
米原市人口ビジョン（令和２年３月改訂）
第２期 まち・ひと・しごと米原創生総合戦略
米原市シティセールスプラン（令和２年３月改訂）

令和２年（２０２０年）３月

米 原 市

<策定の趣旨>

市では、まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）に基づき、2015 年に第 1 期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略を策定しました。今般、5 年間の計画期間が終了し、第 2 期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略を策定するに当たり、本市の人口の現状分析を行った上で米原市人口ビジョンの時点修正を行うとともに、まちの総合的な魅力や評価を高めるための戦略である米原市シティセールスプランについても整理・見直しを図ること
で第 2 期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略との一体的な取組を促進し、各施策の相乗効果を高めます。

はじめに

現在の日本の人口は、その半分以上が東京・名古屋・関西の三大都市圏に居住しており、特に東京への一極集中が顕著となっています。

その反動で、若者を中心に地方の人口減少は加速し、急激な高齢化を伴って、過疎化が進行しています。

これまでに経験のない急激な人口減少は、地域の担い手不足や地域自治の弱体化など新たな社会的課題をもたらしており、本市も例外ではありません。



このような中、市では国のまち・ひと・しごと創生総合戦略等を踏まえながら、目指すべき人口の将来展望を示す「米原市人口ビジョン」、人口減少に立ち向かう戦略である「第1期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略」、「びわ湖の素 米原」をコンセプトにシティセールスに取り組む「米原市シティセールスプラン」を策定し、人口減少という現実をただ受け入れるのではなく、本市ならではの豊かさを追求しながら、持続可能なまちづくりに取り組んできました。

令和という新しい時代を迎えた今、これまでの基本的な方向性を継承しながら、米原新時代への流れを加速すべく、これらの計画等の一体的な見直しを図りました。

新たな戦略では、多様な主体とのつながりを生かしながら、Society5.0の推進や関係人口の創出など新たな時代の流れを力にする視点を持ち、統合庁舎建設や米原駅東口まちづくりを契機として、地域への人の流れを創出するために米原駅周辺の広域交流拠点化を図るなど、人口減少に果敢に挑んでまいります。

米原新時代に向けて、「びわ湖の素 米原」ならではの自分らしいライフスタイルが実現できるまちとして、子どもが育つ喜びを地域とともに感じられる子育てしやすいまちづくりを推進し、3世代100年にわたって住んで良かったと実感される、住み続けたいまち、訪れてみたいまち、住んでみたいまちとして魅力と評価を高め、米原創生の歩みを着実なものにしてまいります。

令和2年（2020年）3月

米原市長 伊藤道博

目 次

第1編 米原市人口ビジョン（令和2年3月改訂）

I 人口ビジョンについて	2
1 人口ビジョンの改訂について	2
2 対象期間	2
II 人口の現状および将来推計	3
1 人口動向の分析	3
（1）総人口の推移	3
（2）年齢3区分別人口の推移	4
（3）年齢7区分別人口の推移	5
（4）世帯数の推移	6
2 自然増減・社会増減の推移	7
（1）自然増減・社会増減の推移	7
3 婚姻・出産の傾向	8
（1）婚姻件数・未婚率の推移	8
（2）合計特殊出生率の推移	9
4 転入・転出の傾向	10
（1）年齢階級別人口移動	10
（2）性別・年齢階級別人口移動	11
（3）性別・年齢階級別人口移動の推移	12
（4）地域別人口移動	13
（5）湖北・湖東エリア常住者（20代）の人口移動イメージ	14
（6）湖北・湖東エリア常住者（30代）の人口移動イメージ	15
（7）昼夜間人口・通勤者の状況	16
III 人口の将来展望	17
1 社人研推計と人口減少段階	17
2 現状の課題と基本的な視点	18
3 目指すべき将来の方向	19
4 米原市の人口ビジョン（将来展望）	20
（1）現状との比較	20
（2）人口ビジョンの見直し方針	20
（3）人口ビジョン（将来展望）数値目標	21

第2編 第2期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略

I 総合戦略策定に当たっての基本的な考え方	25
1 第2期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略の概要	25
2 計画期間	25
3 総合計画との関係	25
4 推進体制とフォローアップ	25
5 SDGs の目標 ～持続可能な開発目標（SDGs）～	26
II 第1期総合戦略の成果と今後の課題	27
1 近年の人口動向	27
2 第1期総合戦略を踏まえた課題	27
III 第2期総合戦略策定の基本方針	29
1 基本方針	29
2 イメージ・ターゲット	29
IV 基本目標と具体的な施策等	31
1 基本目標と施策の方向性	31
2 施策の視点	32
3 基本目標の実現に向けた具体的な施策等	33
【基本目標1】 魅力ある雇用を創出し、女性や若者が活躍するまちを創る	33
施策1 魅力ある雇用の創出	33
施策2 地域産業の活性化	34
施策3 農林水産業の成長促進	35
【基本目標2】 ひとが集い、若者世代が移り住むまちを創る	37
施策1 米原駅周辺の広域交流拠点化	37
施策2 地域資源を生かした交流の拡大	38
施策3 移住・定住の促進	40
【基本目標3】 滋賀県一子育てしやすいまちを創る	41
施策1 結婚・出産・子育ての希望をかなえる施策の拡充	41
施策2 総合的な少子化対策の推進	42
施策3 心豊かで多様な未来を切り拓く子どもの育成	43
【基本目標4】 駅を核として地域と地域を結ぶ、安心で安全なまちを創る	45
施策1 地域の拠点づくりと地域公共交通ネットワークの強化	45
施策2 健康長寿社会の実現	46
施策3 既存ストックのマネジメント強化	48
4 第2期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略の施策とSDGsの関係	49

第3編 米原市シティセールスプラン

I	シティセールスプランについて	51
1	シティセールスプランの目的	51
2	目指す姿	51
3	計画期間	51
II	米原市の現状分析	52
1	地域ブランド調査	52
2	観光入込客数	52
3	米原市のイメージ	53
III	ブランドコンセプトの設定	55
1	ブランドコンセプト	55
2	ロゴマーク	56
IV	コミュニケーション戦略	57
1	全体事項	57
2	個別事項	57
V	分野別のブランド化	59
1	分野別の取組方針	59
2	人づくりの推進	60

第1編

米原市人口ビジョン

- ・平成27年（2015年）策定
- ・令和2年（2020年）3月改訂

I 人口ビジョンについて

1 人口ビジョンの改訂について

人口ビジョンは、本市における人口の現状や市民の認識などを分析し、人口に関する地域課題や人口減少に対する危機感について市民と共有し、今後の目指すべき将来の方向と人口の将来展望を提示するものです。

2015年に米原市人口ビジョンを策定し、第1期まち・ひと・しごと創生総合戦略等に基づき、施策の展開に努めてきましたが、策定以後の人口動向や変化を踏まえ、改めて人口に関する現状を整理し、目指すべき将来の方向と人口の将来展望を示します。

2 対象期間

人口ビジョンの対象期間は、2060年とします。

Ⅱ 人口の現状および将来推計

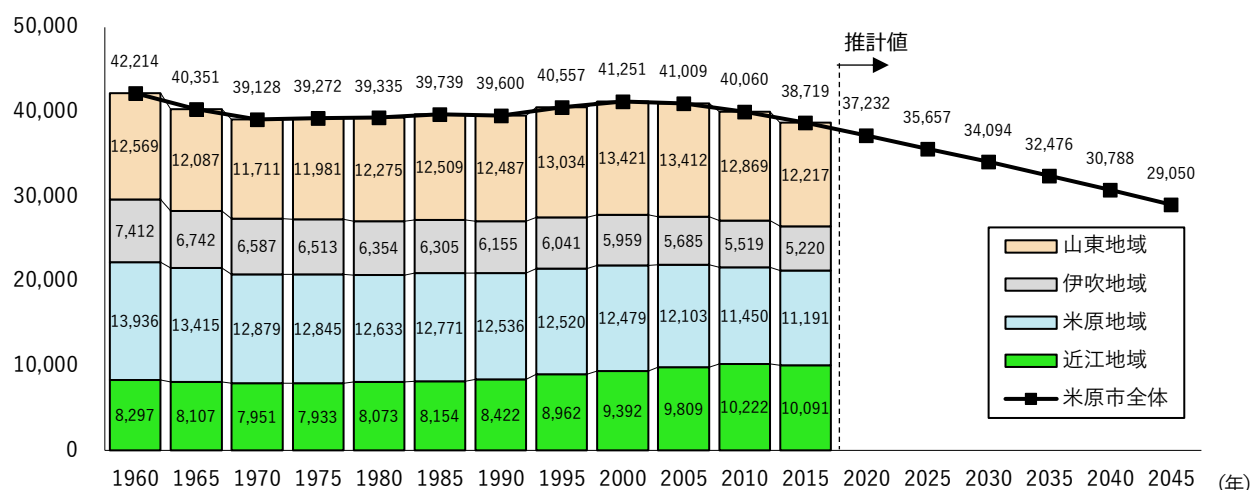
1 人口動向の分析

(1) 総人口の推移

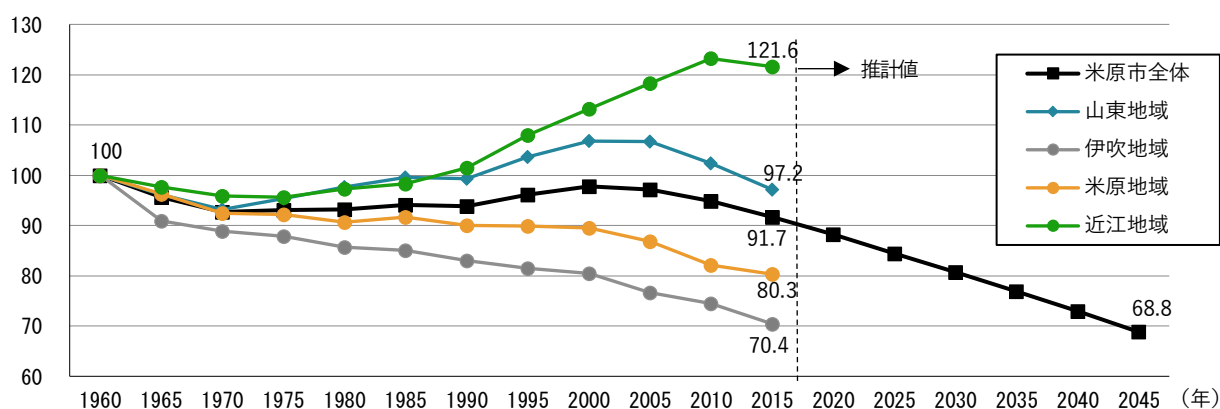
国勢調査によると、米原市の総人口は、1960年の42,214人から減少し、1975年に増加に転じました。その後、2000年の41,251人をピークに減少に転じ、2015年には、1990年以来25年ぶりに4万人を割り込み38,719人に減少しました。国立社会保障・人口問題研究所（以下「社人研」という。）の推計によると、2020年には、37,232人に、更に2045年には3万人を割り込み、29,050人になると推計されます。

また、1960年を100とした場合の変動率をみると、近江地域は1980年以降年々増加してきましたが、2015年は減少に転じました。伊吹地域、米原地域は一貫して減少傾向であり、山東地域は2005年から減少傾向にあります。

(人) 図表Ⅱ-1 (1) -1 【総人口の推移（米原市全体・地域別）】



図表Ⅱ-1 (1) -2 【総人口の推移（1960年=100）】



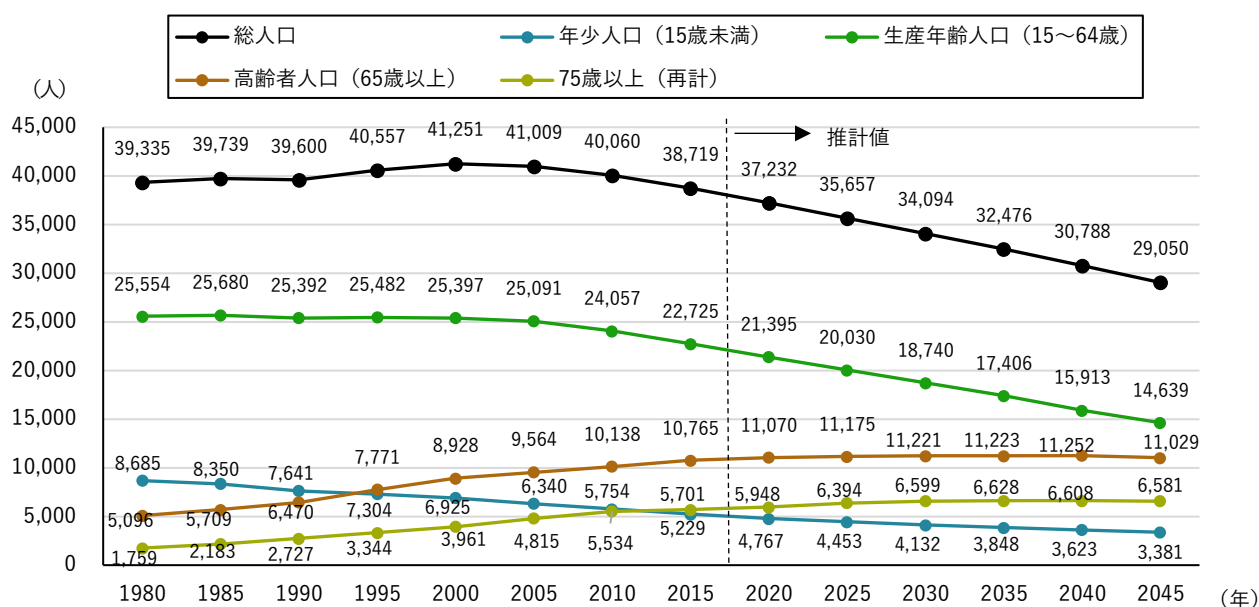
出所：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所資料により作成

(2) 年齢3区分別人口の推移

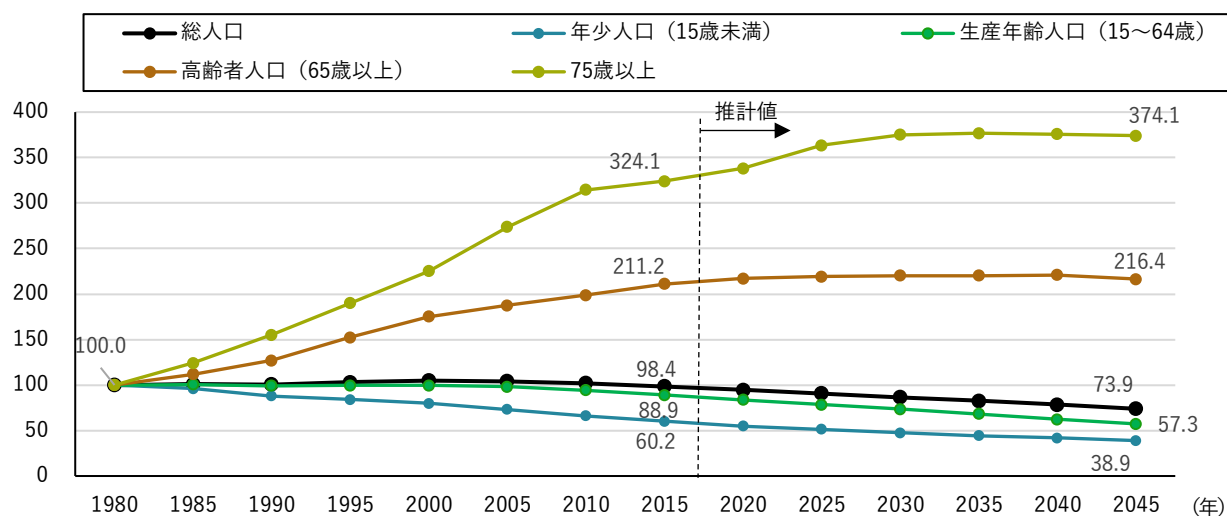
年齢3区分別人口をみると、65歳以上の高齢者人口および75歳以上の人口は増加が続いています。65歳以上の高齢者人口は、1980年を100とした変動率でみると、2015年に211.2ポイントに、75歳以上の人口は324.1ポイントと大きく増加し、社人研の推計によると2040年まで増加が続くと推計され、2045年には65歳以上が216.4ポイント、75歳以上が374.1ポイントまで増加する見込みです。

一方、生産年齢人口（15～64歳）は、2000年から減少に転じ、2015年は、22,725人となり、変動率でみると、2045年には57.3ポイントまで減少すると見込まれます。また、年少人口（15歳未満）は減少が顕著であり、2015年は5,229人となり、変動率をみると、2045年には38.9ポイントまで減少すると見込まれています。

図表Ⅱ-1 (2) -1 【年齢3区分人口の推移】



図表Ⅱ-1 (2) -2 【年齢3区分人口の推移(1980年=100)】

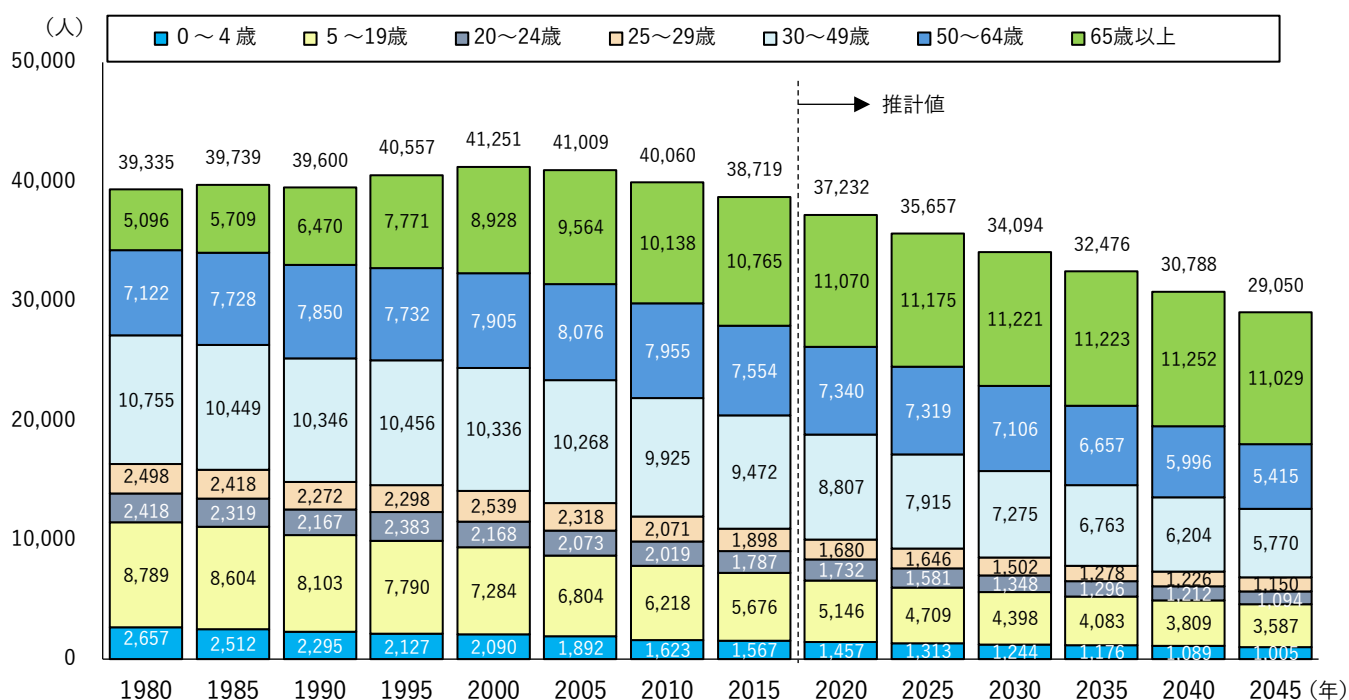


出所：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所資料を基に作成

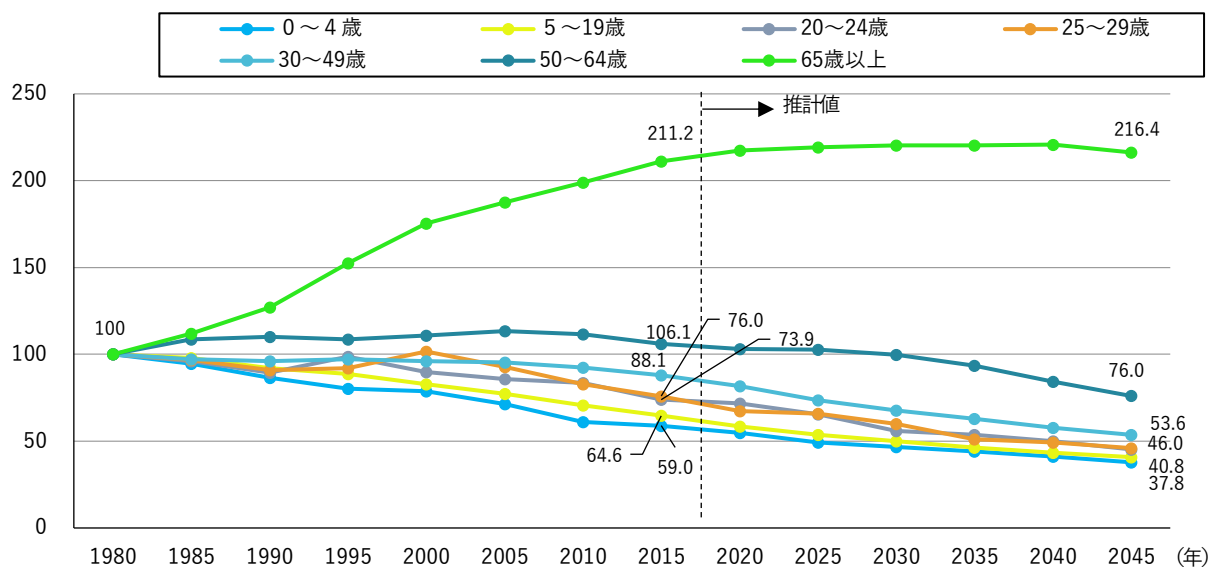
(3) 年齢7区分別人口の推移

年齢7区分別人口をみると、65歳以上の高齢者は年々増加を続けていますが、64歳以下の人口は年々減少しています。中でも0～4歳、5～19歳の減少が顕著であり、1980年を100とした場合の変動率でみると、2045年には0～4歳が37.8ポイント、5～19歳が40.8ポイントにまで減少すると見込まれ、加速度的に人口減少と少子高齢化が進行すると推計されます。

■図表Ⅱ-1 (3) -1 【年齢7区分別人口の推移】



■図表Ⅱ-1 (3) -2 【年齢7区分別人口の推移（1980年=100）】

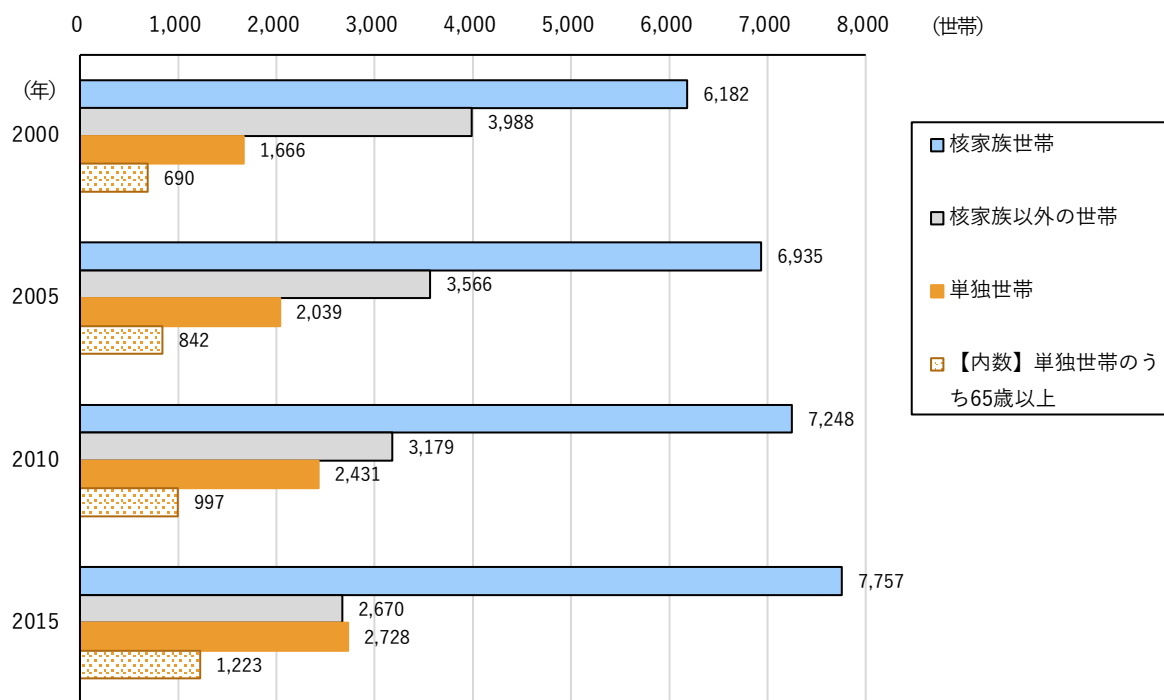


出所：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所資料を基に作成

(4) 世帯数の推移

世帯数をみると、少子高齢化の進行に伴い、核家族世帯¹や単独世帯²が増加しています。2000年と2015年を比べると、核家族世帯は1,575世帯増加して7,757世帯、単独世帯は1,062世帯増加して2,728世帯となっています。また、単独世帯のうち世帯員が65歳以上の世帯数は2000年と比べて約1.77倍の1,223世帯となっており、今後も増加が懸念されます。

■図表Ⅱ-1 (4) -1 【世帯数の推移】



出所：国勢調査を基に作成

¹ 世帯構成が、夫婦のみの世帯および夫婦と子どもからなる世帯、男親と子どもからなる世帯、女親と子どもからなる世帯

² 世帯人員が一人の世帯

2 自然増減・社会増減の推移

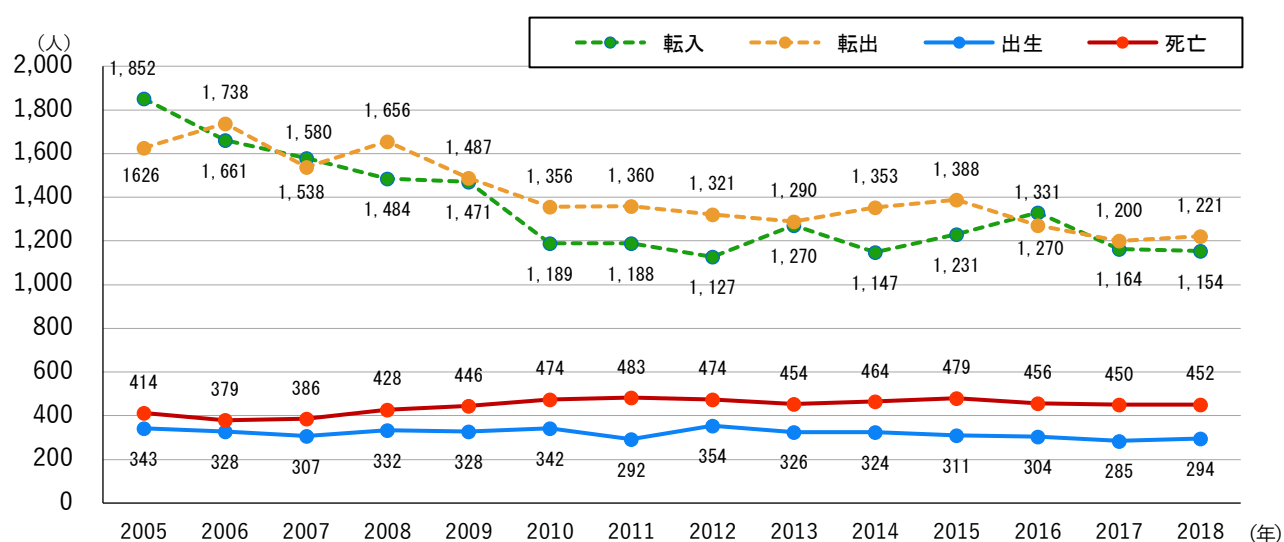
(1) 自然増減・社会増減の推移

出生数と死亡数の差である自然増減の推移をみると、出生数は2012年以後が減少傾向にあるのに対し、死亡者数は2011年をピークに460人前後で推移しており、自然減が拡大傾向にあります。

また、転入者数と転出者数の差である社会増減の推移をみると、転入者数は2013年、2016年に一時的に増加したものの、2005年以後おおむね減少傾向にあり、転出者数についても年により変動はあるものの、おおむね減少傾向にあります。2005年、2007年、2016年は転入者数が転出者数を上回り、社会増となりましたが、その他の年では、社会減となっています。

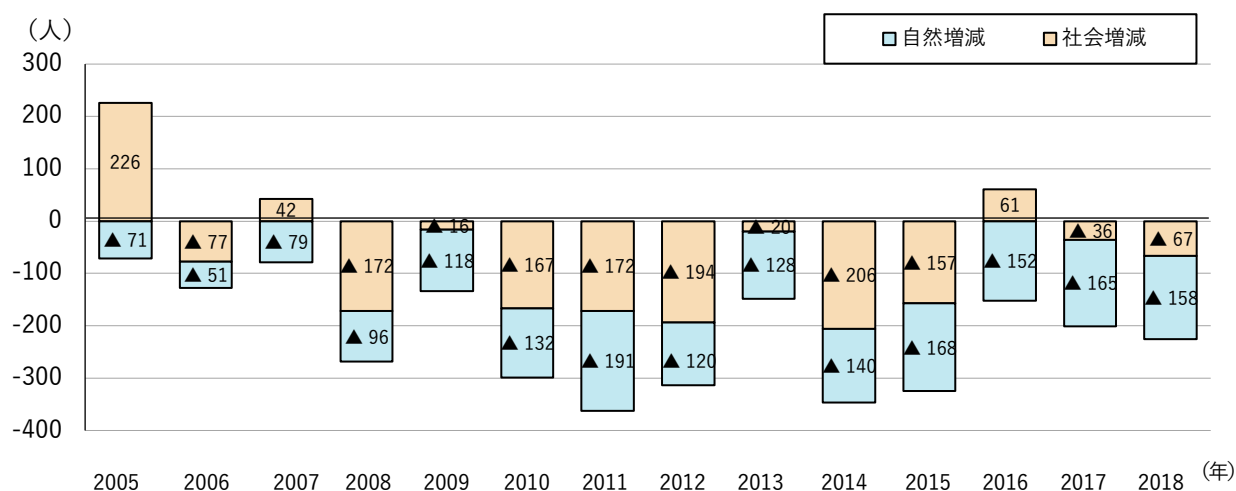
本市の人口減少は、2006年以後、自然減と社会減の双方により生じており、2015年以後は、自然減が社会減を上回る状況にあります。

■図表Ⅱ-2 (1) -1 【出生・死亡・転入・転出の推移】



出所：滋賀県推計人口年報を基に作成

■図表Ⅱ-2 (1) -2 【自然増減と社会増減の推移】

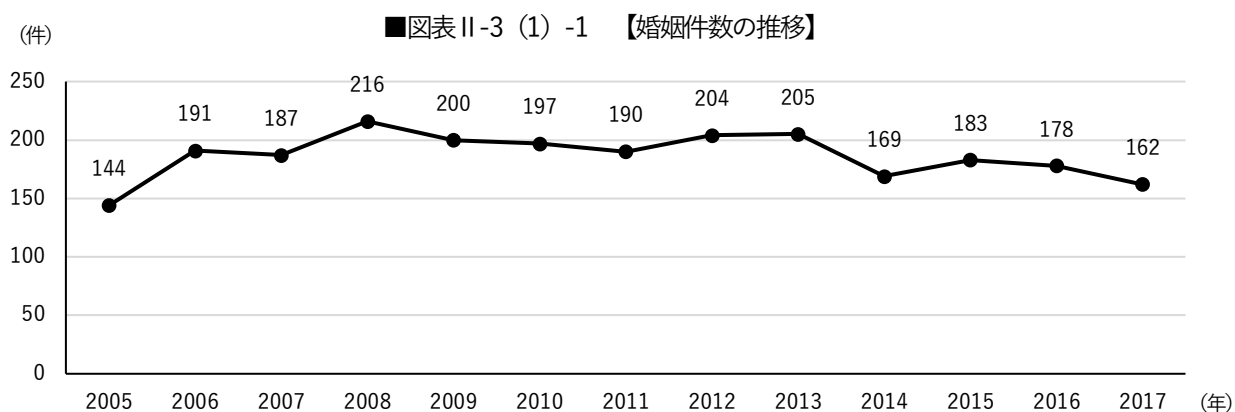


出所：滋賀県推計人口年報を基に作成

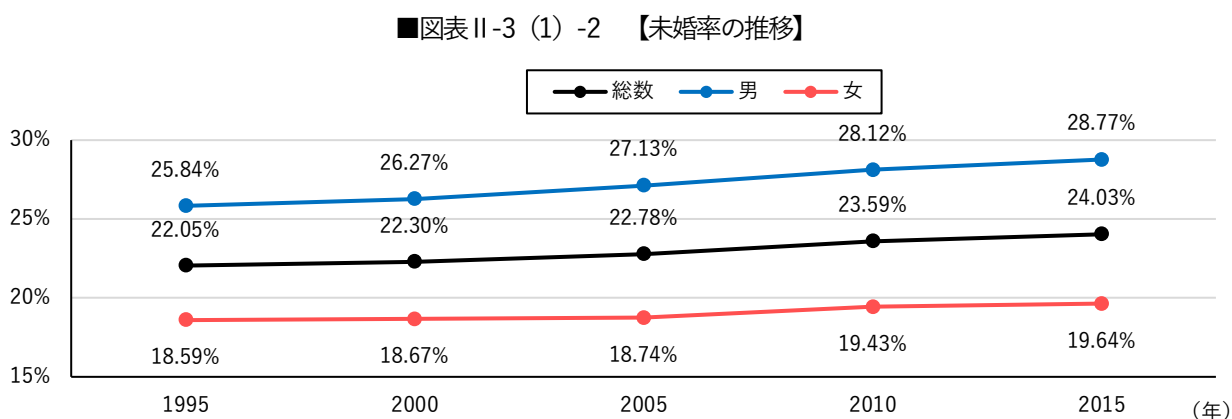
3 婚姻・出産の傾向

(1) 婚姻件数・未婚率の推移

婚姻件数をみると、2008年の216件をピークにおおむね減少傾向にあり、2017年で162件となっています。また、未婚者の割合を表す未婚率は増加傾向にあり、1995年と2015年を比較すると、総数で約2%増加し、24.03%となっています。女性に比べると男性の方が未婚率が高くなっています。



出所：人口動態統計を基に作成

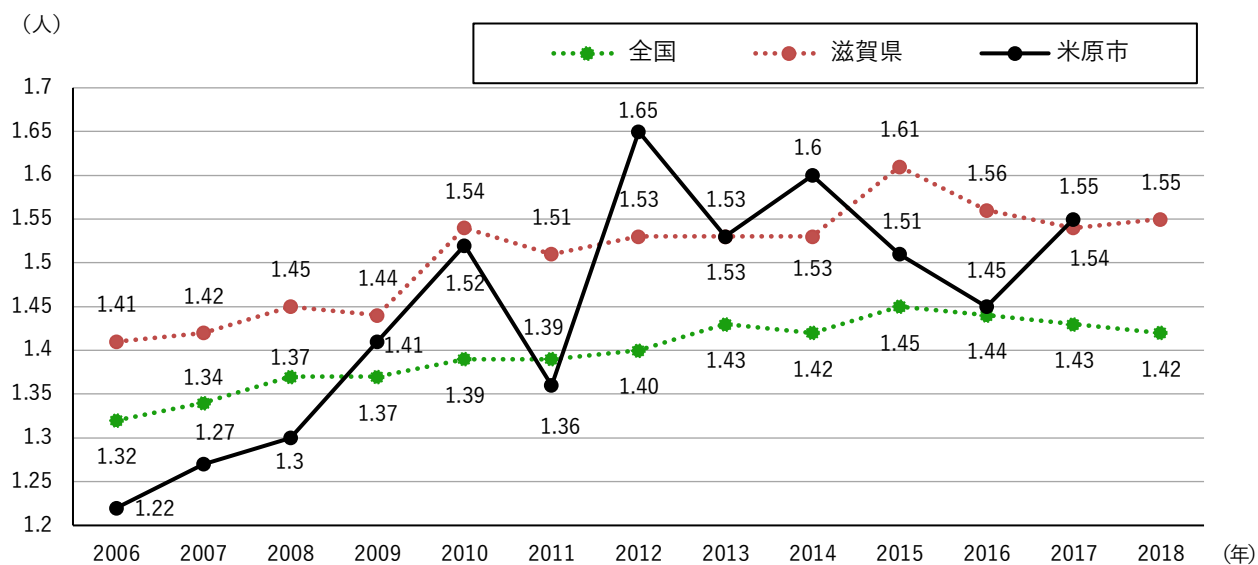


出所：国勢調査を基に作成

(2) 合計特殊出生率の推移

合計特殊出生率¹をみると、近年改善傾向にあり、2017年は1.55となり、全国平均（1.43）、滋賀県平均（1.54）を上回っています。しかしながら、国民希望出生率²の1.80とは0.25ポイント、人口置換水準³の2.07とは0.52の隔たりがあります。

■図表Ⅱ-3 (2) -1 【合計特殊出生率の推移】



出所：人口動態統計等を基に作成

¹ 15～49歳までの女性の年齢別出生率を合計したもの

² 結婚や出産に関する国民の希望が実現したときに到達するとされる出生率

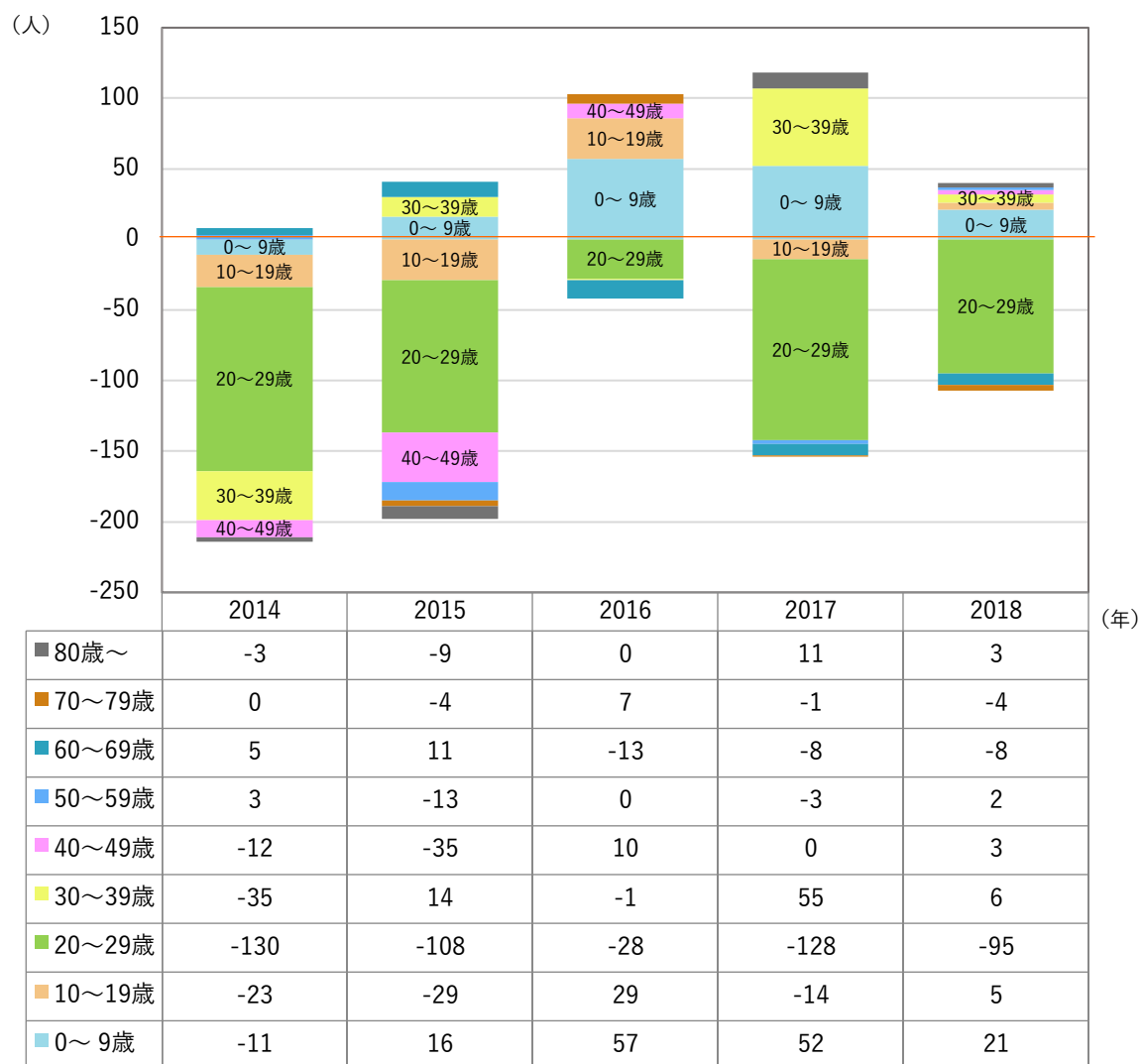
³ 人口が将来にわたって増減せず、親の世代と同数で置き換わるとされる出生率

4 転入・転出の傾向

(1) 年齢階級別人口移動

年齢階級別の人口移動の状況をみると、20代の転出超過が続いており、2016年を除き、大幅な転出超過となっています。一方、0～9歳は2015年以後、30～39歳は2017年以後、転入超過が続いており、住宅地の整備等を契機に子育て世代が流入したことが伺えます。

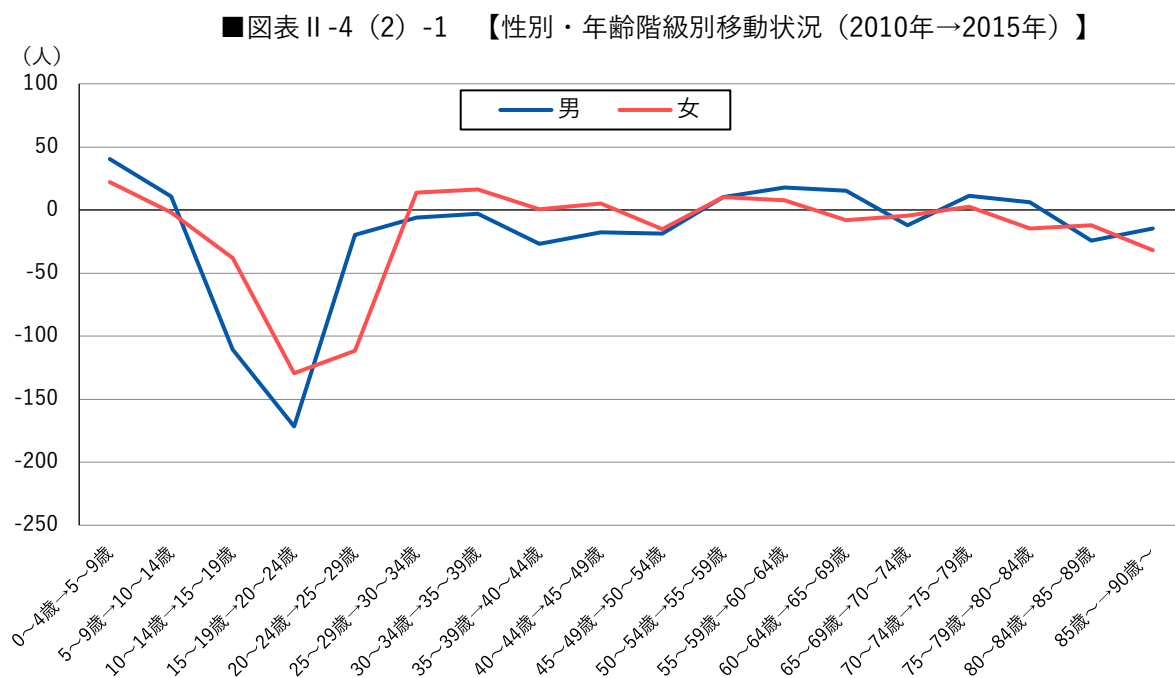
■図表Ⅱ-4 (1) -1 【年齢別社会増減（年齢10歳区分）】



出所：滋賀県推計人口年報を基に作成

(2) 性別・年齢階級別人口移動

性別・年齢階級別の人口移動をみると、男性は10代前半から10代後半、10代後半から20代前半、女性は、10代後半から20代前半、20代前半から20代後半の流出が多く、大学進学または就職をきっかけに市外への人口流出が起きていることが伺えます。



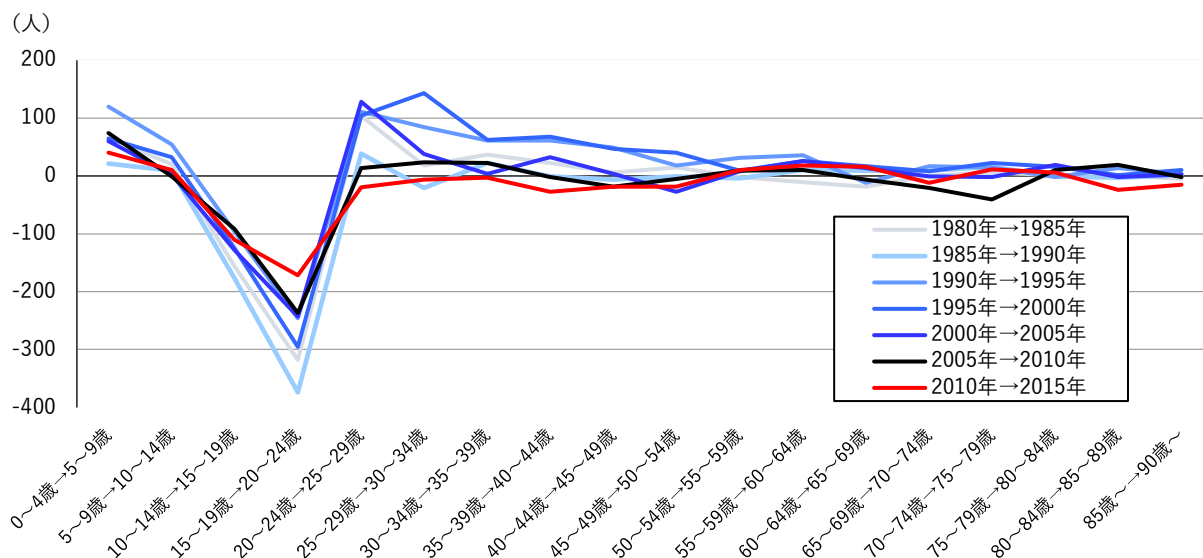
出所：国勢調査を基に作成

(3) 性別・年齢階級別人口移動の推移

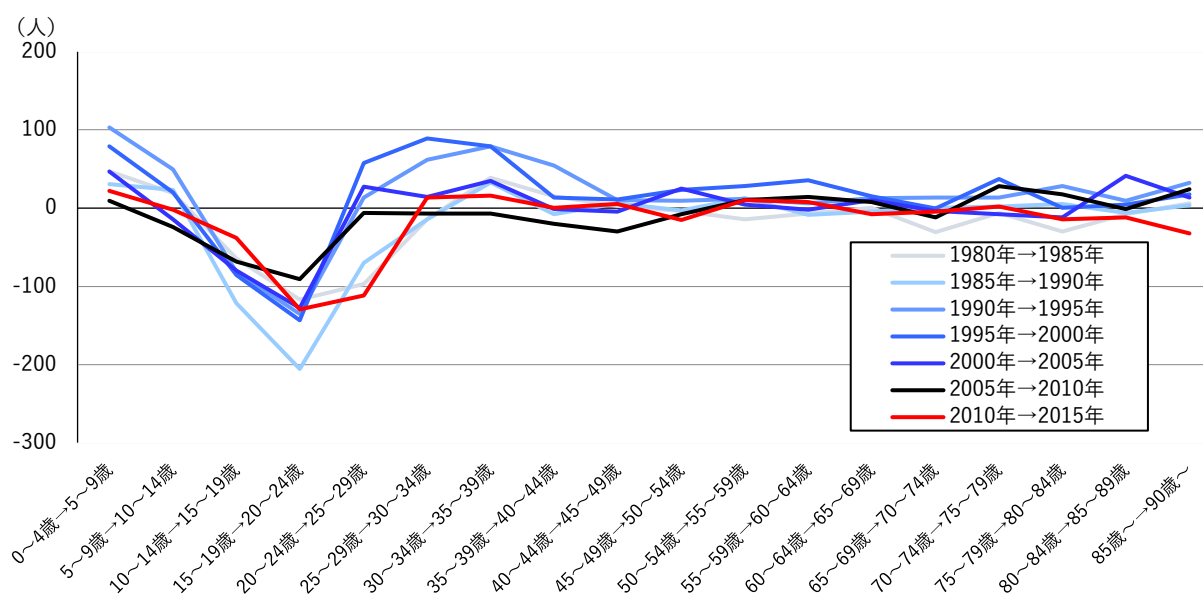
男性の年齢階級別人口移動の推移をみると、大学進学や就職等で米原市を出た若年層が、20代後半以降に3分の1程度は、米原市に戻ってきている状況が続いてきましたが、2005年→2010年の状況では、20代後半以降の戻りが減少し、2010年→2015年の状況では、転出超過に転じています。

女性についても、男性と比較して数は少ないものの20代後半の戻りが減少しており、2010年→2015年の状況では大幅な転出超過に転じています。

■図表 II-4 (3) -1 【性別・年齢階級別の人口推移（男性）】



■図表 II-4 (3) -2 【性別・年齢階級別の人口推移（女性）】

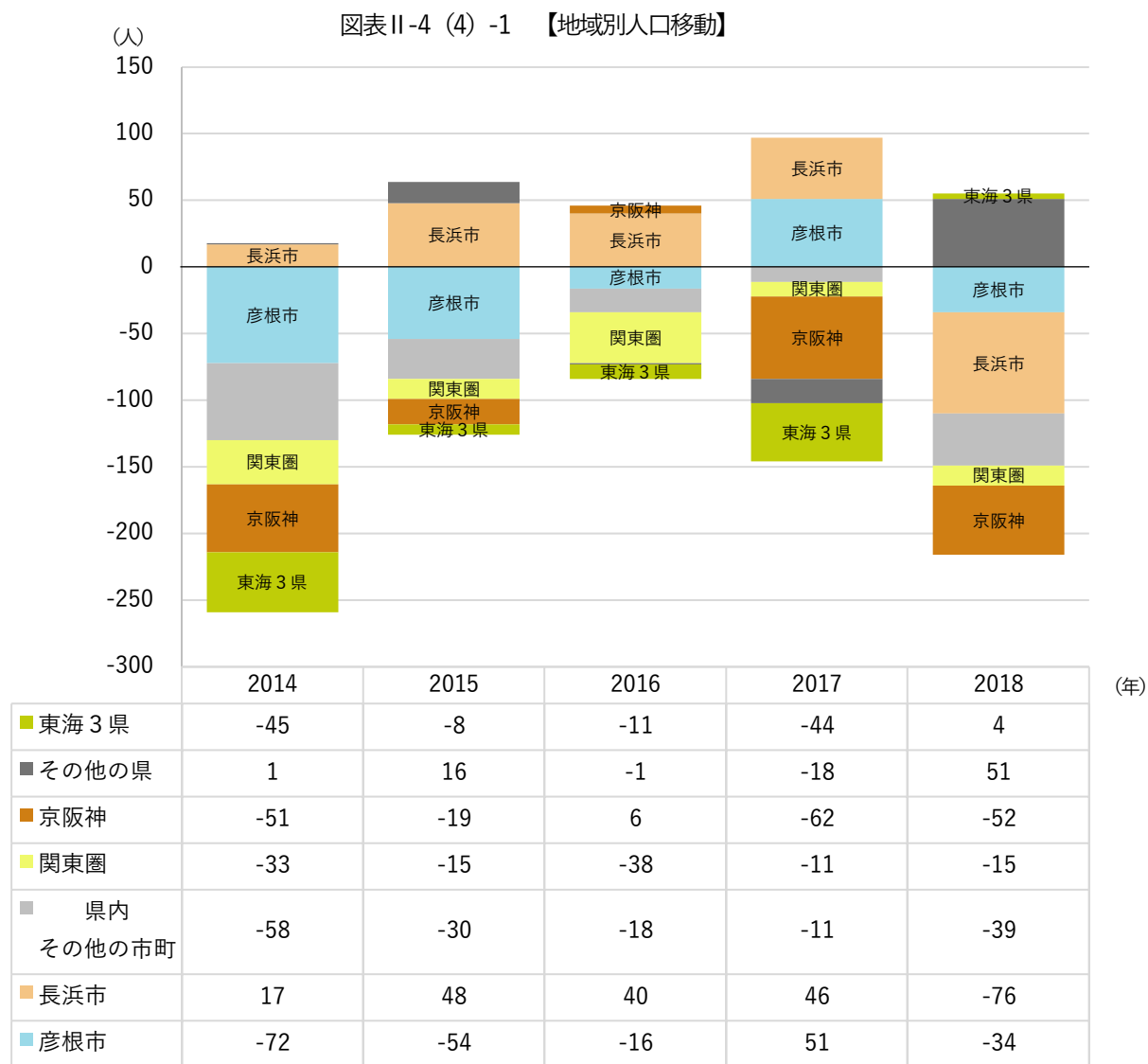


出所：国勢調査を基に作成

(4) 地域別人口移動

地域別の人口移動をみると、県内での移動については、近隣の長浜市および彦根市の移動が多く、2014 年以後の状況では、長浜市に対しては、2018 年を除き、転入超過となっており、彦根市については、2017 年を除き、転出超過となっています。

県外での移動については、京阪神（京都府、大阪府、兵庫県）、東海 3 県（岐阜県、愛知県、三重県）、関東圏（東京都、神奈川県）いずれも転出超過が続く状況となっています。



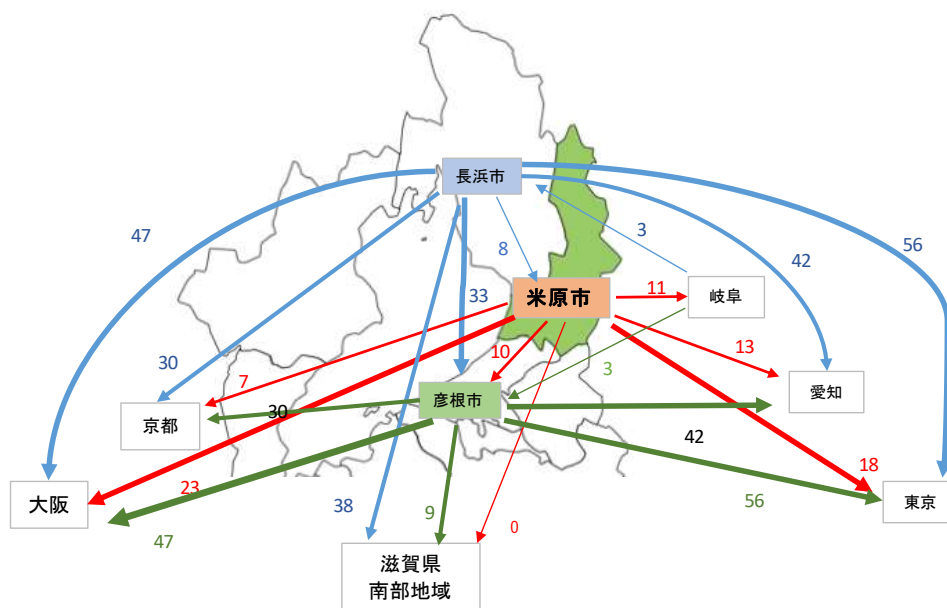
※2018 年には外国人を含む。

出所：住民基本台帳人口移動報告を基に作成

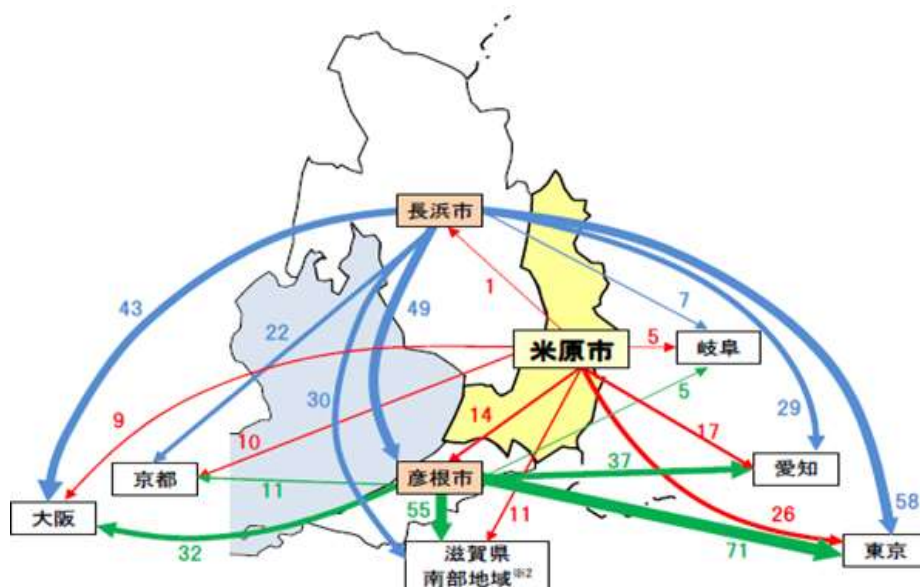
(5) 湖北・湖東エリア常住者（20 代）の人口移動イメージ

20 代の 2016 年から 2018 年までの人口移動の状況（3 年間の平均値）をみると、県外への流出が多く、特に大阪府、東京都、愛知県への流出が多くなっています。2012 年から 2014 年までの間の状況と比べると、米原市から滋賀県南部地域（草津市、守山市、栗東市、野洲市）への南下傾向は弱まりましたが、湖北・湖東エリアでみると、県内で南下する傾向が見られます。

■図表 II-4 (5) -1 【20 代の湖北・湖東エリア常住者の人口移動イメージ（2016 年～2018 年平均値）】



■図表 II-4 (5) -2 【20 代の湖北・湖東エリア常住者の人口移動イメージ（2012 年～2014 年平均値）】

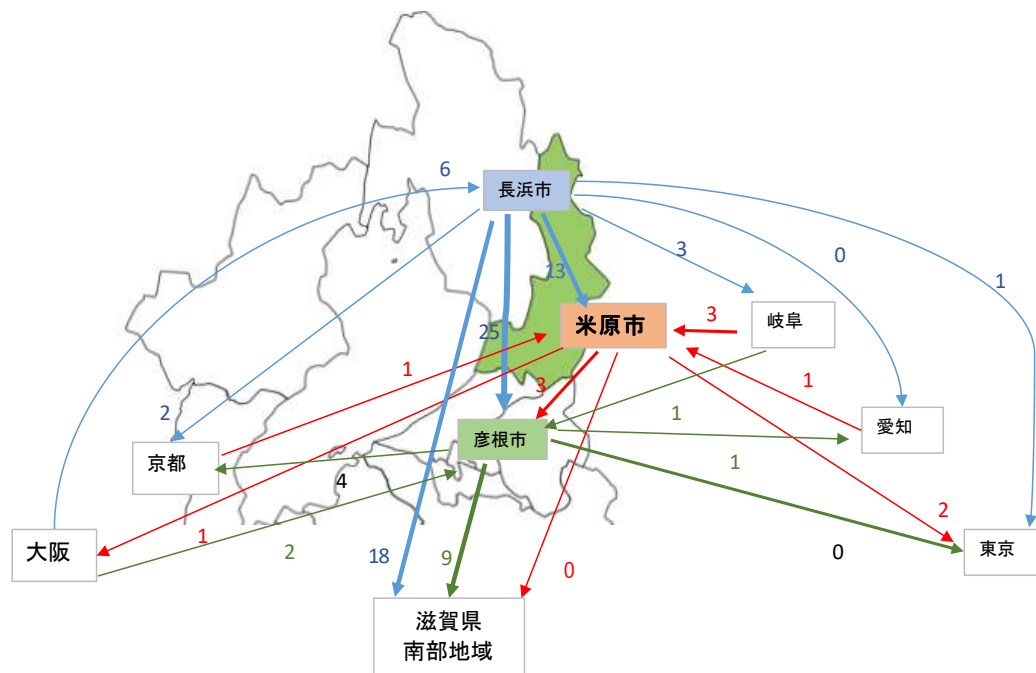


出所：住民基本台帳人口移動報告を基に作成

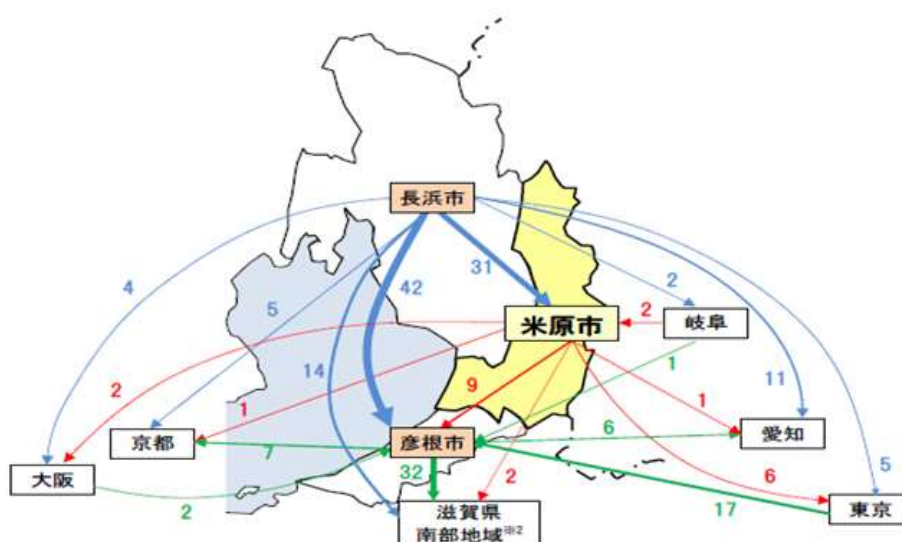
(6) 湖北・湖東エリア常住者（30代）の人口移動イメージ

30代の2016年から2018年までの人口移動の状況（3年間の平均値）をみると、長浜市からの流入が最も多く、岐阜県、京都府および愛知県からも流入が見られます。米原市から滋賀県南部地域（草津市、守山市、栗東市、野洲市）への南下傾向は弱まりましたが、湖北・湖東エリアでみると、県内で南下する傾向が見られます。

■図表Ⅱ-4 (6) -1 【30代の湖北・湖東エリア常住者の人口移動イメージ（2016年～2018年平均値）】



■図表Ⅱ-4 (6) -2 【30代の湖北・湖東エリア常住者の人口移動イメージ（2012年～2014年平均値）】



出所：住民基本台帳人口移動報告を基に作成

(7) 昼夜間人口・通勤者の状況

昼夜間人口の状況を見ると、昼間人口が夜間人口を下回り、昼間人口比率は90.9%となっています。

また、米原市に常住している人の通勤地を見ると、2015年の状況では長浜市が5,000人を超えて最も多く、次いで彦根市、大津市となっています。また、米原市に通勤している人の常住地を見ると、長浜市が4,000人程度で最も多く、次いで彦根市、大垣市となっています。本市は、近隣に通勤する人のベッドタウンとして位置付けられていることが伺えます。

■図表Ⅱ-4 (7) -1 【米原市の昼夜間人口の推移】

(単位：人)

	計	男	女
昼間人口	35,188	17,546	17,642
夜間人口	38,719	18,825	19,894
昼夜差	-3,531	-1,279	-2,252
昼夜間人口比率 (昼間人口÷夜間人口)	90.9%	93.2%	88.7%

■図表Ⅱ-4 (7) -2 【通勤者の状況】

(単位：人)

市区町村名	A：米原市に常住している人の通勤地（流出口）		B：米原市に通勤している人の常住地（流入人口）		B-A（通勤者の流動人口）	
	2015年	2010年	2015年	2010年	2015年	2010年
長浜市	5,003	4,810	3,953	3,701	-1,050	-1,109
彦根市	2,250	2,255	1,452	1,283	-798	-972
大津市	285	303	101	85	-184	-218
大垣市	274	327	162	129	-112	-198
東近江市	200	210	140	104	-60	-106
関ヶ原町	177	205	96	100	-81	-105
草津市	132	137	137	73	5	-64

※流出口数上位7自治体の状況

出所：国勢調査を基に作成

Ⅲ 人口の将来展望

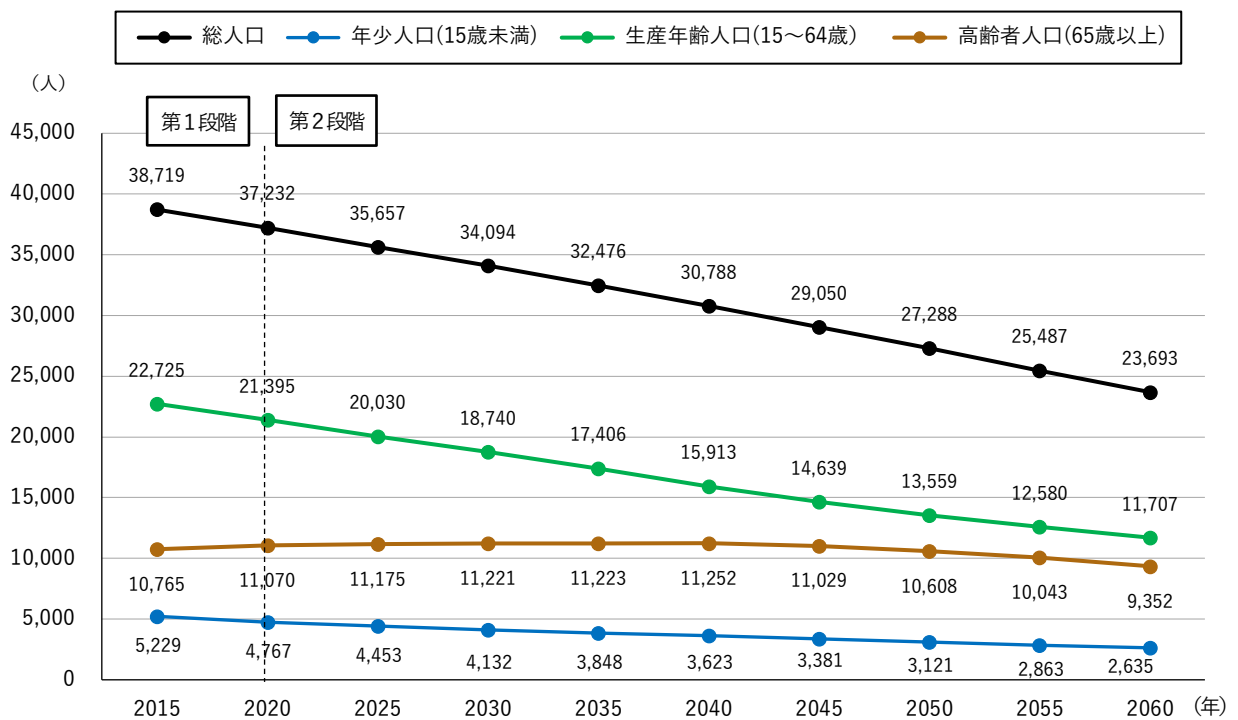
1 社人研推計と人口減少段階

社人研の推計によると、現在の出生率および社会人口増減を前提とすると、本市の総人口は2040年に30,788人に、2060年には23,693になると推計され、このままでは、2060年までに人口が4割程度減少する見込みです。

また、人口減少の3つのプロセスから見ると、本市の人口は2015年時点では「第1段階」に該当しますが、2020年以後は高齢者人口がおおむね人口維持状態となることから「第2段階」に入ることが見込まれます。

- 第1段階：高齢者人口増加、年少・生産年齢人口減少
- 第2段階：高齢者人口維持・微減、年少・生産年齢人口減少
- 第3段階：高齢者人口減少、年少・生産年齢人口減少

■図表Ⅲ-1-1 【総人口の推移（社人研ベース）】



出所：国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所資料を基に作成

2 現状の課題と基本的な視点

米原市の人口は、2000 年をピークに減少を続け、2015 年には 38,719 人と 4 万人を割り込みました。社人研の推計では、2020 年頃には人口減少の第 2 段階に入ることが想定され、少子高齢化・人口減少への対応は喫緊の課題です。

特に生産年齢人口および年少人口の減少は、労働力人口減少による地域経済への影響はもとより、各自治会の中核をなす構成世帯の減少をもたらすことから、自治会機能をはじめとする地域コミュニティの弱体化を招き、地域のつながりの希薄化や防災活動や防犯・交通安全活動の弱体化等も懸念されます。

また、自治体経営においても、加速度的な人口減少と少子高齢化の進行により、市税を中心とした歳入の減少や社会保障関係費用の高止まりなど、大きな影響を及ぼすことが想定されます。

人口減少の根本的な解決に向けては、本市だけでなく、国を挙げて、若者世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえ、出生数の大幅な向上を図る取組が必要であり、これには相当の期間を要するものと見込まれます。

本市において一定の人口減少が避けられない中、まちの活力を維持するためには、生産年齢人口の維持を図り、過度な人口減少を抑制するとともに、人口減少を見据えた持続可能なまちづくりを進めることが必要であり、これを基本として、「住み続けたい」、「住みたい」、「帰ってきたい」と思えるまちを市民とともに目指します。

基本的視点

- 過度な人口減少の抑制によるまちの活力の維持
- 人口減少を見据えた持続可能なまちづくり

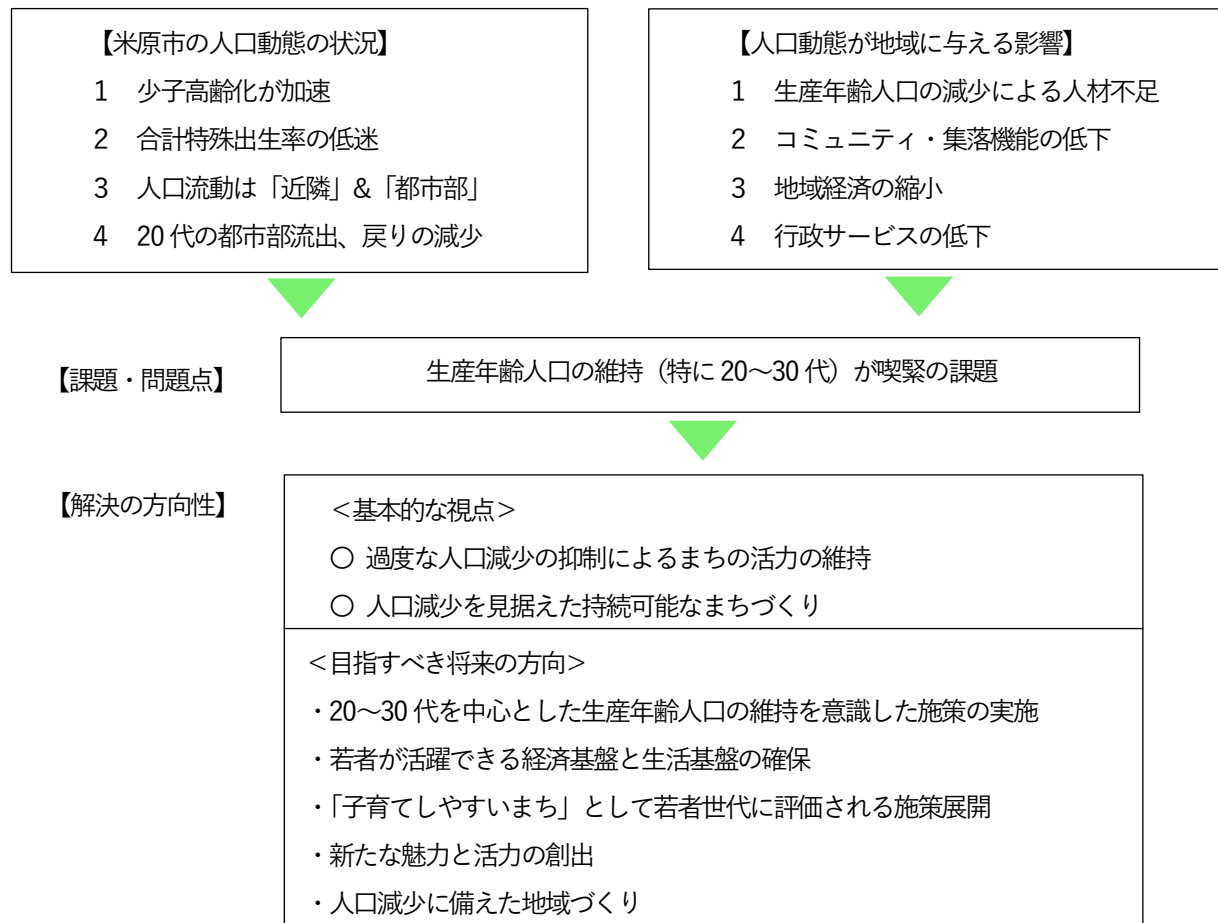
3 目指すべき将来の方向

本市の人口減少は、社会減、自然減の双方により生じており、双方の改善を図る必要があります。

人口減少に立ち向かい、将来にわたってまちの活力の維持を図るためには、生産年齢人口の維持と出生率の向上に取り組む必要があります、これらにより人口規模の安定と人口構造の若返りを図ることを目指します。特に社会増減については、20代の転出超過の影響が大きい中、住宅地の整備等により、30代の子育て世代の流入が見られることから、市外に出た若者等が戻りやすい環境づくりや子育てしやすいまちづくり、まちの核となる都市機能の強化など、20～30代を中心とした生産年齢人口の維持を意識した取組が必要であり、現状の課題や基本的な視点を踏まえ、以下に重点を置いて取り組みます。

- ① 「20～30代を中心とした生産年齢人口の維持」を意識した施策を重視し、若者世代が活躍できる経済基盤と生活基盤の確保に取り組みます。
- ② 結婚や出産、子育ての希望をかなえ、「子育てしやすいまち」として若者世代に評価される施策を実現することで、選ばれるまちとなり、出生率の改善につなげます。
- ③ 米原駅周辺の交通優位性を生かし、米原駅周辺に人が集まる基盤をつくるなど、新たな魅力と活力を創出し、移住・定住の促進につながるひとの流れをつくります。
- ④ 人口減少が加速する地域の特性や実情に応じた施策の展開を図り、人口が減少しても豊かに暮らすことができる地域づくりを進めます。

■図表Ⅲ-3-1 【課題認識と解決の方向性】



4 米原市の人口ビジョン（将来展望）

（１）現状との比較

本市の総人口について、2015年に策定した人口ビジョン（以下「第1期人口ビジョン」という。）の基準シナリオ（以下「第1期基準シナリオ」という。）による2020年の総人口と滋賀県推計人口年報による本市の2017年の人口推計を比較すると、第1期人口ビジョンをやや下回る状況で推移しており、想定以上に人口減少が進んでいます。また、合計特殊出生率の状況を見ると、2017年と第1期基準シナリオでは0.16の差があります。

■図表Ⅲ-4（１）-1 【第1期人口ビジョンと現状の比較】

	総人口	合計特殊出生率
第1期人口ビジョン（2020年）	38,810人	1.71
2017年時点の状況	38,427人	1.55

（２）人口ビジョンの見直し方針

第1期人口ビジョンでは、合計特殊出生率について滋賀県の人口ビジョンに準拠し、国の長期ビジョンで示された人口置換水準2.07を2050年に達成する目標を掲げ、純移動率¹については、ベンチマーク先の自治体の純移動率推計値を準用することで、人口の自然増と若者世代を中心とした社会増による人口の若返りを目指しました。

上記のとおり、第1期基準シナリオと現状に乖離がある中、合計特殊出生率を人口置換水準の2.07まで引き上げるためには、本市だけでなく、国を挙げて長期的視点で取り組む必要があることから、合計特殊出生率については、2040年に国民希望出生率である1.80、2050年に1.90を目指すよう見直します。また、出生率の増減にも関わる20代の転出超過の改善を目指すため、20代の純移動率が5年間で5%ずつ緩和することを目指します。

また、第1期人口ビジョンでは、複数シナリオによるリスク管理として、基本となる基準シナリオのほか、ベストシナリオ、ボトムシナリオを設定しており、基準シナリオの見直しに合わせて下表のとおり見直します。

■図表Ⅲ-4（２）-1 【人口ビジョンの見直しに当たっての各シナリオの設定基準】

見直し後	合計特殊出生率	社会減の緩和（純移動率）
基準シナリオ	2040年に1.8、2050年1.9とし、以後維持	5年間ごとに+5%
ベストシナリオ	2050年に2.07とし、以後維持	5年間ごとに+7%
ボトムシナリオ	2050年に1.76とし、以後維持	5年後ごとに+3%

¹ ある期間、ある人口に対する転出入の移動数の比率として計算される統計数値

(3) 人口ビジョン（将来展望）数値目標

人口ビジョンの見直し方針に基づく長期的なシミュレーションを踏まえ、人口ビジョンの数値目標を下表のとおり見直します。

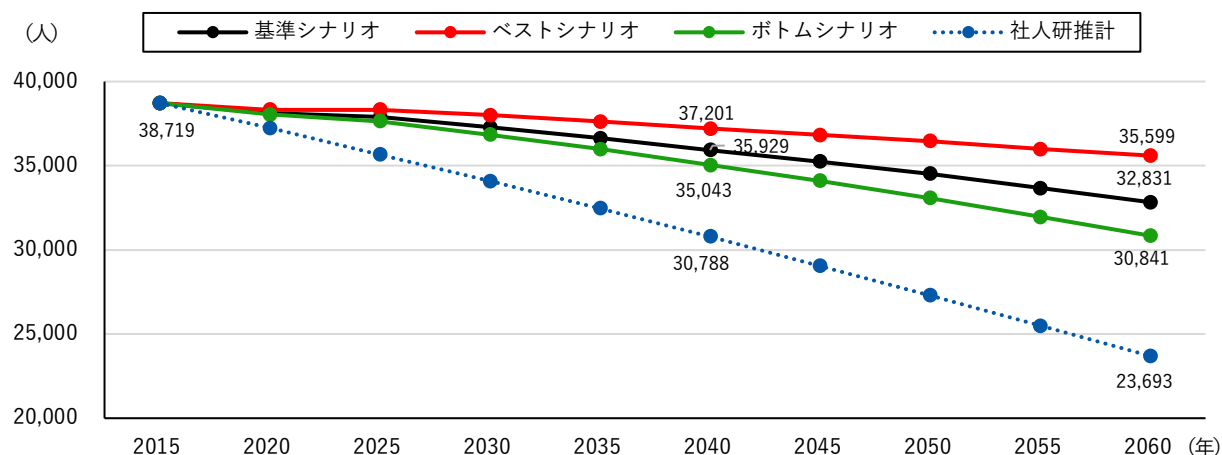
社人研の推計では、本市の総人口は、2040年に30,788人に、2060年には23,693人にまで減少するとされています。しかし、人口減少に立ち向かう施策に取り組むことで、合計特殊出生率が向上し、社会減が改善されれば、2060年には32,831人になると見込まれ、社人研の推計と比較して、9,138人の人口減少抑制効果が見込まれます。

■図表Ⅲ-4 (3) -1 【人口ビジョン（将来展望）数値目標】

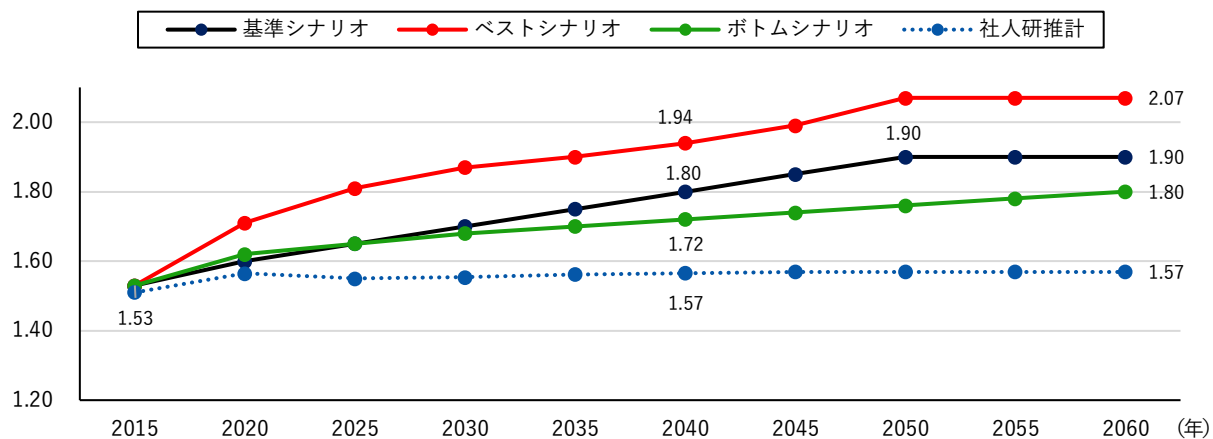
	2040年	2060年
総人口	35,929人	32,831人
生産年齢人口	19,288人	18,152人
合計特殊出生率	1.80	1.90

■図表Ⅲ-4 (3) -2 【人口ビジョン（将来展望）シミュレーション結果】

<総人口>

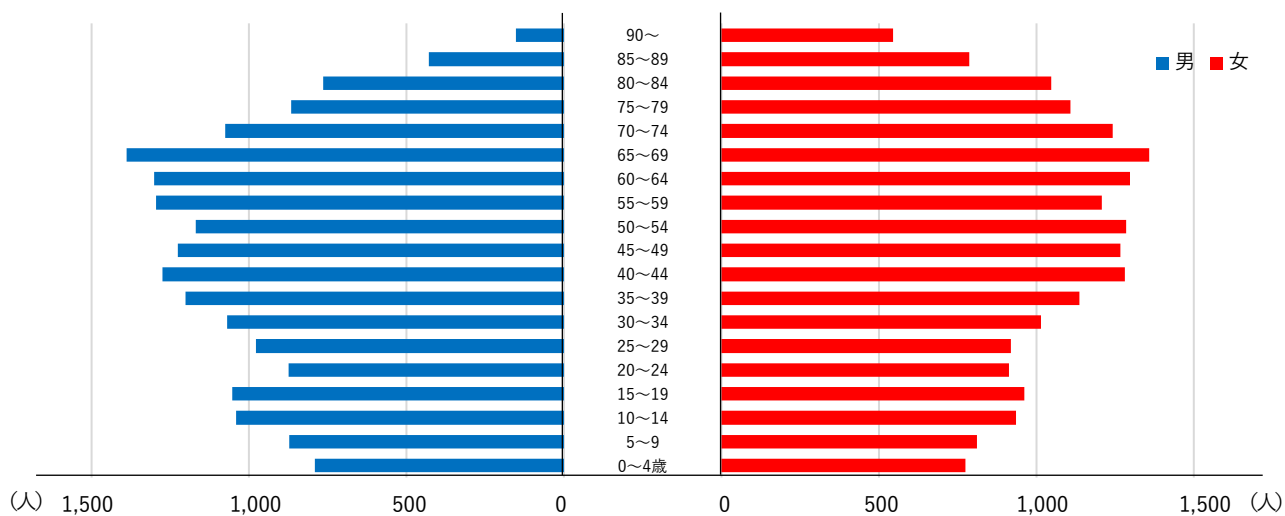


<合計特殊出生率>

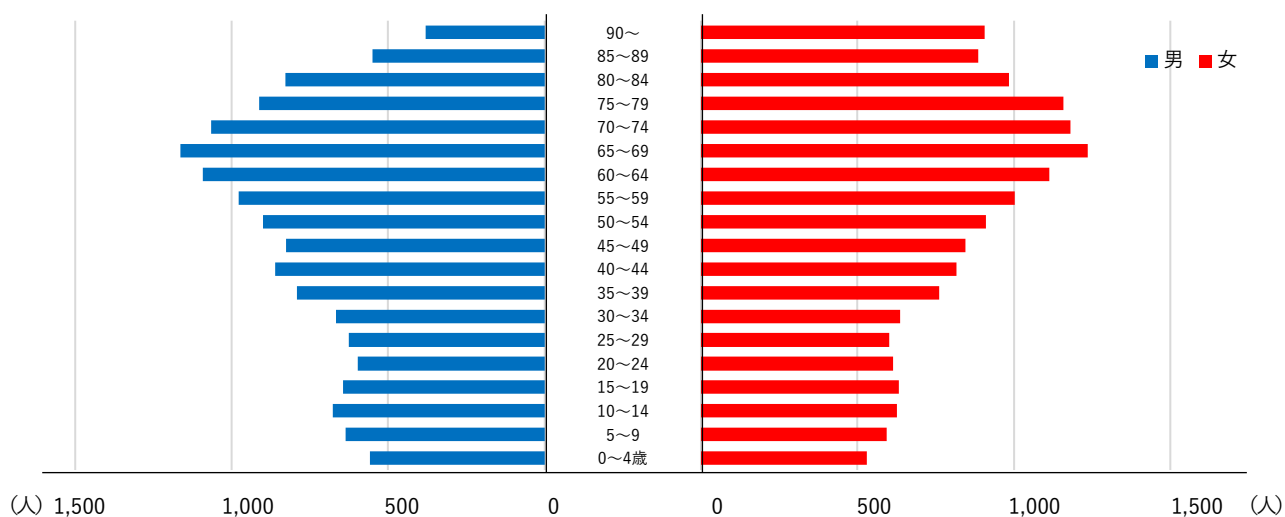


■図表Ⅲ-4 (3) -3 【人口ビジョン（将来展望）シミュレーション結果による人口ピラミッド】

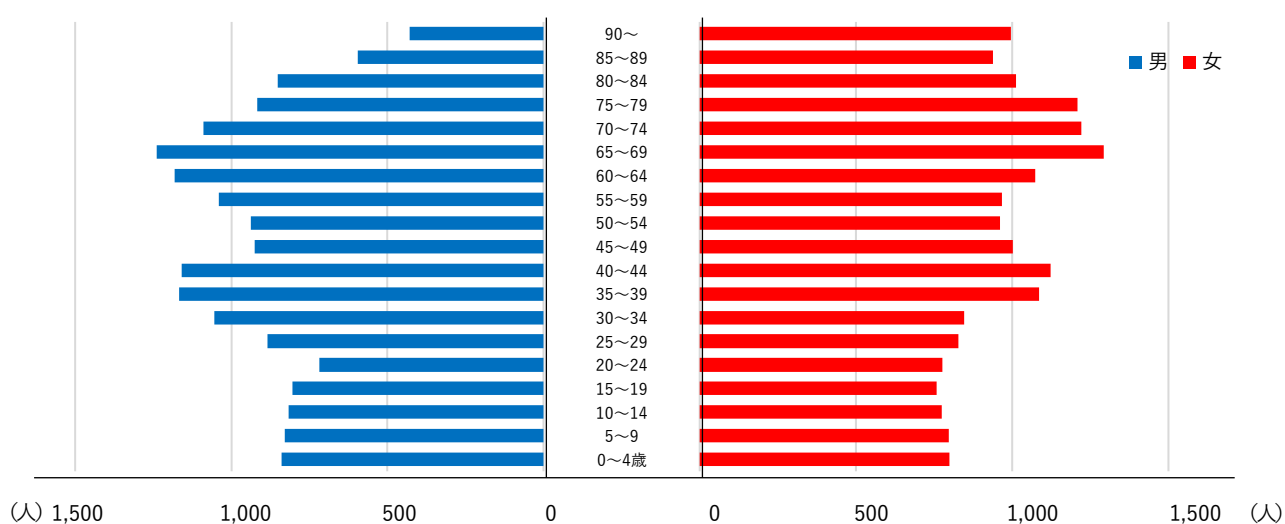
<2015 年（国勢調査）>



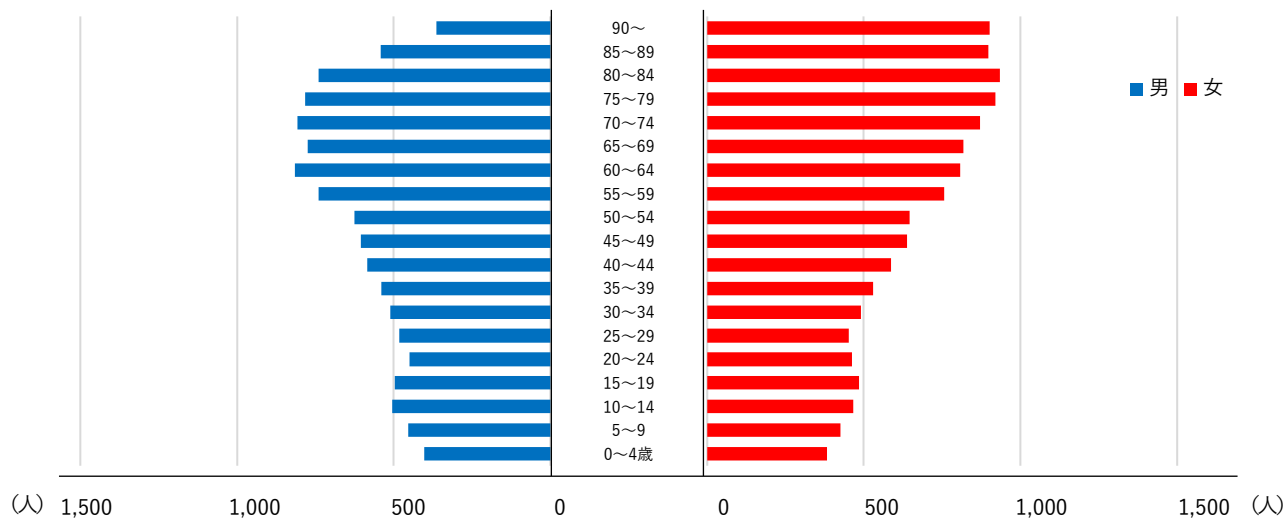
<社人研推計による人口ピラミッド（2040 年）>



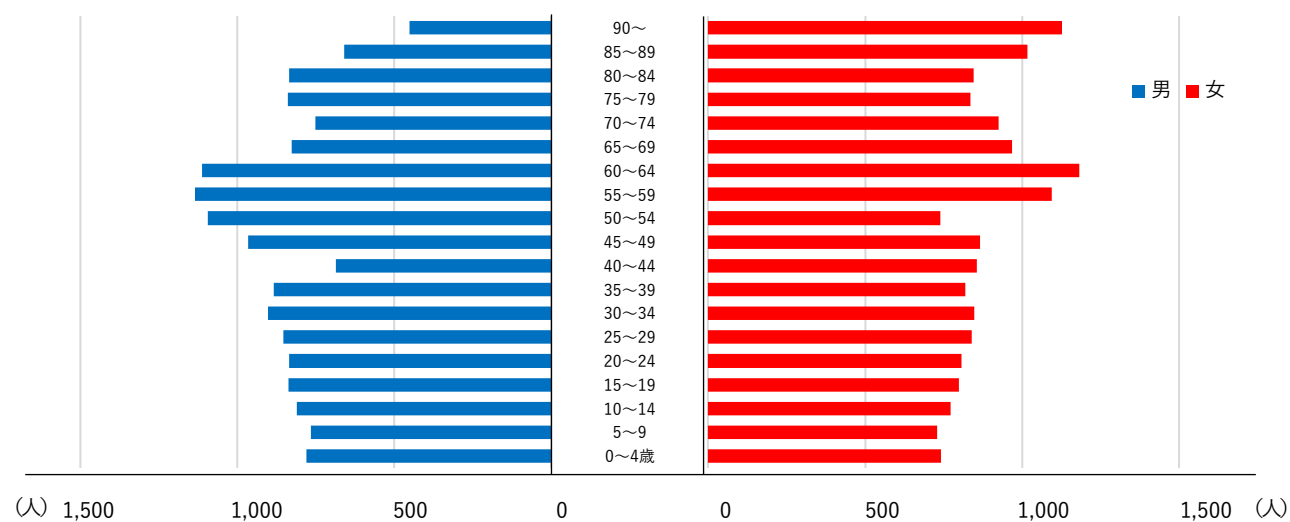
<基準シナリオによる人口ピラミッド（2040 年）>



<社人研推計による人口ピラミッド (2060 年) >



<基準シナリオによる人口ピラミッド (2060 年) >



第2編

第2期

まち・ひと・しごと米原創生総合戦略

・令和2年（2020年）3月策定

I 総合戦略策定に当たっての基本的な考え方

1 第2期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略の概要

第2期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略（以下「第2期総合戦略」という。）は、まち・ひと・しごと創生法（平成26年法律第136号）に基づき、国・県の総合戦略を踏まえるとともに、人口ビジョンにおいて示した人口の将来展望の下、今後5か年の基本目標や施策の基本的方向、具体的な施策を取りまとめたものです。本市のまち・ひと・しごと創生に関する施策についての基本的な計画と位置付けます。

2 計画期間

第2期総合戦略は、米原市人口ビジョンが示す人口の将来展望を踏まえ、2020年度を初年度とする5か年の戦略として策定します。

戦略の期間 2020年度 ～ 2024年度

3 総合計画との関係

2017年に策定した第2次米原市総合計画（計画期間：2017年度～2026年度）では、米原市自治基本条例（平成18年米原市条例第43号）の理念の下、「ともにつながり ともに創る 住みよさ実感 米原市」の将来像を目指し、人口減少をただ受け入れるのではなく、米原市ならではの暮らしの豊かさを高めながら持続するまちとしての未来を創出する取組を行っています。第2期総合戦略は、この第2次米原市総合計画の方針を基本に人口減少の克服に向けた取組を中心に、人口面での特徴や課題、本市の強みを踏まえ、人口ビジョンの将来展望を実現するための方針や施策を策定します。

4 推進体制とフォローアップ

市全体で取り組むという位置付けを明確にするため、市長を本部長とする「米原市地方創生推進本部」を設置し、施策の実効的な推進を図るとともに、計画期間に即した目標を達成するための効果的な仕組み（PDCAサイクル）を構築し、進捗管理を行います。

また、施策の推進に当たっては、国の地方創生推進関連交付金をはじめとする財政支援制度や人的支援制度を含め、国の支援制度を積極的に活用します。

5 SDGs の目標～持続可能な開発目標（SDGs）～

持続可能な開発目標（SDGs）とは、2001 年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015 年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」にて記載された 2016 年から 2030 年までの国際目標です。

持続可能な世界を実現するための 17 のゴール・169 のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さない（leave no one behind）ことを誓っています。SDGs は発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル（普遍的）なものであり、総合戦略の取組を通して SDGs のターゲット達成につなげます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる



各国内及び各国間の不平等を是正する



飢餓を終わらせ、食糧安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する



包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を実現する



あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する



持続可能な生産消費形態を確保する



すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する



気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる



ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う



持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する



すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する



陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する



すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する



持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する



包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する



持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化



強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る

Ⅱ 第 1 期総合戦略の成果と今後の課題

1 近年の人口動向

本市の人口は、2015年に策定した米原市人口ビジョンに掲げる基準シナリオをやや下回りながら推移しています。年齢階級別では、年少人口（0～14歳）と生産年齢人口（15～64歳）が減少傾向にある一方で、65歳以上の人口は増加しており、少子高齢化が進んでいます。

人口動態をみると、転入・転出による社会増減では、一時的に社会増となる年はあるものの、若者を中心に社会減（転出超過）となっており、出生・死亡による自然増減についても、死亡数が出生数を上回る自然減の状態が続いており、人口減少が進んでいます。

2 第 1 期総合戦略を踏まえた課題

第 1 期総合戦略（計画期間：2015 年度～2019 年度）の取組や成果、現状を踏まえた課題は、次のとおりです。

■図表Ⅱ-2-1 【第 1 期総合戦略の数値目標と現状値】

基本目標	数値目標	現状値（2018時点）
女性や若者が活躍するまちを創る	若年層（15～29歳）の完全失業率改善 目標値：H31年度 5.00%	5.45% ※2015国勢調査
	「（仮称）新・まいばら協働事業提案制度」提案件数 目標値：H31年度 60件（累計）	34件
若年世帯が移り住むまちを創る	人口ビジョンにおける20-30代の人口計画（基準シナリオ） 達成率 100% 目標値：H31年度 8,598人	97.18% (8,269人) ※住民基本台帳による。
滋賀県一子育てしやすいまちを創る	人口ビジョンにおける0-14歳の人口計画（基準シナリオ） 達成率 100% 目標値：H31年度 4,792人	101.83% (5,051人) ※住民基本台帳による。
駅を核として、地域と地域を結ぶステキなまちを創る	米原駅周辺の基準地価 10%上昇 基準値：H24年 ①米原1 69,500円/㎡ H24年 ②米原5-1 75,400円/㎡	① ▲1.2% (68,700円) ② ▲1.1% (74,600円)
	「小さな拠点」整備エリア数 目標値：H31年度 11エリア	0エリア

人口動態

本市の人口は、2015 年度に策定した人口ビジョンの基準シナリオをやや下回るものの、年少人口では基準シナリオを上回っており、これまでの施策が人口減少の抑制に一定の効果을あげていると考えられます。第2期総合戦略では、第1期総合戦略の反省点や国が示す新たな視点を踏まえて人口減少に立ち向かう取組と人口減少に備える取組の双方を実践し、引き続き本市の持続可能なまちづくりを推進していく必要があります。

労働環境

近年、有効求人倍率が高水準で推移するなど雇用情勢が改善する一方で、生産年齢人口の減少等により、本市においても労働力不足の解消が喫緊の課題となっており、人材確保の取組に対する支援の強化が求められています。

(参考) 米原・長浜地域の有効求人倍率 2015 年：1.15 → 2018 年：1.43

観光振興

観光分野では、観光入込客数が横ばいとなっており、目標に至りませんでした。琵琶湖を自転車で1周する「ピワイチ」をはじめとするサイクルツーリズムなど自然体験型観光の新たな分野を開拓しました。課題となっている通過型観光から滞在型観光にシフトすることで観光客の滞在時間を伸ばし、宿泊者数の増加につなげる取組が重要となっています。

また、東京2020オリンピック・パラリンピックや2021年のワールドマスターズゲームズ2021関西の開催などを機に外国人旅行者が増加すると見込まれます。これらを好機として捉え、インバウンド対策を積極的に実施する必要があります。

移住・定住

若者を中心とした人口流出は続いており、特に若い女性の流出が顕在化しています。今後は、本市の特性を生かした雇用の創出や雇用と連携した移住・定住を促進するとともに、一度は市外に出ても帰ってきやすい環境づくりや地域・人との交流から継続的な関係をつくり、移住・定住につなげる取組が必要です。

出産・子育て

将来的な人口維持につながる出生数は、若年女性人口の減少や未婚化・晩婚化の影響もあり、やや減少傾向にあります。合計特殊出生率は近年、県内平均まで上昇しました。2019年7月に実施した市民意識調査では、本市の子育て支援施策に対する満足度は上昇しており、子育て世代に選ばれるまちとして結婚から子育てまでの一連の支援を更に充実させていく必要があります。

総括

市民意識調査では、回答者の79.9%が「米原市に住み続けたい」と回答しています。市民の満足度が高い施策は、引き続き展開していく必要がある一方で、中山間地域など人口減少が著しい地域は、課題も多く、これまでの施策で十分とは言えません。こうした課題に、一つ一つ着実に取り組みながら、どこに住んでいても安全、安心に暮らせるまちづくりを目指していくことが重要です。

Ⅲ 第2期総合戦略策定の基本方針

1 基本方針

3世代100年にわたって

『住んでよかった』と実感されるステキな米原を築く

米原駅周辺の広域交流拠点化により、本市の新たな価値を創造する中で、大都市へのアクセスが高い地域と、自然豊かな地域を合わせ持つ特長を生かした米原流の豊かな暮らし（こだわり暮らし）の充実を図り、住む人の「こだわり」とQOL¹を実現する「能動的ライフスタイル²」を魅力とする、3世代にわたって評価されるまちを目指します。

2 イメージ・ターゲット

大都市（名古屋・京都・大阪）勤務（または在住）の 若年世帯の女性（独身～就学前の子どもを持つ世帯の女性）

をイメージ・ターゲットに設定します。

第2期総合戦略では、イメージ・ターゲットが求める「品質」を目標にしつつ、米原市民および近隣市民からも評価を受けるような魅力ある具体的施策を推進することにより、移住・定住の促進を図ります。

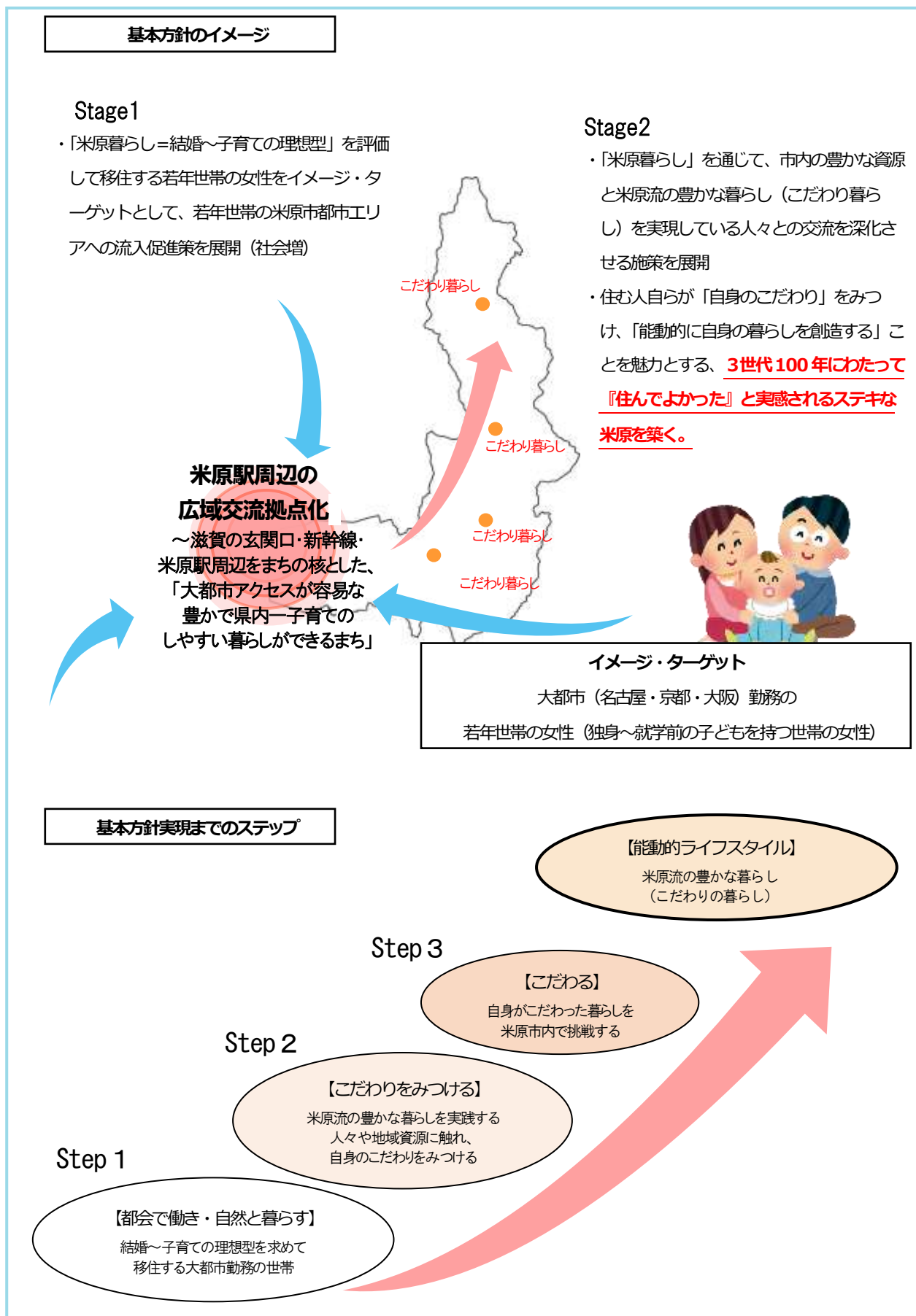
（参考）イメージ・ターゲットの考え方

施策を検討する上で最も意識すべき（最上位の）ターゲットとして、「トレンドに追随し、多様で質の高いサービスに造詣と深いこだわりを持つ大都市（名古屋・京都・大阪）勤務の若年世帯（独身～未就学の子どもを持つ世帯）の女性」と定義

¹ Quality Of Life の略。自分らしい人生や生活

² 自らの生活を、主体的につくることができる生活スタイル

■図表III-2-1【基本方針のイメージと実現までのステップ】



IV 基本目標と具体的な施策等

1 基本目標と施策の方向性

国および滋賀県の第2期総合戦略ならびに米原市人口ビジョンを踏まえ、基本目標を次のとおり定めます。

基本目標1 魅力ある雇用を創出し、女性や若者が活躍するまちを創る

＜国の基本目標1：稼ぐ地域を創るとともに、安心して働けるようにする＞

- 1) 魅力ある雇用の創出
- 2) 地域産業の活性化
- 3) 農林水産業の成長促進

基本目標2 ひとが集い、若者世代が移り住むまちを創る

＜国の基本目標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＞

- 1) 米原駅周辺の広域交流拠点化
- 2) 地域資源を生かした交流の拡大
- 3) 移住・定住の促進

基本目標3 滋賀県一子育てしやすいまちを創る

＜国の基本目標3：結婚・出産・子育ての希望をかなえる＞

- 1) 結婚・出産・子育ての希望をかなえる施策の拡充
- 2) 総合的な少子化対策の推進
- 3) 心豊かで多様な未来を切り拓く子どもの育成

基本目標4 駅を核として地域と地域を結ぶ、安心で安全なまちを創る

＜国の基本目標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＞

- 1) 地域の拠点づくりと地域公共交通ネットワークの強化
- 2) 健康長寿社会の実現
- 3) 既存ストックのマネジメント強化

2 施策の視点

4つの基本目標に向けた取組を実施するに当たり、次の視点を重点に置いて施策を進めます。

視点1 多様な主体とつながり、多様な人材が活躍する

＜国の横断的な目標1：多様な人材の活躍を推進する＞

市内には様々な得意分野を持った多様な人材がいます。「地域をもっとよくしたい」という同じ想いの下、ともにつながり、協力し合いながら取り組むとともに、女性、高齢者、障がい者、外国人など地域に関わる一人一人が地域社会の担い手として役割と居場所を持ち、活躍することができる地域社会を目指します。

また、人口減少による様々な課題に立ち向かうためには、市内外の意欲ある企業や大学など、多様な主体と積極的に交流し、地域課題を共有し、地域の担い手として連携・協働することやプロフェッショナル人材をはじめとする外部人材を活用することも重要です。

さらに、中長期的に政策を継続するためには、これを支える人材や資金の確保が重要であり、施策展開の中から次の担い手が生まれ育つ好循環を意識して取り組むとともに、ふるさと納税やクラウドファンディングを活用するなど、つながりを生かした資金の確保を図ります。

視点2 新しい時代の流れを力にする

＜国の横断的な目標2：新しい時代の流れを力にする＞

本市を取り巻く社会・経済状況が大きく変化する中、本市の未来を切り開くためには、時代の流れを敏感に捉えながらそれぞれのニーズに的確に対応し、地域が恩恵を受ける戦略的な取組が必要です。

特に、北陸新幹線の敦賀延伸、大阪・関西万博の開催、リニア新幹線の開通などにより、大阪や名古屋などの都市部への人口流入が懸念されることから、近隣都市部との広域交流拠点としての本市のポテンシャルを最大限に生かす取組が必要です。

また、情報通信技術など Society5.0 の実現に向けた技術（以下「未来技術」という。）は、地域の特性に応じて有効に活用することで地域が抱える課題を解決するだけでなく、モノやサービスの生産性や利便性を飛躍的に高め、新しいサービスを生み出して新たな雇用を創出するなど、地域の産業や市民生活の質を大きく向上させるものとして期待されています。地域課題に応じて未来技術の活用を推進することで、地域の課題解決とまちの魅力の向上を図ります。

年度	社会・経済状況の変化
2019	・団塊の世代が全て70歳以上に
2020	・5Gの商用サービス開始 ・米原市役所統合庁舎供用開始
2021	・ワールドマスターズゲームズ2021 関西 ・東京オリンピック・ニュージーランド国 ホッケー男子代表事前合宿 ・東京オリンピック・パラリンピック ・IR整備法施行
2022	・米原駅東口まちびらき ・北陸新幹線金沢-敦賀間が開通
2024	・国民スポーツ大会 ・全国障害者スポーツ大会 ・団塊の世代が全て75歳以上に
2025	・大阪・関西万博の開催
2027	・リニア新幹線が名古屋まで開通

3 基本目標の実現に向けた具体的な施策等

基本目標の実現に向け、具体的な施策等を次のとおり定めます。また、施策の実施に当たっては施策間の連携を意識し、地域の実情や特性を踏まえて多様なアプローチを柔軟に行うことで相乗効果を生み出すことを目指します。

基本目標1 魅力ある雇用を創出し、女性や若者が活躍するまちを創る

若い世代の人口流出が拡大する中、若い世代にとって魅力的なしごとは都市部に集まっているという指摘もなされており、若い世代の人口流出抑制と人口流入を図るためには、本市に魅力的な雇用を創出し、安心して暮らせる経済基盤と生活基盤を確保することが必要です。本市の特徴を生かした地域産業の強化を図るとともに、若い世代が求めるしごとの誘致や自らしごとをつくる起業・創業などを支援します。

《目指す姿》

- 女性や若者が働きたいしごとがあるまちになっています。
- 新規創業が活発に行われ、地域の商工業に活力があり、働く場や働く機会が増えています。
- 付加価値の高い農林水産物が生産され、農林水産業の競争力が高まっています。

数値目標	現状（年度）	2024 年度 目標値
新規法人設立届出数	44 社（2018）	50 社以上
製造品出荷額等	4,744 億円（2017）	4,800 億円
「商工業振興」の満足度 ※市民意識調査による。	66.9%（2019）	78.2%

主な施策

施策1 魅力ある雇用の創出

本市は、近隣市も含めて通勤エリアに多くの企業の生産拠点が存在し、失業率も比較的低いなど、市民の雇用の受け皿は相応に存在していることが分かります。一方で、若者が都市部に流出している状況を鑑みると、若者が活躍できる職種が少ないと推測されます。本市の強みを生かし、弱みを克服する企業の誘致や新産業の創出などにより女性や若者を惹きつける雇用を創出し、女性や若者が活躍するまちとしての雰囲気と新しい活力を創造します。

また、若い世代に加えて都市部のシニア世代のセカンドライフの地としても選ばれるようシニア世代の起業・創業や働く機会の創出を支援します。

重要業績評価目標 (KPI)	現状 (年度)	年次目標 (年度)				
		2020	2021	2022	2023	2024
新規法人設立届出数	44 社 (2018)	45 社以上	45 社以上	50 社以上	50 社以上	50 社以上
市の支援制度を活用した新規創業 (累計)	0 件	2 件	4 件	6 件	8 件	10 件

(1) 企業誘致の推進

広域交通の結節点である本市の立地特性を生かし、雇用を創出する企業や未来技術の普及促進を図る企業の誘致に取り組むとともに、サテライトオフィス創設や空家を活用したビジネスの創出を支援します。

(主な事業)

- ・未来技術の普及促進を図る企業等の誘致
- ・都市とのアクセス性を生かしたサテライトオフィス等の誘致
- ・古民家を活用したビジネスの創出支援

(2) 起業・創業支援の強化

起業に関する情報提供やマーケティング支援、起業後のフォローアップなどの包括的な支援体制を確立し、自らしごとを創り出し、稼ごうとするチャレンジを包括的に支援することで、市内で長く働く環境を整えるとともに、地域における新たな産業や雇用を創出します。

(主な事業)

- ・ふるさと納税・クラウドファンディングを活用した起業・創業支援
- ・商工会等と連携した創業支援とフォローアップ体制の確立
- ・地域資源を生かした起業・創業の促進

(3) 若者・女性・シニア世代の就職支援

市内の事業者や高等学校等の教育機関、滋賀県や近隣自治体と連携し、女性や若者、シニア世代の就業機会を拡充し、若者の正規雇用や女性の再就職、シニア世代のセカンドライフ形成を支援します。

(主な事業)

- ・女性やアクティブシニアの活躍促進
- ・地元大学・高校からの市内就職の促進

施策2 地域産業の活性化

地域経済の低迷は、地域の活力の衰退に直結しかねないことから、商工会等と連携し、既存企業の意欲的な取組を支援するとともに企業マッチングを進めながら、産官学連携による新商品の研究や開発、販路開拓などを支援し、稼ぐ力の向上と雇用の拡大を図ります。

重要業績評価目標 (KPI)	現状 (年度)	年次目標 (年度)				
		2020	2021	2022	2023	2024
製造品出荷額等	4,744 億円 (2018)	4,760 億円	4,770 億円	4,780 億円	4,790 億円	4,800 億円
商業年間商品販売額	459 億円 (2016)	461 億円	462 億円	463 億円	464 億円	465 億円

(1) 既存企業への支援

商工会や金融機関などと連携し、既存企業の安定経営基盤の確立を図るとともに、グローバル展開や高度人材の活用など事業拡大に向けた意欲的な取組を支援し、活力あるまちづくりを支援します。

(主な事業)

- ・グローバル展開を目指す企業等への支援
- ・経済基盤の強化や新分野進出への支援
- ・兼業・副業を生かした高度人材の活用促進

(2) 地場産品の高付加価値化

地理的表示 (GI) 保護制度に認定された「伊吹そば」をはじめとする地場産品を活用した6次産業化や、産官学が連携した商品開発による付加価値の向上を図り、企業とのマッチングや販路拡大を支援することで稼ぐ力の向上を図ります。

(主な事業)

- ・海外展開を目指す商品開発への支援
- ・市内主要産品のブランディング

施策3 農林水産業の成長促進

本市の農林水産業は、高齢化が進み、担い手の若返りが喫緊の課題です。6次産業化やAI・IoT等の先進技術の導入により、農林水産業の所得向上と生産性向上に取り組み、成長産業化を図ることで新たな担い手を確保します。また、本市の農業は小規模な兼業農家も多く、より生産性の高い経営主体への集約化や市場ニーズに対応した生産を行うことで、産業基盤の強化を図ります。

重要業績評価目標 (KPI)	現状 (年度)	年次目標 (年度)				
		2020	2021	2022	2023	2024
新規就農者数 (累計)	0 人	2 人	4 人	6 人	8 人	10 人
人・農地プランを策定した集落数	40 集落 (2017)	42 集落	45 集落	48 集落	51 集落	54 集落
ICT等の先端技術活用支援 (累計)	0 件	0 件	0 件	1 件	2 件	3 件

(1) 担い手の創出支援

若者やシニア世代、U・Iターン者など農林水産業の新たな担い手の確保や育成に対する支援を充実し、後継者育成を推進します。

(主な事業)

- ・農業法人等と連携した担い手創出
- ・農地付き空家の活用推進
- ・自伐型林業による雇用の創出

(2) 未来技術の活用促進

米原市IoT推進ラボ¹をはじめ、多様な主体と連携し、未来技術の活用を促進することで生産性を向上し、農林水産業に対するイメージを変えることで新たな担い手の育成を図ります。

(主な事業)

- ・スマート農業の推進による農業イノベーション

(3) 生産基盤の確保

農地や農業施設の適正な維持管理を行い、農地や農業施設を保全することで農業の生産性と農業経営の向上に取り組むとともに、農林水産物の地産地消を促進し、市内需要を高めます。また、農林業への被害を防ぐための総合的な獣害対策に取り組めます。

(主な事業)

- ・農業の成長を支える経営基盤づくり
- ・農林水産物の地産地消の促進
- ・ICT等を活用した総合的獣害対策の推進

¹ 地域におけるIoTプロジェクト創出に取り組む「地方版IoT推進ラボ」として経済産業省・独立行政法人情報処理推進機構(IPA)に選定された民間との共同体

基本目標２ ひとが集い、若者世代が移り住むまちを創る

滋賀県唯一の新幹線駅である米原駅周辺の都市機能強化を図り、「まちの核」として発展させることは従前からの課題であった本市の都市機能の脆弱性を克服するためにも重要です。米原駅東口まちづくり事業を推進し、観光案内機能の強化することで米原駅周辺が滋賀県の広域交流拠点となることを目指します。また、米原駅をはじめ坂田、醒ヶ井、近江長岡、柏原のＪＲ沿線４駅周辺は、大都市とのアクセス性に優れた良質な居住空間となるポテンシャルを有しています。各駅周辺の機能強化と住宅用地の確保を図りつつ、昔ながらの暮らしや景観が残るまちとしての魅力を磨き、まちの潜在力を更に引き出すことで市内全域へのひとの流れをつくり、移住・定住につなげます。

さらに、本市が有する恵まれた地域資源と新幹線駅、高速道路などの交通優位性を生かし、市内２次交通の課題を克服しながら交流人口の拡大を図ることで、経済効果を各地域の活性化につなげるとともに、様々な交流を一過性のものとせず、地域や人とのつながりを築くことで地域の力へとつなげます。

《目指す姿》

- 米原駅周辺が滋賀県の広域交流拠点となり、新たなにぎわいが生まれ、まちの魅力が高まり、様々な人が集うまちになっています。
- 豊かな自然や歴史文化、スポーツなど魅力ある地域資源に惹かれて多くの人が訪れ、満足していただけるまちになっています。
- 地域との交流をきっかけに多くのつながりが生まれ、移住・定住先として選ばれるまちになっています。

数値目標	現状（年度）	2024 年度 目標値
観光入込客数	170 万人（2018）	224 万人
移住件数 ※窓口アンケート調査による 2016 年度からの 累計件数	167 件（2018）	320 件

主な施策

施策１ 米原駅周辺の広域交流拠点化

本市は滋賀県唯一の新幹線駅・米原駅を中心に、極めて高い大都市とのアクセス性を有しています。一方で、米原駅周辺の都市機能は十分でなく、市民は商業施設などの都市機能を近隣市に求める状況にあります。本市が評価され、将来の人口確保や増加を目指す上で、まちの核となるべき米原駅周辺の都市機能強化は必須であり、観光案内機能を高め、広域交流拠点としての新たな価値の創造することで、ひとが集うまちをつくります。

重要業績評価目標（KPI）	現状 （年度）	年次目標（年度）				
		2020	2021	2022	2023	2024
JR 米原駅一日平均乗車人数 ※新幹線米原駅を含む。	12,753 人 (2018)	13,000 人	13,500 人	14,000 人	15,000 人	15,300 人
JR 沿線 4 駅一日平均乗車人数	2,125 人 (2018)	2,130 人	2,150 人	2,175 人	2,200 人	2,200 人

（１）米原駅周辺の広域交流拠点化

米原駅周辺の広域交流拠点化により本市の新たな価値を創造するため、官民連携プロジェクトである「米原駅東口まちづくり事業」に取り組むとともに、広域観光案内や利便性を高める機能強化を推進し、「まちの核」として新たなにぎわいと活力を生み出します。

（主な事業）

- ・米原駅東口まちづくり事業の推進
- ・米原駅周辺での観光案内機能の強化
- ・コンベンションホールを活用した交流の促進
- ・「ビワイチ」スタート拠点としての機能強化

（２）JR沿線 4 駅の付加価値向上

柏原駅、近江長岡駅、醒ヶ井駅周辺を整備することで付加価値を更に高めるとともに、坂田駅付近での良好な居住環境の形成を促進し、米原駅周辺から JR 沿線 4 駅周辺へのひとの流れを生み出します。

（主な事業）

- ・駅周辺環境の整備による付加価値の向上
- ・鉄道駅のバリアフリー化推進
- ・都市部からの移住・定住の促進

施策 2 地域資源を生かした交流の拡大

本市は豊かな自然をはじめ、貴重な動植物、歴史資源、地域食材など地域資源に恵まれ、かつ、極めて高い大都市とのアクセス性を有しており、市外からの来訪者を惹きつける潜在力を有しています。官民連携を図りながら、地域資源を生かした戦略的な交流人口の拡大に取り組むとともに、新幹線駅を有する強みを生かしてインバウンド観光の受入を促進し、観光消費額の拡大による地域経済の活性化につなげます。

重要業績評価目標（KPI）	現状 （年度）	年次目標（年度）				
		2020	2021	2022	2023	2024
年間観光入込客数	170 万人 (2018)	180 万人	185 万人	220 万人	222 万人	224 万人
米原版 DMO の設立（累計）	0 件	0 件	1 件	1 件	1 件	1 件
外国人の年間観光入込客数	15,385 人 (2018)	16,000 人	17,000 人	18,000 人	19,000 人	20,000 人

（１）観光産業イノベーションの推進

観光産業は裾野が広い産業と言われ、他産業への波及効果もあることから、本市の有する多様な地域資源を活用して、自立のかつ戦略的に観光地域づくりを促進する米原版DMO¹の設立を支援します。

（主な事業）

- ・ 稼ぐ地域を創出する米原版DMOの設立支援
- ・ 古民家宿泊を中心とした広域連携DMOの検討

（２）宿泊・体験型観光の強化

サイクリング、スキーなどのアクティビティや魅力的な地域資源を生かした体感・体験型プログラムの充実と古民家を活用した宿泊需要の創出に取り組むことで宿泊・滞在型観光を促進し、交流人口の拡大と地域の経済の活性化につなげるとともに、地域や人との交流を深めることで継続的な関係づくりを促進します。

（主な事業）

- ・ スポーツ・アウトドア等の自然体験型観光の推進
- ・ 伝統産業・歴史資産を生かした体験型観光の推進
- ・ 関係人口の創出につながる民泊の推進

（３）ホッケーを基軸としたにぎわいづくり

本市はホッケーが盛んなまちであり、全国屈指のホッケー施設を有する強みを生かし、ホッケーを基軸としたにぎわいづくりを推進し、地域交流や観光交流による地域活性化を推進します。

（主な事業）

- ・ 地域と連携したスポーツ・ツーリズムの推進
- ・ 国民スポーツ大会に向けた機運の醸成
- ・ 地域に根差したホッケークラブチームの育成

（４）インバウンド観光の推進

新幹線を多く利用する訪日外国人観光客の特徴を踏まえ、訪日外国人観光客を対象とした体験プログラムの構築や、おもてなし意識の向上、サインの多言語化など受入体制の充実を図り、訪日外国人に向けたプロモーション活動を積極的に行うことで、インバウンド獲得による地域のにぎわいを創出します。

（主な事業）

- ・ 新幹線駅の強みを生かしたプロモーションの推進
- ・ インバウンド受入環境の整備促進

¹ Destination Marketing/Management Organization の略。地域全体の観光マネジメントを一本化する、着地型観光のプラットフォーム組織

施策3 移住・定住の促進

交通利便性の高い米原駅およびＪＲ沿線４駅徒歩圏への若い世代の移住・定住を促進するとともに、大都市に近接しながらも、自らのライフスタイルを主体的につくることができるという、喜びと楽しさが感じられる特色ある地域の魅力を発信し、ニーズに合った住環境を整えることで、更なる移住・定住の促進に取り組みます。

重要業績評価目標（KPI）	現状 （年度）	年次目標（年度）				
		2020	2021	2022	2023	2024
移住件数 ※窓口アンケート調査による2016年度からの累計件数	167件 (2018)	200件	230件	260件	290件	320件
空き家バンク成立件数 ※2016年度からの累計件数	55件 (2018)	85件	95件	105件	115件	125件

（１） Ｕ・Ｉターン希望者への包括的支援

移住・定住の円滑化を図るため、移住・定住希望者に対する住まいやしごと等に関する情報提供や相談窓口のワンストップ化を図るとともに、Ｕ・Ｉターン支援策を拡充し、移住・定住を促進します。

（主な事業）

- ・移住等相談窓口のワンストップ化
- ・給付型奨学金制度による市内定住促進
- ・【再掲】都市部からの移住・定住の促進

（２） 住宅環境の整備促進

若者の人口流入と流出抑制を図るためには、生活基盤を整備し、住宅事情による転出を減少させる必要があります。市内都市部での住宅用地の確保を推進するとともに、民間による住宅供給の促進を図ります。また、米原市空き家対策研究会等と連携した空家の住宅活用を推進するなど、希望者それぞれのニーズに合った住環境の提供を進めます。

（主な事業）

- ・市内都市部での住宅地開発の誘導
- ・土地利用の高度化促進
- ・空き家バンクを活用した移住・定住の促進
- ・【再掲】農地付き空家の活用推進

（３） 米原暮らしの情報発信

米原市の恵まれた自然、歴史や文化、昔ながらの暮らしを紹介するコンテンツを作成するなど、様々な手段、媒体を活用しながら「びわ湖の素・米原」としてブランド発信することで、本市の認知度向上とイメージアップを図り、更なる移住・定住につなげます。

（主な事業）

- ・シティプロモーションの推進
- ・シビックプライドの醸成と米原暮らしの発信強化

基本目標 3 滋賀県一子育てしやすいまちを創る

人口減少に歯止めをかけるためには、若い世代の結婚、出産、子育ての希望をかなえ、出生率の向上を図ることが必要です。結婚や出産は個人の自由な意思に基づくものであるとの前提の下、出生率を向上させるためには、若い世代の社会増による人口構造の若返りや安心して子どもを産み育てられる環境をつくることが重要です。

子育て環境、教育や文化の質の向上を図り、満足度を高めることで、「滋賀県一子育てしやすいまち」として評価されるまちとなり、20代から30代を中心とした子育て世代、若者を中心とした人口構造の若返りを図るとともに、企業や団体など多様な主体と連携しながら市全体で出会いから子育てまでの総合的な支援に取り組みます。

《目指す姿》

- 「滋賀県一子育てしやすいまち」として選ばれるまちになっています。
- 仕事と子育ての両立を支える体制が整い、ワークライフバランスが実現できるまちになっています。
- 地域とともに子どもが育ち、子どもの成長に喜びや幸せを実感できるまちになっています。
- 米原市に誇りと愛着を持ち、多様な未来を切り拓くことができる子どもが育っています。

数値目標	現状（年度）	2024年度 目標値
人口ビジョンにおける 20-30 代の人口計画 （基準シナリオ）達成率 100%	－（8,107 人） （2015）	100%（8,070 人）
合計特殊出生率	1.55（2017）	1.65

主な施策

施策 1 結婚・出産・子育ての希望をかなえる施策の拡充

「県内一子育てしやすいまち」として選ばれるまちとなるため、出会いから子育てまでの切れ目のない支援と安心して産み育てられる環境づくりを推進するとともに、出産や子育ての経済的・精神的な負担の軽減を図り、若者や子育て世代の流入促進と流出抑制に取り組みます。

重要業績評価目標（KPI）	現状 （年度）	年次目標（年度）				
		2020	2021	2022	2023	2024
出生数 300 人以上	294 人	300 人 以上	300 人 以上	300 人 以上	300 人 以上	300 人 以上
「子育て・子育て支援の充実」の満足度 ※米原市民意識調査による。	87.1% （2019）	－	87.5%	－	88.0%	88.0% （2023）

(1) 出会いから子育てまでの切れ目のない支援

少子化の原因とされる若者の未婚率の上昇、晩婚化・晩産化の状況を改善するため、結婚に向けた出会いの機会の創出や不妊治療費等の支援に取り組むとともに、安心して子育てができるよう、妊娠期から子育て期までのワンストップで切れ目のない支援を行います。

(主な事業)

- ・結婚相談の拡充
- ・妊娠から子育て期までのワンストップ支援

(2) 出産・子育てへの経済的負担の軽減

出産・子育てに対する経済的・精神的な負担を軽減し、将来的な不安を取り除くため、子育て家庭の状況に応じて経済的な負担を軽減する支援を行います。

(主な事業)

- ・不妊治療費等への助成
- ・子育て家庭の状況に応じた経済的負担の軽減
- ・【再掲】給付型奨学金制度による市内定住促進

施策2 総合的な少子化対策の推進

若者や女性が輝き、子どもとともに安心して暮らす社会を築くためには、多様な働き方やワークライフバランスの実現により、働きながら安心して子育てができる環境の整備が必要です。また、核家族化や地域コミュニティの希薄化を背景とする子育てへの不安を解消するため、相談体制を整え、子育て世代の交流を促進するとともに、地域全体で子育てを応援するしくみや、地域での子どもの居場所づくりなど、地域と一体となった総合的な少子化対策を推進します。

重要業績評価目標 (KPI)	現状 (年度)	年次目標 (年度)				
		2020	2021	2022	2023	2024
ファミリー・サポート・センター登録者数 (人)	170 (2017)	180	190	200	210	220
地域の子どもの居場所が1つ以上ある小学校区 ※月1回以上開設している冒険遊び場、子ども 食堂、学習支援	5 (2019)	6	7	8	8	9

(1) 子育て世代を支える保育環境の充実

多様化する保育ニーズや多様な働き方に合わせた保育環境を整備し、拡充させることで子育て世代を支えるとともに、地域で子育てを支え合う相互援助を促進し、地域一体となって子育てと家庭の両立を支援します。

(主な事業)

- ・働き方改革の推進
- ・多様なニーズに応える保育環境づくり
- ・地域で子育てを支え合う相互援助の促進

(5) 子育て家庭のコミュニティ形成と子どもの居場所づくり

子育て家庭が情報や悩みを共有し、課題解決につなげるコミュニティの形成を促進するとともに、子ども食堂や身近な自然と楽しめる子どもの外遊びを支援し、地域や人とつながりながら子どもを育てる機運を高めます。

(主な事業)

- ・子育てコミュニティの形成促進
- ・家庭・地域の教育力の向上
- ・都市公園の整備
- ・子どもの居場所づくりの推進

(6) 包括的な支援体制の構築

経済的困窮世帯やひとり親世帯、障がいのある子ども、ひきこもりなど家庭環境や個々の状況に応じた様々な支援や対応が求められています。安心して子どもを産み育てられるよう、関係機関と連携し、子どものより良い育ちが家庭環境等によって阻害されない包括的な支援体制を構築します。

(主な事業)

- ・子どもの貧困対策の推進
- ・子ども・若者の自立支援
- ・子ども家庭総合支援拠点の整備

施策3 心豊かで多様な未来を切り拓く子どもの育成

グローバル人材の育成やICT教育の推進など特色ある教育施策を推進し、教育への評価を高めることで子育て世代の流出抑制と流入促進を図ります。また、子どもたちが積極的に地域の人と関わりながら地域の歴史や文化などを学ぶことができるコミュニティ・スクールを推進し、ふるさとへの愛着と深い誇りを養い、地域の未来について自ら考えることができる子どもを育てます。

重要業績評価目標 (KPI)	現状 (年度)	年次目標 (年度)				
		2020	2021	2022	2023	2024
「教育内容、施設の充実」の満足度 ※米原市民意識調査による。	84.4% (2019)	—	86.0%	—	88.0%	88.0% (2023)

（１）特色ある教育の推進

高度情報化やグローバル化に対応するため、学校での ICT 機器を効果的に活用した教育や、外国語指導助手等による英語教育など、地域や人材を生かした本市らしい特色ある教育を推進します。

（主な事業）

- ・ 特色ある英語教育の推進
- ・ ICT を活用した教育の推進
- ・ 地域資源と地域力を生かしたコミュニティ・スクールの推進

（２）ふるさと教育の推進

地域と連携した学校運営を進め、地域の自然や伝統文化などの地域資源を学ぶ機会の創出や、地域で活躍する人との交流などを通じて、ふるさとへの愛着と誇りを養う教育を推進し、地域課題に向き合い、地域の未来について自ら考えることができる子どもを育てます。

（主な事業）

- ・ 大学・高等学校と連携したふるさと教育の推進
- ・ 【再掲】 地域資源と地域力を生かしたコミュニティ・スクールの推進

基本目標 4 駅を核として地域と地域を結ぶ、安心して安全なまちを創る

人口減少を背景に、日常生活に必要な商業施設の撤退や耕作放棄地、空家の増加、コミュニティ活動の低下など様々な課題が生じています。人口減少社会にあっても「住み続けたい」と思える活力ある地域をつくるため、持続可能な都市経営を念頭に、地域の特性に合わせて生活に必要な機能やサービスの集積を図る地域の拠点¹づくりを進めるとともに、集落と地域の拠点、医療施設、駅などを相互に結ぶ地域公共交通ネットワークの維持・強化を図ります。

また、急激な高齢化を迎える中、健康長寿社会の実現を目指して、高齢者が自分らしく生きがいを持ち、地域の担い手として活躍できる環境をつくるとともに、住み慣れた地域で安心して安全に暮らすことができるよう、地域の特性に合った支え合いのコミュニティづくりを支援します。

《目指す姿》

- 市民の暮らしの安全と利便性が確保され、地域の特徴を生かした拠点があるまちになっています。
- 駅と地域、地域の拠点と地域を結ぶ公共交通ネットワークの利便性が高まり、また、多様な移動手段が運用され、市内アクセスも高いまちになっています。
- 地域の絆により災害に強く、安全・安心な暮らしができるまちになっています。
- 健康寿命が延伸し、住み慣れた地域で自分らしい暮らしを最後まで続けられるまちになっています。

数値目標	現状（年度）	2024 年度 目標値
「安心・安全に暮らせるまちづくり」の満足度 ※米原市民意識調査による。	82.9%	85.0%
元気高齢者率 ※65 歳以上高齢者における要支援・要介護認定を受けていない人の割合	81.4%	83.0%

主な施策

施策 1 地域の拠点づくりと地域公共交通ネットワークの強化

人口減少に対応し、住み慣れた集落や地域で暮らし続けることができるよう、地域住民の支え合いによる生活基盤の形成や集落間の連携を支援し、集落機能の維持を図るとともに、地域の実情を踏まえながら、生活に必要な機能やサービスの集積を図る地域の拠点づくりを推進します。また、本市は大都市への高いアクセス性を有していますが、市民からは市内2次交通の利便性の向上を求められていることから、多様な主体の連携・協力により地域公共交通ネットワークの利便性向上や多様な移動手段の創出を支援し、暮らしの安心と利便性の確保に取り組みます。

¹ 地域の特性に合った日常生活に必要な機能・サービスが集積し、周辺集落との交通ネットワークが確保されている拠点エリア

重要業績評価目標 (KPI)	現状 (年度)	年次目標 (年度)				
		2020	2021	2022	2023	2024
「安心・安全に暮らせるまちづくり」 の満足度 ※米原市民意識調査による。	82.9% (2019)	—	84.0%	—	85.0%	85.0% (2023)
「公共交通の充実」の不満足度 ※米原市民意識調査による。	38.4% (2019)	—	15.0%	—	13.0%	13.0% (2023)

(1) 地域の拠点づくりの推進

日常生活に必要な商業・サービスをはじめ、行政・福祉、観光などの機能を地域の特性に応じて駅周辺などに集積する地域の拠点づくりを推進し、近隣集落と公共交通ネットワークで結ぶことにより都市機能を維持・強化します。

(主な事業)

- ・日常生活や地域活動を支える「地域の拠点」づくり
- ・【再掲】駅周辺環境の整備による付加価値の向上

(2) 地域公共交通ネットワークの強化

買い物や通院など市民が安心して利用できる地域公共交通を維持するとともに、多様な主体の連携・協力の下、様々な移動手段の導入や未来技術の活用など、更なる利便性の向上に向けて取り組みます。

(主な事業)

- ・地域公共交通ネットワークの維持・強化
- ・暮らしを支える移動手段の確保

施策2 健康長寿社会の実現

人生100年時代における地域の活力の維持のためには、高齢者の健康維持と社会参加が重要です。一人一人の健康の意識を高めながら、心と体の健康づくりや予防活動を推進し、医療・介護・福祉の総合的な連携による包括的な支援体制の構築や地域完結型医療体制を確保することで、健康寿命の延伸を図ります。

また、シニア世代の社会参加を促進し、住み慣れた地域で誰もが生きがいを持って意欲的に地域社会に貢献できる環境をつくります。

重要業績評価目標 (KPI)	現状 (年度)	年次目標 (年度)				
		2020	2021	2022	2023	2024
特定健康診査受診率	46.0% (2017)	48.5%	50.0%	51.5%	53.0%	55.0%
地域お茶の間創造事業を実施している団体数	24 団体 (2017)	30 団体	35 団体	35 団体	35 団体	35 団体
元気高齢者率 ※65歳以上高齢者における要支援・要介護認定を受けていない人の割合	81.4% (2017)	82.2%	82.5%	82.7%	83.0%	83.0%

（１）予防・健康づくりの推進

日常生活での健康意識を高め、継続的に健康管理や予防活動に取り組むことができるよう地域での健康づくりの推進や特定健診、特定保健指導を通じた生活習慣病の予防に取り組み、健康寿命の延伸と医療費の抑制を図ります。

（主な事業）

- ・地域での健康づくりの推進
- ・特定健診・特定保健指導を通じた生活習慣病の予防

（２）地域医療体制の確保

隣接する市町を含めた医療圏域での地域完結型医療を推進し、住み慣れた地域で最期まで尊厳ある暮らしを続けることができる地域包括ケアシステムの充実を図ります。また、医療機関への交通アクセスを確保するとともに、継続的な医療体制の確立を目指して医療従事者の確保と医療機関の相互連携を進めます。

（主な事業）

- ・地域包括ケアシステムの充実
- ・安心して持続できる医療体制の確保

（３）支え合いのコミュニティづくり

地域住民が主体となって取り組む支え合い活動や、支援が必要な人も含めた防災・減災・避難体制の整備を推進するとともに、地域の福祉課題を解決するための関係機関の連携によるネットワークを強化することで地域コミュニティを維持し、安心して暮らせる地域づくりを推進します。

（主な事業）

- ・地域の担い手づくり支援
- ・地域の支え合い支援
- ・防災・減災・避難体制の整備
- ・地域活動を支える多主体ネットワークの強化

（４）シニア世代の社会参加の促進

シニア世代が豊かな知識や技能、生活の知恵などを生かしながら積極的に社会参加し、生きがいに満ちた生活を送れるよう、シニア世代と生きがい活動や地域貢献などを目的とした団体や地域とのつながりをつくり、地域の担い手となることを支援します。

（主な事業）

- ・シニア世代の就労・社会活動の促進
- ・【再掲】地域の担い手づくり支援

施策3 既存ストックのマネジメント強化

持続可能なまちづくりを念頭に公共施設の在り方を検討するとともに、公共施設等の長寿命化を促進し、最小限のコストで機能を発揮できる効率的な維持管理や施設運営手法の導入に取り組みます。また、人口減少を背景に空家等への対策が急務となる中、空家等の適正管理や空家への移住・定住だけでなく、体験・交流拠点などへの高度利活用を推進し、地域の安心・安全の確保と良好な環境の保全に努めます。

重要業績評価目標 (KPI)	現状 (年度)	年次目標 (年度)				
		2020	2021	2022	2023	2024
空家バンク成立件数 ※2016年度からの累計件数	55件 (2018)	85件	95件	105件	115件	125件
耐震・長寿命化対策実施橋りょう数 (2016年度からの累計)	6か所 (2017)	12か所	15か所	17か所	18か所	19か所

(1) 総合的空家対策の推進

空家等の発生予防、管理および活用を踏まえた総合的な空家対策を推進し、地域の安心・安全の確保と良好な環境の保全に努めるとともに、地域再生推進法人¹と連携し、空家の高度利活用による地域活性化に取り組みます。

(主な事業)

- ・空家サポーターの活用推進
- ・【再掲】古民家を活用したビジネスの創出支援
- ・【再掲】空家バンクを活用した移住・定住の促進
- ・【再掲】農地付き空家の活用推進

(2) 既存ストックのマネジメント強化

人口規模や地域特性に配慮した公共施設の適正配置や、計画的な維持管理による長寿命化に取り組むとともに、民間のアイデアやノウハウを生かした効率的な施設管理手法の導入に取り組みます。

(主な事業)

- ・公共施設等のマネジメントの強化
- ・民間のノウハウ等を生かした新たな施設管理手法の導入

¹ 地方自治体の補完的な立場で地域再生の推進に取り組む組織として地方自治体が指定する法人

4 第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略の施策とSDGｓの関係

基本目標	講すべき施策	具体的な施策内容	貧困	飢餓	保健	教育	ジェンダー	水・衛生	エネルギー	成長・雇用	イノベーション	不平等	都市	生産・消費	気候変動	海洋資源	陸上資源	平和	実施手段
魅力ある雇用を創出し、女性や若者が活躍するまちを創る	魅力ある雇用の創出	企業誘致の推進								◎	◎			◎					
		起業・創業支援の強化								◎	◎			◎					
		若者・女性・シニア世代の就職支援								◎	◎			◎					
	地域産業の活性化	既存企業への支援								◎	◎			◎					
		地場産品の高付加価値化								◎	◎			◎					
	農林水産業の成長促進	担い手の創出支援		◎						◎	◎			◎		◎	◎		
		未来技術の活用促進		◎						◎	◎			◎	◎	◎	◎		
		生産基盤の確保		◎						◎	◎			◎		◎	◎		
ひとが集い、若者世代が移り住むまちを創る	米原駅周辺の広域交流拠点化	米原駅周辺の広域交流拠点化								◎	◎		◎						
		J R 沿線 4 駅の付加価値向上								◎			◎	◎					
	地域資源を生かした交流の拡大	観光産業イノベーションの推進								◎	◎		◎			◎	◎		
		宿泊・体験型観光の強化								◎	◎					◎	◎		
		ホッケーを基軸としたにぎわいづくり								◎	◎		◎						
		インバウンド観光の推進								◎	◎		◎						
	移住・定住の促進	U・I ターン希望者への包括的支援								◎		◎	◎						
		住宅環境の整備促進								◎		◎	◎						
		米原暮らしの情報発信								◎		◎	◎	◎					
滋賀県一子育てしやすいまちを創る	結婚・出産・子育ての希望をかなえる施策の拡充	出会いから子育てまでの切れ目のない支援	◎		◎		◎												
		出産・子育てへの経済的負担の軽減	◎		◎		◎												
	総合的な少子化対策の推進	子育て世代を支える保育環境の充実	◎		◎	◎	◎					◎							
		子育て家庭のコミュニティ形成と子どもの居場所づくり	◎		◎	◎	◎					◎							
		包括的な支援体制の構築	◎	◎		◎	◎					◎							
	心豊かで多様な未来を切り拓く子どもの育成	特色ある教育の推進				◎												◎	◎
		ふるさと教育の推進				◎													◎
駅を核として地域と地域を結び、安心で安全なまちを創る	地域の拠点づくりと地域公共交通ネットワークの強化	地域の拠点づくりの推進										◎	◎						◎
		地域公共交通ネットワークの強化			◎						◎	◎	◎	◎					◎
	健康長寿社会の実現	予防・健康づくりの推進	◎	◎	◎								◎						
		地域医療体制の確保	◎	◎	◎								◎						◎
		支え合いのコミュニティづくり			◎								◎						◎
		シニア世代の社会参加の促進			◎	◎				◎			◎						
	既存ストックのマネジメント強化	総合的空家対策の推進								◎	◎		◎						
		既存ストックのマネジメント強化								◎			◎		◎		◎		

第 3 編

米原市シティセールスプラン

- ・平成 27 年（2015 年）策定
- ・令和 2 年（2020 年）3 月改訂

I シティセールスプランについて

1 シティセールスプランの目的

本市は、2000 年をピークに人口減少の局面に入り、生産年齢人口・年少人口が減少して高齢人口が増加する少子高齢化が進行しています。このため、本市が将来にわたって魅力的で活気あふれるまちであるためには、若年層や子育て世代が増加する地域づくりに取り組んでいく必要があります。2015 年に策定した（第1期）まち・ひと・しごと米原創生総合戦略に基づき、様々な施策に取り組んできました。

また、人口流出の抑制や子育て世代の流入促進を図るためには、まちの魅力を市内・外に効果的に発信し、全国の自治体の中でステキなまちとして評価されることが重要であり、2015 年に米原市シティセールスプランを策定し、「びわ湖の素 米原」をコンセプトとしたシティセールスに取り組んできました。

2020 年度から第2期まち・ひと・しごと米原創生総合戦略に基づく施策を始めるに当たり、都市ブランドの更なる向上の観点から、米原市シティセールスプランを見直します。

これまでに引き続き、「びわ湖の素 米原」をコンセプトとし、まちのブランドイメージの確立を図るとともに、米原市への愛着や誇りを抱くシビックプライドの醸成により自分が住む（働く）まちを自ら推奨する市民の拡大を図ることで本市の認知度やイメージを向上し、将来にわたって魅力的で持続可能なまちを目指します。

2 目指す姿

戦略に基づく施策の展開に当たっては、次の3つの姿を目指して取り組みます。また、行政の取組だけでなく、市民や事業者、関係団体など地域を構成する様々な主体と連携、協働しながら取り組みます。

- 市民の愛着や誇りが醸成され、自ら自分のまちを推奨する市民が増えています。
- 米原市の対外的な認知度や良好なイメージが高まり、米原ファンが拡大しています。
- 米原市に誇りと愛着を持って暮らす人々によって、持続可能なまちがつくられています。

3 計画期間

戦略の期間は、2020 年度から 2024 年度までの5年間とします。

Ⅱ 米原市の現状分析

1 地域ブランド調査

(株)ブランド総合研究所が全国的に実施する「地域ブランド調査」(調査対象：1,000 市区町村)による各指標の結果をみると、米原市は認知度が比較的高いものの、魅力度や観光意欲度は低く、また、魅力度や観光意欲度が高い自治体に囲まれています。米原市の地域資源を磨き、魅力の向上を図るとともに、本市の良好な交通アクセスを生かして観光意欲度の高い近隣市町と連携し、相乗効果を図りながら取り組む必要があります。

■図表Ⅱ-1-1 【第14回地域ブランド調査2019】

市町名	魅力度	認知度	情報接触度	観光意欲度	居留意欲度	産品購入意欲度
米原市	651 位	366 位	412 位	837 位	735 位	922 位
彦根市	106 位	104 位	101 位	114 位	168 位	244 位
長浜市	396 位	425 位	437 位	429 位	436 位	474 位
関ヶ原町	373 位	291 位	356 位	380 位	531 位	637 位

出所：ブランド総合研究所

2 観光入込客数

2018 年の観光入込客数をみると、近隣では、長浜市が最も多く、次いで、彦根市、米原市、関ヶ原町となっています。観光地点分類では、本市は「道の駅等」、「スポーツ・レクリエーション」への観光が多く、「歴史・文化」への観光が少なくなっています。

■図表Ⅱ-2-1 【観光地点分類別観光入込客数（2018 年）】 (単位：人)

市町名	自然	歴史・文化	温泉・健康	スポーツ・レクリエーション	都市型観光 (買物・食等)	道の駅等	計
米原市	197,600	94,700	28,900	286,300	182,100	901,300	1,690,900
彦根市	0	1,186,800	0	145,700	374,200	1,366,600	3,073,300
長浜市	228,900	913,900	341,400	1,324,700	2,476,700	1,466,600	6,752,200
関ヶ原町	210,156	197,091	0	27,074	286,811	0	721,132

出所：滋賀県および岐阜県資料を基に作成

【市内観光入込客数上位3位】

- | | |
|------------------------|-----------|
| 1位 道の駅「伊吹の里」 | 398,000 人 |
| 2位 近江母の郷文化センター | 279,900 人 |
| 3位 奥伊吹スキー場（現グランスノー奥伊吹） | 213,100 人 |

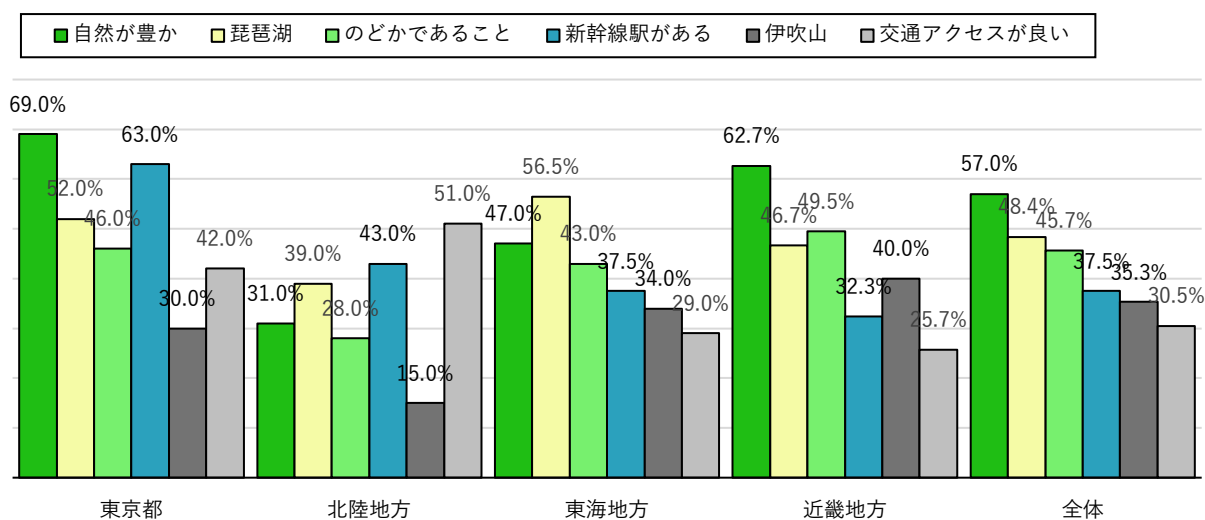
3 米原市のイメージ

インターネット活用した県外住民への調査や将来を担う中学生、高校2年生相当の市民を対象とした調査の結果をみると、本市の魅力は、伊吹山や琵琶湖をはじめとする「豊かな自然」、のどかで安全な「暮らしやすさ」、新幹線駅がある「交通の利便性の高さ」、古くからの伝統が残る「歴史・伝統資源」が挙げられています。

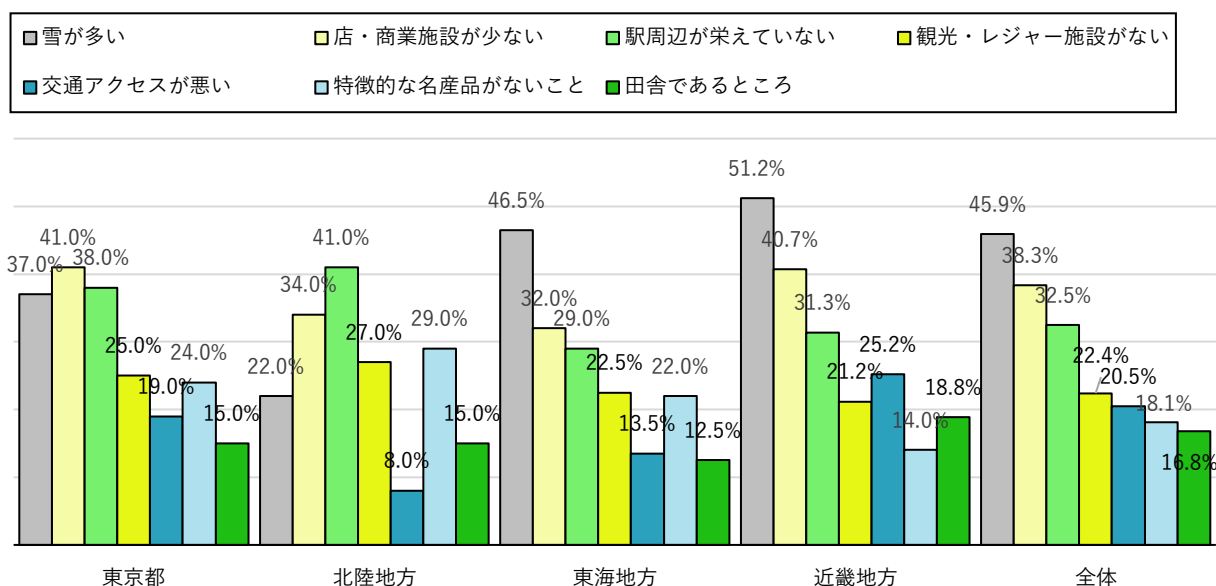
また、本市のネガティブイメージとして、「雪が多い」、「店・商業施設が少ない」、「駅周辺が栄えていない」が挙げられており、今後の米原駅周辺開発を契機として、まちの新たな魅力を創出し、情報発信に取り組むことでネガティブイメージを払しょくする必要があります。

■図表Ⅱ-3-1 【県外在住者による米原市の好きなおところ・嫌いなおところ】

■米原市の好きなおところ、好きな場所（選択肢からの複数回答）



■嫌いなおところ、足りないと思うところ（選択肢からの複数回答）



◆ 米原市に関するイメージ調査 調査概要 ◆

調査対象：10～79歳の2,000人 ※滋賀県外在住者に限る。

(近畿地方(600人)、東海地方(200人)、北陸地方(100人)、東京都(100人))

調査方法：インターネット調査

調査時期：2019年11月18日から11月20日まで

出所：米原市に関するイメージ調査結果

■図表Ⅱ-3-2 【中学生・高校2年生相当の米原市で大切にしたいもの・誇りに思うもの】

■大切にしたいもの・自慢や誇りに思うもの

【中学3年生】

- 1位 自然 81.2% (自然・伊吹山・ホテルなど)
- 2位 人 8.9% (人のやさしさ・挨拶)
- 3位 歴史・伝統文化 5.3% (伝統文化等)
- 4位 交通 3.0% (鉄道・駅)
- 5位 暮らし 1.0% (安全)

【高校2年生相当】

- 1位 自然 66.4% (自然・伊吹山・ホテルなど)
- 2位 暮らし 13.3% (安全・のどか)
- 3位 人 10.2% (伝統文化等)
- 4位 歴史・伝統文化 6.3% (伝統文化等)
- 5位 交通 1.6% (鉄道・駅)

◆ 中学生アンケート調査 調査概要 ◆

調査対象：米原市内中学3年生

調査方法：市内中学校での配布・回収

調査時期：2019年7月16日から7月19日まで

有効回答数(回答率)：332(97.6%)

◆ 高校2生相当アンケート調査 調査概要 ◆

調査対象：米原市内在住の16～17歳

調査方法：郵送配布、郵送または持参による回収

調査時期：2019年8月9日から8月31日まで

有効回答数(回答率)：152(37.5%)

出所：市内中学生・高校2生相当アンケート調査

Ⅲ ブランドコンセプトの設定

ブランドコンセプトは、「米原市はこんなまち」といえるキャッチコピーであり、米原市のブランド化を図るための根本となる魅力や考え方を反映した言葉です。ブランドコンセプトを用いることで、まちへの愛着や誇りを醸成し、統一感のある情報発信を行い、更にブランド力を高めるという好循環を生み出します。

1 ブランドコンセプト

本市のシンボルでもある伊吹山は、その雄大な山容や多様な自然環境、歴史的価値ばかりでなく、その存在自体が市内の魅力ある風土形成の根幹をなしています。また、この山と対をなす琵琶湖は、滋賀県のみならず近畿1,450万人の生活を支える「命の水」の供給源となっています。

2015年に策定した米原市シティセールスプランでは、本市と伊吹山の存在を「びわ湖の素」に例え、大都市へのアクセスが高い地域と、自然豊かな地域を合わせ持つ特長を生かした米原流の豊かな暮らしを基にした「びわ湖の素 米原」をブランドコンセプトとして掲げており、引き続きこのブランドコンセプトを継承して総合的なプロモーションを展開します。

ブランドコンセプト

『びわ湖の素 米原』

<エピソード>

生まれたときから伊吹山があった。
ただものではない雪がつもる。
できたての水がこんこんと湧く。
からだもよろこぶ四季がめぐる。
恋したくなるほどステキな〇〇が育つ。
山から里から湖からの道が結ばれ、つながる人々。
あの人もこの人もこの道を通り日本のモトを育てた。

びわ湖の素 米原
だから

ヒトが生きるにはココチよい。

2 ロゴマーク

ブランドコンセプトと同様に、ロゴマークについてもこれまでのロゴマークを継承します。

このロゴマークは、「一滴の水が宇宙全体を潤す」という意味を持つ「一滴潤乾坤」（いってきけんこんをうるおす）の言葉から「全てのはじまりは一滴の水である」という意味の「乾坤の一滴」という造語からイメージしたものです。

豊かな自然に育まれる水は、永遠のものではなく、自然を守り、磨き続けた結果としてもたらされるものであり、これからも自然を守り、磨き続ける宝石の原石のような存在であることから、水滴と元石がメインモチーフとなっています。

Ver.1



Ver.2



【これまでのシティセールスの取組事例】

●専用ウェブサイトの運用



●米原駅東西自由通路での企画展の開催

●パンフレット、冊子の作成



●シティセールス動画の作成・公開

Ⅳ コミュニケーション戦略

本市に対する関心と評価を高めるためには、単に情報を公表するだけでなく、情報の受け手を意識した内容の検討や情報を受け取った人の意識や行動を変えるコミュニケーション戦略が必要です。

本市の情報を受ける相手方をイメージしながら本市の魅力を効果的に発信するため、次の事項を意識して取り組みます。

1 全体事項

まちのブランドイメージの確立を図るためには、情報の受け手に与えるイメージを揃えて、連携して発信するなど全体の統一感を意識して取り組み、意図的に発信することが必要です。

2015年に策定した米原市シティセールスプランでは、シティセールスの取組の目標として、「雰囲気を作る」「人気を集める」「満足度を高める」の3つを意識して、市内外に向けてプロモーション活動を展開しています。また、ブランドコンセプトの「びわ湖の素 米原」を積極的に活用し、印刷物などにロゴを使用することで、米原市のイメージが分かりづらいという課題の克服に取り組んできました。

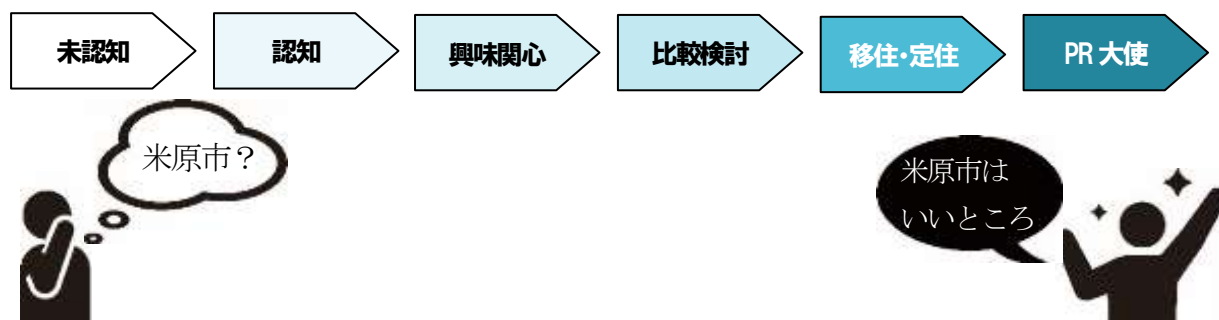
引き続き、ブランドコンセプトの「びわ湖の素 米原」を基軸に米原市の良好なイメージの定着を図るため、ロゴマークの使用による統一感を創出するほか、本市の魅力として伝えるべき内容や背景などを探索・整理し、ブランドコンセプトが示す意味と関連づけるなど全体的なイメージづくりに取り組みます。

2 個別事項

個別の取組では、その目的や内容に応じてターゲットを絞りながら効果的に訴求することが求められます。

米原市への移住・定住事例を基に、米原市を知らない状態（未認知）から自ら米原市の良さを推奨する状態（PR大使）までの行動変容を図式化したカスタマージャーニーマップ¹を参考に示します。ターゲットがいつ、どのような思考で行動するかを踏まえ、訴求段階ごとに打つべき施策を把握して取り組み、効果を高めます。

【移住・定住を例とした訴求段階（ステージ）の変化】



¹ マーケティングに用いられる分析手法の1つ。商品やサービスの顧客の「行動」「心理・感情」「課題」を認知から購入に至るまでの行動変容をフェーズ毎に可視化したもの

関心 **低**

ステージ	未認知層	認知層	興味関心層(情報検索層)
行動	・「行ってみたい場所」「住んでみたい場所」の情報収集	・「米原市」という単語に気がつく。 ・CM、広告や公式サイトで情報収集	・PC、スマートフォン等で米原市の情報を検索 ・身内や知人から情報収集
思考	米原市を対象として見ていない。	米原市のことを何となく知っている。	米原市の特長や他市との違いなど詳細な情報を知りたい。
施策の視点	認知度向上 イメージアップ	米原市の魅力・特長・良さをPRし、ほかと違う良さを知る。	共感・疑似体験できるコンテンツの提供
主な情報接点	新聞/テレビ/広告	新聞/テレビ/広告/SNS	シティセールスサイト/市公式ウェブサイト/SNS
具体的な取組(例)	・新聞、テレビなどメディア露出の拡大(プレスリリース) ・主要駅における広告掲出 ・インターネット広告の掲出 ・ターゲット層が購読する雑誌等の媒体への広告掲載	・シティセールスサイトのリニューアル ・ウエルカムガイド冊子の発行 ・観光情報冊子の発行 ・SNSで「米原市の良さ」を発信	・魅力を体験・体感できるコンテンツの掲載 ・移住者の体験談のウェブ掲載、冊子製作

高

ステージ	比較検討層	移住・定住決定	PR大使
行動	・自らの希望する暮らしが実現できるか確認 ・他市の状況との比較作業 ・移住セミナー等に参加 ・家族と相談	・不動産業者との契約 ・引っ越し、移住手続	・まちづくりに積極的に参画 ・まちの魅力を自ら発信
思考	より具体的な情報収集や実際に訪問して自分の希望に合っていることを確認したい。	米原市に住むことを決める。	米原市の良さや魅力を広めたい。魅力と活力のあるまちを維持したい。
施策の視点	まちに接触する機会の提供	まちからの「おもてなし」の提供	情報共有・市民参加・協働
主な情報接点	シティセールスサイト/口コミ/SNS(特にコメント)	市公式ウェブサイト/広報まいばら/伊吹山テレビ	広報まいばら/伊吹山テレビ/会議・イベント参加
具体的な取組(例)	・移住セミナー・魅力発見ツアーの開催 ・接遇、おもてなしの向上 ・地域や地域の人とのつながりの構築	・地域住民が主体的に進めるまちづくりの推進 ・協働のまちづくりの推進 ・地域コミュニティの醸成	

V 分野別のブランド化

1 分野別の取組方針

本市には、多彩な魅力があります。本市のブランドコンセプトが多くの人々から共感を得られ、米原ブランドとして確立し、本戦略の目指す姿を達成するためには、「どの分野に注力して魅力を伝えるか」、「どの分野の魅力を優先して磨いていくか」を整理して重点的に取り組むことが必要です。本市の強みを伸ばし、弱みを強みに変えるため、本市の特徴的な魅力を5つの分野に区分し、それぞれの取り組む方向性を示すことで、まちのブランド化への効果を高めます。

自然・癒し

伊吹山や琵琶湖など豊かな自然や水の恵みは本市の最大の魅力です。また、豊かな自然を市民協働により保全する取組や豊かな自然を活用し、都会にはない非日常の「癒し」をもたらすコト体験へと活用する取組が盛んであり、自然を守り、生かす「自然とともにあるまちづくり」を進めます。

取組方針

- ・「びわ湖の素」を育む水源の里として「水の聖地」を目指す。
- ・豊かな自然や貴重な動植物を守る。
- ・自然に触れる・体感する機会をつくる。



歴史・伝統

石田三成ゆかりの観音寺や徳源院などの歴史資源をはじめ、豊年太鼓踊や米原曳山祭、戦国ロケット「流星」など伝統行事も多く、本市の歴史あるまちのイメージを形成しています。先人が守り伝えきてきた歴史や伝統を継承する人材を育成しつつ、それぞれの特性に応じて時代に合った新たなサービスや価値として来訪者などに提供することで、歴史と伝統のあるまちとしてのイメージの拡大を目指します。

取組方針

- ・歴史・文化資源、景観資源を活用する。
- ・伝統技術、伝統文化に触れる・体感する機会をつくる。
- ・地域に受け継がれる文化や伝統を継承する。



食・匠

伊吹そばやピワマスなど、本市ならではの食材や上丹生の木彫、近江真綿など伝統ある地場産業があります。地域ブランド調査では、産品購入意欲度が922位と特に低いことから、食のブランド化や地場産業をコト体験へ結びつけるなど競争力を強化し、まちの魅力の向上や地域の稼ぐ力へとつなぎます。

取組方針

- ・米原市ならではの食を磨く。
- ・特産品、お土産の価値を高める。競争力を高める。
- ・地域ならではの食文化や伝統産業を継承する。



スポーツ・アウトドア

全国屈指のホッケー施設を有する強みを生かし、ホッケーを基軸としたにぎわいづくりを推進します。また、都市部とのアクセスの良さを生かしながら、スキーやキャンプ、サイクリングなどのアウトドアを活用したまちづくりを推進し、スポーツ・アウトドア分野を強みとしたまちづくりを推進します。

取組方針

- ・アウトドアや自然体験型アクティビティを磨く。
- ・ホッケーを基軸としたにぎわいづくり
- ・スポーツ・アウトドア関連企業等の集積を図る。



子育て・ライフスタイル

都市部への良好なアクセス性と豊かな自然を有する本市の特性を生かして、ほかにはない米原流の豊かな暮らしができるまちとして魅力を発信します。また、子どもが自然に親しみながらのびのびと育ち、地域とともに子どもが育つ喜びを分かちあえる、真に「子育てしやすいまち」を目指して取り組み、若者世代に選ばれるまちとしての評価を高めます。

取組方針

- ・良好な交通アクセスを生かした米原独自のライフスタイルの提案と発信
- ・県内一子育てしやすいまちづくりの推進（子育て・教育環境の充実）
- ・米原駅周辺開発を契機とした米原市の新たな都市イメージの発信



2 人づくりの推進

地域資源の魅力と価値を知り磨き上げる人、伝統文化を誇りに思い継承する人、魅力的な地域資源や伝統文化の魅力を自ら発信する人、来訪者に対して暖かいおもてなしをする人など、本市が有する様々な魅力は多くの「人」によって支えられています。

米原市の魅力と価値を発信し、次世代に引き継ぐため、人づくりを進めるとともに、本市への来訪者への温かいおもてなしを充実し、まちの良好なイメージの構築や更なる来訪を図ることで将来的な移住・定住につなげます。



dakara