

第2章 那珂市商工業振興の方向及び振興施策

1. 商業の振興方向・振興施策

(1) 商業の振興方向

1) 商業振興の基本方針

商業機能の充実による、住みやすく、価値ある時間を過ごせるまちの創造

近年の那珂市商業を取り巻く環境は、第1章で触れているように大きく変化しています。そうした中で、従来の「商業者を中心とした振興」という視点で今日の商業振興を図ることは難しくなっています。

「商業機能」とは、「商業が本来備えている役割」であり、その役割は、那珂市内外の消費者の生活・余暇などに必要なモノ・サービスを様々な手段で提供することです。

したがって、地域の特性や実情を踏まえ、「地元の生活者が、どのような『商業機能』を必要としているのか」、「那珂市に訪れる方々が、どのような『商業機能』があれば、価値ある時間を過ごし、消費していただけるのか」という視点で、まちの活力を維持・発展していかなければなりません。

そして、商業機能の充実を図るためには、ライフスタイルや価値観に基づく「消費者ニーズ」に応えなければならず、「消費者ニーズ」に対応するためには、以下のような「商業力」が必要となります。

① 「個店」の商品・サービス・店舗力

- 品質が高いこと（味、鮮度、安全性など）
- 品揃えが豊富なこと
- 価格が安いこと
- 雰囲気が良いこと
- 接客が良いこと（おもてなし）
- 利便性が高いこと
 - ・インターネットで購入できる
 - ・付加サービスが充実している（宅配・修理・保証など）
 - ・交通手段がある
 - ・駐車場が整備されている
 - ・アクセス（道路）が良い

② 「まち」のブランド力（※7）

- 活力・賑わいがあること
- コミュニケーションが活発であること
- 消費意欲が喚起されること
- 独創性（オリジナリティ）があること
- 職人氣質が感じられること
- 風土が感じられること
- イメージできること
- デザイン性があること
- 情報伝達力があること

（※7）ブランド力：「まちに存在する自然、歴史・文化、食、観光地、特産品、産業などの地域資源の『付加価値』を高め、他地域との差別化を図ることで、情報発信力や競争力などで比較優位を持ち、地域住民の自信と誇りだけでなく、消費者や旅行者に共感、愛着、満足度をもたらす力」と定義する。

【基本方針】
「商業機能の充実による、住みやすく、価値ある時間を過ごせるまちの創造」

↓
「商業機能の充実」とは、ライフスタイル・価値観に基づく「消費者ニーズ」に対応すること

↓
「消費者ニーズ」に対応するために必要な「商業力」は？

【「個店」の商品・サービス・店舗力】	【「まち」のブランド力】
<ul style="list-style-type: none"> ●品質が高いこと <ul style="list-style-type: none"> ・味・鮮度・安全性など ●品揃えが豊富なこと ●価格が安いこと ●雰囲気が良いこと ●接客が良いこと(おもてなし) ●利便性が高いこと <ul style="list-style-type: none"> ・インターネットで購入できる ・付加サービスが充実している ・交通手段がある (宅配・修理・保証等) ・駐車場が整備されている ・アクセス(道路)が良い 	<ul style="list-style-type: none"> ●活力・賑わいがあること ●コミュニケーションが活発であること ●消費意欲が喚起されること ●独創性(オリジナリティ)があること ●職人気質が感じられること ●風土が感じられること ●イメージできること ●デザイン性があること ●情報伝達力があること

2) 商業振興の基本戦略と施策の方向性

商業振興の基本方針、必要な商業力から、5つの基本戦略と、基本戦略に基づく15の施策の方向性を抽出します。

【商業振興の基本戦略と施策の方向性 体系図】

基本方針	必要な商業力	基本戦略	施策の方向性
商業機能の充実による、住みやすく、価値ある時間を過ごせるまちの創造	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>【「個店」の商品・サービス・店舗力】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●品質が高いこと <ul style="list-style-type: none"> ・味・鮮度・安全性など ●品揃えが豊富なこと ●価格が安いこと ●雰囲気が良いこと ●接客が良いこと(おもてなし) ●利便性が高いこと <ul style="list-style-type: none"> ・インターネットで購入できる ・付加サービスが充実している (宅配・修理・保証等) ・交通手段がある ・駐車場が整備されている ・アクセス(道路)が良い </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>【「まち」のブランド力】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●活力・賑わいがあること ●コミュニケーションが活発であること ●消費意欲が喚起されること ●独創性(オリジナリティ)があること ●職人気質が感じられること ●風土が感じられること ●イメージできること ●デザイン性があること ●情報伝達力があること </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>戦略1: 個店の経営力向上</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>戦略2: 基本的な商業課題への対応</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>戦略3: 商品・サービスのブランド化</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>戦略4: まちの活力・賑わいの創造</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>戦略5: 地域連携による商業の確立</p> </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">魅力ある個店づくりによる差別化支援</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">ITの活用支援</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">若手経営者や後継者の育成支援</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">空き店舗の有効活用</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">まちの拠点づくり</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">ITやマスメディアを活用した情報発信</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">オリジナルブランドの開発・販売支援</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">付加価値の高いサービスの提供</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">シティプロモーションの展開</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">各種イベントの開催及び開催支援</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">買い物を含む生活の足の確保</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">個店と大型店の連携による商業の魅力向上</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">若者ならではの発想を活かした商業振興</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">まちのブランド化に向けたコンセンサスの場づくり</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">観光資源との連携によるまちづくり</div>

◆戦略1：個店の経営力向上

<施策の方向性>

①魅力ある個店づくりによる差別化支援

個店の経営力強化や、魅力ある個店づくりに必要な知識、商品内容・構成、レイアウト、ディスプレイ、接客力（サービス力）などのノウハウ習得、市民（消費者）の意見を踏まえた「おもてなし力」向上を支援します。

②ITの活用支援

IT（インターネットなど）の技術を活用した情報発信や、市の内外への販路拡大を支援します。

③若手経営者や後継者の育成支援

若手経営者や後継者の育成を強化し、個店の経営力向上や商業の担い手としての資質向上を支援します。

◆戦略2：基本的な商業課題への対応

<施策の方向性>

①空き店舗の有効活用

市内の空き店舗の実態の把握、空き店舗への出店・創業、有効に活用する取り組みを支援します。

②まちの拠点づくり

市内の公共施設や直売所、店舗、空き店舗・スペースなどを活用し、物販、飲食、市民交流、情報発信などの機能を持つ拠点（「まちプラザ」）づくりを検討します。

③ITやマスメディアを活用した情報発信

IT（インターネットなど）や新聞、ラジオ、情報誌などのマスメディアを活用し、市の内外に向けた商業やイベントなどに関する情報発信を強化します。

◆戦略3：商品・サービスのブランド化

<施策の方向性>

①オリジナルブランドの開発・販売支援

新商品の開発や、デザイン（パッケージ・商品名など）力の強化により、一店逸品や特産品をブランド化し、安定的な生産、販路開拓・拡大に向けた取り組みを支援します。

②付加価値の高いサービスの提供

市民（消費者）の利便性を高めるため、商業者などが市民（消費者）の元に出向く、付加サービスの提供を支援します。

◆戦略4：まちの活力・賑わいの創造

<施策の方向性>

①シティプロモーション（※8）の展開

「食」や「学び」をキーワードとしたまちづくりにより、まち全体の魅力を創出するとともに、商業を含めた産業、自然、歴史・文化、食、観光、特産品などを那珂市らしい「魅力ある資源」として、市の内外に向けて戦略的な情報発信に取り組みます。

②各種イベントの開催及び開催支援

地域の賑わいやコミュニティ創出につなげるため、商工会や各種団体などが実施する産業、環境などをテーマとした様々なイベントの開催を支援します。

◆戦略5：地域連携による商業の確立

<施策の方向性>

①買い物を含む生活の足の確保

買い物などが不便な高齢者、障がい者などを対象に、公共交通を活用した生活の足を確保するための取り組みを支援します。

②個店と大型店の連携による商業の魅力向上

個店と大型商業施設が連携した取り組みを支援して、商業の魅力を高めていきます。

③若者ならではの発想を活かした商業振興

市内の高校や短大と連携した協働事業の実施や、高校生・短大生の参加による各種イベントなどの活性化を図ります。

④まちのブランド化に向けたコンセンサスの場づくり

官民の連携・協力・役割分担により、那珂市のブランド化に向けたコンセンサスの場づくりを実施します。

⑤観光資源との連携によるまちづくり

観光資源や歴史的資源を活かし、様々な主体と連携した商店活性化、コミュニティ形成、地域交流の取り組みを支援します。

（※8）シティプロモーション：「地域の魅力を創り出し、それを市内外に発信し、都市のブランド力を高め、『人』・『モノ』・『情報』が活発に行き交う、元気で活力のあるまちを創る活動」と定義する。

(2) 商業振興施策

5つの基本戦略、15の施策の方向性から、22の商業振興施策を提示します。

<注意点>

※「前計画」、「平成21～25年度の間に実施した事業」、「事業の方向性（現況調査より）」を掲載している事業は、前計画と同様の事業を、本計画において継続していくことを示している。

ただし、事業概要については、見直しを行っている。

また、前計画の事業については実施した事業、未実施の事業があり、それぞれ前計画名の下に「実施済」あるいは「未実施」と掲載している。

※前計画の名称は、「那珂市商業振興計画」（平成21～25年度）に記載されている事業名である。

※平成21～25年度の間に実施した事業の実施主体は、那珂市商工会、一般社団法人カミスガプロジェクト、各種団体、地区住民、民間事業者である。

※事業の方向性（現況調査より）は、「那珂市商工業現況調査報告書」（平成25年3月）の「既存（計画）事業の実施状況と課題・方向性」で示されている「今後の方向性」から抜粋している。

※実施時期は、「短期」が1～2年以内に事業展開し、「中・長期」が3年目以降に事業展開することを示している。

1) 個店の経営力向上

①魅力ある店舗づくりによる差別化支援

施策名	概要	実施エリア	実施時期
個店魅力アップ 研修支援事業 <前計画> お店魅力アップ 研修支援事業 （実施済）	・店舗レイアウト・ディスプレイ、運営計画の改善や新商品開発などに関し、専門家の派遣や研修会の開催を支援します。 <平成21～25年度の間に実施した事業> ・商工会塾（元気UP塾）開催（全域） <事業の方向性（現況調査より）> ・巡回指導の回数増や内容の充実強化など、事業者からの要望を踏まえ、事業の充実を図っていくべき。	全域	短期

<参考事例>

個店の業績拡大を目指す「繁盛店づくりモデル事業」 ～ひたちなか商工会議所（茨城県ひたちなか市）

意欲ある小売・飲食業の店主を対象に、継続的に商業系コンサルタントを派遣して、実践的な指導のもと業績拡大を目指した育成を実施している。平成19年度から開始し、平成24年度までに23店舗の指導を実施している。事業者は自己負担として7万円を支払い、計7回の指導を受ける。コンサルタントは覆面調査から始まり、電話・接客の応対を含め、様々な助言を行っている。指導を実践している個店は成果が見られ、周辺の商業者に刺激となっている。

施策名	概要	実施エリア	実施時期
おもてなし向上モニター事業	・市民（消費者）モニターによる、個店の接客状況（挨拶・表情・応対・知識など）や清潔度、魅力度などの評価を基に、専門家の派遣によるフォローアップを支援します。	全域	短期

<参考事例>

「まちガール」によるモニタリング調査 ～富山県商工労働部商業まちづくり課（富山県）

商店街の活性化を図る上で消費者ニーズの的確な把握が大切との認識から、平成24年1～2月に、県内7市の商店街に消費者モニター「まちガール」が訪れ、商店街の店舗を点検した。「まちガール」は20～60代の女性21名で、「店頭の活用」、「店内の雰囲気」、「商品のPR」「接客の仕方」、「再来店を促す」の5つの視点で評価を実施した。そして、評価・意見と改善案を各商店街に提案した。

②ITの活用支援

施策名	概要	実施エリア	実施時期
ITスキルアップ事業	・個店のホームページの充実や、SNS（ソーシャルネットワークサービス）などを活用した情報発信、ネットショップの運営などの取り組みを支援します。	全域	短期

③若手経営者や後継者の育成支援

施策名	概要	実施エリア	実施時期
商業者育成事業 <前計画> 人材（後継者・若手商業者）育成事業 （未実施）	<ul style="list-style-type: none"> ・後継者問題を抱える商業者に対して、専門家の派遣による事業承継など解決に向けた方策を支援します。 ・若手商業者や後継者、新規出店者、起業家に対して、ニーズに即した勉強会などの「学びの場」、「情報共有・交換の場」を提供し、経営の知識向上、個店の魅力創出を支援します。 <事業の方向性（現況調査より）> <ul style="list-style-type: none"> ・後継者不足解消や若手商業者育成、新規出店者や起業家の誘致など地域商業が抱える課題を解決するため、専門家派遣を中心に他の方法も検討し、事業の実現を図っていくべき。 	全域	短期

2) 基本的な商業課題への対応

①空き店舗の有効活用

施策名	概要	実施エリア	実施時期
空き店舗活用事業 <前計画> 空き店舗等活用事業 (実施済)	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗のデータベースを進め、出店や創業を計画している事業者への空き店舗情報の提供を実施し、チャレンジショップ、セミナー開催などを支援します。 ・空き店舗を活用した、市民と市内高校・短大の活動拠点の設置を支援します。 <平成 21～25 年度の間に実施した事業> <ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗アンケート調査 (全域) ・空き店舗データベース基礎調査 (全域) ・アンテナショップ開設 (菅谷地区) <事業の方向性 (現況調査より) > <ul style="list-style-type: none"> ・アンテナショップは、これまでの実績を精査して運営方法や設備の改善を図り、集客性や収益性の高い施設としていくべき。 ・空き店舗調査は、実施方法や内容を再検討の上、再度調査を実施して、より精度の高い調査結果・データベース化を行い、空き店舗情報の提供や民間企業の取組み支援につなげていくべき。 	全域	短期

<参考事例>

「チャレンジショップ事業」で空き店舗解消を図る ～ひたちなか商工会議所 (茨城県ひたちなか市)

市内 11 商店街の空き店舗に小売・飲食・サービス業の新規開業希望者などを募集し、出店奨励金やコンサルタントの無料派遣などの経営支援をしながら、独立開業を目指してもらう事業である。平成 13 年度から開始し (平成 14・15・17 年は募集なし)、平成 24 年度までに 18 店舗が開業している。平成 25 年 9 月現在で営業を継続しているのは、10 店舗となっている。商工会議所では、物件の契約に関する仲介などは行っていない (開業希望者自身で店舗を探し契約する) もの、毎年 1 回空き店舗の調査を行っており、空き店舗の情報を提供している。

商店街の空き店舗で学生がコミュニティーセンターを運営 ～田原町商店街 (福井県福井市)

平成 16 年から、商店街の空き店舗を商店街が借り上げ、国立大学法人福井大学の学生がコミュニティーセンター「たわら屋」を運営している。交流拠点として、パソコン学習、絵画展示、イベント情報発信、物品販売棚「フリーボックス」の設置など、商店街振興の拠点施設となっている。また、周辺住民による定期的な食事会や、老人会や町内会などの会合にも数多く利用されている。「たわら屋」を通じて学生、商店街、地域住民との交流が図られており、学生が積極的に商店街イベントに参加、協力している。

②まちの拠点づくり

施策名	概要	実施エリア	実施時期
「まちプラザ」 展開事業	・公共施設や直売所、店舗、空き店舗・スペースなどを活用した、一店逸品・特産品販売やカフェ、コミュニティスペース、情報発信など様々な機能を持つ拠点（「まちプラザ」）づくりを検討します。	菅谷地区	中・長期

<参考事例>

「コミュニティ交流サロン事業」を2ヶ所で展開 ～ひたちなか商工会議所（茨城県ひたちなか市）

中心市街地の空き店舗に、商店街・観光特産品情報の発信、市民交流などを目的とした拠点施設「まちかど交流館ふらっと」、「まちの駅 3710 屋（みなとや）」を運営している。「ふらっと」は、商店街情報や特産品情報コーナー・催事コーナー・レンタルボックスコーナーなどが設置されている。「3710 屋」は、休憩所やギャラリー、料理提供を行っている。

民間事業者の運営により利用者が大幅に増加 ～武雄市図書館（佐賀県武雄市）

武雄市は、平成 25 年 4 月から武雄市図書館の運営業務を CCC（カルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)）に委託している。蔵書は全面開架とし、開館時間が延長され、年中無休となり、館内にはカフェ（スターバックスコーヒー）を併設している。利用者の満足度は高まっており、利用者は 4 倍、蔵書の貸出件数は 2 倍に増加している。

（詳細は資料を参照）

③IT やマスメディアを活用した情報発信

施策名	概要	実施エリア	実施時期
IT・マスメディア 活用事業	・市内商店や商品・特産品、各種イベント、空き店舗などの情報について、ホームページ・SNS（ソーシャルネットワークサービス）などを活用した発信を実施します。 ・新聞、ラジオ、情報誌などマスメディアを活用した情報発信を実施します。	全域	短期

<参考事例>

「水戸まちなかなナビ」で空き店舗情報を提供 ～水戸商工会議所（茨城県水戸市）

中心市街地の様々な情報、街なかの魅力を積極的に発信し、中心市街地への興味と街づくりに関する意識の向上に繋げるため、「水戸まちなかなナビ」を運営している。商店会や各種団体の活動を紹介している他、街づくりやイベント、空き店舗・事務所の情報を提供している。空き店舗・事務所の情報は、不動産業者と業務契約を結び公開している。

3) 商品・サービスのブランド化

①オリジナルブランドの開発・販売支援

施策名	概要	実施エリア	実施時期
<p>一店逸品事業</p> <p><前計画></p> <p>一店逸品事業 (実施済)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・個店のこだわり、個店の自慢を顧客にアピールし、ファンを増やしていくための取り組みを支援します。 ・一店逸品のブランド化を支援します。 ・アンテナショップは、カフェ、交流スペースなどのコミュニティ機能、情報発信機能の充実を図ります。 <p><平成 21～25 年度の間実施した事業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加事業所の個別巡回指導（全域） ・一店逸品カタログ発行（全域） ・地域連携フェア出展（全域） ・アンテナショップ開設（菅谷地区） <p>※一部は「空き店舗等活用事業」と組み合わせて実施</p> <p><事業の方向性（現況調査より）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店散在型地域の本市において、個別店舗の存在や商品・サービスの魅力を消費者に広く PR し、新規顧客獲得と競争力の向上、経営者の意識改革を促す手段として大変有効であり、今後も継続・発展していくべき。 ・将来的な大型ショッピングセンター進出の際、地域商業の情報発信や顧客誘導の拠点・媒体となれるよう、事業の質の向上を図っていくべき。 	全域	短期

<参考事例>

「あつぎ OEC フード」として広く PR を図る ～厚木市観光振興課（神奈川県厚木市）

厚木市は、様々なコンテストなどで入賞した、あるいは古くから市民に愛され続ける食品について、「あつぎ食ブランド（愛称：あつぎ OEC（おいしい）フード）」として認定し、広く PR している。市内で製造・販売されている食品で、都道府県以上のコンテストなどで入賞したものや委員会が推薦するものなどを認定し有効期間は3年間である。現在、和菓子、ゼリー、煎餅、豆腐田楽、シロコロ・ホルモン、ビール、日本酒など12種類が認定を受けている。

（詳細は資料を参照）

逸品でお店を元気に ～NPO 法人一店逸品運動協会 理事長 太田巳津彦氏（平成 25 年 10 月 22 日講演会より）

一店逸品運動は、商業者主導による、個々の店舗が元気になるための活動である。顧客は地元の方なので、「逸品」は日常的に使うモノで、顧客目線で吟味すること、そして「おすすめ」できるモノを作ること、探すことが必要である。

（詳細は資料を参照）

施策名	概要	実施エリア	実施時期
<p>ビジネスコラボレーション展開事業</p> <p><前計画> 特産品開発事業 (実施済)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・那珂産の農産物など地域資源を活用し、6次産業化や農商工連携による特産品の開発を支援します。 ・特産品について、「那珂市ブランド」としての認定を行います。 ・共同制作によるオリジナル弁当の販売や、共同店舗の出店など、付加価値の高まる様々なコラボレーションの支援を検討します。 <p><平成 21～25 年度の間に実施した事業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・民話にちなんだ郷土料理の創作（全域） ・ヒマワリ栽培、搾油（神崎・額田・菅谷・五台・芳野・瓜連地区） ・地域資源（ヒマワリ油、那珂カボチャ）を活用した特産品開発、販路開拓（額田・菅谷・瓜連地区） <p>※一部は「観光資源活用支援事業」と組み合わせて実施</p> <p><事業の方向性（現況調査より）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光イベント開催や特産品開発は、農商工連携の取り組みとして有効である。今後も各種団体の連携強化を図りながら、事業を継続・発展させていくべき。 ・特産品開発は、農業者や商工業者、市民に認知されつつあり、農商工連携の代表的な事業である。加工品製造は一定の成果が得られており、今後は安定的な生産・供給体制の構築や、取組事業者・販売品目の拡大などの課題解消を図り、本格的な事業展開を図っていくべき。 	全域	短期

<参考事例>

4 店舗の連携による「コラボ膳」の販売 ～雪谷商店街（東京都大田区）

雪谷商店街では、豆腐店、パン屋、八百屋、寿司屋が連携して、惣菜、蒸しパン、温野菜、巻きずしなど約 20 種の素材を使った「コラボ膳」を販売している。お品書き（店舗紹介）を添えた「コラボ膳」は、それぞれの店舗の持ち味が 1 つのプレートに集まり、味の付加価値を高めている。

空き店舗に共同で弁当店を展開 ～民間 8 事業者（福井県敦賀市）

敦賀市内などのステーキ店、カフェバー、コーヒー店など飲食 6 店、酒類販売、インテリア用の畳店、計 8 店舗の経営者が、商店街の空き店舗を活用し、共同でアンテナショップ形式の弁当店「蒼印食堂（ブルーレーベルキッチン）」を営業している。各店自慢の特製弁当を揃えている他、飲食や催し用の小さなスペースも備えている。各店が特製弁当を数種類以上用意し、シフォンケーキ、飲み物も用意している。持ち帰りの他、店内で飲食できるスペースも確保している。

②付加価値の高いサービスの提供

施策名	概要	実施エリア	実施時期
便利屋サービス (御用聞き) 事業 <前計画> 便利屋サービス事業 (未実施)	事業者や公共交通、福祉の関係機関などとの連携を図り、買い物弱者（高齢者、障がい者、商店僅少地域住民など）の元に出向く便利屋サービス（宅配・各種サービス）の実現を支援します。 <事業の方向性（現況調査より）> ・大手事業者の取組みは試行的段階で、地域事業者の参入余地は十分にあると思われる。公共交通や福祉の関係機関などとの連携を図りながら、高齢者や障がい者、商店僅少地域住民への買い物弱者対策として事業実現を図り、消費者の利便性向上と地域事業者の事業機会創出を促進していくべき。	全域	短期

<参考事例>

宅配サービスで商店街と消費者を繋ぐ ～羽犬塚（はいぬづか）商店街協同組合・中央商店街振興組合（福岡県筑後市）

羽犬塚商店街協同組合、中央商店街振興組合では、大型店への対抗策として「親身になったサービス」というスローガンのもと、平成16年2月より無料の宅配サービスを開始した。平成16年2月～17年5月まで筑後市の社会的実験事業として実施され、その後商店街が「筑後いきいき宅配チャレンジ会」として自主運営している。24店舗が加入し、一品でも、電話1本で、無料で宅配している。利用者が欲しい商品を各加盟店に電話注文し、注文を受けた加盟店は青果店に集荷・配達依頼を電話連絡する。青果店では、集荷・配達内容をシルバーセンターから派遣されている配達員に指示し、利用者に配達する。1日に約30件の注文があり、2台の軽ワゴンで配達を行っている。

（詳細は資料を参照）

「御用聞き」の徹底によりシニアとの信頼関係を構築 ～株式会社ヤマグチ（東京都町田市）

家電販売店・電気工事業を営むヤマグチでは、家電量販店との競争が激化する中、独自の戦略で高齢者を中心とした顧客のニーズを取り込み、地域での存在感を高めている。家電製品は決して値引きせず、あえて量販店に比べ高い価格で販売している。その代わりに、顧客に対する「御用聞き」サービスを徹底して行っている。家電製品の設置、操作方法の説明をはじめ、連絡があれば電球1個でも届けている。また、家電以外のサービス、家具の移動や庭の水撒き、買い物の送迎など、あらゆる生活サービスを行い、顧客との信頼構築を図っている。また、用事がなくても月1回以上顧客宅を訪問し、コミュニケーションを深めている。

4) まちの活力・賑わいの創造

①シティプロモーションの展開

施策名	概要	実施エリア	実施時期
「『食のまち』なか」推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ・小売・飲食店舗や取扱商品、メニュー、一店逸品、特産品などを紹介したパンフレット、マップなどの作成を支援します。 (再掲) ・「食」に関するテーマ(共通の食材・味・香り・色など)を設定したまちづくりを検討します。 	全域	短期

<参考事例>

地域資源(白菜)を活用したまちづくり ～八千代地区農畜産物生産流通対策協議会他(茨城県結城郡八千代町)

白菜生産量日本一の八千代町では、白菜の消費拡大、町のイメージアップのために、平成24年度から、八千代地区農畜産物生産流通対策協議会、八千代町商工会が中心となり、町ぐるみで「白菜キムチ鍋で町の活性化プロジェクト」を進めている。白菜キムチ鍋は、八千代町産の白菜と茨城県産の豚肉を使用することを条件に、その他の具材や味付けは、各店舗のオリジナルとなっており、参加している19店舗ごとにそれぞれの味が楽しめる。

(詳細は資料を参照)

「ぶらり能登キャンペーン」の冊子で店舗などの満足度評価を掲載 ～石川県企画振興部空港企画課(石川県)

石川県では、「ぶらり能登キャンペーン」の趣旨に賛同した店舗・施設を、観光情報とともに紹介する「ぶらり能登ガイドブック」及び別冊付録「能登のおもてなしスポット」を作成・配布している。「能登のおもてなしスポット」は、訪れた店舗・施設の満足度を記入するハガキを同封しており、冊子を更新する際に観光客による各施設の評価を更新している。旅行者が感じた店舗や施設への評価は、おもてなしサービスの改善に役立っている。

(詳細は資料を参照)

「激辛商店街」の取り組みで知名度向上・来街者が大幅に増加 ～京都激辛商店街(京都市向日市)

京都市のベッドタウンである向日市は、唐辛子の産地ではないものの、「激辛」で賑わう商業振興・まちづくりを目指し、平成21年7月に「京都激辛商店街」の取り組みを始めた。現在は40店舗が参加しており、飲食店の空き店舗はなく、引き合いも多い。顧客と店員とのコミュニケーションも生まれ、接客対応も改善されている。メディアの取材も多く、知名度が大きく向上している。平成23年からは、地元農家に唐辛子の栽培を依頼している。オリジナルの共通メニューも開発・販売し、地元住民に愛されるまちづくりを行っている。市内の入込客数は、激辛商店街が始まる前の年間約1万人から、年間15万人に増加している。

(詳細は資料を参照)

施策名	概要	実施エリア	実施時期
『学びのまち』 なか 推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ・那珂市全体を教室に見立て、市民や事業者などの事業者、専門家などが先生となり、ユニークな講座やセミナーの開催、職業体験を実施し、子どもから高齢者まで楽しみながら学べるまちづくりを検討します。 ・事業者の「誇り」や「元気」、「勇氣」、「やる気」の源泉となるべく、事業者が持つ商売のノウハウ、経験、技術などを様々な世代に伝える仕組みづくりを検討します。 	全域	中・長期

<参考事例>

「引きこもり」防止・商業活性化を目指し「坂東いきいき大学」を開講 ～坂東市市民協働課（茨城県坂東市）

坂東市は、高齢者の健康増進や生涯学習、高齢者間の交流を目指した「坂東いきいき大学」を平成25年12月に開講する。70歳以上の市民9,400人を対象に入学者を募り、参加特典や市内の協賛商店での優待を得られる学生証「元気で老得（おとく）カード」を発行する。費用は無料で、交通安全教室や健康作り、文化講演会など各教室に参加するとポイントがたまり、平成27年度までの第1期中に10講座以上参加した学生には特典が贈られる。また、提携した市内の協賛商店で買い物をすると割引やプレゼント、ソフトドリンク提供などのサービスも受けられる。顧客離れに悩む地域商店街と高齢者を結び付け、地域活性化にも一役買ってもらおうことを目論んでいる。

「生涯学習地域コミュニティづくり」を目的に街にキャンパスを形成 ～NPO法人札幌オオドリ大学（北海道札幌市）

NPO法人札幌オオドリ大学は、札幌、北海道の魅力を発見し、「地域密着型の生涯学習」、「新しい地域コミュニティづくり」を目的に設立された。「札幌オオドリ大学」は、平成22年2月に開校し、固定した教室を持たず、札幌の「まち」全体が“キャンパス”となっている。市外で授業も行うこともある。「誰でも生徒に。誰でも先生に。」をコンセプトに、誰でも無料で生徒になることができ、先生にも無料で授業をしてもらっている。生徒は2,000名を超え、先生数も約100名に達している。授業を通して、地元の方に街を知ってもらい、札幌のまちづくりへの参画、世代間交流が進むことを目論んでいる。

（詳細は資料を参照）

施策名	概要	実施エリア	実施時期
シティセールス 展開事業	<ul style="list-style-type: none"> ・那珂産の農産物や一店逸品、特産品などについて、PRを実施します。 ・商業を含めた那珂市の「魅力ある資源」について、出版社や旅行業者などへの売り込みを実施します。 ・小売・飲食店舗や取扱商品、メニュー、一店逸品、特産品などを紹介したパンフレット、マップなどの作成を支援します。 (再掲) ・「ひまわり大使 ナカマロちゃん」(那珂市商工会キャラクター)を活用し、市の認知度向上を図ります。 	全域	短期

<参考事例>

地域そのもののブランド化する「真室川（まむろがわ）ブランド」を推進～真室町企画課（山形県最上郡真室川町）

人口約9千人の真室川町では、個別の特産品や商品のブランド化のみならず、「真室川の暮らし」そのものの質、価値を高めて、真室川という地域の魅力、暮らし方の魅力を伝えていくため、地域そのもののブランド化する「真室川ブランド」を推進している。真室川の魅力を発掘したり、新たに生み出しながら、伝え続けることで、真室川のものを「買いたい」、「見たい」、真室川に「住みたい」、「暮し続けたい」と思ってもらえるような真室川ファン、すなわちブランド・パートナーとの「つながり」を作りながら、信頼関係を育むことを目指している。「地域ブランド化」の取組みのひとつとして、町の魅力を具体的なカタチとして体現し、町のイメージアップに繋がる米、野菜、加工品などの32品を「真室川ブランド」として認定している。また、「真室川」の地域としての魅力を分かりやすく、親しみやすく表した「キャッチコピー」（「あがらしやれ 真室川」）と「シンボルマーク」を制定している。

農産物や伝統・文化・観光などをブランド化しPRを展開 ～つがる市経済部地域振興対策室（青森県つがる市）

人口約3万6千人のつがる市では、基幹産業である農業の後継者不足解消や、農業者の所得安定・向上を図るため、米、りんご、メロン、スイカ、ネギなどの農産物8品目の安全・安心のPRを行うとともに、つがる市産農産物のブランド化を行っている。市のマスコットキャラクター「つがるちゃん」を用い、首都圏を中心として農産物のトップセールス及び試食宣伝会を開催している。また農産物の他に、市の伝統・文化・観光などから22を厳選した「つがるの宝」を制定し、地域ブランドとしての位置づけを行い、テレビCMの制作・放映など、マスコミを利用したPRも行っている。減農薬など独自の栽培基準を設け、「つがるブランド栽培基準策定委員会」、「つがるブランド認定委員会」などの各種委員会を設置して管理することで、品質の維持・向上に努めている。平成23年度からは、夏はメロンの「一坪地主」、秋はりんごの「一枝オーナー」と称した農産物のオーナー企画を開始している。

②各種イベントの開催及び開催支援

施策名	概要	実施エリア	実施時期
<p>まちなか賑わい創出事業</p> <p><前計画> まちなか賑わい創出事業 (実施済)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会、各種団体などが実施する、様々なイベントなどの事業を支援します。 ・地域の賑わい、コミュニティ創出につながる朝市、ナイトバザール、ハロウィンなどのイベントを支援します。 ・既存イベント（骨董市・フリーマーケットなど）と連携した商工会などのイベントを支援します。 <p><平成 21～25 年度の間の実施した事業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・商工会賑わい創出事業（全域） ・上菅谷駅前活性化事業（カミスガイイベント支援） （菅谷地区） ・「サスガ☆カミスガ」「ガヤガヤ☆カミスガ」開催 （菅谷地区） <p><事業の方向性（現況調査より）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・各支部の実情に合わせつつも、一店逸品や特産品開発の参加事業所を中心に、地区の目標像に沿った事業内容を展開していくべき。 ・主催団体の自主性、独自性を尊重しつつも、関係機関や地域事業者との調整・連携を深め、地域産業によって効果性の高い事業内容へと進化を図っていくべき。 	全域	短期

施策名	概要	実施エリア	実施時期
<p>「エコフェスティバル」支援事業</p> <p><前計画> エコフェスティバル支援事業 (未実施)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・複数の商業者が消費者・環境団体と一緒に 行うエコをテーマにしたイベントを支援 します。 ・循環型社会の提案と商業の活性を結びつ けた事業を支援します。 <p><事業の方向性（現況調査より）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・エコ活動（レジ袋有料化、マイバック、簡易包装など） の取組みを地域商店にも拡大・浸透させるとともに、大 型店の取組みとの差別化（事業者間の連携、値引きやポ イント付与などの付加価値化など）を行って、地域商店 への顧客誘導に繋がる事業実現を図っていくべき。 	全域	中・長期

施策名	概要	実施エリア	実施時期
「なか産業祭」 支援事業	<ul style="list-style-type: none"> ・商工会や農業団体、事業者などが連携した産業祭開催に向けた支援を実施します。 <p><平成 21～25 年度の間に実施した事業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ひまわりフェスティバスの中で産業祭の位置付けとして実施。 	全 域	短 期

4) 地域連携による商業の確立

①買い物を含む生活の足の確保

施策名	概要	実施エリア	実施時期
公共交通 買い物支援事業	<ul style="list-style-type: none"> ・商業（小売店舗）と福祉（病院・医院など）、行政が連携し、デマンド交通（ひまわりタクシー）、コミュニティバス（ひまわりバス）など公共交通の運営により、買い物弱者（高齢者、障がい者、商店僅少地域住民など）の生活の足の確保を支援します。 	全 域	短 期

②個店と大型店の連携による商業の魅力向上

施策名	概要	実施エリア	実施時期
「なか市民感謝デー」事業 <前計画> 市民感謝デーイベント 開催事業 （未実施）	<ul style="list-style-type: none"> ・市内の個店や大型店が一体的に取り組むイベント（スタンプラリーなど）を支援します。 <p><事業の方向性（現況調査より）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・バイパス沿線の大型店だけでなく、将来的な大型ショッピングセンター進出も想定し、「茨城県大規模小売店舗の地域貢献活動に関するガイドライン」を基準としながら、「地域連携フェア」の成果・課題をふまえ、大型店との連携や地域商店への顧客誘導などについて、実施可能な方法・内容を検討し、事業実現を図っていくべき。 	全 域	中・長期

<参考事例>

電子マネーで商店街と大型店が連携 ～久里浜商店街（神奈川県横須賀市）

京急久里浜駅前の久里浜商店街は、500m離れたイオン横須賀久里浜ショッピングセンター（平成 18 年 8 月オープン）と連携し、平成 19 年 2 月、商店街 240 店舗のうち 50 店舗でイオングループが発行する電子マネー「WAON」を導入した。WAONは活発に使われており、イオンの特売日に合わせ、5%割引をしている店舗もみられる。

（詳細は資料を参照）

③若者ならではの発想を活かした商業振興

施策名	概要	実施エリア	実施時期
商学連携事業 <前計画> 商学連携事業 (実施済)	<ul style="list-style-type: none"> 市内の高校や短大と連携し、商品開発などの協働事業の取り組みを支援します。 「ひまわりフェスティバル」などの各種イベントへの高校・短大生の参加を促します。 空き店舗を活用した、市民と市内高校・短大の活動拠点の設置を支援します。(再掲) <平成 21～25 年度の間の実施した事業> <ul style="list-style-type: none"> 地域資源(ヒマワリ油、ヒマワリパウダー)を活用した特産品開発(五台地区) ミニヒマワリの鉢植え栽培(五台地区) <事業の方向性(現況調査より)> <ul style="list-style-type: none"> 学校の特性や若年層の発想を活かすため、学校との連携を円滑化し、本格的な事業展開を図っていくべき。 	菅谷地区 五台地区 瓜連地区	中・長期

<参考事例>

茨城キリスト教大学・茨城大学と連携し様々な新商品を開発 ～日立地区 3 モール商店街(茨城県日立市)

日立地区 3 モール商店街(ぎんざもーる・まいもーる・パティオモール)は、茨城キリスト教大学、茨城大学の学生のアイディアを活かしたオリジナル商品を開発している(地域資源を用いたオリジナルレトルトカレー「ベータマあさひカレー」・「しらす本格ビーフカレー」、3D ストラップ、商店街ガイドブックなど)。平成 25 年 3 月には、商店街イベントでカレーパンやスイーツといった新商品開発も販売された。

茨城キリスト教大学との商学連携事業で商店街の活性化を図る ～大みか商店街(茨城県日立市)

JR 常磐線大みか駅前の大通り(シティロード大みか)にある大みか商店会では、平成 18 年から茨城キリスト教大学と連携し、活性化に向けた取り組みを進めている。商店会の代表と学生の代表からなる「おもしろい大みかプロデュース委員会」(通称 Oopi (オoppi)) が組織され、イベントの企画・運営や商店街マップの作成など、様々な活動を展開している。毎年 8 月末に行われる、シティロード大みかの一部を全面交通規制して開催される「大みか納涼祭り」では、学生の参加を呼びかけ、学生ならではの自由な発想や行動力を生かして、賑わいづくりにチャレンジしている。

④まちのブランド化に向けたコンセンサスの場づくり

施策名	概要	実施エリア	実施時期
「なかブランド協議会」の設立	<ul style="list-style-type: none"> 商業者、農業者、工業者、商工会、農業団体、行政などの連携・協力・役割分担による、那珂市の商業・観光などのブランド化に資する協議会を設立します。 	全域	短期

⑤観光資源との連携によるまちづくり

施策名	概要	実施エリア	実施時期
<p>観光資源活用支援事業</p> <p><前計画> 観光資源活用事業 (実施済)</p>	<p>・観光ボランティア団体・NPO・地域住民団体などが連携した商店活性化、コミュニティ形成の取り組みや、商工会や農業団体・農家などが連携した農業体験、食育体験などを支援します。</p> <p><平成 21～25 年度の間に実施した事業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・静地区の一部圃場や遊休農地を活用したヒマワリ栽培（瓜連地区） ・ひまわり開花時期のおもてなしイベント開催（瓜連地区） ・地区住民対象の栽培技術説明会開催（瓜連地区） ・「ひまわりフェスティバル」を活用した搾油、特産品販売（ヒマワリ油）（戸多・芳野地区） <p>※一部は「那珂市特産品展開事業」と組み合わせて実施</p> <p><事業の方向性（現況調査より）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域住民や各種団体と連携して実施する取り組みとして、今後も事業の育成・定着を図っていくべき。 ・地域資源を活用した特産品開発として今後も取り組みを継続し、住民・団体との連携をさらに強化して、事業の充実を図っていくべき。 	<p>全域</p>	<p>中・長期</p>

施策名	概要	実施エリア	実施時期
<p>地域発見事業</p> <p><前計画> 地域発見事業 (実施済)</p>	<p>・テーマを持った地域交流事業を支援します。</p> <p>・地域案内人の養成や、地区にちなんだ特産品の開発、販売を支援します。</p> <p><平成 21～25 年度の間に実施した事業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・紅花の試験栽培、圃場の公開（額田地区） ・「まちめぐりマップ」作成（額田地区） ・地区の史跡にちなんだ特産品の開発、販売（額田地区） <p><事業の方向性（現況調査より）></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業の継続・拡大は十分に検討を重ねるべき。 ・住民・団体の自主的な取り組みとして定着・継続できるよう、まちづくり委員会との連携強化や情報提供について支援を行って、事業の育成を図っていくべき。 ・既存の特産品販売を継続し、事業者数や商品数を増加させ、他事業との連携強化を図っていくべき。 	<p>全域</p>	<p>短期</p>

(3) リーディングプロジェクト

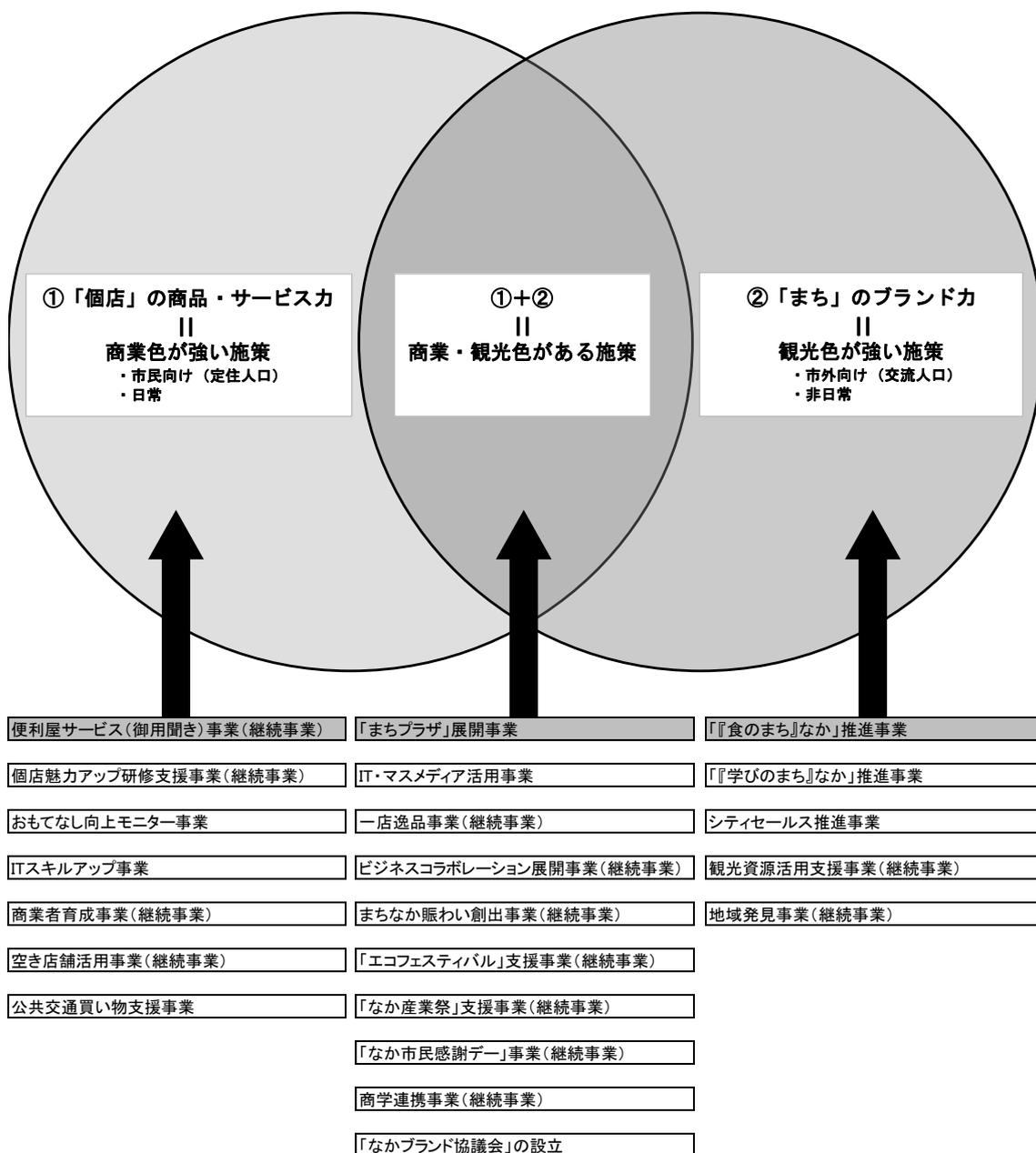
本計画を推進していく上で、全体をリードする商業振興施策を「リーディングプロジェクト」として位置付けます。

P43 で、必要な商業力として、①「個店」の商品・サービス・店舗力、②「まち」のブランド力を挙げました。

①に基づく施策は、「商業色が強い施策」（キーワード：市民向け（定住人口）、日常）、②に基づく施策は、「観光色が強い事業」（市外向け（交流人口）、非日常）と言い換えることができます。

提示した 22 の施策は①、②のいずれかに基づいた施策か、①、②の両方に基づいた施策となっており、以下のように分類されます。

【「必要な商業力」に基づく施策の分類】



そこで、「リーディングプロジェクト」は、以下の視点を踏まえ、①、②、①+②に分類した中から、各1つの施策を抽出しました。

- ◆商業機能を充実するために最も必要と考えられる施策
- ◆他の施策への波及効果が大きいと考えられる施策
- ◆那珂市らしさを出すために効果的と思われる施策

なお、施策を実施する上で情報発信が欠かせないことから、「IT・マスメディア活用事業」、「シティセールス推進事業」との連携を図っていきます。

1) 「まちプラザ」展開事業

那珂市商工会が菅谷地区で実施している一店逸品のアンテナショップ「ナカマロちゃんのお店」の事業を拡大し、一店逸品・特産品販売に加え、カフェ、コミュニティスペース、情報発信など様々な機能を併せ持つまちの拠点（「まちプラザ」）づくりを支援します。

「まちプラザ」は、公共施設や直売所、店舗、空き店舗・スペースなどを活用して実施します。

当事業の実施にあたっては、「空き店舗活用事業」、「一店逸品事業」、「ビジネスコラボレーション展開事業」との連携を図ります。

2) 便利屋サービス（御用聞き）事業

買い物弱者（高齢者、障がい者、商店僅少地域住民など）をはじめとした住民の買い物利便性を高めるため、住民の元に出向く「便利屋サービス（御用聞き）事業」を支援します。商品宅配に加え、様々な生活サービスも実施して、事業の付加価値を高めます。

当事業の支援にあたっては、「公共交通買い物支援事業」との連携を図ります。また、「個店魅力アップ研修支援事業」、「おもてなし向上モニター事業」、「ITスキルアップ事業」、「商業者育成事業」との連携を図ります。

3) 『食のまち』なか推進事業

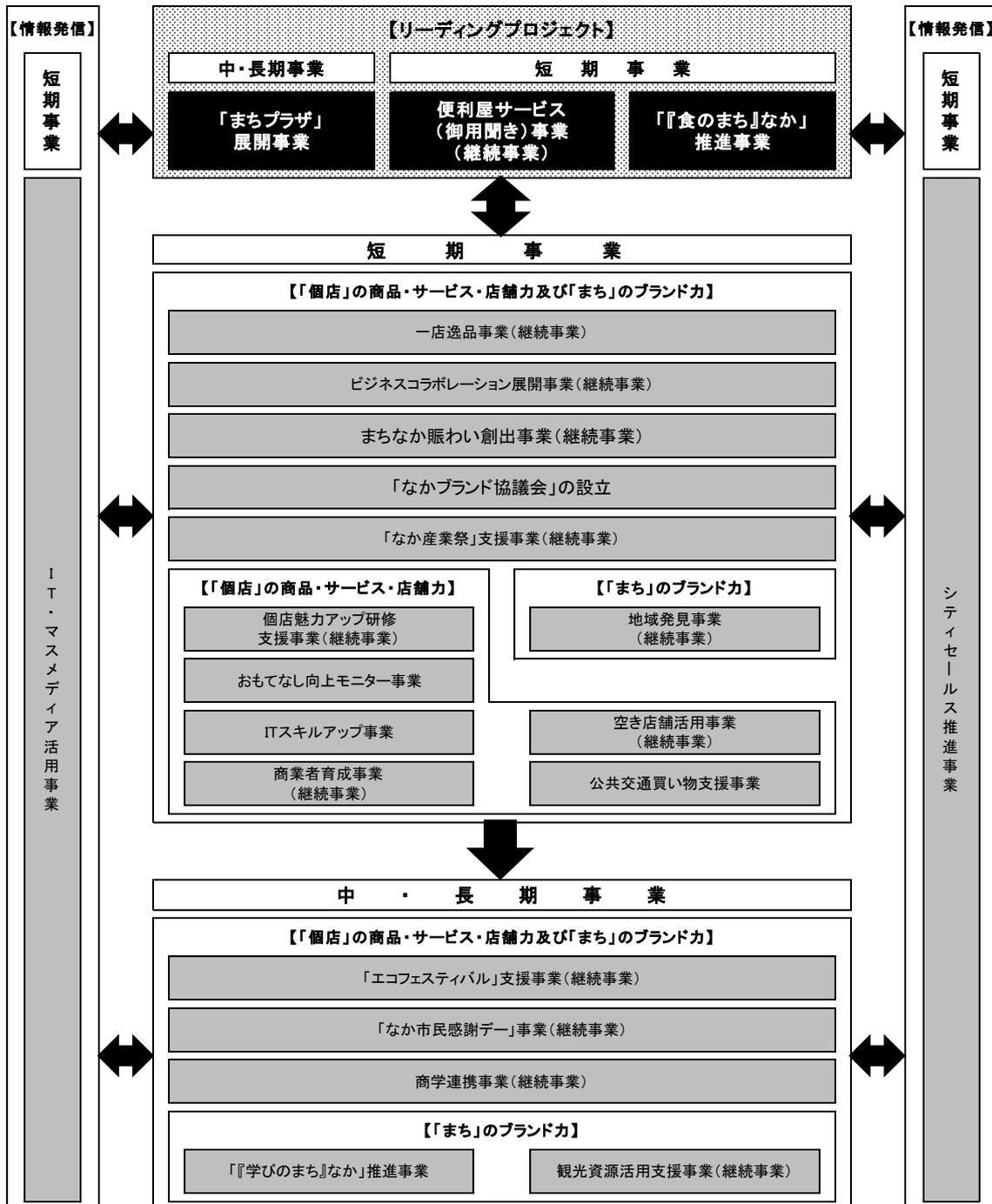
食のまちおこしは、既に存在する地域資源を活用でき、地元住民の理解が得られやすく、地域経済に及ぼす効果も大きいことから、全国各地で盛んに行われています。

那珂市においても、地域密着型の市内飲食店が多数存在することから、『食のまち』なか推進事業を実施して、飲食店舗やメニューなどを紹介したパンフレット、マップなどの作成によりPRを強化していきます。

また、「食」に関するテーマ（共通の食材・味・香り・色など）を設定し、那珂市らしい新しい食のまちづくりも検討します。

当事業の実施にあたっては、「まちなか賑わい創出事業」、「観光資源活用支援事業」との連携を図ります。

【商業振興施策の体系図】



(4) 施策推進のための実施主体と実施時期等

本計画の期間は、平成26年度から平成30年度までの5年間です。

個別事業の展開に際しては、市や商工会、市民、各種団体、学校などの連携が不可欠となります。

ここでは、施策ごとに事業主体を整理するとともに、実施時期や対象地区などについて再掲しています。

【施策推進のための実施主体・実施時期・対象地区】

施策の方向性	施策	前計画での有無		リーディングプロジェクト	実施主体			実施時期				対象地区					
		記載	実施		市	商工会	市民・団体・学校等	前計画からの継続事業		新規事業		全域	菅谷	瓜連	額田	バイパス	その他
								短期(1~2年以内)	中・長期(3年目以降)	短期(1~2年以内)	中・長期(3年目以降)						
魅力ある店舗づくりによる差別化支援	個店魅力アップ研修支援事業	○	○		商工観光課	○		○	⇒			○					
	おもてなし向上モニター事業				商工観光課	○				○	⇒	○					
ITの活用支援	ITスキルアップ事業				商工観光課	○				○	⇒	○					
若手経営者や後継者の育成支援	商業者育成事業	○			商工観光課	○		○	⇒			○					
空き店舗の有効活用	空き店舗活用事業	○	○		商工観光課	○		○	⇒			○					
まちの拠点づくり	「まちプラザ」展開事業			◎	商工観光課	○						○					
ITやマスメディアを活用した情報発信	IT・マスメディア活用事業				商工観光課	○				○	⇒	○					
オリジナルブランドの開発・販売支援	一店逸品事業	○	○		商工観光課	○		○	⇒			○					
	ビジネスコラボレーション展開事業	○	○		商工観光課 農政課	○	○	○	⇒			○					
付加価値の高いサービスの提供	便利屋サービス(御用聞き)事業	○		◎	商工観光課 社会福祉課	○	○	○	⇒			○					
シティプロモーションの展開	「『食のまち』なか」推進事業			◎	商工観光課 農政課	○				○	⇒	○					
	「『学びのまち』なか」推進事業				商工観光課	○	○					○					
	シティセールス展開事業				商工観光課 農政課	○				○	⇒	○					
各種イベントの開催及び開催支援	まちなか賑わい創出事業	○	○		商工観光課	○	○	○	⇒			○					
	「エコフェスティバル」支援事業	○			商工観光課 環境課	○	○		○			○					
	「なか産業祭」支援事業				商工観光課	○		○	⇒			○					
買い物を含む生活の足の確保	公共交通買い物支援事業				商工観光課 政策企画課	○				○	⇒	○					
個店と大型店の連携による商業の魅力向上	「なか市民感謝デー」事業	○			商工観光課	○			○			○					
若者ならではの発想を活かした商業振興	商業連携事業	○	○		商工観光課	○	○	○				○	○				○
まちのブランド化に向けたコンセンサスの場づくり	「なかブランド協議会」の設立				商工観光課 農政課	○	○			○	⇒	○					
観光資源との連携によるまちづくり	観光資源活用支援事業	○	○		商工観光課 市民協働課 農政課	○	○	○				○					
	地域発見事業	○	○		商工観光課	○	○	○	⇒			○					

2. 工業の振興方向・振興施策

(1) 工業の振興方向

1) 工業振興の基本方針

工業の価値向上による、豊かで活力あるまちの創造

那珂市は、工業が集積する日立市、ひたちなか市に隣接し、技術力の高い中小企業が存在し、常磐自動車道那珂 IC に近接するなど、立地上の強みがあります。

また、市内にある、独立行政法人日本原子力研究開発機構那珂核融合研究所は、世界有数の原子力研究の拠点です。こうした原子力研究機関やつくば市の研究機関と、那珂市、日立市、ひたちなか市の産業集積、支援機関などが連携し、県北地域、そして茨城県のものづくり産業の発展に貢献していくことが期待されています。

一方で、那珂市工業を取り巻く環境は厳しさを増していることから、「企業の経営基盤の強化」や「産業集積の形成」を図り、那珂市工業の「価値」を高めることで、まちの活力を維持・発展していかなければなりません。

「企業の経営基盤の強化」とは → 企業の経営力を高めること

- 技術力
- 品質
- 研究・開発力
- 販売力
- 人材力
- 情報伝達力
- 独自性（オンリーワン）
- ニーズ（短納期・低コストなど）への対応力

「産業集積の形成」のメリットは → 産業連関効果が高まる

- 市場・技術情報が入手しやすい
- 原材料や部品などの調達が容易になる
- 分業（水平・垂直）体制が図りやすい
- 同・異業種間の取引が活発になる
- 同・異業種間の研究・開発が活発になる
- 地域全体のイメージが向上する

2) 工業振興の基本戦略と施策の方向性

工業振興の基本方針や工業の課題から、4つの基本戦略と、基本戦略に基づく12の施策の方向性を抽出します。

なお、基本戦略を抽出するにあたっては、以下の3つの視点を重視しています。

◆市と企業の信頼関係の構築

市が主体となって、工業振興の主導的な役割を果たしていきます。

市は、企業との関係を密にして「顔の見える関係」づくりを進め、ニーズに合った施策を実行することで、お互いの信頼関係を構築していきます。

◆企業同士の交流の場の拡大

市内企業は、近隣地域を含めた他の企業と交流し、学び合い、刺激を受けることで、自社のイノベーションを実現し、工業活性化に寄与することが求められます。

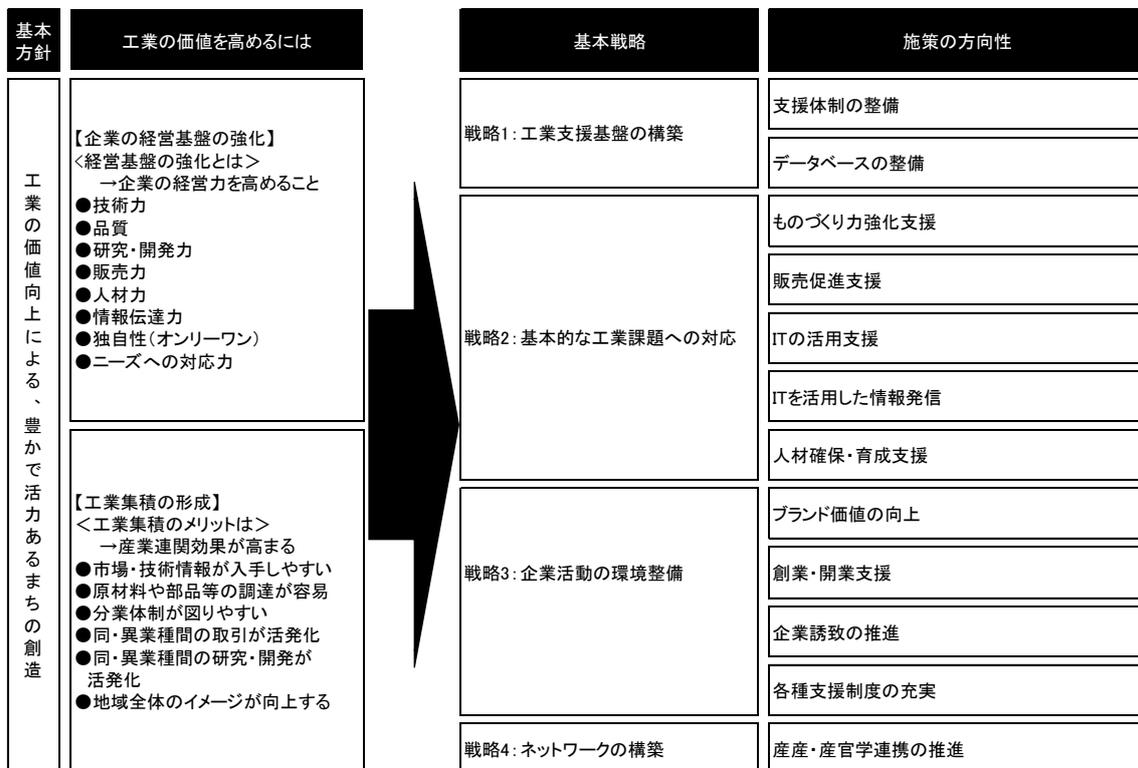
市では、市内内外の同業・異業種企業との交流の場づくりを積極的に進めます。

◆周辺自治体及び支援機関との連携

工業における技術革新の速さ、グローバル化の進展などを踏まえ、市では、工業振興にあたり自前主義に拘らず、近隣自治体と協力し合うことで、企業にとって実りある支援を進めます。

具体的には、日立市、ひたちなか市や、公益財団法人茨城県中小企業振興公社（水戸市）、公益財団法人日立地区産業支援センター（日立市）、株式会社ひたちなかテクノセンター（ひたちなか市）などの支援機関、水戸・日立・ひたちなか市内の工業高校、茨城大学工学部（日立市）、茨城工業高等専門学校（ひたちなか市）などとの協力関係を強化していきます。

【工業振興の基本戦略と施策の方向性 体系図】



◆戦略1：工業支援基盤の構築

<施策の方向性>

①支援体制の整備

市と企業と「顔の見える関係」づくりを進めるため、市の体制の整備を進めるとともに、国、県、市町村、各支援機関、専門家などと連携し、企業の様々な相談に応じるなど課題解決のための活動を実施します。

②データベースの整備

市内企業の詳細な実態やニーズなどを把握するため、企業の情報を収集し、データベース化します。

◆戦略2：基本的な工業課題への対応

<施策の方向性>

① ものづくり力強化支援

商工会や企業OBなどの専門家、各支援機関と連携し、企業の「現場力」の強化や、新技術・新製品開発などのための補助金制度の活用を支援します。

②販売促進支援

各種商談会・展示会などの情報を提供し、企業の販路開拓を支援します。

③ITの活用支援

IT（インターネットなど）の技術を活用した情報発信を支援します。

④ITを活用した情報発信

ポータルサイトを活用した市内企業の情報発信や、市内企業への情報提供を支援します。

⑤人材確保・育成支援

各支援機関や教育機関などと連携し、技術者・技能者、若手経営者・後継者などの育成や、企業の人材確保・定着を支援します。

◆戦略3：企業活動の環境整備

<施策の方向性>

①ブランド価値の向上

優良な工場や製品を認定し、市内企業の信用力向上と、ものづくりのブランド価値向上を支援します。

②創業・開業支援

各支援機関や専門家などと連携し、意欲ある経営者の創業・開業を支援します。

③企業誘致の推進

進出企業に関する情報収集を強化し、既往の分譲可能用地への誘致を推進するとともに、企業の受入体制を充実し、他の自治体との差別化を図ります。

④各種支援制度の利用促進

各種支援制度の利用促進のために情報発信を強化するとともに、市融資制度の利用促進を図ります。

◆戦略4：ネットワークの強化

<施策の方向性>

①産産・産官学連携の推進

産産・産官学連携により、新技術・新製品開発などや、交流会・勉強会などを通じた企業のイノベーションを支援します。

(2) 工業振興施策

4つの基本戦略、12の施策の方向性から、15の工業振興施策を提示します。

<注意点>

※実施時期は、「短期」が1～2年以内に事業展開し、「中・長期」が3年目以降に事業展開することを示している。

1) 工業支援基盤の構築

① 支援体制の整備

施策名	概要	実施時期
「ものづくりよろず相談窓口」事業	<ul style="list-style-type: none"> 企業の様々な相談などに応じる「ものづくりよろず相談窓口」を設置します。 企業からの相談などに直接対応する他、「ワンストップ・プラットフォーム機能」(※9)を果たすべく、国、県、市町村、各支援機関、専門家(企業OBなど)との連携を密にして、企業の新技術・新製品開発、新事業の展開、販路開拓などの様々な課題解決を支援します。 	短期

(※9) ワンストップ・プラットフォーム機能:「各主体の連携・ネットワークにより様々な相談に応じる際、最初の窓口(取次元)となる機能」と定義する。

<参考事例>

5名のコーディネーターが企業訪問 ～株式会社ひたちなかテクノセンター(茨城県ひたちなか市)

当センターは、ひたちなか市の委託事業として、「ひたちなか市産業活性化コーディネーター配置事業」を実施している。5名のコーディネーター(㈱日立製作所出身の技術者など)を配置し、市内企業を主対象とした技術相談、資金調達、販路拡大などの支援活動を行っている。コーディネーターは、企業に赴いて様々な悩みや課題を聴取し、直接・間接的に解決方を支援している。約400社の企業を複数回訪問しており、そのうち約200社は何らかの形でコーディネーターとの関わりがあり、さらに約100社はコーディネーターと頻繁に接触し、課題解決に取り組んでいる。

(詳細は資料を参照)

② データベースの整備

施策名	概要	実施時期
ものづくり企業データベース作成事業	<ul style="list-style-type: none"> 市内企業の概要、保有技術・設備、新事業・新製品、販路、事業承継、移転立地ニーズなどの情報を整理し、データベース化を図ります。 	短期

2) 基本的な工業課題への対応

①ものづくり力強化支援

施策名	概要	実施時期
ものづくり力改善・向上事業	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家（企業 OB など）と連携し、生産工程管理システムを構築し、生産性向上を中心とした「現場力」の強化を支援します。 ・新技術・製品開発などを進めたい企業を対象に、各支援機関と連携し、国や県などの補助金・助成金獲得に向けたセミナーや個別相談を支援します。 	中・長期

②販売促進支援

施策名	概要	実施時期
展示会等活用促進事業	<ul style="list-style-type: none"> ・国や茨城県、各支援機関、金融機関などが行う商談会・展示会・見本市などの情報を発信し、企業の販路開拓を支援します。 	中・長期

<参考事例>

県内中小企業への積極的な販売支援を展開 ～公益財団法人茨城県中小企業振興公社（茨城県水戸市）

当公社では、ビジネス情報交換会の開催、商談会・セミナーの開催、各種調査・情報提供、懇談会及び会議の開催、契約トラブルなど取引に関連した相談に対応する「下請けかけこみ寺事業」などを行っている。㈱日立製作所 OB などのビジネスコーディネーター4名、販路開拓コーディネーター3名、自動車産業支援コーディネーター1名の計8名を配置している。平成23年度は、コーディネーターが首都圏・隣接県の大手メーカー633社を訪問し、183件の発注案件を獲得、これを県内中小企業に斡旋した結果、64件（299百万円）の成約を得ている。また商談会は、全国や北関東3県などの企業が参加する広域商談会の他、中小企業が日野自動車㈱などの資材担当者へ自社技術をPRする提案型商談会、日立製作所グループ企業などの具体的な発注案件に対し受注機会を提供する特別商談会など、幅広く行っている。商談会を含めると、平成23年度の取引斡旋件数は1,287件、成約は138件（626百万円）となっている。

③ITの活用支援

施策名	概要	実施時期
ITスキルアップ事業	<ul style="list-style-type: none"> ・企業のホームページの作成・充実や、SNS（ソーシャルネットワークサービス）を活用した情報発信などを支援します。 	短期

④IT を活用した情報発信

施策名	概要	実施時期
ものづくりポータルサイト事業	・市内企業のデータベースをもとに、インターネット企業検索サイト「なかものづくりネット」を立ち上げ、積極的な情報発信や、市内企業への様々な情報提供を実施します。	中・長期

<参考事例>

<p>使い勝手のよい市内製造企業検索サイトを構築 ～ものづくりネット茅野（茅野市産業経済部商工課）（長野県茅野市）</p> <p>茅野市は、市内製造業に関する企業情報をデータベース化し、平成 15 年度からウェブサイト「ものづくりネット茅野」として情報発信を行っている。サイトの登録企業数は約 400 社で、企業名、営業内容、業種、主要加工技術が検索できるほか、工業振興に関する補助金、求人、工業用地、空き工場などの情報も掲載している。平成 25 年 4 月にシステムを再構築し、会員企業に ID とパスワードを発行して、企業内や企業同士で情報を共有することができる掲示板機能を追加した。新機能を追加した結果、トップページへのアクセス数は、再構築前に比べ 23 倍の月平均約 3 万 6 千件に急増している。</p> <p>（詳細は資料を参照）</p>

⑤人材確保・育成支援

施策名	概要	実施時期
技術・技能者育成支援事業	・支援機関などが実施する開発・設計をはじめとした技術者・技能者育成の研修などについて、情報提供などにより参加を支援します。	中・長期

施策名	概要	実施時期
経営者育成支援事業	・若手経営者・後継者などを対象に、ニーズに即した勉強会などの「学びの場」、「情報共有・交換の場」を提供するとともに、県や各支援機関などが主催する経営セミナーなどの情報提供により、経営力の向上を支援します。	中・長期

<参考事例>

<p>事業者の現場・経営改善、販路開拓 ～公益財団法人日立地区産業支援センター（茨城県日立市）</p> <p>当センターでは、人材育成を中心に支援事業を展開している。「工場力革新チーム塾」は、現場の改善を推進するチームを編成し、半年に亘り「実践力」、「現場力」の向上を図っている。また、「機械加工基礎研修」は、普通旋盤の操作技術やマシニングセンタ操作技術を学ぶ研修を実施している。</p> <p>（詳細は資料を参照）</p>

施策名	概要	実施時期
人材確保・ 定着支援事業	・各支援機関・教育機関などと連携し、現場見学ツアー、学生向け会社説明会などへの市内企業の参加などを促進し、ものづくり人材の確保・定着を支援します。	中・長期

<参考事例>

地域中小企業の人材確保・定着を支援 ～株式会社ひたちなかテクノセンター（茨城県ひたちなか市）

当センターは、平成25年度より、3ヶ年計画で「地域中小企業の人材確保・定着支援事業」を進めている。当センターと（公財）日立地区産業支援センターが中心となり、茨城大学、茨城工業高等専門学校、ハローワークなどと連携し、地元中小企業の若手人材の確保・育成の流れを確立し、若手人材の地域への定着が進むことを目指している。

（詳細は資料を参照）

3) 企業活動の環境整備

①ブランド価値の向上

施策名	概要	実施時期
優良工場・製品 認定事業	・優良な工場や製品を認定し、市内企業の信用力向上と、ものづくりのブランド価値向上を支援します。	中・長期

<参考事例>

「優良工場認定制度」を実施 ～水戸市産業経済部商工課（茨城県水戸市）

水戸市では、平成9年度から、周辺の環境に合致した施設整備を進め、魅力的で働きがいのある職場づくりを実践する市内の工場を「水戸市認定優良工場」として、認定・表彰する事業を行っている。対象となる工場は、市内で操業し、関係する許認可を受け、建築基準法・消防法などに適合している工場であることに加え、工場内外への配慮・工夫、社員の働く環境への配慮・工夫、経営、生産、技術への配慮・工夫、地域活動への取り組みなどの実施が条件となる。公募により申請受付を行い、書類審査・専門家による実施調査を経て審査会で審査をし、該当する工場などを認定する。認定事業所は、工場周辺設備などに関して水戸市から補助が受けられる。平成24年度末で認定されているのは23事業所で、事業者にとって、市の認定を得ることで対外的な信用力の向上に繋がっている。

施策名	概要	実施時期
ビジネスコラ レーション 展開事業	<ul style="list-style-type: none"> ・市内工業者の農業・商業との連携を促進するため、那珂産の農産物など地域資源を活用し、6次産業化や農商工観連携による特産品の開発を支援します。 ・特産品について、「なかブランド」としての認定を行います。 ・共同制作による食品の販売や、共同店舗の出店など、様々なコラボレーションの支援を検討します。 <p>（「商業振興施策」の項を参照）</p>	短期

②創業・開業支援

施策名	概要	実施時期
創業・開業 サポート事業	<ul style="list-style-type: none"> ・専門家などによる創業・開業資金確保のアドバイスや、支援機関などと連携したセミナーの開催などにより、意欲ある経営者の創業・開業を支援します。 	中・長期

③企業誘致の推進

施策名	概要	実施時期
ものづくり企業 等誘致事業	<ul style="list-style-type: none"> ・茨城県と協力し、進出意向企業の情報収集力を強化し、分譲用地には、先端科学関連企業の誘致を推進することで、市内の雇用維持・拡大を図ります。 ・進出企業の相談体制の整備や、上下水道の整備、子育て支援など、企業の受入体制を充実して、他の自治体の誘致戦略との差別化を図ります。 ・6次産業化の進展を踏まえ、食料品製造関連企業の誘致も推進します。 ・インターネットやDVDなどを活用し、PRを進めます。 	短期

④各種支援制度の利用促進

施策名	概要	実施時期
金融制度 活用推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ・金融支援の充実を図るとともに、ポータルサイトやメールマガジンなどを活用した各種制度に関する情報発信を強化します。 ・産業集積の維持及び拡大に向けて、市融資制度の利用促進を図ります。 	短期

4) ネットワークの構築

①産産・産官学連携の推進

施策名	概要	実施時期
なか コンソーシアム(※10) 事業	<ul style="list-style-type: none"> 企業と企業、企業と各支援機関及び大学などとのマッチングを図り、新技術・新製品開発などを推進します。 市内企業に、各支援機関が実施する企業の交流会や勉強会などの参加を促進し、企業のイノベーションを支援します。 	中・長期

(※10) コンソーシアム：特定の目的のために集まった共同体、共同連合体。

<参考事例>

試作に特化したバーチャルカンパニー ～京都試作ネット（京都府京都市）

「京都試作ネット」は、平成13年7月、京都府南部に所在する金属機械関連の中小企業が共同で立ち上げたバーチャルカンパニー（ネットワーク）で、メンバー企業は現在24社、「試作に特化したソリューション提供サービス」を専門としている。顧客の試作の依頼・相談は、全国から月に60～70件ある。「京都試作ネット」の売上高は、各社の売上高の数パーセントに過ぎないが、「京都試作ネット」で学んだことを自社に持ち帰ることで、それぞれの企業でイノベーションが図られている。メンバー企業は「京都試作ネット」を第一に考え、「京都試作ネット」のブランドを磨くことで、単独企業ではできない技術力や受注の確保を果たしている。

（詳細は資料を参照）

冬季オリンピックを目指す、モノづくり大田区からの挑戦 ～下町ボブスレープロジェクト（東京都大田区）

東京都大田区では、平成23年より、中小企業の有志で「下町ボブスレー」の製作に取り組んでいる。大田区はものづくりの町として有名だが、「B to B」の製品・部品が多いため、国内外へのPR向上が課題であった。そこで、初の国産ソリを製作し、平成26（2014）年のソチ冬季五輪日本代表ボブスレーチームを応援するプロジェクトを進めている。部品協力企業は33社、その他協力を含め約50社がプロジェクトに参加している。大田区や（公財）大田区産業振興協会が支援している。部品協力企業は無償で協力し、平成24年11月には、第1号の試作マシンが完成した。このプロジェクトにより新たな企業間ネットワークが構築され、社員のモチベーション向上など各企業の現場の活性化にも繋がっている。大田区では、下町ボブスレーにより世界に技術力を示し、欧米市場での受注獲得を目標としている。

なかネットワークシステム（NNS）を運営 ～株式会社ひたちなかテクノセンター（茨城県ひたちなか市）

NNSは、ひたちなか地域の技術革新・経営革新・研究開発に関わる「産学官公民」の交流の場で、人と人、技術と技術、知恵と知恵をつなぐネットワークとして平成16年5月に設立された。企業のニーズ・課題を解決するテーマごとの研究会や地域間企業交流会、展示会出展サポート、先進事例調査などを実施している。

（詳細は資料を参照）

「ひたち立志塾」を運営 ～公益財団法人日立地区産業支援センター（茨城県日立市）

当センターでは、塾生自らが経営課題を発掘し、その解決策を見出すことで時代の変化に即応できる力を醸成する、経営者・後継者の育成塾「ひたち立志塾」を運営している。（詳細は資料を参照）

(3) リーディングプロジェクト

本計画を推進していく中で、全体をリードする3つの施策を「リーディングプロジェクト」として位置付けます。

1) 「ものづくりよろず相談窓口」事業

那珂市としては、工業分野において初の計画となり、本計画期間は、工業の持続的成長を支援するため、基礎を固める期間に位置付けられます。

そこで、「ものづくりよろず相談窓口」を設置し、国、県、市町村、各支援機関、専門家（企業OBなど）と連携して企業の様々な相談などに応じることで、企業と市との信頼関係を強固なものにしていきます。

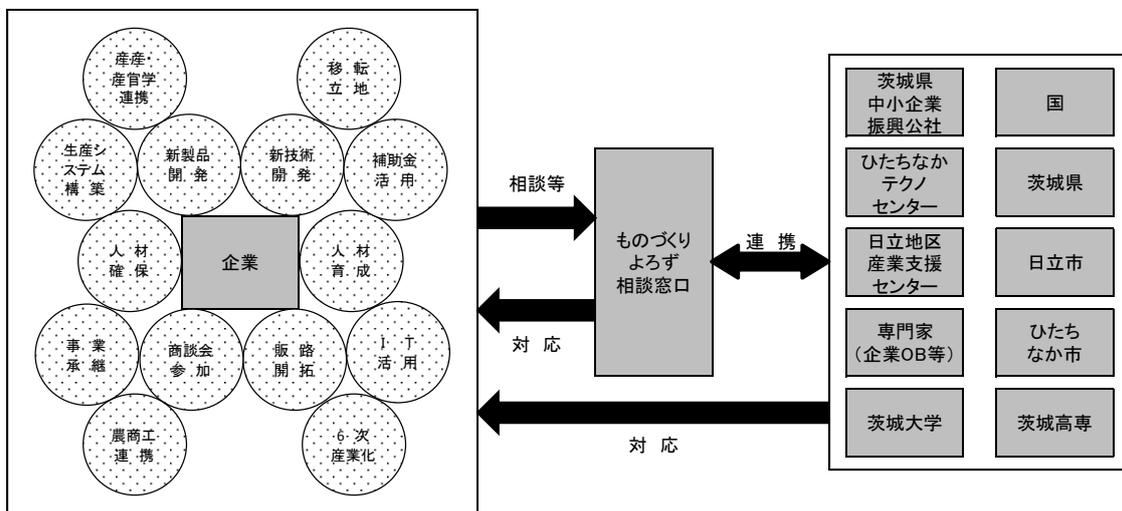
2) ものづくり企業データベース作成事業

市内企業の概要や保有技術・設備、新事業・新製品、販路、事業承継、移転立地ニーズなどの情報をデータベース化することで、市内企業の現状把握と、より効果的な企業支援の実現を図っていきます。

3) ものづくりポータルサイト構築事業

市内企業の情報を一元化したポータルサイトを起ち上げ、市内外に向けた企業PRを図るとともに、工業振興に関する補助金、求人、工業用地、空き工場など、市内外の企業にとってタイムリーかつ価値の高い様々な情報提供を図ります。

【「ものづくりよろず相談窓口」のイメージ】



(4) 施策推進のための実施主体と実施時期等

本計画の期間は、平成26年度から平成30年度までの5年間です。

個別事業の展開に際しては、市や商工会、各支援機関、茨城県などとの連携が不可欠となります。

ここでは、施策ごとに事業主体を整理するとともに、実施時期について再掲しています。

【施策推進のための実施主体・実施時期】

施策の方向性	施策	リーディングプロジェクト	実施主体				実施時期	
			市	商工会	各支援機関	その他	短期 (1～2年以内)	中・長期 (3年目以降)
支援体制の整備	「ものづくりよろず相談窓口」事業	◎	商工観光課	○	○	国 茨城県	○	⇒
データベースの整備	ものづくり企業データベース作成事業	◎	商工観光課	○			○	⇒
ものづくり力強化支援	ものづくり力改善・向上事業		商工観光課	○	○			○
販売促進支援	展示会等活用促進事業		商工観光課	○	○	茨城県 金融機関		○
ITの活用支援	ITスキルアップ事業		商工観光課	○			○	⇒
ITを活用した情報発信	ものづくりポータルサイト構築事業	◎	商工観光課	○	○			○
人材確保・育成支援	技術・技能者育成事業		商工観光課	○	○			○
	経営者育成支援事業		商工観光課	○	○			○
	人材確保・定着支援事業		商工観光課	○	○			○
ブランド価値の向上	優良工場・製品認定事業		商工観光課	○	○			○
	ビジネスコラボレーション展開事業(再掲)		商工観光課	○	○		○	⇒
創業・開業支援	創業・開業サポート事業		商工観光課	○	○			○
企業誘致の推進	ものづくり企業等誘致事業		商工観光課 政策企画課	○		茨城県	○	⇒
各種支援制度の充実	金融制度活用推進事業		商工観光課	○	○	金融機関	○	⇒
産産・産官学連携の推進	なかコンソーシアム事業		商工観光課	○	○	大学 高専		○