

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

「まるごと博物館構想」を核とした「人」・「地域資源」で紡ぎだすまちの元気創出事業計画

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

長野県須坂市

### 3 地域再生計画の区域

長野県須坂市の全域

### 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

●商業関係組織が横断的でなく、「個」では光っても、「面」を構成しながら地域ブランドを確立していく求心力が乏しい。地域の隠れた魅力（コアな魅力や暮らし観光としての面白いコンテンツ）は多くあるが、観光戦略にターゲットィングの要素が不足していることに加え、文化都市としての魅力を存分に生かし訴求するためのコンテンツ力が不足している。

●若者が地域に残りたいと思わせる仕組みがなく、将来を担う人材の流出が激しい。定住して「稼げる」・「安心して暮らせる」地域との意識を若者に持たせるような商業基盤づくりの視点が不足しており、若者視点に立った地方創生の在り方が課題となっている。

●観光客や市外からの来訪者から「須坂市の魅力」を聞かれ、自信をもって返答できる市民が少ない。まずは自分達が地域に誇りをもてるような地域教育や地域資源について理解を深め、外部発信のインセンティブを醸成できるような環境づくりが必要である。

## 4-2 地方創生として目指す将来像

### 【概要】

#### 【背景】

●須坂市の「まるごと博物館」構想は、まちの多様な文化が人を育てるという認識のもと、市域に豊富に存在する有形文化財、無形文化財、史跡、天然記念物といったあらゆる文化財に着目し、これらの文化的資源の最大限の活用を図ること、また、従来の「建物の中で展示物を見る」という博物館のイメージから脱却し、市全域を博物館と捉え、市域のあらゆるところで文化財に触れ、それらを通じて地域の文化を学ぶことのできる仕組みである。

●「まるごと博物館」の中でこれまでの歴史的・文化的資源を学び、学びを基礎に更なる文化を育て、そして文化が人を育てるという循環により、市民が地域に誇りを感じ、これからの「まちとしての価値」をさらに高めていくことが目的である。

#### 【将来像】

●市内に点在するあらゆる文化財、歴史芸術、郷土食、これらに関わる人の全てを活用した新しい形での「まるごと博物館構想」（＝地域資源ルネッサンス）として、文化振興と市民の地域愛の心が育まれる。

●「まるごと博物館」を文化的分野にとどまらせることなく、新たな市の観光イメージとしてブランディング化し、将来市内に開発を予定する観光誘客施設を訪れる人の流れを市内各所に循環させる仕組みを作り出し、観光消費額の増加と新たな雇用創出につなげる。

●「稼げる魅力あるまち」のイメージを定着させ、若者の転出抑制と市外からの還流を促し、地域の元気創出につなげる。

### 【数値目標】

KPI	事業開始前 (現時点)	2020年度増加分 1年目	2021年度増加分 2年目
文化観光施設入館者数(のべ) (人)	192,958	2,000	5,000

市内店舗（「わざわざ店」）出店数（累計）（件）	22	5	5
「須坂eファンクラブ」の登録会員数（人）	0	0	0
「文化財・まちのお宝（魅力）まるごと電子ブック」（アプリ）の登録件数（のべ）（件）	0	1,000	5,000

2022年度増加分 3年目	K P I 増加分 の累計
5,000	12,000
5	15
3,000	3,000
5,000	11,000

## 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

#### ○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

##### ① 事業主体

2に同じ。

##### ② 事業の名称

「まるごと博物館構想」を核とした「人」・「地域資源」で紡ぎだすまちの元気創出事業

##### ③ 事業の内容

●地域ブランドを確立するためのマーケティング調査、情報発信のための基盤作りを行い、「まるごと博物館構想」を多くの人に知り、体験しても

らうための戦略構築を行う。

●市内商工関係者や事業者と一体になり、地域事業者の販売出口作り（EC化支援）や新たな地域資源開発（地域産品、観光資源開発）、事業者販売力強化（自走）に向けた支援を行う。

●次世代人材（EC人材、観光人材）創出のための教育、地域に愛着を感じ、「この地で住み活躍したい」と思える人材の育成を行う。

●将来、市内で開発が予定されている観光集客施設からの人の流れを生み出すため、環境整備（店舗の電子決済化、ポイント制等による周遊性の向上など）を行う。

●市民が自ら、ICTを活用し、地域の文化や歴史をはじめとする地域情報を知り発信し、須坂市を訪れる人も「まるごと博物館構想」のブランドを楽しめるような情報コンテンツ（アプリ）を開発する。開発したアプリには市の情報を一元的に集約し、市民や市のファンが協働で作るガイドブックとして広く発信する。

●まるごと博物館構想により須坂を知った人、須坂市に関係する人を関係人口として関わりを持ち続けてもらうため、須坂eファンクラブ制度を構築し、「ふるさと納税制度」や物産販売、地域の強みである農業と商工観光との連携による新たな観光資源構築など、地域資源を有機的に結びつけ新たな価値を創出するための支援を行う。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

地域ブランドの確立による域外関係人口のファン化によりふるさと納税の増加につなげることや、地域の事業者に対し、自ら地域ブランドを高めるためのインセンティブを付与したり、地域事業者の販売出口作りの支援を行うことで自立的発展が見込まれる。

##### 【官民協働】

観光面では地域の内部から「稼ぐ力」の原動力を産み出すため、市内商工関係事業者がEC化に関する事業に向けた取組みを行う。市は事業者が企画した販売促進のための支援等を側面から支援するとともに、既存の観光資源を一層効果的にPRする支援を行う。文化振興では、当初の

段階から民間ボランティアや教育分野での活用を想定したアプリなどの仕組みの構築を行政が支援する。

#### 【地域間連携】

須坂市は宿泊環境も十分に整った中核市である長野市に隣接し、観光資源の魅力が高い小布施町や高山村とも隣接する。これらのアクセスの好立地を活かし、これまではこれらの市の観光通過点であった当市が本事業により近隣来訪者の関心を引くことで、観光の一拠点となる。長期滞在を実現し、圏域一体の観光消費額の増加につながる。

#### 【政策間連携】

市の特色や強みである農業、これまで特色を活かしきれなかった地場産品や地域資源の全てを活用し、市の魅力を最大限に引き出し発信する。これにより単一目的でない体験型観光の企画や新しいモデルでの移住希望相談の受入れが可能となり、より効果的な移住施策や雇用創出施策の展開につなげる。

#### 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（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

#### ⑥ 評価の方法、時期及び体制

##### 【検証方法】

- 毎年度、庁内担当課からのKPI達成状況報告に基づき、各施策のKPIが達成できた理由、達成できなかった理由を明確にして取りまとめ、効果検証委員会に臨む。
- 効果検証委員会においては、担当課からKPIの達成状況、達成できた理由、できなかった理由等を報告する。
- 効果検証委員会の委員は、それぞれの立場からヒアリングにより今後の事業展開に活かしていく。
- 検証するためのツールとして、客観的データ（RESASや各種統計等）を必要に応じて用いる

##### 【外部組織の参画者】

須坂市区長会（副会長）、ながの農業協同組合（須坂支所長）、連合長野高水地域協議会須高地区連合会（会長）、須坂市女性団体連絡協議会

(会長)、八十二銀行須坂支店(支店長)、須坂市連合婦人会(副会長)、国立大学法人信州大学(地域総合戦略推進本部長)、須坂商工会議所(総務企画委員長)、須坂市男女共同参画推進市民会議

#### 【検証結果の公表の方法】

市ホームページに掲載予定

#### 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 373,700千円

#### ⑧ 事業実施期間

2020年4月1日から2023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

該当なし。

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2023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、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。