活力と魅力に満ちた 元気なまち

日本一の筆産地であるという誇りを持ち、筆づくりの技術やそれにまつわる歴史・文化を日本は もとより、世界に向けて発信するなど、熊野筆のブランド化を一層推進します。

また、町民の豊かな暮らしを実現するため、起業支援や企業誘致など新しい産業の育成、就業機会の創出に取り組むとともに、本町の文化や人材などの地域資源を有効活用し、広域的な連携も踏まえながら、観光・交流機能の充実を図り、活力と魅力に満ちた元気なまちづくりを進めます。

基本目標概要

基本施策 1 移住・定住の推進

- 1 定住に関する情報提供・相談の充実
- 2 定住支援制度の検討
- 3 地域資源の活用
- 4「まち」のブランド創出

基本施策2 商工業の振興

- 1 中小企業・小規模事業者への支援
- 2 商店街の賑わいづくり
- 3 商業空間の整備

- 4 地域産業の育成
- 5 新たな取組への支援

基本目標3 の構成

基本施策3 観光の振興

- 1 筆の里工房の魅力アップ
- 2 観光推進体制の強化
- 3 魅力ある観光・交流の推進
- 4 各種イベントの実施
- 5 多様な媒体による観光情報の提供
- 6 熊野町観光協会(仮称)の創設
- 7 熊野町観光まちづくり計画 (仮称)の策定

基本施策4 雇用の促進

- 1 雇用機会の確保
- 2 起業の支援

3 優良企業の誘致

基本施策5 熊野筆ブランドの充実

- 1 熊野筆ブランドの振興
- 2 熊野筆事業協同組合の支援及び 連携
- 3 需要開拓や新たな商品開発の支援
- 4 ふるさと納税を生かした熊野筆のPR

指標一覧

●表4-18 基本目標3に該当する重点目標達成指標(KGI)

指標名	現状値	目標	
	(令和元年)	(令和7年)	(令和12年)
人口の社会増減	▲93人	▲45人	±0人
入込観光客数	106,172人	150,000人	200,000人
ふるさと納税寄附件数	1,231件	1,300件	1,400件
熊野筆のブランド戦略の満足度	42.4%	45%以上	50%以上

●表4-19 まちづくり指標(KPI)

各KPI達成により KGI達成を目指す



七	目標値	
	(令和7年)	(令和12年)
定住促進イベント参加者数	2,000人	2,500人
人口千人あたり年間商品販売額	7.5億円	8.0億円
製造品出荷額等(従業者4人以上の事業所)	285億円	286億円
商工会会員数	440人	450人
筆の里工房年間来館者数	70,000人	80,000人
町外情報発信拠点数	3箇所	3箇所
熊野町 P R 動画公開本数	10本	15本
創業支援相談年間件数	30件	35件
就職ガイダンス参加事業所数	17事業所	22事業所
ふるさと納税リピート率	3.5 %	5.0%
製筆技術研修参加者数	15人	20人
ブランド推進研修会開催数	2回	3回

基本施策1:移住・定住の推進







現況と課題

- ●全国的に人口減少や少子高齢化が進む中、本町においても人口が減少傾向で推移しており、今後も減少が続いていくことが予想されます。特に10歳代後半から20歳代にかけて就学や就労による転出が多い状況となっています。人口減少の克服を図るためにも、若い世代が住みやすいまちづくりを進めていく必要があります。
- ●若い世代がまちに興味を持ち、集い、楽しく過ごすことができるよう、魅力的なイベントの開催や、 交流する機会を提供していくことが求められています。
- ●活気のある暮らしやすいまちのPR活動として、地域の公共施設で定期的なイベントを開催しています。さらに、定住促進パンフレットを作成し、定住関連のイベント・フェアなどで住環境等について紹介しています。
- ●子育て世代の定住を促進し、地域の活性化を図るため、平成25年度から住宅の購入に対する助成を行っています。また、くまの・こども夢プラザに「移住体験施設」を整備し、移住を検討している方に対して「体験」ができる環境を整えています。こうした移住体験の場やイベント等を積極的に活用し、移住を検討している方へまちの魅力をPRしていく必要があります。

具体的施策

1 定住に関する情報提供・相談の充実

- ◎ホームページやSNSを活用した定住情報を、子育て世代を中心に積極的に提供するなど、UIJターン※73を促進します。
- ○定住に向けた就業情報の提供を行うとともに、定住に係る事柄についての相談や町内の不動産業者等と連携した空き家情報の提供など熊野町に住みたい人に対する支援体制の充実を図ります。

2 定住支援制度の検討

- ◎移住者を呼び込むため、子育て・住宅・就業・生活環境などの各場面において、定住を支援する制度を検討します。
- ○くまの・こども夢プラザに整備した移住体験施設を有効活用し、本町への移住を検討している方に対して体験の場を提供します。
- ◎進学で町外に転出する場合に、卒業後のUターンを条件とした有利な奨学金返還助成制度を設ける など、熊野町に若者が戻ってくる施策を検討します。

3 地域資源の活用

◎定住・交流の促進に向けて、各イベントにおいて賑わいを創出するとともに、各種地域資源を活用しながら本町へ興味を持っていただけるよう取り組みます。

◎空き家・空き地等の既存ストックを、生活サービス施設や地域のコミュニティの拠点施設として活用し、近隣住民による利用の促進を図る取組について研究します。

4「まち」のブランド創出

○多くの方に選ばれる「熊野筆」のブランドがあるように、住むところ(移住地・定住地)として積極的に 候補地となれるよう、総合的な「まち」のブランドイメージを創造するために、子育て・教育・福祉・観 光など幅広い分野で施策を展開、情報発信していきます。

まちづくリ指標(KPI)

●表4-20 移住・定住の推進に関するまちづくり指標(KPI)

指標名	現状値 (令和元年)	目標値	
		(令和7年)	(令和12年)
定住促進イベント参加者数	1,500人	2,000人	2,500人





子育て世代向けのイベント(くまの・こども夢プラザ)

第2項

基本施策2:**商工業の振興**









現況と課題

- ●人口減少などによる購買力の低下や大型店舗の進出などを背景に全国的に既存の商店街の活力の低下が進んでいます。さらに経営者の高齢化や後継者不足等もあり、商店街の運営はもちろん、存続自体も危ぶまれる状況となっています。本町においても同様の状況にあり、対策を講じる必要があります。
- ●本町の平成28年における産業別就業者数では、筆産業など「その他の製造業」が最も多く、次いで「輸送用機械器具製造業」となっています。また、産業別事業所数では、「その他の製造業」が最も多く、次いで「飲食店」「洗濯・理容・美容・浴場業」となっています。
- ●本町では商工会との連携により、中小企業や商店街の活性化に向けた取組を進めています。一方で、商店街などの後継者の確保や人材育成などは行えていない状況であり、今後商工会との連携を強化しながら、商業環境の変化に対応できる魅力的かつ地域性のある商業活動の促進につなげる必要があります。

具体的施策

1 中小企業・小規模事業者への支援

- ◎中小企業の経営の安定を図り、企業活動や商店街の活性化を促進していくとともに、後継者確保、人材育成のため、商工会の活動を支援するとともに、連携を強化します。
- ◎情報ネットワークの有効活用など、常に新しい情報を取り入れながら、経営の近代化・高度化を推進するとともに、各種融資制度の効果的な取組について支援します。

2 商店街の賑わいづくり

○商店街の振興を図るため、商工会と連携し、商店街の活性化に向けた方針とその具体化方策について検討を行うとともに、各種取組について支援します。

3 商業空間の整備

◎空き店舗の活用方法や、共同駐車場、広場、歩道、ストリートファニチャー*75の設置など、快適で魅力ある商業基盤の整備について検討します。

4 地域産業の育成

- ◎まち並みや文化財、筆産業を生かした観光産業や、地域の既存の産品を生かした特産品化、新たな商品開発など、地域の特色を生かした産業の育成を図るとともに、これを支える人材の発掘と育成に取り組みます。
- ◎町民主体で事業展開が行えるよう、地域産業の育成支援を行うとともに、町内における機運の醸成 を図ります。

5 新たな取組への支援

◎飲食事業者などの小売店舗におけるキャッシュレス決済**76の導入や、高齢者への宅配サービスへの 対応を見据えたデリバリー・テイクアウトサービス**7の導入など、商業環境の変化に対応した新た な取組について積極的に支援します。

まちづくリ指標(KPI)

●表4-21 商工業の振興に関するまちづくり指標(KPI)

指標名	現状値	目標値	
指保石	(令和元年)	(令和7年)	(令和12年)
人口千人あたり年間商品販売額	7.1億円	7.5億円	8.0億円
製造品出荷額等(従業者4人以上の事業所)	284億円	285億円	286億円
商工会会員数	431人	440人	450人

関連事業

●中小企業の経営の安定に資する事業 ●商店街活性化事業 ●筆職人後継者育成事業



基本施策3:観光の振興









現況と課題

- ●観光は、自然や歴史、文化などの地域資源を活用し、様々な体験を提供することで、地域経済の活性化を図るものです。近年は食文化や健康、自然体験など観光ニーズも多様化しており、そのまちならではの特色ある観光地づくりが求められています。
- ●本町の入込観光客数は、平成26年の約15.2万人をピークに減少傾向で推移しており、平成30年においては豪雨災害の影響もあり特に減少しています。
- ●本町の観光資源は、筆づくりに関連した筆の里工房や筆事業所などのほか、文化財・史跡などが中心となっています。特に筆の里工房では、筆や書画に関する収蔵品が充実してきているほか、隣接場所に観光交流拠点の整備も進められており、今後も筆文化の振興・発信拠点としてさらなる成長が期待されます。
- ●本町における観光のあり方を検討するため、平成30年度に町民を対象とした観光に関するワークショップを開催しています。さらに、町民主体で観光地づくりを進めている地域への視察なども実施しました。今後も町民主体の観光振興に向けて意識づくりや支援体制の強化を図っていく必要があります。
- ●観光情報の提供として、観光パンフレットの更新や新たなポスターの製作、まちを紹介する短編動画などをはじめ、熊野町観光PRキャラクター"ふでりん"を活用した様々なPR活動を行うなどターゲットに応じて様々な広報媒体を用いながら情報発信を行っています。
- ●熊野町は筆産業の町として歴史が長く、特に近年では高品質な化粧筆の産地として注目され、観光面での関心も高まっていますが、観光客が魅力的に感じるコンテンツ*78が十分でない面があります。「観光」を地域が潤う産業の一つと捉え、筆という独自の産業やこれに関わる文化を「観光資源」とした、官民協働による一体的な取組が必要です。
- ●平成30年度から、家庭におけるハーブ栽培方法の紹介や、ハーブを素材としたワークショップ、イベントなどを実施するなど、新たな観光資源の開発を進めてきました。
- ●観光地としてのあり方や熊野筆を活用した取組の方針など、具体的な戦略や目標を設定し、本計画における取組や熊野町観光交流拠点整備構想計画における取組を踏まえ、観光振興を一体的に推進していく必要があります。

具体的施策

1 筆の里工房の魅力アップ

- ◎筆の里工房については、今後の運営・展開計画を定め、筆の博物館として収蔵品の充実など専門性を強化するとともに、誘客の強化を図るため、筆の里工房の周辺に観光交流拠点と都市公園の整備を進めます。
- ◎筆の里工房における企画展・イベントについては、専門性が高いものや、知名度及びアピール性の高いものなど、工夫を凝らし、集客力の向上を図ります。

- ○平成30年度に実施した常設展示のリニューアルで導入した体験型の展示を今後も大切にし、子どもから大人まで楽しめる施設の維持に努めます。
- ◎地域に支えられる施設として、町内の教育関連施設と連携した鑑賞教育等を通じて、熊野町における文化芸術への関心を高める活動や、様々な「美」を支える筆の産地としての文化の振興と発信を推進します。
- ○既存の公共交通機関からのアクセスや町内の他の観光施設等との周遊性を確保するため、超小型モビリティ*79や電動自転車レンタサイクルなどの導入、シャトルバスの運行、周辺市町の観光地と連携した周遊バスの運行などについて検討します。

2 観光推進体制の強化

- ◎地域が一体となった観光推進体制を確立していくため、事業所や関係団体等との連携・協力を強化し、その活動を支援します。さらに、観光交流拠点の整備とあわせ、商工会、熊野筆事業協同組合、自治会など、行政だけでなく地域と連携を図りながら観光のまちづくりを協議・検討していきます。
- ○「美」に関する研究・研修教育・体験施設の誘致など、多様な観光資源の確保に向けた取組を行います。
- ◎宿泊施設の誘致や民泊事業の実施に向けた支援など、滞在可能な場の確保を検討します。
- ◎接客サービスの向上や気配りなど、本町ならではの「おもてなしの心」を醸成するとともに、人材の育成を図ります。

3 魅力ある観光・交流の推進

- ◎町内観光モデルコースの設定、バスツアーの造成、観光資源の組みあわせなど、魅力ある観光メニューづくりを推進します。
- ◎地域の特産物の宣伝を強化するとともに、関係機関、民間団体による新たな「食」や「観光スポット」などの地域資源の開発を支援します。
- ◎観光案内やギャラリー事業を行う熊野町観光案内所「筆の駅」や民間公園であるトモビオパーク、事業所が行う筆づくり体験など、民間の活動と連携した取組を行います。
- ◎「筆」を媒体として、紙の産地など関連地域との交流を検討し、国内外における「筆」のネットワークを 形成します。
- ◎全国書画展覧会やありがとうの絵でがみ大賞など、地域の特色や継続してきたイベント等を支援し、 それを生かした交流事業を推進します。
- ◎インバウンドを呼び込むため、町内の主要観光スポット等に関して、案内看板や展示の解説など外国語表記を普及させるとともに、日本と本町の文化体験やまち歩きなどの観光コンテンツとまちなかでのWi-Fi^{※80}環境の整備を推進します。
- ◎現在の郷土館について、そのたたずまいとこれまで収集された古民具等を生かした古民家カフェや ゲストハウス**81、ミニ物産館(朝市)などへの転用も視野に入れ、地域の活性化と観光コンテンツの 一つとなるよう取り組みます。また、筆づくりの技術とそれにまつわる熊野町独自の文化を文化財と して位置づけ、観光資源としての活用を図ります。
- ◎中溝・出来庭地区付近から筆の里工房周辺に至るまでを「まち並み観光ルート(仮称)」として設定し、まち歩きの観光コンテンツの一つとなるよう地域住民との協働による取組を推進します。
- ○筆の里工房周辺に整備予定の観光交流拠点について、既存の観光資源と連携しながら町外からの観光客はもとより、町民にとっても集い楽しめる場としての活用に取り組みます。

4 各種イベントの実施

- ○「筆まつり」について、商工会等と連携し、まつりのあり方や性格、内容の個性化等について検討し、 より魅力あるものとします。
- ◎新たなイベントの実施にあたっては、筆の里工房事業の多様な活用を図るとともに、連携を強化し、 自然・歴史・産業などの地域資源を活用した町民参加型のイベントの開催を検討します。
- ○呉地域観光連絡協議会、広島宮島岩国地域観光圏協議会等と連携し、広域観光ルートの形成を図るとともに、観光キャンペーンやイベントの共同開催など、連携中枢都市圏制度を活用した広域的な取組を強化します。
- ○「筆まつり」以外の熊野町ならではの要素を持った新たな集客イベントの定期的な開催について、商工会や熊野筆事業協同組合などの関係団体と協議を行っていきます。

5 多様な媒体による観光情報の提供

- ○観光パンフレットやポスターなどの既存の紙媒体での広報や、デジタル技術を活用したSNSや動画配信、仮想現実空間でのまち歩き体験など、様々なツールにより熊野町に興味・関心を惹き、実際の来町観光につながる観光情報の発信に努めます。また、観光地における利便性が確保されるよう、情報提供・案内機能の充実を図ります。
- ◎本町の魅力や観光地をPRする映像コンテンツを活用し、「筆の都・熊野町」の一層の周知を図ります。
- ◎筆文化大使等を通じてさらなる熊野筆の魅力発信を図ります。
- ◎筆文化を様々な手法で発信するために、インターネット内での特設販売サイトの整備支援や、町内にWi-Fi環境を整備し携帯端末からの観光情報が入手できるような環境の整備を推進します。

6 熊野町観光協会(仮称)の創設

○町内の関連事業所と連携して本町の観光の魅力を最大限に活用した様々な取組が円滑に行えるよう、「熊野町観光協会(仮称)」の創設に向けた取組を支援します。

7 熊野町観光まちづくり計画(仮称)の策定

○本計画における取組及び熊野町観光交流拠点整備構想計画を包括する「熊野町観光まちづくり計画(仮称)」を策定し、本町のとるべき観光施策を定め、具体的に推進していきます。

まちづくリ指標(KPI)

●表4-22 観光の振興に関するまちづくり指標(KPI)

指標名	現状値	目標値	
14保石	(令和元年)	(令和7年)	(令和12年)
筆の里工房年間来館者数	45,102人	70,000人	80,000人
町外情報発信拠点※82数	3 箇所	3箇所	3 箇所
熊野町PR動画公開本数	7本	10本	15本

関連事業

- ●芸術文化の振興、筆を生かした文化活動の推進
- ●筆の里工房周辺整備事業 ●熊野町観光案内所 筆の駅事業
- ●ふるさと納税 ●観光人口・交流人口の増加促進
- ●広島宮島岩国地域観光圏事業 ●筆まつり事業 ●SNS活用事業
- ●各種媒体を活用した情報発信 ●広島中央地域連携中枢都市圏事業

関連計画 策定年月

- ●熊野町観光交流拠点整備構想計画
- ●熊野町観光まちづくり計画(仮称)

平成29年3月 策定予定

筆の里工房



世界一の大筆



伝統工芸士を講師に筆づくり体験

筆まつり



筆への感謝を込めた「筆供養」



20畳の特別な布に書きあげる「大作席書」

基本施策4:雇用の促進











現況と課題

- ●わが国における雇用情勢は依然として厳しい状況となっており、特に地方においては、人口減少や 少子高齢化に伴う人口構造の変化により、後継者不足・人手不足の問題が出ています。この問題は 事業者の安定した経営に支障が生じてしまい、事業継続が困難になるほか、企業の新規参入にも 影響が出ます。さらに、産業のグローバル化による国内外の競争の激化などもあり、中小企業など を取り巻く環境は厳しい状況となっています。
- ●本町では、役場や商工会において相談窓口を設置するとともに、創業支援事業計画を作成するなど、創業に向けた支援を行っています。
- ●関係機関との連携のもと、地元就職に向けた啓発及びUIJターンの促進、女性活躍推進、高齢者・ 障害者などの雇用促進に努め、雇用の安定と雇用機会の拡充を進めていく必要があります。

具体的施策

1 雇用機会の確保

- ○ハローワークなどの関係機関や商工会、地元企業等と連携し、就職相談や職業斡旋等の情報提供及 び雇用促進に努めます。
- ○くまの・こども夢プラザで出張相談や就職応援セミナーを県と共催し、女性の就職を総合的に支援します。

2 起業の支援

- ◎産業の高度化・情報化に対応した新たな事業展開に向けて、商工会等と連携し、各種講座の開催等人材の育成やコミュニティビジネス※83の推進などを通じて起業を支援します。
- ◎創業支援事業計画の更新に伴い、引き続き相談窓口の設置を行います。

3 優良企業の誘致

- ◎深原地区及びくまの産業団地一帯を産業拠点として位置づけて、都市計画法における地区計画制度**84の誘導を進め、企業誘致活動の積極的な展開を図ります。
- ◎企業誘致活動に際しては、町民の雇用奨励金制度を創設するなど、雇用の創出にも取り組みます。

まちづくり指標(KPI)

●表4-23 雇用の促進に関するまちづくり指標(KPI)

指標名	現状値 (令和元年)	目標値		
指標 名		(令和7年)	(令和12年)	
創業支援相談年	間件数	24件	30件	35件
就職ガイダンス	参加事業所数	12事業所	17事業所	22事業所
田洋丰米		= \\\		
関連事業	●創業者の支援に関する事	● 耒 		
関連計画 策定年月	●熊野町創業支援事業計画 ●熊野町都市計画マスター			平成27年5月 令和3年3月





くまの産業団地への企業誘致

第5項

基本施策5:熊野筆ブランドの充実









現況と課題

- ●本町では、江戸時代末期から筆づくりが始まり、先人たちの努力と情熱により今もその技術は連綿と受け継がれています。
- ●本町の筆の生産は全国の大部分を占めており、また、昭和50年には毛筆産業としては初めて「伝統的工芸品」の指定を受け、まさに「筆の都」と呼ぶにふさわしい筆づくりの町へと発展してきました。
- ●「熊野筆」は、世界のメイクアップアーティストや書道家に愛される最高級の筆として、本町を代表する産業となっています。
- ●「熊野筆」のブランド価値を高め、多くの方に使っていただけるよう、産業としての維持、発展を目指していくことが望まれています。
- ●熊野筆統一ブランドマークである「Kマーク^{※85}」の活用により、熊野筆のブランド価値のPRや海外製品など他製品との差別化が図られています。

具体的施策

1 熊野筆ブランドの振興

- ◎熊野筆ブランドの価値の向上による競争力の強化を図るとともに、製筆技術の維持と向上を目的とした後継者の育成・確保を図るなど、筆産地としての基盤の強化を支援します。
- ◎筆づくりの技術とそれにまつわる熊野町独自の文化を守り、受け継ぎ、これをブランド力の一つとするため、指定文化財としての登録に取り組みます。

2 熊野筆事業協同組合の支援及び連携

- ○学校教育や観光分野など、まちづくりの多様な分野における組合との幅広い連携・協力・参加を促進・支援します。
- ◎自主的な経営努力を支援するため、各種融資制度や国の補助事業などの情報を提供し、筆産業の活性化を促します。
- ◎熊野筆ブランドの強化を図るため、専門家による定期的な講座や具体的なアドバイスの提供、製筆技術の維持と向上を目的とした後継者の育成・確保など、筆の産地としての基盤の維持向上のための取組を支援します。

3 需要開拓や新たな商品開発の支援

- ◎熊野筆セレクトショップによる熊野筆の知名度の向上の取組と熊野筆事業協同組合による需要開拓への支援を行います。
- ◎医療、福祉、環境などの成長分野と連動した需要開拓や新たな商品開発を支援します。
- ◎他の伝統的工芸品の産地や友好都市協定を結んだ三重県熊野市など、他の地域や自治体同士のつながりを活用し、特産品のコラボレーション商品の開発など新たな取組について推進します。
- ○ふるさと納税における寄附者を対象として実施するアンケートを活用し、寄附者のニーズや返礼品への意見などを事業者にフィードバック**86することで、商品開発等の支援につなげます。

4 ふるさと納税を生かした熊野筆のPR

◎ふるさと納税の持つPR力を生かし、熊野筆がより多くの人の目に届くよう、返礼品数や事業者数の増加に取り組むことで、寄附件数の増加と販売促進につなげます。

まちづくリ指標(KPI)

●表4-24 熊野筆ブランドの充実に関するまちづくり指標(KPI)

+七+西夕	現状値 (令和元年)	目標値	
指標名		(令和7年)	(令和12年)
ふるさと納税リピート率*87	2.3%	3.5%	5.0%
製筆技術研修*88参加者数	12人	15人	20人
ブランド推進研修会※89開催数	1回	2回	3回

関連事業

- ●筆産業に関する事業 ●熊野筆事業協同組合事業
- ●筆職人後継者育成事業 ●ふるさと納税