

# 市民の暮らしやすさに着目した 市の長期的な活性化のための提言

FLP 地域・公共マネジメントプログラム

新原ゼミ

A 生

川村明子 榊原典子 田中胡暖 吉井杏爾

[目次]

1. はじめに
2. 市の概要
3. 現状分析
  - 3-1 教育
  - 3-2 移住
4. サマースクールについて
  - 4-1 研究テーマ・調査内容について
  - 4-2 サマースクールの行程
  - 4-3 ヒアリングにおいて印象に残った部分
  - 4-4 ヒアリングによって考えが変化した部分
5. 政策提言
  - 5-1 てくてく MAP について
  - 5-2 てくてく MAP 子育て世代向けバージョン
  - 5-3 スタンプラリーイベント
  - 5-4 政策提言の利点
  - 5-5 政策提言に至るまでの思考の流れ
6. 謝辞
7. 参考文献

## 1. はじめに

私たち新原ゼミのテーマは、「子どもたちが生きやすいコミュニティづくりと地域に寄り添い、人に心を寄せるフィールドワーク」である。こちらのテーマをふまえて、私たちは駒ヶ根市の教育について事前調査を行った。また、政策提言を行うにあたって、私たちは教育を移住に絡めたいと考え、そちらの分野についても関係施設にヒアリングを行うなどして理解を深めた。また、政策提言先の長野県や駒ヶ根市の基本データや地理的状况についても詳しく調べた。本報告書は、サマースクールやそれに関する事前調査・フィールドワーク等から得た情報や知見をもとに、私たちが検討した研究内容および政策提言について記したものである。

## 2. 市の概要

長野県 駒ヶ根市

面積：165.86 km<sup>2</sup>

総人口：31,471人（令和5年11月）

人口密度：190人/km<sup>2</sup>



図1 駒ヶ根市市章

長野県駒ヶ根市は、長野県南部である南信地方の伊那谷中央部、天竜川の河岸段丘上に位置している。市の大部分から中央アルプスと南アルプスを望むことができるという特徴から、「アルプスが二つ映えるまち」を同市のキャッチフレーズとしている。

産業では、中央アルプスの豊富で良質な水資源と、降雪が少なく晴天の日が多いことで日照時間が長いことを活かし、米や野菜、ブドウ、リンゴなどさまざまな農産物が生産されている。また、中央アルプス千畳敷カールや光前寺、養命酒製造 駒ヶ根工場などの豊富な観光資源を活かした観光産業も盛んである。

駒ヶ根市へのアクセスは、新宿から高速バスで約3時間、名古屋から高速バスで約2時間30分である。大都市からの程よい距離感という点も、同市の人気の理由の一つである。

## 3. 現状分析

### 3-1 教育

まずは、駒ヶ根市で行われている教育の現状について調査した。駒ヶ根市では、児童福祉法と子ども・子育て支援法に基づいて定義されている子ども・児童・乳児・幼児・妊産婦を対象に、令和2年度から令和6年度を目標年度として、第2期駒ヶ根市子ども・子育て支援事業計画を行っている。この計画では、駒ヶ根市が培ってきた質の高い幼児教育・保育、子ども・子育て支援を維持・向上させながら、子ども・子育て支援施策の総合的な推進と、切れ目のない支援による子ども・若者の育成支援を行い、「内から育つ、ひたむきな子ども」を育てることを目指している。

こちらの事業計画においての基本施策としては、以下のようなものがある。

- ・乳幼児期からの家庭教育への支援、健やかな育ちを支える保育・幼児教育の推進
- ・地域が支える子育て
- ・体験活動を通じた豊かな人間性の育成

・健やかな子どもの成長と家庭に対する支援 など9項目

このような事業計画やその中の施策に基づき、地域の親子が集い、交流できるような場として、アルパ子育て交流支援室（きっずらんど）や子育てひろば（まあるくなあれ♪）、子育て支援拠点ゆりかご（あそびのもり）などの施設を整備しその利用を周知したり、子育てと仕事の両立のための環境整備や、必要な人に、必要な子育て支援の情報を届ける取組を進めている。

3-2 移住

移住については、令和5年6月にNPO法人 ふるさと回帰支援センター東京（東京都千代田区有楽町）を訪れ、ヒアリングを行った。当施設は、都市と地方の交流・移住・定住を支えることを目的とした移住相談センターである。こちらで伺った内容としては、以下のようなものがあつた。

- ・目的が漠然とした移住が増えている傾向にある  
→なぜ移住したいのかを明確にすることが大切である
  - ・移住政策は市民の税金を市外の人のために使っているということ
  - ・移住者増 = 市民の幸せとは限らないということ
  - ・移住者がどう関わるか、移住者によって市民がどう変わるかを考える必要がある
- また、以下の表は第2期駒ヶ根市子ども・子育て支援事業計画より抜粋した、同市の子ども人口の推移である。

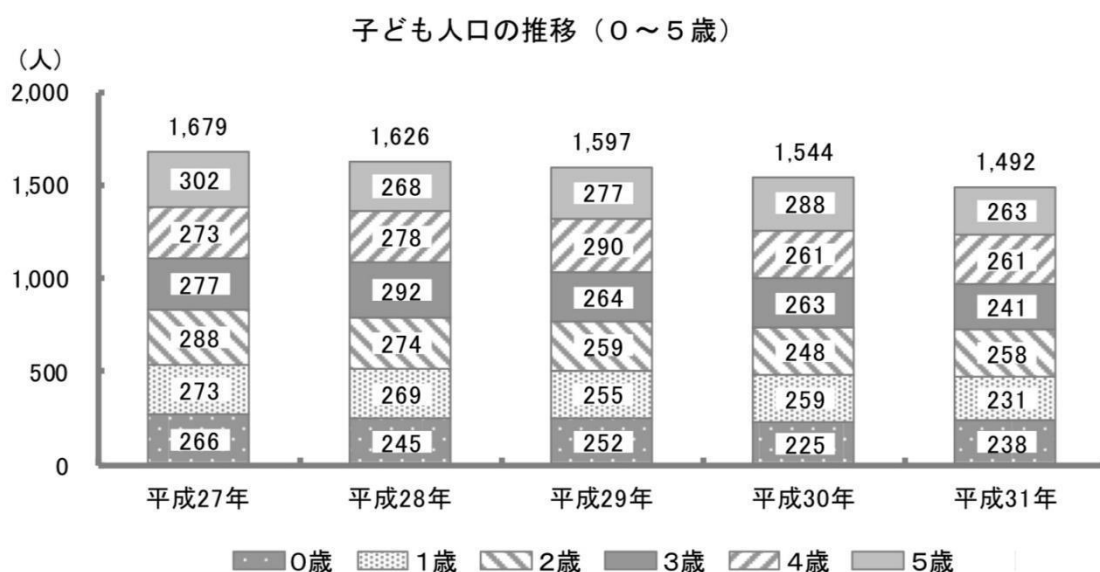


図2 駒ヶ根市の子ども人口の推移（0～5歳）

### 子ども人口の推移（6～11歳）

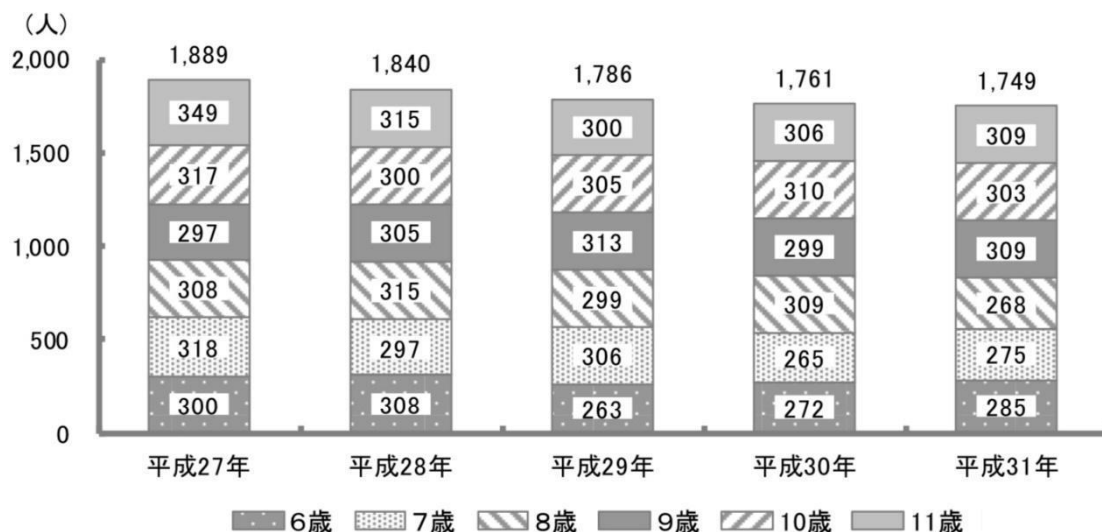


図3 駒ヶ根市の子ども人口の推移（6～11歳）  
（図2・図3ともに第2期駒ヶ根市子ども・子育て支援事業計画より）

近年、日本では少子化として子どもの数が減少しているが駒ヶ根市もまさにその状態が進行しているということが読み取れる。

また、以下の表は駒ヶ根市における18歳未満の子どもがいる世帯の状況である。

### 18歳未満の子どもがいる世帯の状況

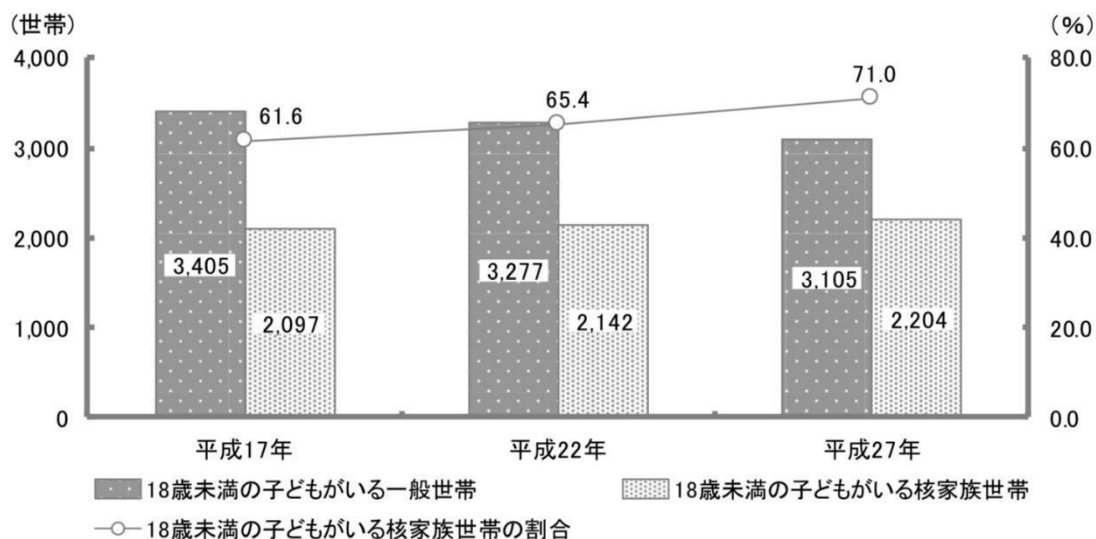


図4 18歳未満の子どもがいる世帯の状況（第2期駒ヶ根市子ども・子育て支援事業計画より）

18歳未満の子どもがいる一般世帯の数が年々減少しているということがよくわかる。このままでは、さらに駒ヶ根市内の子育て世代の人口は減少してしまう可能性があると考えられる。

そこで、私たちは教育という目的をもって移住してくる子育て世代をターゲットにした政策提言を行うということで、方向性が定まった。また、新たな移住政策を検討するにあ

たっては、市外の人だけでなく、市内にもともと住んでいる市民も恩恵を受けられるような政策提言にしたい、という考えに至った。

#### 4. サマースクールについて

##### 4-1 研究テーマ・調査内容について

以上の事前調査を通して、私たちはサマースクールにおける研究テーマを「駒ヶ根市の魅力を活かした移住の促進」に設定した。このテーマ下において、具体的に調査したいことが3つあった。

1 つ目は、事前学習では見つけきれなかった市の新たな魅力を発見し、それぞれの魅力がどの世代、そしてどのような家族構成の人々に好まれるのかなどを具体的に調査することである。前章の事前調査において、たくさんの魅力を発見したが、実際に訪れてみないとわからない魅力はまだあると考え、それを実感している人々の特徴も併せて考えたいと思った。

2 つ目は、移住者の方と以前から住んでいる人々の関わりなどについて両者の実感を知りたいということである。外から移住してくる人と以前から市に住んでいる人とは人との関わり方について、感じ方に違いがあると思われる。よってその両者の間に存在するギャップについても理解を深めたいと思った。

3 つ目は、どうすれば魅力が伝わるか発信方法について検討するということである。先ほどから述べているように、駒ヶ根市にはたくさんの魅力がある。しかし、それは発信していかなければ伝わらない。そのため、どのようにすれば市外に魅力が伝わるかについて考えていきたいと思った。

ここから、当ゼミはサマースクールを通して駒ヶ根市の新たな魅力と市民の方々が感じている魅力、移住者の方が駒ヶ根を選んだ理由、そして子育てに関する取り組みについて調査を行うこととした。

##### 4-2 サマースクールの行程

以上の目的を満すために行った調査の過程について簡単に説明する。まず、駒ヶ根市の魅力を肌で感じるために駅前の商店街のフィールドワークを行い、実際に自分たちの足で歩いた。そして子育てに関する取り組みについて知るために子育て支援センターや保育園に赴き、職員の方ならでの視点からお話を伺った。最後に、テーマの要である移住について知るため、移住者の方が営まれているお店 3 軒と、市役所でのヒアリング、リアル体験住宅の見学に行った。ここでは移住者の方ならでの意見に触れつつ、移住の傾向についてもお話をいただいた。

##### 4-3 ヒアリングにおいて印象に残った部分

ここから、実際にサマースクール中に聞いた話で印象に残った部分をいくつか紹介する。

###### 1. 子育て支援センター

職員の方は子育てに関する市の公式 LINE について、「公的な機関なのでおすすめのお店などの情報が流せない。」とおっしゃっていた。

###### 2. よっしーのお芋屋さん

店主さんは「移住者の方も移住してしまえば市民であること、夫婦だけ、家族だけで生活していく素晴らしさもある。」というような独自の視点からお話をしてくださった。

##### 4-4 ヒアリングによって考えが変化した部分

###### ・長期的な目線に立った移住支援

先述のよっしーさんへのヒアリングで「移住して終わりではなく、その後市民としての生活が続く」というお話があった。そこから私たちの調査の方向性は大きく変化した。事前調査段階では移住者

や移住を検討している方をターゲットにしてどのような政策ができるかを検討していた。しかし、移住してくる方を「移住者」とくくるのではなく、「市民」として支援や政策を行うことが移住後の市民としての生活につながりやすいのではないかという考えに至った。また、移住者と市民を分けない政策は現市民の方々の生活にも恩恵があることがメリットとして挙げられる。移住政策の難点である「市民の税金を使用するが、現市民に直接的な恩恵がない」ことに対する対策にもなると考えた。

#### ・駒ヶ根を好きになることから始まる移住

市役所の方へのヒアリングの中で市の中身を知って好きになってもらうことを大切にしたいというお話があった。近年、コロナ禍などの影響もあり、移住の人気は上昇傾向で多くの自治体が移住者向けの情報サイトや補助金などの政策を打ち出している。移住を調べると補助金などの情報が多く出てきて、そのような単純に比較できる条件で移住先を決めてしまうことも考えうるが、市の魅力を感じて移住してもらえそうなアプローチ方法を検討することにした。

#### ・子育て世代へのアプローチ

子育て支援センターへのヒアリングで「子育てに役立つお店の情報があつたらいいかもしれない」というお話があった。以前はそれに該当するものがあつたそうだが、近年は廃止されている。センターの方曰く、市が公式に特定のお店を紹介することが難しいのではないかとのことだった。子育て世代が行きやすいお店、子育て世代に来てほしいと思っているお店を紹介することで市民がより気軽に外食を選択するきっかけになるのではないかと考えた。これは政策提言にも大きく影響した。

#### ・移住のカタチ

複数の移住経験者の方からお話を聞き、移住の背景は本当に様々であることを実感した。事前調査段階では移住体験談等を読んでどのような背景で移住した方がいるかを知って、移住者の傾向などを理解した気になっていた。しかし、実際にお話を聞くと同じような移住をされた方は1人もいらっしゃらないし、移住の正解なども存在しないことが分かった。印象に残っているのは、よっしーさんとのお話であった「移住後は地域のコミュニティに積極的に参加しなくても家族だけ、夫婦だけで生活することの素晴らしさもある」という話である。駒ヶ根市には様々な移住のカタチを叶える基盤があることを理解した。

以上の点から、私たちは外側(市外)への発信方法だけでなく、内側(市内)の魅力や市民の満足度の向上に着目した政策提言をしたいと考えが変化した。

## 5. 政策提言

今回、新原ゼミが提案するのは「てくてく MAP」子育て世代向けバージョンの作成とそれを活用したスタンプラリーイベントの実施である。

先述したように、私たちは内側(市内)へのアプローチを強化することで市の魅力を増やし、市民の暮らしの満足度を向上させることに着目した。さらに、そのアプローチを市が力を入れている子育て政策や駒ヶ根テラスのてくてく MAP などの既存の強みを活用したものにすることで、より魅力を高めることができるのではないかと考えた。市民の暮らしやすさが向上することでそれも市の魅力となり、外側(市外)に伝える魅力の幅がさらに広がるのが期待でき、その結果として長期的な地域活性化や移住促進につながると考えた。

### 5-1 てくてく MAP について

てくてく MAP は、中心市街地活性化のために商店主や市民有志、行政などが参加する組織であるこまがねテラスが作成している。駒ヶ根駅周辺の商店やスポットを手書きのイラストとともに紹介する地図となっている(こまがねテラス)。



図5 てくてくMAPのマップ面

### 5-2 てくてくMAP子育て世代向けバージョン

子ども連れでも利用しやすい設備やサービスなどが整っている商店や施設をてくてくMAPのように1枚のマップにまとめる。私たちがこのマップを作成する際に重視したいことは多くの方の声を反映させたものにするということである。市内の保育園を利用されている方、子育て支援センターなどの保育現場で職員として勤務されている方々、子育ての経験がある方など様々な立場の方から情報を提供していただきたいと考えている。また、商店主の方々の方からマップへの掲載希望を直接募ることも検討している。

### 5-3 スタンプラリーイベント

上記のマップをさらに市民の方に周知していただくために、私たちはこのマップを活用したイベントを定期的に行うことが効果的ではないかと考えた。イベントの構想について現段階では、以下を想定している。

- ・スタンプはこまかっぱのデザイン
- ・マップに掲載されている商店や施設を訪れ、買い物や食事、施設の場合は利用することでスタンプがもらえる
- ・集めたスタンプの個数に応じてマップに掲載した商店や施設の割引券や駒ヶ根市の特産品と交換する

### 5-4 政策提言の利点

今回の政策提言によって、市民、行政、商店それぞれにとって利点があると考えている。市民の方々にとっての利点は主に5つあると考えている。一つ目は、市の魅力を再発見できることである。マップが、今まで知らなかった商店と新たに出会うきっかけになることなどが期待できる。二つ目は、市内での楽しみ方の幅が増えることである。スタンプ



ラリーイベントに参加するほか、マップを見ながら市内を散策するなど、市内での楽しみ方の幅が増えると考えている。3 つ目はさまざまな世代間での関わりが増加することである。スタンプラリーイベントは子育て世代向けに作成したマップを利用したものではあるが、子育て世代だけでなく、子どもやお年寄りの方なども参加可能なものにしたと考えている。それによって、訪れた先でさまざまな世代間の交流が生まれると期待している。4 つ目は保護者同士のコミュニティ形成である。保護者同士と一緒に商店や施設を巡るほか、訪れた先で新たな交流が生まれる可能性がある。5 つ目は子育て世代の外出機会の増加である。4 つ目の利点として述べた保護者同士の交流が生まれることや、イベントの開催によって、外出するきっかけになるのではないかと考えている。

市にとっての利点は主に 2 つあると考えている。1 つ目は、長期的な持続が見込める政策であるということである。長い期間の中で、新しくできた商店や施設を追加していくなどマップを定期的に更新することができる。2 つ目は市民の方々の徒歩移動が増えることで、市の地形や景観により愛着を持ってもらえることが期待できるということである。

最後に商店にとっての利点は主に 2 つあると考えている。1 つ目はマップに掲載することで認知度向上のきっかけとなるということである。2 つ目は定期的なイベント開催がお店のリピーターの増加につながるということが期待できるということである。

#### 5-5 政策提言に至るまでの思考の流れ

最後に、私たちが今回の政策提言に至った思考の流れを以下にまとめる。私たちは当初、事前調査から「駒ヶ根市の魅力を伝える発信方法の検討が移住者増加につながる」という仮説を立てた。それを踏まえ、サマースクールの研究テーマとして「駒ヶ根市の魅力を活かした移住促進」を設定した。

しかし、サマースクールを通して、外側（市外）に向けた発信だけでなく、内側（市内）へのアプローチ強化も大切であるという考え方に变化した。そこで、「市民の暮らしやすさに着目した、市の長期的な活性化」という新たな研究テーマを設定した。そのための手段として、てくてく MAP の子育て世代向けバージョンとそれを活用したスタンプラリーイベントを今回提案した。

## 6. 謝辞

私たちの調査にご協力いただいた皆様、そしてサマースクール開催、運営などにご尽力いただいたすべての関係者の皆様に、この場をお借りして感謝を申し上げます。

#### 【調査にご協力いただいたヒアリング先】

- ・駒ヶ根市役所 様
- ・cross life 様
- ・FIRST MOUNTAIN 様
- ・よっしーのお芋屋さん。 様
- ・子育て支援センターまあるくなあれ 様
- ・駒ヶ根市立経塚保育園 様
- ・NPO 法人 ふるさと回帰支援センター東京 様

## 7. 参考文献

【駒ヶ根市】駒ヶ根市はこんなまち

<https://www.city.komagane.nagano.jp/gyosei/shiseijoho/shinogaiyo/shinoshokai/2594.html>（最終アクセス日 2024 年 1 月 10 日）

【駒ヶ根市】第2期駒ヶ根市子ども・子育て支援事業計画

<https://www.city.komagane.nagano.jp/soshikiichiran/kodomoka/kosodatekateikyoiukakari/2/1/7524.html> (最終アクセス日 2024年1月10日)

【ふるさと回帰支援センター】

<https://www.furusatokaiki.net/> (最終アクセス日 2024年1月10日)

【こまがねテラス】てくてく MAP

<https://www.city.komagane.nagano.jp/soshikiichiran/syoukoukankouka/shogyogakari/2/2/9169.html> (最終アクセス日 2024年1月10日)