

政策5 活力に満ちたまちづくり

施策1 農業の振興

施策の目的

それぞれの地域において、経営力のある担い手を中心となった農業構造が確立される中、新規就農者、兼業農家、高齢農家など多様な主体への支援により、各主体が生き生きと農業に取り組めるようにします。また、農地・水路等の地域資源の保全管理について、地域住民と一体となった共同活動を推進します。

施策の現状

経営改善計画に基づき実施する機械施設等の整備に対して、その経費の一部を助成するなど認定農業者の経営改善を支援しています。また、農業の後継者不足に対し、新たな地域農業の担い手を育成確保するため、平成24年度に農業担い手育成塾を設置するとともに、農外企業（株式会社等）の農業参入の相談窓口を設置し、県と連携した調整を行っています。

また、農業生産性の向上と営農条件の改善を図るため、手子林第三土地改良事業や農地利用集積による大区画化を推進しています。平成23年に実施した調査では、約59haの遊休農地を確認しており、農家等への啓発や国・市の事業を活用して遊休農地の発生防止と解消に取り組んでいます。

さらに、三田ヶ谷農林公園（キヤッセ羽生）を拠点施設として、恵まれた農ある空間を都市住民に提供するグリーンツーリズムを推進しています。

施策の課題

- ・農業を担う人づくりが必要です。
- ・耕作放棄地の解消が必要です。
- ・食と農の結び付きを強化することが必要です。
- ・農地・農業用水等地域資源の保全管理が必要です。
- ・都市と農村の交流が必要です。

主な取り組み

(1) 農業を支える多様な担い手の育成・確保

認定農業者などの意欲ある農業者に対し、経営改善、法人化などの支援を行い、地域農業の担い手としての経営力の向上を図ります。

また、意欲ある新規就農者が確実に希望する農業に就農できるよう、農地を貸したい人とのマッチングを行い、就農支援体制を整備するとともに、女性・高齢農業者、定年帰農者が、それぞれの能力を發揮できるよう農業活動を支援します。

【主な事業】

○認定農業者等育成事業 ○新規就農者支援事業 ○女性・高齢農業者活動促進事業

(2) 優良農地の確保と農地の有効活用

耕作放棄地の解消に向けた対策を推進し優良農地を確保するとともに、農地を耕作する多様な農業者の確保と作付拡大を通じて、不作付地の解消を図ります。また、農地の有効活用に不可欠な水利施設の補修や更新、農地の排水対策など、必要な農業生産基盤の整備を推進します。

【主な事業】

○遊休農地解消事業 ○農地の利用集積事業 ○土地基盤整備事業

(3) 地産地消・食育の推進

市民が新鮮で安全・安心な地元農産物を身近で購入できるよう、また生産者にとって地域の消費者ニーズを捉え販路拡大につながる生産ができるよう支援します。また、生きることの最も基本的な要素である「食」と、それを支える「農」についての理解を促進するため、各世代に対応した食育活動を推進します。

【主な事業】

○地産地消推進事業 ○食育推進事業

(4) 魅力ある農村づくり

農業者と地域住民などがともに支え合い、農地・農業用水等の地域資源と環境を良好に保全管理するため、活発な共同活動による地域づくりを推進します。

【主な事業】

○農村生活環境の整備事業 ○農地・水保全管理事業 ○用排水路維持管理事業

(5) 都市と農村の交流

市民が「農の恵み」を享受できる農業・農村の多面的機能への理解を進めます。また、観光果樹園の設置促進や三田ヶ谷農林公園「キヤッセ羽生」を拠点とした都市と農村の交流拡大を図り、首都圏などからの観光交流人口を増加させます。

【主な事業】

○グリーンツーリズム推進事業 ○観光農園整備事業

目標指標

指標名 (単位)	指標の説明	現在値	目標値	その他
		H 2 3	H 2 9	
認定農業者数 (人)		1 3 2 人	1 5 0 人	
グリーンツーリズム入込客数 (万人)		2 8 万人	3 5 万人	
農業の多面的機能に対する市民の認知度 (%)		—	7 0 %	市民意識調査

市民の役割

- ・地元産農産物へ関心を持ち、積極的に購入するなど地産地消に努めることが望まれます。
- ・農業者とともに、農業・農村を地域資源として大切に守っていくことが望まれます。

関係計画

- ・農業農村基本計画 (平成 2 0 年度～平成 2 9 年度)

政策5 活力に満ちたまちづくり

施策2 商業の振興

施策の目的

活気や賑わいにあふれた魅力ある商店街づくりを行い、市民が地元で便利に買い物ができるようにします。

施策の現状

本市には9商店街がありますが、店主の高齢化や後継者不足、駐車場不足などの問題に加え、道路交通状況の変化や郊外型の大型店舗の進出など経営環境の変化のため、買い物客の減少や空き店舗の増加などによる商店街の空洞化が進んでいます。

そのため、地域商店街活性化事業として、地域商店街活性化協議会を立ち上げるなど、賑わいと魅力を取り戻すための活動を行っています。

また、空き店舗対策としては、商店街の空き店舗への出店に対して補助金を交付するなど、商店街の活性化を推進しています。

さらに、商工会と連携してプレミアム付商品券の発行を行っています。

施策の課題

- ・商店街の集客力向上が必要です。
- ・地域ブランドの魅力向上が必要です。
- ・起業家支援の強化が必要です。
- ・商工会との連携強化が必要です。

主な取り組み

(1) 商店街の賑わいづくり

市内商業の活性化につなげるため、新たな購買層を狙った積極的な商業展開と街の界限性を創出するとともに、商工会との連携を強化し、プレミアム付商品券の発行や、商店街ごとに特色ある商業イベントを開催するなどの自主的な取り組みを支援します。

また、空き店舗のオーナー等と商店街に新規出店をしてみたい方とのマッチングを行うことにより、商店街が自らの不足業種を補うためのテナント誘致活動を支援します。

さらに、大型店舗に共同イベントの開催などを積極的に働きかけることにより、集客力を高め、大型店舗との共存共栄を図ります。

【主な事業】

○地域商店街活性化事業 ○商店街賑わいづくり事業 ○空き店舗対策事業

(2) 地域ブランドの推進

本市の伝統工芸である藍染について、若い被服・衣料縫製の後継者とともに研究協議を行い、大型店と協力して販路拡大を図るなど、若年層もターゲットとした新商品・商法の開発を支援し、新たな「はにゅうブランド」の創設につなげていきます。

また、商業と農業が連携した6次産業化を進めるため、農業者と商業者とのマッチングを行い、商品の開発・販売を積極的に支援することで、商業を活性化させます。

【主な事業】

○地域ブランド推進事業

(3) 新規産業及び起業者への支援

市内での起業を希望する方を対象とした相談窓口を開設するほか、市民プラザ内にチャレンジショップスペースを設けることにより、新規出店の支援を行います。

また、地域のニーズや資源を活かした新しい産業や起業への支援を行います。

さらに、人材育成としては、店舗の後継者である若年経営者に対し、商店街組織のリーダーを養成するための講習会やセミナーの開催を支援します。

【主な事業】

○起業者支援事業	○人材育成事業	○後継者育成事業
----------	---------	----------

目標指標

指標名 (単位)	指標の説明	現在値	目標値	その他
		H 2 3	H 2 9	
市内小売業年間商品販売額 (億円)		4 2 8 億円	4 3 0 億円	
商店街にぎわいづくりイベント集客数 (人)		5,000 人	10,000 人	
市内の小売店数 (店)		4 3 6 店	4 3 6 店	

市民の役割

- ・市内商店街を積極的に利用することが望まれます。
- ・各商店街が開催するイベントなどに積極的に参加することが望まれます。

関係計画

- ・はにゅうブランド戦略プラン (平成 2 2 年度～平成 2 6 年度)

政策5 活力に満ちたまちづくり

施策3 工業の振興

施策の目的

中小企業の基盤強化を支援し、経営を安定化させるとともに、企業誘致活動を積極的に行い、地場産業を振興します。

施策の現状

本市には、地場産業として伝統ある藍染工芸があり、衣料品を生産するまちとして発展してきましたが、衣料品の生産は、海外への工場移転が続いている状況にあり、産業の空洞化が進んでいます。

現在、工業の活性化や中小企業を支援するため、資本整備や経営の近代化を目的とした融資のあっせんや、中小企業に対するセーフティネット保証認定等の融資制度の活用を推進しています。

また、市内業者が住宅リフォームを行った場合の助成制度などにより、市内業者の振興を図っています。しかしながら、依然として厳しい経営状況が続いているため、更なる工業の振興が必要です。

施策の課題

- ・中小企業の経営の強化が必要です。
- ・地場産業の活性化が必要です。
- ・起業支援の強化が必要です。
- ・企業誘致の推進が必要です。

主な取り組み

(1) 中小企業の支援

市内中小企業の経営の安定化を図るため、必要な事業資金等の融資あっせんや支払った利子に対する補助を行うことにより、経営の合理化や近代化を支援します。

【主な事業】

○中小企業支援事業 ○融資あっせん事業

(2) 地場産業の振興

地場産品の新商品開発や販路拡大に向け、消費者の要望や需要を早期に取り入れるためインターネット販売やアンテナショップ等の事業展開など、消費者のニーズに合った新商品・販路の開発を行うための支援を行います。

【主な事業】

○地場産業活性化事業 ○はにゅうブランド戦略プランの推進

(3) 起業支援

市内での起業を望む方へ、開業のための融資制度や店舗等の相談を行うとともに、県創業ベンチャー支援センター等の関係団体と連携を図ることにより、開業・経営するための支援を行います。

【主な事業】

○起業支援事業

(4) 企業誘致の推進

羽生市には、現在「大沼工業団地」「小松台工業団地」「川崎産業団地」があり、国・県と協議を行いながら、企業誘致を進めてきました。

また、北袋地区内の都市計画法第34条第12号指定区域においては、立地企業等に対する固定資産税の軽減措置や道路整備奨励措置などの企業立地優遇制度を設け、企業誘致を推進しています。

今後は、地域経済の発展や雇用拡大のため、企業立地優遇制度の周知などにより、更なる企業誘致を積極的に進めます。

【主な事業】

○企業誘致の促進事業

目標指標

指標名（単位）	指標の説明	現在値	目標値	その他
		H23	H29	
事業所数（事業所）		185事業所	185事業所	
製造品出荷額（億円）		2,318億円	2,318億円	
北袋地区（都市計画法第34条第12号指定区域）工場等立地割合（%）	工場等立地面積／北袋地区（都市計画法第34条第12号指定区域）面積（11ha）	30.9%	52.7%	

市民の役割

- ・「はにゅうブランド」や市内で生産された製品に興味を持つことが望まれます。

関係計画

- ・はにゅうブランド戦略プラン（平成22年度～平成26年度）

政策5 活力に満ちたまちづくり

施策4 観光の振興

施策の目的

本市の地域資源を活かした観光客との交流や特産品の販売など「地域が元気になる観光」を実現することにより、地域活性化を推進し観光交流人口100万人を実現します。

施策の現状

本市の観光資源には、小説「田舎教師」・武州正藍染・国の天然記念物「ムジナモ自生地」・さいたま水族館・キャッセ羽生・道の駅はにゅう・郷土料理の「いがまんじゅう」などがあります。しかし、これらの観光資源の全国的な知名度は低く、羽生市を訪れる観光客はまだ少ない状況です。

こうした中で、平成22年3月に「羽生市観光基本計画」と「はにゅうブランド戦略プラン」を策定し、本市のキャラクター「ムジナもん」と仲間たちや「藍染」などの地域資源を活用し、地域の活性化に取り組んでいます。

平成23年11月に開催した「第2回ゆるキャラ®さみっと in 羽生」では、全国各地からゆるキャラ®の参加と13万5千人の来場者がありました。今後はイベントを通じて本市を訪れた人が特産品を購入したりリピーターとなるよう、魅力を伝えていくことが必要になります。

また、特産品開発では、藍と愛、城と情をかけ愛情(藍城)シリーズとして、市民などからレシピを募集し、市内業者と協力して羽生ならではの弁当やスイーツの開発・製品化を行い、各種イベントで販売しています。

施策の課題

- ・観光資源の拡充が必要です。
- ・観光拠点施設の整備の充実が必要です。
- ・観光活動推進団体の活動促進が必要です。
- ・観光PRを推進することが必要です。

主な取り組み

(1) 観光資源の拡充と新たな観光資源開発促進

観光客の増加のためには、既存の観光資源を大切にするとともに整備拡充することにより、新たな観光資源を開発することが重要です。市の伝統工芸である藍染については、体験観光などの更なる周知と受け入れ体制の充実を行います。

また、本市の伝統や文化を、映画やドラマなどを通じて伝えるフィルムコミッションに取り組み、情報提供やスムーズな撮影協力を行います。

【主な事業】

○フィルムコミッション事業 ○藍染体験事業

(2) 観光拠点施設の整備充実

キャッセ羽生など市内の観光拠点では、年間を通して各種イベントが開催されています。観光拠点同士や民間との連携強化を図り、各種イベントに特色を持たせるなど、更なる集客力の向上と羽生市のPRの推進を努めます。また、各観光拠点施設においてアンケート等を実施することにより、観光客のニーズの把握を行い、施設の利用促進に繋がります。

【主な事業】

○キャッセ羽生の充実 ○羽生市の観光拠点PR事業 ○道の駅はにゅうの有効活用

(3) 観光活動推進団体の活動促進

観光施策の推進に向け、「観光リーダー」や「観光ボランティア」の人材を発掘・育成します。
また、新たな観光資源の掘り起こしや観光PRなどを積極的に推進するため、観光協会の活性化を支援します。

【主な事業】

○観光人材育成支援事業 ○観光協会活性化事業

(4) 観光PRの推進

本市のキャラクター「ムジナもんと仲間たち」の着ぐるみを各種イベントなどに積極的に参加・活用するため、「ムジナもん応援団」を設置し民間やNPO法人と協力連携を図ることにより、市のイメージアップを図ります。

また、いがまんじゅうや武州正藍染などを初めとするはにゅうブランド力を向上させるため、本市ならではの商品を「はにゅう推奨品」と認定し、観光の振興を図ります。

さらに、これらを市のホームページや広報紙、パンフレット等で積極的なPRを行います。

【主な事業】

○「ゆるキャラ®さみっと in 羽生」の開催 ○はにゅうブランド力の強化 ○キャラクターによる市のPR

目標指標

指標名 (単位)	指標の説明	現在値	目標値	その他
		H23	H29	
観光交流人口 (万人)	市内の観光拠点及びイベントに訪れた人数	7.4万人	10.0万人	
推奨品の認定数 (品目)	羽生ならではの商品を推奨品として認定する数	39品目	50品目	
フィルムコミッションによるロケーションの実施回数 (回)	ドラマや映画など、市内でのロケーション数	2回	10回	

市民の役割

- ・市の観光資源の魅力についてPRすることが望まれます。
- ・観光リーダーや観光ボランティアへの参加が望まれます。

関係計画

- ・観光基本計画 (平成22年度～平成30年度)
- ・はにゅうブランド戦略プラン (平成22年度～平成26年度)

施策5 勤労者支援・雇用の促進

施策の目的

多様化する労働形態に対応した労働行政を推進するとともに、若者から中高年までの雇用機会の創出と就労促進を行い、だれもが安心して働くことが出来るようにします。

施策の現状

現在、景気の低迷など経済環境は停滞しており、本市においても、雇用機会の減少による新卒者の就職難や失業者の増加に加え、就業状況の悪化という問題が起きています。

また、労働に対する価値観の変化により、フリーターやニートの増加や退職後の高齢者の就労など、さまざまな働き方を望む労働者が出てきています。

本市では、就労促進のため、「中高年求職活動支援セミナー」を開催したほか、景気不況による失業者の緊急対策として、失業者生活資金貸付事業を実施し、生計の安定のための支援を行っています。

また、勤労者福祉として、産業労働者住宅資金の貸付があり、住宅の購入等を容易にするため低金利の融資を行っています。

施策の課題

- ・就職支援が必要です。
- ・就労機会の創出が必要です。
- ・勤労者福祉の向上が必要です。

主な取り組み

(1) 就業支援の充実

新卒者に加えフリーターやニートと呼ばれる人、離職を余儀なくされた中高年層など、幅広い対象者に対して、市民プラザ内にある羽生市ふるさとハローワークや行田ハローワークなどと連携・協力してセミナーや講習会、個別指導等を開催することにより、就労支援を実施します。

【主な事業】

○就業支援セミナー事業 ○ふるさとハローワーク等との連携

(2) 雇用の促進

老若男女、障がいの有無などにかかわらず、誰もが安心して働くことができる労働環境づくりのため、定年退職後の高齢者や、母子家庭の親、障がい者などの就業支援について、雇用の促進に取り組んでいきます。

【主な事業】

○各種就労支援事業 ○シルバー人材センター支援事業

(3) 安心して働ける環境の整備

勤労者の生活安定と福祉の向上が図れるよう、各種制度の周知を行うとともに、中小企業に対する退職金共済制度の適正な運営に努めます。また、勤労者福祉施設であるワークヒルズ羽生の運営を充実していきます。

【主な事業】

○福利厚生促進事業 ○中小企業従業員退職者等共済制度事業

目標指標

指標名 (単位)	指標の説明	現在値	目標値	その他
		H 2 3	H 2 9	
羽生市ふるさとハローワーク就業者数 (人)		5 6 2 人	6 0 0 人	
シルバー人材センター会員数 (人)		3 4 0 人	4 0 0 人	
市内従業員数 (人)		24, 610 人	26, 000 人	

市民の役割

- ・求職中の方には、羽生市ふるさとハローワークの積極的な活用が望めます。
- ・事業者において福利厚生を充実することが望めます。