

政策体系	政策No.	3	政策名	活力ある産業のまちづくり			施策主管課	商工振興課	
	施策No.	2	施策名	商工業の振興	重点施策	○	施策主管課長名	池田 洋一	
施策関係課名		観光課							
<b>1 基本計画期間(平成20年度～平成24年度)における施策の方針</b> 商工業者の安定経営に資するための各種支援策を充実させ、生産・流通拡大に努めることで従事者の所得向上を目指す。									
<b>2 施策の目的と成果把握</b>									
対象 (この施策は、誰、何を対象としているのか)			商工業者・従事者						
対象指標 (対象の大きさを表す指標)		単位	区分	16年度	18年度	20年度	22年度	23年度	24年度
A	商工業の事業所数	事業所	見込み値	4,200	4,200	4,150	4,100		4,050
			実績値	4,242	4,527	4,527			
B	商工業の従業者数	人	見込み値	43,000	43,000	43,000	43,000		43,000
			実績値	42,709	49,019	未確定			
事業所・企業統計調査により把握 第三次産業から宿泊業と物産館などの大規模土産品販売業、医療福祉、教育学習支援業の部分を除外する。									
意図 (この施策によって対象をどう変えるのか)			経済的に豊かになる						
成果指標 (意図の達成度を表す指標)		目標達成(105%以上)			目標をほぼ達成(95%～105%未満)		目標を未達成(95%未満)		
		単位	区分	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度
A	生産額	百万円	成り行き値	380,000	380,000	380,000	380,000	380,000	380,000
			目標値	380,000	380,000	390,000	390,000	400,000	400,000
			実績値	462,939	未確定	未確定			
			達成率	122%					
B	所得額	百万円	成り行き値	268,125	260,082	252,279	244,711	237,370	230,248
			目標値	280,000	280,000	280,000	280,000	280,000	280,000
			実績値	330,290	未確定	未確定			
			達成率	118%					
C	豊かになったと感じる商工業者・従事者の割合	%	成り行き値	18.0	18.0	18.0	18.0	18.0	18.0
			目標値	18.0	18.0	19.0	19.0	20.0	20.0
			実績値	9.9	17.1	17.7			
			達成率	55%	95%	93%			
D			成り行き値						
			目標値						
			実績値						
			達成率						
E			成り行き値						
			目標値						
			実績値						
			達成率						
成果指標の測定方法 (実際にどのように実績を把握するか)				平成24年度の目標値設定の考え方					
・A...生産額 「市町村民所得推計報告」の産業別市内総生産より把握。第3次産業から政府サービス生産者と対家計民間営利サービス生産者、観光業(大規模土産販売業者含む)を除外。 対象指標と同じ考え方に揃える。				A 「生産額」については、今後も積極的な企業誘致活動を行い、進出企業増加に伴う生産額向上を見込んだ。また、既存事業者の新製品・新事業開発への支援を行うほか、特産品のブランド化を積極的に推進し、供給増による生産拡大を図り182億7,400万円の生産額増加を目指す。					
・B...所得額 税のデータからは把握できないため、「市町村民所得推計報告」の市民所得より把握。 「市町村民所得推計報告」は約2年後に公表されている。				B 「所得額」については、商工会議所、商工会を通じた経営改善指導等により商工業者の安定的な経営を持続させるとともに、市民に対し地元での商品購入を積極的に呼びかけ、商工業の活性化を図ることにより35億8,200万円の所得額増加を目指す。					
・C...豊かになったと感じる商工業者・従事者の割合 総合計画進行管理に係る市民意識調査				C 「豊かになったと感じる商工業者・従事者の割合」については、商工業者の安定的な経営維持のための各種経営支援を行い、生産額や所得額の増加を図り、1.6%増の成果向上を目指す。					
				D					
				E					

**3 基本計画期間で解決すべき施策の課題(総合計画書より)**

- ・商工会議所、商工会に対し、商工業者のアドバイザーとしての役割強化を働きかけるとともに、連携して商工業者への経営支援を行う必要がある。
- ・恵まれた自然環境や地域文化に根ざした多くの特産品について、ブランド化を推進する必要がある。

**4 施策の特性・状況変化・住民意見等**

この施策の役割分担をどう考えるか(協働による市民と行政の役割分担)

ア)行政の役割 (市がやるべきこと、県がやるべきこと、国がやるべきこと)	イ)市民(住民、事業所、地域、団体等)の役割
<p><b>国</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・法の整備により中心市街地の空洞化を阻止する。</li> <li>・商工業者に対する資金援助や費用補助を行う。</li> <li>・商工会議所や商工会、商店街に対する費用補助を行う。</li> </ul> <p><b>市</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会議所や商工会・商店街と連携し、商工業者への経営支援を行う。</li> <li>・立地企業への支援を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工業者(自助)</li> <li>・経営の自助努力を図る。</li> <li>・個性のある製品、商品を開発導入する。</li> <li>・生産、販売の拡充を図る。</li> <li>・まちの活性化に貢献する。</li> <li>・商工会議所や商店街(共助)</li> <li>・商工業者に対する経営改善指導を行う。</li> <li>・まち全体の買い物客の誘引を図る。</li> <li>・一店逸品運動の推進を図る。</li> <li>・まちの活性化を地域と共に推し進める。</li> <li>住民(地域)</li> <li>・地元の製品や商品を積極的に購入する。</li> </ul>

施策を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)はどのように変化しているか、更に今後どう変化するか?

- ・停滞する市街地の再生を目指す「(改正)中心市街地活性化法」が平成18年8月に施行された。さらに、同時期に、延べ床面積1万㎡を超える大型店の郊外立地を規制する「改正都市計画法」も段階的に施行された。
- ・これによって今後、市が商業地と認めなければ大型店の進出は難しくなる。
- ・一方で中心市街地の商店はいずれも後継者難などによって閉店、廃業が増えていくことが予想される。
- ・平成21年8月1日には地域商店街活性化法が施行された。
- ・セーフティーネット保証の枠が拡大された。
- ・市内の製造業は廉価製品の製造は海外、先端製品の製造は国内と言う流れが出来ているが、立地条件が恵まれた地域では企業誘致がさらに進むと予測される。

この施策に対して市民(対象者、納税者、関係者等)、議会からどのような意見や要望が寄せられているか?

- ・市民意識調査では「大型ショッピングセンターやモール、映画館が欲しい」「パチンコ店が多いので制約してほしい」「アーケード街を整備して旧屋跡地を有効に活用すべきである」「場外馬券売り場を設置して欲しい」などがある。
- ・集客力のある店(大型商業施設等)の誘致、周辺部の地域にもお店や会社を誘致してほしい。
- ・議会からは、旧町役場の周辺の商店街を活性化してほしいとの要望が出ている。

**5 施策の現状**

平成21年度施策の取組方針	平成21年度施策の取組方針の達成状況
<ul style="list-style-type: none"> <li>○商工会議所や商工会・商店街と連携し、商工業者への経営支援を行う。</li> <li>○立地企業への経営支援を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会議所及び商工会と連携しプレミアム付き商品券の発行事業に対し補助金を交付し支援を行った。</li> <li>・立地企業2社に対し用地取得補助金及び雇用促進補助金の交付を行った。</li> </ul>

平成21年度施策の目標値と実績値の比較

平成21年度施策の成果指標の達成状況及び要因

<p>目標達成 105%以上 目標をほぼ達成 95%~105%未満 目標を未達成 95%未満</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">平成21年度成果指標</th> <th rowspan="2">結果</th> </tr> <tr> <th>目標値</th> <th>実績値</th> <th>達成率</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A</td> <td>390,000</td> <td>未確定</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>B</td> <td>280,000</td> <td>未確定</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>C</td> <td>19.0</td> <td>17.7</td> <td>93.0%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>D</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>E</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	平成21年度成果指標				結果	目標値	実績値	達成率		A	390,000	未確定			B	280,000	未確定			C	19.0	17.7	93.0%		D					E					<p>A.生産額,B.所得額については、統計調査が隔年実施のため、平成20年度の数値が確定するのは平成22年度であり未確定である。 C.豊かになったと感じる商工業者・従事者の割合は、実績値は平成20年度に比べ0.6ポイント増えたものの、平成21年度の目標値には1.3ポイント達成できなかった。その要因としては、世界的な経済不況により全ての業種において厳しい経済状況が続いているために目標を達成できなかったと思われる。</p>
平成21年度成果指標				結果																															
目標値	実績値	達成率																																	
A	390,000	未確定																																	
B	280,000	未確定																																	
C	19.0	17.7	93.0%																																
D																																			
E																																			

基本事業の 目標達成度 (平成21年度目標と 実績との比較)	=すべての目標値を達成    =一部の目標値を達成    ×=すべての目標値を未達成			
		商工業者に対する経営支援		
	買い物のしやすい環境の確保			
	ブランド化の推進		×	

**6 平成22年度の施策の取組方針 (昨年度マネジメントシートより)**

**7 平成23年度に向けた施策の課題・方向性**

- 商工会議所、商工会に対し、商工業者のアドバイザーとしての役割強化を働きかけるとともに、商工業者に対して経営支援の充実を図る。
- 商工会議所、商工会に対し、商工業者のアドバイザーとしての役割強化を働きかけるため、商工会議所、商工会が行う事業に対し側面的に支援を行う。
- 商工会議所、商工会と連携して商工業者への経営支援を行うため、各種制度の充実に努める。
- 恵まれた自然環境や地域文化に根ざした多くの特産品について、ブランド化を推進するため、各種団体との連携に努める。
- ・口蹄疫の発生により商工業者の経営が悪化していくことが予想されることから、適切な経営支援を検討していく。

基本事業	3-2-1	基本事業名	商工業者に対する経営支援	基本事業 主担当課	商工振興課
------	-------	-------	--------------	--------------	-------

**1 基本事業の目的、取組み方針**

基本計画期間における取組み方針 (総合計画書より)	
・商工業者の経営安定と体質強化を図るため、制度資金借入に対する利子の補給補助を行うほか、商工会議所・商工会に対し、中小企業経営相談や各種講習会開催に係る助成を行う。 ・海外貿易の振興に努めている「かごしま海外ビジネス支援センター」と連携しながら、商工業者へ情報提供を行う。 ・新製品、新事業開発を行う事業者に対する支援制度の創設を検討する。	
対象	商工業者・従事者
意図	商工業者の経営が安定する

**2 基本事業の指標等の推移**

成果指標名		単位	成果指標の測定方法	目標達成 (105%以上)		目標をほぼ達成 (95% ~ 105%未満)			目標を未達成 (95%未満)	
				数値区分	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度 (目標年度)
A	利益が出ている事業所数(法人市民税の課税者数)	事業所	市収納課調べ	成り行き値	2,900	2,900	2,950	2,950	3,000	3,000
				目標値	2,900	2,950	3,000	3,000	3,000	3,000
				実績値	3,009	3,025	3,119			
				達成率	104%	103%	104%			
				結果						
B				成り行き値						
				目標値						
				実績値						
				達成率						
				結果						
C				成り行き値						
				目標値						
				実績値						
				達成率						
				結果						
D				成り行き値						
				目標値						
				実績値						
				達成率						
				結果						

**3 基本計画期間における基本事業の目標設定の根拠**

事業所数(法人市民税の課税者数)については、徐々に増えてはいるが、経済不況による景気の低迷等で今後はそれほど増加するとは考えにくいので、目標値を現状維持の3,000事業所とした。

**4 平成21年度基本事業の取組方針**      **5 平成21年度基本事業の取組方針の達成状況**

・商工会議所・商工会と連携し、各種助成制度等を活用し積極的に商工業者の経営支援を行っていく。	・利子補給・信用保証料補助制度を積極的に活用し、商工業者の経営支援を行った。 結果、事業所数(法人市民税の課税者数)が前年度に比べて増加した。
------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------

**6 平成21年度基本事業の成果指標の達成状況及び要因**

・事業所数(法人市民税の課税者数)が平成20年度に比べ94件増加した。その要因は経済不況に対応するために、各種制度の充実を図り経営支援を行ったことによる。

**7 平成22年度基本事業の取組方針**      **8 平成23年度に向けた基本事業の課題・方向性**

経済不況に対応するために、商工会議所、商工会と連携し、商工業資金借入に係る利子補給や信用保証料に対する助成制度等各種事業を活用し、積極的に商工業者の経営支援を行っていく。	・商工業者の経営安定と体質強化を図るため、各種制度の活用を推進していく。 ・商工会議所・商工会の各種事業を充実させるために、側面的な支援を行っていく。 ・海外貿易の振興を図るため、「かごしま海外ビジネス支援センター」と連携しながら商工業者へ情報提供を行っていく。 ・事業者の新製品、新事業開発を促進するため、支援制度の創設を検討していく。
---------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

基本事業	3-2-2	基本事業名 買い物のしやすい環境の確保		基本事業 主担当課	商工振興課
------	-------	------------------------	--	--------------	-------

**1 基本事業の目的、取組み方針**

基本計画期間における取組み方針 (総合計画書より)	
<p>・街路灯の設置や修繕を行う商店街の通り会に対し、事業補助を行う。また、地元で買い物をする消費者が恩恵を受けられるような商店街独自の取り組みを支援する。</p> <p>・大規模小売店舗の新・増設計画等に対し、周辺地域の住民の利便及び商業その他の業務の利便の確保の見地から関係者の意見を聴取し適切な調整を行う。</p>	
対象	商工業者・従事者・市民
意図	<p>・商店街・通り会が賑わう。</p> <p>・環境が整い買い物がしやすくなる。</p>

**2 基本事業の指標等の推移**

成果指標名		単位	成果指標の測定方法	目標達成 (105%以上)		目標をほぼ達成 (95% ~ 105%未満)			目標を未達成 (95%未満)	
				数値区分	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度 (目標年度)
A	空き店舗率	%	商工会議所・商工会調べ	成り行き値	15.6	15.6	15.6	15.6	15.6	15.6
				目標値	14.6	14.6	14.6	14.6	14.6	14.6
				実績値	13.9	18.5	15.6			
				達成率	105%	73%	93%			
				結果						
B	大規模小売店舗の売り場面積	㎡	大店法の届出の合算	成り行き値	105,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000
				目標値	105,000	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000
				実績値	107,646	134,219	133,660			
				達成率	103%	96%	95%			
				結果						
C				成り行き値						
				目標値						
				実績値						
				達成率						
				結果						
D				成り行き値						
				目標値						
				実績値						
				達成率						
				結果						

**3 基本計画期間における基本事業の目標設定の根拠**

空き店舗率については、今後もこれまでと同じ程度で進むと思われるので、成り行き値を過去3年の平均15.6%とした。目標値は、18年度が14.7%と単年ではあると思うが少し改善がみられたので、その数値を維持できればと考え成り行き値より0.1%減の14.6%とした。「大規模小売店舗の売り場面積」については、市内1,000㎡超の大型商業施設の総面積を成果指標とした。最近大型店の進出が多く増加してきている、19年度、20年度は進出予定の大型商業施設分を足し成り行き値、目標値とした。

**4 平成21年度基本事業の取組方針**

・商店街の活性化に取り組もうとしている通り会等に対し、各種制度を活用し商店街の活性化を支援する。

・地元で買い物をする消費者が恩恵を受けられるような独自の支援策に取り組む商店街の活性化に繋げる。

・大規模小売店舗の新・増設計画等に対し、周辺地域の住民の利便及び商業その他の業務の利便の確保の見地から関係者の意見を聴取し適切な調整を行う。

**5 平成21年度基本事業の取組方針の達成状況**

・商店街の活性化に取り組もうとしている2通り会に対し、各種制度の内容をアドバイスした。うち1通り会においては県の補助制度(共生・協働型の商店街活性化支援事業)により空き店舗を活用したテナントショップを展開した。

・商工会議所・商工会が共同でプレミアム付き商品券を2回にわたり発行(8億8千万円分)し、商店街が活性化した。

・大規模小売店舗の新・増設計画等に対し平成21年度においては県に3件意見を付した。

**6 平成21年度基本事業の成果指標の達成状況及び要因**

・空き店舗率については、目標値を1ポイント下回った。その要因は世界規模の経済不況の影響を受け店舗が廃業したり、周辺地域においては住宅併用型の店舗が多く、また、後継者不足も重なり空き店舗対策が困難となったためと思われる。前年度と比較して2.9ポイント改善された要因としては、TMOが行っている空き店舗対策事業を活用し、空き店舗解消対策を行ったことによる。

・大規模小売店舗の売り場面積については、前年度を559㎡下回った。その要因は1店舗が店舗建替えにより売り場面積が減少をしたことによる。目標値を6,340㎡下回った要因は、当初見込んでいたものが予定より売り場面積が減少したことによる。

**7 平成22年度基本事業の取組方針**

・商工会議所、商工会と連携して、集客のための様々なイベントの実施やTMOを活用し空き店舗の解消など賑わいを創出する。

・県のふるさと雇用再生特別基金事業を活用し、中心商店街にぎわい支援事業を行い商店街の活性化に努める。

**8 平成23年度に向けた基本事業の課題・方向性**

・地元で買い物をする消費者が恩恵を受けられるようにするため、商店街独自の取り組みを支援していく。

・商店街の活性化を図るため、国、県の事業を活用し商店街の賑わいを創出する。

・大規模小売店舗の新・増設計画等に対し、周辺地域の住民の利便及び商業その他の業務の利便の確保の見地から関係者の意見を聴取し適切な調整を行う。

基本事業	3-2-3	基本事業名 ブランド化の推進	基本事業 主担当課	観光課
------	-------	-------------------	--------------	-----

1 基本事業の目的、取組み方針			
基本計画期間における取組み方針 (総合計画書より)			
特産品協会や地元事業者とともに、物産展での特産品販売やPR等を行い、新しい「霧島ブランド」の開発・普及に努める。			
対 象	霧島の特産品(商工業)	意 図	競争力を強化する。

2 基本事業の指標等の推移		目標達成 (105%以上)		目標をほぼ達成 (95% ~ 105%未満)				目標を未達成 (95%未満)	
成果指標名	単位	成果指標の測定方法	数値区分	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度 (目標年度)
A 新たに開発された特産品	個	新たに開発された特産品の数	成り行き値	0	0	0	0	0	0
			目標値	0	1	1	1	1	1
			実績値	1	0	1			
			達成率			100%			
			結果						
B			成り行き値						
			目標値						
			実績値						
			達成率						
			結果						
C			成り行き値						
			目標値						
			実績値						
			達成率						
			結果						
D			成り行き値						
			目標値						
			実績値						
			達成率						
			結果						

3 基本計画期間における基本事業の目標設定の根拠
特産品協会等関係団体と連携し、新たな特産品を開発することによって、本市を全国にPRでき、商工業が活性化することから新しく開発された特産品の数を指標と設定した。 平成19年度は既存の霧島ブランドである「霧島茶」を1とカウントし、今後は年間に1個ずつ開発をしていく予定で、目標値を1個ずつ増加させている。

4 平成21年度基本事業の取組方針	5 平成21年度基本事業の取組方針の達成状況
・本市の特産品で全国的に知名度の高い関平鉱泉水については、濃縮加工品などの開発や販売拡大などを旨とする。 ・霧島市の特産品をPRしていくために、特産品協会や地元事業者とともに、物産展での特産品販売を行う。	・民間企業と協力し、関平鉱泉水を活用した化粧水(保湿ミスト)の開発を行った。 ・特産品協会と連携し、県内外で開催される物産展へ参加し、特産品のPRに努めた。

6 平成21年度基本事業の成果指標の達成状況及び要因
A.新たに開発された特産品の数(累計)については、平成21年度は民間企業と協力し、関平鉱泉水を活用した化粧水(保湿ミスト)の開発を行ったことにより、目標を達成した。

7 平成22年度基本事業の取組方針	8 平成23年度に向けた基本事業の課題・方向性
・霧島市の特産品の競争力を強化するために、特産品に「霧島ブランド」という付加価値を付ける必要があるため、農政部門と検討しながら、霧島ブランドについて関係者と協議を進める。 ・霧島市の特産品をPRしていくために、特産品協会や地元事業者とともに、物産展での特産品販売を行う。	・霧島市の特産品の競争力を強化させるために、特産品協会や地元事業者と連携して、物産展での特産品販売やPR等を行うとともに、新しい特産品の開発に向けて支援を行う。