

相生市地域創生総合戦略 (素案)

平成27年8月現在

相生市

目 次

| | | |
|--------|---|----|
| 第 1 章 | 相生市地域創生総合戦略について | 1 |
| 1 | 総合戦略策定の趣旨 | 1 |
| 2 | 総合戦略の位置づけ | 2 |
| 3 | 総合戦略の期間 | 2 |
| 第 2 章 | 総合戦略の基本方針 | 3 |
| 1 | 相生市の強みと弱み | 3 |
| 2 | 基本目標 | 4 |
| 第 3 章 | 施策の方向 | 5 |
| 基本目標 1 | 相生市民に安定した雇用を創出する | 5 |
| 基本目標 2 | 相生市への新しいひとの流れをつくる | 8 |
| 基本目標 3 | 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる | 11 |
| 基本目標 4 | 時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、 地域と地域を連携する | 14 |
| 第 4 章 | 総合戦略の推進体制 | 17 |
| 1 | 戦略の進捗管理 | 17 |

第1章 相生市地域創生総合戦略について

1 総合戦略策定の趣旨

- 我が国は、2008年をピークとして人口減少局面に入っており、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」によると2060年には8,600万人程度となり、約100年後の2110年には約4,300万人まで減少すると見通されています。加えて、東京圏への人口集中も続いており、東京、埼玉、千葉及び神奈川の一都三県に平成25年時点で日本の総人口の約28%が住んでいます。人口減少と東京圏への人口集中という現状のなか、それぞれの地域が住みよい環境を確保し、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくことが、喫緊の課題となっています。
- このため、平成26年11月に「まち・ひと・しごと創生法」が制定され、国では、国民一人ひとりが夢や希望をもち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、個性豊かで多様な人材の確保、魅力ある多様な就業機会の創出、これらを一体的に推進することが示されました。そして、平成26年12月27日に、人口の現状と将来の姿を示し、今後めざすべき将来の方向を提示する「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」及び今後5か年の目標や施策の基本的方向、具体的な施策をまとめた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」がそれぞれ閣議決定されました。
- 本市でも、人口減少が続いているとともに、年齢構成も大きく変化しており、1975年から2014年の約40年間で総人口が約11,500人減少し、65歳以上の高齢者割合も34.6%と26.5ポイント上昇しています。また、本市の人口は2010年で31,154人ですが、国立社会保障・人口問題研究所及び日本創生会議の推計によると、2040年前後には20,000人を割り込むと予測されています。そのような状況に危機感を持ち、国よりも先の平成23年度に「子育て応援都市宣言」を行い、「人口減少対策」「教育・子育て・少子化対策」「産業の活性化対策」を最重要課題と位置づけた相生市活力上昇計画（第2期行財政健全化計画）を策定し、「11の鍵」という定住・子育て施策を中心に、住んでもらうまちを目指して選択と集中により戦略的に取り組んできました。
- 人口減少は、経済規模の縮小やサービス水準の低下を招き、それがさらなる人口減少を及ぼすという悪循環に陥るとされます。本市では、こうした悪循環を断ち切り、「しごとづくり」「ひとづくり」そして「まちづくり」が効果的に連動し、本市のすべての住民が希望を持ちながら安心して暮らすことができるよう、「相生市地域創生総合戦略」（以下「本総合戦略」といいます。）を策定します。

2 総合戦略の位置づけ

- 本総合戦略は、「まち・ひと・しごと創生法」第 10 条に基づく「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」であり、国・県の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を勘案して策定するものです。また、本市における人口の現状と今後の展望を示した「人口ビジョン」を踏まえて策定します。
- 相生市総合計画や各分野個別計画との整合を図りながら、地方創生に向けて重点的に取り組むべき施策をとりまとめたものです。
- 行政をはじめ、市民、地域、団体、企業など市全体で推進する計画と位置づけます。

3 総合戦略の期間

- 本総合戦略の期間は、平成 27 年度から平成 31 年度までの 5 年間とします。なお、社会環境の変化や施策の進捗状況等に変化があった場合、適宜見直しを行います。

第2章 総合戦略の基本方針

1 相生市の強みと弱み

本総合戦略策定にあたり分析した本市の強みと弱みについて、主な内容を示します。

| 相生市の強み | 相生市の弱み |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">・「相生市といえば牡蠣」の知名度・牡蠣以外の豊かな海産物や農産物（潜在的な資源・魅力が多い）・のどかな自然環境での田舎暮らしと利便性の両立・活用可能な空き家や空き店舗、耕作放棄地・子育て応援都市宣言「11の鍵」・新幹線の駅がある等交通の利便性が高い・にぎわい拠点が明確・市民のまちづくりへの関心が高い | <ul style="list-style-type: none">・進学や就職にともなう10代後半～30代前半の転出超過・市内産業・企業の雇用創出力不足・商店街の衰退化・男女の出会いの場不足・通過するだけの市になっている（求心力が弱い）・資源が活用できていない（観光整備がされていない、特産品が少ない など）・市のPR不足 |

2 基本目標

○ 国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、人口減少の克服と地方創生を確実に実現するため、「政策5原則」（自立性、将来性、地域性、直接性、結果重視）の趣旨を踏まえ、効果的な施策の推進を図ることとしています。

また、次の4つの基本目標を設定し、地方における様々な政策による効果を集約し、人口減少への歯止め、「東京一極集中」の是正を着実に進めていくこととしています。

■国の基本目標

- (1) 地方における安定した雇用を創出する
- (2) 地方への新しいひとの流れをつくる
- (3) 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる
- (4) 時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

○ 相生市の総合戦略では、従来から取り組んできた定住・子育て施策をさらに発展させながら、さらに本市の強みを最大限に活かし、弱みを克服するための新たな施策への取り組みを国の示す4つの基本目標にそって展開します。

■相生市の基本目標

基本目標 1 相生市民に安定した雇用を創出する

基本目標 2 相生市への新しいひとの流れをつくる

基本目標 3 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

基本目標 4 時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

第3章 施策の方向

基本目標1 相生市民に安定した雇用を創出する

現状・課題

「相生市地域創生推進委員会」より

- 牡蠣等の知名度の高い特産品がある一方、市としての地域ブランド力が弱い
- 農業の担い手が不足している
- 市内に若者等の雇用の受け皿が少ない
- 市外学生が市内企業を受験する機会が不足している
- 学生の関心を高めるための市内企業のPR、情報発信不足
- JR駅周辺で急増している外国人観光客を市内観光に呼び込めていない

「相生市人口ビジョン・総合戦略策定のためのアンケート調査」より

- 定住・移住促進に効果的だと思う取り組みは「就労支援」の回答が上位
- 市内高校生の希望就職先は「関西圏」「兵庫県内」の回答が上位、「相生市内」の回答は最下位で1.7%にとどまる

基本的方向

- 連携中枢都市圏、市内の産業団体、企業等と連携し、地域資源の発掘・活用による魅力ある地域産業づくりに取り組みます。
- 新たな取り組みへの挑戦や起業しようとする市民・事業者を応援します。また、学生やI・Uターンの若者など就労希望者への情報提供やマッチング等を支援します。
- 市内の商工業の活性化をめざし、本市の豊かな自然や歴史・文化資源を活用した観光地域づくりに取り組みます。

数値目標

○○○○○○○○

具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

（１）農水産業の担い手育成と生産体制の確立

- 本市の強みである農水産業を活性化するため、担い手を育成するとともに、生産から加工、販売、食事、体験までの総合的な生産体制を確立し、農水産業を活用したにぎわいづくりや特産品づくりを進めます。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○○

具体的な事業

（２）魅力あるしごとづくり

- 市内の雇用を拡大するため、既存企業や起業を考えている人等に対し、意欲向上に係る取り組みや技術的な指導、PR支援等、様々な支援を行います。
- 本市の強みである「子育て応援都市」や、特産品や空き家・空き店舗等の多様な資源を活用した、本市の独自性あふれるビジネスを応援します。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○○

具体的な事業

(3) フレッシュマン就職サポートづくり

- 市内に就職する若者を増やすため、市内の企業における若者の受け入れや、企業と若者のマッチング等を支援します。

重要業績評価指標 (KPI)

○○○○○○○○

具体的な事業

(4) 観光産業づくり

- 近隣市町からの観光客をはじめ、近年急増している外国人観光客の満足度とリピート率を向上させるため、市内の資源をつなぎ、魅力的な観光ルートをつくります。
- 本市の利便性の高さを効果的にPRするとともに、JR駅や駅周辺事業者、近隣市町等と連携し、外国人観光客を積極的に呼び込みます。

重要業績評価指標 (KPI)

○○○○○○○○

具体的な事業

基本目標2 相生市への新しいひとの流れをつくる

現状・課題

「相生市地域創生推進委員会」より

- 子育て応援都市「11の鍵」や空き家バンクなど、先進的な定住策を打ち出している
- 近年人気上昇している田舎暮らしに適した環境がある
- 空き家や空き地、耕作放棄地など、活用でき得る既存ストック資源が豊富
- 多くの自然・歴史資源、ペーロン等の文化資源がある一方、それらのPRが弱い
- 市の全国的な知名度が弱い
- PR活動が各部署単独になっている

「相生市人口ビジョン・総合戦略策定のためのアンケート調査」より

- 本市への転入者の半数程度が西播磨圏域内（姫路市含む）、7割以上が関西圏からの転入
- 本市に転入してよかったことは、「気候・風土がよい」「緑や水辺などの自然が豊か」「通勤・通学が便利」「子育てしやすい」等の回答が上位

基本的方向

- 豊かな自然環境と交通の利便性を兼ね備えた本市の生活環境は、子育て世代にも満足度が高く、大きな強みです。本市への移住・定住を検討している人に対し、住まいのことや生活のことなどきめ細かなサポートを行います。
- 本市の知名度やイメージを向上させるため、あらゆる媒体や機会を活用し、観光・定住に向けたプロモーション活動を行います。

数値目標

○○○○○○○○

具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

（１）いなか暮らしサポート

- 本市の強みである田舎暮らしに適した生活環境を活かし、田舎暮らし希望者を積極的に呼び込みます。
- 本市への定住・移住を検討している人に対し、各種助成をはじめ、空き家など住まいの情報提供や家庭菜園のサポートなど、あらゆる観点から総合的な支援を行います。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○

具体的な事業

（２）既存ストックを活用した魅力ある住まいづくり

- 子育て世代等の定住を促進するため、本市の資源である空き家や空き土地を活用し、住まいづくりを支援します。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○

具体的な事業

(3) 観光・定住プロモーション

- 観光客や定住・移住者の増加を図るため、市民・事業者・行政が一丸となり、本市の多様な魅力・資源を市内外に最大限にPRするためのプロモーション活動を行います。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○

具体的な事業



基本目標3 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

現状・課題

「相生市地域創生推進委員会」より

- 男女の会える機会が減少している
- 未婚化・晩婚化が進んでいる
- 子育て応援都市「11の鍵」など子育て支援が充実している
- 保護者の勤務先が市外の場合、保育施設が遠い
- 子どもの病気時に仕事を休めない、預かってもらえる知合いがない
- 父親の子育て参加、祖父母の子育てサポートが求められている

「相生市人口ビジョン・総合戦略策定のためのアンケート調査」より

- 独身者で結婚希望を持っているのは8割以上
- 結婚希望のない人は「自分の時間を失いたくない」「異性とうまく付き合えない、恋愛がめんどろ」等、結婚に対するネガティブな考え方がうかがえる
- 定住・移住促進に効果的だと思う取り組みは「子育て支援」の回答が上位
- 理想よりも生むつもりの子どもの人数が少ない理由は「子育てや教育にお金がかかるから」「高年齢で産むのは嫌だから」「ほしいけれどもできないから」の回答が上位であり、経済的負担や高齢出産、不妊等の理由がうかがえる
- 本市の結婚・妊娠・出産・子育てを取り巻く環境について、「食文化」や「住環境」の満足度が高い一方、「医療」の満足度が低い

基本的方向

- 安心して結婚・妊娠・出産・子育てができる環境づくりをめざし、男女の出会いの場づくりから、結婚・子育てに関する意識啓発、各種子育て支援など、切れ目のない支援を行います。

数値目標

○○○○○○○○

具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

（１）出会いの場づくり

- 出会いの少ない若い世代の結婚の希望をかなえるため、市民や事業者と連携した婚活事業等により、男女の出会いを応援します。
- 若い世代が結婚に対して前向きになれるよう、あらゆる機会をとらえて意識啓発に努めます。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○

具体的な事業

（２）未来のパパママ応援

- 未来の親となる高校生等を対象に、結婚や子育てに対して正しい知識を持ち、前向きになれるよう意識啓発に努めます。
- 子育て家庭はもちろん、妊産婦にもやさしい生活環境を整えます。
- 子どもを望んでいる夫婦に対し、不妊治療の助成を行います。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○

具体的な事業

(3) 現役のパパママ応援

- 子育て家庭が少しでも負担を感じることなく生活できるよう、経済的支援を行います。
- 保育所・幼稚園での預かり事業の充実や、地域住民同士の預かりを促進し、社会全体で子どもを育てる環境をつくります。
- はじめて子どもを育てる夫婦等に対し、子育て不安を解消するための講習会や相談支援を行います。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○

具体的な事業

(4) 世代を超えた子育て応援

- 子育てを終えた経験豊かな市民との協働により、世代を超えて子育てを応援できる環境をつくります。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○

具体的な事業

基本目標4 時代にあった地域をつくり、安心なくらしを守る とともに、地域と地域を連携する

現状・課題

「相生市地域創生推進委員会」より

- 空き家の増加などにより、定住・移住のための宅地受け皿が少ない
- 商店街が衰退化している（小型店舗の減少、大型店舗への消費流出、空き店舗の増加）
- 駅前に活気がない

「相生市人口ビジョン・総合戦略策定のためのアンケート調査」より

- 市内の高校生が「ふるさと」として愛着を感じる最大の範囲は「相生市内（中学校区内、小学校区内、自治会・集落を含む）」に次いで、「西播磨圏域」の回答が上位
- 市内高校生が市外で就職したい理由は「新しい場所で生活してみたいから」の回答が最上位
- 市外で就職したい高校生は9割程度、うち将来相生市に戻ってきたいと考える高校生は2割程度にとどまっている
- 市内高校生にとって、相生市に住み続けたりUターンするために必要なことは、「レストラン、カフェなどの飲食店の振興」の回答が上位

基本的方向

- 市民や事業者等と連携し、本市への観光・定住を促進するために効果的な土地利用を進めるとともに、駅前や市街地のにぎわいづくりを進めます。
- 市民をはじめ、市外の住民が相生市に「ふるさと」としての愛着や誇りを持つことができるよう、播磨圏域や交流都市等との連携により本市の魅力をPRするとともに、帰属意識の向上を図ります。

数値目標

○○○○○○○○

具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

（１）土地利用

- 古民家の活用や農業振興等、本市らしい観光・定住促進施策を進めるために効果的な区域設定及び土地利用を進めます。
- 空き家のスクラップ等を進め、新たな住まいづくりを促進します。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○○

具体的な事業

（２）駅前及び市街地の活性化

- 人々の集う活気あるまちとするため、市内の商店等との協働により、駅前や市街地のにぎわいづくりを進めます。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○○

具体的な事業

(3) 魅力あるふるさとづくり

- 本市の魅力発信や市民のふるさと意識を醸成するため、市民参加型のPR活動やキャンペーン等を展開します。
- 連携中枢都市等との広域連携により、播磨圏域全体の魅力向上を図ります。

重要業績評価指標（KPI）

○○○○○○○○

具体的な事業



第4章 総合戦略の推進体制

1 戦略の進捗管理

- 総合戦略は、市民、地域、団体、企業、行政など市全体で共有し、協働して推進する計画であるため、計画策定（P l a n）、推進（D o）、点検・評価（C h e c k）、改善（A c t i o n）の各過程においても、市全体が関わる体制を構築し、高い実効性を確保することが必要となります。
- 本戦略の策定においては、市長を本部長とする庁議メンバーで構成する「相生市地域創生推進本部」、課長級で構成する「相生市地域創生推進委員会」等を設置し、検討してきました。また、産業界、関係行政機関、教育機関、金融機関、労働団体、メディア等で構成する外部組織として「相生市地域創生戦略会議」での審議を重ねてきました。今後の推進体制については、実施した施策・事業の効果を、基本目標に係る数値目標や具体的な施策に設定した重要業績評価指標（KPI）の達成度により、外部有識者等を含む検証機関で客観的に検証します。