

政策課題分野 IV

産業振興による地域経済の活性化

IV-2 地域の特色を生かした産業の振興

商店や商店街が多様化する地域住民のニーズに十分応えられていないことや車社会の進展による郊外型大型店の立地などにより、商店街から活気やにぎわいが失われてきています。

また、一方では、社会経済情勢の変化に伴って、まちづくり、福祉、環境、教育など様々な地域社会の問題に住民自らが地域内の資源を活用して事業を興すことで、その解決に取り組む動きが出始めています。

このような状況を踏まえ、地域の活性化や人々の心豊かな生活を実現していくために、商店街の商業・コミュニティ機能の向上や、地域に根ざした新たな産業の振興が求められています。

さらに、神奈川の観光の現状を見ると、恵まれた立地や資源にもかかわらず、観光客数は全体として停滞、減少傾向にあります。

観光は、人々の心豊かな生活を実現するとともに、21世紀の成長産業のひとつになると期待されており、神奈川の地域の特色を生かした新たな観光の振興が求められています。

●地域に根ざした産業の新たな展開

地域社会の中心となる商店街の持つコミュニティ機能を大切にする考え方に立ち、魅力ある商店・商店街づくりを支援し、地域住民の消費生活にうるおいをもたらすとともに、地域の活気とにぎわいの再生を図るなど、市町村との連携による、まちづくりと一体となった総合的な商業地の活性化を促進します。

また、地域の活性化や新たな働く場づくりの視点に立って、地域の課題解決に取り組むコミュニティビジネス*1の創業を支援します。

●新しい体験型観光の推進

県内の各地域が持つ多彩な地域資源を活用し、神奈川らしい体験・学習型観光など新しい魅力づくりを進めることにより、国内外からの神奈川への集客を促進するとともに、県内製品の販路拡大に努めるなど、地域の活性化と一体となった新しいかながわのツーリズム*2を進めます。

戦略プロジェクト

26 地域に根ざした産業の振興

27 かながわツーリズムの推進

*1 コミュニティビジネス…現時点では明確な定義はありませんが、県では当面、地域の課題解決やニーズ充足のため、地域資源を活用しながら、地域住民自らが主体となって継続的に実施する地域密着型ビジネスとしています。

*2 ツーリズム…世界観光機関によれば、「ビジネスまたはレクリエーションを目的とする24時間以上1年未満の自宅からの旅」と定義されていますが、我が国では一般に「観光」と訳すことが多くなっています。

〈現状と課題〉

- ・ 県内の小売業の年間商品販売額が減少しています。
88,784億円 (1997年) → 84,643億円 (2002年)
- ・ 空き店舗の数が増加しています (商店街実態調査 (全商店街の約3割に当たる約400商店街が回答))。
566店舗 (2001年) → 1,077店舗 (2002年)



横浜橋通商店街

〈めざすすがた〉

身近な商店街が、物やサービスの提供にとどまらず、活気にとぎわいのある地域社会の中心となっているとともに、事業を通じて地域社会に貢献するコミュニティビジネスなど、地域に根ざした特色ある産業が生まれています。

〈目標〉

○サービス業新規求人数 (単年度)

(単位：人)

実績(2002)	現状(2003見込)	2004	2005	2006
99,834	102,000	106,000	112,000	119,000

(「労働市場速報」(神奈川県労働局)より)

○県内の小売業の年間商品販売額 (単年度)

(単位：億円)

実績(2002)	現状(2003見込)	2004	2005	2006
84,643	—	86,000	—	—

(「神奈川県商業統計調査結果報告」より 西暦は調査実施年を示す)

〈取り組む事業〉

地域経済を活性化し、地域住民の消費生活にうおいをもたらすために、環境の変化に対して果敢に挑戦し、魅力ある商店づくりに努力する事業者を支援するとともに、地域住民、各種地域組織、地元市町村などと連携を取りながら活力あるまちづくりやにぎわいのある商店街づくりに努める商店街団体などを支援します。また、創業セミナーや資金面を通じてコミュニティビジネスの創業などを支援します。

No.	構成事業	項目	単位	現状 (2003見込)	年度別目標		
					2004	2005	2006
1	地域住民に支持される商店・商店街づくりへの支援 空き店舗を活用した商店街の魅力づくりや計画的な商業地の整備への支援を充実します。	空き店舗の新規開業への支援 (県)	件	9	11	20	30
		商店街の施設整備への支援 (県)	件	17 (229)	20 (249)	20 (269)	25 (294)
2	中心市街地の商業活性化への支援 TMO*1の運営全般に関する的確な助言指導などを行う外部専門家を派遣し、TMO事業の円滑な推進を図ります。	TMOへの外部専門家の派遣への支援 (県)	件	3	2	5	5
3	コミュニティビジネスに対する創業などの支援 創業者の育成や資金面などを通じてコミュニティビジネスの振興に取り組みます。 また、創業セミナーなどにより、コミュニティビジネスに携わる創業者を育成します。	コミュニティビジネス創業セミナー受講者 (県・市町村・民間)	人	350	450	550	650

*1 TMO…Town Management Organization (タウンマネジメント機関) の略。地域を構成する様々な主体が参加するまちづくりの運営を横断的・総合的に企画調整し、中心市街地の活性化と維持に主体的に取り組む機関

27 かながわツーリズムの推進 (商工労働部)

〈現状と課題〉

- ・観光は特色ある地域づくりや交流を通じて、人々の心豊かな生活を実現するとともに、裾野の広い産業として21世紀の成長産業のひとつになると目されています。
- ・自然、歴史、文化などの多様な観光資源があり、首都圏の巨大マーケットや世界的な国際観光客の増加にもかかわらず、神奈川への観光客数は停滞、減少傾向にあります。

(160,652千人(1989年)→141,471千人(1998年)→148,950千人(2002年))



2002年W杯サッカー大会取材のために来日した報道陣を招待したメディアツアー(湯河原町 独歩の湯)

〈めざすすがた〉

神奈川の自然、歴史、文化などの多様な観光資源を生かした、人々にゆとりと豊かさを与える観光交流が行われることで国内外からの観光客が増加しています。

〈目標〉

○県内への年間入込観光客数(単年度※) (単位:千人)

実績(2002)	現状(2003見込)	2004	2005	2006
148,950	151,255	155,865	162,780	172,000

(「神奈川県入込観光客調査報告書」(神奈川県観光振興対策協議会)より)

〈取り組む事業〉

市町村、観光事業者などと連携して、神奈川の地域の特徴を生かした観光の魅力づくりを進めて、効果的な観光PR、情報提供を行うとともに、かながわ産品の販路拡大を促進し、人々にゆとりと豊かさを与える観光交流と地域の活性化と一体となった産業としての観光を振興します。

No.	構成事業	項目	単位	現状(2003見込)	年度別目標		
					2004	2005	2006
1	地域の特色を生かした観光魅力づくり モデル地区を設定した観光魅力づくり、産業観光や文化的建築物を巡る観光に加え、神奈川らしい体験・学習型観光の開発と観光イベント創造への支援などを通じて地域の特色を生かした観光魅力づくりを支援します。	モデル地区の設定 (県・市町村・民間)	地区	1	1	1	—
		モデル地区における誘客宣伝の実施 (県・市町村・民間)	地区	—	1	1	1
2	観光PR・観光情報の効果的な提供 県、市町村、民間が連携した共同観光キャンペーン、観光親善大使の活動、県内フィルムコミッション*1の連携・協力体制の整備などを通じて観光PR・観光情報の効果的な提供を支援します。	交通事業者などと連携した観光キャンペーンの実施 (県・市町村・民間)		—	実施	実施	実施
3	国外からの観光客の誘致の促進 国際観光テーマ地区推進協議会、首都圏の連携、国との連携などの広域連携により、国外に向けたプロモーション活動を進め、アフターコンベンション客をはじめとした国際観光客の誘致を促進します。	観光見本市への出展参加 (県・市町村・民間)	回	3	4	6	6
		海外旅行会社を招待したツアーの実施 (県・市町村・民間)	回	4	4	8	8
		メディアを活用した誘客宣伝の実施 (県・市町村・民間)	回	5	2	4	8
4	地域の魅力あふれる産品販売促進のしくみづくり インターネットの活用や共同観光キャンペーンと連携した観光物産展の充実強化、観光拠点における展示・販売場の新設を通じて、「かながわの名産100選」などのかながわ産品の販売を促進します。	県外における観光物産展の開催など (県・市町村・民間)	回	2	4	4	4
		かながわ産品eショップ*2への新規出展 (民間)	社	1	3	5	7

*1 フィルムコミッション…自治体や商工会議所が設置する映像制作を支援する非営利機関で、映画やTV番組などの撮影を誘致して幅広く支援を行う組織

*2 かながわ産品eショップ…(社)神奈川産業貿易振興協会が運営するインターネットを利用した、かながわ産品の通信販売をいいます。(社)神奈川産業貿易振興協会のホームページ⇒<http://www.ktpc.or.jp/>