

## 会 議 録

<b>名 称</b>	平成27年度 第3回松山市商工業立地促進審議会	
<b>事務局</b>	産業経済部地域経済課 TEL 089-948-6714 FAX 089-934-1844	
<b>開催日時</b>	平成27年7月24日(金)14:00～16:00	
<b>開催場所</b>	松山市役所 別館6階 第1委員会室	
<b>出席者</b>	<b>委 員</b>	[委員] 浅野 勉, 高木 正江, 高野 泰匡, 千葉 幸治, 中村 良平, 宮原 正枝, (50音順, 敬称略, 計6名)  [オブザーバー] 四国経済産業局産業部産業振興課 藤澤課長補佐 愛媛県経済労働部産業支援局経営支援課 三好商業振興係長 松山市都市整備部都市・交通計画課 永野主査 (順不同, 敬称略, 計3名)
	<b>事務局</b>	平野産業経済部長, 中島産業経済部副部長地域経済課長事務取扱 ほか
<b>議 題</b>	議題① 企業ニーズへの対応策について 議題② 多様な商業ニーズへの対応策について	

### ■議題① 企業ニーズへの対応策について

#### 【連携】

- 松山市内及び周辺都市(東温市、伊予市など)では、汎用機械を作っている優秀な企業が多く存在するが、金属加工などの取引を県外と行っている事例が多く見られる。異業種であつてもつながるような仕組みがあれば良い。このようなうまくいけばコストの低下も見込める取組が身近にあるはずではないか。
- 全国でクラスターがうまく機能しているところはあまり存在しない印象。また、異業種交流の団体にしても同じことが言えるのではないか。その中でうまく機能している企業の共通点は、ある程度責任を持って周りの企業をとりまとめているような、ハブ機能を持つ企業が中心となつて異業種交流会を行っていたりする。
- 地域経済分析システム(RESAS(リーサス))で挙げられている代表的な企業が、現在、何を考えて、何をしようとしているのかということ、徹底的に、聞き、悩み、相談しつつ、異業種交流を深めていけば結びつきが生まれていくのではないか。
- 大企業、中小企業ともに、セキュリティやコンプライアンスなどの外部環境に制約があり自由な交流ができない

いとも聞いているので、例えば地域で象徴的なプロジェクトを行い、有機的に企業同士を結び付けて潜在的な技術を顕在化させるような、プロジェクト方式の異業種マッチングを行うことで、新しいことが生まれる余地があるのではないかと。(例:大阪における人工衛星の製作・打ち上げなど)

- 今回の調査結果をデータベース化することが必須。松山市及び圏域内での新設・移転を希望する企業が約60社あるということは、多くの市町や県から見ればうらやましいことである。また、希望する面積規模もそれほど大きくないので、アプローチしやすいのではないかと。
- 企業のシーズとニーズを含めたディレクトリーを作成しなければならない。情報を正確に精査してマッチングさせることが重要である。そこに、金融機関がまちの外にお金を出さないように融資を行うような仕組みを作る仕掛けを市が行うべきではないかと。その結果、今まで賃加工を域外に出していたのが域内に見つかって、付加価値が上がったというような成功事例が一つできれば、連鎖的に続いてくる可能性がある。
- 市内・圏域内の企業がどのようなことをしているのかという情報を整理する実態調査を将来に向けたプロジェクトとして、地方版総合戦略に位置づけるというのも一つの手段ではないかと。
- 今まで異業種交流というのは、製造業の中での異業種交流というのが多かったが、新しいものを作り出すためには、業種を超えた異業種交流を本気になってやらないといけない。例えば、漁業と消費者と製造業から新しい加工商品が生まれるなど。それらの中から一つでも成功事例が出れば大成功だと思う。
- IOTのような、IT系とモノづくり系で新しいものを生み出すということも、地域の資産として考えていけば良いのではないかと。

#### 【立地】

- 通常、立地と言えば工場立地や物流系と考えるが、今回の調査結果にもあるように、業務機能やサービス機能など多種多様な視点で捉えられている。
- 土地の問題は、土地利用に関する様々な規制がかかっているので簡単には解決できず、工夫が必要である。
- 業務・サービス系の場合、床の問題があり、街中にオフィス床を確保していくため、リノベーションなどを検討する必要があるのではないかと。
- 工場を拡張・新設する場合、土地の問題がネックになっている。空港付近に工場適地とあるが、工場用地としては高すぎるため、相当付加価値の高い産業を生まなければならない。
- 地区によっては荒れ放題の農地があるので、行政が早く手を打つことができないのか。
- 松山IC周辺に工業用地は無く、川内IC周辺もほとんどは農振地で工業用地への転用は難しいため、海の近くの土地や松山市の北部に広がる農地をうまく使えないかと。
- 物流倉庫へのニーズが高いのは、食品やコンビニ関連の需要の結果であると考えられる。
- 物流倉庫向けの用地とモノづくり系の用地では立地特性に違いがある。モノづくり系は、従業員の通勤などの問題上、遠方での立地は難しいのではないかと。
- 企業としては、土地が安い、利便性が高いなど今よりも生産効率が高くなることを求めているわけであり、地価が安いということはアクセスが良くないことの裏返しであるが、松山市であれば距離のことはあまり考えなくてもいいのではないかと。
- 企業にとって立地場所を確保することは順番的には最初になるだろう。たとえ少し離れたところに立地したとしても、価値が上がれば徐々にアクセスは良くなっていく。

- 農地の問題に関しては、農地を市街化編入することによって届出を簡略化できるが、市街化を拡大しないコンパクトシティの方針を打ち出している場合、街全体の土地利用計画を考え、きちんとしたゾーニングを行う必要がある。
- 工場立地に関して、自治体が全てバックアップすることには限界があるため、うまく民間の力を活用する道があるのではないかと。ただし、どの部分を民間に任せるのかというようなところは事前の話し合いなど、徹底した対話が必要である。
- 最近では学校の統廃合などを活用するなど、今あるものをどう使うかという工夫が必要。将来、土地をどう担保していくのかなどについて検討していくことが必要ではないか。
- 企業立地担当が、いろいろと話を聞きに行き、マッチングを行っていけば取り除くべきバリアが分ってくるのではないかと。例えば、ロケーションとしてICの近くでないといけなく、空港の近くが良い、あるいは少々アクセスが悪い所でも良いなど。可能性がある企業にアプローチをかけて、より詳細なマッチング情報を作成することで何がボトルネックになっているのかを明らかにし、必要な策を講じることができるのではないかと。
- 松山市への立地に興味を持っている製造業に対し、必要な条件を聞き取り、マッチングを行っていくと効率的ではないかと。

#### 【支援策】

- 個人企業や中小企業が農地転用を行う場合、膨大な時間と労力がかかる。企業のニーズをつかんで、行政が早く手を打ち、支援する方法を見つけられないといけなく。企業の需要を満たすことが出来れば、雇用につながり、人口につながるのだから大事なところではないかと。
- 現在、国の制度で賃料補助や遊休地施設の撤去費用、土壌汚染対策支援などは無いため、地方自治体が検討する必要があるのではないかと。
- 遊休地の活用について、工場立地法が市町村レベルでの裁量になっていることから、緑地率を地域準則で緩和できる仕組みを活用し、増設できる部分が無いのか検討が必要。
- 商工担当だけでなく、都市計画や農地問題など、庁内における横断的な体制整備が重要。また、農業委員会とは異なる窓口での対応が必要ではないかと。
- 本社の移転や拡充に対する強化税制を始めとした国の動きに対して、地方自治体としても対応策を検討することが必要となってくる。

### ■議題② 多様な商業ニーズへの対応策について

#### 【市民ニーズへの対応、現状】

- 近場での普段の買い物は充足しているが、おしゃれでリーズナブルなものや高級なものを買うことができるお店が不足している。以前は、おしゃれで高級なものは中心商店街でかなり満たされていたが、現在は郊外型のショッピングセンターでもカバーできていないのではないかと。
- 郊外型のショッピングセンターで消費者ニーズは充足できたとしても、中心商店街が大きな影響を受けたということは間違いない。今後、他にも同様のSCができると、ますます影響を受けるのではないかと。
- 中心商店街は松山の顔であり、まだまだ自慢できる商店街である。そのような中心商店街が廃れてしまうこ

とがあれば松山市民として寂しく感じる。

- 大型ショッピングモールで大体のものは揃う。若者が欲しがる準ブランド系のものに対して、既存の商店街で対抗することは難しい。
- おしゃれ着や家具・雑貨を置いている空間を設ければお客さんが来るとは必ずしも限らないのではないか。買う行為自体に非日常的な夢を感じ、外に行くこと自体に価値を感じなければ、売り上げを伸ばすことはできないのではないか。
- 人が集まるようなことを行い、人が集まるものを入れるなど、市民のニーズの中で不満になっている部分を中心部に作ることであれば良いのではないか。
- 消費者調査をしていく中で、中心市街地での買い物で一番ネックになっているのは駐車場。消費者は、無料で停めやすく、いつでも空きがあるという駐車場を求めている。魅力的な店舗があるかどうかという点が一番ではあるが、消費者の意識の中では駐車場に関することも大きい。
- 他都市の事例になるが、ここ10年間、短距離も含めて女性の車での移動の比率が非常に高まっている。また、高齢者の車利用も高まっており、駐車場の必要性、ニーズが高い状況である。しかし、今後10年、20年後を考えると、自動車ではなく、住まいを結びつけるような交通ネットワークの創設も含めて考えていかないといけないのではないか。
- 松山市は中心市街地活性化基本計画に基づいて、市内の大規模店舗の出店規制をしているが、周辺の都市に出店してしまった。自分のところは防いでいても、周辺までは防げない。
- イベントをすると人は集まるが売り上げには結びつかないことが多い。

#### 【今後の方向性】

- 事業所の増設にあたって物件を探したが、狭くて設備の古い建物ばかりで非常に苦労した。サービス業などに適したオフィスビル等を作ることで、労働人口が中心市街地に集まり、従業員が食事をし、買い物をして帰るなどのライフサイクルが生まれることによって活性化していくのではないか。
- 子育て中の女性や離職後再就職した女性は、朝、保育園に子供を預けて、帰りに会社の周辺で買い物して帰宅するといったライフスタイルのため、それが可能となる中心地にオフィスを構えられる体制が必要。
- 中小企業は会社内に設けることが難しい学童保育や託児所などを共有できるような仕組みができれば、さらに女性の働く機会が増え、その結果、中心市街地の商業に波及効果ももたらされるのではないか。
- 消費者のニーズを充足しながらも中心商店街も栄えていくような施策を検討してもらいたい。
- 商業床が既に地方では過剰とも言われていることから、新規に床を設けるのではなく、既存の商店街の床の新陳代謝を促す必要があるのではないか。その中で消費者ニーズを満たすようなものを組み入れ、次の世代に受け継ぐ、循環できる仕組みの仕掛けづくりが必要。
- 中心商店街はまちの財産だという認識の下、公共的な資金を投資するなど、中心性を高める政策が、今、松山市で実行しているコンパクトシティの考えに合致するのではないか。
- 賛否両論はあるかもしれないが、高松市のように街区ごとに性格を作るといったエリアマネジメントの考え方も必要ではないか。
- 極端な方法かもしれないが、長岡市役所と同じように松山市役所も街中に移転して、職員が街中に出る仕組みを作るというのもある。
- 松山と言えば観光ということで、観光と商業とモノづくりをどう結びつけていくかということが重要。外国人を含

めた観光客を呼び込むような施策の検討も、今後は必要ではないか。

- あれだけ長い全天候型の商店街は他都市にもあまり無いのではないか。だからこそ、いろいろなイベント等を行い、楽しい道にすることがお客さんを呼びかけになるのではないか。
- 時間はかかるかもしれないが、キーパーソンを探して応援することで、いろいろなアイデアが生まれてくるのではないか。
- 賑わいを生み出すための起爆剤をどう作っていくかが課題ではないか。

## ■全体総括

- 工業と商業の立地を同じように考えることは難しい。商業の場合は、人がいないと絶対成り立たないが、工場の場合は、周りの人を相手に商売しておらず、場所、施設、少しの人、技術があればできるのでそこに人口集積が生まれる。そして、それが一番お金を稼いで、稼いだお金が商業施設で使われる。
- 基盤型の産業と派生型の産業で、商業だけでは絶対成り立たず、まちの外からお金を稼いでくる産業が大事になってくる。
- 松山市の場合、ある程度農地もあり、同時に他の市町では困っているような企業誘致に関して、むしろ企業が来たいと言っている状況も見られるので、コンパクトシティを掲げる中でもある程度の開発は必要ではないか。松山市、あるいは都市圏も含めた土地利用の中で、今後できるだけスプロールを生み出さないような連続一体型の立地策に取り組むことが重要である。
- 工場が立地されて、従業員が街から勤め、あるいは中心市街地に近いところにオフィス、サービス関係、業務関係のオフィスができて、人が住むようになれば、そこで買い物の需要が起きてくる。そこで、イベントなどを組み合わせ、今度は売る方が努力をすれば、商業の活性化につながるのではないか。
- 基盤と非基盤、元々存在している産業とそこから派生してくる産業の立地ということで、都市全体の中のマスタープランを考えていく必要がある。立地の需要について、土地計画の部局と連携し、土地利用計画の中で供給と需要を掘り起こし、「場所」と「企業」のマッチングを行うべきである。
- 土地利用を有効に発展させていくために足かせとなっている規制や障害を見つけ、それらをどのように取り除いていけばいいのかという議論が今後できれば良いのではないか。