

# 平成25年度施策評価シート

基本施策	時代の流れに対応した活力ある工業の振興を図る		
総合計画での位置付け	政策	4	「にぎわい」のあるまちをめざして
	分野	6	工業
主要な計画	・産業振興計画		
基本施策を実施する背景や課題・目的	<p>・本市には、飛騨の匠の技術と伝統を活かした木製家具などの木材関連工業や、国の伝統的工芸品に指定されている飛騨春慶や一位一刀彫などがある。工業統計によると本市における小規模事業所数は減少傾向、市全体の製造品出荷額も減少傾向にある。高速交通化・国際化・情報化・技術革新など時代の潮流に加え、経済情勢の変化にともなう需要の低迷など工業をとりまく環境は厳しい状況にある。</p> <p>・本施策は、豊かで安定した市民生活を営むことのできる基盤として、地域の資源や特性を活かした産業が活発な「にぎわい」のあるまちづくりをすすめるため、時代の流れに対応した活力ある工業の振興を図ることを目的としている。</p>		

## 1 概要

施策	目的	施策の内容	対象	施策の内容の目的	これまでの取り組み	担当 部署
1 経営 体質 の 強化	時代の潮流や社会情勢の変化に対応できるように企業の経営体質の強化を図る。	ア 企業経営に対する支援	市内中小企業者、新規開業希望者	中小企業者の経営安定化により事業者の廃業率が低下し、事業所数、出荷額等が増加する	・商工会議所、商工会と連携し、事業者の経営相談等に取り組んでいる。 ・中小企業者に対する市制度融資の拡充や、利子・保証料補給制度の拡充、国県制度融資利用者に対する利子補給制度等の拡充、プレミアム付き商品券事業等を行い、事業者の経営の安定化、積極的な事業展開を支援している。	商工 観光 部
		イ 企業経営における情報通信技術の活用や人材育成などに対する支援	産業団体、技術習得者	伝統産業の従業者数を維持する	・地域ブランドの確立のための人材育成やIT活用の取り組みに対して、飛騨高山ブランド振興事業補助金の活用をPRしている。 ・伝統産業の後継者育成のため、飛騨の匠育成事業補助金等により支援を行っている。	商工 観光 部
		ウ 販路の拡大	市内中小企業者	特産品の販路が拡大し、地場産業の出荷額等が増加する	・都市圏における物産展開催や味まつり等にかかる経費の一部を助成し、地場産品を積極的に販売・PRし、販路の拡大を図っている。 ・国内外で開催される見本市等へ出展する産業団体に対して、飛騨高山ブランド振興事業補助金により経費の一部を助成し、積極的な事業展開の推進、販路の拡大を図っている。	商工 観光 部
		エ 消費者ニーズをとらえた魅力ある製品の開発	市内中小企業者	新製品の開発等に取り組む事業者等が増加する	・産学官連携等促進事業補助金により、事業者が大学や研究機関、異業種等と連携して行う新商品、新技術等の研究開発事業にかかる経費の一部を助成し、取り組みを促進している。 ・飛騨高山ブランド振興事業補助金により、産業団体等が行う新商品開発事業等にかかる経費の一部を助成し、取り組みを促進している。	商工 観光 部
		オ 特色ある資源を活かしブランドの強化	産業団体	飛騨高山ブランドの強化に取り組む産業団体が増加する	・伝統的工芸品産業や木工産業の振興のため、産業団体に取り組む事業等に対し、経費の一部を助成し、ブランド力の強化に向けた取り組み等を促進している。	商工 観光 部
		カ 地元産土産品や特産品のパッケージなどのデザイン向上	市内中小企業者	特産品をはじめとする地場産品が多く開発される	・土産品振興奨励審査会を開催し、新作土産品及び推奨土産品を審査・公表し、パッケージデザイン等も含めた特産品等の品質の向上を図っている。	商工 観光 部
		キ 伝統的工芸品産業の後継者育成に対する助成、原材料の確保に対する支援	伝統的工芸品産業団体、技術習得者	伝統的工芸品産業の事業所数、従事者数、出荷額等を維持する	・伝統的工芸品産業の後継者育成のための助成制度、原材料の確保のための資金の無利子貸付等を実施し、産業の振興を図っている。	商工 観光 部

2	企業誘致の推進	企業の誘致により、雇用の創出を図る。	ア	全国でもトップレベルの優遇制度による企業の誘致	市民、特に若年層及びUターン就職希望者	・新たな雇用先が創出される。	・企業誘致優遇制度創設後、企業誘致を積極的に推進し、新たな雇用の場を確保している。 ・清見造成地については、平成24年に工場と太陽光発電施設を誘致した。	商工観光部
			イ	企業誘致に適した土地の確保や基盤整備	市民、特に若年層及びUターン就職希望者	・新たな雇用先が創出される。	・問い合わせ企業に対し、立地に適した土地の情報を提供するため、随時情報収集を行っている。	商工観光部
3	あらたな工業の創出	あらたな工業の創出により、雇用の創出を図る。	ア	時代の流れに対応して成長が期待される分野における工業の振興	市民、特に若年層及びUターン就職希望者	・新たな雇用先が創出される。	・情報社会が進展するなか成長が期待されるコールセンターの誘致に対し支援を行うなど、今まで市内にない企業の進出を促進するとともに、地元資源を生かした新たな企業の立地に対して支援を行っている。	商工観光部
			イ	起業や新分野進出に対する助成	市内中小企業者、新規開業希望者	市内の開業率が増加する。	・起業家の育成・支援、新分野への進出促進のため、市創業支援資金融資制度を実施し、資金提供を行うとともに、県創業支援資金融資の利用者に対しても利子補給を実施し支援している。	商工観光部

## 2 指標の推移

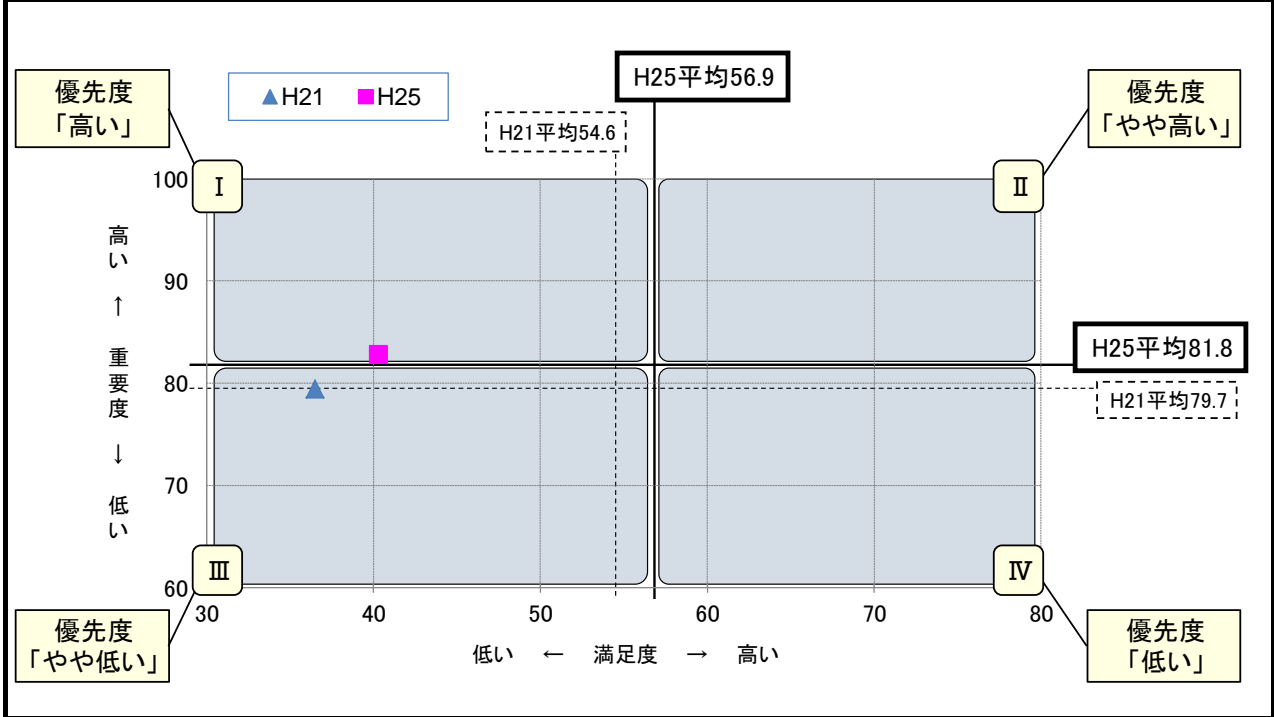
指標名	単位	関連 施策	好まし い 方向	H21	H22	H23	H24	目標	指標値の把握方法 目標値設定の考え方
商工会議所の会員数	事業所	1-ア	↑	2,575	2,530	2,499	2,441		商工会議所の事業報告書により把握
商工会の会員数	事業所	1-ア	↑	1,251	1,224	1,204	1,204		商工会の事業報告書により把握
市内開業率	%	1-ア	↑	2.6					H21経済センサスにより把握
市内廃業率	%	1-ア 3-エ	↑	5.5					H21経済センサスにより把握
市制度融資の利用件数	件	1-ア 3-エ	↑	460	367	468	439	440	市内中小企業者を取り巻く経済情勢に大きな変化がないため、H24年度実績及びH25年度予算積算数値をもとに設定
県制度融資利用者への利子補給件数	件	1-ア 3-エ	↑	277	603	1,019	1,110	820	H22及びH23実績の平均値を目標とする
日本政策金融公庫融資利用者への利子補給件数	件	1-ア	↑	55	73	116	118	126	経営環境変化資金については、26件で受付終了。小規模事業者経営改善100件については、過去の実績を踏まえて設定
プレミアム付き商品券事業における経済波及効果	千円	1-ア	↑	-	-	-	337,000		
市内の製造品出荷額等	億円	1-ア～ キ	↑	1,234	1,158	1,059	1,036	1,600	産業振興計画の目標値
木工関係業種の製造品出荷額等	億円	1-ア～ キ	↑	153.5	147.5	131.3	123.6		工業統計により把握
特産品の製造品出荷額等	億円	1-ア～ キ	↑	62.6	74.4	55.5	53.6		工業統計により把握
伝統的工芸品産業の技術習得研修者数	人	1-イ	↑	2	1	0	0	2	過去の実績を基に、年間2人を目標とする
木工芸術スクール(木工・建築意匠科建築コース)入校者等の数	人	1-イ	↑	2	0	0	2	2	過去の実績を基に、年間2人を目標とする
木工関係業種の従業者数	人	1-イ	↑	1,416	1,343	1,252	1,225		工業統計により把握
特産品の従業者数	人	1-イ	↑	711	709	665	657		工業統計により把握

飛騨春慶、一位一刀彫の組合員数	人	1-イ	↑	89	82	79	76		各組合の総会資料により把握
飛騨高山展における売上(高山市分)	千円	1-ウ	↑	93,853	64,176	112,081	100,750	120,000	横浜高島屋:4,000万円 名古屋松坂屋:3,000万円 神戸そごう:3,000万円 岐阜高島屋:2,000万円
観光客が高山を知った媒体に占める物産展の割合(観光統計のアンケート結果)	%	1-ウ	↑	2.20	2.33	1.85	1.64	3.00	過去10年間で最も高い数値2.90%をもとに3%を設定
飛騨の味まつり来場者数	人	1-ウ	↑	73,000	87,000	82,000	104,000	100,000	過去5年間で最も高い数値104,000人をもとに設定
飛騨・高山暮らしと家具の祭典来場者数	人	1-ウ	↑	39,022	35,947	38,251	36,157	40,000	過去5年間で最も高い数値39,022人をもとに設定
飛騨高山ブランド振興事業補助金による海外展示会における商談・情報収集件数	件	1-ウ	↑	282	152	251	345	300	過去の実績をもとに、海外展示会1回あたり150件の商談・情報収集件数を目標とする。
飛騨高山ブランド振興事業補助金による新商品開発助成件数	件	1-エ	↑	0	0	0	2	2	過去の実績をもとに、年間2件を目標とする
産学官連携等促進事業補助金による大学等との連携件数	件	1-オ	↑	0	0	0	2	2	過去の実績をもとに、年間2件を目標とする
高山市推奨土産品の登録件数	件	1-カ	↑	182	185	207	213	300	年間の登録件数100件(3年間有効)、年度ごとの登録件数の合計300件を目標とする。
漆器・漆器木地・一位一刀彫の製造品出荷額等	億円	1-キ	→	10.6	12.5	8.7	8.7		工業統計により把握
企業立地助成制度に基づく立地件数	件	2-ア	↑	2	1	7	1	1	毎年1件以上の立地を目標とする。 経済活力の状況や雇用状況を端的に表す指標であるため
雇用促進助成金対象従業員数	人	2-ア	↑	154	221	284	423		実績値
企業訪問・立地相談件数	件	2-イ	↑	74	269	335	344		実績値

担当部局	補足説明
商工観光部	<ul style="list-style-type: none"> <li>・立地件数は、増移設も含む。</li> <li>・商工会議所の会員数は、各年3月末日の状況としている。</li> <li>・商工会の会員数は、各年4月1日の状況としている。</li> <li>・市制度融資の利用件数は、各年度内における創業支援資金融資、小口融資、経営安定特別資金融資(震災枠含む)、設備近代化資金貸付金の新規貸付件数の合計としている。</li> <li>・県制度融資利用者への利子補給件数は、各年度内における創業支援補助金、産業活性化・経営合理化支援補助金、中小企業福祉・子育て・環境保全推進支援補助金、経済変動対策支援補助金の交付件数の合計としている。</li> <li>・日本政策金融公庫融資利用者への利子補給件数は、各年度内における小規模事業者経営改善資金利子補給金、経営環境変化資金利子補給金の交付件数の合計としている。</li> <li>・経済センサスの数値は、H21年度調査結果が最新である。</li> <li>・伝統的工芸品産業の技術習得研修者は、販売高の減少、原材料の不足等の影響により、ここ数年対象者が無い状況が続いている。</li> <li>・市内の市推奨土産品等の登録件数の増加を図るため、平成25年度から土産品振興奨励審査会の開催回数を年1回から年2回に変更している。</li> <li>・飛騨高山ブランド振興事業補助金の活用による新商品開発を促進するため、平成24年度から補助率、補助限度額の拡充を図った結果、平成24年度は2件の利用があった。</li> <li>・各産業の従業者数、製造品出荷額等は、各年度に公表した工業統計の数値で、基礎となるデータは各年度の2年前の工業統計数値である。</li> <li>・企業訪問、立地相談件数の目標値が無いのは、各年度ごとに活動方法を検討し、実施していることにより目標設定が困難であるため</li> </ul>

3 市民アンケートの結果

		現在の「満足度」		今後の「重要度」		市民満足度を高めるために改善等を行う優先度	
H21 (前回)	点数	36.5	(平均) (54.6)	79.4	(平均) (79.7)	Ⅲ	やや低い
	順位	42施策中 41 番目		42施策中 23 番目			
H25 (今回)	点数	40.3	(平均) (56.9)	82.8	(平均) (81.8)	Ⅰ	高い
	順位	43施策中 42 番目		43施策中 20 番目			



※「満足度」、「重要度」・・・まちづくり市民アンケートに対する各項目の回答件数をもとに点数化した数値

$$\text{満足度} = \frac{(\text{満足}) \times (50) + (\text{やや満足}) \times (25) + (\text{やや不満}) \times (-25) + (\text{不満}) \times (-50)}{(\text{回答数}) - \{(\text{分からない}) + (\text{無回答})\}} + 50$$

$$\text{重要度} = \frac{(\text{重要}) \times (50) + (\text{やや重要}) \times (25) + (\text{あまり重要でない}) \times (-25) + (\text{重要でない}) \times (-50)}{(\text{回答数}) - \{(\text{分からない}) + (\text{無回答})\}} + 50$$

※市民満足度を高めるために改善等を行う優先度

「満足度」が平均未満で「重要度」が平均以上の施策	→	Ⅰ 優先度が「高い」
「満足度」が平均以上で「重要度」が平均以上の施策	→	Ⅱ 優先度が「やや高い」
「満足度」が平均未満で「重要度」が平均未満の施策	→	Ⅲ 優先度が「やや低い」
「満足度」が平均以上で「重要度」が平均未満の施策	→	Ⅳ 優先度が「低い」

4 一次評価(担当部局による評価)

担当部局		商工観光部	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
経営体質の強化	企業経営に対する支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工会議所、商工会と連携し、事業者の経営相談を行い、多くの企業の経営の安定化につながった。</li> <li>・中小企業者に対する市制度融資の拡充や、利子・保証料補給制度の拡充、国県制度融資利用者に対する利子補給制度等の拡充を行い、多くの企業の経営の安定化につながった。</li> <li>・プレミアム付き商品券事業による経済波及効果は、約3億3,700万円で、アンケート調査結果によると約44.7%の企業において売上の維持・増加につながった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者のニーズに合わせて、商工会議所、商工会との連携をすすめ、相談機能の更なる充実を図る。</li> <li>・景気対策として実施している利子補給事業については、今後の景気の動向を踏まえ、事業の継続について検討する。</li> <li>・地域経済活性化の観点から支援が必要と判断される業種に対し、状況に応じた効果的な施策を重点的に投入していく必要がある。</li> </ul>
	企業経営における情報通信技術の活用や人材育成などに対する支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域ブランドの確立のための人材育成やIT活用の取り組みに対して、飛騨高山ブランド振興事業補助金の支援制度の活用をPRしたが、IT活用や人材育成の補助メニューでの利用はない。</li> <li>・伝統産業の後継者育成のため、飛騨の匠育成事業補助金等により支援を行ったが、後継者不足、職人の高齢化に歯止めがかかっていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・制度利用の促進に向けて、広報等により助成制度の更なる周知を行っていく。</li> <li>・伝統産業の後継者問題は、販売高の減少や生活様式の変化などのさまざまな課題とともに総合的に対応策を検討していく必要があるため、国県も含めた官民の連携を密にして新たな事業展開等をすすめる。</li> </ul>
	販路の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都市圏における物産展開催にかかる経費の一部を助成し、地場産品を積極的に販売・PRした結果、飛騨高山展において大きな売上を得るとともに、市内への誘客等にも大きな効果を上げている。</li> <li>・国内外で開催される見本市等へ出展する産業団体に対して、飛騨高山ブランド振興事業補助金により経費の一部を助成し、積極的な事業展開の推進、販路の拡大を図った結果、海外における商談等の件数は年々増加傾向にある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外へ広く販路拡大の機会を保つことは重要であるため、地場産品の販売・PRの場を積極的に開拓していく。</li> <li>・産業団体等が長期的な視野に立って見本市等へ出展する場合において経費の負担を軽減することは、取り組みを促進する上で効果的であるため、時代に適応し、事業者のニーズにあった支援策となるよう改善しながら継続実施する。</li> <li>・制度利用の促進に向けて、広報等により助成制度の更なる周知を行っていく。</li> </ul>
	消費者ニーズをとらえた魅力ある製品の開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産学官連携等促進事業補助金により、事業者が大学等と連携して行う新商品、新技術等の研究開発事業にかかる経費の一部を助成し、2件の取り組みが行われた。</li> <li>・飛騨高山ブランド振興事業補助金により、産業団体等が行う新商品開発事業等にかかる経費の一部を助成し、2件の新商品開発の取り組みが行われた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域間競争が激化する中で、飛騨高山ブランドを更に高め、地域の魅力向上につながる取り組みは、持続可能な地域社会を形成する上で極めて重要であるため、時代に適応し、事業者のニーズにあった支援策となるよう改善しながら継続実施する。</li> <li>・制度利用の促進に向けて、広報等により助成制度の更なる周知を行っていく。</li> </ul>
	特色ある資源を活かしブランドの強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・伝統的工艺品産業や木工産業の振興のため、産業団体が取り組む事業等に対し、経費の一部を助成し、新商品開発や展示会出展事業などの取り組みが増加した。</li> <li>・飛騨高山ブランド振興事業補助金の活用など、事業者の積極的な取り組みを更に促す必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域間競争が激化する中で、飛騨高山ブランドを更に高め、地域の魅力向上につながる取り組みは、持続可能な地域社会を形成する上で極めて重要であるため、時代に適応し、事業者のニーズにあった支援策となるよう改善しながら継続実施する。</li> <li>・制度利用の促進に向けて、広報等により助成制度の更なる周知を行っていく。</li> </ul>
	地元産土産品や特産品のパッケージなどのデザインの向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・推奨土産品登録証紙の見直しを行うなど、当該奨励制度により市内で製造される土産品の振興を図っているが、市外産品の比率は増加傾向にある。</li> <li>・推奨土産品の登録件数は、年々増加しているが、地場産業、特産品等の出荷額等の減少傾向に歯止めがかかっていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者との連携を密にしながら、より効果が高い推奨土産品のPR方法、販売促進の方策を検討しながら効果的な事業を実施する。</li> </ul>

	伝統的工芸品産業の後継者育成に対する助成、原材料の確保に対する支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・伝統的工芸品産業の後継者育成のための助成制度、原材料の確保のための資金の無利子貸付等を実施し、原材料が確保できたが、生活様式の多様化、価値観の変化などにより、伝統的工芸品産業の販売高は減少傾向にあり、消費者のニーズを捉えた商品開発などの取り組みを促進することが急務である。</li> <li>・原材料の確保にあたっては、国県の協力も得られるよう努めていく必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・伝統的工芸品産業の後継者問題は、販売高の減少や原材料の不足などのさまざまな課題とともに総合的に対応策を検討していく必要があるため、国県も含めた官民の連携を密にして新たな事業展開等をすすめる。</li> <li>・原材料問題は、共同購入の資金提供も継続しながら、材料の確保にあたっては、情報提供等も含め、国県との連携を促進する。</li> </ul>
企業誘致の推進	全国でもトップレベルの優遇制度による企業の誘致	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業誘致優遇制度創設後、企業誘致を積極的に推進し、新たな雇用の場を確保したが、市外企業の立地は2社にとどまっているため、更なる制度の周知を図るとともに、誘致活動を積極的に行う必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・雇用拡大のニーズは高く、市内定住人口の増加にも効果があるため、今後も事業を推進していく。</li> </ul>
	企業誘致に適した土地の確保や基盤整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・問い合わせ企業に対し、立地に適した土地の維持管理を行うとともに、随時情報収集を行い工場立地相談のあった企業に情報提供を行っているが、市内に工場団地としてインフラの整備がされた土地が無いため、限定された業態の事業所が対象となっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・雇用拡大のニーズは高く、市内定住人口の増加にも効果があるため、今後も事業を推進していくため、適地の確保に努める。</li> </ul>
あらたな工業の創出	時代の流れに対応して成長が期待される分野における工業の振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報社会が進展するなか成長が期待されるコールセンターの誘致支援を行うなど、今まで市内にない企業の進出を促進するとともに、地元資源(木材、水)を生かした新たな企業の立地に対して支援を行う。</li> <li>・新しい分野の工業については、市外からの企業の進出に期待するばかりでなく、地元企業の取り組みについても積極的に支援していくことが重要である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業の活性化にも効果が高いため、今後も積極的に推進していく。</li> <li>・雇用拡大のニーズは高く、市内定住人口の増加にも効果があるため、今後も事業を推進していく。</li> </ul>
	起業や新分野進出に対する助成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・起業家の育成・支援、新分野への進出促進のため、市創業支援資金融資制度を実施し、資金提供を行うとともに、県創業支援資金融資の利用者に対しても利子補給を実施し支援したが、市内開業率は国と比較して低い水準にある。</li> <li>・起業や新分野への進出は、事業者にとってリスクが高いため、綿密な事業計画、資金計画の作成が重要である。商工会議所や商工会との連携により、相談体制の充実を図る必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・起業を目指す方々が、より実行可能な計画を作成することができるよう、商工会議所、商工会、金融機関、会計事務所等との連携を深め、相談体制の充実を図る。</li> <li>・起業家に対して創業支援資金融資等により効果的に資金提供できるよう、制度の改善をすすめる。</li> <li>・新分野への進出の取り組みを促進するため、新たな手法による支援策を検討する。</li> </ul>
	総括	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民アンケートにおいては、施策に対する満足度が低い、重要度は高く、また改善等の優先度も高い。</li> <li>・市民のニーズや期待も高いことから企業誘致に積極的に取り組んでいき、雇用の場の創出に努める。</li> <li>・事業者のニーズ等に対応した制度となるよう見直し等を行いながら、事業者の業況に対応した支援策を継続して実施する必要がある。</li> <li>・景気の状態等を踏まえながら、地域経済活性化の観点から支援が必要と判断される業種に対し、状況に応じた効果的な施策を重点的に投入していく。</li> <li>・企業立地を推進するとともに、企業立地情報を周知することにより満足度の向上を図る。</li> </ul>	



5 二次評価(企画課、総務課、財政課評価)

課題	今後の方向性
<p>主な課題としては、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員数、製造品出荷額等が減少傾向である。</li> <li>・伝統的工芸品の後継者が不足している。</li> <li>・伝統的工芸品の原材料確保が難しくなっている。</li> <li>・市外からの企業誘致が図られていない。</li> </ul> <p>といったことが上げられる。</p>	<p>市民アンケートの結果、施策に対する現在の満足度が低く、今後の重要度がやや高くなっていることを踏まえ、産業振興計画に基づき、経営体質の強化や企業誘致の推進などに取り組んでいく必要がある。</p> <p>特に、伝統的工芸品をはじめとした地場産業の維持・発展に取り組むとともに、企業誘致の優遇制度が有効に活用されるようにする必要がある。</p>

6 外部有識者の評価・意見

七次総合計画における検証に対する評価・意見
<p>・基本施策の目的「時代の流れに対応した活力ある工業の振興」の具体的な内容が不明である。施策「経営体質の強化」においても、幅広い中小企業を対象とする網羅的・基盤的な施策(制度融資等)と、伝統的工芸品産業に特化した施策、飛騨高山ブランドの強化に関する施策が網羅的に取り組まれているが、現状の問題点を踏まえた根本的な要因や重点的に解決すべき課題が明確にされていない。</p> <p>・その一方でプレミアム付き商品券事業に平成24年度約1億円の財源を投入している。市が重点課題を明確に出来ているのであれば、例えばプレミアム付き商品券を利用できる店舗や購入できる商品・サービスも、その重点課題に特化させることにより同事業の成果を高めることが出来るが、典型的なばらまき型の事業で、本来、市が支援する優先順位の低い事業者の売上維持にも寄与してしまっており、結果的に優先的に支援すべき産業・事業者に対する効果・成果が低減しているものと推測する。</p> <p>・商工業の振興は、ひとえに企業のマインドに左右される。市として関与できる範囲は自ずから限られる。市として何ができるのかについて精査し、正確に課題の把握に努める必要がある。</p>
今後の方向性に対する評価・意見
<p>・網羅的・基盤的な施策群、飛騨高山ブランドや伝統的工芸品・地元産土産品などに対する施策群、企業誘致に対する施策群の各々について、目的・目標・目標達成に向けたシナリオを明確にするとともに、3つの施策群の中で何を優先的に取り組むのかなどの優先順位を明らかにし、その優先順位に即した事業の内容・規模などの見直しが必要である。</p> <p>・また、「・・・支援を行ったが、後継者不足、職人の高齢化に歯止めがかかっていない」要因の分析・明確化、飛騨高山ブランドの価値の明確化とその浸透状況の分析、工業団地としてインフラの整備された土地がないため限定された業態事業所が誘致対象となっていることに対する抜本的な対策とその実施の要否など、市として優先的・重点的に取り組むべき施策・事業を決める前提となる問題点・課題とその要因の分析を徹底的に行う必要がある。</p> <p>・企業はインセンティブだけで進出を決定するわけではない。他の地域との競争に打ち勝ち、企業の進出意欲を引き出せるような高山の魅力を明確にした戦略的な取り組みが不可欠である。</p>
その他意見
<p>・飛騨高山ブランドとは何であるのか(ブランド価値)、そのブランド価値を浸透させ販売増加につなげていくためには他にどのような施策が必要であるのかなどが、訴求されていない。</p> <p>・また、多額の経費負担により物産展などへの出店支援を行っているが、成果として示されているのが各物産展での売上に留まっている。物産展への出店はPRや販路開拓の手段でしかなく、出店した物産展に来場した人に対するマーケティング調査や、他の産地品と比較した高山産品の優劣、物産展で購入した消費者のその後の購買動向や継続的に購入してもらおうための方策等まで徹底的に分析・検討・実施されない限りは、単に実施しただけで施策効果は非常に限定され低い状況に留まる。所管課や担当者の人員数が少ないのであればこそ、集中的に取り組む施策をメリハリつけて選択するべきである。</p> <p>・企業誘致に関しては、全国のどここのまちでも見受けられる施策しか見当たらない。他の地域との差別化を図ることのできる高山の魅力の発信ときめ細かな企業誘致体制・組織の構築が望まれる。</p>

【参考】基本施策に関連する予算事業の分析・評価(平成25年度事業評価における担当課評価)

関連 施策	事業 コード	事業名	評価					点数	事業費決算額(千円)	
			市民ニ ズの確 認	市が実 施する必 要性	活動内 容の有 効性	執行方 法の効 率性	政策面 における 評価		H23年度	H24年度
1-ア	61120	高山商工会議所等補助金	A	A	-	B	A	88	35,956	31,238
1-ア	61155	中小企業設備近代化資金貸付金	B	B	B	A	B	60	0	10,120
1-ア	61160	県保証協会小口融資預託金	A	A	A	B	A	90	645,916	589,847
1-ア	61165	県保証協会中小企業経営安定特別融資預託金	A	A	A	B	A	90	787,084	674,928
1-ア	61168	小規模事業者経営改善資金貸付利子補給金	A	A	B	A	A	90	2,200	1,898
1-ア	61169	経営環境変化資金貸付利子補給金	B	A	B	A	A	80	1,998	3,136
1-ア～キ、3-エ	61175	商工業振興関係事務費	A	A	B	A	A	90	1,515	1,500
1-ア	61184	プレミアム付き商品券事業	B	A	A	B	A	80	0	106,452
1-イ	61105	伝統的工芸品産業振興事業費	A	A	B	A	B	80	1,074	1,401
1-イ	61130	伝統的工芸品産業後継者育成事業補助金	A	A	B	A	C	70	0	100
1-ウ	61100	物産宣伝推進事業費	A	A	B	B	A	80	21,118	12,551
1-ウ	61140	地場産業振興事業補助金	A	A	-	B	A	88	29,231	29,201
1-ウ、1-エ	61147	飛騨高山ブランド振興事業補助金	A	A	B	A	B	80	4,000	5,659
1-ア、3-エ	61148	新分野開拓支援補助金	A	A	B	A	B	80	36,451	31,467
1-ア、3-エ	61149	中小企業振興支援事業補助金	A	A	A	B	A	90	152,142	170,282
1-カ	61110	観光土産品奨励振興事業費	B	A	B	A	A	80	637	432
1-キ	61170	伝統的工芸品産業振興貸付金	A	A	A	A	B	90	40,000	40,000
2-ア、イ	61176	企業誘致対策事業費	A	A	B	B	A	80	187,651	176,862

集 計	区分	個数					平均点	H23年度	H24年度
	A	14	17	5	10	12	82.56	1,946,973	1,887,074
	B	4	1	11	8	5			
	C	0	0	0	0	1			
	-	0	0	2	0	0			