

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	商工観光政策課
	施策No.	2	施策名	商工業の振興	重点施策	○	施策主管課長名 細山田 孝文
施策関係課名		企業振興課、観光課					

1 施策の目的と指標		
対象(誰、何を対象としているのか)	人や自然資源等	対象指標(対象の大きさを表す指標) 数字は記入しない
商工業者・従事者	A	商工業の事業所数
	B	商工業の従業者数
	C	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)		成果指標(意図の達成度を表す指標) 数字は記入しない
経済的に豊かになる	A	生産額
	B	所得額
	C	豊かになったと感じる商工業者・従事者の割合
	D	
	E	
	F	

右上の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)	基本計画期間における施策の目標設定(2-)の根拠
<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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</p>	<p>・「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。</p> <p>・「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。</p> <p>・「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。</p>

2 指標等の推移											
	単位	数値区分	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度(目標年度)
対象指標	A 事業所	見込み値			4,200		4,150		4,100		4,050
		実績値	4,242		4,527		未確定				
	B 人	見込み値			43,000		43,000		43,000		43,000
実績値		42,709		49,019		未確定					
成果指標	A 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	383,584	393,061	403,490							
	B 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	298,198	305,246	315,691							
C %	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			18.4		10	17.1					
D	成り行き値										
目標値											
実績値											
E	成り行き値										
目標値											
実績値											
F	成り行き値										
目標値											
実績値											

3 基本計画期間における施策の方針(総合計画書より)											
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。											

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 (市民が自助でやるべきこと、地域やコミュニティが共助でやるべきこと、行政と協働でや
<p>国</p> <ul style="list-style-type: none"> 国の整備により中心市街地の空洞化を阻止する。 商工業者に対する資金援助や費用補助を行う。 商工会議所や商工会、商店街に対する費用補助を行う。 <p>市</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 立地企業への支援を行う。 	<p>商工業者(自助)</p> <ul style="list-style-type: none"> 経営の自助努力を図る。 個性のある製品、商品を開発導入する。 生産、販売の拡充を図る。 まちの活性化に貢献する。 <p>商工会議所や商店街(共助)</p> <ul style="list-style-type: none"> 商工業者に対する経営改善指導を行う。 まち全体の買い物客の誘引を図る。 一店逸品運動の推進を図る。 まちの活性化を地域と共に推し進める。 <p>住民(地域)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地元の製品や商品を積極的に購入する。
<p>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?(平成24年度を見越して)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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、市が商業地と認可し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。 セーフティ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。 大型店が新たに2店舗進出した。(プレスポ、AZ) 	<p>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?</p> <ul style="list-style-type: none"> 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をしてほしい」「アーケード街を整備して旧寿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 施策の評価(成果水準の振り返り)		左記の背景として考えられること(根拠となる実績値、判断理由など)
施策の目標達成度(平成20年度目標と実績との比較)		
結果	目標達成 (目標値より実績値が110%以上)	<p>豊かになったと感じる人の割合については、17.1%であったことから、目標値を少し下回ってはいるが、平成19年度の10.0%より大きくアップし、目標をほぼ達成した。</p>
	目標をほぼ達成 (目標値より実績値が90%以上110%未満)	
	目標を未達成 (目標値より実績値が90%未満)	
成果指標		
A	生産額 目標値と比較して実績値が 95% であった。	
B	所得額 目標値と比較して実績値が 95% であった。	
C	豊かになったと感じる商工業者・従事者の割合 目標値と比較して実績値が 95% であった。	
D		
E		

6 施策の現状	
<p>施策の基本方針の達成状況</p> <ul style="list-style-type: none"> 商工業者の安定経営のために各種支援を図っている。 立地企業への支援を行っている。 	<p>施策の平成24年度目標達成見込み</p> <p>世界的な経済不況の中、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、現状を維持しつつ、経済の回復を待ちながら目標を達成することが可能である。</p>

8 平成22年度の施策の基本方針
(課題解決に向けた取り組み方針)

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。

7 施策の課題	
<p>基本計画期間で解決すべき課題(総合計画書より)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 	<p>平成22年度に取り組むべき課題</p> <ul style="list-style-type: none"> 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必要がある。 商工業者に対して経営支援の充実を図る必要がある。

1 基本事業の目的、取組み方針			
基本事業	基本事業名	基本事業主担当課	基本計画期間における取組み方針 (総合計画書より)
3-2-1	商工業者に対する経営支援	商工観光政策課	<ul style="list-style-type: none"> ・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	数値区分	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成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	2,715	2,768	2,856	3,009	3,025					
B			成り行き値										
			目標値										
			実績値										
C			成り行き値										
			目標値										
			実績値										

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20年度の基本事業の振り返り(目標達成度評価)と平成22年度に向けての課題
 世界規模の経済不況のため、本市においては、平成20年12月に緊急経済対策本部を立ち上げ、中小企業経営安定化対策として、商工業資金借入に係る利子補給率の引き上げや、信用保証料に対する助成制度を創設する等、商工業者への経営支援の強化を行った。しかし、商工業資金借入に係る利子補給率の引き上げや、信用保証料に対する助成制度は時限的なものであり、今後も経済不況が続いた場合の既存の支援策の対応や、さらなる経営支援策の創設等を行うことが必要となってくる。

5 基本事業の平成22年度の方針
 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。

6 平成22年度の基本事業の重点「対象」・「意図」

対象	・商工業者 ・商工会議所・商工会
意図	経営を維持することができる。 商工業者に対して適切なアドバイスを行う。

1 基本事業の目的、取組み方針			
基本事業	基本事業名	基本事業主担当課	基本計画期間における取組み方針 (総合計画書より)
3-2-2	買い物のしやすい環境の確保	商工観光政策課	<ul style="list-style-type: none"> ・街路灯の設置や修繕を行う商店街の通り会に対し、事業補助を行います。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。 ・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。

対象	商工業者・従事者・市民	意図	・商店街・通り会が賑わう。 ・環境が整い買い物がしやすくなる。
----	-------------	----	------------------------------------

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	数値区分	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成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	15.7	16.6	14.7	13.9	18.5					
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	71,307	73,427	86,214	107,646	134,219					
C			成り行き値										
			目標値										
			実績値										

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20年度の基本事業の振り返り(目標達成度評価)と平成22年度に向けての課題
 世界的な経済不況に伴い、廃業や規模縮小による空き店舗率の上昇がみられた。大規模店舗の売り場面積については、フレスポやAZが進出し、売り場面積が増えた。また、緊急経済対策の一環として、商工会議所・商工会が「プレミアム付き商品券」を発売し好評を得た。今後は、商工会議所や商工会と連携して集客のための各種イベントの開催やTMOを活用し空き店舗の対策を図っていく必要がある。
 TMOとは、タウンマネジメント機関の略で、中心市街地における商業まちづくりをマネジメント(運営・管理)する機関をいう。

5 基本事業の平成22年度の方針
 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。

6 平成22年度の基本事業の重点「対象」・「意図」

対象	商工業者
意図	商店街が賑わう。

1 基本事業の目的、取組み方針			
基本事業	基本事業名	基本事業 主担当課	基本計画期間における取組み方針 (総合計画書より)
3-2-3	ブランド化の推進	観光課	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													
成果指標名	単位	成果指標の測定方法	数値区分	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度 (目標年度)	
A	個	霧島ブランド会議での認定件数	成り行き値					0	0	0	0	0	
			目標値					0	1	2	3	4	5
			実績値					1	1				
B			成り行き値										
			目標値										
			実績値										
C			成り行き値										
			目標値										
			実績値										

3 基本計画期間における基本事業の目標設定の根拠
 霧島市の商品を「霧島ブランド」と認定し商品に付加価値を付けることで、商品としての競争力が高まる。本市を全国にPRでき、商工業が活性化することから、「霧島ブランド」の認定件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20年度の基本事業の振り返り(目標達成度評価)と平成22年度に向けての課題
 平成20年度は、農政課、特産品協会、観光課が連携して霧島市の商品を「霧島ブランド」に認定する霧島ブランド会議が発足した。今後は同会議の発足によって「霧島ブランド」の認定が効率的に行われると思われる。
 霧島ブランド会議の運営を霧島市特産品協会や霧島市観光協会等へ委託して、民間業者等を巻き込んでいけるかが今後の課題である。

5 基本事業の平成22年度の方針
 霧島市の商品の競争力を強化するために商品に「霧島ブランド」という付加価値を付ける必要がある。霧島ブランド会議を積極的に活用し認定に努める。

6 平成22年度の基本事業の重点「対象」・「意図」

対象	霧島市特産品協会
意図	霧島ブランドの指定のための連携を図る。

1 基本事業の目的、取組み方針			
基本事業	基本事業名	基本事業 主担当課	基本計画期間における取組み方針 (総合計画書より)

対象		意図	
----	--	----	--

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	数値区分	平成16年度	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度 (目標年度)	
A			成り行き値										
			目標値										
			実績値										
B			成り行き値										
			目標値										
			実績値										
C			成り行き値										
			目標値										
			実績値										

3 基本計画期間における基本事業の目標設定の根拠

4 平成20年度の基本事業の振り返り(目標達成度評価)と平成22年度に向けての課題

5 基本事業の平成22年度の方針

6 平成22年度の基本事業の重点「対象」・「意図」

対象	
意図	