

第2章 「地域を元気にする産業の創造」

第1節 地域特性を生かした農業振興

1 生産体制の整備とブランド化の推進

本市では、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ますが、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%、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%となっており、多くの市民が農業の振興に高い関心を寄せています。また、地域ワークショップでも「さくらんぼの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、多様な流通体系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

本市の農業は、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」を推進してきましたが、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%と多くの方が回答しており、また、地域ワークショップにおいても担い手不足の意見が寄せられています。

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ともに、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いきます。

3 耕作放棄地の解消と中山間地域の活性化

農業所得の減少や農業者の高齢化が進んでおり、効率的な農業経営のための農用地利用集積や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おり、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、地域の農業は地域で守ることを主眼に置き、地域ごとの組織育成や効果的な事業を活用することにより、耕作放棄地の解消、農用地利用集積を推進していきます。また、地域特産品の産地化及び森林の保全と整備を進め、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に対する消費者の志向が高まっています。市民アンケートにおいても、「地産地消運動と消費拡大の推進」を求める意見が寄せられており、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。また、生産から加工や販売まで一体的に取り組み、農産物の付加価値を上げる「農業の6次産業化」を推進し、本市農業の競争力を強化していくことが必要です。

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次産業化を推進していきます。

第2節 寒河江の宝を活かした観光振興

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おり、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、地域ワークショップ等において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。

ブラッシュアップ：磨き上げること。より磨きをかけること。

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、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、更なる誘客をめざしていきます。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。

ホスピタリティ：おもてなし。おもてなしの心をもってサービスを提供すること。

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。市民アンケートにおいても、広域的な観光資源の活用と連携の強化を求める意見が寄せられています。

そのために、西村山4町との連携を強め、高速交通網の要衝としての地理的な優位性を活かしながら西村山観光の拠点としての役割を果たすべく、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。

4 交流エリア「チェリークア・パーク」の魅力向上

パーク内民活エリアにおける相次ぐ事業展開や高速道路の無料化社会実験等の影響により、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、「温泉資産など地域資源の活用や広域的な観光拠点の整備」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、スマートIC等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むとともに、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3節 活力ある工業の振興と雇用の創出

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(6.6%)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をはじめ、子どもを安心して生み育てることのできる環境をつくり女性の就業拡大を図るほか、団塊の世代など元気な高齢者の就業拡大等に努め、寒河江の産業を活性化する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80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、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、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、有機エレクトロニクス関連分野など今後進展が期待される分野や景気に左右されにくい内需型産業分野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4節 人が集う、賑わいのある商業の振興

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います。

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・商店街の形成等を図る必要があるとの意見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いきます。