

2020 年度SDGs未来都市等提案書(提案様式1)

令和2年3月2日

大町市長 牛越 徹

提案全体のタイトル	SDGs 共創パートナーシップにより育む 「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想
提案者	長野県大町市
担当者・連絡先	

1. 全体計画（自治体全体でのSDGsの取組）

1.1 将来ビジョン

(1) 地域の実態

(地域特性)

1. 地理的条件

本市は、長野県の北西部に位置する内陸都市で、北は白馬村、東は長野市、小川村、南東は池田町、松川村および生坂村に接し、南西は安曇野市、西は富山県や岐阜県に接しており、首都圏から公共交通機関にて3時間40分、中京圏から約3時間、県内中枢都市の長野市・松本市から約1時間と程良い距離感にある。

また、西部には3,000m級の北アルプスの雄大な山々が連なり、東部には四季折々の変化に富んだ美しく豊かな自然に囲まれた昔ながらの里山の風景を残す農山村が存在している。



2. 人口動態

2020年(令和2年)1月31日現在の本市は、世帯数11,876世帯、人口27,197人である。世纪の大事業といわれた「黒部ダム建設」が始まり、1960年(昭和35年)に41,184人とピークを迎え、その後減少に転じるもの、第二次ベビーブームや「高瀬川ダム建設工事」により、1975年(昭和50年)には一旦増加した。その後、35,000人程度を維持していたが、緩やかな減少をはじめ、地域の大きな雇用の場であった東洋紡大町工場が閉鎖した1999年(平成11年)12月を境に急激な人口減少が始まった。

今後、わが国における本格的な人口減少時代の到来により、人口対策が何ら講じられない場合の、国立社会保障・人口問題研究所調査【2018年(平成30年)時】における将来推計人口によると、2030年(令和12年)には22,131人にまで減少するとされている。

自然動態は、死亡数は全体的に大きな変動は見られないものの、出生数は2009年(平成21年)以降、200人を割って170人前後で推移している。

社会動態は、地域の大きな雇用の場であった東洋紡大町工場が閉鎖されたこともあり、2001年(平成13年)を境に、転出超過のまま推移していることから、移住定住促進事業を、2012年(平成24年)から長野県内において先駆けて始めたことで、転入者自体は前年比で増加傾向にある。なお、転出数を抑制するには、市民満足度の向上が不可欠なことから、5年毎に下記の項目等のアンケート調査を実施している。

●大町市の住みやすさは？

「大変住みよい」11. 9%、「やや住みよい」20. 5%と計 32. 4%となっており、「普通」の45. 0%と合わせると 77. 4%の市民が概ね住みやすいと感じている。

●これからもずっと大町市に住んでいたいと思いますか？

「ずっと住み続けたい」49. 7%、「当分住みたい」20. 8%となっており、合計 70. 5%の人が今後も住み続けたいと考えている。

●大町市がこれからどのような都市（まち）になることに期待しますか？

「保健・医療・福祉・子育て支援が充実した【健康福祉都市】」が 20. 1%と、最も高く、続いて「観光の発展を産業の中心とする【観光都市】」13. 9%、「自然環境の保護保全を大切にする【自然環境都市】」13. 2%となっている。

●市の施策・事業の中で、満足度が低い取り組みは？

「働く場や機会の充実」、「中心市街地の活性化」、「観光振興」など、行政だけの取り組みでは効果が発揮されない項目が多くなっている。

今後は「住んでよし・訪れてよし」を基軸としたまちづくりを進めることができ、市民満足度の低い項目の改善につながると考えている。

3. 産業構造

産業就業別人口の比率を見ると、「第1次産業」では、1960 年（昭和 35 年）の 65. 5%から 2015 年（平成 27 年）には 8. 8%と大幅に減少しており、農業離れが顕著である。「第2次産業」では、1960 年（昭和 35 年）の 17. 3%から 1990 年（平成 2 年）にかけて、上述のとおり大規模なダム建設により 45. 5%と増加を続けたが、その後は減少に転じ 2015 年（平成 27 年）には 28. 2%に減少している。「第3次産業」では、1960 年（昭和 35 年）の 17. 2%から、2015 年（平成 27 年）には 60. 7%と増加しており、情報関連産業を中心とするサービス業等の成長が主な要因と見られている。

今後は、地域の基幹産業である観光産業において、「通過型から滞在型観光地への進化」にあたり、従来のマス対象の観光モデルから、将来の本市のファンにつながる「関係人口づくり」に視点を置いた新しい観光モデルへの転換は必須である。観光・宿泊施設や交通機関だけが潤うのではなく、産業の掛け合わせで観光振興を支える事業者を増やし、観光産業より広い概念である「ツーリズム産業」として地域経済全体を活性させ、魅力あるしごとづくりを増幅させることができ、市民から期待されている。

4. 地域資源

本市は、魅力あふれる地域資源を数多く有しているが、それらを地域ブランドイメージ向上につなげる発信は十分とはいえず、8割以上の市民が地域ブランドの向上を求めていている。

また、これらの地域資源の多くは、美しく豊かな自然から成り立っていることから、100年先の未来へつなげるための環境保全活動を通じ、各々の磨き上げと掛け合わせにより、地域ブランドを確立させることが、市民から期待されている。

- 日本でいちばん長い川である信濃川水系の最上流部に位置、北アルプスを源とする高瀬川・鹿島川・篭川等の清冽な河川
- 青木湖・中綱湖・木崎湖の仁科三湖の天然湖
- 電源開発による高瀬ダム・七倉ダム・大町ダムの人造湖
- 自然の水を利用した発電用・灌漑用・飲用・生活用・環境用水等の水利用の歴史

水



- 鹿島槍ヶ岳、爺ヶ岳等の北アルプスの雄大な山々で体験する登山、スキー場、キャンプ場、サイクリングルート
- 黒部ダム、立山黒部アルペンルート
- 国営アルプスあづみの公園
- 大町温泉郷をはじめ、葛・七倉・木崎湖・金熊・美麻等の市内各地に点在する温泉
- 氷河に認定された鹿島槍ヶ岳カクネ里雪渓
- 靈松寺のライトアップ
- 特別天然記念物ニホンライチョウの飼育と繁殖
- 日本で唯一の市立山岳博物館
- 100年を超える生涯学習の殿堂 信濃木崎夏期大学
- 長野県内初となる国際芸術祭の開催
- 水の恵みから得た農産物や「そば」等の伝統食
- 水の恵みから得た酒蔵、塩の道ちょうじや
- 水の恵みから得た和紙すき体験場

観光資源



- 地域づくりやスポーツ、文化・芸術活動等の多様な分野において市民活動が活発

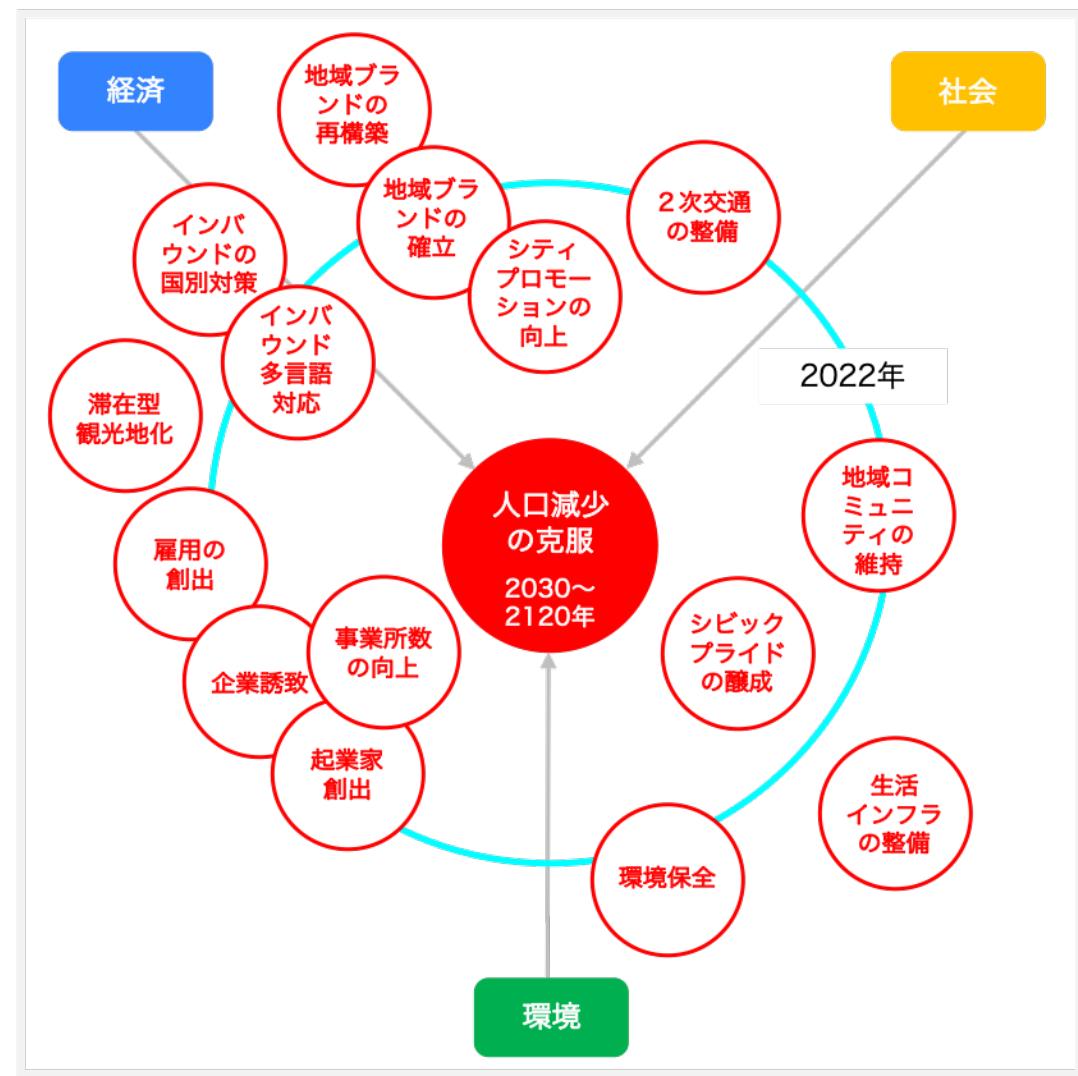
ひと

(今後取り組む課題)

地方都市にとって、最大の課題である「人口減少の克服」に対する特効薬はなく、100年先の未来を見据えて、バックキャスト理論により解決していく地域課題の優先度を明確にしながら対策を行っていくとともに、近年の天災やパンデミック等、刻々と変化する社会情勢に都度対応する。

なお、本市では、多様な地域課題に対し、市財を大きく投じて新たな箱ものを作るのはなく、持続可能な開発目標(SDGs)のもと、現有の地域資源を磨き掛け合わせた取り組みとしてことで、魅力と活力あふれる持続可能なまちづくりを実現し、後世へ引き継いでいく。

サステナブル・タウン「信濃おおまち」を実現するための 地域課題のレイヤーマップ



(2) 2030 年のあるべき姿

【2030 年のあるべき姿】

「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウンを実現

市民主体の産学官金公民連携による共創の力により、地域資源を活かした各種取り組みを推進。多様な課題解決につなげ、「人口減少の克服」によりサステナブル・タウンを実現している。

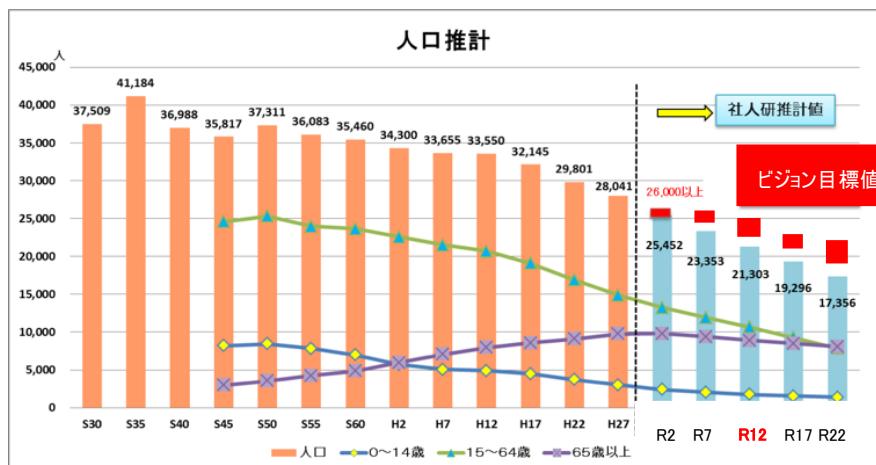
中でも、至高の地域資源である「水」を磨き上げることで、水資源を基盤とした地域循環共生都市の一先進モデルを形成している。なお、豊かな自然の源から湧き出る水だけでなく、戦前の昭和 14 年頃からは、日本初のアルミニウムの生産本格化によって、「発電用」としての水の需要が高まり、発電所用の導水路が整備され始めた。戦後の昭和 26 年からは、青木湖発電所と平地域の新田開発のために、鹿島川から取水して青木湖に放流し、さらに導水路の途中 15 か所から灌漑用水を分配する、現在の水利用システムが完成した。本市では、このように、自然の水が、発電用・灌漑用・飲用・生活用・環境用水として、複雑なシステムのもとに、多様な使われ方をしており、その歴史とともに地域循環共生都市としての基盤を築いてきた。

1. 人口減少の克服を実現

本市では、2010 年(平成 22 年)の国勢調査にて、人口減少率が県内 19 市中、最も高かつたことを受け、前述のとおり、2012 年(平成 24 年)度より、移住定住促進事業に県内でも先進的に取り組み始め、年間 30 組程が移住しており、国の推計を年々上回る成果を出している。

今後、更なる強化充実を図ることで、2030 年(令和 12 年)の人口を国の推計値である 22,131 人と比較して、1,299 人上回る 23,430 人以上の維持を実現している。

2030 年人口
23,430 人以上



2. 魅力あふれ活力ある「まち・ひと・しごとづくり」を実現

「大町市第5次総合計画」にて策定した、基本理念と市の将来像を、市民等の多様なステークホルダーと共有。

【基本理念】

郷土や文化に誇りを持ち
心から地域を愛するひとを育てる

【市の将来像】

未来を育む ひとが輝く 信濃おおまち

その上で、持続可能な開発目標(SDGs)の推進を踏まえた、「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定。以下の、4つの基本目標の中で展開する各種施策・事業を、市民主体の産学官金公民連携による共創の力で、持続可能な「まち・ひと・しごとづくり」を実現している。

基本目標1 安定した雇用の場の確保と新規起業を支援する

市外への人口流出の主な理由として、魅力ある働く場が十分でないことが挙げられていることから、基幹産業である観光振興や既存産業の育成による地域経済の活性化を図り、安定した雇用と新規起業を創出する。

基本目標2 大町らしさを活かして新しいひとの流れをつくる

地域資源を最大限活用した観光振興および商品開発等により地域ブランドを確立。将来的に、移住・定住層となりえる「大町市のファン」づくりを見据えたプロモーション戦略を展開し、「関係人口」づくりを行い、新しいひとの流れをつくる。

基本目標3 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

年間180人程度の出生数を確保することを目標とし、安心して結婚・出産・子育てできる環境を整備する。また、若年世代が安心して働ける質の高い雇用を生み出すとともに、結婚・妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援や仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)を確保する。

基本目標4 安心安全な暮らしと時代に合った地域をつくる

結婚・子育て、医療や防災等の充実により、安心して安全に暮らすとともに、子供・女性・高齢者・障がい者・外国人等の誰もが居場所と役割を持ち、誰ひとり取り残さずに活躍できる地域社会にする。

(3) 2030 年のあるべき姿の実現に向けた優先的なゴール、ターゲット

(経済)

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)		
 6. b	指標: 新規起業、新規就農、企業誘致の合計数		
	現在(2018 年): 16 事業者	2030 年: 40 事業者	
 8. 9	指標: 観光消費額		
	現在(2018 年): 12,213 百万円	2030 年: 13,434 百万円	
 11. 2 11. 3	指標: Society5.0 に資する実証実験等からの事業化数		
	現在(2018 年): 0件	2030 年: 3件	
 12. b	指標: 国内外の延宿泊者数		
	現在(2019 年計): 6,993 百人	2030 年: 7,692 百人	
 17. 17	指標: 観光業・商業者・農業者等間でのビジネスマッチング件数		
	現在(2018 年): 3件	2030 年: 16 件	

2025 年度の「第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定時に見直す場合あり

【取り組みのゴール】

SDGs に資する以下の5つの取り組みを持続的に推進。地域経済の好循環とともに、本巣らしい魅力あるしごとが常に創出されることから、市民の就業と U・I ターン就職の促進により、人口減少が克服されている。

①「水」資源を活用した事業を営みたい者から、選ばれる地域になるため、豊富で良好な飲料水というだけでなく、歴史とともに培ってきた水利用や環境保全に対する本市の特性を活かしたシティプロモーション展開により、「水が生まれる信濃おおまち」の認知度が向上。飲料水以外の水ブランド商品や、水利用の循環システム等、多様な産業からも着目されることで、持続的に水資源を活用した事業者を国内外から集積している。

→ターゲット: 6. b 水資源を活用する事業者を、異業種参入、企業誘致、起業により増幅。

②通過型から、滞在型および通年型観光化を図り、地域経済全体の活性化により、持続的に観光消費額が向上している。

→ターゲット: 8. 9 観光振興に携わるあらゆる産業との共創により、観光消費額が増進。

③IoT・AI・ロボット等、Society5.0 の実現に向けた革新的な技術を活用し、医療・子育て環境の整備や高齢者の見守り、防災力の向上、AI タクシー等の交通網整備、コミュニティ・スクールの運営等の多様な地域の課題解決を図る「スマートシティ」の推進につなげる。

また、北アルプス連携自立圏や長野県との連携を図ることで、持続的に経済・生活圏の維持、形成をしている。

→ターゲット: 11. 2、3 産学との協働によるテストマーケティング場としての活用により事業者数を増進。

④来訪者等の消費を喚起するため、「通過型から滞在型観光地への進化」にあたり、立山黒部アルペンルートに依存していた観光スポットにおいて、既存の地域資源である豊かな自然と文化の磨き上げと掛け合わせにより、「観る」から「感動体験」ができる着地型コンテンツを持続的に増幅し、滞留時間と宿泊客延数を大幅に増進している。

→ターゲット: 12. b 通過型から滞在型観光地への進化を図り、国内外の延宿泊者数を増進。

⑤地域の基幹産業である観光振興につき、観光業のみならず、農林業・商業・情報サービス業等の多様な産業を持続的に掛け合わせて一体的に推進している。

→ターゲット: 17. 17 観光振興を一体的に推進することで、地域経済の活性化を図り、新分野への進出、企業誘致、起業により増進。

(社会)

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)		
6 安全な水とトイレ を世界中に	指標: 地域ブランドの認知度向上の割合		
6. b	現在(2015年7月):  9. 4%	2030年:	75. 0%
8 働きがいも 経済成長も	指標: 市内就業者数／総人口		
8. 9	現在(2016年)  12,273人／27,596人	2030年:	11,715人／23,430人
11 生み続ける まちづくりも	指標: 安心安全な暮らしに対する満足度向上の割合		
11. 2 11. 3	現在(2015年7月):  32. 4%	2030年:	77. 4%

 17 パートナーシップで 目標を達成しよう	17. 17	指標:信濃大町サポーター(首都圏在住者)登録者数	
		現在(2018年): 31人	2030年: 169人

2025年度の「第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定時に見直す場合あり

【取り組みのゴール】

SDGsに資する以下の4つの取り組みを持続的に推進。安心安全な生活インフラ整備と、誰ひとり取り残さない地域コミュニティの維持により、地域社会の好循環とともに、市民満足度の向上による転出の抑制につながり、人口減少が克服されている。

①至高の地域資源である「水」を活用した地域ブランドが数多く創出され、域内外での効果的なシティプロモーション展開により、「水が生まれる信濃おおまち」の認知度・魅力度が持続的に向上されている。

→ターゲット: 6. b 市民協働参画の商品開発に取り組むことで、市民自らがSNS等による発信や、来訪者に対して背景を語れる等、シビックプライドを増幅。

②地域経済の活性化により、若者が魅力に感じるとともに、あらゆる世代や障がい者等の誰もが活躍できるしごとの持続的な創出により、域外就職の抑制とU・Iターン就職が増進している。

→ターゲット: 8. 9 人口減少時代においても、誰もが活躍できるしごとづくりにより、市内就業率が高まり市内就業者数を増進。

③IoT・AI・ロボット等、Society5.0の実現に向けた革新的な技術を活用し、各種インフラの整備の促進により、保健・医療・福祉・子育て支援が充実した「健康福祉都市」を実現。市民満足度の向上の増幅により、持続的に人口流出が抑制されている。

→ターゲット: 11. 2, 3 安心安全に暮らせる環境整備と、誰もが居場所と役割を持ち、誰ひとり取り残さずに活躍できる地域社会に育むことで、定住意向を増進。

④本市では、18歳以上の首都圏在住者を対象に、首都圏にて本市の観光や特産品、移住促進をPRする「信濃おおまちサポーター」を募集している。大学等への進学や就職の際に本市から転出した者へのアプローチのほか、新たな関係人口づくりにより、本市を心から愛するサポーターを増幅している。

→ターゲット: 17. 17 参画者のシビックプライドの醸成により、市民のみならず関係人口に対しても巻き込みながら新たな参画者を増進。

(環境)

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)		
 6. 1	指標: 地域循環共生都市化に資する協働活動数		
6. b	現在(2019年): 2件	2030年: 12件	
 7. a	指標: 新エネルギーを活用した産業の創出数、 温度差発電ユニットの実用化数		
	現在(2018年): 1件	2030年: 3件	
 15. 5	指標: 特別天然記念物「ニホンライチョウ」の飼育数		
	現在(2020年2月): 8羽	2030年: 8羽	
 17. 17	指標: 地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)の活用事業者数		
	現在(2020年2月): 0社	2030年: 5社	

2025年度の「第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定時に見直す場合あり

【取り組みのゴール】

SDGsに資する以下の4つの取り組みを持続的に推進。豊かな地域資源を形成している自然の保全活動により、地域共生の好循環とともに、市民満足度の向上による転出の抑制につながり、人口減少が克服されている。

①既存の地域資源の多くは、美しく豊かな自然から成り立っていることから、生産事業者のみならず市民および関係人口との協働による持続的な環境保全活動数を増進。シビックプライドの醸成とともに、水資源を基盤とした地域循環共生都市の一先進モデルを形成している。
→ターゲット: 6. 1, b 生産事業者および市民協働および関係人口との交流事業による環境保全活動数を増進し、安全に管理された「天然飲料水」の持続可能な供給を行う。

②本市は、信濃川水系の最上流に位置し、北アルプスから流れ出る豊富な水と急峻な地形を活用した水力発電の開発が行われてきた長い歴史があり、近年は、市をはじめ民間事業者による小水力発電や太陽光発電等が盛んに行われている。今後は、温泉熱・地中熱等新エネルギーによる新産業の創出や、温泉・冷水・雪等を活用した温度差発電の実用化に向けた検討等により参入事業者を持続的に増進。天与の自然を活用した環境にやさしい先端的な地域循環共生都市となっている。
→ターゲット: 7. a 産学との協働によるテストマーケティング場としての活用により参入事業者を増進。

③日本で唯一の「市立山岳博物館」を有する本市は、2002年(平成14年)に、「環境の世紀」と言われる21世紀にふさわしい山岳文化の発展と創造を目指して、自然と人とが共生する「山岳文化都市」を宣言。山岳文化の構築のため、観光資源である登山の普及・振興や、市のシンボルである特別天然記念物ニホンライチョウの飼育研究、カクネ里氷河等を通じた山岳文化の魅力の向上を図り、新たな「関係人口」づくりが持続的にできている。

→ターゲット: 15. 5 環境保全と飼育員の確保により、飼育が難しい特別天然記念物ニホンライチョウ数を維持。

④地域産業を支える人材育成や魅力的なまちづくり、環境保全に対する取組み等、多様な地域課題の解決に向け、効果の高い事業等を積極的に進めるにあたり、本市と企業等による新たなパートナーシップの構築により、持続的に資金の流れを創出している。

→ターゲット: 17. 17 地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)のマッチング事業者と協働にて、寄附事業者を増進。

1. 2 自治体SDGsの推進に資する取組

※SDGs未来都市選定後の3年間(2020~2022年度)に実施する取組を記載すること。

(1)自治体SDGsの推進に資する取組		
①地域資源を活用した観光振興による、まち・ひと・しごとづくり		
ゴール、ターゲット番号	KPI(任意記載)	
8. 9 	指標: 観光消費額 現在(2018年): 12,213 百万円 2022年: 13,000 百万円	
12. b 	指標: インバウンドの延宿泊者数 現在(2018年計): 22,794 人	2022年: 41,256 人
17. 17 	指標: 観光業・商業者・農業者等間でのビジネスマッチング件数 現在(2018年): 3件	2022年: 8件

【具体的な取り組み】

○着地型コンテンツの創出による、通過型から滞在型・通年型観光化

本市への旅行を牽引してきた黒部ダムと立山黒部アルペンルートをつなぐトロリーバス(電気バス)の年間乗車人員数につき、1991年(平成3年)の1,698百人をピークに減少傾向にあり、電気バスに変わった2019年(令和元年)では台風被害の影響もあり901人と対前年比▲147人であった。一方、スポットとしては余り認知されていないものの、数多の魅力ある地域資源を有していることから、体験型観光を目的とした着地型コンテンツを他産業や市民と協働で創出し、リピーターとなる来訪者の獲得を促進することで地域経済を活性し、雇用、新分野進出、企業誘致、起業数を増幅する。

また、大町温泉郷や葛温泉をはじめ、仁科三湖周辺等に多数のホテル、旅館や民宿等の宿泊施設が存在。しかしながら、市内宿泊率は2019年(令和元年)実績にて25.7%と低いため、今後の来訪者の消費額の増幅を図る上では、滞在型観光化は不可欠である。施策として、黒部ダムと立山黒部アルペンルートに訪れている台湾を中心とするインバウンドの市内での滞在や冬季間の誘客を図り、通年を通じて宿泊客を安定的に確保し、宿泊業等における安定した質の高いサービスと雇用を創出する。

○デジタルマーケティングを活用したインバウンド対策とプロモーション戦略

国内における人口減少に伴い、新たな来訪者獲得のためインバウンドの獲得が不可欠である中、国別来訪者数では、立山黒部アルペンルートが人気である台湾が、一番多いものの2019年(令和元年)では、20,912人(対前年比▲約2,800人)と近年は減少傾向にある。

一方、増加傾向にあるのは、韓国・香港・中国・タイのアジア圏であるが、昨年の韓国の対日感情の悪化や、今年の中国に端を発したコロナウィルスの感染問題などで、急なキャンセルが相次ぐなど観光業は大きな打撃を受けている。刻々と変化する社会情勢に対応すべく、特定の国に依存しない取り組みが必要である。なお、国別において、訪日観光の目的が異なるため、インバウンド推進協議会を中心に、デジタルマーケティングを得意とした専門事業者との協働により、ターゲット別にファン化につながる「関係人口」づくりを育むプロモーション戦略を展開する。

また、近隣3市村(大町市・白馬村・小谷村)にて形成している観光地域づくり法人(DMO)「HAKUBAVALLEY TOURISM」のエリアでは、隣接する白馬村に冬季のスキーを目的にオーストラリア等からの多くのインバウンドが来訪していることから、本市への滞在・誘客を促進する。更に、世界水準の山岳高原観光地を背景としたサイクリング等の各種スポーツツーリズムにより、通年型観光化を促進する。

○新たなひとの流れに対応した受入体制の整備

空路や鉄路等の各種交通手段の充実や各国インバウンド、農家民泊を活用した学習旅行の増大により、新たなひとの流れが生まれている。これらの変化に対応した受入体制を整備する。

なお、2次交通やインバウンド多言語対応等の受入環境整備を実施する際には、AI・IoT等の活用を促進し、当事者の負担軽減に努める。

②地域資源を活用した地域ブランド振興による、まち・ひと・しごとづくり

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)		
6. b 	指標:長野県内の認知度順位(19市中)		
	現在(2018年): 16位	2022年: 12位	
8. 9 	指標:信濃おおまちえんポーター(※ ¹)登録事業者数		
	現在(2018年): 取り組み前のため 0社	2022年: 20社	
17. 17 	指標:信濃おおまちサポーター(首都圏在住者)登録者数		
	現在(2018年): 31人	2022年: 50人	

【具体的な取り組み】

○信濃おおまちブランドの認知度・魅力度の向上

志向の地域資源である「水」を中心に地域資源の一つひとつの磨き上げと掛け合せにより、「水の生まれる信濃おおまち」ブランドにおける新商品の開発を地域事業者と協働にて創出。新商品開発に携わる事業者に対して、地元金融機関との連携により、新たな分野への進出や高付加価値化等における経営の安定化を支援する。また、信濃おおまちえんポーター制度※¹の活用による、市内製造業者等の市場調査および販路開拓支援も同時に行う。

なお、商品のみならず市自体の魅力をPRし、観光・移住・ブランド等の総合的なシティプロモーションを開拓するとともに、信濃おおまちサポーターによる首都圏での情報発信により、関係人口づくりを増進する。

※¹ 信濃おおまちえんポーター制度：首都圏等で開催される物産展にて、信濃おおまちブランドのPR活動を行う市内の生産者、製造業者

○地域の特性を活かした企業誘致の推進

市の持つ強みである豊富で良質な「水」資源や自然環境を積極的にPRし、大都市圏を中心に企業訪問を効果的に推進するとともに、県の東京、大阪、名古屋の各事務所との連携により企業情報の率先収集に努め、全庁的な推進体制を更に強化し、企業立地をワンストップでサポートする。また、本市は、県内19市の中で唯一、高速交通網から取り残されていることから、地域高規格道路松本糸魚川連絡道路の整備を促進するとともに、高速交通網による物流に依存しない研究開発や情報処理等の施設を含め、産業の誘致を、豊かな自然環境と空き家等の既存ストックを活用して推進する。

○新規起業の支援

市民の新たな事業への挑戦を地域経済活性化の起爆剤として捉え、観光業や商業、製造業、農業、介護、福祉サービス等の広範な分野について、商工会議所、金融機関等との連携によるワンストップ創業支援窓口設置、創業支援塾や創業セミナーの開催等の創業サポートを行う。また、新規創業を呼び起こすため、市街地空き店舗等の既存ストックを最大限活用した事業を推進するとともに、地域の自然環境を活かし郊外に開業した先行事例も参考に、移住促進の面からも有効な施策として新規起業を積極的に支援する。

③地域資源を活用した移住促進と誰もが活躍できる、まち・ひと・しごとづくり

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)		
11 住み続けられる まちづくりを 11. 3	指標:市民の定住意向の割合		
	現在(2015年7月): 70. 5%	2022年: 75. 0%	
11 住み続けられる まちづくりを 11. 3	指標:体験ツアー参加者数		
	現在(2018年): 32人	2022年: 60人	
17 パートナーシップで 目標を達成しよう 17. 17	指標:広域連携で取り組む分野		
	現在(2018年): 8分野	2022年: 10分野	

【具体的な取り組み】

○移住の促進

2012年(平成24年)度に開設した、親身になって対応する小回りの効く移住相談ワンストップ窓口が効果を上げ、この窓口を通じて年間約30世帯が移住している。全国各地で移住促進策が講じられている中、大都市圏での移住セミナー開催とSNSを活用した情報発信、非正規雇用にフォーカスした魅力体験ツアー、お試し暮らし体験、市民農園等の利活用による農業体験やボランティア体験の推進、将来的なU・Iターンにつながる首都圏に在住の若者と市内の若者の交流等、本市の強みを

最大限活用した移住促進策を拡充するとともに、居住地としての様々な魅力向上対策により、移住先として選択される総合的なまちづくり施策を進める。

また、本市に「帰ってきたい」、「移り住みたい」という希望を実現するため、生活の基礎となる働く場を創出し、市内および周辺地域の雇用やインターンシップ情報が地元就職希望者に確実に届くような仕組みを整備するとともに、ICTを活用したテレワークやサテライトオフィスの推進のほか、半農半X等の多様な職種の組み合わせによる新たなライフスタイルや働き方を検討し提案することにより、若い世代を中心により多くの人たちのUターンや移住を促進する。

○地域の未来を担う人材の育成と、自らの手でふるさとをつくる取り組みの推進

低年齢時から市内の企業や産業について学ぶキャリア教育の推進により、一旦は市外に進学しても、やがては郷土に戻ろうとする若者の育成を目指す。特に人生の選択を考える重要な時期を迎える高校生に着目し、市内唯一の大町岳陽高校が進める「探求的な学び」による、地域を知り、地域課題の解決に向けた活動との連携を図ることで、郷土愛とシビックプライドを醸成とともに、姉妹都市等の子どもたちの教育旅行受け入れや、都市圏からの地域留学等の交流促進により、本市の魅力を理解し地域を担える人材を育成する。

また、子どもから高齢者まで全ての世代が、地域に愛着を持って安心安全に暮らしていけるよう、市民と行政が一体となり、まちづくりを進めるための活動を展開するとともに、自分たちの「まち」の成り立ちや自然、文化等様々な地域の宝を再認識し、自分たちのふるさとに誇りが持てるよう郷土学習を推進し、住んでいて良かった、これからも住み続けたいと思える大町市の実現を目指す郷土愛を醸成する。

○広域連携による地域力の向上と経済・生活圏の形成

地方創生を実現するためには、市の取り組みに加え、大北地域(大町市・池田町・松川村・白馬村・小谷村)全体で地域力を向上させ、活力ある経済・生活圏を構築する広域的な観点に立って課題を解決する必要がある。大北圏域は、国が推進する定住自立圏、連携中枢都市圏等の形成要件を満たさないことから、北アルプス広域連合の枠組みに加え、新たな広域連携の仕組みとして、「北アルプス連携自立圏」を形成し、個々の資源を活かしながら連携して、若者交流、結婚・子育て支援、移住交流、広域観光、就労支援、福祉(成年後見支援、消費生活相談、障がい者相談支援等)、圏域マネジメント能力の強化、地域活性化調査研究、公共施設利用促進、地域を支える人材の育成・確保、森林整備支援に向けたICT・GISを活用した林地台帳システムの構築に取り組む。連携自立圏は、小規模圏域の市町村が自主的、且つ主体的に地方自治法に基づく連携協約を結んで圏域を形成し、柔軟に連携して事業を実施するもので、国や全国の自治体も注目する長野県独自の取り組みとなっている。こうした連携を通じて、地方創生を圏域全体で持続的に推進する。

(2) 情報発信

(域内向け)

本市は、2006年(平成18年)の「第4次総合計画」より、多様な分野の取り組みに市民が積極的に参画しており、協働パートナーとしての意識が高いといえる。

一方、その取り組みとSDGsとの関連性や、「誰ひとり取り残さない」といった理念、「2030年に向けた持続可能な開発への各種ゴール」への理解度は決して高いとはいえない。事業者も同様に、「長野県SDGs推進企業登録制度」の登録事業者232社(2020年2月14日現在)に対し、本市内事業者が1事業者のみに留まっている。

今後は、今までの一人ひとりの行動や、事業者の営業活動とSDGsとの相関性等、新たな気づきとともに、下記の効果を上げていく。

発信先	内容	期待できる効果
市民向け	Webサイトをはじめとした市関連広報物や、SDGs推進に資するイベント・セミナーにおいて、市民等の身近な成果事例をアーカイブ化。	SDGsへの理解促進、協働参画への意識醸成  シビックプライドの醸成
	SDGs推進を視点とした「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」の取り組みを公表するとともに、市民から広く意見を集うシンポジウムを開催。また、「SDGsカードゲーム」や「SDGs de 地方創生カードゲーム」等を用いて楽しく学べるワークショップを開催。	
企業・金融機関・公的機関等向け	「長野県SDGs推進企業登録制度」に登録されている232社(2020年2月14日現在)の事業者。	協働参画や、企業誘致
	産官金公にて組成されている「長野県インバウンド推進協議会」。	
「信州環境フェア」の参画者	「信州環境フェア」をはじめとした長野県主催のシンポジウム等に参画。	県や他市町村の取り組みへの相互参画

(域外向け(国内))

発信先	内容	期待できる効果
内閣府 「地方創生 SDGs 官民連携 プラットフォーム」	「サステナブル・ツーリズム」をはじめとした分科会に参画。取り組みの進捗状況を発表し、参画されている産学官ステークホルダーよりご助言をいただく。	新たな産学官企公との連携を促進、産学の誘致
各種シンポジウムの参画者	内閣府・環境省・観光庁等の中央府省庁をはじめ、各種環境保全活動団体が主催するシンポジウム等に参画。取り組みの進捗状況を発表し、ご助言をいただく。	連携促進
姉妹都市	東京都立川市、富山県氷見市と行なっている交流事業にて行うワークショップ等にて取り組みを推進。また、立川駅南口に所在するアンテナショップを活用した広報物等による取り組みの発信。	関係人口づくり、交流人口づくり

(海外向け)

発信先	内容	期待できる効果
国連世界観光機構 (UNWTO)等	国連の機関に対し、サステナブル・ツーリズムの推進による先進モデルの発信を検討。	サステナブル・ツーリズムの普及展開
観光庁	「観光地域づくり(DMO)」の各種取り組みへの参画。	インバウンドの誘客
インバウンド	本市および近隣市町村への来訪者に対する広報メディア戦略。	再訪・滞在促進、本市への誘客促進
友好都市	オーストリア・インスブルック市、アメリカ合衆国・メンドシノとの交流の場における発信。	関係人口づくり

(3) 普及展開性(自治体SDGsモデル事業の普及展開を含む)

(他の地域への普及展開性)

展開先	内容
北アルプス連携 自立圏	大北地域(池田町・松川村・白馬村・小谷村)の抱える地域課題である、地域経済の活性化により働く場の確保、生活機能の充実、地域コミュニティの維持、移住・定住の促進等に関する具体的な施策を、普及展開する。また、他町村による SDGs 未来都市等の策定にあたり助言していく、広域な取り組みに発展させていく。
長野県 (2018 年度 SDGs 未来都市)	オール信州による SDGs 推進組織へ参画し、市民主体の産学官金公民連携による観光振興、ブランド振興、移住促進、企業誘致、移住創業促進のための戦略的プロモーションと関係人口づくり、ビジネスエコシステムづくり等の手法を普及展開する。
SDGs 未来都市 等の認定 および申請を 検討自治体等	内閣府「地方創生 SDGs 官民連携プラットフォーム」等の SDGs に資する取り組みへ参画し、市民主体の産学官金公民連携による観光振興、ブランド振興、移住促進、企業誘致、移住創業促進のための戦略的プロモーションと関係人口づくり、ビジネスエコシステムづくり等の手法を普及展開する。

(自治体SDGsモデル事業の普及展開策)

展開先	内容
全国の観光 地域づくり会社	白馬村、小谷村と形成している観光地域づくり法人(DMO)「(一社) HAKUBAVALLEY TOURISM」の課題である、インバウンドの周遊観光、通年型リゾート地化に対し、サステナブル・ツーリズムの着地型コンテンツづくりの手法を普及展開する。また、本市が所属していない全国の観光地域づくり会社(DMO)に対しても、同様に普及展開する。
SDGs 未来 都市等の認定 および申請を 検討自治体等	内閣府「地方創生 SDGs 官民連携プラットフォーム」等の SDGs に資する取り組みへ参画し、サステナブル・ツーリズムの取り組みによる、 <ul style="list-style-type: none"> ●人口減少の克服に導く関係人口づくり ●観光業と多様な産業とのビジネスマッチングによる収益向上や企業版ふるさと納税活用による自走を目的としたビジネスエコシステムづくり ●水・自然・文化等の地域資源を磨き上げた着地型コンテンツづくり 等の、持続可能で高付加価値な観光地域づくりの先進モデルとして、普及展開する。
世界各国の 都市	国連世界観光機構(UNWTO)等を通じて、上記の取り組みをサステナブル・ツーリズムの取り組みによる、世界に普及展開できる様に検討する。

※改ページ

1. 3 推進体制

(1) 各種計画への反映

【総合計画】

2026年(令和8年)を目標年次とし、市の将来像と長期的なまちづくりの基本目標を明らかにし、それを実現するための基本理念と施策の基本的な方向性を定めている。

市民と行政がともに考え、ともに行動する協働と連携のまちづくりを進めていくこと等、SDGsの理念と一致していることから、SDGsを持続可能なまちづくりとして位置づけることを、基本目標や施策の基本的な方向性との相関を、後期計画の策定に際し明記し、取り組みを推進していくこととする。〈2022年(令和4年)度改定〉

【まち・ひと・しごと創生総合戦略】

2024年(令和6年)を目標年次とし、大町市人口ビジョンを踏まえ、人口減少の克服に向けて、魅力と活力あふれる市とするための基本目標や施策の基本的な方向、具体的な施策を定める第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定にあたり、SDGsを各施策に対し、17の目標(ゴール)の視点を位置づけるとともに、SDGsの理念に沿った統合的な取組みにより、地方創生に掲げる人口減少や地域経済縮小の克服、地域課題の見える化や課題解決に向けた体制づくり等、経済・社会・環境のそれぞれの分野において相乗効果と好循環が生まれるような施策の推進を目指す。また、本市と各ステークホルダー間において、SDGsという共通言語を持つことにより、様々な目標の共有と連携の促進を図り、パートナーシップの深化の実現を目指すことを明記し、取り組みを推進していくこととした。〈2022年(令和2年)度策定〉

【信濃おおまちブランド戦略】

2025年(令和7年)を目標年次とし、本市の地域ブランド戦略を定める信濃おおまちブランド戦略について、SDGsの視点を位置づけるとともに、統合的な取組みにより、SDGsの推進を商品開発やプロモーション戦略として位置づけることを、中間見直し改定に際し明記し、取り組みを推進していくこととする。〈2021年(令和3年)度改定予定〉

【観光振興計画】

2021年(令和3年)を目標年次とし、本市の観光振興の基本的方向を定め、観光振興施策を総合的に展開していく観光振興計画について、SDGsの視点を位置づけるとともに、統合的な取組みにより、SDGsの推進を観光協会等の関連団体や民間事業者、市民がそれぞれの立場にたって、連携して適切な役割分担をしながら取り組む指針とすることを、次期計画の策定に際し明記し、取り組みを推進していくこととする。〈2022年(令和4年)度策定〉

(2) 行政体内部の執行体制

地方創生の推進にあたり、市長を本部長、副市長を副本部長とし、各部長等で構成する「大町市総合戦略推進本部」の構成により、全庁的に取り組む体制を整備している。SDGs の推進により目指す、「人口減少時代における持続可能なまちづくり」は、本市における地方創生推進そのものであり、「大町市総合戦略推進本部」を活用することで SDGs の推進に向けた全庁的な取組体制を確保する。取組みごとに設定する KPI により進捗状況等を確認しながら、本部長である市長の指示により、各施策分野を所管する部長が取組みを着実に推進する。

「大町市総合戦略推進本部」を活用した推進執行体制図

- ◆本部長 ○: 市長
- ◆副本部長: 副市長
- ◆本部員 ○: 教育長、総務部長、民生部長、産業観光部長、建設水道部長、会計管理者、教育次長、大町病院事務長、議会事務局長、庶務課長、企画財政課長、八坂支所長、美麻支所長

連
携
・
調
整
等

産業振興部会

「安定した雇用の場の確保と新規起業を支援する」

既存企業等の競争力の強化、地域産業の業種横断的連携の強化、若い世代の就業対策・人材育成・企業誘致・雇用対策

部会長: 産業観光部長

部会員: 商工労政課長、観光課長、農林水産課長、専業立地戦略室長、福祉課長

移住定住部会

「大町らしさを活かして新しい人の流れをつくる」

移住・定住の促進、地域資源を活用した観光地づくりと交流人口の増加、地域ブランドの推進と民間資金等の活用

部会長: 総務部長(総務部参事)

部会員: まちづくり交流課長、八坂支所長、美麻支所長、福祉課長、商工労政課長、観光課長、農林水産課長、体育課長

結婚・出産・子育て部会

「若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる」

結婚支援の充実、子ども・子育て支援の充実、妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援

部会長: 民生部長

部会員: まちづくり交流課長、市民課長、子育て支援課長、学校教育課長、生涯学習課長、大町病院総務課長

地域づくり部会

「安心安全な暮らしと時代に合った地域をつくる」

安心安全な暮らしの確保、小さな拠点の形成、郷土愛の醸成、人口減少等を踏まえた既存ストックの活用と経済・生活圏の形成、地域特性を生かした新たなエネルギーを活用する環境未来都市の創造、「Society5.0」の実現に向けたスマートシティの構築

部会長: 総務部長

部会員: 庶務課長、企画財政課長、消防防災課長、情報交通課長、情報交通課長、生活環境課長、福祉課長、建設課長、上下水道課長、学校教育課長、生涯学習課長、大町病院総務課長

(3)ステークホルダーとの連携

1. 域内外の主体

持続可能なまちづくりの実現のため、下記のステークホルダーとプラットフォームを組成し、一体的に推進することで全体最適化を図り、効果を最大化していく。

ステークホルダー	内容	期待できる効果
市民	<p>市民各自が保有しているリソースを活用し、協働にて取り組むべく、子どもから高齢者、障がい者まで市民から広く協働参画を募集。課題解決への取り組みが多岐に渡るため、分科会を形成し、各自取り組みたいテーマへ参画を促す。ワークショップ等により、アクションプランを策定し協働にて取り組む。</p> <p>なお、市民から常に新たな参画希望者を募集し、持続可能な取り組みにする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●着地型コンテンツづくり ●地域ブランドづくり ●シティプロモーション ●信濃おおまちサポーター（首都圏在住の元市民） ●関係人口との交流 ●環境保全活動 <p>等</p>	課題解決、 ひとづくり、 シビックプライドの 醸成 等
企業	<p>企業等が保有しているリソースを活用し、市民協働参画にて取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●着地型コンテンツづくり、観光プロモーション →(株)JTB 等の広域および地域観光事業者との 協働 ●信濃おおまちブランドづくり →地域の生産・加工事業者 →サントリー食品インターナショナル(株)、 (株)トーエル、AW・ウォーター(株) →信濃おおまちえんポーター事業者等 ●関係人口づくりのためのシティプロモーション →(株)JTB 等の広域観光事業者とPR会社との 協働 ●関係人口との本市での交流 →(株)JTB 等の広域および地域専門事業者との 協働 	雇用創出、 ひとづくり、 地域ブランド づくり、 まちづくり 財源確保、 環境保全 等

	<ul style="list-style-type: none"> ●(事業承継型含む)創業支援、企業誘致 →首都圏等の民間専門事業者等 ●移住・定住の促進 (住まい・子育て・福祉等の情報提供) →地域の専門事業者および都市圏の人材サービス会社等 →お試し移住受入れ可能なシェアハウス事業者等 ●求人・インターンシップ情報の提供、 U・Iターン就職の促進 →地域および首都圏等の就職情報提供会社等 ●AI・IoT 等を活用したスマートシティの構築 →(株)フジクラ、IoTBASE(株)、(株)JTB 等 ●スマートエネルギーの創出と実用化促進 →地域の専門事業者等 ●ふるさと納税による民間資金の活用 →個人および企業版ふるさと納税専門事業者等 ●森林等の環境保全活動 →地域の専門事業者等 →サントリーグループ「水育」 	
大学等 教育機関	<p>大学等の教育機関が保有しているリソースを活用し、協働にて取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●信濃おおまちブランドづくり →国立大学法人信州大学 →県内外大学等 →市内小・中・高校生(姉妹都市含む) →首都圏大学等の地域創生関連のゼミ生や学生 ●求人・インターンシップ情報の学生への提供、 U・Iターン就職の促進 →県内大学・専門学校等 →大町岳陽高校 ●森林等の環境保全活動 →市内小・中・高校生 →県内大学生 →首都圏等の大学生 	ひとつづくり、 地域ブランド づくり、 就業促進、 まちづくり、 環境保全 等
金融機関	金融機関が保有しているリソースを活用し、協働にて取り組む。	雇用創出、 ひとつづくり、

	<ul style="list-style-type: none"> ●信濃おおまちブランドづくりに関する融資等の支援 →地元金融機関等 ●観光業、商業者、農業者等とのビジネスマッチング →地元金融機関等 ●(事業承継型含む)移住創業支援、企業誘致 →地元金融機関等 →日本政策金融公庫 ●ESG 投資 →地元金融機関等 	地域ブランドづくり、 事業者向け 財源確保 等
NPO 等の団体	<p>各種団体が保有しているリソースを活用し、市民協働参画にて取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●着地型コンテンツづくり、観光プロモーション →大町市観光協会等 →(一社)HAKUBAVALLEY TOURISM →(一社)長野県観光機構 →同コンテンツを保有している観光地域づくり会社 ●観光業、商業者、農業者等とのビジネスマッチング →商工会議所等 ●芸術文化とスポーツ振興の促進 →北アルプス国際芸術祭実行委員会 →スポーツ・ツーリズム団体 ●関係人口との本市での交流 →ぐるったネットワーク等 ●創業支援、企業誘致 →大町商工会議所 →大町市創業支援協議会 ●空き店舗の情報発信 →大町商店街連合会 ●移住の促進 →ふるさと回帰支援センター ●地域おこし協力隊向け支援 →(一社)移住・交流推進機構(JOIN) ●森林等の環境保全活動 →山仕事創造舎ほか地域のNPO 等団体 	雇用創出、 ひとづくり、 地域ブランドづくり、 まちづくり 環境保全 等

2. 国内の自治体

ステークホルダー	内容	期待できる効果
長野県(2018年度 SDGs 未来都市)	オール信州による SDGs 推進組織への参画にて、効果事例や進捗状況を共有し、協働にて取り組む。	产学官金公民連携づくり
長野県インバウンド推進協議会	インバウンド対策に関する効果事例や進捗状況を共有し、協働にて取り組む。	产学官金公民連携づくり
北アルプス連携自立圏	池田町・松川村・白馬村・小谷村が保有しているノウハウとリソースを互いに共有し、協働にて取り組む。	人口流出の抑制、移住・定住促進
SDGs 未来都市等の認定自治体	サステナブル・ツーリズムの促進を進めている自治体の事例を参考に推進。	サステナブル・ツーリズムの促進
姉妹都市	東京都立川市、富山県氷見市事前に情報共有し、双方にて開催する交流会の場にて、協働にて取り組む。交流事業にて行うワークショップ等にて取り組みを推進。	関係人口づくり

3. 海外の主体

ステークホルダー	内容	期待できる効果
国連世界観光機構(UNWTO)等	サステナブル・ツーリズムの取り組みを連携しながら、先進事例の創出に取り組むことを検討する。	サステナブル・ツーリズムの促進
友好都市	オーストリア・インスブルック市、アメリカ合衆国・メントシーノと、事前に情報共有し、双方にて開催する交流会の場にて、協働にて取り組む。	関係人口づくり

(4) 自律的好循環の形成へ向けた制度の構築等

1. 「長野県 SDGs 推進企業登録制度」への登録企業の増進

長野県が進めている「SDGs 推進企業登録制度」に対し、現在、本市所在地事業者の登録は1社に留まっていることから、本取り組みを通じて企業向けの普及啓発を行うとともに、長野県と協働して登録を促進していく。

2. 市以外の認証等制度への推薦や取り組み事例の周知

事業者等にとっては、CSR活動につながるため、市関連の広報物を通じて広くその取り組みを周知する。更なる、新たなステークホルダーとなる事業者の参画を促進する。

※改ページ

2. 自治体SDGsモデル事業（特に注力する先導的取組）

2. 1 自治体SDGsモデル事業での取組提案

（1）課題・目標設定と取組の概要

（自治体 SDGs モデル事業名）

SDGs 共創パートナーシップにより育む 「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想

（課題・目標設定）

地方都市にとって、最大の課題である「人口減少の克服」に立ち向かう上で、出生率向上対策だけでは少子高齢化時代においては自然動態の減少は免れないことから、転出者の抑制と転入者の増進を図る社会動態に着目した施策が必要となる。転出者の抑制には、生活を安定するためのしごとの創出や安心安全面に配慮したインフラ等の環境整備、シビックプライドの醸成。また、転入者の増進には本市ならではのしごとや自然と共生する暮らしに対して魅力度を高める必要がある。とりわけ、本市には、大学が所在ないことから進学時の一定量の流出は免れないことから、転入者増進を図ることが必須である。ただし、一足飛びに移住・定住への特効薬はなく、ファン化につなげる「関係人口づくり」に主眼を置いた取り組みが肝要となる。



ゴール 6 安全な水とトイレを世界中にターゲット ターゲット 6. 1, 6. b

ゴール 8 働きがいも経済成長も ターゲット 8. 9

ゴール 11 住み続けられるまちづくりを ターゲット 11. 3

ゴール 17 パートナーシップで目標を達成しよう ターゲット 17. 17

（取組概要）※150 文字

本市の基幹産業である観光振興にあたり、関係人口づくりを再構築すべく、国が推進するサステナブル・ツーリズムがもつ SDGs に資する「まち・ひと・しごとづくり」を、市民を主体とした産学官金公民連携により一体的に推進し、人口減少を克服することで、サステナブル・タウン「水が生まれる信濃おおまち」を実現する。

(2)三側面の取組

①経済面の取組

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)		
 6. b	指標: 新規起業、新規就農、企業誘致の合計数		
	現在(2018年計): 16事業者	2022年: 24事業者	
 8. 9	指標: 観光消費額		
	現在(2018年): 12,213百万円	2022年: 13,300百万円	
 12. b	指標: 国内外の宿泊客延数		
	現在(2019年計): 6,993百人	2022年: 9,090百人	
 17. 17	指標: 観光業・商業者・農業者等間でのビジネスマッチング件数		
	現在(2018年): 3件	2022年: 8件	

【主な課題】

地域産業や観光振興による雇用の確保や企業誘致、新規起業を促進するための関係人口づくり

【具体的な取り組み】

①-1 観光プロモーション事業

- 通年型および滞在型観光地化を目的とした着地型コンテンツづくり
- 至高の地域資源である「水」を活用した体験スポット等の着地型コンテンツづくり
- デジタルマーケティングを活用したインバウンド向けの着地型コンテンツづくり
- 観光地域づくり会社(DMO)等との連携による着地型コンテンツづくり
- 国別・ペルソナ別の戦略的観光プロモーションによる国内外の関係人口づくり
- 2次交通、多言語対応等の受入環境整備
- 観光業と多様な産業とのビジネスマッチングの創出
- 雇用、新分野進出、企業誘致、起業数の増大

①-2 地域ブランド振興事業

- 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、地域ブランドづくり
- 至高の地域資源である「水」を活用した地域ブランドづくり
- デジタルマーケティングや、信濃おおまちサポーターを活用した関係人口づくり
- 雇用、新分野進出、企業誘致、起業数の増大

(事業費)

3年間(2020～2022年) 総額:153,600千円

1年目(2020年)	2年目(2021年)	3年目(2022年)
63,000千円	50,300千円	50,300千円

②社会面の取組

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)		
 6. b	指標: 地域ブランドの向上度の割合		
	現在(2015年7月):	2022年:	9.4% 50.0%
 8. 9	指標: 市内就業者数／総人口		
	現在(2016年)	2022年:	12,273人／27,596人 12,753人／25,506人
 11. 2 11. 3	指標: 安心安全な暮らしに対する満足度向上の割合		
	現在(2015年7月):	2022年:	32.4% 50.0%
 17. 17	指標: 信濃おおまちサポーター(首都圏在住者)登録者数		
	現在(2018年計):	2022年:	31人 50人

【主な課題】

誰ひとり取り残さない地域社会を実現するための関係人口づくり

【具体的な取り組み】

②-1 移住促進事業

- 「水」をはじめとした地域ブランド活用による魅力度向上と戦略的シティプロモーション
- 大都市圏での移住セミナー開催とSNSを活用したファンコミュニケーション
- お試し暮らし体験
- 首都圏での移住相談
- 将来的なU・Iターンにつながる首都圏に在住の若者と市内の若者の交流

②-2 スマートシティ推進事業

- Society5.0 の実現
- AI・IoT を活用したスマート農業の普及に向けた実証実験
- 森林整備支援に向けた ICT・GIS を活用した林地台帳システムの構築

②-3 北アルプス連携自立圏 移住交流事業

- 若者交流、結婚・子育て支援
- 移住交流、広域観光、就労支援
- 福祉(成年後見支援、消費生活相談、障がい者相談支援等)
- 圏域マネジメント能力の強化、地域活性化調査研究、公共施設利用促進
- 地域を支える人材の育成・確保

(事業費)

3年間(2020～2022年) 総額:61,086千円

1年目(2020年)	2年目(2021年)	3年目(2022年)
20,362千円	20,362千円	20,362千円

③環境面の取組

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)			
6 安全な水とトイレ を世界中に	6. 1 	指標: 地域循環共生都市化に資する協働活動数		
	6. b	現在(2019年): 2件	2022年: 5件	
17 パートナーシップで 目標を達成しよう	17. 17	指標: 地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)利用事業者数		
		現在(2020年2月): 0社	2022年: 2社	

【主な課題】

地域循環共生都市を促進するための関係人口づくり

【具体的な取り組み】

③-1 ひとが輝くまちづくり事業

- 水源涵養、森林等の環境保全活動
- 生態系保全活動
- まちの景観保全活動
- その他地域循環共生都市化に資する活動
- 企業版ふるさと納税による寄附活動
- 雇用、新分野進出、企業誘致、起業数の増大

(事業費)

3年間(2020~2022年) 総額: 45,000千円

1年目(2020年)	2年目(2021年)	3年目(2022年)
15,000千円	15,000千円	15,000千円

(3)三側面をつなぐ統合的取組

(3-1)統合的取組の事業名(自治体SDGs補助金対象事業)

(統合的取組の事業名)

**人口減少の克服に導く「サステナブル・ツーリズム」の
先進的な関係人口づくり事業**

(取組概要)※150文字

地域資源を活かし、基幹産業である観光産業と他産業を掛け合わせ、市民が磨き上げる新しい観光振興モデル「サステナブル・ツーリズム」により、関係人口を育み地域を活性化。雇用と起業の創出、企業誘致の促進、自走に導くビジネスエコシステムにより、人口減少の克服に導く包括的モデルを創り、世界に波及するよう努める。

(事業費)

3年間(2020~2022年) 総額:50,000千円

1年目(2020年)	2年目(2021年)	3年目(2022年)
20,000千円	20,000千円	10,000千円

(統合的取組による全体最適化の概要及びその過程における工夫)

経済・社会・環境の三側面の事業効果を最大化すべく、SDGs の「パートナーシップで目標を達成する」取り組みと、至高の地域資源である「水」を活用した取り組みに主眼を置いて、「関係人口づくり」を行うこととする。

また、サステナブル・ツーリズムの促進を検討および推進している自治体の多くが、インバウンドの誘客モデルのため、邦人に向けての関係人口づくりが将来の移住につながる事例を数多く創出することで、人口減少の克服につながることを普及展開する。

なお、3年間のそれぞれの取り組みに際しては、

- ・1年目(2020年度) 調査期間
- ・2年目(2021年度) 実証期間
- ・3年目(2022年度) 検証期間

と定め、行政執行体制と、市民主体の産学官金公民連携プラットフォームによる、効果検証をしっかりと行いながら、常に全体最適化を図りながら着実に成果につなげていくこととする。

市民協働参画の「関係人口づくり」として、以下の3つの取り組みを推進し、各側面への相乗効果を最大化し、2030年のあるべき姿につなげることとする。

1. 「水の生まれる信濃おおまち」着地型コンテンツづくりによる関係人口づくり事業

- 至高の地域資源である「水」を活用した場所・文化・人財の再発掘調査
- ペルソナターゲット（邦人、国別インバウンド）を想定した、体験プログラムづくり
- ペルソナ別にデジタルツールを活用した情報発信によるファンコミュニケーションづくり
- 滞在時間の延長および宿泊等の消費を喚起する仕組みづくり
- スマートモビリティ、IoT・AI 運行も含めた2次交通の検討
- IoT を活用したインバウンド多言語対応ツールの検討
- モニターツアーの催行
- JTB「旅育」・「地恵の旅」プログラムと連動したコンテンツづくりと魅力体験ツアーの催行
- 大町岳陽高校「探求的な学び」との連携
- 旅行会社と協働したツアー商品づくり

2. 「水の生まれる信濃おおまち」ブランドづくりによる関係人口づくり事業

- 農業×商業×観光業等の掛け合わせによる、「水」関連商品づくりに際し、消費者目線にてリニューアルの企画立案～商品開発
- 移住希望者および潜在層向けペルソナターゲット（邦人、国別インバウンド）づくり
- ペルソナ別にデジタルツールを活用した情報発信によるファンコミュニケーションづくり
- 市内おもてなしマルシェや、信濃おおまちサポーター（都内在住）による都内物産展等でのテスト販売および販路拡大
- 「水」資源を活用した事業を営みたい首都圏等の企業および創業希望者向け、誘致コンテンツの開発およびプロモーション活動
- 「水」資源をはじめとした自然環境保全やアクティビティ、しごとに魅力を感じる移住希望者および潜在層向け、誘致コンテンツの開発およびプロモーション活動
- 姉妹都市である東京都立川市の中学校の教育旅行を活用したフィールドワーク
- お試し暮らし体験
- 大町市出身大学生等との都内での交流（就職および企業情報の提供含む）
- 信濃おおまちサポーター増員のためのファンコミュニケーションづくり

3. 「水の恵みに感謝を！！」プロジェクトによる関係人口づくり事業

- 2021年春に工場が稼働するサントリーが他地域で実施している「水育／森と水の学校」との連携による、大自然の中で、森の探検や水に触れる体験を通して、水源涵養や生態系保全の大切さを体感する小学生向け自然体験プログラムの実施

- 同「水育／出張授業」との連携による、映像や実験を通して、自然のしくみや大切さを学び、地球上の水の循環の中にいる自分たちが、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える小学生向け学習プログラムの実施
- 「親子フィールドワーク in アルプスあづみの公園」小学生を対象に生態系を学ぶプログラム
- わっぱらの温水路「ぬるめ」等の本市特有の水利施設の見学体験プログラム
- 「水」資源を活用した事業を営む誘致企業や起業家による環境保全活動
- 森林保全と林業の経営安定化を図るために、林業に新たな魅力を感じる移住希望者および潜在層向け、誘致コンテンツの開発およびプロモーション活動
- 水利をはじめとした、まちの特徴を語れるアンバサダー（かたりべ）役を育成するシニア向けカリキュラムづくり

(3-2)三側面をつなぐ統合的取組による相乗効果等(新たに創出される価値)

(3-2-1)経済↔環境

(経済→環境)

KPI(環境面における相乗効果等)	
指標:地域循環共生都市化に資する協働活動数	
現在(2019年):	2022年:
2件	5件

既存の地域資源の多くは、美しく豊かな自然から成り立っていることから、生産事業者が市民や関係人口との協働による持続的な環境保全活動が増進され、地域循環共生都市として確立されることが期待できる。

企業にとっては「水」を活用した産業の集積が期待され、市民にとってはシビックプライドが醸成されるとともに、人口流出の抑制につながることが期待できる。

(環境→経済)

KPI(環境面における相乗効果等)	
指標:地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)利用事業者数	
現在(2022年2月):	2022年:
0社	1社

本市の豊富な「水」資源を活用した事業を営みたい首都圏等の誘致企業および創業希望者も含めた地域事業者が、本モデル事業を通じて実施する、水質保全のための持続的な森林等環境保全活動に対して理解を示し、地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)を活用いただくことが期待できる。

また、地域循環共生都市として確立した際には、環境意識の高い関係人口により、来訪回数が増大されることで消費の喚起も期待できる。

(3-2-2) 経済↔社会

(経済→社会)

KPI(環境面における相乗効果等)	
指標: 地域ブランドの認知度向上の割合	
現在(2015年7月):	2022年:
9.4%	50.0%

至高の地域資源である「水」を軸にした地域ブランドづくりとシティプロモーション展開により、「水が生まれる信濃おおまち」の認知度が向上されている。また、市民協働参画の取り組みにより、経過段階から、市民自らがSNSによる発信や、来訪者に対して語れる様になる等のシビックプライドが醸成されるとともに、人口流出の抑制につながることが期待できる。

(社会→経済)

KPI(環境面における相乗効果等)	
指標: 市内就業者数／総人口	
現在(2016年)	2022年:
12,273人／27,596人	12,753人／25,506人

地域の基幹産業である観光産業において、新たな観光振興モデル「サステナブル・ツーリズム」がもつSDGsの視点を取り入れた取り組みにより、農業×商業×観光業等の掛け合わせが多く発生することで、地域経済全体の活性化につながり、若者が魅力に感じるとともに、あらゆる世代や障がい者等の誰もが活躍できるしごとの持続的な創出により、域外就職の抑制とU・Iターン就職が増進され、人口減少時代においても従業者総数を維持することが期待できる。

(3-2-3) 社会↔環境

(社会→環境)

KPI(環境面における相乗効果等)	
指標: 地域循環共生都市としての市民満足度向上の割合	
2020年調査予定のため 計測値なし	2022年: 50.0%

市民主体のSDGs推進プラットフォームによる環境保全活動により、市民が希望する「自然環境都市」を実現し、市民満足度の向上によりシビックプライドが醸成されるとともに、人口流出の抑制につながることが期待できる。また、域外の関係人口が環境保全活動参画のため、本市への来訪につながる。

(環境→社会)

KPI(環境面における相乗効果等)	
指標: 市民の定住意向の割合	
現在(2015年7月): 70.5%	2022年: 75.0%

まちづくりの原点はひとづくりとの認識と、誰ひとり取り残さない理念により、市民協働参画型のまちづくりを展開。心から地域を愛するひとを育てるとともに、シビックプライドを醸成することで、定住意向の割合の増幅により、持続的に人口流出が抑制されている。

(4) 多様なステークホルダーとの連携

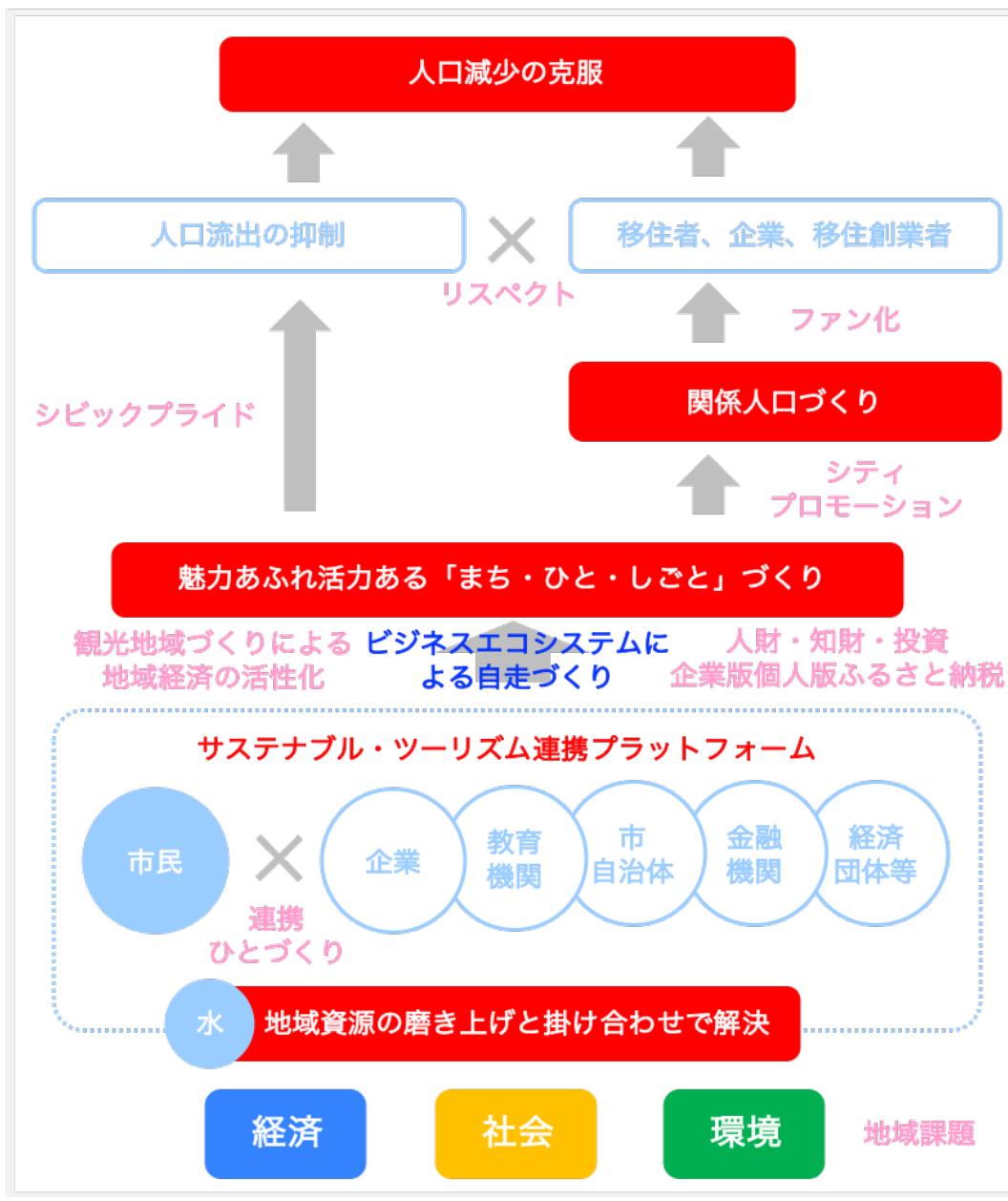
下記は、スタート当初のステークホルダーであるが、3年間の活動を通じて、数多の関連団体や組織との連携が増幅されていく。

団体・組織名等	モデル事業における位置付け・役割
地域観光事業者	着地型コンテンツづくりおよび地域ブランドづくり
地域商業関連事業者	着地型コンテンツづくりおよび地域ブランドづくり
地域の第一次産業事業者	着地型コンテンツづくりおよび地域ブランドづくり
各観光協会	着地型コンテンツづくりおよびプロモーション展開
インバウンド推進協議会	インバウンド向け着地型コンテンツづくりおよびプロモーション展開
(一社)HAKUBAVALLEY TOURISM	インバウンド向け周遊、通年型観光化等の観光地域づくり
大町岳陽高校	探究的な学びのカリキュラム
地元金融機関	地域ブランドづくり、起業家支援等
地元メディア	取り組みの発信
(株)JTB	サステナブル・ツーリズムの先進モデルの構築および各種調査、ワークショップ等の講師、着地型コンテンツづくり、モニターツアーの催行等
サントリーグループ	水育プログラムの提供等、信濃おおまちブランドへの貢献等
(株)トーエル	信濃おおまちブランドへの貢献等
AW・ウォーター(株)	信濃おおまちブランドへの貢献等
フジクラ、IoTBASE(株)	スマートシティづくりへの貢献
IoTBASE(株)	スマートシティづくりへの貢献
ぐるったネットワーク	市民とのワークショップの企画運営

(5) 自律的好循環の具体化に向けた事業の実施

(事業スキーム)

本市の基幹産業である観光振興にあたり、至高の地域資源である「水」をはじめとした、文化や自然などの地域の個性を活かした魅力ある持続可能で高付加価値な観光地域づくりを進めるとともに、その地域の魅力を効果的に発信することが重要である。また、市民が主体となりながらも産学官金公民連携のSDGs推進プラットフォームにて自走を目指すビジネスエコシステムづくりにより、政府の総合戦略記載のサステナブル・ツーリズムの達成につながる。



(将来的な自走に向けた取組)

人口流出の抑制と、移住者・誘致企業・移住創業者の受入増進による社会動態増が必須である。その中で、本市も数多の自治体と同様に受入増進策の一つとして、個別に助成金等の市財をそれなりに投じている反面、市民や市内事業者に対する個別対応は少ないといえる。

今後は、市財政や国費に依存しない取り組みにすべく、SDGs に資するサステナブル・ツーリズムの取り組みにより、稼ぐ観光地域づくりを実現。「水」資源を活用する地域事業者や地域ブランドづくり事業者をはじめ、新たな誘致企業、創業者による地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)や、地域ブランドに魅力を感じる域外住民による個人版ふるさと納税等の寄附金により、好循環を創出していく。

(6) 資金スキーム

(総事業費)

3年間(2020～2022 年)総額:319,686 千円

(千円)

	経済面の取組	社会面の取組	環境面の取組	三側面をつなぐ 統合的取組	計
2020 年度	63,000	20,362	15,000	20,000	118,362
2021 年度	50,300	20,362	15,000	20,000	105,662
2022 年度	50,300	20,362	15,000	10,000	95,662
計	163,600	61,086	45,000	50,000	319,686

(活用予定の支援施策)

支援施策の名称	活用予定 年度	活用予定額 (千円)	活用予定の取組の概要
特になし			

(民間投資等)

①地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)

「水」資源をはじめとした本市の地域資源を活用して事業を営む域外事業者

②個人版ふるさと納税

域外住民

③ESG 投資

市内事業者、誘致企業、移住創業事業者

④ファンド

森林保全活動を行なっている大手企業等の財団法人

⑤地方創生系クラウドファンディング

CAMPFIRE(旧 FAVOO)

※改ページ

(7)スケジュール

	取組名	2020年 調査期				2021年 実証期		2022年 検証期
統合	1.「水の生まれる信濃おおまち」着地型コンテンツづくりによる関係人口づくり事業 2.「水の生まれる信濃おおまち」ブランドづくりによる関係人口づくり事業 3.「水の恵みに感謝を！」プロジェクトによる関係人口づくり事業	事業計画の策定 (～8月)	事前調査 市民への説明および公募 (8～9月)	プラットフォームの設立 市民協働参画の調査 (10～1月)	プログラムづくり 商品企画立案 プロモーション (2～3月)	コンテンツづくり 商品開発 プロモーション (4～9月)	モニターツアー テスト販売 プロモーション (10～3月)	旅行社とのツアー企画づくり 商品販売 プロモーション (4～3月)
				継続してプラットフォーム募集				
経済	1. 観光プロモーション事業	Web、メディアタイアップ、交通広告、イベント・商談会にて継続してPR				コンテンツ連動による プロモーション 実証フェーズ (4～3月)		
	2. 地域ブランド振興事業	事前調査 市民への説明およびサポーター公募 (～9月)	市民協働参画の発信 (10～1月)	上記と同じ	上記と同じ	市民によるシティプロモーション 実証フェーズ (4～3月)	市民によるシティプロモーション 検証フェーズ (4～3月)	
社会	1. 移住促進事業 2 スマートシティ推進事業 3 北アルプス連携自立圏移住交流事業	事前調査 市民への説明および公募 (～9月)	各種プログラムづくり (10～3月)		協働活動 実証フェーズ (4～3月)		協働活動 検証フェーズ (4～3月)	
	1. ひとが輝くまちづくり事業	事前調査 市民への説明および公募 (～8月)	各種プログラムづくり (8～1月)	協働活動スタート (2～3月)	協働活動 実証フェーズ (4～3月)		協働活動 検証フェーズ (4～3月)	

2020年度 SDGs 未来都市全体計画提案概要(提案様式2)

提案全体のタイトル: SDGs 共創パートナーシップにより育む「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想		提案者名: 長野県大町市	
全体計画の概要: 本市の基幹産業である観光振興にあたり、関係人口づくりを再構築すべく、国が推進するサステナブル・ツーリズムがもつ SDGs に資する「まち・ひと・しごとづくり」を、市民を主体とした産学官金公民連携により一体的に推進し、人口減少を克服することで、サステナブル・タウン「水が生まれる信濃おおまち」を実現する。			
1. 将来ビジョン	<p>地域の実態</p> <p>本市は、来る人口減少時代の克服に向けて移住促進等による施策を早い段階から実施し、年間 30 組程の受入れを行っており、一定の効果が出ているものの、基幹産業である観光業をはじめ、地域経済の活性化による雇用の創出や安心安全な暮らし、地域コミュニティの維持など多様な課題を抱えており、人口流出の抑制が課題である。</p> <p>2030 年のあるべき姿 実現に向けた優先的な ゴール・ターゲット</p> <p>6. b 新規起業・新規就農・企業誘致数の増幅、地域ブランドの認知度・魅力度の向上 8. 9 観光消費額 17. 17 観光業・商業者・農業者等間でのビジネスマッチング件数の増大、 地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)利用事業者数の増大</p>	<p>2030 年のあるべき姿</p> <p>市民主体の産学官金公民連携による共創の力により、下記の2つの重要課題に対し持続的に取り組み、「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウンを実現している。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 人口減少の克服を実現 2030 年人口 23,430 人以上の維持の実現 2. 魅力あふれ活力ある「まち・ひと・しごとづくり」を実現 <p>  </p>	
2. 自治体SDGsに資する取組 推進に資する取組	<p>自治体SDGsに資する取組</p> <p>SDGs に資する下記の重点事項の取り組みを行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 地域資源を活用した観光振興による、 まち・ひと・しごとづくり ② 地域資源を活用した地域ブランド振興による、 まち・ひと・しごとづくり ③ 地域資源を活用した移住促進と誰もが活躍できる、 まち・ひと・しごとづくり 	<p>情報発信</p> <p>多様なステークホルダーと協働で発信し、本市のまち・ひと・しごとづくりの認知度・魅力度を拡げていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 域内向け: 市民、企業・金融機関・公的機関等、「信州環境フェア」参画者 ○ 域外向け(国内): 内閣府「地方創生 SDGs 官民連携 プラットフォーム」、各種シンポジウム参画者、姉妹都市 ○ 海外向け: 国連世界観光機構(UNWTO)等、観光庁、インバウンド、友好都市 	<p>普及展開性</p> <p>SDGs モデル事業のスキームは、サステナブル・ツーリズムの取り組みによる、人口減少の克服に導く関係人口づくり、観光業と多様な産業とのビジネスマッチングによる収益向上や企業版ふるさと納税活用による自走を目的としたビジネスエコシステムづくり、水・自然・文化等の地域資源を磨き上げた着地型コンテンツづくり等の、持続可能で高付加価値な観光地域づくりの先進モデルとして、普及展開する。</p>
3. 推進体制	<p>各種計画への反映</p> <p>下記の本市の政策に対し、策定および改定時に SDGs に資する取り組みを入れ、協働で事業を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 第5次総合計画後期基本計画(2022 年度改定) ○ まち・ひと・しごと創生総合戦略(2020 年度策定) ○ 信濃おおまちブランド戦略(2021 年度改定予定) ○ 観光振興計画(2022 年度策定) <p>自律的好循環の形成へ 向けた制度の構築等</p>	<p>行政体内部の執行体制</p> <p>地方創生の推進にあたり、市長を本部長、副市長を副本部長とし、各部長等で構成する「大町市総合戦略推進本部」の構成により、全庁的に取り組む体制を整備している。SDGs の推進により目指す「人口減少時代における持続可能なまちづくり」は、本市における地方創生推進そのものであり、「大町市総合戦略推進本部」を活用する。</p>	<p>ステークホルダーとの連携</p> <p>産学官金公民の下記の多様なステークホルダーと協働にて、一体的に推進することで事業効果を最大化するとともに、普及展開する。市民、企業、教育機関、金融機関、NPO 等の団体、長野県、北アルプス連携自立圏、観光地域づくり会社、SDGs 未来都市等の認定自治体、姉妹都市、国連世界観光機構(UNWTO)、友好都市。</p> <p>長野県が進めている「SDGs 推進企業登録制度」に対し、現在、本市所在地事業者の登録は1社に留まっていることから、本取り組みを通じて企業向けの普及啓発を行うとともに、長野県と協働して登録を促進していく。</p>

2020年度自治体SDGsモデル事業提案概要(提案様式3)

自治体SDGsモデル事業名: SDGs共創パートナーシップにより育む「水が生まれ、水と創るまち」サステナブル・タウン構想

提案者名: 長野県大町市

取組内容の概要:

本市の基幹産業である観光振興にあたり、関係人口づくりを再構築すべく、国が推進するサステナブル・ツーリズムがもつSDGsに資する「まち・ひと・しごとづくり」を、市民を主体とした産学官金公民連携により一体的に推進し、人口減少を克服することで、サステナブル・タウン「水が生まれる信濃おおまち」を実現する。

〈事業イメージ〉

経済

〈提案都市の課題A〉

地域産業や観光振興による雇用の確保や企業誘致、新規起業を促進するための関係人口づくり



地域資源活用

1 観光プロモーション事業

- 着地型コンテンツづくり
 - ・通年型および滞在型観光地化
 - ・至高の地域資源である「水」を活用した体験スポット等
 - ・インバウンド向けデジタルマーケティング活用
 - ・観光地域づくり会社(DMO)等との連携
- 国別・ペルソナ別の戦略的観光プロモーションによる国内外の関係人口づくり
- 2次交通、多言語対応等の受入環境整備
- 観光業と多様な産業とのビジネスマッチング
- 雇用、新分野進出、企業誘致、起業支援

観光地域づくり

地域プランディング

ビジネスマッチング

企業誘致

まちづくり

ひとづくり

しごとづくり

社会

〈提案都市の課題B〉

誰ひとり取り残さない地域社会を実現するための関係人口づくり



地域資源活用

広域連携モデルづくり

地域プランディング

移住促進

Society5.0

まちづくり

ひとづくり

シビックプライドの醸成

1 移住促進事業

- 「水」をはじめとした地域ブランド活用による魅力度向上と戦略的シティプロモーション
- 大都市圏での移住セミナー開催とSNSを活用したファンコミュニケーション
- お試し暮らし体験、魅力体験ツアー
- 首都圏での移住相談
- 将来的なU・ターンにつながる首都圏に在住の若者と市内の若者の交流

2 スマートシティ推進事業

- Society5.0の実現
- AI・IoTを活用したスマート農業の普及に向けた実証実験
- 森林整備支援に向けたICT・GISを活用した林地台帳システムの構築

3 北アルプス連携自立圏交流事業

- 若者交流、結婚・子育て支援
- 移住交流、広域観光、就労支援
- 福祉
- 圏域マネジメント能力の強化、地域活性化調査研究、公共施設利用促進
- 地域を支える人材の育成・確保

環境

〈提案都市の課題C〉

環境循環共生都市を促進するための関係人口づくり



環境

地域資源活用

水質・森林保全

循環型社会

ひとづくり

1 ひとが輝くまちづくり事業

- 水源涵養、森林等の環境保全活動
- 生態系保全活動
- まちの景観保全活動
- その他環境循環共生都市化に資する活動
- 企業版ふるさと納税による寄附活動

社会面 → 環境面への相乗効果
地域循環共生都市になることで、域外の関係人口が環境保全活動参画のため、本市への来訪につながる

環境面 → 社会面への相乗効果
市民協働参画の活動が増幅されることで、シビックプライドが醸成され人口流出の抑制につながる

経済面 → 環境面への相乗効果
環境保全活動に資する協働活動数の増大により、地域循環共生都市としての確立につながる

環境面 → 経済面への相乗効果
環境保全に意識の高い事業者からの企業版ふるさと納税等への活用につながる

経済面 → 社会面への相乗効果
地域ブランドの向上により、シビックプライドが醸成され人口流出の抑制につながる

社会面 → 経済面への相乗効果
地域産業の活性化により誰もが活躍できるしごとの創出により市民の就業率の向上につながる

三側面をつなぐ統合的取組

人口減少の克服に導く「サステナブル・ツーリズム」の先進的な関係人口づくり事業

地域資源を活かし、基幹産業である観光産業と他産業を掛け合わせ、市民が磨き上げる新しい観光振興モデル「サステナブル・ツーリズム」により、関係人口を育み地域を活性化。雇用と起業の創出、企業誘致の促進、自走に導くビジネスエコシステムにより、人口減少の克服に導く包括的モデルを創り、世界に波及するよう努める。

①
「水が生まれる
信濃おおまち」
着地型
コンテンツづくり

②
「水が生まれる
信濃おおまち」
ブランドづくり

③
「水の恵みに
感謝を！！」
プロジェクト

「水が生まれる信濃おおまち」

SDGs共創パートナーシップにより育む
「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想



提案者名：長野県大町市

本参考資料の各ページの記載内容と、様式との対応表は次頁に記載のとおり

参考資料レジュメ 様式との対応表

	タイトル	ページ数	様式1のペース数	内容
1	地域の課題最大の課題と克服へのビジョン	2	2、5	地域の実態:人口動態
2	2030年のあるべき姿 サステナブル・タウンの実現に向けて	3	6、8~12、29~32	2030のあるべき姿、経済・社会・環境面の各KPI
2	2030年のあるべき姿 地域資源を活かした取り組み	4	2~4	地域の実態:地域特性、産業構造、地域資源
2	2030年のあるべき姿 水資源を活かした取り組み	5	6	地域の実態:地域資源、2030のあるべき姿
2	2030年のあるべき姿 魅力あふれ活力ある「まち・ひと・しごと」づくり	6	7	2030のあるべき姿
3	2030年のあるべき姿 国および時代の潮流から解決法をアプローチ	7	13~14、29	地域資源を活用した観光振興による、まち・ひと・しごとづくり、SDGsモデル都市経済面の取り組み
4	SDGsモデル事業で実行するサステナブル・ツーリズムのアクション・プラン	8	34~35	(統合的取組による全体最適化の概要及びその過程における工夫)
5	「サステナブル・ツーリズム」がもたらす自走へのアクションプランと大町市モデルの普及展開	9	9、12、20、34、39~40	普及展開性、自律的好循環の具体化に向けた事業の実施、統合的取組による全体最適化の概要及びその過程における工夫
6	「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウンの実現	10	6~7、20、23~26、39~40	2030のあるべき姿、ステークホルダーとの連携、普及展開性、統合的取組による全体最適化の概要及びその過程における工夫、自律的好循環の具体化に向けた事業の実施

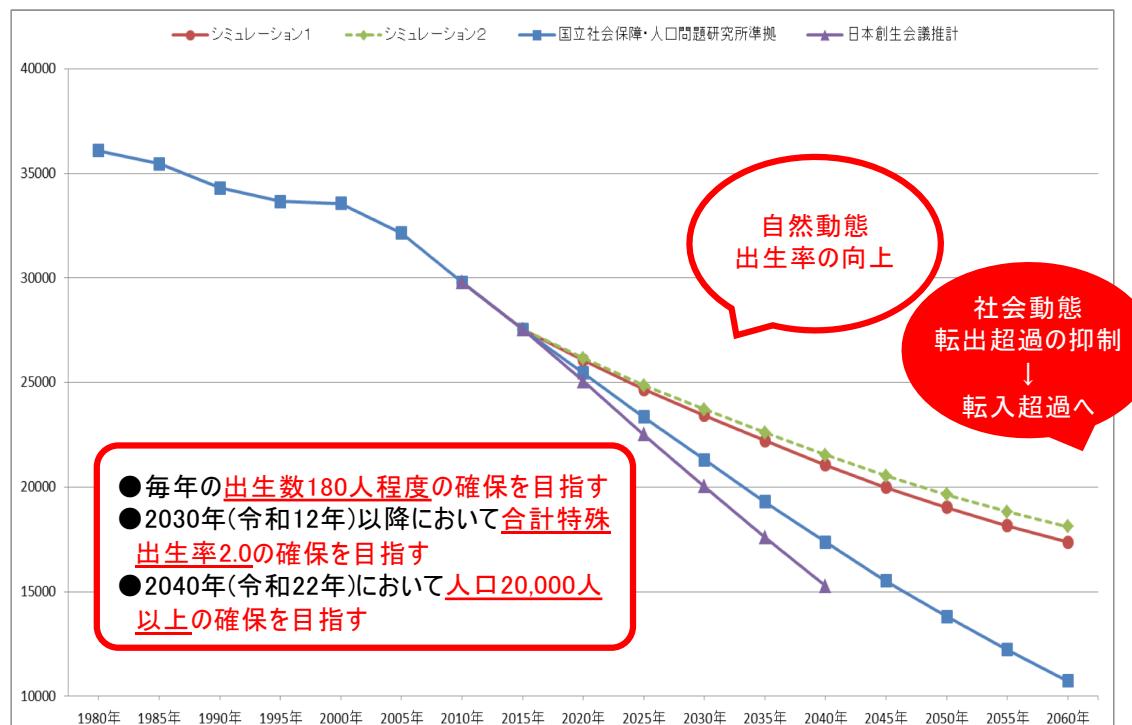
1. 地域の課題最大の課題と克服へのビジョン

地方都市にとっての最大の地域課題とは

地方都市にとって、共通の最大の課題は「人口減少の克服」に他ならない。2020年(令和2年)1月31日現在の本市は、世帯数11,876世帯、人口27,197人である。世紀の大事業といわれた「黒部ダム建設」が始まり、1960年(昭和35年)に41,184人とピークを迎え、その後減少に転じるもの、第二次ベビーブームや「高瀬川ダム建設工事」により、1975年(昭和50年)には一旦増加した。その後、35,000人程度を維持していたが、緩やかな減少をはじめ、地域の大きな雇用の場であった東洋紡大町工場が閉鎖した1999年(平成11年)12月を境に急激な人口減少が始まった。今後、人口対策が何ら講じられない場合の、国立社会保障・人口問題研究所調査【2018年(平成30年)時】における将来推計人口によると、2030年(令和12年)には22,131人にまで減少するとされている。

2030人口
23,131人
まで減少

人口推計に対する本市の人口ビジョン



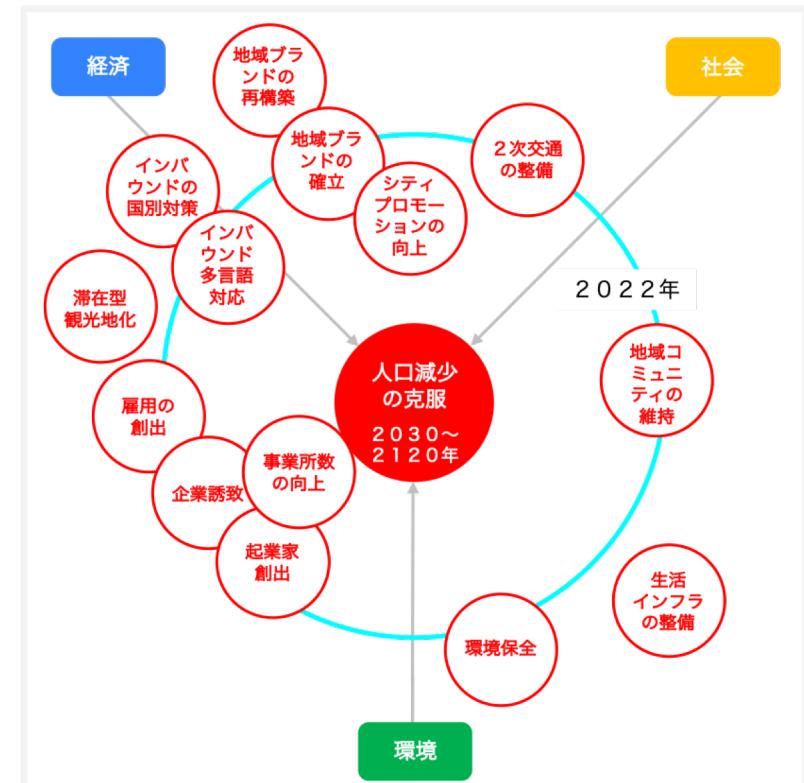
シミュレーション	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年	2050年	2055年	2060年
総人口(人)	29,801	27,529	26,060	24,675	23,430	22,221	21,058	19,987	19,023	18,145	17,371
合計特殊出生率		1.36	1.60	1.80	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
出生→0~4歳	967	837	879	899	956	941	931	904	851	813	820
死亡		-2,038	-2,134	-2,159	-2,118	-2,089	-2,066	-1,959	-1,801	-1,691	-1,608
社会増減(移動)	-1,070	-214	-124	-84	-63	-27	-16	-14	0	14	14

シミュレーション	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年	2050年	2055年	2060年
総人口(人)	29,801	27,529	26,156	24,862	23,712	22,597	21,525	20,535	19,641	18,826	18,114
合計特殊出生率		1.36	1.60	1.80	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
出生→0~4歳	967	837	889	917	981	970	963	938	884	845	856
死亡		-2,038	-2,134	-2,159	-2,118	-2,089	-2,066	-1,964	-1,809	-1,702	-1,625
社会増減(移動)	-1,070	-128	-51	-13	5	34	37	31	43	56	56

バックキャスティングによる地域課題へのアプローチ

地方都市にとって、最大の課題である「人口減少の克服」に対する特効薬はなく、100年先の未来を見据えて、バックキャスト理論により解決していく。地域課題の優先度を明確にしながら対策を行っていくとともに、近年の天災やパンデミック等、刻々と変化する社会情勢に都度対応する。

地域課題のレイヤーマップ



2. 2030年のあるべき姿 サステナブル・タウンの実現に向けて

人口減少の克服を実現

本市では、2010年(平成22年)の国勢調査にて、人口減少率が県内19市中、最も高かったことを受け、前述のとおり、2012年(平成24年)度より、移住定住促進事業に県内でも先進的に取り組み始め、年間30組程が移住しており、国の推計を年々上回る成果を出している。今後、更なる強化充実を図ることで、2030年(令和12年)の人口を国の推計値である22,131人と比較して、1,299人上回る23,430人以上を維持し、サステナブル・タウンを実現する。

2030年人口
23,430
人以上
の維持

「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウンを実現

バックキャスティングによる課題解決へのロードマップ

「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウンの実現のため、前ページのとおり、多様な地域課題に対し、SDGsの「誰ひとり取り残さない」といった理念は、共感を生み、多様なステークホルダーとの協働の取り組みを育み易くする。本市では、産学官金公民連携による共創の力で一つひとつ解決に導いていく。また、経済・社会・環境の三側面から捉えた下記の指標に対し、事業効果を最大化すべく、SDGsの「パートナーシップで目標を達成する」と、本市の地域資源である「水」を活用した取り組みにより、2030年に向けて持続的に取り組む。なお、直近3年間の2022年時において、効果検証を行いながら最適解へ適宜見直しを図ることとする。

三側面	ゴール	ターゲット	指標	2030年	2022年	現在
経済		6. b	新規起業、新規就農、企業誘致の合計数	40事業者	24事業者	16事業者
		17. 17	観光業・商業者・農業者等間でのビジネスマッチング件数	16件	8件	3件
社会		6. b	地域ブランドの認知度向上の割合	75. 0%	50. 0%	9. 4%
		17. 17	信濃大町サポーター(首都圏在住者)登録者数	169人	50人	31人
環境		6. b	地域循環共生都市化に資する協働活動数	12件	5件	2件
		17. 17	地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)の活用事業者数	5社	2社	0社

危機的
状況！

2. 2030年のあるべき姿

地理的条件

本市は、長野県の北西部に位置する内陸都市で、北は白馬村、東は長野市、小川村、南東は池田町、松川村および生坂村に接し、南西は安曇野市、西は富山県や岐阜県に接しており、首都圏から公共交通機関にて3時間40分、中京圏から約3時間、県内中枢都市の長野市・松本市から約1時間と程良い距離感にある。また、西部には3,000m級の北アルプスの雄大な山々が連なり、東部には四季折々の変化に富んだ美しく豊かな自然に囲まれた昔ながらの里山の風景を残す農山村が存在している。

産業構造

産業就業別人口の比率を見ると、「第1次産業」では、1960年(昭和35年)の65.5%から2015年(平成27年)には8.8%と大幅に減少しており、農業離れが顕著である。「第2次産業」では、1960年(昭和35年)の17.3%から1990年(平成2年)に掛けて、上述のとおり大規模なダム建設により45.5%と増加を続けたが、その後は減少に転じ2015年(平成27年)には28.2%に減少している。「第3次産業」では、1960年(昭和35年)の17.2%から、2015年(平成27年)には60.7%と増加しており、情報関連産業を中心とするサービス業等の成長が主な要因と見られている。

今後は、地域の基幹産業である観光産業において、「通過型から滞在型観光地への進化」にあたり、従来のマス対象の観光戦略モデルから、将来のファンになり得る関係人口づくりに視点を置いた新しい観光振興モデルへの

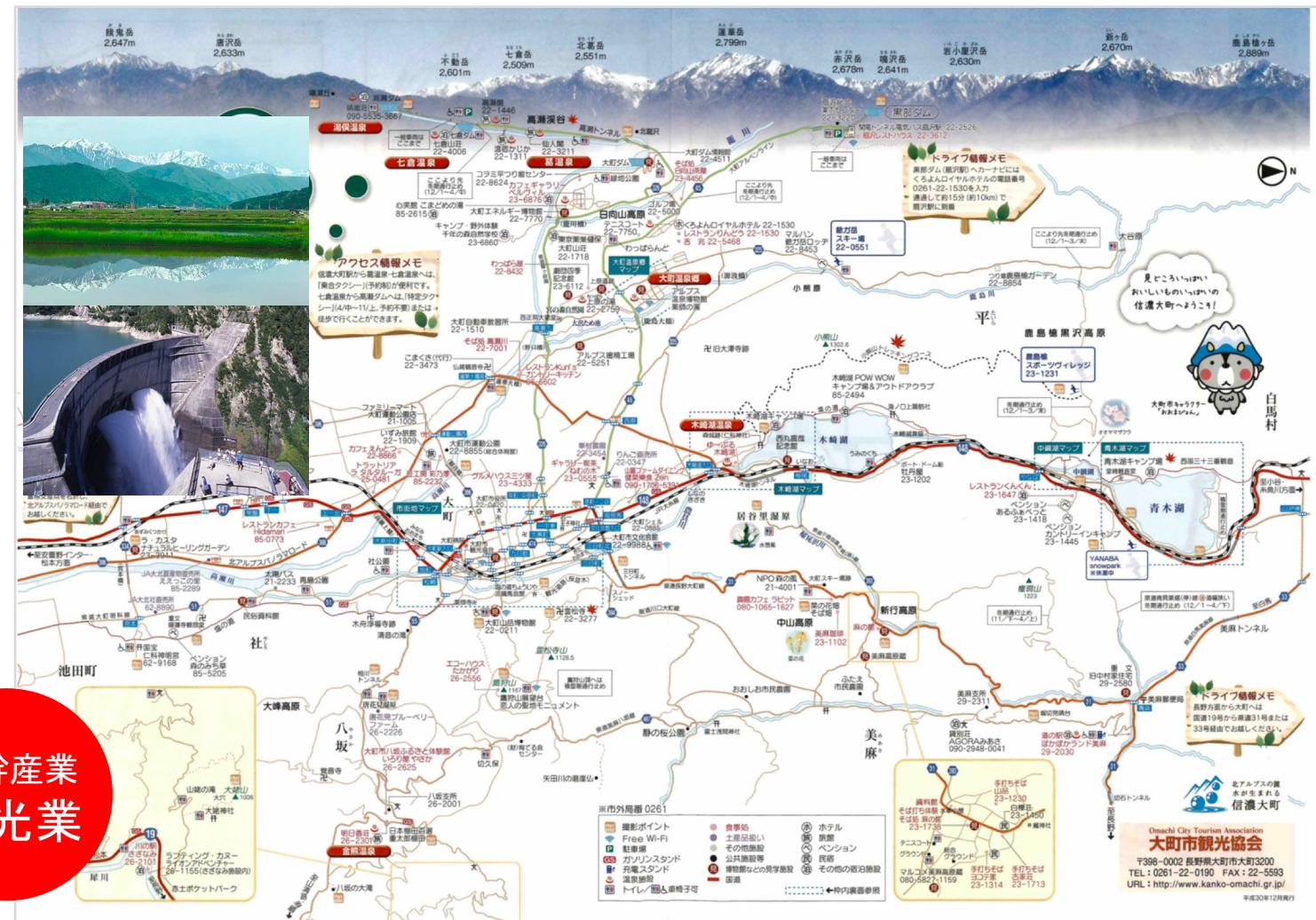
転換は必須である。観光・宿泊施設や交通機関だけが潤うのではなく、産業の掛け合わせで観光振興を支える事業者を増やし、地域経済全体を活性させ、魅力あるしぐさづくりを増幅することを、市民から期待されている。

地域資源を活かした取り組み

豊富な地域資源

本市は、下記のガイドマップのとおり、魅力あふれる地域資源を数多く有しておりますが、それらをブランドイメージに高める発信が十分とはいせず、8割以上の市民が地域ブランドの向上を求めており、これらの地域資源の多くは、美しく豊かな自然から成り立っていることから、100年先の未来へつなげるための環境保全活動を通じ、一つひとつの磨き上げと掛け合わせにより、地域ブランドを確立させることを、市民から期待されている。

水×観光資源×ひと
を再構築



2. 2030年のあるべき姿

水資源を活かした取り組み

大町市にとっての「水」資源とは！？

豊富で良質な「水」資源を磨き上げることで、水資源を基盤とした地域循環共生都市の一先進モデルを形成。なお、豊かな自然の源から湧き出る水だけでなく、戦前の昭和14年頃からは、日本初のアルミニウムの生産本格化によって、「発電用」としての水の需要が高まり、発電所用の導水路が整備され始めた。戦後の昭和26年からは、青木湖発電所と平地域の新田開発のために、鹿島川から取水して青木湖に放流し、さらに導水路の途中15か所から灌漑用水を分配する、現在の水利用システムが完成した。本市では、このように、自然の水が、発電用・灌漑用・飲用・生活用・環境用水として、複雑なシステムのもとに、多様な使われ方をしており、その歴史とともに地域循環共生都市としての基盤を築いてきた。

主な 飲料水



男清水と女清水を混ぜ合わせて飲むと、縁結び、夫婦円満の効果があるという「大町水物語」という伝説の幸せの水

標高3,000mの北アルプス上白沢から街中に引く男清水（水質硬度15度）



標高900mの里山・居谷から街中に引く女清水（水質硬度13度）



アルピナオーター
大町工場



AWオーター
大町工場



建設が進む
サントリー天然水の森工場
の完成イメージ図

水関連の 観光 スポット



大町ダムの夜景



「北アルプスの鏡」青木湖



高瀬渓谷の紅葉



カクネ里氷河



天然記念物の湯股噴湯丘

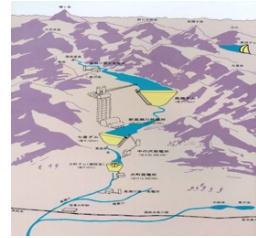
水利用の 歴史



13世紀以前
仁科三湖・木崎湖と
農具川の働き



昭和37年に大町新堰からの分水で整備された上原の「ぬるめ」



1968年～
高瀬川の
電源再開発



高瀬ダム



青木湖からの水と高瀬川からの取水を再配分する
昭和电工水路センター

2. 2030年のあるべき姿 魅力あふれ活力ある「まち・ひと・しごと」づくり

魅力あふれ活力ある「まち・ひと・しごとづくり」を実現

「大町市第5次総合計画」にて策定した、基本理念と市の将来像を、市民等の多様なステークホルダーと共有。

基本理念

郷土や文化に誇りを持ち
心から地域を愛するひとを育てる

市の将来像

未来を育むひとが輝く
信濃おおまち

SDGs推進
だからできる

大町市らしい「まち・ひと・しごとづくり」

その上で、持続可能な開発目標(SDGs)の推進を踏まえた、「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定。以下の、4つの基本目標の中で展開する各種施策・事業を、市民主体の産学官金公連携による共創の力で、持続可能な「まち・ひと・しごとづくり」を実現する。

基本目標1 安定した雇用の場の確保と新規起業を支援する

市外への人口流出の主な理由として、魅力ある働く場が十分でないことが挙げられていることから、基幹産業である観光振興や既存産業の育成による地域経済の活性化を図り、安定した雇用と新規起業を創出する。

基本目標2 大町らしさを活かして新しいひとの流れをつくる

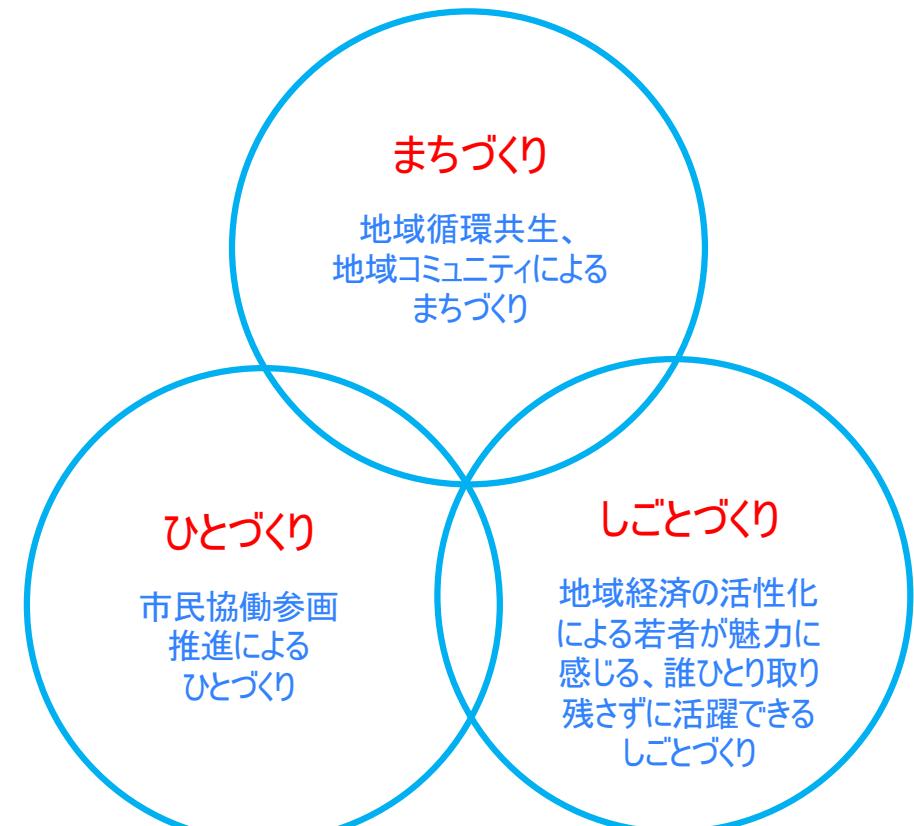
地域資源を最大限活用した観光振興および商品開発等により地域ブランドを確立。将来的に、移住・定住層となりえる「大町市のファン」づくりを見据えたプロモーション戦略を展開し、「関係人口」づくりを行い、新しいひとの流れをつくる。

基本目標3 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

年間180人程度の出生数を確保することを目標とし、安心して結婚・出産・子育てできる環境を整備する。また、若年世代が安心して働ける質の高い雇用を生み出すとともに、結婚・妊娠・出産・子育ての切れ目がない支援や仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)を確保する。

基本目標4 安心安全な暮らしと時代に合った地域をつくる

結婚・子育て、医療や防災等の充実により、安心して安全に暮らすとともに、子供・女性・高齢者・障がい者・外国人等の誰もが居場所と役割を持ち、誰ひとり取り残さずに活躍できる地域社会にする。



3. 2030年のあるべき姿 国および時代の潮流から解決法をアプローチ

地域経済の活性化には、基本産業である観光振興が欠かせない

基幹産業である観光産業につき、本市への旅行を牽引してきた黒部ダムと立山黒部アルペンルートをつなぐトロリーバス(電気バス)の年間乗車人員数につき、1991年(平成3年)の1,698百人をピークに減少傾向にあり、電気バスに変わった2019年(令和元年)では台風被害の影響もあり901百人と対前年比▲147百人であった。また、大町温泉郷や葛温泉をはじめ、仁科三湖周辺等に多数のホテル、旅館や民宿等の宿泊施設が存在。しかしながら、市内宿泊率は2019年(令和元年)実績にて25.7%と低く、長らく通過型観光地に甘んじてきた歴史がある。そこで、スポットとしては余り認知されていないものの、数多の魅力ある地域資源を有していることから、体験型観光を目的とした着地型コンテンツを他産業や市民と協働で創出し、リピーターとなる来訪者の獲得を促進することで地域経済を活性化し、雇用、新分野進出、企業誘致、起業数を増幅する。また、観光振興に取り組んでいる多くの自治体が注力しているインバウンド対策においても、国別において、訪日観光の目的が異なるため、インバウンド推進協議会を中心に、デジタルマーケティングを得意とした専門事業者との協働により、ターゲット別にファン化につながる「関係人口」づくりを育むプロモーション戦略を展開するとともに、2次交通やインバウンド多言語対応等の受入環境整備をAI・IoT等の活用により促進していく。

- 着地型コンテンツの創出による、通過型から滞在型・通年型観光化
- デジタルマーケティングを活用したインバウンド対策とプロモーション戦略
- 新たなひとの流れに対応した受入体制の整備

新たな 関係人口 づくり

国の総合戦略におけるSDGsおよびサステナブル・ツーリズムの考え方

2019年12月20日に閣議決定された第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、

基本目標4ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
(2)地域資源を活かした個性あふれる地域の形成

②観光地域づくり

の項に、下記の文言が掲載された。文言掲載への趣旨は、サステナブル・ツーリズムを推進していくことが、関係人口創出へ貢献とともに、文化や自然などの地域の個性を活かした魅力ある持続可能で高付加価値な観光地域づくりを進める上で、重要なキーワードとなっていくので、具体的なアクションを検討していくものである。

アジアを中心に訪日外国人旅行者数が近年急増している中で、観光は、旺盛なインバウンド需要の取り込み等によって交流人口を拡大させるとともに、観光を契機とする滞在が関係人口創出にもつながることから、地域を活性化させる原動力となるものである。観光が持つ広範な経済波及効果を念頭に、国内外からの観光客の地方への流れを戦略的に創出し、観光の力を活用して地方創生を実現していくためには、地域の活性化につなげることを意識しながら、文化や自然などの地域の個性を活かした魅力ある持続可能で高付加価値な観光地域づくりを進めるとともに、その地域の魅力を効果的に発信することが重要である。

このため、観光地経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者を巻き込みつつ、地域で策定した戦略に基づき、コンテンツづくりや受入環境整備などの着地整備に戦略的に取り組むことができる観光地域づくり法人の育成を図る。また、文化資源や国立公園など、多様な地域の資源を活かしたコンテンツづくり等を推進するとともに、これらの戦略的な訪日プロモーションを実施する。

内閣府「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」を通じた民間参画の促進

官民連携による地域課題の解決をより一層推進するため、全国各地の地域レベルにおける官民連携を促進するとともに、地方創生SDGsの達成に向けたサステナブル・ツーリズム(持続可能な観光)の取組事例についても国内外への発信等を推進する。

また、官民連携による地域課題の解決をより一層推進するため、全国各地の地域レベルにおける官民連携を促進するとともに、地方創生SDGsの達成に向けたサステナブル・ツーリズムの取組について、国連世界観光機関(UNWTO)等とも連携しながら先進事例を創出する。

サステナブル・ツーリズムの
先進事例モデル
として、
大町市の取り組みに
着目していただく！

4. SDGsモデル事業で実行するサステナブル・ツーリズムのアクション・プラン



取り組みのポイント

至高の地域資源である「水」の活用
市民協働参画の取り組み

三側面をつなぐ統合的取組

人口減少の克服に導く「サステナブル・ツーリズム」の
先進的な関係人口づくり事業

- ①
「水の生まれる
信濃おおまち」
着地型
コンテンツづくり

- ②
「水の生まれる
信濃おおまち」
ブランドづくり

- ③
「水の恵みに
感謝を！！」
プロジェクト

- 至高の地域資源である「水」を活用した場所・文化・人財の再発掘調査
- ペルソナターゲット(邦人、国別インバウンド)を想定した、体験プログラムづくり
- ペルソナ別にデジタルツールを活用した情報発信によるファンコミュニケーションづくり
- 滞在時間の延長および宿泊等の消費を喚起する仕組みづくり
- スマートモビリティ、IoT・AI運行も含めた2次交通の検討
- IoTを活用したインバウンド多言語対応ツールの検討
- モニターツアーの催行
- JTB「旅育」・「地恵の旅」プログラムと連動したコンテンツづくりと魅力体験ツアーの催行
- 大町岳陽高校「探求的な学び」との連携
- 旅行会社と協働したツアー商品づくり

- 農業×商業×観光業等の掛け合わせによる、「水」関連商品づくりに際し、消費者目線にてリニューアルの企画立案～商品開発
- 移住希望者および潜在層向けペルソナターゲット(邦人、国別インバウンド)づくり
- ペルソナ別にデジタルツールを活用した情報発信によるファンコミュニケーションづくり
- 市内おもてなしマルシェや、信濃おおまちセンター(都内在住)による都内物産展等でのテスト販売および販路拡大
- 「水」資源を活用した事業を営みたい首都圏等の企業および創業希望者向け、誘致コンテンツの開発およびプロモーション活動
- 「水」資源をはじめとした自然環境保全やアクティビティ、しごとに魅力を感じる移住希望者および潜在層向け、誘致コンテンツの開発およびプロモーション活動
- 姉妹都市である東京都立川市の中学校の教育旅行を活用したフィールドワーク
- お試し暮らし体験
- 大町市出身大学生等との都内での交流(就職および企業情報の提供含む)
- 信濃おおまちセンター増員のためのファンコミュニケーションづくり

- 2021年春に工場が稼働するサントリーが他地域で実施している「水育／森と水の学校」との連携による、大自然の中で、森の探検や水との触れれる体験を通して、水源涵養や生態系保全の大切さを体感する小学生向け自然体験プログラムの実施
- 同「水育／出張授業」との連携による、映像や実験を通して、自然のしくみや大切さを学び、地球上の水の循環の中にいる自分たちが、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える小学生向け学習プログラムの実施
- 「親子フィールドワークinアルプスあづみの公園」小学生を対象に生態系を学ぶプログラム
- わっぱらの温水路「ぬるめ」等の本市特有の水利施設の見学体験プログラム
- 「水」資源を活用した事業を営む誘致企業や起業家による環境保全活動
- 森林保全と林業の経営安定化を図るために、林業に新たな魅力を感じる移住希望者および潜在層向け、誘致コンテンツの開発およびプロモーション活動
- 水利をはじめとした、まちの特徴を語れるアンバサダー(かたりべ)役を育成するシニア向けカリキュラムづくり
- 同「水育／出張授業」との連携による、映像や実験を通して、自然のしくみや大切さを学び、地球上の水の循環の中にいる自分たちが、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える小学生向け学習プログラムの実施

5. 「サステナブル・ツーリズム」がもたらす自走へのアクションプランと大町市モデルの普及展開

他の自治体の観光振興モデル

前ページのとおり従来の観光地域づくりや、昨今、取り組み始められてきたサステナブル・ツーリズムを推進している自治体の多くが、旅行に旺盛なアジアを中心としたインバウンド向けの誘客促進モデルである。これによって、解決できる地域課題は、観光消費額を上げることにあり地域活性化によるしごとの創出は可能でも、関係人口づくりの先は、インバウンドが主であることから、北海道ニセコの様な先進事例はあるものの、外国人による移住のアクションまでには時間要する。

地方都市が解決したい
最大の課題は、
**社会動態増による
人口減少の克服**

大町市らしい「サステナブル・ツーリズム」

ビジネスエコシステムによる共創自走モデル

【普及展開先】

- 内閣府「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」
- 全国の観光地域づくり会社
- 国連世界観光機関(UNWTO)等を通じて、
世界に普及展開できる様に検討する。

観光業と多様な産業との掛け合わせによる地域経済の活性化

地域の基幹産業である観光産業において、新たな観光振興モデル「サステナブル・ツーリズム」がもつSDGsの視点を取り入れた取り組みにより、農業×商業×観光業等の掛け合わせが数多く発生することで、地域経済全体の活性化につながり、若者が魅力に感じるとともに、あらゆる世代や障がい者等の誰もが活躍できるしごとの持続的な創出により、域外就職の抑制とU・Iターン就職が増進され、人口減少時代においても従業者総数を維持することが期待できる。

至高の地域資源である「水」を活用した企業誘致と起業促進

至高の「水」資源(豊かな水、水利用、自然環境)を活用した事業を営みたい(誘致含む)「水」資源を活用した事業を営みたい者から、選ばれる地域になるため、豊富で良好な飲料水というだけでなく、歴史とともに培ってきた水利用や環境保全に対する本市の特性を活かしたシティプロモーション展開により、「水が生まれる信濃おおまち」の認知度が向上。飲料水以外の水ブランド商品や、水利用の循環システム等、多様な産業からも着目されることで、持続的に水資源を活用した事業者を国内外から集積する。

国内外との
関係人口
づくり

至高の地域資源である「水」を活用した着地コンテンツづくり

本市ならではの、「水」にまつわる場所・歴史・文化・人財を再構築し、感動体験スポットとして魅力ある着地型コンテンツを創出することで、新たな来訪者層の誘客につなげる。

また、水を冠した「水が生まれる信濃おおまち」ブランドの創出により、地域ブランドの認知度・魅力度の向上により関係人口づくりを構築。更に、観光・商業の観点だけに留まらない戦略型シティプロモーションを展開し、地域循環共生都市に魅力を感じる層の移住促進にもつなげる。

誘致企業等が主体となる地域社会づくり

本市の豊富な「水」資源を活用した事業を営みたい首都圏等の誘致企業および創業希望者も含めた地域事業者が、本モデル事業を通じて実施する、水質保全のための持続的な森林等環境保全活動に対して理解を示し、地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)を活用いただくことが期待できる。また、地域循環共生都市として確立した際には、環境意識の高い関係人口により、来訪回数が増大されることで消費の喚起も期待できる。

6. 「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウンの実現

