

よこね田んぼ観光地化事業

取組に至る背景・事業の目的

棚田百選認定の飯田市千代よこね田んぼは、四季折々に色を変え、昔の懐かしい田園風景を今に伝える貴重な棚田で、千代地区の財産、飯田市の資源として県内外から写真愛好家や観光客が訪れている。

- 1 平成 28 年度に棚田を正面に望む高台へ見晴台(展望台)を設置し、棚田ビューポイントとして観光客を案内しているが、棚田より直接登れる道がなく、1 km 程回り道をする必要があり、観光客、地元住民から遊歩道の整備を希望する声が多く上がっている。
- 2 見晴台まで遠く、歩くことが困難であるために観光への活用ができていない。
上記の課題を早期に解消し、農作業体験の参加者や観光客の満足度を上げ、利用者の拡大と観光地としての魅力の向上と地域の活性化を図りたい。
- 3 『信州ふるさとの見える丘』に平成 30 年 2 月 28 日に認定を受けた『棚田百選 千代よこね田んぼ 見晴らし山』への取り付け道路にもなり、来訪者の満足度を上げ、リピーターや観光客の増加が期待できる。

事業内容

- 1 遊歩道の整備
展望台(棚田百選 千代よこね田んぼ見晴らし山)までの遊歩道の整備。
- 2 よこね田んぼ保全委員会発足 20 周年記念事業
遊歩道の開設にあわせて、田んぼ周辺のウォーキングマップの作成。稲刈りイベント時に開通イベントとドローン記念撮影。また、ランナーズヴィレッジのコースとして設定。
- 3 地域住民との共同作業
(1)大量の伐採木が出る為地域住民や地権者、保全委員会で協力して搬出作業を実施し、薪や丸太階段、手すりなどに利用する。
(2)保全委員を中心にガイドの養成を実施、各種視察、研修、見学の見学や観光案内を行う。
- 4 商品の開発や販売の拡大
集客増加を見込み、よこねのグッズ、米、米製品、酒などの販売体制づくりを進めながら、収益を上げられる組織の構築を目指し、地域住民主体の独立組織づくりにつなげる。



【稲刈り体験イベント・ドローン撮影】

事業効果

- 1 棚田の景観向上
展望台の設置、遊歩道の整備に伴い支障木が相当量伐採でき、景観と田んぼへの陽当たりが大きく改善された。また、伐採木を丸太階段に利用したことで景観に配慮でき、自然景観を保てた。
- 2 地域資源への愛着心醸成、環境保全への機運醸成
観光ツアーや農作業体験等の各種イベントは、都市間交流・世代間交流の場となり、ふるさとへの愛着心とともに観光受入れへの機運醸成の機会となっている。
- 3 よこね田んぼ・よこね米、よこね米製品のブランド化
・米が飯田市役所窓口婚姻、出生届提出記念品として使われる。飯田女子短大と同市内洋菓子店で米粉を使用したクッキーの開発、販売がされた。地元喜久水酒造との 2 年目の醸造に取り掛かる。
・県知事ランチミーティングの会場にも選ばれた。『NPO 法人里山ペース』の設立に結びついた。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

- ・展望台、遊歩道の設置や工事に際しては地権者の快諾によりスムーズに事業が遂行した。整備後の維持管理については地元シルバーボランティアグループからの申し出を受けている。
- ・遊歩道整備後、地区住民の散歩コースや、保育園親子遠足での活用の他、地区外住民も車で訪れ、ウォーキングコースとして活用している。
- ・近年の天候不順と棚田の排水機能の低下で沼田になってしまうため排水設備の改良が急務である。
- ・棚田オーナーを含めた集客に向けては、管理が難しいバイオマストイレの改良と、更衣室やシャワー設備の設置が必要である。また駐車場、駐車スペースの確保、整備が課題である。

【選定のポイント】

ビュースポット整備によりよこね田んぼを基点とした観光客の増加が期待できるほか、よこね田んぼを中心とした地域活性化を目的とする NPO 法人が新設されたことと連動し、観光収益による保全活動の活性化も期待される。

団体名	よこね田んぼ保全委員会 (飯田市)	事業タイプ	ハード事業
連絡先	0265-59-2003	事業費	2,473,200円
メールアドレス	chiyo@city.iida.lg.jp	支援金額	1,648,000円

新規狩猟者確保事業

取組に至る背景・事業の目的

背景・課題

- ・農林業被害が県下トップ（3億円以上）
- ・有害鳥獣捕獲を行う銃所持者の減少予測（平成30年 400人から令和10年 150人へ）
- ・女性の参加が極めて少ない（現在 女性会員の銃所持者 380人中6人）
- ・射撃場に女性用トイレが無いため、女性が気楽に参加するには厳しい状況。

目的 新規狩猟者確保イベント等を実施し、若者や女性会員確保。
農林業被害減少のための「捕獲従事者」維持。

事業内容

- 1 .平成30年11月10日 飯田国際射撃場において新規狩猟者確保講座を実施。飯伊連合猟友会の内部組織で若手会員有志者の「南信州 hunter's」による同世代や今まで興味があつたが始められるか悩んでいた人、また特に女性でも狩猟、射撃が可能というところをPRするための内容。
- 2 中川村で狩猟、ジビエ、射撃と幅広く活躍している女性猟師の講演。
- 3 一般者は普段見ることができないクレー射撃見学。
- 4 猟師（猟銃所持者）に必要な猟犬とのふれあい。
- 5 猟師が鹿を捕獲した後、どのように解体、食しているかの体験（レストラン等で提供しているおしゃれな食べ方ではなく、猟師飯を説明、試食）。
- 6 猟銃を所持するにはまだ躊躇してしまうが、比較的簡単に始められるわな免許を取得する人が最近が多いため、効率的に捕獲する設置方法を説明、希望者には体験してもらった。
- 7 募集は各新聞、フリーペーパー、SNS等を利用。
- 8 今後多くの女性に活躍してもらうため、女性トイレ設置。今ある既存のトイレに増設。横1.8m、縦1.5m、高さ2.5m。



【新規狩猟者確保講座
わな設置体験】

事業効果

- 1 普段、射撃や狩猟、ジビエに興味を持っているが、実際どう始めたら良いかわからず悩んでいた人たちが初心者対象の講座参加で一步踏み出せる状態になった。
- 2 狩猟や射撃は男性がするものと思われがちだが、講座に女性参加者が多かったことで、受け入れ側が女性に配慮した環境（女性専用トイレ等）を整備すればもっと猟友会への参加を呼び掛けることが可能であることがわかった。女性の猟銃所持者が6人（H30年度）から12人（R1年度）へと倍増する予定である。
- 3 一般者対象の講座を開催したことで世間に対して猟友会の活動を知ってもらえた。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

趣味が多様化する中、若者、女性が狩猟や射撃に興味を持つイベントにするための内容を考えるのに苦労した。

- 1 引き続き新規狩猟者確保講座を年一回開催する。特に一般者で希望の多い解体について、今後のジビエ普及のためにも安全、衛生的な解体の仕方を研修。またジビエに精力的に取り組んでいる下伊那農業高校アグリ研究班とのコラボも検討中。
- 2 狩猟免許取得後、射撃については南信州 hunter's 内に公安委員指定の射撃指導員が、わな仕掛け方や解体等も南信州 hunter's で新規のフォローをしていく。
- 3 射撃場は射撃はもちろんのこと狩猟関係の講座、講習会を開催するのにも打って付けの場所であるため、女性専用トイレを設置したことで、性別問わず幅広く呼びかけをしたい。
- 4 ただ会員数を増やすことだけを目的とせず、射撃や狩猟は危険が付き物ということを、特に女性に対しては指導を徹底したい

【選定のポイント】

狩猟講座をメディアで広く募集したことにより、これまで狩猟に関心がなかった方や射撃場の存在を知らなかった方の参加もあり、講座受講者のみならず、地域に広く猟友会の活動を知ってもらうきっかけとなった。

団体名	飯伊連合猟友会	事業タイプ	ソフト・ハード事業
連絡先	0265-53-0423	事業費	2,239,170円
メール	hanirengou-ryouyuukai@brown.plala.or.jp	支援金額	1,492,000円

安曇野産ホップ生産と麦芽栽培による遊休荒廃農地活用事業

取組に至る背景・事業の目的

農業従事者の減少等を要因とする遊休荒廃農地解消策と、生産会員を増やしつつ生産者の育成を目的とし、過去に安曇野で栽培されていたホップを新たな地域資源として栽培することで、栽培復活地産化の取り組みを目指し、またビールの素材となる二条大麦の生産試験を実施した結果、この地でも生育できることが確認できたため、関係者による連携を深め、生産技術の取得に努めた。

事業内容

- 遊休荒廃農地解消策と生産会員増加を目指し、ホップの生産向上を目指すため圃場の追加基盤整備を進め、並行し二条大麦の麦芽加工も行い、地ビール祭りや、ホップ収穫祭を試みた。
- ・収穫作業視察（8月下旬：岩手県遠野市）
- ・ホップ棚追加補強工事（12月下旬～H31年1月）
- ・募集による収穫体験会の開催（約10名参加）
- ・地ビール祭りの開催（約500名）



【安曇野ホップ収穫体験】

事業効果

- 3年目となり、ホップの苗も株分けが行えるほど成長し、収穫85kg、うち生約10kgを除き、乾燥約18kgまで増やせた。3年目の目標である乾燥10kgも達成でき、さらなる生産技術の向上と持続的な事業体制や基盤整備を進める。
- 二条大麦は、栽培面積を拡大し、約1.5tの収穫量を上げた。今後は、麦芽加工精度を向上させ、新たな販路開拓と効率的な加工作業の構築に努める。
- イベントは前年よりも約200名増え、駅からのバスの運行も試みた。また、参加募集型で収穫体験を試み、10名の参加があり、大変好評であった。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

- ホップの生育も順調になったことから、作業効率の向上が重要になってくる。また会員だけでなく、これまで構築できた関係者との連携も強化し、共感する仲間を増やしていきたい。
- 地域資源の価値を認識し、新たな事業者とも連携することで、収穫増から遊休荒廃農地の利活用が進むため、新たな資源の認知拡大を行っていきたい。

【選定のポイント】

遊休荒廃農地解消策として取り組んで来た二条大麦の生産技術向上の結果、収穫量が目標値を上回り取り組みの効果も見られた。更なる規模拡大により、ブランド強化、地域活性化、担い手育成等が期待できる。

団体名	安曇野産ホップを生産する会 (安曇野市)	事業タイプ	ソフト・ハード事業
連絡先	会長 斉藤 彰久 0263-71-1560	事業費	1,061,929円
		支援金額	797,000円

おみごと農業研修推進事業

取組に至る背景・事業の目的

高齢化による担い手不足、農地の遊休荒廃化が進む麻績村において、都市部から村へ移住した農業を学ぶ志のある地域おこし協力隊を農業研修生として受け入れ、以下の事業を行うことで、麻績村における農業振興と次世代の担い手育成を推進する。

事業内容

- ブランド化・商品化事業
昨年醸造したりんごワイン・シードルの試飲会の実施、糖度測定器の導入により、高品質な商品を提供できる体制を整えた。
- 販売研修事業
都市圏での物産展等イベントに参加し、販売しながら村のPRを行うとともに販売の方法について学んだ。
- 交流事業
村内イベントへの積極参加や農業体験ツアー実施など、地域や都市との交流を推進した。



【農業研修の様子】

事業効果

- 遊休荒廃農地の有効活用による農業振興
 - ・りんご栽培面積の拡大により、遊休荒廃農地の農地再生面積を 3.4 h a → 4.3 h a まで拡大。当初計画 (3.9 h a) を上回る数値を達成した。
 - ・既存農作物を活用した新たな商品を周知することで、村内における農作物の加工方法について新たな提案を行うことができた。
 - ・収穫作物を選別し、商品価値を高める環境を整えることができた。
- 農業研修を通じた次世代の担い手育成
 - ・農業研修生 5 名が、育成・管理等の栽培技術から販売、農業経営の基礎まで、農業に関する様々な技能・知識を習得。
 - ・物産イベントや農業体験ツアー等を村民との協力により実施し、地域との結びつきが強まり、就農・定住するための協力関係を築くことができた。
 - ・農業研修生自身が指導を経験することにより、知識の確認、定着を図ることができた。

工夫・苦勞した点、課題、今後の取組など

本事業の内容を充実させつつ、更なる農地の有効活用と生産拡大、農産物のブランド力強化及び都市交流による地域活性化を実現し、次世代の担い手を育成していくため、事業を継続・拡大させていきたい。

【選定のポイント】
地域おこし協力隊のスキームを活用し、遊休荒廃農地の農地再生面積の拡大や次世代の担い手育成につながっている。今後の地域活性化に向けた事業の発展・充実に期待する。

団体名 特定非営利活動法人おみごと (麻績村) 連絡先 江森 修一 0 2 6 3 - 5 0 - 6 1 5 0 npoomigoto@grace.ocn.ne.jp	事業タイプ ソフト・ハード事業 事業費 1, 4 8 7, 6 2 5 円 支援金額 1, 1 7 3, 0 0 0 円
--	--

北斗の拳「御酒飲ラリー」^{ごしゅいん} 広域ファン集客事業

取組に至る背景・事業の目的

佐久市出身の原作者 武論尊氏の協力による「北斗の拳」のブランドを活かした佐久市のPR事業にあわせ、「北斗の拳」とコラボレーションした事業を実施することで、新たな客層の需要を掘りおこし、地域外からの交流人口の創出を図ることで、地場産業の振興、飲食業の活性化、改めて地酒の美味しさを知る機会とすることを目的にした。

事業内容

《北斗の拳×御酒飲ラリー》

内容：飲食店で地酒を飲むと、御酒飲帳と御酒印、お店からの特典がもらえ、御酒印を集める事で景品（北斗の拳デザインの酒樹【7枚】と北斗の拳ラベルの地酒【15枚】）が貰える。

実施期間：11月1日(木)～2月22日(金)

参加酒蔵：佐久地域15醸造会社

参加店舗：67店（H29年対+22店）

プレス発表：10月29日(月)17社取材・報道



【多くのメディアが集まったプレス発表】

事業効果

- ・景品の酒樹は388個、地酒は226本交換することとなった。最低4,524杯のお酒が飲食店で提供され、飲食業の活性化に繋がった。
- ・御酒印15枚(コンプリート)の方を対象にしたアンケート結果では、飲食店で取扱いしているお酒のラインナップを組み合わせ、平均3.7店を回って集めたという結果となった。(117名が合計433店を回った。)
- ・酒販と飲食店で新たな地酒の契約等商取引が生れた。
- ・コンプリートした人のうち、約1/4は地域外からの参加者であり、地酒を広く情報発信・PRに繋がった。
- ・TV局5社、新聞社7社、ラジオ局3社、その他2社など多くのメディアの取材(2社は更に追加取材)があり、放送・掲載され、メディアを通じたPRができた。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

飲食業者、酒造業者、酒販業者の集まる合同会議のもと、閑散期の誘客効果も考慮した実施期間とし、地域の3商工会と連携しながら広く参加飲食店を募集するとともに、各飲食店の取扱銘柄数が公平となるよう調整を計った。

本事業を、長野県飲食業生活衛生同業組合・長野県酒造組合・長野県小売酒販組合連合会等と連携し、県下での取組として広げていくことで、他県にない長野県だけの魅力を打出す事ができる。海外の日本酒ブームもありインバウンド需要が創出されることによる域外マネーの獲得、日本酒やクラフトビール、ワインなど全国へ向けた発信による知名度アップにつなげる。

【選定のポイント】

地元出身原作者の漫画作品とのコラボレーションにより、県外客を含む多様な客層への佐久地域産の地酒等のPRができ、地域産品の振興、観光振興に寄与した。この事業を契機とした酒類の新たな流通が生まれており、今後の産業振興に繋がることが期待できる。

団体名	佐久商工会議所(佐久市)	事業タイプ	ソフト事業
連絡先	0267-62-2520	事業費	2,482,125円
ホームページ	https://www.sakucci.or.jp/	支援金額	1,902,000円

高校生と地元企業を「つなぐ」事業

取組に至る背景・事業の目的

飯田下伊那地域では、高校を卒業した学生の約7割が進学し、高卒地元就職者と大卒等のUターン就職者を合わせた地元回帰定着率は、卒業者全体の4割程度とされている。恒常的な地域産業の担い手不足を改善し、若者の地元への回帰定着率を向上させるには、高校卒業までに地域企業に対する認知を高めることが重要と考える。

当事業は、高校生のやりたいこと、興味のあることを企業が応援する形で、学生と地域の企業との関係性を深め、地域企業が将来の就業選択のひとつとなることを目的としている。

事業内容

参画企業の応募にあたり、地域内企業向けに当事業の説明会を開催し、応募いただいた全ての企業と意見交換を行い「高校生がやりたいことを応援する」という事業の趣旨を十分理解いただいたうえで16企業の参画を得た。

高校生を対象とした事業プログラムは「フリースペース型」と「テーマ設定型」に大別される。

① フリースペース型

企業の会議室等を開放し、高校生が自由に利用できる空間を提供した。地域内7か所で実施 利用登録者数219人

② テーマ設定型

企業の強みを生かしたテーマを設定して事業を実施し、高校生の参加を募った。

事業の例

「旭松カフェ（スイーツ試食会&企業説明会）」7/14開催 参加高校生13人

「女子高の料理クラブへ講師として料理教室を実施」10/26開催 参加高校生21人

「画像検査装置の共同研究（Omron Technical School）夏休み」8月～9月開催 参加高校生3人

「画像検査装置の共同研究（Omron Technical School）春休み」3/25～3/29開催 参加高校生2人

「スマホアプリのプログラミング教室」9/29開催 参加高校生3人

「ボランティア体験ツアー～東京ディズニーランドで一緒に楽しもう！～」11/3開催 参加高校生8人



【旭松カフェの様子】

事業効果

- ・当初、8社の参画企業を想定していたが、予想以上に反響があり、16社の参画企業の協力が得られた。
- ・当事業をきっかけに高校の学習活動を企業が支援する事例が派生的に生まれ、地元企業と高校のつながりが広がりを見せている。
- ・当事業に参加した高校生が実施企業への就業につながる事例があり、将来の就職に向けて、高校生が地元の企業を深く知る機会となっている。
- ・高校生との交流が参画企業にとって刺激となり、学生に魅力的な職場環境づくりを考える雰囲気が会社内に醸成される効果があった。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

参加した高校生との継続的な交流など、得られた成果は企業によって差があった。参画企業同士の情報交換等を通じて事業の質を相乗的に高め、効果的な取り組みの実施に至っていない企業へ水平展開していきたい。

【選定のポイント】

学校主体の企業見学会以外でほとんど接点のなかった地元企業と交流できる取組となった。受入れ企業は徐々に増加しており、今後の活動のさらなる広がりが期待できる。

団体名	飯田市産業経済部産業振興課	事業タイプ	ソフト事業
連絡先	0265-22-4511	事業費	2,160,000円
メールアドレス	sanrou@city.iida.lg.jp	支援金額	1,728,000円

川等活用振興事業

取組に至る背景・事業の目的

木祖村は「木曽川源流の里」として豊かな自然に恵まれ、溪流釣り大会など水資源を活かした事業も多く実施しており、木曽川下流域との交流も盛んである。

村内の観光における日帰りの割合が圧倒的に高く、宿泊施設の利用促進や長期滞在観光への取組が課題となっている。また、村づくりミーティング等で、「川に親しむ教育がなされていない」「河川の整備がされていない」などといった川に対する関心の薄さが一因と考えられる課題が挙げられた。上下流交流での水における啓発の進め方についても課題があると感じている。

これらを背景として、県の「釣リズム信州推進事業」と連携して川等活用振興検討会を発足し、木曽川源流の里にふさわしい本来の環境と生態系の維持を含め、河川環境整備活動や釣りの魅力等を発信し、地域住民や観光客の拠りどころとし易い景勝地として魅力を高め、更なる川等の活用振興策を検討している。

事業内容

- ヤマトイワナの人工産卵場の造成水木沢天然林（禁漁区）管理棟付近の清流に、ヤマトイワナの人工産卵場を造成。中学生を含む46名で実施。
- テンカラ釣り専用区域設定に向けた検討
専門家を交え、釣り客にとって満足度の高い専用区間の設定のための、テンカラ釣り（毛針を使う伝統的な釣り）の実証実験。
- 河川階段の設置
河川環境整備や釣り客のための河川階段を4か所設置。
- あやめ公園池の水ぜんぶ抜く事業
公園池記録事業、小学生湖底体験、料理コンテスト。



【ヤマトイワナ人工産卵場の造成】

事業効果

- ヤマトイワナ人工産卵場を造成することで、地域住民をはじめ中学生の意識の向上につながることができた。
- 放流を増やすことで釣果に効果があることが実証できた。
- 河川に降りやすい場所を増やすことにより、地元や釣り客の川への意識を変えることができた。
- 料理コンテストの開催を通して、木祖村と特産料理につながるアイデアを募ることができた。水抜きイベントを誘客につなげ、特に子ども達の川に対する興味や好奇心を育むことができた。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

ヤマトイワナ人工産卵場は、地元中学生を交え年1回実施し、産卵を増やしていくことでヤマトイワナを増やす。テンカラ釣りは優先区域を設け、一定期間に限定し、PRしながら継続することで誘客につなげる。本事業の「あやめ池料理コンテスト」を「木祖村特産料理」事業につなげることができた。今後も川等活用事業の観点と、特産料理の組み合わせにより誘客を促進していく。

【選定のポイント】

村内の水資源を活かした観光振興のため、釣り場の整備、ヤマトイワナの増殖および教育活動、イベント開催など幅広く事業を実施し、多くの参加者により村内外にPRができた。また、次年度以降につながる環境整備がされたので、取組の継続と観光客、宿泊客等の増加に期待したい。

団体名 木祖村	事業タイプ	ソフト・ハード事業
連絡先 0264-36-2001	事業費	1,787,409円
http://www.vill.kiso.nagano.jp/index.html	支援金額	1,402,000円

山下町地区多世代交流実践事業

取組に至る背景・事業の目的

核家族化の進展により、世代間問わず孤立化しているという課題を解決するため、和が家日和（小規模多機能型居宅介護）の駐車場に誰もが気軽に集まることができる多世代交流拠点を作った。子ども、若者、お母さん、お父さん、高齢者、医療や介護が必要な人、そうでない人、すべての人が自分の役割を持ちながら互いに出ることを行い支え合い、小さなありがとうを大切に、そのありがとうが笑顔や生きる力につながるそんな場所を作るため、ワークショップを開催。地域住民、子育て中の母親、事業所の職員を中心に参加し、制度的な理解（地域包括システムなど）から、自分たちが「何ができる？何がしたい？」を具現化するために検討を重ね、コミュニティを運営・運用する「&HOUSE」を作り、活動場所でもあるコミュニティハウス「あんと」を建設した。

事業内容

- 地域作りワークショップの開催
 - 6月～8月 座談会 開催3回
 - 9月～11月 子供カフェワークショップ 開催3回
 - 12月～3月 今後についてのワークショップ 開催3回
- コミュニティハウス「あんとキッチン」完成
 - 木造建コミュニティハウスの完成
 - (トイレ、電気、水道、ガス設備)
- 毎週水曜日にコミュニティハウスの開放
- イベントの開催 3回
- あんとの食卓（子供カフェ）の開催
- あんとリビングの貸し出し



【あんとキッチンでの調理の様子】

事業効果

- ワークショップでは目的別に分けてワークショップを開催し子どもカフェの開催に向け実施（参加者延べ92名）。
- 「あんとリビング」では（第1期）小学生が早く帰る水曜日を開放し延べ491名利用。
- 「あんとキッチン」11月に完成しキッチン、トイレがいたので利便性が向上し地域の拠点に。12月にお披露目会含めイベント3回実施延べ180名参加。
- 「あんとリビング」（平成29年度事業）の貸し出し各種団体31回延べ211名利用。
- 子どもカフェについてはカフェや食堂ではなく、いつも通って（開放日に）きてくれた子どもを中心とした食卓とした「あんとの食卓」の開催に結びつき3月の春休みに開催21名の参加。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

「あんとキッチン」の完成に伴い、地域の子どもの中心に大人からお年寄りが「できることをできる人が」をコンセプトに「あんとの食卓」の開催に結びついた。今後もコミュニティハウス2棟の運用と、多世代交流拠点の活動目的を具現化していくために、お年寄りから子どもまで、施設利用者の社会参加や活動に結びつけるように話し合いを行い地域とともに一つずつ形にしていきたい。

【選定のポイント】

地域の子どもの居場所を高年齢介護施設内に置くとともに、ワークショップを通じて信州こどもカフェとして運用することにより、高齢者と子ども達との多世代交流の促進が期待される。

団体名	株式会社 和が家（岡谷市）	事業タイプ	ソフト・ハード事業
連絡先	0266-75-2606	事業費	5,770,000円
		支援金額	4,352,000円

井戸尻を元気に！ 地域を元気に！

取組に至る背景・事業の目的

昭和30年代から縄文時代遺跡の発掘が本格化したこの地域は、当初から地元民が在野の考古学者の指導や高校生の協力を得て、遺跡保存及び維持に関わってきた。

この誇らしい歴史を継承し、井戸尻地域を盛り上げていきたいという有志が集まり、「井戸尻応援団」を結成した。行政とは異なった住民の柔軟な視点で井戸尻の魅力を様々なイベントとして発信し、考古学に興味のない人にも気軽に参加できる機会を設け井戸尻のファンを増やすきっかけとしたい。

同時に活動を通じ、地元住民が井戸尻を地域の宝として再認識するきっかけになる事も期待している。また、レンコン掘りの様な過酷な作業をむしろ楽しいイベントとして、蓮の花の活性化を目指した。

事業内容

- レンコン掘り事業
7日間、延べ参加人数 101名
- 井戸尻をPRする事業
 - ・井戸尻のイベントを紹介するパンフレット作り
500部を作製して配布（町商工観光課も協力）
 - ・井戸尻のシンボルマーク作り（ワークショップ・投票）
 - ・展示用の写真を作成（町の図書館や縄文王国収穫祭でシンボルマークの投票と合わせて活動紹介）
- 復元家屋-萱刈り
8日間、延べ参加人数 75名
- 縄文住居の屋根の葺き替え作業を学ぶ講演会
参加人数約 50名



【萱刈り作業の様子】

事業効果

- レンコン掘りは定着してきており、富士見高校養蜂部や養護学校の生徒のほか保育園からの参加があった事は嬉しい広がりだった。延べ参加人数も昨年の1.8倍となった。
- 井戸尻関係のイベントを一つのパンフレットとしてPRすることができた。
- シンボルマークを作成する過程で多くの人々の参加を呼び掛けることができた。
- 写真展示で活動の内容を具体的に知ってもらう事ができた。
- 萱刈り作業は大変な作業であったが、参加者からは本当の豊かさを考えるような感想が多く、今後も愛着を持ってもらう事につなげていくことができた。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

昨年同様、企画したイベントの数が多く、常に準備に追われていた一年だったが、イベント参加者からの評価もそれぞれかなり高かった。しかし、一部のイベントでは、思ったように参加者を集めることができなかった。チラシ配布が主な広報手段となったが、情報を欲しい人にどのように届けるかが引き続きの課題である。

今後はシンボルマークを広めるために、ワッペンやファイル、マグネットシートなどを制作し普及に努める。

蓮を咲かせるために、来年度はスイレンの駆除を集中的に行う予定。

復元家屋の屋根の葺き替え事業に関しては、来年度は講演会やワークショップ形式を交えながら、今年刈った萱で実際に葺く作業をする。

前年度より開始した蓮の葉茶の製品化や土器作り&野焼き事業は参加費を徴収するなどし、会の運営費に当て、持続的な活動を目指している。

【選定のポイント】

地域住民が縄文文化を理解する機会を創出し、レンコン掘りや土器づくり等に携わることにより、井戸尻地域に対する愛着を醸成し、住民自らが縄文文化のファンとして情報発信や普及活動を行うことが期待される。

団体名	井戸尻応援団（富士見町）	事業タイプ	ソフト・ハード事業
連絡先	090-5553-2376	事業費	802,842円
メール	chiyoko@chiyokoangel.com	支援金額	642,000円
HP	http://idojiri.fujimi-kogen.com		

南信州移住促進事業

取組に至る背景・事業の目的

各市町村が独自で取り組む移住促進施策に加え、広域的な連携のもと移住促進施策に取り組むことにより、U I ターン希望者への多様な選択肢を提供する機会を創出し、圏域への移住定住の促進を図る。

事業内容

- 1 南信州移住相談会及びセミナーの開催
首都圏・中京圏における南信州地域の認知度の向上と当地域への移住促進を図るため、南信州管内 14 市町村及び南信州地域振興局と連携し、オール南信州体制での移住相談会を開催した。
- 2 移住体験ツアーの催行
移住希望者に実際に南信州に来てもらうことで、地域の良さを肌で感じてもらい、またこの土地で暮らすイメージを掴んでもらうために、「暮らし」をテーマにしたツアーを試行的に実施した。
- 3 情報発信事業
移住に焦点を当てた南信州地域の魅力や 14 市町村の状況をアピールする広報ツールを作成し、相談会等で活用した。
 - (1) PR 動画の制作
南信州へ移住した I ターン者の体験談及び「南信州移住あるある（南信州での暮らしを伝えるほっこり映像）」を映像化し、動画共有サービス（YouTube 等）を活用した情報発信を行った。
 - (2) 南信州永住計画「南信州に暮らそう」パンフレット制作
14 市町村に在住する U I ターン者に、南信州の「暮らし」、「仕事」、「子育て」をテーマにインタビュー記事としてまとめ、移住促進ツールとして整備した。
 - (3) U ターン特集
U ターンへのきっかけづくりとして、帰省時期の盆と正月に U ターン者による対談記事を地元紙に掲載した。



【移住相談会の様子】

事業効果

- ・南信州移住セミナーは東京 5 回、名古屋 1 回の開催で、合計 136 組 183 名の参加者があった。
- ・平成 28 年から 30 年度までの取組の中で、相談会やセミナーを経由して移住に繋がったケースは 6 市町村で 24 人となった。



【移住体験ツアーで先輩移住者を訪ねる】

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

- ・移住促進事業は、「暮らし」「仕事」「住まい」の三つの要素をセットで考える施策であり、直結する民間の様々な団体や組織との連携が不可欠である。そこで、飯伊不動産組合や南信州担い手就農プロデュース（J A みなみ信州と関係市町村による新規就農者の支援を目的とする組織）との連携が重要と考え、情報共有や相談会への相互参画等の関係を構築した。それぞれのイベント等において、お互いのイベントを PR しあうことで広く周知ができ、結果相談会や移住体験ツアー等の集客にも好影響を及ぼし、地域一丸となって取り組むメリットが生まれている。
- ・今後は、試行的に実施した移住体験ツアーを発展させ、南信州の本物体験で取り組む株式会社南信州観光公社と連携した移住につながるツアー企画を検討していきたい。

【選定のポイント】

移住セミナー参加者のうち実際に移住者が出ているなど効果が上がっている。14 市町村が圏域全体で連携して事業を実施することで、市町村間の連携やノウハウ共有が図られており、移住希望者に対し多様な選択肢を提供することが期待できる。

団体名	南信州広域連合	事業タイプ	ソフト事業
連絡先	0 2 6 5 - 5 3 - 7 1 0 0	事業費	5, 6 3 2, 4 9 7 円
メール	shinkou@minami.nagano.jp	支援金額	4, 4 3 5, 0 0 0 円

元気を生み出す地域づくり事業

取組に至る背景・事業の目的

木曾町開田高原は御嶽山の眺望と美しい農村風情を有し、平成 18 年にはいち早く NPO 法人「日本で最も美しい村連合」から「美しい村」に選定された。その景観は大きな観光資源である。また、高原野菜やとうもろこし、そばが特産となっている。

しかし、近年では地域住民の高齢化が進み、住民自らによる草刈りなどの景観整備に取り組みない状況となっている。また、白菜、大根、とうもろこしなどブランド野菜の販売ルートも少なく、PR が不十分である。そうした状況の中で、御嶽山噴火による風評が重なり、観光客も減少している。

開田高原最大の魅力である素晴らしい眺望、景観を取り戻すため、住民や行政等が連携協働して景観意識の高揚、景観整備への活動醸成が必要な時期となっている。

また、開田高原のもう一つの魅力であるブランド野菜の積極的な PR が必要となっている。

事業内容

- ブランド野菜や特産品の販売促進、イベントへの誘客を図るため、チラシ、ハガキを活用して県内外へ PR を行った。
- とりわけ身近な名古屋、大阪方面については、県事務所、観光協会、商工会、そば振興組合等と連携し、特に秋から年末にかけて DM、マスコミへの宣伝等によりブランド野菜や特産品の売り上げと観光客の増加を図るよう努めた。
- 地域自治組織などと協力して高原の美しい眺望、景観ポイントの調査（景観ウォッチング）を実施し、専門家の意見を踏まえ報告書にまとめ、町への提言を行った。併せて、専門家による講演会を開催し、景観に対する住民意識の高揚を図った。



【県名古屋事務所前で特産品を PR】

事業効果

- 「かいだ生そば」「すんき」などの特産品や観光について、さまざまな情報媒体を通じて県内外に広く PR することでイベントの来場者も増え、特産品のふるさと小包の販売増にもつながった。
 - ・開田高原そば祭り来場者 前年比 20%増
 - ・ふるさと小包販売数 前年比 22%増
- 国道 361 号沿いの美化活動を行うことで、景観に対する住民意識の高揚が図られ、「美しい村」の景観づくりにつなげることが期待できる。また、景観ウォッチングを実施し、足元の景観の状況を見つめ直し、専門家の意見も交えて報告会や講演会を開催することで、町や県などに対してより具体的な提言を行うことができた。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

特産品販売や観光 PR などは息の長い継続的な取組が必要である。これからも工夫を重ねながら取り組んでいきたい。その中で、出かけて行って PR するだけでなく、こちらへ出向いていただくような取組なども今後考えていきたい。

また、美しい景観づくりについては、地域の魅力を高め、移住者を呼び込むという観点からも、引き続き景観ウォッチングや専門家を招いての講演会、先進地視察などを通じて町や県などにも呼びかけ、さらに美しい景観づくりに磨きをかけていきたい。

【選定のポイント】

地元関係団体と連携し、効果的な PR をしたことで売上げ、観光客入込の増加につながった。景観についても、課題を明確にし、行政に対して具体的な提言がされた。今後、行政との連携を図るとともに会員の増加を図り、活動が活性化することを期待する。

団体名	開田高原倶楽部（木曾町）	事業タイプ	ソフト事業
連絡先	事務局 大目 富美雄 090-2526-7156	事業費	432,070円
メール	info@ome-fumio.com	支援金額	324,000円

「花ごはん」で楽しむ白馬 Alps 花三昧・2018

取組に至る背景・事業の目的

白馬村のグリーンシーズン観光は天候に左右されることが多く、いつでも白馬を楽しめる工夫が必要である。加えて、白馬に再度訪れてもらえる動機付けとなる取組が必要である。

当会は、白馬の次世代を担う女性の視点で、15年前から地域で開催する夏のイベント「白馬 Alps 花三昧」と連携して「花ごはん※」で来訪者をもてなすことを提案することで、夏の観光客誘致に取り組み、来訪者増加を目指すとともに、元気な地域づくりに貢献することを目的としている。また併せて、取組を通じた女性の能動的な社会参画の意識向上を図ることを目指している。

(※「花ごはん」とは、エディブルフラワー（食用花）を使った料理や花をモチーフにした器で食事を楽しむ取組)

事業内容

- ① 「花ごはん」を提供する事業者の拡大 参加 25 事業者
- ② 新たな食の提供に関わる知識や技能の拡大
 - ・料理講習会の実施 延べ参加者数 168 名
 - ・インスタグラム講習会の実施 参加 43 名
- ③ 首都圏向け「花ごはん」と白馬 Alps 花三昧イベントの周知
 - ・首都圏銀座 NAGANO イベントの実施 参加 40 名
- ④ 花バスツアー（観光局主催）の実施 参加 10 名
- ⑤ 他団体主催イベントでの花ごはん提供協力 4 回
- ⑥ 参加施設へのアンケート



【賑わった花ごはん講習会】

事業効果

- ・白馬 Alps 花三昧の来場者数 昨年度比 7% 増 (H29:162 千人⇒H30:173 千人。白馬村観光局調べ)
- ・「花ごはん」が認知され、白馬村内外のイベントの協力要請を受け、BMWモトラッドデイズや信州花フェスタ 2019 等に出展し好評を博した

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

エディブルフラワーの仕入れが難しい課題があるため、花ごはんの講習会を継続して花ごはん提供店舗をさらに増やすことに加え、花ごはんの材料となるエディブルフラワーの栽培講習会開催を通じて、花ごはんへの理解を深めるとともに地域内の生産体制を強化したい。

白馬 Alps 花三昧の参加事業者や村観光局と連携し、花を楽しむバスツアーをさらに充実させて村内周遊につなげ、夏季観光シーズンを盛り上げたい。

また、情報発信については SNS 等の活用をさらに強化するとともに、村外で白馬の PR につながるお土産品となるような花ごはんを開発したい。

加えて、花ごはんの取組を通じて得られた経験を基に、女性が生き生きと活躍できる場を増やしたい。

【選定のポイント】

グリーンシーズンにおける誘客の新たな取組として、エディブルフラワーを使った料理や花の形の食器で食事を楽しむ「花ごはん」を提案し、花ごはんを地域に広げるための料理講習会や、情報発信のための発表会等を実施。花ごはんが 25 店で提供開始となるなど、取組は地域を巻き込み拡大しており、白馬村における楽しみの柱の一つとなることが期待できる。

団体名	白馬 Women's Club (白馬村)	事業タイプ	ソフト事業
連絡先	会長 中村ゆかり	事業費	1,709,593円
		支援金額	1,350,000円

白馬婚活プロジェクト事業

取組に至る背景・事業の目的

全国的に進む、少子高齢化の影響により白馬村の人口も 9,500 人をピークに年々減少傾向にあり、前回国勢調査では 8,929 人となった。本村でも若年人口の流出や後継者不足が課題となっている。

白馬村は定住移住に魅力的なコンテンツが多く移住者も他の地域に比べて多いが、若年人口の流出や後継者不足の対応が遅れると、地域の産業の衰退、地域の活力の減少、地域の魅力の低下といった負のスパイラルの要因になりかねないと考えた。

その結果、地元の商工業者の集まりである商工会、とりわけ若手経営者で組織している白馬商工会青年部において、若年人口の流出等の対策として婚活を企画・実施することとした。

事業内容

☆白馬コンサイクリング

グリーンシーズンの白馬を最大限に楽しめるアクティビティとして自転車を使った婚活を実施。自転車婚活という珍しさもあり、多くの参加者が集まった。

☆ゲレコン in 白馬

ウィンターシーズンの白馬の代名詞、パウダースノーのゲレンデを使った婚活を実施。スキー場を持っている市町村にしかできない特徴を生かした婚活であり、多くの方にご参加頂いた。



【第2回コンサイクリング集合写真】

事業効果

2回の婚活イベントを通じ、12組のカップルが成立した。県外からの参加者も多く、定住移住に繋がる宣伝ができたものと思われる。参加者も毎回多く集まり、地域の活性化につながったものと感じている。イベント時に行ったアンケートでは、多くの方に高く評価していただき、次回も同企画のイベントを実施した場合は、95%の方が参加したいと回答いただいた。

工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

準備からイベントの実施まで商工会青年部員で行ったが、本業(家業)の合間での活動であり、部員に負担が掛かってしまった点は、苦労した点である。自転車を使った婚活では、純粋に自転車を楽しんでしまい婚活色が薄れてしまった部分も多く、今後は改善の余地があると感じている。

ゲレンデを活用した婚活に関しては、実施時期を雪のある2月に設定をしたが、当初の目的である地元後継者の方にとっては繁忙期であり、事業に参加いただけない状況が課題として残った。

今後は、スタッフに若手の従業員(家業に影響されず、参加しやすい方)、役場行政の若手なども巻き込みながら事業の実施をしたい。

自転車を使った婚活においては、初心者比率を増やし、婚活色を高める。ゲレコンに関しては、シーズンインの12月の繁忙期に入る前に実施することで地元後継者の参加を促したい。

【選定のポイント】

地域の特徴を生かしたアクティビティ(サイクリングとスノーボード)を生かした、若年層の移住定住促進や交流・出会いの場を提供する婚活イベントを実施。白馬村ならではの体験を通じた、移住・定住や人口増につながるイベントとして発展することが期待される。

団体名	白馬商工会青年部(白馬村)	事業タイプ	ソフト事業
連絡先	0261-72-5101	事業費	870,588円
メール	info@hakuba-sci.jp	支援金額	563,000円