

	改正案	現行	担当課
P2	<p><b>4 戦略のコンセプト</b></p> <p>東御市が将来にわたって持続可能な美しいふるさと「東御」を創造するには、地域事業者の生産性向上と競争力の強化を図るとともに、魅力的な雇用機会の創出を戦略的に展開し、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込むことで、「まち」全体の好循環につなげ、地域経済の底上げを図ることが重要です。</p> <p>また、急速に進化し続ける情報通信社会の中において、子どもたちへのICT教育を通じ、これからの社会に必要なイノベーション能力や情報活用能力を高め、将来的に地域産業の担い手となるデジタル人財を育成することも重要です。</p> <p><u>加えて、新型コロナウイルス感染症のまん延に伴い、『オンライン』や『リモート』といった先進技術による、新たな生活様式や働き方が確立されることにも着目していく必要があります。</u></p> <p>このため、第2期総合戦略においては、「しごと」の創出・拡大、「ひと」づくりを重点的に取り組むものとし、以下をコンセプトとします。</p>	<p><b>4 戦略のコンセプト</b></p> <p>東御市が将来にわたって持続可能な美しいふるさと「東御」を創造するには、地域事業者の生産性向上と競争力の強化を図るとともに、魅力的な雇用機会の創出を戦略的に展開し、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込むことで、「まち」全体の好循環につなげ、地域経済の底上げを図ることが重要です。</p> <p>また、急速に進化し続ける情報通信社会の中において、子どもたちへのICT教育を通じ、これからの社会に必要なイノベーション能力や情報活用能力を高め、将来的に地域産業の担い手となるデジタル人財を育成することも重要です。</p> <p>このため、第2期総合戦略においては、「しごと」の創出・拡大、「ひと」づくりを重点的に取り組むものとし、以下をコンセプトとします。</p>	企画振興課
P5	<p><b>「とうみ」への新しいひとの流れをつくる</b></p> <p>【新たな視点】</p> <p><u>・関係、交流人口の深化を図るため、『リモートワーク』や『ワーケーション』の環境を整備するとともに、都市部の企業等へのプロモーションを行い、中・長期滞在を目的とした新しいひとの流れを作ることが必要です。</u></p> <p>・湯の丸高原の高地トレーニング施設やワイン産業など、(略)</p>	<p><b>「とうみ」への新しいひとの流れをつくる</b></p> <p>【新たな視点】</p> <p>・湯の丸高原の高地トレーニング施設やワイン産業など、(略)</p>	企画振興課

	改正案	現行	担当課
P5	<p><b><u>若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる</u></b></p> <p>【新たな視点】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>子育てをしながら<u>男女ともに生き生き</u>と働けるよう、多様なライフスタイルや制約に応じた働き方が実現できる社会環境づくりが必要です。</li> </ul>	<p><b><u>若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる</u></b></p> <p>【新たな視点】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>子育てをしながら<u>女性がいきいき</u>と働けるよう、多様なライフスタイルや制約に応じた働き方が実現できる社会環境づくりが必要です。</li> </ul>	子育て支援課
P8	<p>◆<b>基本的方向</b></p> <p>(中略)</p> <p>また、市内企業の魅力の発信や創業・事業拡大支援を充実させることで、市内企業の成長を促すとともに、地域資源の強みを活かした新しい産業を創出し、働き口の拡大を図るとともに、<u>テレワークやワーケーションの機会を通じ、企業間の人的・技術的交流の場を創出します。</u></p>	<p>◆<b>基本的方向</b></p> <p>(中略)</p> <p>また、市内企業の魅力の発信や創業・事業拡大支援を充実させることで、市内企業の成長を促すとともに、地域資源の強みを活かした新しい産業を創出し、働き口の拡大を図ります。</p>	企画振興課
P9	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>テレワーク施設やコワーキングスペース</u>を活用した多様な働き方の普及推進 (商工観光課)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <u>テレワークなど</u> _____ を活用した多様な働き方の普及推進 (商工観光課)</li> </ul>	商工観光課
P9	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>高校生以下の子供たちを対象とした実践型EC講座</b> (企画振興課×生涯学習課×<u>地域づくり支援室</u>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>高校生以下の子供たちを対象とした実践型EC講座</b> (企画振興課×生涯学習課×<u>地域づくり・移住定住支援室</u>)</li> </ul>	企画振興課
P10	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>農作物ハウス栽培の団地化と新規就農者等への経営支援</b> (農林課) …ハウス栽培の団地化を進め、一年を通じた栽培作物の振興により所得安定を図るとともに、新規就農者や認定農業者などに施設を貸し出す仕組みをつくり、<u>営農定着及び経営の安定化を支援</u>します。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>農作物ハウス栽培の団地化と新規就農者等への経営支援</b> (農林課) …ハウス栽培の団地化を進め、一年を通じた栽培作物の振興により所得安定を図るとともに、新規就農者や認定農家 _____ に施設を貸し出す仕組みにより<u>経営支援</u>を図ります。</li> </ul>	農林課

	改正案	現行	担当課
P11	<p>・ 千曲川ワインバレーの魅力発信拠点の整備（6次産業化推進室）</p> <p>…<u>市内</u>にワインの<u>魅力</u>を学び、味わい、栽培技術を研鑽し、体験できる拠点施設等を機能別に整備します。ワイナリーやヴィンヤード、または史跡や自然などの魅力を楽しむフットパスを整備することで、<u>地域全体の活性化を積極的に図り、小規模ワイナリーの販路拡大につなげます。</u></p>	<p>・ 千曲川ワインバレーの魅力発信拠点の整備（6次産業化推進室）</p> <p>…<u>御堂地域内</u>にワイン_____を学び、味わい、<u>体験する拠点を整備するとともに、ヴィンヤードと祢津地域の魅力を楽しむフットパスを整備し、小規模ワイナリーの販路拡大と生産性の向上のほか、地域全体の活性化につなげます。</u></p>	6次産業化推進室
P12	<p>2 基本目標Ⅱ：「とうみ」への新しい人の流れをつくる</p> <p>◆<b>基本的方向</b></p> <p>これまでの歴史・文化・自然を求める来訪者に加え、高地トレーニング施設環境の整備により、新たな“交流の入り口”となった「湯の丸高原」やワイン産業の進展に伴い、本市主要観光施設への来訪者数は、2014年を境に_____増加傾向を示しています。</p> <p><u>スポーツやワインなどを基軸に、当市の魅力をプロモーションすることにより、“人の流れ”を確かなものにし、新たな関係人口を創出します。</u></p> <p><u>また、「食」資源の強みを活かしたプロモーション活動を展開することにより、「食」を通じた生産者と消費者の関係性の構築にも取り組みます。</u></p> <p><u>更に、本地域との深い関わりをもてる地域外ファンの獲得につなげるとともに、地域の価値を共有する地域外ファンとのネットワークを拡げ、個人や企業などのふるさと納税人口の確保・拡充や本市への人口の還流を促進します。</u></p>	<p>2 基本目標Ⅱ：「とうみ」への新しい人の流れをつくる</p> <p>◆<b>基本的方向</b></p> <p>これまでの歴史・文化・自然を求める来訪者に加え、高地トレーニング施設環境の整備により、新たな“交流の入り口”となった「湯の丸高原」やワイン産業の進展に伴い、本市主要観光施設への来訪者数は、2014年を境に<u>増加に転じ、これ以降は増加傾向を示しています。</u></p> <p><u>こうした、スポーツやワインにより増加した“新たな人の流れ”を確かなものにするため、首都圏への積極的なプロモーション活動を展開することによりスポーツとワインを基軸としたツーリズム基盤を確立します。</u></p> <p><u>また、本地域との深い関わりをもてる地域外ファンの獲得につなげるとともに、地域の価値を共有する地域外ファンとのネットワークを拡げ、個人や企業などのふるさと納税人口の確保・拡充や本市への人口の還流を促進します。</u></p> <p><u>更に首都圏へ向け、本市の「食」資源の強みを活かしたプロモーション活動を展開することにより、「食」を通じた生産者と消費者の関係性の構築にも取り組みます。</u></p>	商工観光課

	改正案	現行	担当課
P12	<p><b>＜施策1＞：観光振興による交流人口の創出・拡大</b></p> <p>豊かな自然や歴史、文化、食などの<u>地域特有の資源に観光コンテンツを組み合わせ、付加価値を高めます。特にワインツーリズムとしては、ワインぶどうの生産地でしか味わうことのできない地域固有のアクティビティを確立することで、</u></p> <p>国内外から多くの方々を本市へ呼び込みます。</p>	<p><b>＜施策1＞：観光振興による交流人口の創出・拡大</b></p> <p>豊かな自然や歴史、文化、食などの<u>資源はもとより、近年多くの人を惹きつける“ワイン”の魅力といった地域特有の資源を活かし、ワインぶどうの生産地でしか味わうことのできないワインツーリズムや地域固有のアクティビティの価値を地域一丸となって発信することにより、</u></p> <p>国内外から多くの方々を本市へ呼び込みます。</p>	商工観光課
P12	<p>重要業績評価指標（KPI）</p> <p><u>ワイン&amp;ビアミュージアム来館者数</u></p> <p><u>基準値 7,539人</u></p> <p><u>数値目標（2024） 10,500人</u></p>	<u>（新規）</u>	6次産業化推進室
P12 ～ 13	<p>・ <u>ワインを基軸とした広域周遊観光圏形成事業（商工観光課×6次産業化推進室）</u></p> <p>…ワイン&amp;ビアミュージアムを周遊の起点とし、市内ワイナリーや千曲川ワインバレー特区構成8市町村と連携を図りながら、<u>「とうみ」への新しい人の流れをつくり、魅力ある観光地づくりと体験型滞在観光の形成を図ります。</u></p>	<p>・ <u>ワインを基軸とした広域周遊観光圏形成事業（商工観光課）</u></p> <p>…ワイン&amp;ビアミュージアムを周遊の起点とし、市内ワイナリーや千曲川ワインバレー特区構成8市町村と連携を図りながら、<u>広域周遊観光ルートを形成し、来訪者の拡大を図ります。</u></p>	商工観光課
P13	<p>・ <u>インバウンドの誘客・受入環境整備事業（商工観光課）</u></p> <p>…訪日前の外国人に“目的地”として選択される機会を増やすため、<u>情報媒体の活用による外国人の誘客促進を図るとともに、Wi-Fiスポットの強化、多言語対応の観光案内や解説看板の設置の整備など、受入体制を整えます。</u></p>	<p>・ <u>インバウンドの誘客・受入環境整備事業（商工観光課）</u></p> <p>…訪日前の外国人に“目的地”として選択される機会を増やすため、<u>インスタグラムなどの情報媒体の活用による外国人の誘客促進を図るとともに、多言語対応の情報発信やWi-Fiスポットの強化、外国語表記の観光案内・解説看板の設置の整備などの受入体制を整えます。</u></p>	商工観光課

	改正案	現行	担当課
P13	<p>・ <u>テーマ・ストーリー性のある滞在・交流型観光推進事業</u>（商工観光課） …<u>地域資源の魅力を磨き、来訪者の感動・共感を得ることで</u> _____ <u>リピート率</u>（再訪率）の向上を図ります。<u>また、民泊・農泊事業者との連携をしながら、地域そのものの魅力を知ることができる機会を創出・提供します。</u></p>	<p>・ <u>テーマ・ストーリー性のある滞在・交流型観光推進事業</u>（商工観光課） …<u>地域資源の魅力を磨き、来訪者の感動を誘って共感を得ながら、</u> <u>リピート率</u>（再訪率）の向上を図ります。<u>また、民泊・農泊事業者の支援を通じて、地域住民の目線・普段着の感覚に近い形で、その魅力を知ることができる機会を創出・提供します。</u></p>	商工観光課
P13	<p>・ <u>本市の食・農山村・農業を体験する着地型観光の推進</u>（商工観光課×関係課） …<u>ワインツーリズム、グリーンツーリズム、ネイチャーツーリズム、スポーツ・ヘルスツーリズムなどのコンテンツを組み合わせることで着地型観光を推進します。また、地域固有の価値を活かした魅力ある食の提供を支援します。</u></p>	<p>・ <u>本市の食・農山村・農業を体験する着地型観光の推進</u>（商工観光課） …<u>ワインツーリズム、グリーンツーリズム、ネイチャーツーリズムやスポーツ・ヘルスツーリズムなどのアクティビティを伴う着地型観光を推進し、これらを構成する重要なコンテンツとして、地元産の農畜産物を素材に用いた魅力ある食のメニューの提供を支援します。</u></p>	商工観光課
P13	<p>・ <u>観光地域づくりの推進</u>（商工観光課） … <u>（一社）信州とうみ観光協会がDMO法人に登録されたことから、コーディネーター及びプロデュース機能を強化し、</u> _____ <u>地域内の観光関連情報の集約を行いながら、問い合わせ窓口のワンストップ化やホームページにおける情報発信力の強化を図ります。</u></p>	<p>・ <u>観光地域づくりの推進</u>（商工観光課） … <u>（一社）信州とうみ観光協会のコーディネーター及びプロデュース機能を強化するとともに、地域の多様なステークホルダーから地域内の観光関連情報の集約を行い</u> _____ <u>問い合わせ窓口のワンストップ化やホームページにおける情報発信力の強化を図ります。</u></p>	商工観光課
P14	<p>重要業績評価指標（KPI） <u>東御市公式ファンクラブサイト『とうみにてい』会員数</u> 基準値 0人 <u>数値目標（2024） 1,500人</u></p>	<p>重要業績評価指標（KPI） <u>湯の丸ファンクラブ会員数</u> 基準値 0人 <u>数値目標（2024） 2,500人</u></p>	企画振興課

	改正案	現行	担当課
P15	<p><b>地域の魅力を活かした関係人口の創出・拡大</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ファンクラブサイトを活用した関係づくり構築事業（企画振興課）</li> </ul> <p>…東御市ファンクラブを設立し、市の魅力発信に加え、会員へのインセンティブの付与、自治体ポイントとの連携を視野に、市のファンを獲得します。また、地域住民を核として、継続性の有る交流の輪を広げます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>湯の丸高原を基軸とした関係づくり構築事業（企画振興課×商工観光課×文化・スポーツ振興課）</li> </ul> <p>…湯の丸ファンクラブを設立し、ファンクラブへのインセンティブの付与、自治体ポイントとの連携を視野に、湯の丸高原のリピーターやファンを獲得します。</p>	企画振興課
P15	<ul style="list-style-type: none"> <li>移住先となる空き家の掘り起こし事業（企画振興課）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>移住先となる空き家の掘り起こし事業（地域づくり・移住定住支援室）</li> </ul>	企画振興課
P15	<ul style="list-style-type: none"> <li>U・Iターンによる起業・就業者創出（企画振興課）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>U・Iターンによる起業・就業者創出（地域づくり・移住定住支援室）</li> </ul>	企画振興課
P16	<ul style="list-style-type: none"> <li>上田定住自立圏構成市町村との婚活イベント（企画振興課）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>上田定住自立圏構成市町村との婚活イベント（子育て支援課）</li> </ul>	企画振興課
P17	<p><b>&lt;施策2&gt;：出産・子育て支援の充実</b></p> <p>子育て育児に関する相談や子育て世代のニーズを捉えたサークル活動など、安心して子育てできる環境づくりに取り組む「子育て支援センター」機能のさらなる充実を図るとともに、子育てをしながら<b>男女ともに</b>生き生きと働ける社会の実現を目指し、</p>	<p><b>&lt;施策2&gt;：出産・子育て支援の充実</b></p> <p>子育て育児に関する相談や子育て世代のニーズを捉えたサークル活動など、安心して子育てできる環境づくりに取り組む「子育て支援センター」機能のさらなる充実を図るとともに、子育てをしながら<b>女性が</b>生き生きと働ける社会の実現を目指し、</p>	子育て支援課
P17	<p>注11) 産後ケア事業：産後に心身不調及び育児不安を抱える産婦に対し、助産所または助産院に通所や短期宿泊し、助産師のケアを受けることにより、心身回復と育児不安や産後うつ予防に努めている事業</p>	<p>注11) 産後ケア事業：東御市ではお産後、助産師や保健師が乳児家庭を全戸訪問しケアを行う。また、助産所で授乳指導や母体の心身のケアを行っている。</p>	健康保健課
P20	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域ビジョンの実現支援（地域づくり支援室）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域ビジョンの実現支援（地域づくり・移住定住支援室）</li> </ul>	企画振興課

	改正案	現行	担当課
P20	・ <u>市民・行政提案型協働事業（地域づくり支援室）</u>	・ <u>市民・行政提案型協働事業（地域づくり・移住定住支援室）</u>	企画振興課
P20	・ <u>あらゆる世代が活躍する地域コミュニティづくり（地域づくり支援室×福祉課）</u>	・ <u>あらゆる世代が活躍する地域コミュニティづくり（地域づくり・移住定住支援室×福祉課）</u>	企画振興課
P20	・ <u>地域の賑わい創出のためのエリアマネジメント（地域づくり支援室）</u>	・ <u>地域の賑わい創出のためのエリアマネジメント（地域づくり・移住定住支援室）</u>	企画振興課
P20	・ <u>中心市街地における空き地・空き店舗の利活用</u> （商工観光課） …市内商工業団体、地域団体等との連携のもと、空き地・空き店舗を有効活用し、中心市街地の賑わいを <u>イベントの開催を通じて、</u> 地域コミュニティの活性化につなげます。	・ <u>中心市街地における空き地・空き店舗の利活用</u> （商工観光課） …市内商工業団体、地域団体等との連携のもと、空き地・空き店舗を有効活用し、中心市街地の賑わいを <u>創出することで、</u> _____地域コミュニティの活性化につなげます。	商工観光課
P20	・ <u>次代につながる公共交通ネットワーク形成事業</u> （企画振興課×商工観光課×福祉課× <u>教育課</u> ） …市民ニーズや地域データの収集・分析を行い、これらに基づき、 <u>持続可能な</u> _____地域公共交通の確保維持改善のための計画を策定し、市内公共交通の体系を方向づけます。	・ <u>次代につながる公共交通ネットワーク形成事業</u> （企画振興課×商工観光課×福祉課） …市民ニーズや地域データの収集・分析を行い、これらに基づき、 <u>専門家を招聘して将来にわたる</u> 地域公共交通の確保維持改善のための計画を策定し、市内公共交通の体系を方向づけます。	商工観光課
P21	・ <u>子どもたちのふるさと教育（地域づくり支援室）</u>	・ <u>子どもたちのふるさと教育（地域づくり・移住定住支援室）</u>	企画振興課
P21	・ <u>地域リーダー育成講座（地域づくり支援室×生涯学習課）</u>	・ <u>地域リーダー育成講座（地域づくり・移住定住支援室×生涯学習課）</u>	企画振興課
P23	①【計画策定（PLAN）】 ・ <u>まち・ひと・しごと創生総合戦略庁内プロジェクトチーム（以下、総合戦略庁内プロジェクトチーム）</u> による戦略素案の協議	①【計画策定（PLAN）】 ・総合戦略庁内プロジェクトチームによる戦略素案の協議	企画振興課

	改正案	現行	担当課
P24	<p><b>2 総合戦略庁内プロジェクトチーム</b></p> <p>副市長をリーダーとし、総合戦略に係る課等の長などをメンバーとして構成します。</p>	(新規)	企画振興課
P24	<p><b>3 まちづくり審議会による検証</b></p> <p>総合戦略の進捗管理は、産学官勤労言の有識者で構成する「東御市まちづくり審議会」において進捗・効果検証を実施し、必要に応じて改善（総合戦略の見直し）を行います。</p>	<p><b>2 まちづくり審議会による検証</b></p> <p>総合戦略の進捗管理は、産学官勤労言の有識者で構成する「東御市まちづくり審議会」において進捗・効果検証を実施し、必要に応じて改善（総合戦略の見直し）を行います。</p>	企画振興課
P27	<p><b>ワイン&amp;ビアミュージアム来館者数</b></p> <p>【東御市6次産業化推進室集計】</p> <p>7,539人(2021年)⇒10,500人(2024年)</p>	(新規)	6次産業化推進室
P27	<p><b>ワイン&amp;ビアミュージアムは、ワインを基軸とした地域ツーリズムの拠点施設であり、施策効果により、毎年約1,000人の増加を見込み、目標値として設定。</b></p>	(新規)	6次産業化推進室
P27	<p><b>東御市公式ファンクラブサイト『とうみにてい』会員数</b></p> <p>【東御市企画振興課集計】</p> <p>0人(2019年)⇒1,500人(2024年)</p>	<p><b>湯の丸ファンクラブ会員数</b></p> <p>【東御市企画振興課集計】</p> <p>0人(2019年)⇒2,500人(2024年)</p>	企画振興課
P27	<p>ふるさと納税寄付者約15,000人のうち_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____の約1割をファンクラブ会員になってもらうよう目標値を設定。</p> <p>(15,000人×10%=1,500人)</p>	<p>ふるさと納税寄付者23,000人のうち湯の丸高原高地トレーニング施設への応援寄附が約半分(11,500人)あり、湯の丸スポーツ交流施設利用者の宿泊者数の目標値が16,000泊としていることから、5年後には湯の丸高原へ応援いただいている方の約1割をファンクラブ会員になってもらうよう目標値を設定。</p> <p>((11,500人+16,000人)×10%≒2,500人)</p>	企画振興課