

## 資料6

# 第3次 安芸高田市まち・ひと・しごと創生総合戦略 (重点プロジェクト)の整理方法

# ●第3次総合戦略の目次構成（案）

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リーディングプロジェクト	・各基本目標の達成に向け、特に核となる重要かつ具体的な取り組みを整理
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～2028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、全庁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、第3次安芸高田市総合計画基本計画の重点プロジェクトとして位置づけられます。

### 現計画の計画期間

令和2(2020)年度から令和7(2025)年度（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）

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も活用

## ● 2 | 第2次総合戦略の振り返り

- ・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に計画期間を延長（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

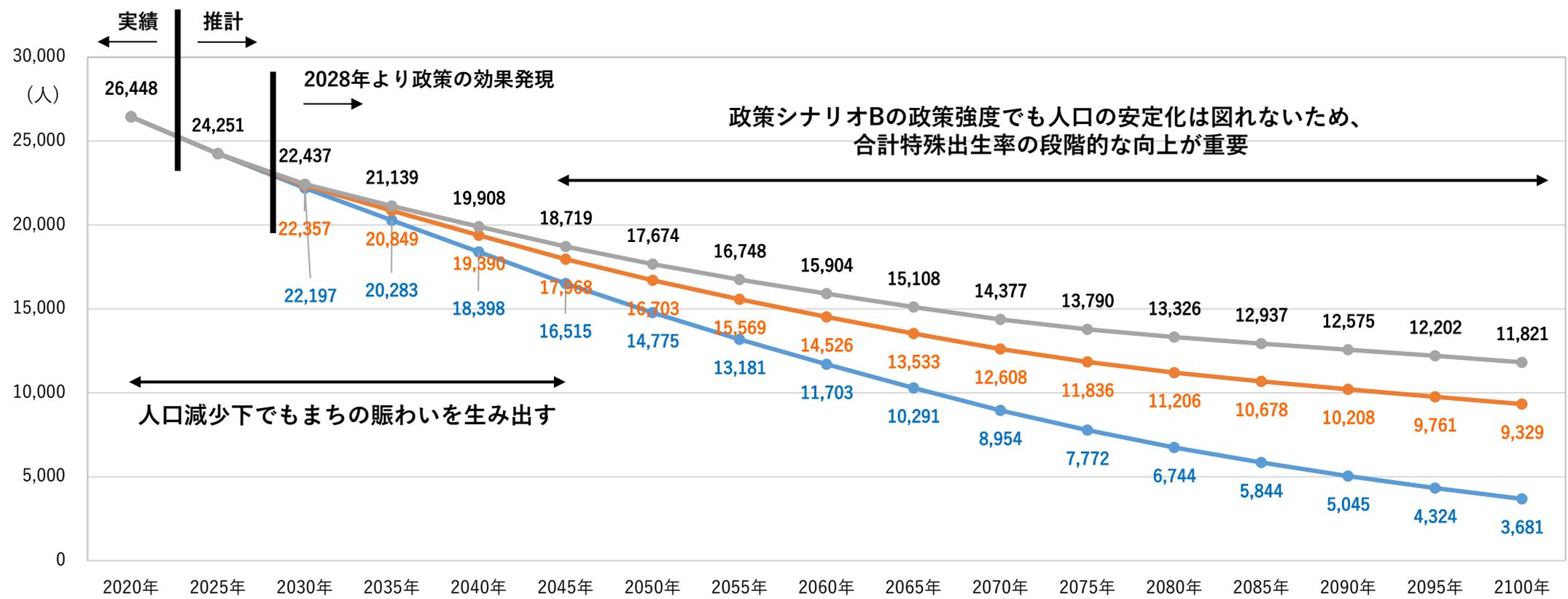
注2：過去の推移より、同程度の上昇を見込んで算出

**【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。**



- (青) : 趨勢人口 (このまま何もしなければ)
- (橙) : 趨勢人口+政策シナリオA (毎年、各地区に「男性20-24歳3名、25-29歳3名、女性20-24歳3名、25-29歳3名」が転入促進又は転出抑制)
- (灰) : 趨勢人口+政策シナリオB (政策シナリオAに加えて、毎年、各地区に「ファミリー世帯 (男女30-34歳+0-4歳子ども) 3組」が転入促進又は転出抑制)

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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>指標の特徴</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul> </li> <li>●<b>施策介入のポイント</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・<b>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。</b></li> </ul> </li> </ul>
	転出 (若年)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>指標の特徴</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高校卒業時のタイミングで周期的に繰り返されます。</li> </ul> </li> <li>●<b>施策介入のポイント</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学生が高校卒業のタイミングで市外に転出する前に、<b>地域への愛着を高めることが重要です。</b></li> <li>・市外に転出する前に、<b>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。</b></li> </ul> </li> </ul>
転入	Iターン	<ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>指標の特徴</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・<b>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。</b></li> </ul> </li> <li>●<b>施策介入のポイント</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>⇒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</li> <li>⇒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</li> <li>・<b>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。</b></li> </ul> </li> </ul>
	Jターン	
	Uターン	<ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>指標の特徴</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul> </li> <li>●<b>施策介入のポイント</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>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。</b></li> <li>⇒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</li> </ul> </li> </ul>
出生	<ul style="list-style-type: none"> <li>●<b>指標の特徴</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>⇒<b>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</b></li> </ul> </li> <li>●<b>施策介入のポイント</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>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。</b></li> <li>・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。</li> <li>・<b>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。</b></li> </ul> </li> </ul>	
死亡	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	

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)

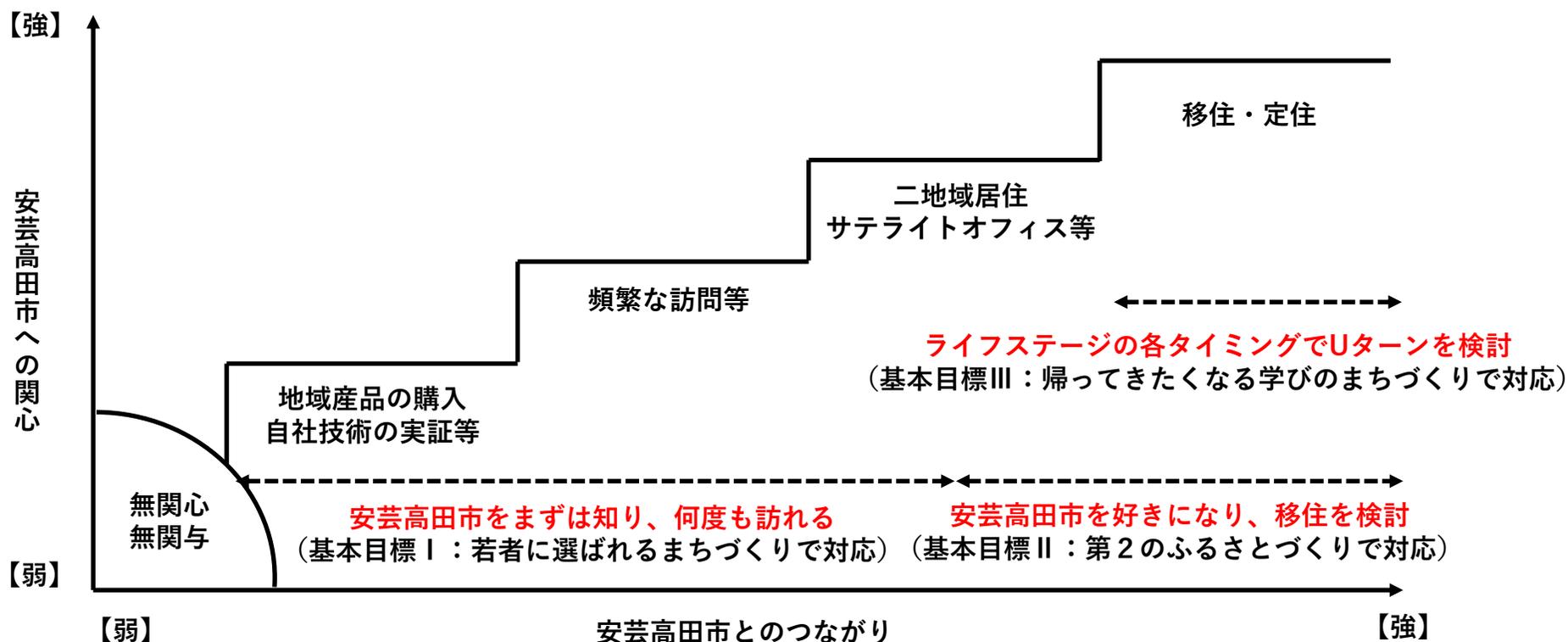


126人/年の社会増 (年間人口千人当たり約5人の社会増)  
合計特殊出生率の向上

	基本目標Ⅰ	基本目標Ⅱ	基本目標Ⅲ	基本目標Ⅳ
テーマ (案)	若者に選ばれる まちづくり	第2のふるさとづくり	帰ってきたくなる 学びのまちづくり	自助・互助・共助・公助の まちづくり
基本目標の方針	“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	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	ファミリー世帯・未婚者 外国人技能実習生 移住者 (地元企業・農業)	観光客 個人版関係人口 企業版関係人口	児童・生徒 (小学生・中学生・高校生)	地域振興会 (コミュニティ)
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	転入促進 合計特殊出生率の向上 (子ども女性比)	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、移住を検討頂く入口戦 略として位置付け	転出抑制・転入促進 (将来のUターン候補)	転出抑制
代表目標指標 (案)	①出生に係る指標 ②特定技能実習生の数 ③転入者数	「安芸高田市観光ナビ」 HPへのアクセス数 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	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	市民税等増加	寄付額等増加	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



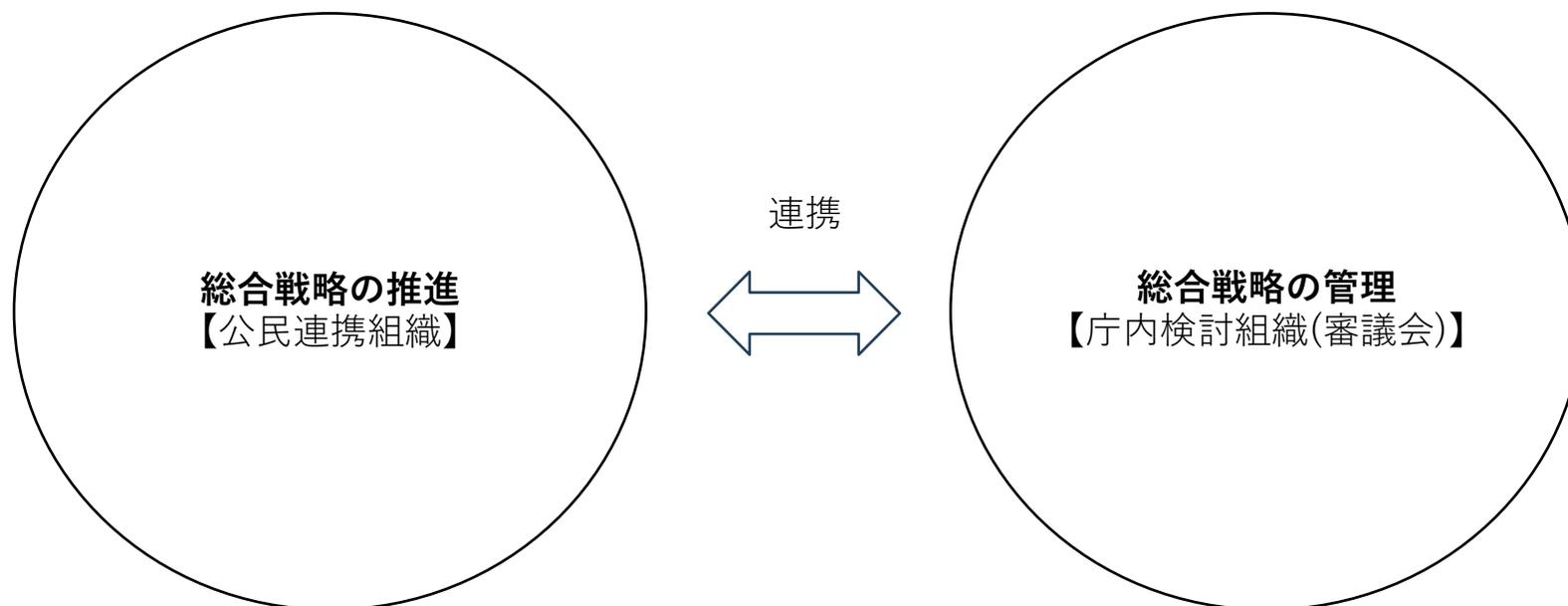
安芸高田市に  
住み続ける  
上での土台

安芸高田市に住み続けるために必要なコミュニティ  
(基本目標Ⅳ：自助・互助・共助・公助のまちづくりで対応)

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  
(第3次総合計画基本計画で対応)

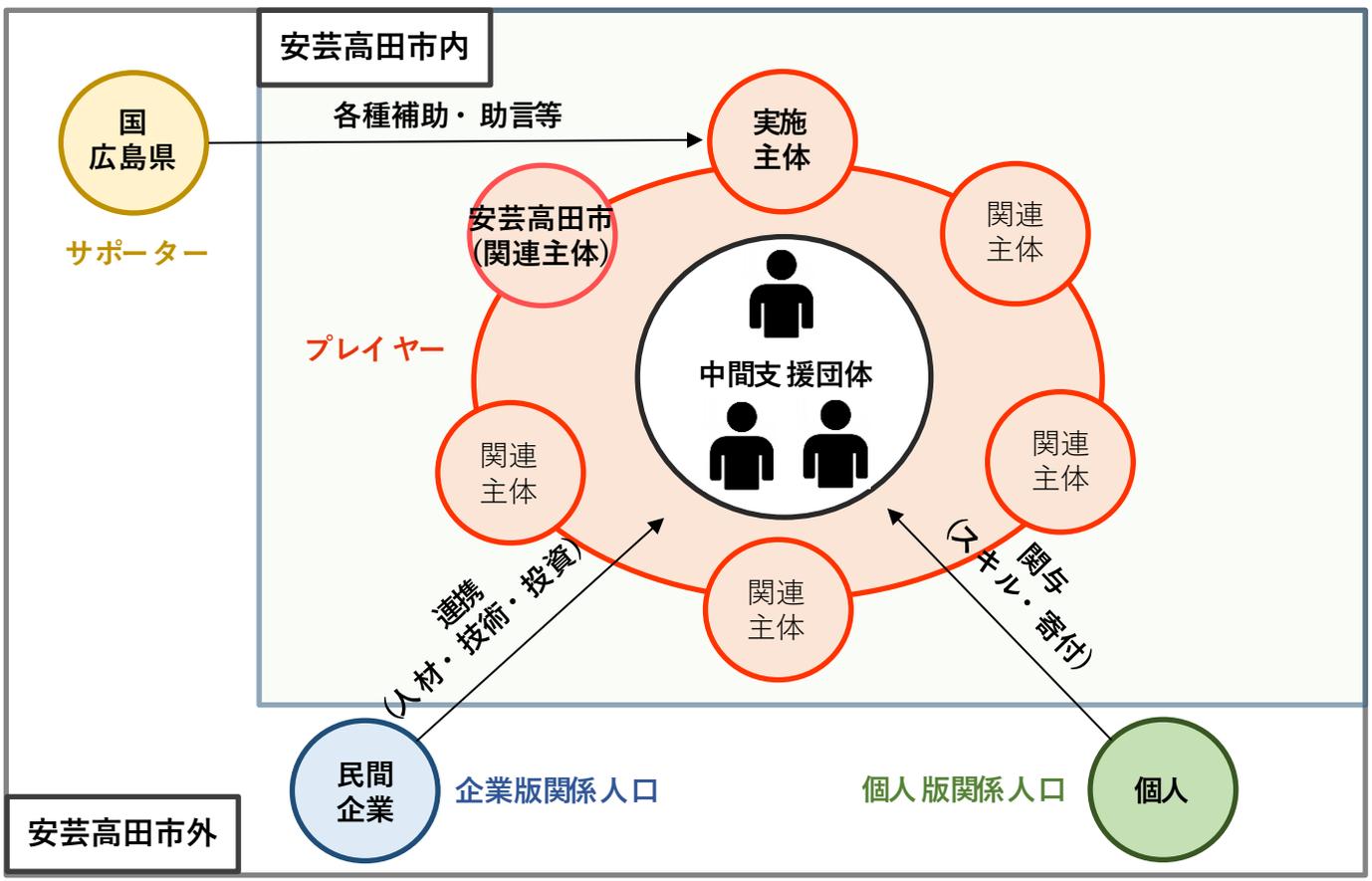
- ・ 総合戦略は策定して終わりではなく、**実効性を担保する体制づくりを行うことが重要**です。
- ・ **行政のみで進めると、単年度予算による事業の空白期間の発生や、公平性の原理からくる“意欲や可能性の際立ったチャレンジ”の伸ばしにくさ、行政と民間の取組スピードに乖離が生じます。**民間のみで進めると、町・近隣自治体・県・国との連携が難しく、**経済的リターンを重視するあまり、必要な公益性を保持出来なくなる可能性があります。**
- ・ **公民連携により、社会的リターン及び経済的リターンのバランスが保たれる新たな組織又は体制を検討**します。

● 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

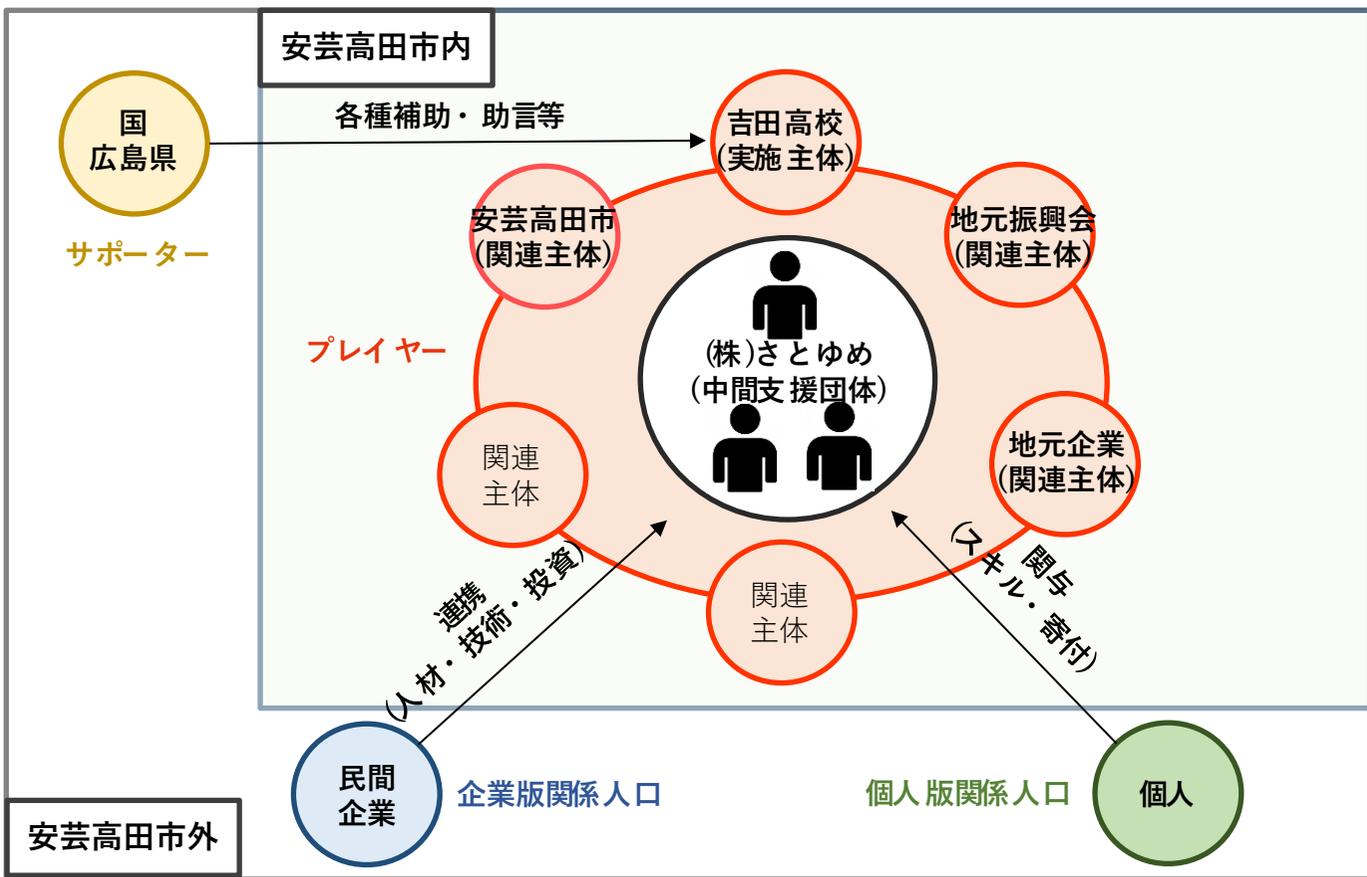


- 公民連携プロジェクトに係る活動資金
- ・公民連携プロジェクトの活動資金は、原則、以下の手法により資金を調達
    - ⇒国・県等の補助金を活用(一部市予算含む)
    - ⇒地域内外からの寄付・投資
    - ⇒地域金融機関からの融資 等
  - ・公民連携プロジェクトの事業化フェーズでは、PPP・PFI手法も活用しながら、民による事業運営を基本とする

中間支援団体	・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



事業化フェーズでは  
法人を設立して、民間運営

地域の魅力化事業  
 広島県立吉田高等学校が提案する

# 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。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。



地元の裏山

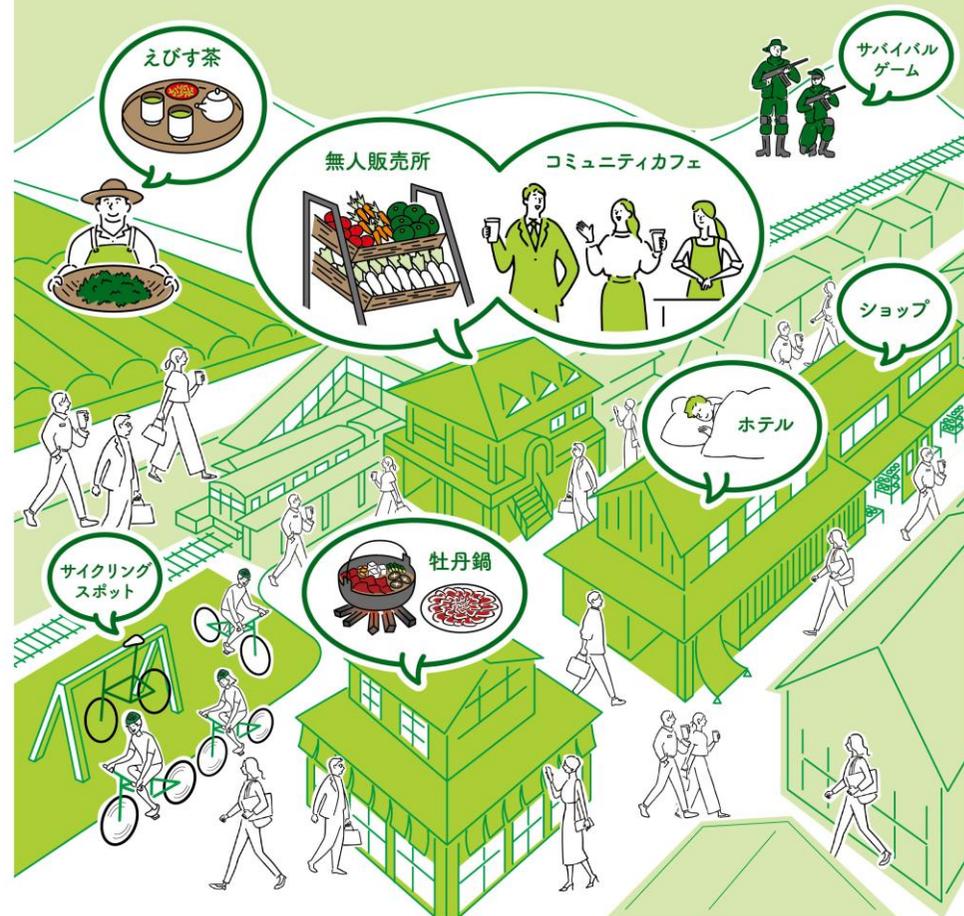
郡山城まるごとホテル



## 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

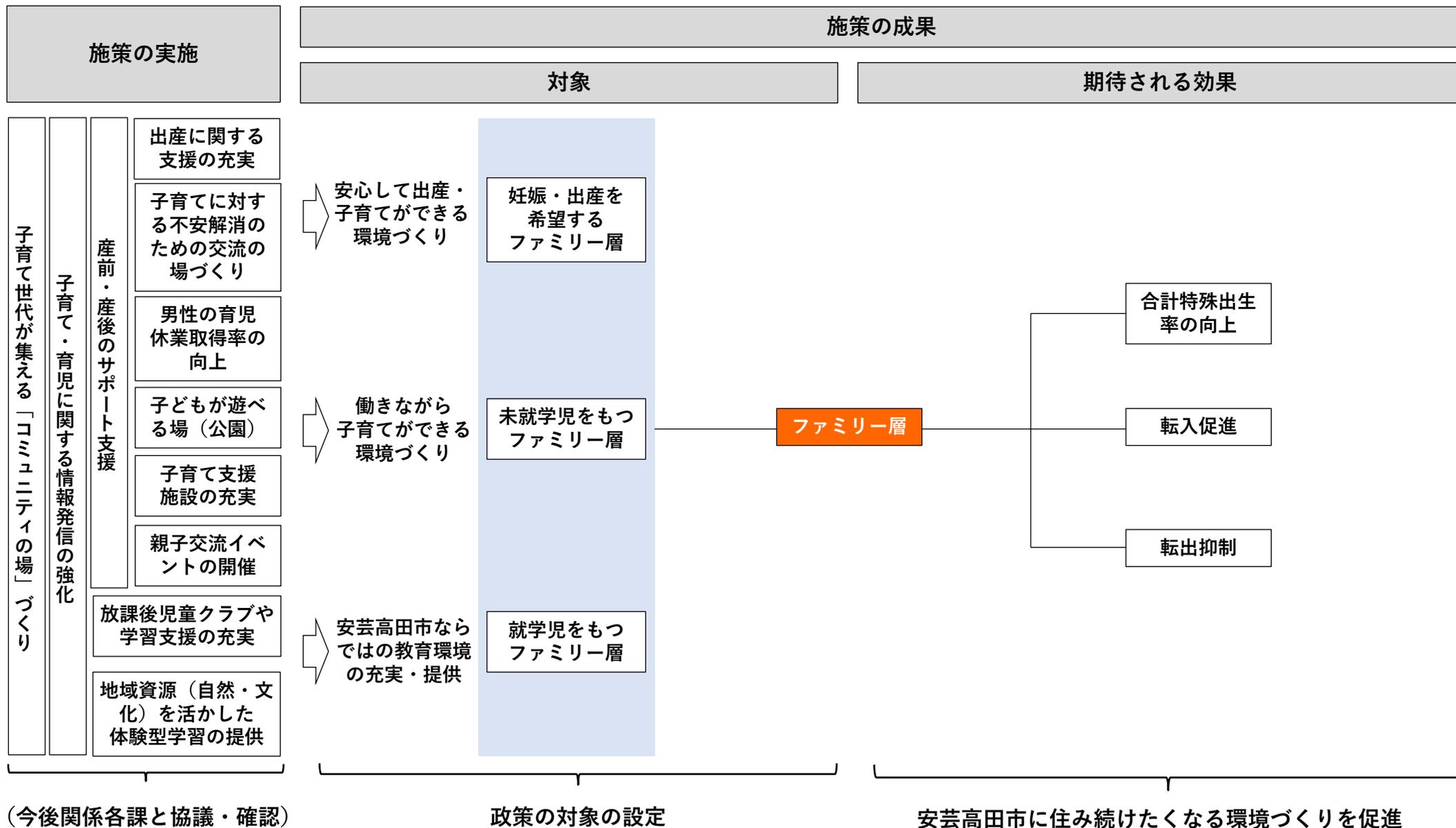
総合的な探究の時間を利用して、「向原復興」をコンセプトとした向原地域の魅力化事業を考えました。このコンセプトには、えびす茶を始めとした地域ならではの資源を活用して、向原駅を中心に新たなにぎわいを生み出し、若者の移住・定住が促進されることを目指しています。これにより、向原高校が地域に残り続けて欲しい、という想いも込めています。



【基本目標の方針】：“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

【代表目標指標（案）】：出生に係る指標・転入者数

● 基本目標Ⅰ 若者に選ばれるまちづくり（※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）



# 【参考】子育て世代向けワークショップ

## ●開催概要

### 【対象】

各小学校の保護者（女性子育て世代）※市職員にも別途依頼

### 【実施日時・場所】

2024年12月14日（土）13：30-15：00

安芸高田市民文化センター クリスタルアージュ 4F小ホール

### 【当日参加者】

保護者：13名/事務局：安芸高田市4名・(株)さとゆめ4名

### 【テーマ】

- ①子や孫の次世代に受け継いでいきたい安芸高田市の未来を考える
- ②安芸高田市に住み続ける上であったらうれしい取り組み

### 【実施結果（抜粋）】

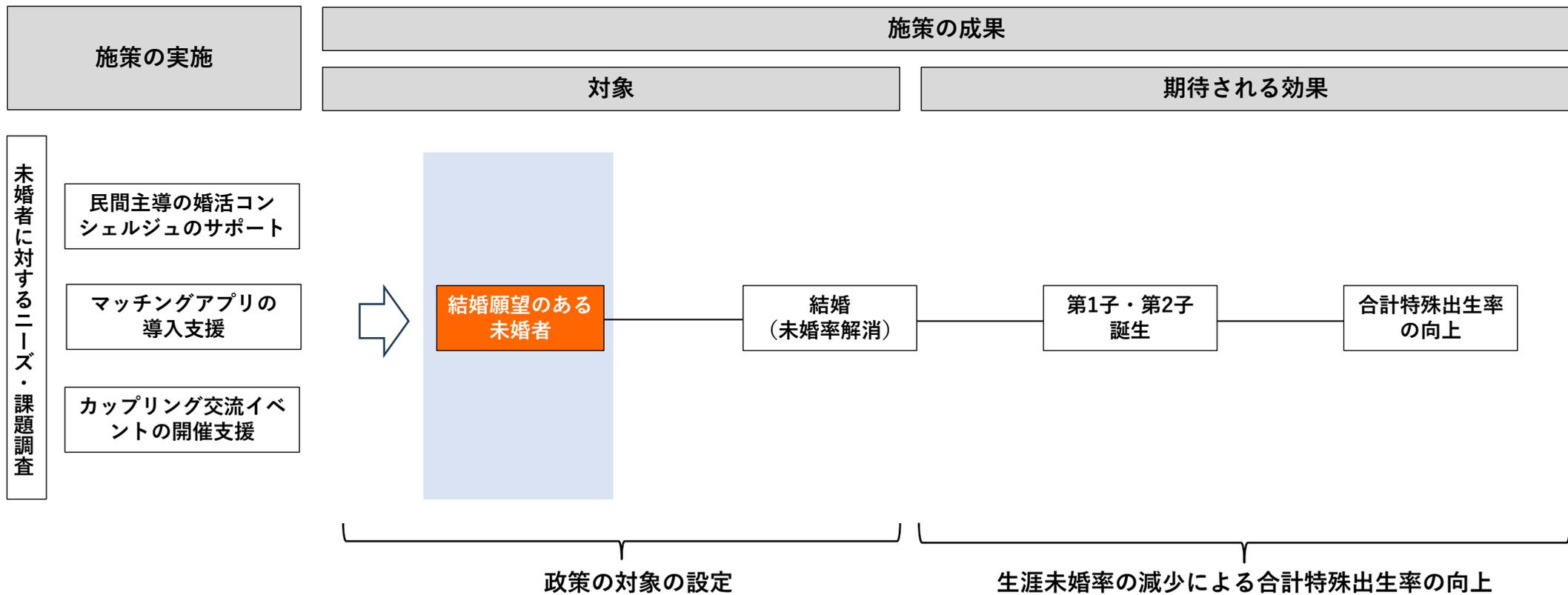


写真 グループワークの様子

ライフステージ	主要意見
結婚前 (未婚者)	<ul style="list-style-type: none"><li>・婚活イベント等の出会いの場がない</li><li>・若者が楽しめる場所がない</li><li>・同じ市内でも他町の人と関わる機会がない</li></ul>
結婚時 (産前・産後)	<ul style="list-style-type: none"><li>・妊婦同士の悩みや不安を共有できる交流の場や機会がない</li><li>・産前・産後サポート支援に関する情報がほしい</li><li>・土地や空き家バンク等住居に関する情報がほしい</li><li>・すぐに相談できる産前・産後アドバイザーがほしい</li></ul>
子育て (未就学児)	<ul style="list-style-type: none"><li>・子どもが自由に遊べる場所（公園等）が少ない</li><li>・親子同士が交流できる場がほしい（月1回の親子交流会等）</li></ul>
子育て (就学時)	<ul style="list-style-type: none"><li>・自分のふるさとについて学べる機会や場所の提供</li><li>・母同士が交流できる場がほしい</li><li>・夏休みなどの長期休暇に遊ぶ場所がない</li></ul>

【基本目標の方針】：“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  
 【代表目標指標（案）】：出生に係る指標

● 基本目標Ⅰ 若者に選ばれるまちづくり（※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）



【参考】合計特殊出生率の高め方

$$\text{合計特殊出生率} = \frac{\text{子どもの数}}{\text{未婚者} + \text{既婚者}}$$

※15歳から49歳までの女性の年齢別出生率を合計したもの

- ①子どもが欲しい既婚者が対象  
・第1子、第2子を産んで、子育てし易い環境づくり
- ②20歳-44歳の女性が対象  
・転入者が子育てし易い環境づくり
- ③結婚したい市民が対象【結婚願望のある未婚者】  
・生涯未婚率を下げる施策の推進

- ・基本目標Ⅰのファミリー世帯をターゲットにした施策に関わる主体は、以下を想定しています。
- ・当該施策を推進することが、各主体にとってWin-Winの取組であることを関係者と共有していき、合意形成を図ります。

●基本目標Ⅰ 若者に選ばれるまちづくり 各主体にとってのメリット

基本目標	ターゲット	主体	メリット
基本目標Ⅰ 若者に選ばれるまちづくり	ファミリー層 未婚者層	政策企画課	・移住・定住者の増加等
		児童保育課	・保育環境の充実による出生数の増加等
		健康・こども未来課	・妊娠・出産・乳幼児期までの切れ目のない支援体制の強化による子育て世帯の満足度向上等
		教育委員会	・安芸高田市ならではの学びの充実等
		ファミリー層	・安心して妊娠・出産・子育てができる生活環境、育児に関する情報や相談のしやすさ等
		未婚者層	・安心安全な出会いの場等



# 【参考】外国人アンケート調査

## ●調査概要

### 【背景及び目的】

安芸高田市は外国人市民の占める割合が年々高くなってきている。

多文化共生を推進する安芸高田市として、外国人材にとっても住み良いまちづくりに向けた施策検討を行うために、地域への関心のステップアップ（無関心層⇒関心層⇒定住（永住・帰化））におけるニーズ・課題の把握を行う。

### 【対象者】

安芸高田市在住の18歳以下の外国人全員（1,095人）

### 【手法】

安芸高田市在住の18歳以下の外国人を住民基本台帳より抽出し、WEB調査票を各戸に送付

### 【時期】

2025年6月20日～7月4日

### 【回収数（人）】 【回収率】

総数：297（全体） 27.1%

## 【アンケート結果（抜粋）】

8. 安芸高田市は住みやすいですか？（○はひとつだけ）	n=297
① はい	75.8
② どちらでもない	21.2
③ いいえ	3.0

25. 今後、安芸高田市に住み続けたいですか？（○はひとつだけ）	n=297
① はい	66.0
② どちらでもない	31.0
③ いいえ	3.0

9. 安芸高田市の雰囲気は気に入っていますか？（○はひとつだけ）	n=297
① はい	75.4
② どちらでもない	20.5
③ いいえ	4.0

10. 安芸高田市は好きですか？（○はひとつだけ）	n=297
① はい	77.1
② どちらでもない	21.5
③ いいえ	1.3

11. 安芸高田市に親しみを感じるのとはどんなときですか？（○は3つまで）	n=297
① 安芸高田市のことをネットやSNSで見るとき	5.4
② お祭りなど地域のイベントに参加するとき	32.3
③ 安芸高田市で知り合った日本人とおしゃべりするとき	31.3
④ 今の仕事にやりがいを感じたとき	30.6
⑤ 安芸高田市の景色を見るとき	54.9
⑥ 市内のお気に入りの場所に行くとき	17.8
⑦ その他	13.1

	日本滞在5年未満		日本滞在5年以上		サンプル数
	定住意向有り	定住意向無し	定住意向有り	定住意向無し	
4. あなたの国籍はどれですか。（○はひとつだけ）					
中国	27.3	18.2	45.5	9.1	11
韓国	0.0	0.0	0.0	100.0	1
スリランカ	100.0	0.0	0.0	0.0	4
ベトナム	55.8	23.4	13.0	7.8	77
フィリピン	41.4	6.9	41.4	10.3	29
インドネシア	34.3	59.7	6.0	0.0	67
タイ	62.3	26.2	8.2	3.3	61
カンボジア	20.0	0.0	80.0	0.0	5
ミャンマー	55.6	22.2	11.1	11.1	9
ブラジル	8.3	12.5	66.7	12.5	24
その他	33.3	0.0	55.6	11.1	9

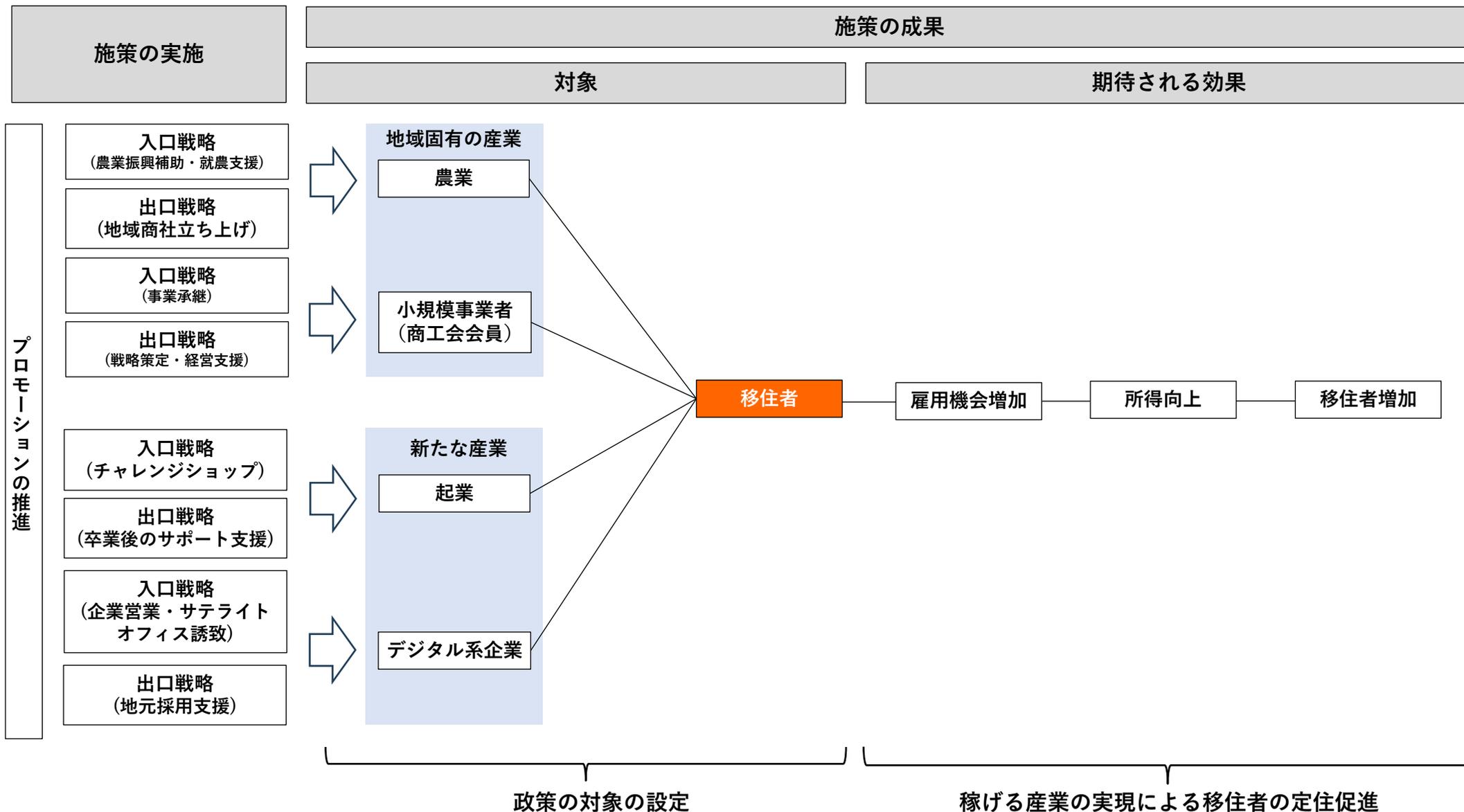
- ・基本目標Ⅰの外国人をターゲットにした施策に関わる主体は、以下を想定しています。
- ・当該施策を推進することが、各主体にとってWin-Winの取組であることを関係者と共有していき、合意形成を図ります。

●基本目標Ⅰ 若者に選ばれるまちづくり 各主体にとってのメリット

基本目標	ターゲット	主体	メリット
基本目標Ⅰ 若者に選ばれるまちづくり	外国人	政策企画課	・技能実習生の受け入れを通じた転入者の増加、多文化共生の推進等
		社会環境課	
		技能実習生 受入企業	・労働力確保による事業の継続性の向上等
		国際交流協会 (中間支援団体)	・多文化共生の推進等
		地域 コミュニティ	・地域行事や活動を通じた多様な文化交流の促進、地域課題の解決の担い手確保等
		外国人	・安心して暮らせるまちに住む等

【基本目標の方針】：“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  
 【代表目標指標（案）】：移住者数

● 基本目標 1 若者に選ばれるまちづくり (※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)



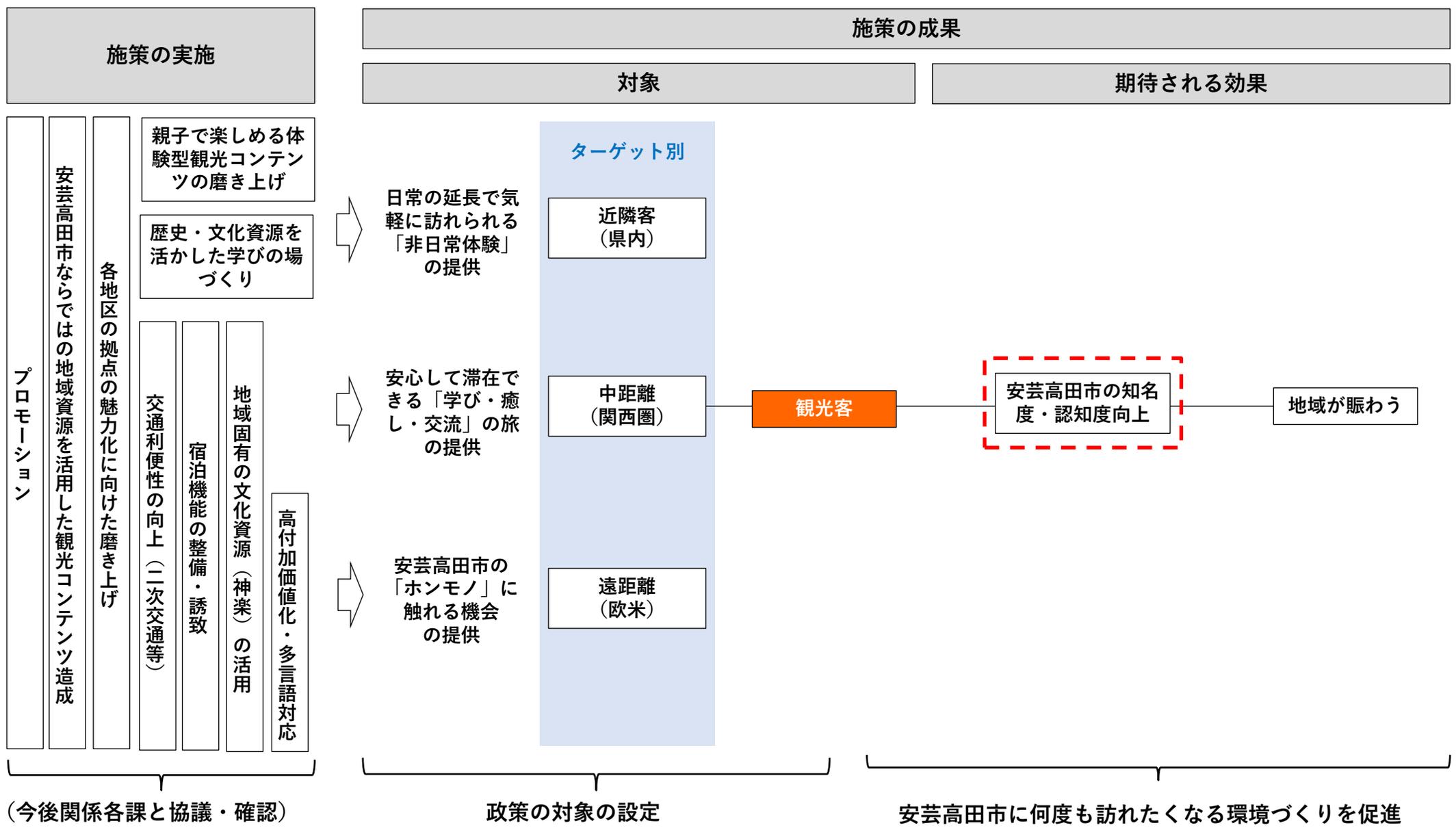
- ・基本目標 1 の移住者をターゲットにした施策に関わる主体は、以下を想定しています。
- ・当該施策を推進することが、各主体にとってWin-Winの取組であることを関係者と共有していき、合意形成を図ります。

●基本目標 1 若者に選ばれるまちづくり 各主体にとってのメリット

基本目標	ターゲット	主体	メリット
基本目標 1 若者に選ばれるまちづくり	移住者	政策企画課	・関係人口の創出・拡大、移住・定住者の増加等
		商工観光課	・関係人口の創出・拡大、地域経済の活性化等
		地域事業者	・売上・消費額の増加、人材確保や担い手不足の解消等
		地域コミュニティ	・地域行事や活動を通じた多様な文化交流の促進、地域課題の解決の担い手確保等
		移住者	・理想の暮らしの実現、地域での新たな人間関係の構築や役割の獲得等

**【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回訪れたくなるまちづくりを推進  
**【代表目標指標（案）】**：「安芸高田市観光ナビ」のアクセス数

● 基本目標Ⅱ 第2のふるさとづくり (※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)



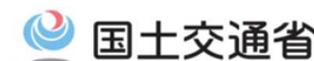
- ・基本目標Ⅱの観光客をターゲットにした施策に関わる主体は、以下を想定しています。
- ・当該施策を推進することが、各主体にとってWin-Winの取組であることを関係者と共有していき、合意形成を図ります。

●基本目標Ⅱ 第2のふるさとづくり 各主体にとってのメリット

基本目標	ターゲット	主体	各主体にとってのメリット
基本目標Ⅱ 第2のふるさとづくり	観光客	政策企画課	・知名度・認知度向上に伴う関係人口の増加、移住・定住者の増加等
		商工観光課	・観光客の増加、地域経済の活性化等
		地域事業者 (飲食・宿泊施設等)	・売上・消費額の増加、新たな顧客層との接点、人材確保や担い手不足の解消等
		地域コミュニティ	・地域に対する誇りや愛着の醸成、地域活動への参加機会の増加等
		観光客	・安芸高田市でしか得られない体験価値の獲得等

- ・国土交通省国土政策局では、関係人口を以下のとおり定義しています。
- ・安芸高田市においても、当該定義を参考に、関係人口のタイプを定義します。

## (1)三大都市圏における関係人口の存在



- 三大都市圏の18歳以上の居住者(約4,678万人)のうち、約18%(約861万人)が関係人口として、日常生活圏、通勤圏等以外の特定の地域を訪問している。【新型コロナウイルス感染症拡大直前】

### 推計の概要

- 三大都市圏に居住する約7.5万人に対してインターネットアンケートを実施(18歳以上の男女、74,579人が有効回答)
- 調査対象地域の18歳以上の人口(約4,678万人)に基づき、男女比率及び年齢構成(4年齢区分)を踏まえて母集団拡大推計を実施

### 用語の定義

#### 【関係人口(訪問系)】

日常生活圏、通勤圏、業務上の支社・営業所訪問等以外に定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ、訪問している人(単なる帰省などの地縁・血縁的な訪問者を除く)

#### <大分類>地域における過ごし方に応じて分類

##### 【直接寄与型】

産業の創出、商店街の空き店舗有効活用の活動、朝市・マルシェへの出店活動、ボランティア、地域資源・まちなみの保全活動、まちおこし・むらおこしにつながるようなプロジェクトの企画・運営、又は協力・支援等

##### 【就労型(現地就労)】

地元の企業・事業所での労働(地域における副業)、農林漁業への就業、農林漁業者へのサポート(援農等)

##### 【就労型(テレワーク)】

本業として普段行っている業務や仕事(テレワークなど)、訪問地域外の業務や仕事(テレワーク/副業など)

##### 【参加・交流型】

地域の人との交流やイベント、体験プログラム等に参加

##### 【趣味・消費型】

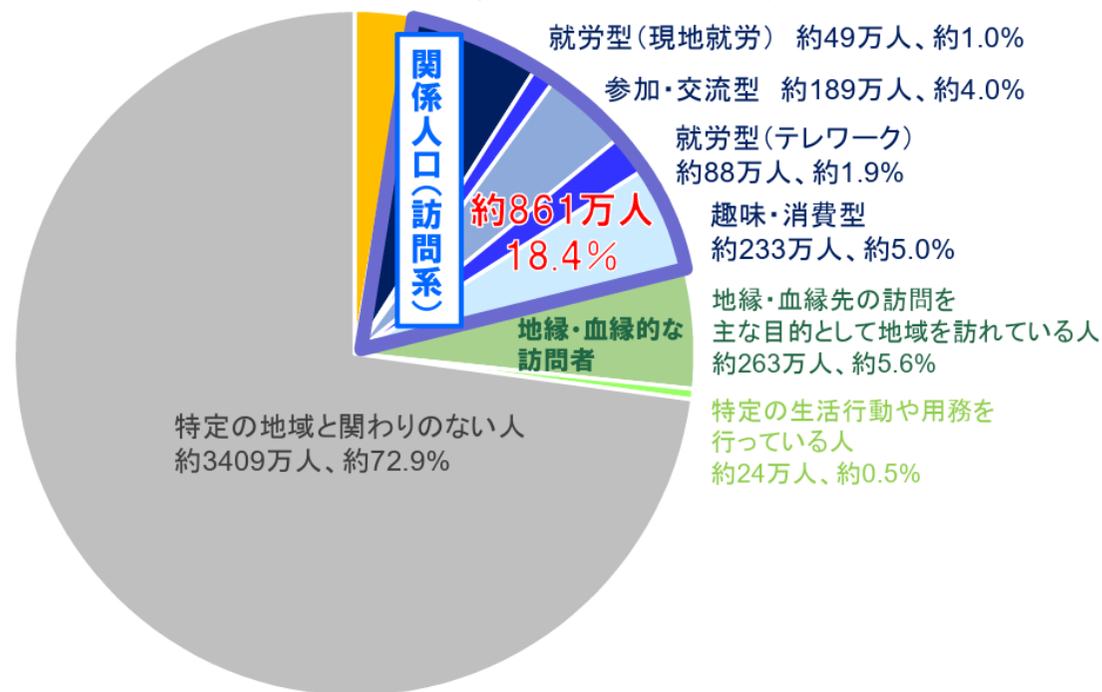
地縁・血縁先以外で、地域での飲食や趣味活動等を実施(他の活動をしていない)

#### 【関係人口(非訪問系)】

ふるさと納税、クラウドファンディング、地場産品等購入、特定の地域の仕事の請け負い、情報発信、オンライン活用

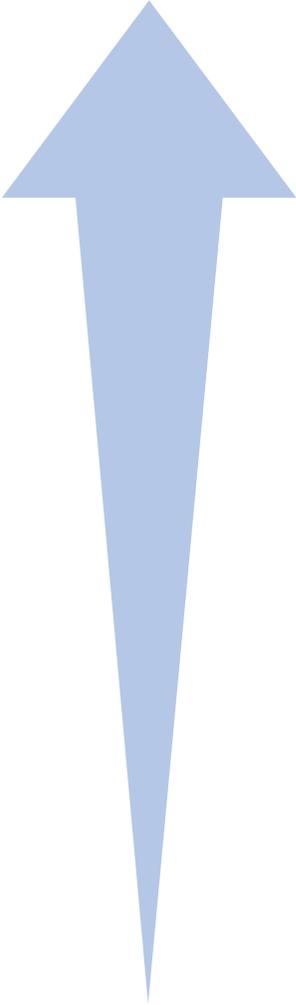
### 三大都市圏居住者の日常生活圏、通勤圏以外の地域との関わりの状況

関係人口(非訪問系)  
約123万人、約2.6%



※ 四捨五入の関係上、合計が一致しない場合がある

(出典) 「地域との関わりについてのアンケート」(国土交通省、令和2年9月実施)、三大都市圏居住者(人数ベース)

地域への 関わりの深さ	関係人口の分類		定義	安芸高田市版 (●：特に力を入れる)
 <p style="text-align: center;">大</p> <p style="text-align: center;">小</p>	リアル 関係人口	二地域居住型	都市部と安芸高田市の両方に生活拠点をもち、継続的に安芸高田市に滞在・関与する人	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ワーケーション</li> <li>・リモートワーカー等</li> </ul>
		直接寄与型	地域のまちづくりや課題解決に直接関与する人	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域おこし協力隊(卒業生)</li> <li>●地域プロジェクト関係者(例：郷野小学校)等</li> </ul>
		就労型 (現地就労)	定期的に安芸高田市で仕事を行う人(週末型含む)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・週末農業者等</li> </ul>
		就労型 (テレワーク)	本業として普段行っている業務や仕事(テレワークなど)、訪問地域外の業務や仕事(テレワーク/副業など)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出張者</li> <li>・テレワーカー等</li> </ul>
		参加・交流型	通勤・通学・地域イベントへの参加など継続的に交流する人	<ul style="list-style-type: none"> <li>●市外からの通勤者(ファミリー層)</li> </ul>
		趣味・消費型	地縁・血縁先以外で、地域での飲食や趣味活動等を実施(他の活動をしていない)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・交流人口等</li> </ul>
	オンライン関係人口	ふるさと納税、クラウドファンディング、地場産品等購入、特定の地域の仕事の請け負い、情報発信、オンライン活用		<ul style="list-style-type: none"> <li>●個人版ふるさと納税</li> <li>●企業版ふるさと納税</li> <li>●市との連携協定企業等</li> </ul>

# 【参考】 製造業に従事する通勤者アンケート調査

## ● 調査概要

### 【背景及び目的】

安芸高田市では、「市外からの通勤者」が増加傾向にあります。

「市外からの通勤者」の本市への移住・定住の可能性、関係人口としての関わりの可能性等について検証します。

### 【対象者】

安芸高田市工業会に所属している企業

### 【手法】

安芸高田市工業会に所属している企業にWEB調査票を配布し、従業員（市内居住/市外居住）が回答

### 【時期】

2025年6月20日～7月4日

### 【回収数】

総数392人（市内：264人/市外：128人）

### 【アンケート結果（抜粋）】

アンケート結果より、仕事以外の目的で安芸高田市に「1回以上滞在」する方は64.1%（82人）存在します。

そのうち、23.2%（19人）の方が祭り等のイベントへ参加している傾向があります。

さらに、市外からの通勤者のうち14.1%（18人）の方が、本市への移住に関心があります。

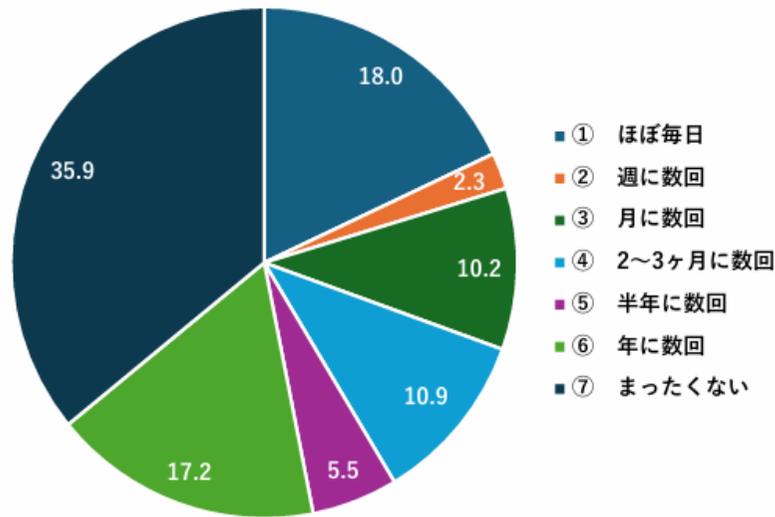


図 21 通勤者の仕事以外における安芸高田市との関わり (n=128)

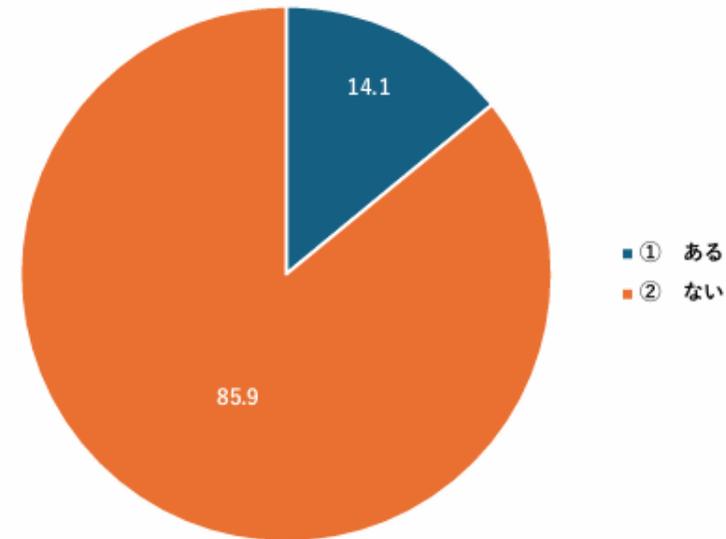


図 20 安芸高田市への移住の関心の有無 (n=128)



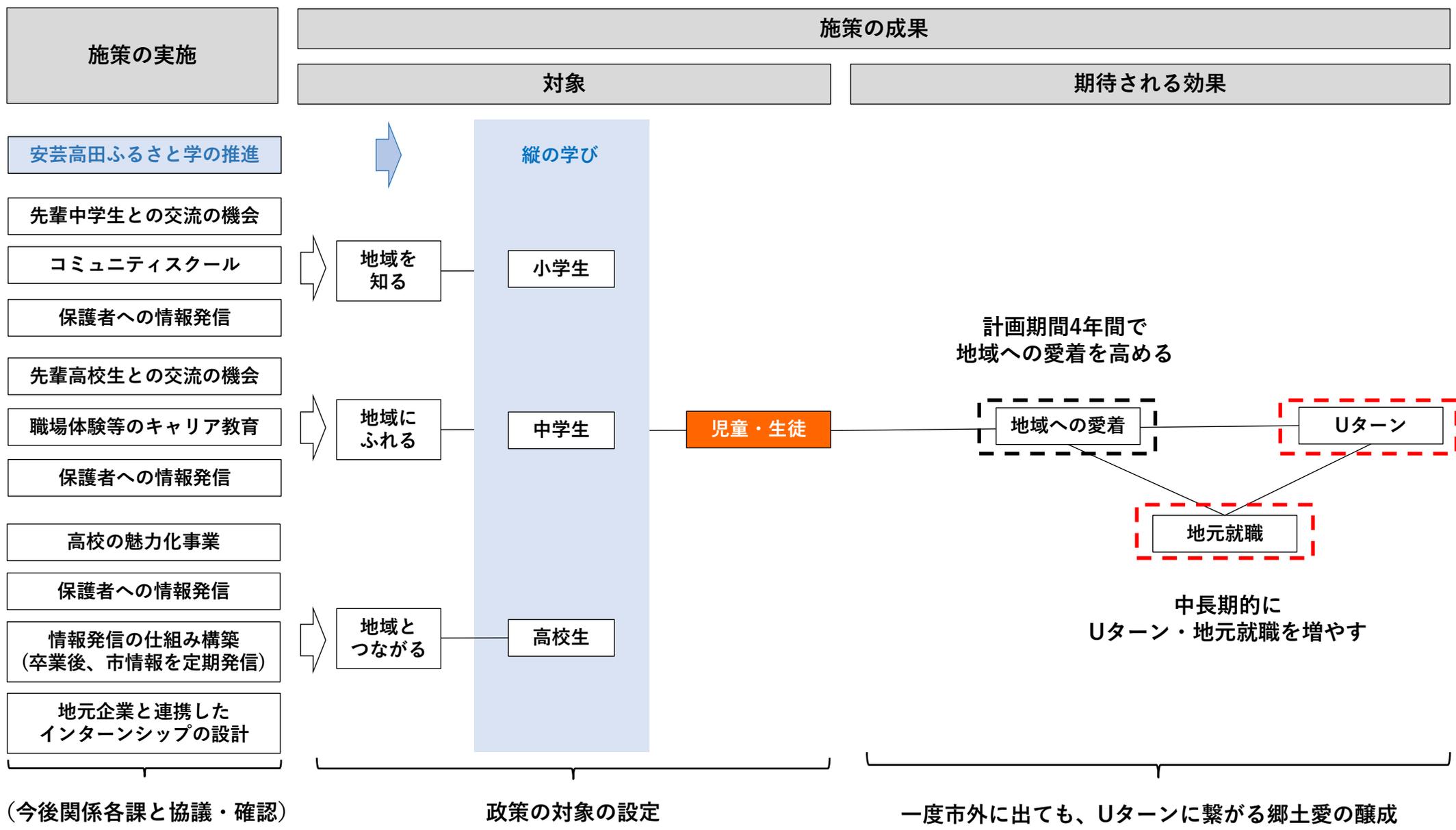
- ・基本目標Ⅱの関係人口をターゲットにした施策に関わる主体は、以下を想定しています。
- ・当該施策を推進することが、各主体にとってWin-Winの取組であることを関係者と共有していき、合意形成を図ります。

●基本目標Ⅱ 第2のふるさとづくり 各主体にとってのメリット

基本目標	ターゲット	主体	メリット
基本目標Ⅱ 第2のふるさとづくり	関係人口	政策企画課	・関係人口の創出・拡大、移住・定住者の増加等
		商工観光課	・関係人口の創出・拡大、地域経済の活性化等
		地域事業者	・売上・消費額の増加、人材確保や担い手不足の解消等
		地域コミュニティ	・地域に対する誇りや愛着の醸成、地域活動への参加機会の増加等
		関係人口	・第2のふるさとの発見、余暇の充実等

【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)



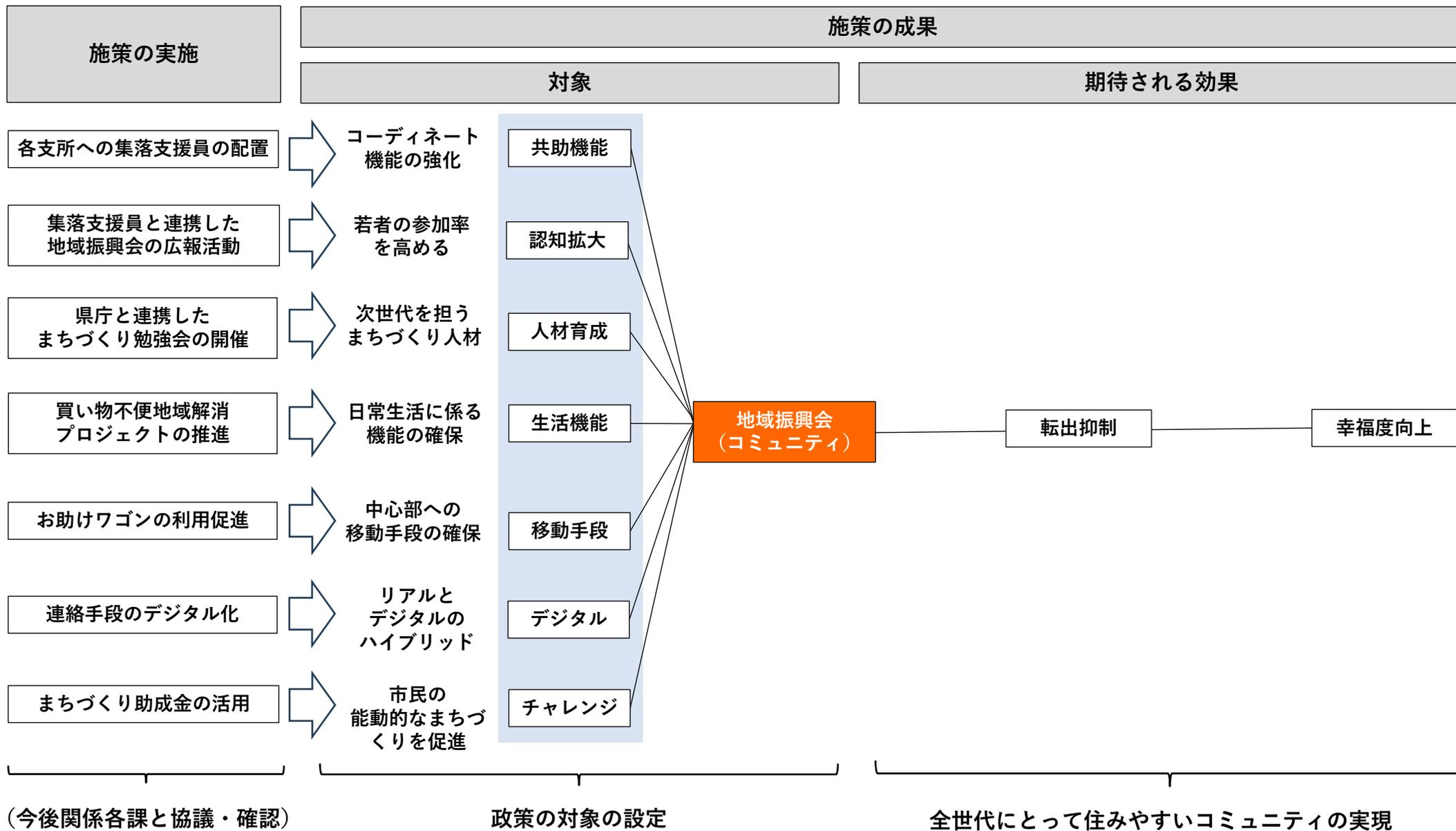
- ・基本目標Ⅲの児童・生徒をターゲットにした施策に関わる主体は、以下を想定しています。
- ・当該施策を推進することが、各主体にとってWin-Winの取組であることを関係者と共有していき、合意形成を図ります。

●基本目標Ⅲ 帰ってきたくなる学びのまちづくり 各主体にとってのメリット

基本目標	ターゲット	主体	メリット
基本目標Ⅲ 帰ってきたくなる学びのまちづくり	児童・生徒	政策企画課	・地域への愛着向上、Uターンの促進 等
		教育委員会	・学生の学びの多様性の確保 等
		県立高校	・高校の魅力化により、生徒募集・確保に繋がる 等
		生徒	・自己実現、スキル・ノウハウの取得 等
		保護者	・子どもが安心して学び・育つ環境の確保、教育の選択肢やサポート体制の充実 等
		地域 コミュニティ	・学校や子どもとのつながりによる地域の誇りの醸成、若い世代との交流による地域の活力向上 等

【基本目標の方針】：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  
 【代表目標指標（案）】：転出者数（抑制）

●基本目標Ⅳ 自助・互助・共助・公助のまちづくり（※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）



- ・基本目標Ⅳの地域振興会（コミュニティ）をターゲットにした施策に関わる主体は、以下を想定しています。
- ・当該施策を推進することが、各主体にとってWin-Winの取組であることを関係者と共有していき、合意形成を図ります。

●基本目標Ⅳ 自助・互助・共助・公助のまちづくり 各主体にとってのメリット

基本目標	ターゲット	主体	メリット
基本目標Ⅳ 自助・互助・共助・公助の まちづくり	地域振興会 (コミュニティ)	政策企画課	・自助・共助・公助による持続可能なまちづくりの推進により、市民の転出抑制や幸福度が向上等
		地域住民	・日常生活や災害時における安心・安全の向上等
		地域振興会 (コミュニティ)	・地域振興会への若者の参加率が高まり、多様な世代との交流が生まれる等

		内容
基本目標・施策名称		<ul style="list-style-type: none"> <li>基本目標1 第2のふるさとづくり</li> <li>施策名称 高校生が考える地域体験ツアー</li> </ul>
5W1H の設計	Who ※ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
	Why ※ターゲットへの提供価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>地域に暮らすように旅して、また訪れたいくなる、第2のふるさとの選択肢を提供</li> </ul>
	What ※具体的な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
	When ※実施・進捗時期	<ul style="list-style-type: none"> <li>4ヵ年計画として、各年度の取組は以下のとおり</li> <li>⇒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</li> <li>⇒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）</li> <li>⇒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</li> <li>⇒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</li> </ul>
	Where ※事業実施場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>安芸高田市〇〇地域</li> </ul>
	How ※体制・資金	<ul style="list-style-type: none"> <li>●体制                             <ul style="list-style-type: none"> <li>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）</li> </ul> </li> <li>●資金                             <ul style="list-style-type: none"> <li>国・県の補助金活用を想定（必要に応じて一部予算化）</li> </ul> </li> </ul>
KPI		<ul style="list-style-type: none"> <li>4ヵ年計画として、各年度のKPIは以下のとおり</li> <li>⇒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</li> </ul>

## 6 | 各基本目標の数値目標の設計

・各基本目標の数値目標を以下のとおり設定します。

政策分野	目標指標		現況値	数値目標	
				目標値	補足
基本目標Ⅰ 若者に選ばれるまちづくり	出生に係る指標	0-4歳の人口	516人 ※2025年		・今後集計
		20-44歳女性人口	2,495人 ※2025年		・今後集計
		合計特殊出生率 (子ども女性比)	0.21 ※2025年	0.21以上 ※2028年	・現況値以上 ・毎年把握可能な指標として、子ども女性比(0-4歳人口に対する20-44歳女性人口の比)を採用
	特定技能実習生数				・今後集計
	転入者数		3,707人/4年 ※2021年～2024年の合計値	3,938人/4年 ※2025年～2028年の合計値	・目標人口達成に向けた126人/年の社会増加について、転入者増加数を58人、転出者抑制数を68人と設定 ・その上で、過去4年間の転入者数の合計値(3,707人)に58人×4年を加算する形で目標値を算出
基本目標Ⅱ 第2のふるさとづくり	「安芸高田市観光ナビ」HPへのアクセス数				・今後集計
	(個人版)ふるさと納税		6,508件 ※2024年		・今後集計 ・関係人口に係る指標のため、金額ではなく、件数を採用
	企業版ふるさと納税				・今後集計
基本目標Ⅲ 帰ってきたいくなる学びのまちづくり	地域への愛着		50.4% ※2024年	50.4% ※2028年	・現況値以上
基本目標Ⅳ 自助・互助・共助・公助のまちづくり	転出者数		3,979人/4年 ※2021年～2024年の合計値	3,706人/4年 ※2025年～2028年の合計値	・目標人口達成に向けた126人/年の社会増加について、転入者増加数を58人、転出者抑制数を68人と設定 ・その上で、過去4年間の転出者数の合計値(3,979人)に68人×4年を引く形で目標値を算出

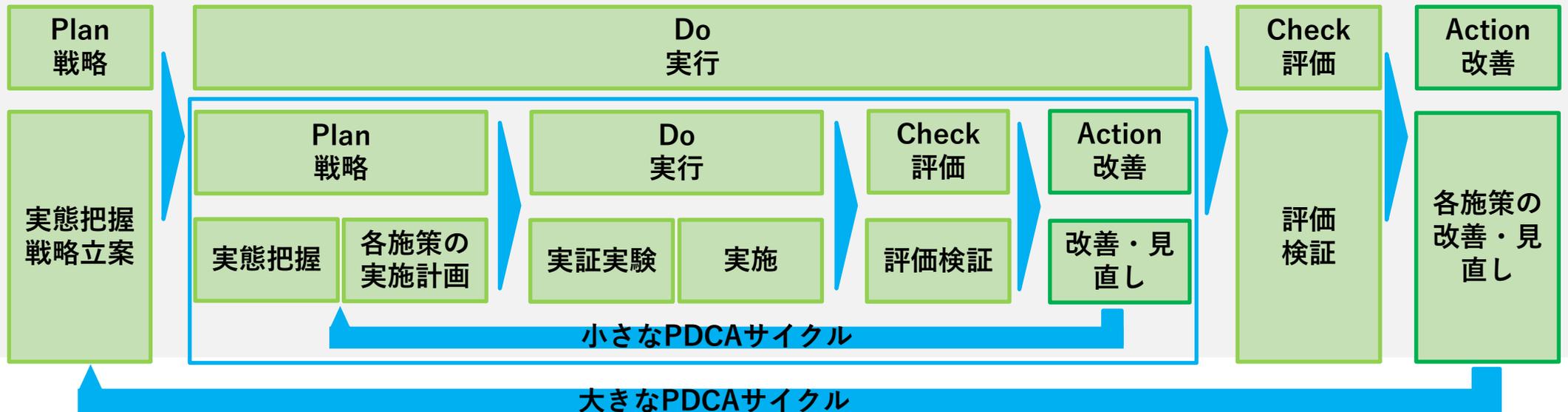
### スケジュール

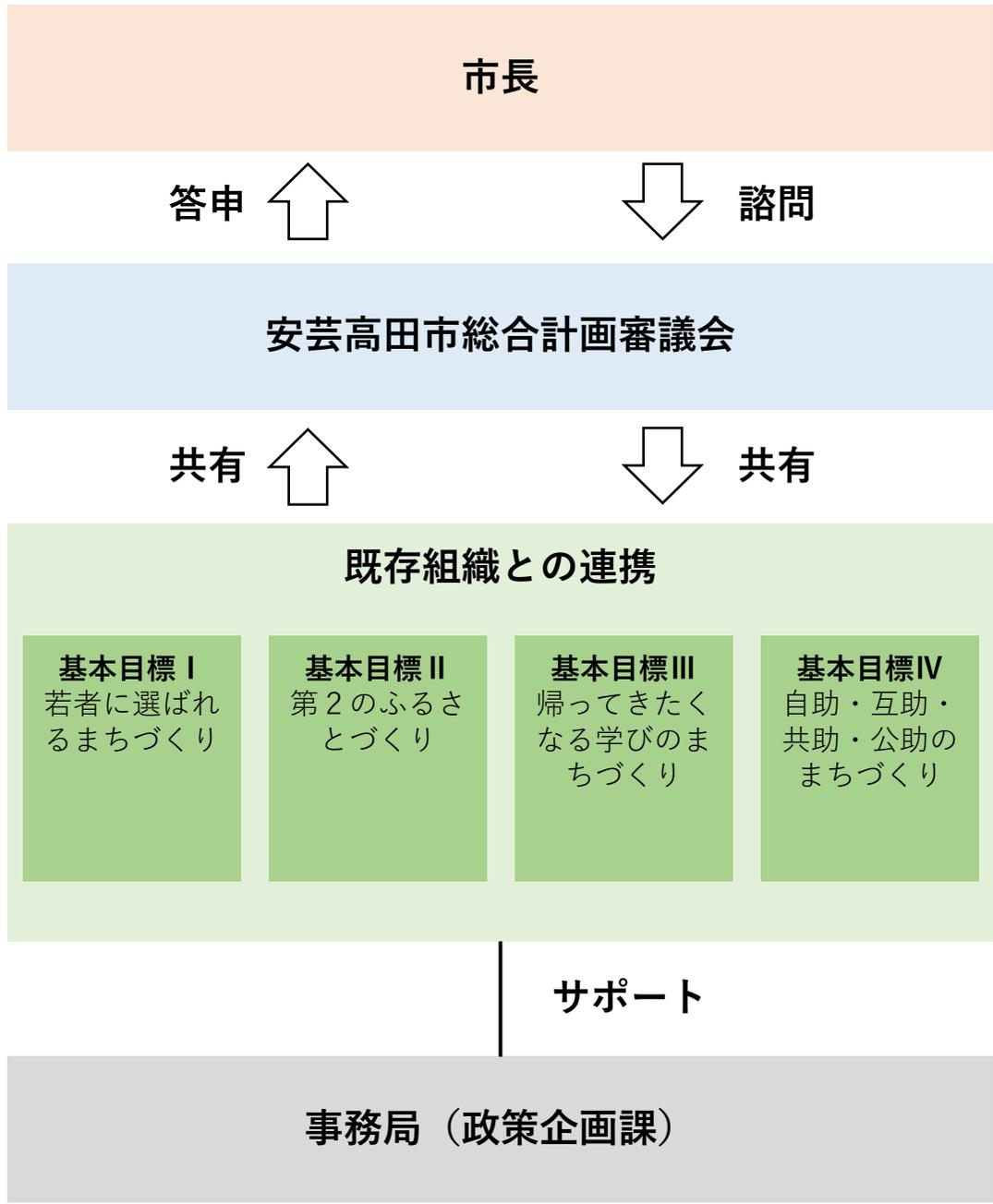
第3次総合戦略のスケジュールは以下のとおりです。2025年度は、第3次総合戦略の推進に向けた準備期間と位置づけ、新規施策の立ち上げ検討を行い、2026年度以降、施策・事業を強力に推進します。

	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度
総合戦略に位置付ける施策	・新組施策の立ち上げ検討 ・施策・事業立ち上げ	・施策・事業の推進	・施策・事業の推進	・施策・事業の推進
総合戦略の評価	年に1度、総合戦略に位置付ける施策・事業の進捗・効果を検証し、継続・縮小・見直し・廃止等の政策判断を実施			
次期総合戦略の検討				・検討開始

### 進捗管理

戦略の推進にあたっては、施策実施状況や目標達成状況の評価・検証を毎年行う「大きなPDCAサイクル」と、個別の事業に素早く対応する「小さなPDCAサイクル」を組み合わせることで、戦略の達成に向けた継続的な改善を推進します。





参加：地区代表、団体代表 等  
役割：総合戦略の施策の評価、成果報告の承認  
大きなPDCAサイクルに該当 等

参加：各既存組織の構成員、市担当課 等  
役割：公民連携による総合戦略の推進  
小さなPDCAサイクルに該当 等