

# 津山市成長戦略

～ 地域経済の活性化と新たな雇用の創造に向けて～

平成26年2月

津山市



# 目 次

策定の目的	1
第1章 津山市の現状分析	
. 統計等でみた現状	2
1 . 人口	2
2 . 産業構造	7
3 . 農業	11
4 . 製造業	12
5 . 卸売業, 小売業	16
6 . 観光	19
. 企業・事業所アンケート調査結果	20
1 . 調査の概要	20
2 . 回答企業の概要	20
3 . 取り組んでみたい事業分野	25
4 . 必要な経営資源	30
5 . 成長産業の育成に対する支援策	33
6 . 高く評価できる事業環境	36
7 . 活用すべき地域資源	38
8 . 有望な産業分野	43
9 . 産業活性化、雇用確保のために重要な施策	46
. 聞き取り調査結果	47
1 . 調査の概要	47
2 . 津山市の特性	47
3 . 津山市産業の課題	50
4 . 今後の産業振興に必要とされる取り組み	52
5 . その他	54
. 社会経済環境の動向	55
1 . 今後の伸びが期待される産業分野	55
2 . 人口減少(少子高齢化)	56
3 . グローバル化	57
4 . エネルギー	60
5 . 環境	61
6 . 情報化	61
7 . 観光	62

8 . 農林水産業	63
9 . 人材育成	63
10 . 大都市集中	64
11 . 財政悪化	65
12 . モノからソフトへ	66
. 津山市産業の S W O T 分析	67
1 . 強み ( Strengths )	68
2 . 弱み ( Weakness )	68
3 . 機会 ( Opportunities )	68
4 . 脅威 ( Threats )	69
第 2 章 成長戦略の基本方向	
1 . 基本方向の視点	72
2 . 成長のエンジンとなる分野	73
3 . S W O T 分析にみた分野別の特性・課題等	75
4 . 分野別戦略	82
5 . 横断的戦略	88
津山市成長戦略の総括	90
<b>参考資料</b>	
津山市成長戦略に寄せて	
「地域ブランディング」による経済の自立	91
( 一般財団法人 岡山経済研究所 前常務理事 大崎泰正 )	

### 1．策定の目的

津山市は美作国の誕生（713年）以来、一貫して美作地域の政治・経済・文化の中心としての役割を担ってきた。また、出雲街道の要衝として栄え、近世には城下町が築かれ、現在のまちの基礎が形成された。

高度経済成長期には中国縦貫自動車道の開通を契機として、企業の立地や産業の集積が進み、内陸型工業都市として発展した。

一方で、我が国をとりまく環境は、人口減少、少子高齢化の急速な進行、経済のグローバル化の進展、高度経済成長を遂げる新興国との国際競争の激化、東日本大震災後のエネルギー供給制約の懸念等により、国内の経済・産業はかつて経験したことのない困難な局面にある。

津山市が将来に向けて持続可能なまちづくりを進めていくためには、産業の成長と雇用の創出が最も重要であり、多様化する社会環境を敏感に捉えた効果的かつ戦略的な取り組みが必要となる。

そのためには、津山らしいコアコンピタンス（核となる能力・分野）を明らかにし、そこに集中的に投資することで、地域外からの需要を取り込み、地域内で循環させる成長のシステムを構築しなければならない。ここに、そのための取り組みの指針を示すことを目的として、津山市成長戦略を策定する。

### 2．取り組みの期間

平成26年度から平成35年度までの10年間を目標とする。

## 第1章 津山市の現状分析

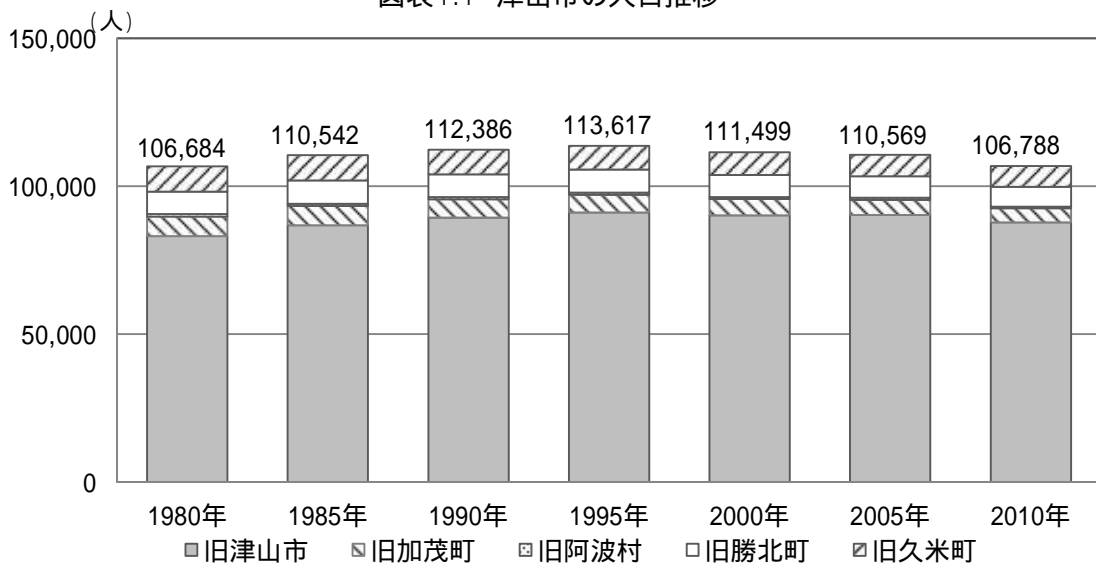
### ．統計等でみた現状

#### 1．人口

##### (1)人口の現状

国勢調査によると、岡山県全体の人口は2005年にピークを迎えているのに対して、津山市は1995年の113,617人をピークに、漸減傾向が続いている。2010年の津山市人口は106,788人と、1995年に比べて6.0%の減少となっている。

図表1.1 津山市の人口推移



資料:総務省「国勢調査」

図表1.2 津山市の人口推移

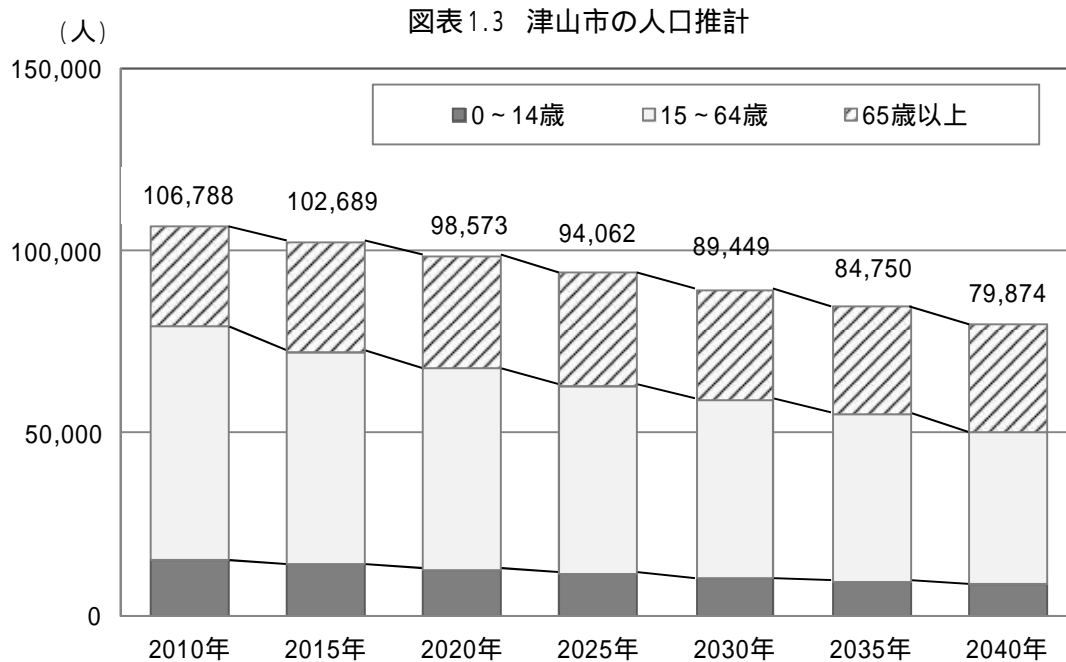
	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年
旧津山市	83,136	86,837	89,400	91,170	90,156	90,301	87,774
旧加茂町	6,577	6,439	6,139	5,913	5,478	5,102	4,755
旧阿波村	845	818	755	711	681	663	576
旧勝北町	7,638	7,818	7,673	7,800	7,512	7,247	6,717
旧久米町	8,488	8,630	8,419	8,023	7,672	7,256	6,966
津山市	106,684	110,542	112,386	113,617	111,499	110,569	106,788
岡山県	1,871,023	1,916,906	1,925,877	1,950,750	1,950,828	1,957,264	1,945,276

資料:国勢調査

(2) 将来人口

国立社会保障・人口問題研究所による将来人口推計によれば、日本国内の人口減少が続く中で、津山市の人口も減少傾向が続くことが予測されている。2020年は10万人を下回り、2040年には8万人を割り込む見込みである。大規模工場の立地など大きな変化がない限り、人口減少の流れに歯止めをかけることが難しいと考えられる。

年齢別人口では、年少人口(0～14歳)と生産年齢人口(15～64歳)が減少し、老年人口(65歳以上)が増加して高齢化が一層進むことが予想されている。



注：2010年は実績値、2015年以降は推計値  
資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

図表1.4 津山市の人口推計

(単位：人、%)

	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
(人数)							
0～14歳	15,155	13,986	12,578	11,322	10,199	9,462	8,898
15～64歳	64,196	58,680	55,183	52,006	49,299	46,022	41,776
65歳以上	27,437	30,023	30,812	30,734	29,951	29,266	29,200
合計	106,788	102,689	98,573	94,062	89,449	84,750	79,874
(割合)							
0～14歳	14.2	13.6	12.8	12.0	11.4	11.2	11.1
15～64歳	60.1	57.1	56.0	55.3	55.1	54.3	52.3
65歳以上	25.7	29.2	31.3	32.7	33.5	34.5	36.6
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

(3) 就業人口

2010年の国勢調査によると、津山市の就業人口は50,472人である。産業3部門別人口では、第1次産業は2,982人（構成比5.9%）、第2次産業は13,125人（同26.0%）、第3次産業は30,719人（同60.9%）となっている。産業3部門別人口の構成比の推移をみると、第1次産業、第2次産業のウエイトが次第に低下している。

図表1.5 津山市の産業3部門別人口の推移

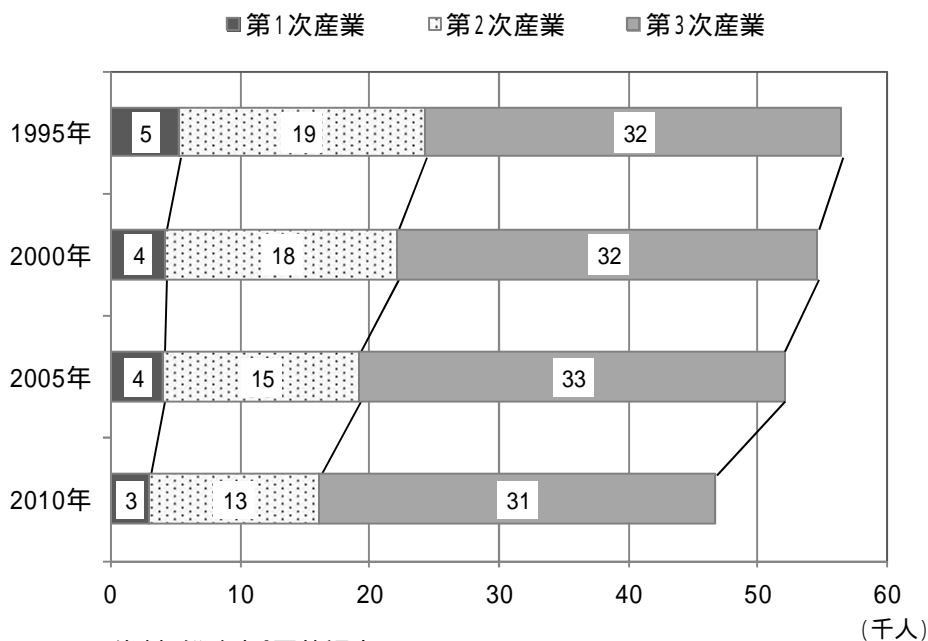
区分	実数（就業人口）				増加率（%）		
	1995年	2000年	2005年	2010年	1995-2000	2000-2005	2005-2010
総数	56,613	54,805	52,842	50,472	3.2	3.6	4.5
第1次産業	5,293	4,266	4,090	2,982	19.4	4.1	27.1
第2次産業	19,130	17,995	15,185	13,125	5.9	15.6	13.6
第3次産業	32,122	32,461	32,923	30,719	1.1	1.4	6.7
	構成比（%）						
総数	100.0	100.0	100.0	100.0			
第1次産業	9.3	7.8	7.7	5.9			
第2次産業	33.8	32.8	28.7	26.0			
第3次産業	56.7	59.2	62.3	60.9			

注1：就業人口は現在の市域を対象とした数値である。

注2：総数には分類不能の就業者を含む。

資料：総務省「国勢調査」

図表1.6 津山市の産業3部門別人口の推移





(4) 日常の交流

2010年の国勢調査により就業者・通学者の状況をみると、まず津山市に住んでいる人のうち就業している人(津山市で常住する就業者数)・通学している人(15歳以上)は55,912人である。そのうち、津山市内で就業している人・通学している人は44,082人(構成比78.8%)と8割近くを占めている。また、津山市外に通勤・通学している人が最も多い市町村は勝央町(同3.6%)で、次いで鏡野町(同2.7%)、美作市(同2.1%)、美咲町(同1.9%)の順となっている。

一方、居住地に関係なく津山市内で就業する人・通学する人(15歳以上)は58,796人である。そのうち、津山市外から市内に就業している人・通学している人が最も多い市町村は美咲町(同3.9%)で、次いで鏡野町(同3.8%)、美作市(同3.0%)の順となっている。

国勢調査によると、津山市の夜間人口(常住地による人口)は106,788人、昼間人口は108,597人で、昼夜間人口比率(昼間人口/夜間人口×100)は101.7と100を僅かに上回り、近隣の市町村からの流入がみられる。

$$\text{昼間人口} = \text{夜間人口} - \text{ある市から他地域へ通勤・通学している人} + \text{他地域からある市へ通勤・通学している人}$$

図表1.7 津山市に常住する人の通勤先・通学先

就業先・通学先	津山市内に常住する就業者・通学者(人)			
		構成比(%)	就業者(人)	通学者(人)
津山市	44,082	78.8	39,491	4,591
津山市以外	10,371	18.5	9,626	745
岡山市	847	1.5	601	246
真庭市	879	1.6	823	56
美作市	1,185	2.1	1,142	43
新庄村	3	0.0	3	-
鏡野町	1,518	2.7	1,518	-
勝央町	2,009	3.6	1,899	110
奈義町	766	1.4	765	1
西粟倉村	6	0.0	6	-
久米南町	322	0.6	274	48
美咲町	1,074	1.9	1,074	-
その他岡山県内	344	0.6	308	36
岡山県外	343	0.6	230	113
総計	55,912	100.0	50,472	5,440

注：総計には就業先・通学先の不詳を含む。

資料：総務省「国勢調査」(2010年)

図表 1.8 津山市に通勤・通学する人の常住地

常住地	津山市内での就業する人・通学する人 (人)			
		構成比 (%)	就業者	通学者
津山市	44,082	75.0	39,491	4,591
津山市以外	12,180	20.7	10,361	1,819
岡山市	754	1.3	711	43
真庭市	1,553	2.6	1,337	216
美作市	1,748	3.0	1,412	336
新庄村	15	0.0	9	6
鏡野町	2,232	3.8	1,932	300
勝央町	1,370	2.3	1,209	161
奈義町	783	1.3	651	132
西粟倉村	22	0.0	14	8
久米南町	504	0.9	397	107
美咲町	2,284	3.9	1,951	333
その他岡山県内	500	0.9	420	80
岡山県外	415	0.7	318	97
総計	58,796	100.0	52,190	6,606

注：総計には従業地・通学地の不詳を含む。

資料：総務省「国勢調査」(2010年)

## 2. 産業構造

### (1) 就業構造

津山市の就業構造を従業地での産業別就業者数でみると、就業者数の最も多い産業は「卸売業、小売業」(9,362人)、「製造業」(8,181人)、「医療、福祉」(6,809人)の順となっている。津山市を岡山県全体と比較すると、就業者の構成比に大きな差異はみられないが、相対的に「卸売業、小売業」「医療、福祉」「農業、林業」の構成比が若干高いことがうかがえる。

図表1.9 従業地ベースの産業別就業者数と構成比

	津山市	岡山県	全国	
実数 (人)	農業、林業	2,868	41,793	2,204,530
	うち農業	2,645	40,429	2,135,977
	漁業	0	1,312	176,885
	鉱業、採石業、砂利採取業	11	406	22,152
	建設業	4,175	70,468	4,474,946
	製造業	8,181	168,548	9,626,184
	電気・ガス・熱供給・水道業	384	4,003	284,473
	情報通信業	416	12,454	1,626,714
	運輸業、郵便業	2,183	50,591	3,219,050
	卸売業、小売業	9,362	145,688	9,804,290
	金融業、保険業	1,151	19,066	1,512,975
	不動産業、物品賃貸業	612	11,219	1,113,768
	学術研究、専門・技術サービス業	989	20,753	1,902,215
	宿泊業、飲食サービス業	2,546	44,245	3,423,208
	生活関連サービス業、娯楽業	1,781	30,116	2,198,515
	教育、学習支援業	2,329	43,784	2,635,120
	医療、福祉	6,809	107,987	6,127,782
	複合サービス事業	583	7,272	376,986
	サービス業(他に分類されないもの)	2,365	43,997	3,405,092
	公務(他に分類されるものを除く)	1,832	27,537	2,016,128
分類不能の産業	3,613	44,514	3,460,298	
合計	52,190	895,753	59,611,311	
構成比 (%)	農業、林業	5.5	4.7	3.7
	うち農業	5.1	4.5	3.6
	漁業	0.0	0.1	0.3
	鉱業、採石業、砂利採取業	0.0	0.0	0.0
	建設業	8.0	7.9	7.5
	製造業	15.7	18.8	16.1
	電気・ガス・熱供給・水道業	0.7	0.4	0.5
	情報通信業	0.8	1.4	2.7
	運輸業、郵便業	4.2	5.6	5.4
	卸売業、小売業	17.9	16.3	16.4
	金融業、保険業	2.2	2.1	2.5
	不動産業、物品賃貸業	1.2	1.3	1.9
	学術研究、専門・技術サービス業	1.9	2.3	3.2
	宿泊業、飲食サービス業	4.9	4.9	5.7
	生活関連サービス業、娯楽業	3.4	3.4	3.7
	教育、学習支援業	4.5	4.9	4.4
	医療、福祉	13.0	12.1	10.3
	複合サービス事業	1.1	0.8	0.6
	サービス業(他に分類されないもの)	4.5	4.9	5.7
	公務(他に分類されるものを除く)	3.5	3.1	3.4
分類不能の産業	6.9	5.0	5.8	
合計	100.0	100.0	100.0	

資料: 総務省「国勢調査」(2010年)

## (2) 特化係数でみた産業構造

津山市の産業構造を国勢調査の就業者数（従業地ベース）による特化係数をみると、産業大分類で特化係数が1を超えている産業、つまり全国に比べて特化の度合いが強い産業は、郵便局、農業協同組合などの「複合サービス業」（1.77）「電気・ガス・熱供給・水道業」（1.54）などである。

就業者数2,000人以上の産業のうち、特化係数が1を超えている産業は「農業、林業」（1.49）「医療、福祉」（1.27）「卸売業、小売業」（1.09）「建設業」（1.07）などとなっている。

### 特化係数とは

地域の産業構造の特徴を把握するために、津山市の産業別の構成比を全国の産業別の構成比で除することにより、津山市の産業構造が全国平均に比較してどの程度のかたよりをもっているかを調べる方法である。このように津山市の構成比 / 全国の構成比という算式で計算した比率を特化係数という。ただし、特化係数は全国に対する津山市の相対的な特徴をあらわすものであって、津山市の内部構造をとらえるものではない。

図表 1.10 津山市の就業者数からみた特化係数

産業大分類	就業者数 (人)	特化係数 (指数)
総数	52,190	-
農業、林業	2,868	1.49
うち農業	2,645	1.41
漁業	0	0.00
鉱業、採石業、砂利採取業	11	0.57
建設業	4,175	1.07
製造業	8,181	0.97
電気・ガス・熱供給・水道業	384	1.54
情報通信業	416	0.29
運輸業、郵便業	2,183	0.77
卸売業、小売業	9,362	1.09
金融業、保険業	1,151	0.87
不動産業、物品賃貸業	612	0.63
学術研究、専門・技術サービス業	989	0.59
宿泊業、飲食サービス業	2,546	0.85
生活関連サービス業、娯楽業	1,781	0.93
教育、学習支援業	2,329	1.01
医療、福祉	6,809	1.27
複合サービス事業	583	1.77
サービス業（他に分類されないもの）	2,365	0.79
公務（他に分類されるものを除く）	1,832	1.04
分類不能の産業	3,613	1.19

注：網かけ箇所は特化係数1以上の産業である。

資料：総務省統計局「国勢調査」（2010年）

別の角度から特化係数をみると、「経済センサス-活動調査」(2012年)の民営事業所従業者数ベースの特化係数によれば、産業大分類で特化係数が1を超えている産業は「複合サービス事業」(1.90)、「電気・ガス・熱供給・水道業」(1.73)、「医療,福祉」(1.45)、「建設業」(1.14)などとなっている。

民間事業所従業者数を根拠とする特化係数をベースとする「農林漁業」は従業者数が少なく、事業所単位の営農が少ないためか、特化係数は0.87と1を下回っている。一方、「製造業」の特化係数は1.07と1を上回っている。

図表1.11 津山市の従業構造(民営事業所従業者)からみた特化係数1

産業大分類	従業者数 (人)	同 割合 (%)	特化係数 (指数)
全産業	45,456	100.0	
農林漁業	246	0.5	0.87
鉱業,採石業,砂利採取業	2	0.0	0.11
建設業	3,625	8.0	1.14
製造業	8,171	18.0	1.07
電気・ガス・熱供給・水道業	285	0.6	1.73
情報通信業	331	0.7	0.24
運輸業,郵便業	1,871	4.1	0.70
卸売業,小売業	10,300	22.7	1.06
金融業,保険業	1,080	2.4	0.86
不動産業,物品賃貸業	947	2.1	0.80
学術研究,専門・技術サービス業	848	1.9	0.66
宿泊業,飲食サービス業	4,087	9.0	0.93
生活関連サービス業,娯楽業	1,727	3.8	0.85
教育,学習支援業	1,025	2.3	0.74
医療,福祉	7,329	16.1	1.45
複合サービス事業	537	1.2	1.90
サービス業(他に分類されないもの)	3,045	6.7	0.83

注:網かけ箇所は特化係数1以上の産業である。

資料:総務省「経済センサス-活動調査」(2012年)

「経済センサス-基礎調査」(2009年)で、従業者数の多い「建設業」「製造業」「卸売業,小売業」「宿泊業,飲食サービス業」「医療,福祉」の内訳は下記のとおりである。

- ・「建設業」で特化係数が高いのは総合工事業(1.49)である。
- ・「製造業」は特化係数が高い順に、電子部品・デバイス・電子回路製造業(4.26)、木材・木製品製造業(3.30)、はん用機械器具製造業(2.19)、家具・装備品製造業(1.62)、パルプ・紙・紙加工品製造業(1.60)などとなっている。こうした製造業は全国に比べて特化度が強いとみられる。
- ・「卸売業,小売業」で特化係数が高いのは、機械器具小売業(1.68)、その他の小売業(1.35)

などである。

- ・「宿泊業, 飲食サービス業」の特化係数は、持ち帰り・配達飲食サービス業が1.00である。
- ・「医療, 福祉」は、医療業、保健衛生、社会保険・社会福祉・介護事業ともに特化係数が高く、一定の集積がみられる。
- ・「情報通信業」の特化係数が低く、情報系人材の受け皿が不足していると考えられる。

図表 1.12 津山市の従業構造(民営事業所従業者)からみた特化係数<sup>2</sup>

産業分類	特化係数 (指数)	産業分類	特化係数 (指数)
農 業	1.25	運輸業, 郵便業	0.67
林 業	3.26	卸売業, 小売業	1.10
漁業(水産養殖業を除く)	-	各種商品卸売業	-
水産養殖業	0.41	繊維・衣服等卸売業	0.12
鉱業, 採石業, 砂利採取業	1.61	飲食料品卸売業	0.82
建設業	1.17	建築材料, 鉱物・金属材料等卸売業	1.07
総合工事業	1.49	機械器具卸売業	0.94
職別工事業(設備工事業を除く)	1.12	その他の卸売業	0.66
設備工事業	0.72	各種商品小売業	1.13
製造業	0.93	織物・衣服・身の回り品小売業	1.10
食料品製造業	0.84	飲食料品小売業	1.06
飲料・たばこ・飼料製造業	0.33	機械器具小売業	1.68
繊維工業	1.26	その他の小売業	1.35
木材・木製品製造業(家具を除く)	3.30	無店舗小売業	0.84
家具・装備品製造業	1.62	金融業, 保険業	0.97
パルプ・紙・紙加工品製造業	1.60	不動産業, 物品賃貸業	0.81
印刷・同関連業	0.52	学術研究, 専門・技術サービス業	0.65
化学工業	0.26	宿泊業, 飲食サービス業	0.91
石油製品・石炭製品製造業	0.63	宿泊業	0.51
プラスチック製品製造業	0.51	飲食店	0.97
ゴム製品製造業	0.02	持ち帰り・配達飲食サービス業	1.00
なめし革・同製品・毛皮製造業	0.88	生活関連サービス業, 娯楽業	0.93
窯業・土石製品製造業	0.48	洗濯・理容・美容・浴場業	1.02
鉄鋼業	0.69	その他の生活関連サービス業	0.71
非鉄金属製造業	0.59	娯楽業	0.92
金属製品製造業	1.13	教育, 学習支援業	0.63
はん用機械器具製造業	2.19	学校教育	0.70
生産用機械器具製造業	0.75	その他の教育, 学習支援業	0.55
業務用機械器具製造業	0.09	医療, 福祉	1.46
電子部品・デバイス・電子回路製造業	4.26	医療業	1.38
電気機械器具製造業	0.25	保健衛生	1.98
情報通信機械器具製造業	-	社会保険・社会福祉・介護事業	1.56
輸送用機械器具製造業	0.08	複合サービス事業	1.58
その他の製造業	0.56	郵便局	1.62
電気・ガス・熱供給・水道業	1.67	協同組合(他に分類されないもの)	1.55
情報通信業	0.28	サービス業(他に分類されないもの)	0.67

注: 網かけ箇所は特化係数1以上の産業である。

資料: 総務省「経済センサス-基礎調査」(2009年)

### 3. 農業

農林業センサスによると、津山市の販売農家数は2000年の5,576戸から2010年には4,103戸と、10年間で26.4%減少している。農業従事者の高齢化、後継者不足に伴い、農業担い手の減少が顕著となっており、耕作放棄地の問題も顕在化している。

販売農家とは経営耕地面積が30アール以上または農産物販売金額は50万円以上の農家

図表1.13 販売農家数の推移

	実数(戸)			増加率(%)	
	2000年	2005年	2010年	05/00	10/05
津山市	5,576	4,782	4,103	14.2	14.2
岡山県	62,732	51,709	44,228	17.6	14.5
構成比(%)					
津山市	8.9	9.2	9.3		
岡山県	100.0	100.0	100.0		

注：津山市の販売農家数は現在の市域を対象とした数値である。

資料：農林水産省「農林業センサス」

津山市の農業産出額(2006年)は75億円で、岡山県の6%を占めている。農業産出額を品目別にみると、米の産出額が32億円で津山市全体の43%を占め、米が最大の産出品目となっている。次いで、畜産の産出額が29億円である。養鶏業が盛んであることから畜産の産出額を押し上げている。

津山市特産の農産品には、ピオーネ、アスパラガス、ジャンボピーマンなどがある。

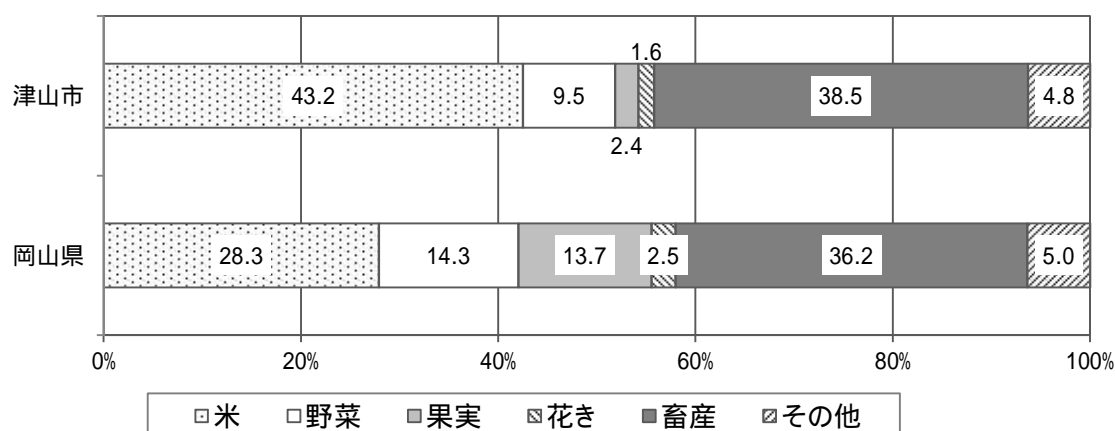
図表1.14 品目別の農業産出額(2006年)

(単位:億円)

	米	野菜	果実	花き	畜産	その他	合計
津山市	32.3	7.1	1.8	1.2	28.8	3.6	74.8
岡山県	355.0	180.0	172.0	31.0	454.0	63.0	1255.0

資料：中国四国農政局「岡山農林水産統計年報」

図表1.15 品目別農業産出額の構成(2006年)



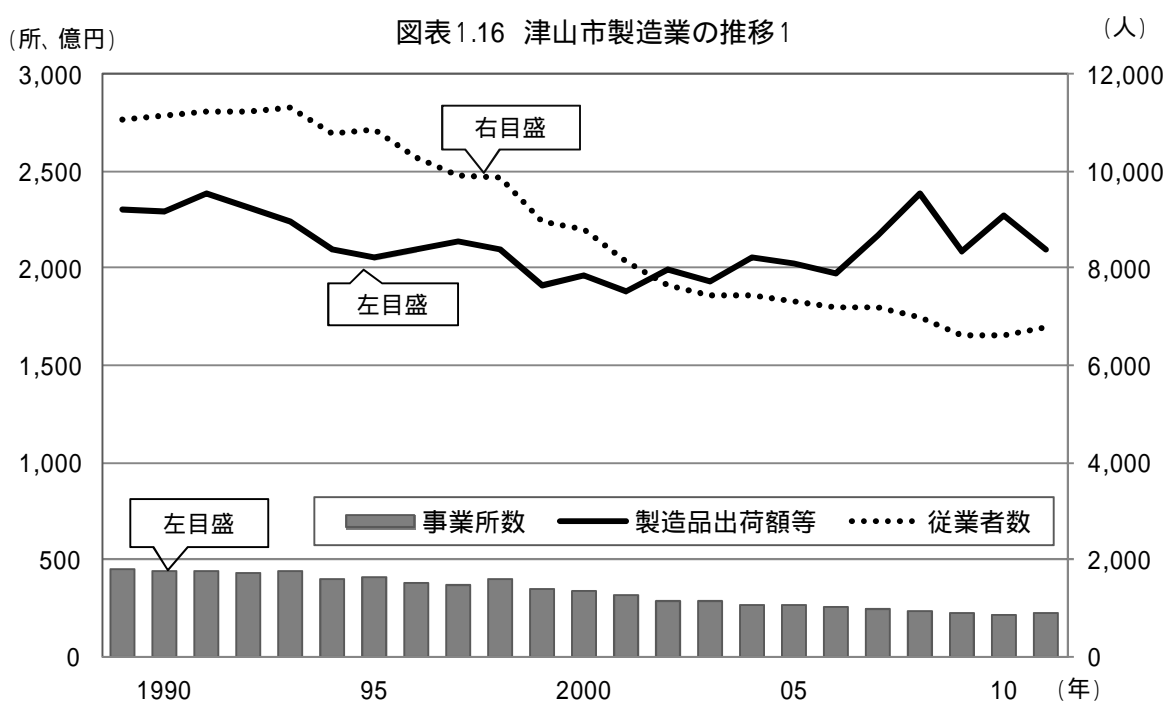
#### 4. 製造業

##### (1) 概要

中国縦貫自動車道の開通（吹田-落合間 1975 年開通）に伴い、昭和 50 年代以降にものづくり企業の工場立地が進展した。

津山市製造業の事業所数、従業者数、製造品出荷額等の推移をみると、1990 年代以降、事業所数、従業者数は減少が続いている。2011 年の事業所数は 20 年前の 1991 年と比べて 48% 減少、従業者数は同様に 39% 減少している。

一方、製造品出荷額等は 1990 年代に減少基調がみられたものの、2001 年をボトムとして一進一退を繰り返しながらも漸増基調をたどっている。反面、事業所数は減少していることから、津山市の製造業は一定規模の生産設備をもつ事業所に集約されつつあることがうかがえる。



資料：岡山県「岡山県工業統計調査結果表」

図表 1.17 津山市製造業の推移 2

	事業所数 (所)	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (億円)
2005年	262	7,330	2,025
2006年	251	7,195	1,973
2007年	247	7,175	2,166
2008年	236	6,977	2,385
2009年	219	6,611	2,082
2010年	212	6,606	2,266
2011年	225	6,764	2,092

資料：岡山県「岡山県工業統計調査結果表」



(2)業種別にみた現状

2011年の工業統計により津山市製造業の業種別状況をみると、事業所数は食料品、金属製品、繊維工業、木材・木製品、生産用機械器具などの業種が多く立地している。従業者数は食料品、金属製品に加えて、電子部品・デバイス・電子回路、はん用機械器具、電気機械器具などの業種で多く、こうした業種が雇用を吸収している。

製造品出荷額等でみると、電子部品・デバイス・電子回路が最も多く、津山市全体の27%を占めている。その他の多い業種としては、電気機械器具、食料品、はん用機械器具などが挙げられている。

図表 1.18 津山市製造業の業種別状況

(単位:事業所,人,万円)

	事業所数		従業者数		製造品出荷額等	
		構成比		構成比		構成比
食料品	29	13.7	847	12.8	2,965,955	13.1
飲料・たばこ・飼料	3	1.4	28	0.4	29,632	0.1
繊維工業	23	10.8	449	6.8	427,829	1.9
木材・木製品	17	8.0	366	5.5	1,323,444	5.8
家具・装備品	8	3.8	114	1.7	122,447	0.5
パルプ・紙・紙加工品	9	4.2	292	4.4	1,170,047	5.2
印刷・同関連業	9	4.2	132	2.0	103,261	0.5
化学工業	4	1.9	71	1.1	X	-
石油製品・石炭製品	1	0.5	7	0.1	X	-
プラスチック製品	9	4.2	128	1.9	152,011	0.7
なめし革・同製品・毛皮	1	0.5	8	0.1	X	-
窯業・土石製品	10	4.7	141	2.1	250,756	1.1
鉄鋼業	4	1.9	79	1.2	128,276	0.6
非鉄金属	5	2.4	215	3.3	1,218,513	5.4
金属製品	28	13.2	553	8.4	1,528,117	6.7
はん用機械器具	12	5.7	845	12.8	2,830,078	12.5
生産用機械器具	17	8.0	342	5.2	411,264	1.8
電子部品・デバイス・電子回路	8	3.8	1,302	19.7	6,112,811	27.0
電気機械器具	7	3.3	574	8.7	3,091,215	13.6
輸送用機械器具	2	0.9	53	0.8	X	-
その他	6	2.8	60	0.9	279,154	1.2
合計	212	100.0	6,606	100.0	22,664,637	100.0

注1:網かけ箇所は構成比の上位5業種。

注2:Xは秘匿値。

資料:岡山県「岡山県工業統計調査結果表」(2010年)

(3) 主要製造業の推移

津山市の主要製造業の近年の推移をあらわした表が図表 1.19 である。

食料品、木材・木製品、金属製品、はん用機械器具は、2008 年後半のリーマンショックを受けて 2009 年に一時的に落ち込んだ業種もみられるものの、総じて横ばい圏内で推移している。

電子部品・デバイス・電子回路、電気機械器具は、大規模工場が操業しているためか、事業所数が少ない割には従業者数、製造品出荷額等が多い業種である。両者の製造品出荷額等を合わせると、一進一退を繰り返しながらも大きな変化はみられない。

図表 1.19 津山市の主要製造業の推移

(単位:事業所,人,万円)

	食料品			木材・木製品		
	事業所数	従業者数	製造品出荷額等	事業所数	従業者数	製造品出荷額等
2005年	31	877	3,881,072	21	341	706,208
2006年	29	788	3,282,446	22	380	817,177
2007年	31	822	3,077,864	20	343	1,020,058
2008年	31	836	3,200,316	20	349	1,058,538
2009年	29	859	2,977,154	20	336	872,915
2010年	29	847	2,965,955	17	366	1,323,444

	金属製品			はん用機械器具		
	事業所数	従業者数	製造品出荷額等	事業所数	従業者数	製造品出荷額等
2005年	34	620	1,429,289			
2006年	30	538	1,394,861			
2007年	32	555	1,578,668			
2008年	32	579	1,508,335	14	977	3,026,548
2009年	30	537	1,474,720	13	810	2,489,758
2010年	28	553	1,528,117	12	845	2,830,078

	電子部品・デバイス・電子回路			電気機械器具		
	事業所数	従業者数	製造品出荷額等	事業所数	従業者数	製造品出荷額等
2005年	13	1,193	3,582,320	12	1,295	4,941,709
2006年	13	1,103	3,906,059	10	1,177	4,025,142
2007年	13	1,084	4,117,665	12	1,132	4,733,376
2008年	10	1,376	7,672,943	9	646	2,719,384
2009年	10	1,428	6,237,988	6	554	2,615,306
2010年	8	1,302	6,112,811	7	574	3,091,215

注1:はん用機械器具の数値は2008年以降に限られる。

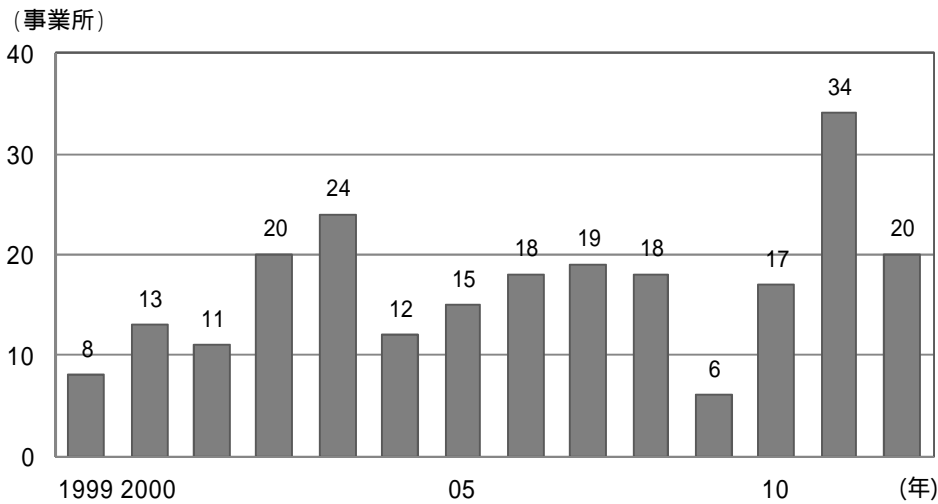
資料:岡山県「岡山県工業統計調査結果表」

(4) 企業の国際化

岡山県企業においては事業活動の国際化が進展する中で、生産機能の海外移転、海外での販売・貿易拠点の構築など、海外での事業に積極的に取り組んでいる。

岡山県企業の海外事業展開状況調査報告書によると、平成24年12月末現在、岡山県企業188社は22カ国・地域に352カ所の海外事業所を設置し、2000年代に入ってから海外での事業展開は加速している。津山市企業の海外進出は数は多くないものの、市内企業5社が生産拠点の確保、販売・貿易拠点の設置などを目的に、3カ国に5カ所の海外事業所を設置している。

図表 1.20 岡山県企業の新規海外事業展開状況



資料：岡山県「岡山県企業の海外事業展開状況調査報告書」2013年4月

図表 1.21 津山市企業の海外進出状況

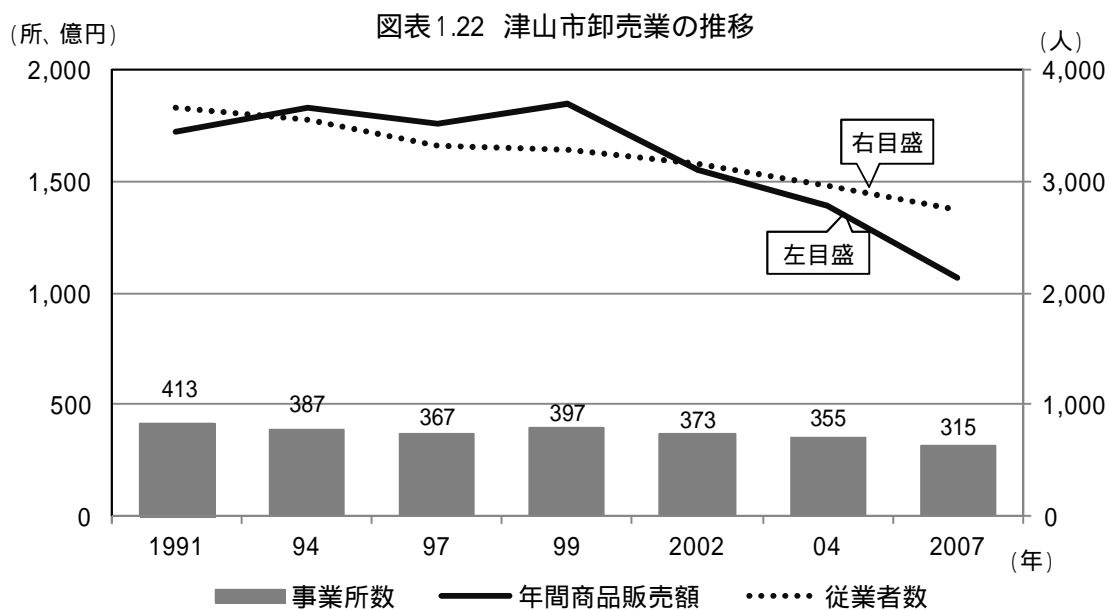
企業名	国・地域名	州・省・市	業種・進出内容等
院庄林業(株)	中国	遼寧省(大連市)	駐在員事務所
オーエヌ工業(株)	〃	上海市	製造業販売・貿易拠点
(株)後藤	〃	広東省	卸売・小売業
ツチダ産業(株)	シンガポール	シンガポール	電気・ガス・熱供給業・水道業
日本植生(株)	ドイツ	ヘッセン州	駐在員事務所

資料：岡山県「岡山県企業の海外事業展開状況調査報告書」2013年4月

## 5. 卸売業, 小売業

### (1) 卸売業

津山市の卸売業の状況をみると、2007年は事業所数が315、従業者数が2,741人、年間商品販売額が1,066億円である。1999年以降は事業所数、従業者数、年間商品販売額ともに、流通の広域化・中抜き等を背景に減少傾向をたどっている。特に、2007年の年間商品販売額は1999年に比べて4割減と、減少傾向が顕著となっている。



資料: 岡山県「岡山県商業統計表」 注: 一部推定値を含む

図表1.23 津山市卸売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額

(単位: 事業所, 人, 億円, %)

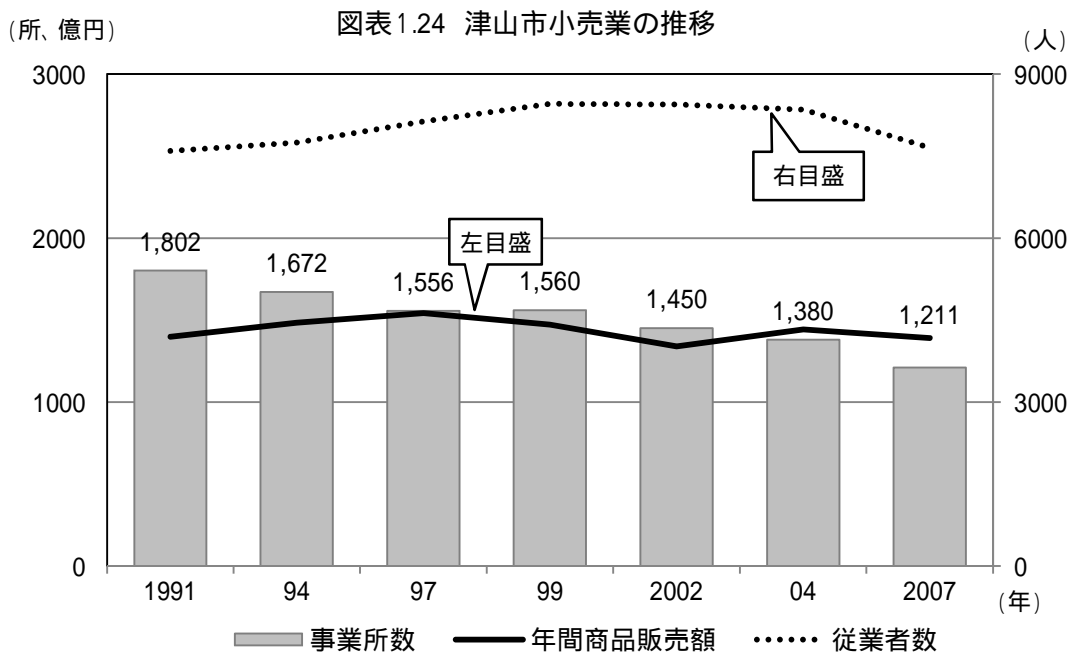
	津山市						岡山県					
	事業所数		従業者数		年間商品販売額		事業所数		従業者数		年間商品販売額	
	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	
卸売業計	315	100.0	2,741	100.0	1,066	100.0	4,707	100.0	44,831	100.0	31,379	100.0
各種商品卸売業	-	-	-	-	-	-	14	0.3	107	0.2	120	0.4
繊維・衣服等卸売業	10	3.2	35	1.3	5	0.5	266	5.7	3,076	6.9	1,520	4.8
飲食料品卸売業	75	23.8	828	30.2	260	24.4	1,045	22.2	11,063	24.7	8,068	25.7
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	76	24.1	656	23.9	253	23.7	1,123	23.9	9,460	21.1	7,786	24.8
機械器具卸売業	75	23.8	693	25.3	240	22.5	1,166	24.8	11,290	25.2	7,459	23.8
その他の卸売業	79	25.1	529	19.3	309	29.0	1,093	23.2	9,835	21.9	6,426	20.5

資料: 岡山県「商業統計調査結果表」(2007年)

(2)小売業

津山市の小売業の状況を見ると、2007年は事業所数が1,211、従業者数が7,654人、年間商品販売額が1,391億円である。

事業所数は、小規模事業者の廃業等を背景に減少基調が続いている。年間商品販売額は概ね横ばい圏内で推移しており、厳しい経済環境下において健闘している。ただし、津山市の人口が減少傾向にある中で、市内の消費購買力の低下が予想されることから、今後は長期的に減少する可能性が高まっている。



資料：岡山県「岡山県商業統計表」 注：一部推定値を含む

図表1.25 津山市小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額

(単位：事業所,人,億円,%)

	津山市						岡山県					
	事業所数		従業者数		年間商品販売額		事業所数		従業者数		年間商品販売額	
	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	構成比	
小売業計	1,211	100.0	7,654	100.0	1,391	100.0	18,390	100.0	116,070	100.0	20,439	100.0
各種商品小売業	7	0.6	559	7.3	122	8.8	79	0.4	6,161	5.3	1,865	9.1
織物・衣服・身の回り品小売業	157	13.0	584	7.6	74	5.3	2,321	12.6	8,880	7.7	1,341	6.6
飲食料品小売業	395	32.6	2,787	36.4	379	27.2	5,820	31.6	45,623	39.3	6,231	30.5
自動車・自転車小売	105	8.7	728	9.5	187	13.4	1,722	9.4	10,480	9.0	2,756	13.5
家具・じゅう器・機械器具小売業	118	9.7	507	6.6	104	7.5	1,794	9.8	7,823	6.7	1,590	7.8
その他の小売業	429	35.4	2,489	32.5	524	37.7	6,654	36.2	37,103	32.0	6,656	32.6

資料：岡山県「商業統計調査結果表」(2007年)

(3)大型小売店の状況

津山市内には、店舗面積 3,000 m<sup>2</sup>を超える大型小売店は 13 カ店が営業している。特に、イオンモール津山（店舗面積 25,797 m<sup>2</sup>）、アルネ・津山（同 16,532 m<sup>2</sup>）は店舗面積 1 万 m<sup>2</sup>を超える大型ショッピングセンターである。

1990 年代以降、津山市郊外にスーパー、ホームセンター、家電量販店など、豊富な品揃えを特長とする大型小売店が相次いで出店した。その影響もあって、近年、一般消費者は生鮮食品、日用雑貨を中心に小規模店より大型小売店で購買する傾向にある。

図表 1.26 津山市の大型小売店（店舗面積 3,000 m<sup>2</sup>超）

店舗名	店舗面積 (m <sup>2</sup> )	開設年	業態	所在地
イオンモール津山	25,797	1996	ショッピングセンター	河辺1000-1
アルネ・津山	16,532	1999	ショッピングセンター	新魚町17
カインズホームFC津山店, ハピッシュ高野店	9,995	2005	ホームセンター	高野本郷1406
イーストランド	8,800	1977	専門店	川崎147
津山リバーシティB街区	7,000	2000	専門店	河辺1150-8
コメリホームセンター津山店・本館	6,196	2006	ホームセンター	平福字六反田15-1
ウエストランド	5,986	1982	スーパー	二宮71
マルイノースランド	4,791	1997	スーパー	上河原160-2
ナンバホームセンター河辺店	4,500	1987	ホームセンター	国分寺25-1
ヤマダ電機テックランド津山店	4,495	2008	専門店	河辺759-1
ナンバホームセンター院庄店	4,000	1992	ホームセンター	院庄927-1
未沢タンス店	3,451	1980	専門店	田町32-1
津山インター河辺モール	3,080	1980	スーパー	河辺903

注：2012年6月時点。店舗面積が3,000m<sup>2</sup>を超える大型小売店を掲載。

資料：東洋経済新報社「週刊東洋経済臨時増刊 全国大型小売店総覧2013」

## 6. 観光

### (1) 観光客数の状況

津山市は、自然資源、歴史・文化資源、文化施設、体験観光施設など、多彩な観光資源に恵まれている。観光客数のデータが公表されている「津山・鶴山公園」は、2000年に入ると50万人台で推移していたが、ご当地グルメで全国に知られた「津山ホルモンうどん」の効果を背景に、2011年の観光客数は70万人近くまでに達した。

観光客の誘致を図るためには、観光地の情報発信、各観光施設の楽しみ方の提案、交通アクセスの改善、食の魅力づくりなどに取り組んでいくこと、あるいは、真庭市、美作市、鏡野町といった周辺観光地との広域連携により広域での魅力を発信していくことが求められる。

図表1.27 津山・鶴山公園の観光客数の推移

(単位:千人)

観光地名	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年
津山・鶴山公園	433	484	507	509	514	509	588
(参考)							
蒜山高原	2,600	2,573	2,536	2,686	2,723	2,591	2,542
湯原・湯原温泉	581	603	611	632	676	651	592
奥津・奥津温泉	144	278	259	235	223	202	208
美作・湯郷温泉	851	910	958	938	972	1078	980

観光地名	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
津山・鶴山公園	589	514	569	562	632	585	694
(参考)							
蒜山高原	2,697	2,364	2,287	2,251	2,462	2,609	2,835
湯原・湯原温泉	574	531	657	575	583	641	613
奥津・奥津温泉	235	261	199	186	175	193	168
美作・湯郷温泉	958	914	893	935	905	895	954

資料:岡山県「岡山県観光客動態調査結果報告書」

### (2) 観光資源の特徴

津山市街地は歴史・文化資源の宝庫である。津山市は、713年に津山盆地に国府が置かれて以来、美作国の政治・経済・文化の中心として栄え、江戸時代には鶴山に津山城が築かれ城下町が形成された。津山市街は戦災の被害を受けなかったため、城の東側には城東の町並みが、西側には武家屋敷や寺町が残り、江戸時代の面影を今に伝えている。津山城は明治維新の廃城令によって、石垣を除いて建造物はすべて取り壊されたが、後に数千本の桜が植えられ鶴山公園として整備され、衆楽園とともに多くの花見客、観光客が訪れる名所となっている。

一方、津山市の勝北地区、加茂地区、阿波地区を中心に市域北部には多くの自然が残っていることから、キャンプ場、バンガローの施設が整備されているほか、清流での溪流釣りや、新緑、紅葉狩りなど四季折々の自然を楽しむことができる。また、大規模な宿泊施設はないものの、各地に良質な温泉が点在している。

## ．企業・事業所アンケート調査結果

### 1．調査の概要

本調査の対象は、津山市内で事業展開している従業者数概ね5人以上の企業・事業所である。具体的には津山商工会議所と作州津山商工会の会員企業・事業所(以下企業)のうち従業者数5人以上977社と、従業者数4人の中から抽出した23社の合計1,000社である。有効回答率は39.3%であった。

### 2．回答企業の概要

#### (1)業種

「建設業」(25.7%)が最も多く、次いで「卸売業,小売業」(24.4%)が多い。

図表2.1 回答企業の業種

項目	回答数	割合(%)
農業,林業,水産業	4	1.0
建設業	101	25.7
製造業	68	17.3
運輸・倉庫業	10	2.5
卸売業,小売業	96	24.4
金融業,保険業	13	3.3
宿泊業,飲食サービス業	13	3.3
医療・福祉	14	3.6
その他サービス業	68	17.3
その他	5	1.3
無回答	1	0.3
合計	393	100.0

#### (2)本社所在地

本社所在地は、「津山市内」(85.0%)が大半である。

図表2.2 本社所在地

項目	回答数	割合(%)
津山市内	334	85.0
津山市外	58	14.8
無回答	1	0.3
合計	393	100.0

#### (3)常勤の従業員数

「1～20人」(67.9%)が最多であり、次いで「21～50人」(14.0%)が多い。



図表 2.3 常勤の従業員数(企業・団体の全体、パート等を含む)

項目	回答数	割合(%)
1～20人	267	67.9
21～50人	55	14.0
51～100人	22	5.6
101～300人	24	6.1
301～1,000人	12	3.1
1,001人以上	12	3.1
無回答	1	0.3
合計	393	100.0

本社所在地別に従業員数をみると、津山市内に本社をおく企業は「1～20人」(75.1%)が4分の3を占めている。一方、津山市外に本社をおく企業では「1～20人」(25.9%)は4分の1にとどまり、従業員規模は分散している。

図表 2.4 本社の所在地別にみた従業員数

	合計	1～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301～1,000人	1,001人以上	無回答
全体	393 100.0	267 67.9	55 14.0	22 5.6	24 6.1	12 3.1	12 3.1	1 0.3
津山市内	334 100.0	251 75.1	47 14.1	17 5.1	14 4.2	4 1.2	0 0.0	1 0.3
津山市外	58 100.0	15 25.9	8 13.8	5 8.6	10 17.2	8 13.8	12 20.7	0 0.0
無回答	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

注：上段は回答数、下段は割合(%)

本文中で記述した項目に網掛けした。以下同じ。

#### (4) 5年後の従業員数の見込み

津山市内事業所の5年後の従業員数見込みは、「ほぼ横ばい」(56.7%)が過半数を占めている。「現在と比べて10%以上増加」(8.4%)、「現在と比べて3～10%増加」(10.2%)など増加見込みの合計18.6%に対し、「現在と比べて3～10%減少」(7.1%)、「現在と比べて10%以上減少」(5.9%)など減少見込みの合計は13.0%であり、増加見込みが減少見込みを若干上回っている。

図表 2.5 5年後の従業員数の見込み

項目	回答数	割合(%)
現在と比べて10%以上増加	33	8.4
現在と比べて3～10%増加	40	10.2
ほぼ横ばい	223	56.7
現在と比べて3～10%減少	28	7.1
現在と比べて10%以上減少	23	5.9
わからない	45	11.5
無回答	1	0.3
合計	393	100.0

### (5) 5年前と比べた売上高

津山市内事業所の5年前と比べた売上高は、「5年前と比べて減少」(48.9%)が半数近くを占めている。

図表2.6 5年前と比べた売上高

項目	回答数	割合(%)
5年前と比べて増加	83	21.1
ほぼ横ばい	107	27.2
5年前と比べて減少	192	48.9
わからない	9	2.3
無回答	2	0.5
合計	393	100.0

### (6) 経営者の年齢

経営者の年齢は、「60代」(37.4%)が最多であり、次いで「50代」(26.5%)が多い。「70代以上」(14.0%)の経営者が60代より少ないのは、既に次世代に事業を継承して引退していたり、廃業した人がいるためと考えられる。

図表2.7 経営者の年齢

項目	回答数	割合(%)
20代	0	0.0
30代	25	6.4
40代	54	13.7
50代	104	26.5
60代	147	37.4
70代以上	55	14.0
無回答	8	2.0
合計	393	100.0

### (7) 後継者の見通し

「後継者がいる」(31.6%)が最多であり、次いで「後継者候補がいる」(27.5%)が多い。

図表2.8 後継者の見通し

項目	回答数	割合(%)
後継者がいる	124	31.6
後継者候補がいる	108	27.5
後継者について検討していない	66	16.8
後継者はいない	41	10.4
その他	20	5.1
無回答	34	8.7
合計	393	100.0

注:「その他」として記載のあったのは、「わからない」3件、「親会社から派遣される」2件、「次世代へ渡した」2件、「今後の課題」「本人まだ若い」「改選により選任される」「後継者を育てなければならない」各1件

経営者の年齢別に後継者の見通しをみると、年齢が高いほど「後継者がいる」割合は高い。しかし70代以上で「後継者について検討していない」(12.7%)、「後継者はいない」(9.1%)の合計21.8%、60代でも「後継者について検討していない」(9.5%)、「後継者はいない」(10.2%)の合計19.7%と、高齢になっても後継者の目途が立っていない企業が2割を占めている。

図表2.9 経営者の年齢別にみた後継者の見通し

	合計	後継者がいる	後継者候補が いる	後継者について 検討してい ない	後継者はいな い	その他	無回答
全体	393 100.0	124 31.6	108 27.5	66 16.8	41 10.4	20 5.1	34 8.7
30代	25 100.0	2 8.0	3 12.0	9 36.0	4 16.0	2 8.0	5 20.0
40代	54 100.0	10 18.5	11 20.4	16 29.6	6 11.1	4 7.4	7 13.0
50代	104 100.0	27 26.0	35 33.7	20 19.2	10 9.6	8 7.7	4 3.8
60代	147 100.0	59 40.1	44 29.9	14 9.5	15 10.2	5 3.4	10 6.8
70代以上	55 100.0	26 47.3	15 27.3	7 12.7	5 9.1	1 1.8	1 1.8
無回答	8 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 12.5	0 0.0	7 87.5

注：上段は回答数、下段は割合(%)

#### (8) 経営方針

津山市内での今後の経営方針(複数回答)は、「現状維持」(51.4%)が最多であり、次いで「事業の多角化」(25.4%)、「事業の拡大」(21.4%)が多い。

図表2.10 経営方針

項目	(複数回答)	
	回答数	割合(%)
現状維持	202	51.4
事業の多角化	100	25.4
事業の拡大	84	21.4
他社との協業	42	10.7
事業縮小	34	8.7
廃業	19	4.8
事業転換	16	4.1
その他	4	1.0
わからない	17	4.3
無回答	2	0.5
合計	393	100.0

注：「その他」として記載のあったのは、「販路拡大」「経費削減」「販売量の増加」各1件

本社の所在地別に経営方針をみると、津山市内に本社を置く企業に比べ、津山市外に本社を置く企業は「事業の拡大」(29.3%)の割合が高く、「事業の多角化」(17.2%)、「事業縮小」(1.7%)、「廃業」(0.0%)の割合が低い。

図表 2.11 本社の所在地別にみた経営方針

(複数回答)

	合計	事業の拡大	事業の多角化	事業転換	他社との協業	現状維持	事業縮小	廃業	その他	わからない	無回答
全体	393 100.0	84 21.4	100 25.4	16 4.1	42 10.7	202 51.4	34 8.7	19 4.8	4 1.0	17 4.3	2 0.5
津山市内	334 100.0	67 20.1	90 26.9	15 4.5	39 11.7	172 51.5	32 9.6	19 5.7	4 1.2	12 3.6	2 0.6
津山市外	58 100.0	17 29.3	10 17.2	1 1.7	3 5.2	30 51.7	1 1.7	0 0.0	0 0.0	5 8.6	0 0.0
無回答	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

注：上段は回答数、下段は割合(%)

経営者の年齢別に経営方針をみると、いずれの年齢層も「現状維持」が約半数を占めている。その中で 30代は他の年齢層に比べ「事業転換」(16.0%)、「事業縮小」(16.0%)の割合が高い。30代は経営者としては比較的若いため、手掛けている事業そのものが軌道に乗らない場合や、将来的に好転を見込みにくい場合、事業を縮小したり、他の事業に転換したりすることを検討する企業が少なくないと考えられる。また、70代以上は他の年齢層に比べ「事業の拡大」(12.7%)の割合が低く、「廃業」(10.9%)、「事業縮小」(14.5%)の割合がやや高い。

図表 2.12 経営者の年齢別にみた経営方針

(複数回答)

	合計	事業の拡大	事業の多角化	事業転換	他社との協業	現状維持	事業縮小	廃業	その他	わからない	無回答
全体	393 100.0	84 21.4	100 25.4	16 4.1	42 10.7	202 51.4	34 8.7	19 4.8	4 1.0	17 4.3	2 0.5
30代	25 100.0	6 24.0	6 24.0	4 16.0	3 12.0	14 56.0	4 16.0	1 4.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
40代	54 100.0	14 25.9	10 18.5	3 5.6	6 11.1	28 51.9	4 7.4	1 1.9	0 0.0	2 3.7	0 0.0
50代	104 100.0	24 23.1	33 31.7	5 4.8	13 12.5	48 46.2	9 8.7	5 4.8	2 1.9	8 7.7	0 0.0
60代	147 100.0	32 21.8	40 27.2	3 2.0	11 7.5	76 51.7	8 5.4	6 4.1	2 1.4	5 3.4	2 1.4
70代以上	55 100.0	7 12.7	11 20.0	1 1.8	8 14.5	30 54.5	8 14.5	6 10.9	0 0.0	2 3.6	0 0.0
無回答	8 100.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0	1 12.5	6 75.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

注：上段は回答数、下段は割合(%)

### 3. 取り組んでみたい事業分野

#### (1) 取り組んでみたい事業分野

取り組んでみたい事業分野、もしくは興味がある事業分野(複数回答)の最多は「環境・エネルギー(太陽光発電、バイオマス、次世代自動車、蓄電池、リサイクルなど)」(17.6%)である。次いで「ネット販売」(12.2%)、「福祉(福祉機器、介護サービスなど)」(9.4%)、「文化産業(観光、地域産品、趣味、ファッション、デザイン、インテリアなど)」(8.1%)「農林漁業・6次産業化」(7.4%)などが多い。

図表2.13 取り組んでみたい事業分野

(複数回答)

項目	回答数	割合(%)
環境・エネルギー(太陽光発電、バイオマス、次世代自動車、蓄電池、リサイクルなど)	69	17.6
ネット販売	48	12.2
福祉(福祉機器、介護サービスなど)	37	9.4
文化産業(観光、地域産品、趣味、ファッション、デザイン、インテリアなど)	32	8.1
農林漁業・6次産業化	29	7.4
医療・健康(医療、医療機器、フィットネス産業、健康・栄養食品など)	20	5.1
住宅リフォーム	18	4.6
教育・人材育成	17	4.3
輸出・海外展開	15	3.8
情報通信	9	2.3
子育てサービス	8	2.0
リサイクル・リユース	6	1.5
ロボット	5	1.3
ナノテク	1	0.3
航空機	1	0.3
その他	16	4.1
無回答	191	48.6
合計	393	100.0

注:「その他」として記載のあったのは、「防災対策、天井膜、膜の防災たれ壁」「車両、重機の製造、開発」「法面等の防草工法、工事道路」「飲食業」「土地を活用したディベロッパー」「学校関係」「津山市ガイド、津山アンテナショップ」「まちづくり分譲」「常設の各地有名物産卸、小売」各1件

業種別に取り組んでみたい事業分野をみると、太陽光発電やバイオマスなど環境・エネルギー分野に取り組みたいという企業が「建設業」(23.8%)では最多、「運輸・倉庫業」(40.0%)、「その他サービス業」(20.6%)でも最多である。また、自社製品の新たな販路としてネット販売分野に「卸売業、小売業」(22.9%)、「宿泊業、飲食サービス業」(23.1%)などで2割を超える企業に取り組みたいと回答している。

図表2.14 業種別にみた取り組んでみたい事業分野

(複数回答)

	合計	農林漁業・6 次産業化	福祉	医療・健康	環境・エネル ギー	文化産業	教育・人材 育成	子育てサー ビス	ナノテク
全体	393 100.0	29 7.4	37 9.4	20 5.1	69 17.6	32 8.1	17 4.3	8 2.0	1 0.3
農業、林業、 水産業	4 100.0	2 50.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
建設業	101 100.0	10 9.9	7 6.9	2 2.0	24 23.8	5 5.0	4 4.0	0 0.0	0 0.0
製造業	68 100.0	4 5.9	4 5.9	6 8.8	8 11.8	3 4.4	1 1.5	0 0.0	1 1.5
運輸・ 倉庫業	10 100.0	1 10.0	2 20.0	0 0.0	4 40.0	2 20.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
卸売業、 小売業	96 100.0	5 5.2	11 11.5	7 7.3	17 17.7	11 11.5	4 4.2	4 4.2	0 0.0
金融業、 保険業	13 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 7.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0
宿泊業、飲食 サービス業	13 100.0	1 7.7	0 0.0	1 7.7	0 0.0	2 15.4	0 0.0	1 7.7	0 0.0
医療・福祉	14 100.0	0 0.0	3 21.4	1 7.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
その他 サービス業	68 100.0	6 8.8	10 14.7	3 4.4	14 20.6	6 8.8	8 11.8	3 4.4	0 0.0
その他	5 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
無回答	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

	ロボット	航空機	情報通信	ネット販売	住宅リフォー ム	リサイクル・リ ユース	輸出・海外 展開	その他	無回答
全体	5 1.3	1 0.3	9 2.3	48 12.2	18 4.6	6 1.5	15 3.8	16 4.1	191 48.6
農業、林業、 水産業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0
建設業	1 1.0	0 0.0	1 1.0	3 3.0	8 7.9	3 3.0	0 0.0	2 2.0	55 54.5
製造業	1 1.5	1 1.5	2 2.9	8 11.8	2 2.9	0 0.0	7 10.3	2 2.9	38 55.9
運輸・ 倉庫業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 10.0	0 0.0	1 10.0	1 10.0	0 0.0	5 50.0
卸売業、 小売業	2 2.1	0 0.0	1 1.0	22 22.9	6 6.3	2 2.1	4 4.2	5 5.2	36 37.5
金融業、 保険業	0 0.0	0 0.0	1 7.7	1 7.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 7.7	9 69.2
宿泊業、飲食 サービス業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 23.1	0 0.0	0 0.0	1 7.7	2 15.4	7 53.8
医療・福祉	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 7.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	9 64.3
その他 サービス業	1 1.5	0 0.0	4 5.9	7 10.3	2 2.9	0 0.0	1 1.5	4 5.9	28 41.2
その他	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 60.0
無回答	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

上段は回答数、下段は割合(%)

従業員数の見込み別に取り組みでみたい事業分野をみると、「現在と比べて10%以上増加」とみている企業は、環境・エネルギー分野(27.3%)、福祉分野(15.2%)、ネット販売分野(15.2%)、住宅リフォーム分野(15.2%)などに取り組みたいという企業が多い。また、「現在と比べて3~10%増加」とみている企業は、「ネット販売」(25.0%)に取り組みたいという企業が多い。従業員数の減少を見込んでいる企業では、全体としては取り組みでみたい事業分野の回答は少ないが、その中で「福祉」分野への参入意欲はやや強い。

図表2.15 従業員数の見込み別にみた取り組みでみたい事業分野

(複数回答)

	合計	農林漁業・6次産業化	福祉	医療・健康	環境・エネルギー	文化産業	教育・人材育成	子育てサービス	ナノテク
全体	393 100.0	29 7.4	37 9.4	20 5.1	69 17.6	32 8.1	17 4.3	8 2.0	1 0.3
現在と比べて10%以上増加	33 100.0	0 0.0	5 15.2	3 9.1	9 27.3	3 9.1	3 9.1	2 6.1	0 0.0
現在と比べて3~10%増加	40 100.0	5 12.5	6 15.0	5 12.5	7 17.5	7 17.5	5 12.5	2 5.0	0 0.0
ほぼ横ばい	223 100.0	15 6.7	17 7.6	9 4.0	39 17.5	14 6.3	5 2.2	3 1.3	1 0.4
現在と比べて3~10%減少	28 100.0	2 7.1	6 21.4	3 10.7	5 17.9	3 10.7	2 7.1	1 3.6	0 0.0
現在と比べて10%以上減少	23 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 13.0	1 4.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
わからない	45 100.0	6 13.3	3 6.7	0 0.0	5 11.1	4 8.9	2 4.4	0 0.0	0 0.0
無回答	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

	ロボット	航空機	情報通信	ネット販売	住宅リフォーム	リサイクル・リユース	輸出・海外展開	その他	無回答
全体	5 1.3	1 0.3	9 2.3	48 12.2	18 4.6	6 1.5	15 3.8	16 4.1	191 48.6
現在と比べて10%以上増加	0 0.0	1 3.0	1 3.0	5 15.2	5 15.2	0 0.0	2 6.1	3 9.1	12 36.4
現在と比べて3~10%増加	1 2.5	0 0.0	3 7.5	10 25.0	2 5.0	2 5.0	4 10.0	4 10.0	10 25.0
ほぼ横ばい	4 1.8	0 0.0	3 1.3	26 11.7	9 4.0	2 0.9	7 3.1	5 2.2	120 53.8
現在と比べて3~10%減少	0 0.0	0 0.0	1 3.6	2 7.1	0 0.0	1 3.6	1 3.6	1 3.6	8 28.6
現在と比べて10%以上減少	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 4.3	1 4.3	1 4.3	2 8.7	16 69.6
わからない	0 0.0	0 0.0	1 2.2	5 11.1	1 2.2	0 0.0	0 0.0	1 2.2	25 55.6
無回答	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

上段は回答数、下段は割合(%)

## (2) 取り組みでみたい事業の具体例

具体的に取り組みでみたい事業として、次のような記載があった。

農林漁業・6次産業化
地域の特産品を開発したい
新製品開発
うなぎの養殖
空き土地などを利用できれば、ふくほのか(小麦)など生産したい。
小規模農家の統合による拡大化および品質改良により、若い者の後継者養成。
津山地区で生産した農産物を、付加価値をつけて全国、海外で販売する。
現在、無農薬、有機肥料で店舗用に野菜を作っていますが、野菜、加工品を販売できないか。

<b>農林漁業・6次産業化</b>
地元で取れた農産物の加工、レストラン事業
天候に左右されない工業型企業営農団地策、廃農地、森林、酪農、企業営農化(有効活用)
木質バイオマス
県北に適した薬草を作付けして量産して、新医療に向けて事業する。人体の気分を和らげる等 ハッカ草..... 人工では作ることが出来ない。

<b>福祉(福祉機器、介護サービスなど)</b>
サービス付高齢者住宅、特別養護老人ホーム
グループホーム、高齢者専用住宅等
老健ホーム、グループホーム
現在検討中で土地のみはキープしましたが、人材、勉強はまだまです。
現在福祉(介護)事業を、行っているが、今後地域密着型の一体型サービスの構成によるサービス提供を目指す。 年々介護者が増えると思います。介護制度をもっと充実して、お年寄りを大切にしなければと思います。
歯科用福祉機器
障害者、高齢者を対象にした住宅建築、管理物件のリフォーム、リーシング
高齢者に対する代行サービスの提供(屋内外清掃、お墓管理等)
福祉介護事業所への食器(給食)の提案

<b>医療・健康(医療、医療機器、フィットネス産業、健康・栄養食品など)</b>
第6期高齢者福祉介護計画に則った事業
産業用メディア商品の開発、販売
医療用部材の加工
電波を最小におさえた調理器具の販売
現状の商品ならびに用途展開、未病予防
病気になる健康で若々しい体をつくる施設と広報活動の展開

<b>環境・エネルギー(太陽光発電、バイオマス、次世代自動車、蓄電池、リサイクルなど)</b>
太陽光発電(12件)
メガソーラー(2件)
新築物件における太陽光発電の設置
太陽光パネル清掃
木質バイオマス
小規模バイオマス発電等間伐材等を使用した発電(現在間伐材等が山に放置されていて、雨によって流木となり災害になっている)
バイオマスを活用した新たな産業の構想
木質(木屑)の燃料によるボイラー熱源の有効利用
木材類の中間処理、バイオマス
エネルギー分野において、バイオマス、リサイクル事業などに取り組んでみたい。
木材類の中間処理バイオマス
木材自体を燃やすか、木材をガスに変えて使うか。
次世代自動車(2件)
次世代自動車、ハイブリッド車両の販売
次世代自動車の関連部品
蓄電池(バッテリー、リチウムイオンバッテリー等)
リチウム電池等の産業へ当社の製品を売り込む。
リサイクル
資源再利用
レアメタルリサイクル
再生可能エネルギー



<b>環境・エネルギー(太陽光発電、バイオマス、次世代自動車、蓄電池、リサイクルなど)</b>
発電事業

<b>文化産業(観光、地域産品、趣味、ファッション、デザイン、インテリアなど)</b>
文化講演会、生涯学習の場を提供
ファッション性の高い衣料の製造
岡山発のジュエリーブランドを全国に発信したい。
着地型の旅行を考えてゆきたいです。津山市もまだ知られていない遺産があると思いますし、伝統的なものがあると思います。そうすることで地元の売上も上がれば自然と津山市も活性化されると思います。
低価格で宿泊できるアメリカのモートルのようなもの。
アウトドア結婚式ができるようにして、津山市の自然豊かなロケーションで格安で、内容のある、郷土色いっぱいウエディングスタイルを津山から全国の過疎化した街に広げていく。
子供写真館
観光・地域振興・産品作り
癒し系の物品販売(製造含む)

<b>教育・人材育成</b>
経営コンサルタント
ジュニアゴルファーの育成
人材派遣

<b>子育てサービス</b>
小さなお子様が集まり遊べる空間の提供

<b>情報通信</b>
コールセンター等

<b>ネット販売</b>
販売網の一環として
インターネット販売の充実
ネットショップ立ち上げ
開発した商品の販売
楽天市場店オープン～9月上旬
障害者が製作した製品を販売するルートを広げていきたい。
林業用品のネット販売
自動車用品、付属品、コラボ商品のネット販売
ネット通販で車関係の物を販売したいと思っている。
サプリメントの販売
餃子のネット販売
中古機の販売利用

<b>住宅リフォーム</b>
災害を対象とした危機管理関連商品の販売、高齢者を対象とした関連(生活、療養)商品の販売、開発。
安い価格での住宅リフォーム
空き家のリノベーション
高齢者の雇用とサービスの提供。現在メンテナンスから発生するリフォームが全体の売上げの4分の1程度。ネットワークを構築して住まいのドクター(働く意欲のある60～70歳の技術者)を登録して、地域にきめ細かなサービスを提供すると共に、元気な男性の雇用の場は確保できないかなと考えています。

輸出・海外展開
輸出(津山では将来的に需要がなくなるため)
海外通販事業
海外移転
2013年12月をめどに、インドネシアに工場設立の予定
海外への不動産投資(リスク分散の為)

その他
地震時の天井崩落、ガラス製の防災垂れ壁の崩落が、下にいる人たちの避難の妨げになったり、危険性が高いので、天井等、上にあるものを膜ですることで、防災対策になる。膜製品、設計施行製造のノウハウを使って、新製品を開発し、売り込んでいきたい。
飲食店
コンビニの誘致
専門学校や大学など、学校関係の設立をしてみたいです。
買い物難民向け移動販売
特に幻の品物を津山で入手し、それを近隣の市町村より仕入れに来るようになるような業者になれないか？試行錯誤中。

#### 4. 必要な経営資源

次世代の成長産業分野で事業化を目指す場合に、特に必要となる経営資源(複数回答)の最多は「人材」(57.3%)である。次いで「営業力」(44.3%)、「資金」(43.5%)が多い。

図表2.16 必要な経営資源

項目	(複数回答)	
	回答数	割合(%)
人材	225	57.3
営業力	174	44.3
資金	171	43.5
技術・研究ノウハウ	112	28.5
市場ニーズ把握力	106	27.0
経営企画力	102	26.0
販路先	96	24.4
設備・機器	70	17.8
業界内の人脈	55	14.0
経理・財務ノウハウ	30	7.6
法務・特許ノウハウ	19	4.8
外注先	17	4.3
土地・事務所・作業場	16	4.1
その他	7	1.8
無回答	33	8.4
合計	393	100.0

注：「その他」として記載のあったのは、「和を以って」「若い人達の定着」「社員教育」「仕入先との取引が、どうしたらできるか研究中」「技術力」「価値観の向上 人間力の向上」各1件

従業員数の見込み別に特に必要となる経営資源をみると、「現在と比べて10%以上増加」とみている企業で、人材(75.8%)を必要とする企業が多い。このほか営業力(54.5%)、市場ニーズ把握力(48.5%)、経営企画力(42.4%)、業界内の人脈(33.3%)などについても全体の平均を大きく上回っている。「現在と比べて3~10%増加」とみている企業でも、人材(70.0%)を必要とする企業が多い。

図表2.17 従業員数の見込み別にみた必要な経営資源

(複数回答)

	合計	営業力	販路先	市場ニーズ 把握力	業界内の人 脈	資金	外注先	土地・事務 所・作業場
全体	393 100.0	174 44.3	96 24.4	106 27.0	55 14.0	171 43.5	17 4.3	16 4.1
現在と比べて 10%以上増加	33 100.0	18 54.5	9 27.3	16 48.5	11 33.3	17 51.5	4 12.1	1 3.0
現在と比べて 3~10%増加	40 100.0	21 52.5	14 35.0	12 30.0	2 5.0	14 35.0	1 2.5	2 5.0
ほぼ横ばい	223 100.0	91 40.8	48 21.5	51 22.9	28 12.6	87 39.0	7 3.1	5 2.2
現在と比べて 3~10%減少	28 100.0	13 46.4	6 21.4	12 42.9	5 17.9	13 46.4	3 10.7	3 10.7
現在と比べて 10%以上減少	23 100.0	12 52.2	6 26.1	5 21.7	2 8.7	13 56.5	1 4.3	1 4.3
わからない	45 100.0	19 42.2	12 26.7	9 20.0	7 15.6	27 60.0	1 2.2	4 8.9
無回答	1 100.0	0 0.0	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

	設備・機 器	人材	技術・研究 ノウハウ	経理・財務 ノウハウ	法務・特許 ノウハウ	経営企画 力	その他	無回答
全体	70 17.8	225 57.3	112 28.5	30 7.6	19 4.8	102 26.0	7 1.8	33 8.4
現在と比べて 10%以上増加	8 24.2	25 75.8	12 36.4	4 12.1	4 12.1	14 42.4	4 12.1	0 0.0
現在と比べて 3~10%増加	5 12.5	28 70.0	12 30.0	4 10.0	6 15.0	13 32.5	0 0.0	2 5.0
ほぼ横ばい	43 19.3	130 58.3	63 28.3	12 5.4	7 3.1	50 22.4	2 0.9	19 8.5
現在と比べて 3~10%減少	4 14.3	11 39.3	7 25.0	2 7.1	2 7.1	9 32.1	1 3.6	4 14.3
現在と比べて 10%以上減少	1 4.3	9 39.1	6 26.1	1 4.3	0 0.0	4 17.4	0 0.0	2 8.7
わからない	9 20.0	21 46.7	11 24.4	7 15.6	0 0.0	11 24.4	0 0.0	6 13.3
無回答	0 0.0	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0

上段は回答数、下段は割合(%)

経営者の年齢別に特に必要となる経営資源をみると、「30代」では人材(60.0%)、営業力(56.0%)を上回り、資金(68.0%)を必要とする企業が最も多い。資金は、「70代以上」(25.5%)では比較的low水準であるが、経営者の年齢が若いほど、必要とする企業が多い傾向がみられる。

図表2.18 経営者の年齢別にみた必要な経営資源

(複数回答)

	合計	営業力	販路先	市場ニーズ 把握力	業界内の人 脈	資金	外注先	土地・事務 所・作業場
全体	393 100.0	174 44.3	96 24.4	106 27.0	55 14.0	171 43.5	17 4.3	16 4.1
30代	25 100.0	14 56.0	11 44.0	11 44.0	4 16.0	17 68.0	1 4.0	3 12.0
40代	54 100.0	23 42.6	8 14.8	11 20.4	8 14.8	28 51.9	4 7.4	0 0.0
50代	104 100.0	49 47.1	34 32.7	34 32.7	16 15.4	50 48.1	4 3.8	6 5.8
60代	147 100.0	61 41.5	27 18.4	36 24.5	15 10.2	60 40.8	7 4.8	4 2.7
70代以上	55 100.0	26 47.3	14 25.5	14 25.5	10 18.2	14 25.5	1 1.8	3 5.5
無回答	8 100.0	1 12.5	2 25.0	0 0.0	2 25.0	2 25.0	0 0.0	0 0.0

	設備・機 器	人材	技術・研究 ノウハウ	経理・財務 ノウハウ	法務・特許 ノウハウ	経営企画 力	その他	無回答
全体	70 17.8	225 57.3	112 28.5	30 7.6	19 4.8	102 26.0	7 1.8	33 8.4
30代	6 24.0	15 60.0	7 28.0	3 12.0	6 24.0	9 36.0	0 0.0	2 8.0
40代	9 16.7	30 55.6	15 27.8	5 9.3	2 3.7	12 22.2	0 0.0	5 9.3
50代	18 17.3	56 53.8	19 18.3	7 6.7	1 1.0	24 23.1	1 1.0	5 4.8
60代	26 17.7	92 62.6	48 32.7	12 8.2	5 3.4	40 27.2	5 3.4	13 8.8
70代以上	10 18.2	29 52.7	19 34.5	3 5.5	5 9.1	15 27.3	1 1.8	7 12.7
無回答	1 12.5	3 37.5	4 50.0	0 0.0	0 0.0	2 25.0	0 0.0	1 12.5

上段は回答数、下段は割合(%)

## 5. 成長産業の育成に対する支援策

国、岡山県、津山市および産業支援機関が実施する次世代の成長産業分野の育成に対する支援策に関して、強化すべき施策(複数回答)の最多は「人材育成への支援」(37.4%)である。次いで「資金調達の円滑化」(35.9%)、「人材確保への支援」(26.7%)、「企業減税の拡充」(23.7%)が多い。

図表2.19 成長産業の育成に対する支援策

項目	(複数回答)	
	回答数	割合(%)
人材育成への支援	147	37.4
資金調達の円滑化	141	35.9
人材確保への支援	105	26.7
企業減税の拡充	93	23.7
経営革新への支援	85	21.6
技術開発支援	85	21.6
販路・マーケティング支援	61	15.5
創業・ベンチャー企業への支援	49	12.5
企業間連携の促進	45	11.5
産学官連携の促進	41	10.4
情報化対応への支援	28	7.1
環境対応に関する支援	27	6.9
事業スペース確保への支援	14	3.6
国際展開の支援	9	2.3
デザイン力強化への支援	8	2.0
知的財産権の保護活用	6	1.5
その他	9	2.3
無回答	19	4.8
合計	393	100.0

注：「その他」として記載のあったのは、「表向きでの協力でなく、心からの異業種の信頼関係」「町づくりに非協力的な者(商店街の空き店舗 etc.)に対する固定資産税の増税」「若い人が子供を産み、育てることが出来る支援医療との補助など」「支援は必要ないので障壁を取り払ってほしい」「原料確保、燃料、電力対策、水」「ゴルフ場利用税の削減」「インフラ(光環境)、現状はスピードが遅い、コストが高い、」「必要ありません」各1件

従業員数別に強化すべき施策をみると、資金調達の円滑化に関して「1,001人以上」(8.3%)、「301～1,000人」(16.7%)と比較して、「1～20人」(37.5%)など従業員数300人以下で強化すべきと考えている企業が多い。企業減税の拡充に関しても同様に、従業員数300人以下で強化すべきと考えている企業が多い。

図表2.20 従業員数別にみた強化すべき支援策

(複数回答)

	合計	経営革新への支援	創業・ベンチャー企業への支援	技術開発支援	知的財産権の保護活用	産学官連携の促進	企業間連携の促進	人材育成への支援	資金調達の円滑化	企業減税の拡充
全体	393 100.0	85 21.6	49 12.5	85 21.6	6 1.5	41 10.4	45 11.5	147 37.4	141 35.9	93 23.7
1～20人	267 100.0	68 25.5	29 10.9	58 21.7	6 2.2	22 8.2	29 10.9	99 37.1	100 37.5	64 24.0
21～50人	55 100.0	10 18.2	6 10.9	14 25.5	0 0.0	9 16.4	6 10.9	21 38.2	20 36.4	15 27.3
51～100人	22 100.0	1 4.5	3 13.6	2 9.1	0 0.0	1 4.5	2 9.1	8 36.4	9 40.9	6 27.3
101～300人	24 100.0	1 4.2	3 12.5	4 16.7	0 0.0	4 16.7	3 12.5	7 29.2	9 37.5	6 25.0
301～1,000人	12 100.0	3 25.0	2 16.7	2 16.7	0 0.0	4 33.3	3 25.0	6 50.0	2 16.7	1 8.3
1,001人以上	12 100.0	2 16.7	6 50.0	5 41.7	0 0.0	1 8.3	2 16.7	6 50.0	1 8.3	1 8.3
無回答	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

	国際展開の支援	販路・マーケティング支援	環境対応に関する支援	人材確保への支援	デザイン力強化への支援	情報化対応への支援	事業スペース確保への支援	その他	無回答
全体	9 2.3	61 15.5	27 6.9	105 26.7	8 2.0	28 7.1	14 3.6	9 2.3	19 4.8
1～20人	4 1.5	48 18.0	14 5.2	69 25.8	5 1.9	15 5.6	8 3.0	5 1.9	11 4.1
21～50人	0 0.0	6 10.9	7 12.7	14 25.5	2 3.6	4 7.3	2 3.6	3 5.5	1 1.8
51～100人	2 9.1	3 13.6	2 9.1	8 36.4	0 0.0	4 18.2	1 4.5	0 0.0	2 9.1
101～300人	0 0.0	1 4.2	2 8.3	6 25.0	1 4.2	4 16.7	2 8.3	1 4.2	4 16.7
301～1,000人	1 8.3	1 8.3	0 0.0	5 41.7	0 0.0	1 8.3	1 8.3	0 0.0	0 0.0
1,001人以上	2 16.7	2 16.7	2 16.7	3 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
無回答	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0

従業員数の見込み別に強化すべき施策をみると、人材育成への支援に関して「現在と比べて10%以上増加」(51.5%)、「現在と比べて3~10%増加」(45.0%)と比較して、「ほぼ横ばい」(35.4%)、「現在と比べて3~10%減少」(28.6%)など、従業員数の増加を見込んでいる企業で強化すべきと考えている企業が多い。

図表2.21 従業員数の見込み別にみた強化すべき支援策

(複数回答)

	合計	経営革新への支援	創業・ベンチャー企業への支援	技術開発支援	知的財産権の保護活用	産学官連携の促進	企業間連携の促進	人材育成への支援	資金調達への円滑化	企業減税の拡充
全体	393 100.0	85 21.6	49 12.5	85 21.6	6 1.5	41 10.4	45 11.5	147 37.4	141 35.9	93 23.7
現在と比べて10%以上増加	33 100.0	5 15.2	5 15.2	6 18.2	1 3.0	6 18.2	4 12.1	17 51.5	12 36.4	8 24.2
現在と比べて3~10%増加	40 100.0	3 7.5	2 5.0	7 17.5	0 0.0	4 10.0	4 10.0	18 45.0	14 35.0	14 35.0
ほぼ横ばい	223 100.0	55 24.7	31 13.9	51 22.9	4 1.8	28 12.6	28 12.6	79 35.4	75 33.6	44 19.7
現在と比べて3~10%減少	28 100.0	8 28.6	1 3.6	4 14.3	0 0.0	0 0.0	4 14.3	8 28.6	11 39.3	8 28.6
現在と比べて10%以上減少	23 100.0	5 21.7	4 17.4	3 13.0	0 0.0	1 4.3	2 8.7	8 34.8	11 47.8	6 26.1
わからない	45 100.0	9 20.0	6 13.3	14 31.1	1 2.2	2 4.4	3 6.7	17 37.8	18 40.0	13 28.9
無回答	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

	国際展開の支援	販路・マーケティング支援	環境対応に関する支援	人材確保への支援	デザイン力強化への支援	情報化対応への支援	事業スペース確保への支援	その他	無回答
全体	9 2.3	61 15.5	27 6.9	105 26.7	8 2.0	28 7.1	14 3.6	9 2.3	19 4.8
現在と比べて10%以上増加	0 0.0	9 27.3	4 12.1	8 24.2	2 6.1	1 3.0	1 3.0	1 3.0	0 0.0
現在と比べて3~10%増加	0 0.0	7 17.5	0 0.0	13 32.5	1 2.5	5 12.5	3 7.5	2 5.0	1 2.5
ほぼ横ばい	4 1.8	39 17.5	12 5.4	67 30.0	0 0.0	16 7.2	5 2.2	2 0.9	9 4.0
現在と比べて3~10%減少	1 3.6	1 3.6	2 7.1	6 21.4	3 10.7	1 3.6	3 10.7	3 10.7	3 10.7
現在と比べて10%以上減少	1 4.3	1 4.3	2 8.7	1 4.3	1 4.3	1 4.3	0 0.0	1 4.3	3 13.0
わからない	3 6.7	4 8.9	6 13.3	10 22.2	1 2.2	4 8.9	2 4.4	0 0.0	3 6.7
無回答	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

## 6. 高く評価できる事業環境

津山市で事業を営む上で高く評価できる環境・条件の最多は、「自然災害が少ない」(60.1%)である。次いで「高速道路利用の利便性」(43.8%)、「自然環境の良さ」(30.0%)が多い。

図表2.22 高く評価できる事業環境

項目	(複数回答)	
	回答数	割合(%)
自然災害が少ない	236	60.1
高速道路利用の利便性	172	43.8
自然環境の良さ	118	30.0
国道、県道などの幹線道路利用の利便性	59	15.0
賃金水準が低い	49	12.5
歴史、文化遺産などの豊富さ	43	10.9
地価、家賃等の安さ	42	10.7
生活環境が充実(商業、医療、福祉、教育、文化、レジャー、IT環境など)	36	9.2
農林水産物の豊富さ	35	8.9
新幹線、空港など広域交通へのアクセス	23	5.9
鉄道、バスなどの公共交通機関	17	4.3
企業間、異業種間での連携のしやすさ	17	4.3
一般の人材が確保しやすい	17	4.3
非正規雇用者(パート、派遣など)が確保しやすい	15	3.8
大学、研究機関、産業支援機関の集積	13	3.3
顧客、受注先企業の集積	13	3.3
専門的人材が確保しやすい	8	2.0
外注、調達先企業の集積	6	1.5
その他	7	1.8
無回答	37	9.4
合計	393	100.0

注:「その他」として記載のあったのは、「津山市は不便(全てにおいて)」「真心を以って」「現状では難しいです。強いてあげるなら『高速道路利用の利便性』『賃金水準が低い』を感じているが、高く評価していいものか?」「『地価、家賃等の安さ』は違う。津山は地価が高く、家賃が高い、なぜなら固定資産税が高いから。」「評価できるものがありません」「比較はどのエリアと比べているのか?」各1件



業種別に高く評価できる事業環境をみると、自然災害が少ないことが、「建設業」(54.5%)、「製造業」(63.2%)、「卸売業，小売業」(63.5%)、「宿泊業，飲食サービス業」(76.9%)など多くの業種で最多となっている。また、高速道路の利便性が、「運輸・倉庫業」(70.0%)「金融業，保険業」(61.5%)などで最多となっている。

図表 2.23 業種別にみた高く評価できる事業環境

(複数回答)

	合計	国道、県道などの幹線道路利用の利便性	高速道路利用の利便性	新幹線、空港など広域交通へのアクセス	鉄道、バスなどの公共交通機関	大学、研究機関、産業支援機関の集積	外注、調達先企業の集積	顧客、受注先企業の集積	農林水産物の豊富さ	企業間、異業種間での連携のしやすさ	自然環境の良さ
全体	393	59	172	23	17	13	6	13	35	17	118
	100.0	15.0	43.8	5.9	4.3	3.3	1.5	3.3	8.9	4.3	30.0
農業、林業、水産業	4	0	0	0	0	0	0	0	2	1	2
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	25.0	50.0
建設業	101	22	42	9	5	5	1	7	7	6	34
	100.0	21.8	41.6	8.9	5.0	5.0	1.0	6.9	6.9	5.9	33.7
製造業	68	5	36	2	1	1	1	2	4	1	18
	100.0	7.4	52.9	2.9	1.5	1.5	1.5	2.9	5.9	1.5	26.5
運輸・倉庫業	10	4	7	0	1	0	0	0	2	2	4
	100.0	40.0	70.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	40.0
卸売業，小売業	96	14	39	7	3	4	1	3	11	3	26
	100.0	14.6	40.6	7.3	3.1	4.2	1.0	3.1	11.5	3.1	27.1
金融業，保険業	13	3	8	2	3	0	0	0	3	0	5
	100.0	23.1	61.5	15.4	23.1	0.0	0.0	0.0	23.1	0.0	38.5
宿泊業，飲食サービス業	13	2	3	0	0	0	0	0	0	1	5
	100.0	15.4	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	38.5
医療・福祉	14	2	7	1	2	0	0	0	2	0	4
	100.0	14.3	50.0	7.1	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	28.6
その他サービス業	68	6	28	1	1	3	2	0	2	3	18
	100.0	8.8	41.2	1.5	1.5	4.4	2.9	0.0	2.9	4.4	26.5
その他	5	1	2	1	1	0	1	1	2	0	2
	100.0	20.0	40.0	20.0	20.0	0.0	20.0	20.0	40.0	0.0	40.0
無回答	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	歴史、文化遺産などの豊富さ	地価、家賃等の安さ	生活環境が充実	非正規雇用者が確保しやすい	一般の人材が確保しやすい	専門的人材が確保しやすい	賃金水準が低い	自然災害が少ない	その他	無回答
全体	43	42	36	15	17	8	49	236	7	37
	10.9	10.7	9.2	3.8	4.3	2.0	12.5	60.1	1.8	9.4
農業、林業、水産業	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	25.0
建設業	8	9	9	4	5	5	13	55	1	12
	7.9	8.9	8.9	4.0	5.0	5.0	12.9	54.5	1.0	11.9
製造業	1	5	4	1	4	0	9	43	0	8
	1.5	7.4	5.9	1.5	5.9	0.0	13.2	63.2	0.0	11.8
運輸・倉庫業	1	3	0	0	0	0	2	6	0	0
	10.0	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	60.0	0.0	0.0
卸売業，小売業	12	14	11	4	2	2	11	61	2	9
	12.5	14.6	11.5	4.2	2.1	2.1	11.5	63.5	2.1	9.4
金融業，保険業	0	3	2	0	1	0	1	7	0	0
	0.0	23.1	15.4	0.0	7.7	0.0	7.7	53.8	0.0	0.0
宿泊業，飲食サービス業	2	1	2	1	1	0	2	10	0	2
	15.4	7.7	15.4	7.7	7.7	0.0	15.4	76.9	0.0	15.4
医療・福祉	3	2	1	3	0	0	1	7	2	1
	21.4	14.3	7.1	21.4	0.0	0.0	7.1	50.0	14.3	7.1
その他サービス業	14	5	7	1	4	1	7	43	2	4
	20.6	7.4	10.3	1.5	5.9	1.5	10.3	63.2	2.9	5.9
その他	2	0	0	1	0	0	2	2	0	0
	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	40.0	0.0	0.0
無回答	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

## 7. 活用すべき地域資源

### (1) 地域資源

津山市経済の成長(産業の活性化、雇用の創出、定住・交流人口の増加)を図る上で、活用すべき地域資源を自由記入してもらい、記入結果を類型化した。最多は「商店街・空き店舗」(7.1%)であり、次いで「津山城(鶴山公園)・衆楽園」(5.3%)、「林業・木材加工の集積」(4.8%)、「農業・農産物」(4.6%)が多い。

図表2.24 活用すべき地域資源

自由記入を類型化		
項目	回答数	割合(%)
商店街・空き店舗	28	7.1
津山城(鶴山公園)・衆楽園	21	5.3
林業・木材加工の集積	19	4.8
農業・農産物	18	4.6
城東町並み保存地区	13	3.3
遊休農地	12	3.1
畜産業・肉文化・B級グルメ	11	2.8
自然環境	9	2.3
祭り(だんじり)	8	2.0
工業団地	8	2.0
交通網	7	1.8
吉井川流域	6	1.5
空き家	6	1.5
学校(津山高専、美作大学)	5	1.3
津山グリーンヒルズ	4	1.0
災害の少なさ	3	0.8
汚泥処理	2	0.5
その他	53	13.5
無回答	256	65.1
合計	393	100.0

### (2) 地域資源の具体的な記述

地域資源の具体的な記述として、主に次のような記載があった。

商店街・空き店舗
中心市街地の施設と空き店舗
鶴山を中心とした街並みの整備
津山駅周辺の商業を充実させる
津山駅前から鶴山通り又アーケード通りの「空き店舗」の活用
アルネ津山の積極的な活用(市民、行政のトラウマの排除)
空き店舗で空いているのに、権利者の市場価格との大きな隔たり、高すぎて入れない。

津山城(鶴山公園)・衆楽園
津山城の石垣は近県に例のない雄大なものであり、観光対策の核としてもっと利用アピールすべきだと思う。地元の住民の評価も思ったより低く、宝の持ち腐れの面が残念。
津山城跡(特に石垣)、城東町並み保存地区
津山城の建設、観光客の増加を目的とします。津山市の商店街に魅力ある商店を誘致し、市営駐車場や周辺の駐車場を無料で使用できるように、津山市民のドライバーに無料駐車場カードを配り、商店街への集客に努める。

<b>津山城（鶴山公園）・衆楽園</b>
鶴山公園の桜を昔のように上からみると絨毯を敷いているようで、すごく感動しました。それが今ではすかすかですので、もっともっと桜を満開にするともっと観光客が来ると思います(津山は産業が少ないので)
鶴山公園(桜植樹、駐車場の整備)
郷土博物館

<b>林業・木材加工の集積</b>
美作産の木材
製材業者・木材加工業者の集積
木材加工業者の集積に加えて、林地残材(端尺材、低質材、チップ材等)の集積場および加工場
地域材の活用.....津山市地域の最大資源は木材です。津山市内において約300億円以上の資金を他地域より持ち帰っており、当地域の経済発展に多大な貢献をしています。健康をコンセプトにした地域材販売方法の勉強会を行うことで今以上に売上は伸びるものと思う。
木材加工業者の集積もあるので、それを生かして、外材にはない良い製品の提供(現状は価格等で対抗できない?)
農林業の国内需要を高め、国産材の利用を推進し、山、農地の放棄地を見直し、雇用の創出を計って行かなければ、現状のままだと国土そのものが衰退してしまうと思う。
森林資源(バイオマス)
木材の製材廃棄物
竹林の利用

<b>農業・農産物</b>
人が生活する上で、食(農業)が基本。昔から云われているように村が青くなれば(農繁期)、商店(町)が青くなると云われるように、特に津山の産業、商売は農村農民による力が大きかった。もう一度今以上に農業を見直してみてもいいと思います。記入例にもあるように、小麦の振興等、農家、市、農協、加工業者一体となつての振興による活性化等今始まっていると思うが・・・続け！！ですネ。
北海道富良野、三重、伊賀甲賀地区のようにファーマーズ地区を作り、農産物加工販売まで特色のある地区を作り、観光資源としても活用。
農林水産物の多角的経営(これからの農地の有効利用)の支援及人材の育成及資金(補助金)等の支援
農林畜産業の一大改革...東北被害地(先進農業国)誘致(農振)
県北地での農業の集団化、専門集合での”ちえ”を出す。
農産物貯蔵施設の充実
特産物(ピオーネ、アスパラガス等)
大豆(小粒大豆、中粒大豆、作州黒)
赤米(古代米)

<b>城東町並み保存地区</b>
城下町としての良さを生かしてほしい。城東町並み保存地区はとても良い環境なのに、お店が少なく中途半端になっている。魅力のある施設、設備、歴史はあるのに、上手にできれば観光客の方々が喜び、興味を持つ何かあればと考えています。いま全国で観光に力を入れている地域が多いのに勉強不足では。設備等全部含めてもっと色々考えてほしい。
自然環境、歴史・文化祭り(城下町の残された資源をもっと予算を取り、積極的に対外活用する)
城東町並み保存地区への定住
観光産業(森本家、立石家の歴史的遺産の活用。グリーンヒルズ一帯の再検討。鶴山公園、衆楽園を含めた再検討。人材の育成、城下町としてのまちづくり再検討)

<b>遊休農地</b>
農林業の国内需要を高め、国産材の利用を推進し、山、農地の放棄地を見直し、雇用の創出を図って行かなければ、現状のままだと国土そのものが衰退してしまうと思う。

遊休農地
農地の有効活用・現状のまま農地を守ることの限界、高齢化、集約化で小さい農地の活用に農地転用の特例化、根本的な農地転用の見直し。
中山間地域(鏡野町他津山市周辺地区)の休耕田を利用した農業(農業の法人化)
耕作放地.....農業用水管の老朽化等により廃止された広大な圃場が耕作放地。その土地の借上で小麦、小豆、そば等の植え付け。
遊休農地の利用(太陽光)

畜産業・肉文化・B級グルメ
せっかくB級グルメでホルモンうどんが有名になったのなら、その他の牛肉も売れる様に作州牛を酪農家から飲食店まで、いわゆる川上から川下までの業者が協力して、本物の作州牛を復活し、津山で牛の市場が再び立つように、業として、全業者が自信を持って、外に向けて、作州牛を地産地消でなく、地産他消ができる、心からの協力体制作りができれば、津山の人間性も変わってくるだろう。それが他の業種に与える影響は計り知れないものとなるだろう。
集客力が乏しいので、観光振興を計って、集客力を高めてもらいたい。B級グルメは良いと思う。
美作市が行っている猪、鹿の加工所を作り、ジビエ料理、ほし肉、燻製等の肉を和牛と共に売り込む(肉料理なら津山市のイメージ)
郷土食(特に牛肉)を広め、食のブランド化を進めるべき。また、小麦も粉まで津山で行われている事を更にアピールしていかなければならない。
観光資源を活かす、"美作の国"として、地域をまとめ成長させる。1.音楽、2.文化、3.食等で観光の魅力を打ち出す。津山市のみの成長はないと思います。
津山産養殖うなぎ、作州牛、ジビエ料理

自然環境
自然環境と、福祉サービスを合体した介護施設があったら、入居したいと思うので、都会からの入居者、定住者が増えるかもしれないと思う。
自然環境(自然災害が少ない、天候が良い)。安心して生活ができるので、時代に対応しやすい企業の、そして人口の誘致を。難しい問題も多いと思いますが、地方都市として、大企業等の誘致より小規模の数で勝負をも検討してみる事も有ではないかと思う。
災害の少ない自然環境のすぐれた地域なので高齢者とこどもの住みたくなるまちづくりをする。

祭り(だんじり)
祭り(だんじり)
文化財(だんじり)を飛騨高山市、長崎市のようにスケール大
地域と一体化した祭り。
自然環境、歴史・文化祭り(城下町の残された資源をもっと予算を取り、積極的に対外活用する)

工業団地
津山市産業・流通センター
地震、災害等の少ない地域性をアピールし、工業団地等への企業誘致
工業団地などの空き地に工場を誘致して、雇用をうむことが第一と考える。雇用をうむことによって、人口の流出を少なくすること。
各工業団地(企業誘致)
工業団地の有効活用...重厚長大産業とそれに伴う関連産業の一大産地化を図る

交通網
民間企業とのコラボレーションが必要と考えます。津山市民の発想ではなく、グローバル視点が今こそ必要ではないでしょうか？駅前の表面開発ではなく、津山行のJR津山線にSLを走らせる案とか、「昭和の町津山実現など」

交通網
都市開発(幹線道路、駅周辺 etc.)
津山線の高速化、空港への経由化、電化等、岡山市が商圏内に入る時間化が必要。道路ではダメ。駅だけきれいにして無駄。
質問の意味とはハズれますが、経済を活性化させるには「人の流れ」を作る必要がある。「人の流れ」=「金の流れ」でもある。津山市は決して遠い街ではない。近くて魅力ある街であると認識してもらう必要がある。それには県内の都市部を或いは、周辺地域との時間距離(体感する時間に匹敵する距離)を縮めるため、JR 津山線の複線化が急務と思われる。
交通の便(岡山 津山間)の見直し

吉井川流域
吉井川(河川敷)
吉井川水系の活用
川でキャンプ、バーベキュー
吉井川を初めとする各河川水を利用して養殖、発電、観光に利用したい。そして貯水能力を今の10倍増を目指して平地ダムを造り、農業、漁業を派生させたい。各河川の源流を調査し、名水として販売できないか、その経済性を探りたい。小型水車発電装置を1000台位設置できないかと思う。
横野川ホテル

空き家
中心地の空き家、空き店舗の活用
空き家.....移住者の誘致により、防犯自然環境の崩壊を防ぐ人口の増加にも良。リフォーム補助金とか低利融資制度とかの支援を。空き家の火事対策。
中心市街地の空き家の有効利用(行政として)

学校(津山高専、美作大学)
教育(美作大学)
大学の誘致、学園都市、福祉の町など
企業 大学 高専との連携強化、人材教育の充実、
津山高専、美作大学の整備、存続(新学部の創設)、教育レベルの向上(県南への流出)

津山グリーンヒルズ
美術館を作って頂きたいです。新築でなくても建物再利用で、瀬戸内市美術館程度でも集客を見込めますし、津山の美術愛好家の人も多いので、是非考えてください。又、グリーンヒルズの土地を一部の人のために使用するのではなくて、大きなイベント用に残しておいてもらえたらと思います。"
グリーンヒルズなどの良い場所を利用した学校。

災害の少なさ
地震、災害等の少ない地域性をアピールし、工業団地等への企業誘致(再掲)
自然環境(自然災害が少ない、天候が良い)安心して生活が出来るので、時代に対応が出来やすい企業の、そして人口の誘致を。難しい問題も多いと思いますが、地方都市として、大企業等の誘致より小規模の数で勝負をも検討してみる事も有ではないかと思う。(再掲)

汚泥処理
下水汚泥の堆肥化を図り農地へ還元する
汚泥処理再利用

その他
グンゼの活用.....津山市内の最大誘致企業はグンゼです。昔より多くの市民が勤務し大変恩恵を受けています。グンゼとコラボした街づくりを考えるべきです。
寺院の活用.....西寺町のように一か所に多数の寺院がある事は財産です。東京巢鴨のとげ抜き地藏(日蓮宗)の古い像をもらって来て、老人をターゲットとした街づくりをすべきです。
大手流通業の受け入れを止めなければ成長はない。どこの町に行っても同じ風景である。津山市の町は一味違う所を一目でわかる様にしなければいけないと思います。店頭の「のぼり」を禁止し、看板も規制すればいいと思います。
津山市から美咲町、勝間田、真庭市などへ引っ越し人がいたので、訊いてみると、固定資産税優遇、子供医療費の優遇などがあつた。人口を流出させない工夫が必要。
クリエイターの育成、グラフィックデザイン、ウェブデザイン、マーケティング等、地方都市でも在宅でできるデザインの受注や営業にはポテンシャルがあると思います。
津山市出身で活躍されている著名人の活用
B'zの稲葉の地元
地元食材を使った、地元学校栄養科等が参加した、地元グルメの開発
津山ロール
中小企業育成の為の専門家のチームが必要だと思います。
医療機関の集積
IT化を進めて医療分野でTOPを目指す。(地方、山間医療で)
生活環境の充実(医療、福祉、教育、文化)
作陽音大の跡地利用
例) 火の国(ナルト)                      津山駅(ナルト電車)                      アルネ(商店街)
作州餅
交流施設の充実、専門分野の講演等
ステンレス加工業者の集積
市街地への定住促進(老人施設、公共施設、学区の見直し、学校の再配置)
女性が働きやすい保育、子育て支援
都会からの移住へのPR
各都市、海外へのアピール"
方言(~しんちゃい、~きんちゃい)
扇形機関庫
出雲街道
ロボコン(コンテスト)を当地で開催し、民間での日本一を競う。
まじめだけでなく、横から見た目線で集客を計る。PRが必要で、大手新聞およびNETで"ちえ"を出し広める。
スポーツ大会の会場(スポーツ少年団など)(バスケット、サッカー、野球など)

## 8. 有望な産業分野

津山市が今後発展を遂げていく上で、有望だと思われる産業分野の最多は、「福祉(福祉機器、介護サービスなど)」(40.7%)である。次いで「環境・エネルギー(太陽光発電、バイオマス、次世代自動車、蓄電池、リサイクルなど)」(39.2%)、「文化産業(観光、地域産品、趣味、ファッション、デザイン、インテリアなど)」(34.1%)が多い。

図表2.25 有望な産業分野

項目	(複数回答)	
	回答数	割合(%)
福祉(福祉機器、介護サービスなど)	160	40.7
環境・エネルギー(太陽光発電、バイオマス、次世代自動車、蓄電池、リサイクルなど)	154	39.2
文化産業(観光、地域産品、趣味、ファッション、デザイン、インテリアなど)	134	34.1
医療・健康(医療、医療機器、フィットネス産業、健康・栄養食品など)	116	29.5
農林漁業・6次産業化	112	28.5
教育・人材育成	69	17.6
子育てサービス	43	10.9
ネット販売	34	8.7
住宅リフォーム	34	8.7
リサイクル・リユース	20	5.1
ロボット	19	4.8
情報通信	15	3.8
輸出・海外展開	5	1.3
航空機	4	1.0
ナノテク	2	0.5
その他	4	1.0
無回答	34	8.7
合計	393	100.0

注:「その他」として記載のあったのは、「働く場所が少ない。雇用を増やさないと、人口は増えない。」「都会疲れた人間が安心して、安住の地になるべく、地方都市としての必要なものを全て、整えて行けば、おのずから地元の若者の仕事も確保でき、老若男女が明るく住みやすい都市となる。」「お寺(宗教法人)」各1件

業種別に有望な産業分野をみると、「運輸・倉庫業」「金融業、保険業」「宿泊業、飲食サービス業」「その他サービス業」などは、いずれも半数以上の企業が福祉分野を有望と回答しているものの、「医療・福祉」(28.6%)は福祉分野を有望とみている企業が相対的に少ない。「建設業」「運輸・倉庫業」「卸売業、小売業」「金融業、保険業」などは、いずれも4割以上の企業が環境・エネルギー分野を有望として回答している。

図表 2.26 業種別にみた有望な産業分野

(複数回答)

	合計	農林漁業・6次産業化	福祉	医療・健康	環境・エネルギー	文化産業	教育・人材育成	子育てサービス	ナノテク
全体	393 100.0	112 28.5	160 40.7	116 29.5	154 39.2	134 34.1	69 17.6	43 10.9	2 0.5
農業、林業、水産業	4 100.0	3 75.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0
建設業	101 100.0	20 19.8	42 41.6	27 26.7	48 47.5	33 32.7	17 16.8	8 7.9	0 0.0
製造業	68 100.0	18 26.5	27 39.7	20 29.4	19 27.9	21 30.9	13 19.1	4 5.9	0 0.0
運輸・倉庫業	10 100.0	4 40.0	6 60.0	0 0.0	4 40.0	3 30.0	0 0.0	2 20.0	0 0.0
卸売業、小売業	96 100.0	33 34.4	30 31.3	31 32.3	42 43.8	39 40.6	18 18.8	17 17.7	1 1.0
金融業、保険業	13 100.0	9 69.2	7 53.8	3 23.1	6 46.2	1 7.7	2 15.4	0 0.0	0 0.0
宿泊業、飲食サービス業	13 100.0	2 15.4	7 53.8	6 46.2	2 15.4	3 23.1	3 23.1	2 15.4	0 0.0
医療・福祉	14 100.0	4 28.6	4 28.6	3 21.4	5 35.7	4 28.6	4 28.6	2 14.3	1 7.1
その他サービス業	68 100.0	19 27.9	34 50.0	23 33.8	25 36.8	27 39.7	8 11.8	7 10.3	0 0.0
その他	5 100.0	0 0.0	3 60.0	3 60.0	1 20.0	2 40.0	3 60.0	1 20.0	0 0.0
無回答	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

	ロボット	航空機	情報通信	ネット販売	住宅リフォーム	リサイクル・リユース	輸出・海外展開	その他	無回答
全体	19 4.8	4 1.0	15 3.8	34 8.7	34 8.7	20 5.1	5 1.3	4 1.0	34 8.7
農業、林業、水産業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
建設業	5 5.0	1 1.0	4 4.0	7 6.9	13 12.9	7 6.9	0 0.0	2 2.0	10 9.9
製造業	3 4.4	1 1.5	2 2.9	5 7.4	2 2.9	3 4.4	1 1.5	0 0.0	7 10.3
運輸・倉庫業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 10.0	0 0.0	1 10.0	0 0.0	0 0.0	1 10.0
卸売業、小売業	5 5.2	0 0.0	5 5.2	11 11.5	9 9.4	4 4.2	2 2.1	0 0.0	8 8.3
金融業、保険業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 7.7	0 0.0	0 0.0	1 7.7	0 0.0
宿泊業、飲食サービス業	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 15.4	1 7.7	1 7.7	1 7.7	0 0.0	3 23.1
医療・福祉	0 0.0	0 0.0	1 7.1	0 0.0	0 0.0	2 14.3	0 0.0	0 0.0	2 14.3
その他サービス業	6 8.8	2 2.9	3 4.4	8 11.8	7 10.3	1 1.5	1 1.5	1 1.5	3 4.4
その他	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
無回答	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

上段は回答数、下段は割合(%)

有望な産業分野別に取り組みたい事業分野をみると、環境・エネルギー分野を有望とみている企業のうち 29.9%が同分野に取り組みたいと考えている。同様に、農林漁業・6次産業化を有望とみている企業のうち 20.5%、ネット販売を有望とみている企業のうち 20.6%が当該分野に取り組みたいと考えている。



図表2.27 有望な産業分野別にみた取り組んでみたい事業分野

(複数回答)

	取り組みたい事業分野								
	合計	農林漁業・6次産業化	福祉	医療・健康	環境・エネルギー	文化産業	教育・人材育成	子育てサービス	ナノテク
全体	393 100.0	29 7.4	37 9.4	20 5.1	69 17.6	32 8.1	17 4.3	8 2.0	1 0.3
農林漁業・6次産業化	112 100.0	23 20.5	13 11.6	7 6.3	21 18.8	10 8.9	5 4.5	3 2.7	1 0.9
福祉	160 100.0	12 7.5	22 13.8	12 7.5	28 17.5	14 8.8	6 3.8	6 3.8	1 0.6
医療・健康	116 100.0	7 6.0	15 12.9	11 9.5	25 21.6	13 11.2	7 6.0	4 3.4	1 0.9
環境・エネルギー	154 100.0	12 7.8	19 12.3	12 7.8	46 29.9	7 4.5	5 3.2	3 1.9	0 0.0
文化産業	134 100.0	13 9.7	18 13.4	13 9.7	25 18.7	21 15.7	7 5.2	4 3.0	0 0.0
教育・人材育成	69 100.0	7 10.1	6 8.7	7 10.1	11 15.9	8 11.6	4 5.8	3 4.3	0 0.0
子育てサービス	43 100.0	2 4.7	8 18.6	6 14.0	6 14.0	6 14.0	1 2.3	3 7.0	0 0.0
ナノテク	2 100.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0
ロボット	19 100.0	1 5.3	3 15.8	2 10.5	5 26.3	4 21.1	2 10.5	2 10.5	0 0.0
航空機	4 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
情報通信	15 100.0	1 6.7	2 13.3	1 6.7	3 20.0	1 6.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0
ネット販売	34 100.0	3 8.8	2 5.9	2 5.9	3 8.8	6 17.6	1 2.9	1 2.9	0 0.0
住宅リフォーム	34 100.0	2 5.9	4 11.8	2 5.9	5 14.7	1 2.9	2 5.9	2 5.9	0 0.0
リサイクル・リユース	20 100.0	0 0.0	2 10.0	3 15.0	5 25.0	3 15.0	1 5.0	2 10.0	0 0.0
輸出・海外展開	5 100.0	1 20.0	0 0.0	1 20.0	0 0.0	1 20.0	0 0.0	1 20.0	0 0.0
その他	4 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
無回答	34 100.0	0 0.0	1 2.9	0 0.0	2 5.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

	取り組みたい事業分野								
	ロボット	航空機	情報通信	ネット販売	住宅リフォーム	リサイクル・リユース	輸出・海外展開	その他	無回答
全体	5 1.3	1 0.3	9 2.3	48 12.2	18 4.6	6 1.5	15 3.8	16 4.1	191 48.6
農林漁業・6次産業化	2 1.8	1 0.9	5 4.5	17 15.2	6 5.4	1 0.9	8 7.1	5 4.5	44 39.3
福祉	3 1.9	0 0.0	4 2.5	23 14.4	8 5.0	4 2.5	3 1.9	4 2.5	76 47.5
医療・健康	3 2.6	0 0.0	1 0.9	16 13.8	9 7.8	3 2.6	4 3.4	3 2.6	47 40.5
環境・エネルギー	1 0.6	1 0.6	4 2.6	21 13.6	3 1.9	5 3.2	5 3.2	3 1.9	64 41.6
文化産業	1 0.7	1 0.7	2 1.5	17 12.7	7 5.2	4 3.0	4 3.0	9 6.7	51 38.1
教育・人材育成	1 1.4	1 1.4	3 4.3	9 13.0	3 4.3	1 1.4	4 5.8	2 2.9	30 43.5
子育てサービス	0 0.0	0 0.0	4 9.3	6 14.0	1 2.3	1 2.3	2 4.7	2 4.7	18 41.9
ナノテク	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
ロボット	3 15.8	0 0.0	2 10.5	2 10.5	3 15.8	2 10.5	2 10.5	1 5.3	4 21.1
航空機	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0
情報通信	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 13.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 6.7	9 60.0
ネット販売	0 0.0	0 0.0	0 0.0	7 20.6	0 0.0	0 0.0	2 5.9	0 0.0	17 50.0
住宅リフォーム	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 8.8	4 11.8	0 0.0	1 2.9	2 5.9	17 50.0
リサイクル・リユース	0 0.0	0 0.0	1 5.0	4 20.0	0 0.0	2 10.0	2 10.0	0 0.0	10 50.0
輸出・海外展開	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 20.0	0 0.0	0 0.0	3 60.0	0 0.0	1 20.0
その他	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0	1 25.0
無回答	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 8.8	1 2.9	0 0.0	0 0.0	1 2.9	27 79.4

上段は回答数、下段は割合(%)

## 9. 産業活性化、雇用確保のために重要な施策

津山市の産業活性化を図り、雇用の場を確保していくために重要だと思われる施策(3つ以内で回答)の最多は「工場、配送センターなどの誘致」(35.4%)、次いで「商店街の空き店舗対策」(33.1%)が多い。

図表2.28 産業活性化、雇用確保のために重要な施策

(3つ以内で回答)

項目	回答数	割合(%)
工場、配送センターなどの誘致	139	35.4
商店街の空き店舗対策	130	33.1
歴史・文化資源を生かした観光振興	84	21.4
大学等の高等教育機関の整備、誘致	78	19.8
人や物の移動の利便性向上	66	16.8
低利融資制度	61	15.5
農林水産物・地域商品のブランド化	56	14.2
創業、開業支援	52	13.2
求職者、従業員の人材育成	46	11.7
自然資源を生かした観光振興	45	11.5
津山市、市内企業の情報発信強化	41	10.4
企業の農業参入支援	38	9.7
新規設備の導入補助	35	8.9
農商工連携、異業種交流の促進	32	8.1
新技術・新商品開発支援	29	7.4
受注・販路開拓支援	28	7.1
経営者・後継者向け研修	28	7.1
未利用エネルギーの利用促進	24	6.1
企業と学生・生徒とのマッチング推進	19	4.8
イベント等の多頻度開催	18	4.6
コミュニティビジネス、ソーシャルビジネスの活性化	15	3.8
企業支援のワンストップ窓口設置	5	1.3
その他	14	3.6
無回答	12	3.1
合計	393	100.0

注：「その他」として記載のあったのは、「都市の大きさは空港の規模と公営の墓地に比例する。この現実を市の行政が、議会を含む職員がどう考えるかによる。」「津山市地域にはミコーやインホームやナンパやマルイなど育成してゆけば素晴らしい企業が多数あります。」「津山市のコンセプトの確立、目指す方向は?」「津山駅の活性化(津山 岡山の快速増、利便性を考える)」「市内業者と国内大手の給料が違い過ぎる。若い人の事をもっと考える企業が多く有ればよくなる。」「市のグランドデザインを明確にし、特化するべき」「子育てが定着するような政策」「教育」「規制緩和(農地転用、建築確認申請等)」「企業誘致から雇用を生む事」「官民一体の事業(商工会とし、漁協と市など)(各種団体のトップの交代).....若い人の考え方、意見を取り込む。」「インターネットの環境整備の拡大」「イベントや会議などが開催出来る屋内コンベンション施設」「津山市は他の市町村に比べ、交通の便が圧倒的に不便です。」各1件

## ・聞き取り調査結果

### 1．調査の概要

#### (1)対象

津山市の産業振興・成長戦略の意見収集を目的に、企業・事業所アンケートの回答を得られた企業・団体、学校関係者、有識者など17社(団体)・人に対して、聞き取り調査を実施した。

#### (2)実施概要

調査方法：面談形式

調査期間：2013年6月26日～8月20日

対象先数：17社・人

(企業・事業所アンケートの回答を得られた企業・団体、学校関係者、有識者など)

調査結果：収集した意見を、津山市の特性、津山市産業の課題、今後の産業振興に必要とされる取り組み、行政への要望事項などに分類して、取りまとめた(調査結果は次項のとおり)。

### 2．津山市の特性

#### (1)産業面

産業面の特性は、主に農林業、製造業を津山市の特性とする意見が聞かれた。農林業では、稲作中心の農業を展開している小規模農家が多い。現在は米に代わる作物として、巨大胚芽米、津山産小麦、大豆などの作付けを推進している。木材資源も市北部に豊富にあり、木材業者が多い。

製造業は、製材・木材家具、電気機械器具、金属製品、一般機械器具、食料品などが主要産業で、県外資本の大手メーカーの工場と地元資本の中小企業と大別される。県外資本の大手メーカーの工場の多くは中国縦貫自動車道の開通に伴い、関西方面からの立地が促進された経緯がある。中小企業には市内で「美作材」を生産する製材工場が多いほか、ステンレス加工を中心に金属加工メーカーが集積している。

#### 農林業

- ・津山盆地の耕地面積の9割が水田である。
- ・津山市の農業は稲作が中心である。その他は肉用牛の畜産が盛んである。
- ・岡山県南に比べて小規模な農家が多い。
- ・産地形成プロジェクトとして、巨大胚芽米、津山産小麦、大豆などの作付けを推進している。
- ・加茂地区、阿波地区に木材資源が豊富にあり、木材業者が多い。

#### 製造業

- ・製材・木材家具、電気機械器具、金属製品、一般機械器具、食料品が主要産業である。
- ・製造業は地元資本の中小企業と、県外資本の大手メーカーの工場に大別される。
- ・市内には製材工場が多く、製材された木材「美作材」は全国で高い評価を得ている。優れた乾燥技術で、高品質の製材品を生産するメーカーが存在する。

- ・美作材の販路は首都圏、京阪神などである。
- ・中国縦貫自動車道の開通に伴い、関西方面からの工場立地が進み、誘致企業の集積を促進した。
- ・地元の金属加工メーカーは小規模な事業者が大半である。
- ・ステンレス加工が津山の強みを発揮できる分野である。

#### 人材

- ・大都市に比べて人材を確保しやすい。
- ・津山高専にはエネルギー分野で太陽光発電、小水力発電の分野の研究を行っている先生がいる。

## (2)地域資源

津山が誇る地域資源として挙げられたものを整理すると、「水資源」「農産品」「歴史的・文化的資源」「食文化」「高等教育機関・産学連携機関」などである。

水資源は、吉井川水系の小河川が多いために豊富にある。有効活用されることが期待される。

農産品としては、ふくほのか、ピオーネ、ハトムギなどが地域資源に挙げられた。

歴史的・文化的資源としては、津山市が城下町としての歴史・伝統文化が根付いているまちで、具体的にはシンボリック存在の鶴山公園、衆楽園のほかに、城東地区や城西地区の町並み、各町内が保管するだんじり、旧津山扇形機関車庫などが挙げられた。

食文化では、津山ホルモンうどん、干し肉、そずり鍋などは伝統の食文化から生まれたものである。また、津山産小麦を使用した「津山ロール」「津山餃子」など、新たな食品開発も進められている。伝統文化が根付いているまちとして、和菓子店が多いといわれている。

高等教育機関等では、津山高専、美作大学の存在が大きい。津山高専はものづくり人材を、美作大学は食関連、教育・福祉の人材を輩出している。また、産学官連携機関として、津山高専技術交流プラザ、美作大学技術交流プラザを通じて、産学交流、共同開発などが行われている。

#### 自然資源

- ・水資源が豊富である。
- ・吉井川水系の小河川が多い。
- ・小水力発電はこれまで使用されていなかった“河川”という資源を活用する意味で有効である。

#### 農産品

- ・津山産小麦の作付けが増えている。
- ・津山市は雨が適度にあり、寒暖差の大きい気候であることから、ピオーネ栽培に適している。上横野地区はピオーネの産地である。
- ・ハトムギは当地で4、5トンが生産されている。
- ・小田中地区の丘陵地帯は品質の高いサツマイモができる土壌である。地元菓子店のスイーツなどに利用されている。

#### 歴史的・文化的資源

- ・城下町としての歴史・伝統文化が根付いている。
- ・津山城（鶴山公園） 衆楽園は津山市のシンボルである。桜の名所となっており日本さくら名所 100 選にも選ばれている。
- ・城東地区は重要伝統的建造物群保存地区に指定された。
- ・城西地区は寺町が形成されており、歴史・文化資源が豊富にある。
- ・大隅神社、徳守神社、高野神社のだんじりが各町内に保管されている。28 基が県指定重要有形民俗文化財に登録されている。大隅神社のだんじりのうち 4 基が見学可能である。多数のだんじりが市内を回る姿は壮観である。
- ・旧津山扇形機関車庫は扇形庫と転車台が残されており、保存状態の良い車両が数両保管されている。鉄道ファンに人気があり、集客力をもっている。
- ・ＪＲ因美線の美作滝尾駅、知和駅、美作河井駅は昔ながらの駅舎を使っており、鉄道ファンに人気がある。美作河井駅に残っている転車台は貴重な鉄道遺産である。

#### 食文化

- ・津山ホルモンうどん、干し肉、そずり鍋は、牛を味わいつくす津山が誇る食文化である。
- ・津山産小麦を使用した「津山ロール」「津山餃子」などの取り組みが進められている。津山ロールは休日に観光客、平日には地元客を中心に売れている。
- ・和菓子店が多い。
- ・津山市内には美味しい創作料理店が多数ある。団体客は対応できないが、4～6 人程度のグループ、家族連れ向きである。

#### 高等教育機関

- ・津山高専はものづくりの人材を輩出している。
- ・津山高専技術交流プラザは 2005 年に発足。技術交流会、講演会の開催、企業 P R 会などを実施している。
- ・美作大学は食関連、教育・福祉の人材を輩出している。
- ・美作大学技術交流プラザは 1999 年に発足し、現在は食品分科会が食料産業クラスターとして、繊維分科会がユニバーサルデザイン研究会として活動している。
- ・美作大学技術交流プラザを通じて、住宅業者による杜仲茶製造、配管業者による自然薯栽培、キッチン用品卸売業者による地鶏加工などの取り組みが生まれている。
- ・つやま新産業創出機構は 1995 年に設立。ステンレス産業クラスター形成に向けた取り組みを行うとともに、2007 年に津山食品産業クラスター推進委員会が設立し、農商工連携、産学官連携、6 次産業化などの取り組みを進めている。

#### 高速道路

- ・高速道路のインターチェンジが市内に 2 つある。東西には中国縦貫自動車道があり、大阪方面へのアクセスに優れている。南北にも岡山道、米子道を利用しやすい位置にある。

### (3) その他

その他の特性として、気候、生活基盤、交通アクセス、情報発信、気質が挙げられた。

気候、生活基盤は良好であるものの、高速道路以外の交通アクセス、情報発信、気質に否定的な意見が多かった。

#### 気象

- ・災害は総じて少なく、天候にも恵まれている。
- ・霧が多い。

#### 生活基盤

- ・土地代が安い。
- ・ある程度の都市機能が備わっており、暮らしやすいところである。
- ・岡山県北の拠点都市として、多くの行政機関が立地している。

#### 交通アクセス

- ・高速道路網以外では、JR津山線など交通アクセスが悪く、利便性が低い。
- ・岡山県南へのアクセスに時間がかかる。

#### 情報発信

- ・情報発信力が弱いので、地域のブランド力が弱い。津山市が全国に知られていない。

#### 気質

- ・江戸時代から「こたつ商売(=殿様商売)」で繁栄してきた伝統があり、チャレンジ精神に乏しい。
- ・ホスピタリティに乏しい。

### 3. 津山市産業の課題

津山市産業の課題として挙げられた意見を集約すると、人口、農林業、ものづくり、商業、観光などである。

人口は地域活力の源泉であるが、若年層が他地域に流出するなど人口減少が進んでいる。

農林業では、農業で耕作放棄地の増大、中山間地域での農地の大規模化・集約化などが課題に挙げられ、林業では従事者の高齢化、素材生産の採算確保難が指摘された。

ものづくりでは、かつて誘致した大手メーカーの工場で生産機能を縮小したために、従業員を減らしたり、従業員の高齢化が進んでいる。また、地元企業と大手企業の事業所、あるいは大手企業の事業所同士の相互交流が少ないほか、津山高専、美作大学との産学連携も一部の企業にとどまり、広がっていないことが挙げられた。

商業では、中心市街地の商店街の商業機能が低下していることが指摘されている。

観光では、津山市は集客力のある観光資源が少ないので、通過型の観光地となっている。そのために、団体客向けの宿泊施設、飲食施設、あるいは観光バスの駐車スペースの少ない点が課題として挙げられている。

その他として、起業・創業支援などの取り組みもあるが、地元企業を育成するには時間を要するとしている。

#### 人口

- ・若年層が流出している。
- ・津山高専の卒業生の9割が市外で就職している。

#### 農林業

- ・耕作放棄地が増大している。
- ・中山間地域の農地は大規模化・集約化が難しい。自治区単位での農地保全に頼らざるをえない。
- ・津山産小麦は栽培が拡大しているが、大産地・北海道の小麦との価格競争には勝てない。
- ・かつてショウガの産地であったが、生産量は年々減少している。
- ・地産地消を進めていくためには、安定供給が課題である。
- ・林業従事者の高齢化で、作業効率が低下している。
- ・切り出した木を売ることが課題（素材生産が採算に合わない）。
- ・林道を整備しても、林業は採算確保が難しい。
- ・木造住宅の需要減少、国産材の価格低迷が美作材の生産に悪影響を与えている。

#### ものづくり

- ・製品の地元購買量が少ない。
- ・市内に立地している大手企業の工場の多くは、生産機能の海外シフト等の影響で規模を縮小し、従業員が減っている。
- ・市内に立地する大手企業の工場の一部は、従業員の高齢化が進んでおり、技術承継や技能承継が課題となっている。
- ・地元の中小製造業と、立地する大手企業の事業所との交流が少ない。
- ・市内に立地する大手企業の事業所間の交流が少ない。
- ・津山高専と地元企業の技術連携は思うように進んでいない。
- ・商品開発面で美作大学を活用する地元中小企業は一部である。

#### 商業

- ・商圈人口が岡山県南に比べて少ない。
- ・JR津山駅前がシャッター商店街となっている。
- ・小売業の中心が商店街から郊外への大型店にシフトしていることもあり、商店街の空き店舗が増えている。

#### 観光

- ・観光客の滞在時間が短く、通過型の観光地となっている。
- ・集客力のある観光資源が少ない。
- ・鶴山公園はさくらまつりの期間は大勢の集客を誇るが、それ以外のシーズンの集客が課題である。
- ・大人数が宿泊できる宿泊施設が少ない。
- ・観光客向けの温泉旅館がない。
- ・100人単位を一度に収容できる飲食店がない。
- ・観光バスの駐車スペースが少ない。

#### その他

- ・木質バイオマス発電の建設が真庭市で進められている。
- ・企業を育成するには非常に時間がかかる。

#### 4. 今後の産業振興に必要とされる取り組み

今後の産業振興に必要とされる取り組みとして挙げられた意見を集約すると、農林業、ものづくり、観光、福祉、再生可能エネルギー、事業者への支援、交通インフラの改善などである。

農林業では、農業の担い手を確保する方策、耕作放棄地を企業にあっせんする仕組みづくりや、地元産食材の学校給食への導入、輸出を視野に入れた取り組みなどの提案があった。

ものづくりでは、高付加価値の製品を取り扱う地元メーカーの育成、市内企業と津山高専、美作大学との共同開発、技術連携を推進する。同時に、ものづくり企業の工場誘致を官民挙げて積極的に進めていくことが求められている。これまで国内向けにつくられていた地場産品の輸出に取り組むことも必要である。

観光では、市内観光に訪れてもらうように様々な仕掛けづくりが提案されている。観光客が市内に滞留するために、津山インターチェンジ付近に“道の駅”の機能整備、市街地に休憩所の設置などの意見があった。個別的な取り組みとしては、津山城（鶴山公園）に天守閣再建、城東地区の整備、旧津山扇形機関車庫の展示、だんじりの活用など、市街地の地域資源を活用した具体的な提案があった。その他に、豊富な森林資源を活かしたエコツアー、肉料理の店を集積させて食文化のPRなどの意見もみられた。

福祉では、地域外からの高齢者を呼び込むシルバービレッジという構想の提案があった。

再生可能エネルギーでは、自立分散型エネルギーを目指す取り組みを促進させることが重要であるとの意見があった。

事業者への支援では、特定の産業分野を振興させる手法だけでなく、特定の企業、意欲ある事業者を市全体で支えていく提案があった。

交通インフラの整備・改善では、JR津山線の高速化、空港津山道路の早期整備などが挙げられた。

##### 農林業

- ・農業担い手の高齢化対策として、若い人がUターンで就農できる方策が必要である。
- ・耕作放棄地を農業に参入したい企業などにあっせんする仕組みをつくる。
- ・美作大学技術交流プラザには地産地消部会があり、地元産食材を学校給食に導入してもらうことが当面の目標である。
- ・空コンテナを活用した農産物輸出、木材輸出を検討すべき。
- ・ピオーネなどブドウは外国産との競合が少なく、輸出が期待できる貴重な作物である。
- ・小・中学生を対象とした「木育（もくいく）」の取り組みが必要である。

##### ものづくり

- ・製品は小さくても付加価値の高いものをつくる地元メーカーを育てることは、グローバル競争に打ち勝つうえで重要である。
- ・市内の立地企業と津山高専および美作大学と共同開発、技術連携を一段と進め、津山市ならではのものづくりを加速させる。
- ・地元企業を育成することも大事であるが、雇用対策に即効性が期待できる企業誘致を進める必要がある。
- ・企業誘致は優秀な人材を市内に残すためにも積極的に取り組むべきである。
- ・全国の成長企業をターゲットにして企業誘致に取り組むことが求められる。
- ・農業振興のためには、野菜等を原材料として使用する食品加工場や冷凍工場の誘致が有効



である。

- ・木材関連事業者にとって、最も効果が大きいのはハウスメーカーの工場誘致である。
- ・中国、韓国の富裕層にはヒノキの人氣が高い。将来的には美作材の輸出も考えられる。

#### 観光

- ・観光産業を育てて、外部の人にお金を落としてもらう。
- ・個人の観光客は高速道路を利用して市内に入ってくる。ＪＲ津山駅だけが津山市の玄関口ではない。中国道の津山インターチェンジの出入り口付近に、観光案内所、土産物の販売所など“道の駅”のような機能を整備し、観光客が滞留する拠点をつくる。
- ・市街地にコーヒーを無料でふるまうなど、観光客がくつろげる休憩所を用意する。
- ・鶴山公園を核に観光客の誘客を図る。
- ・鶴山公園に天守閣再建を目指す団体が組織化されていないが、天守閣再建を求める声が挙がれば、その再建資金のために多額の寄附に応じる民間人は多いだろう。
- ・城東地区に見学や体験できる施設を整備することが求められる。
- ・旧津山扇形機関車庫は引退した車両を購入して、展示する。
- ・かつて活躍していた鉄道車両をＪＲ津山線で運行することができれば、津山市に観光客を呼び込むことができる。
- ・各町内に保管されている壮麗なだんじりをアピールして、観光客の誘客を図る。
- ・森林資源を活かしたエコツアーに取り組む。
- ・津山ホルモントどんの人氣を次につなげることが大事である。「津山に行けば美味しい牛肉が食べられる」という状況をつくるために、肉料理の店を集積させて、津山の食文化をPRする。

#### 福祉

- ・市内に多数の高齢者向け施設を整備し、地元住民だけでなく地域外からの高齢者を呼び込む“シルバービレッジ”が期待される。相当数の高齢者を集めることができれば、そこにサービス需要が生まれ、雇用が創出される可能性がある。

#### 再生可能エネルギー

- ・これからは自立分散型エネルギー、エネルギーの地産地消を目指していくことが求められる。

#### 企業支援

- ・特定の産業分野を振興する手法のほかに、特定の企業を応援する手法も有効である。
- ・様々な業種で意欲ある人の起業が増えることが望ましい。
- ・意欲ある起業家に事業のアドバイスする、フォローアップするコンサルタントの紹介機能が求められる。

#### 交通インフラの整備・改善

- ・ＪＲ津山線を高速化し、津山-岡山間が短縮すれば、岡山県南との交流が拡大する。
- ・ＪＲ津山駅での津山線と市内バスとのアクセスが悪い。待ち時間を短くするためにＪＲとバスとの発着時間を工夫する。
- ・空港津山道路の早期整備を促進する。

#### その他

- ・津山市出身で様々な分野で活躍している人に依頼して、津山の企業誘致、観光振興などに協力してもらう。

## 5. その他

### (1) 行政への要望事項

行政への要望事項としては、市内の企業同士の交流・連携もしくは産学連携を促進するための橋渡しを行政に求める意見、企業誘致に積極的な姿勢を求める意見、積極的な情報発信を求める意見、農林業で農地集約の推進や津山産材への補助金制度を求める意見が挙げられた。

#### 企業支援

- ・ 立地する大手企業の事業所同士の連携がないので、様々な意見を交換できる場をつくる。
- ・ 地元企業との産学連携を図るためには、橋渡し役としての行政が果たす役割が大きい。
- ・ 民間の現状を知ってもらうために、市役所と民間企業の人事交流を進める。
- ・ 経営相談、技術相談、起業支援の窓口が分かりにくい。窓口を一本化してもらいたい。

#### 企業誘致

- ・ 東日本大震災以降、拠点を分散させる動きがある。企業誘致を推進するために、行政は当地の優位性をアピールする必要がある。
- ・ 既存の産業団地は早急に売り切らなければならない。
- ・ 誘致企業に対する優遇措置を用意すべき。

#### 情報発信

- ・ 津山市はPR不足。行政は情報発信を積極的に行う必要がある。

#### 農林業

- ・ 農地の集約を推進するために、行政が強力なリーダーシップを発揮する。
- ・ 津山産材を住宅建築に使用したら補助金を支給する制度や、津山産材の輸送コストを補助する制度が望まれる。

### (2) その他

その他の意見としては、以下のような意見が挙げられた。

- ・ 企業はある程度の規模になると、成長するために販路を地域外、全国、海外に求めなければならない。市内だけで活動しているわけではない。
- ・ 観光はかつて団体旅行が主であったが、少人数グループや個人客が主流である。観光目的も物見遊山的な観光から、その土地で体験する体験型観光にシフトしてきている。
- ・ 地域活性化を仕掛けていくためには、本当のボランティアの力が試される。
- ・ 地域活性化を図るためには、市民の一体感を体感できる“祭り”が必要である。

## ．社会経済環境の動向

### 1．今後の伸びが期待される産業分野

わが国の経済産業を取り巻く環境は、少子高齢化に伴う人口・労働力の減少、国内需要と投資機会の減少、歳出入の不均衡と財政赤字の拡大、国際競争力の低下など、多くの課題に直面している。こうした現状を克服するために、政府は2013年6月に「日本再興戦略」を発表し、成長実現に向けた具体的な取り組みとして、「日本産業再興プラン」「戦略市場創造プラン」「国際展開戦略」の3つのアクションプランを掲げている。その中で、戦略市場創造プランは、

**テーマ1** 国民の「健康寿命」の延伸

（医療関連産業、健康増進・予防サービス、生活支援サービスなど）

**テーマ2** クリーン・経済的なエネルギー需給の実現

（再生可能エネルギー、蓄電池、次世代自動車、燃料電池、省エネ家電など）

**テーマ3** 安全・便利で経済的な次世代インフラの構築

（インフラマネジメント、宇宙インフラ整備など）

**テーマ4** 世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現

（農林水産物・食品、観光、コンテンツ・文化等の日本ブランド）

を取り上げている。さらに、国際展開戦略では「海外市場獲得のための戦略的取組」の中で潜在力ある中堅・中小企業等に対する重点的支援を取り上げている。

わが国を、そして津山市を取り巻く社会経済環境の変化をみていくのは、主に今後の伸びが期待される分野を整理するためである。最初に、政府が発表した「日本再興戦略」の戦略市場創造プランをみると、医療・健康、エネルギー、インフラ、農林水産物、観光、コンテンツ・文化など、多様な分野が取り上げられている。これらの分野すべてで大きな伸びが期待されるとは限らないが、今後の成長の基盤を担う可能性は様々な産業分野にみられる。

ただし、多様な分野が取り上げられ、注目されているとはいうものの、1996年12月の「経済構造の変革と創造のためのプログラム」以降に国の成長戦略で取り上げられた成長・重点分野には、大きな変化はみられない。

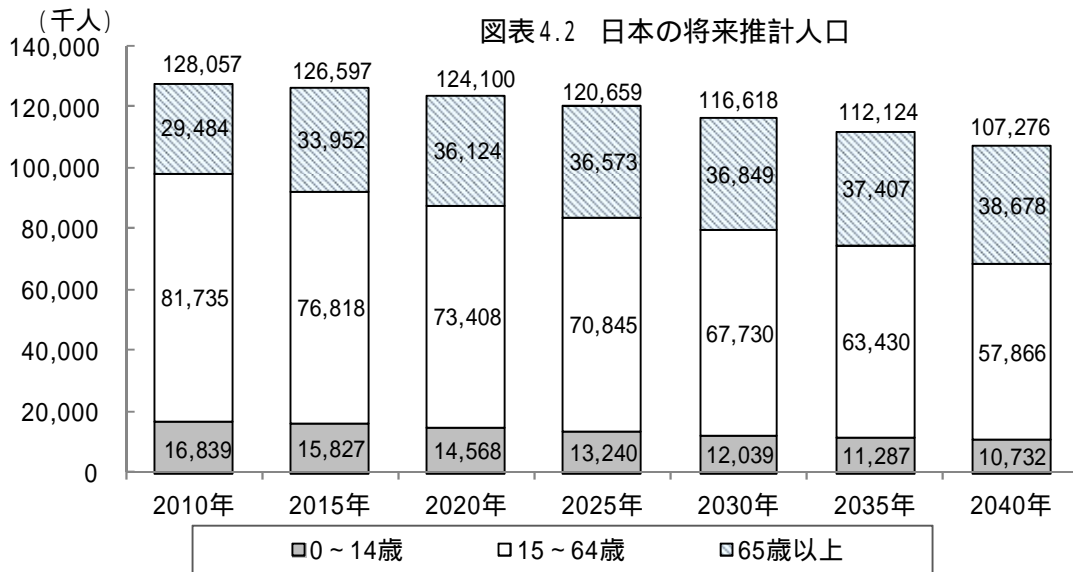
岡山県では、「おかやま発展戦略会議」が2011年6月にまとめた提言は、アジア経済、環境・新エネルギー、医療・福祉・健康、中山間・農林水産、人材育成、東日本大震災の影響の6分野で戦略プロジェクトを実施していくべき、としている。また、ものづくり重点4分野「超精密生産技術」「バイオ関連」「医療・福祉・健康関連」「環境関連」のほか、「新エネルギー」「次世代自動車」「航空機」の育成・集積促進を推進している。

図表4.1 これまでの国の成長戦略で取り上げられた成長・重点分野

経済構造の 変革と創造のた めのプログラム	骨太の方針	経済成長戦略 大綱	未来開拓戦略	新成長戦略	日本再生戦略
1996年12月	2001年6月	2006年7月	2009年4月	2010年6月	2012年7月
医療・福祉	医療	健康・福祉	環境・エネルギー	グリーン	グリーン
生活文化	福祉・保育等	育児支援	医療・福祉	ライフ	ライフ
情報通信	人材	観光・集客	農林漁業	アジア	科学技術・情報 通信
新製造技術	教育	コンテンツ	ソフトパワー	観光立国・地域 活性化	中小企業
流通・物流	環境	ビジネス支援	観光	科学技術・情報 通信	農林漁業
環境	都市再生	流通・物流	人材・技術力	雇用・人材	金融
ビジネス支援			IT	金融	観光立国
海洋					アジア・太平洋 経済
バイオテクノロジー					生活・雇用
都市環境整備					人材育成
航空・宇宙					国土・地域
新エネルギー・ 省エネルギー					
人材					
国際化					
住宅					

2. 人口減少（少子高齢化）

わが国で、そして岡山県、津山市でも少子高齢化が進み、人口が減少している。国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、人口減少は今後も進み、わが国の人口は2040年には約1億727万人まで減少し、高齢化率は36.1%まで高まるものと予想されている。岡山県、津山市でも同様に人口の減少、人口構成の高齢化の進展が確実視されている。



資料：国立社会保障・人口問題研究所『日本の将来推計人口』

少子高齢化の進展は、年金問題、高齢者医療・介護の問題、高齢者雇用問題、小中学校等の統廃合問題、（核家族化の一般化に伴う）乳幼児保育の問題など、多様な課題を抱えることとなる。しかし一方では、余暇・旅行、医療・福祉・介護、健康維持、子育て、家事代行、宅配サービスなど、様々な分野で新たな需要を創出することとなる。

総務省「全国消費実態調査」にみられるとおり、商品やサービスによっては、高齢世帯の増加に伴って売れ行き増加が期待できる分野がみられる。

高齢者や子育ての支援では、行政のみで取り組むのではなくてNPOなどとの協働、またソーシャルビジネスという形での取り組みも進みつつある。

図表4.4 高齢者世帯で消費支出額が増加するもの（世帯主年齢別、1カ月の支出）（単位：円）

世帯主年齢		米	魚介類	野菜・海藻	果物	設備修繕・維持	保健医療	タクシー代
世帯あたり 支出額	全世帯	2,821	5,458	7,195	2,700	7,457	11,526	550
	65歳以上	3,460	6,652	8,345	3,708	10,434	13,323	798
一人あたり 支出額	全世帯	1,138	2,201	2,901	1,089	3,007	4,648	222
	65歳以上	1,812	3,483	4,369	1,941	5,463	6,975	418
世帯主年齢		テレビ	園芸品・同用品	パック旅行費	ゴルフプレー料金	理美容サービス	温泉・銭湯入浴料	介護サービス
世帯あたり 支出額	全世帯	1,534	683	3,867	763	2,757	217	339
	65歳以上	2,034	1,022	5,683	963	3,254	272	587
一人あたり 支出額	全世帯	619	275	1,559	308	1,112	88	137
	65歳以上	1,065	535	2,975	504	1,704	142	307

資料：総務省「全国消費実態調査」（2009年）

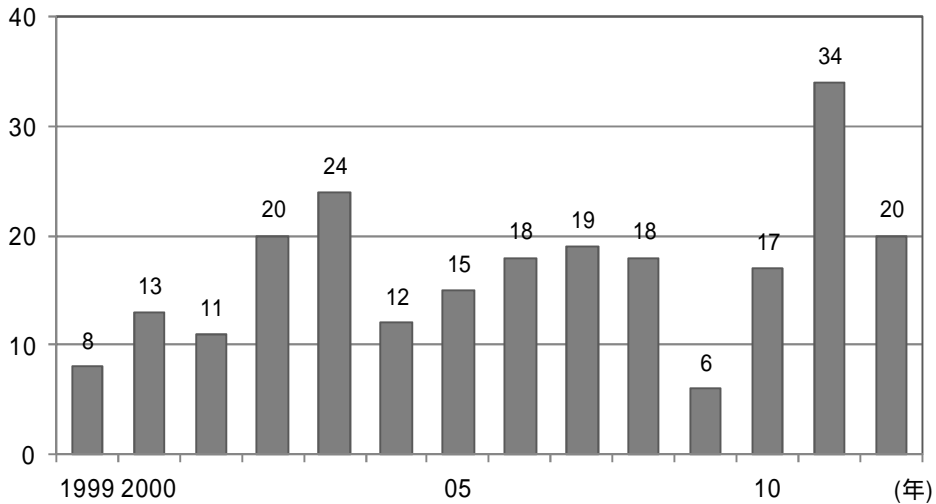
### 3. グローバル化

これまでのわが国企業は、1980年代に貿易摩擦問題で海外進出を始めた自動車製造業、同部品製造業、安価な賃金の利用を目的とした縫製業などの工場進出や、輸出相手国での販売拠点のみを構築するものなどが多くみられた。

しかし、最近では進出国の市場開拓を目的とした小売業やサービス業の進出も増加している。わが国の市場規模の縮小または横ばいが懸念される中で、企業発展の基盤を海外に求める企業が増加している。岡山県内の地元企業の中にも「海外勤務ができない社員は採用しない」という企業さえみられる。

経済・産業のグローバル化を背景に、世界の貿易活動は活発化しているが、企業の海外事業展開を取り巻く環境は、わが国では十分とはいえない。多くの先進諸国では、FTA（自由貿易協定）・EPA（経済連携協定）の推進により特定の国との間で貿易障壁を緩和・撤廃する動きがみられる。現在注目を浴びているTPP（環太平洋経済連携協定）については、わが国は2013年7月にTPP交渉に正式に参加した。交渉の行方によっては、農業分野など特定分野で打撃を受けることが懸念されている。

(事業所) 図表 4.5 岡山県企業の新規海外事業展開状況



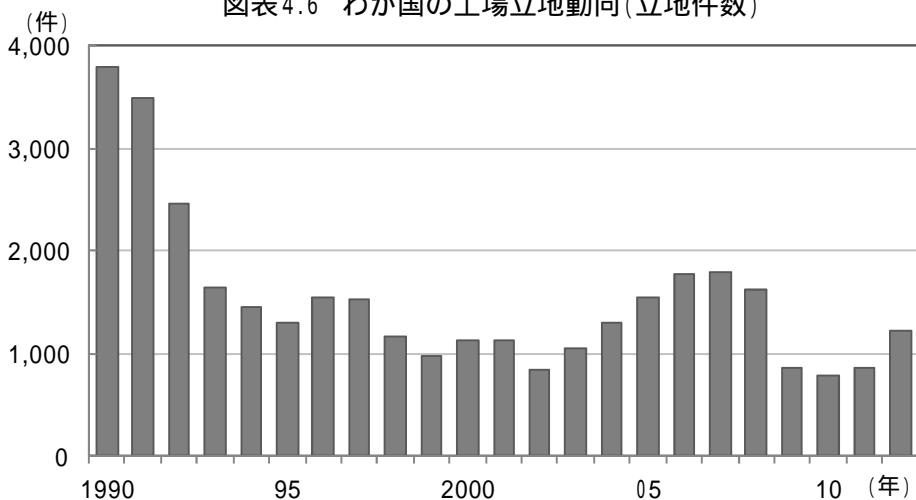
資料:岡山県「岡山県企業の海外事業展開状況調査報告書」2013年4月

グローバル化を地方の視点からみると、低成長・デフレが続く中で産業競争力の低下が進んでおり、雇用の場の確保が困難になってきている。中でも工場の海外立地に伴う国内立地の減少および国内工場の閉鎖などが、地域経済に暗い影を落としている。

グローバル化の進展に伴う期待も大きい。これまで海外進出した企業の国内雇用者数は、海外進出していない企業の雇用者数よりも伸びが大きいという文献もみられ、地元企業の海外進出をサポートすることは地域の経済力を高めていくことにつながっていく。また、アジア諸国からの訪日外国人観光客の増加に伴い、国内の有名観光地は多くの外国人が訪れているという。

これまで国内にのみ販路を求めていた商品の良さを海外にアピールすることも重要である。海外に活路を求めている地場産品も多い。日本酒もその一つである。日本酒の輸出量はまだ少ないものの、年々増加している。また、鳥取県の二十世紀梨は日本を代表する輸出果実の一つで、輸出は80年以上の歴史があり、特に台湾では贈答用品として定着している。

図表 4.6 わが国の工場立地動向(立地件数)



資料:経済産業省「工場立地動向調査」

経済・産業のグローバル化を背景に、世界の貿易活動は活発化している。「輸出大国・日本」とイメージされるわが国であるが、輸送の主力であるコンテナ貨物で 1993 年以降、輸入超の状態が続いている。2000 年代以降は、国内メーカーの生産拠点空洞化を主因にこの傾向が顕著となっており、輸出品目を意図的に作り出していかなければならない事態となっている。大量の空コンテナがわが国の港から出港している現状では、一定の輸出品目を当地にて産出することができれば、割安な価格でコンテナ輸送が可能になる公算が高い。

図表 4.7 日本港湾全体のコンテナ貨物輸出入動向および空コンテナ輸出動向

(単位：TEU、%)

	総計	合計(実入)			空輸出個数		
			輸出計	輸入計	輸出入差	空比率	
1989年	6,832,711	5,836,886	2,830,139	3,006,747	176,608	561,287	19.8
1990年	7,344,344	6,274,467	3,150,453	3,124,014	26,439	513,793	16.3
1991年	8,019,770	6,869,077	3,375,294	3,493,783	118,489	626,137	18.6
1992年	8,324,666	6,984,570	3,516,899	3,467,671	49,228	630,113	17.9
1993年	8,662,551	7,235,771	3,511,305	3,724,466	213,161	800,708	22.8
1994年	9,561,730	7,984,319	3,698,151	4,286,168	588,017	1,051,906	28.4
1995年	10,070,156	8,342,015	3,713,153	4,628,862	915,709	1,262,633	34.0
1996年	10,538,173	8,671,486	3,761,707	4,909,779	1,148,072	1,433,372	38.1
1997年	10,812,437	8,862,265	3,925,640	4,936,625	1,010,985	1,427,989	36.4
1998年	10,545,482	8,521,996	3,828,843	4,693,153	864,310	1,396,743	36.5
1999年	11,552,706	9,236,881	3,963,703	5,273,178	1,309,475	1,706,263	43.0
2000年	12,685,410	10,093,211	4,199,550	5,893,661	1,694,111	2,040,517	48.6
2001年	12,411,790	9,891,213	3,985,316	5,905,897	1,920,581	2,122,574	53.3
2002年	12,775,980	10,348,248	4,332,406	6,015,842	1,683,436	1,943,834	44.9
2003年	13,812,245	11,173,598	4,671,359	6,502,239	1,830,880	2,101,523	45.0
2004年	15,046,151	12,213,289	5,254,517	6,958,772	1,704,255	2,179,272	41.5
2005年	15,764,177	12,713,526	5,457,715	7,255,811	1,798,096	2,376,377	43.5
2006年	16,624,319	13,430,318	5,844,192	7,586,126	1,741,934	2,426,747	41.5
2007年	17,162,815	13,807,490	6,177,617	7,629,873	1,452,256	2,342,145	37.9
2008年	17,157,417	13,678,359	6,039,839	7,638,520	1,598,681	2,498,706	41.4
2009年	14,756,544	11,791,925	5,021,366	6,770,559	1,749,193	2,332,335	46.4
2010年	16,853,500	13,548,808	5,880,731	7,668,077	1,787,346	2,506,898	42.6
2011年	17,525,472	13,852,642	5,714,667	8,137,975	2,423,308	3,028,023	53.0

注：「総計」欄は実入・空全体の取り扱い個数。

資料：農業再生を通じた地域活性化の可能性調査報告書

#### 4. エネルギー

地球環境問題とも相まって、太陽光、太陽熱、水力、風力、地熱、波力、温度差、バイオマスなど再生可能エネルギーの利用が拡大してきている。わが国では2012年7月から「再生可能エネルギーの固定価格買取制度」が始まり、太陽光を利用したメガソーラー（出力が1メガワット以上の太陽光発電施設）の整備が活発化している。岡山県南部では日照時間が長い（岡山市の2012年日照時間は2051.5時間）ことから、他地域に比べてソーラー発電に優位性がみられるが、津山市の日照時間は同1766.3時間と、山陰地域とほぼ同程度と少なくなっている。

他方、津山市の森林は市域面積の約70%を占め、人工林の多くが建築材として利用可能な時期を迎えていることから、木質バイオマスの利用可能量は多い。また、津山市域北部は鳥取県に接する山地であることから、河川等の段差（水の落差）を利用した水力発電などに優位性をもっている。岡山県は小水力発電の導入促進のために補助金を拡充している。

図表4.8 再生可能エネルギーの2013年度買取価格

		発電設備容量・発電方式	買取単価	買取期間
太陽光	10kW未満	太陽光発電設備単独の場合	38.00円	10年
		自家発電設備等を併設の場合	31.00円	
	10kW以上		37.80円	20年
風力	20kW未満		57.75円	
	20kW以上		23.10円	
水力	200kW未満		35.70円	
	200kW以上、1,000kW未満		30.45円	
	1,000kW以上、30,000kW未満		25.20円	
バイオマス		メタン発酵ガス化発電	40.95円	
		未利用木材燃焼発電	33.60円	
		一般木材等燃焼発電	25.20円	
		リサイクル木材燃焼発電	13.65円	
		廃棄物(木質以外)燃焼発電	17.85円	
地熱	15,000kW未満		42.00円	15年
	15,000kW以上		27.30円	

注：買取単価は1kWhあたり、消費税等相当額を含む。

資料：経済産業省資源エネルギー庁

地域全体の省エネ推進策として「スマートシティ」（ICTや環境技術などの先端技術を駆使して街全体の電力の有効利用を図ることで、省資源化を徹底した環境配慮型都市）に代表されるように、再生可能エネルギーの導入を進め、ICTや環境技術などの先端技術を積極的に採り入れ、環境負荷を軽減した社会インフラの整備が進められている。

電気自動車、燃料電池の技術革新がめざましく、普及に向けて官民挙げて取り組んでいる。また、全国で省エネタイプの機器（自動車、家電製品など）の売れ行きが好調である。家庭内のエネルギーを最適制御する住宅としてスマートハウスも注目を浴びており、住宅メーカーだけでなく家電量販店でも事業に乗り出している。

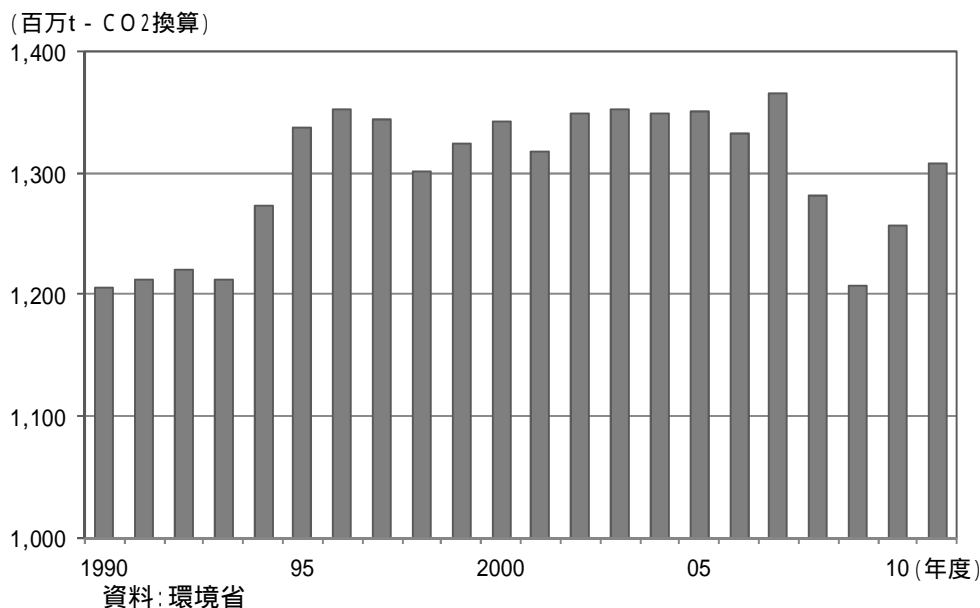


## 5. 環境

地球表面の温度が長期的に上昇している問題、いわゆる地球温暖化の要因としては、人為的な温室効果ガスの放出、なかでも二酸化炭素やメタンの影響が大きいとされている。世界各国で温暖化への取り組みの重要性が指摘されているが、わが国は福島第一原子力発電所事故による原発停止の影響から、火力発電が増加し、温室効果ガスの排出が増大する状況となっており、今後、温室効果ガス削減が積極的に推進される場合、産業への影響が懸念されるとともに、他方では関連するビジネスチャンスが出てくる可能性もある。

生活環境に配慮し循環型社会を形成していくために、Reduce（リデュース）、Reuse（リユース）、Recycle（リサイクル）の3Rが推進されている。岡山県では、循環型社会の形成に資する製品を「岡山県エコ製品」として認定する制度を創設して、2013年4月1日現在で396件（167事業者）を認定しているが、そうしたエコ製品への関心も高まっている。鉱物資源の少ないわが国は、希少な金属等の有効活用策として都市鉱山の活用を進めている。都市でゴミとして大量に廃棄される家電製品などの中に存在する有用な資源を鉱山に見立てたりリサイクル事業であるが、すでに商用ベースでも事業が進められている。

図表4.9 温室効果ガス排出量の推移（全国）

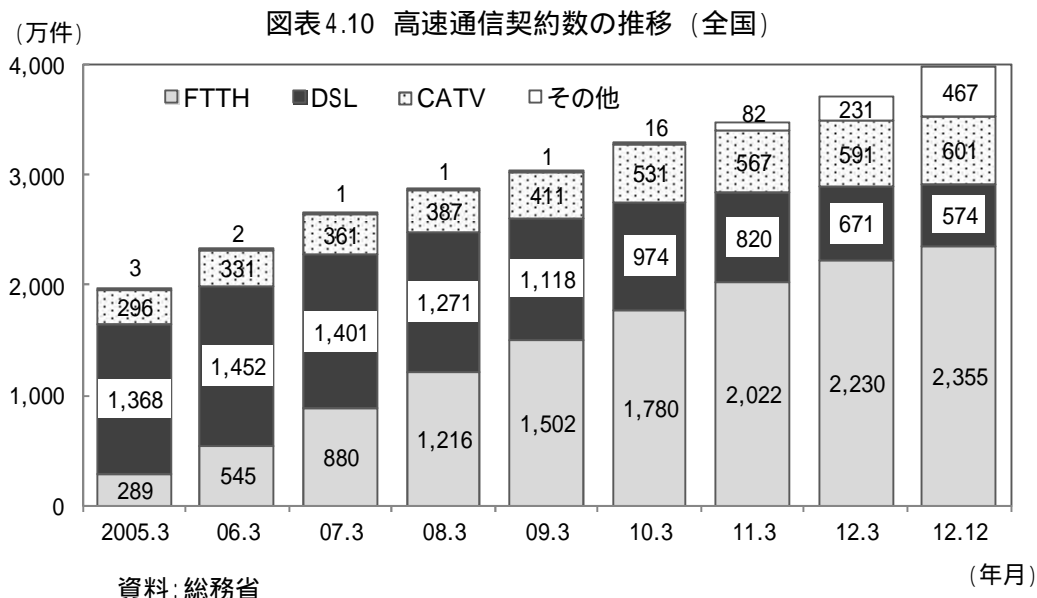


## 6. 情報化

わが国の高度情報化は、パソコンの利用に始まり、インターネット、携帯電話の普及により急速に進展している。近年では、企業、行政、市民のいずれもが様々な形で情報機器を活用している。ブロードバンドサービスの普及状況をもみてもDSL（アナログ回線を利用した高速通信）からFTTH（光ファイバー通信）へと切り替わり、さらにはスマートフォン、タブレット端末の普及に伴って、モバイルデータ通信の利用が急増している。また、人と人とのコミュニケーションをサポートするSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）が一般化するな

ど、日々サービス提供形態・利用形態が急速に変化している。

わが国では高齢化が急速に進展しているが、以前の高齢者とは異なり、最近の65歳以上層はパソコン等に慣れ親しんだ人が多くなっているのが特徴である。また、そうした情報化の流れに乗り遅れた人を対象としたパソコン教室、高齢者をターゲットとしたパソコン教室も盛んとなっている。



## 7. 観光

都道府県・市区町村の大半が振興計画の中に「観光振興」を盛り込み、多彩な施策を展開している。政府は2007年に観光立国推進基本法を施行し、2008年に国土交通省に観光庁を設置するなど、観光立国に向けて総合的かつ計画的な取り組みを続けている。

わが国人口が減少する中、近隣地域からの観光客は減少傾向にある。岡山県の観光客数をみると、県外客はほぼ横ばいであるが、県内客は緩やかに減少している。各地でインバウンド観光への取り組みが活発化しているが、出国日本人の方が約1,000万人も多い状況である。

岡山県を含めて多くの他地域で観光客数が増加しているのは、大きなイベントがあったり、大河ドラマで話題となったり、世界遺産に登録されるなど、何らかの形で注目を浴びた年のみである。それらを契機として観光客数が増加しても、翌年には減少しているケースが多い。

今後の取り組みでは、高齢者の旅行ニーズを上手く取り込むことが重要である。高齢者のパック旅行支出は1人あたりでは他の世代の約2倍の額となっている。魅力的なツアーを企画することができれば、高齢者の来訪を促すことにつながっていく。

## 8．農林水産業

食料の生産に携わる農林水産業は、人類にとって重要な産業である。しかし、これまでは生産性の向上が難しいことや企業の参入が厳しく制限されていたことなどを背景に、農業では耕作放棄地が増加し、農林水産業の後継者不足が顕著となっている。わが国の食料自給率は39%（2011年度、カロリーベース）と低いものの、海外からの輸入で十分にまかなえることから、活性化対策は後手に回っている。

世界の食料需給をみると、今後は長期的にみるとアジア、アフリカ地域での人口急増などもあって、徐々に食料不足が顕在化し、食料品価格は上昇していくことが予想されている。

図表4.12 2020年の食料品価格

(単位:ドル/t(耕種作物)、ドル/100kg(畜産物))

品目	基準年 (2009-11年) の価格	2022年			
		実質価格	名目価格		増減率 (%)
			増減率 (%)		
小麦	223	233	4	295	33
とうもろこし	192	208	8	264	37
米	555	557	0	774	39
その他穀物	165	175	6	224	36
大豆	416	446	7	567	36
植物油	969	1222	26	1557	61
牛肉	335	351	5	473	41
豚肉	161	174	8	221	37
鶏肉	190	214	13	272	43
バター	365	486	33	641	76
脱脂粉乳	302	381	26	502	66
チーズ	376	400	6	527	40

資料:農林水産省「2022年における世界の食料需給見通し」2013年3月

全国各地で農商工連携や6次産業化への取り組みが活発化し、道の駅など産地直売市場が賑わいをみせているが、喫緊の課題である後継者育成は極めてゆっくりとしたペースでしか進んでいない。高齢によりリタイアする人の数が新規参入者数を大幅に上回っている。

集団経営、農地の集約など多様な試みが進められているが、早期に農林水産業を魅力ある就労の場につくり変えて、新たな生産・販売体制を構築していく必要がある。農地、森林、海洋などの有用かつ限りある資源を上手く活用していく仕組みづくりが求められている。

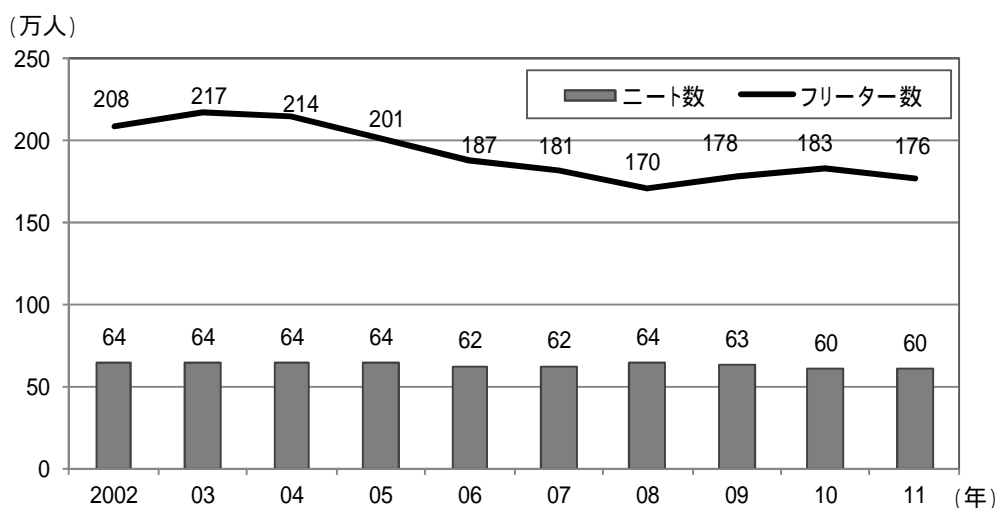
また、産地活性化のためには、1次産品を海外へ輸出していく取り組みを検討していくことが求められる。

## 9．人材育成

最近ではニート、フリーターと呼ばれる若者が一定数みられる。徐々に漸減傾向がみられるものの、全国では約240万人と少なくない。これまでわが国では主に企業が職業人の教育機能

を担ってきた側面がある。学校を卒業した人を正社員として雇用し、教育費用をかけて社内で社会に通用する職業人を育成してきた。しかし、現状では若者の雇用の場が不足しており、学校卒業時に正社員として就職できなかった人は、社会人としての何らかの職業教育を得られない状況となっている。

図表4.13 ニート状態の若者とフリーター数の推移（全国）



注：2011年は岩手県、宮城県、福島県を除く全国結果である。

資料：厚生労働省ウェブサイト「若者雇用関連データ」

若者の流出が続いている津山市においても同様である。大学卒業者が地元津山市で働こうとしても十分な受け皿は少ない。若者が誇りをもって働ける雇用の場づくりが課題となっている。一方、若者側にも海外等へ行きたがらないといった内向き志向などの課題がみられるが、高年齢者の継続雇用促進もあって若者の雇用の場づくりが厳しい状況である。若者の就業機会の喪失はわが国のみでなく、先進国共通の問題となっている。

大手・中堅企業は今日でも若者の教育を重視する傾向にあるが、中小企業では人材育成の余力が乏しく、即戦力となる中途入社社員を重視する傾向がみられる。そうした実情への対応として、若者が自主的に専門学校等に通う姿も散見されるが、何らかの形で若者の教育・職業訓練の場を充実させていく必要がある。また、やる気のある若者には、起業・創業にチャレンジすることを後押ししていく必要がある。

## 10. 大都市集中

人口の大都市集中が進んでいる。今後も同様な進展が予想されており、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると2040年の都道府県別人口割合は、埼玉、千葉、東京、神奈川、愛知、滋賀、福岡、沖縄の1都7県で高まっていく。多くが東京を中心とする首都圏への集中である。都道府県内では、大半の地域で県庁所在地等への人口集中が予想されている。

それらの人口集中は、雇用の場や都市の魅力によって引き起こされているものと思われる。都市部にはあるが中山間地にはない利便性、機能を求める若者にとっては、故郷を出て都市部

に住むことは魅力に溢れた世界に映るのであろう。一部の人は農村部の魅力を再発見してUターン、Iターンを目指すものの、都市部へと集まる若者は後を絶たない。

結果として地方が疲弊し続けている。一部の地域は限界集落となり、そして消滅する集落も出てきている。ドーナツ化現象で整備された団地も同様である。住宅難の高度成長期に整備された団地の多くは老朽化し、高齢者世代のみの住まいになるとともに、身近なスーパーなどの閉鎖によって利便性が低下し、居住地としての魅力を喪失しつつある。

近年は、社会システム整備コスト削減の必要もあってコンパクトシティが標榜されている。都市部では、中心市街地の地価の下落等に伴う都心部へのマンション建設による人口の都心回帰という、自然発生的な動きもみられる。ただ、地方都市の多くは、中心市街地の権利関係が複雑で再開発が進まず、シャッター通り商店街がわびしさを誘う光景が散見される。

図表4.14 全国人口に占める都道府県別人口の割合

(単位:%)

地 域	2010年	2040年	地 域	2010年	2040年
全 国	100.0	100.0	三 重 県	1.4	1.4
北 海 道	4.3	3.9	滋 賀 県	1.1	1.2
青 森 県	1.1	0.9	京 都 府	2.1	2.1
岩 手 県	1.0	0.9	大 阪 府	6.9	6.9
宮 城 県	1.8	1.8	兵 庫 県	4.4	4.4
秋 田 県	0.8	0.7	奈 良 県	1.1	1.0
山 形 県	0.9	0.8	和 歌 山 県	0.8	0.7
福 島 県	1.6	1.4	鳥 取 県	0.5	0.4
茨 城 県	2.3	2.3	島 根 県	0.6	0.5
栃 木 県	1.6	1.5	岡 山 県	1.5	1.5
群 馬 県	1.6	1.5	広 島 県	2.2	2.2
埼 玉 県	5.6	5.9	山 口 県	1.1	1.0
千 葉 県	4.9	5.0	徳 島 県	0.6	0.5
東 京 都	10.3	11.5	香 川 県	0.8	0.7
神 奈 川 県	7.1	7.8	愛 媛 県	1.1	1.0
新 潟 県	1.9	1.7	高 知 県	0.6	0.5
富 山 県	0.9	0.8	福 岡 県	4.0	4.1
石 川 県	0.9	0.9	佐 賀 県	0.7	0.6
福 井 県	0.6	0.6	長 崎 県	1.1	1.0
山 梨 県	0.7	0.6	熊 本 県	1.4	1.4
長 野 県	1.7	1.6	大 分 県	0.9	0.9
岐 阜 県	1.6	1.5	宮 崎 県	0.9	0.8
静 岡 県	2.9	2.8	鹿 児 島 県	1.3	1.2
愛 知 県	5.8	6.4	沖 縄 県	1.1	1.3

注：網掛けの都道府県は2040年の人口割合が2010年を上回っている地域である。

資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」（2013年3月推計）

## 11. 財政悪化

国内経済は停滞状態が続いていることから、経済の活性化が希求されているが、財政支出による需要喚起策は年々困難になってきている。国および地方公共団体の長期債務残高は既にGDPの約2倍に達しており、財政状況は極めて悪い状況となっている。人口高齢化に伴う支出（医療、介護関連）が増加の一途をたどる中、新規施策に充当可能な財源は限られてきている。

道路、橋梁、港湾、上下水道、学校・公民館等の建造物など、維持・補修に多額の費用を要する施設が多くあり、今後はそれらの維持・補修費用が財政を圧迫していくことが懸念される。2009年度の国土交通省の試算によると、従来通りの維持管理・更新を行った場合、「2037年度には維持管理・更新費が投資可能総額を上回る」とされている。

図表4.15 国および地方の長期債務残高

単位:兆円

	1993年度末	1998年度末	2003年度末	2008年度末	2009年度末	2010年度末	2011年度末	2012年度末
国	242	390	493	573	621	662	694	739
普通国債残高	193	295	457	546	594	636	670	713
対GDP比	40%	58%	91%	112%	125%	133%	142%	150%
地方	91	163	198	197	199	200	200	201
対GDP比	19%	32%	40%	40%	42%	42%	42%	42%
国・地方合計	333	553	692	770	820	862	895	940
対GDP比	69%	108%	138%	157%	173%	179%	189%	198%

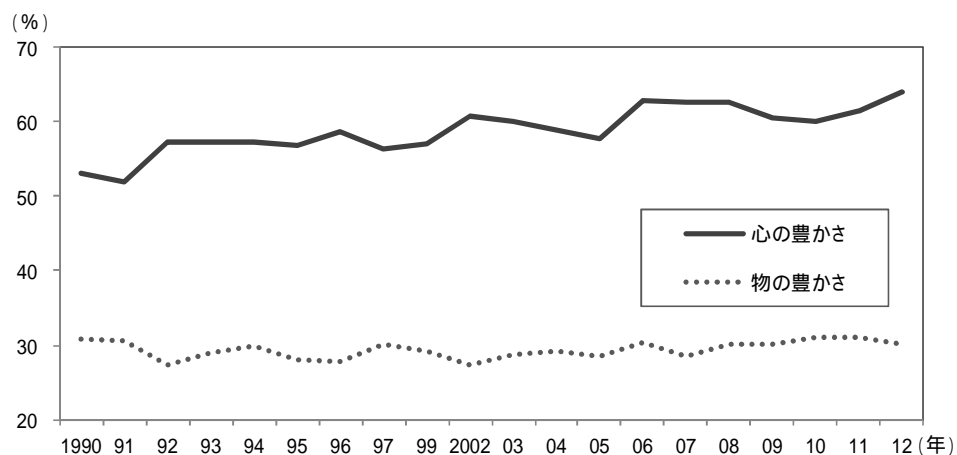
資料:財務省

## 12. モノからソフトへ

内閣府「国民生活に関する世論調査」の設問「これからは心の豊かさか、まだ物の豊かさか」について、1979年調査以降、「物の豊かさ」よりも「心の豊かさ」を重視する人が上回り続け、近年の推移をみても「心の豊かさ」を重視する割合が上昇している。2012年調査では「物の豊かさ」を重視する割合が30.1%、「心の豊かさ」を重視する割合が64.0%となっている。

ビジネスの世界においては、知的財産・コンテンツが重要視されるようになってきている。ビジネスコンテストの開催がブームとなっており、民間企業が主催するもの、政府・自治体が主催するもの、学生が主催するものなど多彩である。アイデアやそれをベースとした起業がこれからの新しい社会を切り開いていくことが期待される。

政府はコンテンツ産業や伝統文化などを海外に売り込む「クールジャパン戦略」として、日本のポップカルチャーを中心に文化産業の海外展開支援、輸出の拡大や人材育成、知的財産の保護などを図る官民一体の事業も展開されている。



注 :調査を実施していない年がある。  
資料:内閣府「国民生活に関する世論調査」

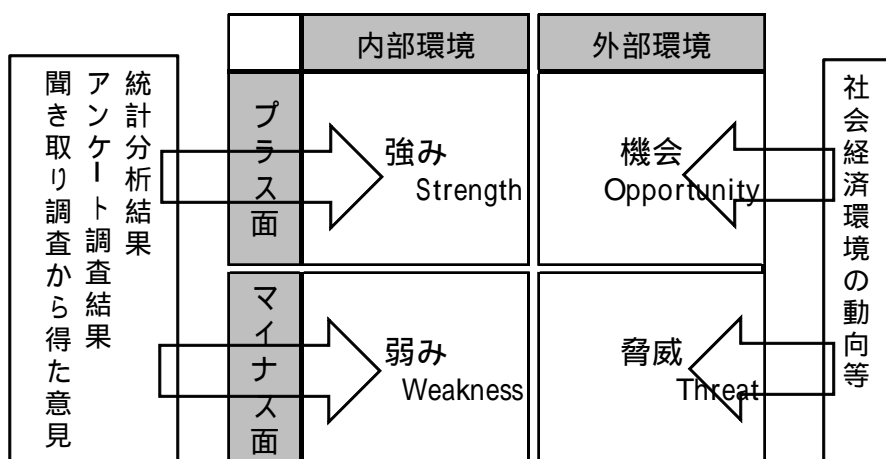
## ・津山市産業のSWOT分析

統計分析結果、アンケート調査結果、聞き取り調査から得た意見、社会経済環境の動向などを総括して、津山市産業の強み、弱み、機会、脅威を明らかにするため、SWOT分析を行った。

SWOT分析とは、戦略立案する際に使われる分析手法である。『内部環境』である「強み」(S=Strengths)と「弱み」(W=Weakness)、『外部環境』である「機会」(O=Opportunities)と「脅威」(T=threats)の4つの切り口から現状分析を行い、事業戦略を立案するために役立つ考え方である。

津山市産業のSWOT分析にあたっては、統計分析結果、アンケート調査結果、聞き取り調査から得た意見に基づいて、津山市産業に関わる現状の棚卸しを行い、「強み」と「弱み」を把握する。また、外部環境の変化を適切に捉えるため、社会経済環境の動向等に基づいて「機会」と「脅威」を抽出する。

津山市産業のSWOT分析の考え方



## 1. 強み (Strengths)

- ・自然特性では、津山市は災害が少なく、水資源が豊富である。また、阿波地区、加茂地区などの市域北部は自然資源が豊富で、小河川が多い。
- ・高速道路のアクセスがよく、岡山県北の拠点都市として都市機能が整っている。
- ・農業分野では、ピオーネ、アスパラガス、ジャンボピーマンなどの特産品がある。近年は小麦の生産が拡大し、それを使用した商品開発に向けた取り組みが産学官連携で行われている。
- ・林業・製材では、加茂地区、阿波地区に木材資源が豊富に存在していることから、製材工場が集積し、品質の高い美作材はブランド化している。
- ・広域に事業展開を図る地場企業が存在する一方で、中国縦貫自動車道の開通に伴い昭和 50 年代以降にものづくり企業の工場立地が進展し、ステンレス加工事業者の集積が進んだ。現在、津山市の製造業は食料品、木材・木製品、金属製品、はん用機械器具、電気・電子部品関連である。
- ・産学連携活動に意欲的であり、「知」の拠点として津山高専および津山高専技術交流プラザ、美作大学と連携した津山食料産業クラスターがある。
- ・津山市内には歴史的・文化的資源が多数残っている。鶴山公園、城東町並み保存地区、旧津山扇形機関車庫などがあり、城西地区は寺町を形成し、武家地が現存している。県指定重要有形民俗文化財として数多くのたんじりが残されており、祭りに使われている。
- ・津山を誇る食文化として、津山ホルモンうどん、干し肉、そずり鍋、和菓子などがある。

## 2. 弱み (Weakness)

- ・一般的な意見であるが、チャレンジ精神に乏しいといわれる。また、津山市の情報発信力が弱く、地域としてのブランド力も脆弱である。
- ・津山市産業の担い手となる若年層の人口が減少している。
- ・農家の減少、高齢化が進んでいる。
- ・森林資源は豊富にあるものの、林道が未整備である。
- ・製造業や卸小売業の事業者の減少傾向に歯止めがかからず、商店街に空き店舗が多い。
- ・ものづくり分野では、ものづくり誘致企業の一部では海外に生産機能が移転し、地元の生産機能が縮小している実態がある。大手誘致企業と地元中小企業との交流・取引は疎遠である。地元の金属加工メーカーの大半は小規模な事業者である。
- ・観光面では、観光客向けの旅館・ホテル、団体客を収容できる飲食店が少なく、観光客が立ち寄る農産物直売所も少ない。
- ・交通では J R 津山線の利便性が低く、岡山空港へのアクセスが悪いのでビジネス・観光に不利であるとの指摘がある。
- ・岡山県南に比べて日照時間が短い。

## 3. 機会 (Opportunities)

- ・経済のグローバル化は脅威の面があるが、津山市の産業にとってチャンスと捉えることができる。例えば、日本の観光地を訪れる外国人観光客が増加している。また、円高是正・為替



の安定を背景に輸出に取り組む中小企業が増えている。さらに、貿易構造の変化により、輸出環境が好転している。

- ・通信分野では、インターネット、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の普及が産業分野に与える影響が大きい。
- ・高齢者の増加に伴い高齢者の消費支出が増加し、シニアマーケットが拡大している。
- ・政府は成長戦略として2013年6月に日本再興戦略を発表し、重点分野に医療・健康、エネルギー、インフラ、農林水産物、観光、コンテンツ・文化など、多様な分野を取り上げている。
- ・温室効果ガスの削減への対応、石油エネルギー価格の上昇に伴い、再生可能エネルギーが注目されるようになり、省エネ推進のための技術革新、製品開発が求められている。
- ・岡山県はものづくり重点4分野「超精密生産技術」「バイオ関連」「医療・福祉・健康関連」「環境関連」に加えて、新エネルギー、次世代自動車、航空機の育成・集積促進を推進している。
- ・岡山県は企業立地に積極的で、年間30件の企業立地を目標としている。
- ・国内旅行は、団体旅行よりも個人旅行、少人数のグループ旅行が主流となりつつあり、体験型観光（エコツーリズム、グリーンツーリズムなど）への関心が高まり、多様化している。
- ・東日本大震災を契機に、企業立地にリスク分散の動きがみられるとともに、環境・エネルギー問題がクローズアップされ、再生可能エネルギーの固定価格買取制度が2012年度から開始された。
- ・岡山県は再生可能エネルギーである小水力発電の導入促進を図るために、補助金を拡充している。
- ・電気自動車、燃料電池など環境関連分野の技術開発がめざましく、その普及が促進されている。
- ・津山市出身者が多様な分野で活躍していることも機会として捉えたい。

#### 4. 脅威 (Threats)

- ・最大の脅威は長期的な人口減少である。例えば、農業分野であれば米の消費量が減少する。また、木造住宅の需要減少、国産材の価格低迷が林業・製材分野では想定される。そうなれば一層の山林の荒廃、耕作放棄地の増大をもたらすことになる。
- ・日本全体では人口の大都市集中に拍車がかかるとともに、地方圏での人口流出が懸念され、都市間競争の激化を招くことになる。
- ・経済のグローバル化に伴う海外への生産機能流出による空洞化が懸念される。また、TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）の交渉結果次第によっては特定分野で打撃を受けることが懸念される。
- ・観光面での脅威は海外旅行が一般化し、国内旅行と競合している。
- ・環境面では、再生可能エネルギーの固定価格買取制度の縮小が予測される。
- ・国および地方公共団体の財政悪化に伴い、財政支出による需要喚起策は年々困難になってきている。

津山市産業の「強み」「弱み」「機会」「脅威」を簡潔にまとめると、次のようなSWOTマトリックス表となる。

#### 津山市産業のSWOT分析

S（強み）	O（機会）
<p>災害が少ない            水資源が豊富            阿波地区、加茂地区に自然資源が豊富            市域北部の山地に小河川が多い            高速道路のアクセスがよい            岡山県北の拠点都市として多くの行政機関が立地            生活に必要な都市機能が整っている            「農業、林業」「医療、福祉」への就業者割合が全国に比べて高い            ピオーネ、アスパラガス、ジャンボピーマンは津山市特産の農産品            津山産小麦の生産拡大            津山ロール、津山餃子の開発など、農商工連携や6次産業化に向けた取り組みが活発            加茂地区、阿波地区に木材資源が豊富            津山圏域に製材工場が集積            品質の高い美作材は全国に知られている            広域に事業展開を図る地場企業の存在            昭和50年代以降、ものづくり企業の工場立地が進展            全国に事業展開を図る地場企業の存在            ステンレス加工事業者の集積            製造業のうち主要業種は食料品、木材・木製品、金属製品、はん用機械器具、電気・電子部品関連            つやま新産業創出機構による活動            津山高専および津山高専技術交流プラザの活動            温泉湧出地            美作大学および津山食料産業クラスターの活動            市街地に津山城（鶴山公園）、衆楽園、城東地区、旧津山扇形機関車庫など歴史的・文</p>	<p>グローバル化            貿易構造の変化            訪日外国人観光客の増加            近時の円高是正・為替の安定            インターネット、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の普及            高齢者の増加に伴うシニアマーケットの拡大            政府の日本再興戦略（2013年6月発表）            岡山県はものづくり重点4分野「超精密生産技術」「バイオ関連」「医療・福祉・健康関連」「環境関連」に加えて、「新エネルギー」「次世代自動車」「航空機」の育成・集積促進            岡山県は企業立地に積極的（年間目標30件）            個人旅行、少人数のグループ旅行の増加            体験型観光（エコツーリズム、グリーンツーリズムなど）への関心の高まり            民間事業者による大規模発電施設の計画            東日本大震災以降、企業立地にリスク分散の動き            東日本大震災以降、環境・エネルギー問題がクローズアップ            再生可能エネルギーの固定価格買取制度            省エネ機器（自動車、家電製品など）に対するニーズの高まり            岡山県は小水力発電導入の補助金拡充            電気自動車、燃料電池の普及            津山出身者が多様な分野で活躍            観光立市宣言            農地を貸したい（売りたい）人が多い            石油等エネルギー価格の上昇            温室効果ガスの削減への対応</p>

<p>化的資源が豊富  城東地区が国の重伝建地区に選定  城西地区は寺町を形成し、武家地が現存  市街地に多くのだんじりが保存され、祭りに使われている。(県指定重要有形民俗文化財は28基)  津山ホルモンうどん、干し肉、そずり鍋、和菓子などは津山が誇る食文化</p>	
<p><b>W (弱み)</b></p>	<p><b>T (脅威)</b></p>
<p>若年層の人口が減少  チャレンジ精神が乏しい  津山市の情報発信力が弱い  津山市の地域ブランド力が脆弱  農家の減少、高齢化が進んでいる  山間部の農地が多く獣害が出やすい  林道の未整備  製造業、卸小売業の事業者減少  商店街に空き店舗が多い  ものづくり誘致企業の一部で生産機能が縮小  津山市に進出した立地企業と地元中小企業、高等教育機関との交流・取引が疎遠  ものづくり分野の大手誘致企業と地元中小企業との交流・取引が疎遠  地元の金属加工メーカーの大半は小規模な事業者  製品の地元購買量が少ない。  観光客が宿泊する旅館・ホテルが少ない  観光客向けの温泉旅館がない  団体客を収容できる飲食店が少ない  観光客が立ち寄る農産物直売所が少ない  JR津山線の利便性が低い  岡山空港へのアクセスが悪い  岡山県南に比べて日照時間が短い</p>	<p>長期的な人口減少  米の消費量減少  木造住宅の需要減少、国産材の価格低迷  山林の荒廃、耕作放棄地の増大  人口の大都市集中、地方圏での人口流出  都市間競争の激化  海外への生産機能流出による空洞化  TPP (環太平洋戦略的経済連携協定) の行方  海外旅行との競合  固定価格買取制度の動向  国・地方公共団体の財政悪化</p>

## 第2章 成長戦略の基本方向

### 1. 基本方向の視点

国は経済回復が続く中で、アジア諸国の経済成長といったグローバル化への対応と、財政収支の改善を狙って成長志向を強めている。一方、地方圏は人口減少等の不利な条件の下で、移出産業の拡大や産業の生産性向上等を促し、経済成長の持続を図る必要がある。津山市においても、こうした状況を認識した上で成長戦略の方向性を検討する。

成長戦略の基本方向を示すにあたって、本市をとりまく現状と、今回実施した分析結果などを踏まえると、「定住人口の確保・交流人口の拡大」「域外需要の取り込み」「民間活力の発揮」に、「環境・エネルギーに対する意識の高まり」を加えた4つの視点を取り入れていくことが必要であると考え。特に「域外需要の取り込み」は域外所得を獲得し、経済規模を拡大させるために必要不可欠である。

移出産業とは地域外からの需要を対象として生産活動を営む産業である。

#### 視点1 定住人口の確保・交流人口の拡大

人口は地域活力の源泉である。津山市の人口は現在10万人を超えているものの、現状で推移すると2020年までには10万人を下回る見込みである。人口減少は経済成長の抑制要因となるとともに、消費需要が停滞することになる。本市在住者の流出を食い止め、市外からの流入を促進し、長期的には人口増への転換を目指すためには、津山市産業を活性化して雇用受け入れ先の創出、魅力ある事業所の立地を促進する。

人口減少の影響を緩和させ、地域の活力を取り戻すために、交流人口（地域を訪れる人）を拡大させる取り組みが必要である。

#### 視点2 域外需要の取り込み

津山市の人口減少、市内の需要減少が危惧される中で、地域外の企業や個人を顧客として、市外の資金（外貨）を稼ぎ、津山市内に所得をもたらすことが一層重要になっている。そうした外貨獲得産業を育成するとともに、その資金を市内に循環させる仕組みを構築することが津山市経済の自立度を高めることになる。

域外需要とは国内だけでなく、海外需要を含めることを想起している。特に、拡大するアジアの需要を積極的に取り込むことが本市の産業にとっても重視すべきポイントである。

#### 視点3 民間活力の発揮

津山市の経済活性化のためには、企業および市民が主体的に事業を展開することが欠かせない。そのためには、行政としては民間の創意工夫を尊重し、「やる気」が具現化した取り組みを支援・喚起し、事業の自立展開へと誘導する。具体的には、既存事業者の成長支援、新規事業者の創出支援、市外からの事業者の立地支援など、多様な対象を想定した支援メニューを用意することが求められる。

#### 視点4 環境・エネルギーに対する意識の高まり

東日本大震災を契機として、これまでの原子力利用をはじめとするエネルギー供給体制に関して電力需給の逼迫や石油等燃料の価格上昇といった課題が露呈し、市民生活や産業活動を支えるエネルギーの安定的確保が喫緊の課題となっている。

2012年から、再生可能エネルギーの固定価格買取制度が開始され、新たな事業者の参入や地域からの取り組みが促進されることにより、再生可能エネルギーの加速度的な導入が期待されている。津山市においても、地域資源を最大限に活用した再生可能エネルギー導入促進を図ることにより、地域経済の活性化、関連産業の振興につながることを期待されている。

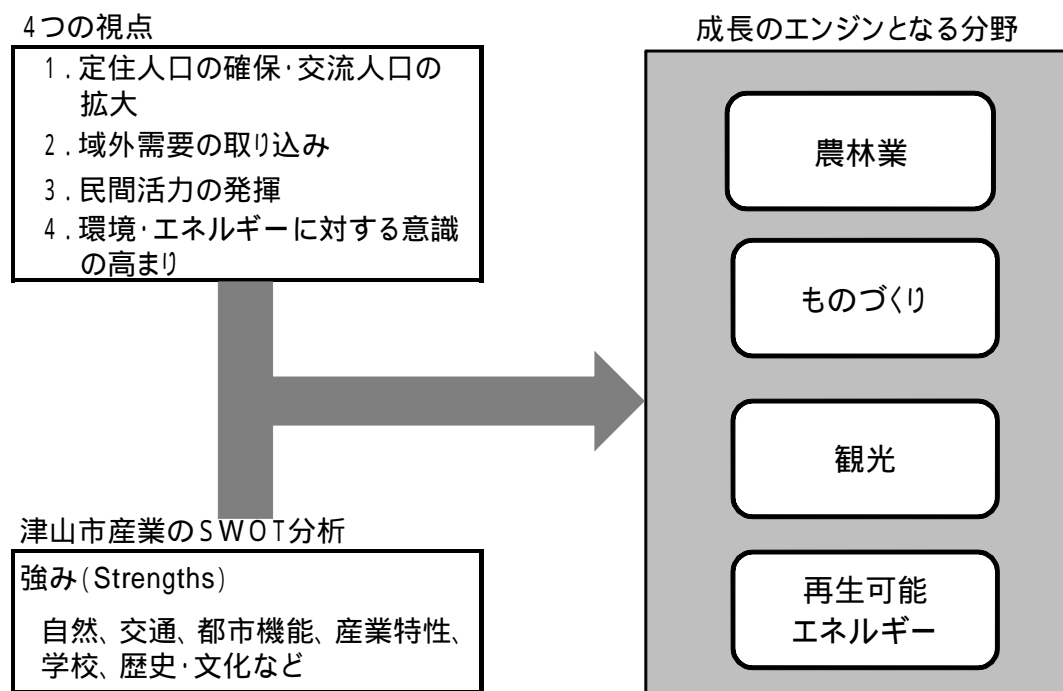
## 2. 成長のエンジンとなる分野

津山市経済が活性化し、産業が発展していくためには、津山市の強みを活かして、新たな活力と付加価値を生み出す成長分野を育成することが求められる。

アンケート調査結果によれば、企業・事業所から津山市の有望な産業分野として「福祉」「環境・エネルギー」「文化産業（観光、地域産品など）」「医療・健康」「農林業・6次産業化」などが挙げられている（P43 参照）。

その中でも、4つの視点、特に「域外需要の取り込み」を重視すると同時に、SWOT分析でみた津山市産業の強みである、自然、交通、都市機能、産業特性、学校、歴史・文化などの諸要因を踏まえた上で、成長のエンジンとなる分野として「農林業」「ものづくり」「観光」「再生可能エネルギー」を選択する。

### 成長のエンジンとなる分野の導出



4つの視点と成長のエンジンとなる分野の関係性を整理すると、以下のとおりである。

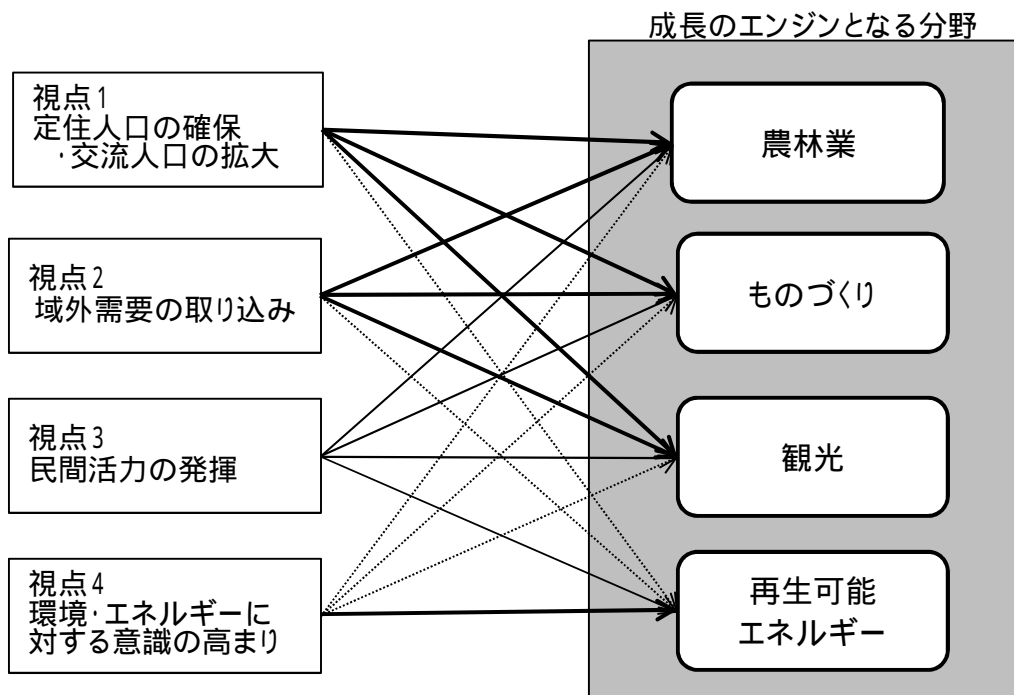
視点1「定住人口の確保・交流人口の拡大」では、農林業では担い手の減少・高齢化が急速に進展、雇用吸収力の高い製造業においても従業者が減少している現状のもと、定住人口を確保するために農林業、ものづくり両分野での就業者増加をもたらす取り組みが有効である。また、交流人口を拡大するためには、観光振興を重点的に推進することが効果的である。

視点2「域外需要の取り込み」では、主な移出・輸出分野（外貨を獲得する分野）である農林業、ものづくり、観光の3分野において新たな外貨獲得の取り組みが求められる。

視点3「民間活力の発揮」は、特定分野との関連が定まっているものではない。チャレンジスピリットが旺盛な企業・市民を増やし、育てることが津山市の経済社会の活性化につながっていく。そのために、成長のエンジンとなる4分野においても事業意欲ある企業・市民に活躍する場を与えることが肝要である。

視点4「環境・エネルギーに対する意識の高まり」は、再生可能エネルギー分野に直接関連するものである。また、加えて、環境・エネルギー問題は世界的な問題意識の高まりを受けて、農林業、ものづくり、観光の各分野を検討する上でも避けて通れない視点となっている。

「4つの視点」と「成長のエンジンとなる分野」の関係



### 3. SWOT分析にみた分野別の特性・課題等

戦略の立案を行うため、これまでの津山市産業のSWOT分析から、成長のエンジンと期待される4分野に関連する要素を抽出して、分野別のSWOT分析によって、それぞれの特性や課題等を整理する。

#### (1) 農林業

##### 農林業のSWOT分析

S (強み)	O (機会)
<p>災害が少ない 水資源が豊富 高速道路のアクセスがよい 「農業, 林業」への就業者割合が全国に比べて高い ピオーネ、アスパラガス、ジャンボピーマンは津山市特産の農産品 津山産小麦の生産拡大 津山ロール、津山餃子の開発など、農商工連携や6次産業化に向けた取り組み活発 加茂地区、阿波地区に木材資源が豊富 津山圏域に製材工場が集積 品質の高い美作材は全国に知られている 美作大学および津山食料産業クラスターの活動 津山ホルモンうどん、干し肉、そずり鍋、和菓子などは津山が誇る食文化</p>	<p>グローバル化 貿易構造の変化 近時の円高是正・為替の安定 インターネット、SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の普及 体験型観光 (エコツーリズム、グリーンツーリズムなど) への関心の高まり 政府の日本再興戦略 (2013年6月発表) 農地を貸したい (売りたい) 人が多い</p>
W (弱み)	T (脅威)
<p>津山市の情報発信力が弱い 津山市の地域ブランド力が脆弱 農家の減少、高齢化が進んでいる 山間部の農地が多く獣害が出やすい 林道の未整備 観光客が立ち寄る農産物直売所が少ない</p>	<p>長期的な人口減少 米の消費量減少 木造住宅の需要減少、国産材の価格低迷 山林の荒廃、耕作放棄地の増大 人口の大都市集中、地方圏での人口流出 都市間競争の激化 TPP (環太平洋戦略的経済連携協定) の行方</p>

#### < 特性・課題等 >

従事者の減少、高齢化、国内需要の減少等、農林業は厳しい経済環境に置かれている。津山市の農林業についても例外ではなく、この状況を打破するためには、産品が売れて儲かる産業を目指していく以外にない。産品が売れて儲かるようになれば、若い担い手が現れ、耕作放棄地も解消に向かうことになる。

大前提となるのは品質の確保であるが、高品質であるからといって売れるわけではない。重要なことは需要を域内外に求め、また、新たに需要を創出していくことである。特に1次産品の輸出は大きな可能性がある。需要の獲得には安定供給が必須であるため、単独の生産者で賄えない数量の確保においては生産者グループなどの組織化が必要とされる。

「輸出大国・日本」とイメージされるわが国であるが、輸送の主力であるコンテナ貨物で1993年以降、輸入超の状態が続いている。2000年代以降は、国内メーカーの生産拠点空洞化を主因にこの傾向が顕著となっており、輸出品目を意図的に作り出していかなければならない事態となっている。大量の空コンテナがわが国の港から出港している現状では、一定量の1次産品を当地にて産出することができれば、割安な価格でコンテナ輸送が可能になる公算が高い。

十分な利益を確保していくためには6次産業化等の高付加価値化の努力も欠かせない。美作大学および津山食料産業クラスターでは、産学官連携により、地元1次産品を使用した農商工連携や6次産業化の取り組みが行われている。

農林業には適地適作という言葉がある。これはその土地にはそれに合った作物があるという意味で、ピオーネなどに適地適作性が認められている。その土地でできた作物は品質が良く、美味しく、他産地産と比べて差別化できる可能性がある。このように当地における適地適作な1次産品を見つけ出していくことも重要である。

幸い、津山市は災害が少なく、水資源にも恵まれており、農林業にとっては比較的恵まれた環境にある。さらに、高速道路のアクセス性に優れていることから、域外需要の獲得がしやすい状況にある。



(2) ものづくり

ものづくりのSWOT分析

S (強み)	O (機会)
<p>災害が少ない 水資源が豊富 高速道路のアクセスがよい 加茂地区、阿波地区に木材資源が豊富 津山圏域に製材工場が集積 品質の高い美作材は全国に知られている 全国に事業展開を図る地場企業の存在 ステンレス加工事業者の集積 製造業のうち主要業種は食料品、木材・木製品、金属製品、はん用機械器具、電気・電子部品関連 昭和50年代以降ものづくり企業の工場立地が進展</p> <p>○つやま新産業創出機構による活動 津山高専および津山高専技術交流プラザの活動 美作大学および津山食料産業クラスターの活動 津山ロール、津山餃子の開発など、農商工連携や6次産業化に向けた取り組みが活発</p>	<p>グローバル化 近時の円高是正・為替の安定 インターネット、SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の普及 高齢者の増加に伴うシニアマーケットの拡大 政府の日本再興戦略 (2013年6月発表) 岡山県はものづくり重点4分野「超精密生産技術」「バイオ関連」「医療・福祉・健康関連」「環境関連」に加え、「新エネルギー」「次世代自動車」「航空機」の育成・集積促進 岡山県は企業立地に積極的 (年間目標30件) 東日本大震災以降、企業立地にリスク分散の動き 東日本大震災以降、環境・エネルギー問題がクローズアップ 電気自動車、燃料電池の普及 津山出身者が多様な分野で活躍 省エネ機器 (自動車、家電製品など) に対するニーズの高まり</p>
W (弱み)	T (脅威)
<p>津山市の情報発信力が弱い 津山市の地域ブランド力が脆弱 製造業、卸小売業の事業者減少 ものづくり誘致企業の一部で生産機能が縮小 津山市に進出した立地企業と地元中小企業、高等教育機関との交流・取引が疎遠 地元の金属加工メーカーの大半は小規模な事業者 製品の地元購買量が少ない 岡山空港へのアクセスが悪い</p>	<p>長期的な人口減少 木造住宅の需要減少、国産材の価格低迷 都市間競争の激化 海外への生産機能流出による空洞化 TPP (環太平洋戦略的経済連携協定) の行方</p>

#### < 特性・課題等 >

2013年6月に政府より発表された「日本再興戦略」では、ものづくり全般ではないが、健康関連（医薬品、医療機器など）、エネルギー・環境、インフラ関連などの各分野の推進が提唱されている。岡山県は産業振興にものづくり分野が取り上げられ、その中でも超精密生産技術、バイオ関連、医療・福祉・健康関連、環境関連などの各分野を推進している。企業誘致では、東日本大震災以降に生産拠点のリスク分散の動きもあって、岡山県は企業立地件数の年間目標件数を30件に上方修正している。

津山市の製造業のうち主要業種は、食料品、木材・木製品、金属製品、はん用機械器具、電気・電子部品関連の製造業である。豊富な木材資源を背景に木材・木製品製造業、地域の需要に対応した生産を行う食料品製造業の多くは、地場のものづくり企業が支えている。一方、それ以外の業種は、中国縦貫自動車道の開通により市外から立地したものづくり企業が市産業の発展に貢献している。津山市は地域企業の活性化を目的につやま新産業創出機構を設置し、ステンレス産業、食料品産業のクラスター形成を推進しており、津山高専、美作大学は“知”の中核拠点となっている。

ものづくりの課題は、1990年代以降に大手メーカーの生産機能の海外移転などを背景に、市内においても生産機能の縮小・撤退を行っている事業所がみられること、景気低迷の影響から付加価値の低い下請加工等の事業者が規模縮小や廃業を余儀なくされていることなど、雇用が減少傾向にあり、それを補う成長企業や域外からの新規立地企業が少ないことである。

(3) 観光

観光のSWOT分析

S (強み)	O (機会)
<p>高速道路のアクセスがよい</p> <p>市街地に津山城(鶴山公園) 衆楽園、洋学資料館、旧津山扇形機関車庫など歴史的・文化的資源が豊富</p> <p>城東地区が国の重伝建地区に選定</p> <p>城西地区は寺町を形成し、武家地が現存</p> <p>市街地に多くのだんじりが保存され、祭りに使われている。(県指定重要有形民俗文化財は28基)</p> <p>中山間地域には自然資源が豊富</p> <p>津山ホルモンうどん、干し肉、そずり鍋、和菓子などは津山が誇る食文化</p>	<p>グローバル化</p> <p>訪日外国人観光客の増加</p> <p>近時の円高是正・為替の安定</p> <p>インターネット、SNS(ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス)の普及</p> <p>高齢者の増加に伴うシニアマーケットの拡大</p> <p>個人旅行・少人数のグループ旅行の増加</p> <p>体験型観光(エコツーリズム、グリーンツーリズムなど)への関心の高まり</p> <p>政府の日本再興戦略(2013年6月発表)</p> <p>津山出身者が多様な分野で活躍</p> <p>観光立市宣言</p>
W (弱み)	T (脅威)
<p>津山市の情報発信力が弱い</p> <p>津山市の地域ブランド力が脆弱</p> <p>観光客が宿泊する旅館・ホテルが少ない</p> <p>観光客向けの温泉旅館がない</p> <p>団体客を収容できる飲食店が少ない</p> <p>観光客が立ち寄り農産物直売所が少ない</p> <p>JR津山線の利便性が低い</p> <p>岡山空港へのアクセスが悪い</p> <p>大型バスなどの駐車スペースが不足</p>	<p>長期的な人口減少</p> <p>都市間競争の激化</p> <p>海外旅行との競合</p>

< 特性・課題等 >

観光分野は、関連する産業が多く裾野が広いこと、成長分野として期待されている。特に地域外からの資金が直接津山地域で消費されることから、いわゆる外貨を獲得する手段として有効である。

政府の「日本再興戦略」においても訪日外国人観光客の増加を図る方針が掲げられ、様々な施策に取り組むこととされているほか、時間やお金に余裕がある高齢者層の増加から、観光需要の高まりを期待させる。

また、観光のスタイルも近年変化し、旅行の目的が団体旅行による「見る観光」だけでなく、個人旅行・少人数のグループ旅行による体験型観光(エコツーリズム、グリーンツーリズムなど)という新たな観光形態が人気となっている。一方で、国内各地域において観光客誘致に向

けた都市間競争が激しさを増してきており、新たな観光資源の開発や、既存の観光施設の更なる魅力向上、観光トレンドの変化への対応が求められている。

津山市は城下町の風情を残しているまちが最大の観光資源となっている。津山城(鶴山公園)、衆楽園、城東地区・城西地区の町並み、壮麗なだんじりなどの歴史的・文化資源が豊富にある。また、旧津山扇形機関車庫など、近年注目度が高まっている鉄道遺産も数多く残り、市域北部には、観光資源として開発の余地が大きい豊かな自然を有している。

観光には「食」が重要な要素であるが、「津山ホルモンうどん」はご当地グルメで全国に知られており、他にも、干し肉、そずり鍋という食材・料理や和菓子なども津山特有の食文化であり、観光資源となり得る。

観光の課題は、情報発信が弱いことである。「津山ホルモンうどん」がブームとなり知名度も上がったが、まだ津山市は全国に知られているとはいえない。また、津山市を訪れる観光客の宿泊先が美作三湯や山陰地方になる傾向が強く、滞在時間が短いことから、観光客向けの旅館・ホテル、飲食店が少ないことが挙げられる。JR津山線、岡山空港へのアクセスなど、高速道路を利用したアクセス性の高さとは対照的に、公共交通の利便性が低いことも課題である。

(4)再生可能エネルギー

S (強み)	O (機会)
<p>水資源が豊富 市域北部の山地に小河川が多い 加茂地区、阿波地区に木材資源が豊富 津山圏域に製材工場が集積 津山高専および津山高専技術交流プラザの活動 ○温泉湧出地</p>	<p>東日本大震災以降、環境・エネルギー問題がクローズアップ 再生可能エネルギーの固定価格買取制度 岡山県は小水力発電導入の補助金拡充 政府の日本再興戦略(2013年6月発表) 岡山県はものづくり重点4分野の1つ「環境関連分野」のほか、「新エネルギー」分野の集積促進 電気自動車、燃料電池の普及 体験型観光(エコツーリズム、グリーンツーリズムなど)への関心の高まり ○民間事業者による大規模発電施設の計画 温室効果ガスの削減への対応 石油等エネルギー価格の上昇</p>
W (弱み)	T (脅威)
<p>岡山県南に比べて、日照時間が短い</p>	<p>固定価格買取制度の動向</p>

< 特性・課題等 >

2012年7月から再生可能エネルギーの固定価格買取制度が開始され、新たな発電事業者の参入意欲が高まり、地域からの取り組みが促進されることにより、国全体で再生可能エネルギーの普及拡大が進むことが期待されている。

固定価格買取制度の開始を好機と捉えて、津山市においても個人住宅用、メガソーラーなど事業者用の太陽光発電の導入が進んでいる。

一方、吉井川水系を中心に小河川が多く、豊かな水資源が存在する。また、北部の山林には豊富な木材資源があるとともに、産地には製材工場が集積している。こうした地域資源の活用を考慮すると、小水力発電の導入促進、木質バイオマスの利用促進を図ることが求められる。近隣では、真庭市で木質バイオマスの大型発電所の建設が進められている。

津山高専においては、太陽光発電装置、マイクロ水力発電用水車の研究に取り組んでおり、地元企業との共同研究も行われている。

#### 4. 分野別戦略

「農林業」「ものづくり」「観光」「再生可能エネルギー」の分野別の特性・課題等を踏まえ、分野別戦略の基本方向と基本施策を定める。

##### 4 - 1 農林業

###### (1) 基本方向

域内外需要の拡大と產品の高付加価値化を進め、儲かる農林業を目指す。

津山市は農業生産が盛んであるにもかかわらず、他地域産野菜の消費量が多い。このため、地産地消の働きかけによる地元産野菜類の域内需要拡大を図る必要がある。

野菜類は長期保存できないという性質上、当地で生産される野菜類の多くが廃棄処分されていると考えられる。そうなる前に野菜類を加工することができれば、需要創造につながる。具体的には食品加工工場や冷凍食品工場を誘致することである。

農林業を成長産業としていくためには域内需要だけでは不十分であり、域外需要の開拓が必要不可欠となる。また、消費の拡大に対応するための農地管理・整備と生産体制の構築も行っていかなければならない。大消費地向けに販路開拓を進めていくことは重要であるが、地域間競争、価格競争を勝ち抜く必要がある。有望なのは海外需要を取り込むことであり、昨今の貿易構造下では1次産品をコンテナ輸出する上で好都合な状況にある。

生産した1次産品の高付加価値化策として、美作大学および津山食料産業クラスターで行われている農商工連携や6次産業化等の取り組みを継続することが重要である。

津山市の気候風土に適した1次産品を絶えず研究開発していくことが、産地の発展のためには重要である。そのような1次産品は魅力ある産品として、新たな需要開拓につながる可能性がある。

###### (2) 基本施策

###### 地産地消の推進

新鮮で美味しいという地元産農産物の良さをPRし、需要を拡大する。手始めは学校給食への導入を進める。地域で品目を絞り、生産を拡大し地元産農産物の利用を伸ばしていく。

一般消費者については直売所利用者の購入情報などによりニーズを明確にし、ターゲットを絞ることで売り上げの拡大を図る。

地元の気候風土で育った美作材の良さをPRし、地元利用を普及拡大する。

公共建物の木造・木質化を推進するとともに、材・工分離発注による市有山林の木材の活用を検討する。

小中学生を対象にした「木育(もくいく)」の取り組みをスタートさせる。

###### 農用地の管理と生産体制の構築

地元産農作物の収穫量の増加と安定供給を図るために農用地を保全し、効率的な管理を行う組織および生産体制を構築する。

### 域外需要の拡大

域外需要の拡大を図るため、あらゆる方策を検討する。また、その一環として、農産物および製材品の輸出拡大を図る。輸出先は東南アジア諸国向けを中心に、現地での需要を把握した上で、1次産品を決定する。国内での売れ残り品では失敗するため、相手国向け専用の生産体制を構築する。現時点ではピオーネ、健康志向の強い韓国向けのヒノキ製材品などが有力である。その他、地元の気候風土にあった農作物を現地向けに（大きさ・味）改良することも有効であり、現地情報を収集し他に先駆けて行う必要がある。

### 農商工連携と6次産業化の推進

生産した1次産品の高付加価値化策として、美作大学および津山食料産業クラスターで行われている農商工連携や6次産業化等の取り組みを継続する。

また、木材分野に関しては、津山高専や企業と連携し、木質プラスチックやセルロースナノファイバーなど木材利用の新分野への取り組みを進める。

### 適地適作農産物の研究開発

生産者、農協、津山市などが連携して、津山市の気候風土に適した1次産品を研究開発していく。古くから和牛の繁殖が盛んで優良な子牛を生産してきた技術を継承しながら、新分野への取り組みとして、肥育体制を構築することも有効である。農作物では、ピオーネ、ハトムギ、小麦（菓子用・パン用）、大豆、サツマイモなど、ヒアリング調査で挙げた作物の適地適作性を検討する。

また、本市の特色を活かした生産方法により、農畜産物のブランド化に取り組む。

### 森林整備

用材の安定供給を図るため、皆伐と跡地造林を進め、林齢構成の平準化を図る。造林木には、小花粉スギ等の新種の導入に取り組む。

### 食品加工工場・冷凍工場の誘致

農産物の中で、特に葉物野菜類の欠点は、保存が利かない点であり、食品加工工場や冷凍工場を誘致することで、従来、廃棄されていた野菜類の需要を開拓する。食品加工工場ではカット野菜や総菜を、また、冷凍食品工場では冷凍野菜や冷凍総菜を生産する。野菜類は供給量や価格が乱高下するのが常であるが、冷凍野菜は年間を通じて供給量も価格も安定させることが可能であり、需要創出につながる。

## 4 - 2 ものづくり

### (1) 基本方向

津山市は昭和50年の中国縦貫自動車道の開通による企業立地の進展を主因にして、内陸工業都市として発展してきた。独自の技術で全国展開している地場企業とともに、厚い企業集積

がある。ものづくり分野は農林業、観光などの分野とともに、他地域の需要に向けてモノやサービスを提供することで、他地域からの外貨を獲得できる分野であり、地域の自立には不可欠である。

今後は企業活動に関する総合的な支援体制を構築し、企業活性化、雇用創出を図るとともに、地域経済に波及効果の高い企業誘致を戦略的に進めることにより、木材・木製品、食料品などの地域資源活用型産業から高付加価値・先端テクノロジーの事業所までバランスのとれた産業構造を形成するとともに、ものづくりネットワークを発展させ、新たな価値の創出を促進する。

また、ものづくり分野の成長を進めるために最も重要なことは、事業者の自主的な努力である。事業者の努力を支えていくことを基本として、ものづくり分野の振興に取り組む。

## (2) 基本施策

### 企業誘致の積極的な展開

企業誘致は重要な地域課題である。

津山市は、分譲中の2つの産業団地を有しており、条件整備や助成制度の拡充を図り、それぞれの特長を活かした誘致活動を推進するとともに、誘致企業へのきめ細かなフォローアップ体制を整備し、戦略的に企業誘致に取り組むことで、層の厚い産業構造を創り出す。

また、健康関連（医薬品、医療機器など）、再生可能エネルギー・環境・バイオ関連、次世代自動車・航空機・超精密加工関連などの成長分野、地域産業との相乗効果が期待できる農林業関連企業（食品製造業や木材加工業）、津山高専や津山商業高校で学ぶ情報系人材の受け皿となるICT関連企業の立地を促進する。

### 企業の活性化、自立創造活動への支援

企業の継続、発展にはイノベーションが不可欠であり、将来にわたって競争力を維持・向上させていくための、製品やサービスの開発および付加価値を高め、改善していくための研究開発・設備投資、新分野への進出等、自立創造型の事業活動を支援する。

また、地域に集積する技術、資源、特性を産業振興に結び付けるため、他地域への優位性を持つステンレス加工技術を更に発展させた難削材加工などの新技術や、津山高専、農業・医療福祉分野などとの連携によるロボット、微細加工（ナノテク）、バイオマスなど新たな分野の研究を進める。

加えて、地域資源である農産物や木材等を活用した事業活動を支援し、地域経済への波及効果を生み出す。

### 企業間交流促進による取引拡大、新たな販路開拓

津山市に進出した立地企業と地元企業との取引促進、また域外企業との取引拡大を進めるために、両者をつなぐコーディネート機能を形成する。加えてグローバルな視点での販路開拓等の支援を進め、輸出も含めた域外取引の増大により、市内企業の売上増を図る。

また、流通構造の変化や、電子商取引の拡大などのビジネスチャンスを地域企業が捉えることができるよう、事業者へのマーケティング支援およびICTの活用支援等を進める。



#### 津山高専・大学との連携推進

新たな製品・商品づくりを目指して、津山高専および美作大学と地元企業による産学連携、共同研究を更に発展させ、他地域の大学や研究機関との連携基盤を形成し、市内企業の新製品、新技術の開発等、付加価値を高める取り組みを促進する。

### 4 - 3 観光

#### (1) 基本方向

津山市は観光客の滞在時間が短い、いわゆる通過型の観光地となっている。経済的効果を高めていくためには、本市の多様な観光資源に磨きをかけ、情報発信に取り組むことにより、市内での回遊性を高めていく仕掛けづくりが必要である。

市外の観光地と連携して広域的な観光ルートの形成を行い、通過型観光客を受け入れながら、滞在時間の拡大および宿泊観光客の掘り起こしを図ることも重要である。

また、平成 25 年 9 月市議会において「観光立市宣言」が決議されたことを受け、今後、関係機関がより一層連携し本市の観光振興を図っていく必要がある

こうした取り組みを進めていくためには、市内観光や広域観光のコーディネートや地域を積極的にPRし、売り込んでいくための人材育成を行う。

#### (2) 基本施策

##### 観光の拠点づくり

津山市の観光といえば桜の時期を中心に、津山城（鶴山公園）と衆楽園が誘客の大きな柱になっている。平成 25 年に城東地区が国の重伝建地区に選定されたことを契機に、体制の充実を図り、城西地区を含めた城下町津山を回遊できる仕組みを構築し、これを津山の観光拠点とすることで、観光客の滞在時間の拡大と他の観光資源への波及効果を狙う。

そのためには、まずは城東地区に重点を置き、観光の核となるよう魅力づくりを行う。

##### 食文化の発信

観光資源としては、「観る」「遊ぶ」に加えて「食べる」が欠かせない要素となる。「津山ホルモンうどん」がご当地グルメとして全国に発信され、観光客の増加に貢献してきたことはいうまでもない。今後は、肉文化としての「そずり鍋」や「干し肉」、菓子文化としての和菓子、スイーツなど、他のご当地グルメの発信とともに新たな仕掛けづくりに取り組む。

##### 観光物産拠点の整備検討

津山市の観光または交通の要衝に、観光案内、特産品販売など、観光の起点となる多機能の観光物産拠点の整備を検討する。

### 広域観光ルートづくり

発地が遠隔地であればあるほど、また訪問回数が少ないほど観光客の観光行動は広域化する傾向にある。そうした観光客には津山市内で完結する観光行動は期待できないので、津山市を軸とした広域観光のモデルルートをつくり、観光客の利便性を高める必要がある。また、広域観光ルートを近隣地域と共同でPRすることにより、当初は近隣地域のみを訪れる予定であった観光客を津山市に呼び込む。

### 効果的な情報発信

都市間競争に打ち勝ち、観光客を誘致するためにはマスコミや交通業者、旅行業者をはじめとする観光関連事業者と連携し、観光客の特性に応じた効果的な観光キャンペーンを行うことがますます重要となる。旧来の観光宣伝に加え、SNSや無料動画等の活用などに取り組むとともに、話題づくり等の仕掛けによる積極的なマスコミの活用を図る。

### おもてなし意識の醸成

地域住民がまちづくり、観光地づくりに参加する仕掛けづくりを行い、住民参加型の観光地づくりを推進し、おもてなし意識の醸成を図る。

### 交通インフラの整備

津山市は、公共交通でのアクセスが良好とはいえない状況であり、鉄道については所要時間の短縮や快適性の確保などに取り組んでいく必要がある。

観光駐車場の整備や案内看板の充実等により、市内での円滑な移動を確保して周遊性を高める。

### 外国人観光客の誘客促進

国は観光立国として、観光分野を極めて重要な戦略分野に位置付け、訪日観光に力を入れている。また、地方でも訪日観光への積極的な取り組みが進んでおり、津山市においても、国内観光客はもとより、外国人観光客に魅力ある観光資源、サービスを掘り起こし、外国人観光客を積極的に受け入れる態勢を整える。

## 4 - 4 再生可能エネルギー

### (1) 基本方向

再生可能エネルギーの普及は、津山市が目指す地球温暖化対策への貢献、災害に強いまちの創造、脱原発依存社会の実現等の推進に有効な対策である。

津山市は都市と自然が融合する表情豊かな地域であり、豊富な水資源、温泉資源、木材資源などを有している。こうした地域の資源を最大限に活用しながら、再生可能エネルギーの導入促進を図り、生活や産業活動に必要なエネルギーを可能な限り市内から生み出し、エネルギー源を分散配置することが、新たな産業振興、災害時における代替エネルギーの確保につながる

ことになる。

また、再生可能エネルギーの導入促進の取り組みと同時に、再生可能エネルギー・環境関連産業の集積や雇用創出につなげていくための取り組みを展開する。

## (2) 基本施策

### 木質バイオマスの利用促進

木材流通の実態を踏まえ、津山産材の有効活用を図るための手段としての木質バイオマス利用に取り組む。加茂・阿波地域を中心とした未利用材等のバイオマス資源等を活用した発電や燃料製造等の事業化検討に向けた取り組みを支援する。さらに、木質バイオマス発電による排熱・排温水利用を検討し、地域産業にも寄与できる仕組みの構築、インフラ整備を行う。

### 小水力発電の導入促進

落差、流量のある小河川などを活用した小水力発電の設置に向けて、導入ポテンシャルの高い地点を選定する適地調査、実用化に向けた実証実験に取り組む。また、太陽光発電などと比べて、小水力発電に対する地域住民の認知度が低いことから、その普及啓発活動に取り組む。

### 事業所・個人住宅などにおける再生可能エネルギー等の導入促進

個人住宅・事業所への発電設備、熱利用、革新的なエネルギー高度利用技術(天然ガスコージェネレーション、燃料電池等)に係る設備、省エネ化、エネルギー管理システムの導入促進、さらにはICTを活用したスマートコミュニティの実現に取り組む。

### 産学連携の促進と関連産業の企業誘致

再生可能エネルギー・環境分野において、シーズのある研究者と事業意欲のある企業との定期的な情報交換の場を設置する。両者が交流を深め、さらには設計・開発の共同研究を進めることで、津山市での新たな製品開発、新事業の創出に取り組む。

さらに、再生可能エネルギー先進都市の実現を目指すために、再生可能エネルギー・環境関連産業の集積を図る。同関連産業の企業・事業所の誘致に加えて、大学等の高等教育機関や試験研究機関などの誘致に取り組む。

### 環境ツアーの誘客促進

小水力発電の導入、木質バイオマスなどの利活用や、生み出された価値を地域内で活用するなど、津山市ならではの先進的な取り組みを積み重ねることで、“再生可能エネルギー先進都市・津山”がイメージされるようになる。再生可能エネルギーの取り組みを新たな観光資源として、視察者という観光客を呼び込むための仕掛けづくりに取り組む。

## 5 横断的戦略

分野別戦略を推進するには、各分野に共通する課題を解決するための横断的な戦略が必要となる。特に事業者や起業者の活力を引き出すため、総合的な相談支援体制を強化し、様々なニーズに対応できる組織が必要となる。また、事業活動に必須となるマンパワーの確保も重要となるため、横断的戦略として「意欲ある起業家・事業者のサポート」「産業人材の育成・確保」に取り組む。

### 5 - 1 . 意欲ある事業者のサポート

#### ( 1 ) 基本方向

起業・創業者を含めた市内企業の創意工夫と自主的な努力をサポートするため、市内企業の情報収集や企業支援・創業支援に関する情報の提供、各種ネットワークの構築などの役割を果たす総合的相談窓口となるワンストップサービス拠点を設置する。

#### ( 2 ) 基本施策

##### 産業支援センターの設置

津山市の経済成長、雇用増進を図ることを目的に、地域内発型の産業振興に資する「産業支援センター（仮称）」を設置し、成長を目指す事業者・創業者を関係機関と連携し総合的に支援する。

### 5 - 2 . 人材の育成・確保

#### ( 1 ) 基本方向

全ての産業分野において人材の育成や不足が大きな課題であり、成長には産業を支える人材づくりが不可欠である。

現在、進学等で多くの若者が市外に流出している。市内への進学・就職につなげるためには、高度な知識と技術が習得できる多様な教育機会の場が重要となる。

地域への就業促進を目的とした総合的な取り組みを進めるとともに、大学等の誘致・新設等の可能性を検討する。

併せて、地域企業のニーズを把握し、即戦力となる人材のマッチングやUIターンなど、企業の人材確保を支援する。

#### ( 2 ) 基本施策

##### 学校との連携による人材育成

市内の学校等とも協力して、小中学生を対象にものづくりの楽しさや農林業の重要性を伝える取組みや、総合学習的な位置づけでの企業・事業所の見学を行い、地域企業への関心を高める。

また、高校生、大学生等を対象とした企業・事業所の見学、経営者等による事業紹介、インターンシップ、効果的な情報発信等、地域企業への就業を促進する取り組みを積極的に行う。

#### 産業を支える人材の育成

就業者のスキルアップや、求職者の就業につながる研修、産業界を牽引する経営者・リーダーの育成など、津山市産業を支える人材の育成・サポートの充実を図る。

また、新規就農者や創業者等、地域産業の裾野を広げる新たなチャレンジを支援する。

#### U I ターンの促進

進学で津山市を離れ、卒業後にそのまま市外・県外へ就職先を求め転出するケースが多くみられ、企業が求める人材の確保が困難な状況が生じ、市内産業の成長を阻害することが懸念される。一方で、津山市にU I ターンを希望するケースもみられるが、就業が大きな障壁となる。このため、関係機関との連携を図りながら、市出身学生のUターン就職希望者やIターン希望者等と企業とのマッチング施策を強化し、就業および移住・定住を促進する。

地域経営がめざす目標は「住み続けたい」、また、「住んでみたい、訪れたい」と感じる魅力と活力あるまちづくりである。

津山市の厳しい財政状況、人口減少が続く中で、持続可能なまちづくりを推進していくために、将来を見据えた、産業分野の活性化を柱とする津山市成長戦略をここに策定した。

策定にあたって、津山市の現状を的確に把握するために、市内の事業者・有識者を対象にアンケート調査、聞き取り調査等を実施した。その結果に基づき、S W O T 分析の手法を用いて現状分析を行い、津山市産業の強み、弱みを抽出、整理した。その整理の過程で、活かしきれていない地域資源が数多く残っていることをあらためて確認するとともに、経済の成長を持続的に図るために求められるテーマや課題を洗い出すことができた。

分析では、地域経済を発展させるためには、地域外需要の取り込みと、内発的な地産地消の拡大による地域内の新たな需要の創出が重要な政策の基本指針であるとの結論に至った。したがって、地域外の需要を獲得するため、イノベーションによる新しいものづくりなどの成長産業を支援し、育成していくことが本市の今後の成長のカギとなる。

そこで、津山市の「強み」である地域資源にさらに磨きをかけ、地産地消をすすめる中で、特産品を育成し、ブランド力を高めることにより、地域外の需要の拡大を図り、経済成長の持続可能な好循環を産み出すことを目標とし、「農林業」、「ものづくり」、「観光」、「再生可能エネルギー」の4つの分野と横断的戦略を成長のエンジンに位置付け、実践指向型の政策に繋げていくことを目指し、この基本方針は平成28年度から始まる第5次総合計画の産業振興分野などの重要な柱としていく。

今後は、全庁的な推進体制のもとで、戦略の方針に基づいて効果的な施策に取り組むことが必要となる。このため、企業や市民による地域経済活動の自立性を高める分野ごとの施策を体系とした実行計画を策定し、津山市の成長を実現していく。

## 参考資料

今回の津山市成長戦略の策定にあたり、一般財団法人 岡山経済研究所 前常務理事 大崎泰正氏より、成長実現に向けてお寄せいただいた寄稿を掲載させていただきます。





## 「地域ブランディング」による経済の自立

一般財団法人 岡山経済研究所  
前常務理事 大崎 泰正

### 地域経済の現況と経緯

2012 年末の安倍首相就任以来、積極的な金融政策、財政政策の採用を軸としたアベノミクスにより、株価の上昇と円相場の低下を背景に国内景気は緩やかに回復しつつあるとみられている。リーマンショックや大震災の影響により大きく落ち込んだ輸出は徐々に回復しており、個人消費も資産効果の影響もあって一部高額商品を中心に好転の兆しが見えはじめている。日銀の超金融緩和政策にもかかわらず、デフレを脱却できないのは銀行貸出が低調だからだといわれてきたが、その銀行貸出が足下では 4 年ぶりの高い伸びを示すなど、変化の兆しが見えはじめている。

しかし、こうした景気回復の動きは全国一様に広がっているわけではない。銀行貸出も、首都圏や東北被災地などでは高い伸びを見せている反面、関西圏や山陽地方の資金需要は依然として冷え込んだままである。

循環的な景気だけでなく、少子高齢化や産業空洞化など構造的問題を抱える多くの地方経済にとって、報道されているような景気回復の実感は全くないというのが実態ではなからうか。

高度成長期以来、「国土の均衡ある発展」を国是とした政策により、放置すれば拡大したであろう地域格差を一定の範囲に封じ込めてきたというのがこれまでの地域政策であった。

その柱は、地方への厚めの配分を行ってきた財政政策、所得補償的な農業政策、地方へ企業立地を誘導する工業再配置政策であり、これらを通じて実質的な所得再配分政策を実施してきたのである。その結果、世界にも稀な地域間格差の少ない国土構造が形づくられてきたが、その反面、このことは地域が自らの資源を活用し、自前の生産力を強化する努力を払うという自己革新の動機を弱め、国への依存を強めていく方向にも作用してきたともいえる。

現在の地域経済の疲弊は、2008 年のリーマンショックから急に始まったわけではない。戦後、地方経済を支えてきた上記のような仕組みが、既に今世紀に入ったころから、グローバル化の流れや財政状況の悪化の中で、大きく崩れているというのが問題の本質である。

### 津山市の経済発展の経緯

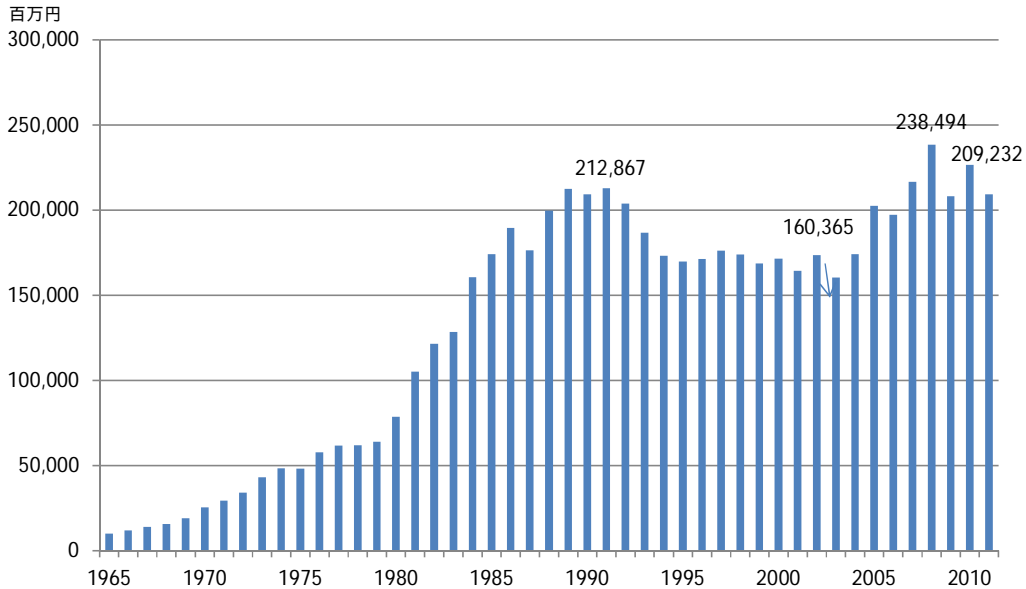
津山市経済も、戦後の地域政策が展開される中で、1970 年代から 80 年代にかけ、国分寺、綾部、草加部、高野、中核の各工業団地を整備し、75 年に開通した中国縦貫自動車道の効果もあって、阪神圏等からの弱電部品、金属、食品加工などの大企業・中堅企業の工場進出が活発化し、市工業出荷額(旧市)は 75 年の 481 億円から 90 年の 2,092 億円へと 4.3 倍に増大し、工業従業者数は同期間に 7,975 人から 9,093 人へと増加した。

90 年代に入ると、バブル崩壊後の不況の深刻化や、中国など東アジアの工業発展によって、津山圏域の進出企業や地場企業も生産縮小を余儀なくされた。

2000 年代に入っても、その流れは止まらず 2003 年の出荷額は 1,716 億円、従業者数 6,007 人

にまで縮小したが、その頃から米国、中国を中心とした世界景気の拡大の影響を受け当地域の工業生産も回復に向かった。リーマンショックや大震災の影響も全国あるいは県全体に比べ相対的に軽微な落ち込みにとどまっている。統計上直近の2011年の工業出荷額は2,092億円、従業者数6,764名とやや持ち直している（市町村合併の影響も含まれている）。

津山市の工業出荷額の推移

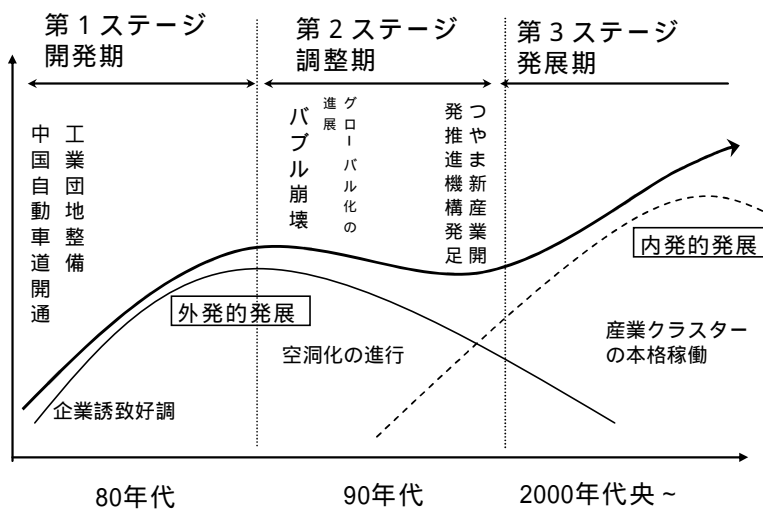


経済産業省；工業統計表

津山市経済自立の方向

グローバル化の進展や国と地方の財政が深刻な状況に直面する中で、国からの財政移転や進出企業の生産活動に過度に依存した地域経済のあり方は持続可能でなくなっている。このため、地域資源を最大限に動員しながら、自立の方向を探っていく必要がある。

津山経済の発展ステージ



## 地域経済のマクロバランス



上式は、マクロ経済の定義式から当然に導かれる恒等式だが、一国全体でも一地域でも当てはまる。左辺の内、「市内税収」は市民企業が納める地方税、国税の合計であり、地域の財政への「負担」とみなされる。また「財政支出」は、地方だけではなく、国や県の市内への支出も含み、財政による地域の「受益」といえる。

地域の自立は、国の財政への過度な依存を軽減すること、地域の政策を地方自治体が自ら決定し、実行すること、住民の意識の内に地域の歴史や文化に対する自信と誇りを保持すること、など、様々な観点から考えることができるが、ここでは「経済的自立」に着目し、財政への依存(受益 - 負担)をできるだけ少なくすることと考える。こうした意味での地域の自立度は、

投資を増やす（企業誘致や県内企業の津山市内への投資の促進。地域の貯蓄を地域内で活用する地域金融機能の強化。公共投資を民間活力で肩代わりするPPP、PFIの推進など。）  
 移輸出を増やす（特産品の開発、拡販、地域ブランドの確立。観光誘致の推進。）

のいずれか、もしくは両方によって実現できることが必然的に示されていることになる。

このことは移出産業としてのものづくりを強化し、観光振興に力を入れる一方、中心市街地の再生を図り、地元企業や誘致企業による投資を促進することにより「津山市内への人・モノ・金のインフローを増やす」というオーソドックスな地域振興施策の重要性が改めて確認できる。

### 津山市成長戦略における経済的自立度を向上させるための施策の方向性

- ものづくりの振興（外に目を向けた産業クラスターを）
- 観光誘致の推進（観光は地域のよさに目を向けること）
- 津山への投資の促進（津山の良さ、ポテンシャルに積極投資を）
- 中心市街地の活性化（市街地空洞化は所得漏出・自立力低下に）

モノの移輸出は資金の流入を生み、観光は人々の流入を呼ぶ。中心市街地を活性化させることは、市外へ買い物に出かける行動や郊外型の域外大手資本のSCでの購買による購買力の市外流出を防ぐことにつながる。域内外からの投資の促進は、金とモノ、技術・情報の流入を促す。こうした取り組みは、地域の生産と所得を増加させ、雇用を拡大させていくはずである。

## 津山の地域ブランディング

これらの努力は、それぞれ別個になされるよりも、4つの取り組みを一つのベクトルに合わせることでより有効な成果を得ることができる。そのコンセプト共通項は「地域ブランディング」である。

津山市には、城下町の歴史、津山洋学の遺産、ステンレス加工業の集積、県北最大の商店街、ホルモンうどんなどの数々の優れたコンテンツがある。しかし、それらは現状では脈絡なく散在しているだけで、それぞれの求心力が一つになって都市の吸引力となっているとは言い難い。その中の一つでも特A級のものがあれば、全体を引き上げる力になるが、現状はそれもないように見える。

「津山」という地名のメッセージ性は現状では残念ながら強くない。むしろ「美作」の方がゾーンデザインの対象としてインパクトがある。「美作」という語感、昔懐かしいのどかな風景、おいしい酒や食材、美人の産地、といった好ましいイメージと結びついている。津山といえは岡山の一部という感じを免れないが、美作なら備前に対する美作、ある意味で全国区である。そして県北全体に及ぶ広がりをもっている。今行われている美作国建国1300年の取り組みは、今後の戦略的地域施策の将来の方向にある。

今回の成長戦略は、合併による行政圏の拡大にともなって、「損」か「得」かといわれる評価の中で、合併後の地域経済の活性化を目指す指針である。したがって、戦略は経済の成長を国とする国の成長戦略への追随による地域経済の成長を基軸とした。

戦略は、時代の潮流や国の政策によって異なることになる。国において、厳しい現在の財政状況を経済の成長によって成し得る富をもって補うとするならば、当然、地方都市においても経済圏の自立をもって、地域の安定を目指すことになる。

地方分権の時代を迎えた今、「地域ブランディング」による経済の自立を目指すことは、地域にとって重要なテーマであり、成長戦略の一つである。また、当研究所にとっても積極的に取り組まなければならないテーマでもある。今回の戦略が津山市との共同研究による産物として、今後も津山地域との連携が深まる中で、地域社会の発展に貢献できればと願う。

## 津山に夢を

津山に限らず、日本人は方向が定まれば、整然かつ着実に目標に向かって動き出す。ただその方向が、外部から強制的な圧力でもなければ、なかなか定まらない。地域やそこに住む人々を駆り立てるのは、結局のところ住民の「夢」や「希望」である。

「希望とは本来有るとも無いともいえない。いわば地上の道のようなものではないか」とは魯迅の言葉である<sup>1</sup>。「もともと地上には道はない。そこを行く者が多くなれば、やがて道になる」と。人々の思いが一つになれば、道は自ずと開けてくる。

地域の「夢」をビジョンという形で指し示し、住民に「それならば一つ頑張ろう」という気持ちにさせるのは地域のリーダーである行政の役割だ。

津山市は歴史、文化、技術など資源の宝庫である。しかし、現実の津山市の経済状況は非常に厳しい局面にあり、有効求人倍率でも県下で一番低い。しかしこれは経済学的に考えれば、活用

---

<sup>1</sup> 魯迅『故郷』

されていない最も重要な生産要素である人的資源がたくさんあるということだ。預金額に比べて融資額が少ないことがデフレの背景にある指摘する専門家もいる。津山でもそうになっているが、これは未利用の資金が多いということに他ならない。工業団地や商店街のスペースが空洞化しているということは、新たに活用できる空間資源に恵まれているということでもある。そこにケインズのいうアニマルスピリッツが生まれれば、投資を呼び込む余地が多いことを意味している。

津山は「雇用労働センター」や「つやま産業塾」など伝統的に人材育成に熱心な地域であり、「つやま新産業開発推進機構」や産学官連携の組織など、しっかりとした推進体制が形成過程にある。津山の優れた資源を活かすコンテクストさえ決まれば、再び活力を取り戻す方向に力強く動き出す日も遠くない。