

【修正箇所】

(修正前)

第2期 まち・ひと・しごと創生 総合戦略のアウトライン

まち・ひと・しごと創生については、国と地方が一体となり、中長期的視点に立って取り組む必要があることから、本市における人口の現状と将来展望を示す人口ビジョンを、また、これを踏まえて、地域の実情に沿った年間の施策の方向性を示す「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し各課取組を進めていきます。

第1期 名張市まち・ひと・しごと創生総合戦略
2015（平成27）年策定

人口ビジョン 2040（令和22）年までを対象期間
人口の現状分析 | 産業実態 | 将来人口推計 | 将来展望の提示

総合戦略 2015（平成27）年度～2019（令和元）年度を対象期間
人口動向や産業実態等を踏まえ、第1期の政策目標・施策を策定
強み・弱みの把握 | 区の4つの基本目標との連動 | 3つの重点プロジェクト

第2期 名張市まち・ひと・しごと創生総合戦略
2020（令和2）年策定

人口ビジョン 2045（令和27）年までを対象期間
・第1期推計を踏まえて、必要な時点修正
人口の現状分析、産業実態の時点修正
外国人の推移を新たに追加
将来展望の時点修正

総合戦略 2020（令和2）年度～2024（令和6）年度を対象期間
・第1期の地方創生について「継続を力」にし、より充実・強化
第1期の検証と成果
地域特性の分析（強み・弱みの把握）
国の基本方針
・基本的な考え方
・第2期の新たな視点
○ 地方へのひび・資金の流れを強化する
○ 新しい世代の流れを力にする
○ 人材を育てる
○ 民間と協働する
○ 誰もが活躍できる地域社会をつくる
○ 地域経営の視点で取り組む
3つの重点プロジェクトの推進 具体的な施策

(修正後)

第2期 まち・ひと・しごと創生 総合戦略のアウトライン

まち・ひと・しごと創生については、国と地方が一体となり、中長期的視点に立って取り組む必要があることから、本市における人口の現状と将来展望を示す人口ビジョンを、また、これを踏まえて、地域の実情に沿った年間の施策の方向性を示す「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し各課取組を進めていきます。

第1期 名張市まち・ひと・しごと創生総合戦略
2015（平成27）年策定

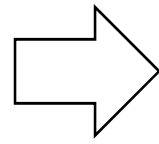
人口ビジョン 2040（令和22）年までを対象期間
人口の現状分析 | 産業実態 | 将来人口推計 | 将来展望の提示

総合戦略 2015（平成27）年度～2019（令和元）年度を対象期間
人口動向や産業実態等を踏まえ、第1期の政策目標・施策を策定
強み・弱みの把握 | 区の4つの基本目標との連動 | 3つの重点プロジェクト

第2期 名張市まち・ひと・しごと創生総合戦略
2020（令和2）年策定

人口ビジョン 2045（令和27）年までを対象期間
・第1期推計を踏まえて、必要な時点修正
人口の現状分析、産業実態の時点修正
外国人の推移を新たに追加
将来展望の時点修正

総合戦略 2020（令和2）年度～2024（令和6）年度を対象期間
・第1期の地方創生について「継続を力」にし、より充実・強化
第1期の検証と成果
地域特性の分析（強み・弱みの把握）
国の第2期における施策の方向性
【基本目標】
○ 稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする
○ 地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる
○ 結婚・出産・子育ての希望をかなえる
○ ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力ある地域をつくる
【持続的な目標】
○ 多様な人材の活躍を推進する
○ 新しい世代の流れを力にする
3つの重点プロジェクトの推進 具体的な施策



(修正前)

Ⅲ. 名張市の人口の将来展望

1. 国の長期ビジョンと人口推移

(1) 国の長期ビジョンが目指す将来の方向

国が2014（平成26）年に策定した「まち・ひと・しごと創生 長期ビジョン」では、2060年に1億人程度の人口を維持することを目指し、将来にわたり、「活力ある日本社会」を維持することを目的に、3つの基本的視点から人口減少に歯止めをかける戦略に取り組むとされています。

- ・東京一極集中の是正
- ・若い世代の就労、結婚、子育ての希望の実現
- ・地域の特性に即した地域課題の解決

(2) 国の人口推移と長期的な見通し

- ・社人研「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」（出生中位（死亡中位））によると、2060年の総人口は約8,700万人まで減少すると見通されています。
- ・仮に、合計特殊出生率が2030年に1.8程度、2040年に2.07程度（2020年には1.6程度）まで上昇すると、2060年の人口は約1億200万人となり、長期的には9,000万人程度でおおむね安定的に推移するものと推計されています。
- ・なお、仮に、合計特殊出生率が1.8や2.07となる年次が5年ずつ遅くなると、将来の定常人口がおおむね300万人程度少なくなると推計されています。

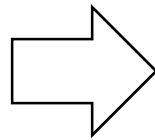
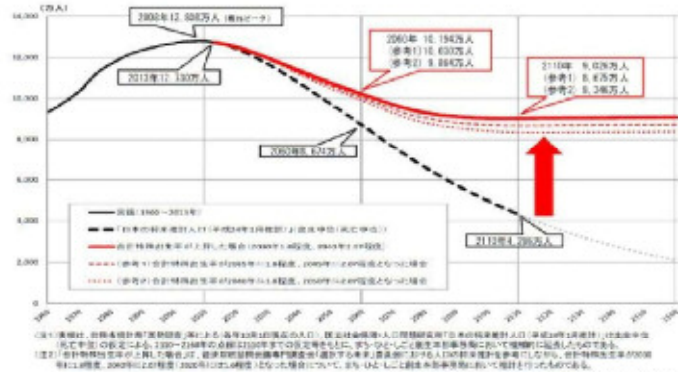


図7 我が国の人口の推移と長期的な見通し



(修正後)

Ⅲ. 名張市の人口の将来展望

1. 国の長期ビジョンと人口推移

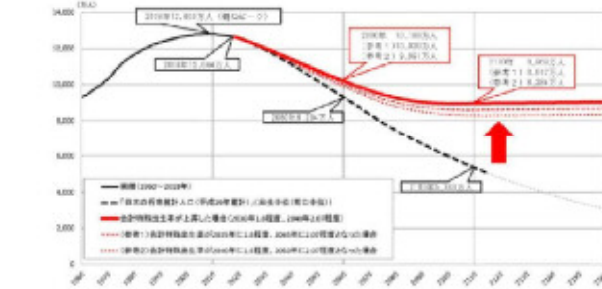
(1) 国の長期ビジョンが目指す将来の方向

国は、日本の人口の現状と将来の姿を示し、今後、目指すべき詳細の方向を提示することを目的として、2014（平成26）年に長期ビジョンを策定しました。その後、国立社会保障・人口問題研究所の推計では、当時より人口減少のスピードはやや遅くなっているものの、危機的な状況が続いているため、今般、国と地方公共団体の全ての関係者が力を合わせてこの困難な課題に取り組んで行けるよう長期ビジョンが改訂されました。

(2) 国の人口推移と長期的な見通し

- ・社人研「日本の将来推計人口（平成29年推計）」（出生中位（死亡中位））によると、2060年の総人口は約9,300万人まで減少すると見通されています。
- ・仮に、合計特殊出生率が2030年に1.8程度、2040年に2.07程度まで上昇すると、2060年の人口は約1億人となり、長期的には9,000万人程度でおおむね安定的に推移するものと推計されています。
- ・仮に、合計特殊出生率が1.8や2.07となる年次が5年ずつ遅くなると、将来の定常人口がおおむね300万人程度少なくなると推計されています。

図7 我が国の人口の推移と長期的な見通し



- [注1] 矢印は、総務省「国勢調査」等による《毎年10月1日現在の人口》、社人研「日本の将来推計人口（平成29年推計）」の出生中位（死亡中位）の仮定による。
- [注2] 2010年の総人口は2010年までの転入等をもちに、まち・ひと・しごと創生本部事務局において、機械的に延長したものである。
- [注3] 「合計特殊出生率が上昇した場合」は、経済財政諮問会議専門委員会「激化する少子高齢化と人口減少対策」委員会における人口の推計結果を基としたが、合計特殊出生率が2030年に1.8程度、2040年に2.07程度となった場合について、まち・ひと・しごと創生本部事務局において推計を行ったものである。
- [注4] 社人研「人口推計資料集2018」によると、人口更替水準は、2001年から2010年は2.07で推移し、2011年は2.06となっている。

※国の「まち・ひと・しごと創生 長期ビジョン」より抜粋

(修正前)

率・就職率、地域活動への参加率、地域への貢献意欲が高い結果となります。

⑥ 高専生アンケート結果

名張市への愛着を聞き取った結果、全体の26.7%が「好き」「どちらかといえば好き」と回答しており、高校生と比較すると約3割少ない結果となっています。また、名張の良いところは「自然の豊かさ」「利便性のよさ」と回答しています。

定住意向を聞き取った結果、約6割の学生が就職を予定しており、進学・就職先の約3割が関西圏となりました。さらに、卒業後の住まいについて、「名張市で引き続き居住する」と回答した学生は、名張市在住の学生に限定すると約1割となっており、ほとんどが市外で居住すると回答しています。名張を離れたいと思う理由は「利便性」「就きたい仕事・やりたいことができる環境にない」と回答した学生が多い結果となりました。

いずれ結婚したいと考えている学生は約7割となっており、理想の子どもの人数は1.2人と回答した学生が最も多い結果となりました。

地域との関わりについての問いには、約6割の学生が地域との関わりがあり、地域に貢献したいと考えている学生は約4割となり、高校生の回答と比較すると約2割少ない結果となりました。

(修正後)

率・就職率、地域活動への参加率、地域への貢献意欲が高い結果となります。

⑥ 高専生アンケート結果

名張市への愛着を聞き取った結果、全体の26.7%が「好き」「どちらかといえば好き」と回答しており、高校生と比較すると約3割少ない結果となっています。また、名張の良いところは「自然の豊かさ」「利便性のよさ」と回答しています。

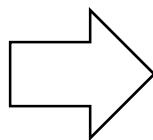
定住意向を聞き取った結果、約6割の学生が就職を予定しており、進学・就職先の約3割が関西圏となりました。さらに、卒業後の住まいについて、「名張市で引き続き居住する」と回答した学生は、名張市在住の学生に限定すると約1割となっており、ほとんどが市外で居住すると回答しています。名張を離れたいと思う理由は「利便性」「就きたい仕事・やりたいことができる環境にない」と回答した学生が多い結果となりました。

いずれ結婚したいと考えている学生は約7割となっており、理想の子どもの人数は「2人」と回答した学生が最も多い結果となりました。

地域との関わりについての問いには、約6割の学生が地域との関わりがあり、地域に貢献したいと考えている学生は約4割となり、高校生の回答と比較すると約2割少ない結果となりました。

(5) 意見交換・交流会～選ばれる名張のために～(令和元年12月実施)の結果

令和元年12月14日、「移住者」と「生まれも育ちも名張の住民」を対象に「選ばれる名張のために」をテーマとした意見交換・交流会を実施しました。新たな人の流れを創出するための主な意見としては、「人と人とのつながりを創ることが移住定住につながる」、また「名張でしかできないことがあれば、その目的をもって人が流れてくる」などが出されました。また、転出抑制を図るための意見としては、「働く場が必要」、「地域イベントに子ども達がボランティアで参加できるようジュニアリーダーの仕組みをもっと活用できないか」、「大人の世代にも名張の魅力を知ってもらうため、「なばり学」を学ぶ機会を」などが出されました。



(修正前)

II. 基本的な考え方

1. 国の第2期総合戦略の基本的な考え方

国は、第1期での地方創生の各種取組について「継続を力」にし、4つの基本目標の枠組みを維持しつつ、より一層充実・強化させるため、第2期（2020年度～2024年度）においては、新たな視点に重点を置いて施策を推進することとしています。

本市においてもこれを踏まえ、「人口減少」と「地方創生」に向き合い、実効性が期待できる施策に取り組めます。

～第1期総合戦略（2015年度～2019年度）～

<4つの基本目標>

1. 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする
2. 地方への新しい人の流れをつくる
3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる
4. 時代に合った地域をつくり、安心なくらしと守るとともに、地域と地域を連携する

【地方創生版・三本の矢】情報支援、人材支援、財政支援

～第2期（2020年度～2024年度）における新たな視点～

第1期の基本目標の枠組みを維持しつつ、より一層の充実と強化

(1) 地方へのひと・資金の流れを強化する

- ◆ 将来的な地方移住にもつながる「関係人口」の創出・拡大
- ◆ 企業や個人による地方への寄附・投資等を用いた地方への資金の流れの強化

(2) 新しい時代の流れを力にする

- ◆ Society5.0の実現に向けた技術の活用
- ◆ SDGsを原動力とした地方創生
- ◆ 地方から世界へ

(3) 人材を育て活かす

- ◆ 地方創生の基盤をなす人材に焦点を当て、掘り起こしや育成、活躍を支援。

(4) 民間と協働する

- ◆ 地方公共団体に加え、NPOなどの地域づくりを担う組織や企業と連携。

(5) 誰もが活躍できる地域社会をつくる

- ◆ 女性、高齢者、障害者、外国人など誰もが居場所と役割を持ち、活躍できる地域社会を実現。

(6) 地域経営の視点で取り組む

- ◆ 地域の経済社会構造全体を俯瞰して地域をマネジメント。

※ 国の「まち・ひと・しごと創生 基本方針 2019」から抜粋

(修正後)

II. 基本的な考え方

1. 国の第2期総合戦略の基本的な考え方

国は、第1期での地方創生の各種取組について検証を行い、優先順位も見極めながら、継続は力なり、という姿勢を基本に、より一層強化し地方創生の動きを更に加速させていくとして、第2期（2020年度～2024年度）においては、4つの基本目標と2つの横断的な目標の下に取り組むこととしています。

本市においてもこれを踏まえ、「人口減少」と「地方創生」に向き合い、実効性が期待できる施策に取り組めます。

～第1期総合戦略（2015年度～2019年度）～

<4つの基本目標>

1. 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする
2. 地方への新しい人の流れをつくる
3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる
4. 時代に合った地域をつくり、安心なくらしと守るとともに、地域と地域を連携する

【地方創生版・三本の矢】情報支援、人材支援、財政支援

～第2期（2020年度～2024年度）における施策の方向性～

第1期の成果と課題等を踏まえた政策体系の見直し

<4つの基本目標>

1. 稼ぐ地域をつくとともに、安心して働けるようにする
 - ◆ 地域の特性に応じた、生産性が高く、稼ぐ地域の表現
 - ◆ 安心して働ける環境の実現
2. 地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる
 - ◆ 地方への移住・定着の推進
 - ◆ 地方とのつながりの構築
3. 結婚・出産・子育ての希望をかなえる
 - ◆ 結婚・出産・子育てしやすい環境の整備
4. ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
 - ◆ 活力を生み、安心な生活を実現する環境の確保

<横断的な目標>

1. 多様な人材の活躍を推進する
 - ◆ 多様なひとびとの活躍による地方創生の推進
 - ◆ 誰もが活躍する地域社会の推進
2. 新しい時代の流れを力にする
 - ◆ 地域における Society5.0の推進
 - ◆ 地方創生 SDGsの実現などの持続可能なまちづくり

※ 国の「第2期 まち・ひと・しごと創生 総合戦略」から抜粋

(修正前)

② 新しいひとの流れの創出のための情報発信及び移住に関する相談・受入体制の強化

関連するSDGs



具体的な施策・事業

(ア) 県が東京都内・大阪等に設置する移住相談センターと連携した転入促進を図る状況情報・空き家情報等の一元的な情報発信

(イ) SNS等多様な媒体を活用し、事業者・関係機関やメディア等と連携したシティプロモーション

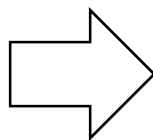
(ウ) 移住コンシェルジュや移住体験施設等による相談・受入体制の強化及び将来的に移住につなげるための都市住民と地域の関わり創出

(エ) 農のある暮らし(スローライフ・スローフード)の企画・提供、農業イベント・農業体験等を通じた「2地域居住」の企画・促進

<施策を推進する主な事業>

- ・地域活力創生事業
- ・広報活動事業
- ・移住支援事業 など

重要業績評価指標 (KPI)	基準値(年)	目標値(目標年)
市の移住等に関するホームページ内のいずれかのページへの1月当たりの平均アクセス件数	2,396件 (2018/1/30)	3,600件 (2022/1/1)
移住・定住ホットライン相談件数	190回 (2018/1/30)	220回 (2024/1/6)
移住支援制度等を利用した移住者数【延べ数】	162人 (2018/1/30) ※1128年以降の累計	460人 (2024/1/6)



(修正後)

② 新しいひとの流れをつくり関係人口創出のための情報発信及び移住に関する相談・受入体制の強化

関連するSDGs



具体的な施策・事業

(ア) 県が東京都内・大阪等に設置する移住相談センターと連携した転入促進を図る状況情報・空き家情報等の一元的な情報発信

(イ) SNS等多様な媒体を活用し、事業者・関係機関やメディア等と連携したシティプロモーション

(ウ) 移住コンシェルジュや移住体験施設等による相談・受入体制の強化及び将来的に移住につなげるための都市住民と地域の関わり創出

(エ) 農のある暮らし(スローライフ・スローフード)の企画・提供、農業イベント・農業体験等を通じた「2地域居住」の企画・促進

<施策を推進する主な事業>

- ・地域活力創生事業
- ・広報活動事業
- ・移住支援事業 など

重要業績評価指標 (KPI)	基準値(年)	目標値(目標年)
市の移住等に関するホームページ内のいずれかのページへの1月当たりの平均アクセス件数	2,396件 (2018/1/30)	3,600件 (2022/1/1)
移住・定住ホットライン相談件数	190回 (2018/1/30)	220回 (2024/1/6)
移住支援制度等を利用した移住者数【延べ数】	162人 (2018/1/30) ※1128年以降の累計	460人 (2024/1/6)

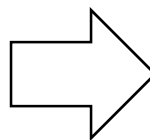
(修正前)

⑧「訪れてよし」「住んでよし」「招いてよし」の観光都市 名張の実現

関連するSDGs



具体的な施策・事業		
<p>(ア) 「習俗」をはじめ、本市の自然、歴史・文化、食、産業、スポーツ、健康づくりなど、様々な地域資源を活用した体験・滞在型の新たな観光コンテンツの創出</p> <p>(イ) マーケティングに基づく旅行商品の開発、戦略的・効果的な情報発信とセールス、及び食習慣や言語など外国人に対応した受入環境の整備など広域連携による訪日外国人誘客の推進</p> <p>(ウ) あらゆる地域資源を観光の視点で生かした観光誘客と地域の活性化、都市部からの移住・定住、さらには空き家や耕作放棄地、高齢化など様々な課題解決につなげるために地域住民自らが主体となった「観光地域づくり」の推進</p> <p><施策を推進する主な事業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光戦略推進事業 ・広域観光事業 ・観光資源開発事業（忍者ツーリズム創造事業） など 		
重要業績評価指標 (KPI)	基準値(年度)	目標値(目標年度)
観光レクリエーション入込客数	1,046,867人 (2018/18)	1,350,000人 (2022/24)
赤目四十八滝を訪れた外国人の数【延べ数】	2,904人 (2018/18)	10,000人 (2022/24)
赤目四十八滝キャンプ場を拠点に実施した体験観光メニューの件数	0件 (2018/18)	5件 (2024/26)



(修正後)

⑧「訪れてよし」「住んでよし」「招いてよし」の観光都市 名張の実現

関連するSDGs



具体的な施策・事業		
<p>(ア) 「習俗」をはじめ、本市の自然、歴史・文化、食、産業、スポーツ、健康づくりなど、様々な地域資源を活用した体験・滞在型の新たな観光コンテンツの創出</p> <p>(イ) マーケティングに基づく旅行商品の開発、戦略的・効果的な情報発信とセールス、及び食習慣や言語など外国人に対応した受入環境の整備など広域連携による訪日外国人誘客の推進</p> <p>(ウ) あらゆる地域資源を観光の視点で生かした観光誘客と地域の活性化、都市部からの移住・定住、さらには空き家や耕作放棄地、高齢化など様々な課題解決につなげるために地域住民自らが主体となった「観光地域づくり」と、関係人口となるきっかけづくりの推進</p> <p><施策を推進する主な事業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光戦略推進事業 ・広域観光事業 ・観光資源開発事業（忍者ツーリズム創造事業） など 		
重要業績評価指標 (KPI)	基準値(年度)	目標値(目標年度)
観光レクリエーション入込客数	1,046,867人 (2018/18)	1,350,000人 (2022/24)
赤目四十八滝を訪れた外国人の数【延べ数】	2,904人 (2018/18)	10,000人 (2022/24)
赤目四十八滝キャンプ場を拠点に実施した体験観光メニューの件数	0件 (2018/18)	5件 (2024/26)