

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

アフターコロナ及びリニア開通後の観光交流・移住定住人口増を促進させることを目的とした地方創生計画

### 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

【課題①：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%）]も減少すると予測している。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。

年少人口及び生産年齢人口の顕著な減少の背景は2つある。

1つ目には、当町には既に、当町の魅力である自然を体験できるコンテンツが存在し、旧松川青年の家エリアには、宿泊施設として清流苑や、アクティビティとしてフォレストアドベンチャーや、自然を五感で感じることのできる森林セラピー基地「およりの森」などがある。

こうしたコンテンツのメイン客層は都市圏のファミリー層（生産年齢人口層）であるが、フォレストアドベンチャーなどのコンテンツに来町したファミリー層が、特定のコンテンツ目的の来町に留まり、目的のコンテンツ以外の町内での循環や滞在、そして移住定住に結び付いていない。2つ目には、当地域には大学等の高校卒業後の進学先がないため、進学のために都市部へ流出してしまうのが主な原因である。また、当地域の業種は製造業と農業がメインであり、企業単位の売上高がこの2業種で50%以上を占めており（経済センサス）、業種に偏りがあり、都市部への進学後、当町へ戻ろうとしても”シゴト”が特定の業種に限られ、選択肢が少ないように感じられることから、進学を機に都市部へ流出した学生の若者が、多様な業種が存在し、選択肢が多い都市部からUターンしづらいため、定住の地として再び当町に戻らないことが考えられる。

地域資源を最大限活用した観光まちづくりに取り組むことで、当町の魅力となる新しい価値を生み出す。そもそも当地域を知らない方に対しては当町と関わりを持ち、当町のことを知ってもらう機会がなければ子育て等様々な背景を抱えたファミリー層が移住定住の地に当地域を選択することは少ない。UIJターン者となりうる者に対しては、当町の魅力が何かということを知ってもらい、関係人口となってもらわなければ、UIJターンという選択肢の優先順位が低くなってしまふ。観光まちづくりを行うことで、地元住民も自身の地域に誇りを持つことができ、改めて気づいた魅力を外部に発信することも可能となり、一度町外へ出た者にも当町の魅力を伝えることができる。

地域の魅力を観光まちづくりにより醸成し、一度町外に出た若者も、そもそも当町を知らず無関係なひと、町とつながるきっかけを作り、関係人口を創出し、移住定住を増やす。しかし、UIJターン者、ファミリー層（生産年齢層）を含めた移住定住を考えている人に対しては、きっかけづくりや仕事のイメージをしてもらうだけでは足りず、移住・定住を実現する支援が必須だが、移住定住の支援に関するワンストップの受入体制が無い状態にある。

【課題②：コロナによる観光コンテンツの来訪者減少に伴う交流・関係人口の減少】

コロナにより減少した観光者数は復調傾向にあるものの（町営保養宿泊施設「清流苑」宿泊者数の推移はH30：17,734人、R2年度7,202人、R3年度7,168人、R4年度11,997人。また、長野県統計資料に基づく松川町の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）、コロナ前のような状況にはほど遠い。

加えて、当町の基幹産業である農業分野では、果樹農家におけるくだもの狩り等の観光農園で観光交流人口を獲得してきたものの、くだもの狩りで当町を来訪したとしても、来訪者は観光農園のみで完結している状況であり、清流苑や梅松苑以外の滞在宿泊施設が少ないため、観光農園で獲得した交流人口を町全体へ誘客できる仕組みづくりが不足している。

## 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を展開し、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るような取組が必要となる。

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、リニア開通等により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んだうえで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。加えて、移住定住に繋がらなかったとしても、観光地域づくりにより町と関係をもってくれた人を、観光農園など町内での循環を促せば、既存の観光コンテンツとしての若者目線の新しい考え方による農業の振興を図ることができ、町の基幹産業である農業が抱えている担い手不足等による衰退問題の解決と時代に合った雇用にも結び付く。

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、移住定住施策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、こうした発信も移住定住につながる。アフターコロナの現状においては、観光による交流人口や関係人口創出のための観光まちづくりを進展させ、移住定住を考えている相談者の受入体制を整備していく必要がある。

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、UI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、観光まちづくりによる若者の関係人口の創出及び移住定住者の増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 | 社会増減数              |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 単位               | 人  |
|---------|--------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------|----|
| K P I ② | 移住体験住宅利用者数         |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 単位               | 人  |
| K P I ③ | 町内観光宿泊者施設宿泊者数      |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 単位               | 人泊 |
| K P I ④ | 来訪者満足度調査における再来訪意向率 |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 単位               | %  |
|         | 事業開始前<br>(現時点)     | 2023年度<br>増加分<br>(1年目) | 2024年度<br>増加分<br>(2年目) | 2025年度<br>増加分<br>(3年目) | 2026年度<br>増加分<br>(4年目) | 2027年度<br>増加分<br>(5年目) | 2028年度<br>増加分<br>(6年目) | K P I 増加分<br>の累計 |    |
| K P I ① | -25.00             | 2.00                   | 2.00                   | 3.00                   | -                      | -                      | -                      | 7.00             |    |
| K P I ② | 12.00              | 3.00                   | 5.00                   | 3.00                   | -                      | -                      | -                      | 11.00            |    |
| K P I ③ | 12,571.00          | 50.00                  | 60.00                  | 70.00                  | -                      | -                      | -                      | 180.00           |    |
| K P I ④ | 50.40              | 2.00                   | 3.00                   | 4.00                   | -                      | -                      | -                      | 9.00             |    |

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

アフターコロナ及びリニア開通後の観光交流と若者の移住定住人口増を促進させることを目的とした地方創生事業

### ③ 事業の内容

当町では、既にDMOが中心となり、町の魅力である中央・南アルプスに囲まれた農園の風景や自然そのもの、観光農園を活用した滞在交流プログラムを生み出してきており、観光コンテンツ自体の運用はできている。

そのため交付金事業では、リニア新幹線開通とアフターコロナのタイミングを来訪者獲得の絶好の機会と捉え、学生とファミリー層（生産年齢人口層）をターゲットに、地域資源を最大活用しながら、関係人口につながる新しい価値を生むための観光まちづくりを行う。観光まちづくりによりキャリア教育や他産業の振興と結びつけながら町の魅力を発信し、関係人口創出とUIJターン者を含めた移住定住（相談者）の受入体制を整備し、人口急減少の緩和または増加を実現する。また、観光のみでの1度きりの交流にとどまらず、リピーターや二地域居住につなげるため、既存の地域資源や観光コンテンツのブラッシュアップ・増強を行うことで、課題の解決につなげる。

年少人口及び生産年齢人口の減少（課題①）及び交流人口・関係人口の減少（課題②）を解決するため、具体的には、

1) 旧松川青年の家は、清流苑やフォレストアドベンチャー、およりての森という町が持つ魅力を発信できるコンテンツが存する一帯の地域エリアにある。当エリアを都会からの観光客が気軽に訪れることができ、既にある自然体験プログラムとも親和性が高い機能を付加するための利用構想を検討する。そして、子どもも楽しむことができ、ファミリー層

（生産年齢人口層）及び学生向けに、松川町の自然を身近に体験できる森林体験プログラムを造成する。

2) 町に存在する観光コンテンツを、都市圏の方に幅広く発信するため、SNSなどの発信のみならず、「実際行ってみて体験したくなるような」発信を行うことが効果的であり、バーチャルツアーを活用し、写真等を見るよりも、より実際に近い形で町の観光施設を体験してもらう事業を展開する。

3) 地域資源を最大限活用するという観点から、地域の特色である観光農園（果樹栽培、果物狩り）をブラッシュアップした形としてガストロノミーツーリズム企画を展開する。ガストロノミーツーリズムという観光農園の新たな滞在の仕方を提供するプログラム開発を検討することに加え、観光農園や町の自然の中に宿泊滞在し、町の地域資源の魅力を感じてもらえるよう、キャンピングカーステーション等を整備する。

4) 町の資源の一つである広大な自然環境を活用した既存のコンテンツである、旧松川青年の家及びフォレストアドベンチャーをブラッシュアップ・増強する。旧松川青年の家についてはキャンプサイトとして活用できるよう整備する。フォレストアドベンチャーについてはファミリー向けのコースを整備することで、利用者層の拡大を図る。既存の5コースに、新たに7コースを加え全12コースとし、最大受入人数が60名から130名となり、団体旅行や教育旅行等の受入の拡大を図る。この整備により、ファミリー層向けの森林体験プログラムを促進できる。

5) 観光まちづくりを推進し、関係人口を創出することで、移住定住の地に当町が選択されるきっかけをつくる上記の取組に加えて、実際に移住定住を実現するためには、受入体制の整備と”シゴト”が不可欠である。

このため、DMOに対して、商工会、JA、信州松川くだもの観光協会や営農支援センター等との連携体制（コンソーシアム）を整備し、松川町に移住したい（関係性を築きたい）方と地域の経済（企業、農業、観光業、起業機会等）との人財のマッチングのコーディネートを委託する。

信州大学・SCOP（スコップ）・松本山雅が行う「100年企業創出プログラム」などのような、人財と地域をつなぐプログラムを活用しながら、コーディネイト業務をDMOが実施し、具体的には、「長期的なインターンシップ事業の企画造成」「都市住民等への人財募集」と「求人企業の募集（町内企業等への説明会実施）」、「移住検討者や新規移住者と、既移住者との交流ワークショップ企画造成」を行う。

「100年企業創出プログラム」は、信州大学がハブとなり、新しい発想を持った首都圏の人材を大学の研究員として受け入れ、民間企業とマッチングし、6か月間受入企業の課題解決の実践・伴走を行う場を提供することで、呼び込んだ人材自身の能力と受入企業の成長を図ることが特徴である。

町内企業が都市圏人材とマッチングすることにより、関係人口の創出に直結するだけにとどまらず、次代を担う企業と、地方で新しいキャリアにチャレンジしたい首都圏人材がお互いの成長のために協働するという取組により新たな”シゴト”が生まれ、新たな雇用が生まれることにつながる。首都圏人材の受入体制としての機能も当プログラムが担うことができる。

6) ファミリー層を移住定住につなげるためには、シゴト・住まい・町での生活の想像など様々な移住定住希望者の考えに対応することが重要であり、移住定住（希望）者の受入体制の整備として、移住定住相談デスクを構築する。デスクは、ワンストップ窓口の機能を持たせるとともに、移住定住（希望者）に寄り添うサポーターを配置する。

交付金事業により、観光や体験から滞在、滞在から町の関係人口、そして移住定住という一連の過程へのアプローチをパッケージで展開する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

**【自立性】**

町DMOは、町からの補助金及び事業受託収入の他、くだもの観光協会等の町観光費業者からの事業受託収入の他、民間手法による自主事業として地域おこし協力隊制度を活用し、都市部目線の地域の特性を最大限に生かした滞在交流プログラム等の企画販売を行うことで他地域との差別化を行い、収益事業を実施する。

### 【官民協働】

町DMOは、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、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。また、信州大学・SCOPE（スコープ）・松本山雅が行う「100年企業創出プログラム」など、地域と移住を検討している多様な人材のマッチングに取り組むことで、町内民間企業と連携して首都圏人材との関係人口の創出を図る。

### 【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でもある松川町のDMO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。

### 【政策間連携】

「農業」「商業」「自然文化や社会教育」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。

### 【デジタル社会の形成への寄与】

#### 取組①

該当なし。

#### 理由①

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。

#### 取組②

該当なし。

#### 理由②

都市部からの来訪者移住者（UIJターン者）、町が逃している年齢層（若年層）来訪者、インバウンドの来訪を促進させるため、観光農園や飲食店へキャッシュレス決済導入を促進させるため企業と連携する。

#### 取組③

該当なし。



理由③

- 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】**

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）、マークン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：(株)チャンネル・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【A3007】  
総事業費 179,967 千円
- ⑧ 事業実施期間  
地域再生計画の認定の日 から 2026 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) 南信州シードル協議会（松川町含む）連絡会議

#### ア 事業概要

- ・南信州シードルをリソースに地域を盛上げるため、南信州地域のシードル生産者が集まり会議を毎月1回開催
- ・生産者を増やすためのセミナーを開催（委託醸造の仕方、酒税法について、海外生産者との交流等）
- ・南信州地域でのシードル普及イベントの開催
- ・各シードルの味わいマップの作成

#### イ 事業実施主体

南信州シードル協議会（松川町含む）

#### ウ 事業実施期間

2019年4月1日から2026年3月31日まで

### (2) 松川町地域おこし協力隊事業

#### ア 事業概要

地域おこし協力隊制度（総務省）を活用し、観光交流地域づくりの中核として松川町版DMOの職員の候補となる人材を採用し、育成する。経営、企画、営業、2言語等について、民間での経験や実績を有する人材を募集・採用し、観光交流地域づくり（松川町版DMO）による地方創生推進事業に従事する。

#### イ 事業実施主体

松川町・南信州まつかわ観光まちづくりセンター（DMO）

#### ウ 事業実施期間

2016年4月1日から2026年3月31日まで

### (3) 観光地域づくり連絡会議

#### ア 事業概要

- ・町の観光施策についての検討と情報共有を図る会議を毎月実施
- ・町が上述会議での検討事項を近隣市町村と、DMOが近隣DMO及び観光協会等と情報共有を行う

#### イ 事業実施主体

松川町・南信州まつかわ観光まちづくりセンター（DMO）

#### ウ 事業実施期間

2018年4月1日から2026年3月31日まで



## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 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。