笠岡市産業振興ビジョン

笠岡市産業振興ビジョン策定委員会

平成 25 年 12 月

目 次

第一草	笠岡市産業振興ヒジョンの策定趣旨	1
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付け、計画期間	2
1-3	産業振興ビジョンの策定の流れ	3
第2章	産業振興ビジョンの策定にあたって	5
2-1	産業をめぐる時代の潮流	5
2-2	笠岡に起きていること、起ころうとしていること	8
第3章	笠岡市の産業の現状と課題	20
3–1	産業分野別の現状と可能性と課題	20
第4章	産業振興の基本理念と基本方針	38
4–1	基本理念	38
4-2	基本方針	40
4-3	施策展開にあたっての3つの柱	42
第5章	重点的な産業振興施策	43
5-1	新しいしごとづくりのプラットフォーム整備	44
5–2	情報発信のプラットフォーム整備	50
5-3	海と陸を基軸とした地域資源型産業の振興	51
5–4	働く意欲のある人たちが安定して働ける雇用環境整備	53
5–5	市内中小企業への支援の拡充	55
5–6	商業の振興	56
5–7	起業しやすい環境の整備	57
5–8	企業誘致の推進	58
5–9	交流人口の拡大	60
5-10	戦略的な産業振興施策の立案	63

第1章 ビジョンの策定趣旨など

1-1 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。特に,「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に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。

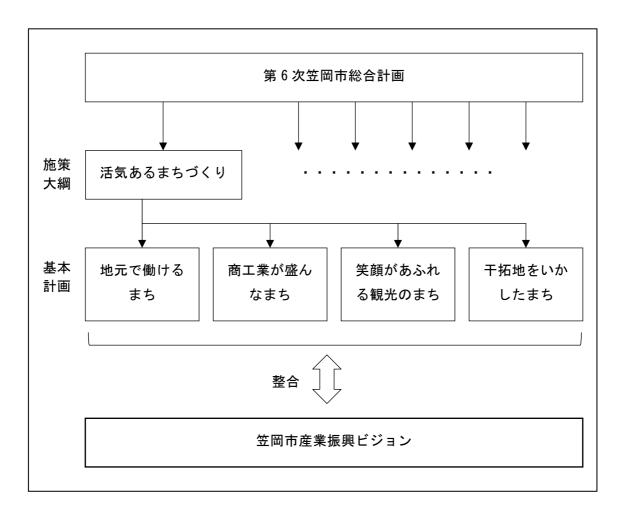
産業振興ビジョンは、民間企業を含めた市民が主役になった産業振興の指針であり、この地域に受け継がれてきた自然や文化を守りながら、地域が一体となって持続可能な地域 経済の確立を目指すために策定するものです。

※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、「地元で働けるまち」、「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が掲げられています。

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共に、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、ビ ジョンを策定しました。その後、市長へ答申されました。

以下に産業振興ビジョンの策定推進体制を示します。

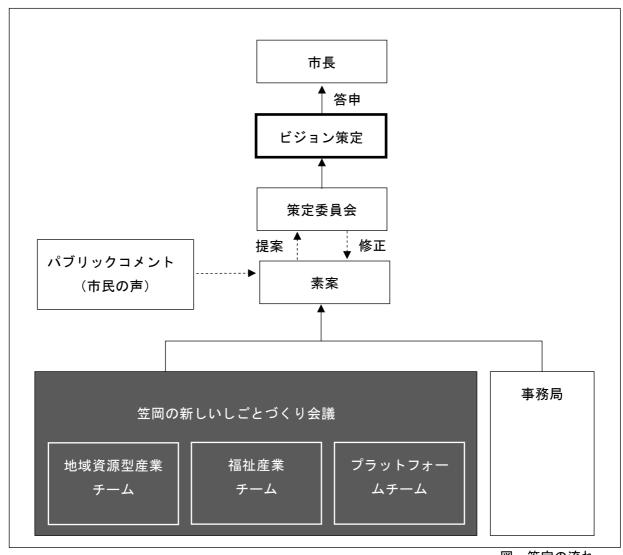


図 策定の流れ

(2) 市民参加で産業振興計画を作る新しい試み「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人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頂いた方々に加え、説明会の開催や、市の広報・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名で進めて行くこととなりました。

「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作り」「障がい者・女性の働きやすい仕組み作り」「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、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。これらの提案は、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在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

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、2009 年からは緩やかな景気回復を続けてきました。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、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、景気の動きが弱まりました。しかし、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,公共投資の縮減など,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、日本の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ました。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くる事が予想されます。

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行くためには、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:1986 年(昭和 61 年)から日本で起きた,資産価格の上昇に伴う好景気の 後退期。

(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。これまでは、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「第二の創業」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 アイデアを取り組み、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。

(4) 価値観が多様化し、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きます。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言えます。

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言えます。

(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言えます。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、SNS 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いると言えます。

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く ると考えられます。

(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。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

課題が多いと言われる地域社会においては、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、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。

※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。

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 人になると予想されており、10 年間で約 5,900 人減少します。本市の減少率は、周囲の市町と比較して大きいと予想されています。

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)

	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
矢掛町	15,092	14,407	13,650	12,877	12,132	11,387	10,645
里庄町	10,916	10,872	10,702	10,451	10,166	9,853	9,521
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)

	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
矢掛町	1.00	0.95	0.90	0.85	0.80	0.75	0.71
里庄町	1.00	1.00	0.98	0.96	0.93	0.90	0.87
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

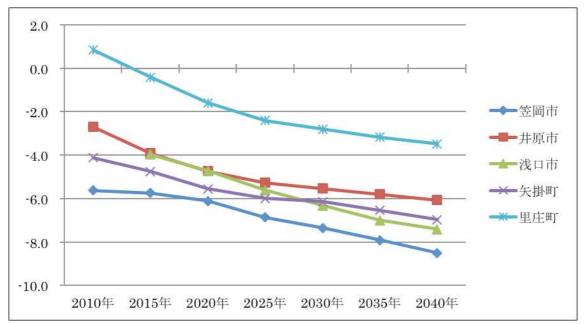


図 2-2-3 周辺市町の将来人口減少率予測(2015年以降は推計値)

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が、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 2-2-4)

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 年をピークに労働力人口が減少し、平成 22 年には 25,380 人となっています。(表 2-2-4)

生産年齢人口が急激に減少していくことが予想される中,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 2-2-6,表 2-2-7)

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 2-2-8)

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ける職場環境を整備す ることが重要です。こうした職場環境の整備により、有能な人材の職場への定着や、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(1947年から1949年)に生まれた世代

表 2-2-4 本市の人口の変遷

① 生産年齢人口(15

歳~64 歳) ② 老齢人口

(65 歳以上)

 平成 2 年
 平成 7 年
 平成 12 年
 平成 17 年
 平成 22 年

 37,819
 37,330
 35,406
 33,665
 31,046

 11,677
 13,573
 15,284
 16,154
 16,818

③ 労働力人口 29,283 30,224 28,396 27,732 25,380 (15 歳~) A+B A 就業者 25,795 28,251 28,805 26,885 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」

(単位:人)

■老年人口(65歳以上) ■生産年齢人口(15~64歳) ■年少人口(15歳未満) (人) 70,000 人口推計 60,000 13,573 15,284 16,154 50,000 16,818 17,911 40,000 18,051 17,655 17,029 16,338 37,330 35,406 33,665 31,046 27,982 25,638 23,522 21,536 19,467 17,197 30,000 20,000 10,000 9,575 8,610 7,453 6,350 5,386 4,635 4,041 3,554 2,953 0 1995 2000 2005 2010 2015 2020 2025 2030 2035 2040

図 2-2-5 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(2013)年3月推計-」より作成

表 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)

年度	1995	2000	2005	2010	2015	2020	2025	2030	2035	2040
年少人口	9,575	8,610	7,453	6,350	5,386	4,635	4,041	3,554	3,225	2,953
(15 歳未満)	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	37,330	35,406	33,665	31,046	27,982	25,638	23,522	21,536	19,467	17,197
(15〜64 歳)	61.7%	59.7%	58.8%	57.3%	54.6%	53.1%	52.0%	51.1%	49.9%	47.8%
老年人口	13,573	15,284	16,154	16,818	17,911	18,051	17,655	17,029	16,338	15,822
(65 歳以上)	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ロー平成25(2013)年3月推計-」より作成

表 2-2-7 平成 22 年度年齡区分別異動人数

(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	2, 439	3, 021	△582	53, 981

資料:笠岡市

表 2-2-8 産業別男女就労者数

(単位:人)

	と 0 注入がガス帆ガ日気			`	十四・八
		男性	女性	女性/男性	合計
	A. B. C. 農, 林, 漁業				
	D. 鉱業				
	E. 建設業	133	15	11%	148
	F. 製造業	2,765	1,086	39%	3,851
产	G. 電気・ガス・熱供給・水道業	31	3	10%	34
産業別	H. I. 情報通信業,運輸業	123	10	8%	133
別	J. 卸売·小売業	175	69	39%	244
	K. L. 金融·保険業, 不動産業	191	145	76%	336
	M. 飲食店, 宿泊業				
	N. 医療, 福祉	352	1,175	334%	1,527
	O. P. Q. R. S. 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 2 月 1 日)

(2) 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かかわらず、 **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 吸い寄せられる現象

図 2-2-9 周辺都市間の時間距離

笠岡IC

笠岡

10分

笠岡

JR

岡山

倉動

新大阪駅

福山

1時間9分

JR

14分

徒歩

新幹線

(3) 企業誘致・雇用の創出に関する考察

本市では、2年に一度、地域の課題に対する市民の方々の重要度や満足度、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 \triangle 50.4%となっています。

表 2-2-10 笠岡市市民満足度調査の結果 (平成 24 年度)

	重要度	(%)	満足度 (%)		
企業誘致・雇用の創出	平成 24 年度	平成 22 年度	平成 24 年度	平成 22 年度	
正未誘致・権用の創山 	37. 1	34. 1	△50. 4	△52. 6	

資料: 笠岡市市民意識調査報告書

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 11,従業者数 121 人),第 2 次産業(事業所数 437,従業者数 6,395 人),第 3 次産業(事業所数 1,603,従業者数 11,954 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 2-2-11 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
十八八〇十	割合	0.2%	19.8%	80.0%	100.0%
	事業所数	10	472	1,890	2,372
平成 21 年	割合	0.4%	19.9%	79.7%	100.0%
	18 年比	166.7%	98.5%	97.7%	98.1%
	事業所数	11	437	1,603	2,051
平成 24 年	割合	0.5%	21.3%	78.2%	100.0%
	18 年比	183.3%	91.2%	82.9%	84.8%

数値は,従業員数が1人以上の事業所数を示す。

表 2-2-12 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
十八 10 平	割合	0.8%	35.1%	64.1%	100.0%
	従業者数	184	7,078	13,829	21,091
平成 21 年	割合	0.9%	33.6%	65.6%	100.0%
	18 年比	112.9%	99.5%	106.6%	104.1%
	従業者数	121	6,395	11,954	18,470
平成 24 年	割合	0.7%	34.6%	64.7%	100.0%
	18 年比	74.2%	89.9%	92.1%	91.2%

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

雇用の場が少ない本市にとっては、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が、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が、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。

表 2-2-13 笠岡市内の工業用地

	用途区分	団地面積	企業数
茂平(内陸)工業団地	準工業地域	229, 763 m ²	20 社
茂平(臨海)工業団地	工業用地	239, 751 m ²	10 社
美の浜(臨海)工業団地	工業地域	34, 740 m ²	9 社
笠岡中央内陸工業団地	工業専用地域	215, 410 m²	10 社
その他工業用地	-	5, 330, 798 m²	10 社

資料:笠岡市

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様な 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が花開くことから、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。

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 8 月)は、県下の公共職業安定所別では、笠岡管内は 0.89 と一番低い状況にあります。

また、8月の有効求人倍率は前年比 0.09 ポイント上昇と改善傾向にあるものの平成 20 年 9 月のリーマンショック直前の 8 月 (1.01) までには回復に至っておらず、低水準を推移しています。全国の平成 25 年 8 月の完全失業率は 4.1%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 2-2-14、表 2-2-15))

本市については、雇用の先行指標となる新規求人数は 350 人前後を推移し、新規求人倍率は 1.5 を前後していますが、有効求人倍率は 0.9 を推移していることから、市内の求人の状況は、依然として求人数よりも求職者数の方が多い状況が続いています。(表 2-2-16)

就業状況を産業別から見ると, 第 3 次産業が, 約 64.7% (11,954 人), 次いで第 2 次産業が 34.6% (6,395 人) となっています。分類別では, 第 2 次産業の製造業が 5,147 人 (27.9%), 続いて第 3 次産業の卸売業・小売業が 3,554 人 (19.2%), 以下医療・福祉 3,171 人 (17.2%) と続いています。(表 2-2-17)

※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)で割ったもの。 **※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)で割ったもの。

表 2-2-14 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	笠岡安定所	1.01	0.41	0.53	0.70	0.80	0.89
求人	岡山県	1.17	0.54	0.68	0.91	1,11	1.28
倍率	全国	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

各安定所のデータより作成

表 2-2-15 平成 25 年 8 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. 38	1. 12	1. 32	1. 02	0. 95	1. 16	0. 89	1. 37

各安定所のデータより作成

表 2-2-16 有効求人数・有効求職者数・有効求人倍率の推移

		25 年							
		1月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7月	8月
笠岡安定所有効求人数(人)		2,420	2,497	2,573	2,295	2,417	2,435	2,490	2,483
笠岡安定所	有効求職者数(人)	2,840	2,939	3,016	3,132	3,065	2,981	2,943	2,805
左 松龙	笠岡安定所	0.85	0.80	0.85	0.73	0.79	0.82	0.85	0.89
有効求 人倍率	岡山県	1.11	1.08	1.13	1.09	1.21	1.21	1.25	1.28
人们平	全国	0.85	0.85	0.86	0.89	0.90	0.92	0.94	0.95
完全	失業率(全国)	4.20	4.30	4.10	4.40	4.10	3.90	3.80	4.10
笠	新規求人数(人)	384	296	388	330	353	374	298	363
岡市	新規求職者数(人)	232	252	238	269	223	237	230	219
有	新規求人倍率	1.66	1.17	1.63	1.23	1.58	1.58	1.30	1.66
求	有効求人数(人)	932	879	970	857	912	924	920	933
笠岡市有効求人倍率	有効求職者数(人)	995	1,004	1,018	1,095	1,031	1,007	1,022	987
率	有効求人倍率	0.94	0.88	0.95	0.78	0.88	0.92	0.90	0.95

資料: 笠岡公共職業安定所のデータより作成

表 2-2-17 産業分類別事業所数・従業員数 (平成 24 年)

	産業大分類	経済センサス活動調査(平成 24 年)				
		事業所	听数	従業者	数(注)	
	全産業(公務を除く、事業内容等不詳を含む)	2,115	100.0%	18,470	100.0%	
	A~R 全産業(S公務を除く)	2,051	97.0%	18,470	100.0%	
第1	A 農林漁業	11	0.5%	121	0.7%	
次産						
業	B 漁業		0.0%		0.0%	
第 2	C 鉱業,採石業,砂利採取業	5	0.2%	29	0.2%	
次産	D 建設業	186	8.8%	1,219	6.6%	
業	E 製造業	246	11.6%	5,147	27.9%	
	F 電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.0%	29	0.2%	
	G 情報通信業	11	0.5%	76	0.4%	
	H 運輸業,郵便業	73	3.5%	1,151	6.2%	
	l 卸売業,小売業	568	26.9%	3,554	19.2%	
第	J 金融業,保険業	29	1.4%	421	2.3%	
3	K 不動産業,物品賃貸業	72	3.4%	172	0.9%	
次	L 学術研究、専門・技術サービス業	53	2.5%	269	1.5%	
産	M 宿泊業、飲食サービス業	204	9.6%	1,135	6.1%	
業	N 生活関連サービス業、娯楽業	197	9.3%	697	3.8%	
	0 教育,学習支援業	56	2.6%	286	1.5%	
	P 医療,福祉	148	7.0%	3,171	17.2%	
	Q 複合サービス事業	34	1.6%	196	1.1%	
	R サービス業(他に分類されないもの)	157	7.4%	797	4.3%	

数値は、従業員数が1人以上の事業所数を示す。

(従業者数の単位:人)

(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。

本市は前期生産年齢人口(15 歳~35 歳)の転出が多いので、今後さらに従業員の平均年齢が高くなることが予想されます。

表 2-2-18 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

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 1-1-2)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 1-1-1)

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。(表1-1-3)

表 1-1-1 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	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)

※数値は、従業員数が4人以上の事業所数を示します。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%とはなりません。また、産業分類別の製造品出荷額等の総計が表 1-1-2 の平成 24 年の製造品出荷額等と合致しません。

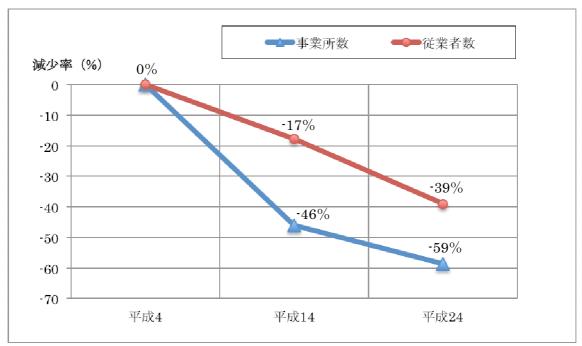
表 1-1-2 事業所数・従業者数・製造品出荷額等の推移

	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

数値は、従業員数が4人以上の事業所数を示す。

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 1-1-3 製造業に関する事業所数・従業者数の減少率の推移



数値は、従業員数が4人以上の事業所数の減少率を示す。

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、 繋がりの希薄性につながっているという課題があります。

今後は、本市の地域経済の産業連関構造を高める取り組み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、「情報発信がうまく出来ない」「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 1-1-4 製造業の可能性と課題

	可能性	課題
第 2 次産業	□ 交通の利便性	□ 同・異業種の連携が希薄
「製造業」	□ 全国発信できる高い技術を有し	□ 情報発信がうまくできない
	ている企業の存在	□ 人材育成の環境が未整備
	□ 恵まれた気候風土	□ 事業戦略が弱い
	□ 災害が少ない	

(2) 商業

<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 年度)によると全産業の事業所のうち 78.9% (1,603 事業所),就業者のうち 64.7% (11,954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 2-1-1 商業・サービス業の事業所数と従業者数

産業分類	事業所	従業者		
卸売, 小売業	35.4% (568 事業所)	29.7% (3,554人)		
宿泊業、飲食サービス業	12.7%(204事業所)	9.5% (1,135人)		
生活関連サービス業、娯楽業	12.3%(197事業所)	5.8% (697人)		
医療, 福祉	9. 2%(148 事業所)	26.5% (3,171人)		
運輸業, 郵便業	4.6% (73事業所)	9.6%(1,151人)		

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・サービス業は、昨今の急激な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言えます。一方、近隣の商圏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、笠岡に比べて高い数値となっています。つまり、隣接する商圏に笠岡から顧客が流出している状況となっているのです。

笠岡の小売業の販売額を増加させるには、近隣の商圏にはないオンリーワンの魅力ある 店舗づくりが必要であると考えられます。

※吸引度指数

例 本市の吸引度指数=本市の人口一人当りの年間商品販売額/岡山県の人口一人当り年 間商品販売額

1を上回っていれば、他地域の商圏から顧客を吸引しているとみなす指標。

表 2-1-2 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)	吸引度指数	
笠岡市	42, 122	55,945	75.29	0.72	

井原市	35, 130	45,606	77.03	0.74
浅口市	26, 980	37,964	71.07	0.68
玉野市	46, 573	66,919	69.60	0.66
総社市	57, 897	66,792	86.68	0.83
倉敷市	495, 850	472,670	104.90	1.00
岡山市	859, 927	685,564	125.43	1.20
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。(岡山県人口一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。(広島県人口一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、レジャーや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増々高くなっています。(表 2-1-3,表 2-1-4)

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。そうした中、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現れています。(表2-1-6,表2-1-7)

※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 2-1-3 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)

資料:平成25年度買い物アンケート(笠岡市)

表 2-1-4 品目別笠岡市民の市外の購入場所・割合

(単位:%)

	福山市 倉敷市		岡山市		鴨方町	浅口市		
	平成	平成	平成	平成	平成	平成	平成	平成
品目	12	25	12	25	12	25	12	25
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・レジャー用品	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	8.0	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)

資料: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 2-1-5 利用店舗業態割合

	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・	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	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ります。

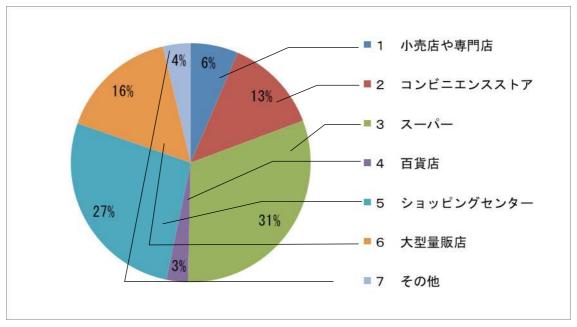
資料:平成25年度買い物アンケート(笠岡市)

(単位:%)

- ※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㈱やユーホー笠岡店などのホームセンター等)

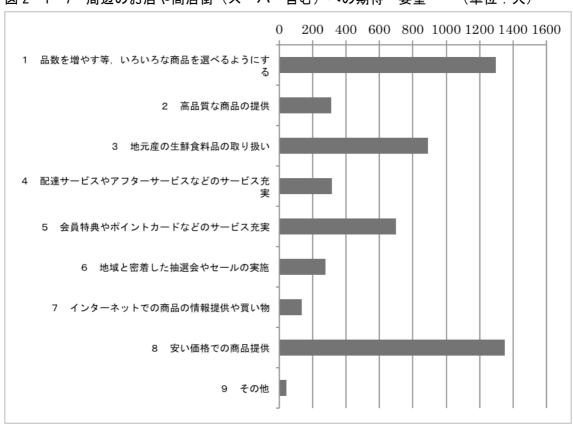
図 2-1-6 近くに欲しいお店

(単位:%)



資料: 平成 25 年度買い物アンケート (笠岡市)

図 2-1-7 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、ショッピングセンター、大型量販店は、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、近圏にはないオン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80万人の 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 2-1-8 商業の可能性と課題

	可能性	課題
商業・サービ	□ 交通の利便性	□ 経営者の高齢化・後継者不足
ス業	□ 福山市,倉敷市を含めた 100 万	□ 情報発信がうまくできない
	人都市の中心に位置する	□ 人材の育成
	□ 国道2号笠岡バイパスの全面開	□ 店舗・施設が少ない
	通	□ 雇用形態が常用でないことが多
	□ 道の駅笠岡ベイファームによる	V
	集客	□ 購買力の市外流出
		□ 魅力ある店舗づくり

(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。

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、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分かります。

表 3-1-1 笠岡市の主要な観光地およ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

[※] 笠岡ベイファーム 平成23年8月オープン

表 3-1-2 笠岡内市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・おしぐらんご	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:笠岡市経済観光活性課調べ

笠岡市経済観光活性課調べ

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。笠岡諸島を活用したツアーのうち笠岡市観光連盟が主催するものは,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人から平成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 3-1-3 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)		
十段	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 3-1-4 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: 笠岡市経済観光活性課調べ

表 3-1-5 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: 笠岡市経済観光活性課調べ

(単位:人)

表 3-1-6 白石島国際交流ヴィラの利用数

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: 笠岡市経済観光活性課調べ

<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。しかし、これまでは「観光業」としての戦略や継続的な取り組みが十分に行われていませんでした。そこで、観光業が非常に重要な役割を果たすため、今後は特に力を入れる必要があります。

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共に、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 3-1-7 観光産業の可能性と課題

	可能性	課題
第3次産業	□ 笠岡諸島・瀬戸内海の環境	□ 同・異業種の連携が希薄
「観光業」	□ 海洋体験ができる	□ 情報発信がうまくできない
「上記以外」	□「かさおかラーメン」などの振興	□ 観光人材の育成
	策の認知度	□ 「観光業」としての戦略が弱い
	□ 海水浴場	□ 宿泊施設が少ない
	□ 「カブトガニ博物館」「竹喬美術	□ 日帰り観光が多い
	館」の入館者数増加傾向	□ 雇用形態が常用でないことが多
	□ 恵まれた気候風土	V
	□ イベント開催による観光客数の	□ ホームページの機能が時代に対
	増加	応していない
		□ 笠岡ブランドの価値が確立して
		いない
		□ 観光客の動向リサーチが出来て
		いない
		□ プロモーション活動が十分でな
		V
		□ 独自のコンテンツが少ない
		□ リピーター増加の取組みが少な
		V

(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、もも、 ぶどう、イチジクなどの果樹、いちご、稲麦、豆類などの穀類、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担い手不足、生産物価格の低迷、 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 の内,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地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、バイオマスタウン構想を策定し、さらに水質保全や異臭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、販売を行う取り組みもみられます。

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 6800 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、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共に,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 4-1-1 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 30a 未満かつ農産物販売金額が年間 50 万円未満の農家

表 4-1-2 農家人口・経営耕地面積

	農家人口	1 (人)	経営耕地面積(ha)			
	総数	農業従事者	総数	田	畑	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 4-1-3 家畜飼育状況

[平成25年8月現在]

区分	乳用牛	肉用牛	豚	鶏	ブロイラー
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、 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、担い手不足などによって漁業従事者が減少しています。

表 4-1-4 漁獲高

[単位: t]

区分	総数	魚類	貝類	その他
平成 18 年度	1, 175	555	43	577
平成 19 年度	1, 207	534	69	604
平成 20 年度	1, 115	528	86	501
平成 21 年度	948	564	15	369
平成 22 年度	836	503	13	330

資料:笠岡市

<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あると考えられます。

※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。

表 4-1-5 農林水産業の可能性と課題

	可能性	課題
第1次産業	□ 恵まれた気候風土	□ 同・異業種の連携が希薄
「農業」	□ 広大な干拓地	□ 食品加工業が少ない
	□ 交通の利便性	□ 商品の付加価値ができていない
	□ 「道の駅」や JA などの直売所が	□ 干拓地の有効利用ができていな
	ある	٧١
		□ 高齢化,後継者の減少

		□ 6次産業化
「水産業」	□ 豊かな海洋資源と漁業	□ 食品加工業が少ない
	□ 恵まれた気候風土	□ 商品の付加価値ができていない
	□ 交通の利便性	□ 高齢化,後継者の減少
		□ 6次産業化

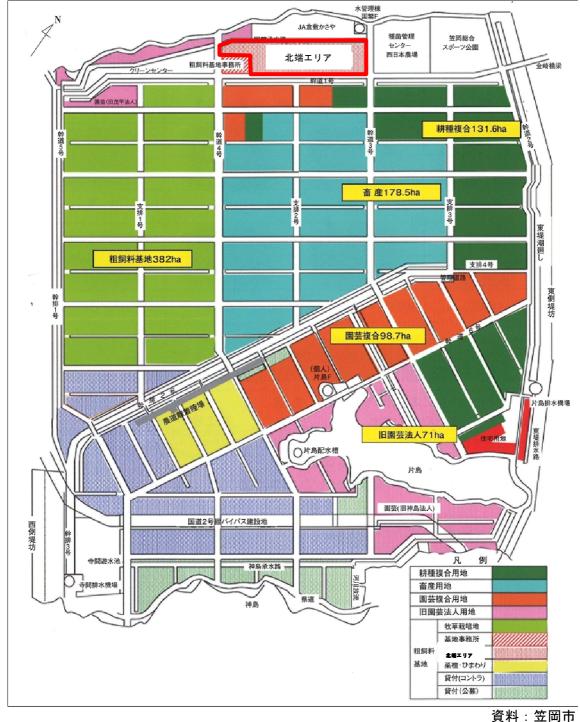


図 4-1-6 干拓地の用地区分図 (図の上部に位置するのが北端エリア)

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。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**を創出し、新事業・新産業が生まれます。

新しく生まれた仕事は、地域に新たな市場・産業を生み出すと共に、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。

※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。 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ある新たな人材を確保し ます。

さらに、産学民金官の連携による「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

産学民金官の連携

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」

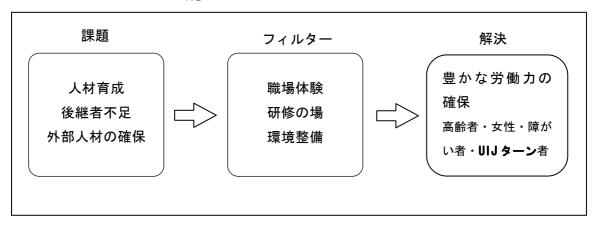
全ての産業分野において新たな人材の育成や後継者の育成が大きな課題であり、産業の活性化にはそれを支える人材づくりが不可欠です。そのため、企業と産業関係団体をはじめとした市民全員と行政とが協働で笠岡の産業を支える人材を育てる仕組みを作ります。

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,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。産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・UIJ **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



※UIJターン: UIJ ターン現象は、以下の3つの人口還流現象の総称。

- ・U ターン現象: 地方から都市へ移住したあと、再び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。
- ・
 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。

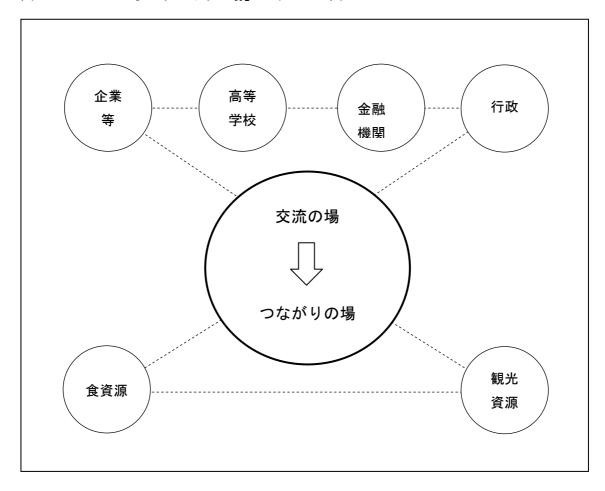
(2) 新事業の創出・既存事業の拡大のための「つながりづくりの場」

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り組みが必要です。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、これまではこれらの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 個々の取り組み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。そのためには、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

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)

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環境と言えます。しかし、本市の位置を考えた場合、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、域内の経済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)

本市の事業所の大半は、中小企業が占めています。市内の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。市内の事業所へのヒアリング調査等を通して、人材育成・情報発信・新規事業の展開などが市内の中小企業が抱える共通の課題として挙げられました。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、個々の事業所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共に、域内経済波及効果を高めることを目指します。

第3の柱:交流による経済活性化(観光振興)

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市内循環に結びつけることにより、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広域的な連携を取組むことにより、さらに効果的な観光振興が図れます。

第5章 重点的な産業振興施策

ここまでで見てきた本市の産業の特徴、産業分類ごとの強みと弱みを踏まえた上で、「笠岡の新しいしごとづくり会議」の意見に基づき、以下に重点的な産業振興施策を提案します。 5-1 から 5-4 までは、主に「新しいしごとづくり会議」からの提案に基づく施策です。また、5-5 から 5-10 までは、事務局内で提案した施策です。			
	施策の体系図を記載します(次項 を参照してください。)		

5-1 新しいしごとづくりのプラットフォーム整備

本市は、倉敷市や福山市と比較すると行政規模が小さいことから、地域の産業特性ニーズが掴みやすく、産学民金官に係る人脈形成が容易な地域です。一方で、市内企業へのヒアリング調査やこのたびの「笠岡の新しいしごとづくり会議」において、企業や起業に興味を抱く者同士の交流の機会が少ないということも明らかになりました。また、さらなる民間活力の利用を促進するため、企業が有するノウハウや、企業の人材を活用できる仕組みづくりが必要であることも明らかになりました。このため、産業振興策を進めるに当たっては、企業同士が連携を図りやすい環境整備の取り組みを行うことが必要です。 そのような視点から、市内の企業や産業に興味を抱く者同士のコミュニケーションを促進し、多様な事業活動に対して専門的かつ総合的な支援を行う場として「新しいしごとづくりのプラットフォーム」の設置を提案します。

そして、「かさおか新しいしごとづくりセンター」(仮称)では、新しいしごとづくり会議に参加した事業者や市民等が今後も集い、提言を行った事業が実際の仕事となるようサポートする役割を担い、本市に新しい仕事をつくっていかなければいけません。それらを通じて、異業種・同業種間の連携を深め、産業人としての人材を発掘・育成し、本市の産業を先導するリーダーを育てていく必要があります。

■施策 1-1 体制 (プラットフォーム) づくり(図 5-1-1)

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」を実現するために、以下2つのプラットフォームの設置が必要です。「かさおか新しいしごとづくりセンター」(仮称)の中には、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」と、地元中小企業振興(内発的産業振興)及び起業(新たな価値による経済活性化)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」及び、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」を設置することを提案します。

情報の受発信については、産業振興のあらゆる場面で重要であることから、それぞれの 部門が積極的に取り組むことが必要です。

また、創業支援のプラットフォームである「かさおか創業サポートセンター」(仮称) の運営を支援することを提案します。

これらのプラットフォームの相互連携を図り、本ビジョンの施策を実現するための中核 として、実効性の高い組織を作ることが必要です。

- ・「かさおか新しいしごとづくりセンター」(仮称)の設置
- 「かさおか創業サポートセンター」(仮称)の運営支援

■施策 1-2 プラットフォームへの専門的コーディネーターの雇用

本市産業振興施策の3本柱を実行するために「かさおか新しいしごとづくりセンター」 (仮称)に専門的なコーディネーターを配置し、市内産業の振興を図ることが必要です。

- ・ ビジネス経験の豊富な専門的コーディネーターの雇用
- ・ 観光ビジネス経験の豊富な専門的コーディネーターの雇用

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」



笠岡の新しいしごとづくりのプラットフォーム

「かさおか新しいしごとづくりセンター」(仮称)

企業誘致推進部門

- ・企業情報の調査・収集
- ・企業誘致の推進 等

地元中小企業振興· 起業支援部門

- ・地場産業の育成
- · 異業種交流会
- 人材育成事業 (インターンシップ・マッ チング等)
- 産業調査分析 等

新しい観光づくり部門

- ・観光情報の収集・提供
- ・観光事業の運営・実施
- ・観光ガイドの育成
- インバウンド誘致
- ・修学旅行の誘致 等



国・県 産業振興財団 笠岡商工会議所 教育機関 その他関係組織等



連携

かさおか創業サポー トセンター(仮称)

- ・支援情報の収集と 提供
- 創業支援
- 個別経営相談 等



連携

農協・漁協 金融機関 笠岡市観光連盟 井笠広域観光協会 その他関連団体等

【事業の具体的内容】

「かさおか新しいしごとづくりセンター」(仮称) について

新しいしごとづくりのプラットフォームである「かさおか新しいしごとづくりセンター」(仮称)には、「新しいしごとづくり」をキーワードとして、地域に新しい風を吹き込む企業誘致を積極的に推進する「企業誘致推進部門」と、地元企業とのコミュニケーションを促進し、多様な事業活動に対して専門的且つ総合的な支援を行うと同時に地域で起業する人が増えるような機運づくりをする「地元中小企業振興・起業支援部門」を設置します。また、「新しい観光づくり」をキーワードとして、産業振興を観光という切り口からアプローチする「新しい観光づくり部門」を設置します。また情報の受発信については、それぞれの部門で特に力を入れて取り組むこととします。

「企業誘致推進部門」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とします。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立地企業のフォローアップなど、誘致活動から立地決定、操業まで、担当職員が迅速に対応します。

「地元中小企業振興・起業支援部門」は、「情報機能」、「相談機能」、「交流機能」、及び「起業支援機能」を有し、そこには製造業を中心とする地元中小企業を振興する専門のコーディネーターを配置します。地元中小企業振興にかかわる事業としては、①市内外企業とのマッチングによるしごとづくり、②異業種交流の場づくり、③事業承継支援、④セミナー等の開催、⑤情報の調査・提供などを行います。

また、起業支援にかかわる事業は、経営計画・指導などの専門的な知識が必要なことから、金融機関や笠岡商工会議所等で構成されている「かさおか創業サポートセンター」(仮称)が中心として行い、本市はセンターや岡山県産業振興財団や関係機関等と緊密に連携を取りながら、①起業教育プログラム構築、②インターンシップの実施、③起業家とのマッチングなど、起業しやすい環境づくりを推進します。

「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て、本市のブランド化を念頭に置きながら、①市内観光資源の調査分析、②ツアーなど観光商品の開発・販売、③観光ガイドの育成、④インバウンド誘致、⑤修学旅行の誘致、⑥観光施策の提言など観光振興に関する施策を推進します。

センターの運営や支援にあたっては、笠岡商工会議所などの市内支援機関はもとより、 国や県の関係機関と連携を取り、外部の人材やノウハウを積極的に生かします。 具体的には、「企業誘致推進部門」では、担当職員はセンターのコーディネーターと連携して、企業訪問や企業情報の収集を進めるほか、岡山県と連携しながら県有地への企業誘致を推進します。また、笠岡商工会議所の会員等民間が有する企業情報が得られるよう定期的に情報を交換する機会が必要です。

「地元中小企業振興・起業支援部門」では、コーディネーターによる企業訪問や企業情報の収集に基づき、岡山県産業振興財団や笠岡商工会議所等と連携しながら、市内外企業とのマッチングによる仕事づくりを支援します。また、笠岡青年会議所や笠岡商工会議所女性部等をはじめとした他の会員とも交流できる異業種・同業種の交流の場をつくり積極的に人的交流が行える機会をつくります。また、事業承継支援にあたっては、企業の抱える課題抽出等を行い、岡山県産業振興財団等と連携し、専門家を派遣し課題解決にあたります。

起業支援に関しては、「かさおか創業サポートセンター」(仮称)や岡山県産業振興財団と連携し、相談者の課題に応じた迅速な支援を行います。また、市内の高等学校をはじめとする教育機関、笠岡商工会議所、市内の事業者等と連携し、起業教育プログラムの構築や、インターンシップの場をつくります。

「新しい観光づくり部門」では、コーディネーターが笠岡市観光連盟、井笠広域観光協会をはじめ民間の観光事業者はもとより、観光事業者以外の産業事業者とも連携し、インバウンドの誘致や産業観光に取組む必要があります。

特に、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づくりによる 一体的な観光業の振興に取組む必要があります。そのため、観光商品の開発やPRなどに ついてデザイナーや総合的なプロデューサーの活用の検討が必要です。一方で、おもてな しをコンセプトとしたガイドの育成など人材の育成も取組む必要があります。

※ワンストップ:1箇所で用事が足りること。1箇所で何でも揃うこと。「─サービス」

※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。

「かさおか創業サポートセンター」(仮称)について

市内で新たな産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、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」(仮称)を設置し、笠岡商工会議所内にその事務所を置きます。

センターでは創業に関する様々な課題を金融機関や商工会議所のノウハウを生かして、 行政機関などとも連携を取りながら一箇所で支援できるよう、①創業相談、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創業希望者に対する支援、②既存の企 業支援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創業に対する情報などの収集、発信などを行います。

創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。

■施策 1-3 プラットフォームを通した効果的な支援

本ビジョン策定にあたって実施した市内事業者へのヒアリング調査などから明らかになった、本市の事業者が抱える共通の課題(企画力、情報収集力)を解決するためにプラットフォームを通して効果的な支援が必要です。

- ・ ワンストップの相談窓口の設置
- ・ 異業種交流の場の設置
- ・ セミナーなどの開催
- アドバイザーの紹介

■施策 1-4 デザインによる付加価値向上支援

デザインの視点から商品の付加価値を向上することを通して、市内産業振興を図ります。 具体的には、商品のパッケージやチラシなどのデザインを相談できる窓口を設け、事業者 とデザイナーのマッチング支援が必要です。

- ・ 商品のデザイン・販路拡大・ブランディングなどに関する相談の場づくり
- ・ デザイナーとのマッチング支援

5-2 情報発信のプラットフォーム整備

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などを通して、明らかになりました。そのような課題を解決するために、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。既存のプラットフォームである「かさおか夢ワーク」のホームページを改修することでより効率的な情報発信環境づくりを行うことが必要です。

■施策 2-1 継続的な情報発信体制作り

情報の受け手に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作りが必要です。担当職員を配置するとともに、市民レポーターを募集し、効果的に情報発信を行う体制作りが必要です。

- 情報発信に特化した人員の配置
- ・ 市民レポーターによる情報発信の推進

■施策 2-2 情報発信の効率化

より効率的な情報発信を行うためには、**SNS** の活用が求められます。また、市外に出店している市内事業者との協力体制を構築し、パンフレットなどを市外に設置することが必要です。

- SNS を活用した情報発信の推進
- 市外での情報発信協力体制の構築
- ・ 外国語のホームページの開設

■施策 2-3 既存ポータルサイト「かさおか夢ワーク」の改修

ポータルサイトである「かさおか夢ワーク」を構築して以降、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。そのような現状に即して「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、市内の事業者がより使い やすく、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。

- 操作性向上の視点からの改修の実施
- ・ カウンター分析にもとづくページ配置の見直し

5-3 海と陸を基軸とした地域資源型産業の振興

近年、「自然・本物・健康・安心」といった国民の志向の高まりから、安心安全な国内産の食品への回帰、島しょ部や中山間地域をはじめとする豊かな自然環境への関心が高まっています。本市においては、風光明媚な笠岡諸島、広大な干拓地などの資源を有し、海産物をはじめとする食の資源も豊かです。しかし、これまでは個々の取り組みはされてきたものの、複数の事業者が連携した一体的な取り組みはあまり行われてきませんでした。本ビジョンでは、こうした視点に立ち、市内にある豊かな地域資源を生かして農商工連携による観光産業や食品産業の発展を目指します。周辺地域にはない特徴的な取り組みを行うことで、他市からも来訪者を受け入れ、交流人口の拡大につなげます。

■施策 3-1 食の資源を活かした産業の振興

本市においては、小規模農家の割合が高く、市場ニーズの多様化、加速化の一方で、農 や食に携わる小規模事業主が個々で適応するには限界があります。その対策として特に 地域経済への波及効果の大きい6次産業化を促進する施策を中心に様々な支援が必要です。

- ・ 販路開拓の支援(展示会へのブース出展料補助・物産展などの情報提供)
- ・ デザイナーとのマッチング支援の検討(再掲)
- ・ 食をテーマとした講演会やセミナー、アグリスクールなど開催の支援
- ・ 食産業従事者との協働による「笠岡ブランド」の再定義
- ・ 食産業従事者同士の交流の場づくりの支援
- ・ マルシェなどのイベントの開催の支援
- 耕作地利用希望者への利用推進支援(農地バンクの情報提供)
- ・ 笠岡の食の魅力を発信するホームページ開設の支援

※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とした農業指導までを包括的に行う学校のこと

※マルシェ:フランス語で「市場」という意味

■施策 3-2 島の資源を活かした観光業の振興

本市には島しょ部の豊かな自然環境や美しい景観,新鮮な海産物などの観光資源があります。これらの地域資源を活用し,来訪者に笠岡の良さや魅力を体感し感動してもらえるような交流産業の育成に対する取り組みが必要です。

- 公設民営の観光まちづくりプラットフォームの設立支援
- ・ 観光まちづくりプラットフォームと新しいしごとづくりセンター(仮称)との連携
- ・ 観光まちづくりプラットフォームの広報支援
- 瀬戸内国際芸術祭への参加の検討
- 特区などによる観光に関する規制緩和の検討
- 離島の港の乗り場環境の改善
- 離島航路の維持確保
- 基本インフラのさらなる充実、ネット環境の改善、法的規制内容調査を検討
- 観光資源開発に対する公的資金の充実を検討
- 観光ニーズに関するアンケート調査などの実施
- ・ 空き店舗・空き家を活用した宿泊施設の整備支援の検討
- ・ 空き店舗・空き家を活用した飲食・物販店舗の整備支援
- 特産品や土産物開発・販路開拓支援
- 修学旅行の誘致推進

■施策 3-3 干拓地を活かした産業の振興

平成2年に完成した笠岡湾干拓地では、県有工業用地の一部への企業誘致や農地の一般配分、貸し付けによる耕作などが進んだものの、農業用地のうち北端エリア22haについてより有効な活用ができていない状況です。また、県有の工業用地23haが分譲できていない状況です。これらを本市の産業振興にとっての大きな資源と捉え、企業誘致などを起爆剤とした雇用創出と税収増を図ります。また、年間約80万人が訪れる道の駅笠岡ベイファームを核とし、体験型観光を推進することが必要です。

- 県有地の工業用地への企業誘致推進
- ・ 粗飼料基地北端エリアへの農業関係企業の誘致促進
- ・ 農業生産法人による営農活動への参入推進
- ・ 粗飼料基地のさらなる有効活用の検討
- ・ 道の駅笠岡ベイファームを核とした体験型観光の推進

5-4 働く意欲のある人たちが安定して働ける雇用環境整備

生産年齢人口が減少し、非生産年齢人口が増加する状況の中で、これからの本市の産業を維持発展させるためには、高齢者・女性・障がい者の雇用環境を整備し、市民全員で本市の産業を支える仕組みを作ることが必要です。

■施策 4-1 女性の雇用環境整備

今後,少子高齢化が進み労働人口が減少していく中で,本市の経済の維持発展のためには,女性の活躍がますます期待されています。女性の活躍は,企業や社会全体を活性化する大きな力となるものです。女性の雇用について社会や職場の意識を変え,女性の就業継続と能力発揮が図られるとともに,公正な処遇と仕事と家庭の両立が可能な就業環境の整備が極めて重要です。

育児で一度仕事を離れた女性が職場復帰しやすい仕組み作りなど、女性の活躍の場を広げるための施策が必要です。

- ・ 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
- ・ 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
- ・ 女性の就職などに関する情報提供
- ・ 優秀企業の視察

■施策 4-2 高齢者の雇用環境整備

本市では、これから急速に高齢化が進行する中で、高齢者がそれぞれのスキルを活かして無理なく働くことができる環境整備が求められます。とりわけ、2012 年から 65 歳を迎えた団塊の世代(1947 年から 1949 年に生まれた人)が定年の時期を迎えることから、これらの人が活躍できる環境整備が喫緊の課題となっています。高齢者の知識・経験は、地域の中小企業において有益に活用できると考えられることから、高齢者と企業のマッチング等高齢者の就労促進につながる仕組み作りなどの施策が必要です。

- ・ 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を検討
- · 高齢者の就労促進につながるソーシャルビジネスの支援
- ・ 高齢者の就労促進につながる施策の検討
- ・ 優秀企業の視察

※ソーシャルビジネス:環境・地域活性化・少子高齢化・福祉・生涯教育など社会的課題 への取り組みを、継続的な事業活動として進めていくこと。

■施策 4-3 障がい者の雇用環境整備

近年、全国的にも事業主の認識と理解が深まりつつありますが、障がい者の雇用・就労 の拡大は大きな課題となっています。

障がい者が自立して生活するためには、その雇用環境の整備が求められますが、障がいのある人の就労については、生計を維持する経済的側面だけでなく、社会の一員として自覚を持つ社会的側面、生きがい等の精神的側面という大きく3つの側面を持っており、きわめて重要な分野となっています。今後も、一人でも多く一般企業での就労につながるよう、障害に配慮した適切な就労の場の確保と条件整備など、きめ細かな対策を総合的に講じることが重要です。

本市の産業振興においては、①障がい者雇用の広報・啓発の充実、②就労の促進・定着 支援を行う必要があります。特に障がい者の収入を向上するためにも、就労支援施設や作 業所で作られる製品の付加価値を高めることの支援や、一般企業と障がい者との就労のた めのマッチングの機会を作ることが必要です。

- 障がい者の就労後のフォロー体制の整備の検討
- ・ 障がい者のインターンシップ事業への助成の検討
- 障がい者雇用を考える異業種交流会の設置検討
- ・ 就職説明会などを通した福祉施設と産業界の連携の検討
- 優秀企業の視察
- 障がい者雇用奨励金交付制度(既存)

5-5 市内中小企業への支援の拡充

本市の企業のうち大部分は中小企業が占めています。中小企業が市民生活を支え、地域の経済を牽引しています。中小企業が元気になることにより、新たな雇用を生み、定住人口の増加につながります。

地元中小企業の振興のためには、①資金調達、②販路開拓、③人材確保・育成を積極的 に支援していかなければなりません。

■施策 5-1 新たな融資制度の創設

中小企業に対する支援を拡充し,経営基盤の強化・安定化を図るため新たな融資制度が 必要です。

- ・ 市小口零細企業保証制度の創設
- ・ 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
- ・ 設備投資促進補助金の創設

■施策 5-2 既存融資制度の見直し

中小企業の資金需要を勘案しながら融資制度が最適な運営ができるように従来の制度の見直しが必要です。

- ・ 小規模企業対策資金保証融資(市小口制度)の見直し
- ・ 市小口保証料補給金の見直しの検討

■施策 5-3 新たな販売支援制度の創設及び既存制度の見直し

中小企業は, 販路開拓において企画力や情報収集力が不足しています。個別の経営支援については, かさおか創業サポートセンター(仮称)が専門性の高い経営指導力や豊富な金融商品情報を活用して実施しますが, 販路開拓については, 企業, センター, 行政が連携し積極的に進める施策が必要です。また, 新商品の開発や, 新分野への進出など, 中小企業が新たな挑戦を行える環境づくりを積極的に支援する必要があります。

- ・ 地域産業活性化推進事業等助成金の見直し
- ・ 同上制度の見直し (展示会, 見本市のブース出展料の補助)
- ・ 同上制度の見直し (インターネット活用事業者への補助)
- ・ 物産展などの情報提供
- ・ 商品デザイン支援の創設
- ・ 新商品、新サービスの開発や、新分野への進出の支援

■施策 5-4 人材確保・育成及び事業承継支援

中小企業にとって、優れた人材がその企業の経営を左右することがあるため、若い人材 を円滑に確保できる環境を整えることが重要です。また、従業員の人材の育成に力を入れ て、技術の伝承を含めた、経営ノウハウの承継を行っていかなければなりません。

また、中小企業における代表者の平均年齢は年々高まる傾向にあります。代表者から後継者への承継が上手く行かず、廃業に追い込まれる事例も見受けられます。市内中小零細企業へ事業承継支援が必要です。

- ・ 地元企業と学生の就職説明会の開催 (既存)
- ・ インターンシップ受け入れ企業への補助の創設
- ・ 企業の人材育成事業費の補助
- ・ 高等学校と産業界の連携による地元産業人材の育成
- · 新規学卒者支援事業 (既存)

5-6 商業の振興

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や経営者の高齢化、後継者不足といった構造的な問題を抱え、地域商業を支えてきた商店を取り巻く経営環境は厳しさを増しています。そのような中で、空き店舗が増加し、商業の賑わいが失われていることが大きな課題となっています。

市内から事業主が居なくなることは、大手事業者へ市内の購買力が流れていき市内経済の循環が鈍ると同時に、その大手事業者が撤退した後に、市内で購入する手段が無くなるという危険性をはらんでいます。

一方で、起業支援事業補助金制度の活用などにより、本市で起業する新規事業者の方は 年々増加傾向にあります。過去3年以内に起業した事業者へのヒアリングを通して、店舗 の確保が困難であり、立地条件の良い場所があっても、テナント料の金額から実際の契約 に繋がらないとの課題が明らかになりました。

■施策 6-1 空き店舗・空き家再活用の推進

空き店舗・空き家を新規事業の開始や二次創業のために事業者が借りた場合,その改修 費用及びテナント料の一部について助成することにより,既存の資産を活用した商業振興 を図りながら,空き店舗や空き家を解消していく施策を進めていかなければなりません。

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

5-7 起業しやすい環境の整備

起業は市内の産業に新しい風を起こし、新たな雇用を生み出します。かさおか創業サポートセンター(仮称)が専門性を生かして主として起業を始めるまでの資金計画、運営計画などのサポート、起業後のサポート支援や起業しやすいまちであるイメージ作りを広めます。行政は、センターと連携して起業者の側面支援をすることが必要です。

■施策 7-1 起業支援制度の拡充

起業にあたってのスタートアップの支援だけでなく、起業前のスキルアップや起業後の フォローなども含めたトータルなサポートが必要です。

- · 起業支援事業補助金 (既存)
- · 創業塾支援事業補助金 (既存)
- ・ かさおか創業サポートセンター(仮称)の運営支援(再掲)

■施策 7-2 起業支援に向けた環境整備

地域で起業する人を増やすためには、助成金など制度面の環境整備に加え、起業する人を地域で応援する機運作りが重要です。また、中高生の頃から「起業」をテーマにした授業を行ったり、若者が起業するきっかけを作るインターンシップの場などを整備するなど、各段階に応じた教育機会を作ることなども必要です。また、図書館などに起業をテーマとした本を集めたコーナーを作るなど、必要な時に情報収集がしやすい環境を作ることも必要です。

- ・ インターンシップなどの体験型育成プログラムの構築
- ・ 中高校生に向けた「起業」をテーマとした教育プログラムの検討
- ・ 起業に関する書籍などを集めた情報コーナーの設置を検討

5-8 企業誘致の推進

雇用の場が不足している本市にとっては、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)工業用地に企業を誘致することで多くの雇用が生まれます。その為には企業誘致の専門部門を設け、担当職員を配置し、企業からの打診や提案・情報に対応できる体制を構築することが必要です。

本市の産業振興にとっては、企業を誘致すること自体が目的ではなく、本市全体の地域 産業の振興にいかにつなげるか、という視点が重要です。本市には既存の中小企業が多く 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 果を発揮するように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。

企業誘致を本市の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存在せず、客観的な指標に基づく産業振興戦略をたてることが難しいという課題があります。今後は、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すすめ、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、長期的視点に立って、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ことも重要です。そのためには、「企業の城下町化」するよりリーディング産業を中心として「里山的」に様々な業界の企業が地元企業とともに相互扶助的に存在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。

■施策 8-1 企業誘致の推進

本市の産業振興においては、企業誘致・雇用の創出が最重要課題の一つです。本市に企業誘致する用地としては、平成2年に完成した笠岡湾干拓地にある農業用地(北端エリア22ha)と岡山県が有する笠岡港工業用地(県有地23ha)があります。これらを本市の産業振興にとっての大きな資源と捉え、企業誘致等を起爆剤とした雇用創出と税収増を図ることが必要です。

また、本市には県が所有する工業用地以外に公的な工業用地がないことから企業誘致には民地の活用を進めなければなりません。そのため**オーダーメイド方式**の活用や土地を手放しやすい制度の検討が必要です。本市がオーダーメイド方式で企業誘致に対応するためには、まず市場で企業のニーズを掘り起すことから始め、情報収集と分析により企業のニーズを適切に把握することが重要です。

- ・笠岡湾干拓地にある農業用地 (北端エリア 22ha) の企業誘致の検討
- ・笠岡港工業用地(県有地 23ha)の企業誘致推進
- ・オーダーメイド方式の検討
- ・土地を手放しやすい制度の検討

※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ってから工業団地を造成すること。

■施策 8-2 企業誘致の制度的基盤整備

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うことが必要です。また、緑地面積を見直すことで、本市に進出しようとする企業、及び市内の既存企業の設備増設の意欲を高めます。

これらの企業誘致においては情報の有無が誘致に大きく影響します。そのためには 不動産関係団体等と連携し、民有地情報の収集が必要です。また、個人からの情報提供については、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 に対して報奨金制度の検討なども必要です。

- ・ 笠岡市企業立地促進奨励金の見直し
- ・ 緑地面積基準の見直し
- ・ 物流施設誘致促進奨励金の見直し
- · 新設工場等設置奨励金 (既存)
- · 企業競争力促進奨励金 (既存)
- · 新設土地造成促進奨励金 (既存)
- · 情報提供報奨金制度

5-9 交流人口の拡大

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無くします。 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。また,これからの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止まらず,地域の振興につながらなければなりません。地域振興を実現するためには,観光入込客の増加と共に、地域での仕事づくり(雇用の創出)が重要です。

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→ロングスティ→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)が実現するよう取り組むこと、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り組むこと、④本市をブランド化することが重要です。

■施策 9-1 観光振興の推進

交流人口拡大は、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、外国からの観光客を増やす施策に取り組むとともに、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り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ることが必要です。

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との連携の検討が必要です。また、新たな観光資源となっている道の駅笠岡ベィファームを拠点として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の支援が必要です。

- ・ 広域観光の推進
- ・ 外国人誘致サイトの製作(再掲)
- ・ 外国人サイト管理料
- ・ 外国人用観光案内看板・パンフレット等の整備
- ・ 瀬戸内国際芸術祭の検討(再掲)
- ・ 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(再掲)
- 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

■施策 9-2 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す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取組みが重要です。

- 修学旅行の誘致推進(再掲)
- · 修学旅行誘致事業助成金 (既存)
- · 市内小学生海事研修費補助金

■施策 9-3 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・見直しが必要です。

- ・ 観光案内看板・パンフレット等の整備
- ・ 離島の港の乗り場環境の改善(再掲)
- ・ 補助金等の新設・見直し

■施策 9-4 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価値が未だ確立していないのが現状です。

今後,本市の労働人口の減少が想定される中では,既存の商品なども含めて付加価値の 高い商品・サービスにシフトしていく必要があります。そのためには,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、「笠岡ブランド推進協議会」を設置しています。

今後は、笠岡ブランド推進協議会を中心として、ブランドに関する研修、ブランドの再 定義を行い、笠岡ブランドの商品・サービスを開発の検討が必要です。

- ・ ブランド塾の開催
- ・ 笠岡ブランドの再定義(再掲)
- ・ 笠岡ブランド推進協議会の支援

■施策 9-5 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。そのため多様な業種が交流できる場を設け、その中から商品 化ができるようマッチングの支援が重要です。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すが、流通、プロモーショ ンまでを小規模事業主が個々で取り組むには限界があります。このため販路開拓支援など の施策が必要です。

- ・ 食産業従事者同士の交流の場づくりの支援(再掲)
- ・ 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(再掲)
- ・ デザイナーとのマッチング支援の検討(再掲)
- ・ 笠岡の食の魅力を発信するホームページ開設の支援(再掲)
- ・ 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)(再掲)

5-10 戦略的な産業振興施策の立案

市内外の産業の動向把握を経験や勘に頼るのではなく、定期的に調査・分析したデータに基づき戦略的に産業振興に取り組んで行かなければなりません。

また、産業振興は、市民と行政が協働しながら実践することが求められています。 そのため、市民の協力が得られるよう得られた情報は、積極的に市民に公開し、市民との 情報共有を図ることが必要です。

■施策 10-1 産業に関する情報調査・分析・発信

- · 誘致企業情報の収集
- ・ 市内企業の情報収集
- ・ 企業・消費者アンケート調査の実施
- ・ かさおか夢ワークの改修(再掲)
- ・ GIS を使った「まちの情報分析」の導入を検討
- ・ 市民への情報公開

※GIS: geographic information systems の略。地理情報システム。コンピューター上に 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。

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」(仮称)設立
- 産業振興施策の実施

現状・ニーズ把握 データ収集

地元企業など



商工会議所 岡山県 産業振興財団



平成 28 年度

- ・企業・消費者アンケート実施
- インバウンド誘致

平成 29 年度

- ・リーディング組織設立
- 笠岡市産業連関表作成
- ・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

第4章 産業振興の基本理念と基本方針



行政

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