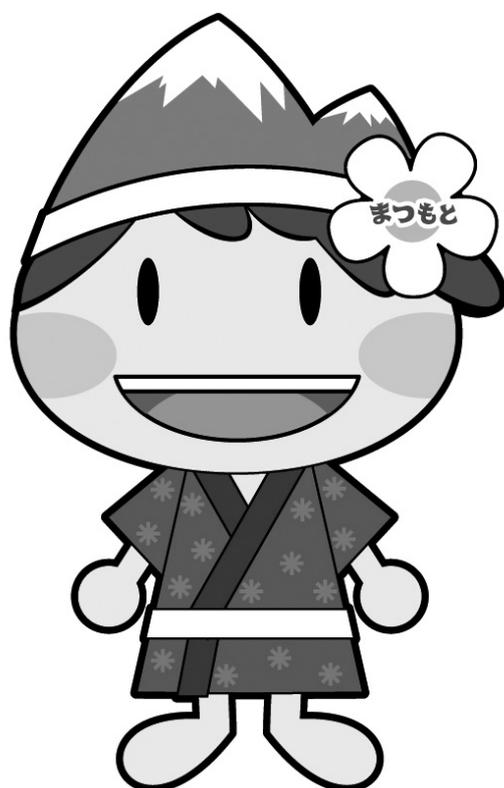


まちづくりの基本目標 5

「魅力と活力にあふれ
にぎわいを生むまち」



「魅力と活力にあふれにぎわいを生むまち」



【経済の健康】

「健康寿命延伸都市・松本」を実現するため、松本の資源と人材を生かして、産業基盤を強化し、地域のブランド力を高め、地域経済がさらに力強く発展するよう、人が行きかうまちづくりを進めます。

さらに、まちづくりを実現する具体的な政策は、以下の3つの政策の方向により進めます。

政策の方向 5-1

「地域資源と人材を生かすまち」

まちなみなどの魅力ある地域資源を活用した賑わいの創出と、地域に根ざした人材の育成を進め、能力を生かすことができるまちをつくります。

政策の方向 5-2

「産業の活力を生み、伸ばすまち」

産業の生産基盤の整備や販路拡大などによる生産の安定、消費の拡大を進め、事業者が活力を持ち続けることができるまちをつくります。

政策の方向 5-3

「松本ブランドを発信するまち」

特産品化や新産業の創出などによりブランド力を高め、魅力ある松本ブランドを発信し、訪れる人が好感を持ち続けることができるまちをつくります。

創業・事業承継支援の推進

新たな産業の創出や次世代への承継を支援することで、地域にチャレンジする気風とそれを応援する風土を育み、地域産業全体のさらなる活性化をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
新規創業者数	—	200件／5年	

○現状と課題

経営者の高齢化や経済のグローバル化に加え、人工知能^{*1}やロボットなどの技術革新により、地域経済の地盤沈下や雇用の減少が懸念されています。

松本広域圏の中核都市として、周辺市村を含む地域経済の維持、活性化を図るには、良好な事業を円滑に次世代へバトンタッチする事業承継を含め、地域産業全体の新陳代謝をもたらす創業・起業の促進が課題です。

○現状を示すデータ

新設事業所数 (H24～H26の合計)	1,993件
廃業事業所数 (H24～H26の合計)	2,018件

○施策展開の方針

- ・潜在的創業希望、創業希望、創業（創業後5年）の各ステージに応じ、商工団体、金融機関、行政に加え、コワーキングスペース^{*2}などを運営する民間団体と連携した一体的な枠組みで、伴走型の相談・支援に取り組みます。
- ・円滑な事業承継を実現していくため、現状把握に努め、基本的な情報提供や早期準備の啓発、マッチング、マッチング後のフォローアップ、専門家による高度な支援などについて、関係機関との連携により仕組みの構築をめざします。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
創業支援者件数	34件／年	50件／年	
5年未満創業者フォローアップ支援件数	—	195件／5年	商工会議所経営発達支援計画

○目標実現に向けた主な役割分担

市民の役割	創業支援セミナーへの参加
関係団体の役割	創業支援セミナー開催、経営指導
行政の役割	創業や事業承継に関する各種支援

○目標実現に向けた主な取組み

- ・新規創業支援事業
- ・事業継承対策の支援
- ・次世代経営人材育成事業
- ・創業者支援ネットワーク事業の充実
- ・コワーキングスペース活用型人材育成

○関連する市の計画等

- ・松本市商業ビジョン
- ・松本市工業ビジョン

○所管する主な部局

- ・商工観光部

●用語解説

※1 人工知能

コンピューターで記憶・推論・判断・学習など、人間の知的機能を代行できるようにモデル化されたソフトウェア・システムのことです。略して「AI」ともいいます。

※2 コワーキングスペース

独立して働く個人が、机・椅子・ネットワーク設備などの実務環境を共有しながら仕事を行う場所のことです。



創業支援セミナー

中心市街地の賑わいの創出

地域資源を生かしてまちの魅力を高め、多くの人々が住み、働き、訪れ、憩う、賑わいのある中心市街地をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
中心部5地区(第1、第2、第3、東部、中央)の人口推移	14,149人	14,368人	

○現状と課題

車社会の進展や消費行動の変化などにより、産業・商業・居住・娯楽の郊外化が進み、中心市街地は、土地利用の低下とともに、人口や来街者の減少が進んでいます。

今後は、商業者自身の意識向上や商業機能の再編、交通アクセスの向上などにより、消費者の多様なニーズに対応し、居住人口や来街者数を増やすことが課題です。

また、近隣へ出店が計画されている大型商業施設と、既存中心市街地の商店との共存も、新たな課題となっています。

○現状を示すデータ

中心市街地へ買物や食事、催事などで出かける機会が増えている市民の割合	41.8%
小売業年間販売額 中心部と郊外の比率 (H19)	中心部 30.9% 郊外部 69.1%
来街者の平均滞留時間 (H20)	2.96時間

○施策展開の方針

- ・ 商業者自らの意識改革や空き店舗の活用などにより商業集積を図るとともに、商店街や各店舗の魅力向上、インバウンド^{*1}を起爆剤とした国際化等の支援を行います。
- ・ 歩行者・自転車・公共交通を優先とした、歩いて暮らせるまちづくりを進め、多様な世代が住み、働き、憩える中心市街地ならではの都市機能の充実を図ります。
- ・ 大型商業施設などの出店等を好機と捉え、松本が誇る文化・芸術分野の資源も生かしながら、商店街が主体となった中心市街地の魅力づくりを進めます。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
商店等グレードアップ事業補助件数	10件 (H27)	50件 (累計)	
公共交通乗車数	23,500人/日 (H23)	25,900人/日	
中心市街地商業活性化研究会の開催	—	1回/月	

○目標実現に向けた主な役割分担

企業の役割	個性やこだわりのある店づくりの促進、交通事業者の共創
商工団体の役割	個店や商店街独自の魅力創出の推進、商店街との連携及び行政との調整
行政の役割	まちの賑わいを創出していく機運を高め、歩いて暮らせるまちづくりの促進

○目標実現に向けた主な取組み

- ・ 中心市街地での効果的なイベント事業の支援
- ・ まちなか居住の推進
- ・ まちづくり会社など中心市街地活性化推進組織の構築の検討
- ・ 都市再生整備事業（松本城三の丸地区整備、公園通り再整備他）
- ・ プロスポーツを活用した賑わい創出事業
- ・ 商店街空き店舗活用事業
- ・ 交通のまちづくりの推進

○関連する市の計画等

- ・ 松本市商業ビジョン
- ・ 松本市次世代交通政策実行計画（松本市総合交通戦略）
- ・ 松本市歴史的風致維持向上計画

○所管する主な部局

- ・ 商工観光部 ・ 建設部 ・ 文化スポーツ部

●用語解説

※1 インバウンド

外国人観光客が訪れてくる旅行のことです。これに対し、自国から外国へ出かける旅行をアウトバウンドとといいます。



水辺のマルシェ

山岳観光の推進

松本の美しい自然や雄大な山岳、豊富な観光資源の活用により、観光客の多様なニーズに応える魅力ある山岳観光地をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
市内主要山岳観光地の延利用者数	2,420,000人 (H26年1月～12月)	2,620,000人	

○現状と課題

本市は、美ヶ原高原や上高地、北アルプスなど日本を代表する美しい山岳地帯を有し、毎年多くの観光客が訪れます。

この美しい自然を後世に引き継ぐとともに、「岳都」にふさわしい、魅力的で、安全・安心な山岳観光地づくりが課題です。

○現状を示すデータ

美ヶ原高原の観光客の延利用者数 (H26年1月～12月)	571,000人
上高地の観光客の延利用者数 (H26年1月～12月)	1,278,000人

○施策展開の方針

- ・豊富な地域資源を生かした、訪れる観光客にやさしい山岳観光施設の維持・補修や老朽化した施設の改修等を進めます。
- ・「山の日」を記念した上高地での全国大会を契機に、安全登山等、山に関する様々な課題解決に向けた取組みを進めます。
- ・自然や歴史を体感できる登山道、遊歩道の整備やエコツーリズム^{*1}やグリーンツーリズム^{*2}などの体験型山岳観光を推進します。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
美ヶ原高原再生事業 (ササ刈り) 参加者数	400人	440人	
山岳フォーラム参加者数	2,500人	2,800人	
上高地ネイチャーガイド数 (認定ガイド)	45人	200人	

○目標実現に向けた主な役割分担

市民の役割	おもてなしの心づくりの実践
地域の役割	魅力ある観光地づくりへの協力
企業の役割	地元住民との連携強化と情報の共有
行政の役割	観光資源活用への方策の推進、周辺市町村との連携

○目標実現に向けた主な取組み

- ・東山地域観光施設事業
- ・山岳観光再生事業（美ヶ原高原再生事業、乗鞍高原再生事業）
- ・「山の日」関連事業
- ・エコツーリズムの推進
- ・安全登山の啓発
- ・上高地のインフラ整備の推進
- ・アルプスエリア観光施設事業
- ・岳都・松本「山岳フォーラム」の開催
- ・登山道等整備体制の推進
- ・山岳診療所開設補助
- ・アクセス道路整備の推進

○関連する市の計画等

- ・松本市の観光戦略
- ・松本市上高地対策短期・中長期計画

○所管する主な部局

- ・商工観光部
- ・建設部
- ・農林部

●用語解説

※1 エコツーリズム

観光や旅行を通して自然保護や環境保全への理解を深めようという考え方です。

※2 グリーンツーリズム

緑豊かな農山村地域において、農林業を体験したり、その地域の自然や文化、そこに住む人たちとの交流を楽しむ滞在型の余暇活動のことです。



上高地開山祭

労働、雇用対策の推進

複雑化、深刻化する雇用情勢の変化に対応し、地域の実情に即した労働、雇用対策に取り組み、安心して持続的に働ける労働環境の実現をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標（H32）	備考
松本市内の事業所に働く従業者数	129,566人	129,566人 （現状維持）	

○現状と課題

松本公共職業安定所管内の求人需要は高止まりの状況ですが、新規求人数に占める正社員の割合は30%台と低迷し、非正規労働者、派遣労働者の増加、若年者を含めた求人と求職のミスマッチが生じています。

引き続き、低賃金と雇用不安に置かれている非正規労働者や、結婚や出産後も女性が活躍できるワーク・ライフ・バランス^{*1}を可能とする労働環境の改善などへの早急な対応が課題です。

○現状を示すデータ

有効求人倍率	1.19倍
正社員割合	33.5%

○施策展開の方針

- ・国や県と連携した求人と求職を結び付ける効果的な対策で、雇用の場の確保を進めます。
- ・テレワーク^{*2}に代表される若者や女性が地域に定着しやすい柔軟で多様な働き方の創出や、ワーク・ライフ・バランスを可能とする社会の構築を推進します。
- ・本市独自の「職業・労働相談室」により、多様化する労働問題に対応するとともに、勤労者福祉に関する取組みを、関係団体と連携して進めます。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標（H32）	備考
（一財）松本市勤労者共済会加入会員数	8,240人	8,900人	
仕事と生活両立支援プログラム策定企業数	0社	70社	
テレワーク等誘致事業所数	—	30件	

○目標実現に向けた主な役割分担

市民の役割	地元企業への就職
地域の役割	企業・行政との連携
企業の役割	労働環境の改善、健康経営の普及推進
行政の役割	雇用施策の実施、勤労者福祉の推進、企業誘致活動

○目標実現に向けた主な取組み

- ・勤労者福祉事業
- ・労働教育相談事業
- ・雇用対策・雇用創出事業
- ・仕事と家庭の両立促進事業
- ・若者、女性、I・Uターン^{※3}者の新しい働き方の創出
- ・コワーキングスペース活用型人材育成

○関連する市の計画等

- ・松本市男女共同参画計画
- ・松本市子ども・子育て支援事業計画

○所管する主な部局

- ・商工観光部
- ・総務部

●用語解説

※1 ワーク・ライフ・バランス

基本施策2-1-2用語解説参照

※2 テレワーク

情報通信技術（ICT）を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のことです。

※3 I・Uターン

Iターンとは都心部で生まれ育った人が、地方の企業に転職し移住すること、または直線的に都会から地方へ転居することをいいます。これに対して、Uターンとは都市圏以外の地方などで生まれ育った人が、都市圏での勤務経験を経た後、再び生まれ育った土地に戻って働くことをいいます。



ワークライフバランス推進セミナー

健康経営の推進

企業等が、従業員の心身の健康を、経営に直結する資産と捉え、従業員の健康づくりへ積極的に投資する「健康経営」の普及により、若いうちから健康増進が図られる社会をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
健康経営に取り組む企業・事業所数	—	100社増	

※協会けんぽ長野支部の「健康づくりチャレンジ宣言」への市内参加企業数等を参考

○現状と課題

働く世代は、一日の多くの時間を就労に携わっていることから、職場の健康づくりがその後の健康的な生活に大きな影響を及ぼします。しかしながら、企業等における健康づくりの機会は十分ではなく、現状では、生活習慣病やメンタル等による休業や離職が存在しています。

企業の生産性の向上やリスクマネジメントにもつながる健康経営は、中小企業の経営を支える上でも大切な視点であり、職場において健康づくりを実践できる環境づくりが課題です。

○現状を示すデータ

健康づくりの大切さや必要性を伝え、意識を高めることに取り組んでいる市民の割合 (40代)	37.8% (全体 43.4%)
毎日の生活で運動習慣をする習慣がある市民の割合	40代 34.4% 50代 41.9% (全体 47.4%)

○施策展開の方針

- ・健康経営の推進を、企業・経営者へ、積極的に働きかけます。
- ・商工団体や健康保険の保険者等と連携し、企業での従業員に対する各種健（検）診受診の啓発など、健康経営に取り組む企業や若い世代の健康増進を支援します。
- ・健康経営に取り組む企業の先進事例等の情報提供を行います。
- ・（一財）松本市勤労者共済会を通じて、中小企業の福利厚生の実現を図ります。
- ・健康経営を支える産業分野の創出に取り組みます。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
40～64歳の特定健診受診率 (協会けんぽ)	49.2%	65% (H29)	松本市内の事業所
国民健康保険へ加入している男性のBMI (肥満指数) 25以上 (50歳代)	39.7% (H25)	29.6% (H29)	
(一財) 松本市勤労者共済会加入会員数	8,240人	8,900人	

○目標実現に向けた主な役割分担

市民の役割	健康づくりの実践、継続
企業の役割	健康経営の推進（従業員とその家族を対象とする健康づくりの推進）
行政の役割	健康づくり・健康投資の推進及び支援メニューの充実

○目標実現に向けた主な取組み

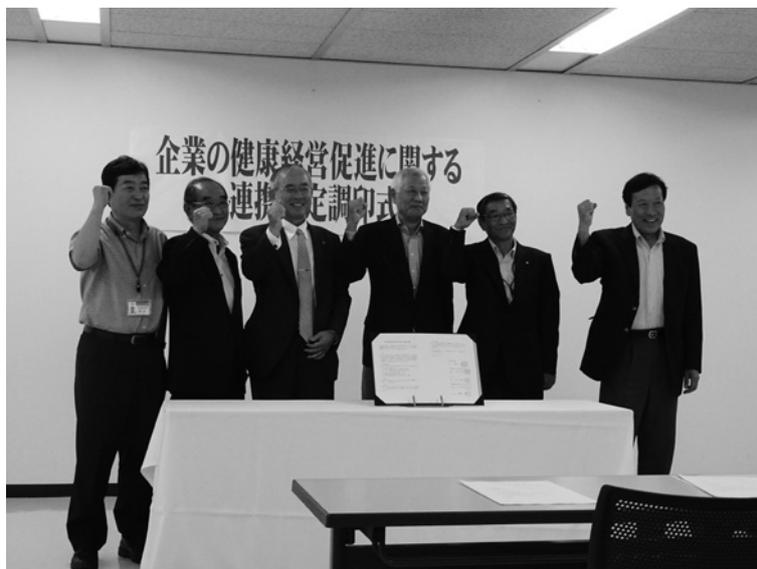
- ・ 経営者等に対する健康経営に関する情報提供、セミナーの開催
- ・ 働く世代・若者をターゲットとする「市民歩こう運動」の推進
- ・ 保健師等の専門職の企業への派遣（働く世代の健康づくり講座）
- ・ 大学等との連携による健康経営の効果検証の実施
- ・ 健康経営に取り組む企業の顕彰等の創設と運用
- ・ 健康寿命延伸新需要創造事業

○関連する市の計画等

- ・ 松本市健康づくり計画「スマイルライフ松本21」
- ・ 松本市国民健康保険特定健康診査等実施計画
- ・ 松本市国民健康保険保健事業実施計画

○所管する主な部局

- ・ 健康福祉部
- ・ 商工観光部



企業の健康経営促進に関する連携協定調印式

農林業の振興と美しい農山村の継承

担い手の確保を進め、基幹産業である農林業の生産から流通までの活性化により、美しい農山村地域の継承をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
認定農業者* ¹ 数	485経営体	530経営体	

○現状と課題

食に対する健康志向や安全志向の高まり、水源のかん養や災害防止などの観点から、農林業に対する新たな期待が高まっています。一方で、農林業従事者の高齢化や後継者不足、耕作放棄地の増加、輸入農畜産物の増加や林業・木材価格の低迷など、農林業を取り巻く環境は大変厳しく、担い手の育成と多様なニーズに対応できる農林業を地域の基盤として維持していくことが課題です。

○現状を示すデータ

農業就業人口（販売農家）	7,798人 (H22) →6,574人 (H27)
経営耕地面積（農業経営体）	5,909ha (H22) →5,784ha (H27)

○施策展開の方針

- ・官民連携による、生産・流通・販売基盤の強化、消費宣伝などに取り組み、産業としての農業、産業としての林業の振興に努めます。
- ・営農組織の法人化、認定農業者、女性就業者、I・J・Uターン新規就業者などへの支援を進め、農林業の担い手の育成に努めるとともに、農業水利施設や農道・林道などの農林業基盤整備を計画的に進め、魅力ある農林業・農山村づくりに努め、農林業の次世代への継承を図ります。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
担い手への農地集積率	51.5%	55.3%	
新規就農者数（新規就農者育成対策事業）	29人	41人	累計
多面的機能支払交付金取組面積	2,367ha	4,072ha	

○目標実現に向けた主な役割分担

市民の役割	地場産品の積極的な消費、地域材の利用
生産者・企業の役割	優良な農畜林産物の生産と担い手の確保
行政の役割	担い手農家に対する支援、農林業基盤整備の推進、林道網の整備促進、地域材の販路開拓、公設市場の施設整備

○目標実現に向けた主な取組み

- ・土地改良事業
- ・公設卸売市場整備事業
- ・新規就農者等支援事業
- ・人・農地プラン^{※2}推進事業、農地中間管理事業^{※3}、機構集積協力金事業
- ・土地利用型経営規模拡大奨励金事業
- ・環境保全型農業直接支援対策事業
- ・四賀有機センター事業
- ・中山間地域等直接支払事業
- ・経営所得安定対策直接支払推進事業
- ・地域営農リーダー育成塾
- ・カラマツ材販路拡大事業
- ・林道・作業道整備事業
- ・認定農業者支援事業
- ・鳥獣被害防止総合対策（防護柵、駆除）
- ・果樹共済加入促進対策事業
- ・りんご産地再生モデル事業
- ・多面的機能支払交付金^{※4}事業
- ・遊休荒廃農地対策事業
- ・農畜産業生産関連施設整備事業
- ・新規就農者育成対策事業

○関連する市の計画等

- ・松本市農林業振興計画
- ・松本市農業経営基盤の強化の促進に関する基本的な構想

○所管する主な部局

- ・農林部

●用語解説

※1 認定農業者

農業経営の改善を行うための「農業経営改善計画」を作成、提出し、松本市に認定された方のことです。計画を作ることで、現在の経営状況を見つめ直すことができ、認定後は各種補助金や融資を受けることができます。

※2 人・農地プラン

高齢化や後継者不足、耕作放棄地の増加などの「人と農地の問題」について、集落や地域における話し合いにより、中心となる担い手を明らかにするなど具体的な地域農業のあり方を検討して作成された計画です。

※3 農地中間管理事業

農地の出し手と受け手の仲介機関として、平成26年度に農地中間管理機構が各都道府県に設置され、市町村も関わりながら、中心となる担い手への農地利用の集積・集約化を推進しています。

※4 多面的機能支払交付金

農業者等による組織が取り組む水路の泥上げや農道の路面維持などの地域資源の基礎的保全活動等、多面的機能を支える共同活動を支援するものです。



農村女性協議会主催講座

商業の振興

店舗や商店街の個性、魅力づくりを進め、時代の変革や消費者ニーズに対応した「商都・松本」にふさわしい、にぎわいのある商業形態をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
年間商品販売額 (小売業)	2,833億円	3,200億円	

○現状と課題

商店街を取り巻く環境は、経営者の高齢化・後継者不足や郊外型大型店の出店、インターネット販売の普及などにより悪化し、商店街を支えてきた小売店数が減少してきています。

多くの来街者や観光客が訪れる魅力ある商店街づくりと、店舗の経営基盤の強化に取り組んでいくことが課題です。

○現状を示すデータ

事業所数 (小売業)	2,267件 (H19:2,494件、H24:2,333件)
松本市中心市街地空き店舗率	12.0% (H17 : 5.0%、H22 : 10.9%)
新規開業家賃補助事業件数	30件
商店街が行う活性化事業件数	23件

○施策展開の方針

- ・ 商工団体等を交え、商店街・店舗の魅力を創出する新たな商業ビジョンを策定します。
- ・ 地域の特性を活かし、実情や役割に応じた「魅力ある商人による魅力ある商都松本」の実現に向けた取組みを推進します。
- ・ 創業者支援事業や事業継承対策への支援、空き店舗対策や経営基盤強化の促進など、商業・商店街の活性化を推進します。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
商店等グレードアップ事業補助件数	10件 (H27)	50件 (累計)	
新規創業支援件数	34件/年	50件/年	
新規創業支援者の5年後事業継続率	81.0%	94.4%	
松本市中心市街地空き店舗率	12.0%	12.0% (現状維持)	

○目標実現に向けた主な役割分担

企業の役割	個性やこだわりのある店づくり
商工団体の役割	個店との連携及び市民と行政との調整を行い、商店街の魅力創出の推進
行政の役割	各種補助制度等の必要な支援の実施及び商工団体との新たな施策検討

○目標実現に向けた主な取組み

- ・ 新たな商業ビジョンの策定
- ・ 新規創業支援事業
- ・ 創業者支援ネットワーク事業の充実
- ・ にぎわいのあるまちづくり事業
- ・ 商店等グレードアップ事業
- ・ 事業継承対策の支援
- ・ 中小企業金融対策事業
- ・ 景気対策事業
- ・ こだわりのある商店街づくり事業
- ・ 中小企業経営安定支援事業
- ・ 免税店設置補助事業

○関連する市の計画等

- ・ 松本市商業ビジョン

○所管する主な部局

- ・ 商工観光部



松本あめ市

ものづくり産業の振興

産学官連携による地域力の結集を図り、市内企業の新成長分野進出等の支援を進め、ものづくり産業の競争力強化をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
製造品出荷額等	4,838億円	5,448億円	

○現状と課題

本市の製造業は、産業構造が特定業種に偏らない都市需要対応型の構造であることから、景気の変動に対して、一定の抵抗力を持っています。今後は、経営や技術の高度化、産学官連携などにより、企業の競争力を強化していくことが課題です。

また、本市特有の工艺品や特産品は、需要の低迷、人材・後継者不足、職人の高齢化、生産基盤の脆弱性などにより、存続が危ぶまれる状況にあることから、伝統的工艺品等を見直す機運の醸成を図り、内需型の安定産業として育成していくことが課題です。

○現状を示すデータ

製造品出荷額等	4,838億円
従業者数	13,825人
粗付加価値額*1	2,029億円
国内企業の後継者不在企業の割合	65.4%

○施策展開の方針

- ・販路拡大やビジネスモデルの構築などによる企業経営の自立化・高質化や、技術の高度化を促進します。
- ・工場や研究所、知識集約型企業*2の育成・誘致を進めます。
- ・伝統工芸や特産品の振興については、人材育成・後継者育成事業や体験講座による伝承事業、ガイドブックによる教育事業等を行いながら、ブランド力向上や市民の利用促進等による、販路開拓・拡大に取り組みます。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
製造業等活性化支援事業補助金活用延企業数	23社	47社	
新技術等展示会への出展企業数	28社	40社	
産学官連携等のシンポジウム開催件数	7件	10件	
後継者育成助成金支給件数 (金額)	1件 (24万円)	4件 (78万円)	
中期経営計画の新規策定支援	1事業所/年	4事業所/年	

○目標実現に向けた主な役割分担

企業の役割	経営の自立化、高質化と技術の高度化
商工団体の役割	地域産業界への情報提供・発信、各種支援メニューの創設・拡充
大学の役割	先端技術に係る情報発信、地域課題の技術的解決、産学官連携の推進
行政の役割	松本市工業ビジョンに基づく工業振興施策の実施と拡充、企業誘致促進とインフラ整備

○目標実現に向けた主な取組み

- ・ まつもと工業支援センターを核とする地域の製造業支援
- ・ 販路拡大支援
- ・ 地元製造業の技術力強化の促進
- ・ 新工業団地建設事業
- ・ 工業ビジョン推進
- ・ 新技術開発等への支援
- ・ ものづくり伝承・PR事業
- ・ 技能五輪全国大会出場選手育成補助金
- ・ 各種団体の組織力強化の支援の検討
- ・ ものづくりフェア長野の共催
- ・ ものづくり職場体験受入れ支援事業
- ・ マーケティング力の向上支援
- ・ 地場産業振興事業
- ・ 海外経済交流事業
- ・ 産学官連携の推進
- ・ 地域産学官共同研究拠点・連携
- ・ 企業立地促進
- ・ 技能功労者褒賞
- ・ ものづくり人材育成事業
- ・ 就職面接会の開催

○関連する市の計画等

- ・ 松本市工業ビジョン

○所管する主な部局

- ・ 商工観光部

●用語解説

※1 粗付加価値額

減価償却費を含む付加価値（生産活動によって新たに生み出される価値）の総額のことです。

※2 知識集約型企业

IT（情報技術）を経営に有効に活用し、高度な技術や高質な経営、高付加価値化を志向する技術開発型企業のことです。



まつもと工業支援センター

農産物高付加価値化の推進

農産加工、ブランド力向上、特産品化などの高付加価値化を進めることにより、農畜産物の販路拡大や有利販売を実現し、魅力あふれる農業の活性化をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
農産物販売金額が年500万円以上の農業経営体数	612 (H27)	612 (現状維持)	

○現状と課題

農畜産物の価格低迷と輸入品との競争に加え、貿易交渉や経済連携などによる影響も懸念されています。

農家所得の向上や持続可能な農業の実現のためには、消費者のニーズを的確に把握し、農畜産物の品質の向上やブランド化など、高付加価値化及び販路拡大・消費拡大が課題です。

○現状を示すデータ

知人や友人にすすめたい地元産の農産物が多いと思う市民の割合	67.6%
地元産の農産物を積極的に購入している市民の割合	70.7%

○施策展開の方針

- ・安全・安心・高品質な松本産農畜産物を、地域を始め県外にも積極的に情報発信し、さらに海外への販路拡大について、支援方法の検討を進めます。
- ・農業者だけでなく加工・流通業者を含めた関係者との連携やマッチングにより、6次産業化の推進に取り組みます。
- ・野菜の機能性を活用するなど、生産者と一体になって「健康」をキーワードにした松本産農産物の新たなブランド販売方法の構築や、地域の在来品種に着目した農産物のブランド化を推進します。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
野菜の機能性等新たなブランド販売を行う店舗数	0 店	10店	
大消費地における直販店舗数	20店	25店	
地域農産物による新たな商品開発件数	4 件	20件	
地産地消推進の店登録件数	104件	140件	
農畜産物消費宣伝活動数 (県外)	14回	15回	

○目標実現に向けた主な役割分担

市民の役割	地場産食材の積極的な使用
生産者の役割	安全・安心・新鮮でおいしい農畜産物の生産と市民、関連業者及び行政との連携
行政の役割	地産地消と食育の推進及び大消費地における消費宣伝活動の推進

○目標実現に向けた主な取組み

- ・ 地域産食材・特産品ブランド化推進事業
- ・ 農畜産物消費宣伝事業
- ・ 家族団らん手づくり料理を楽しむ日推進事業
- ・ 6次産業化支援事業
- ・ 地産地消・食育推進事業
- ・ 地産地消推進の店登録制度
- ・ 野菜の機能性による販売促進事業
- ・ 地産地消アンテナショップ活用事業

○関連する市の計画等

- ・ 松本市農林業振興計画
- ・ 松本市地産地消推進計画
- ・ 松本市食育推進計画「すこやか食プランまつもと」

○所管する主な部局

- ・ 農林部
- ・ 健康福祉部



道の駅・今井恵みの里

健康産業の創出

市民や産学官の共創により、健康・医療を切り口とする産業を創出して地域経済の好循環をもたらす「松本ヘルスバレー^{※1}」の構築をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標（H32）	備考
新松本工業団地への分譲進捗率	34.7%	90.0%	

○現状と課題

現在、超少子高齢型人口減少社会における、新たな分野の成長産業の創出に向け、「松本地域健康産業推進協議会」、「松本ヘルス・ラボ^{※2}」を設立し、市民の健康増進を産業面で支えるモデル構築の具体化を進めています。今後は、この取組みを、企業誘致や地場産業の発展、地域経済の好循環に繋げていくことが課題です。

○現状を示すデータ

松本地域健康産業推進協議会会員数	153団体
新松本工業団地進出企業数	4社

○施策展開の方針

- ・新松本工業団地へ健康・医療分野などの知識集約型企業や試験研究機関等を誘致します。
- ・産業創出のため、「松本地域健康産業推進協議会」、「松本ヘルス・ラボ」を核に、さらなる産学官連携の強化を図り、新たな製品・サービスの実用化による産業創出を進めます。
- ・企業からの提案・要請に柔軟に対応できるよう、松本ヘルス・ラボ会員の確保に向けた取組みを進めます。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標（H32）	備考
実用化等に向けた実証事業等の件数	2件／年	2件／年	
新たに実用化 [※] した製品・サービス件数 （H27～H32まで）	—	5件	延べ数
松本ヘルス・ラボ会員数（有料）	0人	1,200人	

※松本地域健康産業推進協議会が実施する実証実験等により実用化された製品

○目標実現に向けた主な役割分担

企業の役割	市民ニーズに対応した、健康・医療産業への進出と雇用機会の創出
市民の役割	健康づくりへの意識の醸成と健康産業への理解と協力
行政の役割	健康づくり・健康投資の推進、企業誘致と雇用創出に向けた環境整備

○目標実現に向けた主な取組み

- ・産学官連携によるプラットフォーム機能の強化・充実
- ・松本ヘルス・ラボ支援事業
- ・世界健康首都会議を基軸に、国内外に向けた情報発信と集積
- ・健康寿命延伸新需要創造事業
- ・健康寿命延伸関連製品普及促進事業
- ・健康経営普及促進事業
- ・新松本工業団地への企業誘致の推進

○関連する市の計画等

- ・松本市工業ビジョン

○所管する主な部局

- ・商工観光部

●用語解説

※1 松本ヘルスバレー

健康で活動的な市民一人ひとりが自立して暮らし、その人々に磨かれることにより健康・医療関連産業が発展し、その恩恵を市民が受けるという好循環を生み出すことで、投資機会が増え、住む人・働く人が集まった理想的な地域経済の姿です。

※2 松本ヘルス・ラボ

市民の健康増進と新産業の創出を同時に実現することを目的に、平成27年に設立された組織です。



松本ヘルス・ラボ・松本山雅FC連携プログラム

戦略的な観光施策の推進

国内外からの戦略的な観光誘客を図り、自然や伝統、文化など本市及び広域圏の魅力を生かした滞在型の観光地をめざします

○施策の成果目標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
市内主要観光地の延利用者数	5,180,000人	5,600,000人	

○現状と課題

平成27年の訪日外国人旅行者数は、1,974万人、対前年比47.1%増であり、本市においても外国人旅行者数は10万人を超え、大幅な伸びを見せています。また、平成27年度の信州まつもと空港の利用者は11万6,571人に達し、平成18年度以来9年ぶりに10万人を超えました。松本城や上高地といった本市の観光資源は国内外からも注目されていることから、大胆な発想で、さらなる観光誘客を図るため、魅力ある観光資源の掘り起しや旅行者ニーズに応じたルートの構築、おもてなし力の向上を推進することが喫緊の課題です。

○現状を示すデータ

松本城観覧者数	848,515人 (H25) 879,443人 (H26)
市内主要観光地の宿泊者数	1,871,400人 (H26年1月～12月)
コンベンション ^{※1} の受入支援大会件数	101件

○施策展開の方針

- ・さらなる外国人観光客を誘致するため、広域的な連携体制による観光誘客を推進します。
- ・公衆無線LANの整備やホームページの拡充による情報発信力の強化、購買の利便性を高める整備や決済環境などの受入環境を整備します。
- ・広域・都市間連携や、近隣自治体との連携強化、コンベンションの誘致等により、本市を訪れる旅行者の滞在時間の延長や再訪問率の向上を目指します。
- ・長野県と協力して信州まつもと空港の路線拡充や国際化、利用促進などに取り組みます。

○進捗管理指標

指 標	現 状	計画目標 (H32)	備考
信州まつもと空港の利用率	札幌便 73.7% 福岡便 71.5%	札幌便 75.0% 福岡便 65.0%	福岡便はH27年3月複便化
外国人旅行者宿泊者数	67,084人	22万人	
公衆無線LAN (Wi-Fi) サービスの提供 (設置補助を含む。)	56件 (H27)	150件	

○目標実現に向けた主な役割分担

市民の役割	おもてなしの心づくりの実践
地域の役割	魅力ある観光地づくりへの協力
企業の役割	地元住民との連携強化と情報の共有
行政の役割	市民、大学、地域との協働による施策推進、人材育成の支援

○目標実現に向けた主な取組み

- ・ 新たな観光戦略の策定と展開
- ・ 広域観光連携の拡大・充実
- ・ 観光宣伝事業（ロケ地誘客宣伝事業、就航先都市誘客促進事業等）
- ・ コンベンション及びスポーツコミッション^{※2}を活用した誘客事業
- ・ 外国人旅行者受入環境整備
- ・ 広域鉄道網の利便性の向上と利用促進
- ・ 国際会議・観光都市事業
- ・ 信州まつもと空港の機能強化と利用促進
- ・ 都市間交流事業

○関連する市の計画等

- ・ 松本市の観光戦略

○所管する主な部局

- ・ 商工観光部
- ・ 政策部

●用語解説

※1 コンベンション

国内外の人たちが行う各種大会や会議、見本市、イベントなどの催しのことです。開催により相互理解の深化や開催地域等への経済波及効果とともに、特に国際コンベンションの場合は、知名度、イメージアップ、経済活性化、集客、交流などが期待されるため、各地域での誘致活動が盛んに行われています。

※2 スポーツコミッション

スポーツの持つ力を使い、イベントや、観光誘客などの活動を通じ、地域振興や人材育成を目的とする法人をいいます。



松本城を訪れる外国人観光客