

二本松市
まち・ひと・しごと創生
総合戦略
第1次 改訂版



平成29年3月
二本松市

目次

はじめに	1
I 国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」	
1 基本的視点	2
2 「まち・ひと・しごと創生」政策5原則の概要	2
3 まち・ひと・しごとの創生に向けた基本目標	3
II 二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略について	
1 二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略の位置づけ	5
2 計画期間	6
3 計画達成までの手法	6
III 基本目標と基本目標の考え方（序論）	
1 基本目標	7
2 国の基本目標と二本松市の基本目標の対応	8
3 二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略のイメージ	9
4 基本目標の考え方（序論）	10
IV 具体的施策	
基本目標1 若い世代も生きがいをもって安心して働ける仕事づくり	
基本的方向（1）工業団地の造成と企業誘致の推進	14
（2）市内企業への支援	14
（3）新規創業等のチャレンジを支援	16
（4）農業の振興と経営の安定化	16
（5）地域の魅力のブランド化（ローカルブランディング）	18
基本目標2 市内へ新しい人の流れを生み出す	
基本的方向（1）「二本松市」を売り込む（PR）・「二本松市」の認知度拡大 （プロモーション）	19
（2）U I J ターン移住者の拡大	20
（3）観光交流人口の拡大	21
（4）地域おこし協力隊と地域間交流の推進	23
基本目標3 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる	
基本的方向（1）結婚の推進	24
（2）妊娠から出産までの支援	24
（3）多様な保育サービスの実施	25
（4）学校と家庭、地域が連携した子育ての推進	26
基本目標4 元気に安心して暮らせる地域社会をつくる	
基本的方向（1）地域の振興と活性化・「小さな拠点」の形成（集落生活圏の 維持）	27
（2）安心安全な地域社会の確立	28
（3）生涯スポーツと保健事業の推進	29
【参考資料】	30

～ はじめに ～

わが国の総人口は2008年（平成20年）をピークに減少局面に入っており、2014年（平成26年）10月1日現在の日本人人口は1億2,543万1千人（前年に比べ27万3千人の減少）で、年々減少幅が拡大しています。

二本松市においても平成17年12月1日の合併当初の人口は63,095人でしたが、年々減少が進み、平成27年12月1日現在では55,648人となり、10年間で約12%も減少しています。また、このまま人口減少が続けば、2040年（平成52年）には約40,000人と推計され、地域経済の縮小をはじめとした地域の活力低下が懸念されます。

将来にわたって二本松市を持続していくために「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立し、地元から東京圏への人口流出を抑制し、東京圏から地元へ人の流れを作り出すことによって人口減少の解消を図ります。そのために国や県との連携を密にし、民間とも枠を越えて協力しながら、様々な取り組みを進めていきます。

この二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、2040年に二本松市の人口を45,000人に維持することを目標とし、平成27年度から平成31年度の5年間に進めていく基本目標や政策を定め、持続可能な二本松市の実現を目指していきます。



I 国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」



平成26年11月に施行された「まち・ひと・しごと創生法」に基づき、国が掲げる2060年に1億人程度の人口を確保する中長期ビジョン及び平成27年度からの5カ年の政策目標・施策である総合戦略の基本的な考え方は次に記載のとおりとなっています。

1 基本的視点

- ① 東京一極集中を是正する
- ② 若い世代の就労・結婚・子育ての希望を実現する
- ③ 地域の特性に即した地域課題を解決する

2 「まち・ひと・しごと創生」政策5原則の概要

(1) 自立性

各施策が一過性の対症療法的なものにとどまらず、構造的な問題に対処し、地方公共団体・民間事業者・個人等の自立につながるようなものであるようにする。

(2) 将来性

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

(3) 地域性

国による画一的手法や「縦割り」的な支援ではなく、各地域の実態に合った施策を支援することとする。各地域は客観的データに基づき実状分析や将来予測を行い、地方版総合戦略を策定するとともに、同戦略に沿った施策を実施できる枠組みを整備する。国は、支援の受け手側の視点に立って人的側面を含めた支援を行う。

(4) 直接性

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

(5) 結果重視

明確なPDCAメカニズムの下に、短期・中期の具体的な数値目標を設定し、政策効果を客観的な指標により検証し、必要な改善等を行う。

3 まち・ひと・しごとの創生に向けた基本目標（政府）

国は、「長期ビジョン」を踏まえ、「総合戦略」では4つの「基本目標」を設定し、地方における様々な政策による効果を集約し、人口減少の歯止め、「東京一極集中」の是正を、着実に進めていくこととしている。

(1) 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする

(ア) 生産性の高い、活力に溢れた地域経済実現に向けた総合的取組

- A 地域の技の国際化（ローカルイノベーション）
- B 地域の魅力のブランド化（ローカルブランディング）
- C 地域のしごとの高度化（ローカルサービスの生産性向上）
- D 地域企業の経営体制の改善・人材確保等
- E 地域全体のマネジメント力の向上
- F ICT等の利活用による地域の活性化
- G 地域の総力を挙げた地域経済好循環拡大に向けた取組
- H 総合的な支援体制の改善

(イ) 観光業を強化する地域における連携体制の構築

(ウ) 農林水産業の成長産業化

(エ) 地方への人材還流、地方での人材育成、地方の雇用対策

(2) 地方への新しいひとの流れをつくる

(ア) 政府関係機関の地方移転

(イ) 企業の地方拠点強化、企業等における地方採用・就労の拡大

(ウ) 地方移住の推進

(エ) 地方大学の振興等

(オ) 地方創生インターンシップの推進

(3) 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

(ア) 少子化対策における「地域アプローチ」の推進

(イ) 若い世代の経済的安定

(ウ) 出産・子育て支援

(エ) 地域の実情に即した「働き方改革」の推進（仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の実現等）

(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

(ア) まちづくり・地域連携

- A まちづくりにおける地域連携の推進
- B 都市のコンパクト化と周辺等の交通ネットワーク形成に当たっての政策間連携の推進
- C ひとの流れと活気を生み出す地域空間の形成
- D まちづくりにおける官民連携・「見える化」の推進
- E 人口減少を踏まえた既存ストックのマネジメント強化

(イ) 「小さな拠点」の形成（集落生活圏の維持）

(ウ) 東京圏をはじめとした大都市圏の医療・介護問題・少子化問題への対応

(エ) 住民が地域防災の担い手となる環境の確保

(オ) ふるさとづくりの推進

(カ) 健康寿命をのばし生涯現役で過ごせるまちづくりの推進

(キ) 温室効果ガスの排出を削減する地域づくり

【根拠法令】

○ まち・ひと・しごと創生法〔平成26年11月28日号外法律第136号〕

(目的)

第1条 この法律は、我が国における急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、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日本社会を維持していくためには、国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保及び地域における魅力ある多様な就業の機会の創出を一体的に推進すること（以下「まち・ひと・しごと創生」という。）が重要となっていることに鑑み、まち・ひと・しごと創生について、基本理念、国等の責務、政府が講ずべきまち・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するための計画（以下「まち・ひと・しごと創生総合戦略」という。）の作成等について定めるとともに、まち・ひと・しごと創生本部を設置することにより、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することを目的とする。

(基本理念)

第2条 まち・ひと・しごと創生は、次に掲げる事項を基本理念として行われなければならない。

- (1) 国民が個性豊かで魅力ある地域社会において潤いのある豊かな生活を営むことができるよう、それぞれの地域の実情に応じて環境の整備を図ること。
- (2) 日常生活及び社会生活を営む基盤となるサービスについて、その需要及び供給を長期的に見通しつつ、かつ、地域における住民の負担の程度を考慮して、事業者及び地域住民の理解と協力を得ながら、現在及び将来におけるその提供の確保を図ること。
- (3) 結婚や出産は個人の決定に基づくものであることを基本としつつ、結婚、出産又は育児についての希望を持つことができる社会が形成されるよう環境の整備を図ること。
- (4) 仕事と生活の調和を図ることができるよう環境の整備を図ること。
- (5) 地域の特性を生かした創業の促進や事業活動の活性化により、魅力ある就業の機会の創出を図ること。
- (6) 前各号に掲げる事項が行われるに当たっては、地域の実情に応じ、地方公共団体相互の連携協力による効率的かつ効果的な行政運営の確保を図ること。
- (7) 前各号に掲げる事項が行われるに当たっては、国、地方公共団体及び事業者が相互に連携を図りながら協力するよう努めること。

○ 地域再生法〔平成17年4月1日号外法律第24号〕

(目的)

第1条 この法律は、近年における急速な少子高齢化の進展、産業構造の変化等の社会経済情勢の変化に対応して、地方公共団体が行う自主的かつ自立的な取組による地域経済の活性化、地域における雇用機会の創出その他の地域の活力の再生（以下「地域再生」という。）を総合的かつ効果的に推進するため、その基本理念、政府による地域再生基本方針の策定、地方公共団体による地域再生計画の作成及びその内閣総理大臣による認定、当該認定を受けた地域再生計画に基づく事業に対する特別の措置並びに地域再生本部の設置について定め、もって個性豊かで活力に満ちた地域社会を実現し、国民経済の健全な発展及び国民生活の向上に寄与することを目的とする。

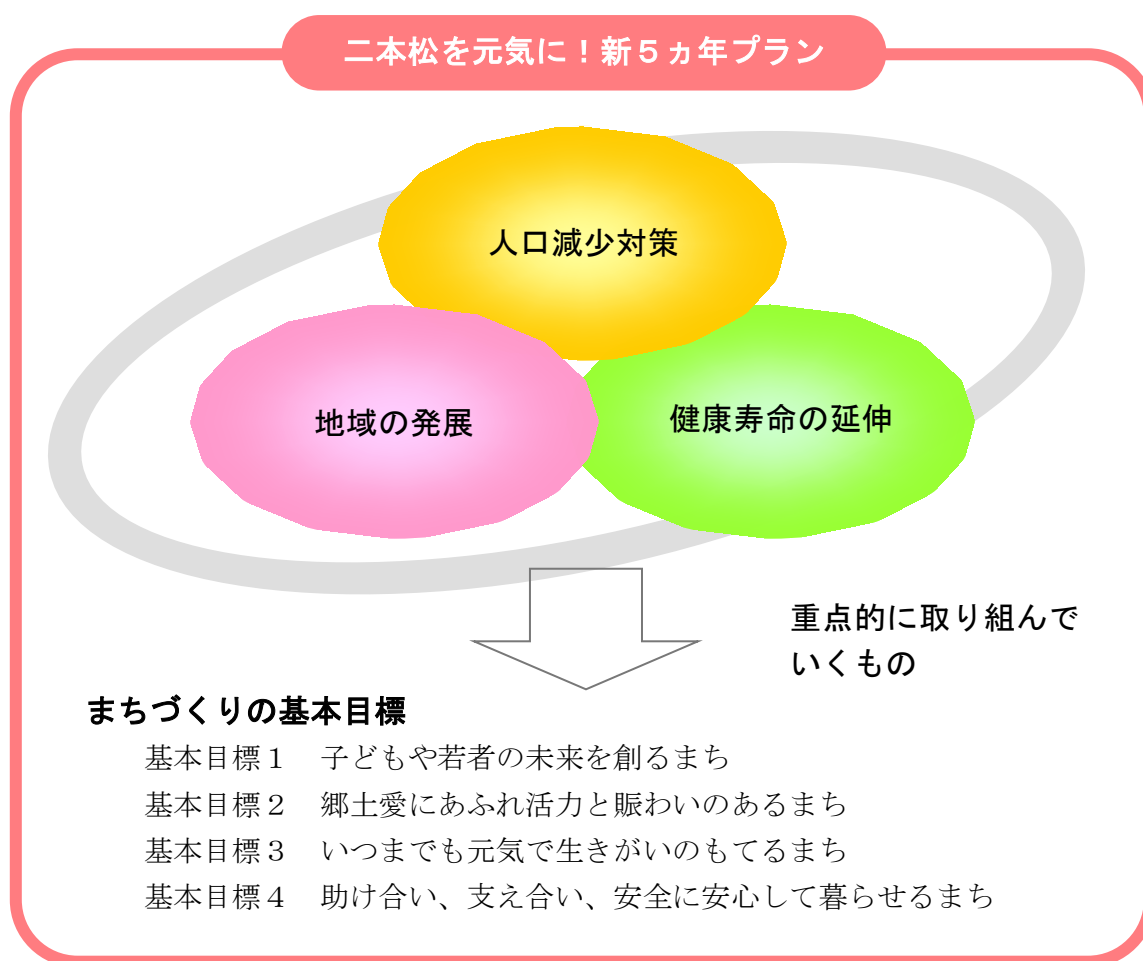
(基本理念)

第2条 地域再生の推進は、少子高齢化が進展し、人口の減少が続くとともに、産業構造が変化する中で、地域の活力の向上及び持続的発展を図る観点から、地域における創意工夫を生かしつつ、潤いのある豊かな生活環境を創造し、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる住みよい地域社会の実現を図ることを基本とし、地域における地理的及び自然的特性、文化的所産並びに多様な人材の創造力を最大限に活用した事業活動の活性化を図ることにより魅力ある就業の機会を創出するとともに、地域の特性に応じた経済基盤の強化及び快適で魅力ある生活環境の整備を総合的かつ効果的に行うことを旨として、行われなければならない。

II 二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略について

1 二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略の位置付け

二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略は、市の最上位計画である新二本松市総合計画「二本松を元気に！新5ヵ年プラン」のまちづくりの方向性に基づきながら、「しごとづくり」、「ひとの流れをつくる」、「住みやすい、安心して暮らせるまちづくり」に特化することで、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立するとともに、その好循環を支えるまちに活力を取り戻すための様々な施策・事業を進めます。



二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略

～「二本松を元気に！新5ヵ年プラン」を基本に、人口減少を抑制し、地域の創生と深化を目指して、まち・ひと・しごとの好循環を生み出す重点的戦略プロジェクト～

2 計画期間

二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略の計画期間は、平成27年度から平成31年度の5ヵ年とし、それぞれの施策に掲げる重要業績評価指標（KPI^{※1}）については、新二本松市総合計画のめざす指標で掲げた平成32年度の目標値のロードマップにより、平成31年度の目標値を設定します。

3 計画達成のための手法

総合戦略においては、まち・ひと・しごと創生を実現するために4つの基本目標を掲げ、それぞれの目標ごとに事業の結果ではなく、成果（アウトカム^{※2}）を重視した数値目標を設定しています。また、具体的な施策ごとにKPIを設定し、節目において数値目標やKPI値を元にPDCAサイクル^{※3}によって、施策・事業効果を検証することで、より効果的な施策・事業を模索し、必要に応じて総合戦略を改訂しながら目標の達成を図ります。

※1 重要業績評価指標（KPI）

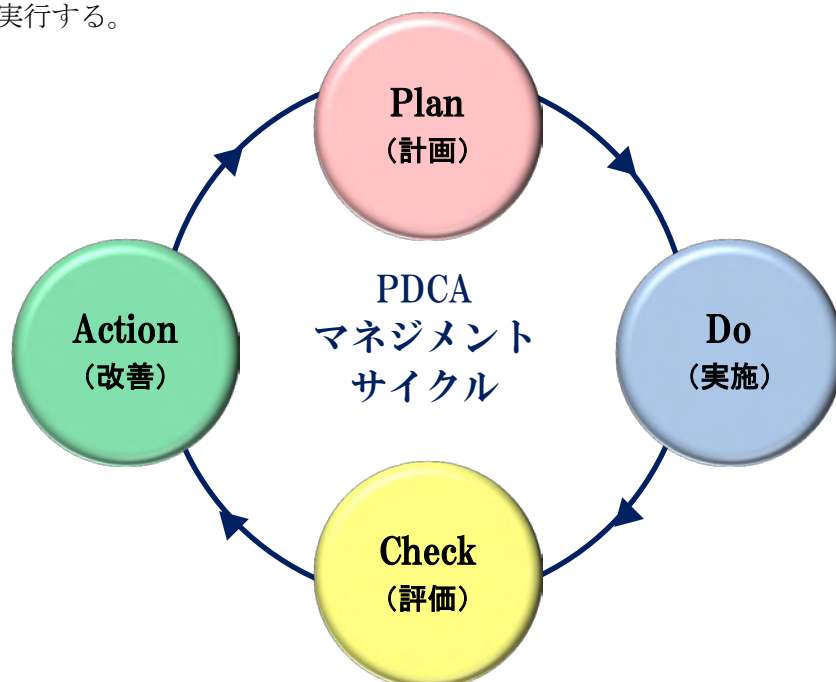
Key Performance Indicatorの略称。施策ごとの進捗状況を検証するために設定する指標をいう。

※2 アウトカム

結果、成果。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をいう。

※3 PDCAサイクル

Plan（計画）、Do（実施）、Check（評価）、Action（改善）の4つの視点で、成果指標を基に、実施した施策・事業の効果を検証し、必要に応じて総合戦略を改定するというプロセスを実行する。





Ⅲ 基本目標と基本目標の考え方（序論）

国及び福島県の「まち・ひと・しごと総合戦略」に基づき、「二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、地域の創生と深化を目指して以下の4つの基本目標を設定し、仕事の場を確保し、人の流入を促す政策を推し進めることによって、二本松市の人口減少に歯止めをかけます。

1 基本目標

(1) 若い世代も生きがいをもって安心して働ける仕事づくり

市内の企業を支援することで経営の活性化を促進し、雇用の拡大を図ります。

また、企業誘致を行うことで求職者が希望に沿った職業に就けるよう多様な就職の場を確保するとともに、新規創業者や新規就農者などの新たに事業を起こそうとする若者に対する相談体制の充実をはじめ、育成から発展まで切れ目ない支援に努め、安定した雇用の創出と安心して首都圏や他県から移り住める環境づくりを進めます。

(2) 市内へ新しい人の流れを生み出す

地域おこし協力隊を活用し第三者の視点で二本松市の魅力を広くアピールしてもらうことで、二地域居住者の拡大を目指します。

市外から転入し、定住しようとする者に対して経済的支援を行います。

海外へ向けて、二本松市の伝統と文化を全面的に押し出した観光PRを行うことで、インバウンド客を増加させ、人の流れを作り出すことにより、地域経済の活性化を促進します。また、海外観光客の受入体制の強化を図ります。

市民主体の「機能的で安全なまちづくり」「景観が美しいまちづくり」「ワーク and ライフが調和したまちづくり」の取組みへの支援で、安全で景観に優れた街並みを創り出し、それ自体が人をひきつける観光資源となることにより、新しい人の流れを生み出します。

本市の歴史情緒あふれる景観の維持と、地域の歴史・まち並みを活かしたまちづくりを推進するとともに、住民参加型で暮らしと観光が融合する観光まちづくりによって永続的な美しい景観をつくり出し、「住んでよし・訪れてよし」の観光まちづくりを目指します。

(3) 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

若い世代に出会いの機会を提供するとともに、結婚お世話役を設置することにより、結婚の意思・子どもを持ちたい希望がありながら、相手にめぐり合えない独身男女の結婚を推進し、年間婚姻者数の増加を図ります。

また、子どもが授からない夫婦を対象に不妊治療費の補助を行い出生数の増加を図ります。

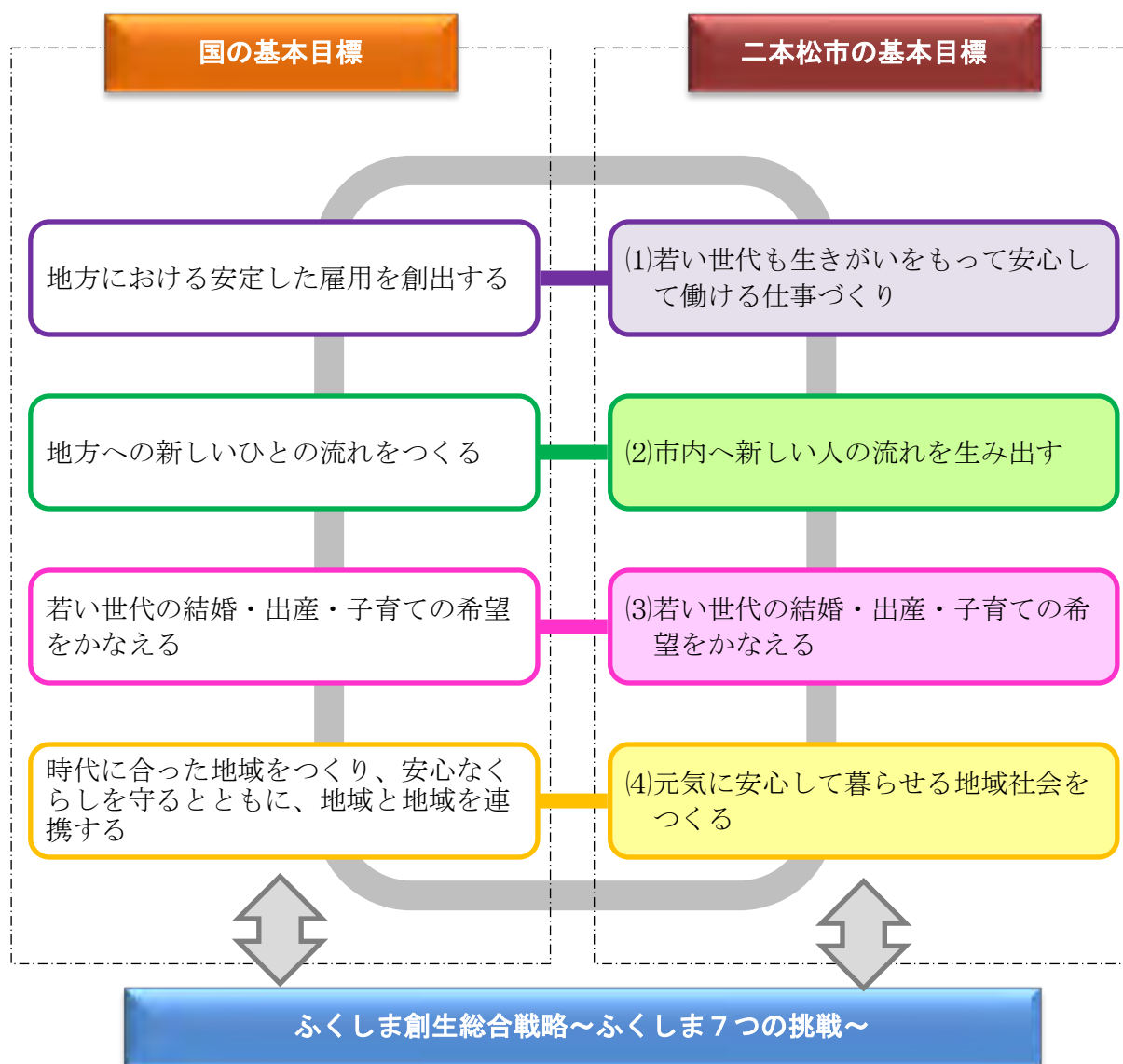
結婚から妊娠、出産、育児まで切れ目のない支援を行うことによって、安心して育児ができる子育て家庭に優しいまちづくりを進めます。

(4) 元気に安心して暮らせる地域社会をつくる

生涯スポーツを振興することで市民の健康寿命の延伸を図り、男女問わず幅広い世代が生涯にわたって社会活動、生涯学習活動に参加し活躍することができる元気な地域社会の実現を目指します。

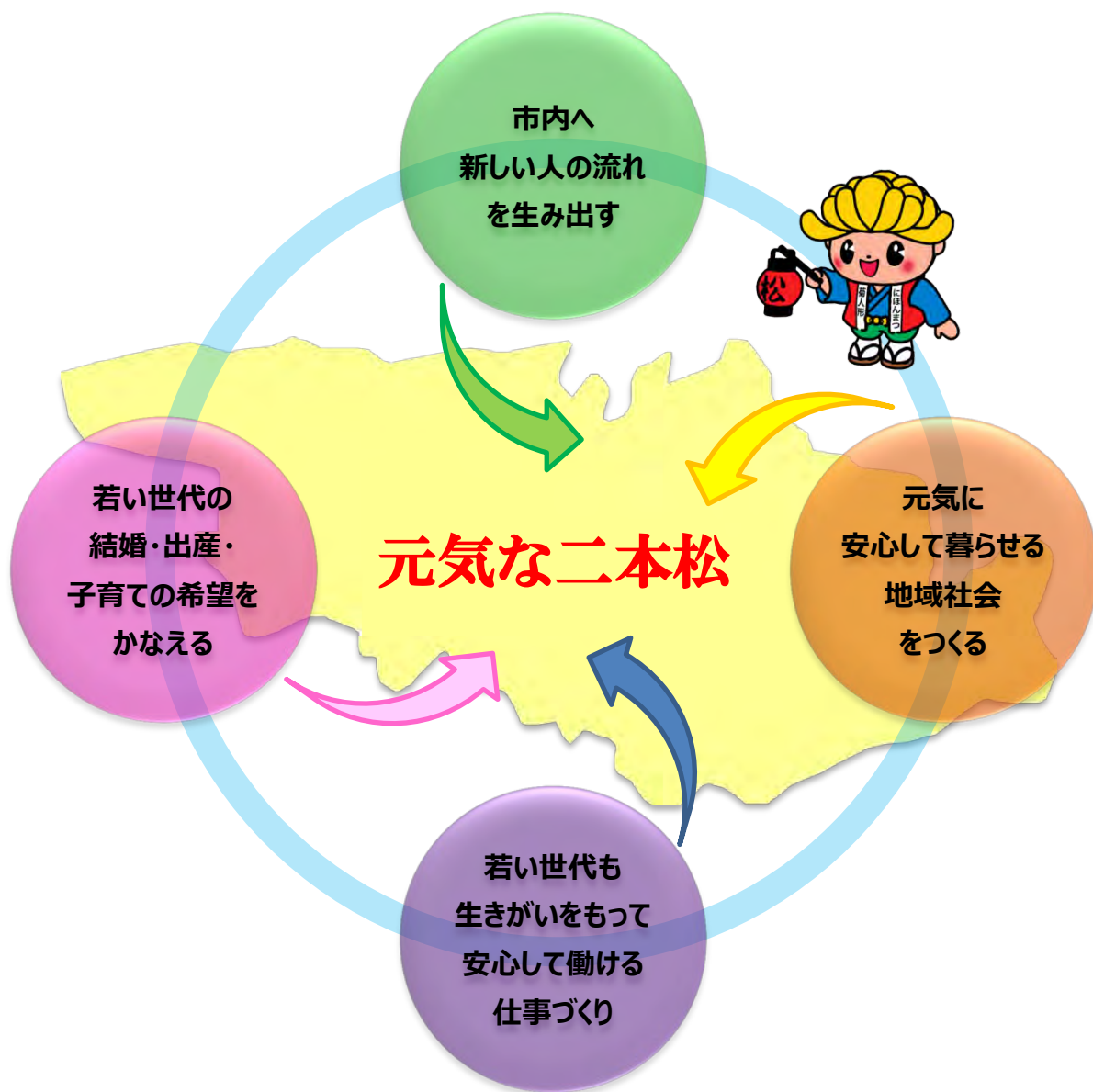
本市の特色ある地域資源の集中的・効率的な利用により、集約型の多極ネットワーク型都市構造への転換を図り、持続可能で元気に安心して住み続けられる“ふるさと二本松”を創生します。

2 国の基本目標と二本松市の基本目標の対応



併せて、平成27年12月に策定された福島県の総合戦略である「ふくしま創生総合戦略～ふくしま7つの挑戦～」との連携を図ります。

3 二本松市まち・ひと・しごと創生総合戦略のイメージ



4 基本目標の考え方（序論）



基本目標 1

若い世代も生きがいをもって安心して働ける仕事づくり

「しごと」と「ひと」の好循環を確立するため、まずは、市内における「しごと」づくりから着手する必要がある。

東京圏への一極集中を是正するためには、若い世代の東京圏への転入超過を解消し、そのためには、若い世代の安定した雇用を生み出せる力強い地域産業の競争力強化に取り組み、若い世代が安心して働ける職場を新たに生み出す必要がある。

また、雇用の量ばかりでなく、職種や雇用条件、生活環境の不適合等による雇用のミスマッチや、女性の就業機会の不足などの理由により、市内で活かされていない潜在的な労働供給力を雇用に的確につなげていくため、魅力ある職場づくりや、労働市場環境の整備に取り組み、正規雇用等の割合の増加、女性の就業率の向上など、労働市場の質の向上を図らなければならない。

また、サービス産業は製造業と比較して労働生産性が低く、サービス産業は地域の人口規模・密度が生産性に及ぼす影響が大きいと、大都市と比較すると、地方のサービス産業における生産性は低い水準にある。さらに、地方においてはサービス産業の占める割合が高く、これにより地方における労働生産性が押し下げられているといった課題がある。

このため、既存のサービス産業の生産性の向上と、生産性の高い新たな産業・事業の立ち上げが不可欠である。このことから、外部から地域のサービス産業への投資を積極的に呼び込むため、地域サービス企業間の連携を促し事業規模を集積させることで、ITをはじめとした戦略的・効率的な投資の普及を促す必要がある。

また、農林業は地域の基幹産業であったが、農業総産出額や農地面積は減少している。一方で、耕作放棄地は倍増し、基幹的農業従事者の高齢化が深刻化している。

今後は、生産性の向上（生産コストの低減と付加価値の増大）を図り、国際競争力の高い農林業へ転換を図ることが必要である。

また、伝統的工芸品などの地場産品市場の開拓は、地域経済を活性化していく上で極めて重要であるが、商品価値についての説明を要しない地産地消市場では規模が小さすぎる一方、全国規模の流通市場では、競争が厳しく、供給能力も追いつかないといった課題がある。

このため、域外に地域や地場産品のファンをつくりリピーターを掴む、身の丈にあった中規模市場の開拓が必要である。特に中規模市場の開拓に当たっては、力のある地場産品が個々に販路開拓に取り組むのではなく、地域一体となったマーケティング、販路開拓を行っていくことが不可欠であり、地域資源を活用した商材の磨き上げや海外販路開拓及び観光・地域特産品等の情報発信の強化に取り組む必要がある。

基本目標2

市内へ新しい人の流れを生み出す

人口減少・少子高齢化が最重要課題である地方創生において、地方から大都市への「人の流れ」を止めるためには、若者に住んでみたいと思わせる地域を作らなければなりません。

そのためには、地域が魅力をつくり、伝えることが必要です。そこから人々はその地域に関心を持ち、「行ってみよう」と足を運び、そして家を構えるのです。

こうして「我がまち」が選ばれる自治体に変貌させるために、まちの魅力を市内外にアピールし、人や企業に関心を持ってもらうシティプロモーション活動やファンづくりが、重要な役割を担っています。

その中でも、観光は、旺盛なインバウンド需要の取り込みなどによって交流人口を拡大させ、地域を活性化させる原動力となるものである。

また、着地型旅行商品の造成・販売等といった観光資源の磨き上げの取組を地域の中心となっていく組織が必要となっているが、観光資源の磨き上げの前提となる観光地の一体的なマーケティング、ブランディング等が十分に行われていなかったため、こうした取組が観光消費の増大等に必ずしもつながっていない。このため、観光による地方創生を図るに当たっては、多様な地域の関係者の合意形成の下、効果的なマーケティング、観光地の一体的なブランドづくりなどの観光振興を戦略的に推進する専門組織であるDMOを確立し、これを核とした観光地域づくりの推進が重要である。

また、増大する訪日外国人旅行者を地方に呼び込むためには、森・里山・川などの価値ある自然、スポーツイベント、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向け大々的に実施する文化プログラムや文化資源の活用等を通じた、そこに行ってみたくなるような地域資源をいかしたコンテンツの磨き上げが必要である。このため、観光戦略と連携した地域の特色ある地域製品のブランド化、受入地域のマネジメント強化、戦略的プロモーション、訪日外国人旅行者が食を楽しむ環境整備の更なる推進も重要度が高い。

加えて、地域における「稼ぐ力」を向上させるためには、観光地域・ブランドづくりによって増大する訪日外国人旅行者を呼び込むだけでなく、滞在中の消費喚起を促進し、訪日外国人旅行者数の増加を国内における消費の拡大につなげていくことが重要である。

このため、観光地や商店街等におけるクレジットカードの利用環境の整備など、訪日外国人旅行者の滞在中の消費喚起促進・利便性向上等のための受入環境整備を推進していく。あわせて、観光産業の専門的・技術的分野における外国人材の活用や、訪日外国人旅行者の移動を円滑かつ快適に行える体制整備も必要である。

基本目標3

若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

独身男女の約9割は結婚意思を持ち、希望子供数も2人以上である一方、未婚率は上昇し、夫婦の子供数は長期的に減少傾向にあるなど、結婚・妊娠・出産・子育ての希望がかなっていない現状にある。結婚を実現できない背景には、雇用の不安定さや所得が低い状況があると指摘されている。

これまでの若者雇用施策は、雇用情勢の悪い地域での雇用失業対策が中心となってきた。今後は、人口減少や人口流出等に伴う地域課題の解決という視点が求められる。また、若い世代が希望どおり結婚し、子供が持てるような年収水準（例えば独身で300万円、夫婦で500万円程度が必要との指摘もある。）を確保する安定的雇用が必要である。

また、長期的な視点に立って少子化対策を進める観点から、結婚、妊娠・出産、子育ての各段階に応じ、きめ細かな対策を総合的に推進することが必要である。

産休中の負担の軽減や産後ケアの充実をはじめ、妊娠期から子育て期にわたるまでの切れ目のない支援体制を構築するとともに、産科医の地域偏在が見込まれる中、地域における周産期医療体制の確保を図ることが重要である。加えて、理想の子供数を持ってない理由として、子育てや教育に要する費用負担を挙げる人の割合が高い状況にあることから、その負担軽減も重要である。

そのため、妊娠期から子育て期にわたるまでの様々なニーズに対応するため、「子育て世代包括支援センター」の設置も検討が必要である。また、子育てをめぐる環境が大きく変化する中、平成27年4月から実施されている「子ども・子育て支援新制度」について、幼児教育・保育、地域の子育て支援の「量的拡充」と「質の向上」を図る必要がある。また、住民のニーズに基づき、全ての子育て家庭への子育て支援に関する施設・事業の計画的な整備が求められている。

また、子供の小学校就学後に仕事を辞めざるを得ない「小1の壁」を打破するため、「放課後子ども総合プラン」を着実に実施し、一体型を中心とした「放課後児童クラブ」と「放課後子供教室」の計画的な整備等が必要である。

基本目標 4

元気に安心して暮らせる地域社会をつくる

多くの地方都市では、これまで郊外開発が進み市街地が拡散してきたが、今後は急速な人口減少が見込まれ、拡散した市街地で居住の低密度化が進み、生活サービス機能の維持が困難になることが懸念されている。

そのため、住民等の協力を得つつ、医療・福祉・商業等の生活サービス機能や居住の誘導による都市のコンパクト化と公共交通網の再構築をはじめとする周辺等の交通ネットワーク形成を行うことにより、高齢者や子育て世代にとって安心して暮らせる健康で快適な生活環境の実現、アクセス改善やまちの回遊性向上による生活利便性の維持・向上及び地域経済の活性化、財政面及び経済面において持続可能な都市経営等を関係施策間で連携しながら推進していく。また、人口密度が高まることで生産性が上昇する、いわゆる「密度の経済」を実現するとともに地域の「稼ぐ力」の向上に関係する施策とも十分な連携が必要です。

特に、医療・福祉・商業等の生活サービス施設の維持やこれらの施設へのアクセス向上等による、高齢者や子育て世代にとって安心して快適に生活できる都市環境の形成や、サービス産業の生産性向上等による地域経済の活性化、公共施設の維持管理の合理化や行政サービスの効率化等による行政コストの削減等の具体的な行政目的の実現に向けた有効な政策手段として、中長期的な視野をもって継続的に取り組まれることが肝要である。

また、地域の「稼ぐ力」や「地域価値」の向上を図るには、一定の地域に人と企業が集積することによる「密度の経済」を実現することが有益である。このため、ひとの流れと活気を生み出す「まちのへソ」とも言うべき地域空間を形成する。その際には、多様なサービス産業の可能性や新たな需要の創出、更には地域への愛着や誇りを醸成する観点に着目し、人の集う「まちの賑わい」づくりを進める必要がある。

更に、人口減少や高齢化が著しい中山間地域等においては、一体的な日常生活圏を構成している「集落生活圏」を維持することが重要であり、将来にわたって地域住民が暮らし続けることができるよう、地域住民が主体となって、①地域住民による集落生活圏の将来像の合意形成、②地域の課題解決のための持続的な取組体制の確立（地域運営組織の形成）、③地域で暮らしていける生活サービスの維持・確保、④地域における仕事・収入の確保を図る必要がある。

また、これらの取組を進め、暮らしを守るためには、地域住民の活動・交流拠点の強化や、生活サービス機能の集約・確保、周辺との交通ネットワークの形成等により利便性の高い地域づくりを図ることが必要である。



IV 具体的施策

基本目標

1 若い世代も生きがいをもって

安心して働ける仕事づくり

(1) 工業団地の造成と企業誘致の推進

- 福島市と郡山市の中間に位置し、国道4号線や東北自動車道にアクセスしやすい地の利を活かした工業団地を造成する事で積極的に企業誘致を図ります。
- 工場立地優遇制度や工場用地リース制度を充実することにより工場等の新・増設等を促進し、市民の就労の場の確保及び関連産業の集積、定住人口の増加等を図り、産業の振興と地域経済の活性化に努めます。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 企業立地件数	-	1件 (累計1件)	3件 (累計4件)

・主な事業内容

- ① 工業団地造成
- ② 企業誘致の促進 (工場等立地奨励金、雇用促進奨励金、企業立地資金融資制度等)

(2) 市内企業への支援

- 首都圏等で開催される展示会や企業間交流セミナーへ参加する企業を支援し、PRの機会を増やすことで、販路拡大とビジネスマッチングを促進し、企業の活性化を図ります。
- 専門的な技能を習得した人材を確保し、企業の商品力や生産能力の向上を図るために従業員や採用予定者、インターンシップ等を対象として行う研修費、訓練費等の助成を行います。
- 企業自身による就労の場をPRする企業就職セミナーを開催し、高校生を中心とした若者の市内就労増加を目指します。
- 市内の企業ガイドブックを作成し、併せて二本松市ウェブサイトへも掲載することで、若者雇用対策や市内企業のビジネスチャンスの創出を図ります。
- 店舗リニューアルによる集客数の増加と地域経済の活性化を目指し、店舗及び施設の改修にかかる費用を一部助成します。

- 空き店舗を利用して創業する者に対して改修費・賃借料を補助し、新規創業等を支援します。また、市外から転入した創業者に対してその住居賃借料を補助し、新規創業等を支援します。
- 創業向け融資、また同様の条件に準ずる市内金融機関の融資制度を利用した創業者に対し、その利子相当額の一部を助成します。
- 市内の産業基礎力を充実させ、新規創業者を支援するとともに街中に賑わいを取り戻し、雇用創出と経済活性化を実現するため、ワンストップ窓口を整備します。
- 農業や建設業など、地域に根付いた産業が培ってきた高度なノウハウ・技術を的確に継承し、その更なる高度化や底上げを図ることによって、引き続き「地域の担い手」として、その持続的役割を果たすことができるよう、人材の育成・活用を進めます。
- 地域の大学等と連携し特色ある研究資源をいかしつつ、事業化経験を持つ人材も活用しながら、大学等における産学連携機能の強化を通じて、地域の発展に寄与するシステム構築を目指す。また、市内企業の持つニーズに対し、地域の大学・公設の試験研究機関・高等専門学校等のシーズをマッチングさせた研究開発・新事業展開を支援します。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 店舗改修件数	-	年 40 件 (累計 160 件)	年 40 件 (累計 200 件)
2 人材育成事業従業員参加型受講者数	-	年 15 件×5 人 (累計 300 人)	年 15 件×5 人 (累計 375 人)
3 人材育成事業事業所開催型受講者数	-	年 2 件×20 人 (累計 160 人)	年 2 件×20 人 (累計 200 人)
4 企業ガイドブック掲載企業間の取引開拓	-	年 10 件 (累計 40 件)	年 10 件 (累計 50 件)
5 企業就職セミナー参加企業及びガイドブック掲載企業への若者（高校生含む）の就労人数	-	年 100 人 (累計 400 人)	年 100 人 (累計 500 人)

・主な事業内容

- ① ビジネスマッチングと販路開拓支援（展示会出展補助・企業間交流セミナー）
- ② 企業就職セミナー開催（就労の場PR等）
- ③ 市内事業所等人材育成支援（研修費、訓練費助成）
- ④ 企業ガイドブック作成
- ⑤ 店舗等設備改修支援（改修補助と融資制度拡充）
- ⑥ 大学等の「知」活用事業

(3) 新規創業等のチャレンジを支援

- 市内の空き店舗や事務所を活用して新たに事業を始める者に対して、利子補給や改修費用の助成を行うことにより、新規創業を始めるに当たってのハードルを引き下げ、新しい仕事を増やします。
- 創業を検討している者を対象として創業無料相談会を開設し、専門家（中小企業診断士等）による各種相談を行います。
- ICTを活用し、テレワーク（場所にとらわれない柔軟な働き方）等による情報関連産業や、ベンチャービジネス、コミュニティビジネス及び高齢社会に対応した新規産業の創出等に努めます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値（H26）	目標値（H31）	目標値（H32）
1 新規創業者数	年 6 件	年 13 件 (累計 52 件)	年 13 件 (累計 65 件)

・主な事業内容

- ① 新規創業支援（空き店舗・事務所活用助成、融資・利子補給）
- ② 創業者住居賃借料支援
- ③ 創業支援無料相談会の開設

(4) 農業の振興と経営の安定化

- 多様な農業の担い手を確保し農業を振興するため、認定農業者、新規就農者等への各種支援を行います。
- 安全安心で品質の高い農産物をブランド化するとともに、地域の特性をいかした農産物の生産や6次産業化による高付加価値化、観光資源や「道の駅」等を活用した都市との交流産業化、新鮮な農産物を加工した特産品の開発・販売をすることで、農業者の経営の安定化と所得の向上を図るとともに、農政が「農政新時代」とも言うべき新たなステージを迎えている中で、成長産業化に取り組む生産者がその力を最大限に発揮するために、輸出品からの国内市場の奪還、輸出力の強化、マーケティング力の強化、生産現場の体質強化・生産性の向上、付加価値の向上など、成長産業化に取り組む生産者を応援します。

- 農山村は国土の保全、水源の涵養、自然環境の保全、良好な景観の形成等の多面的機能を有しており、農林業の有する大きな潜在力を最大限に引き出し、競争力の高い産業へと転換していくとともに、美しい農山村をつくり上げていくためには、自らの地域資源を活用し、その潜在力を引き出すことにより、循環型の多様な地域社会をつくり出していくために、地域の共同活動に対する支援を行い、地域資源の適切な管理保全を推進します。
- 農業生産現場の強化のため、経営感覚を持った担い手の育成・確保、農地中間管理機構や農地集積、省力化機械の整備等による生産基盤の強化により労働力不足の解消を図るとともに、有機農業・エコ農業の推進など中山間地域等における担い手の収益力向上の支援、耕作放棄地の発生防止・解消等を推進します。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 認定農業者数	407人	447人	457人
2 営農団体の法人化数	0団体	2団体	3団体
3 新規就農者数 (累計)	10人	22人	25人

・主な事業内容

- ① 農業者研修、新規就農者支援
- ② 6次産業化の推進
- ③ 農林水産ブランド産品振興開発支援
- ④ 多面的機能支払事業
- ⑤ 地域担い手育成総合支援事業 (認定農業者育成事業等)
- ⑥ 耕作放棄地再生事業

(5) 地域の魅力のブランド化（ローカルブランディング）

- ▶ 本市の特産である「菊花」を活用し、生産コストに見合った高額商品としてプレミアム感を市場に浸透させるための広報活動と菊人形展、菊花品評会を世界的に唯一無二な博覧会に育て上げブランド力の強化事業を主軸としながら、稼げる産業とするために、マーケティング能力向上のための研修を行いながら販路開拓、流通システム構築、市場ニーズに基づいたセカンド新商品の開発、菊関連新規創業支援、異業種参入支援を行う菊松プロジェクト事業を実施します。
- ▶ 地域の農林業・観光等の成長産業化に向け、地域のしがらみ（横並び意識、横連携の難しさ、世代間の認識のずれ）や人材不足の問題を克服し、戦略策定と事業遂行を適切に行うことで、必要な人材・資金等を域外から積極的に呼び込めるような環境整備を図る。また、独自の中規模の市場確立に向けた販路開拓やブランド化、地域資源を活用したローカル・クールジャパンの展開等を進めます。
- ▶ 既に地域に豊富に存在する、観光資源、農産品や伝統的工芸品といった地域産品や自然などの地域資源を活用した、域外から「稼ぐ力」の強化を目指し、地域一体となったマーケティング、販路開拓を進めていくための取り組みを進めます。
- ▶ 地域産品独自の中規模の市場確立に向け、地域産品間の連携を促し、地域産品のブランド化、新たな中規模市場の販路開拓等に取り組む、官民にまたがるモデル的な地域商社の設立を加速するとともに、海外展開も含めた地域産品拡大に向けた様々な取組を広め、物流能力の向上等の環境整備を進めます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値（H26）	目標値（H31）	目標値（H32）
1 千輪咲菊の年間販売額	－	1,500万円	1,500万円
2 菊花・菊人形関連商品販売額	－	3,750万円	3,750万円

・主な事業内容

- ① 魅せるだけの菊から稼げる菊づくりでのしごと創生（菊松プロジェクト）
- ② 地域の魅力ブランディング戦略事業（地域の魅力・宝・誇り・自慢・伝統の再発見事業、内部・外部環境要因分析等）

2 市内へ新しい人の流れを生み出す

(1) 「二本松市」を売り込む（PR）・「二本松市」の認知度拡大（プロモーション）

- 認知度がなくては、誰も選んではくれません。認識していない地域に（知名度のない地域に）、人は観光したり、引っ越ししたりはしません。なぜならば、「知らない」からです。「二本松市」が観光振興や定住促進を実効性のあるものにするためには、まずは、認知度の向上は必須であり、知名度を高めることで、情報交流人口や交流人口、定住人口の獲得を目指します。さらに、現在生活している市民が愛着心を持ち、引っ越していないことを目指します。
- 様々なメディア、媒体、機会を活用し、情報発信に取り組みます。
- PR活動は情報を発信する前に、情報収集があり、組織内の情報共有がある。情報の受け手の考えや行動を無視したり、組織内の共通認識がないまま、発信だけを行ったりしても効果を出すことはできない。「情報収集」「情報共有」「情報発信」「情報拡散」この四つの流れを最適化する方向でPR活動を行います。
- 「二本松市」に「行ってみたい」「住んでみたい」「誇りとしたい」と様々な人々や団体・企業等から選ばれる自治体とするために、シティプロモーション活動に戦略的に取り組みます。
- 「二本松市」のイメージ向上のために、市の情報の露出機会を高め、効果的なプレスリリース等により、認知度の向上と都市イメージの定着を図る。このために、全庁で情報共有しすべての職員がその実現を目指します。
- 政策や施策を積極的にPRするとともに、市民や、企業、団体等と連携することで、その効果を高めていきます。
- 二本松市の持つ「魅力」や「強み」を、創造性や優位性を示しながら、より効果的に訴求し、市民の誇りや愛着心を喚起する取り組みを進めます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値（H26）	目標値（H31）	目標値（H32）
1 市ウェブサイトアクセス件数	年46万件	年47万件	年48万件
2 プレスリリースによる記事掲載件数	—	年10件	年20件

・主な事業内容

- ① 情報発信力の強化事業（新たなメディア、媒体の活用）
- ② イベントの機会を活用した情報発信
- ③ シティプロモーション実践事業

(2) U I Jターン移住者の拡大

- 大学への進学が地域から首都圏への人口の流出の大きな原因の一つとなっていることから、他県の大学へ進学した学生が、卒業後にU・I・Jターンにより定住し就労した場合に、奨励金を支給することで、若い世代の人口の減少を抑制します。
- 市外から二本松市へ転入し定住をしようとする者に対して、新築住宅の取得にかかる経費の一部を補助することで、転入者を増やし人口の拡大を図ります。
- 市内の増加傾向にある空き家を改修して定住を希望する者に対し、改修費の一部を助成し、空き家の減少と人口の拡大を図ります。
- 若者の流出や高齢化の進展に伴う人口減少等による「地域の担い手不足」が喫緊の課題となっていることから、都市部の大学生等、若者の力を地域の活力として活用するとともに、一定期間地方に滞在し、働きながら地域住民との交流などを通じて田舎暮らしを学ぶ、ふるさとワーキングホリデーを支援し、将来的に都市部から二本松市へ移住する若者等の掘り起こしを行います。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 若者の定住による奨励金支給件数	—	年 30 件 (累計 90 件)	年 30 件 (累計 120 件)
2 転入者の住宅取得件数	—	年 20 件 (累計 80 件)	年 20 件 (累計 100 件)
3 移住者の空き家改修件数	—	年 5 件 (累計 20 件)	年 5 件 (累計 25 件)

・主な事業内容

- ① U I Jターンの促進 (U I Jターン大卒者就労奨励金)
- ② 定住促進住宅取得奨励金支給
- ③ 移住者空き家改修費等補助
- ④ ふるさとワーキングホリデーの支援

(3) 観光交流人口の拡大

- ▶ 国指定史跡である二本松城跡（県立霞ヶ城公園）の周辺に観光拠点となる通年観光施設を整備し、観光案内や歴史資料の展示を行うことにより観光客の滞在時間の拡大を図るとともに、市内全域への誘客の波及を目指します。また、地域資源の適切な維持・管理と発掘・活用を図るとともに、趣味、関心が多様化している観光客に合わせた様々な観光ルートやプログラムづくりを進め、リピーターの獲得を目指します。
- ▶ 二本松の菊人形や二本松の提灯祭り、郷土料理「ざくざく」に代表される魅力ある伝統と文化等を海外に向けて発信するとともに、インバウンド向けの新産業の創出や観光資源のブラッシュアップをすることで、地域経済の活性化を図ります。また、受け入れ体制を強化し、市民レベルでの国際交流を推進します。
- ▶ 本市の歴史情緒あふれる景観の維持と、ダムや橋梁、土木遺産などのインフラ施設を新たに集客性のある魅力的な観光資源として活用するなど、地域の歴史・まち並みを活かしたまちづくりを市民との協働により戦略的に取り組みます。
- ▶ 住民参加型で暮らしと観光が融合する観光まちづくりによって永続的な美しい景観をつくり出し、地域全体の観光マネジメントを一本化する組織、いわゆるDMOによる地域資源の商品化等で域内経済を好循環させ、これらを長期持続的に推進できる体制を構築することで、住んでよし、訪れてよしの観光まちづくりを目指します。
- ▶ 日本を訪れる外国人旅行者は着実に増加傾向にある中で、外国人旅行者を引きつける旅先としての日本の魅力はその多様性であり、外国人観光客の消費による地域への直接的な経済効果は大きいですが、訪問した外国人観光客が、様々な観光資源を消費・体験することで地域の魅力を発見し、その素晴らしさを海外に伝播することによる波及効果はさらに大きなものとなることから、インバウンドを推進します。
- ▶ 観光地経営の視点を持った観光地域づくりを推進し、地域全体としてのブランディング戦略の確立を図るため、二本松版DMO※を設立し、戦略的マーケティングを推進します。またDMOを核とした外国人観光客向け環境整備を進め、観光主導型地域経済発展モデルの確立を目指します。 ※ *Destination Management/Marketing Organization* の略
- ▶ 二本松市には、世界に誇れる”アウトドアフィールド”が存在します。その豊富な山や川、空、高原、雪、自然体験、農業、林業などの観光資源を、アウトドアという切り口で国内はもちろん、世界中の方々に楽しんでもらえる着地型観光を推進します。
- ▶ エクストリームスポーツ※、サファリパーク、旅館、農家、医療法人、飲食店、伝統工芸、ツーリズム系NPOなどの体験型事業者などの民間事業者及び民間共同事業体により地域体験型事業を整備し、地方観光を強化する取り組みを進め、地域住民にも愛される体験型事業・アクティビティの創出を図ります。 ※興奮度が高い挑戦的なスポーツ
- ▶ 地域資源を活用した商材の磨き上げや市外販路開拓及び観光・地域特産品等の情報発信の強化により、ローカル・クールジャパンを推進する。あわせて、DMOと連携した地域金融機関等による民間事業化支援（資金、経営面で観光産業をサポート）についての検討を進めます。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 年間観光客数	238 万人	335 万人	350 万人
2 外国人観光客数	1,150 人	9,000 人	10,000 人
3 外国人観光客宿泊	—	年間 6,000 人泊	年間 7,000 人泊
4 国際交流事業参加者	2,150 人	2,950 人	3,150 人

・主な事業内容

- ① 観光の拠点づくり（二本松城址前観光拠点施設整備）と観光資源のブラッシュアップ
- ② 地域資源（地場の特産品）の宣伝強化と販売促進（道の駅等の活用）
- ③ 食の魅力向上（郷土料理、ざくざく、地酒、和菓子）
- ④ インバウンドの情報発信（台湾・中国・オーストラリアなどへのプロモーション等）
- ⑤ インバウンドの受入体制強化（通訳ガイド育成、免税店化推進、二次交通整備等）
- ⑥ 観光DMOの立上げと長期持続的推進のためのDMO収益化
- ⑦ 国際交流の促進
- ⑧ 地域風土を活かした景観まちづくり（景観まちづくり支援事業）
- ⑨ 「住んでよし、訪れてよし」の観光まちづくり（観光まちづくり支援事業・公園整備）
- ⑩ 菊のまち二本松推進事業
- ⑪ 温泉地観光施設整備事業（岳温泉）
- ⑫ 二本松城跡整備事業、霞ヶ城公園整備事業、安達ヶ原ふるさと村公園整備事業
- ⑬ スカイピアあだたらエクストリームスポーツ施設整備事業（体育館改修、広場整備）
- ⑭ イメージアップキャンペーン事業、フィルムコミッション支援（二本松ロケ支援隊）
- ⑮ グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム推進事業
- ⑯ 2020年オリンピック・パラリンピックを活用した情報発信事業

(4) 地域おこし協力隊と地域間交流の推進

- 地域おこし協力隊員を活用し、都会に暮らす人にとって新鮮に映る田舎暮らしを存分に体験できるグリーンツーリズムや農家民泊を企画し、二地域居住希望者や就農希望者を対象に実施することで、将来的に移住してもらうきっかけ作りをします。
- 地域おこし協力隊の拡充及び隊員の確保に向けて大学生をはじめとする若者、転職希望の社会人などに向けた広報の強化を図るとともに、隊員の活動内容の向上や地域への定住・定着の促進を図るため、隊員向けの初任者研修、起業・事業化のための研修等の充実、地域の受入体制の整備や隊員の起業・事業化の支援、全国サミットへの参加など隊員間の交流促進により、事業を一層推進して参ります。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 農家民宿宿泊者数	1,397人	1,600人	1,676人
2 地域おこし協力隊員の定住者	—	4人	4人
3 I・J・Uターン等移住者	年3人	年10人 (累計40人)	年10人 (累計50人)

・主な事業内容

- ① 地域間交流の推進
- ② 農家民宿の拡充
- ③ 地域おこし集落支援事業
- ④ 移住定住促進事業

希望をかなえる

(1) 結婚の推進

- 結婚を希望している者を対象として企画、開催される婚活イベントを支援し、出会いのきっかけを増やすことにより婚姻者数の増加を図ります。また、市内各地域に結婚の相談等のサポート業務を行う結婚お世話役を設置し、結婚を推進します。
- 若い世代の新婚夫婦に家賃助成を行うことによって、経済的不安から結婚にまで至っていないカップルの結婚を後押しします。また貸家・アパート等には住まずに親と同居を考えている夫婦については、三世代同居のために行う住宅のリフォームに対して助成を行います。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 出会いの場の提供	年4回	年6回 (累計24回)	年6回 (累計30回)
2 お世話役による成婚	-	年3件 (累計12件)	年3件 (累計15件)
3 三世代同居世帯の住宅改修	-	年20件 (累計80件)	年20件 (累計100件)
4 定住者の新築住宅軒数	年41件	年60件 (累計240件)	年60件 (累計300件)

・主な事業内容

- ① 結婚推進の支援（出会いの場の提供とお世話役の設置）
- ② 新婚世帯家賃助成
- ③ 三世代同居住居改修助成
- ④ 定住促進住宅取得奨励金支給
- ⑤ 新婚新生活応援事業（敷金・礼金・引越費用）

(2) 妊娠から出産までの支援

- 子どもを希望しているが、授からない夫婦に対し、県の補助に加え不妊治療費の助成を行います。
- 妊婦に対して、健康診査費を補助し受診率を向上させることにより、母子の健康な出産を支援します。
- 出産後の母親の不安を解消するために様々な産後ケア事業を実施します。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 合計特殊出生率 (ベイズ推定値)	1.39 (平成 20~24 年平均)	1.50	1.58 (年間 20 人増)
2 妊婦健診受診率	82.1%	95%	100%
3 乳幼児健診受診率	93.4%	95%	100%

・主な事業内容

- ① 妊娠から出産までの支援 (健康診査、不妊治療費助成、出産時交通費助成、産後ケア)
- ② 出産祝い金支給事業
- ③ 母子の健康づくり (子育て応援メール、こんにちは赤ちゃん事業)
- ④ ブックスタート事業、ブックステップ事業

(3) 多様な保育サービスの実施

- 「**mamaになるなら にほんまつ**」をキャッチフレーズに、妊娠から出産、子育てまで切れ目のない支援を行うことにより、安心して子育てができる環境づくりに取り組み、子育て家庭にやさしいまちを目指し、転入者の拡大を図ります。
- 延長保育、一時預かり保育事業や学童保育を充実させ、質の高いサービスを提供することによって、両親が子どもを安心して預けて働ける環境づくりを目指します。
- 保育料の無償化を引き続き実施し、子育て世帯の負担軽減を図ります。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 待機児童の解消	12 人	0 人	0 人

・主な事業内容

- ① 多様な保育サービスと負担軽減
- ② 子育て支援センター事業 (育児相談、子育てサークル支援、育児セミナー、親子教室)
- ③ 屋内遊び場充実事業

(4) 学校と家庭、地域が連携した子育ての推進

- 子どもたちが社会的規範や思いやりの心を身につけることができるよう学校と家庭、地域が連携して心の教育を進めます。
- 学校においては、それぞれの校風や地域性に基づいた特色ある教育を実践することで、子どもの郷土に対する思いを醸成します。
- 社会全体で多子世帯を支援する仕組みの構築や、「三世同居・近居」の支援を進めます。
- 地域の関係者による地域ぐるみでの、地域の実情に即した「働き方改革」の取組を行うことなどにより、仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の実現を図り、採用・配置・育成等あらゆる側面において男女間の格差を是正するとともに、多様な働き方や転勤の見直しを含む仕事と家庭が両立できる「働き方」を実現し、子育てや介護に関する環境の改善に向けた取り組みを推進します。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 放課後子ども教室数	3	5	6
2 学校に行くのが好きな児童生徒の割合	小学校6年 89.7% 中学校3年 78.7%	小学校6年 94.0% 中学校3年 84.0%	小学校6年 95.0% 中学校3年 85.0%

・主な事業内容

- ① 放課後子ども教室推進事業
- ② 外国語活動講師派遣事業
- ③ 学校図書館支援事業
- ④ 総合的な学習の時間充実対策事業
- ⑤ 特色ある教育の推進
- ⑥ 男女共同参画社会の推進

4 元気に安心して暮らせる地域社会をつくる

(1) 地域振興と活性化・「小さな拠点」の形成（集落生活圏の維持）

- 特産品を活用したお土産品の開発など、二本松の“匠”がつくる特産品と併せ地場産品の振興を促進します。
- 都市と農村が共存・融合しながら独自の魅力を培ってきた二本松市は、都市は都市らしく、農村は農村らしくすることに留意し、コンパクトなまちづくりのため、土地の流動化を促進し適切な利用を誘導して参ります。
- 地域課題への対応と地域の活性化を図っていくために、共助の精神によって、住民が主体的に支え合う活力ある社会を目指し、人材・知識・情報のベストミックスにより二本松市民総活躍社会を構築します。
- 人口減少や超高齢化が進行する中で、「ふるさと」の価値を再認識し、「ふるさと」を愛することの大切さを伝え、生まれた人は「ふるさと」にとどまり、都会に出た人は「ふるさと」に帰るきっかけになり、また、都会に生まれた人については、二本松市が新しい「ふるさと」となるよう、その場所に対する愛着、帰属意識を高める「ふるさとづくり」の取組を進めます。
- ふるさとづくりの成功事例や地域における人材の育成方法、支援メニューなどを情報提供すること等により、ふるさとづくりを推進する組織やふるさとづくり活動の地域における核となる人材の育成を推進するとともに、それぞれの「ふるさと」の誇りの源泉となる固有の自然や歴史、文化等について、今一度、体系的に深く掘り下げ、再発見する活動を推進します。
- 「小さな拠点」の形成などにより持続可能な地域をつくるため、地域デザインを地域住民自らが主体となって構築し、地域住民や地元事業者の話し合いの下、それぞれの役割分担を明確にしながら、生活サービスの提供や域外からの収入確保などの地域課題の解決に向けた事業等について、多機能型の取組を持続的に行うための組織（地域運営組織）形成を推進します。

重要業績評価指標（KPI）	基準値（H26）	目標値（H31）	目標値（H32）
1 新たな地域振興活動組織の設立	—	累計4団体	累計5団体

・主な事業内容

- ① 地域おこし協力隊、集落支援員の活用による地域おこしと集落環境の整備
- ② 個性あふれる地域づくりの推進（土地利用適正化の推進）
- ③ 地域自治活動の推進（市民との協働による地域づくり支援事業）
- ④ 生涯学習・歴史・芸術・文化施設機能向上事業（ふるさとの誇り再認識）
- ⑤ 文化芸術活動の推進（歴史文化体験事業、地域文化顕彰事業）
- ⑥ 空き家対策事業

(2) 安心安全な地域社会の確立

- 農山村部等において公共交通の充実を図るため、コミュニティバス及びデマンド型乗合タクシーを運行し、通学や高齢者等の買い物、通院等の日常生活に不便なく暮らせる環境を整えます。
- 犯罪のない安全安心なまちづくりの実現を目指し、防犯カメラの設置、LED街路灯の整備等を進め、防犯体制の充実を図ります。
- 異常気象等による突然の自然災害に対応し、速やかで的確な避難を促すため、防災行政無線の整備による情報伝達能力の向上を図ります。
- 集落支援員による集落訪問事業を実施し、安全な集落の維持のための支援活動を行います。
- 高齢者や子育て世代にとっても、快適な生活環境の実現と持続可能な都市経営を可能とするため、都市の基本的構造の在り方について見直しを行い、集約型の多極ネットワーク型都市構造へ転換を図ります。
- 医療、福祉、買い物、商業、交通、災害に強いまちづくり等の様々な地理空間情報の整備を推進するとともに、GISを活用して共通のプラットフォーム上で「見える化」を図り、誰もが、いつでもどこでも必要な地理空間情報が使え、高度な分析に基づいた確かな情報を入手し行動できる社会の実現を目指します。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 中心機能拠点地区の人口増加数(率)	22,527人 (基準%)	22,707人 (+0.8%)	22,752人 (+1%)
2 バス路線の維持率	13路線 (基準%)	(13路線) 100%	(13路線) 100%
3 年間犯罪発生件数	378件	360件	359件
4 交通事故発生件数	142件	135件	135件
5 防災無線のデジタル化の進捗率 (移動系)	10%	80%	100%

・主な事業内容

- ① 拠点の機能集積と交通ネットワーク確保 (コミュニティバス、デマンド型乗合タクシー)
- ② 地域防犯、地域防災、地域見守りの体制づくり (街路灯、防犯カメラ、組織育成)
- ③ コンパクトで持続可能なまちづくりの推進 (都市計画事業・公園整備)
- ④ 市政情報の提供・情報公開の推進 (まちづくりマップ・電子地図便利帳・地図配信サービス・統合型GISシステム整備)

(3) 生涯スポーツと保健事業の推進

- 老若男女あらゆる世代が元気に活躍できる地域社会の実現を目指し、生涯スポーツの振興や各種保健事業を充実させることで健康寿命の延伸を図ります。また、誰でも気軽に運動できる環境を整備します。
- 健康長寿社会を目指すため、幼少期から運動に親しみながら、動けるからだづくりと運動の楽しさを知るための育成事業を開催します。
- 市民の歌健康体操を広く普及させ、高齢者の健康な身体づくりを支援します。
- スポーツ人口の底辺拡大と競技力向上のため総合型地域スポーツクラブの活動を支援及びスポーツ施設の多面的な活用を含むスポーツに関する産業振興等により、地域経済の活性化を目指します。
- 阿武隈漕艇場等の特色ある地域資源を活かして、スポーツの振興、交流人口の拡大を図ります。
- オリンピック・パラリンピック・ムーブメントの波及によるスポーツを地域資源とした地域活性化を推進します。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H26)	目標値 (H31)	目標値 (H32)
1 健康マイレージ事業参加者	—	300人	300人
2 特定健康診査受診率	40.1%	43.5%	44.0%
3 総合型地域スポーツクラブ会員数	1,957人	2,080人	2,100人
4 運動実施率 (週1回以上の割合)	—	60%	65%
5 医療給付の伸び率	1.017%	1.021%	1.021% (推計値 1.042%)
6 市内で開催する全国・東北規模の大会 の総参加者数	9,150人	10,500人	11,000人

・主な事業内容

- ① 生涯スポーツの振興と市民健康づくり運動の推進
- ② スポーツ合宿誘致と岩代公民館宿泊機能の再整備
- ③ 2020年オリンピック・パラリンピック活用事業
- ④ 地域体育施設機能向上事業、屋内市民プール利活用事業
- ⑤ 高齢者温泉等利用健康増進事業、ヘルスツーリズムの推進

【巻末・参考資料】

観光戦略は地方創生の切り札です！

○ 観光立国推進基本法〔平成18年12月20日号外法律第117号〕

附則

観光は、国際平和と国民生活の安定を象徴するものであって、その持続的な発展は、恒久の平和と国際社会の相互理解の増進を念願し、健康で文化的な生活を享受しようとする我らの理想とするところである。また、観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献するものであることに加え、国際相互理解を増進するものである。

我らは、このような使命を有する観光が、今後、我が国において世界に例を見ない水準の少子高齢社会の到来と本格的な国際交流の進展が見込まれる中で、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の実現を促進し、我が国固有の文化、歴史等に関する理解を深めるものとしてその意義を一層高めるとともに、豊かな国民生活の実現と国際社会における名誉ある地位の確立に極めて重要な役割を担っていくものと確信する。

しかるに、現状をみるに、観光がその使命を果たすことができる観光立国の実現に向けた環境の整備は、いまだ不十分な状態である。また、国民のゆとりと安らぎを求める志向の高まり等を背景とした観光旅行者の需要の高度化、少人数による観光旅行の増加等観光旅行の形態の多様化、観光分野における国際競争の一層の激化等の近年の観光をめぐる諸情勢の著しい変化への的確な対応は、十分に行われていない。これに加え、我が国を来訪する外国人観光旅客数等の状況も、国際社会において我が国の占める地位にふさわしいものとはなっていない。

これらに適切に対処し、地域において国際競争力の高い魅力ある観光地を形成するとともに、観光産業の国際競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成、国際観光の振興を図ること等により、観光立国を実現することは、二十一世紀の我が国経済社会の発展のために不可欠な重要課題である。

【インバウンド・DMO】

インバウンド観光という新領域において、地域のビジネスとして発展する、持続可能な観光産業を営むためには、日々変化する観光客のニーズを捉え、グローバルな競争環境下で勝ち残るマーケティング戦略や観光品質の向上が必要である。そのために、既存の観光協会や商工会議所・商工会などを包含し、行政と連携しつつ地域を総合的に取りまとめ、新たな市場を創造することのできる地域マネジメント組織、DMOがインバウンド観光の推進に取り組むことが有効である。

また、DMOは、ワンストップ窓口としての機能を超えて、経営の視点から地域の観光資源を総合的に取りまとめ、新たな市場を創造する役割をイメージしている。着地側及び発地側双方のニーズを踏まえた「マーケティング機能」、観光品質の向上や利害調整を図る「マネジメント機能」、行政との連携や資金調達、広域ルート設定を図る機能などが期待される。

さらに、DMOの成功のカギは「理念の共有」「人材の育成・活用」及び「資金調達」にある。人材については、DMOに期待される役割を果たすことのできる地域内外のプロ人材を融合する必要がある。また、資金面については、基礎的な費用は国や地方自治体が負担する必要があるが、経営の自由度や弾力的な賃金支出を行うためにも、独自の収益活動による運営賞金の確保や、民間企業との連携などによる多様な賞金調達を図る必要がある。DMOには、供給者側の事情ではなく、訪れる観光客のセグメント（ニーズや観光消費特性、顧客としての魅力等）に応じた効果的なマーケティングを行う役割が期待される。

（出典：株日本経済研究所）

【観光振興の意義】

- 観光振興は、市内の多くの産業に影響し、新しい事業や雇用を創出するものです。現在も大勢の人々が本市に訪れていることから、本市の観光は、地域の産業経済の活性化や地域のイメージアップ、PRに大きく貢献しているといえます。
- 観光振興は、地域を商品とするものであり、市民にとっても固有の歴史や文化と向き合い、見直す機会にもなります。観光の振興策の実行は、その過程で地域への愛着や誇りの醸成、地域の新たな魅力創造等、文化的な影響も期待できます。
- 観光振興は、二本松市らしさをアピールし、地域の特色を出す有効な手立てとなります。観光振興によって創出され高められる本市の価値や魅力は、余暇や休養を求める人々を惹きつけることに加えて、本市への定住促進や産業立地などにも大きく貢献します。
- 観光振興は、市民をはじめ企業や団体、有識者や専門家が一体となって進められるものです。全市的な取り組みを行っていく過程で、市民一人ひとりが主体的に行動していくことにより、本市全体の地域活力の高揚につながります。

【観光サービス・観光資源・地域の宝】

①旅行経験

…旅行先の生活習慣・生活様式、旅先で遭う人々との交流

②観光スポットでの体験・ホスピタリティ

…文化・イベント体験（温泉・茶道・祭り・アニメ・ファッション・音楽・料理教室・スポーツ）

…ホスピタリティ・おもてなし

…アクティビティ（ドリフト・カヌー・パラグライダー・マウンテンバイク・スキー・スノーボード・スケートボード・綱渡り・木登り・キャンプ）

③観光旅行の付随サービス

…現地ガイド（観光案内所・観光タクシー・個人ガイド）、現地ツアー

④移動・宿泊・滞在

…交通手段・アクセス、宿泊施設、食事、ショッピング

⑤観光スポット

…テーマパーク・遊園地・動物園・水族館、美術館・博物館・産業観光

…自然景観・四季、歴史的・伝統的な景観・城・寺社、繁華街・都市の景観

○季節ごとの自然・文化に関する情報

…美しい花、野生動植物・昆虫・鳥類の生態観察、星座、写真撮影スポット

…スポーツ、アクティビティ等

○地元住民や旅行者の評判が高い・話題になっているものに関する情報

…レストラン、食事、宿泊施設、ファッション、デザイン、建築等

○地域のライフスタイルに関する情報

…音楽、踊り、生活文化、クール・スタイリッシュな流行、和食、乗り物、着物、浴衣

○地域の歴史に関する情報

…歴史的に重要な場所、古代人の聖地、パワースポット等

○旅のロマンをかき立てるものやパッション（情熱）に関する情報

…秘宝、古代遺跡、伝説・神話、芸術、宝石、芸能人、有名人、偉人、先人等

○地域の人しか知らない、より奥深い情報

…夕焼けのスポット、お得な買い物方法、近道のルート等

○タイムリーな情報

…イベント、祭り、動植物の出生時期等

○その他、地域特有の情報

…地域の産業・ものづくり・特産物等