

さがえ未来創成戦略 2018

2018年3月

寒河江市

目 次

はじめに	-----	1
I. さがえ未来創成戦略及び人口ビジョン（寒河江市）の位置付け	-----	2
II. さがえ未来創成戦略及び人口ビジョン（寒河江市）の対象期間	-----	2
III. さがえ未来創成戦略の推進・検証体制	-----	2
IV. さがえ未来創成戦略の基本目標	-----	3
V. 人口の将来展望	-----	3
VI. 施策	-----	5
<基本目標1>魅力ある「しごと」の機会を創出し、社会動態の改善を目指す---		5
<基本目標2>地域資源を磨いて魅力を発信することで交流人口及び定住・移住人口増を図り、社会動態の改善を目指す -----		9
<基本目標3>結婚・出産・子育てし未来へ希望を持てる施策を充実し、出生率・出生数を向上させ、自然動態の改善を目指す -----		12
<基本目標1～3共通>	-----	13

はじめに

現在、我々を取り巻く社会は大きな転換期を迎えている。日本全体や山形県で人口減少や超高齢社会が急速に進んでおり、地方都市から都市部への人口流出が続いている。寒河江市においても、これらの課題に対し、市民と行政が手を取り合い、知恵を出し合い、互いに汗をかき、協働の力をもって、的確かつ多角的に、そして迅速に立ち向かわなければならない。今、全国の自治体が地方への人の流れをつくるため、地域で雇用を生み出し、地域に根づいた産業を育成し、子どもを生み育てる環境づくり等を目指した戦略を策定し進めている。

今日、寒河江があるのは、先人が大切に積み重ねてきた一つ一つの暮らしの中で、守り続けてきた努力のたまものである。我々は、次世代がこの寒河江で暮らし、働き、子どもを生み育てるといった希望のある未来を創る務めがある。そのための行動指針として、この「**さがえ未来創成戦略**」を策定し、様々な取り組みを推進する。

I. さがえ未来創成戦略及び人口ビジョン（寒河江市）の位置付け

さがえ未来創成戦略は、「まち・ひと・しごと創生法」に基づく、寒河江市における人口減少対策に関する施策についての基本的な計画であり、①寒河江市における人口減少対策に関する目標、②寒河江市における人口減少対策として講ずべき施策に関する基本的方向、③寒河江市における人口減少対策に関する講ずべき施策を総合的かつ計画的に実施するために必要な事項を定めたものである。また、人口ビジョン（寒河江市）は、寒河江市における人口の現状を分析し、今後目指すべき方向と人口の将来展望を提示するものである。

さがえ未来創成戦略は、寒河江市を取り巻く各種環境変化を踏まえ、随時、改正を行うものとする。

II. さがえ未来創成戦略及び人口ビジョン（寒河江市）の対象期間

さがえ未来創成戦略の対象期間は、2015年度から2019年度までの5年間とし、「さがえ未来創成期間」と位置づけ、国及び県と連携し、政策資源を重点的に投下する。

III. さがえ未来創成戦略の推進・検証体制

さがえ未来創成戦略は、市民をはじめ、産業、行政、教育など、幅広い市内外のプレイヤーと連携して、市長を本部長とするさがえ未来創成戦略推進本部が策定・推進するものであり、さがえ未来創成戦略及び関連施策の効果の検証・改善を図っていくため、下記のPDCAサイクルと、推進・検証を行う体制の構築を図る。

(1). PDCAサイクルの構築

さがえ未来創成戦略においては、基本目標ごとに数値目標を掲げるとともに、主要な施策ごとに重要業績評価指標（KPI…Key Performance Indicators）を設定し、これらにより政策の効果を検証し、改善を行う仕組み（PDCAサイクル）を構築する。

Plan（計画）：実施施策の立案及び KPI の設定

Do（実行）：各施策の実施

Check（評価）：KPI による効果検証

Action（改善）：検証結果に対する改善

（2）. 推進・検証体制

市民をはじめ、産業、行政、教育など、幅広いプレイヤーで構成する「さがえ未来創成戦略に係る外部有識者会議」において、さがえ未来創成戦略の推進にあたって意見を聴取するほか、KPI による効果検証を行う。

IV. さがえ未来創成戦略の基本目標

今後も続くと推定される人口減少に対して、社会動態及び自然動態を改善させ、人口の若返りを目指す。

①魅力ある「しごと」の機会を創出し、社会動態の改善を目指す

②地域資源を磨いて魅力を発信することで交流人口及び定住・移住人口増を図り、社会動態の改善を目指す

③結婚・出産・子育てし未来へ希望を持てる施策を充実し、出生率・出生数を向上させ、自然動態の改善を目指す

V. 人口の将来展望

厚生労働省に所属する国立研究機関である国立社会保障・人口問題研究所の「日本の地域別将来推計人口（2013年3月推計）」によれば2040年の寒河江市の人口は31,946人と推計されている。

また、日本創成会議・人口減少問題検討分科会（2014年5月推計）においては、社会的人口移動が収束しない場合を想定した推計を行っており、本市は「消滅可能性都市」（2040年で20～39歳女性人口が5割以下に減少する都市）ではなかったものの、総人口は30,301人になる推計結果が出ている。

いずれの推計結果においても、今後、急速に人口減少が進むことが報告されている。

人口減少の原因としては、出生・死亡数の差である自然増減と、転入・転出数の差である社会増減が大きく関係している。そのため、自然減の改善を図るためには(i)合計特殊出生率の向上が、社会減の改善を図るためには(ii)純移動率の均衡化がそれぞれ必要である。

(i)合計特殊出生率については、人口の自然減を緩やかにするため、本市においても現在より改善する必要があり、現在でも全国平均より上回っていることに鑑みて将来とも上回る状態を維持し、2040年度において人口置換水準を超える2.1に改善する目標とする。

(ii)純移動率については、本市の状況を分析した結果、若年層の人口流出が大きいため、社会的移動減を徐々に改善して2030年度に均衡する目標とする。

上記の目標に向かって各分野で施策を展開することにより見込まれる施策効果は人口約3,300人であり、2040年度の寒河江市の推計人口は35,223人となる。この結果、年少人口（0歳～14歳）の比率は現在よりも高まるため人口構成の若返りが図られる。

※別冊：人口ビジョン（寒河江市）参照

VI. 施策

〈基本目標 1〉

魅力ある「しごと」の機会を創出し、社会動態の改善を目指す

数値目標

- ①有効求人倍率：全国平均並み
 - ※直近5年間の全国平均 0.83倍
 - ※直近5年間の寒河江平均 0.75倍
- ②今後5年間の社会減改善数：242人（累計）
 - ※直近5年間の社会減：-400人（累計）
 - 今後5年間の社会減：-158人（累計）

《基本的方向》

寒河江市は、山形県の母なる川・最上川と清流・寒河江川に囲まれ、四季の変化に富んだ美しい景観と豊かな自然環境に恵まれ、千年以上もの間育まれてきた歴史や文化を有している。また、農業・商業・工業などの各産業が互いに調和している特長を有している。これらの特長を活かして各産業を活性化させるとともに、企業誘致などによる働く場の確保や創業などのチャレンジを支援することで、若者や女性などに魅力ある新たな雇用を創造する。

■政策パッケージ

①農業支援

寒河江市のブランドを代表する紅秀峰をはじめとしたさくらんぼの生産を維持・拡大するため、労働力の確保や生産性の向上及び後継者への円滑な経営移譲などの支援を行うとともに、紅秀峰の輸出拡大を図る。さらに、つや姫の生産体制の拡大を図りブランド強化に向けた取り組みを積極的に行う。また、さくらんぼ、米に続く主力農産物の育成の観点

から、付加価値の高い地域伝統野菜及び枝豆などの生産強化を行う。そして、基幹産業である農業を持続的な産業とするため、法人経営体の新規設立支援及び育成並びに就農者の研修受入れ農家の支援などを通じて、農業の新たな担い手としての法人経営体や新規就農者を増やす。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(2019年度)
紅秀峰栽培面積	40ha(2014年度)	55ha
つや姫ヴィラージュ面積	40ha(2015年度)	80ha
研修受入れ農業経営体数	3経営体(2015年度)	6経営体
新規就農者数	53人 (累計:2010年~2014年)	70人 (累計:2015年~2019年)

【具体的な取組(事業)】

- ・さくらんぼ労働力の確保(収穫期における短期労働者への市特産品の支給や研修会開催など)
- ・つや姫ヴィラージュの市内各地区への拡大
- ・紅秀峰・つや姫の販路拡大支援(輸出を含む)
- ・雪若丸や山形C12号などの新ブランド農産物の栽培環境整備及び販路確保
- ・地域伝統野菜(子姫芋など)や枝豆などの生産体制の強化(組織化支援・強化等)
- ・継続的な生産を支え、作業効率化などを図る設備への支援(高所作業車、乗用モーター、雨よけテントなどの設備投資の補助など)
- ・後継者への円滑な経営移譲の支援
- ・新規就農者の受入れ体制の拡大(受入農業経営者への支援など)
- ・新規就農者(Uターン者などを含む)の確保等の強化
- ・農地集積・集約に向けた農地の流動化の促進(農地中間管理事業の促進など)
- ・6次産業化に向けた組織設立や地域内流通等(地産地消)を強化する取組 等

②企業支援・企業誘致

国、県、公的機関及び金融機関等と連携した補助金等に係る説明会を開催するなどの情報提供の実施を通じて、新規雇用等を生む新事業（人材確保・育成、技術開発、設備投資、販路開拓等含む）に対して国及び県等の補助・委託事業等を活用する本市内の企業を支援する。また、ハローワークさがえと連携したマザーズジョブサポートの開催などを通じた本市内の企業における人材確保を支援する。

また、他の市町村に立地する工業団地を含めた既存工業団地の強み・弱みを把握し、国や県の制度を利用しつつ、多数の雇用を生む製造業や地域特性を生かした産業の工業団地への企業誘致及び定着促進を行う。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(2019年度)
国・県の制度（人材確保・育成、技術開発、設備投資、販路開拓）を活用した寒河江市内の企業数	93件 (2014年度)	115件
地域再生計画や導入促進基本計画（仮称）の策定 （地方活力向上地域特定業務施設整備事業や中小企業の投資促進事業）	-	策定（2018年度中）
製造品出荷額及び製造業従業者数	製造品出荷額 1,438億円 従業者数 5,494人	製造品出荷額 年間1,600億円 従業者数 5,620人
工業団地の立地企業数及び従業者数	企業数 82社 従業者数 4,074人	企業 90社 従業者数 4,200人

【具体的な取組（事業）】

- ・企業支援ニーズ発掘調査及び支援情報の発信（企業訪問、説明会、メーリングリスト発信など）
- ・地域資源等を活用した新事業への支援（国・県事業との連携した販路開拓や設備投資など）
- ・ハローワークさがえと連携した企業の魅力PRやマザーズジョブサポート等を通じた人材確保への支援
- ・企業誘致・定着の促進（地域再生計画の策定、工業団地の拡張等に係る可能性調査の実施） 等

③創業支援

新たな雇用の創出や地域経済の活性化の観点から、創業支援事業計画を策定し、金融機関を含む地域における創業支援体制を整備し、新規創業者への支援や新たな取組を行う経営者（第2創業者）に対する支援を行う。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(2019年度)
創業支援事業計画の策定	-	策定(2015年度中)
創業支援対象者数及び創業者数 (第2創業含む)	- ※商工会を通じた創業支援 8件(2014年度)	対象者数 120人 創業者数 42人

【具体的な取組(事業)】

- ・金融機関、商工会及び他自治体と連携した広域創業支援体制の整備(創業支援事業計画の策定、相談窓口の設置・セミナーの開催)
- ・創業後のきめ細やかな支援(専門家による個別経営指導や地元ネットワークづくりの助成など)
- ・空き店舗情報の発信強化(空き店舗バンクの創設等)
- ・事業承継に取り組む中小企業への支援 等

＜基本目標2＞

地域資源を磨いて魅力を発信することで交流人口及び定住・移住人口増を図り、社会動
態の改善を目指す

数値目標

- ①寒河江市を訪れた観光客数：353万人
※2014年度の観光客数：343万人
- ②今後5年間の社会減改善数：242人（累計）
※直近5年間の社会減：-400人（累計）
→今後5年間の社会減：-158人（累計）

《基本的方向》

自然・産業・歴史文化など寒河江市が誇る資源を最大限活用できるようブランド化を戦
略的に推進し、観光客をはじめとする交流人口の増加を図るとともに、移住支援等を通じ
て、U・I・Jターンの増加を図る。

■政策パッケージ

①観光振興

国史跡慈恩寺、チェリーランド、チェリークア・パーク、寒河江公園や葉山など、市内の
自然・歴史等を活かした観光資源の発掘・整備を実施するとともに、JR 左沢線を核とした
西村山1市4町、中山町、山辺町及び山形県などによる広域観光の連携体制（広域観光ルー
トのブラッシュアップ、イベント開催及び訪日外国人の受入体制整備など）を強化する。ま
た、スポーツ振興、教育、子育て支援及びまちづくりなどの他の政策分野と連携したイベン
トの実施などを通じた市民と協働による観光地域づくりにより、訪日外国人を含む観光客数
及び宿泊者数の増加並びに各種イベントの域外参加率向上を図るとともに、観光関連デー
タの収集・分析を図りつつ、重点支援地域の選定を含む観光振興戦略の策定・推進を行う。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(2019年度)
観光客数	343万人 (2014年度)	353万人
宿泊者数	3.6万人 (2012~2014年度平均)	5万人
外国人観光客数	約1,500人	2,500人
観光物産協会等のホームページアクセス数	7.2万回	8万回
イベント域外参加率	83%	85%以上
観光振興戦略の策定	-	策定(2016年度中)

【具体的な取組(事業)】

- 新たな観光資源の発掘・整備(チェリーランドの再整備に係る検討、桜回廊及び慈恩寺ガイド施設の整備など)
 - 西村山などにおける広域観光の連携強化(西村山DMO[※]やフルーツライン左沢線活用協議会との連携など)
- ※ DMO…Destination Marketing/Management Organization の略称。マーケティング、プロモーションやブランディング等、観光地の維持・成長に向けたマネジメントを担う組織
- 訪日外国人の受入体制の整備(無料公衆無線LAN整備や消費税免税店に係る支援など)
 - 冬の新たなシンボルイベントなどの四季それぞれでの集客力あるイベントの開催
 - 戦略的な観光振興の実施(寒河江市観光振興戦略の策定など) 等

②移住・定住支援

移住希望者など向けのポータルサイトを新設し、寒河江市の魅力を仙台等の大都市とのネットワーク等を通じて戦略的に発信する。就労支援を行うハローワークとの連携や、リ

フォーム補助及びUターン子育て世代向けの家賃補助などの移住者向け住宅支援並びに市内向けの定住支援などを行う。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(2019年度)
移住交流ポータルサイト等のアクセス数	-	1万回
移住相談件数	-	250件 (累計:2015~2019年度)
U・I・Jターン住宅支援件数	20件 (累計:2012~2014年度)	150件 (累計:2015~2019年度)
シティプロモーション戦略の策定	-	策定(2015年度中)

【具体的な取組(事業)】

- ・移住支援体制の整備(移住希望者向けの相談窓口の設置やハローワークとの連携など)
- ・若者Uターンの支援(独自奨学金返還支援制度の創設)
- ・Uターン子育て世代向けへの家賃補助などの移住定住に向けた住宅支援
- ・戦略的な魅力発信(シティプロモーション戦略の策定や移住・交流ポータルサイトの開設など)
- ・仙台をはじめとする大都市とのネットワーク構築・強化(ふるさと納税などにより寒河江に縁ができた方を対象とした寒河江ファンクラブの創設や寒河江出身者等の会との連携強化など)
- ・地域おこし協力隊の積極的受入 等

＜基本目標3＞

結婚・出産・子育てし未来へ希望を持てる施策を充実し、出生率・出生数を向上させ、自然動態の改善を目指す

数値目標

- ①合計特殊出生率：1.7人（自然動態の改善）
- ②出生数：2019年 320人（自然動態の改善）
※2014年出生数 307人

《基本的方向》

出会いの場の不足や経済的な不安、そして育児期間中の仕事の不安などから、まだまだ若者が結婚・出産・子育てしにくい環境にあることから、3世代同居率が高いという特長を持つ本市で多様な方が結婚・出産・子育てし幸せを実感できるような施策を展開し、出生率及び出生数の向上を図る。

■政策パッケージ

①結婚・出産・子育て支援

寒河江市の強みであった高い合計特殊出生率や出生数が近年低下していることを踏まえ、結婚活動の支援や子ども・子育てインフラの充実化に加えて、出産前後における支援や子育て世代への経済的支援を行うなど、安心して結婚・出産・子育てできる支援を質量ともに強化する。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(2019年度)
婚姻率	4.4(2014年度)	5.0
山形いきいき子育て応援企業数	34社(2014年度)	50社
子育て支援に満足している方の割合	- ※子育て支援に不満に思わない割合 63.7% (就学前児童保護者に限る)	70%以上

【具体的な取組（事業）】

- ・結婚活動への支援（婚活コーディネーターや結婚支援活動団体への支援及び新たに結婚新生活を始める世帯への支援など）
 - ・妊娠から子育てまでの切れ目のないソフト支援として、子育て情報の発信強化及び子育て世代包括支援センターにおける「寒河江型ネウボラ[※]」の展開
（産前産後ヘルパー助成、特定不妊・一般不妊治療費助成、さがえっこハッピーギフト事業、産後ケア事業など）
- ※ ネウボラ…妊娠から出産、子どもが生まれた後も切れ目ない支援を提供する制度であり、支援拠点そのものをも指す。「ネウボラ」とはフィンランド語で「アドバイスの場」の意味。
- ・子ども・子育て世代への経済的支援の強化（医療費無料化の対象拡大、任意予防接種助成の対象拡大、学校給食の無料化、保育料無料化の対象拡大など）
 - ・子ども・子育てインフラの充実化（保育施設改築、放課後児童クラブの整備充実、小児医療施設の整備及び遊具施設や児童公園等の整備充実など）
 - ・働く女性への支援（働く女性応援プランの策定など） 等

<基本目標1～3 共通>

■共通政策パッケージ

①まちづくり

人口減少対策を戦略的に展開していくために、稼ぐまちづくり及び人が集うまちづくりの観点から、将来あるべき「まち」の形を検討し、新たな視点でのまちづくりを推進する。都市計画マスタープランの全体構想と連動して、効率的・効果的な土地の利活用を推進する。空洞化が進む中心市街地を含む各地域において、今後の人口予測に基づく機能や規模について検討する。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(2019年度)
住みやすさに関する満足度	73% (2014年)	80%以上

【具体的な取組（事業）】

- 都市計画マスタープランの全体構想と連動したまちづくりの推進
- 住宅団地造成の促進及び住宅取得の支援
- 空き家バンクの拡充等の空き家対策の推進
- フローラ SAGAE などを活用した中心市街地の活性化（中心市街地の活性化を推進する計画の策定など）
- 空き店舗の活用や克雪の観点を踏まえたまちづくりの推進
- 生活サービスを効率的に提供するネットワーク（循環バス等の公共交通など）
- きめ細やかな地域づくり支援（廃校・公民館等を利活用した地域の拠点化など）
- 森林資源等の地域資源を活用したまちづくり（公共施設における地元産材の活用など）

等