

# 日光市商工業振興計画



平成 28 年 7 月  
日光市



# 日光市商工業振興計画

## 策定にあたって



平成18年3月20日の合併により誕生した新生日光市は、10年の節目の年を経過しました。

この間、世界経済の急速なグローバル化やアジア諸国・新興国の台頭による国際競争の激化、英国のEU離脱問題など、世界経済をめぐる環境は大きく変化してまいりました。

また、国内に目を向けますと、全国的な人口減少、少子高齢化の急速な進展、これに伴う消費の縮小、雇用機会の減少、さらには都市部とそれ以外の地域において、若年層の偏在化が進んでいます。一方、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催

に伴う外国人観光客増加や、観光客のニーズに合致した魅力的な店舗の増加など、日光市の商工業を取り巻く環境もまた、日々変化をしています。

こうした背景の中、豊かな自然、世界に誇る文化遺産・産業遺産、個性ある地域資源、さらには国内外における知名度の高さなど、日光市固有の地域特性を活かしながら、新たな視点に立った、商工業の振興を計画的に進める必要があります。

このようなことから、平成28年3月に策定した「第2次日光市総合計画・前期基本計画」においては、10年後の日光市の都市像を「feel so good!! 暮らして満足 訪ねて納得 自然と笑顔になれるまち」と掲げ、様々な重点施策や基本施策を展開することといたしました。この基本計画の中の個別計画として、平成28年度から平成37年度までの10年間を期間とする、中長期的な視点で商工業の振興を図る「日光市商工業振興計画」を策定しました。

計画では、「地域から“日”が昇り 日光人の笑顔が“光”り輝く “元気”な商工業のまちづくり」を基本理念とし、日光ブランドなど特色ある地域資源と商工業を効果的に結びつける活動を展開することといたしました。また、産業間の連携による新たな雇用創出など、事業者の皆様そして市民の皆様と一丸となって、できることからチャレンジし、地域にきらめきを広め、互いに輝きあう元気な商工業のまちづくりを進めてまいります。

結びに、本計画の策定にあたり、熱心にご審議いただきました日光市商工業振興計画策定委員会委員の皆様や、貴重なご意見を提言してくださいました多くの関係者の皆様に、心から感謝申し上げます。

平成28年7月

日光市長 斎藤 文夫



# 第1章 計画策定の背景と位置づけ

## 1 計画の背景

- ・日光市では、平成21年度から平成30年度までの10年間を計画期間とした「日光市産業振興ビジョン」を策定し、市内産業の目指すべき方向性を定め、各種施策・事業の実施による産業の振興に努めてきました。
- ・この間、世界経済の急速なグローバル化やアジア諸国・新興国の台頭による国際競争の激化、さらには国内における本格的な少子高齢・人口減少社会の到来、長引く景気の低迷などの影響から、日光市の商工業を取り巻く環境は大きく変貌しており、新たな視点に立った、地域経済を牽引する方策の検討が強く求められています。
- ・こうした状況から、商業及び工業を一体的に捉え、中・長期的な視点で商工業の振興策を図ることを目的に、「日光市商工業振興計画（以下「商工業振興計画」という。）」を策定し、多様な方策を積極的に推進することで、持続的かつ安定的な地域経済の成長に繋げていこうとするものです。

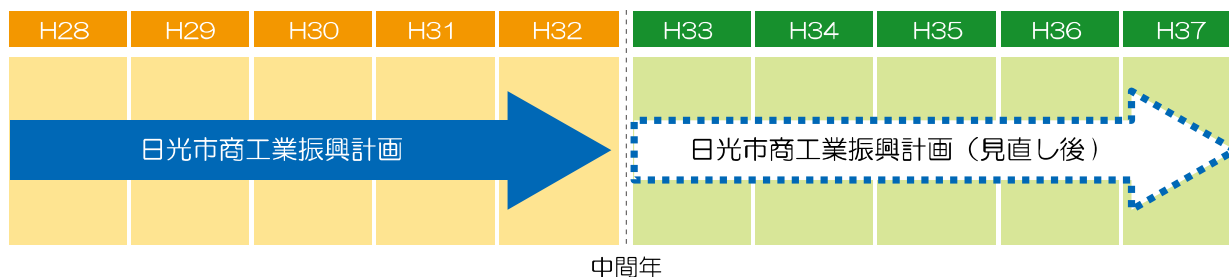
## 2 計画の目的

- ・商工業振興計画は、市内商工業を牽引する企業・事業者が共有すべき成長の方向性や、企業・事業者が連携して取り組む具体的な戦略・プロジェクト等の内容を示すものです。
- ・日光市が持つ資源や特性を活かしながら、成長が期待できる分野を選択し、重点的に投資する「成長戦略」を示すことで、日光市全体の商工業の活性化を図ることを目的とします。

## 3 計画の期間

- ・商工業振興計画は、「第2次日光市総合計画」に基づく具体的施策等の展開を前提に、平成28年度から平成37年度までの10年間を計画期間とします。
- ・計画期間中は、進捗状況や社会情勢の変化、その他、関連する計画などとの整合性に留意し、中間年にあたる5年後に必要な応じ見直しを実施します。

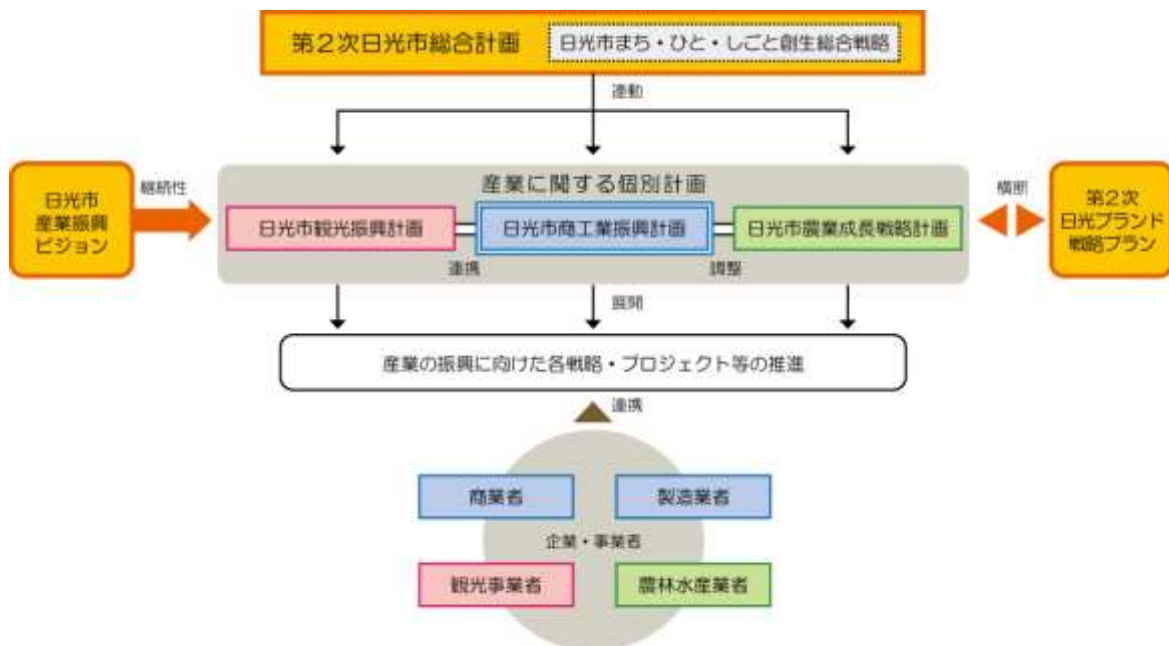
### [計画の期間]



#### 4 計画の位置づけ

- ・商工業振興計画は、「第2次日光市総合計画」を上位計画とした商工業に関連する個別計画であり、これまでの「日光市産業振興ビジョン」における取り組みの継続性を踏まえつつ、日光市の商工業の振興を計画的に推進していくための方針を定めるものです。
- ・商工業振興計画の内容については、「日光市観光振興計画」や「日光市農業成長戦略計画」をはじめ、日光市が定める各関連計画との連携・調整を図りながら進めるものとします。

[計画の位置づけ]



## 【参考】「日光市産業振興ビジョン」における目標の達成度

- ・「日光市産業振興ビジョン」において、具体的な目標値を設定した取り組みに関する現時点での実績は次のとおりです。（“農林水産業”に関する項目は除く。）

### ①基本フレーム

項目		平成17年 基準年次	平成25年 中間年次	平成30年 目標年次
■総人口	人	目標	—	88,700
		実績	94,291	86,166
■年少人口(～14歳)	人	目標	—	10,100
		実績	12,243	9,406
■生産年齢人口(15～64歳)	人	目標	—	53,500
		実績	58,784	50,667
■老年人口(65歳～)	人	目標	—	25,100
		実績	23,200	25,848
■就業者総数	人	目標	—	44,000
		実績	48,107	45,149
■第1次産業	人	目標	—	2,400
		実績	2,768	2,315
■第2次産業	人	目標	—	12,700
		実績	13,795	12,549
■第3次産業	人	目標	—	28,900
		実績	31,412	29,102

※中間年次(平成25年)の値は「平成22年国勢調査」による

項目		平成18年 基準年次	平成25年 (中間年次)	平成30年 目標年次
■市民一人当たりの総生産額の伸び率	%	目標	—	120.0
		実績	100.0	98.1
■市民一人当たりの市民所得の伸び率	%	目標	—	110.0
		実績	100.0	96.3
■産業生産額に占める製造業の構成比	%	目標	—	30.0
		実績	22.2	12.7
■産業生産額に占める卸売・小売業の構成比	%	目標	—	10.0
		実績	8.3	8.8

※中間年次(平成25年)の値は「平成24年度栃木県市町村民経済計算」による

### 【人口】

- “総人口”については、平成25年の時点で目標を約2,500人下回っています。
- “年少人口”“生産年齢人口”については減少が進む反面、“老年人口”については大きく増加しています。

### 【就業者数】

- “第1次産業就業者”“第2次産業就業者”ともに減少傾向にあります。

### 【経済・暮らし】

- “市民一人当たりの総生産額の伸び率” “市民一人当たりの市民所得の伸び率”ともに停滞傾向にあります。

### 【商業・工業】

- “産業生産額に占める製造業の構成比”は減少傾向にあり、“産業生産額に占める卸売・小売業の構成比”は、わずかに実績を伸ばしています。

## ②雇用・労働

項目			平成18年 基準年次	平成25年 (中間年次)	平成30年 目標年次
■事業所総数	事業所	目標	—	4,660	4,600
		実績	4,837	4,562	—
■事業所従業者数	人	目標	—	37,250	37,000
		実績	38,256	38,410	—

※中間年次(平成25年)の値は「平成24年経済センサス活動調査(栃木県)」による

- “事業所総数”は減少傾向にある一方で、“事業所従業者数”はやや増加しています。

## ③観光(宿泊・飲食・サービス)

項目			平成18年 基準年次	平成25年 (中間年次)	平成30年 目標年次
■宿泊業・飲食業事業所数	事業所	目標	—	1,038	1,013
		実績	1,111	967	—
■宿泊業・飲食業従業者数	人	目標	—	7,550	7,433
		実績	7,808	7,387	—
■サービス業事業所数	事業所	目標	—	1,139	1,146
		実績	1,121	1,060	—
■サービス業従業者数	人	目標	—	10,211	10,737
		実績	8,569	9,542	—

※中間年次(平成25年)の値は「平成24年経済センサス活動調査(栃木県)」による

### 【宿泊業・飲食業】

- “宿泊業・飲食業事業所数” “宿泊業・飲食業従業者数”ともに減少傾向にあります。

### 【サービス業】

- “サービス業事業所数”は減少傾向にある一方で、“サービス業従業者数”は増加傾向を示しています。

## ④商業(卸売・小売)

項目			平成19年 基準年次	平成25年 中間年次	平成30年 目標年次
■商店数	店	目標	—	1,300	1,300
		実績	1,304	950	—
■商業従業者数	人	目標	—	7,083	7,167
		実績	6,945	4,917	—
■年間商品販売額	億円	目標	—	1,225.0	1,238.0
		実績	1,206	995.7	—

※中間年次(平成25年)の値は「平成24年経済センサス活動調査(栃木県)」による

- “商店数” “商業従業者数” “年間商品販売額”ともに減少傾向にあります。

⑤工業（製造業）

項目			平成17年 基準年次	平成25年 中間年次	平成30年 目標年次
■製造業事業所数	事業所	目標	—	210	200
		実績	259	209	—
■製造業従業者数	人	目標	—	8,455	8,636
		実績	7,675	7,253	—
■製造品出荷額	億円	目標	—	3,900	4,000
		実績	2,768	3,220	—

※中間年次(平成25年)の値は「平成25年工業統計調査」による

- “製造業事業所数” “製造業従業者数” は減少傾向にある一方で、“製造品出荷額” は増加傾向を示しています。



## 1 日光市の地域特性

## (1) 地勢

- ・日光市は栃木県の北西部に位置しており、南は宇都宮市・鹿沼市に、西は群馬県みどり市・沼田市・片品村に、北は福島県檜枝岐村・南会津町に、東は那須塩原市・塩谷町に接しています。
- ・東京からの直線距離は約120kmで、東北自動車道や鉄道網の充実により「東京日帰り圏」に含まれています。
- ・市の総面積は約1,449.83km<sup>2</sup>であり、栃木県面積の約4分の1を占め、全国でも3番目の広さとなっています。



## (2) 交通アクセス

- ・日光市の交通条件を見ると、市域の東側に近接して東北自動車道が走り、矢板IC・宇都宮IC・鹿沼ICへのアクセスの容易性から、東京圏や東北方面への円滑な移動が可能となっています。
- ・日光市と宇都宮市を結ぶ日光宇都宮道路は、清滝ICと宇都宮ICを約30分で結ぶほか、新たに今市市街地周辺に土沢ICが整備されたことで、通勤や買い物などの生活用途をはじめ、観光や物流などをさらに促進させる機能を有しています。
- ・鉄道網については、JR日光線、東武日光線により東京圏と約2時間程度で結ばれるほか、東武鬼怒川線、野岩鉄道会津鬼怒川線、わたらせ渓谷鐵道わたらせ渓谷線により隣接する福島県、群馬県と結ばれています。

### (3) 地域資源

#### －優れた自然環境－

- ・日光市の気候は、準高冷地、内陸性気候に属し、夏季の冷涼性において優れるほか、台風や洪水などの気象災害の被害が比較的少ないという特徴を有しています。
- ・また、奥日光の湿原、鬼怒沼湿原、鬼怒川、大谷川、渡良瀬川水系などの豊かな自然資源に恵まれており、こうした清浄な空気や良質な水資源は、産業面での利活用を進めるうえでのメリットとして捉えられます。

#### －良質な都市基盤・産業立地基盤－

- ・日光市が有する既存の社会資本として、住居、商業、工業、観光などの都市機能が地域の特性に応じて集積し、良質な暮らしや活発な産業を支える環境が整えられています。

#### －日光市の個性・ブランド－

- ・日光市は、自然や歴史文化、産業遺産、観光などの地域固有の資源により、既に国内外に高い知名度を誇り、他地域と比較して高い優位性を有することから、こうした個性を活かし、新たな魅力を付加することで、“住む場所”“訪れる場所”“働く場所”として選んでもらえる取り組みが期待されます。

## 2 日光市の人口

- ・日光市の人口は、平成7年をピークに減少局面を迎え、平成17年以降の10年間に於いて約1割の減少を示すなど、本格的な人口減少社会の到来がうかがわれます。
- ・また、年少人口の大幅な減少、高齢者人口の大幅な増加が進み、少子高齢社会の急速な進展が現実のものとなっています。

図表 日光市における人口、年齢別人口等の推移

	総数	年少人口	生産年齢人口	高齢者人口	年少人口比率	生産年齢人口比率	高齢化率	人口総数 県内シェア
昭和60年	96,634	19,424	64,800	12,410	20.1	67.1	12.8	5.2
平成2年	96,859	16,965	64,957	14,880	17.5	67.1	15.4	5.0
平成7年	99,988	15,992	65,950	18,046	16.0	66.0	18.0	5.0
平成12年	98,143	14,286	62,986	20,871	14.6	64.2	21.3	4.9
平成17年	94,291	12,243	58,784	23,200	13.0	62.3	24.6	4.7
平成22年	90,066	10,484	54,512	24,826	11.6	60.5	27.6	4.5
平成26年	84,952	9,120	49,016	26,571	10.7	57.7	31.3	4.3
対平成17年 増減	▲ 9.9	▲ 25.5	▲ 16.6	14.5	▲ 2.2	▲ 4.6	6.7	▲ 0.4

資料) 昭和60年～平成22年は国勢調査、平成26年は住民基本台帳及び県毎月人口調査

注1) 総数には年齢不詳も含まれるため各比率の合計は100%にならない場合がある。

注2) 増減については実数は増減率、構成比等は増減ポイント数。

- ・「国立社会保障・人口問題研究所」による、平成22年の国勢調査人口（90,066人）を基準とした日光市人口の今後の予測では、毎年約1,000人程度が減少し、平成52年には約6万人になると予測されています。
- ・年少人口・生産年齢人口の減少や高齢者人口の増加も予測され、これからの日光市を支える将来世代に対して大きな負担や不安を残すことが懸念されます。

図表 日光市人口ピラミッド（平成22年と平成52年予測との比較）



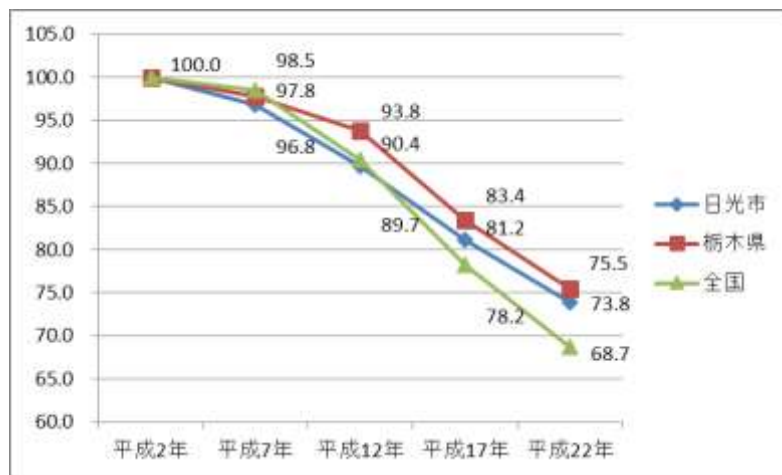
資料) 社人研「地域別将来推計人口」

### 3 日光市における就業および失業

- ・就業人口の産業別構成では、第2次産業の縮小、第3次産業の拡大の傾向を示していますが、平成2年を100とした指数で見ると、第2次産業については国・県とほぼ同様の傾向で減少、第3次産業については国・県を上回る速度で減少となっています。
- ・こうした就業人口（就業機会）の減少は、産業規模の縮小とも強く関連しており、将来人口の動向に影響を与えるばかりでなく、地域経済を支えるヒト・モノ・カネ・情報などの市外への流出をさらに加速化させる心配があります。

図表 産業別就業者数、増減指数の比較（平成2年＝100）

－第2次産業－



－第3次産業－



資料) 国勢調査

図表 就業人口の産業別構成の推移

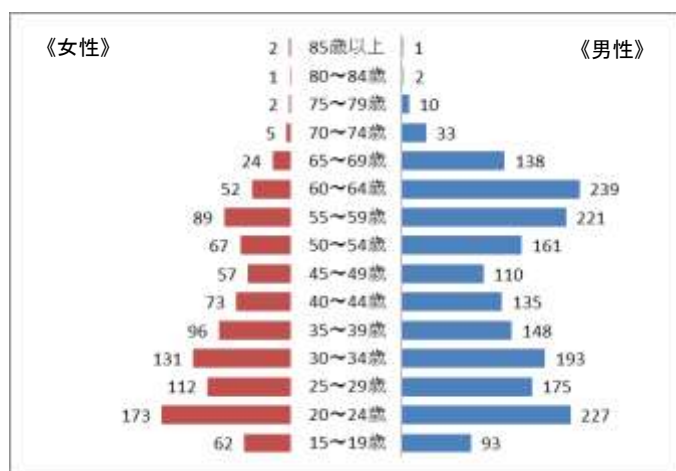


資料) 国勢調査

- ・失業者数の平成17年から平成22年の推移をみると、総数は約2,800人から約2,900人とわずかな増加を示しています。
- ・男性では、55歳～64歳の層において失業者数が多い傾向にあり、特に60～64歳の層において大きな増加が見られる反面、15～24歳の若年層においては失業者数の減少の傾向が見受けられます。
- ・女性では、総体的に失業者数の減少の傾向が見られ、特に20～24歳および30～34歳の比較的若い層において減少の傾向が顕著となっています。

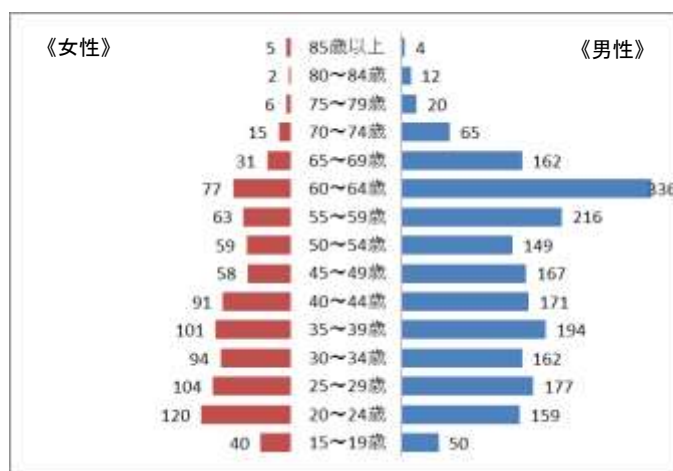
図表 日光市における年齢層別・男女別失業者数（平成17年・平成22年）

—平成17年—



—平成22年—

(人)

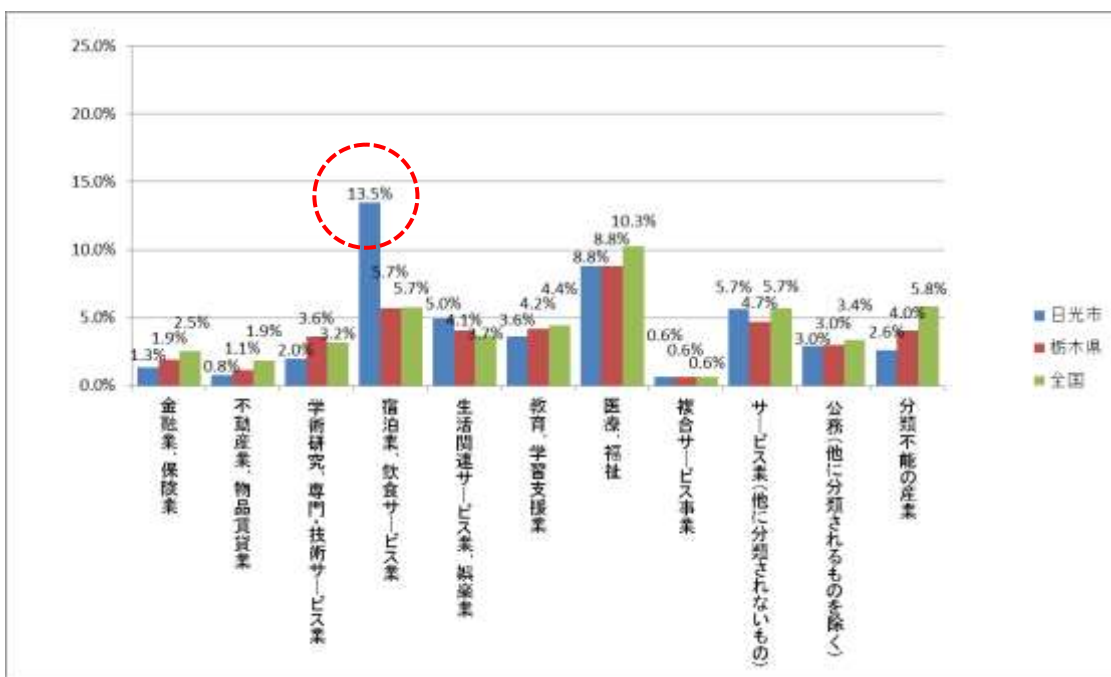
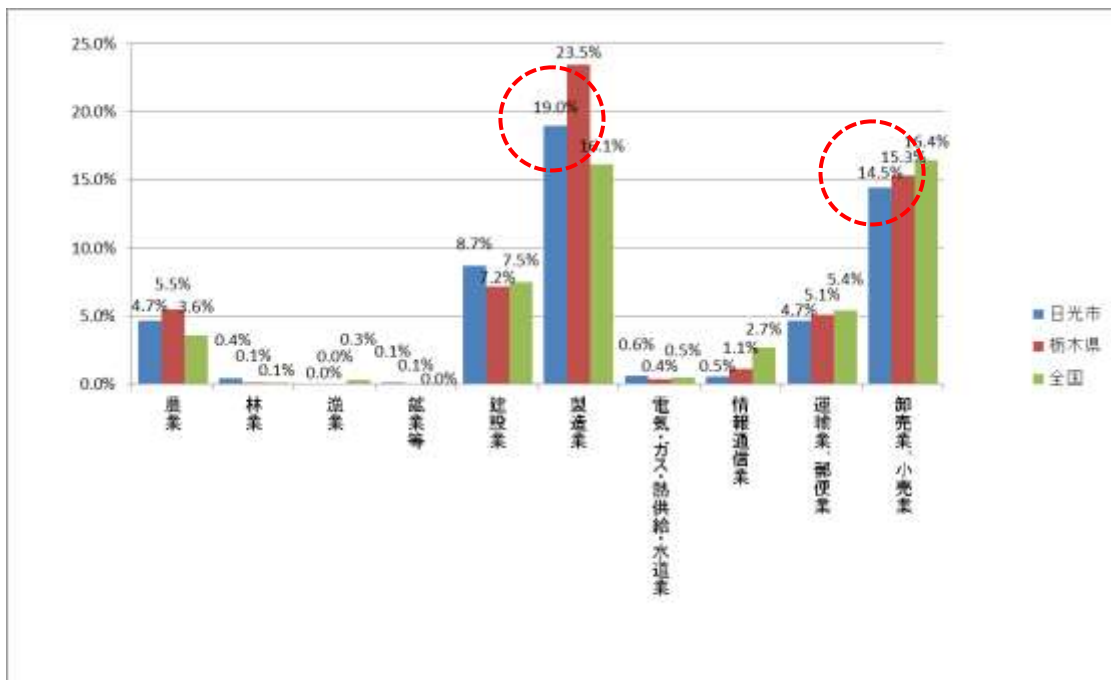


資料) 国勢調査

#### 4 日光市の産業構造

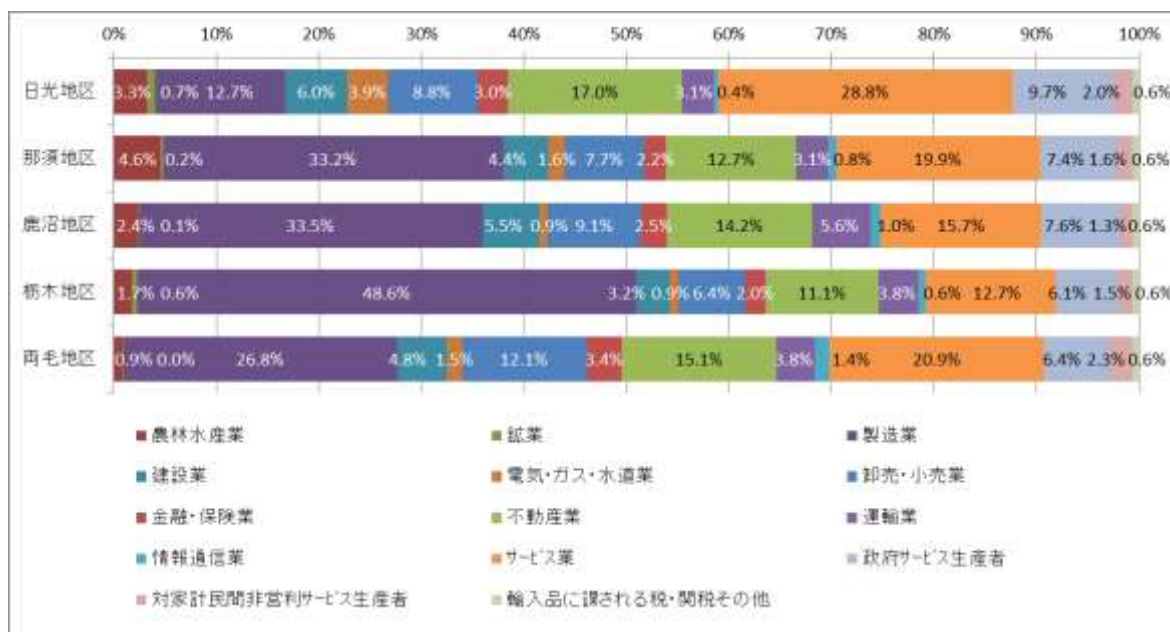
- ・日光市の産業構造について、産業大分類別の就業者構成比で見ると、製造業が19.0%で最も多く、次いで卸売業・小売業が14.5%、宿泊業・飲食サービス業が13.5%の順となっています。
- ・特に、宿泊業・飲食サービス業については、国・県の割合を大きく上回っており、観光関連産業のイメージが強い日光市の特徴を裏付ける結果となっています。

図表 就業者の構成比の比較（平成22年：日光市、栃木県、全国）



- ・産業活動の結果として生まれる全ての業種の総生産額について、人口規模や製造品出荷額等の構成等が類似する他の地区と比較すると、日光地区（日光市）は製造業の割合が低い反面、不動産業、サービス業の割合が高い傾向にあります。

図表 県内地区別総生産額の構成（平成24年度）



資料) 栃木県「平成24年度市町村民経済計算」

注) 人口および製造品出荷額等が類似する以下の地区により区分

日光地区: 日光市

那須地区: 大田原市、那須塩原市、那須町

鹿沼地区: 鹿沼市

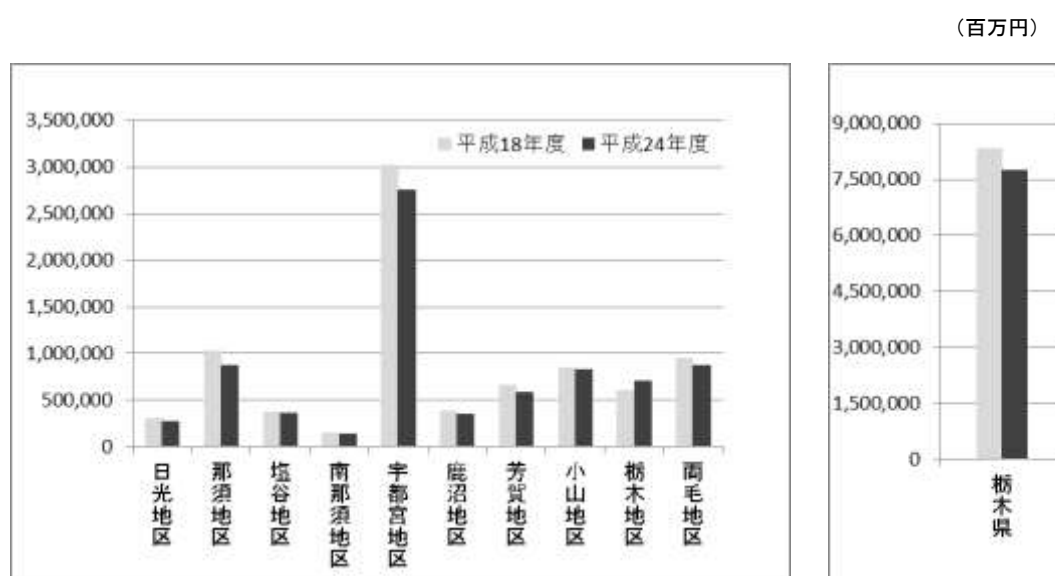
栃木地区: 栃木市

両毛地区: 足利市、佐野市



- ・全ての業種の総生産額について、平成18年度と平成22年度を比較してみると、日光地区（日光市）においてわずかに減少が見られるのをはじめ、県内各地区は総じて減少傾向にあり、経済活動の停滞がうかがわれる結果となっています。

図表 県内地区別総生産額の構成および増減（平成18年度と平成24年度）



資料) 栃木県「平成18・24年度市町村経済計算」

注) 地区区分

日光地区: 日光市

那須地区: 大田原市、那須塩原市、那須町

塩谷地区: 矢板市、さくら市、塩谷町、高根沢町

南那須地区: 那須烏山市、那珂川町

宇都宮地区: 宇都宮市、上三川町、壬生町

鹿沼地区: 鹿沼市

芳賀地区: 真岡市、益子町、茂木町、市貝町、芳賀町

小山地区: 小山市、下野市、野木町

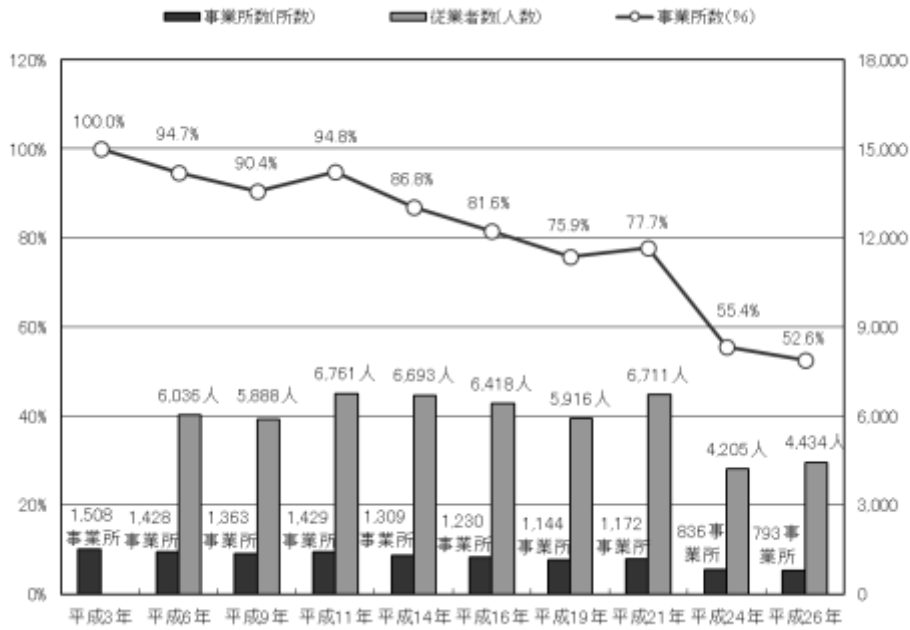
栃木地区: 栃木市

両毛地区: 足利市、佐野市

## 5 日光市の商業（小売業・卸売業）

- ・日光市の小売業の主要指標（事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積）の推移を見ると、売場面積を除き、総体的に減少の傾向が続いています。
- ・平成3年を100とした指数で平成26年までの推移を見ると、事業所数については52.6の水準まで、年間商品販売額については67.6の水準まで減少しています。

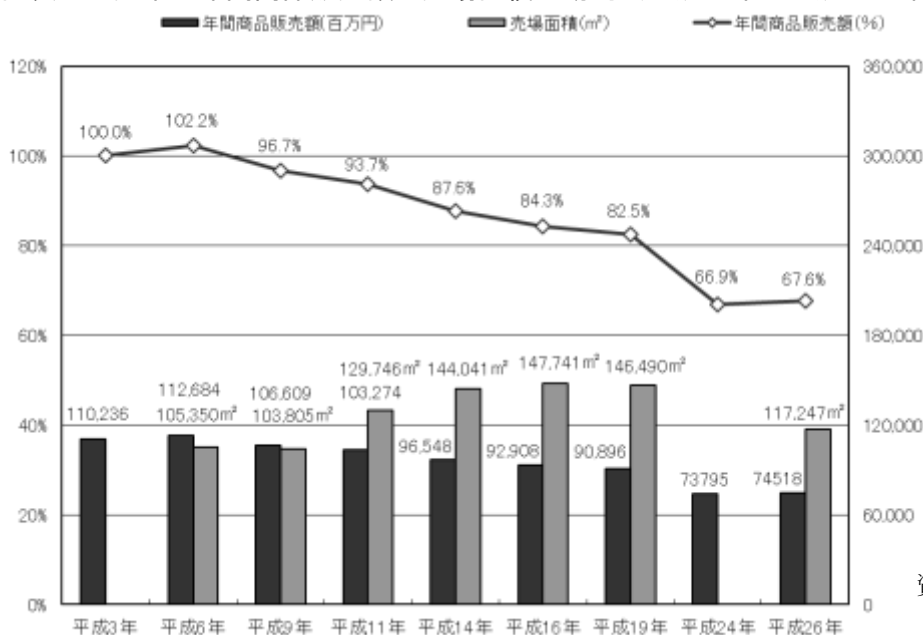
図表 小売業：事業所数と従業者数の動向（平成3年・平成26年）



注)従業者数の平成3年データは不明  
事業所数の推移は平成3年を100%とした場合の数値

資料) 商業統計調査  
平成21・24年のみ  
経済センサス活動調査

図表 小売業：年間商品販売額と売場面積の動向（平成3年・平成26年）

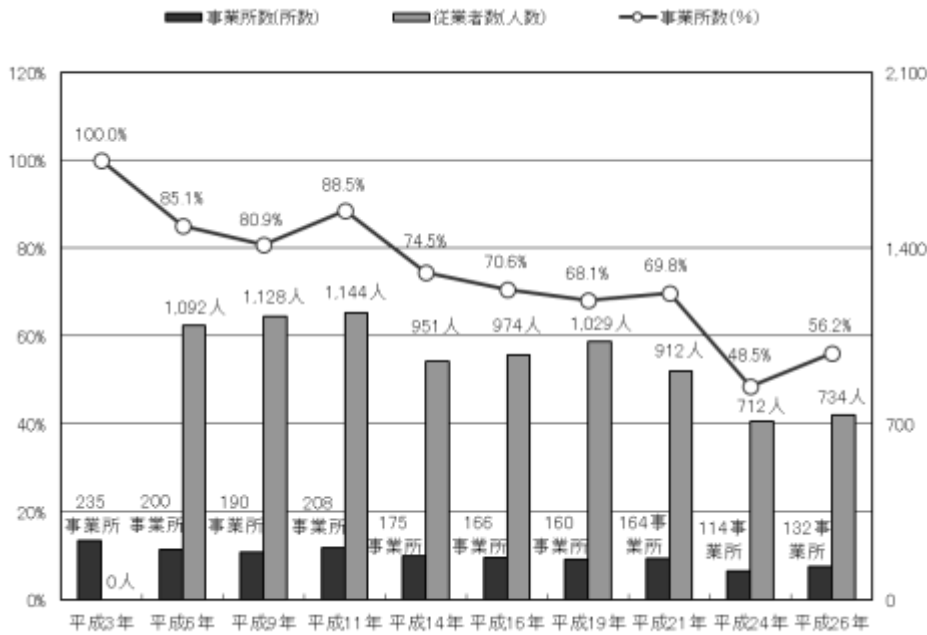


注)売場面積の平成3年データは不明  
年間商品販売額の推移は平成3年を100%とした場合の数値

資料) 商業統計調査  
平成24年のみ  
経済センサス活動調査

- ・日光市の卸売業の主要指標（事業所数、従業者数、年間商品販売額）の推移を見ると、総合的に減少の傾向が続いています。
- ・平成3年を100とした指数で平成26年までの推移を見ると、事業所数については56.2の水準まで、年間商品販売額については55.9の水準まで減少しています。

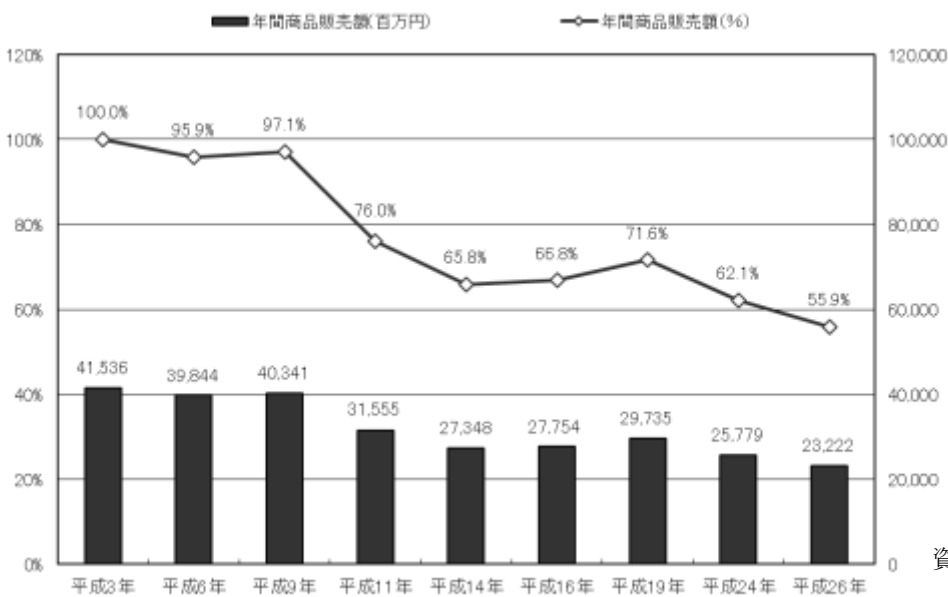
図表 卸売業：事業所数と従業者数の動向（平成3年・平成26年）



資料) 商業統計調査  
平成21・24年のみ  
経済センサス活動調査

注) 従業者数の平成3年データは不明  
事業所数の推移は平成3年を100%とした場合の数値

図表 卸売業：年間商品販売額の動向（平成3年・平成26年）



資料) 商業統計調査  
平成24年のみ  
経済センサス活動調査

注) 年間商品販売額の推移は平成3年を100%とした場合の数値

- ・県が実施した「地域購買動向調査（平成26年度）」の結果から日光市の商圈を見ると、“今市地域”および“日光地域”を中心とする2つの圏域が構成されています。

図表 日光市の商圈構成

—今市地域の商圈構成—

- 1次商圈は現日光市域（今市地域、日光地域、藤原地域、足尾地域、栗山地域）、3次商圈は塩谷町
- 商圈人口は87,611人
- 旧上河内町が影響圏

—日光地域の商圈構成—

- 日光地域の地元購買率は10%を下回り商圈が消失
- 藤原地域、足尾地域が日光地域の影響圏に包含



資料) 県産業労働観光部「地域購買動向調査報告書（平成26年度）」

注) 商圈とは、ある市町村を中心に10%以上の吸収率となった市町村の範囲を示すもの。吸収率の大きさにより3段階に区分される。

・日光市における空き店舗の発生要因等については次の点が考えられます。

○空き店舗の発生要因・商店の衰退要因（市全域共通・地域別）

市  
全  
域  
共  
通

【「現状分析」より】

- ◎市域人口の顕著な減少  
：地域商業を支える人口の減少
- ◎近年における商業（小売業）の停滞傾向  
：事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積ともに減少
- ◎大規模小売店舗の占める役割の増大  
：大規模小売店舗が市民の購買を支える状況が進行
- ◎コンビニエンスストアの立地増加  
：身近な購買を支えるコンビニエンスストアの役割の拡大
- ◎中心地性指数（顧客流入比率）の低下  
：市外への購買力の流出が進行

【「基礎調査」より】

- ◎市民の消費活動の変化  
：生鮮食料品等について最寄りのスーパーを利用（個人商店においては厳しい状況）
- ◎最寄りの商店街以外への依存大  
：最寄りの商店街を利用したいが、商品の品揃えや利便性などから、商品全般について“今市市街地の商店街”及び“今市地域（市街地周辺の郊外）”に立地するお店を利用
- ◎個人商店における後継者の不足  
：店主の高齢化などやむを得ない事情が生じた際には閉店のながれ
- ◎個人商店における経営不振・立地条件の悪化
- ◎空き店舗を賃貸する意思の希薄化  
：空き店舗主の多くが自分の住居として活用する意思
- ◎空き店舗を賃貸するための態勢が不十分  
：空き店舗主と出店希望者との仲介や調整が不十分

今  
市

【今市市街地の商店街】

- 地元購買率の低下
- 最寄りの商店街以外で購買の傾向
- 後継者の不足
- 店主の高齢化（意欲の低下）
- 建物の老朽化

【下野大沢駅周辺の商店街】

- 地元購買率の低下
- 最寄りの商店街以外で購買の傾向
- ※但し、空き店舗の発生は少ない

日  
光

【日光市街地の商店街】

- 地元購買率の低下
- 最寄りの商店街以外で購買の傾向
- 店舗の立地条件の変化（御幸町のまちづくり等の大きな契機）

【清滝周辺の商店街】

- 地元購買率の低下
- 最寄りの商店街以外で購買の傾向
- 地域人口の減少（経営の不振）
- 店主の高齢化（意欲の低下）
- 建物の老朽化

藤  
原

【鬼怒川温泉市街地の商店街】

- 地元購買率の低下
- 最寄りの商店街以外で購買の傾向

【川治温泉周辺の商店街】

- 地元購買率の低下
- 最寄りの商店街以外で購買の傾向
- 地域人口の減少（経営の不振）
- 後継者の不足
- 店主の高齢化（意欲の低下）

足  
尾

【足尾市街地の商店街】

- 地元購買率の低下
- 最寄りの商店街以外で購買の傾向
- 地域人口の減少（経営の不振）

栗  
山

【栗山地域の商店街】

- 地元購買率の低下
- 最寄りの商店街以外で購買の傾向
- ※但し、空き店舗の発生は少ない

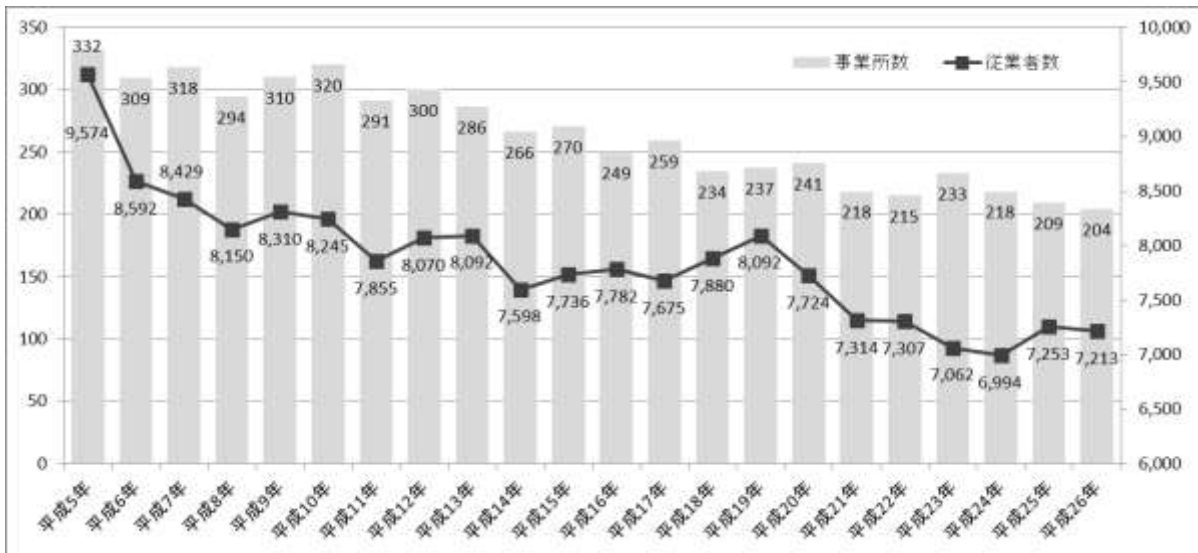
資料）市商工課「日光市空き店舗等対策調査報告書（平成25年）」

## 6 日光市の工業（製造業）

- ・製造業の事業所数および従業者数の推移を見ると、増減を繰り返しながらも総体的に減少の傾向が続いています。
- ・事業所数については、平成5年の332事業所をピークとして、増減を繰り返しながら総体的に減少で推移し、平成26年には204事業所（38.5%の減少率）まで落ち込んでいます。
- ・従業者数については、平成5年の9,574人をピークとして、増減を繰り返しながら総体的に減少で推移し、平成26年には7,213人（24.6%の減少率）まで落ち込んでいます。

図表 日光市における製造業事業所数、従業者数の推移

(事業所・人)

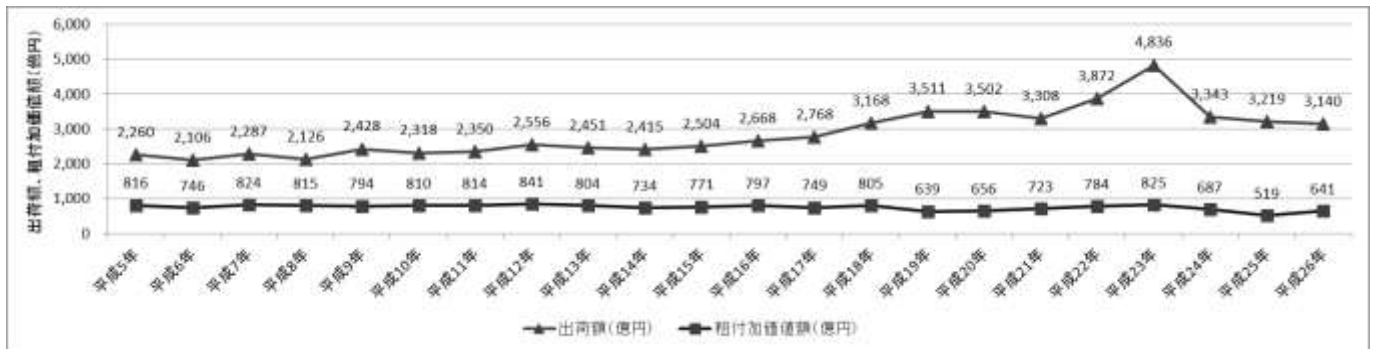


資料) 経済産業省「工業統計表」

注)平成23年は「経済センサスー活動調査結果(製造業)」による

- ・ 製造品出荷額等の推移を見ると、総体的に増加の傾向を示しています。
- ・ 一方、粗付加価値額〔製造品出荷額等－（消費税を除く内国消費税額＋推計消費税額）－原材料使用額等〕の推移を見ると、長期にわたって増減を繰り返し、原油価格や素材価格の上昇による原材料価格の高騰などを背景に、平成25年には大きな減少を示しています。

図表 日光市製造業における製造品出荷額等、粗付加価値額の推移

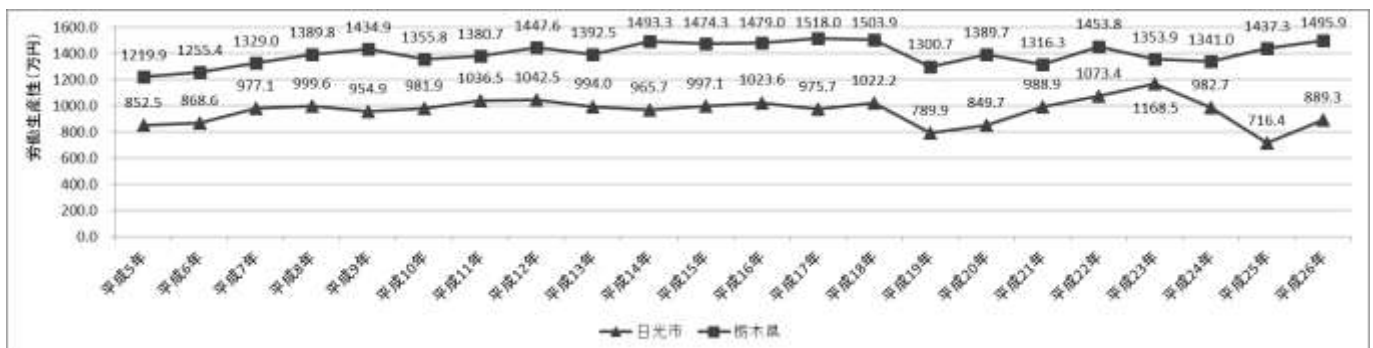


資料) 経済産業省「工業統計表」

注) 平成23年は「経済センサスー活動調査結果(製造業)」による

- ・ 労働生産性〔粗付加価値額÷従業員数：一人あたり粗付加価値額〕の推移を見ると、総体的に減少の傾向を示しています。
- ・ 日光市の労働生産性の水準を見ると、県の水準はやや下回るものの、ほぼ同じ傾向による増減を繰り返しています。
- ・ 一般的に、労働生産性の水準は大企業が中小企業を大きく上回る傾向にあることから、労働生産性の向上を図るためには、量産機能を中心とした事業構造から、研究開発や新事業創出を持続的に実施する体質への転換などが求められているといえます。

図表 日光市製造業における労働生産性の推移

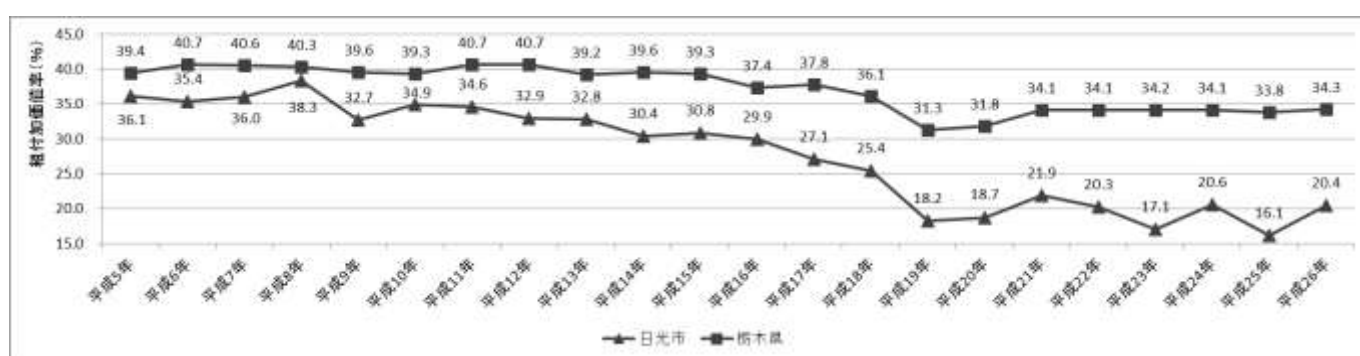


資料) 経済産業省「工業統計表」

注) 平成23年は「経済センサスー活動調査結果(製造業)」による

- ・粗付加価値率〔粗付加価値額÷製造品出荷額等×100〕の推移を見ると、大きな減少の傾向を示しています。
- ・日光市の粗付加価値率の水準を見ると、県の水準をやや下回り、増減の振り幅はやや大きなものとなっています。
- ・一般的に、粗付加価値率が低い場合には、事業所や従業者あたりの収益性も低く、再投資や継続的な雇用に支障を来すばかりでなく、労働生産性を低位にとどまらせるといった悪循環も懸念され、予断を許さない状況にあるといえます。

図表 日光市製造業における粗付加価値率の推移



資料) 経済産業省「工業統計表」

注) 平成23年は「経済センサスー活動調査結果(製造業)」による



- ・日光市における製造業の特徴を見ると、従業者数については、食料品製造業や非鉄金属製造業が、製造品出荷額等については、化学工業が突出して多くなっています。

図表 日光市における産業分類別事業所数、従業者数、製造品出荷額等

	平成23年（2011年）			平成24年（2012年）			平成25年（2013年）		
	事業所数 （所）	従業者数 （人）	製造品 出荷額等 （万円）	事業所数 （所）	従業者数 （人）	製造品 出荷額等 （万円）	事業所数 （所）	従業者数 （人）	製造品 出荷額等 （万円）
食料品製造業	44	1,427	1,911,137	49	1,796	3,322,110	49	1,885	3,455,487
飲料・たばこ・飼料製造業	6	57	88,422	5	61	62,603	3	42	82,361
繊維工業	1	4	X						
木材・木製品製造業（家具を除く）	15	145	262,316	15	140	285,707	14	158	269,811
家具・装備品製造業	9	87	77,914	9	98	83,031	10	114	85,091
パルプ・紙・紙加工品製造業	6	109	168,451	6	134	196,564	4	95	174,206
印刷・同関連産業	9	47	34,102	7	30	26,666	6	29	25,822
化学工業	5	405	29,574,190	4	460	14,117,549	4	457	13,258,890
石油製品・石炭製品製造業	1	6	X	2	28	X	2	29	X
プラスチック製品製造業	12	235	285,650	9	200	222,552	11	231	246,357
ゴム製品製造業	2	27	X	1	21	X	1	19	X
窯業・土石製品製造業	12	158	580,040	11	128	419,383	10	119	358,397
鉄鋼業	4	34	39,994	1	82	X	1	80	X
非鉄金属製造業	6	1,489	8,842,053	7	1,310	7,475,756	7	1,169	7,084,180
金属製品製造業	39	926	1,642,951	35	798	1,520,405	31	652	990,921
はんよう機械器具製造業	6	56	91,034	4	48	65,854	5	63	82,454
生産用機械器具製造業	11	183	255,380	11	164	227,131	9	145	210,600
業務用機械器具製造業	5	60	412,790	4	60	829,022	5	193	1,089,799
電子部品・デバイス・電子回路製造業	9	804	2,515,783	10	550	2,110,945	10	896	2,430,021
電気機械器具製造業	12	583	1,168,051	10	596	1,644,831	11	684	1,821,308
情報通信機械器具製造業	2	43	X	4	138	302,655	2	29	X
輸送用機械器具製造業	4	57	35,108	3	30	X	3	45	12,064
その他の製造業	13	120	240,552	11	122	253,297	11	119	247,039
合計	233	7,062	48,360,160	218	6,994	33,435,721	209	7,253	32,199,622

資料）経済産業省 工業統計調査

- ・県内市部における日光市の位置づけを製造業の関連指標により見てみると、事業所数では県内14市中8位、従業者数、製造品出荷額等では県内14市中10位の位置にあります。

図表 県内市部における日光市製造業の位置（平成25年：関連指標の順位による）

順位	市名	事業所数		市名	従業者数		市名	製造品出荷額等		市名	有形固定資産年末現在高	
		(所)	対前年増減率(%)		(人)	対前年増減率(%)		(万円)	対前年増減率(%)		(万円)	対前年増減率(%)
1	足利市	612	-8.8%	宇都宮市	29,852	-1.2%	宇都宮市	181,026,248	20.9%	宇都宮市	31,823,986	2.9%
2	宇都宮市	537	-2.9%	栃木市	17,557	10.6%	栃木市	85,622,484	9.7%	小山市	18,506,487	-7.3%
3	栃木市	432	-2.3%	小山市	16,239	0.7%	小山市	72,962,236	4.1%	栃木市	13,487,152	4.6%
4	佐野市	422	-4.5%	足利市	15,388	-2.1%	大田原市	63,364,711	-2.0%	真岡市	12,477,902	-19.0%
5	鹿沼市	406	-0.5%	鹿沼市	13,765	8.0%	真岡市	55,380,198	1.9%	佐野市	9,525,298	-6.9%
6	小山市	266	-0.7%	佐野市	13,275	-3.8%	鹿沼市	38,209,609	15.7%	鹿沼市	8,883,106	8.1%
7	那須塩原市	235	3.5%	真岡市	13,175	0.4%	那須塩原市	35,689,225	-1.2%	足利市	8,593,501	-3.9%
8	日光市	209	-4.1%	大田原市	11,092	-2.2%	佐野市	34,218,876	4.6%	大田原市	8,049,728	3.1%
9	真岡市	196	-2.5%	那須塩原市	10,908	9.1%	足利市	33,104,918	-3.2%	那須塩原市	6,832,189	12.8%
10	大田原市	158	-7.6%	日光市	7,253	3.7%	日光市	32,199,622	-3.7%	日光市	5,442,408	12.2%
11	那須烏山市	120	-6.3%	さくら市	4,686	-0.5%	下野市	18,333,801	8.4%	さくら市	4,775,482	-2.9%
12	下野市	113	2.7%	下野市	4,490	2.1%	さくら市	16,482,174	-3.6%	下野市	4,687,809	3.2%
13	さくら市	108	0.9%	矢板市	3,183	-10.4%	矢板市	12,145,827	-0.9%	矢板市	1,172,797	-14.9%
14	矢板市	63	-6.0%	那須烏山市	3,150	-2.4%	那須烏山市	4,841,936	-7.9%	那須烏山市	1,092,491	-3.3%
	県内市部	3,877	-3.4%	県内市部	164,013	1.3%	県内市部	683,581,865	7.2%	県内市部	135,350,336	-1.4%
	県	4,438	-3.3%	県	192,205	1.6%	県	817,950,707	10.0%	県	158,478,329	-1.3%

資料) 経済産業省 工業統計調査

## 7 日光市の経済・暮らし

### (1) 所得

- ・日光市における一人あたりの所得〔市町村民所得÷市町別人口〕、一人あたりの雇用者報酬〔雇用者報酬÷雇用者数（常住地ベース）〕、一人あたりの総生産〔市町村内総生産÷市町別人口〕を見ると、県内市町においては各指標とも概ね中位の水準にあるものの、県内市部における順位はいずれも下位となっています。

図表 栃木県内における一人あたり所得・雇用者報酬・総生産額の比較（平成24年）

(単位:千円)

一人あたり市町村民所得				雇用者一人あたり雇用者報酬				一人あたり市町村内総生産			
順位	市町名	所得額	市部順位	順位	市町名	報酬額	市部順位	順位	市町名	総生産額	市部順位
1	芳賀町	3,476		1	宇都宮市	5,680	1	1	芳賀町	7,470	
2	宇都宮市	3,343	1	2	下野市	5,522	2	2	市貝町	4,847	
3	市貝町	3,231		3	野木町	5,257		3	宇都宮市	4,845	1
4	上三川町	3,156		4	小山市	5,239	3	4	上三川町	4,534	
5	下野市	3,103	2	5	高根沢町	5,052		5	栃木市	4,393	2
6	野木町	3,035		6	さくら市	4,958	4	6	大田原市	4,012	3
7	小山市	2,998	3	7	上三川町	4,904		7	真岡市	3,991	4
8	高根沢町	2,992		8	壬生町	4,875		8	那須塩原市	3,986	5
9	那須塩原市	2,976	4	9	栃木市	4,797	5	9	野木町	3,585	
10	栃木市	2,972	5	10	足利市	4,764	6	10	那須町	3,556	
11	真岡市	2,940	6	11	鹿沼市	4,693	7	11	鹿沼市	3,443	6
12	鹿沼市	2,888	7	12	那須塩原市	4,686	8	12	小山市	3,410	7
13	大田原市	2,852	8	13	佐野市	4,682	9	13	佐野市	3,396	8
14	さくら市	2,844	9	14	矢板市	4,575	10	14	矢板市	3,375	9
15	壬生町	2,826		15	市貝町	4,536		15	さくら市	3,285	10
16	佐野市	2,823	10	16	真岡市	4,509	11	16	那珂川町	3,139	
17	足利市	2,744	11	17	大田原市	4,456	12	17	日光市	3,133	11
18	日光市	2,738	12	18	日光市	4,383	13	18	足利市	3,079	12
19	矢板市	2,723	13	19	益子町	4,303		19	壬生町	2,911	
20	那須烏山市	2,674	14	20	那須烏山市	4,178	14	20	那須烏山市	2,872	13
21	那須町	2,671		21	茂木町	4,157		21	下野市	2,860	14
22	塩谷町	2,646		22	塩谷町	4,156		22	塩谷町	2,503	
23	那珂川町	2,642		23	芳賀町	4,142		23	茂木町	2,352	
24	益子町	2,612		24	那須町	4,038		24	高根沢町	2,240	
25	茂木町	2,479		25	那珂川町	3,991		25	益子町	2,177	
	栃木県	3,006			栃木県	4,975			栃木県	3,882	

資料)平成24年度市町村民経済計算

市町別人口(平成24年10月1日現在):栃木県統計課「栃木県の人口(栃木県毎月人口調査報告書)」

雇用者数(常住地ベース):総務省「国勢調査」及び「事業所企業統計」、栃木県統計課「とちぎの県民経済計算」より推計

注)各指標の計算式は以下のとおり

一人あたり市町村民所得=市町村民所得÷市町別人口

雇用者一人あたり雇用者報酬=雇用者報酬÷雇用者数(常住地ベース)

一人あたり市町村内総生産=市町村内総生産÷市町別人口

## (2) 財政状況

- ・日光市の自主財源比率は42.7%で、県内市町の平均を大きく下回り、行政活動の自主性や安定性にやや不安を残す状況です。
- ・一方、経常収支比率は93.1%を示し、県内市町の平均や一般的に妥当とされる数値（市で75%程度）を上回っており、様々な環境の変化に柔軟に対応することが難しくなるなど、非常に厳しい財政運営を迫られている状況です。
- ・財政力指数は0.642と県内市町の平均を下回り、財源にあまり余裕がない状況です。
- ・財政の健全化に向けては、「日光市財政健全化計画」を策定し、全庁的な取り組みにより一定の効果をあげてきましたが、今後も市民生活に不可欠な行政サービスを維持していくためには、市財政基盤の確立や自立的な地域経済の構築を支える、産業振興策を中心とした日光市経済の活性化が強く求められます。

図表 栃木県内市町の財政主要指標（平成25年）

	自主財源比率	経常収支比率	財政力指数
栃木県内市平均	51.4	89.4	0.741
栃木県内町平均	51.6	86.5	0.671
栃木県内市町平均	51.5	88.1	0.709
日光市	42.7	93.1	0.642

資料)平成26年度版栃木県市町村財政の状況(平成25年度普通会計決算)

注)

自主財源比率:歳入に占める市町村が自主的に収入することができる財源(地方税、使用料・手数料、諸収入など)の割合

経常収支比率:用途を制限されない経常的な収入(地方税、普通交付税等の毎年収入される性質のもの)に対する経常的な支出(人件費、公債費、扶助費等の毎年経常的に支出されるもの)の割合

財政力指数:基準財政収入額を基準財政需要額で除した値のこと

### (3) 雇用環境

- ・日光市の雇用環境の特徴として昼夜間人口比率を見ると、100%をやや下回る値を示しており、“就業の場”となる周辺市町への流出が超過する“居住の場”として機能していることがわかれる結果となっています。
- ・特に、交通アクセスが良好な宇都宮市・鹿沼市への流出超過が多くなっている状況です。

図表 栃木県内における昼夜間人口比率と就業者比率（平成22年）

(県内市部)					(県内郡部)				
	昼夜間人口比率 (%)	就業者比率 (%)				昼夜間人口比率 (%)	就業者比率 (%)		
		第一次産業	第二次産業	第三次産業			第一次産業	第二次産業	第三次産業
宇都宮市	103.2	2.5	26.1	71.4	上三川町	100.3	9.2	37.4	53.4
足利市	96.6	2.0	37.1	60.9	益子町	82.3	8.0	38.7	53.3
栃木市	94.6	6.4	34.1	59.4	茂木町	87.3	12.4	31.0	56.6
佐野市	98.5	3.0	36.0	61.0	市貝町	84.8	11.4	35.9	52.7
鹿沼市	97.0	7.1	35.6	57.3	芳賀町	179.7	18.9	30.0	51.1
<b>日光市</b>	<b>94.5</b>	<b>5.3</b>	<b>28.5</b>	<b>66.2</b>	壬生町	89.4	7.6	29.6	62.8
小山市	100.1	4.1	33.3	62.6	野木町	80.0	4.7	32.1	63.2
真岡市	100.2	10.8	39.5	49.7	塩谷町	94.7	14.3	34.2	51.5
大田原市	104.5	12.1	34.8	53.1	高根沢町	82.6	9.6	27.4	63.0
矢板市	98.1	6.5	37.3	56.2	那須町	103.1	13.7	24.9	61.4
那須塩原市	93.6	6.6	33.1	60.3	那珂川町	88.3	14.2	35.6	50.3
さくら市	93.2	9.4	30.7	59.9	県内郡部	95.3	10.5	32.1	57.4
那須烏山市	92.2	11.5	34.1	54.4	栃木県全体	98.2	5.8	32.0	62.1
下野市	89.2	6.7	27.8	65.5					
県内市部	98.7	5.1	32.0	62.8					

資料) 国勢調査

注) 昼夜間人口比率: (常住人口-従業・通学による流出人口+従業・通学による流入人口)÷常住人口

図表 日光市における流入人口・流出人口のようす（就業者：平成17年・平成22年）

#### －流入人口－



## 1 日光市の商工業の課題

- ・日光市の商工業を取り巻く状況や事業者・市民の意見、「第2次日光市総合計画」等の上位・関連計画における商工業の位置付けなどを踏まえ、今後の商工業振興を図る上で解決すべき課題を次のとおり整理します。

### ① 市内経済活動の課題

- 小売業・卸売業や製造業における事業所数、従業者数、年間商品販売額、製造品出荷額等の主要指標が減少傾向を示すなど、市内経済活動を支える日光市の特性に応じた商業及び工業の機能が停滞している。
- 市内の経済活動を支える人口の減少や少子高齢社会の急激な進展などにより、総体的にまちの活力が停滞している。
- 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」においては人口の減少や若者の転出を抑制するための重要な施策として“しごとの場”の確保を掲げるなど、早急かつ効果的な雇用対策（“しごとの場”をいかに確保するか）が求められている。
- 本格的な人口減少社会の到来や長引く景気の低迷など、商工業に関する先行きが不透明な状況にある中、市内経済活動の再生に向けた明確な目標・シナリオが求められている。
- 事業者からの求人数は一定程度見受けられる反面、若者をはじめとする求職者数は減少傾向にあるなど、仕事の場の確保・マッチングが不足している。
- 「第2次日光市総合計画」に位置付けられ、各事業者からの期待も高い、日光市の産業を牽引する観光業や特色ある農林水産業と商工業との連携が一部に留まっている。
- 市の財政に関する主要指標はやや停滞しており、財政の健全化に寄与する産業振興施策の検討が期待されている。
- 商工業の振興に欠かせない事業者・市民・市などの連携・協力体制が十分でない。

### ② 商業施策の課題

- 郊外型の大規模小売店舗への依存が強くなるなど、市民の消費活動の変化に伴い最寄りの商店街の利用が停滞している。
- 過疎地域や高齢化集落などの地域特性を踏まえた、買い物弱者を生まない・助けるための対策が期待されている。
- 「第2次日光市総合計画」に位置付けられ、各事業者からの期待も高い、既成市街地や中心市街地の活性化、まちなかの回遊性の確保などが求められている。
- 市民の消費活動の変化により商売が成り立ちにくい環境から、個人商店等の後継者不足が深刻となっており、空き店舗の発生も多く見受けられる。
- 地域の活力や賑わいとなる、交流人口の増加につながるイベント等が求められている。

### ③ 工業施策の課題

- 食料品製造業や非鉄金属製造業をはじめ多数の企業が立地する、既存の工業団地における良好な工業生産環境の維持が求められている。
- 製造業における事業所数、従業者数、製造品出荷額等の主要指標が減少傾向を示すなど、停滞する既存産業の振興施策が求められている。
- 日光市の工業の主体となる中小企業に対する支援の周知が不足している。
- 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」において求める“しごとの場”づくりや産業機能の強化に向け、新たな企業の誘致や起業する事業者等への支援の周知が不足している。
- 市の産業基盤を維持するため、既存企業の日光市への留置が期待されている。
- 事業者からの求人数は一定程度見受けられる反面、求職者数は減少傾向にあり、工場等における必要な人材の確保が期待されている。

### ④ 日光市の強み・ブランドの課題

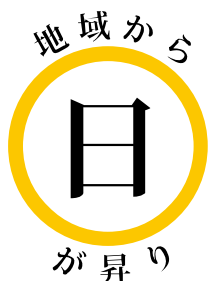
- 企業立地の可能性を高める優れた交通基盤（東京圏方面等との円滑なアクセスを支える東北自動車道、日光宇都宮道路、各インターチェンジ、鉄道網など）の確保が期待されている。
- 良質で豊富な水資源に恵まれるなど産業立地に有利な資質のPRが不足している。
- 商工業の活性化に向けた企業誘致などを図る上で、冷涼な気候や広大な市域面積を活かす取り組みの検討が不足している。
- 市内の経済活動を支える人口の確保に向け、魅力的な定住都市づくり（“職住近接の環境”をいかに確保するか）が期待されている。
- 市内産業や商品（そば・湯波・天然氷・水など）のブランドになりうる地域資源について、他市町との差別化が明確でない。
- 全国的に有名な地場産業や伝統工芸等の担い手の不足が深刻となっている。

## 第4章 商工業振興計画の基本的な考え方

### 1 基本理念

- ・日光市が有する産業基盤・交通基盤・水資源・歴史・文化・自然などの活用すべき良質な資源や、市民・国内外からの来訪者・事業者等の様々な期待・ニーズへの対応を踏まえつつ、日光市の地域経済を牽引する商工業振興施策推進の基本理念を次のとおり掲げます。

#### 基 本 理 念



#### “地域から日が昇り”とは

商工業の停滞から脱却し、人口減少により直面する消費減退の危機を回避するため、今市・日光・藤原・足尾・栗山それぞれの地域で培われてきた産業環境を基本に、小さな成功事例を着実に積み重ね、日光ブランドなど特色ある地域資源の魅力をさらに高め、効果的に結び付ける活動を展開することにより、地域の活力を向上させます。

#### “日光人の笑顔が 光り輝く”とは

日光市に関わる事業者・市民・来訪者などのあらゆる人達を“日光人”と捉え、その誰もが生き生きとした笑顔で積極的に活動・交流することができるよう、日常的な暮らしやしごとを支える商工業、国内外の集客の要となる観光業、地場産品を生産・提供する農林水産業などの強化・連携に努めるほか、事業者と関係団体・市民・大学・金融機関等の協力体制の充実を図ることにより、人を育て、新たな仕事を生み出します。

#### “元気な商工業の まちづくり”とは

日光市の商工業は、門前町・宿場町・温泉街として、また、独自の伝統産業・地場産業をはじめ、銅山関連産業の集積など、古くから市民の生活の中に溶け込み、育まれて、発展してきました。今後の地域間競争を勝ち抜く日光市の商工業の振興を図るため、歴史・文化・自然など多くのポテンシャルを最大限に活かし、事業者・市民・行政が一丸となって、できることからチャレンジしていくことにより、地域にきらめきを広め、互いに輝きあう、元気な商工業のまちづくりを進めていきます。



## 2 基本戦略

- ・基本理念を実現するため、「第2次日光市総合計画」、「日光市まち・ひと・しごと創生総合戦略」や、商工業振興計画の「第3章日光市の商工業の課題」等を踏まえ、商工業振興施策推進の柱となる4つの基本戦略を設定します。

基本  
戦略

1

### 新たな視点で生み出す産業間の連携・強化による地域経済の活性化

- ・国内外の誘客を見込む“世界の日光”の観光を主とした産業特性を活かし、世界視野で考えオール日光で取り組むことを念頭に、これまでにない新たな視点・発想による産業間の連携・マッチングや、それを支える業種・業態・組織などの垣根を越えた推進体制の確立などにより、新たな価値を生み出し、力強い地域経済の活性化を推進します。

#### 《基本戦略に基づく施策の方向性・成果指標（目標値）》

- 観光関連産業との連携
- 農林水産業との連携・マッチング
- 事業者の交流基盤の整備  
(異業種間の交流、産官学金労言等の連携)
- 商工団体と行政の連携 等

第2次日光市総合計画前期基本計画  
における施策の方向  
●他産業との連携の強化

指標名	基準年次 －H27－	中間年次 －H32－
商業の振興に関する満足度	12.2	14.0 (H31)
雇用対策の充実に関する満足度	9.6	13.2 (H31)
事業所数	4,562 事業所 (H24)	4,600 事業所
従業者数	38,410人 (H24)	39,000人
年間新規求人数	6,271人	6,800人

- ・参拝客で賑わうかつての門前町・宿場町としての成り立ちや、湯治などで栄えた温泉地としての風情、地元の行事・お祭りを継承してきた地域のアイデンティティなどを踏まえながら、まちなかや観光地の賑わいを再生するため、日光市の玄関口となる日光街道ニコニコ本陣の機能拡充をはじめ、市民や来訪者が滞在・回遊のしやすい、商品を買いたい環境づくりを努めるとともに、地域の立地特性に応じた商いのしやすい環境づくりを推進します。

《基本戦略に基づく施策の方向性・成果指標（目標値）》

- まちなか・観光地の活性化
- 地域に応じた多様な商業形態への移行
- 人材育成や起業支援
- 集客イベントの充実
- 空き店舗対策の推進 等

第2次日光市総合計画前期基本計画

における施策の方向

- 商業環境の整備
- 中小企業などの経営基盤強化
- 卸売市場機能の保全
- 雇用・就業機会の確保
- 勤労者福祉の充実

指標名	基準年次 －H27－	中間年次 －H32－
中心市街地集客拠点施設来場者数（年間）	－	490,000人
中心市街地歩行者通行量（平日・休日の平均）	4,332人	5,590人
卸売業・小売業事業所数	925店 (H26)	950店
卸売業・小売業従業者数	5,168人 (H26)	5,170人
年間商品販売額	977億円 (H26)	995億円
創業関係の研修を通じた起業数（累計）	－	22
起業家研修等受講数	－	30
若者起業数（累計）	－	4

- ・足尾銅山の地下資源を活かした精錬所や、中禅寺湖を貯水池とした民間による水力発電の運転など、日本の近代化産業にも名を連ねる、日光市の工業に対する先進的な意識・取り組みを守り、活かしながら、さらなる活力を創り出す工業機能の強化に向け、既存事業者に対する支援や、立地特性に応じた新たな企業立地の呼び込みに努めるとともに、魅力的なしごとの場として機能する雇用・就業機会の安定的な確保や、若者・女性の働くニーズに応じた就業環境づくりを推進します。

《基本戦略に基づく施策の方向性・成果指標（目標値）》

- 産業立地の推進  
（企業の誘致・留置、産業基盤の整備）
- 企業の活性化支援  
（中小企業の経営支援）
- 雇用・就業の支援  
（マッチングの支援）
- 働きやすい環境づくり 等

第2次日光市総合計画前期基本計画  
における施策の方向

- 中小企業などの経営基盤強化
- 産業基盤の整備
- 雇用・就業機会の確保
- 勤労者福祉の充実

指標名	基準年次 －H27－	中間年次 －H32－
新規企業誘致（累計）	－	6
製造業事業所数	204社 (H26)	220社
製造業従業者数	7,213人 (H26)	8,400人
製造品出荷額	3,140億円 (H26)	3,900億円

- ・日光連山が育む、全国的に有名な「日光の天然氷」の源ともなる良質で豊富な“天然水”をはじめ、深い伝統に裏打ちされた日光彫や、湯波に代表される特徴的な食文化などを“日光の地域潜在力”の一つと捉え、全国でも有数のインパクトを持つ“日光ブランド”として前面に打ち出し、積極的にプロモーションを行うことで、より多くの人々が日光市ならではの魅力・楽しみを堪能できる取り組みを推進します。

《基本戦略に基づく施策の方向性・成果指標（目標値）》

- 日光ブランドの育成  
（水資源等の活用）
- シティプロモーションの推進  
（情報発信・PR）
- 地場産業・伝統工芸の育成
- 地産地消・地産外消の推進 等

第2次日光市総合計画前期基本計画  
における施策の方向

- 地場産業・伝統工芸などの育成

指標名	基準年次 －H27－	中間年次 －H32－
伝統工芸等のブランド認定数（累計）	－	5

- ・基本戦略に基づく施策の方向性を踏まえつつ、日光市の商工業振興に向けた成長戦略として、重点的・先導的に取り組むべき“重点プロジェクト”と、基本戦略に基づく“アクションプラン”を位置づけ、それぞれの事業を効果的・効率的に実施することで、商工業振興計画における基本理念の実現につなげていきます。

## 1 成長戦略の設定の視点

### (1) 重点プロジェクト設定の視点と具体的な施策

- ・重点的・先導的に取り組むべき重点プロジェクト設定の際の6つの視点と具体的施策を次のとおり整理します。

#### 重点プロジェクト設定の視点【1】世界レベルの観光を軸とした産業連携

：日光市を特徴づける観光には、買い物や食などを通じて産業全体を活性化していく効果が期待されることから、国内外の来訪を見据えた観光と他産業との“新たな視点による連携”を図り、積極的に振興策を展開していくことが重要です。

#### 具体的な施策

##### ●産業連携基盤の充実

産業間連携を図るために、地域課題を把握し、これに応じた戦略的なマーケティング等を実施していく基盤づくりを検討していく。

##### ●外国人観光客に対応した環境整備

外国人観光客の利便性向上のためクレジットカードなどのキャッシュレス環境の整備や消費税免税店等の整備等外国人に対応した環境整備を図る。

## 重点プロジェクト設定の視点【2】進取の気性に富んだ地域産業を支える人材の育成

：日光市の産業の成長や各事業者の競争力の維持・強化を図るためには、新たなことに進んで取り組み、確かな技術や技能を育む、地域産業を支える人材の育成・確保が重要です。

### ■ 具体的な施策

#### ●大学等との連携による人材育成

大学等と連携しながら、地域にしごとが増える仕組みやしごとづくりに向けて、人材の育成を図る。

#### ●人材の掘り起し

新たなしごとづくりに向けて、地域が必要とする人材や若者を確保するため、既存の観光情報発信センターを拡充するなど人材の掘り起しと若者の定着の推進を図る。

#### ●起業・経営基盤強化に向けた人材育成

金融機関などの民間企業や大学等と連携しながら、日光市の基幹産業である観光等を活用した起業又は既存企業の経営基盤強化に向けた人材の育成を図る。

## 重点プロジェクト設定の視点【3】経営・技術の革新や新たな創業チャレンジへの支援

：多くの事業者にとって依然として厳しい経営環境が続くなか、困難を切り開く突破口ともなる積極的な経営革新や技術の高度化が求められ、新たな分野等へチャレンジが重要となります。また、地域産業を活性化するベンチャー企業や第二創業等においても起業等の創出が図られるよう、個々の事業者に対し地域が一体となって様々な支援を行う事が重要です。

### ■ 具体的な施策

#### ●経営基盤の強化

地域産業の経営基盤の強化に向けて、金融機関などの民間企業や大学等と連携しながら人材を活用し、経営のアドバイスを受けられる体制づくり等経営基盤を強化できる支援体制を推進する。

#### ●ベンチャー企業創業支援

時代のニーズに応じて、若者の雇用促進を図るために、金融機関などの民間企業や大学等と連携しながらベンチャー企業の創業に向けた支援を促進する。

#### ●ベンチャー企業の強化

金融機関などの民間企業や大学等と連携し、経営基盤が不安定なベンチャー企業の経営の安定化に向けた育成や支援を推進する。

#### ●創業支援の情報発信

首都圏等から起業に向けた人材の移住と確保を行うため、SNSを活用しながら創業支援等の情報を発信する。

#### ●地域の若者起業の支援

地域の若者がふるさとでやりたい仕事をやれる体制の確保に向けて、金融機関などの民間企業や大学等と連携しながら地域の若者の起業を支援する仕組みづくりを推進する。

#### 重点プロジェクト設定の視点【4】ライフスタイルに応じた安定した雇用の確保

：市民の生活を豊かにするためには、地域雇用や就業機会が安定的に確保される必要があります。市内事業者が求める人材と、市民が求める雇用の場をマッチングさせ、日光らしいライフスタイルなど個々の状況に応じた働きやすい安定した雇用労働環境づくりが重要です。

##### ■ 具体的な施策

###### ●地域産業の強化推進

金融機関など民間企業等と連携しながら地域産業の強化を推進することにより、新たな雇用等を生み出す土壌をつくる。第二創業等に向けた新たな取り組みを推進していく。

###### ●地域の若者就職情報発信

地域の若者にふるさとに住み続けてもらうために、民間企業や大学等と連携しながら、若者に向けた就職情報の発信等を推進する。

#### 重点プロジェクト設定の視点【5】地域潜在力を活かす企業立地の促進

：日光市における比類のない豊富で良質な水資源や、高速道路網による東京圏方面等との良好な交通アクセス環境など、日光市の地域潜在力を最大限に活かしながら、産業全体の振興に寄与する新たな企業立地を呼び込むための取り組みが重要です。

##### ■ 具体的な施策

###### ●観光と連携した企業誘致

年間1,200万人の観光客が訪れる強みを活かし、民間企業等と連携しながら観光と連携した企業の誘致を調査・研究する。

###### ●研究機関等の誘致

自然環境や歴史・文化など日光市の資源や地域の特性を活かした研究機関等の誘致を推進する。

###### ●地域の特性に応じた本社等の機能の移転

年間1,200万人の交流人口が見込める日光市の特性や自然の豊富さ、歴史・文化、温泉等の多様な資源に魅力を感じる企業の本社等の機能の移転を促進する。

## 重点プロジェクト設定の視点【6】個性あふれる日光ブランド、伝統工芸の育成

：他にはみられない日光ブランドを強化するとともに、日光らしさを特徴づける伝統工芸などの維持・発展に向けた積極的な取り組みが重要です。

### 具体的な施策

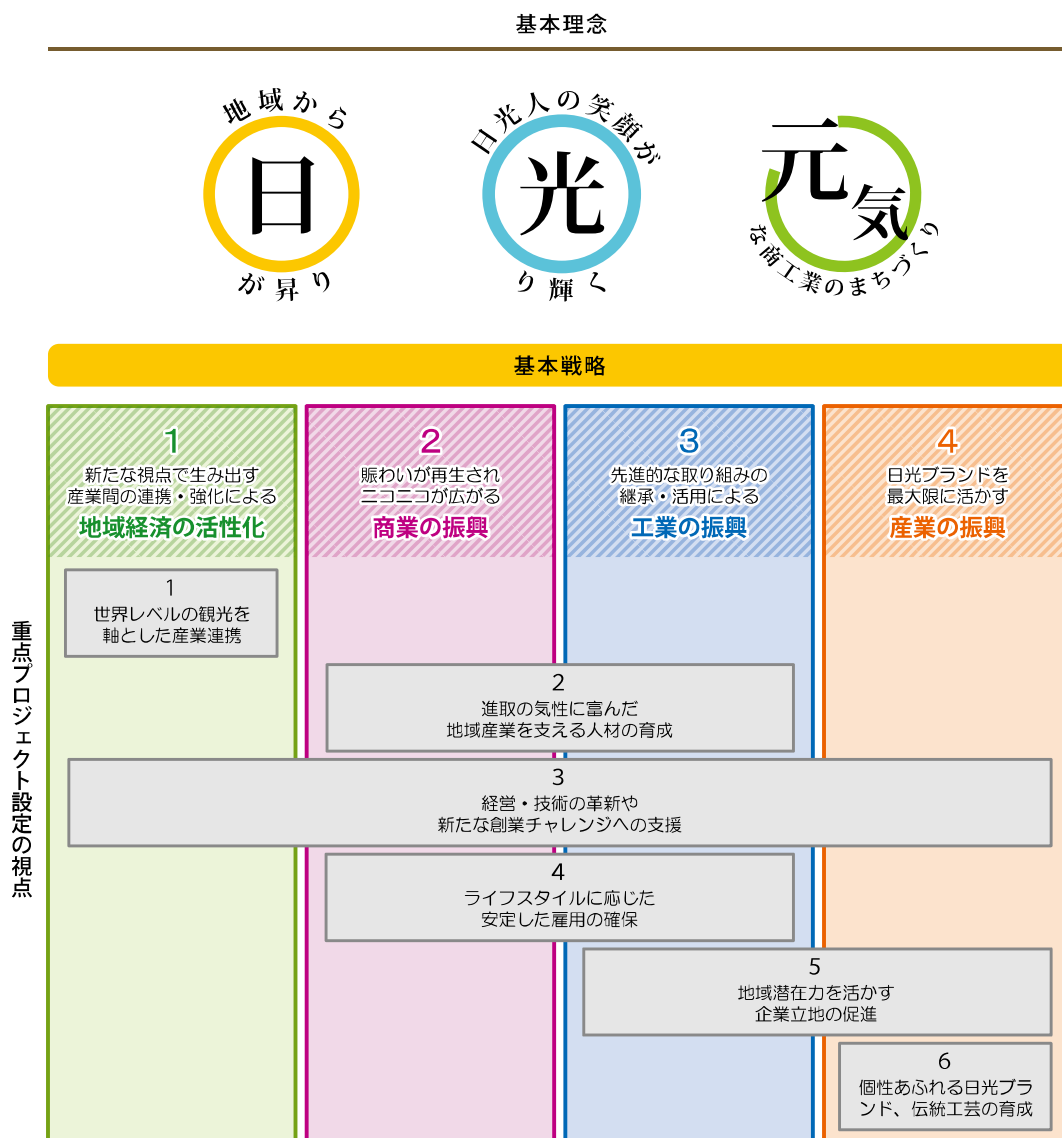
#### ●伝統工芸のブランド化の推進

民間企業や大学等と連携しながら日光彫等の地域の伝統工芸技術を保存し、伝承していくため、伝統工芸の地域ブランド化を進めることにより、若者の新たな雇用の創出を促進する。

#### ●大学等と連携した産業の創出

若者の雇用希望に応じるために大学等と連携し、地場産業や伝統工芸を活用した新たな産業の創出に向けて調査・研究を推進する。

### [基本戦略と重点プロジェクトの6つの視点の相関]





## (2) 基本戦略に基づくアクションプラン

- ・具体的な個別施策となる“アクションプラン”については、関連個別計画（「日光市まち・ひと・しごと創生総合戦略」「第2次日光ブランド戦略プラン」「日光市観光振興計画」「日光市農業成長戦略計画」等）との整合に配慮しつつ、商工業に関する継続的な取り組みとなる既存事業や、計画期間内において実現が見込まれる新規事業を位置づけるものとします。

## 2 「重点プロジェクト」と「アクションプラン」の具体的な事業について

「重点プロジェクト」と「アクションプラン」の具体的な事業は、施策の方向性に従いながら、随時、検討・追加・見直しを行いながら効果的な事業を実施していきます。

## 第6章 重点プロジェクトとアクションプラン

### 1 重点プロジェクトの具体的事業

- ・“重点プロジェクト”を次のとおり定め、商工業振興計画における取り組みを牽引する積極的な事業の実施に努めます。なお、状況に応じて適宜見直しを行います。

#### 重点プロジェクト 1 世界レベルの観光を軸とした産業連携

##### 具 体 的 事 業

事業名	産業連携・人材育成計画検討プロジェクト事業（新規）				
推進主体	日光市				
事業目的	異業種間の連携や人材育成を推進し、産業の活性化を図る。				
内容	市内事業者の異業種間の連携や中核的な人材育成を推進するため、計画を検討・策定する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	計画策定				

事業名	日光ビジネスマッチ事業（新規）				
推進主体	日光市、事業者				
事業目的	異業種間の連携により、産業の活性化を図る。				
内容	市内における異業種間の連携を推進するため、ビジネスマッチングのための商談会を開催する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	検討・実施				

事業名	農商工観連携支援事業（新規）				
推進主体	日光市、事業者				
事業目的	異業種間の連携や人材育成を推進し、産業の活性化を図る。				
内容	農商工観の複数の事業者が行う新商品開発等の事業について支援を行う。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	検討・実施				

事業名	日光そばのまちづくり産業連携支援事業（新規）				
推進主体	日光市、事業者				
事業目的	日光産そばの消費拡大を図る。				
内容	日光産そばの拡大を目指し、価格優位性を確保するための支援を行う。また、日光産そば利用店には、認定証を発行し、日光産そばのPRを行う。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	検討・実施				

事業名	外国人受入対応普及・整備プロジェクト事業（新規）				
推進主体	商店会組織等				
事業目的	外国人旅行者の受入れ環境整備				
内容	今後、増加が見込める外国人旅行者に対するクレジットカードなどのキャッシュレス環境整備、消費税免税店等の整備、マニュアルの作成を行う。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	検討・実施				


## 重点プロジェクト 2 進取の気性に富んだ地域産業を支える人材の育成

### 具 体 的 事 業


事業名	産業連携・人材育成計画検討プロジェクト事業（新規）再掲				
推進主体	日光市				
事業目的	異業種間の連携や人材育成を推進し、市内産業の活性化を図る。				
内容	市内事業者の異業種間の連携や中核的な人材育成を推進するため、計画を検討・策定する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	検討・実施				

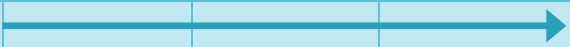
具 体 的 事 業

事業名	ベンチャー育成・第二創業支援プログラムの策定（新規）				
推進主体	日光市				
事業目的	新たな産業の創出を図るため、プログラムを策定する。				
内容	市内におけるベンチャー創業や第二創業を推進するため、支援プログラムを作成する。支援プログラムに基づいた事業を展開する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	計画策定				

事業名	ベンチャー育成・第二創業支援パイロット事業（新規）				
推進主体	日光市、事業者				
事業目的	プログラムに基づいた事業を実施し、ベンチャーや第二創業の機運を高める。				
内容	ベンチャー育成ベンチャー創業や第二創業を目指している模範的事業者に必要な資金を補助支援する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
		実施			


## 具 体 的 事 業


事業名	就活体験事業（新規）				
推進主体	日光市				
事業目的	就職を意識した若年層のU・Iターンを促進する。				
内容	U・Iターンに向けて、就職を意識した若者を対象に、体験促進アプリなどにPRコーナーを設置。日光の観光を楽しみながら、日光ならではの女将体験やホテルのフロント体験などのしごと体験ができるプログラムを用意。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	検討・実施				

事業名	日光ライフ体験事業（新規）				
推進主体	日光市				
事業目的	ファミリー層の移住・定住促進				
内容	日光の魅力を体験できる宿泊ツアーを造成（子供も楽しめる） ツアー内に地元企業での仕事体験、定住説明会・相談会・定住者の体験報告会、子育て・出産相談会、学習環境説明会などの体験プログラムを準備。 観光を楽しみながら日光での暮らしを現実化するための生活イメージや定住イメージを抱かせる。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	検討・実施				

重点プロジェクト **5** 地域潜在力を活かす企業立地の促進

具 体 的 事 業

事業名	企業立地戦略プロジェクト事業（新規）				
推進主体	日光市				
事業目的	計画的な企業誘致活動を図る。				
内容	年間1,200万人の交流人口が見込めるなど、地域性を活かした市内産業団地等への企業立地を推進するため、企業立地戦略を策定し、計画的な企業誘致活動を推進する。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	検討・実施				

事業名	シティプロモーション・トップ対談事業（新規）				
推進主体	日光市				
事業目的	日光市のシティプロモーションを行い、市内産業団地等への企業の立地を推進する。				
内容	製造業等を中心とした全国各業界の企業トップと市長との対談等を実施し、企業誘致につなげる。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	検討・実施				

## 具 体 的 事 業

事業名	伝統工芸の振興（拡充）				
推進主体	日光市、事業者				
事業目的	伝統工芸を日光ブランドとして認定することで、産業の振興を図る。また、伝統技術を継承しながらも、ニーズにあった新たな商品開発を行うことで、持続可能な産業とし、振興を図る。				
内容	日光市を代表する伝統工芸を日光ブランドとして認定し、価値を発信する。また、デザイン性や若者の意見を取り入れ、現代のニーズにあった商品開発を推進する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施				

## 2 アクションプランの具体的事業


- ・基本戦略を実践する“アクションプラン”の具体的事業を次のとおり定め、着実な実施に努めます。なお、状況に応じで適宜見直しを行います。


### 基本戦略 1 “新たな視点で生み出す産業間の連携・強化による地域経済の活性化”に向けて

#### <まち・ひと・しごと創生総合戦略における施策>

- 創業支援の充実
- 他産業との融合・連携の強化推進
- 食と農を結ぶ環境づくり

#### 具 体 的 事 業

事業名	創業支援事業計画（継続）				
推進主体	日光市、日光商工会議所、足尾町商工会、日光市中小企業融資振興会				
事業目的	各関係機関が独自に創業に係る取組をしてきたが、平成27年5月に計画策定を行い、創業支援の取組の強化、体制の整備を図る。				
内容	日光市と日光商工会議所、足尾町商工会などを中心に連携し、創業希望者のための「ワンストップ相談窓口」「創業塾」などを実施する。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	実施				

事業名	日光市中小企業特許等取得促進支援事業（継続）				
推進主体	事業者				
事業目的	産業財産権を取得しようとする中小企業を支援し、経営基盤の強化を図る。				
内容	市内中小企業が産業財産権（特許権、実用新案権、意匠権、商標権）を出願する際に経費の一部を助成する。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	実施				



事業名	<b>中小企業振興事業（新規）</b>				
推進主体	日光市、中小企業者				
事業目的	中小企業の多様で活力ある成長発展及び小規模企業の事業の持続的な発展を図る。				
内容	企業、行政、市民その他関係団体が、中小企業・小規模企業の役割を再認識し、多様な主体が連携、協働するための施策を実施する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施				

事業名	<b>ハブ組織の設置（農×商工×観光）（新規）</b>				
推進主体	日光市				
事業目的	生産情報と需要情報とのマッチングを行うことにより、地場農畜産物の利用促進を目的とし、宿泊施設での食事に対する満足度の向上にもつなげる。				
内容	利用者と農業者をつなぐハブ（ネットワーク）組織を設置することで、需要者の多様なニーズに応じた生産体制の構築を図り、地産地消を推進する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施				

事業名	<b>他産業との融合・連携の強化推進（農×商工×観光）（継続）</b>				
推進主体	日光市				
事業目的	農商工観連携による新商品開発等、多様な産業間の連携により、産業の活性化を図る。				
内容	生産者と商工業、観光業とのマッチングを行うなど、産業間の連携を促す。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施				

事業名	<b>グリーンツーリズムの推進（農×観光）（拡充）</b>				
推進主体	日光市				
事業目的	直売所、農村レストラン、棚田、茅葺屋根など農村ならではの施設や景観を活用し、観光客を農村に呼び込み、農村の活性化を図る。				
内容	マップを作成し、観光案内所や観光客等が訪れる場所に設置し、回遊を促す。合わせて、回遊コースの提案を行う。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	検討・実施	→			

事業名	<b>工場見学ツアー（商工×観光）（継続）</b>				
推進主体	日光市、日光市食の産業都市推進協議会、事業者				
事業目的	日光市には豊かな水資源を求めて多くの食品製造業が集積している。産業と観光が連携することで、観光客の満足度を向上させるとともに、日光の水や食のイメージ向上を図る。				
内容	市内に立地する食品製造業者と連携し、工場見学ツアーを実施する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

事業名	<b>プレミアム付商品券助成事業（継続）</b>				
推進主体	日光商工会議所、足尾町商工会、日光市				
事業目的	消費者の消費意欲を刺激し、市内経済の活性化を図る。				
内容	市内店舗で使用できるプレミアムのついた商品券を発行し、内需拡大を図る。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

## ＜まち・ひと・しごと創生総合戦略における施策＞


- 制度融資の充実
- 中心市街地の活性化
- 既成市街地の活性化


## 具 体 的 事 業

事業名	各種制度融資の充実（継続）				
推進主体	日光市、日光市中小企業融資振興会、栃木県信用保証協会、金融機関				
事業目的	各種制度融資のPRを行い、市内中小企業の活性化を図る。				
内容	運転・設備・商店街近代化・大型店対策・創業・事業転換・小規模企業者資金など、中小企業に対する融資制度。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	実施	→			

事業名	中心市街地の活性化（継続）				
推進主体	日光市、㈱オアシス今市、日光商工会議所、日光市中心市街地活性化協議会				
事業目的	中心市街地の魅力を高め、中心市街地の活性化を図る。				
内容	道の駅日光 日光街道ニコニコ本陣を核とし、周辺商店への市民や来訪者の回遊を高めるため、イベントや魅力の発信を実施する。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	実施	→			

事業名	まちの力によるイベント等の開催（継続）				
推進主体	今市納涼祭実行委員会、今市おかみさん会、歩きたくなるまちづくり委員会				
事業目的	中心市街地の魅力を高め、中心市街地の活性化を図る。				
内容	中心市街地にある地域資源をテーマとして、回遊性の高いイベントを開催し、中心市街地の魅力を来訪者に伝える。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	実施	→			

事業名	<b>空き店舗対策事業（継続）</b>				
推進主体	日光市				
事業目的	全域を見据えた商業の活性化につながる魅力ある店舗づくりを支援する。				
内容	小売業、飲食業、生活関連サービス業など、市内で商業を営んでいる者、又はこれから営もうとする者に対し、店舗リフォーム費用等の一部を補助する。また、空き店舗における新規出店者への家賃を補助する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施 				

事業名	<b>商店街活性化推進事業（継続）</b>				
推進主体	日光市				
事業目的	商店街の空洞化の抑制や、活気とにぎわいのあるまちづくりを目的に支援する。				
内容	駐車場設置や街路灯の設置に対し、助成を行うとともに、商店街の賑わいづくりなど商店街の活性化を目的とした事業に対し助成を行う。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施 				

事業名	<b>高齢化集落対策食品流通等支援事業（新規）</b>				
推進主体	食品卸売業者、日光市				
事業目的	高齢化集落の住民への食料品等の流通を確保する。				
内容	高齢化集落の住民に食料品等を販売・提供する小売業者等に対し、食品等の卸売・販売を行う事業者への支援を行う。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施				

## ＜まち・ひと・しごと創生総合戦略における施策＞

- 企業誘致・定着活動の推進
- 労働環境の改善とワーク・ライフ・バランスの促進
- 女性が輝く社会の促進

## 具 体 的 事 業

事業名	企業立地奨励金制度（継続）				
推進主体	日光市				
事業目的	企業誘致・定着等を促進する。				
内容	市内において、工場の新設をした者に対して、工場立地奨励金を交付する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

事業名	ワークライフバランス啓発事業（継続）				
推進主体	日光市、事業者				
事業目的	ワーク・ライフ・バランスの啓発を行い、一人ひとりが輝く社会の実現を目指す。				
内容	外部講師を招聘し、企業を対象とした、ワーク・ライフ・バランスの研修会を実施する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

事業名	勤労者福利厚生事業（継続）				
推進主体	勤労者団体				
事業目的	市内勤労者の福利厚生を促進する。				
内容	団体に対する支援を行い、勤労者の福利厚生を図る。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

事業名	<b>日光雇用協会事業（継続）</b>				
推進主体	日光雇用協会				
事業目的	日光公共職業安定所管内の産業に必要とする労働力の確保並びに職業安定行政の円滑な業務推進を図り、地域産業の発展に寄与する。				
内容	市内の高校生等の就業支援に関する業務の実施。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

事業名	<b>日光市合同企業面接会（継続）</b>				
推進主体	日光市、日光公共職業安定所、日光商工会議所、足尾町商工会、日光雇用協会				
事業目的	地域における雇用機会の拡大、求職者の就業支援を図ることを目的として、日光公共職業安定所、日光商工会議所、足尾町商工会、日光雇用協会と連携し、合同面接会を実施する。				
内容	卒業予定の大学・短大・高専・専門学校等の卒業予定者のうち、未内定者、卒業後3年以内の同学歴者及び若年者を対象とした面接会を実施する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

事業名	<b>雇用に関する奨励金（継続）</b>				
推進主体	日光市、日光公共職業安定所、事業者				
事業目的	市内在住求職者と事業者とのマッチングの促進				
内容	市内在住の求職者等を常用雇用者として5人以上新規雇用した事業者や、市内在住の若年者をトライアル雇用した事業者に奨励金を交付する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

基本戦略 **4** “日光ブランドを最大限に活かす産業の振興” に向けて

〈まち・ひと・しごと創生総合戦略における施策〉

- 市内産業及び商品のブランド力の向上
- 地場産業・伝統工芸等の育成

**具 体 的 事 業**

事業名	<b>アンテナショップにおける PR (継続)</b>				
推進主体	日光市、日光市観光協会、日光市食の産業都市推進協議会				
事業目的	都内にあるアンテナショップにおいて、日光市の PR を行う。				
内容	とちまるショップにおいて、日光市観光協会などと連携して、市内商工業事業者の PR を実施する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

事業名	<b>地場産業の活性化 (継続)</b>				
推進主体	日光伝統工芸品振興協議会、日光彫協同組合、日光伝統工芸組合				
事業目的	伝統工芸の活性化を図る。				
内容	年々減少していく地場産業（伝統工芸）を伝承・継続・活性化するため、各種イベントに出展を行い、PR を行っていく。また、新商品の開発なども行っていく。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

事業名	<b>地産地消の推進 (農×商工×観光) (継続)</b>				
推進主体	JA かみつが、(株)オアシス今市、日光市、生産者				
事業目的	農畜産物のブランド力向上および観光客の満足度の向上を目的とする。				
内容	日光ブランド情報発信センター（旬菜館）や日光街道ニコニコ本陣、各地域の直売所の情報を一体的に発信する。				
スケジュール	H 2 8	H 2 9	H 3 0	H 3 1	H 3 2
	実施	→			

事業名	<b>就職応援ガイドウェブサイト（継続）</b>				
推進主体	日光市、日光公共職業安定所、事業者				
事業目的	市内企業情報の提供を行い、Uターン・Iターンを促進する。				
内容	ウェブサイト企業情報を掲載し、市内に就職希望の方向けに周知し、市内高校には地元雇用、県内大学や市出身者等に対してはUターン・Iターンを促進し、市内の雇用につなげる。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	実施	→			

事業名	<b>日光の手打ちそばのブランド化推進（拡充）</b>				
推進主体	日光市、JAかみつが、生産者、日光手打ちそばの会				
事業目的	日光市はそばまつりやそば店舗数で全国有数であるが、そばのまちとしての全国的知名度があまりない。特選日光ブランドに認定された「日光の手打ちそば」のイメージ向上を図る。				
内容	関係団体と連携し、日光産そば粉の利用促進やそば粉を使用した新商品開発などを実施する。また、日本麺業団体連合会が定めるそばの日に合わせてキャンペーンやイベント等を通して、そばのまちを全国に広く発信する。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	実施	→			

事業名	<b>日光らしい食の開発（商工×農）（継続）</b>				
推進主体	日光市、事業者				
事業目的	日光の新たな食の魅力を発信することで食のイメージの向上を図り、地域経済の活性化を図る。また、地域の食材を使用することで産業の振興を図る。				
内容	生産者と流通者、事業者が一体となり、「日光らしい」「日光にしかない」食の検討を行う。				
スケジュール	H28	H29	H30	H31	H32
	検討・実施	→			



## 第7章 計画の推進に向けて

### 1 推進の方策

#### (1) 各主体の役割の明確化

- ・商工業振興計画における成長戦略（重点プロジェクト及びアクションプラン）の取り組みについては、事業者、市、商工会議所・商工会・JA・観光協会等関係団体、市民等が連携・協力し、実施していくことが重要です。

### 2 推進体制

#### (1) 計画の推進体制

- ・商工業振興計画の目指す姿（基本理念）については、民間と行政との協働体制を基本としながら、様々な主体がそれぞれの業務や活動を進めることで、その実現を図っていくものとします。

#### (2) PDCAサイクルによる計画の進行管理

- ・商工業振興計画の効果的・効率的な推進を図るため、計画策定時に組織した「商工業振興計画策定委員会」の関連団体等を主体とする新たな組織を設置し、進捗状況等に関する毎年度の評価・検証や、必要に応じた改善・見直しを行っていくものとします。



## 参考資料



- 事業者・市民の意見等
- 策定経過等

## 1 事業者インタビュー調査結果

### ■ 事業者インタビュー調査の概要

- 調査目的：今後の商工業の振興戦略を検討する際の基礎資料となるもの
- 調査対象：市内事業者（地域性・職種・事業規模等を考慮し商業系16事業者、工業系13事業者を抽出）
- 調査期間：平成28年1月14日～2月16日
- 調査方法：各事業所等への訪問・聴き取り

#### 【聴き取り内容】

- 項目：①事業を取り巻く環境 ～現在上手くいっていること～
- ②事業を取り巻く環境 ～今後上手くいきそうなこと～
- ③日光市の強み・ブランド
- ④提言・アイデアなど

[商業系事業者：インタビュー結果の概要①]

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…現在上手くいっていること	<p>－観光との連携に関すること－</p> <p>○春から秋にかけての観光シーズンは多くの外国人観光客が来店</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・近くの宿に宿泊し食事はリーズナブルにと考える外国人観光客（中国、韓国、東南アジアなど）が飲食物を購入</li> </ul> <p>○震災後に落ち込んだ観光客に回復の兆し</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元飲食業に一筋の光明</li> </ul> <p>○週末は鬼怒川温泉を訪れる観光客が多く来店</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国からの観光客が酒類などを大量に購入（カード決済はしておらず現金による支払い）</li> </ul>	<p>▽日光：小売販売</p> <p>▽藤原：飲食業</p> <p>▽藤原：小売業</p>
	<p>－農業との連携に関すること－</p> <p>○農村系レストラン（そば）が増加</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・田園風景のなかでそばを楽しむお客さんが増えている、地産地消のうごきや転作奨励で日光そばが有名に、健康志向の高まりも追い風</li> </ul>	▽今市：飲食業
	<p>－まちなかに関すること－</p> <p>○店舗を近隣の人が気軽に立ち寄れるお茶のみの場に</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多くのテナントが入る商業ビルではできないサービス（お茶出しなどによる地元のコミュニケーション空間）を提供</li> </ul> <p>○分店をメイン通りの空き店舗に出店</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・裏通りにある本店を営業しながら惣菜のみを扱う分店を表通りに開業（現在は閉店）、売れ行きは良好で本店の宣伝効果にも（チラシよりもクチコミのほうが効果は大きい）</li> </ul>	<p>▽今市：販売</p> <p>▽今市：飲食業</p>
	<p>－情報の収集に関すること－</p> <p>○上手くいっている事例を自分の目で実際に確かめる</p>	▽今市：販売
	<p>－起業に関すること－</p> <p>○これまでのお店の形態（土産＋食堂）に限界を感じ新たにフランス料理店を起業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・最終的に事業が上手くいくかいかないかは店主の気概・やる気による</li> </ul>	▽日光：飲食業
	<p>－既存事業の活性化に関すること－</p> <p>○自社の強みとなる部分に特化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・オフセット印刷など自社で利益の上がる部分・売れる部門を的確に見極め、講習会等への参加により判断を行う際の情報を収集、ネットワークを駆使して効率化が図れる部分については外注に（お互いの強みを活かすかたち）</li> </ul>	▽今市：印刷

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…現在上手くいっていること	<p>－店舗に関すること－</p> <p>○改装後に売上げが増加</p> <p>○丁度良いタイミングで駅テナントの空き室を活用</p> <p>・ 駅側が求めているニーズと店側がチャレンジしたい事業内容（旧態依然の弁当屋からの転換）とがうまく合致</p>	<p>▽日光：小売販売</p> <p>▽藤原：飲食業</p>
	<p>－新たな商品の開発に関すること－</p> <p>○震災時における落ち込みから回復傾向</p> <p>・ タイミングよく新製品を販売</p>	▽今市：食品製造・卸売業
	<p>－ニーズへの対応に関すること－</p> <p>○お客様の急なニーズにも対応できる体制づくり</p> <p>・ 常にお客様の求めるニーズ（品物・価格など）を把握し多くの在庫を持つようにしている</p> <p>○コンセプトはお客様が求めているものを販売すること</p> <p>・ 自分たちが良いと思ったものをお仕着せするのではなくお客様の声に応じたものを提供することがリピーターの獲得につながる</p>	<p>▽日光：卸売・販売</p> <p>▽藤原：飲食業</p>
	<p>－少子高齢社会等への対応に関すること－</p> <p>○高齢者を中心に惣菜の販売が好調</p> <p>○地元高齢者を対象とする買い物ツアーの利用者が多い</p> <p>・ 地元商店での日用品等の購入が困難であるため</p> <p>○地元の高齢者宅を中心に行商・引き売りを実施</p> <p>・ 軽自動車（バン）を行商用に改造して高齢者世帯（約50戸）を中心に週に2度巡回、地元高齢者（約50戸）の食のライフラインであり見回りとしても機能、高齢者の要望を受け日用品の販売も、長い付き合いから個人のニーズを把握しており売れ残りはほとんどなし</p>	<p>▽藤原：小売業</p> <p>▽栗山：土産卸売</p> <p>▽栗山：小売・飲食業</p>
	<p>－情報発信・PRに関すること－</p> <p>○外国のガイドブックへの商品の掲載</p> <p>・ 外国のガイドブックに当店の商品が掲載されており、その商品目当てに外国人のお客様が来店</p>	▽日光：食品製造・販売

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…現在上手くいっていること	<p>－目玉商品・メニューに関すること－</p> <p>○目玉となる商品がクチコミなどによりヒット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大量に生産はできないが他にない工夫を凝らした商品が人気、クチコミにより広まる、地元高齢者のお茶菓子としてあるいは足尾銅山観光の来訪者などに購入いただいている（来訪者が足尾銅山から当店、惣菜屋さんを回るルートが自然と確立）</li> </ul> <p>○看板メニューのために宇都宮からも来客あり</p> <p>○地元ならではの食材を活用したメニュー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・シカ肉やイノシシ肉を活用したメニューが若者などに人気（リピーターに）、鮮度確保等の必要から地元での提供に限られる</li> </ul>	<p>▽足尾：菓子小売業</p> <p>▽足尾：飲食業</p> <p>▽栗山：小売・飲食業</p>
	<p>－地場産品の活用に関すること－</p> <p>○地場産品・地元商品の取扱い</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・農家との直接契約により地場野菜コーナーを設置</li> <li>・チェーン店においても店舗独自の色を出すため地元の菓子や漬け物などを販売（商品名に“日光”が付くものは観光客に受けがよい）</li> </ul>	<p>▽日光：小売販売</p>
	<p>－雇用に関すること－</p> <p>○夏場の繁忙期のみスタッフとしてアルバイトを採用</p>	<p>▽日光：飲食業</p>

[商業系事業者：インタビュー結果の概要②]

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…今後上手くいきていくなこと	<p>－観光との連携に関すること－</p> <p>○原発事故後に落ち込んだインバウンドのお客さんが回復の兆し</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・お客さんの2割近くがインバウンド、スタッフの英語習得や英語併記のメニューを用意するなどして齟齬が生じないよう工夫</li> </ul>	▽日光：飲食業
	<p>－農業との連携に関すること－</p> <p>○夏ソバ、完熟ソバなど価値を高める取り組み</p>	▽今市：飲食業
	<p>－様々な連携に関すること－</p> <p>○行政と民間の連携がまちづくりの原動力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・成功している（物事が前に進む）事例では必ず行政と民間のコミュニケーションが日頃から上手くとれている（2年前の大雪によるアーケード被害への対応などが良い例）</li> </ul>	▽今市：販売
	<p>○補助の使い道はみんなで知恵を出し合うかたちで</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・核となる地元事業者たちと県・市が連携して物事を進めることが大事</li> </ul>	▽今市：販売
	<p>○小さなコミュニティを単位とした協力体制の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光都市としての歴史・資源に立ち返った人を呼び込むための取り組み・おもてなし（お客さんからお客様へ）を、同業者が知恵を出し合うことで周囲にも取り組みの意識が波及</li> </ul>	▽日光：食品製造・販売
	<p>－情報の収集に関すること－</p> <p>○個人での努力を積極的に</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東京のデパート等の展示会への出展、他店舗の観察など</li> </ul>	▽日光：食品製造・販売
	<p>－事業者の育成に関すること－</p> <p>○地元出身の若者が親の店を改装して新たに開店</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・若者が他所で修業後に地元に戻り親の店舗を改装・出店、こうした動きを支援し周囲に波及させる取り組みが期待される</li> </ul>	▽藤原：飲食業
	<p>○あそこで働きたいと思わせる環境づくり（事業者のスキルアップ）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・若いスタッフを育てる取り組みに注力（やりたいことを見つける手助け、資格取得を応援）、将来的に新たな店舗の展開に繋げたい、コミュニケーションが重要、物を売れる仕組みさえできれば雇用につながる</li> </ul>	▽藤原：飲食業
<p>－店舗に関すること－</p> <p>○将来を見据え貸し店舗がしやすい店の構えに</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・後継者が見つからない場合には貸し店舗として活用できるよう居住建物と店舗建物とを完全に切り離し</li> </ul>	▽今市：販売	

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…今後上手くいきそうなこと	<p>－新たな商品の開発に関すること－</p> <p>○新たなメニューの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元かき氷店とのコラボや工夫した人気が出そうなメニュー開発を常に考えている（アイデアが実現するまでには1年かかる）</li> </ul> <p>○新たな商品開発・販売形態の確立へ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費行動の変化への対応（商品を不要と判断したお客様は購入しないことがはっきりしている）</li> </ul>	<p>▽今市：飲食業</p> <p>▽日光：食品製造・販売</p>
	<p>－ニーズへの対応に関すること－</p> <p>○十人十色の嗜好、都会とは違う嗜好に対応する</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・画一的なものを売り手が決めつけて提供するかたちから多様性のあるサービスの提供が必要</li> </ul>	▽日光：飲食業
	<p>－少子高齢社会等への対応に関すること－</p> <p>○グループホームや介護施設等への食事提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなかにあるグループホーム（4軒）や介護施設等への食事提供の依頼あり（今後も継続の見込み）</li> </ul>	▽足尾：飲食業
	<p>－目玉商品・メニューに関すること－</p> <p>○二社一寺に奉納するそばの取扱い店が人気</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・二社一寺周辺の奉納そばを取り扱う店が増えている</li> </ul> <p>○知名度の高いとちおとめのお菓子部門での登録商標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・とちおとめのお菓子部門での登録商標を有しており展示会等でメーカーと商談することで製品化・販売が可能に</li> </ul> <p>○商店街をこのまま終わらせない前向きな仕掛けづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各店舗が協力しそれぞれ目玉となる一品料理（デカ盛りなど）を開発する動きあり、スキー客を素通りさせない起爆剤となる取り組みをしたい</li> </ul> <p>○日光の美味しいかき氷とのコラボ商品を構想中</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日光の天然かき氷とコラボした新商品（量は少なく安価に、歩きながら食べられるものにしたい）を思い描いているところ</li> </ul>	<p>▽今市：飲食業</p> <p>▽今市：食品製造・卸売業</p> <p>▽藤原：飲食業</p> <p>▽足尾：菓子小売業</p>
	<p>－販路の拡大に関すること－</p> <p>○販路の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の販路は確立できたことから県外の販路開拓へ</li> </ul>	▽今市：食品製造・卸売業



	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…今後上手くいきそつな「こと	<p>ー地場産品の活用に関することー</p> <p>○広い意味での地産地消</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・例えば県南市町が農産物について情報発信するなら日光の知名度を活用（日光の飲食に食材を提供）するのが早道、那須と違い大きな農業生産の場を持たない日光にとってもメリットになる、発地の部分のアンテナショップも的確にニーズを把握できる戦略性のあるものにすべき</li> </ul>	▽日光：飲食業

[商業系事業者：インタビュー結果の概要③]

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
日光市の強み・ブランド	<p>ー観光との連携に関することー</p> <p>○観光資源が多いこと</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客はお土産製品を現地で購入する傾向</li> </ul> <p>○日光の観光地としての資源・訴求力</p> <p>○磨けば光る様々な地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・合併により市全体を一色にすることは魅力を損ねる、地域の持つ多様性を磨けば広域日光での滞留が増える</li> </ul> <p>○奥日光の圧倒的な自然</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東京からのヘリコプターツアーが組めるほどの魅力、奥日光に限らず三依・土呂部などの山里体験型ツアーは来訪者が少なくてもペイするはず</li> </ul> <p>○様々なインバウンドの受け皿としての機能</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドの来訪者はニーズやアクセスの仕方が多様（募集ツアーでの参加・冒険がしたい人・特定の文化に興味がある人など）で行動範囲が広いが日光はどのタイプの受け皿にもなりうる</li> </ul> <p>○旅先ならではの本当の特別感の演出に期待</p> <p>○観光に関する取り組みが積極的</p>	<p>▽今市：食品製造・卸売業</p> <p>▽日光：飲食業</p> <p>▽日光：飲食業</p> <p>▽日光：飲食業</p> <p>▽日光：飲食業</p> <p>▽日光：飲食業</p> <p>▽藤原：飲食業</p> <p>▽藤原：小売業</p>
	<p>ーまちなかに関することー</p> <p>○日光街道ニコニコ本陣</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・まちなかの重要な施設、明らかに人の流れが変化</li> </ul> <p>○日光街道ニコニコ本陣</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日光の扇の要となる施設、来訪者が日光で一番に訪れるベースキャンプとしての役割に期待</li> </ul>	<p>▽今市：販売</p> <p>▽日光：飲食業</p>
	<p>ーイベントに関することー</p> <p>○多くの人を訪れる日光そばまつり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・内外に情報を発信しまち起こしを</li> </ul> <p>○地域資源・特性を活かしたイベント</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・湯西川かまくら祭り、平家大祭などには毎年多くの来訪者あり</li> <li>・秘境の温泉地と水陸両用バスツアーがセットで人気</li> </ul>	<p>▽今市：飲食業</p> <p>▽栗山：土産卸売</p>

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
日光市の強み・ブランド	<p>－日光のブランドに関すること－</p> <p>○日光HIMITSU豚、プレミアムヤシオマス（県）</p> <p>・知名度の向上に期待</p>	▽今市：飲食業
	<p>○日光の歴史や自然</p> <p>・今市（門前町）、日光（二社一寺、ラムサール条約登録湿地）、藤原（奥座敷）などの強みを有するものの日光市としての一体感に難</p>	▽今市：印刷
	○日光の湯波、天然かき氷、水、わたらせ渓谷鐵道のトロッコ列車	▽足尾：菓子小売業

[商業系事業者：インタビュー結果の概要④]

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
提 言 ・ ア イ デ ア な ど	<p>－観光との連携に関すること－</p> <p>○観光を軸とした商業の展開を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光は様々な消費（光熱・材料・雑貨）を生む、日光を牽引する責任が観光にはある、来訪者の宿泊の仕方も多様化（ゲストハウスの利用など）しており新たに起業する人にとってはチャンス（既存の施設・装置に頼った観光では身動きがとりにくい）</li> </ul> <p>○観光業と商業が連携した印象に残るおもてなしを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・旅館・ホテルでのお通しに地元の和菓子をどんどん利用してほしい</li> </ul> <p>○観光を軸とした商業機能の強化を図るべき</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・来訪者の移動は旧日光から鬼怒川温泉までが大半、川治・湯西川方面まで足を伸ばしてもらおうアピールが重要、年間通して来訪者がなければ新たな展開は考えにくい</li> </ul>	<p>▽日光：飲食業</p> <p>▽足尾：菓子小売業</p> <p>▽栗山：土産卸売</p>
	<p>－農業との連携に関すること－</p> <p>○新たな商品づくりを進める際の農業生産者のやる気につながる支援を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・お客さんのニーズに応じた新商品（夏ソバ、完熟ソバ）を開発するには農業生産者との協力体制が必要、規格外商品を生産する際の助成（コストが高くなるため）などがあれば連携はスムーズに</li> </ul> <p>○商業と農業とのジョイントの場（ビジネスマッチング）の提供を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・例え不細工な野菜でもカットの手間が省ければ地場産の美味しい野菜を使いたい、そうした農業・商業の相互のニーズをジョイントする場が提供できるのは行政だけ</li> </ul>	<p>▽今市：飲食業</p> <p>▽藤原：飲食業</p>
	<p>－まちなかに関すること－</p> <p>○神仏にお参りする年配の方は貴重なりピーターとして取り込むべき</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・巣鴨のとげぬき地蔵のように参拝者は定期的に来訪する、飲食店を戦略的に配置するなどお客さんを引きつける（まち歩きを楽しめる）環境づくりを</li> </ul> <p>○商店街が歯抜けとなる空き地が生じないようにする</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○今市駅周辺に電車利用者がふらっと立ち寄れる横丁を</li> <li>○日光の玄関口となる駅舎建屋への来訪者が待ち時間を楽しめる空間づくりを</li> <li>・エキナカの創始者は足尾の出身者、駅空間を活用する発想を持つべき</li> </ul>	<p>▽今市：販売</p> <p>▽今市：販売</p> <p>▽今市：飲食業</p> <p>▽足尾：菓子小売業</p>

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
提 言 ・ ア イ デ ア な ど	<p>－様々な連携に関すること－</p> <p>○新たな動きを汲み上げ展開できる活動を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・藤原などの温泉ホテル経営者（東京資本が効率化を進めているケースが多い）のなかにも地元と一緒に何か取り組みたいという可能性の感じられる方達がいる、そうした動きを汲み上げるべき</li> </ul> <p>○地元立地企業と商店とが協力できる体制を</p>	<p>▽今市：印刷</p> <p>▽今市：卸売・販売</p> <p>▽日光：飲食業</p>
	<p>○何か事を起こしたいと考えている40代・50代の事業者達を核にした取り組みを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・分野が異なる人達の橋渡しを行政に期待</li> </ul> <p>○地元生産者と企業との連携を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランド性の高い“日光の水”を使った食品・お菓子をつくとすれば地元生産者・企業との連携が不可欠</li> </ul> <p>○若手経営者同士で情報交換できるような場づくりを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店の後継者同士で商工会議所や商工会の垣根を越えた話し合いがしたい</li> </ul>	<p>▽日光：小売販売</p> <p>▽足尾：菓子小売業</p>
	<p>－行政による支援に関すること－</p> <p>○企業支援策のPRを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政によるサポートを知らないケースが多い</li> </ul> <p>○起業支援や人材育成に対する積極的な支援を</p> <p>○行政の取り組みへの理解を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業況を上げるための個人主体での対処は高リスク、行政が取り組もうとしていることを理解して協力できることを真剣に考えることが必要</li> </ul>	<p>▽今市：食品製造・卸売業</p> <p>▽今市：食品製造・卸売業</p> <p>▽日光：食品製造・販売</p>
	<p>－事業者の育成に関すること－</p> <p>○若者がお店を出したいと思える下地（商店街）づくりを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人が集まる場所であればお店を出したい人は必ずいる、日光街道ニコニコ本陣の活用を</li> </ul> <p>○新たな出店希望者にアドバイスできる場を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実際の体験に基づいた店舗を経営していく上での注意点（井勘定にならない、最低半年分の運転資金は必要、賃料は可能な限り抑える）を新規出店者に伝えることができれば出店すぐに撤退等の動きは防げる</li> </ul> <p>○職人の育成に大きな課題</p>	<p>▽今市：販売</p> <p>▽今市：飲食業</p> <p>▽今市：飲食業</p>

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
提言・アイデアなど	<p>－イベントに関すること－</p> <p>○イベントの参加に対する支援を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個人店舗のイベント参加に対する支援を（参加経費、人手などが大きな課題に）</li> </ul> <p>○継続的なイベントの開催を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・客数に大きく影響するイベント（全市レベル・地域レベル）の継続的な取り組みを</li> </ul> <p>○“日光博”などのイベント開催の仕方に工夫を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンセプトが広範であるため名産・特産の有名どころしか参加に手が挙げられない現状、“スイーツ”“日本酒”“米”“焼きそば”などテーマを絞ることで掘り出し物が生まれる</li> </ul>	<p>▽今市：飲食業</p> <p>▽日光：小売販売</p> <p>▽藤原：飲食業</p>
	<p>－店舗に関すること－</p> <p>○地元の空き店舗・空き家を活用してもらえる仕組みを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元出身の若者、田舎に住みたい人の仕事の場、定住の場として利用できる仕組みづくりを</li> </ul>	▽藤原：飲食業
	<p>－情報発信・PRに関すること－</p> <p>○“日光”を売り込むPRを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県・市・民間が一体となったPRが重要（楽しいイメージを兼ね備えたPR戦略を）</li> </ul> <p>○クチコミの効果を大いに活用すべき</p>	<p>▽今市：食品製造・卸売業</p> <p>▽栗山：土産卸売</p>
	<p>－少子高齢社会等への対応に関すること－</p> <p>○買い物ができない方達へのサポートを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政と協力して買い物ができない方達へのサポートが検討できれば（配達への要望が増加）、店舗による買い物バスの運行や宅配便業者との提携など</li> </ul> <p>○高齢者をターゲットにした楽しみをさらに提供すべき</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自然に親しむハイキング、大人の遠足などのイベント充実を</li> </ul>	<p>▽日光：小売販売</p> <p>▽栗山：土産卸売</p>
	<p>－地域に応じた取り組みについて－</p> <p>○チェーン店舗であっても地域の実情に応じた様々な対応の実施を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・行商的な体制・ネット販売への対応など</li> </ul>	▽日光：小売販売

	商業系事業者の意見内容	地域・事業種別
提 言 ・ ア イ デ ア な ど	<p>－日光のブランドに関すること－</p> <p>○日光の清流水のさらなるアピールを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・“水”に特化した取り組みを（水に関する研究施設などがあっても面白い）</li> </ul> <p>○日光の新たな特色づくりのために一から日光を勉強しなおす</p> <p>○日光地域に負けない川治・川俣・湯西川のブランドを高め積極的にアピールを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・川治・川俣・湯西川の知名度を上げ日光市内を連泊し広範囲に回遊できる仕組みづくりに期待</li> </ul>	<p>▽今市：卸売・販売</p> <p>▽日光：食品製造・販売</p> <p>▽藤原：飲食業</p>
	<p>－雇用に関すること－</p> <p>○働きたい側と雇用する側の双方のニーズの把握・マッチングに対する支援を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社努力のみによる雇用確保は限界、働く側と雇用する側のマッチングを促す仕組みづくりを</li> </ul> <p>○誰もが働きやすい環境づくりを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗も地域社会の一員として高齢者や障がい者の積極的な雇用に取り組む必要あり</li> </ul>	<p>▽日光：小売販売</p> <p>▽日光：小売販売</p>
	<p>－販路の拡大に関すること－</p> <p>○複数店での共同によるインターネット販売の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個々での対応のリスクを分散</li> </ul>	<p>▽日光：食品製造・販売</p>

[工業系事業者：インタビュー結果の概要①]

	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…現在上手くいっていること	<p>－様々な連携に関すること－</p> <p>○コンビニとの取引を要因に売上は微増</p> <p>○業務提携により生産増に</p> <p>・大手事業者との業務提携により生産増、売上・利益ともに順調（緩やかな右肩上がりの継続が見込まれる）</p>	<p>▽今市：米菓製造販売</p> <p>▽今市：調味料製造</p>
	<p>－技術開発に関すること－</p> <p>○栃木県産業技術センターとの連携</p> <p>・新規開発に関連する取り組みをタイアップ</p>	▽足尾：鋳物製造
	<p>－設備投資に関すること－</p> <p>○計画的な設備投資</p> <p>・省力化や衛生面での対応を図るために県の認定等を受けながら計画的に設備投資を実施</p> <p>○設備投資による機械導入により生産性・コスト・品質が向上</p> <p>・端末協会により効率性が高く環境性能に応じた機械は100%経費対象に</p>	<p>▽今市：米菓製造販売</p> <p>▽今市：金属加工工業</p>
	<p>－新たな商品の開発に関すること－</p> <p>○新製品の導入や輸入の工夫により利益を確保</p>	▽今市：調味料製造
	<p>－目玉商品・メニューに関すること－</p> <p>○主力商品のブランド化</p> <p>・国内産のもち米・うるち米を使用し価値化を図る、主力商品の単価を（新潟産が200円のところ）300円～400円に設定しブランド化</p>	▽今市：米菓製造販売
	<p>－地場産品の活用に関すること－</p> <p>○順調な業績</p> <p>・大豆の加工食品をメインに製造、湯波など日光でしか製造できない製品にも対応</p>	▽今市：加工食品製造業
	<p>－販路の拡大に関すること－</p> <p>○新たな顧客づくりの営業活動の成果として順調な受注の見込み</p> <p>・国内の雇用を守るためにも国内優先の仕事づくりを進める</p>	▽今市：金属加工工業



	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…現在上手くいっていること	<p>－雇用に関すること－</p> <p>○地元学校の新卒者をコンスタントに採用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・今市工業、日光明峰高校、宇都宮工業など</li> </ul> <p>○学校OBの若手社員（入社1～2年目）が母校に帰り会社説明を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内高校生を対象とした工場見学も実施</li> </ul> <p>○若い従業員が増加</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・近年は継続的に新卒者を20名以上採用</li> </ul> <p>○雇用の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・定年退職者の補充のために新規の高卒4～5名を継続的に採用、2～3か月間の繁忙期に雇用を集中したい考え、パートも年間しっかり働きたい方と短期で働きたい方が二分（短期パートのリピーターも多い）</li> </ul> <p>○入社2～3年目の若手社員による出身母校でのプレゼンの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・系列工場において工業高校との連携により若手社員が母校に出向き自分達の仕事をプレゼン、社員の資質向上や工場が欲しい人材の周知に効果大、新入社員の入社後の離職率も低減</li> </ul>	<p>▽今市：電池製造</p> <p>▽今市：電池製造</p> <p>▽今市：米菓製造販売</p> <p>▽今市：洋菓子製造業</p> <p>▽足尾：半導体・セラミック製造</p>

[工業系事業者：インタビュー結果の概要②]

	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…今後上手くいきそつなにと	<p>－様々な連携に関すること－</p> <p>○大学との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本工業大学と連携、宇都宮大学とも品質検査の装置に関し相談を</li> </ul> <p>○大学との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東北にある開発部門においては東北大学・岩手大学等との技術交流がある</li> </ul> <p>○市商工課と中小企業との連携を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市商工課が中小企業と積極的に関わり、新規アイデア・技術を汲み上げ（どんな中小企業があるのかを知る）、展開することができる体制づくりに期待（商業も同じ）</li> </ul>	<p>▽今市：金属加工工業</p> <p>▽今市：加工食品製造業</p> <p>▽日光：銅製品等製造</p>
	<p>－技術開発に関すること－</p> <p>○一品を売るよりも会社の技術を認めてもらうことが大切</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社の技術を活かせる国内事業者を探してきたことが実を結びつつある、メーカーの展示会で製品を持ち込みPRすることが一番効果的</li> </ul> <p>○新たな取り組みへの進出</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・環境分野（都市ゴミ・廃車の処理など）、アルミ分野など時代のニーズに応えられる体制づくりを着実に</li> </ul>	<p>▽今市：金属加工工業</p> <p>▽足尾：鋳物製造</p>
	<p>－人材の育成に関すること－</p> <p>○人を育てることが重要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・製薬業界の吸収合併の動きに伴うグローバル化により英語力は必須に、「世の中に対して正しいことをやる、恵まれない人のために仕事をしよう」という意識・価値観をきちんと消費者に伝えることができれば距離が遠くても買いにくるお客さんはいる</li> </ul> <p>○チャレンジできる若い雇用者が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新規雇用者が一人前になるには時間がかかる（プレス：2年、金型：5年）ものの顧客ニーズが高まるなかでは新しい機械にチャレンジできる若い雇用が必要（古い職員は新しいことに目が向かない）</li> </ul>	<p>▽今市：医薬品製造</p> <p>▽今市：金属加工工業</p>
	<p>－ものづくりに関すること－</p> <p>○ものづくりが活性化の基本に</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくりができれば給料が増え市内の経済も循環</li> <li>・コストと性能のベストバランスを見出し積極的にアピールしていく</li> </ul>	<p>▽今市：精密板金加工</p>

	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…今後上手くいきていこうな	<p>－新たな商品の開発に関すること－</p> <p>○新商品の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・需要を増やす努力として年2回新商品を開発</li> </ul> <p>○新製品の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・売上増を目指し毎年2～3品の新製品を開発</li> </ul>	<p>▽今市：加工食品製造業</p> <p>▽今市：調味料製造</p>
	<p>－販路の拡大に関すること－</p> <p>○縮小するギフト需要への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・贈答品の市場（百貨店への販売など）は縮小傾向も人が集まる場所（主要な空港・駅、テーマパークなど）への販路拡大・海外への輸出等を展開、自家消費（ポーションタイプ）への切り替えも推進</li> </ul>	<p>▽今市：洋菓子製造業</p>
	<p>－雇用に関すること－</p> <p>○雇用の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・“3K”のイメージが強く人員確保に難があったが年2回の「安全性巡回」の実施で工場内の環境を徐々に改善、以前は地元区長さんを対象とした「工場開放デー」を実施しており地元とのコミュニケーションの場を設けることで工場に対する理解を深めてもらった</li> </ul> <p>○地元採用のうごきも</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでの本社採用から地元事業所による定期的な新規採用を検討しているところ</li> </ul> <p>○働いてくれる“人”が大切</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国等への海外進出も国民性の違いや人件費の高騰により沈静化、国内での生産のうごきに</li> </ul>	<p>▽今市：電池製造</p> <p>▽日光：銅製品等製造</p> <p>▽足尾：半導体・セラミック製造</p>
	<p>－地元企業としての取り組みに関すること－</p> <p>○工場見学</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小学生の時の工場見学を契機に入社した職員も、見学の予約はほぼ満杯の状態</li> </ul> <p>○地元企業としてのアピール</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日光の地元企業として認知してもらうことが企業の生き残りに繋がる</li> <li>・地元雇用を積極的に実施</li> </ul> <p>○お客さんに見てもらえる工場づくり（周囲へのアピール）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人の目に触れることが職員の刺激に、将来的には子ども達の社会科見学にも対応できるようにしたい（子ども達に夢を与えられれば）</li> </ul>	<p>▽今市：加工食品製造業</p> <p>▽今市：調味料製造</p> <p>▽足尾：鋳物製造</p>

	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
事業を取り巻く環境…今後上手くいきそつな	<p>－働きやすい環境づくりに関すること－</p> <p>○女性が働きやすい環境</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・製造過程や箱詰めなどは女性のほうが向いている仕事、育児休業をとっても1年間で職場に復帰する女性社員が大半</li> </ul> <p>○社員満足度の高い職場づくり（企業に一番大切なのは人材）</p>	<p>▽今市：洋菓子製造業</p> <p>▽今市：調味料製造</p>

[工業系事業者：インタビュー結果の概要③]

	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
日光市の強み・ブランド	<p>－様々な連携に関すること－</p> <p>○行政のサポート</p> <p>○フードタウン日光による企業連携</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・同業種同士の意見交換が可能に</li> </ul>	<p>▽今市：調味料製造</p> <p>▽今市：調味料製造</p>
	<p>－交通基盤に関すること－</p> <p>○交通の利便性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物流のうえで日光宇都宮道路土沢インターチェンジに近くに立地することは重要、東北自動車道は混雑も少なく都心へのアクセスが良好</li> </ul> <p>○首都圏への配送に好条件</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インターに近接し市街地の通過もなし</li> </ul> <p>○インターチェンジや道路整備による「物流環境」</p> <p>○高速道路網などの良好な道路事情</p> <p>○高速道路網による時間的距離の近接性</p>	<p>▽今市：医薬品製造</p> <p>▽今市：加工食品製造業</p> <p>▽今市：金属加工工業</p> <p>▽今市：調味料製造</p> <p>▽今市：精密板金加工</p>
	<p>－立地特性に関すること－</p> <p>○消費地への近接性</p> <p>○東京圏への連絡性の良さ</p> <p>○災害が少ないこと</p>	<p>▽今市：調味料製造</p> <p>▽今市：洋菓子製造業</p> <p>▽今市：洋菓子製造業</p>
	<p>－操業環境に関すること－</p> <p>○騒音など周辺環境への配慮の容易さ</p> <p>○物を生産する際の騒音対策</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・都会と比較すれば容易</li> </ul> <p>○近隣へのにおい・騒音・稼働時間帯等の配慮が容易</p>	<p>▽今市：調味料製造</p> <p>▽今市：金属加工工業</p> <p>▽今市：調味料製造</p>

	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
日光市の強み・ブランド	<p>ー地場産品の活用に関することー</p> <p>○地場産の野菜の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元の玉ねぎなどを原材料として使用できるのは優位点、お米は全国的にみても優秀なレベル</li> </ul>	▽今市：調味料製造
	<p>ー水資源に関することー</p> <p>○日光の水は大きなメリット（湧水・井戸水が豊富）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品メーカーに利点</li> </ul> <p>○日光の水の質</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・水の質は国内比較において非常に高いレベル</li> </ul> <p>○良質な水</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日光進出の決め手に、井戸水を使用</li> </ul> <p>○日光の水はブランド</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日光進出の経緯は国立公園のそばにあることと水が一番大事であったこと</li> </ul> <p>○ヨーロッパ同様に自然豊かで水が綺麗な環境</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・創業者がスウェーデンのお菓子を日本でも生産したいとの思いから進出、水が優れているのは日光市の魅力</li> </ul> <p>○水の美味しさと豊富な水量</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・天然氷に代表されるような素晴らしい水質</li> </ul> <p>○水利資源の豊富さ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中禅寺湖の水利権を系列会社が有していることから電気代の抑制に</li> </ul> <p>○大量の冷水の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・熱処理には大量の冷水確保が必要（夏場などは大きな利点）</li> </ul>	▽今市：電池製造 ▽今市：医薬品製造 ▽今市：調味料製造 ▽今市：加工食品製造業 ▽今市：洋菓子製造業 ▽今市：調味料製造 ▽足尾：半導体・セラミック製造 ▽足尾：鋳物製造
	<p>ー日光の地域資源に関することー</p> <p>○日光の強みは「水」と「空気・環境」</p> <p>○豊かな山林（木材）や水資源</p> <p>○足尾銅山をはじめとする産業遺産</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・磨けば光る地域資源、掛水倶楽部の有効活用も</li> </ul>	▽今市：金属加工工業 ▽日光：銅製品等製造 ▽足尾：鋳物製造

	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
日光市の強み・ブランド	<p>－日光ブランドに関すること－</p> <p>○日光の知名度や人の動き</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年間50万人のお客さんとの出会いは自社の販売とともにブランドを広める</li> </ul> <p>○日光という名前のブランド力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地でもあり営業活動に有利に</li> </ul> <p>○日光の知名度は栃木の知名度よりも上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日光のブランドをうたった名産・特産を紹介できるイベントに期待</li> </ul> <p>○日光としてのネームバリュー</p> <p>○足尾は多くの映画・ドラマのロケ地に</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・撮影の誘致だけでなく撮影後の誘客につながる取り組みに期待</li> </ul>	<p>▽今市：米菓製造販売</p> <p>▽今市：調味料製造</p> <p>▽今市：加工食品製造業</p> <p>▽今市：洋菓子製造業</p> <p>▽足尾：鋳物製造</p>
	<p>－働きやすい環境づくりに関すること－</p> <p>○県民の保守的な気質は（ざっくばらんな交流はしにくい）仲間意識の高さ・強みともいえる</p>	<p>▽今市：金属加工業</p>

[工業系事業者：インタビュー結果の概要④]

	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
提 言 ・ ア イ デ ア な ど	<p>－観光との連携に関すること－</p> <p>○地元の産業連携、観光産業との連携が課題</p> <p>○観光地としての魅力を磨き上げてほしい</p> <p>・行政・民間が一体となって観光客におもてなしを</p>	<p>▽今市：米菓製造販売</p> <p>▽今市：洋菓子製造業</p>
	<p>－農林業との連携に関すること－</p> <p>○間伐材などを活用した取り組み（ログハウスのオーナー制など）を</p> <p>・地域の土地・木材を活用したログハウスづくり（オーナーが直接建設に携わり愛着が持てるものに）などは考えられないか、二地域居住や地元の雇用にもつながるはず</p>	▽日光：銅製品等製造
	<p>－様々な連携に関すること－</p> <p>○業種を超えて課題をオープンに情報交換できる環境を</p> <p>・例えば雇用確保に関する取り組みなど</p> <p>○異業種間の交流の場を</p> <p>・同業種間での情報交換の場はある、自社に有益であれば異業種交流の場にも参画したい</p> <p>○県産業振興センターとの連携</p> <p>・産業振興センターが仲介役を担うことで大手メーカーへの営業や受注可能性の向上が期待される（中小企業の希望に）</p> <p>○県・市のタイアップによる商談会の実施を</p> <p>○行政と民間が連携して日光ブランドのアピールを</p> <p>・地元グルメづくりを提案するためには行政・他企業の参画が不可欠</p> <p>・新しい食文化を創出することが地域産業の活性化につながる</p>	<p>▽今市：医薬品製造</p> <p>▽今市：加工食品製造業</p> <p>▽今市：金属家屋業</p> <p>▽今市：金属加工業</p> <p>▽今市：調味料製造</p>
	<p>－技術開発に関すること－</p> <p>○プレスに関する地域の技術力の向上を</p>	▽今市：金属加工業
	<p>－人材の育成に関すること－</p> <p>○人材育成に関する行政のサポートを</p> <p>○製造業における人材育成のあり方・技術の伝承が課題</p>	<p>▽今市：調味料製造</p> <p>▽今市：洋菓子製造業</p>



	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
提 言 ・ ア イ デ ア な ど	<p>－行政による支援に関すること－</p> <p>○ある程度リスクを認めた上でのバックアップ体制を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事が決まってからの補助では間に合わない、リスクを認めた上でのバックアップ体制があれば地域の発展につながる（国の補助制度のほうが県補助手続きより簡便で利用しやすい）</li> </ul> <p>○新規進出事業者にとって操業がしやすい基盤整備を</p> <p>○他自治体の先進事例を参考とした取り組み検討を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・八王子市のものづくり組合など（新しいものづくりをしたい希望者に資金協力や共同制作などの環境整備）</li> </ul>	<p>▽今市：金属加工工業</p> <p>▽今市：金属加工工業</p> <p>▽今市：精密板金加工</p>
	<p>－新たな企業誘致に関すること－</p> <p>○工場団地等への企業誘致にあたり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新しい工場は省人化が進みダイレクトに雇用増につながらないのが課題、関連企業が隣接する図式になっていないのが痛い、環境への配慮が求められる工業排水への対応がなされていると誘致のウリになるのでは</li> </ul> <p>○地元が発注を行える企業の誘致を</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・下請け企業が連携して仕事をこなせるので成長につながる</li> </ul> <p>○関連企業の立地につながる大手企業の積極的な誘致を</p>	<p>▽今市：電池製造</p> <p>▽今市：金属加工工業</p> <p>▽今市：精密板金加工</p>
	<p>－新たな商品の開発に関すること－</p> <p>○メイドイン日光といえるような工業製品ブランドが立ち上げられれば</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・栃木県は物づくり県として優秀</li> </ul>	<p>▽今市：金属加工工業</p>
	<p>－地場産品の活用に関すること－</p> <p>○栃木産のお米の使用も検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国の政策により生産量が少ないために地産地消は難しいのが現状</li> </ul>	<p>▽今市：米菓製造販売</p>
	<p>－販路の拡大に関すること－</p> <p>○外国人観光客への販売体制づくりが課題</p>	<p>▽今市：米菓製造販売</p>
	<p>－日光の地域資源に関すること－</p> <p>○足尾ならではの取り組みのアピールを</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・植樹の取り組みに関する視察・来訪の促進を</li> </ul>	<p>▽足尾：鋳物製造</p>

	工業系事業者の意見内容	地域・事業種別
提言・アイデアなど	<p>－水資源に関すること－</p> <p>○小水力発電の取り組み（地元で消費）を</p>	▽日光：銅製品等製造
	<p>－雇用に関すること－</p> <p>○雇用の確保が一番の課題</p> <p>・募集をかけてもなかなか人が集まらない状態（仕事先の選択肢が多いため）、若手への技術の伝承・若者の働ける環境づくりが課題</p> <p>○将来的な雇用の確保に課題</p> <p>○行政支援による東京圏内からの就業者確保</p> <p>・物価が高く土地も取得できない東京より地方に出て成功したいと思う若者は大勢いる</p>	<p>▽今市：加工食品製造業</p> <p>▽今市：洋菓子製造業</p> <p>▽今市：精密板金加工</p>

## 2 市民の意見

### ■ 平成27年度市民意識アンケート調査報告書（商工業に関する内容を抜粋）

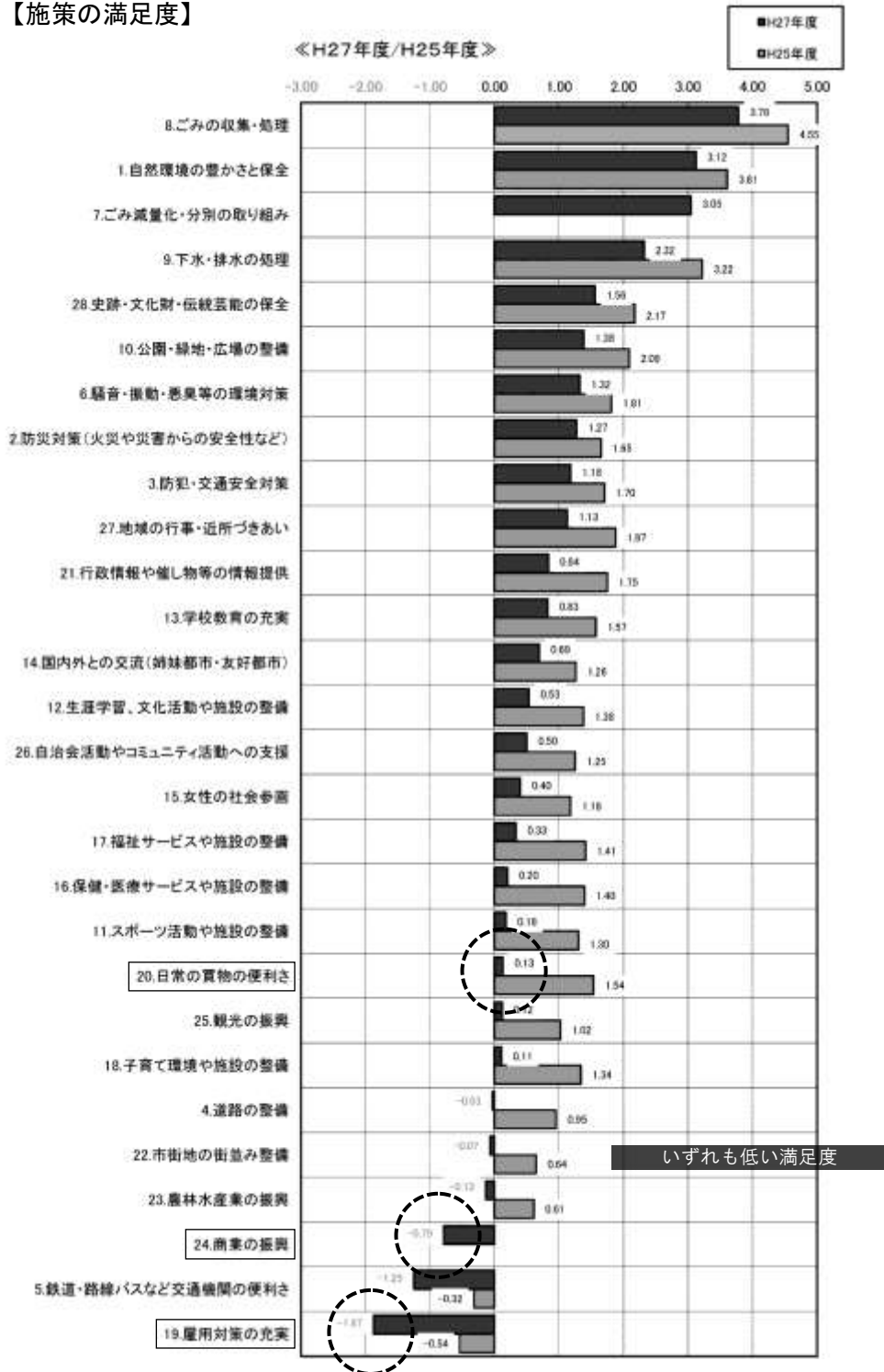
- 調査目的：市政に対する満足度や重点を置くべき政策分野等の把握
- 調査対象：18歳以上の市民
- 調査期間：平成27年5月下旬～6月下旬
- 調査方法：郵送による調査票の配布・回収
- 配布数：5,000件
- 回収率：34.6%

#### 【抜粋の内容】

- 項目：①施策の満足度
  - ②施策の重要度
  - ③施策の満足度・重要度の相関（地域別）

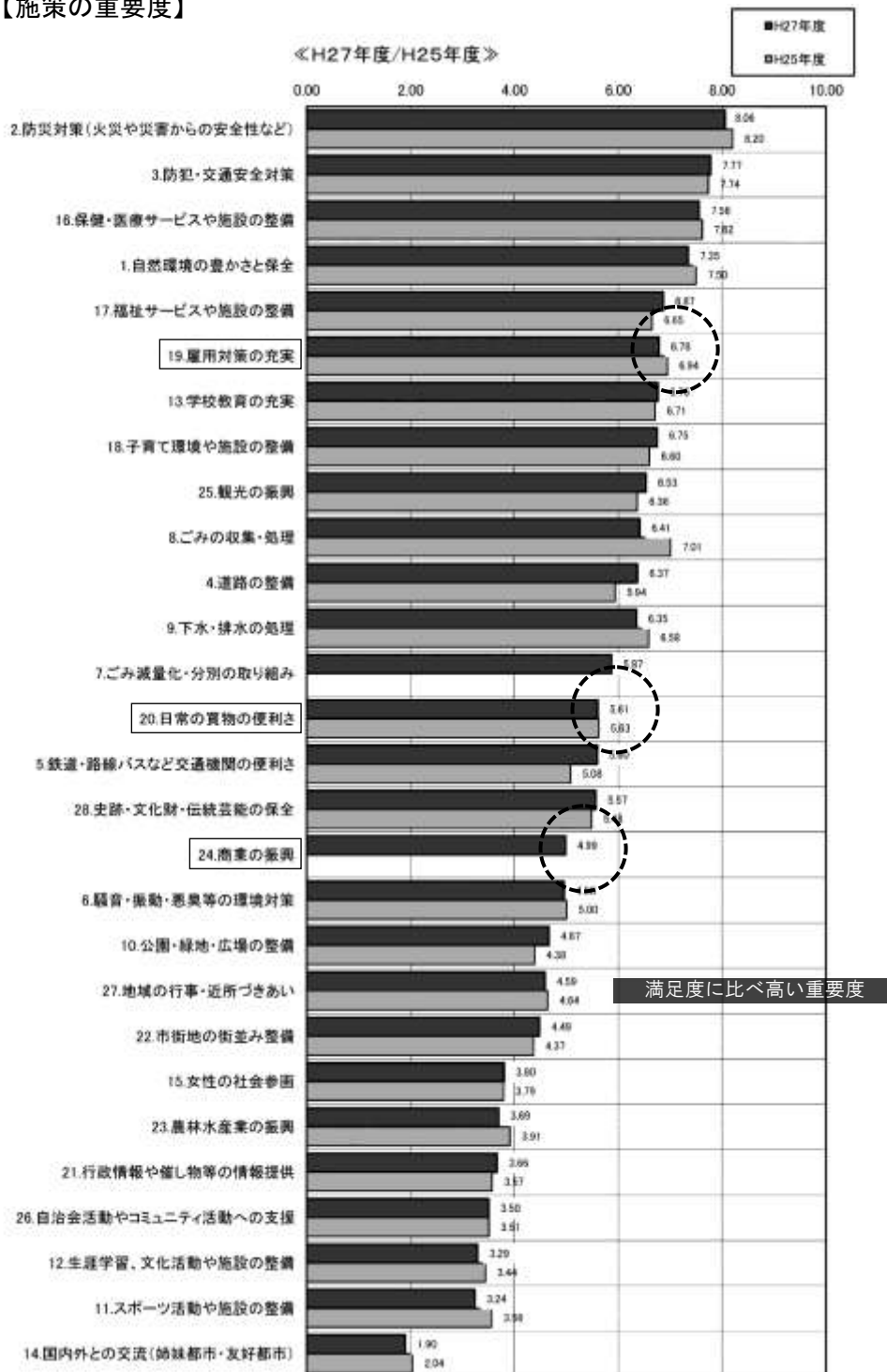
- 施策の満足度について、商工業に関する「日常の買い物の便利さ」「商業の振興」「雇用対策の充実」の項目は、総じて低いものとなっています。

【施策の満足度】



- 施策の重要度について、「雇用対策の充実」の項目は上位に、「日常の買い物の便利さ」「商業の振興」の項目は中位に位置しています。

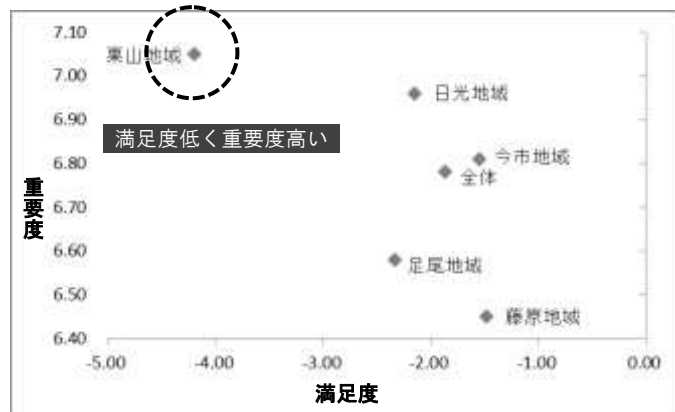
【施策の重要度】



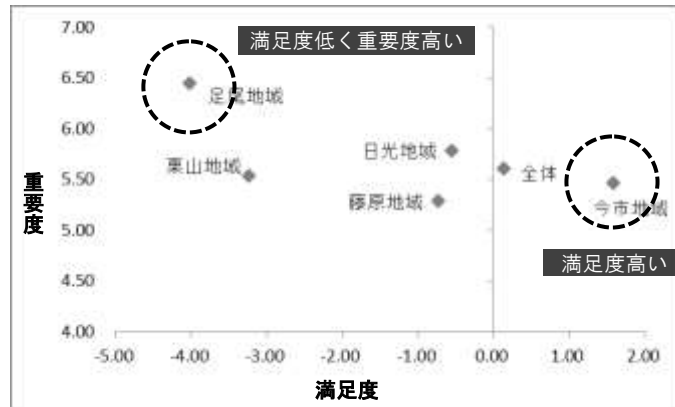
- 満足度が低く重要度が高い傾向にあるのは、栗山地域での「雇用対策の充実」、足尾地域での「日常の買い物の便利さ」となっています。
- 「商業の振興」については、ほぼ市全域において重要度が高い傾向にあります。

【施策の満足度・重要度の相関（地域別）】

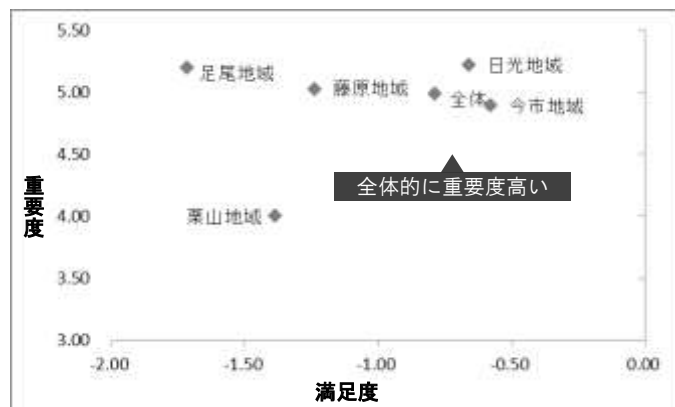
—雇用対策の充実—



—日常の買い物の便利さ—



—商業の振興—



## 1 日光市商工業振興計画策定経過

日 程	会 議 等	内 容
平成27年 8月 4日	部長会議	骨子案の協議
8月 7日	庁議	骨子の決定
9月29日	産業観光常任委員会	骨子の報告
10月 1日	策定委員会設置要綱策定	
10月27日	庁内検討委員会設置要領策定	
12月25日	第1回策定委員会	素案の検討
平成28年1月14日～ 1月22日	商工業関係者ヒアリング	インタビュー調査
2月 1日	第1回庁内検討委員会	素案の検討
2月 3日	第2回策定委員会	素案の検討
2月22日	部長会議	素案の中間報告
3月 3日	第2回庁内検討委員会	素案の検討
3月16日	第3回策定委員会	素案の検討
4月26日	部長会議	素案の協議
5月12日	庁議	原案の決定
5月25日	議員全員協議会	原案の報告
5月26日～ 6月13日	パブリックコメント	原案への意見聴取
6月22日	部長会議	原案の修正・検討
7月 1日	庁議	計画決定
7月 5日	議員全員協議会	計画報告

## 2 日光市商工業振興計画策定委員会委員

No.	氏名	推薦団体等	備考
1	相良芳隆	日光商工会議所	会長
2	安塚勝彦	足尾町商工会	委員
3	坂口豊彦	日光雇用協会	副会長
4	加藤久美子	日光公共職業安定所	委員
5	川口俊成	日光市観光協会	委員
6	福田富美子	上都賀農業協同組合	委員
7	柴田喜男	今市商店会連合会	委員
8	長島和之	日光市商店連合会	委員
9	吉原美男	日光市工業連絡協議会	委員
10	菊池知子	日光商工会議所女性会	委員
11	神山洋子	足尾町商工会女性部	委員
	野本義弘	宇都宮大学准教授	ファシリテーター
	西川りゅうじん	まちづくりアドバイザー	オブザーバー



### 3 日光市商工業振興計画策定委員会設置要綱

#### (設置)

**第1条** 日光市の持つ資源や特性を活かした市内商工業の振興や成長に資するための計画である日光市商工業振興計画（以下「計画」という。）を策定するに当たり、市内事業者からの幅広い意見を反映させるため、日光市商工業振興計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

#### (所掌事項)

**第2条** 委員会の所掌事項は、次に掲げるとおりとする。

- (1) 計画案の検討に関すること。
- (2) 商業振興に関すること。
- (3) 工業振興に関すること。
- (4) 雇用及び就業機会の確保に関すること。
- (5) 勤労者福祉に関すること。
- (6) その他商工業の発展に関すること。

#### (組織)

**第3条** 委員会は、委員12人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 関係団体から推薦を受けた者
- (2) その他市長が必要と認めた者

#### (任期)

**第4条** 委員の任期は、委嘱の日から当該委嘱の日が属する年度の末日までとする。

2 委員は、再任されることができる。

#### (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、委員の互選によりこれを決定する。

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（以下「会議」という。）は、委員長が招集し、その議長となる。

2 委員長は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 会議の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

- 4 委員長は、必要と認めたときは、委員以外の者に会議への出席を求め、その意見若しくは説明を聴き、又は必要な資料の提出を求めることができる。

#### (オブザーバー)

**第7条** 第3条に規定する委員のほか、委員会にオブザーバーを置くことができる。

- 2 オブザーバーは、委員会の所掌事項について専門的な知識又は経験を有する者とする。
- 3 オブザーバーは、委員長の求めに応じて会議に出席し、専門的見地から委員会の所掌事務に関する助言又は協力を行うものとする。

#### (ファシリテーター)

**第8条** 第3条に規定する委員のほか、委員会にファシリテーターを置くことができる。

- 2 ファシリテーターは、委員会の所掌事項について専門的な知識又は経験を有する者とする。
- 3 ファシリテーターは、委員長の求めに応じて会議に出席し、中立的な立場で会議を整理し、司会進行を行うものとする。

#### (事務局)

**第9条** 委員会の庶務は、産業環境部商工課において処理する。

#### (その他)

**第10条** この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が会議に諮って定める。

#### 附 則

##### (施行期日)

- 1 この要綱は、平成27年10月1日から施行する。

##### (経過措置)

- 2 この要綱の施行後最初に行われる会議は、第6条第1項の規定にかかわらず、市長が招集する。

