

新政クラブ視察報告書

【視察項目】 南アルプス市「Fumotto 南アルプス」の設立経緯、地域活性化策、地場産品の活用について

【報告者】 本澤栄里子

【視察日時】 令和7年11月7日(金) 午前10:00～

【訪問場所】 南アルプス市役所

【対応者】 南アルプス市総合政策部政策推進課 課長 深澤竜馬
政策推進担当 課長補佐 佐武井万典
南アルプス市議会 議長 戸栗淳

【視察目的】

fumotto のような官民連携型の複合施設は、館山における地域資源(農水産物・観光・空き施設)を活かした地域活性化のモデルとして非常に参考になります。特に、地場産品のブランド化、企業連携、交通拠点整備は応用可能性が高い分野です。地域資源を活かしたまちづくりの取り組みについて学ぶことを目的としています。

【南アルプス市の概要(視察地の概要)】

1 特徴 : 南アルプス市は、山梨県の甲府盆地西部、南アルプス山麓に広がる市で、総面積は約 264 平方キロメートル。市名の由来でもある南アルプスの主峰・北岳(日本第2位の高峰)や間ノ岳が市域に含まれ、富士山も望める雄大な自然環境が特徴です。

市内は扇状地と低地が広がり、桃・スモモ・サクランボなどの果樹栽培が盛んで、特にスモモの出荷量は全国一を誇ります。地元ブランド「貴陽」は全国的にも知られています。近年では、中部横断自動車道の南アルプス IC・白根 IC の整備や、リニア中央新幹線の山梨県駅(仮称)設置予定により、首都圏とのアクセス向上が進んでいます。これにより、通勤圏としての可能性も広がり、人口は増加傾向にあります。



また、2014 年には市域全体が南アルプスユネスコエコパークに登録され、自然環境の保全と持続可能な地域づくりが進められています。

観光面では、櫛形山のアヤマ群生地や安藤家住宅(国指定重要文化財)、富田城跡などの歴史資産が点在し、自然と文化が融合した魅力的な地域です。

2 データー

《人口》 71,726 人(2025 年 1 月 1 日現在、外国人含む)

男性:35,587 人、女性:36,139 人

65 歳以上の高齢者割合:28.4%(全国平均と同水準)

《面積》 264.14 km²

耕地面積:2,530 ha(うち畑 1,980 ha、田 552 ha)

林野面積:19,330 ha

《農業関連》

農業従事者数:約 3,126 人

農業経営体数:2,010 経営体

**果実の農業産出額:約 11 億円(全体の 8 割超)

《観光》

観光客数:約 53,446 人(2025 年 7 月時点)

南アルプスユネスコエコパーク登録地域

Fumotto 南アルプス,コストコ出店などによる交流人口の拡大が進行中

《ふるさと納税》 42.6 億円(2024 年度)

【視察内容】

▲ アクセス

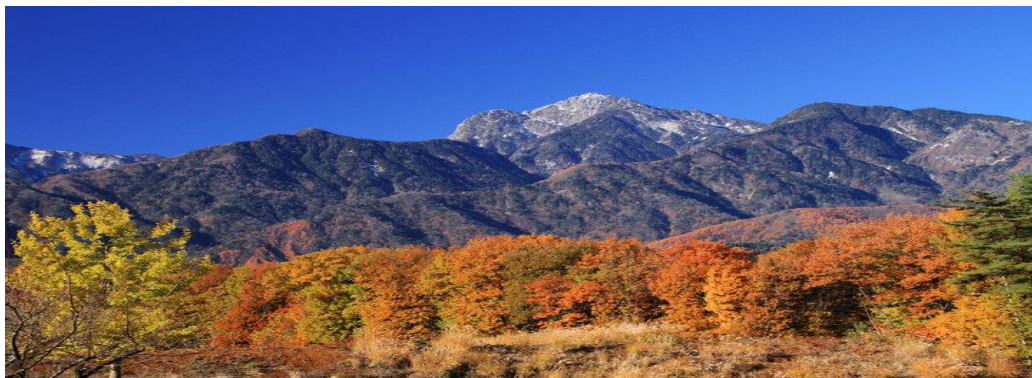
中部横断自動車道

南アルプス IC 直結

新清水 JCT からおよそ 55 分

八王子 JCT からおよそ 70 分

松本 IC からおよそ 60 分





▲コンセプト CONCEPT

fumotto 南アルプスは、山梨県南アルプス市に 2024 年 6 月に開業した体験型複合施設で、「遊ぶ・食べる・買う・泊まる」を通じて地域の魅力を発信する官民連携の地域活性化拠点です。山と共に暮らし、谷間に生まれた文化や作物。山間に生まれた美しい景色。フモットは、今はまだ知られていない、この街の魅力を集めて繋げる場所。南アルプス市を通じて、「山と暮らしの繋がりを思い出す」ことが思い出になるような場所を目指します。

▲フモットの名前の由来

fumotto 南アルプスは、かつて閉鎖された「南アルプス完熟農園」の跡地を再開発して誕生した施設です。フモット(fumotto)」という名称は、公募 2,003 件以上の中から選ばれたもので、名称の由来は、南アルプスの「麓(ふもと)」と「もっと」を掛け合わせた造語で、「地域の魅力をもっと発信する」という思いが込められています。運営は、地元企業 23 社が連携して設立した株式会社ヒカレヤマナシが担っており、地域の力を結集した官民連携型のプロジェクトです。

▲八馬南アルプス市の新たな玄関口「fumotto(フモット)南アルプス」

・施設は約 31 万㎡の敷地に、以下の 3 つのエリアで構成されています。

《地域交流エリア》

山と暮らす街の魅力が集まる体験型複合施設が 2024 年 6 月 30 日(日)にオープンしました。42 店舗が出店し、地元食材を使った飲食店、農産物直売所、アウトドア体験、イベント広場などが展開。毎週末にイベントやワークショップが開催され、地域住民と観光客の交流拠点となっています。

《大型商業エリア》

米国系量販店、コストコホールセール南アルプス倉庫店が 2025 年 4 月 11 日(金)

にオープンしました。

県内外からの多くの来訪者のほか、本市の知名度の向上、地元雇用の創出、国内外への地場製品の販路拡大、近隣における住宅開発の増加など、地元経済に対して良い影響をもたらしています。

また、コストコホールセールジャパン株式会社との間において、災害支援協定を締結するなど、災害時における市民の皆様の安心・安全に向けた取り組みや、福祉団体との連携なども進めています。

《交通拠点エリア》

将来的な道の駅認定を視野に、観光案内所やバスターミナルの整備が進行中。県内外からの多くの来訪者のほか、本市の知名度の向上、地元雇用の創出、国内外への地場製品の販路拡大、近隣における住宅開発の増加など、地元経済に対して良い影響をもたらしています。

また、コストコホールセールジャパン株式会社との間において、災害支援協定を締結するなど、災害時における市民の皆様の安心・安全に向けた取り組みや、福祉団体との連携なども進めているところです。

▲ 誘致企業及び立地協定（南アルプス IC 新産業拠点整備事業）

・社名に込めた思いは【小さな光が集まり、山梨の未来をテラス光に】

「株式会社ヒカレヤマナシ」は、2024 年 6 月 30 日にグランドオープンした fumotto 南アルプスを運営する企業連合体です。株式会社アルプスを代表企業とし、地域活性化に取り組む地元企業 23 社が集まって設立されました。ヒカレヤマナシに集まったのは、郷土山梨を愛する仲間たちで、一緒に夢を語り、知恵を振り絞り、この街に必要なものを一緒に考えています。



《立地協定内容》

・地域製品の取り扱い、地元雇用の推進、地元経済団体及び地域との交流、災害発生時における避難所確保や物資提供、その他地域振興。

fumotto 南アルプスの設立経緯について

1 地域活性化の機能設計について

・運営は民間運営。市有地の事業用定期借地権・公募型プロポーザル方式の企業誘致による PPP 手法を用いています。

・fumotto 南アルプスのターゲット層は、県外・30 代～40 代・ビジネス層・マツダ CX5・自然志向の高い女性・マーケティングターゲットは、市外のファミリー層。

・交流促進の場として、「地域の人と外から訪れる人が、自然に交わる場所づくり」をテーマに、毎月開催の「十日市」や季節ごとのマルシェ・週末のイベントやワークショップなどを通じて、地域住民・生産者・観光客が同じ空間で過ごせるようにしています。カフェレストラン・直売所も、単なる商業施設ではなく、「対話の生まれる場」として運営しています。

・利用者の属性や交流の質については、アンケートやSNS上での反応、来場者構成（市内外比率、年代層など）を定期的に分析し、イベントの内容や出店構成を更新しています。

・地域魅力の情報発信は、基本的には、事業者独自にSNS、ポップアップストアを展開。市として、開業 1 年間、市の玄関口としてのプロモーションを展開。

愛称募集・都内(東京駅)での PR イベント

・雇用創出に関しては、fumotto のヒカレヤマナシ」と、コストコのほか、コーセ、半導体企業の進出で、千人規模の雇用が生まれています。

一方で、人手不足は懸案事項であり、大手企業については市外からの流入や、中小企業については、大手企業の誘致にともなう転入人口の増加が見えており、市が様子を見たうえで、必要な対策を講じていきます。

2 地域住民との連携について

・fumotto 南アルプスの企画段階において、行政はまちづくりの視点から、民間は施設運営の視点から意見集約を行いました。

【民間】（株式会社ヒカレヤマナシ）は、施設運営・開発の主体として、「山と暮らすまち」というコンセプトに基づき、地域資源を活かしたゾーニング（ファーム・ベース、マウンテン・ベース、ローカル・ベース）や店舗構成を企画。地域の食文化、アウトドア、伝統工芸などを反映した施設設計を行いました。

【行政】「南アルプス IC 新産業拠点整備事業」の一環として、地域活性化・まちづくりの視点からプロジェクトを推進しました。地区説明会や住民説明会を開催し、地域住民や関係団体との対話を通じて、土地利用や施設配置に関する意見を集約しています。

地域住民の関わり方の具体例

・運営段階では、地域住民はイベントの企画・参加・交流を通じて、fumotto 南アルプスの活動に積極的に関わっています。

1. イベントの企画・運営協力

- ・地域住民が主催・協力するイベントとして、「ちっくい祭り若草&彩り市」などが開催されています。これは地元の手作り市で、住民同士の交流だけでなく、県内外の来訪者との接点にもなっています。
- ・fumotto ではイベント主催者を随時募集しており、地域の団体や個人が自ら企画・実施できる仕組みがあります。

2. ワークショップや体験活動への参加

- ・筆ペンを使って自分らしい書を自由に描くアート体験イベント「己書体験会」や、保護犬・保護猫の譲渡会など、地域の関心やニーズに根ざした体験型イベントが定期的に開催されています。これらは住民が参加者としてだけでなく、講師や運営スタッフとして関わるケースもあるようです。

3. 地域資源の提供・販売

- ・地元農産物や工芸品の販売を通じて、住民が生産者・販売者として施設に関与しています。県下最大級の農産物直売所「fumotto MARCHE」では、地域の農家が出荷者として参加。「ローカル・ベース」では、地元の伝統工芸や名産品を扱うショップが並び、地域の文化発信に住民が貢献しています。

4. 地域との継続的な関係構築

- ・fumotto は「山と暮らすまち」というコンセプトのもと、地域住民が主役となる場づくりを目指しています。
- ・毎週末のイベント開催や、案内所の開設などを通じて、住民が施設を「使いこなす」ことで、地域のにぎわいと持続的な関係性が育まれています。



・施設の設立に至るまでの経緯や、運営体制の工夫、地域の方々との関わり方などを、丁寧に伺いながら、館山においても応用可能なヒントを探っている質疑応答の様子

▲ 商品開発における連携について

・商品開発に関しては、まだ確立された体制ではありませんが、伴走型の支援を目指して挑戦を続けている段階です。試作品のフィードバックをスタッフや来場者にもお願いするなど、「現場の声を生かした改良」を実践的にかさねているところで、いくつかのオリジナル商品もだしています。

・南アルプス市とヒカレヤマナシは、地域活性化を目的とした包括連携協定を締結。商品開発においても、地域資源の活用や販路支援など、行政が後方支援する体制が整っています。

▲ 地場産品確保の課題と展望



《 山梨の食と農業を発信するファームベースの店内 》

・県下最大級の農産物直売所として位置づけられる fumotto MARCHÉ では、山梨県内の農家から新鮮な野菜・果物を直接仕入れ、地域の食文化を発信しています。

- ・出品者は山梨県全域から募集されており、登録制による安定的な供給体制が整えられています。
- ・2025 年には出品説明会が複数回開催され、既存登録者も対象に出品基準や出品ルールなどを見直すなどの機会が設けられています。

【課題】季節変動(冬季の青果など)による供給量の不安定さ、登録農家の高齢化、加工品ニーズへの対応。

【展望】今後は、若手農業者の参入支援や、加工品部門の新設による地場産品の多様化が期待されます。

▲ 持続可能性・制度改善について

- ・冬季も毎週末イベントを開催、11 月～12 月にかけては、屋内外のイベントが継続的に実施されています。
- ・fumotto には「Connect Room Kura」などの屋内スペースがあり、寒冷期でも快適に過ごせる環境が整備されています。
- ・コストコ開業による相乗効果(2025 年 4 月以降)隣接地にコストコが開業したことで、冬季の平日・週末ともに来訪者数の底上げが期待されています。
- ・fumotto は「観光地」ではなく「地域交流拠点」として設計されているため、季節変動に左右されにくい集客構造を持っています。

※民間開発部分に国からの補助金は投入しておらず、市の財政負担は、用地取得、造成費、投下固定資産への奨励金、地元雇用への奨励金を含めて約 20 億円であり、借地収入・売却収入・固定資産税収入等により回収する計画です。

※地域経済牽引事業の認定により固定資産税の免除を受けています(3 年間)。

※事業用定借によるスキームの為、ランニングコストは発生していません。

・この制度は、地主にとっては土地を手放さずに活用でき、借地人(事業者)にとっては初期投資を抑えて事業展開できるメリットがあります。

・施設運営においては建物の維持管理費や人件費などがかかるものの、土地使用料という形のランニングコストは発生していないという構造です。

※南アルプス市としては、地域活性化や交流拠点の創出を目的に、土地を提供することで民間投資を呼び込み、地域に利益を還元する狙いがあります。

※民間事業者は、初期投資や運営リスクを軽減できるため、地域資源を活かした

施設運営に集中できるというメリットがあります。

▲ 施策が抱える課題①(南アルプス総合計画 fumotto)

1. 交流人口は増えても定住人口は減少傾向
 - ・ fumotto のような施設により観光客や交流人口は増加しても、定住人口の減少傾向は続いているため、地域の基盤維持には限界があります。
 - ・ 若年層の流出や出生数の減少により、地域の担い手不足が将来的な課題となります。
2. 地域資源の継承と活用の担い手不足
 - ・ 農業や伝統工芸など、fumotto で発信される地場産業の多くは、高齢化した生産者に依存しており、後継者不足が深刻です。
 - ・ 商品開発やイベント運営においても、地域住民の参加が高齢層中心となる傾向があり、持続可能性に課題があります。
3. 施設運営の人材確保と雇用創出
 - ・ fumotto は地元企業による運営体制をとっていますが、地域内での人材確保が難しくなっているため、雇用の質と量の両面で工夫が求められます。

▲ 施策が抱える課題②(南アルプス総合計画 fumotto)

1. 基金取り崩しによる運営
 - ・ 基金残高 R5→R11 △80 億円
2. ふるさと納税だより
 - ・ 20 億円以上
3. 経常収支比率が「90%以上」この状況は、自治体財政において柔軟な財政運営が難しくなっている状態を示します。

▲ 施策展開による効果・課題解決(南アルプス IC 新産業拠点整備事業)

- | | |
|-------------------|--------------------|
| ○大幅な交流人口の増加→ | ・年間 200 万人、商圈の拡大へ |
| ○本市の知名度の向上→ | ・圧倒的な宣伝力 |
| ○200 人以上の地元雇用の創出→ | ・働く場所の創出 ・所得向上へ |
| ○従業員の移住約 1000 人 | |
| ○国内外への地場製品の販路拡大→ | ・商談会開催、地元数社の商品取扱いへ |
| ○近隣における住宅開発の増加 | |

- 包括連携、災害支援協定
- 周辺整備エリアへの問い合わせ増

【公式数値】

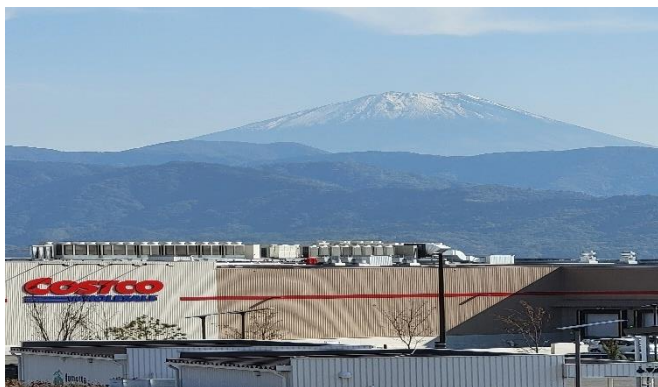
- 総務省「2024 年人口移動報告」転入超過数 410 人→4 年連続増加
- 本年 4 月 1 日時点の人口→人口増加は県内 4 市町村
※昭和町・山中湖村・富士河口湖町
- 地下公示→市内中心部の土地価格調査後、初上昇
※コストコ進出と生産工場新設が影響

▲ 今後の機能強化と事業展開の方向性

1. 地域交流エリアの拡張(2026 年夏予定)
 - ・現在約 1,000 坪の売り場面積を約 1.5 倍の 1,500 坪に拡張し、店舗数も増加予定。
 - ・地域住民や観光客の滞在時間を延ばすため、体験型・交流型コンテンツの充実が図られます。
2. 交通拠点エリアの整備(市が主導)
 - ・数年内にバスターミナルや観光案内施設の整備を予定。
 - ・将来的には「道の駅」認定も視野に入れており、広域交通の結節点としての機能強化が進められます
 - ・周辺 50 ヘクタールの開発計画、fumotto を核とした新産業拠点整備事業の一環として、周辺地域の土地利用・施設整備を総合計画に盛り込みました。
 - ・市の戦略的な位置づけ、fumotto は「山と暮らすまち」というコンセプトのもと、**地域資源の発信・交流・消費の場**として機能の充実を図ります。



・南アルプス市はこの施設を「にぎわい創出」「多世代交流」「地域経済の活性化」の拠点と位置づけ、官民連携による段階的な機能強化を進めています。



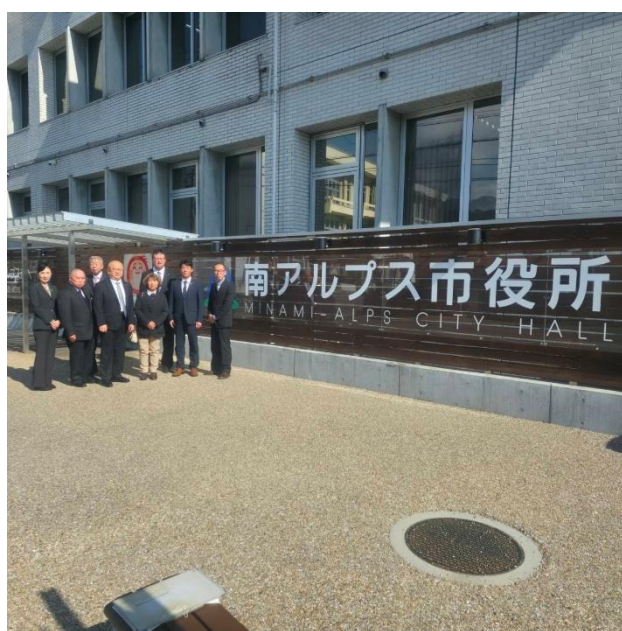
・展望テラスも備えており、富士山が見えます。山に囲まれている街の眺望が楽しめます。

▲【所感】

今回の視察では、南アルプス市が官民連携で整備した地域交流拠点「fumotto 南アルプス」を訪れ、施設の成り立ちや運営の工夫、そして地域との関わり方について学ぶ機会を得ました。

この施設は、行政が「持続可能なまちづくり」、民間が「魅力ある施設運営」という異なる視点から意見を集約し、地域住民との連携を通じて形づくられたものです。農産物やワインなど地元の魅力を丁寧に発信しながら、観光客だけでなく市民が気軽に立ち寄れる場として、交流人口の拡大にもつながっています。

特に印象的だったのは、地域住民がイベントの企画や商品開発に関わり、施設を「使いこなす」ことで、まちの魅力が内側から育まれている点です。事業用定期借地権を活用した土地利用の工夫や、地元企業との協業による運営体制も、持続可能性と柔軟性を兼ね備えたモデルとして参考になりました。



今後は、交通拠点や商業エリアの整備、地域交流エリアの拡張など、さらなる機能強化が予定されており、広域的なまちづくりの核としての役割が期待されます。地域資源を活かしながら、世代や立場を越えた交流を生み出すこの取り組みは、館山市における地域拠点整備の検討にも多くの示唆を与えてくれるものでした。