

# 平成30年度錦江町『MIRAI』づくりプロジェクト事業計画

## 1. 事業目的

我々は人口減少・少子高齢化による厳しい現実を真摯に受け止め、今まで以上に我慢すべきところは我慢しなければなりません。

町民と共に現実を乗り越え、希望ある未来づくりの為、平成30年度をステップ年と位置付けます。なお、我々が目指す『未来像』を平成29年度に引き続き、次の通り明示します。

### ◆目指すべき未来像

- 1) 住民や移住者が、明日への希望を持ってビジネスや地域づくりにチャレンジできる町。  
そして、彼らを本気で応援できる町。
- 2) なりたいもの、やりたいことがある子供たちが、夢にチャレンジできる町。  
そして彼らを本気で応援できる町。
- 3) 住民と移住者による協働で、世界で勝負できる価値創造型ビジネス創りや新たな集落支援ソーシャル活動等にチャレンジできる町。そして彼らを本気で応援できる町。
- 4) 町民が胸を張って「錦江町に住んでいると」誇れる町。  
誇りとワクワク感に満ちた希望の『MIRAI』が想像できる町。

## 2. 目指すべき姿に辿り着くための基本戦略

- 1) 昨年度に引き続き、持続的な未来づくりに必要な土台を築く努力を実践する。  
◇関心度向上→熱量向上（熱量：前向きさと活動意欲）→活動総量向上
- 2) 総人口減少以上に生産年齢人口や就学年齢人口の急減は当面続く状況であり、その結果、町内総生産額や町内事業者数、農業生産者数等、総量での経済縮小は避けがたいが、町内商工事業者・農業生産者あたり税引き後利益と町内企業従事者一人当たり可処分所得を向上させる施策を重点的に実践することで、町民に対し、希望の光を示すことが出来る年とする。
- 3) 町内には存在しない、もしくは現在の世の中には存在しないが、町内の子ども達が憧れ、町内で就職したいと思える『未来志向』のビジネスを都市部の志の高い若者や企業と連携し、少しでも多く生み、根付かせるきっかけの年とする。
- 4) 都市部在住者に当町の取組みを積極的に開示し、共感で繋がる仲間（支援者・半住者・移住者）を多く獲得できる年とする。
- 5) 年々進む集落機能低下を現実的にとらえつつ、町民が『支え合い』を実感できる新たな発想による集落支援の仕組みづくりを積極的に説明し、町民の理解と共感を拡げる年とする。
- 6) 老若男女問わず、未来づくりプロジェクトに対して理解、共感が拡がり、主体的に活動する町民を増やすための重点強化年とする。

## 3. 活動理念、原則、キャッチフレーズ

- 1) 理念：三方良し
- 2) 原則：法に拘り、理に拘り、情に拘る
- 3) キャッチフレーズ：GO FORWARD（前へ）

## 4. 基本戦略にもとづいた戦術概念

※ 錦江町総合戦略第1次改訂版との連動連携による戦術展開を実施する。

- 1) 『土台』づくり
- 2) 『しごと』づくり
- 3) 『なかま』づくり
- 4) 『ひと』づくり
- 5) 『新しい絆』づくり

## 5. H30年度の位置付け

第1期：土台作り：平成28年4月1日～平成29年3月31日

第2期：ホップ：平成29年4月1日～平成30年3月31日

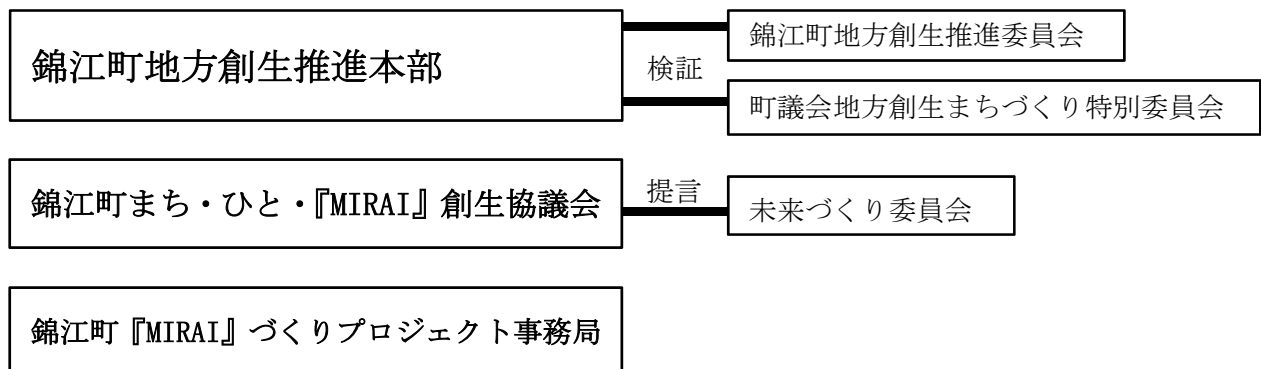
**第3期：ステップ：平成30年4月1日～平成31年3月31日**

第4期：ステップ：平成31年4月1日～平成32年3月31日

第5期：ジャンプ：平成32年4月1日～平成33年3月31日

## 6. 実施組織

- 1) 組織名 錦江町まち・ひと・『MIRAI』創生協議会
- 2) 組織の位置づけ 錦江町地方創生推進本部の実践組織
- 3) 役場主管課 未来づくり課（予定）
- 4) 協働関係課 総務課・政策企画課・観光交流課・産業振興課・建設課・産業建設課  
保健福祉課・教育課
- 5) 通称 錦江町『MIRAI』づくりプロジェクト
- 6) 事務局体制 6名
  - ① 事務局長：1名
  - ② 事務局次長（兼プロデューサー）：1名
  - ③ プロデューサー：1名
  - ④ ディレクター：2名
  - ⑤ 経理総務担当（兼ふるさと納税担当）：1名
- 7) 事務所所在地 旧神川中学校
- 8) 『MIRAI』づくりプロジェクト執行体制図



- 8) 本プロジェクトと担当課との関係性 ※プロジェクト＝取組み

本プロジェクトは、錦江町地方創生推進本部の執行組織である『錦江町まち・ひと・『MIRAI』創生協議会（事務局）』が実施するプロジェクトの総称を兼ねている。

従って、総合戦略に記載している全プロジェクトは、主管課・錦江町地方創生推進本部・協議会事務局と町内外関係者との連携により実施されることを意味する。

## 9) 戦術立案の視点

- ① 強みを最大化する視点
- ② 弱みを逆転の発想で、強みに変える視点
- ③ 町内人材・素材・政策・文化・生活習慣・困り事と外部人材・知財・政策・組織・金融を固定概念を排して組み合わせる視点

## 10) 事業計画構想の視点

- ① 具体的な取組みへの傾斜集中
- ② 短期（5年以内）未来づくり構想（6割）
- ③ 中期（10年以内）未来づくり構想（3割）
- ④ 長期（20年以内）未来づくり構想（1割）

## 11) 未来づくりプロジェクトスタッフ職務分掌

No	氏名	スペシャリティ	職名	主たるミッション
1	(未来づくり課長)		事務局長	
2	柴山 良春	エリアの課題解決・人材とエリアのマッチング・文章構成	事務局次長兼プロデューサー	集落活性化・啓発教育・移住者マッチング
3	柏崎 真司	WEBデザイン・AISAS先進理論による一元的プロモーション・ファシリテーション	プロデューサー	土台づくり・先端技術による町内課題の成長エンジン化
4	小松 尚	Eコマース・マーケティング・営業	ディレクター	しごとづくり
5	大野 直樹	営業・英語	ディレクター	しごとづくり
6	川越 美樹	経理経験	総務・経理担当	経理・総務・ふるさと納税業務補助

## 7. KPI

各分野別に KPI 表示済み

## 8. 施策概要

### 1) 『土台』づくり

#### ① 戦術概要

『土台』とは、町民と行政が当町の置かれた現状や危機感を共有した上で、町民が主体的に町の『未来』を考え、実践するスキームに老若男女の参画している状態のことであり、町民と行政による目的共有型活動にとって、必要不可欠な要素であると確信する。

町内での強固な『土台作り』が成長型社会から縮小型社会への大転換を乗り越え、質の高い地域経営を支える大きな原動力になると確信し、今年度も最優先施策と位置付ける。

全国的水準と比較し、保守かつ右肩上がりレジームが町民に非常に色濃く残る錦江町を未来を見据えた現実的レジームへと転換させるために絶対に必要な取組みであると位置づけている。

#### ② 対象エリア及び対象者

- ・対象エリア：町内全域
- ・対象者：全町民

#### ③ 具体的施策

##### I 町内『危機感・目的・目標・役割』の共有化と町民と行政の協働意識啓発

- a 町民に身近なテーマ（集落支援・空き屋・担い手誘致）に関する説明会重点強化

- b 第3回未来想像・創造コンテスト
- c 未来づくり委員会 階層別試験開催
- d 課題解消を目的とした町民提案型の研修支援強化
- e 非ネット型社会におけるCMSDP型啓発プロジェクト
- f 公募型『先進地』派遣合同研修

## II 高志・高質な自治体・法人・個人との連携・交流促進による、町内リテラシー強化

- a ベンチマーク自治体とのシャトル情報交換強化
- b ソーシャルベンチャーとの連携強化
- c 国内外学術機関との連携強化

### ④ 数値目標（KPI／重要業績指標）

- a 未来志向政策提言コンテスト提案数 : 150件以上
- b コンテストからの政策提言数 : 10件
- c 高志・高質な取り組み報道数 : 20件以上
- d 町内説明会・講演会回数 : 20回以上
- e ベンチマーク自治体との恒常的情報交換 : 3団体
- f 法人との恒常的連携 : 3件
- g ソーシャルベンチャーとの恒常的連携 : 3件
- h 学術機関との連携プロジェクト : 2件
- i 町民向け啓発講座 : 5回
- j 町民・行政職員・議員向け合同研修 : 1件
- k 未来づくり委員会 : 3種類
- l 町民提案型研修支援 : 3回
- m 関心度→熱量→活動総量 数値 : 対前年比1%向上

## 2) 『しごと』づくり

### ① 戦略概要

一段と深刻になりつつある生産年齢人口の急減に伴い、町内GDPは比例的に減少してしまう傾向があるが、できるだけ縮小ダメージを緩和しつつ、当町ならではのリソース（農林水産業）を核心的産業（＝コアコンピタンス）と位置付けた上で、多様な手段の組み合わせを駆使して事業者の粗利益及び町民の個人所得を向上させるべく積極的に活動する。

次にITやAI等の技術革新が一気に進み、今後20年以内で新業種・新業態による雇用が全体の約6割を占めると予想される中、これらを『新産業』と位置付け、対象企業のサテライトオフィスや起業希望者の積極的な誘致を推進し、将来的に町内に新たな『富＝GDP』を生み出すエンジンとする。

特に包括的支援として、農林水産業や商工業と革新的技術を新たな着想でつなぎ合わせる取組みを始めとして、起業希望者の誘致、アジアや沖縄県を近い将来の有望なマーケットと位置づけた輸出体制（＝サプライチェーン）構築展開等、複層的かつ複合的な支援展開を行う。

### ② 対象エリア及び対象者

- ・対象エリア：全町
- ・対象者：町民および移住希望者

### ③ 具体的施策

#### I 町内で頑張っている農林水産事業者や商工事業者が今以上に稼ぐ『仕組み』づくり支援

- a ENSATとの連携による仏型（文化融合高付加価値型）生産及び経営ノウハウ導入研究
- b 宮崎大学との連携による町内産品の欧米輸出可能性研究
- c ENSATとの連携による仏型農村体験プログラム研究
- d 若手農業事業者による『未来農業塾』講師プロジェクト
- e 未来農業ビジネス情報収集及び町内経営者へのサマリー発信
- f 若手農業事業者の農業フェア等への出展支援
- g ふるさと納税を介した町内産品開発・流通促進支援
- h 町内農林水産事業者のミックスプレイス重視経営育成支援
- i ワイン特区推進
- j 町内事業者の従業員募集及び後継者全国公募支援及びマッチング
- k 首都圏レストラン直取引ネット流通システムの導入推進
- l 先進ノウハウ導入を目的とした町内事業者による研修費用支援

#### II 錦江町サテライトオフィス誘致戦略

役場予算で執行

#### III 錦江町発 世界や日本で勝負できる『しごと人』づくり

- a 『地域おこし協力隊』による『しごとおこし』ミッション支援
- b 農業・福祉・教育・過疎由来課題×IT・AI・IOTによるしごとおこし誘致
- c 町出身者による回帰型起業誘致
- d 起農誘致

#### IV 未来志向なビジネス育成

- a 高標高エリアでの果樹試験栽培
- b シングルママ向け『しごと』マッチング

#### V 楽しみながら少しだけ稼げる『生き甲斐重視』のしごとづくり

- a 高齢者による生きがい型『農業』推進支援
- b 高齢者と都市部在住者によるスモール・ソーシャルビジネス支援
- c 集落支え合い型スモール・ソーシャルビジネス起業支援

#### VI 共通環境整備

- a 田舎型インキュベーションセンター（仮称）設立
- b 農業ビジネス・過疎地スモールビジネス・過疎地ソーシャルビジネス等の起業希望者誘致及び起業支援、資金調達支援、少額直接投資

### ④ 数値目標（KPI／重要業績指標）

- a ENSATインターンシップ受入れ事業者数 : 3社
- b 欧米試験輸出 : 1件

- c 宮崎大学とのセッション事業 : 2件
- d 若手農業事業者による『未来農業塾』講師派遣プロジェクト : 5回
- e 未来農業ビジネス情報収集及び町内経営者へのサマリー発信 : 6回
- f 農業フェア等への出展支援 : 3回
- g ふるさと納税町内事業者占有率 : 60%以上
- h 首都圏レストラン直取引ネット流通システムの導入事業者 : 10社
- i 町内農林水産事業者による新たな流通へのチャレンジ : 10件
- j ワイン特区推進 : 1件
- k 従業員及び後継者全国公募・マッチング : 5社
- l 首都圏レストラン直取引ネット流通システムの導入推進
- m 農林水産事業者・商工事業者・ソーシャル団体向け研修費用支援 : 5件
- n 『地域おこし協力隊』による『しごとおこし』支援 : 3人
- o 農業・福祉・教育・過疎由来課題×IT・AI・IoTマッチング : 3件
- p 町出身者による回帰型起業支援 : 2件
- q シングルママ向け『しごと』マッチング成功 : 2件
- r 高齢者による生きがい型起業支援 : 3件

### 3) 『なかま』づくり

#### ① 戦略概要

平成72年まで人口が続落すると予測される当町では、移住者の誘致が非常に重要であるが、全国的には、自力で稼げる若い世代や結婚・出産適齢世代については、高条件による誘致競争が一層激化すると予想されている。

当町では独自戦略による高質な取組み実践とそれらを国内外問わず、当町に移住してもらいたい属性の方々にPRすることで、当町の『想い』や『実践活動』に共感してくれた移住者を当町の仲間としてやわらかく受け入れる体制を構築する。

特に、エリアによって、望ましい移住者の有り方が異なることから、地域住民との協働による誘致活動を前提としつつ、地域毎の課題を意識した誘致戦略のもとで新しい『なかま』づくりを国内外問わず、地道に推進する。

#### ② 対象エリア及び対象者

- ・対象エリア：全町
- ・対象者：全町民

#### ③ 具体的施策

##### I 未来を一緒に作ってくれる『仲間』づくり

- a 移住誘致フェア出店
- b 移住下見支援
- c 町ゆかりの都市部在住者を『スカウト』としてネットワーク化
- d 都市部各種業界団体、職人別団体への情報収集と人脈構築
- e IR説明会運営（東京）

##### II 仲間づくりを推進するために必要なすまい関連環境づくり

- a 空き家コーディネーター支援
- b 地区単位別『空き家バンク』登録促進キャンペーン

#### ④ 数値目標（KPI／重要業績指標）

- a 空き屋バンク登録 : 10件
- b 町支援者（ファン）名簿化 : 30名
- c 町出身者名簿化 : 30名
- d 町外リクレーターネットワーク : 10名
- e 当会関与による移住者 : 3世帯
- f 社会減緩和 : 対前年比1%減

#### 4) 『ひと』づくり

##### ① 戦略概要

急激な人口構造変化を迎える状況では、農業生産や経済、福祉など、殆どの分野に影響が及ぶと予想される。

そこで、これまでの様な『右肩上がり社会』とは異なる価値観での『人材育成』がたいへん重要になる。特に、町の未来づくりの為には、世代・性別・立場を問わず、それぞれが明確な役割を担い、地域運営へ積極的な参画を促す為の啓発活動や、高齢者によるスモールビジネス起業の為の教育、年少世代や若者を対象とした世界に通用する人材育成を積極的に推進する。

##### ② 対象エリア及び対象者

- ・対象エリア：全町
- ・対象者：上記住民

##### ③ 具体的施策

###### I 未来を託す『子ども』と『育児世代』の支援・啓発

- a ふるさと納税による子供育成プロジェクト実施支援

###### II 未来づくりと協働実践活動への理解促進

- a 未来塾実施

###### III 人づくりを支える人材育成

- a ENSATインターン受入事業
- b 台湾大学地域づくり共同研究事業
- c 宮崎大学インターン受入事業

#### ④ 数値目標（KPI／重要業績指標）

- a ふるさと納税による子供育成プロジェクト実施 : 1件
- a 老若男女を対象とした未来塾実施 : 3回
- a ENSATインターン受入事業 : 1名
- b 台湾大学地域づくり共同研究事業 : 1件
- c 宮崎大学インターン受入事業 : 2名

## 5) 『新しい絆』づくり

### ① 戦略概要

平成27年度に実施した地方創生町民アンケートでは『安心』や『支え合い』に関する要望や提案が大変多く寄せられたが、これは中山間地を中心に、人口減少に伴う地域コミュニティ一衰退に対して大きな不安を感じている町民が多いことを示唆している。

そこで当町では、ICTツールや新たなコミュニティ構築手法など、新たな繋がり方を積極的に導入し、既存事業と複合的に組み合わせることで、町民が『支え合い』を実感し、安心して生活できるゆるやかな絆づくりを町内に横断的かつ複層的に推進こととする。

### ② 対象エリア及び対象者

- ・対象エリア：全町
- ・対象者：上記住民

### ③ 具体的施策

#### I 各世代が『役割』を担い、元気に活躍できる『地域』づくり

- a 「地域の現状、みんなで理解しよう！」事業

#### II ゆるやかに柔らかく繋がり、支え合える『互助関係』づくり

- a 小規模多機能集落に関する住民啓発説明会
- b ガバメントクラウドファンディング、企業版ふるさと納税、クラウドファンディングを介した共感型資金調達による町内課題解決
- c 全国の小規模集落支援実践組織との情報共有会議参加

#### III 新住民と在来町民をゆるやかに繋げ、相乗効果を町の力に変える『場』づくり

- a あなたの移住応援します隊連携による、移住者支援
- b あなたの移住応援します隊（町民版）結成

### ④ 数値目標（KPI／重要業績指標）

- a 「地域の現状、みんなで理解しよう！」事業によるアンケート調査 : 4回
- b 小規模多機能集落に関する住民啓発説明会 : 20回
- c ガバメントクラウドファンディング、企業版ふるさと納税、クラウドファンディングを介した共感型資金調達による町内課題解決 : 1件
- d あなたの移住応援します隊連携による、移住者支援 : 1回
- e あなたの移住応援します隊（町民版）結成 : 10名



## 予算（収支計画）

### 1. 収支予算計画（運営補助分）

#### 平成30年度 錦江町まち・ひと・『MIRAI』創成協議会 運営補助資料

期間：平成30年4月1日～平成31年3月31日

NO	科 目	平成30年度予算	H29年度予算	差異	摘 要
1	管理費	33,114,000	32,778,524	335,476	
1・1	人件費	31,300,000	31,346,544	△ 46,544	
1・2	事務局管理費	1,814,000	1,431,980	382,020	
2	町補助事業費	18,977,760	20,925,000	△ 1,947,240	
2・1	プロジェクトを支える土台づくり	5,356,800	2,176,200	3,180,600	
2・2	『しごと』づくり	7,115,040	6,631,200	483,840	
2・3	『なかま』づくり	2,700,000	7,430,400	△ 4,730,400	
2・4	『ひと』づくり	2,477,520	3,618,000	△ 1,140,480	
2・5	『新しい絆』づくり	1,328,400	1,069,200	259,200	
3	受託事業費	0	0	0	
3・1	ふるさと納税一括受託	0	0	0	収益事業の為、不記載
3・2	お試しサテライト戦略策定事業	0	0	0	政策企画課直轄
当期支出合計		52,091,760	53,703,524	△ 1,611,764	