

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

南アルプス山麓の山村資源を活用した都市部からの誘客を目的とした地域再生計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

長野県松川町

3 地域再生計画の区域

長野県下伊那郡松川町の区域の一部（生田地区）

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

【課題①：コロナ等による観光コンテンツの来訪者減少】

コロナにより減少した観光消費額は、H31：558,915千円、R2：250,814千円、R3：257,037千円、R4：291,055千円、松川町観光地利用者数の推移はH30：296,010人、R2年度113,444人、R3年度169,380人、R4年度162,852人（どちらも長野県統計資料より）と回復傾向にあるものの、まだまだコロナ前にはほど遠く、特に観光農園へのくだもの狩り等の受入が回復していない状況にある。

加えて、人口減少と高齢化（2020国勢調査において松川町高齢化率34.5%）により、観光客の客層自体が高齢化しているとともに、高齢化した客層のリピーターが観光客では多く、新しい客層（生産年齢人口及びファミリー層など）への取り込みに本格的に着手できていない。

また、松川町の観光の課題として日帰り客がメインとなっていることが挙げられる。R4年度においても、日帰りが1417百人、宿泊が212百人となっている。これは、町全体の観光がくだもの狩りがメインであったこと、宿泊場所が少ないことが原因である。

くだもの狩りがメインとならないように町全体にコンテンツを増やし、長期滞在を促す必要がある。これを解消するためにもこれまで観光としては利用してこなかった梅松苑を新たな宿泊できる滞在場所とし、町内宿泊者増を目指す。

当町はこれまで、町の東部にある主要観光宿泊施設である「信州まつかわ温泉清流苑」において、大浴室改修や新規アクティビティ（フォレストアドベンチャー松川）の開業などの誘客対策に取り組んできた他、観光農園でのくだもの狩り等が観光として当町へ訪れるためのメインの目的としてあり、そこからその他の滞在交流コンテンツへ流れる仕組みとして観光部門を展開してきたものの、上記の状況からは脱却できていない。

町全体の観光による誘客を目指す上では、町東部の「清流苑」に加えて、町西部の「梅松苑」でも、新たな客層を取り込むために、機能自体をバージョンアップし、付加価値を向上させていくことが急務である。

町西部の中山間地域の生田地区にある観光拠点の一つ梅松苑では、これまで当地区の活性化を目的とした拠点として平成12（2000）年に、食事をメインとした交流施設と、外部の誘客を目的としたコテージを5棟が設置され、主に秋に松茸観光で外部からの観光客を獲得してきた。しかしながら、通年の誘客については、既存住民の「自然が当たり前」という思考ではコンテンツの企画が乏しく収支は厳しい状況であった。

梅松苑のH12に設置したコテージのコンセプトでは誘客できない状況にある。H12-17の利用者は50,835人であったが、H28-R4は24,994であり、約半分となっている。既存のコテージは、コンセプト等はなく、内装が5棟すべて同じ間取りであり、単純に宿泊するだけというものとなっている。このため、キャンプサイトやドームテントのような特別な時と空間を味わうという現在求められるニーズにはほど遠く、満足度も感じられない。また、純和風の客室的な内装であるため、H12当時の内装では、時代にあった施設とも言えず、山村の良さを活かした施設でもなく、獲得を目指す生産年齢のファミリー層のニーズに合っていない。

梅松苑は清流苑と違い、温泉施設もないため、冬季の誘客ができていなかった状況（R4年度の梅松苑月別売上では、8月：2,694千円、9月：2,206千円、10月：5,338千円に対し、1月：244千円、2月：379千円、3月：千円と極端に冬季に落ち込む）にある。通年で安定した誘客数と収入を確保するため、冬季の星空やリトリートも考慮したプログラムの検討を始めた。都市圏からのお客様のニーズは、ワーケーション、ペット同伴、インバウンド等、旅の仕方が多様化している状況にあり、これに対応できる受入整備を行っていくことが急務である。

また、町のインバウンドの受入を進める取組みとして、オーチャードレストラン（欧米）、教育旅行（中国）の受入を進めている。オーチャードレストランは農園での自然体験、教育旅行は中国深圳市から来訪しており、目的は自然体験である。宿泊場所は清流苑となっているため、自然体験で誘客を進める梅松苑での受入を進める体制づくりが必要となる。

これらのとおり、当町への観光客を増加させるには、観光客層のターゲットを新しい客層にシフトし、このターゲットに見合った付加価値を当町の観光拠点施設において増加させることが重要である。

梅松苑のこれまでの取組としては、町内の事業者へ管理を委託し、町DMOがプログラム開発を協力しながら、

①地元食材を使ったそば打ち等による飲食部門の充実

②オートキャンプサイトを設置

③ドームテントを5棟設置し、グランピングによる誘客と更に専門サイトにてプロモーションすることでの外部からのこれまでにないファミリー層を中心とした客層の獲得

町内に事業所をおくSNSのフォロワーが10万人を超えるアウトドアメーカーと連携し、

④梅松苑施設内に店舗を設置しインターネット販売をメインで行っている事業所の実物を確認しながら購入できる取組

⑤グランピングではその商品を利用したグランピングサイトを設ける

等の取組を行っており、近年のコロナ禍およびアフターコロナにおけるアウトドアブームの影響もあり、R2年以降の誘客については、R2：3,788人R3：4,842人R4：4,526人と維持できるレベルの誘客はあるものの、開業当時にはほど遠く、さらに利用者数（観光客数）を伸ばすため、新たなコンテンツやプログラムの開発による機能向上、付加価値の向上は必須となってくる。

また、現在においても冬季シーズンの誘客ができていない（R4年度の梅松苑月別売上では、8月：2,694千円、9月：2,206千円、10月：5,338千円に対し、1月：244千円、2月：379千円、3月：千円と極端に冬季に落ち込む）。梅松苑の来訪は、5月のゴールデンウィークを始まりとして、キャンプ及びグランピングが夏休みシーズン、秋の松茸狩りシーズンが客層を変えながらピークとなるが、冬季のコンテンツやプログラムが少ないため、12～3月の冬季が閑散期となっている。誘客数を伸ばすには、閑散期である冬季において、別の方法での誘客の検討が必要である。

【課題②：地域特性も関係した年少人口及び生産年齢人口の減少】

松川町の人口は、2045（令和27）年に12,530人[年少1,535人／生産年齢6,671人／老年4,324人]（2020国勢調査）から9,320人[年少910人／生産年齢4,203人／老年4,207人]（社人研推計）へと約▲3,210人[年少▲625人（▲40.7%）／生産年齢▲2,468人（▲36.7%）／老年▲121人（▲2.8%）]も減少すると予測されている。さらに、当町では小中学校の児童生徒数が、直近10年で24.4%減であり、県内市町村と比較しても減少率が突出している（隣接A市では14.4%、B町では0.7%の減少、また、C村では1.7%増）。当町の特徴として、年少人口及び生産年齢人口の減少が地域の大きな課題である。

また、当町の天竜川より東に位置する生田地区においては、中山間地域で過疎が進んでいる地域であり現在も顕著な人口減少が続いている。2045（令和27）年に1,138人[年少108人／生産年齢600人／老年430人]（2021住民基本台帳）から696人[年少64人／生産年齢349人／老年283人]（松川町人口ビジョン）へと約▲442人[年少▲40人（▲40.7%）／生産年齢▲257人（▲41.8%）／老年▲147人（▲34.2%）]も減少すると予測されている。さらに、松川町に引き続き居住しながらも生田地区の住民は町内の住宅密集地に転居している状況にある。ただし、都市部から町に移住するパターンとしては、自然豊かな場所を求めて移住してくることから、過疎地でありながらも自然豊かな生田地区に移住してくることが多い。空家となっていた町営住宅4戸も移住者のより3戸は居住している状況であるが、生田地区全体の空き家数は減少しているとはいえず、過疎化の歯止めはかかっていない。

この要因としては、自然豊かな生田地区を移住の地として選択されることがありながらも、生田地区をPRする素材が乏しい。町の観光コンテンツとしてPRしてきたのは町西部にある旧松川青年の家エリアにある保養宿泊施設や森林を遊びとして体験できるフォレストアドベンチャーである。町西部地区については、高速道路からのアクセス、観光農園との親和性を軸とした自然体験を提供しながらPRを行ってきた背景があるが、自然の豊かさにニーズがあることについて住民は気づいていなかったことが原因として挙げられる。

一方、町東部の生田地区については、2023年に町DMOが主体となり長野県観光機構が販売元となりサマーキャンプに生田地区を拠点に3泊4日のプログラム1人88,000円のプランを販売したところ、長野県の北部中部に位置する日本でも有名な自然をメインとした観光地を押さえて最初に完売となった。中山間地域である町生田地区がこれからの誘客には十分に可能性のある地域であることが確認できたものの、山村の良さを十分に活かし、自然・山・まつたけ（町生田地区では豊富に採れる）といった生田地区ならではの体験ができアウトドア施設などのコンテンツがない。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

松川町は、2つのアルプスに囲まれた果物栽培100年以上の歴史を誇る果樹の一大産地であり、くだもの観光を中心とする農業を基幹産業とする農商工均衡のとれた町である。

一方で、首都圏や都市部への人口流出による人口減少と地域経済縮小や衰退の課題を抱えている。

これまでDMOを中心に観光交流人口増を目指し地域資源を活かした、インバウンドにも対応した「観光地域づくり事業」と位置づけた誘客事業として、松川町まち・ひと・しごと創生総合戦略に位置づけている当町ならではの滞在交流プログラムの販売や旅のコーディネート事業展開し、観光交流人口増による地域経済需要の増加させることで、基幹産業（農業）の発展、地域住民の”地域の誇り”の醸成等による持続可能な地域を目指す取組を進めていたが、新型コロナウイルス感染症（以下、コロナ。）の世界的なまん延による観光人口がストップし、当地域も大打撃を受け、取組が停滞している。

人口減少、特に若者（生産年齢人口）の流出や地域経済の縮小・衰退、さらにコロナによる観光交流・関係人口の減という課題に立ち向かうためには、まずは観光分野における誘客を構築し町の魅力を知ってもらい、町を訪れてもらうことで若者の関係人口を増やし、当町とのつながりのきっかけを作ったうえで、移住につなげていくと同時に、移住定住者（これを考えている者も含む）の受入体制の整備を行っていく取組が重要である。

当町を含む南信州地域では、2027リニア新幹線開通により長野県駅（仮称）が設置されるため、交通利便性の劇的な向上（東京ー長野間が45分）により、都市部との人口流入出と交流人口の増が想定されるため、全国的にトレンドである地域回帰や2地域居住の需要が加速することが想定され、その需要の地に当町が選ばれようとする取組が必要となる。

取組を進めていくうえで効率的に効果を出すためには、当町のもつ地域資源を最大限活用した観光地域づくりを進めていくことが有効である。観光地域づくりにより、リニア開通等で増加する若者の来訪者を町に観光交流人口として呼び込めようというリピーターや二地域居住者などの関係人口を創出し、町への来訪をきっかけに町の魅力を感じた方が将来的な移住を考えるきっかけづくりが可能となる。

特に、当町を縦断する天竜川の東側の地域（生田地区）は、平地がほとんどない中山間地域及び山村地域であり、この中山間地域等、これまで、観光資源と捉えていなかった分野についても再考し、生田地区にしかない資源として、山村の良さを活かした新たな観光誘客をし、地域外へ魅力を発信し誘客を進めながら、都市部の生産年齢人口をターゲットに観光誘客を推進し、交流人口を創出する。

また、観光や移住定住をそれぞれ独立した分野として考えるのではなく、当地域に関わる様々な”ひと”を、単発の観光交流から、観光交流をきっかけとして定期的に町に来訪するなどの関係人口となるといった、無関係から移住定住までを多様なプロセスの中で捉えながら、若者の移住定住の地に当地域が選択肢に入るよう、関係人口の創出と観光まちづくりをパッケージとして推進していく。地域資源を最大限活用した観光まちづくりを行うことで、地元住民が地域に誇りを持つことができ、魅力を外部にSNS等で発信することも可能となり、こうした発信が移住定住にもつながる。

JR飯田線を利用してリニア新幹線長野県駅（仮称）から30分程度にある当町が、アフターコロナに対応しつつ、まずは様々な人が当町と関係性やつながりをつくってもらえるよう、地域資源の最大活用を核とした観光まちづくりを日本版DMOの南信州まつかわ観光まちづくりセンターと共に取り組むことにより、観光交流人口増及び関係人口創出の取組を加速させ、地元住民の誇りの醸成、UIJターン者を含めた移住定住検討者の候補地となってもらえるよう、事業を展開する。このことにより、町の中山間地域にある山村資源を活かした観光まちづくりによる若者の関係人口の創出による人口の急減少緩和及び増加という、人口減少時代に打ち勝つ地方創生の実現を目指す。

【数値目標】

K P I ①	地域における観光消費額						単位	千円
K P I ②	生田地区宿泊施設宿泊者数						単位	人泊
K P I ③	来訪者満足度調査における再来訪意向率						単位	%
K P I ④	社会増減数						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	291,055.00	5,000.00	7,000.00	7,000.00	10,000.00	10,000.00	39,000.00	
K P I ②	2,514.00	200.00	100.00	50.00	50.00	50.00	450.00	
K P I ③	55.00	3.00	4.00	3.00	7.00	8.00	25.00	
K P I ④	-20.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	14.00	

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

○ 地方創生拠点整備タイプ（内閣府）：【A3016】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

南アルプス山麓の山村資源を活用した都市部からの誘客事業

③ 事業の内容

観光農園（くだもの狩り等）をメインの旅の目的とせず、町全体の地域資源を活用した自然体験、健康増進、その他特別な体験等、複数のコンテンツがメインの旅の目的となるような町の観光事業展開を可能にするための施設整備を目指す。これにより、まずは、観光人口、関係人口の回復を目指し、これまで町に縁のなかったあらゆる年代層の誘客を促進し、衰退傾向の観光農園への新たな誘客をさらに促進させることが可能となり、あらゆる体験ができる観光のしかたの提供が満足度を上げ、リピーター率を向上させる。また、当町の過疎地域への誘客はこれまで地域資源としては捉えていなかった地域を自然豊かな新たな資源としてPRする機会となり、自然の中での生活（居住）を希望する移住希望者への移住体験プログラムの提供がコテージでの滞在やサウナ体験によりこの地域での生活の仕方を知るための短期滞在場所としてPRするし、町内の宿泊者を増加させる。これにより、観光交流人口と滞在時間の増加により観光消費額を向上させる。また、全てを進めることにより、新たな町の移住場所として対外的なPRを並行して進め、最終的には人口社会増を目指す。

【既存コテージの改築】A～E棟 計5棟

多様なライフスタイルに対応するため、内装の洋風化、ロフト整備による宿泊者増と特別な空間の創出、平成時代のニーズに対応したキッチンを現状のニーズにあった施設へ整備及びペット同伴を可能にする新たな顧客獲得を意識した施設整備を実施する。

自然豊かな土地の特別な空間を体験する施設として、南信州の大自然と人が育む文化・恵みを五感で味わうスローツーリズムを達成するため、地元の自然や食、伝統文化を体験してもらうためのプログラムの造成を行い、ファミリーや訪日外国人観光客の長期滞在に対応した宿泊施設のへの整備を行う。

○5棟のうち3棟を1棟ごとにテーマを持って整備する。

1. ペットも家族の一員として宿泊できる施設
2. 地元アウトドアメーカー（地元企業）とのコラボレーションによりコテージでグランピングが楽しめる施設
3. 外でも室内でものびのび安全に遊べるキッズ対応宿泊施設（共通設備）
 - ・ロフトの整備を行い、付加価値の提供と宿泊人数の増を図る。
 - ・現状のニーズにあったキッチンダイニングとリビングの一体化
 - ・内装の洋風化に併せベッドルームを新設する。
 - ・外構部の模様替。

【サウナ棟の整備】

生産年齢ファミリー層でかつ、特に冬季の誘客コンテンツとしてコテージの改修と連携してサウナ棟施設の新設を行う。これについては、全国的なサウナブームに合わせて、貸し切りサウナを設置し、得に梅松苑が逃している冬季の誘客を目指すとともに自然豊かな地域での特別な空間の提供を行う。

○サウナ棟1基（定員5名）、更衣室兼シャワー室及び”ととのい”スペースの新設

【その他新設・共通設備】

- ・既設和式トイレの洋式化を行う。
- ・自然豊かな環境に配慮するための管理等のLED化を行う。
- ・ペットも家族として旅をする時代にあわせ、キャンプサイトへドッグサイトの設置を行う。
- ・オペレーションの効率化を考慮した階段通路の設置を行う。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

梅松苑は、コテージをリニューアルし、サウナ棟を設置することにより、通年を通した収益を得ることができる。また、町DMOと連携しながら、新たなプログラムを展開することにより、町の西側で完結していた特に生産年齢ファミリー層の来訪者を宿泊（滞在）の目的地となり、差別化を行いながら収益事業を実施を展開する。

事業収入：別紙

支出：別紙

一般財源による措置：敷地料、一部人件費

【官民協働】

梅松苑は現在、指定管理者（ライフテック㈱）による運営をしており、指定管理者のキャンプサイト及びグランピング等の新たなトレンドを取り入れてきたアイデア及び地元関係者（生東区会）と協力し森林資源が豊富で自然豊かという地域の特性を理解しながら運営してきたノウハウ等を取り入れながら事業実施する。さらに、町DMOが体制を整えつつある観光交流地域づくりのプラットフォームとして、引続き専門性職員体制により民間経営手法（マーケティング、ブランディング、町観光サイト、梅松苑観光サイト、SNSを中心にDMOが独自実施してきたアクセス解析データを利用及び来訪者満足度調査による来訪元の調査実績によるターゲットを絞ったプロモーション）を展開する。アフターコロナ及びリニア開通を見据え官民連携により誘客事業を展開し地域が稼ぐことを目指す。

町は、人材確保組織体制構築のため、地域おこし協力隊や集落支援員制度を活用する。民間資金確保のため、ふるさと納税や企業版ふるさと納税制度の活用を支援する。

【地域間連携】

人口減少等の課題は自治体単位ではなく南信州地域全体の課題（広域的な課題）でもあり、今後においては、同様に近隣自治体でも課題解決に取り組む場面が想定される。飯田市に次ぐ規模の自治体として、広域連携の主軸となるような役割を果たしていきたい。また、この地域の特色を生かした新たな日本の観光地域となるように、リニア新幹線及び三遠南信道開通後の観光交流人口の受け皿の地域モデルとして構築する。

また、広域的に見た観光資源と各観光プロモーションを共有することで、更なる南信州地域での滞在時間を延ばす広域的取組みを進める。これにより、観光客の満足度の向上が期待でき、それからくるリピート率の向上も期待できる。

南信州地域は山間部が多く、梅松苑が立地するような過疎地域が多く存在し、そのポテンシャルや活用方法が明確になっていないのが現状である。今回の梅松苑の施設整備とその先にある移住定住計画がこの南信州地域のモデル事業となると考える。この成果を広域的に共有し、新たな価値の創出と広域的な移住定住施策へ繋げることを目指す。

森林面積が半分以上を占める南信州地域、上伊那地域の長野県南部地域では、この自然環境を強みとして民営のキャンプ場、グランピング施設が開業し始めている。また、同様にコテージ、クライנגアルデンなど平成時代の同時期に設置された公営施設もあり、同様な現在のニーズに合致せず苦慮している現状も見受けられる。今回、梅松苑が実施する事業をこの地域で先進的に進めるものと捉え、公設民営施設のリニア開通等も意識した新たな誘客を進めるための事業とし、この地域のビジネスモデルとして確立し、同様な各事業主体と情報共有を行う。

●南信州広域連合（飯田市、松川町、高森町、阿南町、大鹿村、豊丘村、喬木村、阿智村、平谷村、根羽村、下條村、売木村、泰阜村、天龍村）

・飯田下伊那14市町村全体での広域的な観光ビジョン策定や誘客宣伝事業（情報発信）を行う。

・広域連合で策定した「南信州リニア未来ビジョン」と連携し、下伊那北部圏域を超え、飯田圏域の各市町村の資源を生かしながら誘客宣伝を行うことで、当町の交流人口増加及び広域的な交流人口増を図る。

・特にリニア開通後を想定した、交通インフラ整備、駐車場整備、案内板の設置、パンフレット等の広告媒体整備とインターネット情報発信を行うことでの地域内誘客を行う。

●下伊那北部総合事務組合（松川町、高森町、大鹿村、豊丘村、喬木村）

・南信州広域連合内でも特に隣接した地域である、下伊那北部5町村での広域的な観光情報や情報発信を行う。

・2022年12月に当該事務組合で「リニアを見据えた北部まちづくり構想」を策定し、構想の中に具体的な実施計画を定めている。実施計画で行う各市町村の施策と連携し、この地域にある観光コンテンツを公共交通の接続等を検討しながら結びつけ、周遊計画を作成し、長期滞在を検討する。

・圏域5町村内企業への就業促進をするための企業との連携を行い、定住人口増を目指す。

●上伊那広域連合（伊那市、駒ヶ根市、辰野町、箕輪町、南箕輪村、宮田村、飯島町、中川村）

・松川町は下伊那地域の最北端であると同時に、上伊那地域の南端に接しており、JR飯田線や国道153号線で直接つながっている上伊那地域の玄関口である。上伊那地域が行う特色ある観光・キャリア教育施策と連携して事業を推進し、松川町の魅力を幅広く発信する。また、当町と隣接する中川村については、当町が令和5年度より導入した公共交通システムであるAIデマンド交通システムと同じ公共交通システムを採用しており、現在は町民に利用を限っているが、中川村との接続の検討を具体化することで、上伊那地域との交通インフラの連続性を高める。

【政策・施策間連携】

「林業」「商業」「自然文化や社会教育」「防災」等と連携した観光交流事業を展開することで、観光を手段とした地域経済の活性化を目指す。

【林業】

旧松川東小学校を拠点に展開している地元産木材をMMMプロジェクト（デジタルによる木材加工機を活用した地域木材の地産地消を核とした地域活性化プロジェクト）と連携しShopBot（木材加工機）を利用して梅松苑の家具等に積極的に取り入れていき、加工機を利用したふると納税返礼品のPRをしながら生田地区のPRも併せて行う。地元産木材が製品となることで、地財の発見と誇りの醸成に繋がるとともに、未整備となった森の整備促進にも繋がる。MMMプロジェクトと連携することで、デジタルテクノロジーを活用しながら、自分たちの地域を自分たちでつくっていくという、持続可能なコミュニティの形成の考えが根幹にあり、新たなコミュニティビジネスの創出、若者の移住定住の促進、森林資材の地域内循環を柱とした自立分散型社会の実現を目指す。

【商業】

本交付金により機能向上し、付加価値が増した梅松苑も拠点としながら、町観光宿泊施設「清流苑」や観光農園、推進タイプを活用して現在、行っている新井商店街のリノベーションプロジェクトとも連携して観光まちづくりを行うことにより、移住に至らずとも、交流人口の町内での循環を促進し、観光産業に限らない商業等の振興（既存事業者の収益増や新規事業の実現可能性の向上）を図ることが出来る。コロナ禍により減少している観光客の飲食店利用を促進させるための新たな団体旅行向けプランの検討等、リニア開業を意識しながら長野県駅からのアクセスの利点を活かしつつ商店街を観光の目的地ことを目指し、町内経済の活性化と南信州地域におけるモデルを事業連携しながら目指す。

町の商業の中心である新井商店街は、中央道松川インター及び町内にあるJR飯田線伊那大島駅で下車した場合、生田地区（梅松苑）へ行くためのルートとして通ることとなる。中山間の生田地区には商業地域はないため、新井商店街の飲食店、小売店と連携した飲食・小売との連携プログラムを展開できる。

【自然文化や社会教育】

梅松苑においてサマーキャンプ事業やサウナを活用したリトリート事業等、自然体験プログラムをさらに企画し、地域外の子ども、若者やファミリー層を積極的に受け入れ当町の自然文化を周知する。また、関連事業者であるアウトドアメーカーが中学2年生を対象とした社会教育事業「しごと☆未来フェア」に参加しており、梅松苑での事業を説明し、この地域にいながら仕事（稼ぐこと）ができることを伝えており、ワーケーション施設としてあらゆる人材を迎え入れ国際性豊かな人材の育成を目指すとともに、将来、この地域で起業創業し生涯をこの地域で生活しながら国内外で多様なビジネスを展開できる可能性の植え付けと、地域の特性である学生時代にこの地を離れUターンしないという課題の解決に寄与する。

【防災】

生田地区には指定避難所は別にあるものの、梅松苑についてもコテージ、グランピング施設及び設置予定のキャンピングカーも含め、孤立した場合の避難場所として一時が利用可能である。さらに今回の付帯工事も含めた施設整備をすることにより仮設住宅の役割としても利用可能となる。

【デジタル社会の形成への寄与】

内容①

山間部におけるインターネット環境の充実における、ライブ配信利用した中山間地域と梅松苑のPR

理由①

山間部のコンテンツ開発行いながら、誘客するための環境を揃えつつ、滞在した際のWifi機能充実させて、ライブ配信等を行ってもらうことで新たな客層を増加させる。また、最近ではメディアやユーチューバーの滞在による発信もあるため、宿泊サイトについては、外国人向けの宿泊予約サイトにも掲載し、インバウンド誘客も目指す。

内容②

キャッシュレス決済の導入

理由②

都市部からの誘客を進めるにはキャッシュレス決済は必須と考える。現金よりも高額な支払いが可能であり、アウトドア品の購入など、消費率が向上し収益UPが期待できる。また、宿泊料金等の支払いプロセスが簡素化でき、利便性の向上とセキュリティ効果で顧客満足度の向上が期待できる。また、インバウンド等より広く誘客することができる

取組③

町観光施設のバーチャルツアーを活用したPR事業

理由③

来訪にあたっては、事前の下調べが必要となるが、現在は特にインターネットを活用して調べるケースが大半を占めており、他施設の差別化をする、より分かり易くし、旅の目的地として選ばれる取組みとしてVRで施設を内覧できる仕組みを構築する。

- 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（K P I））
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】

松川町総合戦略推進会議により検証、評価

【外部組織の参画者】

【産：松川町商工会（会長）、マーくんカード事業協同組合】 【官：松川町農業委員会、松川町教育委員会、松川町議会議員】 【学：松川町中央公民館】 【金：八十二銀行松川支店】
【労：松川町社会福祉協議会、松川町女性団体連絡協議会、福祉を考える会】 【言：㈱チャネル・ユー】 【その他：松川町交通安全協会、下伊那赤十字病院、区長会、松川町保護者会連合会、松川町消費者の会、健康を考える会、松川町PTA3校連絡協議会、松川町消防団、民生児童委員】

【検証結果の公表の方法】

検証後、松川町公式ホームページで公表

- 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【A3016】
総事業費 119,815 千円
- ⑧ 事業実施期間
地域再生計画の認定の日から 2029 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) 民間事業者とのキャンプ・グランピングコラボ事業

ア 事業概要

- ・松川町内に事業所を置く、キャンプ等用品を扱う民間事業者とコラボレーションし、当施設でのキャンプ・グランピングの質を高める。
- ・町としても当該民間事業者及び指定管理事業者と連携しながらイベント等を実施していく。
- ・当事業を通じて、施設や地域の魅力発信を行っていく。

イ 事業実施主体

松川町、民間事業者、指定管理事業者

ウ 事業実施期間

2024 年 4 月 1 日から 2029 年 3 月 31 日 まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日 まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日 まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2029 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。