

# 笠岡市産業振興ビジョン

---

岡山県笠岡市  
平成26年(2014年)3月

## ごあいさつ

笠岡市を取り巻く社会情勢は、少子高齢化の進行による人口の減少、経済のグローバル化、高度情報通信社会の進展、価値観の多様化、産業構造の急激な変化などにみられますように、私たちがかつて経験したことがない大きな転換期の真っただ中 있습니다。

私は、この大きな転換期の中にあって、本市の経済・産業の厳しい状況に対する危機感から、次世代に向けて、豊かで活力ある笠岡市を創造するため「笠岡市産業振興ビジョン」の策定を決意しました。

策定にあたりましては、市民の英知を結集するため、市内の事業経営者や専門的知識を有する方々を策定委員に委嘱し、また、一般公募による市民約70名の方々に「笠岡の新しいしごとづくり会議」に御参加いただきました。そして、大変な議論を重ねられて、策定委員会の笠岡市産業振興ビジョンを答申していただきました。

このビジョンでは、「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」を基本理念として、新しい本市の産業像を目指すこととし、「企業誘致（外発的産業振興）」、「地元中小企業振興・起業支援（内発的産業振興）」、「観光振興（交流による経済活性化）」を三本の柱として、諸施策を重点的・戦略的に取り組んでいくことが必要であると提案されております。

私は、答申いただきましたビジョンを最大限尊重し、今後5年間の産業振興の方向性を明確にした本市の「笠岡市産業振興ビジョン」を策定しました。今後は、このビジョンに基づいて、地域経済の活性化と雇用の創出のために諸施策を積極的に展開し、事業者、金融機関や岡山県をはじめとした関係機関等との連携・協力のもと、本市の総力を挙げて産業振興に取り組んでまいります。そして、活気あるまちづくりを進め、「市民協働で築くしあわせなまち 活力ある福祉都市かさおか」を実現してまいります。

終わりに、本ビジョンの策定に際し、様々な機会を通して貴重な御意見、御提言をいただきました策定委員の皆様、「笠岡の新しいしごとづくり会議」に御参加いただきました皆様、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。



平成26年（2014年）3月  
岡山県笠岡市長 三島 紀元

## 目 次

<b>第1章 笠岡市産業振興ビジョンの策定趣旨</b>	<b>1</b>
1-1 笠岡市産業振興ビジョン策定の趣旨.....	2
1-2 産業振興ビジョンの位置付け、計画期間.....	3
1-3 産業振興ビジョンの策定の流れ.....	4
<b>第2章 産業振興ビジョンの策定にあたって</b>	<b>7</b>
2-1 産業をめぐる時代の潮流.....	8
2-2 笠岡に起きていること、起ころうとしていること.....	12
<b>第3章 笠岡市の産業の現状と課題</b>	<b>27</b>
3-1 産業分野別の現状と可能性と課題.....	28
<b>第4章 産業振興の基本理念と基本方針</b>	<b>47</b>
4-1 基本理念.....	48
4-2 基本方針.....	50
4-3 施策展開にあたっての3つの柱.....	52
<b>第5章 重点的な産業振興施策</b>	<b>55</b>
5-1 企業誘致.....	62
5-2 地元中小企業振興・起業支援.....	66
5-3 観光振興.....	74
5-4 産業構造の分析、戦略的な産業振興施策の立案.....	80
<b>資料編</b>	<b>89</b>
1 参考資料.....	90
2 買い物アンケート.....	100
3 笠岡市産業振興ビジョン策定までの経緯.....	123
4 笠岡市産業振興ビジョン策定委員会策定委員名簿.....	124
5 笠岡のしごとづくり会議参加者名簿.....	125
6 笠岡市産業振興ビジョン策定委員会設置要綱.....	127

---

---

## **第1章 笠岡市産業振興ビジョンの策定趣旨**

---

---

## 第1章 笠岡市産業振興ビジョンの策定趣旨

### 1-1 笠岡市産業振興ビジョン策定の趣旨

笠岡市（以下、本市という）では、市民の満足度を高めて総合的なまちづくりを進めていくために**第6次笠岡市総合計画**に基づき、定住促進や起業支援などのまちづくりの各種施策を進めています。平成24年度市民意識調査の結果、市民が重要度の高い施策だと思っているにも関わらず満足度が低い項目の上位に産業振興関連の施策が集中しています。その中でも、「企業誘致・雇用創出」、「干拓地の有効活用」、「観光の振興」、「商工業の振興」などの産業項目については、満足度が特に低い項目となっており、産業振興が市民一人ひとりにとって切実な課題となっています。

そこで、笠岡市産業振興ビジョン（以下、産業振興ビジョンという）の策定にあたっては、ビジョンが単なる計画策定に終わらない「実効性」と「継続性」のあるものとします。そのためには、民間企業を含めた市民一人ひとりが産業振興を「自分のこと」として関わる「場」づくりが重要です。さらに、次世代を担う市民や行政職員が一体となって笠岡の産業の将来について話し合い、目標を共有し、協力体制を築くことが、何よりも大切です。

産業振興ビジョンは、民間企業を含めた市民が主役になった産業振興の指針であり、この地域に受け継がれてきた自然や文化を守りながら、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ために策定するものです。

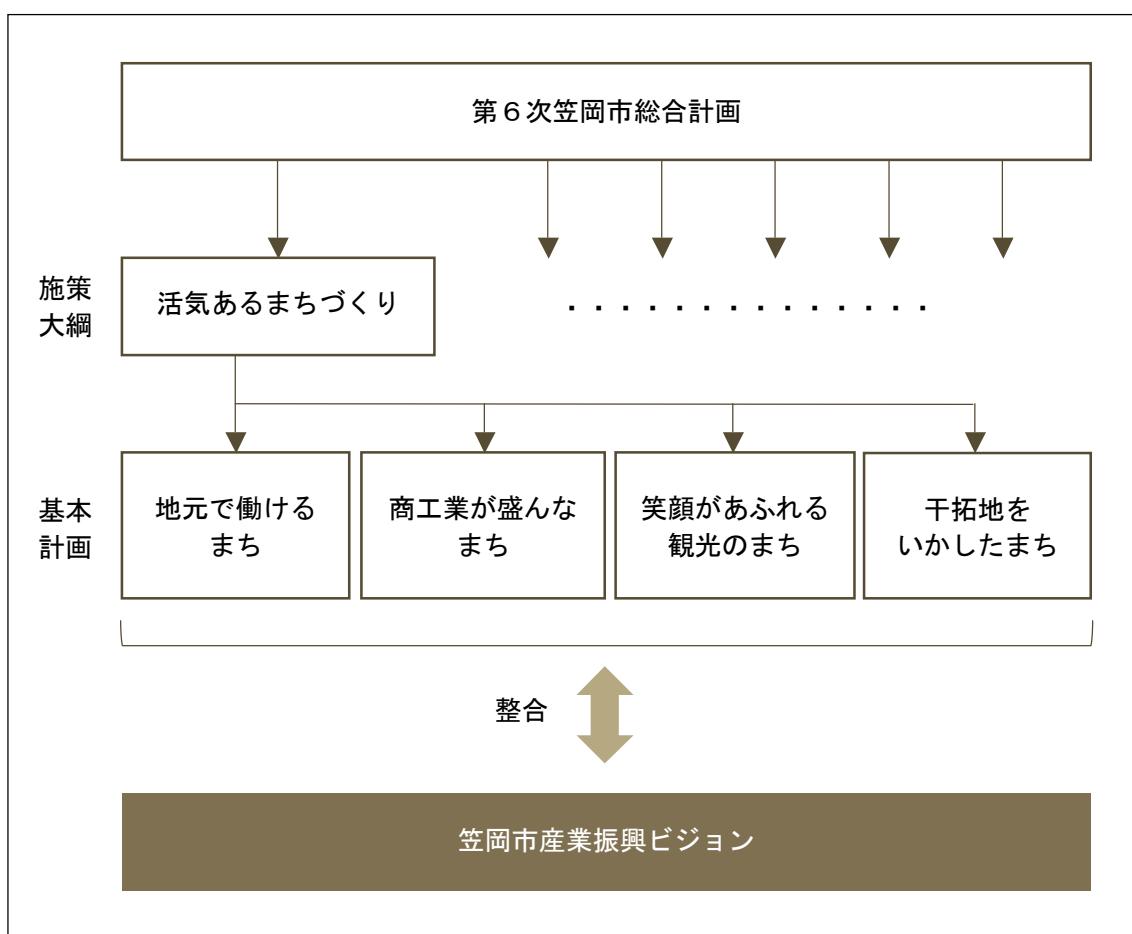
**※第6次笠岡市総合計画**：本市の計画の最上位に位置し、将来の目指す都市像、基本理念や施策大綱等を定めたもの。

## 1-2 産業振興ビジョンの位置付け、計画期間

第6次笠岡市総合計画には、施策大綱の一つである「活気あるまちづくり」というまちづくりの方向の下に、「地元で働くまち」、「商工業が盛んなまち」、「笑顔があふれる観光のまち」、「干拓地をいかしたまち」の施策項目について基本計画を掲げています。

産業振興ビジョンは、第6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・市民等のニーズなどを踏まえた上で、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「重点的な産業振興施策」として明確にしました。



### 計画期間

平成 26 年度から平成 30 年度までの 5 年間

※平成 29 年度当初に中間評価を行います。

### 1-3 産業振興ビジョンの策定の流れ

#### (1) 策定の流れ

産業振興ビジョンは、民間企業をはじめとする市民一人ひとりが産業振興を「自分のこと」として関わる「場」として公募による住民約70名で構成された「笠岡の新しいしごとづくり会議」と、市内産業関係者及び専門家等で構成された「策定委員会」で検討を進めました。

「笠岡の新しいしごとづくり会議」から提案された意見について施策として反映させた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、策定された策定委員会のビジョンが市長へ答申されました。市長は答申された策定委員会のビジョンを基に笠岡市産業振興ビジョンを策定しました。

以下に産業振興ビジョンの策定の流れを示します。

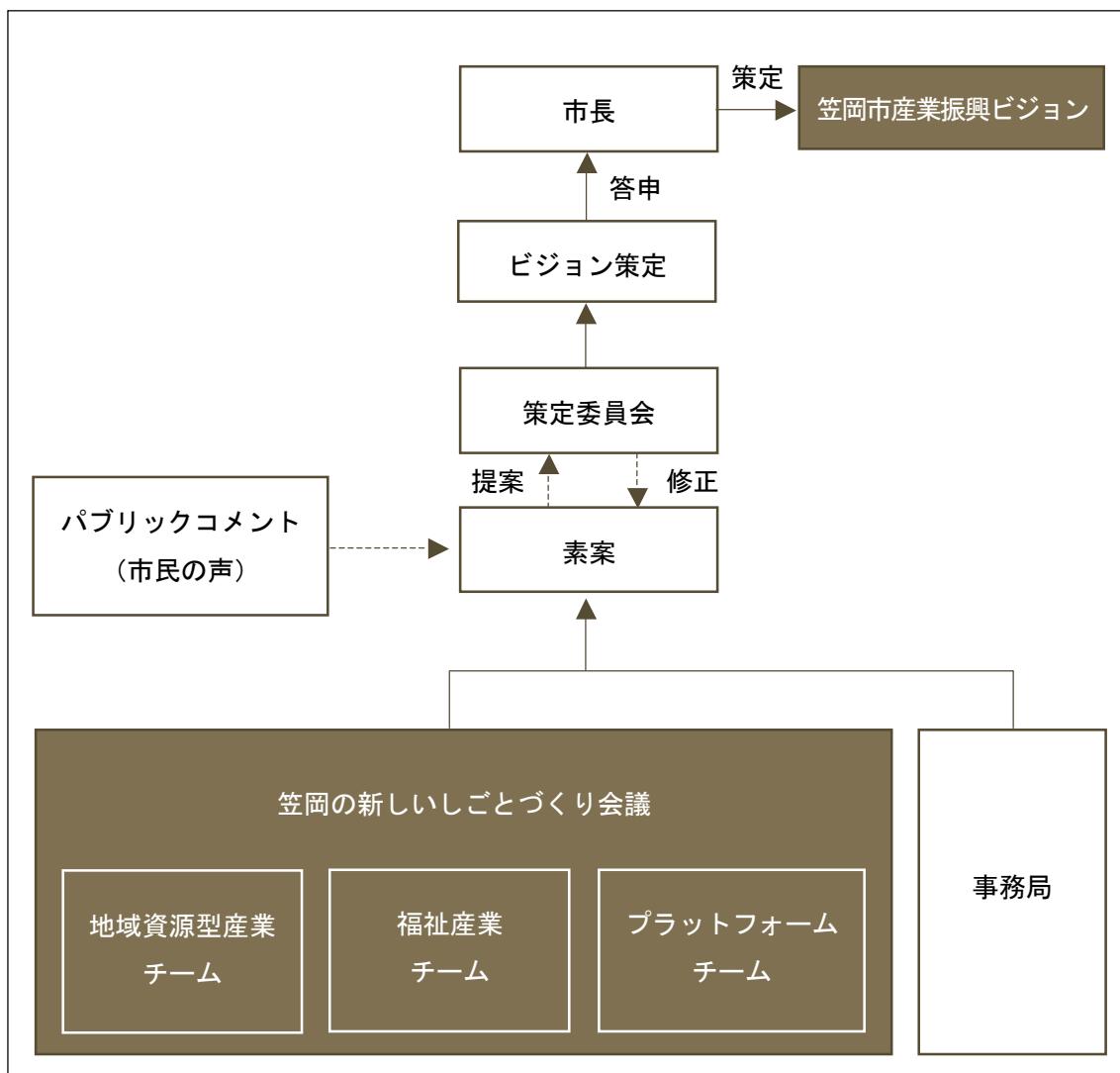


図 策定の流れ

## (2) 市民参加で産業振興ビジョンを作る新しい試み「笠岡の新しいしごとづくり会議」

これからの産業振興は、事業者・関連業界団体・行政との協働の下で進める必要があります。産業振興ビジョンは、素案作成の段階において「笠岡の新しいしごとづくり会議」を開催し、検討を進めました。「笠岡の新しいしごとづくり会議」の立ち上げにあたっては、市内の事業者・関連業界団体の中から、40名の方々にヒアリングを行いました。ヒアリング先の選定にあたっては、業種・事業所の規模などのバランスを考慮しました。「笠岡の新しいしごとづくり会議」は、このヒアリングに協力していただいた方々に加え、説明会の開催や、市の広報紙・ホームページなどで市民などの公募を行い、市職員も加えた約70名で進めました。

「笠岡の新しいしごとづくり会議」では、「島の資源を活用した産業」、「食の資源を活用した産業」、「干拓地の資源を活用した産業」、「高齢者が働き続ける仕組みづくり」、「障がい者・女性の働きやすい仕組みづくり」、「人材育成のプラットフォーム」、「情報発信のプラットフォーム」の7つの部会に分かれてワークショップ形式での検討会を重ねました。本市の産業が抱える課題の共通認識の下、それらを解決するために自分達が今取り組むべき「新しいしごと」や、取組に必要な「プラットフォーム」を中心に意見交換を行い、最終的に本市の産業振興につながる提案と、それに基づく「政策提言」が提示されました。これらの提示は、事業者・関連業界団体・行政との協働による産業振興の新しいあり方を見据えた議論を通して提案されています。

産業振興を行う上で重要な指針である産業振興ビジョンの「策定」から「運用」に至るまで、積極的に市民の意見を反映させる手法を取り入れたことが今回のビジョン策定の大きな特徴です。



笠岡の新しいしごとづくり会議の様子



部会ごとの会議の様子



---

---

## 第2章 産業振興ビジョンの策定にあたって

---

---

## 第2章 産業振興ビジョンの策定にあたって

### 2-1 産業をめぐる時代の潮流

#### (1) 地域経済を取り巻く社会情勢

日本の経済は、**バブル崩壊**後の低迷期から脱却し、平成21年（2009年）からは緩やかな景気回復を続けてきました。平成23年（2011年）に起こった東日本大震災による一時的な落ち込みを越えて、増勢を維持してきましたが、平成24年（2012年）後半には円高の進行・世界経済の減速等の影響を受け、景気の動きが弱りました。しかし、平成25年（2013年）に入ると、全国的に企業活動・個人消費・雇用情勢とも持ち直しの動きがあります。（内閣府地域経済動向調査・平成25年11月）

しかし、業種間や地域間での景況感にばらつきがあり、本市では依然として厳しい状態が続いています。原油・原材料の価格高騰や平成20年（2008年）に起こった**リーマンショック**などの世界的な経済動向が、地域経済にも影響を与えており、中小企業の経営環境は、厳しさを増しています。

高度情報化社会の到来、**環太平洋戦略的経済連携協定（TPP）**などによるグローバルな競争の激化、国内公共投資の縮減などにより、産業活動全体が構造的な変革を迫られています。

このような景気動向に加え、人口減少時代を迎えた日本は、社会や経済の仕組みそのものが大きな転換点にあります。平成25年9月現在、日本の65歳以上の高齢者は3,186万人と過去最多で、総人口に占める割合は25%と日本人の4人に1人が高齢者となり、日本の社会や経済の仕組みそのものが大きな転換期を迎えています。

総人口の減少は平成17年（2005年）から始まっていますが、15歳から64歳までのいわゆる生産年齢人口の減少は、すでに1996年から減少に転じています。生産年齢人口の減少に伴い、後継者不足や担い手不足が今後ますます深刻化していく事態が予想されます。

このような厳しい社会情勢を乗り越え、豊かな経済活動の場を維持し、市民が豊かで活力ある生活を実現していくためには、市民の雇用と生活の安定を担う地域産業の振興が非常に重要です。

**※バブル崩壊：**昭和61年（1986年）から日本で起きた資産価格の上昇に伴うバブル景気の後退期のこと。

**※リーマンショック：**平成20年（2008年）9月15日に、アメリカの投資銀行であるリーマン・ブラザーズが破綻した出来事を、これが世界的金融危機（世界同時不況）の大きな引き金となったことに照らして呼ぶ表現。

**※環太平洋戦略的経済連携協定**：日本・アメリカを中心とした環太平洋地域による経済連携協定（EPA）の意味である。正式名称はTrans Pacific Partnership（略してTPP）という。

## （2）グローバル化の進行

生産・消費・労働・情報のやり取りなど全ての分野でグローバル化が進行しています。そのような中では、地域経済を維持発展させる上でもグローバルな市場への視点が欠かせません。これまで、主に製造業の大企業が海外に投資してグローバル化への対応を進めている一方で、中小企業は十分な対策ができずにいました。しかし、平成25年の中小企業基本法の改正の中でも、中小企業施策として今日的に重要な事項の一つとして「海外展開」が明記されるなど、グローバル化の裾野を広げる動きが起こっています。中小企業もグローバル化に対応するべく「第二創業」等への支援が必要です。

## （3）オープン化の進行

グローバル化の進展に伴い、これまで国内、業種内、系列内等で固定化されていた企業間関係や消費トレンドが新たな可能性を求めて自由化しつつあります。これが、「オープン化」と呼ばれる現象です。こうした社会の中では、企業や地域の枠組みを越えての知識やアイデアを取り込み、新たな付加価値を生み出す「オープンイノベーション」を起こすための環境づくりが求められています。

**※トレンド**：トレンド（英語：trend）は、時代の趨勢、潮流、流行のことを指す。ファンション、マーケティング、経済動向分析などの分野でよく使用される。

**※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) 値値観が多様化し、変化の激しい時代

オープン化の進行する社会では、人々の価値観やライフスタイルの多様化が進んでいます。そのような価値観の多様化した社会では、一種類の産業が長期的に継続することは少なく、数年で様々な産業が生まれては消える変化の激しい時代であるといえます。このような変化が激しく先の見えない時代には、様々な環境の変化に柔軟に対応できる「多様性」のある産業構造が求められます。

また、他にはない特徴的な「アイデア」が大切な時代であり、中小の事業所や起業家にも大きなチャンスがある時代だといえます。

#### (5) 起業しやすい時代

現在は、ますます起業しやすい時代になってきているといえます。特にプロモーション活動においては、インターネットが発達し、ソーシャルネットワークサービス（以下、SNSという）をはじめとした無料のコミュニケーションツールが充実してきたことから、低コストで情報発信できるようになっています。情報発信に必要となるハードウェアに対する初期投資も低く抑えられるようになっています。このように起業する際の資金調達のハードルも下がってきておりといえます。

さらに、国の成長戦略の中でも、開業率（新たに起こした企業数が全体に占める割合）を欧米並みの10%台に高める目標が掲げられ、起業支援制度はこれからますます充実していくと考えられます。

※ソーシャルネットワークサービス（SNS）：social networking serviceの略。社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービス。代表的なサービスとしては、Facebookがある。

#### (6) 地域の異業種・同業者間のつながりが必要な時代

オープン化や産業の多様化が進行する社会では、産業間の「連関性」（つながり）も重要です。従来の大企業を中心とした受発注関係にとらわれず、異業種の技術を組み合わせることにより付加価値を創出する可能性が大きく広がっています。

また、地域経済を持続可能なものにするためには、地域外からのお金を獲得することと、地域内でお金が回る仕組みの両方が必要です。そのためには、地域の異業種・同業者間で連携を深め、地域経済圏を作ることが重要だと考えられます。このため材料や資源を地域外から仕入れるのではなく、地産地消の仕組みを作ることが必要です。

#### (7) 企業も社会貢献が求められる時代

環境保護、高齢者・障がい者の介護・福祉から、子育て支援、まちづくり、観光等に至るまで、課題が多いと言われる地域社会においては、多種多様な社会的課題が顕在化しつつあります。このような地域社会の課題解決に向けて、企業も含め、様々な主体が協力しながらビジネスの手法を活用して取り組むことが求められています。

それによって、地域における新たな起業や雇用の創出等を通じた地域経済の活性化にもつながると考えられます。

## 2-2 笠岡に起きていること、起ころうとしていること

### (1) 人口に関する予測

本市の人口は、平成 22 年(2010 年)には 54,225 人でしたが、5 年後の平成 27 年(2015 年)には 51,279 人、さらに 10 年後の平成 32 年(2020 年)には 5 万人を下回り、48,324 人になると予測されており、10 年間で約 5,900 人減少すると見込まれています。本市の減少率は、周囲の市町と比較して大きいと予測されています。

表 2-2-1 周辺市町の将来人口予測（2015 年以降は推計値）(単位：人)

年	2010 年	2015 年	2020 年	2025 年	2030 年	2035 年	2040 年
笠岡市	54,225	51,279	48,324	45,218	42,119	39,030	35,972
井原市	43,927	42,272	40,359	38,341	36,332	34,338	32,376
浅口市	36,114	34,734	33,166	31,404	29,539	27,607	25,701
里庄町	10,916	10,872	10,702	10,451	10,166	9,853	9,521
矢掛町	15,092	14,407	13,650	12,877	12,132	11,387	10,645
倉敷市	475,513	475,341	470,554	461,864	450,721	437,532	423,124
福山市	461,357	457,491	449,415	437,777	423,608	407,364	389,797
計	1,097,144	1,086,396	1,066,170	1,037,932	1,004,617	967,111	927,136

資料：国立社会保障・人口問題研究所

表 2-2-2 周辺市町の将来人口割合予測（2015 年以降は推計値）

年	2010 年	2015 年	2020 年	2025 年	2030 年	2035 年	2040 年
笠岡市	1.00	0.95	0.89	0.83	0.78	0.72	0.66
井原市	1.00	0.96	0.92	0.87	0.83	0.78	0.74
浅口市	1.00	0.96	0.92	0.87	0.82	0.76	0.71
里庄町	1.00	1.00	0.98	0.96	0.93	0.90	0.87
矢掛町	1.00	0.95	0.90	0.85	0.80	0.75	0.71
倉敷市	1.00	1.00	0.99	0.97	0.95	0.92	0.89
福山市	1.00	0.99	0.97	0.95	0.92	0.88	0.84

数値は 2010 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

図 2-2-3 周辺市町の将来人口減少率予測（2015 年以降は推計値）

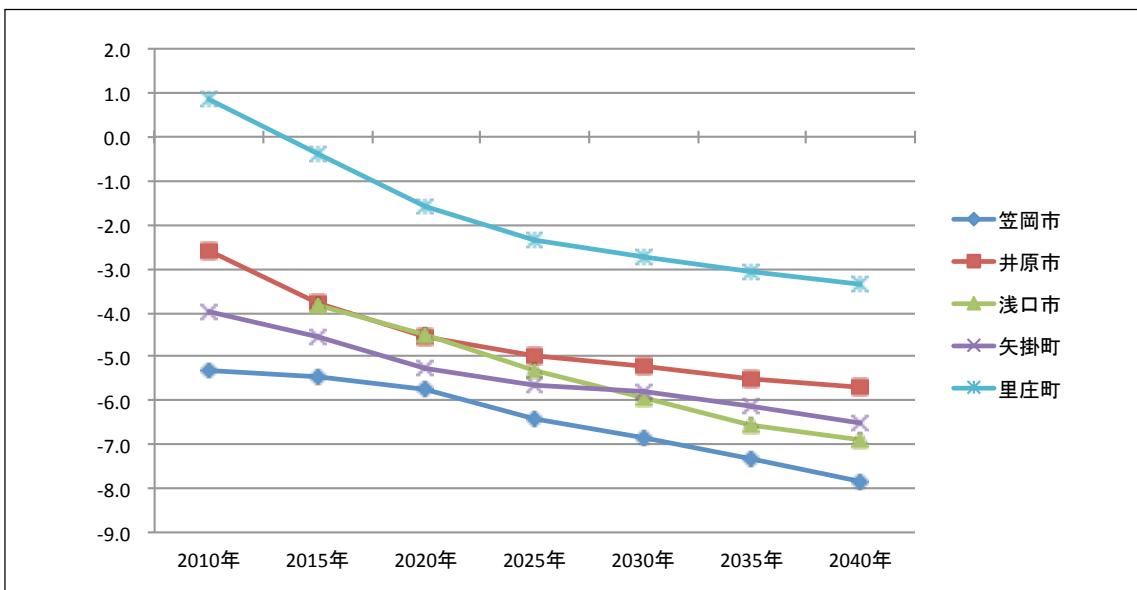


表 2-2-4 周辺市町の将来人口減少率予測（2015 年以降は推計値） (単位 : %)

	2010 年	2015 年	2020 年	2025 年	2030 年	2035 年	2040 年
笠岡市	△5.3	△5.4	△5.8	△6.4	△6.9	△7.3	△7.8
井原市	△2.6	△3.8	△4.5	△5.0	△5.2	△5.5	△5.7
浅口市		△3.8	△4.5	△5.3	△5.9	△6.5	△6.9
矢掛町	△4.0	△4.5	△5.3	△5.7	△5.8	△6.1	△6.5
里庄町	0.9	△0.4	△1.6	△2.3	△2.7	△3.1	△3.4

数値は 5 年ごとの減少率を示す。

資料：国立社会保障・人口問題研究所

経済を維持していくためには、一定の労働力が必要です。年齢別人口のうち労働力の中核をなす 15 歳以上 65 歳未満の人口層である生産年齢人口は、平成 22 年（2010 年）には、31,046 人と年々減少し、就業率も 47.8% と 5 割を切っています。（表 2-2-5）

労働力人口の減少は、平成 19 年（2007 年）以降にいわゆる**団塊の世代**が定年を迎えることでさらなる減少が見込まれます。本市では、平成 7 年（1995 年）をピークに労働力人口が減少し、平成 22 年（2010 年）には 25,380 人となっています。（表 2-2-5）

生産年齢人口が急激に減少していくことが予測される中、住民登録人口から生産年齢人口の動きを見ると、社会動態（転入・転出）では 15 歳から 39 歳までの前期生産年齢人口の減少が大きい状況にあります。（表 2-2-7、表 2-2-8）

労働力不足によって地域経済の停滞が予想されることから、今後は、女性の雇用をはじめとする生産年齢人口の就業率の押し上げや、65歳以上の高齢者や外国人の雇用などを検討する必要があります。

女性の就業率(15～64歳)は、近年の女性の就業意欲の高まりを背景に、全国では平成25年4月に62.5%と過去最高となっています。本市の場合の女性就業者を産業別にみると、最も多い産業は、医療・福祉で1,175人(46%)、次いで製造業1,086人(42%)となっており、女性の就業のうち88%を占めています。就業者全体でみると、女性は男性の67%に留まっています。(表2-2-9)

また、団塊の世代の引退に加え、バブル崩壊後の長期不況期において若年労働力を十分に採用してこなかったこと等により、今後、技能の継承や人材確保のための対応を迫られる企業も増加することが予想されます。

各企業においてこうした問題に対応するためには、高齢者、女性などのうち、これまで雇用されていなかった方々を含めて、誰もが意欲と能力に応じて働く職場環境を整備することが重要です。こうした職場環境の整備により、職場への有能な人材の定着や、新たな人材確保が容易となり、企業の競争力が高まることが期待できます。

一方、市場規模で考えると、本市は井笠3市2町(笠岡市・井原市・浅口市・里庄町・矢掛町)に加え、倉敷市、福山市などの人口を加えた広域で捉えると、100万人都市のほぼ中間に位置していることから、労働力確保の有利な立地条件にあります。

**※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。

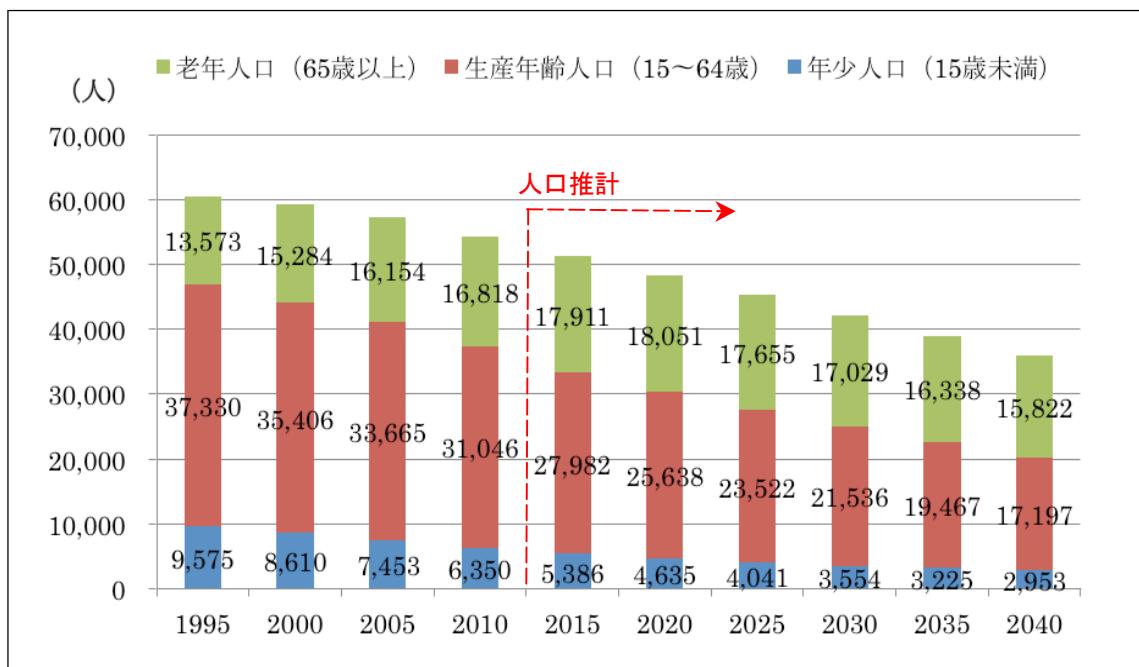
表 2-2-5 本市の人口の変遷

(単位：人)

	1990 年	1995 年	2000 年	2005 年	2010 年
① 生産年齢人口 (15~64 歳)	37,819	37,330	35,406	33,665	31,046
② 老年人口 (65 歳以上)	11,677	13,573	15,284	16,154	16,818
③ 労働力人口 (15 歳~) A+B	29,283	30,224	28,396	27,732	25,380
A 就業者	28,251	28,805	26,885	25,795	22,864
B 完全失業者	1,032	1,419	1,511	1,937	2,516
④ 非労働力人口	20,198	20,667	22,260	21,989	22,337
⑤ 就業率 A/(①+②)	57.1%	56.6%	53.0%	51.8%	47.8%

資料：総務省「国勢調査」

図 2-2-6 本市の老年人口、生産年齢人口、年少人口の予測（2015 年以降は推計値）



資料：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所  
「日本の市区町村別将来推計人口-平成 25 年（2013 年）3 月推計-」より作成

表2-2-7 本市の老人人口、生産年齢人口、年少人口の予測（2015年以降は推計値）

	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
年少人口 (15歳未満)	9,575	8,610	7,453	6,350	5,386	4,635	4,041	3,554	3,225	2,953
	15.8%	14.5%	13.0%	11.7%	10.5%	9.6%	8.9%	8.4%	8.3%	8.2%
生産年齢人口 (15～64歳)	37,330	35,406	33,665	31,046	27,982	25,638	23,522	21,536	19,467	17,197
	61.7%	59.7%	58.8%	57.3%	54.6%	53.1%	52.0%	51.1%	49.9%	47.8%
老人人口 (65歳以上)	13,573	15,284	16,154	16,818	17,911	18,051	17,655	17,029	16,338	15,822
	22.4%	25.7%	28.2%	31.0%	34.9%	37.4%	39.0%	40.4%	41.9%	44.0%

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  
「日本の市区町村別将来推計人口—平成25年(2013年)3月推計—」より作成

表2-2-8 平成22年度年齢区分別異動人数 (単位：人)

年齢区分	年齢区分	転入	転出	差引人数	人口
年少：未就学児	0～6	163	158	5	2,514
年少：小中学校	7～14	58	53	5	3,709
生産年齢：前期	15～39	710	962	△252	13,496
生産年齢：後期	40～64	240	250	△10	18,035
老年：前期	65～74	32	47	△15	7,095
老年：後期	75～	33	81	△48	9,132
合計	合計	1,236	1,551	△315	53,981

資料：笠岡市

表 2-2-9 産業別男女就労者数

(単位：人)

		男性	女性	女性／男性	合計
産業別	農、林、漁業	-	-	-	-
	鉱業	-	-	-	-
	建設業	133	15	11%	148
	製造業	2,765	1,086	39%	3,851
	電気・ガス・熱供給・水道業	31	3	10%	34
	情報通信業、運輸業	123	10	8%	133
	卸売・小売業	175	69	39%	244
	金融・保険業、不動産業	191	145	76%	336
	飲食店、宿泊業	-	-	-	-
	医療、福祉	352	1,175	334%	1,527
	教育、その他	71	67	94%	138
合計		3,841	2,570	67%	6,411

資料：笠岡公共職業安定所「雇用に関する意向調査」(平成25年&lt;2013年&gt;2月1日)

## (2) 交通インフラに関する考察

本市は、数百年の歴史がある寺の町であり、笠岡諸島などへ航路のある港町でした。また、山陽鉄道開通（明治24年）による笠岡駅の開設、井笠鉄道の開通（大正2年）など古くから商業と交通の拠点的な機能を有していました。

今日の本市の交通機能は、JR笠岡駅を、南北に挟んで国道2号線と山陽自動車道が市の東西に走り、さらに国道2号笠岡バイパスの側道が平成20年3月から一部供用されています。

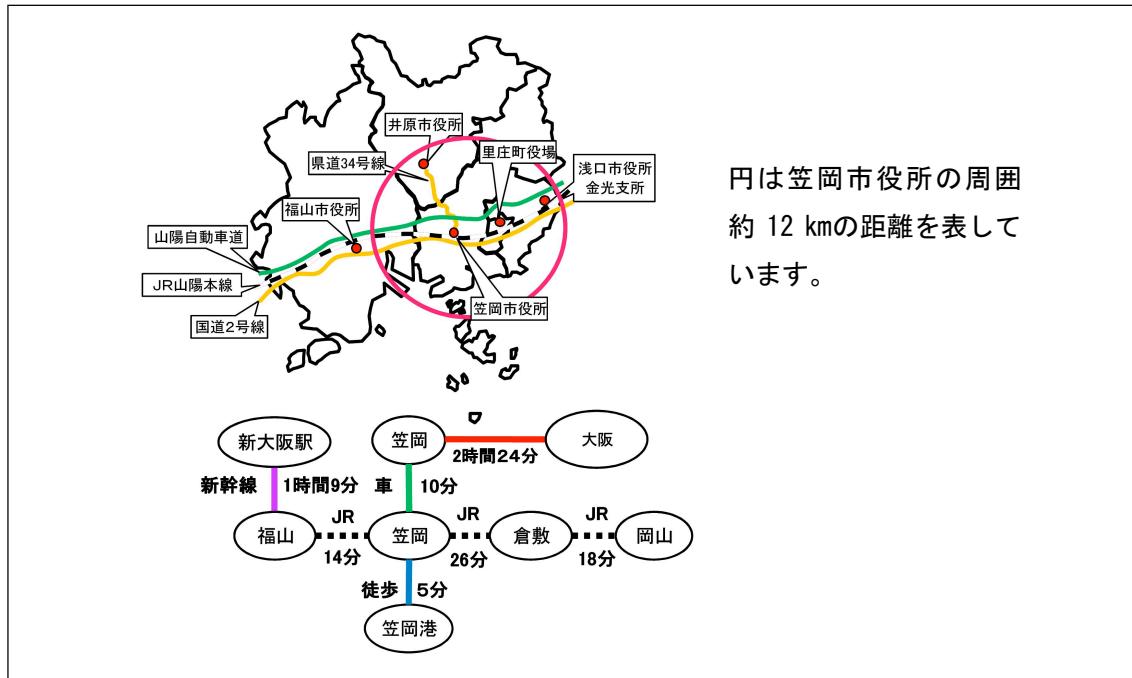
交通機能は、当時と比較して一段と充実しているにも関わらず、**モータリゼーション**の発達や交通機能の充実が、かえって**ストロー現象**となり交通の拠点性を低下させています。また、この交通機能の発達は、市内の購買力の流出という現象も生み出しています。

交通網の発達によりもたらされる優位性を最大限に活用して「逆ストロー現象」を起こすように、企業立地をはじめ、企業内起業並びに新たな起業による新産業の創出に取り組み、産業活性化と意欲ある人材が活躍できる場を創っていくことが課題となっています。

**※モータリゼーション**：自動車が社会に広く普及して、生活のために欠かせないものになる現象。

**※ストロー現象**：交通網の発達によって移動が便利になり、地方の人口や資本が大都市に吸引寄せられる現象。

図2-2-10 周辺都市間の時間距離



### (3) 企業誘致・雇用に関する考察

本市では、2年に一度、地域の課題に対する市民の方にとっての重要度や満足度、各種施策の満足度について意見をうかがい、今後の市政運営に役立てることを目的として市民意識調査を実施しています。企業誘致・雇用の創出の重要度は42項目中最も高く37.1%であり、逆に満足度は最も低く△50.4%となっています。

表2-2-11 笠岡市市民満足度調査の結果

企業誘致・雇用の創出	重要度(%)		満足度(%)	
	平成24年度	平成22年度	平成24年度	平成22年度
	37.1	34.1	△50.4	△52.6

資料：笠岡市

#### ア 企業の考察

本市の産業分類は、**経済センサス**活動調査（平成24年）によると、第1次産業（事業所数12、従業者数155人）、第2次産業（事業所数433、従業者数6,195人）、第3次産業（事業所数1,596、従業者数11,874人）となっています。

本市の事業所数及び従業者数について平成18年から平成24年までの推移をみると、事業所数は、平成18年と比べ約15%、従業員数は約10%減少しています。事業所の減少は、雇用の場を少なくしています。

表2-2-12 事業所数の推移

		第1次産業	第2次産業	第3次産業	総数
平成18年	事業所数	6	479	1,934	2,419
	割合(%)	0.2	19.8	80.0	100.0
平成21年	事業所数	10	472	1,890	2,372
	割合(%)	0.4	19.9	79.7	100.0
	平成18年比(%)	166.7	98.5	97.7	98.1
平成24年	事業所数	12	433	1,596	2,041
	割合(%)	0.6	21.2	78.2	100.0
	平成18年比(%)	200.0	90.4	82.5	84.4

数値は、従業員数が1人以上の事業所数を示す。

表2-2-13 従業者（人）の推移

		第1次産業	第2次産業	第3次産業	総数
平成18年	従業者数	163	7,117	12,975	20,255
	割合(%)	0.8	35.1	64.1	100.0
平成21年	従業者数	184	7,078	13,829	21,091
	割合(%)	0.9	33.6	65.6	100.0
	平成18年比(%)	112.9	99.5	106.6	104.1
平成24年	従業者数	155	6,195	11,874	18,224
	割合(%)	0.8	34.0	65.2	100.0
	平成18年比(%)	95.1	87.0	91.5	90.1

資料：事業所・企業統計調査（平成18年）、経済センサス基礎調査（平成21年）  
経済センサス活動調査（平成24年）

**※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。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、平成24年「活動調査」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。

#### イ 企業誘致についての考察

雇用の場が減少している本市にとって、雇用吸収力のある企業を誘致することは、市の産業構造の転換を図ることにもつながる有効な地域振興施策となります。市内には、本市が設置する工業用地は現在ありません。他の公的な用地としては、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、平成2年の分譲以来、平成16年までに11社の分譲がありました。現在23.4ha（16区画）の分譲地が残っています。この用地の分譲を岡山県と連携して進めることが必要です。

少子高齢化がさらに進み、国内の需要が減少している現状の下、企業が自社工場の新規進出や拡張を検討する上において、選択肢は広がり買手市場になっています。本市は、企業誘致を市政の最優先課題の一つに置くと同時に、進出を検討する企業にとってどのような優位性があるかについて総合的に条件提示することが求められます。

過度な財政支援型の企業誘致は本市の財政状況を疲弊させる恐れもありますので、具体的な立地条件・支援策を示し、本市の優位性を明らかにすることが重要です。

企業誘致は普段の地道な誘致活動によって花開くことから、人員などの体制の充実とともに、本市が企業進出の最適地となるように、施策として用地の確保策や企業の用地取得費用の軽減策を検討することが必要です。

表 2-2-14 分譲中岡山県内の工業団地

	用途区分	団地未分譲面積 (m <sup>2</sup> )	企業数 (社)
玉島ハーバーアイランド（倉敷市）	工業用地	384,861	17
久米産業団地（津山市）	用途無指定	109,093	9
新見工業団地（新見市）	工場地域農耕地区	27,606	2
真庭産業団地（真庭市）	過疎地域工場適地	166,398	8
吉備高原都市産業区（吉備中央町）	準工業地域	44,741	4
岡山リサーチパーク（岡山市）	市街化調整区域	26,827	17
津山産業・流通センター（津山市・鏡野町）	農工地区工業地域	230,457	35
美作市・作東産業団地（美作市）	過疎地域工場適地	110,608	7
東山工業団地（奈義町）	過疎地域農工地区	53,848	14
四季が丘団地（井原市）	農工地区	23,759	0
東三成工業用地（矢掛町）	過疎地域農工地区	11,700	2
笠岡港（港町地区）工業用地	準工業地域	234,234	11

表 2-2-15 笠岡市内の工業用地

	用途区分	用地面積 (m <sup>2</sup> )	企業数 (社)
茂平（内陸）工業団地	準工業地域	229,763	20
茂平（臨海）工業団地	工業地域	239,751	10
美の浜（臨海）工業団地	工業地域	34,740	9
笠岡中央内陸工業団地	工業専用地域	215,410	10
その他工業用地	-	5,330,798	9

資料：笠岡市

#### ウ 雇用に関する考察

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**（平成 25 年 11 月）は、笠岡公共職業所管内（笠岡市、井原市、浅口市、里庄町、矢掛町）では 5 年 2 カ月ぶりに 1.0 を超え 1.08 となっています。これは、11 月の有効求人倍率は

前年比 0.27 ポイント上昇と改善傾向にあり、平成 20 年 9 月のリーマンショック直前の 8 月（1.01）まで回復しています。ただし、県下の公共職業安定所別では依然低い状況にあります。また、全国の平成 25 年 11 月の完全失業率は 4.0% と前年比 0.1 ポイント改善し、平成 23 年以降改善状況にあります。（表 2-2-16、表 2-2-17）

本市については、雇用の先行指標となる**新規求人倍率**（平成 25 年 11 月）は 2.24、有効求人倍率は 1.26 と回復傾向にあります。（表 2-2-18）

このように景気は回復傾向にありますが、現時点の数値は円安効果や消費税増税前の駆け込み需要によるものと考えられ、今後の動向は楽観できない状況にあります。

就業状況を産業別から見ると、第 3 次産業が、約 65.2%（11,874 人）、次いで第 2 次産業が 34.0%（6,195 人）となっています。分類別では、第 2 次産業の製造業が 4,975 人（26.4%）、続いて第 3 次産業の卸売業・小売業が 3,456 人（18.4%）、以下医療・福祉 3,158 人（16.8%）と続いています。（表 2-2-19）

**※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。

**※新規求人倍率**：公共職業安定所で扱った新規求人数（当該月に新たに受け付けた求人数の合計）を新規求職者数（当該月に新たに受け付けた求職者数の合計）で除したもの。

表 2-2-16 有効求人倍率の推移

		20 年 8 月	21 年 8 月	22 年 8 月	23 年 8 月	24 年 8 月	25 年 8 月
有効求人倍率	笠岡安定所	1.01	0.41	0.53	0.70	0.80	0.89
	岡山県	1.17	0.54	0.68	0.91	1.11	1.28
	全國	0.85	0.42	0.54	0.66	0.83	0.95
	完全失業率(全国)	4.10	5.40	5.10	4.30	4.20	4.10

資料：各安定所のデータより作成

表 2-2-17 平成 25 年 11 月 岡山県内公共職業安定所別有効求人倍率

岡山	津山	倉敷中央	玉野	和気	高梁	笠岡	西大寺
1.62	1.26	1.45	1.21	1.01	1.34	1.08	1.38

資料：各安定所のデータより作成

表 2-2-18 有効求人数・有効求職者数・有効求人倍率の推移

		24年 8月	24年 9月	24年 10月	24年 11月	24年 12月	25年 1月	25年 2月	25年 3月
全国有効求人倍率		0.83	0.81	0.80	0.80	0.82	0.85	0.85	0.86
岡山県有効求人倍率		1.11	1.06	1.08	1.05	1.08	1.12	1.11	1.13
笠岡 安定所	有効求人倍率	0.80	0.83	0.80	0.81	0.85	0.85	0.85	0.85
	人数 (人)	2,318	2,389	2,391	2,360	2,338	2,420	2,497	2,573
	有効求職者数	2,904	2,863	2,986	2,916	2,762	2,840	2,939	3,016
笠岡 市内	新規求人倍率	1.58	1.61	1.17	1.57	1.78	1.20	1.66	1.63
	人数 (人)	新規求人数	330	365	296	353	368	299	384
		新規求職者数	209	227	252	225	207	250	238
	有効求人倍率	0.85	0.94	0.88	0.91	0.94	0.92	0.94	0.95
	人数 (人)	有効求人数	819	904	879	900	903	895	932
		有効求職者数	963	963	1,004	994	963	977	995
	完全失業率 (全国)	4.20	4.20	4.20	4.10	4.20	4.20	4.30	4.10

		25年 4月	25年 5月	25年 6月	25年 7月	25年 8月	25年 9月	25年 10月	25年 11月
全国有効求人倍率		0.89	0.90	0.92	0.94	0.95	0.95	0.98	1.00
岡山県有効求人倍率		1.18	1.21	1.21	1.25	1.28	1.31	1.30	1.36
笠岡 安定所	有効求人倍率	0.79	0.79	0.82	0.85	0.89	0.92	0.96	1.08
	人数 (人)	有効求人数	2,457	2,417	2,435	2,490	2,483	2,608	2,724
		有効求職者数	3,127	3,065	2,981	2,943	2,805	2,839	2,565
笠岡 市内	新規求人倍率	1.00	1.58	1.58	1.30	1.66	1.68	1.86	2.24
	人数 (人)	新規求人数	285	353	374	298	363	386	403
		新規求職者数	286	223	237	230	219	230	186
	有効求人倍率	0.87	0.88	0.92	0.90	0.95	1.01	1.12	1.26
	人数 (人)	有効求人数	919	912	924	920	933	982	1,060
		有効求職者数	1,054	1,031	1,007	1,022	987	976	948
	完全失業率 (全国)	4.10	4.10	3.90	3.80	4.10	4.00	4.00	4.00

資料：笠岡公共職業安定所のデータより作成

表 2-2-19 産業分類別事業所数・従業員数（平成 24 年）  
(従業者数の単位：人)

	産業大分類	経済センサス活動調査（平成 24 年）			
		事業所数	割合 (%)	従業者数 (注)	割合 (%)
	全産業(公務を除く)	2,041	100	18,224	100
第 1 次 産業	農林漁業	11	0.5	143	0.8
	漁業	1	0.0	12	0.0
第 2 次 産業	鉱業、採石業、砂利採取業	5	0.2	29	0.2
	建設業	184	9.0	1,191	6.3
	製造業	244	12.0	4,975	26.4
第 3 次 産 業	電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.0	29	0.2
	情報通信業	9	0.4	60	0.3
	運輸業、郵便業	74	3.6	1,162	6.2
	卸売業、小売業	560	27.4	3,456	18.4
	金融業、保険業	29	1.4	421	2.2
	不動産業、物品賃貸業	74	3.6	212	1.1
	学術研究、専門・技術サービス業	53	2.6	231	1.2
	宿泊業、飲食サービス業	206	10.1	1,145	6.1
	生活関連サービス業、娯楽業	198	9.7	701	3.7
	教育、学習支援業	56	2.7	266	1.4
	医療、福祉	149	7.3	3,158	16.8
	複合サービス事業	36	1.8	211	1.1
	サービス業(他に分類されないもの)	151	7.4	822	4.4

数値は、従業員数が 1 人以上の事業所数を示す。

(注) 男女別の不詳を含む。

資料：経済センサス活動調査（平成 24 年）

## エ 産業別に見た従業員の平均年齢

本市の産業別に見た従業員の平均年齢は43歳です。情報通信、運輸業が52歳と高く、電気・ガス・熱供給・水道業、金融、保険業、不動産業、医療・福祉が40歳で平均より低い状況です。(表2-2-20)

本市は前期生産年齢人口(15歳~39歳)の転出が多いことから、今後さらに従業員の平均年齢が高くなることが予測されます。

表 2-2-20 産業別男女従業員の平均年齢 (単位:歳)

	男性	女性	全体
建設業	42.7	45.3	43.0
製造業	41.8	44.6	42.5
電気・ガス・熱供給・水道業	39.6	47.3	40.3
情報通信、運輸業	52.5	46.7	52.0
卸売・小売業	43.8	43.3	43.7
金融、保険業、不動産業	42.2	37.7	40.3
医療、福祉	39.4	41.4	40.9
教育、その他	44.5	48.9	47.1
計	43.0	43.2	43.1

資料：笠岡公共職業安定所「雇用に関する意向調査」(平成25年2月1日)



---

---

## 第3章 笠岡市の産業の現状と課題

---

## 第3章 笠岡市の産業の現状と課題

### 3-1 産業分野別の現状と可能性と課題

#### (1) 製造業

##### <現状>

平成24年の経済センサスによると、従業員4人以上の製造業の事業所数は132事業所であり、従業者数は4,501人となっています。(表3-1-2) 製造品出荷額等は、1,705.8億円となっており、出荷額の多いものは、「鉄鋼業」386.7億円、「輸送用機械器具製造業」295.8億円、「プラスチック製品製造業」201.3億円、「食料品製造業」194.2億円、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」119.4億円となっています。(表3-1-1)

従業者数を見ると、「食料品製造業」1,090人(24.2%)、「輸送用機械器具製造業」481人(10.7%)、「鉄鋼業」398人(8.8%)の順となっています。また、平成4年と平成24年を比べてみると、事業所数では59%減少し、従業者数は39%の減少となっており、製造業での事務所数及び従業者数の減少が特に著しくなっています。(図3-1-3)

表3-1-1 本市の事業所数・従業者数・製造品出荷額等

産業分類	事業所数	割合(%)	従業者数(人)	割合(%)	製造品出荷額等(万円)	割合(%)
鉄鋼業	5	3.8	398	8.8	3,867,595	22.7
輸送用機械器具製造業	5	3.8	481	10.7	2,958,873	17.3
プラスチック製品製造業(別掲を除く)	10	7.6	365	8.1	2,013,697	11.8
食料品製造業	13	9.8	1,090	24.2	1,942,900	11.4
電子部品・デバイス・電子回路製造業	3	2.3	274	6.1	1,194,773	7.0
電気機械器具製造業	4	3.0	241	5.4	505,817	3.0
生産用機械器具製造業	15	11.4	374	8.3	470,524	2.8
窯業・土石製品製造業	21	15.9	200	4.4	406,859	2.4
金属製品製造業	12	9.1	227	5.0	375,612	2.2
繊維工業	23	17.4	279	6.2	212,489	1.2
印刷・同関連業	3	2.3	54	1.2	49,758	0.3
その他	18	13.6	518	11.5	60,885	0.4

資料：経済センサス-活動調査(平成24年)

事業所数の数値は、従業員数が4人以上の事業所を示す。産業分類別のその他には製造品出荷額等が公表されていない数字があるため、製造品出荷額等の割合が100%とはならない。また、産業分類別の製造品出荷額等の総計が表3-1-2の平成24年の製造品出荷額等と合致しない。

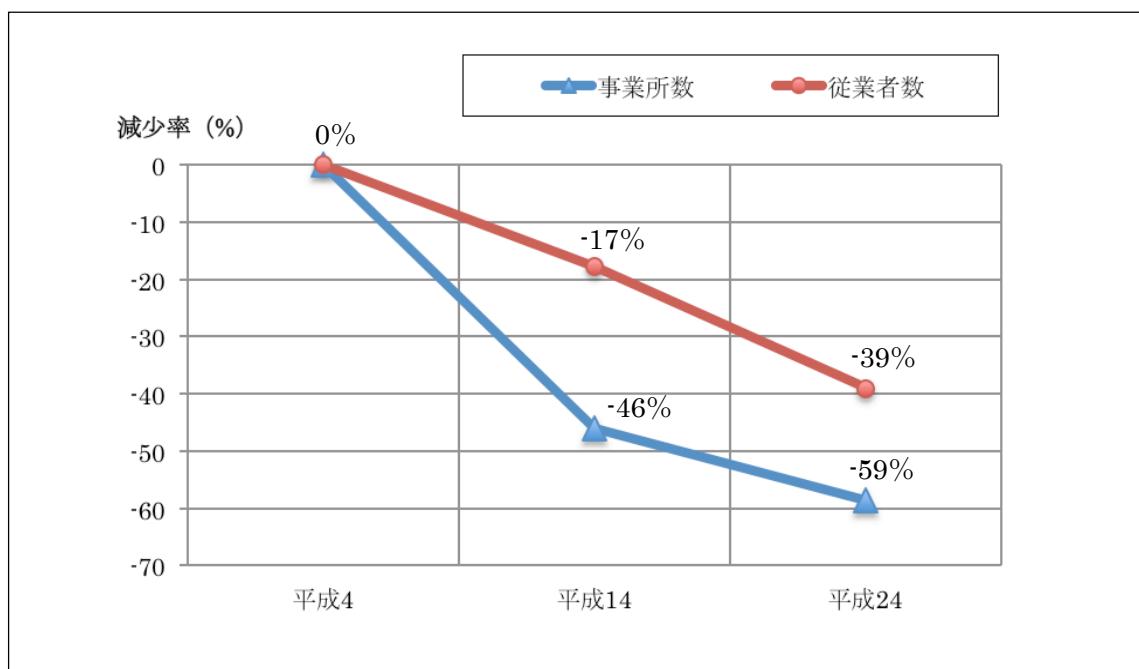
表3-1-2 事業所数・従業者数・製造品出荷額等の推移

	事業所数	従業者数(人)	製造品出荷額等(百万円)
平成4年	319	7,382	165,239
平成14年	172	6,063	174,714
平成24年	132	4,501	170,582

事業所数の数値は、従業員数が4人以上の事業所を示す。

資料：工業統計調査（平成4年、平成14年）、経済センサス（平成24年）

図3-1-3 製造業に関する事業所数・従業者数の減少率の推移



事業所数の数値は、従業員数が4人以上の事業所の減少率を示す。

資料：工業統計調査（平成4年、平成14年）、経済センサス（平成24年）

### ＜可能性と課題＞

本市の製造業は、交通の利便性や災害が少ないという優れた立地条件に加え、全国的に発信できる高い技術を有している企業が存在します。一方では、鉄鋼関連企業や、自動車関連企業を中心に実に様々な業種の製造業が集積していますが、各業種間の連携が難しく、つながりが希薄となっている課題があります。

今後は、本市の地域経済の産業連関構造を高める取組が必要となってきます。例えば、笠岡市には全国に3番目の広さを誇る笠岡湾干拓地があります。そこで、生産される農作物を利用して、それらを付加価値の高い加工品にし、地域外へ売り出していくことが求められています。また、ヒアリング調査等を通して、「情報発信がうまくできない」、「人材育成の環境が未整備」、「事業戦略の**ブラッシュアップ**が必要」などの個々の事業所では解決が難しい課題も明らかになりました。

表3-1-4 製造業の可能性と課題

	可能性	課題
第2次産業 「製造業」	<input type="checkbox"/> 交通の利便性が良い <input type="checkbox"/> 全国発信できる高い技術を有している企業の存在 <input type="checkbox"/> 恵まれた気候風土 <input type="checkbox"/> 災害が少ない	<input type="checkbox"/> 同・異業種の連携が希薄 <input type="checkbox"/> 情報発信がうまくできていない <input type="checkbox"/> 人材育成の環境が未整備 <input type="checkbox"/> 事業戦略が弱い <input type="checkbox"/> 製造業の動向リサーチができるいない

※**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。

## (2) 商業・サービス業

### <現状>

本市の商業・サービス業関係は、経済センサス活動調査(平成 24 年)によると全産業の事業所のうち 78.2%(1,596 事業所)、就業者のうち 63.1%(11,874 人)を占める主要な産業です。また、商業・サービス業のうち上位から 5 事業の内訳は次のとおりです。

(表 3-1-5)

表 3-1-5 商業・サービス業の事業所数と従業者数

産業分類	事業所数	全事業所に占める割合 (%)	従業者数 (人)	全従業員数に占める割合 (%)
卸売、小売業	560	27.4	3,456	18.0
宿泊業、飲食サービス業	206	10.1	1,145	6.1
生活関連サービス業、娯楽業	198	9.7	701	3.7
医療、福祉	149	7.3	3,158	16.8
運輸業、郵便業	74	3.6	1,162	6.2

数値は、従業員数が 1 人以上の事業所数を示す。 資料：経済センサス活動調査（平成 24 年）

本市の商業・サービス業の市場は、急激な人口減少に伴い、縮小しています。また、昨今の経済情勢の変化による個人消費意欲の減退や、嗜好品などを中心とした購買力の市外への流出といった課題に直面しています。

平成 19 年の**商業統計**によると本市の**吸引度指数**は、0.72 となっており、市外に顧客が流出しているといえます。一方、近隣の商圈の吸引度指数を算出すると、倉敷市 1.00、岡山市 1.20、福山市（広島県）1.06 となっており、本市に比べて高い数値となっています。つまり、隣接する商圈に本市から顧客が流出している状況となっているのです。

本市の小売業の販売額を増加させるには、近隣の商圈にはないオンラインの魅力ある店舗づくりが必要であると考えられます。

**※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。

**※吸引度指数:**例 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人当たり年間商品販売額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。

表3-1-6 岡山県の主な市の吸引度指度

年間商品販売額 (百万円)	人口(人)	人口一人当たりの 商品販売額(万円)	吸引度指數
笠岡市	42,122	55,945	75.29
井原市	35,130	45,606	77.03
浅口市	26,980	37,964	71.07
玉野市	46,573	66,919	69.60
総社市	57,897	66,792	86.68
倉敷市	495,850	472,670	104.90
岡山市	859,927	685,564	125.43
福山市	541,062	470,266	115.05
			1.06

※吸引度数の算定には平成19年度商業統計の結果を用いた。(岡山県人口1人当たりの商品販売額=104.69万円) ただし、福山市の吸引度数算定には広島県の値を用いた。(広島県人口1人当たりの商品販売額=108.42万円)

平成25年度に本市が実施した買い物アンケート調査の結果、地元での購買依存度は、自動車交通網の整備、自家用車の普及による購買行動の広域化により、レジャー・娯楽などはもちろん、買回品、さらには、生鮮食料品、加工食品など最寄品に至るまで低下し、福山市への依存度がますます高くなっています。(表3-1-7、表3-1-8)

購買先の業態については、スーパー、ショッピングセンター、大型量販店が増加し、地元小売店での購入が著しく減少しています。こうした中、市民が自宅近くに欲しい店の上位は、スーパー、ショッピングセンター、大型量販店となっています。今回のアンケート調査に初めて店舗を有しない通信販売やインターネットでの購買の割合が表れています。(表3-1-9、表3-1-10、表3-1-11)

**※買回品**：消費者が、いくつかの製品を十分に比較検討した上で購入する製品のこと。耐久消費財や趣味品など。

**※最寄品**：消費者が商品を購入する際、近くの小売店で購入する傾向にある品物。主に食料品・日用雑貨など。

表 3-1-7 品目別地元購入依存度の比較 (単位: %)

品目	平成 12 年 (A)	平成 25 年 (B)	差 (B) - (A)
生鮮食品	75.7	72.5	△3.2
保存食品	75.4	71.4	△4.0
家庭・台所用品	73.5	68.2	△5.3
肌着・下着	64.1	25.3	△38.8
洋服	37.8	11.3	△26.5
時計・メガネ	41.7	39.4	△2.3
家具	41.9	9.2	△32.7
家庭電気製品	65.9	38.7	△27.2
革靴鞄類	30.1	10.7	△19.4
運動具・楽器・レジャー用品	36.5	19.1	△17.4
贈答品	46.0	22.2	△23.8
書籍	70.0	56.5	△13.5
外食・喫茶	34.1	20.6	△13.5
映画音楽会	11.1	3.4	△7.7

資料：平成 12 年度岡山県民の生活行動圏調査（岡山県） 平成 25 年度買い物アンケート（笠岡市）

表3-1-8 品目別笠岡市民の市外の購入場所・割合 (単位:%)

品目	福山市		倉敷市		岡山市		鴨方町	浅口市
	平成12年	平成25年	平成12年	平成25年	平成12年	平成25年	平成12年	平成25年
生鮮食品	9.5	11.6	0.7	0.3	4.1	0	1.4	3.0
保存食品	10.9	12.1	0.7	0.4	4.4	0	0.7	2.8
家庭・台所用品	11.8	15.2	2.2	0.8	4.4	0.1	1.5	2.7
肌着・下着	20.0	48.1	0.7	7.9	6.2	0.4	2.8	4.9
洋服	36.6	57.6	7.3	12.3	9.8	1.2	1.2	2.3
時計・メガネ	32.1	35.4	3.6	7.3	13.1	1.1	2.4	0.7
家具	25.8	66.7	0	4.6	16.1	1.2	3.2	0.5
家庭電気製品	17.8	45.9	6.2	2.6	3.9	0.4	0	0.9
革靴鞄類	40.9	59.2	5.4	12	15.1	2.2	1.1	1.0
運動具・楽器・レジャーユニット	36.5	57.5	6.8	7.5	10.8	0.4	2.7	0.5
贈答品	40.3	53.3	2.4	5.9	6.5	1.0	0.8	2.1
書籍	16.4	24.4	2.1	2.6	6.4	0.2	0	0.6
外食・喫茶	38.5	59.8	8.2	5.6	8.9	0.5	0.7	0.9
映画音楽会	37.5	66.0	18.1	16.5	20.8	0.5	0	0.1

資料：平成12年度岡山県民の生活行動圏調査（岡山県） 平成25年度買い物アンケート（笠岡市）

浅口市は平成18年3月に鴨方町、寄島町、金光町が合併して誕生

表 3-1-9 利用店舗業態割合

(単位：%)

	小売店や専門店 (※1)	コンビニ	スーパー (※2)	百貨店 (※3)	ショッピングセンター (※4)	大型量販店 (※5)	通信販売、インターネット	無回答
生鮮食品	2.8	0.6	87.1	0.1	1.2	0.9	0.1	7.2
加工食品	2.3	0.8	85.4	0	1.4	1.5	0.6	8.0
家庭台所用品	11.3	0.3	41.3	0.4	4.6	33.6	0.3	8.2
日用衣料品	11.5	0.2	15.4	3.8	46.6	10.2	3.3	9.0
男子洋服	13.6	0.1	5.8	5.4	49.3	10.2	3.2	12.2
婦人子供服	12.1	0.4	5.7	6.4	53.6	8.5	3.7	9.6
時計メガネ	47.8	0.4	2.7	4.8	22.0	7.2	1.3	13.8
家具	36.9	0.2	1.7	1.8	10.6	30.5	4.4	14.0
家庭電気用品	18.4	0.3	1.9	0.5	4.1	61.8	2.6	10.5
革靴鞄類	15.9	0.2	3.5	11.2	45.9	7.0	4.6	11.7
運動具・楽器・レジャー用品	25.7	0.1	2.5	2.0	28.3	26.4	2.8	12.2
贈答品	19.3	0.4	6.7	29.4	23.4	3.2	4.9	12.7
書籍	53.5	0.7	3.9	1.6	15.1	9.1	3.9	12.2
外食・喫茶	54.4	0.3	1.7	1.3	20.5	2.4	0.1	19.5
映画音楽会	19.7	0.4	1.3	1.3	53.2	4.0	0.7	19.3
車等	72.9	0.1	1.3	0.3	1.7	3.7	0.3	19.8

端数処理の関係で、100%にならない場合がある。

資料：平成 25 年度買い物アンケート（笠岡市）

※ 1 小売店や専門店：個人商店や専門店、商店街の店舗等。

※ 2 スーパー：山陽マルナカ、ザ・ビック笠岡店、ニシナ S・C 笠岡 A 棟、ハピーズ笠岡美の浜店等。

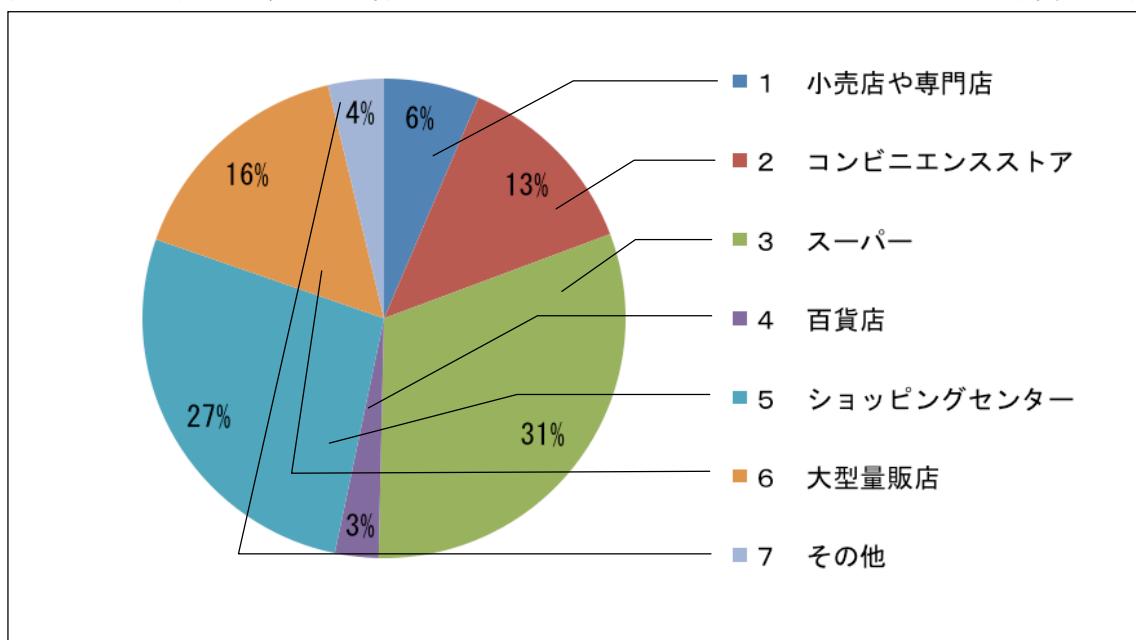
※ 3 百貨店：天満屋、高島屋等。

※ 4 ショッピングセンター：複数の小売店舗が集まった商業施設。（イオンモール等、アウトレットモールも含む）

※5 大型量販店：大量の商品を安く販売する形態の店舗。（ザグザグ笠岡富岡店などのドラッグストア、エディオン笠岡店などの家電販売店、紳士服のはるやまなどの衣料販売店、ホリディ（株）やユーホー笠岡店などのホームセンター等）

図3-1-10 近くに欲しいお店

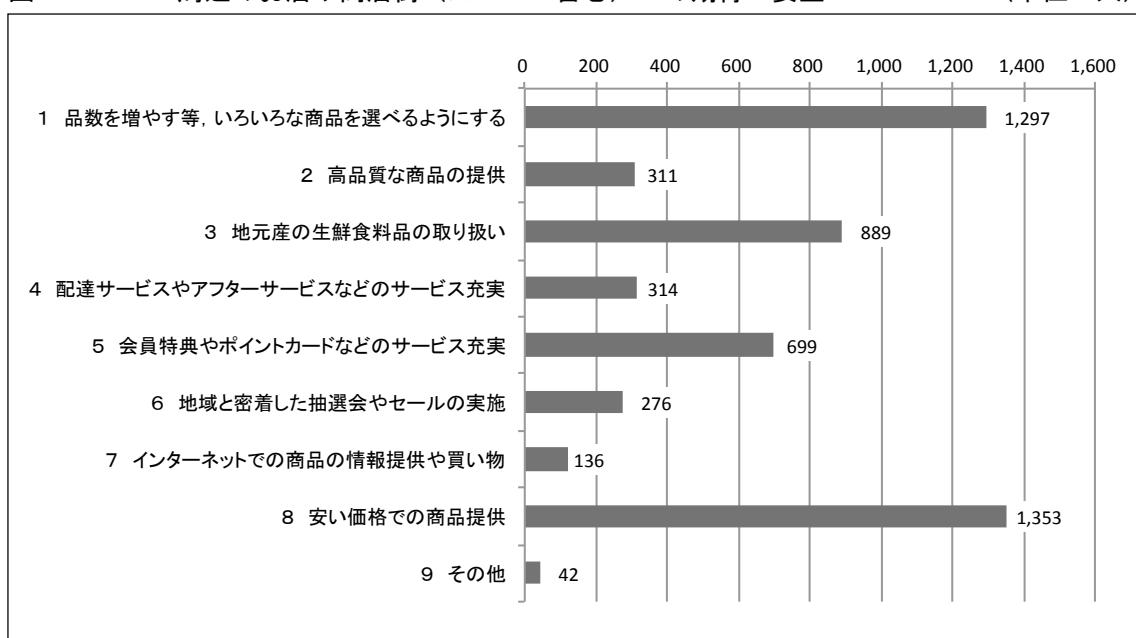
（単位：%）



資料：平成25年度買い物アンケート（笠岡市）

図3-1-11 周辺のお店や商店街（スーパー含む）への期待・要望

（単位：人）



資料：平成25年度買い物アンケート（笠岡市）

### ＜可能性と課題＞

人口減少社会を迎える、消費人口が減少し、全体の購買額の減少が予想される中で、大手のスーパー等の量販店は、店舗の撤退・統廃合等の可能性もあります。今後は、それぞれの店舗が専門性を高め、近圏にはないオソリーワンの魅力づくりをすることが重要です。また、最寄品は自宅の近くで購入できるよう地元の小売店を守り育てていくという考えを市民一人ひとりが認識することが大切です。

平成 23 年 8 月に開業した道の駅笠岡ベイファームは、近隣の市町から年間約 80 万の方々が訪れる一大拠点施設に成長しました。近い将来、国道 2 号笠岡バイパスが全面開通し、さらに交通の利便性が高まることが予想されますので、道の駅笠岡ベイファームを訪れた人々が市内で周遊し、長時間滞在できるような取組を図る必要があります。

表 3-1-12 商業の可能性と課題

	可能性	課題
商業・サービス	<input type="checkbox"/> 交通の利便性が良い <input type="checkbox"/> 福山市、倉敷市を含めた 100 万人都市の中心に位置する <input type="checkbox"/> 国道 2 号笠岡バイパスの全面開通 <input type="checkbox"/> 道の駅笠岡ベイファームによる集客	<input type="checkbox"/> 経営者の高齢化、後継者不足 <input type="checkbox"/> 情報発信がうまくできていない <input type="checkbox"/> 人材の育成が必要 <input type="checkbox"/> 店舗・施設が少ない <input type="checkbox"/> 常用雇用が少ない <input type="checkbox"/> 購買力の市外流出 <input type="checkbox"/> 魅力ある店舗づくり <input type="checkbox"/> 滞在時間が少ない <input type="checkbox"/> 買い物弱者が生まれやすい <input type="checkbox"/> 商業の動向リサーチができるいない

※道の駅笠岡ベイファーム：平成 23 年 8 月オープンした岡山県笠岡市の国道 2 号笠岡バイパス沿いにある道の駅。国道 2 号沿線では初の道の駅。

### (3) 観光業

#### <現状>

本市の主たる観光地として挙げられている施設及びイベントの入場者数については以下のとおり年々増加の傾向にあります。(表 3-1-13)

イベントによる観光客は、平成 22 年度の 119,000 人から、平成 24 年度の 195,000 人と大幅に増加しています。さらにイベントの入場者数の内訳を詳しく見ていくと、「菜の花フェスティバル」など、道の駅笠岡ベイファーム周辺で近年新しく始めたイベントが全体の来場者数を底上げしていることがわかります。(表 3-1-14)

表 3-1-13 笠岡市の主要な観光地及びイベントの来場者の変遷 (単位：人)

施設名	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度
カブトガニ博物館	52,297	50,776	53,060
竹喬美術館	12,559	15,979	16,742
郷土館	1,037	964	585
神島史料館	263	224	192
笠岡ベイファーム	—	608,936	799,040
イベント	119,000	161,000	195,000
合計	185,156	837,879	1,064,619

資料：笠岡市

表 3-1-14 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	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度
笠岡さくら祭り	10,000	中止	10,000
ひったか・おしぇらんご	5,000	5,000	5,000
笠岡港まつり	50,000	50,000	55,000
大空と大地のカーニバル	30,000	30,000	30,000
いちょう祭りかさおか	20,000	20,000	20,000
菜の花フェスティバル	4,000	16,000	15,000
ポピーフェスティバル	—	—	15,000
ひまわりフェスティバル	—	25,000	25,000
コスモスフェスティバル	—	15,000	20,000
合計	119,000	161,000	195,000

資料：笠岡市

年間約4万人の方が笠岡港（住吉）を利用して笠岡諸島（高島、白石島、北木島、真鍋島、大飛島、小飛島、六島）へ行っています。笠岡市観光連盟が主催する笠岡諸島を活用したツアーは、年間約500人程度を集客しています。

宿泊施設は、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しています。修学旅行生の宿泊状況は、平成20年度18校、2,499人であったものが、平成24年度10校1,179人に減少しています。また、外国人宿泊専用の白石島国際交流ヴィラは、約1,000人の利用者で推移していましたが、平成23年の東日本大震災の影響により利用者が減少しています。

表3-1-15 三洋汽船利用状況 (単位:人)

年度	乗船者（笠岡→島）				乗船者（島→笠岡）			
	普通船	うち定期	高速船	計	普通船	うち定期	高速船	計
平成19年	27,342	18,112	18,750	46,092	26,043	18,113	19,479	45,522
平成20年	24,607	16,300	16,875	41,482	23,438	16,300	16,875	40,313
平成21年	23,376	14,670	15,186	38,562	21,094	14,670	15,780	36,874
平成22年	22,207	15,975	14,427	36,634	20,039	15,975	14,991	35,030
平成23年	25,109	16,575	18,617	43,726	23,848	16,575	14,179	38,027

資料：三洋汽船株式会社

※ 平成23年4月 三洋汽船・豊浦汽船・六島航路が合併

表3-1-16 笠岡市観光連盟主催の島しょ部ツアー (単位:人)

	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
白石踊鑑賞ツアー	108	88	58	110	116
北木島流し雛ツアー	71	68	62	32	—
真鍋島走り御輿ツアー	—	66	56	121	73
飛島つばき祭ツアー	—	138	82	76	—
六島水仙ツアー	66	62	62	183	148
高島つつじ花見ツアー	62	56	86	46	55
計	307	478	406	568	392

資料：笠岡市

表 3-1-17 修学旅行生の推移

	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度
学校数（校）	18	17	13	12	10
参加数（人）	2,499	2,295	1,620	1,372	1,179

資料：笠岡市

表 3-1-18 白石島国際交流ヴィラの利用数

(単位:人)

平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度
1,191	1,055	1,157	629	766

資料：笠岡市

### ＜可能性と課題＞

本市の産業振興のためには、消費人口が減少することが予想される中、交流人口を増やすことが重要です。そこで、交流人口増加のためには、観光業に対して特に力を入れる必要がありますが、これまででは「観光業」としての戦略や継続的な取組が十分に行われていませんでした。

例えば、道の駅笠岡ベイファームは、オープン以降多くの来客がありますが、今後も継続して来客者の確保に努める必要があります。そして、イベントは、事業を継続していくとともに、来客者の滞在時間を延ばし、リピーターの増加につなげていくことが必要です。本市の貴重な観光資源を生かすため、観光資源のPR、宿泊を伴うツアー企画、外国人客誘致対策、シニア層の誘致対策を検討することが必要です。

これらの検討を進める中で「なぜ観光する場所が笠岡市なのか」を説明できるよう本市のブランド化に取り組み、現在の商品指定だけを実施している笠岡ブランド事業を観光面にも広げていくことが必要です。

表 3-1-19 観光産業の可能性と課題

	可能性	課題
第3次産業 「観光業」 「上記以外」	<input type="checkbox"/> 笠岡諸島・瀬戸内海の環境がある <input type="checkbox"/> 海洋体験ができる <input type="checkbox"/> 「かさおかラーメン」などの振興策の認知度 <input type="checkbox"/> 「カブトガニ博物館」「竹喬美術館」がある <input type="checkbox"/> 恵まれた気候風土 <input type="checkbox"/> イベント開催による観光客数が増加している	<input type="checkbox"/> 同・異業種の連携が希薄である <input type="checkbox"/> 情報発信がうまくできていない <input type="checkbox"/> 人材の育成が必要 <input type="checkbox"/> 「観光業」としての戦略が弱い <input type="checkbox"/> 宿泊施設が少ない <input type="checkbox"/> 日帰り観光が多い <input type="checkbox"/> 常用雇用が少ない <input type="checkbox"/> ホームページの機能が時代に対応していない <input type="checkbox"/> 笠岡ブランドの価値が確立していない <input type="checkbox"/> 観光客の動向リサーチができるない <input type="checkbox"/> プロモーション活動が十分でない <input type="checkbox"/> 独自のコンテンツが少ない <input type="checkbox"/> リピーター増加の取組が少ない

#### (4) 農林水産業

<現状>

##### ①農業

本市では、瀬戸内の温暖な気候を生かし、酪農、肉用牛、養鶏などによる畜産物、もとも、ぶどう、イチジクなどの果樹、稻麦、豆類などの穀類、いちご、なすなどの野菜、花きなどの多彩な農畜産物が生産されています。

しかし、農業を取り巻く環境は、農業従事者の高齢化や後継者不足、生産物価格の低迷、TPP、家族経営・小規模化の問題など、厳しい状況にあります。

2010年農林業センサスによると、経営耕地面積515haのうち、田が約53%、畑が約38%、果樹地が約8%となっています。

また、平成2年に完成した笠岡湾干拓地において大規模営農の推進を行ってきましたが、農家の高齢化や後継者不足が問題化してきました。このため、農業法人の参入を促すことで遊休地の解消に努めるとともに、岡山県と本市が所有する笠岡湾干拓粗飼料基地へも企業参入を進めました。その結果、粗飼料基地北端エリア22haの一部に、農業法人が育苗施設を設置するなど企業進出が進み、干拓地の有効活用が進んでいます。その他、環境負荷の少ない循環型農業を目指して、バイオマстаウン構想を策定し、さらに水質保全や臭気対策などの環境施策にも取り組んでいます。平成23年8月に開業した道の駅笠岡ベイファームにおける農作物直売所では、生産者が直接農作物を持ち込み、販売を行う取組もみられます。

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6,800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663,000羽の採卵鶏が飼育されています。畜産業においても、高齢化や後継者不足、資材や燃料の高騰など厳しい状況が続いている。

**※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。

表 3-1-20 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
平成 7 年	2,942	217	128	886	1,711
平成 12 年	2,463	207	66	698	1,492
平成 17 年	2,224	184	39	469	1,532
平成 22 年	1,979	192	42	341	1,404

資料：国勢調査

※専業農家：世帯員の中に兼業従事者が 1 人もいない農家。

※兼業農家：世帯員の中に兼業従事者が 1 人以上いる農家。

※第 1 種兼業農家：農業を主とする兼業農家。

※第 2 種兼業農家：農業を従とする兼業農家。

この場合の主従は家としていずれの所得が多いかによって定めている。

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

表 3-1-21 農家人口・経営耕地面積

	農家人口(人)		経営耕地面積(ha)			
	総 数	農業従事者	総 数	田	畠	樹園地
平成 7 年	11,786	7,431	1,020	608	300	112
平成 12 年	9,754	6,295	935	512	338	85
平成 17 年	2,723	1,903	561	282	233	46
平成 22 年	2,353	1,505	515	274	198	43

資料：国勢調査

表 3-1-22 家畜飼育状況

[平成 25 年 8 月現在]

区分	乳用牛	肉用牛	豚	鶏	プロイラー
飼育戸数(戸)	10	8	0	7	0
頭羽数(頭)	2,520	4,326	0	663,400	0

資料：笠岡市

## ②水産業

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す。しかし、近年、環境の変化や乱獲によって漁獲高が減少しています。また、高齢化が進む中、後継者不足などによって漁業従事者が減少しています。

表 3-1-23 漁獲高

(単位: t)

区分	総 数	魚 類	貝 類	その他
平成 18 年度	1,175	554	43	578
平成 19 年度	1,207	536	68	603
平成 20 年度	1,115	527	86	502
平成 21 年度	948	563	16	369
平成 22 年度	836	477	21	338
平成 23 年度	827	436	20	371

資料：農林水産省海面漁業生産統計調査市町村別データ

### <可能性と課題>

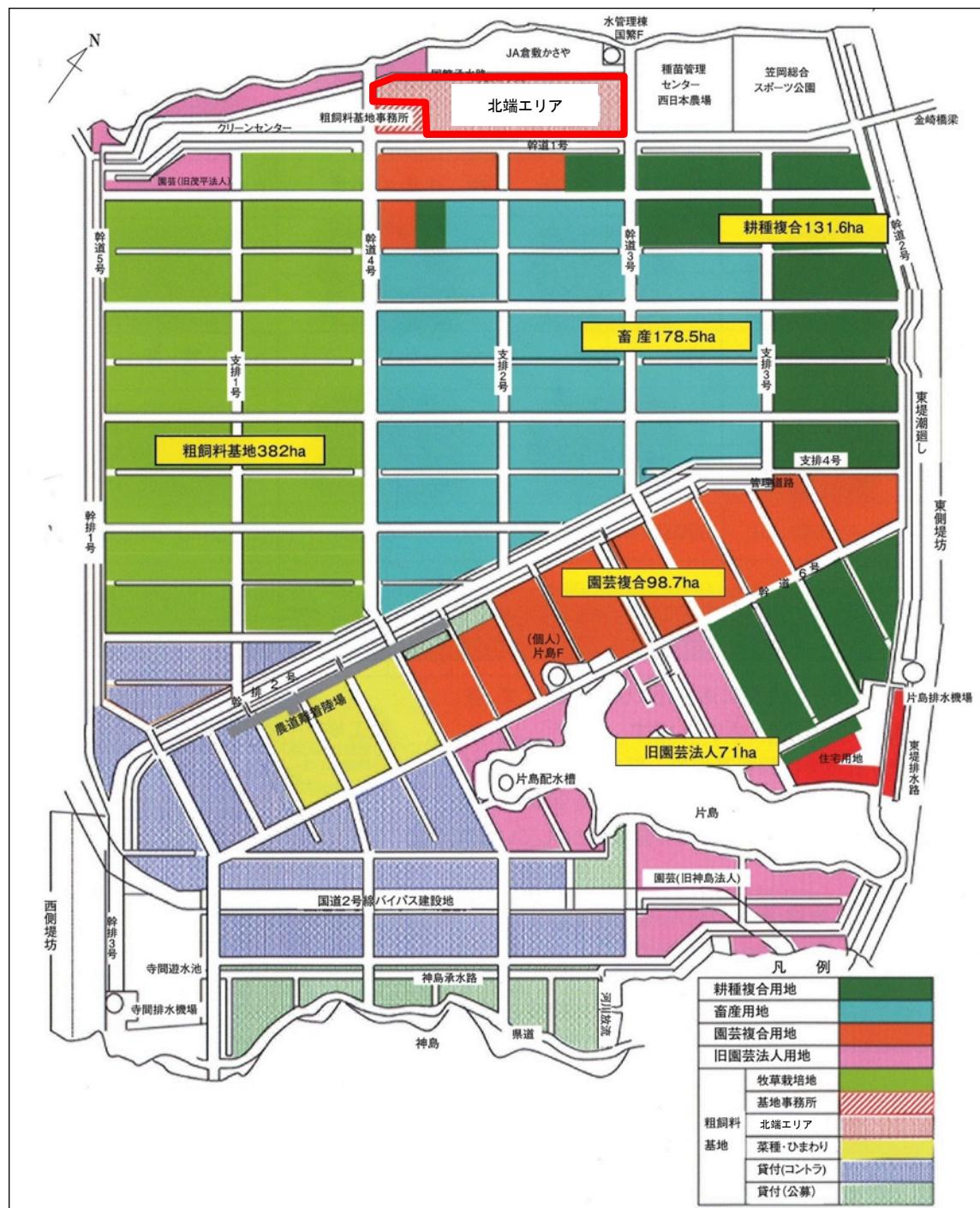
第1次産業全般でみると、温暖な気候と海と陸の様々な環境を活かした多様な資源があります。しかし、それらの資源を加工して特産品開発につなげたり（2次産業化）、宿泊施設やレストランで提供したり（3次産業化）する環境づくりが十分でないことが課題となっています。それらの環境を整備し、**6次産業化**を進めることが本市全体の産業振興にとって重要です。

**※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。

表 3-1-24 農林水産業の可能性と課題

	可能性	課題
第1次産業 「農業」	<input type="checkbox"/> 恵まれた気候風土 <input type="checkbox"/> 広大な干拓地がある <input type="checkbox"/> 交通の利便性が良い <input type="checkbox"/> 道の駅やJAなどの直売所がある	<input type="checkbox"/> 同・異業種の連携が希薄 <input type="checkbox"/> 食品加工業が少ない <input type="checkbox"/> 商品の付加価値ができていない <input type="checkbox"/> 干拓地の有効利用ができていない <input type="checkbox"/> 高齢化、後継者の減少 <input type="checkbox"/> 6次産業化 <input type="checkbox"/> 農地に対する適・不適作物の情報の不足
「水産業」	<input type="checkbox"/> 豊かな海洋資源 <input type="checkbox"/> 恵まれた気候風土 <input type="checkbox"/> 交通の利便性が良い	<input type="checkbox"/> 食品加工業が少ない <input type="checkbox"/> 商品の付加価値ができていない <input type="checkbox"/> 高齢化、後継者の減少 <input type="checkbox"/> 6次産業化

図3-1-25 干拓地の用地区分図（図の上部に位置するのが北端エリア）



資料：笠岡市

---

---

## **第4章**

### **産業振興の基本理念と基本方針**

---

## 第4章 産業振興の基本理念と基本方針

### 4-1 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。新しい仕事は、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。

産業振興ビジョンの策定にあたっては、基本理念に基づいた「笠岡の新しいしごとづくり会議」の場で多くの産業関係者等が本市の産業の将来像について議論を重ねてきました。「笠岡に今本当に必要なしごとは何か」を具体的に語り合う中で、島や食などの地域資源を活かした産業、企業誘致、人材育成の仕組みづくり、情報発信の必要性、女性・高齢者・障がい者を含めた様々な人が生き生きと働く場づくり等の様々な提案が生まれました。

本ビジョンでは、「笠岡の新しいしごとづくり会議」からの提案を産業関係者と行政の協働の中で一つ一つ実現していく「実効性」のある計画にしていく必要があります。

基本理念を進めるための基本方針として、まず、地域全体で産業を育てるという意識を共有し、人材育成及び人材確保の場として「ひとづくりの場」を作ります。そこでは、将来の本市の産業を支える人材を育て、同時に地域外から起業意欲のある新たな人材を確保します。

さらに、产学研官連携による「つながりづくりの場」を作ります。これにより異業種交流を行う中で、既存事業の拡大と新事業を創出することによって市内産業の内発的な活性化を進めます。また、外発的に産業活性化を創出するために、国・県・関係機関との連携を深め、企業を誘致します。

また、市外の住民と交流を深め、交流人口を拡大することで市内の購買力を高め、産業の振興を図ります。

これらを実施することを通して、笠岡のまちを豊かにする多様な地域産業が創出しやすい場づくりに取り組みます。

#### 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—



#### 基本方針

##### 「ひとづくりの場」

地域全体で産業を育てる意識

人材育成

新たな産業の担い手の確保

##### 「つながりづくりの場」

連携を通した新しいしごとづくり

異業種の交流

产学研官連携

交流人口の拡大

## 4-2 基本方針

基本理念に基づく基本方針を掲げ、笠岡に新しいしごとが生まれ、産業が発展する基盤を作ります。

### (1) 人材の育成と新たな人材確保のための「ひとづくりの場」

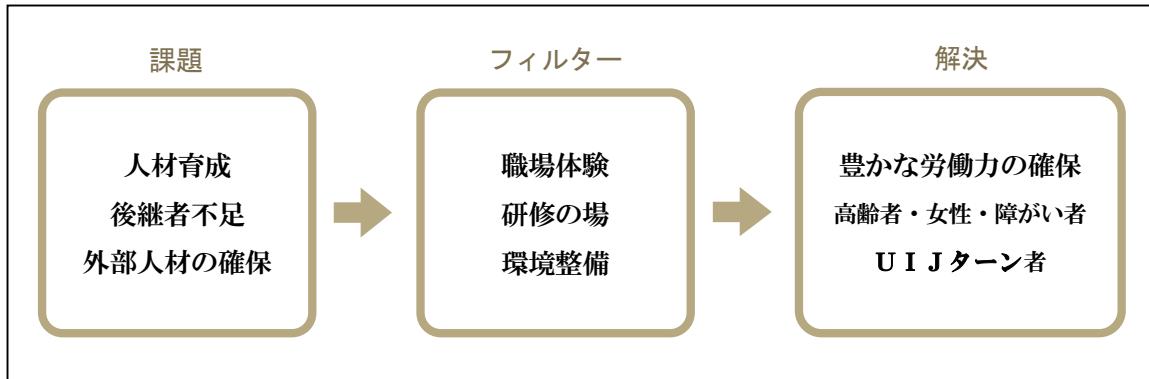
全ての産業分野において新たな人材の育成や後継者の育成が大きな課題であり、産業の活性化にはそれを支える人材づくりが不可欠です。そのため、企業と産業関係団体をはじめとした市民全員と行政とが協働で笠岡の産業を支える人材を育てる仕組みを作ります。

新たな人材を育成するためには、キャリア教育やインターンシップ(職場体験)の環境を整備することを通して、市内で高校生・大学生が「しごと」に触れる機会を多く作り、社会人になるまでの段階において職場体験などを実施することが重要です。

また、人材育成のための研修会や技術の研鑽けんさん、伝承などのスキルアップの場を充実させることが重要です。产学民金官が連携して、高校生や大学生の雇用促進に向けた事業を取り組み、新たな人材の確保を進めます。

加えて、高齢者・女性・障がい者・**U I Jターン**した人が働きやすい環境の整備を行うことが重要です。

図4-2-1 「ひとづくりの場」イメージ図



※**U I Jターン**：U I Jターン現象は、以下の3つの人口還流現象の総称。

- ・ Uターン：地方から都市へ移住したあと、再び地方へ移住すること。
- ・ Iターン現象：地方から都市へ、または都市から地方へ移住すること。
- ・ Jターン現象：地方から大規模な都市へ移住したあと、地方近くの中規模な都市へ移住すること。

## (2) 新事業の創出・既存事業の拡大のための「つながりづくりの場」

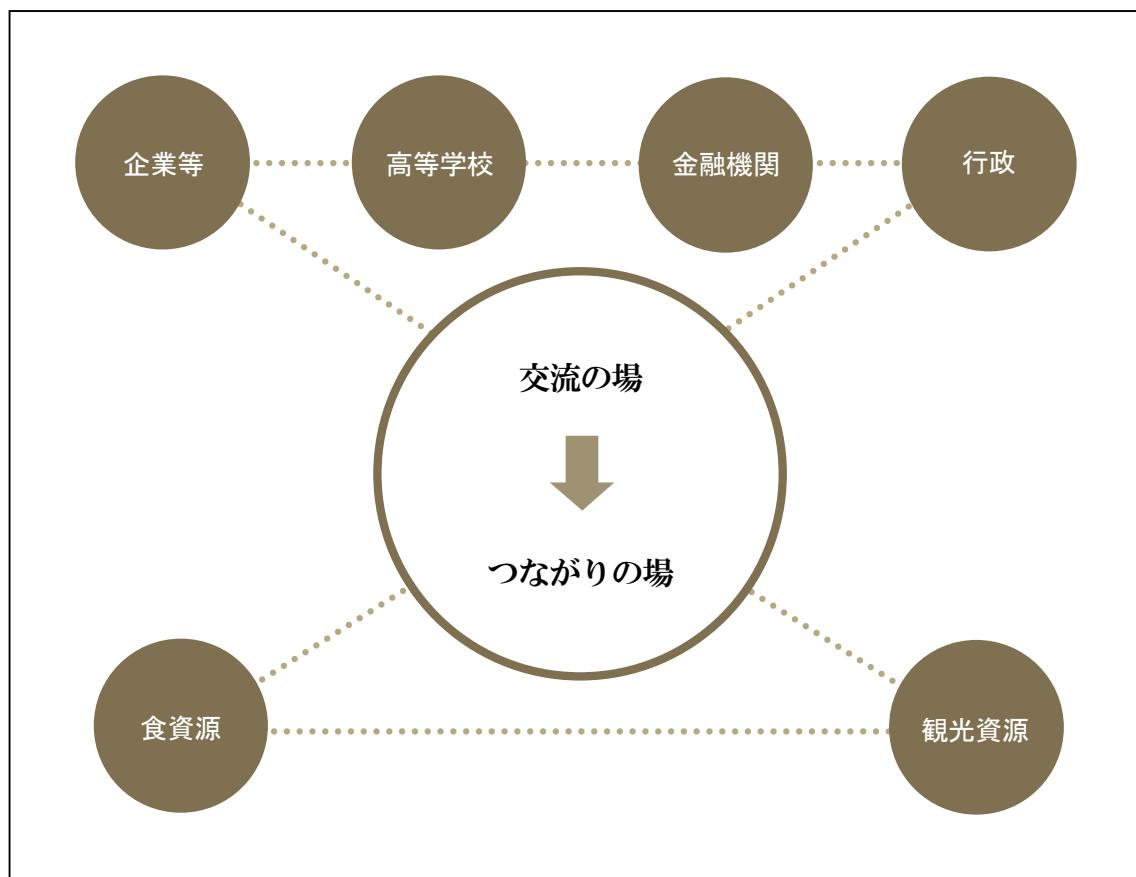
新たな事業の創出や既存の事業を維持拡大するためには、個々の企業努力による技術力の向上などを行うことに加えて、市内の異業種・同業者間での連携を通した共同開発や共同受注により市外から仕事を獲得する取組が必要です。また、原材料調達などを地域の中で行うことを通して、市内取引を活性化させることにより産業連関効果を生み出し、地域の中でお金がまわる仕組みを作ることが重要です。

本市には、オンリーワンの技術を持つ企業など多くの優れた資源があります。また、農産物や海産物をはじめとする豊かな食の資源や笠岡諸島などの観光資源も豊富にあります。

しかし、これまでこれら地域資源を効果的に生かしていくような仕組みが少なく、個々の取組に留まっていました。

本市全体の産業振興のためには、これらの優れた資源をヨコにつなぎ、新たな産業を創出することや、事業の相乗効果を高めることが大切です。そのために、企業、教育機関、金融機関、行政が分野横断的に交流し、連携するきっかけとなる場を作ります。

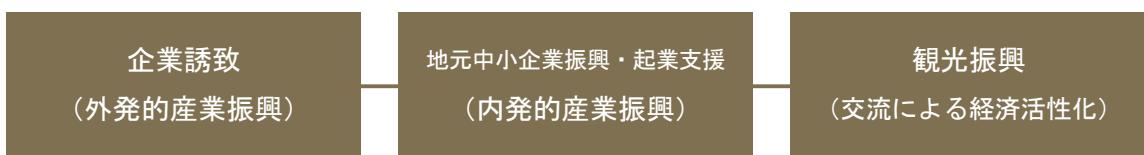
図4-2-2 「つながりづくりの場」のイメージ図



### 4-3 施策展開にあたっての 3 つの柱

以上の基本理念と基本方針に基づき産業振興施策を展開する上で、以下の 3 つの柱に沿って、事業者、経済団体、行政などの適切な役割分担、協働の下、計画を実行します。

#### 笠岡市産業振興施策の 3 本柱



##### 第 1 の柱：企業誘致（外発的産業振興）

経済のグローバル化や生産拠点の海外移転が進行することは避けられない状況といえます。しかし、本市の地理的な位置を考えた場合、瀬戸内海の中央に位置し、関西・九州エリアのみならず瀬戸大橋を経由した四国エリアまで、輸送距離が片道 4～5 時間の立地条件は、企業にとって大きな優位性があります。

企業誘致活動においては、既存の地元企業との連携を促進し、域内の産業連関を生み出すことができる企業を積極的に誘致するなど、本市の地域特性を生かした誘致活動が大切です。

##### 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います。地元中小企業が抱える課題を分析し、支援する施策を展開することは、本市の経済を維持発展する上で非常に重要です。ヒアリング調査等を通して、地元中小企業が抱える共通の課題として人材育成・情報発信・新規事業の展開などが挙げられました。さらには、起業家精神が旺盛な人材が、起業して成長しやすい環境を整えることが望まれます。本ビジョンにおいては、個々の中小企業では対応が困難なこれらの課題に関する支援の施策を展開します。

また、多様な特徴を持つ中小企業同士が交流する場を作ることで、イノベーションを創出し、地域に新事業・新産業を生み出すとともに、域内の経済波及効果を高めることを目指します。

### 第3の柱：観光振興（交流による経済活性化）

本市の購買力を維持拡大するためには、市内の消費拡大のみならず、市外からの交流人口の増大を視野に入れた産業振興施策の展開が求められます。政策の展開によって獲得した市外からのお金を地域経済に供給し循環させることにより、全体として地域経済の活性化につなげることが重要です。そのためには、島しょ部の豊かな自然環境や広大な干拓地の景観等の地域資源を生かした観光産業の振興が必要です。

また、本市を取り巻く市町との広域的な連携に取り組むことにより、さらに効果的な観光振興を図ることができます。



---

---

## 第5章 重点的な産業振興施策

---

## 第5章 重点的な産業振興施策

第4章で掲げた本市の産業振興施策の3本柱に基づいて計画期間内に取組む具体的な産業振興施策を以下に示します。

凡例: 観: 市観光連盟 金: 金融機関 学: 高等学校			
施策の柱	施策項目	施策No.	具体的施策名
1 企業誘致	企業誘致の体制(プラットフォーム)整備	1	市役所内に「企業誘致推進部門」の設置
		2	企業誘致の担当職員の配置
		3	専門コーディネーターの雇用
		4	企業誘致のワンストップ相談体制の整備
		5	立地企業と地元企業との交流の場の設置
		6	誘致企業情報の収集
	企業誘致の推進	7	粗飼料基地北端エリア(活性化エリア)への農業関係企業の誘致促進
		8	県有工業用地への企業誘致推進
	企業誘致推進のための制度的基盤整備	9	土地を手放しやすい制度の創設
		10	都市計画マスターplanの見直し
		11	企業誘致のための奨励金制度の見直し
		12	オーダーメイド方式による工業用地造成の検討
		13	緑地面積基準の緩和の検討
		14	企業誘致成功報奨金制度の創設の検討
		15	市役所内に「地元中小企業振興・起業支援部門」の設置
		16	専門コーディネーターの雇用(再掲・施策3)
2 地元中小企業振興・起業支援	地域のつながりを生かした体制(プラットホーム)支援	17	地元中小企業の情報収集
		18	新商品、新サービスの開発や新分野への進出の支援
		19	異業種間・同業種間の交流の場の設置
		20	アドバイザーの紹介
		21	デザイナーとのマッチング支援
		22	各種セミナーなどの開催の検討
		23	高等学校と産業界の連携による地元産業人材の育成
		24	技能承継のためのニーズ調査の実施検討
		25	インターナショナルなどの体験型育成プログラムの構築の検討
		26	企業の人材育成事業費の補助制度の検討
	中小企業の経営安定化に向けた支援の拡充	27	市小口零細保証融資制度の創設
		28	小規模事業者経営改善資金(マル経資金)利子補助金の創設
		29	設備投資促進補助金の創設
		30	小規模企業対策資金保証融資(市小口制度)の見直し
		31	市小口等保証料補給金制度の見直し
		32	地域産業活性化推進事業等助成金交付制度の見直し・拡大
		33	物産展などの情報提供
		34	販売促進における税制度緩和の検討
		35	既存ポータルサイト「かさおか夢ワーク」の改修
		36	中小企業の魅力発信に関する事業の実施
		37	SNSを活用した情報発信の推進
	労働力の確保	38	女性の就職等に関する情報提供
		39	育児後の復職のスキルアップに関する相談窓口の設置検討
		40	働きたい女性のための登録制の人材バンクなどの設置検討
		41	障がい者の就労後のフォローバック体制の整備
		42	障害者雇用奨励金交付制度の周知(既存)
		43	障がい者雇用を考える異業種交流会の設置の検討
		44	福祉施設と産業界の交流の場の検討
		45	優秀企業への視察の検討
		46	異業種間・同業種間の交流の場の設置(再掲・施策19)
		47	地域でシルバーパートナーセンターをサポートする地域サテライトの設置検討
		48	高齢者の就労促進につながる施策の検討
		49	市長による企業訪問(既存)



具体的な施策名			
施策の柱	施策項目	施策No	具体的な施策名
3 観光振興	労働力の確保(前ページからの続き)	50	地元企業と学生の就職面接会の開催(既存)
		51	新規学卒者雇用奨励金制度(既存)
		52	インターンシップ受け入れ企業への補助の創設
	本市産業の融合・再生化	53	起業支援事業補助金(既存)
		54	創業塾支援事業補助金(既存)
		55	かさおか創業サポートセンターの運営支援
		56	中高生に向けた「起業」をテーマとした教育プログラムの検討
		57	空き店舗の改修費・設備投資費用に関する補助金制度
		58	空き店舗のテナント料の一部助成
		59	商業振興事業等助成制度(既存)
	体制(プラットフォーム)づくり	60	市役所内に「新しい観光づくり部門」の設置
		61	専門コーディネーターの雇用
	交流人口の拡大につなげる観光事業	62	広域観光の推進
		63	外国人誘致サイトの活用
		64	外国人サイト管理料
		65	外国人用観光案内看板・パンフレット等の整備
		66	瀬戸内国際芸術祭の検討
		67	瀬戸内国際公園80周年事業及び国指定名勝70周年事業の検討
		68	道の駅笠岡ベイファームを拠点とした農業体験型観光の実施やイベント等の支援
		69	離島観光活性化補助金(既存)
		70	修学旅行の誘致推進
	交流人口の拡大 未来へつなげる観光事業	71	修学旅行誘致事業助成金(既存)
		72	市内小学生海事研修費補助金
		73	観光案内看板・パンフレット等の整備
	交流人口の拡大 観光基盤整備事業の推進	74	離島航路の維持
		75	待合所の改修や桟橋のバリアフリー化等の環境整備の検討
		76	補助金等の新設・見直し
		77	情報発信に特化した人員の配置
	効果的な観光情報の発信体制づくり	78	市民レポーターによる情報発信の推進
		79	外国人への情報提供体制の整備
		80	市外での情報発信協力体制の整備
		81	SNSを活用した情報発信の推進(笠岡市観光連盟のホームページのスマートフォン対応に対する支援)
	効果的な観光情報の提供機能の充実	82	カウンター分析に基づくページ配置の見直し
		83	外国人誘致サイトの活用(再掲・施策63)
		84	基本インフラのさらなる充実、ネット環境の改善の検討
		85	笠岡ブランドの再定義
	笠岡ブランド推進体制づくり	86	笠岡ブランド推進協議会の設立支援
		87	笠岡ブランド推進協議会の支援
	笠岡ブランドの支援	88	食産業従事者同士の交流の場づくりの支援
		89	食をテーマとした講演会やセミナー、アグリスクール等開催の支援
		90	デザイナーとのマッチング支援(再掲・施策21)
		91	笠岡の食の魅力を発信するホームページ開設の支援
		92	販路開拓の支援(展示会へのブース出展料補助・物産展等の情報提供)
		93	誘致企業情報の収集(再掲・施策6)
		94	地元中小企業情報の収集(再掲・施策17)
4 産業構造の分析、戦略的な産業振興施策の立案		95	企業・消費者アンケート調査の実施
		96	観光客数や観光ニーズ等に関するアンケート調査等の実施
		97	産業連関表の作成
		98	企業誘致戦略の策定
		99	企業や市民への情報公開
		100	GISを使った「まちの情報分析」の導入の検討



## 笠岡の新しいしごとづくり会議の提案と施策の対応表

新しいしごとづくり会議のテーマ【部会】		施策との対応
No		施策
島の資源を活かした観光業の振興  【地域資源型産業部会】  海と陸を基軸とした 地域資源型産業の振興	島の資源を活かした観光業の振興  食の資源を活かした産業の振興  干拓を活かした産業の振興  働く意欲のある人たちが 安定して働ける 雇用環境整備  【福祉産業部会】	57 空き店舗の改修費・設備投資費用に関する補助金制度
		58 空き店舗のテナント料の一部助成
		60 市役所内に「新しい観光づくり部門」の設置
		61 専門コーディネーターの雇用
		62 広域観光の推進
		63・83 外国人誘致サイトの活用
		64 外国人サイト管理料
		65 外国人用観光案内看板・パンフレット等の整備
		66 瀬戸内国際芸術祭の検討
		69 離島観光活性化補助金(既存)
		73 観光案内看板・パンフレット等の整備
		74 離島航路の維持
		75 待合所の改修や桟橋のバリアフリー化等の環境整備の検討
		76 補助金等の新設・見直し
		84 基本インフラのさらなる充実、ネット環境の改善の検討
		96 観光客数や観光ニーズ等に関するアンケート調査等の実施
		21・90 デザイナーとのマッチング支援
		33 物産展などの情報提供
		85 笠岡ブランドの再定義
		86 笠岡ブランド推進協議会の設立支援
		87 笠岡ブランド推進協議会の支援
		88 食産業従事者同士の交流の場づくりの支援
		89 食をテーマとした講演会やセミナー、アグリスクール等開催の支援
		91 笠岡の食の魅力を発信するホームページ開設の支援
		92 販路開拓の支援(展示会へのブース出展料補助・物産展等の情報提供)
		1 市役所内に「企業誘致推進部門」の設置
		2 企業誘致の担当職員の配置
		3 専門コーディネーターの雇用
		4 企業誘致のワンストップ相談体制の整備
		5 立地企業と地元企業との交流の場の設置
		6・93 誘致企業情報の収集
		7 粗飼料基地北端エリア(活性化エリア)への農業関係企業の誘致促進
		8 県有工業用地への企業誘致推進
		9 土地を手放しやすい制度の創設
		11 企業誘致のための奨励金制度の見直し
		12 オーダーメイド方式による工業用地造成の検討
		13 緑地面積基準の緩和の検討
		14 企業誘致成功報奨金制度の創設の検討
		68 道の駅笠岡ペイファームを拠点とした農業体験型観光の実施やイベント等の支援
		98 企業誘致戦略の策定
		19・46 異業種間・同業種間の交流の場の設置
		47 地域でシルバー人材センターをサポートする地域サテライトの設置検討
		48 高齢者の就労促進につながる施策の検討
		38 女性の就職等に関する情報提供
		39 育児後の復職のスキルアップに関する相談窓口の設置の検討
		40 働きたい女性のための登録制の人材バンクなどの設置検討
		21・90 デザイナーとのマッチング支援
		41 障がい者の就労後のフォロー体制の整備
		42 障害者雇用奨励金交付制度の周知(既存)
		43 障がい者雇用を考える異業種交流会の設置の検討
		44 福祉施設と産業界の交流の場の検討
		45 優秀企業への視察の検討

新しいしごとづくり会議のテーマ【部会】		施策との対応	
No		施策	
新しいしごとづくりの プラットフォーム整備 【プラットフォーム部会】	起業支援のプラットフォーム整備	15	市役所内に「地元中小企業振興・起業支援部門」の設置
		3・16	専門コーディネーターの雇用
		17・94	地元中小企業の情報収集
		18	新商品、新サービスの開発や新分野への進出の支援
		19・46	異業種間・同業種間の交流の場の設置
		20	アドバイザーの紹介
		21・90	デザイナーとのマッチング支援
		52	インターンシップ受け入れ企業への補助の創設
		53	起業支援事業補助金(既存)
		54	創業塾支援事業補助金(既存)
	人材育成のプラットフォーム整備	55	かさおか創業サポートセンターの運営支援
		56	中高生に向けた「起業」をテーマとした教育プログラムの検討
		22	各種セミナーなどの開催の検討
		23	高等学校と産業界の連携による地元産業人材の育成
		24	技能継続のためのニーズ調査の実施検討
		25	インターンシップなどの体験型育成プログラムの構築の検討
		26	企業の人材育成事業費の補助制度の検討
		49	市長による企業訪問(既存)
		50	地元企業と学生の就職面接会の開催(既存)
		51	新規学卒者雇用奨励金制度(既存)
	情報発信のプラットフォーム整備	33	物産展などの情報提供
		35	既存ポータルサイト「かさおか夢ワーク」の改修
		36	中小企業の魅力発信に関する事業の実施
		37・81	SNSを活用した情報発信の推進
		77	情報発信に特化した人員の配置
		78	市民レポーターによる情報発信の推進
		79	外国人への情報提供体制の整備
		80	市外での情報発信協力体制の整備
		82	カウンター分析に基づくページ配置の見直し
		63・83	外国人誘致サイトの活用
		84	基本インフラのさらなる充実、ネット環境の改善の検討

## 5-1 企業誘致

### 【基本的な考え方】

#### 1 本市の経済振興における企業誘致の効果と重要性

雇用の場が不足している本市にとって、雇用吸収力のある企業を誘致すること（外発的産業振興）は、市の産業構造の転換を図ることにもつながる有効な地域振興策となります。公的な用地として岡山県が有する笠岡港（港町地区）工業用地（以下県有工業用地という）に企業を誘致することで多くの雇用を創出することができます。

そして、企業を誘致するための最も重要な視点は、企業誘致をすることによって、本市全体の地域産業の振興につなげるということです。本市には多くの中小企業が存在することから、内発的産業振興（地元中小企業振興）と外発的産業振興が複合的な効果を発揮するよう施策を実行することが必要です。外発的な産業振興により、新たな需要や外部資源などを呼び込むことで、内発的な産業振興にもつながり、また、内発的な産業振興により、地域のブランドイメージが向上することなどで、外発的な産業振興が促進されるといった効果をもたらすように施策を実行することが必要です。

#### 2 本市としての企業誘致推進体制・制度的基盤整備の重要性

企業誘致を推進するためには、本市においても岡山県と連携を図り、企業立地を促すための企業訪問等の営業活動や誘致企業の情報収集と分析が必要です。また、誘致企業へのケアとして、立地場所の選定、工場立地に伴う各種行政手続き、融資相談、従業員住宅の選定、雇用確保などの企業立地にかかわる問題について、1つの窓口で対応（ワンストップサービス）できる支援体制を構築することが重要です。

そのためには、企業誘致の専門部門を設け、担当職員を配置し、企業からのあらゆる打診や提案・情報に対して、臨機応変に対応できる体制を構築することが必要です。

こうした体制を整えた上で、企業誘致に対する助成制度により、地域内への企業立地を促進していくことが重要です。

外部からの企業誘致を積極的に進めるとともに、既に地域に立地する企業に対して、引き続きその地域で操業してもらうように働きかけていくことも重要です。そのため、本市として企業に対して周辺環境の問題点やインフラ整備の要望等をヒアリングし、立地後のアフターフォローを積極的に進めていくことが必要です。

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

### 3 企業誘致を推進する上での総合的な資源活用の重要性

これまで、企業誘致の推進にあたっては、①対象用地の価格の低廉性、②豊富な労働力、③交通インフラの整備、④マーケットへの近接性、などが重要なアピールポイントとなっていました。

しかし、現在、企業は産業再編の流れの中で最適地を求めて世界的なレベルでの市場競争を行っており、企業が立地地域に求める条件も変わりつつあります。すなわち、①川上・川下産業を含めた周辺の産業集積の充実度、②教育研究機関を中心とした技術・研究人材の蓄積、③労働者の豊かな生活を支える福祉・医療・教育・環境といった生活関連サービスの充実などが立地地域の条件として重要になっています。そのため、本市における企業誘致推進のためには、立地する企業に対して本市がいかに総合的な資源（人材、知財、生活基盤）を活用したバックアップができるかが鍵となります。

### 4 長期的な産業振興戦略に基づく誘致企業の選定

企業誘致を本市の持続的な地域経済の振興につなげるためには、企業を誘致すること自体を目的にするのではなく、産業連関の分析等に基づく長期的な産業振興戦略に沿った計画的な企業誘致施策が必要です。しかし、現在、本市には十分な産業統計資料がなく、客観的な指標に基づく産業振興戦略を立てることが難しいという課題があります。今後は、干拓地等の地域資源を活かした企業誘致を推進することと並行して、本市の産業統計調査を進め、**リーディング産業**の育成を見据えた長期的産業戦略を立て、それに基づく企業誘致を進めることが必要です。

また、社会情勢の変化に対して、影響を受けにくい持続性の高い地域経済をつくるためには、リーディング産業を中心として様々な業界の企業が地元企業とともに相互扶助的に存し得るバランスのとれた産業構造を構築することが求められます。

**※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。

## ■施策 1-1 企業誘致の体制（プラットフォーム）整備

市役所内に設ける「かさおか新しいしごとづくりセンター」に、企業誘致(外発的産業振興)に関する施策を推進する「企業誘致推進部門」を設置します。

「企業誘致推進部門」は、①企業情報の調査・収集、②企業訪問、③岡山県との連絡調整、④立地企業のアフターフォローなど企業誘致の推進業務に特化した企業誘致活動を行います。

「企業誘致推進部門」には、担当職員を配置し、ワンストップで企業誘致に関する問題に対応できる体制をもたせます。誘致活動から立地決定、操業まで担当職員が迅速に対応する体制を構築します。

施策 1 市役所内に「企業誘致推進部門」の設置

施策 2 企業誘致の担当職員の配置

施策 3 専門コーディネーターの雇用

施策 4 企業誘致のワンストップ相談体制の整備

施策 5 立地企業と地元企業との交流の場の設置

施策 6 誘致企業情報の収集

## ■施策 1-2 企業誘致の推進

本市の産業振興においては、笠岡湾干拓地及び県有工業用地への企業誘致が最重要課題の一つです。

平成2年に完成した笠岡湾干拓地では、農地の一般配分、貸し付けによる耕作などが進んだものの、未だに農業用地（北端エリア 22ha）について有効活用ができていない状況があります。

また、県有工業用地の 23ha についても、岡山県と連携して企業誘致を推進することが必要です。

これらを本市の産業振興にとっての大きな資源と捉え、企業誘致を起爆剤とした雇用創出と税収増を図ります。

施策 7 粗飼料基地北端エリア（活性化エリア）への農業関係企業の誘致促進

施策 8 県有工業用地への企業誘致推進

### ■施策 1-3 企業誘致推進のための制度的基盤整備

本市において企業誘致を推進するために、誘致企業への助成制度などの制度的基盤整備を行い、新たな優遇策を持って積極的に誘致を行います。また、工場立地法の対象となる工場の建設において本市の敷地に占める緑地面積の割合は10%となっていますが、本市が緑地面積率等の緩和に関する条例を定めることで、さらに緑地面積を緩和し、本市に進出しようとする企業及び市内の既存企業の増設の意欲を高めることにつなげます。

また、本市には県有工業用地以外に公的な工業用地がないことから、工業用地として適した土地を有する土地所有者に対して、土地を手放しやすい制度を創設するなど、民有地の活用を進めなければなりません。民間活力を利用した工業用地の造成や、**オーダーメイド方式**による工業用地造成の検討が必要です。そのためには、**都市計画マスターplan**の見直しにより、企業誘致につながる工業用地の確保のため、用途区域の変更を行い、本市の特性を活かした工業用地の選定を進めていくことも必要です。それと並行して、本市がオーダーメイド方式での企業誘致に対応するために、企業のニーズを掘り起し、企業がどのような用地を求めているのかの情報を収集しなければなりません。

企業誘致においては、企業が事業の拡大を検討している、あるいは企業が用地を探しているなど情報の有無が誘致の成功に大きく影響します。そのためには、笠岡商工会議所の会員や不動産関係団体等と連携し、企業情報や民有地情報などの情報を交換する機会を定期的にもつことも必要です。また、個人や不動産関係者等から進出を考えている企業情報が得られるように、企業誘致が成立し、操業が開始した時には情報提供をいただいた個人や不動産関係者等に対して報奨金を支給する制度の創設を検討することも必要です。

施 策 9 土地を手放しやすい制度の創設

施 策 10 都市計画マスターplanの見直し

施 策 11 企業誘致のための奨励金制度の見直し

施 策 12 オーダーメイド方式による工業用地造成の検討

施 策 13 緑地面積基準の緩和の検討

施 策 14 企業誘致成功報奨金制度の創設の検討

**※オーダーメイド方式**：進出企業と立地協定を締結するなどして、企業進出が決定的になつてから工業団地を造成すること。

**※都市計画マスターplan**：平成4年（1992年）の都市計画法改正により規定された「市町村の都市計画に関する基本的な方針」（法第18条の2）のこと。

## 5-2 地元中小企業振興・起業支援

### 【基本的な考え方】

市内の企業は中小企業が大部分を占めており、この中小企業が市民生活を支え雇用の場を作り出し、地域経済をけん引しています。

昨今の急激な経済情勢・社会情勢の変化を受けて、中小企業は廃業・事業所撤退をすることもあり、企業数は年々減少しています。企業数の減少は、本市の雇用の場の減少につながり、人は雇用の場を求め雇用のある市外へ流出するため、労働力の減少につながっています。労働力の減少はさらなる企業の減少をもたらします。このように、企業の減少は本市が目指す「活力あるまちづくり」に、負の連鎖をもたらしています。

また、本市には様々な技術力のある企業があり、廃業により長年培ってきた技術が断絶され、今まで築き上げた資産価値がほとんど失われるなど、本市産業に与える影響は計り知れません。

中小企業の廃業・撤退は、技能・技術の承継不足、他企業との競合等の要因と、それに起因する経営の悪化、労働力の不足が大きな原因と考えられます。そのため、前述した負の連鎖や技術の断絶を未然に防ぐための施策が必要です。

また新規起業の育成支援を行い、既存の地元中小企業と融合させることで、産業の再生・新陳代謝を図る施策が必要です。

### ■施策 2-1 地域のつながりを生かした体制（プラットフォーム）支援

本市の産業振興を推進するには、地元中小企業が業種を超えて連携できる体制を作ることが非常に重要です。ヒアリングを通じて、本市は多くの中小企業が存在しているにも関わらず、お互いの情報交換・意見交換をする場が少ない状況にあることが明らかになりました。そのため、一部の企業間での交流・情報交換に留まり、新たな企業間でのマッチングが起こりにくい、新規起業者の参入が難しいなどの課題が生じています。

この様な課題を解決するために、市役所内に設ける「かさおか新しいしごとづくりセンター」に、地元中小企業振興・起業支援(内発的産業振興)に関する施策を推進する「地元中小企業振興・起業支援部門」を設置し、相談できる場・情報を求める場として、地元中小企業が容易に参加できる体制を整えます。また、本市は特に製造業への就労者数が多いことから製造業への支援が特に必要であり、そのためにビジネス経験の豊富なコーディネーターを配置し、地元中小企業への企業訪問を行うことで中小企業の抱える問題を洗い出し、解決するための支援を行っていきます。コーディネーターを中心に、地元中小企業の共有化が図れる連携体制の確立に努めます。この体制の下で、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。また状況に応じて、専門家や他の企業など、問題が解決しうるアドバイザーの紹介を行い、新たな事業展開・マッチングがより確実なものとなるための支援を行います。このマッチングによる本市への新産業の創出を目指します。

併せて、岡山県産業振興財団の持つ豊富な中小企業向けの各種支援制度を有効に活用するよう、財団との協力体制の強化に努めます。

施策 15 市役所内に「地元中小企業振興・起業支援部門」の設置

施策 16 専門コーディネーターの雇用（再掲・施策 3）

施策 17 地元中小企業の情報収集

施策 18 新商品、新サービスの開発や新分野への進出の支援

施策 19 異業種間・同業種間の交流の場の設置

施策 20 アドバイザーの紹介

施策 21 デザイナーとのマッチング支援

施策 22 各種セミナーなどの開催の検討

## ■施策 2-2 技能・技術承継支援

団塊の世代が第一線を退く時期を迎える中、地元中小企業では技能・技術承継が大きな問題となっています。特に製造業では、個人の持つ技能やその技能を用いた技術が承継されなくなることが、受注の減少、顧客の減少につながり、その結果産業の衰退につながるという恐れがあります。

技術は、技能の組み合わせによる組織的なものであるため、自動化・可視化することにより承継は可能ですが、技能の承継にあたっては、技能が個々の人がもつ「能力」であることから、マニュアル化など可視化するだけでは承継できません。そのため、時間をかけた人材育成が必要となります。人材育成にあたっては、何を次世代へ引き継げばよいのか検討した上で、社内研修・資格取得により行うことが重要です。

また技能承継は、時間も労力も多くかかるため、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、関係機関等と連携をして地域が一体となって技能承継できる体制を作る必要があります。地域にある既存施設等を用いて、中小企業が技能承継を行える仕組みを作ることが必要です。

さらに、技能承継を行うには、技能を引き継ぐ若い世代が必要です。そのために、就職前の学生時代から、技能を持った地元中小企業へのインターンシップを行い、技能の承継を体験することが有効です。なぜならインターンシップを行うことで、技能の本質を理解することが出来る上に、その地元中小企業の魅力を知ってもらうことが期待できるからです。また、インターンシップを通して仕事のイメージが持ちやすくなり、卒業後の就職に結びつきやすくまた離職しにくくなることも期待されます。

- 施策 23 高等学校と産業界の連携による地元産業人材の育成
- 施策 24 技能承継のためのニーズ調査の実施検討
- 施策 25 インターンシップなどの体験型育成プログラムの構築の検討
- 施策 26 企業の人材育成事業費の補助制度の検討

### ■施策 2-3 中小企業の経営安定化に向けた支援の拡充

中小企業が事業を新規または継続して行う場合、必ず資金の確保が大きな問題となってきます。本市の大部分を占める中小企業が、活発な企業活動を行い、安心して企業活動ができるためには、経営の安定化に向けた金融支援及び利益を上げるための販売促進支援が必要です。

金融支援にあたっては、資金を調達する中小企業の返済負担の軽減のために既存の融資制度の見直しや拡充、新たな融資制度の創設が必要ですが、その資金繰りについては、資金使途を確認しながら安易な自転車操業にならないよう慎重に判断していくかなければなりません。

- 施策 27 市小口零細保証融資制度の創設
- 施策 28 小規模事業者経営改善資金（マル経資金）利子補助金の創設
- 施策 29 設備投資促進補助金の創設
- 施策 30 小規模企業対策資金保証融資（市小口制度）の見直し
- 施策 31 市小口等保証料補給金制度の見直し

融資による金融支援は、中小企業の負担を軽減し事業の安定化を図るためのものですが、そこで借りた資金はいずれ返済しなければならないものであり、手元には残りません。受けた融資をより有効活用した事業展開を行うには、新たな顧客の開拓、販路開拓が重要です。新たな顧客の獲得には、販路開拓のための見本市や物産展といった展示会への参加が有効です。しかし、展示会の参加に至るまでの情報収集から、当日の企画展示まで、中小企業だけで行うには負担が大きくなります。また、展示会によっては、中小企業側にとって適しているものであっても出展料が高額なため、参加ができないという機会の逸失が生じることもあります。そのため中小企業が展示会へ参加するにあたり、負担を軽減し、情報発信が行いやすい支援を行う必要があります。

- 施策 32 地域産業活性化推進事業等助成金交付制度の見直し・拡大
- 施策 33 物産展などの情報提供
- 施策 34 販売促進における税制度緩和の検討

## ■施策 2-4 企業の魅力発信

地元中小企業の多くは、様々な手段で情報発信を行っていますが、その中でも特に現在はインターネットの発達にともない、様々な情報発信ツールが短期間の間にいくつも生み出され、以前に比べ情報発信が行いやすい状況となっています。しかし、地元中小企業へのヒアリングを実施した結果、コスト面やスキル面から、効果的な情報発信が難しいということが明らかになりました。

この課題を解決するために、地元中小企業が共通して容易に情報発信ができる環境を整備することが必要です。特に今日の情報発信はSNSの活用により、多くの人に伝えるという手法から、特定の人に情報を提供できるという環境の変化が生じていることから、情報を送る相手と情報の内容を吟味・選別することが重要となっています。地元中小企業の中には、他の企業にはできない細やかなサポートができる技術をもった企業や、オンリーワン製品を製造している企業など特徴的な魅力をもった中小企業が多数あります。それらの中小企業の魅力を外部へ発信するために、平成24年3月に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」の構築を行い、企業の情報発信を行っています。しかし、サイト構築以降からスマートフォンが急速に普及するなど情報技術をめぐる環境が大きく変化しました。このため「かさおか夢ワーク」をスマートフォンにも対応できるよう改修し、市内の企業がより使いやすく、即時的・効果的な情報発信ができる環境を構築することが必要です。併せて、就職を控えた大学生に市内の企業を知ってもらうには、大学生がどのようなサイトを求めているかを知らなければなりません。そのため、大学生の意見を参考にしたサイトの改修を行う必要があります。

施策 35 既存ポータルサイト「かさおか夢ワーク」の改修

施策 36 中小企業の魅力発信に関する事業の実施

施策 37 SNSを活用した情報発信の推進

## ■施策 2-5 労働力の確保

「地元中小企業振興・起業支援部門」を中心に本市の産業振興が進むと、働く場の増加が期待されますが地元中小企業が抱える課題の一つに、労働力の不足が挙げられます。全国的に少子高齢化が進む中、本市も人口減少が急速に進み、従来のように労働力を確保することが困難となってきています。この状況下で今まで以上に労働力を確保し、市の産業を維持発展させるためには、潜在的な労働力を見つけ確保することと、その労働力が発揮できる雇用環境の整備をしていくことが必要となってきます。

潜在的な労働力の一つは、女性です。男女雇用機会均等法や育児・介護休業法の制定により、女性の雇用環境は以前と比較すると大きく改善されています。本市においても、労働人口の約45%近くが女性であり、その多くが子育てと仕事を両立させています。今後は、子育てをしながら働き続けられる雇用環境の整備や、一度離職した人が再就職しやすくなるための支援を、

関係機関等と連携をし取り組む必要があります。また、地元企業向けの啓発活動も行い、雇用する側への理解も図ります。

**施策 38 女性の就職等に関する情報提供**

**施策 39 育児後の復職のスキルアップに関する相談窓口の設置検討**

**施策 40 働きたい女性のための登録制の人材バンクなどの設置検討**

もう一つの潜在的な労働力は、障がい者です。障害者雇用促進法の改正に基づく法定雇用率の制定や啓発活動により、企業への障がい者雇用の理解は広まりつつありますが、雇用環境の整備まで行き届いていない現状にあります。雇用環境の整備を行い、より多くの障がい者が誇りをもった自立した生活を営むことができる支援を行っていく必要があります。

本市では、国の特定求職者（障害者）雇用開発助成金を利用した企業を対象に、引き続き障がい者を雇用した場合に奨励金を交付する障害者雇用奨励金制度があります。本制度を活用し、中小企業が障がい者雇用に積極的に取り組めるよう、制度の周知・利用促進を図ります。

また障がい者の就労については、その障がいの種類・程度が人によって異なるため、マニュアル化することが難しく、状況に応じて適宜判断を行わなくてはいけないため、企業側の負担が大きくなります。企業側の負担を軽減し一人でも多くの障がい者が企業へ就労できるように、きめ細やかなフォローをしていく必要があります。そのため就労までの支援だけでなく、就労後も隨時企業への訪問を行い、就労状況の確認やヒアリングの実施を行う等アフターケアに努めます。加えて、市内の福祉施設とも連携を深め、企業・福祉施設・教育機関・行政が一体となった就労支援を継続的に行う必要があります。

**施策 41 障がい者の就労後のフォローワー体制の整備**

**施策 42 障害者雇用奨励金交付制度の周知（既存）**

**施策 43 障がい者雇用を考える異業種交流会の設置の検討**

**施策 44 福祉施設と産業界の交流の場の検討**

**施策 45 優秀企業への視察の検討**

定年退職を迎えたあとの高齢者も潜在的な労働力と捉える事ができます。本市でも急速に高齢化が進行しており、その中で平成 24 年から現在に至るまで、65 歳を迎えた団塊の世代（昭和 22 年から昭和 24 年生まれ）が定年を迎え、多くの高齢者が雇用の第一線から離れています。この団塊の世代を含む高齢者の中には、まだまだ現役世代と並んで働く元気な高齢者や、数十年にわたり培ってきた素晴らしい技能を持つ高齢者がたくさんいます。このような高齢者の特徴・能力を発揮できる雇用環境を整備していくことが必要です。そのためには、高齢者の持

つ技能を生かして高齢者が元気に働けるよう、地域のシルバー人材センターを有効に活用することが必要です。また、高齢者が次世代へ技能の承継ができるよう、様々な世代間での異業種・同業種交流の場を作っていくことも必要です。大切なことは、今まで日本経済を支えてきた高齢者世代を、単に労働力の補足として捉えるのではなく、長年培ってきた様々な技能を次世代へ承継する貴重な労働力として社会全体が認識することです。従って高齢者の労働環境を企業が見直すことも必要になります。

施策 46 異業種間・同業種間の交流の場の設置（再掲・施策 19）

施策 47 地域でシルバー人材センターをサポートする地域サテライトの設置検討

施策 48 高齢者の就労促進につながる施策の検討

潜在的な労働力の確保に加えて、従来行ってきた若者の労働力の確保もより一層行っていかなければいけません。市内の高校生については、地元中小企業と学校の結びつきが強く、学校主体の手厚い進路指導が成果を高めています。また本市も市長による企業訪問を実施することで、地元中小企業の高校生の採用についての採用意識を高めています。そして大学生については、近隣の大学訪問によるヒアリングから、ここ数年の大学生の就職活動は、大手企業への就職志向が強い一方で、地元企業へ就職を希望する大学生も増加傾向にあることが明らかになりました。しかし、地元にどのような企業があるのかが学生に伝わっていない状況にあります。一方で、地元中小企業が若い人材の雇用を希望し都市部で開催される合同企業説明会に参加しても、知名度のある企業に人が集まり、自社ブースに人が来ない、来ても勤務先等の問題から最終的な採用にまで結びつかないという状況にあります。加えて人的要因により、合同企業説明会に参加できず、その企業情報が外部に発信されない企業もあります。このような雇用のミスマッチを解消するために、地元中小企業と学生がマッチングできる場の仕組み作りを行う必要があります。マッチングの場については、本市だけでなく井原市、浅口市、里庄町、矢掛町の3市2町に加え県境を越えて福山市など近隣の市町と連携をとりながらしていく必要があります。

また、学生時代から地元中小企業と交流を持つことで、その中小企業についての認識、仕事の適合性の判断につながることから、インターンシップ交流の仕組み作りをしていく必要があります。インターンシップを通してその職業が自分に適合しているかどうかを学生時代に見極めることで、若者の早期離職の防止も期待できます。

- 施策 49 市長による企業訪問（既存）
- 施策 50 地元企業と学生の就職面接会の開催（既存）
- 施策 51 新規学卒者雇用奨励金制度（既存）
- 施策 52 インターンシップ受け入れ企業への補助の創設

## ■施策 2-6 本市産業の融合・再生化

施策 2-1 から 2-5 まで既存中小企業に対する施策について触れてきましたが、既存中小企業の支援に加え、外からの新しい「起業」という風を取り入れることで、本市の産業の融合と再生を図ります。そのために起業が起こりやすい環境整備を進めていく必要があります。環境整備にあたっては、単に起業しやすい環境整備にするのではなく、既存の地域資源を再度見直し、資源を活かした起業となるような環境整備をしていかなければなりません。

起業しやすい環境を整備するには、起業について相談できる窓口・相談できる専門家が必要です。本市には、市内で新たな事業を興そうとする人を支援するために、市内の金融機関など（笠岡信用組合、玉島信用金庫、（株）中国銀行、（株）トマト銀行、（株）広島銀行、（株）日本政策金融公庫）や笠岡商工会議所、そして本市が連携して「かさおか創業サポートセンター」が設置され、笠岡商工会議所内にその事務所が置かれています。

センターでは、これから起業・二次創業・新事業展開を考えている個人・法人を対象に、それを推進するにあたり生じる様々な課題を金融機関や商工会議所のノウハウを活かし、かつ行政機関などとの連携も取りながら一箇所で支援できるよう、①起業に関する相談、助成金制度の活用、資金相談、創業塾・創業セミナーの開催など起業希望者に対する支援、②既存の地元中小企業に対する新規事業展開支援、経営相談などの支援、③専門性の高い事項に対する外部専門家の活用・斡旋、④起業に関する情報などの収集、発信などを行います。また、起業後のフォローも継続的に行うことで経営の成長、安定化を図ります。

本市は、「かさおか創業サポートセンター」の運営支援を行い、本市が従前から行っている起業支援事業とセンターの運用の両輪支援をもって、起業前のスキルアップから起業後のフォローなども含めたトータルサポートを行う必要があります。

また、本市での起業を増やすために、中高生のころから地元産業に興味を持ち、将来的に本市での起業につなげられるよう、「起業」について触れ合える機会をつくることも検討します。

- 施策 53 起業支援事業補助金（既存）
- 施策 54 創業塾支援事業補助金（既存）
- 施策 55 かさおか創業サポートセンターの運営支援
- 施策 56 中高生に向けた「起業」をテーマとした教育プログラムの検討

本市は、大型商業施設の進出やチェーン店、ディスカウント店の展開に伴う価格競争の激化等により個人商店での経営が難しい状態にあります。また交通機能の発達により、食料品以外の日用品については、市外へ購買力が流出しています。そのため、事業をやめる事業者も多く、市内には空き店舗が増えています。一方で、起業支援事業補助金制度の利用者からのヒアリングでは、起業する際に店舗の確保が困難であり、立地条件の良い場所があつても、テナント料の金額から実際の契約に繋がらないといった課題があることが明らかになりました。このミスマッチをなくすために、空き店舗を新たな店舗として再利活用する場合に、改修費用や設備費用にかかった経費の一部助成や、テナント料の一時的な補助を行うことで、市内の空き店舗を活用した起業・二次創業も含めた起業が出来やすい環境を整え、空き店舗を解消していくことが重要となります。

- 施策 57 空き店舗の改修費・設備投資費用に関する補助金制度
- 施策 58 空き店舗のテナント料の一部助成
- 施策 59 商業振興事業等助成制度（既存）

## 5-3 観光振興

### 【基本的な考え方】

これから観光は地域の資源を旅行商品として販売する仕組みとしての観光にとどまらず、地域の振興につながる施策とならなければなりません。本市では、観光事業を活用して地域経済の振興につながる進め方を行います。

観光によって地域の経済効果が高まるためには、①本市を訪れる日帰りの観光客が増加する施策だけではなく、1泊2日→連泊→ロングステイ→週末住民化、リピーター化、移住・Uターンへと本市での生活を楽しむように滞在時間の増加を図り、地域との関わりを深めること、②地域での仕事づくり（雇用の創出）が実現するよう取組むこと、③従来の観光産業だけが関わる手法から本市にある他の産業が観光と関わるよう取組むこと、④本市をブランド化することが重要です。

### ■施策 3-1 体制（プラットフォーム）づくり

基本理念の「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」を実現するため、市役所内に設ける「かさおか新しいしごとづくりセンター」に観光振興（交流による経済活性化）に関する施策を推進する「新しい観光づくり部門」を設置します。

このことは、本ビジョン策定にあたって実施したワークショップ等から、本市で観光事業を進める上において抱える共通の課題を解決するためには、プラットフォームを創設して、プラットフォームを通して効果的な支援が必要であること、事業全体を俯瞰するコーディネーター機能が必要であることが提案されています。

施策 60 市役所内に「新しい観光づくり部門」の設置

施策 61 専門コーディネーターの雇用

「新しい観光づくり部門」は、専門のコーディネーターを配置し、関係機関等と連携して、①観光客の誘致（本市の認知度を高めることによる国内観光客の誘致、修学旅行の誘致、インバウンド誘致など）②笠岡ブランド（もの、サービスなど）事業の推進に関するこ、③観光ガイドの育成など人材育成に関するこ、④観光産業と他産業の交流の場づくり、⑤市内観光資源の調査分析、観光施策の提言など、地域経済の振興に関する施策を観光面から推進します。

**\*インバウンド：**外国人旅行者を自国へ誘致することの意。日本においては、海外から日本へ来る観光客を指すことが多い。

### ■施策 3-2 交流人口の拡大につなげる観光事業

人口の減少は、購買力の減少につながり地域の産業の停滞を招き雇用の場を失います。その対策として観光による交流人口の拡大を図り、市内での購買力を高めていくことが必要です。交流人口拡大には、国内の少子高齢化が進み、国内からの交流人口の拡大が難しい中、外国人の観光客を増やし、本市の購買力を高めていきます。それらの施策に取組むとともに、なぜ観光する場所が笠岡市なのか説明できるよう、本市のブランド化に取組む必要があります。また、近隣の市町には、様々な観光資源があります。それらを点から線、線から面へ広げることで観光の広域化を進め交流人口の拡大を進めます。

瀬戸内海のほぼ中央に位置する本市にとって瀬戸内海は貴重な観光資源です。この瀬戸内海に着目したイベントが近年多数計画されており、本市の特性を生かした瀬戸内国際芸術祭などを検討します。また、新たな観光資源となっている道の駅笠岡ベイファームを拠点とした農業体験ツアーなど、本市独自のツアーの実施や民間が開催するイベントなどを支援します。

施策 62 広域観光の推進

施策 63 外国人誘致サイトの活用

施策 64 外国人サイト管理料

施策 65 外国人用観光案内看板・パンフレット等の整備

施策 66 瀬戸内国際芸術祭の検討

施策 67 瀬戸内海国立公園 80 周年事業及び国指定名勝 70 周年事業の検討

施策 68 道の駅笠岡ベイファームを拠点とした農業体験型観光の実施やイベント等の支援

施策 69 離島観光活性化補助金（既存）

**※外国人サイト管理料**：外国人誘致サイト内で外国人向けの情報発信及び問合せに答えるなどの業務を行うための管理料。

**※瀬戸内海国立公園 80 周年**：瀬戸内海を中心とする国立公園。平成 26 年には、昭和 9 年 3 月 16 日に、わが国最初の国立公園として指定されて 80 周年を迎える。現在の瀬戸内海国立公園は、紀淡、鳴門、関門、豊予海峡に区切られた海域を中心として一府十県にまたがる日本最大の国立公園である。

**※国指定名勝 70 周年**：国（文部科学大臣）が文化財保護法に基づいて指定した名勝のこと。白石島は昭和 18 年 2 月 19 日に指定され、平成 26 年には 70 周年を迎える。

### ■施策 3-3 交流人口の拡大 未来へつなげる観光事業

観光資源は、魅力を追求する時代に来ています。本市の観光資源の魅力を理解し、何度もその土地に滞在をする“リピーター”が、本市への観光客を増加させるためのキーとなります。リピーターの獲得には、小学生や中学生など子どもの頃から本市に接することで、将来再び本市を訪問するように取り組みます。

施策 70 修学旅行の誘致推進

施策 71 修学旅行誘致事業助成金（既存）

施策 72 市内小学生海事研修費補助金

### ■施策 3-4 交流人口の拡大 観光基盤整備事業の推進

市内の観光地への誘導看板や港周辺の待合所、離島航路の維持などのインフラ整備に取組むことにより、本市を訪れた観光客が安心して目的地を訪問することができます。また、観光事業を展開するに当たり補助金等の新設・見直しを行います。

施策 73 観光案内看板・パンフレット等の整備

施策 74 離島航路の維持

施策 75 待合所の改修や桟橋のバリアフリー化等の環境整備の検討

施策 76 補助金等の新設・見直し

### ■施策 3-5 効果的な観光情報の発信体制づくり

コスト面やスキル面から個々の事業者では効果的な情報発信が難しいと感じている事業者が多いことが市内企業へのヒアリング調査等を通して明らかになっており、これは観光振興施策においても同様な課題となっています。

このような課題を解決するためには、市内の産業関係者が共通して情報発信ができるプラットフォームを整備することが必要です。特に、今日の情報発信はSNSの活用により、多くの人に伝えるという手法から特定の人に情報を提供できるという環境の変化が生じています。このため情報を送る相手と情報の内容を吟味・選別することが重要となっています。

情報の受け手に本市の情報を認知してもらうためには、継続的に情報発信を行う仕組みづくりが必要です。担当者を配置するとともに、市民レポーターを募集し、継続的に情報発信を行う体制づくりが必要です。また、現在のSNSは情報提供が双方向で行えることから、これまで以上に国内観光客、更には外国人観光客とも双方向で情報交換ができる体制も必要です。ただし、SNSは消費者である観光客が本市を評価するシステムであることに留意が必要です。

また、紙媒体を使ったプロモーションは、市外に出店している市内事業者との協力体制を構築し、パンフレット等を市外に設置することによる情報提供の検討も必要です。

施策 77 情報発信に特化した人員の配置

施策 78 市民レポーターによる情報発信の推進

施策 79 外国人への情報提供体制の整備

施策 80 市外での情報発信協力体制の整備

※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。

### ■施策 3-6 効果的な観光情報の提供機能の充実

本市の観光における情報の発信は、ホームページによる紹介、観光パンフレット・チラシの配布が中心でした。今後は、積極的に旅行会社や個人へのプロモーションに取組んで行く必要があります。特に、最終消費者である個人へのプロモーション活動は、SNSの活用により効率的な情報発信が行える環境になっている状況から観光情報を発信するホームページのスマートフォン化が重要です。また、外国人向けのホームページの開設は、民間事業者が開設している外国人向けのホームページの活用も含めて、効果的・効率的な運用ができるような検討が必要です。観光の拠点となる施設においては、無線スポットの設置などネット環境の改善の検討も必要です。

施策 81 SNSを活用した情報発信の推進（笠岡市観光連盟のホームページのスマートフォン対応に対する支援）

施策 82 カウンター分析に基づくページ配置の見直し

施策 83 外国人誘致サイトの活用（再掲・施策 63）

施策 84 基本インフラのさらなる充実、ネット環境の改善の検討

### ■施策 3-7 笠岡ブランドの推進体制づくり

地域の特徴的な商品やサービスに、地域名を付加して、地域の商品などに付加価値を付けて産業振興を図ろうとする、いわゆる「地域ブランド」を構築する取組みが全国的に行われています。本市においても平成 20 年度に笠岡ブランドを創設し、平成 25 年度までに 11 件の認定をしていますが、笠岡ブランドがブランドとしての位置づけ、そしてその価値が未だ確立していないのが現状です。今後、労働人口の減少が想定される中では、付加価値の高い商品・サービスにシフトしていく必要があります。本来の地域ブランド事業は、地域に対する評価の向上、

住民に対する地域の豊かさの向上、地域経済における地域産業の発展といった地域活性化に直結する効果を生み出すことができる施策と位置づけ、その効果を得るために、「消費者」と「地域や住民」の視点を取り入れるなど、今までのブランド事業のやり方を根底から見直す必要があります。そのためには、新たな視点から「地域ブランドづくり」に取組み、本市のイメージを高め、地域の活性化を進めます。

本市のブランドづくりを戦略的に推進するためには、地域ブランドの本質を理解し、実行する組織づくりが必要です。そのため平成25年度に市民参加による「かさおかブランド塾」を開催し、参加者が「ヒト」「モノ」「コト」この3つの視点からブランドを見直し、ブランドの本質を知り、各々が笠岡ブランドの担い手であるとの意識を高める研修を行いました。

今後は、民間主体で設置する継続性のある「笠岡ブランド推進協議会」を支援し、協議会を中心として、**地域のブランド化**に関する研修、ブランドの再定義を行い、地域全体の発展を目指す「笠岡ブランド商品＝地域ブランド」を開発します。

施策 85 笠岡ブランドの再定義

施策 86 笠岡ブランド推進協議会の設立支援

**※地域のブランド化**：モノの地域ブランド化よりも広い意味で、自然環境や歴史・文化などの地域資源も含めて編集し、地域全体の特徴づけ・独自性を明確にすること。

### ■施策 3-8 笠岡ブランドの支援

笠岡ブランド事業は、地域資源の発掘や見直しを行い商品開発するまでが目的でなく、地域経済の振興が目的です。例えば、農業、漁業などの1次産業は、これまで良い素材の提供を行うことを努めてきましたが、素材を加工・販売する事業者にとっては、地域の素材を必ずしも地域ブランド商品として利用することが目的となっていません。このため、素材の付加価値という果実が1次産業の事業者にまで還元されていませんでした。笠岡ブランドでは、地域資源の活用を目的としていることから、他業種の事業者との交流の中で**ローカルコンテンツ比率**などの検討を行いながら6次産業化を進める必要があります。そのため多様な業種が交流できる場（異業種間連携の場）を設け、その中から商品化ができるようマッチングの支援を行います。ブランド認定事業者はその認識に基づき自社のブランドのブラッシュアップ、同業者・異業種間での交流の場をつくることによって、そのブランドの向上を図ることが必要です。

また、商品開発や価格決定においては、マーケティングを行いながら商品化づくりを進めることが必要で、流通、プロモーションなど小規模事業者の販路開拓支援策を検討します。

尚、笠岡ブランド事業は、地域活性化に直結する効果を生み出すことができる施策であるため、「地元中小企業振興・起業支援部門」の事業、そして「かさおか創業サポートセンター」との連携により効果的に推進していきます。

施策 87 笠岡ブランド推進協議会の支援

施策 88 食産業従事者同士の交流の場づくりの支援

施策 89 食をテーマとした講演会やセミナー、**アグリスクール**等開催の支援

施策 90 デザイナーとのマッチング支援（再掲・施策 21）

施策 91 笠岡の食の魅力を発信するホームページ開設の支援

施策 92 販路開拓の支援（展示会へのブース出展料補助・物産展等の情報提供）

**※ローカルコンテンツ比率**：原材料や部品などのうち、現地で調達する割合（現地調達率）のこと。

**※アグリスクール**：小中学生を対象とした農業体験から、プロの農家を対象にした農業指導までを包括的に行う学校のこと。

## 5-4 産業構造の分析、戦略的な産業振興施策の立案

本市の産業振興に取り組むにあたっては、本市が課題として抱えている産業を把握しておくことが重要です。しかし、本市には、本市に関する産業統計に関するデータが不足しており、客観的な指標に基づく産業振興戦略を立てることが難しいという課題があります。そのため、今後はコーディネーターによる定期的な企業情報の収集や、市民、企業や観光客を対象にしたアンケートを定期的に実施することにより、正確な基礎資料の収集に努め、それらに基づいた調査・分析を行っていく必要があります。

現在、国において、平成23年を対象とした産業連関表の作成作業が行われており、平成27年6月に公表（確報）されることになっています。また、平成27年度末には岡山県の産業連関表の作成が予定されています。本市の産業構造や産業のつながりを正確に把握するために、本市の産業連関表の作成に取り組まなければなりません。そして、その産業連関表に基づいた、地域経済の構造を分析することによって、長期的産業振興戦略を立案し、本市の中心的産業となるリーディング産業の育成を行い、筋肉質で体力のある産業基盤を構築することが求められています。また、企業誘致戦略を策定し、ターゲットを絞った戦略的かつ効果的な企業誘致に取り組んでいかなければなりません。

また、産業振興は行政単独では行えないため、事業者や市民の協力が必要です。そのため、情報収集によって得た情報については、ホームページ等を利用して企業や市民へ積極的に公開し、情報の共有を図ることが必要です。

- 施策93 誘致企業情報の収集（再掲・施策6）
- 施策94 地元中小企業情報の収集（再掲・施策17）
- 施策95 企業・消費者アンケート調査の実施
- 施策96 観光客数や観光ニーズ等に関するアンケート調査等の実施
- 施策97 産業連関表の作成
- 施策98 企業誘致戦略の策定
- 施策99 企業や市民への情報公開
- 施策100 G I Sを使った「まちの情報分析」の導入の検討

※G I S：geographic information systems の略。地理情報システム。コンピュータ上に地図情報や様々な付加情報をもたせ、作成・保存・利用・管理し、地理情報を参照できるように表示・検索機能を持ったシステム。

## ビジョン推進体制イメージ図



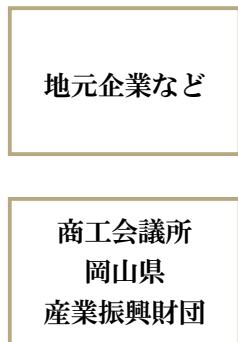
## 産業振興ビジョンに関するロードマップ

### 笠岡市産業振興ビジョン策定（平成 26 年 3 月）

#### 平成 26 年度

- ・「かさおか新しいしごとづくりセンター」設立
- ・産業振興施策の実施

現状・ニーズ把握  
データ収集



#### 平成 27 年度

- ・企業・消費者アンケート実施

#### 平成 28 年度

- ・インバウンド誘致
- ・笠岡市産業連関表作成

#### 平成 29 年度

- ・リーディング組織設立
- ・産業振興ビジョン中間評価

#### 平成 30 年度

- ・産業振興ビジョンの見直し



笠岡市役所

企業誘致推進部門

【担当職員】

- ・企業誘致関係

地元中小企業振興・起業支援部門

【専門コーディネーター】

- ・経営関係
- ・設備関係

新しい観光づくり部門

【専門コーディネーター】

- ・観光関係

地元企業の業種別の活性化協議会

- ・製造業部会
- ・異業種交流部会
- ・観光産業部会 etc



リーディング産業育成

## 産業振興ビジョン施策実施スケジュール（案）

施策No	企業誘致の推進	取組時期															
		平成26年度				平成27年度				平成28年度				平成29年度			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	市役所内に「企業誘致推進部門」の設置	実施															
2	企業誘致の担当職員の配置	実施															
3	専門コーディネーターの雇用			増員													
4	企業誘致のワンストップ相談体制の整備	実施															
5	立地企業と地元企業との交流の場の設置	準備	→	実施													
6	誘致企業情報の収集	実施															
7	粗飼料基地北端エリア(活性化エリア)への農業関係企業の誘致促進	実施															
8	県有工業用地への企業誘致推進	実施															
9	土地を手放しやすい制度の創設	準備	→	実施													
10	都市計画マスターplanの見直し	実施	→														
11	企業誘致のための奨励金制度の見直し	実施															
12	オーダーメイド方式による工業用地造成の検討			用地選定													
13	緑地面積基準の緩和の検討	協議・調整	→	実施													
14	企業誘致成功報奨金制度の創設の検討	準備	→	実施													

施策No	地元中小企業振興・起業支援	取組時期																			
		平成26年度				平成27年度				平成28年度				平成29年度				平成30年度			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
15	市役所内に「地元中小企業振興・起業支援部門」の設置	実施																			
16	専門コーディネーターの雇用(再掲・施策3)					増員															
17	地元中小企業の情報収集	実施																			
18	新商品、新サービスの開発や新分野への進出の支援	準備	実施																		
19	異業種間・同業種間の交流の場の設置	準備	実施																		
20	アドバイザーの紹介	準備	実施																		
21	デザイナーとのマッチング支援	準備	実施																		
22	各種セミナーなどの開催の検討	準備	実施																		
23	高等学校と産業界の連携による地元産業人材の育成	準備	実施																		
24	技能承継のためのニーズ調査の実施検討	実施																			
25	インターンシップなどの体験型育成プログラムの構築の検討	実施																			
26	企業の人材育成事業費の補助制度の検討	実施																			
27	市小口零細保証融資制度の創設	実施																			
28	小規模事業者経営改善資金(マル経資金)利子補助金の創設	実施																			
29	設備投資促進補助金の創設	準備	実施																		
30	小規模企業対策資金保証融資(市小口制度)の見直し	実施																			
31	市小口等保証料補給金制度の見直し	実施																			
32	地域産業活性化推進事業等助成金交付制度の見直し・拡大	準備	実施																		
33	物産展などの情報提供	実施																			
34	販売促進における税制度緩和の検討	実施																			

施策No	地元中小企業振興・起業支援	取組時期																			
		平成26年度				平成27年度				平成28年度				平成29年度				平成30年度			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
35	既存ポータルサイト「かさおか夢ワーク」の改修		実施																		
36	中小企業の魅力発信に関する事業の実施			実施																	
37	SNSを活用した情報発信の推進					実施															
38	女性の就職等に関する情報提供			実施																	
39	育児後の復職のスキルアップに関する相談窓口の設置検討										検討										
40	働きたい女性のための登録制の人材バンクなどの設置検討										検討										
41	障がい者の就労後のフォローワー体制の整備										検討										
42	障害者雇用奨励金交付制度の周知(既存)			実施																	
43	障がい者雇用を考える異業種交流会の設置の検討										検討										
44	福祉施設と産業界の交流の場の検討										検討										
45	優秀企業への視察の検討			実施																	
46	異業種間・同業種間の交流の場の設置 (再掲・施策19)			準備		実施															
47	地域でシルバーパートナーセンターをサポートする地域サテライトの設置検討										検討										
48	高齢者の就労促進につながる施策の検討										検討										
49	市長による企業訪問(既存)			実施																	
50	地元企業と学生の就職面接会の開催(既存)			実施																	
51	新規学卒者雇用奨励金制度(既存)			実施																	
52	インターンシップ受け入れ企業への補助の創設			実施																	
53	起業支援事業補助金(既存)			実施																	
54	創業塾支援事業補助金(既存)			実施																	

施策No	地元中小企業振興・起業支援	取組時期																			
		平成26年度				平成27年度				平成28年度				平成29年度				平成30年度			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
55	かさおか創業サポートセンターの運営支援	実施																			
56	中高生に向けた「起業」をテーマとした教育プログラムの検討									検討											
57	空き店舗の改修費・設備投資費用に関する補助金制度	準備				実施															
58	空き店舗のテナント料の一部助成	準備				実施															
59	商業振興事業等助成制度(既存)	準備				実施															

施策No	観光振興	取組時期																			
		平成26年度				平成27年度				平成28年度				平成29年度				平成30年度			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
60	市役所内に「新しい観光づくり部門」の設置	実施																			
61	専門コーディネーターの雇用	実施																			
62	広域観光の推進	実施																			
63	外国人誘致サイトの活用	実施																			
64	外国人サイト管理料	実施																			
65	外国人用観光案内看板・パンフレット等の整備	検討																			
66	瀬戸内国際芸術祭の検討	検討																			
67	瀬戸内海国立公園80周年事業及び国指定名勝70周年事業の検討	実施																			
68	道の駅笠岡ベイファームを拠点とした農業体験型観光の実施やイベント等の支援	準備																			
69	離島観光活性化補助金(既存)	実施																			
70	修学旅行の誘致推進	実施																			
71	修学旅行誘致事業助成金(既存)	実施																			
72	市内小学生海事研修費補助金	準備																			
73	観光案内看板・パンフレット等の整備	準備																			
74	離島航路の維持	実施																			
75	待合所の改修や桟橋のバリアフリー化等の環境整備の検討																				
76	補助金等の新設・見直し																				
77	情報発信に特化した人員の配置																				
78	市民レポーターによる情報発信の推進																				
79	外国人への情報提供体制の整備																				
80	市外での情報発信協力体制の整備																				
81	SNSを活用した情報発信の推進(笠岡市観光連盟のホームページのスマートフォン対応に対する支援)	実施																			
82	カウンター分析に基づくページ配置の見直し	実施																			

施策No	観光振興	取組時期															
		平成26年度				平成27年度				平成28年度				平成29年度			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
83	外国人誘致サイトの活用(再掲・施策63)			実施													
84	基本インフラのさらなる充実、ネット環境の改善の検討			実施													
85	笠岡ブランドの再定義	準備			実施												
86	笠岡ブランド推進協議会の設立支援		実施														
87	笠岡ブランド推進協議会の支援		実施														
88	食産業従事者同士の交流の場づくりの支援				実施												
89	食をテーマとした講演会やセミナー、アグリスケール等開催の支援		実施														
90	デザイナーとのマッチング支援（再掲・施策21）	準備			実施												
91	笠岡の食の魅力を発信するホームページ開設の支援	準備			実施												
92	販路開拓の支援(展示会へのブース出展料補助・物産展等の情報提供)	準備			実施												

施策No	産業構造の分析、戦略的な産業振興施策の立案	取組時期															
		平成26年度				平成27年度				平成28年度				平成29年度			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
93	誘致企業情報の収集(再掲・施策6)		実施														
94	地元中小企業の情報収集(再掲・施策17)		実施														
95	企業・消費者アンケート調査の実施					実施											
96	観光客数や観光ニーズ等に関するアンケート調査等の実施	準備			実施												
97	産業連関表の作成						実施										
98	企業誘致戦略の策定												実施				
99	企業や市民への情報公開		実施														
100	GISを使った「まちの情報分析」の導入の検討							検討									

---

---

## 資料編

---

## 資料編

### 1 参考資料

表 D-1 開業率各国比較

(単位 : %)

	開業率	廃業率
日本	4.6	3.8
アメリカ	9.3	10.3
イギリス	10.2	12.9

資料 日本 : 雇用保険事業年報 (2012)

アメリカ : U.S. Small Business Administration 「The Small Business Economy:A Report to the President(2012)」

イギリス : Office for National Statistics 「Business Demography(2010)」

表 D-2 笠岡市起業支援事業補助金制度運用実績

(単位 : 人)

	22 年度	23 年度	24 年度	計
申請者数	2	5	11	18
男性	1	4	8	13
女性	1	1	3	5
転入者	1	1	3	5

資料 : 笠岡市

表 D-3 笠岡市起業支援事業補助金制度利用者の開業時の年齢 (単位:人)

	22年度		23年度		24年度	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
20歳代					1	
30歳代	1		1		3	
40歳代		1	1	1	2	1
50歳代			1		2	1
60歳代						1
70歳代						
80歳代			1			
計	1	1	4	1	8	3

資料：笠岡市

表 D-4 笠岡市起業支援事業補助金制度利用者の開業数(業種別) (単位:件)

	22年度	23年度	24年度	計
A 農業		1	1	2
F 製造業	1	1	1	3
I 運輸業	1			1
K 金融保険業		1		1
M 飲食店・宿泊業			2	2
N 医療、福祉		1	4	5
O 教育、学習支援業		1		1
Q サービス業			3	3
計	2	5	11	18

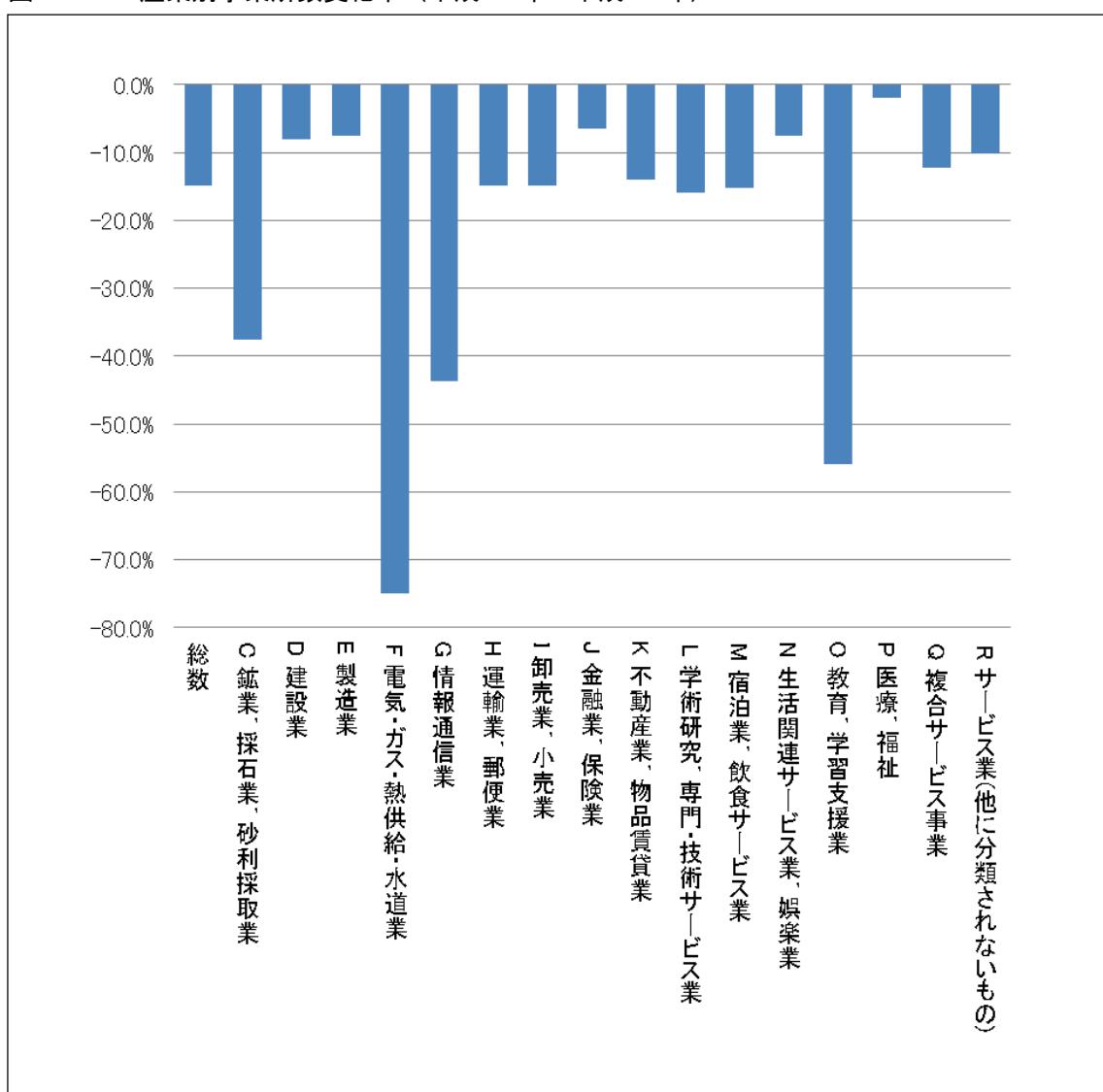
資料：笠岡市

表 D-5 産業別事業所数推移

	産業大分類	H18 事業所・企 業統計調査	H21 経済センサス - 基礎調査	H24 経済センサス - 活動調査	H21～H24 増減数	H21～H24 増減率 (%)
		事業所数	事業所数	事業所数		
	総数	2,453	2,405	2,041	△364	△15.1
第1次産業	A 農林漁業	6	9	11	2	22.2
	B 漁業		1	1	0	0
第2次産業	C 鉱業、採石業、砂利採取業	7	8	5	△3	△37.5
	D 建設業	199	200	184	△16	△8.0
	E 製造業	273	264	244	△20	△7.6
第3次産業	F 電気・ガス・熱供給・水道業	5	4	1	△3	△75.0
	G 情報通信業	11	16	9	△7	△43.8
	H 運輸業、郵便業	85	87	74	△13	△14.9
	I 卸売業、小売業	714	658	560	△98	△14.9
	J 金融業、保険業	30	31	29	△2	△6.5
	K 不動産業、物品販貸業	83	86	74	△12	△14.0
	L 学術研究、専門・技術サービス業		63	53	△10	△15.9
	M 宿泊業、飲食サービス業	237	243	206	△37	△15.2
	N 生活関連サービス業、娯楽業		214	198	△16	△7.5
	O 教育、学習支援業	131	127	56	△71	△55.9
	P 医療、福祉	152	152	149	△3	△2.0
	Q 複合サービス事業	45	41	36	△5	△12.2
	R サービス業(他に分類されないも)	441	168	151	△17	△10.1
	S 公務	34	33	不明	-	-

資料：事業所・企業統計調査（H18）、経済センサス基礎調査（H21）、経済センサス活動調査（H24）

図 D-6 産業別事業所数変化率（平成 21 年～平成 24 年）



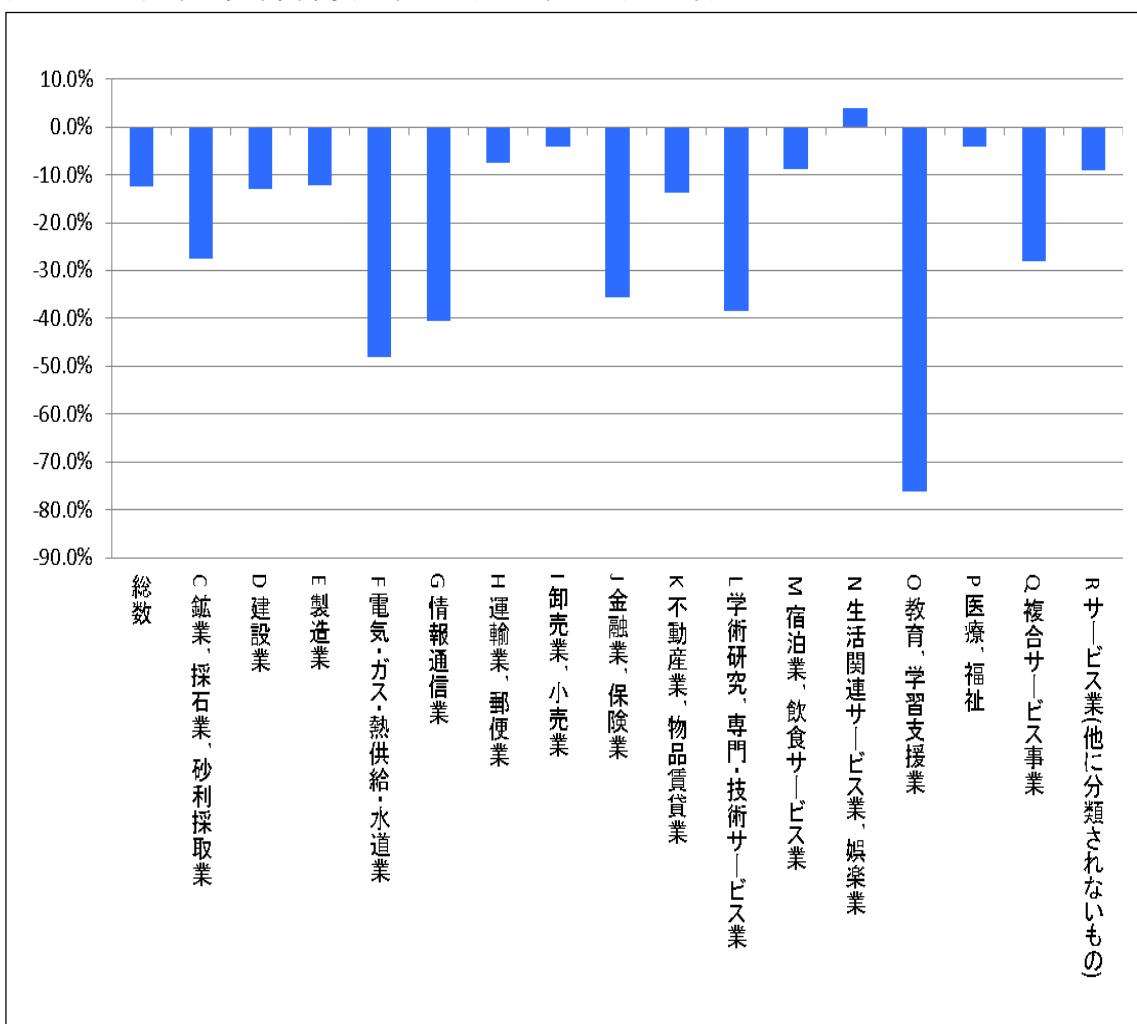
資料：経済センサス基礎調査（H21），経済センサス活動調査（H24）

表 D-7 産業別従業員数推移（平成 21 年～平成 24 年）

	産業大分類	H18 経済センサス - 基礎調査	H21 経済センサス - 基礎調査	H24 経済センサス - 活動調査	H21～H24 増減数	H21～H24 増減率 (%)
		従業者数(注)	従業者数(注)	従業者数(注)		
	総数	20,929	21,700	18,824	△2,876	△13.3
第 1 次産業	A 農林漁業	163	180	143	△37	△20.6
	B 漁業		4	12	8	200
第 2 次産業	C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	33	40	29	△11	△27.5
	D 建設業	1,394	1,368	1,191	△177	△12.9
	E 製造業	5,690	5,670	4,975	△695	△12.3
第 3 次産業	F 電気・ガス・熱供給・水道業	159	56	29	△27	△48.2
	G 情報通信業	84	101	60	△41	△40.6
	H 運輸業, 郵便業	1,050	1,257	1,162	△95	△7.6
	I 卸売業, 小売業	3,732	3,602	3,456	△146	△4.1
	J 金融業, 保険業	575	653	421	△232	△35.5
	K 不動産業, 物品貿易業	156	246	212	△34	△13.8
	L 学術研究, 専門・技術サービス業		376	231	△145	△38.6
	M 宿泊業, 飲食サービス業	903	1,256	1,145	△111	△8.8
	N 生活関連サービス業, 娯楽業		675	701	26	3.9
	O 教育, 学習支援業	1,049	1,116	266	△850	△76.2
	P 医療, 福祉	2,901	3,293	3,158	△135	△4.1
	Q 複合サービス事業	361	293	211	△82	△28.0
	R サービス業(他に分類されないもの)	2,005	905	822	△83	△9.2
	S 公務	674	609	不明	-	-

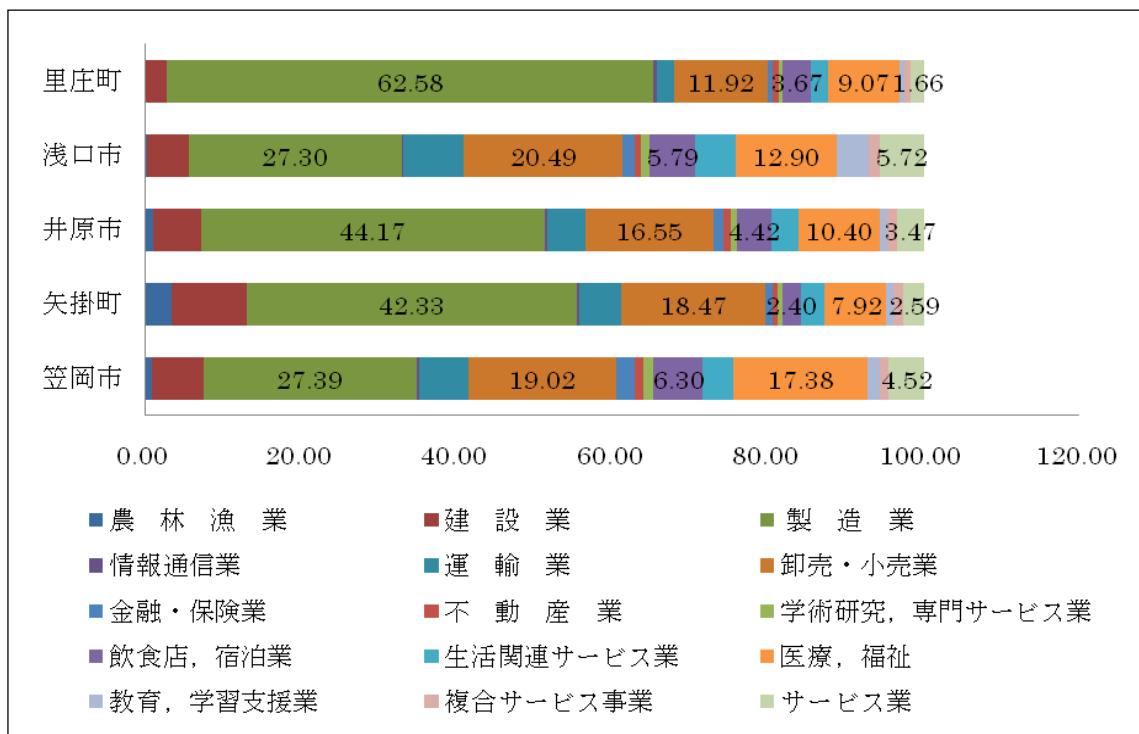
資料：事業所・企業統計調査(H18), 経済センサス基礎調査(H21), 経済センサス活動調査(H24)

図 D-8 産業別従業員数変化率（平成 21 年～平成 24 年）



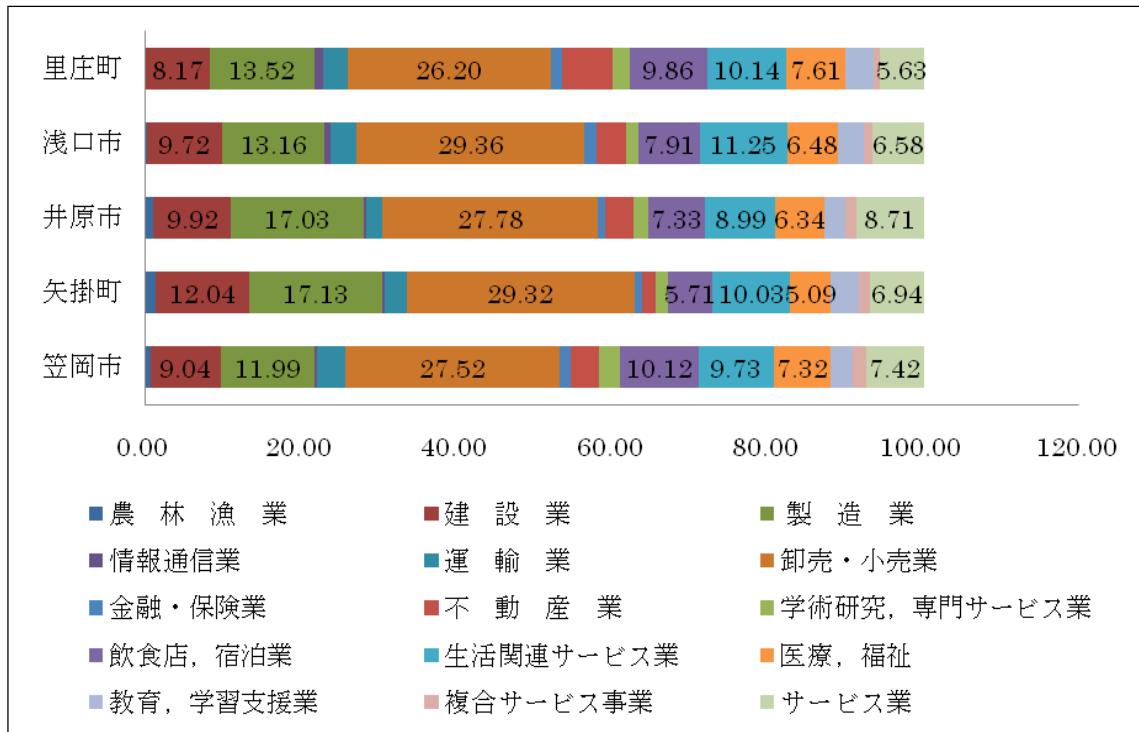
資料：経済センサス基礎調査（H21）、経済センサス活動調査（H24）

図 D-9 産業別事業所数比率



資料：経済センサス活動調査（H24）

図 D-10 産業別従業者数比率



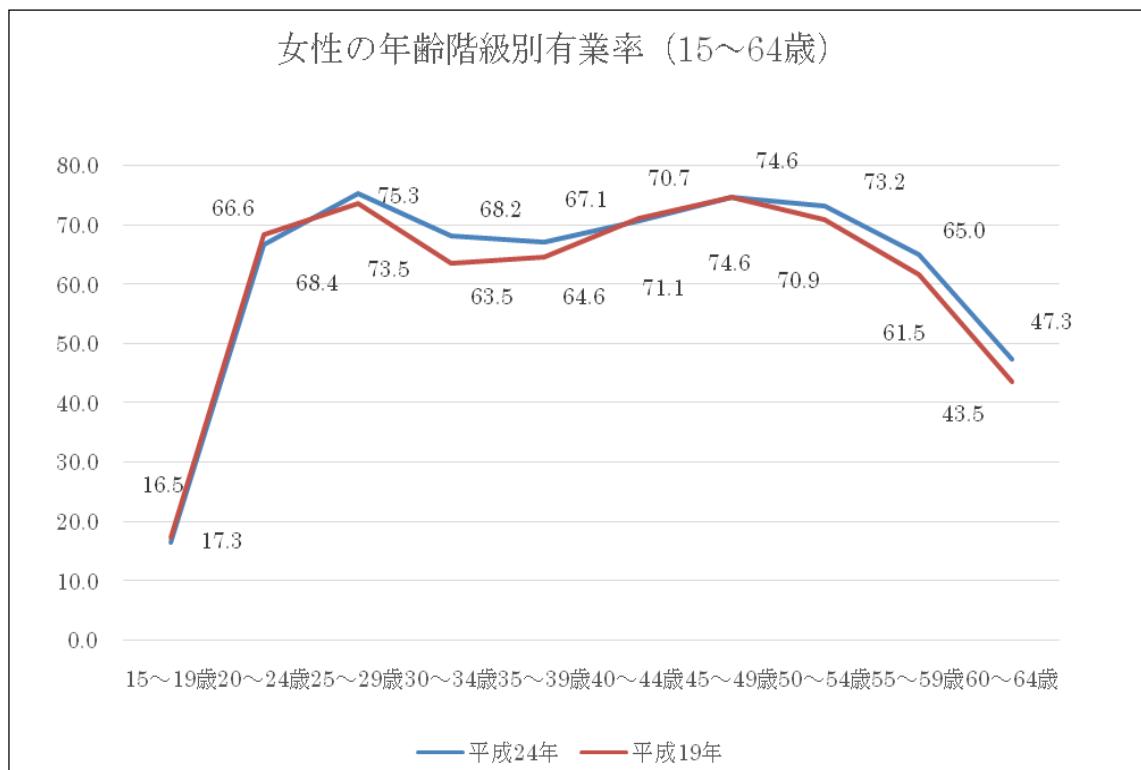
資料：経済センサス活動調査（H24）

表 D-11 女性の年齢階級別有業率（15～64 歳）  
(単位 : %)

	15～ 19 歳	20～ 24 歳	25～ 29 歳	30～ 34 歳	35～ 39 歳	40～ 44 歳	45～ 49 歳	50～ 54 歳	55～ 59 歳	60～ 64 歳
平成 24 年	16.5	66.6	75.3	68.2	67.1	70.7	74.6	73.2	65.0	47.3
平成 19 年	17.3	68.4	73.5	63.5	64.6	71.1	74.6	70.9	61.5	43.5

資料：総務省統計局

図 D-12 女性の年齢階級別有業率（15～64 歳）



資料：総務省統計局

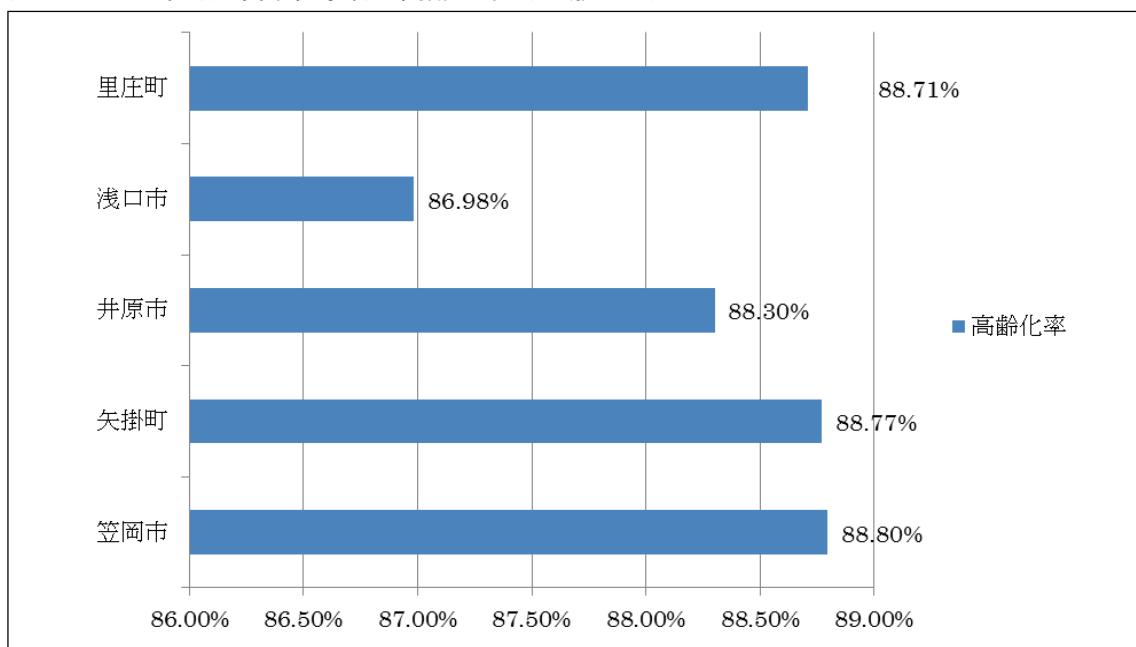
表 D-13 男女、就業状態別 15 歳以上人口及び 15~64 歳人口（生産年齢人口）

(千人、%、ポイント)

就業状態 男女		15 歳以上 人口 (a)		15~64 歳人口 (生産年齢人口) (b)		有業者 (c)		無業者 (e)		有業率 (c)/(a)	15~64 歳 (d)/(b)
実数	総数	平成 24 年	110,815.1	80,026.8	64,420.7	57,867.0	46,394.4	22,159.6	58.1	72.3	
	平成 19 年	110,301.5	82,841.6	65,977.5	59,837.3	44,324.0	23,004.5	59.8	72.2		
	男	平成 24 年	53,413.2	40,240.7	36,744.5	32,766.9	16,668.7	7,473.9	68.8	81.4	
	平成 19 年	53,282.5	41,582.9	38,174.8	34,380.7	15,107.8	7,202.0	71.6	82.7		
	女	平成 24 年	57,401.9	39,786.0	27,676.2	25,100.3	29,725.7	14,685.8	48.2	63.1	
	平成 19 年	57,018.9	41,258.8	27,802.7	25,456.4	29,216.2	15,802.4	48.8	61.7		
増減	総数	実数	513.6	△2,814.8	△1,556.8	△1,970.3	2,070.4	△844.9	-	-	
	増減率	0.5	△3.4	△2.4	△3.3	4.7	△3.7	△1.7	0.1		
	男	実数	130.7	△1,342.2	△1,430.3	△1,613.8	1,560.9	271.9	-	-	
	増減率	0.2	△3.2	△3.7	△4.7	10.3	3.8	△2.8	△1.3		
	女	実数	383.0	△1,472.8	△126.5	△356.1	509.5	△1,116.6	-	-	
	増減率	0.7	△3.6	△0.5	△1.4	1.7	△7.1	△0.6	1.4		

資料：総務省統計局

図 D-14 市町別農業従事者の高齢化率（60 歳以上）



資料：農林業センサス（平成 22 年）

表 D-15 経営者の平均引退年齢の推移（規模別・事業承継時期別）  
(単位：歳)

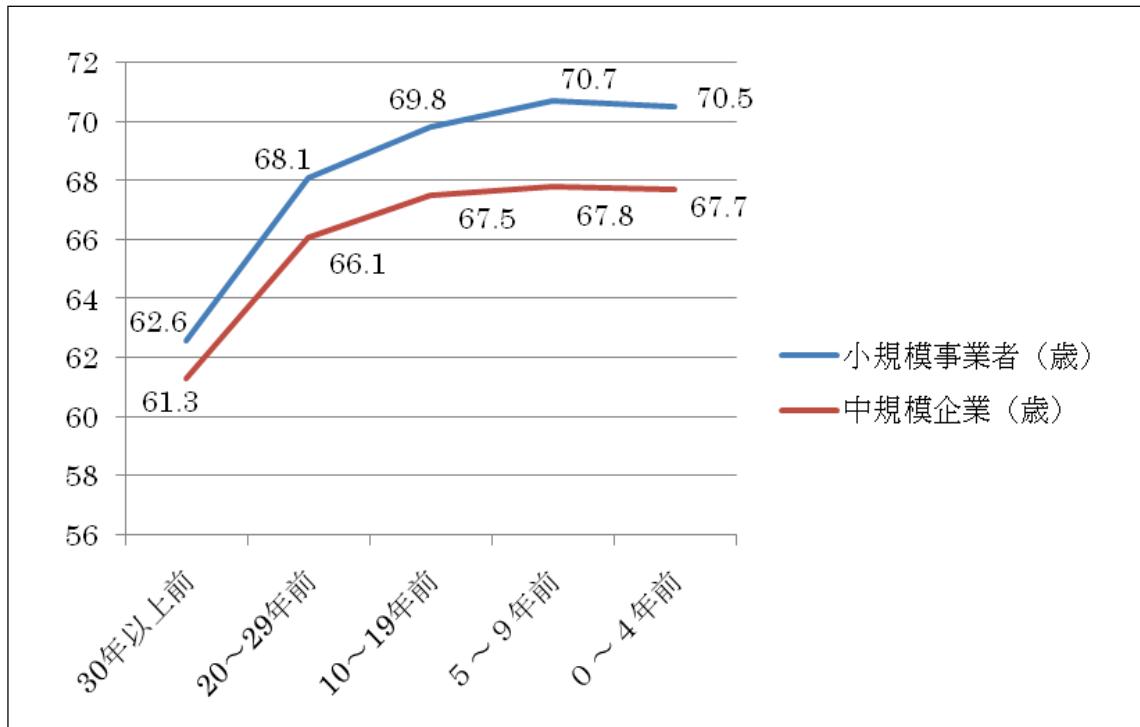
	30年以上前	20～29年前	10～19年前	5～9年前	0～4年前
小規模事業者	62.6	68.1	69.8	70.7	70.5
中規模企業	61.3	66.1	67.5	67.8	67.7

資料：中小企業庁委託 中小企業の事業承継に関するアンケート調査

(2012年11月, (株)野村総合研究所)

出展：中小企業白書2013年版

図 D-16 経営者の平均引退年齢の推移（規模別・事業承継時期別）



小規模事業者：常時雇用する従業員が、卸売業、サービス業、小売業で従業員5人以下、その他業種で20人以下の中小企業

中規模企業：小規模事業者以外の中小企業

資料：中小企業庁委託 中小企業の事業承継に関するアンケート調査

(2012年11月, (株)野村総合研究所)

出展：中小企業白書2013年版

## 2 買い物アンケート

### (1) 調査の目的

産業振興ビジョン策定にあたり、市内における買い物環境の実態把握及び、施策を検討する上での基礎資料とする目的とする。

### (2) 調査設計

#### ア 調査対象者

平成25年5月現在、笠岡市内の公立保育所、幼・小・中学校の生徒の保護者

#### イ 配布数

4,258件

#### ウ 調査方法

学校での配布及び回収（無記名）

#### エ 調査期間

平成25年7月1日～7月12日

※締め切り以降に到着した回収票についても集計に反映させた

#### オ 回収数

2,229件（回収率52.3%）

### (3) 調査表

以下に示す内容で、調査を実施しました。

#### 買い物に関するアンケート調査

～アンケート調査へのご協力のお願い～

この調査は、笠岡市にお住まいの方の買い物についておうかがいさせていただくものです。

調査の結果は、市内の産業の振興を進めていく上での基礎資料とさせていただきます。  
回答内容は、他の目的で使用することは一切ございません。

お忙しいところ恐縮ではございますが、調査の趣旨をご理解の上、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

平成25年6月 笠岡市 経済観光活性課

##### ○調査票の記入にあたって

1 この調査は、日常の買い物の仕方についておうかがいするものですので、ご家庭で主に買い物をされる方を中心に、ご家庭内での買い物の状況についてお答えください。

2 ご記入は、鉛筆、ボールペン、万年筆のいずれでも結構です。

※ 住所、氏名をお書きいただく必要はございません。

3 現在、笠岡市内の幼稚園・小学校・中学校に兄弟が在学中の場合は1つの家庭で1つのアンケートに回答いただければ結構です。

##### ○調査票の回収について

・返信につきましては、誠に勝手ながら平成25年7月5日（金）までにアンケート調査票を学校に提出して頂くようお願い致します。

##### ○お問い合わせ先

・調査についてご不明な点、質問などがありましたら、下記までお問い合わせください。

笠岡市 経済観光活性課 担当：三島・高橋・鈴木

電話：0865-69-2147

FAX：0865-69-2185

E-Mail : keizaikankou@city.kasaoka.okayama.jp

1 この調査に中心になってお答えいただく方やご家族についておうかがいします。

F1) あなたの性別をお選びください。(○はひとつだけ)

- 1 男性 2 女性

F2) あなたの年齢をお選びください。(○はひとつだけ)

- 1 10代 2 20代 3 30代 4 40代 5 50代  
6 60代 7 70代以上

F3) あなたのご職業はなんですか。

- 1 会社員・公務員 2 自営業 3 農業・漁業 4 派遣社員  
5 アルバイト・パート 6 専業主婦・主夫 7 学生 8 無職

F4) あなたの勤務先を教えてください。(○はひとつだけ)

- 1 笠岡市 2 福山市 3 井原市 4 浅口市 5 倉敷市 6 岡山市  
7 里庄町 8 矢掛町 9 その他( )

F5) 家族構成についておうかがいします。(○はひとつだけ)

- 1 単身 2 夫婦のみ 3 3人 4 4人 5 5人 6 6人  
7 7人以上

F6) 現住所での居住年数を教えてください。(○はひとつだけ)

- 1 5年未満 2 5~10年未満 3 10~15年未満  
4 15~20年未満 5 20~25年未満 6 25年以上

F7) 自家用車の台数を教えてください。(○はひとつだけ)

- 1 1台 2 2台 3 3台以上 4 持っていない

F8) 差し支えなければ、同居されているご家族全員の年収合計をお教え下さい。

- 1 300万円未満 2 300~600万円 3 600~1,000万円未満  
4 1,000万円以上

F9) あなたのお住まいはどこですか。(○はひとつだけ)

No	地区名	No	地区名	No	地区名
0 1	富岡	2 3	馬飼	4 5	山口
0 2	中央町	2 4	広浜	4 6	走出
0 3	笠岡	2 5	絵師	4 7	甲鷲
0 4	一番町	2 6	金浦	4 8	大島中
0 5	二番町	2 7	吉浜	4 9	西大島
0 6	三番町	2 8	生江浜	5 0	西大島新田
0 7	四番町	2 9	大河	5 1	神島
0 8	五番町	3 0	相生	5 2	横島
0 9	六番町	3 1	大宜	5 3	入江
1 0	七番町	3 2	用之江	5 4	神島外浦
1 1	九番町	3 3	茂平	5 5	高島
1 2	十一番町	3 4	有田	5 6	飛島
1 3	緑町	3 5	押撫	5 7	白石島
1 4	春日台	3 6	篠坂	5 8	北木島町
1 5	新横島	3 7	入田	5 9	真鍋島
1 6	旭ヶ丘	3 8	小平井	6 0	六島
1 7	美の浜	3 9	東大戸	6 1	港町
1 8	城見台	4 0	西大戸	6 2	カブト東町
1 9	西茂平	4 1	吉田	6 3	カブト中央町
2 0	大井南	4 2	関戸	6 4	拓海町
2 1	園井	4 3	尾坂		
2 2	今立	4 4	新賀		

**1 あなたのお住まいの周辺での日用品の買い物についておうかがいします。**

1 あなたのお住まいの周辺（ご自宅から徒歩10分程度の範囲）での日用品の買い物についてうかがいます。

【問1】週に何回程度、日用品の買い物をされていますか。（○は1つだけ）

- 1 週1～2回 2 週4～5回 3 ほぼ毎日

表1 日用品について

生鮮食料品	鮮魚、野菜、果物、肉類、卵、牛乳等
加工食品	酒、調味料、菓子、パン、惣菜、即席食品、レトルト食品等
日用家庭用品	薬品、化粧品、雑貨、金物、洗剤、台所用品、トイレ用品等

【問2】日用品の買い物は、お住まいの周辺（ご自宅から徒歩10分程度の範囲）のお店を利用されていますか。（○は1つだけ）

- 1 ほとんど周辺のお店で買っている  
2 およそ半分は周辺のお店で買っている  
3 あまり周辺のお店を利用していない→【問4】にお進みください  
4 住まいの周辺にはお店がない→【問4】にお進みください

【問3】お住まいの周辺（ご自宅から徒歩10分程度の範囲）のお店の中で、普段、日用品の買い物で最も利用されているのはどのようなお店ですか。（○は1つだけ）

※お店の業態については表2を参考にしてください。

- 1 小売店や専門店 2 コンビニエンスストア 3 スーパー 4 百貨店  
5 ショッピングセンター 6 大型量販店  
7 その他 ( )

※表2

小売店や専門店	個人商店や専門店、商店街の店舗等
スーパー	山陽マルナカ、ザ・ビッグ笠岡店、ニシナS・C笠岡A棟、ハピーズ笠岡美の浜店、ハローズ笠岡店等
百貨店	天満屋、高島屋等
ショッピングセンター	複数の小売店舗が集まった商業施設（イオンモール等、アウトレットモールも含む）
大型量販店	大量の商品を安く販売する形態の店舗 (ザグザグ笠岡富岡店などのドラッグストア、エディオン笠岡店などの家電販売店、紳士服のはるやまなどの衣料販売店、ホリディ(株)やユーホー笠岡店などのホームセンター等)

【問4】お住まいの周辺（ご自宅から徒歩10分程度の範囲）での日用品の買い物について、現状で満足されていますか。（○は1つだけ）

- 1 満足している 2 やや満足している 3 やや不満である 4 不満である

【問5】お住まいの周辺（ご自宅から徒歩10分程度の範囲）にどのようなお店ができると便利になると思いますか。（○は2つまで）

※お店の業態については表2（P5）を参考にしてください。

- 1 小売店や専門店 2 コンビニエンスストア 3 スーパー 4 百貨店  
5 ショッピングセンター 6 大型量販店 7 その他（ ）

【問6】お住まいの周辺のお店や商店街（スーパー等を含む）にどのような期待、又は要望がありますか。

（1）施設・機能面（○は3つだけ）

- 1 店舗を増やし、空き店舗を減らす  
2 一箇所ですべて日用品が揃えられるような店舗が集まった商店街  
3 駐車場や駐輪場の設置・拡充  
4 高齢者や障害者、子ども、妊婦など、誰もが利用しやすいトイレ  
5 コミュニティスペースや「赤ちゃんの駅」の設置・充実  
6 病院や診療所などの医療機関  
7 スロープの設置などバリアフリーへの配慮  
8 その他（ ）

（2）商品・サービス面（○は3つだけ）

- 1 品数を増やす等、いろいろな商品を選べるようにする  
2 高品質な商品の提供  
3 地元産の生鮮食料品の取扱い  
4 配達サービスやアフターサービスの実施  
5 会員特典やポイントカードなどのサービスの充実  
6 地域と密着した抽選会やセールの実施  
7 インターネットでの商品の情報提供や買い物  
8 安い価格での商品提供  
9 その他（ ）

**2 日用品や買回り品の買い物で利用されている店についておうかがいします。**

【問6】 次のような日用品や買回り品は、普段、どこで買い物されますか。

(あてはまる番号を各欄1つずつご記入ください)

	買い物先	業態	交通手段
1 : 笠岡市	1 : 小売店や専門店	1 : 徒歩のみ	
2 : 福山市	2 : コンビニ	2 : 自家用車	
3 : 倉敷市	3 : スーパー	3 : 自転車	
4 : 浅口市	4 : 百貨店	4 : バイク	
5 : 井原市	5 : ショッピングセンター	5 : バス	
6 : 里庄町	6 : 大型量販店	6 : 電車	
7 : 矢掛町	7 : 通信販売、インターネット	7 : その他	
8 : 岡山市			
生鮮食品			
加工食品			
家庭台所用品			
日用衣料品 (肌着、下着等)			
男子洋服			
婦人・子供洋服			
時計・メガネ			
家具			
家庭電気用品			
皮靴・カバン類			
運動具・楽器・レジャ 一用品			
贈答品			
書籍			
外食・喫茶			
映画・音楽			
車等			

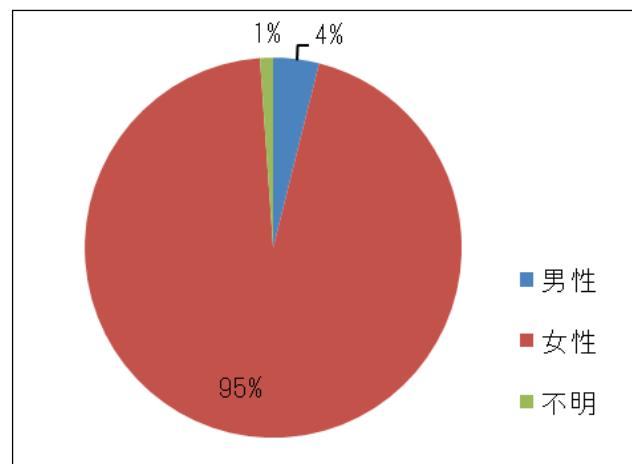
～お忙しい中、ご協力ありがとうございました～

#### (4) 調査結果

##### 【性別】

あなたの性別をお選びください。

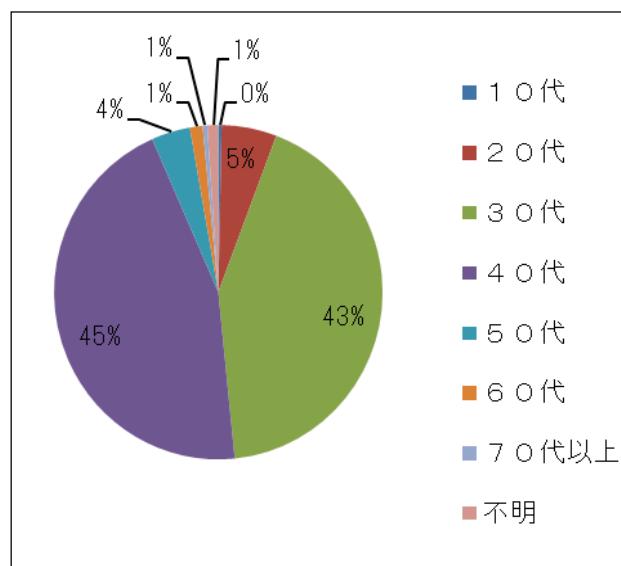
	人数(人)
1 男性	87
2 女性	2,117
不明	25
合計	2,229



##### 【年齢】

あなたの年齢をお選びください。

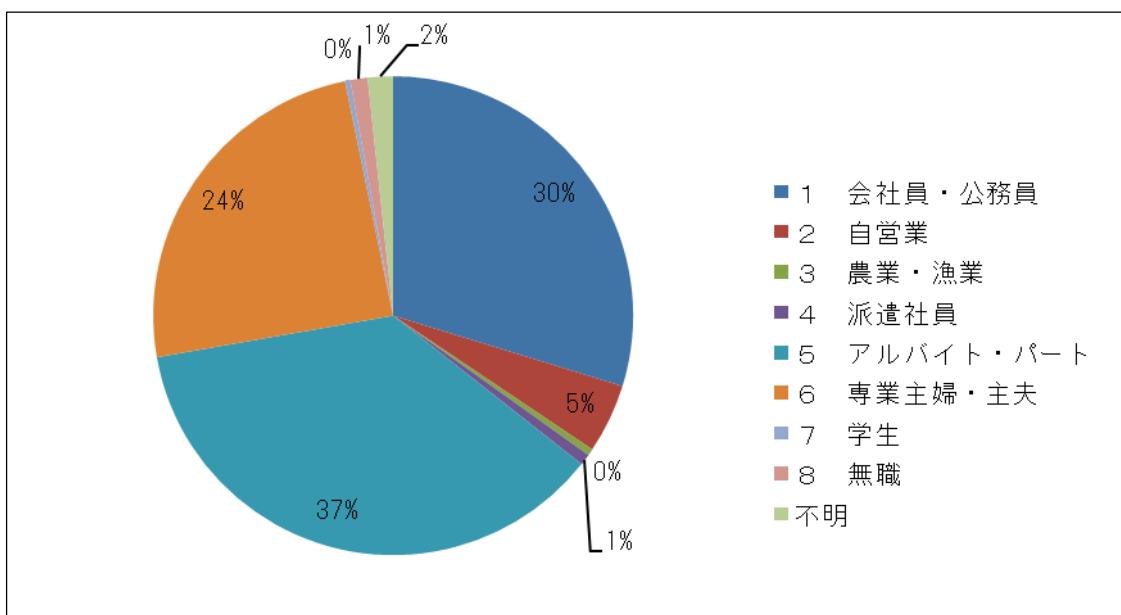
	人数(人)
1 10代	7
2 20代	121
3 30代	951
4 40代	1,003
5 50代	85
6 60代	28
7 70代以上	10
不明	24
合計	2,229



## 【職業】

あなたのご職業は何ですか。

	人数（人）
1 会社員・公務員	663
2 自営業	104
3 農業・漁業	10
4 派遣社員	17
5 アルバイト・パート	816
6 専業主婦・主夫	547
7 学生	8
8 無職	26
不明	38
合計	2,229



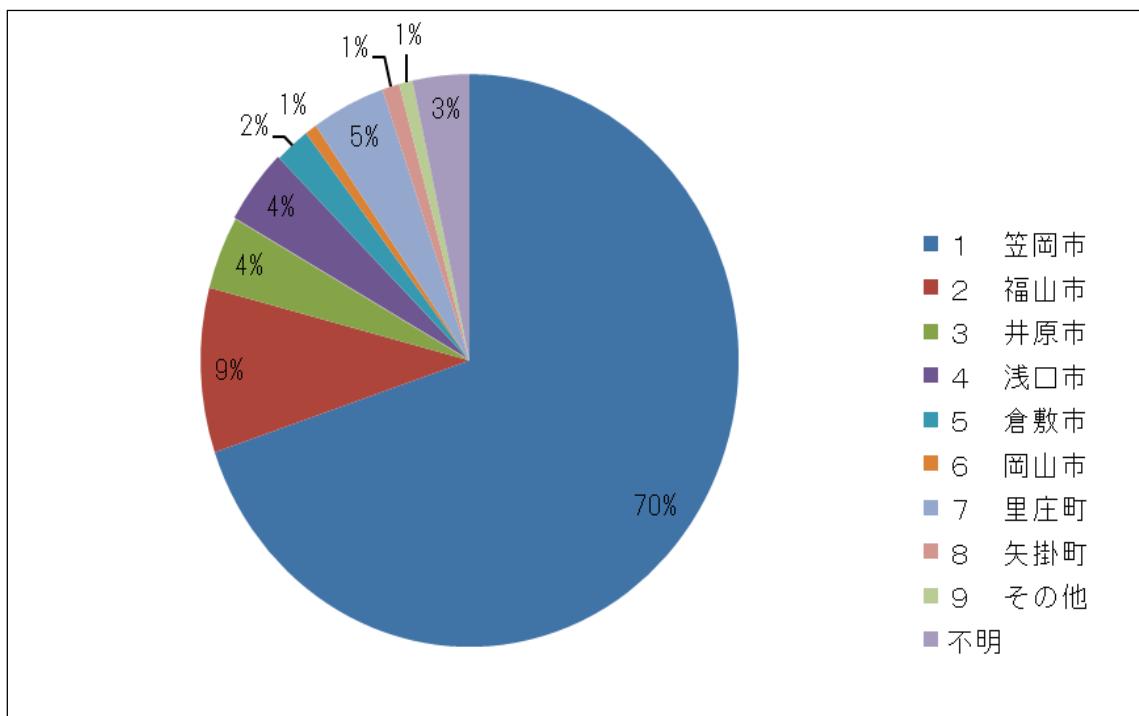
## 【勤務先】

あなたの勤務先を教えてください。

	人数（人）
1 笠岡市	1,556
2 福山市	207
3 井原市	92
4 浅口市	95
5 倉敷市	47
6 岡山市	16
7 里庄町	99
8 矢掛町	23
9 その他	18
不明	76
合計	2,229

※「9 その他」の内訳は、以下の通り。

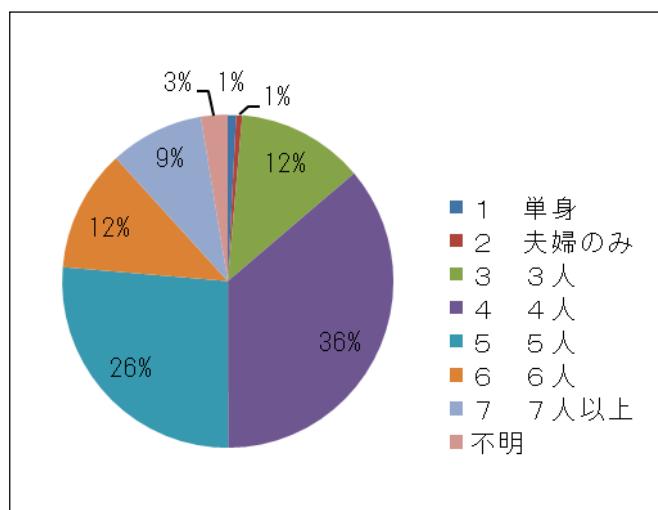
尾道市：2人、総社市：1人、広島市：1名、記入なし：72名



### 【家族構成】

家族構成についておうかがいします。

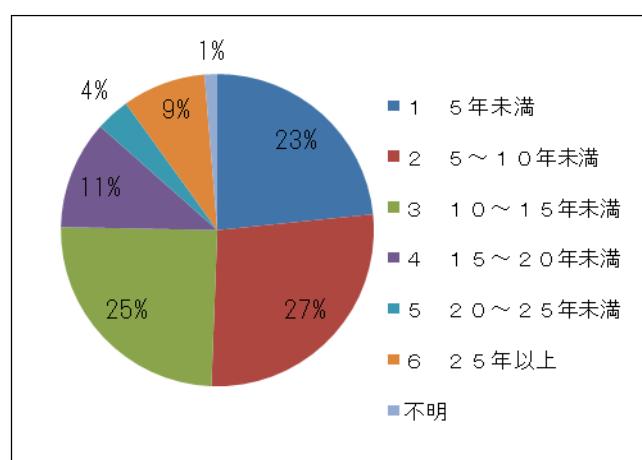
	人数(人)
1 単身	18
2 夫婦のみ	13
3 3人	276
4 4人	807
5 5人	588
6 6人	265
7 7人以上	204
不明	58
合計	2,229



### 【居住年数】

現住所での居住年数を教えてください。

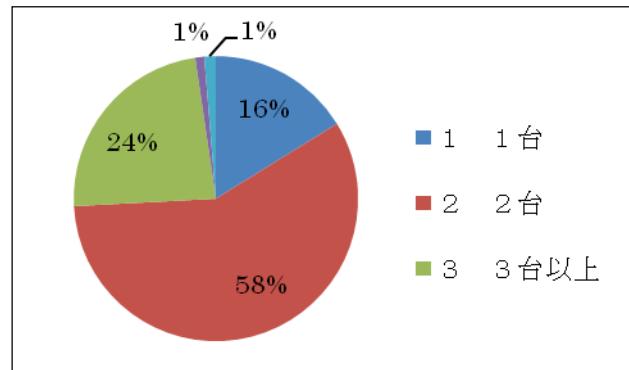
	人数(人)
1 5年未満	521
2 5~10年未満	607
3 10~15年未満	551
4 15~20年未満	251
5 20~25年未満	78
6 25年以上	192
不明	29
合計	2,229



### 【自家用車保有台数】

自家用車の台数を教えてください。

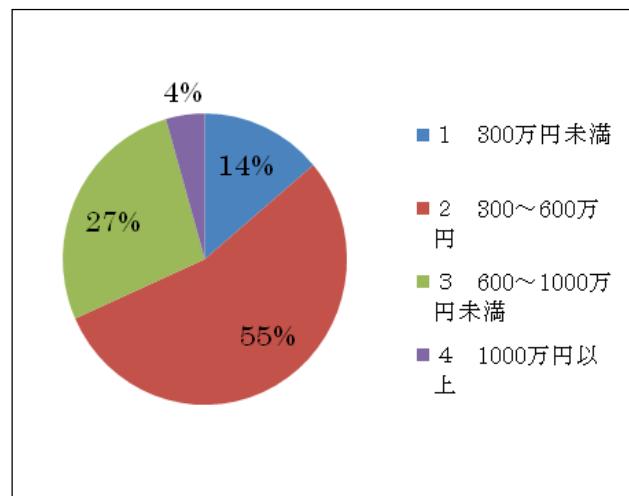
	人数 (人)
1 1台	361
2 2台	1,292
3 3台以上	524
4 持っていない	23
不明	29
合計	2,229



### 【年収】

差し支えなければ、同居されているご家族全員の年収合計をお教えください。

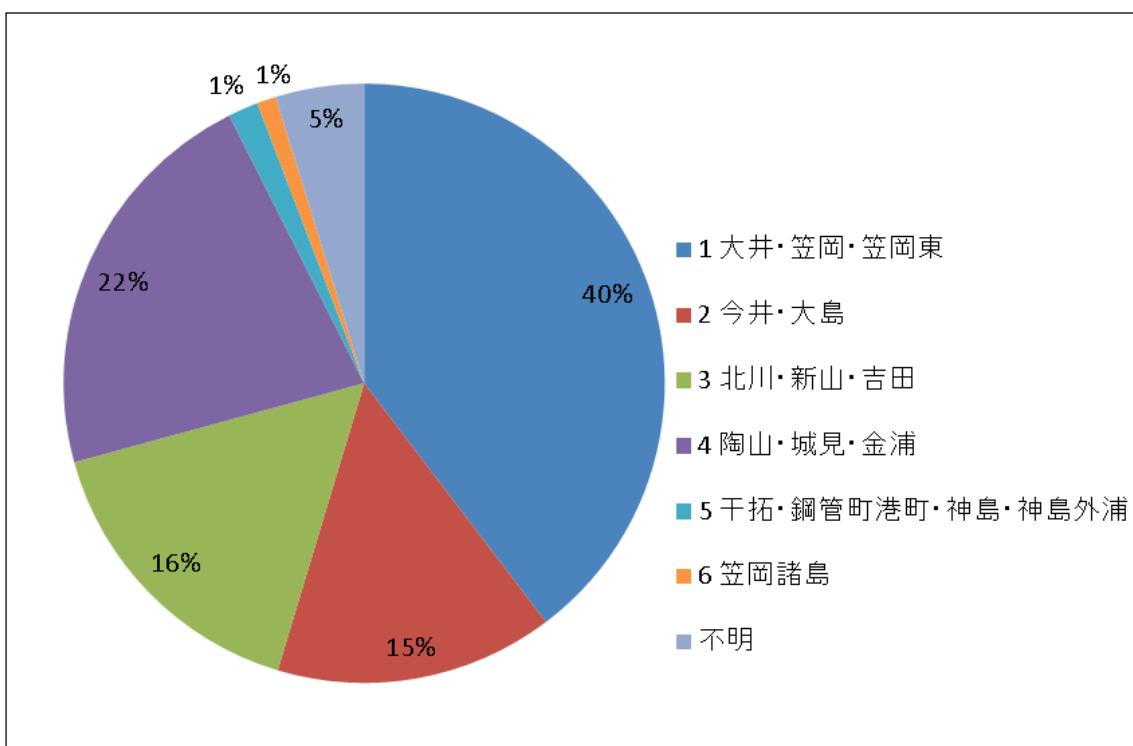
	人数 (人)
1 300万円未満	250
2 300～600万円	986
3 600～1000万円未満	493
4 1000万円以上	80
不明	420
合計	2,229



## 【居住地】

あなたのお住まいはどこですか。

	人数(人)
1 大井・笠岡・笠岡東	884
2 今井・大島	334
3 北川・新山・吉田	359
4 陶山・城見・金浦	487
5 干拓・鋼管町港町・神島・神島外浦	36
6 笠岡諸島	23
不明	106
合計	2,229

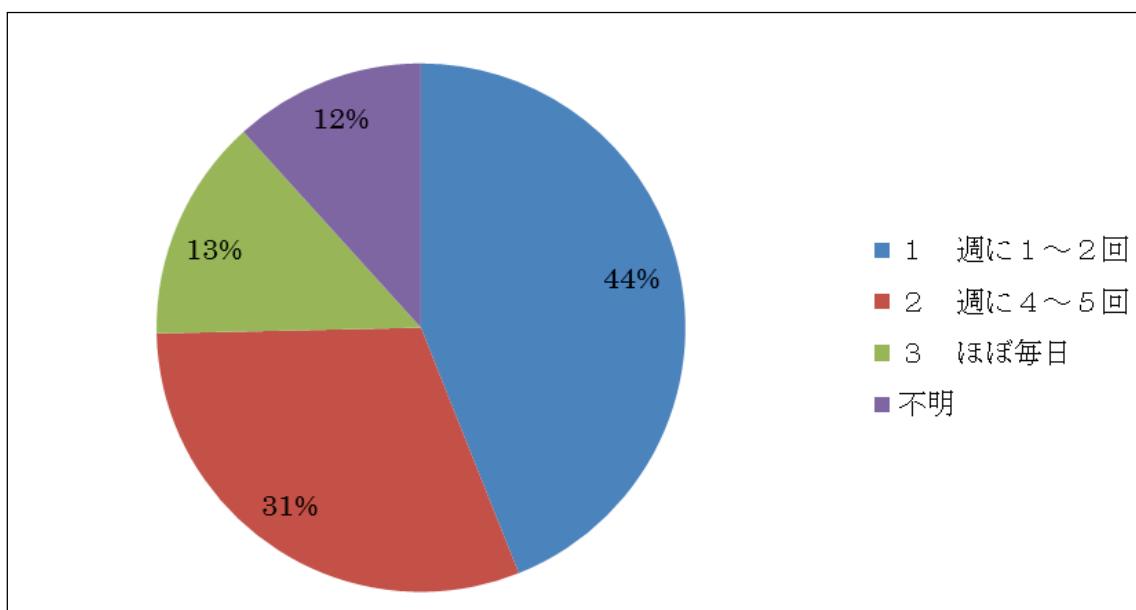


## (5) 調査結果の概要

### 【問1】購入頻度

週に何回程度、日用品の買い物をされていますか。

	人数（人）
1 週に1～2回	980
2 週に4～5回	684
3 ほぼ毎日	304
不明	261
合計	2,229

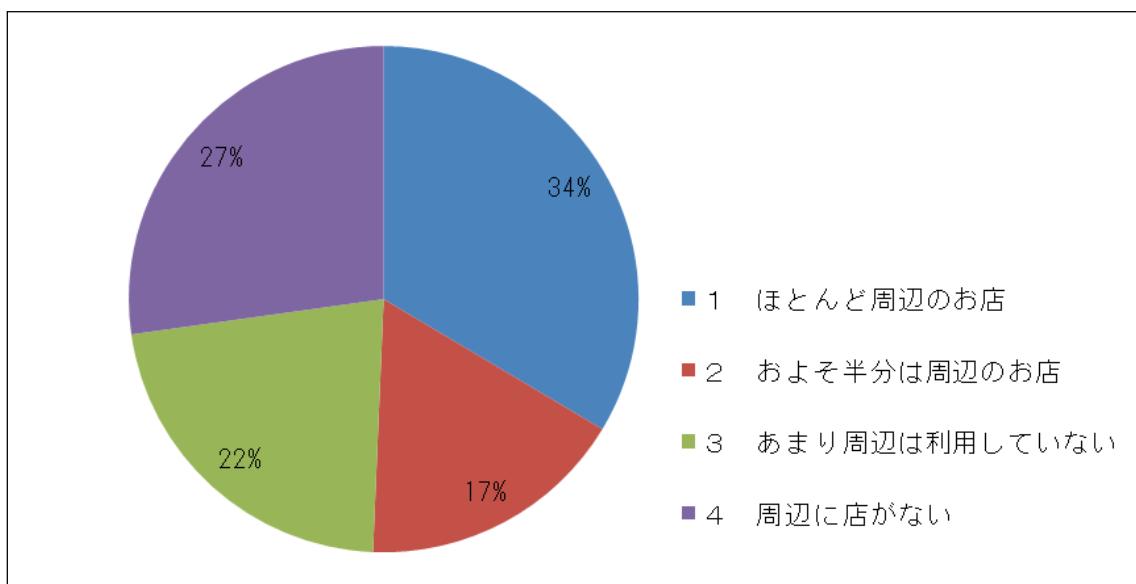


日用品の購入頻度は、「週に1～2回」と回答した人が980人(44%)と最も多い結果となっている。また、「週に4～5回」と「ほぼ毎日」と回答した人をあわせると同じく44%となる。このことから、購入頻度は、「週に1～2回の人」と「ほぼ、または毎日の人」が半々となっていることがわかる。

## 【問2】自宅周辺の店の利用度

日用品の買い物は、お住まいの周辺（ご自宅から徒歩10分程度の範囲）のお店を利用されていますか。

人数（人）	
1 ほとんど周辺のお店	724
2 およそ半分は周辺のお店	369
3 あまり周辺は利用していない	477
4 周辺に店がない	587
不明	72
合計	2,229

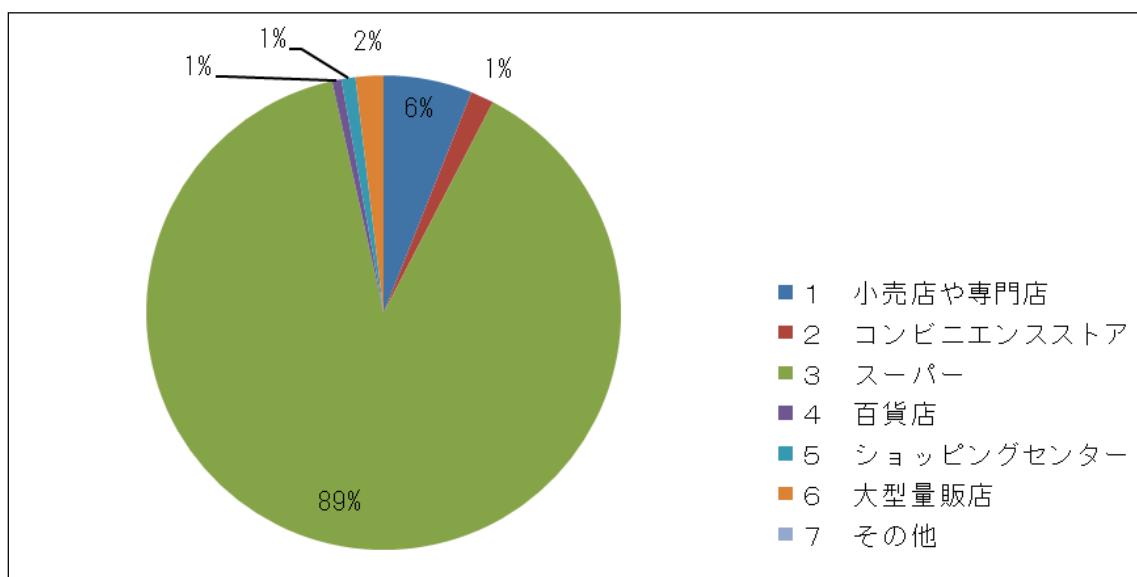


日用品を買う店舗については、「ほとんど周辺のお店」と回答した人が724人(34%)と全体の約1/3を占めた。また、「ほとんど周辺のお店」と「およそ半分は周辺のお店」と回答した人をあわせると、約半数(51%)となることから、日用品の買い物には周辺のお店を利用する傾向があることが読み取れる。

### 【問3】利用店

お住まいの周辺（ご自宅から徒歩10分程度の範囲）のお店の中で、普段、日用品の買い物で最も利用されているのはどのようなお店ですか。

	人数（人）
1 小売店や専門店	19
2 コンビニエンスストア	5
3 スーパー	280
4 百貨店	2
5 ショッピングセンター	3
6 大型量販店	6
7 その他	0
合計	315

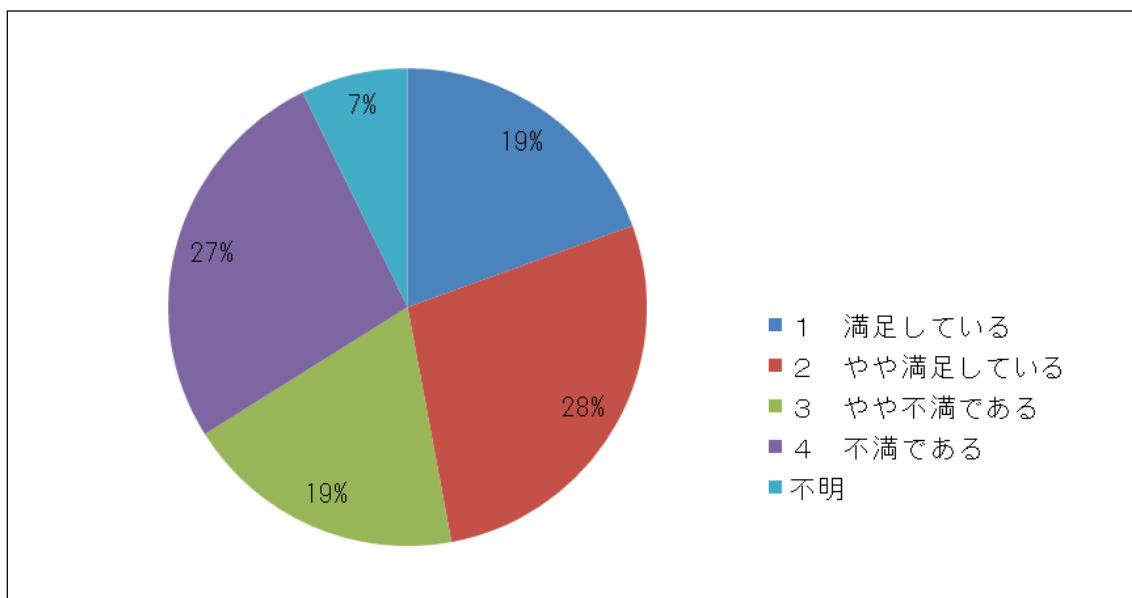


日用品の買い物で利用している店舗については、「スーパー」と回答した人が280人(89%)と圧倒的に多い結果となっている。

#### 【問4】満足度

お住まいの周辺（ご自宅から徒歩10分程度の範囲）での日用品の買い物について、現状で満足されていますか。

	人数（人）
1 満足している	434
2 やや満足している	615
3 やや不満である	424
4 不満である	595
不明	161
合計	2,229

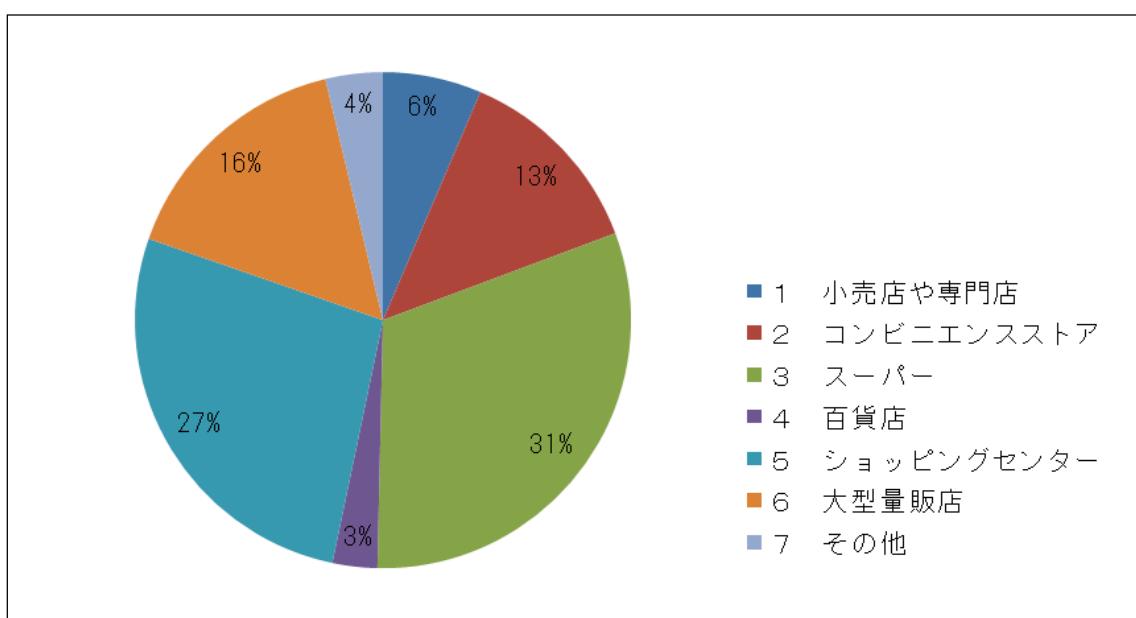


自宅周辺の買い物環境に関する満足度は、満足している住民がいる一方で、約半数(46%)が「不満である」「やや不満である」と回答している。買い物環境の改善についての取り組みが求められているということがうかがえる。

### 【問5】近くに欲しいお店

お住まいの周辺（ご自宅から徒歩10分程度の範囲）にどのようなお店ができると便利になると思いませんか。（○は2つまで）

	人数（人）
1 小売店や専門店	189
2 コンビニエンスストア	379
3 スーパー	914
4 百貨店	86
5 ショッピングセンター	796
6 大型量販店	469
7 その他	110
合計	2,943



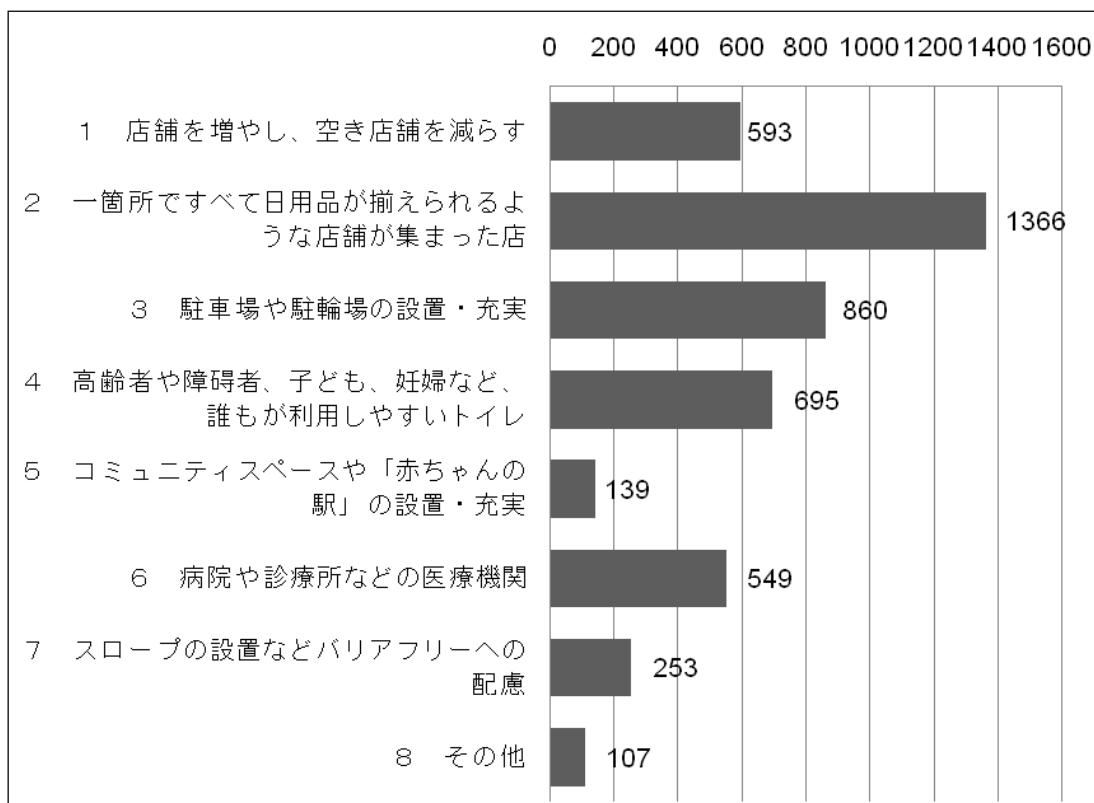
## 【問6】期待・要望

お住まいの周辺のお店や商店街（スーパー等を含む）にどのような期待、又は要望がありますか。

### (1)施設・機能面 (○は3つだけ)

	人数(人)
1 店舗を増やし、空き店舗を減らす	593
2 一箇所ですべて日用品が揃えられるような店舗が集まった店	1,366
3 駐車場や駐輪場の設置・充実	860
4 高齢者や障碍者、子ども、妊婦など、誰もが利用しやすいトイレ	695
5 コミュニティースペースや「赤ちゃんの駅」の設置・充実	139
6 病院や診療所などの医療機関	549
7 スロープの設置などバリアフリーへの配慮	253
8 その他	107

(単位：人)

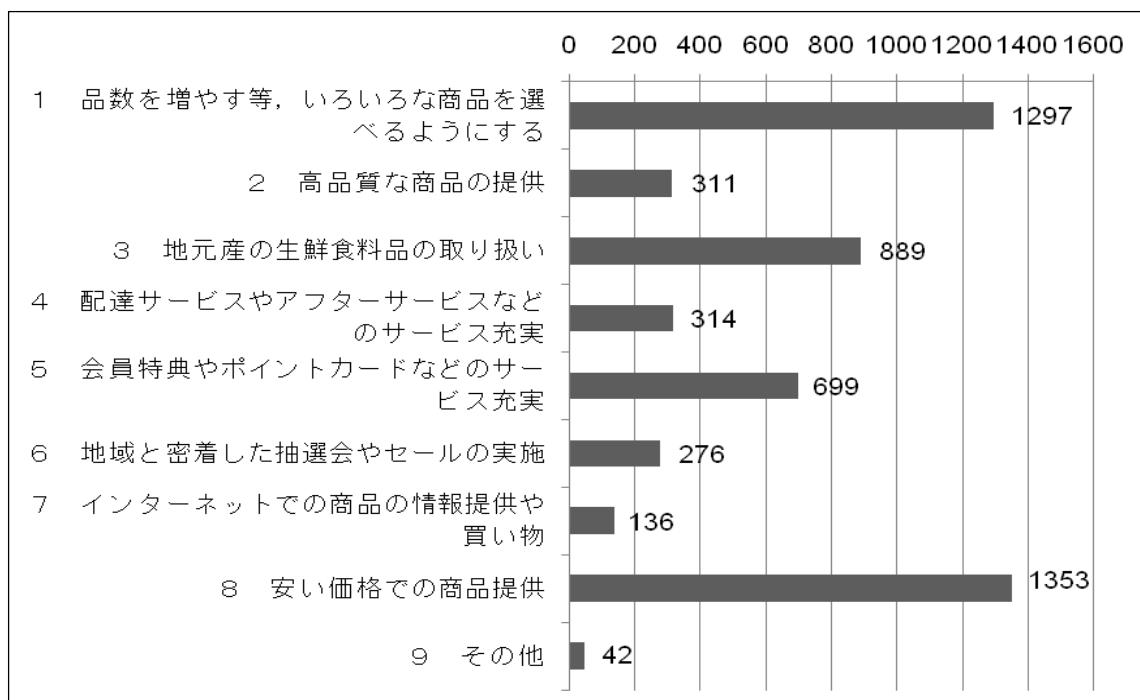


自宅の近くに欲しいお店に関しては、「スーパー」が 914 人（31%）と最も多い結果となった。次いで、「ショッピングセンター」が 796 人（27%）となっている。また、自宅周辺のお店に関する希望・要望として最も多かったのは、「一箇所で全ての日用品がそろえられるような店舗があつまったくお店」（1,366 人）であった。以上から、効率よく日用品を買う事ができる利便性の高い店舗が求められている傾向がみられる。

(2)商品・サービス面 (○は3つだけ)

	人数(人)
1 品数を増やす等、いろいろな商品を選べるようにする	1,297
2 高品質な商品の提供	311
3 地元産の生鮮食料品の取り扱い	889
4 配達サービスやアフターサービスなどのサービス充実	314
5 会員特典やポイントカードなどのサービス充実	699
6 地域と密着した抽選会やセールの実施	276
7 インターネットでの商品の情報提供や買い物	136
8 安い価格での商品提供	1,353
9 その他	42

(単位：人)



商品サービス面についての希望・要望は、「安い価格での商品提供」が1,353人と一番多く、次いで「品数を増やす等、いろいろな商品を選べるようにする」が1,297人となつた。日用品を買う自宅周辺のお店に関しては、「価格・品揃え」といった利便性が重視されていることがわかる。また、「地元産の生鮮食料品の取り扱い」に関してもニーズがあることが読み取れる。

### 【問7】品目ごとの買い物先・利用店舗業態

次のような日用品や買回り品は、普段、どこで買い物されますか。

(1) 買い物先（市町）別の割合

(単位：%)

	笠岡市	福山市	倉敷市	浅口市	井原市	里庄町	矢掛町	岡山市	その他
生鮮食品	72.5	11.6	0.3	3.0	1.9	0.9	2.8	0.0	7.0
加工食品	71.4	12.1	0.4	2.8	2.3	0.7	2.6	0.0	7.6
家庭・台所用品	68.2	15.2	0.8	2.7	2.2	0.6	3.0	0.1	7.2
肌着・下着	25.3	48.1	7.9	4.9	2.9	0.0	0.6	0.4	10.0
男子洋服	12.3	57.0	11.1	2.0	1.6	0.0	0.2	1.1	14.6
婦人子供服	10.	58.1	13.5	2.6	1.5	0.0	0.2	1.3	12.3
時計・メガネ	39.4	35.4	7.3	0.7	1.3	0.0	0.1	1.1	14.7
家具	9.2	66.7	4.6	0.5	0.3	0.4	0.2	1.2	17.0
家庭電気製品	38.7	45.9	2.6	0.9	1.4	0.1	0.2	0.4	9.7
革靴鞄類	10.7	59.2	12.0	1.0	0.6	0.0	0.2	2.2	14.0
運動具・楽器・レジャー用品	19.1	57.5	7.5	0.5	0.4	0.1	0.2	0.4	14.3
贈答品	22.2	53.3	5.9	2.1	0.7	0.0	0.2	1.0	14.6
書籍	56.5	24.4	2.6	0.6	1.4	0.0	0.1	0.2	14.2
外食・喫茶	20.6	59.8	5.6	0.9	0.5	0.2	0.0	0.5	11.9
映画音楽会	3.4	66.0	16.5	0.1	0.2	0.0	0.0	0.5	13.3
車等	31.9	32.7	6.8	4.8	2.0	4.5	0.4	2.5	14.4

端数処理の関係で、合計が100%にならない場合があります。

買い物先（市町）に関して、日用品（生鮮食品・加工食品・家庭台所用品等）は、市内のお店で購入している人が多い（各70%前後）ことがわかる。一方で、買回り品（耐久消費材や趣味品）は、福山市での購入が多いことが読み取れる。

## (2)利用店舗業態別の割合

(単位：%)

	小売店や専門店	コンビニ	スーパー	百貨店	ショッピングセンター	大型量販店	通信販売、インターネット	無回答
生鮮食品	2.8	0.6	87.1	0.1	1.2	0.9	0.1	7.2
加工食品	2.3	0.8	85.4	0	1.4	1.5	0.6	8.0
家庭・台所用品	11.3	0.3	41.3	0.4	4.6	33.6	0.3	8.2
肌着・下着	11.5	0.2	15.4	3.8	46.6	10.2	3.3	9.0
男子洋服	13.6	0.1	5.8	5.4	49.3	10.2	3.2	12.2
婦人子供服	12.1	0.4	5.7	6.4	53.6	8.5	3.7	9.6
時計・メガネ	47.8	0.4	2.7	4.8	22.0	7.2	1.3	13.8
家具	36.9	0.2	1.7	1.8	10.6	30.5	4.4	14.0
家庭電気製品	18.4	0.3	1.9	0.5	4.1	61.8	2.6	10.5
革靴鞄類	15.9	0.2	3.5	11.2	45.9	7.0	4.6	11.7
運動具・楽器・レジヤー用品	25.7	0.1	2.5	2.0	28.3	26.4	2.8	12.2
贈答品	19.3	0.4	6.7	29.4	23.4	3.2	4.9	12.7
書籍	53.5	0.7	3.9	1.6	15.1	9.1	3.9	12.2
外食・喫茶	54.4	0.3	1.7	1.3	20.5	2.4	0.1	19.5
映画音楽会	19.7	0.4	1.3	1.3	53.2	4.0	0.7	19.3
車等	72.9	0.1	1.3	0.3	1.7	3.7	0.3	19.8

端数処理の関係で、合計が100%にならない場合があります。

### 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
平成 24 年 11 月 25 日 ～12 月 19 日	産業関係者ヒアリング（40 箇所）
平成 25 年 3 月 15 日	「笠岡の新しいしごとづくり会議」説明会の開催
平成 25 年 3 月 15 日	第 1 回策定委員会の開催
平成 25 年 5 月 1 日	第 1 回「笠岡の新しいしごとづくり会議」の開催
平成 25 年 6 月 10 日	第 2 回「笠岡の新しいしごとづくり会議」の開催
平成 25 年 7 月 10 日	第 3 回「笠岡の新しいしごとづくり会議」の開催
平成 25 年 7 月 18 日	第 2 回策定委員会の開催
平成 25 年 8 月 7 日	第 4 回「笠岡の新しいしごとづくり会議」の開催
平成 25 年 9 月 10 日	第 5 回「笠岡の新しいしごとづくり会議」の開催
平成 25 年 9 月 30 日	第 3 回策定委員会の開催
平成 25 年 10 月 10 日	第 6 回「笠岡の新しいしごとづくり会議」の開催
平成 25 年 10 月 10 日 ～10 月 31 日	パブリックコメントの実施
平成 25 年 11 月 21 日	第 4 回策定委員会の開催
平成 25 年 12 月 3 日	策定委員会からの答申
平成 26 年 3 月	笠岡市産業振興ビジョン完成

#### 4 笠岡市産業振興ビジョン策定委員会策定委員名簿

No	氏 名	所 属（職名）	備 考
1	中村 良平	岡山大学大学院社会文化科学研究科（教授）	委員長
2	鳴本 哲矢	鳴本石材株式会社（代表取締役社長）	副委員長
3	赤木 恭吾	岡山県立笠岡工業高等学校（校長）	
4	天野 雄二郎	笠岡市観光連盟（会長）	
5	枝木 恭平	笠岡放送株式会社（代表取締役）	
6	香西 博昭	笠岡公共職業安定所（所長）	
7	関 麻美	笠岡市役所（上下水道部水道課主任主事）	
8	高橋 文子	笠岡市役所（監査委員事務局事務局長）	
9	西村 輝子	オッペン化粧品笠岡特別営業所（代表所長）	
10	長谷川 靖子	まるみ屋（代表者）	
11	深井 康光	公益財団法人岡山県産業振興財団（技術支援部部長）	
12	宮島 厚介	医療法人社団清和会笠岡第一病院（理事長）	
13	森本 敦	道の駅笠岡ベイファーム（総合アドバイザー）	
14	山本 國春	笠岡信用組合（専務理事）	
15	和田 百合子	有限会社とんぺい（取締役）	

（任期）

委員の任期は、委嘱又は任命の日から産業振興ビジョンが策定される日までとする。

## 5 笠岡の新しいしごとづくり会議参加者名簿

No	氏名	チーム名
1	赤澤 雅弘	地域資源
2	宇高 秀和	地域資源
3	大島 和人	地域資源
4	大月 隆司	地域資源
5	大本 恒子	地域資源
6	奥田 忠司	地域資源
7	奥野 佳奈子	地域資源
8	角田 訓也	地域資源
9	上 一枝	地域資源
10	河田 弥希子	地域資源
11	小林 嘉文	地域資源
12	佐賀野 淳	地域資源
13	坂本 勇二	地域資源
14	佐藤 尚大	地域資源
15	重見 圭一	地域資源
16	高橋 宏文	地域資源
17	武本 克己	地域資源
18	谷本 義子	地域資源
19	鶴田 康範	地域資源
20	中村 俊一	地域資源
21	西村 正樹	地域資源
22	藤井 順久	地域資源
23	松本 一希	地域資源
24	虫明 賢次	地域資源
25	山河 秀一	地域資源

No	氏名	チーム名
26	山本 公彦	地域資源
27	山脇 節史	地域資源
28	渡辺 将吾	地域資源

No	氏名	チーム名
1	浅野 史子	福祉
2	木村 真大	福祉
3	久我 久徳	福祉
4	藏本 隆文	福祉
5	小堀 韶	福祉
6	斎藤 岳士	福祉
7	佐藤 幸治	福祉
8	佐藤 靖之	福祉
9	杉村 知美	福祉
10	杉本 和歳	福祉
11	多賀 真由美	福祉
12	長野 紘貴	福祉
13	橋本 雅俊	福祉
14	藤川 良一	福祉
15	増岡 衣里	福祉
16	森光 康恵	福祉
17	山下 眞智子	福祉
18	横谷 明子	福祉
19	渡辺 英子	福祉

No	氏名	チーム名
1	赤木 恭吾	プラットフォーム
2	池田 憲太郎	プラットフォーム
3	石田 均	プラットフォーム
4	宇野 均恵	プラットフォーム
5	宇野 良明	プラットフォーム
6	大本 益之	プラットフォーム
7	奥野 慶大	プラットフォーム
8	加藤 秀雄	プラットフォーム
9	葛馬 充彦	プラットフォーム
10	桑折 義一	プラットフォーム
11	坂本 亮平	プラットフォーム
12	重政 秀明	プラットフォーム
13	茂見 一壽	プラットフォーム
14	妹尾 義信	プラットフォーム
15	藤井 智晴	プラットフォーム
16	藤井 瑠夏	プラットフォーム
17	松田 重雄	プラットフォーム
18	萬木 善之	プラットフォーム
19	三島 大尚	プラットフォーム
20	三好 宏忠	プラットフォーム
21	森本 敦	プラットフォーム
22	山本 憲志	プラットフォーム

## 6 笠岡市産業振興ビジョン策定委員会設置要綱

### (設置)

第1条 本市の産業を総合的に捉え、特色のある産業振興を図るための基本方針となる産業振興ビジョン（以下「産業振興ビジョン」という。）を策定するため、笠岡市産業振興ビジョン策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

### (所掌事務)

第2条 委員会の所掌事務は、次に掲げるとおりとする。

- (1) 産業振興ビジョンの策定に関すること。
- (2) その他必要な事項に関すること。

### (組織)

第3条 委員会は、委員15人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱又は任命する。

- (1) 商工業の関係者
- (2) 笠岡公共職業安定所の職員
- (3) 笠岡商工会議所の職員
- (4) 笠岡市観光連盟の会員
- (5) 識見を有する者
- (6) 笠岡市職員
- (7) その他市長が適当と認める者

### (任期)

第4条 委員の任期は、委嘱又は任命の日から産業振興ビジョンが策定される日までとする。

### (委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長各1人を置き、それぞれ委員の互選により定める。

- 2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

### (会議)

第6条 委員会の会議は、委員長が招集し、その議長となる。

### (関係人の出席)

第7条 委員長は、必要があると認めるときは、委員会の議事に關係ある者に出席を求め、その説明又は意見を聴くことができる。

### (報告)

第8条 委員長は、委員会の会議の検討経過又はその結果について、必要に応じて市長に報告しなければならない。

### (庶務)

第9条 委員会の庶務は、建設産業部において行う。

(その他)

第10条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関する必要な事項は、市長が別に定める。

#### 附 則

(施行期日)

1 この要綱は、公布の日から施行する。

(招集の特例)

2 第7条の規定にかかわらず、最初に開かれる委員会は、市長が招集する。

# 笠岡市産業振興ビジョン

---

平成 26 年（2014 年）3 月

発行 岡山県笠岡市役所 建設産業部経済観光活性課

住所 〒 714-8601 笠岡市中央町 1 番地の 1

TEL 0865-69-2147

FAX 0865-69-2185

e-mail:keizaikankou@city.kasaoka.okayama.jp

URL: <http://www.city.kasaoka.okayama.jp/>



