

共創循環

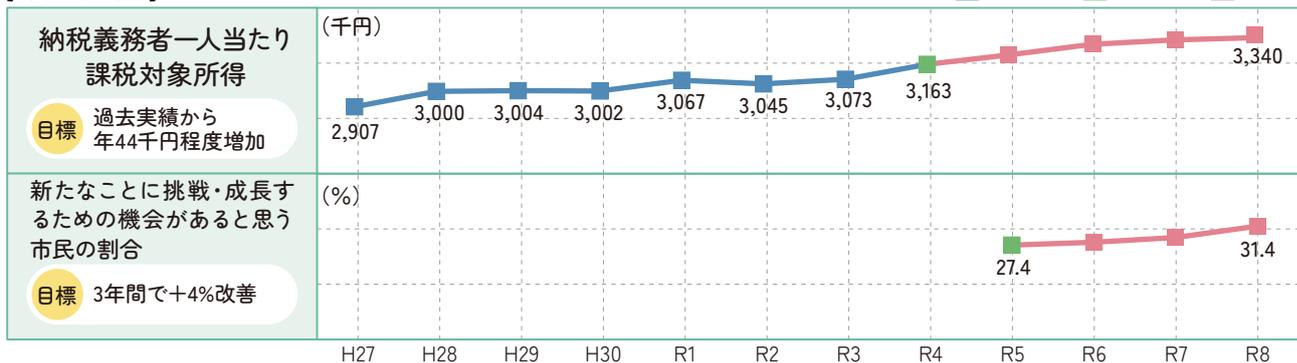
戦略分野-4 地域経済・産業・観光・就労

長期戦略が描くありたい姿



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。

[戦略指標]



現状と課題

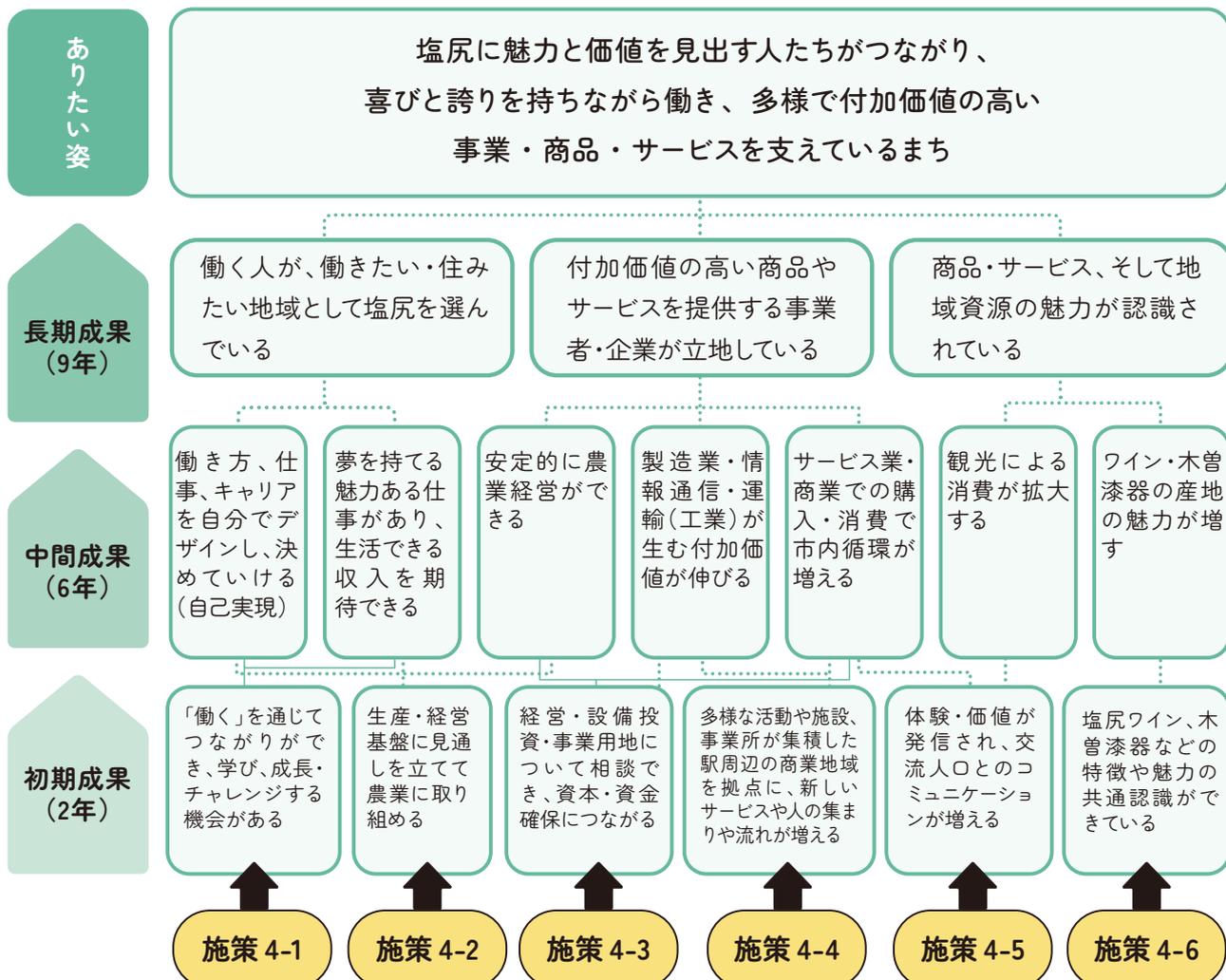
塩尻市民のうち就労している人口は約3.5万人であり、このうち約1.5万人は松本市や岡谷市など近隣地域へ通勤し、また近隣地域から市内へ約1.4万人通勤してくるなど、**就労や産業は行政域を越えた活動**です。

本市では、長野県内**トップの付加価値創出力を有する製造業**が中核となって経済と雇用を支えるとともに、**気候風土と豊かな自然の恵みを生かした農業や、ワイン関連産業や木曾漆器産業などの地場産業**と奈良井宿など多様な**地域資源**、そしてこれらの**ブランド力を生かした観光**など幅広く産業が形成され、**多軸的で足腰の強い産業構造**を目指してきました。

働き手が活躍し、企業・事業体の活動が活発で付加価値を生み、これが市場や顧客・ターゲットに届いて、地域内への利益や所得、新たな就労や雇用に繋がるといった**経済の循環を将来も維持**してためには、経済情勢の変動、デジタル化や技術開発の進展、市場ニーズや働き手の多様化などに応じた**絶え間ない試行錯誤や事業等の新陳代謝**が必要です。

豊かな地域資源が生かされながら、新たな挑戦や働く場所として塩尻市が認識され、多様な人々が集うことで、より良い事業・商品・サービスなどが生み出される地域の環境を構築していくことが求められています。

ありたい姿を実現するためのステップ



「働く」を通じてつながりができ、学び、成長・チャレンジする機会がある

目指す方向性

- ・本市に集積している産業や企業・事業所の魅力や特徴が市内外で発信され、就労先を探す人と企業や事業所との接点が増えています。
- ・人材を資産として捉えることで企業価値を高める企業が増え、多様な人的資本の確保につながっていると同時に、外部人材を積極的に活用し、事業環境の変化に対応しています。
- ・本市をフィールドに創業や*ソーシャルビジネスなどで実現したいことに向き合う人材が増え、自身の職業人生を主体的に構想・設計し、実現を目指しています。
- ・働きたい誰もが働ける環境がつくられ、生活と仕事の両立が叶うとともに、起業、副業、ダブルワーク、再就職などにチャレンジをする人が増えています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ● 就職説明会の開催等による若者等を対象とした総合的な就労・定着支援 ● 市内企業における「人的資本経営」の推進及び人材確保・能力開発(リスクリング)支援 ● 市内企業における副業、フリーランス人材等の外部人材の活用推進 ● 首都圏の若手人材等の*U・I・Jターンマッチング支援 ● ワンストップ総合窓口開設や創業セミナー、資金支援等による創業支援の充実 ● *シビック・イノベーション拠点スナバを中心とした*ソーシャルビジネスの推進 ブランド ● 高校生等を対象とした起業等に関するプログラムの提供 ● *テレワークを活用した柔軟な働き方と多様な雇用機会の創出 	<p>商工課 先端産業振興室</p>

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	就職サイトへ求人掲載する市内企業数	44社 [R5]	90社	取組強化により倍増を目指す
客観指標	自営型*テレワーク事業(*KADO)による就労人数	389人 [R4]	500人	登録するも未だ就労のなかったテレワーカーへの就労枠を拡大
主観指標	やりたい仕事を見つけやすいと思う市民の割合	12.1% [R5]	17.1%	ブランド強化に向け高い+5%改善
ブランド指標	スナバのメンバー延べ登録数	218人 [R4]	380人	現状の新規登録者の伸びを継続

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ● 塩尻市を拠点として働く方 ・仕事を通じた挑戦、学びや成長を目指す ● 市内企業 ・環境の変化を好機と捉え、企業価値を高めるため、人材への投資・外部人材活用を推進する ● 移住希望者・関係人口 ・塩尻をフィールドに地域・社会課題に対してアクションし、プロジェクトを創出する
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ● 商工・経済団体、産業支援機関、金融機関、民間支援事業者 ・行政と各種支援機関との連携強化による就労支援、創業支援や、市内中小企業の多様な人材活用を推進する体制を構築

施策 4-2

生産・経営基盤に見通しを立てて農業に取り組める

目指す方向性

- ・本市の農業は、多くの人が就農や就職で参加でき、生計を立てられる仕事として認識されています。規模・作目などに多様な選択肢があり、望むライフスタイルにあわせた多彩な農業が展開されています。
- ・支援制度や農業支援団体、先輩農家などの協力によって、就農する上でのリスクや負担が抑えられるため、本市で就農する挑戦者が増加しています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ●農業経営の安定化の支援 ●有害鳥獣の駆除、防除推進 ●補助制度による新規就農者や担い手の確保、集落営農化の推進 ●果樹園整備の促進のための補助 ●土地改良施設の整備・更新の計画的な推進 ●農業水路改修、農道舗装等の農業生産基盤施設の整備推進 ●ため池の耐震調査と耐震化対策の実施 	農政課 耕地林務課

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	地域の中心となる担い手の農地利用集積率	39.8% [R4]	40.6%	直近 R2-4 平均を上回る
客観指標	農業への新規の就農者・参入組織数	7件 [R4]	8件	直近 R2-4 平均を上回る
主観指標	農林業を安定して続けられる環境があると思う市民の割合	24.0% [R5]	28.0%	3年間で +4%改善

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ●専業農家・農業法人 <ul style="list-style-type: none"> ・積極的な経営を行い、利益を増大させる ●新規就農希望者 <ul style="list-style-type: none"> ・公的制度の活用と生産・販売技術の習得により、農業を生業として成立させる ●生活者 <ul style="list-style-type: none"> ・地元産の野菜、果物、肉、魚、食品、酒などを購入し、地域内でお金をまわす
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ●農業関連団体、農業支援団体 <ul style="list-style-type: none"> ・産地のブランド化の推進 ・スマート農業、脱炭素、有機、海外進出等の新たなビジネスチャンスの開拓 ・農地の流動化と土壌保全の促進

経営・設備投資・事業用地について相談でき、 資金・資本確保につながる

目指す方向性

- ・本市の基幹産業である製造業を中心に多様で高い付加価値を生み出す産業がさらに集積し、社会経済の変化に対応しながら事業を営んでいます。
- ・企業の直面する資金繰り等を含む経営課題に対する相談支援体制が構築され、適切な経営支援と適時の学習・交流機会が提供されています。
- ・新たな企業の立地や、事業所の拡張、設備投資に必要な事業用地の確保に向けて、企業ニーズや、土地利用計画と整合した産業団地が計画されています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ● 新製品開発、新分野進出、販路開拓、*DX化・省人化等、市内企業に対する経営支援 ● 市振興公社、商工会議所等と連携した産業支援体制の強化 ● *塩尻インキュベーションプラザを拠点とした産学官・企業間連携促進による次世代産業の育成・支援 ● 市内企業への資金繰り支援 ● 新産業団地検討を含めた新たな工業用地の確保 ★重点投資 ● 市内への立地、設備投資等への支援 	商工課

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	市内企業の設備投資額(機械及び装置などの償却資産)	129億1千万円 [R4]	153億円	コロナ禍による低迷からコロナ禍前H29-R1平均へ回復
主観指標	市内企業に活気があると思う市民の割合	26.9% [R5]	31.9%	重点投資として高い+5%改善

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ● 市内企業 <ul style="list-style-type: none"> ・市場ニーズの変化に対応した製品・サービスの提供 ・設備投資、人材確保、ITツール導入等による生産性の向上 ・制度資金、補助金等の効果的な活用
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ● 商工・経済団体、産業支援機関、金融機関、民間支援事業者 <ul style="list-style-type: none"> ・企業間連携・ビジネスマッチングの促進 ・市場・技術の変化に対応するための情報提供と専門家とのマッチング ・産業用地、遊休施設等への企業誘致

施策 4-4

多様な活動や施設、事業所が集積した駅周辺の商業地域を拠点に、新しいサービスや人の集まりや流れが増える

目指す方向性

- ・ 広域の交通結節点である塩尻駅や広丘駅とその周辺の地域に、事業所や店舗、公共施設等が集積し、市内外を移動する利用者が訪れ、人々の流動や交流が生まれています。
- ・ 立ち寄りたくなる店舗やサービス事業所、公共施設・観光施設、様々な会合や定期的なイベントによって集客もあることから、利用者にとって魅力的で便利なエリアとなっています。
- ・ 店舗や空き地の活用等といった建物や土地活用の新陳代謝が起こっていて、従来から立地・居住する人々と、新たに流入する人々が協力し合い、まちづくりに取り組んでいます。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ● まちづくり機関と連携した既存事業者支援、新規出店の促進 ● 商業地域の店舗改修、維持管理、共同設置等への支援 ● 商業地域におけるイベントや販売促進の支援 	商工課
<ul style="list-style-type: none"> ● 中心市街地の全体構想の検討と再整備に向けた機運の醸成 ★重点投資 	都市計画課

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	中心市街地における事業所数	636事業所 [R4]	641事業所	減少傾向の中コロナ禍前水準へ増加
主観指標	駅周辺など飲食や買い物など楽しい時間を過ごせる場所が充実していると思う市民の割合	14.7% [R5]	19.7%	重点投資として高い +5% 改善

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業者 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商品・サービスなど各店舗が独自の価値を提供し、誘客につなげる ● 市民団体、企業等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 交流拠点でのイベントの企画や協賛、出店・出演・展示などで誘客につなげる ● 生活者 <ul style="list-style-type: none"> ・ 拠点駅周辺や商店街などで開催されるイベントに参加して楽しむ ・ 商店街等の専門店で「お気に入り」の店を見つけ、利用し、知人に紹介する
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ● 商店街、まちづくり団体、産業支援機関等 <ul style="list-style-type: none"> ・ イベントや話題づくりによる拠点駅周辺の市街地への誘客 ・ 商店街等への店舗の誘致 ・ 商店街等の店舗の商品・サービスの魅力向上の支援

体験・価値が発信され、 交流人口とのコミュニケーションが増える

目指す方向性

- ・日本最長の宿場町である奈良井宿、漆工町である木曾平沢をはじめ、高ボッチ高原、ワイナリー、平出遺跡などの歴史文化や自然、食の観光スポットが国内外からの来訪者でにぎわっています。
- ・観光のトレンドが「団体から個人」に「見学・消費から体験」へと変化した中で、本市に固有の歴史・自然・農業・ものづくり等に関する情報や知識が編集され、魅力的な生きたストーリーとして観光客や消費者に届けられることで、来訪・購買する意味・価値に変換されています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ●アウトドアや*インバウンドなど変化する観光ニーズを取り込んだ観光資源の磨き上げと新たな観光資源開発 ブランド ●*SNS、ホームページ、パンフレット等のメディア整備と継続的プロモーション ●*着地型観光のためのモデルプラン生成促進と、ガイド人材の育成 ●広域観光による誘客と滞在時間延伸の推進 ●観光施設・設備の整備、既存施設の維持管理 	観光プロモーション課

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	市内主要観光地の入り込み客数	103万61百人 [R4]	123万人	コロナ禍から回復の中直近から20万人増加
客観指標	市内主要観光地の観光消費額	9.0億円 [R4]	11.7億円	入り込み客と消費単価を増加
主観指標	塩尻市の特徴を生かした観光メニューが充実していると感じる市民の割合	24.9% [R5]	29.9%	ブランド強化に向け高い+5%改善
ブランド指標	奈良井宿の入り込み客数(再掲)	40万52百人 [R4]	61万人	コロナ禍前H29-R1平均へ回復
ブランド指標	高ボッチ高原の入り込み客数	37万56百人 [R4]	38万人	コロナ禍を経た増加を環境と共生し維持

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ●住んでいる塩尻市の魅力を味わい、広めたい方 ・地域の自然や資源を利用してアウトドアや体験コンテンツを楽しむ ・市内の観光地・景勝地・イベント等を楽しみ、その魅力を知人などに伝える ●来訪者 ・塩尻を訪れて消費することを通じて、観光資源の持続と発展に貢献する ・得られた体験や魅力を知人などに伝える
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ●観光関連産業の振興団体、観光関連事業者 ・観光・コンベンション等による経済効果の拡大・観光地としてのブランディングとプロモーション ・ご当地の定番商品、立ち寄りスポットなどの開発と発信

施策 4-6

塩尻ワイン、木曽漆器などの特徴や魅力の
共通認識ができている

目指す方向性

- ・世界中の酒類や伝統的工芸品がライバルとなる中で、本市の地場産品である塩尻ワイン・木曽漆器は、市場の変化に対応して独自の魅力を磨き続け、市内外のファンから愛されています。
- ・市民の生活の様々な場面で塩尻ワイン・木曽漆器が愛用され、親しまれており、その特徴や魅力が広く知られています。
- ・官民が一体となって産地を維持するための努力が続けられ、特徴的で持続可能な地場産業となっています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ● 支援機関等と連携した木曽漆器振興及び支援体制の強化 ● 木曽漆器の認知度向上、需要開拓の支援 ブランド ● 木曽漆器職人の後継者確保・育成の支援 ● 新興ワイナリーの設立支援、経営支援 ● 塩尻ワインの認知度向上、需要開拓の支援 ブランド 	商工課 観光プロモーション課
<ul style="list-style-type: none"> ● ぶどう生産技術及び品質向上の支援 	農政課

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	市内ワイナリーの数	16施設[R5]	19施設	新規開設を見込む
客観指標	木曽漆器製造関係従事者数	540人[R5]	540人	減少傾向の中 現状を維持
主観指標	市外からの来訪者に案内できる特産品や観光資源がある と思う市民の割合	53.9%[R5]	58.9%	ブランド強化に向け 高い+5%改善
ブランド 指標	塩尻産ワインを年間ボトル(720ml)4本以上消費(購入)する 市民の割合	18.8%[R5]	23.8%	ブランド強化に向け 高い+5%改善
ブランド 指標	木曽漆器を日常的に利用する市民の割合	39.9%[R5]	44.9%	ブランド強化に向け 高い+5%改善

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ● 塩尻市のブランド産品を楽しみ、応援したい方 ・ 塩尻ワインと木曽漆器の歴史・特徴・魅力を学び、生活の中で楽しむ ・ 塩尻ワインと木曽漆器を贈答品としても活用し、市外に向けて魅力を発信する
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ● ワイン関連事業者 ・ 塩尻ワインの製造技術向上、販路開拓、ブランディング ・ ぶどうの持続可能な生産体制の構築 ● 漆器関連事業者 ・ 木曽漆器の新製品開発、産業観光などの市場開拓、後継者確保・育成

共創循環

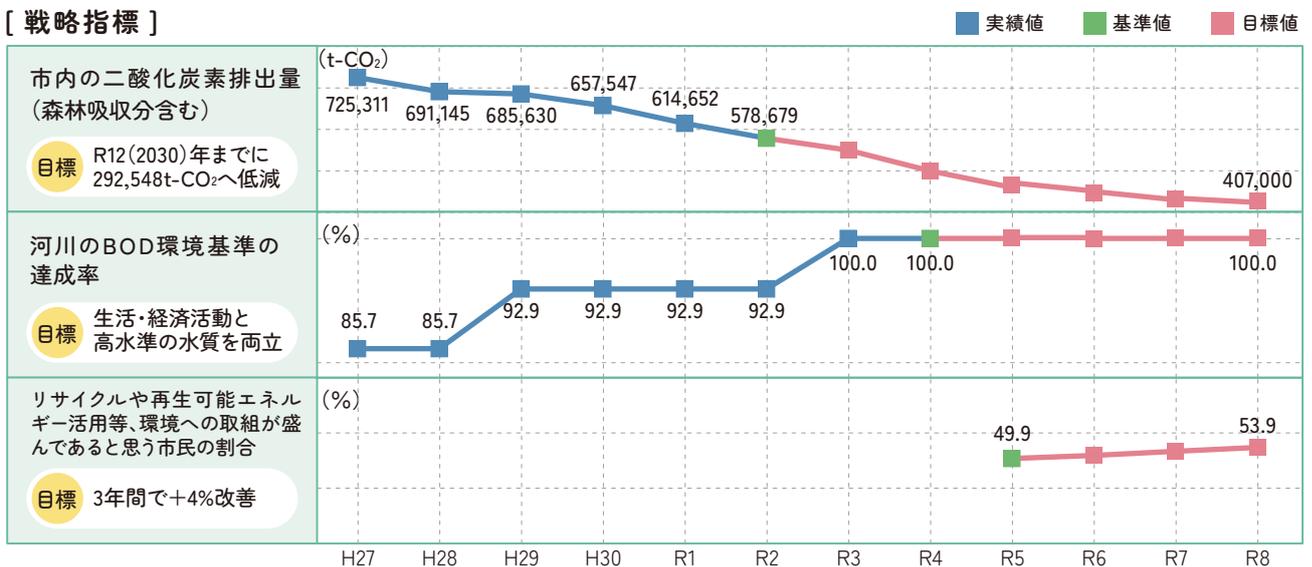
戦略分野-5 環境・気候

長期戦略が描くありたい姿



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。

[戦略指標]



現状と課題

本市の土地の約75%は森林で、約12%が農地です。私たちの暮らしのまわりにある森林と農地は、木材や食料の提供以外にも、**美しい景観や生物多様性の維持、災害の抑止など様々な機能**を発揮しています。森林や農地の所有者の高齢化や後継者不足が問題になっていますが、森林や農地をできるだけ活用・保全し、**次世代に良い状態で引き継いでいく**ことが求められます。

また、本市は国や長野県の政策目標を考慮しながら、**温室効果ガスの排出量**を2030年までに2013年（平成25年）比で57%削減し、**2050年には実質ゼロにする**

という高い目標を掲げています。*再生可能エネルギーの普及をはじめ、エネルギーの域内循環の拡大に取り組んでいますが、市民の暮らしや事業活動において取り組みやすい環境を整えていく必要があります。

太陽光、水力、*バイオマスなどをはじめとする豊富な資源を活用し、**多様な主体が楽しみながら無理なく続けられる**方法で、エネルギーや食料などの地産地消を進めていくことが求められます。

ありたい姿を実現するためのステップ



農地や農村環境の維持に関わる人が確保される

目指す方向性

- ・人口減少に伴って、農村や里山の管理に人手が入りにくくなりつつありますが、新規就農者や集落営農、作業委託などによって農地が活用され続け、荒廃農地の発生を抑えています。
- ・農家や地域住民が構成員となって農業施設の補修や改修、草刈り等の維持管理を行うことで農業施設の適切な管理と農業の持つ多面的な効果を発揮するための活動を行っています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ● 次の担い手へ引き継ぐための農業公社による流動的農地の管理経営 ● 荒廃農地の再生補助 ● 農地流動化等による農地の集積・集約化 ● 中山間地域など条件不利地や集落による農業活動への補助 ● 農地や農業水路、農道等の農業生産基盤の維持管理支援 	<p>農政課 耕地林務課 農業委員会事務局</p>

[II] 施策指標 (KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	農地や農業水路、農道等の保全活動組織における非農業者の割合	4.0% [R4]	4.2%	非農業者の理解協力を現状から増加
主観指標	自然を身近に感じることができると思う市民の割合	86.5% [R5]	増加	高水準を維持

[III] ありたい未来をつくる “ 共創アクション ”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ● 副業的農家・自給的農家 <ul style="list-style-type: none"> ・収入確保と生きがい・健康づくりのため、家族で農業を継続する ・農地や水路などの維持管理を継続する ● 土地持ち非農家、非農業者 <ul style="list-style-type: none"> ・利用しない農地を貸付け、有効に活用する ・農地や水路などの維持管理作業に協力する
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ● 農業・土地利用関連団体 <ul style="list-style-type: none"> ・農業生産基盤施設等の整備・改修の促進

施策 5-2

森林整備と管理が進み、緑の景観や自然公園が維持されている

目指す方向性

- ・森林の持つ多面的機能を発揮させ、次世代に豊かな森林環境を引き継ぐために、森林経営計画に基づき、森林所有者や財産区、外部の協力者などによる計画的な整備が行われています。また、森林整備が促進されるようデジタル技術（GIS等）による集約化や施業の効率化が図られ、森林の再生が進んでいます。
- ・次世代を見据えた森林教育（木育）や森林体験イベント等を行うことで、森林に親しみ、地域木材の価値を知り、薪ストーブや林産物を活用したライフスタイルを楽しむ市民や交流人口が増加しています。
- ・自然公園の環境を守ることの大切さを理解し、外来植物の駆除活動やごみ拾い活動等に参加する市民が増えています。

〔 I 〕 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ●森林経営計画による計画的な集約化施業の促進 ●森林整備補助金等による施業の支援 ●森林公社運営支援を通じた林業人材の育成や森林共生の普及啓発 ●緩衝帯整備等による森林病虫害防除対策の実施 ★重点投資 ●林道改良・補修による林業基盤の維持向上 	耕地林務課
<ul style="list-style-type: none"> ●生物多様性維持のための外来生物や絶滅危惧種等の調査 	生活環境課

〔 II 〕 施策指標 (KPI)

指標種別	指標名	現状値 〔基準年度〕	目標値 〔令和8年度〕	目標値 考え方
客観指標	市所有及び個人等所有の森林が整備された面積	179ha [R4]	240ha	市有林及び私有林等の施業を支援
主観指標	自慢できる自然景観があると思う市民の割合	66.7% [R5]	71.7%	重点投資として高い +5% 改善

〔 III 〕 ありたい未来をつくる “ 共創アクション ”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ●山林保有者 <ul style="list-style-type: none"> ・所有山林の場所を把握し、次世代へ伝えていく ・健全な森林を育て、引き継ぐために森林管理を行う ●緑ある景観を大事にしたい方 <ul style="list-style-type: none"> ・自然公園や森林に親しむ ・森林のはたらきや生態系について学び、これらを守る活動へ参加する
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ●森林整備関連団体 <ul style="list-style-type: none"> ・森林の経営計画制度や整備補助制度の周知 ・私有林の森林整備の促進 ●木材関連産業 <ul style="list-style-type: none"> ・地元産木材の建築への活用の促進

脱炭素社会を実現する必要性が共有され、再生可能エネルギーの導入が広がり、研究が始まる

目指す方向性

- ・ 二酸化炭素などの温室効果ガスの実質排出量を 2050 年までにゼロにする脱炭素社会の実現に向けて、環境負荷の低減に対して意識を高く持つ企業や市民が増加しています。
- ・ 事業者や家庭、地域などにおいて*再生可能エネルギーの導入やそのための投資が活発化し、また省エネルギーのための取組も増えています。
- ・ 「太陽光・太陽熱・水力・風力・廃棄物」などの未利用資源の安全で持続可能な利活用方法、実証に向けた検討が進んでいます。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ●ゼロカーボン実現計画の策定 ●市域・公共施設での*再生可能エネルギーの利用促進 ★重点投資 ●*環境マネジメントシステムの認証 ●地域内エネルギー利用の推進 	ゼロカーボン・GX推進プロジェクト 生活環境課
<ul style="list-style-type: none"> ●事業者の再生可能エネルギー利用、省エネルギーの促進 ★重点投資 	商工課
<ul style="list-style-type: none"> ●*木質バイオマスの利用促進 	耕地林務課

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	固定価格買取制度による*再生可能エネルギー発電設備導入件数(累計)	4,027件 [R4]	4,600件	新築建物及び既存建物への導入を促進
主観指標	再生可能エネルギーを活用することを意識している市民の割合	55.7% [R5]	60.7%	重点投資として高い +5%改善

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ●すべての市民 <ul style="list-style-type: none"> ・公共交通機関や自転車の利用等、環境負荷の少ない移動に協力する ・太陽光発電、*木質バイオマス等の*再生可能エネルギーを利用する ・EV車や蓄電池等の導入などエネルギーの電化を進める ●市内企業 <ul style="list-style-type: none"> ・既設設備を省電力性能の高い設備に更新するなど温室効果ガス削減に努める ・グリーン購入等、環境に負荷の少ない製品を導入する ・太陽光発電、木質バイオマス等の再生可能エネルギーを利用する
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ●環境保全関連団体 <ul style="list-style-type: none"> ・信州気候変動適応センター等の情報を活用した情報提供と普及啓発 ●保育園・学校等 <ul style="list-style-type: none"> ・子どもへの環境学習を支援

施策 5-4

環境配慮活動が日常に増え、
活動の進捗と成果が共有されている

目指す方向性

- ・脱炭素社会と循環型社会の実現に向けて、行政・企業・地域・市民の意識が高まり、環境に配慮した行動が日々の中で定着しています。
- ・第1・2・3次の各産業分野において廃棄物の削減と再資源化、*サプライチェーンの短縮化や地産地消の推進が図られ、家庭においてもごみの減量や分別が徹底されています。
- ・企業や市民の間で、環境配慮活動の必要性が認識され、活動を楽しめる仕組みがあることや、実践活動の目標と活動の成果が可視化されることで、実践者の動機づけや次の探求につながっています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ●環境配慮の地域計画の策定(環境基本計画、一般廃棄物処理基本計画等) ●環境負荷等のモニタリングと結果の公表 ●脱炭素社会実現のための学習・啓発の推進 ●*3R(リデュース・リユース・リサイクル)の推進による循環型社会の形成 	生活環境課

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	プラスチックの収集量	476.2t [R4]	600t	発生を抑制しつつ 回収強化により増加
主観指標	ごみの減量に向けた分別やリサイクルが盛んであると感じる市民の割合	64.2% [R5]	68.2%	3年間で +4%改善

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ●すべての市民 <ul style="list-style-type: none"> ・資源物と可燃物にごみを適正に分別する ・食品ロス削減のため「30・10運動」に取り組む ・循環型社会の実現のため、*3R活動に積極的に取り組む ●市内企業 <ul style="list-style-type: none"> ・梱包・包装の簡素化を進め、ごみの発生を抑制する
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ●ごみ処理場、リサイクル施設等 <ul style="list-style-type: none"> ・家庭系ごみ・事業系ごみの資源化促進と資源の有効活用 ・ごみ焼却灰の再生利用 ●地域・学校と連携した資源物の回収 ●保育園・学校等 <ul style="list-style-type: none"> ・子どもへの環境教育の実施、自主学習の支援

共創循環

戦略分野-6 協働参画・連繋・行政運営

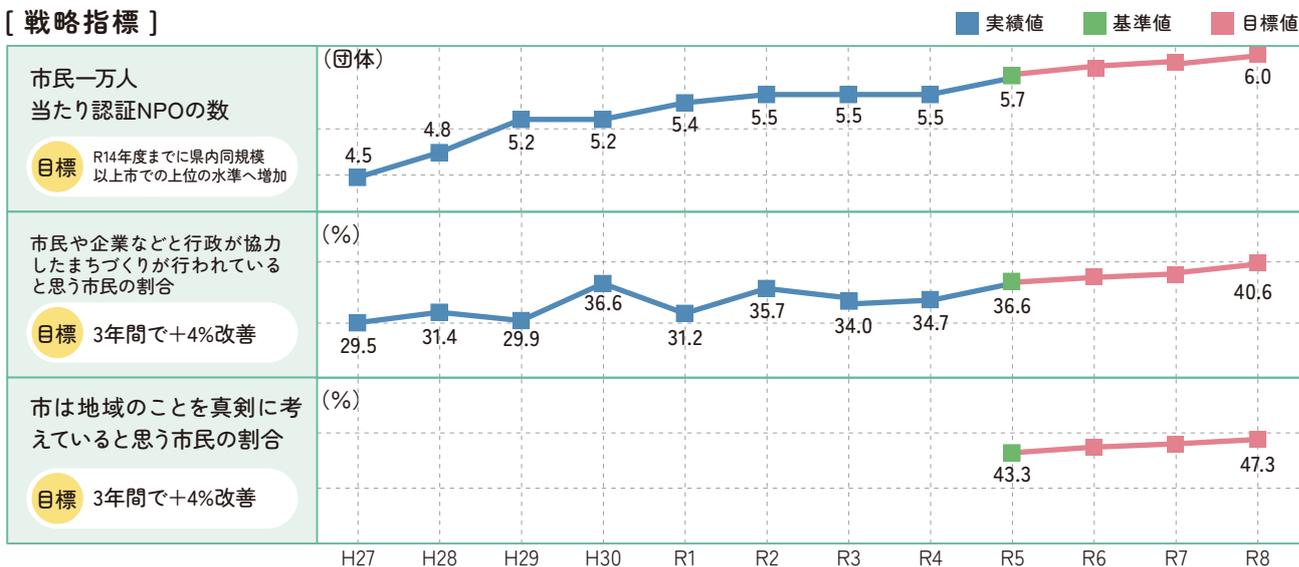


長期戦略が描くありたい姿



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。

[戦略指標]



現状と課題

市民・*NPO・企業・教育機関などの地域の多様な主体が、福祉・環境・産業・文化・教育など様々な分野において、「こんなことが実現したら良いはずだ」「こんなまちにしたい」と行動し、公共的価値を創っていくことが、私たちのまちをつくっていきます。

本市ではこれまでも「協働のまちづくり」の歩みを進め、多くの公益的活動を行う団体やNPO法人などが立ち上がり、継続的に活動を行っているほか、**市民交流センター（えんぱーく）**がこうした団体の支援拠点や、市民や団体の多彩な活動の場として機能し、**市内外から評価**されています。

こうした市の良さや強みを共有しさらに高めていくために、市役所はデジタル技術を活用しながらさらに**効率的で確かな行政運営**を絶えず模索するとともに、様々な場や機会を通じて地域課題と目標の共有を図り、**様々なプレーヤーを積極的につなげていく**ことが求められます。

また、成長のスピードと持続可能性を高めるため、連携（連携）の対象は市内だけでなく、**よりよい社会を目指して共感**する市外の人や組織とも塩尻をフィールドに新しい価値を探索し、実現をしていくことが必要です。

ありたい姿を実現するためのステップ



地域を良くする活動に取り組む人や組織に 情報や資源や仲間が集まってくる

目指す方向性

- ・「地域を良くしていきたい」「こうすれば塩尻のまちはもっと住み良く楽しくなる」という想いを抱く人や、組織（企業・団体等）などが、すでに活動している実践者や仲間と出会って交流することによって、地域課題を解決する新しい活動や組織が生まれています。
- ・すでに活動している団体に、その志や活動計画が共有・共感され、パートナーとして連繫（連携）することによって、活動基盤が強化されています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ●公益活動を始めたい方に対するチャレンジ補助 ブランド ●*ガバメントクラウドファンディング等による公益活動を応援する仕組みの研究 ●市民活動の情報発信の支援 ●市民活動団体と市民等との交流の促進 ●各分野での行政と市民団体・*NPO・企業等との連携 ●策定し直す市民交流センター長期修繕計画等による施設の計画的な維持・改修 	市民交流センター

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	*まちづくりチャレンジ事業を実施し、自立運営している団体数	36団体 [R4]	46団体	各年2～3団体増加
客観指標	市民交流センター貸館利用率	73.2% [R4]	80.0%	過去最高（H30）実績値程度へ増加
主観指標	市民が中心となったまちづくり活動が活発に行われていると感じる市民の割合	28.6% [R5]	33.6%	ブランド強化に向け高い+5%改善
ブランド指標	えんぱーくを企画やイベント等を開くため利用したことがある市民の割合	36.0% [R5]	41.0%	ブランド強化に向け高い+5%改善

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ●地域を良くしたいと考える方・活動団体 ・市民活動にボランティアや寄付によって参画する ・地域課題の解決のための活動を創出し、継続・発展させる ・クラウドファンディング等を積極的に活用し、活動を知ってもらう ・行政や他団体と連携し、活動の効果・成果を広げる
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ●中間支援団体・企業・行政機関等 ・事業連携可能な他の*NPO、企業、行政機関等との交流を促進 ・地域課題解決のパートナーとして連携し、協働事業を企画・実施

施策 6-2

市の暮らしやすさや最新情報入手・共有でき、共感を広げる様々な経路が機能している

目指す方向性

- ・ 広報紙や各種デジタルツールによって、市政方針や様々な最新情報が市民の手元に届けられており、関心を持った話題は市ホームページで詳細を確認することができます。
- ・ 市の方針を決める際には、わかりやすい広報と参加しやすい広聴が行われており、市民は様々な方法で、アイデアを伝えたり、対話の場に参加することができます。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ●本市ブランド資産についての体験・共感の拡散の仕組みづくり ●様々なツールの活用による広報の充実 ブランド ●タウンミーティング、市長への手紙等の広聴の充実 ●市の強み・特徴に関する情報発信 	企画課 秘書広報課
<ul style="list-style-type: none"> ●地域への誇りと愛着を醸成するために、本市の地産商品の体感・消費の促進 	観光プロモーション課

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	市ホームページ月平均アクセス数	223,814件 [R4]	231,000件	年2,000件ずつ増加
主観指標	市の情報を友人や知人などにも共有したいと考える市民の割合	40.4% [R5]	45.4%	ブランド強化に向け高い+5%改善
ブランド指標	広報塩尻を毎号読んでいる市民の割合	33.7% [R5]	37.0%	年+1.0%程度増加

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ●塩尻市での暮らしやすさを知り、広げたい方 ・市の* SNSをフォロー登録する ・広報紙やSNS等を通じて、市政や市の取組等について把握する ・市内の観光地・景勝地・イベント等を楽しみ、魅力を知り、その魅力を知人などに伝える ・地域や現場のニーズや要望について提案する
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ●歴史文化、自然、農業、ものづくり等の特徴的な地域資源に携わる関係者 ・市民の地域資源を継続的にPR

デジタルを効果的に活用した確かな行政運営で、自ら感じ課題に取り組んでいる

目指す方向性

- ・職員は、業務に関わる様々な地域の課題に自分事として関わり、自身の業務範囲の中でできることに対応するだけでなく、関連する他部署や民間の関係者と、問題を抱えている市民をつなげることで、課題に伴走しながらその解決に貢献しています。
- ・市の情報発信やサービス利用などの手続きにデジタル技術が導入され、利便性が向上しています。デジタルシフトに対応できない人が出ないよう、機器利用の講習やデジタルに完全に依存しない手法が確保されています。
- ・また、市民の様々な声や地域の状況の観察に加えて、統計や実績、アンケート等のデータも活用し、客観的な視点から地域の問題を抽出・精査することで、真の問題の所在を見極めるとともに早期発見と対応にも努めています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
●職員の問題発見・問題解決能力(政策形成能力)の向上 ブランド	総務人事課
●行政評価による不断の検証と革新 ●データ・根拠に基づく政策形成(EBPM)の推進 ●*BPRに基づく業務改善・効率化の推進 ★重点投資 ●市有財産の有効活用、公共施設等の総量の管理・検討	企画課 デジタル戦略課 公共施設マネジメント課 財政課

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	行政評価において成果拡充へ見直した事業の割合	54.0% [R3~5年平均]	55.0%	直近中期戦略期間平均を上回る
主観指標	行政サービスのデジタル化が進んでいると思う市民の割合	41.0% [R5]	46.0%	重点投資として高い +5% 改善
ブランド 指標	職員エンゲージメント (現在の仕事に満足・やや満足している職員の割合)	61.8% [R5]	66.8%	ブランド強化に向け高い +5% 改善

[III] ありたい未来をつくる “ 共創アクション ”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ●行政手続きやサービスを利用する方 ・電子申請等のデジタルサービスを活用する ・便利だったサービスを周りの人に伝える ・市政や市のサービスで疑問や不便に思うことについて調べてみる
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ●長野県・他市町村 ・長野県先端技術活用推進協議会への参画による情報収集と*DXの導入の促進 ●地域情報化推進団体 ・講座の開催等による市民のデジタルデバイス対策の推進

施策 6-4

塩尻へ関心を寄せる市外の人や組織との接点が増えている

目指す方向性

- ・本市で取り組まれている官民の価値創造や課題解決の挑戦が、市外にも広く発信され、関係人口や本市のファンに注目され、新たな連携（連携）や協力が生まれています。
- ・地域*DXセンター core 塩尻などの拠点を中心に企業・大学・地域住民・行政が集い、チャレンジや変革を起こし続けるまちとして、全国に注目されるサービスや新たな魅力を生み出しています。
- ・市外の企業・大学・*NPO や専門性を持った人材が、*ふるさと寄附や地域おこし協力隊などの制度や、*シビック・イノベーション拠点スナバなどの市内拠点を活用して新たな取組を創り出しています。
- ・様々な人や組織が本市のフィールドで交わり続けることで、世代や分野を超えた交流が生まれ、さらに新しい活動の創生につながり、「挑戦者にやさしい塩尻」という地域イメージにつながっています。

[I] 想定する取組

市の主な事業	主管部署
<ul style="list-style-type: none"> ●移住相談窓口による移住者支援 ●各地域の魅力や将来像の整理・発信 	地域づくり課
<ul style="list-style-type: none"> ●塩尻ワインなどブランド産品や地域資源の大都市圏でのPR ●*ふるさと寄附(企業版含む)のPRと活用 ブランド ●core塩尻を拠点とした地域*DXの推進 ブランド ●継続的に地域課題解決に取り組む関係人口の創出 	観光プロモーション課 先端産業振興室

[II] 施策指標(KPI)

指標種別	指標名	現状値 [基準年度]	目標値 [令和8年度]	目標値 考え方
客観指標	地域DXセンター core塩尻のパートナー企業数	9社 [R5]	30社	持続的官民共創の体制構築により増加
主観指標	見知らぬ他者であっても信頼しようとする市民の割合	13.5% [R5]	18.5%	ブランド強化に向け高い+5%改善
ブランド指標	ふるさと寄附件数	4,328件 [R4]	10,000件	年+1,500件程度増加

[III] ありたい未来をつくる“共創アクション”

市民等ができること	<ul style="list-style-type: none"> ●新しい取組や人・組織を応援したい方 ・市内外を問わず「チャレンジする人」を知り、応援する ・市や企業・*NPOなどの新しい挑戦的なサービスを利用し、感想を伝える ●関係人口 ・塩尻市産品の購入や来訪により、地域や地域の取組を応援する ・地域コミュニティへの参加を通じて、仲間や、貢献できそうな活動を見つける ・まちおこしや地域の課題解決を目指したプロジェクトを企画・運営、支援する
関係機関と連携して進めること	<ul style="list-style-type: none"> ●関係人口を創出する団体等 ・地域住民や事業者とともに、関係人口受け入れの体制づくり ・関係人口の認知拡大に向けたPRとブランディング ●*ふるさと寄附への出品者 ・より魅力的な商品の造成と情報発信

