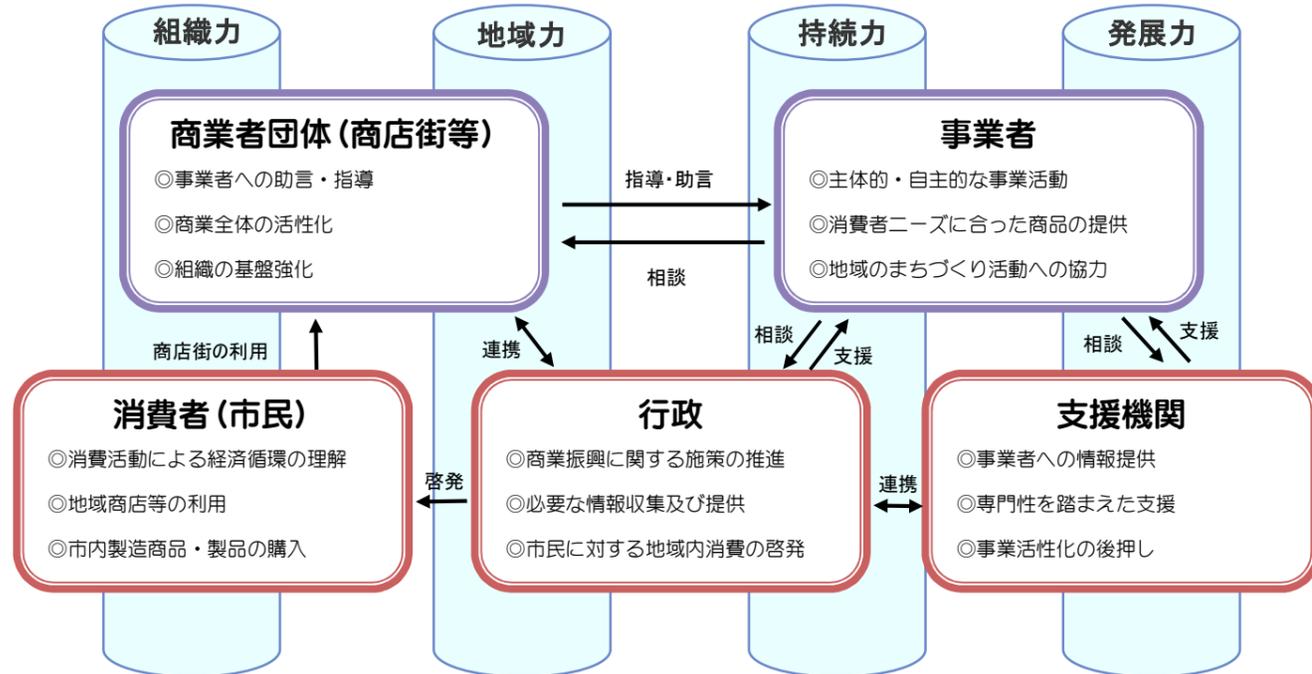


## 成果指標

| 対象     | 指標  | 現況値                   | 目標値                 | 目標値設定の考え方  |
|--------|---|-----------------------|---------------------|--|
| 計画全般   | 年間商品販売<br>(小売・卸売) 額<br>※商業労政課調べ(商業統計調査に基づく) | 13,090 億円<br>(2016)   | 13,090 億円<br>(2022) | 現況値の水準を維持する。   |
| 基本方針 1 | 会員数・組織率が増加した<br>商店街・団体の割合<br>※商業労政課調べ       | 30%<br>(2017)<br>※参考値 | 40%<br>(2022)       | 平成 30 年(2018 年)と比べて、会員数が増加若しくは組織率が増加した、商工会議所、商工会、商店街振興組合、商店街(市の補助対象団体)の割合を 40%とする。                                   |
| 基本方針 2 | 市が支援した買い物弱者<br>対策への取組み件数(累計)                | 0 件<br>(~2017)        | 3 件<br>(~2022)      | 市が連携や補助など支援することにより、買い物弱者支援への取組みに至った件数を、2022 年までに 3 件とする。   |
| 基本方針 3 | 市が支援した事業承継等<br>の件数(累計)                      | —                     | 60 件<br>(~2022)     | 「宮崎市事業承継支援事業」による事業承継及び M & A に関する支援を年間 10 件とし、平成 30 年(2018 年)からの 5 年間で 50 件とする。<br>※平成 29 年(2017 年)の件数を 10 件と見込む     |
| 基本方針 4 | 創業支援事業計画に基づ<br>く創業者数(累計)                    | 308 人<br>(~2016)      | 1,208 人<br>(~2022)  | 「宮崎市創業支援事業計画」に基づき、関係支援機関で支援し創業した者の数を年間 150 人とし、平成 30 年(2018 年)からの 5 年間で 750 人増とする。<br>※平成 29 年(2017 年)の件数を 150 件と見込む |

## 関係主体の役割



発行：平成 30 年(2018 年) 3 月 宮崎市  
 編集：宮崎市観光商工部商工戦略局商業労政課  
 〒880-8505 宮崎市橋通西一丁目 1 番 1 号  
 TEL:0985-21-1792 FAX:0985-28-6572

# 第三次宮崎市商業振興計画



概要版



## 第三次商業振興計画策定の趣旨

### ① 計画策定の目的

本市ではこれまで、商業振興に向けた体系的な取組みを推進するための指針として、二度にわたり「宮崎市商業振興ビジョン」を策定してきました。

〔 第一次ビジョン：平成 11 年度(1999 年度)～平成 19 年度(2007 年度)  
 第二次ビジョン：平成 20 年度(2008 年度)～平成 29 年度(2017 年度) 〕

近年、商業を取り巻く環境は目まぐるしく変化し、少子高齢化に伴う人口減少や経済のグローバル化、消費者ニーズの多様化など、対応すべき課題が山積しています。そこで、それらの課題に適切かつ的確に対処し、本市商業の振興を推進していくことを目的として、本計画を策定しました。併せて、より商業振興施策の具現化を図るために、従来の「商業振興ビジョン」から「商業振興計画」に名称を改めました。

### ② 計画期間

平成 30 年度(2018 年度)～2022 年度までの 5 年間

### ③ 計画の位置づけ

本計画は、「第五次宮崎市総合計画」の商業分野における個別計画であり、同総合計画のほか、関連計画である「第三次宮崎市工業振興計画」、「宮崎市まちなか活性化推進計画」、「宮崎市観光振興計画」、「宮崎市都市計画マスタープラン」等との整合性を図りました。

## 本市商業の現状と課題

### ① 「組織力」

- 会員増の団体と会員減の団体に二極化
- 顔の見える販売や、商店街等の一致団結が必要
- 商店街組織がマーケティング感覚を持つべき
- 地域課題解決に取り組む団体も出てきている
- 団体によって取組みや活動意識に差がある

### ② 「地域力」

- 地元の人が地元の店を利用することが求められている
- モノ消費からコト消費へ消費志向は変化している
- 高齢化により、シニア向けの個人消費が増加
- 買い物をする際は「車での移動のしやすさ」を重視
- 近年の大規模地震等を受けて、災害対策が今後重要

### ③ 「持続力」

- 人手不足、後継者問題が事業者の最大の課題
- 世代交代が比較的順調に行われている地域もある
- EC、消費者ニーズの変化への対策は進んでいない
- 本市人口が減少に転じ、マーケットが縮小傾向
- 事業所数等が減少し、商業全体が縮小傾向

### ④ 「発展力」

- 活力ある商業のためには、さらに戦略的展開が必要
- 卸売業は、外貨を稼ぐ産業へ成長する可能性がある
- 商業に「地産地消、地産外商」の考え方が必要
- 高齢者の購買意欲を掻き立てる刺激が必要
- 県外からの誘客による消費増加が望まれている

## 目指すべき将来像

「人の絆にあふれ、地域と商業がともに発展するまち」

基本方針

施策の方向性

施策の展開

施策項目

主な取組み

組織力

個店の連携と団結による、商店街・商業者団体の基盤強化

1. 商店街等の基盤強化

- ①商店街等ならではの魅力向上
- ②団体の活性化及び運営の適正化
- ③地域商業地の機能維持

- 郊外大型店舗との差別化 ●商店街の一体感の創出 ●魅力の発信
- 会員数増加 ●団体間の連携した取組み ●円滑な団体運営
- 商業の集積 ●回遊性の向上 ●地域商業地に対する理解向上

- ▶歳末大売出し ▶多彩な店舗構成 ▶学生等との連携
- ▶商店街への加入 ▶若い人材の団体運営参入
- ▶住民の地域商業地の利用促進 ▶店舗の維持及び誘致

2. 地域課題解決に向けた取組み

- ①課題解決に向けた調査研究
- ②情報の提供及び意見交換の実施

- 地域の実情に応じた対策の検討 ●モデル地区による事業実施
- 地域住民や事業者、行政など関係者による定期的な意見交換

- ▶買い物弱者支援のモデル事業 ▶他都市の取組みの視察・研究
- ▶行政と事業者団体、地域住民との意見交換 ▶先進事例などの情報提供

1. 魅力とにぎわいの創出

- ①にぎわいの創出及び地域活動への参画
- ②モノ消費からコト消費への転換
- ③中心市街地の魅力向上

- にぎわいの創出を図るためのイベントの開催
- 消費者が体験・参画できる商業の展開 ●商品のデザイン等の向上
- 飲食機能の充実 ●若者が集う仕掛けづくり ●公共空間の活用

- ▶イベント等の実施及び地域の祭りへの参加・協力
- ▶街ゼミ ▶職業体験の実施 ▶SNS 映えするデザインの考案
- ▶空き店舗解消 ▶アーケードや公園の活用 ▶よってんプラザ

2. 地域に密着した商業の展開

- ①地域の暮らしを支える商業の展開
- ②地域資源の活用と発信
- ③地域内での消費拡大

- 高齢者のニーズを踏まえた商業展開 ●買い物弱者支援
- 商品開発やイベントの実施 ●効果的な情報発信による誘客
- 個店間の連携強化と回遊性の向上 ●経済循環の仕組みづくり

- ▶シニア向け販売戦略の構築 ▶移動販売車等の導入
- ▶SNS を活用した情報発信 ▶アンテナショップの活用
- ▶地域通貨の導入検討 ▶スタンプラリー

3. 安全で快適な商業空間の創出

- ①快適で憩いのある商業空間づくり
- ②安全・安心で災害に強い商業地づくり

- 多世代が過ごしやすい商業空間整備 ●花と緑のまちづくり
- 顔の見える商店街づくり ●事業継続計画（BCP）の策定

- ▶トイレの整備 ▶ベンチ等休憩スペースの整備 ▶植栽活動
- ▶街路灯や防犯カメラの整備 ▶避難訓練の実施

4. 訪れやすい商業地づくり

- ①アクセス利便性と回遊性の向上
- ②全ての人にやさしい商業環境の整備

- 地域特性に応じた移動支援 ●駐車場を利用しやすい環境づくり
- ハード面でのバリアフリー ●外国人や子育て世代への環境整備

- ▶コミュニティバス等の運営支援 ▶コミュニティサイクル
- ▶福祉のまちづくり条例 ▶看板の外国語表記 ▶授乳室等の整備

持続力

時代や環境の変化に柔軟に対応できる、持続可能な商業の推進

1. 人材の育成・確保

- ①地域経済を担う商業人材の育成と確保
- ②事業承継及びM & Aの推進
- ③若い世代の商業への関心向上

- 受講しやすい環境での研修実施 ●若手事業者団体の活性化
- 事業承継やM & Aの早期検討 ●関係団体との連携した取組み
- 高校生が商業に触れる機会づくり ●宮崎で働く人々の魅力発信

- ▶研修・セミナーの開催 ▶ひとづくり事業 ▶就職説明会
- ▶後継者人材バンク ▶セミナー開催 ▶関係機関連絡会議
- ▶みらい・ときめきワークライフ推進事業 ▶高校生商店街等の開催

2. 経営基盤の強化

- ①金融支援による経営安定化
- ②経営相談体制の強化
- ③経営指導及び経営発達支援

- 専門的視点による適切な資金調達 ●融資制度の充実・強化
- 支援機関の相談資質の向上 ●相談窓口等における専門性の向上
- 経営発達支援計画に基づく取組み ●専門家による経営指導

- ▶制度融資の実施・信用保証料助成 ▶クラウドファンディング
- ▶商工団体による相談体制の整備 ▶相談窓口のワンストップ化
- ▶専門家派遣の実施 ▶経営改善普及事業の実施

1. 創業支援及び他産業との連携

- ①創業及び第二創業の支援
- ②産業間・産学官連携による新事業展開

- 創業支援事業計画に基づく連携した取組み ●創業マインド醸成
- 農業等との連携 ●学生アイデアの活用 ●ビジネスマッチング

- ▶創業サポート室の運営 ▶創業セミナーの開催
- ▶産業祭や異業種交流会の開催 ▶コワーキングスペース

2. ブランド力の向上

- ①外貨を稼ぐ販路開拓及び拡大
- ②観光誘客及びインバウンド対策
- ③ニシタチと食文化の発信

- 専門機関の活用 ●販路拡大に取り組みやすい環境整備
- 免税制度の活用 ●スポーツランドと連携した取組み
- 観光誘客の取組みとの連携 ●ニシタチの更なるブランド化

- ▶商談会やセミナーの開催 ▶ふるさと納税の活用
- ▶商品やメニューの多言語表記 ▶スポーツキャンプでの販促活動
- ▶PR 動画の活用 ▶アンテナショップ活用 ▶物産展の開催

3. 戦略的な攻めの事業展開

- ①ニーズに対応した商品・サービス開発(マーケットイン)
- ②"マチナカ3000"プロジェクトとの連動
- ③ICTの戦略的な活用
- ④物流の効率化及び多様化への対応

- 消費者ニーズに対応した商品づくりなど ●農工商連携による商品開発
- 就業者のニーズに合った商業展開 ●誘致企業と事業者、商店街の連動
- ICT を活用した事業の効率化 ●インターネット販売の取組み
- 空港や港、高速道路へのアクセス上の利点を生かした物流の推進

- ▶関係団体への取組み支援 ▶ブラッシュアップセミナー
- ▶誘致企業との業務提携 ▶誘致企業と事業者の交流
- ▶ICT 活用に関するセミナー等の開催やアドバイザー等の派遣
- ▶関係機関との連携体制の構築 ▶輸送費用の支援

発展力

新たな事業にチャレンジできる、ヒト・モノ・カネを呼び込む商業の推進