

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

坂東の魅力創出“がんばんD Oプロジェクト”～豊かな自然－坂東らしさ－地域資源を活かした雇用創出で魅力あるまちづくり～

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

坂東市

### 3 地域再生計画の区域

坂東市の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### (1) 坂東市の概要

坂東市（以下「本市」という。）は、関東平野のほぼ中央、茨城県の南西部、東経139度53分、北緯36度03分（岩井庁舎付近）に位置し、東京スカイツリーから約40Km圏内にあり、全域が首都圏近郊整備地帯に指定されている。東は常総市、西は境町、北は古河市・八千代町と接し、南に利根川を挟んで千葉県野田市と接している。

本市の総面積は123.18K㎡で、区域は東西約12Km、南北約20Kmとなっている。市の南西側に利根川、南東側に飯沼川、東側に西仁連川、南端部には菅生沼があり、野鳥や昆虫などが生息する首都圏における貴重な水辺空間が残されている。また、市の中央部は猿島台地と呼ばれる概ね平坦な台地が広がっており、温暖な気候にも恵まれ、農産物の生産には絶好の環境にあり、レタス、ネギ、ハクサイ、トマト、ナスなどを中心とした農業生産を展開している。土地利用を見ると、田と畑が面積の49%を占め、市域のおよそ半分が農地として利用されており、茨城県内で野菜産出額2位を記録している（平成19年度農林水産統計調査）。

歴史的には、平安時代中頃には桓武平氏の系統から平将門が出現し、強力な軍団を統率して石井（現・坂東市岩井）に営所を築いた。土地の開墾と馬牧経営に力を注いだ将門であったが、一族間の内紛が中央政府の地方官同士の争いと結びついて、関東全域をおおう戦乱に発展した。律令国家をも揺るがす争乱であったが、天慶3年（940年）将門は藤原秀郷・平貞盛連合軍に敗れ、「猿嶋郡の北山」の地で戦死したといわれている。

明治維新後、廃藩置県を経て当地域は茨城県に属し、明治22年の市町村制の施行により11の新しい村（岩井8村、猿島3村）となった。その後、昭和30年には1町7村（岩井町、弓馬田・飯島・神大実・七郷・中川・長須・七重村）が合併して岩井町が誕生、昭和47年には市制を施行した。一方、昭和30年に生子菅村と逆井山村が合併して富里村が成立し、翌31年には沓掛町と富里村が合併して猿島町となった。

そして平成17年3月、合併特例法に基づき岩井市と猿島町が合併して「坂東市」が誕生、現在に至っている。

## (2) 人口の推移

国勢調査において、平成7年までは増加傾向にあったが、平成12年以降は減少傾向にあり、平成22年の国勢調査人口は56,114人、世帯数は16,763世帯となっており、平成12年と比較して人口は2,559人減少している。一方、世帯数は1,056世帯増加している。

また、65歳以上の高齢者が人口に占める割合を示す高齢化率は、22.1%（平成22年国勢調査）であり、全国平均よりも下回ってはいるが、本市における平成12年の国勢調査の高齢化率よりも4.6%増加しており、高齢化が進んでいる状況である。

## (3) 事業の目的

本市の就業構造は平成22年の国勢調査によると、就業者数は29,383人で茨城県の2%となっている。産業別にみると、第1次産業が10.5%、第2次産業が35.9%、第3次産業が47.6%となっており、県平均に比べて第1次・第2次産業の割合が高く、第3次産業の割合が低くなっている。また、平成22年の農林業センサスによると、本市の総農家数は、3,341人であり、平成17年のものと比較すると、9.9%減少している。茨城県内で野菜産出額2位を記録するなど、基幹産業である農業の従事者が減少してきている中で、実践型地域雇用創造事業（以下「本事業」という。）を導入し、基本メニューでは、新商品開発・ブランド創出のセミナーや多角経営による観光ビジネスへの推進等による農業基盤の強化、実践メニューでは、野菜の6次産業化による出荷先の拡大、遊休農地・耕作放棄地を利用した市民農園や収穫体験農園、新品目・新品種の作付による6次産業への進展による商品開発などを実施し、農業の活性化を図り、産出額・就業者数の増加を見込む。

商業においては、平成19年の商業統計調査によると、小売業の店舗数は496店舗、従業者数は2,684人であり、平成16年のものと比較すると店舗数は、41店舗減少、一方従業員数は161人増加している。このことから、平成17年の大型小売店舗の出店が起因となっていることがわかる。本市中心市街地では、モータリゼーションの進展、大型小売店舗の出店、後継者不足等により、商店街の空店舗化が進んできており、中心市街地活性化及び商業振興としての集客力向上を図ることが急務となっている。このような状況の中、本市では平成23年5月に事業を廃業した大塚酒造株式会社等の所有する土地・建造物を購入し、歴史的価値のある建造物等を活用した集客マグネット施設を整備することを計画中であり、その施設に本事業で育成された人材を採用することにより、新たな雇用の場が創出される。

本市では、国の雇用対策基金を活用した緊急雇用創出事業を実施してきたが、継続的な雇用の確保には至らず、また、その他の効果的な雇用対策を講じられない状況であった。そのため、現状を打開する新たな雇用対策として、人材育成や新産業を生み出すことにより雇用の確保・拡大が期待される本事業を通して、基本メニューで事業主・農業生産者等の支援、求職者のスキルアップ、就職面談会、実践メニューで地域ブランド開発、観光客誘致を図り、市内全域に及ぶ産業の振興を図ることを目的とする。

### 《各分野の雇用面における課題》

本市は、常総公共職業安定所管内に所在し、同管内における最近3年間及び最近1年間における有効求人倍率は、下表のとおり一般及び常用のいずれも当該期間における全国の有効求人倍率を下回っており、厳しい状況が続いている。

		有効求職者数 (単位：人)	有効求人数 (単位：人)	有効求人倍率 (管内)	有効求人倍率 (全国)
一 般	平成22年度	3,883	1,683	0.43	0.56
	平成23年度	3,696	2,142	0.58	0.68
	平成24年度	3,445	2,384	0.69	0.82
	3年度間平均	3,675	2,070	0.57	0.69
常 用	平成22年度	2,878	1,152	0.40	0.44
	平成23年度	3,691	1,986	0.54	0.55
	平成24年度	2,504	1,638	0.65	0.66
	3年度間平均	3,024	1,592	0.53	0.55

※有効求職者数及び有効求人数は、それぞれ4月から3月の1年度間の月平均値。

### 【地域ブランド開発分野】

本市の農家数は、天候等に左右されての収穫量及び出荷額の変動などによる収入が不安定等の理由により総農家数（特に後継者などの若年層）が減少傾向にあるが、農産物を加工し付加価値の高い商品として販売することが可能となれば、新たな販路が開拓され、農家所得の向上・後継者獲得につながる。雇用の創出を実現するためには、生産（農）・加工（工）・販売（商）の円滑な連携が必要となってくる。

新たな雇用の場を創出するためには、新商品開発を進める中で、坂東産野菜・さしま茶等の加工の他にも、果物・水産物など新たな分野へと手広く検討する必要がある。＜そこにしかないもの＞、＜そこに行かなければ買えないもの＞、また、＜まさかここでこんなもの＞といったような意外で奇抜なものなど、商品をヒットさせるためには戦略的な広報の強化が鍵となってくる。

### [総農家数の推移]

	昭和60年	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年
総農家数	5,253	4,975	4,642	4,209	3,712	3,341

### 【観光客誘致分野】

本市には、山、海、温泉といったような観光地としての要素は乏しく、イベント開催時における来訪者を除くと観光客の数は非常に少ない状況である。現状としてある観光資源の他にも、地域資源の再発掘や新たな観光資源を創出しなければ、観光客の増加は見込むことができない。新たな観光客・雇用の場を創出するためには、観光資源単体ではなく、農業と観光事業が連携するなど、創意工夫を凝らした観光産業戦略

が必要となってくる。そうすることにより、基幹産業でありながら総農家数が減少し、他業種への就職・転職により増加している遊休農地や耕作放棄地を、観光農園や収穫体験等のグリーンツーリズムの観光パッケージツアーに活用することにより解消されることにもつながる。

[観光客数の推移] (茨城県観光物産課観光客動態調査 公表数)

	平成17年	平成19年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年
観光客数	469,300	487,300	498,700	537,800	505,900	712,300

※平成24年度～集計対象イベントが増加したため観光客増

#### 【街なか賑わい創出分野】

商業の動向として、本市近郊に続々と大型複合店舗が出店されており、中心市街地における状況は厳しいものとなっている。その影響により、商店街等での買い物客の減少で収入が減少し、安定しないことによる後継者不足も深刻であり、今後空き店舗が増加する可能性がある。商業集客マグネット施設を核とした中心市街地全体の活性化のためには、まず施設を魅力あるものとし、人を呼び込むことが必要となってくる。そのためには、ソフト事業として入れ込むもの、また、そこで就労する人材が重要なものとなる。本事業で充実した人材育成、本市特産物を活用して開発されたブランド力のある新商品を市内事業主に公開し、店舗独自のブランド価値を高めた商品を考案することにより競争力を強化し、中心市街地活性化を図ることが急務となっている。

[商業の推移 (卸売・小売業)]

	平成3年	平成9年	平成14年	平成16年	平成19年
商店数	892	803	733	666	607

#### (4) 雇用創出の目標

(年度別アウトカム指標)

年度	総数	内 訳		
		常雇	常雇以外	創業者
平成25年度	18人	14人	4人	0人
平成26年度	51人	42人	8人	1人
平成27年度	52人	42人	9人	1人
合計	121人	98人	21人	2人

<地域求職者の主な就職予定先>

#### 【地域ブランド開発分野】

農業法人、養殖場、食品製造会社

#### 【観光客誘致分野】

収穫体験農園、旅行会社、観光バス会社

### 【街なか賑わい創出分野】

商業集客施設、まちづくり会社、食品関連事業所

### ＜地域求職者等の主な創業分野＞

グリーンツーリズム事業と関連する農家民宿、農家レストラン、商業集客施設や空き店舗を活用したチャレンジショップ（飲食店等）

### ＜事業の実施により見込まれる波及的な雇用創造効果＞

野菜・果物等の加工による新商品が開発され、話題の商品となることにより生産・加工・流通・販売のそれぞれの分野で、農業法人・食品製造業・飲食店・食品小売業での雇用を期待することができる。

遊休農地・耕作放棄地の活用による市民農園や収穫体験農園などのグリーンツーリズム事業を実施し、新観光産業が確立されることにより、農家民宿、農家レストランなど新たに付随する事業が創出されるとともに、雇用も創出される。

街なか賑わい創出分野においては、本事業で育成された人材がガラス・陶芸・木工の体験工房の指導者としての技術、また飲食施設での接客・調理の技術を習得することにより、即戦力として商業集客マグネット施設や市内飲食店等での雇用が実現される。また、まちづくり会社等が主となり、空き店舗でのチャレンジショップを計画することにより、セミナー受講者の創業への第一歩を支援するなど当該施設を核とした中心市街地全体の活性化を図り、波及的な雇用創造効果を生み出していく。

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5-1 全体の概要

本市の基幹産業である農業における農家数の減少や後継者不足等、また商業においても、大型小売店舗の出店や後継者不足による空き店舗の増加等の課題が山積する中で、地域再生計画の目標を達成するため、坂東市雇用創造協議会が主体となり、本事業を活用し、地元産の野菜等の地域資源を活用した新産業の創出及び農商工連携の6次産業化、廃業した酒蔵を活用した商業集客マグネット施設の整備などにより、新たなビジネスを構築し、雇用の創出を図るものである。

#### (1) 地域ブランド開発分野

##### 【現状及び動向】

坂東産野菜の中でも、夏ネギは収穫量・出荷量ともに日本一で、レタスの収穫量においても、長野県川上村に次いで全国2位となっており、全国屈指の野菜の生産地域である。しかし、平成22年の農林業センサスによると、本市の総農家数は、3,341人であり、平成17年のものと比較すると、9.9%減少しており、年々その数は減少してきている。今後は、加工品等の6次産業化による価格の安定並びに販路開拓による出荷増加が求められている。

### 【今後の見通し】

本事業を実施する中で、6次産業化や農商工連携等の推進による農業基盤強化の事業が必要とされている。また、野菜の6次産業化による付加価値の向上やブランド化の推進等による販売価格の向上を図り、さらには、果物も含めた新品目・新品種の作付による6次産業への進展による商品開発などを実施し、広報戦略を駆使したブランディングが必要となってくる。

## (2) 観光客誘致分野

### 【現状及び動向】

本市は、東京スカイツリーから約40km圏内に位置し、市内に鉄道はないものの、つくばエクスプレス守谷駅から路線バスを利用すると、秋葉原から1時間ほどで市内まで来ることができ、都内からのアクセスは比較的良好である。観光資源といえば、平将門ゆかりの史跡、菅生沼の遊歩道、越冬するために菅生沼に飛来する白鳥、茨城県自然博物館、逆井城跡公園が代表的なものとして挙げられる。イベントも豊富に開催しており、春には本市の桜の名所である八坂公園と逆井城跡公園を会場に「さくらまつり」、夏には岩井地域と猿島地域で「夏まつり」、秋には「ふる里さしま古城まつり」、「坂東市いわい将門ハーフマラソン」、「岩井将門まつり」、冬には「ぼんどうイルミネーションファンタジー」、また、毎月（7月・11月を除く）岩井商店街通りでは「ぼんどうホコテン」を実施し、1年を通して市民と市が一体となって本市を盛り上げている。

しかしながら、山、海、温泉といったような観光地としての要素は乏しく、観光客は非常に少ない状況である。現状としてあるものを活かしつつ、地域に埋もれている資源の再調査も行い、創意工夫を凝らしながら観光客誘致を図る必要がある。

### 【今後の見通し】

首都圏中央連絡自動車道（以下「圏央道」という。）が整備されることにより、新たなルートや広域からの観光客誘致の機会が生まれる。本事業を実施する中で、遊休農地や耕作放棄地を活用した市民農園、収穫体験農園などの体験・滞在型のグリーンツーリズム等の新たな観光戦略が必要となってくる。旅行会社及び観光バス会社とタイアップし、農業体験と合わせた市内の観光資源への周遊を図り、さらなる市外・県外からの観光客を誘致するよう働きかける。

## (3) 街なか賑わい創出分野

### 【現状及び動向】

平成元年から本市中心市街地を横断する主要な幹線道路である国道354号を拡幅し、歩道の設置、電線類の地中化、また歩道のグレードアップ等により、買い物客が安全で快適に歩けるような街路事業を茨城県の都市計画道路事業

として実施してきた。これに併せて小売商業商店街近代化事業を実施し、近代的な景観となった。

しかし、モータリゼーションの進展、大型小売店舗の出店、後継者不足等により、商店街の空店舗化が進んできており、中心市街地活性化及び商業振興としての集客力向上を図ることが急務となっている。

#### 【今後の見通し】

本市では圏央道の整備開通に伴い、新たな工業団地の造成、圏央道へのアクセス道路の整備を進めており、今後は新たなルート、新たな就労者もターゲットとして捉え、整備されたインフラを有効に活用し、中心市街地へお客を呼び込む戦略が必要となってくる。また、平成23年5月に事業を廃業した大塚酒造株式会社等の所有する土地・建造物を購入し、歴史的価値のある建造物等を活用した集客マグネット施設を整備することを計画しており、年間約40万人の来場者がいる茨城県自然博物館からの周遊ルートとして確立するために、ガラス・陶芸・木工などの体験工房、地元食材を活用したレストラン、観光インフォメーション施設などの整備を検討中である。その施設に本事業で育成された人材を採用することにより、新たな雇用の場の創出が期待される。

#### 5-2 特定政策課題に関する事項

該当なし

#### 5-3 法第5章の特別の措置を適用して行う事業

該当なし

#### 5-4 その他の事業

##### 5-4-1 基本方針に基づく支援措置による取組

##### (1) 支援措置の番号と名称

【B0906】実践型地域雇用創造事業

##### (2) 実施主体

坂東市雇用創造協議会

構成団体：坂東市、茨城県（労働政策課・中小企業課・県西農林事務所・坂東地域農業改良普及センター）、坂東市商工会、岩井農業協同組合、茨城むつみ農業協同組合、坂東市岩井モール商店街連合会、つくばハイテクパーク連絡協議会、坂東市工業連絡会、坂東市名産品会、坂東市観光協会、坂東市岩井金融団

##### (3) 事業実施期間

平成25年12月（認定日以降）から平成28年3月末まで

#### (4) 事業の具体的内容

##### I 雇用拡大メニュー（事業主対象）

###### ①地域ブランド開発事業〔新商品開発・ブランド創出セミナー〕

本市は、収穫量において夏ネギは日本一・レタスは全国2位という実績があり、首都圏への供給基地として、全国屈指の野菜の生産地域でありながら、収入が不安定等の理由により総農家数は年々減少傾向である。そのため、市内企業や法人農家による特産物のネギ・レタス等の地域資源を活かした6次産業となりうる商品開発や商品の高付加価値化することによりブランド力を高め、競争力の強化を図る講座を開催する。また、ブランド化による『魅力ある商品』開発に関する成功事例の紹介等を行うことで、市内企業（事業主）に対して、商品のブランド化への意欲を促進し、農業法人等での雇用拡大を図る。

講義内容は、地元の地域資源の紹介、新商品開発の基礎（食品加工等）、ブランド戦略、先進事例の紹介等を実施する。なお、実践メニューにより開発された商品等の具体的手法を平成26年度に1回、平成27年度に2回、セミナーの講義の中で公開し、受講者に対し新商品等の伝承講習を実施する。

《受講者の想定》農業法人、個人農家、食品関連事業所、農協等

###### ②商工業経営力強化事業〔商工業経営力強化セミナー〕

首都圏近郊に位置しながらも市内事業所においては、中小零細企業が多く、戦略的な経営能力に課題があり、事業拡大に踏み込めない状況である。そのため、事業経営者や後継者等に経営効率化・IT活用・新分野進出・労務管理・ビジネスマナー等のセミナーを開催する。当セミナーでは、企業の経営改善をいかに効果的に行うかをポイントとし、地域間競争力のある企業を生みだし、雇用の拡大を図る。

《受講者の想定》中小企業全般

###### ③農業生産者支援事業〔農業生産者支援セミナー〕

基幹産業でありながら総農家数が減少し、他業種への就職・転職により遊休農地や耕作放棄地が増加している状況である。そのため、農業関係者を対象とした経営効率化・IT活用・ブランド創出・意識改革等のセミナーを開催する。また、ネギ・レタス等の地域資源を活かした6次産業化や農商工連携等を推進し、多角経営で、観光ビジネス等の新たな事業を行うことにより観光農園・収穫体験等のアグリビジネスを創出し、雇用拡大を図る。なお、実践メニューにより開発されたグリーンツーリズム等の具体的手法やツアー内容を平成26年度に1回、平成27年度に1回、セミナーの講義の中で公開し、受講者に対し新たな観光事業等の伝承講習を実施する。

《受講者の想定》農業法人、観光ビジネスに乗り出す農家、農協等

## II 人材育成メニュー（求職者対象）

### ①ビジネス&ITスキルアップ事業

〔ビジネス&ITスキルアップセミナー〈初級者・中級者コース〉〕

現在の社会情勢では収入の不安定により、共働きの家庭が増加している。そのため、眠っている労働力人口（結婚を機に退職した主婦等）を社会復帰させて、就職を促進させることによる家族所得の向上が必要である。

求職者向けにマネジメント・プレゼンテーション・ビジネスマナー等のビジネススキルアップセミナーや実務で使用頻度の高い office 系ソフトの操作方法を中心に IT 技術の育成・利活用セミナーを開催する。実例を踏まえながら就職するうえでの総合的な仕事力を養い、求人ニーズに対応することで、雇用を促進する。

当セミナーの開催に際しては、初級者コース（office 系ソフトの基本操作、ビジネスマナー等）と中級者コース（office 系ソフトの応用操作、プレゼンテーション、マネジメント等）の 2 コースを設けて、求職者のニーズに対応し、早期就職を目指して実施する。

《就職先の想定》市内企業全般

### ②飲食業就労支援事業〔飲食業就労支援セミナー〕

外食産業のフランチャイズチェーン店が進出してきたことにより、地元の飲食業が衰退傾向にある。そのため、接客スキルの向上や調理員の養成を行うことにより、地元食材を利用し地域色を取り入れた店舗を増やすことで、市内飲食店を活性化させて就職の促進を図り、将来的には空き店舗を活用した創業も生み出す。また、食関連の人材を育成することにより、平成 27 年 4 月に開業予定の商業集客施設内のレストランや市内飲食店等において即戦力での就職を目指す。

講義は、接客マナーの向上や調理員の養成を中心に実施する。内容としては、食に関する基礎知識、接客マナー、調理のノウハウ、ネギ・レタス等の地元食材を利用し地域色を取り入れたメニュー開発、高付加価値化、市内飲食店や食品製造加工業での就業体験等。

※就業体験により、就職後に長期継続して就業できるイメージづくりを図る。

《就職先の想定》市内飲食店、商業集客施設等

### ③伝統工芸技術者育成事業

〔〈木工品・陶芸品・ガラス工芸品〉技術者育成セミナー〕

平成 27 年 4 月開業予定の商業集客施設内で各種体験工房（木工品・陶芸品・ガラス工芸品）を実施する基本構想があり、その施設内での人材が必要とされている。

当セミナーでは、坂東市産の原材料を利用した木工品・陶芸品・ガラス工

芸品等の将来に受け継がれる新規伝統工芸品の技術者を育成し、就職を促進する。講義内容は、各種工芸品製作の実習、設備・原材料等の調達やブランド・高付加価値化等を実施する。

《就職先の想定》商業集客施設、商店街空き店舗での創業（工芸品販売店）、市外の各種工芸品関連施設等

※商業集客施設内の各種体験工房で、即戦力での就職を目指す。また、市外での関連施設に就職後、将来的には地元での空き店舗を利用して創業し、工芸の街としての市街地活性化により、新たな雇用を図る。

### III 就職促進メニュー

#### ①情報発信〔就職情報発信ホームページ〕

協議会のホームページを開設し、地域求職者及び市内の企業に対して、協議会が実施するセミナーや地域内の求職及び就職等の情報を発信する。

#### ②合同説明会等の実施〔面接会及び説明会〕

市内の求人企業、求職者を対象とした就職面接会及び説明会の開催を行う（女性対象や年代別等も検討）。

### IV 雇用創出実践メニュー

#### ①新商品開発事業

本市では、農産物の6次産業化による「食品加工品」及びオリジナル「坂東ガラス製品」の高付加価値のあるブランド商品開発を検討している。当事業でネギ・レタス等の坂東野菜等を活用したブランド加工品やオリジナルガラス製品を企画・開発するとともに販路開拓や広報戦略を実施する。その後、事業化することにより地場製品の消費を拡大し、雇用の創出を図る。

当事業で開発した商品のノウハウを雇用拡大メニューで各事業主に対して公開セミナーを実施する。市内の飲食店等に情報を提供することにより、各店舗が独自のアレンジを加えた商品を考案し、競争が生まれることで、雇用の創出が期待される。

また、加工食品とガラス製品を同時に開発・PRすることで、市内飲食店で開発した加工食品に坂東ガラスの器を使用するなど、食と器のコラボレーションによる相乗効果がもたらされる。

商品化決定後の販売先としては、市内飲食店及び小売店、商業集客施設内のレストラン及び物販施設を想定している。また、グリーンツーリズム事業のツアー内容に商業集客施設の観光を含めることにより、更なる市外へのPR及び経済効果がもたらされる。

《対象者》消費者全般、市内飲食店、小売店等

## ②グリーンツーリズム事業

市内の総農家数の減少により遊休農地や耕作放棄地が増加している状況を踏まえ、基幹産業が農業という地域特性を活かし、『農家民宿』『農家レストラン』『市民農園（オーナー制度）』『収穫体験（収穫時期以外の管理作業含む）』等のグリーンツーリズムの観光パッケージツアー等の開発を実施する。それと同時に本市を訪れた観光客に対して地域特産品のPRも行う。地域の交流人口が増加し、地域コミュニティが向上することにより、雇用の創出を図る。

当事業で開発した観光パッケージツアーのノウハウを雇用拡大メニューで各事業主に対して公開セミナーを実施する。市内の農業法人等に情報を提供することにより、観光ビジネス等の新たな事業に対する意欲を促進させることで、雇用の創出が期待される。

商業集客施設との連携として、観光ツアーの中に施設内の各種体験工房等を組み込むことにより、施設内だけでなく隣接する商店街での観光客が増加する。それにより、経済効果が発生し、雇用の拡大へと繋がる。

《対象者》都市住民、学生、生徒等

## 5-4-2 地域独自に実施している取組

### (1) 地域ブランド開発分野

#### ①生鮮野菜供給基地等の特性を生かした農業の振興

##### a 取組の概要

##### <魅力ある坂東ブランドづくり>

○銘柄産地の指定による販路の拡大と、産学官と消費者が一体となった戦略的な取組の推進。

○生鮮野菜やさしま茶などの坂東ブランドの定着化やPR活動の推進。

##### <米需給調整と良質米の推進>

○水田農業の着実な推進に努め、消費者ニーズへの的確な対応を図る。

○環境に配慮した安全・安心なブランド米の推進。

##### <安定した農業経営体制の整備>

○農業協同組合や農業改良普及センターなどの関係機関と連携した指導・効率化の推進。

○地域の営農体制の充実・強化の支援。

##### <農業の担い手の育成>

○農業を魅力ある産業として育てるための担い手農家・農業後継者の確保・育成や新規就農者の育成。

○女性農業士、エコファーマーなどの認定農業者の支援。

##### <地産地消の推進>

○農産物直売所・市民農園などの農業振興交流施設の充実をはじめと

した農業交流の推進。

○安全・安心な地元農産物に対する消費者の理解と消費を高めるための環境保全型農業の推進。

<畜産の振興>

○環境にやさしい、安全な畜産品の生産供給を図るための伝染病防疫など適正な衛生環境整備の支援。

<農とのふれあいの場づくり>

○学童農園などを整備し、子供たちが農業とふれあう機会や農業について学び、理解できる環境づくりの推進。

<優良農地の確保及び生産基盤整備の推進>

○大規模土地利用型農業経営体に農用地の利用・拡大や農作業の効率化を図るための畑地帯総合整備事業、ほ場整備事業の推進。

○競争力のある農業の組織化の促進。

<農村集落環境の整備>

○農産物の安定的・効率的な輸送を図るための広域農道など、農村集落環境の計画的な整備の実施

<新たな特産品の開発>

○市の特性を活かした、農業・観光と連携した、新たな特産品の開発を進める。

b 実施主体：坂東市

c 成果：平成 22 年度における認定農業者数は 479 人、農業経営法人数は 40 法人、農業生産基盤の整備完了地区は 3 地区であるが、平成 28 年度には、それぞれ 500 人、50 法人、7 地区を目標値として設定している。

## ②活力ある産業の振興（工業）

a 取組の概要

<企業誘致の促進>

○雇用機会の拡大と財政基盤の強化を図る。

<新たな工業団地等の整備>

○圏央道の整備効果を生かし、企業誘致を進めるため、圏央道 I C 周辺地区において新たな工業団地の整備を進める。

<工業振興対策の充実>

○地域工業の活性化支援として、金融制度などの活用により、経営の近代化や経営改善を促進するための支援の充実を図る。

<新産業創出支援対策の充実>

○新たな地域産業を生み出す起業活動の支援を進めるため、産学官連携による新たな事業の支援に努める。

<異業種交流の推進>

○市内立地企業や事業所の経営者やリーダーなどの参画を図り、地域産業の振興に向けた取組、検討を進める。

b 実施主体：坂東市

c 成果：平成 22 年度における市内工業団地の企業立地数は 18 企業であるが、平成 28 年度には 25 企業を目標値として設定している。

## (2) 観光客誘致分野

### ①地域資源を活かした観光振興

#### a 取組の概要

##### <観光資源の整備・発掘>

○貴重な自然形態を残す菅生沼や平将門関連史跡、逆井城跡公園などの主要な観光資源の整備を進める。

##### <観光客の誘致>

○将門まつりや古城まつりをはじめとした各種観光行事の充実、観光資源のPRやフィルムコミッション活動、圏央道の整備効果を活かし、広域からの誘客を促進するため、地域産業の活性化につながる施設整備について検討する。

##### <受入れ体制の整備>

○観光案内板の設置、観光ボランティアなどの充実による観光客の受入れ体制の整備を図る。

##### <PR活動の推進>

○坂東市の知名度をアップさせるため、首都圏をはじめとする消費地での農産物即売会など、PR活動を積極的に展開する。

○近隣市町と連携し、インターネットを活用した広域圏での観光PRを進める。

○本市を広くPRする地域キャラクター（ゆるキャラ）の開発を進める。

##### <耕作放棄地対策の推進>

○地図情報システム等を活用して農地に関する情報を一元化し、作業受託組織や農地の貸借などを促進し、関係機関と連携した耕作放棄地対策の推進を図る。（グリーンツーリズム事業等への活用）

b 実施主体：坂東市

c 成果：平成 22 年度における観光客数は 54 万人であるが、平成 28 年度には 60 万人を目標値として設定している。

## (3) 街なか賑わい創出分野

### ①活力のある産業の振興（商業・サービス業）

#### a 取組の概要

<中心市街地の活性化>

○中心市街地活性化の指針となる中心市街地活性化計画の策定、産学官の連携による活性化事業、空き店舗などの活用を図り快適で魅力あるまちづくり、中心市街地への民間活力の導入を推進し、中心市街地の活性化を図る。

<商業活動の振興>

○商店街の求心力を強化するため、地域における情報交換の拠点づくりやインターネットを活用した商店街情報の提供を促進する。

○商工会と連携を図り、中小企業の経営改善普及事業等による研修会・講習会等の充実に努め、消費者ニーズを先取りできる創造性豊かな経営者の育成を図る。

<経営力の向上>

○中小規模の企業の経営基盤の安定化や創業活動の支援を図るため、融資の斡旋や信用保証料の補助を行い、金融制度の充実に努める。

<個性ある商店街の形成>

○空き店舗を活用した事業を推進し、新規創業者の支援と商店街への多様な業種・動態の導入を図る。

○商店街における特色あるイベントの開催を支援し、商店街の集客力強化を図り、消費者のニーズに対応した魅力ある商店街の形成に努める。

b 実施主体：坂東市

c 成 果：平成 19 年度における卸売業・小売業年間販売額は 7,703,006 万円であるが、平成 28 年度には 7,956,000 万円を目標値として設定している。

②商業集客施設整備事業

a 取組の概要

<中心市街地の活性化>

○中心市街地に立地する平成 23 年 5 月に事業を廃業した大塚酒造株式会社等の所有する土地を、平成 23 年 12 月に購入し、残存する建築物等を歴史的な資源として考え、これを観光資源として再生させ、中心市街地の活性化及び商業振興のための高い集客性、創造し発信する場としての公共空間を創造し、これにより市民や観光客が集まり、感動や新たな交流が生まれる中核施設の完成を目指す。

b 実施主体：坂東市

c 成 果：平成 24 年度における観光客数は 712,300 人であるが、平成 27 年 4 月の開業後（予定）には、圏央道が平成 27

年度中に開通されることにより、新たなルートや広域からの観光客誘致の機会が生まれることも想定され、年間約 800,000 人を目標値として設定している。

## 6 計画期間

計画認定の日から平成 28 年 3 月末まで

## 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

### (1) 実践型地域雇用創造事業

年度ごとに各事業を利用した参加者へのアンケート調査、電話連絡による確認、またハローワーク常総の協力を得て雇用及び創業の状況を把握する。その結果をもとにさらに調査研究し、その後の事業に生かしていく。

### (2) 地域独自に実施している取組

#### ①坂東市総合計画 後期基本計画

識見を有する者、市議会の議員などで構成する総合計画審議会を設置し、専門的な立場から審議を受け、その後の事業に生かしていく。

#### ②商業集客施設整備事業

学識経験を有する者、商工業を営む者又は地域関係団体に所属する者などで構成する商業集客施設整備検討委員会にて、必要な事項を調査し、及び審議し、その後の事業に生かしていく。