

第2期長門市まち・ひと・しごと創生 総合戦略



令和2年3月
長門市

目 次

I 基本的な考え方	
1 総合戦略の主旨	1
2 総合戦略の位置づけ	1
3 総合戦略の期間	2
4 総合戦略の推進体制	2
5 総合戦略の進行管理	2
II 戦略の視点	
視点1 「地域基盤を活かした持続可能な新たな成長の創出」	3
視点2 「人口減少に対する短期・中長期での歯止め」	11
視点3 「人口減少社会に適応した活力ある地域づくり」	16
III 目指すべき方向	21
IV 戦略の目標	22
V 具体的な施策展開	
基本目標1 「しごと」をつくる	27
施策① 「ながと成長戦略推進事業」の検証と継承	
施策② 地域循環型経済の確立	
基本目標2 「うごき」を生む	33
施策③ 自然と歴史・文化による交流人口の拡大	
施策④ ファン獲得による関係人口の創出	
施策⑤ ひとの還流と移住の促進	
基本目標3 「ひと」を育む	39
施策⑥ 結婚・出産を応援する地域づくり	
施策⑦ 自然と触れ合う子育て環境づくり	
施策⑧ 地域に開かれた教育環境の整備	
基本目標4 「まち」をつくる	44
施策⑨ 地域コミュニティの再生	
施策⑩ 「健幸」まちづくりの推進	
施策⑪ 安全・安心・快適な生活空間の創造	
VI 長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略の全体構成	50

I 基本的な考え方

1 総合戦略の主旨

地方における急激な人口減少が問題となっている昨今、我が国全体の人口についても平成 20 年（2008 年）をピークとして減少に転じており、人口減少時代がまさに現実のものとなっています。また、生産年齢人口や年少人口の減少による経済活動の縮小、合計特殊出生率の低下による出生数の減少、さらには老年人口の増加による社会保障費の負担増など、人口構造の変化についても、我が国における重要な政策課題となっています。

このため、政府は、平成 26 年 11 月に成立した「まち・ひと・しごと創生法」に基づき、我が国の人口の現状と今後目指すべき将来の方向を示した「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」と「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を同年 12 月に策定し、第 1 期の地方創生の取組として人口減少や東京一極集中など、我が国が抱える構造的課題の解決に向けた取組を本格的に進めてきました。

本市の人口は、国や県に先駆けて昭和 30 年（1955 年）をピークに減少を続けており、平成 30 年 3 月に国立社会保障・人口問題研究所が発表した地域別将来推計人口では、2040 年（令和 22 年）の人口が、2015 年（平成 27 年）と比較して 4 割以上減少の 20,554 人と推計しており、同研究所が平成 25 年 3 月に発表した推計数値より減少率が約 7 ポイント下方修正されるなど、更に深刻な状況となっており、本市にとって人口減少への対応は待ったなしの最重要課題となっています。

まち・ひと・しごと創生については、国と地方が一体となり、中長期的な視点に立って取り組む必要があります。

本市においても、まち・ひと・しごと創生法の趣旨に基づき、本市の特性を活かした地域創生を積極的かつ集中的に推進するため、国、県が策定した総合戦略を勘案し、長門市から国を再生するとの考えのもと、第 1 期の総合戦略の検証を踏まえるとともに、新たな課題や視点を取り入れ「第 2 期長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「総合戦略」という。）を策定します。

2 総合戦略の位置づけ

この総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法第 10 条に基づく、長門市の「まち・ひと・しごと」の創生に関する基本的な計画として位置づけます。

3 総合戦略の期間

第2期総合戦略の計画期間は、第1期の総合戦略の計画期間と切れ目が生じないよう、令和2年度（2020年度）から令和6年度（2024年度）までの5年間とします。

4 総合戦略の推進体制

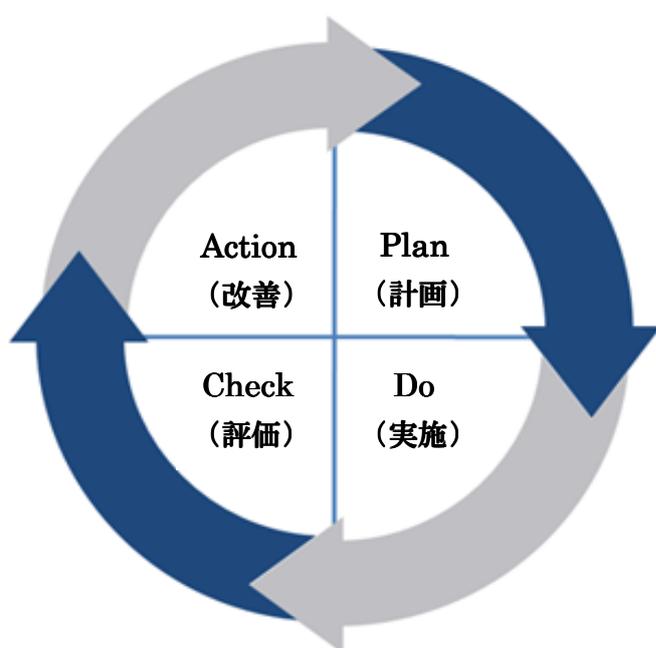
総合戦略の着実な推進を図るため、第1期の総合戦略に引き続き市長を本部長とする「長門市まち・ひと・しごと創生推進本部」において、総合的な進行管理を行います。

また、産・官・学・金・労・言等で構成する「長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会」において、外部の知見を活用した成果検証を毎年度行い、後年度の施策展開についての意見聴取を行います。

※「産官学金労言等」：産業界、行政機関、教育機関、金融機関、労働団体、メディア、市民

5 総合戦略の進行管理

総合戦略の進行管理においては、重要業績評価指標（KPI）の達成状況や施策の進捗状況等を把握し、成果重視の観点から検証を行いながら、必要に応じて施策や事業の改善を図る仕組み（PDCA サイクル）を導入して実施します。



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。

PDCAサイクル

Plan-Do-Check-Actionの略称。
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のこと。
Plan-Do として効果的な総合戦略の策
定・実施、Check として総合戦略の成果
の客観的な検証、Action として検証結果
を踏まえた施策の見直しや総合戦略の
改訂を行う。

Ⅱ 戦略の視点

長門市人口ビジョン～改訂版～によると、本市の人口構成は、このまま何も対策を講じなければ、5年以内（2025年まで）に老年人口が生産年齢人口を上回るとともに、総人口も約17%減少し3万人を下回ると推計しています。

「人口減少」、「少子高齢化」の問題については、従来から最重要課題と位置づけ様々な施策を展開してきましたが、人口減少への対応策は早期に成果を生むことが困難なことから、今後更に踏み込んだ取組により将来の長門市を切り開いていくことが必要です。

一方で、第1期の総合戦略の各種取組によっても、なお全体的な人口減少の傾向に変わりがないものの、社会減にやや緩やかな傾向が現れ始めています。

このことから、第2期総合戦略の策定にあたっては、長門市人口ビジョンと第1期の総合戦略の検証を踏まえるとともに、新たな視点を考慮しながら、次の3つの視点により本市の置かれた現状を再認識するとともに、課題を再整理します。

視点 1 地域基盤を活かした持続可能な新たな成長の創出

1 地域の活動基盤の確立

(1) 人口動態を踏まえた現状認識

まちの活力を生み出す上で、最も重要となるのは「産業」です。競争力のある産業を構築し、市民が事業活動や労働活動で稼げる環境を整えることにより、地域における消費活動が生まれ、将来にわたり持続可能で魅力ある地域社会が創られます。

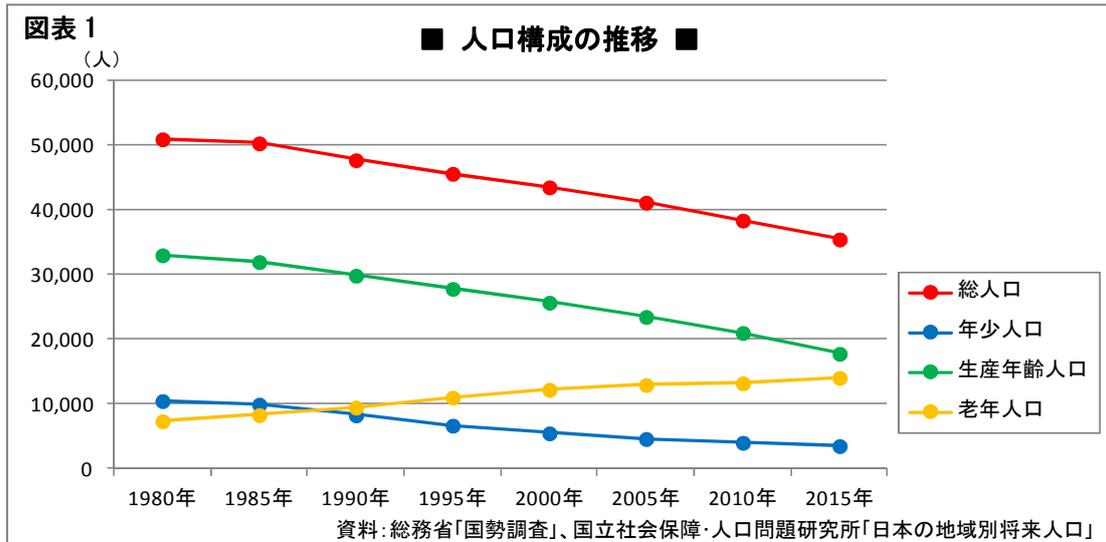
この「産業」の視点からみた本市の人口構造は、大きな転換期を迎えており、地域産業を支える生産年齢人口は引き続き減少し、産業別就業者数の推移では、地域の基幹的産業である第1次・第2次産業において就業者数が大きく減少している状況です。（図表1, 2）

一方で、就業者の約60%を占める第3次産業については、比較的就業者数の減少が小さいという特徴がありますが、小売業や医療・福祉などにおける主要な顧客を、生活圏を行動範囲とする「地域の高齢者」としており、その規模が減少しなかったことが一つの要因として考えられます。（図表3, 4）

しかしながら、本市においては今後、人口に占める高齢化率が約45%程度で高止まりするものの、総人口の減少による人口規模の縮小により「高齢者も含

めた人口減少社会」を迎えることから、地域の高齢者を主要顧客とする産業への影響は避けられず、本市の経済全体に大きな影響をもたらすと想定されます。

今後の人口動態に伴い、これまで縮小傾向がみられなかった業種についても産業規模が縮小する恐れがあります。まちの魅力や賑わいの源泉となる、これまで進めてきた「ながとブランドの育成」や「新たな産業構造の構築」を引き続き強化するとともに、「新たな成長の創出」につなげていくことが急務の課題と認識する必要があります。

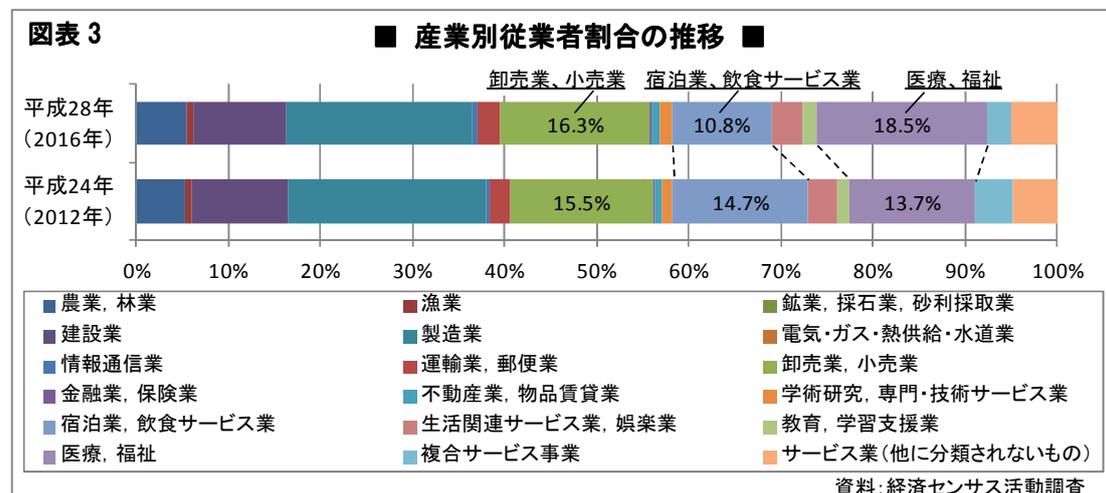


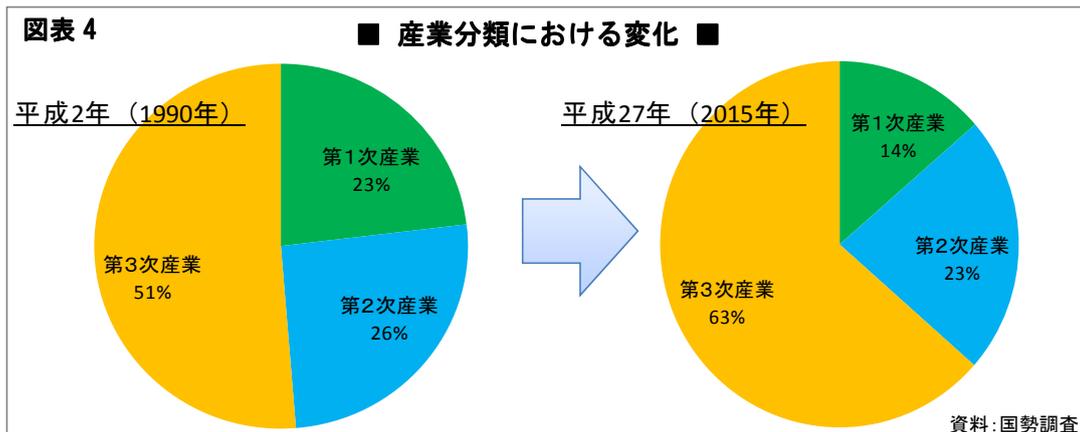
図表 2 ■ 産業別就業者数の推移 ■

年	第1次産業 就業者数	第2次産業 就業者数	第3次産業 就業者数	計
平成 2 年(1990 年)	5,839	6,476	12,958	25,285
平成 7 年(1995 年)	5,038	6,556	13,075	24,673
平成 12 年(2000 年)	4,127	6,040	12,781	22,948
平成 17 年(2005 年)	3,591	5,242	12,478	21,353
平成 22 年(2010 年)	2,741	4,280	11,337	18,430
平成 27 年(2015 年)	2,348	3,940	10,944	17,302

※ 分類不能人数は、各就業者数には含まず、計には含む

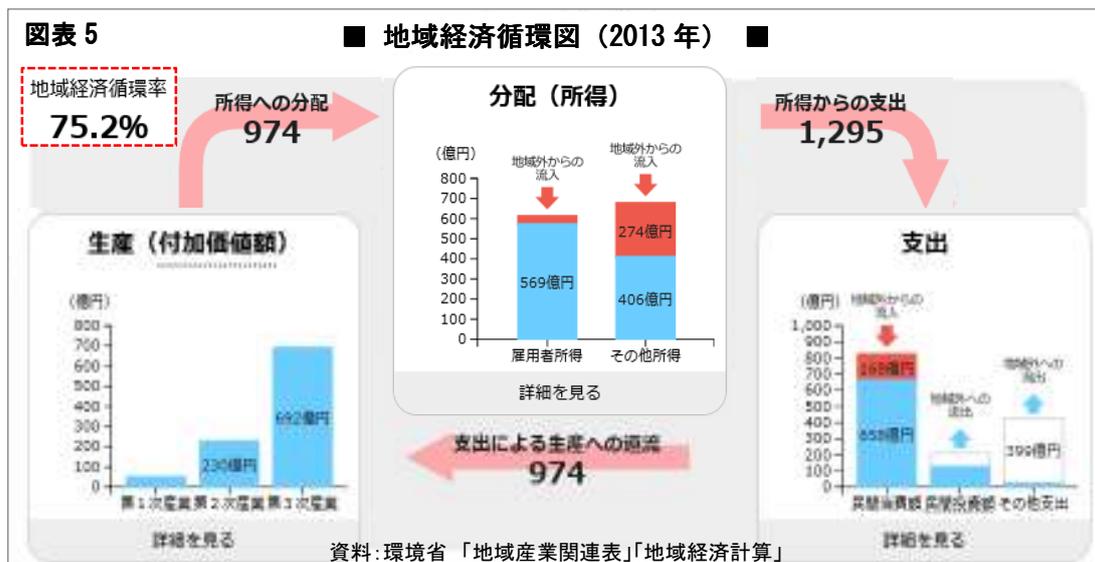
資料: 国勢調査





(2) 方向性

人口減少下においても地域経済を活性化するためには、「地域に流入する資源（ヒト・モノ・カネ）の拡大」と「地域から外へ流出する資源の縮小（域内化）」が必要です。本市における地域経済循環率は 75.2%となっており、市内のみで経済を閉じることは現実的ではなく、地域外への一定の所得の流出は避けられません。そのような実情を踏まえ、地域経済の活性化に向け、外貨を獲得できる中核産業が成長し、域内経済循環が拡大することが重要です。(図表 5)

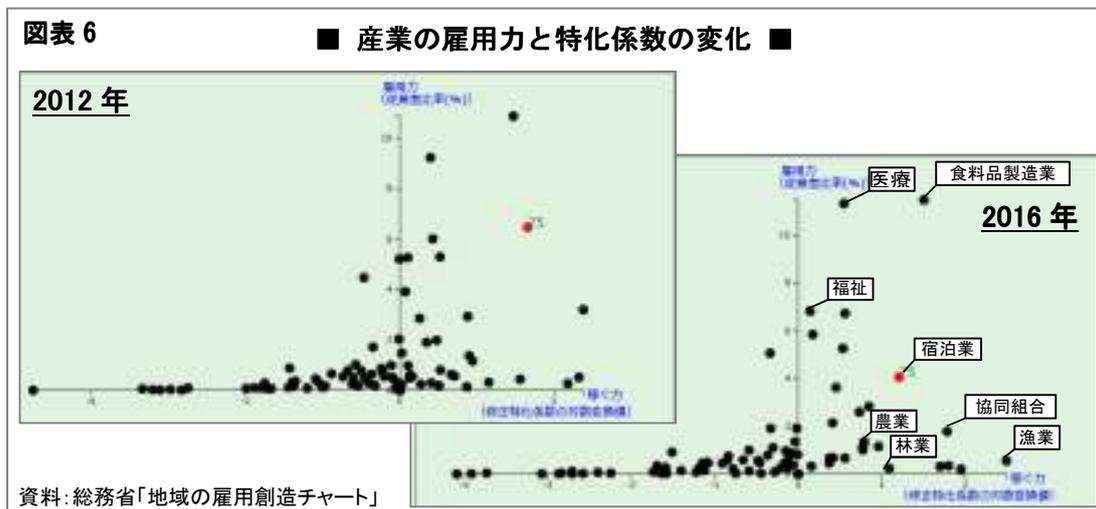


本市の産業構造を別の視点でみると、雇用吸収力（就業者割合）と特化係数（産業の有する比較優位の程度をその産業への特化の程度で測る指標）が高い「食料品製造業」や「宿泊業」、特化係数は低いが雇用吸収力の高い「医療・福祉分野」や「農業」、雇用吸収力は低いが特化係数の高い「養鶏業」や「漁業」などに大きく分類されます。

中でも、特化係数の高い「食料品製造業」や「宿泊業」は、外貨獲得力と雇用吸収力を併せ持った本市の強みであり、地域経済を牽引する中核的産業であると分析できます。これらの中核産業の外貨獲得力を向上させ、本市経済に成長力を生む基盤とするためには、そのサプライチェーンに位置し基盤的な役割

である第1次産業との結びつきを強化し、第1次産業の雇用吸収力を引き上げることも必要と考えられます。

また、本市において雇用吸収力は低いが高特化係数の高い養鶏業や漁業、林業は、先進技術等と結び付けることにより、新たに地域経済を牽引する産業となり得る可能性があるとも考えられます。（図表6）



一方で、本市における生産年齢人口の減少への対応については、市内高校生の就職マッチングへの支援や、更なるUJIターンの促進に加えて、外国人居住者や高齢者の持つ技術等の活用を検討するなど、本市の産業を支える労働力となる雇用の確保に努めて行く必要があります。

(3) 課題と対応

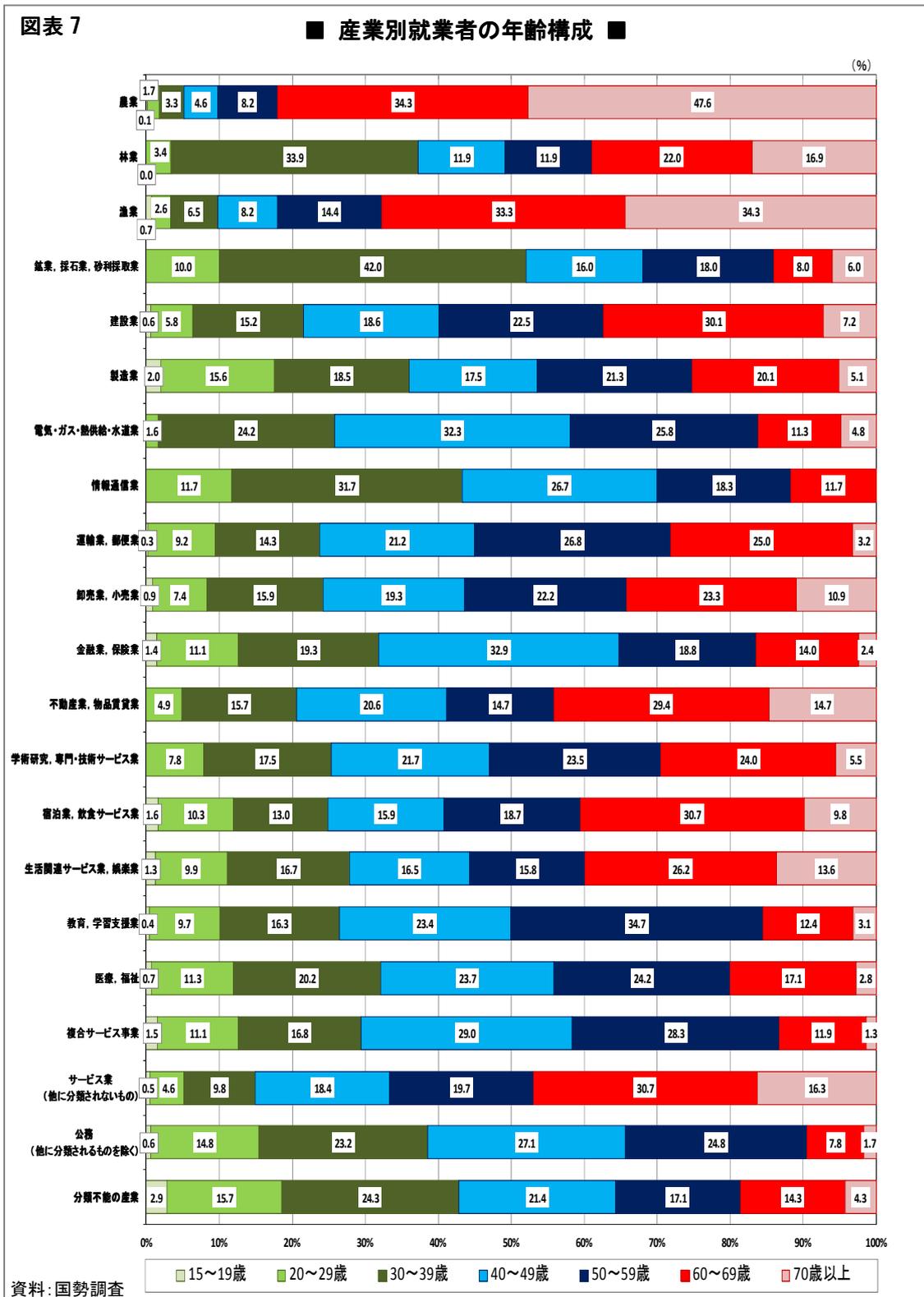
本市では、平成25年9月に「ながと成長戦略指針」の具体的な取組を示した「ながと成長戦略行動計画」に基づき、低迷する基盤産業である第1次産業の底上げと、それに伴う第2次・第3次産業への波及、さらには本市全体の所得向上と雇用創出を目指し、「ながとブランド」の開発と大都市圏への販路開拓を「ながと物産合同会社」が中心となり、積極的に事業を展開してきました。

しかしながら、本市の中核産業を支える基盤産業である第1次産業は、60歳以上の就業割合が約76%と高齢化が著しく、将来の担い手不足が予想されます。そのため、生産性の低下や事業承継などが課題として挙げられます。（図表7）

このことから、これまで育成してきた「ながとブランド」など需要のある農水産物を供給できるよう、一市一農場構想で集積した農地の生産性向上に向けた取組や、漁業における藻場再生などの生産基盤維持の取組に加え、新規就業者や法人の担い手の確保・育成による労働力確保への取組等を強化し、第1次産業就業者の所得向上を図り、基盤産業として成長していく必要があります。

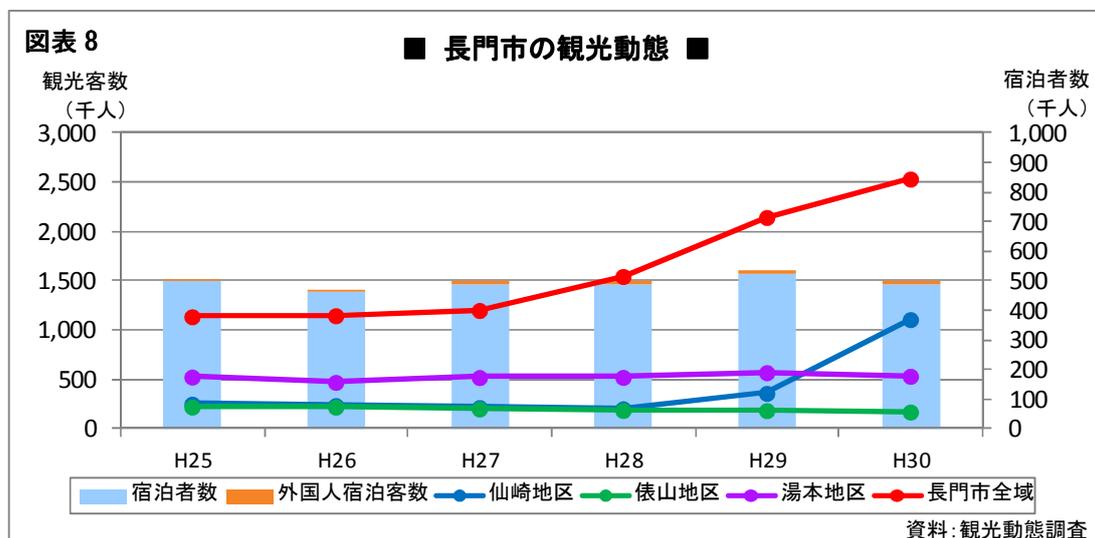
また、小規模な個人事業者が独自で製品のブランド化や販売戦略、新商品開発を行うことは非常に困難なことから、同業種のみならず異業種を含めた企業

間の連携を深め、地域の事業者が一体となり、それぞれの強みを活かした継続的な消費者ニーズに基づいた生産基盤の改善や新商品の開発などに取り組み、外貨獲得と地域内循環の基盤を確立する必要があります。



また、地域経済を牽引する中核産業である「観光業」では、ここ数年で観光客が倍増しており、外貨を稼ぐ産業として大きな可能性を秘めています。本市

の固有資産としての「食」や「観光」を通じた外貨獲得を加速させていくためには、「ながと物産合同会社」による大都市圏販売の拡大や、「長門市観光コンベンション協会」や「道の駅センザキッチン」を拠点とした情報発信に加え、リニューアルを迎える「長門湯本温泉」における地域経済の活性化に向けた、地域価値の創造を進める必要があります。(図表 8)

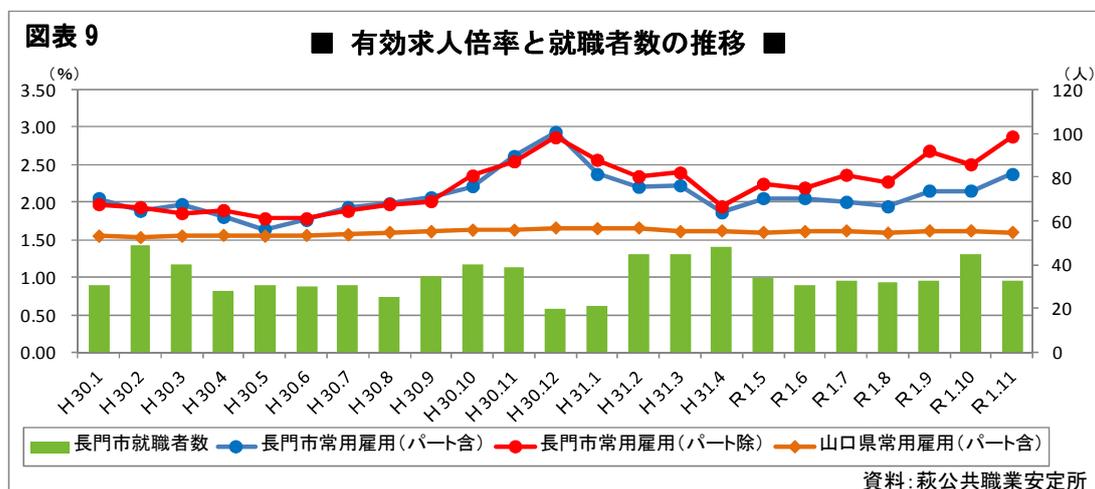


2 産業を担う「人財」の確保と育成

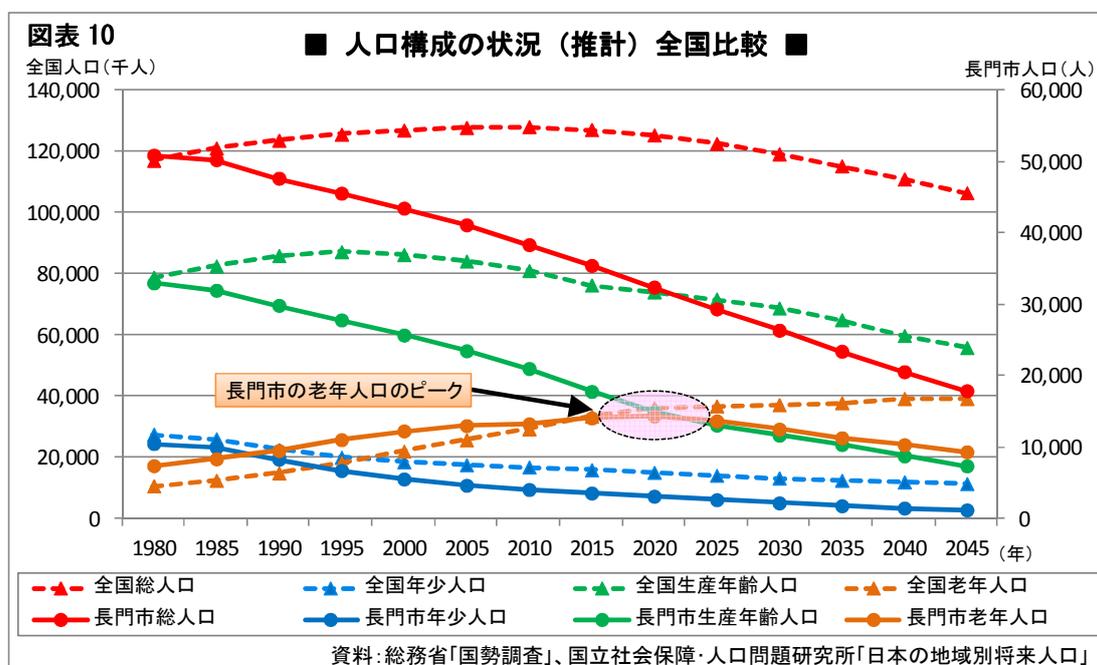
(1) 人口動態を踏まえた現状認識

本市の総人口は、依然として減少傾向が続いていくと想定されており、何も対策を講じなければ、今後 20 年間で地域の産業を支える生産年齢人口は 30% 以上減少することが見込まれています。

また、本市の有効求人倍率は、平成 26 年 10 月以降 1.0 を超える高い水準で推移しており、令和元年 11 月には 2.87 の高倍率となるなど、市内の企業には、求人募集をしても応募が無いという求人と求職のアンバランスが生じており、第 1 次産業に限らず各産業の従事者不足が顕在化している状況です。(図表 9)



また、本市の老年人口は、全国に先駆け5年以内にピークを迎え減少に転じる見込みとなっており、本市では早い段階で医療や介護に関する事業規模の縮小が予想されます。「医療・福祉分野」は、雇用吸収力が高く、就業者の年齢構成が若い重要な産業分野であるため、本市からの人口流出先である都市部に向けての流出に拍車がかかり、就業者不足の加速が懸念されます。(図表 10)



一方で、市内の高校生のアンケートでは、「市内企業を知らない」、「市内で働きたい職がない」などの回答が多く、生徒や保護者における市内企業の業務や魅力などについての認知度が低く、「長門市で働くこと」への興味や理解が進んでいない状況です。

(2) 方向性

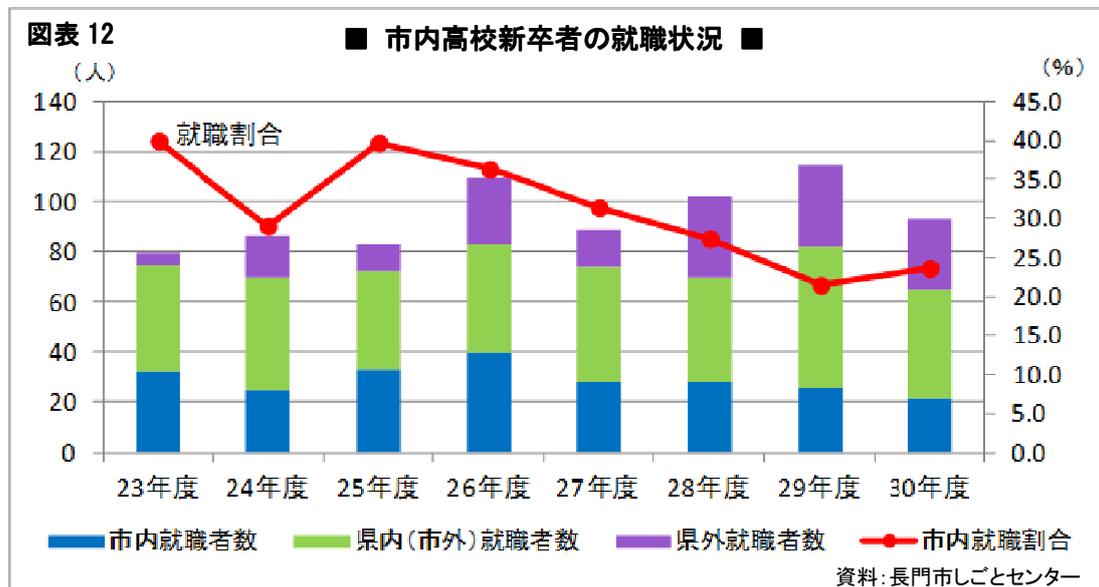
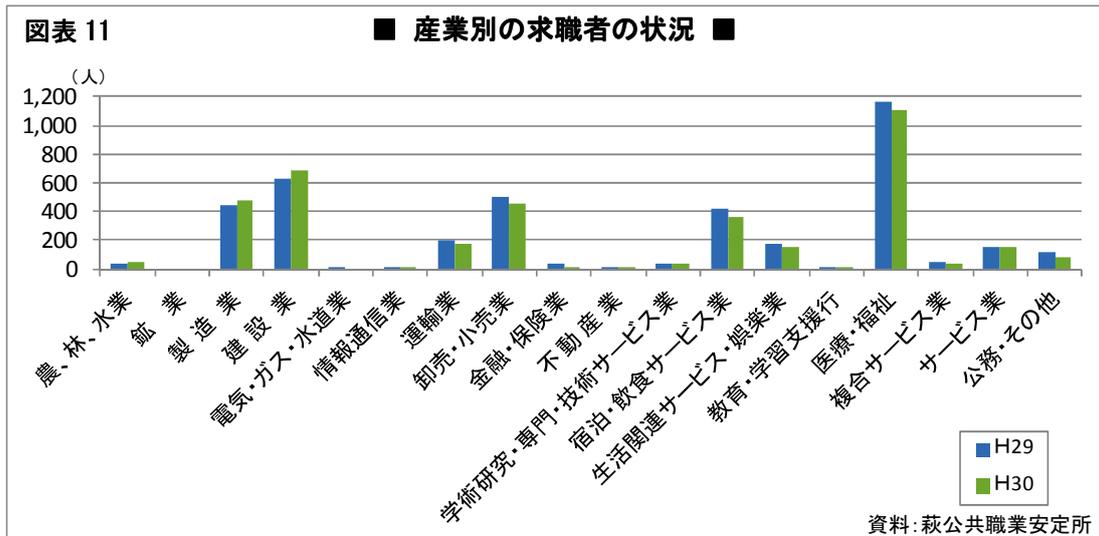
地域の産業を支える就業者や従業者の確保は、単に人数の問題だけではありません。将来を担う中核となる就業者や従業者が、自らの仕事に誇りとやりがいを持ち、豊富な経験を蓄積することを通じ、「人財」として成長を遂げることが重要です。

一方、地域の中小企業においては、事業範囲や部署配置等の関係から、様々な経験を有するヒトやネットワークによる最新情報を得ることや、新たな技術の導入が大企業に比べ限られることは避けられません。

また、今後は担い手となる生産年齢人口も、全国的な人口減少と同様に縮小に向かいます。本市においても、限られた生産年齢人口の中で地域の産業の魅力向上させ、成長を実現するためには、小さなまちだからこそできる、新たな成長を創造する「人財」を育て活かしていく取組が、今後ますます重要となります。

(3) 課題と対応

本市の求職状況は、一部の産業種別に集中している傾向にあり「製造業の専門職に求人が多い一方、求職者は事務職希望に集中している」、「観光産業では休日勤務も求められるが、環境が許さず働きたくても働けない」、「正社員の求人は希望ほど存在しない」など、求人ニーズと求職ニーズとの相違が発生しており、市内高校における就職希望の地元就職率も低い水準に留まっています。（図表 11, 12）

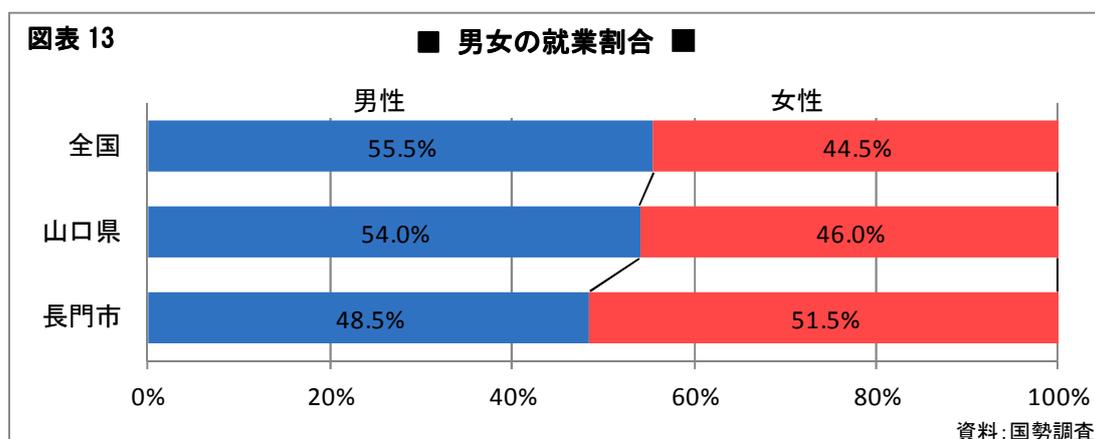


見かけ上では、有効求人倍率が高く、仕事がたくさんあると感じられていますが、市内の就職者数が有効求人倍率の推移に比例していないことから、就職のマッチングに課題が生じている状況です。（図表 9）

また、就職後にも、中小企業では同年代社員の少ないことに加え、相談体制が確立してない場合も多いことから、市内企業の中には、社員の定着面について問題視している声があります。

こうした相違や課題を埋めるため「長門市しごとセンター」が中心となって、市内の産業界だけでなく労働界や教育界など多方面と連携した取組を始めており、地場産業への就業者の確保に加え、やりがいを持って働く「人財」を育て活かしていくことが、地場産業の成長には不可欠です。

一方で、女性の就業者率が高い本市においては、女性は重要な産業の担い手となります。女性が継続して働ける社会であるために、保育環境の充実に加え、市内企業に対し子育てに関する休暇制度等の拡充を推進するための働きかけや支援を関係機関が連携して行うなど、子育て世代のニーズを正確に把握して必要な施策を行うことも重要です。(図表 13)



さらに、生涯「健幸」で元気に暮らせるまちを目指している本市において、総人口の約 40%を占める高齢者についても、健康寿命の延伸の取組を行うとともに、元気な高齢者の持つ知識や技術等を活かし、様々な世代が多分野で活躍できる機会や環境を創出することについて、検討していくことが必要です。

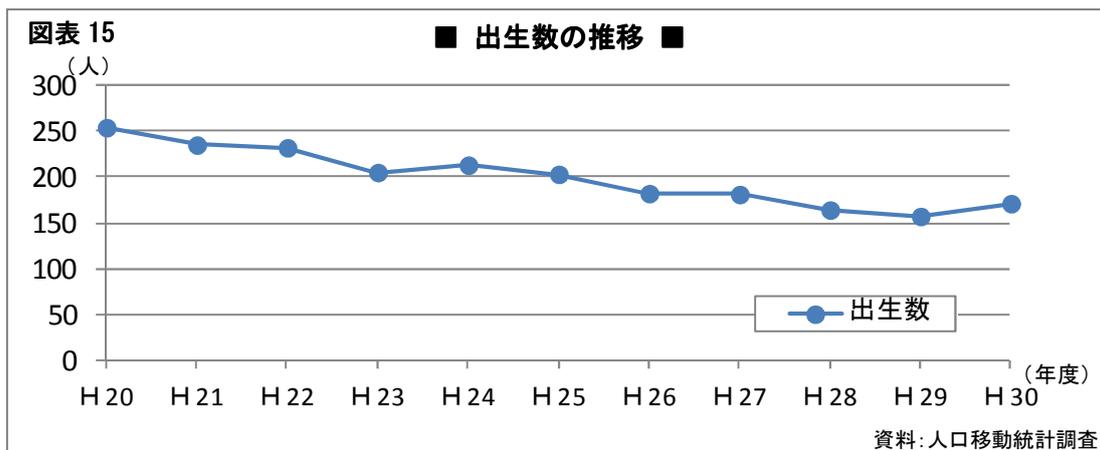
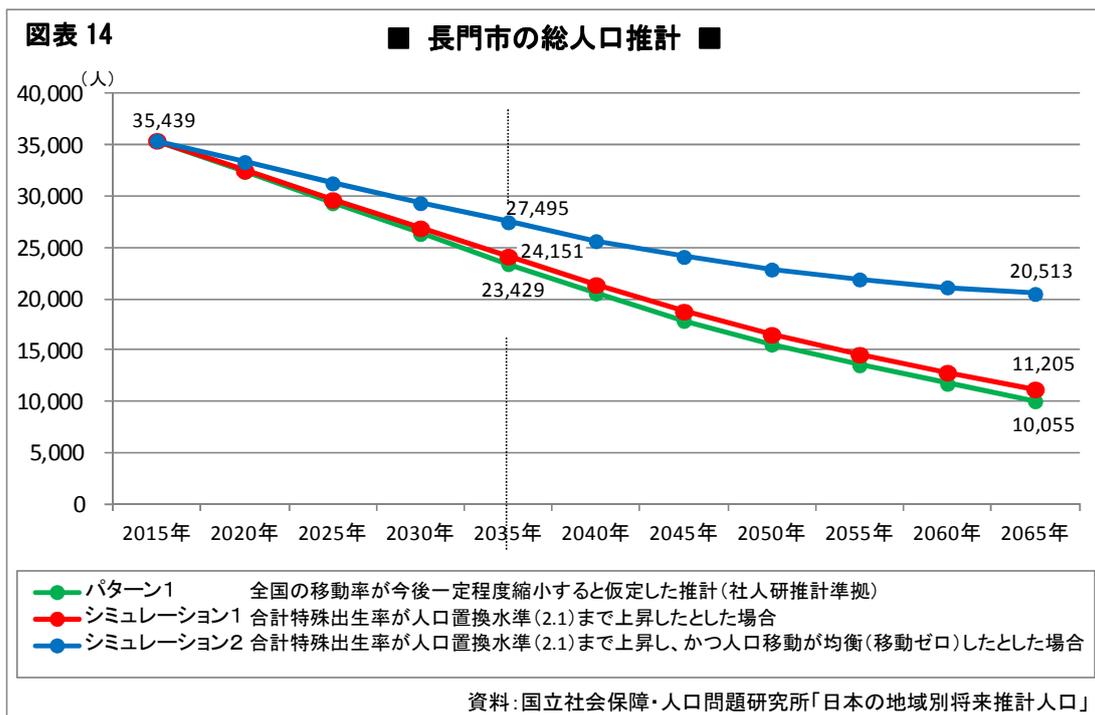
視点 2

人口減少に対する短期・中長期での歯止め

(1) 人口動態を踏まえた現状認識

本市の総人口は、10年前に比べ約 15%減少しており、このまま何も対策を講じなければ、今後 20 年間で更に 30%以上減少し、中でも社会経済の中心となる生産年齢人口は約 40%も減少する可能性があります。(図表 10, 14)

また、出生数は引き続き減少傾向にあり、5年以内には老年人口も減少に転じるなど、加速度的な人口減少社会の到来が想定されます。(図表 10, 15)



人口の急激な減少と流出が、労働力の不足のみならず、消費市場と経済規模の縮小を引き起こし、それらが社会生活でのサービス低下を招き、更なる人口流出を引き起こすという「縮小スパイラル」に陥る危険性があります。

こうした状況を避け、輝き続ける長門市を実現するため、人口減少問題への直接的な対応は「待ったなし」の課題と、再度認識する必要があります。

本市において、人口減少は新たに生じた課題ではありません。また、人口減少に歯止めをかけるためには、長い期間の継続的な取組を要することも併せて認識する必要があります。

全国的な人口減少の状況下で、本市だけが人口増に転じることは極めて可能性が低いものの、人口減少社会を生き抜くためには、本市の資源を活用した独自の魅力的なまちづくりにより、少しでも早く出生率や若者の定着率が向上されれば、将来人口に与える影響が大きくなることは人口推計上も明らかです。

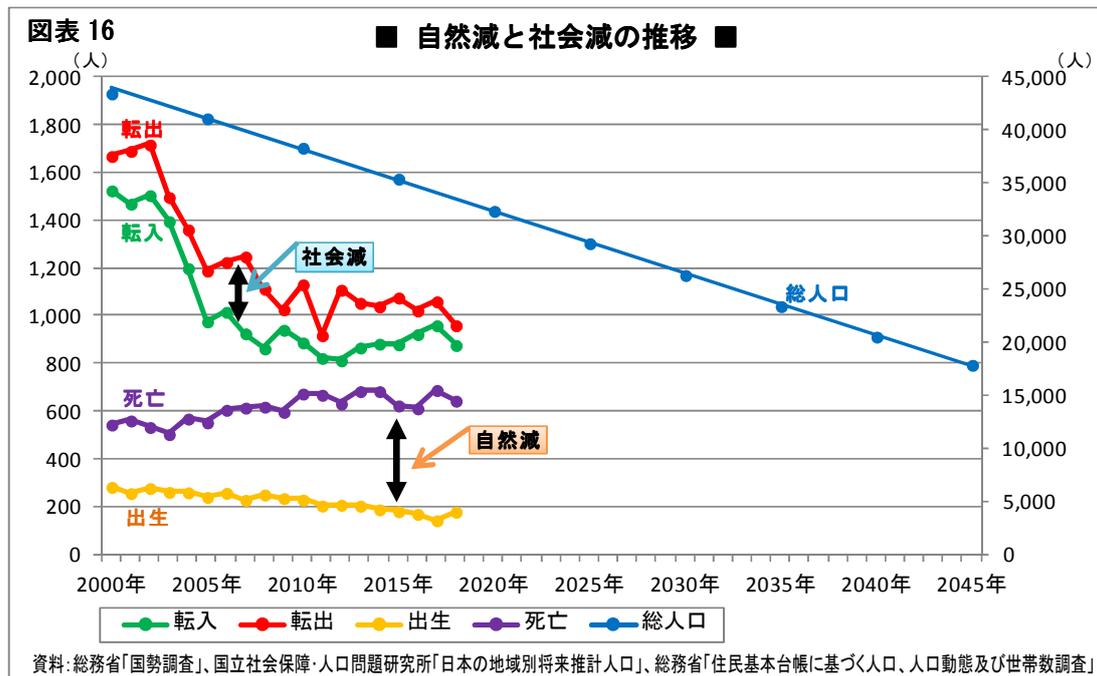
(2) 方向性

人口減少の問題は、自然減と社会減に分けて検討する必要がありますが、いずれにおいても、市民の希望を最大限に実現する中で、地域社会としても目指すべき方向に進まなければなりません。

自然減への対応は、若い世代への経済対策や結婚・出産の後押し・子育て支援など複合的な取組を行うことが重要です。市民が理想とする子ども数をより早く実現することを目指し、子育て世代に対して魅力と安心感のある、中長期的に持続可能なまちづくりへの取組が必要です。

また、高齢化率の高い本市において、生涯「健幸」で元気に暮らせるまちづくりを進めることで、市民の健康寿命の延伸を図るとともに、地域の将来を担う若者を呼び込んでいくことも必要です。

その一方で、自然減への対策だけでは人口減少への対応ができないのも現実です。1世帯当たりの出生率が改善に向かったとしても、出生を担う親となる世代の人口が減り続ける限り持続可能な社会は実現しません。第1期の総合戦略に基づく「ながと創生」の取組により、社会減は鈍化する兆候が現れつつあることから、本市にある資源を十分に活用し、更に積極的に子育て世代に選ばれるまちを目指すことにより、社会減に歯止めをかけることが重要です。(図表 16)



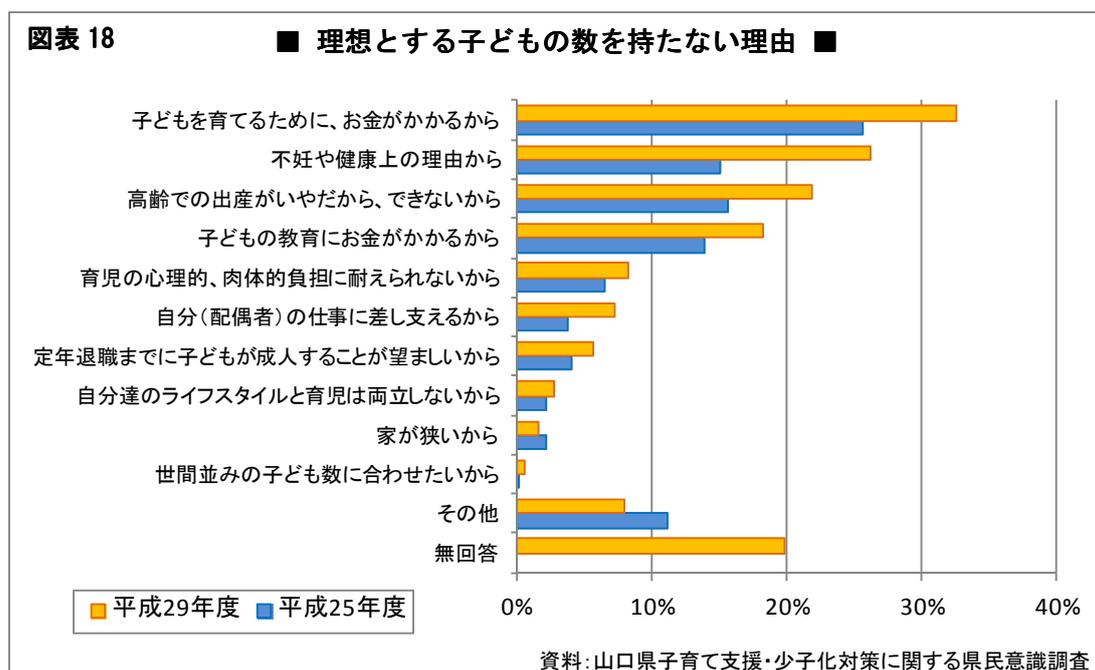
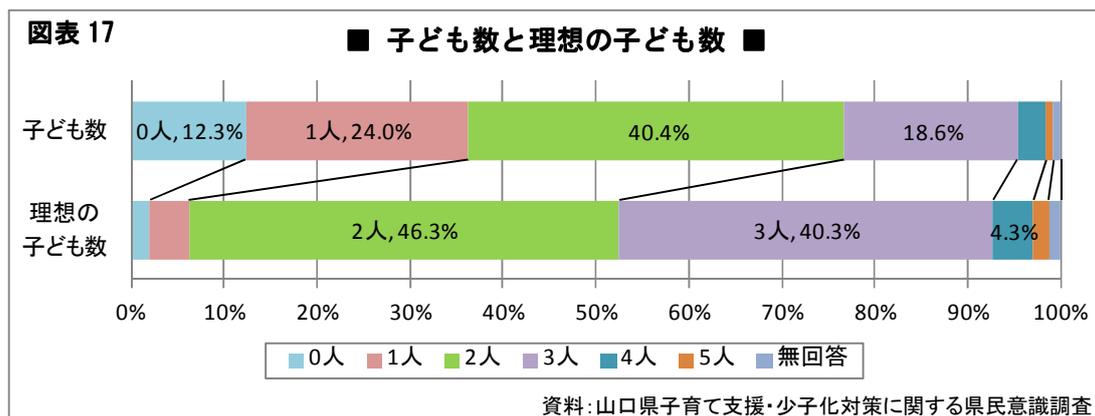
(3) 課題と対応

① 自然減

自然減は、出生数の減少と死亡数の増加がその要因です。本市の出生数は、死亡数の約3割程度に留まっており、10年前と比較すると約3割減少しているため、出生数の増加に向けた有効な対策を講じる必要があります。

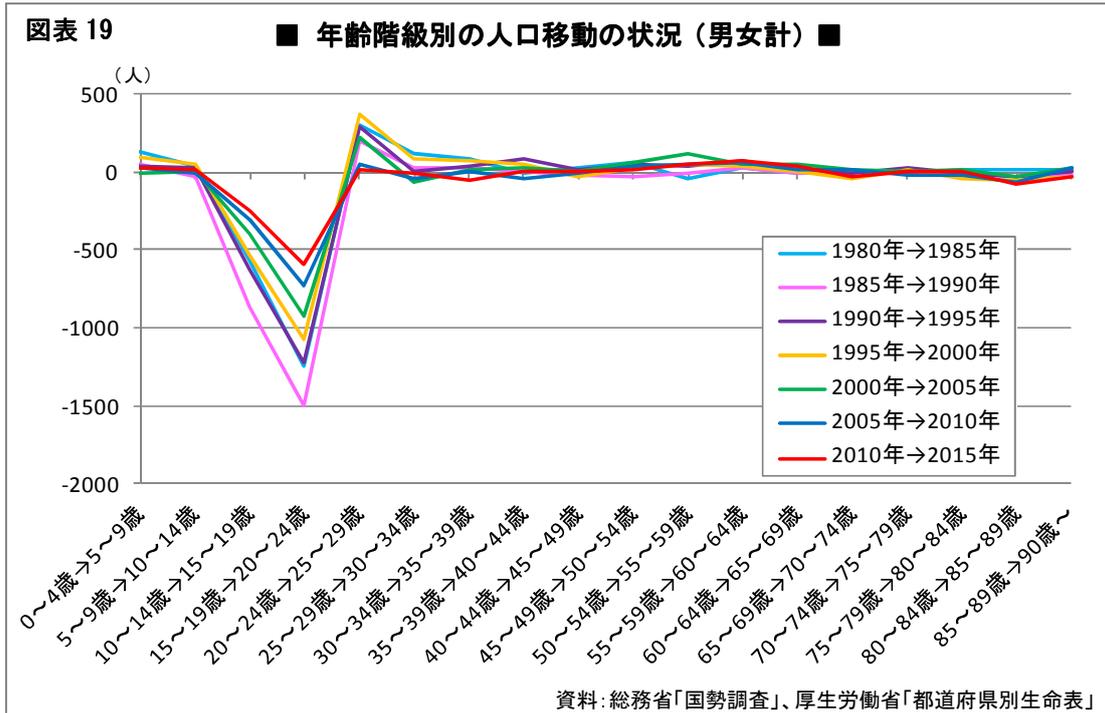
本市の合計特殊出生率（21018年）は1.47人で、国の1.42人よりは高いものの、県の1.54人に比べて低い現状にあり、人口が増加傾向となる2.07人には遠く及ばない数値となっています。

また、子育て世代に対する意識調査結果によると、理想の子ども数は「2人」または「3人」との回答が8割を超えていますが、実際の子ども数とは大きな開きがあり、様々な理由により、理想の子ども数を実現できていません。（図表17, 18）



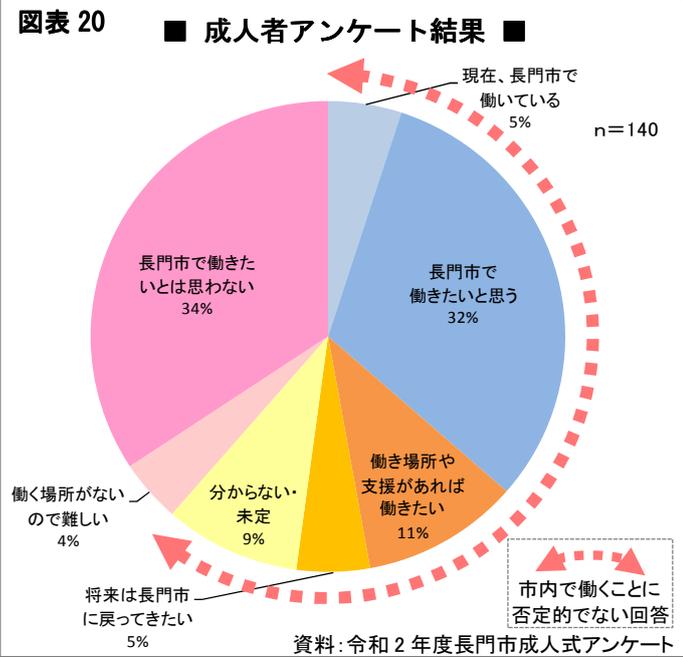
② 社会減

社会減については、年齢階級別の人口移動の状況を見ると、市内に大学や専門学校がないことから、高校卒業後の進学による市外への流出と高校新卒者の地元就職率が3割以下となっていることが大きく影響しており、さらには、市外の進学先を卒業した多くの学生が地元でUターン就職しないことにより、社会減が固定化しています。（図表19）

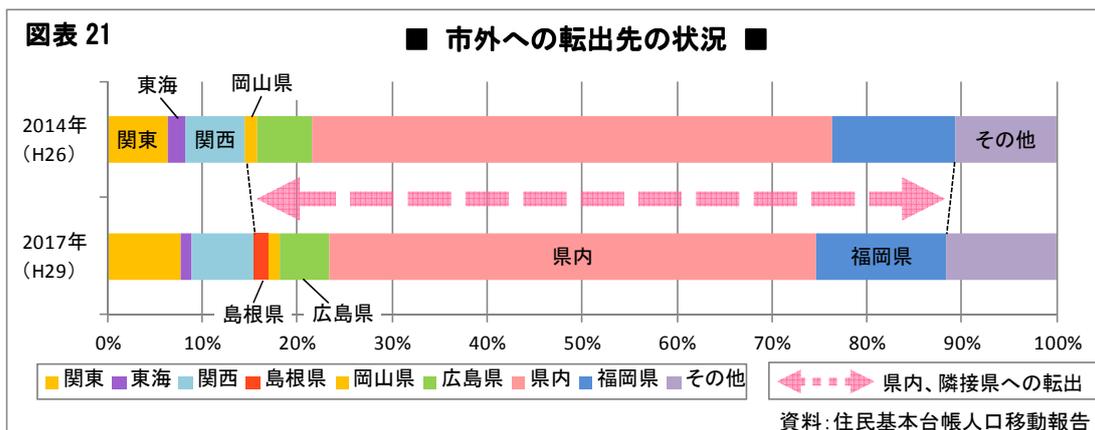


若者の都会志向が強ければ状況の改善は難しくなりますが、成人式でのアンケートによる意向調査では、「長門で働きたくない」「難しい」との回答は4割程度に留まっており、「既に働いている」と「働きたい」「将来戻りたい」や、現時点では「分からない・未定」など、本市で働くことに否定的ではない回答が約6割を占めており、産業界など多方面との連携した積極的な取組が、今後必要と考えられます。(図表 20)

一方で、市外への転出先は、県内及び隣接県が約7割と多数を占めている状況であることから、市内に受け皿をつくり、若者に向け積極的に情報を提供することにより、地元で働きたいとの希望を実現できる機会を提供するだけでも状況は改善していくと考えられます。(図表 21)



本市では従来から社会減が固定化しており、「市内に若者が過ごすだけの仕事や魅力がない」という地域の大人の思いこみが強いと考えられるため、もう一度、本市の仕事や資源に目を向けて、その魅力を市内外に向け発信していくことが重要です。



例えば、地域が残してきた手つかずの美しい自然景観や、歴史と自然に育まれた文化などの資源を、道の駅や温泉街をはじめとした観光施設を拠点として情報発信し、観光・スポーツ・体験など、各種メニューの提供により交流人口の拡大につなげ、更に関係人口へと発展させていくか。また、自然環境を活用した体験学習などの地域独自の保育・教育プログラムに、新たにプログラミング教育や外国語教育などの先進的な教育プログラムを導入し、加えて水産・農業学科を持つ高等学校など他にない魅力を持った教育環境が存在する中、これらをどう活用し産業の担い手へとつなげていくか。さらに、市内企業と若い世代とのマッチングに取り組み、産業の強化や地域での就職につなげていくことができるか。そして、安心して「結婚、妊娠・出産、子育て」に向かうことのできる切れ目ない支援をより効果的な事業として確立するか、など。

これらの総合的な取組により、地域で生涯暮らしていくことに魅力を感じてもらえるよう子育て世代を中心として積極的で、継続的なPRをしていくことが重要となります。

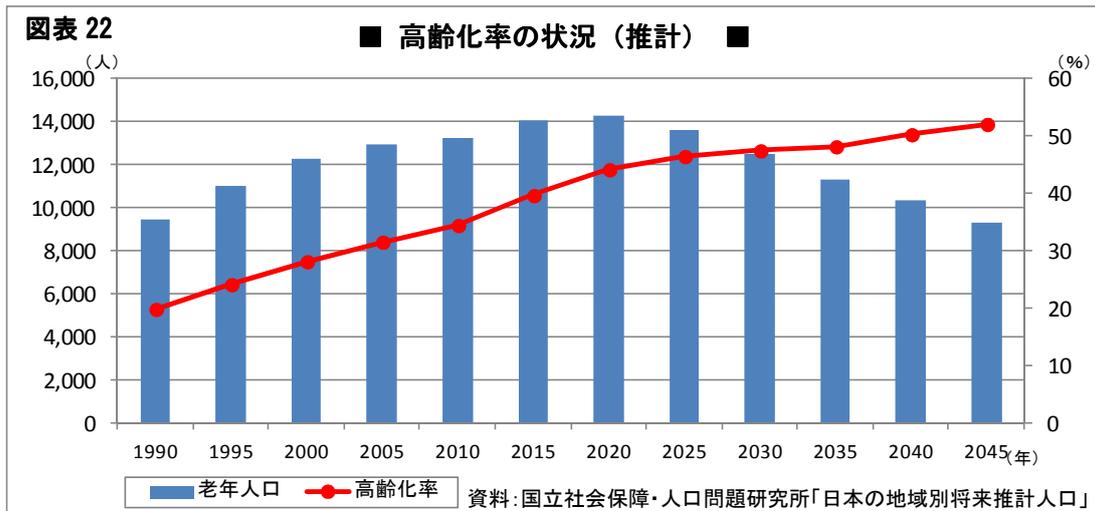
視点 3

人口減少社会に適応した持続可能な地域づくり

(1) 人口動態を踏まえた現状認識

「視点1」、「視点2」に掲げたように、産業政策や人口減少対策を進め持続可能なまちづくりを目指す必要がありますが、一方で、こうした対策が結実してもなお、本市における人口減少の傾向は当面続くことは避けられません。

本市の人口構成については、高齢化率が約42%（令和元年12月）となっており、5年以内には45%程度に達し、その後、老年人口は生産年齢人口の割合を上回る程度まで上昇すると想定しています。（図表22）

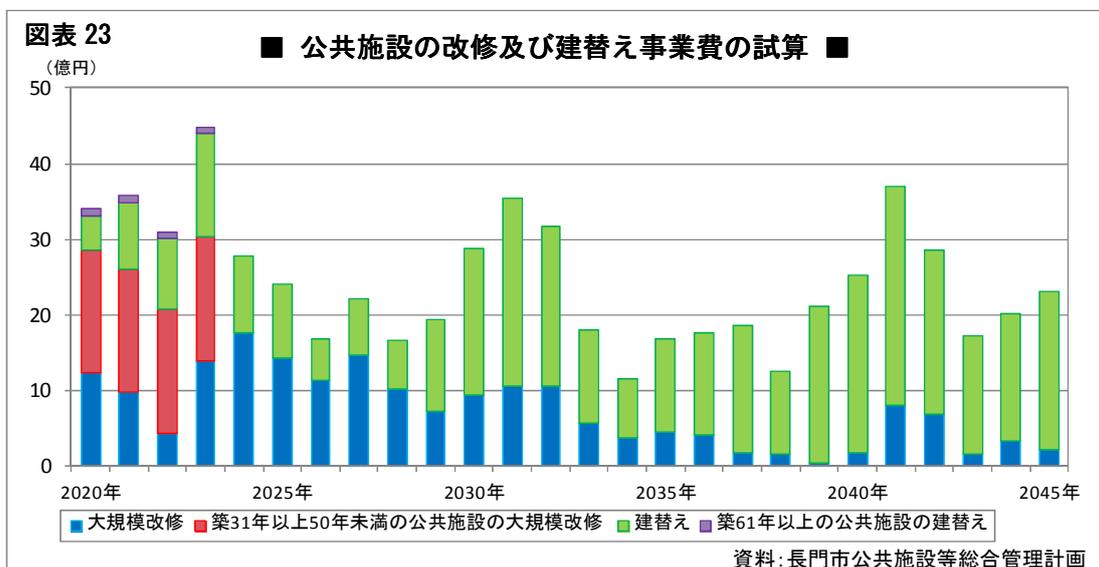


国・県の平均を上回る人口減少と高齢化が進む本市には、通地区や渋木・真木地区、俵山地区、油谷地区では、高齢化率が50%を超えるなど、地区ごとでは「超少子高齢型」の社会構造が既に存在しており、従来の自治会を中心とする集落機能が弱体化するなど、地域における生活基盤を支える社会構造を維持することが大きな課題となっています。

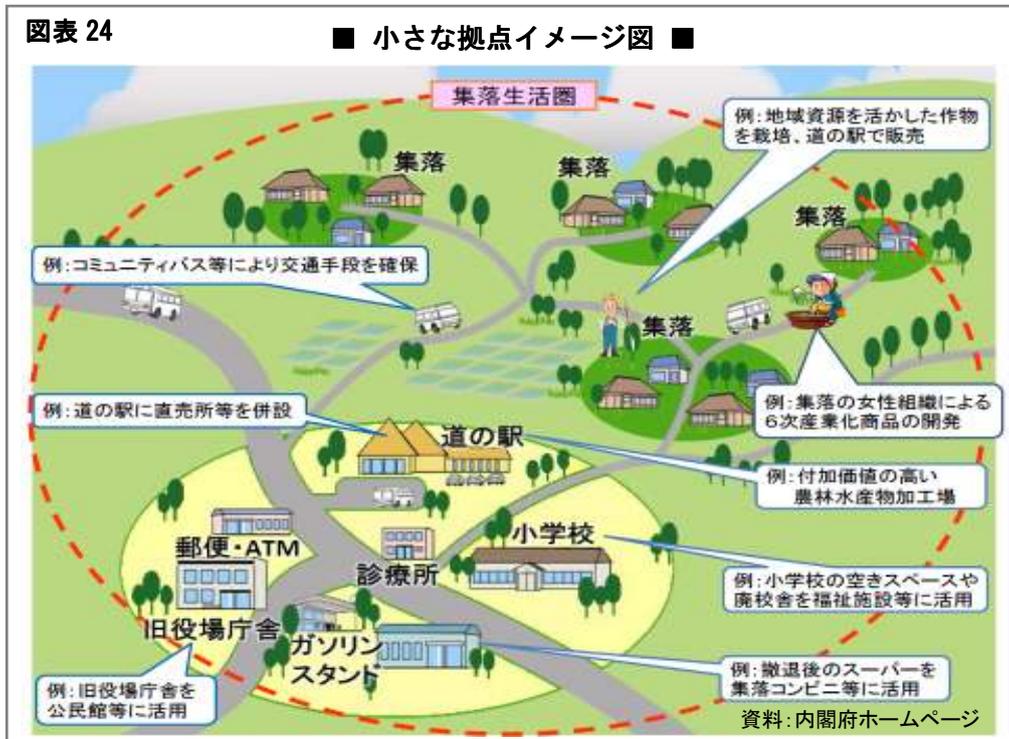
また、近年、移住者や外国人など、本市と縁のない居住者も増えつつあり、地域社会での新たな構成者として、共生が期待されています。

人口減少に歯止めをかけるため、自然減と社会減を縮小させるための積極的な働きかけとともに、人口減少や住む人の多様化にも適応することのできる持続可能な社会構造を前提としたまちづくりを進めることも必要となります。

一方で、行政の持つ政策資源は有用である反面、公共施設の維持・管理については、人口減少社会の中で現在の規模を維持することを前提として考えると、将来的に限りある市の財源を圧迫することが予想されます。（図表 23）。



超少子高齢型の社会構造においても、限りある人と財源との中で、「まちづくり協議会の運営体制強化」や「小さな拠点づくり」の考えも取り入れながら、市民が活力を持って生活を続けていくことのできる基盤を構築する必要があります。（図表 24）



(2) 方向性

「持続可能な地域づくり」を進めていくためには、働く場所や教育環境、医療体制への不安、公共交通網の不足、情報過疎化など、多様化する日常生活における課題に対して、人口減少社会にあっても適切に対応し、ストレスフリー社会を実現することが必要です。

これまで、国におけるマンパワー（ヒト）や経済成長（モノ・カネ）の追い風を受け、地方における社会生活の不足部分がカバーされてきましたが、全国的な人口減少社会に転じた現在においては、その恩恵も失われつつあります。

今後は、ヒト・モノ・カネを補う AI や IoT などの新たな技術の導入により、地方においても仕事ができる環境づくりや社会的ストレスの要因を取り除くことのできる地域づくりが重要となります。

そのためには、地域の課題を的確に把握し、限られた財源の中でも、新たな技術とこれまで育ててきた地域の資源を融合させ、行政施策を進めるとともに様々な地域主体が活動しやすい環境を整えることが重要となります。

また、地域が持続可能であるためには、地域に住む人の健康で幸せを感じることのできる暮らし「健幸」が重要であることから、健康寿命の延伸を図るため、誰もが参加できる健康スポーツや運動の普及を推進し、全ての世代が住み

慣れた地域で「健幸」に住み続けられるよう生活環境の整備を行うことも重要です。

一方で、「超少子高齢型」の地域が、必ずしも地域活力の減衰に直結している訳ではありません。例えば、俵山地区ではNPO法人などが中心となって、福祉事業やイベント開催、体験型教育旅行の受入など、積極的な地域づくりが展開され、その経験と実績をもとに新たな地域運営会社の設立が検討され、更なる高齢化が進む地域を活性化する取組が続けられようとしています。

行政と地域との協働を再点検し、人口減少社会に適応した持続可能な地域への取組を進めることが必要であり、その大きなポイントは、複数の自治会が支え合う中で様々な地域活動団体が参加した「新たな地域コミュニティ組織」のような地域の中核となる主体を確立することです。(図表 25)



こうした地域中核主体の取組が、一次的な「活動」ととどまらず、「事業」として持続可能な形で成立するために、生活機能の維持そのものをコミュニティビジネス創出のチャンスと捉え、地域の元気な高齢者に協力を得るとともに、地域の核となるリーダーを育て、活かしていくことが重要となります。

(3) 課題と対応

市内自治会の自立運営による活動の継続は、集落機能を維持していく上で重要な要素であり、各地区で積極的な取組が進められています。

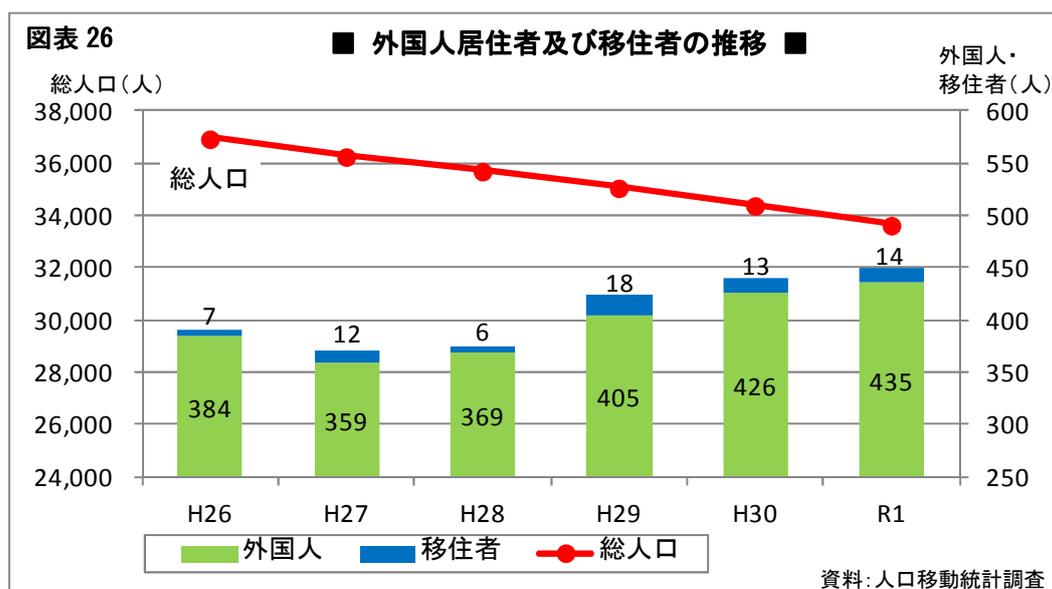
しかし、積極的な活動を進めている主体であっても、「積極的に活動を牽引する人材が不足している」、「活動が特定の個人に依存しており継続が難しい」、「ボランティアベースでは参加者への負担が過大になりがち」、「限られた人員で進

めるため専門的知見等が不足してしまう」、「地域のための活動でありながら、幅広く主体への参画を得ることが難しい」など、多くの課題があるとの指摘があります。

現在、本市では、地域の人材発掘に加え、地域おこし協力隊を全国公募し、高齢化率の高い地域や強化が必要と考えられる産業分野への配置を行うなど、課題解決に向けての施策を展開していますが、さらに行政と地域が協働し、持続可能な集落へと発展させていくことが重要となります。

また、新たな地域コミュニティとして、従来の自治会の枠組みに捉われない、生活圏に視点を当てた「小さな拠点」の構築への取組も、並行して進めていく必要があります。

一方で、近年、観光を中心とした交流人口の拡大に加え、今後インバウンドの増加を目指していく本市において、観光産業従事者のみならず、先住移住者や市内居住の外国人をも活用し、市民の総力により地域活動や体験型メニューへ呼び込み、交流人口を関係人口へと進化させていく仕組みを構築することも、地域を持続可能としていくためには重要です。(図表 26)



こうした取組を、人口減少社会に適応しつつも活力ある地域づくりにつなげるためには、各地域コミュニティでの「活動」を「事業化」していく過程において、産業界や教育機関、金融機関及び行政等による人材や情報面におけるサポートが不可欠です。また、幅広く主体の理解と参画を得るためには、言論界による意識醸成に向けた情報発信の役割も重要となるなど、地域に関連する各機関による総合的な連携が、地域づくりにおいて効果を生むために必要となります。

Ⅲ 目指すべき方向

戦略の 3 つの視点から導き出された現状の認識に対する課題を解決するため、本市における目指すべき将来の方向について目標を定め、各施策を実施することにより、地域の特性を活かした地方創生を積極的かつ集中的に推進します。

「ひと」を呼び込む「輝く人」を育む

本市における地方創生の根幹である「地域に成長力を生む取組」において、新しい「しごと」をつくり成長力を生み出すのは「ひと」の力であり、活力ある地域づくりを担うのも「ひと」のつながりです。そして、長門市へ人を呼び込むのも魅力ある活動をし、市外に発信力を持つ「ひと」の輝きです。

それぞれの分野で活動している「ひと」を、地域と行政、企業等が一体になってサポートすることで、市内の各地域にたくさんの「輝く人」、「魅力ある人」を生み出す必要があります。

たくさんの「輝く人」、「魅力ある人」と行政が一体になって「輝くまち」、「魅力あるまち」をつくり、その輝きが、「ひと」を呼び込み、その「ひと」がまた輝くサイクルをつくる取組を進めていきます。

やさしさがこだまする 子育て世代に選ばれるまち

この総合戦略は、「ひと」をつくり、「ひと」が「しごと」をつくることで、「しごと」が「ひと」を呼び、さらに「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環地域社会を確立することにより、長門市への新たな「ひと」の流れを創出することを基本とし、「やさしさがこだまする 子育て世代に選ばれるまち」を目指して、本市の地方創生の取組を進めていきます。

IV 戦略の目標

この総合戦略では、『「ひと」を呼び込む「輝く人」を育む』ことにより、新たな人の流れを創出するとともに、『やさしさがこだまする 子育て世代に選ばれるまち』を実現するため、戦略の視点から導き出された次の4つの基本目標を設定し、具体的な取組を進めていきます。

視点 1 地域基盤を活かした持続可能な新たな成長の創出

基本目標 1 「しごと」をつくる

産業振興により新たな雇用を創出

〈国の基本目標①〉 稼ぐ地域をつくとともに、安心して働けるようにする

〈県の基本目標①〉 産業振興による雇用の創出

本市の人口減少の流れを断ち切るには、若い世代の人口流出に歯止めをかけなければなりません。そのためには、地域経済の活性化を図ることで雇用を拡大・創出するとともに、能力を発揮してやりがいが得られる地場産業の魅力を積極的にアピールし、若い世代が生涯安心して暮らすことのできる就業環境を確保・創出していく必要があります。

このため本市では、低迷する第1次産業の底上げと、それに伴う第2次・第3次産業への波及、その効果として本市全体の所得向上と雇用創出を目指し「ながと成長戦略推進事業」に取り組んできました。

この取組により、第1次産業をはじめとした生産基盤の整備、観光資源やながとブランドの創造に加え、中核となる各主体や担い手の育成など一定の成果を上げてきましたが、「持続可能で将来にわたって、活力ある地域社会の実現」のためには、地方創生における諸施策の更なる深化により、着実な産業振興を図る必要があります。

そのために、主要産業の獲得する外貨により支えられている市内経済における地域内循環を強化し、安定的な就業機会の確保を図ることで、市全体の所得を向上させるとともに、地域や民間企業などの主体性を促すよう公民連携による施策を推進し、稼ぐ地域の創出を目指します。

さらに、AIやIoTなどの先進技術の導入と活用を進め、第1次産業の新たなカタチや Society5.0 時代に対応できる産業への進化を促進することで、新たな雇用

の創出に取り組みます。

目標数値	中核産業の新規雇用者数 250 人（ながと成長戦略行動計画準拠）
------	----------------------------------

視点 2 人口減少に対する短期・中長期での歯止め

基本目標 2 「うごき」を生む

魅力発信により、ひとの流れを加速させる

〈国の基本目標②〉 地方とつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる
〈県の基本目標②〉 やまぐちの次代を担う人材の育成と定着・還流・移住の推進

本市の産業を支える労働力は、このまま特別な対策を講じなければ、今後 5 年以内に老年人口と同程度となると想定されており、地域経済を活性化する上で、生産年齢人口の確保が喫緊の課題となっています。高校卒業後の進学や就職による若者の市外への流出とUターン就職が少ない状況が、人口減少の要因の 1 つとなっており、中でも高校新卒者の市内就職割合が 3 割程度に留まっていることから、この割合を増加させ社会減を抑制することが急務となっています。

このため、「長門市しごとセンター」を核として、市内企業による職業体験の受入や市内の高校と企業との産学連携の支援を進めるとともに、求人ニーズと求職ニーズをマッチングさせるため、市内企業の魅力を積極的にアピールするなど、若者の定着と還流の推進を図ります。

また、「働き方」、「住まい方」などのライフスタイルについてのアンケートでは、三大都市圏に住む 20 歳代の 4 人に 1 人が地方移住に興味があると回答しており、若い世代の田園回帰への志向に変化の傾向がみられます。

就労や居住の環境に加え、移住に係る情報の積極的な提供と受入体制等の強化が求められており、移住者目線に立った効果的な魅力発信に努めるとともに、ワンストップで、きめ細かな支援体制の構築を図り、移住と定着の促進を図ります。

一方で、自然や歴史、文化と食などの地域の魅力を発信することで、交流人口の拡大を図るとともに、本市での体験等を通じてファンを獲得し、つながりを保つことにより関係人口の拡大に取り組みます。

目標数値	2030 年の総人口に対する社会減の割合 0.25（2018 年：0.25）とするため、2024 年度の総人口に対する社会減の割合 0.25 を堅持する。
------	---

基本目標 3

「ひと」を育む

将来を担う若者の希望を実現する環境づくり

〈国の基本目標③〉結婚・出産・子育ての希望をかなえる

〈県の基本目標③〉結婚・出産・子育て環境の整備

核家族化や地域とのつながりの希薄化の影響により、子育てに不安を抱いている子育て世代が増えていることから、安心して子どもを産み育てることができる環境として、誰もがいつでも相談できる体制や子育てをする親同士の集える場所が必要です。

また、世帯当たりの子ども数は、子育て環境に加えて親の就労環境や経済状態に左右されることから、共働き家庭の多い本市においては、子育てと仕事を両立できる環境の充実と各家庭の負担軽減の両面への対応を図る必要があります。

このため、子育てに関する休暇制度等の拡充を推進するため、市内企業への働きかけを行うとともに、子育て世帯に対する医療費負担軽減や多子世帯への保育料軽減をはじめとした継続的な経済支援を行うなど、引き続き安心して子育てができる環境整備に努めることで、出生率の向上を目指します。

また、本市の豊かな自然環境を活用した教育環境や、地域とのつながりの中での子育て環境を充実させることにより、都市部にはない独自の教育環境を整備し、「ふるさと長門」に愛着を持てる子どもの成長を支援します。

さらに、外国語教育やプログラミング教育など、地方においても先進的な教育を受けることのできる環境の充実を図り、将来を担う若者を育成します。

目標数値

2030年に希望出生率 1.9（2018年：1.47）を達成するため、2024年までに合計特殊出生率を 1.65 に向上させる。

視点 3 人口減少社会に適応した持続可能な地域づくり

基本目標 4

「まち」をつくる

住み続けたい地域社会の形成

〈国の基本目標④〉ひとが集う、安心して暮らすことのできる魅力的な地域をつくる

〈県の基本目標④〉時代に対応した持続可能な地域社会の形成

超少子高齢型の社会構造の中でも、市民が住み慣れた場所で暮らし続けることのできる地域形成のためには、「まちの活力の回復」に加え、「人口減少に適応

した持続可能な地域づくり」に取り組むことが必要です。

このため、多様化する日常生活における課題に適切に対応し、全ての市民が日常生活においてストレスを感じることなく、生き生きと安全・安心・快適に生活することができる住み続けたいまちづくりを進めます。

また、将来にわたり快適な居住環境を維持していくためには、人口減少社会に適応した自治機能の維持・強化が必要です。人口減少と高齢化の中で弱体化している従来の自治会機能に代わり、市民活動団体を巻き込んだ地域の中核主体となる地域協働体（新たな地域コミュニティ組織）の設立を促進し、その活動を支援します。

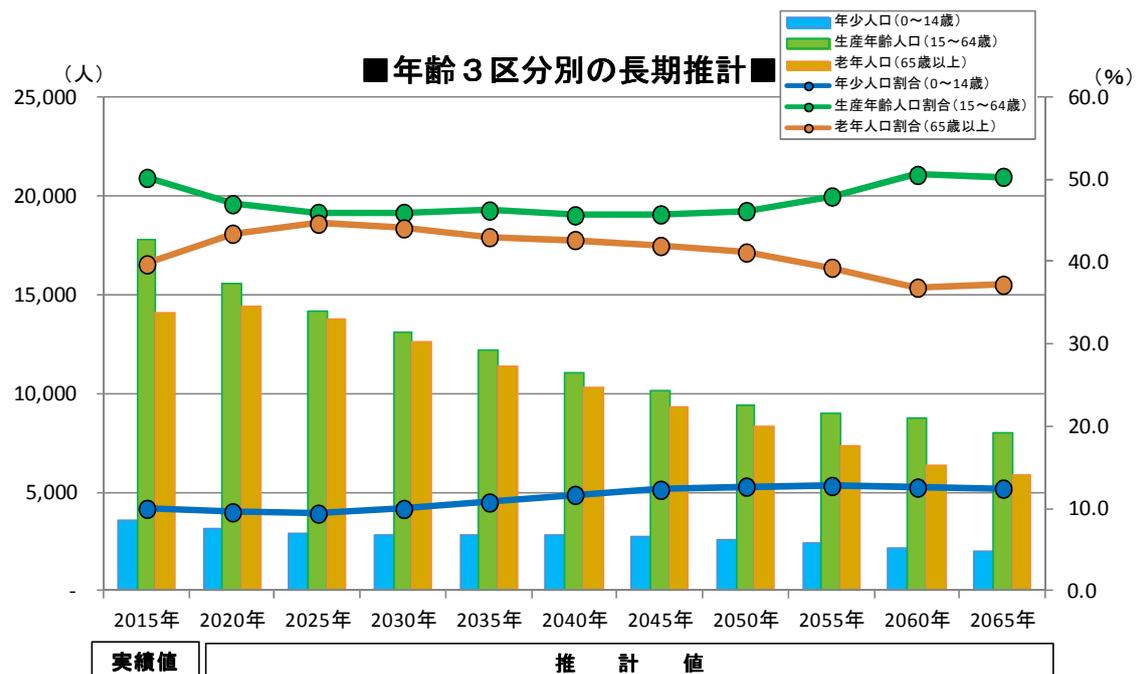
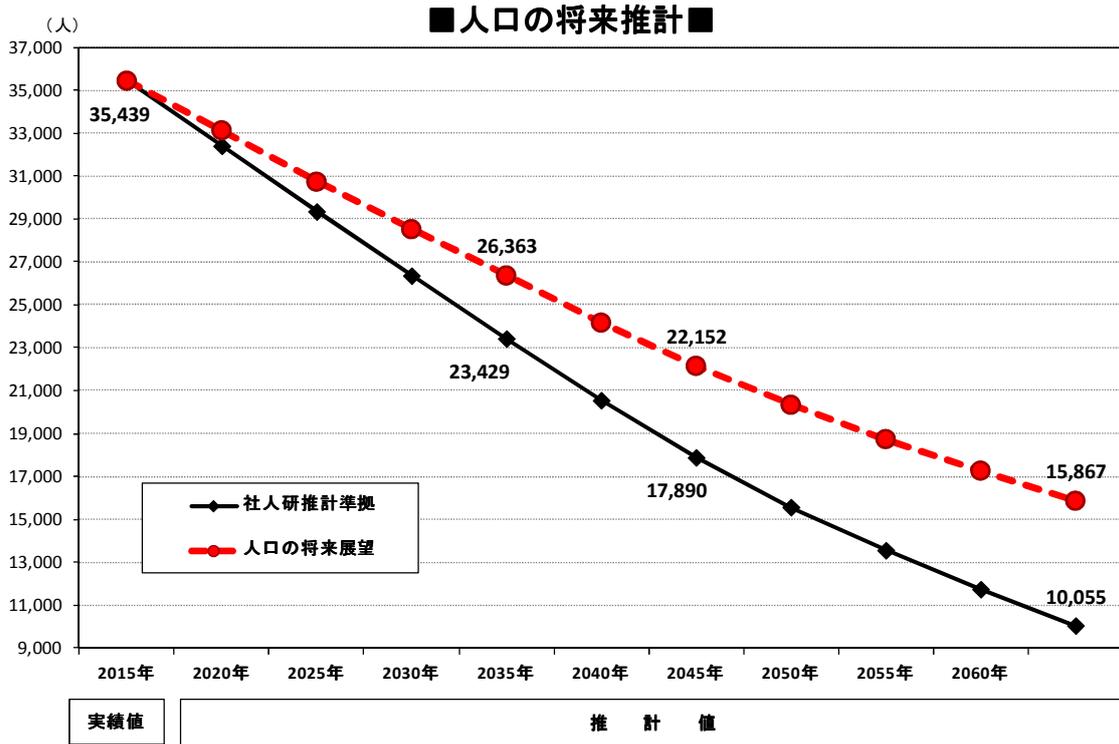
加えて、地域を牽引するリーダーとなる人材の発掘と育成を行うとともに、自立した活動につなげるためのコミュニティビジネスの取組への支援や、市民や地域協働体の参画による生活圏域内における「小さな拠点」の整備を進めます。

さらに、定住人口としての移住者や外国人、交流人口としてのインバウンドや関係人口など、多様化が進む社会に適応するため、公民連携による交流等の取組を促進し、全世代が共生・活躍できる地域社会の構築を目指します。

目標数値	地域協働体設置地域面積割合 100%
------	--------------------

目標達成による人口の将来展望

本市では、基本目標1から3に沿った取組を結実させることで人口減少に対応します。しかし、本市の人口減少の流れを短期的に改善することは難しく、生産年齢人口割合は減少を続ける一方で、高齢人口割合は増加し続けるという厳しい人口構造になりますが、この間は基本目標4の取組により、少子高齢化の人口減少社会に適応した持続可能な地域社会として維持・活性化を図ります。社会情勢の変化など不確定要素はありますが、各目標数値を達成することで、2025年以降は生産年齢人口割合が上向き、高齢人口割合が減少していくこととなり、人口構造の若返りが始まります。



資料:長門市人口ビジョン～改訂版～

V 具体的な施策展開

基本目標 1 「しごと」をつくる

産業振興により新たな雇用を創出

施策① 「ながと成長戦略推進事業」の検証と継承

第1次産業の農業及び水産業において、地域資産の活用による高付加価値型商品・サービスの開発により、「ながとブランド」の育成に地域全体で一体的に取り組み、高付加価値型商品を安定して供給できる体制づくりを行うことで、民間投資を引き出せる事業体制づくりを目指します。

消費者の関心が食の安全・安心に集まっている今日において、本市の安全・安心な農水産物や加工品を、より高い価格で販売することが期待できる「大都市圏への販路開拓」が重要となっています。このためターゲットを明確化するとともに、情報発信の手法を工夫するなど、消費者の視点に立ったマーケティング手法を用いることで、「ながとブランド」の全国展開を行います。

大都市圏への販売やブランド力強化に向けた司令塔として平成26年5月に本市と生産者団体等で設立した「ながと物産合同会社」を、より高度に機能させ、事業者からより良質のモノを高値で仕入れ、大都市圏へ高額で売り込むことにより、地元産品価格の向上を目指します。

また、「ながとブランド」の目に見える安全・安心化を推進するため、安全・安心な農水産物の生産及び供給体制の整備を進めます。

本市の主要産業である第1次産業における農業及び水産業では、高齢化が進行しており、後継者や新規就業者も不足している状況です。このため、1人でも多くの後継者や承継者が確保されるよう第1次産業における所得向上を目指します。また、新規就農・就漁者に対する育成支援制度の整備と利用促進を図り、就業相談から経営開始後まで、ニーズや参入形態に応じたきめ細かな支援を展開します。

観光産業においては、長門湯本温泉観光まちづくり計画に基づく温泉街の再開発の取組を引き続き推進するとともに、地区ごとの特徴を活かした観光資源の魅力づくりに取り組みます。

また、市内の各産業における生産性向上に向けた投資の促進や先進技術導入に加え、新たな雇用を創出する企業誘致による市外からの投資の促進など、企業の成長が実現できる環境整備に引き続き取り組みます。

【取組内容】

ながと成長戦略の基本理念である「長門の手つかずの自然と、長門の人・自然に対するやさしさ」を基本とした統一地域ブランド化への取組と、競争力ある高付加価値型商品の開発や販路の拡大等を図り、所得の向上と雇用の創出を目指します。

地域資産の活用による高付加価値型商品・サービスの開発

・ 「一市一農場構想」の推進

長門市農地集積バンクを中心として農地集積を進め、規模拡大に加え集落営農法人の育成と経営拡大を図ります。また、和牛飼育農家、養鶏農家及び水稻等栽培農家等を全国公募するなど、担い手の確保・育成を進め、就農への支援を行います。

・ 長州黒かしわのブランド力の向上

長州黒かしわの安定供給が可能な増産体制を整備するとともに、長州黒かしわのブランド力を向上させ、高値で供給できるようにするための取組を進めます。

・ 長州ながと和牛のブランド化

集落営農法人等の畜産参入による飼養頭数の増頭を進めるとともに、長州ながと和牛のブランド化に向けて広報活動の更なる充実に取り組みます。

・ 長門の優れた特産品の開発と産地化の促進

長門特産品の積極的な開発に努めるとともに、生産目標を定め安定供給が可能な増産体制を整備します。

・ 水産物の安定供給体制づくり

磯焼けの解消に取り組み、近海魚種のゆりかごでもある藻場の再生を図ります。また、キジハタやアワビ等の高級魚介類の生産目標を定め、安定供給が可能な資源管理（種苗放流）に取り組みます。さらに、ブリやトラフグ等の養殖漁業を推進します。

・ 水産物の高付加価値化の推進

神経メなどによる鮮度の保持とともに、高品質の高速輸送のシステムづくりに取り組みます。また、顧客ニーズに対応した長門の優れた加工品の開発に努め商品化につなげます。

重要業績評価指標（KPI）

項目	現状値（2018年度）	目標値（2024年度）
農業法人数	23 法人	43 法人
農地集積面積	1,070ha	1,910ha

大都市圏への販路開拓

・ 販路開拓の推進

長州黒かしわや伝統野菜などの「ながとブランド」について、その美味しさに加え、食の安全等を重視した販売戦略を構築し、更なる販路拡大に取り組みます。また、シティプロモーションにより、SNSをはじめ、大都市圏での最適な情報発信手法により、「ながとブランド」の浸透に努めるとともに、SNSによる発信者の養成に取り組みます。

・ 司令塔機能の強化

各関係者との調整、大都市圏への販売、流通経路開拓、マーケティング、ブランド化などを推進するための司令塔である「ながと物産合同会社」の経営基盤の強化を進めます。また、コーディネートした事業者からより良質のモノを高額で仕入れ、地域商社やまぐちなどとの連携強化により、大都市圏へ高額で売り込むことで、地元産品の価格向上を図ります。

・ 地元直販所の運営

農協、漁協、生産者、加工業者、さらには大津緑洋高校も含めた総がかり体制で、道の駅センザキッチンの魅力づくりを進め、ながと物産合同会社のアンテナショップとして、地元、近隣市町、近県の住民に新鮮かつ安全な地元食材や料理を提供するとともに、その評価を基に大都市圏展開を図ります。

重要業績評価指標（KPI）

項目	現状値（2019年度）	目標値（2024年度）
ながと物産合同会社販売金額	450,000 千円	500,000 千円

観光資産の魅力創出と連携

・ 仙崎地区の観光振興

金子みすゞのやさしさをコンセプトとした観光サービスを創出するため、仙崎ならではのプログラムを構築し、ターゲットを絞った観光プロモーションで誘客に取り組みます。また、食事処で旬な魚料理の提供や、土産物屋で

の新鮮な魚介類等の購入機会の提供に取り組むとともに、趣のある風情を残す町並みを演出できるよう必要な整備に取り組みます。また、青海島と市内他地区をコラボレートすることにより、民泊を伴う体験型教育旅行の誘致に取り組めます。手つかずの自然が残る青海島での、海の恵みが体感できる体験プログラムの提供に取り組めます。また、道の駅センザキッチンを核に交流促進を図るとともに、恵まれた良港と観光資源を活かし、クルーズ船の誘致に積極的に取り組みます。

・ 俵山地区の観光振興

科学的に証明された日本最高水準の効能に基づく湯治温泉として、ブランド化を目指しながら、ランチと温泉を目的とした日帰り旅行客へのサービスの充実、スポーツ合宿など、様々な観光客ニーズに対応した企画商品を提供します。また、俵山と市内他地区をコラボレートすることにより、民泊を伴う体験型教育旅行の誘致に取り組めます。

また、湯町の温泉街を中心とした散策したくなるような景観づくりに努め、温泉、花、料理及び土産物を動線をつなぐとともに、観光案内・交流拠点施設の整備及びイベント開催等による賑わいの創出に取り組み、地元経済の活性化を図ります。行政、地域、民間が連携し、空き家・空き旅館の再生に向けた取組を推進します。地域において、観光資源の開発やブラッシュアップなど先頭に立って行うリーダーや観光の取組を支えるサポーターの育成に取り組めます。

・ 湯本地区の観光振興

長門湯本温泉観光まちづくり計画に基づき、令和元年度までにハード整備が完了し、観光地の魅力や地域価値の向上に向けた本格的な観光地経営が開始されます。地域全体の価値を高めるために活動を行うエリアマネジメント主体が民間主導により設立されており、公民連携による観光客の集客や地域で稼ぐための仕組みづくりなど、新たな集客コンテンツの創出や情報発信などの地域活性化の施策に取り組めます。

・ その他地区の観光振興

長門らしい体験・交流プログラムを多数創出し、宿泊や飲食、土産物など副次的な経済的対価が得られる仕組みを構築します。向津具半島においては、自然や地元食材を柱とした滞在型余暇活動が展開できるように取り組みます。香月泰男美術館やルネッサながとなどの地域資産を活用して、開催イベントなどの情報発信に併せ、目的やターゲットに応じた宣伝方法の選択や売込む素材の重点化など戦略的な観光 PR に取り組みます。

重要業績評価指標（KPI）

項目	現状値（2018年度）	目標値（2024年度）
長門市全域の観光客数	2,538,014人	3,000,000人
長門市全域の宿泊客数	487,869人	750,000人

後継者・承継者の確保及び新規就業の創出

・ 所得の向上及び労働意欲の向上による後継者・承継者の確保

農業及び水産業の所得向上の実現を目指すことで、労働意欲の向上や就業インセンティブを生み、一人でも多くの後継者や承継者が確保されるように取り組みます。

また、第一次産業以外でも、市内雇用の約60%を占める第三次産業などを中心に、困窮する後継者の確保や労働生産性の向上、人材育成など実践的な経営指導に取り組むとともに、新たな雇用の創出に向けた企業誘致や地域内外での企業の成長化に向けた投資促進等の施策に取り組みます。

・ 技術・事業経営の実習体験、受入体制の整備

若手の就農・就漁者に対する育成支援制度を整備し、就業相談から経営開始後までのニーズや参入形態に応じたきめ細かな支援を展開します。

・ 市内企業の投資拡大と企業立地の促進

市内での新たな雇いを創出する取組に対し積極的に支援し、企業誘致も含めた投資を促進することにより、企業の成長を実現する環境を整備します。

重要業績評価指標（KPI）

項目	現状値（2018年度）	目標値（2024年度）
新規就農者数	6人	35人
新規漁業就業者数	3人	15人
起業件数	7件	10件/毎年度
新規企業の立地件数	0件	5件

本市の主要産業である第1次産業の生産者が、独自に新商品開発や市外に向けた販路開拓を行うことは、非常に困難です。また、農業従事世帯においては、出荷の目的ではなく生産される野菜等が、数多く余っているとも考えられます。

このことから、既に生産されている地域産品を有効活用し、外貨を獲得し高付加価値の商品とする取組を行うことが重要です。

そのため、既に販路を持つ食料品製造業などの協力を得ながら、消費者ニーズに基づいた農業生産・養殖出荷管理の強化を進め、より効率的に、獲得した外貨による地域経済内での循環を生むことで、補助金に頼ることのない、自立した第1次産業を確立し、安定した産業を創出します。

また、市内高校の水産学科や農業学科、さらには近隣の大学と第1次産業の事業主との連携を促進することで、より収益率の高い産品の生産を推進します。

【取組内容】

・ 企業ニーズと生産者シーズの調全体系の確立

農協や漁協、各生産団体などの関係機関と行政が連携を図り、外貨獲得力の高い食料品製造業や観光業が求めている品目や数量などの調達ニーズと、生産者シーズとのマッチングを進める体系を確立し、地域内経済の好循環につなげていきます。

重要業績評価指標 (KPI)

項目	現状値 (2018年度)	目標値 (2024年度)
6次産業化・農商工連携件数	2件	5件

基本目標 2

「うごき」を生む

魅力発信により、ひとの流れを加速させる

施策 ③

自然と歴史・文化による交流人口の拡大

本市には、北長門海岸国定公園に指定される海上アルプス青海島をはじめ、日本最高水準の効能と手つかずの昭和風情が残る俵山温泉や、他に類をみない水質を誇る海水浴場、向津具半島の美しい景色などの「地域が残してきた自然」に加え、仙崎かまぼこや長州黒かしわなどの「自然の恵みに支えられる産業」や、童謡詩人・金子みすゞや香月泰男画伯など「自然に育まれた文化」などの地域資源が数多く存在しています。

また、古式捕鯨の伝統と近代捕鯨の発祥の地であり、海に関する文化や、それに伴う食文化も大きな観光資源となっています。

本市に訪れる観光客は、元乃隅神社が CNN「日本で最も美しい場所 31 選」に選ばれたことや道の駅センザキッチンの開業などの影響により、3 年間で倍増しています。

この観光客の増加を確かなものとするため、継続的な情報発信による認知度向上への取組を進めます。さらに、日々変化する観光ニーズを的確に把握し、交通アクセスの改善や観光地での情報入手の利便性向上に加え、自然や歴史、文化について学ぶ機会を提供するなど、観光事業者だけでなく市民も含めた総がかりで「おもてなし力」の向上を図り、地域ぐるみで観光客を受け入れる体制を構築することが重要です。

これらの取組より、来訪者の滞在時間の延長を促すことで、本市の自然や文化の良さを体感してもらい、何度でも来てみたいまちとして交流人口の拡大を図ります。

【取組内容】

・ 交通アクセス改善による交流人口の拡大

交通アクセス不利地域である本市に観光客を誘致するため、山口宇部空港や新山口駅からの二次交通対策を行い、観光客の利便性を向上させ、市内観光客の増加を図ります。

また、観光客の来市手段として重要な役割を担う鉄道が、自家用車の普及と過疎化により利用者が減少していることから、その良さを見直す積極的な活動により、交通体系として利用促進を図り維持していきます。

・ **受入環境整備によるインバウンドの創出**

近年増加している外国人観光客について、市内における利便性の向上を図るため、主要観光地や関係施設における Wi-Fi 環境の整備を進めるとともに、外国語表記を含む看板・案内板等の整備を進めます。

また、市内に居住する外国人の言語力を活かし、外国人観光客に対する言語対応等についての検討を進めます。

・ **長門の豊富な資源を生かした交流人口拡大**

金子みすゞや香月泰男など、本市に縁のある文化人や芸術家の世界をより広く紹介・普及させるため、鑑賞機会の充実を図るほか、研究活動や教育活動に寄与するための環境整備を行い、郷土の偉人の顕彰を行います。

また、本市の自然や歴史、文化資源の保全に努めるとともに、市内外に向けた情報発信に加え、学びの機会を提供することで、後世に引き継いでいきます。

重要業績評価指標 (KPI)

項目	現状値 (2018 年度)	目標値 (2024 年度)
二次交通によるバス利用者数	3,267 人	15,000 人
外国人観光宿泊者数	17,172 人	30,000 人
長門市観光サイト「ななび」アクセス数	3,134 件/1 日平均	4,000 件/1 日平均

本市を訪れる観光客は、元乃隅神社が CNN「日本で最も美しい場所 31 選」に選ばれたことや道の駅センザキッチンの開業などの影響により、3 年間で倍増しています。

しかしながら、観光客の増減は、観光資源等の流行に影響される傾向があることから、観光客により継続的に地域への経済効果を生んでいくためには、市内での滞在時間の延長を図るとともに、宿泊者数を増加させる取組が必要です。

そのための仕掛けとして、多彩な自然景観と海洋文化、食文化を地域資源として様々に掛け合わせ、エコツーリズムやスポーツツーリズムなど、いつ来ても、誰でも「見られる、食べられる、体験できる」メニューの開発など、受入体制の整備を進めることにより、長門ファンの獲得を目指します。

また、本市には、自然に育まれた産品や、地場産業に由来する特産品に加え、5 つの温泉地やアウトドアアクティビティなど、他市にはない固有の資源を有しています。これらの資源を、ふるさと応援寄附制度を活用して PR し、より多くの人に満足してもらう機会を提供することで、寄附者の拡大を図るとともに、本市への愛着を促す取組を進めます。

人口減少社会においても、なお活力を維持していくために、これらの取組により獲得した長門ファンに対して、まちの「おもてなし力」と情報提供による継続的なつながりを保つことにより、将来にわたり本市に関わっていただける関係人口へと進化させることで、地域の活性化を図ります。

【取組内容】

・ シティプロモーションによる認知度の向上

地域ブランド調査によると、本市の認知度は 1,000 自治体中 350 位程度と高くない状況です。本市の認知度向上のためには、行政による広報やホームページのみでは、情報を受け取る層が限定的であることから、民間に加え協力関係にある市町や企業と連携し、様々な媒体を活用することにより、あらゆる層への受け取りやすい情報の発信に努めます。

また、信頼性が高いといわれるクチコミ広報について、積極的な情報公開に努め、市民の一人ひとりが広報マンとなれるよう、研究していきます。

・ ふるさと応援寄附金制度の推進

本市の、特産品や温泉、アウトドア環境などの固有資源を、ふるさと応援寄附制度を活用して PR することで、寄附者の拡大を図るとともに、本市へ

の愛着を促し、関係人口拡大の糸口となる長門ファンの獲得につなげていきます。

・ **スポーツによる交流の促進**

ラグビーワールドカップ 2019 の公認キャンプ受入れにおける「おもてなし」経験を活かし、今後も国際レベルの大会のキャンプ誘致を進めます。

また、国際レベルの大会やキャンプ、合宿の誘致のみならず、市民や観光客が参加や観戦、運営などで関わる、自然や観光資源を活用したスポーツツーリズムやイベントにおける交流を促進します。

・ **体験メニューによる関係人口の創出**

本市の多彩な地域資源を活用して、いつ来ても、誰でも「見られる、食べられる、体験できる」メニューの開発を推進し、来訪者への体験を促進することで長門ファンの獲得を図ります。

また、来訪者の体験活動における「おもてなし」やその後の継続的な情報提供によるつながりを保つことにより、関係人口への進化を促進し、地域活性化や環境保全につなげていきます。

重要業績評価指標（KPI）

項目	現状値（2018年度）	目標値（2024年度）
全国認知度ランキング	347位	250位
ふるさと応援寄附制度による寄附金額	81,850千円	180,000千円
スポーツ合宿誘致人数	827人	1,000人/毎年度
観光体験メニュー数	—	20本

長門市の持続的なスポーツ観光へのチャレンジ！

長門市は雄大な日本海と美しい海岸線をはじめ、森林や温泉にも恵まれ豊かな自然があります。また、全国優勝を果たした「ながとブルーエンジェルス」の本拠地であり、2019年日本中が熱狂したラグビーワールドカップ日本大会でカナダのキャンプ地招致に成功しています。

今後の観光の持続的な発展には、大自然を活用したアクティビティや既存施設を活用したスポーツ合宿の招致など、長期滞在型の商品開発やブランディングなどにも積極的取り組み、スポーツをやる人だけでなく、スポーツを支える地域住民の幅広い理解も必要になってきます。

ダイバーシティ、地域経済の成長力、環境、地域住民の幸福など幅広い分野で格差をなくしてバランスよく観光を推進していくためにはSDGsなどのベンチマークの導入も議論してもいいのではないだろうかと考えています。

国立大学法人山口大学経済学部観光政策学科 西尾准教授

本市の人口は、合併後 15 年間で約 9,000 人（約 21%）減少しており、転入に比べ転出人数の多い状況は、ここ数年で鈍化傾向にあるものの、依然として社会減の状況が続いています。とりわけ進学や就職による高校卒業後の市外への流出が大きく、大学や専門学校のない本市においては、この傾向が今後も継続していくと想定しています。

生産年齢人口である若者の流出に歯止めをかけるためには、中学生への職場体験を充実させるとともに、高校生に地場産業の魅力等について紹介する機会を設けるなど、早い段階から地元企業やしごとに対する理解を深めるための取組に加え、市内高校や近隣大学と市内企業との産学連携の取組を推進することが重要です。

このため、長門市しごとセンターが核となり、企業における職業体験の受入を推進し、求人ニーズと求職ニーズのマッチング促進や企業の労働環境の向上への働きかけを行うとともに、進学等により市外に流出した若年層への積極的な情報提供により、将来を担う「人財」の確保に努めます。

また、転入を拡大する取組として、UJI ターンを促進するために、都市部におけるきめ細かな情報発信に努めるとともに、受入環境としてお試し暮らし施設や空き家バンク活用事業を効果的に活用し、移住・定住支援の取組を引き続き進めます。

地方への移住を検討する若者は、その決断要素として自然環境や子育て環境などの生活スタイルの向上や、都会の生活に疲れたという癒しを求める傾向がある一方で、移住を躊躇する要因は仕事の内容や給料水準となっていることから、本市での生活イメージが想像できる情報など、移住希望者の心に響く積極的かつ効果的な発信に努めます。

さらに、移住・定住に関する相談については、窓口を一元化するとともに、直接的な移住支援のみならず、雇用や子育てなど生活に必要な情報についても、関係機関と連携し対応できる体制を強化します。

【取組内容】

・ 移住・定住促進対策

本市における人口減少や少子高齢化は、産業の担い手不足や集落機能の低下など、多方面で深刻な問題となっているため、移住・定住を促進し地域の活性化を図ります。

そのため、移住希望者の関心が高い移住後の住居やしごとに関する情報、さらには移住後の起業に関する情報等について積極的に発信するとともに、

スムーズな移住相談の対応が図られるようワンストップ化を推進し、移住者の増加に努めます。

・ UJI ターン促進に向けた情報発信

住まい、仕事、子育てなど、移住に関するプラットフォームとなる移住応援サイトを通じて全国に向けて広く情報発信するとともに、長門市しごとセンター等と連携して、UJI ターン希望者の受入れについて積極的な広報を行います。

・ マッチング支援による定着の促進

長門市しごとセンターが核となり、商工会議所や商工会、ハローワーク、地元金融機関、教育機関が連携することで、横断的な支援による情報提供や相談体制を確保するとともに、就職マッチングの支援により若者の市内での定着を促進します。

重要業績評価指標 (KPI)

項目	現状値 (2018 年度)	目標値 (2024 年度)
移住相談による移住者数	13 人	20 人/毎年度
市ホームページアクセス数月平均	56,600 件	60,000 件
39 歳以下の市内企業雇用者増加割合	—	5%向上

長門市しごとセンターを拠点に若者の定着を促進

NPO 法人つなぐでは、高校新卒者の市内就職割合を増加させる取り組みと、進学や就職で転出した若者が、長門市へ帰って来られるようにと、仕事や働き方に関することや子育てしやすい環境づくりに加え、「長門って面白いことやってるよね」「ここで暮らしてみたいよね」など、心を惹きつける魅力の発信や環境づくりなど、地元定着に向けた支援活動を展開しています。

また、若者を呼び寄せるために、例えば、小さな子どもから高齢者まで、誰もが歌って踊れるダンス長門版を制作するなど、若者の感覚と発想を取り入れながら、パワーを持った地域の先輩方をサポートし、それぞれの顔が見えるネットワークにより、新たなモノを生み出す取り組みも始めています。

まずは将来の長門に向け、第一歩踏み出したところです。

NPO 法人つなぐ

晩婚化・未婚化が進む中、若い世代が適齢期に結婚できるよう出会いの場を提供するとともに、希望どおり子どもを産み育てられるように、出産に向けたきめ細かな支援を継続的に実施することにより、市内の子ども数の維持を図ります。

また、地域との関わりの希薄化や核家族化の進行に対応するため、地域全体で若い世帯を見守るとともに、妊婦をはじめ出産後間もない母親が集える場所や相談体制を整備することにより、不安なく子育てに向かい合えるよう支援する環境づくりを進めます。

共働き家庭の多い本市においては、「延長保育」や「休日保育」、「病児・病後児保育」あるいは「放課後児童クラブ」などの保育環境等の充実に加え、育児休業や子育て休暇などの制度化や取得を推進するため、企業への働きかけに努めます。

さらに、医療費の負担軽減や多子世帯への保育料軽減などをはじめとした経済的負担を軽減することで、不安なく子育てができる環境を継続して確保し、世帯当たりの子ども数の増加を図ります。

これらの総合的な取組により、若い世代が安心して子どもを産み育てられる環境を継続し、子育て世代の希望を実現していくことで、出生率の向上を図り少子化への対応を図ります。

【取組内容】**・ 縁結び支援**

若い世代に出会いの場を提供するため、民間による縁結びイベントの開催を支援し、結婚を奨励することで、出生数の増加や市内定着を促進します。

また、若い世代の結婚に対する経済的負担を軽減し、結婚における新生活のスタートを支援します。

・ 安心して妊娠・出産・子育てができる環境づくり

妊娠期においては、安心して出産できるよう産前・産後サポートステーションを拠点に、妊娠中の食事や運動、身体の変化や出産後の育児相談・指導など、産前産後の切れ目ない支援の充実を図ります。

また、妊娠中から産後にかけて、保健師等による全家庭訪問により、母親

の状況把握や育児に関する相談・支援などを継続して実施します。

なお、妊娠中や出産後、心身の不調や育児不安のある母親に対しては、ショートステイやヘルパー派遣など、きめ細かな支援体制により、母親と乳児を引き続きサポートします。

また、市内公立・私立 7 か所に子育て支援センターを設置し、乳幼児及びその保護者が相互に交流を行う場を提供し、子どもの健やかな育ちを支援するとともに、保護者の孤立を防止します。

・ 子育てと仕事が両立できる環境づくり

保護者の就労形態の多様化に対応するため、今後も「延長保育」や「休日保育」、「一時預かり事業」等の保育サービスの体制を確保するとともに、療養を必要とする「病児・病後児保育」についても引き続き実施します。

地域全体での子育てを推進するため、ファミリーサポート事業の円滑な運営を図るため提供会員への研修を設け、利用会員の利用を促進することで、子育てと就労を両立できる環境整備に努めます。

また、放課後や週末、長期休暇中における子どもの安心かつ安全な居場所の提供を目的とした、放課後児童クラブ及び放課後子ども教室について、特別な支援を要する子どもを含めて、今後も希望する全ての子どもが利用できる体制を確保します。

重要業績評価指標（KPI）

項目	現状値（2018年度）	目標値（2024年度）
縁結びイベント参加人数	226人	230人/毎年度
児童クラブ等利用希望者受入率	100%	100%/毎年度
ファミリーサポートセンター提供会員数	78人	78人/毎年度

産前・産後サポートステーションの取組

産前・産後サポートステーションは、長門市保健センター内に専属の母子保健コーディネーターを配置し、地区担当保健師との連携により、全ての妊産婦に訪問・電話による継続的に状況を把握するとともに、必要な制度の紹介や相談支援を行う総合相談窓口です。

核家族化や晩婚化等に伴う環境変化により、妊娠や出産、子育てに関する不安や負担・孤立感、産後うつや児童虐待のリスク等が増大する中、妊産婦や子育て家庭を総合的に支援しています。

また、安心して子育てのできる環境づくりについても、医療機関や子育て支援機関と連携して取り組んでいます。

長門市産前・産後サポートステーション

本市の恵まれた自然環境を最大限に活用し、子どもたちが屋外で楽しく安全に遊べるよう公園施設の適正管理や自然環境の保全を行うとともに、誰もが親子で参加できる行事等の定期的な開催により、子育ての喜びを実感できる環境づくりに努めます。

また、自然に育まれた地元の食材や郷土料理について、各家庭や行政関係施設での活用を推進し、生産者等との交流を行いながら、食育を通じた地域への愛着を育てます。

さらに、市内各保育園では、自然環境を活かした野外体験活動等を取り入れ、地域とともに特色ある保育を推進するとともに、小学校との連携による幼・保・小の取組を継続的に行い、不安なく進学できる環境を整えるなど、地域に応じた保育環境を提供します。

【取組内容】

・ **安心できる子どもの遊び場の確保**

子どもの健やかな成長を支援するため、安全に楽しく遊ぶことのできるよう公園や観光施設の適正な管理に努めるとともに、本市の豊かな自然環境を保全することにより、安心できる子どもの遊び場の確保に努めます。

・ **食育を通じた子育て推進**

本市の豊かな自然に育まれた安全な食材について、各家庭や地域に加え、保育施設や小中学校において幅広く利用を促進します。また、小・中学生を対象として地元食材を使用した料理コンクールを開催するなど、「ながとの恵み」としての認識を促すため、食育を通じた子育てを推進し、子どもたちの地域への愛着を育てます。

・ **保育園での野外体験活動の推進**

市内各保育園では、地元の協力を得ながら、地域の自然環境を活用した農業体験などの野外体験活動を取り入れ、地域に合った特色ある保育環境の構築を図ります。

重要業績評価指標 (KPI)

項 目	現状値 (2018 年度)	目標値 (2024 年度)
ながとお料理コンクール応募率	6.8%	10.0%
保育園体験活動実施回数	35 回/8 園	31 回/6 園

市内の全ての小・中学校では、「地域の子どもは地域で育てる」との考えのもと、コミュニティ・スクール制度を取り入れ、地域に開かれた学校運営を行っています。また、市内各地域では、地域協育ネットによる子どもたちの育ちや学びを地域ぐるみで見守り、支援する取組が行われています。子どもたちの豊かな成長を支えるとともに地域への愛郷心を育むためには、今後もこうした取組を継続的に進めていく必要があります。

また、市内の高校においても、コミュニティ・スクールが導入されており、「長門に通う生徒を長門で育てる」との考えのもとで学校運営が行われています。

本市にある高校には、人口規模に比べ普通科、商業科、農業系学科、水産系学科、水産専攻科など多彩な学科があることから、市外から専門科目を学ぶために通学する生徒も少なくありません。基幹産業である第1次産業や食品加工業などと高校の専門分野との連携を図り、積極的なインターン派遣や新商品開発等により魅力ある学校づくりを進め、市外からの生徒の受入れ体制の充実を促進します。

一方で、近年、本市において外国人居住者が増加傾向にあることから、外国語教育や外国語による学習や保護者への支援の重要性が増しています。また、Society5.0 時代に向けた未来技術を活用した社会への対応の重要性も増してきており、長門独自の教育プログラムの開発などにより、年少期から新たな分野の学習機会の提供を進め、将来の長門を担う子どもたちの育成を図ります。

【取組内容】

・ 未来を創造する学習の推進

Society5.0時代に対応できる児童を育成するため、小学校におけるロボットを活用したプログラミング教育を民間との連携体制で進めるとともに、全ての小・中学校に大容量通信ネットワークを整備し、ICT教育を充実させることにより、未来の長門を担う子どもを育成します。

・ 家庭・地域・学校の連携

家庭・地域・学校が連携し、学校支援、放課後子ども教室、家庭教育学級への支援活動を効率的、組織的に推進するため、市民参画による教育支援ネットワークづくりを引き続き推進します。

また、将来を担うリーダーを育成するため、体験学習等の実践を通じ、地域の魅力を知り、企画力・問題解決力やコミュニケーション力を磨く取組を、地域総がかりで支援することで、教育に対する地域住民や団体、企業等の参画意識を醸成します。

・ 市内高校の魅力ある環境づくり

市内の高校への通学しやすい環境づくりのため、実情に合った持続可能な公共交通の在り方について引き続き検討し、効率の良いバス路線を確保するとともに、通学に対する保護者負担の軽減を図ります。

また、市内の高校における農業系学科、水産系学科を、本市の高校教育の特徴として捉え、地場産業との産学連携に取り組むとともに、都市部の高校生を対象とした地域留学や職業体験により、関係人口の拡大を図るなど、高校の魅力向上を目指します。

・ 多文化共生に対応した学習環境づくり

市内で増加傾向にある外国人居住者について、学校現場における授業での多言語対応や保護者への言語対応の取組を進めることにより、市民として等しく、安心して教育を受けることのできる環境の確保に努めます。

また、市内の外国人居住者や関係団体等と連携しながら、年少期から外国語を学べる環境づくりに取り組み、今後、更に進展する国際化社会に対応できる子どもの育成を目指します。

重要業績評価指標（KPI）

項 目	現状値（2018年度）	目標値（2024年度）
生徒参加型学校運営協議会の実施校数	—	5校
地域交流室設置校数	8校	11校
職場体験学習受入民間事業所数	93事業所	100事業所
英語教育支援校数（小学校低学年）	—	11校

まちはひとの力で、ひとは教育の力で

人口減少の要因は複雑ですが、何よりも若者が定着しないという流れに歯止めをかけることが必要であり、明日の長門市を担う人材の育成に力を入れることこそが戦略として極めて重要と考えています。

そのためには、市民の力が必要であり、この力は教育によってできると考えています。ひとの流れを起こすために、もちろん働く場所づくりも必要ですが、親、地域、学校、行政が連携し、総力をあげて、ふるさとを守り創生しようとする志と使命感を持った若者達を育てることのできる教育環境を構築することが最も重要と考えています。

公募審議会委員 伊達 徹

ながと日本語クラブの取組

長門市に定住する外国人が、市民として暮らしやすい生活支援を行うことを目的に立ち上がったボランティア団体で、外国人と市民が互いの文化的違いを認め合い、共に活躍できる社会を目指して活動しています。

日本語が分からない外国人向けに、個々のニーズに寄り添い生活に密着したテーマでの日本語教室や、外国人講師による出身国の料理や言語を学ぶ多文化講座を行っています。

今後は、市民と共に学ぶ多文化交流の場を広げていきたいと思い活動しています。

ながと日本語クラブ

本市においては、人口減少と少子高齢化の進行に伴う集落内戸数の減少や若者不足により、集落機能が著しく弱体化する地域が、今後更に増えていくことが想定されます。

一方で、弱体化した集落機能の維持・再生に取り組む市民活動団体も増えつつあり、地域コミュニティの担い手としての役割が期待されています。

しかしながら、本市の市民活動団体の活動を担う、僅かなキーマンさえも高齢化しているケースがあり、団体におけるノウハウや運営体制も脆弱な場合が多いことから、人材の育成や新たな取組まで手が回らないのが現状です。

そのため、地域の担い手の発掘や育成から活用までの市民活動団体の活性化を促進する支援により、持続可能な活力ある地域の創造を目指します。

また、市民活動団体を持続可能とするために、コミュニティビジネスや地域運営会社の設立などの活動財源の確保に向けた取組を支援し、自立した地域活動の体制の構築を支援します。

人口減少社会においては、インフラ等を一定区域に集中させたコンパクトシティが有効とされていますが、本市では、市町合併の経緯や中山間地域に農・漁村部が点在する地域の特性から、地域において各集落間の交通体系を整備した、複数の「小さな拠点」を中心とした生活圈づくりが有効と考えられます。

人口減少に歯止めをかけるとともに、今後も続く傾向にある人口減少に適応した地域とするため、今ある資源を最大限に利活用しながら、各地域の特性に合わせたまちづくりを進めていきます。

【取組内容】

・ 市民活動の活性化

NPO 法人などの市民活動団体に対し、組織を運営するための手法の提供や活動しやすい環境整備を行うとともに、公益的な事業に対する財政支援により、市民活動団体の活力を高めます。

また、誰もが住み続けたいまちづくりを進めるため、市民のニーズを把握するための機会を設け、市民活動の活性化を支援します。

・ 集落機能の再生

弱体化した集落機能を再生し、地域コミュニティによるまちづくりや地域づくりを進めるため、新たに設立された地域協働体への財政的、人的支援を行うとともに、人材の発掘と育成、活用を進めます。

また、地域コミュニティにおける自主財源の確保に向けた稼ぐ仕組みづくりを支援することで、持続可能な集落の形成を図ります。

さらに、進行する人口減少社会に適応できるよう、地域の特性と集落の相関状況、地域資源の配置等について総合的に把握し、「小さな拠点」を中心とした生活圏の整備を進めます。

重要業務評価指標（KPI）

項目	現状値（2018年度）	目標値（2024年度）
市民活動団体助成申請件数	15件	20件/毎年度
市民懇談会開催件数	—	10件/毎年度

地域経営会社設立に向けた取組

俵山地区では、NPO 法人が中心となり、福祉・環境・産業等の積極的な地域づくりが展開されていますが、更なる地域の活性化を行い持続可能なまちを目指し、地域住民の出資による地域経営株式会社の設立に向けた取組が進められています。

地域で「しごと」をつくり、地域資源を活用して人の「うごき」を生み、地域で活躍する「ひと」を育み、自立した「まち」となるために、地域での話し合いを重ね、俵山温泉街にある空き店舗を活用し、俵山そばや地元食材を提供する、そば居酒屋「たべ山」をオープンさせ、温泉街の魅力創出による賑わいと地域の活力を生み出し、温泉を中心とした俵山地区の経済再生に取り組むこととしています。

NPO 法人ゆうゆうグリーン俵山

持続可能な地域のためには、地域に住む人がいることが前提であり、地域に住み続けていくためには、健康で幸せを感じることでできる暮らし「健幸」が重要となります。

本市における人口減少は、出生数の3倍以上となっている死亡数による自然減が大きな要因となっています。本市の健康寿命は、県内13市の中で男女ともに最下位（平成29年度）となっていることから、今後、人口減少に歯止めをかけていくために、出生数の増加に向けた取組に増して、死亡数の減少への対策として、健康寿命の延伸に向けた早急な対応を進める必要があります。

そのために、活力の衰えない地域の基盤づくりとして、運動や食育などの「健幸」に向けた様々な活動を通して、市民の意識向上を図るとともに、心身の健康づくりを支える環境づくりを進めます。

さらに、大学や研究機関等と連携し、本市の健康に関するデータを集積し、小・中学校におけるがん予防教室や広報等を通して情報提供を行い、年少期から「健幸」への関心を高めるとともに、保護者への意識の向上を誘発し、健康寿命の延伸への気運醸成を図ります。

一方で、生涯「健幸」で元気に暮らせるまちを目指している本市において、「健幸のまち」としてのイメージが地域内外に浸透していないことから、地元の食や温泉などの地域資源や自然景観を活用したヘルスツーリズムなどの象徴的な取り組みを推進することで、「健幸」なまちのイメージ向上を図ります。

【取組内容】

・ 地域の食による健康づくり

本市では、豊かな自然に由来する豊富な食材が生産されているものの、地元食材の健康イメージが定着していないことから、食に関する意識調査等を通して、健康食材としての認識を高めるとともに、「ながとの食の恵み」として健康食材を育て活用し、市民の健康の向上を目指します。

・ 健康スポーツによる健康寿命の延伸

「健幸」の土台となるのは、日常的な運動による心身の健康づくりです。そのため、誰もが参加しやすい運動や生涯スポーツの普及・啓発に加え、各種の「健幸」に関する講座やイベントなどの開催と情報提供に努めます。

また、地域や企業、団体等において、生涯を通じて「いつでも、どこでも、誰でも」親しめる運動を、健康スポーツとして取り組めるよう支援することにより、健康寿命の延伸を目指します。

・ 温泉を活用した健康づくり

本市には風情と効能が異なる5つの温泉地があり、固有の資源として観光に活用しています。中でも俵山温泉は湯治場として国民保養温泉に指定されていることから、俵山スパスタジアムを活用したスポーツツーリズムや、自然環境を活用したガストロノミーツーリズムなどを推進するとともに、温泉治療を受けられるプログラム構築を進めることで、温泉地を拠点とした心身の健康づくり活動を進め、地域の活性化につなげていきます。

・ 「健幸」なまちのイメージづくり

本市の認知度は、全国的には高くない状況であることから、住み良い生活基盤の充実に加えて、「健幸」に配慮したまちのイメージを定着させることが、認知度向上のために必要です。

このことから、地元の食や温泉を活用し、健康スポーツと融合させたヘルスツーリズムの取組を推進するとともに、産業界や地域に対して「健幸」づくり実績企業や団体への登録を推進することで、市内外に認知される「健幸」なまちのイメージづくりを進めます。

重要業績評価指標（KPI）

項目	現状値（2018年度）	目標値（2024年度）
地元産食材を購入する人の割合	80.4%	85.0%
健康寿命の県内（13市）順位	13位	10位
「健幸」づくり実践企業・団体登録数	41企業・団体	200企業・団体

がん検診とナッジ効果

山口県立大学は、2019年に長門市の小中学校計8校に対して「がん教育」を行いました。早期発見・治療が重要となる「がん」への対応は、検診が重要で、「がん教育」を受けた子ども達が大好きなご両親や周りの方々に、その重要性を伝えて欲しいと考えました。

これはナッジ効果と言われ、小さなきっかけで人々の行動を変えるという戦略です。子どもさんが「お父さん、がん検診行って！」と言われれば、「そうか、行かないと・・・」と思われませんか？。

健康は、自分のためのみならず、大切な人のために守らなくてはなりません。

生涯「健幸」で元気に暮らせるまちに向けた「ながと健幸プロジェクト」には、このような要素がたくさんあり、山口県立大学は、長門市の健康を守ることにお手伝いをさせていただきます。

公立大学法人山口県立大学副学長 田中マキ子

人口減少下における少子高齢化や若者の流出、産業の停滞に加え、環境保全ができなくなるなど、本市が抱える課題は切実なものとなっています。

「住みたいまち」、「住み続けたいまち」として、若者に選ばれるためには、まちの活力の回復に加え、日常生活における満足度の向上と将来の生活への安心感を支える「人口減少に適応した持続できる地域」を創っていくことが必要です。

本市の人口減少の傾向は依然続くことが想定されていることから、人口減少社会に適応しながらも生活の利便性を維持・向上させる取組を継続的に行うことが重要であり、また、その取組が人口減少下にあっても活力の衰えない地域の基盤をつくり、若者が定着できる「まち」に近づけるものと考えられます。

そのために、本市の地域資源である豊かな自然環境や歴史ある町並みを、未来へ引く継ぐための維持・保全に取り組みます。また、全ての世代が安心して住み続けられる地域の形成のため、地域公共交通網の再整備による交通弱者への対策を行うとともに、地域医療の体制強化などの取組により「安全・安心・快適な生活空間」の創造を目指します。

さらに、地方にあっても都市部と格差のない次世代型の高度な情報通信網を整備し、市内全域でストレスなく情報を受け取れる体制を整備することにより、ICTの活用を促進するとともに、今後急速な進展が想定される Society5.0 時代における未来技術を、第 1 次産業や医療・福祉などの様々な分野において活用し、生活の利便性向上や地域経済の活性化に向けた取組を進めていきます。

【取組内容】

・ 自然環境とまちなみの保全

本市は、北長門海岸国定公園内にある海岸や棚田、市内河川に生息するゲンジボタルなどの豊富な自然環境を有しており、本市を特徴づける魅力的な観光資源・景観資源となっています。これらの環境を守るため、海岸の清掃活動や河川環境の整備、山林や農地に加え、歴史ある町並み景観の保全について、全市的な活動として取り組みます。

・ 高度な情報通信網の整備

現在あるCATV網を利用した情報通信は、Society5.0時代における未来技術の活用に対応できないことから、次世代型の高度情報基盤として光ケーブル網の整備を進めます。

これにより、光ケーブル網を活用した高画質の映像を配信するだけでなく、医療・福祉分野での活用などにより、生活における安心感と利便性の向上を図ります。

また、各産業分野での活用を進めることで、企業における技術革新を後押しするとともに、若い世代の担い手の確保や新規創業を支援し、地域経済の活力回復を目指します。

さらに、企業誘致の取組や教育分野への活用についても進めていきます。

・ 交通弱者の移動手段の確保

交通不便地域で、移動手段を持たない交通弱者は、買い物や通院等が困難な状況にあり、今後、高齢化の進行に伴い更なる増加が想定されます。

そのため、効率の良いバス路線を維持するとともに、新たなデマンド交通やコミュニティバス、次世代モビリティなど、それぞれの地域の実情に応じた地域公共交通網の再編を行い、自立し安心して暮らしやすい「住み続けたいまち」づくりを進めます。

・ 買い物支援の推進

人口減少や大型店舗の進出に伴う地域の小売店の廃業により、生活圏における日常の買い物に困っている世帯が増加していることから、移動販売業の推進や光ケーブル網を活用した買い物支援について取り組みを進めます。

・ 地域医療の体制強化

少子高齢化や人口流出による人口減少社会では、生活圏域における地域医療体制の縮小が懸念されますが、地域で住み続けていくためには、人口減少下においても、安心できる地域医療体制の確保が必要です。

そのため、引き続き小児科や産科の医師確保に努めるとともに、循環器内科や脳神経外科などの専門医確保に向け、県と連携し地域医療の体制確保を目指します。

重要業績評価指標（KPI）

項目	現状値（2018年度）	目標値（2024年度）
「海岸清掃の日」参加者数	1,664人	1,500人/毎年度
「クリーンウォーク」参加者数	1,512人	2,000人/毎年度
光ケーブル網整備率	—	100%
公共交通空白地域割合	21%	0%

VI 長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略の全体構成

