

基本目標 2 北上との縁やつながり、地域資源を活かしひとの交流を生み出す「まち」を創る

数値目標	基準値 (H26)	目標値 (H31)
転入超過人数	865 人 (H22~26 までの計)	1,063 人 (H28~32 までの計)

基本的方向

本市の転入数はピーク時の年間約 4 千人から 3 千人まで減少し、転出超過となる年が発生しており、これからは本市に居住する人の転出を抑制する取組みと本市への転入を促進する取組みの両輪により、移住・定住促進につなげていくことが必要です。

そこで、住民に対する地元への愛着と誇りを醸成する取組みに加え、北上市への移住・定住を潜在的に希望している人たちに向け、「北上市を知ってもらう」「北上市へ来てもらう」「北上市の魅力を体感してもらう」など本市の認知度向上を足掛かりとし、豊かな地域資源を活用した交流人口の拡大、地元愛着による転出者の U ターン促進など、本市への新しい「ひと」の流れづくりに取り組めます。

【施策の体系図】

北上との縁やつながり、地域資源を活かしひとの交流を生み出す「まち」を創る

施策① 地域の魅力を活かした移住・定住の促進

施策② 人・モノ・情報が活発に行き交う交流・連携の促進

施策③ 女性や若者を中心とした U・I ターンの促進

施策④ シビックプライドの醸成と都市ブランドの確立

施策① 地域の魅力を活かした移住・定住の促進

ゆとりや安らぎのライフスタイルをおくれる環境や伝統文化、人々の絆などそれぞれの特性を活かした交流人口の拡大を図り、地域資源の発掘による商品化・高付加価値化によるコミュニティビジネスの創出など地域が持つ潜在的な力を魅力に変えることで、個性豊かで「ひと」を惹きつける住み続けたいまちをつくります。

具体的な取組み	重要業績評価指標	基準値 (H26)	目標値 (H31)	総合計画との関連
○地域力を活かした移住・定住の促進	定住化促進事業の取組地域数	4 地域	7 地域	【施策 6-2-2】 地域が連携し共生するまちづくりの推進
	地域おこし協力隊の定住率	—	100%	

施策② 人・モノ・情報が行き交う交流・連携の促進

北上市の美しい自然や田園景観、伝統芸能、郷土料理、特産品などの地域資源が持つ魅力をニューツーリズムの視点から有機的に活用し、都市と農村交流、ものづくり観光、スポーツ観光などと結びつけながら、「北上市に訪れてみたい」人たちを増やす取組みを推進するほか、観光産業各団体の連携を図り、まち全体が一体となり「おもてなしの心」で来訪者を迎える環境づくりに努めます。また、住民の暮らしを支える情報発信やシティプロモーションの観点から、地域の魅力を知ることによる「地域への愛着と誇り」を醸成させるための域内・外への情報発信手段として「あじさい型地域情報システム」を構築し、「人」「モノ」「情報」の活発な交流を促します。

具体的な取組み	重要業績評価指標	基準値 (H26)	目標値 (H31)	総合計画との関連
○多様な主体が連携したおもてなし環境の整備	年間観光客数	1,394 千人	1,960 千人 (H32)	【施策 3-2-4】 地域資源を活かした 観光の振興
○地域資源の再発掘・新たな付加価値の創出による 交流人口の拡大				
○芸術文化、スポーツを通じた北上市の魅力体感	産業観光客数	35 千人	37 千人	
○あじさい型地域情報システムの構築				

施策③ 女性や若者を中心としたU・Iターンの促進

本市の特徴として進学期・就職期の転出が顕著であり、特に女性の転出が近年著しい。人口減少への対策として、女性や若者の確保は急務であることから、県内・外からの女性U・Iターン⁸の促進や県内大学等関係機関との連携を強化し、若者人材の地域定着を促すとともに、今後ますます需要が高まる医療、介護、保育人材の確保に向け、市外（県内、仙台都市圏、首都圏等）からの移住・定住プロモーションを展開します。

具体的な取組み	重要業績評価指標	基準値 (H26)	目標値 (H31)	総合計画との関連
○女性人材等地域産業の担い手の確保 ○医療・介護・保育人材の確保	女性の就業者数	17,453 人 (H22)	18,590 人 (H32)	【施策 3-4-1】 雇用環境の向上
	市内企業インターンシップ受入人数	—	400 人	【施策 6-7-1】 シティプロモーションの推進
	北上市無料職業紹介マッチング数	1 件	10 件	

施策④ シビックプライドの醸成と都市ブランドの確立

北上固有の資源等を再確認し、その魅力を市内・外へ効果的に伝え、北上に「住んでいる人」、「住みたい人」、「訪れる人」が北上への愛着や誇りといった帰属意識を強く持ち、自ら地域の魅力の創造や発信の活性化を促し、北上の認知度やイメージの向上に繋げ、都市のブランドを確立します。

具体的な取組み	重要業績評価指標	基準値 (H26)	目標値 (H31)	総合計画との関連
○シティプロモーションの推進	これからも北上市に住み続けたいと思う人の割合	90.9%	90%以上	【施策 6-7-1】 シティプロモーションの推進

⁸ U・Iターン；出身地から転出した後、再度出身地に戻って住む（Uターン）、出身地に関係のない地域に住む（Iターン）ことを言う。