

町村週報

(町村の購読料は会費)
の中に含まれております

2930号

毎週月曜日発行

発行所 全国町村会 〒100-0014 東京都千代田区永田町1丁目11番35号：電話03-3581-0486 FAX03-3580-5955

発行人 石田直裕：定価1部40円・年間1,500円(税、送料含む) 振替口座00110-8-47697

<http://www.zck.or.jp>

巴波川沿いに広がる蔵屋敷(栃木県)



も く じ

政 策	情 報	情 報	情 報
フォーラム	随 想	随 報	随 報

- 「地域の産業・雇用創造チャート」に見る地方創生の道筋……総務大臣補佐官 太田直樹…(2)
- アニメ「ガールズ&パンツァー」と大洗町の軌跡
- 「まちおこしではなく、町全体を舞台としたまち遊び」……茨城県大洗町…(5)
- 町村Navi……
- 人の集う島へStep 3001……
- 島根県西ノ島町長 升谷 健…(10)
- eラーニングによる個人番号制度研修……
- 栃木市(11)

コラム

地方創生の北風と太陽

明治大学農学部教授 小田切 徳美

昨年以來、「増田レポート」の風が吹き荒れている。「消滅可能性自治体」を導き出した推計は、いささか乱暴なものであり、説得力があるものではない。それにもかかわらず、このレポートに、ある種のシンパシーを持つ人々がいるのは、「地方消滅」というシヨックが地域の危機意識を生み出し、「地方創生」への転機となるという期待からではないだろうか。事実、「推計は乱暴だが、それが社会に与えた影響は評価できる。人口減少問題に対して自治体が真剣になった」という者もいる。

果たしてそうであろうか。そもそも、シヨックを受けて、はじめて人口減少問題を真剣に考え始めた自治体が本場に農山漁村にあるのだろうか。そこでは、過疎対策として、過去も現在も人口減少という現実に向かい合っているはずである。

さらに、考えるべきは、このレポートの危機意識を過剰に煽る手法についてである。「コミュニティ・レベルで、いま焦点となっているのは、諦観からの脱却である。進みつつある空き屋や耕作放棄の増加の中で、人々は時として、問題の解決を諦めてしまふこともある。そうならないことが、「地方創生」のスタートラ

インである。現場では、住民のそのような意識と日々闘っている。そうした時に、名指して「将来的可能性を「消滅」と論じることは、まさにその諦めの気持ちを急速に拡げることにはならなかったであろうか。

必要なことは、地域に寄り添いながら、「〇〇さんの息子はあと3〜4年でここに帰ってくるだろう」「あの空き屋なら、移住者が入る可能性はある」などと、具体的に考え、地域の可能性をひとりでも多くの人々と共有化することではないだろうか。「地方創生」はこうした取り組みの延長線上に見えてくるものである。

これは、あたかもあのインソップ童話の旅人をめぐる「北風」と「太陽」のようである。地域の再生を願いながらも(そう信じたい)「消滅」という北風を吹かせて、結果的に地域の立ち上がりを制約してしまふのか。そうではなく、地域の可能性を温かく見守り、「太陽」として地域に向き合うかの差である。

そして、自治体に問われているのが、増田レポートの有無にかかわらず、「太陽」の役割を日常的に果たしているのか否かである。自治体が「太陽」でなくなったのを見きわめて、「北風」が登場した可能性があるからである。

写真キャプション

栃木市の巴波川(うずまかむ)に沿った幸来橋付近には、黒板塀と蔵屋敷のある一画がある。かつては栃木でも有数の麻問屋として知られた豪商の家である。江戸時代に宿場町として、また巴波川の舟運により商人町として賑わい、見世蔵や土蔵が軒を連ねたこの地には、今なお商人町の姿が残っている。

政策解説

「地域の産業・雇用創造チャート」に見る 地方創生の道筋

総務大臣補佐官 太田直樹

地方創生は何を目指すのか

政府は平成27年6月30日に「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」を閣議決定しました。同基本方針において、地方創生の目標は、「将来にわたつての「人口減少問題の克服」と「成長力の確保」を図ること」とされています。各自治体では、地方版総合戦略の策定が進められていると思いますが、一ツ気になることがあります。

多くの市町村で人口減少対策の検討会が設置され、提言がなされています。課題設定の視点が「人口減少問題」というのはよいのですが、日本全体の人口が減少している中で、解決策が単に「人口増加」だけではパイの奪い合いにしかならないと思います。後ほど詳しく述べますが、地方版総合戦略のコアは産業政策であり、そのための人材の育成・獲得が重要なのではないのでしょうか。

しかしながら、東京を中心とした産業構造が長らく続いた影響で、地方における内発的な産業戦略のモデルは少ないのが実情だと思います。産業政策に関する自治体のノウハウが不足しているために、シンクタンクなどの知見を借りざるを得ず、「丸

投げ」などと揶揄されてきたのではないのでしょうか。

それを防ぐためには、地方版総合戦略の策定に当たり、まずはデータに基づいた客観的な事実を出発点とする必要があるでしょう。それも、総合戦略の序文に数字を散らすだけでなく、どの産業を伸ばしていくべきかを客観的な情報に基づいて導き出すことが重要です。

数字は読み解いてこそ生きる

地方創生施策の中核の一つに情報支援があります。地域の実情の客観的な把握が地方創生の第一歩となることに間違いはありません。これまでも、総務省では自治体の多なるご尽力により、国勢調査や経済センサスを実施し、集計・公表をしてきました。数字を手にした人が次の一手をいかに打つべきか、という命題は大きな課題の一つでした。これまでは「地域の自主性・自律性」の名の下に、数字を読み解くことまで含めて自治体に委ねられていたのではないのでしょうか。

そこで、総務省では、本年5月29日に「地域の産業・雇用創造チャート」を公開しました（<http://www.stat.go.jp/info/kouhou/>

〇三六〇）。平成21年経済センサス基礎調査と平成24年経済センサス活動調査のデータを主たるベースとして、地域の「稼ぐ力」と「雇用力」を一目で分かるようグラフ化したものです。

今回、このチャートを公開した最大の意義は、岡山大学教授の中村良平先生の御指導により、経済学の視点を加えたところにあります。地方創生の課題の一つである「人口減少率の抑制」と各地域の産業構造が経済理論によって関連づけられ、これによって、人口維持に向けて重点的に対策を講ずべき産業が統計データによって明らかにされます。ここで少しその理論の概略に触れておきましょう。

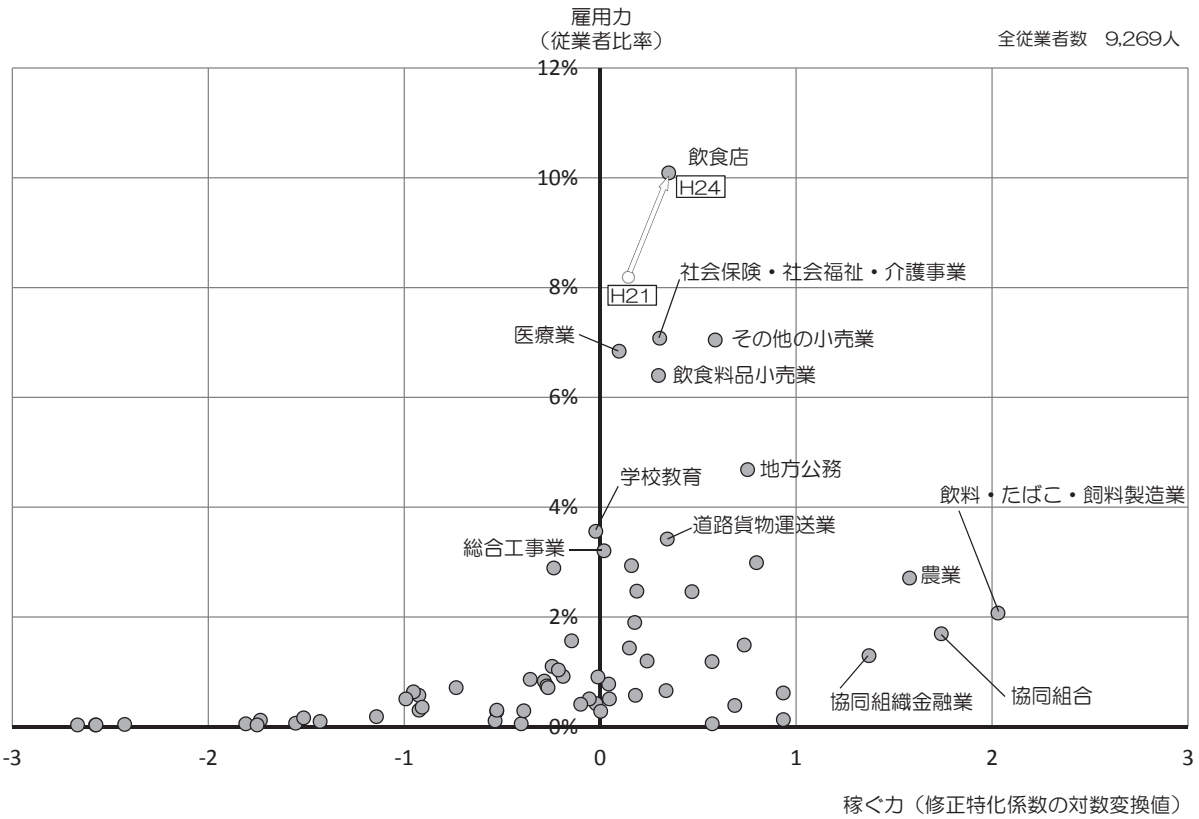
人口を支える仕事とは

まちの経済構造を捉える際に、次のように産業を二つに分けて考えようと視界が開けます。

一つは、人や事業所がないと成立しない産業、つまり人口や企業集積の必要な産業です。小売店、飲食店、不動産業、病院など対個人サービス業と、保守点検サービス、会計事務所、広告業、情報処理サービスなど対事業所サービスが該当します。こ

政 策

■参考1 地域の産業・雇用創造チャート (高鍋町)



れらは人や企業の存在があつて成り立つ産業なので派生産業あるいは非基盤産業ともいわれます。

もう一つは、人口集積や企業集積とはあまり関係なく立地できる業種の外にいます。製造業における工場部門、場所を必要とする農業、林業、水産業、鉱業などです。これらは域内市場から派生するものではないことから基盤産業あるいは移出産業ともいわれます。これはお金の流れでいうと、域外からお金を稼いでくる産業です。一方で、前者の派生産業は域内でお金を循環させる産業といえます。

ここで重要なことは、非基盤産業だけでは地域経済は成り立たないということです。基盤産業がコアとなり、その規模が非基盤産業を規定するという因果関係があります。この基盤産業従業者数と非基盤産業従業者数の比率はまちによって上下しますが、平均的には、概ね1対5・5となります。したがって、全従業者数は基盤産業従業者数の6・5倍であり、日本では一人の労働者が平均して二人の生活を支えているので、大まかに言えば、まちの人口規模は、基盤産業従業者数の13倍になります。すなわち、基盤産業の規模を見

極められれば、そのまちの人口規模をある程度予測することができるのです。

逆の見方をすれば、一万人の人口を維持するためには、基盤産業で約770人の雇用が必要だということです。770人の中には様々な分野の専門家も必要でしょう。高い技術力を持ったエンジニアやマーケティングの専門家、マネジメントのスキルを持った人材も必要かもしれません。高い技術を持った人が引退すれば、後継者も必要です。単に人口の議論をするのではなく、どのような産業で、どのような人材を確保・育成すべきかを考えることが肝要です。

稼ぐ力を伸ばす

こうした基盤産業を特定するには、産業間・域内外の取引を表した地域産業連関表が有用ですが、ほとんどの自治体では作成されていません。そこで、総務省では、比較的統計データの得やすい従業者数を使った代替指標である「特化係数」で間接的に発見することにしました。これは、ある産業の地域の従業者比率を全国の従業者比率で割ったものです。例えば2・0であれば、

政 策

全国の構成比の2倍の集積があることを意味します。これにさらに国際取引を反映するために、中村先生が開発された「自足率」を乗じて「修正特化係数」を求めると、地域の基盤産業がより正確に識別されます。係数値が1・0を超える産業は、地域にとつて純移出がプラスの「稼ぐ力のある産業」といえます。

前頁の図は平成24年経済センサス一活動調査に基づき宮崎県高鍋町のチャートです。縦軸に「雇用力」を、横軸に「稼ぐ力」を取っています。「稼ぐ力」は修正特化係数に対数変換という操作を施した数字なので、修正特化係数で1・0に当たる点が0になります。つまり、横軸の値が正の産業が、外から稼いでいる産業ということになります。

高鍋町は「農業」や「飲料・たばこ・飼料製造業」が特化しています。飲料では、「百年の孤独」などの焼酎を製造している株式会社黒木本店などが高鍋町に立地しています。

高鍋町は平成20年から周辺の5町と「鍋合戦」を開催しています。各町がその町の産品を用いた鍋を考案し、それを競わせるイベントです。当初は地産地消を目的として始めたものですが、一人ももの観光客を呼び寄せる賑わいを見せ、地域外の人

による地域産品の消費が促進されました。その効果でしょうか。平成21年と平成24年の経済センサスに基づいたデータを比較すると、飲食店が伸びているとわかります。一方で、農業の特化に比して食料品製造業にそれほど力があるわけではありません。農作物の付加価値を高めて移出できるようにすれば、地域外からより多く稼げるようになります。他の市町村のデータも参照しながら、特化している産業の関連産業にも目を配ると、その市町村の特徴がより明確に見えてくると思います。

多くの市町村では、医療業、介護事業、飲食料品小売業、飲食店などが高い雇用吸収力を持っています。しかし、これらを伸ばすことは考えない方がよいと思います。先ほどの理論によると、これらは内需型の産業ですので、交流人口の多い観光地でもなければ、その規模は基本的に地域の人口規模で決まります。他律的に決まる要素が強く、戦略的に伸ばすべき分野ではありません。外から稼ぐ基盤産業を見出し、伸ばすところこそ注力すべきでしょう。

稼ぐ力をつくる

各地域の基盤産業が抽出されるメ

カニズムについて説明しましたが、中山間地域では、際だった基盤産業が存在しない場合もあります。特に市町村合併が進んだ現在では、広大な面積を有する市にも中山間地域が存在し、大抵の場合、そこに所在する集落は外から稼ぐ産業を持ち合わせていません。自分で消費する量の農作物を栽培し、年金で暮らしている高齢者が多くを占めるような集落では、その高齢者を相手にしたサービス業の従事者が増えても、地域の資金環流の原資が年金収入である以上、その集落の経済は早晩、限界を迎えます。

実は「何も無い」と言われる中山間地域にこそ、何かを興せる「人材」が必要なのです。つまり、外から稼げる仕事をゼロから創出できる人材です。島根県の海士町や徳島県の神山町がクローズアップされるのは、まさにこのような人材が増えているからに他ならないと思います。

総務省では「ふるさとテレワーク」という施策を推進しています。神山町のように、場所を選ばない情報サービス業の従事者を地方に呼び込む取組です。ICT技術の進展によるポータビリティが大都市圏への人口集中を助長してはいけません。むしろ、それによって地方が新たな「稼

ぐ力」を得て、人口集中の是正へと向かわなければなりません。

かつては地域の小売店で販売・レンタルされていた音楽や映画などのコンテンツも、今ではインターネットを介してどこでも入手できるようになりました。これに限らず、各地域の内需型の産業が特定地域に集約化され、その地域外にサービスを移出する基盤産業へと変化する流れが生まれています。この流れは今後様々な分野でさらに進行するでしょう。このような新たなビジネスが地方のオフィスで起こったときに、真の地方創生に繋がるのだと思います。

参考文献(資料)

・「稼ぐ力もつ産業を伸ばせ」
経済教室、日本経済新聞

平成27年5月6日
「地域産業構造の見方、捉え方」
総務省統計局URL
<http://www.stat.go.jp/info/kouhou/chiki/index.htm>

◎町村週報のご購読◎

「町村週報」の購読を希望される方は、はがき、FAXまたはEメール(kouhou@zck.or.jp)にて、全国町村会広報部までお申し込み下さい。

★年間購読料1,500円(送料込み)

★請求書を送付いたしますので、折り返しお振り込み下さい。

フォーラム

▷2014年11月大洗あんこう祭

現地レポート 町村独自のまちづくり



© GIRLS und PANZER Projekt

アニメ『ガールズ&パンツァー』

と大洗町の軌跡

〜まちおこしではなく、町全体を舞台としたまち遊び〜

茨城県 大洗町

おお あらい まち

わあ」が北海道・苫小牧港との間を運行しています。また、北関東自動車道や常磐道の全線開通により、群馬・栃木・宮城・福島などとタイレクトに結ばれ、茨城空港とあわせニューゲートウェイとしての発展が期待されています。

穏やかな気候に恵まれた観光・保養の地であり、日本三大民謡のひとつ「磯節」でも謳われる白砂青松の景勝地です。豊かな自然を始め、アクアワールド大洗水族館や大洗のシンボルタワーであるマリントワーなどの近代的な観光施設とレトロな雰囲気が残る商店街がひとつの街に融合しており、老若男女問わず楽しんで頂ける観光地として知られています。

年間約560万人もの観光客数を誇ってきた大洗町ですが、東日本大震災による津波などの実被害に加え、福

大洗町の概要

大洗町は、茨城県の太平洋側のほぼ中心にあり、首都東京からは約100kmの距離に位置しています。大洗港は関東地方と北海道とを結ぶ唯一の定期旅客航路であり、フェリー「さんくら



フォーラム

島第一原子力発電所事故による風評被害などもあり、県内トップから陥落しましたが、わずか1年での奪還にはこれからご紹介する「ガールズ&パンサー」（以下ガルパン）が大いに貢献してくれました。

ガルパンと大洗町の出会い

東日本大震災の影響が色濃く残っていた2011年秋。アニメ製作会社であるバンダイビジュアル様より大洗町を舞台としたアニメを制作させて頂きたいというお話しを頂いたことが、ガルパンに関する取り組みが始まるきっかけでした。



△東日本大震災でのフェリーターミナル津波被害状況

大洗町商工会の一部メンバーが中心となり、制作にあたってのロケハンや様々な企画の調整、関連商品やツアーなど各種企画・運営を行ってきました。もちろん、アニメに関する取り組みなどは初めての経験であったため、不安や葛藤、そして本当に成功するかといった懸念は多々ありました。しかし、その初めての経験が新鮮さを与え、少人数ではありましたが楽しんでながら取り組んできました。

ガルパンとは

ガルパンことアニメ「ガールズ&パンサー」は2012年秋に放送されたアニメ番組です。

現代の日本という華道や茶道と同じように、戦車を使った武道である「戦車道」を女性のたしなみとして学ぶ高校生達の物語という荒唐無稽な設定ながら、実在した戦車が緻密に表現され、主人公の人間的な成長や友情、家族との絆を描いており、ファンの間で高い評価を得ています。

主人公たちが学ぶ「大洗女子学園」は架空の高校ですが、作中に描かれている大洗の街並みは忠実に再現されており、そのために現地を訪れた多くのファンは、アニメの中で見た風景が目の前に、現実に広がるという体験をします。逆に茨城県で育った人は、見覚えのある建物が多数登場するため、愛

着を感じずにはられない作品です。

ターニングポイントとなった あんこう祭

ガルパンがアニメ放送後、すぐに住民に認知され、市民権を得たのが。答えはNOです。なぜならば、TOKYO MXなどを中心に放送されていたため、茨城県では視聴する手段が限られていました。そのため、放送が開始しても、大洗町が舞台になっているアニメが放送されているという認知度は高かったとは言えません。

そこで、ターニングポイントとなったイベントが大洗町の冬の風物詩であるあんこうをPRするイベント「大洗あんこう祭」と春に行われている「海菜フェスタ」でした。

大洗町を舞台にしているガルパンのことを、住民を始め、多くの人に知ってもらうことはできないか。ガルパンを見て町に遊びに来てくれるファンに喜んでもらうことができないか。という想いから様々な取り組みが始まりました。

各関係機関の協力により、鉄道車両やバス車輦、レンタサイクルのラッピングに始まり、ガルパンとコラボした「当地商品の開発などを、町の一大イ



△忠実に再現された大洗の街並み

ベントであるあんこう祭に合わせて準備を進め、イベント当日に一齐にリリースすることでインパクトと話題性を創出しました。

ステージでもガルパンの声優陣を招いてトークショーを開催することができ、結果は前年比2倍の約6万人という過去最高の来場者数を記録。同日にタイアップにて車輛のラッピングを行った鹿島臨海鉄道においても、2,000名を超えるファンが大洗駅に押し寄せ、同駅開所以来初となる入場制

フォーラム

限がかけられるなど、誰も想像しえなかつた結果となりました。

商店街にファンが溢れる

大盛況で終わった「大洗あんこう祭」が話題となり、その後も多くのファンの方たちにお越しいただきました。そして2013年3月に行われた「大洗春まつり海楽フェスタ」。このイベントにおいても様々なタイアップを行いました。

イベント前日には近隣の映画館にご協力いただいたのオールナイト上映会を筆頭に、当日は自衛隊に協力を得て、実物の戦車などの展示やガルパン一色



▷2012年11月大洗あんこう祭

◁商店街に訪れるガルパンファン



にラッピングされた車（通称：痛車）の展示、声優さんを始めたとしたキャスト陣にもお越しいただき、イベントに花を添えて頂きました。

そして同イベントでお披露目となったもう一つの取り組みがキャラクターの等身大パネル。様々なタイアップの中心となっている商工会のメンバーは商店街の皆さんでもあります。

そこで、お越しになって頂いたファンの方々に、どうやって商店街に足を運んでもらえるか考えた結果、ガルパンに登場するキャラクターの等身大パネルを制作し、各店舗に設置をしました。等身大パネルの制作はもちろん、キャラクターとそれぞれのお店の繋が

◁ガルパンキャラ・店主等身大パネル



りを考え、配置店舗などを決めたのも商工会青年部を中心としたメンバーでした。

例えば作中で串カツを食べているキャラクターは精肉店に。紅茶をよく飲んでいるキャラクターはお茶屋さんになど、様々なストーリーが生まれましました。そうして商店街にファンの方々が訪れるようになり、商店街の方々はファンの方たちに大洗町のことを、ファンの方たちは大洗町の人に「ガルパンのことを教え合うこと」、「ガルパン」という共通言語ができ、徐々に町民にも広がり、今ではおじいちゃんやおばあちゃんからも「ガルパン」という言葉を聞くほど、町に馴染んでいま

す。そうした取り組みの成果もあり、商店街の人々との交流を楽しんでいただけになりました。

ガルパンファンから大洗町のファンへ

海楽フェスタ以降、様々なメディアに取り上げて頂き、「大洗町IIガルパン」という認知が広がり、週末には商店街に人が溢れる光景が続きました。

ガルパン目的で大洗を訪れて頂いた方々に大洗町のことをもっと知ってもらうため、主要観光施設などを巡るスタンプラリーを開始しました。その後も様々なスタンプラリーなどを行いましたが、大きな枠から徐々に小さな枠へ。マスからニッチへシフトしての展開で、町全体から商店街のお店に至る



▷スタンプラリー

フォーラム

まで多くの方々にお越しただく機会を創造できました。

そうした中でファンと触れ合い、常連客になり、いつの間にか「あのおじちゃん、おばちゃんに会いに大洗へ行く」と人に会いに訪れて頂く方が増えました。商店街の一番の長所は人との触れ合いであると思います。価格や便利さでいえば大型ショッピングモルやコンビニエンスストアなどに勝てませんが、「あの人がいる！」あの人に話せば色々と教えてくれるなど、お店・

人のファンになって頂き、リピーターを生むのが商店街の本来のあり方なのだと思います。

そして奇跡の展開が続く

そうした取り組みが評価され、観光庁主催第1回「今しかできない旅がある」若者旅行を応援する取り組み表彰では奨励賞として観光庁長官表彰を受けたのを皮切りに、地域の一体感が評価された「いばらきイメージアップ大賞」や経済産業省「がんばる商店街30選」にも大洗町商店街として選定されるなど、誰も想定しえなかった評価を得ることが出来ました。

アニメ放映から2年以上たった今でも、様々な取り組みが続き、大洗あんこう祭では2年連続で約10万人、海菜フェスタや商工感謝祭では約5万人という多くのお客様に会場いただいたいております。

大洗流のおもてなしとまち遊びは続く

経済効果はどのくらいですか。よく聞かれる質問ですが、ガルパンに関わる取り組みではあえて経済効果を算出していません。多くの方に来ていただき「商売繁盛させよう！まちおこ

しにアニメを活用しよう！」などと思つて取り組んでいないからです。

ガルパンに関する取り組みの企画立案グループのメンバーも宿泊施設の方や商店主、行政や観光協会の職員など所属も立場もバラバラです。共通している認識は来ていただいた方々にどうしたら楽しんでもらえるか。楽しんで頂き、また大洗に来たいと思つてもらえるか。そして町全体を使つてどう楽しめるかを常に考えているため、「まちおこし」でなく「まちあそび」をしている感覚です。

商店の方々もファンと一緒に楽しんでみながら、ファンの方々も交流しており、「おかえりなさい」、「また遊びに来てね」などの会話がどこからともなく聞こえてくるなど、大洗町ならではのおもてなしが受け入れられ、実家のような街と言つて頂いています。

2015年11月にはガルパンの劇場版公開が控えています。このムーブメントはいつまで続くかわかりませんが、当然いつかはガルパン人気が終わるのに向かい、今のような賑わいはなくなるのは誰もが感じているはず。ガルパンが私たちに与えてくれたものは、それは経済効果でもなければ



一時の賑わいでもありません。それは訪れた方々の喜びや人と人との交流の大切さ。そして地元の人々の笑顔とやる気なのだと思えます。商売や観光に関する原点ともいえるお客様にどう喜んでもらいたい、また来たいと思つてもらえるか。

この気持ちを忘れずにいれば、ガルパン終了後も、自発的な色々な取り組みが続くことでしょう。ガルパンもたらしてくれた奇跡と軌跡を忘れずに・・・

大洗町 商工観光課

▷観光庁長官表敬訪問



随 想

随 想

人の集う
島へ
Keep 3000!

島根県西ノ島町長 升 谷 健



私の住む隠岐諸島は、島根半島の北40〜80kmの日本海に浮かぶ4つの有人離島と大小180余りの無人島からなる島々です。

本土と隠岐を結ぶ航路は、高速船と3隻のフェリーが就航しています。西ノ島と本土とを結ぶ交通手段は、海路だけであり、所要時間は、高速船で1時間、フェリーで2時間30分程度要します。

隠岐諸島は、西ノ島・中ノ島・知夫里島の3島で形成される島前と一番大きな島後からなり、2番目に大きな島が西ノ島です。

西ノ島町の面積は約56平方キロメートル、島の形状は細長く湾曲した形で平地が少なく、外海側は日本の厳しい風浪により形成された断崖絶壁や、巨大な岩の「架け橋」の通天橋など大自然が創り出した雄大な景色を堪能することができます。隠

岐を代表する景勝地となつていす。内海側は、集落の背後に急峻な山が連なるといった地形で、天然の良港となり、古くから漁業を中心に発展してきました。

中でも、島前地区では本町にしか無い、まき網漁業の生産額が大きなウエイトを占めています。しかし、乗組員の高齢化と後継者不足が課題となっております。

西ノ島全体においても人口減少が課題です。離島という四方を海で囲まれた閉鎖的で地理的不利な環境などにより毎年100人以上が島を離れ、人口は昭和25年の約7、500人から減少の一途を辿り、現在ではその半分以下となる約3、100人まで落ち込んでしまいました。

まき網船団乗組員の高齢化と後継者不足への取り組みとして、平成7年から事業主、JF、町が連携し「漁

師になりませんか？」「漁師ほどおもしろい仕事はない」のキャッチフレーズを謳い文句に、全国から漁船員の募集を行う取り組みを続け、現在では、全乗組員(約110名)の約半数を占めるまでになっています。

また、ほぼ同時期に「大都会を離れ、老後は自然に恵まれた島でのんびりと暮らしてみませんか」といったキャッチフレーズを謳い文句に、比較的生活にゆとりのある50歳以上のUIターン者の方々を対象とした島興しプラン『シルバーアルカディア』(高齢者移住計画)を発想し、当時としては行政が行う全国初の取り組みということで、多くのマスクミにも取り上げられました。

こうした定住対策に本町では、約20年も前から取り組んでおり、現在の移住者とその家族を含めた人数は約400人余りにのぼり、人口の1割以上を占めるまでになっていますが、なかなか人口減少には歯止めがかかっていないのが現状です。


私は、これまでの移住・定住対策の更なる取り組みをすすめることもに、結婚から出産、子育てと進んでいく流れの中で、相談体制の充実や支援対策の推進が非常に重要なポイントと考えます。病児保育など保育サービスの充実を図るとともに、子

育て支援センターや子育てサロンなどの子育て家庭や妊娠中の方の交流の場を設けるなど、子育て環境の整備に努めています。

町外での出産に際して宿泊費の助成(町内では出産ができない)や町外通院に係る交通費の助成、保育料の大幅な軽減、中学校終了までの子どもの医療費無料化など。また、妊婦検診助成、保険が適用されない体外受精や顕微授精の特定不妊治療費についての一部助成も行っており、経済的負担を軽減するために少子化・子育て支援は特に町の重点施策として取り組んでいます。

最近では漁業や農業などに関心を持った人々が増加しており、また、島の持つすばらしい自然や独自の歴史・文化に惹かれる・都会で暮らす方々の田舎(離島)思考が広がるなかで私は、住居と職場を確保できればある程度のUIターン者の増加は見込めると考えています。そして、住みやすさや子育てのしやすさをブラស់アルファすることで、人口減少問題に歯止めをかけることができると考えます。「Keep 3000!」を合言葉に、西ノ島の住民とともに「人の力」が主役となったまちづくりを邁進し「人の集う島 西ノ島」を目指してまいります。

情 報



eラーニングによる 個人番号制度研修

平成27年度: 申込受付中!

地方公共団体
限定

無料!

● 申込受付期間および学習期間

期 間		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
コース名	個人番号制度 一般コース	申込受付期間 6月2日(火) 10:00~9月29日(火) 17:00							
	個人番号制度 実践コース					学習期間 8月12日(水)~12月28日(月)			
	個人番号制度 動画配信コース	申込受付期間 6月30日(火) 10:00~10月16日(金) 17:00							
						学習期間 8月12日(水)~12月28日(月)			

12月28日(月) 23:59まで 最終学習

● 研修コース

個人番号制度 一般コース

個人番号制度導入に伴い、地方公共団体の職員として必要な知識、注意しておかなければならない点を学習します。

第1章 個人番号制度の概要
 第2章 個人番号制度における情報連携と個人情報保護
 第3章 個人番号カードの利活用
 第4章 利用範囲の拡充

個人番号制度 実践コース

個人番号制度に係る事務を行う際、地方公共団体の職員として特に注意しておかなければならない点を学習します。


第1章 個人番号制度に係る事務スケジュール
 第2章 事務執行上の注意点
 第3章 自治体中間サーバー・プラットフォーム
 第4章 法人番号
 第5章 個人番号制度罰則規定

個人番号制度 動画配信コース

個人番号制度導入に際し、住民からの問合せに対し適切に対応するために必要となる基礎的知識に関する講義を1時間程度の動画にまとめ配信いたします。

- ・なぜ個人番号制度が導入されたの？
- ・個人番号が漏えいしたら全ての情報が漏えいするの？
- ・個人番号は適切に扱われているの？

(動画配信コースは、申込スケジュール、学習期間が他のeラーニングのコースと異なります。)



※各コースの学習時間は2時間から5時間程度です。
 ※各コースには最後に修了テスト、修了アンケートがあります。
 ※各コースは「章」及び「節」に分けられています。業務などで受講を中断した場合、中断した箇所から再開できます。

町村の自慢のグルメ・物産が大集合!



140体以上の
ご当地
キャラクターも
大集合

今年は秋に開催!
**入場
無料**

2015

各日とも
先着1万5千名様に
オリジナル
エコバッグを
プレゼント!

町村から日本を元気にする

日時

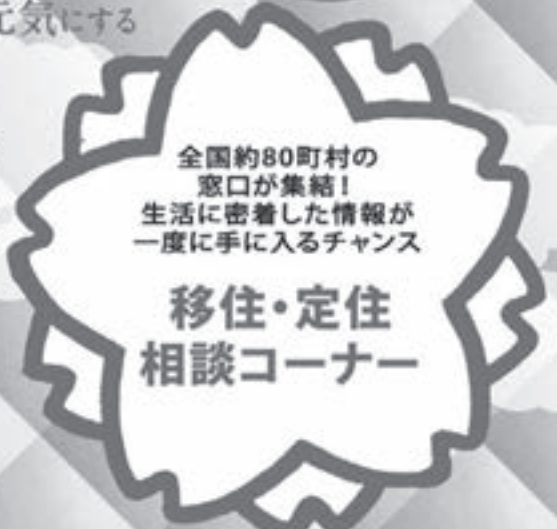
2015年 **9月22** 日(火・休) 12:00~19:00
9月23 日(水・祝) 10:00~17:00

会場

東京国際フォーラム
展示ホール/ロビーギャラリー
サテライト会場:有楽町駅前広場

主催

全国町村会



全国約80町村の
窓口が集結!
生活に密着した情報が
一度に手に入るチャンス

**移住・定住
相談コーナー**

協賛: 総務省・厚生労働省・農林水産省・経済産業省・観光庁・全国知事会・全国市長会・全国都道府県議会議員会
全国市議員会連合会・全国町村議員会連合会・東京都・読売新聞社

machilmural.com

町イチ!村イチ!

※掲載されている特産品などは都合により出展がない場合もございます。※混雑が予想されますので、会場の一部で入場制限をさせていただく場合がございます。ご了承ください。