

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

阿賀町観光拠点推進プロジェクト

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

新潟県東蒲原郡阿賀町

### 3 地域再生計画の区域

新潟県東蒲原郡阿賀町の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地域の現状

##### 【地理的及び自然的特性】

本町は、新潟県の東部に位置しており、町の中央を一級河川である阿賀野川とその支流の常浪川が流れ、その川に沿って山林や田畑が広がる人口約1万人の町である。

本町は、多くの観光客が訪れる福島県会津若松市と新潟県新潟市のほぼ中間地点に位置している。2つの観光地を繋ぎ、本町内を横断するJR磐越西線を利用すれば、会津若松市から本町中心部にある津川駅までは約90分、津川駅から新潟駅までは約90分で到達することができ、新潟県から福島県までを繋ぐ全長210kmほどの磐越自動車道を利用すれば、会津若松市までは約60分、新潟市の中心部までは約45分で到達することができる。

本町には、豊かな自然が広がり、夏は公園やキャンプ場、冬はスキー場、観光客やレジャー客を迎い入れる宿泊施設や飲食施設等が町内に点在している。また、周囲を山で囲われている本町では、深い谷間に常浪川などの清流が流れ、昼と夜の温度差が大きく、この自然条件が本町の特産である「コシヒカリ」を育てている。出荷量は多くないものの品質については新潟県内でも高い評価を受けている。町内に

ある2軒の酒蔵では、この米を原材料として日本酒を製造しており、これらは、ふるさと納税の返礼品として人気が高い。

## 【人口】

本町は2005年に津川町・鹿瀬町・上川村・三川村の4町村が新設合併し、発足したが、近年は人口減少と高齢化に悩まされている。1980年には20,280人であった人口は年々減少し、2005年には14,703人、2020年には9,960人まで減少している。

国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、本町の人口は2030年にはさらに約0.7万人にまで減少し、1980年時の約3分の1になると推計されている。さらに2040年には約0.5万人にまで減少するとされている。

本町の年齢3区分別の人口推移をみると、年少人口（14歳以下）は1980年には3,857人であったものが2020年には673人、老年人口（65歳以上）は1980年には3,209人であったものが2020年には4,945人となっており、少子高齢化が進んでいる。生産年齢人口（15～64歳）についても1980年には13,214人であったものが2020年には4,347人となっている。新潟県全体で33%である老年人口比率は、本町では49.9%となっており、老年人口が半数を占めている。本町は、近隣市町村（新潟市で29.8%、五泉市で36.4%）と比較しても高齢者の割合が高い。

人口減少や高齢化の主な要因としては、社会動態と自然動態の2つの影響が考えられる。

社会動態をみると、2005年には転入者322人、転出者432人と100人の転出超過であったものが、2015年には転入者159人、転出者278人の119人の転出超過、2020年には転入者153人、転出者299人の146人の転出超過となっており、転出超過の傾向が年々強まっている。特に注視すべきは、22歳までの若年齢層については、2005年には52人、2015年には51人、2020年には49人の転出超過となっていることである。これは、町内に魅力的な就労先が少なく、若年齢層が新潟市等の近隣都市圏や東京都等の大都市圏へ転出しているためであると考えられる。

自然動態をみると、主に若年齢層の減少に伴い、出生数が減少している。1995年には131人であったが、2005年には78人、2020年には27人まで減少している。一方、高齢化により死亡数は、1995年には214人、2005年には198人、2020年には279人と増加し、その差は拡大傾向にある。

## 【産業】

本町の産業分類別の就業者数をみると、2009年の就業者数の多い順に、卸売業・小売業では727人で全体の20.5%、建設業が688人で19.4%、製造業が508人の14.3%、宿泊業・飲食サービス業が401人の11.3%、医療・福祉が344人で9.4%であったが、2016年には建設業が660人で22.2%、卸売業・小売業が544人で18.3%、製造業が434人の14.6%、医療・福祉が320人の10.8%、宿泊業・飲食サービス業が313人の10.5%であった。大きな変化としては、2009年には首位が卸売業・小売業であったものが2016年には建設業に入れ替り、僅差ではあるが医療・福祉と宿泊業・飲食サービス業が入れ替わっている。新潟県全体の建設業の割合は2016年で10.8%であるのに対し本町では22.2%と割合が高くなっている。一方、人口減少や観光客減少の影響を直接受ける卸売業・小売業や宿泊業・飲食サービス業の割合が低下している。

事業所数と就業者数の推移を見ると、事業所数では2009年に698事業所であったが、2016年には584事業所に減少し、その減少に伴い就業者数も2009年から2016年の間に569人減少している。

## 【観光資源・地域資源】

本町には、今後活用が期待される観光資源・地域資源が数多く存在する。さらなる活用が期待される観光資源・地域資源としては、小売施設や飲食施設を備え、遊覧船乗降所を併設する道の駅「阿賀の里（あがのさと）」及びJR磐越西線津川駅から徒歩圏内にある「津川商店街（つがわしょうてんがい）」が挙げられる。

阿賀の里は、本町の有力な観光コンテンツである阿賀野川遊覧船の発着所であることや、魚や乾物等を扱う小売施設や飲食施設を備えていること、国道に面していること等により、本町の観光振興における重要拠点に位置付けられてきた。

しかしながら、その阿賀の里も2017年には210,100人を誘客していたものの、2021年には9,120人に減少し、施設の存続が懸念されている。阿賀の里にテナントとして鮮魚や乾物等を販売していた企業が2020年6月に撤退する等、阿賀の里は開業27年を迎えた今大きな転換期に突入した。

同様に津川商店街も、転換期を迎えている。「つがわ狐の嫁入り行列」は商店街内にある狐の嫁入り屋敷に合わせて、全国から毎年5万人の観光客を集める人気の観光資源である。イベントが催行される時期以外は一部の店舗を除いて主に町民が

利用客であるが、年々利用客数が減少傾向にあり、シャッター商店街化が進んでいる。この商店街は、JR磐越西線津川駅から徒歩10分圏内にあり、伝統的な日本家屋の建築仕様である雁木（がんぎ）発祥の地として、旧会津街道宿場町の面影を残している。

活用されていない観光資源・地域資源としては、廃校となった「旧神谷分校（きゅうかみたにぶんこう）」や新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、現在は営業を休止している「あすなろ荘」が挙げられる。

旧神谷分校は、越後街道から県道に入った山の奥にある廃校である。2007年3月に廃校になったこの学校の周辺では、様々な種類の山菜が採れることが知られており、廃校時には雰囲気のある木造校舎ゆえに新たな活用が望まれ検討されたものの、資金工面の難航等の理由で、現在に至るまで最低限の保守がされる程度に留まっており、建物も年々傷みが目立つようになっている。校舎に隣接する体育館は災害時の避難所に指定され、地域で開催されるイベントの会場としても活用されているが、木造校舎の活用を望む声は、廃校から15年たった今もなお聞こえてくる。

あすなろ荘は、温泉を備えた宿泊・飲食施設である。施設内を通る広谷川に渡された橋は、直下に川の流れを望むことができる。新型コロナウイルス感染症拡大を受けて営業休止となる前は、春は新緑を、夏は涼を楽しむ客が訪れ、秋と冬には温泉で癒しを求める客で賑わっていた。元客室には、洋風と和風の2種類があり、様々な観光客のニーズに応じてきた。

#### **【観光客】**

本町の観光客数は2019年には80万人であり、2005年の172万人に比べると数は半減している。その理由として挙げられるのが、磐越自動車道の開通による観光動線の変化である。以前は会津若松市と新潟市を訪れる観光客が、移動経路として本町内の国道を利用する際に、本町にも立ち寄ることがあったが、1997年に磐越自動車道が開通し、本町が観光導線から外れたことで、国道の通行量、観光客数が減少した。その一方で、磐越自動車道の開通により東京都をはじめとした首都圏や東北の大都市圏からの観光客が増加することになった。2019年の約80万人の観光客数のうち約25万人が首都圏や東北の大都市圏からの観光客であった。

## 4-2 地域の課題

### 【概要】

4-1に記載のとおり、このまま人口減少が続けば、2040年には本町の人口は5,494人にまで減少するとされている。特に若年齢層の転出超過が顕著であり、若年齢層の減少は、更なる人口減少や高齢化を引き起こす。また、事業所数や従業員数の減少が進んでいることは、地域産業の衰退が表出していると捉えられる。こうした人口減少や産業の衰退は、税収の減少にも繋がり生活インフラの維持や更新に多大な影響を及ぼすことは確実である。

## 4-3 目標

4-2の課題を解決するため、阿賀の里、津川商店街、あすなる荘、旧神谷分校を、本町の観光振興戦略における重要拠点として位置づけ、関東や東北の大都市圏に向けて、本町ならではの自然や食を楽しむ体験型観光コンテンツを整備していく。

交流人口である観光客を誘致することにより、本町の知名度を上げ、本町へのリピーターの増加を図ることで、本町のファン層を増やしていく。ファン増の厚みが増していけば、交流人口が関係人口となり、本町内において観光に関する新たなビジネスや新たな雇用が生まれ、交流人口は最終的に定住人口に移行していく。

交流人口を増加させることによって生じる直接的な経済効果を町内に行き渡らせ、町内において新たな雇用や新たなビジネスを創出することで、定住する者の就職先を確保する。定住者が増えることにより、町内に新たな経済的効果が生み出され、正の循環を構築していく。

観光消費の活性化により産業の促進を図り、観光を起点にした賑いの創出と、まちづくりの実現を目指す。

## 【数値目標】

5-2の ①に掲げ る事業	K P I	現状値 (計画開始時点)	目標値 (2024年度 )	達成に寄与する 地方版総合戦略 の基本目標
阿賀町観 光拠点推 進プロジ ェクト	観光入込客数(年)	500,000	1,100,000	基本目標4
	創業・起業者数(年)	2	3	基本目標3
	地場商品×地域資源による 商品開発・特産品ブランドの 開発(年)	1	2	基本目標4
	移住・定住世帯(年)	0	3	基本目標3

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5-1 全体の概要

5-2のとおり。

### 5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

- まち・ひと・しごと創生寄附活用事業に関連する寄附を行った法人に対する  
特例(内閣府)：【A2007】

#### ① 事業の名称

阿賀町観光拠点推進プロジェクト

- ア もっと観光客を誘致する事業
- イ もっと雇用を創出する事業
- ウ もっと魅力ある特産品を創出する事業
- エ もっと移住定住を促進する事業

#### ② 事業の内容

- ア もっと観光客を誘致する事業

多くの観光客が訪れる新潟県新潟市と福島県会津若松市間を1つの観光  
動線とし、その中間に位置する本町へ観光客を誘致する事業

【具体的な事業】

・阿賀の里を活用した観光基盤拠点兼情報発信拠点の整備

本町における観光情報のとりまとめとデジタルを駆使した情報発信を行う施設として、観光客に知名度を有する阿賀の里を整備する。

阿賀の里は十分な施設内スペースを有していることから、自然、特産品及び食、歴史、温泉等幅広く、かつ自由度が高い方法で情報を発信することが可能である。

観光情報を発信する手段としては以下のようなものが考えられる。

- ①非接触型タッチパネルによる感覚的操作による観光情報へのアクセス
- ②接する情報で変化する、色合いや明るさ、香りの視覚・嗅覚的な効果
- ③接する情報で変化する、音の大きさや領域の区別等の聴覚的な効果
- ④全ての観光情報に漏れなくアクセスできるような館内導線の設定
- ⑤食べ歩き可能な特産品の試供と販売

五感（視覚、聴覚、触覚、味覚、嗅覚）に訴えるような整備をすることで観光情報自体をコンテンツ化し、観光客に印象付ける。

観光基盤拠点兼情報発信拠点として、阿賀の里を整備する目的は、観光客を本町内に点在する観光資源・地域資源に回遊させることにある。

イ もっと雇用を創出する事業

地域密着の産業であり産業特性として裾野が広い観光業をはじめとして、様々な分野に魅力ある仕事の間を創出する事業

【具体的な事業】

・グリーンツーリズム基盤拠点構想事業

本町の強みである豊かな自然を生かした体験アクティビティ施設として、阿賀の里と旧神谷分校を整備する。

阿賀の里については、敷地を活用し、本町におけるグリーンツーリズムのエントリーゾーンを整備する。具体的には、阿賀の里の前を流れる阿賀野川、周辺の自然と触れ合う体験アクティビティ施設、子育てファミリー層をメインターゲットとした親子で楽しめる屋内施設、水をテーマにした体験アクティビティ施設の整備等である。

旧神谷分校については、豊かな自然を活用し、緑の中での教育「緑

育」をテーマに、周辺の森林を生かしたスポーツ体験アクティビティ施設の整備、木造校舎が醸し出す雰囲気を生かすべく、大人が昔懐かしい童心に帰って子供の頃の遊びを楽しめる「大人も子供も楽しめる昔の学校」体験施設を整備する。ターゲットは中高年のグループ層や中高年の親を含むファミリー層である。

これらの取り組みによって、阿賀の里や旧神谷分校には新たな雇用が生まれることになる。それぞれの施設には、数名ものスタッフやガイドなど現場要員が必要となるほか、マーケティング担当や、事務員も必要となる。これらの人員の採用条件は本町の町民であることを必須の条件とする。

本事業は、阿賀町地方版総合戦略の基本目標の基本目標3「新しい人の流れをつくり、地域との交流を築く」の「定住支援の推進と関係人口の創出」に位置付けられる事業であり、当該基本目標のKPIである「定住支援制度を活用して移住した世帯数」及び基本目標4「地域の特性を活かした稼ぐまちをつくる」の「生産基盤の強化」に位置付けられる事業であり、当該基本目標のKPIである「特産品の販売額」の達成にまさに寄与するものである。

#### ウ もっと魅力ある特産品を創出する事業

本町で収穫される優れた品質の米の生産と米を加工した商品の開発、郷土料理や地域食材を活用した魅力ある特産品を創出する。

##### 【具体的な事業】

- ・特産ブランド品の開発（域内農産品×域内加工×域内・域外販売）

本町では、米の生産と米を加工した商品の生産が盛んである。中でも最も人気が高いのが、米の加工品である。魅力ある特産品を生み出すためには、他地域にある特産品とは異なる魅力を備えた特産品の開発や、開発した特産品と本町由来の特産品である日本酒を組み合わせた飲み方等を工夫して提案すること等が効果的であると考え。これらを実行するためには、既存の飲食スペースの改装や、研究開発用の厨房設備の導

入等が重要となる。飲食スペースは新たに開発する特産品の内容に合わせて、設えを検討していく。

本事業は、阿賀町地方版総合戦略の基本目標4「地域の特性を活かした稼ぐまちをつくる」の「特産品開発と「阿賀町」ブランド化」及び「生産基盤の強化」に位置付けられる事業であり、当該基本目標のKPIである「阿賀町ごっつお認定」、「特産品の販売額」、「6次産業化農産物数」の達成にまさに寄与するものである。

## エ もっと移住定住を促進する事業

空き家・遊休施設を活用した官と民、関係人口が集う交流基盤拠点、スタートアップ企業への利用促進により、移住定住を促進する事業

### 【具体的な事業】

#### ・津川商店街の空き家を活用したコミュニティスペースの整備

津川商店街には、本町が発祥の伝統的な日本家屋の建築仕様である雁木を備えた古民家が軒を連ねる等風情のある街並みが今も残る。津川商店街にある空き家を、官と民が集う交流基盤拠点や移住定住を促進する事業の基盤拠点として、また本町内の歴史文化資源の活用を統括する施設として活用する。施設の設えは、立ち寄った者同士の交流が自然と促進され、偶発的なアイデアが生まれるような、気軽に立ち寄れるカフェのような飲食施設とする等の工夫を行う。

#### ・交流人口・関係人口獲得のためのワーケーション施設の整備

新型コロナウイルス感染拡大を受けて客足が遠のき営業休止となっている温泉付き宿泊・飲食施設であったあすなる荘をワーケーション施設として整備する。

元客室には、洋風と和風の2種類があるため、その個室を生かしたプライバシーを重視したテレワーク施設として整備し、ワーケーション需要に応じていくとともに、観光客を取り込めるような施設としての整備も進める。

具体的には、ファミリー層が当該ワーケーション施設を利用した場合

は、両親が元客室であったテレワークスペースで仕事をする間、子供たちは川遊び等の体験アクティビティに参加し、食事は親子揃って、併設の飲食施設で本町の特産品を使用した料理を楽しみ、本町内にある宿泊施設に宿泊することができるような整備を行う。

また当該ワーケーション施設を、関係人口を囲い込むための施設として整備もする。宿泊施設であったあすなろ荘には元客室の個室があることから、個室を関係人口に解放することによって、滞在先としての魅力を向上させることが可能になる。ワーケーション施設の運営においても、関係人口との協力体制の構築は重要な取り組みである。

以上の事業を完遂することにより、新潟市や会津若松市を訪れる観光客を本町に引き込むための起爆剤にする。新潟市は年間約1,100万人（令和2年度実績）、会津若松市は年間約92万人（令和2年度実績）の観光入込客数であるのに対して、本町は年間約50万人（令和2年度実績）の観光入込客数であることから、それぞれの観光地から僅か5%を誘致するだけで、本町の観光入込客数は倍増することになる。実際、コロナ以後は本事業で取り組むようなグリーンツーリズムなど屋外でのアクティビティの人気の高まっていることから、本町が有する豊かな自然を生かすべく観光資源を整備することや、本町の弱みの1つである情報発信を強化し、本町の魅力を余すことなく、かつ効果的に発信することで、観光入込客数の増加は実現することが可能であると考えている。

そのためには、新潟市と会津若松市を繋ぐ観光動線を意識した観光ルートを開発することが重要である。観光客の滞在時間を長くし、観光消費額を上げるためにも、本事業において宿泊を前提とした観光ルートを設定し、観光客に向けて提案していく。

一連の取り組みに当たっては、ホームページやSNS等のWebプロモーションコンテンツを活用することで、全世代の観光客に向けた効果的な情報を発信していく。情報発信の対象は、主に東北地区、北関東地区そして関東地区からの観光客を想定している。

季節別の集客対象としては、ローシーズン(冬)は主に近隣県、ハイシーズン

(まとまった連休等)は主に首都圏や大都市圏、ミドルシーズン(ハイ・ロー以外)は首都圏や大都市圏を中心に近隣県からも集客することとする。

③ 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の【数値目標】に同じ。

④ 寄附の金額の目安

200,000千円(2022年度～2024年度累計)

⑤ 事業の評価の方法(PDCAサイクル)

毎年度8月頃に農林業関係者、金融、学校、観光関係者等の外部有識者による効果検証を行い、翌年度以降の取組方針を決定する。検証結果については速やかに本町HP上で公表する。

⑥ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日から2025年3月31日まで

**6 計画期間**

地域再生計画の認定の日から2025年3月31日まで