**茅野市地域創生総合戦略の改定箇所一覧**

**【基本目標2】選ばれるまちをつくる**

**○改定前（P75）**

**１　茅野市の魅力発信と環境整備による移住・定住の促進**

**(1)　移住・定住に向けた情報の発信・環境の整備**

　　移住・定住を考える方にとっては、移住・定住に向けた情報がワンストップで得られることが重要になってくる。また、実際に移住・定住を進める際の住宅用地取得や住環境についても大きな課題となる。

　　このことから、自然環境や歴史、文化といった地域資源を積極的に発信し茅野市のＰＲを図るとともに、移住・定住に向けた受け入れ体制を強化する。また、移動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）

* 移住・定住・二地域居住に係るポータルサイトの構築　1件（H31）
* 空き家住宅改修件数　6件／年（H31）

　　 具体的な事業

　　　・移住・定住・二地域居住に係るポータルサイト構築事業

　　　（「全国移住ナビ」活用事業）

　　　・移住・定住相談等ワンストップ化推進事業

　　　・Ｕ・I・Jターン促進事業

　　　・空き家住宅改修補助事業

　　　・住宅団地販売促進事業

　　　・公共交通確保維持改善事業

**○改定後**

**１　茅野市の魅力発信と環境整備による移住・定住の促進**

**(1)　移住・定住に向けた情報の発信・環境の整備**

　　移住・定住を考える方にとっては、移住・定住に向けた情報がワンストップで得られることが重要になってくる。また、実際に移住・定住を進める際の住宅用地取得や住環境についても大きな課題となる。

　　このことから、自然環境や歴史、文化といった地域資源を積極的に発信し茅野市のＰＲを図るとともに、移住・定住に向けた受け入れ体制を強化する。また、移動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）

* 移住・定住・二地域居住に係るポータルサイトの構築　1件（H31）
* 地域資源を活用した交流の場の利用者数（1ヶ所当たり）　150人／月（H31）
* 空き家住宅改修件数　6件／年（H31）

　　 具体的な事業

　　　・移住・定住・二地域居住に係るポータルサイト構築事業

　　　（「全国移住ナビ」活用事業）

　　・地域資源を活用した移住促進創業支援事業

　　　・移住・定住相談等ワンストップ化推進事業

　　　・Ｕ・I・Jターン促進事業

　　　・空き家住宅改修補助事業

　　　・住宅団地販売促進事業

　　　・公共交通確保維持改善事業

**○改定前（P76）**

**２　別荘地等に着目した二地域居住の推進に向けた情報発信・環境の整備**

**(1)　二地域居住の実践ＰＲと環境の整備支援**

　　都市に住む人の多様化するライフスタイルを実現するための手段の一つとして、現在の住居に加えた生活拠点を持つ「二地域居住」が挙げられる。

　　茅野市は、都心から車でも電車でも２時間強で来られる距離にあり、また、約１万戸を数える別荘を保有することに着目すると、この二地域居住を推進していく大きな可能性を秘めていると考えられる。

　　そこで、別荘開発事業者と連携を図り、既に二地域居住を実践している事例等の情報発信によりその魅力等をＰＲするとともに、「食」や「買い物」といった住環境の整備支援等を行い、都心から人を呼び込む二地域居住を推進し、将来的な移住・定住につなげていく。

重要業績評価指標（ＫＰＩ）

* クレジットカード等決済端末導入補助事業申請件数　50件（5年間で）

　　 具体的な事業

　　　・別荘開発事業者等との連携推進事業

　　　・キャッシュレス環境普及推進事業

**○改定後**

**２　別荘地等に着目した二地域居住の推進に向けた情報発信・環境の整備**

**(1)　二地域居住の実践ＰＲと環境の整備支援**

　　都市に住む人の多様化するライフスタイルを実現するための手段の一つとして、現在の住居に加えた生活拠点を持つ「二地域居住」が挙げられる。

　　茅野市は、都心から車でも電車でも２時間強で来られる距離にあり、また、約１万戸を数える別荘を保有することに着目すると、この二地域居住を推進していく大きな可能性を秘めていると考えられる。

　　そこで、別荘開発事業者と連携を図り、既に二地域居住を実践している事例等の情報発信によりその魅力等をＰＲするとともに、「食」や「買い物」といった住環境の整備支援等を行い、都心から人を呼び込む二地域居住を推進し、将来的な移住・定住につなげていく。

重要業績評価指標（ＫＰＩ）

* 別荘開発事業者等との連携事業数　5事業（5年間で）

　　 具体的な事業

　　　・別荘開発事業者等との連携推進事業

　　　・キャッシュレス環境普及推進事業

**○改定前（P79）**



**○改定後**



**【基本目標3】楽しいまちをつくる**

**○改定前（P82）**

**１　地域資源の魅力を活かした観光商品の造成・情報発信**

**(1)　４エリア（八ヶ岳、蓼科、白樺湖・車山、縄文の里）のエリア内連携による誘客促進**

　　各エリアの強みや集客特徴を活かし、「選ばれる観光地」、「行って良かった観光地」としていくための仕組みづくりと受入体制の強化を行い、周遊促進による滞在時間の延長及び観光消費額の増加等を図る。

重要業績評価指標（ＫＰＩ）

* 滞在人口率全国順位　350位（H31）　（参考：H26　561位）

（データ元：地域経済分析システム）

　　 具体的な事業

　　　・各エリアの連携事業

**○改定後**

**１　地域資源の魅力を活かした観光商品の造成・情報発信**

**(1)　４エリア（八ヶ岳、蓼科、白樺湖・車山、縄文の里）のエリア内連携による誘客促進**

　　各エリアの強みや集客特徴を活かし、「選ばれる観光地」、「行って良かった観光地」としていくための仕組みづくりと受入体制の強化を行い、周遊促進による滞在時間の延長及び観光消費額の増加等を図る。

重要業績評価指標（ＫＰＩ）

* 滞在人口率全国順位　350位（H31）　（参考：H26　561位）

（データ元：地域経済分析システム）

　　 具体的な事業

　　　・各エリアの連携事業

　　　・各エリアの連携による商品開発事業

**○改定前（P82）**

**(2)　「女性」と「健康」をキーワードにした誘客促進**

　　八ヶ岳を中心とした登山や市内周遊に向けた首都圏でのプロモーション（特に女性をターゲットとする。）を展開し、市内での滞在時間や消費額の増大とリピーター化を図るための積極的な誘客宣伝活動を行う。

重要業績評価指標（ＫＰＩ）

* 首都圏プロモーション事業参加者数　4,000人（H31）　（参考：H26　3,060人）

　　 具体的な事業

　　　・首都圏女子をターゲットにした誘客宣伝事業

**○改定後**

**(2)　「女性」と「健康」をキーワードにした誘客促進**

　　八ヶ岳を中心とした登山や市内周遊に向けた首都圏でのプロモーション（特に女性をターゲットとする。）を展開し、市内での滞在時間や消費額の増大とリピーター化を図るための積極的な誘客宣伝活動を行う。

重要業績評価指標（ＫＰＩ）

* 女性と健康をキーワードにした着地型商品の参加者数　1万人（H31）

　　 具体的な事業

　　　・女性と健康をキーワードにした商品開発事業

**○改定前（P83）**

**(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）

* 学習旅行延児童・生徒数　40,000人／年（H31）

（参考：H26　26,859人）

* サマーキャンプ参加者数　300人／年（H31）　（参考：H26　251人）

　　 具体的な事業

　　　・学習協サマーキャンプ・スノーキャンプ実施事業

・「まるごとワクワク体験」冊子活用事業

・茅野市学習旅行マーケティング・ブランド化事業

**○改定後**

**(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）

* 学習旅行延児童・生徒数　40,000人／年（H31）

（参考：H26　26,859人）

* サマーキャンプ参加者数　300人／年（H31）　（参考：H26　251人）

　　 具体的な事業

　　　・学習協サマーキャンプ・スノーキャンプ実施事業

・「まるごとワクワク体験」冊子活用事業

・修学旅行パンフレット活用事業

・茅野市学習旅行マーケティング・ブランド化事業

**○改定前（P88）**



**○改定後**



**【基本目標4】若い世代を応援する**

**○改定前（P93）**

**(4)　子育て世帯への経済的支援**

　　多子世帯等の子育て家庭の経済的負担を軽減し、子育てに希望を持てるよう支援を行う。

重要業績評価指標（ＫＰＩ）

* 3人目以降を出産した人の割合　22.0％（年間）　（H31）

（参考：H26　21.5％（年間））

　　 具体的な事業

　　　・多子世帯保育料軽減事業

　　　・医療費助成事業

　　　・通園補助金交付事業

・私立幼稚園支援事業

・育英事業（奨学金制度）

・遠距離通学児童・生徒通学支援事業

・要保護・準要保護児童・生徒就学援助事業

**○改定後**

**(4)　子育て世帯への経済的支援**

　　多子世帯等の子育て家庭の経済的負担を軽減し、子育てに希望を持てるよう支援を行う。

重要業績評価指標（ＫＰＩ）

* 3人目以降を出産した人の割合　22.0％（年間）　（H31）

（参考：H26　21.5％（年間））

　　 具体的な事業

　　　・多子世帯保育料軽減事業

　　　・医療費助成事業

　　　・通園補助金交付事業

・私立幼稚園支援事業

・育英事業（奨学金制度）

・教育資金利子補給事業

・遠距離通学児童・生徒通学支援事業

・要保護・準要保護児童・生徒就学援助事業

**○改定前（P96）**



**○改定後**



### 諏訪東京理科大学との連携強化による雇用創出、若者の地元定着

近年の少子化の影響を受け、特に地方の私立大学は全国的にも大変厳しい経営状況にあります。諏訪東京理科大学も例外ではなく、入学者の定数割れが続き、経営面に悪影響を及ぼしています。

大学の学生確保と学生生活を送った自治体への卒業後の若者の定着は、共通の課題であり、大学、自治体は共に連携、協力し合い課題の解決に向けた取組を進める必要があります。

茅野市と諏訪東京理科大学とは、平成１４年の諏訪東京理科大学開学以来、審議会や委員会への人材派遣、事務事業への参加協力など多方面での協力関係が築かれてきました。平成２２年１０月には、茅野市と諏訪東京理科大学とで包括的な提携に関する協定を締結し、地域の活性化や産業振興、人材育成など様々な場面での協力、連携を図ってきました。

地方における人口減少の大きな要因の一つとして、東京圏への人口集中があげられます。特に、地方の若い世代の大学進学時及び卒業時における東京圏への流出が顕著にみられます。その要因としては、地方における高等教育機関としての機能が不十分であることや、地方に学生が求めるような雇用が少ないことがあげられます。

そこで、諏訪東京理科大学が更に魅力ある大学となるよう、平成３０年４月の開学を目指し公立大学化の準備を進めています。公立大学化により学生の確保が図れれば県内唯一の私立理工系大学という特色を活かし、市や地元企業と連携した新しい産業や技術の創出による産業振興や雇用の創出に向けた取組を進めます。

また、学生の地元定着を目指して、市が学生の生活を応援するとともに、大学も地域と連携し、地域資源を活かした教育活動を進め、地域を理解し、地域に愛着を持つ人材の育成につなげていきます。

今まで以上に諏訪東京理科大学との連携を強化し、茅野市のみならず諏訪圏域における雇用の創出、若者の定着を図ります。

【諏訪東京理科大学との連携事業・学生支援事業】

* インターンシップ促進事業（基本目標１・基本目標２）
* 学生向け企業見学訪問事業（基本目標１・基本目標２）
* コワーキングスペース開設事業（基本目標１・基本目標２）
* 茅野・産業振興プラザ支援事業（基本目標１）
* 諏訪圏６市町村によるＳＵＷＡブランド創造事業（基本目標１）
* NPO諏訪圏ものづくり推進機構支援事業（基本目標１）

諏訪東京理科大学学生生活応援事業（基本目標２）