

「選ばれる町」 をつくる

阿武町版総合戦略

平成27年10月 阿武町役場

町民の皆さんへ

ワクワクするまちにしたい。みんなが「ここで何かしたい」を実現できる町でありたい。ここなら、きっと何かできる、何か起こると、期待できる町にしたい。

その思いを実現するために、20～30代の阿武町役場職員が中心となり、この阿武町版総合戦略を立てました。

まちの未来を考える上で一番大切なのは「そこで暮らしている人の生の声」です。策定にあたっては、同世代の町内の若者をはじめ、たくさんの方に聞き取り調査や交流会などに参加・協力していただきました。そこで伺ったお話を大切にしながら、課題をまとめその解決にアプローチする施策を考えています。貴重なご意見をくださったことに感謝するとともに、これからも「ほしい未来」の実現に向けた良きパートナーとして歩んでいきたいと願っています。

いま、全国の自治体に策定が求められている地方版総合戦略とは、人口減少時代を生き抜く上で、「都市から地方へのひとの流れ」をつくり、地方の特徴を活かしながら持続的な社会をつくっていくためのものです。そのため、わたしたちの総合戦略は、通常の行政の計画とは異なる少し変わったものに仕上がりました。それは、阿武町にいままでなかった価値観や新しい手法を取り入れ、新たな時代にチャレンジしていくためのものだからです。

そして、本文中ではあえて「わたしたち」という表現を用いています。それは、策定を中心となった20～30代の役場職員は、町の数少ない若者世代でもあるためです。行政の視点と町民の視点の両方を持ち合わせていることこそが、わたしたちの強みです。今後の町を担う若者世代として、当事者意識を持ってこの総合戦略を策定しました。

阿武町版総合戦略は、阿武町に住む皆さん、阿武町から旅立ち全国各地で頑張る皆さん、阿武町に興味関心のある皆さん、そしてこれから阿武町で育つ皆さんに向けたメッセージから始まります。ぜひ、それぞれの視点で読んでいただき、わたしたちとともに阿武町の次の30年をつくってほしいと願っています。

高校生までの皆さんへ

阿武町に住むことがあなたの人生にとっての 1 つの選択肢となるよう、わたしたちが取り組んでいきたいことが、この「総合戦略」という読み物に込められています。ぜひ、ゆったりじっくり読んでいただき、阿武町のことを少しでも知り、期待してもらえたらと思います。中には、一緒に取り組みたいプロジェクトも書いています。皆さん方には、必ずワクワクするようなバトンパスをしますので、まずは楽しみに読んでください。

40代～のミドル・シニア世代の皆さんへ

この総合戦略は、皆さんの後輩である 20～30 代を中心にまとめたものですが、皆さんと一緒に取り組みたいと考えています。

皆さんにしか出来ないこと。それは、この町の何をわたしたちに託したいかを見極め、それらをしっかりバトンパスしていただくことです。

たとえば、町にたくさん存在する空き家。使い込まれたその家の佇まいに、わたしたち世代は魅力を感じます。たとえば、町にたくさん存在する手仕事。皆さんにとっては日常なことでも、わたしたちはその暮らしの技術に敬意と関心を持っています。

皆さんから引き継ぎたいことが、この町にはたくさんあります。決して簡単なことばかりではないかも知れませんが、わたしたち世代ができる、この町の引き継ぎ方があるはずです。ぜひ一緒に考えていただきたいと願っています。

阿武町を離れ、遠くからこれを読んでくださっている皆さんへ

一度阿武町を離れ、外の視点を持ち合わせた皆さんの力が必要です。都会の感覚も持ち合わせている皆さんだからこそ、これからのまちに何が必要だと感じ、どうすればその流れをつくることができるかというヒントを持っていらっしゃると思います。まちの良さを活かしながら、新たな感覚でまちづくりを行うことが、いま求められています。皆さんが誇りに思えるふるさとであるために、温故知新の取り組みをともに始めてほしいのです。

皆さんがいつでも帰りたくなる、そして、チャレンジの舞台にしたくなるふるさとづくりに、わたしたちと一緒に取り組んでください。

最後に…

20～30 代の同世代の皆さん

皆さんのいまの「人生の舞台」はこの町です。物語の主役は皆さんです。代役はいません。楽しみながらまちへの関わりを増やしてみませんか。同じ舞台であるなら、思いきり楽しく、後悔なく主役を演じきった方が面白いと思いませんか。ほしい未来を手に入れるために、いまからともにまちを変えてほしいのです。

評論家はいません。一緒に動ける“仲間”が欲しいのです。

次の 30 年の未来を決めるのは、他でもないわたしたち自身なのだということを、いま一度自覚し、まちの未来について語り合い、行動する時（チャンス）がきているのです。

その先に、必ずワクワクする未来があることを約束します。

ともに一歩前へ、ともに笑いあいながら、全てのことを面白がりながら、
いまここから始めましょう。

地方創生本部へのご提案

小さな自治体だからこそ『ほしい未来』を実現できる

阿武町は昭和 30（1955）年に誕生して以来、全国でも第 1 号となる「道の駅阿武町」を設置するとともに、自然管理型漁業の発祥の地でもあり、圃場整備をきっかけに県内でも初めてとなる特定農業法人を立ち上げるなど、単独行政として 60 年間コツコツと堅実に町政運営を行ってきました。財政健全化判断比率などからも示されるように財政は良好な状態であり、重要だと思ふ施策にお金を支出できることはその成果で、町としての誇りです。

これからは大都市への一極集中ではなく地方の時代。地域回帰という時代の流れを捉えながら、「小さな自治体である」強みを活かして新たなチャレンジをしていきたいと考えます。地方創生に国が本腰を入れるという地方にとって大きなチャンスの時であるほど、自分たちの地域の隅々まで目を配り、将来の姿を具体的にイメージし、小さな変化を積み重ねることで、「ほしい未来」を実現していきたいと考えます。

30 代のわたしたちが 60 代になることをイメージ

阿武町版総合戦略は、次世代を担う若者たちが、30 年後もこのまちで暮らすことができるかをイメージし、そのためにいまから何が必要なのかと声をあげたものです。若者、女性の目線で話し合い、等身大の言葉で語られています。地域の若者たちと何度もヒアリングや意見交換を重ね、自分たちの言葉で自分たちの未来を語り、町として若者や女性の気持ちを中心に尊重し、応援するような総合戦略に仕上げました。事業の数ではなく、当町に本当に必要な第 1 歩であるかどうかを基準に事業を練り上げ、他の自治体にはない当町独自の戦略を盛り込んでいます。

内容はソフト事業が多くなっていますが、これは 20～30 代が求めるライフスタイルに対応することを第 1 の目的とした結果であり、若者世代のイメージする生活を実現するための施策です。そして、ソフト事業は“気運づくり”と実践者を増やすことが主な目的となり、まちに住んでいる人の安心感や誇り、自立心を高めることにつながります。このことにより、「町に帰っておいで」「よく来たね」と言う人が増え、ひいては人を呼ぶ決め手となる効果

が高くなることを、わたしたちは経験的に知っています。このような、気運の高まりが移住希望者の呼び水となる大きな役割を果たすのです。

人口が約 3,500 人、高齢化率が 46%を越えている当町だからこそ、今後この町がたどる道が未来への希望を示すことになると考えます。それは、日本そして世界が目指したい姿がこの町にあるということの意味します。

わたしたちの「町の継ぎ方」が、将来日本全国の自治体の先駆的モデルとなるよう、取り組んでいきたいと考えています。

目次

阿武町の戦略	1
阿武町の考え方	2
人口減少社会をどう捉えるか	2
地方創生にどう取り組むか	6
阿武町版総合戦略の特徴	10
暮らしの中の小さな違和感を重視	10
20～30代を中心とした若者の視点の反映	11
人生90年時代の町の継ぎ方を提案	13
阿武町版総合戦略の位置づけ	14
「まち・ひと・しごと創生総合戦略」との関係	14
「阿武町第6次総合計画」との関係	18
「阿武町版人口ビジョン」との関係	18
データで見る阿武町	20
少子高齢化と人口減少の関係	21
日本全体の少子高齢化と人口減少	21
阿武町の少子高齢化と人口減少	24
ライフステージ別の暮らし	25
阿武町のこれまで・いま・これから	29
阿武町の「これまで」 暮らしの多様性の低さが引き起こす人口流出（地域の課題）	30
「住まい」に関する課題	32
「働き方」に関する課題	32
「つながり」に関する課題	33
阿武町の「いま」 “素敵な例外”が誕生（地域の強み）	34
家族・パートナーを連れて町に越して来る女性	34
町にない仕事や役割を作ろうとする女性とそれを応援する男性	34
町に変化をもたらす新たな価値観	35
阿武町の「これから」 “選ばれる町”になるために（未来ビジョン）	36

「選ばれる町」をつくる（施策）	37
基本目標①多様な住まいを提供する	39
空き家ノートプロジェクト	41
空き家管理プロジェクト	44
思い出不動産プロジェクト	47
基本目標②多様な働き方を実現する	50
よんぶんのいちわーくす 1/4worksプロジェクト	52
阿武の玄関づくりプロジェクト	56
基本目標③多様なつながりを育む	59
つくる TsuQuRoプロジェクト	61
あぶくる ABuQuRoプロジェクト	64
阿武町式花嫁・花婿修業プロジェクト	68
事業一覧	72
事業パッケージ1. 安定した雇用を創出する	72
事業パッケージ2. 町への新しいひとの流れをつくる	75
事業パッケージ3. 若い世代の結婚・妊娠・出産・子育ての希望をかなえる	78
事業パッケージ4. 時代に合った地域をつくる	81
プロジェクトの育て方 - PDCA サイクルの実施 -	84
体制・役割分担	85
総合戦略の策定フロー	86

阿武町の戦略

人口減少に関する様々なニュースを日々耳にします。

大きな社会問題に対して、諦めや過度な危機感を抱くこと、また、人材獲得のための支援メニューの創出そのものが目的化してしまうことは望ましくありません。

阿武町では、人口という1つの指標を使って、冷静に町の構造と人々の居住選択の動機の傾向を読み解き、広く分かりやすく共有することを大切にしていきます。そして、これからの町のあり方についての対話の場づくりや創造的な取り組みを支援していきます。

阿武町版総合戦略は、各世代に実態を伝え、想いをつなぎ、活動を実践するためのものです。

阿武町の考え方

阿武町版総合戦略の特徴

阿武町版総合戦略の位置づけ

阿武町の考え方

人口減少社会をどう捉えるか

町を知り、語り、動かすきっかけに

阿武町の人口は、町制施行年の昭和 30（1955）年の 10,789 人から、平成 22（2010）年には 3,743 人にまで減少しています[図 1]。総人口が減っているのに対し、世帯数は 1,600～1,700 世帯を推移していることから、核家族化が進んでいることが分かります [図 2]。一方で、高齢化率は急激に上昇し平成 22（2010）年には 44%¹となっています [図 3]。

町では、人口減少に関する課題意識は早くから共有されており、移住支援に力を入れてきました。その間、地方移住に関する実践とノウハウ、新たな課題意識が蓄積・共有されています。

人口減少の問題は、都市と地方との人口の偏在によって引き起こされている町単独の力で解決できない相対的で複雑な問題です。だからこそ、都市の示す方向性に従うだけでなく、地方からどのように人口減少社会を迎えるのかを、実践を通して示していく必要があります。当町においてそれはつまり、「この町で学びたい」「この町で働きたい」「この町で産み育てたい」「この町で最期を迎えたい」という一人ひとりの願いを一つひとつ叶えていくことです。

人口は、これまでの町の成り立ち、人々の居住選択の動機、町民が望む暮らし、今後町が取り組むべき方向性など、様々なことをわたしたちに教えてくれます。地方自治体の行く末について、世の中で様々な議論が巻き起こっていますが、「消滅するかも知れない」「若者が出ていってしまう」そんな危機感を共有するだけでは、負のスパイラルに陥ってしまいます。わたしたちは、地方回帰・地方創生の機運の高まりをきっかけに、町を知り、町の未来のことを互いに語り、町を次世代に託すために更なる一歩を踏み出したいと考えています [図 4]。

¹ 直近の高齢化率は 46.7% 出典：山口県（人口統計，2014 年）

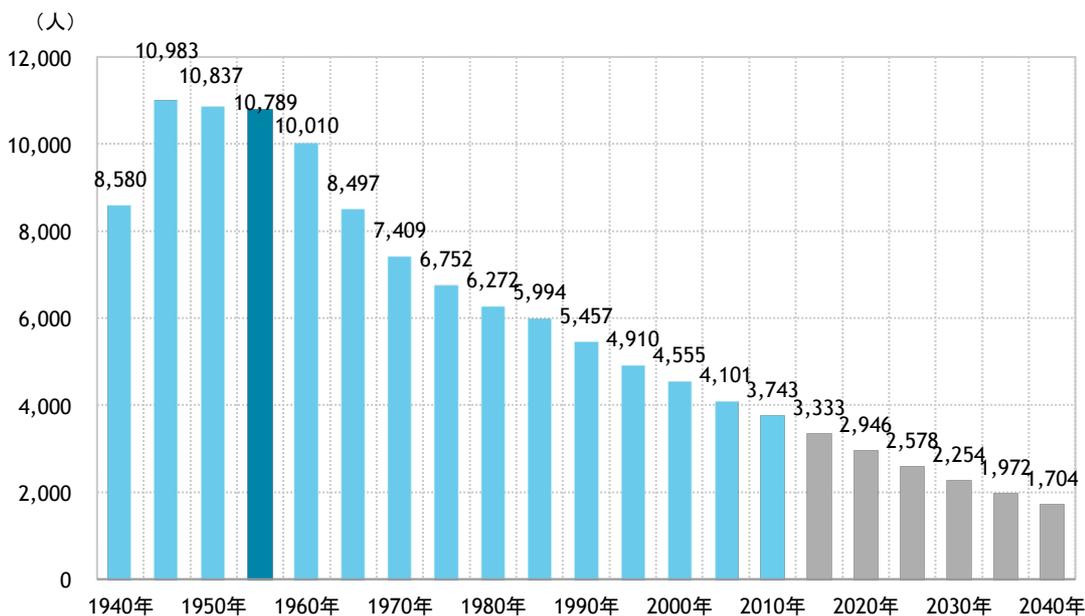


図1 阿武の総人口の推移
 出典：総務省（国勢調査，1940～2010年）
 国立社会保障・人口問題研究所（2015～2040年）
 ※1950年より前の数値は、旧奈古町・旧福賀村・旧宇田郷村の合計

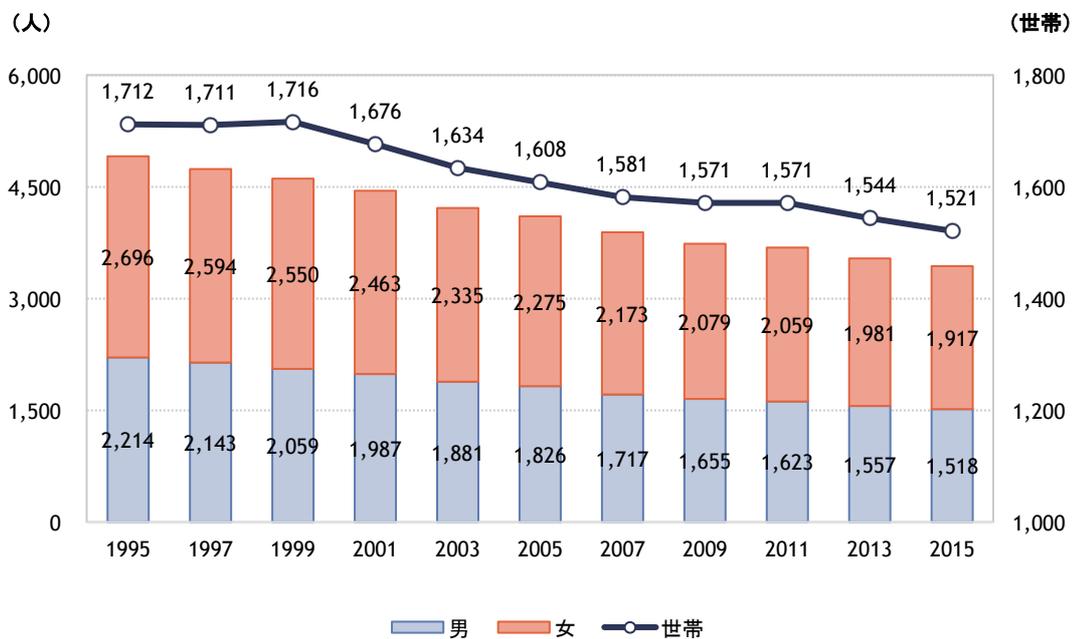


図2 阿武町の総人口と世帯数の推移
 出典：山口県（人口移動統計調査）

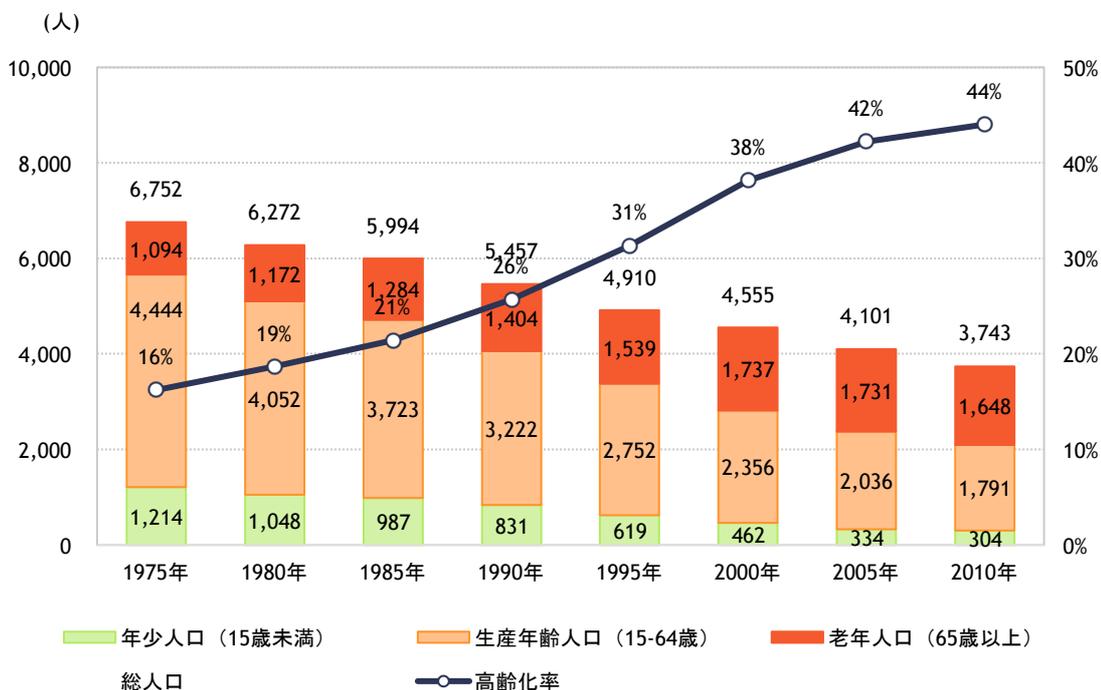


図3 年齢3区分別人口と高齢化率
出典：総務省（国勢調査）

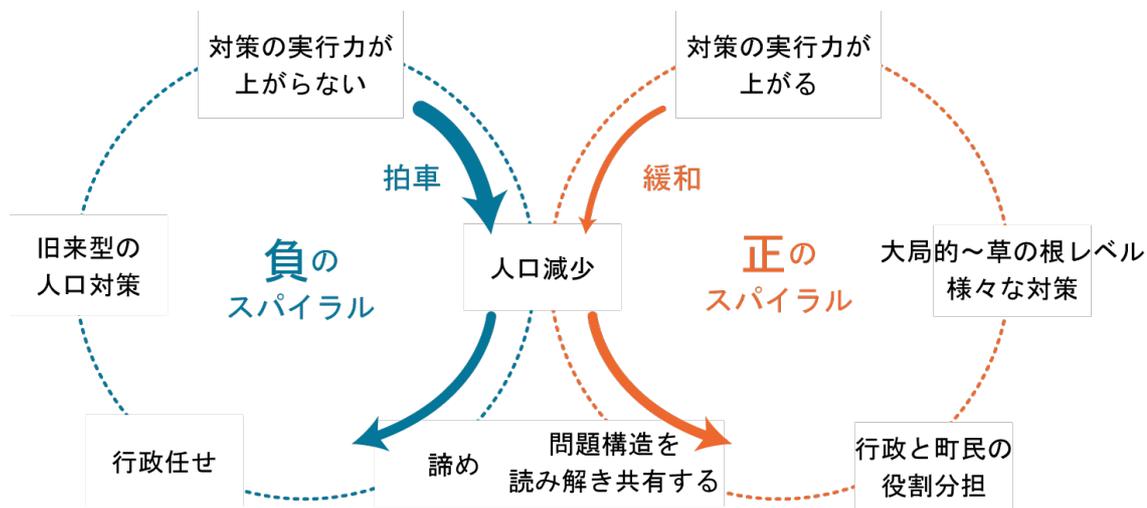


図4 人口対策の負のスパイラル・正のスパイラル

人口減少に対応した地域社会をつくる

人口減少対策の効果が表れるには長い時間を要します。日本の総人口の推移について過去を振り返ってみると、人口減少の3大因子である「既婚率」「夫婦あたりの出生数」「若年女性の絶対数」は1980年代から減少し続けましたが、実際の人口減少が始まったのはその30年後の2008年なのです。

このように、結婚・出産・仕事・居住などの人々のライフスタイルの変化が因子となって静かに日本の人口減少に拍車をかけています。このことから、ライフスタイルに変化が起こらない限り、人口減少を根本的には解決できないということが分かります。

それではこの先30年間、わたしたちは何に取り組むべきでしょうか。全国に先駆けて人口減少が進む当町が取り組むべきことは、大きく分けて2つあります。

1つ目は、帰郷しにくい、転入しにくい、子どもを生き育てにくいといった、人口を維持していくための阻害要因を、優先的に丁寧に取り除くことです。

そして2つ目は、それでも進行するであろう人口減少に対応した地域社会を再構築（デザイン）することです。行政や地域コミュニティを少ない人口で維持運営していくこと、食料や資源の地域内での循環・消費を図っていくこと、日々の精神的豊かさを確保していくことなどを通じて、自立した地域社会の構築を目指します [図5]。

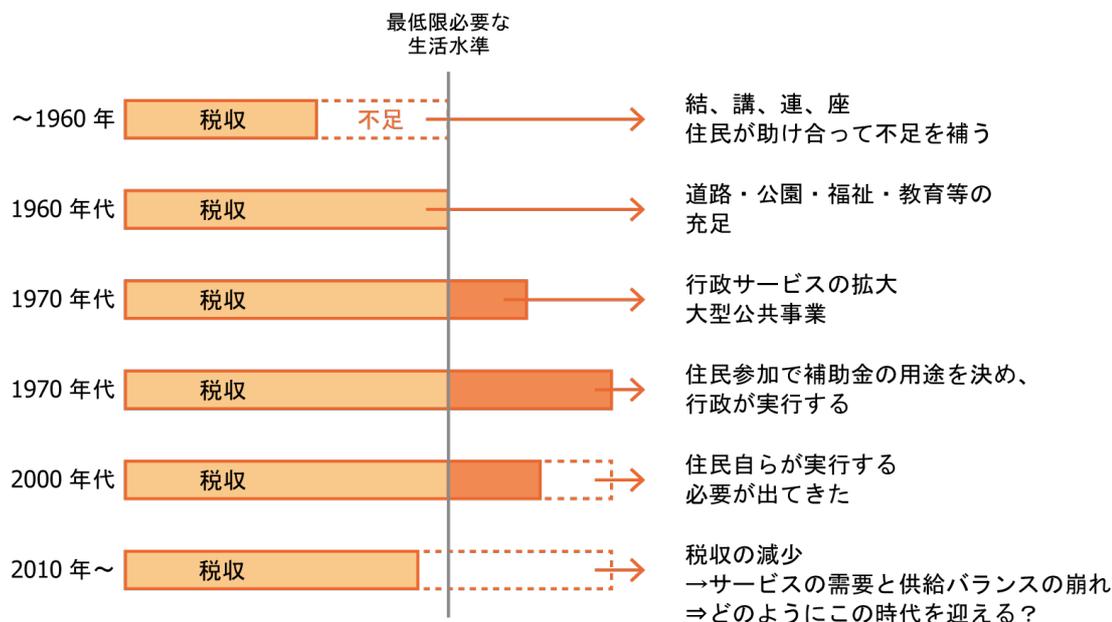


図5 時代の移り変わり住民・行政の役割分担

地方創生にどう取り組むか

「住みたい」気持ちと「住み続けたい」気持ちを育む

阿武町においても、「地方回帰」という時代の変化が現れ始めています。最も変化が現れ始めたのは、空き家バンクを開設した平成 19（2007）年以降であり、この年から、社会増減の差（転入と転出の差）がほぼゼロで推移しています [図 6]。

阿武町に帰郷・転入する人々の動機は、海・山・まちの 3 つの特性を有する小さな町であること、フードマイレージ²ゼロの新鮮な食材を口にできる環境があること、顔の見える関係の中で働き暮らしたいという希望を実現できることなどです。

そこで、出郷者・移住希望者を含む現在町外に住む人に対しては、阿武町に関心を持ってもらえるよう情報提供を行い、「阿武町に住みたい」と思う気持ちを醸成するとともに、実際の帰郷・移住の行動に移してもらえるような動機づけときっかけづくり（支援）を行います。また町民には、町の魅力を共有・創造し、誇りと愛着を醸成する取り組みを行い、「阿武町に住み続けたい」と思うとともに、定住してもらえるように働きかけます。

このように、気持ちに対するアプローチと行動に対するアプローチの両方を丁寧に行うことこそが、地方創生の基本的な姿勢になると考えています [図 7]。

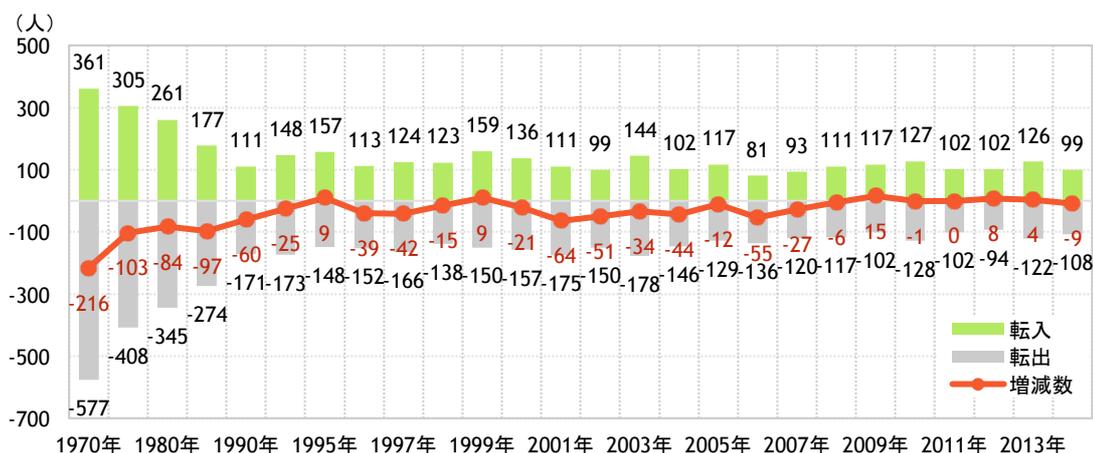


図6 転入・転出の状況

出典：阿武町（住民基本台帳年報，1994年～2014年）
山口県（人口移動統計調査，1970年～1990年）

² 食料の輸送距離

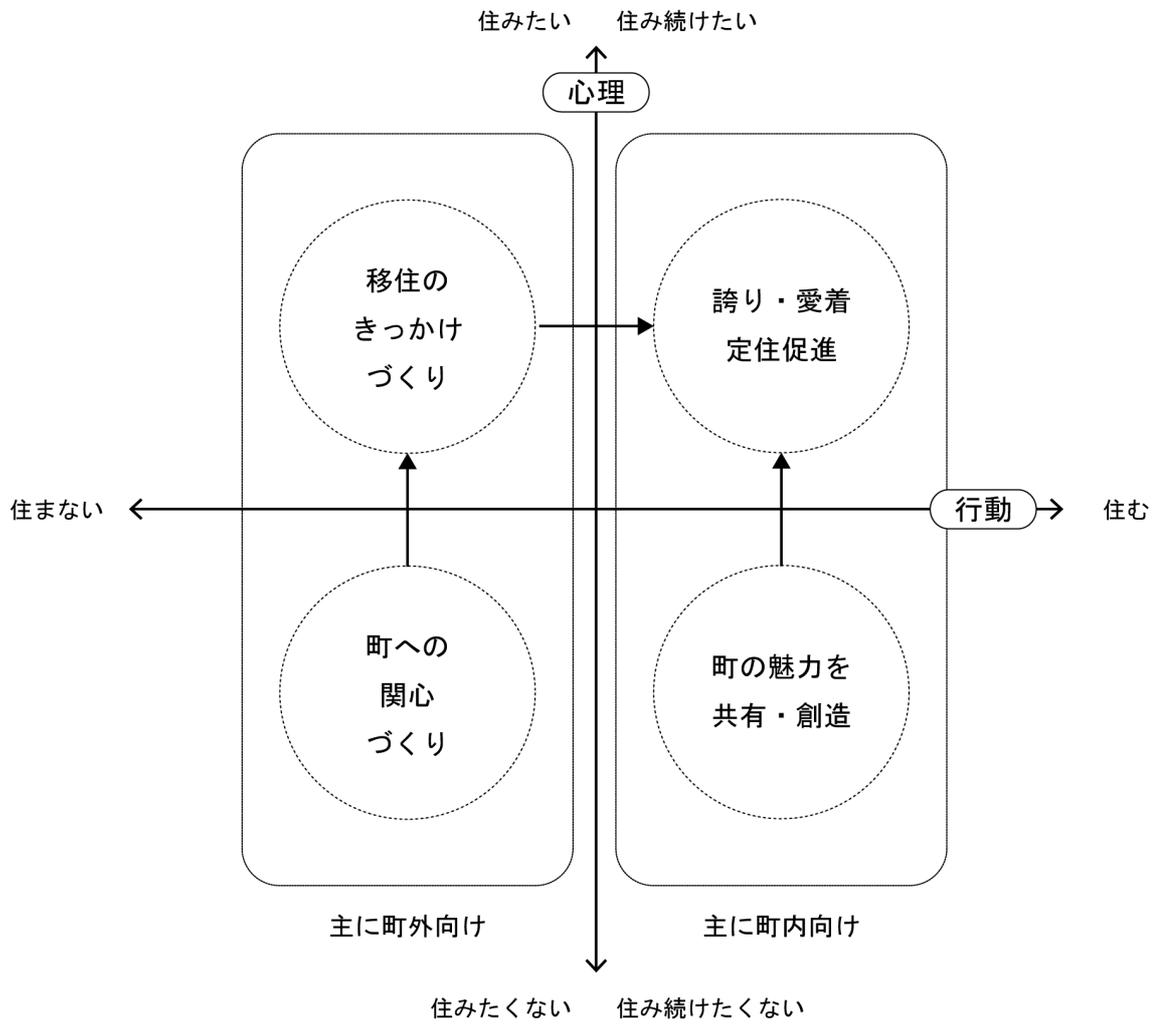


図7 ターゲット別に必要なアプローチ

一人ひとりに向けた取り組みを

この町には現在約 3,500 人が住んでいます。最近では、毎年約 20 人が生まれ、約 80 人が亡くなっています。1 学年約 20 人の中学生の約 8 割は町外の高校へ進学するため、高校生の多くは平日の日中に町内で時間を過ごしません。また、高校卒業後には、学年の約 7 割が進学・就職などで町外へ転出します。基幹産業である農業従事者は 300 人台、漁業従事者は 100 人台であり、後継者探しは 10 年先を見据えて行う必要があります。

このように小さな町に住む 3,500 人は、町を支える 1/3,500 のかけがえのない役割を担っています。この町を継承していくために何が必要なのか。町民と行政が、今後どのような役割分担をするべきなのか。将来的に子ども世代が戻ってきたくなる町にするために始めるべきことは何なのか。いま求められているのは、この一人ひとりの意識に問いかけ、行動に訴えかけるような施策を展開することです [図 8]。

わたしたちの町には、町民一人ひとりの顔の見える関係が既に築かれています。問題が複雑で大きい時ほど、誰に向けたアクションなのかを具体的に思い浮かべながら、目の前の小さなアクションを積み重ねていく力が全国の自治体に求められています。いまこそ、小規模自治体であるわたしたちの町の強みを最大限発揮するチャンスです。

「遠回りしない」姿勢で臨む

では、ほしい未来の実現のために、町民と行政はどのような関係を築き、ともにどんなプロジェクトに取り組んでいくべきでしょうか。

わたしたちは「遠回りしない」姿勢で取り組んでいきます。今回大切にしたい「遠回りしない」姿勢とは、いまある資源を活かし、町民・行政の互いの知識や技術を引き出し、不足部分は必要に応じて交流から解決策を導き出し、ローコストで、しかも地域経済が循環するようにプロジェクトを実現する状態を指します。

平成 27 (2015) 年度は「地方創生元年」とも言われ、今後、全国一斉に人口維持・拡大・獲得に向けた様々な取り組みが展開されます。それが行政主導型の取り組みに終始するのではなく、町民一人ひとりがこの町で誰とどのように暮らしたいか主体的に思い描き、日常的な行動ベースで、町全体が一体となって地方創生に取り組めるように働きかけます。

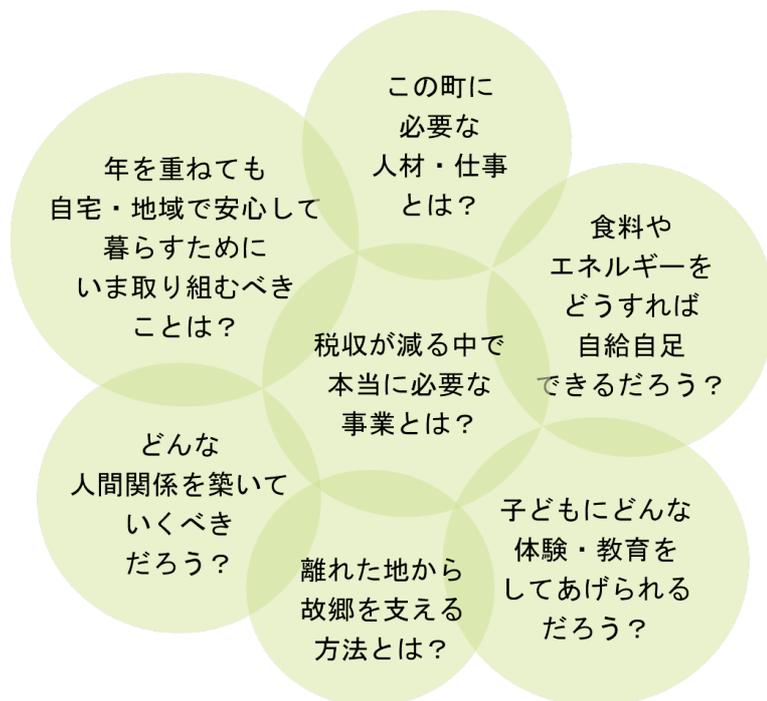


図8 人口減少社会を生きる上で必要な議論の例

阿武町版総合戦略の特徴

人口減少社会に対応し、地方としてどこに力点を置き、何に取り組んでいくのか？
「地方創生」という全国共通のキーワードをどのように解釈し、応えるのか？
阿武町にも「総合戦略」という形で町の想いを示すことが求められています。雇用の創出、結婚・出産・子育ての支援、移住・定住の支援など、取り組むべき内容は多岐に渡ります。従来であれば、町がその方針を牽引する形で計画をとりまとめてきましたが、総合戦略の有する特徴を踏まえた結果、町民の「暮らしの目線」の反映が必要であると考えました。そこで、わたしたちはまず、町民の声に耳を傾けることから始めました。

暮らしの中の小さな違和感を重視

聞き取り調査において町に長年住んでいる町民からは、第一次産業の後継者不足や空き家の維持管理など、長らく直面している問題が多くあげられました。解決に至らず問題が長期化しているのは、従来の行政主導の事業実施やハード整備で対応していくことには限界があることを示しています。これらには時代の潮流に合わせた、新たなアプローチで対応していく必要があります。

また、最近増えてきた移住者からは、「空き家を自分たちの手でコツコツ改修したい」「農ある暮らしがしたい」「職住近接の暮らしがしたい」「顔の見える関係の中で子育てをしたい」などの声があがりました。しかし、都市の生活にはないものがあるというこの町の強みや生活の豊かさ、面白さを認識している町民が決して多くないことに、「小さな違和感」を覚える移住者が一定数存在することが分かりました。

わたしたちは、この小さな違和感にこそ、阿武町がこれから取り組んでいくべきプロジェクトのヒントが隠されていると考えました。そして、その違和感をいかにクリエイティブに（創造力をもって、楽しく）解決していくかが鍵となります。

本戦略は、若者をはじめ町民と行政とが一体となって取り組みたいと考えています。そ

のため策定した施策には、幅広い世代に親しみを持ってもらえるようなプロジェクト名を付けています。

20～30代を中心とした若者の視点の反映

日本は「人生90年時代」に突入しています。この言葉は、平均寿命が男女ともに上がっていることを示すだけでなく、一般的に定年を迎える60代以降の人生が約30年間あることを示しています。社会に出るまでの期間を「第1の人生」（当町の場合、進学・就職の傾向をふまえて18歳までとする）、仕事・出産・子育てなど生産活動を行う期間を「第2の人生」（19～59歳）、それ以降を「第3の人生」とすれば、それぞれ約20年、約40年、約30年であり、第3の人生がいかに長いかが分かります [図9]

しかし一方で、日本人は第2から第3の人生に差し掛かる時に、幸福度が低下するとの研究報告³があります [図10]。その原因は、第2の人生の間に地域コミュニティとの関係を構築できていなかったり、新たな生きがいを見つけることができなかつたりと様々ですが、いずれにしても、決して短いとは言えない第3の人生を豊かな時間にしていきたいという望みは、多くの人に共通することでしょう。

この戦略は、第2の人生の中でも20～30代が中心となり、30年後、すなわち自らが第3の人生に入る時に、この町でどのように暮らしていきたいかを語り合い、まとめたものです。町の計画としての性格はもちろん、町の若者世代の実現したい未来に向けた実行計画のような役割も有しています。つまり、総合戦略の対象者が考えまとめた総合戦略です。

³ 内閣府（国民生活選好度調査、2008年）

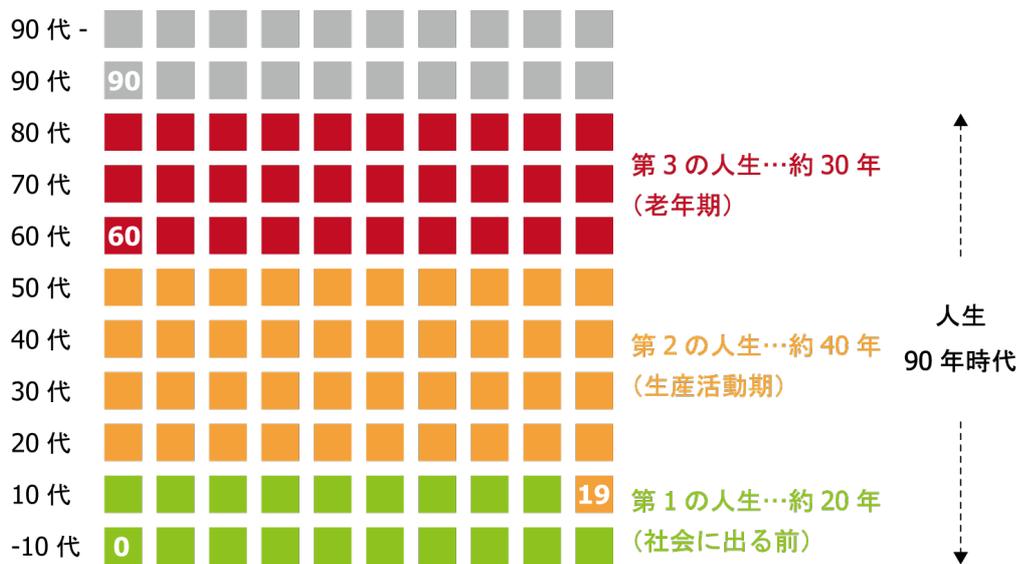


図9 人生90年時代のイメージ図

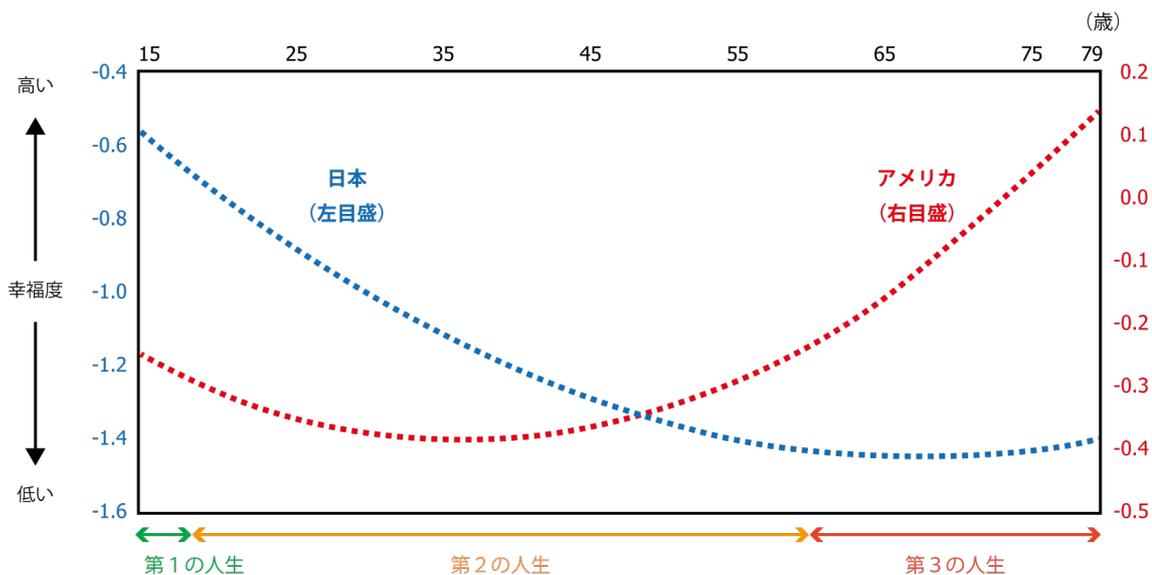


図10 年齢による幸福度の推移 (日本とアメリカの比較)
出典：内閣府 (国民生活選好度調査, 2008年)

人生 90 年時代の町の継ぎ方を提案

しかし、本戦略はわたしたち 20～30 代のみを対象としているのでは決してありません。60 年間続いてきた現在の阿武町を引き継ぎ、次の世代に受け渡していくために、各世代がすべきことを考え、まとめました。

わたしたちは、本戦略に記載したプロジェクトの実践を通じて、第 1 の人生の子どもたちに、「ふるさとに帰ってきて暮らすこと」を人生の一つの選択肢として示します。「田舎には何もない、都会へ行け」と親世代に言われてきたわたしたちが、その価値観を変える世代になりたいと考えています。ふるさとで働き、暮らすことを次世代がポジティブに選択できるように、まずはわたしたちが様々なチャレンジをする姿を見せていきます。

そのためにも、第 3 の人生の方々には、第 1・第 2 の人生世代に残したい、託したい町の姿を思い描いて、実現に向けて行動してもらいたいと考えています。

第 1・2・3 の人生世代が互いの世代のことを思い行動することこそが、「町を継いでいく」ことです。このバトンパスに、あらゆる世代の町民、移住者、出郷者、町外からの就労者など多くの主体が加わることで、町の産業、雇用、移住・定住、暮らしのあり方は確実に変化します [図 11]。

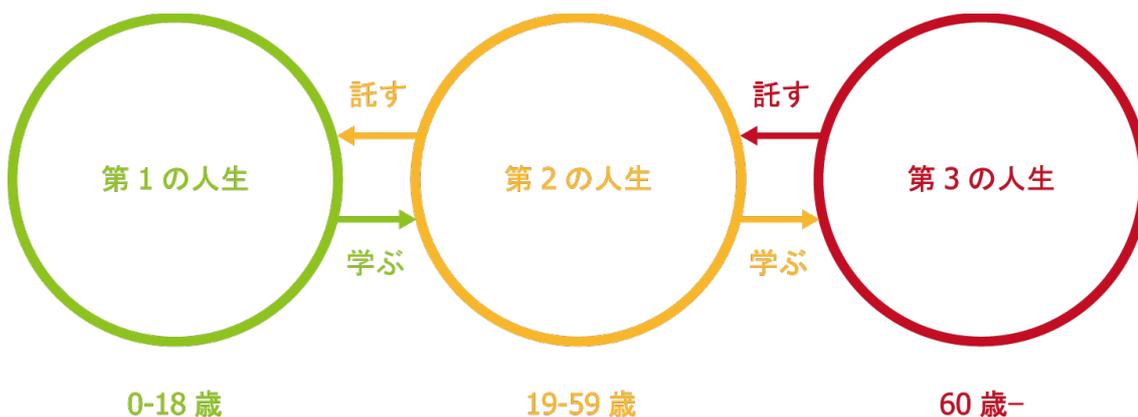


図11 各世代にできる町の継ぎ方を実践する

阿武町版総合戦略の位置づけ

「阿武町版総合戦略」は、平成 27（2015）年度～平成 31（2019）年度を実施期間として策定したものです。国が策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考えをもとに、町としての取り組み方針をまとめています。

「人口ビジョン」はこれまでの町の人口推移や流入出などの人口動向をひも解き、今後の「総合戦略」の実施効果も勘案して、将来の人口規模を展望したものです。

また、当町においては「総合戦略」と同じ実施期間を有する「第 6 次阿武町総合計画」を策定していることから、「総合計画」の中で「総合戦略」の事業目的と重複する事業については、改めて「総合戦略」に位置づけています。

「まち・ひと・しごと創生総合戦略」との関係

地方公共団体の戦略策定と国の支援

地方創生本部は全国の市町村に先駆けて、平成 26（2014）年度末にまち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）に基づき、「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（以下、長期ビジョン）」と「まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、まち・ひと・しごと総合戦略）」を掲げました。

「長期ビジョン」は 2060 年に 1 億人程度の人口を確保する中長期の展望で、その実現に向けて「まち・ひと・しごと総合戦略」に定める政策目標に応じて、2015～2019 年度（5 カ年）に各種施策が実施される予定です。

当町も同様の「人口ビジョン」と「総合戦略」を国や県の総合戦略の内容を勘案しながら策定・実施することが求められています。

表1 国の総合戦略と地方の総合戦略の体系

国	長期ビジョン	2060年に1億人程度の人口を確保する中長期展望
	まち・ひと・しごと総合戦略	2015～2019年度（5カ年）の政策目標・施策
地方	地方人口ビジョン	各地方公共団体の人口動向・将来人口推計の分析や中長期の将来展望
	地方版総合戦略	各地方公共団体の2015～2019年度（5カ年）の政策目標・政策

地方創生本部の基本的な目標

地方創生本部は、「地域経済の活性化、産業の高付加価値化等」による『しごとの創生』、「地方就労の促進や移住定住促進、結婚・出産・子育てへの切れ目ない支援等」による『ひとの創生』、「安心できる暮らしの確保や都市のコンパクト化、広域連携等」による『まちの創生』の3つの方針を掲げており、それぞれの好循環が期待されています。また、その方針を実現する基本的目標として、以下の4つの政策パッケージが掲げられています。

地方創生本部が掲げる基本的な目標（政策パッケージ）

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. 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

阿武町の基本的な目標

当町は、「住まい」「仕事」「つながり」づくりの3つの基本目標を掲げています。[詳細はP38]。

阿武町が掲げる基本目標（重点施策）

1. 多様な住まいを提供する
2. 多様な働き方を実現する
3. 多様なつながりを育む

KPI⁴（重要業績評価指標）

地方版総合戦略には、盛り込む政策分野ごとに5年後の基本目標を設定することが求められています。その際、基本目標には、行政活動そのものの結果（アウトプット）ではなく、その結果として住民にもたらされた便益（アウトカム）に関する数値目標を設定するよう求められています。仮に、定性的な目標を設定する場合には、創生法第8条第3項の規定に基づき、その目標の達成度合いを検証できるよう、客観的な指標を定める必要があります。そのため本戦略においてもKPI（重要業績評価指標）を定め、外部評価委員会等とともにKPIを定期的に把握し、有意義な事業実施に役立てます。

国の定める政策5原則と阿武町として大切にしたい5つのこと

総合戦略策定においては、以下の原則に即した政策を整備するよう指針が示されています。国の方針を勘案して、国が掲げる政策5原則をわたしたちは次のように解釈し、施策を検討・決定しました[表2]。

⁴ Key Performance Indicator の略

表2 国の政策 5 原則と阿武町の政策 5 原則

主体 原則	国版政策 5 原則	阿武町民が大切にしたい 5 つの原則
1. 自立性（自立を支援する施策）		
	地方・地域・企業・個人の自立に資するものであること。この中で、外部人材の活用や人づくりにつながる施策を優先課題とする。	自然、物資、人など、地域に根ざす全てが阿武町の重要な資源である。阿武町は、町の資源を見つけ、磨き、使いこなす人の力を引き出す施策を実施する。
2. 将来性（夢を持つ前向きな施策）		
	地方が主体となり行う、夢を持つ前向きな取り組みに対する支援に重点をおくこと。	夢を持ち、前向きに生きるためには、想像力と行動力が必要である。阿武町では、この町を人生の舞台に選んだ自らが、自らの力で理想を実現できる施策を実施する。
3. 地域性（地域の実情等を踏まえた施策）		
	国の「縦割り」を排除し、客観的なデータにより各地域の実情と将来性を十分に踏まえた、持続可能な施策を支援するものであること。	目の前の課題が複雑であるほど、課題の把握力、解決に向けた連携力が必要であり、阿武町が得意とするところである。阿武町は、小規模自治体である強みを最大限に発揮できる施策を実施する。
4. 直接性（直接の支援効果のある施策）		
	ひと・しごとの移転・創出を図り、これを支えるまちづくりを直接的に支援するものであること。	町には継承すべきことと新たに創出すべきことがある。阿武町は、時代のニーズをきめ細やかに読み取り、町民一人ひとりに向けた施策を実施する。
5. 結果重視（結果を追求する施策）		
	明確な PDCA メカニズムの下に、短期・中長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、改善等を行う。	施策は立案がゴールではなく、町民の意識や行動の変化を促すことがスタートである。阿武町は、成果の評価をさらなる展開につなげる重要な段階として、そのプロセスも重視しながら施策を実施する。

「阿武町第 6 次総合計画」との関係

阿武町第 6 次総合計画（以下、総合計画）は、本戦略と同じ平成 27（2015）～平成 31（2019）年度を対象期間とする計画です。総合計画は、現在の町民の暮らし満足度を上げるための多世代・多世帯に向けた多分野の施策群をまとめたものであるのに対し、総合戦略は潜在的な町民（出身者、移住希望者を含む）も対象としていることに特徴があります。

総合計画においての施策の中で、総合戦略の政策目標と重複するものについては、改めて本戦略に位置づけ直しました。これにより、複雑な人口減少の要因に対して、網羅的に対応していくことが可能です。

「阿武町版人口ビジョン」との関係

人口ビジョンでは、町制施行年である昭和 30（1955）年からの町の人口動態の分析を行っています。その結果をもとに、ライフステージ別（0～18 歳、19～59 歳、60 歳～の 3 区分）の居住の選択や暮らし方にどのような特徴があるのかを明らかにし、世代の特徴を捉えた施策づくりを行い、総合戦略にとりまとめました。また、総合戦略に位置づけた施策を実施することで、どのような人口の変化が見込めるのか、その展望を 2040 年の人口推計値として、人口ビジョン後半にとりまとめています。

人口ビジョンでは、現在の第 2 の人生世代が第 3 の人生に差し掛かる 30 年後の 2040 年までの人口推計を行っています。その間は、総合戦略の施策実施により人口減少幅を極力緩やかにするだけでなく、人口に対する「活動人口」の割合を増やすことを目標とします〔図 12〕。活動人口とは、行事や地域活動など、様々な場面で活躍する町民のことを示します。日々の自らの行動で町の暮らしをより豊かにする町民が増えることは、人口減少下であっても、自立した地域社会づくりを実現することにつながります。

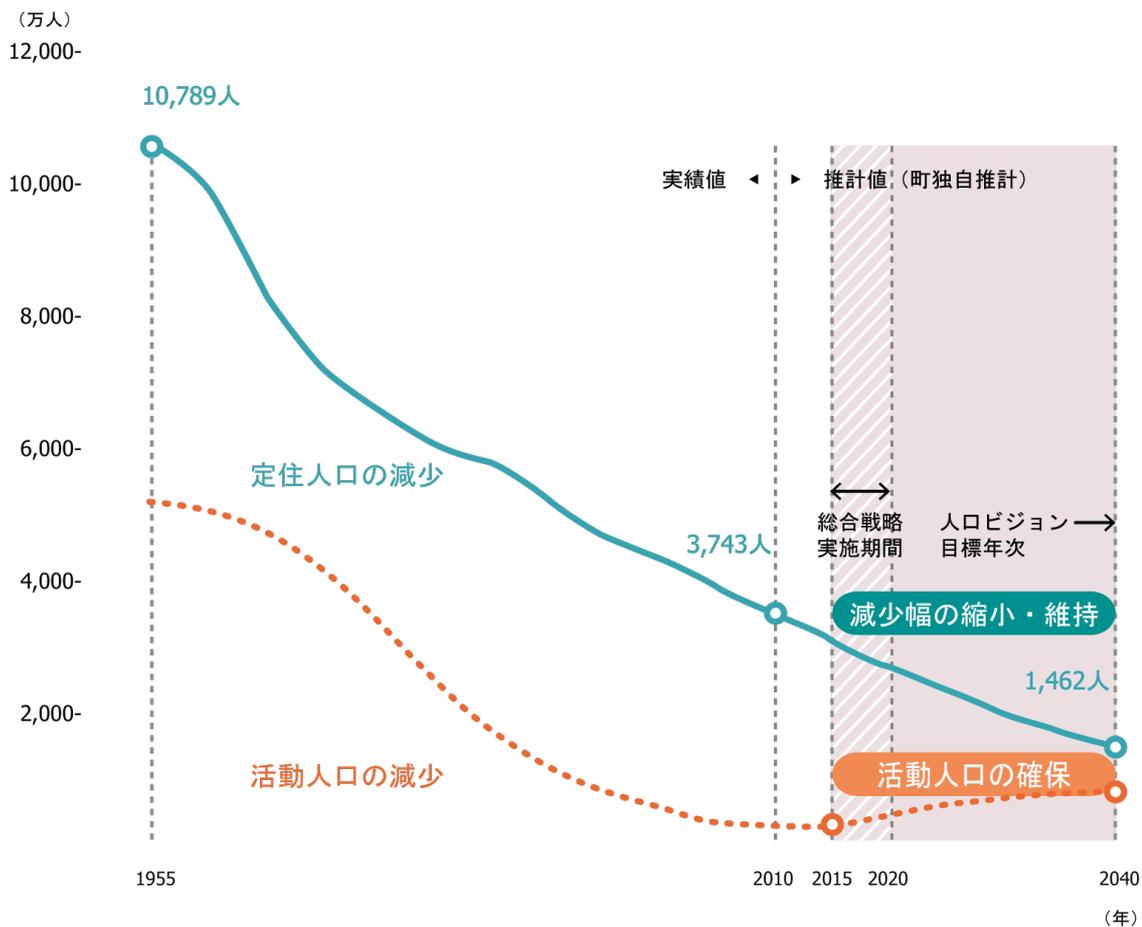


図12 総人口と活動人口

出典：総務省（国勢調査）

2040年の推計人口（1,462人）は町の独自推計値

データで見る阿武町

これまで、町民は阿武町でどのような生活を送ってきたのでしょうか？中でも、なぜ若者の多くは、この町に住み働くことを選ばずに町外へ出て行くことが多かったのでしょうか？

この章では、阿武町の人口構造の特徴をとらえるために、全国の人口推移と照らし合わせます。そして、人生を3つのライフステージに分け、町民がそれぞれのライフステージにおいて、どのような暮らしを送り、居住の選択をしているのか、統計上の数値からその特徴を洗い出します。

少子高齢化と人口減少の関係

ライフステージ別の暮らし

少子高齢化と人口減少の関係

人口減少の背景には少子高齢化の問題が深く関係しています。

少子高齢化が進むと、相対的に自然減（死亡による人口減少）が自然増（出生による人口増加）を上回るようになり、総人口の減少が避けられなくなります。

また、人口の総数の増減もさることながら、15歳未満（子ども）人口、15-64歳（働き手）人口、65歳以上（高齢者）人口のバランスも非常に重要です。

日本と阿武町の年齢3区分人口のバランスを以下に示します。

日本全体の少子高齢化と人口減少

これまでの日本全体の総人口と年代別人口の推移を見てみると、人口減少には5つのステージがあることがわかります [表3・図13]⁵。

平成27（2015）年現在は、子どもと働き手が減り、総人口の減少が始まるものの、高齢者人口は依然として増加し続ける『人口減・高齢者増（IV）』期に入っています。高齢者人口は今後、2040年をピークに減少に転じるとの推計結果から、2040年以降は、子ども・働き手・高齢者・総人口のいずれもが減少する『全減期（V）』に入ると指摘されています。

⁵ 寛裕介「人口減少×デザイン 地域と日本の大問題を、データとデザイン思考で考える。」（英治出版, 2015）

表3 人口減少の5つのステージ

5つのステージ	定義（引用 ⁵⁾ ）
I 「全増期」 -1950年	子どもも働き手も高齢者も、全ての年代の人口が増加している時期
II [子ども減・高齢者増期] 1950-1955年	働き手と高齢者が増え、子どもの数が減り始める時期。高度経済成長期（1945-1973）からバブル期（1986-1991）までの日本経済の好調期でもあり、少子化が既に始まっているものの、問題視されていなかった時代。
III [働き手減・高齢者増期] 1955-2010年※ ※正確には総人口のピークである2008年まで	働き手の人口も減り始め、高齢者比率が急激に高まる時期。総人口は増えており、少子高齢化という言葉が定着した。バブル崩壊後の「失われた十年」と言われる時期であり、働き手であり消費者である15-64歳人口の減少が経済の低迷につながったと言われる。
IV [人口減・高齢者増期] 2010-2040年	子どもと働き手が減り、総人口の減少が始まるものの、高齢者人口は依然として増加し続ける時期。IIIから引き続き、高齢者比率が高まる。
V [全減期] 2040年-	子ども、働き手、高齢者いずれも減り、総人口が急激に減少する時期。

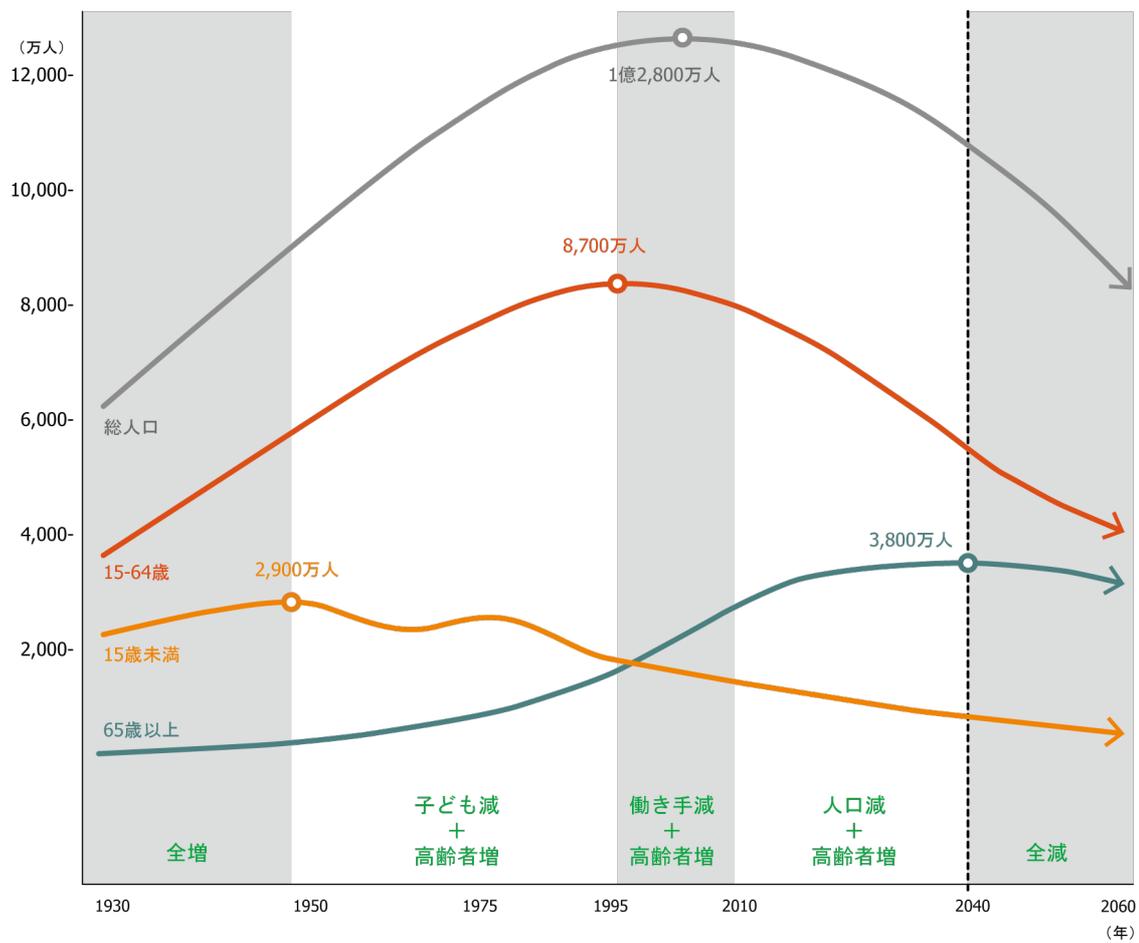


図13 全国の人口減少の5つのステージ
出典：『人口減少×デザイン』

阿武町の少子高齢化と人口減少

当町は、町制施行の昭和 30（1955）年以来、子どもと働き手が減り、総人口も減る「人口減・高齢者増期（IV）」が続いていました。そして、平成 12（2000）年をピークにして、高齢者も減り始めたことから、子ども・働き手・高齢者いずれもが減り総人口が急激に減少する、いわゆる「全減期（V）」に入り、現在に至っています [図 14]。日本全体が 2040 年にこのステージに入ることが予想されていることを踏まえると、全国に比べて約 40 年早く総人口の減少を迎えていることになります。

この事実をどのように捉え、対策をしていくのかが重要なポイントになると考えています。わたしたちは、課題先進自治体として国や県、他の自治体と連携しながら人口減少社会への対応を積み重ね、そのノウハウを全国に向けて発信していきます。

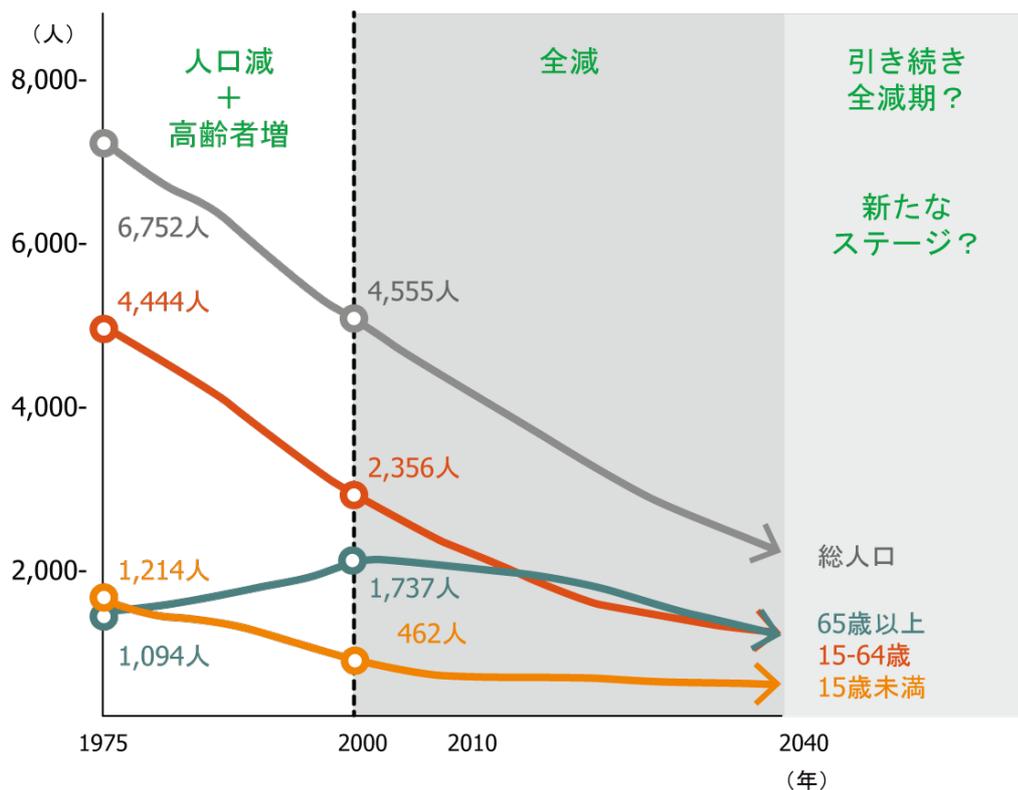


図14 阿武町の人口減少の5つのステージ
 出典：総務省（国勢調査，1975～2010年）、国立社会保障・人口問題研究所（2010～2040年）
 『人口減少×デザイン』を元に、町独自に作成

ライフステージ別の暮らし

阿武町民は、この町を舞台にどのような暮らしの選択をしているのでしょうか？
3つのライフステージ別に統計の数字を整理してみると、その特徴が明らかになります [表4]。

表4 ライフステージ別の阿武町での暮らし方

区分 傾向	第1の人生 (出生～18歳)	第2の人生 (19～59歳)	第3の人生 (60歳～)
増える	【自然増】 (※1) 毎年約20人が出生	【社会増】 (※2) 1ターン受け入れ数 過去6年間約80人 (県外転入>県内転入)	【社会増】 (※2) 1ターン者受入数 過去6年間約40人 (全員県外)
減る	【社会減】 1学年のうち約8割が町 外の高校へ進学 (進学率はほぼ100%)	【社会減】 (※3) 15～19歳の女性の 約70%が5年以内に町 外へ転出傾向(県内、中 でも山陽側が多い)	【自然減】 (※4) 毎年約80人が死亡
その他	【生徒数】 (※5) 小・中学生は、全体で 181人 (2015年時点) (阿武小中学校の1クラ ス平均19人前後)	【未婚率】 (※6) 30代男性…47%〈37%〉 30代女性…29%〈26%〉 【合計特殊出生率】 (※7) 1.6%〈1.56%〉《1.41%》 【共働き率】 (※6) 50%〈56.34%〉 【業種別就業者数】 (※6) 1位製造業、 2位医療・福祉、 3位卸売業・小売業	【平均寿命】 (※8) 男78.8歳、女85.8歳 【健康寿命】 (※9) 男77.6歳、女83.0歳 【第一次産業従事者数】 (※7) 496人(従事者の45.7% は70歳以上)

〈〉内は県平均 《》内は全国平均

出典一覧

- (※1) 阿武町 (住民基本台帳年報, 2005～2014年)、(※2) 阿武町 (空き家バンク利用者一覧, 2007～2013年)
 (※3) 総務省 (住民基本台帳人口移動報告, 2012～2014年)、(※4) 阿武町 (住民基本台帳年報, 2005～2014年)
 (※5) 山口県 (平成26年度学校基本調査, 2014年度)、(※6) 総務省 (国勢調査, 2010年)
 (※7) 厚生労働省 (人口動態保健所・市区町村別統計, 2008～2012年)
 (※8) 厚生労働省 (人口動態統計, 2010年) (※9) 山口県健康増進課 (2010年)

阿武町民の第1の人生（出生～18歳）

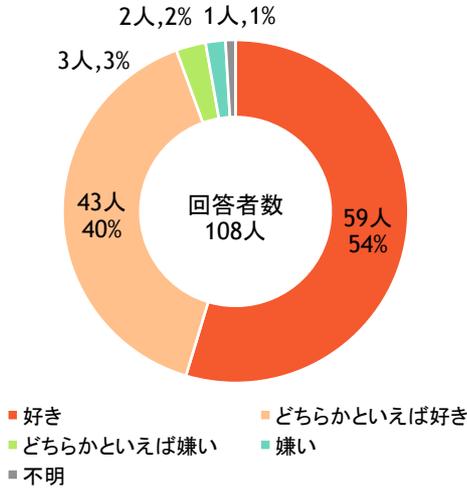


図15 阿武町への愛着について

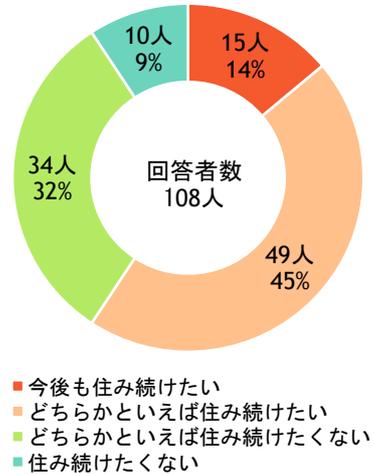


図16 阿武町への定住意志

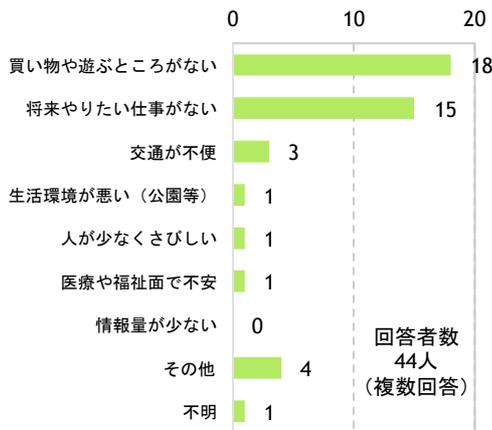


図17 阿武町に「住みたくない」理由

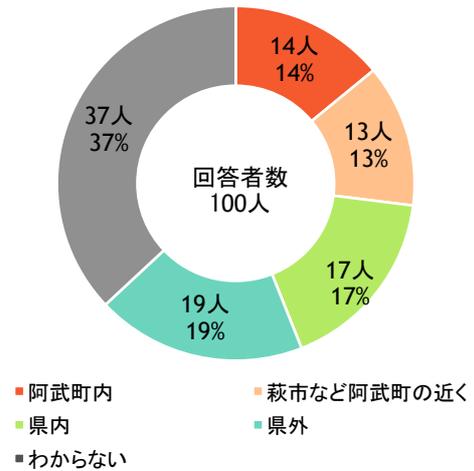


図18 将来の就職先

出典：いずれも阿武町（阿武町在住中高生アンケート，2014年）

【特徴】

- ・ 町への愛着はあり、将来も住み続けたいという思いもある。
- ・ しかし、将来の具体的な選択肢が見えておらず、「阿武町内で就職」と答える割合が非常に少ない。

阿武町民の第2の人生（19歳～59歳）

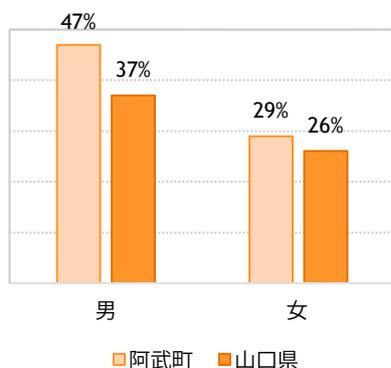


図19 30代の未婚率（阿武町・山口県の比較）
出典：総務省（国勢調査，2010年）



図20 出生数と合計特殊出生率
出典：厚生労働省（人口動態保健所市町村別統計）

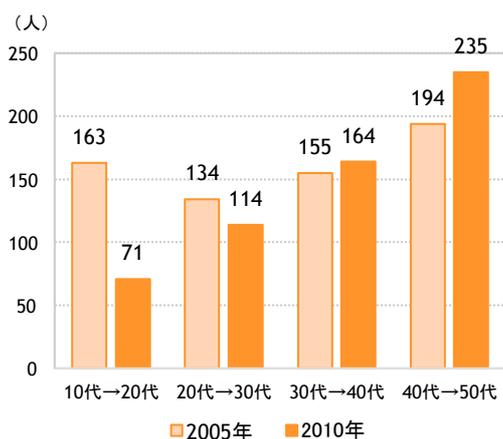


図21 女性の増減表（10歳刻み）
出典：総務省（国勢調査，2010年）

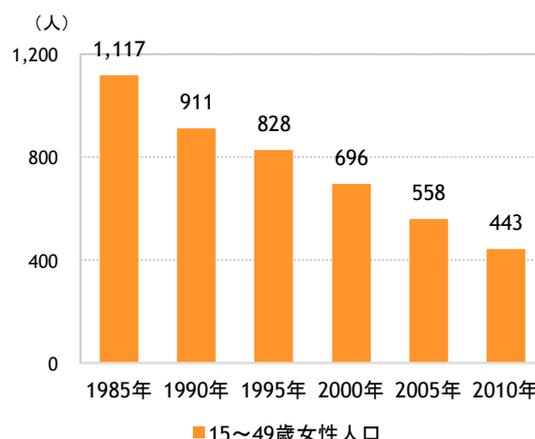


図22 出産適齢女性人口の推移（15～49歳）
出典：総務省（国勢調査，2010年）

【特徴】

- ・ 男性の未婚率が高い。
- ・ 合計特殊出生率は回復傾向にあるが、出産適齢女性人口の中でも、特に30代までの女性の転出が多く、出生数の絶対数が増えにくい傾向にある。

阿武町民の第3の人生 (60歳～)

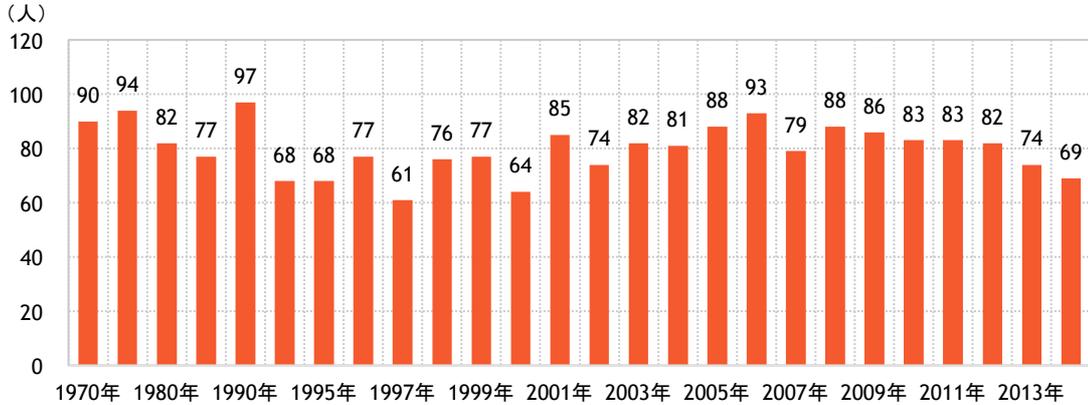


図23 全人口の死亡数の推移

出典：山口県（人口移動統計調査，1970～1990年）、阿武町（住民基本台帳年報，1994～2014年）
 ※全人口の死亡数であり、60歳以上に限ったものではない

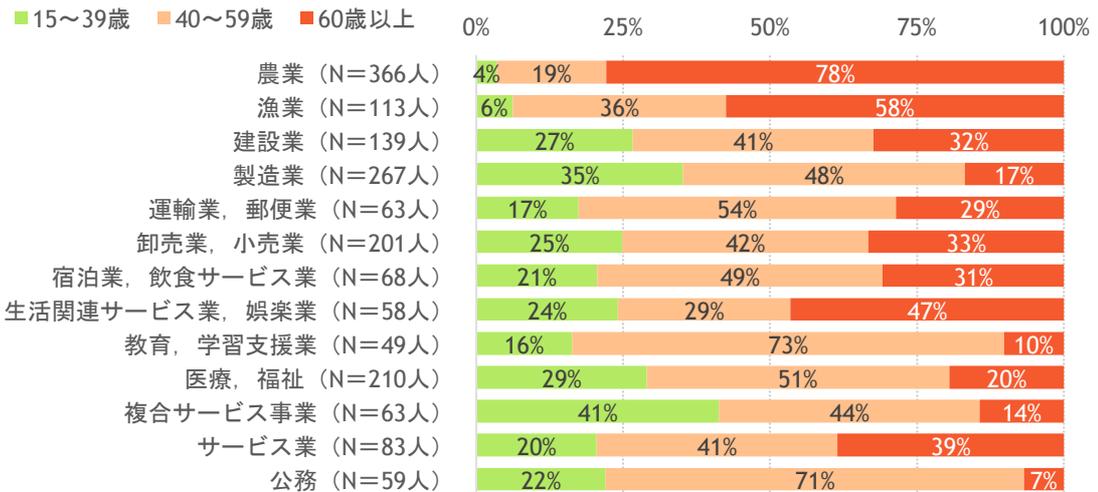


図24 産業別就業者数

出典：総務省（国勢調査，2010年）

【特徴】

- ・ 年間約 80 人が死亡
- ・ 第一次産業（特に農業）の従事者が多く、世代交代が進んでいない
- ・ 飲酒率：県内 19 自治体中 1 位、運動習慣がない住民の数：県内 19 自治体中 3 位、働いている・ボランティア・地域活動などを行っている割合：県下 19 自治体中 14 位

阿武町のこれまで・いま・これから

「データで見る阿武町」では、統計上の数字から分かる阿武町民のライフスタイルと、その集合体である町の特徴を見てきました。

次いで、阿武町を「これまで」「いま」「これから」の3つの切り口から考察し、どのような町の課題が人口減少に結びついているのか？そして今後どのような町の姿を描けば良いのか？について考えました。

阿武町の「これまで」 暮らしの多様性の低さが導く人口流出（地域の課題）

阿武町の「いま」 “素敵な例外”が誕生（地域の強み）

阿武町の「これから」 “選ばれる町”になるために（未来ビジョン）

阿武町の「これまで」 暮らしの多様性の低さが引き起こす人口流出 (地域の課題)

阿武町の皆さんへの聞き取り調査等をもとに、阿武町の課題を因果関係図〔図 25〕に整理しました。その関係図をひも解きながら、なぜ人口減少に結びついているのか、何から着手すべきなのかを考えました。

聞き取り調査等の意見を整理した結果、大きく分けて「住まい」「働き方」「つながり」の3つの課題が人口減少を引き起こしていることが分かりました。

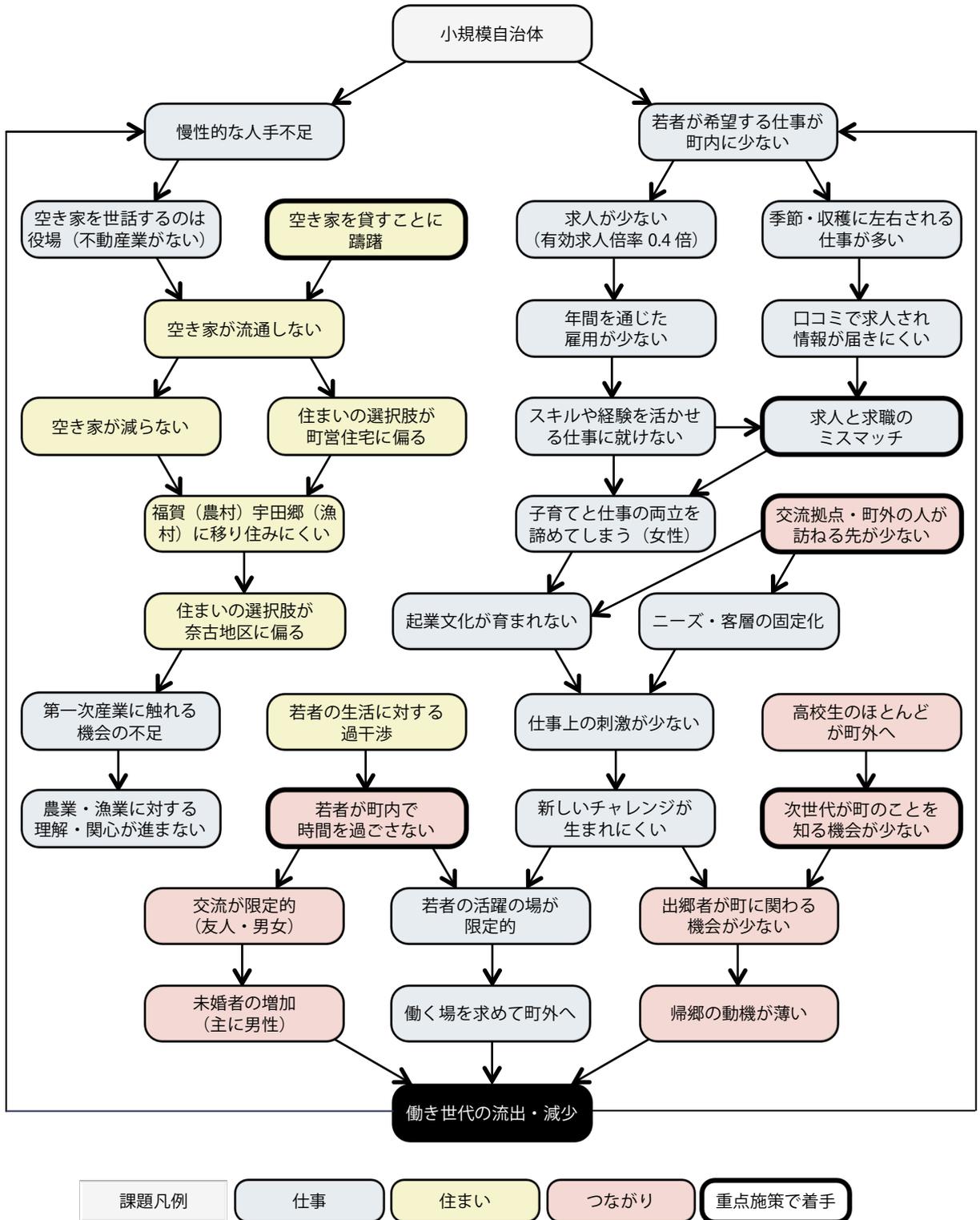


図25 阿武町の課題のループ図

「住まい」に関する課題

阿武町における住まいの窓口は、「空き家バンク」を管理する阿武町役場であり、6名の「定住アドバイザー」が移住者の相談役として活動しています。しかし、空き家の流通量が増えないことから、住まいの選択肢は奈古地区にある町営住宅に大きく偏っているのが現状です。その結果、農村の福賀地区・漁村の宇田郷地区への若い世代の流入が進まず、一方の奈古地区では住環境を窮屈に思い、若い人たちは住宅の中にこもりがちになるか、町外で時間を過ごしてしまいます。特に、「単身者向けの住まい」の確保の支援や、将来的に家族が増えるなど「入居者の家族形態の変化」を前提とした住まいの提供や住み替えの支援が手薄であり、対応が急がれます。

そこで、以下の3点を重点施策の基本的考えとしました。

重点施策として着手

- ・ 空き家を提供する心理的・物理的ハードルの解消
- ・ 空き家の流通の促進（住みたい場所に住める支援）
- ・ 多様な住まいづくり（空き家改修、新築、町営住宅、シェアハウス等）

「働き方」に関する課題

阿武町にある企業等の求人は月平均3~4件、有効求人倍率が0.4倍と、決して仕事の選択肢が多いとは言えません。さらに、年間を通じた雇用や、専門的なスキルや経験を活かせる求人が多くありません。つまり、都市部で積んだ経験を活かせるような職場が町内になく、町外に職場を求めるか、スキルや経験の発揮を諦めてしまう若い人が多くいます。

また町外や異業種の人との「交流の機会」が少なく、仕事先や顧客が概ね固定されているがゆえに、新しいニーズやチャレンジ（起業文化）が育まれにくいと考えられます。

一方で、基幹産業である第一次産業に関する季節限定の仕事は多く、求職の声も一定程度あるのですが、第一次産業の求人は慣習的に口コミで行われているため、「求人と求職の

慢性的なミスマッチ」が起きています。こうしたことから、若い層が活躍の場を町外へ求めてしまい、町としても貴重な労働力の流出が止まらない状況が生じています。

そこで、以下の3点を重点施策の基本的考えとしました。

重点施策として着手

- ・ 第一次産業をはじめとする町内の求人と求職のミスマッチの解消
- ・ 町内の仕事の見える化・紹介の仕組みづくり
- ・ 町外や異業種の人との交流の機会・場づくり

「つながり」に関する課題

阿武町には交流拠点が多く、町内外の交流が生まれにくいということや、若い人が町内で時間を過ごさないという課題については住まいの課題に関連づけて触れました。さらに、中学卒業時に1学年のうち8割が町外の高校へ進学し、高校卒業時に1学年のうち約7割が町外へ進学・就職する傾向にあり、中学卒業と同時に町内で過ごす時間が圧倒的に少なくなります。つまり、町に対する理解を深める機会がないまま、町外への進学・就職を選択する生徒が多いと言えます。さらに、出郷者が町に関わる取り組みもないことから、帰郷する動機が働きにくく、若い世代が一方通行的に町外へ流出する事態を生んでいます。

そこで、以下の3点を重点施策の基本的考えとしました。

重点施策として着手

- ・ 町のことを知る機会づくり
 - ・ 出郷者との関係づくり、帰郷の後押し
 - ・ 交流人口の拡大
-

阿武町の「いま」

“素敵なお例外”が誕生（地域の強み）

前の章で、町の若者は第1の人生から第2の人生にさしかかる頃に、多くが町外に転出することを見てきました。特に女性は、就職・結婚・妊娠・出産という人生の大きな節目を迎える年齢になると、町外へ生活の基盤を移す傾向にあります。しかし最近、この町を生活の基盤・人生の舞台として選択する女性が増えています。数としてはまだ多くありませんが、町に新たな風を吹き込む彼女らの存在を、わたしたちは“素敵なお例外”と呼び、時代の潮流を掴むヒントにしたいと考えています。

家族・パートナーを連れて町に越して来る女性

最近、出身女性らが夫や子ども、単身者の場合は彼氏を連れて阿武町に帰ってきている現象が起きています。いずれも結婚や子育てをきっかけに、町での暮らしに魅力を感じて、都市部出身のパートナーを説得してこちらに住まいを移しています。このようなケースは、地方回帰の現れであると考えられます。町としても、このような形で帰郷・転入される方々を大切に迎え入れていくために、男性・女性それぞれにとって必要なサポート体制を築いていきます。

町にない仕事や役割を作ろうとする女性とそれを応援する男性

転入者の中には、仕事や子育てをしながら、いずれはこの町で、都市部で培ったカフェ経営や語学などのスキルを活かしてみたいと考える女性があります。そして彼女たちのパートナーはその夢の実現に非常に協力的です。若い世代が自らの夢のチャレンジの舞台としてこの町を選べるように、家族や町全体として応援できる体制・仕組みづくりを行うことで、帰郷・転入者のさらなる受け入れや町民の誇りづくりに繋げていきます。

町に変化をもたらす新たな価値観

現在の 20～30 代の価値観は変わりつつあります。移住者を中心に、「空き家を自分たちの手でコツコツ改修したい」「農ある暮らしがしたい」「職住近接の暮らしがしたい」「顔の見える関係の中で子育てをしたい」などの希望を持っています。これらは、町で生活してきた第 3 の世代がライフスタイルそのものですが、いま改めてその価値が見出されています。特に、都市部で生活している人にとっては、その一つひとつの実現には高いハードルがあり、都市にない暮らしを求めて帰郷・移住を決断する人が増えています。その新しい希望をゆるやかに受け入れ、実現をサポートしていくことで、居住歴の長さに関わらず町を誇りに思い、愛着を抱く町民が増えていくことにつながると考えます。

阿武町の「これから」

“選ばれる町”になるために（未来ビジョン）

わたしたち第2の人生世代が60歳になるとき。阿武町はどんな町であるといいのでしょうか？

わたしたちは、このまちを人生の舞台として「選ばれる町」にしていきたいと考えています。

これまでの人口減少は、町民がそれぞれのライフステージにおいて阿武町に住むことを「選ばなかった」あるいは「選べなかった」結果です。反対に、移住者が増えているのは阿武町が「選ばれた」結果です。

この、町に対する選択の理由一つひとつから、この町に暮らす上でのハードルと誇りにすべき点を知ることができます。

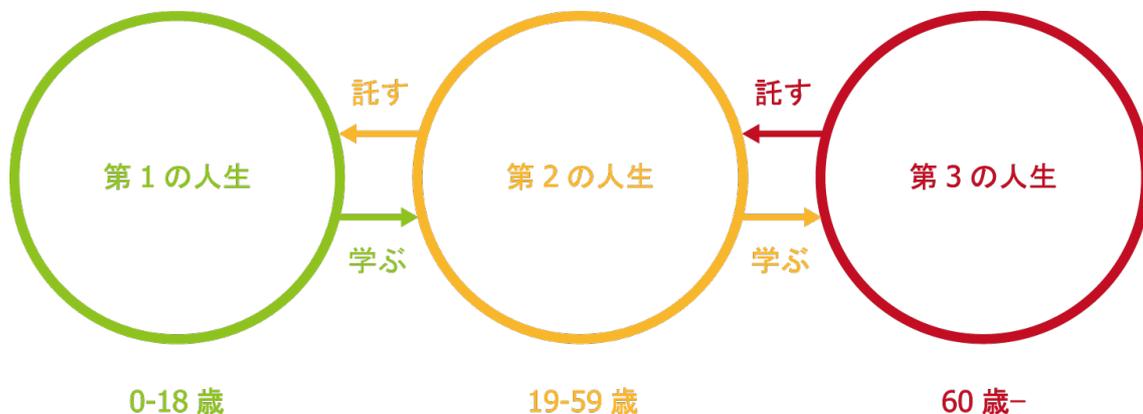


図26 （再掲）各世代にできる町の継ぎ方を実践する

「選ばれる町」にするためには何からはじめるべきでしょうか。

各世代が町の何をどのように継いでいくべきか、次の章に示します。

「選ばれる町」をつくる（施策）

町民や帰郷・移住希望者に「選ばれる町」にするために、阿武町では全 57 の事業を実施していきます [P72]。この 57 の事業では、次の点を大切に考えています。

【阿武町の資源を磨き、活かすこと】

空き家の活用、全国道の駅発祥の地である“道の駅阿武町”を核とした交流・集客の促進等

【制度面から希望の実現を後押しすること】

定住奨励金、リフォーム補助金、第一次産業の研修費補助、子ども医療費の無料化、多子世帯の保育料軽減、起業支援等

【楽しく取り組むことができ、共感を呼ぶこと】

次世代のライフスタイルに応じた新しい働き方の提案、ものづくりを通じたふるさと教育、町の皆さんの特技を活かしたつながりづくり等

さらに、町として重点的・優先的に着手すべき施策として、阿武町の人口減少の要因として特定された「住まい」「仕事」「つながり」を『3つの基本目標』に据え、そのもとに 8 つの事業（プロジェクト）を掲げています [P38]。

表5 重点プロジェクト一覧

基本目標	方向性と重点プロジェクト	数値目標 いずれも 平成31年度末目標
多様な 住まいを 提供する	住まいの今後について話し合うきっかけをつくる 空き家ノートプロジェクト	住まいの提供数 を50件以上 増やす
	地域で空き家を住み継ぐサポートをする 空き家管理プロジェクト	
	空き家の価値と地域の魅力を伝える 思い出不動産プロジェクト	
多様な 働き方を 実現する	町を支える第一次産業への新たな関わり方を提案する <small>よんぶんのいちわーくす</small> 1/4worksプロジェクト	40人が 新たに 就業する
	仕事と住まいがセットになった暮らしを提案する 阿武の玄関づくりプロジェクト	
多様な つながりを 育む	交流の拠点を自分たちでつくる <small>つくる</small> TsuQuRoプロジェクト	活動人口が 延べ350人 生まれる
	ものづくりを通して高校生と町との接点をつくる <small>あぶくる</small> ABuQuRoプロジェクト	
	家事がつなぐ都市と地方の新たな親子関係 阿武町式花嫁・花婿修行プロジェクト	

※プロジェクト名称は、2015年10月時点の仮称

基本目標①多様な住まいを提供する

町には不動産が存在しません。この町の住まいの課題解決に取り組むには、不動産の存在を前提としない草の根的な取り組みが求められます。その際に大きな鍵となるのが、空き家の利活用です。

阿武町では空き家の利用に関する需要と供給のバランスが取れていないことが問題になっています。つまり、空き家物件を借りたい、コツコツ改修しながら生活したいと考える主に第2の人生世代に対し、所有者にあたる主に第3の人生世代は、持ち家を見ず知らずの人には貸しにくい、片付ける手間が取れない、まだ使う可能性があるなど、様々な理由で貸し出す、手放すことに戸惑いがあります。

しかし両者ともに、そこに長年存在していた家を大切に残していきたいと考える気持ちは共通しています。町としては、両者を隔てる心理的・物理的なハードルを一つひとつ取り除いていくことで、住まいの選択肢を増やすという緊急の需要に応えながら、長期的には「家を住み継ぐ」という新しい文化を作っていきたいと考えています。

住まいの今後について話し合うきっかけをつくる

空き家ノートプロジェクト [P41]

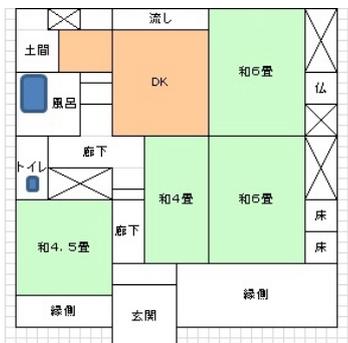
地域で空き家を住み継ぐサポートをする

空き家管理プロジェクト [P44]

空き家の価値と地域の魅力を伝える

思い出不動産プロジェクト [P47]

「多様な住まいを提供する」ことで期待される効果



空き家バンク登録者数の増加



単身者の
住まいの選択肢の増加



家族世帯の町内の住み替え
ニーズへの対応の促進



移住者が少なかった地域への
移住者の増加



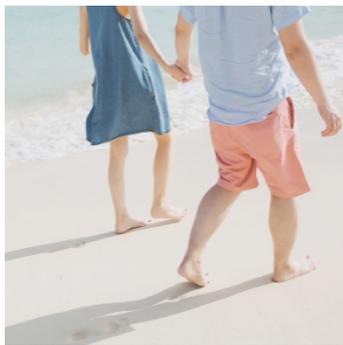
空き家所有者の負担軽減



放置空き家の減少
防災・防犯面の安全向上



Uターン者に対する
帰郷の動機付けと実現



移住希望者の
スムーズな移住の実現



空き家の賃借・売買の
円滑化

住まいの今後について話し合うきっかけをつくる

空き家ノートプロジェクト

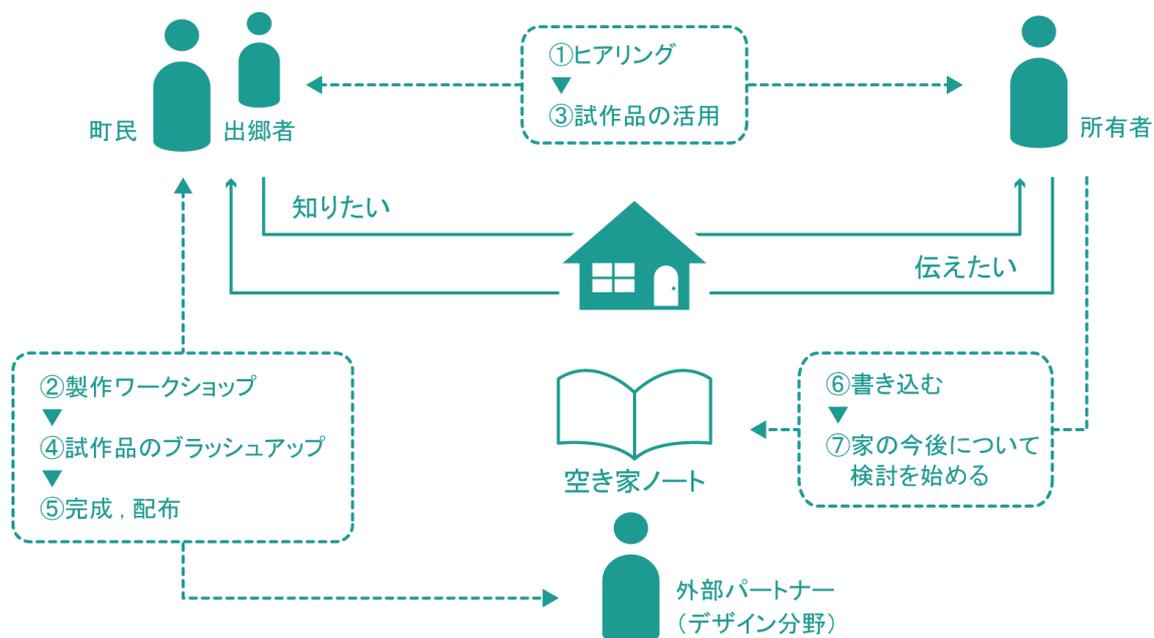


全国 600 名の 30～40 代を対象としたアンケート調査⁶において、「実家がなくなるのは寂しい」「実家に思い出がある」との回答が全体の約 7 割にのぼったのに対し、「実家を誰かが継ぐ予定がある」と答えたのは約 3 割に留まり、さらに「親から実家を継いでほしいと相談されたことがない」のは約 7 割にのぼることが報告されました。この結果から、住まいの将来（継ぎ方・手放し方）については会話の糸口を掴みにくいことが伺えます。

阿武町の場合も同様です。核家族化が進み、子世代が遠方で暮らす等の理由から、持ち家に対する議論は日常的に進めにくく、その結果、いざという時に対応が後手に回ってしまうケースが少なくありません。

いま必要なのは、家の継ぎ方・手放し方に関する諸制度の適切な情報提供と、住まいに対する想いを語り合い、記すことができる機会づくりです。わたしたちは、これらの機会を積極的に作ることで、大切にされてきた家を放置することなく、未来に継いでいくことを目指します。

⁶ アットホーム株式会社「-30代・40代男女に聞く“もし実家が空き家になったら”調査-」（2015年）



背景

- ・ 住まいの将来（貸す、売る、処分する等）について考えるきっかけは、日常的に持ちにくい。核家族化、親世代と子世代の住まいの遠距離化を背景に、さらにその傾向が強くなっている。
- ・ 住まいについて「いつか」必要になる話を先延ばしにすることで、「いざ」という時に、手放すための対応が遅れたり、片付けや処分などで所有者に負担がかかる場合がある。
- ・ 空き家を手放す上で様々な制度メニューがあるが、一元的に分かりやすく情報提供できるメディア（媒体）がない。同様に、家の記録・記憶を残せるメディアもなく、心理的抵抗を取り除くことができない。

概要

- ・ 町民が子世代に対し、持ち家の将来についてどのような話し合いを行っているのか、また、どの程度空き家に関する制度メニューを知っているのかを把握するためのヒアリングやワークショップを行う。
- ・ その結果を元に、住まいの将来について検討を進めることを補助するメディア（空き家版のエンディングノートのような媒体を想定）を作成する。

対象

- ・ 全町民（年齢・所有する空き家の有無に関わらない）
- ・ 町内に存在する空き家の所有者（町外在住者）

プロジェクトメンバー（案）

- ・ 空き家問題・空き家活用に興味のある町在住もしくは近隣自治体の若者
- ・ 外部協力者（ワークショップデザイン、プロジェクトデザイン）
- ・ 阿武町役場関係課（空き家バンクとの連携）

プロセス

STEP1：基礎情報収集

- ・ 日本と阿武町の空き家事情に関する基礎データ、空き家問題解決事例
- ・ 日本全体・山口県・阿武町の関連政策等の基本的な情報収集

STEP2：ヒアリング

- ・ 50代以上10名を対象者に設定。家を手放す・貸し出す意思の有無、エリア、性別、住宅形態などが異なる幅広い属性を想定

STEP3：ヒアリング結果の共有（ワークショップ1）

- ・ ヒアリング結果をプロジェクトメンバーに報告し、そこからの気づきを共有、空き家ノート（仮称）のコンテンツ案を発想

STEP4：試作版の制作（プロトタイピング）

- ・ ヒアリングおよびワークショップ結果をもとに、空き家ノートの試作版を制作

STEP5：試作版の検証（トライアル）

- ・ プロジェクトメンバーがそのノートを、自分たちの両親・祖父母もしくはヒアリング対象者とともに使用してみることで、改善点等を洗い出す

STEP6：改善点の共有と議論（ワークショップ2）

STEP7：精緻化と完成（ファイナルデザイン）

STEP8：印刷、配布、精緻化と完成（エグゼキューション）

KPI（重要業績評価指標）

- ・ 延べ参加者数 50 名
 - ・ ワorkshop開催回数 5 回
-

地域で空き家を住み継ぐサポートをする

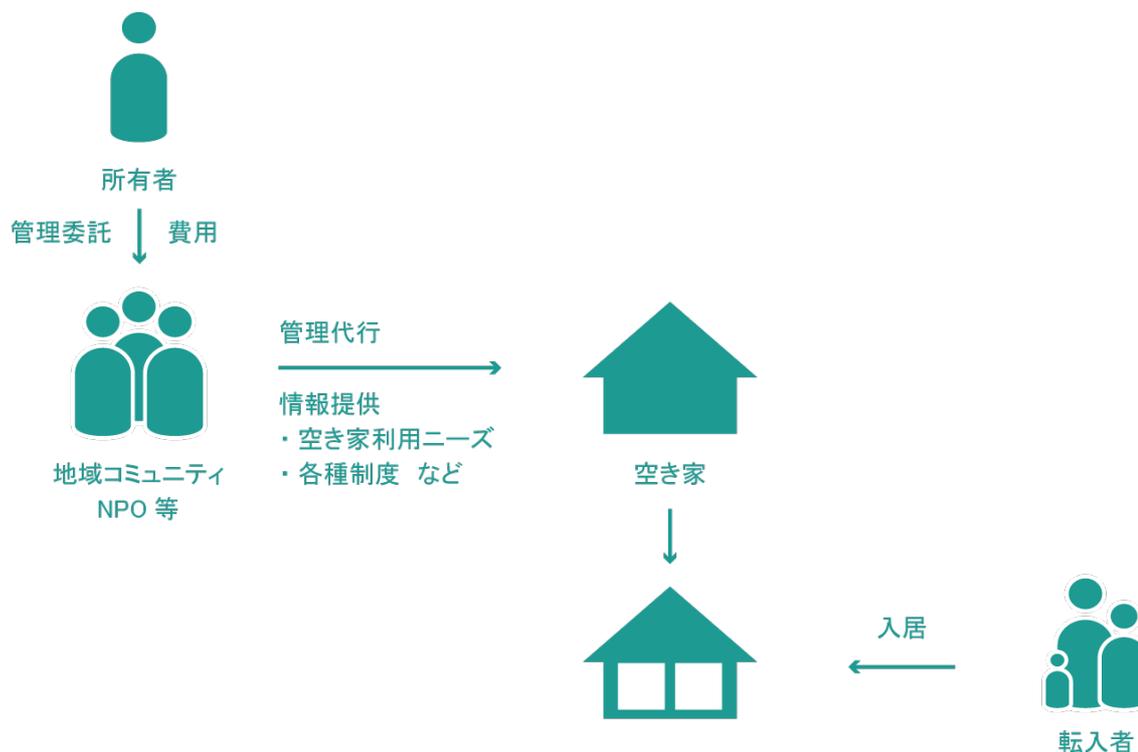
空き家管理プロジェクト



家の住人が居なくなってしまったら… 生活の営みがなく、空気の通らない住居は急速に劣化が進み、家を引き継いだ所有者にとって負担となります。

現在、町には空き家の管理サービスが存在しないため、所有者からは管理代行を求める声があがっています。それは、家を少しでも良い状態で維持したい、可能ならば誰かに家を託したいとの思いからあがっているニーズです。一方の地域に目を向けると、地域の将来のためにも、日常の生活の延長線上でできる簡易的な空き家管理ならば実施しても良いとの声が地域からあがっています。

そこで、簡易的な空き家管理サービスをコミュニティビジネスとする仕組みを構築することで、地域・所有者・将来の入居者の三者にとっての好循環づくりを目指します。地域コミュニティまたはNPO等が空き家管理の受け皿になることで、管理業務に終始するだけでなく、町内の空き家利用ニーズを具体的に伝えることができます。地域の空き家に目を配る町民が増えることで、防犯・防災面に効果があるだけでなく、地域への転入者を迎え入れる機運がつけられることが期待できます。



背景

- ・ 空き家を管理することが負担で、第三者に管理してほしい、早く手放したいと考える空き家所有者が町内外に多く存在する。
- ・ 町内に空き家管理サービスがないことから、管理の行き届かない空き家が増加傾向にあり、新たな入居者が見つかりにくい一因にもなっている。
- ・ 空き家管理サービスがあることで、空き家バンクに登録する所有者が増えると考えられ、空き家の流通量の増加が期待される。

概要

- ・ 空き家所有者等へのヒアリングを通じて、管理の実態や希望する空き家管理サービスを調査する。
 - ・ 空き家の風通し、草取り、外壁・雨漏り確認、水回り等設備確認などの管理を代行するコミュニティビジネスを構築する。
 - ・ 町内で先行的に取り組むモデル主体（地域あるいは NPO 等）を選定し、将来的には町内全域へのサービスの展開を目指す。
-

対象

- ・ 町内に存在する空き家の所有者

プロジェクトメンバー（案）

- ・ 地域コミュニティまたはNPO等
- ・ 外部協力者（ヒアリング、コミュニティビジネス構築）
- ・ 阿武町役場関係課（空き家バンクとの連携）

プロセス

STEP1：基礎情報収集

- ・ 全国の空き家管理サービスの事業調査

STEP2：ヒアリング

- ・ 町内の空き家の所有者に管理実態を聞き取り調査

STEP3：実施主体選定

- ・ 先行的・試験的に空き家管理サービスを実施する主体を地域から発掘

STEP4：サービス内容の検討・決定

- ・ STEP3で選定された主体とともに空き家管理サービスの形を協議

STEP5：サービス内容の試験的实施

- ・ STEP4の内容を試験的に実施

STEP6：サービスの実施結果の共有、展開方法の検討

- ・ サービス被験者らに対するサービス内容の改善点等の調査
- ・ サービス内容の再検討と他の地域への展開方法の検討

STEP7：他地域への展開

- ・ 町内3地区（奈古、福賀、宇田郷地区）へサービスを開始する
- ・ 新設予定の阿武の玄関づくりプロジェクト [P56] との連携

KPI（重要業績評価指標）

- ・ サービス利用物件数 10 件
- ・ 従事者数 30 名

空き家の価値と地域の魅力を伝える

思い出不動産プロジェクト

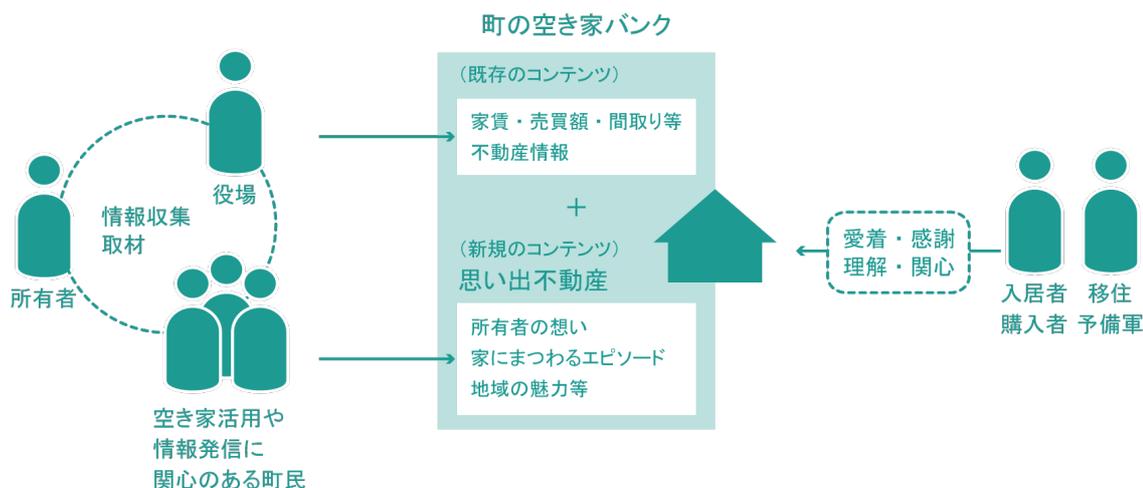


町には、空き家バンク制度があります。先に示した通り、この制度を活用して転入された方も多く、阿武町の住まいの窓口として機能しています。

一方で、これまで8年間の制度運用の中で、空き家バンク制度が補完できていない点がいくつか浮かび上がってきました。それは、転入者に対し、空き家の特性や地域の特性を事前に理解いただくための十分な情報提供ができていないことです。

そこで、家の間取りや家賃等、一般的な不動産情報が掲載されている町が運営する「空き家バンク」を、町民参加型のウェブサイトリニューアルします。そして、家を舞台とした様々な思い出エピソードや空き家の所有者の想いといった、町民目線で空き家の価値や地域の魅力を引き出す情報を付加していきます。

既存の空き家バンクと異なる角度からも情報発信を行うことで、家にまつわるストーリーごと家を大切に住み継ぎたいと考える層に情報を届けるとともに、所有者にも安心して家を受け渡していただけるようなマッチングを図ります。



背景

- ・ 空き家利用ニーズに対し即入居可能な物件数が少ない。空き家バンク登録数を増やすことで、空き家の需要と供給のバランスを取ることが急がれる。
- ・ 入居者と地域のミスマッチを防ぎ、定着に結びつけるためにも、空き家の入居希望者（特に町外からの転入者）に対し、空き家とその空き家の周辺地域の特性について十分な情報提供が求められる。

概要

- ・ 町が運営する空き家バンクを町民参加型のウェブサイトリニューアルする。現行の空き家バンクに掲載されている一般的な不動産情報に加え、新たに空き家所有者の想いや家にまつわる思い出、エピソード、地域の情報（受け入れ体制等）を掲載する。
- ・ 新たに加える情報については、空き家活用や取材等に関心のある町民とともにインタビュー取材を行い「町民参加型」でウェブサイト運営をする。「思い出不動産」という名称のコーナーを設け、情報発信をする。
- ・ 数字には表れない空き家の価値について、町民目線の情報を加えることにより、閲覧者にとって共感性と独自性の高いウェブサイトを目指す。
- ・ ウェブサイトを通じて、町民が家を気持ちよく譲り渡し、入居者は家のストーリーごと家を譲り受ける関係づくりを行うことで、入居者の定着率を高める。

対象

- ・ 空き家バンクへの登録を検討している町民

プロジェクトメンバー（案）

- ・ 町内在住の空き家暮らしに関心のある町民
- ・ 外部協力者（ウェブデザイン、情報発信、DIY、写真等）
- ・ 阿武町役場関係課（既存空き家バンクとの連携）

プロセス

STEP1：情報発信・空き家基礎講座を開催

- ・ プロジェクト参加者を対象に、インタビュー、写真、空き家対策などを学ぶ講座を実施する

STEP2：ウェブサイトのリニューアル計画を立てる

- ・ 既存の空き家バンクとの連携方法・体制を検討する

STEP3：チームビルディング、取材

- ・ プロジェクトメンバーをチーム化し、町内の空き家バンクへの登録を検討している町民を訪ねてインタビューをする。インタビューを通じて、持ち主の家に対する想いや間取りの特徴、思い出、周辺地域の様子について聞き取る。

STEP4：サイト掲載

- ・ 取材結果をまとめ、役場担当課が収集した不動産情報と併せてウェブサイトに掲載する。

KPI（重要業績評価指標）

- ・ 空き家バンク登録件数5年間で30件増

基本目標②多様な働き方を実現する

「田舎には仕事がない」と一般的によく言われますが、町内には基幹産業を中心として、求人票には掲載されないけれども、季節や収穫量に応じて人手を必要としている小さい仕事が多く存在します。ただし、これらの小さい仕事は慣習的に口コミで求人されることが多いことから、求人と求職の慢性的なミスマッチが生じています。また、帰郷・移住者希望者に対しては、住まいと仕事が一緒になった情報提供ができる仕組みがないため、転入前に阿武町での暮らし・生計の目処を立てにくい状況が生じています。

町民に対する聞き取り調査では、転入直後の移住者層、子育て層、新しい職種へのチャレンジを望む層などを中心に、期間限定の仕事やその情報提供に関するニーズがあることも明らかになっています。

そこで、求人と求職のミスマッチの解消、住まいと仕事に関する具体的な情報提供のために、わたしたちは関係者らとともに小さな仕事を紹介できる仕組みづくりを、まずは町の基幹産業である「第一次産業」を中心に行います。併せて、住まいと仕事を合わせて紹介できる仕組みづくりも進めます。

これらのサービスにより、帰郷・移住希望者はもちろんのこと、転職希望の町民や高校・大学卒業予定者に対し、阿武町で働く選択肢を多様に提供します。

町を支える第一次産業への新たな関わり方を提案する

よんぶんのいちわーくす
1/4worksプロジェクト [P52]

住まいと仕事がセットになった暮らしを提案する

阿武の玄関づくりプロジェクト [P56]

「多様な働き方を実現する」ことで期待される効果



第一次産業への若い従事者の増加・世代交代の促進



法人や個人ごとに行っていた事務作業の負担軽減



従来にはない、新たな働き方をする町民の増加



地域で働くことを選択する若者世代の増加



移住直後からのスムーズな阿武町生活のスタート



異業種・異年齢交流による刺激の創出



短期労働・転職希望者への選択肢の提供



試住・試業の間口が広がることによる移住希望者の増加



移住者・就職希望者・町民等多様な層の交流促進

町を支える第一次産業への新たな関わり方を提案する

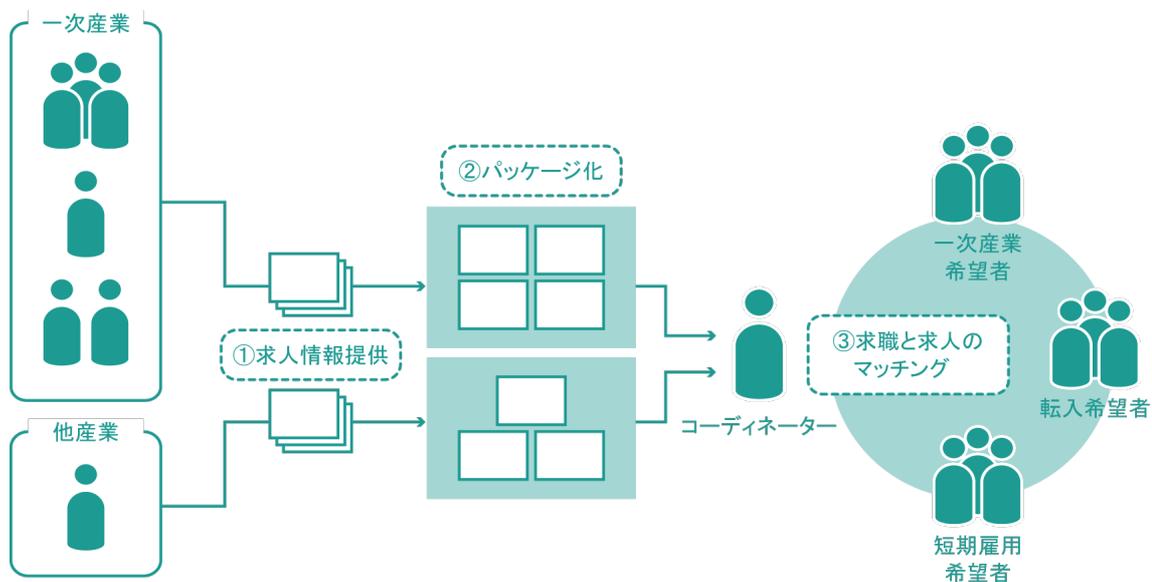
よんぶんのいちわーくす
1/4worksプロジェクト



町の基幹産業は第一次産業です。しかしながら、その従事者は年々減少、高齢化が進行し、後継者問題はますます深刻になっています。さらに最近では、繁忙期の労働力不足をいかに乗り越えるかについても現場の大きな悩みとなっています。幸いにも、第一次産業に関わりたいと考える層が町内にも増えてきていますが、その仕事の多くは、口コミベースで求人されており求職者に情報が届きにくい状況が生じています。

そこで、わたしたちの生活を支え、町を支える「小さな仕事」が季節ごと（1/4年ごと）に発生することから、これらを 1/4works と呼び、その求人を見える化、パッケージ化することで、求人と求職のミスマッチを解消します。

将来的には、第一次産業に留まらず、福祉や地域交通などの町を支える「小さな仕事専用ハローワーク」のような機関を設けることで、地域課題の解決と子育て世代や転職希望者などの短期間就労へのニーズにも柔軟に対応していきます。さらに、デザイン、IT など様々な分野との組み合わせにも対応することで、町で新しい働き方をする人材や仕事を呼び込みます。



背景

- ・ 町には年間を通じた就労ではないものの、第一次産業を中心とした自然や季節の恵みを得る上で欠かせない仕事や、地域を支える「小さな仕事」がたくさんある。しかしこれらの仕事は口コミで求人されるものが多く、町内に仕事を求めているがネットワークを持たない移住者などには情報が届いていない。
- ・ 移住者以外にも、子育てや転職・起業などを理由に、長時間勤務や長期就労は希望しないが地域・社会と接点を持ちたいと考える町民が一定数存在している。
- ・ 「小さな仕事」に関する求人は、これまで法人や個人などが個別対応しており、負担がかかっているとの声があがっている。

概要

- ・ 町内にたくさんある「小さな仕事」に関する情報を一元的に集め、求職者に対する情報提供をできる仕組みを構築する。
- ・ 仕組みの検討・運用は、繁忙期に多くの仕事が存在する第一次産業から着手する。将来的には、他産業・他分野にも対応する。
- ・ 「小さな仕事」を組み合わせる新たなライフワークを提案することで、移住希望者や試住・試業希望者などの受け入れも積極的に行う。

対象

- ・ 第一次産業に関心がある、もしくは就業を検討している町民
- ・ 長期雇用を希望しない町民
- ・ 将来的に移住を考えている試住者（短～中期滞在者）
- ・ 地方での仕事や働き方に関心のある大学生インターン

プロジェクトメンバー（案）

- ・ 第一次産業に関連する組織、法人、部会、個人（農業・漁業・林業）・企業
- ・ 地域おこし協力隊
- ・ 外部協力者（就労支援、人材マッチング、ナリワイづくり、ウェブデザイン分野など）
- ・ ハローワーク（萩）
- ・ 阿武町役場関係課

プロセス

STEP1：基礎調査

- ・ 町内の季節限定（第一次産業の繁忙期）の仕事の内容、人数、必要なスキル、収入面の調査およびとりまとめ

STEP2：仕組み・組織形態の検討

- ・ 年間を通じて働ける仕事のパッケージづくり
- ・ 関係者・専門家らとの協議による、仕組み・組織形態の検討

STEP3：人材募集・育成

- ・ コーディネーター候補の募集あるいは育成

STEP4：社会実験

- ・ 事務所拠点の開設（町の玄関機能 [P56] との連動）
- ・ 第一次産業の求人情報を提供する「1/4works」の仕組みの試験的運用
- ・ モデル的に取り組む人材の募集・実践

STEP5：本格的な運用開始

- ・ 安定した運用のための定期的なモニタリング調査
- ・ 一次産業に留まらない仕事の情報提供（展開案参照）

展開案

- ・ 福祉や地域交通など町を支える他の仕事への展開
- ・ 林業と古材回収、古民家改修をセットにした 1/4works など、町独自の一年間の生計の立て方を提案する。
- ・ ノウハウの蓄積、技術の見える化を目指した研修やオリジナル資格の創出（梨狩り検定1級など）

KPI（重要業績評価指標）

- ・ 協力団体数 5 団体
- ・ 利用者の満足度 70%

住まいと仕事がセットになった暮らしを提案する

阿武の玄関づくりプロジェクト

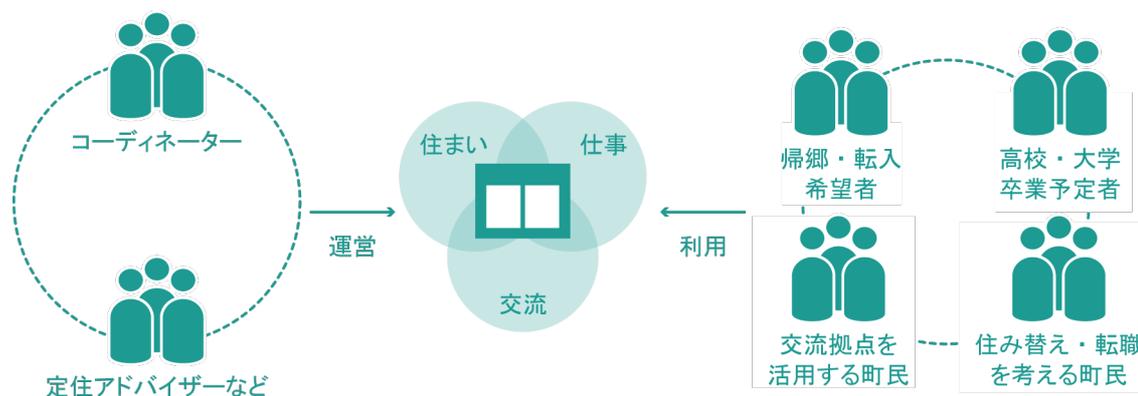


町には仕事を斡旋できる機関がありません。阿武町の月の平均求人件数は3~4件（直近の有効求人倍率は0.4倍）であり、移住前に仕事を確保することが難しい現状です。一方、住まいに関して、町の空き家バンクは利用者を夫婦・子連れ世帯を主対象とした運用であり、移住前の住まいの確保にも同様にハードルがあります。

いま取り組むべきは、遠方に居ながらも仕事と住まいの情報をキャッチできる情報の提供と、町内に情報拠点を設けることです。そしてその拠点には、住居と仕事がセットになった暮らしの情報を提供できる人材（コーディネーター）が必要です。

「阿武町の暮らしの玄関」のような、仕事と住まいの情報がまとまった拠点を設けることで、移住希望者のみならず、高校・大学卒業予定者などに、町での暮らしを選択肢の1つとして前向きに捉えてもらえることが期待できます。

またその拠点を地域にも広く解放し、移住希望者と地域との交流が育まれる場所を目指すことで、いままで以上に「顔の見える暮らし案内」の実現を目指します。



背景

- ・ 町内には、仕事の情報をリアルタイムにまとめて入手できる機能・機関がない。
- ・ 住まいに関する情報も役場の相談窓口のみであり、仕事とセットにして情報を入手できる場所がない。
- ・ 移住者と町民とが緩やかに出会い、繋がれる場所も不足している。

概要

- ・ 町内の空き家を改修し、移住予定者や町内で新たな仕事や住まいを検討する層向けに、仕事と住まいの情報を一元的に提供する拠点をつくる。
- ・ 具体的な機能としては、思い出不動産 [P47] および 1/4works [P52] の事務局機能が入ることを想定。
- ・ 既に町で活動している定住アドバイザーなど情報を提供できる人材（コーディネーター）の活動拠点とする。

対象

- ・ 町で仕事や住まいを探す移住予定者、移住者
- ・ 新たな仕事や住まいを検討する町民、高校、大学卒業予定者
- ・ フリースペースを活用する町民
- ・ サテライトオフィス⁷の進出、テレワーク⁸、試住・試業を考える企業・個人

⁷ 勤務者が遠隔勤務をできるよう通信設備を整えたオフィス

⁸ 情報通信機器等を活用し時間や場所の制約を受けずに、柔軟に働くことができる勤労形態

プロジェクトメンバー（案）

- ・ 定住アドバイザー
- ・ コーディネーター（施設管理を兼務）
- ・ 思い出不動産プロジェクトメンバー、1/4works プロジェクトメンバー
- ・ 移住経験者
- ・ 外部協力者（拠点運営、情報提供、人材育成など）
- ・ 阿武町役場関係課（空き家仲介ほか）

プロセス

STEP1：各種調査事業

- ・ 町内の空き家現地調査、利用ニーズ調査

STEP2：運営検討事業

- ・ 場の運営方法、体制の検討
- ・ コーディネーターの発掘・育成

STEP3：拠点づくり

- ・ TsuQuRo プロジェクト [P61] と連動して実施

STEP4：試験運用（社会実験）

STEP5：本格運用

KPI（重要業績評価指標）

- ・ 仕事と住まいの情報提供件数年間 60 件
- ・ コーディネーター数 5 年で 3 名

基本目標③多様なつながりを育む

つながりこそ、わたしたちの暮らしの基盤であり財産です。ある研究報告⁹では、人間関係から得られる精神的な喜びが免疫力を高め、健康増進につながると紹介されています。さらに、深いつながりよりもゆるやかで多様なつながりを多く持つ方が、効果が高まるそうです。

わたしたちの住む 3,500 人の町には、豊かなつながりが残っています。近所同士で挨拶が交わされる。何気ない会話を通して変わらない日常を喜び合える。祭りや行事を通してハレの日を共に楽しむことができる。そのつながりは、万が一の際のセーフティネットとして機能し、安心感も与えてくれます。

ところが、町に住む若者に目を向けてみると状況は異なります。若者は自分たちの動向に町民の視線が集まることを避けて部屋にこもるか町外へ出かけるため、町内で時間を過ごすことがほとんどありません。その結果、一定数の若者が居るのにも関わらず“気配がない”状況が生まれているのです。また、中学 3 年生の約 8 割は町外の高校へ進学し、多くはそのまま町外へ進学・就職してしまいます。このことから、町との縁が育まれにくく将来的な帰郷の動機が減ることが危惧されています。

そこで、いま求められているのは、交流を育む拠点をつくること、そしてその拠点を中心に町内と既存施設とも連携しながら、いまの町に必要な交流を積極的につくっていくことです。

交流の拠点を自分たちでつくる ^つTsu^くQu^るRo プロジェクト [P61]

ものづくりを通して高校生と町との接点をつくる ^あABu^ぶQu^くRo プロジェクト [P64]

家事がつなぐ都市と地方の新たな親子関係

阿武町式花嫁・花婿修業プロジェクト [P68]

⁹ 石川善樹「友だちの数で寿命はきまる 人との「つながり」が最高の健康法」（マガジンハウス、2014）

「多様なつながりを育む」ことで期待される効果



町内外の多世代交流の促進



拠点を活用し活動する町民の増加



イベントなどの町民主催の活動の増加



将来はふるさとで働きたいと考える高校生の増加



ふるさとグッズの販売促進



ワークショップやものづくりの機会の増加



都市部との交流人口の拡大



移住者と町民の交流の拡大



伝統文化の継承

交流の拠点を自分たちでつくる

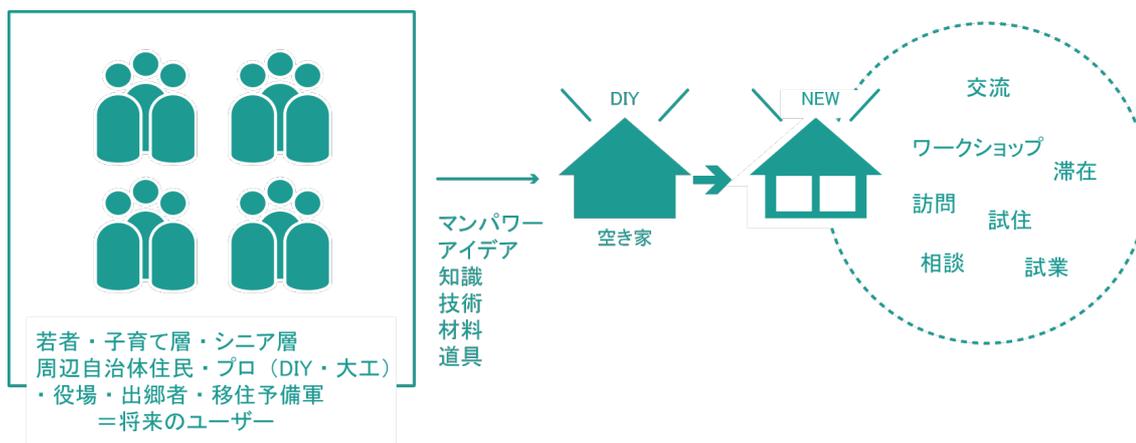
TsuQuRoプロジェクト



町には、交流拠点多くありません。それは、交流の多様性の少なさにもつながります。しかし、仕事やご近所付き合いでは得られないつながりこそが刺激となり、町への愛着や仕事への新たなモチベーションにつながります。そして、その拠点づくりは、町民のマンパワーや技術等を持ち寄れば、決して難しくはありません。

そこで、町にある空き家・空き施設を町の拠点に変えていきたいと思います。拠点をつくりながら汗をかき、知恵を絞り、町について語り合うことで、阿武町に本当に必要な使い心地、居心地のいい空間づくりを目指します。

将来的に、地域の若者とシニア世代、町民と来訪者あるいは移住者、子育て世帯とプレパパ・プレママ、町の産業従事者と起業家など、これまで町になかった多様なつながりと創造的な活動を生むことを目指します。さらに、キッチン機能を備えることにより、ゆったりとした飲食の時間を生んだり、イベントや物販など、様々な活動を展開することを目指します。



※DIY=Do It Yourself（家や空間、家具等を自己改修すること）

背景

- ・ 町には公共施設以外の交流拠点がない。拠点が無いがゆえに、世代間交流や異業種交流など自分とは異なる属性との交流が増えない。
- ・ 交流の少なさが刺激の無さにつながり、特に若い層を中心とした新しいチャレンジをする機運が生まれにくいことも指摘されている。

概要

- ・ 多用途・多目的に使える交流拠点をプロジェクトの趣旨に賛同した町民らで空き家・空き施設を改修してつくる。
- ・ 物件を探す段階から参加型で実施し、どんな機能があるとよいかなど、ワークショップ形式で検討する。
- ・ 改修は町内外に声をかけ、定期的に行う。改修に必要な知識や技術、材料、道具などを持ち寄り、シェアシステムを構築するなど、誰でも気軽に参加できる体制で実施する。
- ・ 改修を通じて交流を育むと同時に、空間活用に関心を持つ層を増やす。

対象

- ・ 活動・交流拠点を求めている町民
- ・ 阿武町への来訪者や移住希望者

プロジェクトメンバー（案）

- ・ 空き家改修、拠点づくりに関心のある町民（若者、子育て層、シニア層など）
- ・ 空き家改修、拠点づくりに関心のある周辺自治体の住民
- ・ 出郷者や移住希望者
- ・ 外部協力者（町内の建築協会、デザイン監修者、DIY 実践者、大工、ワークショップデザイナーなど）
- ・ 阿武町役場関係課

プロセス

STEP1：各種調査事業（町内の空き家現地調査、利用ニーズ調査）

STEP2：拠点候補の選定・決定・持ち主との交渉

STEP3：プロジェクトメンバーの募集・機能や空間イメージを話し合うワークショップ

STEP4：改修

STEP5：試験的オープン・運営方法の決定

STEP6：本格オープン

KPI（重要業績評価指標）

- ・ 延べ参加者数 50 名

ものづくりを通して高校生と町との接点をつくる

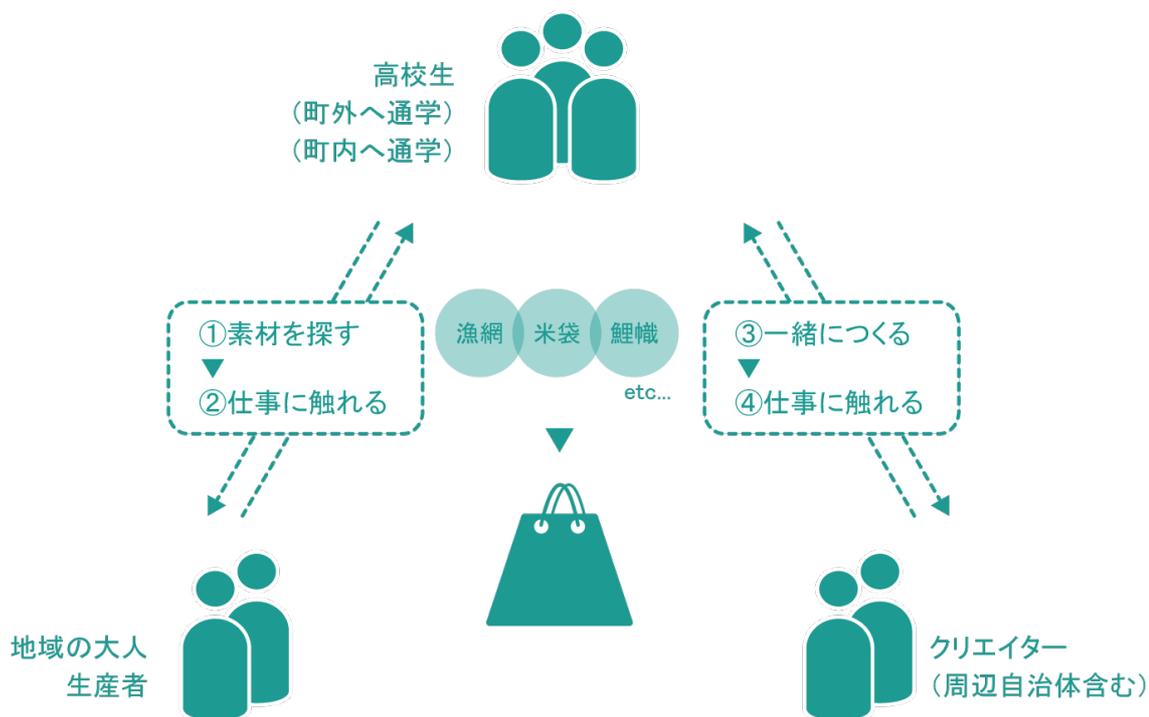
あぶくろ ABuQuRoプロジェクト



町には、基幹産業である第一次産業をはじめとする様々な仕事があります。そして、子どもたちの成長を願って育ててきた大人たちの想いがあります。周辺自治体にも目を向けると、地方に魅力を見出し、デザインやものづくりの分野で働く若い層が増えてきています。一方で、学年の8割が町外へ通学する阿武町の高校生は、町のことを知る機会を持ちにくい状況が生じています。ふるさとにある様々な仕事や地域の大人たちの想いに触れる機会があることは、将来、ふるさとで住み働くことが選択肢の一つになると考えられます。

そこで、高校生らに対し、ものづくりを通して町の仕事に触れてもらう機会を作ります。町を見渡してみれば、町の特徴を表す「素材」が多くあることに気がつきます。第一次産業の町らしく米袋や漁網、大漁旗（フラフ）、子どもの成長を願いあげられてきた鯉幟があります。これらの「素材」に触れる機会を通して、町を支える大人たちの想いに触れ、さらに、クリエイターの人たちとともに、ABuQuRo（アブクロ＝阿武町オリジナルの袋）づくりを行うプログラムを実施します。

¹⁰ 画像出典：http://blog.livedoor.jp/monozukuri_michiplus/archives/42850109.html



背景

- ・ 阿武の子どもは中学卒業と同時に約 8 割が町外の高校へ進学し、その多くは町外へ進学・就職してしまうことから、高校入学と同時に地域との接点を育みにくくなる。
- ・ 第一次産業の現場で使用される漁網や米袋、地域のイベント用に収集あるいは寄付される鯉幟などは、一定のサイクルで処分されるが、その費用が多額である。
- ・ 阿武町はレジ袋辞退率県内トップクラス。日常的に買い物袋を利用する文化がある。

概要

- ・ 中学卒業と同時に町外に進学・就職してしまう町の高校生や地元高校に町外から通う高校生たちに、町のことを知ってもらうためのものづくりプロジェクト。
- ・ 第一次産業の町らしく米袋や漁網、大漁旗（フラフ）、子どもの成長を願い上げられてきた鯉幟等を「素材」としてオリジナルのものづくり（袋づくり）を行う。素材集めの際には生産現場へ足を運び、第一次産業の町であることを体験する。
- ・ 周辺自治体で働く若手クリエイターらとともにデザインを作り上げる。先輩世代の地方での働き方に触れることで、将来の選択肢を広げるきっかけとする。

対象

- ・ 阿武町在住の高校生
- ・ 阿武町外から地元高校に通う高校生

プロジェクトメンバー（案）

- ・ 外部協力者（地域資源を活かしたものづくりができるクリエイター、ワークショップデザインなど）
- ・ 教育委員会
- ・ 阿武町役場関係課

プロセス

STEP1：企画会議

- ・ プロジェクトメンバーらによるプロトタイプ（試作品）作成
- ・ ABuQuRo のパターン（型紙）作成

STEP2：参加者募集

- ・ 高校生に対する呼びかけ

STEP3：町内のフィールドワーク、素材収集

- ・ 漁網や米袋など、阿武町らしいバッグの素材を集める。集めながら第一次産業の仕事に触れる

STEP4：ものづくりワークショップの開催

- ・ 町内外在住のクリエイターによるワークショップを開催
- ・ ワークショップを通じて地方での新たな働き方について参加者に情報提供する

STEP5：町民へのお披露目会

- ・ 完成した ABuQuRo の一般お披露目会を行う

KPI（重要業績評価指標）

- ・ 参加者数年間 10 名
 - ・ 町への愛着度 70%
 - ・ 協力者数 5 年間で 2 主体
 - ・ ワークショップ開催数 5 年間で 3 回
-

展開案

- ・ ABuQuRo づくりワークショップの開催による交流・活動人口の拡大
例：町内で保護者や高齢者ワークショップ、町外で出郷者や移住希望者向けワークショップなど
- ・ 普段使いできるふるさとグッズとして一般向けに販売
- ・ 帰郷したくなる「ABuQuRo 仕送り大作戦」
案：地域食材を ABuQuRo で梱包して仕送りする。「阿武の袋」である ABuQuRo に、「阿武にいつでも帰っておいで（※）」というもう一つの意味を添えて荷物を送ることで、子どもたちにいつでも故郷を思い出してもらえるようにする。
（※）阿武のバッグ（Bag）→転じて、阿武にバック（Back）の意

家事がつなぐ都市と地方の新たな親子関係

阿武町式花嫁・花婿修業プロジェクト

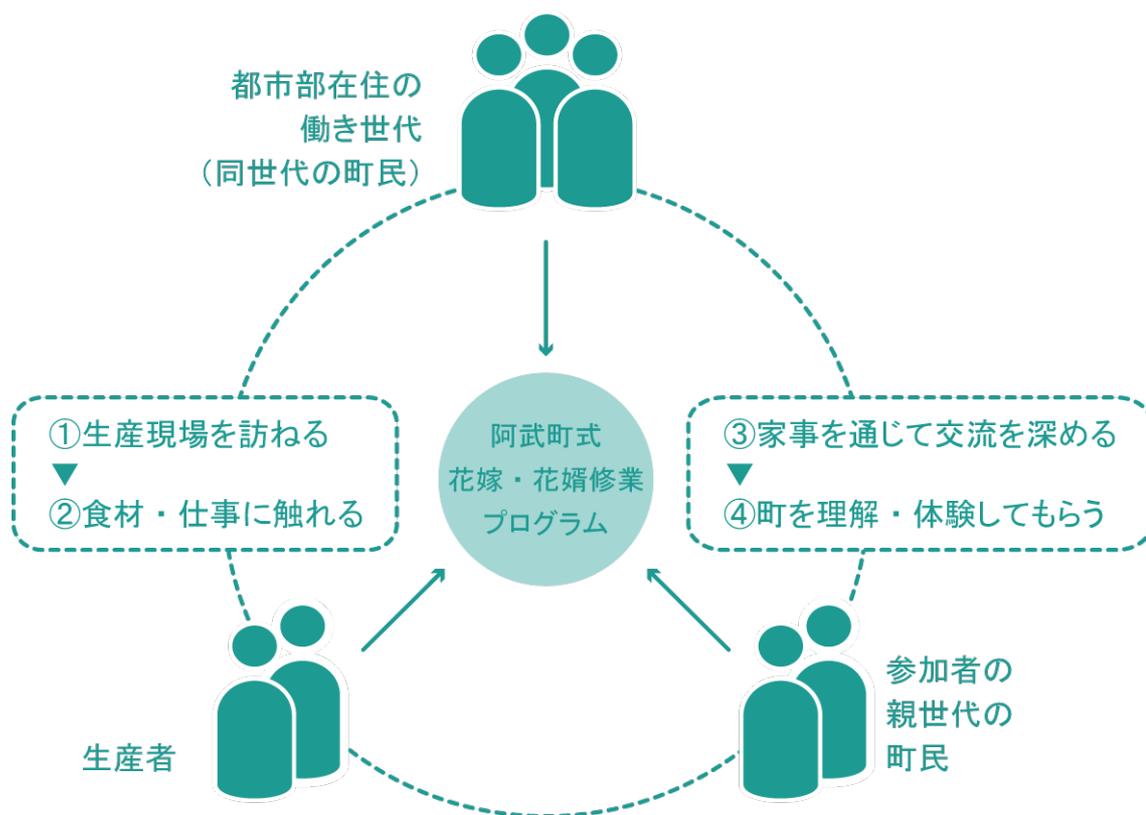


阿武町には、農村と漁港があり、町民はいつでも新鮮な食材を調理し口にしていきます。鮮度の見分け方、食材を活かした調理の仕方に熟知した町民は、「暮らしのブ口」と言えます。

一方で親元から離れ、都市で忙しく働く世代の間では、家事を身につけるための、いわゆる「花嫁修業」のニーズが高まっています。20～30代を中心とした未婚の女性300人を対象としたアンケート¹¹では、「花嫁修業に興味がある」が半数以上、中でも約8割が「料理」の習得を希望しています。最近では、男性の間でも家事に対する関心が高まっており、男性向けの同様の企画も人気を集まっています。

阿武町なら、生産者の現場を訪ね、調理するだけでなく、ゆったりとした環境のもと、食べること、暮らすこと、働くことを一緒に見つめ直す時間を提供することができます。同じ働き世代である町内の若者らとともにプログラムを実施することで、町内外の交流も育みます。

¹¹ マイナビアンケート（2013年）



背景

- ・ 多忙である、親元から離れているなど、基本的な家事をしっかりと習得する時間がない働き世代が増えており、いわゆる「花嫁修業」に対するニーズが高くなっている。同様に男性の家事に対する習得ニーズも高くなっている。
- ・ 町に家族・親族を持たない移住者が増えてきており、彼らからも町の伝統を受け継ぎたいとの声があがっている。

概要

- ・ 都市部の働き世代を対象に、食材の鮮度の見分け方、調理の仕方に熟知した「暮らしのプロ」である町民を先生とした家事を学べるプログラムを実施し、都市部との交流を促進する。
- ・ ツアーでは、町内の農村（福賀地区）や3つの漁港（奈古・宇田郷地区）を巡るなど、阿武町の魅力に触れる機会をつくる。
- ・ 同じく町内の若者も参加できる仕組みとすることで、町内の交流をさらに促進する。

対象

- ・ 家事力アップとリフレッシュをしたいと考える都市部や近隣自治体在住の働き世代（男女ともに参加可能）
- ・ 友人関係を広げたい、郷土の食文化や風習を知りたいと考える町民（若者・移住者）

プロジェクトメンバー（案）

- ・ 家事を教えることのできるミドル～シニア世代（食生活改善推進委員など）
- ・ 地元食材について教えることのできる農家や漁師
- ・ 漁協婦人部
- ・ グリーンツーリズム関係者
- ・ 農家生活改善士
- ・ 外部協力者（ツアーコーディネート、情報発信など）
- ・ 阿武町役場関係課

プロセス

STEP1：町内在住で、若い世代に家事や郷土料理を教えることのできるシニア世代を発掘

STEP2：花嫁・花婿修業ツアーを企画、参加者募集

STEP3：ツアーの実施

STEP4：ツアー後も体験者との交流を深める

KPI（重要業績評価指標）

- ・ 参加者満足度 70%
- ・ 参加者数年間 5×2 日＝延べ 10 名
- ・ ツアー開催回数年間 1 回
- ・ 協力者数 10×2 日＝延べ 20 名

展開案

- ・ 空き家を活用した「お掃除」など、料理以外のプログラムを実施する。
- ・ ツアーの様子や阿武町の郷土料理のレシピを動画投稿サイトやレシピ共有サイトで情報発信し、ツアー参加の動機づけ、阿武町の魅力発信につなげる。
- ・ 参加者が学んだ料理を披露・提供する機会・場づくりを行い、町民との交流の機会を増やす。

体験プログラム（案）

- ・ 地元漁師が教える！魚のさばき方講座
- ・ 田舎のおばあちゃんが伝える！阿武の煮物講座
- ・ クリーニング屋さんと実践！衣類の洗い方&アイロン講座
- ・ 空き家で実践！“主婦の知恵の宝箱”お掃除講座

事業一覧

事業パッケージ 1. 安定した雇用を創出する

- 1-1 基幹産業である第一次産業の下支え・新たな後継のあり方の検討
- 1-2 就業ニーズと合わせた住宅の確保
- 1-3 産物の高付加価値化および消費の拡大
- 1-4 全国道の駅発祥の地である強みを活かした交流・集客活動の促進
- 1-5 地域資源を活かした商品やサービスの開発
- 1-6 起業支援および起業風土づくり
- 1-7 企業が進出しやすい基盤・体制づくりおよび新たな雇用の場づくり

表6 「安定した雇用を創出する」ための事業一覧

◎印は重点プロジェクト

事業名	内容	KPI
◎1/4works プロジェクト	第一次産業やその他産業の求人を集約化 就農・就漁希望者の確保・育成・支援 短期間就労希望者と求人とのマッチング	協力団体数 5 団体 利用者の満足度 70%
◎阿武の玄関づ くりプロジェクト	仕事と住まいがセットになった情報の提供・移住支 援との連携	仕事と住まいの 情報提供件数 年間 60 件 コーディネータ ー数 5 年で 3 名

新規就農者確保対策事業	新規就農者用住宅の確保（町営住宅、空き家バンク等） 新規就農者確保対策（就農相談、農業大学校研修受入、先進地視察） ニューファーマー研修支援（新規就農者の研修等経費の補助）	ニューファーマー研修支援 5年で6名
法人化等推進事業	特定農業団体等の法人化の促進 農業法人の育成と経営の支援	特定農業団体の法人化 5年で1団体
特色ある作物の生産振興事業	新たな農産物の検討と導入 環境保全型農業の推進（エコファーマーの育成、エコ農産物の生産振興）	新農産物導入 5年間で5種検討
農産加工振興事業	農業の6次産業化の推進（産学・農福連携による農産加工等と付加価値化、未利用農作物の活用と特産品の開発）	新農産商品開発 5年間で2種
地産地消推進事業	農産物の地域内循環システムの確立と消費拡大 学校給食を通じた食育学習の推進	学校給食における阿武町産物使用率50%以上
林業の担い手育成事業	林業の担い手の育成（林業振興会、緑の少年隊の活動支援、指導林業士、青年林業士の育成、森林組合、民間事業者の育成と連携）	林業研修等開催 年間3回
新規就漁者確保対策事業	ニューフィッシャーの確保・育成と支援（新規就漁者の研修等経費の補助受け入れ組織の設立と体制の整備、国・県の制度対象外の新規就漁者の就業支援） 新規就漁者用住宅の確保（住宅改修事業費に対する補助）	新規漁業者受入 5年間で3名
水産加工振興事業	未利用水産物等の高付加価値化の推進（多獲性魚、未利用水産資源の加工等女性グループの活動支援）	水産加工品開発 5年間で2種
集客力向上事業	道の駅を核とした交流・集客の推進	道の駅でのイベント開催 年間12回

<p>企業誘致推進事業</p>	<p>企業誘致のための基盤・体制の整備（用地確保、工場用地の造成、超高速ブロードバンドの整備、企業訪問、ネットワークの構築開発構想プランニング（観光を含む）、誘致体制の整備） 企業誘致優遇制度の充実 企業誘致による雇用の場の創出</p>	<p>5年間で工業用地の造成整備1件 高速ブロードバンド化</p>
<p>起業化支援事業</p>	<p>起業家の育成と起業化の支援（U・J・Iターン者の活用）</p>	<p>町に新しい仕事をつくる 5年間で2つ</p>
<p>地域資源活用促進事業</p>	<p>地域資源を活用した新たな商品やサービスの開発による起業の支援</p>	<p>町に新しい仕事をつくる 5年間で2つ</p>
<p>まちの特産品開発事業</p>	<p>地域資源を活用した「まちの特産品」の開発を支援する</p>	<p>5年間で2つ新商品開発</p>

事業パッケージ 2. 町への新しいひとの流れをつくる

- 2-1 空き家の流通・移住の喚起
- 2-2 空き家バンク等を使った住まいの情報提供の充実
- 2-3 移住・定住相談の充実・支援
- 2-4 出郷者との交流の継続
- 2-5 様々なメディアを使った町の情報・魅力の発信
- 2-6 都市と農村の交流活動・体験あるいは滞在型観光の促進
- 2-7 町営住宅・分譲住宅の整備等を通じた住宅需要への対応

表7 「町への新しいひとの流れをつくる」ための事業一覧

◎印は重点プロジェクト

事業名	内容	KPI
◎空き家ノートプロジェクト	空き家の賃貸・売却活動の実態調査 聞き取り調査・ワークショップ・空き家ノート作成を通じた空き家開放に関する意識喚起	延べ参加者数 50名 ワークショップ 開催回数5回
◎空き家管理プロジェクト	実施主体の選定 コミュニティ・NPO等による空き家管理 町内への空き家管理ビジネスの展開	サービス利用物件数10件 従事者数30名
◎思い出不動産プロジェクト	空き家情報の充実（空き家バンクとの連携）	空き家バンク登録件数5年間で 30件増
◎阿武町版花嫁・花婿修行プロジェクト	受け入れ体制の整備 都市部へのアプローチ ツアーの実施	参加者満足度 70% 参加者数 年間 5×2 日＝

	都市在住・近隣自治体在住者向けの交流事業	延べ 10 名 ツアー開催回数 年間 1 回 協力者数 10×2 日 = 延べ 20 名
集落支援員設置 事業	農業支援員の受け入れ	農業支援員募集 PR 年間 4 回
自然体験・交流 推進事業	グリーンツーリズム・ブルーツーリズムの推進（林業、木材・竹材加工、自然体験の推進）	交流事業の開催 年 1 回以上
都市農村交流 事業	都市農村交流事業の推進（各種交流イベント等の支援、新たな体験・交流メニューの開発、農家民宿・漁家民宿の支援）	交流事業の開催 年 1 回以上
観光開発及び観 光基盤整備事業	観光資源・需要・事業性の調査と拠点施設の整備 滞在型観光施設の整備の検討（レジャー施設、宿泊施設、新たな観光スポット） 体験型観光の推進（自然・農林水産業体験）	体験プログラム 数 5 年間で 5 つ以上 開発
ツーリズム推進 戦略事業	関係組織との連携によるツアー開催、交流の充実	交流事業の開催 年 1 回以上
町の魅力発信 事業	町のホームページ等によるタイムリーな情報発信 多彩なメディアを使った観光情報発信の推進	HP 更新 年間 60 回
定住奨励金等 交付事業	定住奨励金、住宅取得補助金、リフォーム補助金等の交付	制度の周知活動 回数年間 2 回
町営住宅整備 事業	町営住宅の整備（岡田橋、尾無、その他） 単身者用住宅の整備（岡田橋） 老朽住宅の建替（水ヶ迫）	5 年間で町営住 宅整備完了
分譲宅地整備 事業	分譲宅地の整備、分譲（柳橋） 美咲第 4 分譲宅地の販売促進	分譲宅地の周 知・販売促進 PR

		年間 4 回以上
空き家バンク事業	空き家バンク事業の推進（空き家情報のデータベース化、ホームページ、専門誌等への情報提供、定住アドバイザーの活用）	空き家バンク HP 年間アクセス数 2 万件
サポート町民ネットワーク事業	都市圏等での阿武町ふるさと会の設立・運営の支援（設立支援（関西）、運営支援（東京）） 町人会、同窓会、企業訪問	ふるさと阿武町会年間 1 回開催
ふるさと交流情報発信事業	各種メディアによる情報の発信（イベント、産直、交流、定住情報等） 広報あぶ、ふるさとカレンダー等の送付 交流施設、観光資源、宿泊施設等を組み合わせた周遊ルートの開発	町・道の駅 HP・SNS 更新回数年間 100 回
交流を担う人材育成事業	先進地視察、各種研修、支援対策の充実 U・J・I ターン者やサポート町民等の活用の促進	研修開催 年間 1 回以上

事業パッケージ 3. 若い世代の結婚・妊娠・出産・子育ての希望をかなえる

- 3-1 住まいの選択肢の充実（住み替え・転入）
- 3-2 働く選択肢の充実
- 3-3 子育て環境・サービスの充実
- 3-4 子育てにかかる費用の負担軽減
- 3-5 不妊治療の支援
- 3-6 幼少期からの異文化交流の促進
- 3-7 地域一体となったふるさと教育の推進
- 3-8 未来を担う人材の育成
- 3-9 学校環境の整備

表8 「若い世代の結婚・妊娠・出産・子育ての希望をかなえる」ための事業一覧

◎印は重点プロジェクト

事業名	内容	KPI
◎思い出不動産プロジェクト（再掲）	空き家情報の充実（空き家バンクとの連携）	空き家バンク登録件数5年間で30件増
◎TsuQuRoプロジェクト	多世代が多目的に利用できる交流拠点を自分たちでつくる	延べ参加者数50名
◎ABuQuRoプロジェクト	ものづくりを通じた高校生に向けたふるさと教育	参加者数年間10名 町への愛着度70% 協力者数5年間で2主体 ワークショップ開催数5年間で

		3回
保育サービス事業	各種保育サービス事業の充実（延長保育、一時保育、児童クラブ、自然体験、異年齢児、世代間交流）	保育サービス調査満足度 60%
外国青年招致事業	幼児期からの英語、異文化への興味や理解の推進（みどり保育園への外国人保育士補助員の配置）	年間 1 名招致
子育て支援センター整備・運営事業	子育て支援対策の充実と体制強化（子育て支援センターの増築、みどり保育園の改修、子育て相談、子育て教育の充実、子育てサークル、母親クラブの育成と活動支援）	子育てサークル・母親クラブ活動回数 年間 20 回
子育て環境整備事業	子どもの遊び場の充実、児童クラブ事業の推進	児童クラブ開館日数 年間 250 日
要保護児童等支援事業	要保護児童等の支援の充実	周知活動 年間 1 回
保育料等軽減事業	多子世帯保育料等軽減事業の拡充（年齢制限の撤廃）	周知活動 年間 1 回
こども医療費助成事業	子どもの医療費の無料化（H27～H31）（満 15 歳までの医療費の無料化）	5 年間で医療費無料化完了（継続）
出産・子育て支援事業	出産・子育てに対する各種経済的支援（不妊相談、不妊治療費助成、乳幼児医療費助成等）	乳幼児保護者に対する周知活動 100%実施 不妊治療に関する周知・広報活動年間 5 回
子育て相談・情報供給体制強化事業	関係機関の連携による子育て相談・情報供給体制の強化	周知活動 年間 1 回
ふるさと教育推進事業	町の自然、歴史、文化芸能、伝統文化等の教育素材を活用し、地域一体でのふるさと教育を推進	ふるさと教育 年間 20 時間

特色ある学校 づくり推進事業	コミュニティ・スクールの導入、地域協育ネットの活用等による、地域と一体となった特色ある学校づくりの推進	コミュニティ・ スクール認知率 5年間で60% 地域教育ネット 協力団体活動回 数 年間1回以 上
学校 ICT 環境 整備事業	学校教育用パソコン、ネットワーク機器の更新	5年間で更新 事業完了

事業パッケージ 4. 時代に合った地域をつくる

- 4-1 コミュニティの活動拠点の整備・拠点における交流の促進
- 4-2 自治会活動の活性化
- 4-3 地域グループの活動の促進
- 4-4 地域防災の促進
- 4-5 通信環境の整備

表9 「時代に合った地域をつくる」ための事業一覧

◎印は重点プロジェクト

事業名	内容	KPI
◎TsuQuRo プロジェクト (再掲)	多世代が多目的に利用できる交流拠点を自分たちで つくる	延べ参加者数 50名
◎ABuQuRo プロジェクト (再掲)	ものづくりを通じた高校生に向けたふるさと教育	参加者数年間 10名 町への愛着度 70% 協力者数 5年間で2主体 ワークショップ 開催数5年間で 3回
60歳からの 健康長生きプラ ン推進事業	60歳からの健康づくりの推進（還暦式（ライフプラ ン講座、盛年の主張）、60歳からのハローワーク、 60歳の節目健診（セカンドステージ健診））	町の平均健康寿 命70歳以上を 維持
超高速ブロード バンド環境整備 補助事業	超高速ブロードバンドの整備（再掲）（ケーブルイ ンターネット通信の超高速モデム（100Mbps以上） 導入に対する補助）	5年間でブロー ドバンド化完了

行政情報提供 推進事業	多様な媒体による行政情報の迅速な提供（広報あぶ、 防災行政無線、インターネットホームページ、各種 刊行物、SNS等） 庁内情報化の推進 個人情報保護に配慮した行政情報の積極的公開	情報提供・発信 件数 年間 400 回 以上
地域活性化ワー クショップ開催 事業	地方版総合戦略の策定 地域活性化ワークショップの開催（アドバイザーの 招聘）	ワークショップ 開催回数 年間 3 回
防犯・安全教育 推進事業	防犯教室、防災訓練参加等への参加による防犯・防 災に対する意識を育む安全教育の推進 地域ぐるみ生徒指導の推進 子ども 110 番の家等による見守り体制の整備	防犯教室等 年間 1 回以上 開催
自主防災組織等 育成事業	消防団協力隊の組織強化 消防団協力隊装備品の整備	消防団協力隊 講習 年間 1 回以上 実施
町民参画・連携 強化推進事業	町民参画の機会の充実及び確保（まちづくり懇談会、 住民相談、各種団体との意見交換会、自治会長集會 等） 審議会・委員会等への公募委員の積極的登用 町民と行政の役割分担の明確化及び連携の強化	住民からの 意見・提案件数 年間 10 件以上
自治会活動活性 化事業	自治会活動の支援（自治会総合交付金（町政協力交 付金、集落彩生交付金）） （仮称）集落夢プランの策定支援 （仮称）自治会ネットワーク会議の設立支援 小規模自治会の再編・統合の支援	自治会活動件数 年間 100 件 以上
地域づくり活動 促進事業	交流・ボランティア活動の支援と人材育成 総合型スポーツクラブの育成 各種地域づくり組織の活動及び交流の支援	ボランティア 従事者数 年間延べ 1,000 名以上

「選ばれる町」をつくる（施策）

<p>グループ・団体 支援事業</p>	<p>多様な分野の地域づくり団体、まちづくりボランティア、グループ等の活動支援</p> <p>法人の設立の支援</p>	<p>ボランティア従事者数 年間延べ1,000名以上</p>
<p>コミュニティ活動拠点整備事業</p>	<p>コミュニティ活動拠点の整備（公民館、公民分館（集落集会所））</p> <p>諸活動推進のための公共施設の開放（学校、保育園等）</p>	<p>公民館使用件数 年間1,500件</p>
<p>交流拠点活用促進事業</p>	<p>新たな産業創出の視点での交流拠点の活用促進（道の駅阿武町、福の里直売所等）</p>	<p>道の駅・福の里などイベント開催数年間10回開催</p>

プロジェクトの育て方 - PDCA サイクルの実施 -

平成 31（2019）年度に向けて、総合戦略のプロジェクトを実施していく上で、PDCA サイクル¹²によってその効果や改善点を把握し柔軟にプロジェクトに反映させていきます。

¹² Plan（計画する）→Do（実行する）→Check（評価する）→Action（改善する）→Plan（再度計画する）→… というように、プロジェクトを効果的に実施するための管理手法。

体制・役割分担

町民

- ・ プロジェクトへの参加や聞き取り調査、アンケートなどを通じて、プロジェクトを有意義なものにします。

阿武町役場

- ・ 継続的な統計調査の解析を行い、人口動向を把握します。
- ・ 独自調査、プロジェクト現場でのモニタリングなどを通じて、プロジェクトの KPI の調査を行います。

総合戦略プロジェクト連絡会（新設）

- ・ プロジェクトの代表者（町民）、外部協力者、担当職員などによる連絡会を新設。
- ・ 定期的にプロジェクトの進捗に関する情報交換を行うことで、一体的なプロジェクトの推進を図ります。

外部評価委員会（新設）・議会

- ・ 外部有識者などを含めた評価組織を新設。
- ・ KPI の結果やプロジェクトの進捗情報などを踏まえて、長期的な視点に立った阿武町の施策推進に対する評価を行う。

表10 PDCA サイクルの体制

	Plan 計画を立てる	Do 実行する	Check 評価する	Action 改善する
町民	○	◎		
阿武町役場	◎	○	○	◎
総合戦略プロジェクト連絡会	○	◎	○	◎
外部評価委員会・議会			◎	

◎は主な担当を表す

総合戦略の策定フロー

本戦略は、町民の皆さんへの聞き取り調査、町と近隣自治体の20～30代の若者によるワークショップ、阿武町役場若手職員を中心とした素案のブラッシュアップ、各種委員会・議会・専門家らによる検討を通じて策定しました。

策定プロセス

【 町民意見の反映・素案作成 】

町民ヒアリング（聞き取り調査）



第1弾は、多様な属性の町民を対象に、阿武町の魅力や課題、普段の活動、若い世代が活躍するために必要な取り組みなどを重点的に聞き取った。

第2弾は、総合戦略の施策案の関連産業に従事する町民を対象に、意見、知見の聞き取りを行った。

第1弾：2015年6月9日～11日（全3日間）…23組47名

第2弾：2015年8月19日～24日（全4日間）…7組7名 対象者計：30組54名

若者向けワークショップ



阿武町在住・在勤の若者（20～30代）と、同世代の周辺自治体在住者（萩市・益田市など）が集えるピクニック形式のワークショップ。

食事をとりながら、阿武町で取り組みたいことを語り合い、実現のための仲間づくりを行った。

2015年7月12日（日）
名

参加者：計24

地方創生スクール



地域を代表して参加する行政職員が他自治体の仲間と切磋琢磨し、自分たちの地域の10年後を担う地方創生プランをつくるスクール（全国7自治体が参加）。

阿武町からも職員3名が参加。

主催：慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科 / 地域みらい大学

共催：issue + design / 株式会社博報堂

第1回：2015年5月29日（金）地域の課題を構造化する

第2回：2015年6月12日（金）課題解決の方法論を学ぶ

第3回：2015年7月3日（金）地域の未来像を描く

第4回：2015年8月7日（金）地方創生プランを発表する

職員研修



主査級以下の全職員を対象に実施。

地方創生の取り組みに関する意識醸成、地方創生スクールの内容の共有、ワークショップ手法の体験を目的に実施。

第1回：2015年6月8日（月）町の地方創生の取り組みを共有する

第2回：2015年8月26日（水）施策案をブラッシュアップする

延べ50名参加

パブリックコメントの実施

2015年10月17日（土）～28日（水）
5件

コメント

【 専門的知見の反映 】

阿武町地方創生推進協議会



阿武町版総合戦略および人口ビジョンの策定にあたり、外部有識者（産・官・学・金・労・言）による協議を実施。

第 1 回：2015 年 8 月 11 日（火）

地方創生総合戦略策定の取組・策定スケジュールについて
委員 15 名・事務局 4 名

第 2 回：2015 年 10 月 2 日（金）

阿武町版総合戦略及び人口ビジョンについて
委員 15 名・事務局 3 名・外部 1 名

第 3 回：2015 年 10 月 22 日（木）

阿武町版総合戦略及び人口ビジョンの中間案について
委員 13 名・事務局 3 名・外部 1 名

阿武町議会 全員協議会

第 3 回：2015 年 9 月 17 日（木）

阿武町版総合戦略及び人口ビジョンについての概略説明
議員 8 名・町職員 15 名

平成 27 年度阿武町定住アドバイザー連絡会

第 1 回：2015 年 10 月 13 日（火）

阿武町版総合戦略及び人口ビジョンについての概略説明
定住アドバイザー 6 名・事務局 4 名

情報収集・専門家の知見の反映

ニュー不動産展：2015年8月28日（金）～29日（日） 町職員1名・外部1名

先進地視察（広島県府中市・尾道市）：2015年9月5日（土）～6日（日）
町職員5名・外部1名

専門家ヒアリング（不動産、企画、就労支援）：2015年9月9日（水）・12日（土）
対象：3社、実施：町職員1名・外部1名

