

SDGs共創パートナーシップにより育む「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想

長野県大町市（2020年度選定）

1.地域の特徴と課題及び目標	長野県の北西部、松本平の北に位置し、西部一帯に3,000m級の北アルプスの雄大な山々が連なり、東部には四季折々の変化に富んだ美しく豊かな自然に囲まれた昔ながらの里山が広がる山岳文化都市である。1999年12月を境に急激な人口減少が始まる。基幹産業である観光業をはじめ、地域経済の活性化による雇用の創出や安心安全な暮らし、地域コミュニティの維持など多様な課題を抱えており、人口流出の抑制が課題である。地域資源の磨き上げと掛け合わせによる取り組みを通じ課題解決へとつなげ、魅力あふれるサステナブル・タウンを実現する。	2.関連するゴール	
3.取組の概要 (三側面をつなぐ統合的取組概要を含む)	市の至高の資源である「水」に焦点をあて最大限に活用するとともに、「水」に関わるひと・しごとを主役とする経済・社会・環境の三側面から地域資源の磨き上げと掛け合わせにより、SDGsに資する「まち・ひと・しごとづくり」を、市民を主体とする産学官金連携により一体的に推進し、人口減少をはじめとする多様な地域課題を克服し、サステナブル・タウン「水が生まれる信濃おおまち」を実現する。		
4.自治体SDGs推進等に向けた取組 1.経済面の取組 ①サステナブル・ツーリズム推進事業 ②企業誘致・起業支援 ③産業間連携事業 2.社会面の取組 ①移住・定住促進事業 ②スマートシティ推進事業 3.環境面の取組 ①環境保全活動事業 ②環境学習事業 ③再生可能エネルギーの開発・普及 4.三側面をつなぐ統合的取組 ①「水が生まれる信濃おおまち」地域ブランド振興事業 ②「水が生まれる信濃おおまち」関係人口創出事業	6.取組成果 ・大町「水の学校」をキャッチコピーに掲げ、各事業所の観光資源の磨き上げや24件のSDGs探求学習旅行プログラムを造成し、学習旅行の誘致活動の実施 ・森林の里親協定書を締結し、企業と連携した森林整備活動の実施 ・サントリーとの連携により水育の推進を行い、市内小中学校で水育を受講 ・水循環の専門家や地域歴史家の講演会を実施し、水歴史や資源に関する基本的な情報のデジタルアーカイブ化を行い、パンフレットの作成を行った。 ・SDGsの普及啓発と「水を起点としたまちづくり」の取組みについて理解を深めるため、10月をみずのわ月間と位置づけ、コーヒーフェスティバルの開催や様々な事業と連携を図り、市内外へ周知、広報を行うと共に、地域ブランドの認知度等の向上を図った。 ・水を食材と捉えて、著名なかき氷クリエイターとバーテンダーを招聘し、オリジナルのかき氷及びカクテルのレシピ開発を行い、市内の協力事業者で販売を開始。 ・地域ポータルサイト積極的な情報発信。ECサイトによる特産品や土産物など販売		
5.取組推進の工夫 ・SDGs未来都市計画の構想実現のため、多様なステークホルダーとの連携が不可欠であり、産学官金連携による一体的な推進プラットフォーム「信濃おおまち みずのわプロジェクト」を発足し、計画に掲げる具体的な取組をアクションプランとして事業を推進している。	7.今後の展開策 産学官金連携によるプラットフォーム「信濃おおまち みずのわプロジェクト」では、アクションプランにより事業を推進し経済・社会・環境の三側面からのアプローチを進めている。また、地域企業・団体等のステークホルダーの拡大及び連携強化を図る仕組みについて検討を進め普及啓発だけでなく具体的な取組みについて検討を進める。		
8.他地域への展開状況（普及効果）	環境省「令和5年度良好な水循環・水環境創出活動推進モデル事業」に採択され、情報発信への協力及び他の採択団体との意見交換会に参加した。		

SDGs未来都市等進捗評価結果報告シート

2020年度選定

長野県 大町市

2024年9月

SDGs未来都市計画名

自治体SDGsモデル事業
又は特に注力する先導的取組

大町市SDGs未来都市計画『SDGs共創パートナーシップにより育む「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想』
SDGs共創パートナーシップにより育む「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想

2020年度

第 1 期SDGs未来都市計画（2020～2022）の進捗評価結果報告シート（様式3-2）

長野県大町市 第 1 期 S D G s 未来都市計画：計画期間2020年～2022年

（ 1 ） 2030年のあるべき姿の実現へ向けた取組の達成状況

No	指標名 ※[]内はゴール・ターゲット番号	当初値	2022年	2030年（目標値）	達成度 （%）	第2期計画（または独自計画）の KPIへの反映状況
1	新規起業、新規就農、企業誘致の合計数【6. b】	2018年 16 事業者	2022年 13 事業者	2030年 40 事業者	-13%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
2	観光消費額【8.9】	2018年 12,213.0 百万円	2022年 14660 百万円	2030年 13,434 百万円	200%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
3	Society5.0に資する実証実験等からの事業化数【11.2、11.3】	2018年 0 件	2022年 0 件	2030年 3 件	0%	自治体SDGsの推進に資する取組（社会）のKPIとして引き続き第2期計画で進捗を確認し
4	国内外の延宿泊者数【12. b】	2019年計 6,993 百人	2022年 9,219 百人	2030年 7,692 百人	318%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
5	観光業・商業者・農業者等間でのビジネスマッチング件数【17.17】	2018年 3 件	2022年 0 件	2030年 16 件	-23%	自治体SDGsの推進に資する取組（経済）のKPIとして引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
6	地域ブランドの認知度向上の割合【6. b】	2015年7月 9.4 %	2022年 データなし %	2030年 75 %	－	第2期計画では包括的なKPIを設定し取組達成へ向け推進を図る予定。
7	市内就業者数／総人口【8.9】	2016年 44.5 %	2022年 -	2030年 50 %	－	第2期計画ではKPIを見直し（削除）。
8	安心安全な暮らしに対する満足度向上の割合【11.2、11.3】	2015年7月 32.4 %	2022年 データなし %	2030年 77 %	－	第2期計画ではKPIを見直し（削除）。
9	信濃おおまちサポーター（首都圏在住者）登録者数【17.17】	2018年 31 人	2022年 43 人	2030年 169 人	9%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
10	地域循環共生都市化に資する協働活動数【6.1、6. b】	2019年 2 件	2022年 5 件	2030年 12 件	30%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
11	新エネルギーを活用した産業の創出数、温度差発電ユニットの実用化数【7. a】	2018年 1 件	2022年 0 件	2030年 3 件	-50%	第2期計画では包括的なKPIを設定し取組達成へ向け推進を図る予定。
12	特別天然記念物「日本ライチョウ」の飼育数【15.5】	2020年2月 8 羽	44593 8 羽	2030年 8 羽	100%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
13	地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）の活用事業者数【17.17】	2020年2月 0 社	44593 0 社	2030年 5 社	0%	自治体SDGsの推進に資する取組（三側面）のKPIとして引き続き第2期計画で進捗を確認していく。

（ 2 ） 自治体SDGsの推進に資する取組の達成状況

No	取組名	指標名	当初値	2022年 実績	2022年 目標値	達成度 （%）	第2期計画（または独自計画）の KPIへの反映状況
1	地域資源を活用した観光振興による、まち・ひと・しごとづくり	観光消費額	2018年 12,213 百万円	2022年 14,660 百万円	2022年 13,000 百万円	311%	2030年のあるべき姿の実現へ向けた取組のKPIとして引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
2	地域資源を活用した観光振興による、まち・ひと・しごとづくり	インバウンドの延宿泊者数	2018年計 22,794 人	2022年 3,913 人	2022年 41,256 人	-102%	第2期計画では取組内容に応じた新規KPIに変更し、取組達成へ向け推進を図る予定。
3	地域資源を活用した観光振興による、まち・ひと・しごとづくり	観光業・商業者・農業者等間でのビジネスマッチング件数	2018年 3 件	2022年 0 件	2022年 8 件	-60%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
4	地域資源を活用した地域ブランド振興による、まち・ひと・しごとづくり	長野県内の認知度順位（19市中）	2018年 16 位	2022年 15 位	2022年 12 位	25%	第2期計画では包括的なKPIを設定し取組達成へ向け推進を図る予定。
5	地域資源を活用した地域ブランド振興による、まち・ひと・しごとづくり	信濃のおもてなし/ハートフル豆蔵市実行数 (首都圏等で開催される物産展にて、信濃おおまちブランドのPR活動を行う市内の生産者・製造業者)	2018年 0 社	2022年 14 社	2022年 20 社	70%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
6	地域資源を活用した地域ブランド振興による、まち・ひと・しごとづくり	信濃おおまちサポーター（首都圏在住者）登録者数	2018年 31 人	2022年 43 人	2022年 50 人	63%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
7	地域資源を活用した移住促進と誰もが活躍できる、まち・ひと・しごとづくり	市民の定住意向の割合	2015年7月 71 %	2022年 データなし %	2022年 75 %	－	第2期計画ではKPIを見直し（削除）。
8	地域資源を活用した移住促進と誰もが活躍できる、まち・ひと・しごとづくり	体験ツアー参加者数	2018年 32 人	2022年 33 人	2022年 60 人	4%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
9	地域資源を活用した移住促進と誰もが活躍できる、まち・ひと・しごとづくり	広域連携で取り組む分野	2018年 8 分野	2022年 11 分野	2022年 10 分野	150%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。

長野県大町市 第 1 期 S D G s 未来都市計画：計画期間2020年～2022年

（３）三側面ごとの取組の達成状況（自治体 S D G s モデル事業又は特に注力する先導的取組）

No	取組名	取組内容	指標名	当初値	2022年	2022年（目標値）	達成度（％）	第2期計画（または独自計画）のKPIへの反映状況
1	【経済】 ①－1 観光プロモーション事業 ①－2 地域ブランド振興事業	・雇用、新分野進出、企業誘致、起業数の増大 ・滞在型観光の着地型コンテンツづくり ・SDGs探求学習旅行プログラムを造成 ・水を活用した地域ブランドづくり	新規起業、新規就農、企業誘致の合計	2018年計 16 事業者	2022年 13 事業者	2022年 24 事業者	-38%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
			観光消費額	2018年 12,213 百万円	2022年 14660 百万円	2022年 13,300 百万円	225%	2030年のあるべき姿の実現へ向けた取組のKPIとして引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
			国内外の宿泊客延数	2019年計 6,993 百人	2022年 9219 百人	2022年 9,090 百人	106%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
			観光業・商業者・農業者等間でのビジネスマッチング件数	2018年 3 件	2022年 0 件	2022年 8 件	-60%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
2	【社会】 ②－1 移住促進事業 ②－2 スマートシティ推進事業 ②－3 北アルプス連携自立圏 移住交流事業	地域ブランド振興による魅力度の向上 ・移住相談 ・移住体験ツアー ・立地適正化計画 ・若者交流、結婚・子育て支援 ・広域観光、就労支援 ・福祉事業	地域ブランドの向上度の割合	2015年7月 9.4 ％	2022年 調査なし（令和7年度実施予定）	2022年 50.0 ％	－	第2期計画では自治体SDGsの推進に資する取組（三側面）に包括的なKPIを設定し取組達成へ向け推進を図る予定。
			市内就業者数／総人口	2016年 44.5 ％	2022年 調査なし（国勢調査数値）	2022年 50.0 ％	－	第2期計画ではKPIを見直し（削除）。
			安心安全な暮らしに対する満足度向上の割合	2015年7月 32.4 ％	2022年 調査なし（令和7年度実施予定）	2022年 50.0 ％	－	第2期計画ではKPIを見直し（削除）。
			信濃おおまちサポーター（首都圏在住者）登録者数	2018年計 31 人	2022年 43 人	2022年 50 人	63%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
3	【環境】 ③－1 自然とひとがともに輝くまちづくり事業	・地球温暖化対策 ・水源涵養、森林等の環境保全活動	地域循環共生都市化に資する協働活動数	2019年 2 件	2022年 5 件	2022年 5 件	100%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
			地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）利用事業者数	2020年2月 0 社	2022年 0 社	2022年 2 社	0%	自治体SDGsの推進に資する取組（三側面）のKPIとして引き続き第2期計画で進捗を確認していく。

（４）三側面をつなぐ統合的取組の達成状況（自治体 S D G s モデル事業又は特に注力する先導的取組）

No	指標名	当初値	2022年実績	2022年目標値	達成度（％）	第2期計画（または独自計画）のKPIへの反映状況
1	【経済→環境】 地域循環共生都市化に資する協働活動数	2019年 2 件	2022年 5 件	2022年度 5 件	100%	自治体SDGsの推進に資する取組（環境面）のKPIとして引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
2	【環境→経済】 地方創生応援税制利用事業者数	2020年2月 0 社	2022年 0 社	2022年度 1 社	0%	引き続き第2期計画で進捗を確認していく。
3	【経済→社会】 地域ブランドの認知度向上の割合	2015年7月 9.4 ％	2022年 調査なし（令和7年度実施予定）	2022年度 50.0 ％	－	第2期計画では包括的なKPIを設定し取組達成へ向け推進を図る予定。
4	【社会→経済】 市内就業者数／総人口	2016年 44.5 ％	2022年 調査なし（国勢調査数値）	2022年度 50.0 ％	－	第2期計画ではKPIを見直し（削除）。
5	【社会→環境】 地域循環共生都市としての市民満足度向上の割合	計測値なし	2022年 調査なし（令和7年度実施予定）	2022年度 50.0 ％	－	第2期計画ではKPIを見直し（削除）。
6	【環境→社会】 市民の定住意向の割合	2015年7月 70.5 ％	2022年 調査なし（令和7年度実施予定）	2022年度 75.0 ％	－	第2期計画ではKPIを見直し（削除）。

長野県大町市 第 1 期 S D G s 未来都市計画：計画期間2020年～2022年

（５）第 1 期SDGs未来都市計画の進捗評価結果を踏まえた総括

●特筆すべき事業内容 ・指標（３）１，指標（３）３：SDGs未来都市計画の構想実現のため産学官金連携によるプラットフォーム「信濃おおまち みずのわプロジェクト」を発足。アクションプランでは、4つのテーマを掲げ8つの事業に取組み経済・社会・環境の三側面からのアプローチにより地域課題の解決に向け新たな仕組みにより、効率的・効果的な取組みを進めることとした。 ・指標（１）１，指標（２）１，指標（３）１：高付加価値化を目的にサステナブルツーリズムを推進することとし、観光事業の推進のため、SDGs学習旅行誘致協議会を設置し、市内事業所と協力し観光資源の磨き上げにより「水とエネルギー」について考えるSDGs探求学習旅行プログラムを造成した。 ・指標（３）３：サントリーとの協働の取組みとして、水源涵養と土壌保全型の森林整備活動ビジョンの作成の取組みや次世代環境教育を推進した。 ・指標（１）１、指標（１）５、指標（２）２、指標（２）３、指標（３）１：第１期の計画期間は新型コロナウイルス感染症の流行により人の移動が制限され、地域経済の下支えを行うことが優先されるなかで、企業誘致やインバウンド、産業間連携を促進する取組を行うことができなかった。そのため関連する３項目のKPIにおいて目標値を下回り、コロナ禍を契機とした社会変容への対応が求められており、毎年度に作成する実施計画の策定を通じて柔軟な事業改善に取り組むこととする。 ・指標（１）１１：再生可能エネルギーの開発、普及においては、社会の技術革新は目覚ましいものの、例えば太陽光発電事業に関する環境、社会への課題が表面化してくるなど、新エネルギーの導入に関するリスクを考慮しなければならない状況となり、個別具体的なKPIを設定したこともあって関連するKPIの実績は０件となったが、地球温暖化対策として大町市地球温暖化対策実行計画を策定し、大町市ゼロカーボンシティ宣言を行う中で、第2期計画では当市の環境やおかれた状況に合わせたKPIを設定し、総合的に環境負荷を提言する取組を着実に進めることとする。
●成果 ・指標（２）４、指標（４）３：SDGs未来都市計画では、「関係人口づくり」と位置付けていることから、知名度の向上を目指し、積極的な情報発信を行う地域ポータルサイトを構築し積極的な情報発信体制を構築した。また、コロナ禍において需要の高まりを見せるECサイト「みずのわマルシェ」をオープンし、当市の特産品や土産物など販売を開始した。 ・指標（１）10、指標（２）４、指標（３）１，指標（３）３、指標（４）１：みずのわ月間を実施し、シンポジウムをはじめ様々な事業と連携を図り、大町市の認知度及び魅力度の向上を図るとともに、SDGsと水のブランド化の取組みを広く市民へ周知、広報する機会とし、市民の参画機運の醸成を図られた。 ・指標（１）１，指標（２）１，指標（３）１：SDGs学習旅行誘致協議会により、大町「水の学校」をキャッチコピーに掲げ、各事業所の観光資源の磨き上げや24件のSDGs探求学習旅行プログラムを造成し、学習旅行の誘致活動に積極的に取組んだ。 ・指標（１）10，指標（３）３，指標（４）１：森林の里親協定書を締結し、企業と連携した森林整備活動の実施や、市民による一斉清掃により水路等清掃活動を実施した。また、次世代環境教育として、サントリーが行う「水育」、「森と水の学校」の取組を推進し、市内小中学校での実施した。
●課題 ・指標（１）10，指標（３）３，指標（４）１：清冽豊富な水資源があることを当たり前と思っている市民もあり、継続的にSDGsと水のブランド化の取組みを広く市民へ周知、広報するとともに、水を活かしたまちづくりへの市民の参画機運の醸成を図る必要がある。 ・指標（２）４：地域ブランド調査2022によると大町市は認知度654位（2020年648位）、魅力度399位（2020年463位）となっており、地域ブランドの向上や関係人口の創出に向けて、当市の至高の資源である水を活かす取組みを強化していかなければならない。
●今後の展望 産学官金連携によるプラットフォーム「信濃おおまち みずのわプロジェクト」ではアクションプランにより事業を推進しており、経済・社会・環境の三側面及び三側面を繋ぐ統合的取組に基づきアプローチを進めている。また、地域企業・団体等のステークホルダーの拡大及び連携強化を図る仕組みについて検討を進め普及啓発だけでなく具体的な取組みについて検討を進める。

（６）有識者からの取組に対する評価

・「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウンの実現を掲げている。地域の最大の資源である「水」を活用し、異業種参入、企業誘致、起業により増幅させる戦略には大いに期待したい。社会では移住定住だけでなく「信濃大町サポーター（首都圏在住者）登録者数」などの関係づくりも重要である。１期での課題を把握し分析して、第２期の事業計画に反映されることを期待したい。 ・第１期はコロナ禍で苦勞されたと思われるが、第２期計画では現状を改めて見直し、現実的な目標と指標に変更するなどし、進めていただければよい。新エネルギー導入の課題対応については、地域の経済効果やエネルギーの自給を明確に目標に据えられると良い。
--