

第5章

魅力あふれるまちづくり (シティプロモーション)



10年後に
目指す姿

地域の魅力を創造・発信し、
誰もが訪れ、
住み続けたいくなるまちを目指します。

重点テーマ

前橋らしさの創出

重点施策

- 1 地域資源を活かした新たな観光振興
- 2 移住・定住促進
- 3 市民主体の魅力づくりの推進
- 4 魅力的なまちづくりの推進

1 地域資源を活かした新たな観光振興



目標

前橋の持つ地域資源を活用した観光・スポーツ振興を推進し、まちににぎわいをもたらします

- 豊かな自然環境と地域観光資源を活かした観光振興による、外国人を含めた交流人口の増加と地域産業の活性化
- 全国に誇れる歴史文化遺産を活用した「歴史観光都市まえばし」の確立
- スポーツ大会等の誘致拡充によるスポーツ振興と経済の活性化

現状と課題

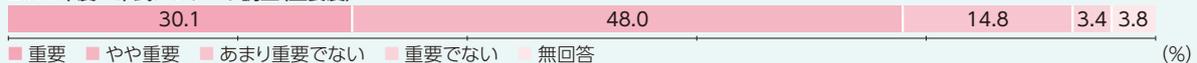
民間の力を活かした豊かな自然や観光資源の利用に加え、スポーツを活用した観光振興が求められています

- 赤城山頂地域は県立公園に指定されているため、民間活力の利用が停滞
- 「全国最初・唯一・一番」に該当する歴史文化遺産の発掘調査の実施
- 健康増進や生活を豊かにすることだけではなく、観光振興や産業活性化等も含めた、スポーツが果たす役割の見直しの必要性

関連データ等

市内に観光名所が増えてきており、前橋の特性や魅力を活かした観光振興が行われている。

2016年度 市民アンケート調査(重要度)

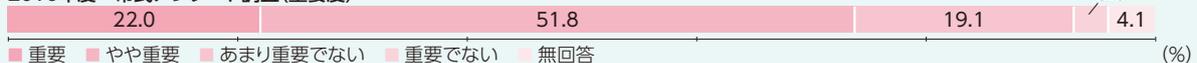


2016年度 市民アンケート調査(満足度)

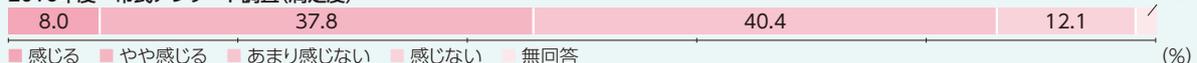


スポーツを行う、観戦するなど気軽にスポーツを親しむことができる。

2016年度 市民アンケート調査(重要度)



2016年度 市民アンケート調査(満足度)



施策の方向性

(1) 赤城山の観光資源を磨き上げ、また新たな魅力を発掘し、発信します

- 赤城山ツーリズムの推進
- スローシティの推進
- 官民連携による情報発信
- 新たな「道の駅」の設置推進

成果
指標

赤城山ツーリズムを通じた観光入込客数
(赤城山頂及び南麓7施設)(年間)

実績(2012)
196.1万人

現状(2016)
192.3万人

目標(2020)
200.2万人

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- 赤城山の魅力の情報発信
- 観光客に対するおもてなし
- 観光イベントへの参加

企業・団体

- DMO^{*1}関連組織と連携した魅力の発掘・発信
- 観光関連施設等の受入体制の充実・整備

行政

- 赤城山ツーリズムの推進母体であるDMO(赤城自然塾)との連携と活動支援
- 観光施設の整備と適正管理
- SNS等による情報発信

(2) 前橋固有の歴史文化遺産を核とした歴史空間を創造します

- 前橋固有の歴史文化遺産の活用と発信
- 歴史文化遺産の持続的な顕彰作業と将来への継承
- 歴史と文化に立脚した地域づくりと前橋らしい「おもてなし」の創出

成果
指標

歴史文化イベント参加者数に占める
市外客の割合(年間)

実績(2015)
41.1%

現状(2016)
35.6%

目標(2020)
41.1%

※2015年から上記集計を開始したため、実績値を2015年とするもの。

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- 本市の誇りある歴史文化の認識の向上
- 歴史と文化に立脚した個性ある地域づくりの推進
- 市外からの来客に対する語り部としての対応

企業・団体

- 歴史と文化を背景とした個性ある商品・サービスの開発と提供
- 歴史文化イベントやおもてなし企画へのスポンサー対応
- 歴史的・文化的資源の保存に対する積極的な支援

行政

- 魅力ある歴史文化イベントの開催
- 訪問者に対するおもてなしサービスの構築
- 歴史文化遺産を次世代に引き継ぐための体制構築
- 関連都市との相互交流の促進

(3) スポーツ振興を図るとともに、更なる観光や経済の活性化を目指します

- スポーツ大会を通じたシティセールス
- 参加者目線による大会運営
- 関係団体と連携した大会誘致の体制強化

成果
指標

関東大会以上のスポーツイベントの
開催数・参加者数(年間)

開催数
参加者数

実績(2015)
19大会
21,377人

現状(2016)
29大会
37,210人

目標(2020)
31大会
40,000人

※2015年から上記集計を開始したため、実績値を2015年とするもの。

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- スポーツ大会への参加
- ボランティアなどの協力

企業・団体

- スポーツ大会の主催や共催による地域貢献
- 宿泊人数増加に伴う宿泊施設の充実
- スポーツコミッションと連携した大会の誘致

行政

- スポーツ大会への支援
- スポーツコミッションと連携した大会の誘致

● 関連する個別計画 ●

県都まえばし創生プラン、前橋観光の方向性

※1 DMO…Destination Management Organizationの略で、観光施設、自然、食、芸術・芸能、風習・風俗、産業など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協働して観光地域づくりを行う法人。

2 移住・定住促進



目標

移住・定住に向けた支援・受入体制の強化により、
活気あるまちづくりを進めます

- 前橋の地域特性を活かした移住・定住促進による人口減少の抑制
- 空き家を活用した近居・多世代同居の推進による若年世帯の定住促進
- 若者の市内への定着促進による市外転出超過の改善

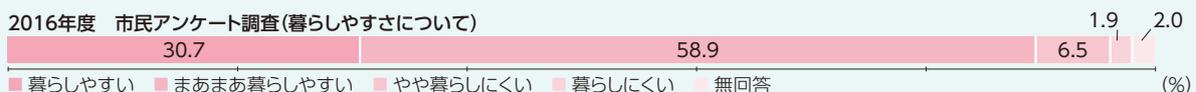
現状と課題

ライフスタイルや価値観の変化による多様なニーズに対応可能な柔軟な支援が求められています

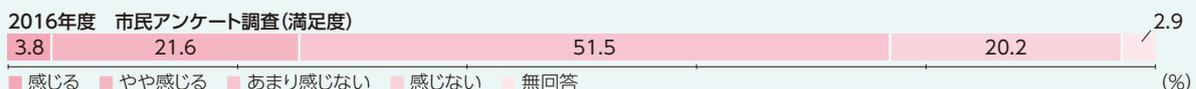
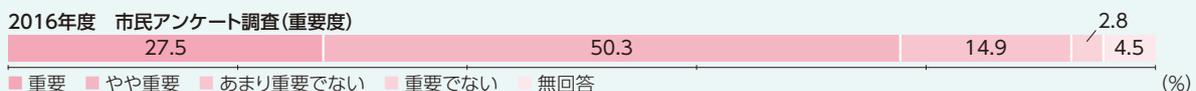
- 移住コンシェルジュ^{*1}の配置による本市独自の移住支援
- 本市の空き家率は全国平均よりも高い水準だが、今後も人口減少とともに空き家が増加する見込み
- 他世代と比較し、若年世代の市外への転出超過数が顕著

関連データ等

前橋市は、暮らしやすいところだと思いますか。



優れた人材の育成や専門的な研究を通じて大学等が地域に貢献している。



施策の方向性

(1) 地域が主体となり本市の魅力伝え、個々の希望に寄り添うきめ細かな移住・定住支援を展開します

- 地域全体での移住・定住支援体制の構築
- 移住希望者への魅力発信
- きめ細かな支援の実施(ワンストップサービスの実現)

成果指標

移住相談件数(年間)

実績(2015)
35件

現状(2016)
49件

目標(2020)
100件

※2015年から上記指標に係る事業を開始したため、実績値を2015年とするもの。

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- 地域の魅力発信
- 移住希望者の地域への受け入れ

企業・団体

- 企業・団体主体でのPR活動
- 支援体制への参画
- ワンストップサービス(居住・就業・子育て等)の実現に向けた取組

行政

- 移住希望者への情報発信
- 移住・定住支援体制の構築に向けたコーディネート
- ワンストップサービス(居住・就業・子育て等)の実現に向けた支援

(2) 空き家を若年世帯の住居として活用し、活気のあるまちを目指します

- 空き家等を活用した定住の促進
- 快適な住環境の保全
- 世代間交流の促進

成果指標

近居・同居のために、除却して新築又は改修された空き家の戸数(年間)

実績(2015)
13戸

現状(2016)
41戸

目標(2020)
45戸

※2015年から上記指標に係る補助事業を開始したため、実績値を2015年とするもの。

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- 空き家に関する施策への協力
- 空き家が及ぼす生活環境への影響の理解
- 空き家の適切な管理と積極的な活用

企業・団体

- 空き家に関する施策への協力
- 空き家の活用に関する協力
- 空き家の市場流通の促進

行政

- 空き家に関する情報の把握
- 空き家の所有者等に対する助言・指導
- 空き家の活用に関する情報の提供

(3) 若者が市内に定着するきっかけを創出します

- 市内の学生が地域や市内企業を知る機会の提供
- 市内高等教育機関の活性化
- 高校生の市内高等教育機関への進学や市内企業への就職の支援

成果指標

住民基本台帳人口移動報告(総務省)による15-24歳の市外への転出超過数(年間)

実績(2014)
304人

現状(2016)
320人

目標(2020)
228人

※2014年から上記集計が開始されたため、実績値を2014年とするもの。

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- インターンシップへの積極的な参加
- 市内高等教育機関への進学や市内企業への就職の検討

企業・団体

- インターンシップ実習生の受入
- 企業・団体等の積極的な情報発信
- 大学等による地域に根付いた人材育成

行政

- 企業・団体と連携したインターンシップ制度の実施
- 産学官の連携強化の先導

● 関連する個別計画 ●

県都まえばし創生プラン、前橋市住生活基本計画、前橋市空家等対策計画

※1 移住コンシェルジュ…前橋市への移住・定住をより効率的に推進するために、2015年度より市が配置している。主に、東京都内で行われる移住相談会での移住相談や前橋市への移住者の職・住に関するサポートを行っている。

3 市民主体の魅力づくりの推進



目標

前橋の魅力を高める取組や発信を積極的に行い、地域に対する市民の誇りや愛着を向上させます

- 社会貢献活動(CSR^{*1}・CSV^{*2})に意欲的な企業・団体等の多様な取組による社会課題・地域課題の解決
- 本市における多様な取組の市内外への効率的な発信
- 郷土前橋を誇りに思い、市外からの来訪者や市外に向けて前橋市をPRする市民の増加

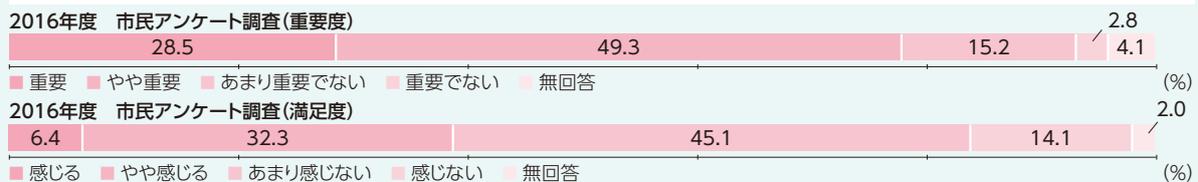
現状と課題

市民、企業・団体、行政のそれぞれが当事者意識を持った主体的な地域課題の解決への取組が求められています

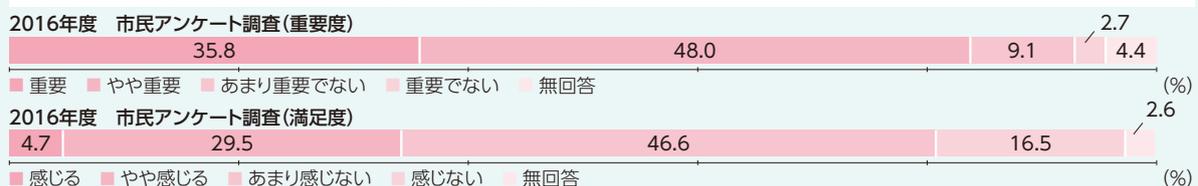
- 社会貢献活動に意欲的な企業・団体の増加
- 都道府県別の魅力度ランキングで群馬県は下位に低迷
- 市民の前橋に対する愛着心の低迷

関連データ等

市民が前橋の自然・歴史文化・食・風土などに誇りを持っている。



市役所は、企業や地域と協力して、様々な活動に取り組んでいる。



施策の方向性

(1) 多様な主体が当事者意識を持って連携し、魅力づくりを推進します

- 民間企業や団体等と問題意識を共有し、課題の解決や地域の魅力を高める取組
- 個人や団体が主体となり社会の課題を解決するソーシャルデザイン^{※3}を提案し、具体的に解決する仕組み(ソーシャルアクション^{※4})を支援

成果指標

都市魅力アップ共創(民間協働)推進事業の取組件数(累計)

実績(2013)
2件

現状(2016)
8件

目標(2020)
30件

※2013年から上記事業を開始したため、実績値を2013年とするもの。

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- 地域課題の解決への積極的な参画

企業・団体

- 他の主体と連携した取組の推進
- CSR・CSVやボランティア活動を通じたまちづくりへの貢献

行政

- 他の主体へ向けた働きかけ
- 企業・団体が行うCSR・CSV活動の支援

(2) 前橋が持つ魅力や個性を戦略的に発信し続け、まちの活性化に繋がります

- 前橋の魅力や個性の掘り起こし
- 前橋市民に訴えかける連続した情報の発信

成果指標

市民アンケートで「市民が前橋の自然・歴史文化・食・風土などに誇りを持っている。」という質問に「感じる」「やや感じる」と回答した人の割合

実績(2012)
なし

現状(2016)
38.7%

目標(2020)
45.6%

※実績値「なし」は、2016年から上記アンケート項目が追加されたことによるもの。

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- 市内外への前橋に関する情報発信
- 前橋の魅力の共有

企業・団体

- 所属人員への前橋に関する情報の周知
- 前橋の魅力を活かした取組の推進

行政

- 魅力や個性の掘り起こし
- 幼少期からの教育体制の構築
- 市民への情報発信

● 関連する個別計画 ●

県都まえばし創生プラン

※1 CSR…Corporate Social Responsibilityの略で、「企業の社会的責任」と訳される概念。企業活動をする中で、自社の利益だけでなく、社会全体に与える影響や企業が行うべき社会貢献にも配慮した行動を選ぶという企業のあり方。

※2 CSV…Creating Shared Valueの略で、「共通価値の創造」と訳される概念。経済的価値を創造しながら、社会的ニーズに対応することで社会的価値も創造するという考え方。

※3 ソーシャルデザイン…どのような社会を築いていくかという計画。社会制度から生活基盤の整備に至るまで非常に幅が広いもの。

※4 ソーシャルアクション…世論を喚起するなどして立法・行政機関に働きかけ、政策・制度の改善を目指す組織行動。

4 魅力的なまちづくりの推進



目標

市民と共に考え、地域の個性を活かした市街地の整備を推進することにより、快適で調和のとれたまちづくりを進めます

- 中心市街地の魅力向上による来街人口の増
- まちなか居住の促進と魅力的な都市空間の創出
- 広瀬川河畔の魅力向上とにぎわいの創出

現状と課題

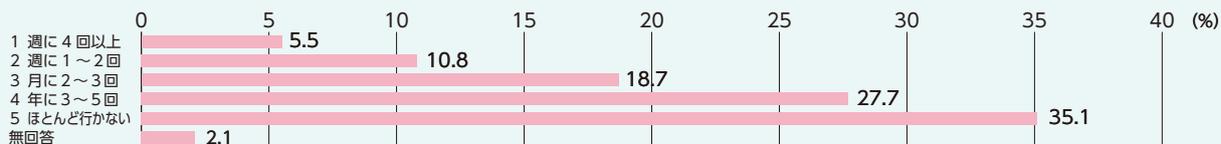
市内の団体同士の交流を促進し、景観に配慮した誰もが住みやすいまちづくりを市民と共に進めていくことが求められています

- 商店街通行量やまちなか公益施設の来館者数の停滞
- 車社会の進展と郊外開発による中心市街地の空洞化
- 周辺環境との連携不足や施設の老朽化、高木の繁茂による広瀬川河畔の魅力低下及び利用者の減退

関連データ等

中心市街地には、どのくらいの頻度で訪れますか。

2016年度 市民アンケート調査(産業活力)

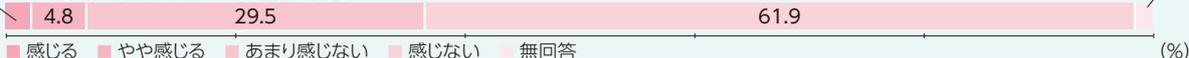


中心市街地に活気があり、にぎわっている。

2016年度 市民アンケート調査(重要度)



2.2 2016年度 市民アンケート調査(満足度)



施策の方向性

(1) 官民連携のまちづくりにより、まちの来街価値を高めます

- 官民連携によるまちづくり推進体制の整備
- 中心市街地の空洞化の解消
- まちなか公共空間の活用促進

成果
指標

商店街通行量調査による歩行者・二輪車通行量

実績(2013)
14,020人/日

現状(2015)
12,942人/日

目標(2020)
14,600人/日

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- 官民連携のまちづくり事業の推進
- 地域内経済循環への理解・協力
- まちなか就労への協力

企業・団体

- 官民連携のまちづくり事業の推進
- 地域内経済循環への理解・協力
- 中心市街地で「稼ぐ」ビジネスモデルの構築

行政

- まちづくり活動団体の利便性向上策の検討・実施
- 都市再生推進法人制度の設置・運営
- 空洞化対策事業の推進
- まちなか施設の適正管理

(2) 多様な世代が住みやすく、にぎわいと活気のあるまちを目指します

- 老朽化建物や低利用地の更新によるまちなか居住の促進と都市機能の誘導
- 中心市街地の将来像の策定

成果
指標

前橋市市街地総合再生計画に基づき、再開発事業等により整備された居住世帯数(累計)

実績(2015)
12戸

現状(2016)
12戸

目標(2020)
160戸

※前橋市市街地総合再生計画は、2015年から開始した計画のため、実績値を2015年とするもの。

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- まちづくりへの積極的な参画
- 土地、建物の有効活用

企業・団体

- まちづくりへの積極的な参画
- 新規事業への参画

行政

- 再開発制度等の情報発信と啓発活動
- 事業実施に伴う支援及び指導

(3) 景観に配慮し、広瀬川河畔を人が集える空間として再生します

- 緑地・市道の一体的な改良整備
- 広瀬川河畔ににぎわいを創出する施設を誘致
- 市民によるイベントの開催

成果
指標

広瀬川河畔の整備面積(0.45ha)の進捗状況

実績(2012)
なし

現状(2016)
なし

目標(2020)
80%

※実績値及び現状値「なし」は、2017年から上記事業を実施したことによるもの。

市民、企業・団体、行政の役割

市民

- 維持管理等の地域ボランティア活動への参加
- イベント等の企画・運営

企業・団体

- 新店舗の出店・広報活動
- 維持管理等の地域ボランティア活動への参加

行政

- 人が憩える場所の提供
- 改良整備の主導
- 市民企画の活動支援

● 関連する個別計画 ●

県都まえばし創生プラン、前橋市中心市街地活性化基本計画、都市再生整備計画、前橋市都市計画マスタープラン、前橋市立地適正化計画、前橋市市街地総合再生計画