

## 第6章 産業振興

農業、商業、工業、観光などバランスのとれた産業振興を図り、にぎわいと活力のあるまちづくりを進めます。

28. 農業

29. 商工業

30. 観光

## 基本施策28 農業

担当 農政課

### ◆目指す姿

農業の担い手の育成などにより農業経営の安定化が図られています。

食の安全・安心や食育に対する市民の意識向上が図られ、地産地消が推進されています。  
農業への関心が高まり、市民が農業にふれあう場所や実習する機会が充実しています。

### ◆目標値

指 標	単 位	現状値	H21	H22	H23	H24	目 標 値	
							H25	H30
認定農業者数	人	19	19	19	-	-	22	25
			→	→	-	-		
家庭菜園を行っている、または行いたいと考えている市民の割合	%	52.2	57.4	55.4	-	-	58	63
			↗	↘	-	-		
身近な地域で採れた農産物を買うように心がけている市民の割合	%	58.2	58.4	60.0	-	-	65	80
			↗	↗	-	-		

### ◆計画の体系

基本施策	施策の展開方向	戦略計画	
28 農業	1 効率的・安定的な農業経営の促進を図る	5-3	
	2 農地の保全に努める	3-3	
	3 農業にふれあう場の整備を進める	3-3	4-3
	4 地産地消の環境づくりを進める	1-3	4-2
		5-3	
	5 農業用施設の整備を進める	1-1	5-3

### ◆主な計画事業

事業名	事業概要	事業費(千円) H23~H25
(仮称)農業公園整備事業 【農政課】	食育と環境学習をテーマにした農業公園の整備を進める。	103,000
水質保全対策事業 【農政課】	合瀬川水系の用水をパイプライン化し、排水との分離を図る。	51,000
ため池整備事業 【農政課】	雨水流出抑制対策として、ため池整備などを進める。	111,000

## 基本施策29 商工業

担当 商工課・企業立地推進室

### ◆目指す姿

魅力ある商店街づくりや積極的な企業誘致、既存産業の近代化・高度化などの推進により、社会経済を支える商工業の振興が図られています。

職業相談などの雇用対策体制が充実しています。また、市内事業所の就業環境が向上し、勤労者が健康にいきいきと働いています。

### ◆目標値

指 標	単 位	現状値	H21	H22	H23	H24	目 標 値	
							H25	H30
年間商品販売額	億円	7,091	※	-	-	-	7,304	7,481
			-	-	-	-		
製造品出荷額等の額 (従業者4人以上の事業所)	億円	12,223	13,834	※	-	-	12,529	12,834
			↗	-	-	-		
製造業の事業所における従業者数 (従業者4人以上の事業所)	人	35,427	38,362	※	-	-	35,900	36,400
			↗	-	-	-		

※本指標については、現時点で算出されていない。

### ◆計画の体系

基本施策	施策の展開方向	戦略計画	
29 商工業	1 商店街を再生する	3-3	5-3
	2 工業用地の整備と企業誘致を推進する	5-3	
	3 既存商工業の近代化・高度化を推進する	5-1	5-3
	4 雇用対策・勤労者福祉を充実する	2-3	5-3

### ◆主な計画事業

事業名	事業概要	事業費(千円) H23~H25
勤労センター施設管理事業 【商工課】	老朽化した宿泊施設の内装及び浴室の改修を行う。	50,000
金融支援対策事業 【商工課】	中小企業の事業者に対し、保証料の全部又は一部を助成する。	290,000
産業活性化事業 【商工課】	H14~22年度に限定していた市内中小企業の経営基盤強化のための助成をH23年度まで1年延長する。	25,000
小売業支援事業 【商工課】	地域限定商品券発行事業に係る経費の一部を助成する。	4,500
企業立地推進事業 【企業立地推進室】	高度先端産業に係る新設又は増設を行う中小企業者に対し、費用の一部を助成する。	600,000

## 基本施策30 観光

担当 商工課

### ◆目指す姿

観光協会を中心に市民や企業との連携により、既存の観光資源の活用や本市の特性を活かした新しい観光資源の掘り起こしなど、小牧らしい観光振興が図られています。また、観光の振興により小牧山をはじめとする観光資源とともに本市の魅力や知名度が向上しています。

### ◆目標値

指 標	単 位	現状値	H21	H22	H23	H24	目 標 値	
							H25	H30
観光協会推奨品数	品	47	47	47	-	-	50	53
			→	→	-	-		
観光協会会員数	人	99	105	103	-	-	110	120
			↗	↘	-	-		
小牧の特産品、名産品を知っている市民の割合	%	47.0	45.6	46.2	-	-	52	57
			↘	↗	-	-		

※「推奨品選定会」に基づく指標であり、選定会の開催が2年に1度である。

(次回は平成22年度調査実施予定)

### ◆計画の体系

基本施策	施策の展開方向	戦略計画	
30 観光	1 観光資源を活用する	3-1	5-3
	2 観光推進体制を強化する	3-1	5-3
	3 自然環境を活用する	3-1	3-3