

【基本目標1】 魅力ある仕事をつくる ～茅野市で働く～

○ 目標の基本的方向

- ・ 各産業における既存事業者等の育成とその連携を図り、産業基盤を強化する
- ・ 創業支援などにより産業の新陳代謝を図るとともに、新産業の創出や新分野への参入を促進する
- ・ 就労支援や労働環境の整備を行い、真に働きたくなるまちの実現を目指す

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
◆ 市内事業所就業者数	25,435人/年(H28時点数値を維持)	経済センサス数値(※速報値含む)
◆ 市内製造業従業者数	8,932人/年(H30時点数値を維持)	工業統計調査数値
◆ 新規創業者数	20人/年(茅野市創業支援計画目標数値)	制度融資開業資金・創業資金年間利用者数

1 既存企業の育成と創業支援を通じた産業基盤の整備

(1) 経営基盤の強化

中小企業者等が行う市内への工場や設備の新設、増設や技術力、経営力強化を目的として行う人材育成、経営改善の取組、展示会や見本市への出展に対し支援を行うことで企業の経営基盤の強化と活性化を図る

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
中小企業振興補助件数	9件/年(第2次工業振興ビジョンKPI数値)	中小企業振興補助金交付件数
人材育成等支援件数	42件/年	人材育成等補助金交付件数
市内中小企業の展示会・見本市等への出展数	32件/年	市内中小企業の展示会・見本市等への出展実数

○具体的な事業

・中小企業振興補助金制度事業

事業内容	市内への工場新設、増設及び償却資産等設備の新設、増設並びに観光施設の増改築を支援する。
総合戦略における事業目的	企業への工場設置等を支援することにより、設備投資等を促進し、新たな雇用を創出に繋げる。また、空き工場等を賃貸借している事業所向けに、賃料の補助をする。

・人材育成等支援事業

事業内容	市内事業者等が技術力や経営力強化を目的として行う人材育成、経営改善事業等に対し補助金を交付する。
総合戦略における事業目的	企業やグループ単位で実施する人材育成や経営改善を支援することによって、企業の経営強化に繋がり、新たな雇用創出に繋げる。

・受注及び販路開拓支援事業 掲載除外

事業内容	市内中小企業者等が展示会、見本市等へ出展する経費に対し補助金を交付し、市内企業の活性化を図る。
総合戦略における事業目的	企業の新たな受注、販路開拓を支援することにより、新たな雇用を創出する。

・中小企業制度融資あっせん事業

事業内容	中小企業者等に対し、制度資金のあっせんをし、資金繰りを支援する。
総合戦略における事業目的	市制度資金のあっせんにより、新規開業や資金繰り、設備投資等を促進する環境を整え、中小企業者等の経営強化を図るとともに雇用の創出に繋げる。

(2) 新分野進出・独自製品開発への支援

市内中小企業者等が行う研究開発や茅野市の地域資源を生かした創造的な事業活動を支援することで、新たな雇用の創出や、若者にとって魅力ある職場づくりを促進する

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
新技術・新製品研究開発件数	8件/年(第2次工業振興ビジョンKPI数値)	新技術・新製品研究開発件数
縄文関連商品及び新商品開発支援事業申請件数	3件/年	縄文関連商品及び新商品開発支援事業申請件数

○具体的な事業

・新技術・新製品研究開発支援事業

事業内容	市内企業の持続的な成長力を強化するため、次世代を見据えた開発力・技術力の獲得に対し、補助金を交付し支援する。
総合戦略における事業目的	新技術・新製品研究開発に挑戦しやすい環境を整備及び支援することにより、新たな雇用を創出する。また、企業の研究開発指向を高揚させることで、新産業の創出や新分野への参入を促し、若者にとって魅力ある職場づくりと雇用の創出を図る。

・縄文関連商品開発支援事業

掲載除外

事業内容	茅野市の縄文文化に関連した商品開発をする中小企業者等に補助金を交付し支援する。
総合戦略における事業目的	縄文文化に関連した商品開発を促す環境を整え、取り組む中小企業者等を支援することにより、新たな販路開拓や雇用を創出する。

・新商品開発支援補助事業

事業内容	特産品等の地域資源を活用した新商品開発をする中小企業者等に補助金を交付し支援する。
総合戦略における事業目的	地域資源に関連した商品開発を促す環境を整え、取り組む中小企業者等を支援することにより、新たな販路開拓や雇用を創出する。

(3) 創業支援等による多様な就労環境の創出

意欲ある創業希望者を支援するとともに、空き店舗を活用した産業の新陳代謝を促し、新たな雇用の創出を推進する

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
コワーキングスペース売上額	8,200千円/年	コワーキングスペース年間売上額
中小企業制度融資あっせん件数	10件/年	中小企業制度融資あっせん件数
公立諏訪東京理科大学卒業生の市内創業・就業者数	20人/年	諏訪東京理科大学卒業生の市内創業・就業者数

○具体的な事業

・コワーキングスペース活用事業

事業内容	茅野市(諏訪地域)における若者(特に学生)の起業・創業・就業の種まきから刈り取りまでを支援するワンストップサービス拠点を整備する。また、テレワークやワーケーションのハブ拠点としての機能を持たせる。
総合戦略における事業目的	諏訪東京理科大学の学生をはじめとする若者がキャリアデザイン力を身につけるとともに、地域への愛着を醸成し、最終的に起業・創業・就業のいずれかの形で、市内、諏訪地域内への定着を促し、産業の新陳代謝から雇用の創出を図る。

・創業スクール事業

事業内容	諏訪地域の意欲ある創業希望者に対し、経営ノウハウを習得する場を提供し、創業支援をする。
総合戦略における事業目的	諏訪4市町の商工会議所、諏訪信用金庫と行政が連携し、諏訪地域創業スクールを開設することで、創業を促し、産業の新陳代謝の促進と雇用を創出する。

・空き店舗等活用事業

事業内容	空き店舗等で小売業やサービス業を新たに出店する事業者に対し補助金を交付する。
総合戦略における事業目的	空き店舗等の有効活用により、産業の新陳代謝を促し、新たな雇用を創出する。

~~・中小企業制度融資あっせん事業~~

掲載除外

事業内容	中小企業者等に対し、制度資金のあっせんをし、資金繰りを支援する。
総合戦略における事業目的	市制度資金のあっせんにより、新規開業や資金繰り、設備投資等を促進する環境を整え、中小企業者等の経営強化を図るとともに雇用の創出に繋げる。

2 就労支援と労働環境の整備

(1) 就労機会の創出による人材の確保

関係機関と連携し、インターンシップ等の雇用促進支援事業を効率的に推進するとともに、中高年齢者、障害者及び子育て中の女性等の多様な人材の雇用を支援することで、ダイバーシティ経営に取り組む企業を増やし、多様な人材の就業や優秀な人材の確保を支援する

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
雇用促進推奨金申請件数	20件/年	雇用促進推奨金申請件数
インターンシップ受入事業所数	10件/年(第2次工業ビジョンKPI数値)	インターンシップ受入事業所数
企業ガイダンス参加者数	500人/年	企業ガイダンス参加者数

○具体的な事業

・中高年齢者等雇用促進事業

事業内容	中高年齢者、障害者及び子育て中の女性を雇用した企業に対し、奨励金を交付する。
総合戦略における事業目的	中高年齢者が持つ技術力の活用と就職を希望している子育て中の女性の雇用に対し奨励金を交付することにより、雇用の創出を図る。

・インターンシップ促進事業

掲載除外

事業内容	企業が自社の魅力を直接学生に伝え優秀な人材を確保する機会を設けることを支援するため、インターンシップにより学生を受け入れた企業に助成金を交付する。
総合戦略における事業目的	インターンシップにより学生を受け入れた企業に助成金を交付することで、いち早く優秀な人材の確保に繋がり、雇用の促進に繋げるとともに学生の職業選択能力及び就業意識の向上を図る

・企業面接会・ガイダンス・相談会開催事業

事業内容	企業ガイダンスによる説明会・相談会の開催の支援
総合戦略における事業目的	諏訪地域労務対策協議会を連携し、企業の採用担当者と接する機会を設けることにより、諏訪地域への就職者増加に繋げる。

・求職・就職相談事業

掲載除外

事業内容	地域職業相談室の業務支援
総合戦略における事業目的	地域職業相談室の運営を支援することにより、活用者の増加を図り、就職者の雇用促進に繋げる。

・移住就業・起業支援事業

事業内容	県外からの移住就業者及び創業者に対し、移住に要する経費を助成する。
総合戦略における事業目的	東京圏に一極集中している人口を市内に流入させ、市内人口の減少に歯止めをかけるとともに、市内事業者の労働力を確保する。

(2) 誰もが働きやすい労働環境の整備

市内製造業の中小企業者が行う労働環境の改善や生産性向上のための設備投資を支援することで新たな雇用確保と企業の競争力強化を促進する

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
製造業労働環境改善等設備促進事業補助件数	15件/年(第2次工業振興ビジョンKPI数値)	製造業労働環境改善等設備促進事業補助件数

○具体的な事業

・製造業労働環境改善等設備促進事業

事業内容	市内の製造業の労働環境の改善や生産性向上のための設備投資について、支援する。
総合戦略における事業目的	企業の労働環境の改善や生産性向上への支援により、企業の雇用確保と企業体質強化を図る。

3 産業間・産学公及び広域連携の強化

(1) 産業間連携による産業振興の促進

産業間及び産学公連携の拠点である茅野・産業振興プラザの機能強化を支援することにより、地域内の産業間連携を促進し、茅野ブランドの創出により働きたくなるまち、魅力ある地域の実現を図る

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
コーディネーター等企業訪問件数	566件/年(直近5年の平均値)	コーディネーター等企業訪問件数

○具体的な事業

・茅野・産業振興プラザ支援事業

事業内容	企業間の情報交換・連携・協力の促進、人材育成と地域社会貢献、情報発信の拠点となるプラザを支援することにより地域内の産業振興を促進する。
総合戦略における事業目的	茅野・産業振興プラザを機能強化をすることにより、地域内の産業間連携を促進し、雇用の創出を図る。

(2) 公立諏訪東京理科大学を核とした地域ブランドの創出

公立諏訪東京理科大学を中心に、恵まれた自然環境、高度なものづくり技術等の地域資源の魅力や強みを活かしながら、最先端のIoT通信技術の活用を通じた行政や地域の課題解決や人材育成を図る産学公連携体制をブランド化し、新しい需要や高付加価値な雇用の創出と産業の新陳代謝を促す

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
スワリカブランド創造事業を通じた新技術・特許等件数	2件/年	スワリカブランド新技術・特許等申請件数
スワリカブランド創造事業への民間事業者の参画者数	15社/年	スワリカブランド創造事業への民間事業者の参画者数

○具体的な事業

・産学公連携「スワリカブランド」創造事業

事業内容	主に若年層のものづくり人材にターゲットを向け、諏訪地域6市町村が設置した公立諏訪東京理科大学を中心とした産学公連携体制により、地域資源、外部資源を連携、融合させた取組を行い、「スワリカブランド」として発信する。
総合戦略における事業目的	公立諏訪東京理科大学を中心に、外部資源である最先端のIoT通信技術の活用を通じた行政や地域の課題解決や人材育成を図る産学公連携体制をブランド化し、新しい需要や高付加価値な雇用の創出と産業の新陳代謝を促す。

(3) 広域連携の強化による産業活性化支援

同一経済圏にある諏訪6市町村の広域連携を強化し、大学、産業支援機関等と緊密な連携を図りながら、高度な精密加工技術等の地域資源の利活用を通じて、高付加価値な事業分野への進出と諏訪地域のブランド化を実現し、産業の振興と質の高い雇用の確保を目指す

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
諏訪圏工業メッセ新規商談成立件数	332件/年(直近5年の平均値)	出展企業アンケートによる回答実数
諏訪圏ものづくり推進機構と連携した人材育成への参加者数	200人/年	諏訪圏ものづくり推進機構と連携した人材育成への参加者数(6市町村合計)

○具体的な事業

・諏訪圏6市町村によるSUWAブランド創造事業(見直し予定)

事業内容	諏訪地域の企業、NPO諏訪圏ものづくり推進機構及び大学等が連携し、人材育成を通じた成長産業等の高付加価値な事業分野への進出と諏訪地域のブランド化の実現を目指す事業を広域的に支援する。
総合戦略における事業目的	同一経済圏にある諏訪圏6市町村、域内の大学及び諏訪圏ものづくり推進機構が広域に連携して、これまでの諏訪地域の強みである高度な精密加工技術と恵まれた自然環境を活用することで、成長産業等の高付加価値な事業分野への進出を図り、所得水準の高い仕事の獲得と諏訪地域のブランド化を実現。産業の振興と質の高い雇用の増加を目指す。

・NPO諏訪圏ものづくり推進機構支援事業

事業内容	NPO諏訪圏ものづくり機構が行っている、受注販路開拓事業等の事業を広域的に支援する。
総合戦略における事業目的	NPO諏訪圏ものづくり機構が現在行っている受注販路開拓事業等を広域的に支援することにより、諏訪圏技術力をPRする機会が広がり、諏訪圏の企業の活性化に繋がり、新たな雇用の促進に繋がる。

4 就農環境の整備による新規就農等の促進

(1) 就農環境整備による新規就農促進

JA信州諏訪や諏訪農業改良普及センターと連携し、茅野市の農業の魅力や独自制度である品目別アドバイザー制度を窓口での相談や就農相談会などで発信するとともに、就農に関する具体的なアドバイスや、新規就農者として現在活躍している方々の状況を伝えることで、新規就農者や定年帰農者の拡大を目指す

◎ 重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
新規就農者数	20人/5年間の累計	諏訪地域振興局へ報告する就農者数

○ 具体的な事業

・就農者支援事業

事業内容	新規就農者、定年帰農者など農業の担い手の育成のほか、今後の地域の中心となる経営体の育成を行う。
総合戦略における事業目的	就農相談会などを利用して、IターンやUターンの新規就農者、定年帰農者の拡大を図る。

・品目別アドバイザー制度推進事業

事業内容	新規就農者、生産品目の転換者に、野菜8品目花き7品目について、品目ごとのアドバイザーから直接生産技術を習得する。
総合戦略における事業目的	新規就農希望者に対してアドバイザーの作物と圃場を見学してもらい、就農時に生産する品目の参考にしていただく。

基本目標2 選ばれるまちをつくる ～茅野市に移り住む、茅野市に帰る～

○ 目標の基本的方向

- ・ 茅野市の地域資源やイベント情報等を様々な媒体を活用しながら積極的に発信することで、茅野市への新しい人の流れをつくる
- ・ 茅野市で生活する「住まい」の取得等に関する支援を行うことで、移住へのハードルを下げるとともに、別荘地等のインフラ整備・保全を行うことで選ばれる二地域居住地を目指す
- ・ 市内で生まれ、育ち、学んだ子どもたちに対する郷土愛を育む取組を実施し、「将来茅野市に帰ってきたい」「茅野市に住みたい」と思えるようなまちづくりを行う

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
◆ 生産年齢人口(15歳～64歳)比率	55.8%/年	人口ビジョン推計値
◆ 社会増減数	△548人	転出者数-転入者数

1 移住・定住に向けた茅野市の魅力発信

(1) 移住・定住に関する情報発信の強化

移住・定住に関するイベントや、茅野市の魅力を情報発信するとともに、移住先を特定していない相談者に対する広域的な窓口を設置することで、茅野市に興味を持っていただける方を増やし、移住・定住人口の増加と地域の活性化を目指す

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
楽園信州ちの協議会を通じた移住・定住件数	10件/年	協議会に報告があった移住者数
楽園信州ちの協議会の運営するHPの閲覧数	80,000件/年	ホームページの閲覧実績
楽園信州ちの協議会の運営するツイッターのフォロワー数	80件増/年	SNS(ツイッター)のフォロワー数実績
諏訪圏移住相談センターへの相談件数	250件/年	センターからの報告件数

○具体的な事業

・田舎暮らし楽園信州ちの協議会の活動支援を通じた情報発信事業

名称変更

事業内容	茅野市への移住・定住者の増加を推進する楽園信州ちの協議会が行うHP、SNSによる移住イベント、茅野市の日常の情報発信や、市外イベント事業に対する支援を行う。
総合戦略における事業目的	茅野市の魅力発信により茅野市に来てみたい、住んでみたいと思わせることで移住・定住を促し、移住者・定住者等の増加及び地域経済の活性化を図る。

・田舎暮らし楽園信州ちの協議会HP情報発信事業

統合

事業内容	開催イベント、茅野市に関する情報発信を行う
総合戦略における事業目的	楽園信州ちの協議会のHPでイベントや茅野市に関する情報の発信を行い、茅野市に興味を持っていただける方を増やす。

・田舎暮らし楽園信州ちの協議会SNS情報発信事業

統合

事業内容	日常を発信し、茅野市を身近に感じていただくための情報発信を行う
総合戦略における事業目的	楽園信州ちの協議会のSNSで茅野市の日々の様子を発信することで茅野市を身近に感じてもらい、茅野市に興味を持っていただける方を増やす。

・諏訪圏移住相談センター支援事業

事業内容	諏訪地域各市町村、県、民間団体等が連携し設置を予定する「楽園信州移住相談センター諏訪支部」を支援し、移住希望者等の多岐にわたる相談にきめ細かく対応する。
総合戦略における事業目的	移住先市町村を特定していない相談者に対し、公民連携による総合的な相談窓口を設置し、より広域単位の情報発信を行い移住・定住人口の増加と地域の活性化を目指す。

(2) シティプロモーションの展開による茅野市の魅力発信強化

茅野市が選ばれるまちとなるために定めたシティプロモーション戦略に基づき、SNSの活用やインターネットでの動画配信などを積極的に行うことで、これまでリーチしづらかった年代層や首都圏在住者の認知につなげる

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
茅野市公式SNSリーチ件数	533,000件/年	SNSを通じて市から発信された情報へのリーチ数

○具体的な事業

・シティプロモーションの展開による茅野市の魅力発信事業

事業内容	茅野市公式HPにおけるインターネット動画や、茅野市公式SNSを通じて、茅野市の行政情報、事業報告などの市内向けの情報と、観光資源やイベント等の茅野市の魅力といった市外向けの情報を発信する。
総合戦略における事業目的	外向きの広報として、茅野市の魅力や特徴を動画やSNSにより配信し、これまでリーチしづらかった年代や首都圏在住者にも茅野市を認知してもらうことで、交流人口さらには二地域居住者・移住者の増加を図る。

・インターネット動画番組事業

統合

事業内容	茅野市公式HPにおけるインターネット動画を通じて、行政情報、事業報告などの市内向けの情報と、観光資源やイベント等の茅野市の魅力などの市外向けの情報を発信する。
総合戦略における事業目的	外向きの広報として、茅野市の魅力や特徴を動画により配信し、茅野市を認知してもらい、交流人口さらには二地域居住者・移住者の増加を図る。

・茅野市公式SNS活用事業

統合

事業内容	茅野市公式Facebook、Instagramで茅野市の魅力やイベントを発信する。また、インターネット動画番組事業で配信されている動画も紹介し、視聴回数の増加を図る。
総合戦略における事業目的	これまでリーチしづらかった年代層や首都圏在住者に積極的に情報を発信し、UIJターンのきっかけにつなげる。

2 移住・定住に向けた事業の推進

(1) 地域資源等を活かした事業の推進

- ・生活者目線で茅野市を体験できるツアーの実施や、地域資源を活かした旅行商品、交流拠点づくりを支援することで、茅野市への来訪を促し茅野市の暮らしを身近に感じてもらうきっかけをつくる
- ・また、来訪者のリピート化を図るために、受入体制の強化・整備を行う

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
楽園信州ちの協議会の実施するツアーへの参加者数	97名/年(第5次総合計画より)	ツアーへの参加実績

○具体的な事業

- ・田舎暮らし楽園信州ちの協議会ツアー事業

事業内容	茅野市に訪れていただき、生活者目線で茅野市を体験できるイベントの運営を行う
総合戦略における事業目的	生活者目線で茅野市を体験できるツアーを実施することで、実際に茅野市に来てもらい、茅野市を知ってもらうきっかけを作る。

・地域資源を活かした旅行商品・交流拠点整備事業

事業内容	茅野市の地域の特色を活かしたプログラムの造成、ツアー等の旅行商品の開発、宣伝広告に関する取組について支援するとともに、空き家となった古民家を整備し、地域住民と来訪者の交流拠点として活用する。
総合戦略における事業目的	旅行商品の造成や交流拠点整備によりインバウンドを始めとする新規客層の多様なニーズに訴求し、新規客層の獲得や関係人口の増加、既存観光客層の周遊促進及び滞在時間延長につなげる。併せて、来訪者と地域住民との交流を促すことにより、地域の活性化を図る。

・旅行商品造成事業(再掲)

統合

事業内容	4エリア(ハケ岳、蓼科、白樺湖・車山、縄文の里)のエリアの地域素材を磨き地域の特色を活かしたプログラムの造成、ツアー等の旅行商品の開発、宣伝広告に関する取組を支援する。
総合戦略における事業目的	各エリアの強みや集客特徴を活かし、この地域ならではの旅行商品を造成することで、インバウンドをはじめとする新規客層の多様なニーズに訴求する。併せて、既存観光客層の周遊促進及び滞在時間延長につなげる。

・古民家再生事業(再掲)

統合

事業内容	空き家となった古民家を整備し、地域住民と来訪者の交流拠点として活用する。
総合戦略における事業目的	古民家を滞在交流施設として整備し、活用を図ることにより、これまで茅野市には来訪していなかった新たな観光客層の獲得を目指す。来訪者と地域住民との交流を促すことにより、地域の活性化に結びつける。

・関係人口創出事業

新規

事業内容	地域資源のヒト・モノ・コトを集約、磨き上げ、発信する組織を立ち上げ、市外で物販に地域の魅力を加えたPRで来訪を促すとともにDMO等と連携して受入体制の強化・整備を行いながら来訪者のリピート化を目指す。
総合戦略における事業目的	関係人口の増加を目指して、市外の人に来てもらい、訪れてもらうための新たな手法によるPRやターゲットが希望する新たな商品やツアーを開発して「選ばれるまち」を目指す

-オリジナル婚姻届作成・配布事業**掲載除外**

事業内容	結婚する二人の門出を記念し、茅野市に婚姻届を提出いただいた二人の一生の思い出にしてください、茅野市で結婚し住んでいただくため、茅野市の個性を活かした市章や縄文土偶、八ヶ岳をモチーフにした可愛いデザインでの婚姻届を作成し、配布する。
総合戦略における事業目的	茅野市オリジナルの婚姻届が結婚する二人を歓迎するメッセージとなり、茅野市に婚姻届を提出いただいた二人の一生の思い出になることで、茅野市で結婚し住んでいただく転入者の増加につなげる。

-結婚証明書発行事業**掲載除外**

事業内容	茅野市に婚姻届を提出した二人へ、茅野市オリジナルの結婚証明書に、「まんやかに愛のあるまち茅野」のバックパネルの前で撮影した写真を貼り付けて手渡す。
総合戦略における事業目的	茅野市オリジナルの結婚証明書が、結婚する二人を祝福するメッセージとなることで、茅野市への転入の増加につなげる。

-オリジナル出生届作成・配布事業**掲載除外**

事業内容	茅野市オリジナルの出生届を作成しホームページ上で配布することで、新たな命の誕生を記念するとともに出生届の提出を一生の思い出としていただく。
総合戦略における事業目的	茅野市オリジナルの出生届が、新たな命の誕生を歓迎するメッセージとなり、またその出生届を見た方も茅野市で出生届を提出したいというきっかけとなることで、茅野市への転入者の増加につなげる。

3 別荘地等の利用促進

(1) 別荘利用者の滞在日数増加対策の推進

市内にある約1万戸の別荘利用者に向けたイベントの実施や農園の貸し出し、情報発信を行うことで別荘利用者の滞在日数を増やし、二地域居住や定住を促進する

◎重要業績評価指標 (KPI)

◎重要業績評価指標 (KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
別荘開発事業者等との連携事業数	10事業/5年間の累計	別荘開発事業者等との連携事業数
美術館サポート事業参加者数	120人/年	実績に基づく予想参加人数@15名×8回

○具体的な事業

・別荘開発事業者等との連携推進事業

事業内容	市内の別荘開発事業者(ちの観光まちづくり推進機構開発事業者連携委員会)等と連携して別荘客の滞在時間を増やす方を講ずる。
総合戦略における事業目的	市内の別荘開発事業者と連携し、別荘所有者に対する情報提供や別荘滞在者向けのイベントなどを企画することで、別荘の有効活用や滞在日数の増加などを旨とする。

・市民農園貸出事業

掲載除外

事業内容	市民や別荘利用者を対象に家庭菜園用の農園の貸し出しを行う。
総合戦略における事業目的	別荘利用者に対して、自家用野菜を栽培する楽しみを身近で行えるような環境を提供することで、滞在期間の増加、定住、二地域居住の促進を図る。

・美術館サポート事業

掲載除外

事業内容	地域の特色ある文化施設と観光の連携を提案し、事業展開できる人材の育成を図る。
総合戦略における事業目的	文化・芸術を通じた茅野市の新たな魅力を発信し、別荘滞在者等の滞在日数の増加や新たな誘客の促進をめざす。

(2) 別荘地等のインフラ整備・保全

別荘地等の下水道整備や災害時に支障になる恐れのある立木の伐採を行うことで、別荘地等の生活環境や防災力の向上を図り、別荘居利用者等の増加につなげる

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
別荘地の水道使用量	285,000立方メートル/年	別荘地の水道使用量(蓼科、白樺湖、チェルトの森、三井の森)

○具体的な事業

・蓼科湖周辺下水道整備事業

事業内容	蓼科湖周辺の下水道整備
総合戦略における事業目的	蓼科湖周辺の下水道整備を進めることにより、生活環境の向上と観光地としてのブランドイメージの構築を図り、別荘居住者の増加を目指す。

・ライフライン等保全対策事業

新規

事業内容	県の森林税を活用し、台風時に道路沿いの電線等に支障になる恐れのある立木の伐採を、中部電力と協力して実施する。
総合戦略における事業目的	近年、台風時における倒木の原因により、広範囲で停電が発生している状況を踏まえ、道路沿いの電線等に支障になる恐れのある立木をあらかじめ伐採し、台風時の被害軽減に繋げる。

4 移住・定住に向けた環境の整備

(1) 移住・定住に向けた住環境・受入環境の整備

茅野市での生活を擬似的に体験できる住宅の提供や、移住者に対する住宅団地の取得に対する補助等、茅野市で生活する「住まい」の取得等に関する支援を行うことで、移住・定住の促進につなげる
また、移住就業者及び創業者に対する支援や移動手手段としてのバス路線の確保、維持に努めるなど、移住・定住を考える人の決断を後押しできるような環境の整備に取り組む

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
住宅政策に係る支援を受けた移住・定住世帯数	100世帯	住宅リフォーム促進事業、サンコーポラス旭ヶ丘の入居促進・活用事業、住宅団地販売促進事業による支援を受けた移住・定住者数
楽園信州ちの協議会移住体験住宅の稼働率	90%/年	移住体験住宅の稼働実績

○具体的な事業

・田舎暮らし楽園信州ちの協議会移住体験住宅事業

事業内容	茅野市での生活の疑似体験ができる移住体験住宅の運営を行う
総合戦略における事業目的	茅野市での生活を擬似的に体験できる体験住宅を運営を通して、ツアー等により茅野市に興味を持っていただいた方に茅野市で一定期間生活していただくことで、茅野市の環境を知っていただくとともに、移住のためのハードルを下げる。

・サンコーポラス旭ヶ丘の入居促進・活用事業 **新規**

事業内容	市単独住宅サンコーポラス旭ヶ丘の魅力向上・発信により、移住者、子育て世帯の入居促進を図る。
総合戦略における事業目的	サンコーポラス入居→戸建て定住のサイクル確立による定住人口、特に生産年齢・年少人口の増。

・住宅団地販売促進事業

事業内容	グリーンヒルズヴィレッジ及び旭ヶ丘住宅団地を取得し、住宅を新築した子育て世帯に対し補助金を交付する。
総合戦略における事業目的	住宅団地の販売に対し補助金を交付することにより、移住・定住人口の増加と地域経済の活性化を目指す。

・住宅リフォーム促進事業

事業内容	空き家改修を行う者、移住者、定住者に対しては、住宅リフォーム補助金を増額する。
総合戦略における事業目的	移住・定住に当たって行うリフォーム工事に補助を行うことにより、移住・定住の促進を図る。

・空き家無料相談会事業 **新規**

事業内容	各種専門家団体による無料空き家相談会を定期的実施します。空き家所有者、所有見込者、利用希望者、近隣住民を対象とし、空き家問題の解決の糸口となる場を提供します。
総合戦略における事業目的	既存住宅ストックである空き家を市場に流通させ、移住者・定住者の住居として活用する。

-移住就業・起業支援事業**目標1へ移動**

事業内容	県外からの移住就業者及び創業者に対し、移住に要する経費を助成する。
総合戦略における事業目的	東京圏に一極集中している人口を市内に流入させ、市内人口の減少に歯止めをかけるとともに、市内事業者の労働力を確保する。

-公共交通確保維持改善事業**掲載除外**

事業内容	自家用車の普及等により利用者が減少し、存続が厳しい状況にあるバス交通について、自家用車や運転免許を持たない者のための移動手段として、持続可能な体系を構築する。
総合戦略における事業目的	市内の主要地点(茅野駅、商業施設、病院、観光地等)への移動手段のひとつとして、バス路線を確保、維持する。

5 地域への愛着や誇りの醸成

(1) 郷土愛を育む事業の推進

茅野市で生まれ、育ち、学んだ子どもたちが進学や就職で茅野市を離れても、将来は茅野市に帰ってきたいと思ってもらえるような、郷土愛を育む取組を進めるとともに、ことばとこころを育てる読書活動や21世紀を切り開く心豊かでたくましく、やさしい、夢のある子どもを育てる教育環境を整備し、若者の定住につなげる

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
「将来は茅野市で暮らしたい」と思う15歳～18歳の割合	80%/年	こども未来プロジェクト参加者が「将来は茅野市で暮らしたい」と思う回答者÷有効回答者数
CHUKOらんどチノチノ利用者数	17,000人/年	CHUKOらんどチノチノ利用者数

○具体的な事業

・地区こども館運営事業

掲載除外

事業内容	本のある屋根付き公園として、幼児、学童等の居場所を提供する。見守り役のどんぐりメイトを配置。運営を、地域の皆さんにより組織される地区こども館運営委員会にゆだねている。
総合戦略における事業目的	各地区こども館を利用いただき、楽しい思い出づくりを提供することで、子どもやその親の郷土愛の醸成を図る。地域の皆さんがこども館に係わることを通して、「地域の子どもたちを地域で支えていく」という思い広げ、子どもが住みやすく、子育てのしやすい地域を目指す。

・こども未来プロジェクト推進事業

事業内容	子どもたちがまちづくりについての意見やアイデアを出し合い、実現に向けた活動(愛してるぜ茅野ミーティング(茅野市こども会議)等)に取り組んでいく機会を提供する。
総合戦略における事業目的	子ども達が茅野市のまちづくりに対し主体的に参加する機会を提供し、充実感や達成感を得られ、「将来は茅野市に帰ってきたい」「茅野市に住みたい」と感じられるように子ども達を支援する。

・中高生広場CHUKOらんどチノチノ運営事業

事業内容	中高生世代の若者が安心して過ごすことができ、夢や希望をかなえられる居場所施設を設置。施設内の利用だけでなく、イベントの参加など中高生世代と地域がつながる拠点とする。運営は利用者によるイベントの企画や施設の利用方法などを検討する「こども運営委員会」が自主的に行う。
総合戦略における事業目的	家庭でも学校でもない居場所が地域内にあることや、イベントへの参加を通して地域とつながることにより、地元への愛着を育む。自分達の居場所を自分達でつくっていくことを通して、茅野市での充実感や達成感を得ることにより、「将来茅野市に戻り、自分達の地域をまたつくっていきたい」という思いを育む。

・幼保小連携教育推進事業

掲載除外

事業内容	幼稚園・保育園、学校、家庭が相互理解を深めながら、幼稚園・保育園から小学校の接続期における子どもの滑らかな連続的な育ちを支える。
総合戦略における事業目的	幼児期から児童期への滑らかな移行を進め、茅野市らしい教育環境を整えることで、将来的な若い世代の定着につなげる。

・小中一貫教育推進事業

掲載除外

事業内容	小学校と小学校、小学校と中学校の子どもや教員の交流を深めることによって、小学校・中学校9ヶ年の隔たりのない一貫した教育の取組を進める。
総合戦略における事業目的	義務教育の質的向上を目指し、小学校、中学校が一貫教育を進めることで児童生徒の心身の成長を支援し、生きる力の育成につなげ、若い世代の定着を図る。

・生きる力を育む特色ある学校づくり事業

事業内容	心豊かで、たくましくやさしい子どもを育てるために、全ての小中学校で実施する特色ある学校づくり事業に対し補助金を交付する。
総合戦略における事業目的	地域と連携した特色ある学校づくりを進めることで、地域に愛着を持つ子どもを増やし、「将来は茅野市に帰ってきたい」「茅野市に住みたい」と感じるようなまちづくりを行う。

・「縄文科」推進事業

掲載除外

事業内容	「生命(いのち)」「共有」「絆」という縄文の価値を大切にしつつ、縄文(時代)から発する茅野の歴史、文化や自然、人々の生き方を学び、ふるさと茅野の素晴らしさを見つめ直し、愛着と誇りを持ち、未来に向かってたくましく歩める子どもの育成を図る。
総合戦略における事業目的	ふるさとの文化や縄文人の精神性に触れることで、茅野市の縄文の素晴らしさを学び、郷土愛を育む。

・小泉山体験の森整備活用事業

掲載除外

事業内容	里山体験ゾーン・身近な体験学習の場として小泉山を「小泉山体験の森創造委員会」との協働により、親子や地域の人々とのふれあいの場となるような促進を図る。
総合戦略における事業目的	ふるさとの自然豊かな里山に触れ合い、その活用等について関わることで地域に愛着を持つ子どもを増やし、「将来は茅野市に帰ってきたい」「茅野市に住みたい」と感じるようなまちづくりを行う。(子ども体験学習の場の活動)

・多留姫文学自然の里整備活用事業

掲載除外

事業内容	多留姫の滝周辺を「多留姫文学自然の里創造委員会」と協働により整備し市民が果皮等の文学に触れ、景勝地の自然を楽しめる場となるよう促進を図る。
総合戦略における事業目的	ふるさとの自然豊かな名勝地に触れ合い、その活用等について関わることで地域に愛着を持つ子どもを増やし、「将来は茅野市に帰ってきたい」「茅野市に住みたい」と感じるようなまちづくりを行う。(文学と自然の憩いと活動)

・「やつがたけのちっち」配布事業

掲載除外

事業内容	環境絵本「やつがたけのちっち」を市内全年長児に配布し、自然環境を大切にする心を育てる。
総合戦略における事業目的	幼少期に自然環境を大切にする絵本を読むことで、将来の茅野市への愛着を育む。

・読リーむinちの活動支援事業

掲載除外

事業内容	行政と市民の皆さんがパートナーシップを組み、絵本を仲立ちとした親子のふれあいや想像力豊かに聴きとる力の育成を図る。
総合戦略における事業目的	出生届け提出時と4か月健診時に一冊の絵本を贈るファーストブックプレゼントや小学校入学時に本を贈るセカンドブックプレゼント、朝の絵本の読み聞かせや朝の10分間読書活動など特色ある活動を行うことで、「将来は茅野市に帰ってきたい」「茅野市に住みたい」という思いを育む。

・読書推進事業

掲載除外

事業内容	図書館を会場におはなし会や講座、イベントなどを開催することで、読書への親しみや親子のコミュニケーションの充実、ことばとこころの大切さを知っていただく。
総合戦略における事業目的	茅野市図書館は、茅野市の特徴である縄文や特産品の寒天、鋸などについての資料を重点的に収集している。これらの資料を中心に展示するなどして紹介することで、茅野市の特徴や特産を理解していただき、故郷茅野市への愛着を育む。

<p>事業内容</p>	<p>公民協働の読書推進機関である読書の森読りーむinちのなどと連携し、保育園、幼稚園、学校、地域などで0歳から18歳までの子どものための読書推進活動を支援する。</p>
<p>総合戦略における事業目的</p>	<p>茅野市小中高校生調べ学習コンクールのテーマに、自分の身近なことで疑問や知りたい思ったことを図書館やインターネットで調べ、工場や博物館などの施設へ出かけ話を聞いたりするなど、色々な方法で調べ、整理し考えたことをレポートにまとめ、人に伝えることで論理的な思考能力の育成を図る。</p>

(2) 公立諏訪東京理科大学学生の定着推進

公立諏訪東京理科大学の学生が学び、暮らすこの地域に愛着を持ち、卒業後も留まってもらえるような取組を推進することで、学生の定着を図る

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
諏訪東京理科大学卒業生の市内創業・就業者数	20人/年	諏訪東京理科大学卒業生の市内創業・就業者数

○具体的な事業

・インターンシップ促進事業(再掲)

事業内容	企業が自社の魅力を直接学生に伝え優秀な人材を確保する機会を設けることを支援するため、インターンシップにより学生を受け入れた企業に助成金を交付する。
総合戦略における事業目的	インターンシップにより学生を受け入れた企業に助成金を交付することで、いち早く優秀な人材の確保に繋がり、雇用の促進に繋げるとともに学生の職業選択能力及び就業意識の向上を図る

・コワーキングスペース活用事業(再掲)

事業内容	茅野市(諏訪地域)における若者(特に学生)の起業・創業・就業の種まきから刈り取りまでを支援するワンストップサービス拠点を整備する。
総合戦略における事業目的	諏訪東京理科大学の学生をはじめとする若者がキャリアデザイン力を身につけるとともに、地域への愛着を醸成し、最終的に起業・創業・就業のいずれかの形で、市内、諏訪地域内への定着を促し、産業の新陳代謝から雇用の創出を図る。

・産学公連携「スワリカブランド」創造事業(再掲)

事業内容	主に若年層のものづくり人材にターゲットし、諏訪地域6市町村が設置した公立諏訪東京理科大学を中心とした産学公連携体制により、地域資源、外部資源を連携、融合させた取組を行い、「スワリカブランド」として発信する。
総合戦略における事業目的	公立諏訪東京理科大学を中心に、外部資源である最先端のIoT通信技術の活用を通じた行政や地域の課題解決や人材育成を図る産学公連携体制をブランド化し、新しい需要や高付加価値な雇用の創出と産業の新陳代謝を促す。

基本目標3 楽しいまちをつくる ～茅野市を訪れる、茅野市で遊ぶ～

○ 目標の基本的方向

- ・ 地域資源の発掘、磨き上げや観光拠点の整備を進め、「茅野市観光ブランド」を構築し、戦略的な情報発信による交流人口の増加を目指す。
- ・ 人と自然との共生をキーワードに「縄文」の価値を活かしたまちづくりを推進し、縄文文化の魅力を国内外に発信することで、茅野市への来訪者の増加を目指す

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
◆ 市内観光地延利用者数	3,367,000人/年	長野県観光地利用者統計調査
◆ 尖石縄文考古館来館者数	70,000人/年	尖石縄文考古館への年間の来館者数

1 地域資源の魅力を活かした情報発信

(1) 地域資源を活かした情報発信

茅野市の観光情報や、縄文に関する情報の一元的な発信を通して茅野市の魅力を拡散し、茅野市を知るきっかけをつくとともに、茅野市にゆかりのある著名人や市内、市外の意欲のある方、法人に茅野市を広くPRしてもらうことで、茅野市の知名度向上を図り、観光客の来訪につなげる

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
茅野市観光情報サイトアクセス数	1,000,000件/年	茅野観光ナビ・ちの旅ホームページのアクセス数
縄文ホームページ(考古館含む)アクセス件数(ビジット)	650,000件	縄文ホームページ(考古館含む)アクセス件数(ビジット)

○具体的な事業

・茅野市公式観光HP・SNS運用による情報発信事業

事業内容	茅野市公式観光ホームページ及びSNS等による情報発信を充実させる。
総合戦略における事業目的	茅野市の観光情報をまとめているHPやSNS等による情報発信を強化することで、茅野市の魅力を拡散し、観光客の来訪につなげる。

・縄文ホームページ運営事業

掲載除外

事業内容	縄文専用ホームページの運営をとおして、茅野市の縄文に関する情報を国内外に発信する。
総合戦略における事業目的	茅野市の縄文情報を専門的に発信することで、茅野市を訪れてみたいと思うきっかけにし、誘客を促進する。

・縄文の都PR事業

事業内容	茅野市の縄文遺産を様々な媒体を活用し、「茅野市」と「縄文」をPRする。
総合戦略における事業目的	様々な媒体を活用し、「茅野市」、「縄文」を各所でPRし、観光客の誘客を図る。

・縄文ふるさと大使事業

掲載除外

事業内容	歴史・文化・芸術・自然など茅野市の魅力を、茅野市出身又は茅野市にゆかりのある著名な方に、広くPRしていただく。
総合戦略における事業目的	縄文ふるさと大使の皆さんに、様々な場面で茅野市のPRを行っていただくことにより、茅野市の知名度を上げるとともに、誘客につなげる。

・縄文ふるさと応援団事業

事業内容	市民だけでなく、市外の方や法人など、意欲のある方に茅野市をPRする「営業マン」として活動していただく。
総合戦略における事業目的	ツイッターやブログなど様々な手法で茅野市をPRしていただくことにより、茅野市の知名度を上げるとともに、誘客につなげる。

2 地域資源の魅力を活かした誘客の促進

(1) 地域資源を活かした商品の造成

市内の魅力ある資源を活かし、この地域ならではの旅行商品の造成や、地域との交流ができる拠点整備に対する支援を行うことで、新規観光客層の獲得や既存観光客層の周遊促進や滞在時間延長につなげる

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
市内観光消費額	1,067,600万円/年	長野県 観光地利用者統計調査
美術館サポート事業参加者数	120人/年	実績に基づく予想参加人数@15名×8回
ボランティアガイドによる考古館ガイド実施人数	200人/年	ボランティアガイドによる考古館ガイド実施人数
茅野市5000年縄文まつり参加者数	4,900人/年	茅野市5000年縄文まつり参加者数

○具体的な事業

・地域資源を活かした旅行商品・交流拠点整備事業

事業内容	茅野市の地域の特色を活かしたプログラムの造成、ツアー等の旅行商品の開発、宣伝広告に関する取組について支援するとともに、空き家となった古民家を整備し、地域住民と来訪者の交流拠点として活用する。
総合戦略における事業目的	旅行商品の造成や交流拠点整備によりインバウンドを始めとする新規客層の多様なニーズに訴求し、新規客層の獲得や関係人口の増加、既存観光客層の周遊促進及び滞在時間延長につなげる。併せて、来訪者と地域住民との交流を促すことにより、地域の活性化を図る。

・旅行商品造成事業(再掲)

事業内容	4エリア(ハケ岳、蓼科、白樺湖・車山、縄文の里)のエリアの地域素材を磨き地域の特色を活かしたプログラムの造成、ツアー等の旅行商品の開発、宣伝広告に関する取組を支援する。
総合戦略における事業目的	各エリアの強みや集客特徴を活かし、この地域ならではの旅行商品を造成することで、インバウンドをはじめとする新規客層の多様なニーズに訴求する。併せて、既存観光客層の周遊促進及び滞在時間延長につなげる。

・古民家再生事業(再掲)

事業内容	空き家となった古民家を整備し、地域住民と来訪者の交流拠点として活用する。
総合戦略における事業目的	古民家を滞在交流施設として整備し、活用を図ることにより、これまで茅野市には来訪していなかった新たな観光客層の獲得を目指す。来訪者と地域住民との交流を促すことにより、地域の活性化に結びつける。

・縄文ガイドブック・ツアー事業

事業内容	ハケ岳西麓の縄文文化を探るガイドブックにより、茅野市の縄文文化を多くの方に知ってもらう。また、縄文に関心のある人を対象とした市内遺跡めぐりツアーを実施する。
総合戦略における事業目的	全国の縄文ファンにアピール度が高く集客力のあるハケ岳の縄文文化を、茅野市でしか体感できないツアーを通じて今まで以上にアピールし、誘客につなげていく。

・ハケ岳JOMONライフフェスティバル事業

掲載除外

事業内容	今まで単独で行ってきた縄文関連事業を連携し総合イベント(月間)として行う。
総合戦略における事業目的	さまざまなイベントを連携して行うことで、市民総参加を実現し、地域の活性化を図るとともに、国内外への総合的な情報発信により、インバウンドを含めた新たな誘客を促進する。

・尖石縄文まつり支援事業

事業内容	史跡公園を会場とした縄文に関する様々なイベントを開催する。
総合戦略における事業目的	縄文5000年まつりを縄文総合イベントのひとつに位置づけ参加者の増と宿泊施設、観光施設の利用を促進する。

・縄文アートプロジェクト支援事業

掲載除外

事業内容	八ヶ岳山麓に栄えた縄文をテーマにしたパフォーマンスアーツの創作と上演。
総合戦略における事業目的	縄文アートプロジェクトの実演芸術の上演を縄文総合イベントのひとつに位置づけ、アートによる地域振興と新たな誘客を促進する。

・尖石縄文考古館常設展・特別展・講座開催事業

掲載除外

事業内容	常設展の増強、特別展・企画展の開催、縄文に関連した各種講座の開催
総合戦略における事業目的	常設展の充実を図ること、また普段は展示しない資料や特定のテーマによる特別展・企画展や体験講座等を開催することで、茅野市の特性である縄文を識る機会を提供し、縄文ファンの新規獲得及びリピーターの再訪機会を増やす。

(2) インバウンドの誘客促進

諏訪地方観光連盟との連携や、茅野市ならではの旅行商品の造成や来訪者と地域住民が交流できる拠点の整備に対する支援等を行うことで、これまで諏訪地域に多く来訪している台湾、中国、東南アジアなどからの外国人観光客の呼び込みと、新たな客層の獲得につなげる

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
訪日外国人市内宿泊者数	38,000人/年	長野県外国人延べ宿泊者数調査

○具体的な事業

・海外プロモーション事業

事業内容	東アジア・東南アジアをメインに現地商談会、旅行会社訪問、観光博等への出展。 現地メディア等を活用した広告・情報発信
総合戦略における事業目的	諏訪観光連盟の重点市場である東アジアや東南アジアについて、団体、個人旅行、目的別旅行のそれぞれのニーズに合わせた現地プロモーションを実施し、外国人観光客の誘客につなげる。また、現地メディアを活用した直接的なプロモーションをあわせて実施する。

・インバウンド招聘事業

事業内容	ブロガー招聘による情報発信 メディア・旅行会社等招聘による観光施設、企業視察等の実施
総合戦略における事業目的	増加する個人旅行客に向けた情報発信を強化するため、県・他市町村等と連携し海外のブロガー等を招聘し情報発信・商品造成を図る。

・学校交流受入事業

掲載除外

事業内容	台湾高雄市の中学校との相互交流を通じて親交を深め、国際感覚を学ぶとともに英語教育の充実を目指す。
総合戦略における事業目的	学校交流による相互理解及び茅野市の魅力に触れていただき、将来のリピーター化を目指す。

・地域資源を活かした旅行商品・拠点整備事業

事業内容	4エリア(ハヶ岳、蓼科、白樺湖・車山、縄文の里)のエリアの地域素材を磨き地域の特色を活かしたプログラムの造成、ツアー等の旅行商品の開発、宣伝広告に関する取組を支援する。
総合戦略における事業目的	各エリアの強みや集客特徴を活かし、この地域ならではの旅行商品を造成することで、インバウンドをはじめとする新規客層の多様なニーズに訴求する。併せて、既存観光客層の周遊促進及び滞在時間延長につなげる。

・旅行商品造成事業(再掲)

統合

事業内容	4エリア(ハヶ岳、蓼科、白樺湖・車山、縄文の里)のエリアの地域素材を磨き地域の特色を活かしたプログラムの造成、ツアー等の旅行商品の開発、宣伝広告に関する取組を支援する。
総合戦略における事業目的	各エリアの強みや集客特徴を活かし、この地域ならではの旅行商品を造成することで、インバウンドをはじめとする新規客層の多様なニーズに訴求する。併せて、既存観光客層の周遊促進及び滞在時間延長につなげる。

・古民家再生事業(再掲)

統合

事業内容	空き家となった古民家を整備し、地域住民と来訪者の交流拠点として活用する。
総合戦略における事業目的	古民家を滞在交流施設として整備し、活用を図ることにより、これまで茅野市には来訪していなかった新たな観光客層の獲得を目指す。来訪者と地域住民との交流を促すことにより、地域の活性化に結びつける。

(3) 学習旅行の誘致促進

自然体験、手作り体験、農業体験など地域資源や地域の産業と連携した取組により旅行内容を充実することで、関東・関西圏を中心に学習旅行の受入強化を図り、将来のリピーターを確保する

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
学習旅行延児童・生徒数	29,000人/年	長野県学習旅行実態調査
サマーキャンプ参加者数	320人/年	長野県学習旅行誘致推進協議会 サマーキャンプ参加者数

○具体的な事業

・修学旅行パンフレット活用事業

事業内容	修学旅行用冊子を作成し、商談会やエージェントに対するセールスコール、学校営業等に活用する。
総合戦略における事業目的	需要に則したメニューを効果的に示すことにより、この地域ならではの体験を通じた学習旅行のメリットを明確化し、誘致につなげる。

・学習協サマーキャンプ・スノーキャンプ実施事業

事業内容	サマーキャンプin信州「蓼科高原」及びスノーキャンプin信州「蓼科高原」を実施する。
総合戦略における事業目的	「夏休み(冬休み)に信州の大自然で思いっきり遊ぼう!!」をテーマに首都圏の小学生を対象としてキャンプを実施する。この地域ならではの体験を通じ、将来のリピーター獲得を目指す。

・茅野市学習旅行マーケティング・ブランド化事業

掲載除外

事業内容	学習旅行において必要とされているメニュー等について、推進機構が行うマーケティング調査を支援する。
総合戦略における事業目的	将来におけるリピートが期待される学生層が参加する学習旅行、合宿などに対する受入体制を強化し、誘致を図る。

(4) フィルムコミッション活動等の推進

茅野市及び諏訪地方の豊かな自然や歴史・文化など恵まれたロケーションと首都圏からの立地を活かし、映画などの撮影やロケ作品の公開に協力する。また、世界を代表する映画監督である小津安二郎監督がこよなく愛した蓼科高原で、小津映画の魅力に触れていただくとともに、文化・人々の交流を目的に小津安二郎記念・蓼科高原映画祭を開催し、この地を映画関係の聖地として発信する

◎重要業績評価指標 (KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値 (R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
市内ロケ場所	40ヶ所/年	諏訪圏フィルムコミッションが集計する茅野市のロケ件数
小津安二郎記念・蓼科高原映画祭来場者数	8,560人/年	映画祭実行委員会がまとめる来場者数(プレイベント等含む)

○具体的な事業

・フィルムコミッション推進事業

事業内容	ニーズに合ったロケ現場の情報提供 地元ロケ作品の宣伝
総合戦略における事業目的	茅野市及び諏訪地方の豊かな自然や歴史・文化など恵まれたロケーションと首都圏から立地を活かし、ロケ作品の公開に協力することで、茅野市の存在を全国に売り込むとともに、ロケ地巡りによる観光客の呼び込みにつなげる。

・小津安二郎記念・蓼科高原映画祭支援事業

事業内容	小津安二郎記念・蓼科高原映画祭の開催支援
総合戦略における事業目的	小津監督が愛した蓼科高原で小津映画の魅力に触れていただく映画祭を開催することで誘客につなげるとともに、参加した映画監督がこの地をロケ地として選ぶよう促すことで、フィルムコミッション推進事業の促進につなげる。

3 観光の活性化に向けた受入体制・環境の整備

(1) 広域観光連携の推進

共通するテーマ性やストーリー性を持った観光地が行政の枠を超えて広域に連携、協力し一元的な情報発信や誘客に取り組むことで、域内への来訪者を増やすとともに、来訪者の滞在時間の延長や回遊性の向上を図り、経済効果の拡大につなげる

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
諏訪6市町村観光地の延利用者数	13,176,000人/年	長野県観光地利用者延数(諏訪6市町村分)
ビーナスライン沿線観光地の延利用者数	9,439,000人/年	長野県 観光地利用者統計調査
ビーナスライン連携協議会ホームページアクセス件数	1,500,000件/年	ビーナスライン連携協議会ホームページアクセス数

○具体的な事業

・諏訪地方観光連盟との連携事業

事業内容	諏訪地域における国内誘客事業、海外誘客の連携実施
総合戦略における事業目的	各市町村や事業者の観光資源や素材を活用した広域的な誘客活動(国内誘客事業、フィルムコミッション事業、訪日外国人旅行誘客事業等)を行うことにより、諏訪地域の観光ブランドイメージの定着と諏訪地域への誘客促進を図る。

・ビーナスライン沿線市町との連携事業

事業内容	ビーナスライン沿線観光地を一体的な観光地域として沿線市町、県、関係団体が連携し、一元的な情報発信、誘客、プロモーション、マーケティングデータの収集等を実施する。
総合戦略における事業目的	広域における連携した情報発信に取り組み、点から面への観光導線の転換を図る。ビーナスラインを基軸とした各自治体、各観光協会の連携強化により、受入環境の整備を目指す。

・白樺湖活性化協議会との連携事業

掲載除外

事業内容	「健康」と「運動」をキーワードに白樺湖、車山、女神湖が行政境を超えて連携する。地域住民団体や東海大学の協力を得ながら、誘客、情報発信、観光素材の掘り起し等に取り組む。
総合戦略における事業目的	誘客宣伝部会と環境整備部会が中心となり、車山、白樺湖、女神湖が広域的に連携し、各エリアの観光資産の再発掘及び「健康」・「運動」をフックとした観光誘客を目指す。

(2) 観光拠点施設等の整備

◎重要業績評価指標(KPI)

市内の観光施設等を整備し、魅力ある観光地域づくりを進めるとともに、観光地へのアクセスの確保に向けた仕組みづくりを進め、誘客促進を図る

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
蓼科エリア観光地利用者数	1,620,000人/年	長野県観光地利用者統計における蓼科・奥蓼科の利用者数の合計
八ヶ岳エリア観光地利用者数	195,300人/年	長野県観光地利用者統計における八ヶ岳の利用者数

○具体的な事業

・蓼科湖周辺整備事業

事業内容	蓼科湖周の遊歩道等環境整備 蓼科芸術の森彫刻公園の活用
総合戦略における事業目的	蓼科湖の湖周に散策遊歩道を整備するとともに蓼科のコア施設となる機能誘致を行い、景観、アート、花、食等をテーマにした通年型の新しいブランドイメージの構築を図り、観光客の増加を目指す。

・八ヶ岳登山道整備事業

掲載除外

事業内容	八ヶ岳登山道の整備
総合戦略における事業目的	八ヶ岳登山道の整備を行うことにより、安心安全な登山道を実現し、八ヶ岳への誘客促進につなげる。

・御射鹿池周辺整備事業

事業内容	御射鹿池公衆トイレの維持管理 御射鹿池周辺協議会による活性化等の検討
総合戦略における事業目的	御射鹿池の周辺整備を実施することで誘客促進を図るとともに、御射鹿池周辺協議会と連携し、渋滞対策や観光客のマナー向上を推進することで、バランスの取れた観光地を実現する。

・観光地二次交通対策事業

事業内容	観光地の特性に則した交通手段を研究し、2次交通の仕組みづくりに活かす。
総合戦略における事業目的	需要と交通事情、社会情勢に則した2次交通の確立により、観光客の利便性を向上させ、誘客の促進を図る。

・観光地廃ホテル等対策事業

事業内容	観光地における廃ホテル等の問題の解決に向け、関係機関や地権者等と連携、協力を行う。
総合戦略における事業目的	観光地における景観上の阻害要因となっている廃ホテル等の問題の解決に向け取組を進め、環境を整備することで、観光地域づくりを実現し、来訪者の増加につなげる。

・茅野駅西口リニューアル事業

事業内容	「日々の生活の中におもてなしを育む安心・快適な茅野市の玄関口」を基本理念に、茅野市の玄関口であるJR茅野駅西口広場周辺を、都市拠点にふさわしい、魅力ある駅前とするための機能形成に向けたリニューアル基本計画を策定する。
総合戦略における事業目的	JR茅野駅西口駅前広場を中心とする周辺地域の20年～30年後のグランドデザイン(将来イメージ)の検証・議論をベースに、広域的なまちづくり構想を段階的に整備する。人口減少・少子高齢化を踏まえ、駅周辺の人口密度をあげる施策を行い、中心市街地への居住誘導を図る。

・史跡整備・考古館充実事業

掲載除外

事業内容	遺跡の国宝版である国特別史跡尖石遺跡を縄文時代中期の雰囲気伝える場として整備する。
総合戦略における事業目的	尖石遺跡を訪れた方々に縄文を体感できる場として史跡整備を推進し魅力を高め、考古館への誘客効果を高める。

基本目標4 若い世代を応援する ～茅野市で産む、茅野市で育てる～

○ 目標の基本的方向

- ・ 若者の出会いの場を創出し、出会いの輪を広げ、結婚へとつなげる。
- ・ 子育ての不安を取り除き、夫婦が理想とする子どもの数をかなえる。

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
◆ 人口千人当たりの婚姻件数	7件以上/年	婚姻件数 × 千人/人口
◆ 人口千人当たりの出生人数	9人以上/年	出生人数 × 千人/人口

1 結婚・妊娠・出産の切れ目ない支援

(1) 婚活支援

SNS等で簡単に男女が出会うことができる現代社会において、あえて顔の見えない交換日記により市内の男性と市外の女性をつなげることで、新たな形での男女の出会いを創出し、結婚に結びつける

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
婚活事業で成立したカップルの率	50%/年	婚活支援事業で成立したカップル/婚活支援事業参加者

○具体的な事業

・出会いの創出事業

事業内容	SNS等で簡単に男女が出会うことができる現代社会において、敢えて顔の見えない交換日記でお互いの想いを文字で交換し合い男女の出会いを創出する。
総合戦略における事業目的	市内の男性と市外の女性による交換日記を行い結婚につなげることで、人口の社会増を図る。

(2) 妊娠・出産支援

妊娠期から出産までの間、父母が安心して出産ができるよう支援を行うことで、出産、育児の負担や不安を軽減する

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
母子健康手帳交付率	50%/年	不妊治療助成申請者の母子健康手帳発行数/不妊治療助成申請者数

○具体的な事業

・不妊治療助成事業

事業内容	不妊症及び不育症に悩む夫婦が不妊症等治療を受けることができるよう治療費の支援をする。
総合戦略における事業目的	不妊症等治療にかかる経済的負担を軽減し、不妊症等に悩む多くの夫婦が治療を受けやすい環境をつくり人口増につなげる。

・産後ケア事業

事業内容	医療機関等で母乳相談や育児指導等を受けた際の費用の一部を助成する。
総合戦略における事業目的	育児不安を軽減し、安心して子育てができる環境を作り、人口増に繋げる。

・パパママ講座・赤ちゃん相談事業

掲載除外

事業内容	出産を控える夫婦に健やかな妊娠期を過ごし、出産を迎え、子育てに向かうことができるよう相談会を開催する。
総合戦略における事業目的	出産、育児の不安を解消し、子どもを産み、育てやすい環境を作り、人口増につなげる。

2 安心して子育てできる環境整備

(1) 相談・訪問体制の充実

出産、子育てに関して気軽に相談できる体制整備やそれらに対する支援を充実することで、「妊娠」「出産」「子育て」の各時期での不安を軽減するとともに、産みたい、育てたい意識の高揚を図る

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
新生児等の家庭訪問実施率	100%/年	市内の全新生児のうち、家庭訪問等で状況把握できている割合
相談解決の割合	100%/年	相談終了数÷相談件数(%)

○具体的な事業

・妊婦・乳幼児訪問事業

事業内容	ハイリスクな妊婦、個別に助言が必要な家庭への訪問、新生児の全戸家庭訪問などにより支援する。
総合戦略における事業目的	「妊娠」「出産」「子育て」と、各時期での不安なことや不安定なことを、一人で抱え込まず、安心して、出産、子育てができる気軽な相談や支援のための環境づくりにより、不安等の減少を図り、産みたい、育てたいの意識を促す。

・母子に関する相談及び支援事業

事業内容	乳幼児健診時や地域別に開催する育児相談等を通じて、子育て等に関する相談・指導・助言等を行う。
総合戦略における事業目的	「妊娠」「出産」「子育て」と、各時期での不安なことや不安定なことを、一人で抱え込まず、安心して、出産、子育てができる気軽な相談や支援のための環境づくりにより、不安等の減少を図り、産みたい、育てたいの意識を促す。

・子ども家庭総合支援拠点事業

事業内容	全ての子どもの権利を擁護するため、子どもとその家庭及び妊産婦を対象に、より専門的な相談対応を推進するため、家庭児童相談員を包含させた「子ども家庭総合支援拠点」を設置し、切れ目ない包括的・継続的な相談・支援を実施する。
総合戦略における事業目的	相談・支援体制を充実し、関係機関との連携、調整等を行い養育上の問題解決にあたり、安心して子育てができる環境をつくる。

・発達障害等相談支援事業

事業内容	子ども家庭総合支援拠点の発達支援センターや、母子通園訓練施設やまびこ園で、心身の発達に支援を必要とする子ども及びその保護者等に対し、専門性をいかしたチームでの継続的な相談・支援を行う。
総合戦略における事業目的	支援を必要とする子ども及び保護者等が、子育て相談をしやすい体制を充実することで安心して子育てができる環境を整える。

(2) 子育てと仕事の両立に対する支援

安心して子どもを預けられる学童クラブ、保育所の運営や、一時預かりの相互援助により、子育て家庭が仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)を実現できる体制づくりを行う

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
ファミリー・サポートセンター事業利用回数	800回/年	援助成立件数

○具体的な事業

・ファミリー・サポート・センター事業

事業内容	乳幼児・小学生の預かり援助を受けたい人としてたい人が相互援助活動を行うことにより、地域の子育てを支援する。
総合戦略における事業目的	一時預かりの相互援助活動を充実し、安心して子育てができる環境を整えることで子育て支援を図る。

・学童クラブ運営事業

事業内容	昼間、保護者が家庭にいない児童に対して、学校帰りの居場所として学童クラブを運営する。
総合戦略における事業目的	1年生から6年生までの児童の放課後の居場所を提供するとともに、家庭的な雰囲気の中、指導員のもとで正しい生活指導を行い児童の健全育成を図り、子育てと仕事の両立の支援を行う。

・保育所運営事業

事業内容	就労等で家庭で保育できない就学前の児童を保育所で保育し、その保護者等を支援するとともに、保育所のもつ専門的機能を地域に開かれた社会資源として地域に提供する施設としての運営を行う。
総合戦略における事業目的	保育士の確保、処遇改善を継続的に実施することにより、保育を希望する児童すべてが保育所に入所し、保育が受けられるようにする。

(3) 子育て・親育ちの支援

子どもやその家族が安心して過ごせるよう教育と福祉が一体となって、子育てと、母親だけでなく父親も含めた親育ちを支援するとともに、幼保小連携、小中一貫教育、縄文科の創設、ことばとこころを育てる読書活動などを通じて、子どもが住みやすく、子育てのしやすい地域づくりを目指す

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
子育て、親育ち関連講座の参加者数	2,400人/年	過去3年の平均ー200(終了講座分)((家庭教育センター主催分)
CHUKOらんど手ノ手ノ利用者数	17,000人/年	CHUKOらんど手ノ手ノ利用者数
1日保育主体験参加率	父親50%、母親80%	1日保育主体験参加率

○具体的な事業

・子育て・親育ち支援等講座事業

事業内容	子育て支援講座、NP(ノーバディズ・パーフェクト)プログラム講座、子育て学級講座、育自(いくじ)講座等の開催により、子育て・親育ちを支援する。
総合戦略における事業目的	たくましく、やさしい、夢のある子どもが育つ健やかな家庭をつくることができるよう、子育ての知識、子どもとの関わり方を学びながら、親子の仲間作りのきっかけや情報を提供する。

・0123広場運営事業

事業内容	屋根つきの公園として、0歳から3歳を中心とした子どもと子育て中の保護者等がいつでも自由に集える場、親子のふれあい、親と親のつながりを作る場、育児相談のできる場を提供し、子育て・子育て・親育ちを支援する。
総合戦略における事業目的	親子がいつでも自由に遊び、交流し、相談等ができる場を提供することで、子育て・親育ちの支援を図る。

・地区子ども館運営事業(再掲)

掲載除外

事業内容	本のある屋根付き公園として、幼児、学童等の居場所を提供する。見守り役のどんぐりメイトを配置。運営を、地域の皆さんにより組織される地区子ども館運営委員会にゆだねている。
総合戦略における事業目的	子どもの居場所として地域の子ども達や保護者等が利用しやすい子ども館を提供し、子ども達が住みやすくまた子育てのしやすい地域を目指す。

・CHUKOらんど手ノ手ノ運営事業(再掲)

掲載除外

事業内容	中高生世代の若者が安心して過ごすことができ、夢や希望をかなえられる居場所施設を設置。施設内の利用だけでなく、イベントの参加など中高生世代と地域がつながる拠点とする。運営は利用者によるイベントの企画や施設の使用方法などを検討する「子ども運営委員会」が自主的に行う。
総合戦略における事業目的	自分達の居場所を自分達でつくっていくことを通じて充実感や達成感を得られる場所の提供により、子育て・子育てのしやすい地域を目指す。

-保育園を拠点とする地域子育て支援事業 掲載除外

事業内容	全ての子育て家庭に対し、保育園を開放することや、子育て等に関する相談や援助、交流の場の提供を行い、保育所を地域の子育ての拠点とする。
総合戦略における事業目的	在宅の子育て家庭の保護者が、安心して子育てができるように、子育て支援を身近なところで行うことにより、子育て不安の解消を図る。

-保育園一日保育士体験事業 掲載除外

事業内容	一日保育士体験を通じて、保護者が保育園での生活や遊び、学びの実体験をして、子どもの育ちや育児の視野を広げるきっかけとし、子どもと共に育ちあう機会とする。
総合戦略における事業目的	子育てが楽しいと実感できる機会を設けることで、子育て・親育ちを支援する。

-幼保小連携教育推進事業(再掲)

事業内容	幼稚園・保育園、学校、家庭が相互理解を深めながら、幼稚園・保育園から小学校の接続期における子どもの滑らかな連続的な育ちを支える。
総合戦略における事業目的	幼児期から児童期への滑らかな移行を進め、茅野市らしい教育環境を整えることで、子育て・親育ちを支援する。

-小中一貫教育推進事業(再掲)

事業内容	小学校と小学校、小学校と中学校の子どもや教員の交流を深めることによって、小学校・中学校9ヶ年の隔たりのない一貫した教育の取組を進める。
総合戦略における事業目的	義務教育の質的向上を目指し、小学校、中学校が一貫教育を進めることで児童生徒の心身の成長を支援し、生きる力の育成につなげる。

-読り一むinちの活動支援事業(再掲)

事業内容	行政と市民の皆さんがパートナーシップを組み、絵本を仲立ちとした親子のふれあいや想像力豊かに聴きとる力の育成を図る。
総合戦略における事業目的	出生届け提出時と4か月健診時に一冊の絵本を贈るファーストブックプレゼントや小学校入学時に本を贈るセカンドブックプレゼント、朝の絵本の読み聞かせや朝の10分間読書活動など特色ある活動を行うことで、子育て・親育ちを支援する。

-子ども読書活動応援センター事業(再掲) 掲載除外

事業内容	公民協働の読書推進機関である読書の森読り一むinちのなどと連携し、保育園、幼稚園、学校、地域などで0歳から18歳までの子どものための読書推進活動を支援する。
総合戦略における事業目的	茅野市子ども読書活動応援センターは、子どもの読書活動推進に関する総合的な連携推進と連絡調整を行う茅野市独自の組織である。0歳から18歳までの読書活動に係わる事業をサポートすることで、子育て・親育ちを支援する。

(4) 子育て世帯への経済的支援

子育て家庭の経済的負担を軽減し、子育てをしやすい環境を整備することで人口の自然増を図る

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
合計特殊出生率	1.64	人口動態保健所・市町村別統計

○具体的な事業

・多子世帯保育料軽減事業

事業内容	保育料無償化の対象とならない3歳未満児について、保育園の同時入所等により軽減を受けている児童(国の多子軽減策)以外で、第3子以降の児童の保育料を半額に軽減する。国の多子軽減を受けている第3子以降の児童の保育料軽減及び小学校3年生以下の兄弟がいる場合の多子軽減についても継続して行っていく。また、無償化の対象となる3歳以上児についても、実費徴収となる副食・主食費について所得による軽減及び小学校3年生以下の兄弟がいる場合の多子軽減を実施する。
総合戦略における事業目的	多子世帯の経済的な負担の軽減により、安心して子育てできる環境を整える。

・医療費助成事業

事業内容	15歳(中学校3年生)までの子どもを対象に、県内の医療機関(病院・薬局)の窓口で1月に1医療機関等(入院・外来別)で支払う自己負担額を月額500円を上限とし、医療費の支援をする。
総合戦略における事業目的	子どもを対象とした医療費助成制度による子育て家庭の経済的な負担の軽減により、安心して子育てできる環境を整える。

・私立幼稚園支援事業

事業内容	幼稚園に児童を通わせている児童の保護者に対して、公・私立幼稚園間の保護者負担の格差の是正を図るため、所得に応じ、授業料を支援する。
総合戦略における事業目的	幼稚園に通園している家庭に対しても、経済的負担の軽減により、安心して子育てできる環境を整える。

・教育資金利子補給事業

事業内容	大学等に進学する子を持つ保護者が特定の教育資金を借入れ返済した場合に、返済利子の一部を助成し、子育て世帯の経済的支援をする。
総合戦略における事業目的	就学困難な児童生徒の保護者に対して生活の安定と自立を助けるための、経済的な負担の軽減により、安心して子育てできる環境を整える。

・遠距離通学児童・生徒通学支援事業

事業内容	遠距離通学をする児童・生徒の保護者に対し、通学に要する費用を支援する。
総合戦略における事業目的	子育て世帯の経済的な負担の軽減と、卒業後市に帰還した場合は上乘せ利子補給することで、市外へ進学した子のUターンを促進する。

基本目標5 “ひと”と“ひと”をつなぐ安心・安全な地域をつくる ～茅野市で暮らす～

○ 目標の基本的方向

- ・ 地域コミュニティ活動の活性化のための支援を行い、地域の身近な問題を自ら解決することができるコミュニティづくりを進める。
- ・ 防災に関する自助・共助・公助の活動を充実し、それぞれの連携を図ることで、災害に強い支え合いのまちづくりを進める。
- ・ 福祉21ビーンズプラン及び地域福祉行動計画を推進し、お互いに支え合い、住み慣れた地域でその人らしく暮らせるまちづくりを進める

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
◆ 市内の区・自治会への入区率	73%/年	区・自治会へのアンケート調査に基づく加入世帯／国勢調査に基づく世帯数

1 地域コミュニティ組織の充実に対する支援

(1) 区・自治会活動への支援

◎重要業績評価指標(KPI)

区・自治会に対し公民館などの活動拠点の整備を支援するとともに、他地域の活動の紹介等を行い、地域コミュニティ活動の充実を図る。また、区・自治会に対し、転居してきた人や区・自治会に未加入の人など多くの人を迎え入れることができるよう加入促進パンフレットの作成支援を行う

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
活動拠点の整備支援件数	30件(5年累計)	施設整備事業及び小型除雪機購入補助金補助件数
各区・自治会長への連絡票引継ぎ率	40%/年	市民課窓口における入区案内時に記載いただく区・自治会長への連絡票引継ぎ率(連絡票記載件数/窓口での入区案内件数)

○具体的な事業

・区・自治会への助成事業(公民館分館施設整備支援事業)

事業内容	区・自治会が行う公民館分館の新築、改修等の施設整備及び小型除雪機購入に対し補助金を交付する。
総合戦略における事業目的	コミュニティ活動の拠点整備に対する補助金を交付し、区・自治会の負担軽減を図ることで、区・自治会活動への支援を行う。

・区・自治会への加入促進事業

事業内容	各区・自治会加入促進パンフレット等により区・自治会費や活動等の案内を丁寧に行うとともに、連絡票の記入により区・自治会長へとつなげる。
総合戦略における事業目的	入区案内を行うことにより区・自治会への加入者を増やし、コミュニティ活動の活性化を図る。

(2) 自主防災組織の育成と活動に対する支援

◎重要業績評価指標(KPI)

地域における防災活動の要となる自主防災組織の活動を強化するため、組織内の人材育成や防災訓練といった日常活動に対する支援を行う。また、地震や風水害など様々な災害などに対応する消防団活動をサポートし、消防団体制の充実と活動の強化を図る

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
自主防災組織防災訓練実施率	100%/年	自主防災組織防災訓練実施率
消防団員の定員に対する充足率	97.3%/年	消防団員の定員に対する充足率

○具体的な事業

・自主防災組織活動支援事業

事業内容	自主防災組織が整備する防災資機材や防災訓練等の日常活動に対し補助金を交付するとともに、自主防災組織の活動に対する人的・技術的な支援を行う。
総合戦略における事業目的	自主防災組織の活動を充実することで、地域における支え合いが積極的に行われるようになり、安全で安心な地域コミュニティづくりを進める。

・消防団活動支援事業

事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・活動服貸与事業(より動きやすい活動服を貸与する) ・消防団サポート事業(参加店舗等で料金の割引など様々な特典を受けることができる) ・消防団協力事業所認定事業(消防団員の活動に対し積極的に協力している事業所等を認定する)
総合戦略における事業目的	地域の消防・防災活動の要となる消防団の活動に対し支援を行うことで、消防団員のなり手を確保するとともに、安全・安心な地域コミュニティづくりを進める。

2 「福祉でまちづくり」の推進

(1) 地域コミュニティにおける地域福祉の推進

各地区(ちの地区は区)の「第二次地域福祉行動計画」の推進支援をしていくことで、地域のコミュニティ活動の充実と支えあいの仕組みづくりを進める

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
住民参加型有償サービスを実施している区・自治会数	10区/年	住民参加型有償サービスを実施している区・自治会数 (行政区の取組状況を確認)

○具体的な事業

・地域福祉行動計画推進支援事業

事業内容	推進支援チームが各地区(ちの地区は区)で「第二次地域福祉行動計画」の推進及び「第三次地域福祉行動計画」の策定の支援を行う。今年度は計画の印刷製本費を計上した。
総合戦略における事業目的	各地区(ちの地区は区)の「第二次地域福祉行動計画」策定を支援し、計画の推進支援をしていくことで、地域のコミュニティ活動の充実と支えあいの仕組みづくりを進める。

・住民参加型有償サービス支援事業

事業内容	生活支援の一つとして、病院、買い物等への住民参加型福祉サービスに対し、支援を行う。
総合戦略における事業目的	住民参加型福祉サービスの活用により、区・自治会の生活課題解決を推進する。

(2) 支え合いマップ作成に対する支援

災害時などにおける避難行動要支援者の支援をスムーズに行うため、自主防災組織の活動を支援し、支え合いマップ作成を推進する

◎重要業績評価指標(KPI)

数値目標	第2次総合戦略における目標値(R6時点)	参照する統計情報等又は算出方法
区・自治会における支え合いマップ・名簿等の作成割合	100%/年	区・自治会における支え合いマップ・名簿等の作成割合(行政区の取組状況を確認)

○具体的な事業

・避難行動要支援者支援事業

事業内容	避難行動要支援者名簿の作成に伴い、従来からの支え合いマップの活用や更新、マップ・名簿等の新規作成を支援する。
総合戦略における事業目的	支え合いマップ・名簿等の作成率向上と更新を支援することで、避難行動要支援者等も安心して暮らせる地域を目指す。