

総務福祉常任委員会事務調査報告

1 調査事項

- (1) 地域支え合いの福祉について
- (2) 日本一の子育てについて

2 調査場所

- (1) 島根県邑南町

3 調査の目的とするところ

類似町村の地域福祉に関する調査を実施して、当町議会活動の一助とする。

4 調査期間

平成30年10月1日（月）～10月3日（水）

5 調査委員

（副委員長）本田 佳子

（委員）鹿兒島 巖、小笠原正見、成田 直人

6 調査の内容

(1) 町の概要

①沿革・地勢

昭和28年からの昭和の大合併により、羽須村、瑞穂町、石見町の三町村となり、その後、3町村はそれぞれの特色あるまちづくりを進めてきたが、平成16年の町村合併により邑南町が誕生した。

島根県中西部に位置して総面積419.29km²を有し、そのほとんどが森林で占められている。地形は中山間地に代表的な盆地の多い地形で、標高100mから600mの地域となっている。また、南側から西側にかけては中国山地の1,000m級の急峻な地形も分布している。

気候は夏に雨が多く、日中と夜間の温度差が大きい山間地特有の気候で、夏から秋にかけては台風の影響を受けて、冬季は降雪のため降水量が増える特徴にある。

②人口・産業別就労人口割合

・人口

10,781人（平成31年1月31日現在）

・産業別人口割合

第一次 21.8% 第二次 17.3% 第三次 60.9%

（平成27年国勢調査）

③産業

町で生産される良質な農林産物を素材とする「ここでしか味わえない食や体験」をA級グルメと称し、高原野菜、石見和牛など特選の食材を活かした料理や食品の開発、また、それを担う生産者やシェフなどをトータルに育成して、定住促進と観光客の増加により産業振興を図っている。

(2) 調査テーマ

- ①地域支え合いの福祉について
- ②日本一の子育て村構想について
- ③A級グルメ構想について

(3) 調査事項

邑南町では、定住対策の一貫として実施されているプロジェクト、「日本一の子育て村」を目指す取り組みについてを中心に研修しました。

日本一の子育て村構想は、攻めと守りのプロジェクトとして、攻めのA級グルメ構想と守りの日本一子育て村を目指して、平成23年から始めた取り組みである。

調査では、子育て村構想と合わせて、移住定住政策としてのA級グルメ構想と、子どもが病気の時も安心して対応が可能な、町立病院や病児保育室の視察も行った。

取り組みの成果により、ここ数年の人口減少が鈍化してきており、平成25年には合併10年目で初めて人口が20人増加した。

○具体的な施策について

- ・定住促進課が窓口となり、医療・福祉・教育・生活・環境など様々な面から手厚い支援を行っている。特に子育ての面では、子どもまると相談室や町立病院と連携した病児保育室を設置して、妊娠から子育てまで安心して生活できるような体制をとっている。
- ・子育て推進本部の評価としては、経済的な負担軽減の制度は充分なので、次は子育て村が掲げる理念「地域で子育て」を実践して、日本一の子育て村を住民が実感できる町とするために、防災行政無線で町内全域に子どもの誕生をお知らせして、全町民のお祝い事に行っている。また、地域では地域力を結集して、身近な素材をいかして地域の思いや願いを、体験を通して子どもたちに伝えていく「地域学校」を実践している。
- ・12地区の公民館ごとに町職員を配置して、小学校8校、保育所9施設と連携しながら、共に支え合う共同の仕組みづくりと地域コミュニティを実現するために、地区別戦略を推進している。また、県立高校には町職員2名を派遣して、各種支援事業を実施している。
- ・町の若手職員が提案して始めたA級グルメ構想は、地産地消レストランや食の学校の立ち上げ、地域おこし協力隊を導入するなどして、地域の誇りを育むとともに、起業や定住を図っている。現在は、「食と農産業」による町内循環型経済の確立により、平成28年から32年までの5年間で、起業数5社、雇用創出数30人を目標設定している。

(4) 所 感

プロジェクトに対する町民からの信頼を得たことや、メディアを活用して邑南町のブランドを確立した手法は特筆すべきものと感じた。U・Iターン者の割合が多く、特に20から30代の女性が多いのは宣伝効果の一つだと思う。

子育てに対しての経済的な支援だけではなく、A級グルメ構想的な地域活性化対策や地域コミュニティ活動と一体となった事業展開でないと、成果があがらないのではないかと思った。そのためには、行政の課を越えた連携をして、若手を中心とした職員から積極的な政策提案ができる環境整備が必要だと思う。

子育てに関しては当町でも経済的な施策は充分行っているのですが、それ以外での邑南町との違いは何なのかを考える必要がある。

また、地元の食と農産物はB級ではなく、生産者が一生懸命作った農産物はA級であるという、生産者の自信と誇りを育み発信するというコンセプトに学ぶべきところがあると感じた。都市圏の料理学校と連携して、19名の地域おこし協力隊がA級グルメに関連した仕事に従事しているのも成果の一つだと思う。

12地区の公民館で、地域コミュニティの実現を図るための地区別戦略が、町の各種プロジェクト事業を行うための受け皿になっているので、改めてきめ細かなコミュニティ活動の重要性を感じさせられた。

プロジェクト事業の推進については、改善を繰り返してようやく軌道に乗れたとのお話を伺い、人口減少や少子高齢化の中で失敗をおそれずに「成果を得る」、という気概を持って取り組んでいく町づくりが必要であると改めて感じた。