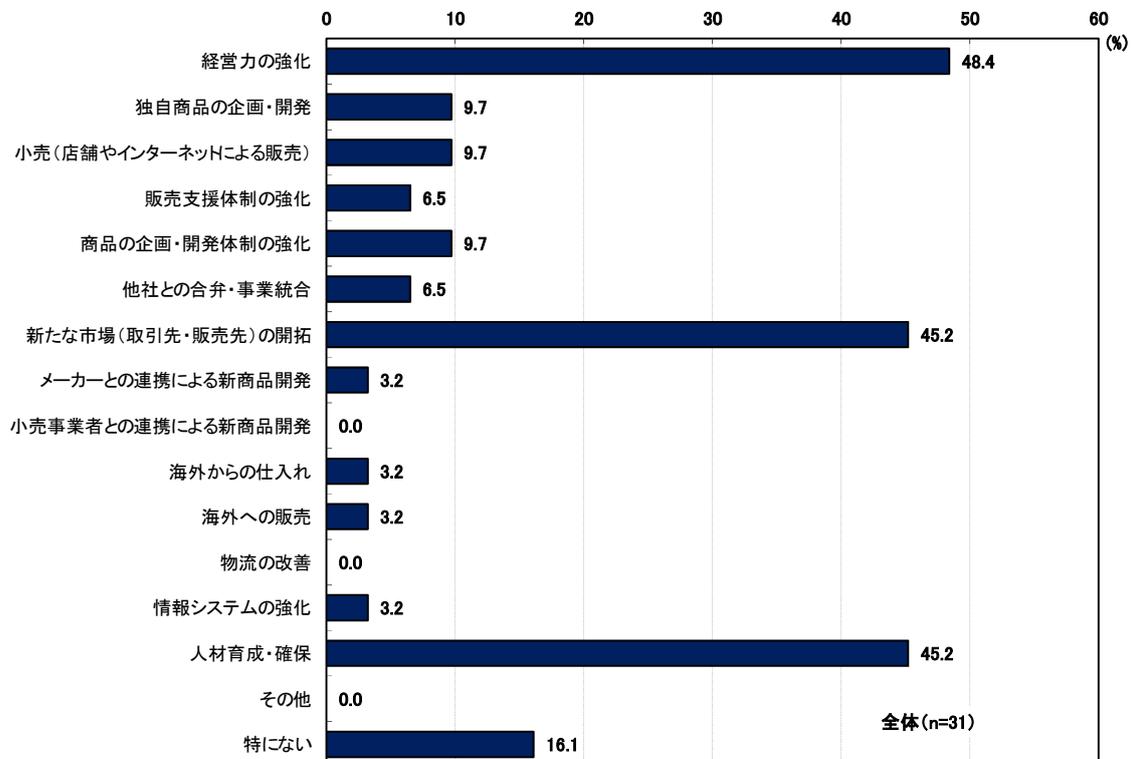


問6 事業継承の予定についてお答えください。(○は1つ)

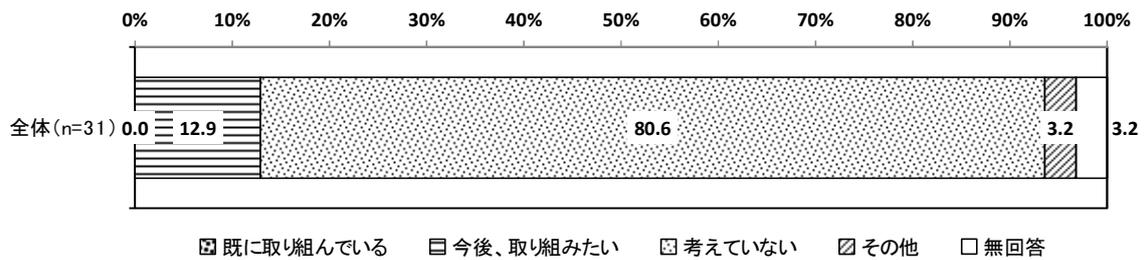


貴事業所の今後の事業展開についてお答えください。

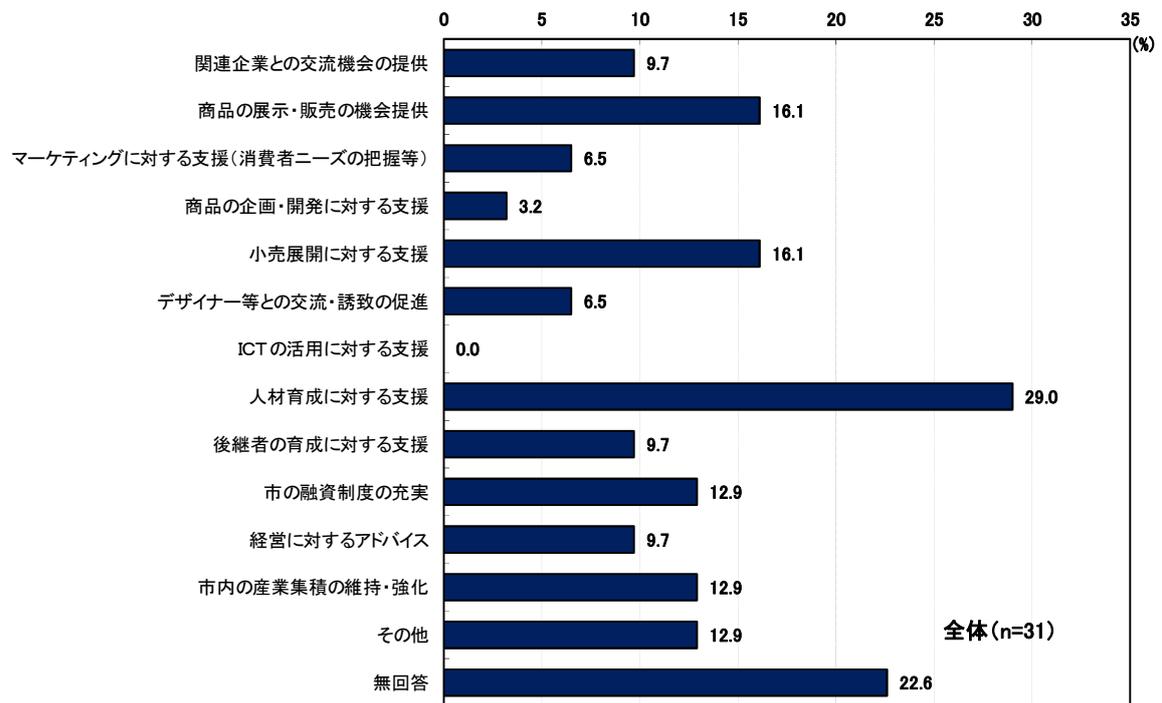
問7 今後、取り組みたい点についてお答えください。(○はいくつでも)



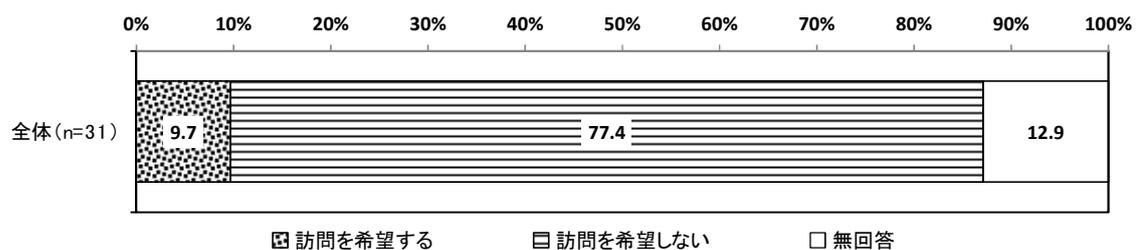
問8 観光に関する事業や取組との連携についてお答えください。(〇は1つ)



問9 今後、行政に期待する支援策についてお答えください。(〇は3つまで)



●本調査票の内容を受けて、企業コーディネーターが貴社を訪問することを希望しますか。

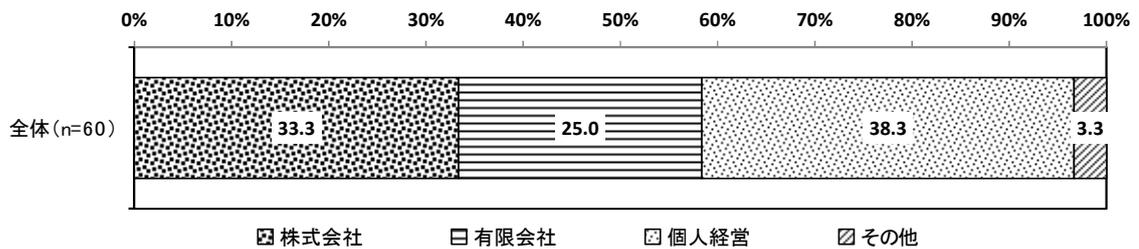


小 売 業

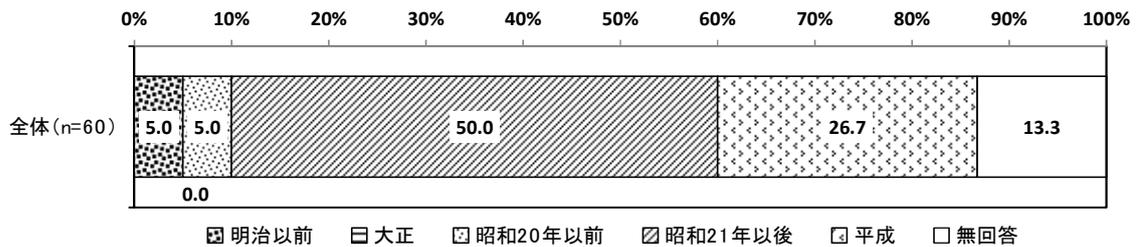
貴事業所の概要についてお答えください。

※市外にも事業所・店舗等がある場合は、従業者数等は市内分のみお答えください。

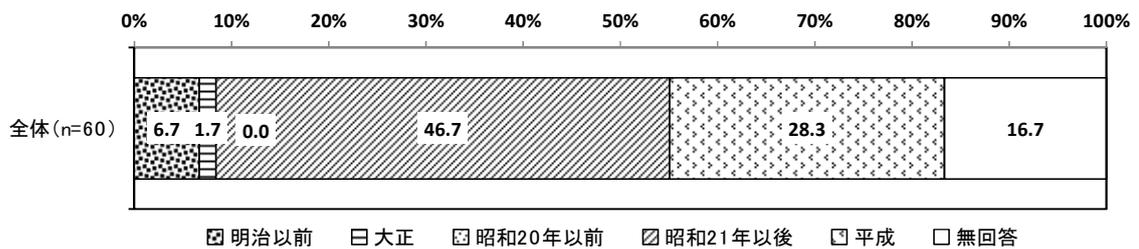
●企業形態



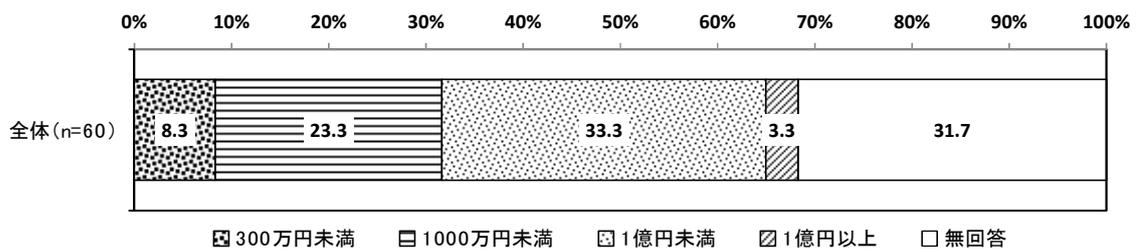
●設立（時期）



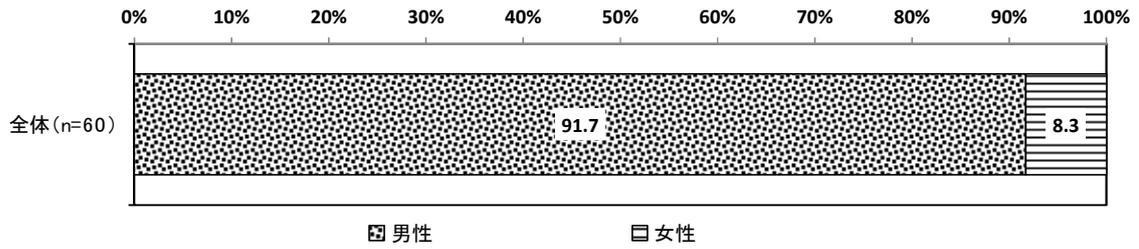
●笠岡市での事業開始年



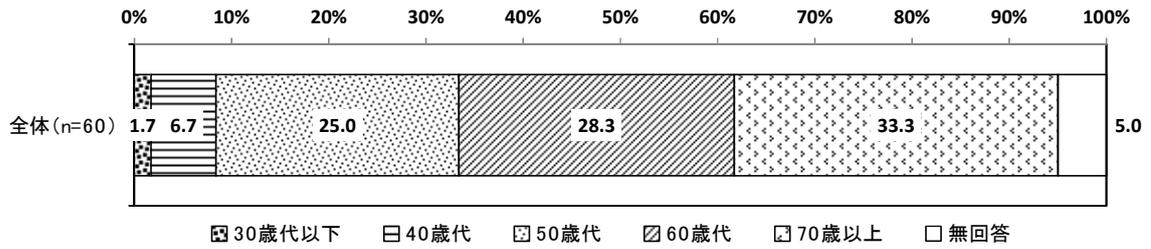
●資本金



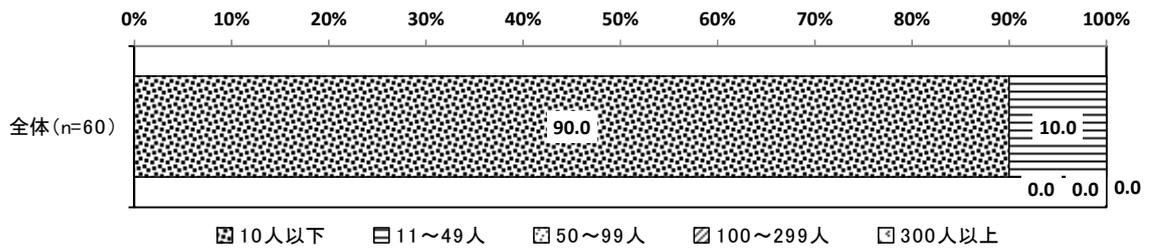
●代表者の性別



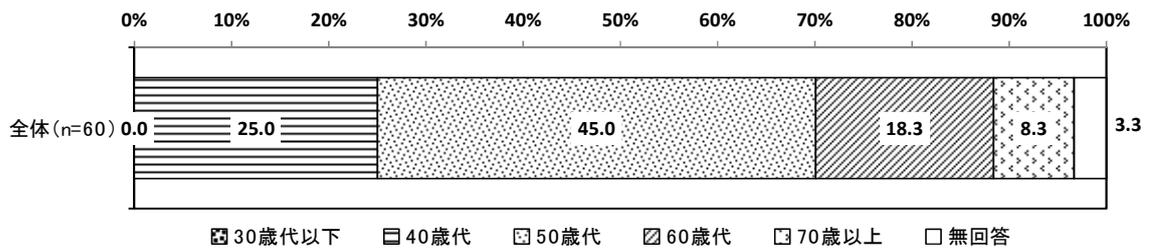
●代表者の年齢



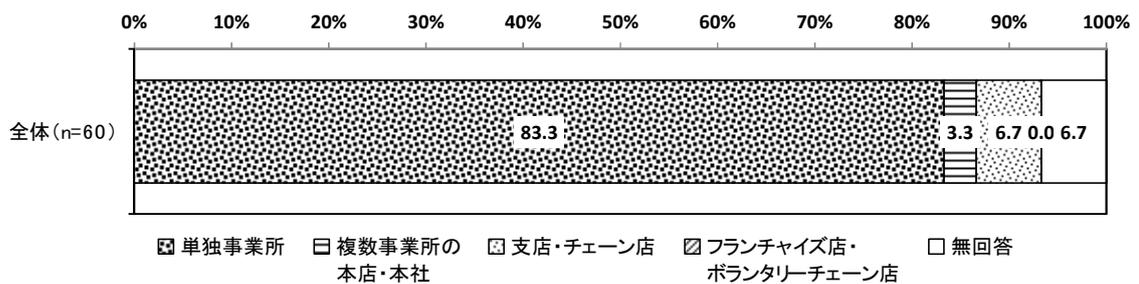
●従業員数（役員，パート等含む）



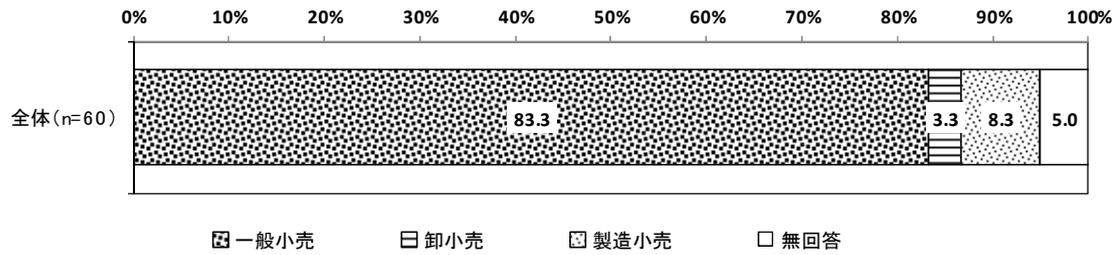
●従業員の平均年齢



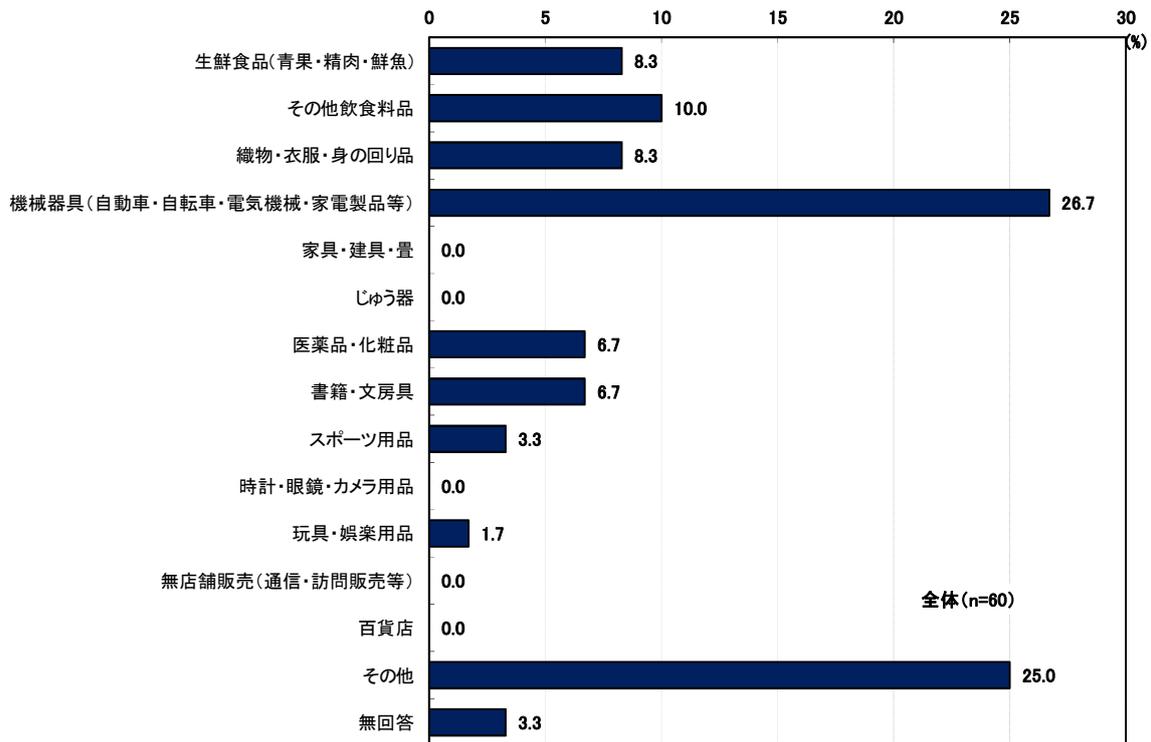
●貴事業所の経営形態



●事業の業態

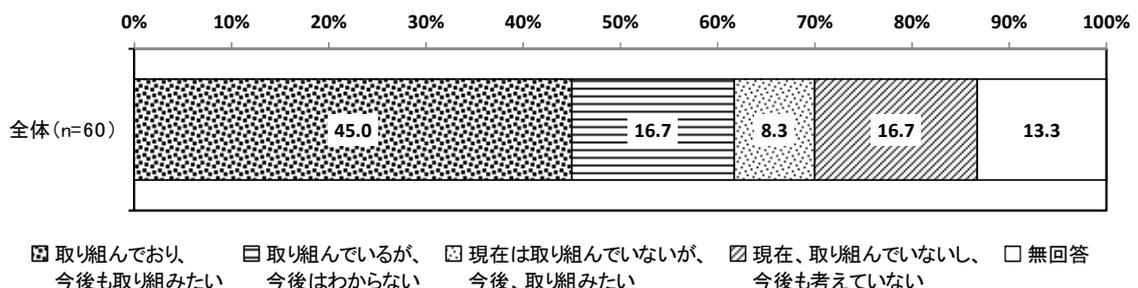


●貴事業所の取扱品目（主なものに1つに○）

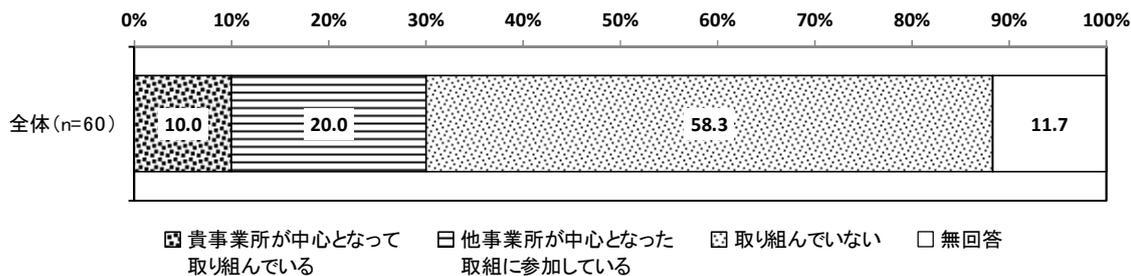


貴事業所の営業状況についてお答えください。

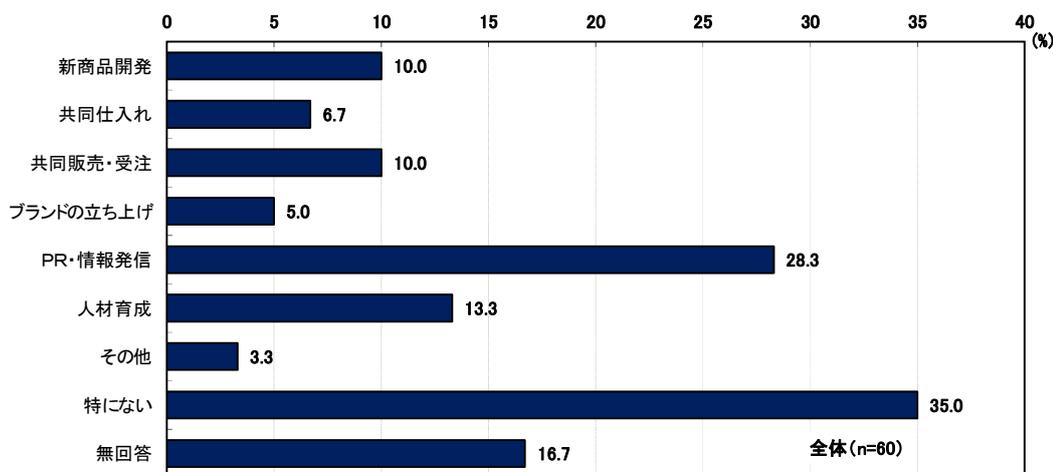
問1 貴事業所では、売上・利益の増加や将来の発展に向けた取組を実施していますか。(○は1つ)



問2 他事業所や地域の団体等と連携した取組についてお答えください。(○は1つ)

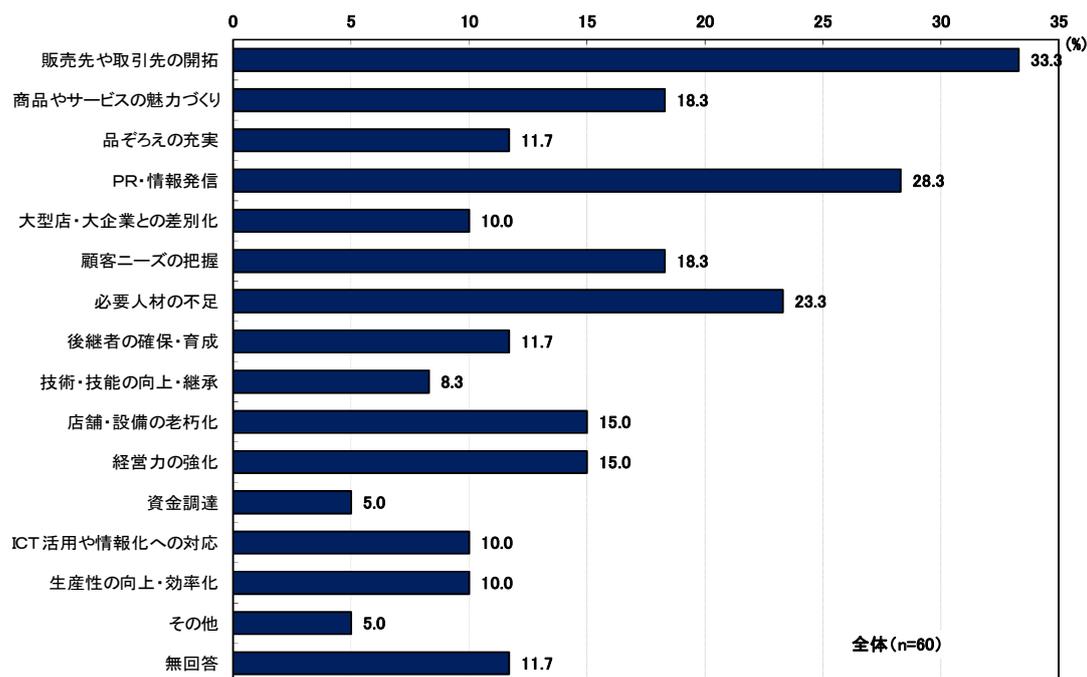


問3 今後、他事業所や地域の団体と連携して取り組みたい内容についてお答えください。(○はいくつでも)

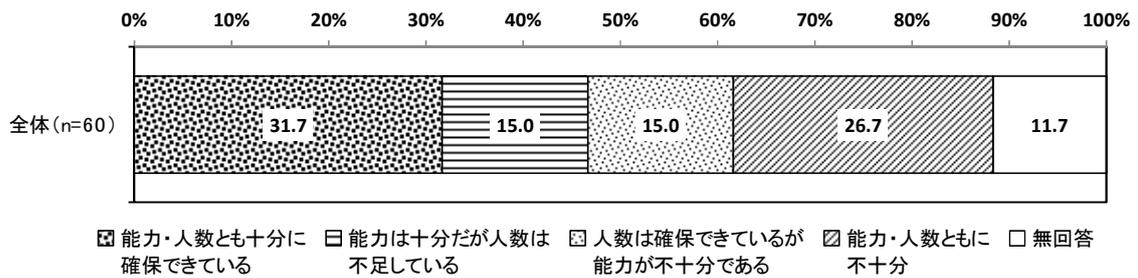


外部環境の変化や貴事業所の課題等についてお答えください。

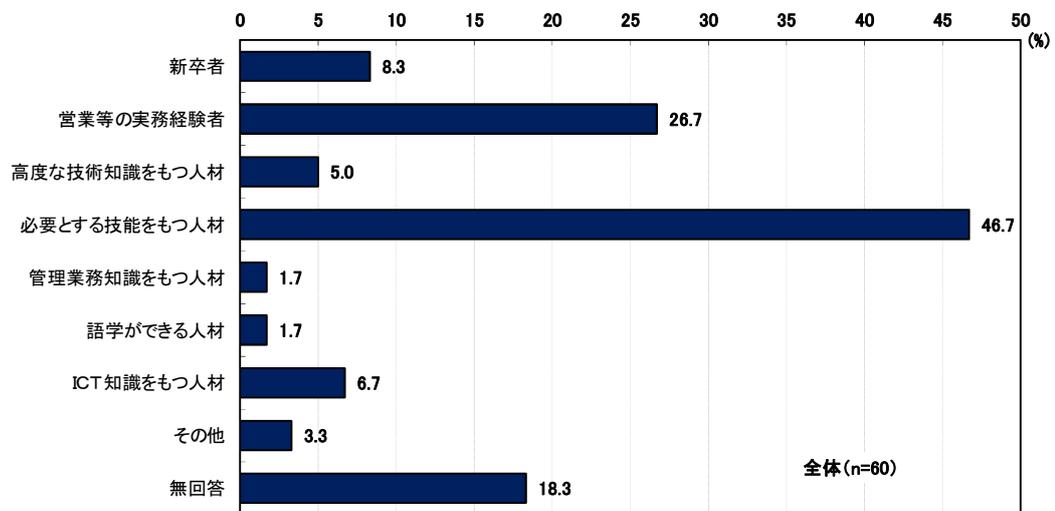
問4 貴事業所の経営上の課題についてお答えください。(○は3つまで)



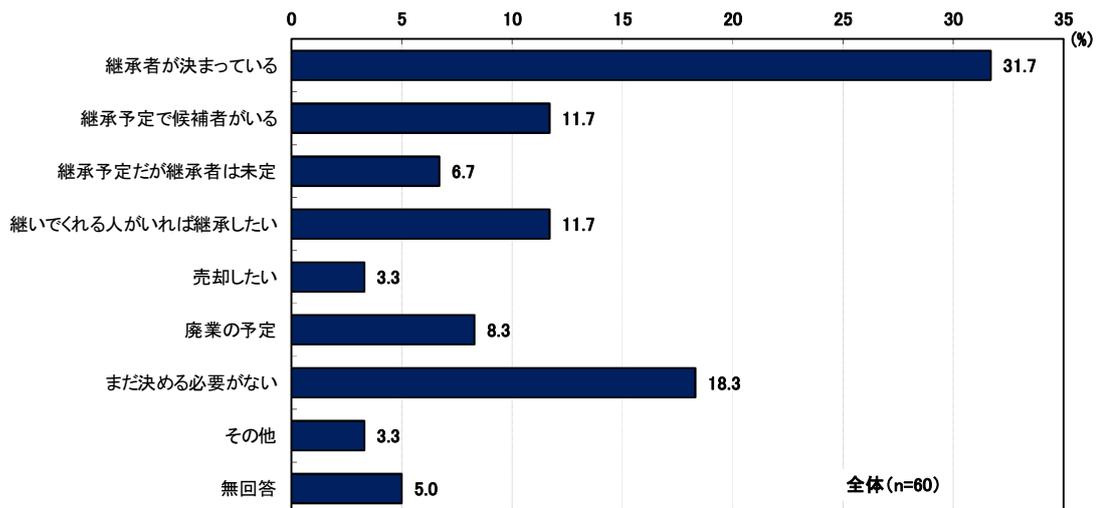
問5 人材の能力・人数の状況についてお答えください。(○は1つ)



問6 貴事業所が必要としている人材についてお答えください。(○は2つまで)

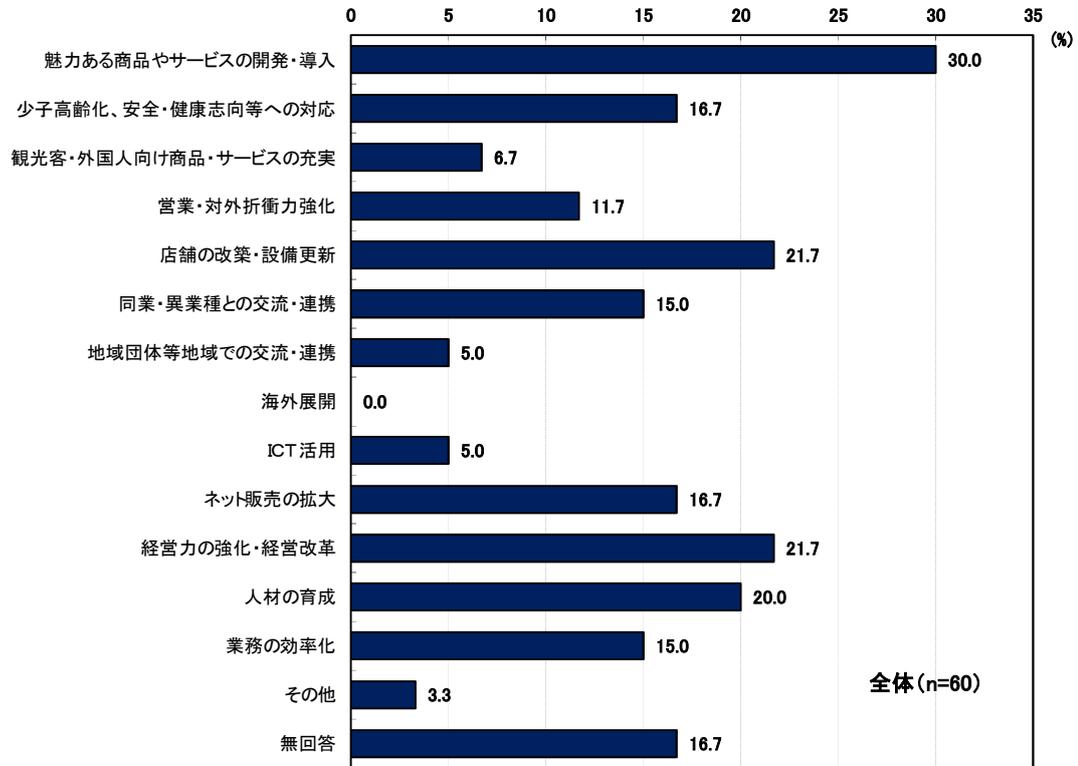


問7 事業継承の予定についてお答えください。(○は1つ)

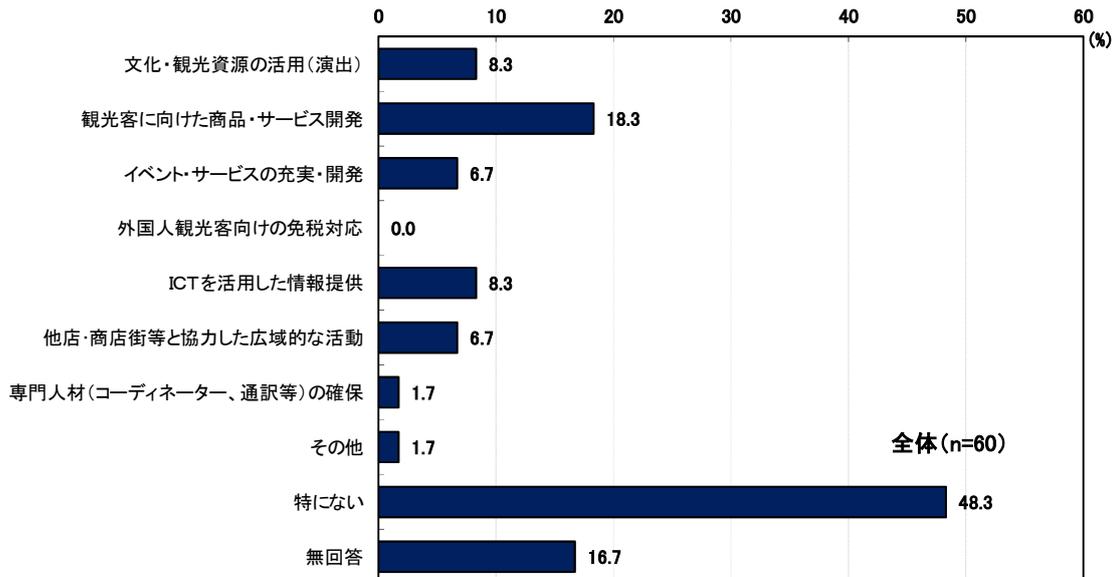


貴事業所の今後の事業展開についてお答えください。

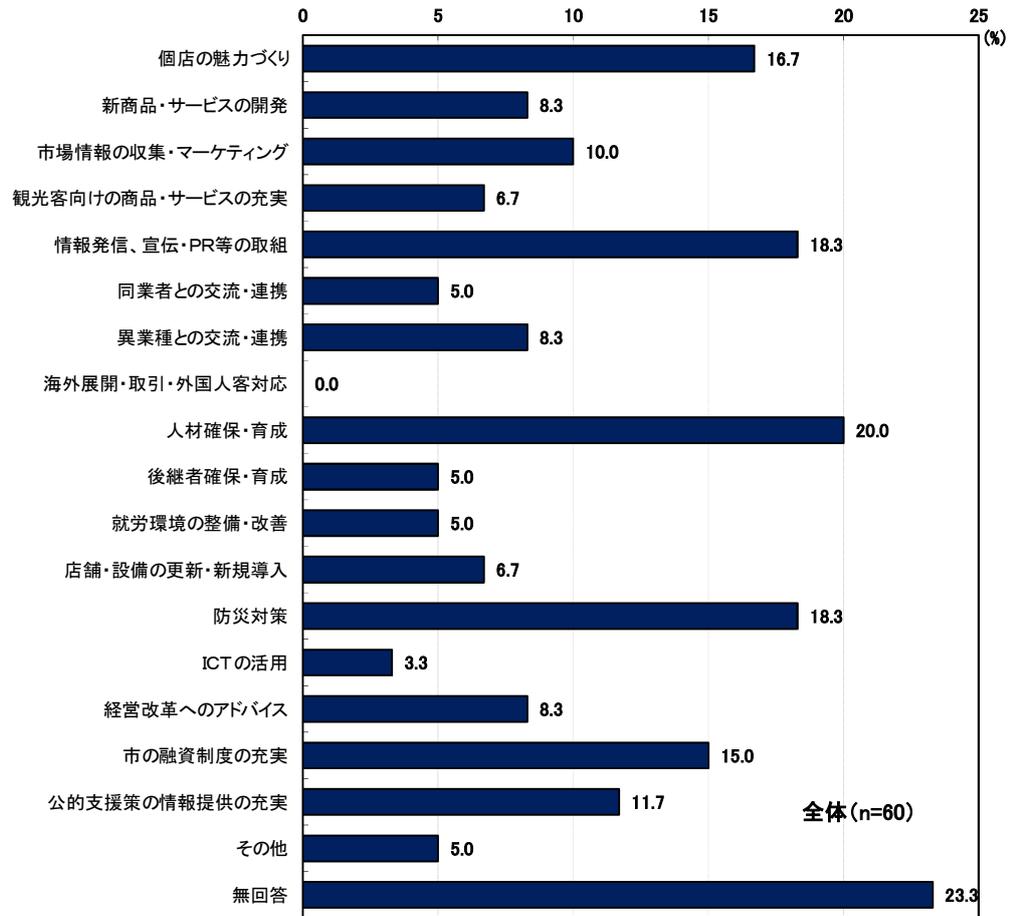
問8 今後、取り組みたい点についてお答えください。(〇はいくつでも)



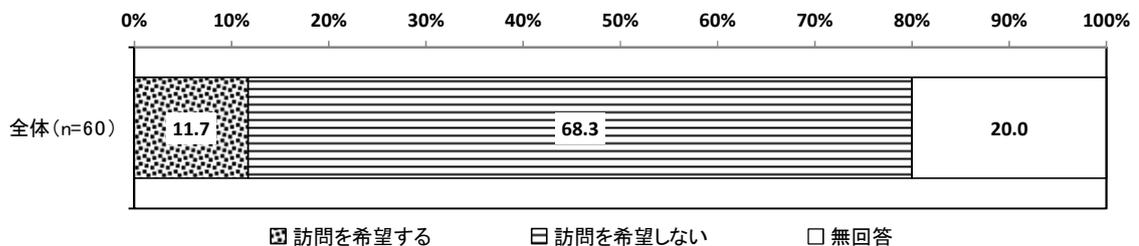
問9 貴事業所が、観光客に対して取り組みたいことについてお答えください。(〇はいくつでも)



問 10 今後、行政に期待する支援策についてお答えください。(〇は3つまで)



●調査票の内容を受けて、企業コーディネーターが貴社を訪問することを希望しますか。

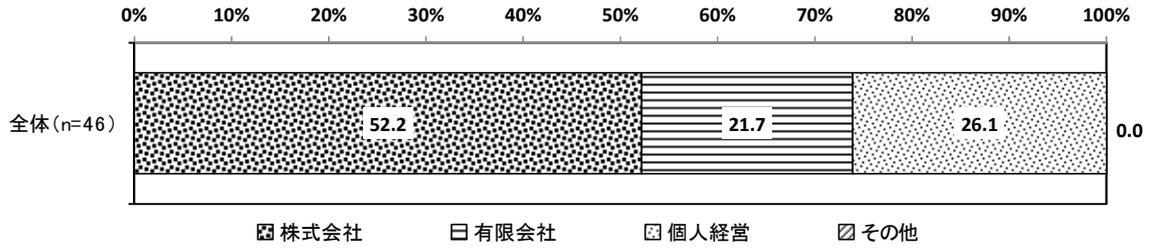


サービス業

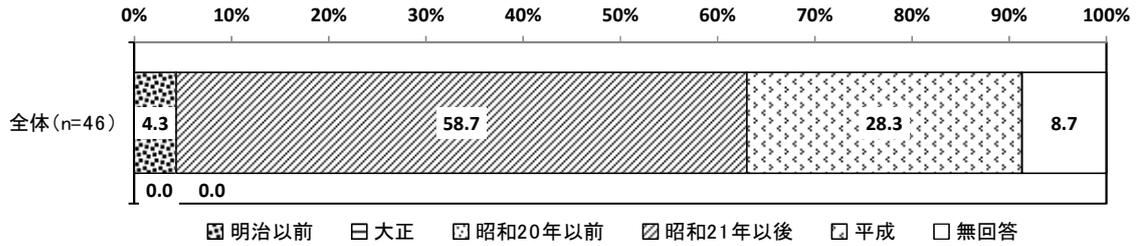
貴事業所の概要についてお答えください。

※市外にも事業所・店舗等がある場合は、従業者数等は市内分のみお答えください。

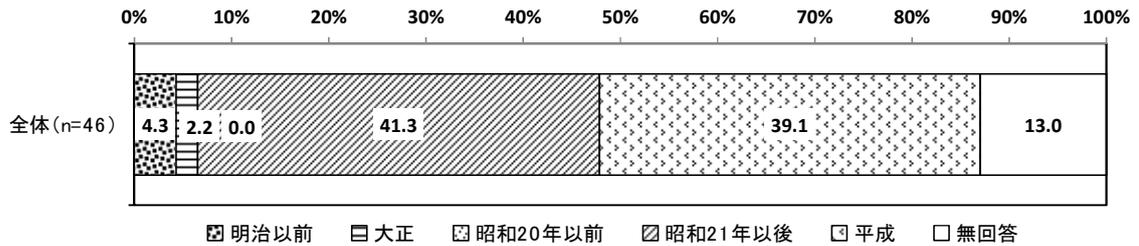
●企業形態



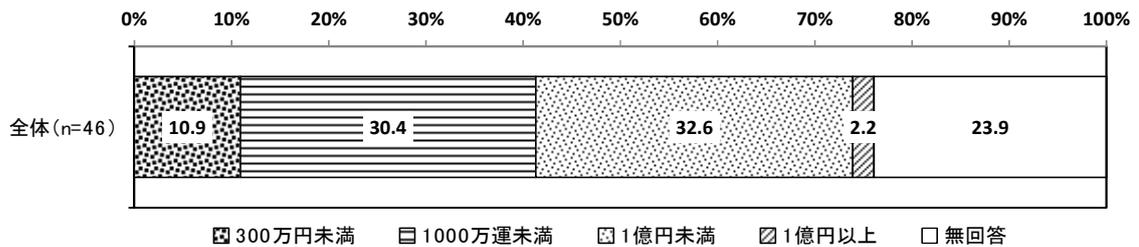
●設立（時期）



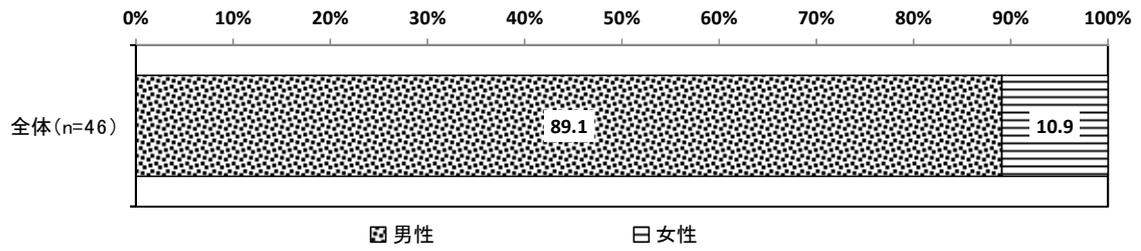
●笠岡市での事業開始年



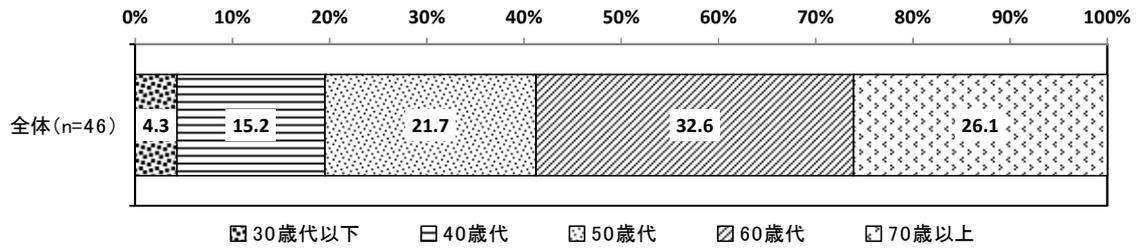
●資本金



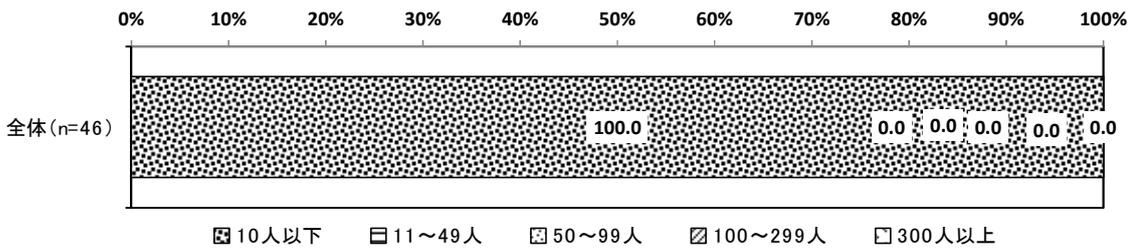
●代表者の性別



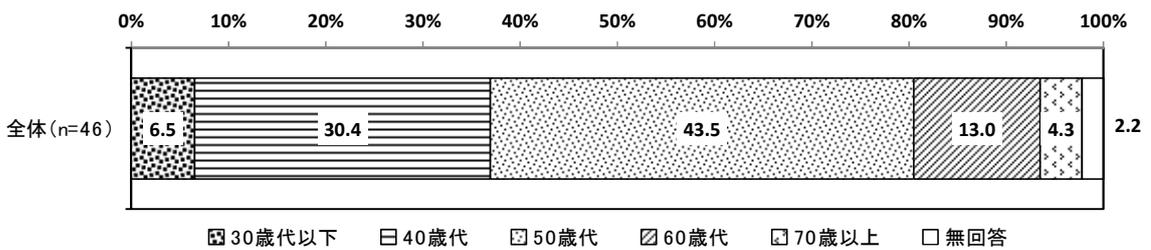
●代表者の年齢



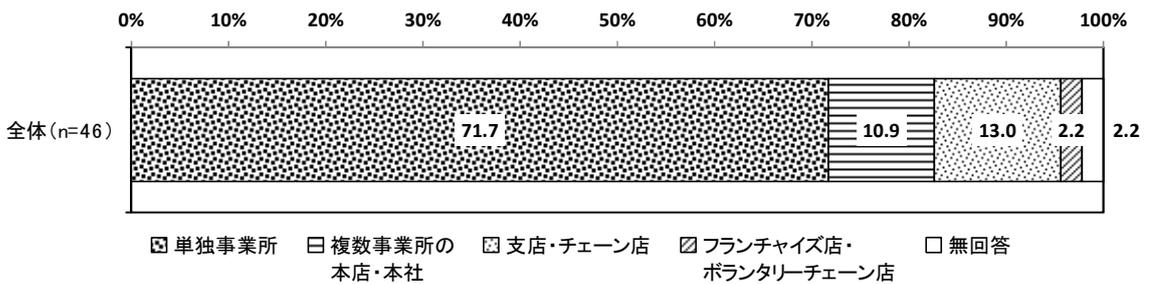
●従業員数（役員，パート等含む）



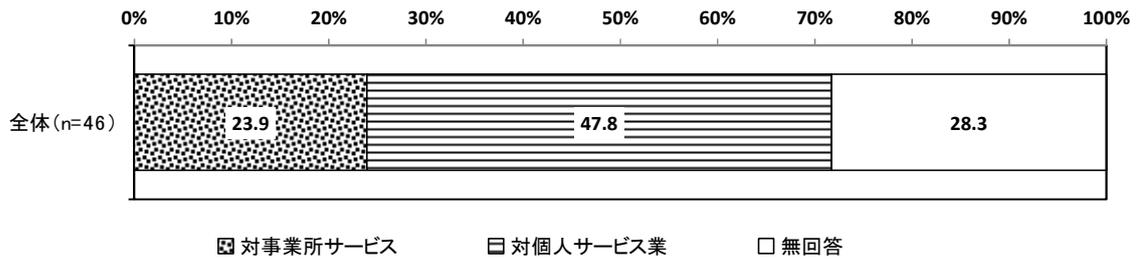
●従業員の平均年齢



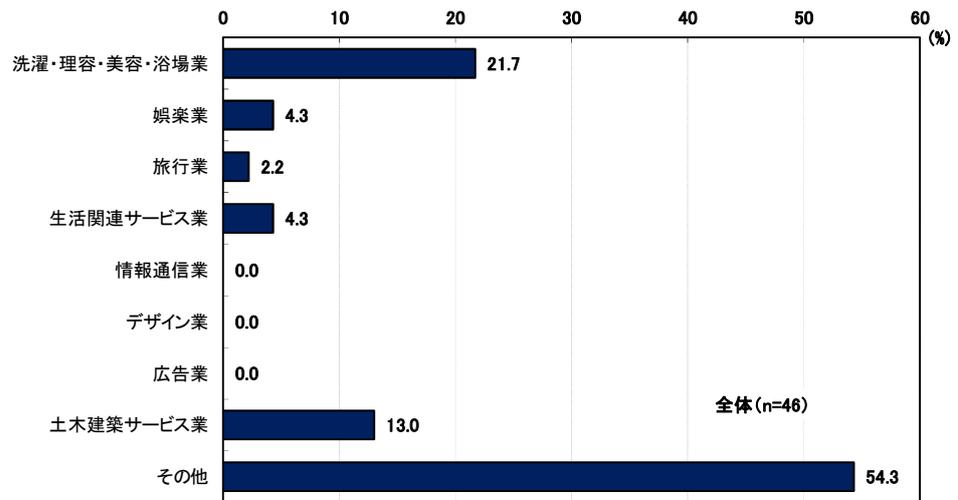
●貴事業所の経営形態



●事業の対象

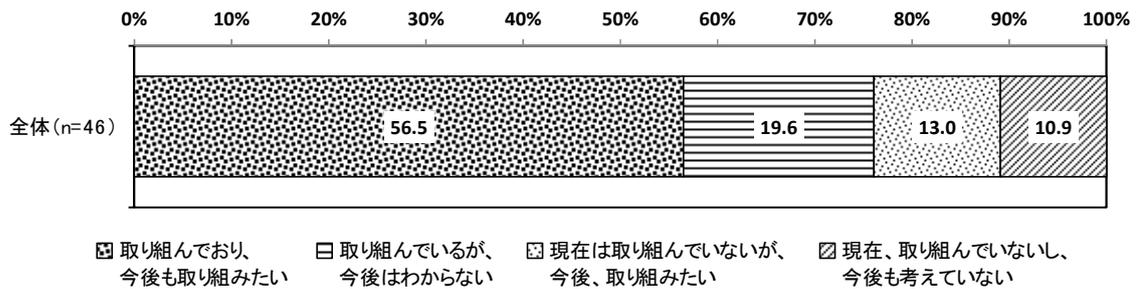


●貴事業所の業種（提供する主なサービス）

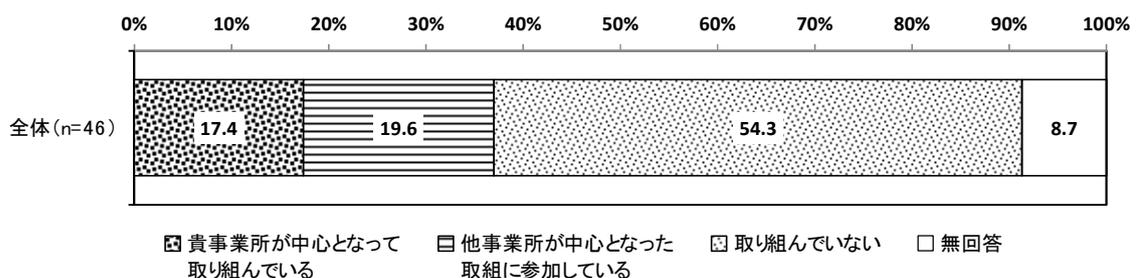


貴事業所の営業状況についてお答えください。

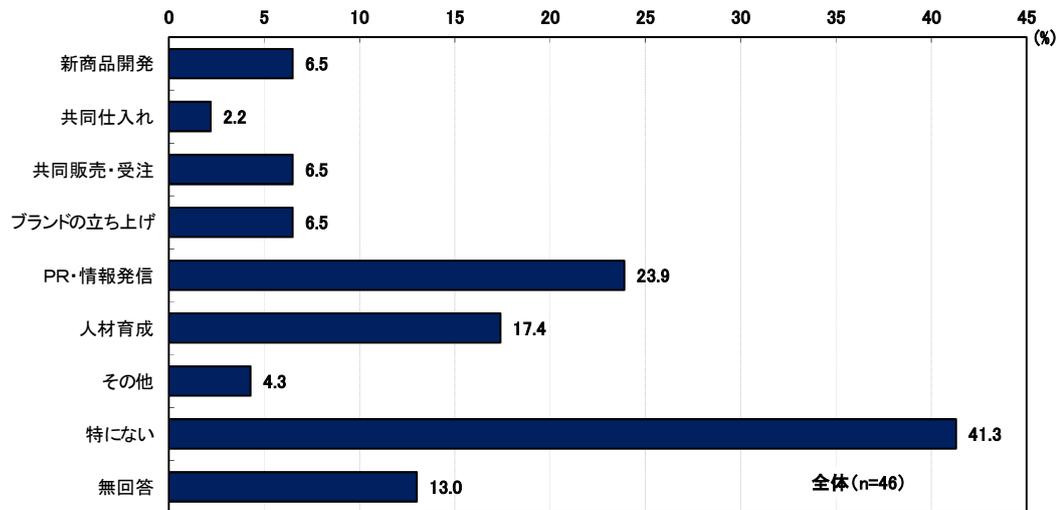
問1 貴事業所では、売上・利益の増加や将来の発展に向けた取組を実施していますか。(〇は1つ)



問2 他事業所や地域の団体等と連携した取組についてお答えください。(〇は1つ)

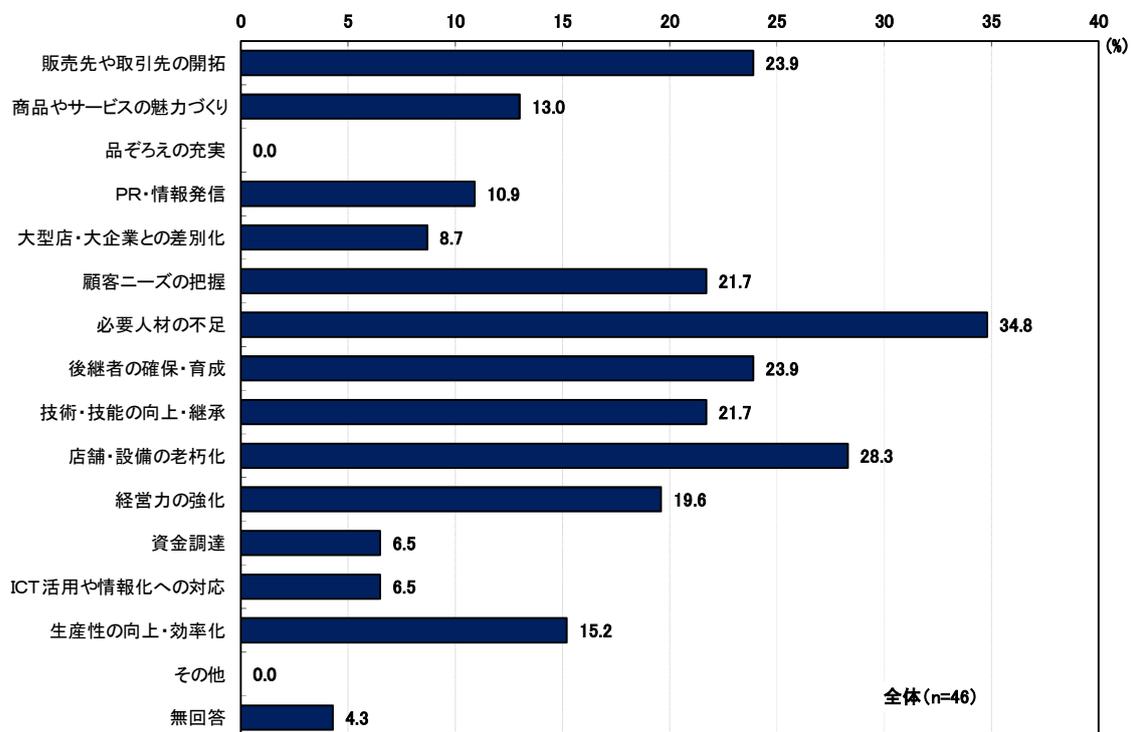


問3 今後、他事業所や地域の団体と連携して取り組みたい内容についてお答えください。(〇はいくつでも)

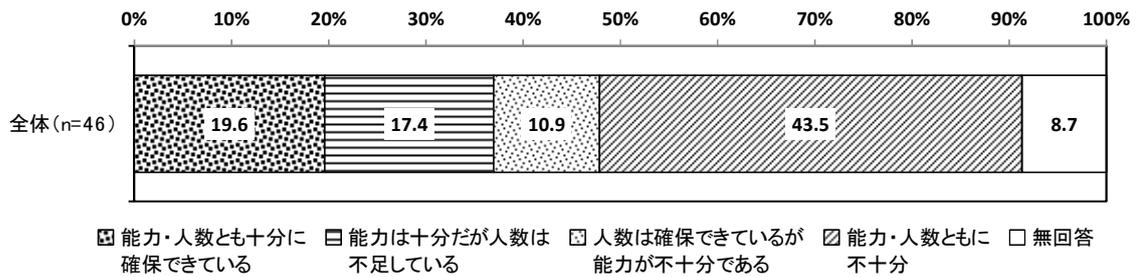


外部環境の変化や貴事業所の課題等についてお答えください。

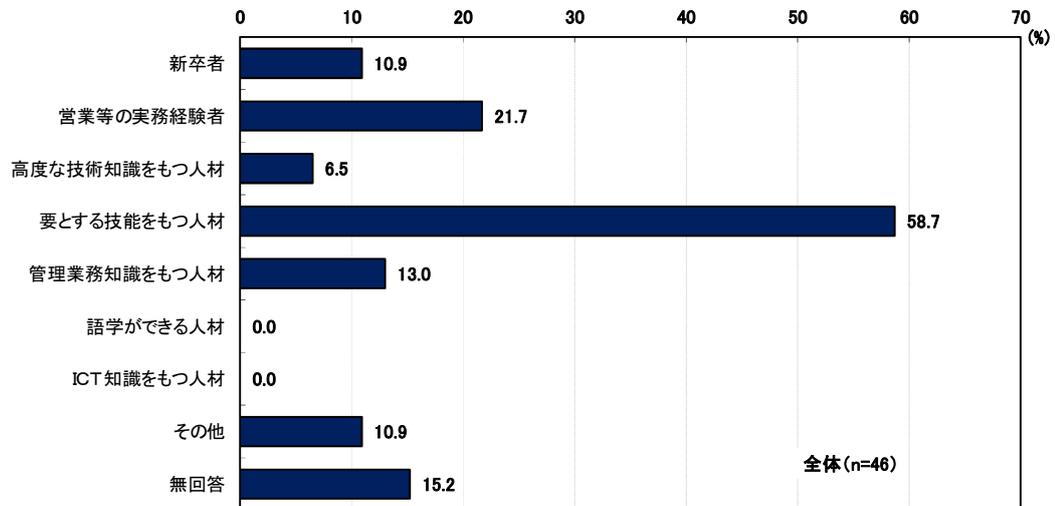
問4 貴事業所の経営上の課題についてお答えください。(〇は3つまで)



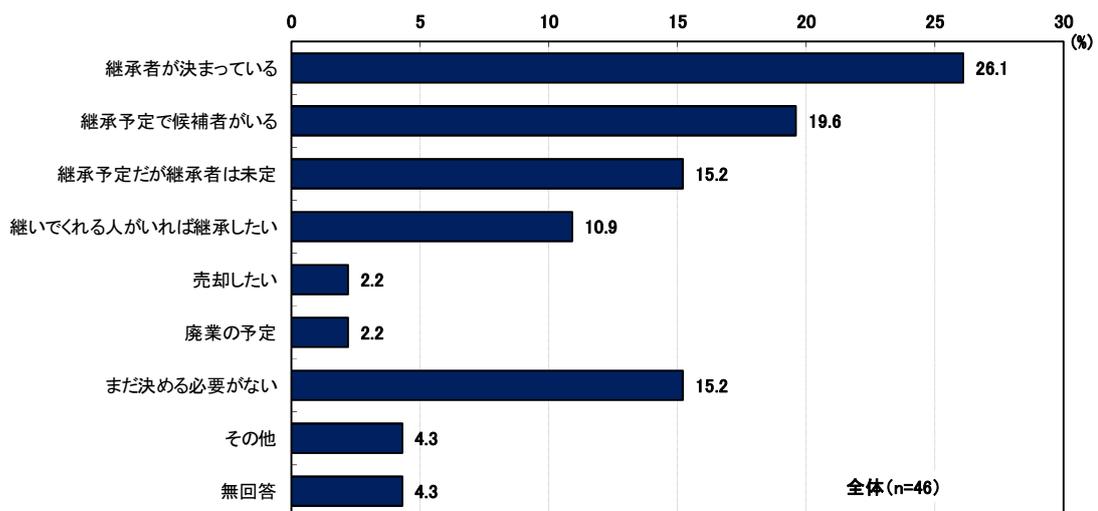
問5 人材の能力・人数の状況についてお答えください。(○は1つ)



問6 貴事業所が必要としている人材についてお答えください。(○は2つまで)

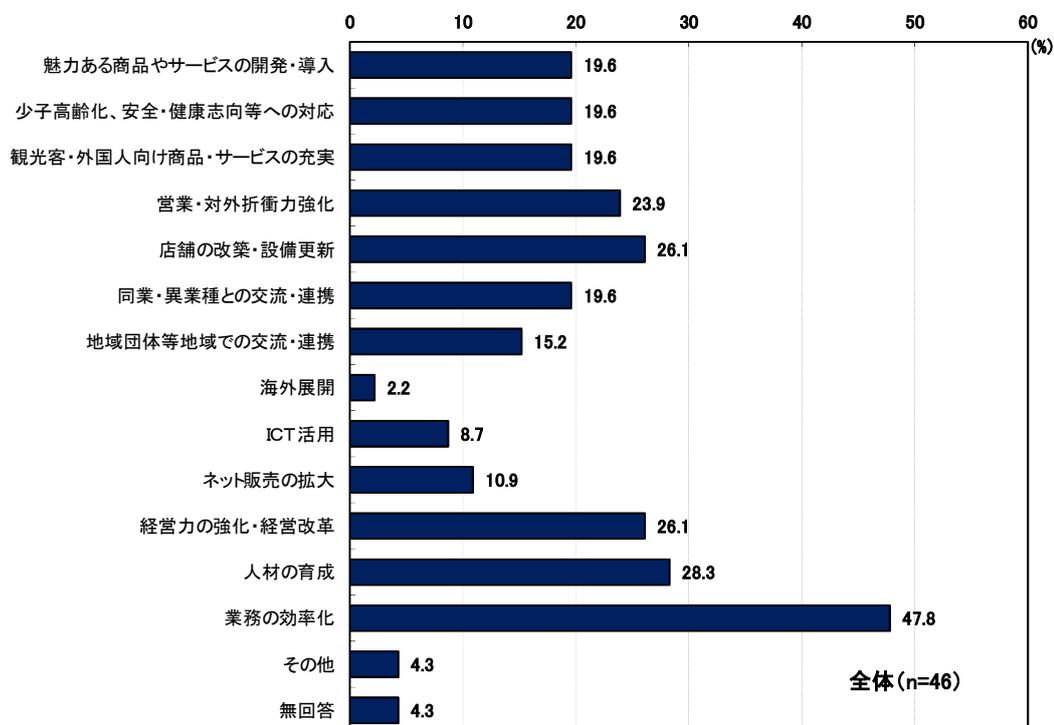


問7 事業継承の予定についてお答えください。(○は1つ)

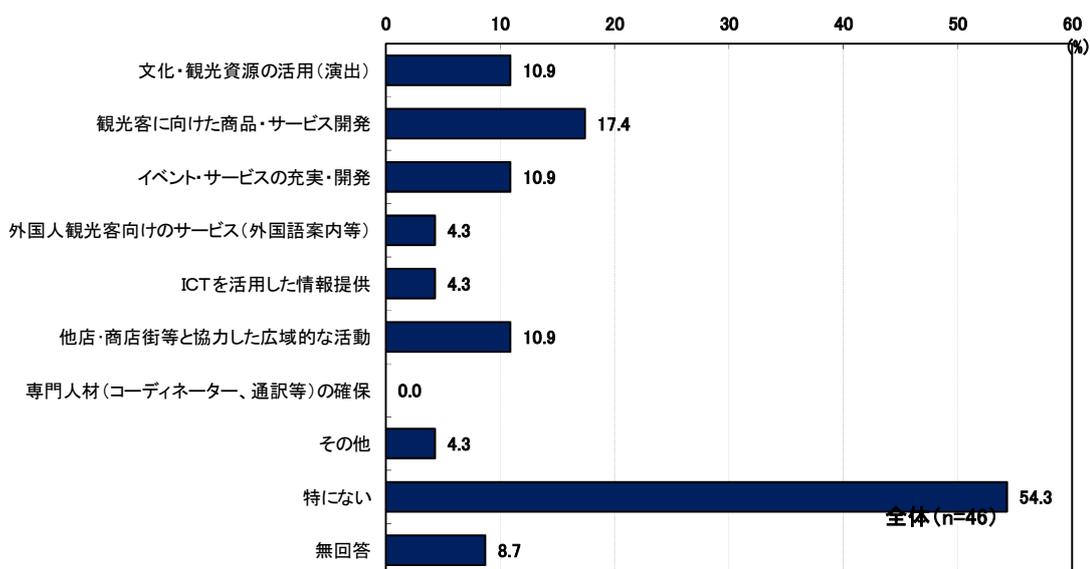


貴事業所の今後の事業展開についてお答えください。

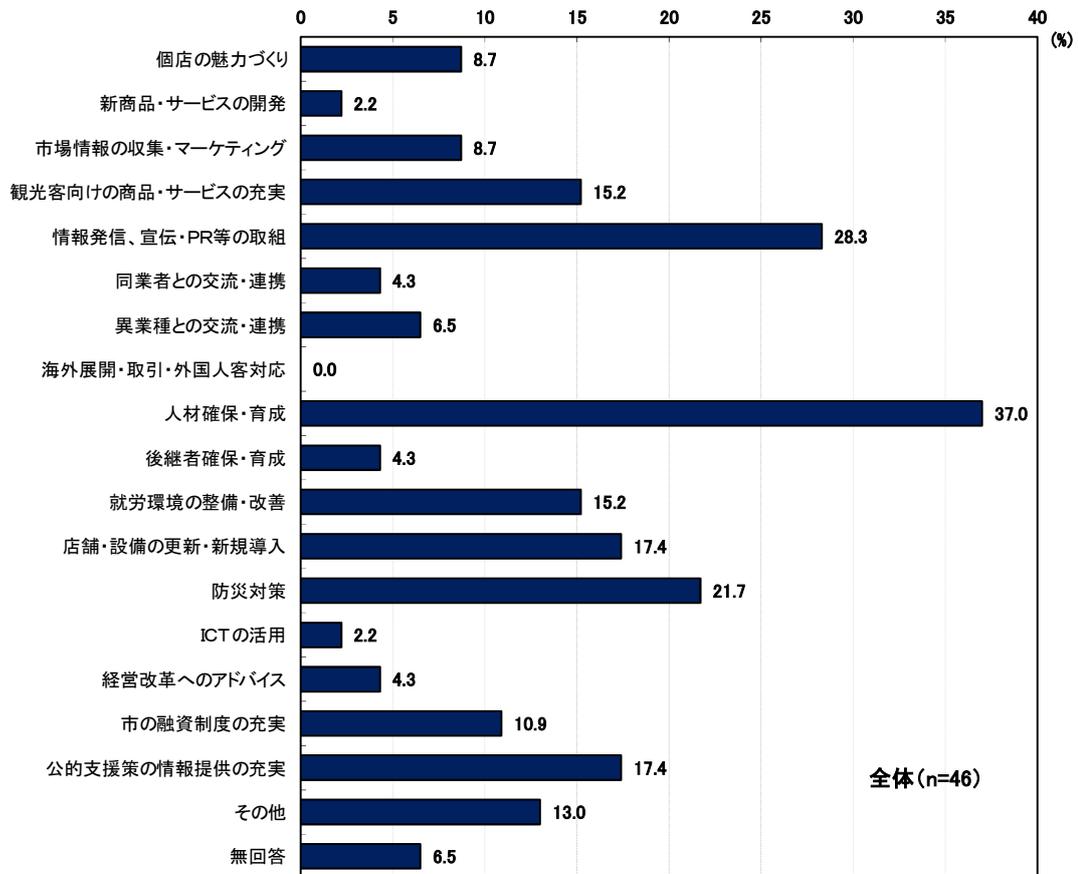
問8 今後、取り組みたい点についてお答えください。(〇はいくつでも)



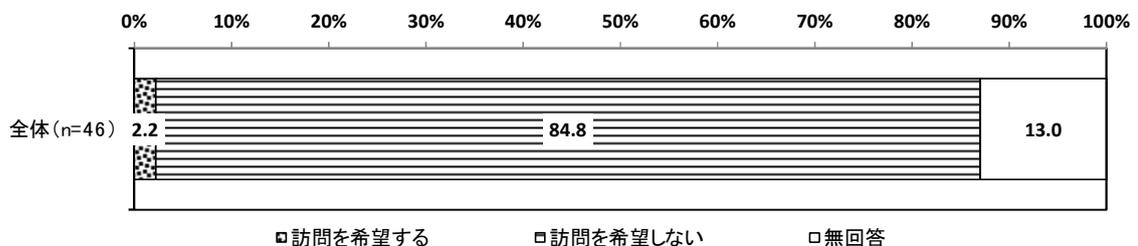
問9 貴事業所が、観光客に対して取り組みたいことについてお答えください。(〇はいくつでも)



問 10 今後、行政に期待する支援策についてお答えください。(〇は3つまで)



●本調査票の内容を受けて、企業コーディネーターが貴社を訪問することを希望しますか。

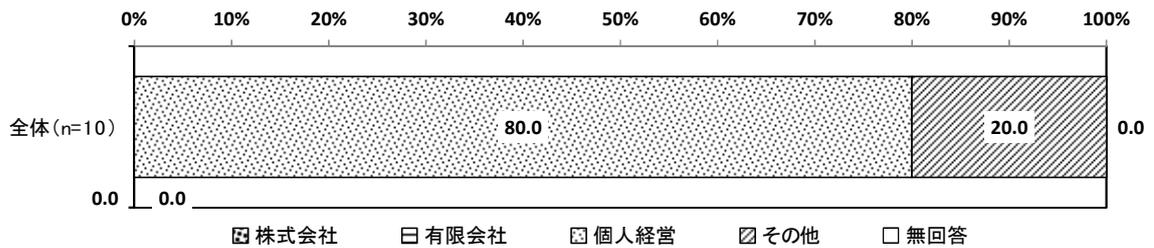


宿泊業

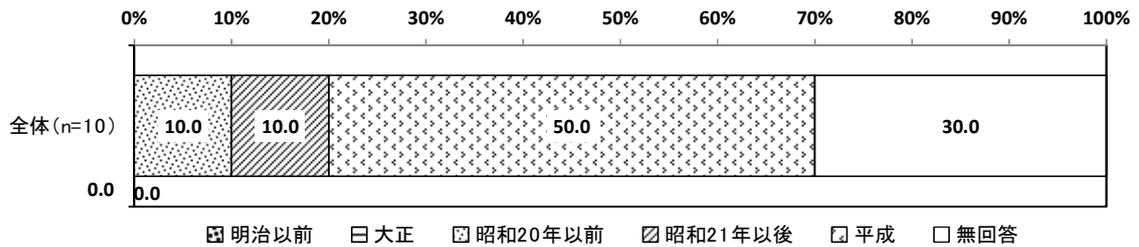
貴事業所の概要についてお答えください。

※市外にも事業所・店舗等がある場合は、従業者数等は市内分のみお答えください。

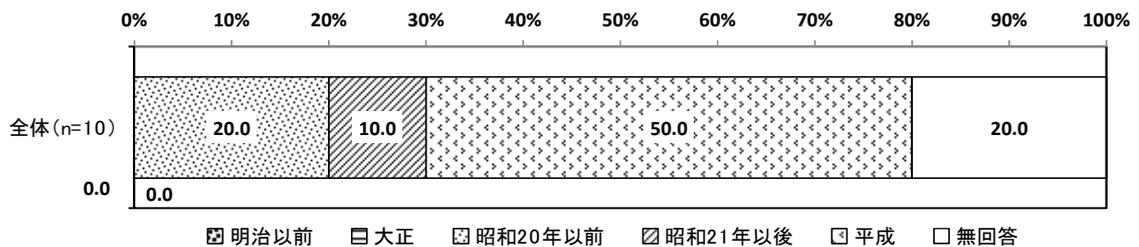
●企業形態



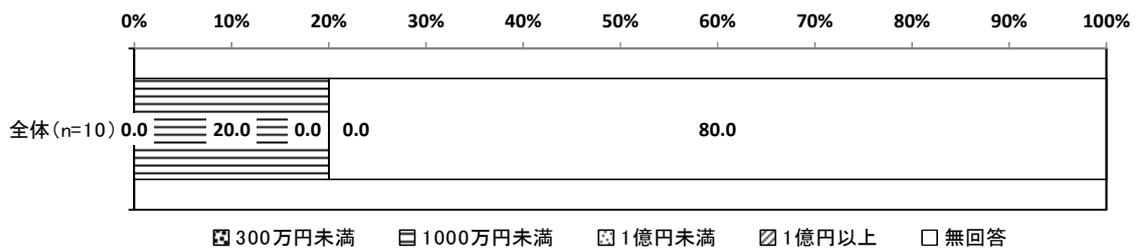
●設立（時期）



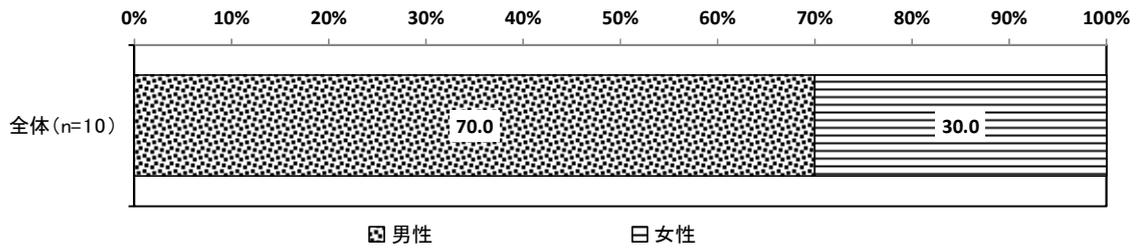
●笠岡市での事業開始年



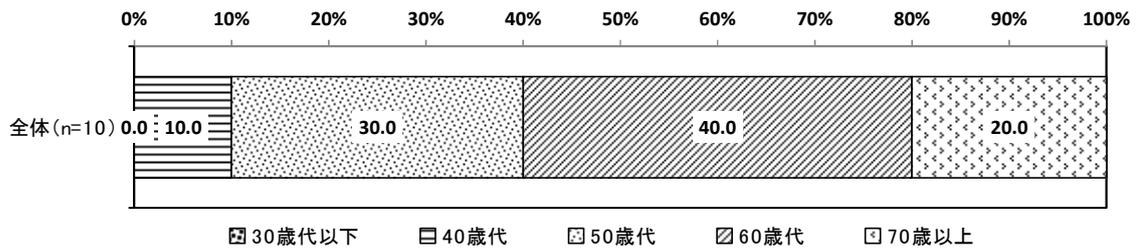
●資本金



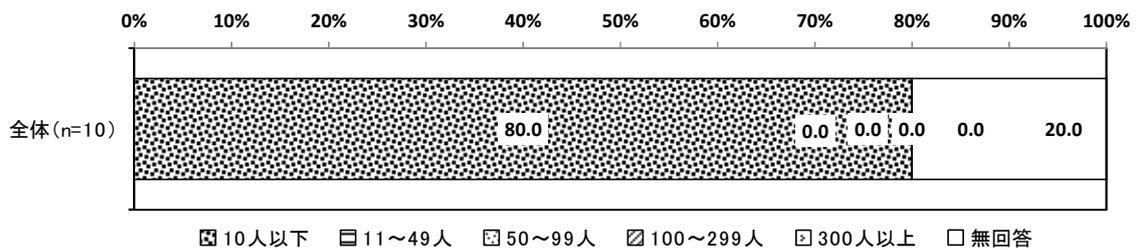
●代表者の性別



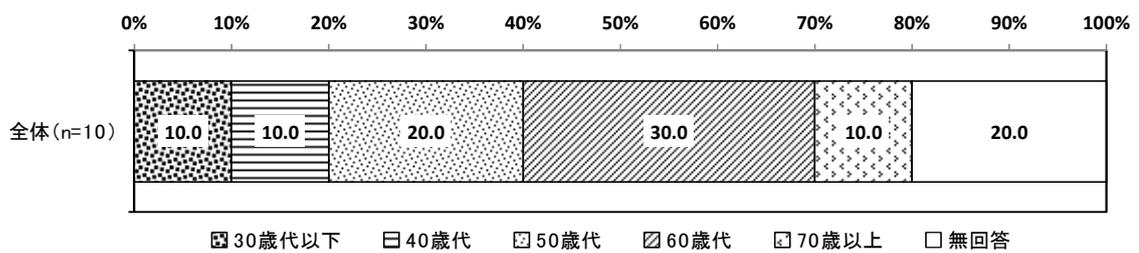
●代表者の年齢



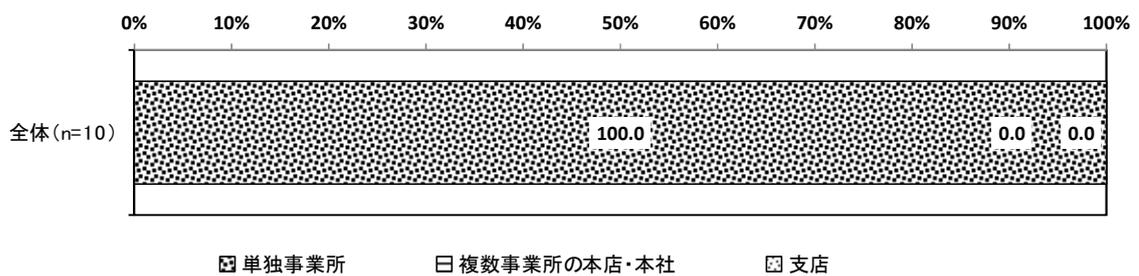
●従業員数（役員，パート等含む）



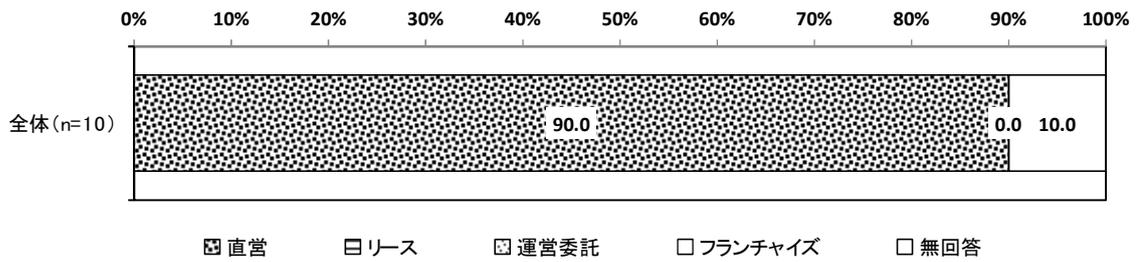
●従業員の平均年齢



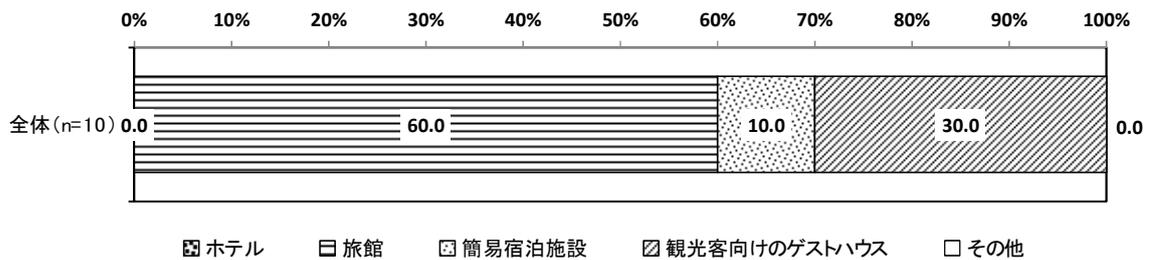
●貴事業所の経営形態



●事業の運営方式

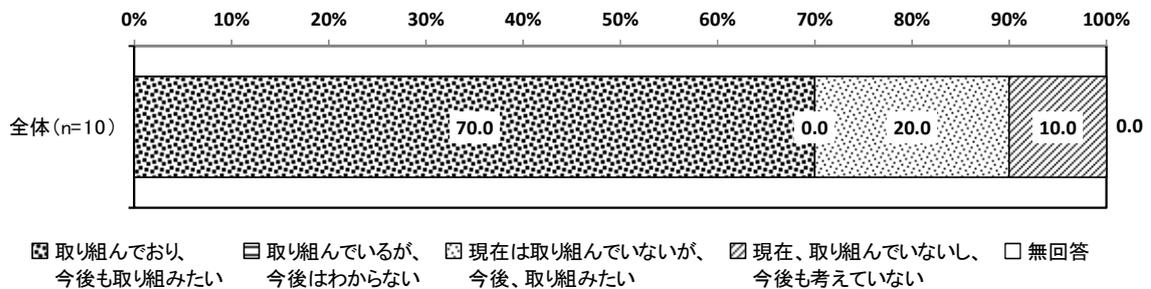


●貴事業所の業種（主なものに1つに○）

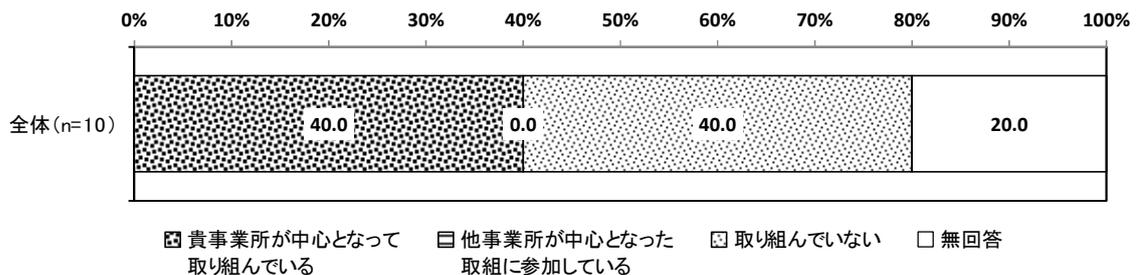


貴事業所の営業状況についてお答えください。

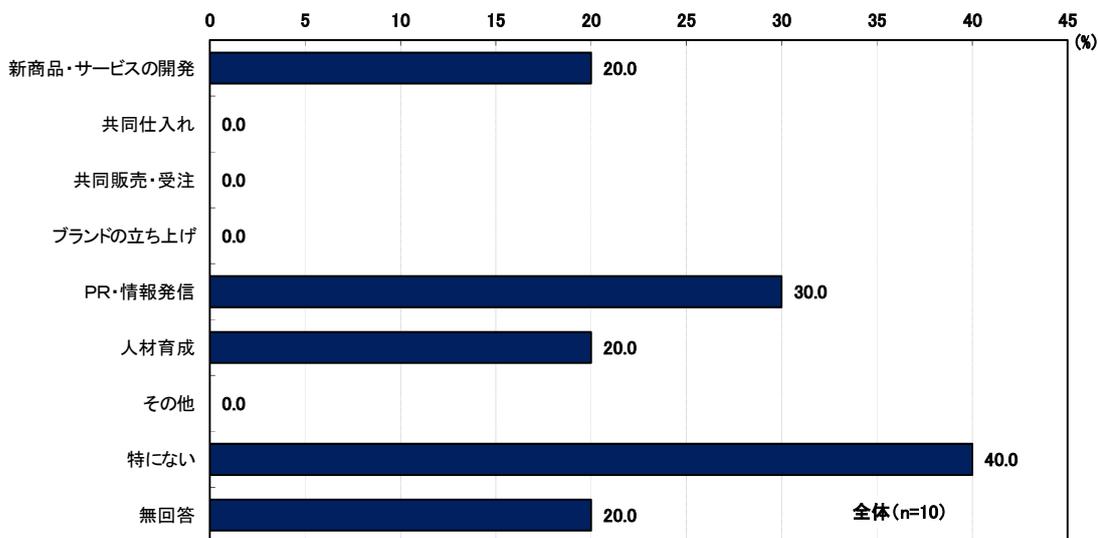
問1 貴事業所では、売上・利益の増加や将来の発展に向けた取組を実施していますか。（○は1つ）



問2 他事業所や地域の団体等と連携した取組についてお答えください。（○は1つ）

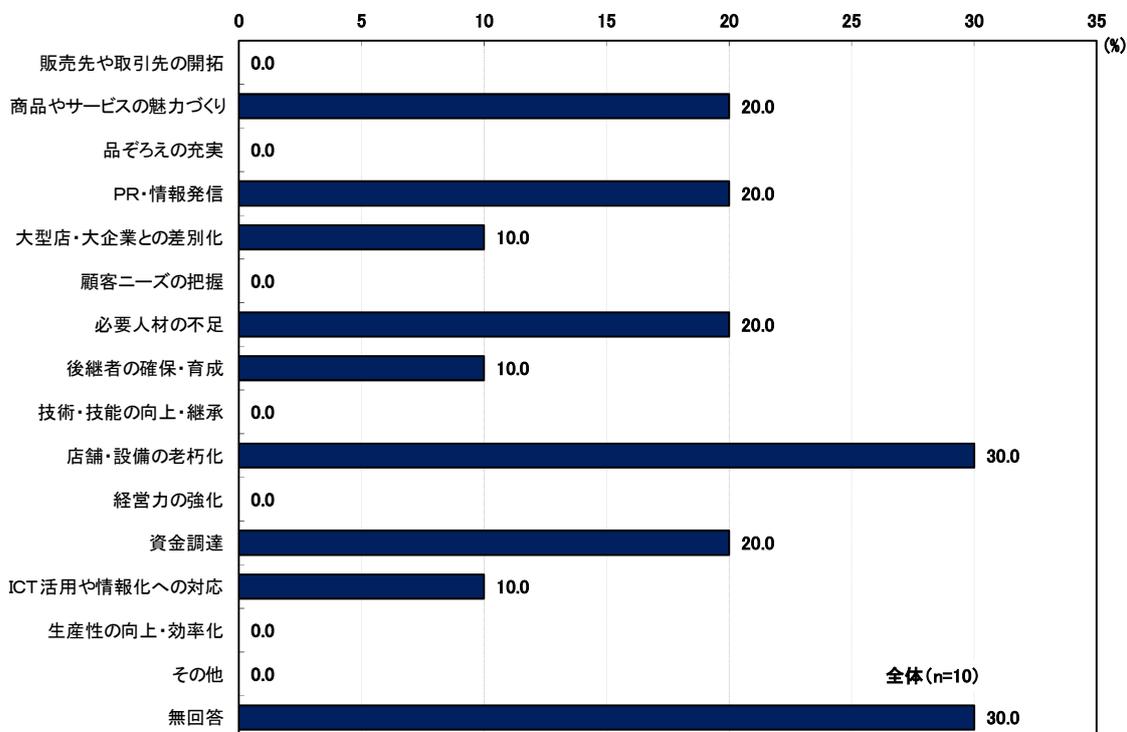


問3 今後、他事業所や地域の団体と連携して取り組みたい内容についてお答えください。(〇はいくつでも)

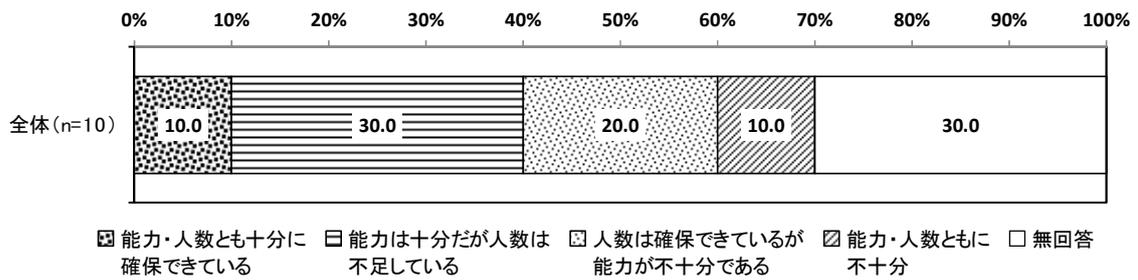


外部環境の変化や貴事業所の課題等についてお答えください。

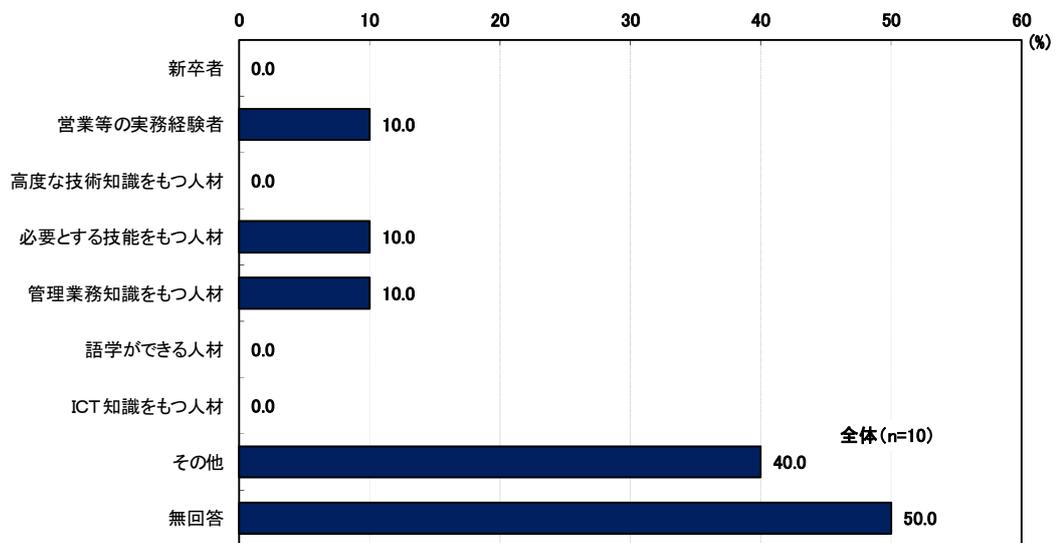
問4 貴事業所の経営上の課題についてお答えください。(〇は3つまで)



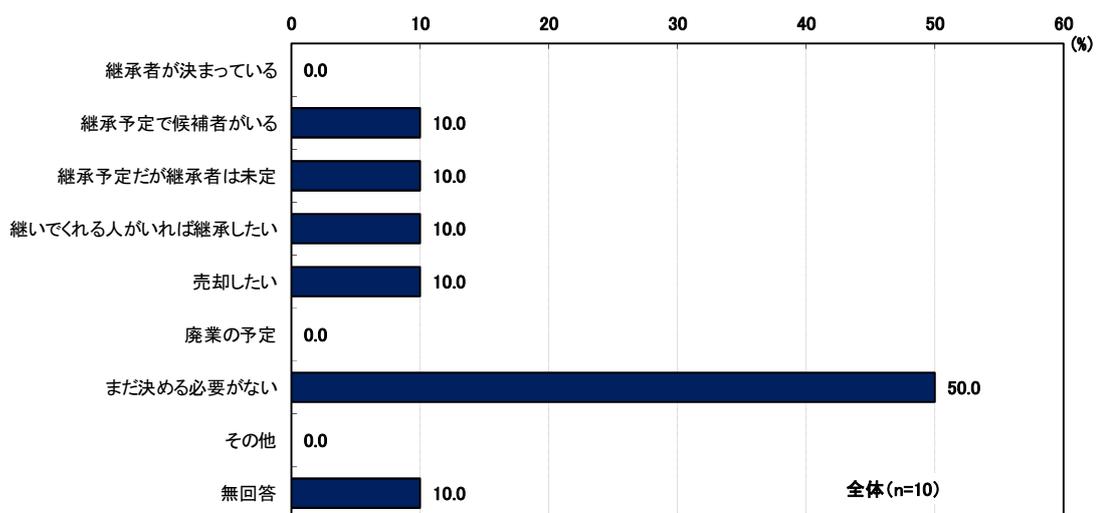
問5 人材の能力・人数の状況についてお答えください。(○は1つ)



問6 貴事業所が必要としている人材についてお答えください。(○は2つまで)

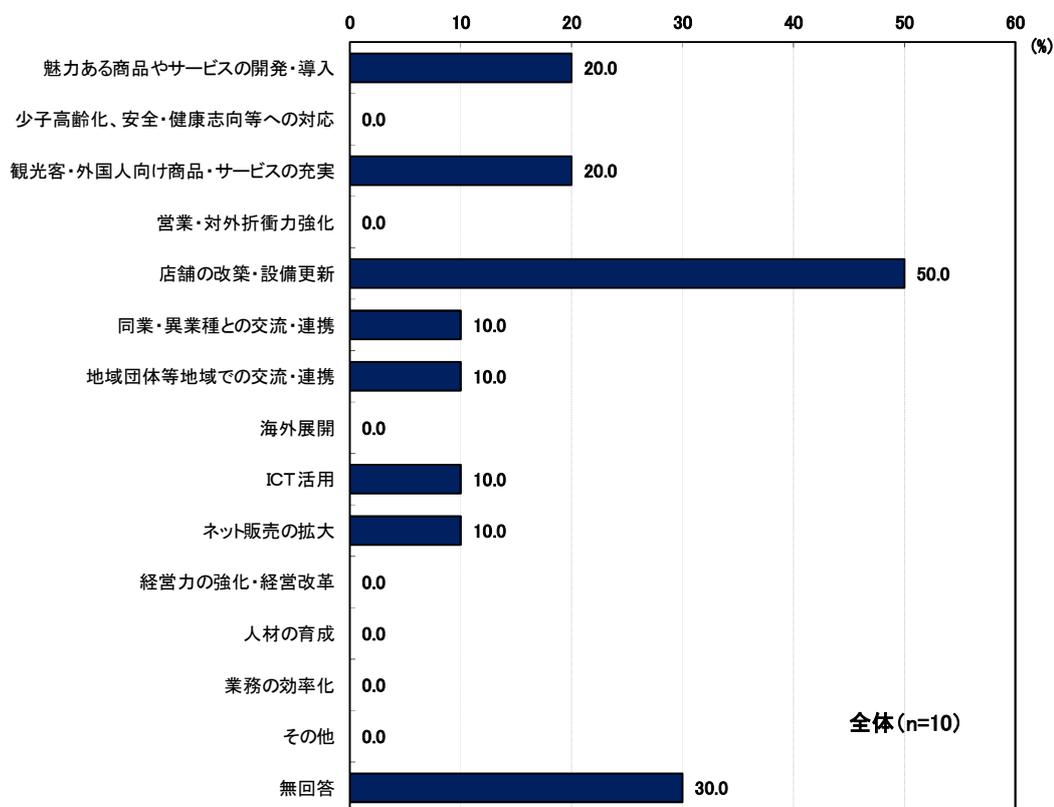


問7 事業継承の予定についてお答えください。(○は1つ)

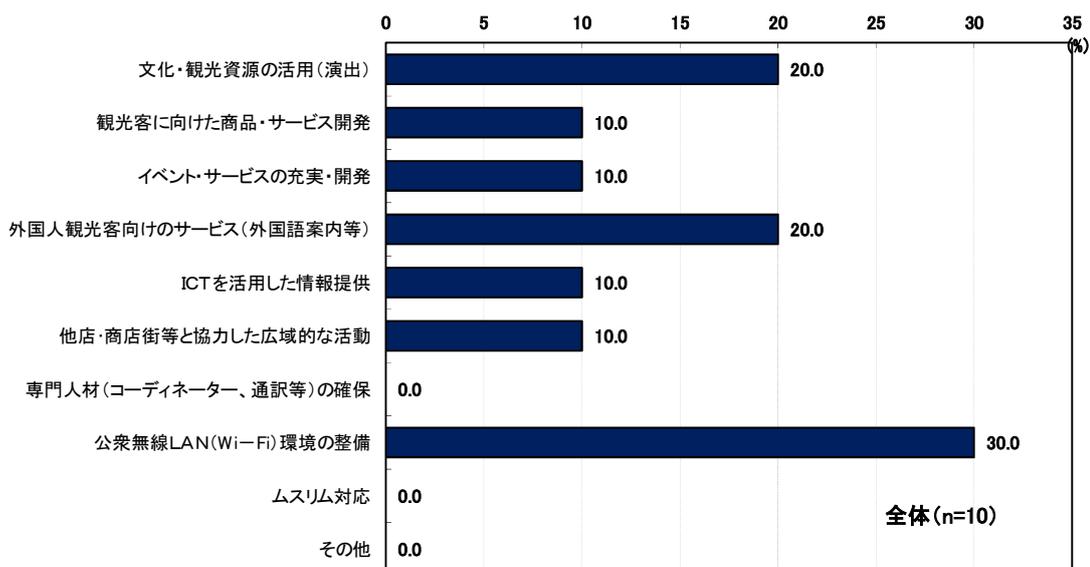


貴事業所の今後の事業展開についてお答えください。

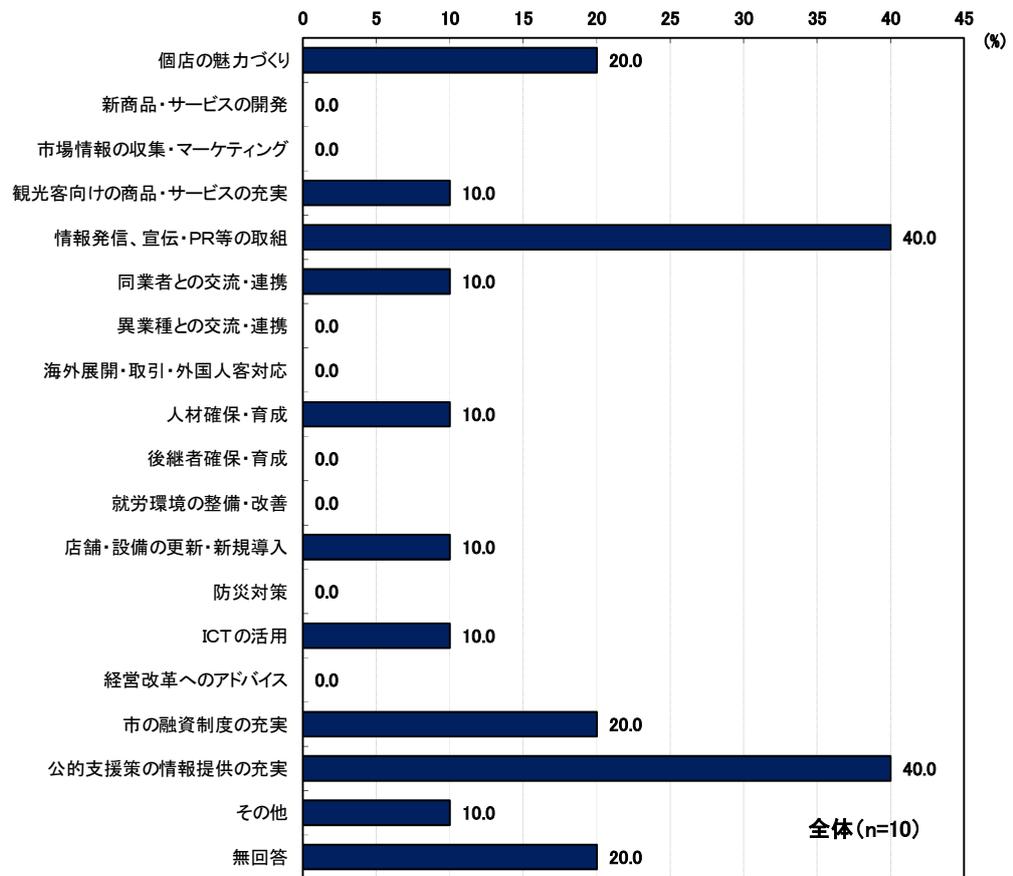
問8 今後、取り組みたい点についてお答えください。(〇はいくつでも)



問9 貴事業所が、観光客に対して取り組みたいことについてお答えください。(〇はいくつでも)



問 10 今後、行政に期待する支援策についてお答えください。(〇は3つまで)



2 笠岡市産業振興ビジョン5年間を振り返る市民会議

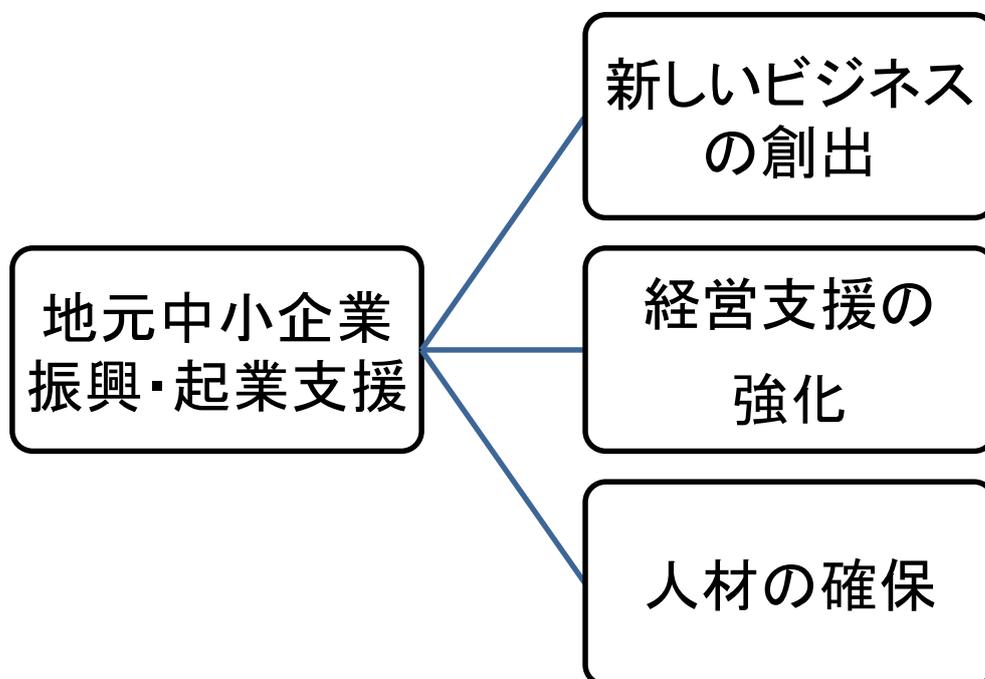
産業振興ビジョンの改訂にあたって、市民の方々と本市の産業の現状及び課題を共有し、持続可能な笠岡市の産業振興施策を市民、事業者の方々と一緒に考えるため、市民会議を開催しました。そして、「中小企業振興・起業支援」と「観光振興」の2つのテーマで4グループと3グループに分かれてグループ討議を実施しました。そのグループ討議の結果は次のとおりです。

- 1 日 時 平成30年12月22日（土）9時30分～12時
- 2 場 所 笠岡市民会館第1会議室
- 3 参加者 市民、事業者等約80人

(1) 中小企業振興・起業支援 Aグループ

【テーマ】

つながりが生む循環型経済のまち笠岡



①新しいビジネスの創出

・行政で得られる情報や研究機関などの研究データなどから今後の世の中のニーズを吸い上げ、

事業者が活用できるようにする。

- ・ 第2創業支援

- ・ 宿泊施設が少ないので、観光に力を入れてもお金が落ちにくい。インバウンド向けとしては長期で旅行に行く人も多いので安く宿泊できる施設を作る（周りに魅力的な町も多いので、笠岡を長期観光向けの拠点としてアピールする）

- ・ 駅南の活性化

- ・ 個人商品販売ボックスを作り、売り上げのある商品を作った事業者や個人を支援していく

- ・ 起業についての講演を高校生や若者に向けて行う

- ・ 魅力ある個人が集まる仕組みや場作り

- ・ 農業分野で利益の取れるモノを地域全体で行う

②経営支援の強化

- ・ 経営塾

- ・ ITを活用できるようIT化を支援する

- ・ 後継者を探している事業者情報を集める（後継者バンク）

- ・ 空き店舗の情報を発信し、リノベーションについての支援や短期間での貸し出しなども

- ・ 道の駅付近に店舗を作り、笠岡の事業者の販売を支援＋笠岡の観光を収益化

- ・ 行政からの情報提供（国の補助金を事業者が活用できるように行政から推進していくなど、アンテナを張り企業をバックアップしていく）

- ・ 起業者が集まれる場が必要（起業者カフェなど、経営力UPや悩みなどの解決する）

- ・ 起業者向けの補助

- ・ 企業同士がノウハウを共有できるような場を作る

③人材の確保

- ・ 移民受け入れについて、市民・行政で会議し、どのようなカタチなら受け入れられるか検討する

- ・ 若者がUターンしやすい環境づくり→住む場所と働く場所を整えて情報提供していくこと、地元の企業と地元の高校生がつながる場を作り地元企業の魅力を知ってもらうなど

- ・ 求人コーディネーターを配置し、企業の求人のヒヤリングや取材を行い、マッチングを支援する（奈義町 まちの人事部）

- ・ 大学連携

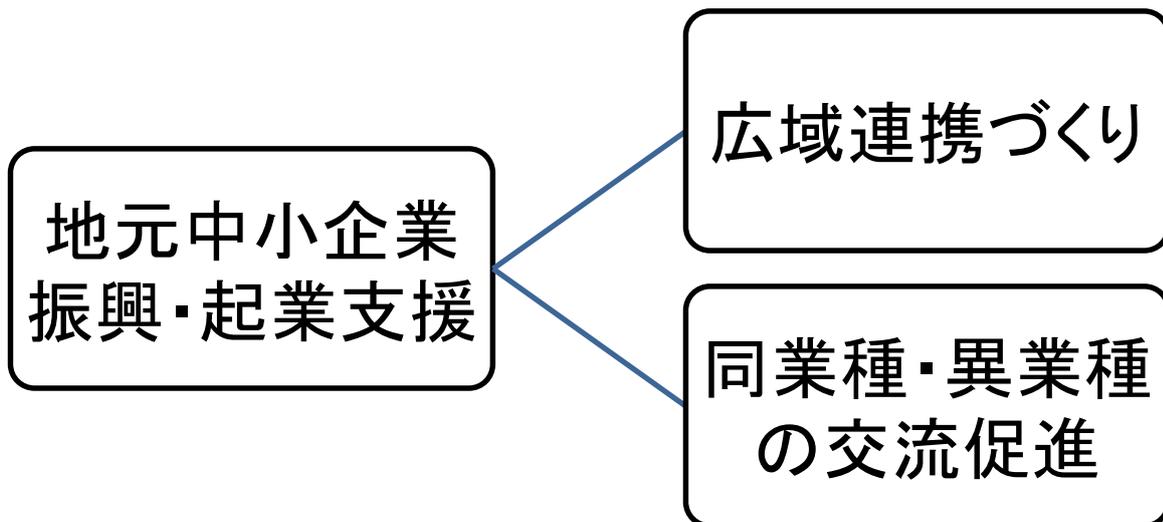
- ・ 商店街おこし（協力隊を活用）

- ・ 女性、高齢者、障害者の社会進出促進

(2) 中小企業振興・起業支援 Bグループ

【テーマ】

つながりが生む循環型経済のまち笠岡



①広域連携づくり

笠岡市の人口が減少し、少子高齢化になっていくなかで、従来市内のマーケットを対象にしていたサービス業や建設業は市内で商売を続けることができなくなっている。そのため、福山市のマーケットに打ってでたいが、岡山県と広島県の県境があり、情報が遮断され、福山市の情報が笠岡市に届かない。また、逆に笠岡市の情報が福山に届かない。それは、テレビ局が違い、また、新聞社が異なるためである。笠岡商工会議所や福山商工会議所のつながりが無い。

そんな中、備後圏域連携事業が福山市を中心として実施されており、岡山県と広島県という県の枠組み以外での取組が芽吹き始めている。この流れを拡大し、民間事業者が福山市と連携できる取組が必要です。

②同業種・異業種の交流促進

笠岡市内に写真館が何館もあった。昔は、同業種の集まりがあり、そこで情報交換ができていたが、現在はなくなってしまった。自分たちより上の世代がいなくなり、今自分たちの世代（還暦世代）でまた同業種を集まりを再開したいが、その元気がない。写真館は写真のデジタル化の大きな波（環境の変化）で、写真をプリントして残すということがなくなり、廃業が進んだ。また、少子高齢化でマーケットが縮小しており、子どもに写真館を継がせようという気にならない。

③その他

- ・コトのつながりと人のつながりをコーディネートする必要がある。
- ・10年後20年後の会社のビジョンを示さなければならないが、そのようなビジョンを示せる経営者がどれだけいるのか。→経営者の人材育成
- ・自分の子供に自分の事業を継がせたくない。→苦労させたくない。
- ・中心市街地の駐車場が不足している。
- ・人員不足→高齢者の進出が必要。Iターンの促進も有効ではないか。
- ・笠岡市内の交通渋滞のため、周辺地域から中心市街地へ来ない。道路が整備されていない。

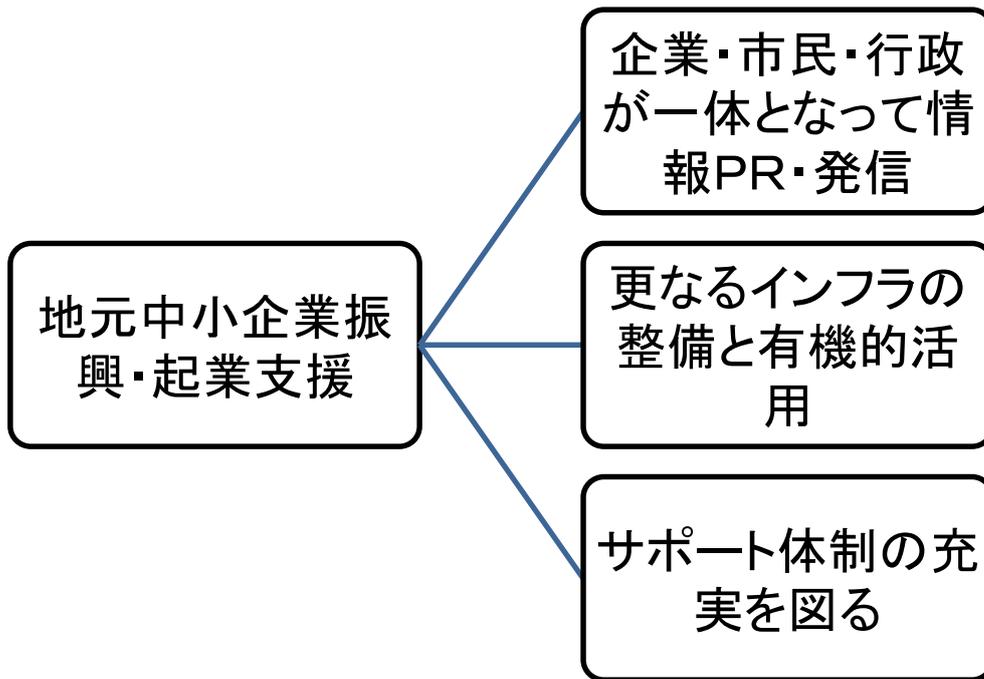
④ワード

- ・マーケットの変化，市内マーケットの縮小
- ・会社のビジョンを示す
- ・経営者の人材育成
- ・後継者不足
- ・Iターンの推進
- ・中心市街地に駐車場不足
- ・中心地への人が集まる道路がない
- ・人員不足
- ・技術の承継ができない
- ・高齢者の働き方，労働市場への進出
- ・同業種の集まりがない
- ・広域の連携（県境を超える）
- ・人のつながり，コトのつながりをコーディネート
- ・組織づくり
- ・相談体制の整備

(3) 中小企業振興・起業支援 Cグループ

【テーマ】

つながりが生む循環型経済のまち笠岡



①情報発信・PR

笠岡市民の市民性に消滅可能性都市と言われても危機感がなく、新しいことに取り組もうと言いながら行動が伴わないなど福山市と倉敷市という大きな商業圏に挟まれているがゆえ、地元には誇りが持てず、市内で消費をしない、知らないという面が前面にある。

しかし、笠岡市には潜在的に山・海・農業・漁業・島といった地の利資源や笠岡ラーメンや笠岡ブランドなど新しい産業の伸びしろは多くある。よって笠岡ブランドとのコラボや農業の6次化、レジャー産業などそれぞれの強みの共有化で新しい産業が生まれる可能性がある。

そのためには複数で何かを起こせるようプラットフォームを作り、異業種のマッチングを行ったり、行政や企業の思いを市民も一体となって情報をPRし外に向けて発信していくことが必要です。

②更なるインフラの整備と有機的活用

笠岡は国道2号が走っており、インターもあるのでアクセスが良く、空き店舗も多いため、オフィスとなり得る店舗も多い。

しかし、工業団地も少なく、干拓地は広大だが、自由に使える土地はない。郊外の農地は規制があるため、用途が制限されている。近年、企業の農業参入が盛んで土地を求められているが市

内に土地はない。また、生活には車が必須であるが、細い道が多く、渋滞もあちこちで発生している。下水道の整備も遅れ、スーパーや、公共施設でも近隣自治体と比べると劣っている。

企業振興には、土地の確保と共に企業で働く人、特に若い人の生活改善も必要なため、インフラの整備をより進めていくことが必要である。

③サポート体制の充実を図る

笠岡市の補助制度は手厚く、企業誘致だけでなく、水産業などにもフォローがしっかりされているが、求人を出しても人材が集まらず、特に専門業種はおらず、農業も担い手が不足している。若者が市外に流出するため後継者もない。

よって人材確保のためのサポート体制を推進していくことが必要である。

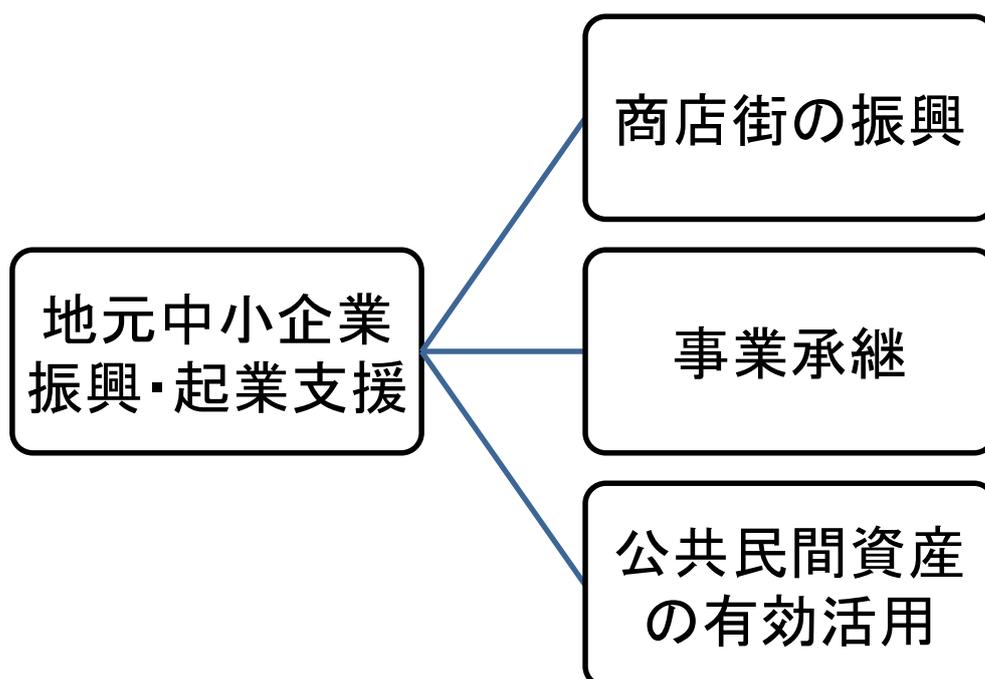
④その他

- ・飲食店の起業は地元の人になかなか受け入れてもらえない。
- ・若者が集える場所がない。
- ・世界に通用する商品や企業が少ない。
- ・外に打って出る企業が少ない。

(4) 中小企業振興・起業支援 Dグループ

【テーマ】

つながりが生む循環型経済のまち笠岡



①商店街の振興

笠岡駅前の商店街に空き店舗が増加してシャッター通りとなっているため、笠岡の玄関口である笠岡駅で電車を降りたお客さまが寂しい町並みにビックリしている。昔の商店街では各店舗に5人から10人の店員が接客し集客能力があった。しかし、商店街が1階の商店を閉めて2階を住居としているため、商店街に音楽を流すと苦情が出るなど1階店舗の有効利用が出来ない状況となっている。中には1階店舗部分をフリースペースとして提供し、たこ焼き等の販売で収益が出れば1,000円を利用料として徴求している店舗もある。各商店街の協力体制が出来ておらず、意識改革のため高齢化した商店街役員の改選を急ぐ必要がある。シャッター街となった商店街は老朽化したマンションと同じで、個別の対応よりもマンションの建替えのように商店街全体をどうするのか、駐車場対策や核となる店舗など総合戦略が必要ではないか。

②事業承継

昔は活気のあった商店街も子供がサラリーマンとして都会に出て行った結果、事業承継が出来ずに現在のシャッター街となった経緯がある。このままでは番町などでも商店街と同様の状態になってしまう懸念がある。新規創業は飲食業やサービス業のように従業員の雇用を伴わないものが多く、製造業など従業員が多く黒字の企業に対する事業承継支援が急務である。

③公共民間資産の有効利用

東日本大震災の時に民間企業が所有する有休資産(機械)をデータベース化し、必要とする企業に無償提供(運賃は義援金を充当)することが出来た。今後も廃業した企業の有休資産(機械)をデータベース化し有効活用することが必要である。

また、高齢化社会が進展している今日、高齢者が収入を稼ぐために栽培した野菜を公園等でテント販売できるように公共施設の有効利用を図る必要がある。

④その他

- ・道の駅ベイファームを笠岡の玄関口として人の循環を造る必要がある。
- ・企業誘致のため行政主導の土地開発公社が必要である。
- ・農業大学等の大学誘致による若者の増加を図る。
- ・商店街の魅力づくりによる空き店舗の解消を図る。
- ・若者の流出を防ぎ人口減少を食い止める。
- ・企業誘致で笠岡市の人口が増加するのか？

⑤ワード

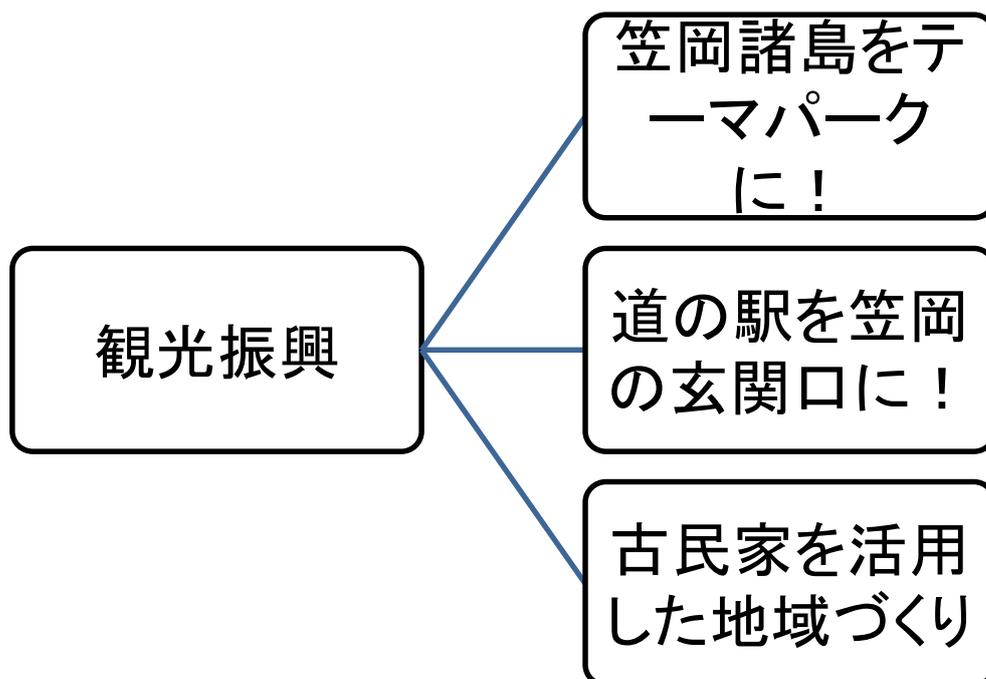
- ・商店街の魅力
- ・経営目的の変化
- ・企業誘致
- ・起業支援
- ・事業承継
- ・人手不足と後継者不足
- ・若者の流出と人口減少
- ・異臭対策

(5) 観光 Aグループ

【テーマ】

地域がつくる潤いに満ちあふれる観光のまち か

さおか



①笠岡諸島をテーマパークに！

理由：島留学・受入体制の整備と営業力の強化

- ・「笠岡諸島」が観光のキラーコンテンツ
- ・観光メニュー商品の開発 島，スイセン，ハイキング，シーカヤック，ツツジ
- ・島留学を笠岡諸島でも
- ・釣り公園の設置
- ・観光受入体制の整備
- ・観光地の整備 アクセス道路，登山道，公衆トイレの整備
- ・受入体制の整備 泊り，島（トイレ），みやげ物，風呂，観光地のガイド
- ・アクセス通路の整備，草刈，案内板設置
- ・トイレ不足
- ・看板が不足している
- ・食事をするところがない
- ・宿泊場所が少ない
- ・アクセス（道路，駐車場，バス等）の充実
- ・2次交通体制の整備
- ・島への流れを作る

- ・ワンストップ窓口の創設
- ・パワーブロガー採用，SNS
- ・インスタグラム，ツイッター，フェイスブックの活用
- ・情報発信の強化
- ・観光PRの営業力が弱い
- ・笠岡諸島の高齢化，若者がいない
- ・島の小学生等の減少
- ・島には大人になって帰って来たくても，安定して収入が入る仕事がない
- ・島しょ部の猫

②道の駅を笠岡の玄関口に！

理由：点在した観光資源を結びつけるため

- ・道の駅を笠岡の玄関口に
- ・笠岡市を花の町に
- ・島への流れを作る
- ・道の駅客の他への誘導→笠岡温泉の復活（西大島）
※ラジウム温泉としての効能が大きい（健康重視のためには重要）
- ・農業公園 笠岡のイチジク，ビワ，イチゴ，桃，ブドウを活かした干拓を利用した公園
- ・観光メニュー商品の開発 干拓，サラ
- ・観光受入体制の整備
- ・受入体制の整備 泊り，島（トイレ），みやげ物，風呂，観光地のガイド
- ・道の駅に観光案内所を設置する
- ・ワンストップ窓口の創設
- ・アクセス（道路，駐車場，バス等）の充実
- ・2次交通体制の整備
- ・パワーブロガー採用，SNS
- ・インスタグラム，ツイッター，フェイスブックの活用
- ・情報発信の強化
- ・観光PRの営業力が弱い
- ・道の駅の次へのステップが見当たらない
- ・2号バイパス近い

③古民家を活用した地域づくり

理由：守り続けた町並みを観光資源に

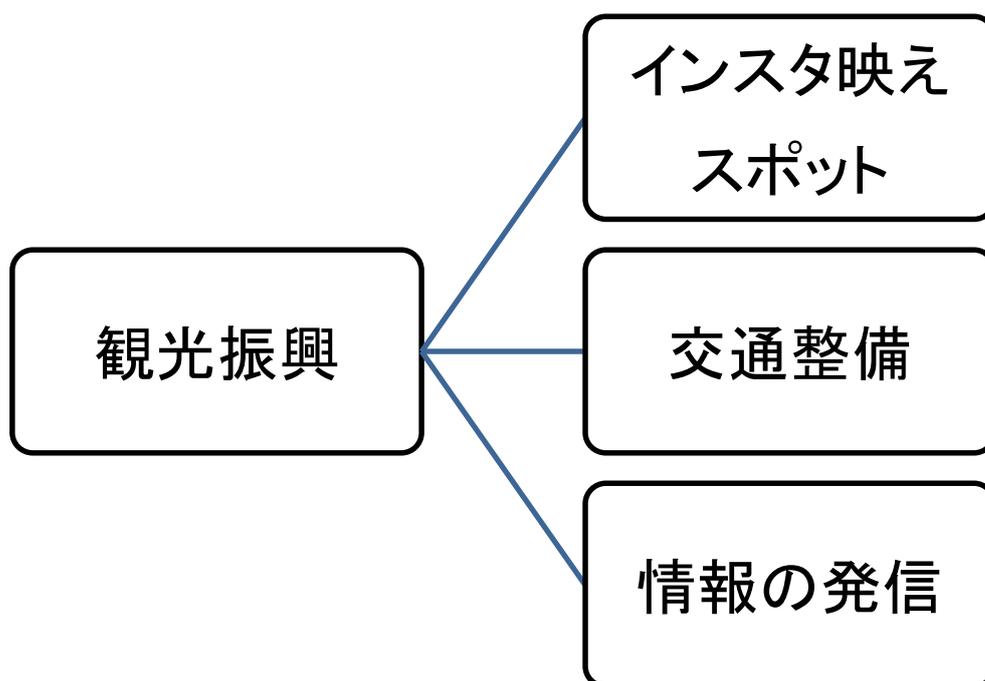
- ・古民家・空き家の活用
- ・とくら邸，長舗邸に続く第3の古民家の活用（岸本邸の活用）
- ・地元愛・市民意識の醸成

(7) 観光 Cグループ

【テーマ】

地域がつくる潤いに満ちあふれる観光のまち か

さおか



①インスタ映えスポット

<長所>

- ・ 笠岡ラーメンがある（ラーメンの街 笠岡）
- ・ 利用できる空き地・空き家がある
- ・ 世界で一つのカブトガニ博物館がある
- ・ 自然が多い

<短所>

- ・ 人が集まりそうなところが少ない
- ・ 人口が減少している
- ・ 観光客が来ても長くいてもらえない
- ・ 他のマリンスポーツができない
- ・ 道の駅の冬の花がない
- ・ 学校帰りに寄るところがない
- ・ もう1回来たいなというものがない
- ・ ゆるキャラがない
- ・ JR笠岡駅周辺から住吉港・伏越港まで（徒歩）の賑わいがない
- ・ 伝統行事を続けていくのに次世代への継承に困っている（少子化・高齢化）

笠岡市には、若者が魅力を感じて集まってくる様なスポットがないので、観光客が来ても長く滞在してもらえなかったり、もう一度訪れたいと思う人がいない。笠岡を「ラーメンの街笠岡」としてしっかり売り出したり、カブトガニ博物館をより魅力的なスポットになるよう施設を整備したり、空き地、空き家を利用したインスタ映えするオブジェの設置など、今ある笠岡の良さをイ

ンスタ映えするものに変えて若者の注目を集めるようにしては良いのではないか。

②交通整備

<長所>

- ・交通手段がたくさんあり便利（JR・船・バス・高速IC）

<短所>

- ・笠岡諸島までのアクセスが悪い
- ・船の便数があまりない
- ・船賃が高い

交通手段がたくさんあるが、バスや船の便数が少なく不便である。諸島までのアクセスが悪く、船賃も高いため、島への観光客を増やすためには、観光客が利用することを想定して便数を増やしたり、船賃も考慮した方が良いのではないか。

③情報の発信

<長所>

- ・海水浴場が多い
- ・自然が多く、災害が少ない
- ・道の駅は賑やか
- ・飛島の活性化のきざし
- ・魚介類が美味しい
- ・魅力ある島の伝統文化（白石踊）
- ・伝統行事（ひったか・おしぐらんご）
- ・笠岡諸島にはそれぞれ観光地がある
- ・笠岡諸島の多島美（夕日・朝日が見れる）
- ・千鳥大悟出身地

<短所>

- ・宣伝が少ない
- ・それぞれの観光地のPR不足
- ・観光ガイドを含めてPRが必要
- ・島での宿泊施設、飲食施設が少ない
- ・観光地がバラバラで繋がっていない
- ・笠岡ブランドの他地域への周知不足
- ・企画、良いところのPR不足
- ・Wi-Fiの整備
- ・島にトイレがない

PR不足のために、伝わっていない笠岡の良さがたくさんある。島の自然や伝統文化の魅力、魚介類が美味しいこと、「ひったか・おしぐらんご」などの島以外での伝統行事など。SNSをより活用して、情報をもっと発信した方が良いのではないか。

3 笠岡市産業振興ビジョン策定までの経緯

実施年月日	名 称
2018 年（平成 30 年）6 月 26 日	第 1 回産業振興ビジョン策定委員会
2018 年（平成 30 年）10 月 23 日	第 2 回産業振興ビジョン策定委員会
2018 年（平成 30 年）12 月 22 日	笠岡市産業振興ビジョン5 年間を振り返る市民会議
2019 年（平成 31 年）1 月 9 日	第 3 回産業振興ビジョン策定委員会
2019 年（平成 31 年）1 月 21 日 ～ 2019 年（平成 31 年）2 月 12 日	パブリックコメント
2019 年（平成 31 年）2 月 27 日	第 4 回産業振興ビジョン策定委員会

4 笠岡市産業振興ビジョン策定委員会委員名簿

	氏名	所 属 (職名)	備 考 1	備 考 2
1	枝木 恭平	笠岡放送(株)(代表取締役会長)	商工業の関係者	
2	河田 一実	福山熱煉工業(株)(取締役社長)	商工業の関係者	
3	長谷川 絢 の	まるみ屋	商工業の関係者	
4	藤井 和平	勇和水産(代表)	商工業の関係者	
5	藤本 進司	SIRUHA(シルハ)(代表)	商工業の関係者	
6	山本 今日子	酪農 cafe MouMou Kitchen 代表	商工業の関係者	
7	山本 國春	笠岡信用組合(理事長)	商工業の関係者	
8	岡部 靖代	笠岡公共職業安定所(統括)	笠岡公共職業安定所	
9	鳴本 哲矢	笠岡商工会議所(会頭)	笠岡商工会議所	副委員長
10	久一 博信	島宿三虎(代表)	笠岡市観光連盟	
11	赤瀬 浩成	MADE IN JAPAN P ROJECT(株)代表取締役 社長	識見を有する者	
12	齋藤 永美子	笠岡国際交流協会	識見を有する者	
13	中村 良平	岡山大学大学院(特任教授)	識見を有する者	委員長
14	文谷 元信	笠岡工業高校(校長)	識見を有する者	
15	岡本 裕也	笠岡市(副市長)	笠岡市職員	

5 基礎データ

■ 図表資料-1 製造業の産業分類別事業所数・従業者数・製造品出荷額等 ■

産業分類	事業所数(所)			従業者数(人)			製造品出荷額等(万円)	
	2012年 (平成24年)	2017年 (平成29年)	増減	2012年 (平成24年)	2017年 (平成29年)	増減	2012年 (平成24年)	2017年 (平成29年)
総数	132	116	△ 16	4,501	5,082	581	17,058,200	15,727,062
食料品製造業	13	14	1	1,090	1,476	386	1,942,900	2,612,879
飲料・たばこ・飼料製造業	2	2	0	39	41	2	X	X
繊維工業	23	12	△ 11	279	161	△ 118	212,489	90,592
木材・木製品製造業(家具を除く)	3	5	2	20	28	8	25,044	43,669
家具・装備品製造業	2	2	0	19	18	△ 1	X	X
パルプ・紙・紙加工品製造業	2	1	△ 1	30	18	△ 12	X	X
印刷・同関連業	3	3	0	54	47	△ 7	49,758	55,838
化学工業	2	3	1	278	290	12	X	2,647,501
石油製品・石炭製品製造業	1	2	1	5	34	29	X	X
プラスチック製品製造業(別掲を除く)	10	8	△ 2	365	304	△ 61	2,013,697	2,476,057
窯業・土石製品製造業	21	18	△ 3	200	223	23	406,859	485,782
鉄鋼業	5	4	△ 1	398	374	△ 24	3,867,595	1,624,157
非鉄金属製造業	-	1	1	-	6	7	-	X
金属製品製造業	12	10	△ 2	227	252	25	375,612	406,708
はん用機械器具製造業	1	2	1	9	42	33	X	X
生産用機械器具製造業	15	13	△ 2	374	394	20	470,524	536,726
業務用機械器具製造業	1	1	0	77	41	△ 36	X	X
電子部品・デバイス・電子回路製造業	3	4	1	274	625	351	1,194,773	2,631,388
電気機械器具製造業	4	2	△ 2	241	40	△ 201	505,817	X
輸送用機械器具製造業	5	5	0	481	630	149	2,958,873	1,478,288
その他の製造業	4	4	0	41	38	△ 3	35,841	30,666

従業者4人以上の事業所

資料：工業統計調査(平成29年)、経済センサス活動調査(平成24年)

■ 図表資料-2 卸売業・小売業の産業分類別事業所数・従業者数・年間商品販売額 ■

産業大分類	事業所数(所)			従業者数(人)			年間商品販売額(百万円)	
	2012年 (平成24年)	2016年 (平成28年)	増減	2012年 (平成24年)	2016年 (平成28年)	増減	2012年 (平成24年)	2016年 (平成28年)
総数	450	416	△ 34	2,396	2,622	226	54,372	69,705
各種商品卸売業	-	-	-	-	-	-	-	-
繊維・衣服等卸売業	3	3	0	9	9	0	121	606
飲食品卸売業	24	21	△ 3	119	225	106	6,387	12,867
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	31	31	0	141	150	9	7,990	10,737
機械器具卸売業	15	13	△ 2	70	42	△ 28	1,718	1,323
その他の卸売業	18	19	1	156	190	34	8,896	7,420
各種商品小売業	-	2	2	-	4	4	-	X
織物・衣服・身の回り品小売業	33	33	0	81	114	33	712	1,746
飲食品小売業	111	95	△ 16	811	795	△ 16	10,684	12,998
機械器具小売業	47	48	1	236	192	△ 44	4,890	5,981
その他の小売業	150	143	△ 7	727	837	110	12,718	X
無店舗小売業	18	8	△ 10	46	64	18	257	2,037

資料：経済センサス活動調査(平成24年・28年)

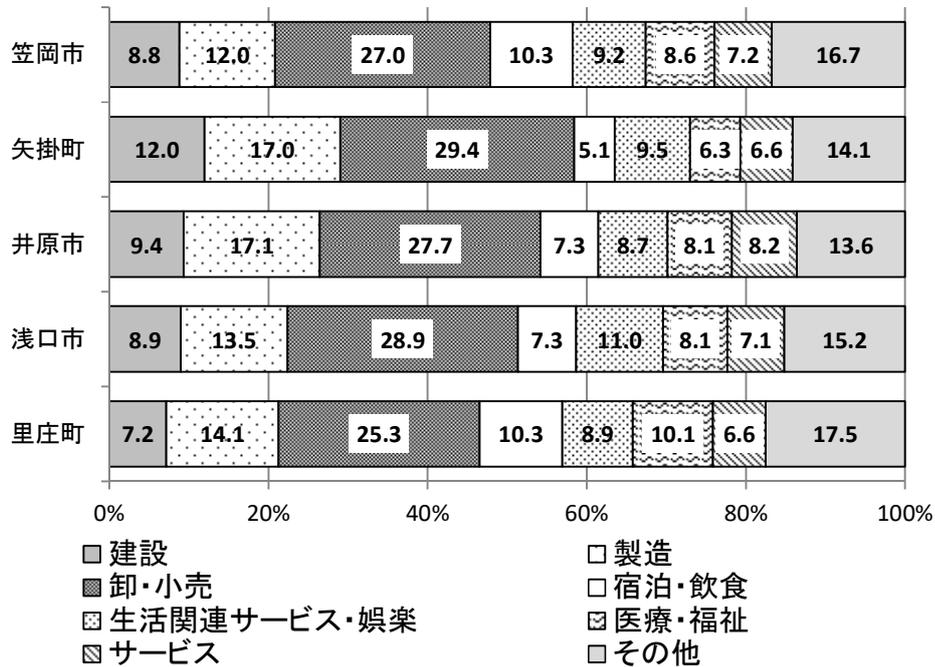
■図表資料-3 民営事業所の産業分類別事業所数・従業者数■

産業大分類	事業所数(所)			従業者数(人)		
	2009年 (平成21年)	2014年 (平成26年)	増減	2009年 (平成21年)	2014年 (平成26年)	増減
全産業(公務を除く)	2,276	2,012	△ 264	19,718	18,610	△ 1,108
第1次産業						
農業・林業	9	16	7	180	231	51
漁業	1	1	0	4	8	4
第2次産業						
鉱業、採石業、砂利採取業	8	4	△ 4	40	10	△ 30
建設業	200	177	△ 23	1,368	1,172	△ 196
製造業	264	242	△ 22	5,670	5,427	△ 243
第3次産業						
電気・ガス・熱供給・水道業	1	1	0	29	27	△ 2
情報通信業	16	6	△ 10	101	50	△ 51
運輸業、郵便業	87	72	△ 15	1,257	968	△ 289
卸売業、小売業	658	544	△ 114	3,602	3,212	△ 390
金融業、保険業	31	29	△ 2	653	364	△ 289
不動産業、物品賃貸業	85	64	△ 21	243	217	△ 26
学術研究、専門・技術サービス業	61	58	△ 3	343	286	△ 57
宿泊業、飲食サービス業	242	208	△ 34	1,225	1,044	△ 181
生活関連サービス業、娯楽業	212	185	△ 27	667	688	21
教育、学習支援業	57	56	△ 1	292	246	△ 46
医療、福祉	137	174	37	2,889	3,367	478
複合サービス事業	41	30	△ 11	293	375	82
サービス業(他に分類されないもの)	166	145	△ 21	862	918	56

数値は、従業者数が1人以上の事業所数を示す。

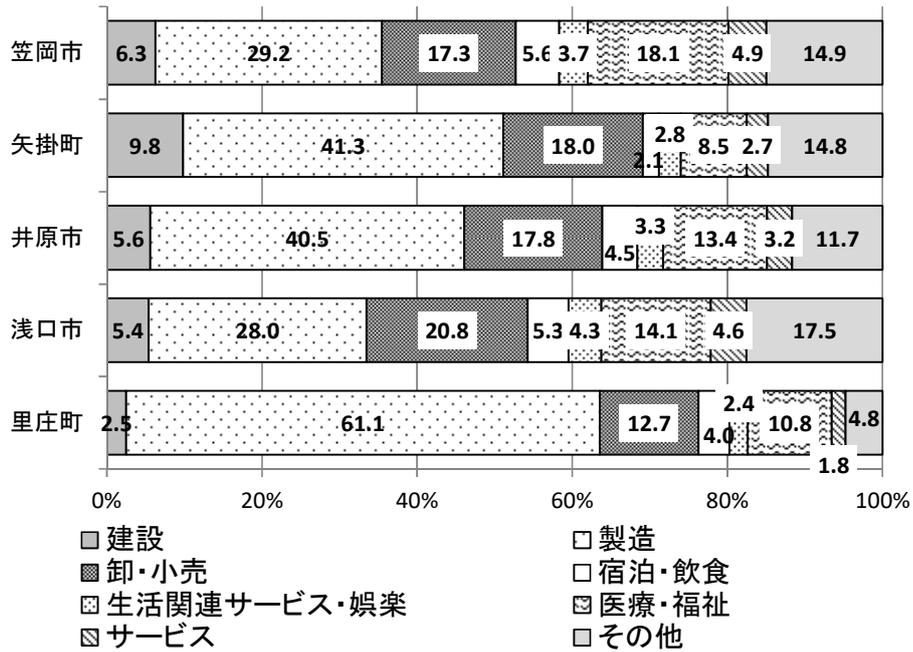
資料：経済センサス基礎調査(2009年(平成21年)・2014年(平成26年))

■図表資料-4 市町別産業別事業所数比率■



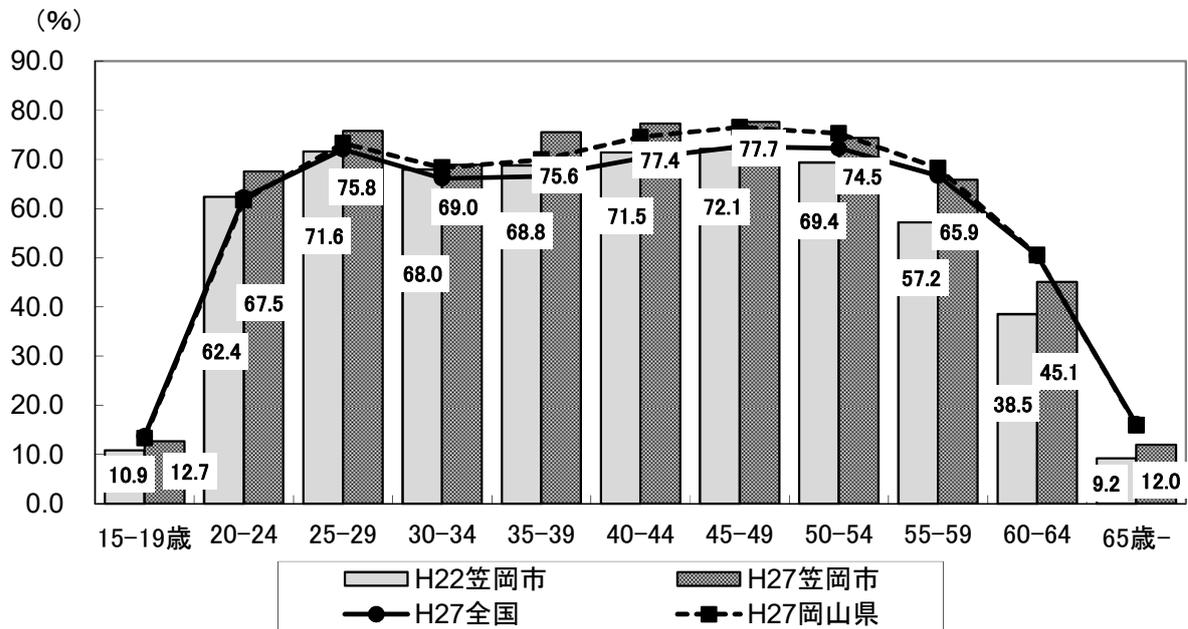
資料：経済センサス基礎調査(2014年(平成26年))

■ 図表資料-5 市町別産業別従業者数比率 ■



資料: 経済センサス基礎調査(2014年(平成26年))

■ 図表資料-6 女性の年齢階級別就業率 ■



資料: 国勢調査

■図表資料-7 男女別15歳以上及び15-64歳(生産年齢人口)就業率■

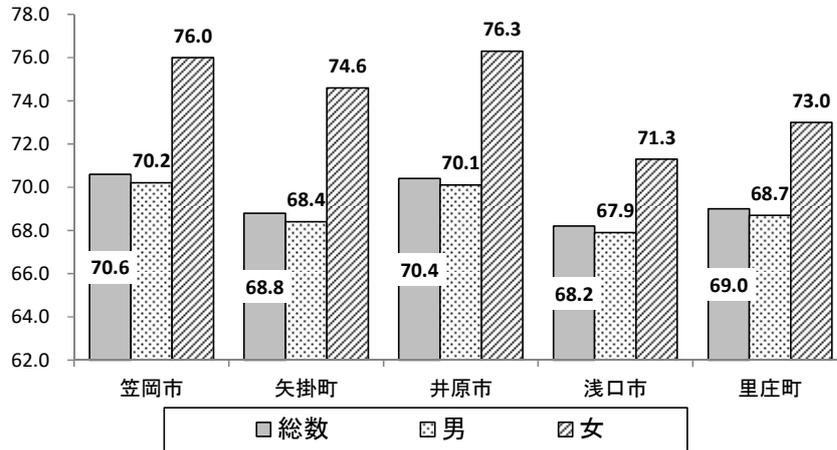
(単位:人,%) 10月1日現在

年	区分	15歳以上人口		15歳以上 就業者数		15歳以上 就業率		
		15歳以上人口	15-64歳	15歳以上 就業者数	15-64歳	15歳以上 就業率	15-64歳	
実数	2010年 (平成22年)	総数	47,864	31,046	22,864	20,569	47.8	66.3
		男	22,347	15,430	12,784	11,399	57.2	73.9
		女	25,517	15,616	10,080	9,170	39.5	58.7
	2015年 (平成27年)	総数	44,868	27,349	22,176	19,226	49.4	70.3
		男	21,052	13,658	12,175	10,437	57.8	76.4
		女	23,816	13,691	10,001	8,989	42.0	65.7
増減	実数	総数	△ 2,996	△ 3,697	△ 688	△ 1,343	1.7	4.0
		男	△ 1,295	△ 1,772	△ 609	△ 962	0.6	2.5
		女	△ 1,701	△ 1,925	△ 79	△ 181	2.5	6.9
	増減率	総数	△ 6.3	△ 11.9	△ 3.0	△ 6.5	3.5	6.1
		男	△ 5.8	△ 11.5	△ 4.8	△ 8.4	1.1	3.4
		女	△ 6.7	△ 12.3	△ 0.8	△ 2.0	6.3	11.8

就業率:15歳以上人口で就業者数を除した値

資料:国勢調査

■図表資料-8 市町別男女別農業経営者平均年齢■



資料:農林業センサス(2015年(平成27年))