

# 阿蘇創生への離陸

私が取り組む阿蘇振興とは・・・



# 「地球の顔」阿蘇づくり

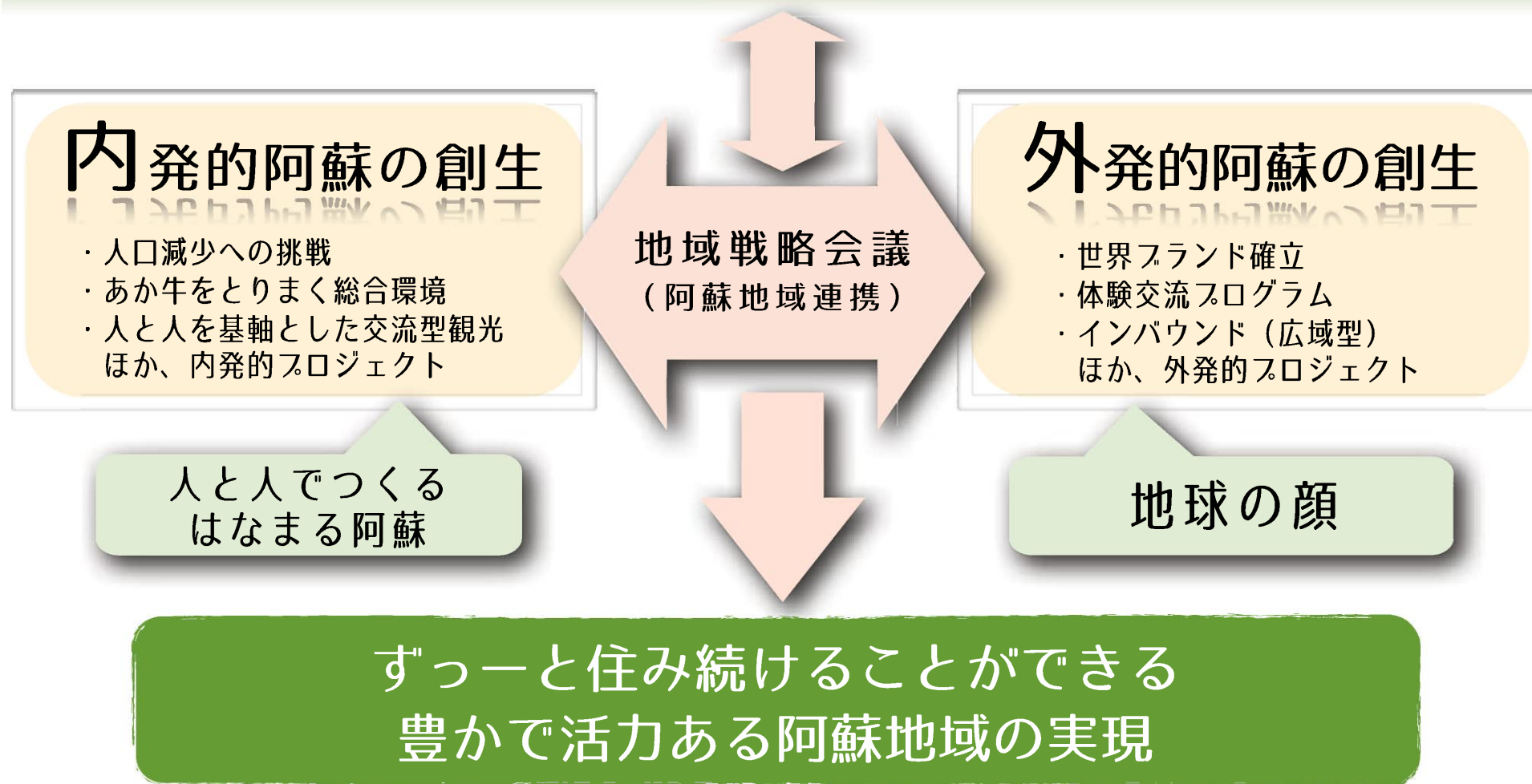


「地球の顔」・・・岡本太郎氏が、太陽の塔を創るヒントとなったという草千里の航空写真。新中期計画の目指す「阿蘇創生」を「地球の顔～阿蘇づくり」として表現する。阿蘇が「地球の顔」であることを世界に発信することにより、すべての人類に対する強烈なプレゼンテーションとなる。



# DCの活動イメージ

## 阿蘇地域振興デザインセンター（DC）



# 阿蘇創生への離陸

## DC中期計画

(H.19~H.23)

1. スローな阿蘇づくりの総合的な展開
2. 新幹線開業企画の推進
3. 環境・景観、歴史・文化が国際的に評価される阿蘇づくり
4. 地域連携を促進する組織力の強化



準備期

## DC中期計画

(H.24~H.28)

1. 豊かな自然による地域ブランドの確立～阿蘇草原の維持・再生～
2. 地域の元気再生による地域力向上
3. 広域連携による競争力のある観光地づくり



滑走期

## DC中期計画

(H.29~H.33)

1. 世界ブランドを活用した新たなステージづくり
2. 阿蘇創生～「選択と集中」の地域づくり
3. 「いいね！」と呼ばれる個性ある観光地づくり
4. 地域経営の体制確立と次代を担う人材育成



地球の顔  
阿蘇づくりへ

離陸期

# 背景 現状 目的

## わが国の現況

### 人口減少社会

消滅自治体 限界集落

### 環境・エネルギー問題

東日本大震災

### 農村回帰の高まり

安全・安心 健康志向  
移住・定住

### インバウンド時代

アクセス向上  
日本文化への注目

## 阿蘇地域の現況

少子化  
過疎化・高齢化の進行  
若者の流出  
学校統廃合（高校存続）

耕作放棄地の増加  
森林の荒廃  
草原の減少  
担い手の減少  
産業の停滞

商店街空き店舗化  
空き家の増加  
阿蘇噴火風評被害

世界文化遺産登録にむけて  
世界ジオパーク認定  
世界農業遺産登録  
あか牛肉の需要増

## アクションプラン

① 世界ブランドの活用・新たなステージへ

② 阿蘇創生のための「選択と集中」の地域づくり

③ 「いいね！」と呼ばれる個性ある観光地づくり

地域経営体制の確立  
次代を担う人材育成

（公財）阿蘇地域振興  
デザインセンター

世界へ発信

地球の顔阿蘇づくり





## 基本理念（案）

「人と人」「人と自然」「人と文化」の交・響・楽

交～人と人の絆（交流）による新たな価値の創造

響～協働しながら奏でる地域づくり、人づくり、情報発信 癒し

楽～阿蘇らしい楽しい暮らしぶりの実現



## 5年後に目指す姿（案）

世界文化遺産登録や世界ジオパーク、世界農業遺産認定などの世界フランドの確立に伴い、外国人や中高年が訪れるやすい基盤整備も進み、地域産業の活性化が顕著となる。

- 国民的な農村回帰の高まりに伴い、それに対応する阿蘇全体をコーディネートする機能が生まれ、定住・移住に向けた動きが活発となり、IターンやUターン者による起業化が図られている。
- 体験交流プログラムのコンテンツの拡充が進み、同時に着地型観光の受け皿（DMO）の機能強化により、集落や商店街、ジオパークなどを巡る「地球の顔～阿蘇の旅」が本格的に稼働している。
- あか牛肉の需要が増え、飼育頭数も回復し、放牧が拡大。草原再生の気運が上昇し、担い手としての「孫ターン」への関心が高まっている。
- 「小さな拠点づくり」や「集落ネットワーク圏形成」などの調査や研究が各自治体で図られ、基幹集落を核とした「コンパクトなむらづくり」への動きが始まっている。
- 「一点突破、全面展開の地域づくり」を目指して、各地区にて将来を見据えた「選択と集中」地域戦略会議（仮称）が開催され、次代を担う人材の育成が進んでいる。

# 「地球の顔～阿蘇づくり」の アクションプラン（案）

- （１）世界ブランドを活用した新たなステージづくり  
～豊かな自然や美しい景観、誇れる暮らしぶりの創造～
- （２）阿蘇創生のための「選択と集中」の地域づくり  
～一点突破 全面展開！～
- （３）「いいね！」と呼ばれる個性ある観光地づくり
- （４）地域経営体制の確立と次代を担う人材育成  
～地域マネジメント力の向上～  
（旅行業などの資格取得や地域マネージャーの育成）



# (1) 世界ブランドを活用した新たなステージづくり (案)

～豊かな自然や美しい景観、誇れる暮らしぶりの創造～

これまでの取り組み

歴史・伝統文化保全  
豊かな生活文化  
草原維持再生運動  
世界文化遺産  
世界ジオパーク  
(世界農業遺産)

H28

地球  
の  
顔

世界  
ブランド  
の  
確立

国際

国内

新たなステージ・・・

ビジネストラベル (MICE)の誘致  
インバウンドへの対応策強化  
グローバルな情報 (普遍性) 発信

環境体験プログラムの構築  
視察型観光への取り組み  
(関心人口・応援人口増加策)  
選ばれる地域としての取り組み  
(南関東圏3千万人へのアプローチ)  
あか牛の需要増策 放牧拡大  
(あか牛ファンドの創設)

地域産業の活性化  
草原の維持再生

## (2) 阿蘇創生～「選択と集中」の地域づくり(案)

．．．．．「一点突破 全面展開」を図る！

これまでの取り組み (H19→H27)

H28

H29 阿蘇創生．．．

(H19~H23)  
スローな阿蘇づくり  
の総合的な展開

新幹線開業企画の  
推進

(H24~H28)  
豊かな自然による  
地域フランドの確立

H23．．東日本大震災発生  
人口減少社会到来

地域力の向上

担い手と財源不足

選択と集中

### ① 阿蘇農村回帰運動

- ・ 移住・定住策強化
- ・ 情報の一元化
- ・ ふるさと回帰支援センターやJOIN等の連携

### ② コンパクトなむらづくり運動 (小さな拠点づくり)

- ・ 校区単位や旧村単位WS
- ・ 集落支援員制度
- ・ 地域おこし協力隊制度
- ・ 大学との連携
- ・ ICTを活用した買い物支援など

一点突破  
全面展開

消滅自治体論  
限界集落論

地方創生

(仮称)「選択と集中」地域戦略会議

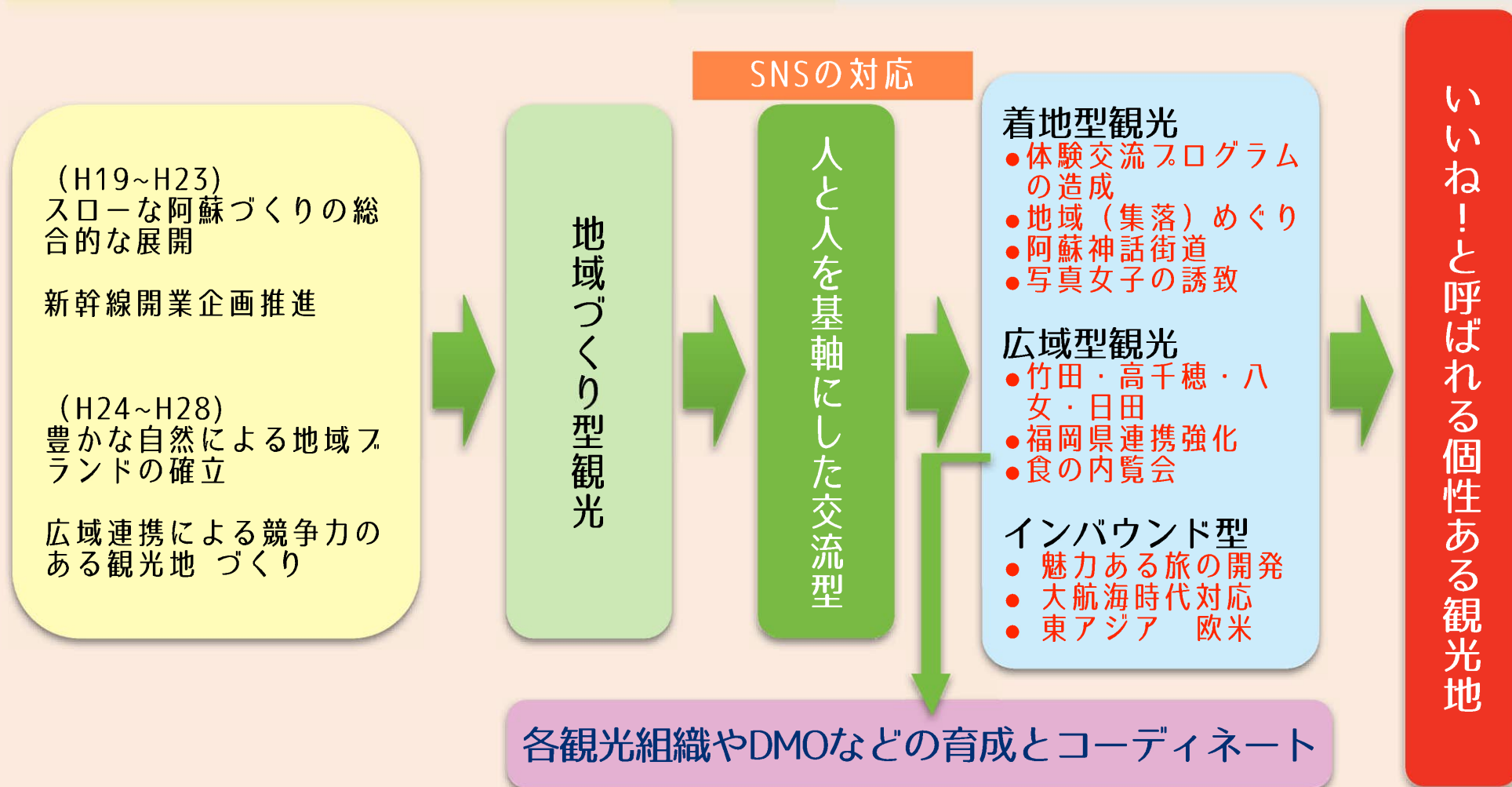


### (3) 「いいね！」と呼ばれる個性ある観光地づくり（案）

カルデラツーリズム（H19→H27）

H28

地球の顔～阿蘇の旅（H29→H33）



## (4) 地域経営体制の確立と次代を担う人材育成（案）

