

## 横浜市中小企業振興基本条例に基づく

### 平成22年度の取り組み状況について

#### 1 中小企業振興施策の実施状況について ..... 2

##### 【報告書掲載施策】 4施策/全体63施策

番号	施策名	掲載頁
55	国内誘客促進事業（横浜観光プロモーション認定事業）	2（冊子58）
56	観光資源の魅力と活用事業（ヨコハマグッズ販路強化）	3（冊子59）
57	横浜における創造的活動助成 [企業・団体による創造的事業部門]（アーツコミッション事業）	4（冊子60）
58	クリエイター・アーティストのための事務所等開設支援助成 （アーツコミッション事業）	5（冊子61）

#### 2 物品及び委託契約における市内中小企業者の受注機会の増大について…… 6

# 1 中小企業振興施策の実施状況について

(千円)

55

## 国内誘客促進事業 (横浜観光プロモーション認定事業)

22決算額	21,000
21決算額	21,350

(文化観光局集客推進課)

### <事業・取組の概要>

民間事業者により企画・実施される横浜の集客力を高める事業や、横浜の都市としてのブランド力を向上させる事業を、外部審査会で認定し、事業費の一部助成や広報などの支援を行いました。なお、情報発信系の事業を中心に、中小企業による効果の高い事業の認定事例もあります。

(実施主体：(財)横浜観光コンベンション・ビューロー)

### 【具体的な実績・成果等】

平成 21 年度までは、任意団体である「横浜観光プロモーションフォーラム」による事業として実施してきましたが、平成 22 年度は、同団体の発展的解消に伴い、(財)横浜観光コンベンション・ビューローによる事業として継承し、事業実施しました。

平成 22 年度については、全部で 48 件の事業を認定しました。

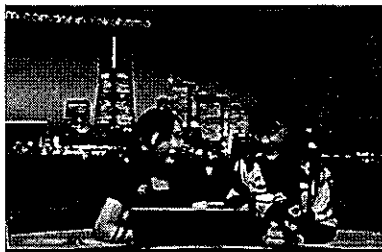
主な指標・実績	22 年度	21 年度
	( ) 内中期計画想定事業量	
認定事業件数	48 件 (54 件)	52 件

### <23 年度以降の取組について>

平成 23 年度については、従来のとおり事業者から公募申請をいただいて認定するものに加え、過去の認定事業で高い集客効果を上げている事業や、ビューロー賛助会員が相互に連携して企画実施する事業を、新たな枠組みで認定・支援していきます。

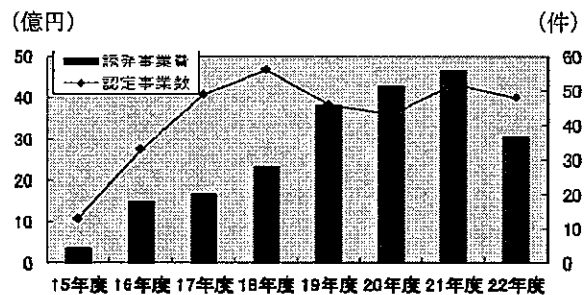
### <認定事業例>

- 中国人向け横浜観光案内 Web 番組「横浜夢回廊プロジェクト」山陽印刷(株) (H22.10 月、H23.4 月認定)



- 横浜の観光情報を盛り込んだ無料マップ「横浜の定番マップ：はまっぷ」(株)横濱おもてなし家 (H22.10 月、H23.4 月認定)

### <認定実績>



## 観光資源の魅力と活用事業

## (ヨコハマグッズ販路強化)

22決算額	19,889
21決算額	19,984

## &lt;事業・取組の概要&gt;

(文化観光局観光振興課)

平成元年、市政 100 周年を記念して開催された横浜博覧会開催を契機に 001 グッズが誕生しました。以来、概ね 2 年ごとに審査・認定を行い、長年親しまれ、ギフトや横浜土産となる良質な商品を認定しています。

一般社団法人ヨコハマグッズ 001 は認定商品の管理を行っており、同法人の支援を通じて会員である中小企業の認定商品の PR・販路強化等を支援しています。

また、22 年度からは新横浜駅観光案内所の運営を開始し、認定商品の PR をしました。

## 【具体的な実績・成果等】

## ○会員企業

会員企業とは、認定された団体・企業と、社団法人が目的に適合したと認めた団体であり、具体的には認定商品または販路拠点を保有する団体もしくは企業です。

主な指標・実績 13 期 (21~22 年度)	認定商品数	会員企業数 (うち中小企業数)
	163 アイテム	87 社 (70 社)

## ○イベントへの参加

平成 22 年度は、上海万博「横浜ウィーク」や 2010 年日本 APEC 横浜 PR ブース出展をはじめ、21 のコンベンションやイベントへ出展しました。

## ○その他ヨコハマグッズの PR

- ・新横浜駅観光案内所の運営を通じた、PR の実施
- ・横浜市広報誌、広報番組等での PR

## ○ヨコハマ・グッズ ショップ

- ・市内 8 箇所 (高島屋横浜店 6 階、マリントワー 2F ショップ、横浜大世界他)

## ○第 14 期 (H23・24 年度) の商品認定

認定商品数 168 品目 市長賞 2 点、横浜観光コンベンションビューロー理事長賞 6 点、審査委員会賞 6 点を選考

## ○中期 4 か年計画の位置付け

中期 4 か年計画では、成長戦略 2・施策 24 において、「銀聯カードの普及や特色ある横浜土産の PR などショッピングによる消費額の増加と個人やグループで周遊しやすい環境づくりなどにより、「連泊して楽しめる横浜」を目指します。」と位置付け、達成指標 3 の観光消費額の目標値 2,370 億円 (平成 25 年) に寄与していきます。

## &lt;参考&gt; ショップ出店状況 (高島屋横浜店 6 階)



(千円)

57

横浜における創造的活動助成〔企業・団体による創造的事業部門〕  
(アーツコミッション事業)

22決算額	4,700
21決算額	7,390

(文化観光局創造都市推進課)

<事業・取組の概要>

法人または団体が、アートやデザイン、コンテンツビジネスなどの創造産業分野と連携し、新産業の創出、都市の課題解決などに取り組む「創造的事業」を支援するため、社会を変えるアイデアを持った事業者を募集し、横浜市内で実施される先駆的かつ継続発展の見込める事業に対して助成金を交付しました。

【具体的な実績・成果等】

対象エリアを都心部から全市域に拡大し、商店会、NPO、任意団体等も申請できる枠組みに変更しました。その結果、助成採択件数は減少したものの、郊外部の地場産業、商店会が関わる事業が増え、NPOと都心部の地元企業が連携する事業も新たに対象としました。

主な指標・実績	22年度	21年度
助成採択件数	6件	8件
助成対象団体数	8団体	13団体
うち市内中小事業者数	4社	10社

※助成対象団体は企業・NPO・任意団体

※複数の団体が構成されている事業があるため助成採択件数と助成対象団体数は一致しない

<主な助成採択事業内容>

○市内ファッションデザイン企業による新しい横浜のブランド作りを目指した商品開発、プロモーション事業。地元企業との素材開発、見本市への出展、カタログ作成等。

<メディアへの反響など>

○(株)キクシマ(港南区)の事業「木とふれあう遊具 コンテスト」は、CSR(企業の社会的責任)という観点からも注目され、新聞やフリーペーパーに記事が掲載された。

○掲載紙は、神奈川新聞、建通新聞、建設通信新聞、横浜タウン新聞、タウンニュース。

<助成事業の例>



上段：(株)大川印刷(ピクトグラム)  
下段左：(株)キクシマ(遊具コンテスト)  
下段右：(有)ニブロール(バッグ)

## クリエイター・アーティストのための 事務所等開設支援助成(アーツコミッション事業)

(千円)

22決算額	6,871
21決算額	6,580

(文化観光局創造まちづくり課)

### <事業・取組の概要>

都心部の活性化及び創造的産業の振興を図るため、関内・関外地区の既存の民間建築物に、新規もしくは増床をともなう移転で、事務所・スタジオ・ギャラリー等を設置するクリエイター・アーティスト等に、助成金を交付しました。

### 【具体的な実績・成果等】

都心部の活性化、創造産業の振興を図るため、関内・関外の既存民間建築物にクリエイター、アーティストが移転する際に助成を交付しました。

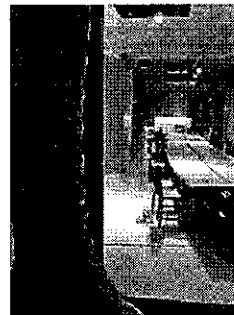
交付対象は中小企業もしくは個人事業主。主なジャンルはグラフィック・建築・WEB・ランドスケープなどのデザイン系や、映像・写真・美術・音楽系。クリエイティブディレクターなども事務所を構えています。

主な指標・実績	22年度	21年度
助成件数	16件	17件
助成金額	6,871千円	6,580千円

### <22年度事業の特徴>

- 3年連続で申請総額が助成金予算額を上回り、22年度は過去最高を記録。
- 面積が増えてきて、さらに芸術不動産リノベーション助成と連動した申請が見受けられた。
- 映像、グラフィックといった創造産業分野も昨年に引き続き見受けられた。
- 助成を受けたクリエイターはオープンスタジオなど、事業のプロモーションを積極的に展開。

### <助成事業による入居例>



←「オルカエコース」  
(株)オルカプロダクション  
ギャラリー・カフェとレンタルワークスペースを併設した、映像、WEBコンテンツ制作等を事業とする事務所。  
(中区山下町)



↑「nitehi works」  
似て非 works(株)  
オープンスペースとカフェバーを併設した、アートリノベーションによる空間制作、プロダクツ、デザイン制作、イベント企画、運営等を行うクリエイターグループのオフィス。(中区若葉町)

## 2 物品及び委託契約における市内中小企業者の受注機会の増大について

### (1) 平成 22 年度の受注機会増大に向けた取組

物品の調達及び委託業務の発注にあたっては、市内経済の活性化の観点から、従来から市内業者への優先発注を基本方針とし、市内事業者の入札参加機会の確保のため、専門事業者への分離発注やコスト面を考慮した分割発注を進めてきました。

平成 22 年度の市内中小企業者への発注状況については、件数で 73.1%、金額で 40.1%の構成比率となっております。

### (2) 今後の受注機会増大に向けた取組の方向性

物品の調達及び委託業務の発注にあたっては、有資格者名簿により対象業者の所在区分及び企業規模の確認を徹底し、より一層市内中小企業者への優先発注を図るとともに、適切に分離・分割するなど受注機会の拡大を図ります。また、やむを得ず市内中小企業者以外へ発注する場合は、当該業者を選定する理由を発注何に明記するとともに、理由の確認を徹底します。

さらに、事業の実施にあたっては、受注者に対して、下請契約や資材購入等に際して市内中小企業者の活用を働きかけるなど、受注機会増大に向けた環境整備に取り組みます。

市内中小企業者への発注状況（文化観光局契約分）

区分	契約実績（単独随意契約及び大規模契約を除く）								単独随意契約及び大規模契約の合計		
	市内中小企業契約実績								件数	金額	
	件数	構成比率	前年度からの増減	金額	構成比率	前年度からの増減	件数	金額			
件	%		千円	%		件	千円	件	千円		
平成 22 年度	工事	0	0.0	0.0	0	0.0	0.0	0	0	0	0
	物品	251	77.2	2.8	45,970	42.7	▲30.4	325	107,560	34	32,403
	委託	75	62.0	6.9	34,699	37.1	▲24.0	121	93,566	57	134,909
	合計	326	73.1	4.4	80,669	40.1	▲22.6	446	201,126	91	167,312
平成 21 年度	工事	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0	0	0
	物品	174	74.4	—	20,361	73.1	—	234	27,848	10	8,209
	委託	54	55.1	—	109,613	61.1	—	98	179,417	52	143,804
	合計	228	68.7	—	129,974	62.7	—	332	207,265	62	152,013

※ 「構成比率」はそれぞれの数値（件数又は金額）が契約実績（単独随意契約及び大規模契約を除く）に占める割合

※ 「契約実績（単独随意契約及び大規模契約を除く）」は、中小企業庁が行っている「官公需契約実績額等の調査」と同様に、競争の余地がない単独随意契約及び中小企業者の参入の余地が少なく、入札参加者を市内事業者に限定できない大規模契約（政府調達協定（WTO）対象契約）を除いたもの

【参考資料】

市内中小企業者への発注状況（財政局契約部契約締結分）

区分	契約実績（単独随意契約及び大規模契約を除く）							単独随意契約及び大規模契約の合計			
	市内中小企業契約実績							件数	金額	件数	金額
	件数	構成比率	前年度からの増減	金額	構成比率	前年度からの増減					
平成22年度	工事	1	100.0	100.0	7,537	100.0	100.0	1	7,537	0	0
	物品	47	85.5	▲6.4	30,581	59.2	▲23.7	55	51,641	1	751
	委託	2	100.0	0.0	5,565	100.0	0.0	2	5,565	3	88,790
	合計	50	86.2	▲6.3	43,683	67.5	▲20.6	58	64,743	4	89,541
平成21年度	工事	0	0.0	—	0	0.0	—	0	0	0	0
	物品	34	91.9	—	14,039	82.9	—	37	16,939	3	1,996
	委託	3	100.0	—	7,459	100.0	—	3	7,459	3	82,837
	合計	37	92.5	—	21,498	88.1	—	40	24,398	6	84,833

※ 「構成比率」はそれぞれの数値（件数又は金額）が契約実績（単独随意契約及び大規模契約を除く）に占める割合

※ 「契約実績（単独随意契約及び大規模契約を除く）」は、中小企業庁が行っている「官公需契約実績額等の調査」と同様に、競争の余地がない単独随意契約及び中小企業者の参入の余地が少なく、入札参加者を市内事業者に限定できない大規模契約（政府調達協定（WTO）対象契約）を除いたもの