第５節　目標２　魅力ある産業を維持・創造するまち

56～57ページ

２-１　担い手の確保と農地の有効利用

　多様な農業の担い手を支援するとともに、農地の保全・活用を図ります。

現状と今後＆取組の方向

○農業従事者の減少が続く

　少子高齢化の進展により、農業従事者の減少が続いています。　さらに、収益性の低さや負担の大きさといった理由から、後継者候補がいても、農業を継いでもらうことが難しい現状にあります。　また、農業従事者のうち、女性の占める割合が少ない傾向にあります。女性農業者が抱える課題として、農業技術の習熟や子育てとの両立などがあり、女性農業者が活躍できる基盤づくりを進める必要があります。

○農業従事者の確保・育成

・ 新たな担い手を確保するため、支援窓口を充実させるとともに、住まいや農地の確保などの新規就農への支援を充実させます。・ 経験不足や作業の負担などを補うスマート農業の導入を支援し、効率的な営農を促します。・ 職農教育として、高等学校と連携した新商品開発プロジェクトなどを展開します。・ 女性が農業に関わりやすい環境づくりを推進するため、女性を対象とした体験講座の開催や交流の場の創出を図ります。

○耕作面積は一定の水準を維持

　農業従事者が減少する一方で、農地の集約などにより、耕作面積は維持されています。　耕作面積を維持するためにも、法人や認定農業者などを支援し、地域全体で農地の有効利用を進める必要があります。　また、安曇野の田園風景は市の財産であるという認識のもと、市民が一体となって農地を保全していく必要があります。

○多様な就農スタイルを支援

・ 集約された農地の担い手である経営体を支援し、生産性の高い営農を推進します。・ 遊休農地の活用を図るため、定年後に就農する方を増やすとともに、農業と就業などを両立する半農半Xといったライフスタイルを支援します。・ 市民農園の活用を促進し、市民が様々な形で農業に関わる機会を提供します。

○期待される農地の多面的機能

　農地は、農業が営まれることにより、水が地下に浸透し、水質を浄化するなど多面的な機能を発揮します。　農地や農業用水などの農業基盤や農村環境の保全を図るため、地域住民などが主体となる地域ぐるみの活動が求められています。

○多面的機能の発揮を促進

・ 農地が持つ多面的な機能を維持するため、地域住民による地域活動の支援や資源の保全活動を支援します。・ 農地や水路、農道の保全活動や老朽化した農業用施設の維持補修、更新工事の促進を図るとともに、地域住民が主体となる活動を支援します。

指標・目標値

①【戦略】認定農業者数（人）

R4現状値　295

R9目標値　270

備考　総合戦略数値目標　270人の維持を目標とする

②【戦略】新規就農者数（人）

R4現状値　11

R9目標値　10

備考　総合戦略ＫＰＩ　年間10人の新規就農者の確保を目標とする

③多面的機能取組面積（ha）

R4現状値　3,643

R9目標値　3,850

価値創出プロジェクトに関連した取組

誰もが活躍する共生のまち

・ 女性農業者が抱える課題の解消を図り、女性が就農しやすい環境づくりを推進します。

選ばれ続けるまち、安曇野

・ 移住者の就農や半農半Xなど多様な就農スタイルを支援するとともに、農地の保全と美しい田園風景の維持に取り組みます。

58～59ページ

２-２　生産振興と販売力の強化

　農家の生産活動を支援するとともに、販路拡大や高付加価値化を推進することで、稼げる農家を創出します。

現状と今後＆取組の方向

○農業産出額は上昇傾向

　安曇野市は、県内有数の農業地域です。米の農業産出額が高く、次いで果実、野菜が続いており、これらの産出額は上昇しています。　一方、米価は下落傾向にあり、生産活動を維持していくためには、農産物の質の確保が求められています。　また、安曇野の特色を生かした農産物の生産や有機農業の振興により、他地域との差別化を図ることが必要です。

○農産物の生産の維持と質の確保

・ 地域全体の生産活動を維持するため、生産の技術的課題の解決に取り組みます。・ 米の一等米比率の向上を図るため、関係団体と連携した取組を実施します。・ わさびや夏秋イチゴ、玉ねぎなどの地域振興作物の栽培促進や省力化作物の導入を通じて、地域全体の生産活動を支援します。・ 安曇野を代表する水産物である信州サーモンやニジマスの生産を支援します。・ 有機農業の推奨により、付加価値の高い農産物の生産を支援します。

○先細りする国内市場

　人口の減少に伴い、国内市場の縮小が続いています。先細りする国内市場を踏まえ、「選ばれる農産物」をどのように作っていくかが問われています。　このため、都市部に加え、海外市場への販路拡大をいかに行っていくかが重要です。

○販促プロモーションの展開

・ 市内農家の販路の拡大や開拓を支援するため、都市部や海外における市産農産物や加工品の販売を促進します。・ 地物の食材を使用した安曇野フルコースメニューの開発などを通じて、安曇野産農産物などのPRを図ります。

○直売所への出荷実農家の減少が危惧

　直売所の利用者数や売上高は上昇傾向にある一方で、生産者数は横ばいが続いています。　今後は、高齢化により生産者数の減少が懸念される中、直売所が安定して経営していくためには、農産物の販売量・流通量をいかに確保するかが課題です。　また、直売所は、生産者や購入者にとってのコミュニティの場としても重要な施設でもあります。

○農産物直売所の魅力向上

・ 地物野菜の効果的なPRや地産地消の推進を通じ、農産物の流通量、販売量の増加を図ります。・ 直売所からの情報発信を促進するとともに、直売所同士の連携を促し、商材確保などを推進します。・ 交流機会の提供や地産地消の推進、来訪者への農産物PRを通じて、直売所が有するコミュニティの場としての機能を促進します。

指標・目標値

①　【戦略】農業産出額（億円）

R4現状値　107.4

R9目標値　108.0

備考　総合戦略ＫＰＩ

②産直センター販売額（千円）

R4現状値　10,405

R9目標値　15,878

③通販サイト出店支援件数（件）

R4現状値　8

R9目標値　20

トピックス

水稲、小麦、そば、玉ねぎの収穫量は、県内第１位（令和２年）

農林水産省「作物統計調査」

価値創出プロジェクトに関連した取組

選ばれ続けるまち、安曇野

・ 地域の直売所と連携し、農産物の地産地消を促進することで、地元の新鮮な農産物が手に入る環境を市内外に向けてPRしていきます。

AZUMINOブランドの発信

・ 国内外への農産物のPRや販路拡大を推進し、安曇野産農産物などのブランド化を図ります。

60～61ページ

２-３　森林の保全と資源の活用促進

　森林の適正な管理や森林資源の有効活用を推進し、森林の循環を促すことで、持続可能な

森林づくりを目指します。

現状と今後＆取組の方向

○持続可能な森林管理が求められる

　カーボン・ニュートラルを推進するうえで、森林が持つCO₂の吸収や木材利用による炭素固定などといった機能は大きな役割を持っています。　市内の民有林における人工林のうち、概ね50年生を超えた森林が全体の８割以上を占めており、その多くは成熟し、利用時期を迎えています。　この森林を「伐って、利用して、植える」という持続可能な循環利用の確立が求められています。

○森林整備の実施

・ 森林環境譲与税を活用した森林経営管理制度により、未整備森林の整備を促し、持続可能な森林管理を推進します。・ 急速に広がる松枯れ被害に対し、計画的に対策を講じます。・ 利用時期を迎えている森林の伐採を、公共施設などの木材利用と合わせて実施します。・ 伐採後の植林を実施し、森林の若返りを図り、森林によるCO₂の吸収量の増加を図ります。

○放置される森林が増加

　人里近くに広がる森林は、私たちが生活するうえで大切な資源採取の場所でした。　しかし、生活様式の変化により森林の利用が減り、放置された森林が増加した結果、森林が持つ公益的な機能の損失や土砂災害の危険性の高まりなど、様々な問題が生じています。　この問題を解決するには多くの人が森林に関心を持つことが必要です。

○里山再生計画「さとぷろ。」の推進

・ より多くの市民が里山に関心を持ってもらうため、里山再生計画「さとぷろ。」を推進します。・ 「さとぷろ。」の活動を多くの方に知っていただくため、「さとぷろ。サポーター」による情報発信を推進します。・ 各取組の土台となる組織間の連携体制を構築します。

○有害鳥獣による農作物被害が増加

　有害鳥獣被害は増加傾向にあり、農作物の被害に加え、サルによる家屋への浸入など人的被害も増加しています。　山際における里山の放置により、動物と人間との緊張関係が失われ、野生鳥獣の生息域が里地まで広がったことがその主な要因と考えられます。　また、捕獲の担い手である狩猟者の減少と高齢化により、狩猟者の確保が課題となっています。

○有害鳥獣対策の実施

・ サル被害対策として、GPSでサルの行動範囲を把握し、地元と連携した追払いなどを実施します。・ 里地への有害獣の出没を防ぐため、緩衝帯の整備を進めます。・ 有害鳥獣対策の従事者を確保するため、狩猟免許の取得を支援します。

指標・目標値

①【戦略】さとぷろ。サポーター数（人）

R4現状値　309

R9目標値　550

備考　総合戦略ＫＰＩ

②【戦略】林業従事者数（人）

R4現状値　47

R9目標値　52

備考　総合戦略ＫＰＩ

③新規狩猟登録者数（人）

R4現状値　8

R9目標値　50

備考　令和５～９年度の累計値

62～63ページ

２-４　商工業の振興

商店街の活性化と魅力ある個店づくりを通じてまちに賑わいを創出するとともに、高い技術力で地域経済をけん引するものづくり産業を振興します。

現状と今後＆取組の方向

○商店街の衰退

　商店街は、地域を支える生活基盤であるとともに、地域コミュニティの場としても重要な役割を担っています。　しかし、大型店との競合や経営者の高齢化、電子商取引の普及などにより、商店街の空洞化が進んでいます。　また、商店街へ人の流れを呼び戻すためには、商業機能以外のサービスの提供や身近な交流の場といった、新たな役割が期待されています。

○魅力ある個店創出と観光施設との連携

・ 空き店舗などを再生・活用（リノベーション）する費用の補助により、魅力ある個店づくりを支援し、まちなかの賑わいを創出します。・ 市商工会や観光協会と連携し、ICT活用や電子商取引の普及に向けた取組を支援します。・ 観光集客施設との連携強化により、商店街の活性化を図ります。・ 商店街自らによる活性化、がんばる商店街の支援に取り組みます。

○国内市場の縮小や競争の激化

　製造業を取り巻く環境は、国内市場の縮小や国内外の競争激化など厳しい状況が続いています。　このような中で、地域外から仕事を獲得して域内へ展開する役割を担う地域のけん引役となる企業の存在は、市内の製造業の発展に不可欠といえます。

○地域をけん引する企業への支援

・ 地域外から仕事を獲得し、経済効果を地域内に波及させる地域けん引企業の労働生産性の向上を図るため、生産設備の導入を支援します。・ 製造業の業務の効率化と生産性の向上に向けた取組を支援するため、AIやIoTなど最先端技術の導入を支援します。

○企業から求められる産業団地の整備

　工場や本社機能などの誘致は、人口の増加や地域の雇用を生む大きな要因となります。このため、新たな産業団地の造成により、企業誘致を積極的に推進していく必要があります。　また、市内企業が事業規模の拡大を検討しても、法令などの制限により実現できない事例も見受けられます。自然環境の保全などを考慮しつつ、規制の見直しを検討する必要があります。

○企業誘致と内発的展開

・ 新たな産業団地の造成などの受け皿の確保や支援策の充実により、企業の誘致や内発的展開を図ります。・ 支援機関との情報交換や企業へのヒアリングを通して情報収集に努め、空き事業用地の情報を随時公表します。・ 自然環境や地域の実情を踏まえた企業誘致を検討します。

指標・目標値

①【戦略】生産年齢人口に対する従業者数の割合（％）

R4現状値　21.5

R9目標値　23.1

備考　総合戦略数値目標　従業者数４人以上の市内工業事業所における従業者が対象

②【戦略】企業誘致数（社）

R4現状値　4

R9目標値　10

備考　総合戦略ＫＰＩ　令和２～９年度の累計値

③工業事業所数（事業所）

R4現状値　206

R9目標値　212

④空き店舗など改修補助件数（件）

R4現状値　なし

R9目標値　5

備考　令和５～９年度の累計値　令和４年度から実施

価値創出プロジェクトに関連した取組

選ばれ続けるまち、安曇野

・ 企業の積極的な誘致を行い、安曇野で働き、暮らす人を増やします。

AZUMINOブランドの発信

・ 企業が有する技術を次世代につなぎ、伸ばしていくことで、世界市場から求められる地域を目指します。

64～65ページ

２-５　市内事業者の経営強化

　市内事業者に対するＩＣＴ化や新製品・新技術の開発、展示会への出展などの支援により、

生産性の向上や販路の拡大を促進します。

現状と今後＆取組の方向

○ICT化やDXの推進が課題

　市内企業を対象にしたアンケート結果では、DXの推進によりビジネスモデルの変革を行っている事業者は２割以下と少ない現状にあります。　また、DXの推進以前に、ICTの導入が進んでいない事業者やデジタル人材が不足している事業者も多く、実情に応じた支援を行う必要があります。

○ICT化や最新技術の導入を支援

・ 業務のICT化やキャッシュレス化を支援し、生産性を高めるため、導入費用の補助や導入に関するセミナーなどを開催します。・ ICTなどの導入に対する補助事業や導入に向けたセミナーを開催し、企業の効率性や生産性の向上を図るとともに、デジタル人材の育成・確保を推進します。

○新製品・新技術が生むメリット

　新技術や新製品の開発は、顧客層の拡大や生産性の向上に加え、新分野進出や製品の高付加価値化など様々なメリットを生みます。

○新製品・新技術の開発を支援

・ 市内企業の新製品・新技術の開発を支援するため、開発費用を補助します。・ ノウハウを持つ支援機関と連携し、伴走型支援に取り組みます。

○地域内企業の情報不足が課題

　中小企業は、高い技術力を有していても、単独では大企業との直接取引や消費者向けの製品販売に至らないことがあります。　この解決には、企業同士の連携による技術開発の促進が有効ですが、「地域内企業の情報不足」が課題といえます。

○地域内連携や産官学金連携を強化

・ 地域内の企業の連携を促すため、地域の企業が情報交換を行う場を積極的に設けます。・ 企業間連携により、新たな事業にチャレンジする中小企業の取組を支援します。・ 技術開発や新事業の創出を促すため、市と包括連携協定を締結している大学や金融機関との連携を検討します。

○出展者のうち半数が顧客獲得に至らず

　製造業者を対象としたアンケート結果では、過去３年間に展示会へ出展した者は約３割であり、そのうち約半数は新規顧客の獲得に至っていないのが現状です。　その課題として、「営業力の不足」や「参加に関するノウハウの不足」などが挙げられています。

○展示会への参加の促進

・ 展示会を通じた新規顧客の獲得を支援するため、展示会への出展経験が少ない事業者を対象に、専門家による随行支援などを実施します。・ 展示会への出展費用の補助により、販路拡大や新たな顧客とのマッチングを支援します。

○BCP（事業継続計画）の策定は約３割

市内事業者を対象としたアンケート結果では、BCPを策定している事業者は約３割と少なく、緊急時における企業活動の維持が課題です。

○BCPの策定を支援

・ 災害発生時などの緊急時における継続的な企業活動を担保するため、BCPの策定に向けた相談体制や啓発活動の充実を図ります。

○企業活動におけるSDGsの推進

　世界的にSDGsの推進が取り組まれている中、企業活動においても、「環境」、「社会」、「経済」の３側面を踏まえたSDGs達成に向けた取組は、企業の経営戦略としても有効とされています。

○SDGsを踏まえた経営戦略を促進

・ 企業の持続可能な経営への転換や企業価値の向上のため、「長野県SDGs推進企業登録制度」への認証取得を促進します。・ SDGsに関するセミナーを、専門家や支援機関と連携して開催します。

指標・目標値

①製造品出荷額等（億円）

R4現状値　4,593

R9目標値　5,193

②新技術・新製品の件数（件）

R4現状値　3

R9目標値　15

備考　令和５～９年度の累計値

③展示会出展企業数（社）

R4現状値　3

R9目標値　10

備考　令和５～９年度の累計値

④SDGs推進企業数（社）

R4現状値　45

R9目標値　100

備考　県認証

トピックス

製造品出荷額等は4,593億円で、県内19市中第５位（令和元年）

経済産業省「工業統計」

価値創出プロジェクトに関連した取組

選ばれ続けるまち、安曇野

・ 新技術や新サービスの開発を支援し、国内外の顧客から選ばれる企業の育成を促すことで、地域産業の活性を図ります。

AZUMINOブランドの発信

・ 新規事業分野の開拓を支援し、国内、国際市場で活躍する企業の育成を推進します。

66～67ページ

２-６　多様な働き方への支援

　市内企業と就労希望者のマッチングを進めるとともに、コワーキングスペースの整備やリ

ゾートテレワークを推進し、多様な働き方ができる地域の実現を目指します。

現状と今後＆取組の方向

○企業と人材のマッチングが求められる

　市内企業を対象に行ったアンケート結果では、市内企業の約６割が、人材の確保に課題を感じていると回答しています。　移住・定住を推進するうえで、「しごと」は最も重要な要素の１つであり、いかに就労支援を行っていくかが求められています。　また、若年層の転出超過が本市の特徴である点を認識したうえで、Uターンなどにつなげるための取組が必要です。

○マッチングの推進

・ ハローワーク、長野県、市商工会などとの連携により、移住希望者の就職活動をサポートします。・ 若年層のUIJターンを促すため、市内企業や関係機関と連携し、合同就職説明会を開催します。また、市内事業者に対してインターンシップの実施に向けた支援を行います。・ 学生に、将来の就職先としてイメージしてもらうため、市内にある企業を広く紹介し、幅広い業種を選択できることを周知します。

○新たな働き方の広がり

　コロナ禍以降、感染対策として、時間や場所にとらわれないテレワークが、急速に社会へ浸透しました。同時に、兼業・副業、フリーランスなどの多様な働き方への注目が高まっています。　テレワークは、ワークライフバランスを見直す手法であることに加え、地方にとってはIターンの推進やデジタル人材の地域還流を促す点でも、積極的に取り組むべきテーマといえます。

○テレワークの推進

・ テレワークなど新たな働き方を支援するため、コワーキングスペースの活用支援や先進的に取り組む企業との連携を図ります。・ 新しい形の企業誘致や起業支援の取組として、リゾートテレワークを推進します。・ テレワークの全市的な普及を促進するとともに、先進的に取り組む企業の事例紹介に取り組みます。

○職場環境や福利厚生の充実が求められる

　働き方や雇用環境が多様化する中で、勤労者が生活にゆとりや豊かさを実感できるよう、職場環境の整備や福利厚生事業の充実を図る必要があります。

○労働者への生活支援の充実

・ 啓発活動などを通じて、企業の働き方改革を支援します。・ 労働者福祉の向上を図るため、住宅建設資金や生活資金の融資に加え、勤労者互助会や労働福祉団体を支援します。

○起業・副（複）業を目指す人の増加

　新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、移住者による起業が増加しています。地域の活力を創出するためにも、起業支援の充実を図る必要があります。　一方、事業者の高齢化や後継者の不在、店舗の老朽化といった理由から、廃業や技術の逸失などに至るケースが増えています。

○起業・事業承継への支援

・ 起業支援に向けたセミナーの開催や産業支援コーディネーターの起用などによる起業時のきめ細かなサポートに取り組みます。・ 移住者の起業をサポートするための補助制度を構築します。・ 市内企業の事業承継を後押しするため、市商工会や関係団体と連携し、相談対応や承継計画、マッチング支援など伴走型の支援を実施します。

指標・目標値

①【戦略】移住者就労マッチング等支援件数（件）

R4現状値　1

R9目標値　32

備考　総合戦略ＫＰＩ　UIJターン就業・創業移住支援金制度利用者などが対象　令和５～９年度の累計値

②【戦略】市の事業を通じたテレワーク実施者数（人）

R4現状値　89

R9目標値　115

備考　総合戦略ＫＰＩ

③【戦略】新規起業者数（人）

R4現状値　4

R9目標値　23

備考　総合戦略ＫＰＩ　令和５～９年度の累計値

価値創出プロジェクトに関連した取組

誰もが活躍する共生のまち

・ 結婚や子育てを機に離職した女性の再就職や起業を関係機関とともに支援するとともに、デジタル分野への就業機会を創出します。

・ 障がい者や高齢者、外国人の就労を支援する関係機関・事業者と連携し、就労マッチングを推進します。

選ばれ続けるまち、安曇野

・ 企業と就業希望者のマッチングを推進し、若年層の地元回帰や移住者の増加を目指します。・ テレワークやリゾートテレワークといった新たな働き方を推進し、安曇野で働く人を増やします。

68～69ページ

２-７　地域独自の観光資源の活用

　安曇野市が誇る観光資源の魅力を高めるとともに、観光客の受入体制を整備することで、

観光客の満足度の向上を図ります。

現状と今後＆取組の方向

○観光消費額の回復へ

　観光振興は、経済効果だけでなく、関係人口の創出やシビックプライドの醸成などにも寄与します。 本市の観光消費額は、令和元年が120億円であったのに対し、コロナ禍の影響を大きく受けた令和２（2020）年は67億円、令和３（2021）年は72億円と大きく落ち込みました。　安曇野独自の地域資源を生かした体験型観光の充実や、食の魅力向上、観光特産品の開発により観光産業の振興を図る必要があります。

○地域資源の魅力向上

・ 繊維のダイヤモンドと呼ばれる穂高天蚕糸や長峰山・光城山のトレイルなど、安曇野ならではの観光資源となりうる素材を活用していきます。・ 温泉施設の連携強化や市営宿泊施設の活用を促進します。・ 観光と農業に関する施策連携の取組として、地元の食材を使用した新たなメニュー開発や土産品、名産品の開発支援に取り組みます。

○コロナ禍による旅行形態の変化

　コロナ禍により、個人旅行が増加したり、休日の旅行需要が平日へ分散したりするなど旅行形態が変化しています。　このような中、観光客の多様なニーズに応じることのできる受入体制の整備が求められます。　また、外国人旅行者数の回復や、旅の高付加価値化といった旅行形態の変化を捉えた観光戦略が必要です。　さらに、観光客の満足度向上のためにも、市が一体となっておもてなしに取り組む意識の醸成や、観光地としての受入体制の充実が求められています。

○人材育成と受入体制の整備

・ 市・観光協会・商工会・各種事業者・市民による安曇野市版の観光地マネジメント組織の構築を目指します。・ 観光振興の核となる人材の育成や専門人材によるノウハウの共有を図ります。・ 産学官連携による観光ガイド講座の開催や育成したガイドのあっ旋体制の確立により、受入体制の強化を図ります。・ 地域通訳案内士の活用や観光案内板の一元化、多言語表示、ピクトグラムの統一などを進めます。・ 市民向けの観光ボランティア講習会などを通じて、観光客に対して、質の高い「おもてなし」が行える地域を目指します。

○多くの観光客がマイカーで周遊

　市内における観光客の移動手段は、マイカーの利用が主となっています。　今後は、様々な形の観光に対応できるよう、自動車移動に限らない二次交通の整備など、観光と公共交通の一体化が求められています。

○移動手段の選択肢を確保

・ 交通機関の連携やシェアサイクルなど長時間・長期滞在型観光に寄与する交通手段の整備や観光客向けの駐車場の利用促進などに取り組みます。

①【戦略】観光消費額（億円）

R4現状値　72

R9目標値　120

備考　総合戦略ＫＰＩ

②来訪者満足度（％）

R4現状値　82

R9目標値　85

備考　「大変満足」＋「満足」の合計

価値創出プロジェクトに関連した取組

文化・芸術中核都市の実現

・ 文化・芸術をテーマに、美術館や博物館と連携し、安曇野を巡る取組を実施します。

アウトドア・スポーツの聖地

・ アウトドア関連事業者と連携を図り、アウトドアの聖地化を進めます。・ サイクリング周遊・滞在型コンテンツの充実など新たな滞在型ツーリズムの振興を図ります。

70～73ページ

２-８　戦略的な観光プロモーション

観光需要を捉えた戦略的な観光プロモ－ションを展開し、国内外の観光客の増加や関係

人口の創出を図ります。

現状と今後＆取組の方向

○通過型の観光地としての特徴

　市内の観光客の特徴として、日帰りや立ち寄りを目的に来訪する傾向が続いています。　また、令和２（2020）年以降はコロナ禍の影響により、宿泊者数は大きく減少し、観光ニーズも変化しています。　このような中、新たな視点での通過型観光から滞在型観光への転換が求められており、安曇野が有する観光素材を生かした観光戦略により、滞在型観光への転換を図る必要があります。

○新しい時代に適応した滞在型観光へ

・ 旅行の少人数化や分散化などに対応した滞在型ツーリズムを推進します。・ 北アルプスや里山、河川などの豊かな自然と国営公園などを生かしたネイチャー・ツーリズムを展開します。・ 世界的な観光ニーズに対応できる安曇野のアウトドア・スポーツ環境や異文化体験を生かしたアドベンチャーツーリズムを推進します。・ 広域的な視点から、観光事業を推進します。

○若年層とインバウンド

　市の観光調査では、来訪者は関東・中部の居住者で、50歳代以上が多くなっています。　長期的な視点で観光振興を考えた場合、安曇野を訪れたことのない若い世代の誘客にも力を入れる必要があります。　また、アフターコロナを見据え、インバウンド向けの情報発信も求められます。

○効果的な観光プロモーション

・ 広域団体や観光関連団体と連携し、「若い世代」に訴求力のある情報発信に取り組みます。・ インバウンドの誘客に効果的な動画配信などのツールを活用し、安曇野の魅力を世界に売り込みます。・ デジタル技術を活用し、旅行者の利便性や満足度の向上、地域内での消費拡大を図ります。

○リピーター層への働きかけ

　市の観光調査では、リピート率は75%であり、30歳代以下の世代でも、約60%となっています。　コアな安曇野ファンを獲得し、リピーターを増やしていくためには、旅の満足度の向上に加え、安曇野への再来訪を促す仕掛けづくりをいかに進めていくかが重要です。

○関係人口の創出へ

・ コアな安曇野ファンに届く情報発信の仕組みづくりに取り組みます。・ リゾートテレワークなど都市部からの人や企業の多様な滞在スタイルに対応するため、観光コンテンツや受入体制の充実に取り組みます。・ 観光キャンペーンや特典の付与などにより、市内の回遊性を高め、満足度向上や再来訪を促す取組を行います。・ 安曇野花火などの観光イベントの充実を図ります。

○滞在価値の形成が課題

　本市の観光地利用者数・消費額は成長が続いてきましたが、コロナ禍の影響により大きく落ち込みました。　世界の観光が一斉に再始動する中で、落ち込んだ観光消費を喚起し、より成長につなげていくためには、市の強みを生かした独自の観光地ブランドの形成と確立が求められます。

○観光地ブランドの確立

・ 市の強みである山岳観光などを生かした観光プロモーションを通じ、世界・全国に通用する地域ブランドの確立を図ります。・ 安曇野を舞台にしたドラマ・映画・アニメを誘致・支援するフィルムコミッション機能の充実を図ります。

指標・目標値

①【戦略】外国人延宿泊者数（人）

R4現状値　1,050

R9目標値　20,000

備考　総合戦略ＫＰＩ

②【戦略】50 歳未満の再来訪率（％）

R4現状値　73

R9目標値　77

備考　総合戦略ＫＰＩ

③観光地延利用者数（百人）

R4現状値　31,209

R9目標値　50,000

④延べ宿泊客数（百人）

R4現状値　6,288

R9目標値　11,500

⑤平均宿泊日数（泊）

R4現状値　1.26

R9目標値　1.90

価値創出プロジェクトに関連した取組

選ばれ続けるまち、安曇野

・ 都市部の企業の研修旅行やシンポジウムの企画・誘致やリゾートテレワークの利用促進を図り、関係人口の創出を図ります。

AZUMINOブランドの発信

・ 豊かな自然を活用したネイチャー・ツーリズムやアドベンチャートラベルを展開します。

文化・芸術中核都市の実現

・ 美術館・博物館を生かしたアート・ツーリズムを展開します。

アウトドア・スポーツの聖地

・ サイクリングや登山などアウトドア・スポーツ環境を生かした観光客の誘致を推進します。

74～75ページ

２-９　アウトドア・スポーツを核としたまちづくり

　安曇野市が有する自然を生かしたアウトドア・スポーツ環境を活用し、安曇野市を代表す

る新たな価値を創出します。

現状と今後＆取組の方向

○自然豊かなアウトドア・スポーツ環境

　市内で楽しめるアウトドア・スポーツは、北アルプス登山やカヌー、ラフティング、スカイスポーツ、トレッキング、キャンプ、釣りなど多種多様です。　安曇野が有する自然体験型のアウトドア・スポーツ環境を多くの人々に知ってもらうためには、効果的なPRが必要です。　また、市がアウトドア・スポーツを推進するにあたり、地域の理解や協力、市民がアウトドア・スポーツに親しむ環境づくりが重要になります。

○PRの充実と地域一体での推進

・ 関連事業者や地域団体と連携し、安曇野市の特徴を生かした自然体験型スポーツを市外にPRし、多くの来訪者を呼び込みます。・ 関連事業者との連携や事業者同士の連携を促進し、効果的なPRを目指します。・ 来訪者に加え、地域の若年層や子育て世帯がアウトドア・スポーツに親しみやすい環境や拠点づくりを推進します。

○事業者との連携が求められる

　平成27（2015）年から開催している信州安曇野ハーフマラソンは、県内外から約6,000人が参加する集客力の高いイベントとなっています。　また、アウトドア・スポーツに関するイベントの開催にあたり、関連事業者の連携を深めることで、イベントの魅力や宿泊率の向上を図ることが重要です。

○事業者と連携したイベントなどの開催

・ ハーフマラソンなどのイベントの開催により、来訪者と市民の交流を深め、市の美しい景色や環境を全国に発信します。・ 宿泊事業者やアウトドア関連事業者と連携を図り、魅力的なイベントの開催を目指します。・ 市内の宿泊施設などと連携を図り、滞在型観光の推進を図ります。

○自転車に乗りたくなる自然環境

　令和２（2020）年度から令和４（2022）年度にかけて、安曇野市の魅力を生かした３つのサイクリングコースを整備しました。　さらに、令和４（2022）年度には堀金地域にマウンテンバイクコースをオープンしています。　また、長野県が計画しているジャパンアルプスサイクリングロードには、安曇野市の一部が指定されています。

○自転車を活用したまちのPR

・ 自転車の活用を推進し、市民の健康づくりや青少年の健全育成、観光による地域の活性化、環境負荷の低減を図ります。・ イベントや教室を開催し、サイクリングコースやマウンテンバイクコースの利用を促進します。・ 長野県と連携したサイクルブランドの構築を図ります。

指標・目標値

①【戦略】アウトドア・スポーツの拠点整備か所数（か所）

R4現状値　0

R9目標値　1

備考　総合戦略ＫＰＩ

②アウトドア・スポーツ関連のイベント参加者数（人）

R4現状値　30

R9目標値　120

価値創出プロジェクトに関連した取組

AZUMINOブランドの発信

・ 安曇野が有するアウトドア・スポーツ環境を国内外に発信することで、アウトドア・スポーツを安曇野の新たな価値として位置づけます。

アウトドア・スポーツの聖地

・ 登山やトレッキング、キャンプ、グランピング、サイクリングコース、マウンテンバイクコース、カヌースラロームコースなどを生かすことで、関係人口の創出やアウトドア関連産業の振興を図り、アウトドアを切り口としたまちづくりを推進します。