

地域の背景・課題

戦略の基本目標：錦町における安定した雇用を創出する

- 観光については、本町を含む人吉球磨地域全体の観光入込客数が、最近10年で約17%増となっている一方、本町では減少傾向で、最近10年の累計で約10万人の観光入込客が減少していることから、本町への誘客強化に取り組む必要がある。
- 本町の基幹産業である農業については、農業生産所得が平成7年の23億1千万円から、平成23年には約38%減の14億3千万円で減少している。また、担い手の高齢化や後継者不足、それによる耕作放棄地の増加も問題となっている。このため、生産者が稼げる経営体の構築が必要である。  
⇒産業施策としての農業振興策ではなく、観光振興（交流人口拡大）策や、移住定住促進策と一体的に取り組む事により、町内での魅力的な仕事の創出を図り、人口流出の抑制と本町への人の流れを創る。

取組の概要

(分野) 地方への人の流れ：地方創生人材の確保育成等の人材分野

- ①観光入込客を増加させ、観光誘客による物産振興を図るため、旅行業、メディア、地域づくりアドバイザー等の有識者を対象としたモニターツアーによる市場ニーズの把握を実施。  
⇒アドバイザーによる「よそ者」の視点での錦町の魅力ある観光資源（人吉海軍跡地等）の掘りおこしや、メディアで取り上げられたことによる認知度向上と観光客の増加を図る。



全国でも珍しい戦争遺構を中心とし、郷土料理を提供するオリジナルモニターツアーの実施



キャベツとニンニク農家の共同開発商品「錦棒餃子」

- ②錦町産の農産物の安定的な市場取引、販路拡大のため、商品開発セミナーの実施とよろず支援相談窓口の開設による、新商品の開発、商品販売促進に向けた経営支援を実施。  
⇒キャベツとにんにくの生産農家の共同による「錦棒餃子」の商品開発が実現。都内有名店とのマッチングによる試作品の開発と、町内の産業祭におけるテストマーケティングに取り組む。

にしきまるごと創造プロジェクト会議



空き家の情報を把握し、情報発信による移住定住の促進



- ③地域住民による情報発信を行い、都市部からの人の流れをつくり、受入れ体制を整備する。  
⇒空き家の実態調査とデータ管理を行い、情報発信を行う。

【今後の展開】

- ①地元産品を活用した新商品開発と、ビジネスマッチングによる販路開拓。
- ②錦町オリジナルのツアー商品を開発し、観光消費額の増加と新商品の販売による物産振興を図り、住民が稼げるしごとの創出を図る。
- ③地域住民自ら情報発信できるようセミナーを実施し、情報発信強化による、「錦町ファン」の増加から移住定住へと繋げる。