

# 策定の背景にある主な社会情勢と 第1次総合計画の振り返りについて

安芸高田市

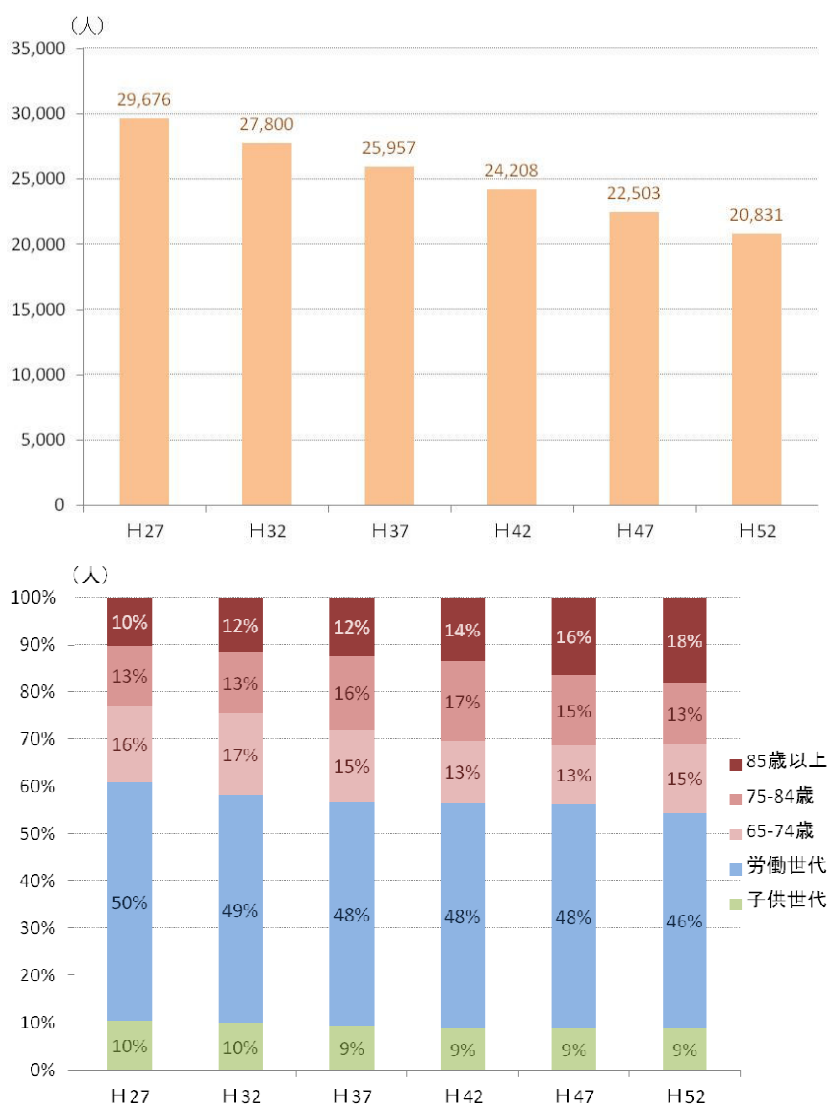


# 1. 策定の背景にある主な社会情勢

## 1-1. 人口減少・少子高齢化の進展

安芸高田市の人口は、このままの状態では推移すればこの先も減少が続くものと予想されます。国立社会保障・人口問題研究所の予測によれば、安芸高田市の人口は10年後に2.6万人、25年後には2.1万人にまで減少すると推計されています。この予測値は、25年後には現在の人口の1/3がいなくなる規模に相当します。

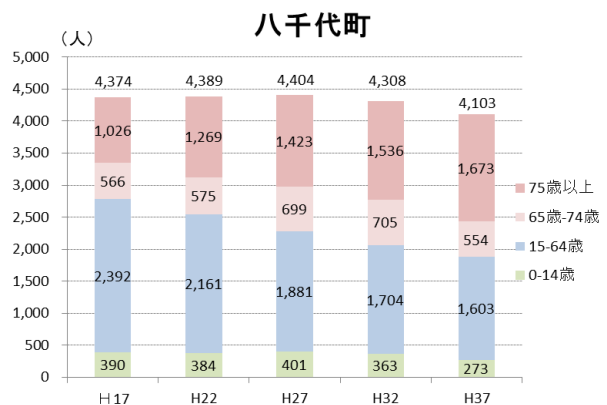
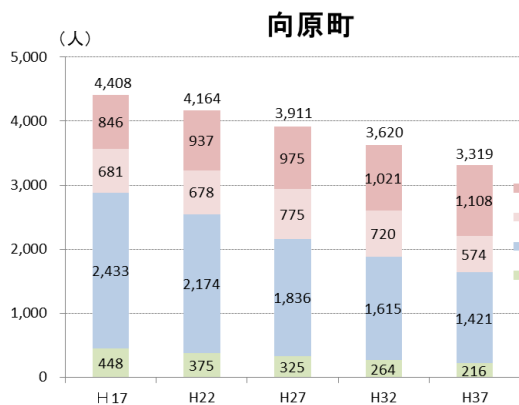
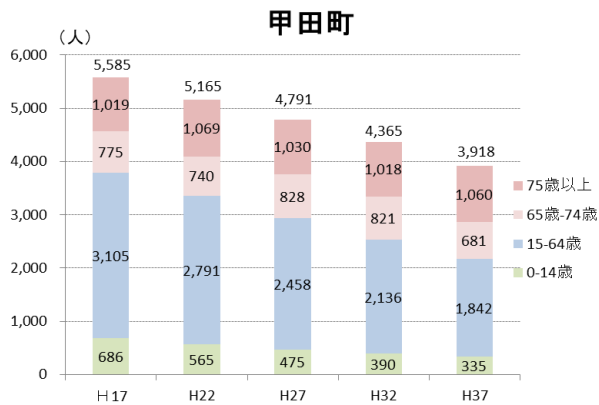
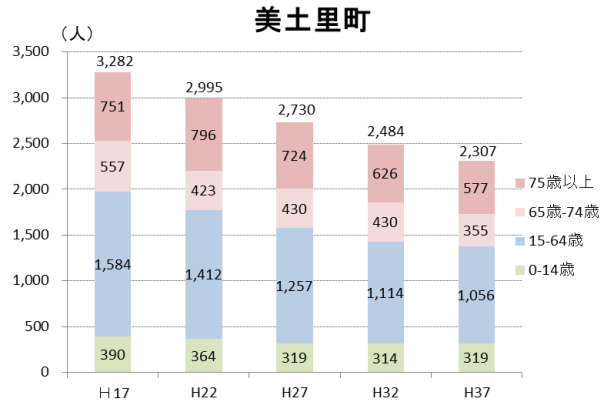
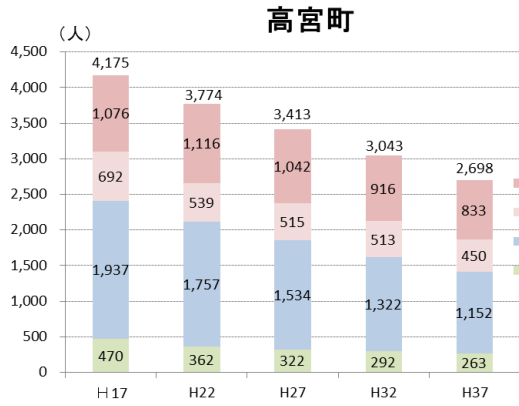
また、年齢階級別の比率を見ると、高齢化率そのものは高止まりするものの、85歳以上人口の割合が高くなると予想されています。



上段: 安芸高田市の推計人口 下段: 安芸高田市の年齢階級別人口割合予測

出典: 国立社会保障・人口問題研究所 推計人口

旧町別にみると、今後10年で人口を維持できるのは吉田町のみと予想されます。八千代町はこれまで人口を維持していましたが、今後は減少に転じると予想されます。他の地域は、今後も継続的に人口が減少すると予想されます。



合併以降の旧町別の人口推移と将来予測人口  
 ※国勢調査(H17,22)をベースとするコーホート変化率法を用いた独自推計値

## 1-2. 安全・安心意識の高まり

平成23年3月に発生した東日本大震災とそれに伴う原発事故、平成26年8月に広島市で発生した土砂災害等、甚大な被害を及ぼし、かつ発生の予測が困難な自然災害が多発しています。

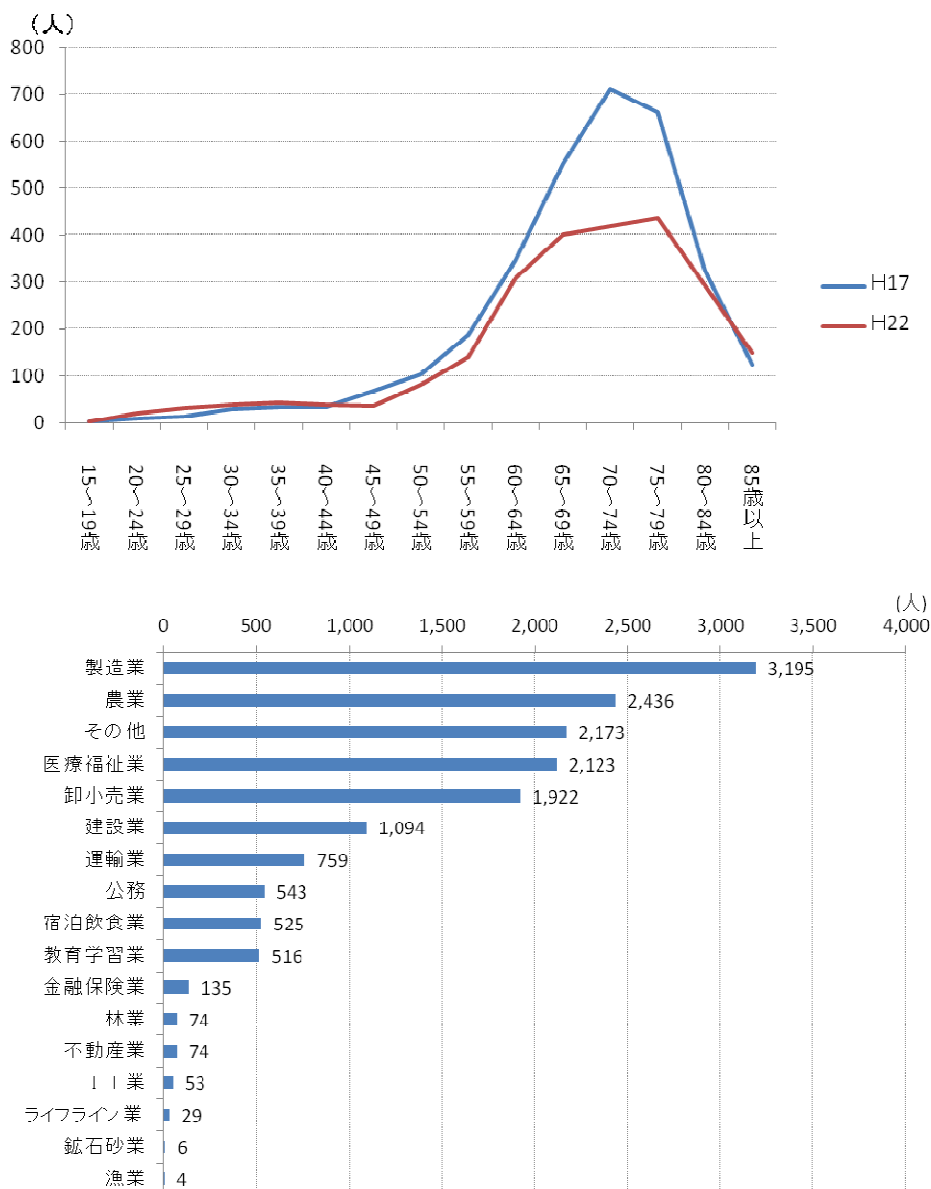
また、安心して子供を産み育てられる環境や、安定した社会保障制度に支えられ過ごす老後の環境づくりなど、安全・安心に暮らせる地域社会の実現に対するニーズが高まっています。



上段：東日本大震災で発生した大津波の様子 下段：広島市で発生した土砂災害の様子

### 1-3. 既存産業の低迷、新規産業の胎動

長期的な国内経済の低迷の中、製造業がけん引してきた安芸高田市の地域経済も活気を取り戻せない状況が続いています。農業は従事者の著しい高齢化と減少傾向が続いていますが、農業法人における担い手育成が動き始めています。医療福祉業の伸びは著しく、卸小売業に代わり上位につけています。また、毛利元就や神楽、スポーツ、自然環境、農作物等の地域資源を活用した観光振興、六次産業化といった動きが活性化しつつあります。



上段: 安芸高田市の年齢別農業従事者数の推移 下段: 安芸高田市の産業大分類別従事者数

出典: 国勢調査(H17,22)

#### 1-4. 広域連携、選択と集中の加速

人口減少・少子高齢化の進行に伴う税収の低下や社会保障費の増大、地方交付税の特定加算措置の減額等、これからの財政運営はますます厳しいものになります。

一方、住民ニーズは多様化・高度化しており、行政サービスには一層の専門化・高度化が求められるようになっていきます。

平成26年には、人口20万人以上の地方中枢拠点都市と周辺市町村が柔軟に連携する、新たな広域連携の制度の創設に関する基本方針が示され、同年5月、広島市がそのモデル構築都市のひとつに選ばれました。

限られた予算の中で、できる限り充実した行政サービスの提供を持続できるよう、広域的視点による行政機能の選択と集中の取組が進んでいます。

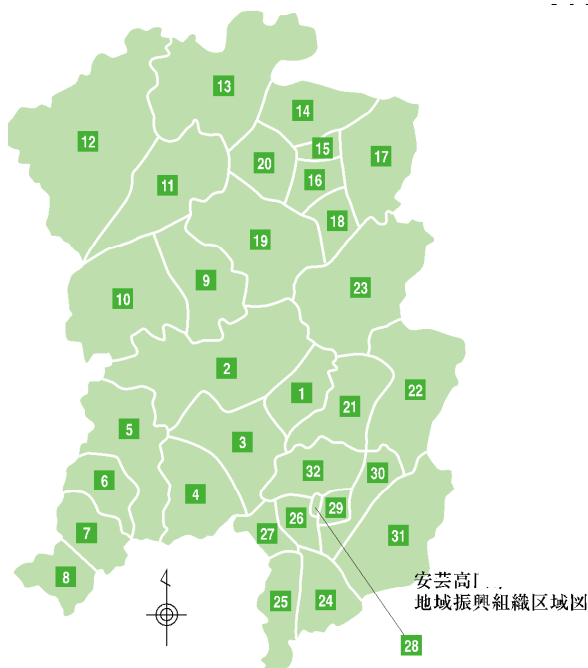


広域連携の例: 広島広域都市圏協議会 加盟自治体

## 1-5. 自助・共助・公助の進展

前述したような厳しい行政運営が求められる中、行政・市民・地域・企業・団体が連携し、それぞれの役割分担の下でまちづくりに携わっていく「自助・共助・公助」の取組がすすみつつあります。

安芸高田市では、32の地域振興組織が設置されており、「協働のまちづくり」の重要な担い手として、地域課題の集約・整理を行うとともに、行政へつなぐ役割を担っています。



組織名	設立年	世帯数	人口	組織名	設立年	世帯数	人口
1 吉田地区地域振興会	昭和53年	2,252	5,141	17 船木振興会	昭和56年 7月	254	512
2 丹比地区地域振興会	昭和53年	661	1,567	18 房後連絡協議会	昭和57年 6月	104	231
3 可愛地区地域振興会	昭和53年	1,482	3,180	19 来原地区コミュニティづくり連絡協議会	昭和53年 7月	604	1,381
4 郷野地区地域振興会	昭和53年	548	1,320	20 羽佐竹振興協議会	昭和57年12月	159	368
5 土師・勝田地域振興会	平成15年 6月	340	738	21 小原地域振興会	平成14年11月	643	1,528
6 佐々井地域振興会	平成15年 4月	448	946	22 小田東地域振興会	平成15年 1月	837	2,037
7 下根振興会	平成15年 8月	441	1,100	23 甲立地域振興会	平成14年 6月	732	1,825
8 上根・向山地域振興会	平成15年 7月	429	1,087	24 保垣地区振興会	平成15年 7月	134	281
9 横田振興会	平成14年 3月	351	958	25 有留自治振興会	平成16年 2月	103	258
10 本郷地域づくり協議会	平成13年 7月	321	857	26 長田上地域振興会	平成16年 2月	148	322
11 北振興会	平成13年12月	254	696	27 長田下地域自治振興会	平成16年 2月	151	326
12 生森振興会	平成14年 9月	246	602	28 向井原地域振興会	平成15年12月	284	620
13 川根振興協議会	昭和47年 2月	232	531	29 坂下地域振興会	平成16年 3月	237	581
14 下佐振興会	昭和54年 4月	156	355	30 坂中地域振興会	平成15年12月	188	433
15 志部府親交会	昭和58年 1月	44	103	31 坂上地域振興会	平成15年12月	142	297
16 上佐一心会	昭和59年 6月	176	431	32 戸島地域振興会	平成16年 2月	477	1,117

(世帯数・人口＝平成24年4月1日現在 住民基本台帳)

安芸高田市の地域振興組織 分布図



## 2. 第一次総合計画の振り返り

### 2-1. 前回計画の概要

#### ◆ 目指してきた姿

安芸高田市では、豊かな自然に囲まれた歴史と伝統ある落ち着きを活かしながら、都市的魅力と田園のやすらぎが共生した快適で潤いある生活空間や「安心」と「ゆとり」を備えた住みやすさ、多様な働く場が確保された「安芸高田」らしさを創造し、ときが心地よく流れ、心ときめく暮らしの中で、住民一人ひとりが生き生きと輝き、暮らせるまちを目指してきました。

また、そのスローガンには「人 輝く・安芸高田 ～住民と行政が奏でる協働のまちづくりを目指して～」を掲げました。このスローガンは、平成23年に制定された市民憲章にも反映されています。

#### 将来像

### 「人 輝く・安芸高田」

～住民と行政が奏でる協働のまちづくりを目指して～

#### ◆ まちづくりの基本方向

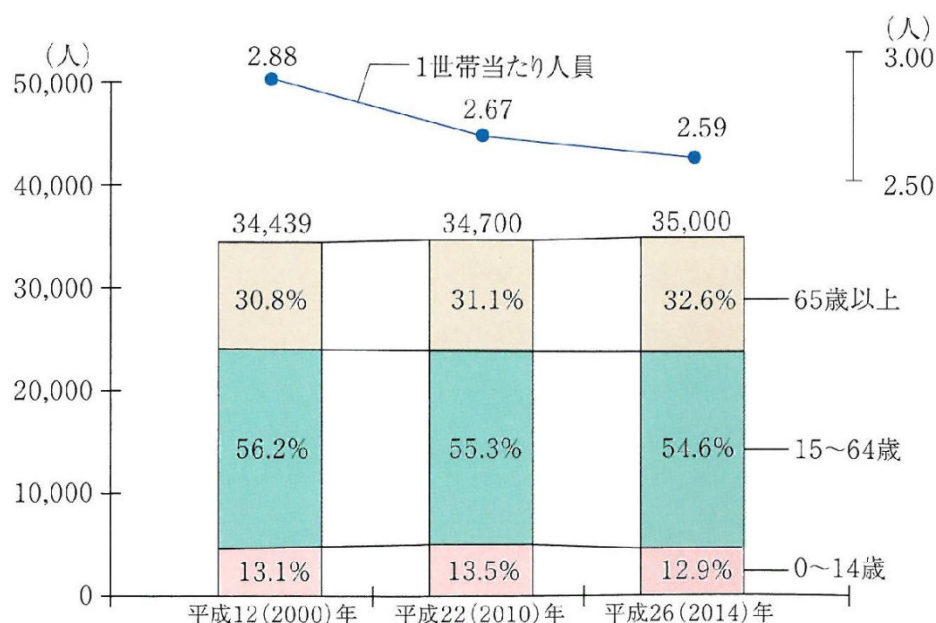
また、将来像の実現に向けては、以下4つの方針の下で施策を展開してきました。

快適で賑わいの あるまちづくり	本市の特質である豊かな田園環境が都市機能と調和し、だれもが都市的サービスを快適に利用することができるよう、効率性や利便性が確保された安心と魅力を備えた快適で賑わいのあるまちづくりを推進します。
心豊かで創造性に 富んだまちづくり	本市に暮らす住民がライフスタイルに応じて心豊かな生活を実感し、21世紀を担う人材と多様な地域文化をはぐくむ心豊かで創造性に富んだまちづくりを推進します。
人と環境にやさしい まちづくり	基本的人権が尊重された地域社会のなかで、高齢者や障害者をはじめ、だれもが健やかに生き生きと安心して暮らし、環境への負荷が少ない持続発展が可能な人と環境にやさしいまちづくりを推進します。
多彩な生産と交流 のまちづくり	本市に蓄積された多様な資源や豊かな環境を生かし、特色ある産業の活性化や広島都市圏をはじめとする地域内外との活発な交流を図り、将来に向けて持続的かつ安定的に発展することができるよう、多彩な生産と交流のまちづくりを推進します。

### ◆ 達成を目指した目標人口

前回計画時点においても、安芸高田市のみならず広島県全体で人口減少が予想されていましたが、安芸高田市は広島市・東広島市に近接するという好立地であることから、交通条件や各種サービス機能の向上、生活環境の整備等、定住条件の更なる充実を図ることで、35,000人（現状趨勢より5,000人多い）の達成を目指してきました。

なお、後期計画見直し段階において、目標人口は31,000人に下方修正し、「人口増加」から「人口減少への歯止め」へと方針を転換しました。



前回計画時点(前期)における目標人口設定

## 2-2. 主な施策実績

### ◆ 快適で賑わいのあるまちづくり(都市整備、安心・安全等)

高齢者の方々の移動手段を確保するため、平成 22 年から路線バス、予約乗合型「お太助ワゴン」、市町村運営有償運送の 3 つを組み合わせた新公共交通システムの運行を始めました。

また、光ネットワークを市内全域に敷設するとともに、お太助フォンを概ね全戸配備することで、ICT 環境の充実を図りました。

防災面では、自主防災組織の設置を市内全域で進め、災害発生直後における自助・共助体制の構築を図りました。



お太助ワゴン



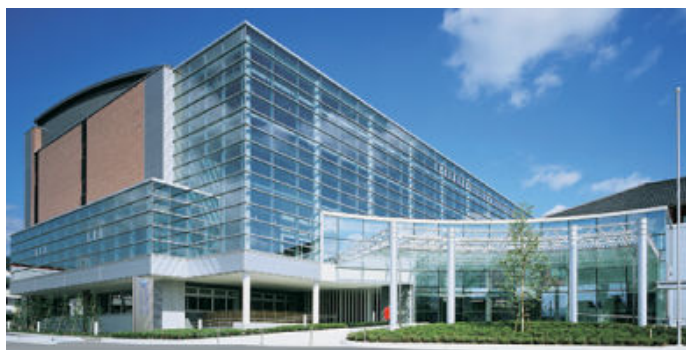
自主防災組織の取組風景

### ◆ 心豊かで創造性に富んだまちづくり(教育・文化)

多文化共生社会の実現に向け、多文化共生プランを策定するとともに、多文化共生推進員・相談員・翻訳通訳員を配置し、他地域から移住された方々の暮らしを支える体制を構築しました。

学校教育では、保小中の連携推進を図るとともに、各校に学習補助員、教育介助員を配置し、子どもたちの学習サポート体制を整えたほか、地元企業との連携により、高校生へのキャリア教育を推進しました。

また、生涯学習を支える環境を整えるため、安芸高田市文化センターを整備しました。



クリスタルアージュ

#### ◆ 人と環境にやさしいまちづくり(保健・福祉、生活環境等)

子育て支援策として、公立みつや保育所を新設したほか、土曜日終日保育の実施、運営の民間委託等により、保育所サービスの充実を図りました。

高齢者に対しては、プール健康教室やウォーキング教室等を通じて健康づくりへの意識啓発に努めたほか、市民総ヘルパー構想の下、地域福祉活動や在宅介護への支援に努めました。

環境面では、環境基本計画を策定し、その啓発活動を行ったほか、資源リサイクルの推進を図りました。また、葬斎場を新設するとともに、従来の火葬場はすべて廃止しました。



公立みつや保育所



清風会地域福祉センター

#### ◆ 多彩な生産と交流のまちづくり(産業・コミュニティ等)

地域資源を活かした産業振興を図るため、神楽・元就を活用したブランド展開、あきろまん、白ネギの栽培促進等に取り組みました。また、産業活動支援センターの設立、企業立地奨励条例の施行等を通して、安芸高田市への企業誘致・起業を促進しました。

コミュニティ活動では、広聴制度による「協働のまちづくり懇談会」や、まちづくり委員会と共催する「市民フォーラム」を通じて、協働のまちづくりに対する機運の醸成に努めました。

また、空き家の実態調査とその結果に基づく有効活用を検討するとともに、空き家バンクの活用を通して、都市部からの定住促進に努めました。



夜叉うどん

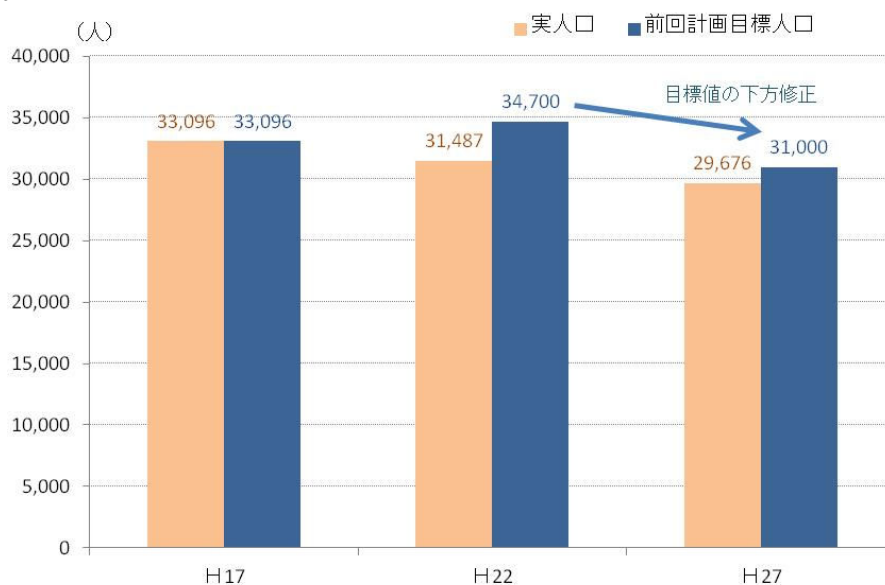


白ネギ栽培の様子

## 2-3. これまでの取組の効果

### 1) 目標人口の達成状況

4つの基本方向と目標人口の達成を目指して10年間を取り組んできましたが、全国的な人口減少、製造業を中心とした産業の縮小といった要因も重なったことで若者定住は十分に進まず、計画最終年の人口は約30,000人、目標人口31,000人に対して1,000人の未達となりました。



これまでの10年間における目標人口及び実人口の推移

### 2) 市民の満足度・重要度

第一次総合計画の効果検証を行うにあたり、市民アンケート及びキーパーソンヒアリングを行いました。結果詳細については資料編を参照してください。

#### ◆ 保健・福祉

アンケートでは、満足度・重要度ともに高い傾向にありました。これまでの取組に対して一定の評価がされていますが、さらなる少子高齢化が予想される中、より一層の施策充実が求められています。ヒアリングにおいても、地域福祉体制の充実に対する意見が多く寄せられました。

#### ◆ 産業

アンケートでは、満足度が最も低く、重要度が最も高い傾向にありました。ヒアリングでは、「若者の働く場を確保する」という視点からの意見も多数寄せられました。若者の定住推進、地域経済の維持、その両面から産業分野の活性化が求められています。

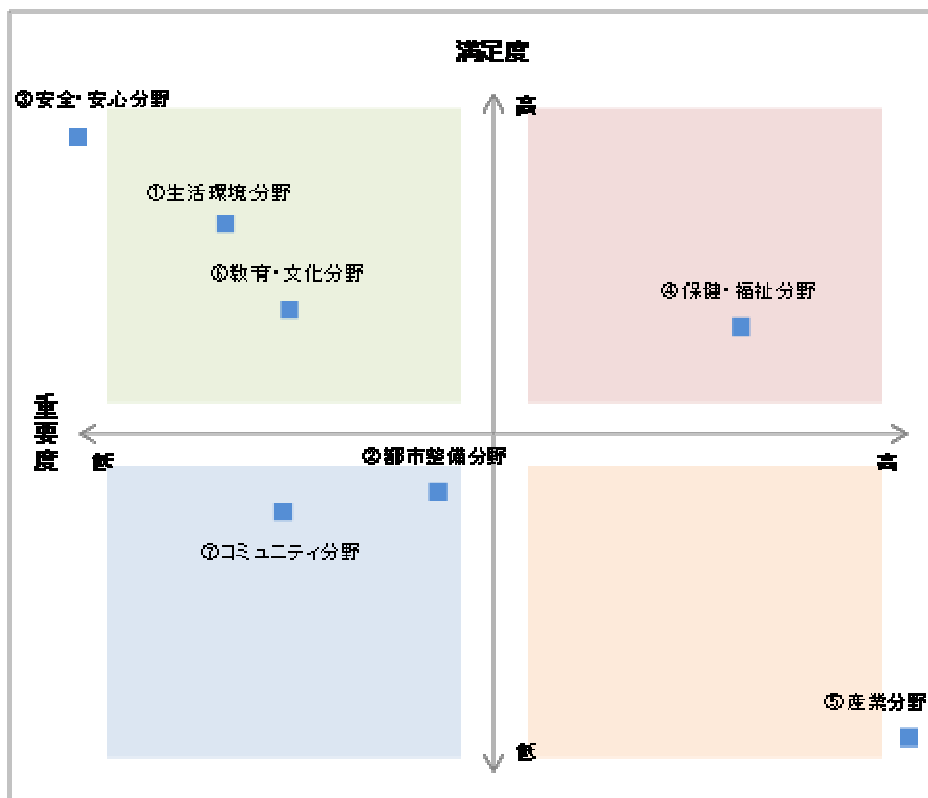
### ◆ 安全安心、生活環境、教育文化

アンケートでは、満足度は高い反面、重要度は相対的に低い傾向にありました。ただ、広島市で大規模土砂災害が発生したこともあり、その後に実施したヒアリングでは自主防災に関する意見が多数寄せられました。

また、ヒアリングでは、コミュニケーション力や考える力の育成、学力を含む中高教育の魅力向上といった教育に関する意見、里山保全・活用といった環境改善に関する意見も多く寄せられました。

### ◆ 都市整備、コミュニティ

アンケートでは満足度・重要度ともに低い傾向にありました。他の分野に比べ、相対的に関心が薄いことをうかがわせます。一方ヒアリングでは、地域活動に積極参加されている方が多かったこともあり、地域における絆の再構築に関する意見が多く寄せられました。



市民アンケートによる分野別の満足度・重要度

### 3) その他

多文化共生や自助・共助・公助等、これまで行政が掲げてきた協働のまちづくりに対する認知度は3割未満で、特に30代以下の住民において認知されておらず、PRを工夫していく必要性が裏付けられました。