



平成24年度
市町村職員
道外先進事例研修
実施報告

公益財団法人 北海道市町村振興協会

【 研修の目的 】

道外市町村等における先進事例を、現地の関係職員等との情報交換等を通じ学ぶ実地研修を行うことで、地方分権時代を担う市町村職員の資質の向上や人材の育成を図り、個性豊かな地域づくりの推進に資することを目的とする。

【 テーマ及び研修先 】

I 飯田型グリーン・ツーリズム ～「ほんもの体験」を通じた都市農村交流と人材誘致～

- ◇ 日 時 平成 24 年 10 月 24 日（水） 9：00～12：15
- ◇ 場 所 株式会社南信州観光公社（長野県飯田市）
一般社団法人信州あなんトータルマーケティング（信州アトム：長野県阿南町）
- ◇ 説明者 株式会社南信州観光公社 代表取締役社長 高橋 充 氏
信州アトム 交流促進係 係長 南島 剛志 氏

II 未来に引き継ぐまちづくり ～住民との協働「小布施方式」によるまちづくり～

- ◇ 日 時 平成 24 年 10 月 25 日（木） 9：10～12：00
- ◇ 場 所 長野県小布施町
- ◇ 説明者 小布施町行政経営部門行政改革グループ リーダー 高野 伸一 氏
地域創生部門地域整備グループ 主事 勝亦 達夫 氏

III サンキッズカード ～多くの子どもを育てる家庭を地域ぐるみで応援～

- ◇ 日 時 平成 24 年 10 月 25 日（木） 15：00～17：00
- ◇ 場 所 新潟県三条市
- ◇ 説明者 三条市総務部情報政策課 課長 山澤 浩幸 氏
教育委員会子育て支援課 課長補佐 清水 学 氏
教育委員会子育て支援課子育て支援係 係長 樋口 達雄 氏

【 参加者 】 ※ 参加者ごとにいずれか1か所の研修先に係るレポートを掲載。

士幌町	産業振興課産業振興グループ 主幹	高木 康弘
津別町	産業振興課農政グループ 主任	兼平 昌明
訓子府町	町民課町民税係 主事	鈴木 淳
富良野市	経済部農林課農政係 主査	糸山 健介
登別市	総務部政策推進室政策推進グループ 主任	今 辰徳
むかわ町	地域経済課産業グループ 主任	船木 孝裕
北斗市	経済部農林課農政係 主事	野津 功
登別市	観光経済部観光室観光振興グループ 担当員	菅野 淳
沼田町	商工観光課観光グループ 主査	川嶋 智
北海道市長会	事務局(岩見沢市より派遣) 主査	大館 弘和
東川町	企画総務課総務室 主任	佐々木 貴行
新ひだか町	総務企画部契約管財課管財グループ 主査	富谷 幸司
厚真町	まちづくり推進課企画調整グループ 主任	奥村 与志照
東神楽町	教育委員会管理課 主任	佐藤 裕希
北竜町	総務課税務係 係長	長谷 育男
京極町	総務課財政係 係長	菊地 史博
美幌町	建設水道部建設グループ維持担当 主事	・ 直樹
長沼町	出納室出納・管財係 係長	高田 秀一
本別町	住民課税務担当 副主査	堤 智貴
北見市	企業局総務課総務担当 主事	持田 公春
ニセコ町	保健福祉課健康づくり係 保健師	白川 えり香

【研修先の概要 I】

「 飯田型グリーン・ツーリズム

～「ほんもの体験」を通じた都市農村交流と人材誘致～」

飯田市（長野県） ～ 人口 104,290 人（平成 24 年 8 月 1 日現在）

阿南町（長野県） ～ 人口 5,256 人（平成 24 年 8 月 1 日現在）

1. 取り組み主体

- ・（株）南信州観光公社

（出資者：飯田市、松川町、高森町、阿南町、阿智村、喬木村、平谷村、豊丘村、根羽村、天龍村、泰阜村、下條村、売木村、大鹿村、信南交通㈱、みなみ信州農業協同組合、飯田商工会議所、長野県タクシー協会、飯田信用金庫、㈱八十二銀行、㈱南信州新聞社、㈱信濃毎日新聞社、㈱飯田ケーブルテレビ、㈱共立プランニング、天竜舟下り㈱、天竜ライン造船㈱、座光如来寺、喜久水酒造㈱、木下水引㈱、谷口醸造㈱、体験教育企画、新井徳二、高橋充）

2. 目的

- ・観光という“チャンネル”を利用した地域内経済の活性化、交流から生まれる地域住民の自信の回復と都市住民に定住・就農機会の創出

3. 実施手法

- ・ほんもの体験による「心の交流」
- ・住民主導による「集落複合経営」
- ・外部評価による自らの地域への誇り回復
- ・行政による受入体制コーディネート

4. 成果

- ・滞在型の観光入込数の増加
- ・定住人口の増加

5. 取り組み内容

飯田市では、平成 7 年、通過型から滞在型の観光へ変えるため、「体験」を、自然・林間学校などの教育旅行にターゲット絞った事業展開を図った。平成 10 年には農家民泊の受入を開始し、飯田市のみの受け入れでは追いつかない状況となり、周辺市町村との連携を図る。

そこで、①連携する場合に飯田市が窓口では問題がある。②行政が窓口では、信用は得られる反面、担当者の異動が不安視される。との 2 点に留意し、5 市村・地元企業・団体による出資で平成 13 年に（株）南信州観光公社を設立。体験観光商品の企画から旅行エージェントへのプロモーションを実施。受入先との各種調整から人材育成、講習・指導などを一手に行う体制が整った。

公社の本来の目的は、観光客が南信州に一日でも多く滞在してくれること。南信州に住む人々がインストラクターや案内人となり、訪れた人とともに普段の仕事や暮らし・趣味を味わったり、地域の自然や歴史をともに楽しむ、様々な分野での“ほんもの体験プログラム”のコーディネートしている。

このような取り組みにより、利用者数は年々増加しており、教育旅行団体全体としては約 90% がリピーターとなっており、一般客も増加してきている。

【研修先の概要Ⅱ】

「 未来に引き継ぐまちづくり

～ 住民との協働「小布施方式」によるまちづくり ～ 」

小布施町（長野県）～ 人口 11,437 人（平成 24 年 8 月 1 日現在）

1. 取り組み主体

- ・小布施町（行政経営部門 行政改革グループ）

2. 目的

- ・住民が住みやすいまちづくり ・地域資源、都市活動が調和した持続性あるまちづくり

3. 実施手法

- ・協働による町並み修景事業、第3セクター「ア・ラ・小布施」によるまちづくりなど

4. 成果

- ・定住人口の増加 ・観光入込数の増加

5. 取り組み内容

昭和 45 年に人口が 9,625 人まで減少し、過疎化対策を講じられる状況であったが、昭和 51 年の美術館「北斎館」の開館を契機に、さまざまなまちづくりが展開される。

町の歴史・文化を活かしたまちづくりを推進するため、行政や地元の人々、事業者による従来のクリアランス型の事業ではなく、「観光ではなく生活重視」の視点での「町並み修景観事業」など先進的な町並み整備。また、観光客のためではなく自分たちが暮らしやすい街づくりと交流をテーマとした事業に重点を置いて活動を展開している。

いずれも、地元にある力を活かしてのまちづくりが進められており、それらの資源を最大限に活かすために、住民、事業者、学識経験者、行政などいわゆる「小布施方式」と言われる関係者協働の事業として展開されており、このような取り組みの結果、現在では年間 120 万人の観光客が訪れるまちになっている。

平成 16 年に合併ではなく自立を選択、民間出身の新町長の下、「まちづくりの第 2 ステージ」を掲げて協働と交流のまちづくりを進めている。地方の時代といわれる中で、小さな自治体の可能性に常にチャレンジしている。

【研修先の概要Ⅲ】

「 サンキッズカード事業

～ 多くの子どもを育てる家庭を地域ぐるみで応援 ～ 」

三条市（新潟県）～ 人口 103,586 人（平成 24 年 8 月 1 日現在）

※ 平成 17 年 5 月合併（三条市・栄町・下田村）

1. 取り組み主体

- ・三条市（子育て支援課、情報政策課）

2. 目的

- ・子育て世帯の経済的負担の軽減
- ・子育てしやすい環境づくり

3. 実施手法

- ・18歳未満の子どもを3人以上養育する保護者等に独自デザインの住民基本台帳カードを交付
- ・行政と民間が協力して、カードの提示による各種サービスの提供

4. 成果

- ・地域ぐるみでの子育て環境の魅力向上
- ・地域商業の活性化

5. 取り組み内容

サンキッズカード事業は、住基カードの普及と住民サービスの向上、行政事務の改善を一体的に推進するため、LASDEC（(財) 地方自治情報センター）の実証実験を活用した4事業のひとつで、18歳未満の子どもを3人以上養育する保護者等に対して既存の住基カードとは異なるデザインの「サンキッズカード」を発行し、公共施設の利用料割引や民間の協賛店からの各種サービスが受けられるもので、平成19年7月からサービスを開始した。全国で初めて行政と民間が一体となって、住基カードを使用した子育て支援サービスである。カードの申請も日々増加しており、協賛店の数も約400店舗に上る。

写真付の住基カードを利用するため、安心してサービスが提供でき、中でも6金融機関の協力により独自の預金金利やローン金利の優遇が受けられるなど利用者にとって大きなメリットとなっている。また、地元の各商店街、大型スーパー、ホームセンター等から多くの協賛店登録があり地元商業の活性化にもつながることが期待される。

○研修概要

◆ (株)南信州観光公社

長野県飯田市では、平成7年、観光の形態を通過型観光から滞在型観光へ転換するため、自然・林間学校などの「体験」を通じた教育旅行誘致にターゲットを絞った事業展開を図った。検討の中で、コンサルタントから「地域で普通にやっていることを地域の人が子供たちに指導しては」という提案を受けて、地域内で実施できる体験メニューをPR用パンフレットにまとめて、関東・関西の小中学校にダイレクトメールを送った。

翌年の平成8年に最初の1校を受け入れた。通常、修学旅行は1年前に行き先が決定しており、ダイレクトメールを送っても翌年には間に合わないのが普通だが、当時、旅行エージェントで修学旅行の担当をしていた高橋社長は、これは面白い取り組みだと感じて、中学校に提案したところ、行き先を変更してくれた。

飯田市での1日目はアウトドア体験、2日目は五平餅づくりを実施した。生徒100人に対して地域の人が30人参加し、生徒3人に先生1人の割合での指導ができ、大変好評であった。終了後に校長先生から「来年も行きたい、その際には農家での民泊はできないか」という話を聞いて、高橋社長は飯田市の担当者に断られると思いながら提案をすると、面白そうなので地域に話してみますという意外な返事に驚いた。

平成10年から農家民泊を開始したが、市の担当者が、農家一軒一軒歩いてお願いをして受入先を確保するという努力により実現された。

その後、飯田市だけでは、農家民泊を受け入れることが困難な状況になり、飯田下伊那18市町村(当時)全域でこの事業を展開していく構想が生まれた。近隣町村にも協力をもらうためには、飯田市が受け入れの窓口では問題があることから、受入窓口業務を行うために、平成13年1月に(株)南信州観光公社を設立した。当初は飯田市、阿智村、喬木村、浪合村、平谷村の5市村とJAみなみ信州、信南交通をはじめ10の地元企業・団体の出資であったが、その後、飯田下伊那市町村全域の出資となった。初代社長は飯田市長で高橋社長は旅行エージェントを辞め、公社の社員となった。

公社は、体験観光商品の企画から旅行エージェントへのプロモーション、受入先との各種調整から人材育成、講習・指導などを行っている。現在の職員体制は常勤4人、委託社員1名のほか、飯田市職員2名、計7名で、独立採算で運営している。

年間修学旅行110団体、約15,000人、一般団体200団体、約7,000人の受け入れを行っている。料金は特別安いわけではないがコーディネートをしっかり出来ることが強みである。

修学旅行の場合の体験メニューは、大人数で同じ体験を行うパターンと、個人ごとに体験を選択するパターンがあり、1団体で体験メニューが多い場合、手間はかかるが、通常利用があまりないメニューを利用してもらえることができる。

◆信州アトム

信州アトムは、阿南町の農家の収入を増加(プラス50万円)させることを目的とした一般社団法人で、農林生産物の生産拡大と観光振興・交流事業が主な業務であり、阿南町における南信州観光公社からの農村ホームステイの受入窓口としての機能を担っている。

農村ホームステイは1泊1人5,000円の料金(アトムは1人100円の手数料を受け取っている)で、収入増加に大きく貢献している。しかし、40戸の受入農家は、高齢化等で減少傾向にあり、1戸の負担が増加しているのが悩みである。

農家での農業体験は、通常、農家の人と一緒に話しをしながら半日過ごしている。

○感想等

体験型教育旅行は、修学旅行を単なる観光旅行から様々な体験を行う教育旅行として、現在、多くの地域で実施されている。早くから、その受け入れの取り組みを行っていた飯田市はこの分野のフロントランナーとしての地位を築いている。

その中で、旅行エージェントの経験がある高橋社長の存在がかなり大きいと感じた。その一つは、申込みが多くて受け入れが困難になりそうな状況になった時に、これを断ったらエージェントは「この企画は人気がありますが、受け入れに限度がありますから」と学校に説明してしまい、結果として申し込みが減ってしまうことを経験していたため、受け入れを決して断らないことを実践してきたことに大きなポイントがあった。もし、行政からの派遣の職員であれば、こなしきれなくなった時に、断っていただろうと感じた。

修学旅行で様々な体験をした生徒への、農家民泊によって農業への理解を深めてもらうという効果は計り知れないと思う。

唯一残念だったのは、研修に訪れたのが10月下旬だったので、修学旅行シーズンではなく生徒たちの様子を見ることが出来なかったのが心残りであった。

今回の研修を通じて感じたことは、いずれも携わる人間（人）の情熱と、いかに汗をかいたかということと、人との繋がりが大切かということである。

日々の業務に追われ、忘れがちになってしまうことを3泊4日の研修が思い出させてくれた。

○研修概要

長野県飯田市では、飯田型グリーン・ツーリズムと呼ばれている「ほんもの体験」を通じた都市農村交流と人材誘致を行っている(株)南信州観光公社(以下、「公社」という)を研修した。

公社は、14市町村と17団体、2個人の出資により運営されており、代表取締役社長は、元大手旅行会社(千葉県:教育旅行担当)に勤務されていた方である。

飯田市は、通過型から滞在型へ観光の形態を転換し、教育旅行にターゲットを絞った事業を展開した。農家民泊の受け入れを開始すると、飯田市だけでは受け入れが追いつかない状況となり、周辺市町村との連携を図った。

そこで、①連携する場合に飯田市が窓口では問題がある。②行政が窓口では、信用は得られる反面、担当者の異動が不安視される。という2点から、公社を設立した。公社では、体験観光商品の企画から旅行エージェントへのプロモーションを実施し、受入先との各種調整から人材育成、講習・指導など一手に担う体制を整えた。

南信州に一日でも多く観光客が滞在してくれることを本来の目的に、地元住民がインストラクターや案内人となり、地域の自然や歴史を共に楽しむ“ほんもの体験プログラム”のコーディネートを実施している。

利用者数は年々増加し、教育旅行団体の90%がリピーターとなり、一般客も増加している。

○感想等

私が住む津別町は、飯田市と同じく通過型の町であり、どのようにして滞在型に転換したのか興味があった。当町でも教育旅行にターゲットを絞った受け入れを、町と地元JAが事務局となり「津別町グリーン・ツーリズム運営協議会」を平成19年に設立し、翌年の平成20年度より本格的に受け入れを開始している。年間2~3校と南信州とは比較にならない受入数であるが、当町では持続的に受け入れを行うには適した数字である。

研修先で感じたのが、農家戸数が多いこと、北海道に比べ経営面積が小さく、経営形態が全く違うことである。当町は1戸当たり平均30haを超える経営面積を所有しており、大半が機械化による作業が中心となる作物を主体としている。当町での受け入れは、「観光」の要素より「農業の応援団づくり」の目的が強い。わかりやすいのが事務局を担っている部署である。当町では農政サイドで当事業を展開しており、農業振興の目的が強い。グリーン・ツーリズムの一つのアイテムである「農業体験」を担っているにすぎない。

ただ、利用する生徒たちにとっては、受入側の目的はどうであれ農業(農村)体験には変わりなく、おもてなしの心はどの農家も変わらないと感じた。

当町では、農家民泊で40名規模(大型バス1台)の受入能力しかなく、逆にこれを売りにしているが、旅行会社からは広域で取り組んで120名規模(一度に飛行機に乗れる数)を受け入れしてほしいとの要望がある。近隣市町村でも農家民宿を営んでいるところはあるが、農家民泊を行っている農家は少ない。近隣市町村の地域の活性化を考えれば、公社のような取り組みはすばらしく参考になるものと思う。一方で南信州をまとめる労力のすごさ、大変さも感じたので、今後、当地域で広域的な受け入れを行うためにはリーダーと旅行業界を知っている関係者の参画が課題となる。

また、北海道を訪れる学校は、必ず航空機を利用しており、最寄り空港との距離、便数によって生徒数や地域選定、滞在時間等かなり制限されているのが現状であり、関東と関西の中間に位置し、バスにて来県される南信州はかなりうらやましいところである。

今後、当町での受け入れのプログラムには、農業体験以外のプログラムを構成しながら、公

社のように1日は農家民宿、1日は地元のホテル等を利用してもらい、地域全体が活性化するようなプログラムの開発が必要であると感じた。

今回、南信州の体験型観光を研修したが、やはり観光がメインとなりこの事業展開していくことが理想であり、上記でも触れたが一つのプログラムとして農業（農村）体験を提供できるように、観光サイドとの調整を図る必要があると感じた。

○研修概要

◆飯田市の概要

飯田市は長野県最南端に位置し、人口は約 11 万人、面積は約 650 km²で、南アルプスと中央アルプスの間を南北に天竜川が貫く谷地形であり、平野部がほとんどない。古くは、陸運や天竜川の水運に恵まれ、交通の要衝として栄えてきたが、自動車時代となってからは、観光名所に乏しい飯田市は低迷が続き、農家では高齢化が進み農村地域の存続が難しくなりつつあった。

◆体験教育旅行誘致事業から(株)南信州観光公社設立の経緯

そこで飯田市では、平成 7 年、通過型から滞在型の観光への転換を目指して体験教育旅行誘致事業を開始し、体験観光企画を当時の観光課が立案した。パンフレットを作成し、関東や関西などの首都圏を中心として教育関係機関等にダイレクトメールを 3 千通送り、更に観光課職員が旅行会社への営業をかけた。体験教育旅行誘致事業のコンセプトとプログラムがしっかり組まれていたこともあり、横浜の高校の自然教室が訪れ、好評を得る。

その時訪れた学校の生徒は、地元農家のインストラクター 30 名余を講師として五平餅づくりを体験するが、インストラクターと生徒達の関係が非常に良好だったことから、校長先生から「次回は、インストラクターのもとに生徒を泊らせたい」と要望を受けたことをきっかけに農家民泊の受け入れが始まった。



山々に囲まれた長野県南信州の集落風景（バス車窓より）

この農家民泊が大反響となり、その後の飯田市の宿泊客数増加の牽引となる。農家民泊を希望する学校が増えたことから、インストラクターとなる受け入れ農家が飯田市から市外へ拡大していく。現在の農家民泊受け入れの条件は、民泊が 1 泊、あとの 1 泊は南信州地域に宿泊することを受け入れの条件としている。

平成 10 年頃から飯田下伊那 18 市町村全域で事業を展開していく構想が生まれ、平成 13 年 1 月、周辺自治体と地元民間企業の出資を受け、公社が設立された。

公社設立のメリットは、①行政が関わることの安心感、②事業の継続性の二つがある。公社では、「観光客が 1 日でも多く飯田市を含む南信州に滞在してくれること」を目的として、体験観光商品の企画から旅行代理店への営業を実施した。受入先との各種調整から人材育成、講習・指導などを一手に担う体制が整っている。現在、受入農家は 400 軒を数え、旅行商品となる体験型プログラムは 150 種類に上る。設立当初から 3 年間は赤字経営だったが、4 年目から黒字に転換し、独立採算で運営を行っている。

○感想等

訓子府町の基幹産業は農業であり、ほとんどと言っていいほど観光資源がない町である。今回の研修では、農業と観光が結びつく飯田市の農家民泊に興味を持って参加した。

飯田型グリーン・ツーリズムは、ターゲットを体験教育旅行に絞ったことで成功事例となった。体験プログラムが多いことから、多くのインストラクターが必要になり、受入農家探しなどには苦労されたのではないかと思う。しかし、地域のインストラクターを引き受けた方々は

非常に協力的であり、地域を良くしようとする風土も強く、「出入り自由な緩やかなつながりを持つ」とした、公社と受入農家やインストラクター、地域コーディネーターとの関係が非常に良好であると感じた。

また、事業開始時の飯田市観光課職員の行動力・積極性も事業成功の大きなカギの一つである。事業のコンセプト、プログラムを明確なものとし、旅行代理店へのプロモーションをかけ、観光客や旅行代理店営業マンからの難しい要望を聞き入れ、実行していくことは同じ自治体職員として見習わなければならない。

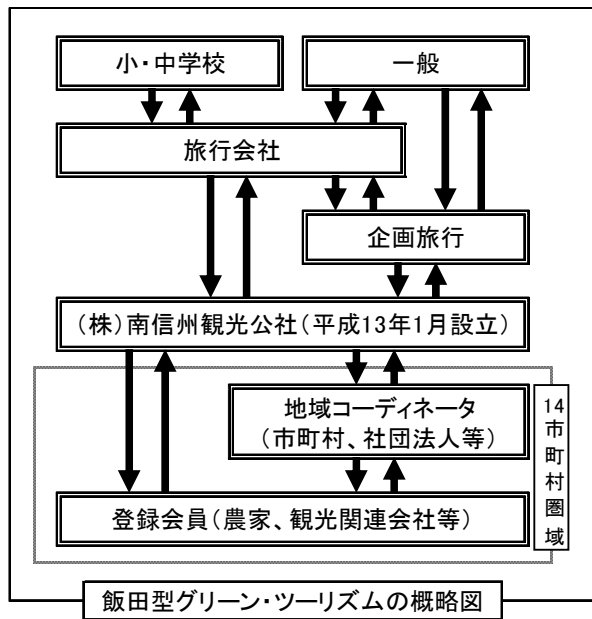
飯田市の農業は、市田柿、りんご、なしを中心とする果樹を中心とする農業に対し、当町農業は畑作中心の大型農業が中心であり、飯田市の事例は、当然のごとくそのままは当てはまらなと感じたが、参考となるべき点も多く、今後の当町まちづくりを考える上での大きなヒントとなった。

今回の研修では、まちづくりの先進的な自治体を研修できた大変貴重な研修であったことはもちろんのこと、道内各地から参加した自治体職員の方々と交流できたことは、良い刺激となり、これからの私にとって大きな財産になったと確信している。

今研修で学んだ多くのことを、今後の当町町政に少しでも役立てられるよう努めていこうと思う。

○研修概要、感想等

市町村職員道外先進事例研修では、グリーン・ツーリズム（長野県飯田市・阿南町）、まちづくり（長野県小布施町）、子育て支援（新潟県三条市）における先進地を訪問した。いずれの先進地も示唆に富んでいたが、なかでもグリーン・ツーリズムは農業を組み込んだ新たな観光スタイルとして、小職が所属する農林課とも関係がある取り組みである。そこで本レポートでは、長野県飯田市を始めとする近隣 14 市町村で取り組んでいる「飯田型グリーン・ツーリズム」に関する研修内容を報告し、そして富良野市における取り組みへの活用方向を検討する。



飯田型グリーン・ツーリズムのコンセプトは「ほんもの体験」であり、地域の様々な資源を地域の人々を通して体験してもらうというものである。その企画は(株)南信州観光公社(左図中央)が行っており、小・中学校の修学旅行向けには農家民泊、伝統食調理体験等、一般向けには名桜ツアー、トレッキングツアー等が企画されている。これらはほとんど旅行会社に提案され、参加の連絡があれば、南信州観光公社が引き受けてくれる会員を直接探す場合もあり、中間組織である地域コーディネータ(市町村等)に依頼する場合もある。これにより分かるように、南信州観光公社の中核的な運営方式が大きな特徴となっている。

このような運営方式は、市町村が窓口である場合に発生する、担当者の異動等による受入体制の不安定化を回避するためにとられており、旅行会社の信頼を得て顧客に勧めやすくしてもらうという狙いも含まれていた。この狙いは的中し、開始当初の平成 13 年度では修学旅行が延べ 21,000 人、一般が 2,000 人であったものが、平成 22 年には修学旅行が 43,000 千人、一般が 7,000 人と急増しており、確固たる先進地の地位を築いている。

その一方、富良野市における取り組みを振り返ると、平成 20 年の観光協会による修学旅行センター(総合窓口)の設立、近隣町村との緩やかな連携によって、本格的な修学旅行生の受け入れが開始され、グリーン・ツーリズムの顧客数は伸長している。しかし今や、「市が関与」する組織の受入体制によって、緩やかな連携の解消ばかりか、総合窓口までも縮小する方向にあり、旅行会社は手配に追われる状況だという。このままでは旅行会社に見切りをつけられてもおかしくなく、富良野市の基幹産業の一つである観光業を維持するには、南信州観光公社のような中立で広域の窓口組織の設立が喫緊の課題だと考えられる。

○研修概要、感想等

飯田市伊賀良公民館にて、(株)南信州観光公社(以下「公社」)の設立経緯、概要等説明を受ける。

公社は平成13年に設立されたものだが、それは飯田市観光課が滞在型観光事業に着手したことに起因する。長野県南部に位置する飯田市は、名古屋方面からの日帰りツアーや、関西方面から長野県北部(長野市・松本市・軽井沢町)へのツアーと関連した通過型観光が主であったが、平成7年より滞在型観光地を目指し、地域で培ってきた知識、技術、経験などを活かした体験学習等を含めた教育旅行について市観光課職員が営業を開始した。

平成8年、最初の学校がアウトドア体験をメインに飯田市を訪問した。地元の人々の親切丁寧な対応もあり、これが生徒や学校に好評であった。平成10年5月には学校・生徒と訪問先の地域とのつながりを深めるため、農家民泊が実現した。現在では農家民泊1泊、南信州地域1泊のスタイルが確立している。

農家民泊の好評で受入件数が増加したが、一方で飯田市内の農家のみでの対応が困難となり、飯田下伊那18市町村(現在は合併もあり14町村)全域での事業展開の構想が生まれ、平成13年1月、飯田市と4村、10の地元企業・団体の共同出資により公社が設立した。計画当初は僅か4村からの同意しか得られなかったが、現在に至っては飯田下伊那全市町村からの出資を受けている。

現在、公社には職員7名が在籍しており、農家やインストラクター、地域コーディネーター(無報酬)1,000名以上とのつながりを持つ。平成23年度の学生団体の受け入れは111校15,500人で、全体の約9割が学校単位の受け入れとなっており、旅行会社が提供することができない地域のネットワークを活かした体験ができることが最大の強みである。

この都市と農家の交流による地域活性化の取り組みは、全国共通の課題とも言える観光客等の滞在日数の増加を目指すものであり、登別市における滞在型観光の取り組みの参考となるものである。主たる産業を農業とする飯田市は農家民泊という形で体験を通じた地域のPRを行うとともに、人材の誘致を図っているが、登別市においても独自の観光資源を活かすとともに、民間のノウハウ・創意工夫を活かした魅力ある観光地づくりを進め、定住者や観光客等交流人口の増加を図ることが必要である。

飯田市では、農家民泊等受け入れにあたっては、地域における有利・不利等あらゆる視点から評価・判断し、公社では「農家に過度な負担をかけない」「地域コーディネーターとの緩やかなつながりを保持」「農家民泊1泊・地元旅館1泊の南信州地域で2泊をセット化」など一定のラインを保ち、取り組みを進めている。また、公社を中心として地元の協力者と定期的な意見交換を行うことで、相互の協力体制が生まれており、その地域にある良さや特色を維持向上させていく仕組みが確立されている。

各種事業の取組にあたっては、取り組みに関わる者が基本理念を共有して、それを軸に一貫した姿勢をもって実践されており、加えて、実施結果を受けて課題の追求や検証を行うなど、事業に対する徹底した姿勢が印象深く感じられるものであった。また、地域との関わりや地域内でのネットワーク構築について、暦年の官民相互の意思疎通により、その関係を培ってきたことを強く感じさせられた。

各地域の個性や強みを活かした地域づくりには、行政のみならず、近年においては特に官民連携の必要性が重視されているが、地域力の醸成のほか、その後のフォローアップ等、今後の業務に向け参考としていきたい。

○研修概要

◆ (株)南信州観光公社

従来は、天竜峡くんだり、元善光寺など「通過型観光」であったが、平成7年に滞在型の観光へ変えるため教育旅行向け体験観光企画を立案し、のちに農家民泊が反響を呼ぶこととなる。受入農家拡大の必要性などから、平成13年に地域受入型の旅行会社「株式会社南信州観光公社」を設立し、現在、飯田市を含む南信州14市町村や民間等が出資して運営されている。体験観光商品の企画から旅行エージェントのプロモーション、受入先との各種調整、人材育成、講習・指導など一手に担う体制が整い、一般客も増えているが、現在は主に学校教育旅行を中心に受け入れを行っている。長野県飯田市。

◆信州アトム

交流人口を増やし外貨を獲得、地域住民の収入増加により暮らしを豊かにするということを目的に平成21年に設立された。農林産物の生産から販売、交流促進・観光振興事業（農家民泊）が主な事業で、年間2,800万円（うち農家民泊は約900万円）の実績を誇る。正式名称は一般社団法人信州あなんトータルマーケティング。長野県阿南町。

○感想等

◆ (株)南信州観光公社

観光客が一日でも多く滞在してくれることを目的に活動しており、通過型から滞在型、さらに「ほんもの体験」をコンセプトに盛り込み、こと修学旅行においては農家民泊を軸に地域を活かした体験プログラムも豊富で、その中でも農林業体験が受け入れの半分を占め、旅行エージェントや学校から高い関心と厚い信頼を受けている。

関東・関西方面からの地の利が良く、同公社としても経営面で持続経営しやすい条件・環境（人が多く入り込みやすいので交流人口が増え地域経済が活性する）にあると想像し、北海道の田舎町での実践には当てはまらないが、手法・手段を我が町にフィードバックできるのではないかと可能性を感じた。それ以上に公社が掲げる目的を遂行するにあたり、職員が地道な努力をしていることがわかり、その手段にも興味を持った。

◆信州アトム

人口規模や基幹産業が、我が町とさほど変わらない自治体である。同法人は農家民泊のコーディネーターという面と農業生産法人的な役割も担い、農家が参画する利点が理解できた。会員への目標設定（年金プラス収入50万円）もはっきり名言されていて潔いが、阿南町の日々の暮らしを伝えるということにやりがいを感じている会員も少なくないと想像する。

南信州観光公社と共通する疑問だが、「農家（体験メニュー受入側も含む）をどう参画させるのか」、「どうモチベーションを下げずに持続していくか」が知りたかった点のひとつである。いざフィードバックする際に、身の丈にあった施策としてどう展開していくべきか、どのように周知・浸透させていくかという手法・手段に関心を寄せていたが、それぞれまちのカラーがあるように、これといった解決策はそれぞれの立場と相手によって判断しなければならない、といったことが、自己解決であるが研修を終え判明した点でもある。

○研修概要

◆ (株)南信州観光公社 (長野県飯田市)

長野県は観光地としては名が知れている地域であり、交通網も整備されていることから関東・関西圏からも訪れやすい地域である。

しかし、長野県の主要観光地は全て北部に位置しており、公社が位置する飯田市は南部 (南信州) に属しているため、従来から観光としての位置づけは通過型 (日帰り客がメイン) だった。このため、通過型観光から滞在型観光へとシフトするため、「体験」をテーマに、修学旅行生にターゲットを絞った事業展開を図った。

当初は、関東・関西圏の学校へダイレクトメールによる PR を行ったが、学校からの反応はほとんどなかった。そのため、旅行会社へ営業をし、旅行会社から学校へ営業をしてもらうという手法に取り組んだ。

結果、横浜の学校 (生徒数 100 人) 1 校から申し込みがあり、飯田市の郷土料理「五平餅づくり」体験を実施した結果、学校側からの反応も良く、「来年は五平餅づくりを教えてくれた方々の所へ泊まりたい。」という要望が学校側から旅行会社へあった。

飯田市側も積極的に動き、翌年は民泊 1 日、近隣旅館 1 日に滞在してもらうメニューで取り組んだ。※すべて民泊ではなく、近隣旅館への宿泊をセットにすることで地域経済に貢献している。

その後、民泊を希望する学校が増え (特に中学校からの申込が多かった。) たが、修学旅行の時期と農家の繁忙期が重複し、農家の負担が増えていくこととなった。そのため、飯田市のみではなく、南信州の他町村へも波及させ、地域全体で取り組む構想が生まれた。飯田市発信では他町村の反発等もあるため、地域全体で出資し運営する公社の設立を打診した。(出資金 町 50 万円、村 : 30 万円、赤字補填不要ということ伝える。)

当初は 17 町村のうち飯田市 (出資金 300 万円) と 4 村と民間企業が賛同した。(当初賛同しなかった町村は、地元の議会がなかなか納得してくれないという回答が多かったが、現在では南信州全ての町村が出資をして運営している。)

学校へのダイレクトメールは、興味のない学校には結果的にゴミを送りつけているだけなので、学校への営業ではなく、旅行会社への営業を積極的に行った。その結果、多数の申し込みがあったが、忙しくなっても受け入れを断らず切実に対応していった。そのおかげもあって旅行会社との信頼関係が築けて今に至っている。受入先の住宅条件については、社会通念上レベルでの「衛生的」という条件はあるが、建物が新しいとか古いなどの基準は特にない。ただし、トイレは汲み取り式等の要件は事前に相手に伝えている。

受入農家との関係は常に緩やかにし、無理強いをしないことが重要である。やめる農家・始める農家・復帰する農家などがあり、事故も起こることはあるが、誠意を持って迅速に対応している。



◆地域コーディネーター：信州アトム（長野県阿南町）

◇（株）南信州観光公社から依頼を受け、地域コーディネーターを務めている。

◇現在、32件が受入登録されているが、受入側の高齢化が課題となっている。

◇農作物の販売よりも民泊受入の方が儲けが良いので、それを1つの要素として受入先の拡充を図っていき

たい。

◇民泊受入に関するお金は、公社から入金された額をほとんど受入先に渡しているが、意見交換会用として100円を積み立てている。

<主な阿南町での体験プログラム>

春…田植え、野菜播種

秋…稲刈り



○感想等

修学旅行生の受け入れについて、学校は修学旅行に関する積み立てをすでに入学時から始めており、行き先がすでに決まっているのがほとんどだということを知った。北斗市においても北海道新幹線開業を控え、体験型観光をこれからの観光の目玉として考えていることから、早急に取り組んでいかなければならない。

ただし、「北海道新幹線開業＝観光地」の函館市に隣接している北斗市で体験型観光が出来るというのは、学校側からすると道南は興味が沸く地域になっていくのでは・・・という期待も個人的には持っており、今後、道南地域へシフトしてくる学校も少なからずはあるだろうと感じている。

3泊4日の修学旅行であれば1泊目を北斗市の農家民泊、2泊目に北斗市で体験プログラム（農・海）を実施し、3泊目は函館市及び七飯町などの近隣観光地の見学というような日程が1つの考え方として想定できる。

修学旅行の日程全てを北斗市で消化するのは容易ではなく、観光資源にも限りがあるため、観光地として有名な函館市や七飯町を盛り込んだ「広域日程」として考え、修学旅行の日程の中に、1日でも多く北斗市で滞在してもらえようとするような当市独自のプログラム作りが重要だろうと感じる。

長野県にはない「海＝漁業」を含めた体験プログラムも充実させ、修学旅行生の誘致を早急に実施していかなければと痛感した。

また、北斗市の農家や漁師が出来る範囲での受入体制づくりを築かなくてはならない。修学旅行生が主で接するのは農家や漁師なので、受入側との関わり次第で、北斗市にまた来たいと思えるか、思えないかの印象ががらりと変わってくる。

そのため、体験プログラムに関しては、受入側の対応がかなり重要となってくる。阿南町では、受入農家として生徒を受け入れたが、あいにく体験させるメニューがなく、農家と生徒が一緒になって草むしりをしながら話をしただけのことがあった。しかし、その生徒とは今でもやりとりが続いているという。いくら体験プログラムの中身が今まででは経験できないような貴重なプログラムであっても、その受入側の姿勢が生徒達に向けられていないと生徒達の思い出しには残らなく、最悪の場合、事故等にも起こりかねない。修学旅行生が「また北斗市に来たい！」と感じるような「おもてなしの心」を行政・受入先の統一見解として構築していく必要があると感じた。

また、(株)南信州観光公社でこれから検討している企業向けの企画についても魅力があると感じている。(株)南信州観光公社の成功により、全国各地で修学旅行生の受け入れが始まっており、少子高齢化の時代では修学旅行の受入が飽和状態になると想定される。

企業とのタイアップにより、企業向けの企画を充実させ、メンタルヘルスが問題視されている近年、北海道という豊かな大地で研修をするというのは企業にとっても有効な社員教育の一

環になるのではないかと感じた。

このたびの研修で学び・経験したことを自分1人だけにとどめず、当市職員全体の共通認識として波及していくよう今後取り組んでいきたい。

○研修概要

◆南信州における体験型観光への取り組み概要

平成13年1月に長野県飯田市、阿智村、喬木村、浪合村、平谷村の5市村とJAみなみ信州、信南交通をはじめ10の地元企業・団体の出資により(株)南信州観光公社を設立。体験プログラム・体験旅行のコーディネーター、体験プログラムの企画開発・受入指導を一元的に行い、年間約100校、延人数にして4万人以上の修学旅行を受け入れている。

◆公社設立の背景

- ・飯田市は地理的に名古屋からのバスツアーや関西からのツアーが多く、昼食時間帯や休憩箇所として立ち寄ることが多く、通過型の観光になっていた。
- ・この通過型の観光形態が飯田市の長年の課題であったが、コンサルタントから「他の地区にはない体験を」というコンセプトをしっかりと持つようアドバイスを受け、平成7年に通過型の観光から滞在型観光への転換を目指すべく、ターゲットを教育旅行に絞り、関東～関西の中学校・高校・旅行エージェントにダイレクトメールの送付を始めた。
- ・翌平成8年に、すぐに結果が現れ、横浜の高校が訪れる。当初の体験は郷土食である五平餅づくりであったが、生徒2～3名に講師(地域の人々)を1名付け、生徒へより細かな対応をおこなったところ、「こんな人達(地域の人々)と2時間程度の付き合いで終わるのはもったいない」との引率教員の言葉があり、これが民泊スタートの契機となった。
- ・民泊を受け入れるにあたり、受入可能人数の問題から周辺町村との連携が必要となり、飯田市(単一市町村)が窓口では問題があり、また、行政が窓口では信用が得られ易い半面、担当者の異動が不安視されるとの問題から、公社を設立した。

◆公社の概要

- ・出資者は現在、飯田市をはじめとする11の行政、3つのNPO法人等、信南交通をはじめとする多くの民間企業からなるが、中でも地元金融機関やメディアが出資しているのが特徴的である。出資金は町が50万円、村が30万円。当初は地域での取り組みに対する温度差もあり、飯田市+4村+民間事業者(出資金1,450万円)でのスタートであった。
- ・市町村および出資団体からの補助金はなく、独立採算にて運営している。年に150万円程度の委託業務を飯田市から受けている。
- ・職員体制は常勤の取締役が2名、正社員1名、契約社員1名、業務委託社員1名、飯田市職員2名からなる。

○感想等

本先進事例は、市場との一元的窓口機能を担う観光地域プラットフォームの先進事例であり、滞在型観光、着地型観光を目指す多くの観光地のみならず、地域の活性化を担うものとして多数の市町村の課題となっていることから大変参考となる取り組みであった。

特に公社を設立した成果として、行政が窓口を担っていた頃と比較して、受入校数は155%、体験利用者数は300%以上となっており、農村部の振興に大きな成果をもたらしている。

また、公社は、市町村からの補助金を一切受けておらず、独立採算で運営しており、体験旅行事業による地域への直接的経済効果は4億円に達するという点も特筆すべきである。

当市の場合、農家民泊と温泉泊の違いや観光振興の背景も異なることから、手法や考え方に違いはあるが、観光振興による地域経済の活性化は共通課題であり、滞在型観光・着地型観光を目指す上で、飯田市での取り組みは非常に参考となった。

行政主導ではなく、民間活力や地域住民の力を引き出す仕組みづくりと、行政の支援体制を整備していくことが必要と感じた。

◆ (株)南信州観光公社

○研修概要

・取組概要

飯田市は長野県の南側に位置する人口約 11 万人の市で、長野市、松本市、軽井沢などへの通過地として位置づけられていた。そのような状況の中でも、飯田市のドライブインなどが力を入れて旅行会社に営業を行い、休憩場所として滞在してくれるようになったが、それでも 1～2 時間程度であった。

そんな状況を打破するため、平成 7 年に通過型の観光地から滞在型（旅の目的地）への転換を目指して、体験メニューのパンフレットを作成し、学校や旅行会社に営業活動を始めた。その後、初めて受け入れた高校から、来年は農家民泊ができないか相談があり、地元の協力を呼び掛けて農家民泊がスタートした。

その後も広く営業を行い受入数が増えてくる中、飯田市だけでは受入体制が間に合わない状況となり、広域での連携を模索し、現在の観光公社が設立された。

・取組体制

当初は飯田市として実施してきたが、広域連携を考えた時に、一つの自治体が窓口だと問題があり、また、信頼が得られる反面、人事異動等で担当者が変わることによる安定した事業の継続性などの問題点を考え、出資金を募り公社を設立させた。

当初は 18 の市町村のうち 4 市村だけだった。非協力的なところもあり温度差の解消は難しいと考え、最初は賛同してくれた市村と民間団体により設立した。徐々に温度差の解消が図られ平成 16 年にはすべての市町村の出資が完了した。

○感想等

本先進事例は地域の観光資源をありのまま体験してもらう等、現在の観光資源を最大限に活用した先進事例であり、通過型の観光地を滞在型の観光地へと転換させた内容は大変参考になる取り組みであった。

また、受入数の確保のために広域での連携を模索し観光公社の設立を行ったり、その時々のお客様からのニーズに応えるために、受入農家数の増加や体験メニューの見直しを実施するなど、柔軟な対応を行うことにより受入数の増加や、2 年先、3 年先の予約が入ってくる要因であると感じた。

しかし、教育旅行を対象としていることから受け入れ時期が 5～6 月に偏ってしまい、受け入れる側に負担がかかってしまったり、時期によっては草刈り程度の作業しかなかったり、雨天時の体験メニューが少ないなどの課題もあるようだ。

北海道のような大規模農業と長野県での山間部や狭小地での農業では、機械作業と手作業のように相反する点も多くあるように感じたが、農家との交流や自然との触れ合い等、場所を選ばず実施できるものも数多くあるように感じた。

◆信州アトム

○研修先概要

・取組概要

南信州観光公社が取り組んでいる事業の農家民泊の受け入れの仲介等を行っている。また、農産物の販売等を行い、農家収入の「年金プラス 50 万円」の達成を目標に事業を実施している。

担当の方からの説明では、広報等で周知を行っているが、農家の高齢化により会員の増加が少ないこと等、苦勞も多く感じているようだった。そんな中でも農家民泊を続ける理由としては金銭的なこともあると思うが、人との出会いや交流等にやりがいを感じて続けている会員もいる。

○感想等

前段の観光公社の事業と上手く連携した展開による外貨の獲得や都市との交流などを行い、定住人口や交流人口の増加についての取り組みも感じられた。

南信州観光公社と同じく、北海道や長野県のそれぞれの地域にあった体験観光、農業体験等について参考になる取り組みであると感じた。

○研修概要、感想等

◆（株）南信州観光公社

長野県下伊那の地域におけるグリーン・ツーリズムの実施主体で、同地域の市町村と民間企業・団体が出資者となり、体験型観光による旅の創造を提供・運営する組織として平成13年に設立された第3セクターの株式会社ある（平成16年に全市町村の出資が完了）。

◆（一社）信州あなんトータルマーケティング（通称：信州アトム）

長野県下伊那郡阿南町における、産業の再生や外貨の獲得による地域住民の収入の増加を図り、暮らしを豊かにすることを目的として、農林水産物の生産拡大に関する事業や特産品開発に関する事業、観光や商工業の振興に関する事業を行う団体である。地域コーディネーターとして南信州観光公社の事業に係わっている。

◆（株）南信州観光公社による体験型旅行业

南信州観光公社の体験型旅行业は、学校や学生団体による教育旅行を主な対象としている農家民泊を伴う体験型観光が中心の事業である。公社は体験旅行のコーディネートを行うが、旅行者からの受け付けは主に旅行会社が、受入先（地域住民）との調整は主に地域コーディネーターが行う仕組みであるため、公社は支店等を持っていない。

なお、南信州観光公社は旅行者の下見の対応や地域コーディネーターとの調整といった事業全体のコーディネート以外に、受入先の開拓や体験プログラムの企画開発・受入指導などを行っている。

◆体験型観光がもたらす効果

本研修で学んだ体験型観光は、南信州観光公社の経営が黒字化し軌道に乗ったことで、当初の目的である、多額の出費を伴う新たな施設の建設といった設備投資をせずに、通過型の観光から滞在型の観光（旅の目的地）への転換を達成していると言え、一定の経済効果を地域にもたらしていると考えられる。

また、ほぼ必ず下見に訪れるという教育旅行の特徴を活用して、旅行者に趣旨等をしっかり理解したうえで参加してもらう状況をしっかり作り出したことで、学校と宿泊先の農家との交流が旅行後にも続いているケースや、受け入れによって地域が活性化したケースなどが生じているため、教育旅行を対象をしぼった体験型観光は、経済効果以外の良い効果も生むと考えられる。

以上のことから、農家民泊を伴う体験型観光は地域に良い効果を与えようと思えることができるが、地域コーディネーターである信州アトムの地域では、耕作面積が狭く農業収入の少ない兼業農家が主な受入先となっているのが現状であることから、地域の農業の特徴にあわせて、実施方法や内容を考えていく必要があると思われる。

◆体験型観光を新たに企画する場合に想定される事項

私の地元である岩見沢市と南信州観光公社が農家民泊をコーディネートしている地域は、中心産業が農業であり、様々な農作物が栽培されているという共通点があるが、大きく異なる点として、岩見沢市は農家の数が少なく大規模化していることと、大消費地である関東、関西などの大都市圏から遠い（長野県南部はバスで4時間程）ことがあげられる。

そのため、農家民泊を伴う体験型観光を南信州観光公社の事例を参考に岩見沢市で新たに企画する場合は、農家民泊が可能な農家の把握や体験プログラムの発掘、需要予測など、岩見沢市の地域事情に合った形の事業を作り上げるための作業が想定される。その作業の手順としては、まず、南信州観光公社の事例を参考に、農家民泊が可能な農家の確保や体験プログラムの整備といった最低限必要な準備を行い、受入体制が整い次第、プロモーションを行い、受け入れの実績・経験を積み重ね試行錯誤を繰り返す中で、事業を作り上げることが考えられる。

○研修概要・感想等

小布施町は最近、まちづくりの手法「小布施方式」として全国的にも名高く知られ、以前から個人的にも興味深く関心を持っていた町であり、今回視察研修で訪れることができたことは非常に意義深く貴重な経験となった。

小布施町は面積 19.07 km²、人口約 12,000 人の 600 年ほどの歴史を有する町で、半径 2 km の中にすべての集落が入る長野県で一番小さな町。そんな小さな町に驚くほどの交流人口にあふれ、芸術文化が薫る魅力ある町、小布施町は行政的にも魅力があふれ、まちづくりのノウハウがぎっしりと詰まった町である。行政に依存しなく、民間企業や大学等の様々な主体による活発な活動が根付いている光景が随所に見受けられた。

今回の視察研修では特に①「小布施方式」と言われるまちづくりの手法が成功した背景、理由について、②町民の高いまちづくりへの意識の高さ、③地元特産品を活用した交流人口の多さ（人口の約 100 倍の人が訪れる）の三点に着目して研修に参加した。

まず一つ目の「小布施町」と言われるまちづくりの手法が成功した背景、理由であるが、小布施町は、東川町と同じく景観行政団体に指定され、景観に配慮したまちづくりを行っている。小布施町では「外はみんなのもの、内は自分たちのもの」という意識が住民の間に芽生え、住宅の配置、外観への配慮、さらには通りを行き交う人に安らぎを与える花壇や生け垣づくりなどを展開し、(1) まちを訪れた人を多くの場所に訪れさせ楽しんでもらう（私有地内を来町者に自由に通行させる等）、(2) 町民や民間企業、大学等の様々な主体的が町づくりに協働する、(3) 個々の利害（土地の堺界に固執しない等）にとらわれず、より良い町づくりを優先に考える、の以上 3 点がまちづくりの一つのルールとなっている。また重要な歴史的建造物の保存、新築建物の周辺との調和、土地は売買せず賃貸か交換することとされ、現在の小布施町を築き上げた 2 個人・3 事業者・町の 6 者が対等な立場で面的な整備を行った小布施町の方法は、画一的な都市開発法の手法とは異なり「小布施方式」とまで言われ全国的に高い評価を受ける由縁となっている。

また、「学」の参入として東京理科大学・信州大学・立教大学・早稲田大学・慶応大学・日本大学を招き、小布施を良くするためにはどうしたら良いのかと投げ掛けを行い、小布施町を研究課題としてもらった。

その中から隠れていた良いところが掘り出され、現在役場内に東京理科大学・小布施町まちづくり研究所が設けられ日々まちづくり活動を行っている。

（現在でも画期的であるが）当時にしてはかなりの画期的な発想だったと思うが、「東京理科大学・小布施町まちづくり研究所」が設立され、そこに住む人だけでなく、訪れる人にも優しい小布施の景観づくりは、欧米のまちづくりの「真似事」ではなく、そこに住む人々の生活環境の「内側」から問題意識を高めていった成果であると言える。

現在も小布施町では、東京理科大学・小布施町まちづくり研究所を通じ、行政のみによるまちづくりの推進ではなく、小布施町を常に第三者からの視点で調査分析を行うなど、学社連携も年々活発となり、大学や各種企業などとも小布施町を研究材料に様々な政策提案を行い、小布施町は常に新たな風が吹き込まれている。また、月 1~2 回まちづくり会議を開催しており、学生にとっても、自分の学んだことを実際に社会に生かすチャンスであり社会勉強であり、双方とも Win-Win の関係が生まれている素晴らしいプロジェクトとなっている。

これらの行いは、「一つのプロジェクトを進めるために、委員会、作業部会を結成し、実現可能な、さらに継続可能な仕組みをみんなで念入りに考えていく。」というこのような当たり前の積み重ねがどこかで忘れていたことを気付かされた。

「小布施方式」と言われるまちづくりの手法が成功した理由は、様々な主体が色々な既成概念や個々の利害にとらわれず枠組みを超えて、純粹により良い町にしたいとの強い思いそのものだった。

今日の小布施町の繁栄は、様々な主体のまちづくりに対する強い思いが魅力あるまちへと醸成させ、さらに外部から小布施町のまちづくりに参加したいと思う人を引き込んだ当然の結果だと感じた。

二つ目の、町民の高いまちづくりへの意識の高さについて、小布施町と東川町の歴史や背景、地域性に差異があることは事前に分かっていたながらも、随所に町づくりに対する情熱や熱意に大きな温度差を改めて痛切に感じた。

小布施町は、コンパクトな町であるが故に行政と町民との距離が短く、町民の意見が即、町政に反映しやすい。やりたいことが即実現可能となり、このことは町民のまちづくりへの意識を高揚させる要因に繋がっているのだと推測する。コンパクトな町であるがゆえに人と人の繋がりを大切にする町であり、そんな小布施町に、古き良き時代の何か忘れていた行政の根本を改めて再認識が出来たような気がした。

パンフレットの中の町長のコメントで、「小布施はまず、そこに暮らす住民の生活を優先したまちづくりを進めてきた。その上で、町に来たお客様を町全体でおもてなししようというのが小布施の観光理念である。」「町のことを決める時は、関わる人々が集まり、徹底的な話し合いを重ね、住民の意思を確認し合う。」「町は町民のものである。よりよい町にしていくのは町民自身である。」のフレーズがあり、住民一人ひとりが町のあり方に責任を持つとする姿勢を強く感じた。みんなで徹底的に話し合い、専門家の意見を取り入れ、長い目で見た未来、循環する生活の仕組みを考え、実現していく、理念のある成熟した地域のあり方を見せてもらった。

また、「行政はあくまで裏方役に徹し、主役はあくまで町民が主体となる。民間企業や大学なども対等な立場でまちづくりに参画する。」「誰のための、何のための事業なのかを常に忘れない。基本でありながらとても大切なことです。」というパンフレットに書かれていた町長のコメントに対し、行政の上では極めて当たり前のことだが、非常に新鮮かつ鮮明に自分の心を打ち、これが「小布施方式」によるまちづくりの本質だと感じた。

最後に三つ目の、地元特産品を活用した交流人口の多さについてであるが、小布施町内を散策して感じたことは、至るところに特産品である栗やりんごを活用した老舗店舗が、名産の栗の木を敷き詰めた散策道「栗の小径」沿いに所狭しに建ち、懐かしいまち並みを残しながらもどこか洗練されたオシャレ感を醸し出し、スイーツやお土産品も含め老若男女問わず幅広い年齢層に受け入れられる観光地という印象をもった。

また随所に散策路から気軽に立ち寄れるオープンカフェやオープンガーデン、また北斎館などの美術館、お寺などの芸術鑑賞もでき、気軽に楽しめる一つの周遊コースが確立されている。

こうした小布施町の観光まちづくりを成功に導いた要因は、地域の特産物である栗菓子ブランド店の集積をはじめ、歴史的・文化的背景を意識した美術館「北斎館」の建設に加えて、「栗の小径」などの町並み修景事業との相乗効果によって、「文化都市：小布施」という地域イメージを確立したことと言える。

さらには、小布施町の観光振興によるまちづくりを全国的に知らしめたのは、官民あげての積極的なメディア等の広報活動の効果もあり、これらによって人口 12,000 人の町に今日では年間 120 万人の観光入込客が訪れるまでに発展している。

また、地元特産品を活用した 6 次産業（1 次産業（農業）×2 次産業（加工・商品化）×3 次産業（観光））の振興も交流人口の増加に大きく寄与しており、収穫から製造・加工そして消費までの一連の流れが形成され、それが着実に成果に結びついており、多くの人が訪れるのは言わば必然的なことであり、誰もが納得できる事実だと思った。

最後になるが、今回の 4 日間に亘る研修を通じ改めて「行政とは何か」と自問自答し見つめ直すいい機会となりとても有意義であった。今回の視察に参加させていただき改めて感謝するところである。

今回の「小布施方式」を参考にしながら、またさらに進化させた「東川方式」を構築し全国的にも誇れるまちづくりを行えるよう、今回の視察成果を今後の行政にフィードバックし頑張りたいと思う。

○研修概要

平成24年10月24日（水）

小布施町「寄り付き料理蔵部」にて講師を担当される高野伸一リーダー及び勝亦達夫主事との意見交換会

平成24年10月25日（木）

小布施町役場にて「未来に引き継ぐまちづくり～住民との協働「小布施方式」によるまちづくり～について高野リーダーより説明を受けたのち、北斎館、高山鴻山記念館を見学。他に、店舗、個人住宅をオープンテラスとして通り抜けが出来るようにしている所を実際に通り抜けるなど、町内を見学した。

○感想等

まず、小布施町は比較的コンパクトな行政面積（19.07 km²）で人口密度が高く、行政効率が高いことを知り、全体の説明を通して、それを最大限に生かしたまちづくりをしており、その根底に人と人の繋がりが強く、自分たちの町に誇りと自信を持っていることはもちろんのこと、町を訪れる方に対し、自然に思いやりとおもてなしの心で接することができる土壤が根付いていることを強く感じた。また、かつてより、土地柄、果樹栽培を中心とした農業に力を入れたまちづくりをしており、他の町に振り回されることなく自分たちの町の特性を生かしていることに感銘を受けました。

町の景観づくり（町並修繕事業）については、再開発など、他の自治体のように、新しいものばかりに目を向け、町並みをすっかり変えてしまうまちづくりをするのではなく、古い建物を生かし新しいものと調和させていくという考えで行っており、説明の後に実際に町並みを見させて頂いたところ、どこか懐かしく、ふるさとに帰って来たような印象を持つ事の出来る素晴らしい風情を感じた。

小布施町は、平成の大合併の際に合併せずに自立を選択しましたが、それについては、住む人々が小布施町に強いこだわり、ポリシーを持ち、単に合併する・しないという選択ではなく、小布施にしかないものを生かしていくまちづくりをしていこうという精神が、各種施策に貫かれていると感じた。その精神は、行政に限らず、住んでいる人たちが今居る場所で頑張っていこうという意識で過ごしているため、「協働」が自然に実施されているのであろうと強く感じた。

現町長のまちづくりに対する姿勢にも深い感銘を受けた。自分の人脈を最大限に生かして小布施町をアピールし、売り込む等トップセールスを行い（プラムリーのブランド化、かんてんばばショップ等企業の誘致）、他にも、単に古いものだけに固執するのではなく、スノーボードのジャンプ施設を作るなど、時代の変化に合わせて若い人を取り込んでいこうとする新たな取り組みもされており、大事な視点だと思った。

小布施町は地域のイベントが住民主導で行われており、この考え方は我が町にはまだまだ少ないものである。小布施町では、「観光産業」という括りではなく、「交流産業」と言う考え方でやっている。イベントは多彩で、幅広い内容となっており、この考え方は我が町にも必要だと思った。

全体を通して、小布施町は官民の括りにとらわれず互いに信頼し合って、それぞれの得意分野を生かして町のために汗を流しているという思いを持った。それは、単に小さな町だから出来る事ではなく、どのような自治体でも、お互いの立場を尊重しつつも、壁を取り払い互いに支え合っていく努力が必要であるという思いに至った。

我が町では、「ちょっと暮らし体験」と言う事業を行っており、町外の方に家具付きの一軒家などを貸し出し、我が町の暮らしを体験していただいている。これは、当初の受け入れのサポート

はしているが、地域ぐるみでお迎えしようという仕組みにはまだなっておらず、今後の課題が多い取り組みといえる。

小布施町で学んだ先進事例をどう生かすかを考えてみたとき、学んだ事例では官民が互いの役割をしっかりと認識し支え合っている事を知った。このようなことから、我が町の良いところを前面に出す以前に、自治体等・町内企業等・農家など産業を展開している個人事業主等の三者が共通意識でこのまちを良くしていこうという考えを持たなければならないと思った。なぜならば、今の我が町の現状としては、民間企業は民間企業で精一杯努力されていますし、農家は農家で毎日を一生懸命に生きている。しかし、町全体としてそれを集約してまちづくりをしきれているかと言えば、なかなかそうはなっていないのが現状である。個人的には、まず町外に住む自分の友人や知人をあたたかく迎え入れると言うソフト面から始めたいと考えている。まずこのおもてなしの心が根付けば、生かしていけるものがたくさんあると感じた。

小布施町での研修を終え、大変感動したと共に、我が町においても、まだまだ眠って生かし切れていない素晴らしい「交流資源」があると思われるので、それを発掘し、生かしていけるよう、日々研鑽に努め、我が町の素晴らしさをアピールしていきたいと。仕事を離れ、個人の日々の生活にあっても、自分のまちの歴史や風土にもっと触れることで我が町に誇りと自信を持ち、周りに住む人はもとより、友人や知人、また、我が町を訪れる人に語っていけるようになりたいと強く思った。

○研修概要

このたび視察した長野県小布施町は長野県の北部に位置する、人口約 12,000 人ほどの町である。かつて、町を訪れる観光客は今ほど多くはなく、昭和 45 年頃には町の人口が 9,600 人ほどまで減少したが、その後は、①宅地整備、②葛飾北斎の作品を保存した「北斎館」の開館、③卸しの地場産業であった栗菓子の小売店舗の開店、④街並修景事業、⑤町民のヨーロッパ視察に始まるオープンガーデン、などの人口増加、文化保護、交流、の取り組みによって、現在では年間 120 万人を超える観光客が訪れる町、長野県北部屈指の観光の町となり、人口も現在の数まで増加した。

現在の小布施町には多くの観光客が訪れているが、小布施町が行ってきたことは必ずしも観光を重視したものではなかった、というところに非常に興味を持った。小布施町の取り組みを端的に言えば、「観光ではなく地域文化・住民生活の重視」、「生活の場を外にも開く、交流の重視」、「住民・町内企業だけでなく町外企業とも協働」というキーワードで表すことができる。

まず、1 点目の「観光ではなく地域文化・住民生活の重視」という点については、小布施町が行ってきた事業の多くには、観光客を呼ぶために何かを行うのではなく、「地域文化」、「住民生活」のために行うという考え方が共通しており、結果的に観光に繋がっている。

例えば、観光客が増加するきっかけの一つとなった「北斎館」が作られることとなった一番の目的は、観光客を呼ぶためではなく、元々地域にあった葛飾北斎の作品という文化資源が流出し、失われることを防ぎ、地域の文化を保つことであった。

また、街並修景事業については、一度壊して再開発するというものではなく、歴史的な街並みをそのまま保存するというものでもない、「観光ではなく地域文化・住民生活の重視」、「全体的な景観を生かす」という視点で行われたもので、具体的には、「通り道が不便」、「駐車場が狭い」などの生活の不便・不都合を解消するために、歴史的な建物を保存し、歴史的な景観を保ちつつ、利便性も高める、という取り組みであった。これが、結果的に、住民生活と歴史的な街並みが融合した、観光的にも魅力的な景観を作り出している。

2 点目の「生活の場を外にも開く、交流の重視」という点については、例えば、街並修景事業については、主に地域文化・住民生活を重視して行われたことから、住民の生活の場に観光客も訪れることとなり、結果的に、隔離された観光地とは異なる、住民との交流という観光客にとっての魅力も生み出された。また、個人宅などのオープンガーデンも積極的に行われおり、約 130 軒が参加し、多数の観光客が訪れている。さらに、現在行われている取り組みとして、路地栽培の果樹が生み出す景観美の魅力を、外の人々に伝える、という試みがある。具体的には、「農村散策ウォーク」などで、観光客に農村部にも足を運んでもらうなどである。以上のような取り組みが、観光客に「この町は外から来る人を受け入れてくれる」「この町は外から来る人を歓迎してくれる」という印象・イメージを与えている。

都会にはない、都会では見られなくなったものを目的として訪れる都会の人々が、地域の人々の生活の場に入り、地域の人々の素朴で温かな人柄を感じられる、そういったことに触れられる、という「交流」も小布施町に多数の観光客が訪れる一因である。

3 点目の「住民・町内企業だけでなく町外企業とも協働」については、住民との協働だけでなく、町内の企業との協働、さらには、町外の企業との協働によって、まちづくりが行われているというものである。町外の企業との協働というのは、大企業の工場を誘致するといった性質のものではなく、例えば、維持管理する者がいなくなった歴史的な建物を、店舗として維持・活用してもらえる企業に外から来てもらう、といったものである。その店舗が観光資源となり、さらに観光客を引き付けることに繋がっている。幅広い協働というのも小布施町のまちづくりの特徴となっている。

○感想等

私が所属する厚真町は胆振管内東部、苫小牧市の東隣にある人口 4,800 人ほどの農業が主産業の町である。新千歳空港まで車で 40 分ほど、町内には、日高自動車道が通り、本州と行き来するフェリーのターミナルもあり、交通の環境は悪くはないが、有名な観光資源・施設はなく、観光で訪れる人は少ないのが現状である。小布施町とは、米と果樹の違いはあるが、町内には、農地が広がっており、厚真町には、のどかな田園風景がある。小布施町では、「露地栽培の果樹がある農村の美しい風景の魅力を外の人々に伝える」という取り組みがなされているが、厚真町においても、例えば、田園風景を地域資源として捉え、活かすことを考えた場合には、「おすすめの田園風景ポイントを選定し、観光パンフレットなどに掲載して積極的に周知を図る。車を止められる場所も用意する。また、小布施町に習い、田園中でのウォーキングイベントを開催する」などということも考えられる。厚真町で、このような取り組みを行うとした場合には、農家の方々の協力・理解を得ることも必要となるかと思う。

個人的には、今までは、観光事業というと、主に観光客向け（だけのため）に何かを行う、整備する、といったイメージを持っていたが、そうではなく、小布施町の視察を通じて、「観光ではなく地域文化・住民生活の場を重視し、交流を重視して、まちづくりを行っていること」によって結果的に町外からの観光客も増やす事につながっている、ということが、非常に印象的であり、参考となった。「住民が良い、と思えるものは、町外の人々から見ても、良いものになり得る」という意識・視点で、観光振興を図る必要があるのではないかと感じた。

○研修概要

小布施町（おぶせまち）は長野県北部の善光寺平（長野盆地）にある町です。面積は19.07 km²で長野県内の市町村で一番小さく、人口は約12,000人。この小さな町に、人口の実に100倍の約120万人の観光客が毎年訪れている。

地質的に、小布施町一帯の土壌は酸性で、扇状地を作り上げた松川は強酸性のため魚のすめない川といわれている。稲作に適さない土壌ではあるが、このマイナス要因をプラス要因に変えることで、ブランド栗「小布施栗」が誕生した。また、近年ではりんごやぶどうなどの果樹栽培も盛んである。

この地域の歴史を振り返ると、江戸時代中期から後期は千曲川の船運と整備された街道を利用した流通が盛んで、人と物が集まる場として「六斎市」とよばれる定期市が開かれるなど、北信濃の経済・文化の中心として栄えていた。この賑わいの中から、豪農・豪商が生まれ、その子弟たちの多くは学者・文人から教えを得ようと江戸や京都に出ていた。葛飾北斎を招いた高井鴻山もその一人で、小布施町に多くの文化墨客を招き、今に続く文化の薫り高い雰囲気は形作られた。

現在の小布施町が誕生したのは昭和29年。明治の大合併の際に誕生した「小布施村」と「都住村」が、昭和の大合併の際に統合し、間もなく60年になる。比較的新しい町とを感じるが、16ある集落はそれぞれが数百年以上の歴史を有し、その個性が小布施らしさとも言える。

戦後、日本全国の市町村で高度経済成長による町並みの都市化・近代化が図られる中、小布施町においても他の市町村と同じく、どこにでもある画一的な町並みへと変貌し、人口の減少期を迎えた。この危機的状況がまちづくりの大きなターニングポイントとなり、大きく二つのステージとして、人口政策や修景事業に代表される「まちづくりの第一ステージ」と、平成の大合併の際に自立の道を選択した平成16年からの「まちづくりの第二ステージ」として語られる。

◆まちづくりの第一ステージ ～5つのポイント～

- 1 人口政策 … 宅地造成・分譲により、現在の理想的な人口規模に。
- 2 北斎館 … 小布施町に点在する北斎の肉筆画等を収蔵・研究するために建設。
- 3 地場産業 … 200年から250年の歴史ある栗菓子店の競争によるサービス向上。
- 4 町並修景事業 … 景観を修復するという新たな考え方。
- 5 花のまちづくり … 修景事業により景観を意識した町民に、家庭の庭を開放する「オープンガーデン」の活動。

◆まちづくりの第二ステージ ～5つのポイント～

- 1 財政の健全化 … 自立の道を選択し、健全な財政運営を目指す。図書館の建設などは計画的に積み立て、借金をしない。
- 2 協働
 - (1) 町民 … 町民との協働。
 - (2) 知（大学） … 大学との協働。
 - (3) 企業（内） … 町内企業との協働。
 - (4) 企業（外） … 町外企業との協働。
- 3 交流 … 「交流」を産業とする。町民が主体的に「見にマラソン」等、年間を通してイベントを開催。
- 4 都市計画 … 小布施らしい景観を目指す。
- 5 農村部へ … 北斎館周辺から農村部へ。美しさは都市部の比ではなく、農村部の活性化を図る。

○感想等

小布施町は、当町（東神楽町）と人口規模が同程度であり、面積が県内（道内）で他市町村に比べて小さいという地理的な共通点がある。また、近年、大規模宅地造成による人口増があったこと、まちづくりに「花」を取り入れていることなど類似点も多く、小布施流のまちづくりを身近に感じながら、研修に臨んだ。

小布施町で講師として町の概要をお話いただいた行政経営部門行政改革グループの高野リーダーの「小布施はお客様を迎えるのが好き」との言葉が印象に残った。交易で栄えた歴史的な風土・土地柄もあり、近年多くの観光客を迎えてきた経験もあるかと思われる。実際に短い時間ではあったが、まちの中を歩いてみると、北海道ではあまり馴染みのない瓦屋根の家並み、道幅の狭い石畳の町並みであるが、どこか居心地が良くて「ほっとする、いやされる」気持ちになった。多くの人々がリピーターとなり訪れるのもうなずける。

当町は空港のある町であるが、観光客が素通りする通過型のまちとしての課題がある。この課題を考える時、一方で、多くの観光客が訪れるまちが本当に良いまちなのかと疑問に思うことがあった。観光のための整備に注力するよりも、そのまちに住む住民が気持ちよく生活することができる社会インフラの整備、子育ての環境、高齢者福祉の充実などが大切との考えも一つだと思えたからである。

しかし、小布施町のまちづくりは、これだけ多くの人々が観光で訪れているにも関わらず、観光目的ではなく住民のためのまちづくりが、結果的に観光につながったと伺い驚いた。観光は、外から人が訪れることで地域の経済が活性化するという面が利点として強調されがちであるが、人が訪れることにより生まれる交流、住むまちや住んでいる住民自身に生まれる誇りは、社会インフラ等と同じく必要であると再認識する研修となった。

研修で学んだこと感じたことを大切に、東神楽町のまちづくりに生かせるよう努めたい。

○研修概要

◆ 小布施町の概要

小布施町は、長野県北部、長野盆地（通称善光寺平）の北東に位置し、周囲を3つの川と1つの山に囲まれた総面積 19.07 km²の自然豊かな農村地帯であり、人口は約 12,000 人で、町役場を中心に半径 2 kmの円に、ほとんどの集落が入る町である。

基幹産業は農業で、特有の気候条件と扇状地で酸性の礫質土壌により、りんごやぶどう・栗などの果樹栽培が盛んである。中でも、古くからの特産品である栗を使用した栗菓子があり、町内には和菓子店が9つもあるほど製菓業も盛んである。そして、全国から注目を集める観光業においては、年間 120 万人もの観光客が訪れるほどの人気を呼び、今や北信濃地域有数の観光地として認知度も高くなっている。

◆ まちづくりの概要

◇まちづくりの背景

小布施町は、江戸時代後期から船運と物流が盛んな街道に支えられた交通の要衝であり、北信濃の経済・文化の中心として栄えた。これらを背景に豪農、豪商が生まれ、蓄積された富や経済力から葛飾北斎、小林一茶ら多数の文人墨客を招くようになり、小布施町には今に続く高い文化の香りがある。

しかし、産業の主体が農業になった戦後の小布施町では、高度経済成長期の大都市への若年層の人口流出が続いたことにより、人口増加対策として積極的な公営住宅の建設や宅地造成・分譲を行い定住人口の増加が図られた。

小布施町には、葛飾北斎が晩年たびたび滞在したことから、北斎の作品を所有する町民が少なからずいた。しかし、世界的な北斎人気から作品の流出に危機感を抱いた小布施町は、作品を買い上げたり貸与を受けるなどして、美術館「北斎館」を開館させた。このような中、「北斎館」の開館を機に多くの観光客が来訪するようになったが、町には他に主要な観光資源がなかったことから、地元栗菓子店等は町並みや商品を通じて、観光客に町の歴史や文化を伝えることで、地域の魅力を高め、観光客の回遊性を高めることが重要であるとの認識から、店舗の移転や改築などを進め、経営資源を地元で集中し、従来の首都圏向けの卸売りから、地元の店舗での販売にも力を入れた小売りへと転換していった。



美術館「北斎館」

◇具体的な取り組み

・歴史と文化のまちづくり

小布施町と老舗栗菓子店等が主体となり、「北斎館」一体を回遊性のある空間とするための整備を始めた。

整備に当たっては、昔ながらのまちなみを破壊する再開発ではなく、土地の交換等を通じて、地域の歴史的な建築物をできるだけ保存しながら、全体の景観を生かす整備手法を取り入れた。地域ではこの事業を「景色を修理、修復する」という意味で「町並修景事業」と名付け、この事業を通し、町民に建物の外観は周囲との調和に配慮し、内側は住民の思い通りにするという「外はみんなのもの、内は自分達のもの」という考え方が根付いていった。

修景地区の栗菓子店や栗菓子店以外の店舗についても、和風に改装された。また、新規店舗

等を建設する際には、景観と調和した和風の外観にすることとされ、統一感のあるまちなみが形成されていった。

この取り組みの結果、小布施町の「北斎館」を中心とした地域に独自の文化的な魅力のあるまちなみが形成された。



まちなみと調和した信用金庫



木の枝が白線代わりの駐車場

・花のまちづくり

小布施町では、景観意識の向上に合わせるように、花のまちづくりが始まることとなる。それは、竹下内閣時代の「ふるさと創生事業」交付金の使途をヨーロッパへの定期的な視察研修に活用し、9年間に約200人の町民を派遣する事業である。花が生活に溶け込んだ欧州の景観を参考に、花による美しい景観や環境づくりが始まる。花のまちづくりの取り組みは、町民が花を育てることで、町がどんどんきれいになり、「オープンガーデン」へと発展した。それは、観光客を含め誰もが個人宅の庭を通して、町を散策できるシステムの構築であった。

この取り組みは、町民には自分達が丹精込めた庭を見せることで、訪問者へのおもてなしとなっており、観光客からは住民の生活が間近に感じることができると、町民と観光客の交流が生まれる仕組みとなっている。

・産学官民協働のまちづくり

小布施町のまちづくりには、①町民との協働、②研究機関・大学との協働、③地場企業とのとの協働、④町外（優良で志の高い）企業との協働が欠かせないものとなっている。

町民の力はもとより、様々な大学や研究機関との連携により町の歴史資産の調査・分析など景観形成に関する総合的研究を行っている。また、景観に配慮した建物を建築してもらうなど企業との協働のまちづくりを進め、多くの力が合わせられたまちづくりは活性化が進み成功を収めている。

・交流によるまちづくり

第3セクター「ア・ラ・小布施」によるガイドセンターの運営や宿泊施設・喫茶店の運営、イベント企画等の多岐にわたる観光関連事業は、地元コミュニティや観光客の交流をテーマとし、展開されている。

また、観光の成功を農業へと波及させる取り組みとして、地元産の特産物を新しい食文化に発展させようと農産加工品の開発や観光と結びつけた産業として、6次産業「第1次産業（農



オープンガーデン看板



こちらのお庭には、なんとおもてなしのビールが！

業) × 第2次産業(加工・商品化) × 第3次産業(観光) = 6次産業」を振興している。更には、里道を利用したウォーキングが行われたり、農村レストランの展開、農家民泊等と農村部の活性化にも力を注ぎ、小布施町のまちづくりは町内全体へと広がっている。

○感想等

小布施町のまちづくりは、観光振興を目的として美しい景観を整備したものではない。古くからの歴史と文化を活用し、住民が主体となり、地域を生活の空間として住みやすく暮らしやすいものにするため、計画的に進められてきたものである。そして、古来より外からの人間や文化を受け入れる精神に基づき、観光客や転入者などを積極的に受け入れる姿勢が、円滑な人間関係に繋がり、更に住みやすい町へと発展してきたものと考えられる。

北竜町の基幹産業も農業であり、自然豊かな環境の中で育った特産の農産物食材を活用した地域振興に取り組んでいる。

また、「ひまわり」を中心とした観光振興にも取り組んでおり、毎年7月下旬から8月中旬にかけて「北竜町ひまわりまつり」が開催される。まつり期間中には、たくさんの観光客が町に訪れたが、ここ数年は年々減少傾向にあり、大変残念である。

今回の視察研修を終えて、当町の基幹産業である農業や、ひまわりによる観光の活性化にどうつなげるべきか、また町内にある田園風景を大切にしながら、魅力のあるまちづくりをどう進めていくべきかを小布施町を参考に考えていきたい。

○研修概要

◆はじめに

長野県小布施町（おぶせまち）は、長野盆地の東側に位置する人口約 12,000 人、面積が 19.07 km²の、すべての集落が半径 2 km の範囲に収まる長野県で一番小さな町である。町域は千曲川と松川が合流する松川扇状地末端に広がっており、二つの川が合う「逢う瀬」が「小布施」になったとも言われている。

年間降水量は 1,000 mm 以下の小雨地域で、夏は 35 度以上になる日もあれば冬はマイナス 10 度前後まで下がる日があるなど、寒暖差の激しい内陸性の気候であり、酸性の土壌が広がる地域でもあることから昔から稲作には不向きであり、栗やリンゴなどの果樹を中心とした農業が行われてきた。

◆昭和 40 年代からのまちづくり～外はみんなのもの、内は自分たちのもの～

◇人口政策

・高度成長期における若年層を中心とした人口流出に歯止めをかけるべく、積極的な宅地造成及び分譲を行い町外からの移住をねらった人口増加策を実施し、県庁所在地である大都市の長野市と隣接した立地的な好条件と、2 km 四方に市街化地域が入っている行政効率の良い整備しやすい市街地環境などの効果もあり、当時 600 戸以上の世帯流入に成功している。

◇北斎館などの美術館

・当時、葛飾北斎の肉筆画などが町内の家々に点在している状態でもかなりの数あったが、前町長の考えにより、作品を集約し町外流出の阻止と保護に努める目的で「北斎館」を開館した。これは単なる観光客を呼び込むことを目的とした施設づくりではなく、住民が利用することを主な目的とした施設であるとのことで、町としては今でも観光を主体としたまちづくりはしていないとの考えである。

◇町並修景事業

・北斎館周辺の居住空間と商工業空間を併せた面整備、各施設を回遊できる導線づくりのため、3 個人 2 事業者と行政が協議を行い「修然桜周辺町並修景事業」が行われた。この事業はこれまでのように行政が中心となって進めていくのではなく、6 者が対等な立場でそれぞれの役割を明確にして計画案策定から事業実施まで行われ、これがのちの「小布施方式」と呼ばれる全国的にも高い評価を受ける手法のはしりとなったものである。

◇花のまちづくり

・町並修景事業の取り組みを受けて、「景観」を意識した住民が自ら歩調を合わせるように「花」による事業を展開している。行政側もふるさと創生基金の一部を使ってヨーロッパなどの先進地へリーダー育成のための研修事業を行ってはいるが、花づくりやガーデニング、更には市場への出荷や販路開拓などの花の産地化に向けた取り組みなどはまさに住民が自ら考え行動していることであり、この流れが後に「全国で初めて住民と行政が協働によって運営」するオープンガーデンへとつながり、現在では 130 軒を超える家庭が参加するまでになっている。

◆まちづくりの第 2 ステージへ

◇自立（自律）

・当時の財政力指数は 0.35 くらいの脆弱なものであり、年間の予算規模が約 40 億円であったのに対し債務残高が実に 75 億円を超えた状況で、早急に健全化に取り組む必要があったが、3 か年に渡り情報の提供と住民意向の把握に努めた結果、全国的な大合併の流れにあえて乗らず平成 16 年 2 月に「町民の総意」により自立の道を選択している。

◇協働のまちづくり

・小布施の強み（特徴）が「住民の力や小さい町組織（自治会等）の力が高いこと」であり、この力の利用して「来訪者が求める非日常（すなわち日常のまま姿）があること」という素材を生かした小布施ならではのまちづくりが進められている。

・住民との協働

行政のみで考えることはほとんどしない。必ず住民から意見を聴取する委員会が設置され、呼びかけを積極的に行わなくとも自主的に参加される意識が広く定着している。

・研究機関や大学との協働

東京理科大学・小布施町まちづくり研究所を設立。その後も信州大学や法政大学で同様の研究所・研究室が設立された。学生たちが行政と協力し合いながらまちづくりについて考えることが、そこに住む人々の生活環境の内側から問題意識を高めることとなっており、卒業後に小布施に戻り住民となる学生もいる。

・地場企業との協働

小布施に来て事業を行っている企業は元々行動力が高く、行政からの打診などが無くても独自の判断で行動する基盤が定着している。

◇交流のまちづくり

・来訪者と地元住民の「交流」、友好市町村との「交流」、最近では健康づくりのための「交流」など、まちづくりは交流であるとの市町村長の考えに乗っ取った事業や施策を展開している。町長個人の人脈なども積極的に活用した多業種間との仕事の機会も多く、各界の方々と交流することが事業そのもの、との感覚も町職員の中にはあるように感じる。

◆大きな課題

◇人口問題と農業政策（後継者不足やインフラの老朽化など）

・これらの問題は併せて考える必要があり、都市間交流事業や若者のUI ターンの推進をねらった政策を行うと共に、新規就農希望者へ国の政策補助金を活用した助成や生産インフラの見直し及び集約を行うことで、若者定住の促進を図り農業の後継者問題解消へと繋げていくことが重要である。

○感想等

私たちが常とする行政主導のまちづくりではなく、行政・住民・事業者などの地元にある力を生かして協働で事業を展開していく、全国的にも有名となったこの「小布施方式」と呼ばれるまちづくりが、我が町にも有効となり得るのか大いに期待をして視察研修に臨んだ。

まずは、宿泊したゲストハウスの女将さんの「小布施について考える意識の高さ」に驚かされた。私たちが北海道から研修で訪れた市町村の職員であることは承知をされていたようだが、朝食を配膳していただき私たちが食事を終えるまでの間中、小布施の歴史や特色、行政が行っている政策事業に住民が独自に行うイベントの内容、更には、今自分たちが住民としてやっていかなければならないと意識している問題や課題などについてまでを細かく説明していただき、実際の研修が始まる前に講義をいただいた感覚であった。

更に、前夜到着した時に感じた町の雰囲気は、外灯が少なく道は狭く町を歩く人影もほとんど無い、暗くて大変寂しい印象であったが、明るい日の光に照らされた町並みは歴史的風情と自然が随所に生かされたとても美しいもので、前夜の閑散とした姿が嘘のように大勢に観光客や住民の方々の姿であふれていたことも、少し「悔しい」という気持ちがする不思議な驚きだった。

しかし、講演いただいた町職員の高野リーダーのお話を聞くと、こういった協働の源である住民・事業所の力の高さや、魅力あふれる歴史的町並み・農村部の美しい景観は自分たちが職員となる前から備わっていたもので、「自分たちが見つけ出した」「ゼロから作り上げた」という感覚はお持ちではないように感じた。北海道は本州に比べ歴史も浅いため歴史的資産は決し

て多くはない環境で、仲間意識が高く外から入る新しい「風」を快く受け入れ難い風潮も少なくない。そういった厳しい状況にある過疎のマチで、町職員としていかに協働の意識を根付かせることのできる仕事ができるか、その方法の糸口を掴むことができればと考えていたが、結果として、昔から培われていた外から来た人を垣根無く受け入れることのできる風潮と、歴史と文化が作り上げた魅力ある資源に溢れた、この小布施だからこそ生まれ活かされた「小布施方式」であり、我が町にこの種を蒔き大木を成すことできるかはかなり厳しいものであるように感じた。

しかしながら、このようなすばらしいまちづくりの手法が各地で行われ成果を上げていることは間違いないことであり、それを単なる情報として知っている程度の理解度では実際に取り入れ活用していくのは大変難しいことである。このように実際に訪れ直接話を伺い全身で感じることは大変重要で有効なことであり、今後は積極的に取り組んでいくよう意識改革しなければと自覚を新たにできたことは大きな成果だった。

○研修概要

◆小布施町の概要

小布施町は、長野県北部の長野盆地に位置し、周囲を千曲川など3つの川と雁田山に囲まれた自然豊かなところである。総面積は、19.07 km²であり長野県では、一番面積の小さな町である。また、町役場を中心に半径2kmの円にほとんどの集落が入り、人口は約12,000人である。

◆まちづくりの背景と経過

江戸時代に栄えた文化など現在までに残る地域資源との調和、観光客のためでなく住民が住みやすいまちづくりをコンセプトに掲げ、住民・事業者・学識経験者・行政など関係者協働のもと、活動を展開している。

◆具体的な取り組み（主な事例）

◇町並修景事業

はじめに、北斎館周辺16,000m²の居住空間・商工業空間を併せた回遊できる界隈に3個人、2事業者、行政により修景する。その後、周囲の景観との調和と美しいまちづくりのための指針「環境デザイン協力基準」を定めるとともに、「住まいづくりマニュアル」などを作成するなかで、「外はみんなのもの、内は自分達のもの」という意識が住民の間で芽生えてくる。

◇花のまちづくり

平成元年から9年まで行った、花のまちづくり研修視察などを通じ全町的な広がりを見せる中で、個人の趣味のガーデニングがまちづくりにもたらす効果を明確にし、目的と参加意欲をもって取り組みが行われるよう、花によるまちづくりの理念を定めるとともに、住民と行政との役割を明確にした。行政は、住民からの要望が多かった、花づくりに必要な技術等を学ぶことができる施設「フローラルガーデンおぶせ」を平成4年に開園した。また、住民は行政と協働により運営されている個人庭園の一般公開「オープンガーデン」を平成12年より開始した。

◇交流によるまちづくり

町並修景事業、花のまちづくり等、すでに構築されている町民と来町者との交流の文化を大切にし、多彩なイベントの開催を行うなど、来町のきっかけづくりを増やしてきた。そのなかで、来町者が「なつかしい・ほっとする・やすらぐ・いやされる」という気持ちを大事にしてきた。

○感想等

◆事前学習や研修先への訪問を通じて学んだこと

小布施町は、観光客のためでなく自分達が暮らしやすい町づくりと交流を基本に掲げ、これにより、昔からある資源（古い建物、文化）を継承し自分達のエリアとおおやけのエリアを決めて発展してきたことを学んだ。これまで、数々の場所で、テーマパークなどの非日常的な施設を造り、数年後に衰退していった失敗例との違いは、交流の有無だと思う。

◆美幌町との類似・相違点

類似点は、自然豊かなところであり、相違点は、文化がない（継承されていない）点である。

◆(1)及び(2)より美幌町においてどう活用していくか、またそのときの課題

美幌町には、美幌峠があり、年間80万人ほど訪れているが、景色を見て、そのまま次の町に行く現状にある。どうにか、町の外のところにも訪れて少しでも滞在して欲しいと思う。し

かし、市街地には、そのようなところがほぼない。ただし、農村地区には、少なからず昔からの資源が埋まっている可能性があり、町内最後の僻地小学校で閉校予定の小学校には、活用方法があるのではないかと思う。立地場所も美幌峠に繋がる国道であり、閉校後、季節ごとのイベント（例：臼もちつきなど）等、昔から行われていたことを実施し、美幌町民と来町者との交流が図ることができれば良いと思う。課題としては、管理の問題があるが、出来れば、行政・住民協働もしくは、住民主体で行われることが望ましいと思う。

最後に、とにかく町の埋もれている資源の発掘に全力を尽くし、そこで何が出来るかをさらに検討していきたいと思う。

○研修概要

三条市は、新潟県のほぼ中央に位置しており、平成17年5月1日に旧三条市、旧栄町、旧下田村が合併し、新「三条市」として誕生した。面積は432.01k㎡、総人口103,506人（H24.10.1現在）の市である。

上越新幹線の燕三条駅と北陸自動車道の三条燕ICが市内にあり広域交通網が整備されていて、さまざまな金属化学工業を中心とする地場産業により「金物のまち三条」として全国的に知られている。大河信濃川の清流と肥沃な大地の恵みによる米どころとして、農業も盛んである。また、五十嵐川、栗ヶ岳、八木ヶ鼻などの豊かな自然を生かした観光資源が豊富な三条市は、地域情報化と電子自治体の推進にも積極的に取り組んできた。

平成14年度の地域情報化事業「eまちづくり」に始まり、地域インターネット基盤施設整備、マルチメディア街中創出事業、超高速インターネット回線の誘致・整備、電子申請・電子入札・統合型地理情報システムの構築などの事業を次々と実施してきた。

平成15年度には、住基カードを利用した証明書自動交付サービス等の多目的利用を開始した。

平成17年5月の合併の後、行財政の運営効率化、スリム化と同時に災害対策や住民サービスの向上のため施策が検討され、電子自治体の構築の基盤となる住基カードの普及と住民サービスの向上、行政事務の改善を一体的に行うため、LSDEC（（財）地方自治情報センター）の実証実験を活用して新しい行政施策の展開を推進した。

平成18年度には、子育て支援サービス（サンキッズカード事業等）、窓口支援サービス、キオスク端末事業、出退勤管理の4事業を並行的に進め、子育て支援サービス事業の一環として地域ぐるみでの支援を目的にサンキッズカード事業を立ち上げた。

事業内容は、18歳未満の子どもを3人以上養育する保護者に対して（H20.7.1から同一敷地内に住居する祖父母も対象）既存の住基カードとは異なるデザインのサンキッズカードを発行し、公共施設の利用割引や民間の協賛店から各種サービスが受けられるもので、この事業を平成19年7月からサービスを開始し、全国でも初めて行政と民間が一体となって、住基カードを使用した子育て支援サービスを実施した。

また、協賛店の募集については、事前に内容を理解してもらうために、商工会議所等を通じて各店舗に説明資料を配布したが、なかなか協賛店が集まらないため、職員が直接出向いて理解していただき、多くの協賛店の協力を得ることができた。

現在も、市民からカードの申請が日々増加していて、発行枚数は1,692枚（H24.9末現在）で、写真付の住基カードを利用するため偽造や貸し借りの抑止が可能で、安心してサービスが提供できることから協賛店数は395店舗におよんでいる。中でも、地方銀行を含む6金融機関の協力が得られ、独自の預金金利やローン金利の優遇が受けられるなど、利用者にとっては大きなメリットとなっている。一方、金融機関の立場からは、口座開設時等に必要な身分証明書として、カードの普及は歓迎されている。

地元の各商店街や大型スーパー、ホームセンター等からの協賛店登録もあり、地元商業の活性化にもつながっている。

※ 三条市における住基カードを利用した独自サービス

サービス	概 要	開 始 年 月
図書資料の貸出し	カード裏面にバーコードを付し図書カードとして利用	H15. 8
カード無償化	住基カードの交付手数料無料化	H18. 5
窓口支援	窓口での住民による申請書等の記載の簡略化	H19. 4
職員の出退勤管理	職員の労務、健康管理のため出退勤時刻の管理を実施	
子育て支援 (サンキッズカード 事業)	3人以上子供を育てる保護者に対して官民が協力して、優 遇サービスを提供	H19. 7
証明書コンビニ交付	セブンイレブンにおいて住民票の写しと印鑑登録証明書の 発行	H23. 3
	同じく、戸籍証明、所得証明、課税証明の交付	H24. 3

○感想等

私の勤務する長沼町でも、住基カードの普及と住民サービスの向上を推進するため、図書カードとして利用することや、庁舎内の端末から住民票の写し・印鑑登録証明書の交付、健康づくりポイント管理システム（一部公共施設料金の割引等）を実施しているが、三条市のように住基カードを利用した子育て支援サービスを残念ながら展開していない。

三条市では、サンキッズカード事業以外にも様々な子育て支援事業を行っており、視察に訪れた三条市役所栄庁舎内には、子育て拠点施設「すまいるランド」を運営しており、乳幼児が気軽に遊べるプレイルームや、土・日曜日、祝日に子どもを一時的に預かる休日一時保育を実施していた。

三条市の、子育て支援事業（サンキッズカード事業等）は長沼町でも見習うことが多々あるように思われる。

今後は、住基カードからマイナンバー制度（個人番号カード）に変更になる平成27年1月以降を見据えて、長沼町でも年金・労働・福祉・医療等の分野で従来の住基カードを利用したサービスの向上及び行政事務の簡素化を目指して、三条市の事例を参考に個人番号カードを利用した施策に取り組んでいきたい。

○研修概要

新潟県三条市は、人口約 103,000、平成 17 年に 3 市町村合併により誕生した。全国的にも「ものづくりのまち」として金物製品等を製作することで知られている。

住基カードの住民普及については、積極的に取り組みが行われている。市ではこのカードを使い、図書貸し出し、窓口支援、職員の出勤管理、各証明書のコンビニ交付サービスを行っている。また、子育て支援にも利用している。

三条市は子育て環境の充実が重点政策であり、教育委員会の社会教育部門を市長部局へ返還し、子育て支援部門を受け入れ一貫して事業を実施する所管配置をさせている。政策のメインとなる「サンキッズカード事業」は、18 歳未満の子どもを養育する保護者（父母、祖父母）に対し住基カードに付加価値を付けたサンキッズカードを発行して、公共施設の利用料減額、商店街協賛店の割引サービス、金融機関による金利の優遇サービス等を行っている。3 人以上養育する世帯の割合は、全体の 3.9%ではあるが市ではもともと「子育て応援宣言市民運動」を積極的に行っているため、子育てに対する住民意識が高く協賛店も約 400 店舗あり高く評価されている。なお、三条市に在住する外国人にも同様に交付しているという。

今ではカードの発行枚数は 1,692 枚となっており、住基カードを使ったサービスは信頼性があるため企業も協力しやすいという。今後は、協賛店の拡大を図り地元商業の活性化と子育て環境にも支援して行く見通しである。マイナンバー制度導入後もサービスを継続して行くという。

子育て支援施設である「すまいるランド」は、市庁舎内に併設しており市直営で運営している施設である。ここは、子育て中の市民に交流の場として提供するとともに、休日の一時保育や子育て相談を行っているという。施設内は遊び場があり、保健センターと図書館が隣接されている。イベントや様々な情報発信等も行っていることから多くの利用者が訪れている。こうしたことから、三条市の子育て政策が浸透している事が伺える。

○感想等

三条市は、全国的に住基カードの普及が少ない中、このカードを利用してサンキッズカード事業を展開し、普及と同時に地域企業との連携にまで結び合わせているが、とても素晴らしいことだと思う。また、すまいるランドのような子育て支援のための施設がある事も、施策の充実につながっていると思う。さらに、町全体で取り組んでいる「子育て応援宣言市民運動」を通じて、子育て中の親、子どもに対し、三条市内の個人、団体、事業所等が自分たちでできる思いやりなどを宣言する事によって、実際に地域と行政が連携した子育て支援の取り組みが行われている。これは、まち全体に根付いている住民意識の高さのあらわれではないかと思う。

○研修概要

三条市は、新潟県のほぼ中央に位置し、平成 17 年 5 月に旧三条市、旧栄町、旧下田村が新設合併した人口約 103,000 人のまちである。

信濃川、五十嵐川、中ノロ川がまちの中心部を流れる包丁、鍋、食器類や工具などの金物類、またご当地名物「三条カレーラーメン」、車麩などが有名である。

地震や大雨による水害が多い地域で、度々被害を受けているが、過去の災害の教訓を活かし、判断の迅速化、伝達方法の充実、自助意識の向上により被害も減少傾向にある。

三条市では住基カードの普及、住民サービスの向上、行政事務の改善を一体的に進めるため、LASDEC の実証実験を活用した 4 事業を一体的に行い、住基カードで図書資料の貸し出し、カードの無償交付、窓口での申請書記載の簡略化、職員出退勤管理、証明書コンビニ交付、子育て支援と多岐にわたるサービスを行なっている。

サンキッズカード事業は、その内のひとつで、18 才未満の子どもを 3 人以上養育する保護者に、既存のカードとは異なるデザインの「サンキッズカード」を発行した。

公共施設の利用料、民間の協賛店での割引等のサービスを受けられ、平成 19 年 7 月よりサービスを開始し、平成 24 年 9 月末現在で発行枚数は 1,692 枚と日々増加し、協賛店店舗と地元商業の活性化に一役を買っている。

また、平成 19 年度より職員提案の中で、要望の多かった子育て拠点施設の設置について、栄庁舎の有効活用を含め検討し、平成 21 年 4 月に庁舎内に「すまいるランド」を開設し、図書館も併設して子育て中の市民の交流の場を提供した。また子育て相談、情報提供を行い子育て世代を応援している。

窓口のワンストップサービスの導入にも取り組んでおり、様々な申請、手続きを一箇所の窓口で済ませることができるよう、検討、改良を重ね現在に至っている。窓口システムも職員が自前で作成し、法律改正等で申請書等の変更があった場合でも、担当課で変更できるようになっている。

○感想等

三条市の取り組みは、市役所として市民に何ができるか考え、市民によりよいサービスを提供しようということを念頭に業務を行なっている印象を受けた。

サンキッズカードは、市民と地元商業の両方にメリットがあり、すばらしい取り組みだと思う。当市においても、商店街の活性化につながると思うので、検討できる余地はあると感じた。

現在、当市では庁舎が点在し、また申請窓口等も各課を回らなければという不便さがあり、総合窓口化を検討している状況である。一箇所で用事が済む利便性はすばらしいことであり、実践すべきものだと感じた。

「すまいるランド」設置の契機となった職員提案や、総合窓口で使用するシステムを直営で作成した職員の意識の高さは見習うべき点だと思った。

○研修概要

◆三条市について

新潟県のほぼ中央に位置し、人口約 103,000 人のまちである。平成 17 年 5 月、旧三条市、旧栄町、旧下田村が新設合併している。

機構改革により、子育て支援部門を教育委員会に移行し、社会教育・社会体育を市長部局に移行した。出産後からの子育て支援関係を全て教育委員会管轄で対応している。

◆サンキッズカードについて

サンキッズカードは、三条市の住基カード利用拡充手段と子育て支援事業の 1 つとして実施されている。住基カードを身分証として利用し、協賛店として登録した商店での割引等の優遇サービスを受けることができる。

対象者は、満 18 歳未満の子を 3 人以上養育する保護者及び保護者と同居もしくは同一敷地内に居住する祖父母で、全世帯の 3.9% を占める。養育する子を 2 人以上にしてほしいとの要望はあるが、市民の 20% が対象となることや、協賛店の負担が大きくなるため、現在の対象となっている。

協賛店側には無理のない程度に協力を依頼しているが、イメージアップと市による PR 以外のメリットはない。ただ、協賛店の利用者が伸びているという話しはあるとのことだった。当初の周知方法は商工会経由でのチラシ配布で、反応はよくなかったが、各店舗への営業をして周ったことで、協賛店数が伸びている。

カードは通常の住基カードのデザインとは異なる。交付手数料は無料。裏面には有効期限が記載されているため、対象年齢を過ぎても、住基カードとしてはそのまま利用できる。外国籍の場合は、別途プラスチックのカードを作成している。

三条市の住基カードはサンキッズカード以外、証明書コンビニ交付、各種申請書作成や通常よりも交付手数料が減額される窓口支援サービス、図書館利用、日帰り温泉施設の割引の市独自のサービスが受けられる。

◆すまいるランド見学

すまいるランドとは、各地区の子育て支援センターとは別に、子育て支援の拠点としてできた施設である。

職員が自由に議論し、新たな施策を事業化できる「例月政策会議」（毎年政策部局から「今年はこのテーマ」と課され、各課職員が勤務時間内の業務命令扱いで参加し議論する）の中で、旧栄町庁舎の有効活用を含めて、子育て支援の拠点となる場の要望が多く、子育て支援部門が教育委員会へ移行したことも契機となり、整備された（整備費：約 3,500 万円）。旧栄町庁舎は教育委員会と総合窓口、合わせてすまいるランドと図書館がある。



就学前の乳幼児から小学校低学年までの児童及び子育てをしている大人が利用をしており、約 100 人／日、約 4～5 万人／年が利用している。見学時は平日の夕方だったが、幼児や学童の利用が多く、自由に遊べる雰囲気になっている。土日及び祝日の一時預かりを施設内で行っている。平日の一時預かりは各地区の子育て支援センターで実施している。

○感想等

様々な機能がある住基カードを活用することは素晴らしいアイデアと感じた。子育てに関連したサービスは、北海道においては「どさんこ子育て支援制度」、当町においてはニセコ綺羅カード会によるキッズカードがある。いずれも子育て支援と地元商店の活性化を目的としたものだが、三条市のように公的サービスが追加されると、さらに利用者が増加すると感じた。ただし、住基カードの活用となると、情報システム関連整備、その他サービスに関連した各企業・部署との連携等が課題と考える。

三条市は子育て環境として魅力あるまちだと感じた。当町においては、子育て支援に関わる部署が複数にまたがっている。現在も子育てに関する情報共有、一貫した子育て支援が課題だが、町民・職員のアイデアを合わせ、町民にとって魅力ある子育て環境を整備していきたい。