



佐久市 交流人口創出 基本計画



Have
the time
of your
life!



平成24年3月
長野県佐久市

目次



はじめに ～ 交流人口の創出に向けて ～

1

第1章 交流人口創出の背景

- I 社会情勢の変化
 - 1. 人口減少、少子高齢化の進展 2
 - 2. 価値観の変化、多様化
 - 3. 市を取り巻く状況
- II 交流人口創出の必要性 5

第2章 交流人口創出の方向性

- I 交流人口創出の方針と視点
 - 1. 交流人口創出の基本方針 6
 - 2. 交流人口創出の視点
 - 3. 交流人口の範囲
- II 交流人口創出基本計画の策定
 - 1. 計画の意義と位置付け 7
 - 2. 計画の期間
 - 3. 効果の測定

第3章 交流人口創出の戦略

- I 交流人口創出戦略の概要 9
- II 交流人口創出戦略の内容
 - 【基本戦略 1】観光誘客の拡大 10
 - 1. 魅力ある観光地づくり
 - 2. 観光基盤の充実
 - 3. 積極的な情報発信
 - 4. 観光ネットワークの構築
 - 【基本戦略 2】新たな交流事業の展開 14
 - 1. 地域交流型プログラム
 - 2. 友好都市等交流型プログラム
 - 3. 国際交流型プログラム
 - 4. 健康増進型プログラム
 - 5. 定住・滞在促進型プログラム
 - 6. スポーツ交流型プログラム
 - 7. 文化交流型プログラム
 - 8. その他交流プログラム
 - 【基本戦略 3】交流産業の確立 22
 - 1. 産業団体の活動支援
 - 2. 新ビジネスの展開
 - 3. 交流商品のブランド化
 - 4. 交流産業のネットワーク化
 - 【基本戦略 4】受け入れ体制の整備 25
 - 1. 受け入れ団体の確保
 - 2. 人材の育成
 - 3. 受け入れマニュアルの策定
 - 【基本戦略 5】広域連携の強化 27
 - 1. 広域市町村の連携
 - 2. 素材に着目した連携
 - 3. 長野県との連携

第4章 交流人口創出の運用体制

- I 交流人口創出プログラムの策定
 - 1. プログラムの策定 30
 - 2. プログラムの効果測定
- II 交流人口創出プログラムの推進体制
 - 1. 庁内の運用体制 30
 - 2. 庁外からの意見募集

資料編

はじめに… 交流人口の創出に向けて

佐久市は、北を浅間山、南をハヶ岳連峰、西を蓼科山、東を荒船山といった名峰に囲まれ、南北を豊かな水をたたえた千曲川が貫流する、大自然に恵まれた都市です。高原特有の昼夜の寒暖差の大きさや降水量の少なさなど、その気候も特徴的で、特に、年間を通した晴天率の高さや日照時間の長さは、国内でもトップクラスです。

また、米や高原野菜、果物、川魚、地酒など、おいしい食材の宝庫であるとともに、中山道の宿場町を中心とした古い街並み、里山、人と人との繋がりなど、昔ながらの「田舎らしさ」が残る地域でもあります。

近年は、上信越自動車道、長野新幹線、中部横断自動車道などの高速交通網の整備により、交通アクセスが飛躍的に向上し、首都圏への通勤・通学圏域として、また、北陸地域などの日本海圏、東海地域などの太平洋圏を結ぶ交通の要衝として注目を集めることとなりました。

一方、我が国においては、人口減少社会の到来や少子高齢化の進展などに伴い、都市間競争が激化しています。各自治体では、自らの生き残りを賭け、特長的な施策を掲げて、より多くの人々に選択してもらえるまちづくりにしのぎを削っています。

このような状況の中、本市においても、「世界最高健康都市の構築」、「安心安全な子育て支援」、「地域経済の活性化」、「交流人口の創出」、「徹底した情報公開による市民参加型市政の実現」を5つの大きな施策の柱に掲げ、市政運営に取り組んでいます。

特に、地域の元気を生み出す「交流人口の創出」のための施策では、本市の豊かな自然環境、恵まれた気候、多様な特産物、「田舎らしさ」といった様々な地域資源、都市部からのアクセスの良さ、医療環境の充実などの特長を生かし、人、モノ、情報が集う経済圏の拠点づくり、また、文化・スポーツなどによって様々な地域の人々が集い、交流する拠点づくりを目指して、にぎわいと活力、そして未来に繋がる躍動感に溢れるまちづくりを推進しているところです。

今後、交流人口の創出に向けた取り組みを一層強化し、また、本市ならではの新たな施策を展開していくことで、定住人口の増加や地域の活性化に繋がるよう、ここに「佐久市交流人口創出基本計画」を策定します。

そして、交流人口創出の趣旨を市民、行政、民間などの様々な主体が共有し、本計画に基づいた事業を市民協働で展開することで、さらなる都市的発展と市民福祉の向上に寄与して参ります。

第1章 交流人口創出の背景

I 社会情勢の変化

● 1. 人口減少、少子高齢化の進展

日本の人口は、平成 17 年(2005 年)に、死亡などの人口減少要因が出生などの人口増加要因を上回り、「人口減少元年」を迎えました。その後、人口減少に歯止めがかからないどころか、さらにその傾向が加速化している状況です。

また、晩婚化、非婚化などの影響により出生率が減少している一方で、医療・衛生・食生活の向上で死亡率が低下したことにより、高齢化率が次第に上昇しています。

この人口減少、少子高齢化は、地域、経済、社会に深刻な影響を及ぼすことが懸念されています。

(1) 経済成長に及ぼす影響

少子化の進展は、労働力の減少に繋がり、労働力の減少は、供給力の低下に繋がります。技術革新などによる労働生産性の向上と同時に、域外からの人口流入による労働人口の増加が図られ、労働生産性が上昇しない限り、経済成長率は年々低下していくことになります。

(2) 産業に及ぼす影響

人口減少により、消費者の減少、市場の縮小が生じ、国内市場を主たる市場とする産業は、すべての分野で大きなマイナス影響を受けています。さらに、少子高齢化の進展により、産業を支える労働力が低下したり、個人消費が減退したりするなど、産業界全体へ様々な影響を及ぼしています。

(3) 社会保障に及ぼす影響

現行の社会保障制度は、現役世代の負担で高齢者の生活を支える相互扶助により成り立っています。しかし、少子高齢化の進行により、若年層1人当たりが支える高齢者数が大幅に増加するなど、現行の社会保障制度の崩壊に繋がりがかねない状況となっています。

(4) 地域に及ぼす影響

人口の減少は、すべての地域で進行しているわけではありません。大都市圏やその周辺域では、人口の増加又は維持がなされており、著しい減少傾向は、地方圏において起こっています。また、この地域間格差の拡大傾向は、今後さらに強まっていくことが予想されています。

地方圏の人口減少は、地域の経済活動の減速や、地域の伝統的な行事やイベントの消滅など、地域の活力を低下させる様々な障害を引き起こしています。

2. 価値観の変化、多様化

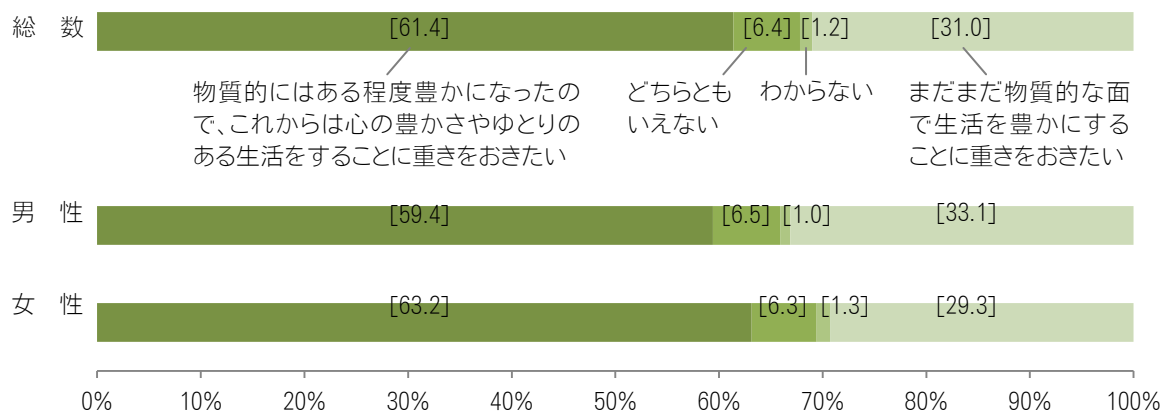
前述してきた人口の減少及び高齢化率の上昇は、都市活力の減退というマイナスの側面的一方で、社会の成熟期特有の、人々の余暇時間やニーズの増大という側面も同時に持ち合わせています。

(1) 「心の豊かさ」への転換

このような社会情勢を裏付けるように、内閣府が行った「平成 23 年度国民生活に関する世論調査*」では、「心の豊かさ・物の豊かさ」に関する国民意識の変化が見てとれます。

今後の生活において、「これからは心の豊かさか、まだ物の豊かさか」について調査したところ、「物質的にある程度豊かになったので、これからは心の豊かさやゆとりのある生活をするに重きをおきたい」と答えた人が 61.4%と、「まだまだ物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい」と答えた人の 31.0%を大きく上回る結果が出ています。

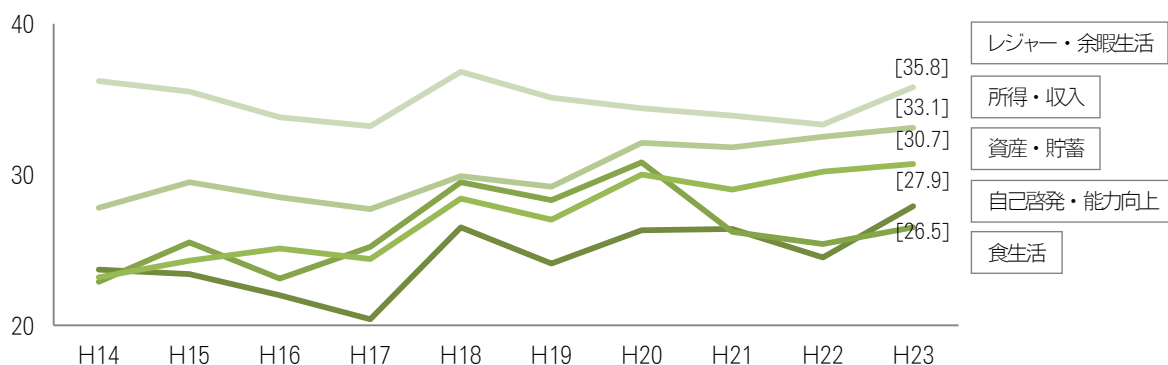
図表 「心の豊かさ・物の豊かさ」に関する意識（資料：内閣府「H22 国民生活に関する世論調査」）



(2) 「今後の生活の力点」の動向

同調査において、「今後の生活の力点」として、今後の生活でどのような面に力を入れたいと思うかとの質問に対しては、「レジャー・余暇生活」と答えた人が 35.8%、「所得・収入」と答えた人が 33.1%となり、以下、「資産・貯蓄」、「自己啓発・能力向上」、「食生活」と続いています。

図表 「今後の生活の力点」（資料：内閣府「H22 国民生活に関する世論調査」）



* 国民生活に関する世論調査：広く行政一般の基礎資料とするため、毎年度、国民の生活に関する意識や要望について内閣府が行っている調査。

不安定な経済情勢の影響などから、近年、「所得・収入」や「資産・貯蓄」といった安定的な生活を送るための項目の伸長が目立つものの、それでもなお「レジャー・余暇生活」が首位を維持し続けているように、成熟化した社会の中で、潜在的なニーズが非常に高い分野と言えます。

また、都市規模別に見ると、「レジャー・余暇生活」を挙げた割合の高い地域は、大都市となっています。

● 3. 市を取り巻く状況

(1) 地域背景の変化

これまでの自治体では、人口の多寡が都市のステータスであり、発展のための核となってきました。人口は増えるもの、増やすものという概念が支配的で、総合計画などにおいて示す将来人口も、人口増を掲げることが一般的でした。

しかしながら、人口減少社会が到来した日本の、特に地方都市において、これ以上の人口増を追い求めることは難しくなりつつあります。

また、人口減少、少子高齢化などは、地域活力の減退にも大きな影響を与えています。特に、農村部においてその傾向は顕著であり、中山間地を中心に過疎化が進行し、地域の自治機能の低下や地域文化の消滅など、様々な問題を生み出しています。

こういった多くの地方都市が直面している状況は、程度の差こそあれ、本市も決して例外ではありません。

これからは、定住する人口を増やすことのみによって都市の発展や地域活力の向上を目指すのではなく、訪れる人、一定時間滞在する人などを含めた、その都市全体に存在するすべての人の動きによって、地域活力を向上させていかなければなりません。

(2) 佐久市の特性

本市は、森林・里山・渓流などの豊かな自然環境、歴史・伝統・産業・風土に根差した地域生活、首都圏への通勤圏にもなる交通アクセスの良さ、近隣の地方都市と比して優位性のある商業集積、避暑地らしい恵まれた気候や自然災害の少なさ、全国的にも名高い地域医療の充実など、多種多様な魅力を有しています。

しかし、こういった魅力は、本市外に在住する方にはなかなか見えない、伝わりづらいものであり、この地で一定の時間を過ごして実感が増すものです。そのため、いかにして本市での滞在を促し、魅力を発見する機会を創出できるかが重要になっています。

Ⅱ 交流人口創出の必要性

現在の社会情勢や、市を取り巻く状況などを鑑みたとき、これらの解決に向けて、最も合理的で有効な手段と考えられるのが、「交流人口の創出」のための施策展開です。

定住人口の大幅な増加が難しくなり、地域活力が低下しつつある時代背景の中、これからは、この地を訪れる人、いわゆる交流人口を創出することによって、人・モノ・カネの動きを生み出し、新たな活力を創出していくことが求められます。

また、交流人口の増加は、地域外からの流入者と関わりを持つ地域住民や地域社会へも好ましい影響を与えます。既に農業体験事業を実施している市内の団体の方々の例をとっても、事業開始当初は多少の戸惑いを見せていたものの、事業が進むにつれ自ら率先して参加者と交流を深めるようになり、やがて事業実施の日を心待ちにするようになったように、交流の促進が、自分たちの地域や暮らしにスポットが当たることによる地域の魅力の再発見や生きがいづくり、異なる価値観を持つ方と触れ合うことによる新たな知見の享受、人・モノ・カネの流入による地域経済の活性化に繋がるなど、その影響は図り知れません。

同時に、交流人口の創出は、本市の魅力を体感してもらう機会の増加にも繋がります。本市の魅力の多くは、「住んでこそ」その効果を最大限に発揮するものであり、この地を訪れる人が増えれば増えるほど、滞在時間が延びれば延びるほど、その魅力が浸透し、結果として、定住人口の増加に繋がることが期待されます。

人口減少時代の到来、多様化する価値観などの社会情勢の変化を踏まえる中で、本市が「より多くの人々に選択されるまち」として都市間競争に打ち勝っていくためには、交流人口を創出し、地域の活性化を図るとともに、本市の魅力を実感する機会を増大させることで、やがて定住人口の増加に繋げることが求められます。

交流人口の創出は、この厳しい時代にあっても、定住人口の増加という最終目的への突破口となる、本市の最も重要な施策の一つなのです。

第2章 交流人口創出の方向性

I 交流人口創出の方針と視点

1. 交流人口創出の基本方針

交流人口の創出を目指した施策展開の方向性として、次の2つの基本方針を定めます。

交流人口の創出に係るすべての事業は、この方針のもとで展開されて取り組むこととなることから、基本方針は、分野ごとの柱ともなります。

基本方針 1

「まちのチカラ」で
創出します。

「まちのチカラ」とは、佐久市というまちそのものが持つ力のことであり、この土地や歴史に刻み込まれる魅力のことです。

自然、気候、歴史遺産といった有形の力、風土、文化、風習といった無形の力を問わず、まちとしての総合的な魅力により、交流人口の創出を図ります。

基本方針 2

「ひとのチカラ」で
創出します。

「ひとのチカラ」とは、個人、団体、企業、行政など、交流人口を創出するための施策展開に関わるすべての人の力、すべての主体の力のことです。

関係する人々が、同じ理念を共有し、同じ方向を向いて施策展開することで、交流人口の創出を図ります。

2. 交流人口創出の視点

交流人口の創出にあたっては、その効果の先にある定住人口の増加を見据える必要があります。

交流人口の創出施策は、本市の特性である「住むことに適したまち」を実感してもらうことに繋げる必要があり、常に次の3つの視点を踏まえた上で事業展開することを意識しなければなりません。

交流人口を創出する3つの視点

視点1 ビジット Visit

佐久市に來訪する【visit】ことを促進する視点

視点2 ステイ Stay

佐久市に滞在する【stay】ことを促進する視点

視点3 リブ Live

佐久市に定住する【live】ことを促進する視点

▶▶▶ VSL視点

本市に來訪してもらうこと、そして滞在してもらうことが、本市の住みやすさを感じってもらうために必要不可欠なステップであり、その先の本市への定住に繋がるものと考えられます。交流人口創出のため

のすべての事業は、この「ビジット」、「ステイ」、「リブ」の 3 つの視点を意識しながら展開することが重要です。

交流人口の創出に携わるすべての主体にこの 3 つの視点の意識が行き渡るよう、「visit」、「stay」、「live」のそれぞれの頭文字をとった「VSL 視点」をキャッチフレーズとして、事業展開に反映していきます。

● 3. 交流人口の範囲

一般的に、「交流人口」とは、その地域を訪れる人のことで、その地域に住んでいる人、つまり「定住人口」に相対する概念です。

その地域を訪れる目的としては、通勤・通学、買い物、学習、習い事、文化鑑賞、スポーツ、観光、レジャー、アミューズメントなど、特に内容を問いません。

しかしながら、本市が目指す交流人口創出施策の方向性を踏まえると、本市の自然・風土といった地域資源や、交通アクセスなどの地理的優位性とその効果を最大限に発揮するのは、都市圏に居住する人々に対してであり、明確にここを主たるターゲットに据えることが、施策遂行の効率性の向上や効果の増大に繋がります。

このようなことから、本計画において本市が創出を目指す交流人口の範囲は、生活レベルの流入ではなく、観光、レジャー、アミューズメント、スポーツなどを目的に、特に首都圏や北陸地域などの日本海圏、東海地域などの太平洋圏といった、交通アクセスの良さを最大限に生かせる範囲から本市に流入する人口を指すものとします。

同時に、地域住民や地域企業にとって、流入する人々と様々な形によって関わりを持つことは、新たな生きがいやビジネスチャンスの創出へと繋がるものとなります。このことから、交流人口の範囲には、前述の本市へ流入する人口に加えて、交流人口創出の各事業において、流入する人口と関わりを持つ受け入れ側の地域関係者を含むものとし、こういった方々を取り込んだり、支援したりするための取り組みも、交流人口を創出するための施策として位置づけていきます。

II 交流人口創出基本計画の策定

● 1. 計画の意義と位置付け

交流人口創出基本計画は、基本方針と視点に基づき、交流人口の創出と、その先にある定住人口の増加、地域の活性化に向けて、戦略的に展開していく具体的な事業を示し、実践していきます。

また、交流人口創出のための各種施策は、市の主要な計画や、庁内の政策体系・組織を横断して、

多くの分野において展開されていくものです。

そのため、市の最上位計画である第一次佐久市総合計画のもと、各種計画における関連施策を体系的に網羅し、連携を図ります。

イメージ 交流人口創出基本計画の位置付け

第一次佐久市総合計画 基本構想 基本計画



2. 計画の期間

本計画の期間は、平成 24 年度(2012 年度)を初年度として、平成 33 年度(2021 年度)までの 10 年間とします。

また、市を取り巻く社会経済情勢の変化や新たなニーズの発生などに対応するため、5 年経過後に見直しを行うこととします。

3. 効果の測定

それぞれの事業を効果的に展開するには、常に結果に基づいた改善を行うことが重要です。

改善にあたっては、比較可能で客観的な数値による目標設定と、事業実施効果の測定が必要不可欠であり、常に目標に対する現在の進捗状況を把握し、万人に分かりやすく公表することが重要です。

本計画に基づく事業展開にあたっては、事業ごとに個別のアクションプランを提示することとしていますが、そのアクションプランにおいて、成果に基づいた目標数値を設定・計測し、その達成状況などを公表していくものとします。

第3章 交流人口創出の戦略

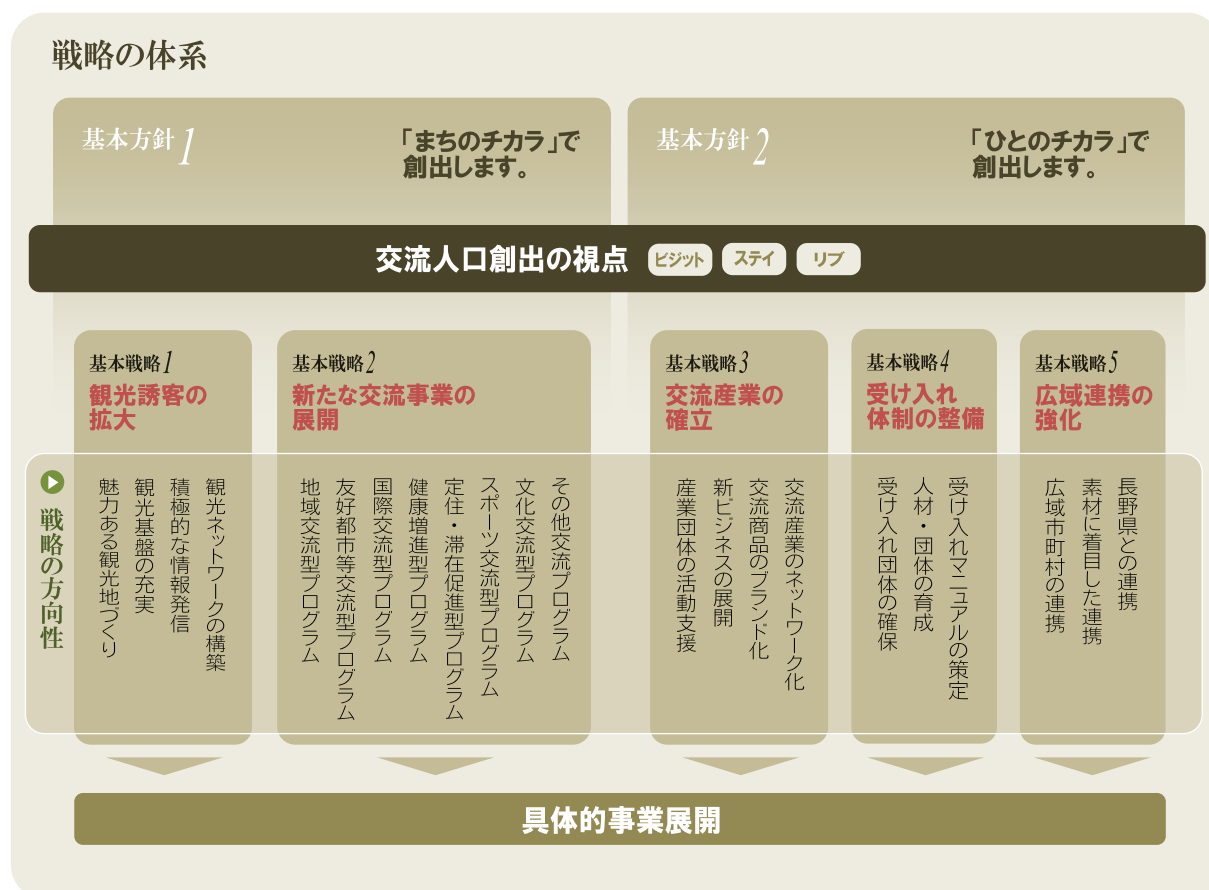
I 交流人口創出戦略の概要

交流人口の創出にあたり、5つの基本戦略として、「観光誘客の拡大」、「新たな交流事業の展開」、「交流産業の確立」、「受け入れ体制の整備」、「広域連携の強化」を設定します。

この5つの基本戦略は、それぞれ2つの基本方針（施策の柱）に対応します。また、すべての基本戦略に横断的に交流人口創出の視点（VSL 視点）を適用します。

そして、基本戦略ごとに「戦略の方向性」、「具体的事業展開」に細分化し、今後の取り組み内容などを提示します。

イメージ 交流人口創出戦略の体系図



Ⅱ 交流人口創出戦略の内容

基本戦略 1

観光誘客の拡大

戦略の方向性 ▶▶▶

1. 魅力ある観光地づくり
2. 観光基盤の充実
3. 積極的な情報発信
4. 観光ネットワークの構築

交流人口創出のためには、施策遂行の効率性の向上や効果の増大のために、都市圏に在住する方々を主たる事業対象者に設定する必要があります。交流人口創出の入口として、都市圏に在住する方々をまず本市に来訪させるための中核を担う施策が「観光」です。

市の最上位計画である「第一次佐久市総合計画 後期基本計画」では、既存観光地や各種イベントによる観光客の誘客はもちろんのこと、ニューツーリズム*や、地域資源である山、川、渓谷、街道、またスポーツなどを複合的に活用し、中長期的に期間滞在する体験型・着地型観光を推進する、としています。

この趣旨を受け、本市の多種多様な観光素材を生かした特長ある観光事業を展開し、1つの「ビジット」が、やがて「ステイ」や「リブ」に繋がるよう、常にVSL視点を意識した観光誘客を図ります。

戦略の方向性 1. 魅力ある観光地づくり

本市は、全国に名の知れた観光名所はないものの、国定公園や景勝地、歴史遺産、温泉、特産物といった有形の資源や、健康長寿に繋がる毎日の営み、人と人との繋がり、市民のおもてなしの心といった無形の資源など、多種多様な魅力を有しています。

一方で、ライフスタイルの変化や価値観の多様化の影響により、人々が嗜好する観光の形態も、「物見遊山型観光」から「体験型観光」へ、また、「パッケージされた観光」から「自ら選択する観光」へとシフトしつつあります。

このような状況を踏まえ、既存の有形無形の観光資源をさらに磨き上げ、時代に即した観光形態に適合させるとともに、本市に眠る新たな観光資源を発掘して、観光者の多様なニーズに応える魅力ある観光地づくりを目指します。



具 体 的 事 業 展 開

- 着地型観光を推進します。

目的地側で、地元ならではの観光情報を基に様々な特長ある観光メニューを提案する「着地型観光」を推進します。

- 発地型観光を推進します。

*ニューツーリズム：従来の旅行とは異なる、旅行先での人や自然とのふれあいといった体験的要素を取り入れた、新しいタイプの旅行形態。

出発地側(旅行会社など)からの提案に対し、ニーズに合った多様なメニューを提示し、観光ルートの商品化を促進します。

● 観光滞在時間の延長を図ります。

観光客の滞在時間を 3 時間から 6 時間、6 時間から 12 時間、12 時間から 24 時間と延長を促すための事業展開を図ります。

● 観光商品のメニュー化を図ります。

個別の観光商品または組み合わせた観光商品をリストにし、観光メニュー化を図ることで、観光客がニーズに応じて自ら選択できる体制を整備します。

戦略の方向性 2. 観光基盤の充実

観光客の満足度を高める下地として、様々な観光インフラが整備され、十分な受け入れ体制が整っていることが必要不可欠です。自然資源や観光施設の整備・改修、公共交通手段の整備など、観光客が観光地に求めるレベルを満たすよう、観光基盤が充実していることが重要です。

また、ハード面のみならず、観光客と触れ合う人の「心の磨き上げ」も重要な観光基盤となります。

平成 22 年度(2010 年度)に展開された信州デスティネーションキャンペーン*において、「さわやかにもてなそう」県民運動として、「また信州を訪れたい！」と心から感じてもらえるよう「おもてなし運動」が取り組まれました。この県民運動に基づく「観光おもてなし宣言」登録を行った本市の団体、個人、店舗などの数は 247 件と、市町村別で県内最高の数値でした。

このおもてなし運動への関心の高さや、市民の気質に根付く「おもてなしの心」を引き続き生かしていくことが重要です。

具体的事業展開

● 観光インフラの整備を推進します。

山・川・渓谷をはじめとした自然資源の環境整備、観光施設の改修、観光面からの活用が可能な歴史・文化施設などとの連携、観光客の地域間移動手段の確保、観光客に優しい案内板の整備など、観光客を受け入れるためのインフラ整備を図ります。

● おもてなし教育を推進します。

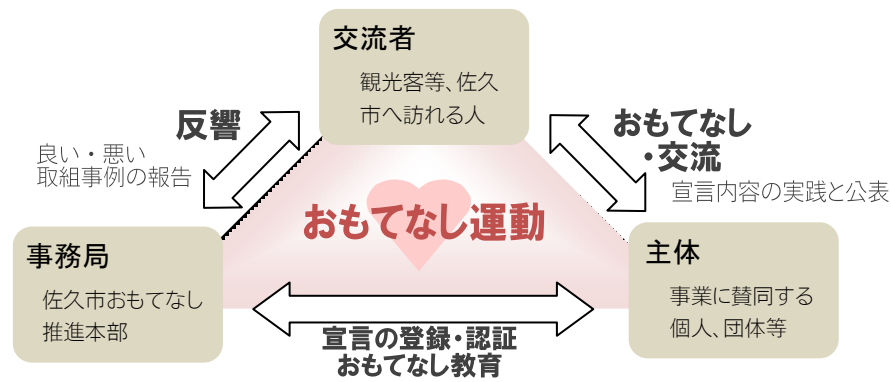
宿泊施設、運輸機関、店舗、観光施設などの観光業者や、市民、団体、企業などを対象にした「おもてなしの心」講習会を開催します。

● 「観光おもてなし宣言」の登録を促進します。

「さわやかに もてなそう」県民運動の趣旨を受け継ぎ、それぞれの主体が行おうとするおもてなしの内容を「観光おもてなし宣言」として登録してもらい、宣言内容を実践する市民運動を展開します。

* 信州デスティネーションキャンペーン：平成 22 年度(2010 年度)に、JR グループと長野県内の観光関係者や自治体とがタイアップして展開された大型観光キャンペーン。

イメージ 「おもてなし運動」展開のイメージ



戦略の方向性 3. 積極的な情報発信

多くの観光客にとって、観光のスタートは情報収集から始まります。その時点で観光意欲をかきたてる情報が伝達されなければ、観光誘客の拡大は望めません。

今日、観光情報の入手経路は急速に変化・多様化しています。こうした情報の受け手側の状況・ニーズを意識しつつ、「旬」の感覚を大切にした適時性の高い情報発信が必要です。

具体的事業展開

- 各種マスメディアの活用を図ります。

テレビ、ラジオ、雑誌、新聞などの各種マスメディアを積極的に活用し、観光情報の発信を行います。

- 最新情報発信機能を活用します。

新たな情報収集手段として定着している、パソコンやスマートフォン*といった情報端末の手軽さや適時性を活用した情報発信を行います。

- 「『まほろば佐久』ふるさと観光大使」による情報発信を促進します。

本市出身者やゆかりのある方々に委嘱している「『まほろば佐久』ふるさと観光大使」による情報発信を展開します。

概要 「『まほろば佐久』ふるさと観光大使」の概要

市外に在住する佐久市出身者や、ゆかりのある方々に対し、「『まほろば佐久』ふるさと観光大使」のを委嘱し、様々な観光PRを行ってもらっています。

また、機会をとらえて、外から見た佐久市の観光の長所短所の意見をいただき、観光振興策に役立てています。

様々な観光情報が掲載された、両面4つ折りの名刺を配布することで、佐久市の観光をPRいただいています。



*スマートフォン：パソコンの機能をベースとして造られた多機能・高性能携帯電話。インターネットとの親和性の高さが特長で、現在急速に普及が進んでいる。

戦略の方向性 4. 観光ネットワークの構築

観光メニューを単独で紹介するのではなく、多様なジャンルのメニュー同士をネットワーク化することが、滞在時間の延長や宿泊の促進へ繋がり、地域の観光産業に好ましい影響を与えることとなります。

また、観光に関連する各分野の事業者間の情報交換や連携、後述する近隣の市町村間の連携など、様々な分野において観光ネットワークの構築を図ることが重要です。

具体的事業展開

● 観光素材のネットワーク化を図ります。

魅力ある観光ルートの設定などに繋げるため、市内の観光地や観光施設、体験型観光メニューなど、様々な観光素材のネットワーク化を図ります。

● 観光関連分野間のネットワーク化を図ります。

観光業者はもちろんのこと、農林水産業者、商工業者、大学といった教育機関、地域のコミュニティ団体など、観光事業の担い手や協働の相手方となり得る様々な主体間のネットワーク化を図ります。

● 広域間の観光ネットワーク化を図ります。

定住自立圏構想*に基づく佐久地域定住自立圏において観光ネットワークの構築を図るとともに、協定以外の市町村や近隣県との連携を図ります。

* 定住自立圏構想：中心市と、日常生活圏等で関わりの深い関係市町村が、協定に基づき、役割分担と相互連携によって、必要な生活機能の強化を図り、将来にわたって住み続けることのできる「定住圏」を形成する構想。同構想に基づき、佐久地域においても、平成 24 年(2012 年)に定住自立圏形成協定が調印され、様々な取り組みが行われている。

基本戦略 2

新たな交流事業の展開

戦略の方向性 ▶▶▶

1. 地域交流型プログラム
2. 友好都市等交流型プログラム
3. 国際交流型プログラム
4. 健康増進型プログラム
5. 定住・滞在促進型プログラム
6. スポーツ交流型プログラム
7. 文化交流型プログラム
8. その他交流プログラム

国民のニーズの多様化やライフスタイルの変化により、「物見遊山型観光」に代表されるような、これまで主力となってきた観光戦略のみでは、交流人口の創出に限界が生じています。

一方で、都市圏に在住される方々の田舎暮らしへの回帰志向や、スローライフ*やロハス*の普及など、新たな余暇時間の過ごし方が注目を集めています。

これはつまり、交流人口の創出を生み出す分野が、既存の「観光」という枠の中だけにとどまらず、私たちの日常生活における多くの分野にその可能性が秘められていることを意味します。

本市の特性を生かしながら、前例にとらわれることなく、様々な分野において交流人口の創出をもたらす施策展開を図っていく必要があります。

戦略の方向性 1. 地域交流型プログラム

「地域交流型プログラム」は、地域住民が主体となった組織により、その地域の特長を生かした多彩な交流メニューを展開し、都市圏や市内企業に勤務する県外者などとの交流を行うためのプログラムです。

参加者は、本市の地域生活に根付いた様々な体験が行え、地域住民は、新たな生きがいの創出や地域の活性化、コミュニティ機能の再構築などを果たすことができます。



具体的事業展開

- 地域の団体などが行う交流人口創出のための取り組みを支援します。

【取り組みの例】

- ▶ 農業体験型交流事業
 - ・ 水稻、果樹、野菜、雑穀、花きなどに係る農作業を、播種・植付けから収穫まで継続的に行う農業体験
 - ・ 味噌、醤油、酒、ワインの製造など、農作物の加工体験
- ▶ 林業体験型交流事業

* スローライフ：時間に追われた生活を離れて、自分らしい心豊かな時間を過ごそうとする生活様式。

* ロハス(LOHAS)：Lifestyles of Health and Sustainability の略。健康や持続可能型社会を重視する生活様式。

- ・ 植林、間伐、枝打ち、下草刈などによる森林づくりを継続的に行う林業体験
- ・ 間伐材などを活用したインテリア用品や工芸品などの製作体験
- ・ ツリークライミングやツリーハウスなど森林資源を活用した子ども向けの体験型スポーツ
- ・ 間伐林を活用した、キノコの原木生産、駒打ち、収穫体験
- ▶ 漁業体験型交流事業
 - ・ 本市名産の佐久鯉やフナ、マスなどの川魚の養殖や、これらを使った料理、鯉の新巻、小鮒の甘露煮、燻製造りなどの加工などを行う漁業体験
 - ・ 千曲川、湯川、鹿曲川、八丁地川などを活用した溪流釣り体験
 - ・ 市内にある貯水池などに整備した管理釣り場による、鯉、フナ、ヘラブナ、マスなどの釣り体験
- ▶ その他体験型交流事業
 - ・ 籐細工、竹細工、染め物など、地域に伝わる伝統工芸の技術取得や物づくり体験
 - ・ 妙義荒船佐久高原国定公園や八ヶ岳中信高原国定公園、里山などを活用した、登山やトレッキング体験
 - ・ 地域に伝わる伝統食や漬物、加工品などの作成体験
 - ・ 榊祭り、鳥追い祭り、道祖神祭りなど、地域に伝わる祭りや催事などの郷土芸能体験

戦略の方向性 2. 友好都市等交流型プログラム

本市では、現在、国内の「友好都市」、「ゆかりのまち」、「交流都市」の合計 14 都市と地域間交流を行っています。歴史的な繋がりや、子どもたちのスポーツ交流などを契機に始まったこの交流をさらに発展的に継続し、相互の理解を深めていく必要があります。

現在行われている友好都市等との交流事業を継続しつつ、今後、ニーズに合った新たな交流事業を展開します。

具体的事業展開

● 友好都市等との保養地協定事業を推進します。

本市の公共施設の利用割引、市内の商店街での買い物割引など、様々な分野で特典を用意することで、本市を友好都市等の「保養地」として訪れてもらうよう、保養地協定事業を推進します。

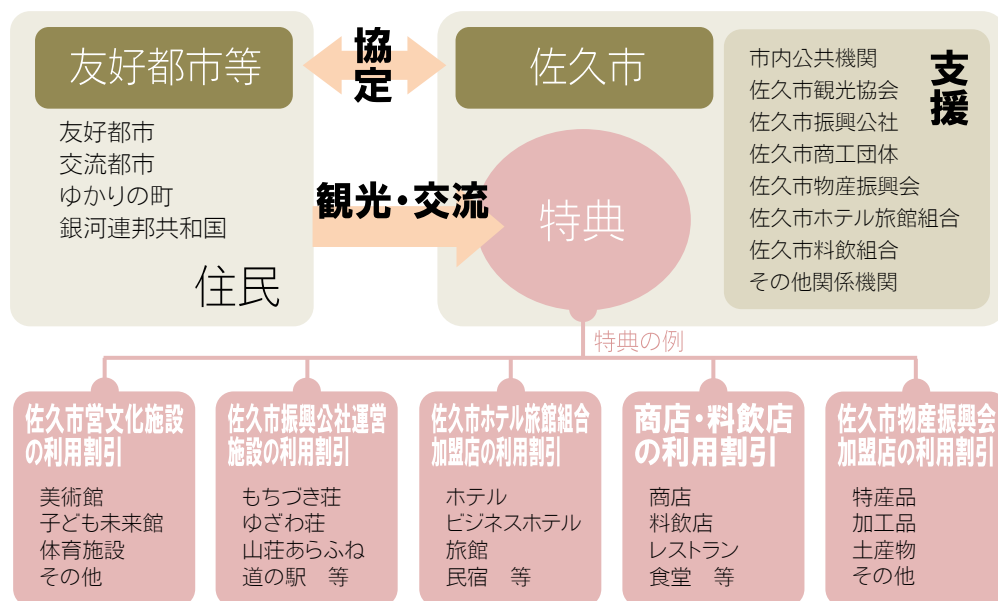
● アンテナショップの設置*を検討します。

商店街、農林漁業関係団体などと連携し、友好都市等に本市のアンテナショップを設置し、特産品の販売と併せ、本市を身近に感じてもらう事業の実施を検討します。

● 友好都市等における広報を充実します。

友好都市等の広報やホームページなどにより、友好都市等の住民に対し、本市で取り組んでいる交流推進のための各種事業を広く周知します。

* アンテナショップ：企業や自治体などが、自らの製品等の紹介や消費者の反応を見ることを目的として開設する店舗。



戦略の方向性 3. 国際交流型プログラム

本市は、昭和 51 年(1976 年)にフランス共和国アバロン市と姉妹都市提携を、平成 19 年(2007 年)にエストニア共和国サク市と、平成 20 年(2008 年)にモンゴル国ウランバートル市スフバートル区とそれぞれ友好都市提携を行い、交流を図っています。

姉妹都市や友好都市との交流は、それぞれ友好親善協会が主体となり、人的交流を進めています。また、モンゴルのスフバートル区との交流では、佐久熱気球クラブによる訪問や、中学生の相互訪問などの交流事業も行われています。

現在行われている国際交流事業を継続しつつ、今後、ニーズに合った新たな交流事業を展開します。



具体的事業展開

- 佐久市姉妹都市・友好都市親善協会事業を支援します。

佐久市姉妹都市・友好都市親善協会加盟のフランス・アバロン市、エストニア・サク市及びモンゴル・スフバートル区親善協会が実施する交流事業を支援します。

- 青少年国際交流事業を推進します。

現在実施している「佐久市ふるさと創生人材育成事業」による海外研修制度を核とした、青少年の海外研修の推進と、研修先からの受け入れ事業の支援を図ります。

- アジア諸国青少年受け入れ事業を推進します。

長野県学習旅行誘致推進協議会や長野県観光部教育旅行推進員と連携し、中国、韓国、台湾などのアジア諸国の青少年の修学旅行の受け入れを推進します。

戦略の方向性 4. 健康増進型プログラム

本市は、平成 23 年(2011 年)に「世界最高健康都市構想・実現プラン」を策定しました。この構想・プランでは、リーディングプロジェクトの一つに「健康産業・交流促進プロジェクト」を掲げ、「環境、健康を活用した体験型・着地型観光の推進」や、「医療や健康に着目した交流や他の健康都市との交流促進の創出」を謳っています。

世界に類を見ない健康都市として、健康増進を素材とした交流を推進します。

具体的事業展開

● 保養・癒し体験型健康づくり事業を推進します。

医療機関などと連携し、森林セラピー、里山歩き、トレッキングなどによる、「保養」や「癒し」をテーマとした中長期滞在による健康づくり事業を推進します。

● 健康・体力増進型健康づくり事業を推進します。

ポールウォーキング、ノルディックウォーキング*などの手法と、森林セラピー基地、千曲川、中山道といった地域素材、温水利用型健康運動施設などのハード面とを有機的に連携させ、健康プログラムの提供や関連イベントの開催支援などにより、健康増進や体力づくりを目的とした健康づくり事業を推進します。

● 「食」による健康づくり事業を推進します。

「食の安全・安心」が注目を集める中、地域に伝わる健康食品や、無農薬・低農薬の食材による健康食料理の調理体験など、「食」を活用した健康づくり事業を推進します。

● 「世界最高健康都市」としての交流活動を推進します。

本市で行っている様々な健康活動の視察の受け入れや、他の健康都市との情報交換、医療・保健をテーマとしたシンポジウムや国際・全国会議の開催など、「世界最高健康都市」としての交流活動を推進します。

● 健康ビジネス開発事業を支援します。

イヤシロチ佐久型健康のまちづくり・ビジネス開発推進協議会が実施する「イヤシロチ佐久型健康ビジネスプログラム」など、健康をまちづくりやビジネス開発に活用する民間の取り組みを支援します。

概要

「イヤシロチ佐久型健康ビジネスプログラム」の概要
(資料：佐久商工会議所)



* ポールウォーキング、ノルディックウォーキング：専用ポールを持って歩くことにより、体幹バランスを高め、効率的な全身運動を行うことができる歩行様式。ポールウォーキングは、ポールを体の前方で突き、ノルディックウォーキングは、ポールを体の後方に突くのが特徴。

本市の人口は、市町村合併を行った平成 17 年(2005 年)の 100,462 人から、平成 22 年(2010 年)には 100,552 人と、微増傾向にあります。

多くの地方都市において人口減少傾向にある中、本市は、高速交通網の発達による地理的優位性や交通利便性の高い地方都市として、また、豊かな自然が残る田園都市として、首都圏を中心に注目を集めています。

このような中、現在、「空き家バンク」制度や、滞在型市民農園「佐久クラインガルテン望月」などによる定住・滞在促進の事業展開を図っており、多くの方々を新規定住者として本市に迎えました。

今後も、交流人口を定住人口の増加に結びつけるため、さらに多くのメニューを提示し、定住・滞在を促進します。

図表 「佐久市の人口」(資料：国勢調査)

年次	世帯数 (世帯)	人 口 (人)			
		総 数	年少人口 (～14 歳)	生産年齢人口 (15～64 歳)	老年人口 (65 歳～)
平成 7 年	32,483	97,813	16,597	61,041	20,175
平成 12 年	33,836	100,016	16,000	61,443	22,573
平成 17 年	35,362	100,462	15,164	60,881	24,416
平成 22 年	37,032	100,552	14,407	60,019	25,985

※ 各年 10 月 1 日現在。ただし、平成 12 年以前は旧市町村ごとの数値を合算。

● 空き家バンク事業を推進します。

長野県宅地建物取引業協会佐久支部と連携し、空き家を求めている市外や県外希望者に、市内の空き家の賃貸・売買のあっ旋を行い、定住や二地域居住を促進する空き家バンク事業を推進します。

● クラインガルテン(滞在型市民農園)事業を推進します。

- ▶ 休憩施設に滞在し、隣接する農園で農業に親しむ「佐久クラインガルテン望月」の運営事業を推進します。
- ▶ 新たなクラインガルテンの建設について、費用対効果や先進地の運用事例を踏まえ、民間活力の活用を検討します。

● さくんどハウス事業を推進します。

建築を学ぶ学生を対象に行った「空き家デザインコンペ」を基に、空き家を改修して交流・定住者の増加促進を目的とした拠点づくりを行う「さくんどハウス事業」を推進します。

● 定住支援ワンストップ情報提供システムを構築します。

本市への定住を促進するため、窓口やホームページにより、医療、住居、雇用などの定住を検討する上で必要な情報の提供・相談を包括的かつワンストップで行うよう、民間活力の活用を含め、体制の構築を図ります。

概要 「佐久クラインガルテン望月」の概要



都市に暮らす人の「農」のある暮らしを楽しみたいという希望と、田舎の農業の後継者不足による遊休農地の拡大という課題を繋げる場として、滞在型市民農園「佐久クラインガルテン望月」が設置されました。

ラウベと呼ばれる施設に滞在しながら、付属する農園で野菜づくりを楽しむとともに、その地ならではの様々な地場産業の営みや生活文化などを学び、多くの人々とのふれあいを体験します。

こうした都市と農村の交流により、地域の活性化を図ることを目的としています。



概要 「さくんどハウス事業」の概要

平成22年(2010年)、広報・PRの養成校「エファップ・ジャポン」の校外授業が佐久市で実施された際、佐久市長から「交流人口創出のための観光活動の企画立案及び広報戦略」という課題が出され、提案された企画案をもとに事業化したプロジェクト。

「さくんどハウス」とは、「佐久ん人(ど)」と「セカンドハウス」を掛け合わせた造語で、佐久市の居住に適する魅力を活かすために、滞在を促すねらいがあります。

企画デザインコンペによって選定された学生のフレッシュなアイデアで、旧中山道望月宿に現存する唯一の黒漆喰古民家に新たな命が吹き込まれ、交流・定住者の増加促進を目的とした拠点として生まれ変わります。



企画デザインコンペ最優秀作品

戦略の方向性 6. スポーツ交流型プログラム

現在、交流都市の静岡県静岡市、埼玉県和光市などと、少年野球やミニバスケットボール、ママさんバレーなどの各種スポーツを通じた交流が行われています。

今後、交通アクセスの良さや、避暑地としての恵まれた気候、豊かな自然の中で行うことによるリフレッシュ効果など、スポーツに適した本市の利点を前面に出し、友好都市等や首都圏を中心に、市町村や学校をターゲットとした交流を推進します。



● 学生スポーツ交流事業を推進します。

▶ 市外の小、中、高、大学生と市内の学生とのスポーツ交流を図るとともに、夏休みなどの長

期休暇におけるスポーツ合宿を積極的に受け入れます。

▶ スポーツ合宿を受け入れる施設として、現存の公設・民設の宿泊施設の活用のほか、ホームステイの受け入れや、新たな宿泊施設の整備を検討します。

● 社会人スポーツ交流事業を推進します。

企業スポーツクラブや早起き野球、壮年ソフトボール、ママさんバレー、ママさんバスケットなどの各種スポーツの交流会や合宿を積極的に受け入れます。

● 各種スポーツ大会招致事業を推進します。

佐久市総合運動公園の建設に伴い、野球、サッカー、陸上、マレットゴルフ、クロスカントリーなどの大会招致や、市内ゴルフ場を利用したゴルフ大会など、各種スポーツ大会の招致を推進します。

戦略的方 向 性 7. 文化交流型プログラム

本市は、縄文・弥生時代から人々が暮らしてきた地域であり、寺社や城跡をはじめ、祭りや伝統行事、食文化など、今も息づく有形無形の文化的魅力を求める人々が、都市圏からも訪れています。

また、身近な文化活動として、書道、絵画、短歌・俳句、音楽、郷土史研究など、多岐に渡る公民館活動が盛んに行われ、地域の文化を学んだり、関係する地域を訪れたりするきっかけにもなっています。

今後、歴史・文化的な繋がりを通じ、関係する地域・団体との連携を構築するなど、新たな交流の展開を目指すため、文化活動のさらなる活性化を図るとともに、地域の文化を再認識し、市民がその魅力を発信していけるようにすることが重要です。

● 市民の文化活動を促進します。

公民館活動の中で行われている文化活動を通じ、地域の文化の学習や、県外や近隣市町村などとの交流を促進します。

● 児童・学生の文化交流事業を促進します。

市内の小、中、高校で行っている音楽、演劇などの文化活動を通じた交流事業を促進します。

● 佐久の先人検討事業を推進します。

市民が地元の新たな魅力を知って語り継いでいくことや、市外の人々が本市に興味をもつきっかけとするため、本市にゆかりがある人物の人となりや業績をまとめて広く紹介する「佐久の先人検討事業」を推進します。

● 比田井天来ふるさと臨書展事業を開催します。

全国から臨書作品を募集し、展覧会を実施することにより、本市の認知度を高め、交流人口の創出を図る「比田井天来ふるさと臨書展事業」を推進します。

戦略の方向性 8. その他交流プログラム

前7項目の戦略の方向性で示した交流プログラムのほか、行政・民間のあらゆる分野において常に交流人口の創出に繋がる事業展開を意識し、積極的にプログラム化を図ります。

● 具体的な事業展開の例

▶ スクリーンツーリズム事業

映画やコマーシャル、テレビドラマなどのロケ地誘致や撮影支援を行うフィルムコミッション組織の設立と、ロケ地を観光素材として活用し、誘客を図る事業

▶ ランニングバイク*による交流事業

ランニングバイクのコース整備や大会招致などにより誘客を図る事業

▶ 6次産業化*による交流事業

▶ 企業誘致・支援による研究・技術面での人的交流事業 など

イメージ 「スクリーンツーリズム事業」の展開イメージ



*ランニングバイク：ペダルのない自転車で、足で地面を蹴って進む、子どもを対象とした新しいタイプの遊具。

*6次産業化：農山漁村の活力低下という状況の中で、1次産業（農林漁業）、2次産業（製造・加工）、3次産業（卸・小売・観光）を総合的に結合し、新たな付加価値の創造や、農林漁業の再活性化と農山漁村の再生を実現させるための政策。

交流産業の確立

戦略の方向性 ▶▶▶

1. 産業団体の活動支援
2. 新ビジネスの展開
3. 交流商品のブランド化
4. 交流産業のネットワーク化

現在、本市には、交流人口の創出に関連する分野として、旅行業、宿泊業、運輸業、土産物業などがありますが、これらの産業分野は、観光入込客数の停滞により苦戦を強いられている状況にあります。今後、これまでと同様の取り組みの中では、観光客の入込数が大きく増え、これによりこの分野で産業が大きく活性化することは困難な状況となっています。

しかし、交流人口の創出のための新規の事業展開が行われることで、人の動きが活性化されれば、同時にモノ・カネが動き、大きなビジネスチャンスが生まれます。

交流人口の創出により、新たに「交流産業」が成り立つことは、地域経済の活性化や雇用の創出に繋がり、地域の元気づくりのために大きく寄与することとなります。

戦略の方向性 1. 産業団体の活動支援

交流産業の担い手として、運営規模の小さな個人や団体などより、それらの集合体として既に様々な活動を展開している産業団体のほうが総合力を発揮しやすい点が多いものと考えられます。特に、交流産業構築の初期段階においては、これらの産業団体が全体を牽引する役割を担うことが、施策のスムーズな定着に必要不可欠です。

また、個々の交流事業を組み合わせたり、交通手段を手配したりするなど、交流事業のツアー化を行おうとした場合、旅行業法に基づく旅行業者の登録が必要になりますが、個人単位でそれを行うより、産業団体においてその役割を担うほうがより合理的な場合があります。

観光業や商工業、農林漁業などの関連団体や組合が交流産業に積極的に参入できるよう、体制整備や支援に当たる必要があります。

具体的事業展開

- 佐久市観光協会の法人化を促進します。

その公益性や設置目的から、交流産業の担い手として期待される観光協会ですが、組織規模が小さく、財政規模も脆弱であることから、自立性・安定性のある経営体を目指した協会の法人化を促進します。

- 産業団体との連携を強化します。

観光協会や商工団体、農林漁業団体などの活動を支援するため、情報提供や連絡調整、団体間の情報共有などの連携を強化します。

戦略の方向性 2. 新ビジネスの展開

交流人口創出に伴う事業は、新しい取り組みとして位置づけられる事業も多いことから、これを新たなビジネスチャンスとして、農業、商業、工業、運輸業、宿泊業といった各業種や、個人や団体といったあらゆる人たちが、ビジネスとして参画できるシステムを構築する必要があります。

新ビジネスの展開にあたっては、佐久市観光協会や農・商・工・学の各機関、NPOなど、多くの関係する団体や個人との連携を図り、新たなビジネスモデル構築のための組織づくりを行うとともに、来訪者のニーズや期待に応えるための情報収集・発信や研究を行う必要があります。

具体的事業展開

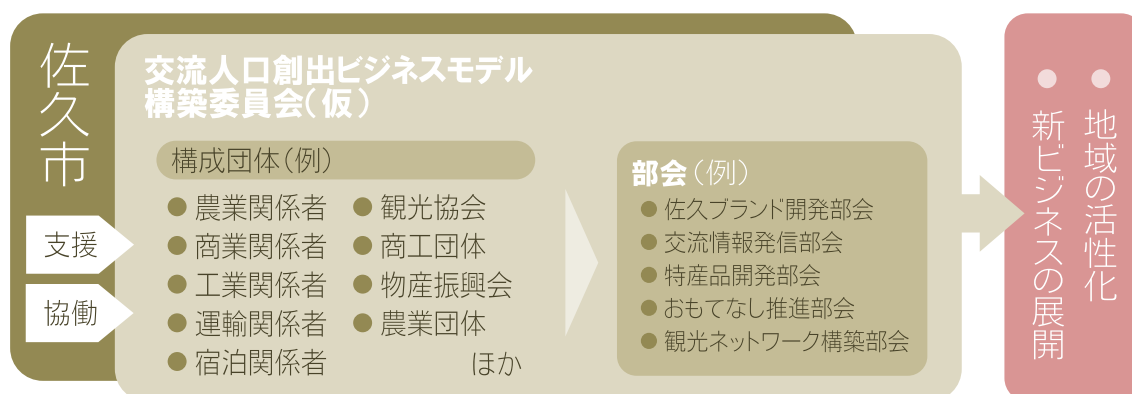
- 交流人口創出ビジネスモデル構築委員会(仮)を設置します。

各業種や、個人・団体などによる「交流人口創出ビジネスモデル構築委員会(仮)」を立ち上げ、官民協働による新ビジネスモデルの構築を推進します。

- ビジネスモデルの情報発信を推進します。

新たに立ち上げる「交流人口創出ビジネスモデル構築委員会(仮)」を中心に、佐久市観光協会や商工団体などの関係機関と連携し、様々な情報メディアの活用や専用ホームページの立ち上げによる効果的な情報発信を推進します。

イメージ 「交流人口創出ビジネスモデル構築委員会(仮)」の運営イメージ



戦略の方向性 3. 交流商品のブランド化

交流人口の創出の取り組みは、本市に限ったものではなく、全国各地で広く展開されています。このような中、本市の気候、風土、歴史、産業、文化といった独自性を生かし、他地域の事業との差別化を図ることが特に重要です。

多種多様で特長のある交流メニューを提示し、また、継続することで、他地域との違いを鮮明に表わし、交流商品創出の一大産地としての佐久市をブランド化することが求められます。

- 本市独自の交流商品を開発します。

本市の特長を生かし、他地域と明確な差別化の図られた交流商品を開発します。

- 交流商品の連携を推進します。

付加価値を付けた新たな商品の開発を目指し、複数の交流商品の連携付けを推進します。

- 事業主体のサービスレベルの向上を図ります。

ブランド化に向け、どの交流商品であっても、接遇や対応などに一定以上の品質が担保されるよう、事業主体のサービスレベルの底上げを推進します。

- 佐久ブランドの情報発信を推進します。

マスメディアや観光情報雑誌などへ、佐久ブランドの積極的な情報発信を推進します。

戦略の方向性 4. 交流産業のネットワーク化

交流人口創出のための事業は、様々な産業分野の個人、団体などの多種多様な商品により展開します。これは、時として、産業の種別の違いにより、横の連携が図れなかったり、違う視点からの新たな発見が得られなかったりするなど、ビジネスチャンスを逸してしまうことにも繋がりがかねません。

産業の垣根、個人・団体の垣根を越え、様々な事業主体のネットワーク化を図ることで、交流産業の連携強化を図る必要があります。

- 事業主体のネットワーク化を推進します。

- ▶ 研修会や意見交換会の開催などにより、事業主体間の連携機会を拡大します。
- ▶ 交流事業の実践手法のマニュアル化や、事業者の体験のフィードバックなどにより、事業主体間の情報の共有化を図ります。

- 産業分野を越えた連携による交流商品開発を促進します。

「交流人口創出ビジネスモデル構築委員会(仮)」などの組織を活用し、それぞれの個人、団体が持つノウハウや技術などの連携による新たな交流商品の開発を促進します。

受け入れ体制
の整備

戦略の方向性 ▶▶▶

1. 受け入れ団体の確保
2. 人材・団体の育成
3. 受け入れマニュアルの策定

交流事業により、多くの交流人口を創出するためには、受け入れ側の体制整備が必要不可欠です。

交流事業の成功には様々な要因が絡みますが、どんな場面においても共通して重要なのが「交流者の満足を得られること」であり、この満足度の向上は、受け入れ体制が十分に整備されているという土台の上にのみ成り立つものです。

交流事業は、ボランティア活動ではなく、参加者から必要な金銭的負担をいただいた上で事業実施している以上、参加者に相応の満足度を提供することが求められます。事業の確実な実行や綿密な連絡調整といったことはもとより、受け入れ側のおもてなしの心、行き届いた気配りなどが当然のように備わっていることが重要です。

戦略の方向性 1. 受け入れ団体の確保

交流事業のメニューを増やし、本市の独自性や事業の継続性を発揮していくためには、多種多様な団体において、交流事業が推進される体制が整備されることが理想的です。

産業界や地域団体など、事業展開の可能性を秘めるより多くの団体が交流事業に取り組める体制を整備することが求められます。

具体的事業展開

● 交流事業の先進事例を活用します。

先行して実施した交流事業の取り組み例の収集、蓄積や、その成果のフィードバックなどにより、交流事業の理解の増進や取り組みの促進を図ります。

● 補助制度の充実を図ります。

- ▶ 交流事業を実施しようとする団体の初期の活動費用を補助する「故郷ふれあい交流事業補助金」の充実を図ります。
- ▶ 交流事業を実施しようとする団体の自主性や独自性を発揮させるため、市が実施している「佐久っと支援金」制度に準じた、提案型の補助制度の創設を検討します。

戦略の方向性 2. 人材・団体の育成

交流事業を行うには、それぞれの事業主体内に、専門的知識や技術を持った人材の存在が重要であり、また、熱意を持って事業を推進するリーダーの存在が必要不可欠です。

こういった人材は、もともと本人が有している素養に加え、多くの経験や教育によって育まれていくものであり、常に感覚をブラッシュアップする環境が整備されていることが重要です。

また、個別の交流事業の実施団体はもとより、団体間の調整や事業の企画・コーディネートを行うなど、交流人口創出の施策展開の担い手となりえる団体の育成を図り、今後多様な分野で民間主導による交流施策が展開されるよう、体制整備を図ることが必要です。

具体的事業展開

● 研修機会の提供を図ります。

- ▶ 分野別の専門家を招いて、講演会や講習会、勉強会を開催するなど、研修機会の提供を図ります。
- ▶ 交流事業に必要な特定の資格や専門知識の取得を支援します。

● 人材認定事業を推進します。

研修機会への参加や資格取得などにより、一定の基準をクリアした人材を「交流事業マイスター」として認定し、受け入れ団体の能力の指標として活用します。

● 市外からの人材確保を図ります。

交流事業に対する熱意や関心、ノウハウを持っている市外・県外の人材に対し、移住、定住などを視野に入れた人材確保を図ります。

● 民間団体の育成・支援を図ります。

人材の育成を通じ、各団体に施策展開の担い手となる機運を醸成するとともに、積極的な事業移譲により、各分野における団体の活動の場の提供や支援を図ります。

戦略の方向性 3. 受け入れマニュアルの策定

受け入れ団体によるサービスの質に格差があると、交流事業に対する個別の満足感は部分的に得られても、本市の交流事業全体に対する満足度を向上させることが難しくなります。

受け入れ団体の個性や独自性、自主性は十分に重んじながらも、最低限の運営レベルが確保されるよう、受け入れにあたってのマニュアル整備を推進する必要があります。

具体的事業展開

● 受け入れマニュアルを策定します。

交流事業の種別によって受け入れ方法が異なることから、事業ごとのマニュアルを整備し、受け入れ団体に提供するとともに、事業展開の中で常に改訂を重ね、事業主体へのフィードバックを図ります。

広域連携の強化

戦略の方向性 ▶▶▶

1. 広域市町村の連携
2. 素材に着目した連携
3. 長野県との連携

平成 24 年(2012 年)1 月に、本市を始めとする 12 市町村間において、「佐久地域定住自立圏形成協定」が調印されました。同協定に基づき、本市は、中心市として、周辺市町村との相互の連携のもと、地域に必要な生活機能を確保し、定住人口の確保と地域の活性化を図っていくこととなっています。

また、佐久地域の 11 市町村で組織される佐久広域連合における共同処理事務として、広域的な観光振興や、それに基づく交流人口の創出が位置付けられています。

これらの組織を通じて、広域に渡って関係市町村が連携し、補完し合いながら、効果的な事業展開を図っていく必要があります。

特に佐久地域は、軽井沢町という全国屈指の観光地を有し、交流人口流入の玄関口が整っています。地域全体の活力向上のために、この利点を生かし、流入した人口を広域圏全体に回遊させることが重要です。

また、個別の市町村単位では大きな効力を発しない素材も、広域圏という枠で見たときに、大きな魅力を発揮するものがあります。清流千曲川や高原列車小海線、中山道や佐久甲州街道・北国街道といった街道筋など、様々な広域連携による魅力の増進策が求められます。

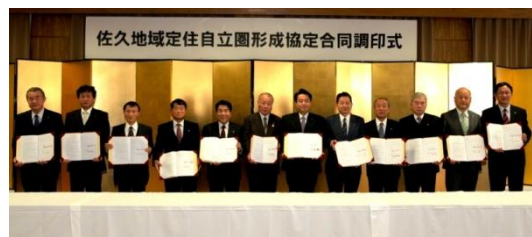
戦略の方向性 1. 広域市町村の連携

佐久地域定住自立圏形成協定において、「広域的観光の推進」のために、中心市の本市は、「観光地をネットワーク化した周遊観光ルートの発掘の実施、地域産業と連携した地域経済の活性化及び誘客増加のための取り組みなどにより広域的観光を推進」し、関係市町村は、「共同して広域的観光の推進に必要な事業を実施する」とされています。

取組事項の「定住促進及び交流推進」では、本市は、「都市部を対象とした就労・就農・住宅情報の提供、ホームページによる情報発信などにより、定住促進及び交流推進を図る」とされ、協定市町村は、「共同して定住促進及び交流推進のために必要な事業を実施する」とされています。

また、佐久広域連合は、関係市町村の共同処理事務による広域的な観光振興として、観光客と佐久地域の資源、さらには地域社会とを結び付ける仲介役としての役割を担い、様々な取り組みを進めています。

これらの取組事項を推進し、強化することで、積極的な広域連携・ネットワーク化のもと、各地域の個性を生かした交流人口の創出を図ります。



● 佐久地域定住自立圏形成協定に基づく連携を図ります。

- ▶ 協定内容に基づいた積極的な事業展開を図ります。
- ▶ 事業の進展や社会経済情勢などに柔軟に対応し、必要に応じ連携内容の見直しを行うなど、現状に即した事業展開を図ります。

● 佐久広域圏の連携を図ります。

佐久広域連合が実施する、佐久地域を代表する観光地である軽井沢町への観光客の流入状況や動態についての調査の結果活用により、佐久圏域への交流人口の回遊を目指した取り組みを行うなど、佐久広域圏の連携による取り組みを推進します。

戦略の方向性 2. 素材に着目した連携

本市単独では一つのパーツに過ぎない素材であっても、他地域との関連性の中で、その輝きを増す素材が多数あります。

現在も、小海線沿線地域活性化協議会や、ハヶ岳山麓スーパートレイルによる活動など、市町村域はもとより、広域圏域や県域を越えた連携を図っている事業があります。

今後も、さらに多くの素材に着目した、広域にわたる連携策を推進する必要があります。

● 素材に着目した広域連携を図ります。

市域、広域圏域、県域を越えた現行の事業を継続するほか、新たな連携素材の発掘などにより、効果的な広域連携を図ります。

戦略の方向性 3. 長野県との連携

広域圏域に渡る事業は、県の地方事務所の管轄範囲と重複することから、相互の協力体制が欠かせません。長野県では、県への移住者や交流人口を増加させていく行動計画である「長野県移住・交流推進戦略」を策定し、市町村との役割分担のもとで特色ある施策展開を図っていくこととしていることから、県・市相互に目的やビジョンを共有し、さらに連携を深めていく必要があります。

一方で、時として、広域圏域に渡る事業と県が行う事業とが重複する場合があります。限られた行政資源の有効活用が求められる中、具体的な事業執行は市町村や広域連合といった機関に任せ、県は専門性が高く市町村単位では対応しきれない事業や、市町村間・県内他地域間との連絡調整、専門的な情報の提供や共有化などに特化するなど、それぞれの自治体が果たすべき役割を精査していくことが必要です。

● 長野県との連携を図ります。

県の各種機関と密接な連絡調整を図る中で、更なる連携を深めるとともに、様々な機会をとらえて県と市町村との役割について継続的な協議を行う中で、それぞれの役割分担の明確化を図ります。

第4章 交流人口創出の運用体制

I 交流人口創出プログラムの策定

1. プログラムの策定

この交流人口創出基本計画の内容を実行に移すため、具体的事業展開に掲げた事業について、個別のアクションプランを策定します。

このアクションプランでは、目的、実行する内容、スケジュール、目標、成果指標などを定めるとともに、そのプランを「佐久市交流人口創出プログラム」としてまとめ、本市が目指す交流人口創出のための具体的な実行計画として公表します。

また、この交流人口創出プログラムから、具体的な交流事業に係る部分を抜き出し、多種多様な事業内容から自ら選択できるようメニューリスト化を図り、広く提示していきます。

2. プログラムの効果測定

毎年度、個別のアクションプランごとに、目標や成果指標の達成状況などを測定し、公表するとともに、翌年度以降の事業改善や、他団体の事業展開へフィードバックを図ります。

II 交流人口創出プログラムの推進体制

1. 庁内の運用体制

交流人口創出プログラムは、新たに庁内に設置する「佐久市交流人口創出戦略会議（仮）」において進捗状況や効果をチェックし、必要な改善策を提案します。

また、同会議内にはプロジェクトチームを設置し、組織横断的な課題に弾力的に対応できる体制整備を図ります。

イメージ 「佐久市交流人口創出戦略会議（仮）」の運営イメージ

佐久市交流人口創出戦略会議（仮）

構成

- 副市長
- 企画部長
- 市民健康部長
- 福祉部長
- 経済部長
- 社会教育部長
- 学校教育部長
- 臼田支所長
- 浅科支所長
- 望月支所長

職務

- 基本戦略の方向性・展開の管理・改善
- 進捗状況の管理
- 基本目標値の確認・改善
- 成果指標の決定・管理

庁内横断的プロジェクトチーム

- 基本戦略・進捗状況・基本目標・成果指標等の個別案件の策定
- 戦略の方向性及び具体的事業展開の策定・見直し
- 戦略会議で指示された事項への対応

● 2. 庁外からの意見募集

交流人口創出プログラムは、策定時及び毎年度の改定時に市民の皆さんに公表するとともに、その効果測定の結果や次年度以降への改善策も公表し、市政懇談会などの機会を活用して、市民の皆さんからの意見募集を図ります。

また、新たに設置する「交流人口創出ビジネスモデル構築委員会(仮)」や、『『まほろば佐久』ふるさと観光大使』、佐久市施策報告会である「東京モーニング」など、行政外部の様々な機関の協力により、市内外に在住する皆さんからの意見募集を図っていきます。

言葉の解説

交流人口創出のキーセンテンス

Have the time of your life !

佐久市交流人口創出基本計画の表紙を飾るこの言葉。

訳せば、「あなたの人生を楽しみましょう！」となります。

繰り返しの毎日の中で、自分らしい時間や自分らしい人生に疑問を持つときがあれば、是非佐久の地を訪れてみてください。

ここには、人それぞれの「自分らしさ」を満たすだけの豊富な素材があります。

だから、この佐久で、もう一度自分らしい特別な時間を過ごしていただきたい。

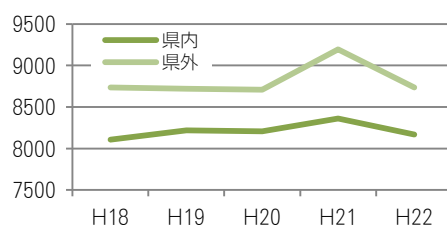
この言葉には、そういった願いが込められています。

資料編

● 佐久市の観光・交流の動態

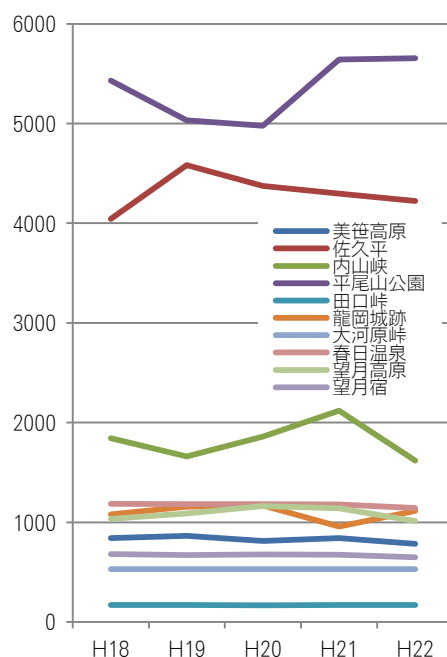
(1) 観光入込客数の推移 (単位：百人)

	H18	H19	H20	H21	H22
県内	8,107	8,219	8,206	8,360	8,168
県外	8,737	8,720	8,709	9,193	8,736
合計	16,844	16,939	16,915	17,553	16,904



(2) 主な観光施設・観光地別の入込客数推移 (単位：百人)

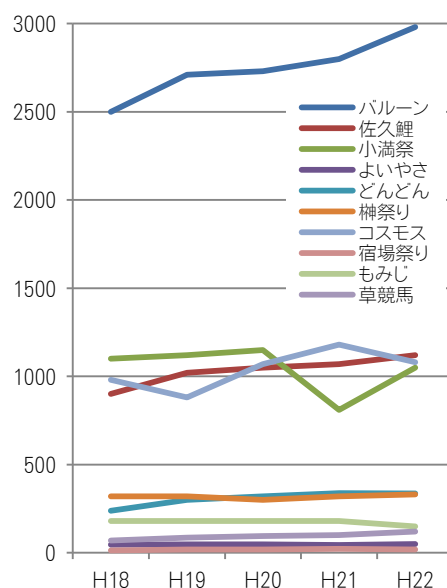
	H18	H19	H20	H21	H22
美笹高原	841	865	813	842	784
佐久平	4,043	4,582	4,373	4,297	4,224
佐久高原内山峡	1,844	1,662	1,861	2,120	1,620
平尾山公園	5,429	5,031	4,978	5,641	5,656
田口峠狭岩峡	170	170	168	170	170
龍岡城跡五稜郭・ 稻荷山公園	1,081	1,156	1,168	958	1,116
大河原峠	530	530	530	530	530
春日温泉	1,187	1,182	1,182	1,180	1,143
望月高原	1,036	1,088	1,164	1,141	1,011
中山道望月宿	683	673	678	674	650
合計	16,844	16,939	16,915	17,553	16,904



長野県指定箇所の定点観測による

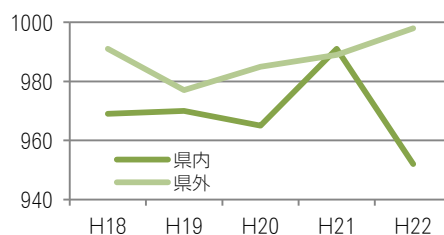
(3) 主なイベント別の入込客数推移 (単位：百人)

	H18	H19	H20	H21	H22
佐久バルーンフェスティバル	2,500	2,710	2,730	2,800	2,980
佐久鯉まつり	900	1,020	1,050	1,070	1,120
臼田小満祭	1,100	1,120	1,150	810	1,050
臼田よいやさ	45	47	48	43	50
浅科どんどん祭り	238	300	320	338	337
榊祭り	320	320	300	320	330
佐久高原コスモス祭り	980	880	1,070	1,180	1,080
中山道宿場祭り	13	18	18	22	18
平尾山もみじ祭り	180	180	180	180	150
駒の里草競馬大会	70	85	95	100	120



(4) 宿泊施設利用者の推移 (単位：百人)

	H18	H19	H20	H21	H22
県内	969	970	965	991	952
県外	991	977	985	989	998
合計	1,960	1,947	1,950	1,980	1,950



(5) 「佐久市故郷ふれあい交流事業*」実施状況

	実施団体数		延参加者数	
	H22	H23	H22	H23
農業体験	2 団体	4 団体	223 人	388 人
林業体験	1 団体	2 団体	155 人	975 人
漁業体験	—	1 団体	—	〇人

※ 漁業体験数は、現在集計中

* 佐久市故郷ふれあい交流事業

本市の豊かな自然環境などの地域資源を活かし、都市部住民と農業、林業などの体験を通じて交流する事業。

平成 22 年度から実施している事業で、同事業を実施する団体に補助を行うとともに、事業運営を支援しています。

▼ 農業体験の実施経過

▼ 体験の様子レポート

(参照)
佐久市ホームページ

参加者募集チラシ

林業体験の様子



佐久市

SAKU CITY