

市政

令和4年1月号

特集

地方回帰を追い風に 地域一体で進める移住・定住促進策

地域社会の担い手の減少など、地域の諸課題を解決し、将来にわたって活力ある地域社会を実現するため、都市自治体では従来より移住・定住施策の推進に力を入れてきました。特に、近年は地方移住への国民の関心が高まっており、自治体の移住・定住施策に一層、注目が集まっています。

特集では学識者から、地方における移住・定住の意義や持続可能な地域の構築に向けて、自治体が推進すべき方策についてご寄稿いただきました。また、ワンストップ窓口による体制強化やワーケーションの推進、ターゲットを絞ったシティプロモーションの展開、「人口増進策」と「新たな観光振興」を柱にした人口減少対策など、都市自治体が進める効果的な移住・定住施策を紹介します。

寄稿 1

移住・定住の意義と自治体が取るべき方策

島根大学教育学部教授 作野広和

寄稿 2

観光地のその先へ～にぎわいと交流を 生み出すまちづくりへの挑戦～

妙高市長 入村 明

寄稿 3

価値共創によるシティプロモーション戦略

各務原市長 浅野健司

寄稿 4

このまちに確かな未来を～地域の活力は『人』～

豊後高田市長 佐々木敏夫



移住・定住の意義と自治体が取べき方策

島根大学教育学部教授

さくのひろかず
作野広和



移住・定住の現状

世界的な経済危機を引き起こしたリーマンショックは平成20年に発生したが、この時期に昭和22～24年生まれの団塊の世代は60歳前後であり、退職期を迎えていた。このころから、漠然とした「憧れ」の対象であった地方圏への移住が、現実的なものとなった。また、平成23年に発生した東日本大震災を契機として、大都市圏における暮らしの在り方が疑問視され始めた。これを契機として、地方圏における活躍の可能性を求め、若者を中心として大都市圏からの転出が見られるようになった。わが国では、昭和30年代から40年代の高度経済成長長期以降、地方圏から大都市圏への人口流出は不可逆的であると思われるようになった。地方圏への環流が少なからず見られるようになった。こうした現象を「田園回帰」と称し、政策によって後押しされている。さらに、平成26年から始まった「地方創生」政策は、地方圏の重要性を再認識させるとともに、地方

圏の可能性を日本全体に広めるきっかけとなった。

一方で、地方圏から大都市圏への人口流出は継続している。とりわけ、東京圏の転入超過は顕著であり、大阪圏、名古屋圏においては転入と転出が均衡している。新型コロナウイルスの影響で地方圏への移住が期待されているが、全国的な「うねり」になっていないのが現状である。このように、地方圏は大都市圏からの移住先として注目されているにもかかわらず、人口流出に歯止めがかかる兆しは見られない。

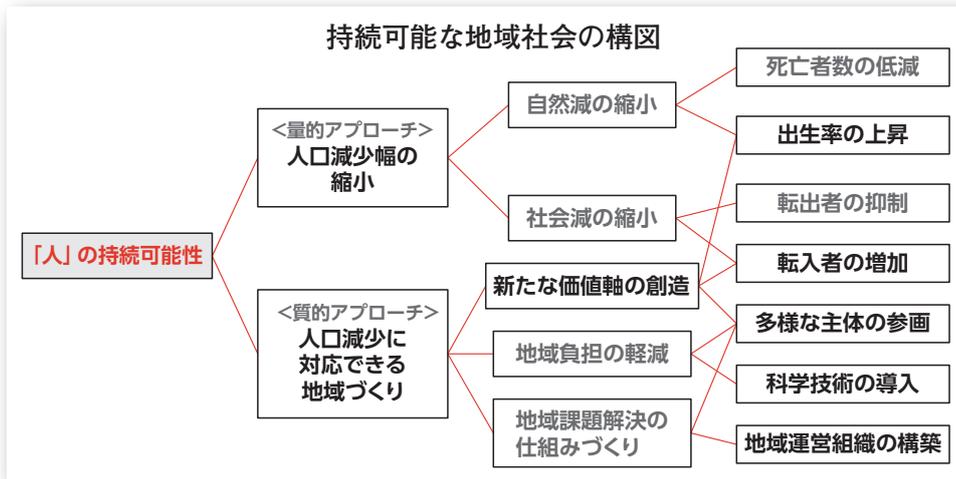
平成の大合併以降、大半の自治体が移住・定住を政策の主要な柱に掲げている。実際、「地方創生」において、ほぼ全ての自治体が「地方版総合戦略・地方人口ビジョン」を策定している。しかし、国外との人口移動が極端に少なく、今後も人口の自然増が望めない状況において、各自治体が移住者の「奪い合い」となれば、結果として「ゼロ・サムゲーム」に陥る。各自治体においては、なぜ移住・定住が

必要なのか、移住・定住を促進するならば自治体としてどのような対応が必要なのか、冷静な議論が望まれる。

本稿においては、主に地方圏に軸足を置き、移住・定住の意義を整理する。その上で、地方圏において持続可能な地域を構築するために、自治体が取べき方策について見解を述べる。

持続可能な地域づくりに寄与する移住・定住

持続可能な地域について論ずる場合、経済、社会、環境、文化など多様な切り口が考えられるが、ここでは「人」の持続可能性について検討する。持続可能な地域を構築していくためには、地域において必要な人口を維持する「量的アプローチ」と、人口減少に対応した地域を構築する「質的アプローチ」に二分される。「人口減少幅の縮小」を実現させる方策には、「自然減の縮小」と「社会減の縮小」の2側面がある。このうち、「自然減の縮小」方策と



して「死亡者数の低減」と「出生率の上昇」が考えられる。今後、地方圏においては団塊の世代が徐々に亡くなっていくため、当面の間、死亡者数は増加していく。これに対して、出生率については、子育て環境の改善や、教育の充実などによって一定程度、上昇させることが可能である。一方、「社会減の縮小」については、「転出者の抑制」と「転入者の増加」が

考えられる。後述するように、「転出者の抑制」は期待できないため、「転入者の増加」を狙った移住・定住に期待が高まる。しかし、移住・定住がある程度進んだとしても、残念ながら大半の地域では人口減少に歯止めをかけることはできないと考える。なぜなら、高齢化率の高い地域においては、人口の自然減をカバーするほどの社会増

は期待できないからである。だからといって移住・定住を促進することは無意味ではない。なぜなら、移住・定住は「人口減少に対応できる地域づくり」に寄与するからである。「人口減少に対応できる地域づくり」を行うためには、当該地域の出身者だけでは限界がある。出身者とは異なる価値観を地域に提示し、地域が時代に沿った形でアップデートしていく必要がある。移住・定住への期待は、量的側面よりも、むしろ質的側面の方が大きな意義を有していると思われる。

丁寧な対応が求められる移住・定住

移住・定住政策が本格化した平成10年代の後半において、地方圏の各自治体は「誰でもいいから」移住してほしいと公言してはばからなかった。一方で、大都市圏在住の移住希望者たちも「どこでもいいから」移住したい人たちが大勢いた。「田舎暮らし」の憧れや、政府やマスコミによるキャンペーンも相まって、大都市圏から地方圏への移住が進んでいったのは事実である。一方で、地方圏での生活様式を十分に認識しないまま移住した人々が、地域になじめなかったり、地域住民とトラブルになったりして、移住先の地方圏から大都市圏に戻る人たちもいた。このような事態に至ったのは、移住・定住を促した自治体側に原因がある場合が多い。地方圏の自治体は、人口減少幅の縮小を意図するあまり、移住の量的成果を求めたため、地域への定着や、暮

らしのスタイルについて十分な説明を行ってこなかった。

大都市圏出身の移住者が地方圏に求めるものは、年代によって異なる。大まかに言えば、20代は、自身が考える「やりたいこと」を実現する自己実現の場を求めている。30代は、子育てや、健康に暮らせる環境を求めている。40代・50代は、転職のための移住や地域資源を生かした仕事に従事することを求めている。60代以上は、退職後のセカンドライフに適した地域を求めている。各自治体は、やみくもに移住・定住を訴えるのではなく、ターゲットを見定める必要がある。

また、移住を単なる居住地の変更ではなく、仕事、住まい、教育・医療、地域活動といった生活に必要な情報をセットで提供できるようにすべきである。とりわけ、移住者にとっては仕事と住まいの確保は必須要件である。地方圏においては「人手不足」が叫ばれるとともに、公共職業安定所など仕事に関する情報提供は比較的多い。これに対して住まいの提供は、移住希望者数に追いついていないのが現実である。いわゆる空き家への居住が想定されるが、使える空き家、賃貸・売買される空き家は意外と少ない。地域において、空き家をいかに流動化させるかがポイントである。島根県江津市では、平成18年度から2年間かけて、市内の全ての空き家を調査した結果、全市で戸建て住宅のうち約1割が、中山間地域に限定すれば約2割が空き家であることが

判明した。これを受けて、江津市では平成20年度に「全国空き家活用シンポジウム」を開催し、移住・定住を目指すための空き家活用と、仕事のあつせんや地域情報の提供などを並行して行い、移住・定住のワンストップの提供を目指した。さらに、移住・定住には産業振興が欠かせないと考え、平成22年度から「江津市ビジネスプランコンテスト (Go-Con)」が開始された。その背景には、企業誘致などによる雇用を増やすよりも、江津市で自己実現を果たしたい人材を集める「起業誘致」が念頭にある。江津市のビジネスプランコンテストの特徴として、創業検討者に対してコンセプト設計から収支計画まで多角的なアドバイスをを行っている点が挙げられる。さらに、江津市、江津商工会議所・桜江町商工会、日本海信用金庫、NPO法人でごねっと石見などによって専門分野に応じた支援体制が組み込まれている。このように、移住・定住を促進するためには、ターゲットの明確化、仕事と暮らしのワンストップサービス化、きめ細かな支援体制などを充実させる必要がある。

人口減少に対応できる地域づくり

前述したように、地方圏における大半の自治体において人口減少は避けられない。従って、「人口減少幅の縮小」と同時に「人口減少に対応できる地域づくり」を並行して行うこ

とが重要である。その具体的な方策として、ここでは3点を掲げる。第一に、既存の価値軸とは異なる、「新たな価値軸の創造」が必要である。地方圏へ移住・定住を促進するためには、助成金や政策的支援など、条件の有利性だけをアドバンテージとしていては、自治体間で競争が生じ、移住候補者の奪い合いで終わってしまう可能性が高い。地方圏に求められることは、地域が有する価値を見極め、その価値を発信し、大都市圏とは異なる価値軸を創造していく必要がある。本質的な価値を求めるための移住・定住でなければ、地域への定着は望めない。第二に、「地域負担の軽減」が必要である。地域には、過去から連続と続く歴史があり、地域を支える慣習や行事、会合や共同作業などが多く存在する。それらは、移住者のみならず、当該地域に生まれ育った人々にとっても負担に感じている。さらに人口が減少する中で、それらを見直す必要があるが、地域住民だけではなかなか実行できないのが実態である。その背景に、地域の意思決定を高齢男性中心に行っていることが挙げられる。地域の在り方に対してメスを入れるためには、地域外住民も含めた多様な主体が参画する必要がある。同様に、移住者たちの新鮮な感覚により、地域負担を軽減させるための新たな地域の仕組みづくりの構築が期待される。第三に、「地域課題解決の仕組みづ

くり」を行っていく必要がある。自治会や町内会といった既存の住民組織は、伝統的、慣例的な手法による運営と意思決定がなされてきた。人口減少時代においては、地域の合意を得た上で、地域課題解決を具体的にを行う地域運営組織の構築が不可欠となる。既存の自治会・町内会とは異なる地域運営組織であれば新たに移住してきた住民も参画し、対等な立場で意見を述べることができる。このように、人口減少に対応できる地域を構築していくために、移住者が果たす役割は大きいと思われる。

地に足の着いた地域づくりの必要性

以上、人口減少社会における移住・定住の意義と自治体が取るべき役割について述べてきた。各自治体においては、各地で行われている話題性の高い移住・定住策を、安易にまねすべきではない。当該地域が有する地域的特色と、地域資源・地域課題を見極め、地域を支える人材が移住・定住するような政策を取るべきである。現時点において、コロナの影響で大都市圏から地方圏へ人口が大量に流出するといった傾向は見られない。各自治体においては、地域のビジョンを構築するとともに、住民が中心となった取り組みが行えるよう、地に足の着いた地域づくりを行っていくことが必要である。

観光地のその先へへにぎわいと交流を 生み出すまちづくりへの挑戦

みよこし
妙高市長(新潟県)

にゅつむら
あきら
入村 明



はじめに

妙高市における社会動態は、転出数が転入数を上回る転出超過の状態が続いており、合併後の減少数は6年間で△1531人、年平均△255人となっている。平成27年度策定の総合戦略に基づき、「安定した雇用の創出」と「新しい人の流れの創出」に取り組んできた結果、年度によって増減はあるものの、移住・定住施策の推進などにより、転出超過数は平成17年の209人が令和2年では158人に減少し、改善傾向にある。しかし、いまだに超過傾向が続いていることや、20代、30代の若者の都市部への転出が多いことから、若い世代の転出抑制やU・I・Jターンの促進については、自然動態の出生数にも大きな影響を与える重要な課題でもあり、対策を強化していく必要があると考えている。

そのため、本市を移住先に選んでいただくために、相談体制を強化するとともに、コ

ナ禍に伴う地方分散の動きも捉えながら、長期的な視点に立ち、「定住人口」と「交流人口」の維持・増加に加えて、地域外の人材がまちづくりに継続的に関わる「関係人口」の創出など、社会減を抑制する対策を強化しているところである。

移住希望者に寄り添った移住施策

これまでの地方移住は、退職後にセカンドライフを楽しむ60代以上の熟年者などによるものが主流であったが、新型コロナウイルスの感染拡大による外出自粛や、首都圏の企業を中心としたテレワークの普及、また、コロナ収束後もそのワークスタイルを継続する企業の流れが、都市部の働き方や暮らし方に大きな影響をもたらしており、地方への関心の高まりにつながっている。

各自自治体においては、移住者に対する支援として、移住希望者への仕事に関することや子育て、住宅の購入に対する支援、家賃補助など、移住に踏み出すためのきっかけとなる

さまざまな取り組みが行われている。

本市においても、移住・定住相談を中心としたさまざまな支援体制を整備するとともに、住宅の取得支援や家賃補助などの移住施策に取り組んでいる。平成28年度には、移住経験者を支援員に配置し、自身の経験などから相談者の希望に沿った居住地や、住宅探しなど、雪国妙高で暮らしていくための提案、アドバイスを行っており、令和2年度から業務を引き継いだ支援員に、そのマインドが受け継がれている。

ワンストップ窓口による体制強化

さらに、令和2年度には、妙高への移住・定住の流れを加速させるとともに、高齢化が進む中山間地域や地域コミュニティが抱える課題解決のため、関係する組織をまとめ、市民の皆さんが地域で共に生きるためのワンストップ窓口として「地域共生課」を新設、移住・定住関連の施策の充実や地域が抱える問題解決に取り組んでいる。



コロナ禍に対応したオンラインによる空き家内覧の様子

本市が行っている移住・

定住に関する具体的な施策の例として、住宅探しの情報を提供するため「空き家情報登録制度」を運用している。一般的に空き家バンクと呼ばれるもので、空き家を売り

数は2倍以上に増え、令和3年10月末までに154件に達している。

また、コロナ禍における県外移動の自粛要請期間中においても中古住宅を探したい希望者や、遠方にお住まいの希望者に対応して、オンライン会議アプリを活用した内覧を実施し、利用者から「イメージが湧いた」など好評をいただいている。

住宅取得にかかる費用に対する補助制度も充実しており、県内トップクラスの補助金額と、県外転入者には加算金を設けており、県外からの利用件数は令和3年10月末までに25件で、令和2年度と比較し約2倍と大きく上回っている。制度利用者へのアンケート結果では、この支援が移住の決め手になったと回答される方がほとんどである。

若者の移住支援策では、市内企業に就労し民間の賃貸住宅にお住まいの方を対象に、2年間の家賃補助が受けられる制度を整備し、観光産業が盛んな本市において、若者から地域産業を支えてもらうためにも、欠くことのできない支援策となっている。

妙高型ワーケーションによる 関係人口の創出

また、本市では将来的に移住・定住人口につながる関係人口の創出にも取り組んでいる。その取り組みの一つが、「ワーケシヨ

ン（“Work”+“Vacation”“Education”）」による関係人口づくりである。

先述の通り、コロナ禍により働く場所を選ばないリモートワークが普及し始めたことにより、ノマドワーカーと呼ばれる旅先や観光地をオフィスとした自由な働き方が、フリーランスを中心に広がっている。市とし



市内でのラーニング型ワーケーションの様子

たい所有者と買いたい希望者から、この制度に登録していただき、マッチングをお手伝いするもので、契約手続き以降を宅建協会が担う以外は、市の担当者と移住支援員が連絡調整を行うものである。これは、移住をお考えの方にとって、知らない土地で新築住宅を購入するよりも、安価な価格で住宅を手に入れることができることから、好評を得ている取り組みであり、好みの住宅を探すといった移住に夢を膨らませる希望者にとって、準備しなければならぬ最初の行動となっている。そのため、オーダーメイドの空き家見学ツアーや個別の内覧に対応しており、令和2年度と比較し対応件

では、そういった自由な働き方ができるワーカーはもちろんのこと、通常はオフィスで仕事をを行うような社員が、会社の了解を得て環境を変えて本市で仕事ができるワーケーションのプログラム開発を進めている。

具体的には、他地域にないような地域資源を活用したスキーや登山、温泉、食といったアクティビティと、豊かな自然環境下での人材育成や地域課題解決型のプログラムを組み合わせたツアー造成を行っている。さらに、企業の生産性の向上への寄与や、社員のスキルアップなどといった人材育成や地域課題解決プログラムとして、企業視点での価値を提供することのできる「ラーニング（研修）型ワーケーション」を推進することにより、従来とは異なる顧客層を獲得し、本市に新



テレワーク研修交流施設の完成イメージ図

たな「ひとの流れ」を生み出すことで、関係人口による地域の活性化と実体験を通じた妙高の魅力発信を目指している。

現在、市内の公共施設や宿泊施設などでWi-Fiの設置や電源の確保、作業用デスク・チェアや多人数での打ち合わせスペースの配置を行い、市内のどこでも仕事ができるエリアづくりを進めている。令和4年度には、妙高戸隠連山国立公園内に「テレワーク研修交流施設」が完成し、市内外のワーカーが自然の中でリフレッシュしながら仕事ができるようになり、リモートワークなどで仕事を持ったまま移住した方も、整った環境下で仕事に臨めるようになる。

選ばれる妙高に向けて

これまで紹介した各種支援策などを活用

し、転入者は増加しているものの、依然として出生数の減少や死亡者数の増加といった、自然減は収まらない状況で人口減少も続いている。このため、地域に人を呼び込むための施策については、さらなる充実を図る必要があると考えている。

特に本市は特別豪雪地帯にも指定されており、冬の生活を知らずに移住することは、移住後の安定した暮らしに影響があると考えられることから、いきなり移住という高いハードルやリスクを軽減するため、一定期間、妙高での生活が体験できるお試し居住施設の整備も必要であると考えている。現在、滞在型市民農園「クラインガルテン妙高」では、年間利用のほか、1カ月のモニター利用を提供しているが、施設が不足しているため、今後、市が空き家住宅を借り上げ、改修したお試し居住施設を貸し出すことができると中間管理住宅の整備など、新たな施策に取り組んでいく必要があると考えている。

多くのスキー場や温泉を有する観光地としてのイメージが強い本市にとって、「訪れるマチ」から「暮らすマチ」へと、自然や観光資源を最大限に生かした新たなブランディングや、これまで一定の成果を上げている支援策の見直しなど、移住先に妙高市を選んでもらえる魅力づくりを進めていきたい。

価値共創による シティプロモーション戦略

かかみがはら
各務原市長（岐阜県）

あさのけんじ
浅野健司



シティプロモーション戦略プランの概要

各務原市は、現在、人口約14万6000人であり、岐阜県内3番目の人口規模を誇る緑豊かな都市である。また、19年連続で製造品出荷額等が県内トップで「ものづくりのまち」として成長してきた。

人口動態に目を向けると、平成21年の15万人をピークに人口が減少傾向に転じる中、人口減少の克服と地方創生の確実な実現を目的として、平成27年に「しあわせ実感かかみがはら総合戦略」を策定し、人口減少対策に取り組みとともに、それまで個別に実施していた事業を「シティプロモーション」という視点から総合的・戦略的にマネジメントするために、平成28年2月に「シティプロモーション戦略プラン」を策定した。

本市のシティプロモーションとは、まちの魅力を発掘・創造することで都市ブランド力

を高めるとともに、それを内外に発信することで、多くの人々から「選ばれた都市」となることを目指す取り組みである。これを積極的に推進することにより、移住人口を増やしつづ、すでに住んでいる市民がまちへの誇りや愛着を持つこと、すなわち「シビックプライド」の醸成につなげ、将来的な定住人口の増加につなげるのが、本プランの大きな目的である。

本プランでは「価値共創」という考えを基本理念としている。これは「まちと関わる様々な人が協働してまちの価値を創造すること」であるが、分かりやすくいうと、市の魅力の掘り起こしや発信を行政だけで行うのではなく、市民や市と関係する人々と一緒にやっていこうという考えであり、本市のシティプロモーションを大きく特徴づける重要な要素となっている。

また、本プランでは、シティプロモーションを行っていく上で「メインターゲット」を設

定している。「20代〜30代」「東海3県（愛知県・岐阜県・三重県）」「結婚・出産・子育て世代」「生活にこだわりがある人、感性豊かな暮らしを求めている人」がそれであり、あえてターゲットを絞ることで、そのターゲット層の心に響く戦略的なシティプロモーションを目指している。

本プランでは、大きく二つの方策によりシティプロモーションを推進していくこととしている。一つは本市の良好な都市イメージを形成する「魅力づくり」の取り組み、もう一つは「魅力づくり」で創出される魅力を市内外に発信していく「共感づくり」の取り組みである。これらの取り組みのいくつかを紹介していく。

魅力づくりの取り組み

マーケット日和

「マーケット日和」は、11月3日の文化の日を開催しているマーケットイベントである。



マーケット日和の様子

メイン会場となる「学びの森」は、市街地の中心にありながら、広大な緑地空間を有する都市公園である。この公園の魅力と、このような公園があるまちの豊かさを知ってもらうため、平成26年に初開催し、以降毎年開催している。飲食店や雑貨店など200店舗以上が出店するマルシェや、会場装飾、コンサートなどをを行い、親子連れや若い世代を中心に、

コロナ禍以前は3〜4万人が来場する本市を代表するイベントである。

「マーケット日和」は官民連携により実施されており、テーマ設定やさまざまな企画立案、出店者の決定などは市民運営委員が中心となっており行っている。

令和3年度は、コロナ禍によりイベント規模を縮小しつつも、「公園をリビングに、街をダイニングに」をコンセプトに開催した。公園の日常風景をさらに楽しくする企画として、前夜は公園をこの日限りの屋外映画館に、当日は公園を「リビング」として、会場装飾・展示・音楽演出を実施した。また、両日とも飲食店の出店は行わず、街を「ダイニング」として、公園から地域の飲食店に回遊してもらう企画を実施し、地域経済への活性化に寄与することを目指した。

「マーケット日和」は、常に新しいことへのチャレンジと訪れる人たちが共感できるストーリーを重視しており、行政と民間がそれぞれの役割を分担し、しっかりと手をつないだ体制で取り組んでいる。

この「マーケット日和」をきっかけにして、本市の取り組みに関心を持ち、まちに関わりたいという人が増えており、公園内にあるカフェ・ギャラリー

も市民団体が活用するなど、これまでとは違った公園の使い方が提案され、日常の公園に新たなにぎわいやコミュニティの場が創出されている。これらによりさらに新しいつながりができ、まちに関わりたい人が増えていく好循環が生まれている。

さらに、「学びの森」の一部を「PFPF（公募設置管理制度）」によるまちのにぎわい拠点として公民連携で新たな施設を整備するなど、このエリアがまちのイメージを象徴する空間へと成長してきている。

DIY型空き家リノベーション事業

DIY型空き家リノベーション事業とは、貸主は所有する空き家を現状のまま貸すことができ、借主は賃貸物件を自由にカスタマイズできる「借主負担DIY型」という形態の賃貸借契約を活用した事業であり、空き家の流通促進や「生活にこだわりのある若い世帯」の移住定住促進を目的として実施している。本市では貸主が安心して賃貸でき、借主が自分のライフスタイルに合わせてDIYを楽しむことができるよう、産学官金が連携してサポートを行っている。

この事業は、平成27年度に本市の職員提案制度において、流通していかない空き家の活用を促し、新たな価値の創造や移住定住促進につなげたいという思いで、若手職員が提案し、平成28年度から実施している。

この取り組みにより、これまでに県外から



空き家をDIYする様子

12世帯が移住・定住をしている。ライフスタイルにこだわりを持つ方がDIYでリノベーションを行い、自分らしい暮らしを楽しんでおり、空き家がDIYによりカフェや絵画教室に生まれ変わるなど、まちににぎわいを創出している。また、この取り組みにより移住した方が「各務原市での暮らしぶり」を発信していくことで、まちの魅力を広めていくことにつながっている。

共感づくりの取り組み

移住定住ウェブサイト

「OUR FAVORITE KAKAMIGAHARA」

本サイトは、本市のブランドイメージを対外的に発信するため平成28年9月に開設した。

写真をメインとした構成で、20代～30代の若者をターゲットにしたデザイン重視の作りになっている。また、SNSを有効に活用し、記事と連動してFacebookやTwitterにも投稿されるほか、年に2回タブロイドを発行し、市内外でのイベントなどで配布するなど他メディアと連動を図ることで、より多くの人々の目に届くような仕組みを取っている。

また、市民協働ウェブサイトとして、市民ボランティアがライターとなって市内の魅力ある場所や人などを取材し、サイトへ自由に記事を投稿できる点が大きな特徴である。毎月編集部会を開催し、その場で出た意見をサイト運営に生かしながら、市民と共に発信を行っている。

市民自ら魅力的な「ヒト・コト・モノ」を取り上げ発信することで、各務原の「ちょっといい暮らし」に共感してもらい、シビックプライドの醸成、シテイプロモーションの推進につなげている。

今後の展開

平成28年に策定した「シテイプロモーション戦略プラン」(第1次戦略プラン)は令和2年度で終了し、現在は令和3年度から令和7年度の5年間の第2次戦略プランに基づき、各種事業を実施している。

第2次戦略プランは、第1次戦略プランで掲げた基本理念「価値共創」を踏襲しつつ、第1次戦略プラン策定の段階ではまだ一般に認知されていなかった「関係人口の創出」を目的の一つに加えた。また、「シビックプライド」の重要性を改めて明記し、シテイプロモーションを推進することで、市民の市への愛着や誇りを高めていくこととしている。

令和2年度以降は新型コロナウイルス感染症の影響により、さまざまな事業や活動が中止となる中、シテイプロモーションも一時的に実施が困難な状況が続いている。しかし、コロナ禍による事業の中止は、事業の効果や必要性、実施方法などを見直す良い機会となった。

今後は、ポストコロナを見据えた新たな事業展開を図る中で、民間事業者や市民団体とも連携・協働を強化するなど、移住・定住の促進や魅力発信への取り組みを積極的に行い、各務原市が多くの人から「選ばれたまち」となるよう果敢に挑戦を続けていく。

このまちに確かな未来を 地域の活力は『人』

豊後高田市長(大分県)

佐々木敏夫



はじめに

豊後高田市は、人口約2万2000人のまちで、大分県の北東部に位置し、県庁所在地の大分市まで約60km、隣県政令指定都市の北九州市まで約90kmと、両市に比較的近い距離にあつて、周防灘に面した温暖で過ごしやすく、農作物の栽培にも適した気候に恵まれている。

地域の東部から南部にかけては、ハジカミ山、尻付山、両子山や日本三叡山の一つである西叡山などの山々が連なり、国東半島のほぼ中央の両子山から、放射状に谷や峰々が延びた地形となっている。

市内には、国宝「富貴寺大堂」をはじめとする六郷満山仏教文化の神社・仏閣が数多く残されている。また、国の名勝では、奇岩秀峰が連なる渓谷で、平安時代以降、六郷満山の僧侶たちによって徐々に開拓された「中山仙境(夷谷)」、天高くそびえる岩峰や、空中に架かる無明橋が長い歴史を物語る「天念寺



現存する九州最古の木造建築物「富貴寺大堂」

耶馬・無動寺耶馬」がある。さらには、干潟に沈む夕陽が美しく、日本夕陽百選の一つであり、国の登録記念物にも指定された「真玉

海岸」など、悠久の歴史と自然に育まれたスポットが数多く存在している。

まちが消滅する危機感

人口減少、少子高齢化、将来の財政負担など、国も地方も多くの問題を抱えており、各自治体は「地方創生」のもとで、あらゆる施策を講じ、人口の維持・地域活性化にしのぎを削っている。

私は、平成29年の就任以来「地域の活力は人である」という信念のもと、人口減少対策が最重要課題と位置付け、そのために必要な施策の柱として、二つの柱を掲げた。一つは「人口増施策」、そしてもう一つは「新たな観光振興」である。

思い切った人口増施策

平成25年3月に、国立社会保障・人口問題研究所が推計した本市の将来推計人口は、何も手を打たなければ、令和22年には1万5000人台まで減少し、高齢化率は42%に



おいしい給食を笑顔で楽しむ子どもたち

なると予想されていた。

人口減少は待ったなしの状況であり、大胆すぎると思われるかもしれないが、危機意識とスピード感を持って取り組んだのが、まず、子育て支援施策である。

子育て支援の根幹は、子どもを育てる世代の経済的負担の軽減と「豊後高田市で子育てをしたい」「もう1人子どもを産みたい」と思ってもらえることである。「子育てを社会全体で支えていく。教育に差別があってはなら

ない」という基本的な考えから、中学校までの給食費の無料化と高校生までの医療費の無料化に取り組んだ。

その翌年には、市内保育園の保育料の完全無料化と市内公立幼稚園の授業料の完全無料化を実施し、出産祝い金については、これまでの額を拡充し、第4子以降には、100万円の子育て応援誕生祝い金を差し上げることとした。

また、本市には塾が少ないこともあり、教育のまちづくりの一環として、市営の無料塾「学びの21世紀塾」に取り組んでおり、5歳児・小学生・中学生を対象とした土曜日講座、中学1・2年生を対象とした水曜日講座、中学3年生を対象とした夏季・冬季特別講座やタブレット講座など、多様な学習講座を開設している。加えて、全ての小学生を対象とした放課後児童クラブの実施により、保護者が安心して働ける環境づくりと、子どもたちの「学びの機会」を提供している。

これらの取り組みは、将来を担う子どもたちのための「未来への投資」であり、市外から移住者呼び込み施策として位置付けたものでもある。

なお、これら子育て支援施策に関する財源は、可能な限り無駄を省きつつ、その全てを、ふるさと納税による寄付金を充てている。改めてご寄付いただいた皆さまには、この場をお借りして、心からお礼と感謝を申し上げます。

たい。

このほかにも、移住者を対象とした定住促進無償宅地の整備、無料で利用できる子育て支援拠点施設の拡充や、妊婦健診の無料化や妊産婦医療費の無料化なども行った。

新たな観光振興施策

観光を通じた交流人口の拡大は、将来的には移住・定住人口の増加にもつながる可能性があり、本市の地域資源を活用した新たな観光振興施策を確立することが重要であると考えた。

本市の観光資源は、全国的に誇れるものが数多くある。初めに記述したとおり、1000年以上の歴史を誇る神仏習合の六郷満山文化ゆかりの寺院や文化財などのほか、昭和30年代の懐かしいまち並みを再現した豊後高田「昭和の町」や、九州最大級の花公園「花とアートの岬長崎鼻」、そして個性豊かな良質の温泉などがある。

その中でも新たな拠点施設として、昭和の町には、新規創業者および地域コミュニティの育成、地域経済の発展のための創業支援施設と交流施設を整備し、長崎鼻リゾートキャンプ場・海水浴場には、デジタルアートギャラリーやアウトドアサウナ、キャンピングトレーラー、バーベキューテラスなどを整備するとともに、バンガローの建て替えやコテージの新設などを行い、1年中楽しめる滞在型

リゾートへの転換を図った。

今後も、地域の特性を生かした観光資源の魅力づくりを行うことにより、さらなる誘客促進を図り、観光客と市民との交流の活発化や本市に魅力を感じる観光客の移住・定住を促進し、人口増につなげたいと思っている。

きめ細やかな移住支援

本市は早くから移住支援事業に注力してきており、移住にかかる不安を緩和する支援策を多数用意している。

具体的には、農家民泊やコテージに滞在しながら空き家探しや移住の準備をしていただけ「半住半旅・田舎暮らし体験事業」、空き家バンク登録物件を見学するための「レンタカー費用奨励金」、実際に移住を決めていただいた後は「子育て世代いらっしやい引越し応援金」や、空き家の改修や不要物の撤去に対する「空き家リフォーム事業補助金」「空き家DIY奨励金」、持ち家を購入されたい方には、定住促進無償宅地の紹介をはじめ、「ハッピーマイホーム新築応援奨励金」などがある。

これまでの取り組みの成果

昨年度、本市への移住者は141世帯・325人で、過去最高を記録した。20〜40代

までの子育て世代が74・4%で、そのうち18歳未満の子どもが96人、また、医療費や給食費の無料化などの大胆な子育て支援策を打ち出した平成29年以降、0〜5歳までの子どもを持つファミリーが目立つようになってきた。また、本市の特徴は、県外からの移住者が多く、とりわけ、県をまたいで移動する女性の転入者もプラスとなっていることである。

このような中、昨年、宝島社の第9回「住みたい田舎ベストランキング」では、10万人未満の市の部門において、総合部門では3年連続、子育て部門では2年連続の第1位に選ばれた。そして、総合部門、子育て部門に加え、若者部門、シニア部門の4部門で全て1位となり、史上初の4冠を達成することができた。このような高い評価をいただいたことに、今後も、「子育て支援」を柱とする本市の移住・定住施策は、さらに人口増へつながるものと期待している。

また、人口動態においても、7年連続、転入者が転出者を上回る、人口の社会増を達成していることについても大変うれしく思っている。

こうした結果は、これまで取り組んできた全国トップクラスの子育て支援や、移住・定住対策の成果によるものであると思っている。

おわりに

今後も「地域の活力は人である」という信念のもと、人口を増やし、明るい未来を創るためにも、一年一年が常に勝負と捉え、スピード感を持って「安心して暮らせるまち」「にぎわうまち」「子どもたちの笑い声が聞こえるまち」の実現に向け、全身全霊でまちづくりを推進していきたい。



平成14年に開講し今年で20周年を迎える学びの21世紀塾