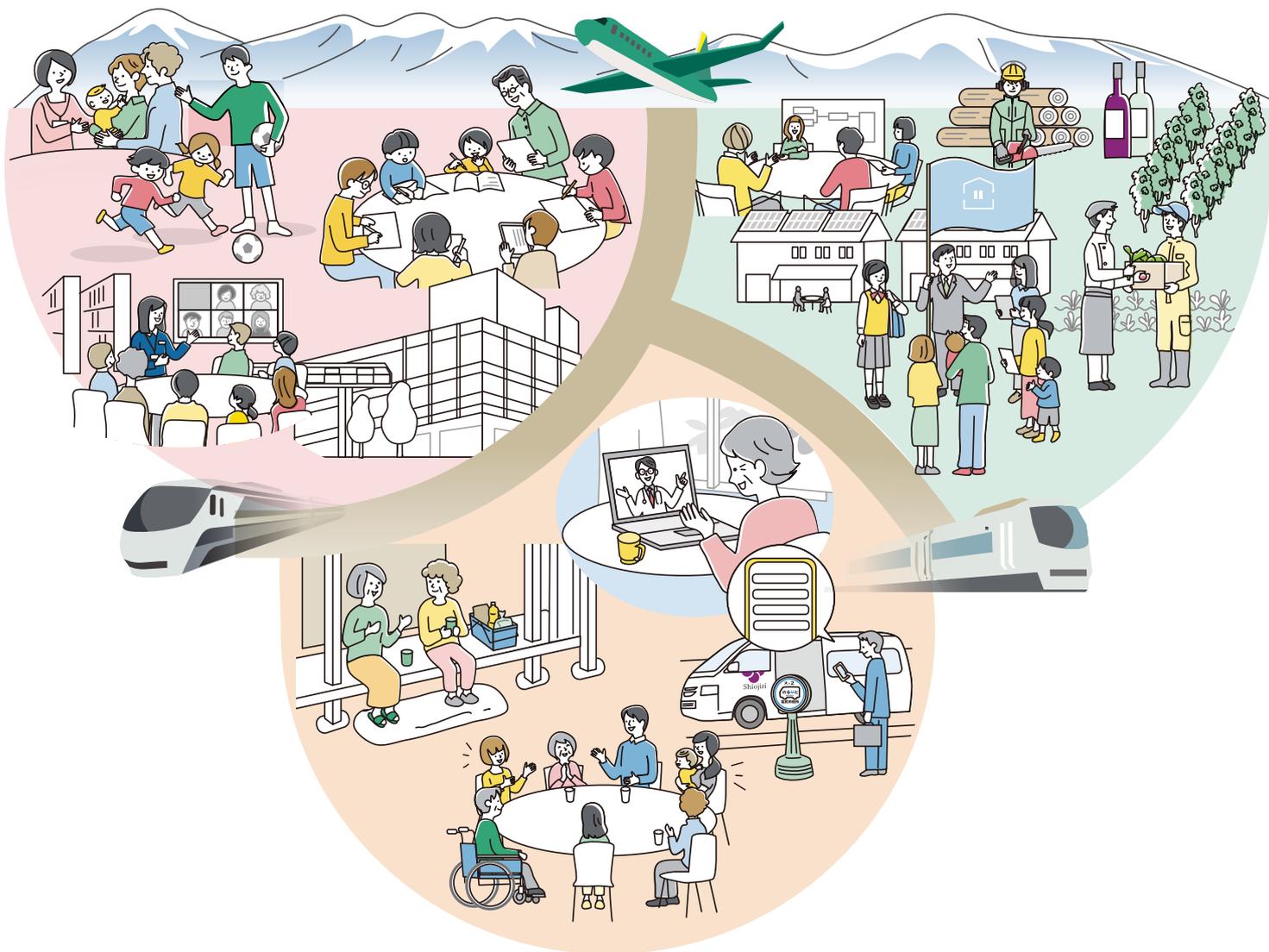


多彩な暮らし、叶えるまち。  
－ 田園都市しおじり－



# しおじり未来投資戦略

第六次塩尻市総合計画

令和6年4月  
塩尻市



市長あいさつ

暮らしの質と幸福感の向上を目指して

# 多彩な暮らし、叶えるまち。

## － 田園都市 しおじり －

塩尻市は、豊かな自然の恵みと快適な都市機能を併せ持ち、自給性と自立性の獲得を目指す田園都市として、歩みを進めてきました。

「確かな暮らし」を掲げた令和5年度までの第五次塩尻市総合計画では、人口65,000人以上を維持するとした目標を達成しました。また、子育て支援や住環境整備の重点化によって「暮らしやすさ」「子育て環境」の実感につながり、「えんぱーく」「えんてらす」「スナバ」「core 塩尻」などの交流拠点によって関係人口との交流や産官学連携が活発化しています。

人口減少や少子高齢化が今後も続き、またコロナ禍を経て本市を取り巻く環境や経済社会情勢が大きく変化する中でも、30年後も人や組織を引きつける地域であるよう、第六次塩尻市総合計画は本市の未来に向けた「しおじり未来投資戦略」として位置付けます。

目指す都市像「多彩な暮らし、叶えるまち。－田園都市しおじり－」には、お互いや地域を支え、課題の解決に挑戦したい市内外の人々がつながり、応援されることで、新たな価値を生み出し、それぞれの暮らしの質と幸福感の向上、すなわちウェルビーイング（身体的・精神的・社会的に良好な状態）を実現するという想いが込められています。

多くの方の想いや願いを盛り込んで策定された「しおじり未来投資戦略」に沿って、塩尻に來たい、住みたい、応援したい、挑戦したいという人々との共創アクションと、幸せを意識した市政によって一緒にありたい未来を実現してまいりましょう。

令和6年4月

塩尻市長

百瀬 敬



# 塩尻市の概況

本市は、松本盆地の南端、長野県のほぼ中央に位置し、市内には信濃川水系と天竜川水系の各河川が流れ、塩尻峠と善知鳥峠、鳥居峠は、太平洋と日本海への分水嶺となっています。

地形は扇状地形で、東西17.7キロメートル、南北37.8キロメートル、面積は約290.18平方キロメートルを有しています。北アルプス、鉢盛連峰、東山・高ボッチ山、さらには中央アルプスの山並みを背景に田園風景が広がる、清浄な水と緑に囲まれた歴史あるふるさとです。

また、太平洋側と日本海側の交通が交差する交通の要衝で、鉄道はJR中央東線・西線及び篠ノ井線が通過するとともに、主要幹線道路は、長野自動車道のほか、一般国道19号、20号及び153号が通過し、分岐点にもなっています。昭和40年には松本空港(信州まつもと空港)が開港し、国際化に向けた要件も備えています。

産業面を見ると、農業は、都市近郊型の利を生かして、野菜と果樹の生産体制が形成され、レタスを中心に豊富な種類の野菜が栽培されています。また、果樹は、ぶどう、りんご、なし等が栽培され、特に、欧州系ぶどうを原料とするワインの醸造は、国際的にも高い評価を受けています。

林業は、豊かな森林資源を活用し、産業の活性化と森林の再生を図るとともに、木質バイオマス発電等、熱資源の利用による循環型社会の形成へと可能性をつくっています。

基幹産業の製造業は、市内に、最先端の技術、人材、拠点施設等が集積し、高い製造品出荷額を誇るなど、市内産業を牽引しています。また、400年以上の伝統を誇る木曾漆器は、その伝統技術を継承し、地場産業として今に続いています。

観光では、奈良井宿、平出遺跡などの歴史的・文化的遺産のほか優れた自然景観を有する八ヶ岳中信高原国定公園高ボッチ高原などの観光資源も豊富で、地域資源を活用した新たな価値を付け加えるなど、観光地としての魅力向上を図っています。

こうした社会・経済を背景に、自然と都市が調和した都市(まち)として発展が期待されています。

## 塩尻市民憲章 (昭和56年6月26日議決)

わたくしたちは

美しい自然と伝統ある文化に恵まれた

ふるさと塩尻の市民であることに誇りをもち

だれにも親しまれ愛される豊かな田園都市をめざして

ここに憲章を定めます

一 わたくしたちは

みどりを大切にし

田園と都市の調和のとれた風格あるふるさとをつくります

一 わたくしたちは

健康で働くよろこびを大切にし

活力ある住みやすいふるさとをつくります

一 わたくしたちは

心のふれあいを大切にし

文化のかおり高い夢のあるふるさとをつくります



市の花 キキョウ



市の木 イチイ

# INDEX

## 目次

### 導入

塩尻市の概況・市民憲章	2
第六次総合計画の概要	
策定の方針	4
計画の構造	5
計画の進行管理	5

### 未来投資戦略

#### 長期戦略

1. 目指す都市像	
本市を取り巻く環境の変化	8
本市の強み・特徴	9
目指す都市像	10
2. 基本戦略	
役割	14
成果指標	15
基本戦略の構成	17
基本戦略 A	18
基本戦略 B	20
基本戦略 C	22
3. 行政の役割	
行政の使命	24
行政マネジメントの基本方針	24

#### 中期戦略

1. 中期戦略の概要	28
2. 中期戦略の全体像	30
第1期中期戦略（令和6～8年度）の体系	31
戦略指標	32
3. 戦略分野と施策（各論）	35

# 第六次総合計画の概要

本市を取り巻く環境・社会構造が大きく変化し、そして今後、それらが一層、大きく、速く、厳しくなることを踏まえ、限られた行政の経営資源を有効活用しながら、持続可能な社会を構築するため、総合計画の策定方針を以下のように定めます。

## 策定の方針

### (1) 計画の名称

第六次塩尻市総合計画の名称を、「しおじり未来投資戦略」とし、「地域の未来への投資戦略」として位置づけます。

本市では市民生活を支える多様な取組を推進していますが、「未来投資戦略」として、地域の持続可能な発展のために、特に優先的に注力するべき分野や活動を設定します。

これによって、行政だけでなく民間や非営利組織の経営資源（ヒト・モノ・カネ）も結集し、本市の未来にとって好ましい成果を生み出すとともに、危機を回避していくことにつなげます。

### (2) 計画の性格・内容

第六次総合計画（以下、本計画）では、政策の重点を明示して協働で取り組む「戦略計画」であった第五次総合計画の基本方針を継承しながら、これをさらに進化・発展させていくことを目指します。具体的には、以下の手法・視点を加えて、策定します。

#### ● 本計画が導入する手法・視点

- ① 現状・問題からの延長ではなく、「ありたい姿」からの逆算で考える
- ② 官民協働に加えて、「関係人口」との「共創」
- ③ 重点政策へ短期・長期などの「政策推進期間」の設定
- ④ 市全体に加えて、松本平・小学校区など「多層的なエリア」を捉えた重点政策の設定
- ⑤ 地域としてのブランド戦略を本計画へ位置づけ

### (3) 計画の期間

令和6年度を始期として、確実に進行する人口減少・少子高齢化に関連する諸課題に対応するとともに、社会経済情勢の変化へ速やかに対応するため、9年間の長期戦略と1期3年間毎の中期戦略を策定します。

### (4) 策定過程における市民等の参画

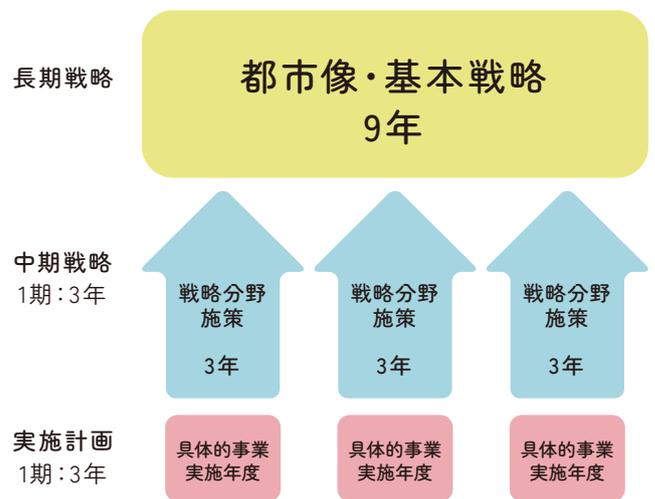
市民アンケート、関係団体等とのワークショップなどの市民参画により、未来投資の分野の設定と地域の「ありたい姿」の具体化を行い、重要な検討材料としました。

これらの市民ニーズや市民意向に加え、外部環境分析や地域特性を踏まえて、総合計画審議会において計画内容を協議し、計画を策定しました。

# 計画の構造

9年間の長期戦略と1期3年間毎の中期戦略から構成し、実施計画によって具体化します。

長期戦略	今後20~30年の社会変化を見据えた上で、次の9年間で市民、企業等とともに目指す都市像の実現に向けて、優先的に取り組むべき分野や、そのありたい姿を定める、市政の基調となるもの
中期戦略	長期戦略に基づき、3年間で1期として、目標や目標に至るための課題、方策を定めるもの
実施計画	中期戦略に基づき、各年度に実施する具体的な取組、実施時期、内容等を示すもの



# 計画の進行管理

本計画の成果及び進捗の評価は、戦略と対応させた行政評価によって、毎年度行います。そして、3年に一度中期戦略の見直しを行い、必要に応じて長期戦略の修正を行います。

また、本計画は、市の最上位計画であるため、各分野の個別計画は、長期戦略・中期戦略との整合を図りながら策定します。

戦略・評価		R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度	R13年度	R14年度
戦略	長期戦略	→ 必要に応じて修正			→ 必要に応じて修正			→ 次期策定		
	中期戦略	→ 1期		→ 次期策定	→ 2期		→ 次期策定	→ 3期		→ 次期策定
評価	行政評価・改善	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	中期戦略の見直し評価			○			○			○





未来投資戦略

# 長期戦略

---

今後20～30年の社会変化を見据えた上で、目指す都市像や9年間で優先的に取り組むべき分野、そのありたい姿を定めたまちづくりの指針です。

# 1. 目指す都市像

## 本市を取り巻く環境の変化

～2050年の世界・日本・塩尻市～

わが国は、史上類を見ない人口減少・高齢化時代に突入しており、成長期に構築された社会システムやインフラが十分に機能しないことが多方面で見られ始めており、今後さらに顕在化することが予測されています。世界規模では、持続可能性の確保の取組とデジタル化が急速に進む一方、地政学リスク・感染症リスクが顕在化し、食糧・エネルギーなどの資源の不足の危機も懸念されています。様々なリスクが拡大し、先行き不透明な時代であるからこそ、将来の仮説を立て、変化に機敏に対応していくことが重要です。

### 2050年の「世界」



### 全体では人口増だが減少国も増加、デジタル経済圏が台頭

#### 人口

- 約80億人(2020年)から約100億人(2050年)へ
- インド、アフリカでの人口増が顕著。一方、減少国も増加

#### 環境

- 異常気象、人口増により、食糧・水、エネルギーが不足
- CO<sub>2</sub>を抑制する技術、ライフスタイル、ビジネスが進展

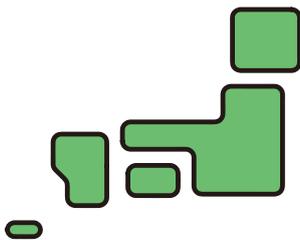
#### 経済

- 米国・中国・インドが経済の中心であるが、覇権国になりきれない
- 世界がインターネットでつながり、デジタル経済圏が台頭

#### 技術

- 企業による革新技術の影響が拡大し、新たな緊張や分断が発生

### 2050年の「日本」



### 人口減・労働力減の中で、技術革新と社会経済構造の変革が進む

#### 人口

- 約1億2630万人(2020年)から約1億人(2050年)へ。高齢者の増加幅は落ち着く一方、生産年齢人口が急速に減少。地方の中核都市への人口シェアが拡大する

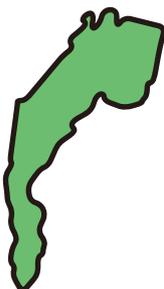
#### 経済

- デジタル化の進展により、グローバル企業の進出が増加。国内企業の優位性を発揮できない日本企業は淘汰される
- 成長する世界市場へ参入する企業は世界市場で成長
- 国内では深刻な労働力不足。AI・ロボ・外国人が補完

#### 社会

- 健康寿命のさらなる延伸で人生100年時代に
- 社会保障費や医療費の増大に対応するための増税も見込まれる
- 自治体や学校の統合、広域でのサービス提供など管理単位や枠組が再編

### 2050年の「塩尻」



### 全国水準の人口減、人口確保と内外の繋がり強化が地域持続性の鍵に

#### 人口

- 約6万7千人(2020年)から約5万8千人(2050年)へ
- 北小野・榑川地区では人口が約半数に減少。広丘・高出・吉田地区でも人口減少。高齢化率がピーク

#### 経済

- 田園回帰傾向が加速。地方中核都市との人口獲得競争が激化
- 脱炭素・デジタル・グローバル化に対応した活動と高い国内シェア、地域シェアを確保できた企業が生き残る

#### 社会

- 自治体サービスの統合・広域化が進行。行政DXも定着
- 地域社会の資源(ヒト・コト)が消失、資産(モノ)が負債化

# 本市の強み・特徴

本市は、日本の中央部にある信州の交通の要衝に位置し、縄文時代から集落が集積しはじめ、近世には中山道の宿場町としても栄えた地域です。

現在では、松本広域圏の教育・医療・レジャー等の都市機能を楽しむことができる、自然と暮らしと産業のバランスのとれた生活利便な地方都市であり、**近年、子育て支援や住環境整備を重点化したことで、「暮らし満足度」「子育て環境」「定住意向」などの市民評価が上昇し、市民が実感するレベルになってきています。**また、市民交流センター「えんぱーく」、シビック・イノベーション拠点「スナバ」などの交流拠点を整備し、**関係人口との交流や産官学連携が活発化**しつつあります。

こうした本市の潜在力（ポテンシャル）に磨きをかけていながら、想定される不安要素（リスク）を克服し、今後、基調となる少子高齢化時代においても、持続可能で将来に希望をもてる都市をつくることが求められます。

## 塩尻市の潜在力（ポテンシャル）

### 地勢

- 美しく豊かな自然環境（森林・分水嶺・高ボッチ高原・農地等）
- 大都市圏への交通結節点

### 住みやすさ

- 職住農山が近接した生活環境
- 恵まれた子育て・教育環境
- 天災の比較的少ない自然環境

### 地域資源

- 分厚い生産年齢人口、健康長寿
- 製造業等の集積による安定した産業基盤
- 歴史資源（平出遺跡、奈良井宿、街道、重要伝統的建造物群保存地区等）
- 自然由来資源（レタス、ぶどう・ワイン、漆器、木材）
- 生活文化（食・年中行事・コミュニティ活動）
- 知的資本の集積と交流（ICT系の企業・施設・人材、えんぱーく、えんてらす、スナバ、core 塩尻等）
- 革新を目指す行政（産官学連携、働き方改革、挑戦マインド）
- 豊かな松本広域圏との補完関係（特に高等教育、医療、レジャーが補完）

## 塩尻市の不安要素（リスク）

### 災害

- 地震による都市機能の喪失
- 異常気象の頻発化・激甚化

### 地域経済

- 大企業への依存による同時全体的低迷
- 若年者など働き手の還流・就労の縮小

### 土地・集落

- 後継者不足による農地山林の荒廃
- 農山村既存集落の縮小

### 生活文化

- 伝統や生活文化、地域での支え合いの弱体化・消失

### 社会インフラ

- 老朽化による事故、維持管理費の増大
- 公共交通の需要増

### 財政

- 税収減と義務的経費の増加による財政の硬直化や悪化

**時代のニーズに応えるべく、地域の潜在力（ポテンシャル）を生かし、不安要素（リスク）を克服することで、持続可能で将来に希望をもてる都市をつくる**



本市の強みとなっている田園都市をさらに磨き上げるとともに、**お互いや地域を支え、課題の解決に挑戦したい市内外の人々がつながり、応援される**ことで、**新たな価値を生み出し、それぞれのウェルビーイング（身体的・精神的・社会的に良好な状態）、すなわち暮らしの質と幸福感の向上**を実現します。

そして、私たちは**多様な主体による挑戦とスピード**によって、新しさを創造するパイオニアとなり、本市の知名度を高め、塩尻に来たい、住みたい、応援したい、挑戦したいという人々（関係人口）を国内・世界で増加させ、その人々（連繋人口）とさらに**新たな挑戦を展開する好循環**をつくり、より良い社会・世界に向けて貢献していきます。

## ▼都市像の狙い

つないできた田園都市の強みに加え、**挑戦者にやさしい環境、知の交流拠点**という潜在力を強化

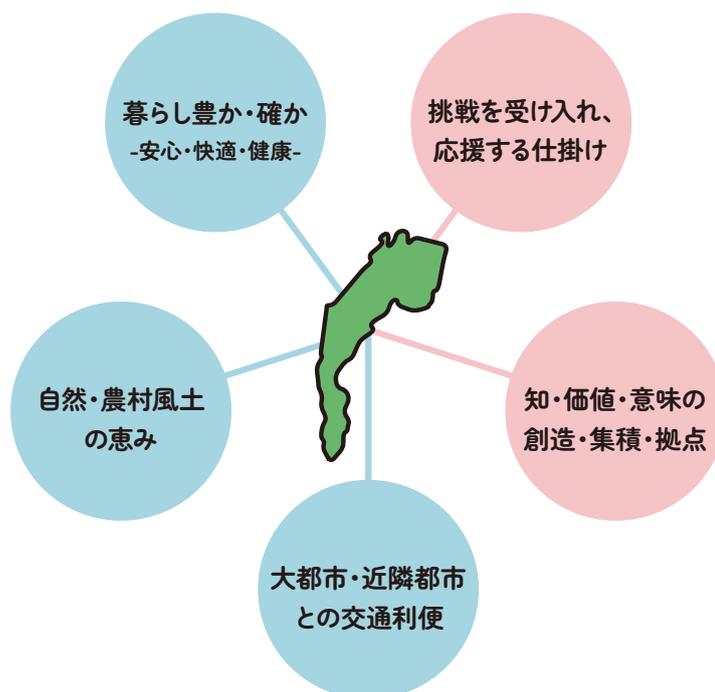
→ **市内外で繋がりを増やし、共創を促す**ことで以下を目指す

- ①市民の暮らしの質、幸福感の向上
- ②交流・関係人口の塩尻市への来訪・消費行動・当事者意識・課題解決の増加
- ③生産年齢人口の定住の増加（二拠点居住含む）

→ **挑戦と共創を重ね、新しさを創造する都市のブランドイメージを形成し、30年後も“人や組織を引きつける地域”**をつくる

## ▼源泉となる強み

**田園都市としての強み**  
×  
**磨いてきた独自の潜在力**



## ▼都市像の言葉に込められた意味

### 多彩

自然の恵みや都市的機能のあるまちの中で、多種多様な地域資源を生かすいろいろな人や暮らしがあり、生活の選択肢が多いという本市の特徴を表しています。同時に、これを成り立たせている自然やお互いの存在への感謝、その広がりが幸福感となっていくことを表現しています。

### 叶える

本市に住む人や関係する人が、それぞれ望む暮らしや挑戦したい物事を叶え、叶うことができ、これを応援する土壌、気質があるという強みをより生かしていきます。そのことでそれぞれの幸福感を高め、地域への誇りや愛着を醸成するとともに、より良い社会・世界の実現に貢献していくという意志を示します。

### 田園都市

英国の都市計画家、E・ハワードが産業革命期の1898年に提唱した田園都市構想の基本的な考え方「豊かな自然の恵みと快適な都市機能を併せ持ち、自給性と自立性の獲得を目指す田園都市」を踏まえつつ、「暮らし豊か・確か」「自然・農村風土の恵み」「大都市、近隣都市との交通利便」「知・価値・意味の創造・集積・拠点」「挑戦を受け入れ、応援する仕掛け」といった独自の強みを生かして、将来にわたって選ばれるまちを目指します。

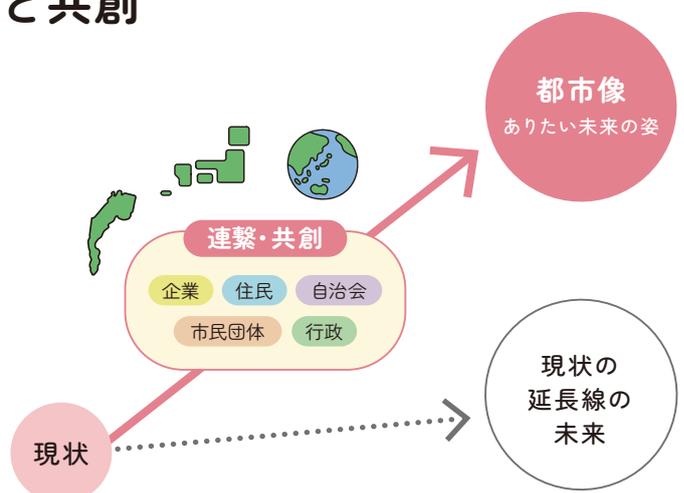
## ▼都市像を実現するためのアプローチ

### ①市内外の多様な主体の連繋と共創

都市像を行政単独の目標とせず、市民協働、さらには市外の人や組織との共創の前提となる共通目標に位置づけます。

そして、地域課題の解決に、従来から取り組んできた市民協働に加えて、市外の挑戦意欲のある人や組織とも積極的につながり、新しい発想で取り組みます。

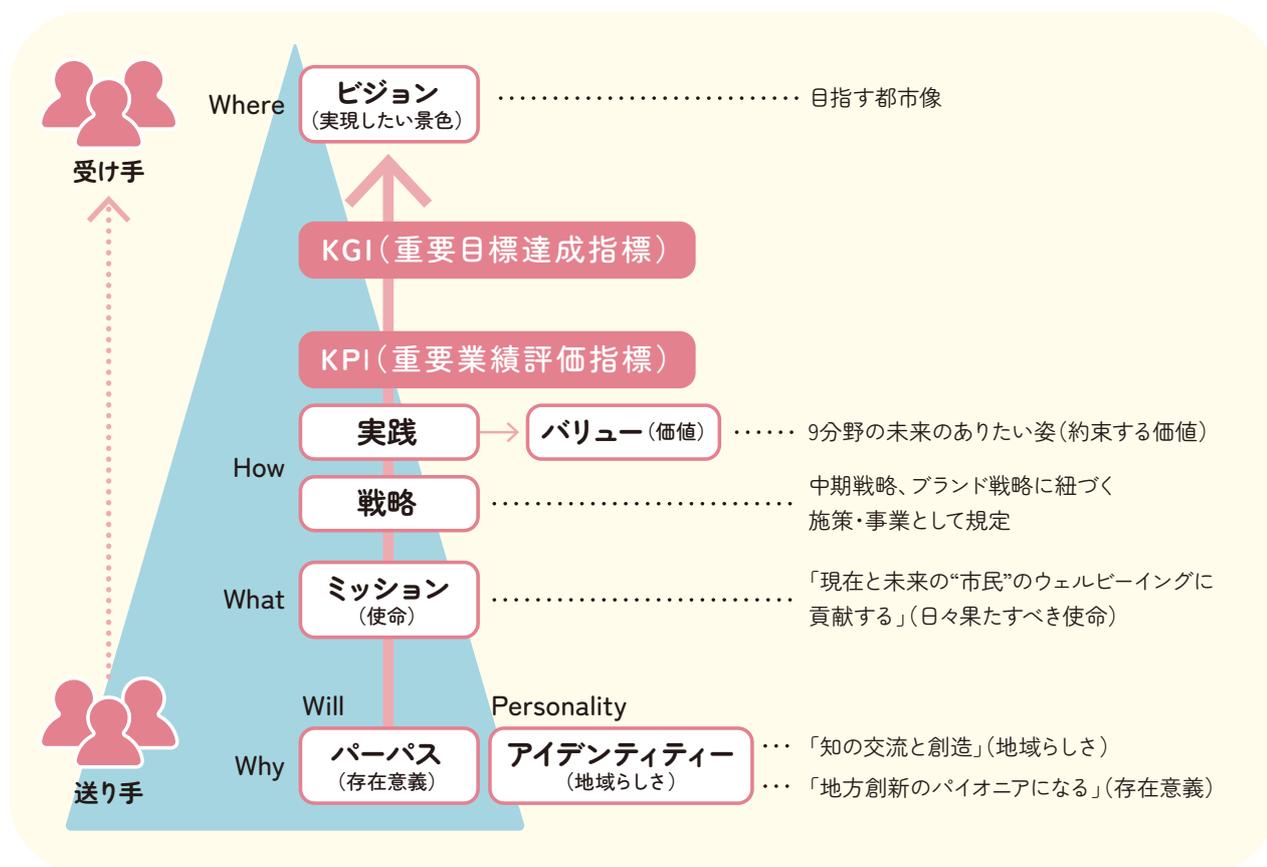
行政は、市内外の多様な主体が、新しい価値を共創できるよう、多様性を認め力に変える土壌づくりをするとともに、新しいつながりのコーディネートや価値創造を促すファシリテーションを行う役割を担います。



## ②地域のブランド化

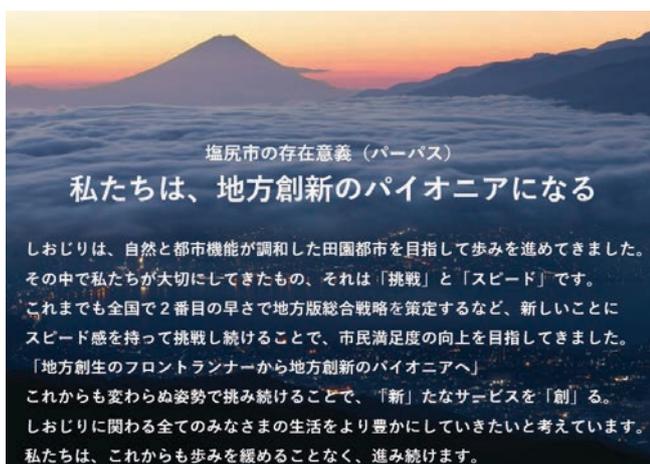
本市は平成19年に経営の指針としてブランド戦略を策定し、製品のブランド化だけではなく、塩尻市全体のブランド化を目指してきました。都市像の実現、そしてさらに先の地域ブランドの形成を見据えて「**知の交流と創造**」を地域らしさ（アイデンティティー）と定めて進めた取組は、当時は文献や事例も少なく、まさに新しいことへの「挑戦」であり、結果、「暮らしやすさ」「子育て環境」「ワイン」「えんぱーく」「人」が、現在本市の**ブランド資産**として強く認識されていることが市民アンケートや関係人口へのインタビューから示されています。

以下は、市職員を中心に市内部で想いを共有するため、「目指す都市像（ビジョン）」「市民に約束する価値（バリュー）」「戦略と実践」そして「地域らしさ（アイデンティティー）」や「存在意義（パーパス）」といった**各概念をブランド理念として体系化した**ものです。



外部環境の変化が激しく、SDGs、ESGなどの社会的意義が重視される現代において、存在意義を意味するパーパスを重視した経営が注目されています。

本市においても、**何があっても立ち返る軸となるパーパス**を第六次総合計画策定に合わせて決めました。(なお、基本戦略とブランド戦略の関係はP17を参照)

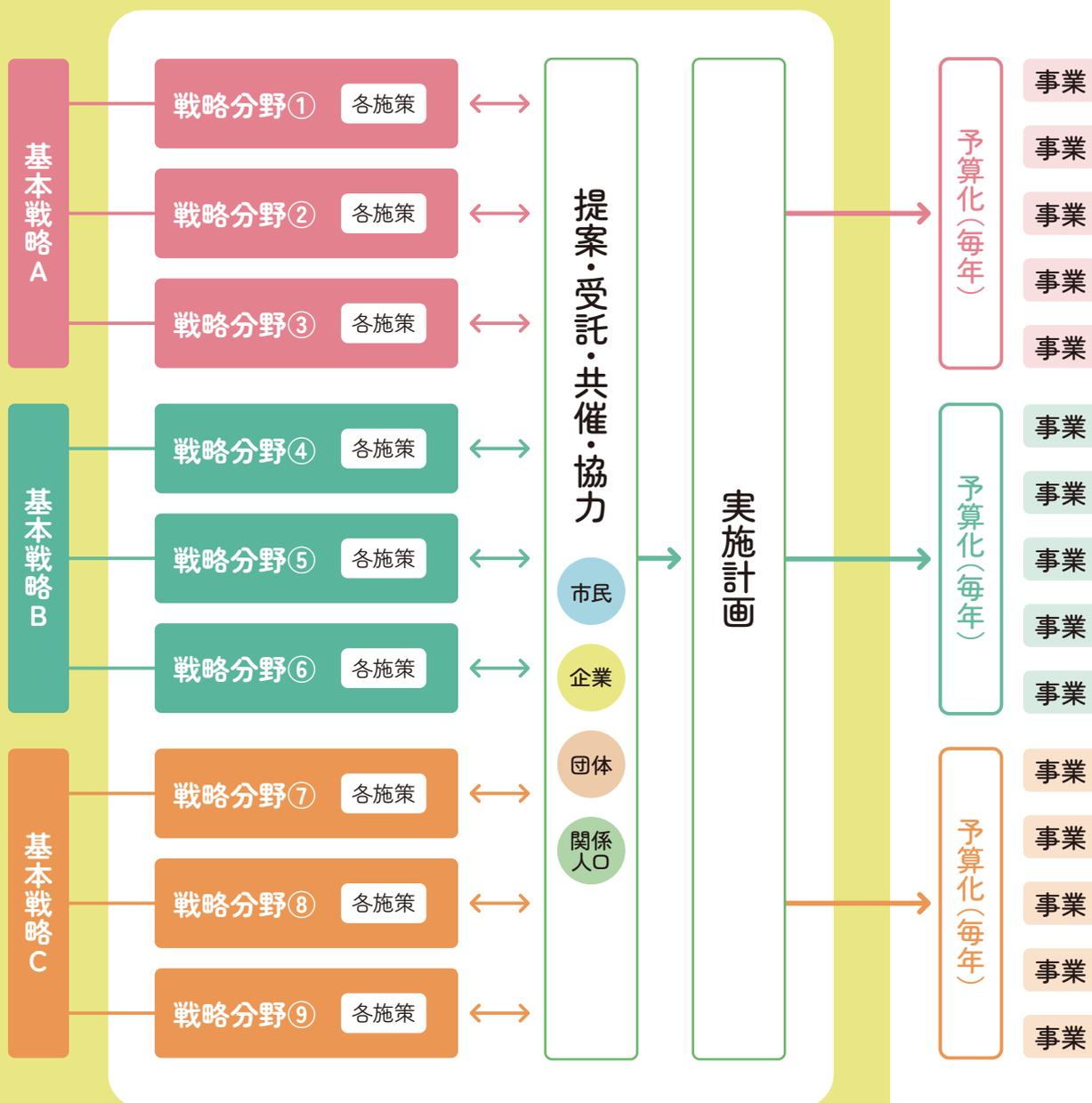


# 2. 基本戦略

## 役割

基本戦略は、都市像実現のために重点化する取組の基軸であり、中期戦略を策定、実施、評価するための基本指針であると同時に、行政が市内外の多様な主体と協働、共創で推進する重点分野を示すものです。

### 長期戦略 [ 9年(R6~R14):3年間毎の中期戦略×3 ]



# 成果指標

本計画の最終的な成果は、基本戦略によって実施される様々な取組によって生み出されますが、**最上位の指標として「市民幸福度」と「総人口」を設定します。**

本市に暮らす市民の幸福度を、**10点満点の主観的評価の平均として、令和14年の市民幸福度6.77点以上**を目標として定め、ウェルビーイング（身体的・精神的・社会的に良好な状態）の向上を目指します。

また、今後、本市においても人口減少、高齢化が進行していきますが、生産年齢人口を中心とした政策的誘導によって、**令和14年の総人口65,000人以上（国勢調査人口基準）**を目標として定め、地域の活力維持を目指します。

## 令和14年 成果指標と目標

1

市民幸福度(10点満点)の主観的評価が、平均**6.77**点(基準値)以上

### ▼ 年代別の幸福度の回答比率と平均幸福度

(※全体の値は人口分布により補正後。網かけは各年代で最も回答比率が高い得点。)

	とても不幸 ← → とても幸せ											合計 (%)	平均幸福度
	0点	1点	2点	3点	4点	5点	6点	7点	8点	9点	10点		
20代	2.8	0.0	0.0	5.6	5.6	12.7	14.1	32.4	15.5	7.0	4.2	100.0	6.44
30代	0.9	0.9	1.9	2.8	2.8	12.1	7.5	23.4	25.2	9.3	13.1	100.0	7.10
40代	1.0	0.0	2.0	4.0	3.5	17.7	9.1	22.7	23.2	8.6	8.1	100.0	6.76
50代	0.5	0.5	1.4	4.1	4.1	18.1	13.1	20.8	22.6	8.1	6.8	100.0	6.69
60代	0.8	1.6	1.2	2.8	3.3	16.3	13.4	19.5	26.0	7.3	7.7	100.0	6.75
70代以上	0.7	0.5	1.2	1.7	3.5	22.0	10.9	19.9	20.6	9.0	10.2	100.0	6.83
全体	1.0	0.6	1.3	3.2	3.7	17.4	11.2	22.4	22.1	8.4	8.6	100.0	6.77

令和4年12月に実施されたアンケート調査(※)で把握した主観的幸福度6.77点を基準値として活用し、基準値以上を目標とします。

※地域福祉計画策定にかかるアンケート・・・有効回答数1,304件 回答率52.2%

年代などにより幸福度の平均や分布が異なることから、幸福度に関連する主観指標を中期戦略の指標に位置づけて運用しながら、幸福度に寄与する政策形成や評価システムの成熟を図っていきます。

### 参考 幸福度等の主観的指標を政策目標とする取組の状況

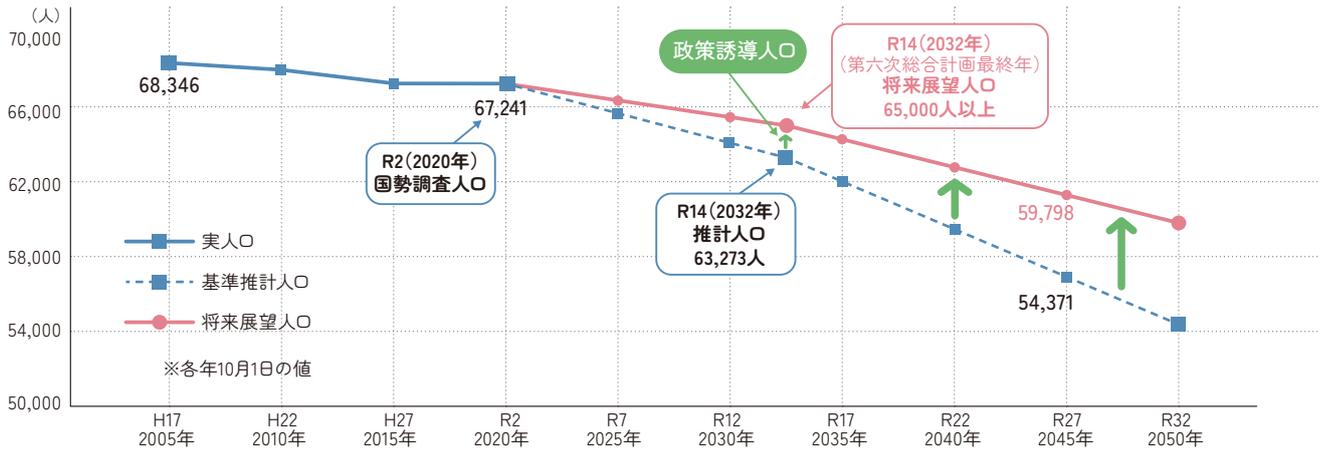
国民の幸福をGDPなどの経済指標による評価だけでなく、社会的支援や人生の選択肢の自由度などの多角的な視点から捉えた世界幸福度報告が国連によって2012年から行われています。

日本国内では、10年ほど前から幸福度指標の研究が増加し、国・県レベルで幸福度を測定する指標群が開発されており、2022年に国が定めたデジタル田園都市国家構想では、地方創生戦略の施策・事業や、デジタルを活用した複数のサービスが、ウェルビーイングの向上という共通のゴールに向けて協力・連携していくことが模索され始めています。

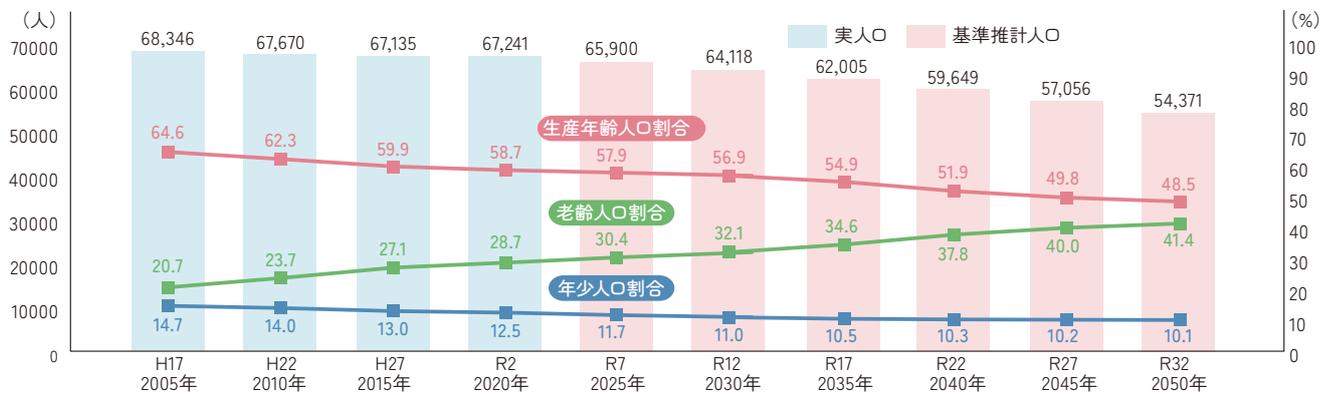
## 総人口 65,000人以上(国勢調査人口基準)

令和2年(2020年)を基準とした推計では、本市の人口は本計画最終年の令和14年(2032年)に約63,200人、約30年後の2050年に約54,300人となる見込みです。合計特殊出生率の改善、生産年齢人口の流入増加、平均寿命の延伸などの政策的誘導を図ることで、令和14年(2032年)に65,000人以上を目標とすることを展望します。

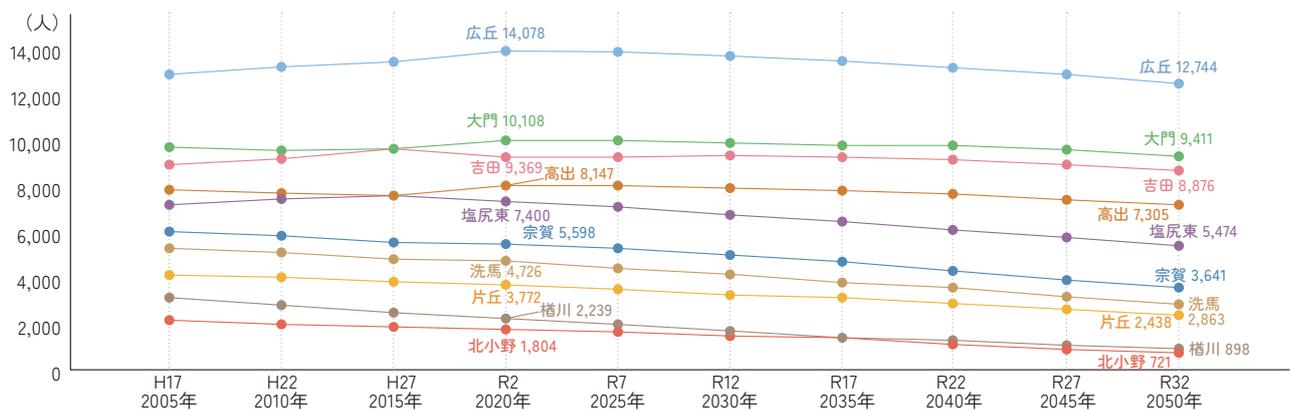
### ▼ 基準となる推計人口と将来展望人口



### ▼ 3年区分人口構成比(基準推計人口)



### ▼ 地区別純移動率による地区別人口(基準推計人口)

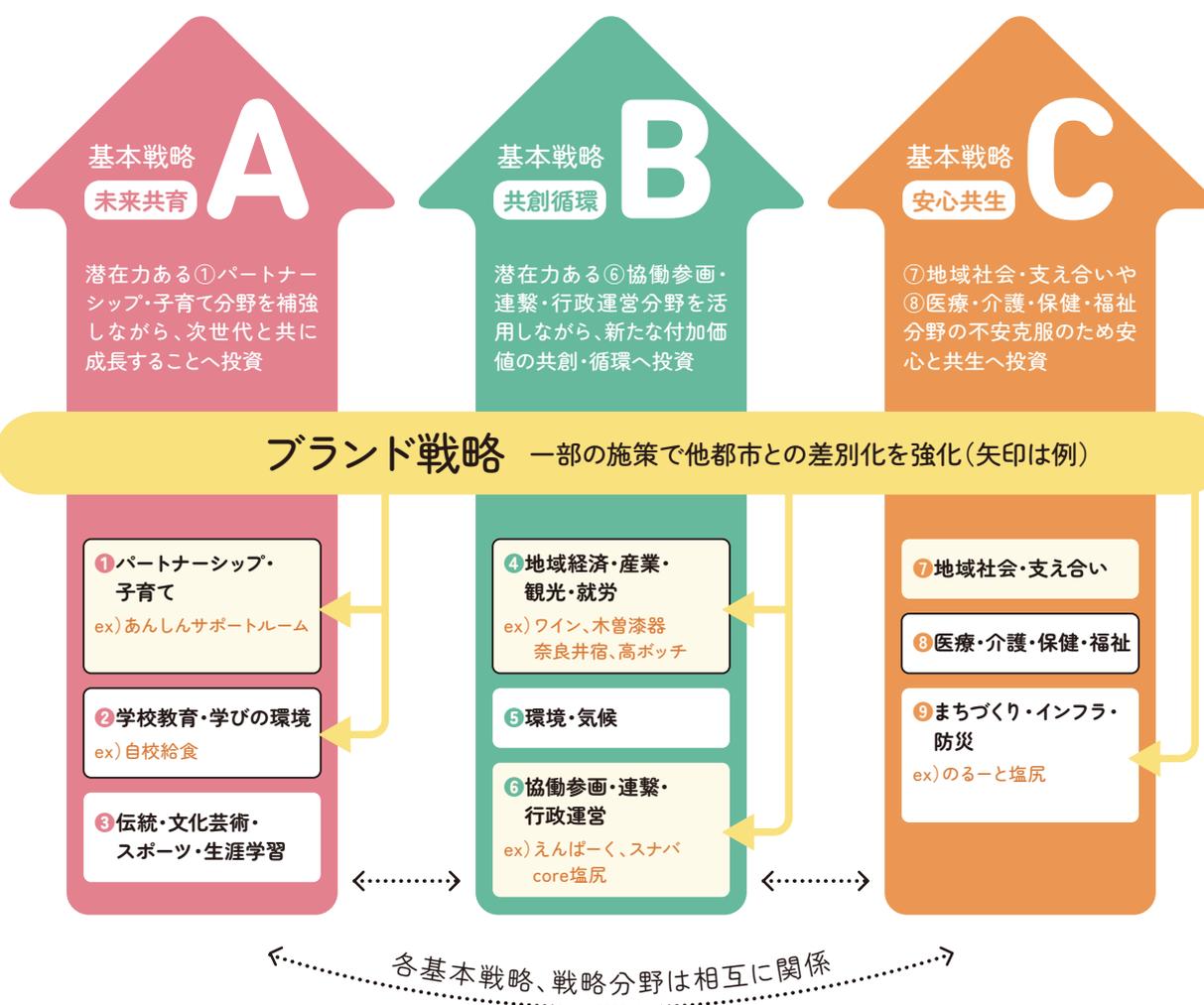


# 基本戦略の構成

基本戦略は、本市の強みを最大限に生かして、暮らしやすさに磨きをかけ、より魅力的な都市をつくるため、優先して投資すべき分野を示しています。3つの基本戦略に沿って、行政等の資源を重点的に投入するとともに、多様な主体との共創を活性化させ、都市像の実現を目指します。

## 目指す都市像

指標：市民幸福度、総人口



市民アンケートにおいて、優先して投資すべき分野として意見が多かった①②④⑧分野、また、暮らしの満足度への影響が大きい①④⑥⑦分野を軸として基本戦略を構成します。

ブランド戦略は、都市像とより関係づけるとともに基本戦略・戦略分野(①～⑨)より上位概念に位置づけ、ブランディング(強みや特徴による差別化)を強化します。

- 優先して投資すべき分野(①②④⑧)
- 暮らしの満足度への影響が大きい分野(①④⑥⑦)
- オレンジ文字 現在進行中のブランド事業例

## (1) 取り巻く環境

日本全体でも少子化が続く中、コロナ禍でさらにその傾向は進行し、人口減少に繋がっています。価値観の多様化と、将来に対する不安感の高まりによって、婚姻や家族、世帯規模、就労のあり様も多様化し、若い世代や子どもの存在は社会にとってさらに貴重となっています。

社会変化が速い中、教育の重要性とその期待は一層高まり、時代に対応した学びの内容とともに個々の特性や事情に合った選択肢の拡大が求められています。一方で、貧困など家庭環境による機会の格差を社会全体で縮小・解消していく必要があります。

伝統的な活動や文化・スポーツ活動における体験・交流機会がコロナ禍で減少し、文化財を含む地域らしさや、深みある幅広い社会的なつながりの消失、次世代への継承が懸念されています。

## (2) 未来のありたい姿(約束する価値)

次世代とともに学び成長し、ワクワクして暮らすことを、多様な主体と実現するため、本市が目指す「ありたい姿」を以下に示し、部局横断による施策・取組を展開します。

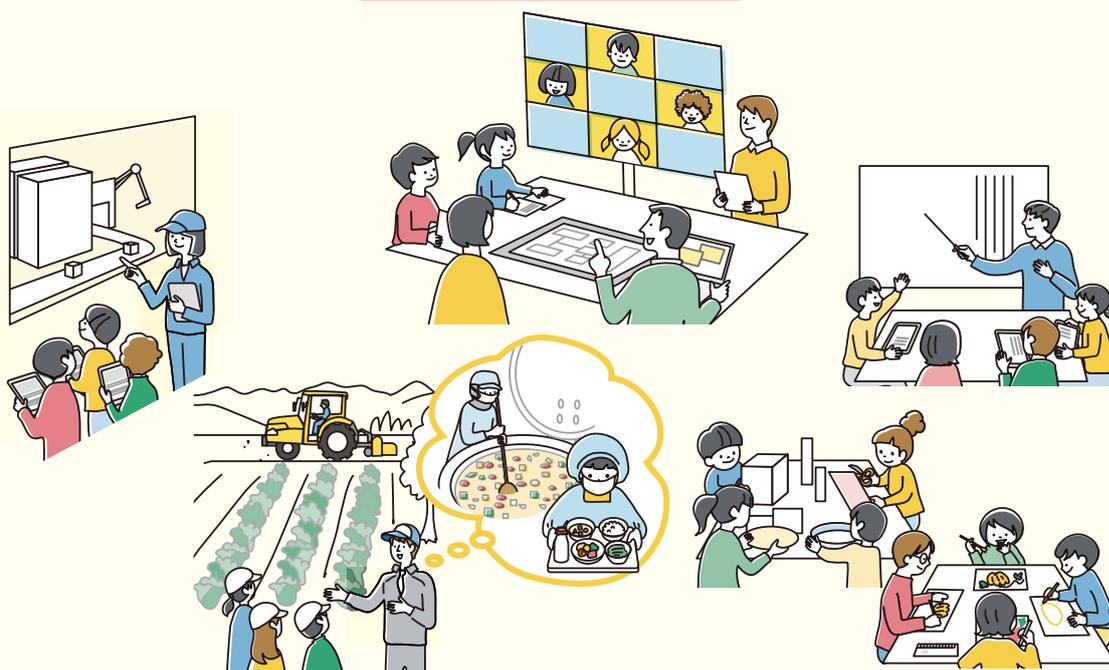
※それぞれのありたい姿は、行政と関係団体等とのワークショップを通じ検討されたものです。

### パートナーシップ・子育て



一人ひとりや家族の多様性についての理解のもと、家庭環境によらず子どもと家族が応援され、安心して暮らしています。

## 学校教育・学びの環境



子どもたちがワクワクする学びを自ら発見できるとともに、友人や関わる人たちと共感でき、「塩尻に帰ってきたい」と思う体験ができています。

## 伝統・文化芸術・スポーツ・生涯学習



一人ひとりが日常を離れ好きな活動で自身と次世代の笑顔あふれる豊かな生活をつくり、このことが新たなつながりを生んでいます。

## (1) 取り巻く環境

地球温暖化などの影響によって**脱炭素社会の構築が世界的な課題に設定され**、産業や暮らしにおいても、環境と調和し、持続可能となる活動や制度が求められる時代を迎えています。**デジタル技術が産業や暮らしに不可欠な基盤や前提**となり始め、コロナ禍を経てこれが加速するとともに、空間的・時間的な制約が変わり、一人ひとりの**活動や働き方、ライフスタイルの選択肢が広が**ってきています。

地域経済・産業においては、**労働力不足、働き方や意識の変化**、環境への配慮やエネルギー・資源を含む技術革新、景気変動等を見据えながら、需要やビジネス機会を見つけ、生産、ビジネスモデル、経営手法を見直しながら付加価値を生み、働く場を確保することが求められています。行政においては、財政状況が厳しい中でも、より効率的で効果的な事業推進と、**地域内外の人や組織とつながり**、地域・社会の課題に挑戦することが新たな展望の基盤となっています。

## (2) 未来のありたい姿(約束する価値)

**共創で新たな付加価値を生み循環させ、イキイキと暮らす**ことを、多様な主体と実現する「ありたい姿」として次のように定めます。

※それぞれのありたい姿は、行政と関係団体等とのワークショップを通じ検討されたものです。

### 地域経済・産業・観光・就労



塩尻に魅力と価値を見出す人たちが**つながり、喜びと誇りを持ちながら働き、多様で付加価値の高い事業・商品・サービスを支えています。**

## 環境・気候



生活や経済活動で、エネルギーをはじめ調達可能な資源が活用されて  
生活の充実や楽しみになっています。

## 協働参画・連携・行政運営



市民と行政がともに「自分事」ではじめる取組が、  
多様な人材や組織を引きつけ、共創が加速しています。

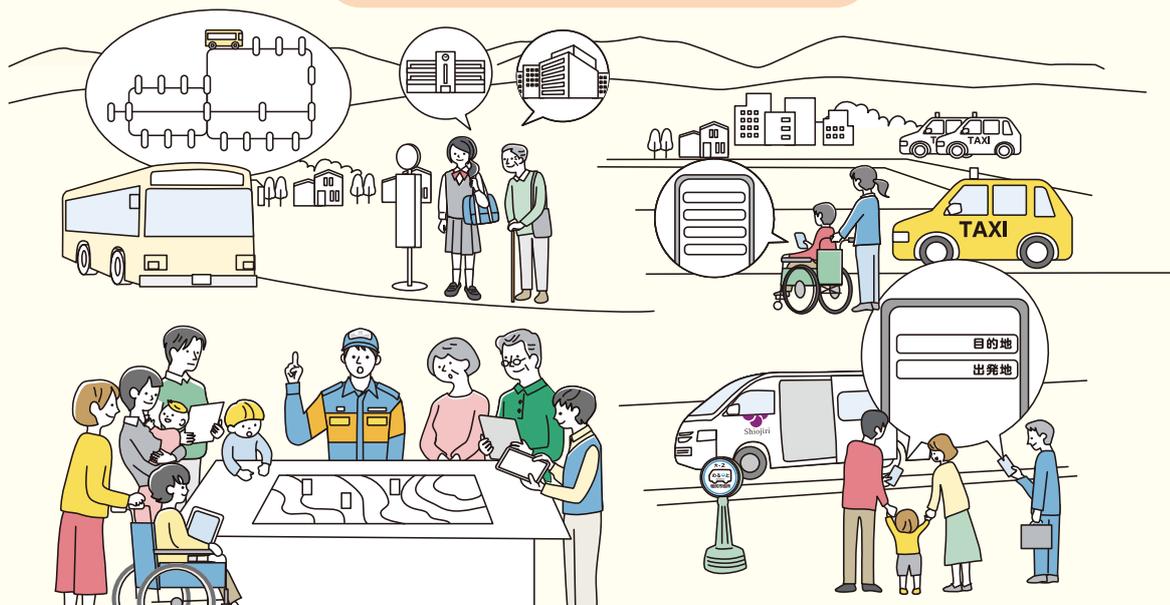


## 医療・介護・保健・福祉



一人ひとりが健康や老い、障がいなどそれぞれの特性と向き合いながら、**自らの健康を守ること**や**周りに対してできることを考えた活動**によって、**日常生活を自立して送ることができています。**

## まちづくり・インフラ・防災



**安定した都市インフラ**の上で、**まちで活動したくなる仕掛けが充実するとともに、****災害等から生活を守り、いち早く日常を取り戻す備え**ができています。

# 3. 行政の役割

厳しい財政状況の中、事業に優先順位をつけて注力し、各事業において高い成果を上げ続け、目指す都市像を実現するために、行政は以下の使命、マネジメントの基本方針に基づいて事業を企画し遂行します。

## 行政の使命

### 現在と未来の「市民」のウェルビーイングに貢献する

塩尻市の使命は「市民」のウェルビーイング（身体的、精神的、社会的に良好な状態）すなわち暮らしの質と幸福感の向上へ貢献することです。この「市民」という言葉には、塩尻に現在暮らしている人、これから生まれてくる子ども、これから暮らしてくれる人、そして実際に住んでいなくても、塩尻に関わっている人すべてが含まれています。

## 行政マネジメントの基本方針

### (1) 多様な主体との協働・共創

人口減少、少子高齢化が進展する中、これまでの人口構成や役割意識、活動領域を前提とした制度、仕組みを改めて捉え直し、行政自ら協働・共創の対象を広げるとともに、多様な主体間のつながりや、これらを生かして価値創造を促す行政経営を推進します。

- ① 地縁組織や公益活動団体との時代変化に合わせた協働の構築
- ② 市内外から新たに公共に関わる個人や組織との連携
- ③ 多様な主体間のつながり（公共私相互の協力関係）のコーディネート
- ④ 価値創造を促すファシリテーションの推進

## (2) 政策を実現するための 戦略的な人的資本の活用・成長

人材を「人的資本（ヒューマンキャピタル）」として捉え、時代の変革が激しい状況下において、「政策を実現していくための必要な人的資本を確保する」という考え方への転換を図るとともに、人材のマネジメントについても、従来の「管理」から「人材の成長を通じた価値創造」へと転換し、人材に投じる資金については「費用（コスト）」から「投資」として捉えた行政経営を推進します。

- ① 政策と連動した人材マネジメント戦略の推進
- ② 人材の多様性や包括性の確保
- ③ 変革の潮流に対応できる人材育成制度の推進
- ④ 多様な人材が働きやすい環境（エンゲージメントと多様な働き方）の構築

## (3) 執行手段や組織の在り方の革新

取り巻く環境などの社会情勢の変化や、技術革新の速度がさらに速まっていく中、デジタル化やカーボンニュートラルを前提として持続可能な社会基盤の構築を図るとともに、行政評価を活用したマネジメントサイクルによって、行政の活動や組織体制、資産の最適化や広域化といったあらゆる執行手段を常に模索しながら、人を中心とした価値創造に取り組む行政経営を推進します。

- ① デジタル技術等を取り込んだ価値創造
- ② プロセス（活動）だけでなく、セオリー（道筋・目標）の評価と改善
- ③ 組織の自律的運営と横断的ネットワークの強化
- ④ 行政資産等の最適化や、広域・圏域単位のカバナンスの検討