

第2章 活力あふれる産業と地域の魅力を 活かしたにぎわいのあるまち

◆第1節 商工業の振興による地域経済の活性化◆

地域経済の活性化策の一つとして、雇用を伴う設備投資への支援を推進するとともに、既存企業の一層の育成を図ります。また、企業の設備投資の動きを迅速に把握し、豊富な地下水や恵まれた自然環境など、市の特性を最大限に活かすことのできる企業の誘致を積極的に推進します。

コロナ禍における中小企業の経営基盤の維持、強化を支援し、商工業の振興を図るとともに、全庁的な推進体制により創業希望者・創業者の支援・育成や企業の誘致、地域内産業の相互連携を進め、地域経済の活性化と雇用の場の確保・維持を図ります。特に中心市街地の商店街では、平成26年の時点では84店の小売店が営業していましたが、年々減少しており、後継者も不足していることから、移住希望者や創業希望者を含めた創業や後継者の育成を支援します。

【1 ★中小企業等の支援と創業支援による地域経済の活性化】

具体的な施策	内 容	担当課
◎ <u>中小企業の育成と商工団体等の支援</u>	- 県・市制度資金の活用による、中小企業の新たな設備投資や事業の拡大、新規分野への事業展開への支援 - 中小企業の経営基盤の安定化、競争力の強化による、地域経済の活性化 - 後継者対策に関する支援や関係機関の連携の充実 - 商工団体等の活動の支援 ◆コロナ禍における事業継続、業態転換を見据えた資金繰り等経営支援	商工労政課
◎ <u>創業希望者・創業者の育成</u>	- 創業支援協議会の創業塾・セミナーの開催による、市内外の住民やI・Uターン者等の創業希望者の掘り起しと育成 - 人材育成を図るため、商業をはじめとする広範な分野の新規創業の積極的な支援 ◆起業・創業に対する助成制度の確立と支援体制の整備	
◎ <u>企業説明会・就職面接会の開催</u>	- 新卒者、I・Uターン者への企業情報の提供や就職支援、高校生のキャリア教育、就職支援としての企業説明会や就職面接会の開催 ◆地元企業等への就業促進に向けた学習機会の提供	
◎ <u>既存企業の育成</u>	- 県・市制度資金の活用による、既存企業の新たな設備投資や事業の拡大、新規分野への事業展開への支援 - 既存企業の経営基盤の安定化や競争力の強化による地域経済の活性化 - 後継者対策に関する支援や関係機関の連携の充実 ◆コロナ禍における事業継続、業態転換を見据えた資金繰り等経営支援（再掲）	

◎ <u>働く場や機会の充実</u>	◆ コロナ禍における労働・雇用情勢の把握と状況に応じた施策の検討・実施 ◆ 関係機関と連携したテレワークの推進による多様な労働環境の整備 ◆ 生涯現役促進地域連携事業によるシニア世代の就業機会の創出と労働力の確保	商工労政課
--------------------	--	-------

【2 ★中心市街地の活性化】

具体的な施策	内 容	担当課
◎ <u>活性化に向けた支援</u>	● 第4次中心市街地活性化基本計画に位置付けられた各種事業の積極的な推進 ● 商店街が創意工夫し自主的に取り組む消費者交流事業や関係団体が行う自主的な事業への支援 ● チャレンジショップ事業、がんばる元気な商店支援事業等による、やる気のある創業者や商店への積極的な支援 ◆ 中心市街地内への集客施設等の立地による都市機能の向上とにぎわいの創出 ◆ 官民連携まちなか再生推進事業による民間主体の新たなまちづくり組織の構築と支援体制の整備	商工労政課
<u>中心市街地における施設整備の推進</u>	● 中心市街地への人の誘導化と回遊性の向上を目指した施設整備の推進 ● 低未利用地や空き地を活用した公益性のある市街地緑化の推進 ◆ 民間主体によるポケットパーク等の緑地管理に向けたまちづくり団体の育成	建設課 商工労政課
市営住宅団地等の新設	● 中心市街地への市営住宅団地等の整備によるコンパクトな市街地の形成と地域経済の活性化	

【3 企業誘致の推進】

具体的な施策	内 容	担当課
地域の特性を活かした戦略的な企業誘致の展開	● 全庁を挙げての推進体制の構築 ● 豊富な地下水や恵まれた自然環境、農業や観光と連携した事業展開など地域特性を活かした企業誘致の推進 ● 工場等誘致振興条例に基づく企業への支援 ◆ 県助成制度を活用した本社機能・研究所等の移転の推進	産業立地戦略室

【4 ★既存企業の育成と振興】

具体的な施策	内 容	担当課
既存企業の育成と振興	◆ 他産業とのビジネスマッチングによる地域経済構造の構築 ● 景況調査の実施による状況把握、企業訪問等による課題解決への支援 ● 雇用を伴う設備投資等への支援	産業立地戦略室 商工労政課

	● 経営安定化への融資や利子補給等の支援 ● 市内事業者による市の特産品等の商品開発への支援	
農業・商業・観光業の連携による流通の促進	● 地域固有の農産物の掘り起しからブランド化、販路開拓までのビジネス展開に対する、農業者・商業者・産業支援機関等との連携・協働による支援 ◆ 首都圏における特産品の販路拡大	商工労政課 農林水産課 観光課

◆数値目標◆

目 標 項 目	基準値		目標値 (令和8年度)	種別	担当課
	年度	数値			
商工業の振興に満足していると思う市民の割合	R2	37.1%	50%	市民意識調査	商工労政課
中心市街地の活性化に満足していると思う市民の割合	R2	26.8%	50%	市民意識調査	商工労政課
働く場や雇用機会が充実していると思う市民の割合	R2	28.5%	50%	市民意識調査	商工労政課
既存企業の育成、企業誘致等産業の活性化施策に満足していると思う市民の割合	R2	35.5%	50%	市民意識調査	商工労政課 産業立地戦略室
企業誘致件数	R3	1 社	2 社	5 年累計	産業立地戦略室

◆SDGsの目標



○関連する個別計画等

大町市中心市街地活性化基本計画、大町市企業誘致戦略、信濃大町ブランド戦略、SDGs未来都市計画、大町市都市計画マスタープラン、大町市立地適正化計画、大町市緑の基本計画、国土強靱化地域計画

◆第2節 地域の特性を活かした農林水産業の振興◆

農業者の高齢化等による担い手不足や安定した農業経営の維持・確立が課題となっていることから、認定農業者や集落営農組織を育成し地域の担い手づくりを進めることにより、農地集約化の促進や農業経営の安定化と生産体制の強化を図ります。

また、新規就農者や有機農業及び環境保全型農業に取り組む農業者への支援を推進するとともに、鳥獣被害対策や遊休荒廃農地の有効利用等に積極的に取り組みます。

水産業では、水産資源を保全・確保して販路拡大を進めます。また、林業では、森林環境譲与税を活用し、健全な森林の維持と多面的・公益的な機能の保持のため、適切で計画的な森林の育成整備と管理を進める必要があります。間伐や林産物の生産促進など、林業の経営安定や後継者の確保に努めるとともに、木質系バイオマスエネルギーの活用等を促進し、地域材の利用拡大を図ります。

【1 ★生産と販売の促進】

具体的な施策	内 容	担当課
◎農業後継者の確保	●人材育成、新規就農者の支援 ●高齢農業者の持つ技術や能力を活用し、農家と連携した農業研修などによる支援 ◆首都圏及び関西圏における移住者等就農相談会への参加	農林水産課
◎持続可能な農業の推進	◆AI/IoTを活用したスマート農業の普及 ●地域における中核的農業者への指導、育成 ●集落や地域全体での農業経営体の組織化支援	
◎農業法人化の推進	●農業法人化へ向けた推進体制の整備	
稲作の生産振興	●優良品種の導入、技術改善の促進 ●生産性、品質向上による生産向上対策の推進	
果樹・野菜・花卉の生産振興	●りんごオリジナル品種、新しい化等の栽培促進 ◆ぶどう等、果樹生産への支援 ●消費者ニーズに即した優良品種や業務用野菜等の導入拡大、野菜や花卉栽培の技術向上への支援	
転作作物の生産振興	●米+αによる付加価値の高い転作作物の振興 ●麦、大豆、そばなど土地利用型作物への転作の促進 ◆高収益作物への転作の促進	農林水産課 観光課 商工労政課 学校教育課
◎地産地消や高付加価値型農業の推進	◆地元地域人材と連携した食育の促進 ●学校給食等への地元農産物の活用の促進 ●特色ある農業を行う経営者の育成 ●商工業、観光業との連携による農産物の販路拡大と6次産業化の推進 ●有機農業等の取組みへの支援による環境負荷軽減の促進 ◆農林水産物や農林水産物を主原料とした加工品等の輸出の促進	

◎ 鳥獣被害対策の推進	● サル追い払い協力員等による地域ぐるみの追い払い対策の実施 ● 猟友会員の育成と確保の支援 ● 侵入防止柵の設置、緩衝帯の整備等による対策の強化 ● 県特定鳥獣保護管理計画等に基づく個体数調整の促進 ● 捕獲した有害鳥獣の有効活用 ● モンキードッグの育成支援 ◆ ICTを活用した効果的な個体数調整や追い払いの実施	農林水産課
畜産の振興	● 生産農家の地域に根差した連携と飼育環境改善への支援	
在来魚種の保護と特産魚等水産業の振興	● 漁業協同組合との連携によるイワナ、ワカサギ等のふ化・放流や情報発信 ● 観光業等と連携した特産品のPR、販路拡大や釣り場、釣り客増加の促進 ● 漁業協同組合との連携による外来魚の駆除対策の推進	

【2 農地施策の推進】

具体的な施策	内 容	担当課
「人・農地プラン」の作成	● 「人・農地プラン」の作成・更新による担い手と農地の課題解決と地域活性化に向けた事業の推進 ◆ 中山間地域における集落戦略の作成による農業生産活動等の継続	農林水産課
農地集約化の促進	● 農地中間管理機構を通じた農地の集約化 ● 農地流動化の促進	
農地・農業用施設の維持・機能保全等	● 遊休農地等の利活用の促進 ● 多面的・中山間・環境直払など日本型直接支払事業の推進	
農地・施設の機能保全及び基盤整備事業の促進	● 長寿命化計画に基づく農業水利施設の更新及び農業用水路網の効率的な維持保全 ● 農業用ため池の耐震化の推進 ● 農地の区画整理や農道、暗渠排水等と併せたほ場整備等への支援	建設課 農林水産課

【3 ★豊かで多様な森林の育成と地域林業の活性化】

具体的な施策	内 容	担当課
◎ 林業の担い手の確保・育成	● 新規就業者等後継者の確保と指導者の育成 ● 林業技術の講習会などの普及活動への支援	農林水産課
◎ みどり教育の推進	● 森林の持つ役割や森林を守り育てることを学ぶ、みどり教育の推進による郷土愛の育成 ● みどりの少年団の育成や活動への支援 ● 植樹祭、育樹祭等の参加体験による森林とのふれあいの促進	

健全な森林の育成・整備	● 地域に適した健全な森林の育成 ● 間伐等適正な森林施業への支援 ● 地域でまとまりのある森林整備の推進	農林水産課
森林資源の保全	● 松くい虫やナラ枯れ等森林病害被害の監視強化と被害対策の推進及び忌避剤等による幼齢木の食害防止 ● 樹種転換等の推進	
経営基盤の整備	● 林道等の整備の推進 ◆ 林業事業者への支援	
地域材の利用拡大	● 地域材の公共施設や住宅への利活用の促進 ● 地域資材の流通、加工施設等広域的整備の促進 ● 環境に配慮した木質系バイオマスエネルギーの利用拡大の推進 ● 間伐材等地域材の利活用の推進	
林産物の生産促進	● 林床部を活用した特用林産物の生産振興の推進	

◆数値目標◆

目 標 項 目	基準値		目標値 (令和8年度)	種別	担当課
	年度	数値			
農林水産業の振興に満足していると思う市民の割合	R2	48.6%	60%	市民意識調査	農林水産課
認定農業者の認定経営体数	R2	83 人	88 人	単年	農林水産課
奨励する農産物栽培面積	R2	44.3ha	50.3ha	単年	農林水産課
輸出に取り組む事業者数	R2	5 件	10 件	単年	農林水産課
有害鳥獣による農業被害額	R2	6,018千円	4,800千円	単年	農林水産課
担い手への農地集積率	R2	50.9%	60%	単年	農林水産課
間伐実施面積	R2	33ha	50ha	単年	農林水産課
間伐等適正な森林施業が推進されていると思う市民の割合	R2	23.2%	50%	市民意識調査	農林水産課
農地、林地の環境保全推進対策に満足していると思う市民の割合	R2	44.2%	60%	市民意識調査	農林水産課

◆SDGsの目標



○関連する個別計画等

大町市農業振興計画、大町市農業振興地域整備計画、
大町市農業の有する多面的機能の発揮の促進に関する計画、大町市森林整備計画、
SDGs未来都市計画、国土強靱化地域計画

◆第3節 観光を主体に国内外からひとを呼び込む交流の促進◆

新型コロナウイルスの影響により、観光に対するニーズは大きく変わっており、観光のあり方についてもこうした変化に即した対応が求められています。また、通過型観光から滞在型観光への転換を推進するうえでは、多様化する観光客のニーズに即した観光コンテンツを提供する必要がありますが、観光客の動向やニーズの把握が不足しているため、データを活用した戦略的なマーケティングに取り組みます。さらに、分析に基づいた効果的な情報発信や誘客事業の実施、選ばれる魅力的な商品づくりを進めます。

また、アーティスト・イン・レジデンス事業を土台とし、トリエンナーレとして国内外から数十組のアーティストが参加する北アルプス国際芸術祭を開催することにより、既存観光が訴求してこなかったターゲット層への強い発信による国内外からの新たな誘客を図ります。

さらに、地域の各分野に携わる事業者等がそれぞれに交流・発信・役割分担を意識しながら観光客を受け入れる協力体制を構築し、訪れた観光客との交流を促進するとともに、市民が主体となり、自然・歴史・文化等の地域資源の保全や活用に関わることで、地域の多様な資源を活かし、市民が主役となって活動する地域づくりを目指します。

【1 ★魅力ある観光地づくりの推進】

具体的な施策	内 容	担当課
<u>観光地としての基盤づくり</u>	- 大田市観光協会の組織強化及び観光関連事業者等との連携強化 - 農業 × 工業 × 商業など、地元企業との連携による多彩な観光事業の推進 - 二次交通の整備強化 - 市民と観光客のイベント等を通じた交流促進による、観光地としての市民の誇りの醸成 - 観光ガイドや山岳ガイド等の育成と会員確保の支援 ◆データ収集による現状把握と、分析による戦略的なマーケティングの実施 ◆観光情報サイトの充実によるデジタルプロモーションの推進 ◆ニーズに対応した環境整備に対する支援 ◆北アルプス地域自転車活用推進計画による魅力的な地域資源を活かしたサイクルツーリズムの推進 - 道の駅等、計画的な観光施設の整備と、健全な管理運営による利用促進	観光課 建設課 観光課 観光課 八坂支所 美麻支所
<u>通年滞在型観光の推進</u>	- 豊かな自然を生かした体験型観光の推進 - 民・官の連携による国内外からの外貨の獲得と交流人口の拡大 - 広域連携を含めた観光資源を結ぶ観光ルートによる周遊型観光の推進 - 広域DMO (HAKUBA VALLEY TOURISM) による3市村による通年型山岳リゾートの促進 ◆SDGs学習旅行コンテンツの造成と誘致の促進	観光課

	◆新たなライフスタイル「ワーケーション」の推進による交流・関係人口の創出	観光課 商工労政課 まちづくり交流課
外国人観光客の回復期に向けた取り組み	- 東アジア、東南アジアをターゲットとする戦略的な誘客促進 - 観光施設や宿泊施設などの受入態勢の充実強化 ◆案内標識の多言語化とWi-Fi環境の整備	観光課
山岳観光の魅力向上	- 高瀬渓谷の観光振興 - 自然豊かな環境を活用した山岳エコツーリズムの推進 - 登山道の整備と受け入れ態勢の充実 - 山岳情報の収集及び発信力の強化 ◆東山などトレッキングコースの整備促進 ◆市街地と山岳エリアを結ぶ交通アクセスの充実	観光課 山岳博物館

【2 ★地域の芸術文化の創造】

具体的な施策	内 容	担当課
信濃おおまちアーティスト・イン・レジデンス事業の推進(再掲)	- 国内外からアーティストを招へいし、滞在制作、ワークショップ及び作品展示等の実施 - 市民とアーティストの交流及び市民芸術文化活動の振興 - トリエンナーレとしての北アルプス国際芸術祭の開催 - 地域固有の芸術文化資源等の魅力の創出と発信	まちづくり交流課

◆数値目標◆

目 標 項 目	基準値		目標値 (令和8年度)	種別	担当課
	年度	数値			
観光客入込総数	R1	277 万人	297 万人	単年	観光課
観光客の年間消費額	R1	115 億円	126 億円	単年	観光課
外国人延宿泊者数	R1	38,668人	44,000人	単年	観光課
観光の振興に満足していると思う市民の満足度	R2	54.4%	60%	市民意識調査	観光課

目標実現の条件

- 国内景気の維持
- 国や県における訪日外国人観光客の地方への誘客と個人旅行者への戦略の実施
- 観光人材の育成への気運の高まり

◆SDGsの目標



○関連する個別計画等

大町市観光振興計画、大町市東山周辺地域観光整備計画、
大町市過疎地域持続的発展計画、SDGs未来都市計画、国土強靱化地域計画

◆第4節 移住・定住促進策等の充実強化◆

全国的に多くの地方都市で人口減少が進んでおり、総体的に地方の活力は衰退していると言われています。大町市においても人口の減少が続いており、活力の再生など地域の活性化のためには、ふるさとに対する誇りや愛着心を育むことによるUターンの促進と地域への定着を図り、定住促進ビジョンに沿った移住・定住促進施策が不可欠です。

また、地方都市として生き残りを賭けるうえで、市の魅力的な地域資源を特色ある信濃大町ブランドとして戦略的に展開し、全国的な認知度と魅力の向上を移住促進に繋がめます。

【1 ★定住促進ビジョンの推進】

具体的な施策	内 容	担当課
◎ <u>移住の促進</u>	● 市民との協働組織である定住促進協働会議による定住促進事業の推進 ● 都市圏における移住セミナーの開催やPR事業による市の認知度の向上と、ターゲットを絞った効果的な情報発信 ◆ 地域住民との交流や市での暮らしや文化を体験できる機会を通じた関係人口の創出 ◆ 市民、各種団体、行政による移住者受入れに対する意義の共有や移住者交流の場の提供 ● 定住促進アドバイザーによる相談体制の充実と、関係部署との連携による移住促進 ● 北アルプス広域の他町村との連携による移住促進	まちづくり交流課
<u>定住の奨励と拡充</u>	● 快適な住環境の提供などによる住み続けたいと思えるまちづくりの推進 ● 市民の定住を促進するための様々な節目での助成等を行う生活応援事業の推進 ● 人口の流出緩和やUターンの促進を図る3世代同居・近居世帯による定住促進 ● 地域商品券発行による定住意識の醸成 ● 県有料道路割引通行券の購入助成による通勤圏拡大を図る定住の促進	
<u>空家等の有効活用</u>	◆ 空き家バンク協力事業者連絡会での空き家情報の共有による空き家バンクの充実と、空き家所有者に向けた利活用への啓発による空き家の活用促進 ● 住宅情報の一元化と情報誌等による定住希望者への情報発信 ● 移住者が空き家に入居する際の住宅改修費の助成 ◆ 所有者が空き家を流通させるために行う清掃や、片付けもしくは改修費用に対する補助 ● 空き家、空き店舗の見学会などによるマッチングの促進 ● 地域住民による空き家活用とまちづくりを考える機会を提供する住民活動へのサポート	

【2 ★過疎重点地域における移住・定住促進】

具体的な施策	内 容	担当課
◎ <u>過疎重点地域における移住・定住促進策の推進</u>	- 過疎重点地域への定住を促進させるための支援策の充実 - 過疎重点地域における創業支援加算	八坂支所 美麻支所

【3 ★都市との交流の促進】

具体的な施策	内 容	担当課
<u>都市と農村の交流</u>	- 滞在型市民農園を活用した都市と農村の交流を推進 - 都市との交流施設への転換など滞在型市民農園の多面的な活用方法の検討 ◆ふるさとワーキングホリデー等を活用した交流促進	美麻支所
◎ <u>地区住民と市民農園利用者との交流</u>	農業体験活動等を通じた交流の促進	

【4 ★信濃大町ブランドの戦略的な展開】

具体的な施策	内 容	担当課
◎ <u>信濃大町ブランド戦略に基づくブランド力の向上</u>	- 信濃大町ブランド戦略に位置付けられた施策の着実な実施と、至高の地域資源である「水」を最大限に活用した地域ブランド戦略の積極的推進 - 市民や市内事業者等への信濃大町ブランド戦略の浸透と、郷土に対する誇りや愛着心の醸成 「信濃おおまち」の呼称の統一的な使用によるブランド力の強化 - 観光大使等の著名人の協力による情報発信や、信濃大町サポーターによる情報発信の強化 - アンテナショップ等を活用した首都圏への情報発信や、専用サイトによる情報発信の強化 - 市民の地域への誇りや愛着を醸成するための水を知る機会の提供と全国に向けた情報発信 「水のまち」をイメージできるような水に親しむ場の創出	企画財政課 商工労政課 観光課 建設課 上下水道課
◎ <u>地域資源や特産品のブランド化</u>	◆地域資源を活用し、農業×商業×観光業等の掛け合わせによる地域ブランド商品の造成 - 个性的で魅力ある特産品の開発支援 - 他地域との差別化が図られる、食品などの特産品のイメージ向上 - 農産物や日本酒、ワイン等のブランド化の推進 ◆首都圏における特産品の販路拡大	企画財政課 商工労政課 農林水産課
<u>おおまぴよんの活用</u>	- ファン感謝デー等の開催による市民との交流や愛着の醸成 - Webを含む各種イベントへの積極的な参加による大町市の広報 ◆SNSの積極的な活用による情報発信	商工労政課

◆数値目標◆

目 標 項 目	基準値		目標値 (令和8年度)	種別	担当課
	年度	数値			
移住者数	R2	93 人	500 人	5 年累計	まちづくり交流課
効果のあがる移住対策が推進されていると思う市民の割合	R2	50.0%	60%	市民意識調査	まちづくり交流課
地域ブランド力が向上していると思う市民の割合	R2	21.6%	50%	市民意識調査	企画財政課
長野県内の認知度順位(19 市のうち)	R3	16 位	8 位	単年	企画財政課
長野県内の魅力度順位(19 市のうち)	R3	14 位	7 位	単年	企画財政課

◆SDGsの目標



○関連する個別計画等

大町市定住促進ビジョン、大町市過疎地域持続的発展計画、信濃大町ブランド戦略、SDGs未来都市計画、大町市都市計画マスタープラン、大町市立地適正化計画、大町市緑の基本計画、国土強靱化地域計画