

湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略

—「懐かしい未来」へ—

平成 27 年 12 月

秋田県湯沢市

急速な経済発展と、人口の爆発的な増加。

生活が便利に、快適になる中で、社会は様々な角度から細分化されてきました。

今、人口減少に直面する日本が向かうべき方向は、境界線をにじませ、つながりを再生し、生活に素朴なぬくもりを取り戻すことかもしれません。

——発展した時代と、昔ながらの温かい暮らしの調和——

この総合戦略は、そんな「懐かしい未来」の設計図です。

目 次

第1章 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略について	
1. 策定の背景	1
2. 実施期間	2
3. 実施と成果の検証	2
第2章 各種データ分析による現状と課題の把握、対応方針の検討	
1. 地域経済の活性化と雇用環境の改善の必要性	3
2. 交流人口の拡大と移住定住の推進	12
3. 結婚・出産・子育ての状況	19
4. まちづくりの状況	25
第3章 戦略の基本的視点と構成	
1. 基本的視点	30
2. 戦略の構成	31
第4章 戦略の数値目標と具体的施策	
戦略1とチャレンジ・パッケージ	32
戦略2とチャレンジ・パッケージ	37
戦略3とチャレンジ・パッケージ	44
戦略4とチャレンジ・パッケージ	48
第5章 資料編	
アイデア募集結果	52

第1章 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略について

1. 策定の背景

平成26年5月、日本創成会議は、少子化に伴う人口減少によって、平成52年(2040年)までに存続が困難になると予測される自治体を「消滅可能性都市¹」と発表した。全国896の市町村がこれに該当し、本市も含まれている。

本市の人口は、国勢調査がスタートした大正9年以降増加し続け、昭和30年に7万9千人を超える人口のピークを迎えた。しかし、その後は自然減少・社会減少が徐々に拡大し、平成22年の国勢調査では50,849人まで減少している。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(平成25年3月)」によると、平成52年(2040年)には28,396人になると推計されている。

国では、地方の人口減少に歯止めをかけ、東京圏への一極集中是正を旨とする「地方創生」を総合的に推進するため、平成26年11月にまち・ひと・しごと創生法を制定するとともに、人口の現状と将来の姿を示し、今後目指すべき方向性を提示した「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」(以下「国の長期ビジョン」という。)と、5年間の目標や具体的な施策をまとめた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(以下「国の総合戦略」という。)を策定した。あわせて、地方公共団体に対しては、地方版の人口ビジョン及び総合戦略の策定を求めている。

この「湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、「湯沢市人口ビジョン」で示した「平成52年(2040年)に31,664人の人口確保」との目標の実現に向けた具体的戦略をとりまとめたものである。

地域の発展には、まずそこに生きる人々が、自らの立ち位置を知り、危機感を共有し、まさに「自分の問題」として主体的に取り組むことが必要である。そうした思いから、本総合戦略は、徹底したデータ分析を重ね、幅広く市民や有識者等との意見交換を行った上で立案している。本市の未来に向け、市民、企業、各種団体、行政、全ての関係者が思いを一つにして歩みを進めることを期待する。

¹ 日本創成会議は、平成22年(2010年)から平成52年(2040年)における若年女性(20~39歳)人口の減少率が5割を超える自治体を「消滅可能性都市」とした。

2. 実施期間

湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略は、平成 27 年度から平成 31 年度までの 5 年間を実施期間としている。既述のとおり、あくまで最終目標は「平成 52 年(2040 年)に 31,664 人の人口確保」であるが、“スタートダッシュ”の期間として、この 5 年間で一定の成果を目指すものである。

3. 実施と成果の検証

湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略は、明確な数値目標等を定めていることから、戦略の効果や成果を客観的に検証しつつ取り組みを進める必要がある。

そのため、総合戦略の策定にあたり審議を行った、産業界・関係行政機関・教育機関・金融機関・労働団体等で構成している「湯沢市地方創生推進会議」を中心に、各数値目標や重要業績評価指標（K P I）の達成状況の検証や必要に応じた戦略の改善を毎年度行い、P D C A²サイクルを実践していく。

² PLAN（計画）、DO（実施）、CHECK（評価）、ACTION（改善）の 4 つの視点をプロセスの中に取り込むことで、プロセスを不断のサイクルとし、継続的な改善を推進するマネジメント手法。

第2章 各種データ分析による現状と課題の把握、対応方針の検討

湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定にあたっては、地域経済分析システム³の活用や市民へのアンケートをはじめ、各種データを収集し、本市の現状・実態の把握に努めた。本章では、国の総合戦略の4つの基本目標に即し、主な分析結果を示し、そこから見えてくる課題を検討する。

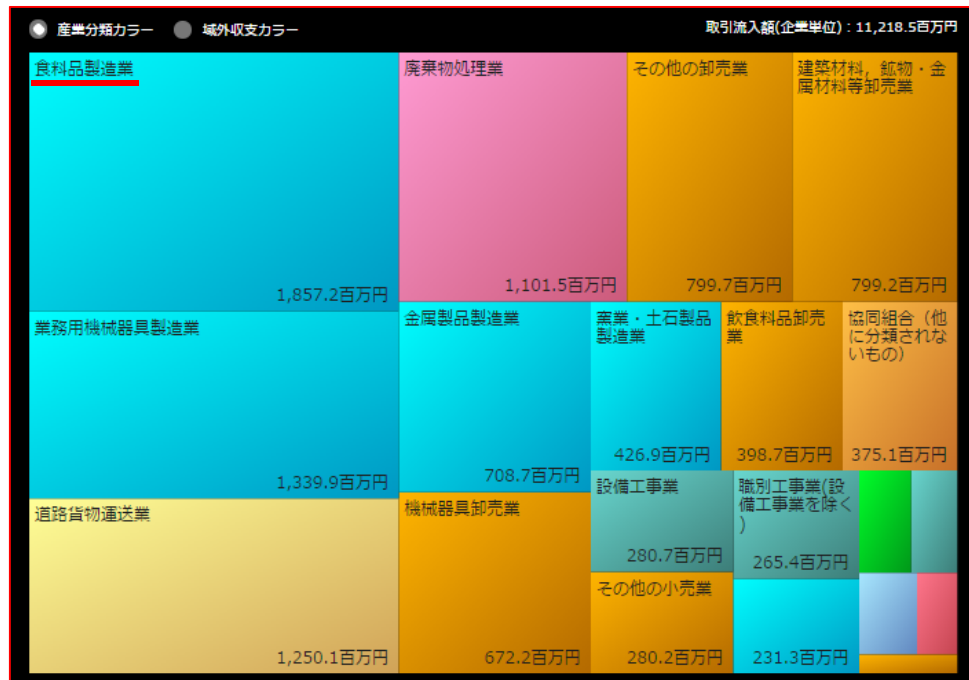
1. 地域経済の活性化と雇用環境の改善の必要性

(1) 地域経済の活性化

本市の産業構造について、取引流入額（＝域外からどのくらいの外貨を稼いでいるか）と従業者数で各業態を分類すると、うどん製造業が含まれる「食料品製造業」が双方で高い割合を占めている。

また、コネクターループ企業（＝地域から多くの仕入れを行い、地域外に販売している企業）の上位には、漆器製造業、うどん製造業、酒造業関連企業がランクインしていることから、伝統的地場産業が地域経済において重要な位置付けにあるといえる。

図表1 取引流入額による産業の分類



（出典：地域経済分析システム）

³ 地域経済に係わる様々なデータ（企業間取引、人の流れ、人口動態等）を収集し、わかりやすく「見える化（可視化）」したシステムで、RESAS（リーサス）と呼ばれている。

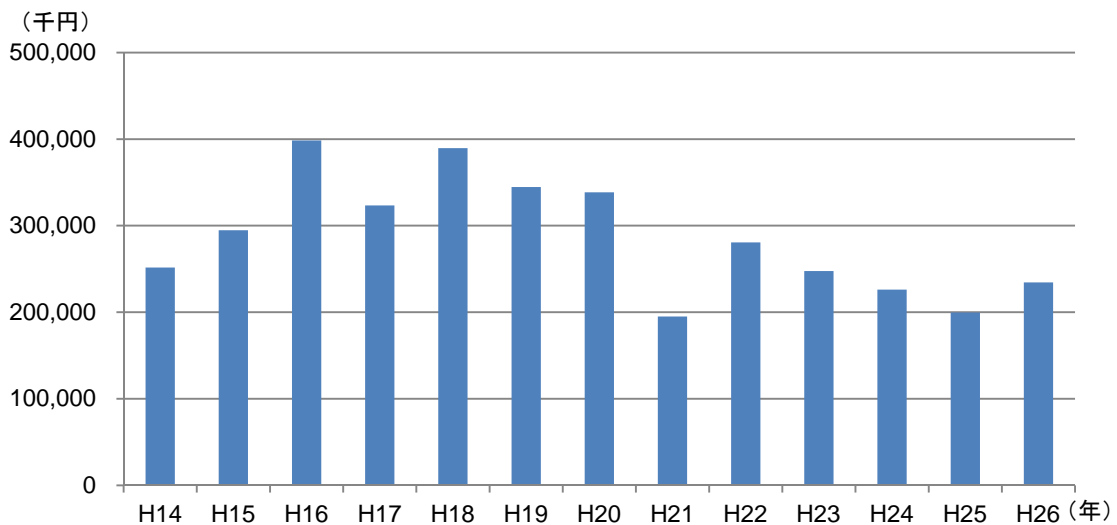
図表 2 従業者数による産業の分類



(出典：地域経済分析システム)

しかし、平成 20 年に発生したリーマンショックや平成 23 年に発生した東日本大震災等による国内の景気の低迷により、地域経済は疲弊している状態が続いており、その結果、現状では市の法人分の地方税収入（法人住民税）は減少傾向にある。

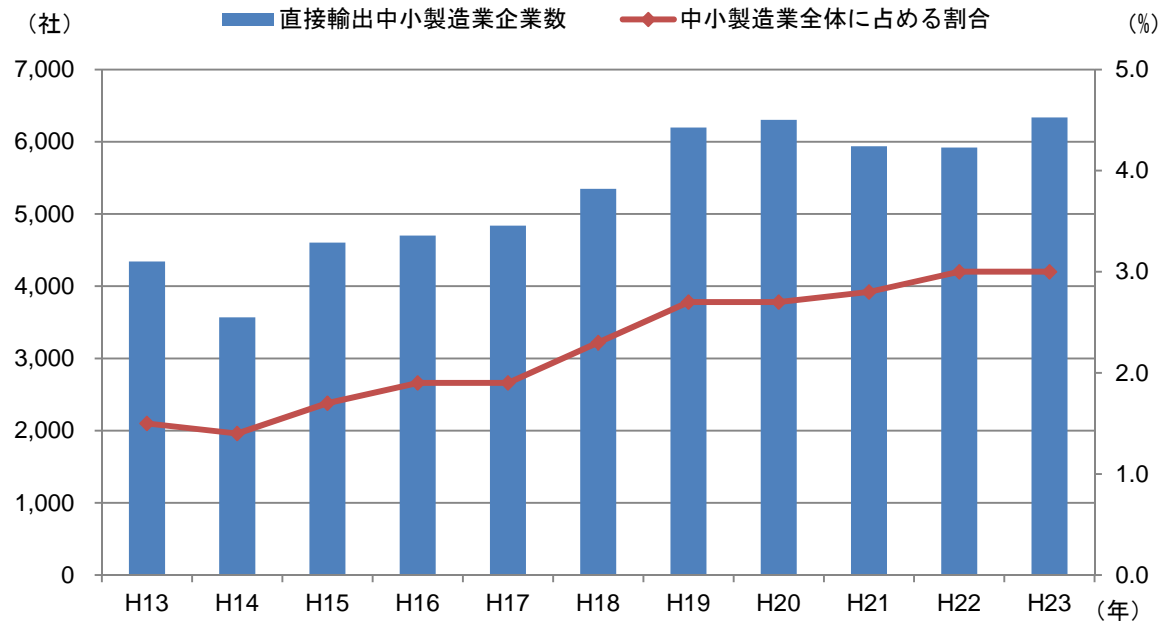
図表 3 法人住民税の推移



(出典：湯沢市財政課)

こうした地域経済の疲弊は全国に共通した状況であり、各地で国外輸出への取り組み等が広がりを見せている中、本市において海外展開に取り組んでいる企業等も20社程度把握されているが、さらなる取り組みを図ることが必要である。

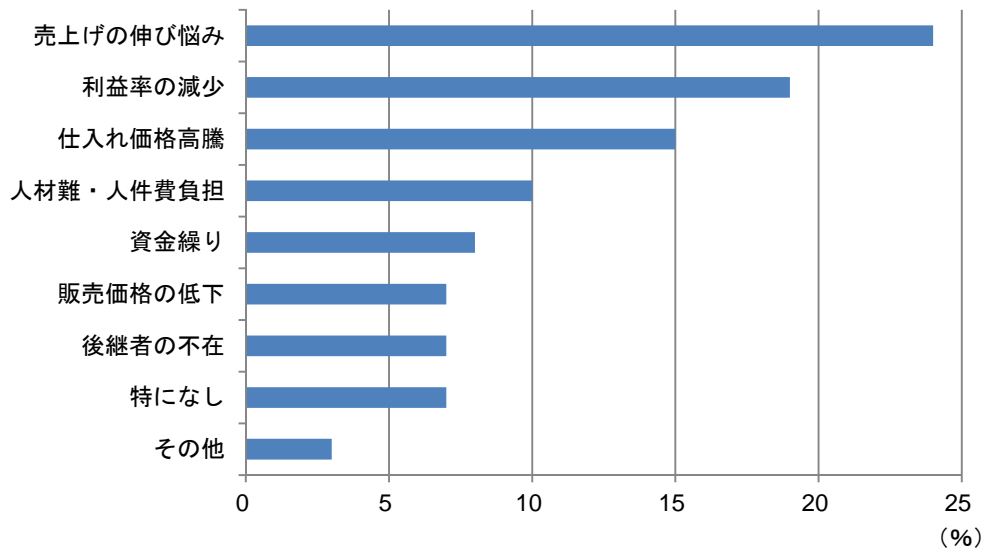
図表4 [全国]直接輸出企業の数と割合の推移(中小製造業)



(出典：経済産業省 中小企業白書)

また、市内事業所に聴取した経営上の困りごとについては、「売上げの伸び悩み」「利益率の減少」「仕入れ価格高騰」を挙げる事業所が多い状況である。人口減少下におけるこうした課題の打破のためには、国内外の新たな販路開拓や付加価値の高い商品開発等の取り組みが求められるところである。

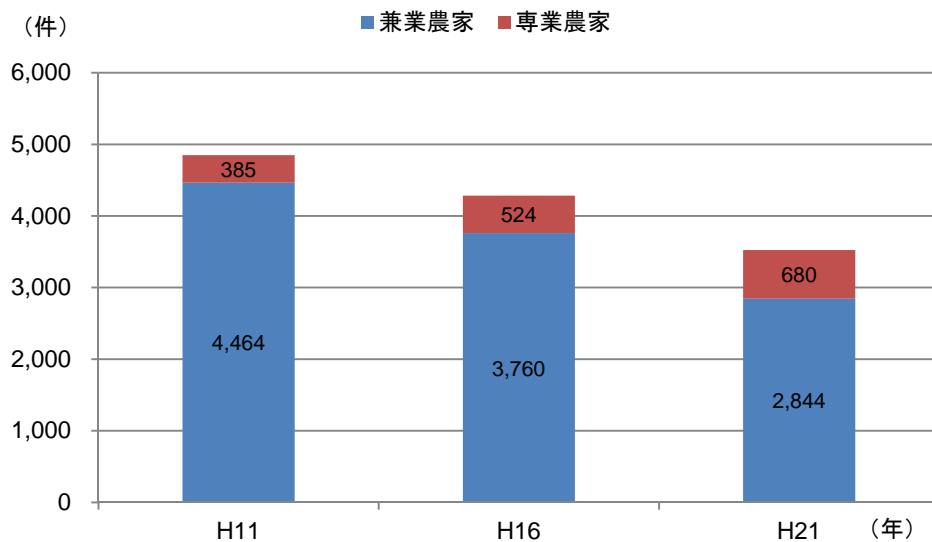
図表5 事業所における経営上の困りごと



(出典：湯沢市まるごと売る課「経営実態調査 (H26.6)」)

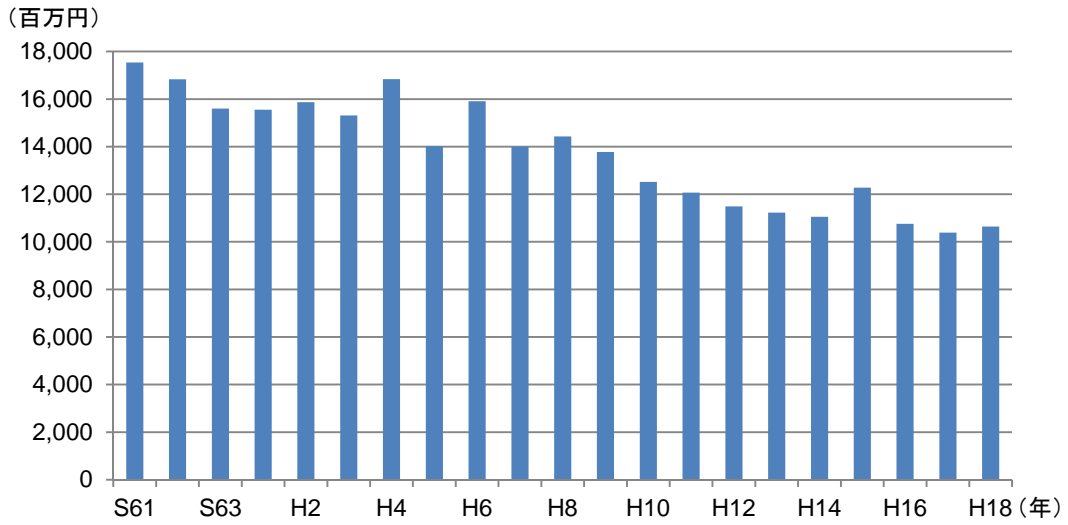
他方、本市では、従事者数や地域経済に与える影響力から、基幹産業の一つとして農業を振興してきたが、市内農家の減少とともに農業産出額も減少傾向にある中、平成26年度の秋田県産米の概算金が昭和60年の販売開始以来最安値となったことに加え、環太平洋連携協定（TPP）の動向も、今後の経営の不透明感を増大させている。

図表6 販売農家数の推移



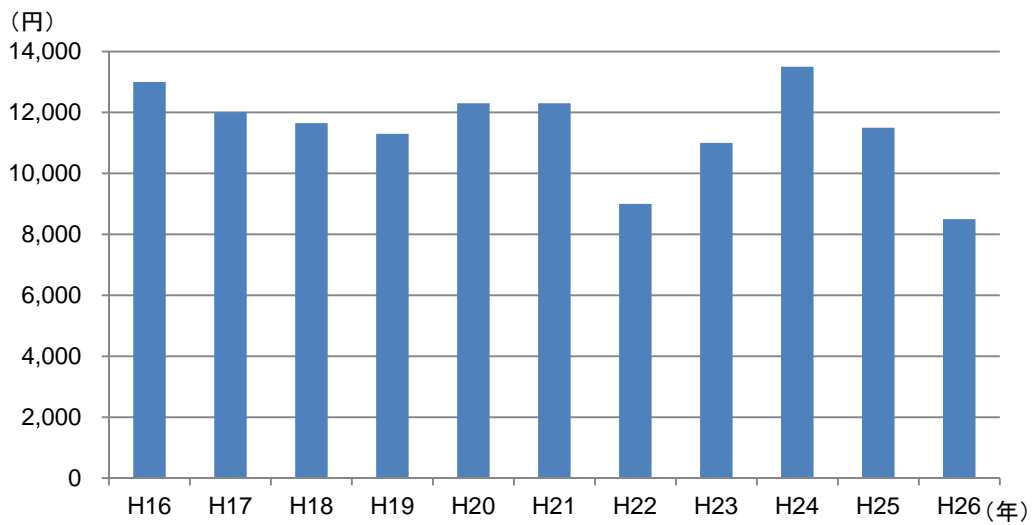
(出典：農林水産省「農林業センサス」)

図表7 農業産出額の推移



(出典：総務省統計局)

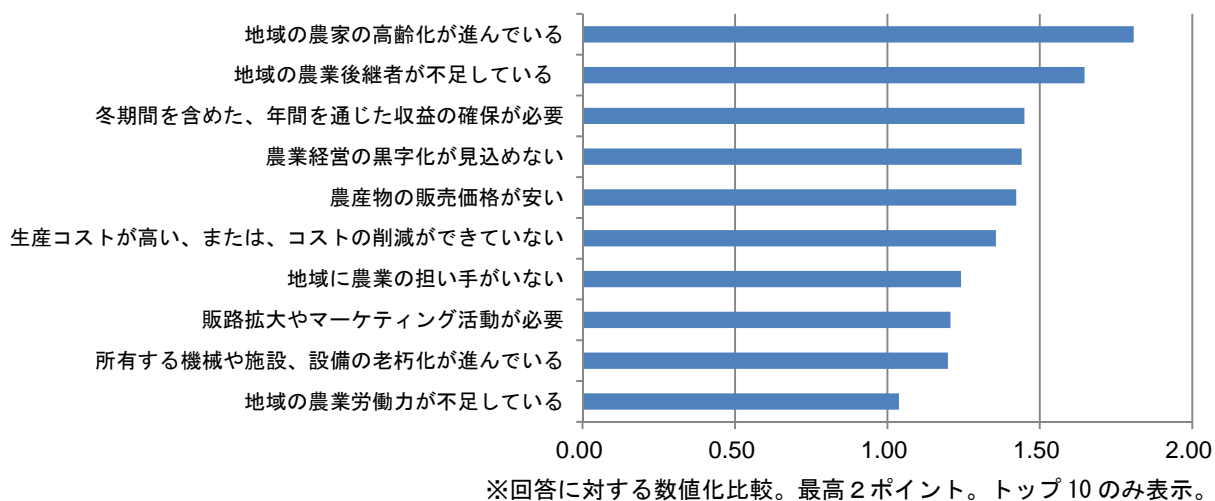
図表8 秋田県産米の概算金の推移



(出典：秋田県水田総合利用課)

こうした経営面での状況のほか、市内の農業従事者にとっては、農業従事者の高齢化や担い手不足、冬期間を含めた安定的な収益確保等も課題となっている。

図表9 農業経営における問題・課題について



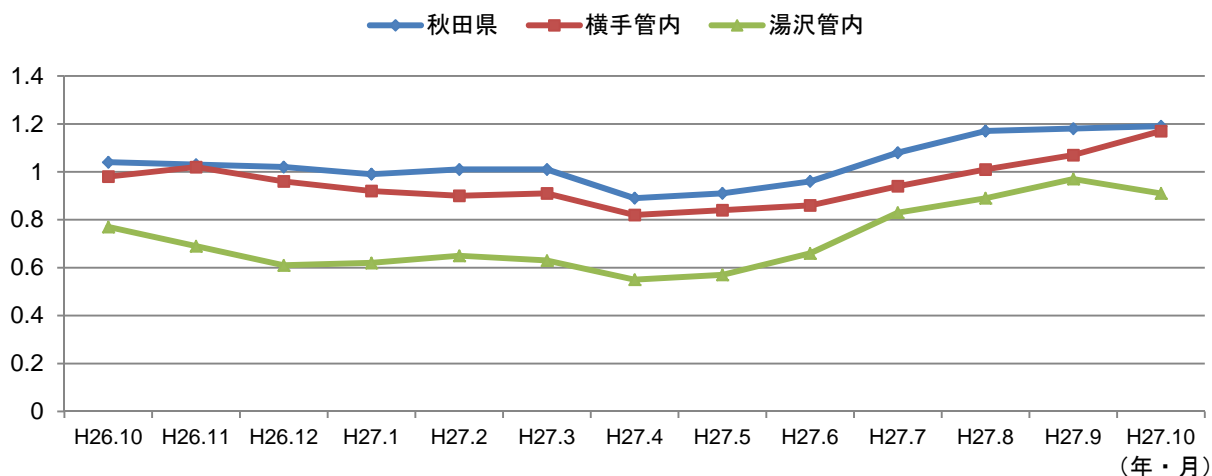
(出典：湯沢市農林課「農家意向調査 (H26.11)」)

以上を踏まえ、農業においては、国の動向を注視した生産現場の強化、さらには人材の確保・育成による担い手不足対策を通じて、経営の健全化を図ることが急務である。

(2) 雇用環境の改善と起業率の向上

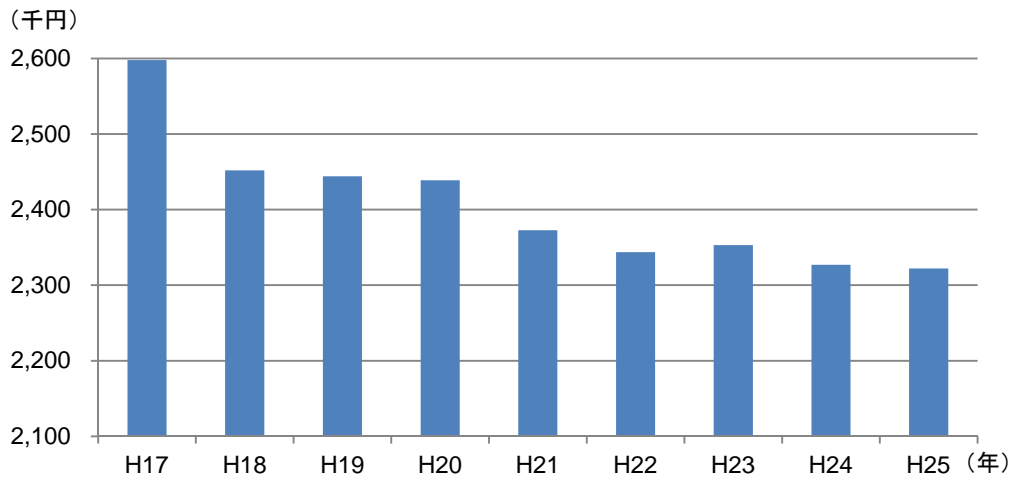
ハローワーク湯沢管内の有効求人倍率は、県内で最も低い水準にある。平成26年10月から平成27年10月までの有効求人倍率は1.00未満で推移しており、雇用情勢は依然として厳しい状況にある。雇用情勢の悪化は市民所得の低下を招いており、市民の納税義務者1人あたりの課税対象所得は減少傾向にあることから、新たな雇用の創出を図り、市民所得を向上させることが急務である。

図表10 有効求人倍率の推移



(出典：厚生労働省秋田労働局)

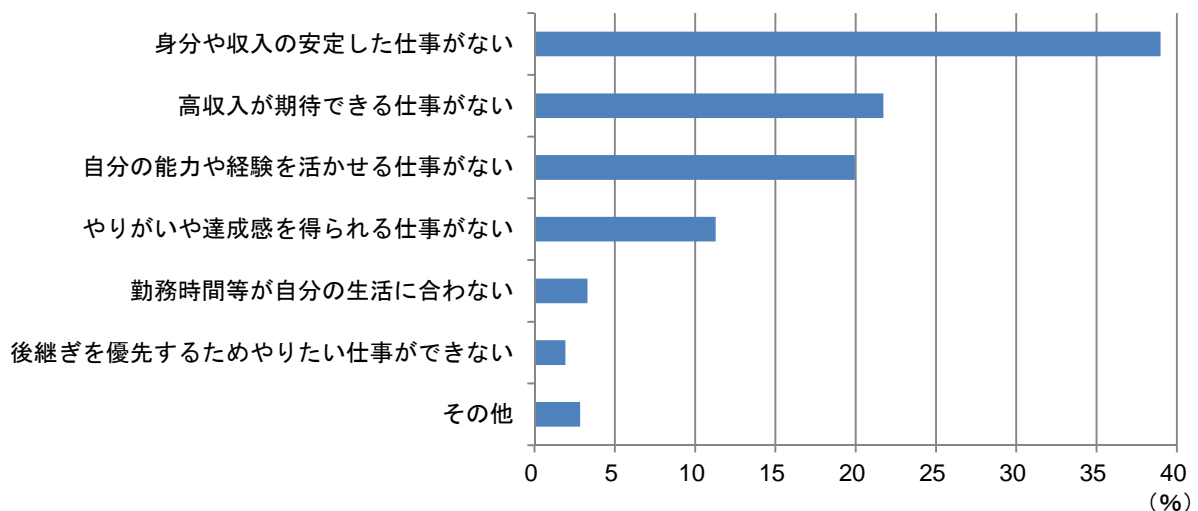
図表 11 納税義務者 1 人あたりの課税対象所得の推移



(出典：総務省統計局)

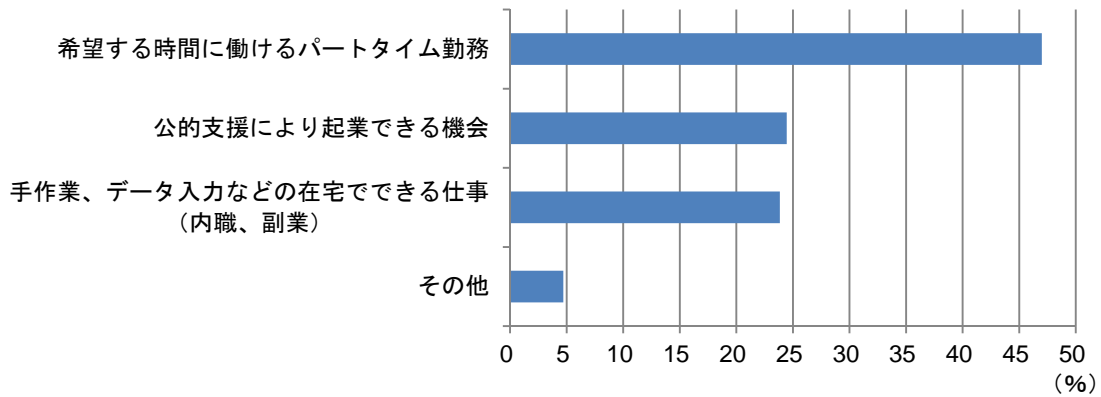
雇用状況に関し、市が行ったアンケートによると、市内や周辺市町村の雇用環境について、「満足していない」と答えた市民は7割を超えている。その理由としては、「身分や収入の安定した仕事がない」「高収入が期待できる仕事がない」に続き、「自分の能力や経験を活かせる仕事がない」といった割合が高くなっている。さらに、市内での正規雇用以外の就業機会については、「希望する時間に働けるパートタイム勤務」に続き、「起業できる機会」「在宅でできる仕事」を求める割合が高くなっている。

図表 12 雇用環境に満足していない理由について



(出典：湯沢市企画課「地方創生に関する市民アンケート (H27.8)」)

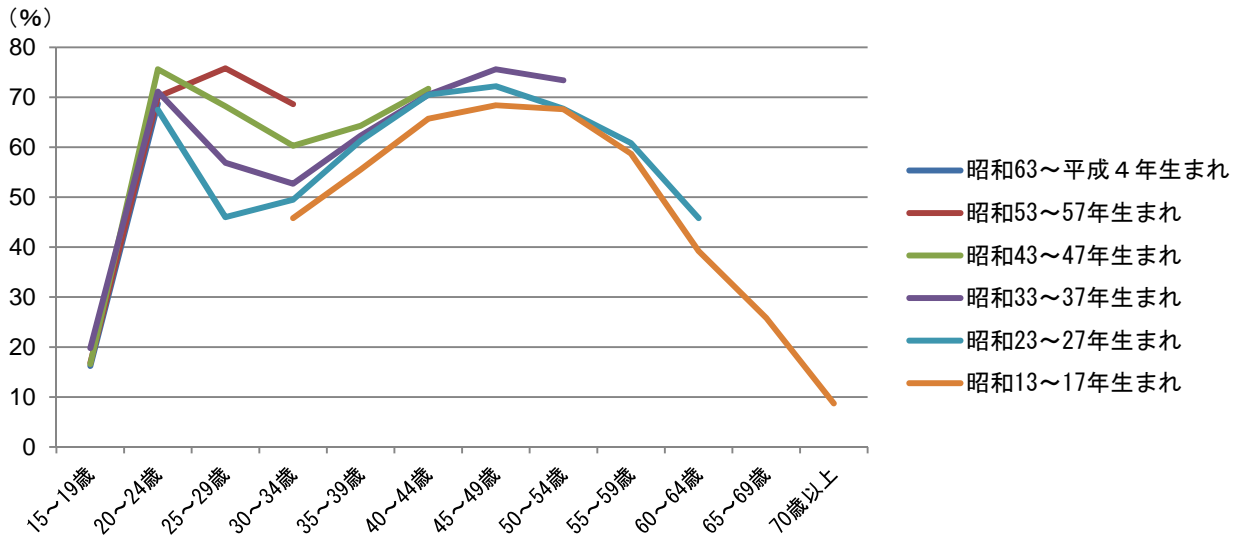
図表 13 市内で必要な就業機会について



(出典：湯沢市企画課「地方創生に関する市民アンケート (H27.8)」)

このほか、全国の女性の年齢階級別労働力率⁴では、20代後半から30代の労働力率が低い傾向にあるとされている。

図表 14 [全国]女性の年齢階級別労働力率



※グラフを簡素化するため、出生年5年ごとを1世代おきに表示している。全ての年代を考慮した場合も、概ね同様の傾向が見られる。

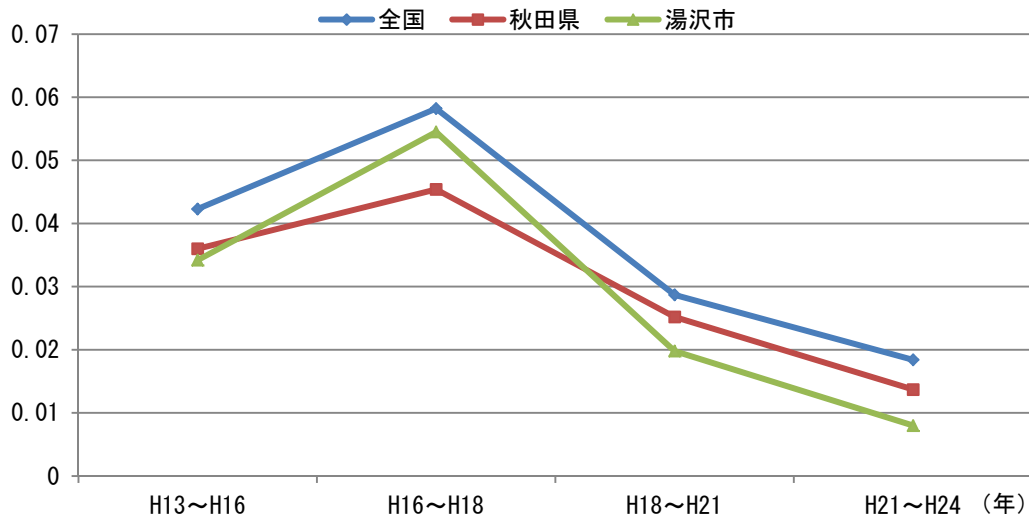
(出典：内閣府男女共同参画局)

このような雇用環境の改善に向け、市内経済の発展による雇用機会の拡大のほか、種々の雇用ミスマッチの解消、特に意欲ある女性の就業機会の拡大や様々なワークスタイルにあわせた多様な就業機会の提供を図ることが重要となる。

⁴ 生産年齢人口（15歳～64歳）における労働する能力と意思を持つ人の割合。

また、本市の起業率⁵は低下傾向にあり、県内でも特に低い水準にある。地域に新たなビジネスが生まれる、あるいは事業革新が起きることで、雇用が創出され、地域経済の活性化につながる。そのため、地域の若い世代などが起業等しやすい環境を整備すべく、官民が連携した支援体制を構築する必要等がある。

図表 15 起業率



(出典：地域経済分析システム)

⁵ 新設事業所（又は企業）を年平均にならした数の期首において既に存在していた事業所（又は企業）に対する割合。

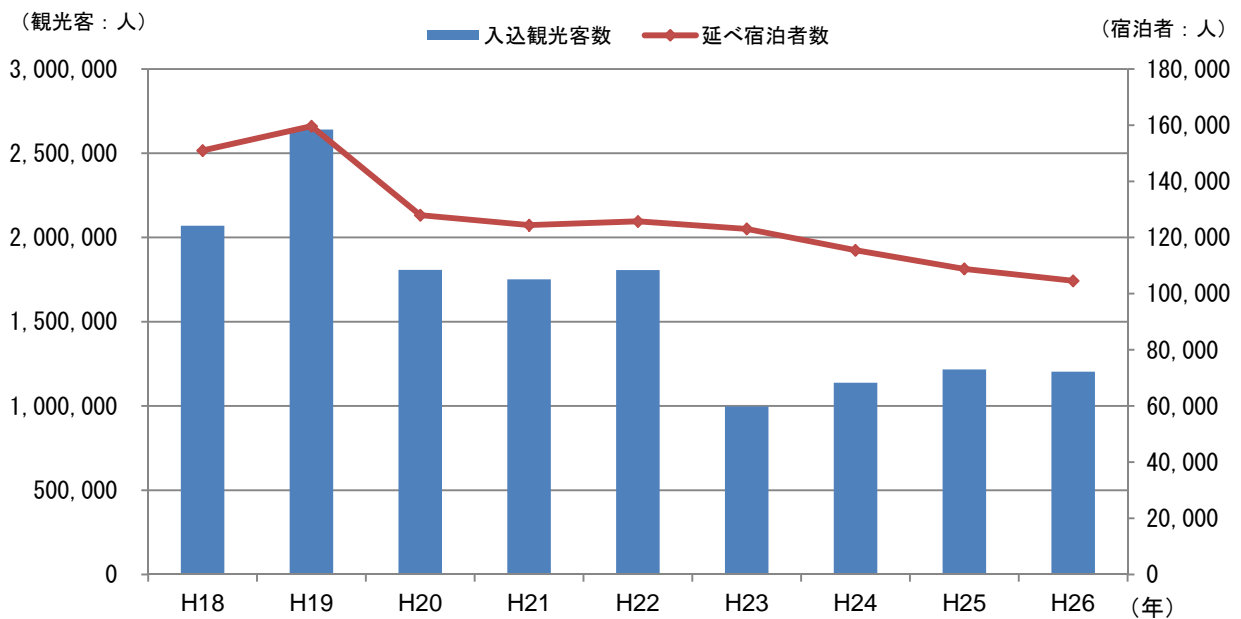
2. 交流人口の拡大と移住定住の促進

(1) 交流人口の拡大

国の総合戦略では、地方への移住定住の促進を基本目標の一つとしているが、本市への移住定住人口を増やすためには、まずは観光客をはじめとする交流人口の拡大を図り、多くの方に本市の魅力を知ってもらうことが入口となると考えられる。

しかし、観光入込客数は東日本大震災が発生した平成23年を境に大きく減少し、徐々に回復してはいるものの、依然として震災前の水準までは戻っていないことがわかる。

図表 16 観光入込客数と宿泊者数の推移



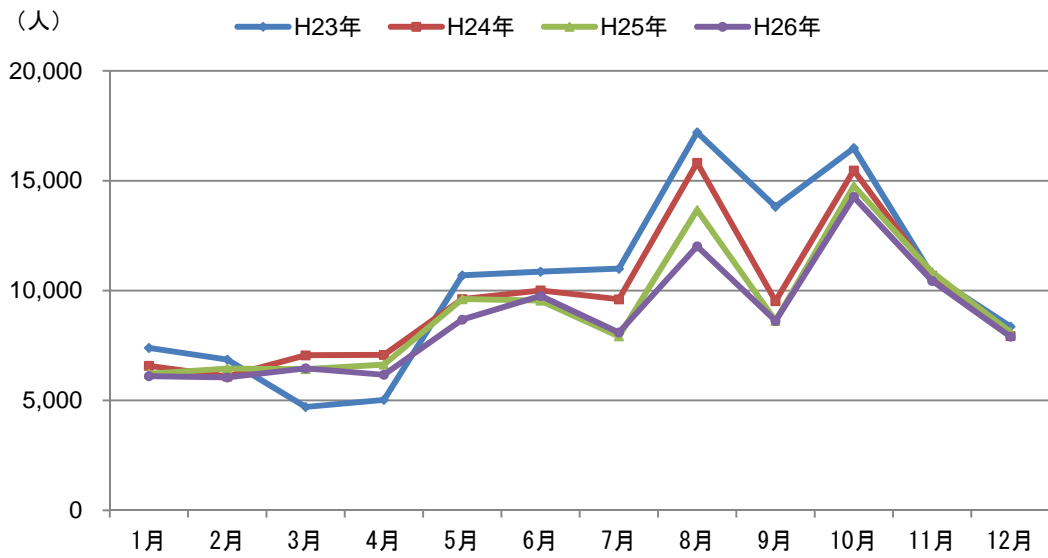
※平成23年から観光庁の基準に基づく調査方法に変更されたが、概ね同様の傾向がみられる。

(出典：秋田県観光統計、湯沢市まるごと売る課)

本市の観光の特徴は、特に冬季に観光需要が落ち込むことである。市内における月別の宿泊者数では、紅葉シーズンの10月が宿泊者数のピークになっている一方、12月から4月まではピーク時の半数程度にとどまっている。

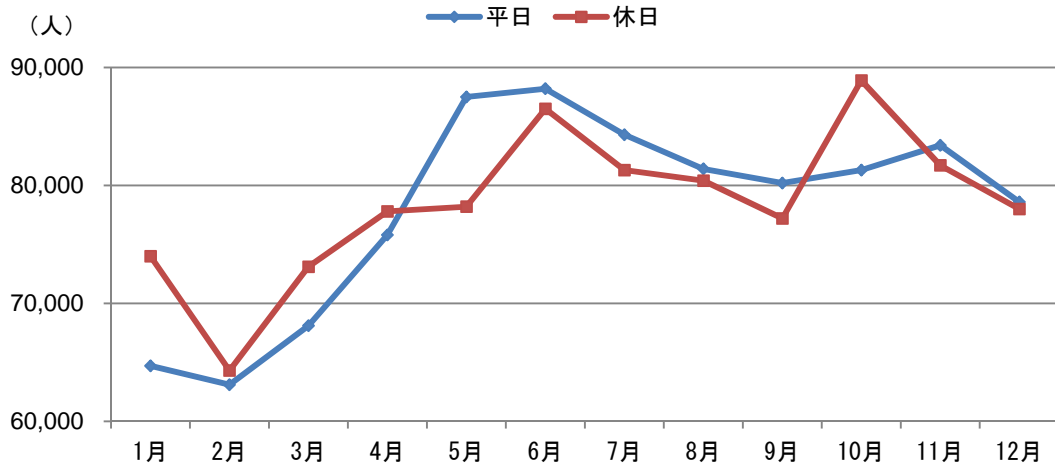
また、月別の休日における滞在者数では、10月と6月の滞在者が多くなっているが、宿泊者数の動きとは連動していない傾向にある。観光による市内経済の活性化を図るためにも、年間を通じて宿泊者を安定的に確保すべく、観光環境を整備することが重要であると考えられる。

図表 17 月別の宿泊者数



(出典：湯沢市まるごと売る課)

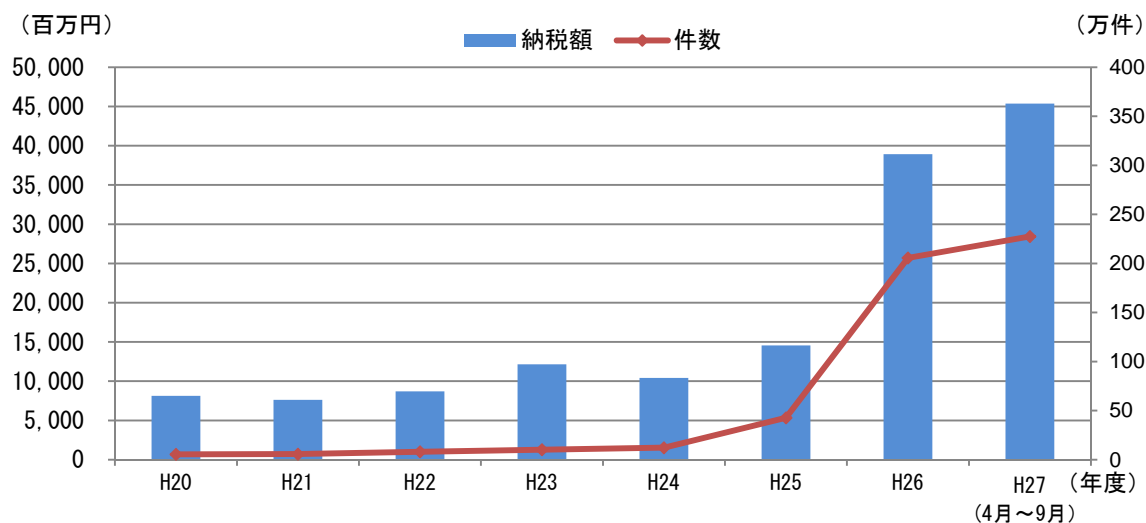
図表 18 月別の滞在者数



(出典：地域経済分析システム)

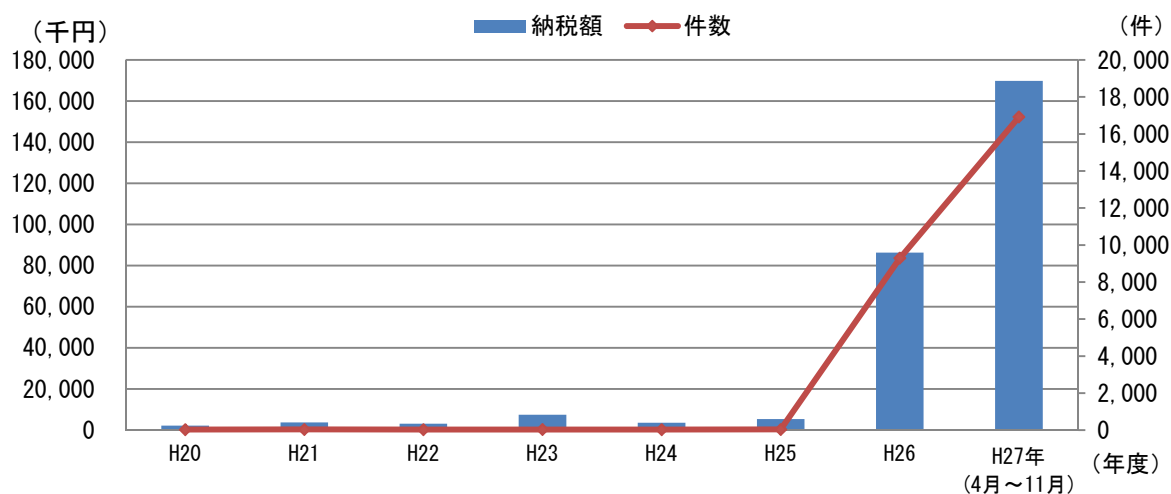
また、本市の知名度を上げる取り組みとして、近年「ふるさと納税」がその重要性を増している。平成 20 年度に導入されて以後、制度改正による納税者の利便性向上により、近年全国的にふるさと納税が急増している中、本市では平成 26 年 9 月からふるさと納税者に対する特産品の贈呈を開始した。このことによって、平成 27 年度の寄附額は 2 億円を超える見込みであり、本市の知名度は徐々に高まっていると考えられる。ふるさと納税を活用し、全国に「ゆざわブランド」を発信するとともに、中長期的には交流人口の拡大につながる取り組みを行うことが効果的と考えられる。

図表 19 [全国]ふるさと納税の推移



(出典：総務省自治税務局)

図表 20 [湯沢市]ふるさと納税の推移



(出典：湯沢市企画課)

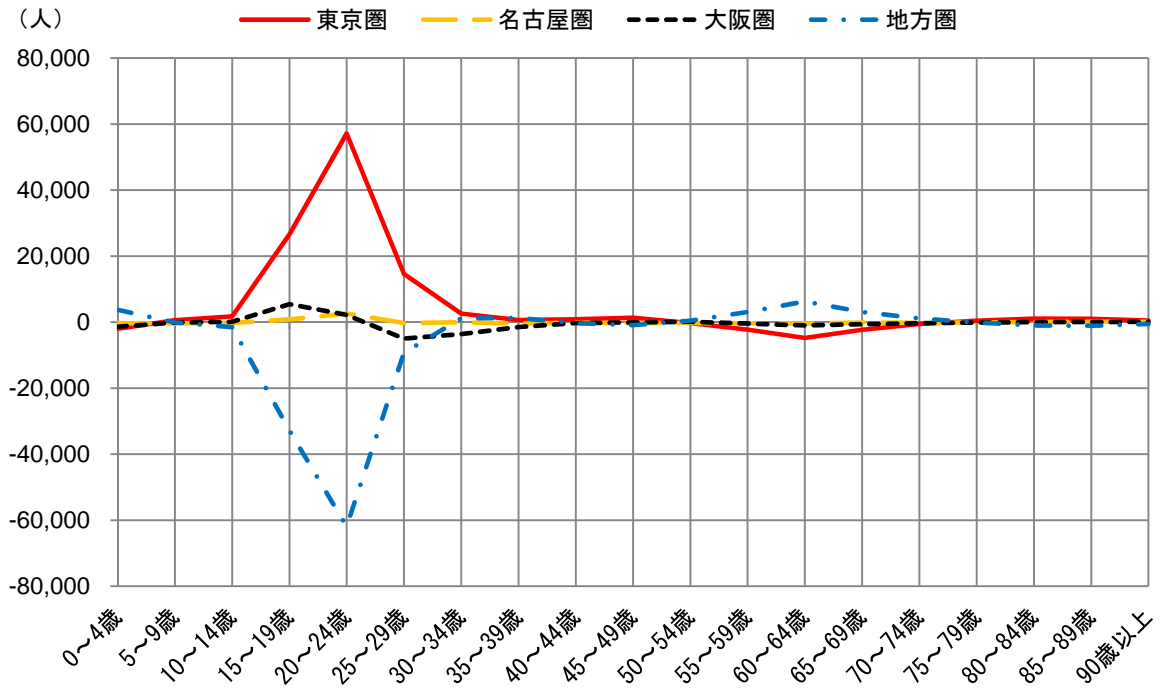
(2) 移住受入れの推進

国内における年齢別の人口移動のタイミングをみると、若年層で相当程度大きな移動（地方圏→東京圏）が生じており、退職年齢に近いところでもある程度の移動（東京圏→地方圏）が生じている。

国が行った調査によると、東京在住者の4割が地方への移住を検討している、または今後検討したいと考えている一方、移住する上での不安・懸念点として「働き口が見つからない」「日常生活や公共交通の利便性」を挙げる人が比較的多くなっている。

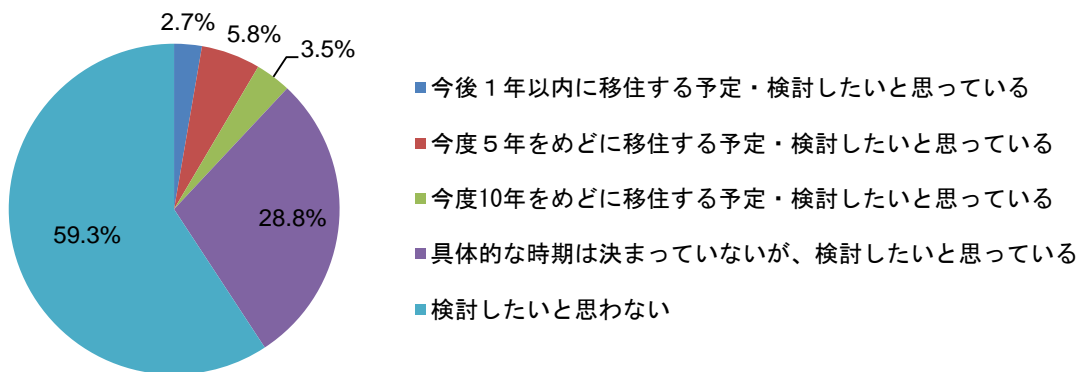
こうした懸念を踏まえつつ、移住受け入れ環境の整備、情報提供体制の構築、居住環境整備等を行った上で、移住希望者へのプロモーションに努め、実際の移住につながる取り組みを進める必要がある。

図表 21 [全国]年齢別人口移動状況



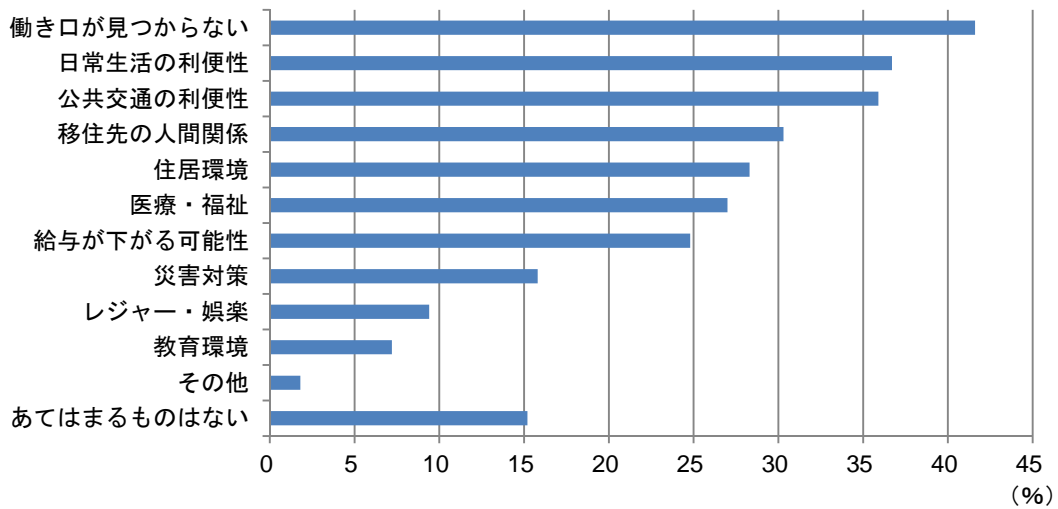
(出典：国土交通省国土政策局)

図表 22 東京在住者の移住に関する意向調査



(出典：内閣官房「東京在住者の今後の移住に関する意向調査 (H26.8)」)

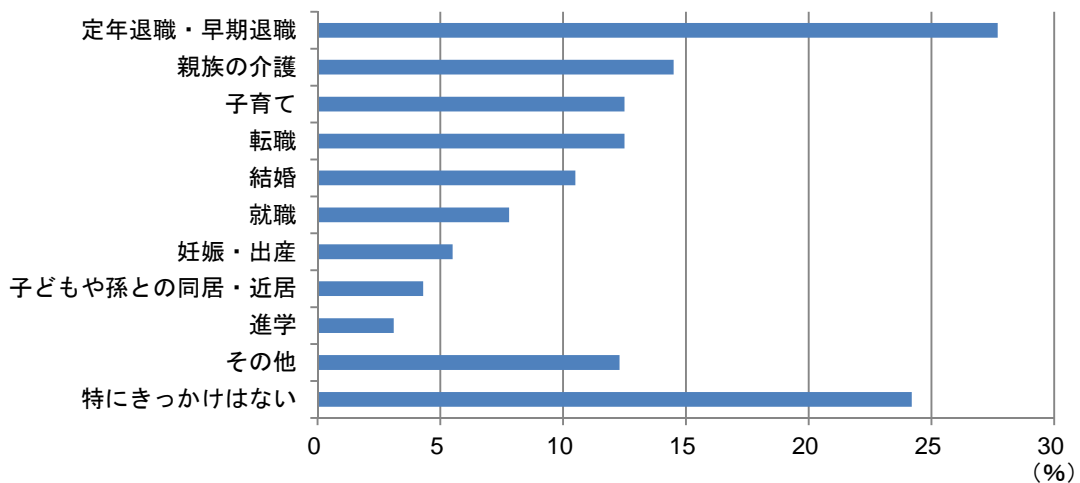
図表 23 東京在住者の移住する上での不安・懸念点



(出典：内閣官房「東京在住者の今後の移住に関する意向調査 (H26.8)」)

さらに国が行った東京在住者の今後の移住に関する調査では、移住のきっかけとしては、「定年退職・早期退職」がもっとも多く、これに「親族の介護」「子育て」「転職」等が続いている。これを踏まえ、国では、東京圏をはじめとする高齢者が地方に移り住み、地域社会において健康でアクティブな生活を送るとともに、医療介護が必要な時には継続的なケアを受けることができる地域を創造する「日本版C R C⁶」(生涯活躍のまち)の導入を推進しており、こうした動きにも注視する必要がある。

図表 24 東京在住者が移住したいと思ったきっかけ



(出典：内閣官房「東京在住者の今後の移住に関する意向調査 (H26.8)」)

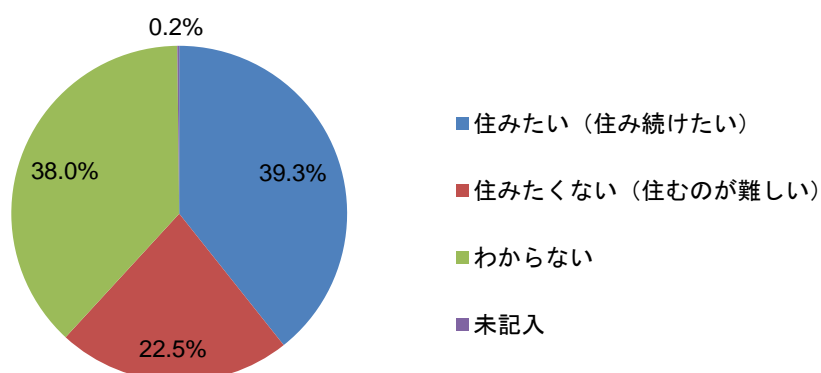
⁶ Continuing Care Retirement Community の略。

(3) 若い世代の定住の推進

既出（図表 21 [全国]年齢別人口移動状況）のとおり、地方圏から東京圏への移動は特に若い世代で多く見受けられることから、本市が将来的にも人口を維持し、発展していくためには、特に若い世代について、Uターンを含む定住の促進が必要である。

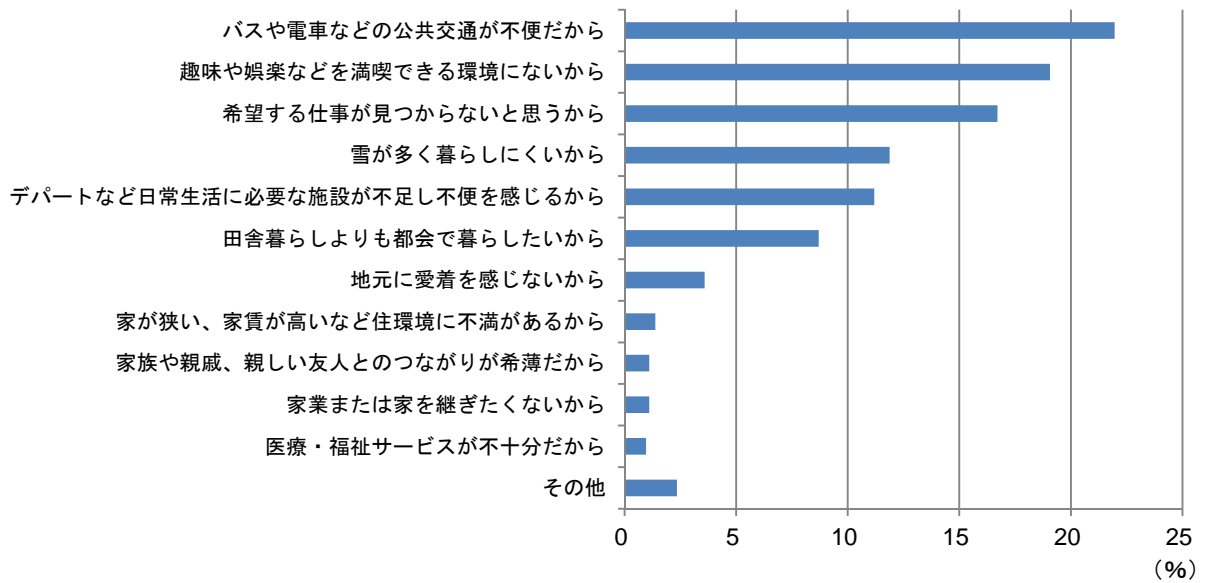
市が行った高校生に対するアンケートによると、将来的にも現在住んでいる地域に住みたいと回答した生徒は4割に満たない。住みたいと思わない理由としては、「バスや電車などの公共交通が不便だから」「趣味や娯楽などを満喫できる環境がないから」「希望する仕事が見つからないと思うから」といった理由を挙げる生徒が多くなっている。こうした問題を念頭に置き、今後のまちづくりをすすめていく必要があるが、一方で地元への愛着ゆえにUターンする若者がいるのもまた事実である。

図表 25 卒業後（あるいは将来的な）地元への居住



（出典：湯沢市企画課「地方創生に関する高校生アンケート（H27.7）」）

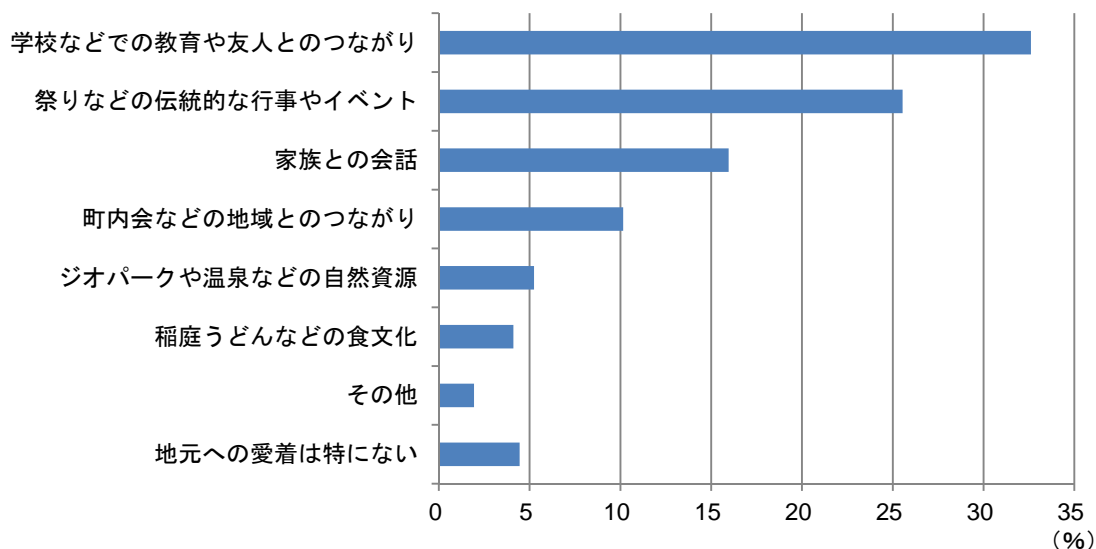
図表 26 現在住んでいる地域に住みたいと思わない理由



(出典：湯沢市企画課「地方創生に関する高校生アンケート (H27.7)」)

また、市が高校生アンケートにより把握した地元への愛着を育んだきっかけについては、「学校などでの教育や友人とのつながり」「祭りなどの伝統的な行事やイベント」等を挙げる生徒が多かった。若者の郷土愛を育み、将来的に地元の発展に貢献したいと願う気持ちにつながるよう、教育面や伝統行事・イベント等で若い世代の心にアプローチすることが重要であると考えられる。

図表 27 地元への愛着を育んだきっかけ



(出典：湯沢市企画課「地方創生に関する高校生アンケート (H27.7)」)

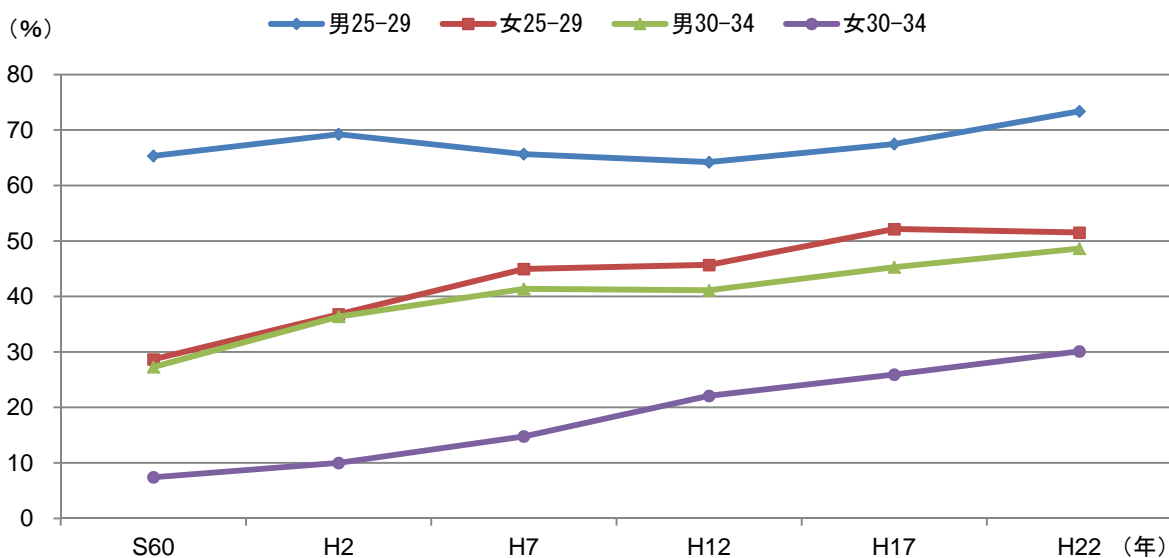
3. 結婚・出産・子育ての状況

(1) 結婚と子育て環境の整備

湯沢市人口ビジョンから、本市の出生数は減少傾向が続いており、近年は年間270人弱にとどまっている。その主な要因としては、未婚化・晩婚化という結婚行動の変化にあるといわれている。

本市の年齢別未婚率の推移をみると、従来の出産ピーク年齢とされていた25～29歳の女性の未婚率は、昭和60年に約30%であったが、平成22年には50%を超えている。一方で、国の調査によると、独身男女の約9割は結婚意思を持ち、子どもを2人以上持つことを希望していることから、何らかの要因により、若い世代の結婚・妊娠・出産の希望がかなっていない現状にあると推測される。

図表 28 年齢別未婚率の推移

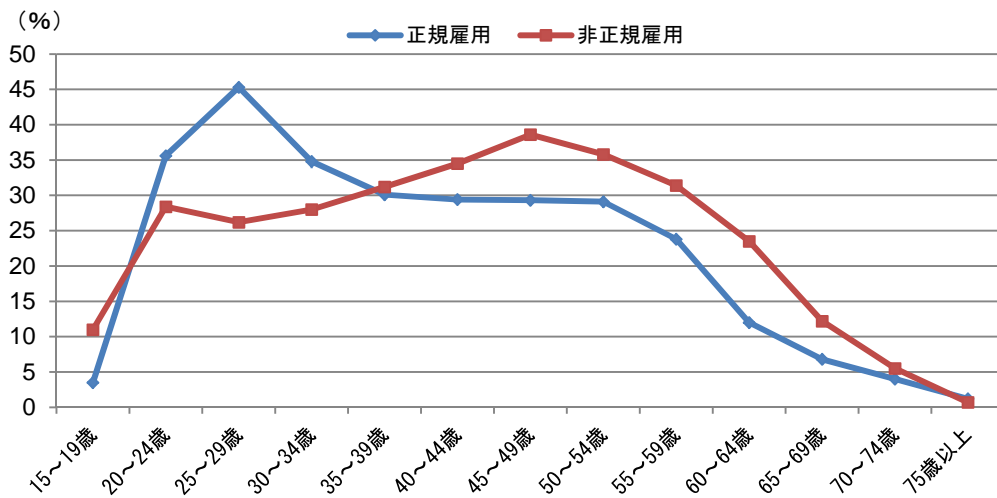


(出典：国勢調査)

結婚や出産が希望通り実現できない背景には、雇用の不安定さや所得が低いことが原因の一つとされている。国の調査によると、30歳代前半から女性の正規雇用の割合が急減しており、これは結婚や出産後に離職せざるを得ない女性が多いことを反映している。また、秋田県においては、男性の育児休暇の取得は依然として低く、企業等における男性の育児休暇取得やワーク・ライフ・バランスの向上等、労働環境についての変革が必要であるが、一方で、家庭サイドで男性の育児参加等を高めることも重要である。

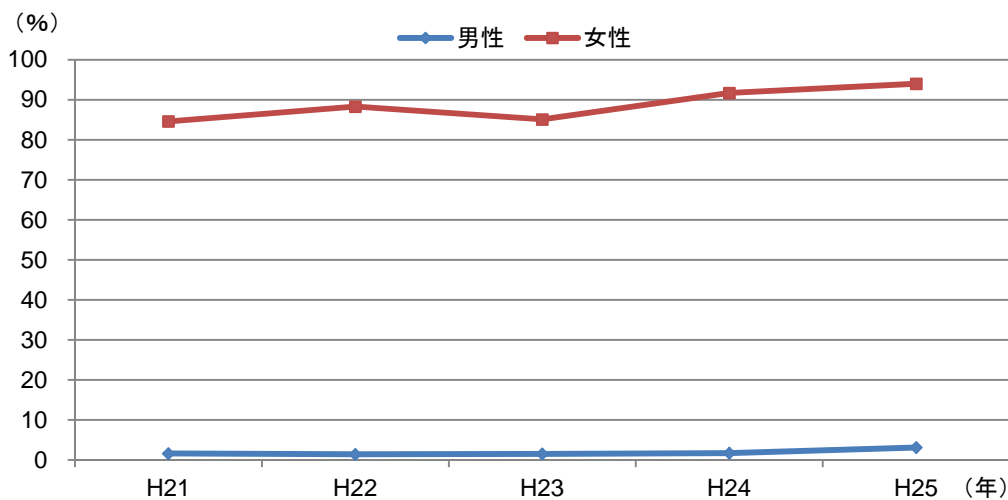
以上のとおり、男女問わず、子育て支援に対する取り組みを後押しし、若い世代が希望通り結婚し、出産後も仕事を続け、仕事と子育てを両立できる環境づくりを官民一体となって進めることが重要である。

図表 29 [全国] 女性年齢階級別労働力率の就業形態別内訳



(出典：内閣府男女共同参画局)

図表 30 [秋田県] 育児休暇取得率



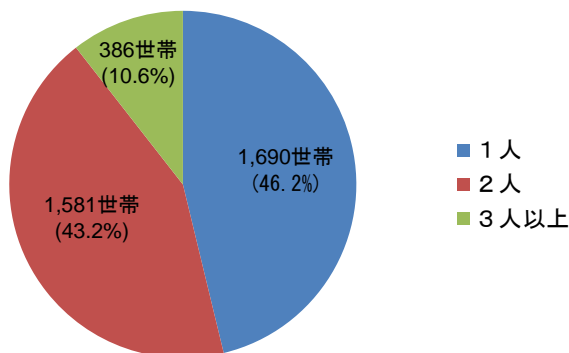
(出典：秋田県雇用労働政策課)

(2) 少子化に対する経済的支援

本市における子どもの出生の状況であるが、現状として、1世帯あたりの18歳以下の子どもの数は、1人が46.2%、2人が43.2%、3人以上が10.6%となっている。

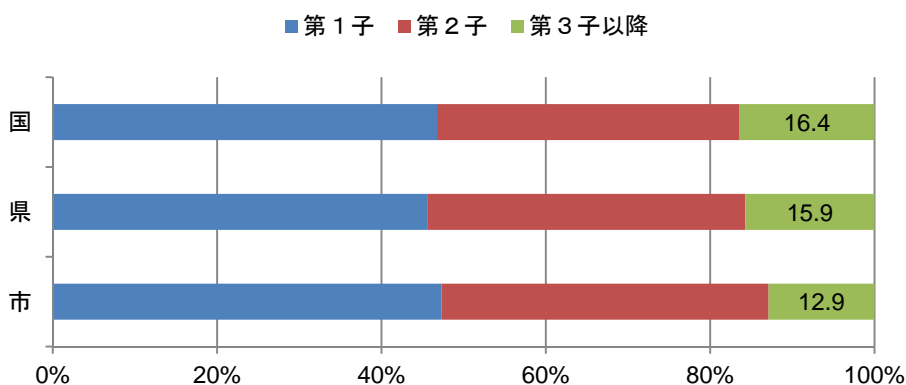
特に第3子以降にかかる経済的負担が大きいといわれている中、本市の出生数に占める第3子以降の割合は、全国平均や県平均を下回っている状況にある。

図表 31 1世帯あたりの18歳以下の子どもの数と世帯数（H27.5.1現在）



（出典：湯沢市市民課）

図表 32 平成 25 年出生順位別割合

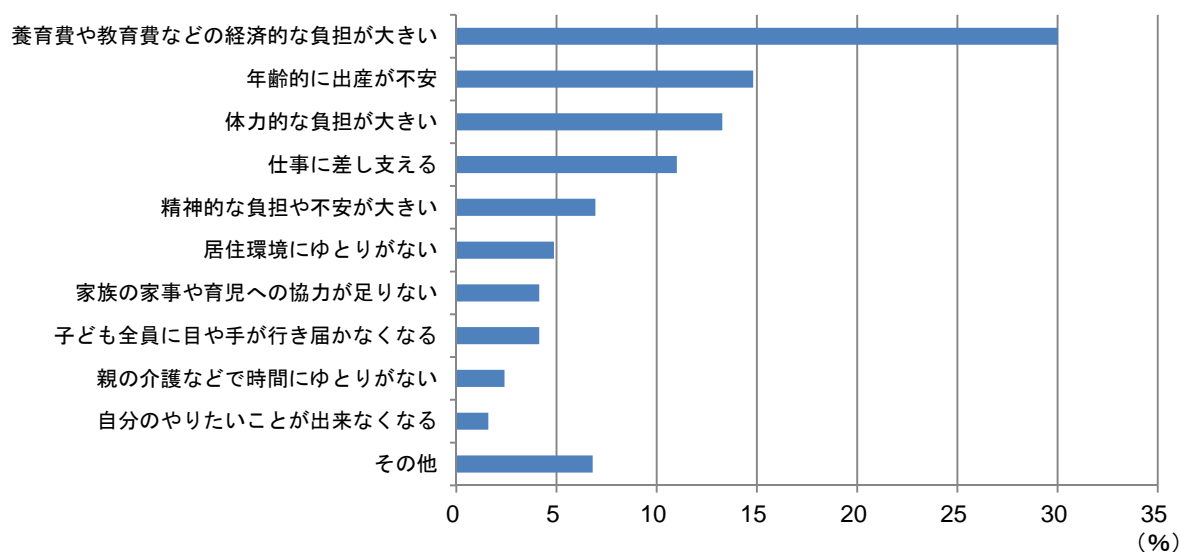


（出典：厚生労働省、秋田県、湯沢市）

市が行ったアンケートによると、理想とする子どもの数を持ってない夫婦が多く、その理由については、「子育てや教育にかかる経済的な負担が大きい」と答えた人の割合が特に高くなっている。

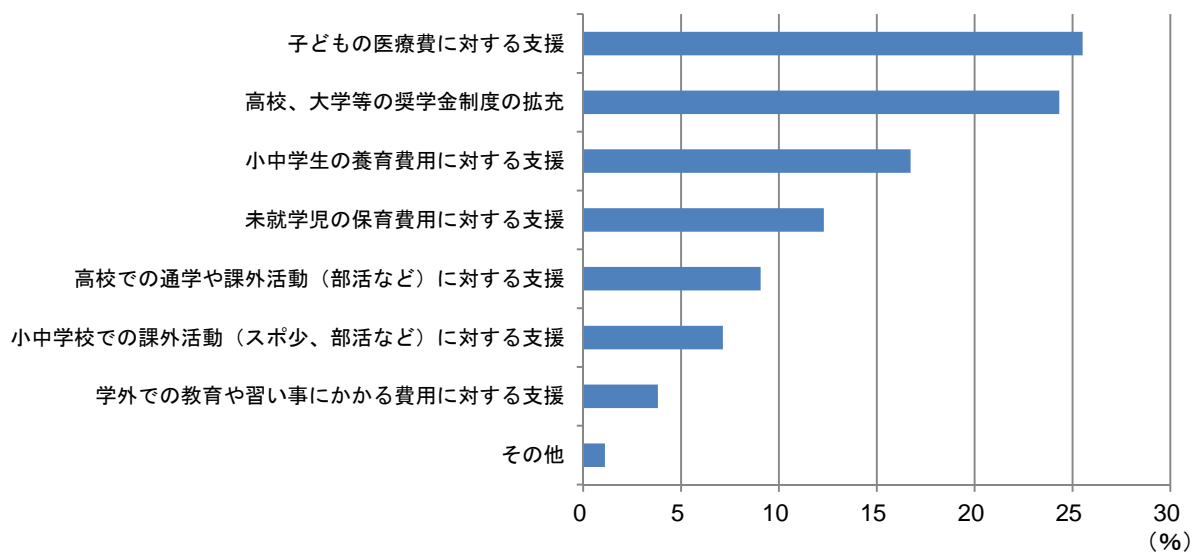
また、効果的と思われる子育て支援については、「子どもの医療費への支援」や「高校、大学等の奨学金制度の拡充」と答えた人の割合が高くなっている。

図表 33 理想の子どもの数を持たない理由



(出典：湯沢市企画課「地方創生に関する子育てアンケート (H27.6)」)

図表 34 効果的と思われる子育て支援



(出典：湯沢市企画課「地方創生に関する子育てアンケート (H27.6)」)

一方、本市はこれまで、県の助成事業の活用や市独自の制度により、子育てに関する経済的支援策を講じてきた。

平成 15 年 4 月からは、第 3 子保育料の全額助成に加えて、第 1 子の 0 歳児にも全額助成の対象を拡充し、また平成 17 年 8 月からは乳幼児の医療費全額助成と保育料助成の対象を第 1 子以降のすべての 1 ～ 6 歳児に拡充するなど手厚い支援を講じてきたが、合計特殊出生率の低下は続いている。

図表 35 福祉医療助成・保育料助成の沿革と合計特殊出生率の推移

年月	福祉医療助成	保育料助成	合計特殊出生率
S49	医療費助成開始		-
H3		第3子全額助成（～H17.7）	-
S58～S62			1.75
S63～H4			1.73
H5～9			1.78
H10～14			1.61
H15.4			第1子の0歳児全額助成（～H17.7）
H17.8	乳幼児医療費の全額助成	第1子以降すべての1～6歳児に助成対象拡大 0歳児に対し月1万円支給（～H21.3）	1.42
H21		0～6歳児へ助成対象拡大	H20～24
H24	医療費助成を小6まで拡大		1.44

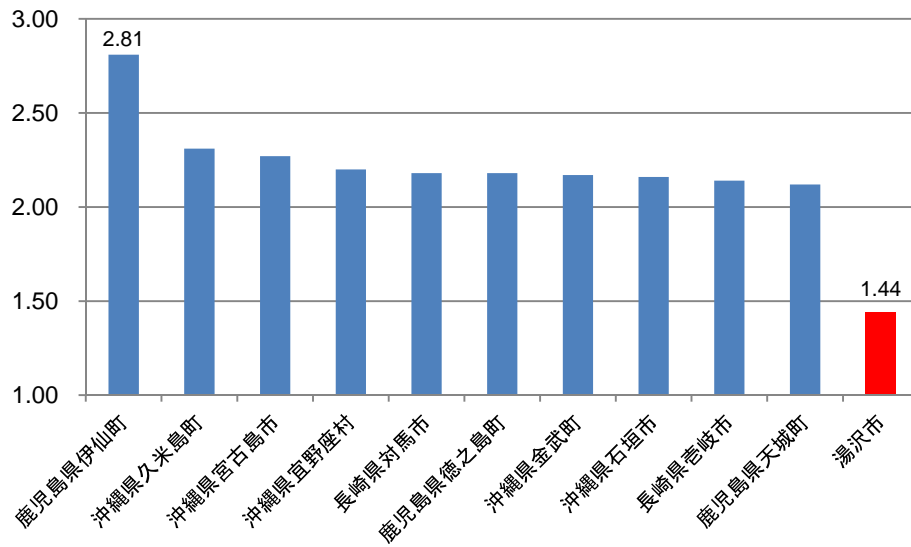
（出典：厚生労働省人口動態保健所・市区町村統計、湯沢市市民課・福祉課）

以上の状況から、本市においては、子育てに関する経済的支援は出生率の改善には寄与したとは言い難く、より当事者の出生意欲向上に配慮した制度設計・改善が求められると言える。

さらに、合計特殊出生率の全国上位の自治体においても、必ずしも特筆すべき経済的子育て支援を行っていない例がある。例えば、全国トップの合計特殊出生率を誇る鹿児島県伊仙町では、特段特徴的な経済支援を行っていない一方、出生や入学、成人式等の大切な節目を家族のみならず、知人や友人、近隣住民が共に祝うという地域文化があるという。子育てにおいても、多数の支援の手があることで、夫婦や母親の孤立を防ぎ、子だくさんでも育てられるという自信につながっている結果、高い出生率を保っていると言われている。

以上のとおり、今後の子育て支援にあたっては、経済面については費用対効果を検証した上で実効性の高い取り組みが必要であり、また一方で、経済面だけでなく、子育てにおける周囲の参画・支援により、父親・母親が精神的に余裕を持って子育てを行うことができる環境づくりを進める必要がある。

図表 36 合計特殊出生率の全国上位自治体との比較



※平成 20 年～平成 24 年の平均値

(出典：厚生労働省人口動態保健所・市区町村統計)

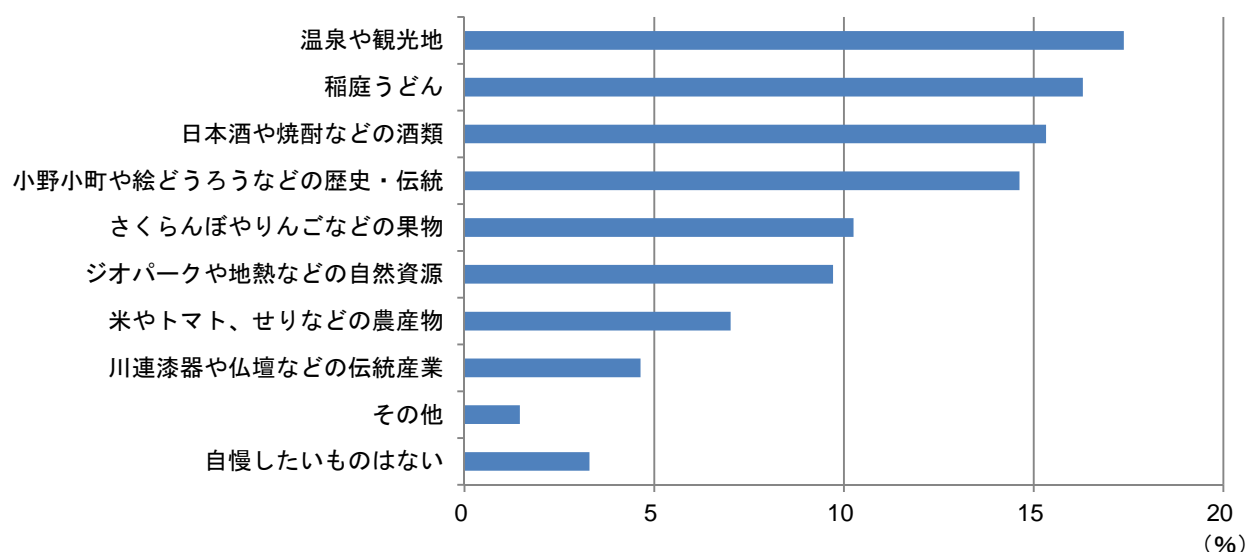
4. まちづくりの状況

(1) 地域資源の活用

個性的かつ魅力的なまちづくりを進める上で「地域資源の活用」は重要な要素である。

市が行ったアンケートによると、市内の地域資源で自慢したいものに「温泉や観光地」「稲庭うどん、日本酒、さくらんぼ等の特産品」「小野小町や絵どうろうなどの歴史・伝統」を挙げた人が多く、「ジオパークや地熱などの自然資源」を挙げた人も約10%を占めている。

図表 37 地域資源で自慢したいもの



(出典:湯沢市企画課「地方創生に関する市民アンケート(H27.8)」)

このうち、地熱については、本市は国内でも有数の地熱地帯を有しており、平成6年からは上の岱地熱発電所が稼働しているほか、現在は平成31年の運転開始を目指し、山葵沢地熱発電所の建設が進められている。同発電所は、大規模発電所(出力1万kw以上)としては国内で23年ぶりの運転開始となる見込みであり、大変注目を集めているところ、これが稼働した場合の自治体別の地熱発電出力ランキングでは、本市は国内で3番目に位置することになる。

地熱開発にあたっては地元理解が不可欠であり、地熱発電所運転開始後も、周辺環境の保全や地域住民への配慮等、地域との共生を果たしていく必要がある中、本市は、地熱開発自治体のフロントランナーとして、地域の発展に地熱が有効活用されるよう、地域の実情を国に伝え、国と地方の協働による制度設計に貢献していくべきである。

図表 38 自治体別地熱発電出力ランキング (H27.6 現在)

	自治体名	認可出力 (kW)	立地 (予定を含む) している地熱発電所
1	大分県九重町	157,990	滝上、九重、大岳、八丁原、滝上バイナリー
2	岩手県雫石町	80,000	葛根田
3	秋田県湯沢市	70,800	上の岱、山葵沢 (予定)
4	福島県柳津町	60,000	柳津西山
5	秋田県鹿角市	59,500	大沼、澄川

(出典：日本地熱協会)

また、ジオパークについては、ゆざわジオパークが平成 24 年 9 月に日本ジオパークに認定以降、ジオガイドの養成数、ジオガイド利用数が着実に増加しており、地域に根ざした活動となりつつある。今後も官民が連携を強化し、市民が誇れるジオパークを目指した取り組みを推進すべきである。

図表 39 ジオガイド養成数と利用数の推移

	H24 年度	H25 年度	H26 年度
ジオガイド養成数 (累計)	0 人	18 人	33 人
ジオガイド利用者数	0 人	0 人	686 人

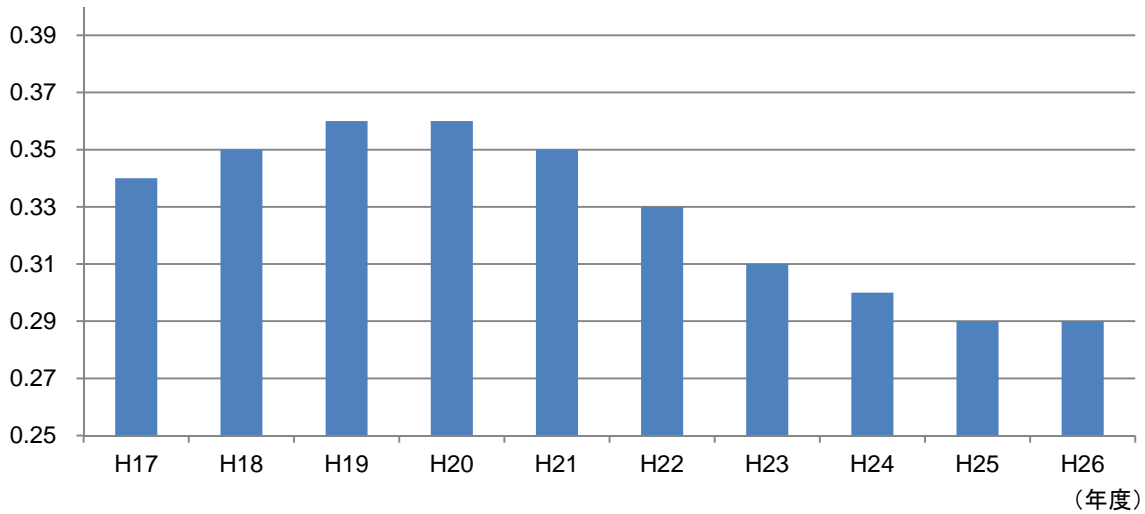
(出典：湯沢市まるごと売る課)

(2) まちづくりの推進

長期的な人口減少傾向の中で、市の財政力指数⁷が低下傾向にあり、今後市町村合併後の特例的財政措置 (交付税算定替) が解消されることを見据えれば、これまで行政が担ってきたサービスの見直しを図り、公助から共助・自立への転換を進める必要がある。

⁷ 地方公共団体の財政力を示す指標として用いられる指数であり、財政力指数が 1.0 を上回ればその地方自治体内での税収入等のみを財源として円滑に行政を遂行することができる。

図表 40 財政力指数の推移

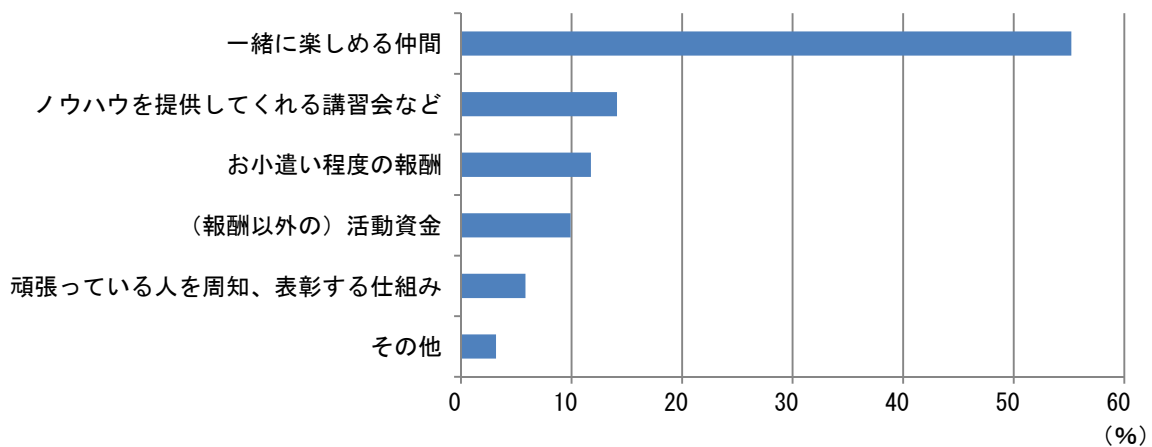


(出典：湯沢市財政課)

平成 27 年 6 月に行われた県民意識調査によると、湯沢雄勝地域において、ここ 1 年間で 5 割の人が社会活動や地域活動に取り組んでおり、県内でも参加割合が高い。

こうした中、市が行ったアンケートによると、地域活性化に取り組むために必要なことについては、「一緒に楽しめる仲間」と答えた人が最多で、全体の約 5 割を占めているほか、「ノウハウを提供してくれる講習会」「お小遣い程度の報酬」などを求める声も一定程度存在する。共助・自立の取り組みを拡大させる入口として社会活動や地域活動の裾野を広げることが重要であることから、ニーズを踏まえた総合的支援が必要であると考えられる。

図表 41 地域活性化に取り組むために必要なこと

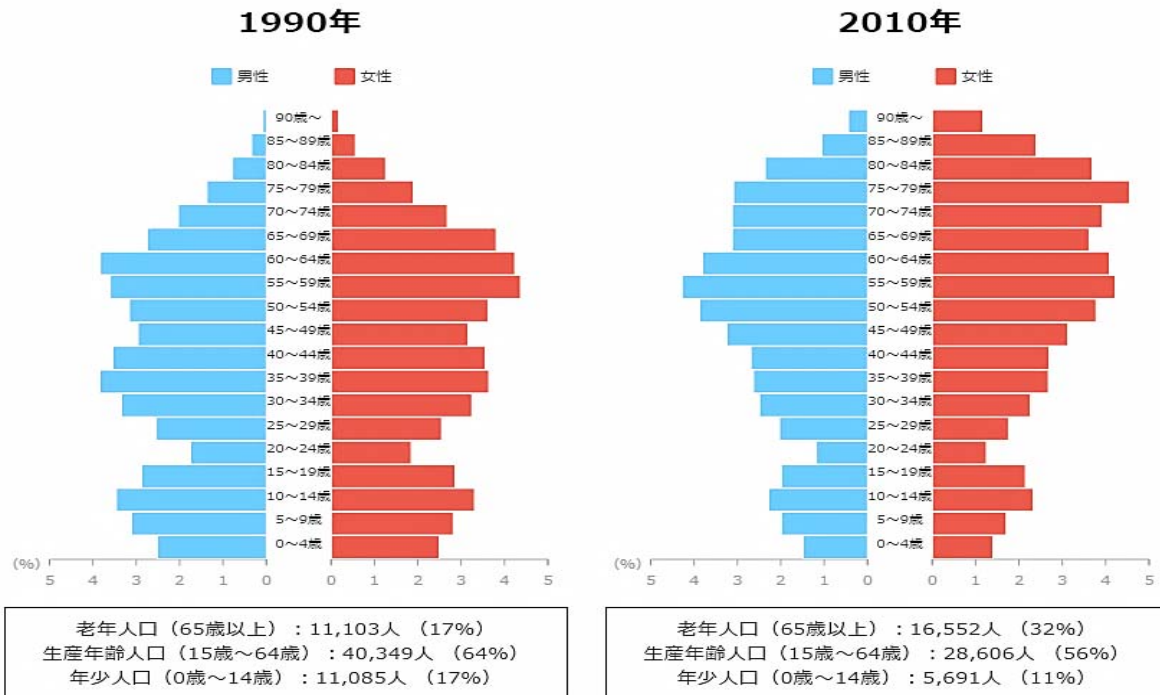


(出典：湯沢市企画課「地方創生に関する市民アンケート (H27.8)」)

また、本市の人口構造は高齢化率が高い逆ピラミッド型となっており、高齢化率は今後しばらく上昇すると見込まれている。一方、若い世代の社会参加状況については、例えば平成26年12月に行われた衆議院議員選挙の投票率については、20歳代前半が約32%とすべての年代の中で最も低くなっている。あるいは地域活動については、平成27年6月に行われた県民意識調査によると、ここ1年間で社会活動や地域活動に取り組んだ割合は、20歳代では25%、30歳代では31%に留まっている。このままの状況で推移した場合、ますます若者世代の存在感が希薄化し、まちづくりから遠ざかることが懸念される。

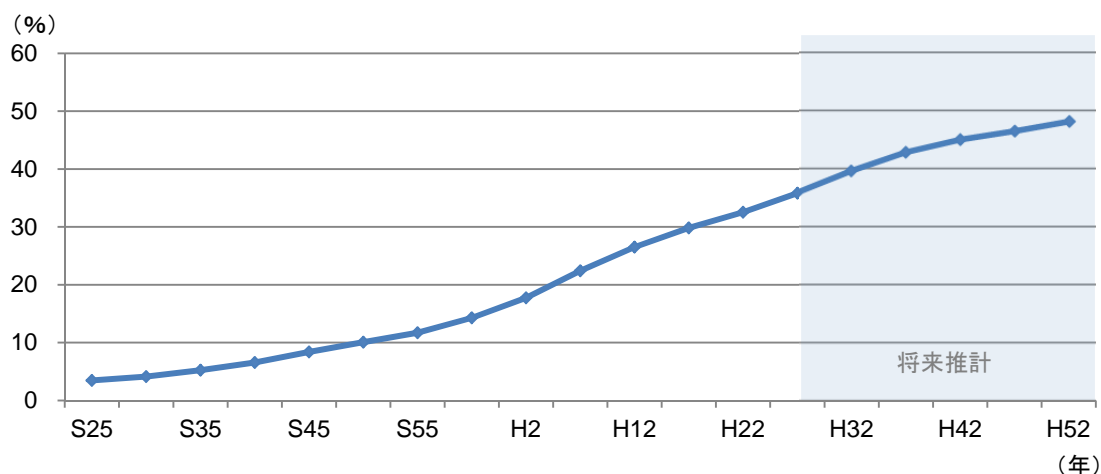
地域活性化を図り、活気に満ちたまちづくりを進める上では、こうした構造的課題を克服し、若い世代の声や視点を尊重し、活躍の場を創出することが必要となっている。

図表 42 年齢・性別人口構成（人口ピラミッド）



(出典：地域経済分析システム)

図表 43 高齢化率の推移と将来推計



(出典：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所)

(3) 女性の活躍推進

国では、女性活躍推進法を施行するなど、女性の個性と能力が十分に発揮される環境づくりを推進している。女性の力は仕事に限らず、まちづくりや地域活性化においても無くてはならない貴重な「戦力」である。

地域における女性の活躍推進により、様々な場面に多様な価値観や創意工夫がもたらされると期待できる。本市における女性の活躍状況については、平成 25 年度末の市の審議会等における女性委員の登用割合が 37.9%であり、県の登用割合 28.8%を大きく上回っている。また、国では 2020 年に女性管理職登用割合を 30%とする目標を掲げている中、平成 27 年 10 月に市内事業所に聴取した女性管理職登用への取り組みでは、「独自の目標を設定して取り組む」「30%を目標に取り組む」「既に 30%を達成しているので、更に登用を増やしていく」と答えた事業所が全体の半数近くを占めた。

今後も市内事業所における取り組みを更に押し進め、女性の活躍が本市のまちづくりの特徴となるよう、女性同士の多様な連携体制の構築や女性活躍推進のための支援体制の整備など、地域の実情やニーズに対応した取り組みを進めていく必要がある。

第3章 戦略の基本的視点と構成

1. 基本的視点

国では、地方創生の実現に向け、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地域の特性に即して地域課題を解決する、という基本的視点に基づき、政策の企画・実行に当たっては、「しごと」と「ひと」の好循環とそれを支える「まち」の活性化の実現を目指している。

本市としては、前章の現状分析及び昨今の社会状況を踏まえ、また国の総合戦略における基本的視点・基本方針を勘案しつつ、以下の4つの基本的視点から、総合戦略を定める。

① 時代の変化に即応し、官民連携により「新たな風」を巻き起こす

⇒ 地方のハンデを克服し、閉塞感を打破するためには、積極的に民間の先進技術やアイデアを取り入れ、地方が生まれ変わる必要がある。

② 財源を有効活用し、多様なニーズに応えるため、「一石二鳥以上」を目指す

⇒ 人的・財政的投資の何倍もの事業効果を現出するため、また様々な課題やニーズが絡みあう現状に対応するため、複数の政策課題に同時にアプローチする必要がある。

③ 「受け手」の視点を意識して、サービス向上と情報発信強化を図る

⇒ 地方公共団体が一斉に地方創生に取り組む中で「秋田県湯沢市」の存在感を示すため、従来のPR手法の枠を超え、受け手の視点を意識した情報発信を行う必要がある。

④ 人口規模にとらわれない「まちづくりの質感」を向上させる

⇒ 人口規模の縮小を食い止める一方で、一定の縮小を見据えつつも住民が誇れるまちとすべく、「量」の問題と並行して「質」を高めていく必要がある。

2. 戦略の構成

湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、国の総合戦略の基本目標を踏まえつつ、同時にとりまとめた湯沢市人口ビジョンにおける将来展望を見据え、以下の4つを具体的な戦略として、目標とする人口の確保に向けた取り組みを進めるものとする。

戦略1 「民」の力とゆざわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化

[チャレンジ・パッケージ]

1. ICT⁸を活用した「ゆざわ発新しい働き方」
2. 伝統的地場産業を核とした「ゆざわブランド」の確立と域外「まるごと！」PR
3. 「集約化」と「つながる力」を活かした農林業の実力強化
4. 「萌芽から成熟まで」切れ目のないベンチャー支援

戦略2 ターゲットマーケティングと段階的アプローチによる移住・定住推進

[チャレンジ・パッケージ]

1. 「観光」と「ふるさと納税」を核としたゆざわファンの拡大
2. 地域ぐるみの「まるごと！」受け入れ体制構築～お試し居住から移住へ～
3. ゆざわ関心層へのターゲットマーケティング&アプローチ
4. 「ゆざわ版CCRC」構想の実現
5. 定住の推進～ふるさとを知る・つながる・守る～

戦略3 結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援

[チャレンジ・パッケージ]

1. ゆざわならではの！「結婚・出産・子育てに優しいまち」プロモーション
2. 当事者本位・B/C⁹重視の「まるごと！ライフイベントサポート」
3. 人とICTが紡ぎだす地域ぐるみの子育て環境創出

戦略4 地域資源を活用した「自分ごとの誇れるまちづくり」の実践

[チャレンジ・パッケージ]

1. 地熱とジオの恵み、ゆざわの文化を活かしたまちづくり～オンリーワンからナンバーワンへ～
2. 「若者」と「女性」が主役の「異色の地方都市」への挑戦
3. 人口減少時代における新たな協働/自治～これからの一歩～

⁸ Information and Communication Technology の略でコンピュータやインターネットに関連する情報通信技術。

⁹ Benefit by Cost の略で費用対効果のこと。

第4章 戦略の数値目標と具体的施策

戦略1

「民」の力とゆざわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化

<数値目標>

新規就労者数： 212人 (H26) → **413人 (H31)**

納税義務者1人あたりの課税対象所得：2,322,040円 (H25) → **県平均以上 (H31)**

※H25 県平均 2,546,800円

<基本的方向>

- 地方の「ハンデ」である産業集積の不足や都会からのアクセスにとらわれない「新しい働き方」を後押しすることで、就労機会を確保し、人材流出を防ぐとともに、時間にとらわれない自由度の高い就労によって市民所得を向上させ、消費拡大による地域経済活性化につなげる。
- 地域経済の核となっている伝統的地場産業について、域外における発信力強化のためにブランド化・パッケージ化を図るとともに、積極的な海外展開を後押しすることで、域内・国内の人口減少にかかわらない強い経営基盤を確立する。
- 高齢化・担い手不足といった「ピンチ」を「チャンス」に変えるべく、集約化・大規模化による農業の効率化を図るとともに、農業をキーワードとして域外の人材とのつながりを構築する。
- 新規雇用の創出とあわせて市内企業のイノベーションを加速させるべく、新規起業・事業拡大を重点的に支援し、挑戦意欲の溢れるまち、ベンチャー人材が集まるまちを目指す。

〔戦略1〕 チャレンジ・パッケージ1

ICTを活用した「ゆざわ発新しい働き方」

クラウドソーシング¹⁰の導入支援を行い、子育てや介護に時間を割かれる女性や季節的な就業機会を求める層、あるいは保有スキルを活かしたい人材等の在宅就労機会の拡充と市民所得の向上を目指す。同時に市内企業の業務発注改革を後押しし、商品開発やPR等の事業力強化を推進し、市内中小企業の活性化を図る。

重要業績評価指標（KPI）

■クラウドソーシングを活用した在宅ワーカー数	90人（5年間の累計）
■クラウドソーシングで業務発注する市内企業数	50社（5年間の累計）
■テレワーク ¹¹ に取り組む市内事業所数	5事業所（5年間の累計）

<主な取組例>

○クラウドソーシング導入推進事業

市内でのクラウドソーシングの導入を促進するにあたり、地域におけるコーディネーターたるクラウドソーシング・プロデューサーを育成する。

○在宅ワーカー育成事業

クラウドソーシングを始めとするオンライン業務発注市場の拡大を見据え、受注の受け皿となる在宅ワーカーを育成する。

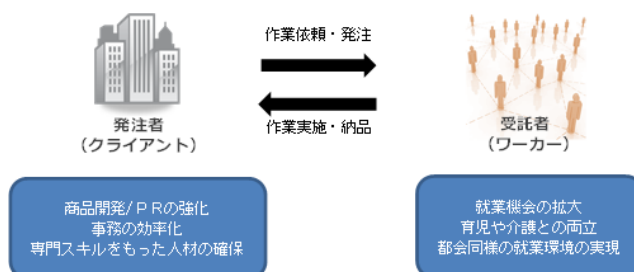
○市内企業発注支援事業

市内企業に対して、クラウドソーシング上でのクライアントとしての業務発注を支援し、業務の生産性・効率性を強化し、収益性の向上を目指す。

○ふるさとテレワークの推進

都市部の企業が地方に人を派遣または移住させ、地方でも都市部にいるのと変わらずに仕事ができる「ふるさとテレワーク」を推進する。

<クラウドソーシングイメージ図>



¹⁰ インターネットを利用して、不特定多数の人に業務を発注したり、受注者の募集を行うこと。国内外の企業（クライアント）と受注者（ワーカー）がオンライン上で業務発注・受注できる仕組み。

¹¹ ICTを活用した、場所や時間にとられない柔軟な働き方のこと。

〔戦略1〕 チャレンジ・パッケージ2

伝統的地場産業を核とした「ゆざわブランド」の確立と域外「まるごと！」PR

ゆざわの「武器」である稲庭うどんや清酒、漆器等の伝統的地場産業について、「ゆざわブランド」としてのパッケージ化によるPR強化、海外進出支援を行うとともに、市内企業の商品開発を後押しする。

重要業績評価指標（KPI）

■海外展開に新たにに取り組む企業等数	10（5年間の累計）
■食料品・飲料等の製造品出荷額	14,380百万円（H25）→ 16,105百万円（H31）
■伝統的地場産業等の新商品開発件数	20件（5年間の累計）

<主な取組例>

○YUZAWAブランド推進事業

市内で生産又は加工された農商工品から10品程度を選定し、『YUZAWAブランド』として認定した上で、海外への販路開拓の支援を重点的に行う。

○地場産業等強化対策事業

川連漆器、清酒、稲庭うどんなど、地場産業の更なる発展を図るため、各業界で組織する団体が行う振興事業に対して支援を行い、市内経済及び地場産業等の強化、発展を図る。

○チャレンジ支援事業

新商品開発や首都圏等での展示会・イベントへの出展、海外市場での商談会への参加等に対して一部助成し、新たな挑戦を支援する。

<YUZAWAブランドイメージ図>



〔戦略1〕 チャレンジ・パッケージ3

「集約化」と「つながる力」を活かした農林業の実力強化

農業従事者の高齢化や担い手不足に対応し、集約化を進める事で効率的かつ安定的な農業経営を実現するとともに、都心部における農業関心層の移住及び就農を促し、外部人材の確保・育成と農業経営の維持を図る。また、森林資源の活用のため、木材需要の拡大と県産材の安定供給の確立に向け、林業の担い手を確保・育成する。

重要業績評価指標（KPI）

- 新規就農者数 50人（5年間の累計）
- 主な園芸作物の販売額 1,011百万円（H26）→ 1,617百万円（H31）
- 地域産材活用量 1,000 m³（5年間の累計）

<主な取組例>

○生産団地整備モデル事業

県の基盤整備事業に合わせ、三関地区の主力青果物であり、本市を代表する特産品である「三関せり」と「ネギ」を中心とした青果物の大規模団地化を図る。

○首都圏の生協との連携事業

首都圏の生協と連携し、都市と農村との産地交流や、社員の就農希望者に対する支援等を行い、農業における担い手不足の解消を図り、最終的な自立による移住定住の促進につなげていく。

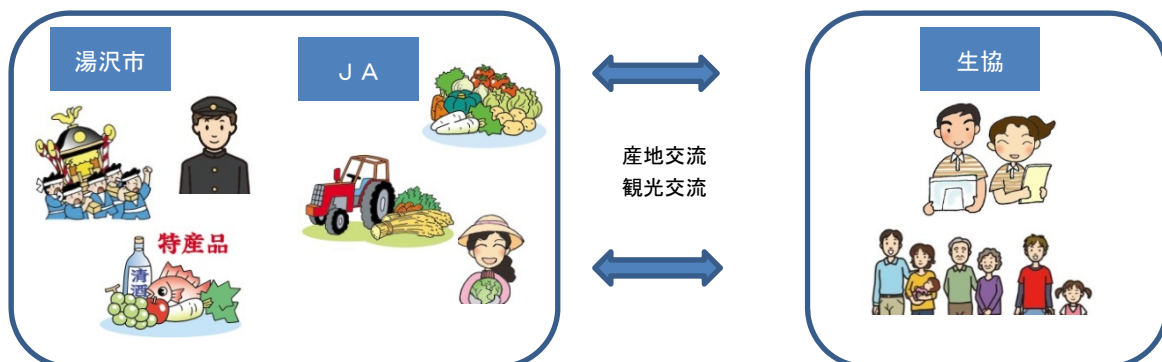
○特色ある作物栽培チャレンジ事業

地域の農家や認定農業者等の振興作物の生産拡大、または振興作物以外の作物の新たな生産販売農家に対し、農業経営の多角化と農家の経営安定及び転作田の有効活用を支援する。

○地域産材活用の促進

木材産業や建築産業等の振興と林業の活性化及び森林の健全化を図るため、公共建築物への県産材の利用や地域産材を活用した住宅の建築を促進する。

<首都圏生協との連携事業イメージ図>



〔戦略1〕 チャレンジ・パッケージ4

「萌芽から成熟まで」切れ目のないベンチャー支援

市内での新規起業・事業拡大を促すべく、スタートアップから起業後の伴走までを含む包括的な支援により、地域産業の活性化に資する取り組みを後押しする。また、首都圏等からのU I Jターン¹²による起業家の誘致を行い、雇用創出と移住の促進を図る。

重要業績評価指標（KPI）

■市内における起業・新事業展開件数 50件（5年間の累計）

<主な取組例>

○起業家支援事業

創業支援計画に基づき、市内の特定支援事業者と連携し、プラットフォームを作り、起業希望者に対して包括的な支援体制の整備と支援強化を図る。

○起業家誘致・移住推進事業

民間団体や金融機関等と連携し、首都圏等の他地域からU I Jターンによる市内への起業家誘致を行い、市内での雇用創出と移住定住の促進を図っていく。

○コワーキング¹³スペース整備の促進

起業家誘致やテレワークの推進に関連し、起業やサテライトオフィスの拠点となるコワーキングスペースの整備を促進し、起業を後押しする体制を構築する。

○新事業展開支援事業

地域産業を育成するため、明確なニーズの特定や中長期の視点に立った計画、事業革新などの創出を後押しするとともに、セミナーの開催や伴走型フォローアップ等を行う。

<コワーキングスペースイメージ図>



¹² 大都市圏の居住者が地方に移住する動きの総称のことで、Uターンは出身地に戻る形態、Jターンは出身地の近くの地方都市に移住する形態、Iターンは出身地以外の地方へ移住する形態のこと。

¹³ 事務所スペース、会議室、打ち合わせスペースなどを共有しながら独立した仕事を行う共働ワークスタイル。

戦略2

ターゲットマーケティングと段階的アプローチによる移住・定住推進

<数値目標>

転出超過数：1,594人（H22～H26） → **1,069人（5年間の累計）**

<基本的方向>

- 将来的な移住者候補となる交流人口の増加に向け、通年観光につながる安定的観光コンテンツの開発や周辺地域との観光連携に取り組むとともに、域外とのつながりづくりのツールとしてのふるさと納税の取り組みを拡充する。
- 関係団体との連携のもと、農業を含めた産業や自然、文化等、本市の多様なポテンシャルと首都圏をはじめとする都会の人材とのマッチングを図り、特に就業機会と一体化した移住促進のアプローチを展開する。
- 移住の障壁である情報不足や利便性に関する不安感を払拭するため、移住受け入れ態勢の整備を図るとともに、段階的な居住体験の機会を提供する。
- 都会から地方への人口移動は特に高齢者中心に起こっていることに注目し、高齢者移住の受け皿となりうるまちづくりの検討を進める。

[戦略2] チャレンジ・パッケージ1

「観光」と「ふるさと納税」を核としたゆざわファンの拡大

関係機関と連携の下、地熱を含むゆざわジオパークや伝統産業等の地域資源を活用し、他地域との差別化を志向した観光施策を推進するとともに、インバウンド対応も見据えた観光地づくりを進め、ゆざわファン拡大による関係人口の増加を目指す。

重要業績評価指標（KPI）

■市内における宿泊者数	104,567人（H26）→ 173,000人（H31）
■ふるさと納税件数・額	9,291件・86,347千円（H26）→ 30,000件・300,000千円（H31）

<主な取組例>

○広域的観光施策の展開

ビッグデータの分析等により、観光客にとって魅力あるルートを発見・開拓し、関係市町村との連携により広域的・一体的な観光地としての魅力を向上する。

○各種観光物産展等の開催

魅力ある特産品や豊富な温泉をはじめとする観光資源を広く県内外にPRし、本市の地名度アップ・イメージアップを図り、誘客につなげる。

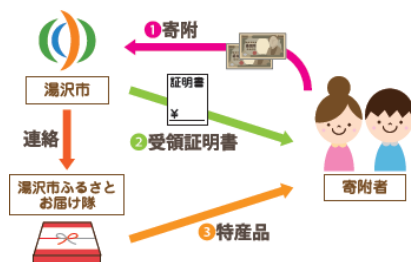
○着地型観光の普及促進

観光関連機関・団体等で構成する観光推進組織に一元的なマネジメント機能を持たせ、体験・学習型や外国人向け観光コンテンツの充実と実践を促進し、着地型観光の具体的開発と普及を図る。

○ふるさと納税推進事業

市内特産品の贈呈を通じ、ふるさと納税を契機としたゆざわファンの増加と市内産業の活性化を図るとともに、企業版ふるさと納税の導入を見据えたプロモーションを展開する。

<ふるさと納税イメージ図>



[戦略2] チャレンジ・パッケージ2

地域ぐるみの「まるごと！」受け入れ体制構築～お試し居住から移住へ～

移住者向け居住環境の整備や移住相談員の設置・育成、移住に関するワンストップ窓口の整備等、幅広いニーズに対応したサービスの提供を図る。また、市内で増加している空き家を“地域資源”にとらえ、空き家所有者と移住希望者とのマッチングを図る。

重要業績評価指標（KPI）

- 市の移住相談窓口を通じて移住した世帯数 10世帯（5年間の累計）
- お試し居住体験参加者数 20人（5年間の累計）

<主な取組例>

○移住促進ネットワーク（仮称）の設立

移住受入体制を整備するため、雇用や住まい、地域における相談窓口の設置等、関係団体で構成するネットワークを設立し、移住に対するホスピタリティの向上を図る。

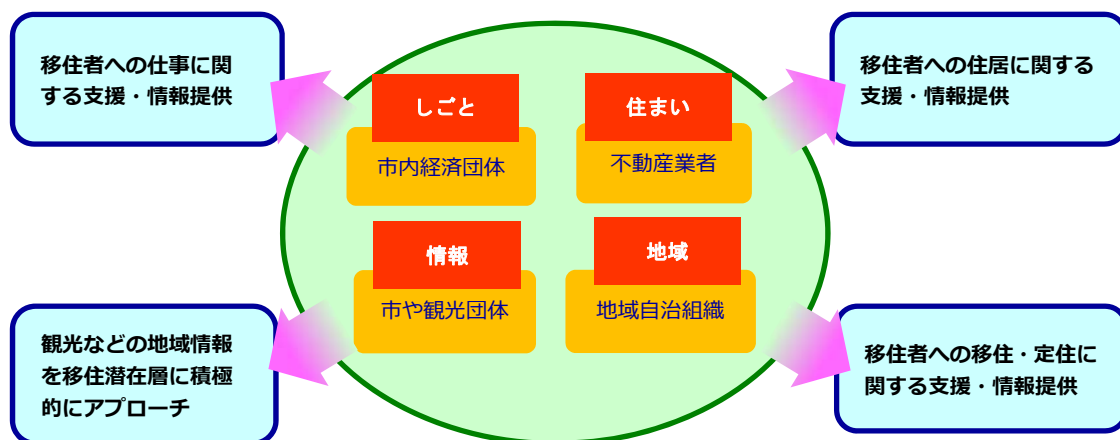
○移住プロモーション事業

移住希望者に対するプロモーションとして、本市での暮らしを体験できる「お試し居住交流体験」を実施するとともに、移住受入側の体制整備に関する研究を行う。

○移住者居住環境整備事業

移住者に対する居住環境の整備として、市内の空き家台帳をデータベース化し、空き家バンクとして移住希望者への情報提供を行うとともに、空き家の取得や修繕等に対する一部助成の実施も検討する。

<移住促進ネットワーク（仮称）のイメージ図>



[戦略2] チャレンジ・パッケージ3

ゆざわ関心層へのターゲットマーケティング&アプローチ

東京圏をはじめとする都会からの起業・移住希望者や農産品の産地交流等、本市に関心、関連のある層、特に就業に着目した移住促進のためのマーケティングとアプローチを展開する。

重要業績評価指標（KPI）

- U I J ターンによる起業数 5 件（5 年間の累計）
- 農業における産地交流参加者数 200 人（5 年間の累計）
※秋田南部圏食と農推進協議会と首都圏生協が実施する産地交流

<主な取組例>

○起業家誘致・移住推進事業（再掲）

民間団体や金融機関等と連携し、首都圏等の他地域からU I J ターンによる市内への起業家誘致を行い、市内での雇用創出と移住定住の促進を図っていく。

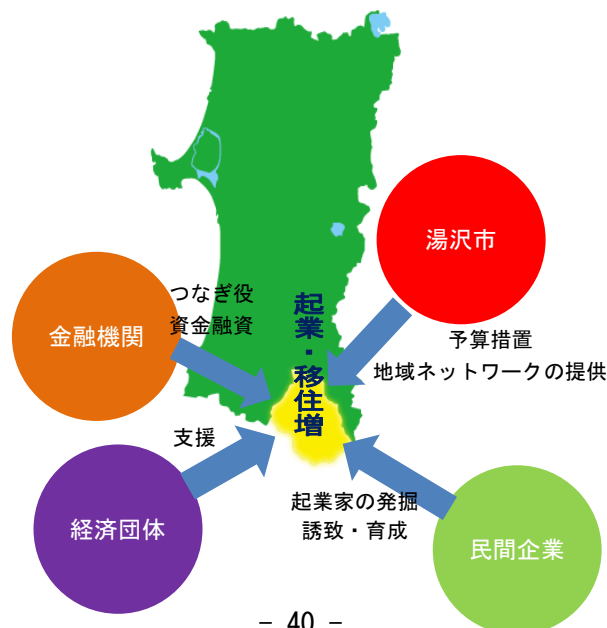
○首都圏生協との連携事業（再掲）

首都圏の生協と連携し、都市と農村との産地交流や、社員の就農希望者に対する支援等を行い、農業における担い手不足の解消を図り、最終的な自立による移住定住の促進につなげていく。

○移住情報発信PR事業

本市への移住希望者や地域を離れた学生等に対して、各種サイトを活用し、就活情報や移住希望者向けイベント等の積極的な情報発信を行い、移住PRを強化する。

<起業家誘致・移住推進事業イメージ図>



〔戦略2〕 チャレンジ・パッケージ4

「ゆざわ版CCRC」構想の実現
<p>東京圏等に住む高齢者が地方に移り住み、健康な生活を送ることができる仕組みを構築する「日本版CCRC」（生涯活躍のまち）の導入について、国の構想を踏まえつつ、積極的に取り組む。</p>
<p>重要業績評価指標（KPI）</p> <p>■ゆざわ版生涯活躍のまち基本計画（仮称）の策定（H28）</p> <p>※その他の指標は基本計画策定段階において設定する。</p>

＜主な取組＞

○ゆざわ版生涯活躍のまち基本計画（仮称）の策定

CCRCの導入に積極的な民間団体や関係機関と連携・協議し、ゆざわ版基本計画の策定と事業主体による事業計画策定への支援を行う。

＜ゆざわ版CCRCのイメージ図＞



「生涯活躍のまち」構想に求められる要件（共通必須項目）

1. 入居者

- (1) 「生涯活躍のまち」構想の基本理念を理解した上で、入居希望の意思が明確な者を対象とし、事前相談・意見聴取や、お試し居住などの支援策を用意する。
- (2) 健康な段階から入居することを基本とするが、要介護状態にある高齢者も排除しない。
- (3) 中高年齢期における早めの住み替えや入居する地域での活躍を念頭に、50代以上を中心とする。

2. 立地・居住環境

- (1) 高齢者が地域社会に溶け込み、子どもや若者など多世代と交流・協働や地域貢献ができる環境を実現する。
- (2) サービス付き高齢者向け住宅などの住宅を基本としつつ、地域全体で見守り等を行う環境を整備する。
- (3) 対象地域の入居者の日常生活・ケア・地域交流など生活全般の管理・調整・プログラム開発を担う「運営推進機能」を支える専門人材（コーディネーター）を配置する。

3. サービスの提供

- (1) 移住希望者に対する情報提供・事前相談・意見聴取・マッチングなどの支援やコミュニティでの生活実態や地域社会の実情を体験する「お試し居住」や「二地域居住」などの支援を行う。
- (2) 高齢者の希望に応じて、健康づくりや就労、生涯学習など社会活動への参加等によって健康でアクティブに生活することを目指すための「目標志向型」の「生涯活躍プラン」を策定し、各種のプログラムを提供する。
- (3) 医療介護が必要となった時に、人生の最終段階まで尊厳ある生活が送れる「継続的なケア」の体制を地域の医療機関等と連携して確保する。重度になっても地域に居住しつつ介護サービスを受けることを基本とする。

4. 事業運営

- (1) 入居する高齢者自身がコミュニティの形成・運営に参画するという視点に配慮した事業運営を行う。
- (2) 入居者や地域のステークホルダーが事業運営を的確にチェックできるようにするため、「生涯活躍のまち」に関する基本情報や財務状況のほか、入居者の要介護状態や健康レベルなどのケア関係情報などを公表する。

※このほか、自治体が地域の特性や希望する地域づくりに沿ったコンセプトとして選択できる「選択項目」がある。

〔戦略2〕 チャレンジ・パッケージ5

定住の推進～ふるさとを知る・つながる・守る～

学校や地域、企業、行政が連携し、ゆざわジオパークをはじめとする地域資源に触れ、学ぶ機会や、市内企業での職場見学・体験の機会を児童・生徒たちに提供し、若い世代に対する郷土への愛着を醸成し、「将来ふるさとに帰ってきたい」という思いを育む。

重要業績評価指標（KPI）

■将来的に地元に住みたいと思う高校生の割合 39.3%（H27）→ 60%（H31）

<主な取組例>

○キャリア教育の推進

小学生向け職場見学等の充実により、「ふるさと企業」への理解・愛着を深めるとともに、学卒者等の若者定着を図るため、地域企業と学校等が連携したインターンシップやキャリアアップ支援等の人材育成プログラムを展開する。

○自然や歴史等ふれあい学習の推進

親子でのゆざわジオパーク学習や本市の歴史に関する講座の開催等を行い、郷土の成り立ちや自然、産業、歴史等を学び、郷土の良さを見つめ直し、郷土愛の醸成を図る。

○奨学金返還助成等の創設

地元への定着の推進と市内医療機関の医師不足解消のため、医師を志す学生に対する経済的支援を行うとともに、高校や大学への就学者向け奨学金の返還助成制度について、県等の動向を踏まえ創設する。

○転出者への情報発信の充実

本市からの転出者や進学・就職で地元を離れた方とのつながりを構築するため、SNS¹⁴や「Webの駅ゆざわ」等を通じて、地域のイベント情報や“今のゆざわ”を情報発信し、Uターン促進と定住者の増加を目指す。

<ジオパーク親子ふれあい学習の様子>



¹⁴ Social Networking Site の略で人と人とのつながりを促進・サポートするコミュニティ型のweb サイト。

戦略3

結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援

<数値目標>

合計特殊出生率：1.45（H20～H24 平均値）→ **1.55（H31）**

婚姻数：142組（H26）→ **801組（5年間の累計）**

子育て環境や支援に満足している人の割合：27.6%（H25）→ **50%（H31）**

<基本的方向>

- 若者が安心して結婚や出産、子育てを行うことができるよう、子育て家庭が子どもを連れて出かけやすい環境づくりを進めるとともに、職場を含め地域全体で子育てを支援する機運の醸成を図り、「子育て」をキーワードとした共助環境の再生を図る。
- 「子育てに優しいまち」としてのブランドイメージを構築・発信するため、関係団体との連携によりシンボルとなる取り組みを重ね、子育て世代に注目されるまちづくりを目指す。
- 結婚・出産・子育てについて、当事者のニーズ把握に基づく実効性の高い経済的支援を行い、特に現状の子どもの数より“あと一人”を生むインセンティブにつながる制度の導入により、合計特殊出生率の向上を図る。

[戦略3] チャレンジ・パッケージ1

ゆざわならでは！「結婚・出産・子育てに優しいまち」プロモーション

若者が安心して結婚や出産、子育てを行うことができるよう、地域として応援する象徴的取り組みを推進し、子育てに優しいまちのブランドイメージを構築する。また、子育て家庭が子どもを連れて安心して出かけやすい環境づくりを進め、地域全体で子育てを支援する機運を高める。

重要業績評価指標（KPI）

■男性の育児休暇取得率 県平均以上（H31） ※H25 県平均 3.1%

■子育て環境の整備に取り組む事業所の割合 54%（H27） → 80%（H31）

<主な取組例>

○結婚・出産お祝い事業

結婚祝い品の贈呈により、結婚する2人を祝福するとともに、本市ゆかりの夫婦を増やし、観光や移住定住につなげるため、「まちキュン・ご当地婚姻届」の利用促進を図る。また、子育て世帯を支援するため、出産祝い品を贈呈する。

○ライフイベントサポートフェスタの開催

若者や子育て世代の結婚・妊娠・出産・子育てを市民、企業、地域、行政が一体となって応援し、子育てに優しいまちとしてイメージアップを図る。

○結婚・出産・子育てに優しい環境づくりの推進

市内公共施設において、子育て家庭が子どもを連れて安心して出かけやすい環境づくりを進めるとともに、市内企業等における施設・制度面での環境整備を促進する。

○子育て応援企業奨励事業

少子化対策のため、ワーク・ライフ・バランスの向上や育児休暇取得、時短勤務制度等に積極的に取り組んでいる企業を広く紹介し、模範となる効果的な取り組みの横展開を後押しする。

○市役所 de ウェディング

市に婚姻届を提出した二人の門出を祝うべく、市の職員や関係団体、市役所に居合わせた人で祝福し、結婚をまち全体で祝福する。

<ご当地婚姻届>



〔戦略3〕 チャレンジ・パッケージ2

(費用対効果) 当事者本位・ B / C 重視の「まるごと！ライフイベントサポート」	
結婚・出産・子育てについて、当事者のニーズ把握に基づく、実効性の高い経済的支援により、理想とする子どもの数の実現を後押しする。また、一連のライフイベントを経験する当事者の目線に立って、それぞれの段階で必要となる情報等を提供するワンストップ型の支援を行う。	
重要業績評価指標（KPI）	
■ 出生数に占める第3子以降の割合	15.1%（H26） → 全国平均と同水準（H31）
	※H26 全国平均 16.4%

<主な取組例>

○福祉医療給付の拡充

乳幼児や小学生等をはじめ、ひとり親家庭の児童等の健康の保持と生活の安定を図ることを目的に実施してきた医療費の給付について、県等の動向を踏まえ拡充する。

○奨学金返還助成等の創設（再掲）

地元への定着の推進と市内医療機関の医師不足解消のため、医師を志す学生に対する経済的支援を行うとともに、高校や大学への就学者向け奨学金の返還助成制度について、県等の動向を踏まえ創設する。

○ライフイベントサポートセンター（仮称）の設置

結婚・妊娠・出産・子育てに関する情報提供や相談をワンストップで対応できるよう、総合窓口となるライフイベントサポートセンターを設置する。

○保育料助成制度の拡充

第3子以降の子どもを持つ世帯の割合が低いことから、第3子以降の子どもが生まれた場合の保育料助成について、県等の動向を踏まえ拡大する。

<ライフイベントサポートイメージ図>



[戦略3] チャレンジ・パッケージ3

人とICTが紡ぎだす地域ぐるみの子育て環境創出

人口減少に伴い地域の子育て力が弱まっている現状から、ICTの活用を含め、地域で子育てを共助し合える環境を整備しつつ、一定の資格を有する「サポーター」の募集・育成を行い、「地域ぐるみの子育て」を実践する。

重要業績評価指標（KPI）

■託児を頼める人（親族・友人等）がいる人の割合 92.4%（H25）→ 100%（H31）

■子育てシェアリング登録者数 150人（5年間の累計）

<主な取組例>

○子育てシェアリング事業

ICTを活用し、送迎や子守りなどの支援を必要とする子育て世帯と、子育てを応援したい地域の人材をつなぐ仕組みを構築し、子育てを共助し合える環境を整備する。併せて、一定の資格を有する「サポーター」の募集・育成を行い、「地域ぐるみの子育て」を実践する。

○地域子育て支援拠点事業

各地域の子育て支援センターにおいて、子育てに関する相談受付や各種情報提供、サークル活動等を通じて、親子で気軽に集える公共の場を提供する。

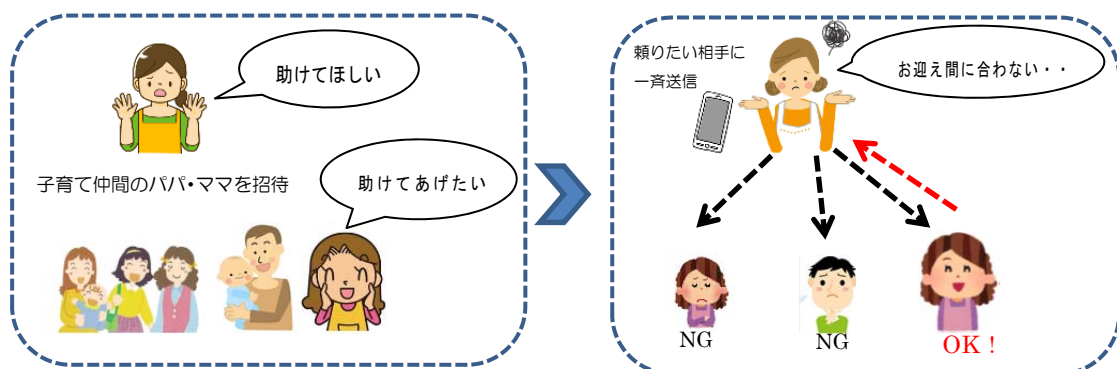
○ファミリーサポートセンター事業の充実

子育てシェアリングの実施と合わせて、子育て共助を組織化し、相互援助活動を行い、若い世代が安心して働くことができる環境づくりを推進する。

○放課後子ども教室の拡充

地域の方々の協力を得て、学校等を活用し、子供たちの活動拠点（居場所）を確保し、放課後や週末等における様々な体験活動や地域住民との交流活動等を支援する。

<子育てシェアリングイメージ図>



戦略4

地域資源を活用した「自分ごとの誇れるまちづくり」の実践

<数値目標>

湯沢市に誇りや愛着を感じる市民の割合 85% (H31)

※ (参考) 秋田県に愛着を感じている人の割合 78.3% (H27.6 県民意識調査)

<基本的方向>

- 「地熱」「ジオパーク」「音楽のまち」など、“ゆざわ”を特徴づける地域資源を活かしたまちづくりを充実させることで、郷土愛を醸成するとともに、“ゆざわ”の個性を確立し、知名度・ブランドイメージの向上を目指す。
- 少子高齢化の進展による高齢者中心のまちづくりが地方自治体の均質化や活力の低下を招いていると考えられることから、これまでまちづくりの中心から遠かった層の影響力を高めることで、参加意欲の向上と「キラリと光る」取り組みの後押しを図る。
- 人口減少とこれに伴う財政状況の動向を見据え、共助・自立の取り組みを充実させ、まちづくりの質感を確保する。また、「持続可能な地域づくり」の観点から、「稼ぐ」取り組みに向けた中核的人材の育成や団体間のネットワーク形成を後押しする。

[戦略4] チャレンジ・パッケージ1

地熱とジオの恵み、ゆざわの文化を活かしたまちづくり～オンリーワンからナンバーワンへ～

市内での地熱開発やゆざわジオパーク活動を推進し、地域資源の魅力を感じることで郷土愛の醸成を図る。また、「音楽のまち“ゆざわ”」として、世界に羽ばたくことができる子ども達の育成と、音楽による市のイメージアップや市の活性化を図る。

重要業績評価指標（KPI）

■ジオガイド数 33人（H26）→ 60人（H31）

■ジオガイド利用者数 686人（H26）→ 2,500人（H31）

■音楽のまち関連イベントへの参加者数 950人※（H26）→ 延べ12,000人（H31）

※サマーミュージックフェスティバルの参加者数

<主な取組例>

○ジオガイド養成等受入体制整備事業

ジオツーリズムによる地域活性化を地域ぐるみで実現するため、ジオと人とのかかわりの物語の面白さや素晴らしさを伝えるジオガイドを育成するとともに、都市圏へのプロモーション活動やジオツアーの実施等、ジオツーリズムを推進する。

○大規模地熱発電所立地自治体協議会（仮称）の設立と国等への要望活動の展開

地熱開発が行われている地域に対するメリットは限定的なものであり、国の政策との整合が図られていない現状から、地熱資源を持つ他の自治体と協調し、国等への要望を積極的に行う。

○地熱を活用した農業や観光業の振興

地熱活用低コスト型周年農業実証事業をはじめ、農業・観光業等への地熱活用策に官民連携で取り組む。

○「音楽のまち“ゆざわ”」の推進

「音楽のまち“ゆざわ”」を推進する横断的な推進組織を設立し、音楽があふれる明るいまちづくりを目指し、感動の共有による市民の一体感を高め、市のイメージアップを目指す。

○地域の文化遺産継承事業

地域の歴史や文化を学び、郷土愛を育み、住民が誇れるまちづくりを推進するとともに、文化遺産を保存・継承・活用し、地域のにぎわいの創出を目指す。

<地熱活用トマト栽培の様子>



〔戦略4〕 チャレンジ・パッケージ2

「若者」と「女性」が主役の「異色の地方都市」への挑戦

人口構造に単純比例した高齢者中心のまちづくりから脱却し、「若者」と「女性」の声や視点を最大限に活かすべく、意思決定過程における両者の影響力を高める。また、地域活性化に資するイベントを後押しし、若者と女性の活躍の舞台を創出する。

重要業績評価指標（KPI）

- 若者と女性の活躍の推進に関する条例の制定（H28）
- 女性管理職の登用に取り組む事業所の割合 46.7%（H27） → 70%（H31）
- 若者や女性が主催するイベントや事業数 60（5年間の累計）

<主な取組例>

○若者と女性の活躍の推進に関する条例の制定

少子高齢化が進む社会に活力を取り戻し、また地域内外の住民に希望を与えるため、若者と女性の活躍を推進するまちづくりの方向性を明らかにし、委員登用割合、市民意見の聴取時における配慮、情報発信の工夫等に関するルールを制定する。

○「老若男女共同参画」の推進

「老若男女共同参画社会」の実現に向け、協議会の開催や広報・啓発活動等を展開し、市民や職員の意識の醸成を図る。

○若者や女性の活躍支援

若者や企業などが、出会い・にぎわいを創出するために自ら企画・運営するイベントを支援する。また、女性ならではの視点や発想から企画・実施される産業振興に資する活動に対して支援し、地域経済の活性化を図る。

○キラリ女子発掘プロジェクト事業

女性の視点によるアイデアの採用促進や、方針決定過程での女性の参画拡大を図るため、それぞれの分野で働く女性のネットワークを構築し、情報交換できる場を設置する。

<湯沢市きらめき女子会>



〔戦略4〕 チャレンジ・パッケージ3

人口減少時代における新たな協働/自治～これからの一歩～

「相互理解のもと、共通の目標に向かい、役割分担する」という新たな協働、また「自分たちのことは自分たちで決め、責任を持って取り組む」という新たな自治の機運を醸成するとともに、多様な主体同士によるネットワークづくりを支援し、持続可能な地域づくりに取り組む。

重要業績評価指標（KPI）

- まちづくりコーディネーターの育成 5人（5年間の累計）
- コミュニティビジネス¹⁵に取り組む地区・団体数 5（5年間の累計）

<主な取組例>

○地域課題解決の取り組みへの支援（市民提案型事業）

地域の身近な課題を地域住民自らが解決するとともに、個性豊かな独自のまちづくりを住民主体で進めていくため、地域住民の発意と総意に基づく地域課題解決の取り組みを支援する。

○まちづくりコーディネーターの育成

地域自治組織に対して、まちづくりをコーディネートできる人材を配置、育成していくことで、地域自治組織の活発化、自立を支援する。

○活動拠点施設の整備

各地区センター等を地域自治組織の活動拠点施設として有効活用し、将来的に管理・自主運営できるよう支援する。

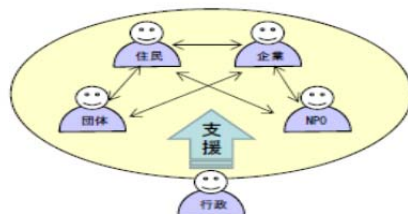
○多世代による地域ごとの将来ビジョンワークショップの展開

各地域コミュニティの地域課題と将来像について、“自分ごと”として考える姿勢を促すべく、ワークショップを展開する。

○「コミュニティビジネス仕掛人」の育成・確保

地域資源を活用し、自主財源を確保するための事業をけん引する人材を育成・確保し、自立と持続可能な地域づくりを後押しする。

<新たな協働/自治のイメージ図>



¹⁵ 地域資源を活かしながら地域が抱える課題をビジネス的な手法によって解決しようとする事業。

第5章 資料編

アイデア募集結果

湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定過程において、『雇用創出』・『移住定住の促進』・『結婚・出産・子育て支援』・『新しいまちづくり』の4分野の施策検討の参考とするため、人口減少対策や地域活性化につながるアイデアを市民等から募集した。寄せられたアイデアは以下のとおり。

(1) 雇用創出

NO.	アイデア
1	医師や看護師、介護士、作業療法士、運転手などを目指したい生徒の戦略的育成
2	「稼げる地場産業ビジョン」の創造
3	漆伝統産業をベースに、低価格・高品質商品の生産。最先端ハイテク技術と伝統技術の融合による商品開発
4	民間活力とのタイアップによる既存施設の有効活用
5	セミナー開催やコンサルの斡旋等、若年層や女性への起業支援の拡充
6	福島県の原子力発電所への人材派遣
7	大企業の誘致
8	遊休地の活用による農業体験
9	介護職の給料の向上
10	地場産業（漆器、こけし、清酒等）の振興
11	観光、文化、スポーツ等のソフト分野の小規模事業化
12	官民連携による雇用創出検討の場の設置
13	空いた時間でも働ける短期のパートやアルバイト、内職
14	I Tを活用した集団営農
15	高齢者向け買い物や除雪等の生活支援を請け負う会社の設立
16	B級グルメの新開発
17	地元優良企業の育成と成長産業への雇用のシフト
18	民間企業とのタイアップによる商品開発
19	農産物や地熱を活用した産業創出と地場製品の「ゆざわブランド」としての売込み
20	漆の木の植栽、漆器職人・漆掻き職員の育成や漆器工房街の整備
21	情報インフラの整備によるI T企業の誘致
22	小規模ハウス設置への助成
23	営農指導体制の強化
24	アーケードの耐震化や撤去費への助成による商店街の魅力向上

25	ちょっと高級感のある割り箸・箸置きづくり
26	高齢者雇用の推進による「高齢者の生きがいがづくり」
27	新規就農支援による就農希望者の受入れ
28	オリジナル腕時計の製作による「時計の街ゆざわ」の構築
29	生活困窮者向け就業支援
30	継続可能な林業振興を図るため、皆伐後の再生林の促進
31	水稲機械作業の集約による高収益作物の栽培農家、面積の拡大
32	農作業応援のための人材派遣会社の設立
33	業務用野菜の産地確立
34	農業用遊休ビニールハウスの有効活用による複合経営の促進
35	中山間地域や高齢生産者向け、農業における「集荷の小さな拠点」整備
36	隠れた伝統野菜の調査や既存伝統野菜の生産拡大
37	三関の扇状地への「ジオパーク農園」の設置
38	女性向け農業体験の場の設置
39	自然災害等のリスクを分散させる「リスク分散支援湯沢型企業誘致」
40	事業者と起業希望者とのマッチングを図る後継者人材バンクの設置

(2) 移住定住の促進

NO.	アイデア
1	P F I や P P P を駆使した市営集合住宅（賃貸マンションやアパート）の建築による移住受入
2	居住と小口商業スペースを包含した建屋の整備
3	山内家住宅を活用した観光案内や物産の展示販売、絵どうろうの常設
4	大学の誘致
5	地元企業や伝統産業を活用した体験ツアーの実施
6	特産品及び名所、旧跡の再発見による観光振興
7	隣県との連携による観光振興
8	空き家バンクの構築による空き家の有効活用（温泉付き住居の提供等）
9	移住者に対する土地購入や住宅建築への助成
10	短期間の農業体験の受け入れ
11	老人施設への都会からの移住の促進
12	移住者への税制優遇や特産品の贈呈、暖房費、交通費等の助成
13	温泉地を活用した老人の街の整備
14	商業施設や娯楽施設の整備
15	30歳～40歳に対する医療費の助成
16	地域での暮らしや仕事の情報提供を行うコンシェルジュの配置

17	SNSを活用したシティセールス
18	県外出身の市内の高校生に対する生活費の助成による市との「つながり」の構築
19	季節限定（冬期以外）の移住の促進
20	お試し移住の実施
21	秋田の学力を売りにした模擬授業の実施による修学旅行の誘致
22	賃貸物件の充実
23	帰省の際の交通費助成
24	高齢者向け住宅の建築
25	遊休農地や農機具の登録、貸出等による就農者募集
26	酒米、酒樽オーナーの募集
27	国際教養大学との連携による観光、農業振興
28	移住者受け入れ施策より、若者定住施策の強化
29	「世界一の絵どうろう祭り」の開催
30	歴史や伝統的な祭りを通じた地域愛、郷土愛の醸成
31	交通や宿泊、おもてなしの充実による観光振興
32	観光用案内看板の増設
33	外国人観光客向けのパンフレット作成や接客支援
34	郷土料理(豆腐カステラ、漬物など)や山菜などを全国に発送することによるPR
35	地場産業等、子供たち自らが仕事を探して職業体験を行うキッズニア YUZAWA の開設による将来的な定住の推進
36	近隣市町村との各種助成制度の差別化によるベッドタウン化の促進
37	住所地特例を活用し、空室のあるサービス付高齢者住宅への首都圏からの入居者確保
38	雪対策に関するパンフレットの作成
39	移住者向け除雪作業体験や除雪講習会の開催
40	都内でのアンテナショップの設置と商店街交流による販路拡大
41	移住者シェアハウスの設置
42	湯沢に住みます芸人の招聘
43	Uターン希望者に特化した支援の充実「帰って来いよ～」

(3) 結婚・出産・子育て支援

NO.	アイデア
1	結婚祝い金の給付や若年層への家賃支援（特に一人親世帯への支援の充実）
2	同窓会や男女比に差がある職場同士のマッチングによる結婚促進
3	地域社会や学校、恩師が支援・応援し、若年婚姻を推奨
4	サークル活動や婚活パーティー等、若者が交流できる場の提供による「出会いのまち」のPR

5	中年向けの出会いイベントの開催
6	市職員における女性採用比率の向上
7	保育料の無償化や中学生までの医療費無償化の拡充等、各種助成制度の充実
8	二世帯住居への家賃支援
9	男性の育児休暇取得や出産後の女性の職場復帰の促進等に取り組む企業への行政支援
10	育児休暇への補充雇用に対する補助金制度の創設
11	ママさん同士の交流会の開催による育児不安の解消
12	子どもが気軽に遊べる、屋内、屋外施設の整備（遊休施設の活用も含む）
13	ベビーカーを使用しやすい歩道の整備
14	学校や部活、スポ少等への送迎サポート
15	任意予防接種への助成金
16	子育て交流サークルコーディネーターの育成
17	高校授業料への助成や小中学校での給食費の無償化
18	0歳児保育や病児保育の充実
19	出産費用への助成
20	産婦人科、小児科を含む医療体制の充実
21	職場内託児機能の充実のため、企業内に子育てサポーターの配置
22	夜間・早朝保育の充実
23	子の療育休暇制度導入等、企業による子育て支援に関する取り組みの促進
24	ミルク代、おむつ代等に係る費用への助成
25	第1子からの経済的支援策の充実
26	一人親世帯への定住、就労支援
27	不妊治療に対する助成の拡充
28	里帰り出産に対する支援の充実による子育てにやさしい街づくりの推進
29	自営業者向け、出産等に係る休業補償や税制優遇
30	ベビーシッター、家事支援サービスクーポン券の発行
31	医療費助成の対象とならない保護者付添い経費への支援
32	子育て総合支援センターのPR強化による利用促進
33	幼稚園教諭免許及び保育士資格を有した市職員を市内の教育・保育施設に産休・育休代替として派遣することによる教育・保育施設での受入児童の確保
34	看護師又は助産師による訪問型産後ケアの実施
35	学習支援強化による貧困連鎖の防止
36	母子手帳交付窓口時間の延長
37	子どもの成長発達を促す人材づくり（実技講習会、研修会の開催）
38	放課後児童クラブの増設
39	乳児を持つ母親と小中学生との交流による命の大切さや子育てへの関心の涵養
40	保育士、幼稚園教諭を育成するため、短期大学や専門学校の誘致

41	工業団地への託児施設や集いの広場の整備
42	子育て支援サポートセンターでの母子事業開催の充実
43	郷土料理教室の開催等による子育て世代と高齢者との世代間交流
44	産後のリフレッシュ教室（産後母親教室）の実施
45	発達障害児特別支援担当者の育成
46	妊婦同士の交流の場の創設による出産から子育てへの切れ目のない支援
47	市内に在住する子育てに興味・関心のある方を対象に「子育てマイスター」の導入
48	祖父母に対する育児講習会やグループワークの実施
49	子育て応援条例、子育て時間確保条例の制定
50	ベビーシッター、家事支援サービスクーポン券の発行
51	子どもが着られなくなった服等を交換する「おさがり交換会」の開催

(4) 新しいまちづくり

NO.	アイディア
1	クラスター（房）の構築（ポスト・コンパクトシティ）
2	交通の結節点や公有地への複合型居住施設の公設民営での建築
3	空き家・空き地の物納・寄付によるリバースモーゲージの推奨
4	市内の主要地区に機能と居住集約地区を設定（固定資産税の優遇）したコンパクトシティの構築
5	地熱発電を活用した地元の機械メーカーによる新製品開発（高齢者の独り暮らしを補助する小型家庭用ロボットの開発、融雪に使用する蓄電池の開発等）、農産物の生産加工への地熱の活用、医療機関の誘致、地熱発電所見学ツアー等、地熱の有効活用
6	官民協働、老若男女による地域課題解決の場の設置
7	米軍基地または自衛隊基地の誘致
8	国営カジノの受け入れ
9	道路整備や市街地への駐車場整備等、交通利便性の向上
10	アウトレット等商業施設誘致によるにぎわいの創出
11	野球場等、スポーツ施設の充実
12	放射性廃棄物最終処分場の誘致
13	周辺市町村との広域合併
14	若者から高齢者まで、安全・安心に触れ合える空間づくり
15	地域住民が参加しやすい若者が主催するイベントへの助成
16	シルバーエリアの整備
17	湯沢駅前に、にぎわいの拠点となる施設の整備
18	ユニークな文化やスポーツの創造と全国発信
19	まちづくりのためのアドバイザーの招致

20	旧銀山の再採掘による参加型ジオパークの実施
21	中山間地域における商業施設を備えた小さな拠点「よろずや」づくり
22	全市民参加型の「音楽のまち“ゆざわ”」の拡充
23	社会福祉協議会や地域づくり協議会との連携強化による地域力の向上
24	近隣市町村との連携による役割分担とPR強化
25	中核病院の医師確保と検査機器の充実
26	介護士資格取得への支援、介護予防の充実等、介護環境の改善
27	特産品を材料とした料理大会の開催
28	「みんなで支え支えられ いきいきボランティア登録制度」による高齢者支援の充実
29	「まちなか巡回福祉事務所」の実施による高齢者の見守りと各種申請手続き支援
30	学校施設等、避難所防災力の強化
31	基幹相談センターの設置（身体・精神・知的の相談に対応したワンストップ窓口機能）
32	2025年問題を前提とした、都市部からの高齢者の移住促進
33	世代間交流やまちなかにぎわいの創出のため、商店街でのラジオ体操の実施
34	豪雪や自然災害時における要援護者避難支援の強化
35	学費支援等による医師確保対策の強化
36	高齢世帯に対する除雪援助
37	商店街を活用した高齢者や障害者等、幅広い市民が集える場の整備
38	高齢者が自己決定によって随時必要な支援を受けることができる体制の整備
39	地域の介護予防拠点として「老人憩いのカフェ」の設置
40	地域包括ケアシステムの構築と日本版CCRCの導入
41	認知症サポーター養成講座の拡充、認知症相談体制の確立等、認知症にやさしいまちづくりの推進
42	ICTを活用した高齢者の生きがいづくりや買い物等の生活援助
43	全市民がヘルパー資格を取得する「市民総ヘルパー構想」
44	Jリーグ選手等によるスポーツに関する「夢の教室」の開催
45	プロスポーツイベントの開催誘致