

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

「小屋浦地区」活性化プロジェクト

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

広島県坂町

### 3 地域再生計画の区域

広島県坂町の区域の一部（小屋浦地区）

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

●これまで、小屋浦地区の移住・定住対策として、空き家の利活用に取り組んできた。また、子育て世代を呼び込むために、平成28年度に雇用促進住宅小屋浦宿舎を取得し、空き室65戸を子育て支援住宅として改修するとともに、地区内外の子育て世代の交流の場として子育て支援センターも設置した。平成30年4月から子育て支援住宅の入居者募集を開始し、6月末までに2世帯が入居した。しかし、平成30年7月豪雨災害により、住む家を失った被災者へ子育て支援住宅の空き室を提供することとなり、子育て世代の新たな流れが途切れてしまった。被災者退去後、子育て世代の入居に向け、募集に関する情報発信や住宅使用料の引き下げ、ベビーカー等が収納できる倉庫を新設するなどの対策を行っているが、令和5年5月末現在、14世帯45人の入居にとどまっている。

まちづくりに関するアンケートや子育て世代へのヒアリングから、日常生活を送るための機能（買い物などの商業、医療）が小屋浦地区に備わっていないことが要因として挙げられる。

《アンケート結果等》

・「坂町のまちづくりに関するアンケート調査（転出者編）」では、転出先を決めた際に重要視した点は、買い物の利便性と回答する人が約30%となっていた。また、REASASによると、令和3年の転出者数は634人で、その内、312人が20歳台となっており、転出者の約半分が若者となっている。転出先の第1位は、近隣の広島市（転出者の42.31% 132人）となっている。

・小屋浦地区の住民アンケートでは、約40%が「小屋浦地区は住みにくい」と回答している。主な理由として、「日常の買い物に不便を感じていること」、「医療施設や福祉施設が充実していないこと」が挙げられた。

・子育て世代へのヒアリングでは、歩いていける場所に日用品を購入できる場所がない等の理由から小屋浦地区外で定住先を探しているという回答であった。

小屋浦地区は、広島市・呉市まで、車や電車で約20分程度で行くことができる交通の利便性の高いまちである。また、電車は、朝・夕の時間帯は、1時間に2～3便あるため、通勤・通学には便利である。一方で、電車は昼間の時間帯は、1時間に1便となっており、買い物や病院へ行くには不便を感じることも多い。小屋浦地区の住民アンケートでは、「鉄道の利用のしやすさ」に対し、48.5%の方が不満を感じているという結果となっている。

小屋浦地区のみで日常生活を送ることができる住環境を整備しなければ、新たな人の流れをつくりだすことは難しいのが現状である。また、本町の就業者数は約5,900人で、従業者数は約8,000人である。このことから、町外からの勤務者が多いことがわかっているが、本町の新築住宅件数は約40棟となっており、流通する住宅が少ないことも課題となっている。

●本町では、移住・定住対策を更に加速化させるために、賑わい創出にも取り組んできた。平成28年度に町公式SNSを開設し、小屋浦地区のイベントや地域資源の魅力等の情報発信に努めてきた。その結果、公式SNSのフォロワー数（登録者数）の増加や秋祭りの様子がテレビ等で放送されるなど、小屋浦地区の知名度向上につながった。しかし、平成30年7月豪雨災害や新型コロナウイルス感染症の影響により、イベント等の中止・規模縮小に伴い、情報発信回数も激減し、フォロワー数（登録者数）も伸び悩んでいる。小屋浦地区の認知度・知名度の向上を図るためには、情報発信を継続しておこなわなければならないが、その体制が整っていないことが課題となっている。

令和5年5月に新型コロナウイルスが5類へ移行したことに伴い、イベント等も徐々に再開し始めており、情報発信を強化するために、継続して小屋浦地区に関わり情報発信やイベント等への参画等を行う関係人口を創出していくことが必要である。

また、本町では、移住・定住に関するPR動画等を制作しておらず、小屋浦地区での移住・定住後の暮らしを情報発信できていない。このため、移住・定住を検討している方の移住・定住後の日常生活に関する不安を解消することができていないことも課題となっている。情報発信するとともに、都市圏等で開催される移住・定住フェアへも積極的に参加して、移住・定住や暮らしに関する不安を解消していくことが必要である。

●平成30年4月に開設した子育て支援センターでは、定期的に行われる子育て講座や保育士等が子育て相談を受けていることから、地区外からも多くの親子が訪れている。しかし、子育て世代の施設内でのみの交流となっており、定住にまで結びついていない。地元住民と地区外の子育て世代が交流できる機会がないため、小屋浦地区の強みである地域で子どもを見守り、地域で育てる風土が伝わっていないことが課題となっている。

#### 4-2 地方創生として目指す将来像

##### 【概要】

坂町にある小屋浦地区の人口は、最も多かった昭和30年代の約3,000人から平成27年には約1,900人にまで減少した。そして、現在は、更に400人減少し、約1,500人と人口減少が加速化している。

本町では、平成28年2月に第1期総合戦略を策定し、小屋浦地区の情報発信や子育て環境の整備、移住・定住を促すための住宅の確保（空き家の利活用）等に取り組んできた。

しかし、平成30年7月豪雨災害により、小屋浦地区全体が被災し、死者17名（災害関連死を含む）、行方不明者1名、全半壊家屋645棟に及ぶ壊滅的な被害を受けた。住む家を失い、多くの方が転出（約150人）を余儀なくされたことで、人口減少は一気に加速した。地区内唯一のスーパーマーケットも被災し、閉店となった。被災から5年が経過するが、人口減少が進む地区への新たなスーパーマーケットの進出はない。移動販売車が定期的に訪れているものの、住民の多くは、自家用車やJR等を利用して、日用品等を購入している。また、小屋浦地区にあった医療施設も平成30年に閉鎖しており、病院を受診する際にも自家用車等を利用せざるを得ない状況である。

小屋浦地区の賑わいも、平成30年7月豪雨災害や新型コロナウイルス感染症により、イベントや秋祭りなどの伝統行事等が中止・規模縮小となったことから、失われつつある。

小屋浦地区では、地域コミュニティの衰退を懸念しており、早急な人口対策が求められている。一方で、小屋浦地区は、海、山、川と豊かな自然に囲まれており、地域の人たちも人情味にあふれ、地域で子どもたちを見守り、地域で育てる風土があり、自然に囲まれて暮らしたい移住者や子育て世代を呼び込むためのポテンシャルは十分に備わっている。

そこで、豪雨災害から5年が経過し、復旧・復興工事等の完了も迫るなか、抜本的な人口対策を行うため、本事業によって、商業、医療、住宅など、日常生活に欠かせない機能を有する事業者等を誘致することで、「歩いて日常生活が完結できるまち」を創造し、移住・定住者、子育て世代などの新しい人の流れを小屋浦地区につくりだすとともに、小屋浦地区に関わる人口を増やし、小屋浦地区に賑わいを創出する。

##### 【数値目標】

KPI①	小屋浦地区の社会増減数		単位	人			
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)					
KPI②	SNS登録者数（フォロワー数）		単位	人			
KPI③	移住・定住相談件数		単位	件			
KPI④	小屋浦地区の15歳未満の人口総数		単位	人			
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)	2024年度 増加分 (2年目)	2025年度 増加分 (3年目)	2026年度 増加分 (4年目)	2027年度 増加分 (5年目)	KPI増加分 の累計
KPI①	-17.00	0.00	30.00	50.00	-	-	80.00
KPI②	5,000.00	50.00	150.00	300.00	-	-	500.00
KPI③	15.00	10.00	30.00	40.00	-	-	80.00
KPI④	147.00	0.00	13.00	25.00	-	-	38.00

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

### 5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

#### ○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

##### ① 事業主体

2に同じ。

##### ② 事業の名称

「小屋浦地区」活性化プロジェクト

##### ③ 事業の内容

《方向性》

本プロジェクトは「住みたい・住み続けたいまち（移住・定住促進）」「関わりたいまち（賑わいの創出）」「子育てが楽しいまち（子育て環境の整備）」を中心施策と捉え、戦略的に連携させながら展開することで、小屋浦地区に新しい人の流れをつくりだし、持続可能な小屋浦地区の創造を目指すものである。各分野の単独の事業により地方創生の効果を上げるものではなく、分野間の相乗効果や交付対象外事業とも十分に関連付けて実施して効果を上げていくものである。

①「住みたい・住み続けたいまち（移住・定住促進）」により、住環境を整備し、「歩いて日常生活が完結できるまち」として、子育て世代等から転入先として選ばれるまちを目指す。また、地元住民の「住みにくさ」を解決し、「暮らしの満足度」を向上させることで転出者を抑制することへつなげる。

②「関わりたいまち（賑わいの創出）」により、交流人口・関係人口増加を図り、イベント等を実施することで小屋浦地区の活性化を図る。

③「子育てが楽しいまち（子育てしやすい環境の整備）」により、子育て支援の輪を創出し、安心して子育てが楽しめる環境を整備し、移住・定住を促す。

《具体的な事業内容》

【住みたい・住み続けたいまち（移住・定住促進）】

・歩いて暮らせるまちを目指し、日常生活に必要な商業・医療等の機能を有する事業者を誘致する。また、VRやドローン等の最新技術を活用し、移住・定住後のイメージを伝えるために、小屋浦地区の日常生活に関するPR動画や小屋浦地区散策マップ等の冊子作成、VRコンテンツ等を制作し、日常生活をリアルに体感してもらい、歩いて暮らせるまちの良さをPRする。更に、不動産事業者と連携して、空き家の住宅情報を発信するなど、空き家の利活用の促進や住宅機能を有する事業者（新たに小屋浦地区へ住宅を建設等する事業者）を誘致し、平日は「都会で」、休日は「自然の中で」過ごしたい二地域居住を検討している人等の移住・定住を促し、人口増加を目指す。

・新型コロナウイルス感染症により、リモートワークの導入が一気に進んだことから、自然の多い地方への移住を検討している人が増加傾向にある。そこで、東京などの大都市で開催されている移住・定住フェアに参加し、自然に囲まれた日常生活が送れるまち、自家用車等を利用することなく日常生活が完結できるまちとして、小屋浦地区への移住・定住を促す。

・町内事業所や金融機関等と連携して移住・定住を促進していく。（町内事業者：町外から通勤する社員等へ、本町への移住・定住を促すなど。金融機関：移住・定住者向け住宅ローン商品の相談・提供や町外支店における移住・定住関連情報の発信など）

【関わりたいまち（賑わいの創出）】

地元の大学生に小屋浦地区の秋祭りやイベント等の情報、小屋浦地区に関する情報を町公式SNSを活用し、継続的に情報発信してもらおう。また、小屋浦地区へ関わる人の輪を拡大するために、関係人口同士が交流できる機会を創出するとともに、本町が制作するPR動画等を町公式SNSで情報発信し、本事業の相乗効果を図る。また、近隣市町と連携してイベント等を開催し、観光や特産品等のPRを行い、関係人口等の増加を図る。

【子育てが楽しいまち（子育てしやすい環境の整備）】

地域で子どもたちを見守り、育てる風土がある小屋浦地区の強みを生かし、地元住民参加型の子育て支援のネットワークづくりを推進し、子育てしやすいまちとしての認知度・知名度の向上を図る。また、小屋浦地区で子育てしている方の声や日常をホームページやPR動画等に掲載するなど、小屋浦地区での子育てを体感してもらえらる仕組みをつくりだすとともに、地元住民と地区外の子育て世代が交流できる機会を創出する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業は、小屋浦地区が持続的に発展していくために、日常生活に欠かせない機能を有する事業者の誘致、移住・定住の促進、魅力等の情報発信・関係人口の創出、子育て環境の整備に自治体、地元大学、地元住民、企業等が一体となって取り組むものである。4年目からは、自走することを目指し、官民連携の体制を構築することとしている。

【官民協働】

官民で協働し、移住・定住者の相談受付、住宅情報の提供等を行い、事業の成果（小屋浦地区へ新たな人の流れをつくりだし、小屋浦地区を活性化させる）を向上させる。

【地域間連携】

関係市町村で連携し、情報発信の強化、イベント等の開催、広域的な行政サービスを展開し、事業の成果（小屋浦地区へ新たな人の流れをつくりだし、小屋浦地区を活性化させる）を向上させる。

【政策間連携】

小屋浦地区の活性化の持続には、移住者や子育て世代を呼び込むための住宅の確保、子育て環境の整備、持続的な賑わいの創出等が必要不可欠である。「移住・定住促進」「賑わいの創出」「子育て環境」の分野の取組を一体的に行い、その相乗効果により好循環を生み出す。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

該当なし。

理由①

取組②

該当なし。

理由②

取組③

該当なし。

理由③

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 3 月

【検証方法】

外部有識者や町民代表で構成する「坂町総合戦略推進会議」において、KPI及び具体的な施策の現状・進捗や取組状況等のPDCAサイクルによる検証を実施する。

【外部組織の参画者】

【教育機関】 広島修道大学名誉教授 【住民代表】 小屋浦地区住民福祉協議会会長・一般公募2名 【産業界】 広島安芸商工会坂支所・東部流通団地協議会 【金融機関】 もみじ銀行坂支店支店長

【検証結果の公表の方法】

町ホームページで掲載予定

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 40,100 千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画認定の日から 2026年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

### 5-3 その他の事業

#### 5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

#### 5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026年3月31日まで

## 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

### 7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

### 7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に

7-1に掲げる評価の手法により行う。

### 7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。