

このまちを選び 魅力を結ぐ

本市に住む人に愛着と誇りを持ってもらうために。市外に住む人が二に住みたいと思ってもらったために。今回は、誰もが住み続けたいと思う魅力あるまちづくりについて特集します。

塩尻市は暮らしやすいと思う人が増加

人口は地域の持続性に大きく影響します。日本全体で少子高齢化が進む中、本市の令和2年の総人口は平成27年に比べてわずかに増加するなど、国立社会保障・人口問題研究所による推計を上回る人口規模を維持しています。(図1参照)

また、本市が毎年実施している市民意識調査においては、子育てしやすいまちであると思う市民の割合や、塩尻市での暮らしに満足している市民の割合は上昇傾向にあり、暮らし

人が戻ってきやすいまちづくり に関心が高まる

暮らしやすいと思う市民の割合が多い一方、塩尻市を他地域に誇れると感じる市民の割合は、半数ほどなっています(図2参照)。今後進行する少子化への懸念や、若い世代にとって働く場所や魅力がより必要であるという意見もあります。また、長野県が行うUターン就職状況等に関する調査では、県外に進学した県出身学生の県内就職率は減少傾向に

あります(図3参照)。本市において、令和4年度に行った第六次総合計画策定にかかる市民アンケートでは、市民が大事だと思うまちづくりのキーワードに「雇用対策・Uターン就職促進」が上位に入るなど、一度市外に出た人が戻ってくるまちづくりに関心が高まっていることがわかります。

若者が帰ってきたくなくなるまちへ

本市が選ばれ続けるためには、Uターンをする際に、本市を選

ぶような魅力的なまちづくりが必要です。また、住民が地域の魅力を知り、住民自らの力でその魅力を守り、後世に伝えていくことが大切です。市内外の人が本市に魅力を感じ、住みたい・住み続けたいと思うまちにするためにはどうしたら良いのか。次のページからは、このまちに住むことを選びUターンをした皆さんに聞く塩尻市の魅力をお伝えするとともに、このまちに住み、地域を守りながらまちづくりの一端を担う地域の皆さんを紹介します。

図1 本市の実人口、第五次目標人口、社人研^{※1}(平成22年)の推計人口

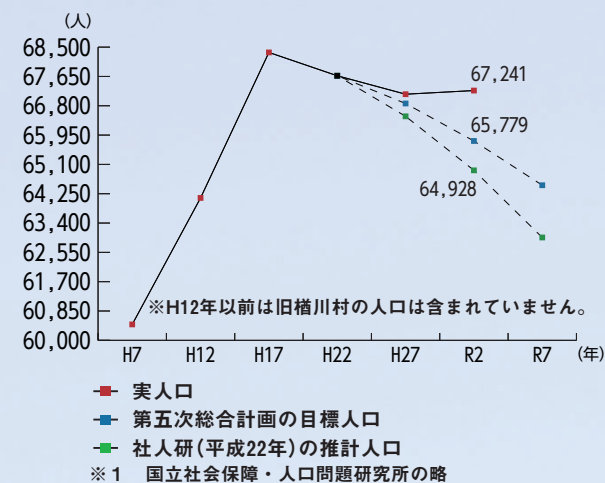


図2 市民意識調査の結果

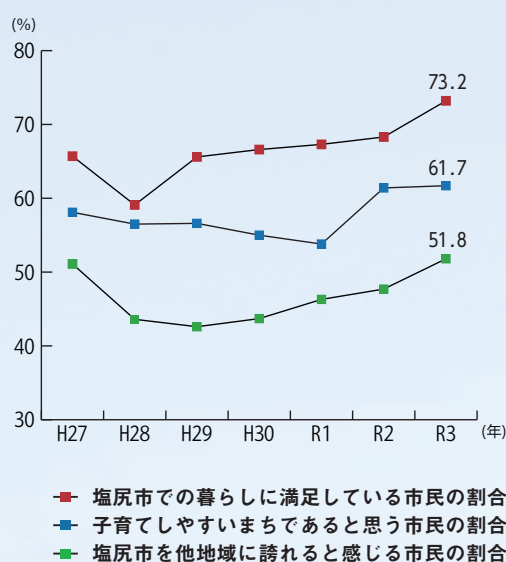
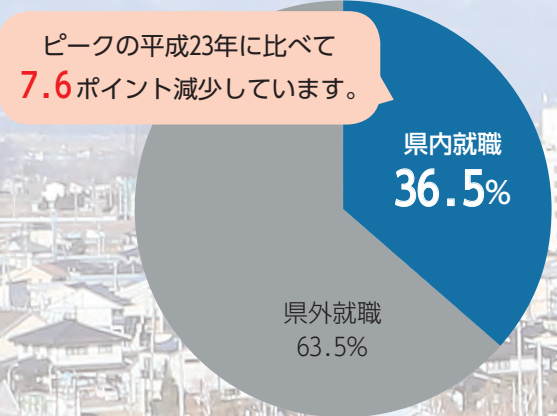


図3 県外に進学した県出身学生の県内就職率(令和4年)



出典: Uターン就職状況等に関する調査(県産業労働部)

アットホームで自然豊かな場所

出産を機にこのまちに移住し、このまちでアパレルブランド起業の準備をしています。着たいデザインがあってもサイズの合う服がないという娘の悩みから、同じような悩みを持つ人の助けになりたいと思い、起業することを決意しました。何から始めて良いか分からず悩んでいたところ、商工会議所の人が親身になって相談に乗ってくれました。都市部には無いアットホームさや、相談したい時に相談で

きる場所が近くにあることが心強かったです。また、環境面での魅力は自然が近く、心身のリフレッシュがしやすいところです。都市部に比べると土地単価が低いので、広い敷地を確保できると感じます。同じ敷地内に住む叔父が家庭菜園をされており、季節ごとの新鮮な野菜が食べ放題でうれしいです。これからも自然豊かなこのまちに住み続け、自分のやりたい仕事を続けていきたいです。

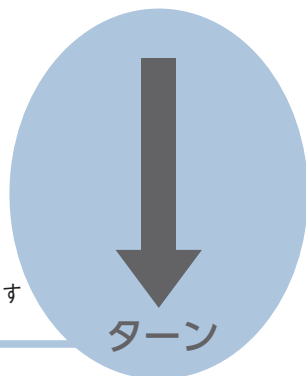


湯谷 こず恵 さん
(桔梗ヶ原)

Profile

都市部に生まれ本市に移住。現在、低身長者向けのアパレルブランドを立ち上げる準備をしている。

都市部に生まれ育った人が、地方に移住すること



このまちも 選択した理由



このまちの自然、人が好き。このまちでやりたいことがある。さまざまな理由で、人生のステージに塩尻市を選んだ人たちに、このまちの魅力についてお聞きしました。



北村 有司 さん
(吉田四区)

子育てがしやすく交通の便が良い

ライフスタイルに合った生活を探したいと思い、その第一歩として祖父母の家があったこのまちに家族で移住してきました。このまちの魅力は、自然とまちのバランスが取れているところだと思っています。山に囲まれて自然がたくさんあるし、子育て支援センターや図書館など子どもと一緒に過ごせる施設があるため、子育てがしやすいまちだと感じます。また、交通の便が良いとこ

ろも魅力の一つです。隣まちへのアクセスはもちろん、都市部へもアクセスしやすいです。仕事の関係で都市部に行かなくてはならない時も、このまちから電車やバス、飛行機で行くことができ、移動時間が短くありがたいです。私はさまざまな企業や行政のプロモーション映像の制作をしています。いつかその技術を生かして、地域の活動に役立てられたらいいと思います。

Profile

隣市に生まれ、大学進学で都市部に住み、1年半前から本市に移住。映像クリエイターの仕事をしています。

進学や就職で地方から都市部に移住した後、生まれ育った地域に近い地方都市に移住すること



自然が多く暮らしやすいまち

都市部もとてもすてきですが、自然が豊かで静かに暮らせるこのまちで暮らしたいと思いついてきました。このまちの魅力はたくさんあります。例えば、空気がきれいで、街灯が無い場所に行けば満点の空を楽しめるところや、どこに行くにもアクセスが良いため、さまざまな場所に出掛けやすいところです。私を感じる住みやすさは120点満点ですね。また、趣味で山登りをする

のですが、高ボッチ高原から見える景色は最高です。このようなところにも負けないくらい自然の魅力や魅力的な場所があることを、多くの人に知ってもらいたいです。今後は、ポーリング場やカフェなどが集まるような場所が増えたり、市内外から人が集まるような恒例イベントが増えたりして、このまちの良さをたくさんの人に知ってもらえる機会が増えることを期待しています。



中野 志保 さん
(岩垂)

Profile

本市に生まれ、大学進学で都市部に住み、就職を機に本市に戻る。医療と科学の総合商社で働いている。

地方から進学や就職などで都市部に移住した人が、再び生まれ育った地域に戻ることに



若者へのメッセージ

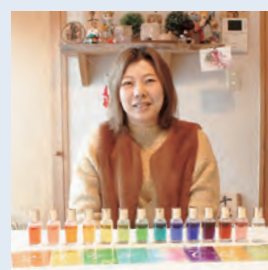
出張シリゼミで講師を務めた皆さんに、将来に悩む若者に向けたメッセージをお聞きしました。

興味があることはやってみる

家業の呉服屋を継ぎました。学生時代に経験したアルバイトで接客をする楽しさを知り、継ぐことを決意しました。どんなことがきっかけで自分のやりたいことに気付くのかは分かりません。興味を持ったことはとりあえずやってみることが大切だと思います。



いちた 松尾 純子 さん



Healing Speace Lucias 赤羽 真由美 さん

人の可能性は無限大にある

私は、幼児～大人の学習塾やカラーセラピー、数秘術など自分が好きで得意なことを仕事にしています。若い頃の進路選択は難しいと思いますが、人の可能性は無限大です。やりたいと思ったことはどんどん挑戦して自分の可能性を広げていって欲しいと思います。

地元での経験を将来の選択肢に

創業75年の和菓子店を営んでいます。高校生に向けて講師をしてみると、やはり将来、どんな職業に就きたいのか悩む人が多いと感じました。若い頃はそれで良いと思います。地元で経験した職業体験が、将来を決める時の選択肢の一つになってもらえたらなと感じます。



雲居鶴 太田 圭一 さん

時には休んでいい

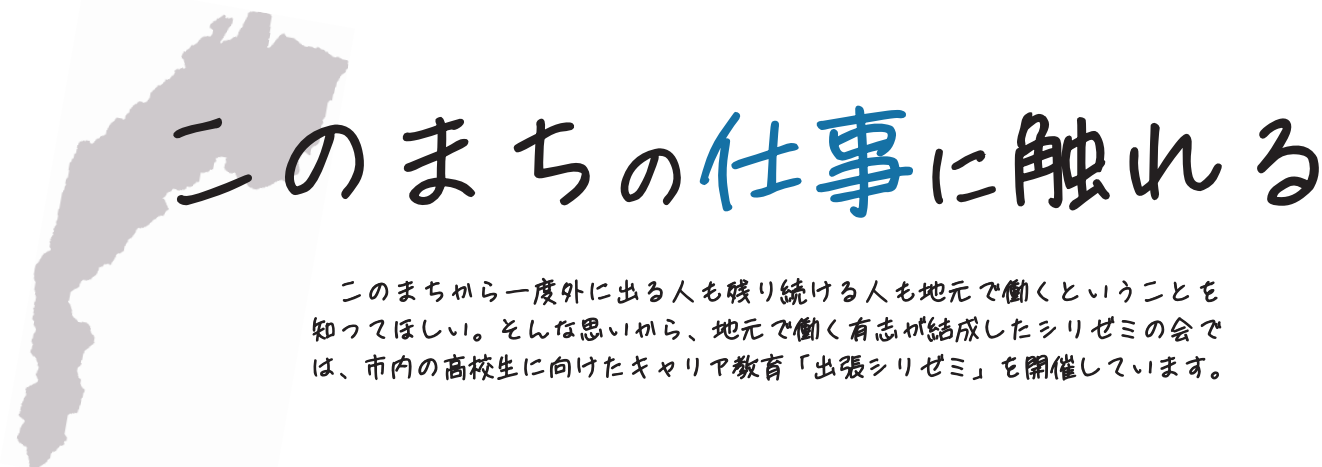
アロマを使ったマッサージをしてリラックスできる空間を提供しています。未来ある若者には豊かな人生を送って欲しいです。香りは気持ちを整えてくれます。迷った時は好きな香りで深呼吸をして考えてみましょう。時には休みながら、悔いのない選択をしてください。



アロマテラピーサロン 木乃香 高山 あゆみ さん



- 1 2 5 教壇に立ち、仕事内容や経歴などを説明する講師たち
 - 3 生徒に着付けを行う松尾さん
 - 4 キーワードが書かれた自己紹介カードを使用し、グループワークをする様子
 - 6 8 太田さんの指導のもと、生徒たちは和菓子作りに挑戦します
 - 7 アロマを使い、リップクリームを作ります
- ※この写真は平成29年以前のものです。



このまちから一度外に出る人も残り続ける人も地元で働くということを知ってほしい。そんな思いから、地元で働く有志が結成したシリゼミの会では、市内の高校生に向けたキャリア教育「出張シリゼミ」を開催しています。

地域の仕事や働く人々の魅力を伝え、将来を考えるきっかけを作る

飲食店経営者でシリゼミの会の代表も務める草野徹さんに、地元でキャリア教育をする重要性について聞きました。

地域の人が高校生の講師に

シリゼミの会では、地域で働く人が自ら講師となり、プロならではの専門的な技術やコツを無料で紹介する少人数制のゼミナールを行っています。この取り組みを知った市内の高校教師から、ぜひ講師として高校で授業をしてもらいたいという声があり、地域住民

きっかけはいっ見つかる 分からない

高校生は、将来の進路にとても悩む時期だと思います。私自身、高校時代は数学が好きで数学教師を目指していましたが、しかし、学生時代に飲食店のアルバイトをしていた

時にお客さんから「あなたが作ったサンドイッチがこの店で一番おいしい」と言われたことがきっかけで飲食店経営をしたいと思うようになりました。どんなことがきっかけで、自分のやりたいことや職業が見つかるか分かりません。

このまちの魅力を伝える

地域でキャリア教育をすることは、全国的にも珍しい取り組みです。この取り組みの

目的は、すぐに塩尻市で働いてほしいということではありません。地域の皆さんが高校生に自分の経験を伝えることで、高校生が将来を考えるきっかけ作りの場になればと思っています。それがいづれ塩尻市に戻ってくることにつながると良いですね。

高校生に限らず、若者は可能性が無限大にあります。これからも、地元の職業や働く皆さんの魅力を多くの若者に伝え続けていきたいと思っています。



TOM's Green Field シリゼミの会代表 草野 徹 さん

このまちを自分たちで 守り続ける



地域の魅力を後世に伝える。それは人任せにするのではなく、自分たちができることを楽しんでやること。そして、人と人とのつながりで地域が保たれる。自分たちの手で地域を守り魅力を伝える2つのプロジェクトをご紹介します。



リーダー 松原 範雄さん
メンバー 丸山 保さん
メンバー 中野 秀治さん

地域の歴史を後世に受け継ぐ

宗賀地区
どんぐりプロジェクト

山の調査のために宗賀財産区議員が放置されていた旧[※]学友林を見て「昔はここが俺たちの遊び場だった。今の子どもたちにもここで遊び回ってほしい」と思いました。この思いが地域を動かし、平成28年にプロジェクトが始まりました。現在は、宗賀小学校の児童と一緒に学友林の整備や作物の栽培をしたり、遠足で地域の歴史的な場所を訪問したりするなどの、小学生に地域の魅力を知ってもらう活動をしています。メ

桜から地域を元気にする

檜川地区
ならかわ桜プロジェクト「NSP」

原さんの「最近この地域の桜に全く元気がないのよ。アフターコロナを見据え、春のおもてなしに桜が元気じゃないと。皆でこの地域の桜を元気にし、心を桜のように花咲かせたい」という思いがきっかけでこのプロジェクトは始まりました。プロジェクトでは、桜の木を病気から守るため、木の剪定を行って行きます。また、訪れる人へのおもてなしにつながるようにトイレを整備したり、檜川小中学校の地域活動と連携し、檜



短歌を作る人 瀧澤 ひとみさん
発起人 原 なをりさん
代表 酒井 慶太郎さん



▶市ホームページ。プロジェクトの詳細を紹介しています。



ンバーの丸山さんは「子どもたちに教えた地域の歴史や魅力が、その子どもに伝わり、この地域の良さが継承されることを願います」と語ります。また、令和3年度からは、塩尻市社会福祉協議会の活動で宗賀地区内の高齢独り暮らし世帯の庭木を伐採、剪定するなど、地域の困りごとへの手助けも行っています。今後の活動についてメンバーの中野さんは「子どもたちや地域の人に求められることは可能な限りやる。自分たちが楽しいから続けられますね」と語ります。リーダーの松原さんは「子どもたちが将来、このまちに戻ってきたいと思えるような活動を続けたい」と意気込みます。メンバー同士で知恵を出し合い、これからも活動を進めていきます。

※本来は「学友林」ですが、宗賀地区では「学友林」と表記しています。



◀ならかわ桜プロジェクトのホームページ。詳細や瀧澤さんの短歌を紹介しています。



学友林整備の様子



一緒に農作業をする様子



庭木の伐採・剪定する様子



桜の樹勢回復作業の様子

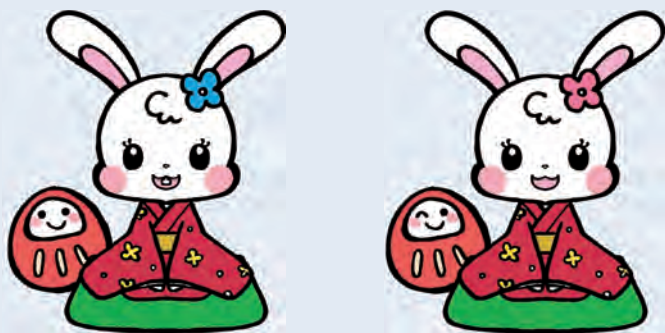


トイレ整備お披露目の様子



地域探索をする子どもたちの様子

新春お年玉 間違い探しクイズ



左右の絵には間違いが3つあります！

正解者の中から抽選で合計15名様に市内のワインまたはぶどうジュースをプレゼントします。併せて塩尻市の広報について意見を聞かせてください。

■申し込み方法 (次のいずれか)

- 市ホームページの電子申請
- はがき (記載事項は下記を参照)



■申込締め切り日

1月31日(金) (当日消印有効)

■抽選日 2月中旬

※当選者の発表は、賞品の発送をもって代えさせていただきます。また、当選者が未成年の場合は、希望に関係なくぶどうジュースを送付させていただきます。

※賞品の発送は、2月下旬を予定しています。

※間違い探しの答えは、広報塩尻3月号で発表します。

おもて面 (宛先)

〒399-0786

長野県塩尻市
大門七番町3番3号
塩尻市役所秘書広報課 宛て

応募者 基本情報

- 住所○氏名
- 電話番号○年齢

うら面 (記載事項)

- ①クイズの回答
- ②ワイン or ぶどうジュース
- ③【回答必須】今月号を読んだ感想をお聞かせください。
- ④【自由記載】市の情報発信についてご意見をお聞かせください。

限定前夜祭を開催するなどが一策です。市民だけの特別なイベントを共有することで、自らの体験を持って、塩尻市の魅力を他者に伝えられるようになります。

言葉一つでまちの魅力は上がる

こうした体験が蓄積されると、塩尻市を紹介するときに「〇〇市の隣」ではなく、「ワインが有名なまちです」と自信を持った表現になります。仮に、相手が知らなくても印象がよく、後で調べても

話することが重要です。「えんぱーく」や「えんてらす」、シビック・イノベーション拠点「スナバ」などの環境を生かして、多様な人材との対話・交流を加速してほしいですね。

市民に魅力を体感してもらおう

塩尻市の地域ブランドを高めるには、市民の皆さんがアンバサダー(大使)としてブランドを共有する機会が大切です。例えばですが、ワイナリーフェスタの市民

らえるかもしれません。見方・言葉の使い方一つで、市の認知や体験が増え、他の人に伝えられていく好循環が生まれる可能性が広がります。

塩尻市には他にも魅力や新しい変化がたくさんあります。市民の皆さんが、ほんのちよつと見方を変えて動けば、地域の魅力はもつと上がります。変革人材と交流拠点が多い塩尻市の強みを生かして、さまざまな人とのつながりや未来を創造する力を高めて欲しいです。

塩尻市の魅力度は 上昇傾向

地域ブランド調査は、対象地域に対して魅力度などの全89項目の設問を設け、地域のブランド力を消費者が各地域に抱く「魅力」として数値化しています。本市の魅力を上げるために、今後もさらなる魅力発信に努めていきます。



出典：ブランド総合研究所

挑戦と価値を作り出すまち

私が何かをご提案すると「いいですね! やってみましょう!」という声が増えてきたか考えましょ。と、前向きな反応の多さに驚きます。つまり、良い意味での「変人(変化させられる人)」が多いまちだと感じます。

新しい価値、すなわちイノベーションの創出には、「新結合」が必要で、前述のような変化を受け入れられる多様な人材が集い、対

このまちの 未来を考える

市内外の人にこのまちの魅力を知ってもらい関わる人も増やすために、二に住む私たちは何ができるのだろうか。未来に向けたまちづくりについて、地域ブランドに関する研究を行う信州大学の林靖人教授にお聞きしました。



信州大学副学長
林 靖人 教授

感性情報学(感性工学) 心理学的知見を応用し、ブランド認知の仕組みに関する基礎的研究とブランド構築の応用研究に取り組む。本市とブランド戦略の共同研究を行い「塩尻市ブランド」を共創すると同時に、第六次総合計画策定のための審議会会長も務める。

◀地域ブランド調査

- 調査対象地域 全792市(2022年4月末現在)と東京23区、および地域ブランドへの取り組みに熱心な185の町村を加えた計1,000の市区町村
- 調査対象者 20~70代の消費者を男女別、各年代別、地域別にはほぼ同数ずつ回収し、日本の縮図になるように、年齢や地域人口の分布にあわせて再集計
- 算出方法 提示した地域名に対して「どの程度魅力的に思うか」と質問し、「とても魅力的」を100点、「やや魅力的」を50点、「どちらでもない」「あまり魅力を感じない」「全く魅力的でない」をいずれも0点として、それらの回答を自治体ごとに集計し、点数として算出