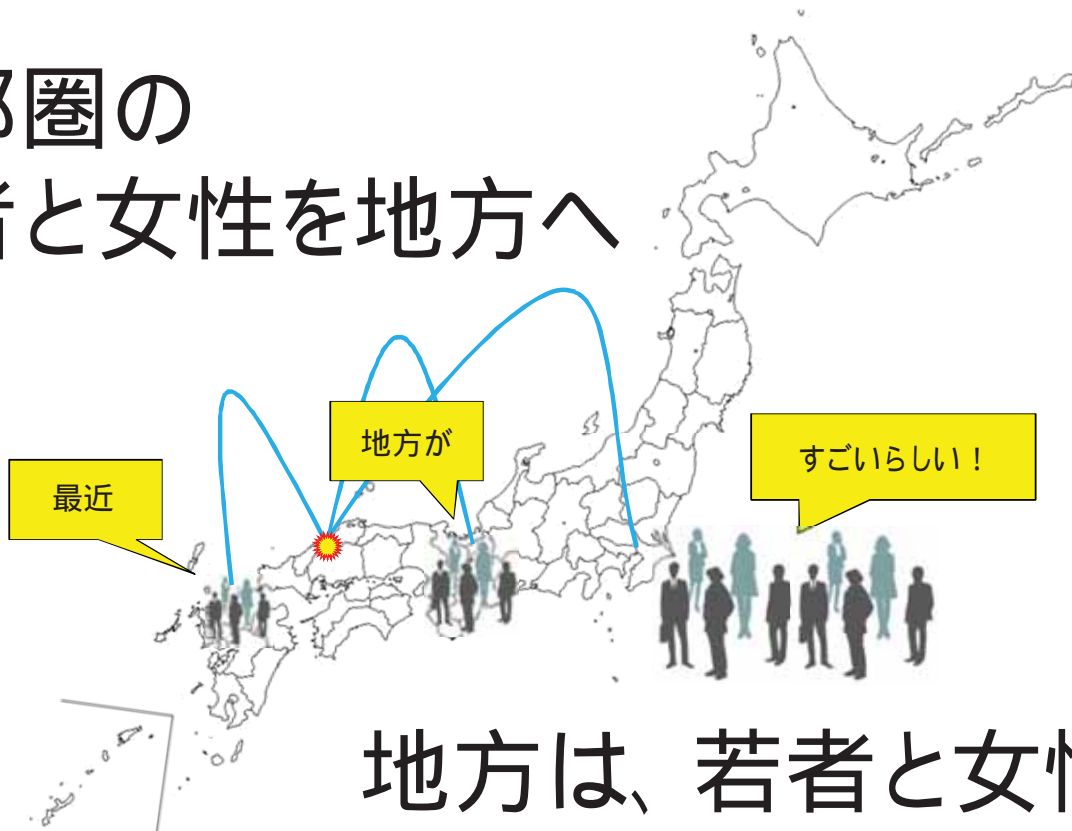


[資料] 藁谷浩介著「デフレの正体」 図30 20-30代女性の就業率と出生率

今後の人口: 地方への分散がキーワード

首都圏の
若者と女性を地方へ



地方は、若者と女性に
魅力あるまちづくりを

目標：0 ~ 18歳人口の増加・定住

1,660人(2010年) → 1,700人(2016年) → 1,800人(2021年)

町民の方々が子どもを生み、育てやすい環境に！ 子育て世代のUターンやIターンへもつながる
日本一の子育て支援！

生活環境の充実

身近で安心な医療体制 (公立邑智病院)

医療

- 産婦人科、小児科機能充実
- 24時間救急受付(365日)
- ドクターヘリ緊急搬送
- 民間病院や町立診療所との連携

子ども医療費の無料 (中学校卒業まで)

保健

- 予防接種費用全額助成
- 不妊治療費助成

保育料無料

第2子目から無条件で保育料無料!
(第1子目も国の基準の6割!)

福祉

- 放課後児童クラブ
- 病児保育、延長保育
- 一時預保育、障害児保育

教育環境の充実

世界へも羽ばたける力

教育

- 奨学金制度(医療、農林業、一般)
- 笑顔キラキラ事業
- ふるさとまるごと博物館
- 図書館司書の配置
- 特別支援教育の推進
- 矢上高校支援(バス、施設整備)

食育も

+ 産業振興・定住促進

食と農のA級グルメ構想



小学校へ調理指導



高校生スイーツ

雇用環境の充実

A級グルメによるまちづくり



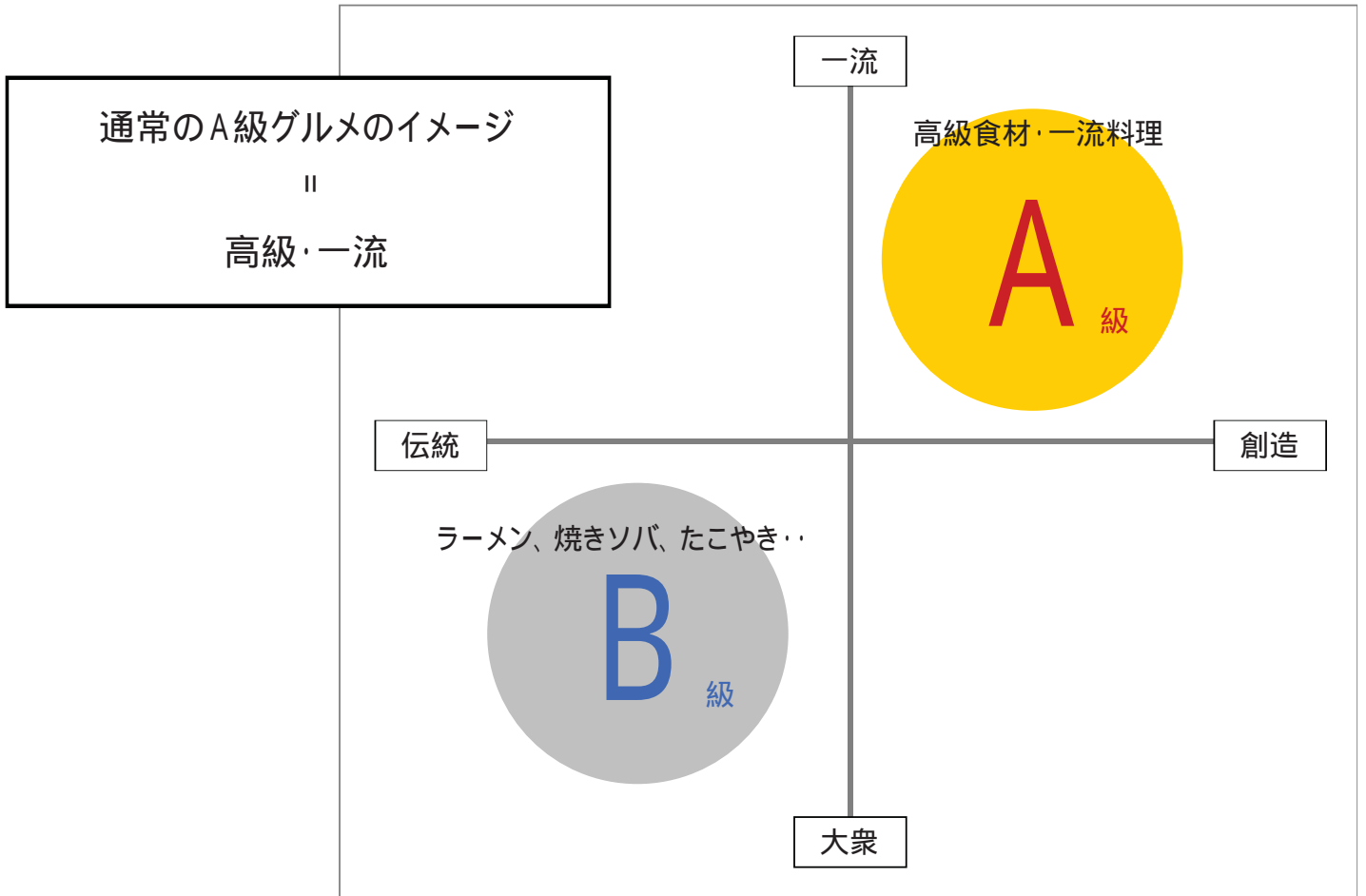
A級
グ
ル
メ

オンリーワンと一点突破主義

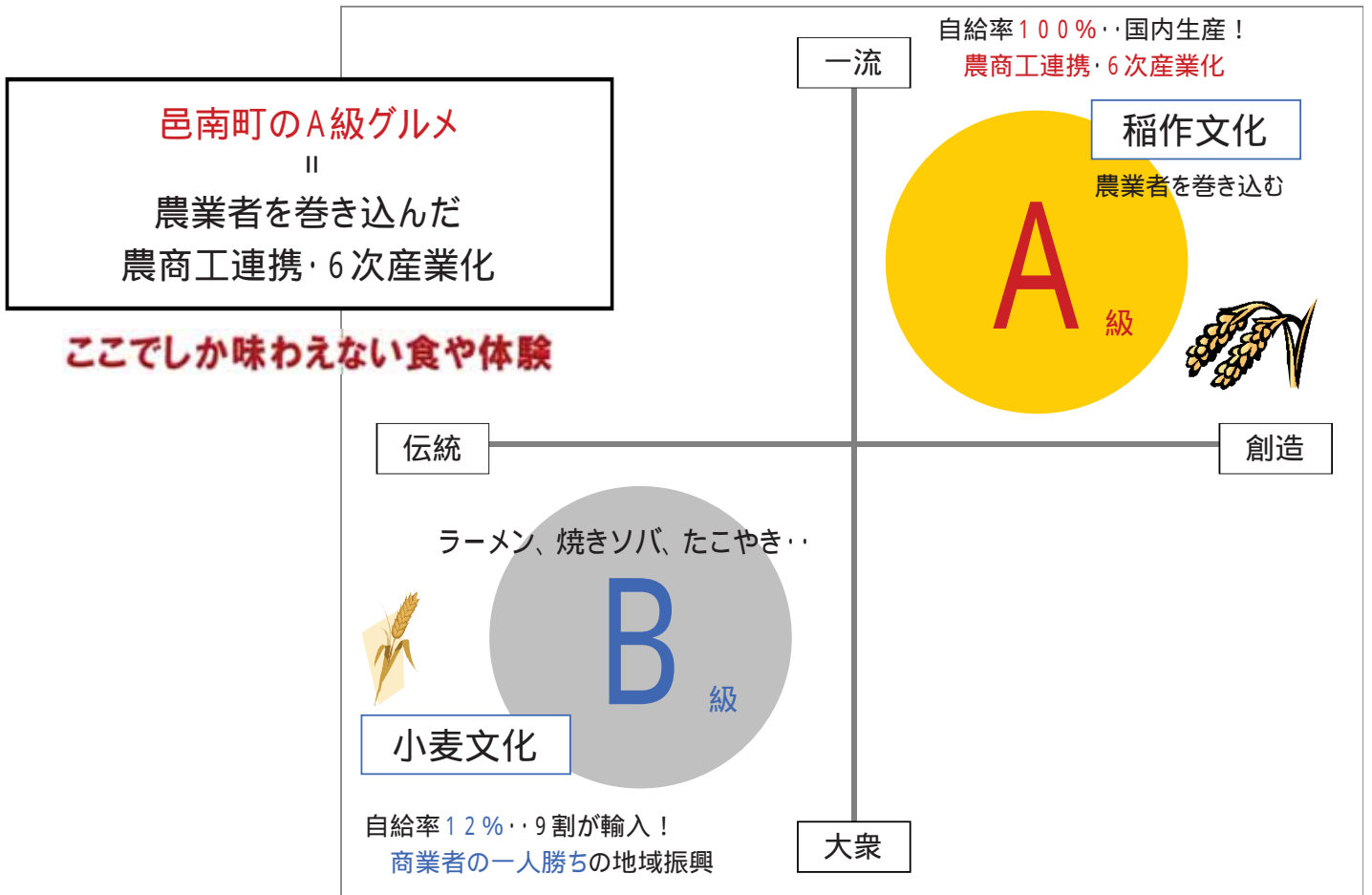
誇りを持って育てた生産者の素材を使い、
心を込めてつくったもの



邑南町が考えるA級グルメとは？ (1)



邑南町が考えるA級グルメとは？ (2)



A級グルメによる町づくりの目的

コンセプト

成果

邑南町のイメージを発信



- ・ 交流人口の増加 (町外、県外)
- ・ 滞在時間の増加



- ・ 地域経済の活性化、販路拡大
- ↳ ブランド化 (付加価値の向上)
- ・ 産業の振興
- ・ 雇用創出、起業家育成



- ・ 定住促進 邑南町の活性化

平成23年3月
全国初の農林商工等連携ビジョンの策定

- ・ 食と農に関する5名の起業家輩出
24名 (女性8名)
- ・ 定住人口200名の確保
128名 ほとんど1ターン
H23: 275名/H24: 242人/H25: 293人
- ・ 観光入り込み客数100万人の実現
91.5万人/年

H23～H25までの3年間の途中経過。H24.7月より外国人含む

邑南町 定住人口の推移

年度	問合せ件数	定住世帯数	定住者数	(うち児童数)
23	153	24	30	4人(3世帯)
24	160	24	42	7人(6世帯)
25	138	35	56	10人(7世帯)
合計	451	83	128	21人(16世帯)

※ 定住コーディネーターの関わりにより邑南町に定住した人数

A級グルメ構想に至るまでの取り組み (合併後)

平成16年に3町村(旧石見町、旧瑞穂町、旧羽須美村)が合併し、『邑南町』誕生！

平成16年 『産直市みずほ』誕生



県内1位の売上

売上	約3億円	H22現在
年間客数	約45万人	
新規雇用	20名	

- ・ 『農家による農家の店』がコンセプト
- ・ 公設民営で運営
- ・ 全国でも先駆的なIT技術の導入
生産者が販売状況がわかる
独自のバーコードシステム導入
品切れを起こさない産直へ

平成17年 『ネットショップ』誕生



みずほスタイル

売上推移	約3百万	H17
	約3千万	H22

- ・ 全国でもいち早く立ち上げた自治体が運営するネットショップ
特産品のブランド化
特産品の販路拡大
- ・ 観光イベント、宿泊情報の発信
観光客、UIターン希望者の情報収集源に

平成19年 『Oh!セレクション』



全国初！

認定	53品目	H24現在
効果	報道100回以上/年 販路拡大(有名デパート等)	

- ・ 全国の田舎の逸品を集め邑南町独自の審査を行う
全国公募の認定制度
- ・ 農林加工品のさらなるブランド化
- ・ 著名人を審査員に起用
平野レミ氏、黒越勇氏
- ・ メディア報道が増え、販路拡大

ある一定の外貨獲得及びブランド化の成功！