

第3回下野市産業振興計画策定委員会

日時 平成26年10月29日(水)
午後1時30分から
場所 南河内公民館会議室

1. 開 会

2. あいさつ

3. 議 事

(1) 下野市産業振興計画骨子案について

① 第1章から第4章について

② 第5章及び第6章について

(2) その他

第4回委員会の開催について

11月27日(木) 午後1時30分より
道の駅しもつけ 研修室

5. 閉 会

下野市産業振興計画（骨子案）

目次案

- 第1章 産業振興計画策定の趣旨
 - 第1節 計画の目的
 - 第2節 計画の位置付け
 - 第3節 計画の期間
- 第2章 本市の地域特性と社会経済情勢の変化
 - 第1節 本市の地域特性
 - 第2節 社会経済情勢
 - 第3節 国・県の産業政策等の動向
- 第3章 産業の現状と課題
 - 第1節 商業・生活関連サービス業
 - 第2節 工業・事業サービス業
 - 第3節 6次産業、観光関連産業等
 - 第4節 医療・福祉・教育関連産業
 - 第5節 産業の基盤・環境等
- 第4章 産業振興の将来像と基本目標
 - 第1節 産業振興の将来像
 - 第2節 基本目標
- 第5章 施策と具体的な取組
 - 第1節 施策の柱と施策体系
 - 第2節 施策体系別計画
 - (1) 商工業の基盤強化・活性化
 - (2) 新たな産業の誘致・育成
 - (3) 地域ブランドの創出・展開
 - (4) 雇用・就業機会の拡充
- 第6章 計画の推進
 - 第1節 計画の推進体制
 - 第2節 計画の点検・評価

第1章 産業振興計画策定の趣旨

第1節 計画の目的

本市の特色を活かし、市民や事業者をはじめ、多様な主体と連携協力して、市内産業を守り・育てるとともに、新たな産業を育むため、目指す産業の将来像とその実現施策を定める。

第2節 計画の位置付け

本計画は、本市の将来像や基本的施策を定めた総合計画基本構想・基本計画をはじめ、都市計画マスタープランや観光振興計画等のまちづくり計画体系の一端を担い、産業振興・雇用の拡充等の目標実現に取り組む計画である。

第3節 計画の期間

本計画は、10年後を見据えた将来像の実現に向けて、平成27年度～平成31年度の5年間を計画期間とする。

第2章 本市の地域特性と社会経済情勢の変化

第1節 本市の地域特性

- 概ね平坦な地形、穏やかな気候に恵まれ、農地や平地林が広がる災害の少ない土地柄
- 古代には下野薬師寺や下野国分寺等が、江戸時代には日光街道の宿場町が置かれ、現在自治医大・附属病院が置かれるなど、歴史的に交流・交易の結節点を果たしてきた地域
- 現在、鉄道による東京都心へのアクセス、幹線道路網で首都圏各地へアクセスし易い位置にあり、諸産業の立地条件に恵まれる

第2節 社会経済情勢

- 全国的な少子高齢化と暮らし方の変化、消費者ニーズの物からサービスへのシフト、高度情報化や物流変革と商業立地等の変化、グローバル競争化に伴う産業の盛衰と不安定雇用の増大
- 産業におけるソフト化・スマート化、システム化、サービス経済化、ブランド化などが進展し、対応の必要性が増している

第3節 国・県の産業政策等の動向

- 国は「中小企業憲章」を閣議決定し、医療、福祉、情報、環境・エネルギーなど成長分野で力が発揮され、未来を切り拓く担い手となる中小企業を支援し、起業を増やし、挑戦を促し、公正な市場環境を整え、セーフティネットを整備する方針を示している
- 県は「新とちぎ産業プラン」等を定め、県経済が持続的に成長するように、自動車産業、医療機器産業、光産業等重点5分野の振興のため、産学官の協働、ネットワーク構築等を進めている

第3章 産業の現状と課題

◆課題のまとめ

- ① 少子高齢化等に伴い市内の商業・サービス業の再構築が必要
- ② 地元事業者について、連携や新事業等への積極性を引出す必要
- ③ 地域資源を活かし、自律的に産業創出・成長を図れる態勢が必要
- ④ 優れた産業立地条件を活かし、企業等の発展・誘致を進める必要
- ⑤ 産業人材・労働力を集め定住化し、雇用・就業の安定を図る必要

第4章 産業振興の将来像と基本目標

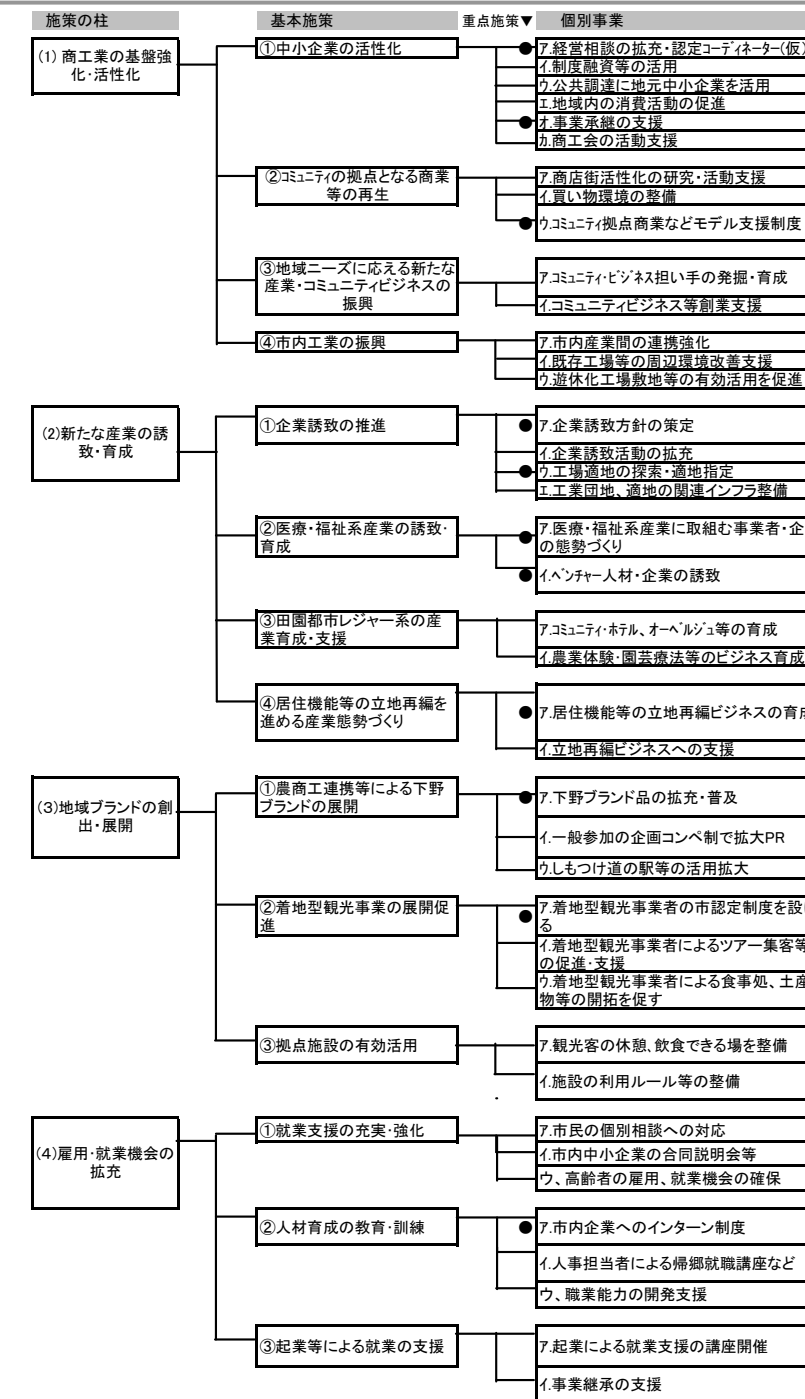
第1節 産業振興の将来像

- **〈健やかライフ〉を育む産業都市づくり**
—豊かな地域資源と恵まれた立地条件を活かし、「健やかライフ」関連産業(食、住、医・薬、ケア、余暇等)が集積する都市を目指す—

第2節 基本目標

- 目標① 〈健やかライフ〉の都市・コミュニティを支える持続可能な商業・サービス業等を再構築する
- 目標② 〈健やかライフ〉の関連産業(食、住、医・薬、ケア、余暇等)を、地域ブランドの核となる産業として大きく育てる
- 目標③ 〈健やかライフ〉を通して、人材の参集・定着化を進める

第5章 施策と具体的な取組 第1節 施策の柱と施策体系



第6章 計画の推進

第1節 計画の推進体制

- ① 計画の推進に関わる関係者(商工会等)の役割を明らかにする
- ② 行政と関係者が、計画の遂行について協議する場を設ける
- ③ 計画の実践を担保する体制を整える

第2節 計画の点検・評価

- ① 計画の点検・評価は、定期的に行う
- ② 個別計画の達成度について、計数管理と要因分析を行う
- ③ 市民や事業者が多く関係する場合、事後に満足度を調査する

【課題の産業別まとめ】

| 区分 | 課題 | 背景・根拠 | 区分 | 課題 | 背景・根拠 |
|------------|---|--|---------------|--|--|
| 1.産業全般 | <p>1.就業機会の創出・維持に取り組む続けること</p> <p>2.既存産業・事業の活性化を図ること</p> <p>3.新たな産業・事業者を生み・集めること</p> <p>そこで、市の地域特性を踏まえ</p> <p>ア.産業主体間の連携を広げ深めること</p> <p>イ.地域資源(人、産物、土地等)を活用すること</p> <p>ウ.優れた立地条件・集客力を活用すること</p> <p>エ.地域内外から意欲ある人材を集めること</p> <p>オ.地域ブランディングの必要性</p> | <p>←・人口構成の推移予測から、若年者、中高年者の求職者(=働く場への需要)が増大</p> <p>←・商工会員アンケート結果で、廃業見込み等事業意欲の減退者が多く見られる</p> <p>←・都市マス計画等で市街地に商業機能等の立地が期待されており、産業政策でも対応が必要になる</p> <p>←・社会経済動向で、産業構造等が変化し、医療系など新産業・新事業が必要かつ可能になっている</p> | 4.建設業等 | <p>ア.建設業と不動産業等の連携で取組む態勢づくり(⇒商工会を超えた「部会=研究会」)</p> <p>イ.街づくり推進のために、建設業・不動産業等の能力を引き出す仕組みを創ること(⇒「行政の調達予約」、「モデル的まちづくり企画コンペ」など)</p> | <p>←・商工アンケートで建設業事業者は積極性が目立つ</p> <p>←・市民所得統計で不動産業の総生産が大きい</p> <p>←・街づくり、住宅リフォーム等建設・不動産の連携で取組める分野・余地が大きい</p> <p>←・商工アンケートで「市調達」への要望も大きい</p> |
| | | <p>←・産業統計等で多様な業種がある。アンケートで地域内連携が乏しい。連携化の効果が期待できる</p> <p>←・自治医大・同附属病院、多種多量の農産物、災害の少ない土地など地域資源があり活用可能性がある</p> <p>←・立地企業アンケート等でも企業の立地・操業環境への評価は高い</p> <p>←・しもつけ道の駅約250万人/年、グリムの館、国分寺跡など集客力ある</p> <p>←・新4号国道沿線に物流や工業の立地可能性ある</p> <p>←・商工アンケートから、地元事業者はベンチャー志向が弱いので、地域内外から発掘し集める必要がある</p> <p>←・地域のイメージアップ、シフトが必要になる</p> | 5.事業サービス業 | <p>ア.事業サービス業の連携体制をつくること(⇒商工会を超えた「部会」)</p> <p>イ.立地企業、自治医大・病院との連携の仕組みをつくること</p> | <p>←・産業統計で市内に事業サービス系事業者が多くの業種にわたり、多く存在しているので、これを核に新たな産業を生み出せる可能性がある</p> <p>←・立地企業アンケート、自治医大病院アンケートで、連携の可能性、コーディネーターの有効性が多く挙げられた</p> |
| | | <p>←・都市マス計画等の実現手法が産業振興策に要請されている</p> <p>←・商工会員アンケートでも要望が多い</p> <p>←・高齢者の人口分布と商業・サービス業店舗分布から、交通弱者が増え「買物難民」化の恐れある</p> <p>←・商工会員アンケートで「自分の代限り」が多い</p> <p>←・空き店舗が増えている</p> | 6.地域資源活用産業 | <p>ア.6次産業化の取組み態勢をつくること</p> <p>イ.イベント等充実のため、内容や実施体制を見直すこと</p> <p>ウ.ブランド品づくりとPRの取組みを拡大させること</p> <p>エ.「集客スポット」を活用する取組みを図ること</p> <p>オ.民間ビジネス・ベースの取組みを育てる仕組みが必要</p> | <p>←・広い農地、多様な農産物があるが、その活用は未だ余地がある</p> <p>←・道の駅、グリムの館、国分寺跡など地域への集客力を有する(秘める)スポットがある</p> <p>←・下野ブランド認定を行ってきた普及・PRはなお一層の拡大、改善余地がある</p> <p>←・しもつけ道の駅、グリムの館、国分寺跡など集客スポットの一層の活用余地がある</p> <p>←・道の駅以外、継続的な集客プロモーション活動、来客対応ビジネスの発掘、育成が乏しい</p> |
| 2.商業・サービス業 | <p>ア.駅前等主な市街地に商業・サービス業を集積させること</p> <p>イ.市内で「買物難民」を生じさせない商業・サービスを育てる</p> <p>ウ.事業継承を円滑にすること</p> | <p>←・自動車・電化製品の海外生産品増加、スマホによる単機能商品の駆逐、ソフトの割合拡大、素材の変化、生産技術の変化等が進んでいる</p> <p>←・商工アンケート等で営業指向少なく、連携力が弱い</p> <p>←・周辺に新たな工場立地の波が訪れ始めている(古河に日野自動車、壬生にフェナック)</p> <p>←・工業団地等に、実質的な遊休地がある</p> <p>←・立地企業アンケートで、優遇措置への要望がある</p> <p>←・アンケートで、人手確保への対策が期待されている</p> <p>←・若者の職業選びで工場等が敬遠されがち、元気な高齢者の活躍可能性がある</p> <p>←・市内に自治医大があり、附属病院関係者アンケートでも連携の可能性はある</p> | 7.産業振興の推進体制強化 | <p>ア.商工会の合併</p> <p>イ.目的別産業振興組織の育成</p> <p>ウ.個別のニーズを引き出し、実現できる体制をつくること(⇒コーディネーター等の必要性)</p> <p>エ.工業団地立地企業協議会を再編・充実すること</p> <p>オ.産業振興に役立つ拠点施設を設けること</p> <p>カ.民間活力等を大いに活用すること</p> | <p>←・商工アンケートで商工会の活動に要望があった</p> <p>←・商工会の活動において、産業活性化、街づくりの効果が弱いようだ(⇒推進力・実践力のある単目的の組織体制を設けた方が効果的な場合がありそうだ)</p> <p>←・工業団地立地企業協議会が団地毎にあるが、もっと魅力を高めたり、効果的に活用できそうだ</p> <p>←・アンケート等からホテルのニーズ等が挙げられている</p> <p>←・新しい産業育成の手法として「シェアオフィス」「コワーキング・スペース」等の形態が出て来ている</p> <p>←・全国で、民間企業や大学との連携、NPOとの協働、企業OB人材の活用など、民間の力を活用した先進・成功事例が多く見られる</p> |
| 3.工業 | <p>ア.既存中小工業等を、状況変化に対応できるようにすること(⇒コーディネーター等の必要性)</p> <p>イ.新たな工場を誘致すること</p> <p>ウ.企業誘致・立地誘導の方針を明確にすること</p> <p>エ.労働力不足に備え、工場労働者を集め、育成し、定着させること</p> <p>オ.医療・福祉機器など成長産業を育てる苗床をつくること</p> | | | | |

第4章 産業振興の将来像と基本目標 (補足説明)

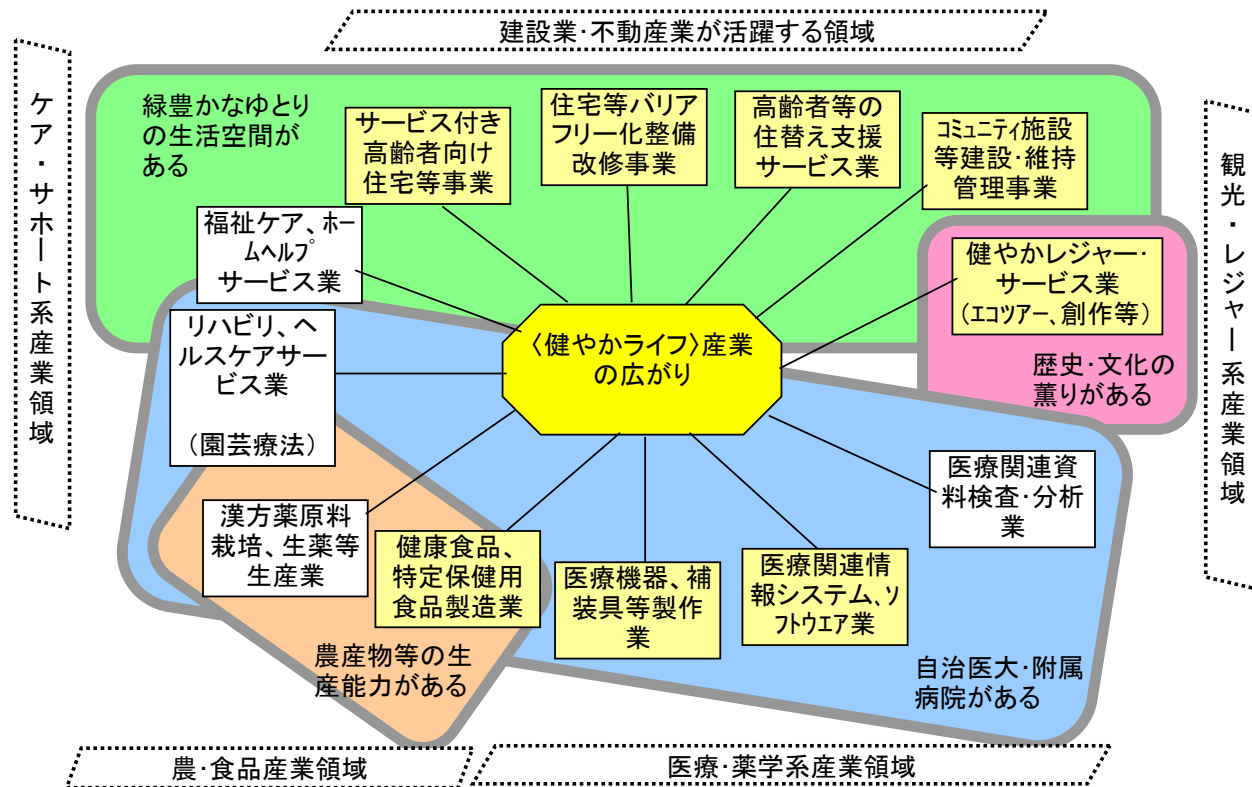
【目標① 〈健やかライフ〉の都市・コミュニティを支える持続可能な商業・サービス業等を再構築する】

コミュニティ（市街地・集落）の中心となる商業・サービス業の集積スポットづくりを行う商業者・地権者等の取組みを支援する。（参考例：「商店街パティオ事業」）

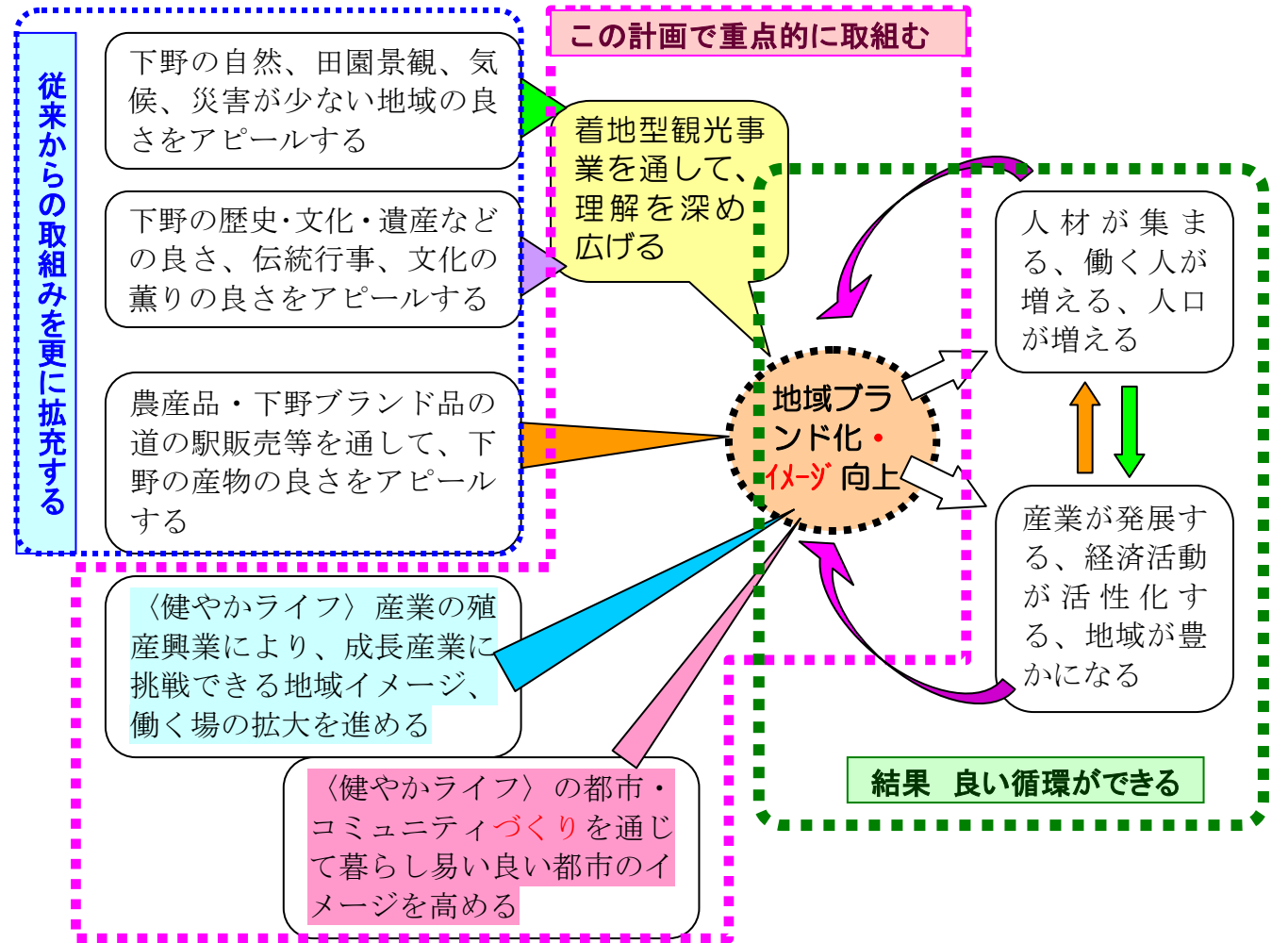
参考：「商店街パティオ事業」とは、パティオ部分が敷地面積の3分の1以上を占める商店街整備を対象とした国の高度化資金のメニューの一つ。5人以上の中小小売業者が事業協同組合を設立し、500平方メートル以上の敷地で商店街を形成するのが条件となっている。

【第1節 産業振興の将来像 ○〈健やかライフ〉を育む産業都市づくり】
 【第2節 基本目標 目標② 〈健やかライフ〉の関連産業（食、住、医・薬、ケア・余暇等）を地域ブランドの核となる産業として大きく育てる】

□〈健やかライフ〉産業の展開イメージ



【目標③ 〈健やかライフ〉を通して、人材の参集・定着化を進める】



第5章 施策と具体的な取組 に関する説明資料(1)

| 施策の柱 | 基本施策 | 重点施策▼ | 個別事業 | 施策説明・事業等の例示 | |
|-------------------------|--------------------------------|-----------|------------------------------|---|---|
| (1) 商工業の基盤強化・活性化 | ① 中小企業の活性化 | ● | ア. 経営相談の拡充・認定コーディネーター(仮) | 市が認定するコーディネーターが提案型経営相談を通じ、企業提携等に取り組み、経営体力を強化する | |
| | | | イ. 制度融資等の活用 | 制度融資、市独自融資等を活用し、経営体力強化や事業の拡大に取り組む企業を支援する | |
| | | | ウ. 公共調達に地元中小企業を活用 | 災害対応、住民生活支援等の役割を果たすよう、地元企業を活用する公共調達の仕組みを検討する | |
| | | | エ. 地域内の消費活動の促進 | プレミアム品券の発行、しもつけポイント倶楽部への支援 | |
| | ② コミュニティの拠点となる商業等の再生 | ● | ア. 商店街活性化の研究・活動支援 | 「商店街」の有志が共同して活性化の調査・研究、活動を行う場合、アドバイザー派遣等の支援を行う | |
| | | | イ. 買い物環境の整備 | 街灯の管理、定期的清掃活動、花いっぱい活動などに対する支援を行う | |
| | | | ウ. コミュニティ拠点商業などモデル支援制度 | アの研究結果に基づき纏めた、コミュニティ拠点商業等の環境整備プラン案が適切な場合、モデル事業として、用地の税減免や、整備費用補助等の支援を行う | |
| | | | エ. コミュニティビジネス担い手の発掘・育成 | 先行起業家を講師に、コミュニティ・ビジネス起業講座、女性の創業講座(仮)等を開催し、実践ノウハウ伝授、地域の人脈づくりなど、実践への支援を行う。対象は個人に限らず、市内外から中小企業も受入れる。 | |
| | ③ 地域ニーズに応える新たな産業・コミュニティビジネスの振興 | ● | イ. コミュニティビジネス等創業支援 | 空き店舗活用など事業用施設の確保支援、地域・関連事業者紹介などサポートを行う | |
| | | | ア. 市内産業間の連携強化 | 団地立地企業相互や、市内の事業サービス業、運送業等との連携に繋がる交流機会を拡充する | |
| | | | イ. 既存工場等の周辺環境改善支援 | 工場敷地外周の環境イメージアップを図る場合、緑化率の軽減、生垣等整備費一部助成等の支援を行う | |
| | | | ウ. 遊休化工場敷地等の有効活用を促進 | 市内工業団地等の未利用地など遊休化用地、施設等を把握し、新規企業立地などに有効活用を促す | |
| | (2) 新たな産業の誘致・育成 | ① 企業誘致の推進 | ● | ア. 企業誘致方針の策定 | 優れた自然環境や企業立地条件を活かし、地域に相応しい産業業種の発展を図るため、「企業誘致方針」として、誘致業種、立地誘導エリア、立地規制業種、立地助成策、立地企業優遇策等を定める |
| | | | | イ. 企業誘致活動の拡充 | 企業立地環境の紹介を充実(Web動画)、立地担当者向け市内見学ツアー実施、企業DM+アンケート実施 |
| | | | | ウ. 工場適地の探索・適地指定 | 遊休化工場用地や、新たな工場適地を探索し「工場適地指定」を図る |
| | | | | エ. 工業団地、適地の関連インフラ整備 | 既存工業団地や工場適地について、関連インフラ(道路、排水路等)へのニーズを把握し整備を行う |
| ② 医療・福祉系産業の誘致・育成 | | ● | ア. 医療・福祉系産業に取り組む事業者・企業の態勢づくり | 自治医大と附属病院と連携して、〈健やかライフ〉に関連する諸産業の集積地づくりを進める。その一歩として、連携態勢づくり(自治医大協力会(仮)、講演会開催等)を進める。 | |
| | | | イ. ベンチャー人材・企業の誘致 | 〈健やかライフ〉産業の起業に取り組むベンチャー人材・企業を誘致し、速やかな産業集積づくりを図る。小規模なベンチャーの立地を促すため、共同利用型のラボ・オフィス施設の設置(借上げ整備)を検討する。 | |
| ③ 田園都市レジャー系の産業育成・支援 | | ● | ア. コミュニティ・ホテル、オーベルジュ等の育成 | 田園都市の特性を活かした地域密着型の宿泊施設を育成し、田園景観、農産物の地産地消、歴史文化体験、健康増進等を結びつけた田園都市に相応しい産業展開を可能にする。 | |
| | | | イ. 農業体験・園芸療法等のビジネス育成 | 田園都市の特性を活かしつつ、農業体験、園芸療法等の指導などを産業化できるようにする | |
| ④ 居住機能等の立地再編を進める産業態勢づくり | | ● | ア. 居住機能等の立地再編ビジネスの育成 | 独居老人、空き家・空き店舗化などの地域変化に対応して、住み替え、廃屋撤去等を円滑に進める不動産業や建設業等の取組みが必要になるので、関連産業が連携した態勢を作れるよう、講演・講習等により、担い手人材・組織の育成を図る。 | |
| | | | イ. 立地再編ビジネスへの支援 | 優良事業者の認定、市民広報、モデル事業制度等の支援策を検討する。 | |

注1) コミュニティ・ビジネス (Community Business、略称 CB) とは、地域が抱える課題を地域資源を活かしながらビジネス的な手法によって解決しようとする事業のことである。例) コミュニティ・カフェ (交流の場)、共同保育室、パソコン教室、グループホーム等

第5章 施策と具体的な取組 に関する説明資料(2)

| 施策の柱 | 基本施策 | 重点施策▼ | 個別事業 | 施策説明・事業等の例示 |
|------------------|---------------------|-------------|-----------------------------|---|
| (3)地域ブランドの創出・展開 | ①農商工連携等による下野ブランドの展開 | ● | ア.下野ブランド品の拡充・普及 | 新たなブランド品の発掘・開発のため、ブランド品開発への助成制度を設け、開発の取組みを促進 認定下野ブランド品の購買促進のPR活動を拡大・強化する |
| | | | イ.一般参加の企画コンペ制で拡大PR | 市内外の一般市民も参加できる下野ブランド品候補の企画提案を募集し、有望な企画について表彰や、専門業者による製品化に結びつける制度を設け、募集から表彰までのイベントを行い、PRに役立てる。 |
| | | | ウ.しもつけ道の駅等の活用拡大 | しもつけ道の駅を始め、展示や販売に利用できる鉄道駅等の施設や、イベント機会の活用を進める |
| | ②着地型観光事業の展開促進 | ● | ア.着地型観光事業者の市認定制度を設ける | 下野市のイメージアップ＝地域ブランドを高めるには、着地型観光事業者が、情報発信、集客に活躍することが効果的であるため、市の認定制度を設け、ツアープランナー等を育成する。 |
| | | | イ.着地型観光事業者によるツアー集客等の促進・支援 | 着地型観光事業者による、ツアー客の集客情報発信によって、地域の魅力・ブランド力が高まるので、積極的に奨励し、必要な情報提供などの支援を行う。 |
| | | | ウ.着地型観光事業者による食事処、土産物等の開拓を促す | ツアー客の休憩所、食事処、土産物等は、着地型観光事業者が事前準備の中で開拓することになるので、積極的に奨励し、必要な情報提供などの支援を行う。 |
| | ③拠点施設の有効活用 | | ア.観光客の休憩、飲食できる場を整備 | グリムの館、天平公園など、本市を代表する施設について、観光客が立寄り、休憩、飲食等できる場所として整備し、魅力的な田園都市のシンボルとして地域のイメージアップを図る。 |
| | | | イ.施設の利用ルール等の整備 | 経済活動での利用ができ易いように、利用時間帯、施設管理・利用許可のルール、整備の費用を回収する利用料金設定等を定める。 |
| | (4)雇用・就業機会の拡充 | ①就業支援の充実・強化 | | ア.市民の個別相談への対応 |
| イ.市内中小企業の合同説明会等 | | | | 就業希望者に比較可能な採用情報などを提供するため、合同説明会、一括資料提供等を図る |
| ウ.高齢者の雇用、就業機会の確保 | | | | |
| ②人材育成の教育・訓練 | | ● | ア.市内企業へのインターン制度 | 採用側と就職希望者が相互に適性を判断できるように、市内企業へのインターン就業する機会を設けるよう、企業への依頼等を進める。 |
| | | | イ.人事担当者による帰郷就職講座など | 広域連携により、地元企業が人材採用に当たって何を評価するかなどを就活者に理解を促すため、企業の協力を得て、人事担当者等による就活講座の開催を図る |
| | | | ウ.職業能力の開発支援 | |
| ③起業等による就業の支援 | | | ア.起業による就業支援の講座開催 | 先行起業者を講師として招き、起業講座などを通して、自ら事業を起こし就業する道を理解し、必要なノウハウ、スキルを習得できる機会を設ける |
| | | | イ.事業継承の支援 | 小商店などで、事業主が高齢で跡継ぎがない場合など、事業見習いから入って、事業を引き継ぐ方法もあるので、その希望者を募り、仲介する等の支援を図る |

注2)「地域ブランド」とは、地域を主にマーケティング的な側面から捉えたときの、地域イメージの総体であり、特色ある良い地域イメージづくりを狙いとして、地域ブランドの確立・ブランディングが提唱される。ブランディングとは、顧客の視点から発想し、ブランドに対する共感や信頼など顧客にとっての価値を高めていく企業と組織のマーケティング戦略のひとつ。ブランドとして認知されていないものをブランドへと育て上げることなど。

注3)着地型観光とは、観光客の受け入れ先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する新しい観光の形態である。主に都会にある出発地の旅行会社が企画して参加者を目的地へ連れて行く従来の「発地型観光」と比べて、地域の振興につながると期待されている。着地型観光に対応して、旅行業法で、地域限定のツアーを募集・催行できる第3種旅行業や地域限定旅行業が規定されている。