

瑞穂市まち・ひと・しごと創生 総合戦略に関する提言書

平成27年10月

瑞穂市まち・ひと・しごと創生有識者会議

▼はじめに

少子高齢化の進展に的確対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある社会を維持していくため“まち・ひと・しごと創生”に関する施策を総合的かつ計画的に実施していくことを目的とした「まち・ひと・しごと創生法」（以下「法」）が平成 26 年 12 月 2 日に施行された。これに伴い地方においても、国の総合戦略等を勘案し、構すべき施策を総合的かつ計画的に実施していくための「地方人口ビジョン」及び「地方版総合戦略」の策定が求められることになった。

本会議は、地方創生の趣旨に基づき、将来にわたって活力ある地域を維持するための目標や施策などについて、幅広い知見を取り入れながら戦略策定を進めることを目的として、平成 27 年 7 月 15 日、市長の命によりに招集がなされ、その後、平成 27 年 9 月 16 日に至るまで計 5 回に渡り議論を重ねてきた。

会議においては、瑞穂市に関わる各界の有識者が、人口減少社会における市の未来を創生するために、多岐に渡る視点からの英知を結集した。

本提言は、「瑞穂市人口ビジョン」、「瑞穂市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定に当たり、国・県の人口ビジョン及び総合戦略を勘案し、瑞穂市にとって必要と考えられる目標や施策について、地域の特性などを勘案し、各委員がそれぞれの立場で考え、提案し、それらのアイディアを基に「思い」や「願い」についての意識の合意を図り、施策としてとりまとめたものである。提言した施策が真に実のある瑞穂市創生の一助になることを切に期待する。

瑞穂市まち・ひと・しごと創生有識者会議 委員一同

1. 有識者会議における審議の経過及び結果

(1) 瑞穂市人口ビジョンについて

国・県の長期ビジョンを勘案し、人口減少が経済社会に与える影響を分析するとともに、人口減少に歯止めをかけるための「積極戦略」と、人口減少社会に対応していくための「調整戦略」を同時に推進することなどについての基本認識を共有しつつ、人口の変化が地域の将来に与える影響を調査、分析、考察し、目指すべき将来の方向性と人口減少問題に対する考え方を明示することなどについての理解を深めた。瑞穂市の人口に関する長期ビジョンを展望するにあたっては、「人口移動」・「出生率」・「高齢化率」の変化を考慮しながら、自然増減（出生や死亡）及び社会増減（転出入などの移動）に関する見通しを立て将来人口を展望することを確認し、瑞穂市の目標とする合計特殊出生率を「1.8」に設定するなどの見通しを立てた場合の将来人口として、「2040 年の段階で 54,000 人を確保する」長期ビジョンとしての目標設定がなされた。

(2) 瑞穂市まち・ひと・しごと創生総合戦略について

総合戦略を検討するに当たり、国の総合戦略に掲げる基本目標を基に、瑞穂市の基本目標として「1. ひとを育む」、「2. しごとをつくる」、「3. 安心して住み続けられるまちをつくる」、「4. 交流、にぎわいを生み出す」の 4 つを基本目標として設定し、これに紐づく施策検討を進めることになった。

各委員の提案施策を元にした検討を重ねた結果、瑞穂市の創生に関する委員の“思い”や“願い”として、以下に掲げる 2 点を前提とした施策を創案することになった。

【前提１】

瑞穂市には、人の流れを誘引する様々な“よいところ”が存在する。現在の瑞穂市は、市外から多くの人に移り住んでいる。利便性の面から一時的に居を構える者も多いが、例えば市内に就職・居住し、退職・転職後も、そのまま住み続ける者も多い。快適な住環境を持つことも要因であるが、地域住民が転入者等を受け入れるコミュニティ感覚が優れたまちであることが、「住み続けたい」とする人たちの動機となっているのではないかと。

【前提２】

瑞穂市の“よいところ”をブランド化し、積極的な情報発信を行うことが、最も必要なことである一方、瑞穂市は様々な“よいところ”を十分に外部に発信できているとは言い難い状況があり、将来に渡って市への転入者等を増やしていく、あるいは転出者等を増やさないようにするためには、瑞穂市の持つ強み、瑞穂市ならではの住みやすさを魅力的な言葉や概念にまとめ、住みよいまち・瑞穂市ブランドとして外部に発信することが必要である。

２．提言施策

前述の審議経過及び結果等を踏まえ、下記施策①～⑤を提言する。

提 言 項 目	提 言 施 策
１．穂積駅前開発促進	【施策①】 ＪＲ穂積駅の「瑞穂」駅への改称
	【施策②】 駅周辺空き店舗への出店支援促進
２．地域ブランドの積極的情報発信	【施策③】 瑞穂市ファンの増大
	【施策④】 ６次産業のまちとしてのPR
	【施策⑤】 観光資源の見直しと促進

3. 提言施策の内容

【項目1】穂積駅前の開発促進

施策①	J R穂積駅の「瑞穂」駅への改称
施策概要	瑞穂市は合併から 10 年以上の歳月を重ねるが、J R の駅名は旧町名の「穂積」のため、旧巢南地域あるいは統合された瑞穂市としての象徴力が小さい。合併して誕生した新たな地域の統合されたブランド確立の象徴として、「瑞穂駅」へ改称する。 「瑞穂」の地の名称を全国的に P R する他、農産品や商品の呼称・銘柄にも積極的に「瑞穂」の名前を利用し、地域ブランド発信力を高める相乗効果を目指す。
基本施策	「地域ブランド創造・魅力向上」
K P I (想定)	・「瑞穂」の認知度向上 ・アンケートによる認知度調査結果 全国対象で 30%増・岐阜県対象で 50%増
人口への影響	就業人口増、瑞穂ブランドを冠した産品・商品数増

施策②	駅周辺空き店舗への出店支援促進										
施策概要	穂積駅前のにぎわいを取り戻すために、空き店舗の活用を促す。瑞穂市内には朝日大学生を中心とする若者の他、店舗経営を目指す者が存在する。現在の穂積駅前は、主に J R を利用するサラリーマンや学生など、住宅地の送迎車両が短時間滞在する場になっているが、乗降客数や市内在住者の数からすると、商業適地としての潜在力は高い。魅力の高い駅前開発を行い、人の滞留時間を増加する第一歩として、空き店舗への出店を支援する施策を展開する。										
基本施策	「商工業」・「土地利用、住宅、宅地」・ 「地域ブランド創造・魅力向上」										
K P I (想定)	<table> <tr> <td>空き店舗の活用率</td><td>50%以上</td></tr> <tr> <td>セミナー開催回数</td><td>5 回以上</td></tr> <tr> <td>1 回あたり参加者数</td><td>20 人以上</td></tr> <tr> <td>問い合わせ・相談件数</td><td>延べ 100 件以上</td></tr> <tr> <td>滞留人口割合</td><td>10%増</td></tr> </table>	空き店舗の活用率	50%以上	セミナー開催回数	5 回以上	1 回あたり参加者数	20 人以上	問い合わせ・相談件数	延べ 100 件以上	滞留人口割合	10%増
空き店舗の活用率	50%以上										
セミナー開催回数	5 回以上										
1 回あたり参加者数	20 人以上										
問い合わせ・相談件数	延べ 100 件以上										
滞留人口割合	10%増										
人口への影響	就業人口増、流入人口増、駅利用者数増										
付帯意見	本施策については、最も集中した議論が行われた。空き店舗対策だけでなく“空き地”の対策も行うべきであり、将来的には駅前に大規模商業施設や宿泊施設（シティ・ホテル）等を誘致し、市民が集える場、市民の商業活動を市外に流出させない場を構築するべきであるという意見があり、概ね委員間での賛意を得た。しかし、その実現には多額の費用・年月がかかることが見込まれ、また会議が提言すべき枠組みから外れていることが懸念された。まずは今回提言する施策内容を実行し、これを足がかりにして、将来的な駅前開発への発展を見込むべきであるという結論となり、議論は附帯意見として報告することとした。										

【項目2】地域ブランドの積極的情報発信

施策③	瑞穂市ファンの増大
施策概要	瑞穂市には数多くの“よいところ”が存在する。その中には、主観的な地元意識に基づくものだけではなく、近隣自治体に比して確実に優れていると客観的に述べられるものも多い(施策④・⑤参照)。ところが、例えば瑞穂市に在住している者でも知らない、知られざる優位な点に留まる事物が多く、まちのイメージ向上につながっていない現状があり、これらの“よいところ”を組織的にブランド化し、インターネットやコミュニティ誌の他、マスメディアを含んだ様々な媒体で“住みよいまち”であることをアピールし、瑞穂市のファンを市内外で増加させる。市内ファンの増加は移住・定住を促進し、進学等で市外に出た若者のリターン就職・ベッドタウンとしての居住地の再選択につながる。市外ファンの増加は、流入人口の増加につながる。
基本施策	「地域ブランド創造・魅力向上」
K P I (想定)	公式ホームページのアクセス数 10%増 市への興味 50%増 (コミュニティ誌の読者アンケート返信数による測定)
人口への影響	就交流人口増、流入人口増

施策④	6次産業のまちとしてのPR
施策概要	瑞穂市は、富有柿発祥の地としての地域の誇りを持つだけではなく、「清流マンゴー」「藤九郎銀杏」など他の地域の追随を許さないブランド農産品や、「養殖鮎」「サボテン」など知られざる全国上位の生産量を誇る1次産品、「パッションフルーツ」「バラ」など特色ある栽培品、「杞柳細工」「別府細工」など歴史的な農・工業製品などが存在する。これらの特色ある1次・2次産品を活かし、朝日大学等の助力を得ながら6次産業に従事する人材を市内で養成する。これにより市内への研修生および6次産業従事者の移住や定住を促進する一方で、そのノウハウを蓄積した新たな6次産業を育成し、「6次産業化を学べるまち・活かせるまち」としてのブランド化を行う。
基本施策	「農業」「商工業」「教育」
K P I (想定)	セミナー開催回数 5回以上、 1回あたり参加者数 20人以上 問い合わせ・相談件数、 延べ100件以上
人口への影響	就業人口増、事業所数増、流入人口増、年間出生数増、合計特殊出生率増

施策⑤	観光資源の見直しと促進
施策概要	現在、先行事業として「地域資源を活用した観光振興事業」が行われているところだが、さらにそれを発展・展開する形で、瑞穂市のブランドを活かした取り組みを行う。中山道（美江寺宿・小簾紅園）の積極的な活用（「美江寺宿場まつり」の活性化だけではなく、和宮下向にちなむイベントの開催など）に加え、地域の歴史を伝える「みずほ汽車まつり」のさらなる活性化、元伊勢としての価値が高い伊久良河宮と生津地区の祭礼の再発見、特色のある杞柳細工や別府細工などの特産品について、調査を行いつつ企画・実施を進める。これにより先行事業を、地域ブランドの強化という枠組みの上で再定義した、さらに効果の高い事業として継続する。
基本施策	「観光」
K P I (想定)	観光客数 45,000 人 (H31 年)
人口への影響	流入人口増

I. 有識者会議の開催経過

会 議	開 催 日 会 場	主な検討事項	詳 細
第 1 回	平成 27 年 7 月 15 日(水) 市役所 3 階 第 1 会議室	会議の進め方	・委嘱状交付、座長選出 ・戦略策定に向けて（全体概要説明）
第 2 回	平成 27 年 8 月 5 日（水） 市役所 3 階 第 1 会議室	各委員からの施策提案	・施策等提案について ・総合戦略骨子案について
第 3 回	平成 27 年 8 月 18 日(火) 市役所 3 階 第 3 会議室	施策の意見集約	・地方人口ビジョンについて ・戦略施策等検討①
第 4 回	平成 27 年 9 月 9 日（水） 市役所 3 階 第 3 会議室	K P I の設定	・戦略施策等検討② ・K P I の設定
第 5 回	平成 27 年 9 月 16 日(水) 市役所 3 階 第 3 会議室	提言施策まとめ 総合戦略まとめ	・提案施策について ・総合戦略のまとめ

Ⅱ. 委員名簿

瑞穂市まち・ひと・しごと創生有識者会議委員

(順不同)

番号	委 員 名	役 職 名 等	備 考
1	畦地真太郎	朝日大学 経営学部 教授 朝日大学 産業情報研究所 所長	座長【学】
2	野中 誠	三甲 株式会社	【産】
3	河野 秀明	瑞穂市商工会	【産】
4	野田 寧宏	瑞穂市社会福祉協議会	【官】
5	福田 康晴	(株) 大垣共立銀行 穂積支店	【金】
6	藤吉 隆彦	(株) 十 六 銀 行 穂積支店	【金】
7	林 健司	岐阜信用金庫 穂積支店	【金】
8	牧野 正	大垣信用金庫 穂積支店	【金】
9	武藤 紳司	西濃信用金庫 穂積支店	【金】
10	吉田 紗都美	株式会社 中広 (タウン誌 編集室)	【言】
11	大森 宗	日本インシュレーション 株式会社	【労】
12	林 仁	瑞穂市男女共同参画推進審議会	【労】
13	市橋 未帆	朝日大学 経営学部 ビジネス企画学科	【市民】
14	岩瀬 有香	朝日大学 経営学部 ビジネス企画学科	【市民】

【産】産業界・【官】地方行政機関・【学】教育機関・【労】労働団体・
【言】メディア・【金】金融機関・【市民】住民