

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

八ヶ岳ファン拡大を通じた関係人口創出事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

長野県茅野市

3 地域再生計画の区域

長野県茅野市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

当市は比較的アクセスしやすいことを理由に来訪者が多い首都圏や中京圏において、以前から観光地を中心としたプロモーションを実施してきた。過去にプロモーションイベントを実施した東京や名古屋等でのアンケート結果では、八ヶ岳や蓼科、白樺湖等の観光地はほぼ全員が認知していたが、「茅野市」の認知度は70%程度であった。この傾向は、一般的には更に広がる傾向にあり、八ヶ岳や観光地は知っていても「茅野市」は知らないといった方が少なくない。八ヶ岳自身が持つ多様な魅力は一定程度認知されている一方で、「八ヶ岳のある暮らし」が茅野市の強みとして認知されていないため、総合戦略に掲げる「通いたいまち、帰りたいまち」、「移り住みたいまち、住み続けたいまち」となり得ていない。

Resas及び統計データから見ると、観光地である当市においては将来的に移住者となり得る分母に近い市内観光地利用者は首都圏や中京圏、県内各地から訪れており、利用者数は令和4年度には約330万人とコロナ禍前の水準まで回復していることから、一定数の観光客が当市を訪れている実態はある。一方、当市が把握できる範囲では、令和4年度の移住者は67人あり、移住検討者向けイベントにおける相談者は延べ300人ほどとなっている。相談者からは移住を検討する上での懸念事項として、大都市に比べて日常生活の不便さが増す不安、冬の寒さ、都会での生活との違い、具体的な生活がイメージできないことなどが多く挙げられている。また、当市の人口動態を見ると第2次茅野市地域創生総合戦略策定の基準年の令和元年から4年までの4年間で180人の社会減となっており、その間に自然減も含めて生産年齢人口は約800人減少している。年代別では20代、30代だけで年間150人以上が社会減となっていることから、この年代を対象として当市での暮らしの良さをPRし、茅野市を単に観光目的地の地域ではなく移り住みたいまちへと認識してもらい、若者に選ばれているまちとなることが重要である。

また、当市では、2019年に茅野駅から直結する商業施設にコワーキングスペース「ワークラボ八ヶ岳」を整備し、コロナ禍には民間施設でも市内各所に50ヵ所近くのテレワーク施設が開設されたが稼働率にはまだ余裕があり充分生かされていない。ワークラボ八ヶ岳の特徴の一つとしてデスクシェア契約により法人登記が可能であり、スタートアップ拠点として利用することができる。しかし、当市の産業構造は製造業、宿泊・サービス業が中心であり、テレワーク施設やスタートアップと関連性の高い情報通信業の事業者数は1%以下と非常に少ない。特に若い世代や女性を関係人口として定着させるためや移住者を獲得するために有効なテレワークを活用した仕事や新たな事業を始めるための支援が不足していることも課題である。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

茅野市では「若者に選ばれるまち」の実現を目指して第2次地域創生総合戦略を策定し、基本目標として目標1「知りたい、訪れたいまちをつくる」、目標2「通いたい、帰りたいまちをつくる」、目標3「移り住みたい、住み続けたいまちをつくる」を掲げている。これらの目標を達成するため、茅野市の認知度向上に向けた情報発信、茅野市への来訪に向けた誘客促進、関係人口の増加に向けたつながりの創出、魅力ある雇用・産業の創出といった各施策を実施している。

日本百名山のひとつとして知られる八ヶ岳は、長野県から山梨県にかけて赤岳や硫黄岳など個性豊かな山々が連なり、原生林や湖沼などが点在し美しい景観や多様な登山ルートなど多くの魅力を持っている。茅野市は、八ヶ岳西麓に位置し八ヶ岳登山の玄関口であるとともに、山麓に広がる蓼科、白樺湖、車山高原等では季節ごと多様な景観が楽しむことができ、八ヶ岳山麓は茅野市の最大の地域資源である。

現在も八ヶ岳の魅力を引き付けに茅野市を知り、観光目的で訪れる方はいるが、今後、更に八ヶ岳ファンを増やし、八ヶ岳と言えば茅野市と思われるほど認知を高めるとともに、当市を知り、訪れてくれた方が当市の魅力を感じ移り住んでくれるようになることを通じて、第2次茅野市

地域創生総合戦略に掲げる「若者に選ばれるまち」の実現を図っていく。

【数値目標】

K P I ①	地域へのUIJリターン数						単位	人
K P I ②	イベント参加者等による新たな事業の創出						単位	件
K P I ③	プロモーション動画等の到達数						単位	件
K P I ④	プロモーションイベント等への参加者数						単位	人
	事業開始前 (現時点)	2024年度 増加分 (1年目)	2025年度 増加分 (2年目)	2026年度 増加分 (3年目)	2027年度 増加分 (4年目)	2028年度 増加分 (5年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	1,282.00	20.00	20.00	20.00	-	-	60.00	
K P I ②	0.00	0.00	0.00	1.00	-	-	1.00	
K P I ③	0.00	150,000.00	200,000.00	200,000.00	-	-	550,000.00	
K P I ④	30.00	30.00	30.00	30.00	-	-	90.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

八ヶ岳ファン拡大を通じた関係人口創出事業

③ 事業の内容

単に観光資源としての八ヶ岳や周辺の観光地をPRするのではなく、20～30代をターゲットとした八ヶ岳を中心とした多様な魅力のある暮らしを伝えるプロモーション活動を行っていく。20～30代の若者や、ロコミによる情報伝達力が強く、世帯による移住定着に重要となる女性を対象に、UIJターン者が地域での関りを定着するための多様な稼ぎ方の支援を行う。

・都心部等で生活する20～30代へ訴求することを意識した八ヶ岳のある暮らしをプロモーションする動画の制作、発信。

動画の内容例

八ヶ岳の麓に広がる標高の高い地域ならではの文化や暮らし、周辺アクティビティなどの多様な魅力。

豊かな自然環境に暮らしながら、都心に日帰りアクセスできる暮らしなど。

・八ヶ岳への登山やハイキング等に興味がある層を中心に関係人口や移住者につなげていくことを目的としたプロモーションイベント

想定するイベント内容
都内から日帰り可能な高尾山や御岳山、都内の登山ショップなどを会場とした30代を対象とした八ヶ岳とその山麓での暮らしの魅力を伝えていくイベント
茅野市を会場とした登山やハイキング等のアウトドアエリアの魅力と共に、雄大な自然環境の暮らしの素晴らしさや、都心部とのつながりを伝えていくイベント
・若者や女性対象とした起業・創業に向けた支援
若者や女性を対象とした地域課題等をテーマにスモールスタート可能なビジネスセミナー
ビジネスセミナー参加者等によるビジネスコンテスト
ビジネスセミナーやコンテストの参加者による起業・創業に向けた伴走支援
・本事業全体の情報発信及び関係人口の計測
事業全体の取組をSNS等を活用して広く情報発信する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業により新たな関係人口を創出していくことが多様な産業の地域経済に寄与することを理解していただき、地域の事業者等に広告収入や協賛金を募っていく。
また、起業支援は継続し成果を出すことで、セミナー等の効果を打ち出し参加者からの参加費等による運営を目指していく。

【官民協働】

行政は本事業の事務局を3年間行う中で、各事業への地域外からの参加者が地域の事業者や機関、キーパーソン等との企業や市民が地域内の事業者等との交流する場を創出していく。茅野商工会議所等の各機関を通じて民間事業者等と連携し、地域経済の活性化に向けた意見交換や事業への参画を促していく。

【地域間連携】

八ヶ岳観光圏として観光施策に取り組んでいる山梨県北杜市、長野県富士見町、原村との連携、また茅野市と同一経済圏で産業構造も近い諏訪地域6市町村とも連携した各事業の展開を図っていく。
いずれの地域も類似の課題を抱えており、市町村を超えた事業に発展することで、域外からの参加者等にとっては地域での活動の選択肢が広がり、八ヶ岳を中心とした多くの魅力を発信することができる。

【政策・施策間連携】

20～30代を対象とした八ヶ岳のある暮らしをプロモーションしていくことで、これまで関心のなかった層にも茅野市や八ヶ岳が認知され新たな観光地を誘客し観光支援につながる事が期待できる。新たな関係人口を創出し、地域と関わりつづけるための起業等を支援することで新たな事業及び雇用の創出、地域経済の発展に期待することができる。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

関係人口の計測、関係人口等とのコミュニケーションに確立する事業

理由①

これまで効果の確認ができなかった関係人口の人数やその動向等をデジタルの力を活用し見える化していく。

取組②

本事業の取組やプロモーション動画の発信に関する事業

理由②

SNSや動画公開サイト等を活用し、地域の魅力を多くの人に伝えていく。

取組③

オンラインを活用したビジネスセミナーや関係者等との打合せ

理由③

茅野市内で行うイベントやセミナー等に地域外からの参加についてはオンラインを活用する。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4－2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

地域創生総合戦略有識者会議に、事業の実施状況及び成果について報告し、意見を聴取する。

【外部組織の参画者】

地域創生総合戦略有識者会議メンバー

【産業界】茅野商工会議所、信州諏訪農業協同組合、楽園信州ちの（移住推進組織）

【官公庁】ハローワーク諏訪、【大学】公立諏訪東京理科大学、【金融機関】八十二銀行、諏訪信用金庫

【労働組合】連合長野諏訪地域協議会、【マスコミ】長野日報社、

【住民団体等】茅野市区長会、どんぐりネットワーク茅野、子育て世代代表者、

【その他有識者】二地域居住者、若手経営者、リモートワーカー、公募参加者

【検証結果の公表の方法】

市ホームページにより公表

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 42,500 千円

⑧ 事業実施期間

2024年4月1日から 2027 年 3 月 31 日 まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5－3 その他の事業

5－3－1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5－3－2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2027 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7－1 目標の達成状況に係る評価の手法

5－2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7－2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4－2に掲げる目標について、5－2の⑥の【検証時期】に

7－1に掲げる評価の手法により行う。

- 7－3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法
5－2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。