

第 1 節 地域特性を生かした農業振興 基本構想案

1 生産体制の整備とブランド化の推進

自然環境に恵まれ、全国的に有名なさくらんぼをはじめ多くの果物や特色ある野菜等美味しい農産物が生産されているが、産地間競争が激化するなか、生産体制の整備やブランド化の推進が課題となっています。

市民アンケートの、本市のイメージアップをアピールすべきものでは「さくらんぼの里」54.8%、「豊かな農産物」28.4%となっているほか、農業振興において必要なものは「寒河江産農産物のPRの強化」が42.5%となっています。

更に、地域ワークショップでも「さくらんぼPRの強化を図る必要がある」との意見が寄せられています。

このため、高品位さくらんぼ生産体制の整備や寒河江ブランド農産物の開発を行うとともに、多様な流通体型に対応した販売戦略を構築することにより、消費者や市場ニーズに対応した生産体制の整備とブランド化の推進に努めていきます。

2 農業経営の安定と多様な担い手の確保

園芸作物の施設化と観光農業の振興による「寒河江型農業」を推進してきたが、農業従事者の高齢化及び担い手不足が課題となっています。

市民アンケートにおける農業振興において必要なものでは「農業後継者の育成」が42.5%となっています。

このため、農業大学校・農業高校と連携を通じて多様な担い手の確保に努めると共に、優遇制度や補助事業を活用して農業経営の安定を図ってまいります。

3 耕作放棄地の解消と中山間地域の活性化

集落営農組織や農用地利用改善組合への加入率が高く、農業を取り巻く課題に対して地域としてまとまって活動していますが、農用地利用集積と耕作放棄地の解消及び中山間地域の活性化が課題となっています。地域ワークショップの中でも耕作放棄地の増加を心配する声が多くあります。

このため、農用地利用改善組合や農地利用集積円滑化事業を活用するほか、耕作放棄地や中山間地域における地域特産品の産地化及び森林の保全と整備を推進することにより、農用地利用集積と耕作放棄地の解消及び中山間地域の活性化に努めます。

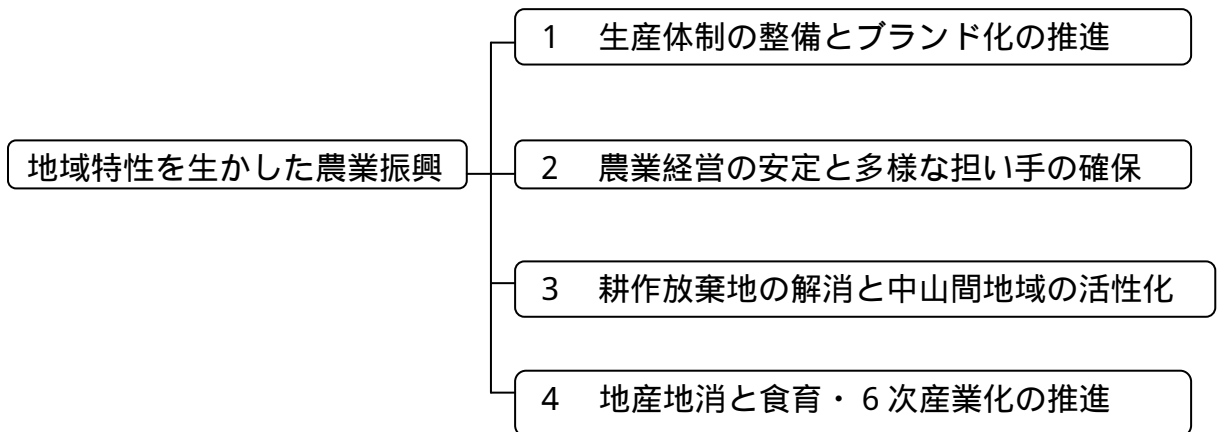
4 地産地消と食育・6次産業化の推進

安全・安心で新鮮な地元産農作物の供給や農業の6次産業化の推進に対する消費者の志向が高まっており、地産地消や食育推進活動の一層の推進が課題となっています。

このため、地元食材供給体制や新たな農産加工品の開発並びに産直体制の整備を行うとともに、他産業等との連携の中で地産地消と食育並びに6次産業化の推進に努めます。

第 1 節 地域特性を生かした農業振興 基本計画案

1 施策の体系



2 施策

1 生産体制の整備とブランド化の推進

他産地との競争が激化するなか、さくらんぼ長期生産体制を確立し、天候に左右されない高品質のさくらんぼ生産を行うため、無加温ハウスと低木Y字仕立てハウスの普及を促進します。

紅秀峰のトップセールスやつや姫の里寒河江のPRのほか、寒河江ブランド農産物の開発及び伝統野菜の産地化を図ることにより、ブランド化の推進に取り組んでいきます。

産地間競争に対応した広域体制による販売促進を行うほか、多様な流通体系に対応した販売戦略の構築に取り組んでいきます。

2 農業経営の安定と多様な担い手の確保

優遇制度や補助事業を活用し、新たな認定農業者の育成・確保を図ります。関係機関で組織する新規就農者支援協議会を核とし、新規就農者の育成に努めるとともに、農業大学校・農業高校と連携し、幅広い新規就農者の育成・確保を図ります。

担い手新規就農支援事業の活用による将来の活力ある農業経営者の育成及び確保を図ります。

3 耕作放棄地の解消と中山間地域の活性化

農用地利用改善組合や農地利用集積円滑化事業を活用することにより、農用地利用集積を進めていきます。

耕作放棄地再生利用協議会を活用し、耕作放棄地の解消に努めていきます。

中山間地域に対する各種支援事業を活用し、地域特産品の産地化に取り組むほか、葉山高原牧場の多面的活用を検討し、森林の保全と整備を推進することにより、中山間地域の活性化に努めていきます。

4 地産地消と食育・6次産業化の推進

安全・安心で新鮮な地元農産物を各種事業やイベント開催を通してPRするほか、地元食材供給体制の整備を図ることにより、地産地消の推進に取り組んでいきます。

食育の普及については、学校、地域、団体、企業との連携を図りながら推進していきます。

他産業や学校等との連携を図りながら、農産加工品の開発や産直体制の整備による6次産業化の推進を支援していきます。

3 目標

項目	現状	H27 目標
紅秀峰の作付面積の拡大	H21 30ha	50ha
さくらんぼ無加温ハウスの整備	H21 180a	700a
認定農家数	H21 239人	254人
新規就農者		30人
農用地利用集積目標	H21 35%	40%
耕作放棄地の解消		15ha

4 主な事業

さくらんぼ無加温ハウスの整備
紅秀峰のブランド化の推進
さくらんぼ低木栽培の普及拡大
高品位観光果樹園の整備
寒河江ブランド農産物の開発
伝統野菜の産地化
つや姫の里寒河江のPR
広域体制による販売促進
新たな認定農業者の育成
幅広い新規就農者の育成
耕作放棄地再生利用対策
中山間地域特産品の産地化
葉山高原牧場の多面的活用
森林の保全と整備
地産地消と食育の推進
6次産業化の推進

第 2 節 寒河江の資源を活かした観光振興 基本構想案**1 寒河江ブランドの確立と情報発信**

観光による交流人口の拡大は、本市の活性化に大きな役割を果たすものであり、その振興が期待されています。しかし、地域間での誘客競争の激化に加え、長引く景気の低迷等の影響を受け、本市の観光客数は平成 16 年度の 110.8 万人から平成 21 年度は 95.7 万人と減少しています。魅力ある観光資源の整備と情報発信の強化が課題となっています。

そのためには、地域座談会でも意見のあったさくらんぼ観光を一層推進しながら、本市ならではの観光資源のブラッシュアップと、新たな観光資源を掘り起こして他地域との差別化を図っていきます。そのうえで、関係機関と協力しながら効果的でインパクトのある PR 活動により誘客に努めていきます。

また、高速交通網の要衝としての地理的な優位性を活かした誘客戦略を進めていきます。

2 受け入れ態勢の充実

多様化する観光ニーズに対する的確な対応と、施設整備を含めたホスピタリティの向上が課題となっています。

本市観光の中心となる慈恩寺などの受入態勢・施設等の充実や特産品の提供などは、観光資源ブラッシュアップの一環として地域ワークショップでも話題にされていることから、関係団体や地域住民と協力しながら満足度の向上を図り、更なる誘客を目指していきます。また、チェリーランド等の観光案内施設の充実を図り、周遊コースへの誘導により、滞在時間の延長を促します。

3 広域的な観光資源活用と連携強化

観光ニーズの多様化、交通網の整備と相まって観光客の行動範囲は広域化しており、周辺市町村との連携や広域的な観光コースの設定が必要になっています。

西村山地域の新たな観光資源の発掘とブラッシュアップを図り、モデルコース構築と情報発信を図っていきます。

そのために、西村山 4 町との連携を強め、西村山観光の拠点としての役割を果たしていきます。

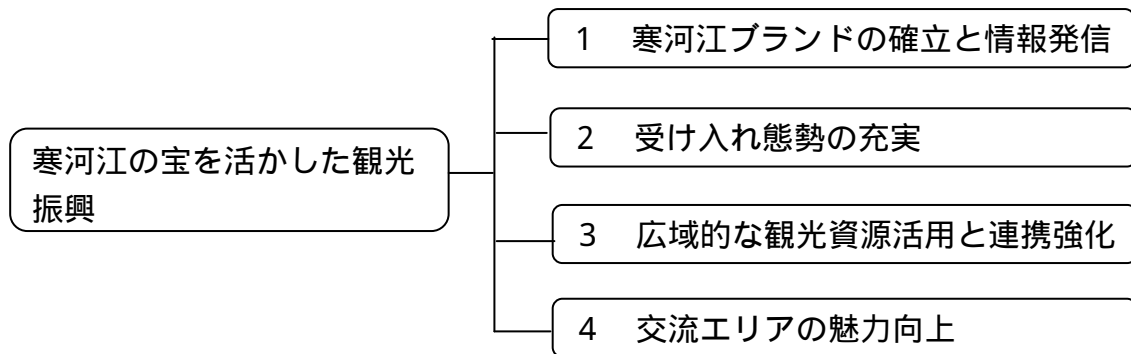
4 交流エリアの魅力向上

チェリークア・パーク民活エリアにおける相次ぐ事業展開や最上川ふるさと総合公園の整備充実、高速道路の無料化社会実験等の影響により、チェリークア・パークエリアにおける交流人口の増加に伴う賑わいが出てきました。しかし、市民アンケートや地域ワークショップにおいては、「地域資源の構築や広域的な観光拠点の整備」、「温泉資産の活用」を推進することが望まれており、交流エリアとしての一層の魅力向上が必要です。

このため、最上川をはじめ周囲に月山、葉山、朝日連峰、蔵王連峰を一望できる雄大なロケーションのもと、スマート IC や寒河江 SA が併設された高速道路や最上川ふるさと総合公園に隣接している恵まれた立地環境を活かして、新たな観光・交流資源の創出を図り地域観光の起点づくりを進めるため、民間事業者等の集積に積極的に取り組んでいきます。また、最上川沿岸レクリエーション等の交流基地としての役割を担いつつ、交流エリアとしての一層の魅力づくりに努めていきます。

第 2 節 寒河江の資源を活かした観光振興 基本計画案

1 施策の体系



2 施策

1 寒河江ブランドの確立と情報発信

さくらんぼ、慈恩寺、花、温泉、まつり・イベント、農産物、加工品などについて、寒河江の特産品等としての名声確立を図っていきます。

これらを更に磨き上げ、寒河江の観光振興として情報発信を行っていきます。

2 受け入れ態勢の充実

本市観光の核となる慈恩寺、寒河江公園、チェリーランド及びさくらんぼ狩り等の受け入れ態勢の充実を図っていきます。

慈恩寺では観光案内機能を併せた休憩施設の整備、修景を進めていきます。寒河江公園ではアクセス・園内の整備充実を進めていきます。

さらに、外国人観光客の受入れ態勢の整備を進め、誘致拡大を目指していきます。

3 広域的な観光資源活用と連携強化

西村山 1 市 4 町の連携を強化し、各々の特徴を活かしたルート観光、テーマ観光を進めていきます。特に本市は、西村山観光の拠点地としての役割を果たしていきます。

4 交流エリアの魅力向上

市民アンケートでは、新たな観光産業の創出に対する不満度がやや不満、不満を合せて37.5%と高率になっていますので、この恵まれた立地環境を活かして新たな交流資源の創出や地域観光の起点づくりを推進するとともに、交流エリアとしての存在感を一層高めるために、積極的にイベントを仕掛けながら、最上川沿岸レクリエーション等の交流基地としての魅力アップを図り、さらに民活エリア残地への事業展開者の誘致活動を積極的に推進します。

3 目標

項目	現状	H27 目標
観光客数の増加	H21 95.7 万人	110 万人以上
チェリークア・パーク 民活エリアの事業展開 者誘致	民活エリア事業展開者 H21 6 社（団体含む）	民活エリア事業展開者 8 社（団体含む）

4 主な事業

観光情報の発信
観光地バリアフリー化整備
慈恩寺観光の受入態勢の整備
観光モデルコース整備
西村山広域観光の推進
さくらんぼ狩りのネット案内システムの構築
交流施設の誘致（宿泊施設・スポーツ施設・商業施設等を含む）

第 3 節 活力ある工業の振興と雇用の創出 基本構想案

1 地元企業の支援

経済のグローバル化、高度情報化、市場ニーズの多様化など地域の産業を取り巻く環境は大きく変化しており、それらへの対応が課題となっています。

このため、企業間の連携(異業種交流、農商工連携等)を推進し魅力ある製品や独自性のある製品の開発を促進するほか、製品の宣伝や販路の拡大とともに、企業の人材育成支援等地元企業の支援に努めていきます。

2 人材の確保

人口減少・少子高齢化に伴い生産年齢層が減少しています。生産年齢人口は、平成 17 年に 26,450 人ですが、平成 27 年に 24,705 人と 1,745 人もの減少が見込まれており、労働力の確保が課題となっています。

このため、新規学卒者等若者の就職支援、女性や高齢者の就業拡大等に努め、人材の確保を図ります。

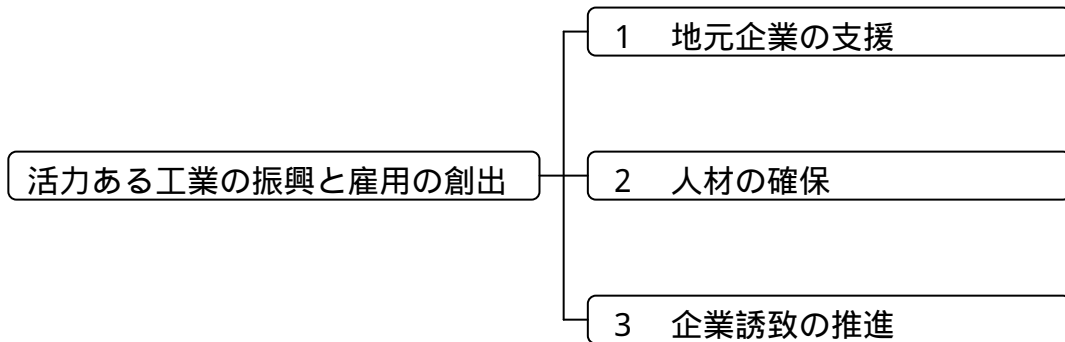
3 企業誘致の推進

地域の雇用は、世界的な経済の混乱や国内消費の低迷、円高による生産拠点の海外移転等の影響を受け、工場の新設や増設が思うように進まず、厳しい状況にあります。本市の中央工業団地には平成 22 年度までに 78 社が立地しており、雇用の場を創出してきました。現在、中央工業団地の第 4 次拡張事業に取り組んでいますが、既存工業団地を含め、残用地面積が 23.8ha となっています。市民アンケートや地域ワークショップにおいても、やはり、多くの市民の方々が雇用の確保の推進が必要としており、「企業誘致の促進」や「地域に根ざした企業の育成」等を強く望んでいることがうかがわれます。

このため、企業誘致においては、内需型優良企業を中心とした魅力ある多様な企業の集積に積極的に取り組みます。特に、山形県内陸地域基本計画に掲げている有機エレクトロニクス関連分野や自動車関連分野、超精密関連分野、地元産の食材を活用した食品分野、さらに、環境エネルギー産業分野等に注力するなど企業集積に戦略的に取り組み、地域の雇用の場の創出を進めていきます。

第 3 節 活力ある工業の振興と雇用の創出 基本計画案

1 施策の体系



2 施策

1 地元企業の支援

経済のグローバル化など地域の産業を取り巻く環境が大きく変化している中で、それらの変化に対応できるよう地元企業を支援していきます。また昔からの伝統産業を生かし育てていくことで寒河江の商品の魅力づくりを図って行きます。

特に、産業間連携に推進・企業間ネットワーク機能の充実を図るほか、金融機関とも連携を行い、新製品や新技術の開発を支援していくことで魅力ある製品開発を進めます。

さらに企業の、見本市・展示会等への参加や研修派遣に対する支援、市内産品愛用運動の推進、業種転換の促進及び中小企業への金融支援制度の充実に取り組んでいきます。

2 人材の確保

産業を担う人材を確保するため、インターンシップ事業等の充実による新規学卒者の就職支援、その後の定着支援等を行って行きます。また、子どもを安心して生み育てることができる環境づくりの推進、高齢者の経験を活用できる取組みを進めて行きます。

3 企業誘致の推進

市民アンケートでは、雇用の確保の推進が必要とこたえた方がやや必要を合せ 64.5%と高率になっていますので、魅力ある就業の場の確保を図り、若者が定住するまちづくりを推進するため、魅力ある多様な企業の集積に積極的に取り組めますが、特に、有機エレクトロニクス関連分野や環境エネルギー産業分野、地元食材活用の食品関連分野などに代表される、今後進展が期待されたりまた景気に左右されにくい内需型産業分野への誘致企業対象の絞込みを図りながら、積極的に誘致活動を展開して行きます。また、高速交通網の要衝の地としての地域特性を活かした物流関連分野などへの戦略的な誘致活動を推進して行きます。

さらに、新規立地企業及び既立地企業に対する優遇制度等のきめ細かな支援体制の強化を図るほか、首都圏の企業を積極的に誘致するための体制強化やトップセールス等企業訪問の充実に努めていきます。

3 目標

項目	現状	H27 目標
製品出荷額の増加（従業員 4 人以上）	H21 1,391 億円	1,600 億円以上
製造業従業者数の増加（従業員 4 人以上）	H21 5,638 人	6,400 人以上
中央工業団地への企業誘致	H22 残用地 23.8ha H22 立地企業 78 社	残用地 0ha 立地企業 90 社
中央工業団地への企業誘致に伴う新規雇用の増加	H22.4.1 現在の就業者数 3,940 人	4,700 人以上

4 主な事業

企業間の連携推進と企業ネットワークの構築
産学官の連携推進
新商品の開発支援
販路の拡大推進（見本市、展示会等への参加支援）
企業の人材養成支援（技術研修派遣等への参加支援）
市内産品愛用運動の推進
中小企業への金融支援（制度充実）
新規学卒者の就職支援
子どもを安心して生み育てることができる職場環境づくりの促進
高齢者の経験活用支援
企業立地・増設等に係る施策（優遇措置・制度など）の整備・充実

第 4 節 人が集う、賑わいのある商業の振興 基本構想案

1 地域に密着した商店街づくり

商業を取り巻く環境は、景気の後退による消費低迷、商圈の広域化と競争化等により年々激しさを増してきております。

中心市街地では、郊外型店舗の増加や後継者不足により、商店数・年間商品販売額等が減少しており、後継者やリーダーの育成、駐車場の整備、地域の歴史や文化などを活かした人が集える場の総合的な整備など、地域住民の生活に密着し愛される商店街づくりが課題となっています。

また、市民アンケートでは、市街地に商業施設を集積して賑わいを高めることや楽しく散策できるような場所が求められています。

このため、起業・創業できる環境の整備や核となっている中心市街地活性化センターの機能充実を図るとともに、商店街と地域住民の協働による商店街づくりを推進し、地域に密着した商店街の賑わいづくりに努めていきます。

2 地元商業の振興

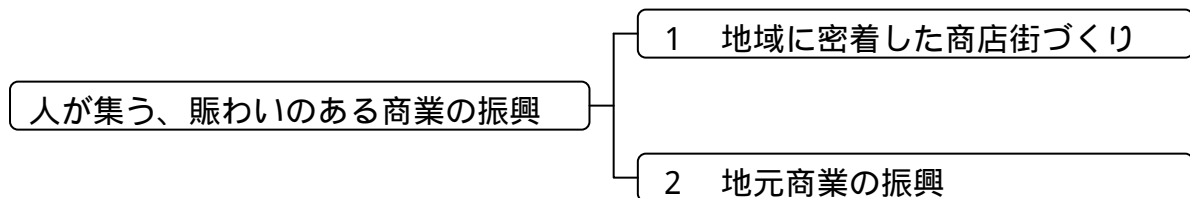
商圈の広域化、消費者のニーズの多様化や通信販売利用の拡大など、地元の商業を取り巻く環境は大きく変化しています。

市民アンケートでは、寒河江ならではの特産品開発や特色ある商店や商店街の形成等を図る必要があるとの要望が寄せられています。また、地域ワークショップにおいては、地元商店を知るきっかけづくりの必要性が意見として寄せられています。

これらをふまえ、各店の魅力や質の向上と情報発信の強化を推進し、高度化する消費者ニーズへの的確な対応を行っていくとともに、新たなサービス・特産品の開発、若い人が創業できる環境整備や地域に伝わる伝統食の有効活用を進めます。さらには、四季折々のイベント開催などによる賑わいづくりを図り、がんばる地元商業の振興に努めてまいります。

第 4 節 人が集う、賑わいのある商業の振興 基本計画案

1 施策の体系



2 施策

1 地域に密着した商店街づくり

地域住民の生活に密着し愛され続ける商店街づくりのために、経営の改善の推進、多様な販売方法の導入、融資などの金融支援、空き店舗の有効活用等を図って行くとともに、後継者やリーダーの育成、周遊促進の対策等を進めます。

また、高齢化社会の進行に対応し、商店を核として地域住民の交流を促進し、お互いの顔が見える、心が触れ合う明るい商店街づくりを地域住民と協働して推し進めます。

さらに、中心市街地活性化センターについては、子どもから女性そして高齢者が利用しやすい機能の充実を図るとともに、美術館等のアメニティ機能の活用を図り、地域に密着した商店街づくりの核の役割を果たしていきます。

2 地元商業の振興

消費者のニーズが多様化するとともに、高齢化社会が進展する中、各店の魅力アップを図り、時代にあった商品・サービスが提案できる態勢づくりを支援していきます。

そのために、若者をはじめ幅広い年代層の意見も取り入れるなど消費情報の収集や各店の特色づくりの推進、地場産品の開発と販売支援、コミュニティビジネスの調査等を行うとともに、情報発信を強化していきます。

また、料理飲食店においては、寒河江川の鮎、芋煮、山形牛、ひっぱりうどんなどに代表される地元の食材や伝統料理等の活用を進め、特色ある寒河江の食文化の演出に努めるとともに、情報発信を強化し、誘客を図ってきます。

3 目標

項 目	現状	H27 目標
商業販売額の増加	H19 707 億円	710 億円以上

4 主な事業

商店街と地域住民の協働のまちづくりの推進
中心市街地活性化センターの機能充実と利活用促進
後継者やリーダーの育成支援
まちなか周遊の推進
活性化事業の支援
地域商品情報の発信
特産品の確立支援
個店の魅力づくり支援
特産品開発・販売の促進
食材供給体制の整備