

会 議 録

名 称	平成26年度 第1回松山市商工業立地促進審議会	
事務局	産業経済部地域経済課 TEL 089-948-6549 FAX 089-934-1844	
開催日時	平成26年10月17日(金)14:00~17:00	
開催場所	松山市役所 別館6階 第1委員会室	
出席者	委 員	<p>[委員] 浅野 勉, 大西 隆, 川瀬 久美子, 高木 正江, 高野 泰匡, 千葉 幸治, 中村 良平, 宮原 正枝, 三好 博 (50音順, 敬称略, 計9名)</p> <p>[オブザーバー] 四国経済産業局産業部 漆原産業振興課長 愛媛県経済労働部 八十島企業立地課長 愛媛県経済労働部 音地商業振興係長 松山市都市整備部 川口企画官兼都市政策課長 (順不同, 敬称略, 計4名)</p>
	事務局	遠藤副市長, 平野産業経済部長, 矢野(一)産業経済部企画官 田中産業経済部企画官兼地域経済課長 ほか
議 題	<p>議題① 松山市及び松山都市圏における商工業の状況等について</p> <p>議題② 松山市及び松山都市圏が目指すべき産業経済の姿について</p> <p>議題③ 事業者及び消費者アンケートについて</p>	

■議題① 松山市及び松山都市圏における商工業の状況等について

【産業全般】

- 本四架橋や高速道路など輸送交通手段の革新によりストロー効果が生じている。ストロー効果には単に吸い上げるだけではなく、市場が拡大するメリットや競争環境が厳しくなるデメリットがあるが、松山市の場合、企業数が減少していることなどを見ると、競争環境が厳しくなった効果のほうが強いと考えられる。
- 人口減少時代を迎え、今までの経済構造が変わり、企業の動向、立地の状況も大きく変わってくる。
- 多くの県庁所在地は、県庁の許認可業務に付随する業、金融業、不動産業、サービス業、商業などがあることで、基本的に製造業で糧を得る必要がなく、工場誘致を中心とした産業振興計画や産業振興ビジョンをあまり策定してきていない。
- 所得が上がっていくような新しい産業が増えていない。

- これからの公的支出の増加分を住民税で賄えないなら、固定資産税や法人税で賄わざるを得ないという税収構造上の問題が出てくる中で、立地については、機能に着目せざるを得ない。
- 都市の歴史や発展形態等によって産業構造には違いがあるため、他都市と比較するよりも、松山市の個性を踏まえて考えていくべきである。
- 産業振興が、最終的にはそこに住んでいる人が豊かに生活できるとか、安心して暮らすことができることにつながらなくてはならない。
- 立地だけのメリットだけではなく、働く方への松山ならではのライフスタイルの提案といった、まちづくりとセットで考えるような産業振興や工場の誘致について、何か独自のストーリーも含めたビジョンや計画を作る必要がある。
- 所得水準が低い、失業率がそれなりに高いというデータがあり、人口も2年ぐらい前から減っている中で、松山市は四国で一番集積がある都市で、県庁所在地としてそれなりに人を集めている。普通、所得が低くて失業率が高ければ、住みたくないと思うが、経済的な意味でも生活しやすいところがあるのではないか。
- 松山は商業・観光・サービスの街であるが、モノづくりもこれらの産業と同等の均等の取れた比率となるような育成が重要ではないか。

【商業】

- 松山市の消費が落ち込んでいることが顕著である。松山市周辺や松山商圏の消費の落ち込みの原因が経済の不況によるものなのか、それともネットや通販、県外への流出等によるものなのかについて、今後の調査に期待したい。
- 若い人の収入の落ち込みについて、重工業や大企業の事業縮小や閉鎖により、その労働者がサービス業に異動して収入が減ったことで、消費意欲はなかなか上がっていかないのではないか。
- 勤労報酬はあまり下がっていないが、勤労世帯収入が落ち込んでおり、所得階層別の消費の状況をもう少し丁寧に見ていく必要がある。
- 製造業も一次産業も停滞し、消費の手控えにつながっている。
- 交通の利便性が良くなり、かつ支店や営業所が統合により松山市から流出し、大都市圏と同等の所得階層が減少している。
- 全国の商店街は、右肩下がりの非常に厳しい時代がずっと続いている。原因の一つは、大型店が郊外に立地していることである。中心商店街は、業態的に合理化しづらく、競争に負け、衰退傾向が全体として続いている。
- 松山市は中心地の方が商業のシェアが高いが、そのシェアをどう考えるのか、維持するのかどうかを考えると、将来、人口が減っていくので市域全体がコンパクトにならないと、ばらばらになっては大変だという議論がある中で、松山市の今の商業の構造というのは維持していく価値がある。
- 繁華街は相当大きく、人はたくさんいるが、観光客はあまり見かけない。他市にはあまりない大街道、銀天街という立派なアーケードがあるが、もう少し目を向けるべき。あるものを活かすことと県外からお金が入ってくる仕組みを作る必要がある。
- 商業床が増えれば販売額が増えると考えられていたがそうではなくなった。今後は、立地状況等を考えて

効果的な商業床を増やしていくことが一番望ましいのではないか。

- 郊外にも一定の商業集積がないと不便だというのも事実であり、真ん中を中心とするにしても、それ以外のところで商業集積をどう考えるのか議論を行っても良い。

【工業】

- 工業は、松山にとって得意な分野ではなく、将来メインの産業ではないだろう。
- 松山市が沿岸部に工場を誘致できているのは珍しいが、工場等が他市に移転していくのは時代の流れの中で仕方がない部分もある。
- 従業員の確保も含めてコストが高ければ立地を決定しないことから、企業側のコストが安くなる方法を見つけていかなければならない。松山市は土地やインフラ整備にかかる企業側の負担が大きい。
- ここ3年の設備投資調査では、維持更新費が一番の投資動機になっていて、工場新設や移転拡張という話が少ない。工場新設で目立つのは、太陽光発電等のあまり雇用を生まない性質のものが多く、工場を新しく呼ぶことが非常に難しい環境になっていると考えられる。
- 立地に向けて着目すべき機能としては、製造のみならず、開発・試作・設計という分野である。また、中小企業が事業化や新事業に取り組み、松山市で拡大するのもいい立地である。
- モノづくりは、ゼロから研究開発、基礎研究、応用研究、最後に製品という全体のプロセスが重要。大学で行われている研究等と行政が連携を取り、大学のシーズや考えていることをどうやって産業にするのか、そういう柱があると充実した政策になり、さらに誘致が絡んでくれば、地に足が着いた産業論というのできるのではないか。
- 市民の製造業に対する危機というのも少なく、もう少し関心を高めていく必要がある。
- 土地問題は、別の意味で極めて重要である。立地の話があっても土地がなければ仕方がないことだから、将来を見通し、それぞれの目的に応じた土地を適切に用意するということは必要。

【サービス業ほか】

- 100坪以上のオフィスが不足しており、スペースが必要な企業が進出しにくい。
- 松山の産業は三次産業が7割以上であるが、どういう三次産業がどういう業態で将来伸びていくのか等を考えるべき。三次産業の中でも所得水準が高いものと非常に低いものについて分析が必要。

【人材育成】

- 人材を供給できるかどうか立地のポイントになってきている。
- 製造業から営業活動、特にIT関連の業種への転換があまり進んでおらず、失業者を新しい仕事にうまく転換できていないというところもある。
- 就業者にビジネススキルを与えるような投資や仕組みがあると、経験がなくても働いてみようという意欲も高まるはずであるが、そのような仕組みがまだ足りない。
- 現在の労働人口を増やすことには限界があるため、大学にユニークな講座の開設や、若年層に働く経験

をさせるような仕組みなど、松山に移住すれば、いい教育が受けられ、就業もできるといった、若年層から労働人口増加につながる仕組みがあればいい。

【行政】

- 工場を拡張する際、様々な手続きにおいて縦割り行政となっており、相当に手間暇がかかる。中小企業には大きな負担である。
- 企業ニーズに応じて道路や水道の整備をやっている自治体の存在も聞かすが、自治体の環境変化が激しいために、道路や水道を用意する時には、経済環境が変わり不要になることもある。もし、やるのであれば迅速に対応できる体制を作る必要がある。それができないのであれば、別のアプローチを考えなくてはならない。

■議題② 松山市及び松山都市圏が目指すべき産業経済の姿について

【産業全般】

- 地域の強みを知って、その強みを伸ばす道が一番勝てる道である。
- 農業が盛んで食品があり、まちの真ん中に大きな温泉があり、四国遍路、文学、確立した松山の名所や名物をさらに産業に展開していく道はないかと考える。それらに関連する製造、6次産業的にサービスが転じて「おもてなし」もある。そういう強みに関連した産業を育てるプロセスを踏みながら、強みをベースに考えていく必要がある。
- 農業も基幹産業であり、法人農業も企業誘致の対象である。また、商業も多くの雇用を生むという点で、商業も企業誘致の対象である。農業と商業と工業、それに観光も含めてそれぞれの立ち位置の中で連携した取り組みが必要である。
- 医療・福祉・介護分野は、国内市場が縮小していく中でこれから大きく伸びる産業であるが、そういう分野でのモノづくりの側や農業からのアプローチ、医農連携、医商連携等の新しい連携を生むことによって新たな取組というのが出てくるのではないか。
- 国の政策、補助金、交付金に合わせるというよりも、松山市ならではの取組を基盤にした上で、国の制度を利用することを考えた方が良い。
- 地域経済が縮小している一番の大きな要因は企業間取引の縮小である。企業間の取引をつなぐことができる、受発注が地元でできる企業を対象にして誘致することが必要となってくる。そういう中核的な企業にどのようなアプローチをするのが次回以降の論点になる。
- 地元資本でも地域密着型とグローバル型があるが、両方を育成していく必要がある。
- 域外資本、地元資本のどちらを優先させていくのか。それは短期的なのか、長期的なのか。また、ニッチ産業の育成や、サイクリングやプロスポーツなどスポーツを活用した新しい産業の創造が必要である。
- 商・工・観の均衡とれたリスク分散型の経済発展が理想的だと考える。

【商業】

- 小売業に関しては、全国的に投資が活発化している。スーパーとドラッグストア、コンビニなど、業態の垣根を越えた生き残りをかけた競争が激しくなってきたと感じている。
- 観光資源がたくさんあるがあまり有効に利用されていない。外からお金を得て、外に出していくというのをしなくてはいけない。
- 大街道や銀天街には、30代、40代の買い物ニーズを満たしていく必要がある。
- 買いたいものを揃えるというのは間違いなく必要で、あの店で買うんだというリピーターを生むことにもなる。もし、買いたいものがなくても、そこに寄っただけでも楽しかったなと思えるような通りや、まちの雰囲気づくりというのにも必要ではないか。それぞれのまちの特色というのをしっかり作っていく必要がある。
- 一消費者の立場で考えると、買い物で気になるのが車での移動である。エミフルのように駐車場があり、子ども遊ばせるスペースもあって、自分も子どもも買い物できて、食事もできるというところを、特に、忙しい今の人は望む。駐車場を整備し、車で移動しなくても済む範囲で確実に消費をしてもらうことを考えるべき。
- 中央商店街は生鮮食品や年配の方の生活用品などを扱っている店がほとんどない。これは、土地代や家賃との関係が要因となっていると考えられる。まちなか居住の推進により、現在マンションが多く建ち、人口が回復しているが、それをいかに中央商店街に戻していくかが課題だと感じている。
- 消費構造が変わっていく中で、外国人など購買意欲のある人に来てもらい買ってもらうことや医療ツーリズムなど、そういったことを活かすことを考えていくことも必要である。
- 松山の資源を活用して内需だけではなくて外需も増やしていく必要がある。松山市に入ってくるパイを増やすために、外国人を含めた観光客を増やしていくことも大事である。
- 土地の文化や歴史、産業を軸に商店街が賑わう方法、観光資源を活かして中心商店街を活性化する、それを行政も応援をしていくことが必要。
- 大きな財産である大街道・銀天街をどうやって活かしていくというのが大きなテーマとしてあるのではないか。松山は歴史のまちという風に聞いていたが、大街道・銀天街を見るとあまり歴史を思わせるようなものがたくさんあるわけではない。もし、空き地等を活用できるということであれば、歴史を感じさせるようなものが一つでもあれば観光客も喜ぶのではないか。
- 松山の文化や地元の良いものを松山都市圏にたくさん引っ張り込み、松山に来れば体験できる、愛媛の良さが分かる、そして何度も繰り返し松山に行きたいと感じることができるとまちづくりを内需も外需も取り込む形で行ってはどうか。
- それぞれの商店街にある特徴をもう少しアピールできるような形で整えていけば、松山市内や松山都市圏の人が休日に遊びに行き、そこで買い物したり食べたり飲んだりするスポットになり、当然観光客の方も来てもらえるところになるのではないか。
- 商業についても、将来の大きな指針を作る必要はあるが、それに従った良いアイデアがあれば、やれることから一つずつ、早く手をつけてどんどん進めていくといった方法が良い。

【工業】

- 松山市という市域に生産工場を今後誘致してくるのはなかなか難しい。松山都市圏で集積しているサービ

ス業と取引できるような製造業の立地を考えてみればどうか。

- 文学、温泉、俳句は、松山都市圏の比較優位かつ移動できない無形の資源や資産である。これを、形ある財、簡単に言えばおみやげといったものに結びつけるなど、製造工程に付加して基幹産業として育成していくこともできる。
- 郊外には未利用の土地が増加しており土地はある。ただ、農振法とか調整区域といった規制により利用できない。農業をしていないのに、農家の権利として市街化調整区域に農家用住宅を建てることことができる。まとまった土地の中に家が建てば、工場用地としては適さなくなることが多く生じている。
- チャンスがあれば迅速に工場を建設できるようにするのが直ちにできることであり、成功率も高くなるのではないか。

【サービス業ほか】

- 松山都市圏は明らかにサービス産業が基幹産業であり、そのサービス業を製造品につなげ、それを間接的に他のところに売り、外貨を稼ぐ、そのような産業の付き合い方ができるようなまちづくりをすればどうかと考える。
- サービス業という川下からの需要や産業が必要としているものとのつながりのあるような、非素材型の川中にある製造業の集積を考えるのが一つの方法である。
- NHKのキー局が松山にあり、それに付随してサービス業に含まれる情報通信業の集積を考える。NHKが映像・文字情報制作部門等に外注することを考えると、そういった部門の集積を図る可能性があるし、それが松山市であればベストだが、松山都市圏域でも十分やっていけるだろう。
- 医療・福祉分野は、今後良い意味でも悪い意味でも非常に需要が見込まれ、その少し川上にある医療メーカー、医薬品、介護福祉機器等とつながることができやすい分野である。松山市はダントツに医療・福祉を他の市町にサービスしていることを考えると、このサービス業につながる、もう少し川上にあるメーカーや製造業、薬品関係等と市域や圏域の中でつながりを持たせる、つまり取引をさせるような仕組みを考えることが松山市の今後の方向性だと感じている。
- 少子高齢化により子どもに対するお金のかけ方も変わり、教育分野の都市部への立地が望まれている。高齢者に対するサービスも同様である。対人サービスが今後伸びるが、松山の場合も同様である。

【人材育成】

- 若い社員等に聞くと、「まちなかに住んで、まちなかの便利さを味わいながら生活したい」というような声もあった。中心部にはそのようなマンションもあまりなく、徹底的に中心街を活性化させるということであれば、住宅の整備が必要である。そもそも企業がないと人も集まらないので企業誘致は必要。企業を誘致するには、人材の確保が必要。ゆえに、人材育成に力を入れていかなくてはならない。
- 製造業の中の一部の機能を松山で補う、例えば設計の手前の研究開発などを支援して集積を図る、または、起業家を目指す若者に補助金を出して、遠隔地でも可能なビジネスアイデアを持つ若者たちを呼び寄せて起業させていくとかといった取り組み等も検討してみてもどうか。
- 女性活用という視点において、保育園や住宅等働く女性に対するインフラを整えることも重要。ワークライフバランスをもう少しアピールして、将来研究者になれるような非常に高度な子どもの教育が受けられる環境を松山に整えるという姿を目指していくことも考えられ、企業の進出にもつながると考える。

【行政】

- 工場の誘致はなかなか難しいが、話があれば、行政がすぐに応援し、企業がやりやすいように支援すべきである。
- 行政がもう少し活躍する必要がある。土地はあるのに使われないのは規制のせいだろうが、農作物も取れない、他に利用もできない、ただの空き地となった農地を規制で頑張らずずっと残して何になるのか。ただ、規制を守っている役所の人は自分の仕事だと思って頑張る。だから、何のための規制かという原点に戻って考えてもらう必要がある。
- 横断的にチームを作って、どうやってその問題を解決していくかということを前向き思考で行政の人は考える必要がある。つまり、自分の縄張りを守るという発想ではなくて、縄張りの知識を使って問題をどう解決するかという、そういう行政の仕事の風土というのを作っていく必要がある。行政の真の意味での改革というのがこの問題はかなり大きな要素を占めていると思う。

■議題③ 事業者及び消費者アンケートについて

- 消費者アンケートをインターネットでやるということだが、高齢者の場合、本当に高齢者を代表しているかという点が懸念される。そこも結構重要な購買層なので、それをどうカバーするのか検討してもらいたい。
- 松山都市圏以外と松山都市圏と分けてやるときに、対象は製造業と商業なのか。サービス業的などころも入ってこないのか等について検討してもらいたい。