

(別紙1) 2024年度地方創生推進タイプ(先駆型、横展開型、Society5.0型)実施計画【新規事業】

1. 申請者情報

都道府県名	長野県	市区町村等名	小諸市	地方公共団体コード	20208
-------	-----	--------	-----	-----------	-------

2. 交付対象事業の名称等

単独 広域	交付対象事業の名称									
単独	農ライフ人材の創出・定着促進プロジェクト									
事業類型	横展開型		横展開型での採択希望 (先駆型、Society5.0型の場合)			後継事業	×			
事業分野 (大項目)	地方への人の流れ		事業分野 (詳細)	②移住促進・地方創生人材の確保・育成等の人材 分野				事業分野	○	
事業実施期間	交付決定日				から 2027 年 3 月 31 日 まで					

3. 地域再生計画の名称等

地域再生計画の名称					認定(初回)
農ライフ人材の創出・定着促進プロジェクト計画					新規
地域再生計画の区域	長野県小諸市の全域				
計画期間	地域再生計画の認定の日 2027 年 3 月 31 日 まで				

< 入力チェック >

有識者対象 (先駆)	有識者対象 (Society5.0)	広域・単独	広域連携の 上限額	事業費	注意
-	-	○	-	-	

< 変更状況確認欄 > ※軽微変更報告の際に記載

最終交付決定日	軽微変更報告日
---------	---------

No.	都道府県名	市区町村等名	地方公共団体 コード	2024年度交付金 対象事業経費	2024年度交付金申請額 (左記の1/2)
1	長野県	小諸市	20208	11,918千円	5,959千円
計				11,918千円	5,959千円

4. 交付対象事業の背景・概要

A. 地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)
小諸市は「第5次基本構想・第11次基本計画」の中で、『住みたい 行きたい 帰ってきたい まち 小諸』をめざすまちの姿に位置づけ、今後も持続可能な自治体であり続けるために、「健康都市こもろ(小諸版ウエルネス・シティ)」をまちづくりのビジョンに据え、健康・福祉はもちろん、子育て・教育、環境、産業・交流、生活基盤、行政経営などあらゆる分野において健康・健全であることを目指している。 移住・定住促進分野では、「小諸市移住・定住施策の基本方針」を柱に小諸市の魅力、強み等の優位性を活かした移住関連施策を展開し、人口動態では2022年：社会増167人、2023年11月末までの途中経過：307名の社会増へ好転となった。交流人口から関係人口、そして定住人口へ繋げる取り組みでは、「きっかけづくり」が非常に重要となり、基本方針では、特にターゲット層及び以下を重点に取り組みを実施している。 1.ターゲット層(求める人材) 「自立した層」：経済面はもちろん、社会人としての責務を果たし、地域に溶け込み、むしろ地域活性化のキーマンになり得る人 2.(株)アールシーコアと連携 「BESS」事業を展開し、国内最大のログハウスメーカーと令和5年度に「連携協定」を締結。 市内に「小諸 梅の坂上 FuMoTo」と名付けられた分譲地は20区画すべて成約しており、成約者は移住者あるいは二地域居住者である。 ・第一弾：「メトロミニッツ」で小諸の魅力を発信 ・第二段：「小諸の食文化や暮らしを感じられる滞在型マルシェ」を代官山BESS MAGMAにて開催 ・第三弾：「代官山BESS MAGMA出発着 移住体験ツアー」を開催 募集定員30名に対して、30名以上の申込みがあった。 農業分野においては、小諸の歴史・文化・風土を活かした農と食のブランド化による農産物の高付加価値化を推進するとともに生産性向上のための農地の利用集積や基盤整備を進め、農家の所得向上を図る。そして、魅力ある農業、稼げる農業となることで、農家の経営安定と新規就農者の増加や、荒廃地の解消を目指す。 上記の将来像に向けて、「komoro agri shift」プロジェクトを平成29年7月から始動。「つくる農から”つなぐ農”へ」というコンセプトを掲げ、「小諸の農」のファン獲得に向けて、収穫して終わりではなく、その想いや考えを様々な人に届けるまでやりきる”つなぐ農”を農家・農業団体と小諸市が一体になって推進し、特に以下の3点に力を入れてきた。 1. 元気な土をつくろう 土壌微生物の多様性・活性値を見える化することで、生態系が与える恩恵を最大化する農業に取り組む 2. 採れたて料理をつくろう 農家の想いや四季折々の営みを食卓に届けるため、シェフと一緒に採れたての農作物を活かしたレシピを開発 3. 癒しの農体験をつくろう 農風景・農業技術・農作業・農文化・農育など、農の持つ力をフル活用した農体験で、新しいカタチの販路を開拓 また、2022年には、東京と小諸市の二拠点生活をしながら、アパレルブランドの経営やタレント活動を行っている武藤千春氏を「小諸市農ライフアンバサダー」に任命。小諸市の多様な農の魅力を外部に発信し、『住みたい 行きたい 帰ってきたい まち 小諸』を実現させるために農ライフ都市小諸を強化してきた。 「産業・交流」分野においては、豊かな暮らしを創出するため、「稼ぐ力」を意識した戦略的な産業振興策を展開し、移住・定住促進策と併せ、魅力ある「商都・農都・住都 小諸」を作る強い推進力とし、人口減少対策に繋げる取り組みを加速させていく。

B. 地方創生の実現における構造的な課題
【1】中山間地域での移住×産業振興人材へのPR不足 ・小諸市では移住施策として、小諸市移住ガイドや、商店街での創業を支援するおしゃれ田舎プロジェクトなどを実施。直近3年では、移住者や民間事業者の新規出店が30件以上と成果は出ており、社会増に至っている。歴史的な建物が残る都市部の町屋を改修・活用した店舗が多く見れる。一方で、特に都市部以外の中山間地域での人口減少は顕著。小諸市では、城下町である都市部の他に、郊外での農ある暮らしが織りなす風景が観光の名所ともなっており、市としての経済基盤やインフラを維持していくためにはこれに歯止めをかける必要がある。 ・上記を解決していくには、移住して終わりではなく、移住者が移住者と呼ぶ好循環の仕組みを作らなければ構造的な解決は図れない。中山間地域を中心にビジネスや関わりを生み出すことのできる人材に対してPRしていく必要がある。 ・中山間地域においては農との関わりが重要。小諸市は全国的にも知名度のある産品があり、中山間地域ならではの小規模で多様な農文化がある。農業振興策としてKomoro agrishift pjを2017年から実施してきたが、移住施策との関連性が弱かった。 【2】移住促進における小諸市民との連携不足 ・移住希望者は多様な志向をもつが、移住担当窓口である企業立地定住促進係は3-4名体制であり、市のマンパワーにも限界がありそれにこたえきることができていない。また市が前面に立つと、移住・定着の大きな原動力となる人や地域との直接的な縁や関係性が生まれにくい。移住希望者对小諸市ではなく、移住希望者对小諸市・市民というN対Nの構図を作り出すことが必要である。昨年行った移住体験ツアーでは23名の参加申込みがあり、県内で移住を検討している方が7割に上ったが、参加した23名の内、小諸市に移住した方は0名という状況であり、施策を通した実績には結びついていない現状である。 【3】中期的な伴走・コミュニケーションシステムの不在 ・これまで行ってきた移住施策は単発。移住という人生の転機／検討期間の長い内容に対して、それと時間軸の合うプログラムやコミュニケーション手段を構築していなかった。それゆえに、様々な広報や企画を行っても接点はその場限りとなっていた。(フォロー方法はメールでのやりとりのみ)。また、移住希望者間での横の繋がりがつくることができていなかった。継続的に小諸市に訪れる期間プログラムと、移住希望者同士で気軽に情報入手やコミュニケーションができる手段が必要。 上記課題に対して、全国で地域起業家の育成を手掛ける農ライフファーズ株式会社と連携し、農・地域起業×移住プログラム「複業村の農X」を、2023年6月～10月の5か月間にわたりテストマーケティングとして実施。 ・対課題1：農・地域起業×移住をテーマに全国にPR ・対課題2：プログラムコンテンツの運営主体は小諸市民 ・対課題3：情報発信・コミュニケーション接点としてのslack活用 農ライフファーズの本テーマのプログラムに対して274人が興味をもち説明会に参加（小諸を含む3地域で同時集客）、小諸市においては定員6人に対して12人の応募、8人を採用し参加。延べ14日間の実地研修を行い、小諸の農家・農文化の訴求力を確認するとともに、結果5か月間の研修の最終回時点で1人が移住に向けて準備を進め、2人が関係人口として小諸市の農家等との事業連携を生んでおり、移住施策としての有効性を確認することができた。
C. 交付対象事業の概要
(デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組についても必ず記載) 上記の通り、テストマーケティングで課題に対する施策効果も初期的に確認できたことから、移住者が移住者と呼ぶ好循環を定着させ、自走化していけるように、地域起業のポテンシャルを持つUIJターン候補者への「(1)PR・人材発掘」、小諸市民と連携した「(2)移住施策プログラムの開発」、移住希望者の悩みに時間軸をもって向き合う「(3)伴走・コミュニケーション構築」の3つの取組を実施する。 課題と取組の関連性は以下の通りである。 課題【1】⇒取組(1) 課題【2】⇒取組(2) 課題【3】⇒取組(3) 下記(1)～(3)の取組は1つの事業の流れとなっており、1期あたりの定員は10名、年2期開催を想定している。前期後期それぞれ3ヶ月間にわたって研修を行い、小諸市へのUIJターンを促進する。 (1)PR・人材発掘 ○ Webサイトの開発・市や委託事業者のSNSでの情報発信・SNS広告配信・事業説明会の実施・個別相談会の実施 事業の趣旨・目的をはじめ、具体的なプログラム内容や想定参加者、募集条件、スケジュール等を説明する。どれもデジタル技術を活用することで近隣地域だけでなく、幅広いターゲットへのPRとなる。説明会は集客期間2か月の間にオンラインにて開催。不明点等は個別相談にてフォローアップを行う。 ○ 個別面談によるスクリーニング 上記情報発信や説明会への参加を踏まえて、希望者はプログラムへのエントリーが可能。エントリー後は事務局との30分オンライン個別面談を実施。UIJターンの意思や起業の意思を確認した上で、プログラム参加の選考(スクリーニング)を行う。 (2)移住施策プログラムの開発 小諸市での農的起業を志す人材を育成するための研修プログラムを実施。小諸市に住む農家や林業家、移住者、地域活動家等を講師に招き、小諸市での暮らしや商いのつくり方を学ぶ。 具体的な研修内容は以下の通り。 ①小諸市の概要について学ぶオリエンテーション ②農ビジネスのつくり方を学ぶ4講座(オンライン・アーカイブ) ③地域キーマンから小諸市での暮らしと商いについて学ぶオンライン講座 3講座(オンライン・リアルタイム) ④小諸市の魅力を深掘り、具体的な事業計画を立てる実地研修 2泊3日×2回(現地リアル) ⑤事業プランの発表(オンライン) WEB会議システム等を積極的に活用し、④の現地研修だけでは限りがある小諸市キーマンとの関係性構築を強化する。 (3)伴走・コミュニケーション構築 ○ オンライン個別面談の実施・伴走支援 事業プランの発表内容に応じて研修終了後に事務局とのオンライン個別面談を実施。内容に応じてオンラインや現地での個別フォローアップを行う。具体的には、仕事・住居の情報提供、地域事業者との連携支援・マッチング、起業支援、県や市が扱う移住補助金等の紹介、地域おこし協力隊の情報提供など様々である。 ○ オンラインコミュニティの醸成 メッセージングアプリSlackを活用したオンラインコミュニティを立ち上げを行い、対外対内向けの中期的なコミュニケーションシステムを設置する。 ＜オープンコミュニティ(対外)＞ ■ 想定参加者 小諸市に関心のある一般の方、地域事業者、行政職員 ■ 内容 ・プログラム集客時の情報発信 ・小諸市の農や移住関連のイベントの発信 ・本事業に紐づくオンライン・オフラインイベントの実施 など ＜クローズドコミュニティ(対内)＞ ■ 想定参加者 研修参加者、事務局スタッフ、行政職員 ■ 内容 ・開催時の事務連絡、個別連絡 ・伴走支援時の情報提供(仕事・住居・県や市が扱う移住や起業補助金・地域おこし協力隊の情報等) ・他の期の受講生との関係性構築 など
(C-1)マイナバーカードの利活用方策の具体的内容 ※該当がある場合

D. 交付対象事業が構造的な課題の解決に寄与する理由
(デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組が構造的な課題の解決に寄与する理由についても必ず記載)

小諸市に関わる人材の(1)PR・人材発掘(2)移住施策プログラムの開発(3)伴走・コミュニケーション構築の3つの取組を実施することにより、継続的に小諸市の農業へ関わる人材の創出に繋げ、彼らの活躍をPRやプログラムに織り込むことで、新たな人材の呼水としていく。これにより、潜在的なUJターン人材の呼び込み・定着、本市農業の振興、担い手不足解消や、半農半X人材の創出、起業希望者が本地域に継続的に流入・定着する経路が作られる。各取組において本事業が構造的な課題の解決に寄与する理由は以下の通りである。

○ **1点目、取組(1)による課題【1】の解決理由**
(1)の取組により、産業振興人材をはじめとする幅広い方々に対して、本事業および小諸市の農の魅力(特産品や活躍している農家の取組)を発信する機会となる。市単独では活用してこなかった移住スカウトサービスSMOUT・LIFULL、ビジネスマン向けメディア・コミュニティNews Picks・TRANBI、旅人求人サイトSAGOJO等、PRプラットフォームの活用を行う。テストマーケティングでは上記媒体を活用して2か月間で274人が説明会に参加した。
これまでは情報を受け取るだけだった方々も、プログラム参加という形で小諸市の農の現状や小諸市独自の暮らしや商いの作り方を学び、移住や起業といった自身の次のライフステージの一步を小諸市で始めるきっかけを創出できる。
また、人材発掘においては、(2)のプログラム実施前に参加希望者(エントリー者)に対して事前選考(スクリーニング)を行うことで、小諸市の課題と参加者が求める今後の展望とのミスマッチを防止することができる。

○ **2点目、取組(2)による課題【2】の解決理由**
(2)の取組により、小諸市に住む農家や林業家、移住者、地域活動家等の講師から小諸市での活動や暮らし、起業、複業の実例を学び、継続的な関係を構築することで、小諸市の地域資源の理解及び移住、就農、起業等を実現するためにボトルネックになる課題や不安の解決につながる。
また、具体的な事業プランをプログラム期間中に定め、プログラムでお世話になった方々へ最終的な事業プランを発表することで、「移住希望者对小諸市・市民」というN対Nの構図が生まれ、移住・定着の大きな原動力となる人や地域との直接的な縁や関係性、事業での連携が生まれる。これまでは移住促進における小諸市民との連携不足が課題であったが、これによって解決に寄与することができる。

小諸市では農ライフアンパサダーの武藤千春氏をはじめ、二拠点生活や半農半Xから地域に関わりはじめ、本格的な事業を起こすプレイヤーも多く、そのような先進事例の紹介・関係性構築を行っていくことで、プログラム期間中に、より現実的な事業プランが完成し、小諸市で活躍できる機会を生み出すことができる。

○ **3点目、取組(3)による課題【3】の解決理由**
移住に対してモチベーションが高い研修終了時に個別面談と伴走支援を行うことで、不安要素の解消と移住に向けたスケジュールイメージの整理が可能となり、移住に対しての実現性を高めることが可能となる。また、移住に至るまでには二拠点生活等の段階があり、あらゆるフェーズにおいてデジタル技術を活用することで、移住に向けたオンライン相談、二拠点フェーズのリモート勤務等、小諸市に関わりながらステップアップすることが可能となる。
また、オンラインコミュニティを立ち上げ活用していくことにより、移住希望者同士で気軽に情報交換を行うことができたり、先輩移住者や行政に対して住居や仕事などを気軽に相談できる機会が生まれる。
上記により、これまで中長期的な伴走支援・継続的なコミュニケーションを行えてなかったという課題解決につながり、従来の移住施策よりも効果の高いUJターン人材の創出が期待される。

E. 事業設計の根拠
(地域経済分析システム(RESAS)の活用などによる客観的なデータやこれまでの類似事業の実績評価に基づき交付対象事業の設計がなされているか)

一部重複する内容もあるが、改めて事業設計の根拠とした情報について下記に整理する。

○国内最大のログハウスメーカー(株)アールシーコアとの連携による不動産開発の影響もあり、小諸市の人口動態では2022年:社会増167人、2023年11月末までの途中経過:307名の社会増へ好転。ただし、基本的には”暮らす”ことを目的としており、“地域活性化のキーマン”としていくには別の施策と時間が必要になる。また、移住施策という観点では、移住体験ツアーを昨年行ったが、23名の参加申し込みの中で県内移住を検討している方が7割に上ったが、参加した23名の内、小諸市への移住者は0名という状況であり、施策を通した実績には結びついていない。

○全国の地域起業家の育成を手掛ける農ライフアース株式会社と連携し、農・地域企業×移住プログラム「複業村の農X」を2023年6月～10月の5か月間に渡りテストマーケティングとして実施。プログラムに対して274人が興味をもち説明会に参加(小諸市を含む3地域で同時集客)、小諸市プログラムにおいては定員6名に対して12人の応募、内8人を採用。延べ14日間の実地研修を行った。小諸の農家・農文化の訴求力を確認するとともに、結果5か月間の研修の最終回時点で1人が移住に向けて準備を進め、2人が小諸市の農家等との事業連携を行い、移住・地域活性化施策としての有効性を確認することができた。

○RESAS、農林業センサスなどをもとに、農業者の高齢化率、農業者人口の推移は下記の通り。農業従事者の高齢化、農業就業人口の減少は進んでおり、今後も減少は加速していく傾向。中山間地域の経済基盤やインフラを維持していくためには、外部から人を呼び込み次世代の農業従事者・支援者を育成することが必要である。

・農業従事者の高齢化率(65歳以上の割合)(RESAS:H27:63.5%⇒R2:69.9%)
・農業就業人口の減少(農林業センサス:H27:2,210戸⇒R2:1,983戸)

F. ハード事業(施設整備等事業)とソフト事業との連携による高い相乗効果 ※ハード事業経費が総事業費の5割以上の場合のみ記載

5. 地方版総合戦略の策定状況

地方公共団体名	地方版総合戦略の計画期間・基本目標	
	現行の地方版総合戦略	次期地方版総合戦略 (本事業の開始前又は本事業期間中に現行の地方版総合戦略の計画期限を迎える場合)
長野県小諸市	2021 年 4 月 1 日 ～ 2025 年 3 月 31 日	2025 年 4 月 1 日 ～ 2028 年 3 月 31 日
	「第5次基本構想・第11次基本計画」の中で、『住みたい 行きたい 帰ってきたい まち 小諸』をめざすまちの姿に位置づけ、今後も持続可能な自治体であり続けるために、「健康都市こもろ(小諸版ウエルネス・シティ)」をまちづくりのビジョンに据え、健康・福祉はもちろん、子育て・教育・環境・産業・交流、生活基盤、行政経営などあらゆる分野において健康・健全であることを目指している。	

6. 関連事業等の概要

(1) 交付対象事業と他の国庫補助金等との関連性

交付対象事業において、他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費があるか	無
【対象となる可能性のある他の国庫補助金等の例】 「農産漁村振興交付金」、「中山間地域農業農村総合整備事業」、「ポストコロナを見据えた受入環境整備促進事業」、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」、「福島県における観光関連復興支援事業」、「離島活性化交付金」、「社会資本整備総合交付金」、「地域少子化対策重点推進交付金」等	
他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費がある場合、交付対象事業の対象から除外しているか ※他の国庫補助金等の対象となる部分がある場合のみ記載	

(2) 地域再生法の支援措置によらない独自の取組

該当の有無

無

(3)交付対象事業と他の政策・施策との連携状況

別添2のⅢ. 7. における弾力措置適用の有無		無	
企業版ふるさと納税	併用有無	無	
	企業版ふるさと納税の地域再生計画の名称		
	企業版ふるさと納税と併用する場合の寄附見込額	2024年度	

7. 交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)、費用対効果分析等

KPI① (アウトカムベースで、複数年度を通じて評価指標としてふさわしいもの)	地域へのUIJターン数					単位	人
KPI②	小諸市への再訪参加者数					単位	人
KPI③	本事業への参加者数					単位	人
KPI④	オンラインコミュニティの参加者数					単位	人
設定したKPIが複数年にわたって費用対効果を計測するのに適している理由・計測手法・目標値の根拠	・KPI①: 地域外の多様な人材が小諸市に定着していくための事業になっているかを検証するため。研修終了時と半年後にヒアリングを実施し集計する。目標値は1年目3名、2年目4名、3年目6名としている。小諸市の基本目標によると、人口の社会増減数が毎年プラス1人以上を目標としているためこの目標値とした。 ・KPI②: 小諸市に継続的に興味を持っている人、移住・半移住に向かっている過程にある人を把握し、定着に繋げるための伴走支援を実施するため。研修終了半年後にヒアリングを実施し、ステータスを確認、集計する。令和5年度の複葉村の農×プログラムでは、参加者8人中3人(約4割)が卒業後半年以内に再訪した結果から、プログラム参加者の内、1年目4割、2年目5割、3年目6割の人が再訪することを目標値に設定している。 ・KPI③: 計画に対して効果的な集客活動となっているかを判断するため。1回のプログラムにつき10名定員×年2回開催の20名を目標値に設定している。 ・KPI④: 継続的に小諸市へ関わる接点を増やし、将来的なUIJターン者を創出する機会をつくるため。本事業により新たに設ける無料オンラインコミュニティの登録者数を年度末に集計する。これまでの様々な事業の実績から、1回のプログラムにつき100名がプログラム説明会に参加することを想定。1年目は説明会参加者の内、5割の方が無料オンラインコミュニティに登録することを想定。【100名×5割×年2回=】100名登録となる。2年目は6割、3年目は7割の方の登録を目指す。						
	事業開始前 (現時点)	2024年度増加分 (1年目)	2025年度増加分 (2年目)	2026年度増加分 (3年目)	2027年度増加分 (4年目)	2028年度増加分 (5年目)	KPI増加分の 累計
KPI①【①】	0.00	3.00	4.00	6.00			13.00
KPI②	0.00	8.00	10.00	12.00			30.00
KPI③	0.00	20.00	20.00	20.00			60.00
KPI④	0.00	100.00	120.00	140.00			360.00
	2024年度 (1年目)	2025年度 (2年目)	2026年度 (3年目)	2027年度 (4年目)	2028年度 (5年目)	合計	
交付対象事業経費【②】 ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。	11,918千円	10,918千円	10,918千円	0千円	0千円	33,754千円	
交付対象事業における 単位当たりコスト【②/①】	3,972.67千円	2,729.50千円	1,819.67千円	0.00千円	0.00千円	2,596.46千円	
交付対象事業における ハード事業経費【③】	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円	
交付対象事業における ハード事業比率【③/②】	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	

8. 経費内訳

< 2024年度(1年目) >

全事業期間における本年の位置付け	(取組1)集客時のマーケティング戦略設計。 (取組2)小諸市のプレイヤー発掘・初年度プログラムの構築。 (取組3)伴走支援・コミュニケーション構築のためのオンラインコミュニティの立ち上げ・醸成。						
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2024 年 4 月	2025 年 3 月	2024 年 6 月	補正	年 月		年 月	

交付対象事業経費		11,918千円			
交付対象事業費におけるソフト事業経費		要素事業数	1	計	11,918千円
1	農ライフ人材の創出・定着促進プロジェクト	関連するKPI	①②③④		11,918千円
	事業実施委託費 11,918千円 (内訳) ①プログラム企画 3,833千円 ・プログラムの企画・運営アドバイス ・実地研修でのアテンド ・事前講座、実地研修講師への謝礼 ・受講生フォローアップ ②事前視察・PR素材収集 446千円 ・スタッフ交通費 ・スタッフ宿泊費 ・レンタカー代 ・ガソリン代 ・稼働費 ③プロモーション費 4,797千円 ・WEB制作費 ・動画撮影・制作 ・SNS広告・プレスリリース ・企業連携/自社イベント開催/集客サービス利用 ・マーケティング企画・運用 ・集客運営・広告運用費 ④オンライン講座、実地研修実施費 2,402千円 ・テキスト設計、テキスト代 ・講座運営費 ・スタッフ交通費 ・スタッフ宿泊費 ・レンタカー代 ・ガソリン代 ・実地研修アテンド費 ⑤伴走支援費 440千円 ・オンライン個別面談 ・諸経費				
交付対象事業費におけるハード事業経費		要素事業数	0	計	0千円

< 2025年度(2年目) >

全事業期間における本年の位置付け		(取組1)初年度の集客の見直し・改善。 (取組2)新たな小諸市のプレイヤーの発掘。自走化に向けた支援企業の獲得。 (取組3)オンラインコミュニティの活性化(1年目の参加者と2年目の参加者同士の繋がり創出、小諸市の各種情報発信など)					
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2025 年 4 月	2026 年 3 月	2025 年 10 月	当初	年 月		年 月	
交付対象事業経費		10,918千円					
交付対象事業費におけるソフト事業経費					要素事業数	1	計
					関連するKPI	①②③④	
農ライフ人材の創出・定着促進プロジェクト					10,918千円		
事業実施委託費 10,918千円 ※初年度経費から③プロモーション費の内のWEBサイト制作費1,000千円減額。 (内訳) ①プログラム企画 3,833千円 ・プログラムの企画・運営アドバイス ・実地研修でのアテンド ・事前講座、実地研修講師への謝礼 ・受講生フォローアップ ②事前視察・PR素材収集 446千円 ・スタッフ交通費 ・スタッフ宿泊費 ・レンタカー代 ・ガソリン代 ・稼働費 ③プロモーション費 3,797千円 ・WEB制作費 ・動画撮影・制作 ・SNS広告・プレスリリース ・企業連携/自社イベント開催/集客サービス利用 ・マーケティング企画・運用 ・集客運営・広告運用費 ④オンライン講座、実地研修実施費 2,402千円 ・テキスト設計、テキスト代 ・講座運営費 ・スタッフ交通費 ・スタッフ宿泊費 ・レンタカー代 ・ガソリン代 ・実地研修アテンド費 ⑤伴走支援費 440千円 ・オンライン個別面談 ・諸経費							
交付対象事業費におけるハード事業経費					要素事業数	0	計
					0千円		

< 2026年度(3年目) >

全事業期間における本年の位置付け		(取組1)UIJターンや地域起業関心層が集まるオンライン・オフラインイベントの開催。オンラインコミュニティからのスカウト。 (取組2)1,2年目で関係性を構築した地域プレイヤーと自走化に向けた戦略立案。支援企業の獲得。新たな地域間連携・政策間連携の模索・検証。 (取組3)1、2年目の参加者と3年目の参加者同士の繋がり創出。情報発信やオンライン・オフラインイベントを充実させていくことを目指す。					
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2026 年 4 月	2027 年 3 月	2026 年 10 月	当初	年 月		年 月	
交付対象事業経費							10,918千円
交付対象事業費におけるソフト事業経費					要素事業数	1	計
農ライフ人材の創出・定着促進プロジェクト					関連するKPI	①②③④	
1	事業実施委託費 10,918千円 ※初年度経費から③プロモーション費の内のWEBサイト制作費1,000千円減額。 (内訳) ①プログラム企画 3,833千円 ・プログラムの企画・運営アドバイス ・実地研修でのアテンド ・事前講座、実地研修講師への謝礼 ・受講生フォローアップ ②事前視察・PR素材収集 446千円 ・スタッフ交通費 ・スタッフ宿泊費 ・レンタカー代 ・ガソリン代 ・稼働費 ③プロモーション費 3,797千円 ・WEB制作費 ・動画撮影・制作 ・SNS広告・プレスリリース ・企業連携/自社イベント開催/集客サービス利用 ・マーケティング企画・運用 ・集客運営・広告運用費 ④オンライン講座、実地研修実施費 2,402千円 ・テキスト設計、テキスト代 ・講座運営費 ・スタッフ交通費 ・スタッフ宿泊費 ・レンタカー代 ・ガソリン代 ・実地研修アテンド費 ⑤伴走支援費 440千円 ・オンライン個別面談 ・諸経費						10,918千円
交付対象事業費におけるハード事業経費					要素事業数	0	計
							0千円

< 2027年度(4年目) >

全事業期間における本年の位置付け							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
年 月	年 月	年 月		年 月		年 月	
交付対象事業経費							0千円
交付対象事業費におけるソフト事業経費					要素事業数		計
							0千円
交付対象事業費におけるハード事業経費					要素事業数		計
							0千円

< 2028年度(5年目) >

全事業期間における本年の位置付け							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
年 月	年 月	年 月		年 月		年 月	
交付対象事業経費							0千円
交付対象事業費におけるソフト事業経費					要素事業数		計
							0千円
交付対象事業費におけるハード事業経費					要素事業数		計
							0千円

9. 先導性に係る取組

先導性		取組内容						
(1)自立性	自立性のポイント	一般財源に加え、参加者からの受講料と地域内外の企業からの寄付・支援を集める仕組みを本事業実施期間から構築し、4年目以降の自走化に向けて整備していく。						
		国・専門家等から事業運営等に対する助言・サポートを受け、それを反映させる体制(国・地方及び専門家等が協働したPDCAサイクル)の概要※Society5.0型のみ記載						
	3～5年以内の自立化の見込み				② あり(地方公共団体の一般財源による負担)			
	自主財源の種類		自主財源の内容と実現方法					
	【A】	一般財源	運営費として市の一般財源から支出を行う。					
	【B】	参加費	参加者からの受講料					
	【C】	企業からの寄付・支援	本事業の取組やビジョンに賛同いただける企業からの寄付(パートナーシップとしての支援)					
	【D】							
	各年度における自主財源見込額	2024年度(1年目)	2025年度(2年目)	2026年度(3年目)	2027年度(4年目)	2028年度(5年目)	2029年度(6年目)	
	【A】	5,959千円	5,459千円	5,459千円	1,000千円	1,000千円	1,000千円	
	【B】	0千円	0千円	0千円	1,540千円	1,540千円	1,540千円	
	【C】	0千円	0千円	0千円	1,000千円	1,000千円	1,000千円	
	【D】							
合計	5,959千円	5,459千円	5,459千円	3,540千円	3,540千円	3,540千円		
交付対象事業経費	11,918千円	10,918千円	10,918千円	0千円	0千円			
うちソフト事業費	11,918千円	10,918千円	10,918千円	0千円	0千円			
うちハード事業費	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円			
総事業費	11,918千円	10,918千円	10,918千円	3,540千円	3,540千円	3,540千円		
(2)官民協働	官民協働のポイント	令和5年度に、『地域に根ざした農×起業』複業村の農Xプログラムを農ライフファーズ株式会社と協働で実施した。本事業ではプログラムに関わる官民すべての者が地域内外の多様な人材を集める努力をすることにより、人が人を呼ぶ相乗効果が生まれた。また、アイデアをビジネス化するためのノウハウを学び、移住希望者が農村を体験しながら、『農×起業』実現に向けてのサポートをしながら、独り立ちする支援をすることにより、地域資源を活用する企業・人が集まってくる環境を作る。						
	行政の役割	事業の集客時のサポート、プログラム実施時の委託事業のフォロー、プログラム終了後に『教育・子育て・生活環境・安全・産業・健康』等市内を拠点に据えて活動したい方のサポート、相談窓口としての役割を果たし、意欲ある「民」とそこに集まってくる方の調整を図り、柔軟でスピード感のある効率的な運営を行う。創業・起業における、業種・業態選びからビジネスプラン・事業計画、資金調達など会社設立のための手続きなど幅広くサポート。						
	民間事業者の役割	農ライフファーズ株式会社との協働を想定。本事業の運営全般を担当。連携に関して既に話を伝えており、採択された場合に関しては協働の合意を得ている。民間独自の発想と着眼点で、慌ただしい高度情報社会、ストレス社会から日常をリセットし、本来の自分を取り戻したい方の需要を把握・供給し、関係人口・UJターン人材を増やす取組を実施。主に首都圏域からの変化を生み出す人材(若者)が地域に入り、『その地域に住んでいる人』と関わる(交流)ことによる農村資源の掘り起こしやその活用によって地域に誇りと元気を取り戻す。						
	金融機関・その他連携者の役割	農・福・商工・観光等様々な地域で活動している「人」や「企業」と連携し、情報共有しながらトータルサポートを行う。						
	PFIの活用の有無	有						
	地域間連携のポイント	小諸市単独で申請する事業であるが、令和5年度にテストマーケティング的にお試し実施した「複業村の農X」を協働実施した農ライフファーズ株式会社との連携、また、近隣市町村からの個人、企業を含めた参加者を広く認めて波及効果が周辺自治体へ広がっていくことを目指す。また、他地域の移住・農業施策の優良事例を学ぶ機会も地域間連携の一環で行うことで双方の地域の既存事業の見直し、新規施策に繋がる。						
(3)地域間連携	地方公共団体名①及び役割	【長野県】暮らしの中に農を取り入れる「農ある暮らし」を推進しており、「半農半Xスタイル」に取り組む事例紹介や相談窓口を開設。人材確保に向けた情報共有を行う。また、農業農村支援センター技術経営普及課と連携しながら、市広報紙で「農ある暮らし」を紹介するため、土づくり、野菜の育て方、そして収穫までを分かりやすく掲載している。						
	地方公共団体名②及び役割	【岩手県花巻市】移住施策のPR連携、及び地域おこし協力隊制度や空き家活用等の先進的な優良事例の情報交換および勉強会を実施。						

	地方公共団体名 ③及び役割	【長野県立科町】 移住・農業施策の意見交換を定期的に実施しており、相補性の関係が構築できており、近隣に波及効果の及ぶ活動を継続的に実施している。具体例として、農Xの活動事例の共有や農フェスの共同開催を毎年実施している。				
	地方公共団体名 ④及び役割					
(4)政策・施策間連携	政策・施策間連携 のポイント	観光業や福祉事業、空き家を活用した創業支援等、各種政策や施策との連携により、地域外の多様な人材の発掘・育成に繋がり、U/Iターン人材の定着を促進できる。				
	連携政策・施策①	【観光業振興】 小諸市民が取り組んでいる事業や活動そのものが、見せ方を変えることで魅力的な観光コンテンツになる(例:移住・起業のストーリー、農作業体験など)ことは、テストマーケティングにて実証済み。本プログラムを通じて、それら埋もれていたポテンシャルの掘り起こし、観光コンテンツ化を同時並行で進めることができる。小諸市は、首都圏からの良好なアクセスを持っているため、観光コンテンツの増加は首都圏からの観光客流入と小諸市内での消費増加に直結する。				
	連携政策・施策②	【雇用創出】 本事業により、小諸市内の地域資源を活用しての農的な起業を支援することにより、本地域での新たな雇用が創出される。また、この雇用が生まれることにより、移住するときの最大の関心事である仕事を提供できるので、小諸市の地域資源を活用することに興味があり、都会から自然豊かな地方へ移住したい人の移住の強力な後押しが可能になる。小諸市では2019年10月から空き家店舗や空き家を活用した創業支援事業「おしゃれ田舎プロジェクト」を始動。本事業卒業後に起業を希望する参加者はおしゃれ田舎プロジェクトとの連携を行う。				
	連携政策・施策③	【福祉事業連携】 農福連携を行っている福祉事業者の元での研修を実施。継続的な関わりを模索しながらも、農福連携に関心のある新たな人材の雇用や、農作物の生産、販売、加工品開発等での連携を図る。				
	ワンストップ化の 内容	商業兼住居スペース等の確保ができる遊休不動産等を新規参入者に斡旋、活用することで事業を行う者が集まる場所を点在化させる。また、農と林の地域資源を活用したイノベーションの促進、起業、商品開発等に関する相談を一括で受け付けられる地域であることを目指す。				
	他省庁補助金等の関連する他政策・施策との連携					
	補助金等の名称					
	省庁名		予算額		事業実施年度	
	連携のポイント					
	(5)デジタル社会の形成への寄与	デジタル社会の形成に寄与することが期待される取組の具体的内容				
取組1		小諸市へのU/Iターンに関心がある人たちが集まるオンラインコミュニティの醸成と活用。				
取組2		人材発掘時(プロモーション活動時)や講座運営時にWEB制作、SNS、WEB会議システム等を利用。事業全般においてデジタル技術を積極的に活用し、現地研修だけでは限りがある小諸市プレイヤーとのつながりを強化。				
取組3		プログラム終了後の伴走支援及び4年目以降の自走化に向けて、デジタル技術を活用した仕組みを構築する。				
デジタル社会の形成に寄与することが期待される理由(以下①～④より選択の上、その理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載)						
① デジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上、② デジタル人材の育成・確保、 ③ デジタル基盤整備、④ 誰一人取り残されないための取組						
		選択	理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載			
取組1		①	オンラインコミュニティを作ること、プログラム終了後も小諸市に関わることが可能となり、継続的な関係性の構築および小諸市への定着率向上に寄与できるため。オンラインとオフラインのハイブリッドの事業となることで、より効果的に地域と情報収集と関係性を構築できるため。			
取組2		②	人材発掘時(プロモーション活動時)には、効率的にターゲットに届く情報発信が可能となり、近隣地域だけでなく、全国的にプログラムの周知ができるため。講座運営時にはWEB会議システムを活用したオンライン講座も設けることで、現地研修だけでは限りがある小諸市プレイヤーとの関係性構築が可能となるため。			
取組3		③	移住に至るまでには二拠点生活等の段階があり、あらゆるフェーズにおいてデジタル技術を活用することで、移住に向けたオンライン相談、二拠点フェーズのリモート勤務等、小諸市に関わりながらステップアップすることが可能。また、4年目以降の自走化に向けて、デジタル技術を活用した伴走支援の仕組みを構築することで、小諸市への定着率向上に寄与できるため。			
各取組における目標						
取組1		初年度にコミュニティを立ち上げ、2、3年目でコミュニティの情報発信やオンライン・オフラインイベントを充実させていくことを目指す。				
取組2		・プロモーション時:オンライン説明会の実施(1回の募集につき最低5回開催)、WEB制作、SNSの活用、SNS広告・WEB広告の活用。 ・講座運営時:オンライン講座(最低7回開催)				
取組3		オンライン相談体制の強化、デジタル技術を活用したサービスの検証と整備				

(6)事業推進主体の形成 事業を実効的・継続的に推進する主体が形成されること。特に様々な利害関係者が含まれつつ、リーダーシップを持つ人材がその力を発揮できる体制を有した推進主体であることが望ましい。	事業推進主体の名称	小諸市	設立時期	2024 年 4 月
	構成メンバー	小諸市産業振興部（農林課、商工観光課）、農ライフアーズ株式会社		
	事業推進主体の事業遂行能力	令和5年度にテストマーケティングとして行った移住促進プログラムで半年間受入れを行った実績から、様々な関係者がプログラムに賛同し、継続的な関係性を構築しつつ、主体的に関わる体制づくりを行うことが可能。事業遂行能力には問題がない。		
	経営責任の明確化	○事業推進・調整は小諸市 ○各事業の実施主体は農ライフアーズ株式会社		
(7)地域社会を担う人材の育成・確保 事業を推進していく過程において、地方創生に役立つ人材の育成や確保を目指すものであること。	地域独自の人材ニーズ	小諸市内の地域資源に対して新たな切り口で活用につなげる半農半X人材又は就農や起業を行う人材を育成する。		
	人材の確保・育成方法	事前のプロモーション時に説明会やWEB広告を活用して小諸市外の人を集める。双方ミスマッチ解消のため、個別面談を通じてスクリーニングを行う。研修では、地域プレイヤーとの関係構築と小諸市の魅力を多面的に学ぶ機会となる設計をする。起業や移住するための支援が必要な場合は、個別フォローを行う。		

10. 交付対象事業の効果検証及び事業見直しの方法、時期及び体制

外部組織による検証			
検証時期	毎年度	8	月
検証方法	出納閉鎖後から決算議会までの間(6～8月)に、庁内でのPDCAサイクルによる検証と併せて、外部有識者で構成する総合計画審議会において検証を行う。 結果については、市公式ホームページへの掲載により公表する。		
外部組織の参画者	【産】・商工会議所副会頭 ・(一社)こもろ観光局役員 【学】小諸高校校長 【官】・教育委員会教育委員 ・農業委員会会長【金】・八十二銀行小諸支店長 【労】・連合長野佐久地域協議会役員 【言】株式会社コミュニティテレビこもろキャスター		
検証結果の公表の方法	・小諸市公式ホームページなどへの掲載		
議会による検証			
検証時期	毎年度	9	月
検証方法	上記の総合計画審議会による検証結果を基に、9月議会の常任委員会で、決算審査と併せて実績結果について議論・評価		