

資料 6
第3次安芸高田市
まち・ひと・しごと創生総合戦略（骨子）

目次構成（案）	内容
1. 第3次総合戦略の背景及び目的	・ 総合戦略の位置付けと役割を整理
2. 第2次総合戦略の振り返り	・ 各基本目標の代表目標指標や各課ヒアリングにより、第2次総合戦略を振り返り
3. 第3次総合戦略の基本的な考え方	
（1）人口の長期展望	・ 第3次安芸高田市人口ビジョンで整理するシミュレーション結果を活用
（2）基本骨格	・ 第3次総合戦略の全体像を整理
（3）プロセス	・ 第3次総合戦略の各基本目標が目標人口の達成に向けて、どのように寄与するかプロセスを整理
（4）推進の仕組み	・ 公民連携による第3次総合戦略に位置付ける施策の推進の仕組みを整理
4. 各基本目標における施策と成果の見取り図	・ アウトカム思考により、各基本目標で設定する成果からの逆算で必要な施策を整理
5. 各基本目標における施策のアクションプラン	・ 5W1Hの観点から各基本目標における施策のアクションプランを整理
6. 各基本目標における数値目標の設計	・ 第3次総合戦略に位置付ける各基本目標の数値目標を整理
7. 第3次総合戦略の進捗管理	
（1）スケジュール	・ 第3次総合戦略の計画期間2025年度～2029年度の4年間のスケジュールを整理
（2）進捗管理の体制	・ 第3次総合戦略の進捗管理を行う体制を整理

総合戦略とは

安芸高田市の人口減少対策、地方創生の方針を「第2次安芸高田市まち・ひと・しごと創生総合戦略（R2）」に示し、全町を挙げて取り組んできましたが、以下のとおり、計画期間が令和6年度で終了することから、次期総合戦略の策定を行います。なお、次期総合戦略は、総合計画と一体的に策定することから本審議会において策定します。

現計画の計画期間
令和2（2020）年度から令和6（2024）年度

令和4年度に国において策定された「デジタル田園都市国家構想総合戦略」を踏まえた、第3次安芸高田市まち・ひと・しごと創生総合戦略を策定します。

総合戦略の役割

総合戦略の役割は以下のとおりです。

位置付け	人口減少対策、地方創生の取組を位置付ける計画
計画期間	4年間の短期スパン
記載する施策	人口減少対策、地方創生に係る行政施策が対象 総合計画と違い、事業レベルの内容も記載
国の補助支援	総合戦略に位置付けた事業の実現に向けて、デジタル田園都市国家構想交付金等の補助支援あり

- ・第 2 次総合戦略の基本目標毎の代表目標指標の実績値及び目標値は以下のとおりです。
- ・基本目標 3 の観光客数、基本目標 4 の地域経済循環率は目標値を達成していますが、基本目標 1 の合計特殊出生率、基本目標 2 の社会増減は目標値を達成できていません。
- ・第 3 次総合戦略では、達成できなかった目標値である合計特殊出生率及び社会増減を対象として、基本目標を検討します。
- ・なお、第 3 次安芸高田市総合計画基本構想において、将来像「新しい価値観を生む・まちの魅力を育む機能」の目標指標として、観光客数及び地域経済循環率を目標値として位置付けています。

●第 2 次総合戦略の基本目標毎の代表目標指標の実績値及び目標値

※第 2 次総合戦略の計画期間は2024年度までであり、第 3 次総合戦略策定までの間、空白期間が生じないよう計画期間を延長（2020年度から2024年度の計画期間を2020年度から2025年度に変更）

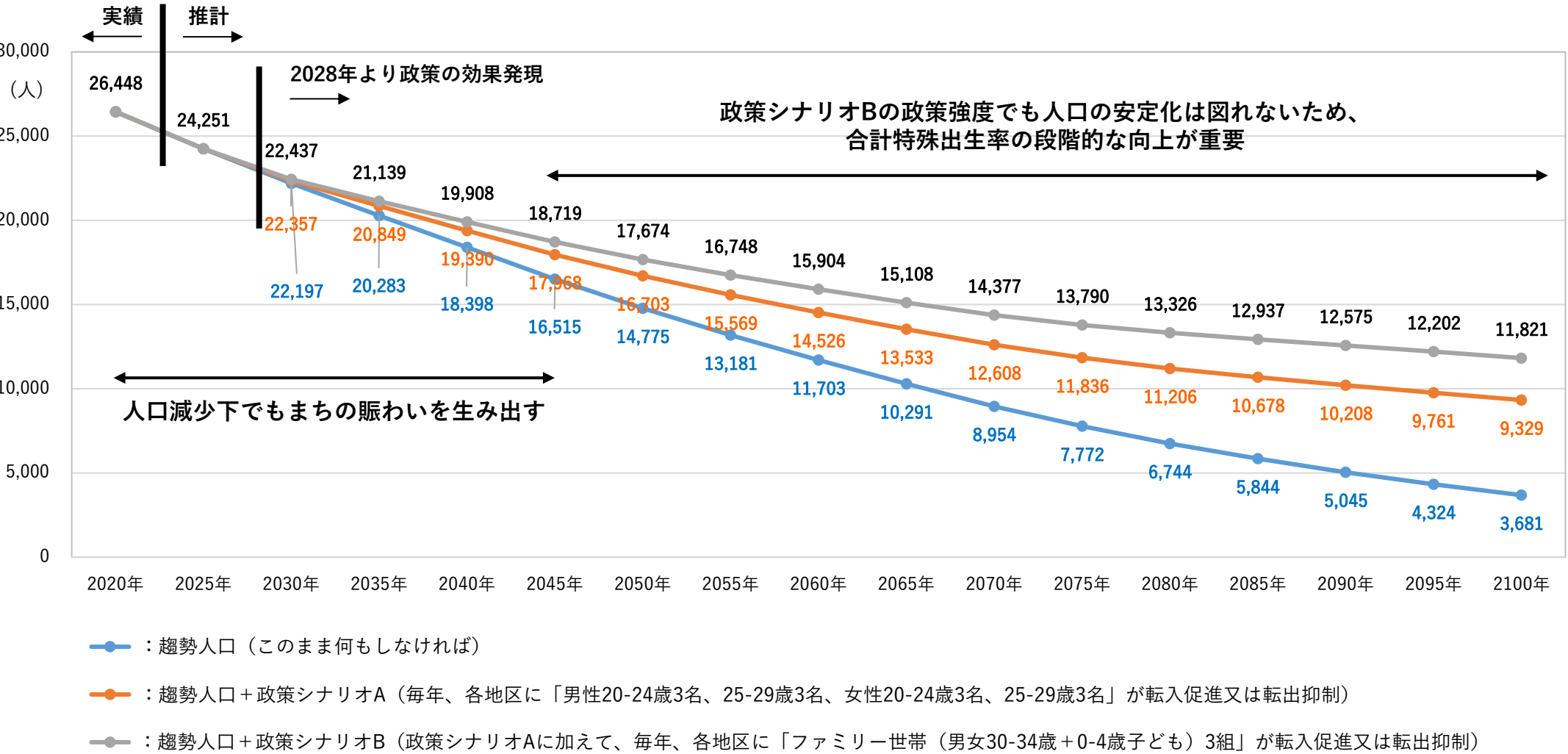
基本目標	代表目標指標	実績値		目標値	
		2020年度(策定時)	2023年度	2024年度	2025年度
基本目標1 安心して住み続けられる環境をつくる事業	合計特殊出生率 (推計)	1.52	1.14 (2021年度)	1.80	1.80
基本目標2 人をつなげる事業	社会増減	+ 9人	-146人 (2021年度)	+ 30人	+ 30人
基本目標3 ここにしかない歴史・文化を未来につなげる事業	観光客数	1,637千人	2,262千人 (2023年度)	2,000千人	2,500千人（注1）
基本目標4 循環の「環」をつなげる事業	地域経済循環率	74.7%	80.5% (2018年度)	80.0%	85.0%（注2）

注1：2023年度の実績値に増加率を乗じるにより算出

注2：過去の推移より、同程度の上昇を見込んで算出

【前提及び目的】

- 国土交通省の資料によれば、定住人口が1.75万人を下回ると救急告示病院や飲食店等の存続確率が50%を下回ることが指摘されています。
 - 2050年の人口を1.75万人とするためには、どの程度の政策強度が必要か人口シミュレーションで検証しました。
- 【シミュレーション結果】
- 毎年、各地区に「若年男性6名、若年女性6名」の転入促進又は転出抑制を図る政策シナリオAでは、2050年の人口1.75万人は達成できません。
 - 毎年、各地区に「若年男性6名、若年女性6名」＋「ファミリー世帯3組」の転入促進又は転出抑制を図る政策シナリオBであれば、2050年の人口1.75万人は達成できますが、2050年以降の人口の安定化は図れません。
 - 日本全体で人口が減少し続ける中、転入促進施策だけでは持続的な成果創出には繋がりにくいと思料されるため、政策シナリオBに加えて、**合計特殊出生率の段階的な向上により、人口構造の持続可能性を高めていく必要があります。**



人口動向の指標		指標の特徴と施策介入のポイント
転出	転出 (若年以外)	●指標の特徴 ・短期的には成果を出しにくい、長期的には安定的な成果を出し得る指標と史料します。 ●施策介入のポイント ・結婚、転業・転職を理由とした転出割合が高い傾向にあるため、この対応策が必要です。 ・コミュニティの共助力を高めて、住民同士の助け合いや支え合いの地域風土を強化していくことも重要です。
	転出 (若年)	●指標の特徴 ・高校卒業時のタイミングで周期的に繰り返されます。 ●施策介入のポイント ・学生が高校卒業のタイミングで市外に転出する前に、地域への愛着を高めることが重要です。 ・市外に転出する前に、市からの情報発信を受け取って頂くためのプラットフォームに登録頂くことも重要です。
転入	Iターン	●指標の特徴 ・短期的には成果を出しにくいですが、長期で安定的に成果を出しにくい指標と史料します。 ・日本全体で移住誘致競争が続く中、持続的な成果創出に繋がりにくいターゲットとも言えます。 ●施策介入のポイント ・移住推進施策はプル施策とプッシュ施策の2タイプが存在します。 ⇒プル施策：移住支援補助金、県主催の移住イベントに参加、移住者向けツアーの開催 等 ⇒プッシュ施策：ブランディング等により、移住候補者の行動変容を促進 等 ・安芸高田市は外国人技能実習生が増加傾向にあり、このトレンドを活かすことが重要です。
	Jターン	
	Uターン	●指標の特徴 ・短期的には成果を出しにくいですが、長期的には安定的な成果を出し得る指標と史料します。 ●施策介入のポイント ・出身者のプラットフォームの構築と定期的な情報発信により、ライフステージの各タイミングでUターンの選択を選んで頂く方針が良いものと考えます。 ⇒新卒就職時の地元企業のインターンシップ、結婚・転職、親の介護、定年退職時 等
出生		●指標の特徴 ・短期的には成果を出しにくいですが、長期的には安定的な成果を出し得る指標と史料します。 ⇒中長期的な視点で、段階的に合計特殊出生率を高めていくスタンスが重要 ●施策介入のポイント ・日本全体で人口が減少し続ける中、転入促進だけでは人口の安定化は難しいと史料します。 ・子どもが欲しい既婚者を対象に、第1子、第2子を産んで、子育てし易い環境づくりを推進することが重要です。 ・結婚したい市民を対象に、生涯未婚率を下げる施策を推進することも重要です。
死亡		・市政としては健康寿命の延伸等の施策を推進しますが、総合戦略では対象外とします。

目指す将来像の実現
子どもたちの未来の生活・居場所を守る



目指す人口（2045年：18,000人）

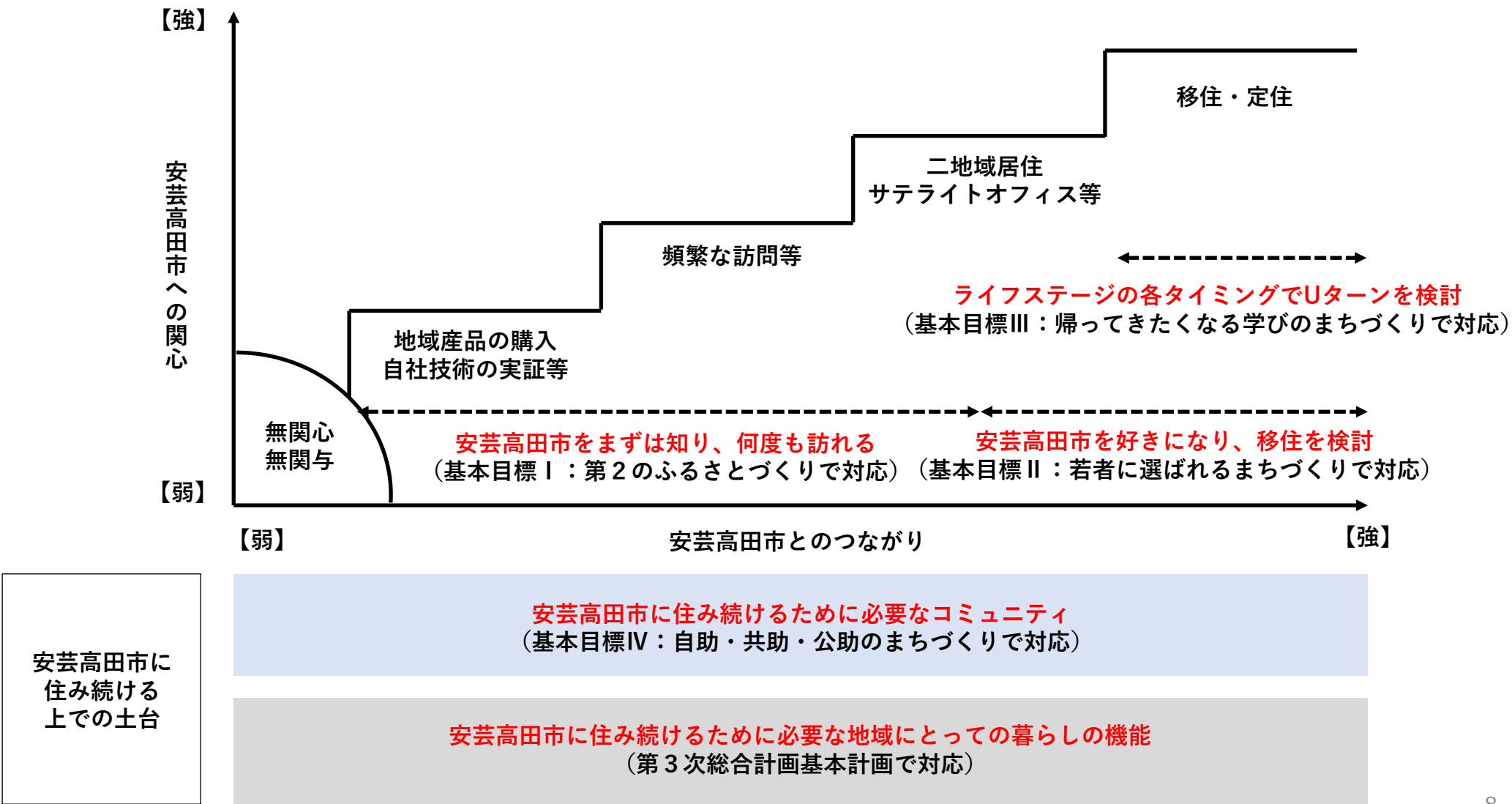


126人/年の社会増（年間人口千人当たり約5人の社会増）
合計特殊出生率の向上

	基本目標Ⅰ	基本目標Ⅱ	基本目標Ⅲ	基本目標Ⅳ
テーマ（案）	第2のふるさとづくり	若者に選ばれるまちづくり	帰ってきたくなる学びのまちづくり	自助・共助・公助のまちづくり
基本目標の方針	10,000人が1回訪れるまちではなく、100人が100回また訪れたいとなるまちづくりを推進	“子育てするなら安芸高田市”と市内外の方々に思ってもらえるまちづくりを推進	新卒就職時・大学進学等で一度市外に出て、また帰ってきたくなるまちづくりを推進	多世代との交流が生まれ、年をとっても幸せに暮らせるまちづくりを推進
ターゲット	観光客 個人版関係人口 企業版関係人口	ファミリー世帯 外国人技能実習生 移住者（地元企業・農家）	児童・学生 （小学生・中学生・高校生）	コミュニティ （地域振興会）
検討方針	人口ビジョンの結果を踏まえて、目標人口からの逆算思考で真に必要な施策・事業を検討 行政主導だけでなく、公民連携によるプロジェクトを検討			
横断施策	公民連携の強化、デジタルの活用、プロモーションの強化			
目標人口への寄与	交流人口・関係人口の創出・拡大 ※目標人口に直接寄与しないが、安芸高田市に興味・関心を持って頂き、移住を検討頂く人口戦略として位置付け	転出抑制・転入促進 合計特殊出生率の向上	転出抑制・転入促進 （将来のUターン候補）	転出抑制・転入促進
代表目標指標（案）	ふるさと応援の会の会員数 （個人版）ふるさと納税 企業版ふるさと納税	①合計特殊出生率 ②特定技能実習生の数 ③転入者数	地域への愛着 ※中長期的な目標はUターン者数の増加だが、計画期間4年での実現は難しいため、地域への愛着を代表目標指標（案）として提示	転出者数（抑制）
財政への影響	寄付額等増加	市民税等増加	市民税等増加	市民税等増加 扶助費・医療費削減

- ・ 目標人口の達成に向けて、移住・定住は一足飛びに進まないため、そのプロセスを以下のとおり設定します。
- ・ 安芸高田市をまずは知り、何度も訪れ、安芸高田市を好きになり、移住を検討するプロセスです。その受け皿として、安芸高田市に住み続けるために必要な地域にとっての暮らしの機能の確保とコミュニティの持続的発展をサポートします。
- ・ また、帰ってきたくなる学びのまちづくりを推進し、市外転出者のUターンも促進します。

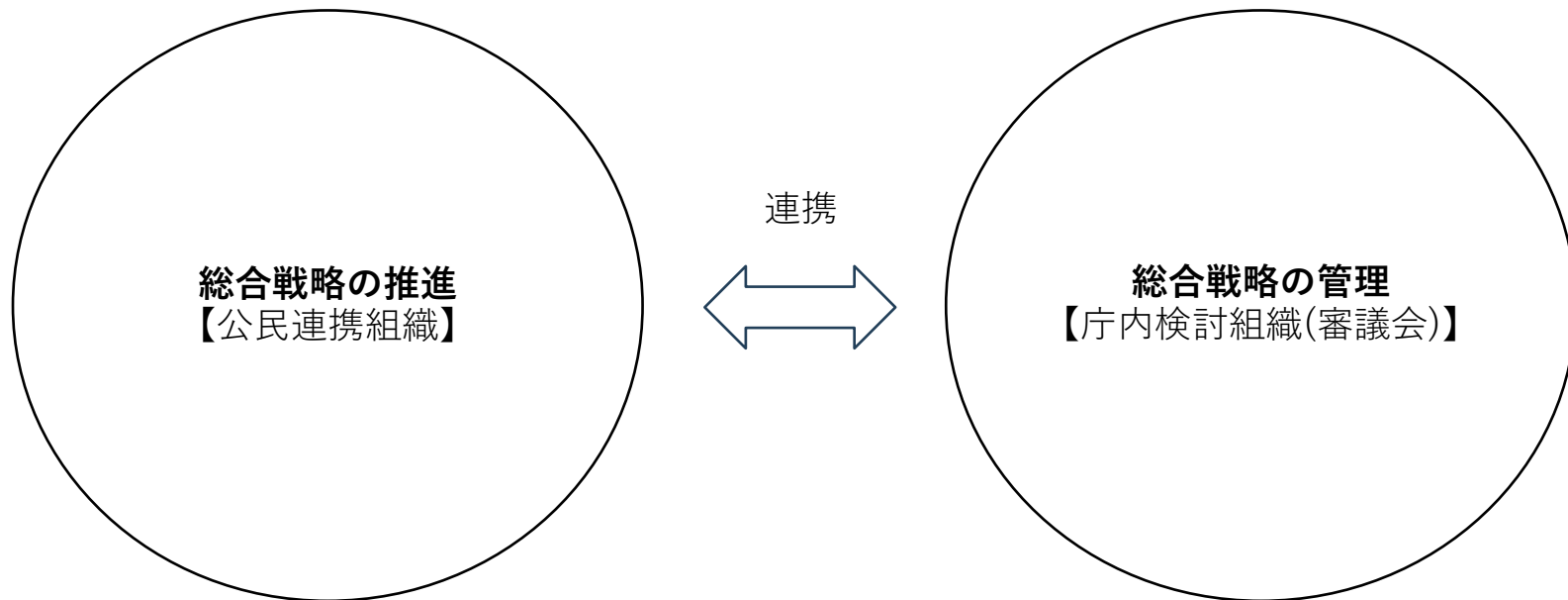
●目標人口の達成に向けた戦略のプロセスの設計



●第3次総合戦略の基本的な考え方 (4) 推進の仕組み 1) 考え方

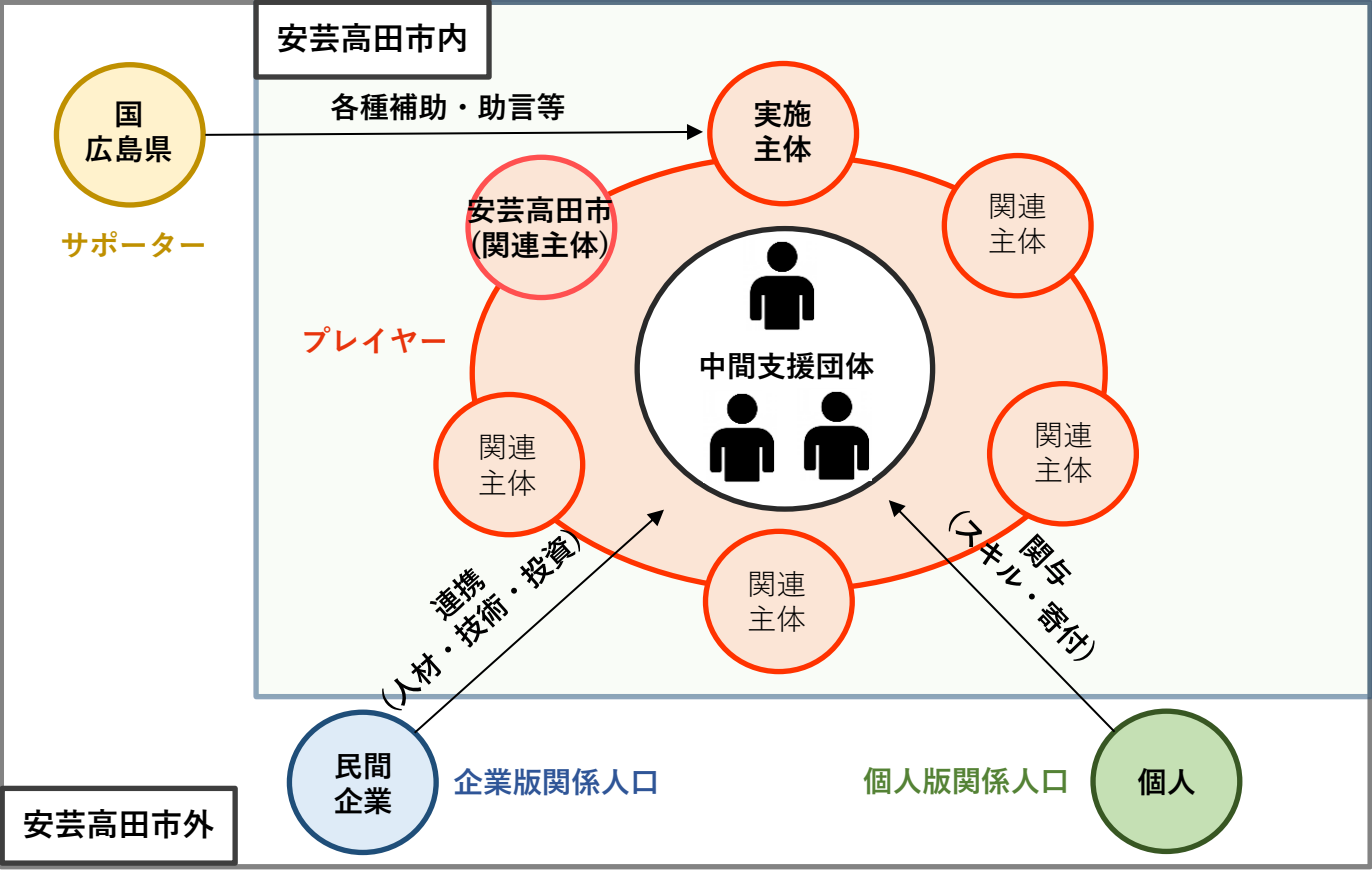
- ・総合戦略は策定して終わりではなく、実効性を担保する体制づくりも行うことが重要です。
- ・行政のみで進めると、単年度予算による事業の空白期間の発生や、公平性の原理からくる“意欲や可能性の際立ったチャレンジ”の伸ばしにくさ、行政と民間の取組スピードに乖離が生じます。民間のみで進めると、町・近隣自治体・県・国との連携が難しく、経済的リターンを重視するあまり、必要な公益性を保持出来なくなる可能性があります。
- ・公民連携により、社会的リターン及び経済的リターンのバランスが保たれる新たな組織又は体制を検討します。

●第3次総合戦略の推進体制



- ・第3次総合戦略に位置付ける公民連携プロジェクトの推進体制のイメージは以下のとおりです。
- ・地域内のプレイヤーが実施主体として、能動的にまちづくりを推進することを想定しており、それを中間支援団体が事務局として支援し、行政もプレイヤーの輪に入り、関連主体として取り組むことを想定しています。
- ・地域内のプレイヤーだけでは難しい公民連携プロジェクトについては、地域外の主体とも連携等して、取組を推進します。

●公民連携プロジェクトの推進体制のイメージ

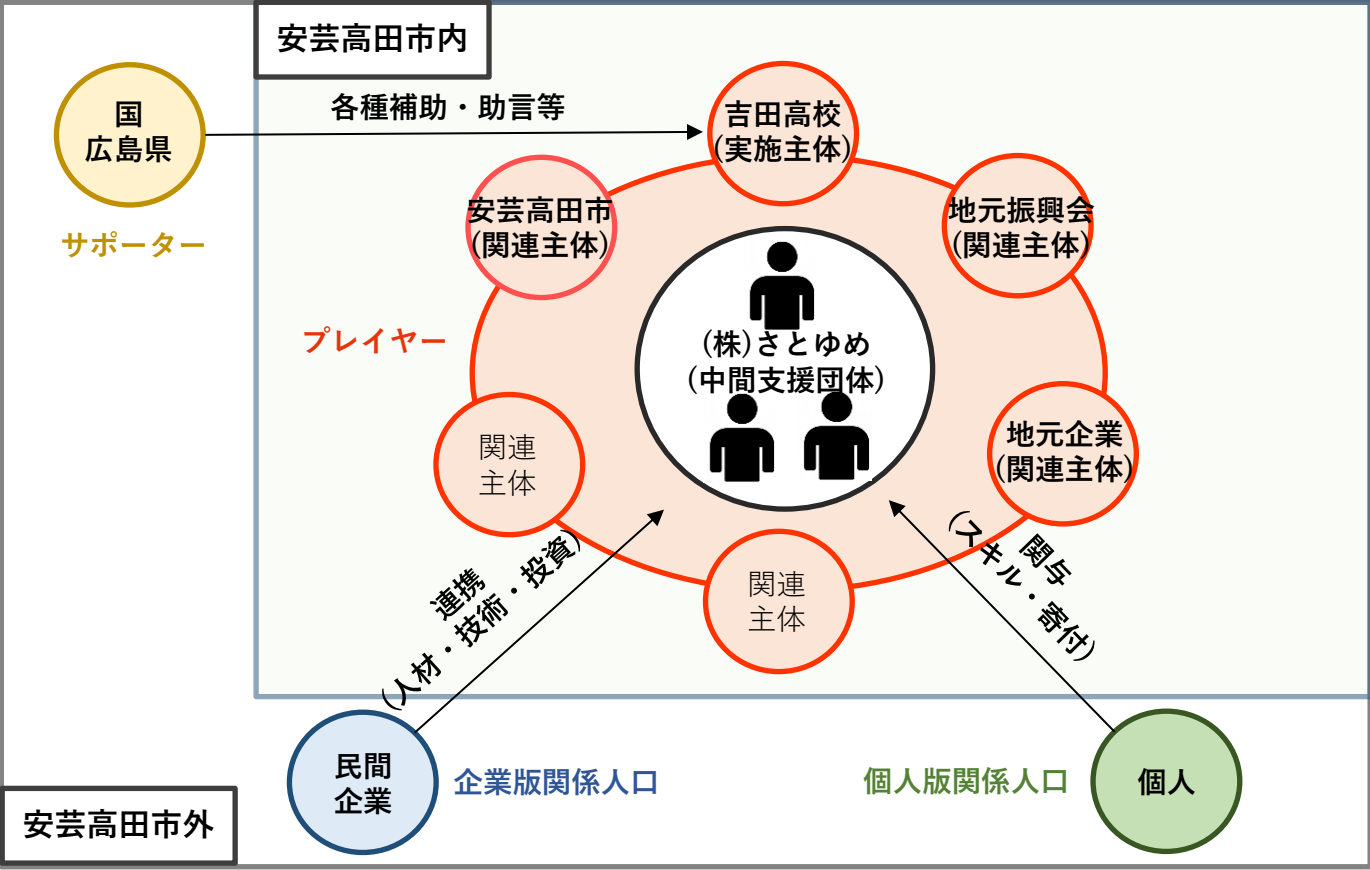


- 公民連携プロジェクトに係る活動資金
- ・公民連携プロジェクトの活動資金は、原則、以下の手法により資金を調達
 - ⇒国・県等の補助金を活用(一部市予算含む)
 - ⇒地域内外からの寄付・投資
 - ⇒地域金融機関からの融資 等
 - ・公民連携プロジェクトの事業化フェーズでは、PPP・PFI手法も活用しながら、民による事業運営を基本とする
- 中間支援団体のあり方(今後の論点事項)
- ・公民連携プロジェクトをコーディネートする中間支援団体は、公共性・公益性・公正なガバナンス・専門スキル等が必要
 - ・今後、安芸高田市における公民連携プロジェクトの中間支援団体のあり方も議論
 - ⇒テーマ別に中間支援団体を位置付けるか
 - ⇒中間支援団体の構成員、活動費 等

中間支援団体	・公民連携プロジェクトをコーディネートする中核的な団体又は人材
企業版関係人口	・地域内のプレイヤーだけでは不足する人材・技術を提供し、企業版ふるさと納税等を通じて公民連携プロジェクト等に投資
個人版関係人口	・地域内のプレイヤーだけでは不足するスキルを提供し、ふるさと納税等を通じて公民連携プロジェクト等に寄付
プレイヤー	・公民連携プロジェクトの実施主体及び関連主体
サポーター	・公民連携プロジェクトをサポートする国・広島県

- ・ 公民連携プロジェクトの推進体制のスキームに基づく、地域の魅力化に係る事業の推進体制は以下のとおりです。
- ・ 第3次総合戦略では、具体的な実施主体が明確となった公民連携プロジェクトを複数立ち上げて、行政主導ではなく、市民一人ひとりが能動的にまちづくりに関わることにより、安芸高田市の未来への期待感を高めています。

●地域の魅力化に係る事業の推進体制（広島県立吉田高等学校が実施主体の例示）

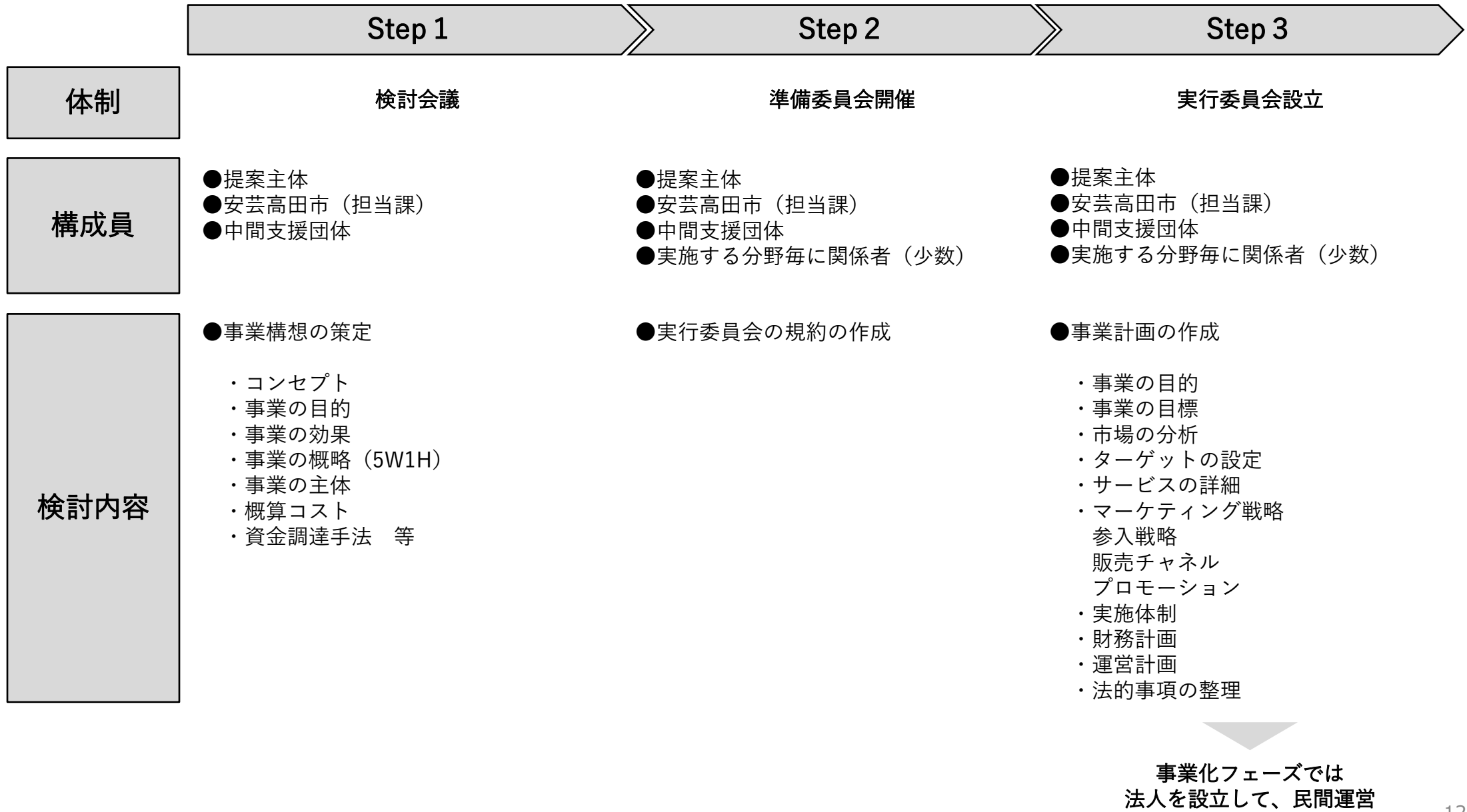


- 事業のコンセプト
 - ・ ド田舎高級化
- 事業の目的
 - ・ 学生の郷土愛、起業家精神の醸成
 - ・ 安芸高田市の(第3の)目的地化 等
- 事業の効果
 - ・ 移住・定住者(Uターン含む)の増加
 - ・ 安芸高田市の認知度の向上
 - ・ 観光客、関係人口の増加 等
- 事業の内容
 - ・ プロモーション
 - ・ 地域体験ツアー造成
 - ・ 郡山城まるごとホテルのFS調査
- 事業の活動資金
 - ・ 国・県補助等がベース

中間支援団体	・ 公民連携プロジェクトをコーディネートする中核的な団体又は人材
企業版関係人口	・ 地域内のプレイヤーだけでは不足する人材・技術を提供し、企業版ふるさと納税等を通じて公民連携プロジェクト等に投資
個人版関係人口	・ 地域内のプレイヤーだけでは不足するスキルを提供し、ふるさと納税等を通じて公民連携プロジェクト等に寄付
プレイヤー	・ 公民連携プロジェクトの実施主体及び関連主体
サポーター	・ 公民連携プロジェクトをサポートする国・広島県

・ 実行委員会形式を基本として、事業化フェーズでは、PPP・PFI手法も活用しながら、民による事業運営を推進します。
⇒①地域企業の参画、取引拡大、雇用機会、②地域産材の活用、③地域人材の育成を重視するローカルPFIを想定

●公民連携組織の立ち上げ方のイメージ



広島県立吉田高等学校が提案する
地域の魅力化事業

ド田舎高級化

16歳が考えたら、こんなアイデア生まれました。

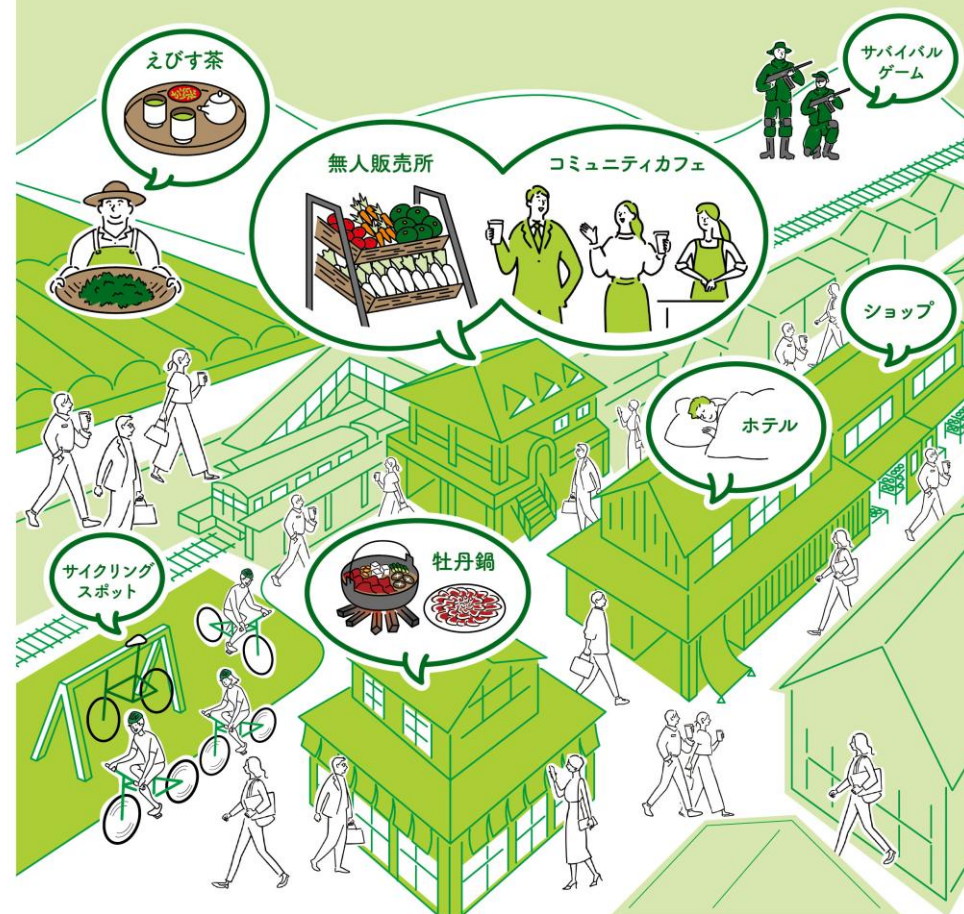
「産業社会と人間」という授業の中で、「ド田舎高級化」をコンセプトとした安芸高田市の魅力化事業を考えました。このコンセプトには、安芸高田市の希少性を活かして、多様な価値を市内外に提供していきたいという想いを込めています。その中でも、「郡山城まるごとホテル」は安芸高田市の未来を変える、大人も子どももワクワクする取り組みとして、実際に郡山城に足を運び、リアリティのある構想を練りました。大人も子どももチャレンジし、多様性が生まれ、面白いまちになっていくことを願っています。



広島県立向原高等学校が提案する 地域の魅力化事業

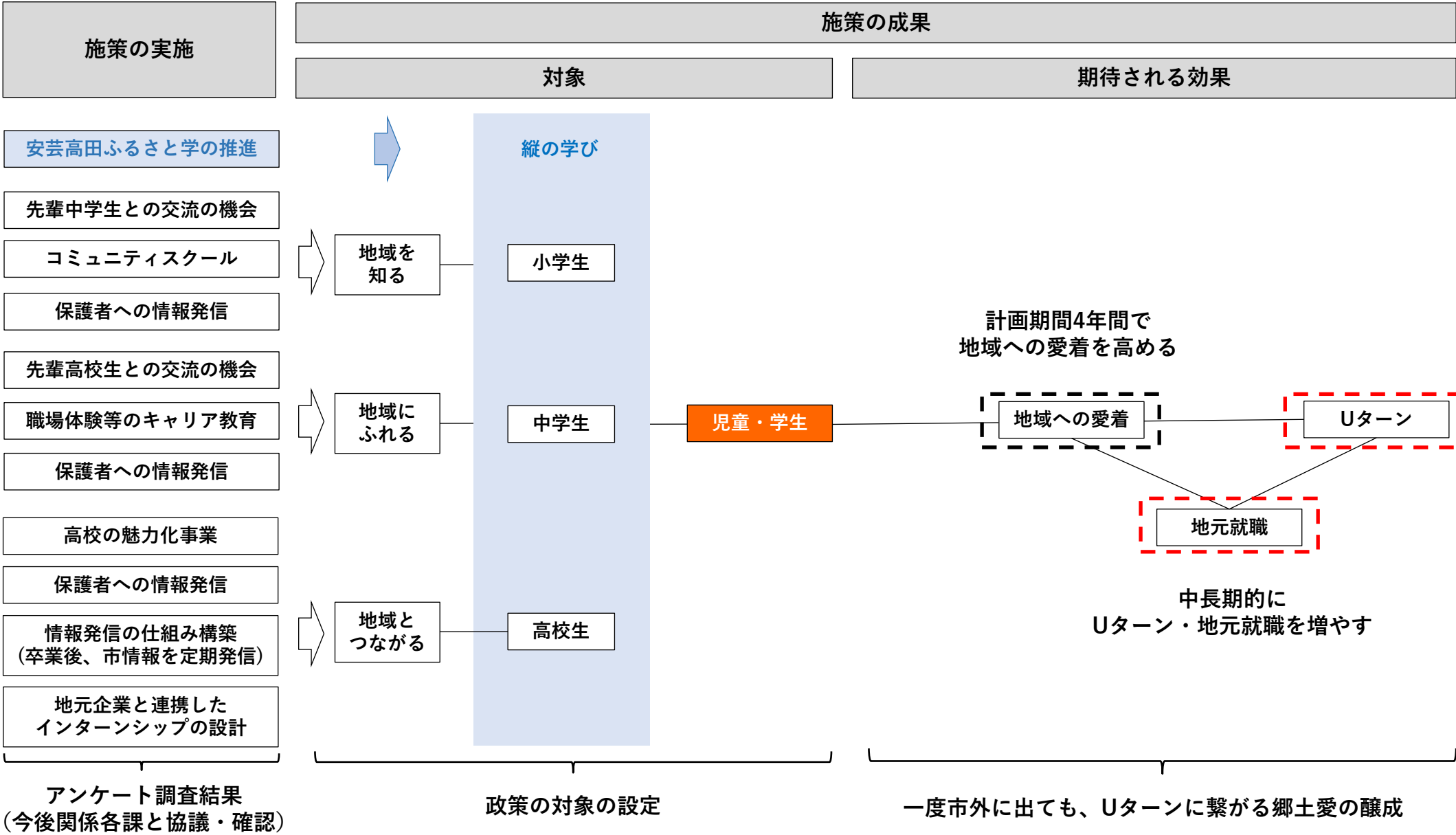
向原復興

総合的な探究の時間を利用して、「向原復興」をコンセプトとした向原地域の魅力化事業を考えました。このコンセプトには、えびす茶を始めとした地域ならではの資源を活用して、向原駅を中心に新たなにぎわいを生み出し、若者の移住・定住が促進されることを目指しています。これにより、向原高校が地域に残り続けて欲しい、という想いも込めています。



【基本目標の方針】：新卒就職時・大学進学等で一度市外に出ても、また帰ってきたくなるまちづくりを推進します。
【代表目標指標（案）】：地域への愛着

●基本目標Ⅲ 帰ってきたくなる学びのまちづくり（※総合戦略には見取り図に記載していない施策も含みます）



		内容
基本目標・施策名称		・基本目標Ⅰ 第2のふるさとづくり ・施策名称 高校生が考える地域体験ツアー
5W1H の設計	Who ※ターゲット	・週末に日帰り旅行をしたい広島市に居住するファミリー層
	Why ※ターゲットへの 提供価値	・広島市では得難い、大人も子どもも楽しめる安芸高田市ならではの地域体験（歴史・文化、自然、食、人等）を提供 ・地域に暮らすように旅して、また訪れたくなる、第2のふるさとの選択肢を提供
	What ※具体的な取組	・中間支援団体サポートのもと、学生が主体的にマーケティング戦略を立案 ・マーケティング戦略に基づき、学生が主体的にターゲットに対するツアーを造成 ・国・県の補助金を活用して、モニターツアーを実施し、ツアーの妥当性を検証 ・ふるさと納税や旅行会社と連携して、高校生が考える地域体験ツアーを販売 ・施策名称「高校生が考える地域プロモーション」、「移住希望者向けの空き家情報の発信」と連携
	When ※実施・進捗時期	・4ヵ年計画として、各年度の取組は以下のとおり ⇒1年目：学生が主体的にマーケティング戦略を立案し、ツアーを造成 ⇒2年目：国・県の補助金を活用して、モニターツアーを実施（補助金獲得の有無により、実施時期は要調整） ⇒3年目：ツアーをブラッシュアップして、地域体験ツアーの販売を開始 ⇒4年目：ツアーをブラッシュアップして、地域体験ツアーを継続的に販売
	Where ※事業実施場所	・安芸高田市〇〇地域
	How ※体制・資金	●体制 ・〇〇実行委員会（主体：〇〇高校、地域：〇〇振興会、サポーター：安芸高田市〇〇〇課、事務局：中間支援団体） ●資金 ・国・県の補助金活用を想定（必要に応じて一部予算化）
KPI		・4ヵ年計画として、各年度のKPIは以下のとおり ⇒1年目：〇本のツアー造成、2年目：ツアー参加者〇世帯、3年目：ツアー参加者〇世帯、4年目：ツアー参加者〇世帯