

第 1 次茅野市地域創生総合戦略の総括及び 第 2 次茅野市地域創生総合戦略の方向性

1 茅野市地域創生総合戦略策定の経過及び総括の趣旨

- ・急速に進展する人口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、平成 26 年に国は「まち・ひと・しごと創生法」を制定した。
- ・それに伴い日本の人口の現状と将来の姿を示し、人口問題に関する国民の認識の共有を目指すとともに、今後取り組むべき将来の方向を提示する「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」と、「長期ビジョン」を踏まえ、平成 27 年度（2015 年度）を初年度とする今後 5 か年の政策目標や施策の基本的方向、具体的な施策をまとめた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。
- ・創生法第 10 条では、市町村は、国の総合戦略や都道府県が策定する「都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略」を勘案し、「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定することを努力義務として規定した。
- ・この規定により、茅野市では、茅野市の実情、特性に応じたまち・ひと・しごと創生に関する施策についての基本的な計画として、国同様に平成 27 年度（2015 年度）を初年度とし、対象期間 5 か年の茅野市地域創生総合戦略を、平成 27 年 10 月に策定した。
- ・令和元年度（2019 年度）は、国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の最終年にあたることから、国は、その総仕上げに取り組むとともに、現在と将来の社会的変化を見据え、人口減少に立ち向かう地方創生の新たな展開としての飛躍に向け、第 2 期「総合戦略」策定の準備を開始するとしている。
- ・本市の茅野市地域創生総合戦略においても 2019 年度が最終年にあたるため、国の考え方にに基づき、本市における地方創生の取組を 2020 年度以降も継続するため、これまでの取組の総括を行い、第 2 次茅野市地域創生総合戦略の策定につなげる。

2 茅野市総合戦略の数値目標及び重要業績評価指標（KPI）の検証

（概要）

- ・茅野市地域創生総合戦略は、茅野市における人口の現状を分析し、様々な過程の下での将来人口推計を行い、今後目指すべき将来の方向と人口の将来展望を示す「茅野市人口ビジョン」と、このビジョンを踏まえ、茅野市の特性に合った、茅野市だからできる目標や施策の基本的方向、具体的な事業をまとめた「茅野市総合戦略」から構成される。
- ・茅野市総合戦略には、以下 5 つの基本目標を明確に設定し、それを実現するための事業を提示するとともに、それぞれの進捗を定量的に把握するため、数値目標及び重要

業績評価指標（KPI）（以下「数値目標等」と言う。）を設定している。

- 【基本目標 1】 魅力あるしごとをつくる ～茅野市で働く～
- 【基本目標 2】 選ばれるまちをつくる ～茅野市に移り住む、茅野市に帰る～
- 【基本目標 3】 楽しいまちをつくる ～茅野市を訪れる、茅野市で遊ぶ～
- 【基本目標 4】 若い世代を応援する ～茅野市で産む、茅野市で育てる～
- 【基本目標 5】 “ひと” と “ひと” とをつなぐ 安全・安心な地域を作る
～茅野市で暮らす～

- ・数値目標は各基本目標に設定されており、総数は 11 件。
- ・重要業績評価指標（KPI）は、数値目標の下の事業等に設定されており、総数は 70 件。

（検証方法）

- ・数値目標等の検証は、事業等を所管する部署で行い、その結果を以下のとおり分類した（詳細は別添資料参照）。
 - ①目標を達成しているもの及び実績値が当初の値より上昇しているもの
 - ②現時点では、実績値が①以外のもの
 - ③その他（現時点では、統計上実績値の把握が困難なもの等）
- ・最終年度を平成 31 年度（令和元年度）としている数値目標等がほとんどであるため、現時点では最終的な検証ができないが、第 2 次茅野市総合戦略の策定につなげるため、一旦平成 30 年度の数値を元に検証を行う。
- ・上記に従い分類した結果は、以下のとおり。

【基本目標 1】 魅力あるしごとをつくる ～茅野市で働く～

（件）

	数値目標 A	重要業績評価指標 B	A + B
①	2 (100%)	10 (53%)	12 (57%)
②	0	9 (47%)	9 (43%)
③	0	2	2
合計	2	21	23

【基本目標 2】 選ばれるまちをつくる ～茅野市に移り住む、茅野市に帰る～

（件）

	数値目標 A	重要業績評価指標 B	A + B
①	0	4 (50%)	4 (40%)
②	2 (100%)	4 (50%)	6 (60%)
③	0	3	3
合計	2	11	13

【基本目標 3】 楽しいまちをつくる ～茅野市を訪れる、茅野市で遊ぶ～

(件)

	数値目標 A	重要業績評価指標 B	A + B
①	0	10 (53%)	10 (48%)
②	2 (100%)	9 (47%)	11 (52%)
③	0	3	3
合計	2	22	24

【基本目標 4】 若い世代を応援する ～茅野市で産む、茅野市で育てる～

(件)

	数値目標 A	重要業績評価指標 B	A + B
①	0	2 (25%)	2 (20%)
②	2 (%)	6 (75%)	8 (80%)
③	0	2	2
合計	2	10	12

【基本目標 5】 “ひと” と “ひと” とをつなぐ 安全・安心な地域を作る～茅野市で暮らす～

(件)

	数値目標 A	重要業績評価指標 B	A + B
①	1 (33%)	2 (33%)	3 (33%)
②	2 (67%)	4 (67%)	6 (67%)
③	0	0	0
合計	3	6	9

全体

(件)

	数値目標 A	重要業績評価指標 B	A + B
①	3 (27%)	28 (47%)	31 (44%)
②	8 (73%)	32 (53%)	40 (56%)
③	0	10	10
合計	11	70	81

(考察)

- ・結果として、②が①を上回った。

- ・その要因として、まず、最終年度の前に効果検証を行ったことに加え、数値目標等を定める際に、定量的な指標の設定に対する考え方やノウハウが欠けており、目標として相応しい指標であるかの判断や目標値の定め方が妥当であるかの検討等が不十分であり、適切な設定をすることができなかつたことが挙げられる。
- ・また、最終年度の数値目標等を示し、単年度ごとに実績値の推移を検証する場合、最終年度を待たずに一旦は数値目標等を達成したが、平成 30 年度実績値では未達成であったため②となっているケースも、その要因の一つである（重要業績評価指標（KPI）の②のうち 25%が該当）。
- ・その他、当初拠り所としていた国、県等の統計情報の集計方法等が変わり、検証ができなくなる事例も見られた。
- ・第 2 次茅野市総合戦略策定にあたっては、こうした要因、事例に留意し、国から示されたガイドラインを参照するなどして適切な数値目標等の設定を行う。

3 茅野市の地域創生をめぐる現状認識

茅野市地域創生総合戦略に基づき平成 27 年度からはじまった茅野市の地域創生の取組を踏まえ、全国的な地方創生をめぐる動向と茅野市の現状を、以下のとおり把握する。

(1) 人口減少・少子高齢化

- ・茅野市の人口は、平成 20 年（2008 年）11 月の 57,406 人をピークに減少局面に入り、令和元年 9 月の推計人口が 55,546 人と見込まれるなど、人口減少に転じて 10 年を超える見込み。
- ・また、平成 30 年（2018 年）の茅野市の出生数は 375 人であり、これは出生数のピークの昭和 49 年（1974 年）の出生数 748 人の半分以下である。
- ・出生数が 400 人を割ったのは 56 年ぶりのことであり、この減少傾向は約 15 年間続いている。
- ・しかし、合計特殊出生率（一人の女性が出産可能とされる 15～49 歳に産む子どもの数の平均）は、概ね全国、県を上回って推移しており、平成 27 年（2016 年）の 1.6 から一旦下がったものの、平成 29 年（2017 年）は全国 1.43、県 1.56 を大きく上回り 1.7 となった。
- ・一方、平成 30 年 10 月現在の茅野市の 65 歳以上の高齢者人口は 16,608 人で、総人口に占める割合は 29.8%（全国 28.1%）となり、人口、割合ともに過去最高となった。
- ・国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、この割合は今後も上昇を続け、茅野市の高齢化率は 2045 年には 41.0%となると見込まれている。

(2) 人口流出の継続

- ・日本全体でみると東京圏への転入超過数は、いわゆるバブル経済の崩壊後のピーク

である平成19年(2007年)の15万5千人に比べると少なく抑えられているものの、依然としてその傾向が続いており、平成30年(2018年)には日本人移動者で見て

万6千人の転入超過(23年連続)を記録している(転出者数35万5千人に対し転入者数49万1千人)。

- 一方、茅野市の平成30年(2018年)中における社会動態は、転入者数2,150人に対し、転出者数2,063人で87人の転入超過であり、平成28年(2016年)中の90人の増、平成29年(2017年)中の196人の増に引き続き、3年続けて転入超過(社会増)となっている。
- これは、大企業の立地による雇用創出、別荘地を含む宅地開発等の影響が考えられるが、外国人の転入超過も大きな要因であると推察される(平成29年(2017年)113人、平成30年(2018年)139人)。
- しかし、年齢階級別で見ると20~24歳の階級では転出超過となっており、進学及び就職を機に転出する若者が増加していることに変わりはない。
- また、令和元年(2019年)7月に実施した市民アンケートにおいて、茅野市在住の15~18歳を対象にした設問「将来、茅野市に住みたいか」の回答が、5年前に実施した際の回答と比較すると「一度は県外へ出ても、将来的に茅野市へ戻って住みたい」を選択した割合が37.1%から27.4%へと減少する一方、「住みたくない」を選択した割合は9.8%から18.8%へと増加しており、今後の茅野市の若者の流出傾向の拡大が危惧される。

(3) 地域経済の現状

- 近年の諏訪地域の経済動向を見ると有効求人倍率は1.5倍を超える水準を維持するとともに、完全失業率も過去最低を保っており、雇用環境の改善が続いている。
- これは景気回復というよりも生産年齢人口の減少に伴う労働供給の停滞によるものと推測され、人手不足感が高まっていることが主たる要因だと思われる。
- 生産年齢人口の減少に伴う人手不足感が長期化すると、企業が必要とする高度な技術や専門知識を有した人材の確保が困難となることや産業を維持する基盤の弱体化が懸念される。

(4) 地域創生に関連する将来の見通し

- 技術革新の面では、IoTやAIなどの情報通信技術について、その進展のスピードが加速し、社会構造、産業構造ならびに就業構造の変化が予想される。
- また、リニア中央新幹線のうち品川~名古屋間が2027年に開通予定であることや2020年中に中部横断自動車道のうち双葉~新清水間が開通予定であることから、国内各地間の移動時間が劇的に短くなることで、時間や場所に縛られない新たなビジ

ネススタイルやライフスタイルが生まれるとともに、人やモノの移動に大きな変化が現れ、地域社会の大変革が予想される。

4 第2次茅野市地域創生総合戦略策定に向けた基本的な考え方

第1次茅野市総合戦略の検証結果や現状認識と、これまで2回開催（2019.7/22、8/19）された茅野市地域創生総合戦略有識者会議における議論を踏まえ、第2次茅野市地域創生総合戦略策定においては、以下の考え方で地方創生の更なる充実、強化に臨むこととする。

(1) 「しごと」と「ひと」の好循環

- ・第1次茅野市地域創生総合戦略では、安定した雇用・収入を得ることが、出産・子育てにつながる、魅力的な雇用が人を呼び込むという考え方から、特に「しごとをつくる」ことに力を入れてきた。
- ・具体的には、地方創生関係交付金を活用した JR 茅野駅前ベルビア 2 階へのコワーキングスペースの開設や、公立諏訪東京理科大との産学公連携事業の推進などがある。
- ・「しごとをつくる」取組は、一朝一夕に成果が出るものではなく、長期的な視点で、息の長い取り組みが必要になるため、今後も「しごとをつくる」取組は継続する。
- ・しかし、「しごと」をつくっても、茅野市に住むかどうかは別問題である。茅野市の人口減少の克服＝茅野市に住む人を増やすには、妊娠、出産、子育てがしやすいことはもちろん、住環境を整え、向上させることが一番の近道である。
- ・「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込み「まち」が活性化する持続可能なまちづくりの仕組みを作るためには、次の段階として「ひとをよびこむ」取組が重要になる。

(2) 関係人口、交流人口の増加

- ・生産年齢人口の減少は全国的なトレンドであるため、市として引き続き自然減（出生<死亡）に歯止めをかける取組は継続するものの、市単独では抜本的な解決に限界がある。
- ・一方、社会増（転入>転出）を目指すべく、生産年齢人口の減少に歯止めをかけ、まちの活力を維持、向上させるためには、まず、茅野市に住む方に茅野市に住み続けていただく努力が必要。
- ・特に茅野市に生まれた若者が夢を持てるまち、住み続けたいと思うまちの実現が不可欠である。
- ・その上で、茅野市の魅力を効果的にPRすることにより、将来的な社会増につながる観光客や、移住・定住の一手手前にいる茅野市が好きで頻繁に訪れる人、二地域居住者等のいわゆる関係人口、交流人口を増加させる必要がある。

(3) 広域的な視点を重視

- ・茅野市だけ良くなるのではなく、同一経済圏の諏訪6市町村が等しく良くなることは地方創生には欠かせない視点である。
- ・観光においては、広域的なプロモーションにより、今後増加が見込まれる海外インバウンド需要の取り込みも含めて、集客の可能性が大きく高まることが予想される。
- ・また、工業においては、県内唯一の工科系大学の公立諏訪東京理科大学を中心とした産学公連携の取組等、スケールメリットを生かした広域連携事業等の実施を模索する必要がある。

(4) 公民協働による地方創生の推進

- ・市の魅力を発信し市外から多くの人を呼び込むことは、行政の力だけでは実現できない。多くの市民が発信者となることで、より説得力と訴求力のあるPRが可能になる。
- ・このように、地方創生の推進には、市と市民が危機意識を共有し、それぞれの立場でできることや、やるべきことを考え、公民協働で取組む必要がある。

(5) 思い切った事業展開の必要性

- ・今後ますます深刻化する人口減少、少子高齢化に立ち向かうためには、社会や経済の変化をつぶさに捉え、多様化する地域課題の解決に最先端のAI、IoTを活用するなど、これまでにない思い切った事業展開が必要である。
- ・また、茅野市が将来選ばれるまちであるために、また、持続可能なまちであるためには、10年後、20年後を見据えて、今できることを今は始める必要がある。

以上