

大町市 第2期SDGs未来都市計画 (2023～2025)

SDGs共創パートナーシップにより育む
「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想

長野県大町市

< 目次 >

1 将来ビジョン

(1) 地域の実態.....	2
(2) 2030 年のあるべき姿.....	6
(3) 2030 年のあるべき姿の実現に向けた優先的なゴール、ターゲット.....	8

2 自治体SDGsの推進に資する取組

(1) 自治体SDGsの推進に資する取組.....	11
(2) 情報発信.....	16
(3) 普及展開性.....	17

3 推進体制

(1) 各種計画への反映.....	18
(2) 行政体内部の執行体制.....	19
(3) ステークホルダーとの連携.....	20
(4) 自律的好循環の形成.....	23

4 地方創生・地域活性化への貢献.....26

1. 将来ビジョン

(1) 地域の実態

①地域特性

a. 地理的条件

本市は、長野県の北西部に位置する内陸都市で、北は白馬村、東は長野市、小川村、南東は池田町、松川村及び生坂村に接し、南西は安曇野市、西は富山県や岐阜県に接しており、首都圏から公共交通機関にて3時間 40 分、中京圏から約3時間、県内中枢都市の長野市・松本市から約1時間と程良い距離感にある。

また、西部には 3,000m級の北アルプスの雄大な山々が連なり、東部には四季折々の変化に富んだ美しく豊かな自然に囲まれた昔ながらの里山の風景を残す農山村が存在している。



b. 人口動態

2022 年(令和4年)11 月1日現在の本市は、世帯数 10,829 世帯、人口 25,272 人である。世紀の大事業といわれた「黒部ダム建設」が始まり、1960 年(昭和 35 年)に 41,184 人とピークを迎え、その後減少に転じるものの、第二次ベビーブームや「高瀬川ダム建設工事」により、1975 年(昭和 50 年)には一旦増加した。その後、35,000 人程度を維持していたが、緩やかな減少をはじめ、地域の大きな雇用の場であった東洋紡大町工場が閉鎖した 1999 年(平成 11 年)12 月を境に急激な人口減少が始まった。

今後、わが国における本格的な人口減少時代の到来により、人口対策が何ら講じられない場合の、国立社会保障・人口問題研究所調査【2018 年(平成 30 年)時】における将来推計人口によると、2030 年(令和 12 年)には 22,131 人にまで減少するとされている。

自然動態は、死亡数は全体的に大きな変動は見られないものの、出生数は 2009 年(平成 21 年)以降、200 人を割って 130 人前後で推移している。

社会動態は、地域の大きな雇用の場であった東洋紡大町工場が閉鎖されたこともあり、2001 年(平成 13 年)を境に、転出超過のまま推移していることから、移住定住促進事業を、2012 年(平成 24 年)から長野県内において先駆けて始めたことで、転入者自体は前年比で増加傾向にある。なお、転出数を抑制するには、市民満足度の向上が不可欠なことから、5年毎に事項の項目等のアンケート調査を実施している。

●大町市の住みやすさは？

「大変住みよい」14. 1%、「やや住みよい」24. 6%と計 38. 7%となっており、「普通」の 45. 4%と合わせると 84. 1%の市民が概ね住みやすいと感じている。

●これからずっと大町市に住んでいたいと思いますか？

「ずっと住み続けたい」53. 3%、「当分住みたい」26. 4%となっており、合計 79. 7%の人が今後も住み続けたいと考えている。

●大町市がこれからどのような都市(まち)になることに期待しますか？

「保健・医療・福祉・子育て支援が充実した【健康福祉都市】」が 22. 0%と、最も高く、続いて「自然環境の保護保全を大切にする【自然環境都市】」が 15. 1%、「美しい景観を大切にする【環境都市】」11. 1%となっている。

●市の施策・事業の中で、満足度が低い取組みは？

「働く場や機会の充実」、「中心市街地の活性化」、「商工業の振興」など、行政だけの取り組みでは効果が発揮されない項目が多くなっている。

今後は「住んでよし・訪れてよし」を基軸としたまちづくりを進めることが、市民満足度の低い項目の改善につながるものと考える。

c. 産業構造

産業就業別人口の比率を見ると、「第1次産業」では、1960 年(昭和 35 年)の 65. 5%から 2020 年(令和2年)には 8. 9%と大幅に減少しており、農業離れが顕著である。「第2次産業」では、1960 年(昭和 35 年)の 17. 3%から 1990 年(平成2年)に掛けて、上述のとおり大規模なダム建設により 45. 5%と増加を続けたが、その後は減少に転じ 2020 年(令和2年)には 28. 9%に減少している。「第3次産業」では、1960 年(昭和 35 年)の 17. 2%から、2020 年(令和2年)には 62. 2%と増加しており、情報関連産業を中心とするサービス業等の成長が主な要因と見られる。

今後は、地域の基幹産業である観光産業において、「通過型から滞在型観光地への進化」にあたり、従来のマス対象の観光モデルから、将来の本市のファンにつながる「関係人口づくり」に視点を置いた新しい観光モデルへの転換は必須である。観光・宿泊施設や交通機関だけが潤うのではなく、産業の掛け合わせで観光振興を支える事業者を増やし、観光産業より広い概念である「ツーリズム産業」として地域経済全体を活性させ、魅力あるしごとづくりを増強させることが、市民から期待されている。

d. 地域資源

本市は、魅力あふれる地域資源を数多く有しているが、それらを地域ブランドイメージ向上につなげる発信は十分とはいえず、8割以上の市民が地域ブランドの向上を求めている。

また、これらの地域資源の多くは、美しく豊かな自然から成り立っていることから、100年先の未来へつなげるための環境保全活動を通じ、各々の磨き上げと掛け合わせにより、地域ブランドを確立させることが、市民から期待されている。

山岳

- ・北アルプス(飛騨山脈)
- ・小熊山
- ・東山(鷹狩山、大姥山、権現山など)
- 💧針ノ木雪渓、カクネ里雪渓(氷河の可能性)
- 💧雪形(鹿島槍ヶ岳の鶴と獅子、爺ヶ岳の種まき爺さん)

歴史

- ・国宝仁科神明宮など歴史的建築物
- 💧千国街道、塩の道、宿場町の形成
- 💧昭和電工導水路の建設と、農業用水の確保
- 💧黒部ダム・高瀬ダム等のダム建設の歴史

人工施設・都市施設

- ・生涯学習・教育施設が充実
- ・国営アルプスあづみの公園(大町・松川地区)

製造業

- 💧紡績工場
- 💧国内初めてのアルミニウムの生産
- 💧水力発電や地下水を利用する工場
- 💧水を製品化する工場の立地

人的資源

- ・芸能人、スポーツ選手など優れた技能を持つ人
- ・木彫り工芸家や音楽家
- ・協働のまちづくりによって育まれた市民活動

自然

- ・夏は涼しく、冬は寒い気候
- 💧仁科三湖(青木湖・中綱湖・木崎湖)
- 💧湿原(唐花見湿原、宮の森自然園、居谷里湿原)
- ・ライチョウなどの希少な動植物が生息
- 💧地下水が豊富、水が豊富
- 💧川の清流
- 💧葛温泉や噴湯丘

文化・芸術

- ・地元に根付く地域の祭りや芸能
- ・千年の歴史の信州松崎和紙
- ・若一王子神社の子ども流鏝馬
- ・信濃木崎夏季大学
- ・博物館が多い

観光・商業

- ・夏のレジャー、観光施設が充実
- ・温泉地や観光産業
- ・民宿・ホテルなど宿泊施設が充実
- 💧スキーやスノースポーツ施設
- ・飲食店が多い

食

- 💧清らかな水に育まれた豊かな食材
- 💧清らかな水から生まれた米と日本酒
- 💧気候を活かしたワインづくり
- ・黒部ダムカレー
- ・有害鳥獣対策からジビエ料理の普及

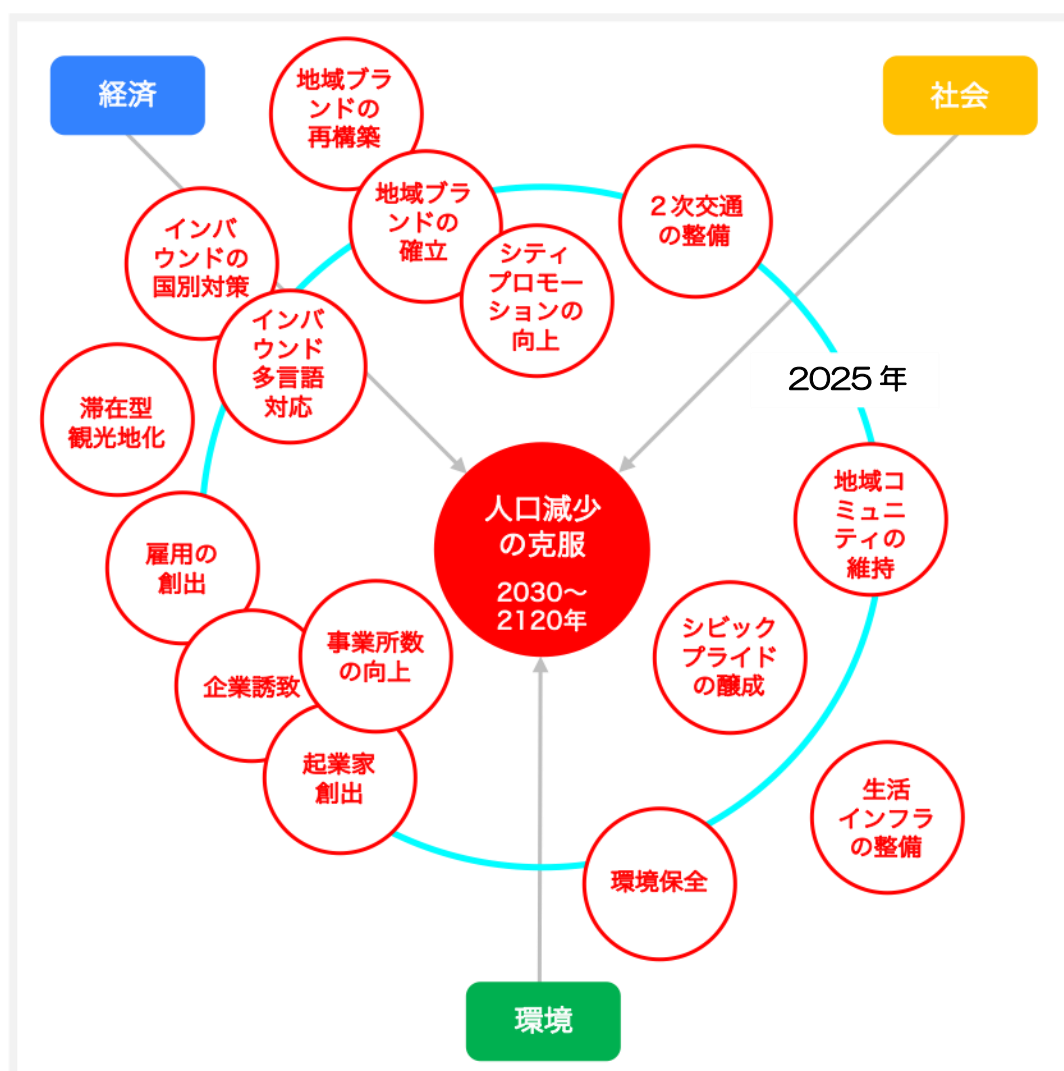
※💧は特に水と密接な関係がある地域資源

②今後取り組む課題

地方都市にとって、最大の課題である「人口減少の克服」を実現する特効薬はなく、100年先の未来を見据えて、今後解決すべき地域課題の優先度を明確にし、対策を講ずるとともに、近年の自然災害や新型コロナウイルスの世界的なまん延等、刻々と変化する社会情勢に柔軟に対応する。

なお、本市では、多様な地域課題に対し、市費を大きく投じて新たな箱ものを作るのではなく、持続可能な開発目標(SDGs)のもと、現有の地域資源を磨き掛け合わせた取組みにより、魅力と活力あふれる持続可能なまちづくりを実現し、後世へ引き継いでいく。

サステナブル・タウン「信濃おおまち」を実現するための 地域課題のレイヤーマップ



(2) 2030 年のあるべき姿

「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウンを実現

市民主体の産学官金連携による共創の力により、地域資源を活かした各種取組みを推進。多様な課題解決につなげ、「人口減少の克服」によりサステナブル・タウンを実現している。中でも、至高の地域資源である「水」を磨き上げることで、水資源を基盤とした地域循環共生都市の一先進モデルを形成している。

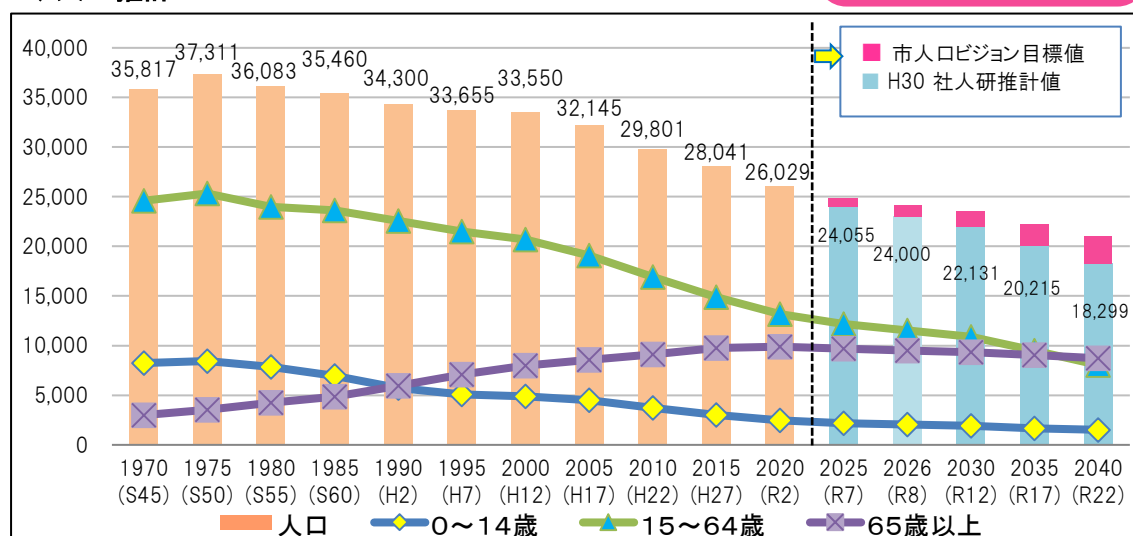
なお、豊かな自然の源から湧き出る水だけでなく、戦前の昭和 14 年頃からは、日本初のアルミニウムの生産本格化によって、「発電用」としての水の需要が高まり、発電所の導水路が整備され始めた。戦後の昭和 26 年からは、青木湖発電所と平地域の新田開発のために、鹿島川から取水して青木湖に放流し、さらに導水路の途中 15 か所から灌漑用水を分配する、現在の水利用システムが完成した。本市では、このように、自然の水が、発電用・灌漑用・飲用・生活用・環境用水として、複雑なシステムのもとに、多様な使われ方をしており、その歴史とともに地域循環共生都市としての基盤を築いてきた。

①人口減少の克服を実現

本市では、2010 年(平成 22 年)の国勢調査にて、人口減少率が県内 19 市中、最も高かったことを受け、前述のとおり、2012 年(平成 24 年)度より、移住定住促進事業に県内でも先進的に取り組み始め、令和 3 年には 51 世帯 92 人が移住しており、国の推計を年々上回る成果を出している。

今後、更なる強化充実を図ることで、2030 年(令和 12 年)の人口を国の推計値である 22,131 人と比較して、1,299 人上回る 23,430 人以上が実現されている。

◆人口推計



※令和 2 年まで国勢調査数値 ※社人研推計値：国立社会保障・人口問題研究所による平成 30 年 3 月公表数値

②魅力あふれ活力ある「まち・ひと・しごとづくり」を実現

「大町市第5次総合計画」に掲げた、基本理念と市の将来像を、市民等の多様なステークホルダーと共有。

【基本理念】

郷土や文化に誇りを持ち
心から地域を愛するひとを育てる

【市の将来像】

未来を育む ひとが輝く 信濃おおまち

その上で、持続可能な開発目標（SDGs）の推進を踏まえた、「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定。以下の、4つの基本目標の中で展開する各種施策・事業を、市民主体の産学官金連携による共創の力で、持続可能な「まち・ひと・しごとづくり」を実現する。

基本目標1 安定した雇用の場の確保と新規起業を支援する

市外への人口流出の主な理由として、魅力ある働く場が十分でないことが挙げられていることから、基幹産業である観光振興や既存産業の育成による地域経済の活性化を図り、安定した雇用と新規起業を創出する。

基本目標2 大町らしさを活かして新しいひとの流れをつくる

地域資源を最大限活用した観光振興及び商品開発等により地域ブランドを確立。将来的に、移住・定住層となりえる「大町市のファン化」を見据えたプロモーション戦略を展開し、「関係人口づくり」を行い、新しいひとの流れを創る。

基本目標3 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

年間 180 人程度の出生数を確保することを目標とし、安心して結婚・出産・子育てできる環境を整備する。また、若年世代が安心して働ける質の高い雇用を生み出すとともに、結婚・妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援や仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）を確保する。

基本目標4 安心安全な暮らしと時代に合った地域をつくる

結婚・子育て、医療や防災等の充実により、安心して安全に暮らすとともに、子ども・女性・高齢者・障がい者・外国人等の誰もが居場所と役割を持ち、誰ひとり取り残さずに活躍できる地域社会を実現する。

(3) 2030 年のあるべき姿の実現に向けた優先的なゴール、ターゲット

(経済)

ゴール、 ターゲット番号	KPI(重要業績評価指標)	
 6. b	指標: 新規起業、新規就農、企業誘致の合計数	
	現在(2021 年): 21 事業者	2030 年: 40 事業者
 8. 9	指標: 観光消費額	
	現在(2021 年): 7,680 百万円	2030 年: 13,434 百万円
 12. b	指標: 国内外の宿泊客延数	
	現在(2021 年計): 6,250 百人	2030 年: 7,692 百人

2025 年度の「第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定時に見直す場合あり

【取組みのゴール】

地域経済の好循環とともに、本市らしい魅力あるしごとが常に創出されることから、市民の就業と U・I ターン就職の促進により、人口減少が克服される。

○水資源を活用する事業者を、異業種参入、企業誘致、起業により増幅

○観光振興に携わるあらゆる産業との共創により、観光消費額が増進

○産学との協働によるテストマーケティング場としての活用により事業者数を増進

○通年型・滞在型観光地への進化を図り、国内外の延宿泊者数を増進

○他産業とのビジネスマッチングにより、地域の稼ぐ力を促進することで、レジリエンスな地域経済構造の構築を図る。

(社会)

ゴール、 ターゲット番号	KPI（重要業績評価指標）	
 6. b	指標：地域ブランド調査の認知度順位	
	現在（2022 年）： 654 位	2030 年： 450 位
 11. 3	指標：移住施策による移住者数	
	現在（2022 年）： 92 人	2030 年： 100 人
 17. 17	指標：信濃大町サポーター（首都圏在住者）登録者数	
	現在（2021 年）： 60 人	2030 年： 169 人

2025 年度の「第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定時に見直す場合あり

【取組みのゴール】

安心安全な生活インフラ整備と、誰ひとり取り残さない地域コミュニティの維持により、地域社会の好循環とともに、市民満足度の向上によって転出が抑制され、人口減少が克服されている。

○市民協働参画による商品開発に取り組むことで、市民自らの SNS 等による発信や、来訪者に対して背景を語れる等、シビックプライドを増幅

○人口減少時代においても、誰もが活躍できるしごとづくりにより、市内就業率が高まり市内就業者数を増進

○安心安全に暮らせる環境整備、デジタル社会への対応と、誰もが居場所と役割を持ち、誰ひとり取り残さずに活躍できる地域社会に育むことで、定住意向を増進

○参画者のシビックプライドの醸成により、市民のみならず関係人口に対しても巻き込みながら新たな参画者を増進

(環境)

ゴール、 ターゲット番号		KPI (重要業績評価指標)	
	6. 1	指標: 地域循環共生都市化に資する協働活動数	
	6. b	現在(2021 年): 3 件	2030 年: 12 件
	7. 1	指標: 再生可能エネルギー生産量	
		現在(2020 年): 1,606.7TJ	2030 年: 1,664.8TJ
	13. 1	指標: 温室効果ガスの総排出量	
		現在(2018 年): 224 千 tco2	2030 年: 132 千 tco2
	15. 5	指標: 特別天然記念物「ライチョウ」の飼育数	
		現在(2022 年): 8 羽	2030 年: 8 羽

2025 年度の「第3期まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定時に見直す場合あり

【取り組みのゴール】

豊かな地域資源を形成している自然の保全活動により、地域共生の好循環とともに、市民満足度の向上によって転出が抑制され、人口減少が克服される。

○生産事業者及び市民協働及び関係人口との交流事業による環境保全活動数を増進し、安全に管理された「天然飲料水」の持続可能な供給を行う。

○産学との協働を含めて、参入事業者を増進

○環境保全と飼育員の確保により、飼育が難しい特別天然記念物ライチョウ数を維持

○豊富な自然資源を有効活用した自然エネルギーにより、地域内経済の好循環を実現

2. 自治体SDGsの推進に資する取組

(1) 自治体SDGsの推進に資する取組

①経済面の取組

ゴール、 ターゲット番号	KPI（重要業績評価指標）	
 6. b	指標：新規起業、新規就農、企業誘致の合計数	
	現在（2021 年）： 21 件	2025 年： 24 件
 8. 9	指標：学習旅行誘致件数	
	現在（2022 年）： 0件	2025 年： 12 件
 12. b	指標：国内外の宿泊客延数	
	現在（2021 年計）： 6,250 百人	2025 年： 6,504 百人
 17. 17	指標：観光業・商業者・農林水産業者等間でのビジネスマッチング合計数	
	現在（2020 年）： 3件	2025 年： 8件

【具体的な取組み】

①—1 サステナブル・ツーリズム推進事業

- 至高の地域資源である「水」を活用した場所・文化・人財の再発掘調査
- SDGs 視点を取り入れた「水」と「エネルギー」を学ぶ学習旅行のプログラム造成と誘致
- 通年型及び滞在型観光地化を目的とした着地型コンテンツづくり
- 環境低負荷かつ持続可能な山岳観光振興
- 滞在時間の延長及び宿泊等の消費を喚起する仕組みづくり
- 至高の地域資源である「水」を活用した体験スポット等の着地型コンテンツづくり
- ペルソナターゲット（邦人、国別インバウンド）を想定した、体験プログラムづくり
- デジタルマーケティングを活用したインバウンド向けの着地型コンテンツづくり
- 観光地域づくり会社(DMO)等との連携による着地型コンテンツづくり
- 旅行会社と協働したツアー商品づくり
- スマートモビリティ、IoT・AI 運行も含めた2次交通の検討
- IoT を活用したインバウンド多言語対応ツールの検討

①—2 企業誘致・起業支援

- 雇用、新分野進出、企業誘致、起業数の増大
- 「水」資源を活用した事業を営みたい大都市圏等の企業及び創業希望者向け、誘致コンテナの開発及びプロモーション活動
- リモートワークやサテライトオフィス等のテレワークのための環境づくり

①—3 産業間連携事業

- 地域資源を活用し、農林水産業×商業×観光業等の掛け合わせによる特産品ブランドづくり
- 農林水産業×商業×観光業等の掛け合わせによる、「水」関連商品づくりに際し、消費者目線にてリニューアルの企画立案～商品開発
- 市内おもてなしマルシェや、信濃大町サポーター（首都圏在住者）による都内物産展等でのテスト販売及び販路拡大
- 観光業と多様な産業とのビジネスマッチングの創出

②社会面の取組

ゴール、 ターゲット番号	KPI（重要業績評価指標）	
 11. 2 11. 3	指標：体験ツアー参加者数	
	現在（2021 年）： 33 人	2025 年： 60 人
	指標：移住施策による移住者数	
	現在（2022 年）： 92 人	2025 年： 100 人
	指標：Society5.0 に資する実証実験等からの事業化数	
	現在（2021 年）： 0件	2025 年： 1件
 17. 17	指標：広域連携で取り組む分野	
	現在（2021 年）： 11 分野	2025 年： 12 分野

【具体的な取組み】

②—1 移住・定住促進事業

- 「水」をはじめとした地域ブランド活用による魅力度向上と戦略的シティプロモーション
- 大都市圏での移住セミナー開催とSNSを活用したファンコミュニケーション
- 大都市圏での移住相談、お試し暮らし体験
- 将来的なU・Iターンにつながる大都市圏に在住の若者と市内の若者の交流
- 子育て世帯から高齢者まで、健康で安心安全な暮らしの充実
- 安心・安全な水道水の安定的な供給と豊かな暮らしを支える良質な水道水のPR
- 「水」資源をはじめとした自然環境保全やアクティビティ、しごとに魅力を感じる移住希望者向け誘致コンテンツの開発及びプロモーション活動
- 農林業に魅力を感じる移住希望者向け誘致コンテンツの開発及びプロモーション活動
- 北アルプス連携自立圏事業による地域力の向上と経済・生活圏の形成

②—2 スマートシティ推進事業

- AI・IoT を活用したスマート農業の普及に向けた実証実験
- 森林整備支援に向けた ICT・GIS を活用した林地台帳システムの構築
- 高齢者福祉サービスのDX推進
- 子育て支援サービスのDX推進
- 地域医療のDX推進
- CATV通信網の光化

③環境面の取組

ゴール、 ターゲット番号		KPI（重要業績評価指標）	
	6. 1	指標：地域循環共生都市化に資する協働活動数	
	6. b	現在（2021 年）： 3件	2025 年： 5件
	7. 1	指標：再生可能エネルギー生産量	
		現在（2020 年）： 1,606.7TJ	2025 年： 1,635.7TJ
	13. 1	指標：温室効果ガスの総排出量	
		現在（2018 年）： 224 千tco2	2025 年： 165 千 tco2

【具体的な取組み】

③—1 環境保全活動事業

- 森林保全活動
- 生態系保全活動
- サントリーと連携により、森林の里親協定書を締結した「サントリー天然水の森 北アルプス」の、水源涵養と土壌保全の森林整備活動を実施
- 自然景観や歴史的景観の保全と継承
- 「水」資源を活用した事業を営む誘致企業や起業家による環境保全活動
- その他地域循環共生都市化に資する環境保全活動

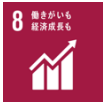
③—2 環境学習事業

- サントリーが実施している「水育／森と水の学校」との連携による、水源涵養や生態系保全の大切さを体感する小学生向け自然体験プログラムの実施
- 同「水育／出張授業」との連携による、映像や実験を通して、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える学習プログラムの実施
- わっぱらの温水路「ぬるめ」等の本市特有の水利施設の見学体験プログラム
- 山岳文化都市としての情報発信や学習活動の充実と促進

③—3 再生可能エネルギーの開発・普及

- 小水力、マイクロ水力、地熱、太陽光などの自然エネルギーの開発
- バイオマスエネルギーの有効活用と森林整備（木質チップなど）
- エネルギーの地産地消の推進

④三側面をつなぐ統合的取組(特に注力する取組)

ゴール、 ターゲット番号	KPI (重要業績評価指標)	
 6. b	指標: 地域ブランド調査の認知度順位	
	現在(2022年): 654 位	2025年: 550 位
 8. 9	指標: 信濃大町えんポーター(※ ¹)登録事業者数	
	現在(2021年): 15 社	2025年: 20 社
 17. 17	指標: 地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)の活用事業者数	
	現在(2021年): 0 社	2025年: 2 社
	指標: 信濃大町サポーター(首都圏在住者)登録者数	
	現在(2021年): 60 人	2025年: 80 人

【具体的な取組み】

④—1 「水が生まれる信濃おおまち」地域ブランド振興事業

- 至高の地域資源である「水」を起点とした地域ブランドづくり
- SDGsの普及、啓発及び市民協働による地域ブランドづくりのための広報活動
- 「水」にまつわる地域資源、文化、地理、気候等の知識、資料の体系的アーカイブ化
- アーカイブ化した情報の学校教育や生涯学習、産業振興、定住促進等での利活用
- ペルソナ別にデジタルツールを活用した情報発信によるファンコミュニケーションづくり
- 「水」を起点とした地域の魅力再発見によるブランド向上とシビックプライドの醸成
- 地域の未来を担う人材育成と、自らの手でふるさとをつくる取組みの推進
- 大町岳陽高校「探求的な学び」との連携
- 地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)の寄附事業者との協働による取組みの推進

④—2 「水が生まれる信濃おおまち」関係人口創出事業

- 国別・ペルソナ別の戦略的観光プロモーションによる国内外の関係人口づくり
- デジタルマーケティングや、信濃大町サポーターを活用した関係人口づくり
- 北アルプス国際芸術祭による人を惹きつける強い力と情報発信力を活用した国内外の交流促進
- 姉妹都市である東京都立川市の中学校の教育旅行を活用したフィールドワーク
- 大町市出身大学生等との首都圏での交流(就職及び企業情報の提供含む)

(2)情報発信

本市は、2006 年(平成 18 年)の「第4次総合計画」より、多様な分野の取組みに市民が積極的に参画しており、協働パートナーとしての意識が高いといえる。

一方、その取組みとSDGsとの関連性や、「誰ひとり取り残さない」といった理念、「2030 年に向けた持続可能な開発への各種ゴール」への理解度は決して高いとはいえない。事業者も同様に、「長野県SDGs推進企業登録制度」の登録数 1,722 社(2022 年 10 月 31 日現在)に対し、本市内事業者が 15 事業者のみに留まっている。

今後は、今までの一人ひとりの行動や、事業者の営業活動とSDGsとの相関性等、新たな気づきとともに、下記の効果を上げていく。

(域内向け)

発信先	内容	期待できる効果
市民向け	Web サイトをはじめとした市関連広報物において、市民等の身近な取組事例をアーカイブ化。	SDGsへの理解促進、協働参画への意識醸成 ↓ シビックプライドの醸成
	with コロナ期として、ケーブルテレビ等を活用して、SDGs推進を視点とした「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づいた本計画の取組みを公表し、市民から広く意見を集う。	
企業・金融機関・公的機関等向け	「長野県SDGs推進企業登録制度」に登録されている市内外の事業者の取組みを共有。	協働参画や、企業誘致
	産官金公にて組成されている「長野県インバウンド推進協議会」への参画。	
「信州環境フェア」の参画者	「信州環境フェア」をはじめとした長野県主催のシンポジウム等に参画。	県や他市町村の取組みへの相互参画

(域外向け(国内))

発信先	内容	期待できる効果
内閣府 「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」	「サステナブル・ツーリズム」をはじめとした分科会に参画。取組みの進捗状況を発表し、参画されている産学官ステークホルダーよりご助言をいただく。	新たな産学官金公との連携を促進、産学の誘致
各種シンポジウムの参画者	内閣府・環境省・観光庁等の中央府省庁をはじめ、各種環境保全活動団体が主催するシンポジウム等に参画。取組みの進捗状況を発表し、ご助言をいただく。	連携促進

姉妹都市	東京都立川市への情報提供。立川駅南口に所在するアンテナショップを活用した広報物等による取組みの発信。	関係人口づくり、誘客促進
------	--	--------------

(海外向け)

発信先	内容	期待できる効果
国連世界観光機構 (UNWTO) 等	国連の機関に対し、サステナブル・ツーリズムの推進による先進モデルの発信を検討。	サステナブル・ツーリズムの普及展開
観光庁	「観光地域づくり(DMO)」の各種取組みへの参画。	誘客促進
インバウンド	本市及び近隣市町村への来訪者に対する広報メディア戦略。	誘客促進
友好都市	オーストリア・インスブルック市、アメリカ合衆国・メンドシーノへの取組みの発信。	関係人口づくり、誘客促進

(3)全体計画の普及展開性

(他の地域への普及展開性)

展開先	内容
北アルプス連携自立圏	大北地域(池田町・松川村・白馬村・小谷村)の抱える地域課題である、地域経済の活性化により働く場の確保、生活機能の充実、地域コミュニティの維持、移住・定住の促進等に関する具体的な施策を、普及展開する。また、他町村によるSDGs未来都市等の策定にあたり助言していき、広域な取組みに発展させていく。
長野県 (2018年度SDGs未来都市)	オール信州によるSDGs推進組織へ参画し、市民主体の産学官金連携による観光振興、ブランド振興、移住促進、企業誘致、移住創業促進のための戦略的プロモーションと関係人口づくり、ビジネスエコシステムづくり等の手法を普及展開する。
SDGs未来都市等の選定及び応募を検討している自治体等	内閣府「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」等のSDGsに資する取組みへ参画し、市民主体の産学官金連携による観光振興、ブランド振興、移住促進、企業誘致、移住創業促進のための戦略的プロモーションと関係人口づくり、ビジネスエコシステムづくり等の手法を普及展開する。

3. 推進体制

(1) 各種計画への反映

1. 総合計画

2026 年(令和8年)を目標年次とし、市の将来像と長期的なまちづくりの基本目標を明らかにし、それを実現するための基本理念と施策の基本的な方向性を定めている。

市民と行政がともに考え、ともに行動する協働と連携のまちづくりを進めていくこと等、SDGsの理念と一致していることから、SDGsを持続可能なまちづくりとして位置づけることを、基本目標や施策の基本的な方向性との相関を、後期計画に明記し、取組みを推進している。

〈2022 年(令和4年)度策定〉。

2. まち・ひと・しごと創生総合戦略

2024 年(令和6年)を目標年次とし、大町市人口ビジョンを踏まえ、人口減少の克服に向けて、魅力と活力あふれる市とするための基本目標や施策の基本的な方向、具体的な施策を定める第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定にあたり、SDGsを各施策に対し、17の目標(ゴール)の視点を位置づけるとともに、SDGsの理念に沿った統合的な取組みにより、地方創生に掲げる人口減少や地域経済縮小の克服、地域課題の見える化や課題解決に向けた体制づくり等、経済・社会・環境のそれぞれの分野において相乗効果と好循環が生まれるような施策の推進を目指す。また、本市と各ステークホルダー間において、SDGsという共通言語を持つことにより、様々な目標の共有と連携の促進を図り、パートナーシップの深化の実現を目指すことを明記し、取組みを推進している。〈2020 年(令和2年)度策定〉

3. 信濃大町ブランド戦略

2025 年(令和7年)を目標年次とし、本市の地域ブランド戦略を定める信濃大町ブランド戦略について、SDGsの視点を位置づけるとともに、統合的な取組みにより、SDGsの推進を商品開発やプロモーション戦略として位置づけることを、改定に際し明記し、取組みを推進していくこととする。

〈2025 年(令和7年)度予定〉

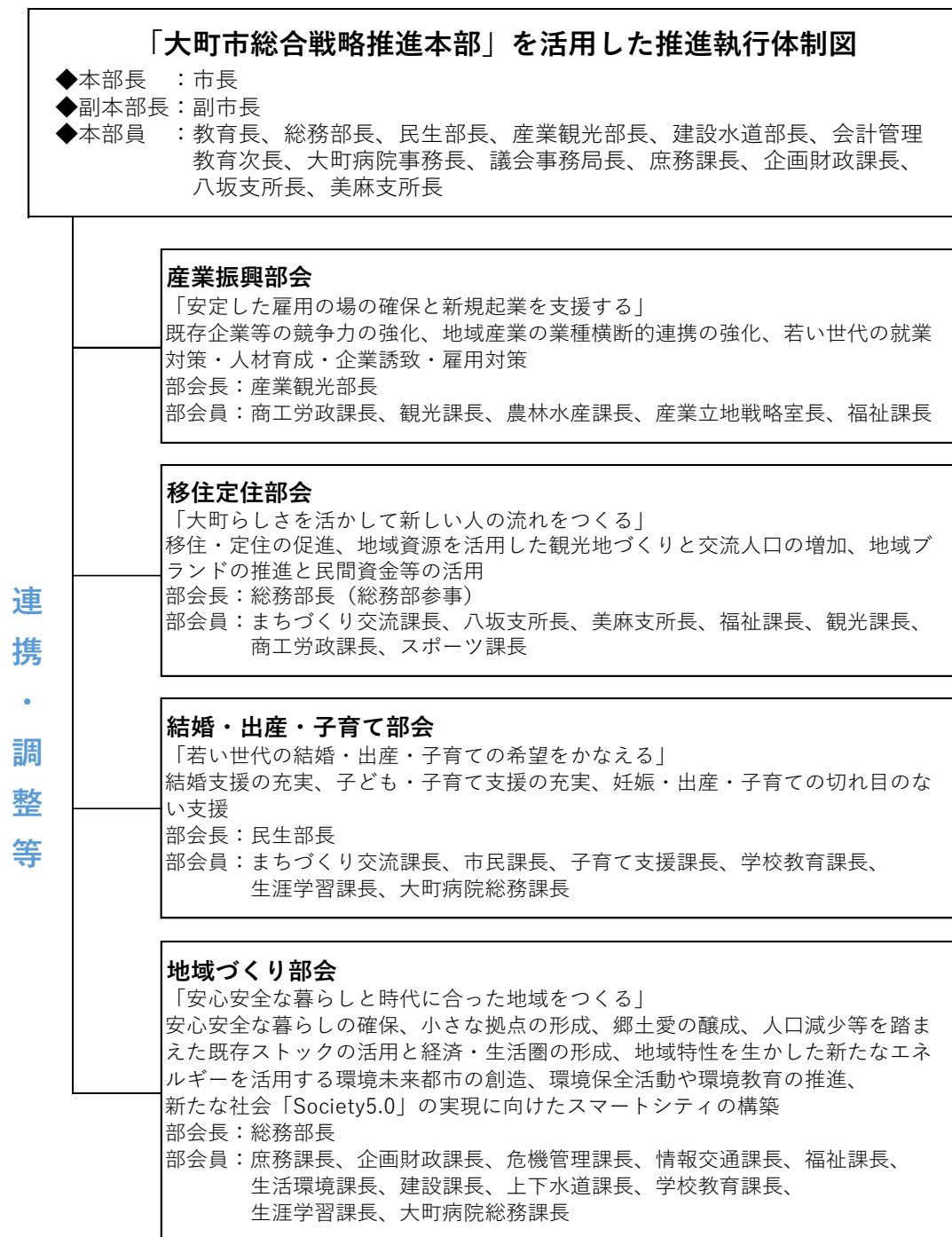
4. 観光振興計画

2021 年(令和3年)を目標年次とし、本市の観光振興の基本的方向を定め、観光振興施策を総合的に展開していく観光振興計画について、SDGsの視点を位置づけ、統合的な取組みにより、SDGsの推進を観光協会等の関連団体や民間事業者、市民がそれぞれの立場にたって、連携して適切な役割分担をしながら取り組む指針とすることを計画に明記し、取組みを推進している。

〈2022 年(令和4年)度策定〉

(2) 行政体内部の執行体制

地方創生の推進にあたり、市長を本部長、副市長を副本部長とし、各部長等で構成する「大町市総合戦略推進本部」の構成により、全庁的に取り組む体制を整備している。SDGsの推進により目指す「人口減少時代における持続可能なまちづくり」は、本市における地方創生推進そのものであり、「大町市総合戦略推進本部」を活用することでSDGsの推進に向けた全庁的な取組体制を確保する。取組みごとに設定する KPI により進捗状況等を確認しながら、本部長である市長の指示により、各施策分野を所管する部長が取組みを着実に推進する。



(3) ステークホルダーとの連携

1. 域内外の主体

持続可能なまちづくりの実現のため、下記の全てのステークホルダーと協議会形式のプラットフォームを組成し、一体的に推進することで全体最適化を図り、効果を最大化していく。

ステークホルダー	内容	期待できる効果
市民	市民各自が保有しているリソースを活用し、協働にて取り組むべく、子どもから高齢者、障がい者まで市民から広く協働参画者を募集。課題解決への取り組みが多岐に渡るため、分科会を形成し、各自取組みたいテーマへ参画を促す。ワークショップ等により、アクションプランを策定し協働にて取り組む。 なお、常に新たな参画希望者を募集し、持続可能な取組みにする。 ●着地型コンテンツづくり ●地域ブランドづくり ●シティプロモーション ●信濃大町サポーター（首都圏在住者） ●関係人口との交流 ●環境保全活動 等	課題解決、ひとづくり、シビックプライドの醸成 等
企業	民間企業等が保有しているリソースを活用し、市民協働参画にて取り組む。 ●着地型コンテンツづくり、観光プロモーション →(株)JTB 等の広域及び地域観光事業者 ●信濃おおまちブランドづくり →地域の生産・加工事業者 →サントリー食品インターナショナル(株)、(株)トーエル、AW・ウォーター(株) →信濃大町えんポーター事業者等 ●関係人口づくりのためのシティプロモーション →(株)JTB 等の広域観光事業者とPR 会社 ●関係人口との本市での交流 →(株)JTB 等の広域及び地域観光事業者	雇用創出、ひとづくり、地域ブランドづくり、まちづくり、財源確保、環境保全 等

	●(事業承継型含む)創業支援、企業誘致 →首都圏等の民間専門事業者等 ●移住・定住の促進 (住まい・子育て・福祉等の情報提供) →地域の専門事業者及び大都市圏の人材サービス会社等 →お試し移住のあるシェアハウス事業者 ●求人・インターンシップ情報の提供、 U・Iターン就職の促進 →地域及び大都市圏等の就職情報提供会社等 ●AI・IoT等を活用したスマートシティの構築 →(株)フジクラ、IoTBASE(株)、(株)JTB等 ●再生可能エネルギーの創出と実用化促進 →市内事業者及び大都市圏の民間専門事業者等 ●ふるさと納税による民間資金の活用 →個人及び企業版ふるさと納税運営事業者 ●森林等の環境保全活動 →地域の専門事業者等 →サントリーグループ「水育」	
大学等 教育機関	大学等の教育機関が保有しているリソースを活用し、協働にて取り組む。 ●信濃おおまちブランドづくり →国立大学法人信州大学 →県内外大学等 →市内小・中・高校生(姉妹都市含む) →大都市圏大学等の地域創生関連のゼミ生や学生 ●求人・インターンシップ情報の学生への提供、 U・Iターン就職の促進 →県内大学・専門学校等 →大町岳陽高校 ●森林等の環境保全活動 →市内小・中・高校生 →県内大学生 →大都市圏等の大学生	ひとづくり、 地域ブランドづくり、 就業促進、 まちづくり、 環境保全 等

金融機関	金融機関が保有しているリソースを活用し、協働にて取り組む。 ●信濃おおまちブランドづくりに関する融資等の支援 →地元金融機関等 ●観光業、商業者、農業者等とのビジネスマッチング →地元金融機関等 ●(事業承継型含む)移住創業支援、企業誘致 →地元金融機関等 →日本政策金融公庫 ●ESG 投資 →地元金融機関等	雇用創出、ひとづくり、地域ブランドづくり、事業者向け財源確保 等
NPO 等の団体	各種団体が保有しているリソースを活用し、市民協働参画にて取り組む。 ●着地型コンテンツづくり、観光プロモーション →大町市観光協会等 →(一社)HAKUBAVALLEY TOURISM →(一社)長野県観光機構 ●観光業、商業者、農業者等とのビジネスマッチング →商工会議所等 ●芸術文化とスポーツ振興の促進 →北アルプス国際芸術祭実行委員会 →スポーツツーリズム団体 ●関係人口との本市での交流 →ぐるったネットワーク大町等 ●創業支援、企業誘致 →大町商工会議所 →大町市創業支援協議会 ●空き店舗の情報発信 →大町商店街連合会 ●移住の促進 →ふるさと回帰支援センター ●地域おこし協力隊向け支援 →(一社)移住・交流推進機構(JOIN) ●森林等の環境保全活動 →地域の NPO 等団体	雇用創出、ひとづくり、地域ブランドづくり、まちづくり、環境保全 等

2. 国内の自治体

ステークホルダー	内容	期待できる効果
長野県(2018 年度SDGs未来都市)	オール信州によるSDGs推進組織への参画にて、効果事例や進捗状況を共有し、協働にて取り組む。	産学官金連携づくり
長野県インバウンド推進協議会	インバウンド対策に関する効果事例や進捗状況を共有し、協働にて取り組む。	産学官金連携づくり
北アルプス連携自立圏	池田町・松川村・白馬村・小谷村が保有しているノウハウとリソースを互いに共有し、協働にて取り組む。	人口流出の抑制、移住・定住促進
SDGs未来都市等の選定自治体	サステナブル・ツーリズムの促進を進めている自治体の事例を参考に推進。	サステナブル・ツーリズムの促進
姉妹都市	東京都立川市からの教育旅行の受入時に、ワークショップを通じて取組みを普及。	関係人口づくり

3. 海外の主体

ステークホルダー	内容	期待できる効果
国連世界観光機構(UNWTO)等	サステナブル・ツーリズムの取組みを連携しながら、先進事例の創出に取り組むことを検討。	サステナブル・ツーリズムの促進
友好都市	オーストリア・インスブルック市、アメリカ合衆国・メンドシーノと、協働の取組みを検討。	関係人口づくり

(4) 自律的好循環の形成

1. 「長野県SDGs推進企業登録制度」への登録企業の増進

長野県が進めている「SDGs推進企業登録制度」に対し、現在、本市所在地事業者の登録は15社(2022年10月31日現在)に留まっていることから、本取組みを通じて企業向けの普及啓発を行うとともに、長野県と協働して登録を促進していく。

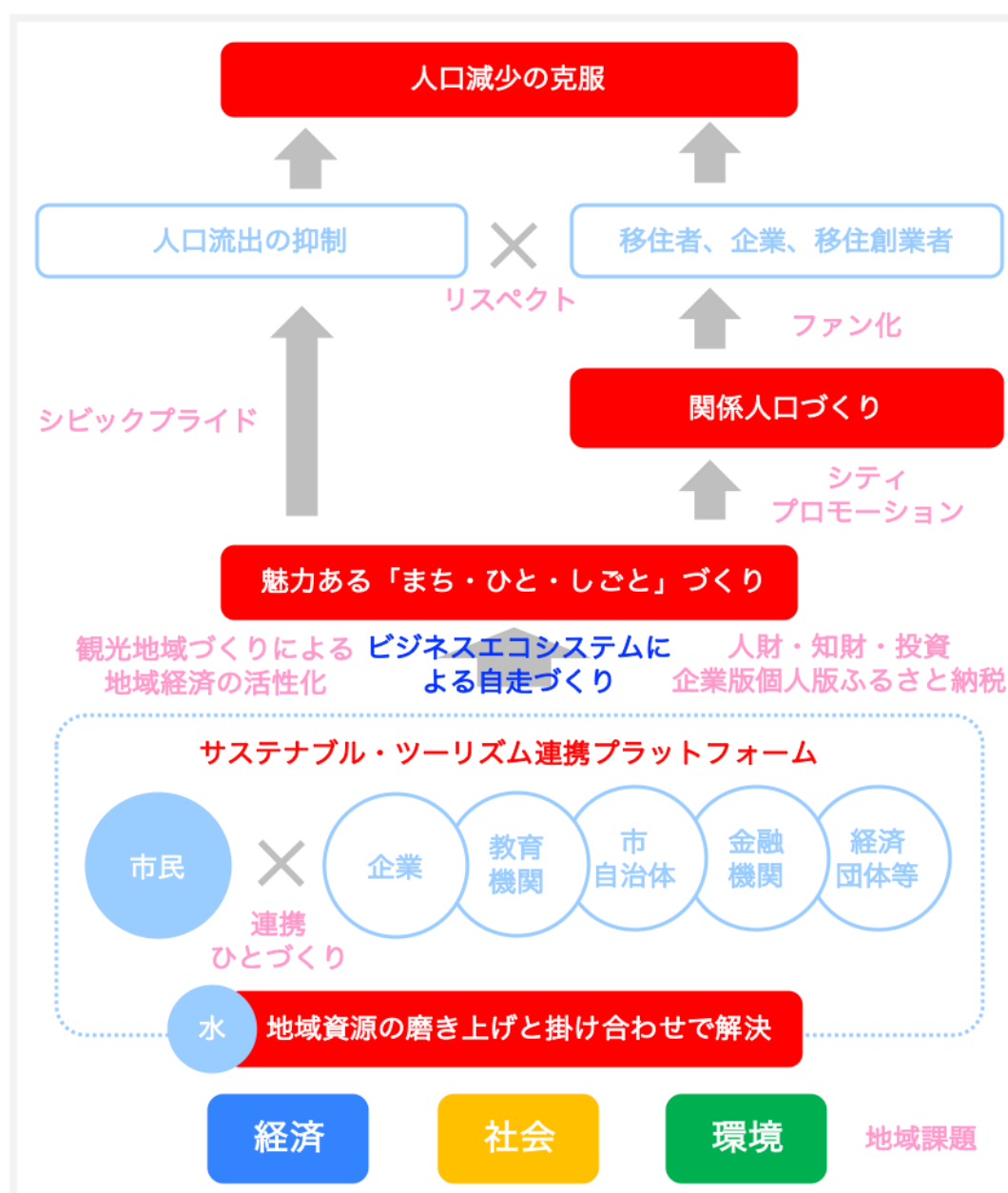
2. 市以外の認証等制度への推薦や取組み事例の周知

事業者等にとっては、CSR活動につながるため、市関連の広報物を通じて広くその取組みを周知する。更なる、新たなステークホルダーとなる事業者の参画を促進する。

3. 自律的好循環の具体化に向けた事業の実施

(事業スキーム)

本市の基幹産業の振興にあたり、至高の地域資源である「水」をはじめとした、文化や自然などの地域の個性を活かした魅力ある持続可能で高付加価値な地域づくりを進めるとともに、その地域の魅力を効果的に発信することが重要である。また、市民が主体となりながらも産学官金連携のSDGs推進プラットフォームにて自走を目指すビジネスエコシステムづくりにより、政府のデジタル田園都市国家構想総合戦略における地方創生SDGsの推進につながる。



4. 将来的な自走に向けた取組

人口流出の抑制と、移住者・誘致企業・移住創業者の受入増進による社会動態増が必須である。その中で、本市も数多の自治体と同様に受入増進策の一つとして、個別に助成金等の市財をそれなりに投じている反面、市民や市内事業者に対する個別対応は少ないといえる。

今後は、市財政や国費に依存しない取組みにすべく、SDGsに資するサステナブル・ツーリズムの取組みにより、稼ぐ観光地域づくりを実現。「水」資源を活用する地域事業者や地域ブランドづくり事業者への ESG 投資をはじめ、新たな誘致企業や創業者による地方創生応援税制(企業版ふるさと納税)や、地域ブランドに魅力を感じる域外住民による個人版ふるさと納税等の寄附金、森林保全活動を行なっている大手企業等の財団法人によるファンドの活用、取組みのファンの獲得につながるクラウドファンディングの活用により、好循環を創出していく。

4. 地方創生・地域活性化への貢献

長野県内では、2018年に県がSDGs未来都市に選定されて以来、基礎自治体としては初めて選定された。各自治体が、SDGs推進における多様な取り組みを実施している中、本市においては、全国の地方地域の共通の課題である「人口減少の克服」をテーマとし、社会動態増による克服を目指すべく、移住、企業誘致（移住創業含む）を図る多様な取り組みを本事業にて計画し実施する。

中でも、本市の至高の地域資源である「水」資源に着目し再構築、新たな観光商品や地域ブランド商品、環境保全活動の造成等により、「水」に関わるひと、しごとを主役にした戦略的プロモーションによる関係人口づくりから誘客や購買促進を図り、「水が生まれる信濃おおまち」を実現していく。

これらの取り組みは、本市の基幹産業である観光業のみならず、ビジネスマッチングにより商業、農業等の振興にもつながる上、産学官金公＋市民連携によるエコシステムの構築を図り、地域が一体的に稼ぐ力を醸成。withコロナ期、afterコロナ期に向けてレジリエンスな地域経済構造の構築を図ることで、地方創生・地域活性化に貢献する。

また、withコロナ期の社会行動様式の変容の中で、人口密集地の首都圏をはじめとした都市部から自然環境を有する地方地域への回帰傾向が顕著に見られていることを契機と捉えており、新しい生活様式に応じた各種インフラや受入体制の整備を促進し、観光客やビジネス利用客、移住者のみならず、地域事業者や市民の双方にとって、安心安全を基軸とした観光まちづくりを行なっていくことが、サステナブル・タウンの実現につながるものと考えている。

大町市 S D G s 未来都市計画（2023～2025）

令和5年3月 策定