

## 5. 基本計画

### (1) 将来目標

産業の活性化により雇用を創出し、就業人口流出の抑制と生活の負荷が少ない「職住近接」の実現を図るとともに、購買力を流出させない魅力ある商店・商店街とそれらを支える社会基盤の整備によって「人・もの・情報」が一体となったにぎわいのあるまちづくりを展開します。

また、農村環境や自然環境、温泉郷などの生産資源、観光資源を活用して求心力のあるまちづくりを目指し、より多くの観光客や定住・交流人口の獲得を図ります。

これらの活動を通じて阿賀野市の将来像を次のように定めます。

#### 【阿賀野市の産業経済の将来像】

### にぎわいを創出する産業のまち阿賀野

#### ■自然の恵みを生かした食の宝庫のまち

- 生産基盤の充実を図るとともに、農業従事者の高齢化に対応した担い手農家の育成確保を進めます。
- 自然環境にやさしい環境保全型農業および耕畜連携の土づくりによる資源循環型農業を推進します。
- 農林畜産品の高付加価値化および消費者団体などの販売ルートの確保拡大を積極的に支援し、安心・安全な食料の生産基地としての地位を確立します。
- 優良農地の確保と遊休農地の利活用を積極的に進めます。

#### ■活力ある産業が根付くまち

- 時代の変化に対応できる商業、工業、サービス業を育成支援し、地域産業の振興を図ります。
- 新たな産業の創出を図るため、人材育成や異業種間交流、地域間交流を積極的に進めます。
- 公益的機能を有する森林の育成と林業の振興を図るため、基盤整備を推進します。

#### ■自然と歴史・文化が織りなす観光のまち

- 特色ある観光市とするため、阿賀野川、五頭連峰、蒲原平野などの自然、瓢湖、五頭温泉郷、うららの森などの観光資源、郷土の歴史・文化を生かした施設などの整備を進めます。
- 観光関係団体の育成と連携強化、誘客宣伝など情報発信体制の整備を図るとともに、誘客促進に向けた受け入れ体制の充実を図ります。

## ■魅力のある産業が集積するまち

- 市内外の関係機関と連携しながら、新潟県東部産業団地への企業誘致を積極的に推し進め、安定した雇用の場を確保します。

### 【将来目標値】

産業経済の将来像である「**にぎわいを創出する産業のまち阿賀野**」の形成に向け、概ね10年後（平成33年）の目指すべき目標値を以下のとおり設定します。

#### 1) 市民にとってのにぎわい

全国的な知名度が上がり、生活も便利で楽しくたいへん住み良いまちです。ここに住まうことに誇りを感じ「暮らしの満足度」が向上しました。また、魅力ある働き場も増え若者も定着、さらにU・Iターンなどにより定住人口も見込まれます。

人口（人）	現状値 H22年	目標値	備考
	45,560	42,100 (41,679)	趨勢に対し減少数を約10%抑制 下段（ ）は趨勢値
住みやすさへの満足度（%）	現状値 H16年	目標値	備考
	32.6	40.0	市民アンケート調査より

#### 2) 農業にとってのにぎわい

農地の集約化が進み経営基盤が強化され、若手の就農者も増加しました。また安全・新鮮でエコな阿賀野ブランド野菜が有名になり、併せて直販や加工販売のメニューも増え、お客様の顔がみえる経営にやりがいを感じています。グリーンツーリズムにより都市との交流が盛んになり、新規就農にもつながっています。

経営耕地面積 (ha)	現状値 H22年	目標値	備考
	6,108	6,050 (6,040)	趨勢に対し減少数を約20%抑制 下段（ ）は趨勢値

#### 3) 製造業にとってのにぎわい

市内の特産品の良さが認知され、商品の注文が増えました。また、的確な経営指導や融資制度もあり経営も安定化しています。一方、環境関連の新たな起業や東部産業団地での企業立地が進み、企業同士の連携もあり、従業者や出荷額は増加しています。

製造業従業者数 (人)	現状値 H20年	目標値	備考
	4,464	4,230 (3,787)	趨勢に新規10ha×44人上乗せ 下段( )は趨勢値

#### 4) 建設業にとってのにぎわい

新エネルギー事業や農林業などの多角経営により、地域に密着した経営を進めています。これまで培った技術を継承し市民の生活基盤を支えている誇りを感じています。

建設業事業所数 (件)	現状値 H18年	目標値	備考
	480	450 (438)	趨勢に対し減少数を約20%抑制 下段( )は趨勢値：等差級数

#### 5) サービス業にとってのにぎわい

阿賀野市の魅力が広く発信され、もてなしの環境も整い、四季を通じて観光に訪れる方が増えるようになりました。また新しいサービスも次々と生まれています。五頭温泉郷は市内の各観光地とも連携しながらラジウム鉱泉による「健康の里」として活況を呈しています。

また新商品も開発され、空き家利用、コミュニティビジネス起業なども進み、中心市街地には多くの市民や観光客が集まるようになり賑わいが戻りつつあります。

小売業販売額 (百万円)	現状値 H19年	目標値	備考
	35,879	33,880 (33,378)	趨勢に対し減少数を約20%抑制 下段( )は趨勢値
観光客入込数 (千人)	現状値 H21年	目標値	備考
	1,448	1,700 (1,060)	H18年時点の入込数へ回復 下段( )は趨勢値：等差級数
第3次産業従業者数 (人)	現状値 H17年	目標値	備考
	9,346	8,230 (7,945)	趨勢に対し減少数を約20%抑制 下段( )は趨勢値：等差級数

## (2) 重点戦略

基本計画のうち、阿賀野市の産業経済振興に特に重要な以下の3つの項目について「重点戦略」として位置づけ、重点的に取組みを進めます。

### 【3つの重点戦略】

- ① 地域ブランド化戦略
- ② 農業6次産業化戦略
- ③ 中心市街地活性化戦略

なお、3つの戦略の検討に当たっては、アンケート調査結果や専門部会等での意見、その他現状分析結果等から読み取れる要素を基に、SWOT分析を用いて行いました。SWOT分析とはマーケティング手法の一つで、「強み Strength」、「弱み Weakness」、「機会 Opportunity」、「脅威 Threat」の頭文字をとったもので、地域要素を4つの視点から客観的に評価した上で、「脅威」を「強み」に変換するマーケティング、「機会」を捉えて「弱み」を「強み」に変換するマーケティングなどを検討する手法であり、以下のように表されます。

表 5-2-1 SWOTの構成

内的要因	S : 強み	W : 弱み
	目標達成に貢献する組織の特性・特質。 ↓ どのように強みを活かすか？	目標達成の障害となる組織の特性・特質。 ↓ どのように弱みを克服するか？
外的要因	O : 機会	T : 脅威
	目標達成に貢献する外部の特性・特質。 ↓ どのように機会を利用するか？	目標達成の障害となる外部の特性・特質。 ↓ どのように脅威を取り除く、または脅威から身を守るか？

重点戦略ごとに考えられる「取組」の例示

## ①地域ブランド化戦略

阿賀野市の現状としては、合併前の旧町村でのブランドは描けても、阿賀野市全体のブランドモデルは白紙に近い状態であると考えられます。逆に、安田、京ヶ瀬、水原、笹神という個性をもつ4つの顔が「阿賀野市」という新しいオブラートに包み込まれたことによって、かえって各々の特性が薄められている印象があります。

地域ブランドは、個々のモノが持つ個別ブランドとそれらを包括して表現される地域ブランドがあり、それらが複合的に構築され、阿賀野市のブランドが確立されます。

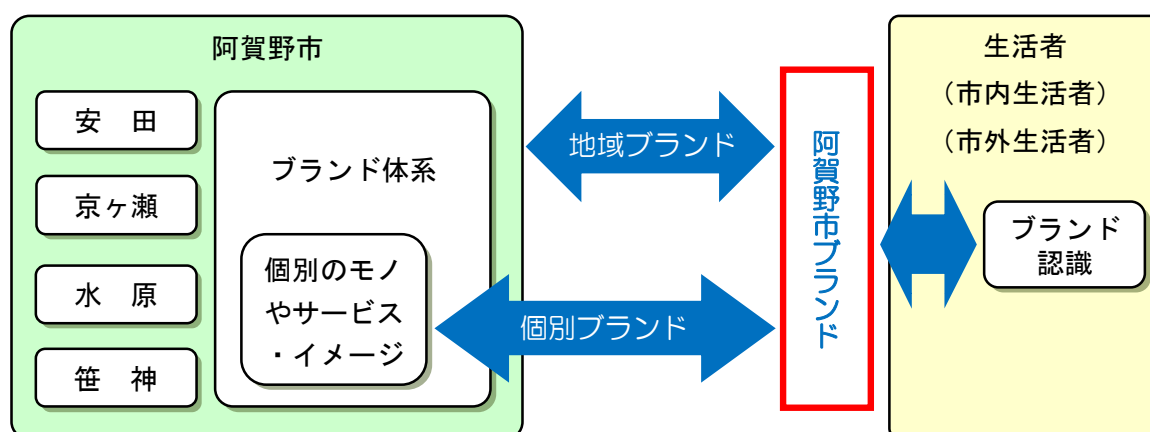


図 5-2-1 地域ブランドと個別ブランド

阿賀野市の地域ブランド化戦略において、今後検討を進めていくにあたって重要と考えられる視点を以下に示します。

### 地域ブランド化戦略の視点

- ① 「環境を観光に」～豊かな自然環境・資源を活かした観光～
- ② 地域資源の連携による新たな地域ブランドの創出
- ③ 愛着と誇りのシンボルとなるブランド（特産、キャラクター、取組）の確立
- ④ 自然エネルギーの利活用の展開

ここでは、まず阿賀野市の地域資源を総合計画の骨子等のカテゴリーにより分類し、「地域ブランド体系」として整理しておきます。

なお、次ページ表中の上位ブランドとは、阿賀野市のブランドイメージを補強・強化する認識や心象として表現されるものであり、例えば、新潟平野や米どころ、コシヒカリ・ブランドなどが相当します。

## 阿賀野市 地域ブランド体系

総合計画	自然の恵みを生かした 食の宝庫のまち	活力ある産業が根付くまち		自然と歴史・文化が織りなす観光のまち	
カテゴリー	農林酪農業	商 業	工 業	観 光 資 源	
上位 ブランド	新潟平野・田園地帯・米どころ・ 新潟コシヒカリ	伝統工芸・地産地消		森林浴・癒し・県立五頭連峰自然公園・ラジウム温泉・にぎわい・ラムサール条約登録 湿地	
地域 ブランド	・酪農・発酵文化・有機農業	・発酵文化	・天然資源	・観光資源	
個々の ブランド	<p><b>【食】</b> コシヒカリ ↳ 有機・特別栽培農産物 菓子類 (和菓子) ト 白鳥の卵 ト 笹団子 ↳ 椿もち (洋菓子) ↳ チョコレート</p> <p><b>【酒類】</b> (清酒) ト 白龍酒造 ト 越後桜酒造 ↳ 越つかの酒造 (地ビール) ↳ 瓢湖・屋敷の杜ブルワリー</p> <p><b>【乳製品】</b> ト 牛乳 ↳ ヨーグルト</p> <p><b>【大豆製品】</b> ト 味噌 ト 醤油 ト 豆腐 ↳ 三角油揚げ</p> <p><b>【その他】</b> ト こんにやく ↳ 麺</p> <p><b>【交流・情報発信拠点】</b> (野菜直売所) ト うららの森 ↳ ふれあい市 ほか (農業体験) ト 農家民宿 ト 豆腐づくり ト そば打ち体験 ↳ 草木染め体験</p>	<p><b>【伝統工芸】</b> ト 竹細工 ト わら細工 ト 染物 ↳ 三角だるま</p> <p><b>【特産品】</b> (米・コシヒカリ) ↳ 有機・特別栽培農産物 (菓子類) ト 白鳥の卵 ト 笹団子 ト 椿もち ↳ チョコレート (清酒) ト 白龍酒造 ト 越後桜酒造 ↳ 越つかの酒造 (地ビール) ↳ 瓢湖・屋敷の杜ブルワリー (乳製品) ト 牛乳 ↳ ヨーグルト (大豆製品) ト 味噌 ト 醤油 ト 豆腐 ↳ 三角油揚げ (その他) ト こんにやく ↳ 麺</p> <p><b>【キャラクター】</b> ↳ ごずっちょ</p>	<p><b>【窯業】</b> ト 安田瓦[地域団体商標] ト 鬼瓦 ト 陶管 ト 庵地焼 ト 安田焼 ト 笹神焼 ト 五頭焼 ↳ 美夜之焼</p> <p><b>【石工】</b> ト 草水石 (桜御影石) ↳ 薬師石 (天然ラジウム石)</p>	<p><b>【自然】</b> (登山) ト 五頭山 ト 宝珠山 ト 松平山 ト 菱ヶ岳 ↳ 大蛇山 (散策) ト やまびこ通り ト 中部北陸自然歩道 ト 秋取山トレッキングコース ト あがの池野鳥探索ウォーキングコース ↳ やすだ瓦ロード (清水場・湧水) ↳ 岩瀬・歓迎塔・秋取・木田橋・薬師・ 権現山・優婆尊 (瓢湖・水きん公園) ト 白鳥 ト サクラ ト レンギョウ ト アヤメ ↳ ハス</p> <p><b>【歴史・文化・風土】</b> ↳ 三国街道 (城跡) ト 水原城跡 ト 安田城跡 ↳ 笹岡城址 (社寺) ト 無為信寺 ト 華報寺 ト 観音寺 ↳ 優婆尊 (越後七不思議) ト 孝順寺 (三度栗) ↳ 梅護寺 (珠数掛ザクラ、八房の梅) (施設) ト 天朝山公園 (越後府跡) ト 水原代官所 ト 五頭の麓のくらし館 ト 水原ふるさと農業歴史資料館 ↳ 吉田東伍記念博物館</p>	<p><b>【レジャー】</b> ト 五頭連峰少年自然の家 ト 五頭薬用植物園 ト サントピアワールド ↳ ゴルフ場</p> <p><b>【キャンプ場】</b> ト 県民いこいの森キャンプ場 ト 奥村杉キャンプ場 ↳ 赤松山キャンプ場</p> <p><b>【温泉・宿泊】</b> (五頭温泉郷) ト 村杉温泉 ト 今板温泉 ↳ 出湯温泉 (新咲花温泉) ↳ ホテルさきはな (安田温泉) ↳ やすらぎの湯 (宝珠温泉) ↳ あかまつ荘 (その他) ↳ リズムハウス瓢湖・共同浴場・足湯</p> <p><b>【市】</b> ト 水原六斎市 ↳ 保田六斎市</p> <p><b>【まつり】</b> ト 阿賀野市桜まつり ト うららの森大感謝祭 ト 五頭連峰山開き ト 五頭薬用植物園開き ト 瓢湖あやめまつり ト 瓢湖のハス花盛り ト ふるさとだしの風まつり ト 村杉温泉開湯お湯汲みまつり ト 水原まつり・瓢湖花火大会 ト コスモスきょうがせまつり ト やまびこ通り歩け歩けフェスタ ト イルミフェスタ ト 裸参り・裸詣り ↳ ささかみゆうきの里火祭り</p> <p><b>【その他】</b> ↳ 新潟東部太陽光発電所</p>

「地域ブランド化戦略」におけるSWOT分析にあたって「強み」は知名度や売上、市場占有率や類似商品の有無などから強さの特性を整理し、「弱み」はモノやイメージの目標達成に障害となる要素の抽出に配慮します。また「機会」は目標達成に向けて利活用のできる外的要素を検討するほか、「脅威」では類似商品や同業他社の動向、ブランド力の低下をもたらすような阻害要因の特性・特質を整理します。

表 5-2-2 地域ブランドSWOT

SWOT	項目
強み	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 自然環境を主とした観光資源に恵まれている</li> <li>2. 農業が盛んである</li> <li>3. 大消費圏域に隣接している</li> </ol>
弱み	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 地場製品の掘り起こしと再認識が必要</li> <li>2. 自然は豊富だが、観光資源としての活かし方が不足</li> <li>3. 観光資源が分散しており、連携・ネットワーク化が必要</li> <li>4. 滞在時間の長い独自の観光コースの構築が必要</li> <li>5. 多様な体験メニュー、オンリーワンプラン観光戦略が必要</li> <li>6. 各種体験受け入れ体制の整備が必要。</li> <li>7. 知名度、認知度が低いので差別化が必要</li> </ol>
機会	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 行政との連携</li> <li>2. 観光協会・JA等、既存組織やネットワーク等との連携</li> <li>3. メディア等との連携</li> </ol>
脅威	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 県内に有力な温泉街が存在する</li> <li>2. 県内に有力な新潟米（コシヒカリ）産地が存在する</li> <li>3. 駐車場を有した大規模小売店舗が存在する</li> </ol>

「強み」としては、新潟市という大きな消費圏域に隣接しているにもかかわらず自然環境を中心とした観光資源が豊富で、なおかつ農業が盛んであることが挙げられます。一方「弱み」としては、個々の資源のもつ魅力値は高いものの連携やネットワーク不足から地域全体としての発進力に欠けることが挙げられます。

それらを解決する「機会」としては、行政をはじめとする側方支援により関係機関との連携に期待が持てること、さらに「脅威」に関しては、温泉街や農産物（コシヒカリ）など、県内に類似するカテゴリーが存在し、なおかつ有力であることや大規模小売店舗の存在が街中の商業を圧迫していることなどが挙げられます。

これらの状況を踏まえ、「強み」を「脅威」から保全する取組または「弱み」を「機会」を用いて強化する取組について例示します。



表 5-2-3 地域ブランド化における取組（例）

取組例	どのように
観光資源と連携したツーリズムの開発	日帰り観光農園、温泉＋郷土食
温泉街での地場産食材を活用したメニューの提供	郷土食の発掘・開発、食事メニューの開発
呼び込みのための周知・PR・キャンペーンの実施	ブランド素地を連携させたキャンペーンの実施
観光地での地場産食材・メニューの提供	郷土食の発掘・開発、食事メニューの開発
付加価値を添付した差別化対策の実施	おもてなし向上、オンリーワン戦略の展開
観光地・中心市街地での限定品目の販売	オンリーワン戦略の展開、周知・PR活動の展開
大規模小売店舗内での産直販売の拡充	通年販売に向けた品目の確保と生産体制の充実化
広報誌等を通じた紹介・PR	市報・ホームページへの掲載、新聞・業界紙への掲載
観光資源の類型化と効果的なプロモーションの展開	類型化に基づくテーマ設定、旅行事業者との連携・商品開発
拠点観光施設設定と滞在プログラム開発	観光拠点のポテンシャルと観光者の動向に応じたメニュー開発
ニーズのマッチング戦略展開	ポータルサイトの設立、HP等による周知・PRの実施
地場産品可能性評価	優良品目の開発とPR、郷土食への展開
資源の連携利用に関するプログラム作成	農業6次産業化商品の開発、「見る・休む・食べる・買う」連携の展開
有力品目について「機能」、「心象」PR	優良品目の開発とPR、郷土食への展開、ブランド戦略
四季を通じて特徴的な観光資源のPR	シティプロモーションの展開、観光ポータルサイトの充実
メディア向けプレゼンテーションの実施	ターゲットに応じたプレゼン、シティプロモーションの展開



## ②農業 6 次産業化戦略

農業は、産業分類では第 1 次産業に分類され、農畜産物の生産を行うものとされています。しかし 6 次産業は、農畜産物の生産だけでなく、食品加工（第 2 次産業）、流通・販売（第 3 次産業）にも農業者が主体的かつ総合的に関わることで、加工賃や流通経費などの今まで第 2 次・第 3 次産業の事業者が得ていた付加価値を農業者自身が得ることによって農業を活性化させようというものです。具体的な事例で言えば、農畜産物のブランド化や消費者への直販、農家レストランの経営などが挙げられます。

阿賀野市の農業 6 次産業化戦略において、今後検討を進めていくにあたって重要と考えられる視点を以下に示します。

### 農業 6 次産業化戦略の視点

- ① 魅力ある農業経営のための経営基盤の強化
- ② 農商工連携ネットワーク体制の確立
- ③ 農畜産物の利用促進
- ④ バイオマス及び再生可能エネルギーの活用
- ⑤ 地域全体のブランド化

阿賀野市の農業 6 次産業化における SWOT 分析の結果は以下のとおりです。

表 5-2-4 農業 6 次産業化 SWOT

SWOT	項目
強み	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 小規模農家の委託化が進み、専業農家の経営面積が増加している。</li> <li>2. 身近な資源が豊富であり、農産物の加工や輸出など事業の多核化が進行している。</li> <li>3. 拡大意欲を持つ農業者がいる。</li> </ol>
弱み	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 水稻栽培が中心であり、環境創造型農業への取り組み意識が希薄である。</li> <li>2. 生産意欲を深める仕掛け(産直・加工等)のノウハウやネットワークが乏しい。</li> <li>3. 園芸農家が少なく、地元グルメに結びつく農産物が少ない。</li> </ol>
機会	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 農産物のブランド化を検討する機会がある。</li> <li>2. 受け手側が農家交流・産直販売を求める機運がある。</li> <li>3. 農業 6 次産業化を促進する法が整備された。</li> </ol>
脅威	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 園芸導入が進まない。</li> <li>2. 農家数・農業就業人口が減少している。</li> <li>3. 農業就業者の高齢化が進行している。</li> </ol>

「強み」としては、今後農家戸数は減少するものの法人経営体数の増加が見込まれている点です。また経営規模拡大を標榜する農業者が少なからず見られることも強みといえます。一方「弱み」として、主食であるコメ以外に目立った特産農産物が少ない点です。旧笹神村では以前から環境保全型農業への取組が見られブランド背景となる要素はあるものの、具現化する農作物が見あたらず販売促進に繋がっていない点が惜しまれます。その他の地域においても個々の生産者の高い意識は見られますが、ネットワークや販売促進のノウハウが乏しく面としての高まりには至っていません。

「脅威」は全国同様の傾向にある「後継者不足及び高齢化」の2大問題を抱えていることです。「機会」としてとらえられる点は、市産業経済振興条例等により、行政サイドから農産物のブランド化、またはグリーンツーリズムといった農業者の活動を支援する機運が高いことが挙げられます。

以上を踏まえ、「強み」を「脅威」から保全する取組または「弱み」を「機会」を用いて強化する取組について例示します。

表 5-2-5 農業6次産業化における取組（例）

取組例	どのように
農業体験交流の実施 (グリーンツーリズム)	グリーンツーリズム新体制の構築 年間を通じた稲作体験 農家民宿
食イベントの開催	農業祭や「食の祭典」などの開催 産直市場の開催 おばあちゃん料理コンテスト
新規園芸導入の推進	情報提供、園芸情報、園芸研修会
農商工連携	農商工連携ネットワークの確立
特産品の開発と戦略の検討	ニーズ調査 市場性検討 特産品のストーリー検討
新規就農機会の創出	体験農業の推進
加工品を開発	地元グルメの開発 農・商・工連携 (既存インフラの活用)
バイオマス・再生可能エネルギー活用 推進	実証実験
農畜産物の利用促進推進（地産地消推進）	直売所のPR 学校給食への提供

### ③中心市街地活性化戦略

阿賀野市では、旧来からの商業地として水原本町、水原駅前、安田の3地区が挙げられますが、ここでは中心市街地の対象区域として、相対的に「商業施設等の集積率」が高く、かつ「買物利用率」も比較的高い「水原本町地区」を位置づけます。なお、当地区は阿賀野市のまちづくりの指針である「都市計画マスタープラン」において「中心市街地活性化基本計画策定の対象地」とされています。

阿賀野市の中心市街地活性化戦略において、今後検討を進めていくにあたって重要と考えられる視点を以下に示します。

#### 中心市街地活性化戦略の視点

- ① 近隣する観光資源等との連携
- ② 既存資源の活用と魅力化
- ③ 来訪者を呼び込み、楽しんでもらう仕掛けづくり
- ④ 地元生活者や買物客にも住みよいまちづくり

阿賀野市の中心市街地活性化におけるSWOT分析の結果は以下のとおりです。

表 5-2-6 中心市街地活性化SWOT

SWOT	項目
強み	1. 瓢湖、代官所、天朝山公園など多くの来訪者のある観光資源が近隣 2. 拠点施設（おんこ茶屋）や魅力ある資源（和菓子屋など）が分布 3. 古くからの町の顔で公共施設が整備
弱み	1. 人口減、高齢化、空地空家が分布し、中心市街地の活力が低下 2. 駐車場など来訪者のためのサービスが不足 3. 昔ながらの個店販売、品揃えが少なく、価格が高め 4. 情報発信が弱く知名度が低い
機会	1. 行政・観光協会・商工会との連携 2. 既存組織など地区内での活性化の気運 3. まちづくり3法制定とコンパクトなまちづくりの動き
脅威	1. 郊外のスーパーマーケットや大規模店舗等への購買客の流出 2. 郊外への人口流出、人口減 3. 近隣市町の同様な課題を抱える中心市街地の存在

「強み」としては、市の中核的観光資源である瓢湖に近隣し、地区内にも代官所や和菓子など魅力的資源が分布していること、また古くからの町の顔であり道路・下水道など公共施設が整っていることが挙げられます。一方「弱み」としては、全国的傾向と同様、地区全体の人口減、購買流出による活力低下、品揃えや駐車場不足等商業地としての魅力の欠如が挙げられます。

これらを解決する「機会」としては、行政からの助成制度の有効活用や商工会などの側方支援により中心市街地活性化に向けた新たな展開に期待が持てます。また「脅威」に関しては、大規模小売店舗の存在や郊外住宅開発に伴う人口空洞化により買物客やにぎわいの一層の流出が懸念されます。

以上を踏まえ、「強み」を「脅威」から保全する取組または「弱み」を「機会」を用いて強化する取組について例示します。

表 5-2-7 中心市街地活性化における取組（例）

取組例	どのように
近隣観光資源と連携した回遊性の向上	歩行空間のネットワーク、観光地と商店街の連絡
個性的な商店づくりによる魅力化	地場産材を活用した店舗、一店逸品、ファサード統一
交流人口拡大のための快適性向上	休憩機能、交流機能の整備
近隣観光資源との連携強化	歩行空間のネットワーク、観光地と商店街の連絡
独自のまちの魅力のPR	市報・HP・雑誌等への掲載
空き家・空き店舗の情報提供と活用	空き家空き店舗の情報提供、利用者募集
駐車場整備、買物利便性向上	わかりやすく使いやすい駐車場の整備
来訪者の意向把握	アンケート調査・モニタリング調査の実施と分析
個店の魅力づくり	地場産材を活用した店舗、一店逸品、ファサード統一
観光案内板整備	来訪者の誘導、デザイン統一
広報・HPでの情報発信	市報・HP・雑誌等への掲載
イベントの企画・開催	メディアを通じた魅力的なイベントの開催案内

### (3) 施策方針

先に掲げた「将来目標」を達成していくための手段として、以下の5つの切り口を設定した上で、施策を展開していきます。ここでは、先述の「3つの重点戦略」で検討した取組(例)を踏まえつつ、今後行っていくべく取組メニューを設定します。

#### ■ つながりを広げる

「農・商・工の連携」や「農業農村と都市との連携」といったつながりを拡充することから生じるアイデアやビジネスチャンスを活かした振興策を展開します。また、グリーンツーリズムや新商品開発を通じたチャンネルの拡大を目指します。

キーワード	取組メニュー
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 農・商・工の連携</li> <li>・ 農業農村と都市との連携</li> <li>・ 観光との連携</li> <li>・ 多様な交流機会の創出</li> </ul>	・ 農産物直売所 P R 及び開設支援
	・ 観光農園・畜産体験農場 P R 及び開設支援
	・ グリーンツーリズムネットワーク新体制の構築
	・ イベント等による食と人の連携強化
	・ 新商品の研究・開発・販売
	・ ビジネスチャンスの創出

#### ■ 地域の資源を活かす

市の地域資源である自然環境や農林畜産品などの魅力向上を通じて「環境のまち」としての P R 及び活性化を図るとともに、伝統的地場産業の振興や産業立地の促進に取り組みます。一方、ローカルキャラクターとして定着の感のある「ごずっちょ」を用いた阿賀野ブランドの展開を図ります。

キーワード	取組メニュー
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 農林畜産品の魅力向上</li> <li>・ 伝統的地場産業の振興</li> <li>・ 環境のまちの P R</li> <li>・ 産業立地の促進</li> <li>・ 温泉郷の活性化</li> <li>・ キャラクターの活用</li> </ul>	・ 地元農産品の学校給食利用促進
	・ 地域素材のマッチング
	・ 阿賀野ブランドの強化
	・ 新たな阿賀野ブランドの創出
	・ B D F 燃料化・生ごみ堆肥化の実証
	・ 充電スタンド・L E D 照明の普及促進
	・ 小水力発電の設置
	・ 東部産業団地への産業立地の促進
	・ 石・間伐材等地元材の活用
	・ 新たな観光メニューの創出

## ■にぎわいの基盤を築く

商店や中心商店街の活性化を図るため、まちなか観光拠点や瓢湖周辺施設の検討・整備を図るほか、新規起業・参入の支援によりコミュニティビジネスを推進します。また外国人誘客の推進や観光案内サインの整備などを通じて交流人口拡大を図ります。

キーワード	取組メニュー
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商店街の活性化</li> <li>・ 企業の経営体質の強化</li> <li>・ 新たな起業の支援</li> <li>・ 案内環境の整備</li> </ul>	・ 空き家・空き店舗・空き地の活用
	・ まちなか観光拠点の検討・整備
	・ 個別商店の魅力のレベルアップ
	・ 新規起業・新規事業参入の支援
	・ 中小企業経営者への支援
	・ 観光案内サインの整備
	・ 瓢湖周辺の施設整備
	・ 広域観光化と外国人誘客の推進

## ■人や組織を育てる

担い手・後継者の育成や新規就農・起業の育成を通じて農林業の継続性を図るとともに、農林畜産業法人化の支援及び農地の集積促進を通じて経営規模の拡大、安定化を支援します。

また、児童・生徒の職場見学・体験、ボランティアガイドの育成や活動を通じて、地域や地元産業への理解促進に努めます。

キーワード	取組メニュー
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 担い手・後継者の育成</li> <li>・ 新規就農・起業の育成</li> <li>・ もてなしの心の醸成</li> <li>・ 職業観・勤労観の醸成</li> </ul>	・ 農林畜産業新規就農者の支援
	・ 農林畜産業法人化の支援
	・ 農地の集積推進
	・ ボランティアガイドの育成
	・ 児童・生徒の職場見学・職場体験

## ■情報の仕組みを整える

市の産業経済情報の一元化、ワンストップサービスの推進により効率的・効果的なプロモーション活動を図るほか、マスメディアとの連携やITを利活用した情報発信力の強化を目指します。

### キーワード

- ・ 地域観光情報の発信
- ・ 地域特産品情報の発信
- ・ 就業・企業立地情報の発信
- ・ 情報受発信体制の整備

### 取組メニュー

- |                     |
|---------------------|
| ・ 体験型観光メニューの拡充      |
| ・ マスメディアへの情報発信      |
| ・ 地域就職情報の発信         |
| ・ 産業経済情報発信の一元化      |
| ・ ITを利活用した新規事業展開の支援 |





## 【条例第3条に掲げる「基本施策」との関係】

ここでは「阿賀野市産業経済振興条例」第3条で定める「基本的な施策」（12 施策）ごとに、主な取組メニューとの関連性を整理します。

### （1）農畜産物等の市内利用促進

マーケットインの生産計画、受け手側にダイレクトに交流を図れる産直・加工、学校利用等の地産地食の商流構築等を目指します。

#### 【取組メニュー】

- 農産物直売所 P R 及び開設支援
- 観光農園・畜産体験農場 P R 及び開設支援
- 地元農産品の学校給食利用促進

### （2）農商工連携による新商品の研究・開発・販売

農業6次産業化により高付加価値な商品を開発するとともに、農商工連携による販売強化を図ります。

#### 【取組メニュー】

- グリーンツーリズムネットワーク新体制の構築
- 地域素材のマッチング

### （3）後継者の育成確保、農業生産の組織化、法人化

農地の集積や環境保全型農業の推進により経営基盤の強化と後継者の育成を図ります。

#### 【取組メニュー】

- 農林畜産業新規就農者の支援
- 農林畜産業法人化の支援
- 農地の集積推進

### （4）バイオマス利活用による資源循環型社会の推進

BDF や生ごみの堆肥化など、身近な資源を活用した循環型社会の構築に向けて実証事業を展開します。

#### 【取組メニュー】

- BDF 燃料化、生ごみ堆肥化の実証

### （5）伝統的な地場産業の振興

安田瓦や草水石など伝統技術や天然資源を活用した新たなニーズを発掘し、販売戦略を推進します。

#### 【取組メニュー】

- 石、間伐材等地元材の活用

## (6) 企業誘致、産業集積、雇用創出

新エネルギーや環境をキーワードとした企業誘致・産業集積を通じて雇用の創出を図ります。

### 【取組メニュー】

- 東部産業団地への産業立地の促進
- 地域就職情報の発信

## (7) 地域の特性を活かした観光振興

豊富な観光資源を再認識・再構築し、戦略的なプロモーションと連携による観光振興を目指します。

### 【取組メニュー】

- 阿賀野ブランドの強化
- 新たな阿賀野ブランドの創出
- 新たな観光メニューの創出
- まちなか観光拠点の検討・整備
- 観光案内サインの整備
- 瓢湖周辺の施設整備
- 広域観光化と外国人誘客の推進
- ボランティアガイドの育成
- 体験型観光メニューの拡充

## (8) 魅力ある商店街づくり

中心市街地の拠点性を高め、個性的で特色のある店舗・商品を広くアピールします。

### 【取組メニュー】

- イベント等による食と人との連携強化
- 空き家・空き店舗・空き地の活用
- 個別商店の魅力のレベルアップ

## (9) 新技術・新製品の開発、販路拡大・経営革新

新たなアイデアをもとに関係者との連携による開発を推進し、販路拡大・経営革新を目指します。

### 【取組メニュー】

- 新商品研究・開発・販売
- ビジネスチャンスの創出
- マスメディアへの情報発信
- ITを活用した新規事業展開の支援

(10) 創業および新規事業創出促進

創業者のチャレンジ精神を具体的ビジネスに発展できるよう情報を提供します。

【取組メニュー】

- 新規起業・新規事業参入の支援

(11) 経営基盤強化支援・経営健全化

事業者の必要に応じて適切な支援策・健全化対策の実施に向けて情報を提供します。

【取組メニュー】

- 中小企業経営者への支援

(12) その他産業経済振興に必要な事項

市民・事業者等の意見・要望を集約し、必要な産業経済振興策を推進します。

【取組メニュー】

- 充電スタンド・LED照明の普及促進
- 小水力発電の設置
- 児童・生徒の職場見学・職場体験
- 産業経済情報発信の一元化



# 阿賀野市産業経済振興基本計画の体系

将来目標（将来像）

**にぎわいを創出する  
産業のまち阿賀野**

重点戦略

## 地域ブランド化戦略

- 取組内容
- ・「環境を観光に」～豊かな自然環境・資源を活かした観光～
  - ・地域資源の連携による新たな地域ブランドの創出
  - ・愛着と誇りのシンボルとなるブランド（特産、キャラクター、取組）の確立
  - ・自然エネルギーの利活用の展開

## 農業6次産業化戦略

- 取組内容
- ・魅力ある農業経営のための経営基盤の強化
  - ・農商工連携ネットワーク体制の確立
  - ・農畜産物の利用促進
  - ・バイオマス及び再生可能エネルギーの活用
  - ・地域全体のブランド化

## 中心市街地活性化戦略

- 取組内容
- ・近隣する観光資源等との連携
  - ・既存資源の活用と魅力化
  - ・来訪者を呼び込み、楽しんでもらう仕掛け
  - ・地元生活者や買物客にも住みよいまちづくり

基本施策（阿賀野市産業経済振興条例第3条）

- ☆農畜産物等の市内利用促進
- ☆農商工連携による新商品の研究・開発・販売
- ☆後継者の育成確保、農業生産の組織化、法人化
- ☆バイオマス利活用による資源循環型社会の推進
- ☆伝統的な地場産業の振興
- ☆企業誘致、産業集積、雇用創出
- ☆地域の特性を活かした観光振興
- ☆魅力ある商店街づくり
- ☆新技術・新製品の開発、販路拡大・経営革新
- ☆創業および新規事業創出促進
- ☆経営基盤強化支援・経営健全化
- ☆その他産業経済振興に必要な事項

施策方針

- つながりを広げる
- ・農・商・工の連携
  - ・農業農村と都市との連携
  - ・観光との連携
  - ・多様な交流機会の創出

- 地域の資源を活かす
- ・農林畜産物の魅力向上
  - ・伝統的地場産業の振興
  - ・環境のまちのPR
  - ・産業立地の促進
  - ・温泉郷の活性化
  - ・キャラクターの活用

- にぎわいの基盤を築く
- ・商店街の活性化
  - ・企業の経営体質の強化
  - ・新たな起業の支援
  - ・案内環境の整備

- 人や組織を育てる
- ・担い手・後継者の育成
  - ・新規就農・起業の育成
  - ・もてなしの心の醸成
  - ・職業観・勤労観の醸成

- 情報の仕組みを整える
- ・地域観光情報の発信
  - ・地域特産品情報の発信
  - ・就業・企業立地情報の発信
  - ・情報受発信体制の整備

取組計画

	①	②	③
・農産物直売所PR及び開設支援		○	○
・観光農園・畜産体験農場PR及び開設支援		○	
・グリーンツーリズムネットワーク新体制の構築		○	
・イベント等による食と人との連携強化	○	○	○
・新商品の研究・開発・販売	○	○	○
・ビジネスチャンスの創出	○	○	○

・地元農産物の学校給食利用促進	○	○	
・地域素材のマッチング	○	○	○
・阿賀野ブランドの強化	○	○	○
・新たな阿賀野ブランドの創出	○	○	○
・BDF燃料化・生ゴミ堆肥化の実証	○	○	
・充電スタンド・LED照明の普及促進	○	○	
・小水力発電の設置	○	○	
・東部産業団地への産業立地の促進	○	○	
・石・間伐材等地元材の活用	○	○	○
・新たな観光メニューの創出	○		○

・空き家・空き店舗・空き地の活用			○
・まちなか観光拠点の検討・整備	○		○
・個別商店の魅力のレベルアップ	○		○
・新規起業・新規事業参入の支援			○
・中小企業経営者への支援			○
・観光案内サインの整備			○
・瓢湖周辺の施設整備	○		○
・広域観光化と外国人誘客の推進	○		○

・農林畜産業新規就農者の支援		○	
・農林畜産業法人化の支援		○	
・農地の集積推進		○	
・ボランティアガイドの育成	○		○
・児童・生徒の職場見学・職場体験		○	○

・体験型観光メニューの拡充	○	○	
・マスメディアへの情報発信	○	○	○
・地域就職情報の発信	○	○	○
・産業経済情報発信の一元化	○	○	○
・ITを活用した新規事業展開の支援	○	○	○

**自然の恵みを生かした食の宝庫のまち**

- ・生産基盤の充実と担い手農家の育成確保
- ・環境保全型農業と資源循環型農業の推進
- ・安心・安全な食料生産基地の確立
- ・優良農地の確保と遊休農地の利活用

**活力ある産業が根付くまち**

- ・商工業、サービス業育成支援による地域産業の振興
- ・人材育成や異業種間交流、地域間交流の推進
- ・森林の育成と林業の振興

**自然と歴史・文化が織りなす観光のまち**

- ・自然、観光資源、郷土の歴史・文化を生かした施設などの整備
- ・観光関係団体の育成と連携強化、情報発信体制の整備、誘客促進に向けた受け入れ体制の充実

**魅力のある産業が集積するまち**

- ・新潟県東部産業団地への企業誘致の推進による安定した雇用の場の確保

