

分野別指標

分野	平成25年度実績	平成31年度目標値
基本目標 1 商工業の基盤強化・活性化		
制度融資新規活用件数	177件	200件
消費活動促進イベントの開催	毎年開催	
空き店舗奨励金等活用件数		5か年で延べ15件
花いっぱい事業実施個所数	2か所	5か所
企業交流会・講演会の開催	毎年開催	
基本目標 2 新たな産業の誘致・育成		
雇用奨励金の活用件数		5か年で延べ20件
雨水管マンホール蓋交換	43か所	90か所
食のオープンスクール	毎年開催	
創業資金利用件数		5か年で延べ20件
基本目標 3 地域ブランドの創出・展開		
下野ブランド認定件数	19件	40件
カンピくん着ぐるみ活用件数	55件	100件
道の駅しもつけ利用者数	2,502千人	2,800千人
観光自転車利用者数	691人	1,000人
基本目標 4 雇用・就業機会の拡充		
近隣市町等との共催による合同説明会	毎年開催	
I C T 講座参加者数		5か年で延べ100人
技能検定合格者表彰者数		5か年で延べ125人
本場結城紬展示会の開催	毎年開催	

計画の推進と点検・評価

- 本計画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。
- 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、P D C A サイクルの観点から、点検・評価を行います。
- 産業振興に関わる者が計画の遂行について協議する懇談会等を設け、計画の進捗状況を確認し、計画の円滑な遂行を図ります。

下野市産業振興計画（概要版）

平成27年3月発行
 下野市産業振興部商工観光課
 栃木県下野市田中681番地1
 電話：0285-48-2112
 e-mail：syoukoukankou@city.shimotsuke.lg.jp



下野市産業振興計画

概要版



平成27年3月
下野市

計画の背景

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。

本計画は、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。

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。

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。

本市の特性と可能性

豊かな地域資源

本市は、先人達が培ってきた農地等の郷土の環境、歴史文化、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。

恵まれた立地条件

首都圏にあり、市内に農業・工業生産機能が集積・展開し、首都圏と東北地方を結ぶ主要幹線道路も通る恵まれた立地条件を有しています。

自治医科大学・同附属病院の存在

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、すべての市民が豊かで健やかな暮らしを楽しむ環境が整いつつあります。とりわけ自治医科大学・同附属病院の存在は大きいものがあります。

目標とする将来像

〈健やかライフ〉を育む産業社会

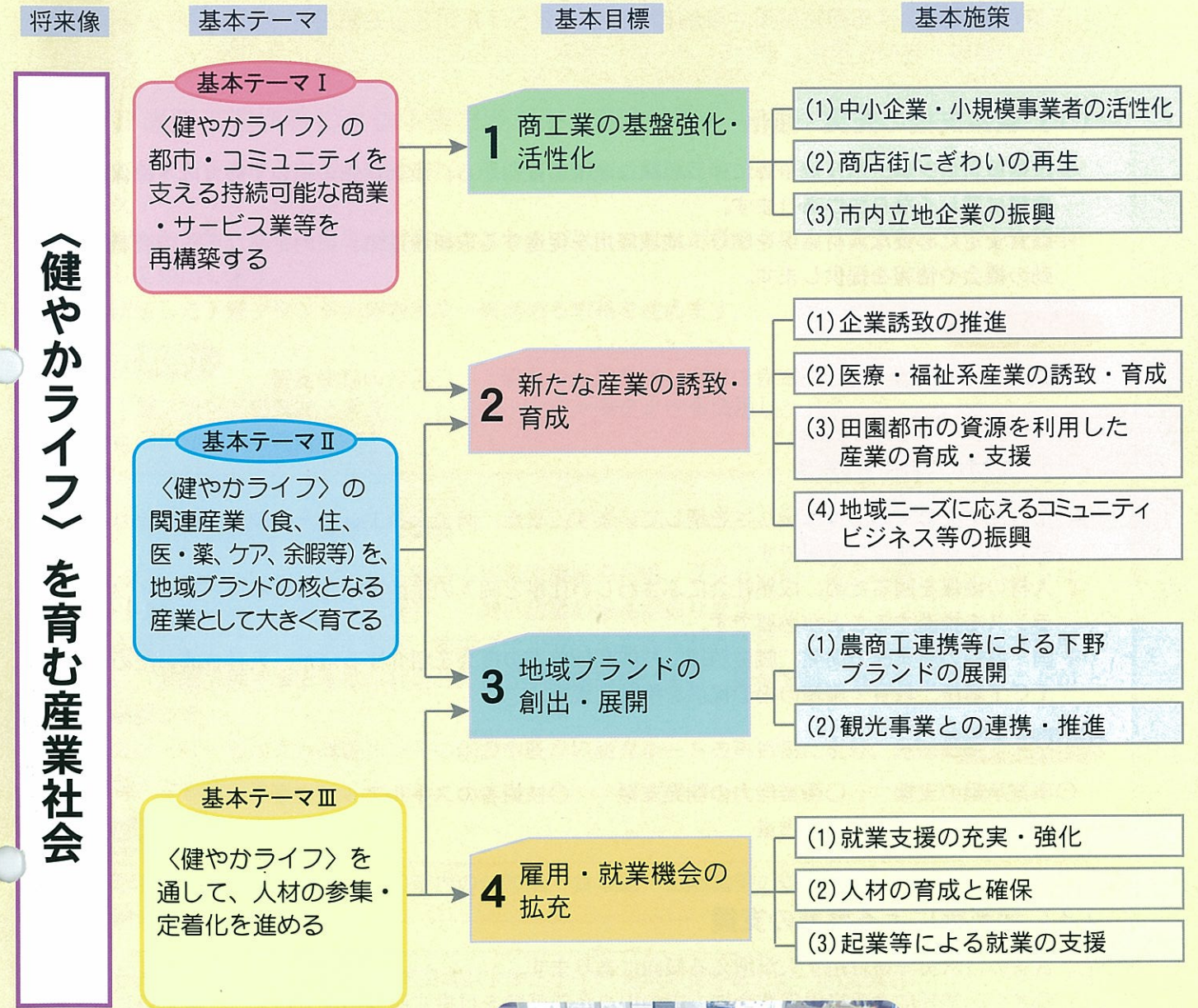
—すべての市民が

豊かで健やかな暮らしを楽しむ〈健やかライフ〉、
そしてこの環境を育む関連産業
(食、住、医・薬、ケア、余暇等)が集積する

産業社会を目指します—

基本テーマと基本目標

目標とする将来像である〈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つの基本目標と基本施策を次に掲げます。



大学での研究授業



結城紬機織り体験



軽トラ市

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・技術の進歩、製造業の海外移転など大きく変動しており、市内商工業者においても、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目指します。

★印は新規事業

(1) 中小企業・小規模事業者の活性化

- 市内事業所の9割以上を占める中小企業・小規模事業者が、需要や事業環境の変化に適切な対応ができるよう、各業界の動向紹介、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。
- 市内の中小企業・小規模事業者は、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。

主な施策

- 経営相談の拡充
- 制度融資等の活用
- 公共調達に地元中小事業者を活用
- 地域内の消費活動の促進
- 商工会の活動支援

(2) 商店街にぎわいの再生

- 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。
- 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。

主な施策

- 商店街活性化の活動支援
- 買い物環境の整備
- ★コミュニティビジネスモデル支援制度

(3) 市内立地企業の振興

- 工場や物流施設の立地条件に優れる本市には、6つの工業団地があります。
- 市内の工業団地等に立地する企業と、それらを活かした諸産業の振興のため、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、関連企業の事業領域拡大に取り組めます。
- 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、設備投資に対する助成等、様々な取組を支援します。

主な施策

- 市内産業間の連携強化
- 既存企業等への支援
- 遊休化工場敷地等の有効活用を促進

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。

今後も、このような産業構造の変化は避けられないことから、将来成長が見込める産業の積極的な誘致・育成を目指します。

(1) 企業誘致の推進

- 本市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ていることから、それらを活かした産業の誘致・育成が可能です。
- 本市のもつ地域資源の有利性を積極的にアピールし、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ます。
- 工場適地の指定や工業団地、工場適地の関連インフラ整備を推進します。

主な施策

- 企業誘致支援制度の創設
- 企業誘致活動の拡充
- ★工場適地の探索・適地指定
- 工業団地、適地の関連インフラ整備

(2) 医療・福祉系産業の誘致・育成

- 市内には事業所向けサービス系産業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。
- 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上で、本市サービス系産業が苗床機能を果たす可能性があります。
- 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体制づくりを進めます。

主な施策

- 医療・福祉系産業に取り組む事業者・企業の体制づくり
- ベンチャー人材・企業の誘致

(3) 田園都市の資源を利用した産業の育成・支援

- 市内には、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。
- 「道の駅しもつけ」等での農産物の直売や体験農園、市民農園は高い人気があります。
- 農業資源をはじめとした地域資源を活用し、6次産業の育成を進めます。

主な施策

- 6次産業の展開・推進
- ★農業体験等のビジネス育成
- ★空き家の活用

(4) 地域ニーズに応えるコミュニティビジネス等の振興

- 家族や居住形態の変化に伴い、高齢者世帯や、働きながら子育てをする女性など、社会的な支援を必要とする人々が増加し、対応を求められています。
- 社会的な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、働く場・機会ができ、住民間の触れ合いも生まれ、便利で暮らしやすいコミュニティの実現を目指します。
- コミュニティビジネスの支援をはじめとした商店街のにぎわい再生のため、手法等の検討を進めます。

主な施策

- ★コミュニティビジネス担い手の発掘・育成
- コミュニティビジネス等創業支援

基本目標 3. 地域ブランドの創出・展開

地域ブランドの創出・展開＝地域ブランディングによって、地域の魅力を高めることを目指します。

そのため、これまでに取組まれてきた「下野ブランド」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・イメージの向上を図ります。

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、訪れた人々に、本市の魅力を感じてもらい、その発信者となることを目指します。

(1) 農商工連携等による下野ブランドの展開

- これまで下野ブランド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。
- 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ような下野ブランドを継続して創出します。
- 認定した下野ブランドの認知度を一層高める取組を進めます。

主な施策

- 下野ブランドの拡充・普及
- イメージキャラクターを活用したPR
- 道の駅しもつけ等の活用

(2) 観光事業との連携・推進

- 市内にある古代からの歴史を物語る国指定史跡や古墳、グリムの館、多彩な祭り・イベントなどの存在は魅力的な資源であり、一層の活用の余地があります。
- 本市のシティセールスを図り、地域ブランド力を高めるためには、こうした文化的資源を活用し、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。
- 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り、地域の魅力・ブランド力を高めます。

主な施策

- ★着地型観光事業の推進
- 市内の休憩所・食事処・土産品等の情報発信
- 観光協会等との連携

※着地型観光とは、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、集客につなげるものです。



グリムの館



下野ブランド

基本目標 4. 雇用・就業機会の拡充

市内の従業員の年齢構成では、35歳未満の若年層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、中高年の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。

若者の起業等による自営就業や高齢者のライフスタイルに合った就業を支援し、産業活動の担い手の育成・確保を目指します。

(1) 就業支援の充実・強化

- 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、産業活動の担い手の育成・確保が次第に難しくなりつつあります。
- 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。

主な施策

- 就業活動の支援
- 高齢者の雇用、就業機会の確保
- 若者の就労支援

(2) 人材の育成と確保

- 市内産業をめぐる環境は厳しさを増しています。また、商工会員アンケート調査の結果より後継者の確保も難しい状況です。
- 人材の確保を図るため、成熟社会にふさわしい仕事と個人の生活を両立させるワークライフバランスを推進することが必要です。
- 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。

主な施策

- 事業承継の支援
- 職業能力の開発支援
- 技術者のスキルアップ支援
- ワークライフバランスの推進

(3) 起業等による就業の支援

- 若者の自営業等を目指す人が増える傾向にあります。
- 若者の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るよう、融資等による起業・就業支援に取り組めます。

主な施策

- 起業による就業支援
- ★事業引き継ぎの支援