

第3回岡山県地域産業成長プランに係る有識者会議 次第

日 時 令和8(2026)年7月2日(木)

10:00~11:30

会 場 県庁 3階大会議室

1 開 会

2 地域産業成長プラン（案）について

- ・ 県から概要等の説明
- ・ 有識者から意見聴取

3 その他

4 閉 会

第3回岡山県地域産業成長プランに係る有識者会議 出席者名簿

所 属 ・ 役 職		氏 名
岡山県経済団体連絡協議会 事務局長		神 崎 浩 二 (欠 席)
(一社)岡山県商工会議所連合会 専務理事		高 橋 邦 彰
岡山県経営者協会 専務理事		西 谷 治 朗
(一社)岡山経済同友会 専務理事		久 山 裕 士
岡山県中小企業団体中央会 専務理事		國 富 耕 治
岡山県商工会連合会 専務理事		小 寺 弘 城
国立大学法人岡山大学 研究・イノベーション共創機構 産学官連携本部長		今 井 明
学校法人加計学園岡山理科大学 研究・社会連携センター長		清 水 一 郎 (欠 席)
(株)日本政策投資銀行岡山事務所 所長		長 澤 健 一
岡山県銀行協会 ((株)中国銀行 取締役常務執行役員)		西明寺 康 典
(公財)岡山県産業振興財団 専務理事		清 水 生 三
岡山県市長会 会長 (浅口市長)		栗 山 康 彦 (欠 席)
岡山県町村会 事務局長		池 永 亘 (欠 席)
岡 山 県	産業労働部 部長	坂 本 洋 介
	産業労働部 次長	草 替 隆 樹
	産業労働部 産業戦略監	渡 邊 聡 志
	産業労働部 産業企画課長	菱 川 満
	産業労働部 産業企画課マーケティング推進室長	岡 崎 将 丈
	産業労働部 産業振興課長	横 田 健 二
	産業労働部 観光課国内誘客班総括副参事	橋 本 博 幸
	農林水産部 農政企画課長	塩 飽 成 史
	農林水産部 農産課長	水 島 栄 治

第3回

岡山県地域産業成長プランに係る有識者会議資料

令和8年7月2日



- 1 第2回有識者会議での意見**
- 2 地域産業成長プラン（案）**
 - （1）地域産業クラスター計画（案）概要**
 - （2）地場産業成長プラン（案）概要**

1 第2回有識者会議での意見

第2回有識者会議（R8.6.2）で出された意見（1/2）

GX

- 製造品出荷額等の5割を占める水島コンビナートに重点を置くのは妥当である。
- 水島コンビナートに関連する周辺中小企業のGX化をどう広げていくか考え、県として支援すべきだ。
- 大企業の脱炭素への投資効果を県内中小企業にどう波及させるかが重要だ。
- GXを環境政策としてだけでなく、県の新たな産業政策として位置付けるべきだ。

自動車 関連

- 自動車産業は地域産業の成長を支える重要分野であり、サプライヤーが競争力を強化、維持するためには、生産性向上・人材育成への支援が必要だ。
- 世界的なEV離れ等の情勢を踏まえ、他県に対する優位性をどう示すかが重要だ。
- 農業用機械なども含めた「ものづくり」という括りにすることも一案である。

半導体 関連

- 新規雇用創出や異業種参入に期待する。水島コンビナートとの連携などで岡山の特徴を出してほしい。
- 岡山は現時点で他地域より出遅れている。どの分野に焦点を当てるか検討が必要だ。
- 教育だけでは人材が流出する。県内に人材を留める受け皿となる産業基盤の構築が不可欠だ。
- 県内には精密加工等の高度な技術を持つ企業が集積しており、産学官連携で挑戦すべき分野だ。

第2回有識者会議（R8.6.2）で出された意見（2/2）

地場産業

- 高付加価値農業については、AI・ロボット導入による人に依存しない農業構造への転換による生産拡大を促すべきだ。
- 農業機械の製造から農業生産、食品加工、流通までを一体としたアグリビジネスや、医療機関が多くあること、スポーツの盛り上がりを考慮して、ウェルネス産業を検討してはどうか。
- 小規模事業者の商品開発や販路拡大をクラスター計画とうまくつなげてほしい。分野を連携すれば、さらに大きな付加価値を生むのではないか。

その他

- 玉野地区を造船の町から脱却させ、海事エンジニアリングの中核拠点へと進化させるべきだ。
- 岡山ならではの視点を持って、プランを策定してほしい。
- 設備投資だけでなく、未来の産業のベースとなる研究投資・教育投資を重視すべきだ。
- 5年後、10年後に若い人が岡山で働きたくなる産業に育てていくことに重点を置いてほしい。
- ドローンやAI活用といった「新しい挑戦」の視点が不足している。
- クラスター計画のため必要となる産業用地は、基金等を活用した、県による整備も検討してほしい。

2 地域産業成長プラン（案）

岡山県地域産業成長プラン（案）概要

▼策定する分野

地域産業クラスター計画



GX ※GX戦略地域制度の選定状況を踏まえ、国等と調整し策定を検討

より厚みのある産業構造への転換



自動車関連

雇用や経済を支える基幹産業の強化



半導体関連

成長分野における競争力強化

地場産業成長プラン



観光



県産果物



繊維(デニム)



日本酒



食料加工品



工芸・雑貨

地域資源を生かした地域経済の一層の拡大

▼策定にあたっての考え方

背景

- ✓ 急速な人口減少による国内需要の縮小、労働力不足
- ✓ AI、DX、脱炭素化など世界的な産業構造の変化

本県産業のポテンシャル

- ✓ 多様で厚みのある「ものづくり」産業の集積
- ✓ 魅力的な地域資源
- ✓ 科学技術関連の大学等の学部や工業系の高校が多い

本県の強みを生かし、生産性向上・競争力強化

目指すべき姿

県内への投資促進・
県内産業の持続的発展

県内全域へ波及

2 地域産業成長プラン（案）

（1）地域産業クラスター計画（案）概要

1. 産業領域

自動車部品等を核とする自動車関連産業領域

2. 対象エリア

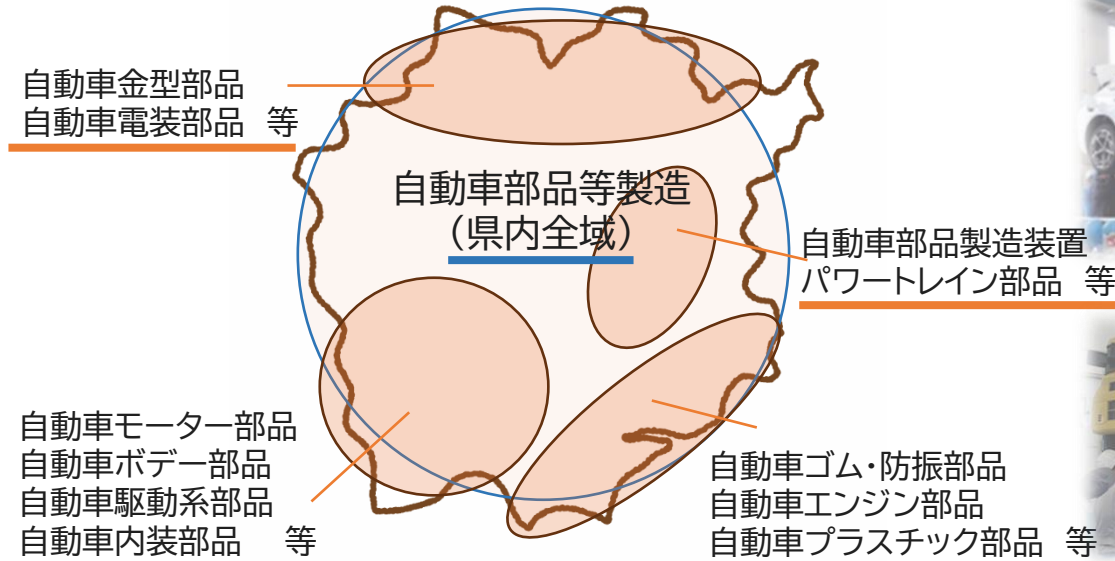
・支援する地域

岡山県全域

・核となる事業者

岡山県自動車関連企業ネットワーク会議
会員の自動車関連企業

県内の主な自動車関連企業の集積状況



3. 目指す姿 (目標)

雇用や経済を支える基幹産業の強化

(1) 現状の整理

自動車産業は電動化やSDV化により、さらなる変革と成長が見込まれ、グローバルな市場競争が激しさを増す中で、従来の事業領域を越えた連携の強化や技術促進を図ることが必要である。

(2) 目指すべき目標 (KGI)

①付加価値創出額

1,451億円 (2023年度)
→2,041億円 (2036年度)

②官民設備等投資額

2036年度までに総額255億円

③産業人材育成数

2036年度までに660人増加

4. 勝ち筋

(1) 基本戦略

次世代モビリティへの技術転換と高付加価値化、生産性向上による労働力不足への対応、新分野への展開と攻めの市場開拓により産業基盤を強化する。

(2) 投資の具体像

総額 255億円

(官：16億円、民：239億円)

<主な投資目的>

- ・生産能力の増強、生産効率の向上
- ・コスト削減、品質の向上
- ・新技術・新製品の開発

5. 政策手段

(1) 課題

大規模投資の資金確保や次世代技術への対応、新分野進出へのノウハウ不足、生産性向上、技術提案機会の創出、産学官連携の強化、DXや自動化を担う人材の不足が課題である。

(2) 政策パッケージ

- ・地域未来投資促進税制の活用による投資負担の軽減
- ・次世代技術開発及び新分野進出による新たな付加価値の創出
- ・伴走支援等による生産性向上支援
- ・展示会共同出展等による市場開拓
- ・産学官連携による開発環境の強化
- ・自動車産業分野の人材育成支援

1. 産業領域

半導体デバイス・製造装置等を核とする半導体関連産業領域

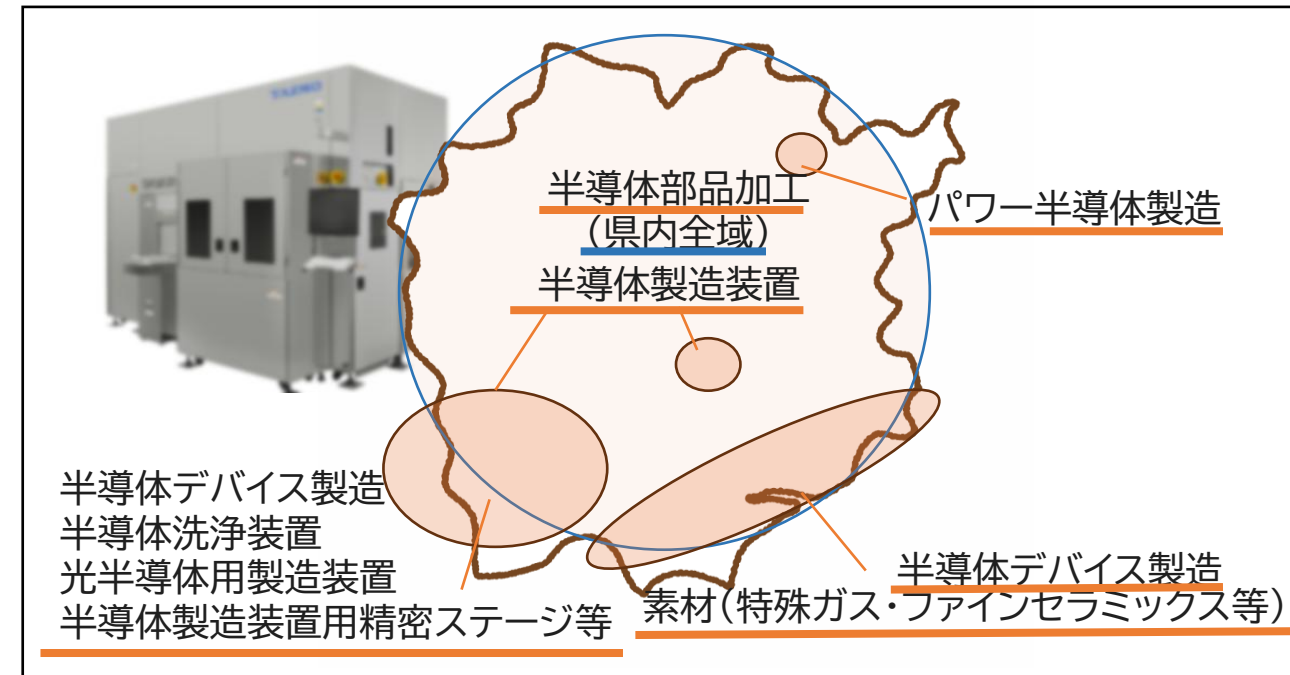
2. 対象エリア

・支援する地域

岡山県全域

・核となる事業者

おかやま半導体関連コンソーシアム会員の半導体関連企業



3. 目指す姿(目標)

成長分野における競争力強化

(1) 現状の整理

半導体産業は、デジタル社会の基盤を支える世界的な成長産業であり、県内には、製造装置やデバイス、材料、部品加工など、半導体に関連する多様な企業が集積している。

(2) 目指すべき目標(KGI)

①付加価値創出額

554億円(2023年度)
→769億円(2036年度)

②官民設備等投資額

2036年度までに総額347億円

③産業人材育成数

2036年度までに300人育成

4. 勝ち筋

(1) 基本戦略

設備投資促進や関連企業の誘致、産学官連携による共同研究、サプライチェーン構築、人材育成を進め、官民連携での半導体産業の技術革新と競争力強化を図り、地域産業クラスターの形成を目指す。

(2) 投資の具体像

総額 347億円

(官:19億円 民:328億円)

<主な投資目的>

- ・生産性向上や技術増強のための工場新設、改修等
- ・新技術・新製品の開発

5. 政策手段

(1) 課題

大型設備投資の資金確保、研究開発の支援、産学官連携の強化、サプライチェーン構築支援、リスクリングの機会や専門人材の不足が課題である。

(2) 政策パッケージ

- ・地域未来投資促進税制の活用による投資負担の軽減
- ・共同研究開発、産学官連携の強化につながる研究開発補助金の充実
- ・サプライチェーン構築のための県内外における技術交流会等の実施
- ・人材育成支援のための基礎研修の企画・実施及び高度研修費用助成

2 地域産業成長プラン（案）

（2）地場産業成長プラン（案）概要

1. 支援する分野

岡山県ならではの地域資源を活用した高付加価値な滞在型観光コンテンツ

2. 支援する地域及び核となる事業者

・支援する地域

岡山県全域

・核となる事業者

県内の観光産業に携わる事業者（DMO、観光協会、宿泊事業者、体験プログラム提供事業者、交通事業者、飲食・物産の事業者、商工団体等）

特別な場所

自然 景観

瀬戸内海の多島美
蒜山高原、吉備路、
紅葉、溪流、湖畔

温泉

湯原温泉、
奥津温泉、
湯郷温泉等

アート

森の芸術祭、
瀬戸内国際芸術祭
大原美術館等

歴史 文化

倉敷美観地区、
岡山後楽園、津山
城、旧閑谷学校等

体験

食

岡山の食・地
酒を味わう

動

サイクリング
クルージング
カヤック等

創

ジーンズ作り
土ひねり等

夜

星空観賞ガイド
ライトアップ

芸

アート、文化
に触れる

果

フルーツ狩り、
お茶摘み、
農業体験等

学

産業・環境学
習、バイオマ
スツアー等

祭

祭り・地域
イベント

3. 目指す姿（目標）

サステナブルな観光地づくりの推進

（1）現状の整理

日帰り・通過型観光の割合が高く、
宿泊を伴う滞在型観光の推進や観光
消費額の拡大が課題である。

観光コンテンツの販売環境の整備や
継続的な販売・改善体制が十分でない。

（2）目指すべき目標（KGI）

○付加価値創出額

1,178億円(2023年度)

→1,515億円(2036年度)

4. 勝ち筋

（1）基本戦略

岡山県ならではの地域資源を組み合
わせ、高付加価値な滞在型観光コンテ
ンツとして磨き上げ、ターゲットに応じた
情報発信や予約・購入につながる販売
環境を整備する。これにより、滞在時間
の延長、消費単価の向上及び域内取
引額の拡大を図り、地域経済の活性
化につなげる。

（2）取組の具体像

- ・地域資源・市場ニーズの把握
- ・高付加価値観光コンテンツの造成・商
品化
- ・受入体制・販売環境の整備
- ・販路開拓・プロモーション・販売
- ・効果検証・磨き上げ・継続販売

5. 政策手段

（1）課題

地域資源の掘り起こし、市場分析、
商品化、受入環境、販路開拓、プロ
モーション、継続販売の仕組みが十分
に整っていない。

（2）政策パッケージ

- ・県観光連盟内に相談窓口を設置
- ・観光協会、市町村、商工団体等の
関係機関と連携した事業者の相談
対応や伴走支援
- ・地域資源の活用、観光コンテンツ造成
販売環境の整備、プロモーション、
効果検証等を一体的に支援

1. 支援する分野

県産果物（桃、ぶどう、晴苺）

2. 支援する地域及び核となる事業者

・支援する地域

岡山県内全域

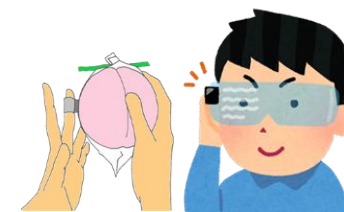
・核となる事業者

JA全農おかやま

JA岡山、JA晴れの国岡山など



就農相談



スマートグラスによる桃の収穫管理



3. 目指す姿（目標）

高品質な桃、ぶどう、晴苺の供給力強化

（1）現状の整理

桃、ぶどうは市場から出荷量の増加を求められているが、気候変動の影響等により長期安定出荷等への懸念がある。

晴苺はブランド育成等に取り組み、栽培面積の拡大等一定の成果が上がったが、市場が求める出荷量には足りていない。

（2）目指すべき目標（KGI）

○付加価値創出額

（桃、ぶどう、いちごの産出額）

281億円(2024年)

→365億円(2036年)

4. 勝ち筋

（1）基本戦略

産地の規模拡大、生産性の向上、担い手の確保・育成、ブランド力の向上等を通じて供給力強化を図る。

（2）取組の具体像

- ・担い手の確保・育成や施設整備による産地の規模拡大
- ・スマート農業など新たな栽培技術による生産性向上
- ・首都圏や海外でのブランド力向上
- ・6次産業化等による付加価値向上

5. 政策手段

（1）課題

資材価格高騰による規模拡大のコスト増大、気候変動による品質・収量の低下、生産者減少による将来的な供給力低下、他県産等との競争を踏まえたブランド強化、産地としてのマーケティング戦略の強化、6次化商品開発や販売促進のスキルアップが課題である。

（2）政策パッケージ

- ・補助事業を活用した規模拡大支援
- ・気候変動に対応した栽培技術確立・普及
- ・スマート技術導入支援
- ・新規就農者に向けた研修実施
- ・首都圏や海外でのプロモーション等の実施
- ・SNS活用等デジタルマーケティング支援
- ・大学等と連携した商品開発等への支援

1. 支援する分野

繊維分野（デニム関連製品全般）

2. 支援する地域及び核となる事業者

・支援する地域

倉敷市、井原市

・核となる事業者

一般社団法人倉敷ファッションセンター

〔自治体や工業組合等の正会員10団体、
繊維関連企業等112団体で構成〕



3. 目指す姿（目標）

高付加価値繊維製品の認知度の向上 及び国内外への販路拡大

(1) 現状の整理

倉敷市児島と井原市を中心に、長年培われた職人の技術による高付加価値のデニム製品が作られている。国内外において高い評価が得られており、特に国外に向けた投資意欲を有する企業が多い。

(2) 目指すべき指標（KGI）

○付加価値創出額
68億円（2023年度）
→ 80億円（2036年度）

4. 勝ち筋

(1) 基本戦略

国外で評価されるポイントは、希少な旧式シャトル織機で織り上げた独特の風合いを持つ生地と、アートとまで評される職人の加工技術である。ハイレベルな生地・加工・縫製の一貫生産ができる日本有数の産地であることを県、市町村、倉敷ファッションセンターが連携しPRする。

(2) 取組の具体像

- ・海外販路開拓を目指す意欲ある事業者への費用支援
- ・海外バイヤー等の認知度向上

5. 政策手段

(1) 課題

県内企業が有するデニム製品の技術力や製品力は、海外のハイブランドから評価を受けているものの、海外での認知度は国内と比べて低い状況にある。

(2) 政策パッケージ

- ・海外展示会等へ出展する事業者への出展費用補助
- ・海外に向けた県産デニムの魅力発信

1. 支援する分野

「雄町」、朝日、山田錦等の岡山県産酒造好適米を原料として岡山県内の酒蔵で製造される日本酒

2. 支援する地域及び核となる事業者

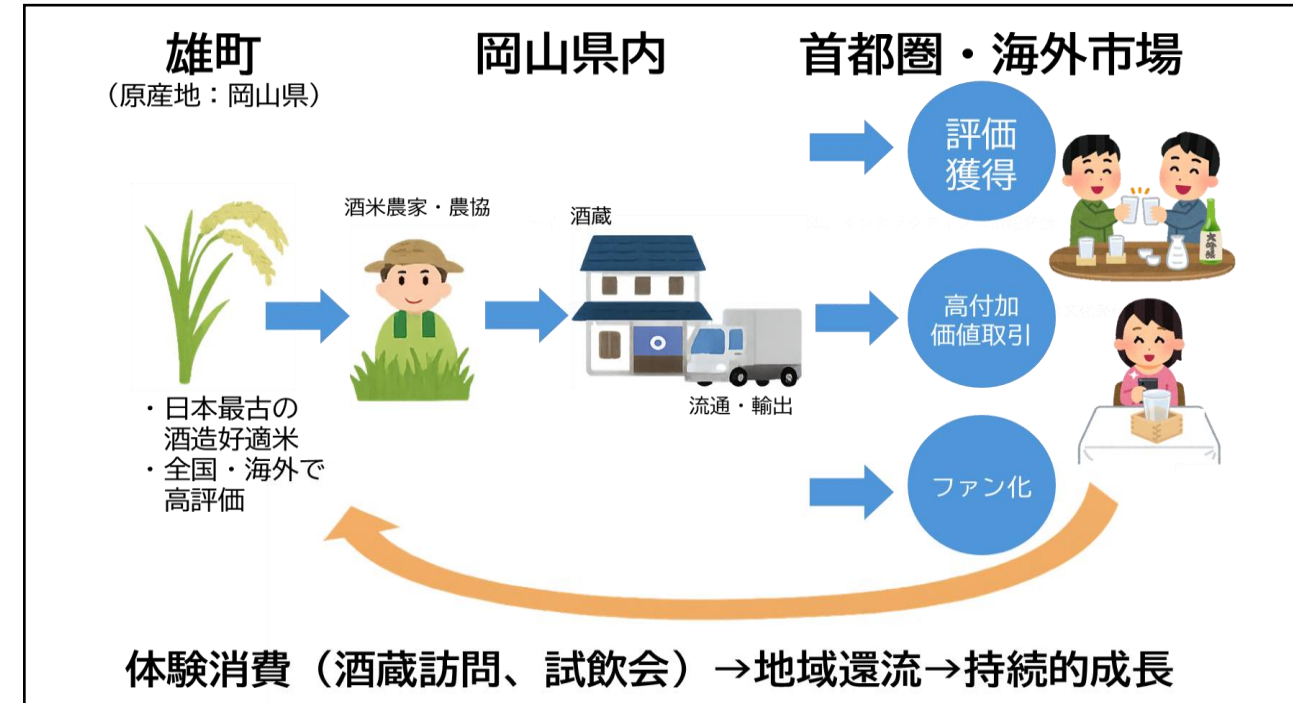
・支援する地域

岡山県全域

・核となる事業者

岡山県酒造組合

県内の酒蔵及び酒造好適米農家・生産者団体



3. 目指す姿（目標）

雄町を基軸とした産地価値向上

(1) 現状の整理

「雄町」は高い評価と愛好者層を有し、全国で使用されている一方、その評価が岡山の産地認知や取引拡大に十分結び付いていない。

(2) 目指すべき目標（KGI）

○付加価値創出額
12億円（2023年）
→14億円（2036年）

4. 勝ち筋

(1) 基本戦略

「雄町」を起点に岡山の日本酒産地としてのブランドを国内外へ発信し、評価を地域へ還元

(2) 取組の具体像

- ・「雄町」を起点とした産地ブランドの情報発信
- ・首都圏イベントによる認知・評価の獲得
- ・海外市場での商談機会創出
- ・体験による理解促進と関係の深化

5. 政策手段

(1) 課題

評価獲得から支持層の形成、地域波及までを一体的に進めていく必要がある。

(2) 政策パッケージ

- ・ホームページの開設やSNS等を活用した情報発信
- ・首都圏ポップアップ・フェア等による認知拡大
- ・海外展示会出展等による商談機会創出・評価獲得
- ・試飲等の体験を通じた産地理解の促進と支持層の獲得

1. 支援する分野

県内で製造され、県産原料の使用または県内で付加価値が創出されている食料加工品
加工食品、菓子、調味料、飲料（日本酒を除く）等

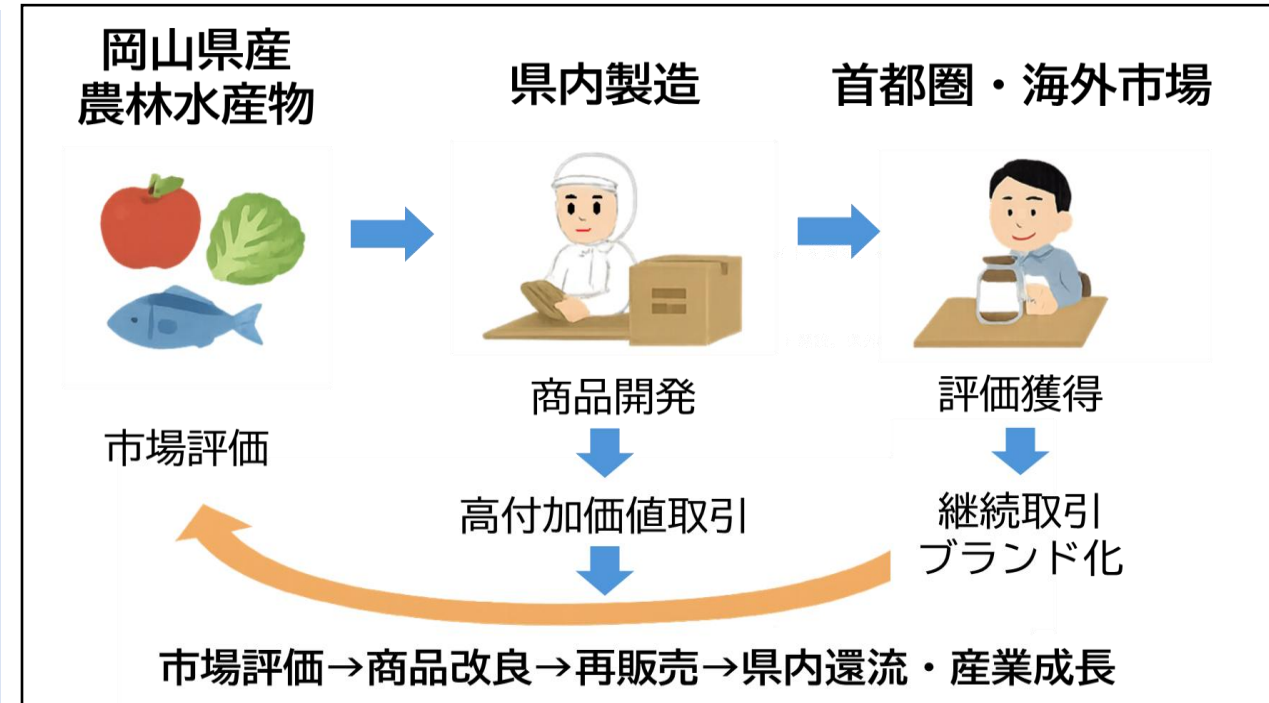
2. 支援する地域及び核となる事業者

・支援する地域

岡山県全域

・核となる事業者

岡山県中小企業団体中央会、商工団体等の支援機関
販路開拓や高付加価値化に意欲を有する事業者



3. 目指す姿（目標）

付加価値の創出・地域還元

（1）現状の整理

付加価値創出の潜在力はあるが、小規模なため、市場展開力が不足し、市場評価が十分に得られていない。

（2）目指すべき目標（KGI）

○付加価値創出額

1,634億円（2023年）

→1,714億円（2036年）

4. 勝ち筋

（1）基本戦略

「価値創出→評価→収益→地域還元」の好循環を確立し、販路開拓・拡大を通じて持続的成長を図る。

（2）取組みの具体像

- ・県産素材を活かした付加価値化及び加工等の機能強化
- ・アンテナショップ・商談会・EC等による販路開拓・拡大
- ・海外向け商品仕様対応と販路展開の推進
- ・デジタル活用による生産性向上

5. 政策手段

（1）課題

商品開発・ブランド化・販路開拓のノウハウ不足等を補うとともに、サプライチェーン及び市場対応力の強化が必要である。

（2）政策パッケージ

- ・商品開発から販売に至るまでの助言や伴走型支援
- ・テストマーケティング等による分析及び商品改良の促進
- ・展示会への出展支援、商談会の開催、アンテナショップへの展開
- ・SNSの活用やECを通じた国内外への情報発信

1. 支援する分野

県内で製造され、技術・素材・意匠等を中核的価値とする一般消費者向けの工芸品・雑貨
木製品、陶磁器、皮革製品、生活雑貨等

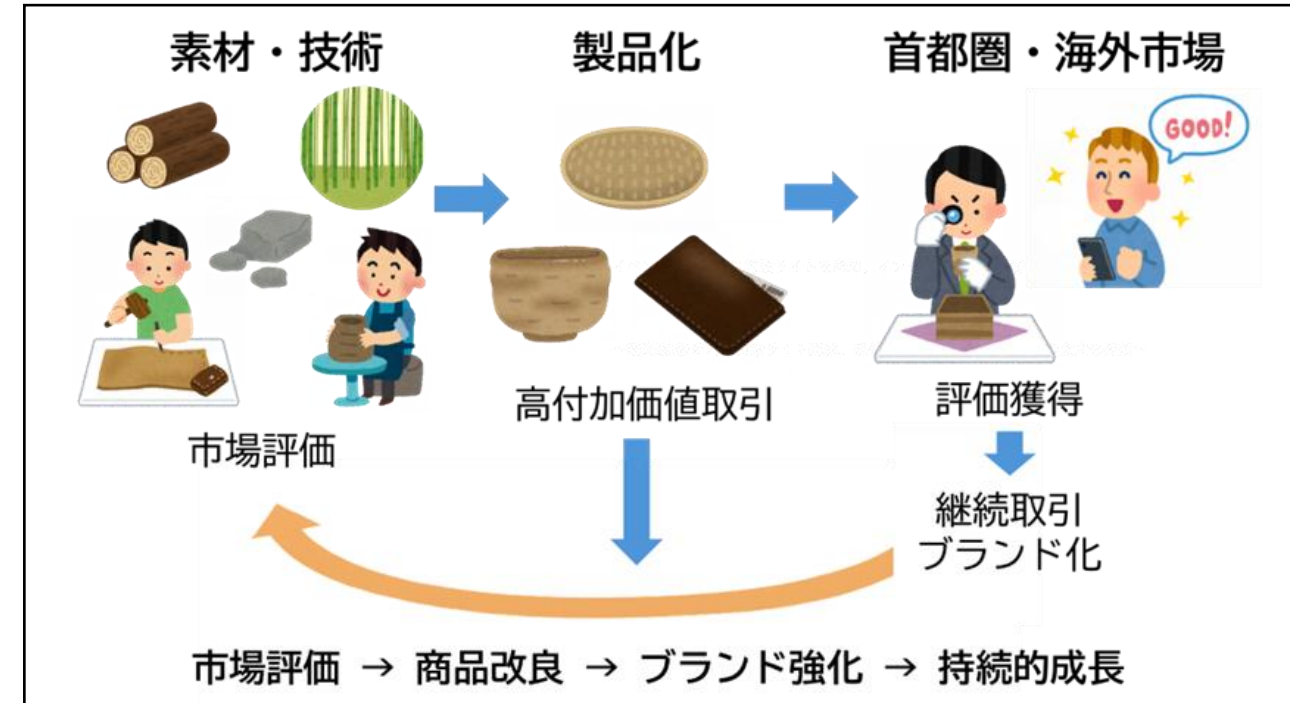
2. 支援する地域及び核となる事業者

・支援する地域

岡山県全域

・核となる事業者

岡山県産業振興財団、商工団体等の支援機関
販路開拓や高付加価値化に意欲を有する事業者



3. 目指す姿（目標）

高付加価値化・市場評価の向上

(1) 現状の整理

高い技術力・意匠性を有する一方、小規模・分散構造により市場展開力・収益化が不十分である。

(2) 目指すべき目標（KGI）

○付加価値創出額

556億円（2023年）

→584億円（2036年）

4. 勝ち筋

(1) 基本戦略

「価値創出 → 商品化・企画 → 市場評価 → 収益化 → 地域還元 → 再投資」へとつながる好循環を確立する。

(2) 取組の具体像

- ・ 技術等を生かした高付加価値化
- ・ 商品改良等による企画力強化
- ・ 展示会等による販路開拓・拡大
- ・ デジタル活用による業務効率化

5. 政策手段

(1) 課題

商品企画・販路開拓等のノウハウ不足等を補うとともに、市場対応力の強化が必要である。

(2) 政策パッケージ

- ・ 商品企画から製造、販売に至るまでの助言や伴走型支援
- ・ テストマーケティング等による分析及び商品改良の促進
- ・ 展示会への出展支援、商談会の開催、アンテナショップへの展開
- ・ SNSの活用やECを通じた国内外への情報発信、販売促進

岡山県地域産業成長プラン(案)について
(詳細版)

目次

○地域産業クラスター計画（案）

1. 自動車関連分野	1
2. 半導体関連分野	1 2

○地場産業成長プラン（案）

1. 観光分野	2 2
2. 県産果物（桃、ぶどう、晴莓）分野	2 9
3. 繊維（デニム）分野	3 4
4. 日本酒分野	3 8
5. 食料加工品分野	4 4
6. 工芸・雑貨分野	5 1

**自動車関連分野における
地域産業クラスター計画
(詳細版)**

岡山県 自動車関連分野における地域産業クラスター計画

1. 地域産業クラスターの形成を目指す産業領域：自動車部品等を核とする自動車関連産業領域

(1) 該当する業種 ※ () 内は産業中分類ベースで記載

- 310 管理、補助的経済活動を行う事業所 (31 輸送用機械器具製造業)、
- 311 自動車・同附属品製造業、
- 312 鉄道車両・同部分品製造業、
- 313 船舶製造・修理業、船用機関製造業、
- 314 航空機・同附属品製造業、
- 315 産業用運搬車両・同部分品・附属品製造業、
- 319 その他の輸送用機械器具製造業 (31 輸送用機械器具製造業)

(2) 特定の理由

本県においては、三菱自動車工業(株)の主要生産拠点である水島製作所を中心とし、倉敷市、笠岡市、井原市、総社市といった備中地域をはじめとする県内全域に、エンジン部品、車体、電装品など多様な部品製造を支える数多くのサプライヤーが集積しており、本県の自動車産業は、製造品出荷額及び従業員数のいずれにおいても県内製造業全体の約1割を占める基幹産業となっている。このように裾野の広い自動車産業を支援することは、本県の製造業全体の持続的な成長につながるものである。

本県では、意欲ある県内自動車関連企業が主体となり、平成29年8月に「岡山県自動車関連企業ネットワーク会議」を設立した。同会議では、国内外の自動車メーカーの電動化戦略等に関する知見を深め、会員企業間の情報交換や交流の場を設けることで、県内企業の技術力向上や企業間連携の促進に取り組んできた。

近年、自動車業界を取り巻く環境は急激に変化しており、電動化に加え、SDV化、金属部品の樹脂化、欧州におけるプラスチック規制、自動車メーカーの再編など、企業が対応すべき課題は多岐にわたっている。金属加工を主軸とする県内企業にとって、この潮流に乗り遅れることは、将来的に受注機会の減少をもたらす可能性があり、サプライチェーンにおける競争力の低下につながる要因となり得る。

こうした社会情勢の下、将来を見据えた積極的な投資を行う県内企業も多く存在しており、世界市場における需要の変化を好機と捉え、本県の産業集積という強みを最大限に活かし、企業の持続的な成長促進と地域全体の活性化を図るため、当該領域を特定するものである。

2. 地域産業クラスターの形成を目指す区域

(1) 特にクラスター形成の核となる区域

岡山県内全域をクラスター計画の対象とする。

(2) 計画推進の核となる事業者

自動車メーカーのサプライチェーンを支える岡山県自動車関連企業ネットワーク会議会員企業が中心となり、将来に向けた積極的な投資計画を持つ企業を中核企業に据える。

(中核企業：(株)アステア、(株)石原パッキング工業、井原精機(株)、オーエム産業(株)、(株)川上鉄工所、(株)共立精機、倉敷化工(株)、コアテック(株)、新興工業(株)、水菱プラスチック(株)、武田鑄造(株)、TAMAYA Trading、(株)戸田レーシング、(有)中山鉄工所、ヒルタ工業(株)、備前発条(株)、(株)藤岡エンジニアリング、丸五ゴム工業(株)、水島機工(株)、水島プレス工業(株)、(有)ミツワ金型製作所、三乗工業(株)、ユアサ工機(株))

(3) 特定の理由

本県には、三菱自動車工業(株)水島製作所を拠点とし、プレスや金型、樹脂成型などの高度な専門技術を有する自動車関連企業が県内全域に立地していることから、次世代モビリティ分野に向けた更なる産業集積・高度化が見込まれる地域として県内全域を特定した。

また、県内全域にわたる投資意欲の広がりが見られ、前述の岡山県自動車関連企業ネットワーク会議会員に対する令和8年4月の調査では、総額約239億円の積極的な投資計画が示されている。例えば、備中地域での新工場建設や、大型自動プレス機導入、備前地域でのロボット導入など、県内各地の中核企業が次世代モビリティへの対応やDX投資を加速化しており、広域にまたがる投資案件を一体的に支援することで、県全体のサプライチェーンの底上げ及び経済波及効果が期待できるものと考えている。

加えて、当該産業領域においては、本県の強みである以下の要件を備えていることから、県内全域を対象区域として特定する。

- ① 備中地域(倉敷市、笠岡市、井原市、総社市)や津山圏域など、県内広域にわたり、エリアごとに専門技術を持つ企業が集積していることから、効率的な企業間連携が可能となり、サプライチェーン全体での開発や生産のリードタイムを短縮できている。
- ② 山陽自動車道等の高速道路網が交差する交通の要衝であり、港湾・貨物駅等の物流インフラも近接しているため、域内外への効率的な部品供給が可能であり、広域物流の効率性が高くなっている。
- ③ 「岡山県自動車関連企業ネットワーク会議」や県内の大学・公設試験研究機関等が集積・連携しており、新技術開発に向けた産学官の支援体制や、次世代産業を担う人材の育成・リスクリングが可能な環境が整備されている。

3. 当該分野の現状認識と目指す姿【目標】

(1) 現状の整理

県内には、プレス、溶接、樹脂加工、電子制御、金型製造などの高度な技術を有するサプライヤーが幅広く集積しており、多層的な自動車関連産業のクラスターを構築して

いる。県ではこれまで、「EVシフト対応方針」に基づき、国内初の量産型軽EVへの部品採用や、医療・農業等の新分野進出において一定の成果を挙げ、令和5年の出荷額は1兆635億円（前年比+13.9%）に達するなど、自動車産業は本県の地域経済の牽引役を担っている。

また、県内企業では、将来の競争力強化を見据えた投資の動きが加速化しており、次世代モビリティへの対応や生産性向上を目指した設備投資計画が複数存在している。自動車メーカー各社の開発競争が激化する中、従来の技術や事業モデルに留まることなく、国際的な開発競争の中での持続的な成長を図るためには、特に、軽量化、部品統合、リサイクル材活用などの先端技術や、生産性を高めるための最新設備の導入が不可欠であり、成長の原動力となる将来に向けた積極的な投資（挑戦）が求められる。

県内企業においては、原材料高騰やエネルギーコスト増を背景に、大規模な設備投資に対する負担軽減のニーズがあり、高額な設備投資への対応に加え、製造リードタイムの大幅な短縮や、高度なデジタル技術を使いこなす人材の育成、並びに次世代モビリティ部品に求められる技術への対応が急務の課題となっている。

今後、自動車市場は電動化やSDV化により、さらなる変革と成長が見込まれ、グローバルな市場競争が一段と激しさを増す中で、本県が有する軽EVの生産拠点としての優位性を最大限に生かし、既存のサプライチェーンの強化のみならず、従来の事業領域を越えた連携の強化や技術促進を図り、持続可能な産業構造を構築していくことが必要である。

（2）目指すべき目標

区域内の自動車関連産業における付加価値創出額について、今後10年間で、現行値1,451億円（最新の数値は令和5年実績値）を2,041億円（+40.7%）に増加させることを目指す。また、本計画における官民設備等投資額は、今後10年間で少なくとも総額255億円（官：16億円、民：239億円）の投資を見込んでおり、官側では、次世代技術開発の促進や生産性向上、製品の高付加価値化を後押しするとともに、新分野への進出や販路拡大を加速させることで、自動車関連産業の将来にわたる持続的な成長を目指す。本計画における産業人材育成数は、10年後の2036年までに660人の増加を目指す。

（3）設定の根拠

付加価値創出額については、過去の伸長率を基礎とし、次世代モビリティへの転換に伴う付加価値増加率を上乗せし算定した。

官民設備等投資額は、本県の支援事業における投資額及び県内自動車関連企業を対象とした調査で集計した投資案件を積み上げたものであり、企業の将来的な投資計画が単なる計画で留まることなく、国や県の補助制度の活用を通じて確実に履行されることが重要である考え、調査結果の積み上げ数値を指標として設定した。

また、産業人材育成数は、開発工数の短縮につながるデジタルソフトの活用スキル研修や新技術・新製品の設計基礎習得研修の参加者数及び主にもものづくり分野の職業に必要な技能や知識の習得を目指す県立高等技術専門校（南部、北部、美作）における自動車産業に関連する訓練科（機械加工、溶接、塗装、自動車整備工学）の近年の平均修了者数から指標を設定した。

（４）効果検証

本計画で掲げた目標について、毎年度フォローアップを実施し、国からの求めに応じて結果を報告する。

4. 勝ち筋の特定と投資の具体像、定量的なインパクト【道筋】

（１）基本戦略：当該産業領域における勝ち筋・本県に構築すべき機能

勝ち筋①：次世代モビリティへの技術転換と高付加価値化

県内企業が強みとする高精度な加工技術を生かした、次世代モビリティに必要な新たな技術への挑戦を支援することで、スムーズな技術転換を図るとともに、再生材の活用や軽量化などの付加価値の高い技術の受注率を高め、サプライチェーンにおいて、市場の変化に左右されない安定した立ち位置を確保する。さらに、デジタルツールの活用により、開発スピードの向上を図り、次世代モビリティの技術の進化に柔軟に対応できる産業構造を目指す。

（設計～試作～試験～量産の反復期間の短縮▲10%、高付加価値化 20%）

勝ち筋②：生産性向上による労働力不足への対応

深刻な人手不足への対策として、低コストで実施可能な現場改善活動を通じて、誰もが従事しやすい現場づくりを支援するとともに、AI等を活用した生産管理システム等を導入することで、工程のリードタイムの短縮と品質向上を両立した生産体制を構築する。

（出荷数増加 10%、製造コスト削減▲10%、自動化 20%、製造リードタイム▲10%、不良率▲10%）

勝ち筋③：新分野への展開と攻めの市場開拓

自動車分野で培った高度な技術を医療やロボット等の成長産業へ展開し、事業の多角化を推進するとともに、国内外のメーカーへの技術提案を通じて自社の技術やブランド力を発信することで、取引先の多様化と新規受注の獲得を図る。

（新規商談・受注拡大件数 2 件/年）

（２）投資の具体像

今後 10 年間で少なくとも総額 255 億円（官：16 億円、民：239 億円）の投資を見込んでおり、官側では、次世代技術開発の促進や生産性向上、製品の高付加価値化を後押

しするとともに、新分野への進出や販路拡大を加速させることで、自動車関連産業の将来にわたる持続的な成長を目指す。

官：次世代技術等の開発支援、生産性向上支援、販路開拓支援 等

民：

要素技術	投資額 (億円)	主な投資対象	主な投資目的
電子機器、製造設備、 その他	67.5	新工場建設、本社社屋改築、加工機更新、生産管理システムの更新、大型トラックコネクトパーキング及びEVトラックの充電等の土地開発及び施設を整備	生産能力増強、生産効率の向上・コスト削減、労働環境改善、データ活用・DX、次世代モビリティの駐車場のインフラ施設等
表面処理、プレス・板金・溶接	88.0	旋盤・研磨機などの機械加工に必要な設備の更新、溶接ロボットの導入、生産ラインの自動化、新工場建設、工場増設、生産設備増強、基幹システム更新、新車種・新商品対応設備・治具・金型、大型自動プレス導入、新規自動溶接機新設、塗装設備の増設、加工機	生産能力の増強、生産効率の向上・コスト削減、品質の向上、新技術・新製品への対応、人手不足の解消、労働環境の改善、データ活用・DXの推進、BCPの強化
切削	16.0	歯車研削盤、3Dプリンター、熱処理設備、自動車用製造設備、工場建屋改修	生産能力の増強、新技術・新製品への対応
鋳造・鍛造	54.0	切削加工設備の更新、自動生産ラインの新設、金型加工設備の増設、エンジン部品追加製造設備、製造現場システム、特殊設備、新規受注品の生産設備導入、県内工場の新設、DX推進システム、研磨設備、大型旋盤、他工場の買収、生産管理システム、造型設備の老朽更新、高周波電気炉の導入	生産能力の増強、生産効率の向上・コスト削減、品質の向上、新技術・新製品への対応、人手不足解消、労働環境改善、老朽化設備の更新、土地の有効活用
ゴム・樹脂成型	12.7	射出成形機、レーザー加工機等、製造設備の新規導入、倉庫建設、生産管理システム、統合基幹業務システムの導入、耐久試験機の導入、全自動 Assy 機の導入	生産能力の増強、生産効率の向上・コスト削減、品質の向上、新技術・新製品への対応、人手不足の解消、労働環境の改善、環境・安全対策規制への対応、データ活用・DXの推進

治工具・金型	リバーエンジニアリングの生産性向上を実現する設備)、溶接ロボット、自動プレス材料送り装置、マシニング	生産能力の増強、生産効率の向上・コスト削減、人手不足の解消、
--------	----------------------------------------------------	--------------------------------

(3) 地域へのインパクト、目指すべき姿

①本県全体へのインパクト、目指すべき姿

次世代モビリティへのシフトを見据えた大規模な設備投資と技術転換を柱として、本県の自動車関連産業の更なる磨き上げを図る。地域に根差した高度な加工技術と現場のノウハウを合わせ、新たな価値を創出するための企業風土を醸成し、サプライチェーンを支えるクラスターの強化を目指す。また、現場改善等による生産性向上と新分野への多角化を推進することで、高付加価値化を通じた県内経済の持続的発展につなげる。

②県内各地域へのインパクト、目指すべき姿

<備前地域（岡山市・備前市・瀬戸内市 等）>

自動化システム、エンジン部品、特殊素材、塗装・表面処理等の専門技術を有する企業を中心となり、地域全体の技術開発を促進することで、高付加価値な自動車関連部品の開発を進め、中長期的な将来に向けた技術革新を目指す。

<備中地域（倉敷市・総社市 等）>

アクスル部品や大型プレス加工等の生産基盤を土台とし、次世代モビリティ向けの熱マネジメント製品や軽量化部品への技術を向上させるとともに、自動化ラインの導入により労働生産性を高め、国内有数の完成車製造拠点として、サプライチェーンの底上げに取り組む。

<備後・備中西部地域（井原市・笠岡市・里庄町 等）>

歯車研削や精密旋盤等の精密加工技術を基に、次世代モビリティの基幹となる部品に加え、医療機器や産業用ロボット等の成長分野へ進出し、市場ニーズを的確に捉えた自社製品の開発を強化することで、技術のブランド化を図る。

<美作地域（津山市・奈義町・勝央町 等）>

自動車部品、農業機械、建設機械などの多様な部材供給で培った加工技術を武器に、電動化に伴う新部品への参入を図るとともに、中国縦貫自動車道等の広域アクセスを強みとした物流効率化に加え、県内企業による技術連携や供給網の強化を推進することで、自動車関連産業における安定供給を維持する。

5. 投資促進に向けた課題と事業環境整備の取組【政策手段】

(1) 投資促進に向けた課題

①技術転換に伴う大規模投資のリスクと資金確保

電動化等への対応に伴い、従来の設備からの大きな転換が迫られているが、1億円を超える大型設備投資は中小企業にとって負担が重く、将来への不透明感から投資判断が困難な状況にある。既存の補助制度の拡充や、次世代技術への挑戦を後押しする税制優遇、長期的な資金支援が求められている。

②次世代技術への対応

EVシフトの進展や欧州のプラスチック規制など自動車業界を取り巻く環境が大きく変化する中、メーカー各社が開発競争を繰り広げる軽量化をはじめとする次世代技術への対応が急務となっており、特にハード部品の製造に強みとする多くの県内企業において重要な課題となっている。しかし、自社単独での実現は難しく、他企業や大学、自動車メーカーとの積極的な連携が求められる。

③新分野進出（多角化）へのノウハウ不足

半導体やロボット産業等への進出には、自動車業界とは異なる品質基準や知財戦略、販路開拓のノウハウが必要である。自社技術のPR力やマーケティング力が不足しており、異業種参入に向けた専門的な伴走支援が課題となっている。

④生産性の向上と経営の効率化

大量生産を主軸とする自動車関連企業では、研究開発や投資につながる原資の創出や価格競争力の維持には、人件費や光熱費などの固定費の見直しを含む生産性向上が重要な課題であるが、自社内だけでは改善点の把握や最適な設備選定が難しい場合も多く、外部専門家による助言を踏まえた取組が必要である。

⑤技術提案機会の創出

新たな取引を生む効果的な手段として、大手自動車メーカーやメガサプライヤーが集まる大規模展示会への出展が挙げられるが、単独出展には多額の費用を要するため、多くの企業で技術提案の機会が不足している。また、競合他社との差別化を図る効果的な展示手法やアピール技術の不足も課題となっている。

⑥DX・自動化を担うデジタル人材の不足

生産ラインの自動化や管理システムの更新に向けた投資意欲は高いが、それらを使いこなし、データを経営改善に活かせるDX人材が質・量ともに不足している。

⑦産学官連携によるオープンイノベーションの不足

次世代モビリティ分野の技術革新は極めて速く、自前主義による研究開発では開発スピードの加速に対応できないリスクがある。大学の先端シーズや公設試験研究機関等を活用し、外部の知見をオープンイノベーションとして取り入れつつ、クラスターと

しての強みを活かした迅速な試作・実証体制の構築が、競争優位性を確保する観点から重要となっている。

⑧好条件の産業用地の不足と老朽化対策

創業から年数の経過した工場の建替えや労働環境改善に向けた投資への支援も、企業定着の観点から重要となっている。また、新工場の建設や生産ラインの集約のための適地確保にも課題がある。

(2) 講じるべき政策パッケージ

本県では、県内自動車関連企業に対し、産学官の各機関と連携した上で、下記に掲げる支援を行うとともに、伴走支援体制を常時開設することで、県内企業の課題に柔軟に対応できる体制を構築する。担当部署：岡山県産業労働部

①新たな付加価値の創出

電動化、SDV化、脱炭素化など自動車産業の構造変化を新たな成長機会と捉え、県内企業が自らの技術力を活かして新技術・新製品を生み出す研究開発型産業への転換を支援する。自動車メーカーや大学・研究機関との連携を強化し、試作・実証支援、開発人材の育成、専門家派遣などを通じて、県内企業の技術開発力を相互に高めることで、次世代技術への対応を円滑に進め、新たな付加価値の創出と地域全体の競争力向上を図る。

②経営資源の最適化

国際的な原材料価格の高騰や円安、世界情勢の不安定化などにより、製造コストの上昇が続く一方、製品価格への転嫁が難しい状況が続いている。こうした厳しい経営環境を克服し、持続的な事業活動を維持するためには、生産性の向上と経営の効率化が不可欠である。県では、製造工程や業務プロセスの見直し、デジタル技術の導入検討などを通じて、生産性向上に向けた取組を支援するとともに、優れた改善事例や成果を県内企業間で共有・横展開することで、地域全体の経営資源の最適化を図る。

③攻めの市場開拓

自動車メーカー各社のEV開発やサプライチェーンの再編が進む中、県内自動車関連企業がサプライチェーンの中で確固たる地位を維持・拡大していくためには、提案力向上と販路開拓力の強化が不可欠である。県では、商談機会の創出や海外展開支援、営業人材の育成、効果的な展示手法の習得支援などを通じて、企業の提案力を高め、新たな取引先の獲得を後押しし、県内企業が自ら市場を切り拓き、世界のモビリティ産業の中で存在感を発揮できることを目指す。

④開発人材の育成支援

開発工数及びコスト削減に寄与するC A E等のスキル習得研修や、新技術・新製品の企画開発を担う設計基礎研修を実施するとともに、県立高等技術専門校（南部、北部、美作）において、県内製造業で活躍できる産業人材を育成することで、自動車関連企業の開発人材を育成する。

⑤産学官連携による開発優位性の強化

本県自動車関連産業クラスターが、次世代モビリティ分野で持続的な優位性を確立するためには、産学官との強固なネットワーク構築が不可欠である。県では、大学の先端技術や公設試験研究機関等が持つ高度な専門知識と、企業の現場技術を融合させるオープンイノベーションを積極的に推進し、次世代技術の開発スピードを飛躍的に向上させる。この産学官連携による活動をクラスターの核として機能させることで、個社では対応困難な先端領域への挑戦を後押しする。

⑥税制優遇措置

電動化やSDV化、脱炭素化など自動車産業の構造変化に伴い、従来の設備からの大きな転換が迫られている。これらへの対応に必要な大型設備投資や創業から年数の経過した工場の建替えについて、地域未来投資促進税制等を活用して企業負担を軽減することにより、高い付加価値の創出、地域内の取引の拡大、受注の機会の増大を促し、地域の成長発展の基盤強化を図る。

(3) K P I 及びK P I 未達時の撤退基準の設定

K G I 達成に向けた政策手段の進捗状況を確認するため、以下のとおりK P I を設定する

(a) 新規商談・受注拡大件数【+ 2 件/年】

付加価値額を安定的に伸ばすために、新たな販路拡大を図ることで、特定の取引先への依存度を下げ経営の多角化を進め、企業の再投資につながる好循環の実現を目指す。

[目標値の根拠]展示会への共同出展及びメーカー等への技術提案に関する補助対象予定企業数（16社）のうち、2件が具体的な提案や見積につながると想定。一般的な展示会の成約率は1～5%であるが、県の支援策を踏まえ、一般的な成約率を超えた目標値とする。

(b) 企業間での共同研究補助件数【+ 4 件/年】

共同研究の支援を通じて、新技術の開発や製品の高機能化を促進し、他社にはない独自の価値を創出することで、高い利益率を維持する仕組みの構築につなげ、付加価値率の向上を図る。

[目標値の根拠]県内企業が他企業と共同で行う共同研究に対する補助上限数（4

件) を目標値に設定

(c) 生産性向上の取組実施企業数【+15社/年】

限られた経営資源でより多くの成果を生み出すために、県内企業の生産性向上の取組を支援することで、地域全体の付加価値額向上を図るとともに企業の投資活動に向けた資金創出を促進する。

[目標値の根拠] 実地研修及び成果共有会の参加企業数の合計値を目標値に設定

(d) 自動車関連企業の開発人材育成者数及び県立高等技術専門校(自動車関連訓練科)の修了者数【66人/年】

開発工数の短縮につながるデジタルソフトの活用スキルや新技術・新製品の設計基礎の習得を支援するとともに、県立高等技術専門校において、個々の能力や特性に応じた指導と実践的な訓練を通じて、機械加工、溶接、塗装、自動車整備に関する基礎的な技能及び知識を習得させ、自動車関連産業で活躍できる人材を育成する。

また、令和13年頃にKPIが未達成の際は、目標との因果関係の再検証や未達の要因分析を通じ、課題に対する集中的な支援を講じるとともに、金融機関・専門家等の外部知見の活用を通じて、支援の質とスピードを抜本的に見直す。

**半導体関連分野における
地域産業クラスター計画
(詳細版)**

岡山県 半導体関連分野における地域産業クラスター計画

1. 地域産業クラスターの形成を目指す産業領域：半導体デバイス、製造装置等を核とする半導体産業領域

(1) 該当する業種 ※ () 内は産業中分類ベースで記載

281 電子デバイス製造業

289 その他の電子部品・デバイス・電子回路 (28 製造業電子部品・デバイス・電子回路製造業)

267 半導体・フラットパネルディスプレイ製造装置製造業 (26 生産用機械器具製造業)

301 通信機械器具・同関連機械器具製造業 (30 情報通信機械器具製造業)

(2) 特定の理由

半導体産業は、デジタル社会の基盤を支える世界的な成長産業であり、カーボンニュートラルに向けた動きや生成AI・データセンター関連等による需要拡大と技術革新により今後も更なる長期的な成長が見込まれている。また、大規模な設備投資と高度な技術力を必要とする高付加価値産業であり、地域経済に大きな波及効果と雇用創出をもたらすことが期待される。

岡山県内において、備後地域から備前地域にかけての広範な地域には、半導体製造装置や半導体デバイスの製造をはじめとして、関連する電子部品や機器の製造、部品加工、さらにはファインセラミックス、特殊ガス等を中心とする部材製造など、半導体関連の多様な技術と製品を保有する企業が集積しており、既に一定の産業基盤が形成されている。また県北においては、津山ステンレスネットを中心に、ステンレス加工技術と最先端のロボット技術等を軸に、半導体関連製品に使用される部品の加工企業等の集積がみられるとともに、パワー半導体の製造拠点も立地している。

本県では、これらの企業の県内における交流の場を創出し、半導体関連分野に関する理解を深め、互いに情報と課題を共有するとともに、企業と研究機関等との共同研究開発を促進することにより、県内企業のビジネスチャンスにつなげることを目的として、産学官で構成する「おかやま半導体関連コンソーシアム」を2023年度に設立し、県内企業の技術力の向上に取り組んできた。

県内の産業集積の状況やこれまでの取組により、本県の企業群は半導体製造の前工程から後工程、半導体関連装置、材料、部品加工に至るまで幅広い強固なサプライチェーンを構成する可能性を有している。また、これら県内企業は今後数年間で大規模な設備投資や工場拡張等を計画しており、こうした動向は、半導体市場の長期的な成長と連動しながら、地域の生産能力強化、技術革新、取引拡大、雇用創出に大きく貢献すると見込まれる。

世界市場における長期的な半導体需要の拡大に伴い、本県の産業集積性や投資の動向がいずれも拡大傾向であり、本県が半導体関連産業の地域産業クラスターとして成長を遂げる実現性が高いことが、当該領域を特定する最大の理由である。

2. 地域産業クラスターの形成を目指す区域

(1) 特にクラスター形成の核となる区域

岡山県全域をクラスター計画の対象とする。

(2) 計画推進の核となる企業

おかやま半導体関連コンソーシアムの会員企業が中心となり、将来に向けた積極的な投資計画を有する企業を中核企業に据える。

(中核企業：エスタカヤ電子工業株式会社、株式会社ジェイ・イー・ティ、タカヤ株式会社、タツモ株式会社、フェニテックセミコンダクター株式会社、安田工業株式会社、ローム・デバイスマニファクチュアリング株式会社)

(3) 特定の理由

以下の地理的・産業的優位性を踏まえ、岡山県全域で連携し、半導体産業クラスターを形成することとした。

1) 交通・立地の優位性

本県は西日本の交通の結節点として、高速道路等の幹線道路網や新幹線等の鉄道網が整っており、東広島市、呉市、福山市といった半導体関連企業の立地する広島県その他、九州や関西といった半導体産業集積地域への移動効率が高いことから、半導体関連の複雑なサプライチェーンにおける高速な物流と広範囲な連携を実現することができる。このことは、広域にまたがる供給を前提とした半導体産業にとって、本県が関連企業の誘致も含めて重要な存在になる可能性を示している。

併せて、空港や港湾などの重要インフラを保有しており、大型部材や関連製品の国際輸送の最適化に貢献できる。

2) 豊富な水資源

半導体製造に不可欠な高品質な工業用水を供給できる豊富な水資源を有しており、大規模な半導体工場や関連施設の立地にとっては有利な条件といえる。

3) 半導体関連産業の集積

南部から北部まで県全域にわたって、半導体関連の製品や部品等に関わる企業が多数立地しており、広域な本県の産業集積を生かしてクラスター形成を推進できる実現性が高い。

これらの強みを活かし、半導体製造の前工程から後工程、半導体関連装置、材料、部品加工に至るまで幅広い県内企業で構成された半導体産業クラスターを形成し、サプライチェーンを構築・強化することで、半導体市場の長期的な成長と連動した地域の生産能力強化、技術革新、取引拡大、雇用創出に大きく貢献すると見込まれる。

また、中核企業として据えた上記各社は、半導体関連の製造工程における川下工程(完成工程)を担うデバイスメーカーや製造装置メーカー等であり、サプライチェーン全体に大きな影響を与える主要な事業者である。おかやま半導体関連コンソーシアムの会員でもあるこれらの企業は、製造体制・技術力等において高い水準を備えている一方で、

更なる成長を推進するため、今後も積極的な設備投資や工場拡張等を具体的に計画または検討しており、完成工程から部品・装置・材料まで幅広くサプライチェーンを支え、今後も産業集積や付加価値向上、雇用創出に大きく貢献することが期待されている。

3. 当該分野の現状認識と目指す姿【目標】

(1) 現状の整理

県内には、半導体製造装置製造や、前工程から後工程を含む半導体デバイス製造をはじめとして、電子部品・関連機器製造、特殊ガス・材料製造、部品加工など、様々な半導体関連分野の技術や生産能力を保有する中堅・中小企業が広く県内全域にわたって集積しており、これらが半導体関連産業のクラスターを構築する潜在的な基盤となっている。本県では、これらの企業の県内における交流の場を創出し、半導体関連分野に関する理解を深め、互いに情報と課題を共有するとともに、企業と研究機関等との共同研究開発を促進することにより、県内企業のビジネスチャンスにつなげることを目的として、産学官で構成する、おかやま半導体関連コンソーシアムを2023年度に設立し、県内企業の技術力の向上に取り組んできた。

また、中国地域半導体関連産業振興協議会の枠組みを通じて、岡山大学での半導体講座の新設・拡大・他大学との単位互換、県立笠岡工業高等学校と近隣半導体関連企業によるMOU締結や出前講座・クリーンルーム実習の実施、小中学生や教職員向け工場見学ツアー、企業向け工場見学・交流会など、教育・人材育成・企業連携・産業交流の多面的な活動が既に始まっている。これらの動きは、県内半導体関連産業の成長や人材育成など、地域産業クラスター形成に向けて大きな役割を果たしている。

県内企業の半導体関連の投資意欲は旺盛で、2026年以降に竣工予定の工場新設・増設や、数十億円から数百億円規模の設備投資計画が複数存在し、地域経済における半導体関連産業の重要性は高まっている。

このため、県内企業からは大規模投資に対する補助率の引き上げなど、より実効性のある支援策への期待も示されており、高額な設備投資への対応や、国際的な競争力を高めるための技術革新、そして持続的な人材育成が課題として挙げられる。また、半導体は長期的な成長が見込まれる分野ではあるが、国内外の競争も激しいことから、本県が有する地理的・産業的優位性を生かしたサプライチェーンへの参入促進や新たなネットワーク構築に向けた取組も必要となっている。

(2) 目指すべき目標

半導体関連産業を示す産業分類 281 電子デバイス製造業、289 その他の電子部品・デバイス・電子回路、267 半導体・フラットパネルディスプレイ製造装置製造業、301 通信機械器具・同関連機械器具製造業における県内の付加価値創出額、官民設備等投資額、産業人材育成数について下記のとおり増加させることを目指す。

①付加価値創出額：2023年度 554 億円→2036年度 769 億円 (+215 億円、+38.8%)

②官民設備等投資額：10年後の2036年までに総額 347 億円 (官：19 億円、民：328 億

円)

③産業人材育成数（半導体高度・中核人材育成）：10年後の2036年までに300人

（3）設定の根拠

①付加価値増加額については経済産業省の公的統計（経済構造実態調査）から得られた製造品出荷額・付加価値創出額に対し、業界団体（一般社団法人日本半導体製造装置協会、一般社団法人WSTS日本協議会等）が発表する市場予測等から試算した。本計画の実現により、生産能力の向上や技術革新が進展し、業種内での競争力強化と高付加価値製品の開発・製造が促進されることで、付加価値額の増加につながる見通しである。

②官民設備等投資額は、本県の支援事業における投資額及び、県内の中核的な半導体関連企業を対象としたヒアリングで集計した投資案件を積み上げたものである。企業の将来的な投資計画が、国や県の補助制度も活用しながら履行されることが重要であると考え、ヒアリング結果の積み上げを指標として設定した。

③中国地方全体では慢性的な人材不足が深刻化しており、2023年時点で286人／年、10年後（2033年）の時点で1,605人／年の半導体産業人材が不足するという調査結果があり、本県としても地域産業クラスター形成とあわせて、県独自の人材育成事業の他、県内の大学・専門学校等とも連携して半導体人材育成に積極的に取り組み、地域の人材需要に応じていく方針である。また、県内半導体関連産業の競争力を強化するためには、先端的な半導体技術者の養成が不可欠である。県による基礎から高度までの人材育成プログラムを通じて、年間30名程度の企業中核人材の育成を図ることで、2036年までに300名程度の半導体人材の育成を実現する。

（4）効果検証

本計画で掲げた目標について、毎年度フォローアップを実施し、国からの求めに応じて結果を報告する。

4. 勝ち筋の特定と投資の具体像、定量的なインパクト【道筋】

（1）基本戦略：当該産業領域における勝ち筋・本県に構築すべき機能

勝ち筋①：県内半導体関連産業集積の加速化

県内半導体関連企業による設備投資を後押しするとともに、立地優位性を活かして国内外から関連企業を積極的に誘致する。さらに、自動車や農業機械等の産業で培った加工技術を活かした異業種からの参入を促し、半導体関連産業の集積を加速させる。

勝ち筋②：県内半導体関連企業の競争力強化

県内企業が行う半導体関連の技術・製品開発や、産学官連携による共同研究を促進する。

勝ち筋③：多様な半導体サプライチェーンの構築

重点支援企業を核に企業間連携を強化し、県内サプライチェーンを構築する。さらに、交通インフラ等の立地優位性を活かして本県を国内外を結ぶハブと位置づけ、全国展開型サプライチェーンの構築を戦略的に推進する。九州や東北、北海道、台湾等の先進地域と連携し多様なネットワークを築くことで、中核的役割の確立を目指す。

勝ち筋④：持続的成長に繋がる半導体産業人材の育成

高度・先端的な半導体技術者を育成するとともに、基礎的知見を有する半導体人材の確保を図る。また、異業種から半導体分野への新規参入も促進する。また、岡山理科大学では、2028年4月に半導体を含む先端理工学部(仮称)を設立予定であり、高度な半導体育成プログラムを中核とした台湾企業の誘致を展開し、人材育成と産業集積を一体的に推進する。

(2) 投資の具体像

今後10年間で総額347億円(官：19億円、民：328億円)の投資を見込む。これらの投資により、生産能力の増強、製品の高付加価値化、技術革新を促進し、地域全体の半導体関連産業の成長を牽引する。

【官】・県内半導体関連産業の競争力強化

研究開発補助金 等

・多様な半導体サプライチェーンの構築

販路拡大のための国内外大規模展示会への共同出展支援

国内外での技術交流会等の実施によるサプライチェーンの新構築 等

・持続的成長に繋がる半導体関連人材の育成

基礎から高度まで幅広い半導体人材を育成するための支援施策 等

・設備投資に係る企業負担の軽減

大型設備投資に係る補助制度 等

【民】 県内半導体関連企業の一部を対象としたヒアリング調査による投資案件の例

・生産性向上のための工場新設、改修、拡張等

・新技術・製品開発投資

・工場設備等インフラの増強・更新、技術増強投資等

【学】・岡山理科大学での半導体関連学部(「先端理工学部」(仮称))の新設

(3) 地域へのインパクト、目指すべき姿

1) 本県全体へのインパクト、目指すべき姿

大型投資の促進を軸として、本県半導体関連産業の一層の集積を図るとともに、企業間の技術力や連携・交流を有機的に結集し、国内外のサプライチェーンを力強く支える中核的な半導体産業クラスターの確立を目指す。

また、研究開発の高度化と中核人材の戦略的育成を推進することにより、本県半導体関連産業の競争力強化を実現し、製品の高付加価値化および労働生産性の向上を通じて、

持続的な産業成長と地域経済の発展につなげる。

2) 県内各地域へのインパクト、目指すべき姿

①備後地域（井原市・浅口郡里庄町・笠岡市 等）、及び岡山市一部

半導体製造装置製造、半導体デバイス（LSI デバイス等含む）製造、半導体洗浄装置、精密部品加工等の高度化により、タクトタイムの短縮等による労働生産性の向上とともに、高付加価値な半導体関連製品の開発と技術革新を担う。

②備前地域・備中地域（備前市・瀬戸内市・倉敷市 等）

特殊ガス（エッチングガス等）やファインセラミックスといった半導体関連の高機能材料の供給拠点として、国内外のサプライチェーンを支えるとともに、半導体の開発・製造における高度化の核となる。

③美作地域（津山市・奈義町 等）

半導体関連製品に使用される部品の加工企業等の更なる集積が図られるとともに、パワー半導体の製造拠点として安定供給を支える。

5. 投資促進に向けた課題と事業環境整備の取組【政策手段】

（1）投資促進に向けた課題

①大型設備投資の必要性・資金確保の困難さ・産業用地確保

半導体分野においては、高額な設備更新や工程の自動化が不可欠である一方、需要変動に伴う収益の不確実性の高さから、企業が大規模投資に踏み切りにくい状況にあり、より活用しやすい大規模設備投資への支援措置や税制上の優遇の充実が求められている。また、国内外からの半導体関連企業の誘致を進める上では、受け皿となる産業用地の確保も重要な課題となっている。

②競争力向上に向けた更なる支援

半導体関連企業の競争力を高めるために必要な、研究開発の推進や産学官連携による共同研究等への更なる支援が必要である。

③サプライチェーン構築に向けた支援の不足

半導体関連産業におけるサプライチェーンの構築や多様化に必要な地域間・企業間の連携促進や新たなビジネス機会創出のための支援が不足している。

④半導体産業人材の不足とリスクリング機会の不足

半導体の企業人材が不足しており、特に実践的なスキルを持つ中核人材の育成が課題となっている。基礎的な知見を有した人材の確保も課題である。また、社会人が半導体関連の知識や技術を習得するためのリスクリング機会が十分に提供されていない。

⑤産学官連携によるオープンイノベーションの不足

半導体分野の技術革新は極めて速く、デバイスや超精密加工技術等の開発において、自前主義による研究開発では開発スピードの加速に対応できないリスクがある。大学の先端シーズや公設試験研究機関等を活用し、外部の知見をオープンイノベーションとして取り入れつつ、クラスターとしての強みを活かした迅速な試作・実証体制の構築が、競争優位性を確保する観点から重要となっている。

(2) 講じるべき政策パッケージ

1) 県内半導体関連産業集積の加速化

①設備投資の加速化

地域未来投資促進税制等を活用し、設備投資に係る企業負担の軽減を図ることにより、半導体関連産業の設備投資を加速化する。

②異業種からの参入促進

異業種から半導体産業への新規参入を促進するため、半導体の基礎的知見を有する人材を広く確保することを目的とした研修会や勉強会等を実施する。

2) 半導体関連産業の競争力強化に向けた支援の強化

①研究開発補助金の充実

半導体関連企業の技術・製品開発や産学官連携による共同研究等に関する補助金・助成金等の公的支援を強化する。

②産学官連携による開発優位性の強化

本県半導体関連産業クラスターが、当該分野で持続的な優位性を確立するためには、産学官との強固なネットワーク構築が不可欠である。県では、大学の先端技術や公設試験研究機関等が持つ高度な専門知と、企業の現場技術を融合させるオープンイノベーションを積極的に推進し、技術開発スピードを飛躍的に向上させる。この産学官連携による活動をクラスターの核として機能させることで、個社では対応困難な先端領域への挑戦を後押しする。

③効果的な伴走支援

共同研究や生産性向上等の付加価値向上に取り組む県内企業に対し、産業支援機関や研究機関等と連携した効果的な支援の橋渡しや、事業化に向けた支援などの伴走型支援を実施する。

3) 多様な半導体サプライチェーンの構築

①県内サプライチェーンの強靱化

重点支援企業を中心とした県内半導体関連企業の連携を一層強化し、技術等を相互に補完する体制の構築に向けて、企業間の具体的な接点を創出するための技術交流会や分野別研究会、個別マッチング会等を体系的に実施する。これにより、製造プロセスや装置・部材に関する課題共有、共同開発や取引拡大につながる連携機会の創出を図り、本県サプライチェーンの更なる強靱化を推進する。

②国内外のハブとなる全国展開型サプライチェーンの新構築

恵まれた交通インフラや立地条件を生かし、本県が国内外半導体産業のハブとなるような全国展開型ネットワークの構築を促進する。九州・東北・北海道、台湾などの国内外の半導体関連産業集積地域との連携による技術・製品開発や販路開拓を推進するため、他地域に赴いて実施する出張型の技術交流会や現地企業とのマッチング等を体系的に展開する。あわせて、国内外の大規模展示会における共同出展を実施し、県内企業の技

術・製品を一体的に発信するとともに、商談機会の創出や現地ニーズの把握、海外市場への展開支援を強化することで、広域のかつ実効性の高い連携の深化を図る。

③サプライチェーン構築に必要な支援補助金

サプライチェーンの構築に必要な海外企業との連携、国際的な認証取得、海外市場への販路開拓を支援し、グローバルなサプライチェーンへの組み込みを促進するための補助制度の構築を行う。また、複数企業間での共同研究開発、試作開発、技術提携を促進し、新たな半導体関連製品や製造プロセスの創出を支援する。

④伴走型支援による橋渡し

大企業と県内企業間の技術連携・取引推進に関する橋渡しや、その具体化に必要な技術試作検証に対して伴走型支援を実施する。

4) 持続的成長に繋がる半導体関連人材の育成

①高度な半導体人材育成

福岡半導体リスクリングセンターや九州工業大学マイクロ化総合技術センター等での実践的研修の受講支援、岡山大学が開催する社会人向け半導体関連公開講座の受講支援等を通じ、専門的・先端的な知見を有する高度な人材育成を推進する。

②裾野を広げるための基礎的な半導体人材育成

基本的知見を有する人材を広く育成・確保することを目的として、半導体の基礎知識を学ぶための専用カスタマイズ研修や勉強会等を企画・実施する。異業種から半導体分野への新規参入を促進することも目的とする。

③県内大学等と連携した実践的・国際的半導体人材の育成

岡山理科大学は 2028 年 4 月より半導体関連の新学部を設立する予定であり、台湾の明新科技大学とのダブルディグリー制度を導入することで、半導体の全工程技術と台湾語を習得できる国際的な教育プログラムを提供することとしている。また、岡山理科大学附属高等学校のグローバルサイエンスコースの中に半導体ルートを設け、岡山理科大学と進学連携など、高大連携による地域人材の育成が進められる予定である。

年間約 25 名の学生及び社会人人材を台湾へ派遣し、半導体関連の先端技術と語学を習得させるとともに、2年間の企業インターンシップを通じて実践的技術を習得・向上する機会を提供する。

さらに、この高度な人材育成プログラムを中核に据え、育成された人材の受け皿となる台湾企業の積極的な誘致を展開する。この人材育成プログラムそのものを新たな半導体関連企業の誘致や既存企業の投資拡大を促す強力なインセンティブとして活用し、半導体関連産業の一層の集積化を促進する。

(3) KPI 及び KPI 未達時の撤退基準の設定

KGI 達成に向けた政策手段の進捗状況を確認するため、以下のとおり KPI を設定する。

① 半導体関連製造品出荷額の前年度増加率【+2.7%】

県内企業の競争力を強化し、全国レベルの成長率に追いつくことを目指す。

②半導体関連企業 企業誘致・投資申請件数【1件／年】

地域未来投資促進税制等を活用し、設備投資に係る企業負担の軽減を図ることにより、半導体関連産業の設備投資を加速化し、年間1件以上の半導体関連産業の設備投資を支援する。

③県の半導体人材育成事業参加者数【30名／年】

県が中心となり、各プロセスを網羅的に学び、知見・提案力の基礎となる知識を習得する研修を実施することで、半導体産業への新規参入を支援し裾野を拡大するとともに、先進的な意欲ある企業を対象に、より専門的な外部研修への参加費用を助成することで、先端技術が求められる現場で即戦力となる高度なスキルの習得を支援する。

④岡山理科大学の半導体関連学部入学者数【25名／年（2028年度から）】

岡山理科大学が2028年4月から新設する半導体関連を含む新学部では、半導体の全工程技術と台湾語を習得できる国際的な教育プログラムを提供することとしており、年間約25名の高度人材の育成が期待されることから、同大学と連携して、半導体人材の育成を更に推進する。

また、2031年頃にKPIが未達成の際は、事業計画の再考・見直しを行うこととする。

**観光分野における
地場産業成長プラン
(詳細版)**

岡山県観光分野における地場産業成長プラン

1. 地場産業の成長を支援する分野：観光分野

(1) 該当する作物・品種等

岡山県ならではの地域資源（自然・景観、温泉、アート、歴史・文化、食・農林水産物、伝統工芸品等）を活用した、国内外の上質な体験価値を求める旅行者向けの高付加価値な滞在型観光コンテンツ

(2) 特定の理由

本県は、「晴れの国」と呼ばれる温暖な気候、瀬戸内海や蒜山高原などの豊かな自然、美作三湯をはじめとする温泉、「森の芸術祭 晴れの国・岡山」や「美作三湯芸術温度」などのアート関連資源、岡山後楽園や倉敷美観地区等の歴史・文化資源、さらに白桃やぶどう等の高品質な農産物、備前焼等の伝統工芸品など、国内外に訴求可能な多様な魅力的な地域資源を有している。

一方で、本県の観光は、日帰りや通過型の割合が高い傾向にあり、宿泊を伴う滞在型観光の推進や観光消費額の拡大が課題となっている。その背景には、東京・京都・大阪を結ぶゴールデンルート上の旅行者を取り込めていないことや、国内外の上質な体験価値を求める旅行者のニーズに応えるコンテンツの造成・販売、広域周遊への誘導が十分とはいえない状況がある。

このため、十分に活用されていない地域資源のポテンシャルを引き出し、高付加価値な滞在型観光コンテンツとして磨き上げることにより、観光客の滞在時間の延長や消費単価の向上、インバウンドを含む域外需要の取り込みを図る。ひいては、宿泊、体験、交通、飲食、物産等の事業者への波及効果を通じて、地域経済の一層の拡大につなげることを目指す。

なお、本プランにおける「高付加価値」とは、単に価格が高いこと又は富裕層のみを対象とすることを意味するものではなく、岡山県ならではの地域資源に、特別な体験（地域の人による解説・交流、ストーリー性、快適な受入環境等）を組み合わせることにより旅行者の体験価値を高めるとともに、その価値が旅行者に適切に伝わり、実際の予約・購入につながる販売環境を整備することで、地域内での消費拡大及び地域事業者の収益向上につながる観光価値をいう。

2. 支援する地域及び推進の核となる事業者

(1) 特に本プラン遂行の核となる地域

岡山県全域

(2) 本プラン推進の核となる事業者

- ・ 県内の観光地域づくりに取り組む法人（DMO、観光協会等）
- ・ 宿泊施設の運営事業者、古民家・歴史的建造物等の再生・利活用に取り組む事業者
- ・ 体験プログラム提供事業者（伝統工芸品作家、観光農園、アウトドア・アクティビティ事業者、ガイド団体等）
- ・ 交通事業者（鉄道、バス、タクシー・ハイヤー、フェリー・旅客船等）
- ・ 飲食、物産、農林水産物、伝統工芸品、文化施設等、観光消費の地域内循環に関わる事業者
- ・ 市町村、商工団体等、地域の事業者間連携や人材育成、データ活用、販路開拓を支える関係機関

(3) 特定の理由

本プランは、県内各地に分散する地域資源を活用し、滞在型観光コンテンツとして造成・販売することにより、地域内消費を高めることを目的とするため、特定の市町村又は単一資源に限定せず、県全域を対象とする。

また、観光分野における付加価値は、宿泊施設、体験事業者、交通事業者、飲食・農林水産物・伝統工芸品等の地域の観光事業者と、観光協会・DMO、市町村等が連携し、商品の造成、販売、受入体制の整備、効果検証、改善を継続的に行うことで生まれる。したがって、地域に根差した複数の事業者群及びこれらを束ねる観光地域づくり法人等を推進の核となる事業者として位置付ける。

3. 本プランの遂行に係る現状認識と目指す姿【目標】

(1) 現状の整理

本県を訪れる観光客数は、コロナ禍を経て回復傾向にあるものの、日帰り・通過型の割合が高く、宿泊を伴う滞在型観光の推進や、観光消費額の拡大に課題がある。

一方で、県内には、瀬戸内海・蒜山高原等の自然、温泉、アート、歴史・文化施設、白桃・ぶどう等のフルーツ、酒・発酵文化、備前焼等の伝統工芸品、サイクリング、クルーズ等、上質な体験価値へ転換し得る地域資源が多数存在する。また、これまでの高付加価値商品造成においても、収穫体験、林業・森林体験、備前焼作家との交流、和紙・木工等の手仕事体験、地域ガイド付きサイクリングやクルーズなど、地域産業と観光を結び付ける商品が一定程度蓄積されてきた。

しかし、これらは個別事業者ごとの商品造成にとどまりやすく、宿泊、交通、飲食、物産、地域内周遊を組み合わせて、旅行者が認知・予約・購入しやすい販売環境の整備や、造成後の継続的な販売・改善体制が十分とは言えない。また、多言語対応、ガイド人材、二次交通、予約・決済、データに基づく効果検証など、受入環境面にも課題がある。

(2) 目指すべき目標

本プランでは、次のとおり KGI 及び KPI を設定する。

- ・ KGI は、岡山県県民経済計算における宿泊・飲食サービス業の県内純生産とし、令和 5(2023)年度の 1,178 億円から令和 18(2036)年度までに 1,515 億円へ増加させることを目指す。
- ・ KPI①は、本プランに基づき、地域資源を活用した高付加価値な滞在型観光コンテンツを令和 12(2030)年度までに 25 件造成し、令和 17(2035)年度までに 50 件造成することを目指す。
- ・ KPI②は、造成した観光コンテンツのうち継続販売に至ったものを令和 12(2030)年度までに 10 件以上、令和 17(2035)年度までに 20 件以上にすることを目指す。

(3) 設定の根拠

本プランの KGI である岡山県県民経済計算における宿泊・飲食サービス業の県内純生産の増加額は、観光消費の拡大が宿泊・飲食サービス業にもたらす経済的な波及を把握する上で有用な指標であることから、観光立国推進基本計画における観光消費額の現況値から目標値までの伸び率を参考に、目標値を算定した。

(4) 効果検証

設定した KGI 及び KPI については、県、県観光連盟、DMO・観光協会、市町村、参画事業者等が連携し、原則として半期ごとに進捗を確認するとともに、毎年度、効果測定及びフォローアップを行う。具体的には、コンテンツ造成件数、販売件数、販売額、

継続販売件数、利用者満足度、予約・購入につながる販売環境の整備状況、地域内事業者への波及効果等を把握・分析し、必要に応じて、コンテンツ内容、価格、販売方法、プロモーション及び受入体制の改善を図る。

また、国からの求めに応じてフォローアップ結果を報告するとともに、社会情勢、旅行者ニーズ、国の支援制度の動向を踏まえ、計画期間中であっても必要な見直しを行う。

4. 勝ち筋の特定と定量的なインパクト【道筋】

(1) 基本戦略

単一の観光資源の集客力に依存するのではなく、県内各地に存在する地域資源を組み合わせ、滞在時間の延長や消費単価の向上につながる観光コンテンツとして磨き上げ、ターゲットに応じた情報発信や予約・購入につながる販売環境を整備する。

これにより、観光客数の増加のみに依存するのではなく、滞在時間、宿泊割合、消費単価、域内取引額を高め、地域経済の一層の拡大を図る。

(2) 取組の具体像

① 地域資源・市場ニーズの把握

自然・景観、温泉、食、歴史・文化、伝統工芸品、アート、地域の人材等の地域資源を掘り起こすとともに、宿泊状況、観光客の動向、既存コンテンツの課題、地域内の受入体制等を把握する。あわせて、想定するターゲットや旅行者が求める価値を整理する。

② 高付加価値観光コンテンツの造成・商品化

地域資源を組み合わせ、ストーリー性、特別感、地域性、滞在促進効果等を備えた観光コンテンツを造成する。あわせて、価格設定、実施体制、受入人数、実施時期、催行条件、品質管理等を整理し、商品として販売可能な形に具体化する。

③ 受入体制・販売環境の整備

ガイド人材の確保・育成、安全管理体制、実施マニュアル、予約・問い合わせ対応、インバウンド・多言語対応、決済環境等を整備する。あわせて、販売ページ、予約フォーム、オンライン決済、キャンセルポリシー、宿泊施設や観光案内所等からの紹介導線など、旅行者が円滑に購入・参加できる環境を整える。

④ 販路開拓・プロモーション・販売

旅行会社、OTA、宿泊施設、DMO、観光協会、交通事業者等との連携により、販売先や紹介先を広げるとともに、ターゲットに応じたSNS、ウェブ広告、メディア露出、インフルエンサー活用等により認知度向上と購入促進を図る。あわせて、実際に販売を開始し、予約状況、販売件数、販売額、販売経路、参加者属性等を把握する。

⑤ 効果検証・磨き上げ・継続販売

販売件数、販売額、販売経路別の成果、宿泊への波及、利用者満足度、口コミ等を把握し、ターゲット設定、価格、情報発信から予約・購入までの導線、販売経路、プロモーション、受入体制等が適切であったかを検証する。その結果を踏まえて必要な改善を行い、継続的に販売できる商品としての定着を図る。

(3) 地域へのインパクト、目指すべき姿

地域資源を活用した高付加価値な観光コンテンツを商品として定着させることにより、観光関連産業の付加価値額の向上につながる。商品には、宿泊、体験、交通、飲食、物産、農林水産物、伝統工芸品等の多様な事業者が関係するため、域内取引額が増加し、地域産業の収益力向上を通じて、担い手確保、所得向上、働きやすい環境の整備につな

げる。

また、混雑、マナー、ゴミ、景観、地域住民との調和等の課題に配慮し、地域関係者と連携した観光地マネジメントを進めることで、旅行者満足度と地域の受容性を両立させる。

5. 取組に向けた課題と岡山県が行う取組【政策手段】

(1) 取組に向けた課題

① 地域資源・市場ニーズの把握に関する課題

本県には、瀬戸内海の多島美、蒜山高原、岡山後楽園、倉敷美観地区、美作三湯、備前焼、アート、食・農産物など、多様な地域資源が存在するが、それらを活用した観光コンテンツの造成が十分に進んでいない地域もある。また、旅行者の属性、宿泊状況、消費動向、既存コンテンツの利用状況、地域内の受入体制等を踏まえた市場分析が十分でないため、ターゲットや旅行者が求める価値を明確にしたコンテンツ造成につながりにくい。

② 高付加価値観光コンテンツの造成・商品化に関する課題

地域資源を活用した体験や周遊の素材はあるものの、ストーリー性、特別感、地域性、滞在促進効果等を備えた高付加価値な観光コンテンツとしての磨き上げが十分でない。また、価格設定、実施体制、受入人数、実施時期、催行条件、品質管理等が整理されておらず、商品として販売可能な形に具体化できていないものも多い。

③ 受入体制・販売環境の整備に関する課題

造成したコンテンツを継続的に実施するためには、ガイド人材の確保・育成、安全管理体制、実施マニュアル、予約・問い合わせ対応、インバウンド・多言語対応、決済環境等の整備が必要であるが、地域や事業者単独では十分な対応が難しい場合がある。また、販売ページ、予約フォーム、オンライン決済、宿泊施設等からの紹介導線など、旅行者が円滑に購入・参加できる環境が十分に整っていない。

④ 販路開拓・プロモーションに関する課題

造成したコンテンツについて、旅行会社、OTA、宿泊施設、DMO、観光協会、交通事業者等との連携が十分でなく、旅行者が実際に購入・予約できる窓口やコンテンツを知る機会が限られている。また、ターゲットに応じたSNS、ウェブ広告、メディア露出、インフルエンサー活用等のプロモーションが十分でないため、認知度向上や販売件数、販売額の増加につながりにくい。

⑤ 効果検証・磨き上げ・継続販売に関する課題

販売件数、販売額、販売経路別の成果、宿泊への波及、利用者満足度、口コミ等のデータを把握・分析し、コンテンツの改善につなげる仕組みが十分に整っていない。そのため、造成したコンテンツが一過性の取組にとどまりやすく、ターゲット設定、価格、情報発信から予約・購入までの導線、販売経路、プロモーション、受入体制等を継続的に見直しながら、継続的に販売できる商品として定着させることが課題である。

⑥ 観光地の質の維持に関する課題

観光需要の拡大に伴い、混雑、マナー、ゴミ、地域住民との調和、観光地の質の維持等に対応する観光地マネジメントが必要となる。

(2) 講じるべき政策パッケージ

上記の課題に対応するため、県と県観光連盟の緊密な連携の下、「森の芸術祭 晴れの国・岡山」をはじめとした地域資源を活用し、地域・事業者が行う高付加価値な

滞在型観光コンテンツの造成、販売、改善を後押しするため、相談・伴走支援、地域ぐるみの滞在価値向上、販売促進、効果検証及び持続可能な観光地づくりを一体的に進める。

① 相談・伴走支援体制の整備

県観光連盟内に相談窓口を設置し、DMO、観光協会、市町村、商工団体等と連携しながら、事業者からの相談に応じる。あわせて、専門人材の活用等により、コンテンツ造成、価格設定、販路開拓、インバウンド対応、効果検証等について、取組段階に応じた伴走支援を行う。

② 地域資源・市場ニーズの把握

地域の特性・課題、宿泊状況、旅行者ニーズ、販売上の課題等を把握・分析し、宿泊施設をはじめとする地域の観光関連事業者が連携して、滞在価値を高める取組につなげる。

③ 高付加価値観光コンテンツの造成・商品化

地域資源を活用した体験素材について、宿泊、飲食、交通、物産等との連携を促し、販売可能な体験商品として磨き上げる取組を支援する。

④ 受入体制・販売環境の整備

ガイド対応、安全管理、インバウンド・多言語対応、予約・決済環境、宿泊施設等からの紹介導線、二次交通との接続に加え、地域の実情に応じた二次交通等の運行体制の見直し・改善や、交通・周遊を担う人材の育成・確保など、旅行者が円滑に購入・参加できる環境整備を支援する。

⑤ 販路開拓・プロモーション

旅行会社、OTA、宿泊施設、DMO、観光協会、交通事業者等との連携を促し、ターゲットに応じた情報発信や販売促進を支援する。

⑥ 効果検証・磨き上げ・継続販売

販売件数、販売額、販売経路、宿泊への波及、利用者満足度等を把握・分析し、体験内容、価格、販売方法、受入体制等の改善につなげることで、継続販売への定着を図る。

⑦ 持続可能な観光地づくり

地域住民との調和、混雑・マナー・ゴミ対策、景観・文化資源の保全等に配慮し、誘客促進と観光地の質の維持の両立を図る。

(3) 地場産業を支える仕組みづくり

DMO・観光協会、市町村等が中心となり、宿泊施設、体験事業者、交通事業者、飲食店、物産事業者等の地域関係者と協議しながら、地域の特性・課題の整理、観光コンテンツの造成、情報発信から予約・購入までの導線の整備、販売実績の検証、改善方針の共有を行う場を定期的に設ける。これにより、PDCAサイクルを回しながら、中長期的な付加価値の向上と地域内消費の拡大につなげていく。

(4) KPI 及び KPI 未達時の撤退基準の設定

KPI 達成に向けた政策手段の進捗状況を確認するため、以下のとおり KPI を設定する。

- ・ KPI①は、本プランに基づき、地域資源を活用した高付加価値な滞在型観光コンテンツを令和 12(2030)年度までに 25 件造成し、令和 17(2035)年度までに 50 件造成することを目指す。
- ・ KPI②は、造成した観光コンテンツのうち継続販売に至ったものを令和 12(2030)年度までに 10 件以上、令和 17(2035)年度までに 20 件以上にすることを目指す。

上記 KPI を踏まえ、1 年当たり、高付加価値な滞在型観光コンテンツを 5 件以上造成

し、そのうち継続販売に至ったものを2件以上とすることを目安とする。

3か年度連続でKPIが未達となった場合には、必要に応じて事業の中断も含め、計画の見直しを行うこととする。

**県産果物（桃、ぶどう、晴苺）分野
における地場産業成長プラン
（詳細版）**

岡山県 県産果物（桃、ぶどう、晴苺）分野における地場産業成長プラン

1. 地場産業の成長を支援する分野：農業分野（県産果物の供給力強化）

（1）該当する作物・品種等

県産果物（桃、ぶどう、晴苺）

（2）特定の理由

本県は、中国山地から瀬戸内海まで多様で恵まれた自然条件と、先人の努力により培ってきた高度な栽培技術により、高品質な果物を生産する産地として発展を続け、桃、ピオーネ、シャインマスカットなどを核とした産地形成が図られ、「くだもの王国おかやま」として国内外から高く評価されている。

さらに、冬から春にかけての果物として、いちごの生産拡大を進めており、県産いちごの統一ブランド名を「晴苺」とし、桃、ぶどうと併せて、年間を通じた多彩で高品質な果物の提供により、「くだもの王国おかやま」としてのさらなるブランド価値の向上を図っている。

しかしながら、いずれの品目も国内外の旺盛な需要に応えることが出来ていないことから、供給力の強化を図る必要がある。

2. 支援する地域及び推進の核となる事業者

（1）特に本プラン遂行の核となる地域

・岡山県内全域

（2）本プラン推進の核となる事業者

J A全農おかやま、J A岡山中央会、J A岡山、J A晴れの国岡山、
（公財）岡山県農林漁業担い手育成財団、（一社）岡山県農業開発研究所、
（公財）岡山県産業振興財団

（3）特定の理由

県内各地に産地が形成されており、市町村、農業団体等と連携して供給力強化を進めていく必要がある。

3. 本プランの遂行に係る現状認識と目指す姿【目標】

（1）現状の整理

本県の桃、ぶどうは既に日本のトップクラスのブランド価値を持っており、市場からさらなる出荷量の増加を求められる一方で、生産者の高齢化や近年の気候変動の影響等により、長期安定出荷や品質低下への懸念が高まっている。

一方、晴苺については、令和元年度からブランド育成と供給体制の確立に取り組んできた結果、栽培面積の拡大、販売単価の向上等一定の成果が上がったが、依然として市場が求める出荷量には足りていない。

（2）目指すべき目標

KGI（付加価値創出額）は、岡山県の桃、ぶどう、いちごの産出額とする。

281 億円(2024 年)→365 億円(2036 年)

※いちごの産出額は晴苺以外も含む。

(3) 設定の根拠

- ・「第4次晴れの国おかやま生き生きプラン」の目標値設定の考え方に準拠して設定

(4) 効果検証

本プランで掲げた目標について、毎年度フォローアップを実施し、国からの求めに応じて結果を報告する。

4. 勝ち筋の特定と定量的なインパクト【道筋】

(1) 基本戦略

産地の規模拡大や、スマート農業技術の導入等による生産性の向上、担い手の確保・育成、首都圏や海外市場でのプロモーション等によるブランド力の向上と輸出の拡大、デジタルマーケティングの活用、加工や6次産業化の推進等を通じて、高品質な桃、ぶどう、晴苺の供給力強化を図る。

(2) 取組の具体像

ア 産地の規模拡大

- ・桃、ぶどうについては、担い手の確保・育成や新技術の研究開発などのハイブリッド機能を有する産地づくりや、既存産地の規模拡大を支援する。
- ・晴苺については、生産者の確保・育成や施設整備の支援など栽培面積の拡大に取り組む。

イ 生産性の向上

- ・センサーを用いたハウス内の環境制御や収穫期判定システムなど、熟練農家の技術をデータ化、自動化するスマート農業技術の導入を進める。
- ・ロボット草刈り機等の省力化機械の導入を進める。
- ・スマート農業技術の導入を前提とした栽培管理法の確立と普及を進める。
- ・夏季の高温や渇水等、気候変動に対応した栽培技術の確立と普及を進める。

ウ 担い手の確保・育成

- ・本県の新規就農の受入・支援体制を活用して新規就農者の確保を図るとともに、県の研修施設や農業大学校でのプログラムの充実やデジタル技術を活用した研修環境整備により、魅力ある研修体制を確立し、担い手の確保・育成につなげる。

エ ブランド力の向上と輸出の拡大

- ・首都圏や関西圏の市場や果物専門店等と連携したPRを実施するとともに、台湾、香港及びシンガポール等でプロモーションを展開することにより、ブランド力の向上と輸出の拡大を図る。

オ デジタルマーケティングの活用

- ・SNSやECサイト等のデジタルマーケティングを活用した、消費者ニーズの把握及び戦略的な情報発信により産地の販売力の強化を図る。

カ 加工・6次産業化の推進

- ・菓子やケーキなどスイーツ類、醸造原料等の加工需要を掘り起こし、県産果物の需要増と付加価値の向上を図るとともに、農業者自ら行う6次産業化の取り組みを支援する。

(3) 地域へのインパクト、目指すべき姿

桃、ぶどう、晴苺という県産果物三本柱の供給力強化や付加価値の向上により、年間を通じた果物の供給体制が確立し「くだもの王国おかやま」のブランド価値の向上と県内生産者の所得向上が実現する。

また、産地の規模拡大やスマート農業技術の導入による生産性の向上、担い手の確保・育成、気候変動に対応した栽培技術の開発・普及による持続可能な農業経営モデルの実現により、安定的な供給体制を確立させると同時に、次世代への農業の継承を図る。

6次産業化や加工品の推進、宿泊や飲食など観光分野への果物や加工品の活用を通じて様々な分野に波及効果を及ぼし地域経済の発展にも貢献する。

5. 取組に向けた課題と各市町村が行う取組【政策手段】

(1) 取組に向けた課題

ア 産地の規模拡大

- ・資材価格の高騰によりハウスや果樹棚等の規模拡大コストが増大している。

イ 生産性の向上

- ・資材価格の高騰により果物の生産コストが増大している。
- ・生産者の高齢化が進み省力化技術の導入が求められている。
- ・夏季の高温等気候変動の影響により品質や収量が不安定となっている。

ウ 担い手の確保・育成

- ・生産者が減少し将来的な供給力低下が懸念されている。

エ ブランド力の向上と輸出の拡大

- ・首都圏や台湾・香港において、他県産、外国産との競合が激化しており、一層のブランド強化が必要である。

オ デジタルマーケティングの活用

- ・出荷・販売が市場流通主体となっており、産地による消費者向けのマーケティング戦略が弱い。

カ 加工・6次産業化の推進

- ・加工業者等からの需要に答えきれていない。また、6次産業化に取り組む農業者の多くは商品開発や販売促進のスキルが低い。

(2) 講じるべき政策パッケージ

ア 産地の規模拡大

- ・国・県の補助事業を活用した規模拡大の支援

イ 生産性の向上

- ・作業の省力化など生産性向上に向けたスマート農業技術の導入

- ・夏季の高温等気候変動に対応した施設等の導入支援と栽培技術の開発・普及
- ウ 担い手の確保・育成
 - ・市町村や農業団体、産地生産部会等と連携した新規就農者の受入体制の強化
 - ・三徳園での研修体制の整備による新規就農者の早期定着の支援
 - ・農業大学校でカリキュラム強化により即戦力となる若手人材の育成
- エ ブランド力の向上と輸出の拡大
 - ・首都圏、関西圏及び海外におけるプロモーション活動を展開した一層のブランド確立
- オ デジタルマーケティングの活用
 - ・SNSやECサイト活用などデジタルマーケティングの実践支援
- カ 加工・6次産業化の推進
 - ・加工業者と産地とのマッチング支援や大学等の専門家と連携した商品開発・販路開拓支援

(3) 地場産業を支える仕組みづくり

政策手段の各項目の推進にあたっては、それぞれ関係機関・団体、県産果物の生産部会、民間事業者等との連携体制が構築されているが、会議や意見交換の場を積極的に設けるとともに、必要に応じて新たな機関・団体との連携も検討し、推進体制の強化を図りつつ進めることとする。

(4) KPI 及び KPI 未達時の撤退基準の設定

KGI 達成に向けた政策手段の進捗状況を確認するため、以下の通り KPI を設定する。

- ・桃、ぶどう、晴苺の栽培面積 1,914ha(R5) → 1,930ha(R10)
- ・新規就農者数 R8～R10 で 450 人確保 (桃、ぶどう、晴苺以外も含む)
- ・県産果物の首都圏及び関西圏販売金額 59 億円(R5) → 64 億円(R10)
- ・県産果物の輸出金額 11.8 億円(R5) → 13.8 億円(R10)

また、毎年 KPI の達成状況を確認し、KGI 達成の見込みが無くなった場合は事業の計画の中断も含め、計画の再考・見直しを行うこととする。

**繊維（デニム）分野における
地場産業成長プラン
（詳細版）**

岡山県 繊維（デニム）分野における地場産業成長プラン

1. 地場産業の成長を支援する分野：繊維分野

(1) 該当する製品等

デニム関連製品全般

(2) 特定の理由

本県では、倉敷市と井原市を中心に、長年培われた職人の技術とこだわりが詰まった高付加価値のデニム製品を生産している。

倉敷市児島地域は、「国産ジーンズ発祥の地」として有名で、江戸時代から続く綿織物の技術が受け継がれている。また、井原地域は、古くから藍染織物の産地として発展し、現在も多種多様なデニムを生産しており、その品質の高さから「デニムの聖地」と呼ばれている。

両地域で生産されるデニムは、海外のハイブランドでも採用されており、職人の手によって生まれる高品質な岡山のデニムやジーンズは、伝統を守りながらも新たな技術を取り入れ、世界に誇る存在となっている。

こうした背景や現状等を踏まえ、デニム、ジーンズなど高付加価値繊維製品の認知度の向上及び国内外のマーケットへのさらなる売り込みを目指している。

2. 支援する地域及び推進の核となる事業者

(1) 特に本プラン遂行の核となる地域

倉敷市、井原市

(2) 本プラン推進の核となる事業者

一般社団法人倉敷ファッションセンター

※自治体や工業組合等の正会員10団体、繊維関係企業等112団体で構成

※正会員

（岡山県アパレル工業組合、岡山県織物構造改善工業組合、岡山県織物染色工業協同組合、備中織物構造改善工業組合、井原被服協同組合、倉敷市、井原市、玉野市、高梁市、岡山県）

(3) 特定の理由

上記1（2）に記載のとおり、長年培われた職人の技術とこだわりが詰まった高付加価値のデニム製品は、倉敷市児島地域と井原地域を中心に生産されていることから、両地域を本プラン遂行の核となる地域として特定した。

また、本プラン推進の核となる事業者については、県内の繊維産地全域をカバーする唯一の広域産業振興団体として県や市の行政を補完する機能を担っており、繊維産業の一層の振興のため、ジーンズソムリエ資格認定事業や、繊維産地見学ツアー、繊維マイスター事業等の各種支援事業を実施している一般社団法人倉敷ファッションセンターがふさわしいと判断した。

3. 本プランの遂行に係る現状認識と目指す姿【目標】

(1) 現状の整理

倉敷市児島と井原市を中心に、長年培われた職人の技術による高付加価値のデニム製品が作られている。国内外において高い評価が得られており、特に国外に向けた投資意欲を有する企業が多い。

また、一般社団法人倉敷ファッションセンターは、岡山県を中心に繊維関連産業関連の人材育成や資格認定、地場産業のPR、技術支援、施設運営など総合的に支援しており、相談体制がすでに構築されている。

(2) 目指すべき目標

岡山県（倉敷市・井原市）の主要なデニム関連事業者における国外売上高について、27億円（2023年度実績）を2031年度までに41億円、2036年度までに54億円へと拡大させる。あわせて、付加価値額について、68億円（2023年度実績）を2031年度までに74億円（8.9%増）、2036年度までに80億円（17.8%増）へ引き上げることを目指す。

(3) 設定の根拠

国外売上高について、10年後の2036年度までの倍増を目指すこととし、経過点である5年後の2031年度は、現行の1.5倍に設定した。

また、付加価値額については、国外売上額の倍増が達成できた場合の額を試算することとし、本県補助金（岡山デニム世界進出支援事業補助金）を活用した主なデニム関連事業者の売上実績に対して、経済産業省の公的統計（経済構造実態調査）から得られた付加価値率（付加価値額を製造品出荷額等で除したもの）を乗じて試算した。

(4) 効果検証

本プランに掲げた目標について、毎年度フォローアップを実施し、国からの求めに応じて結果を報告する。

4. 勝ち筋の特定と定量的なインパクト【道筋】

(1) 基本戦略

国外で評価される最大のポイントは、希少な旧式シャトル織機でゆっくりと織り上げた独特の風合いを持つ生地と、「アート」とまで評価される職人の手作業による加工技術である。このため、県では、ハイレベルな生地・加工・縫製の一貫生産ができる日本有

数のデニム生産地であることを、市町村や倉敷ファッションセンターと連携しPRしていく。

(2) 取組の具体像

海外販路開拓を目指す意欲のある事業者を対象に、自治体の補助事業等により支援する。また、海外バイヤー等の認知度向上を図る。

(3) 地域へのインパクト、目指すべき姿

高品質の国産デニム生地を軸に、高度な加工技術を加えた国内有数のデニム製品クラスターの形成をさらに推進する。

倉敷市児島地域は、ビンテージ加工や洗い加工、ダメージ加工などの加工技術により付加価値の向上を担う。また、環境への配慮が世界基準の評価ポイントとなっていることから、レーザー加工やナノバブル加工などサステイナブルな取組の推進を図る。

井原地域は、旧式シャトル織機を保全し、デニム生地の特徴である「ムラ感」や「芯白」（糸の染色技術）といった品質特性を最大限に引き出すことで、高品質なデニム生地の生産を担う。

5. 取組に向けた課題と岡山県・倉敷市・井原市が行う取組【政策手段】

(1) 取組に向けた課題

県内企業の持つデニム製品の技術力や製品力は、海外のハイブランドから評価を受けているものの、海外での認知度は国内と比べて低いことが課題である。また、複雑な加工を担う職人の高齢化が進んでおり、次世代を担う人材の確保も課題である。

(2) 講じるべき政策パッケージ

① 海外展示会等へ出展する事業者への出展費用補助

県産デニム製品の海外市場への販路拡大を図るため、海外展示会等へ出展する県内企業への出展支援を行う。

② 海外に向けた県産デニムの魅力発信

世界に展開するファッション専門校エスモードと連携し、県産デニムの魅力発信を行うとともに、フランス等からバイヤーを招聘し、生産現場の視察や商談会を実施する。

**日本酒分野における
地場産業成長プラン
(詳細版)**

岡山県 日本酒分野における地場産業成長プラン

1. 地場産業の成長を支援する分野：日本酒分野

(1) 該当する作物・品種等

「雄町」、朝日、山田錦等の岡山県産酒造好適米を原料として岡山県内の酒蔵で製造される日本酒

(2) 特定の理由

岡山県は、日本最古の酒造好適米である「雄町」の原産地であり、現在も全国生産量の9割以上を県内が担っている。「雄町」は県外の有力酒蔵や全国的に評価の高い日本酒にも広く使用されており、その品質、市場性、ブランド力は全国、さらには海外市場においても高い評価を受けている。

一方で、こうした外部市場で形成された「雄町」の評価が、「雄町」をはじめとする朝日、山田錦等の酒米生産地である岡山県の農業や酒造業の持続的な収益向上、価格形成力の強化、担い手確保といった形で十分に還元されているとは言い難い。

近年は、酒米価格の急激な変動、輸出市場における競争激化、日本酒需要構造の変化など、単純な価格転嫁や数量的な販売拡大では対応が困難な局面に入りつつある。

本プランでは、酒造好適米「雄町」を起点に、酒蔵、流通、消費者体験までを一体的につなぎ、域外需要の取り込みと市場評価の蓄積を通じて産地価値を高めることにより、「雄町」を核とした地域産業全体の高付加価値化と持続的成長を図る。

首都圏の高付加価値志向の消費者層、海外における高所得層、「オマチスト」と称される愛好者層を主な対象市場とする。

2. 支援する地域及び推進の核となる事業者

(1) 特に本プラン遂行の核となる地域

本プランは岡山県全域を対象として実施する。

(2) 本プラン推進の核となる事業者

岡山県及び岡山県酒造組合を中心に、県内を地域単位で区分し、各地域の酒蔵を中心とした事業者との連携により取組を推進する。本プランの推進にあたり、岡山県産業労働部マーケティング推進室が窓口となり、岡山県産業労働部、岡山県酒造組合及び関係事業者による連携会議を随時開催する。

また、輸出、ブランド構築、商品開発等の高度な経営課題に対しては、支援団体と連携し、販路開拓を支援するなど継続的な伴走支援を行う。

あわせて、地域を越えた連携を促進することで、取組の効果最大化を図る。

備前地域：宮下酒造(株)、(有)板野酒造場、(株)板野酒造本店、室町酒造(株)、

利守酒造(株)

備中地域：十八盛酒造(株)、三冠酒造(有)、菊池酒造(株)、平喜酒造(株)、丸本酒造(株)、嘉美心酒造(株)、山成酒造(株)、白菊酒造(株)、三光正宗(株)

美作地域：(株)落酒造場、(株)辻本店

あわせて、県産日本酒の流通・輸出・販売に関わる事業者及び酒造好適米の生産者・生産者団体と連携し、産地として一体的な取組を推進する。

(3) 特定の理由

「雄町」を原料とした日本酒の製造を積極的に行うとともに、国内外への販路開拓に意欲を有する県内酒蔵を、本プラン推進の核となる事業者として位置付けている。

岡山県内では、酒造好適米の生産から酒造、流通・販売までが地域内に集積しており、産地として一体的な取組を行う条件が整っている。こうした強みを活かし、「雄町」の評価を原料としての評価にとどめず、酒造業及び酒米農業の付加価値向上へと波及させるためには、酒蔵、生産者、流通事業者が連携した取組が不可欠である。

3. 本プランの遂行に係る現状認識と目指す姿【目標】

(1) 現状の整理

「雄町」は岡山県を原産地とする酒造好適米であり、その品質は全国的に高く評価されており、いわゆる「オマチスト」と称される愛好者層を生むとともに、県外の著名な日本酒ブランドにも広く使用されている。

一方で、首都圏や海外市場においては、「雄町」の評価が必ずしも「岡山」という産地認知や継続的な取引に結び付いておらず、原料としての評価が地域の付加価値や収益向上に十分還元されていない。

(2) 目指すべき目標

本プランの必須 KGI として、日本酒分野における付加価値増加額について、5年間で約 1 億円、10 年間で約 2 億円の増加を実現する。

具体的には、

- ・海外輸出額について、現状約 2 億円規模と想定されるところ、計画期間内に 3 ～ 4 億円規模への拡大を目指す。
- ・輸出先国数について、現状約 16 か国程度から 20 か国程度への拡大を目指す。
- ・首都圏における継続的な取引の形成及び高付加価値商品の取扱拡大を図る。

これらの取組を通じて、平均取引単価の向上や出荷額の拡大につなげ、最終年度における付加価値増加の実現を図る。

(3) 設定の根拠

付加価値増加額は、経済構造実態調査に基づく 2023 年の岡山県における食料品製造業のうち、清酒製造業の付加価値額（約 12 億円）を基に設定した。

海外市場においては、日本酒全体の輸出が拡大傾向にあり、特に高品質な酒造好適米を用いた商品の評価が高まっている。また、「雄町」は既に国内外で一定の認知・評価を有していることから、年平均2%の成長率を設定する。産地としての発信を強化することで、既存の取引を拡張しながら新規市場を開拓する余地が十分にある。

輸出額については、既存の輸出規模に対し、販路開拓及び商談機会の増加を通じた積み上げとして実現可能な水準として設定している。また、輸出先国数についても、既存市場の深耕と未進出市場の開拓を組み合わせることで段階的な拡大が見込まれる。

これらは既存の輸出実績や市場動向に加え、高付加価値志向の市場における日本酒需要の拡大を踏まえ、実現可能性の高い水準として設定したものである。

(4) 効果検証

上記目標の達成に向け、成果指標として、岡山県産日本酒の輸出額及び輸出先国数、活動指標として、首都圏及び海外における展示会・商談会への参加事業者数、商談件数及び成約件数を設定する。

また、取引の質の変化を把握するため、継続的な取引関係の形成状況についても可能な範囲で把握し、評価の蓄積及び高付加価値化の進展を確認する指標として活用する。

これらのKPIは、取引の拡大や市場評価の向上を通じて、事業者の売上及び収益性の向上につながり、結果として地域全体の付加価値創出に寄与する指標として位置付ける。

各指標については岡山県産業労働部及び岡山県酒造組合を中心に、年度ごとに進捗確認を行い、結果を踏まえて施策内容の見直しや改善を行うことで、PDCAサイクルの下で取組の実効性を高める。

4. 勝ち筋の特定と定量的なインパクト【道筋】

(1) 基本戦略

「雄町」を岡山県の日本酒産地を説明する象徴的な起点として活用しつつ、特定の酒米や酒蔵に限定しない産地ブランドとしての岡山を国内外に発信する。

首都圏及び海外市場で評価や関心を獲得し、その評価を既存取引の拡充や高付加価値化につなげるとともに、事業者の自律的な判断による取引や体験を通じて継続的な関係性の構築を図り、その成果を地域へ還元させることで、持続的な産地価値の向上を目指す。

(2) 取組の具体像

- ・「雄町」を岡山県の日本酒産地を説明する象徴的な起点とした情報発信
- ・首都圏におけるポップアップイベントやフェアを通じた評価・認知の獲得
- ・海外市場における「Omachi, Okayama」を入口とした評価・商談機会の創出（成熟市場での深化、未浸透市場での新規需要創出）
- ・酒蔵訪問やテイasting等を通じた体験の提供による理解と関係性の深化

(3) 地域へのインパクト、目指すべき姿

岡山が「雄町」の産地として国内外に認知されることで、県内酒蔵は市場評価を踏まえた自律的な価格形成や取引拡大が可能となり、酒米農家の所得向上や後継者確保につながる。

評価の獲得から体験、継続的な支持へとつながる好循環を通じ、日本酒を核とした地域産業の持続的成長モデルの確立を目指す。

5. 取組に向けた課題と本県が行う取組【政策手段】

(1) 取組に向けた課題

岡山県には「雄町」をはじめとする高品質な酒米と優れた酒蔵が存在し、全国的にも評価を受けているものの、その価値が産地としての認知や継続的な高付加価値の取引、地域経済への波及に十分結び付いていない。首都圏・海外市場では、事業者単独での情報発信や商談機会の確保が難しく、外部で得た関心をファン化や地域還流につなげる導線の構築が課題となっている。

このため、外部市場における評価獲得から、継続的な支持層の形成、酒蔵・酒米農家を含む地域経済への波及までを一体的に捉えた取組が求められている。

本プランの推進にあたっては、県が主体となり関係事業者間の連携を促進するとともに、既存の産業支援窓口を活用し、継続的な相談対応や情報提供を行う。

(2) 講じるべき政策パッケージ

① 地域ブランド構築支援

「雄町の原点・岡山」を核とした日本酒の産地ブランドを構築し、公式ホームページやSNS等を通じて、受賞実績や雄町の歴史、酒蔵のストーリー等を発信することで、岡山の日本酒産地としての信頼性と物語性を高める。

② 販路開拓・販路拡大・プロモーション支援

「雄町の原点・岡山」をテーマに首都圏ポップアップイベントの実施や首都圏アンテナショップ等でのフェアの開催、海外展示会等への出展を通じ、日本酒の産地としての岡山を産地単位で発信し、評価層からの認知と支持を獲得する。

③ 商品開発・輸出対応支援

首都圏・海外市場における評価及び商談機会を創出することにより、事業者の自律的な判断と市場適応を促し、高付加価値化を図る。

④ 生産基盤強化・地域還流支援

首都圏や海外等で岡山の酒に関心を持った層を対象に、酒蔵訪問や雄町の酒を現地で味わう体験の機会を創出し、産地理解と愛着を深め、継続的な支持層の形成と酒蔵・酒米農家を含む地域経済への還流を図る。

(3) 地場産業を支える仕組みづくり

本プランの持続的推進のため、以下の仕組みを整備する。

- ・ 県、中小企業団体中央会、商工団体等の支援団体で構成する協議体の構築
- ・ 商品開発・マーケティング人材の育成及び外部専門人材の活用
- ・ 物流・EC・データ活用等の共通基盤の整備

(4) KPI 及び KPI 未達時の対応

本プランでは以下の KPI を設定する。

- ・ 海外への輸出額、輸出先国数
- ・ 取引成立件数
- ・ 継続取引件数
- ・ 展示会・商談会参加事業者数

これらについて年度ごとに進捗を確認する。

なお、主要 KPI について2年間連続で達成率 50%未達となった場合は、当該施策の見直し又は廃止を含めた抜本的改善を行う。

**食料加工品分野における
地場産業成長プラン
(詳細版)**

岡山県 食料加工品分野における地場産業成長プラン

1. 地場産業の成長を支援する分野：食料加工品分野

(1) 該当する物等

対象は、次の①又は②のいずれかに該当する日本酒を除く食料加工品とする。

①県産の農林水産物を主たる原材料とし、岡山県内で製造される食料加工品

②原材料は県産に限定されないが、岡山県内で製造され、製造工程や商品開発等を通じて付加価値が県内に創出されている食料加工品

具体的には、加工食品、菓子類、調味料・だし製品、飲料（日本酒を除く）等を対象とし、総菜類など、当日消費を前提とした商品は主な対象とはしない。

(2) 特定の理由

岡山県は、温暖な気候や日照時間の長さを背景に、多様で高品質な農林水産物を有しており、これらを原材料とした食料加工品は、県内外において一定の評価を得ている。

また、果実加工品、菓子類、調味料、だし製品、伝統的な保存食品等は、地域の食文化や特性を反映した地場産品であり、贈答や業務用等の多様な市場需要とも高い親和性を有している。

一方、県内の食料加工事業者の多くは中小・小規模事業者であり、商品開発力、販路開拓力やブランド発信力等に制約があることから、本来の価値が十分に価格や収益に反映されていない事例も見られる。

本プランでは、日本酒を除く食料加工品を対象に、原材料調達から加工、流通、販売に至る各段階の連携を強化し、県内で創出された付加価値が県内外の市場で評価され、その収益が県内に還元され、再投資につながる産業構造の確立を図る。

本分野においては、首都圏を中心とした高付加価値食品市場、贈答需要、業務用需要（外食・宿泊施設等）及び海外（東南アジア、欧州、北米、豪州等）における日本食品需要の拡大を主要なターゲット市場とし、新規取引先の獲得（販路開拓）と、既存取引の拡充（販路拡大）の両面から市場のニーズに対応した商品開発及び販売戦略を推進する。

2. 支援する地域及び推進の核となる事業者

(1) 特に本プラン遂行の核となる地域

岡山県全域を対象とする。

(2) 本プラン推進の核となる事業者

本プランの推進に当たっては、県及び岡山県中小企業団体中央会を中心に、以下の事業者及び関係機関を核として、相互に連携しながら取組を進めるとともに、相談窓

口は、岡山県産業労働部マーケティング推進室及び岡山県中小企業団体中央会とし、商工団体等との連携により取組を推進する。

菓子類：(有)大滝餅、(株)山方永寿堂、(有)山本製菓、(株)鈴木屋、
ル・フォワイエ(有)、(株)サンラヴィアン、(有)醍醐桜

調味料等：大興産業(株)、(有)河野酢味噌製造工場

加工食品：(株)ヤマサキ珍味、(株)長谷井商店、日本オリーブ(株)、(株)薫製倶楽部、
三宝ウエルネス(株)、(株)本多食品事業、かも川手延素麺(株)、
レッドライスカンパニー(株)

既存事業者に加え、販路開拓や付加価値創出に意欲のある新規事業者についても対象とし、段階的な支援を通じて中核事業者へと育成する。

これにより、個々の事業者の成長に加え、地域全体として付加価値を創出・拡大し、市場評価を高める産業群の形成を図ることとする。

(3) 特定の理由

核となる事業者の選定に当たっては、販路開拓に対する意欲及び実績を重視し、既に国内での商流を獲得している事業者をはじめ、国内外の見本市・商談会（スーパーマーケット・トレードショー等）への出展実績を有する事業者や「おかやま果実」、「晴れのめぐみ」等の県内ブランド事業に参画する事業者を中心に位置付ける。

販路開拓の実績や商品力を有する事業者を中心とすることで、市場での評価獲得を起点とした付加価値創出の好循環を形成する。

3. 本プランの遂行に係る現状認識と目指す姿【目標】

(1) 現状の整理

県内の食料加工産業は、高品質な原材料や地域文化を背景に付加価値創出の潜在力を有している一方で、小規模性により市場展開力が不足し、価値が十分に評価されていない。

このため、原材料調達から加工、販売に至る各段階における連携強化により付加価値を創出するとともに、その評価を売上や収益の拡大につなげ、その成果が県内に還元される取組を進める必要がある。

(2) 目指すべき目標

本プランの必須 KGI として、国内市場における着実な市場拡大を基盤としつつ、海外市場への展開も含めた形で、高付加価値化及び販路開拓・販路拡大の推進を通じ、5年間で約40億円、10年間で80億円の付加価値増加を実現する。

具体的には、以下の定量的な目標を設定する。

- ・原材料調達から加工、流通、販売に至る各段階における斡旋等による取引成立件数について、5年間で延べ500件以上を目指す。
- ・首都圏における取引成立件数について、5年間で延べ500件以上を目指す。
- ・県内外の見本市・商談会等を通じた参加事業者数について、年150事業者を目指す。
- ・商品改良・新商品開発及びDX化等に取り組む事業者数について、5年間で延べ50事業者以上を目指す。

これらの取組を通じて、平均取引単価の向上や出荷額の拡大につなげ、中長期的な付加価値の拡大を図る。

(3) 設定の根拠

付加価値増加額は、経済構造実態調査に基づく2023年の岡山県における食料品製造業（惣菜等を除く）及び飲料製造業（日本酒を除く）の付加価値額（約1,634億円）を基に設定した。

当該分野は、人口減少や市場成熟の影響を受ける一方、一定の安定的な需要が見込まれることから、年平均0.5%の成長率を設定する。

これにより、5年間で約40億円、10年間で約80億円の付加価値額の増加を見込む。

なお、海外市場については現時点では規模が限定的であるものの、今後の成長領域として位置付け、段階的な拡大を図る。

(4) 効果検証

各指標について、岡山県産業労働部マーケティング推進室及び岡山県中小企業団体中央会において、毎年度、進捗確認を行う。その結果を踏まえて施策内容の見直しや改善を行うことで、PDCAサイクルの下で取組の実効性を高める。

あわせて、中長期的な成果指標として、経済構造実態調査を参考に、食料品製造業（惣菜等を除く）に加え飲料製造業（日本酒を除く）を含めた付加価値額の推移を把握し、基準年との比較を行うことで地域全体への波及効果を確認する。

4. 勝ち筋の特定と定量的なインパクト【道筋】

(1) 基本戦略

日本酒を除く食料加工品について、原材料調達から加工、流通、販売に至る各段階の連携を強化し、「価値創出 → 市場評価 → 収益化 → 地域還元 → 再投資」の循環を確立する。

加えて、新規市場・新規顧客の獲得による販路開拓を進めるとともに、既存取引の継続化・高付加価値化による販路拡大を図ることで、収益性の向上と持続的な成長を実現する。

これにより、価格競争に陥りにくい高付加価値型の食料加工産業への転換を図る。

(2) 取組の具体像

本プランでは、以下のような取組を段階的かつ横断的に展開する。

- ・県産農林水産物を活用した加工食品、菓子類、調味料・だし製品、飲料等の付加価値化
- ・小ロット・多品種生産にも対応可能な加工・包装・保管機能の強化
- ・アンテナショップ、商談会、EC等を活用した販路開拓及び販路拡大
- ・海外市場向けの商品仕様（表示・規格・ストーリー性等）への対応や、海外見本市・商談会等を活用した海外展開の推進
- ・デジタル技術を活用した需要予測、在庫管理、受注管理等による生産性向上及び業務効率化

（3）地域へのインパクト、目指すべき姿

県内で製造・加工された食料加工品が安定的に生産・販売されるとともに、国内外の市場において評価される高付加価値商品が育成されることで、事業者の収益性及び事業継続力の向上が図られる。

また、県内事業者の売上増加に加え、域内取引額の拡大や関連産業への取引波及、雇用機会の維持・創出等、地域経済への波及効果も見込まれる。

これにより、付加価値が継続的に創出・評価され、その利益が地域内に還元される好循環が形成され、持続的に成長する地場産業を実現する。

あわせて、岡山県の地場産業が「小規模であっても市場から選ばれる産業」として確立される状態を目指すとともに、持続的な収益確保を通じて、次世代への技術・経営ノウハウの継承及び産業基盤の維持・発展につなげる。

5. 取組に向けた課題と県及び市町村が行う取組【政策手段】

（1）取組に向けた課題

県内の食料加工分野においては、小規模・分散型の事業者が多く、原材料調達から加工、販売に至るまでの連携が十分に進んでおらず、県内でのサプライチェーン構築が限定的となっている。このことは、生産の効率化や安定供給の面に加え、海外市場への継続的な展開に向けた体制構築の障壁ともなっている。

また、商品開発やブランディング、販路開拓に関するノウハウが不足している事業者も多く、国内市場においても価格決定力が十分とは言えない状況にある。加えて、海外市場を見据えた商品仕様、情報表示、プロモーションに対応した経験や知見を有する事業者は限られており、成長機会を十分に活かし切れていない。

さらに、新たな取組に充てる経営資源が限られていることから、生産性向上や付加価値創出に向けた取組が進みにくく、国内外の需要変化に柔軟に対応できる体制の構築が課題となっている。

（2）講じるべき政策パッケージ

①事業者に対する伴走支援体制の整備

原材料調達や加工のマッチング等を通じて県内サプライチェーンの構築を図るとともに、県・市町村・商工団体等が連携し、商品開発から販売に至るまでの助言や伴走型支援を実施する。

特に、商品企画・商品化の初期段階、テストマーケティングによる評価段階、販路開拓・販路拡大・取引定着の各段階に応じた支援を行うことで、継続的な成長を後押しする。

あわせて、海外市場展開を見据えた商品企画、事業計画の策定等についても、事業者の段階に応じた伴走支援を行う。

②付加価値の強化支援

国内外におけるテストマーケティング等を活用し、消費者やバイヤーから得られた意見・評価を調査・分析した上で、その結果を商品内容のブラッシュアップや販売手法の改善等に反映させることにより、県内食料加工品の付加価値向上を図る取組を支援する。

特に、海外市場において評価されやすい品質、ストーリー性、価格帯等を意識した商品改良を促進する。

③販路開拓・販路拡大・ブランド化支援

大規模見本市や商談会、アンテナショップ等への出展・展開を促進し、国内外の新規バイヤーとの接点創出による販路開拓を支援するとともに、既存取引先との関係強化や取扱拡大による販路拡大を推進する。

あわせて、商品の品質や特長、産地の背景や物語性を国内外に向けて効果的に発信することで、認知度向上及びブランド力の強化を図る。

④デジタル技術活用による支援

事業者の生産性向上及び販売力強化を図るため、専門家を派遣して現状分析及び課題抽出を行い、生産管理のデジタル化や作業工程におけるデジタルツールの活用による業務効率化、SNSやホームページの活用、ECや越境ECを通じた国内外への販売促進等に関する支援を実施する。

(3) 地場産業を支える仕組みづくり

本プランの持続的推進のため、以下の仕組みを整備する。

- ・ 県、中小企業団体中央会、商工団体等の支援団体で構成する協議体の構築
- ・ 商品開発・マーケティング人材の育成及び外部専門人材の活用
- ・ 売上情報やバイヤー評価等のデータの収集・分析及び共有

(4) KPI 及び KPI 未達時の対応

本プランでは以下の KPI を設定する。

- ・ 原材料調達から加工、流通、販売に至る各段階における斡旋等による取引成立件数
- ・ 首都圏における取引成立件数

- ・見本市・商談会等を通じた商談への参加事業者数
- ・商品改良・新商品開発及びD X化等に取り組む事業者数

これらの KPI については、岡山県産業労働部マーケティング推進室及び岡山県中小企業団体中央会が半期ごとに進捗を確認し、年度単位で評価・見直しを行う。

なお、KPI について2年間連続で達成率50%未満となった場合は、当該施策の見直し又は廃止を含めた抜本的改善を行う。

**工芸・雑貨分野における
地場産業成長プラン
(詳細版)**

岡山県 工芸・雑貨分野における地場産業成長プラン

1. 地場産業の成長を支援する分野：工芸・雑貨分野

(1) 該当する物等

県内で製造され、県内の技術、技能、素材加工及び意匠等を中核的な価値とする、一般消費者向けの工芸品、生活雑貨、デザイン雑貨等の非食品分野の県産品。具体的には、木製品、陶磁器、金属加工品、紙製品、皮革製品、生活雑貨等のうち、日常生活やライフスタイルに関連する製品を対象とする。

(2) 特定の理由

岡山県には、木工、陶磁器、金属加工、生活雑貨等の分野を中心に、地域に根差した素材や技術、技能、意匠を生かし、暮らしに即した工芸品や雑貨を生み出してきた地場産業が存在する。

これらの事業者は、長年にわたり培われた技術力や表現力を背景に、小ロットであっても独自の価値を備えた製品を創出し、一定の市場評価を得ている。一方で、これらの工芸・雑貨事業者の多くは中小・小規模であり、商品力や技術力に比して、商品化の段階における企画力や価格設定、販路開拓、ブランド発信といった面で十分な経営資源を確保できていない事例も見られる。

本プランでは、これらの工芸・雑貨分野を対象として、価値創出から商品化、販路開拓を経て、市場における評価を獲得し、その成果を売上及び収益の拡大につなげ、さらにその収益が県内に還元され再投資につながる産業構造の確立を図る。

また、首都圏を中心とした高付加価値市場、ライフスタイル志向の消費市場及び贈答需要を主要なターゲットとしつつ、海外市場（欧州、北米、東南アジア等）における日本製工芸品需要の拡大についても中長期的な成長機会として位置付ける。

2. 支援する地域及び推進の核となる事業者

(1) 特に本プラン遂行の核となる地域

岡山県全域を対象とする。

(2) 本プラン推進の核となる事業者

本プランの推進に当たっては、県及び岡山県産業振興財団を中心に、以下の事業者及び関係機関を核として、相互に連携しながら取組を進めるとともに、相談窓口は、岡山県産業労働部マーケティング推進室及び岡山県産業振興財団とし、商工団体等との連携により取組を推進する。

工芸：(株)the continue、高田織物(株)、オーエム機器(株)、日本貿易産業(株)

雑貨：(株)Solid Love、内山工業(株)、セイショク(株)、(株)襟立製帽所、

(有)縫夢ing、(有)フジモト工業

既存事業者に加え、販路開拓や付加価値創出に意欲のある新規事業者についても対象とし、段階的な支援を通じて中核事業者へと育成する。

これにより、個々の事業者の成長に加え、地域全体として付加価値を創出・拡大し、市場評価を高める産業群の形成を図ることとする。

(3) 特定の理由

核となる事業者の選定に当たっては、販路開拓に対する意欲及び実績を重視し、既に国内での商流を獲得している事業者をはじめ、国内外の見本市（ギフトショー等）・商談会への出展実績を有する事業者や「晴れのめぐみ」等の県内ブランド事業に参画する事業者を中心に位置付ける。

販路実績や商品力を有する事業者を中心とすることで、市場での評価を売上及び収益の拡大につなげる好循環を形成する。

3. 本プランの遂行に係る現状認識と目指す姿【目標】

(1) 現状の整理

県内の工芸・雑貨分野は、高い技術力や意匠性を背景に付加価値創出の潜在力を有している一方、小規模・分散構造により市場展開力や収益化が十分ではない状況にある。

このため、価値創出と市場における評価の向上を連動させ、売上及び収益の拡大につなげる取組を強化し、その成果が県内に還元される構造の構築が必要である。

(2) 目指すべき目標

本プランの必須 KGI として、国内市場を基盤に着実に成果を創出しつつ、海外市場への展開を見据えた段階的な高付加価値化及び販路開拓・販路拡大の推進を通じ、5年間で約 14 億円、10年間で 28 億円の付加価値増加を実現する。

具体的には、以下の定量的な目標を設定する。

- ・販路開拓及び販路拡大に係る取引成立件数について、5年間で延べ 50 件以上を目指す。
- ・首都圏における取引成立件数について、5年間で延べ 50 件以上を目指す。
- ・県内外の見本市・商談会への出展支援について、参加事業者数を 5年間で延べ 40 事業者以上を目指す。

これらの取組を通じて、平均取引単価の向上や販売額の拡大につなげ、中長期的な付加価値創出を図る。

(3) 設定の根拠

付加価値増加額は、経済構造実態調査に基づく 2023 年の岡山県における工芸・雑貨関連分野の付加価値額（約 556 億円規模）を基に設定した。

当該分野は意匠性やブランド価値による付加価値拡大の余地がある一方、事業者規模が小さく急激な成長は見込みにくいことから、年平均 0.5% の成長率を設定する。

これにより、5年間で約 14 億円、10年間で 28 億円の付加価値額の増加を見込む。

また、海外市場については現時点では規模が限定的であるものの、今後の成長領域として位置付け、段階的な拡大を図る。

(4) 効果検証

各指標について、岡山県産業労働部マーケティング推進室において、岡山県産業振興財団等と連携し、毎年度、進捗確認を行う。その結果を踏まえて、施策内容の見直しや改善を行うことで、PDCAサイクルの下で取組の実効性を高める。

あわせて、中長期的な成果指標として、経済構造実態調査を参考に、付加価値額の推移を把握し、基準年との比較を行うことで地域全体への波及効果を確認する。

4. 勝ち筋の特定と定量的なインパクト【道筋】

(1) 基本戦略

工芸・雑貨分野について、素材の調達から販売に至るまでの各段階を一体的に高度化し、「価値創出 → 商品化・企画 → 市場評価 → 収益化 → 地域還元 → 再投資」の流れを確立する。

国内市場での販路開拓・販路拡大を基盤としつつ、海外市場についても中長期的な成長機会として位置付け、将来的な需要獲得を見据えた取組を推進する。

(2) 取組の具体像

- ・素材や技術の強みを活かした工芸・雑貨製品の高付加価値化
- ・商品改良、デザイン開発、試作支援等による商品企画力の強化
- ・展示会、商談会、アンテナショップ、EC等を活用した販路開拓・販路拡大
- ・海外市場を見据えた商品仕様や情報発信などへの対応
- ・デジタル技術を活用した生産管理、受注管理、業務効率化

(3) 地域へのインパクト、目指すべき姿

県内で製造・商品化された工芸・雑貨製品が市場において評価されることで、売上及び収益の拡大につながり、事業者の収益性及び事業継続力の向上が図られるとともに、域内取引額の増加や関連産業への波及、雇用機会の維持・創出等の地域経済への波及効果が見込まれる。

これにより、付加価値が継続的に創出・評価され、その利益が地域内に還元される好循環が形成され、持続的に成長する工芸・雑貨産業の確立を図る。

あわせて、岡山県の工芸・雑貨が「小規模であっても市場から選ばれる産業」として確立される状態を目指すとともに、持続的な収益確保を通じて次世代への技術継承及び産業基盤の維持・発展を図り、国内市場を基盤としつつ海外市場も視野に入れた取組を段階的に進めることで、中長期的な市場拡大と持続的な産業成長につなげる。

5. 取組に向けた課題と県及び市町村が行う取組【政策手段】

(1) 取組に向けた課題

県内の工芸・雑貨分野においては、小規模・分散型の事業者が多く、素材調達から製造・加工、商品化、販売に至るまでの連携が十分に進んでおらず、県内での一体的な価値創出やサプライチェーンの構築が限定的となっている。このことは、安定的な生産体制の確立や効率的な商品供給の面に加え、海外市場を含めた継続的な販路開拓・販路拡大に向けた体制構築の障壁ともなっている。

また、商品企画、デザイン、ストーリー構築、ブランディング、販路開拓等に関するノウハウが不足している事業者も多く、製品の独自性や技術的価値が十分に市場評価や価格に反映されていない状況が見られる。特に、国内市場においても価格決定力が弱く、取引条件面で不利な立場に置かれている事業者も少なくない。

さらに、海外市場を見据えた商品仕様、情報表示、プロモーション、多言語対応等についての経験や知見を有する事業者は限られており、成長機会を十分に活かし切れていない。

加えて、新たな商品開発や販路開拓に充てる経営資源が限られていることから、生産性向上や付加価値創出に向けた取組が進みにくく、国内外の需要変化に柔軟に対応できる体制の構築が課題となっている。

(2) 講じるべき政策パッケージ

①事業者に対する伴走支援体制の整備

県・市町村・商工団体等が連携し、商品企画から製造、販売に至るまでの助言や伴走型支援を実施する。特に、商品企画・商品化の初期段階、テストマーケティングによる評価段階、販路開拓・販路拡大、取引定着の各段階に応じた支援を行うことで、事業者の取組を段階的に後押しし、継続的な成長につなげる。

あわせて、海外市場展開を見据えた商品企画や事業計画の策定、価格戦略の検討等についても、事業者の成長段階に応じた伴走支援を行う。

②付加価値の強化支援

国内外におけるテストマーケティングや展示・商談機会等を活用し、消費者やバイヤーから得られた意見・評価を調査・分析した上で、その結果を商品内容のブラッシュアップ、デザイン改良、ストーリー性の強化、販売手法の改善等に反映させる取組を支援する。

特に、海外市場や高付加価値型市場において評価されやすい品質、造形、世界観、価格帯等を意識した商品改良を促進し、工芸・雑貨分野における付加価値創出力の向上を図る。

③販路開拓・販路拡大・ブランド化支援

大規模展示会や専門見本市、商談会、アンテナショップ等への出展・展開を促進するとともに、海外展示会や商談会等の活用を通じて、国内外のバイヤーや消費者との接点を拡大する。

あわせて、製品の品質や技術力、産地の背景や物語性等を効果的に発信することで、工芸・雑貨分野における認知度向上及びブランド力の強化を図る。

④デジタル技術活用による支援

事業者の生産性向上及び販売力強化を図るため、専門家を派遣して現状分析及び課題抽出を行い、生産管理や在庫管理のデジタル化、受注管理等の業務効率化を支援する。

あわせて、SNSやホームページの活用、ECや越境ECを通じた国内外への情報発信及び販売促進等についての支援を実施し、販路の多様化と取引機会の拡大を図る。

(3) 地場産業を支える仕組みづくり

本プランの持続的推進のため、以下の仕組みを整備する。

- ・ 県、岡山県産業振興財団、商工団体等の支援団体で構成する協議体の構築
- ・ 商品開発・マーケティング人材の育成及び外部専門人材の活用

- ・物流・E C・データ活用等の共通基盤の整備

(4) KPI 及び KPI 未達時の対応

本プランでは以下の KPI を設定する。

- ・販路開拓及び販路拡大に係る取引成立件数
- ・首都圏市場における取引成立件数
- ・見本市・商談会への参加事業者数

これらの KPI については、岡山県産業労働部マーケティング推進室及び岡山県産業振興財団が半期ごとに進捗を確認し、年度単位で評価・見直しを行う。

なお、KPI について2年間連続で達成率 50%未満となった場合は、当該施策の見直し又は廃止を含めた抜本的改善を行う。