

阿武町版総合戦略

(中間案)

平成 27 年 10 月

阿武町役場

町民のみなさんへ

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、きっと何かができる、何かが起こると、期待ができる町にしたい。その思いを実現するために、この総合戦略を書きました。

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。戦略策定にあたっては、たくさんの方にヒアリング、そして交流会などに参加・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、これからも良きパートナーとしてともに走っていただきたいと願っています。

この「総合戦略」は、人口減少時代を生き抜く上で、都市から地方への人の流れをつくり、地方の特徴を生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。しかし、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、阿武町に今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。そのため、これから述べる内容は、阿武町に住む20～30代が中心となり、同世代はもちろん、町内で様々な思いを持ち活動されている方々のところへ出向き、お話を伺い、まとめたものです。

この戦略は阿武町に住むみなさん、阿武町から旅立ち全国各地で頑張るみなさん、阿武町に興味関心のあるみなさん、そしてこれから阿武町で育つみな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頂き、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。

高校生までのみなさんへ。

地方で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頂き、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。一緒に取り組みたいプロジェクトも書いています。まちをいま住み継ぐのは私たち 30 歳世代です。その次世代となるみなさん方には、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・シニア世代のみなさんへ

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

みな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、しっかりバトンパスして頂くことです。

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。みなさんにとっては日常的なことでも、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。

みな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。ぜひ一緒に検討して頂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みなさんへ

一度阿武町を離れ、外の視点を持ち合わせたみなさんの力が必要です。都会の感覚も持ち合わせたみなさんだからこそ、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ことのヒントを持っているのだと思います。まちの良さを生かしながら、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。みな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。

みな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 代の同世代のみなさん。

物語の主演はみなさん方です。代役はいません。「ここが人生の舞台である」と胆を決め、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、

思いっきり楽しく、後悔なく主役を演じきった方が面白い。ほしい未来を手に入れるために、今からともにまちを変えていってほしいのです。

評論家はいりません。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、他でもない私たち自身なのだということを、今一度自覚し、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。

国のみなさんへ

阿武町は 1955 年に誕生して以来、先駆的に道の駅の実証実験を行い、全国でも第 1 号となる“道の駅阿武町”を設置し、自然管理型漁業を始めた発祥の地でもあり、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たりと、独自の施策を立案し、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等からも示されるように財政は良好な状態であり、重要だと思う施策にはお金を支出できることは一定の成果であり、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も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、将来を具体的に想像し、小さな変化の積み重ねることで、「ほしい未来」を実現していきたいと考えます。

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、そのために今から何が必要なのかと声をあげる戦略です。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最大限尊重し、応援するような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答えることを第 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、自立心を育て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いことを、私たちは経験的に知っています。このような、気運の高まりと各種ソフト施策こそ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。

高齢化率が46%を越え、人口は約3,500人という規模の阿武町だからこそ、今後この町がどのような道をたどるかということが未来への希望の一つのモデルになると考えます。これは日本が、世界が目指したい姿がこの町にあるということです。私たちの「町の継ぎ方」が、将来日本全国の自治体の知見となるよう、取り組んでいきたいと思います。

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	5
阿武町版総合戦略の特徴	9
暮らしの中の小さな違和感を重視	9
30代を中心とした若者の視点の反映	10
人生90年時代の町の継ぎ方を提案	12
阿武町版総合戦略の位置づけ	13
「まち・ひと・しごと創生総合戦略」との関係	13
「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
ライフステージ別の暮らし	24
阿武町のこれまで・いま・これから	28
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 -	29
「住まい」に関する課題	31
「働き方」に関する課題	31
「つながり」に関する課題	32
阿武町の「いま」 “素敵な例外”が誕生 - 地域の強み -	33
家族・パートナーを連れて町に越して来る女性	33
町にない仕事や役割を作ろうとする女性とフォローする男性	33
町に変化をもたらす新たな価値観	34

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 -	35
「選ばれる町」のつくり方 - 施策 -	36
重点施策①多様な住まいを提供する	38
空き家ノート製作プロジェクト	39
空き家管理プロジェクト	43
思い出不動産プロジェクト	47
重点施策②多様な働き方を提案する	51
1/4WORKS プロジェクト	52
阿武の玄関づくりプロジェクト	56
重点施策③多様なつながりを育む	60
TsuQURO プロジェクト	61
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
施策パッケージ 1. 地方における安定した雇用を創出する	72
施策パッケージ 2. 地方への新しいひとの流れをつくる	75
施策パッケージ 3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる	78
施策パッケージ 4. 時代に合った地域をつくり、安心なくらしを守るとともに、地 域と地域を連携する	80
プロジェクトの育て方 - PDCA サイクルの実施 -	83
PDCA サイクルとは	84
体制・役割分担	84
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いたり、人材獲得のための支援メニューの創出自体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の選択の傾向を読み解き、広くわかりやすく共有することをまず大切にします。そして、その情報をもとに、これからの町のあり方について対話や創造的な取り組みが生まれることを期待しています。

本総合戦略は、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]。世帯数は 1,600 世帯で推移している一方で、高齢化率は急激に進行し 2014 年に 46.7%台となっています。

町では、人口減少に関する課題意識は早期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、地方移住に関する知見やノウハウ、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だと考えます。

人口は、これまでの町の成り立ち、人々の居住の選択の動機、町民が望む暮らし、今後町が取り組むべき方向性など、様々なことを私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、負のスパイラルにおちいってしまいます。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步を踏み出したいと考えています [図 2]。

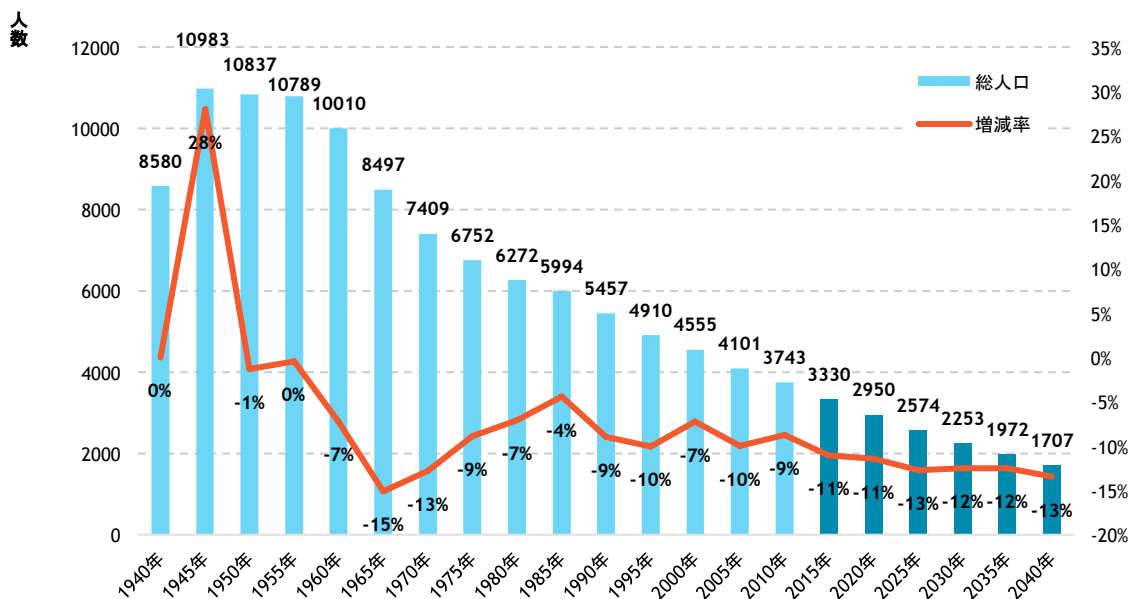


図1 阿武の総人口の推移と増減率

2015年以降は、国立社会保障・人口問題研究所による推計値

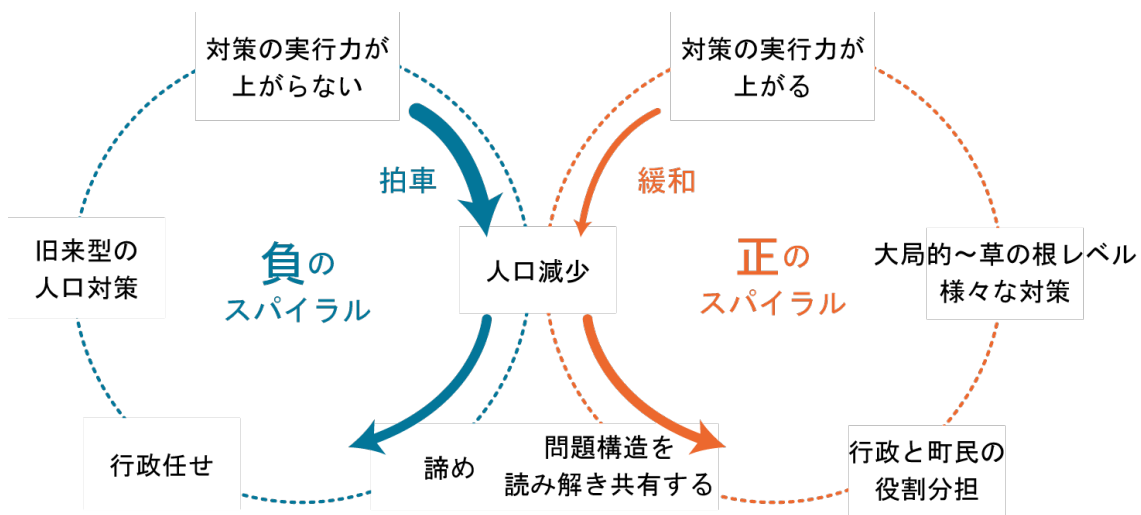


図2 人口対策の負のスパイラル・正のスパイラル

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・居住等の人々のライフスタイルの変化が静かに人口減少化に拍車をかけることにつながります。つまり、ライフスタイルの変化に訴えかけていけない限り、人口減少の根本的な解決には至らないということがわかります。

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、大きくわけて2つあります。

1つ目は、帰郷しにくい、転入しにくい、子どもを産み育てにくいといった、本来この町に存在すべき人口を妨げる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、人口減少に対応した地域社会の再構築（デザイン）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、自立した地域社会を目指します [図3]。

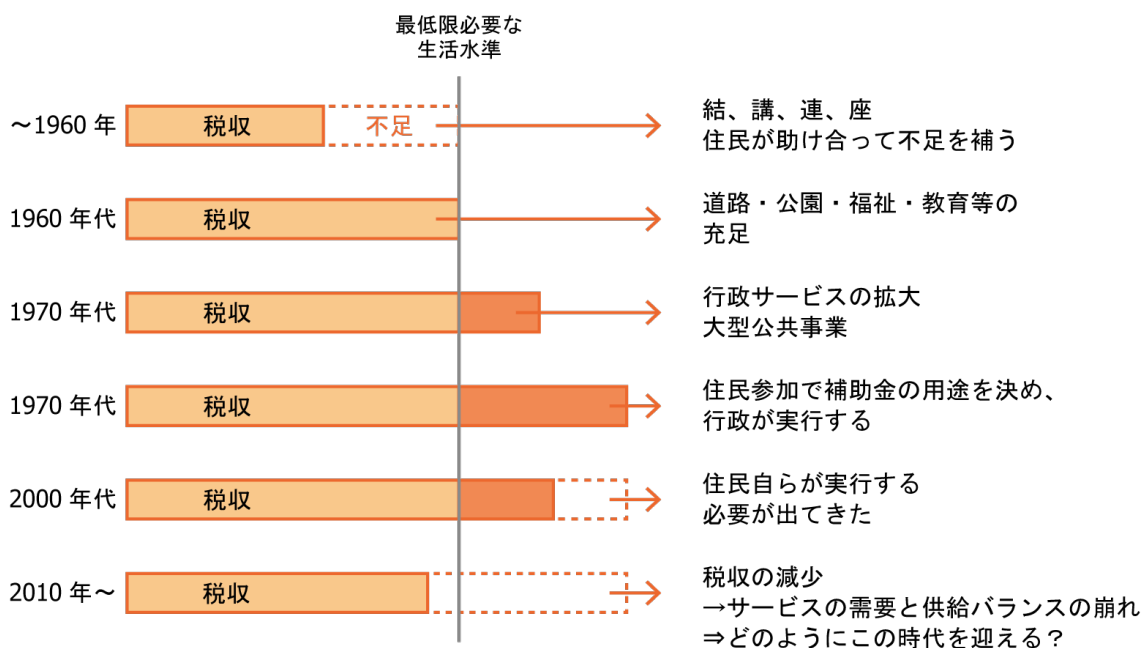


図3 時代の移り変わり住民・行政の役割分担

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。最も変化が表れ始めたのは、空き家バンクを開設した 2007（平成 19）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 4]。

阿武町に帰郷・転入する人々の動機は为什么呢？それは、海・山・まちの 3 つの特性に分かれた小さな町で、フードマイレージゼロの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が持てることなどが理由です。

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ながら「阿武町に住みたい」と思う気持ちを実際の帰郷・移住の行動に移してもらえるような動機づけを行っていきます。また町民には、町の魅力を共有・創造するような取り組みを行い、「阿武町に住み続けたい」と思い、定住してもらえるように働きかけていきます。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 5]。

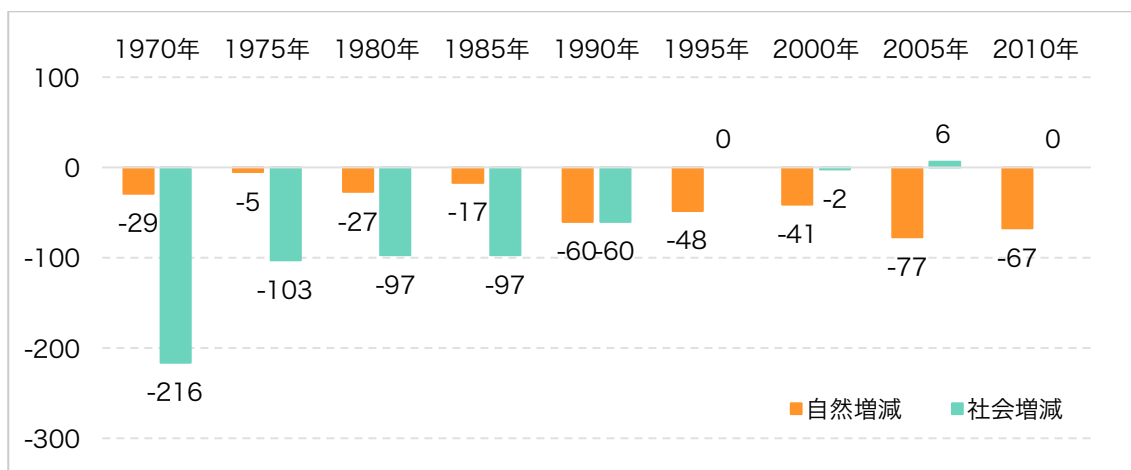


図4 自然増減・社会増減の推移（1970-2010）

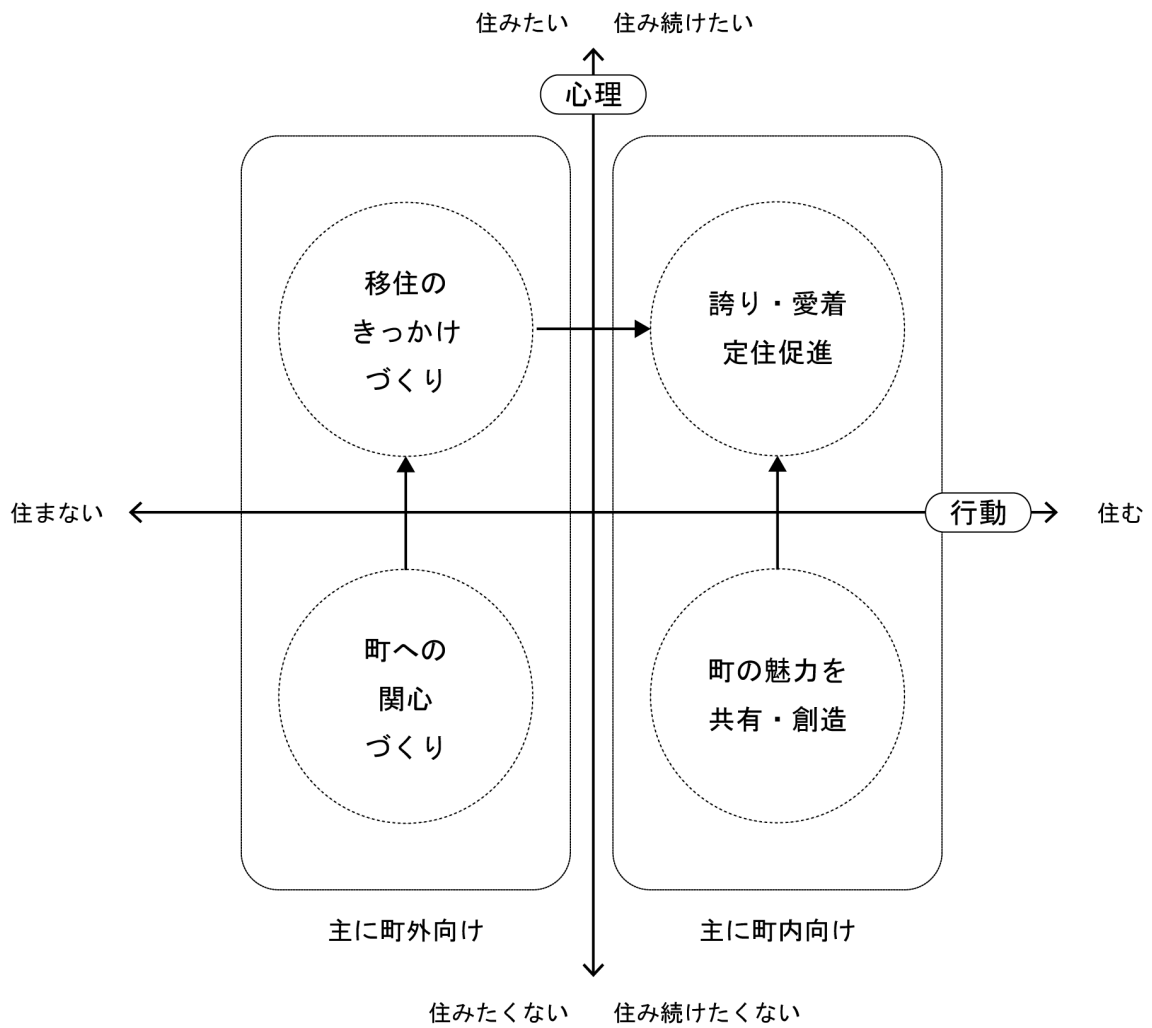


図5 ターゲット別に必要なアプローチ

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。近年、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、平日の日中は町内で時間を過ごしません。また、学年の約 7 割が進学・就職等で町外へ転出します。基幹産業である農業従事者は 200 人台、漁業従事者は 100 人台であり、後継者探しは 10 年先を見据えて行なう必要があります。

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で何ならば自給できそうなのか。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。わたしたちに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 6]。

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性を築き、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。ただし、それは「近道する」方法であってはならないと考えています。それでは、近道をすることと、遠回りしないことの違いは何でしょうか。

「近道する」とは、問題の本質を見極めずに費用を投じ、直接的に課題の解決をしようとする事。それがゆえに、本来引き出されるはずであった人々の力や出番を奪う恐れがあることを指します。一方、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、ローコストもしくは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 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思い描き、日常的な行動ベースで地方創生に取り組めるように、働きかけていきたいと考えています。

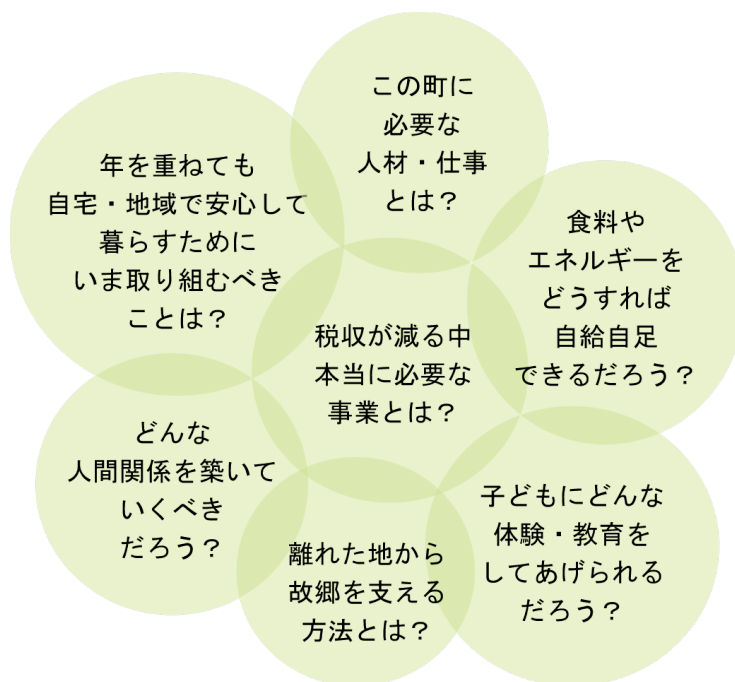


図6 人口減少社会を生きるわたしたちに必要な議論の例

阿武町版総合戦略の特徴

人口減少社会に対し、地方としてどこに力点を置き、何に取り組んで行くのか？「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？わたしたち阿武町にも「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、今回求められている総合戦略は、暮らす目線での反映が必要です。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

町に長年住んでいる町民への聞き取り調査からは、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限界があることの現れです。これらには時代潮流に合わせた、新たなアプローチで対応していく必要があります。

また、町にも最近増えてきた移住者からは、暮らしの中の小さな違和感の声があがりました。「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、都市での生活にはないものを求めてこの阿武町に越してきたのにも関わらず、実現できていないことがあり、それらは「小さな違和感」として彼らの心の中に蓄積されていました。

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ています。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。

本戦略では、町民と行政とが一体となり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。

30代を中心とした若者の視点の反映

長寿命化が進むわたしたちの国は「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わかります [図7] [参考：図8]。

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があります。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 [図9]。

この戦略は、第2の人生の中でも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、総合戦略の対象者による、総合戦略の策定なのです。

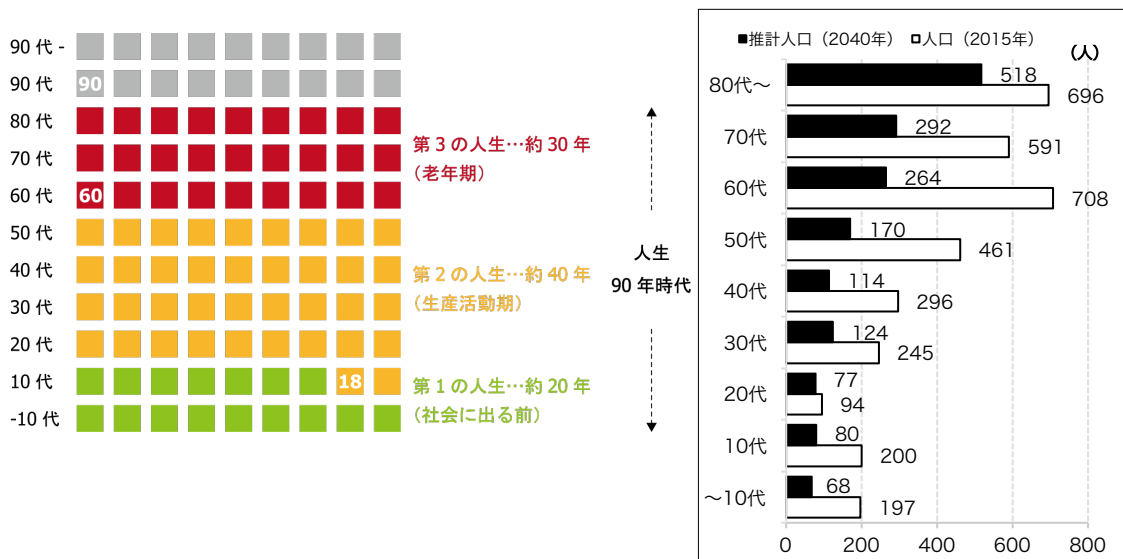
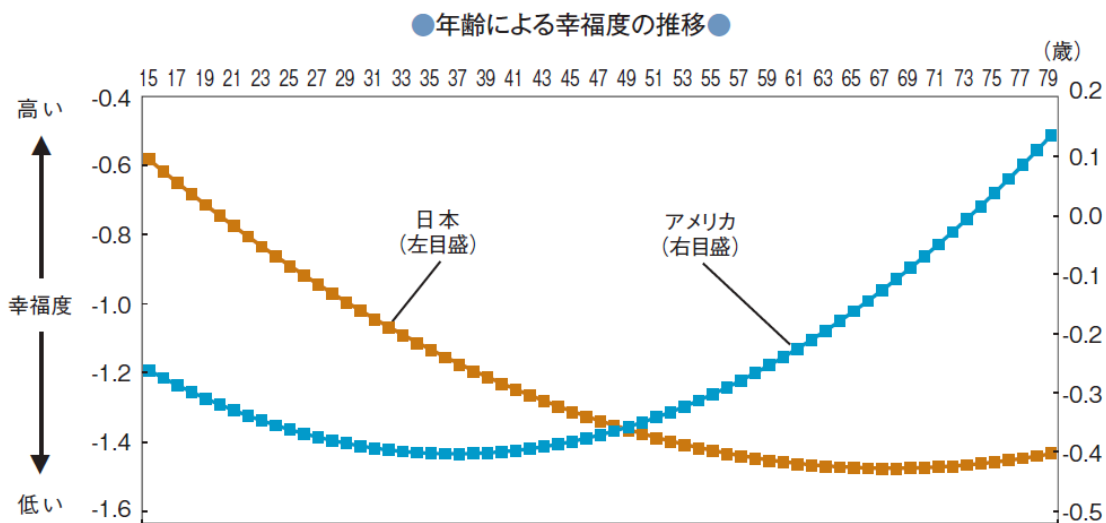


図7 人生 90 年時代のイメージ図 (左図)

図8 阿武町の人口構成 (2015年と2040年の比較) (右図)



(備考) 日本については、付注第1-3-1掲載の年齢および年齢の二乗の推定結果により作成。アメリカについては、David. G. Blanchflower, Andrew J. Oswald [Well-Being Over Time In Britain and the USA] 掲載のTable4(1)の年齢および年齢の二乗の推定結果により作成。

図9 年齢による幸福度の推移 (日本とアメリカの比較)

人生 90 年時代の町の継ぎ方を提案

しかし、それは自分たちの世代が良くなればいいというも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を通じて、第 1 の人生の子どもたちに、地方で暮らすことを人生の 1 つの選択肢として示していきたいと考えています。「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。地方で働き、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後ろ姿を見せていきます。

そのためにも、第 3 の人生の方々に、第 1・第 2 人生世代に残したい、託したい町の姿を描き、実践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、出郷者など多くの属性が関わることで、町の産業、雇用、移住・定住、暮らしのあり方は確実に変化すると期待しています [図 10]。

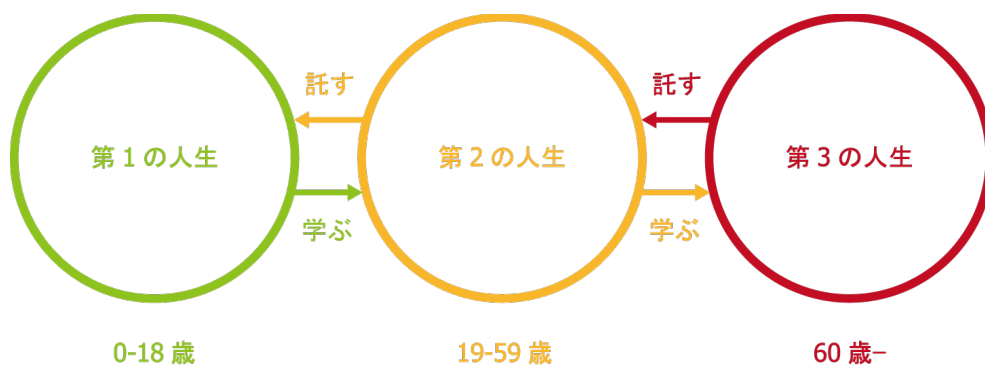


図10 各世代にできる町の継ぎ方を実践する

阿武町版総合戦略の位置づけ

「阿武町版総合戦略」は、2015（平成 27）年度～2019（平成 31）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たものです。

「人口ビジョン」はこれまでの町の推移や流入出などの人口構造をひも解き、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（以下、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

国は全国の市町村に先駆けて、平成 26 年度末にまち・ひと・しごと創生法（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向かい、2015～2019 年度（5 か年）に各種施策が実施予定される予定です。

阿武町をはじめとする地方公共団体も同様の「人口ビジョン」と「総合戦略」を国の支援等を受けつつ、策定・実施することが求められています [表 1]。

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
	総合戦略	2015～2019年度（5か年）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か年）の政策目標・政策

国の基本的な目標と当町の基本的な目標

国は、地域経済の活性化、産業の高付加価値等による「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」、安心して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を掲げています。

国が掲げる3つの方針

1. しごとの創生
2. ひとの創生
3. まちの創生

国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

阿武町は、国の基本的な目標に対応する形で施策を決定し、さらに重点施策として、「住まい」「仕事」「つながり」づくりの3つの方針を掲げています [図11]。

阿武町が掲げる重点施策（政策パッケージ）

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

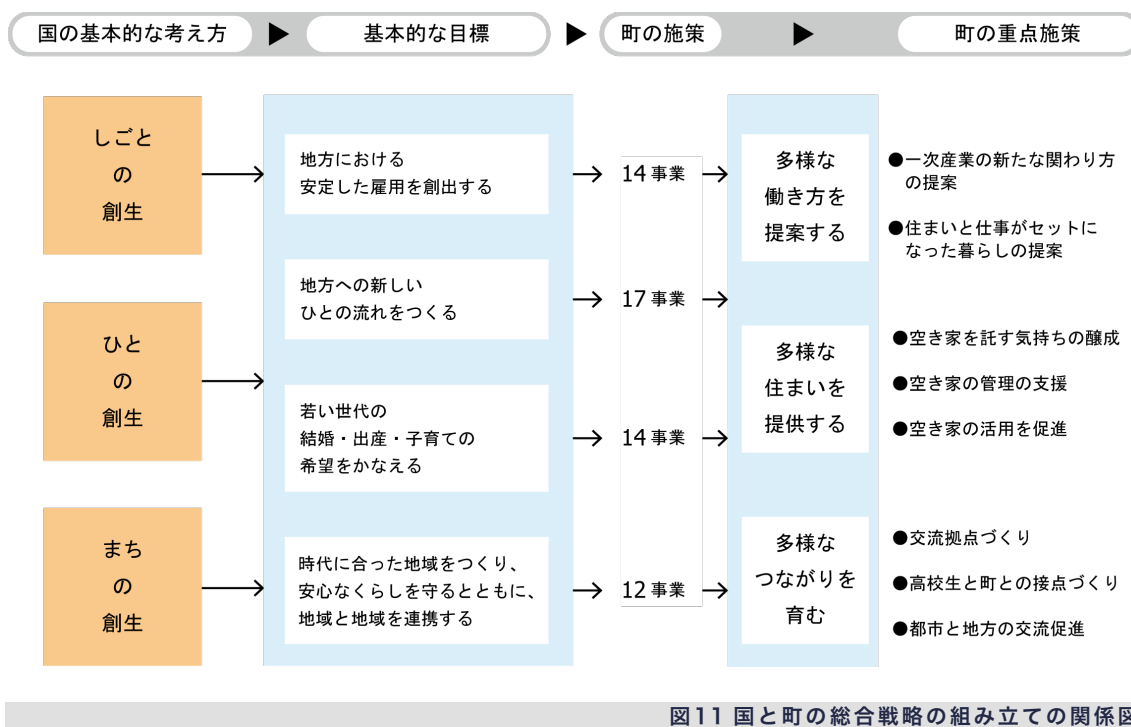


図11 国と町の総合戦略の組み立ての関係図

KPI（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本戦略においても KPI を定め、役場担当課と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。

KPI：Key Performance Indicator の略。

国の定める政策5原則と当町が考える政策5原則

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（内閣官房 平成26年10月22日）。国が掲げる政策5原則を、阿武町としては以下のように解釈し、施策を検討・決定しました〔表2〕。

表2 国の政策5原則と阿武町の政策5原則

比較	国版政策5原則	阿武町版政策5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わが町の重要な資源である。わたしたちは、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。わたしたちは、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、わたしたちが得意とするところである。わたしたちは、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物であること。	町には継承すべきことと新たに創出すべきことがある。わたしたちは、この町の成り立ちを尊重し、かつ暮らしを再編集する視点を持ちながら、時代に合ったまち・ひと・しごとをつくる施策を実施する。
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。わたしたちは、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次総合計画は、本戦略と同じ2015（平成27）年度～2019（平成31）年度を履行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（別冊）では、1955（昭和30）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」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、人口減少下にあっても、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。

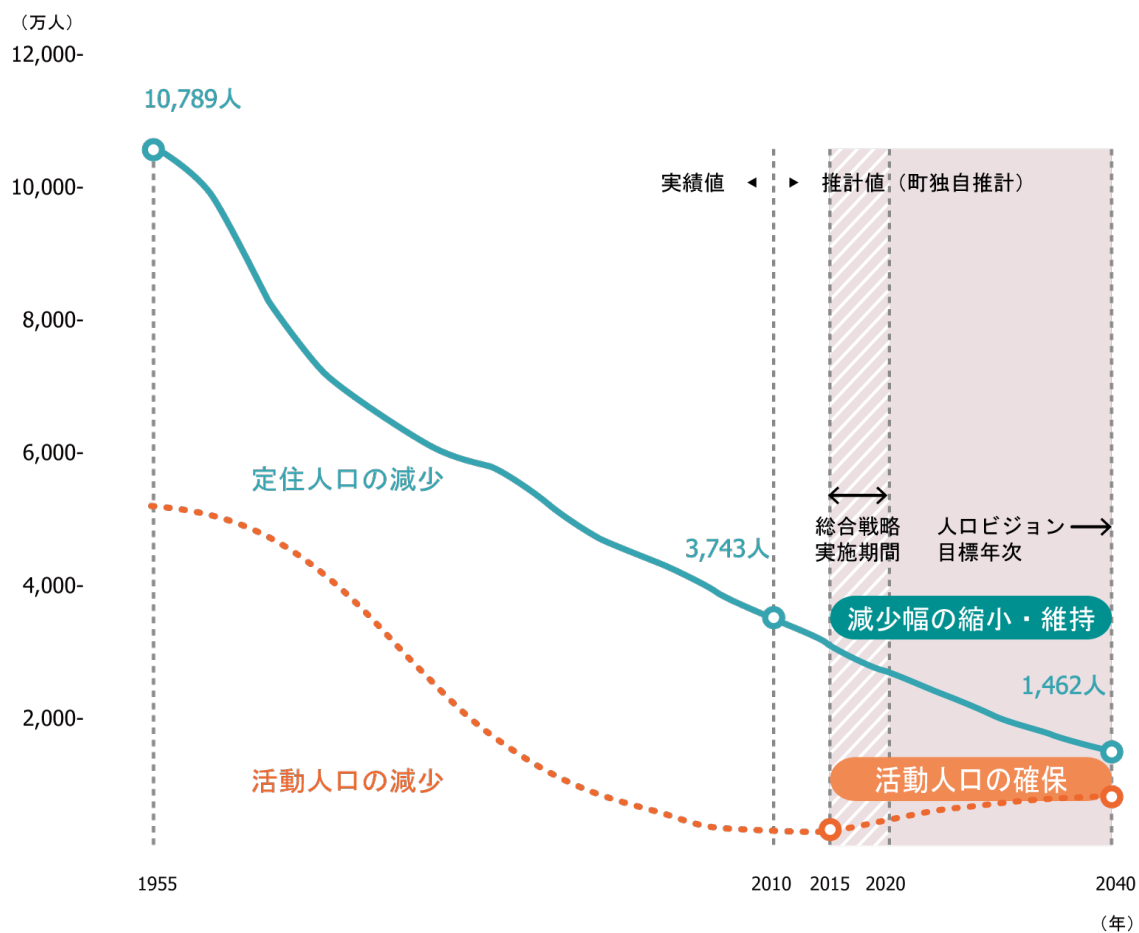


図12 総人口と活動人口

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てその特徴をとらえます。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。寛裕介著の「人口減少×デザイン」の本の中では、子ども、働き手、高齢者の3区分の年代別人口の推移と総人口の推移をもとに、人口減少には5つのステージがあることを紹介しています [表3・図13]。

表3 人口減少の5つのステージ

5つのステージ	定義
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、初志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繋がったと言われる。
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。

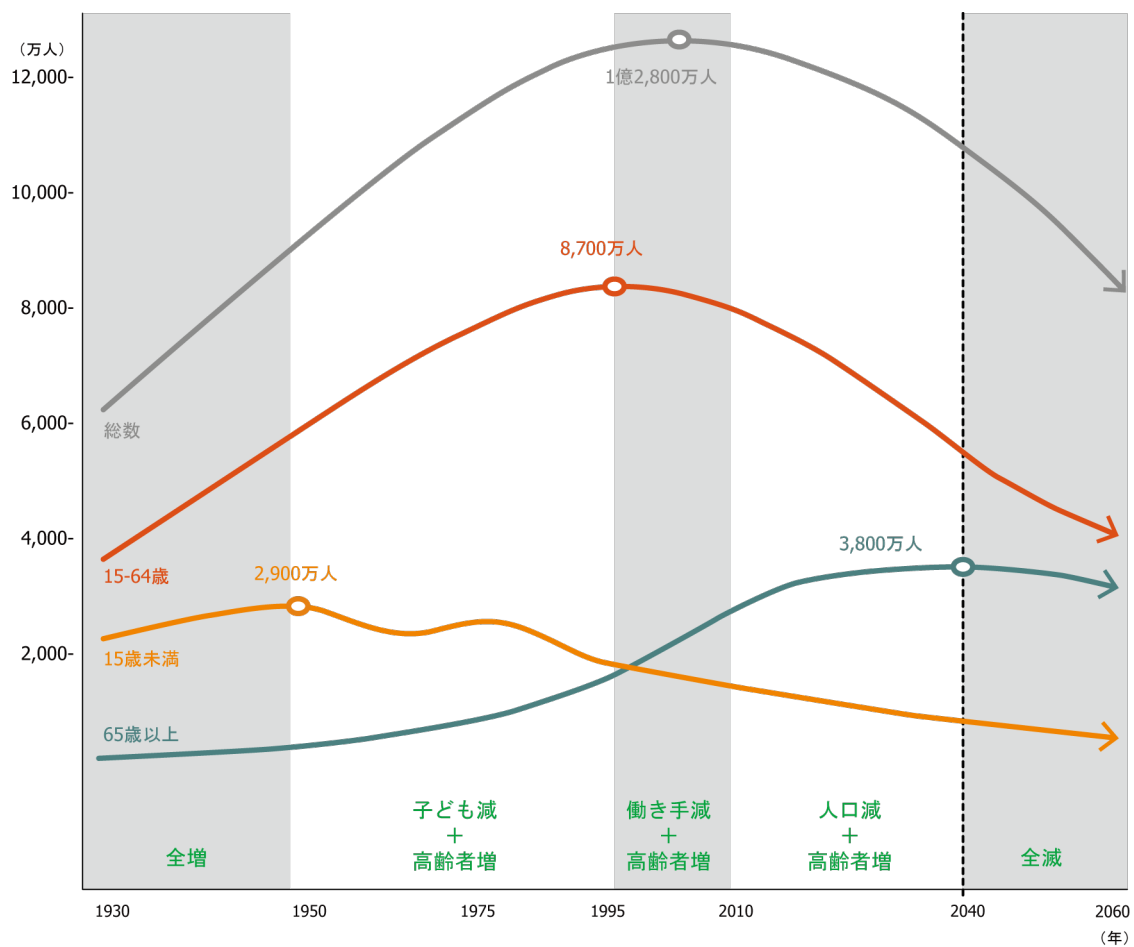


図13 全国の人口減少の5つのステージ
 出典：人口減少×デザイン 寛裕介著（英字出版）

阿武町の特徴はどうでしょうか。

阿武町は、町制施行の 1955 (昭和 30) 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。しかし、2000 (平成 12) 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共有していきます。

全国	阿武町		
2040	2000	=	40年早く「全減期」に突入

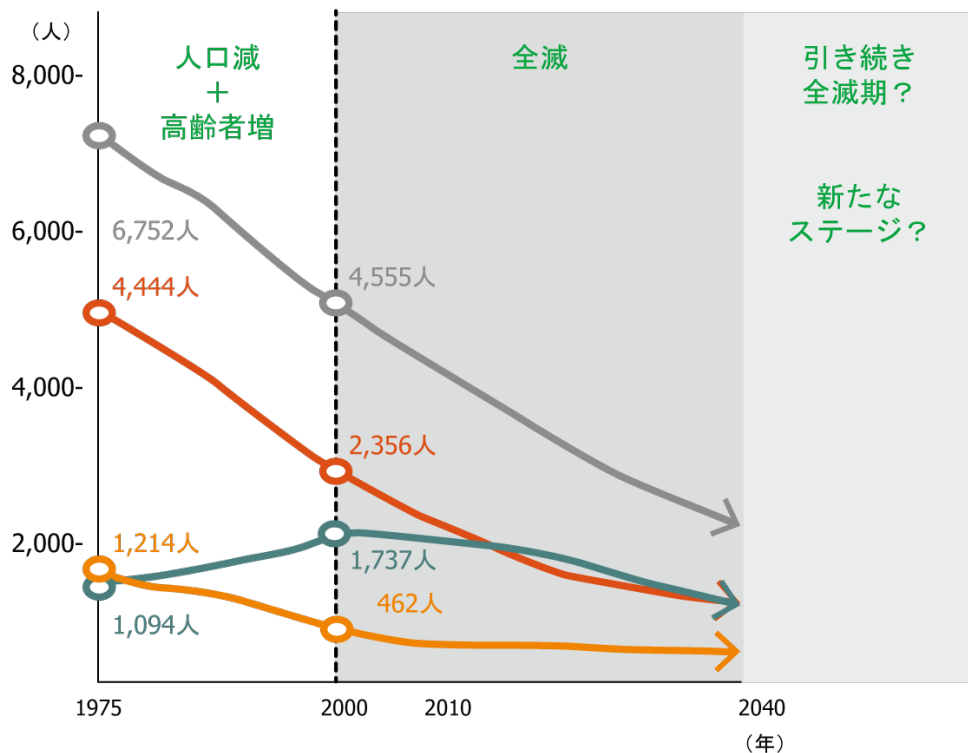


図 14 阿武町の人口減少の 5 つのステージ

ライフステージ別の暮らし

阿武町の町民は、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	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】 毎年約20人が生まれる	【社会増】 1ターン受け入れ数約80人 (県外転入>県内転入)	【社会増】 1ターン者受入数約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】 10代の女性の約70%が20～24歳のうち町外へ転出 (転出先は比較的県内、なかでも山陽側が多い)	【自然減】 毎年約80人が死亡
その他	【生徒数】 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20人前後)	【未婚率】 30代男性…47%(37%) 30代女性…29%(26%) 【合計特殊出生率】 1.6%(1.56%)《1.41%》 【就労(共働き率)】 50%(56.34%) 【就労(業種別)】 1位製造業、2位医療福祉、3位卸売業・小売業	【平均寿命】 男78.8歳、女85.8歳 【健康寿命】 男77.6歳、女83.0歳 【農水産業従事者数】 362人 (従事者の43%は70歳以上)

() 内は県平均 《 》 内は全国平均

阿武町民の第1の人生（出生～18歳）

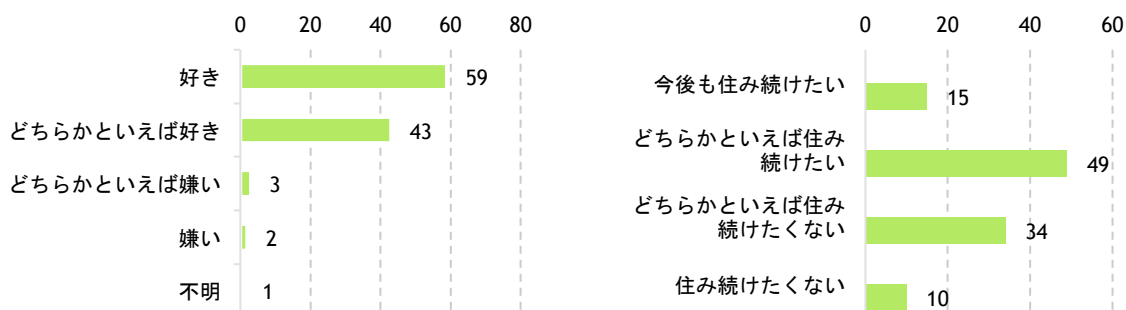


図15 阿武町への愛着について（回答者数 108）左グラフ

図16 阿武町への定住の意志（回答者数 108）右グラフ

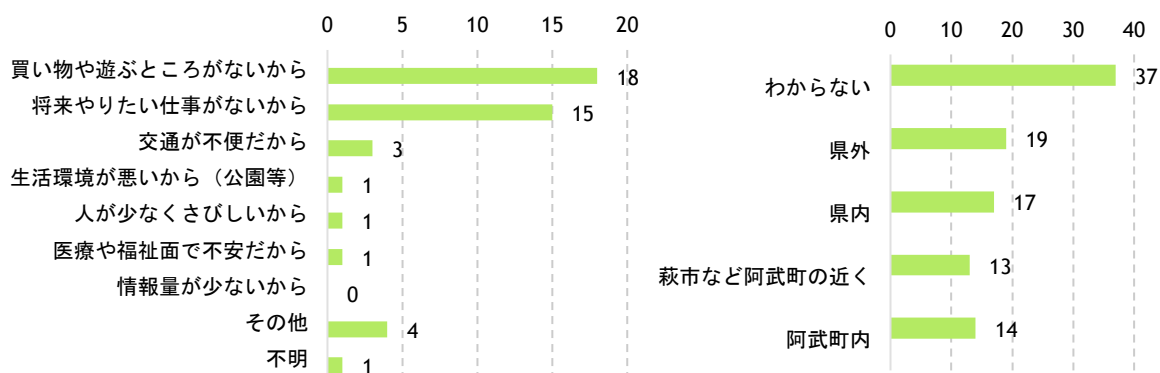


図17 阿武町に「住みたくない」理由（回答者数 108）※複数回答 左グラフ

図18 将来の就職先（該当回答者数 100）右グラフ

出典：いずれも阿武町在住中高生アンケート（2014年）の結果

【特徴】

- 町への愛着はあり、将来も住み続けたいという想いもある。
- 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）

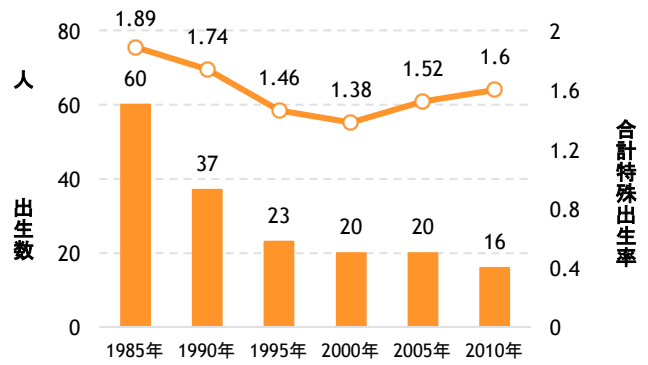
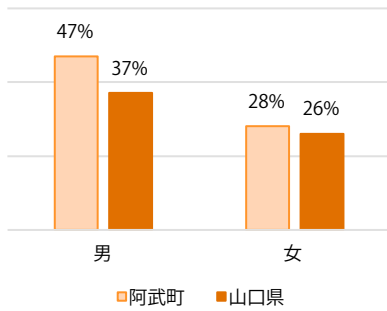


図19 30代の未婚率（阿武町・山口県の比較）左グラフ

図20 出生数および合計特殊出生率（1985-2010年）右グラフ

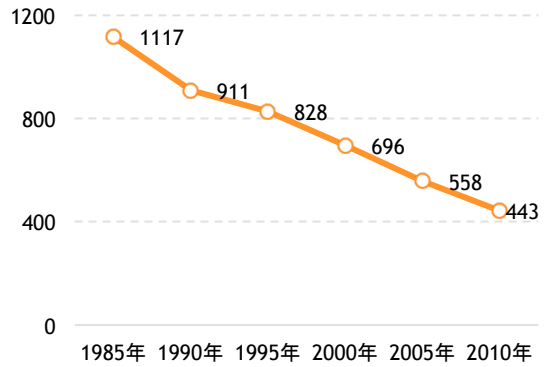
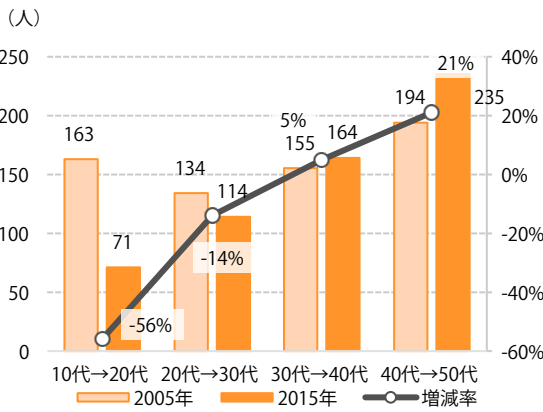
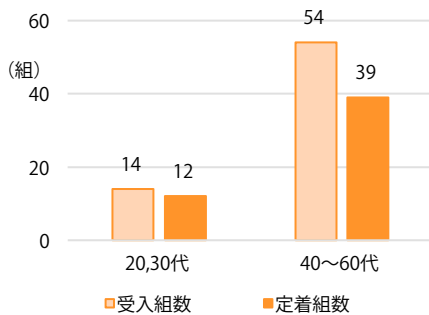


図21 女性の増減表（10歳刻み）左グラフ

図22 出産可能年齢の女性の人口推移（15～49歳）右グラフ



【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、出産可能年齢の女性（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。
- 転入は20・30代よりも40代以降が多い。

図23 Iターン受け入れ組数・定着組数（過去8年間実績）左グラフ

阿武町民の第3の人生 (60歳～)

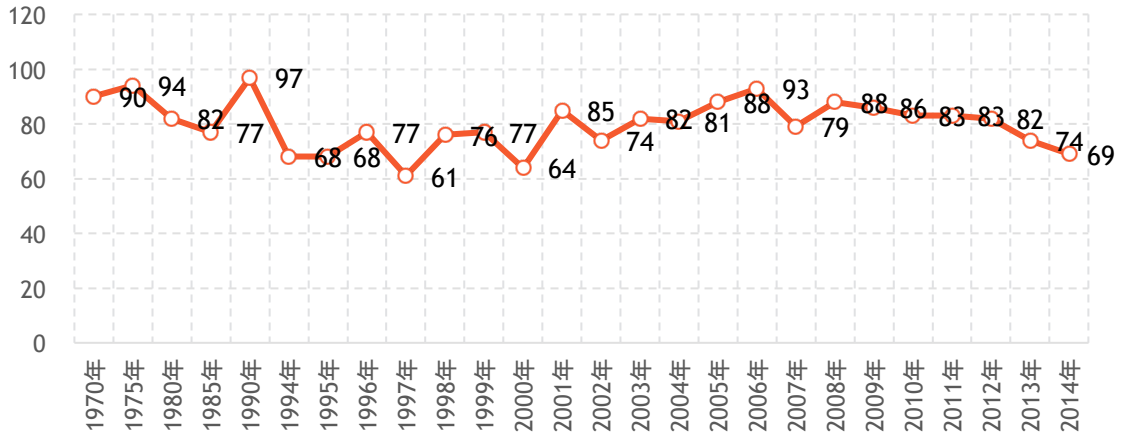


図24 死亡数の推移 (1970)
※全人口

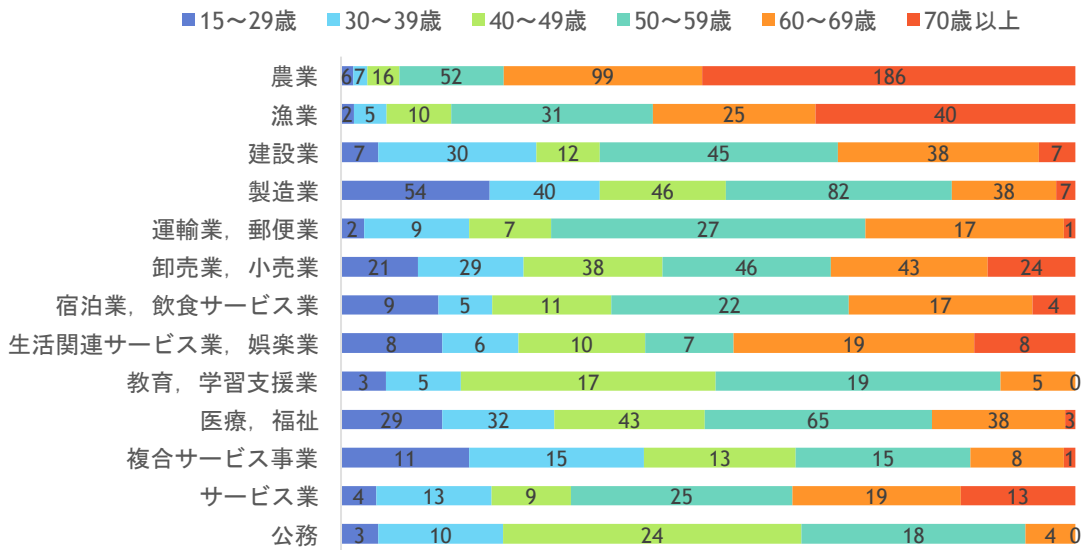


図25 産業別就業者数 (2010年)

【特徴】

- 年間約 80 人が死亡…飲酒率：県内ワースト 1 位、運動習慣がない住民の数：県内ワースト 3 位)。
- 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。
- 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…県下ワースト 5 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、統計上の数字からわ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つの切り口から観察し、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導く人口流出

- 地域の課題 -

阿武町のみなさんへの聞き取り調査等をもとに、阿武町の課題の因果関係を整理しました。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？なにから着手すべきなのかを考えました。

整理の結果、大きくわけて「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わかりました。

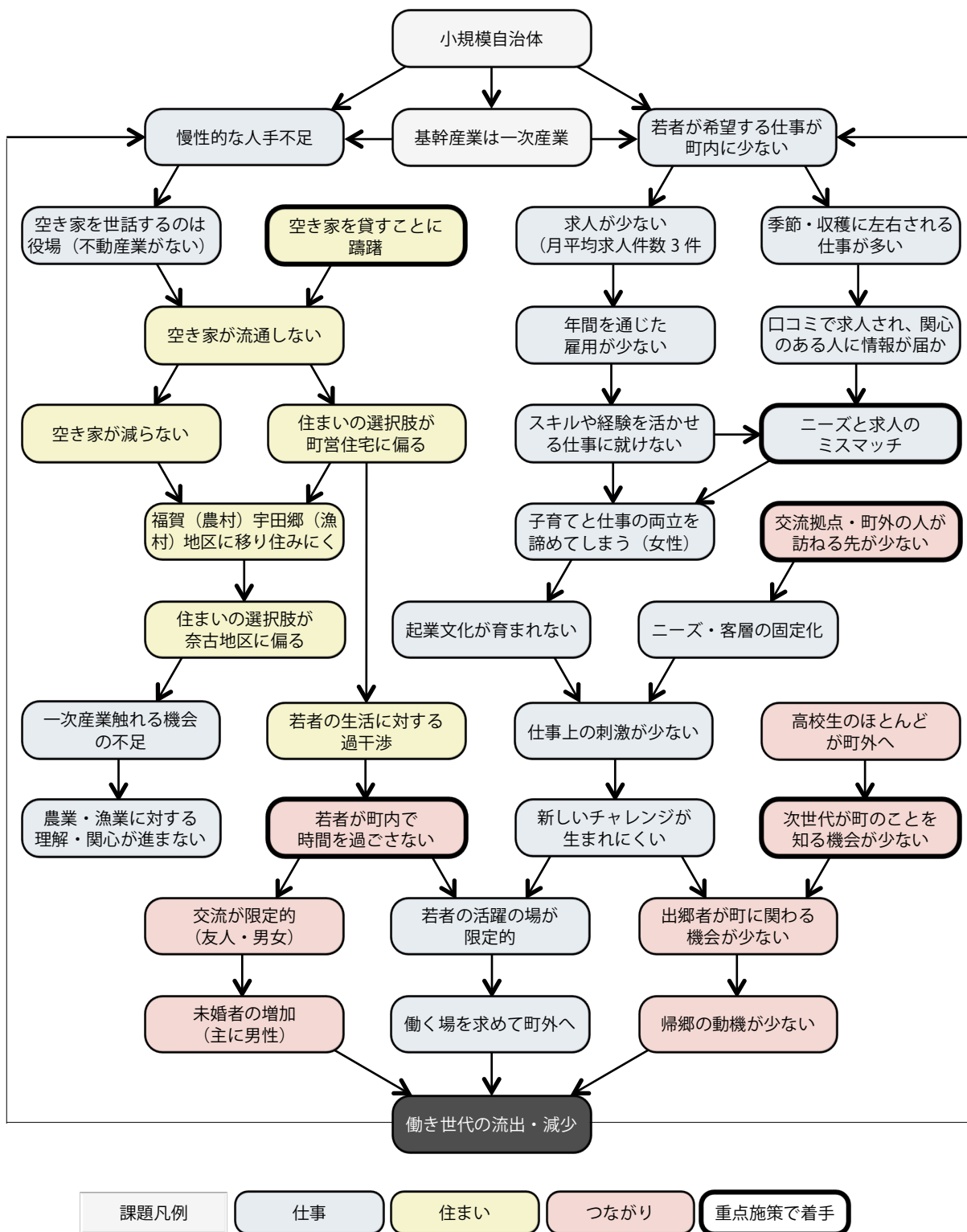


図26 阿武町の課題のループ図

「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」が移住者の生活のお世話を行っています。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途絶え、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。

重点施策として着手

- 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）
- 若者が滞在したくなる場づくり

「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件と、仕事の選択肢が決して多いとは言えません。ただし、もう少し丁寧にその問題構造を読み取る必要があります。

まず、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）が生まれにくいと考えられます。一方で、一次産業に関する季節限定の仕事は多く、就業ニーズも一定あるのですが、これらは慣習的に口コミで求人されてい

るため、「慢性的なニーズと求人のミスマッチ」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。

重点施策として着手

- 一次産業のニーズと求人のミスマッチの解消
- 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少なく、町内外の交流が育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、中学卒業と当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きっかけを掴めないまま、町外での進学・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いことが、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。

重点施策として着手

- 町のことを知る機会づくり
- 町の住まいや仕事に関する情報提供
- 出郷者との関係づくり、帰郷の後押し

阿武町の「いま」

“素敵な例外”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の人生に差し掛かる頃に、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・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「素敵な例外」と呼び、時代の潮流を掴むヒントを得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少しずつですが、地方を中心に増えており、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フォローする男性

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少なくありません。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ような体制・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、都市部では経験できなかった暮らしとして「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。これまで町で生活してきた世代にとっての「当たり前」にこそ、次世代は新しい価値を見出しています。新しい希望をゆるやかに受け入れていくことで、町の新陳代謝が高まります。その結果、居住歴の長さに関わらない高い暮らし満足度が実現します。

阿武町の「これから」

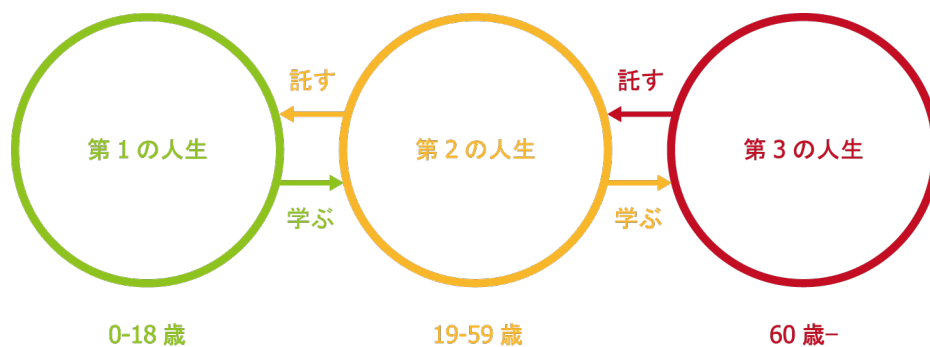
“選ばれる町”になるために - 未来ビジョン -

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べる」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、町に対する選択の一つひとつに、わたしたちが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。



「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」のつくり方 - 施策 -

町民や帰郷・移住希望者に「選ばれる町」にするために、わたしたちは4つの施策パッケージ、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、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、起業化支援等

【楽しく取り組むことができ、それが伝搬すること】

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、町のみな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つの柱に据え、そのもとに8つの事業（プロジェクト）を掲げています。

重点施策パッケージ①多様な住まいを提供する

重点施策パッケージ②多様な働き方を提案する

重要施策パッケージ③多様なつながりを育む

施策パッケージ 1～4 事業一覧

表5 重点プロジェクト一覧

基本目標	重点プロジェクト
多様な住まいを提供する	空き家を託す気持ちを育む 空き家ノート製作プロジェクト
	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
	空き家の付加価値を高める 思い出不動産プロジェクト
多様な働き方を提案する	町を支える一次産業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
	仕事と住まいの情報をパッケージングする 阿武の玄関づくりプロジェクト
多様なつながりを育む	交流の拠点を自らつくる つくろ TsuQuRoプロジェクト
	高校生と町との接点をつくる あぶくる ABuQuRoプロジェクト
	都市との新たな交流をつくる 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

重点施策①多様な住まいを提供する

この町の住まいの課題解決に取り組むには、不動産業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。

全国的に指摘されているのと同様に、阿武町でも空き家の需要と供給のバランスが取れないことが問題になっています。つまり、空き物件をコツコツ改修しながら生活したいと考える若い層（主に第2の人生世代）に対し、持ち主の層（主に第3の人生世代）は、空き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、「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。

空き家を託す気持ちを育む 空き家ノート製作プロジェクト [P39]

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 [P43]

空き家の付加価値を高め活用を促進する 思い出不動産プロジェクト [P47]

空き家を託す気持ちを育む

空き家ノート製作プロジェクト

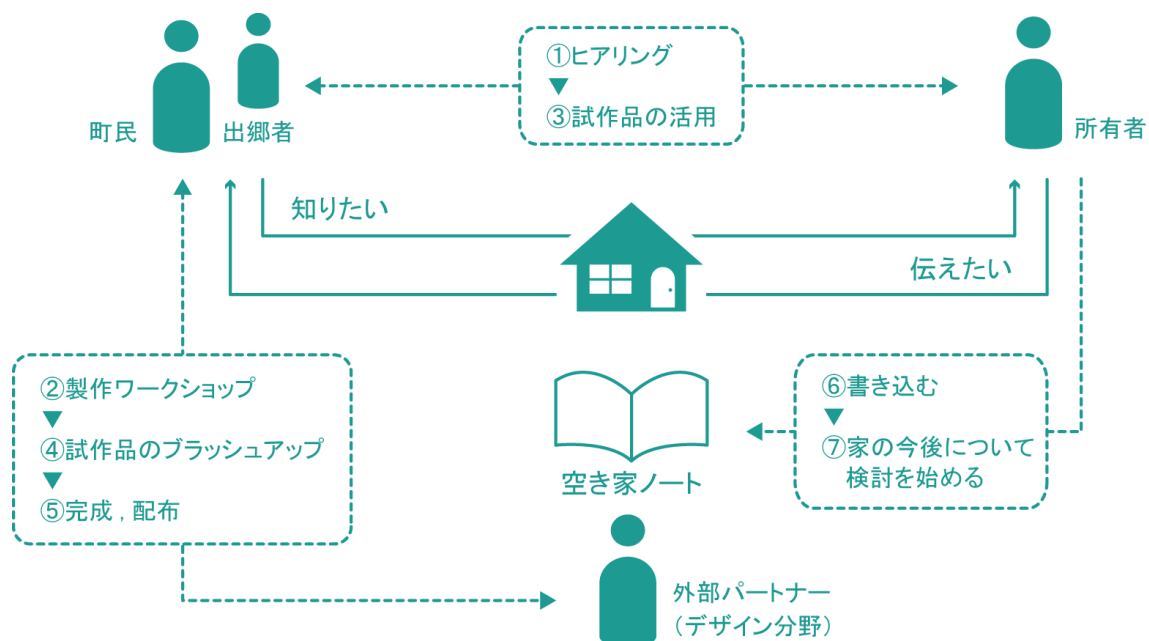
住まいを手放す際の支援として、町では「不要物の撤去費の助成事業」を行ってきました。しかし、家を手放す決断をする頃には、所有者が年を重ねたり、家族等が遠方に転出してしまっていたりするなど、その段取りを行うことが難しいケースが少なくありません。

ある全国約 600 名の 30～40 代に対する調査では、「実家が空き家になる可能性がある」と答えた人は約 3 割、「実家がなくなるのは寂しい」「実家に思い出がある」との回答が約 7 割上りました。しかし、「実家を誰かが継ぐかは未定である」4 割以上、「親から実家を継いでほしいと相談されたことがない」と答えた人は約 7 割に上る結果が出ています（※）。この結果からも、家を手放す段階の支援だけでは不十分で、その前段階から、家族で家の将来について話し合う機会づくりが重要であることがわかります。

そこで、わたしたちは、日常的に会話の糸口を掴みにくい持ち家の将来について話し合う機会を積極的に作っていきたいと考えています。そのための媒体として、「空き家ノート」づくりを行います。家に対する様々な想いを記すことができ、さらに家を受け渡す際の各種補助メニューについても知ることができるものです。町民のみなさんや、遠く町から離れ、家族と家のことを気にかけている出郷者の方々の声を集めながらノートを開発することで、前向きかつ具体的に家の今後について話し合う機運も同時に高めていきたいと考えています。

※

不動産情報サービスのアットホーム（株）による「実家に対する思い」に関する 2015 年の調査
対象：実家が持ち家で、現在実家に居住者がいる、全国の 30～40 歳代の男女 618 名
方法：インターネット 調査期間：2015 年 8 月 12～13 日



■概要

- 空き家所有者の、空き家を売買・賃貸借することへの心理的ハードルを下げるためのメディア（仮称：空き家ノート）を開発する。
- 空き家ノートの使用によって、家の所有者が家を受け渡すことを前向きに検討する動機付けを行い、空き家の流通量の増加に繋げる。
- ノートの製作段階から、空き家所有者層に対する子ども世代・孫世代を巻き込み、住まいに関する対話を重ねる機会を設けることで、空き家に関する理解・関心を育む。

■背景

- 日常的に、持ち家を将来的にどうするのか（貸す、売る、処分する等）について考えるきっかけは持ちにくい。さらに、核家族化が進み、家族で家について話す機会が減っている。
- 持ち家に関する「いつか」必要になる話を先延ばしにすることで、「いざ」という時が来た場合、手放すための対応が遅れたり、片づけや処分等に家族の負担がかかる場合もある。
- 空き家を手放す上で様々な行政メニューがあるが、一元的にわかりやすく情報

が取りまとめられているコンテンツ（媒体）がない。

■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、プロダクトデザイン）

■対象

- 町内の空き家所有者（予定含む）
- 持ち家の将来について検討を進めたい町民

■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
- ワークショップ開催回数 5 回
- ノート利用者数 10 組

■期待される未来

- 帰郷者の増加：実家に関する会話が帰郷の動機付けに
- 空き家バンク登録数の増加：町内や帰郷・移住希望者の住宅需要への対応
- 放置空き家の減少：防犯・防災面への寄与

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

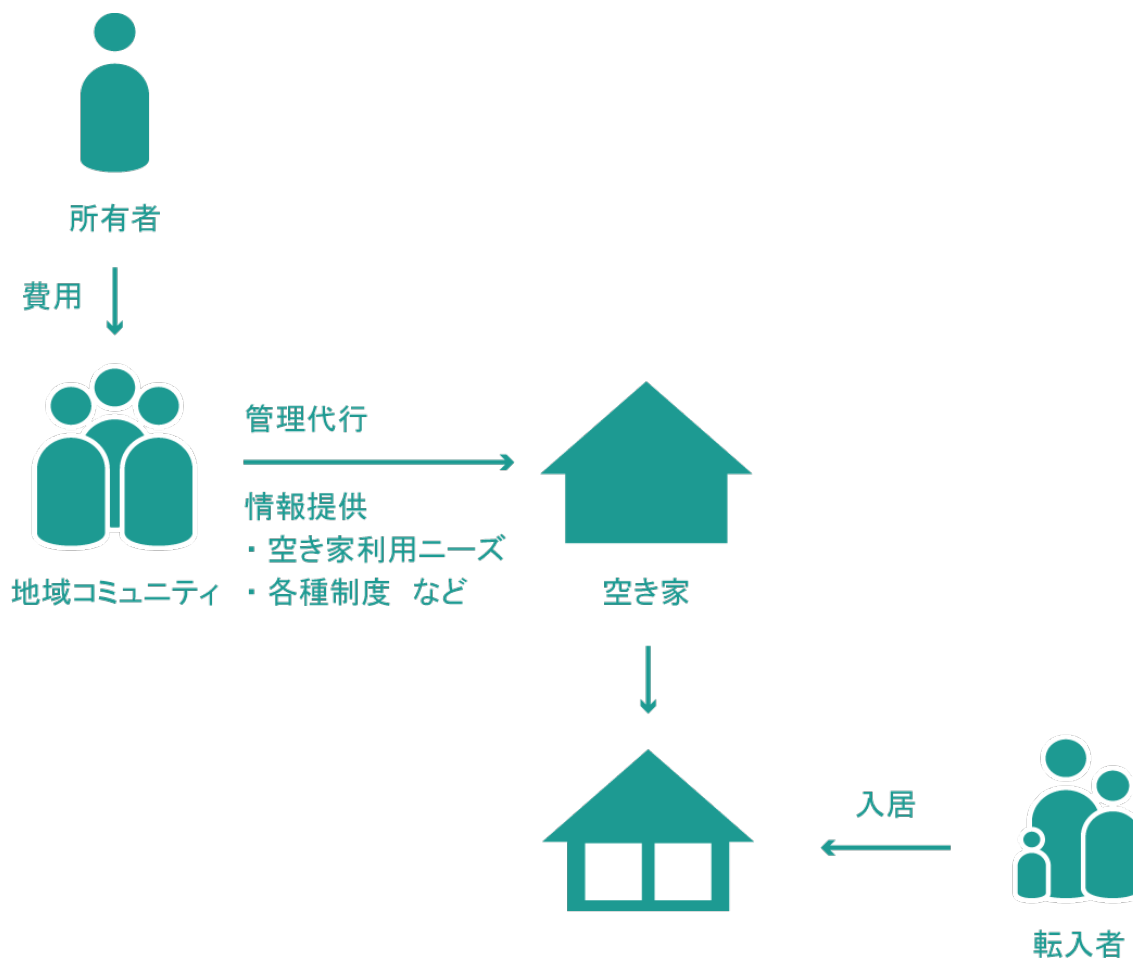
家の住人が居なくなってしまうたら。生活の営みがなく、空気の通らない住居は急速な勢いで劣化が始まってしまいます。そして、空き家の管理は、所有者にとっての負担となります。

価値総合研究所による全国約 2 万人を超える空き家所有者に対するアンケート結果では、空き家所有者は、風通しや草刈り、外壁・雨漏り確認などの日常的な家の管理に手一杯になり、賃貸・売却等に向けた活動に時間が避けず、結論を先延ばしにするか、放置されることが多いことが指摘されています。

現在、町における空き家の管理サービスは存在せず、空き家に通う頻度や距離に関わらず管理者からは代行サービスを求める声があがっています。それは、大切に住まれてきた家を少しでも良い状態で維持したい、可能ならば次に住み継いでくれる人に空き家を託したい、との思いからあがっているニーズです。

一方、空き家への新しい世帯の入居を望む地域は少なくありません。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地域の声があがっています。

そこで、簡易的な空き家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、町内における空き家利用ニーズを具体的に伝えることができます。この、空き家所有者とコミュニケーションを図ることこそが、空き家の今後のあり方について前向きに検討してもらえる鍵となると考えます。また、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。



■概要

- 空き家の風通し、草取り、外壁・雨漏り確認、水回り等設備確認等の管理を地域で代行するコミュニティビジネスを行う。

■背景

- 空き家を管理することが負担で、早く手放したいと考える空き家所有者が町内に多い。
- しかし町内に空き家管理サービスがないことから、空き家の状態が悪化傾向にあり、新たな入居者が見つかりにくさの一因にもなっている。

■プロジェクトメンバー（案）

- 地域コミュニティまたは NPO 等
- 阿武町役場総務課（既存空き家バンクとの連携）

■対象

- 町内に存在する空き家の所有者

■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、コミュニティにおける空き家管理の実態調査

STEP2：ヒアリング

- 町内の空き家の所有者に空き家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：サービス内容試験的实施

- STEP4 の内容を試験的に実施

STEP5：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

STEP6：他地域への展開

- 奈古、福賀、宇田地区に各 1 主体の立ち上がりを目指す
- 空き家管理サービスの開始
- 新たに新設予定の阿武の玄関 [P56] との連携

■KPI (重要業績評価指標)

- 管理主体数 3 組 (1 地区 1 組)
- 従事者数延べ 30 人
- 空き家バンクへの登録空き家数 30 軒

■想定される未来

- 空き家管理者の負担軽減
- 放置空き家の減少
- 空き家バンク、思い出不動産 [P47] との連携によるスムーズな空き家の賃貸、売買の増加

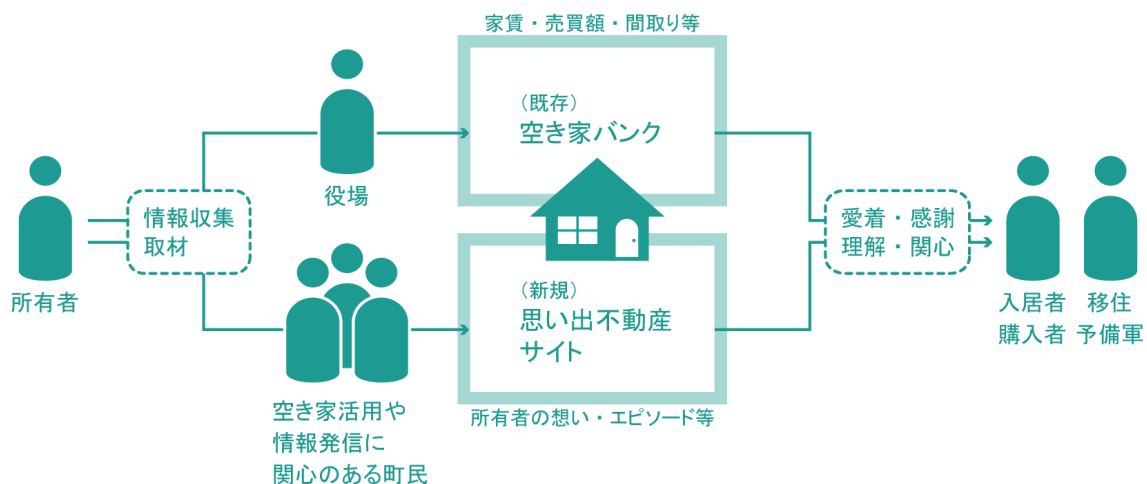
空き家の付加価値を高め活用を促進する

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もいくつか浮かび上がってきました。それは、空き家を託すという考え方が町内に十分に周知できていないこと、家の売買もしくは賃貸借に躊躇する町民のサポートが十分にできていないこと、空き家や地域特性を転入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。

このために、町民目線で新たな空き家の価値を引き出すインタビューサイトの開設を行います。インタビューの内容は、家に対する持ち主の想いや家を舞台とした様々な思い出エピソード、家のある地域の紹介などです。既存の空き家バンクのサイトと連携させる形で、別の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、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。



■概要

- 空き家の持ち主へのインタビューをまとめたウェブサイトを開設。内容は、家への想いや思い出エピソード、地域との関係など一般的な空き家紹介サイトに掲載されていない数値では測れない家の価値の発信。独自性と話題性を高め、町の空き家事情に対する注目度を高めるとともに、家を大切にしてきた人と大切にしていきたい人のマッチングを図る。
- 空き家の持ち主が気持ちよく家を譲り渡し、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、空き家への入居者の定着率を高める。
- インタビューやサイト運営に関わる新たなコミュニティ（つながり／活動人口）をつくり、メンバーには、情報発信のスキルアップを図るような講座の実施等を通じて、やりがいと楽しみを持ってプロジェクトに関わってもらおう。

■背景

- 阿武町で新たな人生を送ろうと帰郷・移住してくる人が増えている。しかし、空き家はたくさんあるのに、すぐに入居できる物件は多くない。
- 家が空かないのは、住まいに込められた思い出の整理がつかないこと（心情面）と、荷物等の処分に時間と労力・費用を要すること（物理面）の大きく2つの理由がある。本プロジェクトは、これまで町で取り組みが遅れていた前者にアプローチするもの。

- 町の空き家バンクは单身者を対象としていないが、帰郷・移住希望者を含む一定数の单身者が例年流入していることもあり、多様な住まいの提供が急がれる。

■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（空き家ノートプロジェクトメンバー等）
- プロフェッショナル（ウェブデザイン、情報発信、DIY、写真等の分野）
- 阿武町役場総務課（既存空き家バンクとの連携）

■対象

- 空き家バンクへの登録を検討している町民

■プロセス

STEP1：情報発信・空き家基礎講座

- インタビュー、写真、空き家施策を学ぶ講座の実施

STEP2：思い出不動産サイト構築

- 既存の空き家バンクとの連携体制検討
- 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、町内の空き家の受け渡しを想定している人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、周辺コミュニティについて聞き取る。

STEP4：サイト運営

- プロジェクトメンバーをチーム化し、町内の空き家の受け渡しを想定している人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、周辺コミュニティについて聞き取る。インタビュー結果は「思い出不動産」サイトに掲載する。古い家を「良い」と思える感性を持つ同世代に共感を得るような記事にまとめる。※細かな空き家の条件は町の空き家バンクにリンクする。

■KPI（重要業績評価指標）

- 空き家バンク登録件数 4年間で 30件

■想定される未来

- 空き家を移住者や次世代に引き渡すことが「地域貢献」であるとする文化が主にシニア層を中心に根付く
- 入居者がこれまで以上に空き家を大切にす文化が主に移住者や次世代を中心に根付く
- 空き家を介して世代間交流が進む
- 福賀地区、宇田地区など、転入者が少なかった地域への移住者の増加

重点施策②多様な働き方を提案する

町の基幹産業は一次産業です。農村地帯の福賀地区、2つの漁港がある宇田郷地区、穫れた（獲れた）野菜や魚は都市機能が集積する奈古地区で購入することができ、わたしたちは日常的にフードマイレージゼロで地元食材を食べることができています。しかしながら、その従事者は年々減少、高齢化し、現在の農水産業従事者の43%は70歳以上であり、20～30代の若者の就業者は数%のみ、後継者問題はますます深刻になっています。さらに直近の課題としては、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です。

「田舎には仕事がない」と一般的によく言われますが、町内には一次産業をはじめとする各種産業において、定期的に求人される「小さな仕事」がたくさんあります。また、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、期間限定の仕事へのニーズがあることも聞き取り調査で明らかになっています。ただし、これらの「小さい仕事」が慣習的に口コミで求人されていたり、移住者向けの住まいと仕事と一緒にあった情報提供ができる仕組みがないことから、慢性的な就労ニーズと求人のミスマッチが生じています。

このミスマッチの解消のために、わたしたちは関係者らとともに小さな仕事を照会できる仕組みづくりと、住まいと仕事を合わせて照会できる仕組みづくりを行っていきます。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。

町を支える一次産業の新たな関わり方を提案する

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]

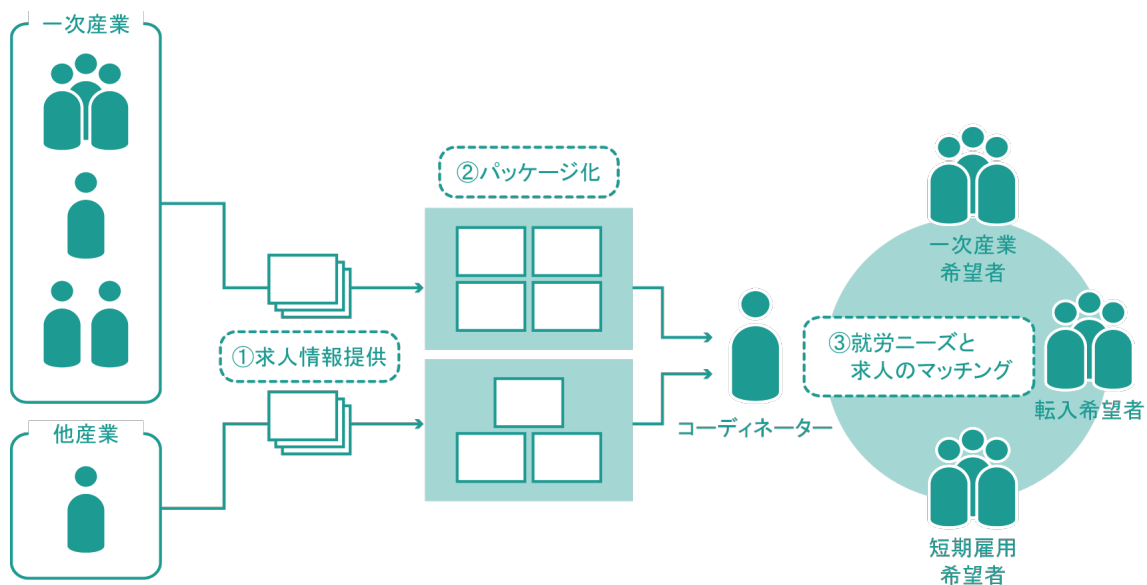
町を支える一次産業の新たな関わり方を提案する

1/4works プロジェクト

一次産業の労働力不足問題と、後継者不足問題は厳密には異なります。前者は直近の対応が必要であり、後者は長期的な取り組みが必要となります。これまで、町では後者に対する取り組みとして、「ニューファーマー、ニューフィッシャーの研修等経費補助事業」を行ってきました。しかし、初期投資の大きさや就業希望者のイメージと現実との乖離、季節・収穫に左右されるという職業上の特性への理解不足などから、過去 20 年間で新規就農者は 8 人、就漁者は 5 人に留まっています。いま必要なのは、一次産業に対する間口を広げ、限定的（一時的）に関わりながらも、新規就農・就漁へ繋げていくアプローチです。

そのためにも、町に多く存在する「季節産業」を、食ある町を支える仕事として、若い世代が誇りを持って取り組めるように位置づけ直すことから始めます。幸いにも、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。彼らに対し、従来は口コミベースで求人されておりアクセスしにくかった季節産業に対する求人を見える化・パッケージ化することで、就労ニーズと求人のミスマッチを解消します。

さらに、一次産業に留まらない「小さな仕事専用ハローワーク」のような機関にすることで、デザインや IT など他の産業と一次産業とを組み合わせるような、若者に対する多様な働き方を提案していきます。



■概要

- 町には、基幹産業である一次産業に関連した季節限定の仕事がたくさんあることを逆手に取り、それらの仕事を組み合わせて1年の生計を立てるライフワークを提案する。
- 町内の一次産業の生産現場の求人を一元的に集めることで、繁忙期の求人をめぐる主に転入者と生産者との就労ニーズと求人のミスマッチを解消する。

■背景

- 「田舎には仕事がない」とよく言われるが、町には自然や季節の恵みを得る上で欠かせない“季節産業”が実はたくさんある。
- しかし、それぞれの仕事は口コミで広がるものが多く、一次産業に関心のある移住者や移住予備軍には情報が届いていないことが指摘されている。
- 一方で、町には、子育てや新たなチャレンジへの準備等の理由から、短期雇用を望む声もある。
- 従来、求人処理は法人や農家ごとに個別に行っており、負担がかかっている。

■プロジェクトメンバー（案）

- 農業法人、各部会、JA、個人農家、漁協など
- コーディネーター候補
- 地域おこし協力隊
- 役場関係各課
- ハローワーク（萩）
- プロフェッショナル（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等）

■対象

- 農業・漁業に関心があるが口コミで伝わる求人をつかめないでいる町民・転入者
- 農業・漁業に関心がある、新規就農・就漁を検討している町民・移住者
- 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）
- 大学生インターン

■プロセス

STEP1：

- 町内の季節限定（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。調査時より専任の人材（将来のコーディネーター候補）を雇用できることが望ましい。

STEP2：町内関係法人・団体との協議、専門家への相談・参画依頼

- 年間を通じて働ける仕事のパッケージづくりの検討（デザインやIT等の他産業との組み合わせも要検討）

STEP3：

- 小さな仕事専用のハローワーク的機能の試験的開設、モデル的に取り組む人材の募集・実践

STEP4：事務所拠点の開設（町の玄関機能の開設）

STEP5：本格運用

■KPI（重要業績評価指標）

- 協力団体・法人数 5 団体
- 利用者の満足度 70%

■期待される未来

- 従来の阿武町にはなかった働き方をする町民の増加と、それによる新しい交流・刺激の創出
- 期間限定で町に滞在（試住）し働くことで、町の生活を深く理解した上で移住する転入者の増加
- 農業・漁業など一次産業の従事者の世代交代の促進
- 法人や農家ごとに個別に行っていた求人処理の負担軽減

住まいと仕事がセットになった暮らしを提案する

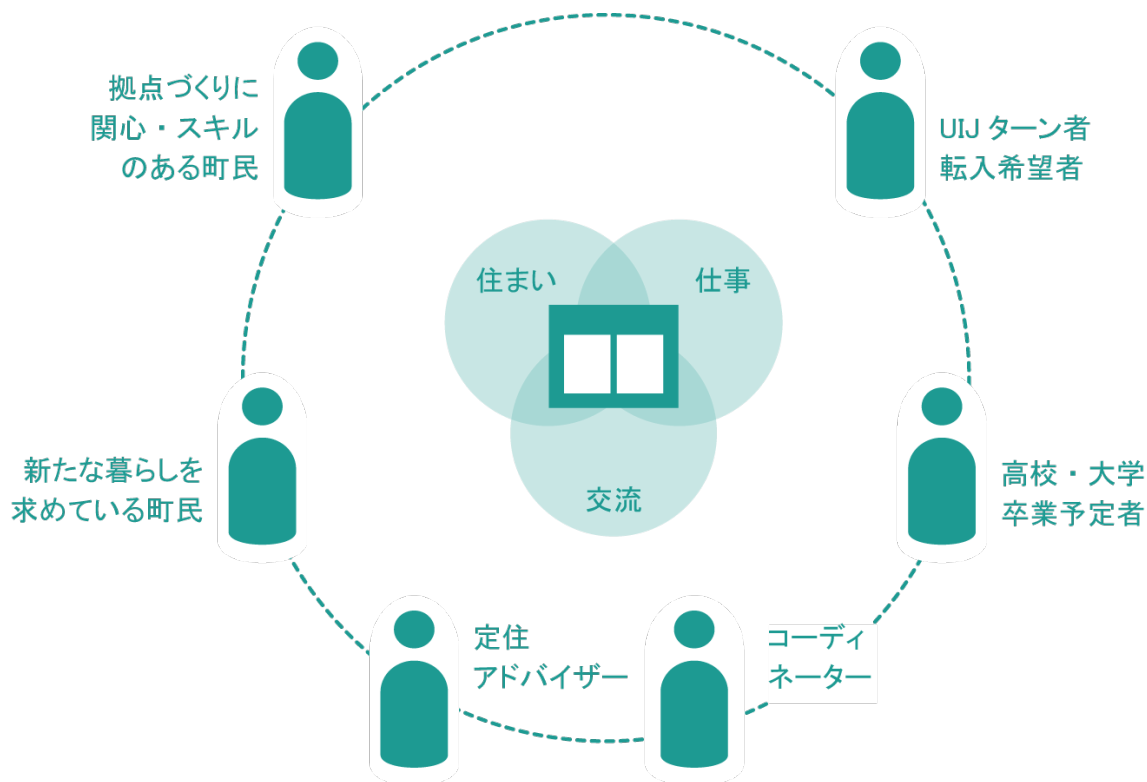
阿武の玄関づくりプロジェクト

町には仕事の斡旋できる機関がありません。萩市のハローワークが阿武町を管轄していますが、月の平均求人件数は3~4件であり、移住前に仕事を確保することが難しい現状です。一方、住まいに関しては町の空き家バンクがありますが、利用対象者を夫婦・子連れ世帯に限定した運用であり、移住前の住まいの確保にも同様のハードルがあるのが現状です。

帰郷・移住希望者は、仕事と住まいの確保を同時に進めたいと考えています。さらに、実際に町に足を運び、具体的に生活を想像しながら検討したいと希望しています。そこで、わたしたちが取り組むべきは、遠方に居ながらキャッチできる細やかな情報の提供と、阿武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。

仕事と住まいの情報がまとまった拠点を設けることは、移住希望者のスムーズな受け入れにつながるだけではありません。高校・大学卒業予定者等に、町の仕事と住まいの選択肢に触れる場を提供することにもつながり、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ひろく解放することで、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。



■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入手できる拠点をつくる。
- 思い出不動産および 1/4works の事務局機能が入ることを想定。
- さらに、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。

■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。
- さらに、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。

■プロジェクトメンバー（案）

- 定住アドバイザー6名
- 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
- 阿武町役場総務課（空き家仲介ほか）

■対象

- 移住予定者
- 新たな仕事や住まいを検討する町民
- 町で仕事や住まいを探す高校、大学卒業予定者
- フリースペースを活用する町民

■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、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] メンバー）

STEP3：試験運用（社会実験）

STEP4：本格運用

■KPI（重要業績評価指標）

- 利用者数年間 1,000 人
- コーディネーター数 4 組

■期待される未来

- 帰郷・移住希望者にリアルタイムで詳細な町の様子を伝えることで、町に愛着と理解を持って移住する層が増加する

- 高校や大学卒業予定者の町内就職の増加
- 拠点を中心として移住者・就職希望者・町民など多様な層の交流が促進

重点施策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。「友だちの数で寿命は決まる」(※)という本の中では、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、そのつながりは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 3,500 人の町は、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、わたしたちに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少し異なります。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平日の夜は部屋にこもり、休日は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“心配がない”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、その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。

※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/石川善樹/マガジンハウス

交流の拠点を自分たちでつくる TsuQuRo プロジェクト [P61]

高校生と町との接点をつくる ABuQuRo プロジェクト [P64]

都市との新たな交流をつくる 阿武町式花嫁・花婿修業プロジェクト [P68]

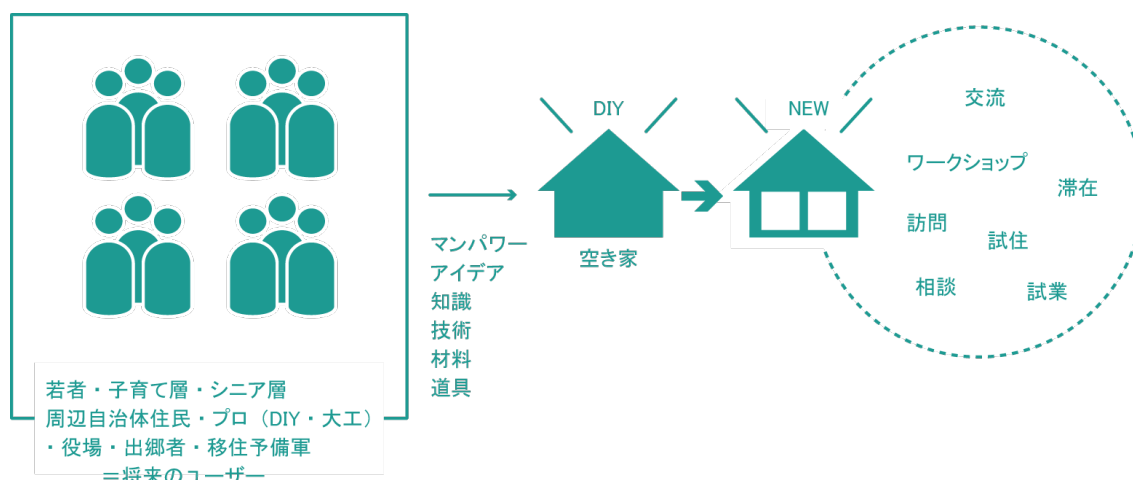
交流の拠点を自分たちでつくる

TsuQuRo プロジェクト

町には、交流拠点が決して多いとは言えません。交流拠点の少なさは、そのまま交流の多様性の少なさにもつながります。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、イベントや物販等、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、家具等を自己改修をすること)

■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。
- 改修は町内外に声をかけ、定期的の実施する。改修を通じて交流を育む。
- 改修を通じて、空き空間活用に関心を持つ層を増やす。

■背景

- 町には公共施設以外の交流拠がない。拠がないがゆえに、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もないことも指摘されている。

■プロジェクトメンバー

- 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
- 出身者や移住希望者
- プロフェッショナル（町内の建築協会、デザイン監修者、DIY 実践者、大工、ワークショップ等）

- 役場

■対象

- 町内の空き家・空き施設

■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）

- 参加者数延べ 30 人

■期待される未来

- 交流人口・活動人口の拡大

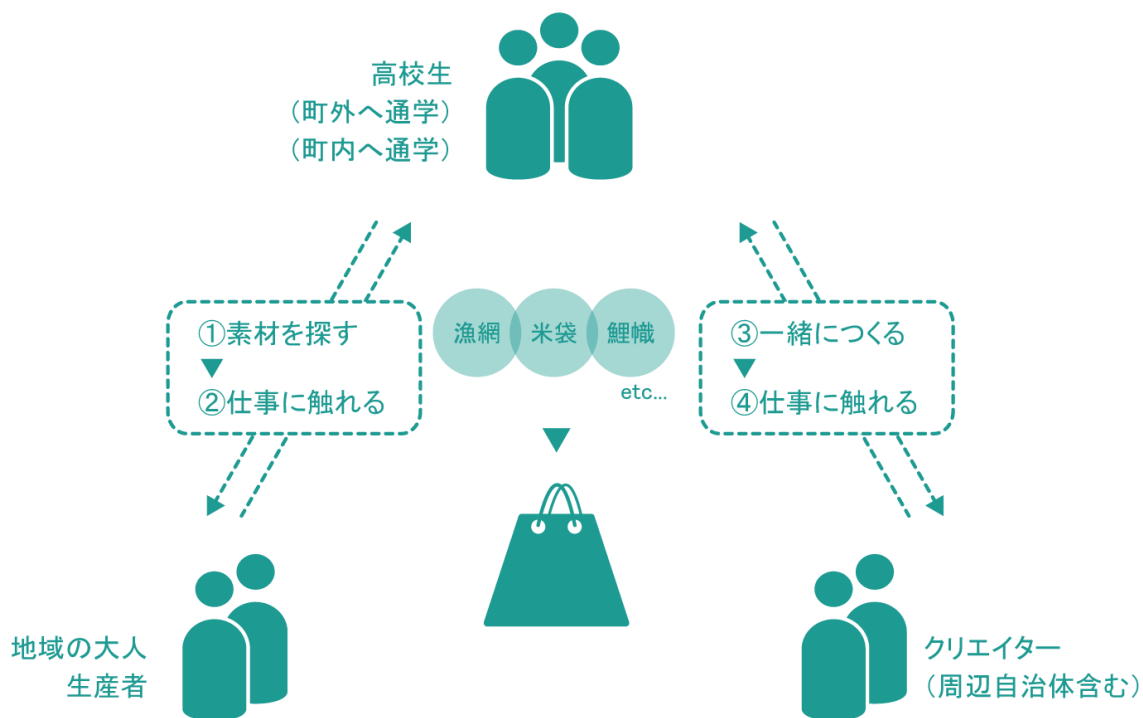
高校生と町との接点をつくる

ABuQuRo プロジェクト

町には、基幹産業である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、高校生らとともに、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たいと考えています。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。一次産業の町らしく米袋や漁網、大漁旗（フラフ）、子どもたちの成長を願い上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、ものづくり（バックづくり）を行うプログラムを実施します。

将来的に、普段使いできるふるさとグッズとしての販売も視野に、プログラムを展開していきます。



■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。
- 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、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。

■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、高校に通う 3 年間は地域との接点を育みにくいため、町を巣立つ前に町のことを知ってもらう機会をつくりたい。
- 阿武町はレジ袋辞退率県内 1 位。小さな町の大きな誇りを大切にしてもらいた

い。

- 地域の素材を活かした、この町にしかない「ローカルかつこいい」プロダクト（製品）は話題性を呼ぶことが期待される。

■プロジェクトメンバー（案）

- 阿武町および周辺地域に住むクリエイター（旗店、木工店など）

■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

■プロセス

- STEP1：漁網や米袋など、阿武町らしいバッグの素材を集める。集めながら一次産業の仕事に触れる。
- STEP2：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触れる。
- STEP3：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 10 人
- 町への愛着度 70%
- 協力者数 2 主体
- WS 開催数 2 回

■期待される未来

- 高校生の将来に向けた選択肢の変化：阿武町暮らしを選ぶ学生の増加
- 普段使いできるふるさとグッズとして企画・販売

- 母親たち、出郷者同士など、ABuQuRo づくりを通じて人のつながりづくりも行う
- 母親たちによる ABuQuRo 仕送り作戦：地域食材を ABuQuRo で梱包して仕送りする。「いつでも帰っておいで（阿武の袋→阿武 Bag→阿武 Back）」の意味を込めて子ども達にいつでも故郷を思い出してもらえるようにする。

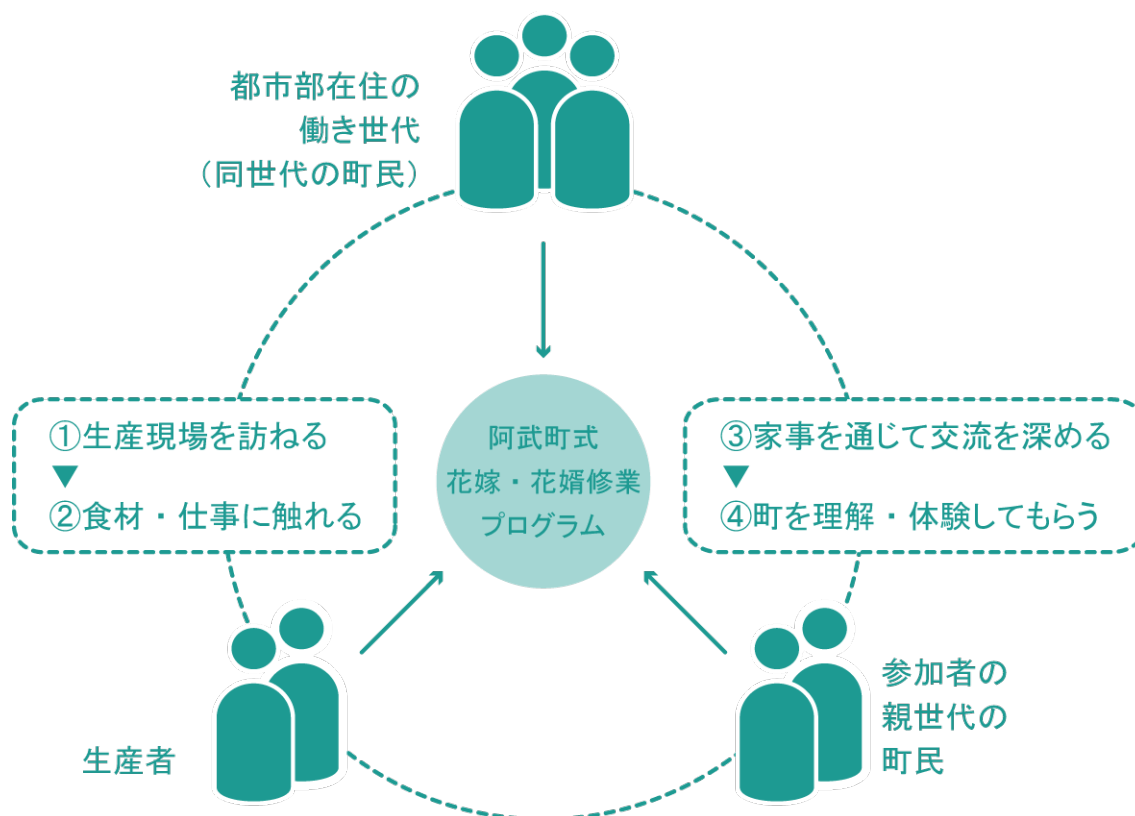
家事がつなぐ都市と地方の新たな親子関係

阿武町式花嫁・花婿修業プロジェクト

阿武町は、農村の福賀地区、漁港が 2 つある宇田郷地区、都市機能が集積する奈古地区の 3 地区から構成されており、それぞれ異なる地区特性を有しています。農業・漁業ともに、県内外へ多く出荷しており、日常的に地元食材を食べることができます。ここに暮らす地域の方々は、鮮度の見分け方、食材を活かした調理の仕方に熟知した「暮らしのプロ」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、いわゆる「花嫁修業」としての家事を身につける機会に対するニーズが高まっています。暮らしの技術を持つ人が多い阿武町ならば、家事を教えるだけでなく、生産者の現場を訪ね、調理し、食材を楽しむ時間を提供できます。そして、ゆったりとした阿武町の時間と、暮らしの技術を伝える体験を通じて、食べること、暮らすこと、働くことを一緒に見つめ直すことができます。

こうした都市との交流は、地域内にも良い刺激を生むことが期待されます。地域には同じく働き世代で、地域に新たに越してきた層が一定数存在します。これらの層もともにプログラムに参加することで、地域内外の交流を育みます。



■概要

- 都市部で働く女性を対象に、生産者の現場を訪ね、調理し、食材を楽しむツアーを実施。故郷から離れ、都市で忙しく働く彼女らに、ゆったりとした阿武町の時間と、暮らしの技術を伝える。
- 町内に農村（福賀地区）と3つの漁港（奈古・宇田郷地区）を有する特徴を活かしたツアー。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」である町民を先生に、家事を学べるプログラムを実施する。
- 同じく町内の女性も参加できる仕組みとすることで、家事を通じた新たな親子関係を結び、地域間交流の一つとする。

■背景

- 多忙であったり、親元を離れているなど、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。

- 身に付けたい家事の中身は阿武に住む親世代が身に付けている「暮らしの技術」そのものである。

■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等）
- 漁協婦人部
- グ린ツーリズム関係者
- 地元食材について教えることのできる農家や漁師

■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
- 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）

■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 人
- ツアー開催回数年間 2 回
- 協力者数 10×2 日＝延べ 20 人

■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
- クリーニングと実践！洗濯物洗い方&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

■期待される未来

- youtube 等で花嫁レシピ等を放送する（ツアー参加の動機になることも期待）
- 参加した女性等が、学んだ料理を披露・提供する機会・場づくり。

事業一覧

施策パッケージ 1. 地方における安定した雇用を創出する

- 1-1 基幹産業である一次産業の下支え・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 「地方における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	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・法人 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	利用者数年間 1,000 人 コーディネータ ー数 4 組

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）	新規就農フェア参加 年間 1 回
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	法人化推進事業説明 年間 1 回
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）	5 年間 2 種導入
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）	5 年間親農産商品開発 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 20%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）	年間林業研修等開催 1 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）	5 年間の新規漁業者受入 3 人
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）	5 年間水産加工品開発 2 種
集客力向上事業	道の駅を核とした交流・集客の推進	年間道の駅イベント開催 1 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）</p> <p>企業誘致優遇制度の充実</p> <p>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>起業化支援研修年間1回</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>起業化支援研修年間1回</p>

施策パッケージ 2. 地方への新しいひとの流れをつくる

- 2-1 空き家の流通・居住の喚起
- 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 「地方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
◎空き家ノート制作プロジェクト	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 ノート利用者数 10組
◎空き家サポートプロジェクト	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	管理主体数3組 (1地区1組) 従事者数延べ 30人 登録空き家数 30軒
◎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4年間で

		30件
◎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 都市在住・近隣自治体在住者向けの交流事業	参加者満足度 70% 参加者数 年間 5×2 日 = 延べ 10 人 ツアー開催回数 年間 2 回 協力者数 10×2 日 = 延べ 20 人
集落支援員設置 事業	農業支援員の受け入れ	5年で2人受け 入れ
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）	年間2回開催
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）	年間グリーンツー 2回開催
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）	観光客10%増
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	年間1回開催
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） 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	5年間で分譲宅地整備完了
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 更新年間30回
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	東京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 更新回数30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	年間研修2回参加

施策パッケージ 3. 若い世代の結婚・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 地域一帯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・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	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4年間で30件
◎TsuQuRoプロジェクト	多世代が多目的に利用できる交流拠点の開設	参加者数延べ30人
◎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10人 町への愛着度70% 協力者数2主体 WS開催数2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、学童保育等、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）	招致人数 年間 1 人
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）	母親クラブ活動回数 年間 3 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	開館日数 年間 150 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）	周知活動 年間 1 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の推進	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	協議会の開催回数 年間 1 回
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 年間で整備事業完了

施策パッケージ 4. 時代に合った地域をつくり、安心なくらしを守るとともに、地域と地域を連携する

- 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り、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する」ための事業一覧

◎印は重点プロジェクト

事業名	内容	KPI
◎TsuQuRo プロジェクト	多世代が多目的に利用できる交流拠点の開設	参加者数延べ 30人
◎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 10人 町への愛着度 70% 協力者数 2 主体 WS 開催数 2 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））	年間検診率 60%
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	住民満足度 60%

	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	
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）	年間ワークショップ回数4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	まちづくり懇談会年間各地区1回開催
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	自治会交付金交付率100%
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（再掲） 各種地域づくり組織の活動及び交流の支援	ボランティアグループ、スポーツクラブの団体数維持
グループ・団体支援事業	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	ボランティアグループ、スポーツクラブ団体数

	NPO法人の設立の支援	の維持
コミュニティ活動拠点整備事業	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）） 諸活動推進のための公共施設の開放（学校、保育園等）	公民館活動数維持
交流拠点活用促進事業	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）	道の駅イベント年間1回開催

プロジェクトの育て方 - PDCA サイクルの実施 -

2019（平成31年）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。

PDCA サイクルとは

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です。阿武町では、以下の体制でこの PDCA サイクルを回していきます。

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、アンケート等を通じて、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等を通じて、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、担当職員等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）

- 外部有識者等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等を踏まえて、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	○	◎		
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、町民のみな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、町役場内での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

<p>地方創生スクール</p> 	<p>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。</p> <p>第1回：2015年5月29日(金) 地域の課題を構造化する</p> <p>第2回：2015年6月12日(金) 課題解決の方法論を学ぶ</p> <p>第3回：2015年7月3日(金) 地域の未来像を描く</p> <p>第4回：2015年8月7日(金) 地方創生プランを発表する</p>
<p>職員研修</p> 	<p>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。</p> <p>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</p> <p>第2回：2015年8月26日(水) 施策案をブラッシュアップする</p> <p>延べ50人参加</p>
<p>町民ヒアリング</p> 	<p>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等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(計30組54人)。</p> <p>第1弾：2015年6月9日～11日(全3日間) 23組47人</p> <p>第2弾：2015年8月19日～24日(全4日間) 7組7人</p>
<p>若者ワークショップ</p>	<p>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・益田市等)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、①阿武町で取り組みたいことの語り合い、②実現のための</p>

	<p>仲間づくりを行った。 第1回：2015年7月12日（日）</p>
<p>情報収集</p>	<p>ニュー不動産展／2015年8月28日（金）～29日（日）</p>
<p>先進地視察</p>	<p>広島県府中市・尾道市／2015年9月5日（土）～6（日）</p>
<p>専門家ヒアリング</p>	<p>不動産、企画、人材マッチング関連の各種企業／2015年9月9日（水）</p>
<p>阿武町地方創生推進協議会</p>	<p>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 阿武町役場 2階大会議室 委員15人 事務局4人</p> <p>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の中間案について 阿武町役場 2階大会議室 委員15人 事務局3人 外部1人</p>
<p>阿武町議会 全員協議会</p>	<p>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 阿武町役場 委員会室 議員8人 町職員15人</p>

<p>平成27年度阿武町定住アドバイザー連絡会</p>	<p>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 阿武町役場 小会議室 定住アドバイザー6人 事務局4人</p>
-----------------------------	---