

## 5 各産業(農業・商業・工業・観光)の連携

### [1] 現状と課題

これまで日本の産業構造は、一次産業、二次産業、三次産業といった業種ごとに分けられ、その産業振興施策もまた産業ごとに行われてきました。しかし昨今の国民の価値観やニーズの多様化に対応するためには、農業・商業・工業・観光といった異業種間の産業交流の場が求められ、これによる新しい産業形態の創造が必要となりつつあります。

また、地方でも大型店の大量生産・大量消費によって市民生活の日用品は賄われ、どこに行っても同じ物が手に入る時代になっています。このような状況の中、地域資源を活かし、「行田市らしさ」の特色ある価値の創造が求められていると言えます。

#### 〈現状・課題の要点〉

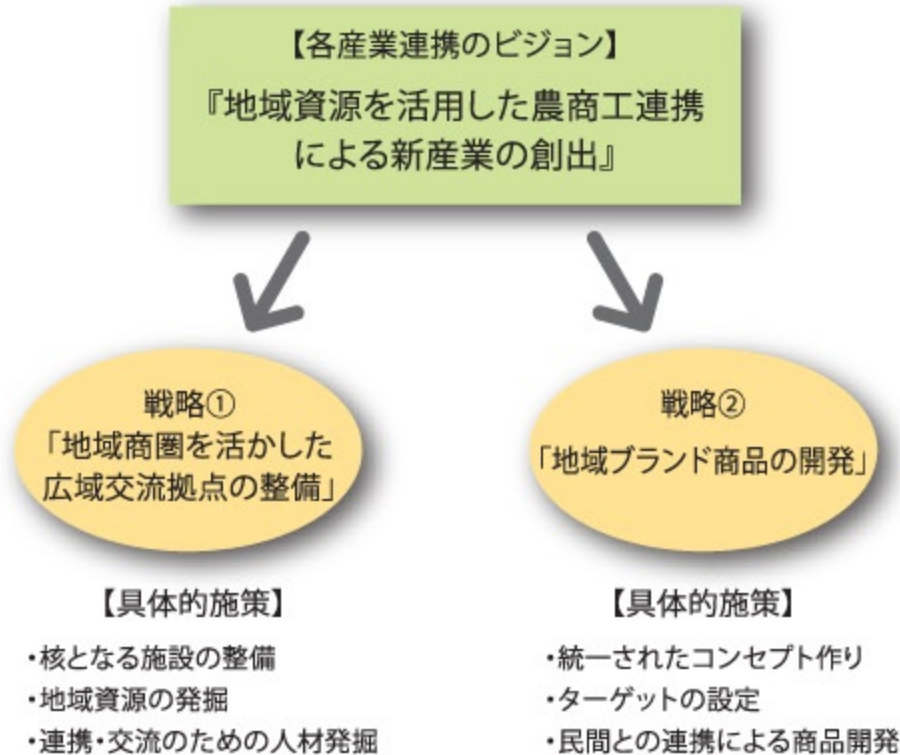
- 要点① 新産業創造のための異業種間交流の場の創出
- 要点② 特色ある価値の発掘



[2] 将来像

『地域資源を活用した農商工連携による新産業の創出』

活力ある経済社会を構築するには、地域経済の中核をなす中小企業者や農林漁業者の活性化を図ることが重要です。そのためには、中小企業者や農林漁業者が一次、二次、三次の産業の壁を越えて有機的に連携し、互いの有するノウハウ・技術等を活用することで、両者の有する強みを発揮した新商品の活用や販路開拓等を促進することが重要です。そこで各産業の連携におけるビジョンとして『地域資源を活用した農商工連携による新産業の創出』を掲げ、2つの戦略を挙げます。戦略①として「地域商圈を活かした広域交流拠点の整備」、戦略②として「地域ブランド商品の開発」です。





## 戦略① 「地域商圈を活かした広域交流拠点の整備」

### 【具体的施策の展開】

#### ア 核となる施設の整備

農商工連携による新産業の創出のためには、行田市を中心とした地域商圈を対象として、行田市の特性を活かした独自性のある拠点施設の整備を検討する必要があります。そこで国道125号行田バイパス沿道の土地利用について、125号バイパス沿いに各産業の交流拠点の整備を検討してまいります(図表19参照)。

例えば、産直市場、手づくり市、就業体験施設、アート工房等、農・商・工業の枠にとらわれず、観光やNPO団体など、広く連携・交流できる開かれた場所となることを目指します。

コミュニティビジネスを展開することにより、地域の問題解決のために、新しいビジネスの場を提供したり、地域における創業の機会や地域の雇用を拡大する効果がうまれます。さらには、これらのことが地域経済や社会の活性化に繋がることも期待されることから、NPO等と連携し、コミュニティビジネスの支援を図ります。

#### イ 地域資源の発掘

独自性のある産業拠点を整備するには、消費動向など市民のニーズを理解した上で、行田市の特性を把握する必要があります。このような消費動向やニーズをもとに、地産地消を目指した地域資源の発掘を推進します。

#### ウ 連携・交流のための人材発掘

各産業や種々の業種業態の連携・交流を促すためには、これを繋ぐ人材の発掘が必要となります。行田市では、様々な分野から人材を発掘し、産業の連携・交流の促進を図ります。



図表 19 交流拠点地域



## 戦略② 「地域ブランド商品の開発」

### 【具体的施策の展開】

#### ア 統一されたコンセプト作り

既存の地域資源(ホンモロコ、青大豆、米、ハス、足袋など)を再評価することで地域資源を発掘し、行田市の新しい特性を見つけます。また地域ブランドの開発は、他の自治体でも推進されており、地域の特性を出して、他の自治体の地域ブランドと差別化を図っていく必要があります。このような既存の地域ブランドや新たな地域ブランドを統一的なコンセプトの下に集約し、まち全体のブランドとして推進します。

#### イ ターゲットの設定

現代の多様な消費者の欲求を満たすには、広く一般受けする商品開発よりも、一部のコアな消費者に満足を与える商品開発が必要となります。そのためには「何を売るか」よりも「誰に売るか」を明確にする必要があり、このターゲットのニーズを調査して満足度の高い商品開発を推進します。

#### ウ 民間との連携による商品開発

ターゲットの設定によって、消費者の満足度を高めるためには、消費者ニーズを十分に探求し、消費者ニーズに合致した商品開発をしていく必要があります。そのために民間企業や市民との協力関係の下、地域の独自性ある商品の開発を行っていきます。また、民間企業だけでなく、ものづくり大学による学術・技術支援など産学の連携によって新商品の開発を目指します。



### 各産業連携の展望

