

目指す姿(キャッチフレーズ)

過疎化は資源だ！ーピンチをチャンスに変える戦略ー

取組・方策

1 【弱みと脅威】ピンチを魅力に

(1) ～利用者の少ない松本空港～

- ・国内よりむしろ国外での「長野」ブランド確立を目指す
- ・高付加価値の地域ブランドを作ること空輸コストを減らす
- ・物流に特化し、物流効率化を目指す

(2) ～高齢化・農業離れ～

- ・農業大学を設置
- ・衰退が進む商店街を活用して魚の市場ならぬ野菜の市場を設置
- ・空き家や担い手不足の農家を活用した田舎暮らし体験
- ・小学生等に農業に対する興味を持ってもらうよう、高齢者が指導者となり農業体験

(3) ～その他のピンチを逆手にとって～

- ・1つの中心的ブランド農産物をつくり、県内どこをまわっても楽しいブランド県をつくる
- ・温泉など休憩施設を併用したアウトレットモールの開設
- ・外国人観光客に、長野県の特産品の生産に携わってもらうことで、海外への知名度を高める
- ・地元料理・特産品を活用した宿泊で観光客を集める
- ・文化財だけでなく、小さな博物館などにも興味を持ってもらうよう外国人客にPR

2 【強み】魅力の再活用～自然～

- ・土地や環境を活かした多用なスポーツ産業の誘致
- ・スキー場に太陽光パネルを設置して発電、地熱発電を利用した宿泊施設のPR

(長野内県的要因)	<p>強み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光地の豊富さ(温泉、博物館、花火) ・避暑地が多い ・首都圏からわりと近い ・農村の景観がいい ・H20までは有効求人倍率が全国平均以上 ・ギターの生産(1位) ・健康長寿県、高齢者就業率(1位) ・直売所が多い。JAとの協力が強い ・総農家数、農家民家数(1位) ・自然エネルギー源(太陽光・地熱等)、日照量 	<p>弱み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・松本空港の利用状況(利用者が少ない) ・外からアクセスしにくい、電車の接続が悪い ・バリアフリーが未浸透(道路の整備状況など) ・電灯が少ない ・特産物の知名度あまり高くない ・農業生産力低下、有名な農作物がない ・後継者、担い手不足 ・転出者が多い(定住する上で魅力薄い) ・他県と比較したときに飛びぬけたものがない ・市が大きすぎる ・4年制大学への進学率低い(30位)
	<p>(社会的要因)</p> <p>機会(チャンス・プラス要因)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・健康志向の高まり ・田舎暮らしの興味増大。自然志向 ・地産地消 ・地域の農産物のブランド化 ・世の中が節電傾向にある ・ロケが多い ・歴女などに代表される、歴史への興味 ・外国人観光客の集客 ・教育への興味、関心の増大 ・福祉サービスの充実 	<p>脅威(リスク・マイナス要因)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地震(牛伏寺断層など) ・気候の変化の差はげしい ・グローバル化 ・労働の多様化(時間や業種) ・少子高齢化、地方における人口減少(空き家の増加・限界集落の増加) ・首都圏における待機児童の増加 ・節約志向 ・円高の進行による輸出の低迷、産業の空洞化 ・公共事業減少による経済全体への影響 ・スキー産業の低迷 ・大型店の台頭