

高森まち・ひと・しごと創生総合戦略

平成 27 年 10 月初版

平成 30 年 8 月改訂

令和 2 年 3 月改訂

熊本県高森町

高森まち・ひと・しごと創生総合戦略 (目次)

I 総合戦略策定の背景

II 総合戦略策定の基本方針

III 具体的施策

i しごとづくり

○農林業

○観光

○商工業振興

ii ひとの流れの創出

○観光

○移住、定住

iii 結婚・出産・子育て支援

IV 終わりに

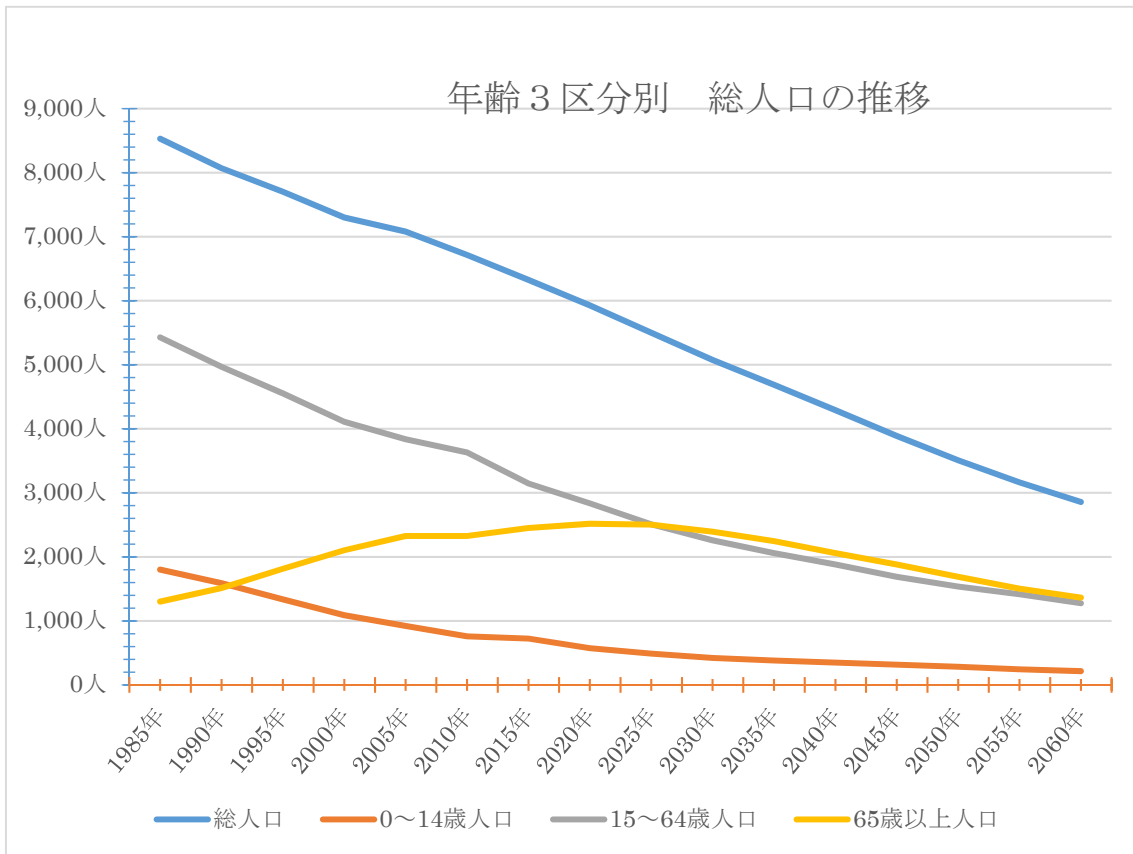
Ⅰ 総合戦略策定の背景

わが国は、2008 年をピークとして人口減少局面に入っている。今後、2050 年には 9,700 万人程度となり、2100 年には 5,000 万人を割り込む水準にまで減少するとの推計がある。

本町においても、少子高齢化や人口減少が早いペースで確実に進んでおり、農業や商業の後継者も少なくなり、中心商店街では国道沿いの商業集積との競合もあり、空き店舗が目立っている。

日本創成会議の提言によると、当町は全国に 896 ある消滅可能性都市のひとつになっている。この消滅可能性都市とは、2040 年頃に若い女性の人口が現在より半分になる都市をいう。つまり次世代を担う子どもの出生数が半数以下になり、加速度的に人口が減っていく自治体である。また、国立社会保障・人口問題研究所の推計に寄れば高森町の人口は 2020 年に 6,000 人、2060 年には 3,000 人を切るとされている。さらに、年齢区分別に見ていくと、10 年後の 2025 年頃には 15-64 歳の人口よりも 65 歳以上の人口のほうが多くなり、2060 年には約半数が 65 歳以上になると予想される。このように人口が半数以下になり高齢化率も 50%を超えてくると町の機能維持が難しくなり、合併等消滅の可能性が高くなる。今の子どもたちにふるさとを残すためには早急な対応が必要となる。

そこで、消滅可能性自治体である高森町において、地域の強みや追い風を活かし、「”高森流美しいまちづくり”を通してずっと住みたいわが町をつくる」をコンセプトに、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立するため産官学金労言の有識者からなる「高森まち・ひと・しごとづくり審議会」（以下「審議会」とする）を設置し検討を行い、今後 5 か年を見通した「高森 まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下総合戦略とする）を策定するものとする。また、策定した総合戦略の実効性を高めるため審議会において PDCA サイクルによる検証を行うものとする。



該当年	総人口	0~14歳人口	15~64歳人口	65歳以上人口
1985	8,531	1,801	5,428	1,302
1990	8,069	1,589	4,967	1,513
1995	7,703	1,336	4,552	1,815
2000	7,300	1,089	4,108	2,103
2005	7,081	921	3,835	2,325
2010	6,716	758	3,631	2,327
2015	6,325	725	3,146	2,451
2020	5,927	574	2,836	2,517
2025	5,501	488	2,509	2,504
2030	5,075	422	2,260	2,393
2035	4,687	381	2,060	2,246
2040	4,292	350	1,882	2,060
2045	3,889	318	1,688	1,882
2050	3,508	284	1,536	1,689
2055	3,164	245	1,416	1,504
2060	2,857	216	1,276	1,365

II 総合戦略策定の基本方針

前述の危機的状況を脱するため、国が提示した「まち・ひと・しごと創生」政策5原則に基づいた、政策を実施していく。

政策5原則

(1) 自立性

各施策が一過性の対症療法的なものにとどまらず、構造的な問題に対処し、地方公共団体・民間事業者・個人等の自立につながるようなものであるようにする。また、この観点から、特に地域内外の有用な人材の積極的な確保・育成を急ぐ。

具体的には、施策の効果が特定の地域・地方、あるいはそこに属する企業・個人に直接利するものであり、国の支援がなくとも地域・地方の事業が継続する状態を目指し、これに資する具体的な工夫がなされていることを要する。また、施策の内容検討や実施において、問題となる事象の発生原因や構造的な背景を抽出し、これまでの施策についての課題を分析した上で、問題となっている事象への対症療法的な対応のみならず、問題発生の原因に対する取組を含んでいなければならない。

(2) 将来性

地方が自主的にかつ主体的に、夢を持って前向きに取り組むことを支援する施策に重点を置く。活力ある地域産業の維持・創出、中山間地域等において地域の絆の中で心豊かに生活できる環境を実現する仕組み等も含まれる。

なお、地方公共団体の意思にかかわらず、国が最低限提供することが義務付けられているナショナルミニマムに係る施策に対する支援は含まれない。

(3) 地域性

国による画一的手法や「縦割り」的な支援ではなく、各地域の実態に合った施策を支援することとする。各地域は客観的なデータに基づき実情分析や将来予測を行い、「都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略」及び「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定するとともに、どう戦略に沿った施策を実施できる枠組みを整備する。国は、支援の受け手側の視点に立って人的側面を含めた支援を行う。

したがって、全国的なネットワークの整備など、主に日本全体の観点から行う施策は含まれない。施策の内容・手法を地方が選択・変更できるものであり、客観的なデータによる各地域の実状や将来性の分析、支援対象事業の持続性の検証の結果が反映されるプロセスが盛り込まれていなければならない。また必要に応じて広域連携が可能なものである必要がある。

(4) 直接性

限られた財源や時間の中で、最大限の成果をあげるため、ひとの移転・しごとの創出やまちづくりを直接的に支援する施策を集中的に実施する。地方公共団体に限らず、住民代表に加え、産業界・大学・金融機関・労働団体・マスメディア（産官学金労言）の連携を促すことにより、政策の効果をより高める工夫を行う。

この観点から、必要に応じて施策の実施において民間を含めた連携体制の整備が図られている必要がある。

(5) 結果重視

効果検証の仕組みを伴わないバラマキ型の施策は採用せず、明確なPDCAメカニズムの下に、短期・中期の具体的な数値目標を設定し、政策効果を客観的な指標により検証し、必要な改善等を行う。

すなわち、目指すべき成果が具体的かつ適切な数値で示されており、その成果が事後的に検証できるようになっていなければならない。また、成果の検証結果により取組内容の変更や中止の検討が行われるプロセスが組み込まれており、その検証や継続的な取組改善が容易に可能である必要がある。

上記政策5原則に則り、本町に「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立することで、新たな「ひとの流れ」を生み出し、その好循環を支える「まち」に活力を取り戻し、人々が安心して生活を営み、子どもを産み育てられる社会環境を作り出す。

そのため、①しごとの創出②人の流れの創出③結婚・出産・子育て支援の各分野について、次の施策を実施する。

Ⅲ総合戦略における具体的施策

i しごとづくり

人口減少を食い止めるため若者の流出を食い止め、移住定住者を呼び込むには安定した「しごと」の確保が必要となる。本章では、農林業、観光業、商工業にスポットを当てて「しごと」の創生・振興を行うために必要な施策を示す。これにより、稼げる高森町を目指す。

○農林業

当町では、総面積 175.06 km²の広い町内を生かした畑作、稲作、畜産、林業が営まれている。また、平成 25 年には阿蘇地域が世界農業遺産に登録されるなど、阿蘇地域の農業がますます注目されていくことが期待されている。農業は町の産業の根幹を成すものではあるが、農家の高齢化、後継者不足、鳥獣被害の増大など農業に対する課題は山積している。その中で、阿蘇地域の強みを生かした「稼げる」農業を目指し、先に策定した「高森町新農業プラン」に基づき農業雇用の拡大を行う。

基本目標：現在減少傾向にある農業収入の増加傾向への転進
農業企業参入の達成（2社程度）

基本的方向

- 地域に本来存在する資源（人、土地、物、文化）をもとにして、高森町独自の特色ある魅力的な農林業の創造を行い、稼げる農業を目指す。
- 高森式農林業における情報発信を徹底し、町内外から農林業従事者や農林業企業が集まる町を目指す。

具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

① 自立した経営の実現

ア) 経営部門と所得の関係についての見直し

若者から高齢者まで様々な年齢層の農業経営者に対して、それぞれ必要な経営モデルの策定等を行う。

KPI：経営モデルの策定 検討会の実施 年5回

イ) 新たなマーケティング戦略

地域内の消費とその他国内市場、海外市場のそれぞれを目指したマーケティングをICT等の活用をしながら行う。

KPI：販促活動の開催 年2回

ウ) 高森ブランドの構築

独自の認証制度や地域内に既にある特産品の見直し、新たな加工品作成、統一パッケージによって高森ブランドの構築を行う。

K P I : 高森ブランド商品 3点

② 将来にわたって持続可能な農業の実現

ア) 農村コミュニティの構築

将来にわたって持続可能な集落を維持していくために、農村コミュニティの構築を行う。

K P I : コミュニティ数 2件

イ) 鳥獣被害対策の充実・検討

有害鳥獣による農作物への深刻な被害が発生しているため、被害の防止策を講じる。

K P I : 鳥獣捕獲頭数 平成 29 年度比 10%増

ウ) 地域に根ざした企業の導入・創出

安定した農林業発展を目指すため、企業の参入及び地域発の企業の創出・参入を促す。

K P I : 法人数 10 法人

エ) U I J ターンの促進

開かれた地域を目指し、地域の活性化を図るため U I J ターンの支援を行う。

K P I : U I J ターンによる新規就農者 3人

○観光

本町においては、観光施策による元気で活力ある町の実現を目指した「高森町観光立町推進計画」の第2期進展期を迎える時期となる。観光立町を目指すうえで、観光案内だけでなく、観光客と住民・イベント・飲食・商工業等を有機的につなげていく人材の確保・育成及び観光分野の機能強化により稼ぐための活気あるまちづくりを行う。

基本目標：観光分野における新規雇用の創出 10人

基本的方向

- 多様な観光ニーズに対応するため観光協会、農林業従事者、商工事業者など様々な分野に知識を持つ町民が参画する組織の構築を行う。
- 地域内の観光資源を生かした観光コンテンツの造成や、対外的な窓口ともなる観光コーディネーターの育成を行う。

具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

①観光人材の育成

ア) 観光立町に向けた意識改革

観光立町を掲げて、町施策として観光を産業として推進するにあたり、町民の意見を集約・反映させるため、パブリックコメントを実施する。

KPI：「高森町観光立町推進計画」第2進展期パブリックコメントの実施

イ) 観光コーディネーターの育成

観光客と観光資源のある地域をつなぐため、調整役で対外的な窓口にもなるコーディネーターを育成し、観光業務の円滑化を図る。

KPI：コーディネーター2人 地域ボランティア 30人

②観光による雇用先の構築

ア) (仮称) まちづくり会社の設立

外貨を稼げるまちづくりを目指し新たな雇用を生み出し、自立したまちづくりを継続して行っていくため(仮称)まちづくり会社を設立する。

KPI：まちづくり会社の構築

完了 ⇒ 一般社団法人 TAKAraMORI の設立 (平成28年6月)

イ) 新たな宿泊場所の確保

近年増加する宿泊希望者に対応するため、空き家の活用も視野に入れた宿泊場所の確保のため検討を行う。

KPI：ゲストハウス等に使える物件の絞込み

完了 ⇒ ゲストハウス SUNNY オープン (平成29年4月)

○商工業振興

近年働き方の変革が行われており、本社オフィスの自分の机について仕事をするスタイルから、本社とは別の遠隔地や自宅で、場所に縛られないスタイル（テレワーク）に変わってきている。時代の変革期において、多様な働き方に対応するためのテレワークの推進を行うとともに新たな就労者の受け入れを目指していく。併せて、駅前や既存商店街の活性化を行い、活気ある町を目指す。

基本目標：起業相談 30人

基本的方向

- 新規起業者等が地方で事業を行うための必要な整備等を行い、就業者の拡大を目指す。
- 駅前の活性化や既存商店街の活性化を行い、活気のある高森町の再興を目指す。

具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

①新規起業者の誘致

ア) 起業土壌の造成

地域おこし協力隊制度を活用し、移住者による起業を目的とした隊員任用を積極的に行い、任用期間満了後の起業希望者の支援に努める。

KPI：起業希望者の支援 5件

イ) 女性起業家の支援

近年増加している町内外の女性起業家の活動を支援する。

KPI：女性起業家 3人

ウ) 高森町情報通信基盤施設を活用した誘致

情報通信網基盤施設整備が完了していることで、都市部等と同じ環境で仕事ができることをPRし、自然環境豊かな本町でのテレワークの推進を行う。

KPI：テレワークの推進 3人（または1企業）

②商店街の復興

ア) 駅前の活性化

南阿蘇鉄道の全線復旧を見据えた高森駅周辺の再開発グランドデザイン構築及び再開発年次計画に伴う整備を行う。

KPI：南阿蘇鉄道高森駅利用者 平成29年度比10%増

イ) 商店街の空き店舗活用

既存の商店街に点在する空き店舗の利活用について、空き家バンクへの登録推進と利用希望者とのマッチングを行う。

KPI：空き店舗利用 3件

ii ひとの流れの創出

町の活性化には交流人口（町外から町を訪れる人の数）の増加を図る必要があり、外貨（町外からのお金）の獲得や人口の増加が見込める。交流人口を増やすためにはショッピング、飲食などが考えられるが、本町では観光、移住にスポットを絞り各種施策を行っていく。

○観光

一時的な人の流れとして観光があり、仕事としての整備も行っていく一方で、交流人口の増加及び滞在時間の延長を図っていく必要がある。RESAS によると、近隣を訪れる観光客は 2014 年 7 月の高千穂町へ 12 万人以上で、同時期の当町への流入客数 4 万人を大きく上回っており、その中の潜在的な観光客を取り込み町の活性化を図るとともに、併せて高森町のファンを増やしていく。

基本目標：日帰り観光客 100 万人、宿泊観光客 5 万人

基本的方向

- 観光旅行者に選ばれるまちづくりのため、魅力ある食文化の形成や体験プログラムの造成など、観光地としての魅力の形成や観光事業推進組織の構築を行う。
- 観光資源の多くが大自然の恩恵によるものであることに鑑み、資源の保全などの取り組みを行い、持続可能な発展を目指す。

具体的な施策と重要業績評価指標（K P I）

①競争力の高い選ばれる観光地の形成

ア) 既存施設・資源を活用した観光拠点の整備

既存の観光施設・資源が、より観光客に選ばれるようにするための検討・整備を行う。

K P I：観光施設を訪れる観光客 平成 29 年度比 20%増加

イ) 着地型旅行商品の造成

高森町ならではの着地型旅行商品造成を通じて、広く域外への販売を目指す。

K P I：着地型旅行商品を購入した観光客 平成 29 年度比 20%増

ウ) 女性目線での観光商品の造成

女性目線での観光商品を作ることによって、女子旅、カップル、ファミリーといったあらゆる層に受け入れられる観光地を目指す。

K P I：女性向け観光商品数 5 件

H29 年度達成 ⇒ TAKAraMORI にて南郷檜の商品等を販売中

エ) 新たな観光分野の開拓

景観や観光施設を目的として来る人とは違う人たちへのアプローチをするため、体験プログラムや最先端のICT機器等を活用した観光振興を行う。

K P I : 新規観光分野における観光客 年間 1,000 人

H29・H30 年度達成 ⇒ 人気声優による観光ガイド集客実績による

オ) エンターテインメント業界と連携したインバウンド交流人口の獲得

南阿蘇鉄道全線開通を見据え、情報発信力を持つエンターテインメント業界等と連携した事業を展開し、インバウンド交流人口の獲得を行う。

K P I : インバウンド交流人口 平成 29 年度比 20%増

②他地域との連携

ア) 日本で最も美しい村連合の取組

美しい景観を誇りとして次世代につなげていくため連合の取組を行う。

K P I : 連合に関連する取組の推進

継続中 ⇒ H25 年度加盟、H30 年度九州ブロック理事長就任

イ) 広域連携施策

他の自治体・地域とコンテンツ振興や女性の活用促進など様々な分野で連携することにより、一つの自治体だけでは難しい広域での観光客誘致等を行う。

K P I : 地域間連携 5 件

達成 ⇒ 地域間連携 6 件

○移住・定住

長期的な人の流れとして移住・定住があげられる。人口減少に歯止めをかけるため町外からの移住・定住者を募る必要がある。国の調査によると東京在住者の約4割が地方への移住を希望しており、これらの受け皿となることが必要である。当町を移住先として選んでもらうための魅力作り及びPRを行い、受け入れる土壌作りを行っていく。

基本目標：移住・定住に関する相談件数 50件

基本的方向

- 移住・定住検討者のニーズ調査や、町のシーズの洗い出しなど住みたいまちづくりを行う。
- 移住・定住に関する窓口の設置、空き家バンクの創設等、選ばれるまちづくりを行う。

具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

①住みたいまちづくり

ア) 移住・定住検討者への情報提供

移住・定住政策を進めるにあたって、移住定住交流ガーデン（東京都）等の関連機関との連携を図り、検討者のニーズ等について情報交換を行う。

KPI：移住・定住に関する情報交換 年3回

イ) 利用可能な既存施設・資源の洗い出し

移住・定住にあたって必要な、居住地やしごと等の情報を整理する。

KPI：HP等による情報公開

ウ) 空き家バンクの設置

高森に住みたい・働きたいと考える人のために、空き家等の情報提供及び所有者とのマッチングを行う。

KPI：空き家登録軒数 10軒

②選ばれるまちづくり

ア) 移住・定住に関する窓口の設置

移住・定住を希望するものに対するワンストップの相談窓口の開設。

KPI：ワンストップ窓口の設置

イ) 情報通信基盤施設を活用したまちづくりの検討

光ファイバー網による情報通信網基盤施設の双方化による情報共有・共感のまちづくりを推進し、移住・定住の増加を促す。

KPI：子育て世代の移住 年3件

ウ) クリエーター等の誘致

創作活動をしているクリエイター等に高森の景観をアピールし、創作活動の場として利用・移住の提案をしていく。

K P I : クリエーターへの売り込み年2回以上

エ) U I J ターンの促進 (再掲)

オ) 移住経験者の声の集約

これまでの移住経験者に対するアンケートを実施し、移住検討者への相談業務の糧とする。

K P I : 移住経験者へのアンケート調査 回収率80%

カ) 転出者の声の集約

人口の流出による町民総数の減少について分析し、解決すべき項目を精査し解消することで、ふるさとに残ることを選べるまちづくりを推進する。

K P I : 転出届出時のアンケート調査依頼 回収率80%

iii 結婚・出産・子育て

当町は 1995 年頃から出生数を死亡者数が上回る自然減が始まっている。このままでは、人口は減少する一方である。
そこで若者が希望を持って、安心して結婚・出産・子育てができる町にすることで、若者が地域に根付き活気のある町を取り戻す。

基本目標：合計特殊出生率の現状維持（1.83）

基本的方向

- 結婚を希望する男女の出会いをお世話して、出会いの場を創出する。
- 妊娠女性の心身のケアや、出産後の支援を行っていく。
- 教育・スポーツ環境の整備によって「確かな学力」と「豊かな心」を醸成する

具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

① 希望のある結婚をかなえる

ア) 出会いの場のセッティング

結婚を希望する男女のため、婚活イベント等の各種イベントでの出会いの場を設ける。

KPI：婚活イベントによる婚姻数 1

③ 安心した出産環境の整備

ア) 妊娠中のケア

プレママ（パパ）に対する個別の相談受付や妊娠中の健診助成等、妊娠時の不安を心身ともにケアし、安心した出産環境の整備に努める。

KPI：保健師による戸別訪問での指導・相談 年1回以上

イ) 出産後のケア

出産後のケア体制を構築することで、出産後の心身・育児の不安の解消を行う。

KPI：保健師による生後2ヶ月前までの全戸訪問事業 年1回以上

ウ) 子育て支援の実施

子育て支援センターの機能充実を図るための拡充等を検討し、より充実した子育て支援サービスを実現する。

KPI：空き家・空き店舗又は公共施設の空き室等を利活用した拡充の検討

④ 教育・スポーツ

ア) スポーツ振興

現存のスポーツイベントのほか、合宿の誘致等を通じてスポーツで賑わうまちづくりを行う。

K P I : スポーツ関連事業に関する入込客の増加 平成29年度比10%増

イ) 高森町新教育プランの推進

コミュニティ・スクールを基盤とした小中一貫教育、ふるさと教育を推進する。あわせて教育環境の整備、高森町教育研究会の活性化を図る。

K P I : 児童生徒の学力向上

IV終わりに

地方創生とは、課題先進地たる地方のアイデアによって地方を活性化していくものである。本戦略の策定に当たっても住民や職員のアイデアを基に行っている。それは、全国画一的な施策では、地域特有の課題に対応できないからである。

すなわち、画一的に行われる国や県の補助事業に頼ってはいは課題の解決にはつながりにくい。そこで、施策に必要な財源についても単に自主財源、補助金ということだけでなく新たな方策を検討する必要がある。例えば、岩手県紫波町のオガールプロジェクトや長野県下條村のような取組である。このような先進事例に学びながら高森独自の財源確保策を検討する必要がある。財源の確保ができれば、自立した施策運営が可能になり真に町に必要な取組ができる。

アイデアに基づいた施策を行っていくには様々なアイデアを出し合う場が必要になる。この場においては、女性や若者など住民誰もが分け隔てなく意見交換ができる環境を整備する必要がある。出る杭は打つのではなく、より伸ばさなければならない。

これまで述べてきたように、地方創生には様々なアイデアを受け入れて実行していくことが必要となる。アイデアは一定ではなく常に変動していくものなので、本戦略についても随時改定を行いながら施策を実行していかなければならない。

今の子どもたちにふるさとを残すためにも産官学金労言の垣根を越えた幅広い取組を行っていかなければならない。