

重点戦略

3 まちの活性化と知名度アップ

まちづくり宣言7 元気を生み出す活力ある産業が育つまちづくりを進めます。

① 現状認識

- ・経済活動のグローバル化が進み、国際間・地域間での競争が激化する中、平成20年9月以降の景気低迷も重なり、地域産業は全国的に厳しい状況下にあります。
- ・本市においても、工業分野では事業所数や製造品出荷額等が上昇するなど順調な推移が見られるものの、古くから本市の産業を支えてきた農業・商業分野では後継者の不足や商店街の空洞化^{*1}など、厳しい環境におかれています。
- ・このような中、それぞれの産業の活性化はもちろんのこと、市民の収入増加や雇用の創出など、まち全体の活性化にどう結び付けていくかが大きな課題となっています。

② 宣言が目指すまちの姿

地域産業が活性化し、そこに雇用が生まれ、市民の元気とまち全体の元気につながっています。

③ 実践に向けての考え方

(1) 農業の活性化

J Aとの連携を強化し、儲かる農業を推進し、農業者の経営安定と担い手の育成、新規就農の促進に努めます。また、安心して安全な農作物栽培の取組を支援するとともに農家と消費者の距離を縮め、地産地消^{*2}と食育を推進します。

(2) 魅力ある商業環境の創出

各市街地の特性や課題に応じた地域商業の充実に努めるとともに、新たな拠点の形成を目指します。

(3) 企業誘致・支援と起業者支援の推進

産業の活性化と雇用の創出に向けて、企業誘致と既存企業の支援、起業者支援を推進します。

市民の役割

農業者や商業者はまちづくりの重要な担い手であることを認識し、活性化に向けた取組に協力します。消費者は地産地消と地元商業の利用に努めます。

行政の役割

関係機関と連携し、農業者や商業者、起業希望者への側面的な支援を進めます。また、新たな商業拠点の形成や企業誘致を推進します。

*1空洞化：構成していたものが消滅、移転等することによってそこが空き、「空洞」になる状態。

*2地産地消：地元で生産された農作物を地元で消費すること。

4 主要事業

主要事業名	内 容
農産品の龍ヶ崎ブランド認定制度の構築 新規	本市独自の農産品のブランド認定制度を構築し、内外に広くアピールします。また、特別栽培米の作付面積の拡大を図り、安心な食の提供と販路拡大を推進します。
エコファーマーの推進	エコファーマーの取得を推奨し、市全体でエコ農業に取り組みます。
直売の場の拡大	J A やまちづくり・文化財団、農業者との連携を強化し、朝市開催など直売の場を拡大し、地産地消を推進します。
農業体験の拡大	農作物の栽培や収穫体験などを通じて、自然や食を大切にする心を育て、食育を推進します。
新たな商業拠点の形成 新規	竜ヶ崎駅北地区を新都市拠点開発エリアと位置付け、新たな商業拠点形成を目指します。
企業誘致の推進	つくばの里工業団地周辺や龍ヶ岡市街地の未利用地を視野に、企業誘致を推進します。
既存企業の支援	奨励金の交付や事業資金の融資あっ旋などを通して、市内に立地する企業を支援します。
起業者支援 新規	コミュニティビジネス ^{*1} などの起業を支援します。また、儲かる農業を実現するため、農・商・工の連携による地域ビジネスの仕組み（第6次産業化）の構築を目指します。

5 数値目標

指 標 名	ベース値	目標値
1. 農業後継者の育成など農業の振興に満足している市民の割合(%) ※農業施策に関する市民の評価を見る指標	5.8	10.8
2. 龍ヶ崎市の良いところ、好きなところとして「買い物などの日常生活が便利である」と回答した市民の割合(%) ※買い物環境の魅力度を見る指標	30.8	35.8
3. エコファーマー取得者数(人) ※市内農業者のエコ農業への取組状況を見る指標	68	100
4. 直売所平均出店農家数(件) ※地産地消への取組状況を見る指標	15	25
5. 特別栽培米作付面積(ha) ※市内農業者の農産品ブランド化への取組状況を見る指標	71	100

*1コミュニティビジネス：地域資源を活かしながら地域課題の解決にビジネスの手法で取り組むもの。