

4 「くまもとの元気・活力」を創り出す

今回の震災によって、本市の主力産業である商業や農水産業、観光産業をはじめとする地域産業の多くが大きな被害を受けており、施設や設備等への直接被害のみならず、被災した取引先事業所の営業・操業停止による間接被害や、観光客の減少・市民の消費意欲の低下などといった様々な問題に直面しています。

そこで、本市経済の中心となる地元の中小企業や農漁業者等に対する迅速かつ多様な支援を行うとともに、企業立地の推進、新たな観光戦略やシティセールス²⁸を展開することで「くまもとの元気・活力」を創り出します。

²⁸ シティセールス：本市の様々な魅力を市内外に、効果的・戦略的に発信しようとする事。都市としてのイメージや知名度を高め、人や企業に「訪れてもらう」・「住んでもらう」・「進出してもらう」ことで、都市の活性化を図る。

【施策の目標】

「くまもとの元気・活力」を創り出す

【事業展開の基本方針】

(1) 地域産業への多様な支援と復興需要による地域経済の再生と活性化

【主な取組】

① 中小企業や商店街の事業活動再開支援

② 販路開拓や技術開発等の支援

③ 雇用の確保・維持・人材育成

④ 企業立地の推進

(2) 農水産業関連施設の早期復旧と営農再開に向けた支援による農水産業の復興

① 農地及び土地改良施設の早期復旧・復興

② 農業用施設や共同利用施設等の復旧による営農等再開支援

③ 漁業生産基盤の早期復旧と漁業経営の再開支援

④ 震災に負けない熊本の食のPR

(3) 震災からの再生をアピールし集客を図る国内外へのシティセールスと観光戦略の展開

① 観光文化施設等の早期復旧

② 復興をアピールするシティセールス

③ 熊本の文化・スポーツの力の活用

④ 新たなまちづくりによるにぎわいの創出

(1) 地域産業への多様な支援と復興需要による地域経済の再生と活性化

今回の震災によって被害を受けた地域の中小企業や商店街等に対して、事業活動再開に向けた経営相談や金融支援、施設や設備の復旧支援に加え、復興に向けた販路開拓や技術開発等の支援を行います。

また、経済活動を支える雇用の確保・維持、産業人材の育成に取り組みます。

さらに、企業誘致活動による産業集積を促進させるとともに、復興に向けた各種取組について地元企業と積極的に連携することで、地域経済の活性化を図ります。

① 中小企業や商店街の事業活動再開支援

- ・ 製造業の施設、設備や商店街の施設復旧を支援するとともに、商店街の機能回復やにぎわい創出のため、それぞれの商店街の特性をいかした復興への取組を支援します。
- ・ 商工会議所、商工会など様々な関係機関との連携のもと、くまもと森都心ビジネス支援センター²⁹等を活用し、中小企業の経営基盤の強化を図るとともに、創業支援等を行うことにより地域経済の活性化を促進します。

② 販路開拓や技術開発等の支援

- ・ 国内外の見本市への出展促進や商談会等の開催による新たな販路・新規顧客の開拓など、販売力強化を支援し、中小企業の売上向上を図ります。
- ・ 高度な技術を持つ大学等の研究者の協力を得るなど、産学連携を強化し、企業の技術力向上を図るとともに、本市の特色である食関連産業、医療・福祉関連産業、環境関連産業、クリエイティブ産業³⁰といった復興のけん引役となる分野の産業振興を推進します。

③ 雇用の確保・維持・人材育成

- ・ 魅力的な労働環境整備を実施している企業のPRや障がい者雇用に積極的に取り組む企業の支援を行うほか、職業訓練施設の復旧と訓練内容の充実を図り、産業人材の育成を促進するとともに、今回の震災に伴う離職者を含む求職者とのマッチングやU・I・Jターン³¹の促進など、人材確保に努めます。

29 くまもと森都心ビジネス支援センター：中小企業者、個人事業主や創業を志す方々を支援する拠点として、経営相談・融資相談など、経営上の問題解決のため、専門家による相談・アドバイス・ビジネス情報の発信などの幅広いサービスをワンストップで提供する施設のこと。

30 クリエイティブ産業：デザイン、ソフトウェア、広告、ファッション関連産業をはじめ、アート・音楽・映像・ゲーム・アニメ等のコンテンツ産業などの創造産業のこと。

31 U・I・Jターン：Uターンとは、地方で生まれ育った人が、大都市圏へ進学・就職した後、再び出身地に戻ることに。Iターンとは、大都市圏で生まれ育った人が、地方へ移住すること。Jターンとは、地方で生まれ育ち、大都市圏へ進学・就職した人が、出身地とは違う地方へ移住すること。

④企業立地の推進

- 既立地企業に対して、事業継続に向けた支援を行います。
- 本社機能移転や積極的な資本投下を行い、将来にわたって本市の産業振興に寄与することが見込まれる企業を優遇するなど、より戦略的な企業立地補助制度となるよう再構築を検討するとともに、復興を経て生まれ変わった「安全・安心なまち熊本」を国内外にアピールすることで本市への企業立地を促進します。

(2)農水産業関連施設の早期復旧と営農再開に向けた支援による農水産業の復興

本市の主力産業の一つである農水産業の関連施設や農地の早期復旧に取り組むとともに、経営再開に向けた農業用施設、機械等の再建・修繕に係る支援や土砂等の撤去による漁場や漁港の保全への支援などを行います。

また、担い手への農地集積、カントリーエレベーター³²等の共同利用施設の再編整備など、将来にわたる持続的な発展を見据えた取組を推進します。

さらに、国内外をターゲットとした販売促進活動を通じて、震災に負けない熊本の食を積極的にPRし、生産者や事業者の販路拡大を支援します。

①農地及び土地改良施設の早期復旧・復興

- 水田やみかん園地等の農地被害の早期復旧及び土地改良施設の早急な機能回復に取り組み、早期の営農再開を支援します。
- 秋津地区及びみかん園地の復旧・復興に当たっては、プロジェクトを立ち上げ、農業者の意向を踏まえて、担い手育成や地区の将来を見据えた復興を推進します。

②農業用施設や共同利用施設等の復旧による営農等再開支援

- 農業用施設、機械の修繕や再建等の緊急的な復旧支援を行うとともに、災害に強い園芸生産施設の整備など、農家負担の軽減と農業経営の再開や継続を支援します。
- 被災したJAの柑橘選果施設等の共同利用施設の復旧や機能向上を支援し、農産物の集出荷体制の復興を促進します。

32 カントリーエレベーター：ライスセンターに貯蔵機能を加えた、農業者の共同利用施設のこと。

- ・被害が甚大な城南・富合地区のライスセンター³³については、施設の復旧と併せ、飼料用米・大豆専用施設への機能転換やカントリーエレベーターの新設など、施設の再編整備を支援します。

③漁業生産基盤の早期復旧と漁業経営の再開支援

- ・漁港施設を復旧するとともに、河川からの土砂、流木等の流入による漁場環境の悪化を改善し、漁業生産基盤の早期復旧に取り組みます。
- ・漁業者による漁場改良活動を支援するとともに、のり乾燥機や共同利用施設の復旧など、漁業経営の再開に向けた支援に取り組みます。

④震災に負けない熊本の食のPR

- ・観光分野とも連携し、物産展や商談会、テレビやインターネット等の多様な媒体を通じて、統一的に熊本の高品質な農水産物の魅力を発信し、「震災に負けない元気なくまもとの食と観光」をPRします。
- ・熊本の食の魅力発信により、九州食の展示商談会の開催、農水産物のブランド化推進、海外食品見本市への出展支援等を効果的に展開し、国内外の販路拡大につなげます。

(3)震災からの再生をアピールし集客を図る国内外へのシティセールスと観光戦略

の展開

交流人口を増加させるため、観光文化施設やインフラ、産業等の復旧・復興を国内外に迅速かつ的確に伝えていくとともに、復興をアピールするイベントや企画ツアーを実施することにより、積極的なシティセールスや観光戦略を展開します。

さらに、熊本の文化の力、スポーツの力を存分に活用した催しや大会を実施し、地域経済の活性化を図ります。

また、国内外から多くの参加者が訪れるMICE³⁴の受入れに向け、桜町・花畑地区において、(仮称)熊本城ホール整備を含む桜町地区市街地再開発事業、シンボルプロムナード整備等に取り組み、中心市街地のにぎわいの創出を図ることで活力ある熊本を発信します。

33 ライスセンター：米、小麦、大麦などの乾燥、調製、出荷までを一貫して行う農業者の共同利用施設のこと。

34 MICE：企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際会議や全国規模の大会や学会、スポーツ大会等（Convention）、イベントや展示会など（Event/Exhibition）を包括した集客施策の枠組みのこと。

①観光文化施設等の早期復旧

- 熊本の宝であり、地域の宝である熊本城をはじめとした文化財や市民会館、記念館のほか、動植物園等の観光文化施設を早期に復旧します。
- 熊本城の復旧については、多方面から様々な形で修復への協力・参加を求めながら、その過程等が見える仕組みづくりを行うなど、被災から立ち直る姿を新たな観光資源として活用していきます。
- 景観重要・形成建造物³⁵等の歴史的建造物が被災した新町、古町、川尻地区について、城下町あるいは地域の特色ある町並みの早期復旧のために、必要な支援を行います。

②復興をアピールするシティセールス

- 首都圏や新幹線沿線都市などをはじめ、国内外に対して、風評被害の払拭に向けた正確な情報発信を行うとともに、生まれ変わった「安全・安心なまち熊本」をアピールし、新たなシティブランドによるインパクトのあるプロモーション活動を展開します。
- 二の丸広場の活用による集客イベントの開催などにより、中心市街地や水前寺江津湖一帯を含めてにぎわいを創出し、元気な熊本を発信していきます。
- 熊本城のほか、宮本武蔵や夏目漱石等の人物や西南戦争等の歴史、植木温泉や水、農産物といった本市固有の素材を新たな観光商品として開発するとともに、他都市や民間企業と連携するなど効果的な手法を用いて国内外への広報・宣伝を強化します。
- 外国人観光客の回復に向け、様々な手法で「安全・安心なまち熊本」を世界にアピールするとともに、Wi-Fi³⁶環境の整備や外国語表記の充実などを進めることにより、インバウンド³⁷対策を強化します。

35 景観重要・形成建造物：地域の景観を特徴づけ、良好な景観の形成に重要なものとして指定された建造物のこと。景観法に基づき指定されたものを景観重要建造物といい、熊本市景観条例に基づき指定されたものを景観形成建造物という。

36 Wi-Fi：ケーブルを使わず無線通信を利用してデータをやり取りする仕組みであり、インターネットに接続することなどができる。正式には、無線LAN機器を普及しやすくするために、米国の団体が定めた無線LANの規格の一つを指す。

37 インバウンド：「入ってくる」という意味の英語から派生した言葉で、観光においては、海外から日本に来る観光客や海外からの訪日旅行を指して使用される。

③熊本の文化・スポーツの力の活用

- 平成31年の女子ハンドボール世界選手権及びラグビーワールドカップの本市開催に向けた準備や、平成32年の東京オリンピック・パラリンピックのキャンプ誘致を積極的に進めます。
- 観光客が芸術・文化に触れる機会を増やし、体験型の催しを実施することなどにより都市の魅力を向上させ、国内外からの誘客を図ります。

④新たなまちづくりによるにぎわいの創出

- (仮称)熊本城ホールの整備を進め、国際会議や大規模な学会、コンサートなどMICEの誘致に取り組みます。
- 桜町地区市街地再開発事業を推進し、シンボルプロムナード整備と併せて、熊本城の復旧と一体的に中心市街地の活性化を図ります。
- 熊本駅周辺整備事業により交通結節機能等を強化するとともに、商業等の集積を進め、中心市街地の交流人口の増加を図ります。