

# 視察報告書

長野県飯田市、岐阜県郡上市

令和8年2月9日(月)～2月10日(火)



飯田市議会 議場にて

松阪市議会 市民クラブ

令和8年2月24日

松阪市議会議長 濱口 高志 様

松阪市議会 市民クラブ 吉川篤博

令和8年2月9日(月)から2月10日(火)の間、行政視察を実施しましたので下記のとおり報告いたします。

1. 視察の日程 令和8年2月 9日(月) 長野県飯田市  
2月10日(火) 岐阜県郡上市
2. 参加委員 会派「市民クラブ」吉川篤博、楠谷さゆり、橘大介、酒井由美
3. 報告書作成 橘大介、酒井由美
4. 報告書提出 会派長 吉川篤博

【 I 】「結いターン移住定住推進の取組について」・・・(長野県飯田市)

視察日:令和8年2月9日(月) 14:00~15:30

会 場 長野県飯田市役所

対応者 飯田市市民協働環境部 結いターン移住定住推進課 課長 荒尾 直彰 様

飯田市市民協働環境部 結いターン移住定住推進課 課長補佐 若杉秦秀 様

◆視察テーマ◆『結いターン移住定住推進の取組について』

「住みたい田舎ランキング1位」人口5万以上10万人未満のまちの「若者世代・単身者」部門で3年連続1位を獲得

(1)ランキングの結果そのものより、どのような考え方と仕組みで「選ばれるまち」をつくってこられたのかを教えてください。

(2)住みたい田舎ランキングで高評価を得た要因のうち、行政として最も戦略的に取り組んできた点は何か。

(3)自然環境や人の温かさといった”地域の魅力”を、移住検討者にどう言語化・体験化して伝えているか。

(4)移住相談窓口では、若者世代・単身者に対して特に重視している初期対応やヒアリング項目は何ですか。

1.飯田市の概要

(1)人口 96,197人 (2024 総務省統計)

(2)面積 約 658.66 km<sup>2</sup>

(3)概要 長野県の南端にある地方都市で、天竜川流域の深い谷に広がる自然豊かなまち。長閑な山あいの風景や豊富な果樹栽培で知られ、特に果物(梅・梨・柿・りんご等)の産地としても有名。また、環境モデル都市として環境対策にも積極的に取り組んでいる。

## 2.視察の目的

関東圏のランキングにおいて高評価を得ている移住・定住施策について、その戦略的取組や成果要因を把握し、本市施策への示唆を得ることを目的に視察を実施した。

## 3.ランキング高評価の要因

行政として最も戦略的に取り組んできた点は、「人と人をつなぐ移住支援」である。

自然環境や立地条件などの“場所の魅力”だけでなく、「飯田人の魅力」を前面に出し、移住希望者と地域住民を積極的に結びつける仕組みを構築している点が特徴的であった。

単に件数を増やすことを目的とするのではなく、関わりの“深さ”を重視し、地域の良い面も課題も率直に伝えたいという関係性を築いている。移住講座や交流の場では、地域で活躍する魅力的な人材を紹介し、「この人と一緒に何かをやりたい」と思わせる仕掛けがなされている。

## 4. 地域の魅力の伝え方

自然環境や人の温かさといった抽象的な魅力は、言語化よりも「体験」を重視している。

具体的には、2泊3日程度の「Uターンシップ(お試し移住)」、電話やオンライン相談をきっかけに複数回訪問してもらう関係構築などを通じ、実際に地域を訪れて体感してもらう手法を採用している。

## 5. 若者・単身者への初期対応

若者世代・単身者への対応においては、①住まい ②仕事 ③暮らし(コミュニティ)の3点を重視している。初回相談時に希望内容を丁寧にヒアリングし、それぞれに寄り添った支援を行う。これは若者世代に限らず、定年退職後の移住希望者に対しても同様の姿勢である。近年は、フリーランスのクリエイター、農業志望者など、明確な目的を持った移住希望者が多く、「仕事を用意してほしい」という相談は比較的少ないとのことであった。

## 6. 移住者数増加の背景

2009年以降、相談件数は横ばいで推移していたが、2019年度に「Uターン移住定住

推進室」を設置し、組織体制を強化したことで移住者数が増加した。その後、コロナ禍で一時減少したものの、移住志向の高まりにより再び増加傾向にある。令和 6 年度時点で、相談窓口を通じた移住者は 146 人。その約 9 割が県外からの移住者である。組織的強化と社会情勢の変化が重なり、成果につながったものと考えられる。

#### 7. 「おかって(交流拠点)」の取組

月 1 回開催される交流拠点「OKATTE(おかって)」は、人と人とのつながりを生み出す中心的な場である。移住者、地元住民、起業希望者、クリエイター、学生などが混ざり合い、自然発生的に交流・ビジネスが生まれている。信州スタートアップステーションとも連携し、起業相談や支援機関への橋渡しも行われているが、あくまで民間主体の活動を行政が後押しする形で運営されている点が特徴である。

#### 8. 学生ボランティアとの連携

全国組織である NICE(日本国際ワークキャンプセンター)(通称:イビューサ)と連携し、竹林整備などの活動を実施。年間数回、全国から 50~60 人規模の学生が参加し、地域課題の解決と関係人口創出を同時に進めている。この活動をきっかけに、地域おこし協力隊として定住した事例もある。

#### 9. 教育を入口とした移住

親子留学・ショート留学制度を実施しており、教育への関心を入口に移住へつながる事例もある。海外在住の日本人家庭からの相談もあり、オンライン面談を経て実際に来訪、移住に至ったケースも確認されている。

#### 10. Uターンシップ支援内容

・宿泊費:1泊最大 5,000 円(5泊まで、上限 25,000 円)、交通費:最大 5,000 円、補助上限:30,000 円、令和 5 年度実績:19 組 21 回利用。多くは 2泊 3日程度の滞在である。

#### 11. 空き家・住宅対策

移住促進における最大の課題は「住宅確保」である。市営住宅の柔軟運用の検討、空き家の改修支援、民間事業者との連携などを進めているが、依然として大きな課題であるとの認識であった。

#### 12. 所感

飯田市の「結いターン移住・定住推進の取組」について、会派市民クラブで視察・研修を行った。飯田市は、人口 5 万人以上 10 万人未満の自治体における「若者世代・単

身者」部門で3年連続1位を獲得しており、その背景について学ぶ。

支援金や住宅支援といった制度面の充実はもちろんであるが、それ以上に強く感じたのは、「人と人をつなぐ」ことを政策の中心に据えている点だ。

まかない食堂「OKATTE」のように、“まかない飯のご縁”を通じて自然に人が集まり、語り合い、そこから新しい挑戦やビジネスが生まれていく仕組みが整えられる。その様子は、単なる移住支援の枠を超えた「まちづくり」そのものであると感じた。

移住を「人数」で捉えるのではなく、「関係の深さ」で育てていく姿勢、そして地域の良いところだけでなく現実も含めて率直に伝えた上で人と人を結びつけていく丁寧な取組が、3年連続1位という評価につながる。

今回の視察は、移住施策にとどまらず、これからの地域づくりの在り方を考えるうえで大変有意義な学びとなった。

## 【Ⅱ】「まち全体を使った観光・文化体験について」(岐阜県郡上市)

視察日:令和8年2月10日(火) 13:30~15:30

会場 岐阜県郡上市役所

対応者 郡上市議会 議長 森藤文男 様

郡上市商工観光部観光課 課長 三島宏治 様

郡上市商工観光部観光課 課長保佐兼観光振興係長 安藤祐二 様

### ◆視察テーマ◆「まち全体を使った観光・文化体験について」

(1)郡上踊りのような伝統文化を観光資源として成立させるために最も重視している考え方は何か。

(2)まち全体を一体的な観光空間とするために、行政・観光協会・地域団体の役割分担はどのように設計されているか。

(3)観光客が商店街や路地へ自然に足を運ぶよう、動線作りで意識しているポイントは何か。

(4)商店街や個人事業者が、無理なく観光に関われるようにしている工夫や支援策はあるか。

## 1. 概要

本視察では郡上市における「まち全体を観光空間と捉えた文化体験型観光」の政策体系、運営体制、デジタル施策、そして伝統文化の保存と活用の両立について説明を受けた。観光資源としては、郡上八幡城、長良川の鮎、郡上おどり・白鳥踊り・白鳥拝殿踊り、西日本最大級のスノーリゾート群、山・川を活かしたアウトドア体験など、

自然・文化・食が重層的に存在している。特に郡上おどりはユネスコ無形文化遺産に登録され、保存会 100 周年を迎えたことを踏まえ「次の 100 年」を見据えた保存活用計画が策定されている点が特徴的である。観光政策は、令和 8 年度を見据えた体系整理のもと、「観光による地域の持続可能性」を定性的目標、「観光消費額の増加」を定量目標とし、KPI と重要成功要因を設定して進められている。デジタル分野では、DMO(一般社団法人郡上観光連盟)を中心に、会員データや LINE 配信、郡上 eぐ〜ぽん、オンライン体験販売などを内製で運用し、コスト抑制と人材育成の両立を図っている。(個人、商店でも利用可能な施策としている)

## 2. 質疑応答(抜粋)

Q1. 過疎・高齢化が進む中で、観光をどのように地域維持につなげているのか。

A1. 高校卒業後の 19 歳前後の流出を前提としつつ、U ターンや関係人口の創出を重視している。観光を「一時的な来訪」ではなく、地域との継続的な関係づくりの入口と位置づけ、体験参加型観光やサポーターズクラブの育成を進めている。

Q2. 郡上おどりの運営における行政負担の課題は。

A2. 観光係 9 名、商工観光部 13~14 名によるローテーション体制で、交通規制や安全管理を含めた職員負荷は大きい。そこで、行政計画ではなく運営委員会主体の「保存活用計画」を策定し、サポーターズクラブを通じて段階的に業務移管を進めている。

Q3. 観光のマネタイズと伝統文化の両立は可能か。

A3. 無料参加を前提としてきた文化行事についても、持続可能性の観点から来訪者の応分負担は必要と考えている。手ぬぐいを参加要件とし価格改定する案や、ふるさと納税を活用した応援型参加など、社会的受容を踏まえた制度設計を検討している。

Q4. デジタル施策の成果と課題は。

A4. 会員約 3 万 3 千人、LINE 登録約 6,500 人を基盤に、属性・嗜好別配信によるリピーター促進が一定の成果を上げている。一方、維持費が年間約 2,500 万円かかり、データ所有が DMO 側にある点や、議会への継続的説明が課題と認識している。

Q5. オーバーツーリズムや安全対策への対応は。

A5. マナー啓発や駐車場自動化を試行しているが、警備・交通整理費が年間約 2,500 万円と高額で、費用対効果の検証が不可欠。受益と負担の関係を市民・来訪者双方に丁寧に説明することが重要と考えている。

### 3. 所感

郡上市の取組から特に印象的だったのは、「観光をイベントや集客施策としてではなく、地域経営そのものとして捉えている点」である。伝統文化を守ることと、収益を生み持続させることを対立軸に置かず、役割を可視化する姿勢は、文化資源を多く持つ松阪市にとっても大きな示唆となる。また、行政がすべてを担うのではなく、DMO やサポーター、移住者を含む多様な主体が関わる体制づくりは、職員負担の軽減と市民参画の両立につながっている。郡上市観光塾などにより観光庁の専門派遣事業も活用、おもてなしや世界の観光動向の講座を実施し、最新の情報把握や観光人材育成に努める点では刺激を受けた。デジタル施策についても、派手さより「内製・継続・データ活用」を重視している点は、財政制約のある自治体にとって現実的なモデルであると感じた。一方で、警備費や運営費など大規模イベントに伴うコスト増、データ所有や財源確保といった課題も率直に共有されており、観光政策には常に費用対効果と説明責任が求められることを改めて認識した。

松阪市においても、伊勢参拝客の素通り対策や、歴史・文化資源のつながりのある面的活用が課題となっている。郡上市のように「まち全体を一つの舞台」として捉え、参加型・滞在型・関係人口創出型の観光へと発想を転換していくことが、今後の政策検討において重要であると強く感じた。



郡上市議会議場で森藤議長とともに