



中心市街地の様子

第4章 地域資源を活かした活力あるまちづくり (産業活力)

- 第1節 活気ある産業経済活動を促進します
- 第2節 中心市街地のにぎわいを創出します
- 第3節 力強い農業を推進します
- 第4節 地域の特性を活かした「前橋観光」を推進します



乳牛共進会の様子

第1節 活気ある産業経済活動を促進します



機械要素技術展への出展



市の助成で設置された機械設備



就活実践塾

平成29年度に目指す姿

- ◎ 中小企業が経営の合理化を積極的に進め、環境変化や顧客ニーズを的確に捉えた事業を展開しています。
- ◎ 産学官の連携による新たな技術開発や、市外企業の市内への新規進出、活発な創業などにより、地域経済が活性化しています。
- ◎ 働きやすい労働環境のもと、勤労者が生き生きと意欲を持って働いています。
- ◎ 消費者ニーズや新たな流通形態に対応した多様な経済活動が行われています。

現状と課題

- わが国の中小企業は企業数の99.7%、雇用者数の約7割*1を占めており、本市においても産業基盤と労働環境を支える要となっています。しかし、東日本大震災に伴う計画停電や消費意欲の低下、さらには長期化する円高や原油価格の高騰などにより、多くの企業が打撃を受けました。
- 地域経済の要である中小企業の活力を維持するためには、企業の経営基盤の強化はもとより、従業員が意欲をもって働ける環境づくりに努めるとともに、自社の強みを活かした技術開発を進めるなど、労働生産性と市場競争力を高めていく必要があります。加えて、優良企業の誘致と新規創業の促進により、地域経済の代謝を促し、市場・雇用環境を活性化する必要もあります。
- 販売・消費の面では、近年のICT技術の進展により、従来の対面販売に加えて多様な流通・小売形態が見られるようになり、これに応じて消費動向も変化しています。これからの流通・小売業においては、消費者ニーズの変化にあわせた新たな事業活動・業態への対応が求められます。

この政策に対する市民の実感

企業の活動に活気が戻ってきていると感じる市民の割合

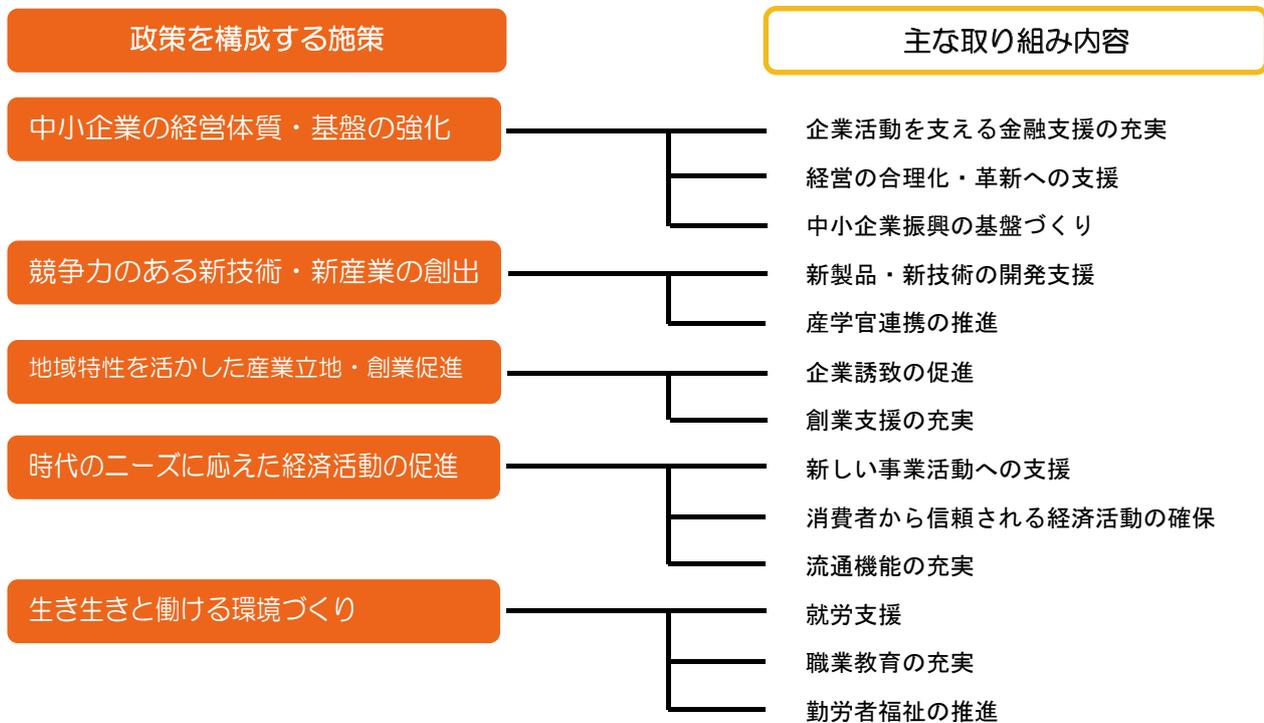


用語 *1 数値は中小企業庁の「中小企業白書 2011」の第2部 第1章 第1節より引用。

政策の方針（基本的方向）

- 地域経済を支える中小企業の経営基盤を強化するため、経営の合理化を促進するとともに、多様なニーズに対応できる金融支援の充実を図ります。
- 企業の競争力強化を図るため、企業と学術研究機関の積極的な連携を促進し、各企業の強みを活かした新製品・新技術開発を支援します。
- 本市経済の新陳代謝と新たな雇用の創出に向けて、地元企業の市外への転出抑制を図りながら、市外の優良企業の誘致を積極的に進めるとともに、新規に創業しやすい環境づくりに努めます。
- 消費者ニーズの変化や新たな流通形態への対応力を高めるため、流通・小売業者等の新たな事業活動を支援するとともに、消費者に信頼される経済活動を促進します。
- 働く意欲のある人や勤労者が、安心して生き生きと働ける環境の整備や充実を図ります。

施策の体系



平成29年度の目標（成果指標）

指標名	現状値	目標値(H29)	指標の説明
工業統計調査における本市の製造品出荷額（従業者4人以上の事業所）	5,756 億円 （平成 22 年度）	6,000 億円	市内における製造業等の生産活動の実態から、企業の経営状況を測る指標です。
産学官を含む新製品・新技術開発の助成を受けた自社開発件数（累積）	30 件 (H20~H23)	69 件 (H20~H29)	新製品・新技術の開発件数から、本市の産業競争力を測る指標です。
企業誘致活動により新たな工業適地へ立地した企業数（累積）	8 企業 (H20~H23)	24 企業 (H20~H29)	工業適地への立地件数から、本市の産業活性化を測る指標です。
いきいき・賑わい商店街支援事業、がんばる商店支援事業の件数	19 件 （平成 23 年度）	30 件	商店街及び商店に対する補助実績から、新たな事業活動の進み具合を測る指標です。
求職登録した人が就職できた割合	31.2% （平成 23 年度）	35.0%	求職者の就職率から、本市の労働環境の充実を測る指標です。

第2節 中心市街地のにぎわいを創出します



弁天ワッセ



街なかでの食によるイベント

平成29年度に目指す姿

- ◎街なかの利便性と回遊性が向上し、
多くの人々が、中心市街地に新たな魅力を感じています。
- ◎中心市街地の都市機能の充実が図られ、
多くの人々が集い・にぎわう交流空間となっています。

現状と課題

- 中心市街地の空洞化は、全国の地方都市共通の課題となっており、本市においても、空き店舗の常態化や、商品販売額・歩行者数等の減少傾向が続いています。一方、中心市街地は、長い歴史に育まれた文化的資源等を数多く保有しており、こうした文化的風土や魅力的な都市景観等を活かし、中心市街地を舞台とした文化芸術事業が数多く開催されています。
- 全国的な人口減少傾向の中、中心市街地への「都市機能の集積」や住民の「都心回帰」の動きが各都市で見受けられます。本市においても、前橋プラザ元気21や芸術文化施設など公共施設の集積が進み、また、中心市街地周辺に集合住宅が数多く建設されるなど、同様の傾向にあります。
- 本市では、中心市街地の現状と課題を分析し、平成23年3月に「中心市街地活性化基本計画」を策定しました。この計画は、多くの人々や本市固有の資源が、中心市街地を舞台に集い・交わり・結びつくことで、本市の新たな魅力を創出することを目的としており、「暮らし」・「にぎわい」・「豊かさ」の3つの視点で取り組みを進めることとしています。

この政策に対する市民の実感

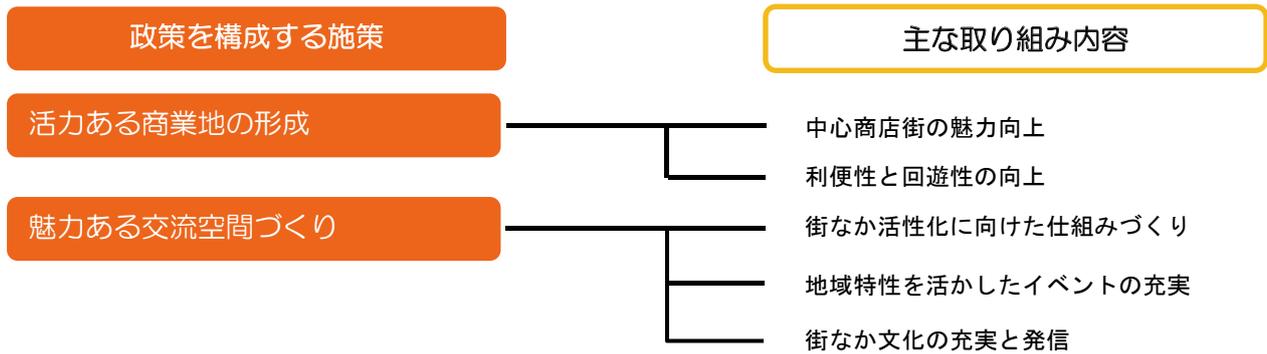
中心市街地に元気にぎやかさが戻ってきた
と感じている市民の割合



政策の方針（基本的方向）

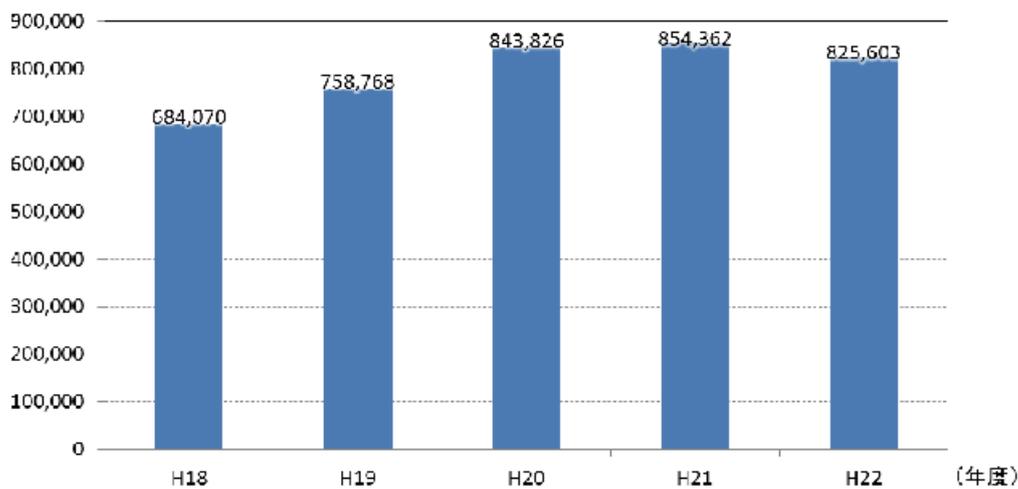
- 中心市街地の「商業地」としての活力を回復するため、商店街や各店舗が持つ強み・特性を活かした魅力づくりに努め、街なかの利便性・回遊性の向上を目指します。
- 多様な都市機能と文化的資源の集積を活かし、市民や事業者をはじめとする多くの人々の連携・協力により、魅力ある交流空間づくりを進めます。

施策の体系



●文化施設等利用者数の推移

(単位:人)



※文化施設等利用者数（中央公民館・前橋テルサ・前橋文学館の利用者数の合計）

平成29年度の目標（成果指標）

指標名	現状値	目標値(H29)	指標の説明
中心商店街における通行量 ※活性化区域内9箇所の一日の通行量合計	11,949人 (平成23年度)	24,000人	中心商店街の通行量から、商業地としての中心商店街の活力の度合いを測る指標です。
中心市街地における文化施設等の利用者数	825,603人 (平成22年度)	950,000人	中心市街地内の文化施設の利用者数から、街なか文化の充実と交流空間の形成を測る指標です。

第3節 力強い農業を推進します



赤城の恵ブランド認証マーク



稲の刈り取り

平成29年度に目指す姿

- ◎前橋産農畜産物のブランド化が進むとともに、農業に関心と関わりを持つ人々が増え、農業の価値・魅力が高まっています。
- ◎安全で安心な農畜産物の生産・加工・流通が行われ、本市農畜産物の消費が拡大しています。
- ◎意欲と能力のある農業の担い手が確保され、効率的で安定的な農業経営が行われています。
- ◎生産基盤が整備され、農業の担い手に農地が集積されています。

現状と課題

- 本市は、早くから農地の基盤整備や農業施設の近代化に積極的に取り組み、全国有数の農業産出額を誇る農業都市となりました。
- 農業都市としての特徴を維持・発展させるため、赤城の恵ブランド認証制度をはじめとする農畜産物のブランド化を進めるとともに、農業の六次産業化や農業体験などを通じ、人々の農業への関心、関わりを高め、産業としての価値・魅力を高めていく必要があります。
- 「食の安全」に対するニーズが高まっていることから、生産・加工・流通・消費の各段階における安全性を確保しながら、安全で安心な前橋産農畜産物を積極的にPRし、流通販路の拡大に努める必要があります。
- 高齢化や後継者不足により農業従事者が減少しているため、農業経営への支援策の充実を図り、多様な農業の担い手を育成・確保することが求められています。
- 農業従事者の減少等により遊休農地化が進んでいるため、農地の集約や大規模化、遊休農地の活用などの対策が求められています。

この政策に対する市民の実感

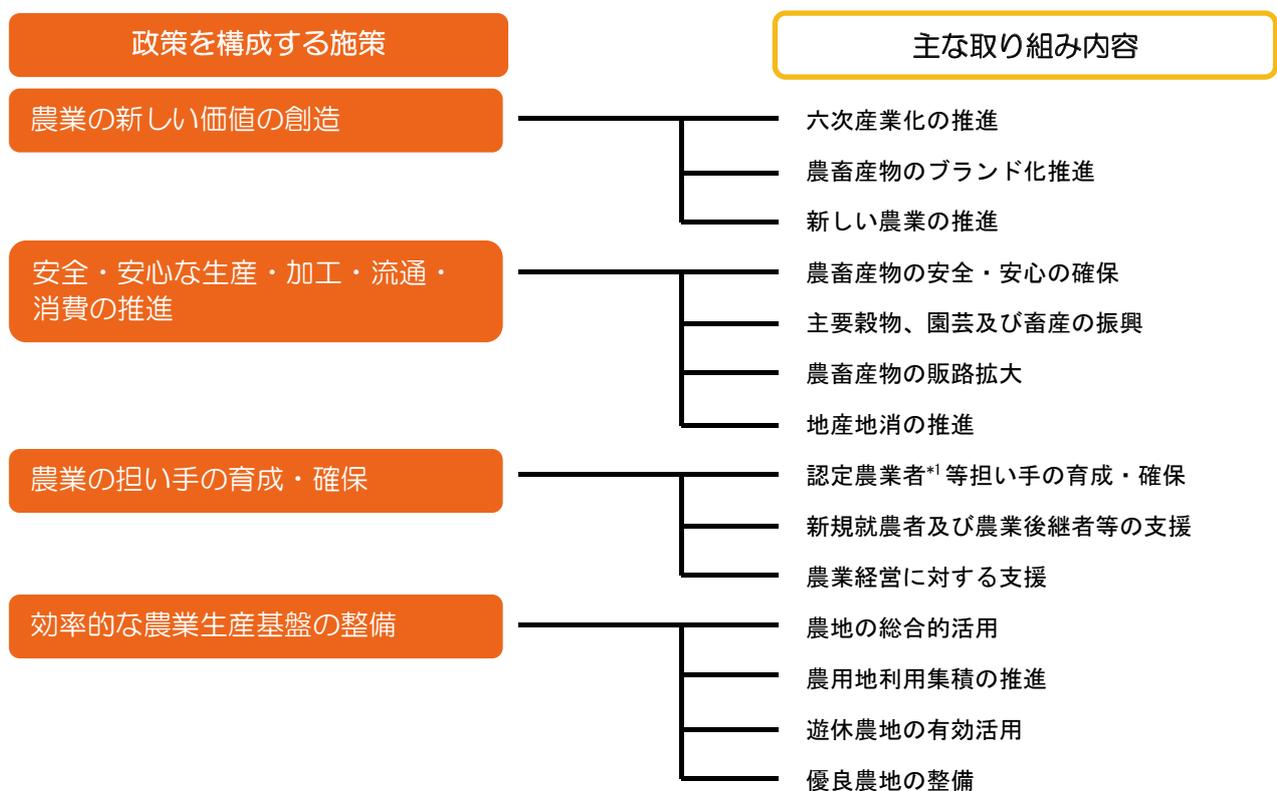
農業生産が豊富で、農業が盛んであると感じている市民の割合



政策の方針（基本的方向）

- 農業の価値と魅力を高めるため、農業の六次産業化や前橋産農畜産物のブランド化を推進するとともに、市民をはじめ、多様な主体が農業に関心を持ち、関わる機会を創出します。
- 安全・安心な農畜産物の生産と、消費者ニーズに対応した流通体制・産地づくりを推進するとともに、前橋産農畜産物の販路拡大・地産地消を進めます。
- 本市農業の持続と発展のため、意欲と能力のある担い手の育成や確保を図るとともに、農業経営の安定化・効率化に向けた指導・助言・調査などの支援を行います。
- 農業生産の効率化を図るため、農地の面的集積や、遊休農地の解消に取り組むとともに、大区画ほ場整備事業などの農業生産基盤の整備を進めます。

施策の体系



平成29年度の目標（成果指標）

指標名	現状値	目標値(H29)	指標の説明
赤城の恵ブランド認証決定数	28 品目 (平成 24 年度)	43 品目	農畜産物のブランド化が拡大・推進されていることを表す指標です。
農産物直売所の売上額	14億6,800万円 (平成 24 年度)	16億7,000万円	地域農産物の消費拡大の状況を表す指標です。
認定農業者数	606 経営体 (平成 24 年度)	689 経営体	農業生産に中核的役割を果たす、意欲と能力のある担い手を目指す農業者の状況を表す指標です。
農業の担い手に面的集積される農地面積	554ha (平成 24 年度)	700ha	農地が担い手に面的に集積され、農業経営が効率的かつ安定的に営まれている状況を測る指標です。

用語 *1 認定農業者：農業基盤強化法に基づき、市長から経営改善計画を認定された個人または法人のこと。

第4節 地域の特性を活かした「前橋観光」を振興します



観光ボランティアガイドの活動



「ころとん」での観光PR活動



前橋七夕まつり

平成29年度に目指す姿

- ◎ 「前橋観光」が定着し、多くの人たちが前橋を訪れています。
- ◎ 積極的なプロモーション活動により、前橋ブランドが浸透し、前橋市の知名度が向上しています。

現状と課題

- 本市への誘客や来訪者の拡大などにつながる観光産業は、地域経済への波及効果が高く、地域活性化の一端を担っています。
- 市町村合併に伴い、赤城山山頂までが市域に加わったことで、本市は、赤城山を中心とした自然観光と、市街地を中心とした都市観光の二面を有することとなりました。今後は、それぞれの領域ごとに、そのあり方や役割に関する戦略が必要となります。
- 本市の観光振興を進めるためには、市内全域に存在するさまざまな観光資源を磨き、活用していく必要があります。そのためには、観光に携わる事業者や団体だけではなく、市民一人ひとりが、前橋観光の広報・宣伝の担い手になるとともに、前橋を訪れる方に対して「おもてなしの心」で接するなど、積極的な市民参加が必要です。
- 本市では、前橋観光の進むべきビジョンとして、平成23年3月に「前橋市観光基本計画」を定めました。この計画に基づき、「観光資源の活用」、「プロモーションの推進」、「ホスピタリティ^{*1}の向上」、「食・土産品のブランド化」などを進めることとしています。

この政策に対する市民の実感

市内に観光名所が増えてきていると感じている市民の割合

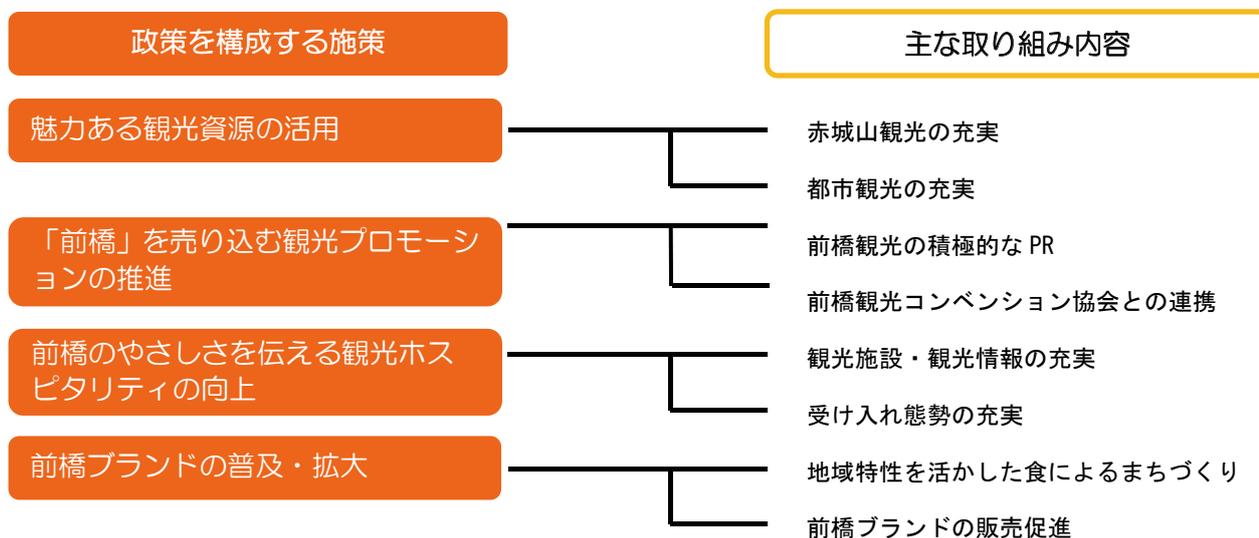


用語 *1 ホスピタリティ：「おもてなし」のこと。

政策の方針（基本的方向）

- 本市のシンボルであり、最大の観光資源である赤城山の魅力向上に取り組むとともに、都市型観光の充実に努め、前橋全体の観光力の向上を図ります。
- 本市の数ある観光資源の中から、重点的に宣伝展開する観光資源を絞り込み、各種施策を展開するなど、本市の観光イメージ確立に努めます。
- 本市を訪れる方の満足度を高めるため、受け入れ側となる事業者・民間団体・地域住民・行政など、観光に携わる関係者の連携を再構築し、ホスピタリティ向上に努めます。
- 食によるまちづくりや新たな名産品の開発を促進し、「前橋ブランド」の普及・拡大を推進します。

施策の体系



平成29年度の目標（成果指標）

指標名	現状値	目標値(H29)	指標の説明
観光客年間入込数 ※観光客調査（三大まつりなどを含む）による入込客数	5,917千人 (平成23年度)	7,000千人	観光客の年間入込数から、本市の観光の充実度を測る指標です。
各種媒体（新聞・TV・ラジオ・雑誌）等におけるPR機会 ※コンベンション協会も含む	133件 (平成23年度)	200件	各種媒体に採り上げられた件数から、本市の観光PRの充実度を測る指標です。
観光ポータルサイトの閲覧数 (市HP上位100以内での閲覧数)	356,000件 (平成23年度)	400,000件	本市の観光ポータルサイトの閲覧件数から、本市の観光情報の充実度を測る指標です。
TONTONのまち前橋「T-1グランプリ」への参加店舗数	78店 (平成23年度)	100店	T-1グランプリ（豚肉料理No.1決定戦）への参加店舗数から、前橋ブランドの拡大を測る指標です。