

# 出水市まち・ひと・しごと 創生総合戦略



平成28年2月

出水市

# 目次 Contents

## 第1章 総合戦略の趣旨

1 策定の趣旨	1
2 計画期間	1
3 基本的な考え方	1
4 国の総合戦略との関係	1
5 数値目標の設定と効果検証	2
(1) 数値目標・客観的な指標の設定	2
(2) 検証方法	2

## 第2章 今後の施策の方向

第1 産業振興・しごと創出戦略	3
1 新たな仕事を創るために、企業誘致や創業・事業支援を行う（創る）	3
(1) 創業支援ネットワーク構築	3
(2) 新規創業者への支援	3
(3) 企業誘致・雇用創出対策	4
(4) 自伐型林業の推進	4
2 地場産品のブランド力の強化や積極的な販路拡大事業を展開し、攻めの産業振興・しごと創出に努める（攻める）	4
(1) 薬用植物産地確立支援	4
(2) 特定作物生産拡大支援	5
(3) ブランド商品の情報発信と販路拡大への支援	5
(4) 畜産ブランド力の強化対策	5
(5) 6次産業化への支援	6
3 既存の産業を守り育てるため様々な事業支援を行う（守る）	6
(1) 鳥獣被害防止対策	6
(2) 農林漁業後継者の確保育成	7
(3) 水産業活性化推進	7
(4) 地場企業振興支援	7
(5) 住宅建築等工事の促進	7
(6) 商店街活性化支援	8
第2 結婚・出産・子育て戦略	9
1 若い世代の結婚・妊娠・出産の希望をかなえる	9
(1) 出会いと交流の支援	9
(2) 不妊・不育の治療支援	9
2 妊娠・出産・子育て期を切れ目なく支援する	10
(1) 支援体制の充実	10
(2) 産前産後の支援	10
(3) 情報提供の充実	10

(4) 経済的な支援	1 1
3 子育てをしながら働く人を支援する	1 1
(1) 働きやすい職場環境に向けた啓発	1 1
(2) 保育サービスの充実	1 2
第3 定住・交流促進戦略	1 3
1 定住促進事業	1 3
(1) 移住・定住促進	1 3
(2) 住居等支援	1 3
(3) 地域コミュニティの活性化	1 4
2 交流促進事業	1 4
(1) 観光資源の整備・活用	1 4
(2) 国内外からの観光客の誘致	1 5
(3) 観光情報の発信	1 6
(4) スポーツイベント・合宿誘致の推進	1 6
(5) 受入態勢の整備	1 8
(6) 広域的な連携	1 7

### 第3章 資料

1 策定経過	1 8
2 策定体制	1 8
3 出水市まち・ひと・しごと創生推進会議委員	1 9
4 出水市まち・ひと・しごと創生推進本部員	2 0



## 第1章 総合戦略の趣旨

### 1 策定の趣旨

出水市は、紫尾山や矢筈岳などの山々に囲まれ、不知火海に面した緑豊かな出水平野に1万羽を超えるツルが越冬する自然豊かな田園都市です。

私たちは、この豊かな自然環境、薩摩藩主島津家発祥の地として由緒ある歴史、人々の営みによって育まれた伝統や文化を守り育て後世に伝えるとともに、全ての市民が安心して生活していけるまちをつくっていかねばなりません。

これを実現するために、市は市民と共生・協働しながら恒久的に自治体として存続し続け、人々の暮らしを支えていく必要がありますが、その基礎となる人口が10年ほど前から徐々に減少してきており、現在5万5,000人弱となっています。この傾向は今後更に加速すると見込まれており、国立社会保障・人口問題研究所によると45年後（2060年）における市の人口は、約3万人にまで減少すると推計されています。

日本創成会議・人口減少問題検討分科会が平成26年5月に発表した「消滅自治体リスト」に本市は含まれていませんが、このまま何も対策をとらないと市政運営のみならず市民生活にも様々な影響が及んでくることが予想されます。

そこで、人口の減少速度をできる限り緩和するために、人口の現状を分析するとともに、人口に関する市民意識を調査し、今後目指すべき将来の方向と実現可能な将来展望を提示した「出水市人口ビジョン」を策定しました。

市では、この人口ビジョンにおける人口の将来展望を目指すために、基礎調査やワークショップ等により浮き彫りとなった本市の実態から人口減少の要因を突き止め、その要因を取り除くための重点施策を盛り込んだ出水市まち・ひと・しごと創生総合戦略を策定することにしました。

### 2 計画期間

平成27年度から平成31年度までの5年間とします。このうち、平成27年度については、地域住民生活等緊急支援のための交付金（地方創生先行型）事業を実施し、平成28年度からは本格的に施策を実施することとします。

### 3 基本的な考え方

出水市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、市民が恒久的に本市で暮らし続けていくために仕事をつくり、本市で結婚し、出産し、子育てをして、そこで育った子供たちができる限り本市に残り、社会・経済を支える力となること、本市の魅力に引き寄せられて人々が本市に移住されることにより、結果的に人口減少に歯止めがかけられるものと考え、「産業振興・しごと創出」、「結婚・出産・子育て」、「定住・交流促進」の3つの方向で施策を展開することとしました。

### 4 国の総合戦略との関係

国の総合戦略に掲げられている「まち・ひと・しごと創生」政策5原則を踏まえ、効果的な施策の推進を図ります。

## 「まち・ひと・しごと創生」政策5原則

- **自立性**  
各施策が一過性の対症療法的なものにとどまらず、構造的な問題に対処し、地方公共団体・民間事業者・個人等の自立につながるようなものであるようにする。
- **将来性**  
地方が自主的かつ主体的に、夢を持って前向きに取り組むことを支援する施策に重点を置く。
- **地域性**  
各地域の実態に合った施策を支援することとし、各地域は客観的データに基づき実状分析や将来予測を行い、「地方版総合戦略」を策定するとともに、同戦略に沿った施策を実施できる枠組みを整備する。
- **直接性**  
限られた財源や時間の中で、最大限の成果を上げるため、ひとの移転・しごとの創出やまちづくりを直接的に支援する施策を集中的に実施する。住民代表に加え、産業界・大学・金融機関・労働団体（産官学金労）の連携を促すことにより、政策の効果をより高める工夫を行う。
- **結果重視**  
明確なPDCAメカニズムの下に、短期・中期の具体的な数値目標を設定し、政策効果を客観的な指標により検証し、必要な改善等を行う。

## 5 数値目標の設定と効果検証

### (1) 数値目標・客観的な指標の設定

総合戦略には、盛り込む政策分野ごとに5年後の基本目標を設定します。この基本目標には、行政活動そのものの結果（アウトプット）ではなく、その結果として市民にもたらされた便益（アウトカム）に関する数値目標を設定するものとします。

また、各政策分野の下に盛り込む具体的な施策については、それぞれに対して、客観的な重要業績評価指標（KPI）を設定します。重要業績評価指標（KPI）は、原則として当該施策の便益（アウトカム）に関する指標を設定するものとします。

### (2) 検証方法

まち・ひと・しごと創生を実現するためには、Plan（計画）→Do（実施）→Check（評価）→Action（改善）と循環するPDCAサイクルを確立することが必要です。総合戦略を着実に実施していくとともに、設定した数値目標等を基に、実施した施策・事業の効果を検証し、必要に応じて総合戦略を改訂するという一連のプロセスを実行していくこととなります。

この検証は市の内部評価に加え、市民団体を始め、産業界、行政機関、教育機関、金融機関、労働団体、報道機関などの外部有識者で作る「出水市まち・ひと・しごと創生推進会議」に諮り、その意見を反映させていくものとします。

## 第2章 今後の施策の方向

### 第1 産業振興・しごと創出戦略

〈基本目標〉 しごとと安定した雇用を創出します。

#### 数値目標

- 第1次産業新規就業者数 68人
- 新たな就業の場の創出 109人分
- 市内事業所従事者数 H31 20,000人

〈基本的方向〉

- 働きやすい「まち」づくりを推進するため、頑張る「ひと」を応援し、恵まれた多様な産業を守り継承するとともに、夢と希望のある新たな「しごと」を創り育て、攻めの姿勢で産業振興を図ります。

〈具体的な施策と重要業績評価指数（KPI）〉

#### 1 新たな仕事を創るために、企業誘致や創業・事業支援を行う（創る）

##### (1) 創業支援ネットワーク構築

商工会議所、商工会、金融機関等で創業支援ネットワークを構築することにより、創業者に対し全面的なサポートを行います。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
創業支援による起業件数	—	24件
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・創業支援ネットワーク事業（新規）               <p>商工会議所、商工会、金融機関等と連携してネットワークを構築し、利用しやすい相談窓口の設置、創業支援を行う。</p> </li> </ul>		

##### (2) 新規創業者への支援

創業に係る経費を補助することにより、新規開業を促進します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
新規創業者数	0人（H26）	29人
空き店舗の解消件数	0件（H26）	23件
新規雇用者数	0人（H26）	12人
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・新規創業者支援事業（先行型）               <p>空き店舗を使って新規に創業する方に対し、開業しやすい環境を整えるため、家賃や店舗等の改装・整備に係る経費の一部を助成する。</p> </li> <li>・地場産業起業支援事業（拡大）               <p>既存事業者の新規分野への参入や雇用保険適用者数に応じた補助金とするなど従前の要件を緩和し、本市の農林水産物を自ら加工・販売する創業者に</p> </li> </ul>		

対し助成する。

### (3) 企業誘致・雇用創出対策

優遇支援対象の業種を拡大し、積極的な企業誘致を行うことで、幅広い雇用機会を提供し、新規雇用者数の増大を目指します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
新規企業立地件数	0件（H26）	4件
市内居住の新規雇用者数	0人（H26）	50人
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業立地促進補助事業（新規） 用地取得費及び設備投資費の一部並びに市内居住者の雇用人数に応じた補助制度を創設する。</li> <li>・税の優遇制度 2,500万円以上の土地・建物・設備等への投資額に対し、雇用条件により固定資産税を3～7年間免除する。（パイオニア跡地は別制度）</li> </ul>		

### (4) 自伐型林業の推進

森林経営を自ら行う「自伐型林業」を推進することで、雇用の場を創出し、併せて林業の活性化を図ります。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
新規自伐林業従事者数	—	18人
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・自伐型林業推進事業（先行型）（拡大） 自伐型林業に取り組もうとする方を対象に、専門家による技術講習会や先進地への視察研修等を行うとともに、就業者の施業機械リース代や作業道開設に対して助成する。</li> </ul>		

## 2 地場産品のブランド力の強化や積極的な販路拡大事業を展開し、攻めの産業振興・しごと創出に努める（攻める）

### (1) 薬用植物産地確立支援

出水市の気候風土に適した「薬用植物」を選定するための試験栽培を実施し、栽培方法の確立と産地化を目指します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
栽培適地の選定	—	栽培適地の選定
適地植物の選定	—	適地植物の選定
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・薬用植物産地確立支援事業（新規） 試験栽培の協力者を募集し、国の事業を活用しつつ関係機関と協力して、出水市に適した品種の選定、栽培マニュアルの作成、農業機械の改良等に向けた支援を行う。</li> </ul>		



## (2) 特定作物生産拡大支援

鹿児島いずみ農業協同組合が推奨する果樹品目「大将季（赤身デコポン）」の苗木代金の一部及び苗木育成期間を支援することにより、大将季の栽培面積拡大を推進し「出水の大将季」のブランド化と産地化を図ります。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
大将季の栽培面積	1,600 アール（H26）	1.5倍に拡大
<b>（具体的な事業）</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 特定作物生産拡大支援事業（新規） 供給が不足する市場において早急に産地としての地位を確立するため、大将季の苗木代金の一部及び苗木育成期間の支援を行う。</li> <li>・ 地場産業販路拡大促進事業（先行型） 国内外で通用する商品についての市場調査及び事業者への商品開発支援を行う。また、国内外で行われる展示会や輸出商談会等に参加する中小企業等に助成する。</li> </ul>		

## (3) ブランド商品の情報発信と販路拡大への支援

農産物や特産品、市内企業の自社製品等で、販路拡大に意欲があり、かつ、出水のブランドになり得る商品に対し、国内外の市況に詳しい専門家のアドバイスや商談会への出展補助などの支援を行います。また、販路拡大に向け、インターネット販売の代行や市内スーパーマーケットの地産地消コーナーの出品のマッチングを行います。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
インターネット販売商品数	—	30商品
新規契約達成事業数	—	20件
<b>（具体的な事業）</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ インターネット販売事業（新規） 地域おこし協力隊により、地場産品生産者が苦手とするインターネット販売を代行する。</li> <li>・ 地産地消コーナー活性化システムの事業化（新規） 市内スーパーマーケットの地産地消コーナーの情報を、生産者がパソコンやタブレット等により簡単に閲覧できるシステムを構築し、生産者とスーパーマーケットのマッチングを図るとともに、高齢の生産者に対し、地域おこし協力隊によるシステム利用補助や情報提供を行う。</li> <li>・ 地場産業販路拡大促進事業（先行型）（再掲）</li> </ul>		

## (4) 畜産ブランド力の強化対策

地元の畜産ブランド力の強化と消費拡大を図ります。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
飼養頭数	60,990頭（H26）	現状維持
飼養羽数	1,110,753羽（H26）	5%増
<b>（具体的な事業）</b>		

- ・地産地消推進事業（新規）

学校給食に地元農林水産物を食材として提供し、おいしさを味わってもらうことで市民の地場産品の認知度向上と地産地消を図る。

- ・肉用牛産地銘柄確立対策事業

地域における生産から肥育までの一貫経営体制を構築することにより、いずみ牛ブランド力の強化を図るため、市内で生産された子牛を、市内の肥育牛飼養者が購入した場合に助成する。

- ・インターネット販売事業（新規）（再掲）

- ・地場産業販路拡大促進事業（先行型）（再掲）

### (5) 6次産業化への支援

農家等の所得や雇用の増大を図るため、多様な事業者の新商品開発や販路開拓、加工・販売施設の整備など6次産業化の取組を支援します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
商品開発品目数	—	5品目
6次産業化に関する相談件数	—	50件
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・6次産業化推進事業 推進戦略を策定して、農商工業関係者による協議会や講演会を開催し、6次産業化、農商工連携の啓発と実例に基づく提案を行う。</li> <li>・インターネット販売事業（新規）（再掲）</li> <li>・新規創業者支援事業（先行型）（再掲）</li> </ul>		

### 3 既存の産業を守り育てるため様々な事業支援を行う（守る）

#### (1) 鳥獣被害防止対策

鳥獣による農林業の被害が深刻な状況にあり、これに対処することが緊急の課題となっていることから、鳥獣害防止対策に取り組み農作物の被害を軽減します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
鳥獣被害額	26,564千円（H26）	20%以上減少
有害獣類の捕獲頭数	691頭（H26）	年間1,100頭
有害鳥類の捕獲羽数	835羽（H26）	年間2,000羽
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・鳥獣害防止柵等設置事業（新規） 国の支援を受けた鳥獣害防止柵等設置事業に取り組むとともに、国庫補助の対象とならない2戸未満の農業者であっても、一定面積の農地であることなどを要件に鳥獣防止柵等の設置に対して助成を行う。</li> <li>・有害鳥獣防除事業（拡大） 有害鳥獣捕獲隊の猟犬ワクチン接種に対し新たに助成を行うとともに、鳥獣被害対策実施隊の事業を編入し、総合的な対策を展開する。</li> <li>・狩猟免許取得助成事業（新規） 狩猟免許取得を希望し、猟友会に新規入会する方に免許取得費の一部を助</li> </ul>		

成する。

## (2) 農林漁業後継者の確保育成

地域農林水産業の活性化のため、農林漁業就業者の確保を図ります。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
農林漁業新規就業者の人数	8人（H26）	50人
就業後の2年間継続者数	7人（H26）	40人
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・農林漁業者等新規就業者支援事業（新規） 農林漁業に就業した方に対し、就業初期に必要な資金調達の支援を行う。</li> <li>・農林漁業後継者確保育成事業 40歳以下の主に農林漁業に従事する経営者又は後継者で就業後2年を経過した方に奨励金を支給する。</li> </ul>		

## (3) 水産業活性化推進

漁協組合員減少の歯止め対策と担い手育成のために漁船やのり製造機等の購入及び船舶免許取得に対し助成します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
漁協組合員数	131人（H26）	現状維持
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・水産業活性化推進事業（先行型）（拡大） 漁協組合員の漁船等の購入に加え、のり製造機械の購入費及び新規船舶免許取得費に対して助成する。</li> <li>・農林漁業後継者確保育成事業（再掲）</li> </ul>		

## (4) 地場企業振興支援

小規模でも「がんばる地場企業」を支援し、多くの投資を生み出すことで、地場企業の業績拡大を図り、新規雇用を促します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
規模拡大事業所の件数	2件（H26）	7件
新規雇用者数	6人（H26）	18人
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・地場産業競争力強化支援事業（累積投資型）（新規） 地場企業の設備等への投資額を累積し、2年以内に2,500万円以上（小規模企業は3年で1,000万円以上）になった場合、補助対象設備に対する固定資産税相当額（税率1.4パーセント）を直後の年度から3年間助成する。</li> </ul>		

## (5) 住宅建築等工事の促進

市内業者による木造住宅の新築工事、増改築工事及び緑化工事費用並びに事業所の福利厚生施設の改修工事費用の一部を助成することにより、市内業者の事業

拡大を図るとともに生活環境の改善につなげます。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
助成対象事業費	569,156 千円（H26）	956,000 千円
助成対象事業件数	297 件（H26）	425 件
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・住宅緑化工事促進事業（新規） 市内の造園業者を利用して緑化工事を行う方に対し助成する。</li> <li>・住宅建築等工事促進事業 市内の建築業者を利用して住宅の新築・増改築工事を行う方に対し助成する。</li> <li>・魅力ある職場環境整備支援事業（福利厚生施設・緑化推進）（新規） 市内業者を利用して休憩室、トイレ、シャワー設備等福利厚生施設を改善する工事又は工場内を緑化する工事を実施する事業所に対し助成する。</li> </ul>		

#### (6) 商店街活性化支援

ワークショップ等を通じて、商店街の未来を担う人材を育成するとともに今後の方向性について合意形成を図るなど、商店街の活性化支援に取り組みます。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
新規開発商品数	—	12 件
空き店舗解消件数	0 件（H26）	23 件
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街活性化事業（先行型） 自ら考え行動し、将来のビジョン形成や活性化に向けた合意形成を図っていく商店街を支援するため、アドバイザーを派遣する。合意形成後は、創業支援や既存店舗の支援として、商品開発・販売指導・店舗運営に対するアドバイスをを行う。</li> <li>・新規創業者支援事業（先行型）（再掲）</li> </ul>		

## 第2 結婚・出産・子育て戦略

《基本目標》 結婚や子どもを持つことを望む人が、希望をかなえられるよう支援します。

安心して妊娠・出産・子育てができるまちを目指します。

## 数値目標

- 1年間に生まれる子どもの数 480人（5年間平均）
- 合計特殊出生率 H31 1.85（2040年に2.1）
- 保育所待機児童 H31 0人

## 《基本的方向》

- 結婚・妊娠・出産を望む人の希望をかなえるための支援を行います。
- 新たに子育て支援室を設置し、産前産後の切れ目のない支援を実現するとともに、子育て支援施策を充実し、安心して出産子育てができるように支援します。
- 働きながら子育てをしている人が増えていることを受けて、子育てと仕事の両立ができるよう支援します。

## 《具体的な施策と重要業績評価指数（KPI）》

## 1 若い世代の結婚・妊娠・出産の希望をかなえる

## (1) 出会いと交流の支援

若い世代が交流できるイベントに対して助成を行い、若者に交流と出会いの機会を提供します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
イベントによる成立カップル数	—	5年間で50組
（具体的な事業） ・婚活支援事業（先行型）（拡大） 結婚を望む独身の男女に出会いの場と交流の場を提供する事業を行う団体等に事業費を助成する。		

## (2) 不妊・不育の治療支援

近年、子どもを望みながら、なかなか授からない夫婦が増えています。

このため、妊娠適齢期についての啓発や教育を行うとともに、治療を受けた夫婦に対して、治療費の一部を助成し経済的負担の軽減を図ります。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
制度利用者の妊娠届出数	7件（H26）	30件
（具体的な事業） ・不妊、不育治療費助成事業（拡大） 特定不妊治療に対する助成に加え、新たに一般不妊・男性不妊及び不育治療費の一部を助成する。		

## 2 妊娠・出産・子育て期を切れ目なく支援する

### (1) 支援体制の充実

関係機関が連携して、全ての妊婦と親子をワンストップで支援する体制を整えるとともに、親子の交流や子育て世代のふれあいの場や機会の充実を図ります。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
支援ニーズの高い妊産婦への支援実施の割合	—	100%
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 子育て支援室設置事業（新規） 妊娠期から子育て期までの切れ目ない支援を行うため、「子育て世代包括支援センター」と「地域子育て支援拠点」の機能を併せ持った「子育て支援室」を設置する。</li> <li>・ 子育て交流広場事業（新規） 公共施設の空きスペースを利用して、雨天時でも遊べる場を確保する。</li> </ul>		

### (2) 産前産後の支援

様々な不安を抱えてしまいがちな産前産後の時期に不安の軽減・解消を図り、安心して出産できる環境を整備します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
産後1月の間に支援者がいたと答えた人の割合	—	100%
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 子育て応援事業（先行型）（拡大） 保育・育児等支援サービス（子どもの一時預かり、産前産後の家事・育児支援等）や、保健サービス（沐浴、乳房ケア等）に利用可能な応援券の交付を継続し、産後ケア（デイサービス）等にも利用できるよう見直す。また、引き続き妊婦歯科検診事業を実施する。</li> <li>・ 産後ケア事業（新規） 出産後に、身近に世話をしてくれる人がおらず、産後の体調や育児に不安のある母子が助産所に入所して、保健指導や育児指導などを受けた場合にかかる費用の一部を助成する。</li> <li>・ 産前・産後サポート事業（新規） 産前・産後2か月までの妊産婦子育てサポーター（仮称）（子育て経験者やシニア世代等で所定の講習を修了した方）が、妊産婦宅を訪問し話し相手になることで、不安の解消や子育ての手助けをする。</li> </ul>		

### (3) 情報提供の充実

妊娠・出産・子育て期に関する情報を誰でも容易に取得できるよう、メールやアプリを活用した情報提供を行います。

また、授乳室とおむつ替えスペースの設備がある公共施設や商業施設等を「赤ちゃんの駅」として登録し、広く情報を提供します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
メール、アプリ登録者数	—	1,300人
<p>（具体的な事業）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・子育て応援メール配信事業（先行型） 妊産婦、妊産婦の夫、3歳未満児の保護者等を対象に子育てに必要な情報等を定期的にメール配信する。</li> <li>・子育て応援アプリ事業（先行型） スマートフォン等で子育て情報の検索ができるアプリ（GPS機能と連動した施設マップ、その他必要な情報を閲覧できる機能）を提供し、容易に子育て情報が入手できる環境を整備する。</li> <li>・赤ちゃんの駅事業（新規） 乳幼児を持つ保護者等が安心して外出できる環境を整えるため、授乳室とおむつ替えスペースの設備がある公共施設や商業施設等を「赤ちゃんの駅」として登録し、その情報を提供する。</li> </ul>		

#### (4) 経済的な支援

子育てに係る経済的負担を軽減するため、18歳までの医療費助成や市独自の奨学金制度を継続するとともに、成長の節目において市内で利用できる商品券等を支給します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
経済的支援施策に対する満足度	—	90%以上
<p>（具体的な事業）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・子ども医療費助成事業 市内に住所を有する子ども（0歳から18歳に達する日以後の最初の3月31日まで）の医療費の一部負担金を全額助成する。</li> <li>・奨学金貸付事業 優秀であるにもかかわらず、経済的理由により修学困難な方に対し、有用な人材を育成することを目的として、奨学金を貸与する。</li> <li>・育児用品購入券交付事業（拡大） 新生児の保護者に対し子育て用品（おむつ、粉ミルク、その他育児用品）を購入できる育児用品購入券を交付する。第3子以降については増額して支給する。</li> <li>・出水の宝子入学・卒業お祝い事業 小中学校に入学する児童生徒及び中学校を卒業する生徒の保護者に対し、地元の学用品取扱店に利用できる商品券を交付する。</li> <li>・子育て応援事業（先行型）（再掲）</li> </ul>		

### 3 子育てをしながら働く人を支援する

#### (1) 働きやすい職場環境に向けた啓発

子育てをしながら働きやすい職場環境の充実のため、企業への啓発を行います。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
---------------	-----	----------

かごしま子育て応援企業の登録件数	3事業所（H27）	7事業所
<p>（具体的な事業）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 育児休業制度の啓発、利用促進 市内の企業等に対し、育児休業制度の充実のための啓発を行い、制度利用を促進する。</li> <li>・ 子育てしやすい職場環境についての啓発 市内の企業等に対し、就業者が子育てしやすい職場環境の充実のため、かごしま子育て応援企業登録への啓発活動等を行う。</li> </ul>		

#### ＜用語解説＞

- **かごしま子育て応援企業**：企業の子育て支援を促進するため、次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画を策定し、従業員の仕事と子育ての両立支援に積極的に取り組む企業を「かごしま子育て応援企業」として県が登録する制度
- **一般事業主行動計画**：企業が従業員の仕事と子育ての両立を図るための雇用環境の整備や、子育てをしていない従業員も含めた多様な労働条件の整備などに取り組むに当たって、計画期間、目標、目標達成のための対策及びその実施時期を定めるもの。従業員101人以上の企業は、行動計画の策定・届出、公表・周知が義務付けられている。

## (2) 保育サービスの充実

子育てしながら働くことを支援するため、保育所や放課後児童クラブにおける待機児童の解消を図ります。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
保育所待機児童数	67人（H27.4）	0人
小学3年生までの放課後児童クラブ待機児童数	47人（H27.4）	0人
<p>（具体的な事業）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>小規模保育事業（新規）</b> 3歳未満の乳幼児を対象として、少人数（19人以下）の施設で保育を提供する民間事業所に対して、認可保育所と同様に施設に運営費を支払う。保育料についても認可保育所と同等とする。</li> <li>・ <b>民間児童クラブ支援事業（新規）</b> 現在市からの委託により民間が設置、運営している児童クラブについて、柔軟な運営ができるよう補助制度に切り替えるとともに、新規参入を促す。</li> </ul>		



### 第3 定住・交流促進戦略

《基本目標》 人々を呼び込み、活気とにぎわいをつくります。

#### 数値目標

- 本市への移住者 1,000人
- 市内宿泊者数 50万人

#### 《基本的方向》

- 新規転入者、移住希望者に向けた情報発信や支援の充実を図ることにより、幅広い世代の移住を促進します。
- 豊かな自然や歴史的観光資源などを整備し、本市の特性を生かした観光地としての魅力づくりを推進するとともに、情報発信力を高め、通年型観光及び滞在型観光の実現に努めます。

#### 《具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）》

##### 1 定住促進事業

##### (1) 移住・定住促進

移住や定住に関する相談窓口に移住支援員を配置するとともに空き家バンクを設置し、インターネット等を活用して、支援策や移住先等の情報発信を行います。

また、本市への移住を促進するため、都市圏在住の人を対象とした移住体験ツアーを開催することにより移住を促進します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
相談窓口を通じた移住者数	—	60世帯
空き家バンク利用登録者数	—	60人
移住体験ツアー参加後の移住者数	—	20人

#### （具体的な事業）

##### ・移住支援員設置事業（新規）

地域おこし協力隊を活用して移住支援員を設置し、移住希望者に対してホームページやSNSによる情報発信や相談対応を行うほか、移住後のサポートを行う。

##### ・空き家バンク事業（新規）

所有者が空き家バンクに物件を登録し、ホームページなどで公開して、利用希望者に情報提供を行う。

##### ・移住体験ツアー事業（新規）

本市への移住を考えている方を対象として、民宿での農業体験や移住者との対話、市内の医療機関・商業施設等の状況を知ることができる移住体験ツアーを実施する。

##### (2) 住居等支援

移住者がスムーズに定住できるように支援を行います。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
---------------	-----	----------

新規定住世帯数	40世帯 100人 (H26)	260世帯 651人
市内民間賃貸住宅への転入者数	—	150人
空き家リフォーム件数	—	14件
<b>(具体的な事業)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>定住促進事業補助金（拡大）</b> 住宅の新築、新規購入、増築、改築をした転入者及び市外事業所に通勤する離職者又は転入者に定住補助金、通勤補助金（上限を拡大）、リフォーム補助金を交付する。</li> <li>・ <b>子育て世帯定住促進事業（先行型）（拡大）</b> 市外から転入された子育て世帯を対象に、要件を緩和して家賃の一部を助成する。</li> <li>・ <b>空き家リフォーム補助金（新規）</b> 空き家バンク登録物件の空き家のリフォームと家財道具等の処理・撤去費用に対して助成する。</li> <li>・ <b>金融機関との提携による定住リフォーム促進</b> 定住に向けた新築・空き家対策ローンの優遇協定によりリフォームの促進を図る。</li> </ul>		

### (3) 地域コミュニティの活性化

地域コミュニティによる自主的・主体的な地域課題の解決及び地域づくり活動への取組に支援を行います。

小さな拠点づくりの一つとして、中山間（里山）地域課題の解決を図るとともに再活性を図るため、活性化計画を策定し事業を推進します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
新規活動団体数	—	20団体
<b>(具体的な事業)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>がんばる地域応援事業補助金（新規）</b> 地域コミュニティによる自主的・主体的な地域課題の解決及び地域づくり活動への取組に対して助成する。 (対象団体) コミュニティ協議会、自治会、むらづくり委員会などのコミュニティ活動を行う組織体</li> <li>・ <b>里山再活性化モデル事業（新規）</b> 地域おこし協力隊を活用して地区住民の自発的な地域活動を誘発させ地域活性につなげる。 なお、大川内地区をモデルケースとして取り組み、以後他の里山地域にも同様の活動を展開する。</li> </ul>		

## 2 交流促進事業

### (1) 観光資源の整備・活用

ツルや武家屋敷に続く観光資源として戦争遺跡を一体的に整備、活用するための基本構想を策定し、構想に基づく事業を推進することにより交流人口の増加を

図ります。

また、九州オルレ等に取り組み、国内外からの利用者を増やします。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
平和学習プログラム市外利用者数	－	年間1,200人
九州オルレ等利用者数	－	年間2,000人
<b>（具体的な事業）</b> <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>・戦争遺跡保存活用基本構想策定事業（先行型）</b>            観光客誘致の促進を図るため、本市の主な観光資源であるツルと武家屋敷に続く観光資源として、戦争遺跡を位置付け、特攻碑公園前の桜通りや、点在する戦争遺跡を一体的に活用するための基本構想を策定する。         </li> <li> <b>・戦争遺跡保存活用事業（先行型）</b>            （平和学習プログラム策定事業）平和学習を目的とした修学旅行等の誘致を図るため、先の大戦を経験された方々への体験談の聞き取り調査結果や、市内に点在する戦争遺跡を用いた、平和について学ぶプログラムを作成する。            （掩体壕長寿命化事業）新たな観光資源として長期的に良好な状態で公開できるよう、老朽化した掩体壕の長寿命化対策を実施する。         </li> <li> <b>・伝統的建造物群保存地区観光拠点基本構想策定事業（先行型）</b>            今後建設を予定している「（仮称）ふもと資料館」を中心とした伝統的建造物群保存地区の観光資源を一体的に活用するための基本構想を策定する。         </li> <li> <b>・九州オルレ等コース整備事業（新規）</b>            九州オルレ等のコースを整備し、ウォーキング大会を開催する。         </li> </ul>		

#### ＜用語解説＞

○オルレ：韓国・済州島から始まったもので、もともとは済州島の方言で「通りから家に通じる狭い路地」の意味。自然豊かな済州島で、いつしか「オルレ」はウォーキングコースの総称として呼ばれるようになった。

#### (2) 国内外からの観光客の誘致

本市に国内外からの観光客を呼び込むため、海外エージェント向けのセールスや旅行商品等への助成等を行い、観光客数の増加に努めます。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
ツル観察センターの入館者数	25,484人（H26）	年間4万人
公開武家屋敷の入館者数	36,439人（H26）	年間4万人
ツル観察センターの外国人入館者数	－	1,000人
公開武家屋敷の外国人入館者数	1,456人（H26）	3,000人
<b>（具体的な事業）</b> <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>・海外誘客セールス事業（先行型）※海外観光客誘致事業</b>            海外からの観光客誘致を促進するため、台湾・韓国・香港で開催される県観光連盟が主催して行う現地旅行業者との商談会に参加するとともに、農家民泊等も活用しながら積極的に誘客セールスを行う。         </li> <li> <b>・観光客誘致促進事業（先行型）</b>            観光客誘致を促進するため、旅行業者が企画・販売する本市での宿泊・食         </li> </ul>		

事・観光等を行程に組み入れた旅行商品のうち、観光PR効果及び集客力が高いと認められる旅行商品に対し、実績に応じて助成する。

・国際姉妹都市交流事業（先行型）

現在、大韓民国の順天市と姉妹都市盟約を締結し、文化・産業等の交流を進めているが、新たな都市との交流を促進するため、本市から台湾の交流候補地への訪問及び台湾からの訪問団の受入れを実施する。将来的に姉妹都市盟約の締結につなげる。

### (3) 観光情報の発信

国内外からの観光客の誘致を図るため、多言語に対応した観光情報サイトの構築や、多様なメディアを活用した情報発信を行います。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
観光情報サイトアクセス数	—	年間 50,000 件
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光情報専門サイトの構築（先行型）※海外観光客誘致事業（再掲） 国内外の観光客への情報発信のため、多言語（日本語・英語・中国語・韓国語）に対応した観光情報サイトを構築する。</li> <li>・観光客アテンド事業（新規） 地域おこし協力隊を活用して、出水ならではの日本庭園や野鳥の観測ポイントを案内し、SNSで情報発信を行う。</li> </ul>		

#### <用語解説>

○アテンド：介添え（かいぞえ）・人の世話や接待すること。

### (4) スポーツイベント・合宿誘致の推進

本市への交流人口を増やすため、スポーツイベントや合宿誘致を推進します。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
合宿利用者延べ人数	7,807 人（H26）	年間 10,000 人
（具体的な事業） <ul style="list-style-type: none"> <li>・スポーツ推進大使設置事業（新規） スポーツ推進大使を委嘱し、スポーツイベントやスポーツ合宿等の誘致活動を推進する。</li> <li>・スポーツ合宿誘致推進事業（新規） 大学スポーツ団体、一般スポーツ団体等を対象にして、スポーツ合宿の誘致広報活動を行う。</li> </ul>		

### (5) 受入態勢の整備

本市の観光を担う人材を育成するとともに、観光地への公衆無線LANの設置など、受入態勢の整備を行います。

重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
スマートフォンサイトアクセス数	—	年間 10,000 件
（具体的な事業）		

- ・ 観光拠点への公衆無線LAN設置事業（先行型）

- ※海外観光客誘致事業（再掲）

本市を訪れる観光客の利便性の向上と、来訪者を通じた本市の魅力の情報発信につなげるため、公衆無線LANを市内観光地に整備する。

（整備箇所） ツル観察センター、公開武家屋敷「竹添邸」「税所邸」、出水麓伝統的建造物群保存地区駐車場、観光特産品館「飛来里」

- ・ 戦争遺跡保存活用事業（先行型）（再掲）

## (6) 広域的な連携

北薩地域や県境地域と連携を図り、地域全体での交流人口の増加を目指します。

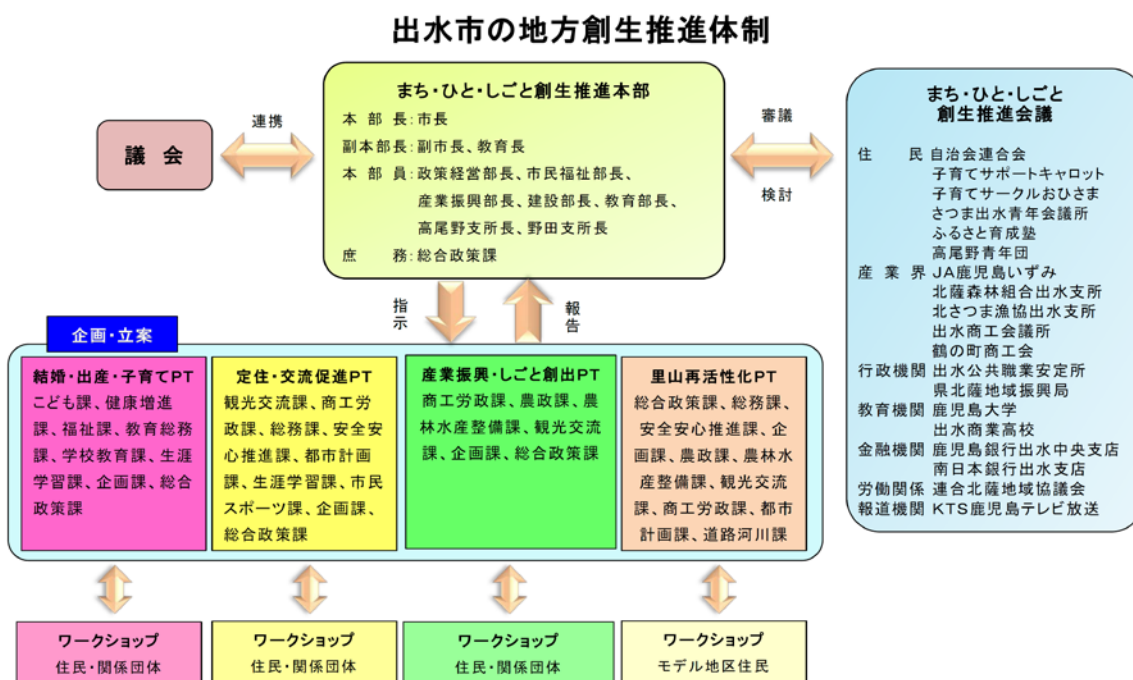
重要業績評価指数（KPI）	基準値	目標値（H31）
出水駅蔵之元港間シャトルバスの利用者数	10,064人（H26）	現状維持
公開武家屋敷の入館者数	36,439人（H26）	年間4万人
<p>（具体的な事業）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 北薩摩振興推進協議会による取組           <p>北薩摩地域（阿久根市、出水市、薩摩川内市、さつま町、長島町）の行政、民間団体等で構成する北薩摩振興推進協議会（事務局：北薩地域振興局）による広域的事業を実施する。</p> </li> <li>・ 出水駅蔵之元港間シャトルバスの利用促進           <p>九州新幹線の全線開業を連動し、出水地域及び天草地域の観光振興、日常生活における移動の利便性向上を図るため、蔵之元港と出水駅間を結ぶシャトルバスの利用を促進する。</p> </li> <li>・ 県境観光連携推進協議会による取組           <p>本市と熊本県水俣市において、観光の発展に寄与することを目的に、県境という地理的条件を生かし相互に連携・協調して事業を実施する。</p> </li> <li>・ 天草・出水県際交流促進協議会による連携           <p>天草・長島架橋構想及び九州西岸軸構想の実現を図るために、関係市町（天草市、上天草市、苓北町、出水市、阿久根市、長島町）間の交流事業を促進する。</p> </li> <li>・ 肥薩おれんじ鉄道の利用促進           <p>肥薩おれんじ鉄道沿線地域の利用を促進するため、鹿児島・熊本両県肥薩おれんじ鉄道沿線の関係機関・団体等が一体的な取組を行う。</p> </li> </ul>		

## 第3章 資料

### 1 策定経過

平成27年1月29日	第1回創生推進本部会議
5月26日	第2回創生推進本部会議
6月1日	第1回創生推進会議
6月19日	出水市議会議員全員協議会 地方創生概要等説明（提言募集）
8月7日	第2回創生推進会議
9月1日	第3回創生推進本部会議
11月9日	第3回創生推進会議
11月16日	第4回創生推進本部会議
12月22日	出水市議会議員全員協議会 地方創生骨子案説明
平成27年12月24日 ～平成28年1月22日	パブリックコメント
1月29日	第4回創生推進会議
2月1日	第5回創生推進本部会議（総合戦略策定日）

### 2 策定体制



## 3 出水市まち・ひと・しごと創生推進会議委員

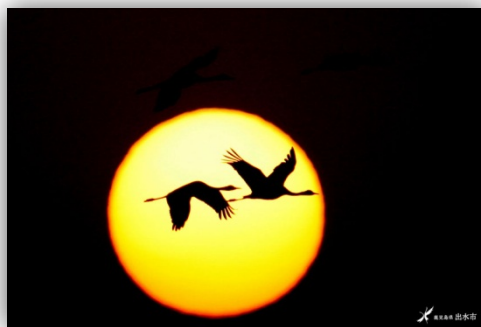
役職	区分	氏名	所属等
学識 経験者	会長	教育機関	大芝 周子 鹿児島大学法文学部経済情報学科 准教授
	副会長	金融機関	田畑 信夫 鹿児島銀行出水中央支店長兼出水支 店長
	委員	産業界	松崎 裕治 鹿児島いずみ農業協同組合参事
	〃	産業界	岩下 誠 北薩森林組合出水支所長
	〃	産業界	肝付 伸武 北さつま漁業協同組合出水支所 総務課
	〃	産業界	吉村 謙一 出水商工会議所議員
	〃	産業界	田下 豊 鶴の町商工会副会長
	〃	行政機関	増川 雅也 出水公共職業安定所長
	〃	行政機関	竹田 和昭 鹿児島県北薩地域振興局長
	〃	教育機関	和田 淳義 出水商業高等学校教諭 (進路指導主任)
	〃	金融機関	田尻 憲一 南日本銀行出水支店長
	〃	労働関係団体	三浦 辰男 連合北薩地域協議会事務局長
	〃	報道機関	湯田 澄春 K T S 鹿児島テレビ放送出水支局長
住民 から の推 薦者	〃	公共的団体	伊東 卓志 出水市自治会連合会幹事
	〃	子育て団体	萬福 清香 子育てサポートキャロット代表
	〃	子育て団体	佐藤 るり子 子育てサークルおひさま代表者
	〃	公共的団体	山下 吉幸 (社)さつま出水青年会議所専務理事
	〃	公共的団体	桐野 貴広 出水市ふるさと育成塾会長
	〃	公共的団体	沖洲 絢香 高尾野青年団会計

## 4 出水市まち・ひと・しごと創生推進本部員

役 職	氏 名	所 属
本部長	渋谷 俊彦	市 長
副本部長	川畑 浩志	副市長
〃	溝口 省三	教育長
本部員	横山 達也	政策経営部長
〃	野中 郁雄	市民福祉部長
〃	吉田 定男	産業振興部長
〃	福濱 敏郎	建設部長
〃	永江 昭登	教育部長
〃	樋口 孝志	高尾野支所長
〃	川本 千秋	野田支所長







---

## 出水市まち・ひと・しごと創生総合戦略

発行 出水市政策経営部総合政策課  
〒899-0292 鹿児島県出水市緑町1番3号  
TEL 0996(63)4125 FAX 0996(63)4030  
平成28年(2016年)2月発行

---