

施策マネジメントシート ～平成30年度の振り返りから2019年度の取組へ～

①計画⇒実施 (Plan⇒Do)

(5月中に記入)

長期振興計画の位置づけ	まちづくり分野	しごと分野	担当課	経済観光課			
	政策分野	雇用・産業連携	課長名	岩下 栄一			
	施策	11 商工業の振興		重点施策の該当	H30	○	2019
施策の目的	対象	商工業者	意図	所得を増やす 経営力を向上する			

施策の目標指標

目標指標(単位)	長振策定時		指標の推移			最終目標値
	平成28年度実績	平成29年度実績	平成30年度実績	2019年度目標値	2020年度目標値	2021年度目標値
事業者の好景気感(%) (現状維持+良くなったと答えた割合)	38.0	46.0	43.0 (46.0)	48.0	50.0	51.0
第二次産業と第三次産業の市町村内総生産額(百万円)	40,662	40,501	39,822 (40,842)	40,883	40,924	40,965

市民アンケート調査の結果(施策に関する重要度と満足度)

平成29年度実績		平成30年度実績		2019年度実績		2020年度実績		2021年度実績	
重要度(%)	満足度(%)								
84.5	16.8	86.7	17.2						
重要度DI	満足度DI								
82.4	-18.3	85.4	-15.1						

施策推進のための取組の成果を測る指標

基本事業名	関連戦略No.	成果指標(単位)	長振策定時	指標の推移					最終目標値
			28年度実績	29年度実績	30年度実績	2019年度目標値	2020年度目標値	2021年度目標値	
港町(商店街)の活性化	05-09 11-27	事業者の好景気感(%)	38.0	46	43.0 (46.0)	48.0	50.0	51.0	
港町(商店街)の活性化	05-09 11-27	商店街の空き店舗率(%)	14.0	16.4	16.3 (13.5)	13.3 (13.5)	13.1 (13.0)	13.0	
企業支援	02-04 06-14	企業活動支援数(件)	3	5	7 (5)	4 (5)	4 (5)	3 (5)	
地場産品の振興	1-2, 2-3 2-4, 3-6	工業生産額(製造品出荷額(飲料・食料))(百万円)	2,092	1,702	1,993 (2,134)	2,155	2,176	2,197	
地場産品の振興	1-2, 2-3 2-4, 3-6	工業生産額(製造品出荷額(飲料・食料以外))(百万円)	1,280	1,047	1,303 (1,280)	1,280	1,280	1,280	

②-1 振り返り(Check)

施策を取り巻く環境変化・市民ニーズ等への対応	
成果	<p>・平成30年度の日本経済をみると、輸出は概ね横ばいとなっているものの、企業収益が過去最高を記録する中で設備投資が増加するとともに、雇用・所得環境の改善により個人消費は持ち直しが続くなど、景気的好循環が回りつつある。</p> <p>・本市においては少子高齢化や人口減少による商圏人口の減少により依然として厳しい状況にある。そういった背景をうけて、本市の事業者の今後の景気推移に対する見通しとしては、39%(前年50%)の事業者が非常に悪くなる・悪くなると見込んでおり、資金繰りは43%(前年42%)が厳しいと回答している。</p> <p>・2019年10月に予定される消費税率の引き上げについては、55%の事業者が厳しいと回答している。消費税率の引き上げについては、対策として消費喚起策も予定されていることから、商工会や金融機関とも連携を図りながら、取組を進め、これまで同様に事業所の運営に必要な資金のセーフティネット保証制度等の利用促進や振興策に取り組んでいる。</p>
施策の成果(貢献度の高い事業等)と現状・課題	
成果	<p>・昨年度は、商工業の振興における重要な取組として、まちづくりのビジョンを明確化し、方向性を共有するために関係機関や市民目線での議論等も踏まえ「港町再生基本構想」を策定した。市民が主体となって、テストマーケティングに取り組み、これまでの商店街主体のみならず、中心市街地についてさまざまな方々と意見交換がなされた。</p> <p>・商工業者への経済対策としては、市制施行60周年を記念するとともに台風被害に対する消費喚起策としてプレミアム付き商品券の発行[プレミアム率10%、利用店舗数192店舗、総額33,000,000円]を補正にて計上した。歳末とも重なり、発売からわずか8日で販売が終了するなど非常に好評であった。</p> <p>・市商店街振興協同組合が主体である商店街景観統制事業については、鹿児島大学の協力を得ながら、中心市街地の当事者である商店主や地域住民と景観に関するワークショップの実施、その結果を「西之表商店街景観統制報告書」として整理するなど、意識の醸成を図るとともに、訪日外国人対策のため「インバウンドマップ」の更新を行い、各店舗に配付した。また商店街を舞台としたゲームも今年1月に発売され、インフォメーションセンターへのパネル展示やラッピングバスによるツアーを開催し、商店街への集客に努めた。</p>
現状・課題	<p>港町を活かしたまちづくり及び中心市街地である商店街の活性化に重点的に取り組んでおり、平成30年度に策定した基本構想に基づき取組を進めていくこととなるが、もっと多くの市民に基本構想を周知し、その活動に巻き込んでいく必要がある。現在、その拠点となっている「商店街まちかどインフォメーションセンター」については、市民の情報発信や観光客が交流する場として、SNSや情報誌によるさまざまな情報発信に努めているが、今後も積極的な活用を検討し、新たな利用者や交流を広げていきたい。さらには観光客にも好評である商工会のくろしおの芸術祭等とも連携していく等、個店への波及効果に結び付けるための、継続的な仕組みづくりと機運の醸成が必要である。また、訪日外国人への対応や新しい食品衛生管理等にも取り組んでいく必要がある。</p>

**施策マネジメントシート ～平成30年度の振り返りから2019年度の取組へ～**

今後の方向性	今後の方向性の根拠等(他施策との連携、総合戦略との関連、環境変化等を踏まえ記入)
<b>拡大・充実</b>	<p>昨年度取りまとめた港町再生基本構想に基づき、具体的な実施計画を策定するなど、関係団体等と連携して商店街の活性化に資するまちづくりの事業に取り組む。また、人口減少等によって島内経済が縮小する中、島外からの観光客等を地元消費へと波及させられるかが、大きなカギとなっており、島内入込客数の増加基調から少しずつ明るい兆しが見えつつある観光施策との連動は、必須と考えている。また、オリンピック開催等を見据えた訪日外国人を意識した取組や魅力発信は必要であり、販路拡大についても積極的に取り組んでいく。今後も、各施策内の事業との連動を意識しながら、観光・商工の両面で効果が大きくなるような展開を目指す。</p>

**②-2 政策部会による振り返り(Check)**

(6月中に記入)

今後の方向性	政策部会で出された施策に対する意見等(将来像の実現に向けた課題や優先度、市民との協働のあり方など)
<b>拡大・充実</b>	<p>・施策担当課の記載する方向性のとおり。</p>