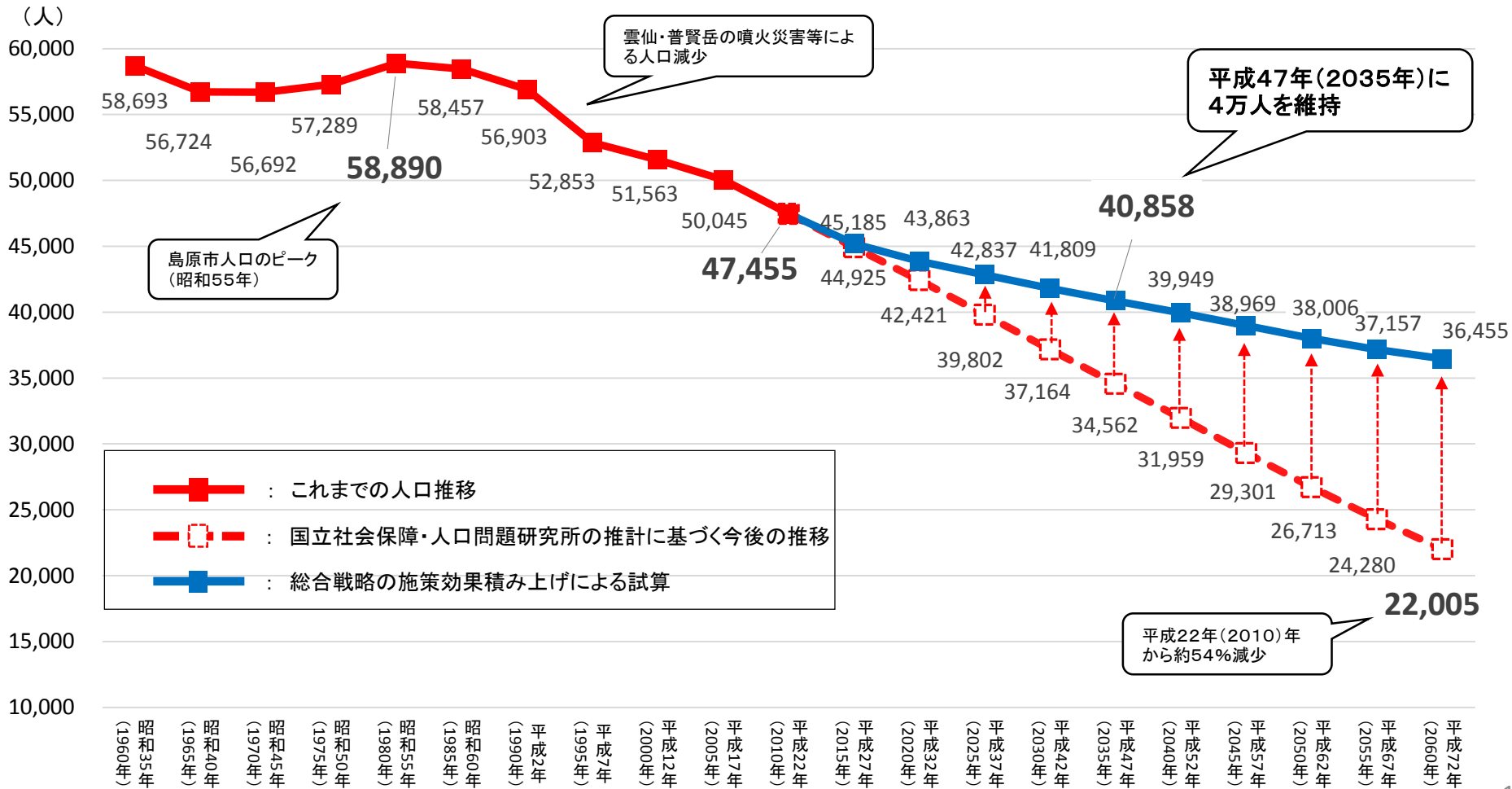


島原市まち・ひと・しごと創生総合戦略



平成27年10月

- ・ ピーク時に5万9千人近くあった島原市の人口は、平成22年(2010年)には47,455人となっており、平成72年に2万2千人程度まで減少するとの推計もあります。
- ・ 総合戦略に基づく各種施策・事業の実施により、平成47年(2035年)に人口4万人以上が確保されることを当面の目標とします。



総合戦略 — 基本的な考え方及び構成

基本的な考え方

人口減少により「島原市が消滅してしまうかもしれない」、その危機感を市民全体で共有し、市民一人ひとりが自らの問題として取組みを進めるため、島原市の基本的目標や基本的な施策の方向、具体的な施策をまとめた「島原市まち・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。



総合戦略の構成

冒頭文

島原 2060年への「若者の誓い」

総合戦略は、島原市の将来のために作成する計画であることから、島原市の職員及び東京からの移住者を含む、島原市内に居住する20代・30代により作成された『島原 2060年への「若者の誓い」』を、政策4分野を含む総合戦略全体の冒頭に位置付けています。

政策4分野

I しごとをつくり、安心して働けるようにする

II 新しいひとの流れをつくる

III 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

IV 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守る

政策4分野は、5年後の実現すべき成果に関する数値目標を設定するとともに、政策分野を構成する各施策については、効果を客観的に検証できる指標(重要業績評価指標[KPI])を設け、PDCAサイクル(※)のもとで事業の効果や進捗状況の検証を進めていきます。

※ PDCAサイクル・・・Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Act(改善)の4段階を繰り返すことによって、継続的な改善を図ること。

私たちは島原に生まれ、島原に暮らし、島原で働いています。

島原には、街なかのいたるところに湧水があります。島原城の天守閣に登れば、一方には眉山や雲仙・普賢岳、一方には干満の差が日本一と言われ、豊富な魚介類をもたらす有明海を間近で望むことができます。

有明海から昇る朝日は美しく、日の出を楽しみながらウォーキングされている方もいます。空気は澄み渡っていて、夜には、綺麗な星空を見上げて家に帰ります。島原温泉の足湯では、会話を楽しむおじいちゃん・おばあちゃんの姿をよく見かけます。

お盆には、亡くなった方を偲ぶ、精霊流しという伝統行事があります。地域で協力して藁船に島原特有の切り子灯籠を飾った精霊船を担ぎ、町内を練り歩き、幻想的な有明海に流します。

島原では、近所の方や友人・知人が、野菜や果物、魚をお裾分けしてくれます。その時の何気ない会話は、時々面倒くさいこともあるけれど、親から子、子から孫へ受け継がれ、島原の絆となっています。

外出すると知り合いによく会います。子どもを連れてまちを歩くと、誰かが気軽に話しかけてくれます。火事のときには、地域の消防団はもとより、消防団OBや地域住民が結集し消火活動を行う、それが島原の人です。

島原は、眉山が崩壊した島原大変、雲仙・普賢岳の噴火災害という二度の大災害を乗り越えてきました。雲仙・普賢岳噴火災害の中、私たちは、火山灰や噴石から身を守るために、ヘルメットやゴーグル、マスクを着用して学校へ通いました。夜空に赤く燃え上がる溶岩、日夜関係なく発生する火砕流・土石流は、とても恐ろしく、今でも脳裏に焼き付いています。「島原はもうだめかもしれない」、その思いを抱きながらも、必死に乗り切ってくれたのは私たちの親の世代、そして、大災害からの復興を成し遂げることができたのは、全国の皆様からの温かいご支援の賜物でした。

私たちが島原で暮らしている理由は、島原が好きだから、島原に生活したいからという 思いからです。しかしながら、就職や修学の間が無いことで、高校卒業後、多くの友がふるさと島原を離れ、市外に拠点を移しています。

島原は、「過疎地域」に指定され、将来は人口が減少して消滅の可能性すらあると予測されています。

島原から「ひと」が減ると、どうなるか。

農業や漁業では、後継者がいなくなります。島原にしながら「島原ではないどこか」の野菜や魚介類を食べなければなりません。観光客を島原の恵みでもてなすことも出来ません。お裾分けの文化も薄れてしまうかもしれない、地域のつながりが弱くなってしまふかもしれない。

おじいちゃん・おばあちゃんの面倒を見たくても、見る人がいなくなります。

空き家が増えて景観が荒れ、経済が縮小して仕事が減少します。私たちの子どもは島原に帰って来なくなるかもしれません。災害を乗り切る力が失われてしまうかもしれません。

私たち若者は、地域の担い手として大きな期待を寄せられていますが、一方で、日々の生活に手いっぱいであり、地域のことを考える時間はあまり多くありません。

「人口減少」、他人事のように感じてしまう若者が多いと思います。

でも、このままいけば、島原のことを皆で考える機会は今、来ないかもしれません。

私たちは、「しなければならないこと」「できること」について考え始めました。「しなければならないこと」、私たちは、将来の島原で「何が大切か、何がいらぬのか」を知る必要があります。

私たちがこれからの島原で大切にしたい価値観は何なのでしょう。

親から受け継いだ家業や土地を守りたい人、稼ぎたい人、外からの人材を求める人、そのままの姿でいい人。色々な意見が出ました。

昔の島原の姿に、これからの島原のあるべき姿があるのかもしれない。

まだ、答えは出ていません。

でも、「できること」はあります。

私たちが島原に残った理由は、やさしい島原の人、美しい島原のまちが好きだから、親が一生懸命働く姿、笑う姿や泣く姿、何より幸せそうな姿を見て育ち、私たちも同じようにしていきたいという思いが根付いているからです。

育ててくれた地域や親に感謝しながら、私たちの子どもの世代にも温かみのある、一生懸命働く私たちの背中を見せ続けていくことはできます。そして、その姿が、これからの日本のあり方につながっていくように、と願っています。

私たちはこれまでの世代に感謝しています。そして、これからの世代にも島原を生きてもらいたいと思います。

そのために、私たちが考え始めた内容を周りに伝え、これからの島原の価値観を生み出していきたいと思っています。そして日本中の人たちに発信をしていきたいと思っています。

残された時間は多くありません。島原のことを皆で考える機会は今、今しかありません。

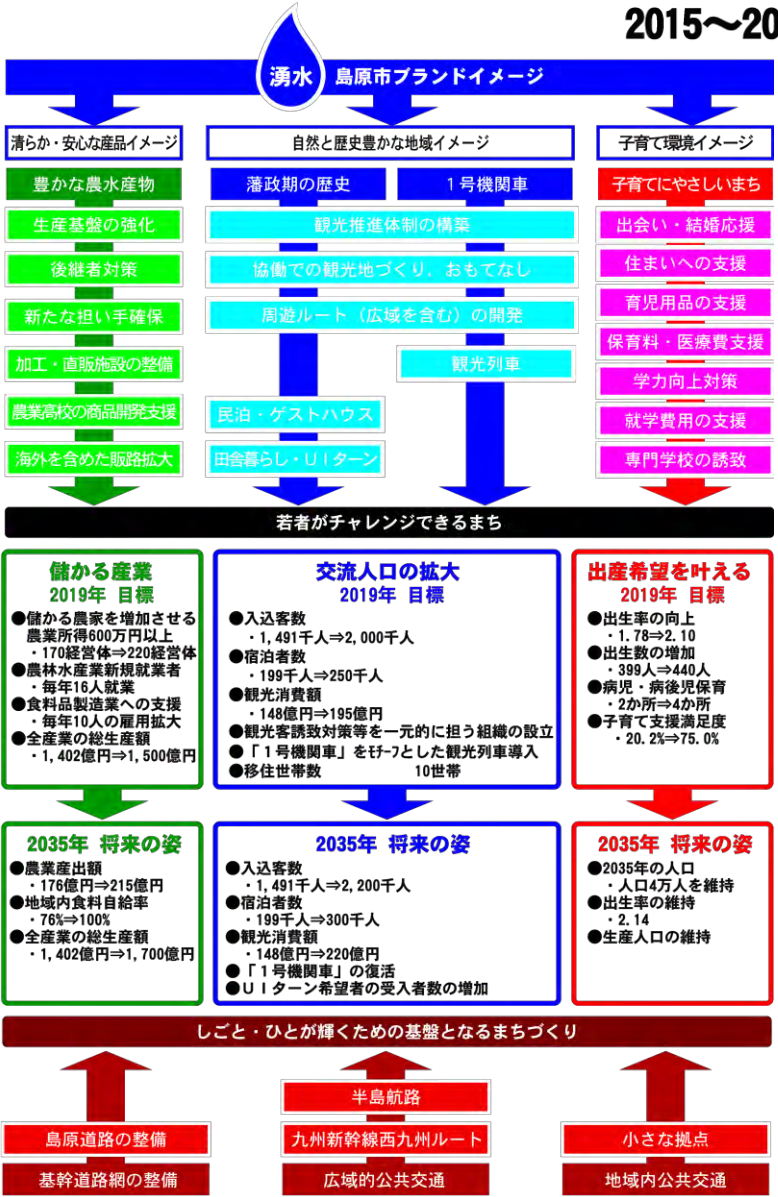
島原 2060年への「若者の誓い」検討メンバー

板山 瑠子	上田 孝天	内田 亜紀子	金子 拓生	北岡 泰典	塩野 進
末吉 鈴加	末吉 由美	田浦 文之	田中 庸介	石川 隆樹	高橋 卓也
中島 愛	本多 結大	本多 優一郎	前田 尚美	松崎 博治	松本 毅
松本 直也	馬渡 京子	本村 英治	山内 隆太郎		

島原市まち・ひと・しごと創生総合戦略イメージ

2015～2019

- 全国 6位
日本の湧水・名水ランキング
- 全国 8位
ダイコン収穫量
- 全国 9位
ニンジン収穫量
- 全国 13位
はくさい収穫量
- 全国 21位
レタス収穫量
- 全国 21位
鶏卵・農業産出額
- 全国 23位
えび類・漁獲量
- 全国 42位
キウ出前量
- 全国 43位
豚・農業産出額



島原市の強みは何かを把握するため、全国1,700余りの市町村の中で島原市が上位にランキングされているものを抽出すると、湧水と農産物に関係するものが多くなります。そこで今回の総合戦略の策定にあたっては、「湧水」と「第一次産業」という島原市の強みを活かすこととします。

中でも、多くの市民の方からも「島原の良さは湧水にある」との意見が出たことから、「湧水」を島原市のブランドイメージとして位置付けます。湧水は瑞々しい「清らか・安心な産品」、雲仙・普賢岳など「自然と歴史豊かな地域」、やさしい「子育て環境」のイメージを具現化したものでもあります。

そして、総合戦略の各施策を実施することで、2019年の目標は何か、その先の2035年にはどのような姿を目指すのかも記載しました。





公共交通体系が整ったコンパクトなまちに、一次産業を中心とした儲かる「しごと」が生まれ、多くの人が島原市を訪れてその魅力に触れ、将来を支える子どもたちがたくさん生まれる。2035年には4万人と今よりも人口は減りますが、まちの活力は維持し続ける。

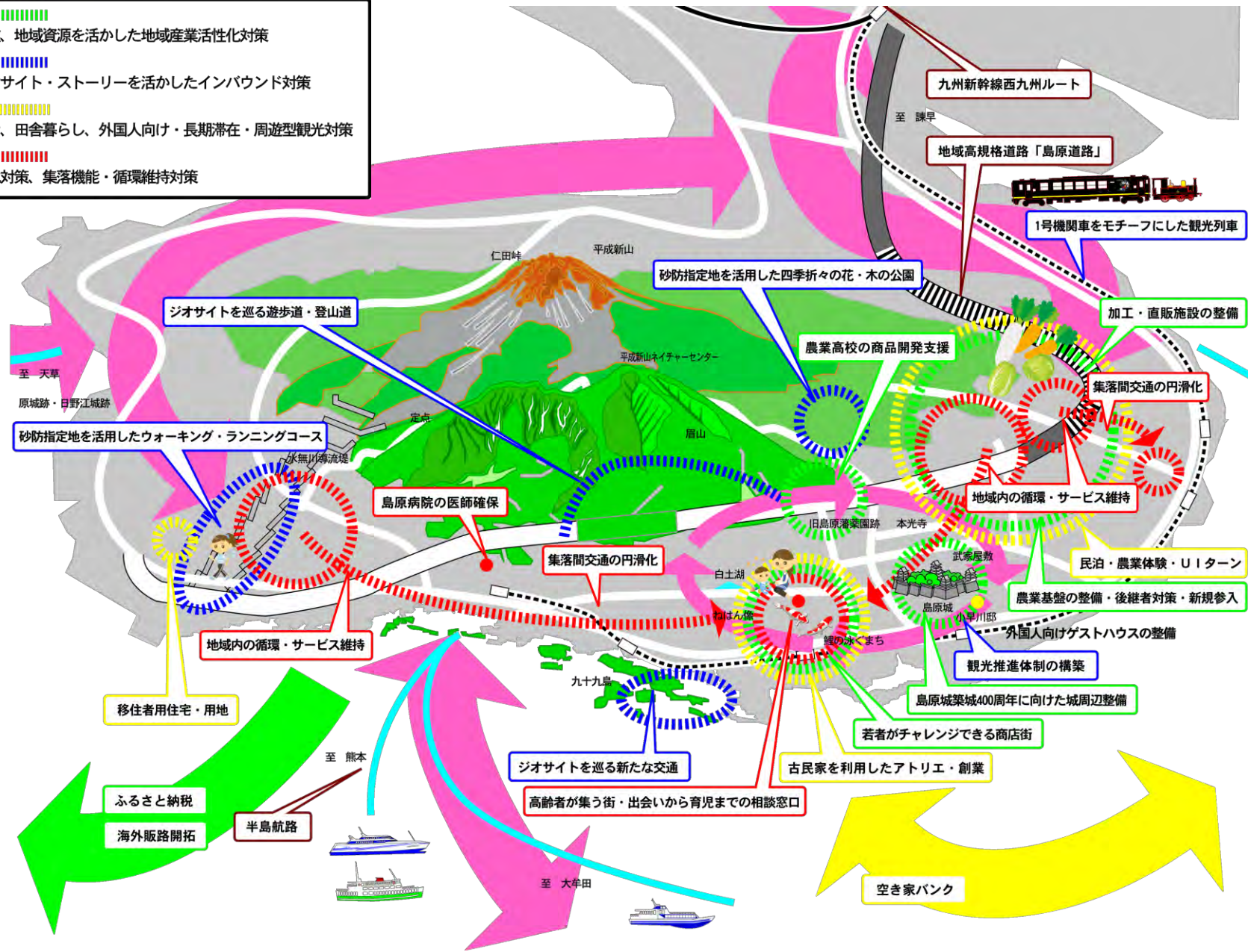
それが島原市の目指す将来の姿です。



＜参考＞
・農林水産省「わが国産品のふるさと」100産品のランキング
・全国の産品が選んだ 湧水・名水ランキング など

総合戦略 — 全体概要

- 
 儲かる産業、地域資源を活かした地域産業活性化対策
- 
 湧水・ジオサイト・ストーリーを活かしたインバウンド対策
- 
 Uターン、田舎暮らし、外国人向け・長期滞在・周遊型観光対策
- 
 少子高齢化対策、集落機能・循環維持対策





「1号機関車」観光列車の導入

- ・ 島原鉄道の歴史や地域の特性を活かしたオリジナルストーリーを磨き上げ、旅行商品の造成や1号機関車をモチーフにした観光列車の導入を進め、効果的なマスメディア戦略により島原鉄道を全国ブランドの鉄道へと展開を図ります。



観光客誘致策等を一元的に担う組織の設立

- ・ 観光客誘致に向けたPR等について、一元的に担う観光組織を設立します。
- ・ 湧水の積極的なPRによる島原市のイメージの確立に努め、歴史等も活用した戦略的な観光施策を推進します。

「儲かる一次産業」へ

- ・ 生産基盤の整備、担い手への農地集積・集約化に取り組みます。
- ・ 県立島原農業高校の生徒による地元の農産物を用いた商品開発について全国にPRするとともに、商品化を促進します。

新たな奨学金制度の創設

- ・ 卒業後、島原市内に居住、就職した場合の奨学金返還の免除、または一部免除等を含めた新たな奨学金制度の導入を検討します。

島原版コンパクトシティと交通ネットワークの形成

- ・ 小さな拠点づくりを進め、拠点間を連絡するデマンド交通などによる公共交通ネットワークの構築を図ります。
- ・ 地域産業を活用した物販・加工施設や体験施設等を有する目的型の道の駅設置に向けた検討を行います。



総合戦略の策定に向けた会議の開催等

会議名	開催回数等
島原市まち・ひと・しごと創生本部	5回開催
島原市まち・ひと・しごと創生本部幹事会	7回開催
島原市まち・ひと・しごと創生推進会議	4回開催
島原市まち・ひと・しごと創生推進市民会議	延べ24回開催、延べ参加人数310名
島原市議会との協議	2回
島原 2060年への「若者の誓い」検討メンバー	検討会議を3回開催したほか、E-mailやFacebookにより校正を実施

※ このほか、パブリックコメントによる意見募集を実施。

