

第5回下野市産業振興計画策定委員会

日時 平成27年1月20日(火)

午前10時から

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素案について

①前回会議からの変更点について

- ・第3章第3節 市内産業経済を巡る課題
- ・第4章 新しい産業社会のすがたと産業政策の基本テーマ
重点施策
- ・第5章 これからの産業振興と具体的な取組み
めざす数値目標

②第5章 基本目標3、4及び第6章 計画の推進について

(2) 今後の予定について

- 1月～2月 パブリックコメント実施
- 2月～3月 第6回産業振興計画策定委員会

(3) その他

4. 閉 会

下野市産業振興計画
(素案)

平成27年 月

下野市

はじめに

わが国においては、経済のグローバル化が進展するとともに、長らく続くデフレ環境の中、安部首相のいわゆる「アベノミクス」政策により、経済再生の実現に向け取組みを進めてきたところであります。

下野市においては、下野市総合計画で定めた将来像「思いやりと交流で創る 新生文化都市」の形成を目指し、市民生活を支え、地域社会の発展に寄与する産業を育成・支援し、新たな雇用を創出することが強く求められております。



このような状況をふまえ、本市の産業振興の目指すべき方向性を明らかにし、各種課題への対応や計画的な産業振興を推進するために「下野市産業振興計画」を策定いたしました。

計画では、下野市のもつ地域資源である自然や社会環境を活かし、医療・福祉系産業などを含めた多様な産業を育成するとともに、起業・創業への支援や事業者間等の連携強化などの事業展開や、コミュニティビジネスなどの新たな産業の芽を創出・育成する取組みなど地域活力の源である市内産業の発展を目指すものであります。

計画の実施に当たりましては、市民の皆様をはじめ各事業者・企業、商工会及び行政が連携し展開することにより、実現してまいりたいと考えておりますので、皆様方の一層のご協力をお願い申し上げます。

終わりに、この計画の策定に当たり真摯なご議論をいただきました「下野市産業振興計画策定委員会」委員の皆様にご心から感謝を申し上げます。

平成27年 月

下 野 市 長 広 瀬 寿 雄

目 次

第1章 計画策定の趣旨	
第1節 計画の目的	3
第2節 計画の位置付け	3
第3節 計画の期間	4
第4節 計画策定の体制	4
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	7
第2節 社会経済情勢	9
第3節 国・県の産業政策等の動向	13
第3章 産業の現状と課題	
第1節 産業経済全般の状況	19
第2節 産業別の現状と課題	30
第3節 市内産業経済をめぐる課題	47
第4章 新しい産業社会のすがたと産業政策の基本テーマ	
第1節 下野市の新しい産業社会のすがた	53
第2節 産業振興の基本テーマ	54
第3節 基本テーマと基本目標	57
第4節 基本目標と施策	58
第5節 基本的な取組みの方針	60
第5章 これからの産業振興と具体的な取組み	
めざす数値目標	63
基本目標 1. 商工業の基盤強化・活性化	65
基本目標 2. 新たな産業の誘致・育成	72
基本目標 3. 地域ブランドの創出・展開	77
基本目標 4. 雇用・就業機会の拡充	80
第6章 計画の推進	
第1節 計画の推進体制	87
第2節 計画の点検・評価	87

第1章 計画策定の趣旨

第1節 計画の目的

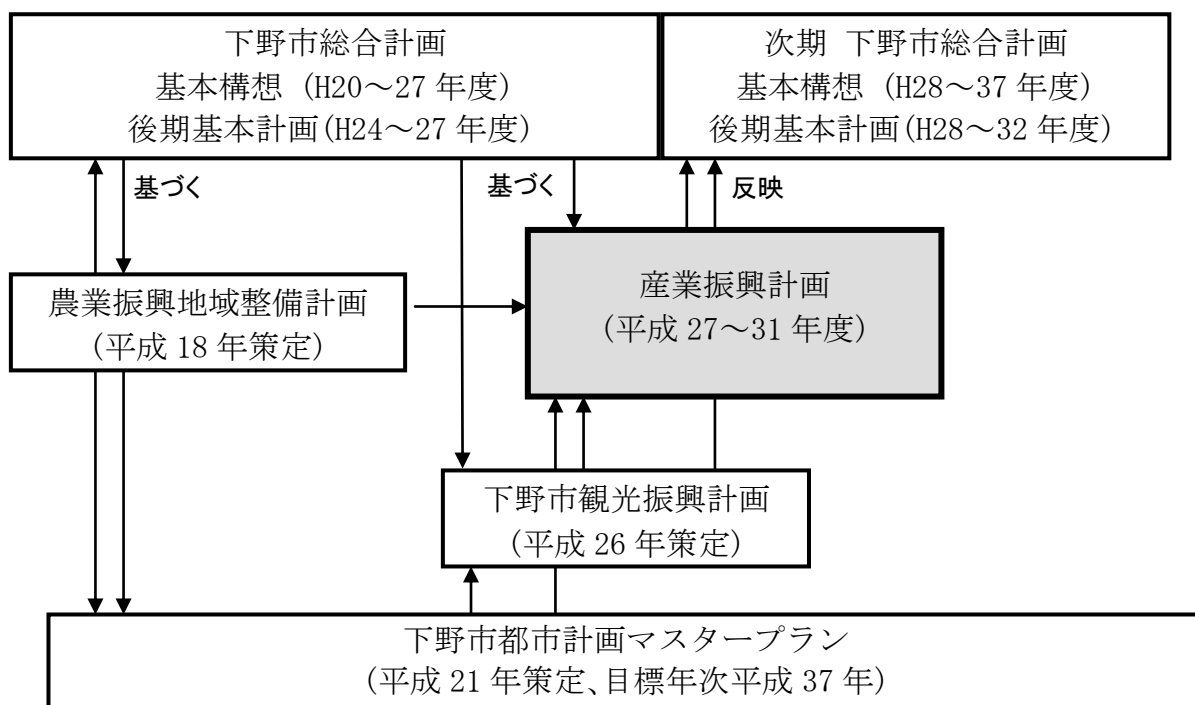
産業の振興は、市民生活を支える基盤であるとともに、地域の魅力を高め、活性化させる重要な役割を担っています。

下野市産業振興計画（以下、本計画）は、本市産業の現状把握と分析から導き出された課題の解決に向け、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、新たな産業を育むことにより、地域の活性化を図ることを目的として策定するものです。

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下野市総合計画をはじめ、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す。

図 1-1 産業振興計画の位置づけ



第3節 計画の期間

本計画の計画期間は、平成27年度～平成31年度の5年間とします。

第4節 計画策定の体制

本計画の策定にあたっては、産業振興計画策定委員会で検討しました。

また、市内事業者等の意見・要望を把握するため以下のアンケート調査を平成26年7月～8月に実施しました。

アンケート調査の概要

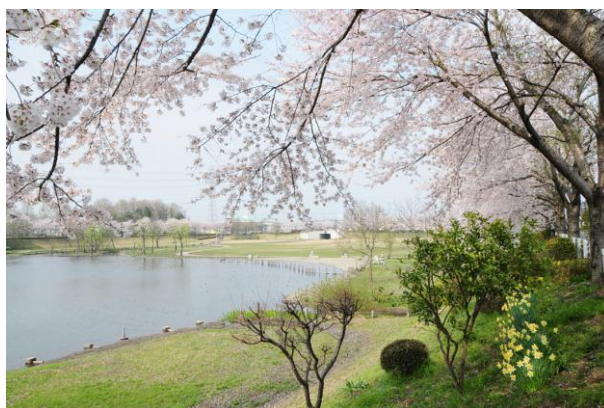
種別	対象者	配布数	回収数（回収率）
商工会員アンケート調査	商工会員	1,067	449（42.2%）
立地企業アンケート調査	工業団地等の立地企業	87	51（58.6%）
自治医科大学・同付属病院 関係者アンケート調査	関係者	100	62（62.0%）

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

1. 自然

本市は、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で、水田や畑作農業が営まれ市域面積の5割余りを田畑が占めています。所々に点在する平地林や集落などを合わせて醸し出す田園景観は日光連山の眺望も良く、優れた景観資源となっています。

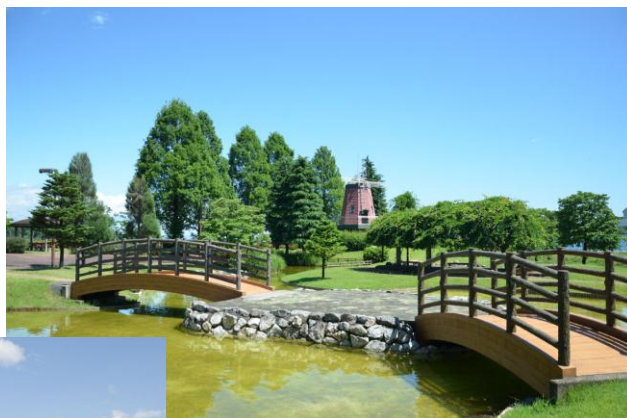


2. 歴史

古代には下野薬師寺や下野国分寺・国分尼寺が、江戸時代には日光街道の宿場町が置かれ、現在は自治医科大学・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です。

また、ドイツのディーツヘルツタールとの姉妹都市の締結により、グリム館などにはドイツ風の建物や風車などが整備され、特色ある地域文化の礎となっており、同時に、市民の誇りとなって豊かな郷土愛を育んでいます。

平成23年3月に、合併後の市民の一体感の醸成を図るとともに、本市のシテイセールスの拠点として、市内を縦断する新4号国道沿いに「道の駅しもつけ」が整備されました。市内産の新鮮な農産物やそれらを使用した加工品を中心とした物販の展開により、オープン以来、県内トップクラスとなる来場者を迎え入れています。



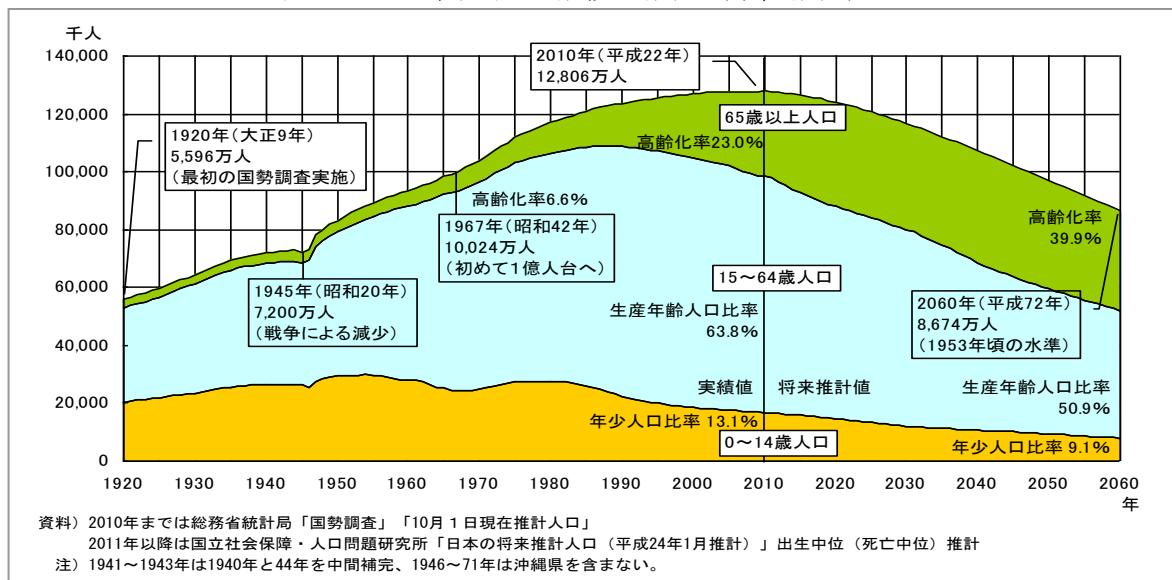
第2節 社会経済情勢

1. 人口、世帯の変化

我が国は2005年（平成17年）頃から人口減少社会に入り、引き続き少子高齢化が進行しています。

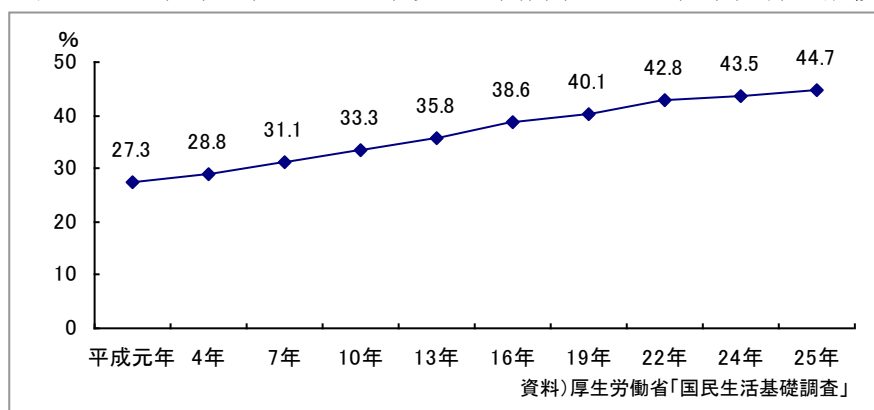
国立社会保障・人口問題研究所の「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」によれば、2010年（平成22年）の国勢調査は1億2,806万人と過去の国勢調査の中では最も多かったものの、2060年（平成72年）には8,674万人、現在の68%にまで減少すると予測され、年少人口（0～14歳）比率は13.1%から9.1%へ、生産年齢人口（15～64歳）比率も63.8%から50.9%へと大幅な低下が見込まれています。高齢比率は2010年（平成22年）の国勢調査で23.0%と世界一であり、2060年（平成72年）には39.9%、約2.5人に1人は高齢者になると推計されています。

図2-2 わが国の人口推移と推計（中位推計）



世帯については、核家族化と高齢化が重なり、単独世帯の増加、三世帯世帯の減少が続いています。65歳以上の高齢者のいる世帯は、平成25年全世帯の44.7%ですが、そのうち、夫婦のみの世帯が31.1%と最も多く、単独世帯と合わせると過半数を占めています。

図2-3 全世帯に占める65歳以上の高齢者のいる世帯割合の推移

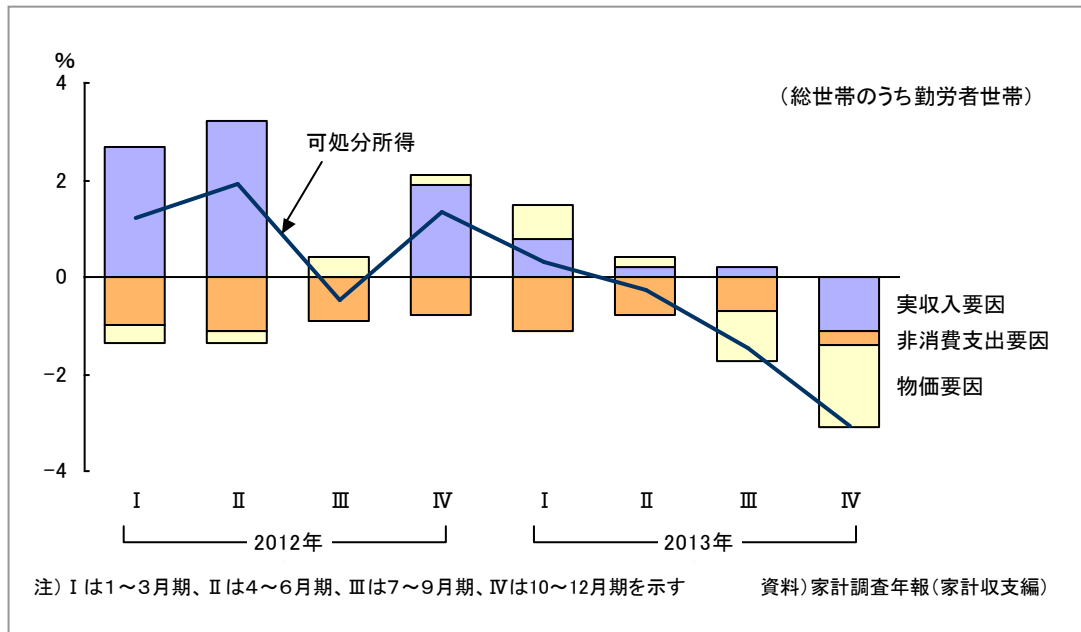


2. 経済・産業の状況

高齢化に伴い所得の減少や医療・介護費用の増加などから、可処分所得^{*}が減少して、消費支出が抑制されています。

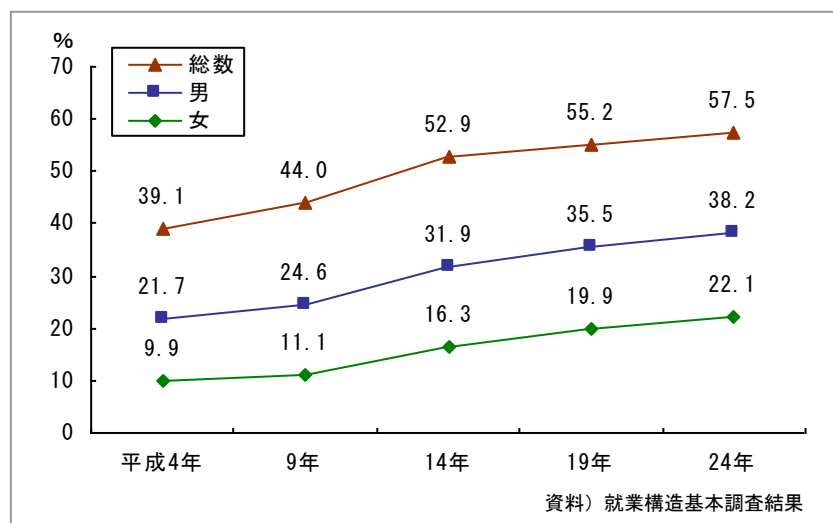
^{*}可処分所得：個人所得から支払い義務のある税金や社会保険料などを差し引いた残りの手取り収入であり、個人が自由にできる所得の総額。個人の購買力を測る際の一つの目安となっている。

図 2-4 可処分所得の四半期別対前年比同期実質増減率に対する要因別寄与度の推移



また、グローバル競争化による産業の盛衰に伴い、派遣社員・契約社員など不安定雇用が増大し、非正規の雇用者の割合が高まっています。平成 24 年における「雇用者（役員を除く）」に占める「非正規の職員・従業員」の割合は 38.2%で、男性は 22.1%、女性は 57.5%となっており、男女共に上昇が続いています。

図 2-5 雇用者に占める非正規の割合の推移



消費者のニーズや意識が物からサービスへシフトしていることも相まって、暮らし方の変化と産業の変化が絡み合っていて進んでいます。

情報・通信技術（ICT）の活用と宅配便物流の普及により、通信販売・ネット購入が増え、大型小売店への集約化やコンビニエンスストアの地域展開で、地域商店街が衰退するなどの状況が全国的に生じてきました。

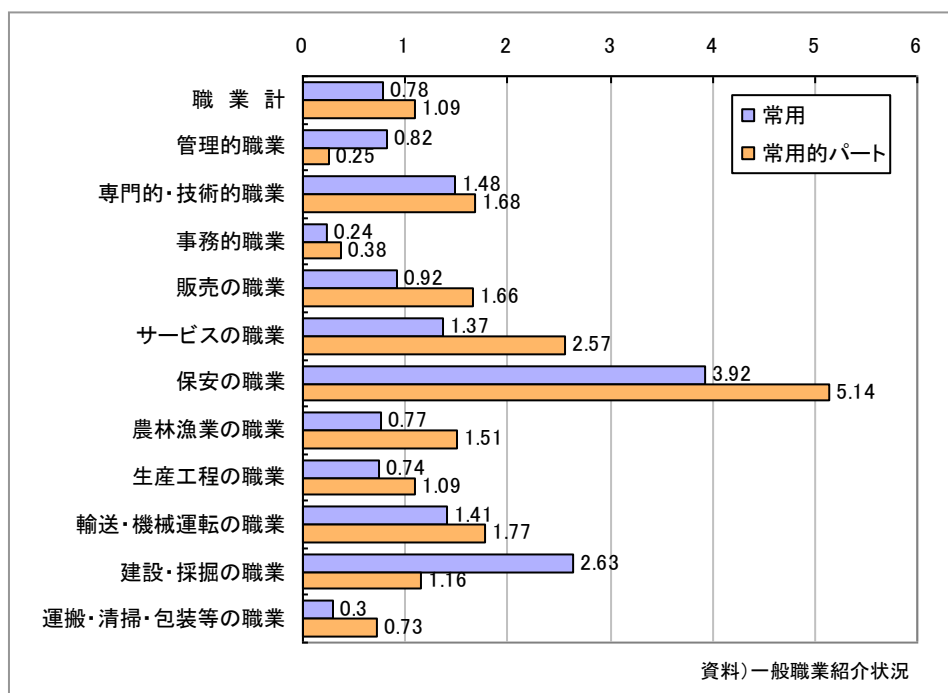
産業についても、ICTにより、機械式カメラからデジタルカメラへ、さらにスマートフォン搭載カメラへの変化に象徴されるように、アナログ製品・アナログ産業が衰える一方、ネットゲーム等インターネット世界の産業が成長するなど、様々な産業が盛衰する大きな変化が進んでいます。

3. 雇用の状況

雇用面でも、ICTによる事務処理負担の大幅軽減から事務職の削減が進むなど、希望職種と求人職種が異なる、雇用のミスマッチが生じています。そのほか、若者の大企業正社員就職志向に対して求人は期間契約型が多く、中高年の就業希望に対して企業は若者採用指向といったミスマッチが多く生じています。

平成25年度の有効求人倍率は職業計(全体)では常用が0.78と1を割込む一方、常用的パートには1.09と求職者数を求人が上回り、雇用形態のミスマッチがあります。また、職業別では、管理的職業、事務的職業及び運搬・清掃・包装等の職業については、常用及び常用的パートいずれも求人倍率が低く、求職者は多いが求人数が少ない職業別のミスマッチがあります。

図 2-6 職業別有効求人倍率（平成25年度）



4. 新しい変化の芽

最近、地域社会の問題をビジネスの手法で解決しようとする取組みが各地で若者等により始まりつつあります。地域における人々の触れ合い、見守り、子育て、助け合い等をコミュニティ・ビジネスにしたり、耕作放棄地や空き家などを地域資源として貸し農園、貸し別荘に活用するソーシャル・ビジネス等が普及しつつあります。

また、インターネットを利用し、商品や地域の情報発信で所得を得る個人ビジネス、農産物や生鮮魚介類を通信販売する生産者、サテライトオフィス勤務など、地方で大都市の消費者や企業と連携して生活できる産業・職業生活スタイルが広がり始めています。

第3節 国・県の産業政策等の動向

1. 国の産業政策等の動向

国は、経済の好循環の実現として、日本の稼ぐ力の強化と中小企業等の活性化などをあげ、人口減少下での地域経済再生5つの戦略として、「地域の産業集積の競争力向上」、「地域発ベンチャーの創出」、「地域サービス業の生産性向上・市場創出」、「地域のブランド化」、「生活サービスの確保と地域経済圏の再構築」をあげています（経済産業省「平成27年度経済産業政策の重点」、平成26年8月）。

（地域内発型の産業振興）

先年より、中小企業地域資源活用プログラム（2007年より）、農工商等連携促進法（2008年制定）など、地域内発型の産業振興を促す政策を進めてきています。

（中小企業の支援）

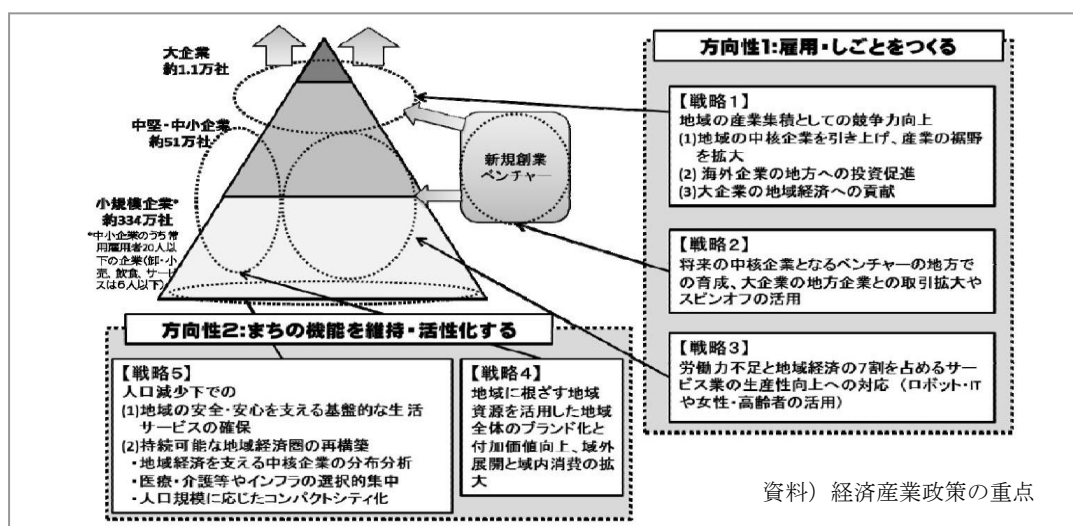
中小企業を支援する観点から、「中小企業憲章」を閣議決定（2010年）し、医療、福祉、情報・通信技術、環境・エネルギーなど成長分野で力が発揮され、未来を切り拓く担い手となる中小企業を支援し、起業を増やし、挑戦を促し、公正な市場環境を整え、セーフティネットを整備する方針を示しています。

さらに、2014年の6月には、小規模企業の技術やノウハウの向上、安定的な雇用の維持等を含む「事業の持続的発展」を掲げた「小規模基本法」（正式：小規模企業振興基本法案）の施行、同年9月には、商工会・商工会議所を中心とした地域の連携によって小規模事業者の経営支援を行う等、支援体制づくりを整備しようとする「小規模支援法」（正式：商工会及び商工会議所による小規模企業者の支援に関する法律の一部を改正する法律案）の施行があり、地域の事業を地域ぐるみで支援する土壌が整いつつあります。

（先進モデルの支援）

国は、地域の創意による産業振興を支援するため、特区制度や、他地域のモデルとなるような事業に補助金を交付する企画提案型の認定事業を多く用いており、地域自治体の問題意識の高さや熱心さが試されています。

図2-7 人口減少下での地域経済再生 5つの戦略（平成27年度）



2. 栃木県の産業政策等

栃木県は、「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、航空宇宙産業、医療機器産業、光産業及び環境産業を重点5分野とし、これらの産業振興のため、産学官の協働、ネットワーク構築等を行い、各産業の協議会を軸に取り組みを進めています。

(1) 新とちぎ産業プラン

新とちぎ産業プランは、平成23年度から平成27年度までの5カ年計画です。県産業が目指す将来像を『明日を拓き成長する“とちぎ”の産業』とし、高い付加価値を創出する元気度日本一の産業を目指しています。県産業の10年後のイメージを次のように描いています。

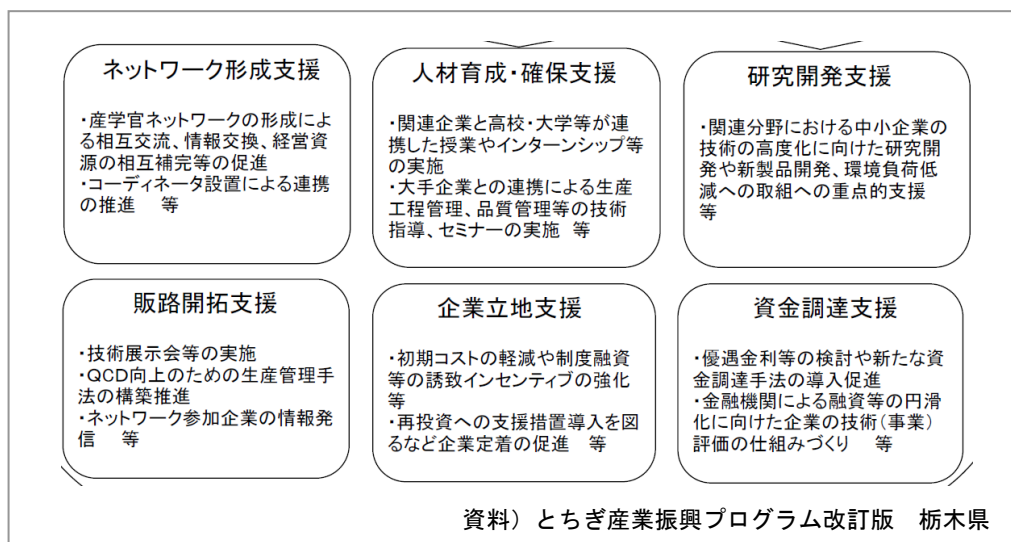
図2-8 これからの産業振興施策の方向と具体的な取組

- 1 “とちぎの産業”を取り巻く環境整備
 - (1) 企業の規模やニーズ等に応じた総合的な支援体制
 - (2) 産業資源・地域資源を活用するための効果的な連携と技術基盤の強化
 - (3) “とちぎの産業ブランド”の創出・発信
 - (4) 企業立地ポテンシャルの向上
 - (5) 雇用の確保
- 2 製造業
 - (1) 市場を開拓する積極的な事業展開
 - (2) 本県産業の“強み”を活かした集積の構築
 - (3) ものづくりを担う人材の確保・育成
- 3 商業・サービス業
 - (1) 個店の経営力の強化
 - (2) 地域力の強化
 - (3) マネジメント人材の確保・育成
- 4 観光産業
 - (1) 観光動向の多様化に対応した戦略的な誘客
 - (2) 外国人誘客対策の強化
 - (3) 観光を担う人材の確保・育成
- 5 食品関連産業 ～“フードバレーとちぎ”を目指して～

(2) とちぎ産業振興プロジェクト

- 振興分野： 自動車産業、航空宇宙産業、医療機器産業、環境産業、光産業
- 振興手法： 民間企業が参加する「産業振興協議会(仮称)」をつくり、事業展開を支援する。

図 2-9 支援方法 (平成 20 年 12 月)



第3章 産業の現状と課題

第 1 節 産業経済全般の状況

1. 産業の概況と可能性

(1) 市内総生産と市民所得

本市の産業経済活動を市内総生産で見ると、製造業の占める割合が最も高く、次いで不動産業、サービス業、対家計民間非営利サービス（私立学校や社会福祉など）、その他の多様な産業による経済活動が合わさる形で構成されています（図 3-1）。

本市は、従業者一人当たりの市内総生産は比較的少ないものの、一人当たり雇用者報酬が高く、また、下野市の一人当たり市民所得は、平成 23 年度で約 300 万円と県内でも高い水準となっています（図 3-2）。

図 3-1 下野市の市町村内総生産の状況

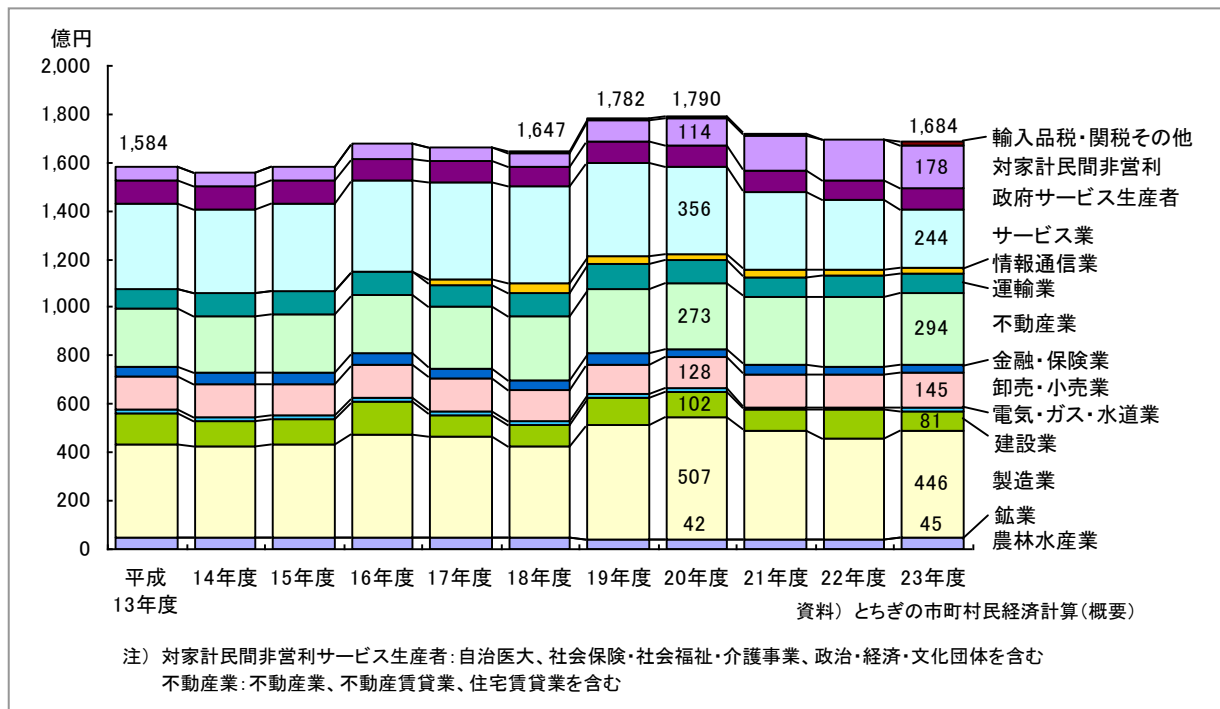
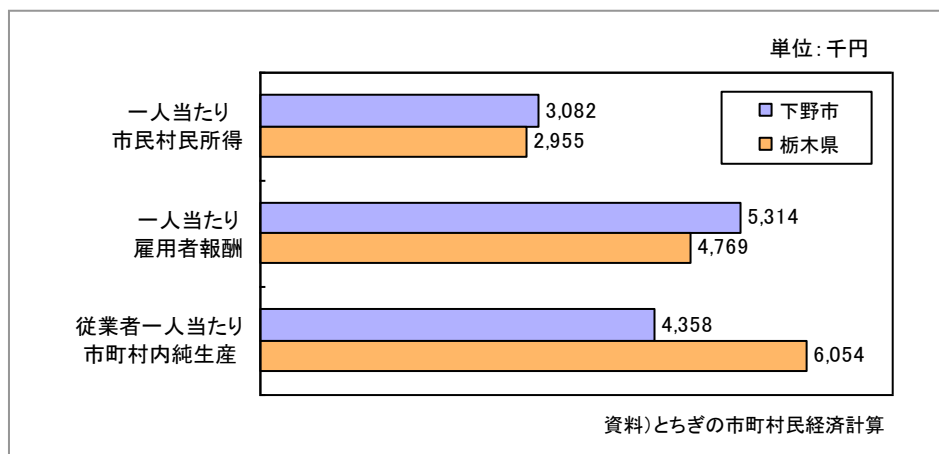


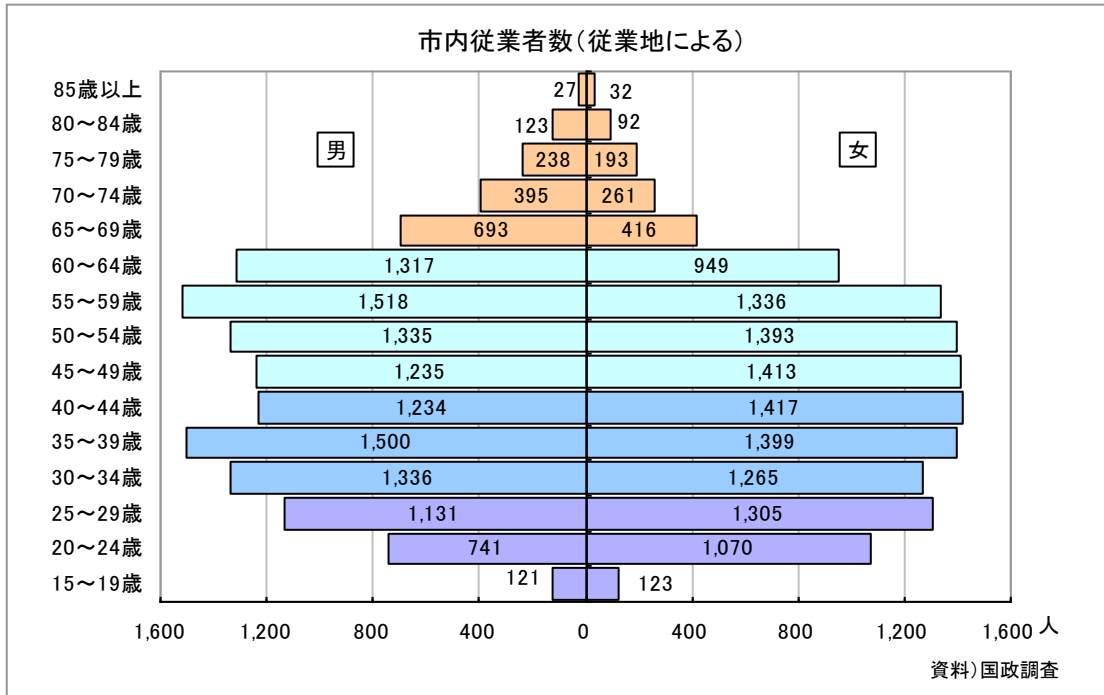
図 3-2 下野市の市民所得の状況（平成 23 年度）



(2) 就業と雇用

市内従業者の年齢構成は、50代以上の高年齢者が多く、20代以下が少なくなっています。今後、定年退職に伴い第2の就業の場を求める高年齢者が増える可能性と、退職者の穴を埋める雇用のため若年者への求人が増える可能性があります(図3-3)。

図3-3 市内従業者数(平成22年)



市内事業所の中では、常用雇用者が10人未満の中小規模の事業所が約8割を占めています。一方、従業者の約半数は30人以上の事業所で働いています(図3-4)。

図3-4 市内事業所・従業者数(平成24年)

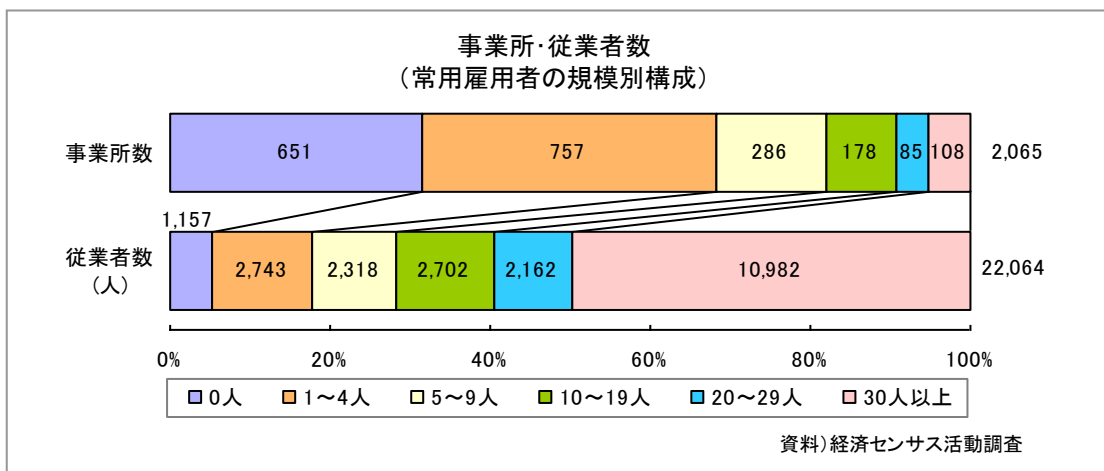


図 3-5 雇用者の内訳（平成 22 年）

単位：人、%

	下野市		栃木県	
		割合(%)		割合(%)
就業者総数(人)	29,480		977,126	
雇用者(人)	23,401	79.4	761,619	77.9
正規の職員・従業員	15,974	68.3	504,070	66.2
労働者派遣事業所の派遣社員	711	3.0	30,236	4.0
パート・アルバイト・その他	6,716	28.7	227,313	29.8

資料)国勢調査

就業者総数 29,480 人のうち、約 8 割は雇用者となっています。雇用者のうち正規の職員・従業員は 68.3%、次いでパート・アルバイト等が 28.7%、派遣社員が 3.0%となっています。こうした割合を県と比較すると、あまり差はありませんが、正規の職員・従業員については本市が上回ります（図 3-5）。

（3）可能性

下野市は平坦で災害の少ない土地であり、多種多量の農産物が生産され、新 4 号国道や J R 宇都宮線が南北に縦断する等、優れた交通条件、さらに、自治医大・同附属病院等が存在し、様々な産業の進出や発展の可能性を秘めています。

また、「道の駅しもつけ」は、年間約 250 万人の集客があり、この新 4 号国道沿道に集客施設の立地可能性があります。

グリムの館、国分寺・国分尼寺跡等の史跡など、他にも潜在的な集客力を持つ多彩な地域資源があり、その活用による産業振興の可能性にあります。

さらに、我が国の社会経済動向では、産業構造等が変化し、医療・介護などの健康関連分野をどう成長産業に変えていくかが問われています。本市には、自治医科大学・同附属病院が立地し、市内に多様な業種もあることから、医療や福祉の成長産業を市内で発展させる可能性があります。

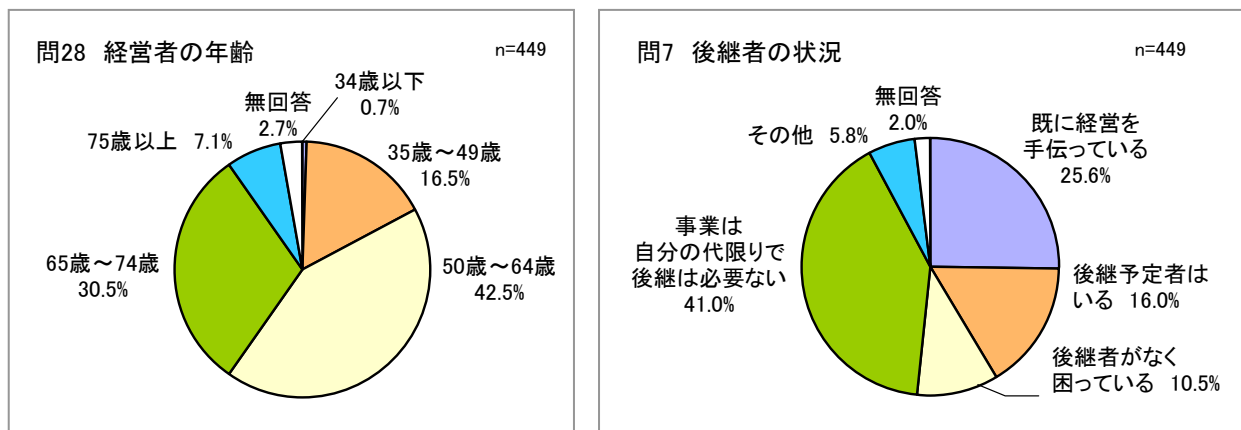
2. 事業者のニーズ

—商工会員アンケート調査より—

(1) 経営の状況

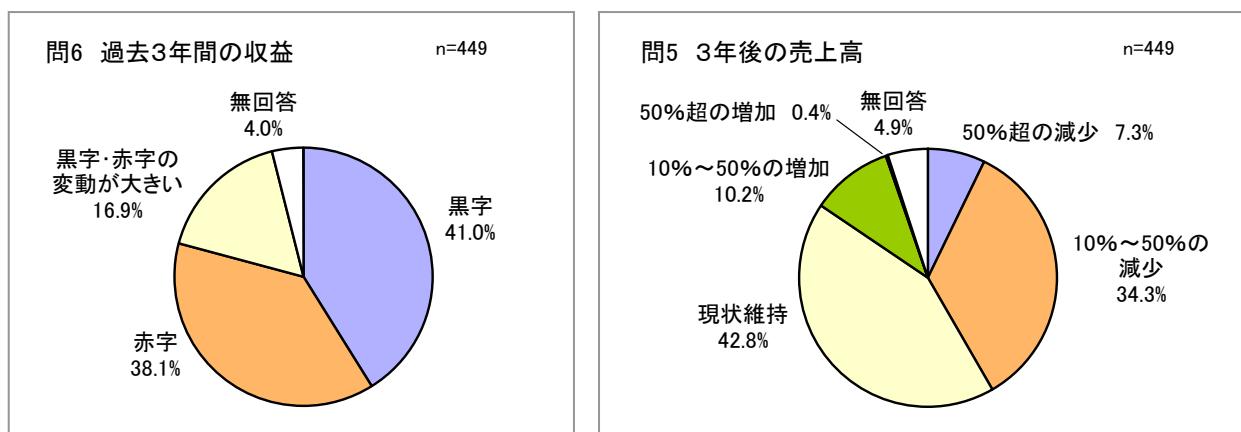
市内商工業の経営者は、50歳～64歳が42.5%、65歳以上が30.5%と中高年者が大部分で、「事業は自分の代限りで後継者は必要ない」(41.0%)や、「後継者がなく困っている」(10.5%)など、事業継続が不安な事業者が半数を占めています(図3-6)。

図3-6 経営者の年齢と後継者の状況



経営状況では、過去3年間の収益が赤字の事業者が38.1%、黒字が41.0%と拮抗し、3年後の売上高が「10%～50%の減少」とみる事業者が34.3%など、厳しい経営が多くあります(図3-7)。

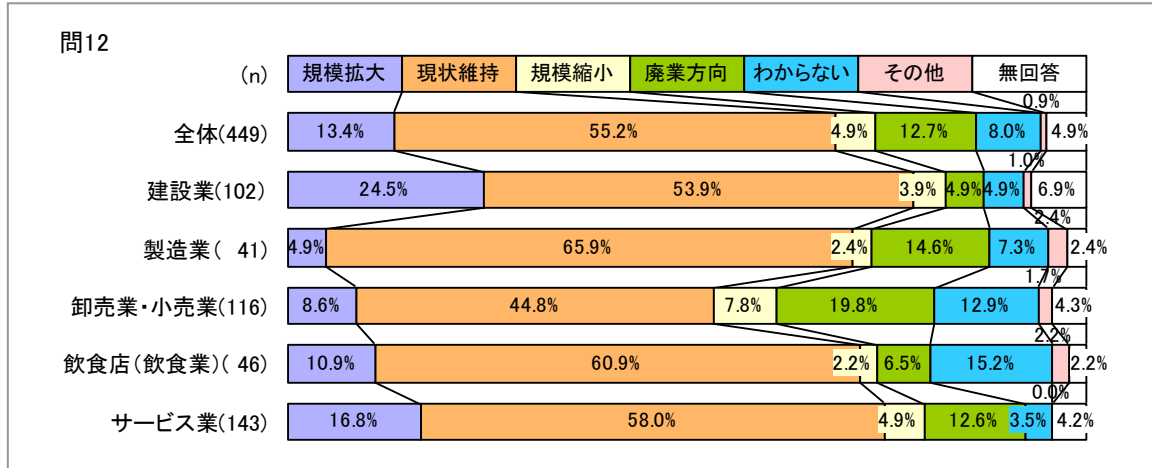
図3-7 市内商工業の経営状況



(2) 経営方針と今後の取組み

今後の経営方針では、「現状維持」の事業者が各業種とも最も多くの割合を占めているものの、廃業方向も卸売・小売業で19.8%、製造業で14.6%とかなりあります。また、建設業で規模拡大意向の事業者が24.5%となっています(図3-8)。

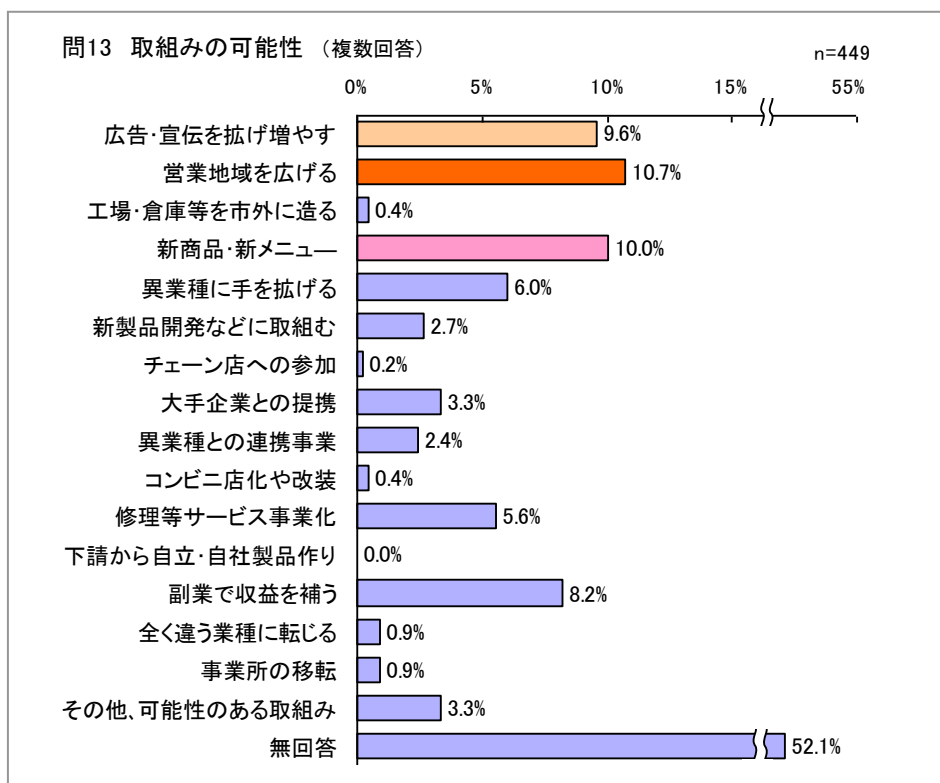
図 3-8 今後の経営方針



事業者の今後の取組みとしては、無回答が52.1%と最も多く、上記の事業者の今後の経営方針の意向において「現状維持」が各業種とも多くの割合を占めていることと関連していると推測されます。

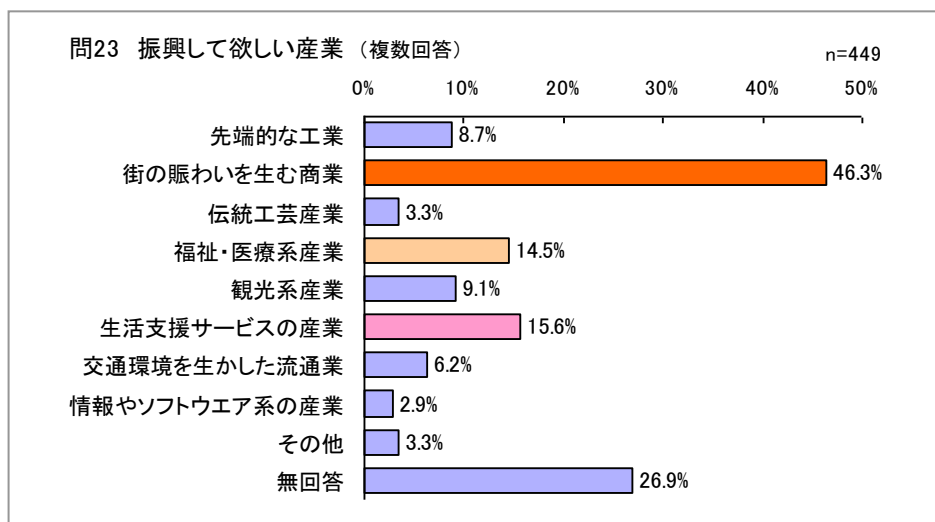
回答された対策の中では、「営業地域を広げる」、「新商品・新メニュー」、「広告・宣伝を広げ増やす」など現状の延長線上の対策が1割前後と多く、次いで「副業で収益を補う」、「異業種に手を広げる」など他分野にも目を向けた対策があげられています(図3-9)。

図 3-9 事業者の今後の取組み



市に期待する振興して欲しい産業としては、「街の賑わいを生む商業」を46.3%の事業者があげ、続いて「生活支援サービスの産業」(15.6%)、「福祉・医療系産業」(14.5%)の順に多くなっています(図3-10)。

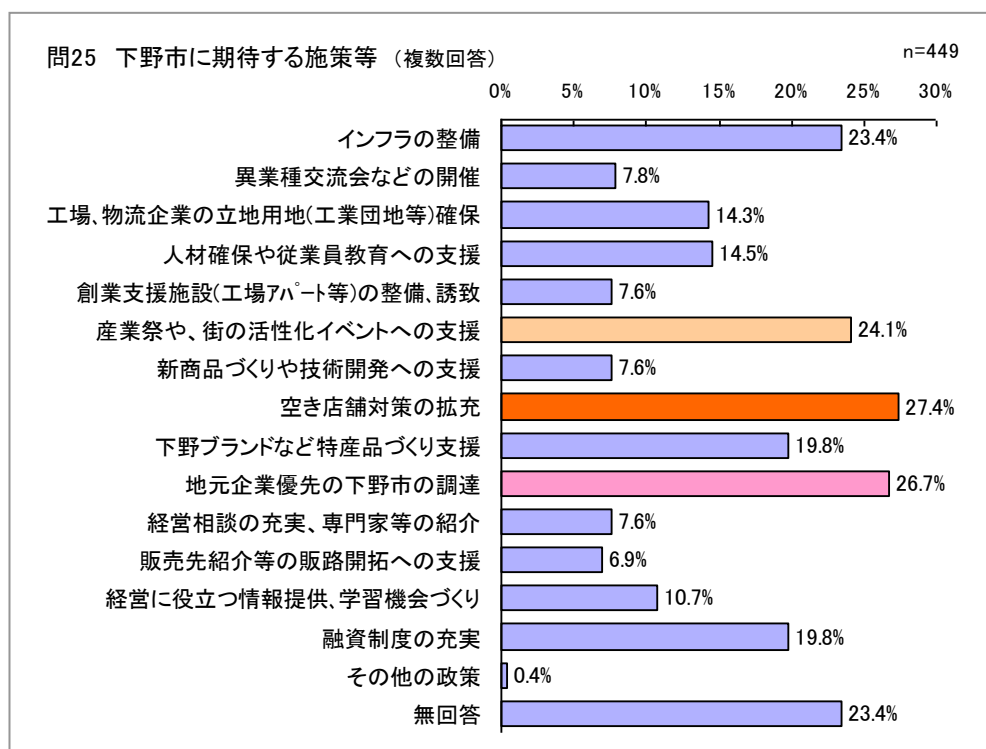
図3-10 市に期待する振興して欲しい産業



市に期待する施策では、「空き店舗対策の拡充」が27.4%で最も多く、「地元企業優先の下野市の調達」(26.7%)、「産業祭・街の活性化イベントへの支援」(24.1%)、「インフラの整備」(23.4%)が上位となっています(図3-11)。

また、「下野ブランドなど特産品づくり支援」、「融資制度の充実」はともに19.8%の希望があり、「人材確保・従業員教育への支援」(14.5%)、「工場、物流の立地用地(団地)確保」(14.3%)がそれに続いています。

図3-11 市に期待する施策

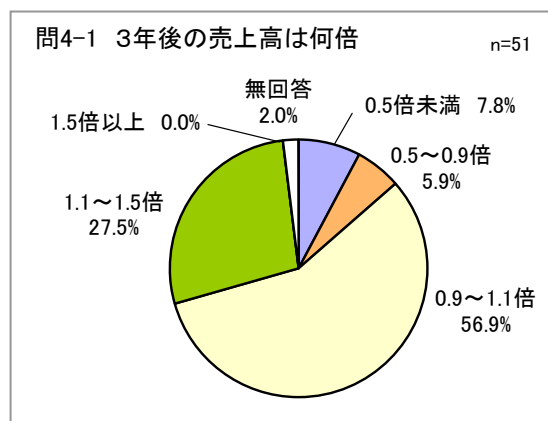
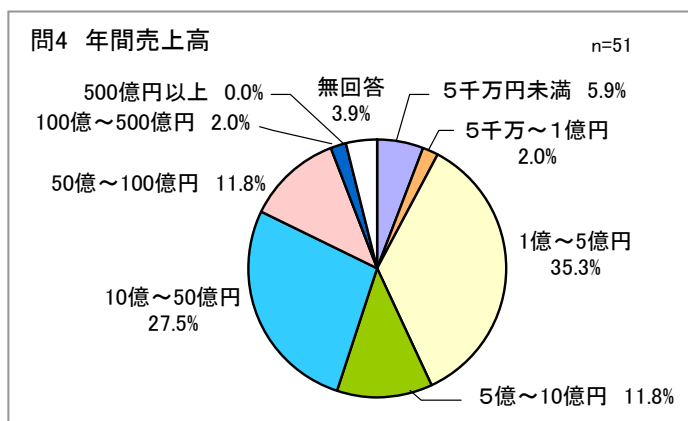
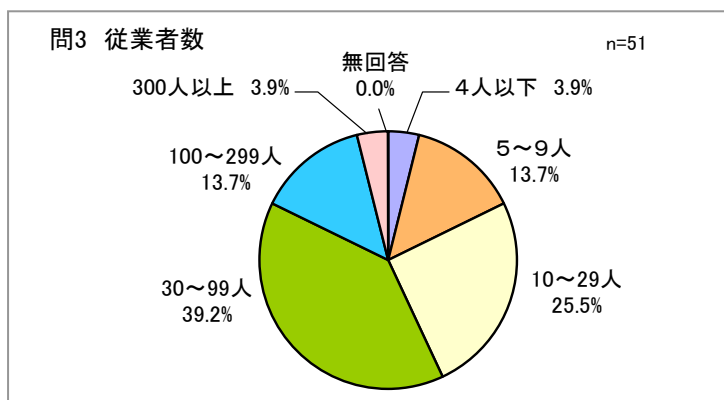


3. 立地企業のニーズ—立地企業アンケート結果より—

(1) 企業の規模

市内工業団地などの立地企業は、従業者数「30～99人」が39.2%で最も多くなっています。年間売上高については、「1億～5億円」が35.3%と最も多くなっている一方で、年間売上高5億円以上の企業が5割を超えています。3年後の売上高では、現状程度の「0.9～1.1倍」を見込んでいる企業が56.9%で最も多いものの、1.1倍以上を見込む企業も約3割あります（図3-12）。

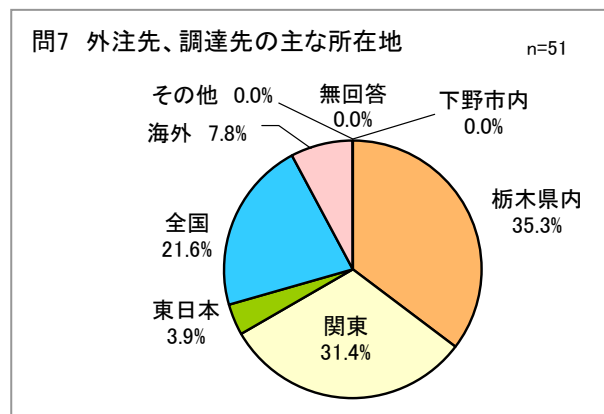
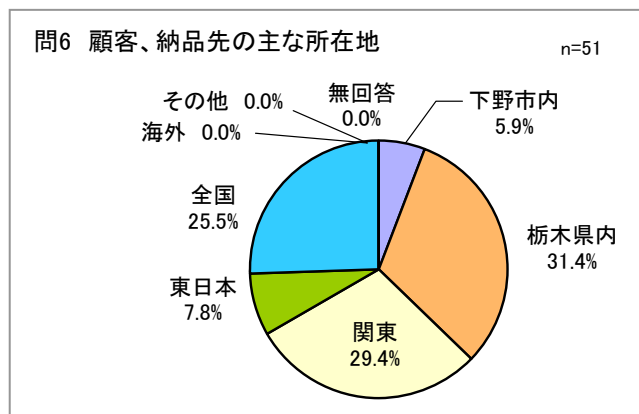
図3-12 企業の規模



(2) 取引先

顧客・納品先、外注先・調達先いずれの取引先とも、栃木県内と関東が6割余りを占めています。全国は顧客・納品先で25.5%、外注先・調達先で21.6%となっています。市内はほとんどない状況です（図3-13）。

図3-13 取引先の所在地



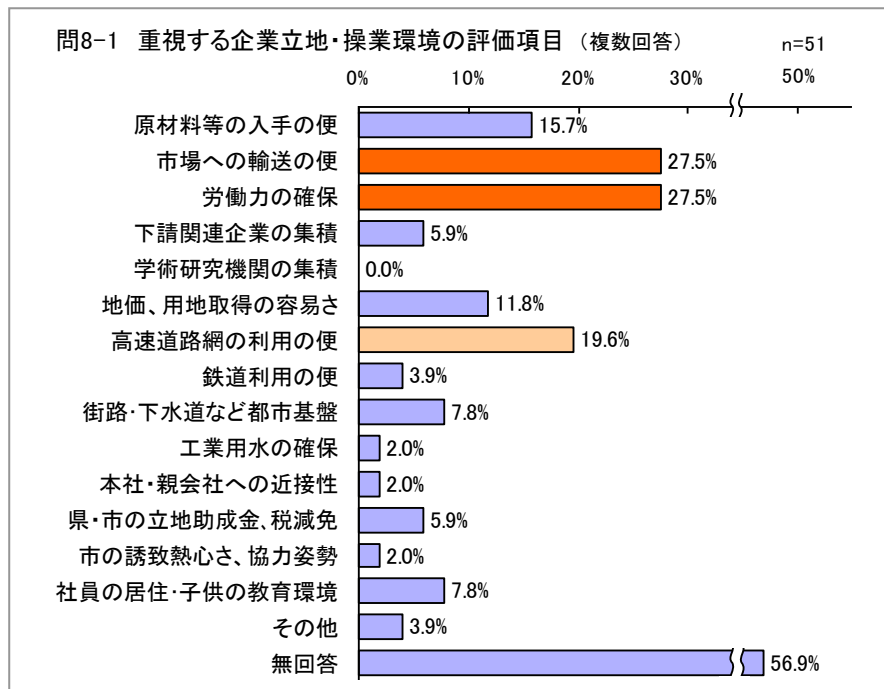
(3) 下野市の評価

下野市の立地条件・操業環境の評価では、「市場への輸送の便」など交通・輸送条件が比較的多くあげられ、「労働力の確保」も重視されています。

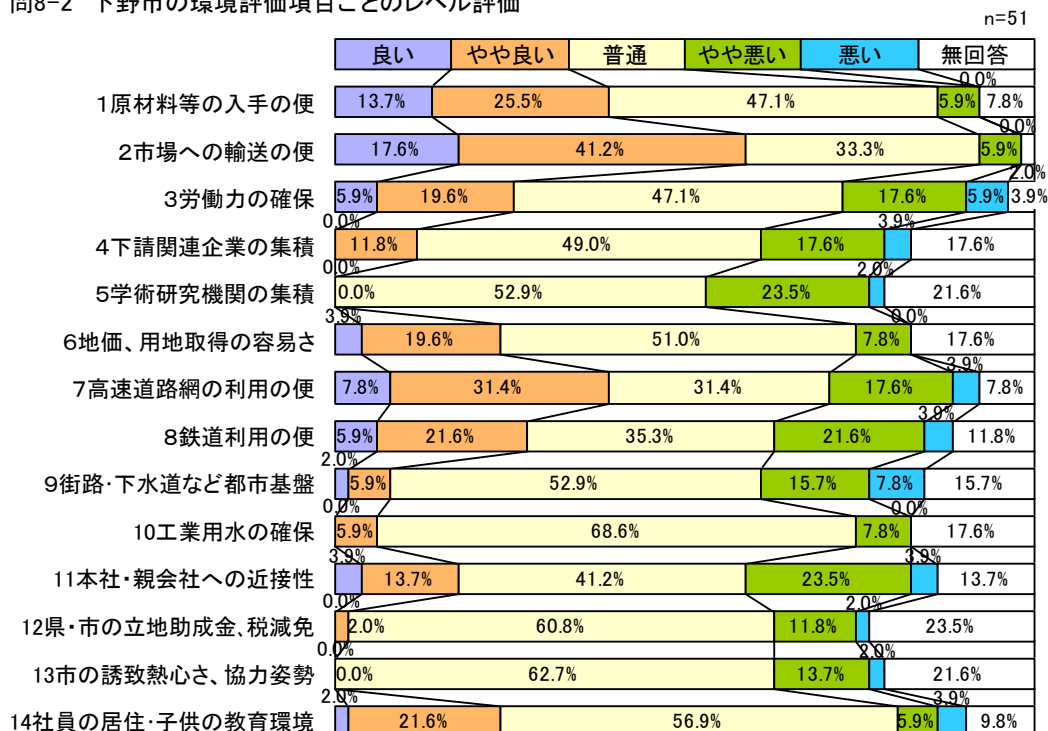
評価項目で「良い」方向の評価が比較的多く、「悪い」方向の評価が少ない項目は、「市場への輸送の便」、「原材料等の入手の便」、「高速道路網の利用の便」、「地価、用地取得の容易さ」、「社員の居住・子供の教育環境」などです。

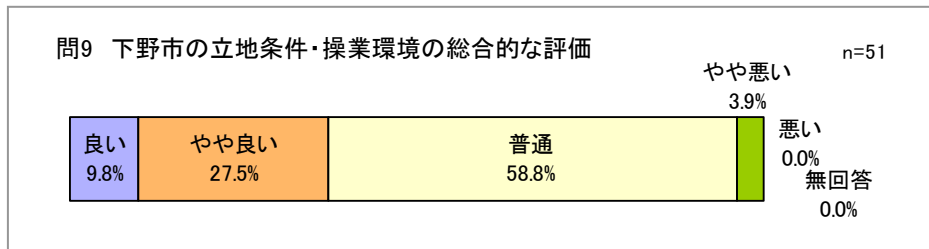
総合的な評価としては、「良い」「やや良い」評価が4割近く、「悪い」評価は皆無、「やや悪い」も3.9%で、事業所立地に適した地域と評価されています(図3-14)。

図 3-14 立地条件の評価



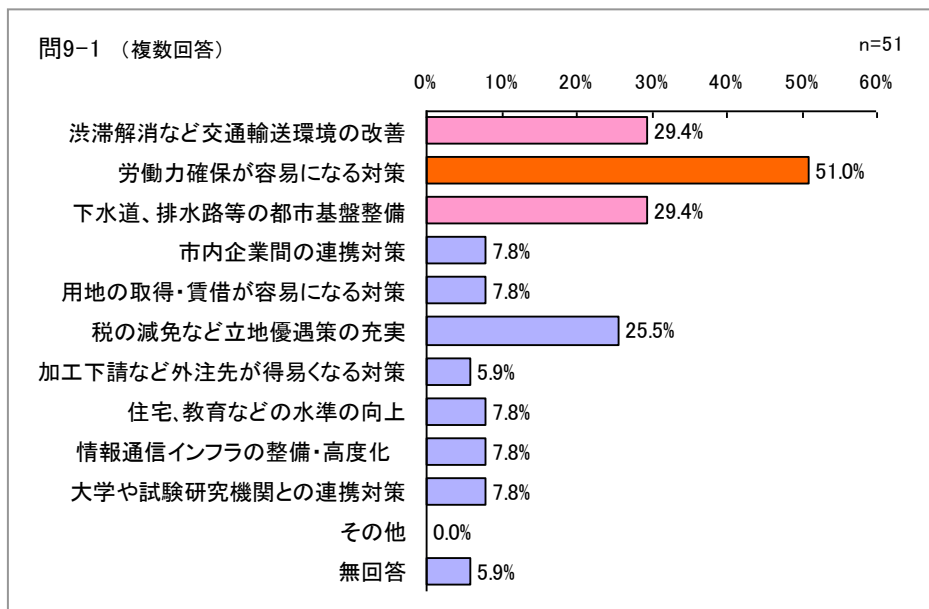
問8-2 下野市の環境評価項目ごとのレベル評価





立地条件評価の改善・向上に役立つ対策では、「労働力確保が容易になる対策」、「渋滞解消など交通輸送環境の改善」、「下水道、排水路等の都市基盤整備」が多く、「税の減免など立地優遇策の充実」もかなり多くあげられています(図 3-15)。

図 3-15 企業立地条件の評価の改善に役立つ対策



(4) 今後の取組み

立地企業の今後5年間に可能性のある取組みとしては、「新製品、新サービスの開発」、「技術力向上、研究開発力の強化」など、積極的な取組みがかなり多く、市内事業所の機能や規模の増強が指向されています。また、製造工程作業者を中心に従業員の増加がある事業所も58.8%あります(図3-16)。

図3-16 立地企業の今後の動向

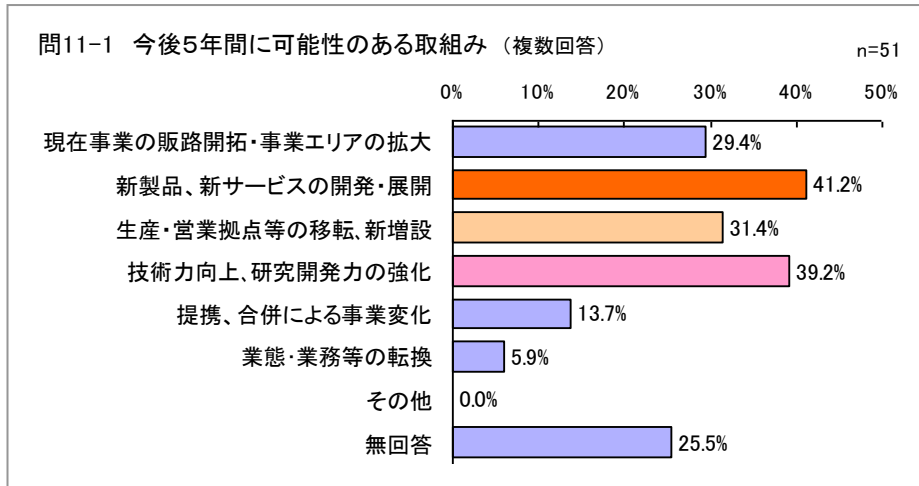
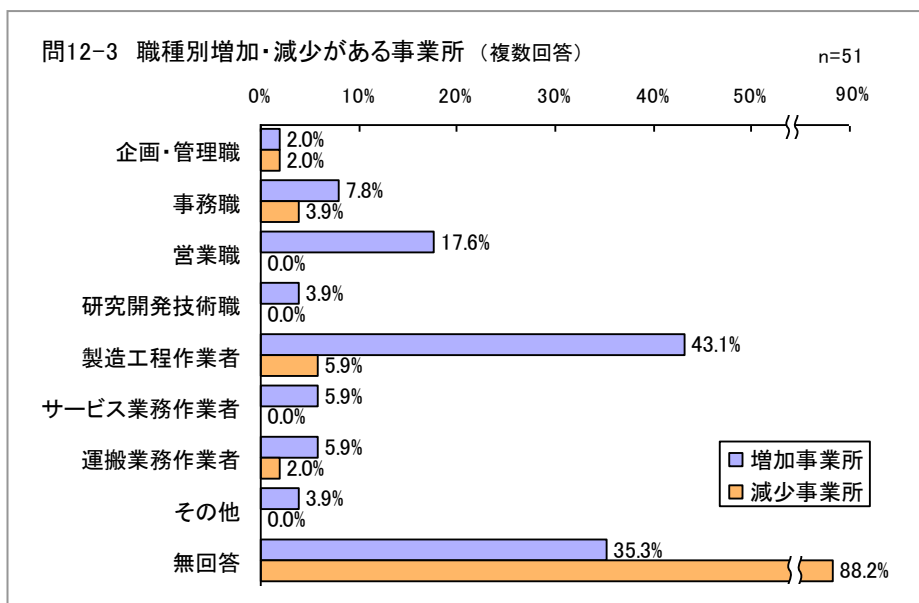
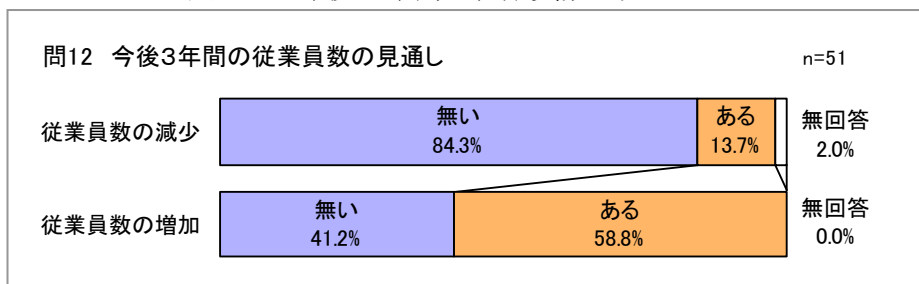


図3-17 今後3年間の従業員数の見通し

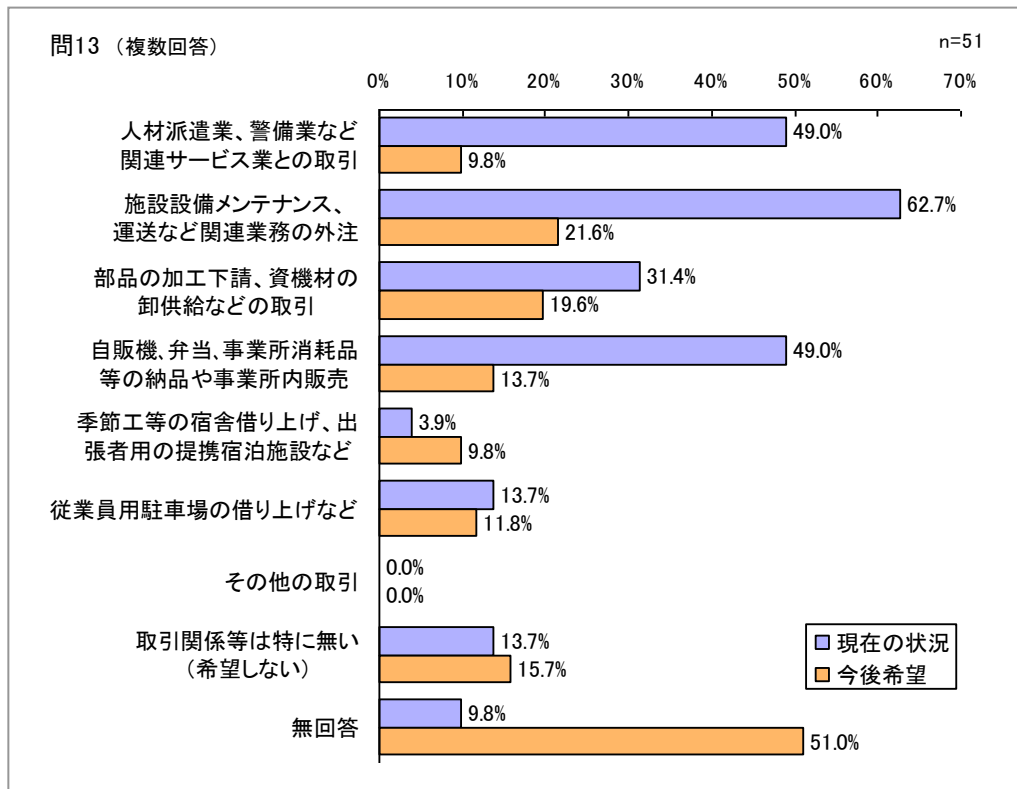


(5) 地元との取引関係

地元商工業者との取引関係では、「施設設備メンテナンス、運送など関連業務の外注」をはじめ、事業サービス業種などの希望がかなりあげられています（図3-18）。

これまで、市内企業間の地域内連携が乏しかったようですが、連携強化によって市内産業への活性化効果が大きく期待できる可能性があります。

図 3-18 地元商工業者との取引関係



第2節 産業別の現状と課題

1. 商業・生活関連サービス業

(1) 商業・サービス業をめぐる状況

地域においては、人口減少、少子高齢化とともに商店街の衰退が大きな課題となっています。郊外の大規模小売店舗の立地やコンビニエンスストアの急増、消費者の買い控えなど厳しい商環境が続いています。

商業については、市民の生活を支えるために便利で魅力的な商品やサービスを提供することが求められる一方、地域コミュニティを支える役割を果たし、地域住民との交流や地域の安全・安心対策への貢献など多方面にわたる活動を活発に取り組むことが期待されています。

また、サービス業についても、市民の多様な生活ニーズにこたえる生活関連サービスや市内に立地する企業の業務機能を支援する事業系サービスなどが期待されます。

(2) 市内商業・サービスの状況

市内の卸売・小売業、サービスは、平成24年の事業所数では「卸売・小売業」が491、「サービス業」は980、従業者数は「卸売・小売業」3,469人、「サービス業」10,402人となっています。

サービス業の内訳では、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」とともに209事業所と多くなっていますが、従業者数は「医療、福祉」が4,485人と最も多くなっています（図3-19）。

図3-19 卸売・小売業、サービス業の状況（平成24年）

分類	事業所 (箇所)	従業者数 (人)
卸売業, 小売業	491	3,469
サービス系産業	980	10,402
不動産業, 物品賃貸業	164	328
学術研究, 専門・技術サービス業	57	230
宿泊業, 飲食サービス業	209	1,656
生活関連サービス業, 娯楽業	209	991
教育, 学習支援業	94	1,286
医療, 福祉	132	4,485
複合サービス事業	9	98
サービス業(他に分類されないもの)	106	1,328

資料) 経済センサス活動調査

卸売業については、商店数、従業者数とも増減はありますがほぼ横ばいとなっており、年間販売額はやや回復基調にあります。また、小売業は商店数の自然淘汰が続いているとともに年間販売額も低迷していますが、従業者数はやや回復しつつあります（図 3-20）。

図 3-20 商業の推移

	卸売業			小売業			合計		
	商店数	従業者数 (人)	年間販売額 (百万円)	商店数	従業者数 (人)	年間販売額 (百万円)	商店数	従業者数 (人)	年間販売額 (百万円)
平成9年	98	771	47,367	536	2,476	47,956	634	3,247	95,323
11年	120	708	46,001	514	2,919	45,055	634	3,627	91,056
14年	107	694	33,995	471	2,656	41,596	578	3,350	75,590
16年	105	613	38,387	470	2,881	44,670	575	3,494	83,057
19年	96	667	39,725	414	2,681	41,670	510	3,348	81,394
24年	102	645	89,710	389	2,824	40,320	491	3,469	130,030

資料)平成9～19年は商業統計調査、平成24年は経済センサス活動調査、経済センサスの年間販売額(売上金額)は参照。

卸売業の本市の1店当たりの販売額は8.79億円と県の5.75億円を大きく上回り、本市の卸売業規模の大きいことがうかがえます。また販売額の割には従業者数が少なく、高い販売効率となっています。

これに対し、小売業の本市の1店当たりの販売額は1.03億円と県の1.08億円をやや下回り、本市の小売業の規模は比較的小さいことがうかがえます。また、従業員数は1店当たり7.21と県の6.5人をやや上回ります。

一方、小売業の人口千人当たり商店数は、本市が6.5店、県が8.6店と本市における店舗数の自然淘汰を反映していると考えられます（図 3-21）。

図 3-21 卸売業・小売業の指標（平成 24 年）

	卸売業		小売業	
	下野市	県	下野市	県
人口千人当たり小売商店数	—	—	6.5	8.6
1店舗当たり従業者数(人)	6.3	7.8	7.2	6.5
1店当たり販売額(百万円)	879	575	10	108
従業者1人当たり販売額(百万円)	139	74	14	17

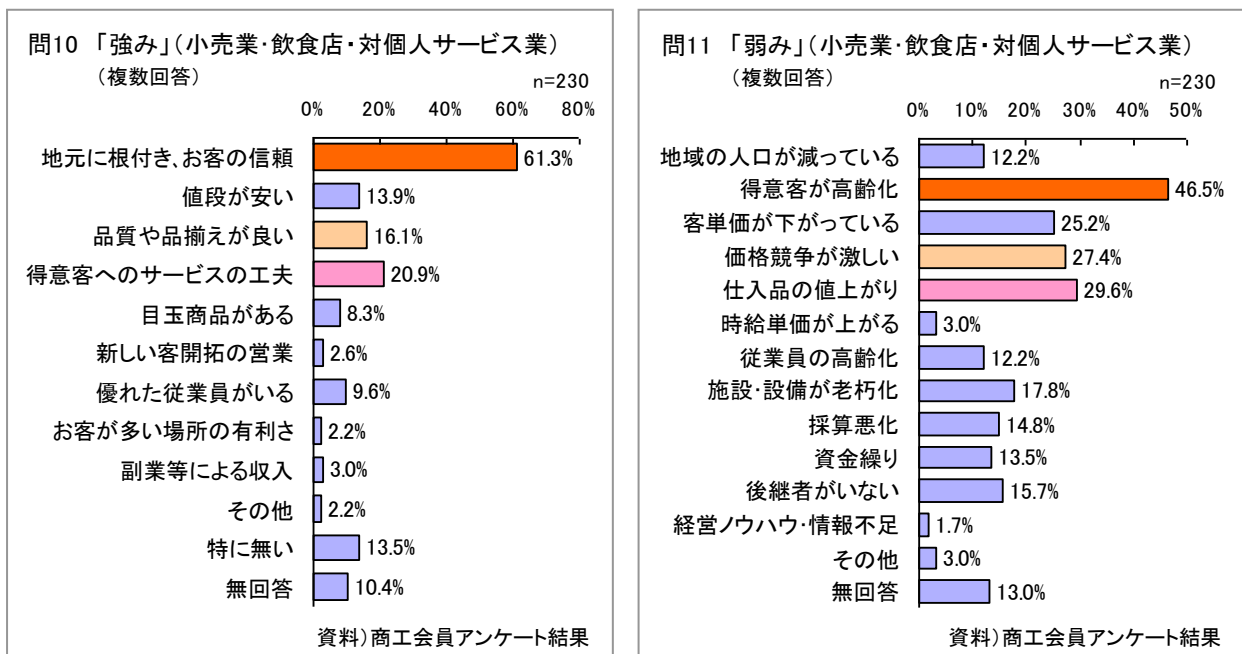
資料)経済センサス活動調査

(3) 商業・生活関連サービス業の問題点・課題

市内の市街地・商店街では空き店舗が増え、買物に不便で街も寂れるなど、問題が生まれています。商工会員アンケート調査でも、「街の賑わいを生む商業」の振興の要望が46.3%に上り（p24 図3-10）、「空き店舗対策の拡充」の期待が施策の一番にあげられています（p24 図3-11）。

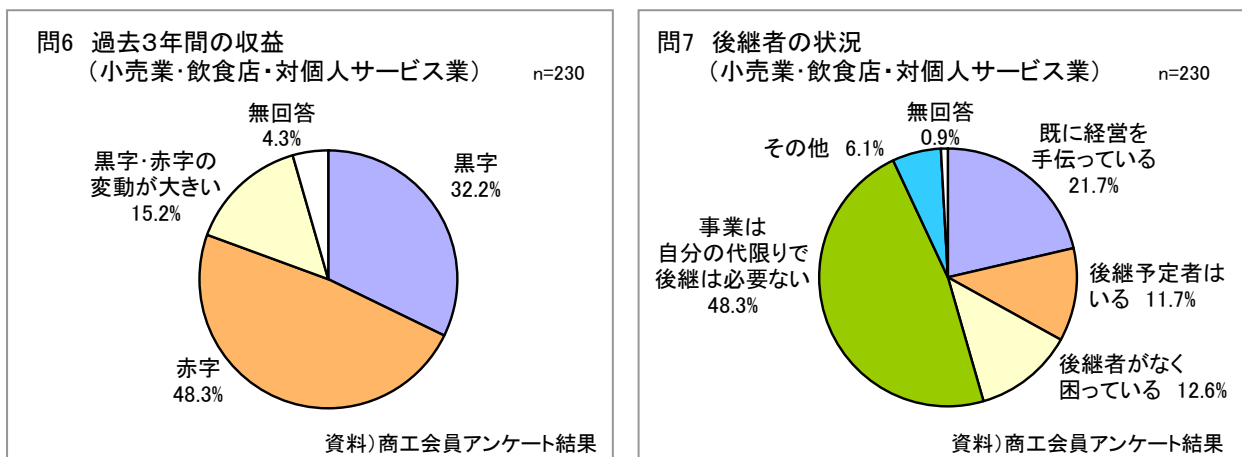
市内の小売業・飲食店・対個人サービス業は、「地元で根付き、お客の信頼があること」を「強み」として来ましたが、「得意客の高齢化」（46.5%）や「仕入品の値上がり」（29.6%）、「価格競争が激しい」（27.4%）、「客単価が下がっている」（25.2%）などの問題を事業者が抱えていることがわかります。また、「施設・設備が老朽化」（17.8%）や「後継者がいない」（15.7%）、「採算悪化」（14.8%）、「資金繰り」（13.5%）についても1割台の回答がありました（図3-22）。

図3-22 商業・生活関連サービス業の「強み」と「弱み」



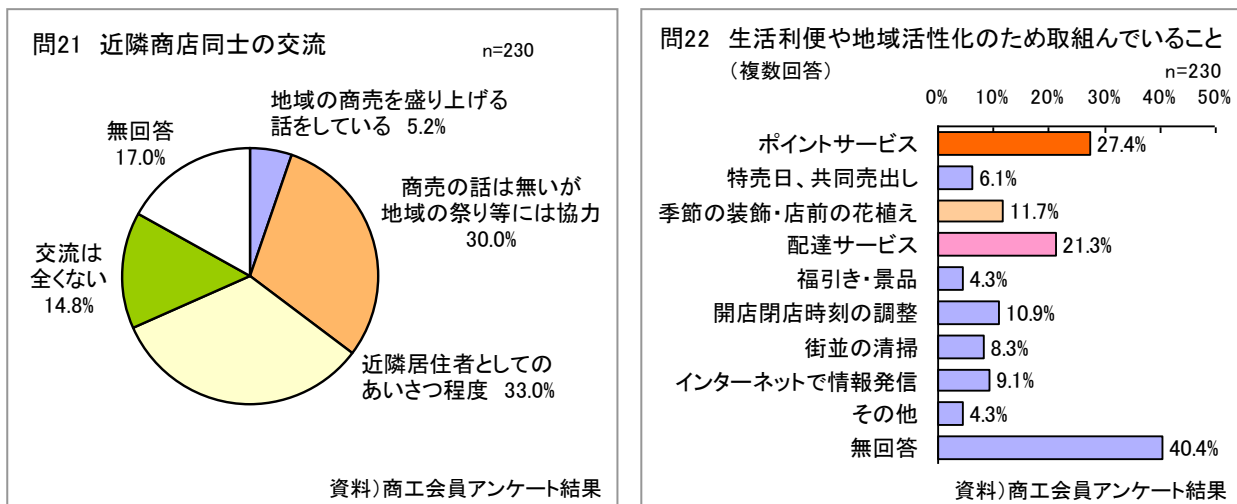
さらには、経営状況では、過去3年間の収益は半数近くが赤字となっており、事業は自分の代限りと考えている事業者も約半数となっています（図3-23）。

図3-23 商業・生活関連サービス業の経営状況と後継者の状況



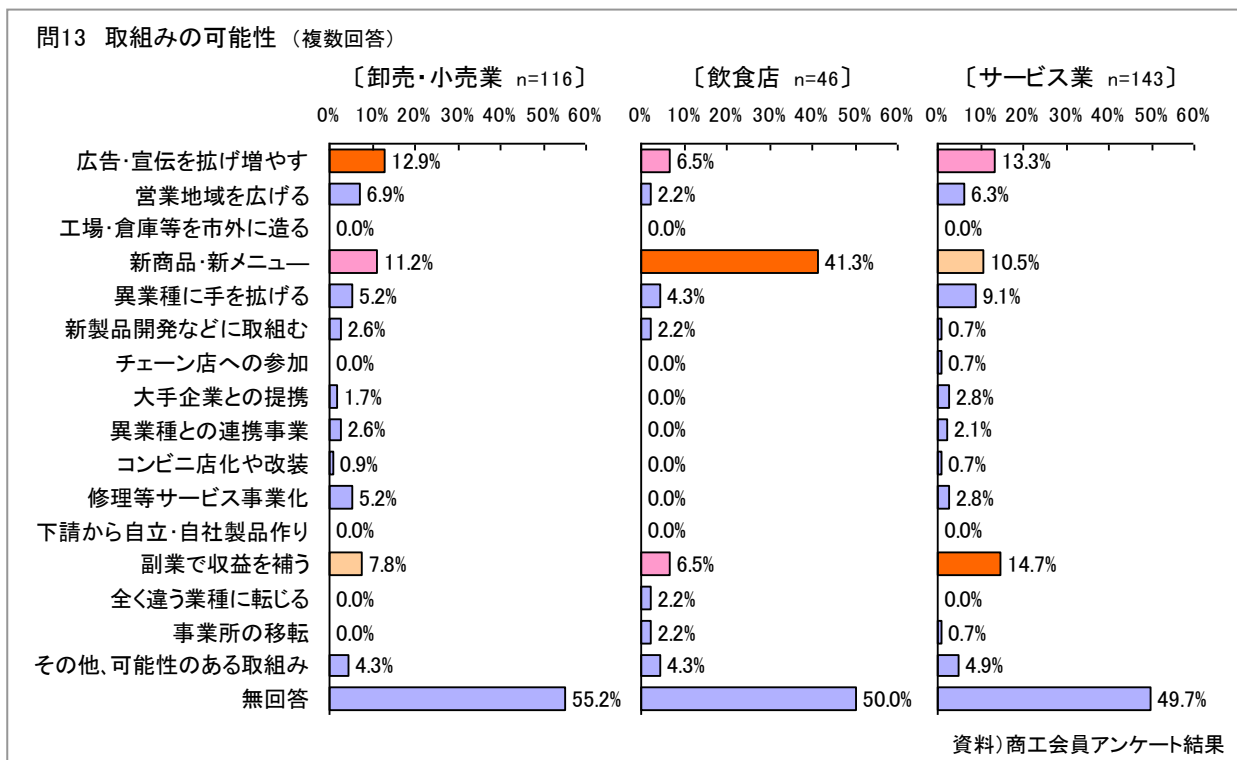
こうした中、商業者としての地域交流は乏しく、取組み内容も「ポイントサービス」や「配達サービス」など自店のみで出来るものが多く、「福引・景品」、「特売日・共同売出し」、「街並の清掃」など商店街での共同活動への取組みは少ないようです（図 3-24）。

図 3-24 商業・生活関連サービス業の地域交流や取組み状況



今後取組みの可能性がある経営行動について尋ねたところ、卸売・小売業、飲食店及びサービス業では、「広告・宣伝を拡げ増やす」、「新商品・新メニュー」、「副業で収益を補う」の3つを比較的多くの事業者があげています（図 3-25）。

図 3-25 今後取組みの可能性がある経営行動



このような結果から、市民に地元商店の愛用を促し、商店の事業継承を支援して存続を図るほか、駅前等主な市街地に商業・サービス業を集積させる賑わいづくりが重要となります。

2. 工業・事業サービス業

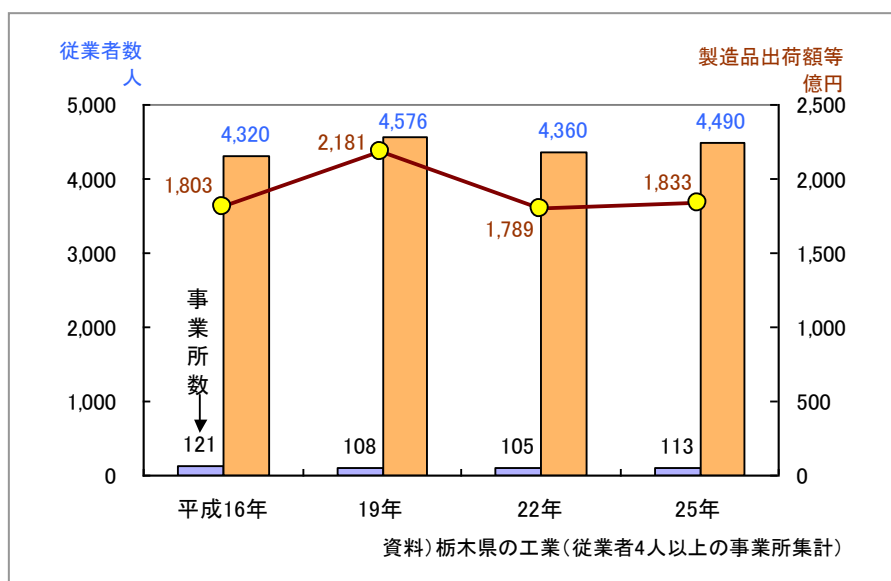
(1) 工業をめぐる状況

我が国の工業をめぐるのは、自動車・電化製品の海外生産の増加、スマートフォンによる単機能製品の駆逐、ソフトの割合拡大、素材の変化、生産技術の変化等が進み、家電、カメラ、オーディオ、携帯電話等通信機器、自動車等の産業界も激しい盛衰の荒波が訪れ、大手企業でも荒波に揉まれています。下請中小企業等には、独自の製品や、他の追随できない技術を持ち、自立することが期待されています。

(2) 市内製造業の概況

平成 25 年の市内製造業は、事業所数 113、従業者数 4,490 人、製造品出荷額等約 4,500 億円となっています。この 10 年間の推移は、事業所数、従業者数、製造品出荷額等ともに 10%超の変動をし、平成 25 年は各指標とも 2 番目に高い水準に回復しています（図 3-26）。

図 3-26 市の製造業の推移



業種では、食料品、輸送用機械器具、プラスチック製品、金属製品製造業などの事業所数、従業者数、製造品出荷額等が比較的多い業種から、事業所数は少ないが従業者数は多い電気機械器具、飲料・たばこ・飼料、パルプ・紙・紙加工品製造業など多様な業種があり、新たな連携による発展への可能性を秘めています（図3-27）。

図3-27 市内製造業の業種構成（平成24年）

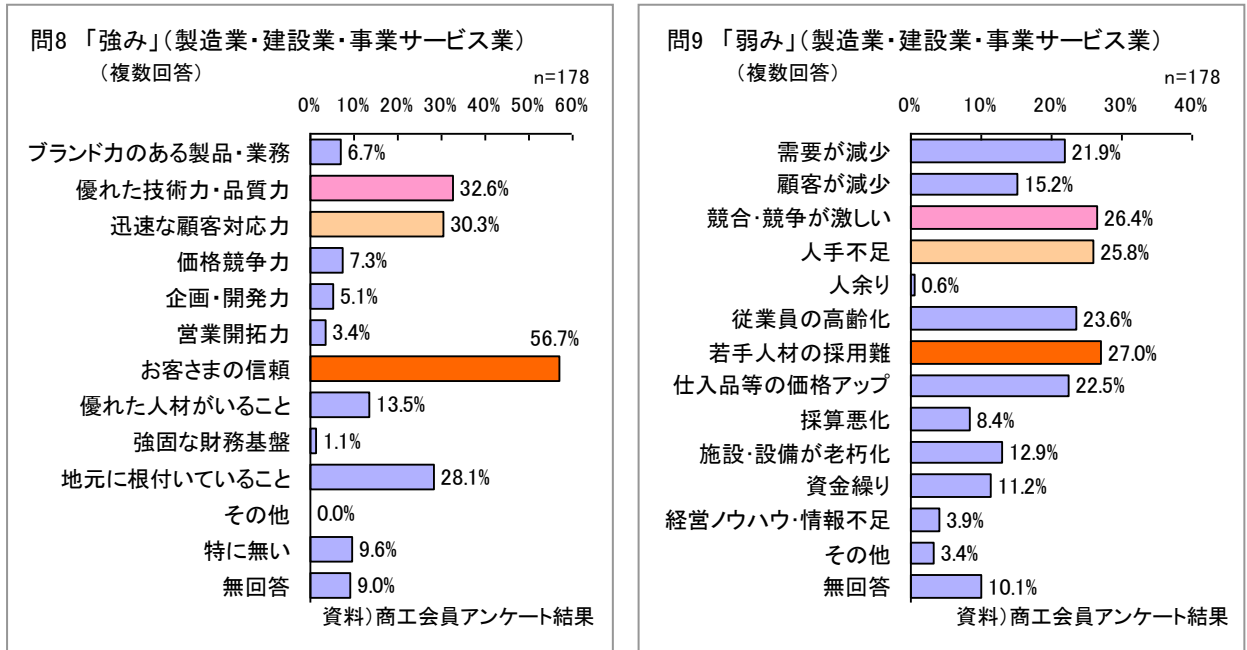
産業中分類	事業所数	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (億円)
E 製造業	104	4,271	1,593
09 食料品製造業	11	872	366
10 飲料・たばこ・飼料製造業	2	228	X
11 繊維工業	5	78	9
12 木材・木製品製造業(家具を除く)	2	12	X
13 家具・装備品製造業	1	5	X
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	6	206	85
15 印刷・同関連業	-	-	-
16 化学工業	2	94	X
17 石油製品・石炭製品製造業	1	39	X
18 プラスチック製品製造業(別掲を除く)	15	551	121
19 ゴム製品製造業	-	-	-
20 なめし革・同製品・毛皮製造業	-	-	-
21 窯業・土石製品製造業	6	198	52
22 鉄鋼業	1	6	X
23 非鉄金属製造業	2	21	X
24 金属製品製造業	13	265	46
25 はん用機械器具製造業	1	37	X
26 生産用機械器具製造業	8	176	46
27 業務用機械器具製造業	4	63	7
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	5	100	13
29 電気機械器具製造業	1	509	X
30 情報通信機械器具製造業	1	28	X
31 輸送用機械器具製造業	14	750	462
32 その他の製造業	3	33	1

資料) 栃木県の工業(従業者4人以上の事業所の集計)

(3) 市内製造業の問題・課題

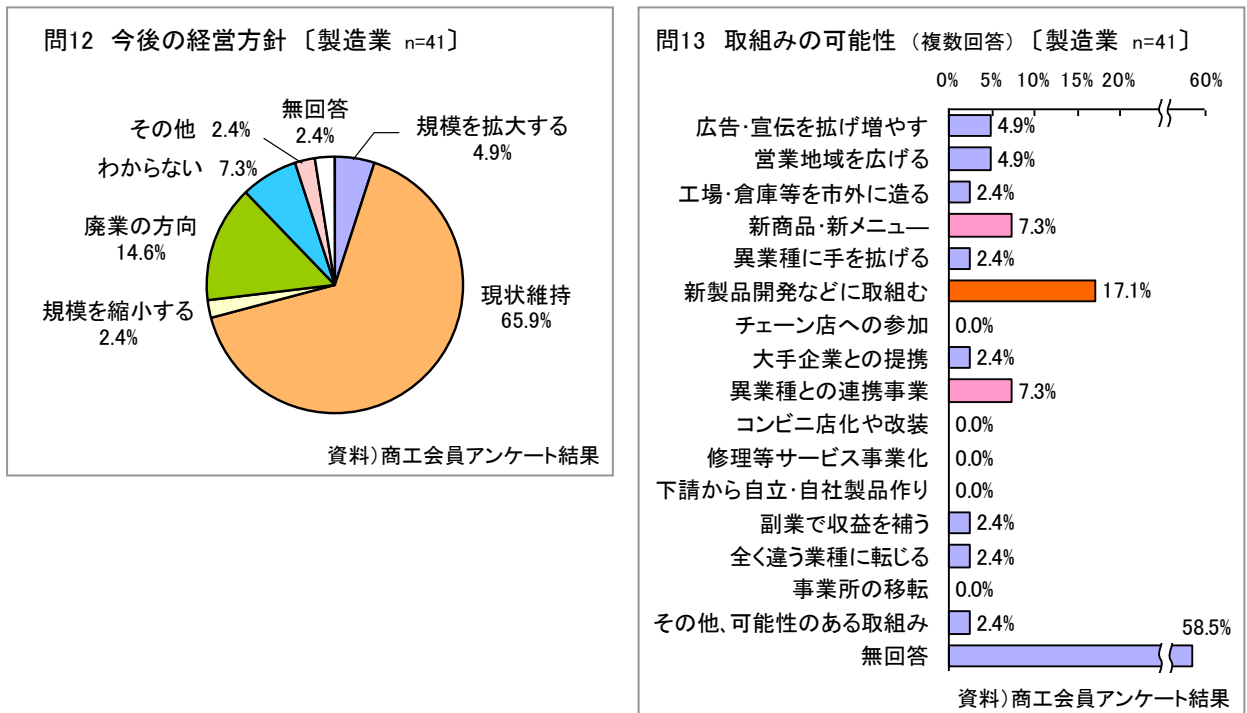
市内製造業等の「強み」では「お客さまの信頼」(56.7%)と「優れた技術力・品質力」(32.6%)などが上位ですが、一方の問題・弱みは、「若手人材の採用難」(27.0%)や「競合・競争が激しい」(26.4%)、「人手不足」(25.8%)、「従業員の高齢化」(23.6%)、「仕入品等の価格アップ」(22.5%)、「需要が減少」(21.9%)していることなどが多くあげられています(図3-28)。

図3-28 市内製造業の問題・課題



今後の経営方針では、現状維持が特に多く、廃業指向もかなりある中で、取組みの可能性としては「新製品開発などに取組む」が17.1%と一番多いものの、取組み事業者割合が概して少なく、消極的です(図3-29)。

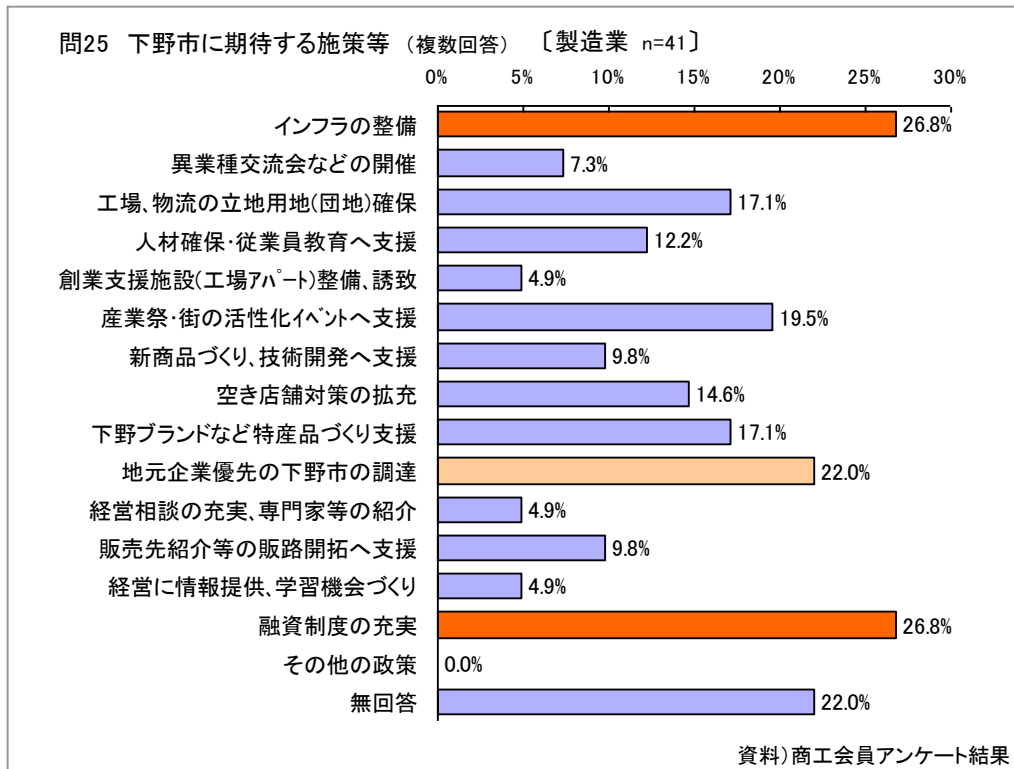
図3-29 製造業事業者の経営方針と今後の取組み



市施策への期待は、直接自社事業への効果を望む施策としては、「融資制度の充実」が26.8%で最も多く、「地元企業優先の調達」(22.0%)、「下野ブランドなど特産品づくり支援」(17.1%)の順で多くなっています。

一方、「インフラの整備」(26.8%)や「産業祭・街の活性化イベントへの支援」(19.5%)、「工場・物流の立地用地(団地)確保」(17.1%)、「空き店舗対策の拡充」(14.6%)など地域全体の活性化施策への期待も比較的多くあります(図3-30)。

図3-30 製造業の市施策への期待



このような結果から、市内の中小工業等が状況変化に対応できるように、働きかける支援策が必要になります。

(4) 企業誘致への対応

自動車や産業機械メーカー等は、海外展開を一巡させた後、最近では開発・試作と現場リーダーになる人材の養成を行う「マザー工場」を国内に新設する事例が相次いでおり、本市の周辺にも新たな工場立地の波が訪れ始めています。

こうした動向から、工場や物流施設の立地条件に優れる本市においても企業誘致の可能性が高まっています。市内工業団地等にも実質的な遊休地があり、新4号国道沿道等には新たな工場適地を確保する余地も考えられます。

問題は、若者の職業選びで工場等が敬遠されがちである一方、大手企業の進出立地が相次ぐ本市周辺においては競争によって労働力の確保が難しくなる可能性があることです。立地企業アンケート調査でも、人手確保への対策が期待され、立地優遇措置への要望もあります（P27 図3-15）。

そこで、企業誘致のために誘致業種や立地誘導地域、優遇措置などの方針を明確にすること、併せて、労働力確保のため工場労働者を集め育成し、定着に結びつける効果的な仕組みづくりが不可欠になります。

また、市内産業の活性化を図るために、市内工業間はもとより新規立地企業と市内工業との取引連携を生み出す支援策・仕組みづくりが必要となります。

(5) 事業サービス業等の連携体制

市内には、事業サービス系事業者が多くの業種にわたり集積しており、これを核に新たな産業を生み出せる可能性があります（表3-1）。

今後の成長産業として期待されている医療・福祉機器などの製造業、医療・福祉に関連する情報システム機器関連産業などを育てるうえで、機械修理業やメンテナンス業等の集積・連携が地域的なインキュベーション、産業の苗床機能を果たす可能性があります。そこで、市内中小企業や新規立地企業等と、自治医科大学・同附属病院との連携の仕組みをつくる必要があります。

表 3-1 サービス系産業の状況

サービス系産業の事業所数・従業者数(平成24年)

産業中分類	事業所数	従業者数 (人)	産業中分類	事業所数	従業者数 (人)
K 不動産業, 物品賃貸業	164	328	P 医療, 福祉	132	4,485
68 不動産取引業	17	51	83 医療業	101	3,792
69 不動産賃貸業・管理業	138	231	84 保健衛生	-	-
K1 不動産業 内格付不能	-	-	85 社会保険・社会福祉 ・介護事業	31	693
70 物品賃貸業	9	46	PZ 医療, 福祉 内格付不能	-	-
L 学術研究, 専門・技術 サービス業	57	230	Q 複合サービス事業	9	98
71 学術・開発研究機関	1	19	86 郵便局	6	55
72 専門サービス業 (他に分類されないもの)	18	71	87 協同組合 (他に分類されないもの)	3	43
73 広告業	1	1	R サービス業 (他に分類されないもの)	106	1,328
74 技術サービス業 (他に分類されないもの)	36	126	88 廃棄物処理業	11	157
LZ 学術研究, 専門・技術 サービス業 内格付不能	1	13	89 自動車整備業	29	170
M 宿泊業, 飲食サービス業	209	1,656	90 機械等修理業 (別掲を除く)	11	54
75 宿泊業	9	128	91 職業紹介・労働者派遣業	3	178
76 飲食店	179	1,333	92 その他の事業サービス業	20	539
77 持ち帰り・配達飲食 サービス業	21	195	93 政治・経済・文化団体	8	81
M2 飲食店, 持ち帰り・配達飲 食サービス業 内格付不能	-	-	94 宗教	14	40
N 生活関連サービス業, 娯楽業	209	991	95 その他のサービス業	8	102
78 洗濯・理容・美容・浴場業	162	579	R1 サービス業(政治・経済・ 文化団体、宗教)内格付不能	-	-
79 その他の生活関連 サービス業	34	165	R2 サービス業(R1を除く) 内格付不能	2	7
80 娯楽業	13	247	サービス系産業(K~R)合計	980	10,402
NZ 生活関連サービス業, 娯楽業 内格付不能	-	-			
O 教育, 学習支援業	94	1,286			
81 学校教育	9	869			
82 その他の教育, 学習支援業	85	417			

資料) 経済センサス活動調査

3. 6次産業、観光関連産業等

(1) 地域資源を活用した産業

市内には広い農地があり、多様な農産物を産しますが、通常の農業生産・市場出荷がほとんどであるのが現状です。その他に、生鮮野菜類等について道の駅等での直売や、直接消費者に通信販売する例も一部に現れていますが、未だ多様な活用の余地が考えられます。

消費者の直接販売の拡大や加工品の生産販売、地産地消のレストランの展開など6次産業を進めていくとともに、安全かつ新鮮なものを直接消費者に届けるブランド力の向上が求められます。

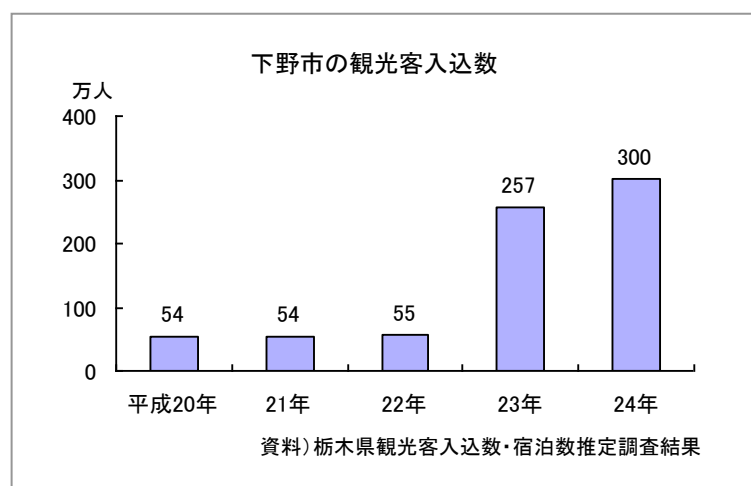
一方、体験農園や市民農園の人気は高く、本市においてもサツマイモほりや田植え、稲刈り体験などを行い、市民農園では102区画の貸農園の貸し出しを行っています。こうした試みを事業としてさらに推進していくことが必要です。

本市の地域資源と立地条件は、このように6次産業化が可能になる立地条件を満たしており、それら産業の担い手を発掘、育成し、起業を支援する必要があります。

(2) 文化的資源の活用

本市には、薬師寺跡、国分寺・国分尼寺跡、古墳群、グリムの館など、歴史・文化系の地域資源も多くあります。現在は、祭り・イベント等に利用されていますが、地域への集客力を有する（秘める）スポットとして一層の活用余地があります。観光客入込数については、平成22年までは、天平の花まつりなどイベント集客で年間50万人余の集客でしたが、「道の駅しもつけ」の開業により、年間300万人超へと大幅に増加しています（図3-31）。

図3-31 市の観光の状況



こうした文化的資源の活用としては、着地型観光が有効だと思われます。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、近年注目されている新しい観光の形態です。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、法整備も整えられました。

道の駅しもつけ、グリムの館、薬師寺跡、国分寺・国分尼寺跡などを集客拠点として、着地型観光ツアーを仕立てるビジネスを考えれば、飲食場所、土産物など、ツアーに関連する様々な産業の活性化が図られます。

現在、道の駅以外には、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・育成が乏しい状況ですが、観光パンフレットや案内板などだけでは伝わりにくい資源もあり、これら資源の持つ魅力について来訪者に分かりやすく伝えるためにも、ツアーを仕立てる民間ビジネス・ベースの取組みの中でこれらの不足問題は解決できると考えられ、その第一歩としての着地型観光事業者を生み出すことが期待されます。

(3) 下野ブランド品の展開

これまで下野ブランド品の認定を行ってきましたが、その普及・PRはなお一層の拡大、改善余地があります。ブランド品づくりとPRの取組みを連動させ、話題性を高める仕掛けづくりが必要になります(図3-32)。

図3-32 下野市ブランド認定 特産品、文化財等地域資源

(特産品) 《菓子》あぶみ瓦、《料理》しもつけ井、《麦焼酎》麦焼酎 下野、《惣菜》かんぴょう入 五色餃子、《惣菜》干瓢の八幡巻、《日本酒》下野乃国 五千石、
《菓子》風車クッキー、《農産物》ちぢみほうれんそう、
《果実加工品》かんぴょう、《技術》石橋江戸神輿 小川政次 氏

(文化財等地域資源) 《無形文化財》工芸技術 本場結城紬及び下野市本場結城紬振興協議会、《史跡・遺跡》国指定史跡下野薬師寺跡、《史跡・遺跡》国指定史跡 下野国分寺跡・尼寺跡、《観光》グリムの森イルミネーション、《観光》道の駅しもつけ、《自然・景観》祇園原の松林、《自然・景観》下野市トウサワトラノオ、《観光》天平の芋煮会、《観光》天平の花まつり、《史跡・遺跡》小金井一里塚

4. 医療・福祉・教育関連産業

本市の医療・福祉・教育関連産業の総生産は大きく、平成 24 年の経済センサス活動調査でも、「医療、福祉」産業は、121 事業所、4,297 人の従業者を擁し、売上（収入）金額は 495 億円の規模があります。この規模は、「宿泊業、飲食サービス業」や「生活関連サービス業、娯楽業」に比べても、大きな産業であることが分かります（表 3-2）。

医療・福祉分野は今後の成長産業であり、地域生活のサポート面からも充実が期待される産業が多くあります。

表 3-2 市の医療、福祉産業等の状況（平成 24 年）

産業大分類	事業所数	従業者数 (人)	売上(収入)金額 (百万円)
M 宿泊業, 飲食サービス業	175	1,327	7,280
N 生活関連サービス業, 娯楽業	174	629	14,079
O 教育, 学習支援業	77	1,161	...
O1 教育, 学習支援業(学校教育)	9	869	...
O2 教育, 学習支援業(その他の教育, 学習支援業)	68	292	1,090
P 医療, 福祉	121	4,297	49,448

資料)経済センサス活動調査(事業所に関する集計—産業横断的集計)

自治医科大学附属病院に関連した産業等が立地する可能性について、自治医科大学・同附属病院関係者へのアンケート調査では、専門クリニック、補装具などの制作工房、医療機器等メンテナンス事業所、在宅医療・看護システムの研究などの可能性が多くあげられています（表 3-3）。

表 3-3 自治医大関連の産業立地の可能性

設問) 今後 5～10 年以内に、自治医科大学附属病院に関連して、次のような産業や取組みが下野市内や周辺地域に立地したり、創出される可能性があると思いますか？（複数回答）			
周辺地域に立地・創出の可能性があるとと思われる産業等	(n=62)	件数	%
1. 病院退職者等が開業する専門クリニック等		54	87.1
2. 医療機器の製造事業所		13	21.0
3. 補装具、手術用具、車イスなどの制作工房		29	46.8
4. 医療機器のメンテナンス・サービス事業所		27	43.5
5. 医薬品の配送センター・供給営業所		17	27.4
6. 遺伝子検査・解析等の検査サービス事業所		11	17.7
7. 病院と民間企業との共同研究施設		12	19.4
8. 病院在籍者が講師で行う民間企業等を集めた医療関連産業の研究会		8	12.9
9. 介護補助ロボット等の臨床対応・メンテナンス事業所		3	4.8
10. 遠隔医療、医療従事者養成等の情報システム開発を行う事業所		9	14.5
11. 臨床医療ビッグデータの蓄積と解析を行う産学共同研究センター		9	14.5
12. 再生医療のための細胞培養などの研究施設		6	9.7
13. 下野市や周辺地域を実験フィールドとした在宅医療・看護システムの研究		25	40.3
14. 看護師など医療系資格保有者の職場復帰を促す再教育・訓練施設		19	30.6
15. 研究助手などの人材バンク・人材派遣事業		13	21.0
16. その他(宿泊施設、看護師が子供を預ける保育施設、医療に関連したアプリ開発)		3	4.8
無回答		5	8.1

資料)自治医科大学附属行員関係者アンケート結果

こうした自治医科大学・同附属病院と民間の連携した取組みを実現する施策については、「行政主催の講演会・交流会」、「コーディネーターによるヒアリング」が効果的との回答が多くあります（表 3-4）。また、「医大協力会」、「連携した誘致活動」も比較的多くあげられました。連携の可能性について、アンケートの自由記入欄では、次のような提案意見もありました。

独立行政法人科学技術振興機構（JST）や厚労省などでは産学連携プログラムがいくつかあります。大学のシーズと市、県の企業（化）を結びつけるコーディネータ（人、部門）があるといい。そこに何らかの形で下野市が参画していくのが良いかと思います。

表 3-4 自治医大関連産業の実現施策

設問) 自治医科大学附属病院と民間企業が連携した取組みを実現するためには、どのような施策が有効と考えますか？			
連携実現のために有効な施策	(n=28)	件数	%
1. 行政が費用負担し民間受講者を集めて、病院が講師を出す講演会・交流会を行う		12	42.9
2. 病院と民間が共に興味を持つテーマで、先端医療産業の講師を招き勉強会を行う		5	17.9
3. コーディネーターを採用し、病院と民間企業の両方に対するヒアリングを行う		12	42.9
4. 民間、病院の関係者の交流や研究会がいつでもできるサロンの施設を設ける		4	14.3
5. 病院側から、医療機器や情報システムなどのメンテナンスや改良などのニーズを発信し、その情報サービスを受ける企業等が会員となる「医大協力会」(仮称)を組織する		8	28.6
6. 民間企業などから研究テーマを発信し、病院側が連携できる関係者を紹介する仕組みを作る		4	14.3
7. 病院と民間それぞれから募る希望者が共同し市補助で予備研究を行って、国等の研究補助事業による本格研究の種づくりを行う		4	14.3
8. 市・県と病院が連携して、医療関連産業の誘致活動を継続的に行う		8	28.6
9. 複数の研究施設が入ったラボラトリー、シェアオフィス等を建設し、分譲、賃貸する		4	14.3
10. 市・県と病院のハイレベルの連絡協議会を定期的で開催する		4	14.3
11. その他		1	3.6
無回答		1	3.6

資料) 自治医科大学附属行員関係者アンケート結果

少子高齢化に対応して、介護やホームヘルプサービス、訪問看護サービスなどの需要が今後とも増加するため、福祉分野でのビジネスの発展も期待されています。医療との連携も可能な本市の場合は、福祉ビジネスの様々な展開の可能性がります。

5. 建設業、不動産業等

建設業では、総合工事業が事業所数の 47.9%、従業者数の 59.2%を占め、1事業所平均7人の従業者となっています。不動産業では、不動産取引業が17事業所と少なく、不動産賃貸業・管理業が事業所数の 84.1%を占めています。

人口構造や家庭の在り方の変化による住み方の変容や空き家・空き店舗等が発生している現在の状況をみると、それらの有効活用等を行う不動産活用ビジネスの活躍に期待するところが大きく、その可能性も大きく開けています(図 3-33)。

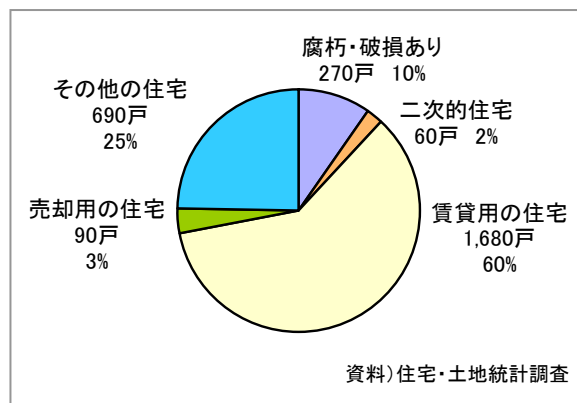
表 3-5 建設業、不動産業の状況

産業分類別の事業所数・従業者数(平成24年)

産業分類別	事業所数	従業者数(人)
D 建設業	263	1,492
06 総合工事業	126	884
07 職別工事業(設備工事業を除く)	81	346
08 設備工事業	52	245
DZ 建設業 内格付不能	4	17
K 不動産業, 物品賃貸業	164	328
68 不動産取引業	17	51
69 不動産賃貸業・管理業	138	231
K1 不動産業 内格付不能	-	-
70 物品賃貸業	9	46

資料) 経済センサス活動調査

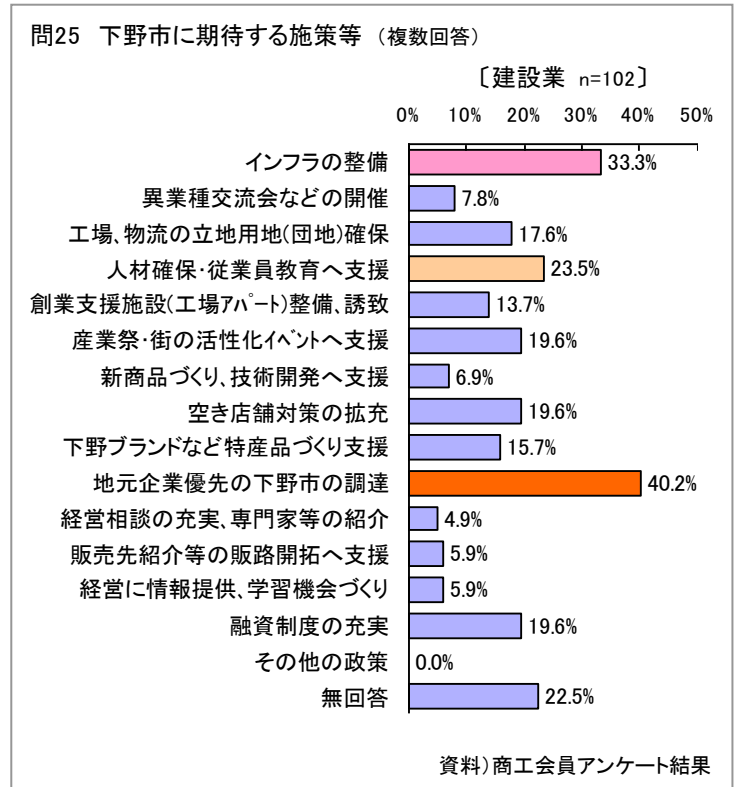
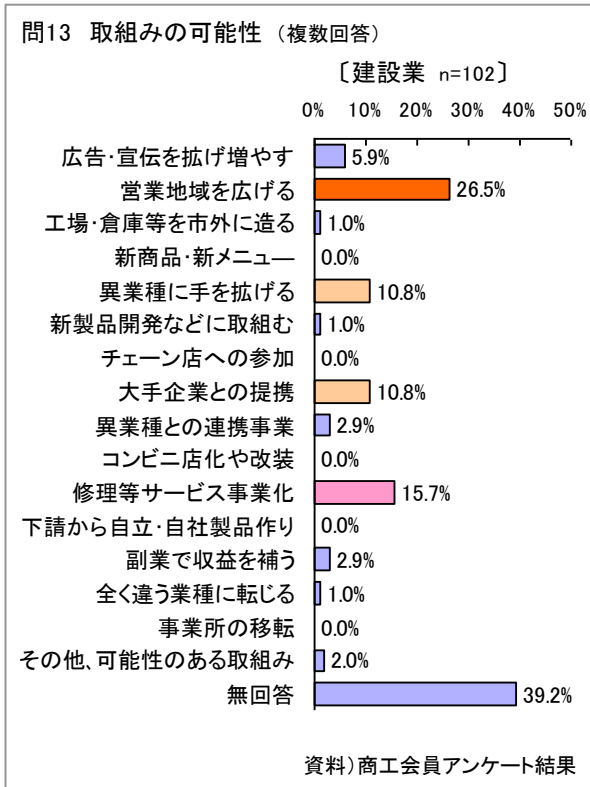
図 3-33 市内の空き家の状況(平成20年)



本市は、不動産業の総生産が大きな割合を占め(P19 図 3-1)、商工会員アンケート調査をみると、建設業事業者の今後の経営方針における積極性が目立っており、経営方向で「規模拡大」を考える建設業事業者が他業種より多くなっていることがわかります(P23 図 3-8)。今後の取組みでも「営業地域を広げる」が 26.5%と比較的多く、「修理等サービス事業化」(15.7%)、大手企業との提携(10.8%)など積極的な事業者が見られます(図 3-34)。

本市が現在抱えているまちの課題に対応して、民間ベースで進めるまち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、建設業と不動産業等の連携で取組む態勢づくりが、戦略的に重要となります。

図 3-34 建設業の今後の取組みと市に期待する施策



6. 産業の基盤・環境等

本市は首都圏北部の北関東地域に位置します。北関東地域では、高度経済成長期以降に、工場、研究開発機関の立地が進み、近年、既存産業の集約、消費地へのアクセス性の良さなどから工場立地件数が増加するなど産業立地に有利な条件を備えています。

市内には6つの工業団地がありますが、いずれも分譲を完了しています（表3-6）。

しかしながら、こうした既存工業団地については、一時代前の工場イメージを払拭する敷地周辺的美観づくり*や、道路、排水関係等のインフラ整備と通じて、立地や就業への魅力が感じられる近代的な産業エリアへの転換が求められます。

表 3-6 市内の工業団地

	西坪山 工業団地	石橋第一 工業団地	石橋第二 工業団地	石橋第三 工業団地	柴工業団地	下坪山 工業団地
造成年	昭和 48～50年	昭和 37～38年	昭和 38～39年	昭和 40～43年	昭和 51～52年	平成 2～6年
所在地	下坪山	下古山	下古山	下石橋	柴	下坪山
面積 (㎡)	407,829	86,807	123,113	313,235	206,713	139,706
立地件数 (件)	6	1	4	7	5	8

※【工場的美観づくりの手法例】

- ・ 緑化フェンス（シースルー化）
- ・ 生垣化
- ・ 芝生マウンド化
- ・ 壁面緑化
- ・ 花壇
- ・ モニュメント設置
- ・ カラーコーディネート
- ・ ライトアップ、イルミネーション
- ・ シンボル・ツリー
- ・ 駐車場緑化
- ・ 屋上緑化
- ・ 敷地コーナーのシンボル緑地
- ・ 敷地境界からのセットバック
- ・ 近隣住民との協働緑地管理
- ・ ソーラーライトの夜景づくり
- ・ 企業サイン、デザイン看板

第3節 市内産業経済をめぐる課題

本市では、少子高齢化等に伴い、暮らしやすく魅力ある街にするために、市内の商業・サービス業の再構築や、就業機会の創出・維持に取り組むことが必要になっています。このため、既存産業・事業の活性化を図ることと併せて、新たな産業・事業者を生み・集めることが必要になっています。

そこで、市の地域特性を踏まえ、産業主体間の連携を広げ深めること、地域資源(人、産物、土地等)を活用すること、優れた立地条件・集客力を活用すること、さらには産業人材・労働力を集め定住化を促していく必要があります。

こうした観点から課題を次のように設定します。

(1) 自治医科大学・同附属病院と民間事業所との連携

本市には、自治医科大学・同附属病院が立地していることもあり、医療・福祉・教育関連産業の総生産は大きいという特色があります。国においても医療・福祉分野は今後の成長産業として大きな期待を寄せており、地域生活のサポート面からも充実が期待される産業分野です。

自治医科大学・同附属病院関係者アンケート調査で同病院に関連した産業等が立地する可能性について尋ねたところ、専門クリニック、補装具などの制作工房、医療機器等メンテナンス事業所、在宅医療・看護システムの研究などの可能性があげられています。また、立地企業アンケート調査では、今後5年間に可能性のある取組みとして「新製品、新サービスの開発」や「技術力向上、研究開発力の強化」など積極的な取組みをあげる事業所は多く、同病院と連携した事業などが考えられます。

産業主体間の連携を広げ深めるためには、全国で先進・成功事例が多く見られる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、民間の力を活用して連携や新事業等への積極性を引出す取組み、態勢づくりが求められます。

(2) 地域資源と立地条件の活用

本市の平坦で災害のない土地、多種多量の農産物、新4号国道等の優れた交通条件、さらに自治医科大学・同附属病院等の存在は、さまざまな産業の発展可能性を秘めています。

既に、新4号国道にある「道の駅しもつけ」は年間約250万人の集客がありますが、本市の地域資源と立地条件を生かし、6次産業化による新たな事業の創出や集客拠点の整備による着地型観光など従来の産業の枠を超えた取組みが必要となっています。

地域資源を活かし自律的に産業創出・成長を図るために、先進・成功事例の紹介や提携指導を受け、地域内外から意欲ある人材を集め、情報発信力がある担い手づくり、取組み態勢づくりをすすめる必要があります。

(3) 工場立地ポテンシャルへの対応

本市は、製造業を中心に多様な産業による経済活動が合わさり、一人当たり市民所得は県内でも高い水準にあります。首都圏にあって工場や物流施設の立地条件に優れる本市において、新たな工場立地の可能性は高いものがあります。

企業誘致のため誘致業種や立地誘導地域、優遇措置などの方針を明確にする必要があるとともに、労働力不足に備えた人材確保、若者の定着などが必要です。

また、優れた産業立地条件を活かし、企業等の発展・誘致を進めるために、市内立地企業協議会等の意見や協力も得ながら、立地地域の魅力をもっと高める取組みが求められます。

(4) 商業・サービス事業者の存続支援

商工会員アンケート調査による事業者の実態は、「地元には根づき、お客の信頼を得ている」という強みはありますが、一方では「得意客の高齢化」や「仕入品の値上がり」など、経営は苦しく、自分の代限りとする事業者も多いのが現状です。

競争の激化や消費者ニーズの多様化の中で中小の商業・サービス事業者が環境変化を乗り越えていけるよう、総合的な経営指導を行うなど事業継承を支援していくとともに、新たな事業展開へのチャレンジ精神に富む経営者や後継者の育成を図る必要があります。

(5) 商業・サービス業の活性化

商工会員アンケート調査では、下野市で振興してほしい産業として最も多いのが「街のにぎわいを生む商業」であり、半数近くの人があげています。また、今後の産業振興のために本市に期待する施策として「空き店舗対策の拡充」が多くあげられています。

駅前等、主な市街地に商業・サービス業を集積させ、新しい生活や消費スタイルに対応し、多様な新商品・新サービスの創出に努める必要があります。また、健康や医療・福祉の分野において新しいサービス業が生まれ発展する可能性もあります。さらに、本格的な高齢社会が到来する中で、商業やサービス業が持つ地域住民の交流の場としての役割に着目し、コミュニティを重視した商業環境づくりを促進する必要があります。

一方、地場産品を生かした下野ブランド品の商品開発を進めるなど、地域の商業・サービス業の活性化を図っていく必要があります。

(6) 安定的な雇用の確保

本市の産業経済の活力を強める中で、地域に豊かな雇用が生まれ、またさらなる産業経済の振興につながるという地域経済の好循環を創り出していくことが必要です。

成熟社会にふさわしい市民の職業生活や、人口減少・少子高齢化を視野にいれながら、若年者については就業支援により意欲を高め自立を、女性については、その意欲と能力を思う存分発揮することができ、また団塊の世代を含めた高齢者は、その高い就業意識を持って元気に健康に働ける社会の実現に取り組むことが重要となります。

第4章 新しい産業社会のすがた と産業政策の基本テーマ

第1節 下野市の新しい産業社会のすがた

本市は、先人達が拓き培ってきた農地等の郷土の環境、歴史文化、立地企業や大学・病院等からなる豊かな地域資源に恵まれています。また、社会経済中枢機能や人口が集中する東京都心の通勤圏にありながら、市域に農業・工業生産機能が集積・展開し、首都圏南北・東西を結ぶ物流幹線道路も通る恵まれた立地条件を有しています。なかでも自治医科大学・同附属病院の存在は、本市の病院・診療所が多いことや人口当たり医師数が全国のなかでも屈指であるなど、健康医療都市としての可能性を高めつつあります。

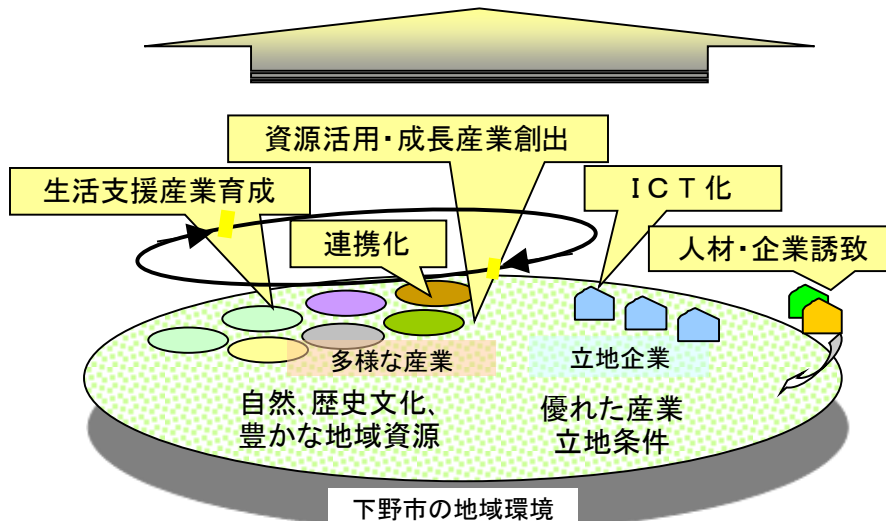
こうした豊かな地域資源と恵まれた立地条件を活かし、現在の課題を解決しながら、明るい未来を築くために、今後成長が見込まれる“健やかライフ”関連産業(食、住、医・薬、ケア、余暇等)の集積を進め、働く場・安心して暮らせる場・子育ての場等としての都市の魅力を高めるなかで、定住人口が増加し多くの産業が働き手や得意客を安定的に得られる産業社会を目指します。

その目標とする将来像を次の言葉で表わします。

〈健やかライフ〉を育む産業社会

—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)が集積する産業社会を目指します—

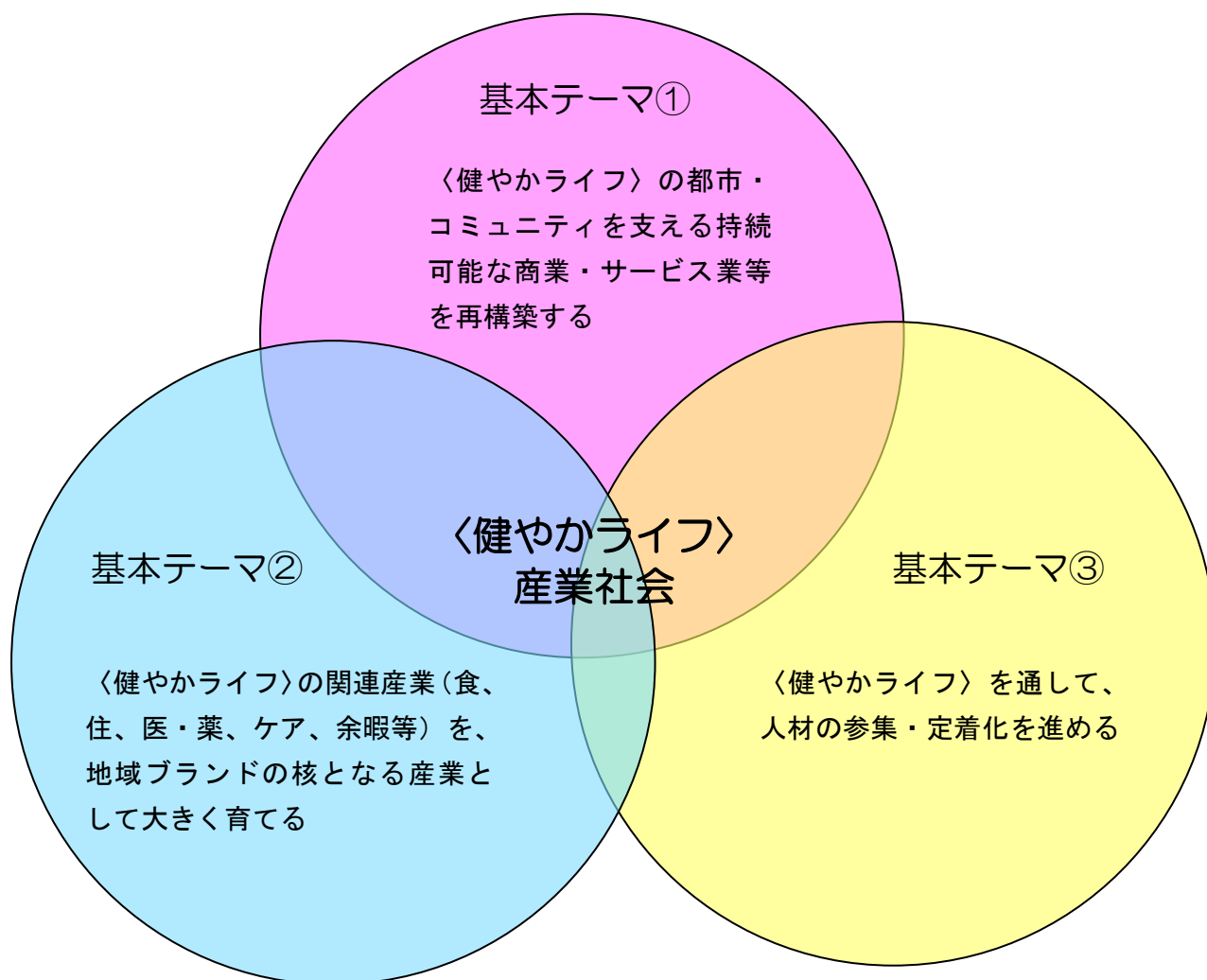
〈健やかライフ〉を育む産業社会



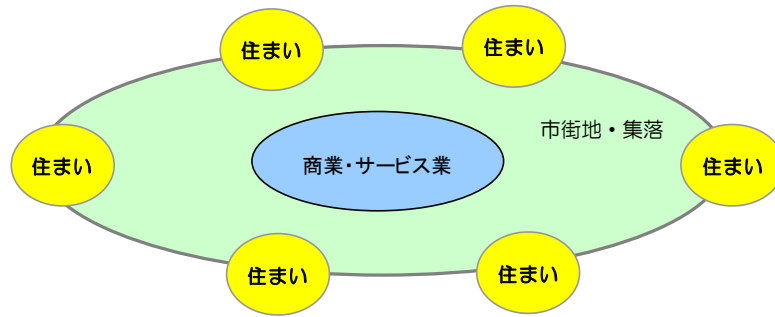
〈健やかライフ〉産業社会づくりには、生活支援産業の育成、地域資源活用の成長産業創出、立地企業等のICT化、優れた産業立地条件を活かした人材・企業誘致、市内産業の連携化など、様々な取組みが必要です。そのため、市内の産業人・産業団体を始め、広範な下野市民が、この〈健やかライフ〉を共通の目標として、知恵を出し工夫しながら参加や協力することが期待されます。

第2節 産業振興の基本テーマ

下野市の新しい産業社会のすがた「〈健やかライフ〉を育む産業社会」を実現するためには、産業人一人ひとりがその力を発揮できる舞台をつくっていくことが何よりも重要です。この舞台づくりをどのような狙いを持って進めていくかを示したものが産業振興の基本テーマです。



基本テーマ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

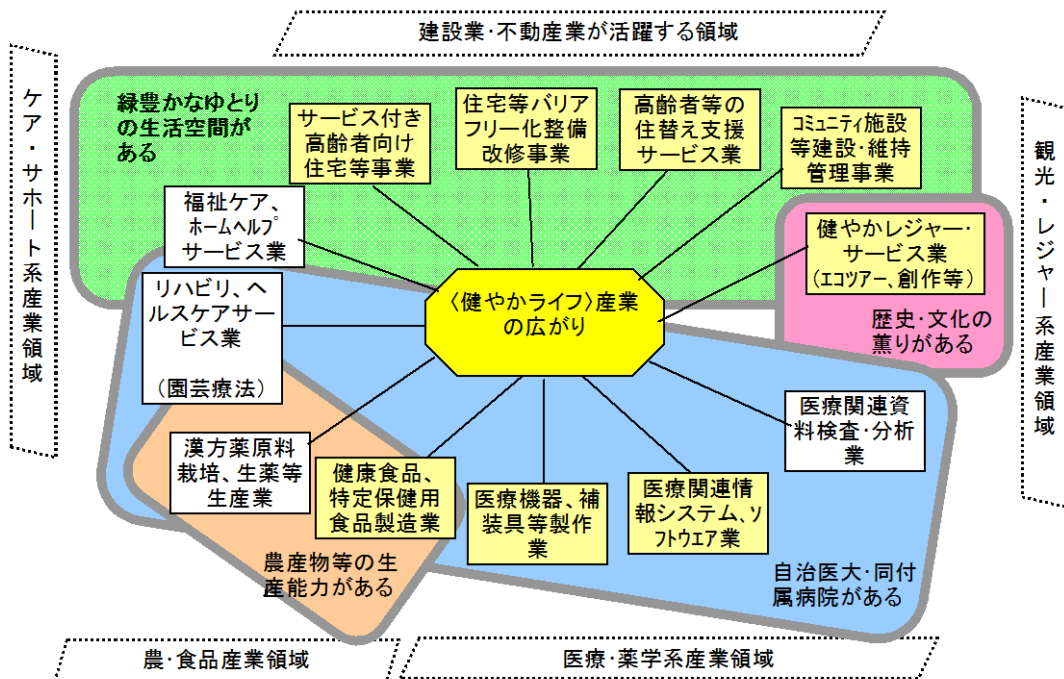


【商業者・地権者が主体となる再構築のイメージ】

- コミュニティ(市街地・集落)の中心に、暮らしを支える商業やサービス業が集約立地する
- その周辺に、サービス付高齢者住宅、シェアハウスなど新しい形態の住まいが立地する
- 住まい・消費生活・働く場などが集まるコミュニティ中心が市内各地に育っていく

基本テーマ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

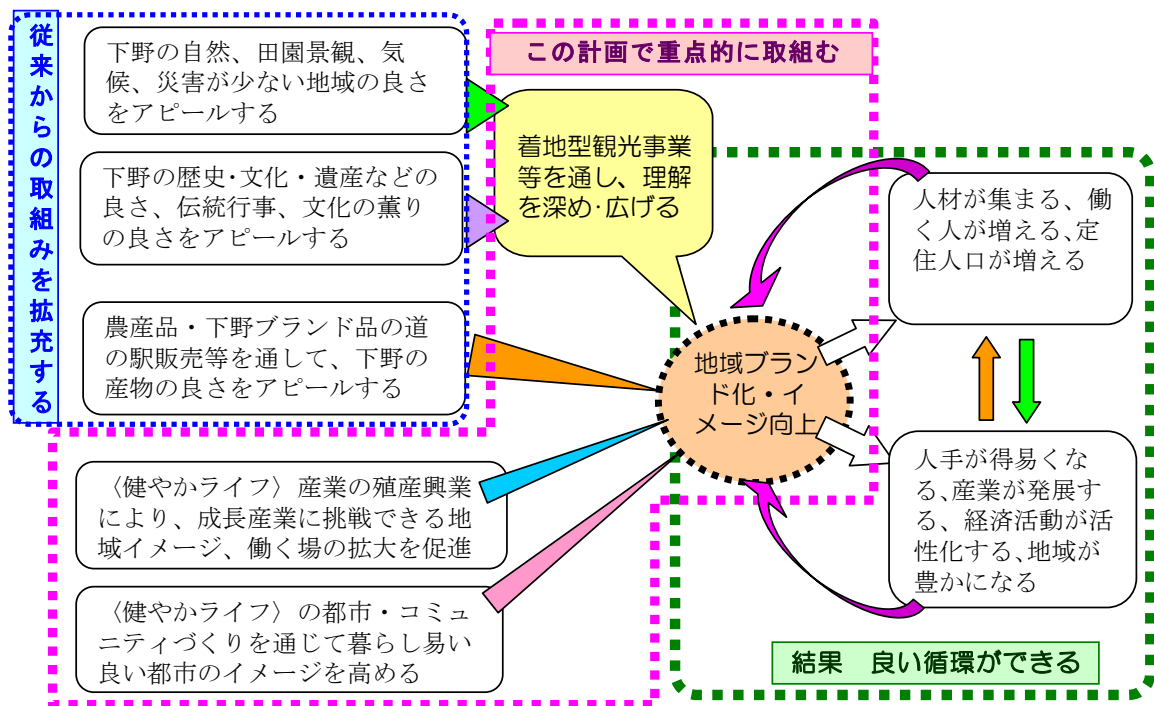
□〈健やかライフ〉産業の展開イメージ



【育てる産業イメージ】

- 緑豊かなゆとりの生活空間等の資源・環境を基礎にケア・サポート系産業が育つなど
- 4つの資源・環境に基づき、5つの産業領域で成長産業が期待されます
- この成長の実現には、市内外から人材等を集め、連携して取り組む必要があります

基本テーマ③ 〈健やかライフ〉を通して、人材の参集・定着化を進める

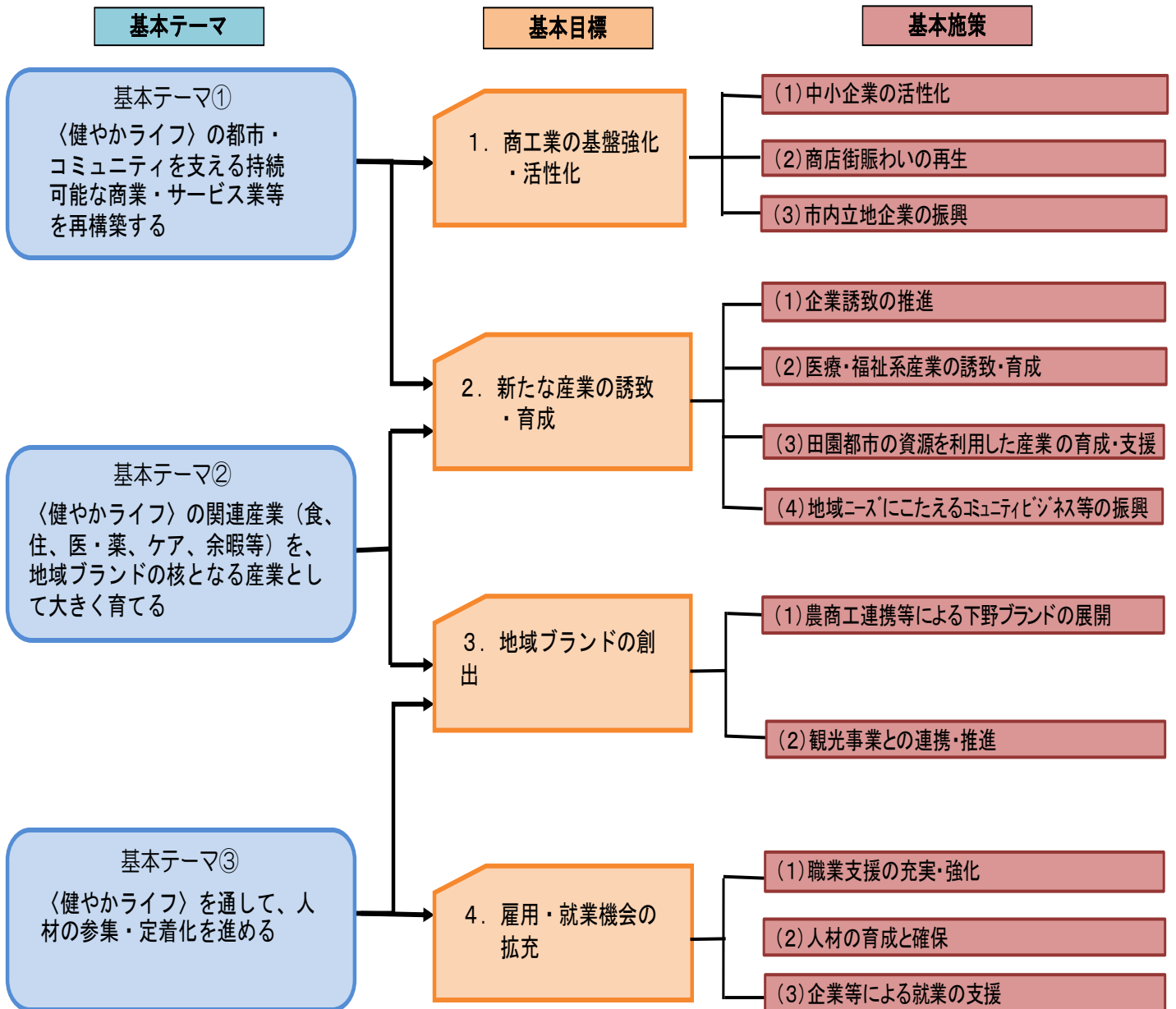


【人材定着化イメージ】

- 自然、歴史など地域の良さをアピールする取組みに加えて
- 殖産興業で、成長産業に挑戦できる地域、働く場の拡大などの都市イメージを高め
- 地域ブランド化・イメージ向上を通して、人材が集まり、地域が豊かになる良い循環が生み出されます

第3節 基本テーマと基本目標

〈健やかライフ〉を育む産業社会を築いていくための基本テーマを具体化する4つの基本目標を次に掲げます。

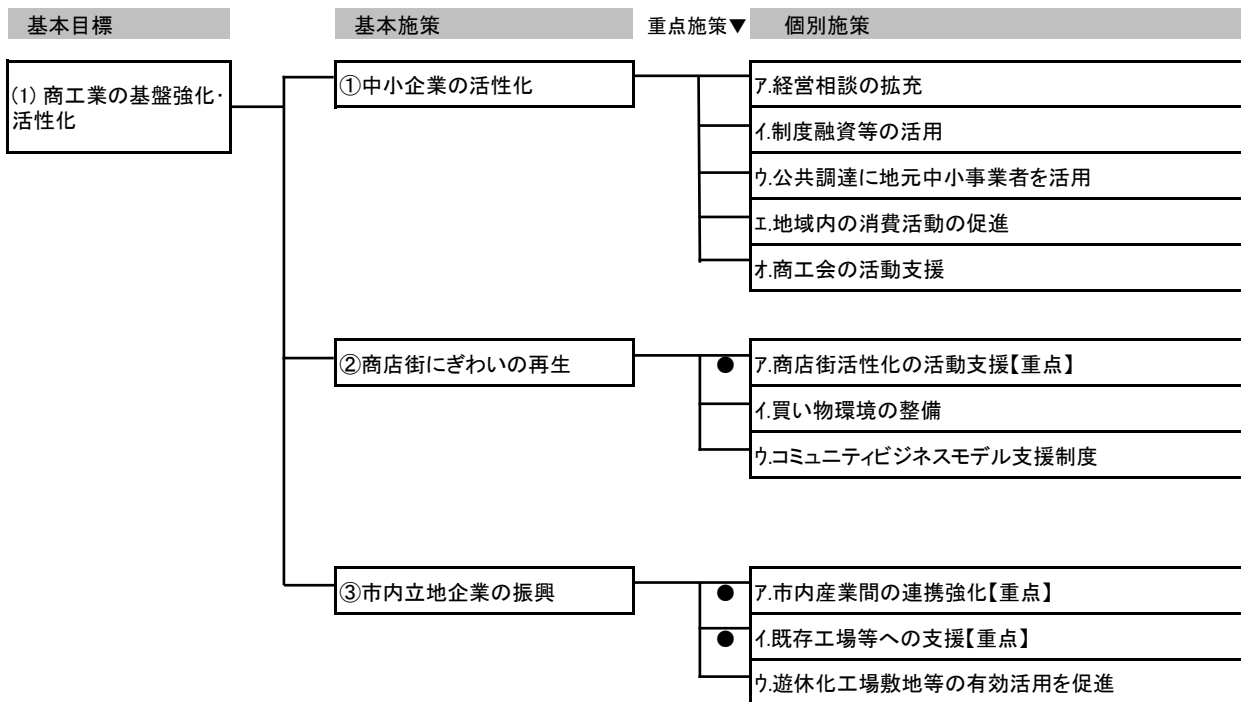


第4節 基本目標と施策

これまでの「下野市の新しい産業社会のすがた」と「産業振興の基本テーマ」を具体化するための4つの基本目標と、それを実現するための施策を掲げます。

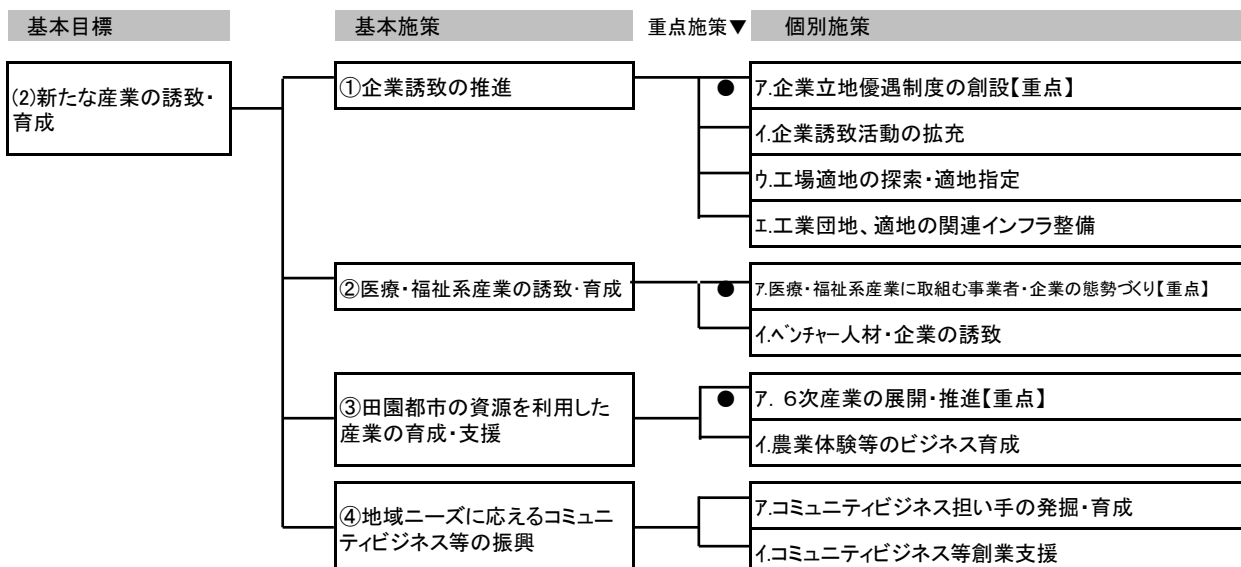
(1) 基本目標1 商工業の基盤強化・活性化

市内中小企業や立地企業の基盤を強化し、事業活動の活性化を図ろうとする施策です。



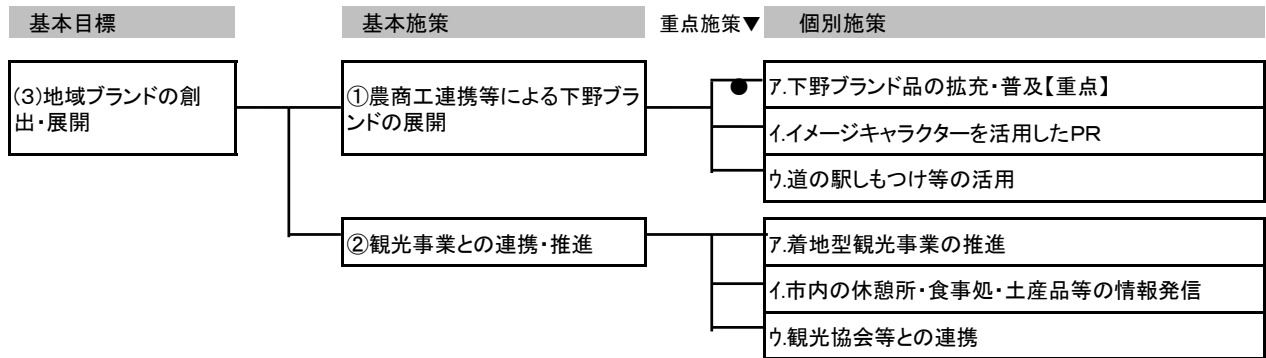
(2) 基本目標2 新たな産業の誘致・育成

社会経済の変化、技術革新等に対応して、成長産業を導入し、働く場の創出、地域課題の解決を図ろうとする施策です。



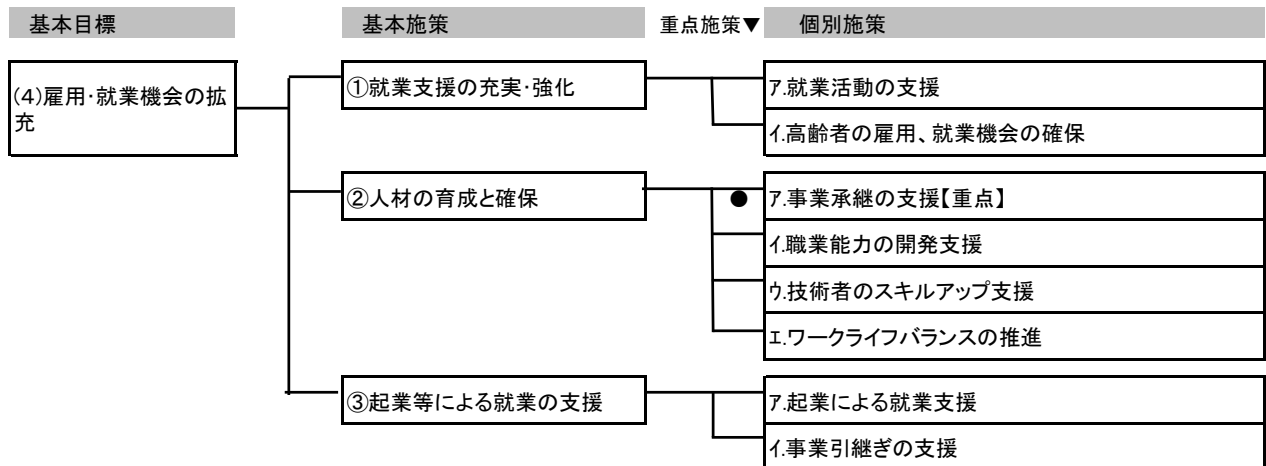
(3) 基本目標3 地域ブランドの創出・展開

地域資源を活用しながら、地域の魅力を高めアピールすることにより、市の価値を高めるシティーセールス、これに伴う物産の販路拡大・来訪者の増加を図ろうとする施策です。



(4) 基本目標4 雇用・就業機会の拡充

産業活動の担い手を育成・確保することにより、働ける場・機会を広げ、人口定住化を図ろうとする施策です。



第5節 基本的な取組みの方針

施策の推進に当たっては、次の5つを基本的な取組み方針とします。

- (1) 事業者が主役・・・産業振興の将来像実現への取組みは、事業者が主役になり、市や商工会は事業者の主体的な取組みを支援するものです。
- (2) 事業者の連携・・・基本目標の達成に向けては、実情に即しながら、知恵や力を出し合い成果をあげる、事業者、市・商工会等の連携した取組みを期待するものです。
- (3) 市民協働・・・民間の活力を最大限発揮しながら、公益的な目標も達成するために、事業者、行政、市民団体等が提携して役割分担しながら事業等に取り組めます。
- (4) 市内外の人材等を活用・・・基本目標達成には、地域資源には足りないノウハウ等を補うため、市内外から人材や協力企業を募るなど活用を図ります。
- (5) 国・県の制度等の活用・・・将来像実現、基本目標達成に向けては、国・県の助成制度等を積極的に活用し、専門家アドバイス等の導入に努めます。

第5章 これからの産業振興と 具体的な取組み

めざす数値目標

産業振興の成果を図る指標としては、下野市総合計画において分野別指標の目標値とされた事業所数を基本とし、卸売業、小売業、製造業の各指標及び一人当たりの市民所得を数値目標とします。加えて、シティセールスの一環としての地域ブランド振興として、「下野ブランド」の登録数の増加を目標値とします。

(1) 事業所数・従業者数

	事業所数	従業者数
平成13年	2,237所	20,753人
平成18年	2,175所	21,192人
平成21年	2,253所	23,409人
平成24年	2,065所	22,064人
平成31年	2,100所	22,500人

資料：平成13年・18年 事業所企業統計調査
平成21年・24年 経済センサス

(2) 卸売業

	商店数	従業者数	年間商品販売額
平成14年	107店	694人	340億円
平成19年	96店	667人	397億円
平成24年	79店	529人	897億円
平成31年	80店	550人	900億円

資料：平成14年・19年 商業統計調査
平成24年 経済センサス

(3) 小売業

	商店数	従業者数	年間商品販売額
平成14年	471店	2,656人	416億円
平成19年	414店	2,681人	417億円
平成24年	316店	2,147人	403億円
平成31年	320店	2,150人	405億円

資料：平成14年・19年 商業統計調査
平成24年 経済センサス

(4) 製造業

	事業所数	従業者数	製品出荷額等
平成15年	125所	4,309人	1,830億円
平成20年	111所	4,609人	2,079億円
平成25年	113所	4,490人	1,833億円
平成31年	115所	4,600人	1,900億円

資料：工業統計調査

(5) 一人当たり市民所得

	市民所得
平成17年	3,159千円
平成20年	3,035千円
平成23年	3,082千円
平成31年	3,200千円

資料：市町村民経済計算

(6) 下野ブランド登録数

	登録件数
平成25年	19件
平成31年	40件

基本目標 1. 商工業の基盤強化・活性化

商工業をめぐる社会経済環境は、少子高齢化、生活スタイルの変化、製品・技術の変化、製造業の海外移転など大きく変化していますので、市内商工業事業者においても、事業環境の変化に対応して事業内容や経営のあり方を見直し、経営基盤の強化や活性化を図っていく必要があります。

そこで、この施策の柱のもとでは、市内中小企業の活性化を初め、商店街にぎわいの再生、市内立地企業の振興の3つを基本施策として、市内商工業が全体的に活性化し存立の基盤を強化できる施策を進めます。



第3回下野市産業祭の様子



石橋庁舎前 軽トラック市の様子

(1) 中小企業の活性化

施策名	(1) 中小企業の活性化
施策内容	<p>市内事業所の8割を占める中小企業が、それぞれの事業における需要の変化や事業環境の変化に適切に対応できるように、各業界の事業環境や動向紹介や、個別事業者ごとの経営問題に対する相談などの拡充を進めます。</p> <p>こうした経営相談等を通して、中小企業者が設備改善や資金繰改善、新たな事業に取り組む場合等には制度融資や、国の認定事業・モデル事業等を積極的に活用して取組みを支援します。</p> <p>市内中小企業は、一般の市民とともに市内で暮らす「企業市民」であり、街の秩序を守り、安全安心なまちづくりの一端を担っており、その存続は地域にとって重要です。そこで、公共調達に地元商店や中小企業を活用したり、市民の地元消費・地元店愛用などを進めます。</p>
事業内容等	<p>ア. 経営相談の拡充</p> <p>商工会経営指導員の巡回指導を、より効果的に中小企業の活性化に役立てる仕組みづくり、計画の策定を進めます。先進例を参考にした現場改善や企業間連携などにより市内企業・産業界の活性化を図るなど、経営相談の拡充を進めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営発達支援計画の策定 ・商工会経営指導員の巡回指導とその情報活用の仕組みづくり ・栃木県産業技術センター等との連携による新技術・製品の開発支援 <p>イ. 制度融資等の活用</p> <p>市制度融資、国の認定事業・モデル事業等を活用し、経営体力強化や事業の拡大に取り組む企業を支援します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・下野市中小企業融資による支援拡充 ・下野市中小企業融資資金信用保証料補助による支援 ・下野市中小企業制度金融利子補給による支援 ・国・県等の支援制度の情報提供 <p>ウ. 公共調達に地元中小事業者を活用</p> <p>地元中小事業者の育成を促進するとともに、防犯、災害対応、住民生活支援等の役割を果たすよう、地元事業者を活用する公共調達の仕組みを検討します。</p> <p>エ. 地域内の消費活動の促進</p> <p>プレミアムの付いた下野市共通商品券の発行支援を行います。共通商品券については、利用可能業種等使いやすさの向上を検討します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・下野市共通商品券の発行支援 ・まちなかにぎわい祭など消費活動促進イベントへの支援 <p>オ. 商工会の活動支援</p> <p>中小企業活性化のための事務、事業を商工会に委託して実施します。また、商工会が実施主体となる事業への補助、商工会活動への助成を行い支援します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商工会運営費補助 ・データ放送やメール配信を活用したイベント等のPR活動推進 ・商工会との共催による講演会・交流会等の開催 ・商店街LED街路灯整備支援

国・県等の 関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・認定支援による経営改善計画策定支援事業【中小企業庁、(独)中小企業基盤整備機構】 ・専門家継続派遣事業【(独)中小企業基盤整備機構】 ・販路開拓コーディネート事業【(独)中小企業基盤整備機構】 ・事業承継円滑化支援事業【中小企業庁】 ・栃木県事業引継ぎ支援センター【認定機関 宇都宮商工会議所】
---------------	--

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 経営相談の 拡充	実施	▶▶	▶▶	▶▶	▶▶		○	
イ. 制度融資等 の活用	実施	▶▶	▶▶	▶▶	▶▶		○	○
ウ. 公共調達に 地元中小事業者 を活用	実施	▶▶	▶▶	▶▶	▶▶			○
エ. 地域内の消 費活動の促進	実施	▶▶	▶▶	▶▶	▶▶		○	○
オ. 商工会の活 動支援	実施	▶▶	▶▶	▶▶	▶▶			○

※○印は主な実施主体

(2) 商店街にぎわいの再生

施策名	(2) 商店街にぎわいの再生
施策内容	<p>駅前など市街地にある商店は、買物等に便利であるほか、店前の夜間照明や清掃など街の美観や防犯、市民の触れ合いや賑わいにも役立ち、コミュニティの拠りどころとなってきました。</p> <p>しかし、少子高齢化や市民の買物行動等の変化に伴い、既成市街地・商店街において買い物客が減少し、商店の経営が厳しくなり、空き店舗や空き家も少なからず生まれています。</p> <p>こうした地域社会と居住者ニーズの変化に対応して、商業や生活関連サービスを集約するなど、コミュニティの拠点として再生を図り、誰もが快適に利用できる安全・安心な商店街環境整備に取り組めます。</p>
事業内容等	<p>ア. 商店街活性化の活動支援《重点》</p> <p>空き店舗解消のための支援対策の充実を図るとともに、「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、経営相談等の支援を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空き家・店舗出店への支援（店舗リフォーム、駐車場等への補助検討） ・経営相談の実施 ・栃木県中小企業団体中央会と連携した事業推進 <p>イ. 買い物環境の整備</p> <p>地元商店等による街灯の管理、定期的清掃活動、花いっぱい活動などに対する支援を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・駅前広場花いっぱい事業 ・宅配サービス事業 ・商店街利用に伴うお出かけ号の活用 ・街頭防犯カメラ設置補助 ・防犯灯LED化の推進 <p>ウ. コミュニティビジネスモデル支援制度【新規】</p> <p>コミュニティビジネスのモデルとなる先例事業を支援するため、セミナーの開催やアドバイザー等の派遣を行います。</p>
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・商業活性化アドバイザー派遣制度【中小企業庁】 ・商店街よろず相談アドバイザー派遣事業【(独)中小企業基盤整備機構】 ・商店街支援補助金【中小企業庁】 ・まちづくり補助金【中小企業庁】 ・にぎわい補助金【中小企業庁】

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 商店街活性化の活動支援	実施	▶▶	▶▶▶	▶▶▶▶	▶▶▶▶▶		○	○
イ. 買い物環境の整備	実施	▶▶	▶▶▶	▶▶▶▶	▶▶▶▶▶	○	○	○
ウ. コミュニティビジネスモデル支援制度	検討	▶▶	実施	▶▶▶	▶▶▶▶			○



駅前広場花いっぱい運動



共通商品券の発行

(3) 市内立地企業の振興

施策名	(3) 市内立地企業の振興
施策内容	<p>市内の工業団地等に立地する企業と、それらを活かした市内諸産業の振興のため、市内産業間の連携強化を図り、立地企業のコストダウン・収益性の向上と、市内関連企業の事業領域拡大に取り組めます。</p> <p>市内立地企業に人手不足・採用難の傾向が見えていることなどから、既存工場等の魅力向上、イメージアップを図る等、様々な取組みを支援します。</p> <p>立地企業の敷地等において、未利用地や遊休施設等がある場合、それらを新規企業立地などに活用し、市内生産活動の拡大と、立地企業の業績向上にも寄与する施策に取り組めます。</p>
事業内容等	<p>ア. 市内産業間の連携強化《重点》</p> <p>工業団地内立地企業相互や、市内の医療・福祉・サービス業、運送業等との連携に繋がる交流機会を拡充します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(仮称) 南河内地区立地企業協議会の設置【新規】 ・(仮称) 下野市立地企業連携協議会の設置【新規】 ・産業祭の開催 ・企業交流会・講演会の実施 <div data-bbox="405 898 975 1272" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">第1回立地企業交流会の様子</p> <p>イ. 既存工場等への支援《重点》</p> <p>工場施設の新規増設や環境イメージアップを図る場合等の緑化率軽減、生垣等整備費一部助成等の支援を検討します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工場立地法準則条例の検討【新規】 ・既存工業用地の調整池等の整備管理 ・ジェットロと連携した海外展開への支援【新規】 <p>ウ. 遊休化工場敷地等の有効活用を促進</p> <p>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図ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工業用地内の未利用地、遊休用地、施設等の把握
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・環境経営の導入支援【環境省】

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア．市内産業間の連携強化	検討 実施	⇒	⇒	⇒	⇒		○	○
イ．既存工場等への支援	検討 実施	⇒	⇒	⇒	⇒			○
ウ．遊休化工場敷地等の有効活用を促進	検討 実施	⇒	⇒	⇒	⇒			○

基本目標 2. 新たな産業の誘致・育成

人口構成の変化や価値観の多様化、飛躍的な技術革新、グローバル化などによって、市内産業を取り巻く状況は大きな変化が起きています。かつて産業社会を牽引した家電や自動車製造業は生産額や雇用者数の比率を下げ、情報通信業の生産額や福祉系産業の雇用数が大きな割合を占めてきています。

今後においても、このような産業構造の変化は避けられないものと考えられることから、将来成長が見込める産業を積極的に誘致・育成する必要があります。

本市には、恵まれた自然環境や優れた立地条件、産業の種となる豊かな地域資源に恵まれるため、それらを活かした産業の誘致・育成が可能です。

近年、企業の海外移転が進展していますが、大量生産は海外で行い、研究開発等を行ういわゆるマザー工場や情報通信業、高度医療・ヘルスケア産業などの付加価値の高い業種は国内にとどまり、将来においても生産活動を維持することが見込まれます。このため、下野市のもつ地域資源の有利性を積極的にアピールし、マザー工場や高付加価値業種の立地を進めます。

また、既存の立地企業についても適切な対応を図ることで、市外への事業所移転などを抑えることが重要です。このためには、平素から本市に立地した企業の要望等に耳を傾け、行政と立地企業並びに立地企業間との情報交換や交流を積極的に行うことが重要です。市においては要望等を能動的に聴取し、要望の実現に向け努力することが、立地企業の本市における安定的な操業はもちろん、新たな企業の立地にも繋がると考えます。

現在、下野市では「下野市総合計画 後期基本計画」に掲げる将来像「思いやりと交流で創る新生文化都市」の実現に向け取り組んでいます。本市では、これら「まちづくり」と一体となった産業振興を推進し、市の活力向上と魅力あるまちづくりの形成という観点から、企業の誘致・育成と良好な住環境の保持の両立を図ることが必要です。

このようなことから、本計画の目指す「<健やかライフ>を育む産業都市」の実現のため、次の業種を、本市が積極的に誘致を進める産業とします。

下野市が誘致を積極的に進める産業

自治医科大学・同附属病院等医療機関との連携が可能な「高度医療、福祉、ヘルスケア（医療機器を含む）産業」等


- ① 新4号国道などの恵まれた交通アクセスを活かした「物流関連産業」
- ② 地域の農業資源を活かした地場農産品加工などの「食品関連産業」
- ③ 災害の少ない安定した地域環境を活かした「情報関連産業」
- ④ 成長が期待される「産業用機械などの製造業、エネルギー関連産業」
- ⑤ その他、ホテルなどの観光関連産業、研究所

(1) 企業誘致の推進

施策名	(1) 企業誘致の推進
施策内容	<健やかライフ>を育む産業都市の実現のため、下野市のもつ恵まれた自然環境や優れた立地条件と、産業の種となる豊かな地域資源を活かし、高度医療、福祉、ヘルスケア産業、情報関連産業などの企業誘致を進めるとともに、工場適地の指定やインフラ整備を推進します。
事業内容等	<p>ア. 企業立地優遇制度の創設<重点> 企業の立地に際し、多くの自治体がなんらかの助成を行っていることから、下野市においても周辺市町と比較し、助成制度を検討します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業立地優遇制度の創設【新規】 ・雇用奨励金制度の拡充 <p>イ. 企業誘致活動の拡充 企業が下野市に立地するためには、まず企業に下野市を知ってもらうことが必要となります。このため、企業立地環境の紹介を充実させるとともに、企業訪問、アンケート実施などの積極的な取り組みを行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パンフレットの作成・配布 ・市長の企業訪問 <p>ウ. 工場適地の探索・適地指定【新規】 遊休工場用地や、新たな工場適地を探し「工場適地指定」を図ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工業適地の調査の実施 <p>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進めます</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業ニーズアンケートの実施 ・工業団地内インフラの適正管理
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・栃木県企業立地・集積促進補助金【栃木県】 ・栃木県産業定着集積促進支援補助金【栃木県】

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 企業立地優遇制度の創設	検討	➡	実施	➡	➡			○
イ. 企業誘致活動の拡充	検討 実施	➡	➡	➡	➡			○
ウ. 工場適地の探索・適地指定	検討	実施	➡	➡	➡			○
エ. 工業団地、適地の関連インフラ整備	検討	実施	➡	➡	➡			○

(2) 医療・福祉系産業の誘致・育成

施策名	(2) 医療・福祉系産業の誘致・育成
施策内容	<p>医療・福祉系産業は今後の成長産業として期待されており、本市には自治医科大学・同附属病院もあるため、その協力や指導を得ながら、機器製品開発、情報システム開発、サービス開発等に取り組む企業やベンチャー人材の誘致・育成を進めます。</p> <p>市内中小企業等と自治医科大学・同附属病院及び市の協力態勢づくりを進めます。</p>
事業内容等	<p>ア. 医療・福祉系産業に取り組む事業者・企業の体制づくり《重点》</p> <p>自治医科大学・同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ます。その一歩として、連携態勢づくり、講演会開催等を進めます。【新規】</p>  <p>自治医科大学・同附属病院</p> <p>イ. ベンチャー人材・企業の誘致</p> <p>〈健やかライフ〉産業の起業に取り組むベンチャー人材・企業の誘致を図り、産業集積づくりを推進します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ等を活用した誘致 PR
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業・小規模事業者連携促進支援補助金（新連携支援事業）【中小企業庁】 ・とちぎ未来チャレンジファンド【(公財) 栃木県産業振興センター】

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 医療・福祉系産業に取り組む事業者・企業の体制づくり	検討 実施	⇒	⇒	⇒	⇒	○		○
イ. ベンチャー人材・企業の誘致	検討 実施	⇒	⇒	⇒	⇒			○

(3) 田園都市の資源を利用した産業育成・支援

施策名	(3) 田園都市の資源を利用した産業育成・支援
施策内容	<p>本市には、広い農地に平地林が点在する田園景観があり、晴れた日の日光連山や筑波山の眺望も優れています。</p> <p>市域を流れる姿川、田川、鬼怒川などが作り出した緩やかな起伏の自然地形や、古代からの歴史を物語る国指定史跡や古墳等、公園と多彩な祭り・イベントなどの存在は、魅力的な資源です。</p> <p>これらの資源を活用すれば、農業資源を活用する産業が大きく育つ潜在的な可能性を持っています。</p> <p>そこで、先進事例の紹介と提携などによる担い手の育成、拠点づくりなどにより、6次産業の育成を進めます。</p>
事業内容等	<p>ア. 6次産業の展開・推進《重点》</p> <p>市内直売施設の連携によるPR推進や地域の特産品を生かした直売所単位の特徴の創出、既存の加工施設や石橋南部に新設される加工施設の連携による地場食材を活用した特産品の開発推進を進めます。</p> <p>また、農業、商業、工業等が協力し市内産の農産物やお互いの得意分野を生かして新商品の開発、生産等を行い、需要の開発に取り組めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食のオープンスクールの開催 ・農産物直売所を活用した地元特産品の販売促進 ・農産物加工所及び販売所の設置【新規】 <p>イ. 農業体験等のビジネス育成【新規】</p> <p>田園都市の特性を活かしつつ、農業体験や市民農園の貸出等により農業に対する関心を高めることを図ります。また、農業の持つ癒し効果を活用できるよう園芸療法等を産業化できるように、先進事例の紹介、視察、提携などを通して、こうしたビジネスの育成を検討します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民農園の貸出 ・農業体験ビジネスの検討 ・医療機関と連携した農業体験、園芸療法等の検討
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業・小規模事業者連携促進支援補助金（農商工等連携対策支援事業）【中小企業庁】 ・とちぎ未来チャレンジファンド【(公財) 栃木県産業振興センター】

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 6次産業の展開・推進	検討 実施	▶▶	▶▶	▶▶	▶▶	○		○
イ. 農業体験等のビジネス育成	検討 実施	▶▶	▶▶	▶▶	▶▶			○

(4) 地域ニーズに応えるコミュニティビジネス等の振興

施策名	(4) 地域ニーズに応えるコミュニティビジネス等の振興
施策内容	<p>家族や居住形態の変化に伴い、高齢者世帯や、働きながら子育てする女性など、社会的な支援を必要とする人々や状況が増加し、近隣社会の中で対応を求められる課題が生まれています。</p> <p>そうした課題を新しいサービス需要と捉え、ビジネス化することで、働き所得を得る場・機会ができ、住民間の触れ合いも生まれ、便利で暮らし易いコミュニティが実現できます。</p> <p>コミュニティ・カフェ、ホームヘルプサービス、デイサービス、保育サービス、学習塾、不用品交換・リサイクル、シェアハウス、コワーキングスペースなど様々なコミュニティビジネスが生まれています。</p> <p>こうしたビジネスを街中に取り込んでいくことで、商店街の賑わい再生も期待できるため、手法等の検討を進めます。</p>
事業内容等	<p>ア. コミュニティビジネス担い手の発掘・育成【新規】</p> <p>先行起業家を講師に、コミュニティビジネス起業講座、女性の創業講座等を開催し、実践ノウハウ伝授、地域の人脈づくりなど、起業実現に向けた実践への支援を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティビジネス起業講座や先進事例の紹介 ・コミュニティビジネス専門家の派遣 <p>イ. コミュニティビジネス等創業支援</p> <p>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、起業から事業定着に向う初動期間の支援を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・制度融資における創業資金・女性起業家資金 ・空き店舗等活用奨励金
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・創業サポートアカデミー【(公財) 栃木県産業振興センター】 ・創業希望者交流サロン【(公財) 栃木県産業振興センター】

事業名	実施時期 (年度)					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. コミュニティビジネス担い手の発掘・育成	検討	➡	実施	➡	➡			○
イ. コミュニティビジネス等創業支援	検討 実施	➡	➡	➡	➡			○

基本目標 3. 地域ブランドの創出・展開

〈健やかライフ〉を育む産業都市づくりにおいては、地域の魅力を慕って人材や企業が自然に集まって来るような、地域の魅力をアピールすることが重要な柱となります。

下野市の現状は、数多くの魅力的な資源がありながら、地域のアイデンティティを確立・表現できずにいるので、地域ブランドの創出・展開＝地域ブランディングによって、地域の魅力を高めアピールしようとするものです。

そのため、これまでに取組まれてきた「下野ブランド」の商品づくりを、農商工連携等によって一層拡充し普及を図る中で、地域ブランド・イメージもアピールするものです。

また、市内の様々な資源を、観光事業に活用することにより、ビジネスを通して観光収入を得ながら、地域の魅力を市内外の人々にアピールし、下野市の地域に魅力を感じた人々が、その魅力の発信者になることも期待されます。



下野ブランド（食品部門）



アンテナショップ（東京ソラマチ）でのトップセールス

(1) 農商工連携等による下野ブランドの展開

施策名	(1) 農商工連携等による下野ブランドの展開
施策内容	<p>これまで下野ブランド品の認定を行ってきましたが、地域イメージアップのためには、さらなるステップアップが必要です。</p> <p>このため、販売の商業、加工の工業が連携し、これまで以上に人気を得られる下野ブランド品を継続して創出する必要があります。</p> <p>また、認定した下野ブランド品の知名度を一層高める取組みを進めます。</p>
事業内容等	<p>ア. 下野ブランド品の拡充・普及<<重点>></p> <p>新たなブランド品の発掘・開発促進を図るとともに、認定されている下野ブランドのPR活動を推進します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・下野ブランド認定事業の継続普及 ・ブランドの価値を高める知的財産権の取得促進【新規】 ・ふるさと納税者謝礼としてブランド商品送付 ・かんぴょうの消費拡大支援事業の継続推進 ・農村生活研究グループ協議会の活動支援 <p>イ. イメージキャラクターを活用したPR</p> <p>カンピくんの着ぐるみやイラスト、コミックキャラクターを有効活用しイベントやチラシ等で様々なPR手法を使い、下野市の認知度の向上を図ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種商品へのキャラクターの掲載によるシティーセールス ・コミックキャラクター（瓜田瑠梨）との連携による商品開発【新規】 ・アンテナショップ（東京ソラマチスカイツリー内）でのPR活動 <p>ウ. 道の駅しもつけ等の活用</p> <p>道の駅しもつけや市内 JR 3 駅での下野ブランド販売やポスター等の掲示によるPR活動、各種イベント等開催による地域振興、新 4 号国道を利用する方の憩いの場の提供を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅しもつけを下野市のシティーセールス拠点として整備推進 ・かんぴょうまつりなどのイベント開催による地域振興 ・花畑景観事業による憩いの場の提供【新規】
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業・小規模事業者連携促進支援補助金（農商工等連携対策支援事業）【中小企業庁】 ・ふるさと名物応援事業【中小企業庁】 ・とちぎ未来チャレンジファンド【(公財) 栃木県産業振興センター】

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 下野ブランド品の拡充・普及	実施	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶	○		○
イ. イメージキャラクターを活用したPR	実施	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶			○
ウ. 道の駅しもつけ等の活用	実施	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶	○		○

(2) 観光事業との連携・推進

施策名	(2) 観光事業との連携・推進
施策内容	<p>下野市のイメージアップを図り、地域ブランド力を高めるためには、着地型観光事業をはじめとした観光事業の振興による、情報発信、事業展開を図ることが必要です。</p> <p>このため、ストーリー性のある周遊ルートの創設や既存の観光ルートの再構築によって、地域の魅力・ブランド力を高めます。</p> <p>※着地型観光事業とは、旅行先の地域・事業者が主体となって、地域の良さをアピールし、旅行プランなどを組み立て、集客につなげようとするものです。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ます。</p>
事業内容等	<p>ア. 着地型観光事業の推進【新規】</p> <p>地域の観光資源を有効に活用するため、着地型観光事業の導入を目指し、観光資源の資料やイベント情報などを事業者を提供するなど、情報発信やツアー集客に役立つ支援を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元観光事業者との連携強化 ・地域資源を有効活用したマップ等の作成 ・工場見学や農業体験等を組み合わせた体験型ルートの企画・支援 ・観光自転車の利用拡充による観光スポットへのアクセスの向上 ・ボランティアガイドの育成・強化 <p>イ. 市内の休憩所・食事処・土産品等の情報発信</p> <p>豊かな田園風景や市内の生産物を観光資源として活用し、休憩ができ、美味しいものを食べたり、地元特産品のお土産を買えるようなスポットの情報発信を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飲食店や、土産物生産・販売事業者への情報提供などの支援 ・地元特産品を活用した観光商品の開発支援 ・花いっぱい活動推進による地域の魅力向上 <p>ウ. 観光協会等との連携</p> <p>観光協会と行政との役割分担を図り、連携することにより、観光事業を積極的に推進します。</p> <p>また、地元商工会や商店、道の駅しもつけ、広域や県の観光組織等関係機関と連携し、更なる事業の振興、産業の発展を図ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「本物の出会い栃木」観光キャンペーン推進協議会との連携 ・広域的な観光ルートとイベントを企画（広域スタンプラリー、広域パンフレットの作成等）
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・文化遺産を活かした地域活性化事業費国庫補助【文化庁】 ・ふるさと名物応援事業【中小企業庁】

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 着地型観光事業の推進	検討	実施	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶	○		○
イ. 市内の休憩所・食事処・土産品等の情報発信	実施	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶	○		○
ウ. 観光協会等との連携	実施	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶	▶▶▶			○

基本目標 4. 雇用・就業機会の拡充

本市と周辺地域では、工場等の立地企業が雇用の約5割を抱えています。その大部分が正社員ですが、職種では工場労働者が多くを占めます。

市内の従業者の年齢構成では、30代前半以下の若者が次第に少なくなっています。企業アンケートでも、人手不足や採用難の問題が挙げられていて、人材確保への対策が期待されています。

一方、定年前後の中高年就業者は多くなっており、今後、定年後の再就職を求める人も多くなると予想され、その対策も重要になりつつあります。

技術革新やグローバル競争等に伴う急激な産業の変化から、大手企業でも期間雇用、契約社員、派遣社員等の不安定雇用が増えており、若者では自営業等を目指す人々も増える傾向があります。元気な高齢者の働き方の希望も併せて、雇用と起業等による自営就業を並行して支援し、産業活動の担い手を育成・確保するとともに、市内在住者が働ける場・機会を得やすくし、人口定住化を図る施策が必要です。

このため、就業支援の充実・強化、人材育成の教育・訓練、起業による就業の支援などの施策を切れ目なく進めます。



ICT講習会の様子



伝統産業である下野結城紬

(1) 就業支援の充実・強化

施策名	(1) 就業支援の充実・強化
施策内容	地域産業の振興を持続的なものとするため、経営安定に必要な人材確保を図り、地域雇用を促進する取組みを進め、市内企業などへの就職活動の機会や情報を提供します。
事業内容等	<p>ア. 就業活動の支援</p> <p>帰郷就業や起業による就業などに対応するため、ハローワークとの連携強化による切れ目ない支援や近隣市町等と共催による合同説明会、セミナーや面接会など就職につながる機会づくりや情報提供を図ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ハローワークとの連携による就職情報の提供 ・雇用奨励金の交付 ・地域産業合同説明会の開催 <p>イ. 高齢者の雇用、就業機会の確保</p> <p>シルバー人材センターによる就業機会の提供を支援するほか、福祉ボランティア等として働く機会の情報収集と、希望者への情報提供を進めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シルバー人材センターとの連携による雇用の確保支援 ・民生委員・児童委員等ボランティアの情報提供
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・ハローワーク、わかものハローワーク【厚生労働省 栃木労働局】 ・とちぎジョブモール、とちぎの就職支援サイト「WORK WORK (わくわく) とちぎ」【栃木県】 ・トライアル雇用奨励金【厚生労働省】 ・求職者支援制度【厚生労働省、ハローワーク】 ・求職者と企業のマッチングコース（求人セット型訓練）【栃木県】 ・若年求職者バウチャー事業【栃木県】

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 就業活動の支援	実施	⇒	⇒	⇒	⇒			○
イ. 高齢者の雇用、就業機会の確保	実施	⇒	⇒	⇒	⇒			○

(2) 人材の育成と確保

施策名	(2) 人材の育成と確保
施策内容	国・県等の職業能力開発、職業訓練、技能訓練などの機会を紹介するほか、人材育成のための ICT 講座、教育・訓練の場の提供を推進します。
事業内容等	<p>ア. 事業承継の支援<<重点>> 後継者育成、事業譲渡などの学習・講座、個別相談等により、地元商工業の事業承継の円滑化を進めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業承継のためのセミナーの実施【新規】 ・商工会青年部への支援 ・若手事業者のネットワークづくり（交流会等の開催） ・本場結城紬振興協議会への支援 ・小中学生職場体験の実施 <p>イ. 職業能力の開発支援 国・県等の能力開発支援制度を紹介するほか、市独自の ICT 活用講座の開催等を進めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ICT 講座の開催 ・国等の実施する能力開発プログラムの活用促進 <p>ウ. 技術者のスキルアップ支援 職業能力開発促進法に基づく技能検定に合格した者をたたえ、表彰することにより、社会的地位の向上を図ります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・技能検定合格者表彰 <p>エ. ワークライフバランスの推進 市内企業や事業者の適正な人材の確保と育成のため、ワークライフバランス支援事業等の啓発を推進します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ワークライフバランス推進のための PR 活動 ・企業、事業者への情報提供による啓発 <p>※ワークライフバランスとは、「仕事と生活の調和」とされ、国民一人ひとりがやりがいや充実感を持ちながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活においても人生の各段階に応じた生き方を実現する。</p>
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・求職者と企業のマッチングコース（求人セット型訓練）【栃木県】 ・若年求職者バウチャー事業【栃木県】

事業名	実施時期（年度）					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 事業承継の支援	検討	⇒	実施	⇒	⇒		○	○
イ. 職業能力の開発支援	実施	⇒	⇒	⇒	⇒		○	○
ウ. 技術者のスキルアップ支援	実施	⇒	⇒	⇒	⇒			○
エ. ワークライフバランスの推進	検討	実施	⇒	⇒	⇒			○

(3) 起業等による就業の支援

施策名	(3) 起業等による就業の支援
施策内容	近年の雇用では派遣社員、契約社員、期間契約など不安定雇用が増えているため、若者が起業等による自営就業や、地方での中小企業就職を目指す傾向が増えていることから、融資等による起業支援に取り組めます。
事業内容等	<p>ア. 起業による就業支援</p> <p>市制度融資の創業資金、女性起業家創業資金や空き店舗等活用奨励金の有効活用及び国・県等が開催する起業セミナー等の情報提供を行い、起業におけるノウハウやスキルを習得できる機会を設けます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・創業資金、女性起業家創業資金などの拡充検討 ・事業所見学の実施 ・若手事業者のネットワーク化や活動への支援 <p>イ. 事業引き継ぎの支援【新規】</p> <p>国等が開催している後継者育成セミナーや講座の情報提供や事業主が高齢で跡継ぎがない場合など、事業見習い等から入って、事業を引き継ぐケースも増えつつあり、その希望者を募り、仲介する等の支援を検討します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本場結城紬製織伝習生の仲介、情報提供 ・後継者育成セミナー等の情報提供 ・新規企業及び事業引き継ぎの支援(創業資金融資、後継者マッチング)
国・県等の関連施策	<ul style="list-style-type: none"> ・とちぎ未来チャレンジファンド【(公財) 栃木県産業振興センター】 ・創業サポートアカデミー(創業塾・実践編)【同上センター】 ・創業希望者交流サロン(創業塾・入門編)【同上センター】 ・女性、若者/シニア起業家支援資金【日本政策金融公庫】

事業名	実施時期(年度)					実施主体		
	27	28	29	30	31	事業者	商工会	市
ア. 起業による就業支援	検討	実施	⇒	⇒	⇒			○
イ. 事業引き継ぎの支援	検討	実施	⇒	⇒	⇒			○

第6章 計画の推進

第1節 計画の推進体制

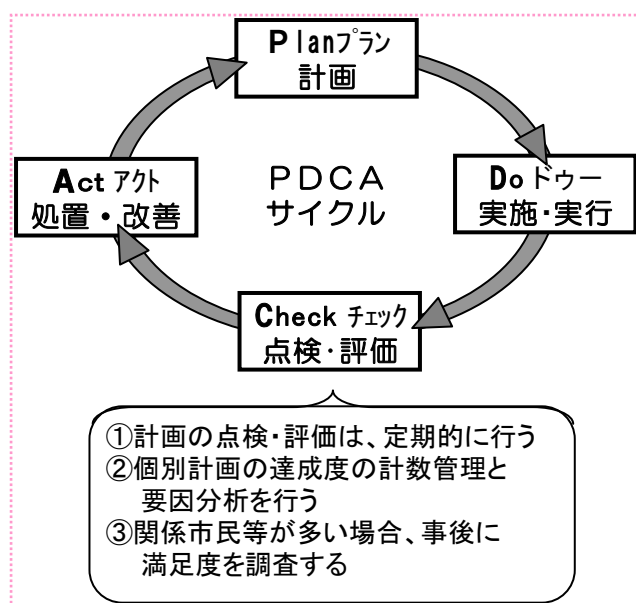
この計画の施策・事業を着実に遂行していくために、各施策・事業の実践を担保する庁内における実施体制を整えます。

また、社会経済環境の変化に柔軟かつ適切に対応するためには、市民・事業者・商工会・行政など産業振興に関わるそれぞれの主体が連携を強化することが求められています。このため、関係者が、計画の遂行について協議する懇談会等を受け、計画の進捗状況を確認し、関係者の足並みを揃えたり、予期せぬ問題に対処するなど、計画の円滑な遂行を図ります。

第2節 計画の点検・評価

この計画が着実に遂行され、所期の成果を挙げていけるように、PDCAサイクルの観点から、次のように計画の点検・評価を行います。

- ① 計画の点検・評価は、定期的に行います。
- ② 個別計画の達成度について、計数管理と要因分析を行います。
- ③ 市民や事業者が多く関係する場合、事後に満足度のアンケート調査などを行います。



各施策の行政所管課等一覧

施策の柱		
基本施策		
個別施策	主な所管課等	
(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	商工観光課	
イ. 制度融資等の活用	商工観光課	
ウ. 公共調達に地元中小企業を活用	管財課 生活安全課	
エ. 地域内の消費活動の促進	商工観光課	
オ. 商工会の活動支援	商工観光課	
② 商店街にぎわいの再生		
ア. 商店街活性化の活動支援	商工観光課	
イ. 買い物環境の整備	商工観光課 生活安全課	
ウ. コミュニティビジネスモデル支援制度	商工観光課	
③ 市内立地企業の振興		
ア. 市内産業間の連携強化	商工観光課	
イ. 既存工場等への支援	商工観光課	
ウ. 遊休化工場敷地等の有効活用を促進	商工観光課	
(2) 新たな産業の誘致・育成		
① 企業誘致の推進		
ア. 企業立地優遇制度の創設	商工観光課 税務課	
イ. 企業誘致活動の拡充	商工観光課	
ウ. 工場適地の探索・適地指定	商工観光課	
エ. 工業団地、適地の関連インフラ整備	商工観光課 建設水道部	
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	商工観光課 健康福祉部	
イ. ベンチャー人材・企業の誘致	商工観光課	
③ 田園都市の資源を利用した産業の育成・支援		
ア. 6次産業の展開・推進	商工観光課 農政課	

	イ. 農業体験等のビジネス育成	商工観光課 農政課 健康増進課
④地域ニーズに応えるコミュニティビジネス等の振興		
	ア. コミュニティビジネス担い手の発掘・育成	商工観光課
	イ. コミュニティビジネス等創業支援	商工観光課
(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	商工観光課 農政課 文化課
	イ. イメージキャラクターを活用したPR	商工観光課
	ウ. 道の駅しもつけ等の活用	商工観光課
②観光事業との連携・推進		
	ア. 着地型観光事業の推進	商工観光課
	イ. 市内の休憩所・食事処・土産品等の情報発信	商工観光課
	ウ. 観光協会等との連携	商工観光課
(4) 雇用・就業機会の拡充		
①就業支援の充実・強化		
	ア. 就業活動の支援	商工観光課
	イ. 高齢者の雇用、就業機会の確保	商工観光課 社会福祉課 高齢福祉課
②人材の育成と確保		
	ア. 事業承継の支援	商工観光課 学校教育課
	イ. 職業能力の開発・支援	商工観光課
	ウ. 技術者のスキルアップ支援	商工観光課
	エ. ワークライフバランスの推進	商工観光課 総合政策課
③起業等による就業の支援		
	ア. 起業による就業支援	商工観光課
	イ. 事業引き継ぎの支援	商工観光課

下野市産業振興計画策定の経緯

年	月 日	主な会議等	議題・内容等
平成26年	6月25日	第1回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> ○委員長、副委員長選出 ○策定委員会の運営について ○計画策定スケジュールについて ○計画構成（案）について ○アンケートについて
	7月～8月	アンケート調査	<ul style="list-style-type: none"> ○商工会員アンケート調査 対象：商工会員1,067件 ○立地企業アンケート調査 対象：立地企業87件 ○自治医科大学・同附属病院関係者アンケート調査 対象：関係者100人
	9月29日	第2回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> ○商工会員アンケート結果について ○立地企業アンケート結果について ○医療系アンケート結果について ○下野市の社会経済・産業の概況について
	10月29日	第3回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> ○産業振興計画骨子案について
	11月27日	第4回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> ○産業振興計画素案について
平成27年	1月20日	第5回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> ○産業振興計画素案について

下野市産業振興計画策定委員会設置要綱

平成26年4月24日

告示第67号

(設置)

第1条 下野市の地域産業の振興に関し、長期的な視点で戦略的な取り組みを定める下野市産業振興計画（以下「計画」という。）を策定するため、下野市産業振興計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、計画の素案を作成し、市長に報告するものとする。

(組織)

第3条 委員会は、委員15人以内で組織し、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 市内の関係団体を代表する者
- (3) 市内の事業所を代表する者
- (4) 公募による市民

(任期)

第4条 委員の任期は、委嘱の日から計画の策定の日までとする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に、委員長及び副委員長を置き、委員の互選により決定する。

- 2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。
- 3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議は、委員長が招集し、その議長となる。

- 2 委員会の会議は、委員の半数以上が出席しなければ、これを開くことができない。
- 3 委員会の議事は、出席委員の過半数でこれを決し、可否同数の時は、委員長の決するところによる。
- 4 委員会は、必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求め、その意見を聞くことができる。

(庶務)

第7条 委員会に関する庶務は、産業振興部商工観光課において処理する。

(その他)

第8条 この告示に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って決める。

附 則

(施行期日)

- 1 この告示は、公布の日から施行する。

(招集の特例)

2 第6条第1項の規定にかかわらず、最初に開かれる委員会は市長が招集する。

下野市産業振興計画策定委員会名簿

	氏 名	備 考
委員長	中尾 久	学識経験者
副委員長	南 俊郎	石橋商工会
委 員	原 貞夫	下野市商工会
〃	岡本 晃	下野市商工会青年部
〃	津野田 仁大	石橋商工会青年部
〃	長谷川 増夫	下野市立地工場連絡会
〃	川西 礼緒奈	柴工業団地協議会
〃	植草 英一郎	南河内地区
〃	稲葉 寿幸	下野市商工会事務局
〃	上野 光春	石橋商工会事務局
〃	砂岡 榮子	6次産業
〃	大門 利雄	下野市観光協会事務局長
〃	大塚 裕明	金融機関
〃	松本 富佐子	公募
オブザーバー	井ノ上 俊宏	栃木県産業技術センター