

総合戦略のイメージ

本資料は冊子を見開いた状態となっています

平成27年9月15日
上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会 第2回 総会資料
資料3

未定稿

上越市まち・ひと・しごと創生総合戦略 (案)

平成 27 年 月
新潟県上越市

上越市まち・ひと・しごと創生総合戦略 目次

第1章 基本的な考え方
1-1 戦略の基本的事項
1-2 戦略の構成
1-3 戦略の目標と推進に当たっての基本的な考え方
第2章 しごとづくり
2-1 しごとづくり分野の基本的な考え方
2-2 上越の強みを生かした地域産業の活性化
2-2-1 農・商・工連携による新しい上越産品の開発と市場拡大
2-2-2 地域資源・地域特性を生かした新産業創出
2-2-3 地域産業支援のためのネットワーク強化
2-2-4 上越の農業の競争力強化と担い手確保
2-3 観光振興を通じた地域産業の活性化
2-3-1 観光コンテンツの充実と観光関連産業の強化
2-3-2 コンベンション誘致による交流人口の拡大
2-4 誰もが生きがいを持って働ける環境づくり
2-4-1 キャリア教育の推進
2-4-2 若者の就労支援と定着促進
2-4-3 多様な人材が活躍できる職場環境づくりと就労支援
第3章 結婚・出産・子育て
3-1 結婚・出産・子育て分野の基本的な考え方
3-2 仕事と生活が調和した社会の形成
3-2-1 ワーク・ライフバランスの推進
3-3 出会い・出産・子育ての希望を実現しやすい環境づくり
3-3-1 若者の自分磨きと交流促進
3-3-2 妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援
3-3-3 子どもの育ちへの支援の充実
3-3-4 地域ぐるみの子育ての推進
3-3-5 上越の子育て環境の魅力発信

第4章	まちの活性化	・・・・・・・・・・・・・・・・
4-1	まちの活性化分野の基本的な考え方	・・・・・・・・
4-2	多様な地域特性の磨き上げと活用	・・・・・・・・
4-2-1	中心市街地の都市機能の強化と魅力の向上	・・・・・・・・
4-2-2	農山村の暮らしを支える機能の確保と魅力の向上	・・・・・・・・
4-2-3	都市のストックの活用促進	・・・・・・・・
4-3	地域活動の担い手確保と活性化	・・・・・・・・
4-3-1	地域活動の担い手確保と活性化	・・・・・・・・
4-3-2	まちづくり・地域づくり活動への支援体制の強化	・・・・・・・・
4-4	地域と地域を結ぶつながりの強化	・・・・・・・・
4-4-1	公共交通の利便性向上と利用促進	・・・・・・・・
4-4-2	地域と地域を結ぶストーリーづくり	・・・・・・・・
第5章	UIJターンとまちの拠点性強化	・・・・・・・・
5-1	UIJターンとまちの拠点性強化分野の基本的な考え方	・・・・・・・・
5-2	UIJターンの促進	・・・・・・・・
5-2-1	UIJターンの促進	・・・・・・・・
5-3	まちの総合力の強化による求心力の向上	・・・・・・・・
5-3-1	まちの拠点性強化	・・・・・・・・
第6章	戦略の推進に当たって	・・・・・・・・

第1章 基本的な考え方

1-1 戦略の基本的事項

(1) 戦略の位置付け

本戦略は、「まち・ひと・しごと創生法」に基づき、「上越市まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」を踏まえ、当市における「まち・ひと・しごと創生」に向けた目標、施策の基本的方向、具体的事業及び、施策を総合的かつ計画的に実施するために必要な事項をとりまとめたものです。

(2) 戦略の目的

本戦略は、当市における「産・官・学・金・労・民」の各主体が地域を挙げた「まち・ひと・しごと創生」を推進していく上での「目的・目標の共有化」「施策・事業の明確化」「団体間の関係性の明確化」を目的として策定するものです。

(3) 戦略の計画期間

本戦略の計画期間は、平成 27（2015）年度から平成 34（2019）年度までの 5 年間とします。本戦略は、各事業の進捗状況等を踏まえ、必要に応じて「上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会」において改定を行います。

(4) 第 6 次総合計画との関係

本戦略は、「上越市まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」に基づき、国が示す「まち・ひと・しごとの好循環」の形成を、第 6 次総合計画の将来都市像「すこやかなまち ～人と地域が輝く上越～」の実現に向けて必要な条件の一つとして捉え、その実現に向けた地域を挙げた取組をとりまとめたものです。

(5) 戦略の特色

「上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会」における策定と推進

当市では、本戦略の策定に当たっては、「まち・ひと・しごと創生」に向けた取組について、地域を挙げて推進していくため、国が示す「産・官・学・金・労」の枠組みに当市が第 6 次総合計画で示す「市民が主役のまちづくり」の方針を踏まえた「民」の枠を加えた「上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会」（以下「協議会」）を設立し、策定作業を実施しました。

本協議会は、当市の呼びかけに応じた 13 の機関・団体の皆さんとともに設立した組織であり、加えて各部会の開催に当たって公募に応じた市内の各種団体（43 団体）も合わせ、市内の計 56 団体が対等協力の関係の下で「まち・ひと・しごと創生」に取り組んでいくこととしています。

当市では、本戦略の推進に当たっては、本協議会を「まち・ひと・しごと創生」推進のための「プラットフォーム」として、各機関・団体が連携と協力の下でそれぞれの事業を実行し、相乗効果を発現していくことを目指しています。

また、本戦略の評価・検証に当たっては、協議会においてそれぞれの事業の効果の検証や改善のための議論を行いながら継続的な取組を推進していくこととしており、その過程の中では、共に取り組んでいく団体等についても必要に応じて拡大していくこととしています。

【上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会の概要】

組織の名称

上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会

設立の趣旨

「まち・ひと・しごとの創生」に向けて、市内の産業界、行政機関、大学などとともに推進組織を設立し、安定した雇用の場の創出や若い世代の結婚・出産・子育ての希望の実現、まちの活性化などの取組を「地方版総合戦略」として取りまとめ、その推進を図るもの

設立日

平成 27 年 5 月 29 日

構成団体

合計：56 団体

- ・協議会会員：「産・官・学・金・労・民」の 13 の機関・団体
- ・公募団体：部会のワークショップ開催に当たり公募に応じた地方創生に資する取組を行う民間団体、NPO、企業等 43 の機関・団体 団体数は平成 27 年 8 月末時点

活動内容

地方版総合戦略の策定

各機関・団体が地方創生に資する取組を持ち寄るとともに、市内の民間団体、NPO、企業等から取組を募り、それらの磨き上げやマッチングを行い、地域の特色や地域資源を生かした取組を盛り込んだ「地方版総合戦略」を策定する。

取組の推進

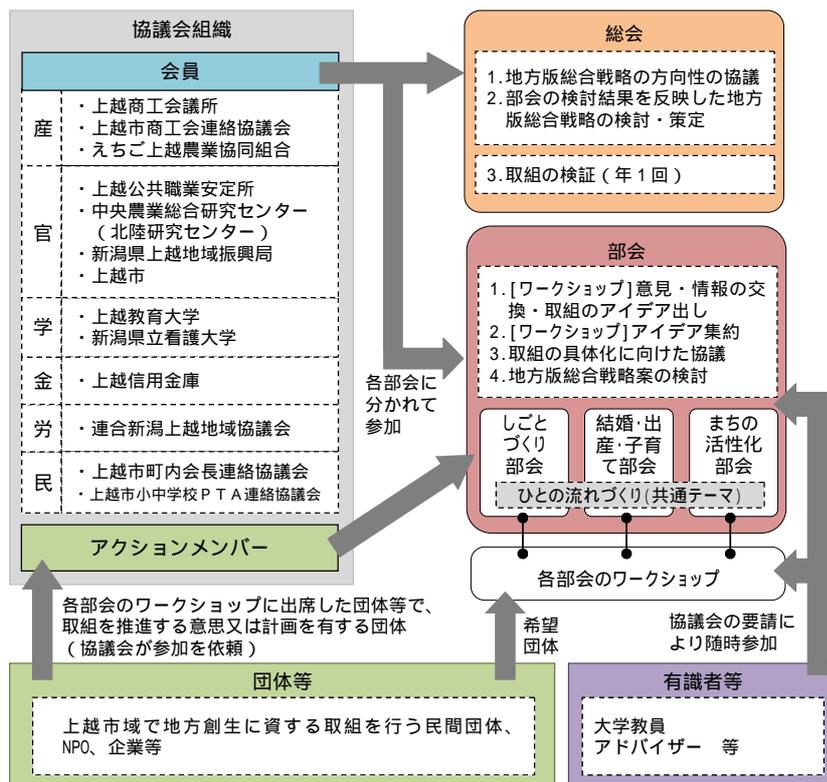
各機関・団体の連携・協力の下で各取組を実行し、その効果の検証及び改善を行い、継続的な地方創生の取組を推進する。

組織体制

各機関・団体が対等・協力の関係で参加する任意団体（事務局：上越市）

総会及び3つの部会（「しごとづくり部会」「結婚・出産・子育て部会」「まちの活性化部会」）を設置。

部会の開催に当たっては、上記の参加機関・団体のほか、地方創生に資する取組を行う市内の民間団体、NPO、企業等を公募。



主な活動テーマ		区分	団体類型	団体名	しごとづくり 部会	結婚・出産・ 子育て部会	まちの活性化 部会
協議会会員団体							
産業全般	1	産	経済団体	上越商工会議所			
産業全般	2	産	経済団体	上越市商工会連絡協議会			
農業	3	産	経済団体	えちご上越農業協同組合			
雇用	4	官	行政機関	上越公共職業安定所			
農業	5	官	行政機関	国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構 中央農業総合研究センター 北陸研究センター			
全般	6	官	行政機関	新潟県上越地域振興局			
教育	7	学	国立大学法人	国立大学法人上越教育大学			
教育	8	学	大学法人	公立大学法人新潟県立看護大学			
金融	9	金	金融機関	上越信用金庫			
労働環境	10	労	労働団体	連合新潟上越地域協議会			
地域自治	11	民	民間団体	上越市町内会長連絡協議会			
子育て	12	民	民間団体	上越市小中学校PTA連絡協議会			
全般	13	官	行政機関	上越市			
協議会会員団体の合計: 13 団体					10	8	7
公募団体							
農業	1	産	民間団体	金谷北地区農村元気会			
	2	産	民間団体	上越市中山間地域元気な農業づくり推進協議会			
食	3	産	民間団体	上越発酵食品研究会			
	4	民	NPO法人	食の工房ネットワーク			
環境	5	民	民間団体	雪だるま財団			
医療福祉	6	産	民間団体	商工会議所政策委員会(A)			
金融	7	金	金融機関	株式会社大光銀行			
	8	金	金融機関	株式会社第四銀行			
	9	金	金融機関	株式会社富山第一銀行			
	11	金	金融機関	株式会社八十二銀行			
	12	金	金融機関	株式会社北越銀行			
	10	金	金融機関	新潟県信用組合			
観光	13	金	金融機関	日本政策金融公庫高田支店			
	14	産	企業	株式会社オアシス			
	15	産	民間団体	商工会議所政策委員会(B)			
	16	産	民間団体	上越観光コンベンション協会			
障害者福祉	17	民	民間団体	上越観光案内協会			
	18	民	民間団体	頸城区観光協会			
情報技術	19	産	NPO法人	上越ワーキングネット			
産業関連 その他	20	産	NPO法人	上越地域活性化機構			
	21	産	企業	東京海上日動火災保険上越支社			
結婚・出会い	22	産	民間団体	商工会議所政策委員会(C)			
	23	産	企業	平安セレモニー株式会社			
出産	24	産	民間団体	商工会議所政策委員会(D)			
子育て	25	民	民間団体	上越助産師会			
中心市街地 活性化	26	民	NPO法人	マミーズ・ネット			
	27	民	企業	LLCまちみらい直江津			
	28	産	企業	高田本町まちづくり株式会社			
	29	産	民間団体	商工会議所政策委員会(E)			
	30	民	民間団体	城下町高田花ロード実行委員会			
	31	民	民間団体	直江津まちづくり活性化協議会			
田園地域まちづくり	32	産	民間団体	本町3・4・5丁目商店街振興組合連合会			
中山間地域 振興	33	民	NPO法人	くびき振興会			
	34	民	NPO法人	かみえちご山里ファン倶楽部			
歴史資産活用	35	民	民間団体	寺野の自然と暮らしサポートセンター			
	36	民	民間団体	高田の文化遺産継承実行委員会			
公共交通	37	民	民間団体	Pens Renovation & Planning Organization			
	38	産	企業	えちごトキめき鉄道株式会社			
	39	産	企業	株式会社頸城自動車			
	40	産	企業	北越急行株式会社			
国際貢献	41	民	民間団体	しゅしゅクラブ			
情報交流	42	民	民間団体	新潟青年海外協力隊を育てる会			
	43	産	報道機関	株式会社上越タイムス			
公募団体の合計: 43 団体					25	8	28
協議会会員を含めた団体の合計: 56 団体					35	16	35

1-2 戦略の構成

(1) 戦略を構成する分野・項目について

「政策分野」

本戦略では、国の総合戦略で掲げる4つの分野を踏まえ、「しごとづくり」「結婚・出産・子育て」「まちの活性化」「UIターンとまちの拠点性」の4つの分野を設定しています。

なお、4つの分野のうち、「UIターンとまちの拠点性」の分野は、他の3つの分野における取組の結果として推進される分野でもあることから、それらの分野の取組を再掲する形でとりまとめています。

「基本目標」及び「数値目標」

政策分野ごとに戦略の基本目標と戦略の目標年次における達成度合いを検証するための数値目標を設定します。

「基本的方向」

基本目標の達成に向けてどのような政策を推進していくかを明らかにしています。

「具体的施策」及び「KPI」

計画期間のうちに実施する施策を明らかにするとともに、その進捗状況を検証するための指標であるKPIを設定しています。

「具体的事業」

「具体的施策」を構成する事業で、それぞれの政策分野において、「産・官・学・金・労・民」のそれぞれの団体の特性を生かし、それぞれの立場から実施する「まち・ひと・しごとの好循環」の形成に向けた「具体的事業」として位置付けています。

(2) 戦略に位置付けた「具体的事業」について

本戦略の「具体的事業」については、協議会構成メンバーの中に明確な実施団体があることを前提としつつ、各団体が持ち寄った個別事業プランを包括する形で設定しており、本市では、本戦略の策定に当たり、各団体が「まち・ひと・しごと創生」に資する取組として持ち寄った個別事業プランの目的・目標の共有化を図るとともに、それらの戦略における位置付けや推進に向けた体制や関係性を構築する中で策定作業を進めてきました。

なお、「具体的事業」のうち、上越市が行う事業は、第6次総合計画に位置付けた事業を位置付けており、また、上越市以外の「産・官・学・金・労・民」の機関・団体が実施の中心主体となる事業は、「上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会」の会員及びアクションメンバーがそれぞれの意志に基づき実施する事業となっています。市では、それらの団体が行う事業に対しては、第6次総合計画に基づく市政運営との方向性と整合を図りつつ、各団体との個別の調整を行う中で必要な連携・協力・支援を行うこととしています。

本戦略の「具体的事業」の推進に向けては、各団体が協議会をプラットフォームとして活用する中で個別に調整を行う中で連携・協力体制を構築し実現につなげていきます。

1-3 戦略の目標と推進に当たっての基本的な考え方

(1) 全体目標

本戦略では、上越市まち・ひと・しごと創生長期ビジョンで掲げる「若者・子育て世代にとって「選ばれるまち」「住み続けたいまち」を全体目標として掲げます。

<「まち・ひと・しごと創生」により目指すまちの姿>

若者・子育て世代にとって「選ばれるまち」「住み続けたいまち」

(2) 各政策分野の基本目標

本戦略の全体目標の達成状況を評価するため、4つの政策分野において、それぞれ下記のとおり基本目標及び数値目標を設定します。

【分野1】 しごとづくり

安定的で魅力のある雇用を創出する

数値目標：働く場が整っていると感じる市民の割合の向上

(H26：全体：21.6%、20代以下：27.3%、30代以下：23.1%)

(上越市市民の声アンケート)

【分野2】 結婚・出産・子育て

若い世代の結婚・出産・子育ての希望を実現しやすい環境を整える

数値目標：出産や子育てがしやすいと感じる市民の割合の向上

(H26 全体：53.8%、20代以下：54%、30代以下：52.4%)

(上越市市民の声アンケート)

【分野3】 まちの活性化

時代に合った地域を形成し、地域間連携を活発化させる

数値目標：上越市を暮らしやすいと感じる市民の割合の向上

(H26：中心市街地：81.6%、平野部：76.3%、中山間部：72.8%)

(上越市市民の声アンケート)

【分野4】 Uターンとまちの拠点性

上越市への多様な人の流れを創出する

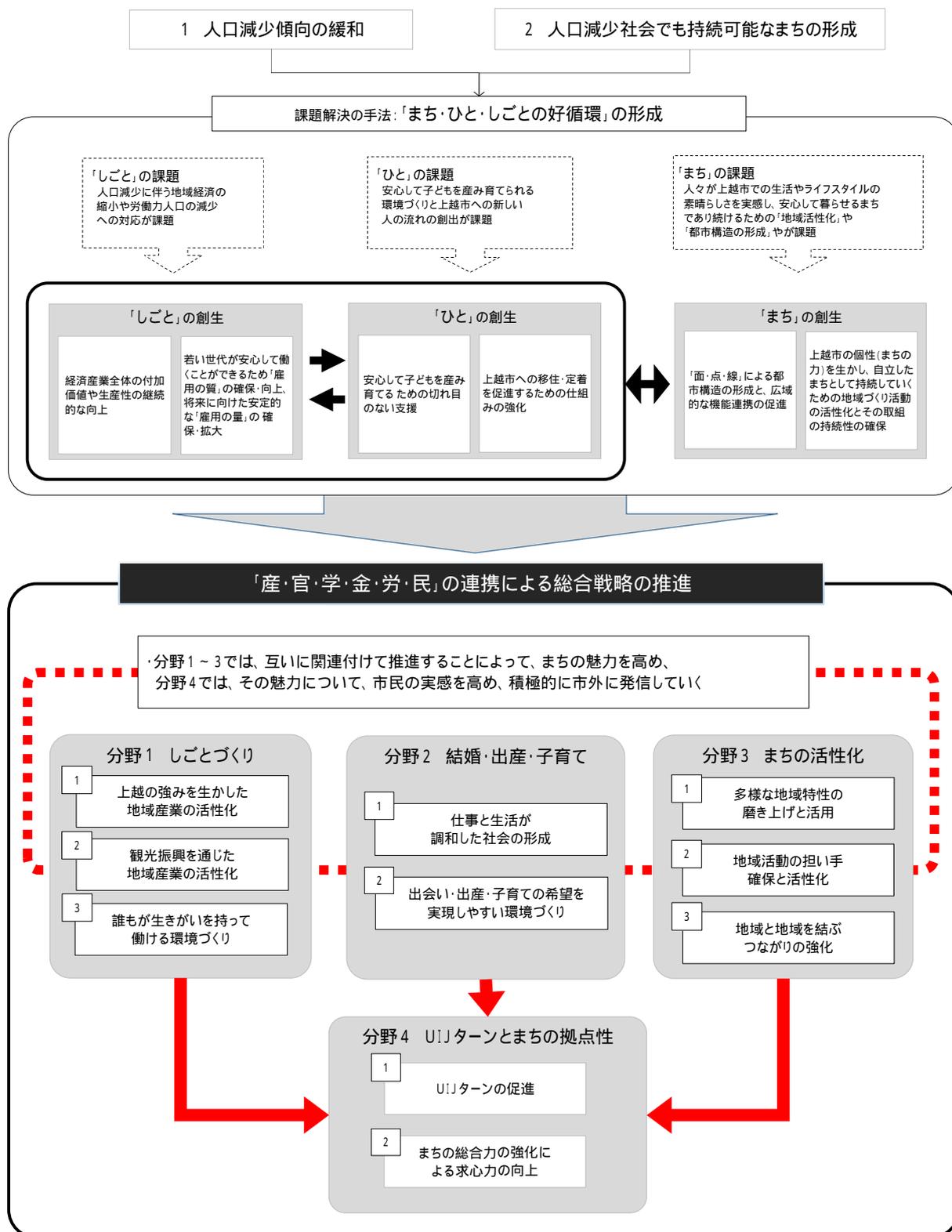
数値目標：市内への観光客入込数：8,000,000人/年 ほか調整中

(新潟県観光入込客統計)

(3) 各政策分野における施策の方向性

本戦略では、上越市まち・ひと・しごと創生長期ビジョンで掲げる「まち・ひと・しごと創生」の基本方針を踏まえ、各政策分野において、下記の方向性から施策を展開していきます。

＜まち・ひと・しごと創生長期ビジョンで示す基本方針＞



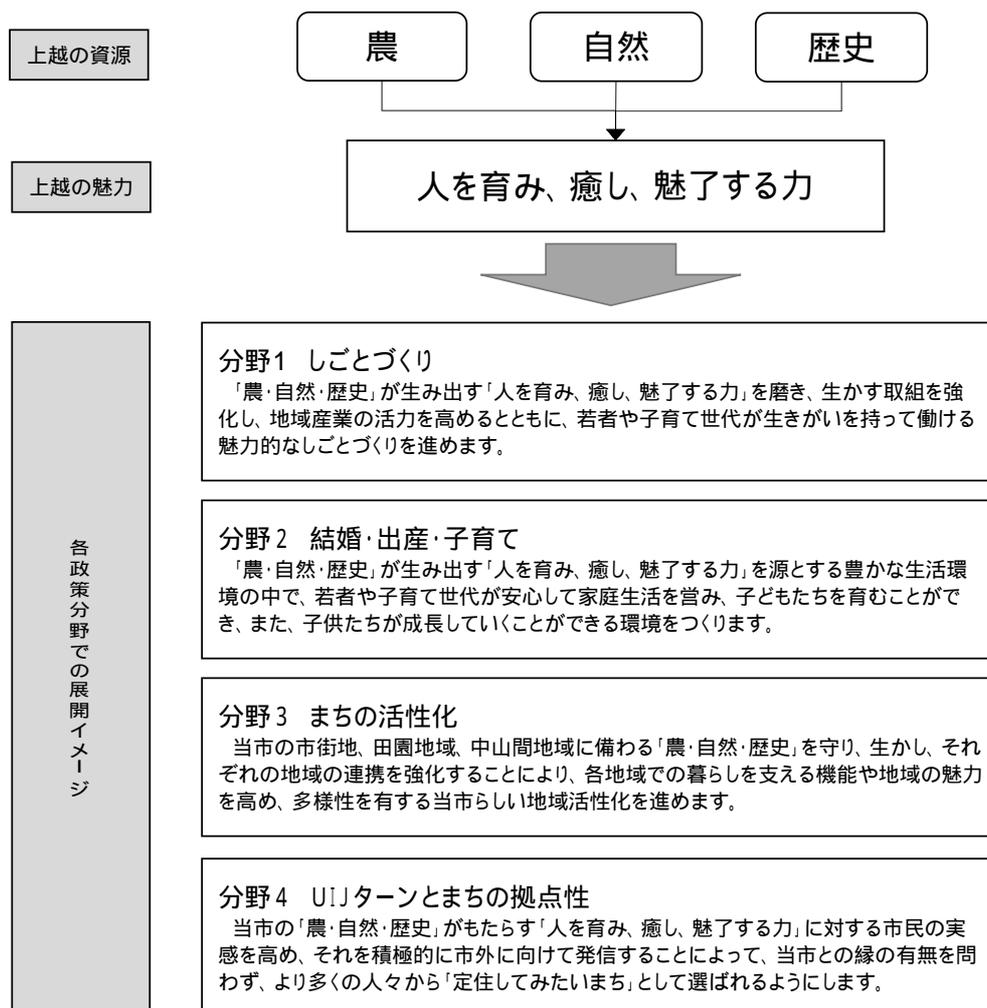
(4) 上越らしい「まち・ひと・しごと創生」のストーリー

当市では、本戦略の推進に当たっては、「まち・ひと・しごと創生」という共通目標の下に集まった協議会の参加団体による主体的な取組と、それらの相乗効果の発揮こそが目標実現に向けた大きな原動力になると考えることから、各団体が持ち寄った「まち・ひと・しごと創生」に資する個別事業プランが目指す目的・目標を共有し、それらをグループ化することにより「具体的事業」や「具体的施策」を構築してきました。

また、その過程では、「産・官・学・金・労・民」の各団体が着目する資源や、それらの魅力と可能性について語り合い、地域が一丸となって取り組むことができる上越らしい「まち・ひと・しごと創生」のストーリーも検討してきました。

このような検討を重ねる中で、参加団体の多くが共有化し、地域が一丸となって磨いていくことができる資源としては、「農」「自然」「歴史」の3つを抽出したところであり、また、それらの資源が単独で、または他の資源と組み合わせることによって生み出すことができる当市の魅力については、「人を育み、癒し、魅了する力」と整理しました。

当市では、今後、本戦略の推進に当たっては、この「農」「自然」「歴史」が生み出す「人を育み、癒し、魅了する力」について、地域を挙げて磨き、生かし、市民の実感を高め、積極的に発信していくことにより、本戦略で目指す「若者・子育て世代にとって「選ばれるまち」「住みたいまち」」を目指していくこととしています。



具体的施策のページのイメージ

【具体的施策】

1 - 1 農・商・工・環連携による新しい上越産品の開発と市場拡大

地域全体としての取組を記載

【施策の概要】

地元の農産品をより高い付加価値をつけた特産品として加工・販売し、産業としての農業の発展だけでなく、食品製造業者、商業関係者など、より広い範囲への経済効果の創出が必要となっていることから、上越ならではの農業の恵みをいかし、市場ニーズを捉えた特産品づくりを一層積極的に進めていくため、農・工・商連携、産・学・官連携を強化し、意欲的な取組を重点的に支援します。

【主な具体的事業】

	6次総事業	事業名	中心となる事業の実施主体					
			産	官	学	金	労	民
1		園芸振興事業						
2		メイド・イン上越推進事業						
3		eコマース推進事業						
4		見本市等出店事業補助金						
5		食の魅力発信イベント補助金						
6		地域商業活性化事業補助金						
7		発酵食品研究開発支援事業						
8		農産物販売促進事業						
9		学校給食用野菜産地化事業						
10		食育推進支援事業						
11		企業振興事業						
12		ものづくり産業活性化事業						
13		地域食材を活用した特産品の開発・販路拡大事業						
14		発酵のまち上越推進事業						
15		新品種・新技術による地域農業の競争力強化事業						
16		上越の食と農を次世代につなげる事業						
17		雪エネルギーを活用した新産業創出事業						
18		上越の農産品海外輸出支援事業						
19		農業経営安定化支援事業						

【重要業績評価指標 (KPI)】

項目	現状値 (時点)	目標 (H31)
メイド・イン上越認証品数 (累計)	13品 (H25)	96品
見本市等への出店を支援した事業者数	8事業者/年 (H25)	40事業者/年
認定農業者数	1,004人 (H25)	1,040人
地産地消推進の店の認定数	111店 (H25)	150店

【関連する第6次総合計画に基づく施策】

1 新製品・新技術開発等の企業の育成支援(4-1-1-2)

- ・市内企業による地域資源をいかした新製品の開発や新たなものづくりの技術開発、国内外における販路拡大、新たな設備投資を行うなど、意欲的な事業者の取組に対し、資金面・情報面の各種支援や奨励措置を行います。
- ・総合的に市内企業の競争力強化を図るため、上越ものづくり振興センターを中心として、これまでに構築してきた産学官の連携体制や企業間ネットワークを活用しながら、研究開発、人材育成などを支援します。

2 所得の向上(5-1-1-3)

- ・安定した所得の確保、向上を図るため、農業経営の法人化を推進するとともに、園芸生産意欲の向上を図り、水稲単作経営から園芸複合経営への誘導・支援を行います。
- ・産業として成り立つ強い農業を確立し、農業経営の安定を図るため、農業者が自ら行う販売促進活動の支援や地産地消を推進し、地場産農産物の消費拡大を進めます。
- ・農林水産物の付加価値向上を図るため、農業者と様々な事業者の連携を支援し、生産から加工、流通、販売までを一体的に手掛ける6次産業化を推進します。

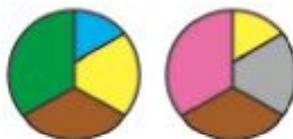
3 食育活動の推進(5-2-2-1)

- ・市民が食に関する知識を習得し、健全な食生活を営み、健康で充実した生活を実現するため、食育関連イベントの開催や食育キャラクターを用いた食育活動の普及・啓発に取り組みます。
- ・上越産品の生産と消費の拡大や郷土の食文化を継承していくため、地産地消推進の店と連携したPR活動を展開します。

最終的に、関連データ、これまでの取組事例、イメージ図などを掲載予定



▲メイド・イン上越(特産品)取組店
(平成26年12月現在)



made in JOETSU made in JOETSU

メイド・イン上越特産品ロゴマーク
(左:特産品 右:工業製品)

