

川 本 町 総 合 戦 略 (案)

～『夢と可能性に挑戦する人財が循環するまち』を目指して～

平成 27 年 10 月 13 日

第 1 章 基本構想	1-1
1-1. 総合戦略とは.....	1-1
1-2. 戦略で目指す姿.....	1-2
1-3. 目指す姿の実現に向けた方向性.....	1-3
1-4. 戦略体系.....	1-4

第 2 章 基本戦略	2-1
2-1. 『学び』 自己と川本の価値を磨き続ける人財を育てる.....	2-1
2-2. 『交流』 川本の価値に共感する若者世代を集める.....	2-2
2-3. 『仕事』 多様な働く場と働き方を創造する.....	2-3
2-4. 『住まい』 必要量の住まいを安定的に供給する.....	2-4
2-5. 『子育て』 出生者数を増やす.....	2-5

第 3 章 基本施策	3-1
3-1. 『学び』の基本施策.....	3-1
1) 多様な経験に挑戦できる環境整備.....	3-1
2) 地域を知り地域で活動する機会の充実.....	3-3
3-2. 『交流』の基本施策.....	3-5
1) 学びの魅力発信.....	3-5
2) 多様かつ魅力的な情報発信.....	3-6
3) 受け入れ体制の充実.....	3-7
3-3. 『仕事』の基本施策.....	3-8
1) 個人起業家の育成.....	3-8
2) 雇用規模の拡大.....	3-9
3) 雇用機会の多様化.....	3-11
3-4. 『住まい』の基本施策.....	3-12
1) 町営住宅等の整備.....	3-12
2) 空き家の活用.....	3-13
3) 新しい住環境の整備促進.....	3-14
3-5. 『子育て』の基本施策.....	3-15
1) 子育て環境の充実.....	3-15
2) 結婚支援の充実.....	3-17

第4章 重点事業..... 4-1

- 4-1. 子どもの『夢・挑戦』応援事業..... 4-1
- 4-2. 発信・受入の拠点『かわもと暮らし情報センター』運営事業..... 4-2
- 4-3. 多様な働く場や働き方への挑戦支援事業..... 4-3
- 4-4. 多様な住まいづくり応援事業..... 4-4
- 4-5. 自然な出会い創造事業..... 4-5

第5章 進捗管理..... 5-1

- 5-1. 検証体制..... 5-1
- 5-2. 指標一覧..... 5-1
- 5-3. 検証方法..... 5-2

第 1 章 基本構想

第1章 基本構想

1-1. 総合戦略とは

総合戦略は、人口減少に立ち向かうために定めるこれからの行動指針であり、45年先の人口状況を見越したうえで、直近5年間に取り組むべきことを整理したものです。

総合計画に類似しますが、人口減少対策に特化している点が異なり、その意味で総合戦略は総合計画の下位に位置づけられます。

人口減少に対する危機感がより強くなった今、戦略策定を通じて人口減少に立ち向かう意義や方向性を明確に定めるとともに、その実現に向けた施策をとりまとめ、速やかに実行へと移していきます。

1-2. 戦略で目指す姿

古くは江の川の水運で栄えた宿場町として、その後は邑智郡の郡都として、川本は多くの人と文化を受け入れる『交流のまち』としての歴史を刻んできました。近年、郡都としての交流機能は衰えつつありますが、学びを通じた新しい交流の動きが胎動を始めています。

このまちで学ぶことを志した人達が惹きつけられたのは、豊かな自然に抱かれながら多様な学びに打ち込める環境と、地域の人達の温かさでした。その背景には、「このまちでなら、落ち着いて自分の夢や可能性に向き合える」という期待感があったのではないのでしょうか。

人口減少に立ち向かう意義は、そのまちが持つ価値を未来につないでいくことにあります。だからこそ私たちは、戦略の取り組みを通じて「落ち着いた環境の中で夢や可能性に向き合える」という価値に共感する人を集め、育て、その子ども達もまた同じ思いを持って育っていくまち、いわば『夢と可能性に挑戦する人財が循環するまち』の構築に挑んでいきます。

目指す姿

『夢と可能性に挑戦する人財が循環するまち』

1-3. 目指す姿の実現に向けた方向性

「夢と可能性に挑戦する人財が循環するまち」を目指す視点にたった時、人財を育成するための『学び』と、川本の価値に共感する人財を呼び込むための『交流』は、取り組みの根幹をなす極めて重要なテーマとして位置づけられます。

しかしながら、人財を生み育てるはずの子育て世代は減少し続けており、出生率の低下と相まって子どもの数も著しく減少しています。

子育て世代の定住を難しくしている「働く場と住居の不足」を解消するための『仕事』『住まい』、出生者数を増やしていくための『子育て』も、現実的な課題として取り組むべき重要なテーマです。

以上のような状況を踏まえ、川本町総合戦略では『学び』『交流』『仕事』『住まい』『子育て』の5本柱を立て、以下の目的をもって施策を展開していきます。

学 び: 自己と川本の価値を磨き続ける人財を育てる

交 流: 川本の価値に共感する若者世代を集める

仕 事: 多様な働く場と働き方を創造する

住 ま い: 必要量の住まいを安定的に供給する

子 育 て: 出生者数を増やす

1-4. 戦略体系

◀ 長期ビジョン ▶

戦略で目指す姿

夢と可能性に挑戦する人財が
循環するまち

人口ビジョン

2020年までに社会増減を±0にする

↓
2040年までに
合計特殊出生率を2.1にする

↓
2060年までに人口減少を止める

↓
2060年目標人口:2,500人

2019年の目標人口

総人口:3,455人→3,171人

合計特殊出生率:1.41→1.52

社会増減者数:-26人→±0人

(現状値はいずれも2014年度)

◀ 基本目標 ▶

学び

自己と川本の価値を
磨き続ける人財を育てる

交流

川本の価値に共感する
若者世代を集める

仕事

多様な働く場と働き方を創造する

住まい

必要量の住まいを
安定的に確保する

子育て

出生者数を増やす

◀ 基本施策 ▶

多様な経験や挑戦ができる環境の整備
地域を知り地域で活動する機会の充実

学びの魅力発信
多様かつ魅力的な情報発信
受け入れ体制の充実

個人起業家の育成
雇用規模の拡大
雇用機会の多様化

町営住宅等の整備
空き家の活用
新しい住環境の整備促進

子育て環境の充実
結婚支援の充実

第2章 基本戦略

第2章 基本戦略

2-1.『学び』自己と川本の価値を磨き続ける人財を育てる

自己と川本の価値を磨き続ける人財を育てるため、「多様な経験に挑戦できる環境整備」と、「地域を知り地域で活動する機会の充実」に取り組んでいきます。

多様な経験に挑戦できる環境整備では、学び続けられる環境と「ソト」に挑戦できる環境の整備等を通じて、自己や地域の強みや弱みに対する気づきを促し、更なる自己成長を支えていきます。

また、地域を知り地域で活動する機会の充実では、実践的な取り組みも包含させることで知識を経験へと結びつけ、主体的な行動力の育成につなげていきます

これらの取り組みを通じて、自己と川本の価値を磨き続ける人財の育成を図っていきます。

学びの戦略体系

施策目標と総合指標	基本施策	施策の方向性	主な評価指標(KPI)
【施策目標】 自己と川本の価値を磨き続ける人財を育てる 【総合指標】 ① 自己の成長を実感している町民の割合 2014年 現状値:- 2019年 目標値:60% ② 川本のために貢献したいと考える子どもの割合 2014年 現状値:- 2019年 目標値:100%	多様な経験や挑戦ができる環境整備 地域を知り地域で活動する機会の充実	保・小・中・高が連携した一貫教育体制の構築【重点】	保・小・中・高一貫して取り組む教育プログラムの数
		国際コミュニケーション力の強化	英検2級以上に挑戦する子どもの割合(中学生・高校生)
		「ソト」への挑戦の支援【重点】	全国規模の大会や発表会に参加した経験を有する町民の割合
		誰もが学び続けることのできる環境整備	定期的に習い事等に取り組んでいる町民の割合
		地域と連携したふるさと学習の継続	地域に愛着心をもつ子どもの割合
		地元企業へのインターンシップの機会の創出	インターンシップ受け入れ企業の業種数
		豊かな自然環境を活かした食育の推進	学校給食センターの地産地消率
		知識やアイデアを実践に移す取り組みの支援【重点】	夢や挑戦を実践に移した取り組み件数

2-2.『交流』 川本の価値に共感する若者世代を集める

川本の価値に共感する若者世代を集めるため、まずは人口減少対策の中核となる「学び」の魅力発信に取り組みます。

また、その他の多様な資源についても並行して魅力を発信していくことで、より多くの関心を惹きつけていくほか、特に若者世代への訴求を促せるよう、発信力そのものについても強化を図っていきます。

発信した魅力に反応して訪れた人に対しては、丁寧な受け入れを行い、愛着心の高揚を促していきます。

これらの取り組みを通じて、「川本の価値に共感する若者世代」の増加を図っていきます。

交流 の戦略体系

施策目標と総合指標	基本施策	施策の方向性	主な評価指標(KPI)
【施策目標】 川本の価値に共感する若者世代を集める	学びの魅力発信	『健やかな教育環境』を柱としたプロモーションの展開	『学び』を理由として川本への移住を希望する相談者の割合
		保小中を含めた『川本の学び』体験機会の創出	川本へ定住相談に訪れた人が『川本の学び』を体験した割合
【総合指標】 川本の価値に共感した子育て世帯の移住者数 2014年 現状値:20人/年 2019年 目標値:35人/年	多様かつ魅力的な情報発信	多様な地域資源を活かしたプロモーションの展開	『音楽・健康・安全』を理由として川本への移住を希望する相談者の割合
		情報発信力の強化	定住サイトへのアクセス数
	受け入れ体制の充実	定住促進に向けた受け入れ体制の整備【重点】	川本へ定住相談に訪れた人が実際の定住に結び付いた割合
		長期滞在者に対する居住環境の整備	整備を支援した居住施設の年間平均稼働率

2-3.『仕事』 多様な働く場と働き方を創造する

多様な働く場と働き方を創造していくため、「個人起業家の育成」、「雇用規模の拡大」、「雇用機会の多様化」の大きく3つの取り組みを展開します。

個人起業家の育成については、起業支援と就農支援に取り組みます。

雇用規模の拡大については、雇用規模そのものの拡大を図る企業誘致のほか、既存産業の活性化による雇用創造に取り組みます。

しかし、いくら雇用規模が拡大しても、求職側とのマッチングが進まなければ本質的な働く場の確保には繋がりません。求人・求職双方の活動支援に取り組むほか、近年の多様なライフスタイルに合わせた「働き方」の創出にも取り組みます。

これらの取り組みを通じて、「多様な働く場と働き方の創造」を図っていきます。

仕事 の戦略体系

施策目標と総合指標	基本施策	施策の方向性	主な評価指標(KPI)
【施策目標】 多様な働く場と働き方を創造する	個人起業家の育成	空き店舗等を活用した起業支援【重点】	空き店舗の事業所・店舗としての活用件数
		新規就農者への支援	自営による新規就農者数
【総合指標】 ① 新たに創出した雇用者数 2010年 現状値:9人 2020年 目標値:40人 ② 20~64歳までの女性就業率 2010年 現状値:77% 2020年 目標値:80%	雇用規模の拡大	企業誘致の推進	企業進出により創出された雇用者数
		農林水産業の担い手確保	農業法人等(企業の農業参入含む)への新規就業者数
		医療福祉産業を中心とした経済循環	町内医療福祉事業所と連携したビジネスを行う町内事業所数
雇用機会の多様化		外国人観光客の誘致	外国人観光客を対象としたツーリズムの参加者数
		企業の求人活動に対する支援	医療福祉業の求人に対する雇用の割合 くらしまネットに掲載された川本町求人情報の掲載事業所数
		多様な就労形態(在宅勤務、ワークシェア等)の創出	多様な就労形態を有する事業所数

2-4.『住まい』必要量の住まいを安定的に供給する

必要量の住まいを安定的に供給するため、「町営住宅等の整備」、「空き家の活用」、「新しい住環境の整備促進」の大きく3つの取り組みを展開します。

町営住宅等の整備については、定住促進住宅の整備と合わせ、老朽化した町営住宅の長寿命化・リフォームにより住宅戸数の適正確保に努めます。

空き家の活用については、町内に数多く存在する空き家の流動化を促し、住環境の確保につなげます。

新しい住環境の整備促進では、老朽化の激しい町有施設を解体し、宅地として活用することや、宅地の整備等により民間事業者や個人の住宅建築を促し、良質な住宅の増加を図ります。

これらの取り組みを通して、人口状況や建物の老朽化状況を踏まえた、必要十分な住まいの安定供給を実現します。

住まいの戦略体系

施策目標と総合指標	基本施策	施策の方向性	主な評価指標(KPI)
【施策目標】 必要量の住まいを安定的に供給する 【総合指標】 新たに創出した住まいへの入居戸数 2014年 現状値:0戸 2019年 目標値:45戸	町営住宅等の整備	既存町営住宅や遊休施設のリフォーム推進【重点】	町営住宅等のリフォーム戸数
		定住促進住宅等の新規整備【重点】	定住促進住宅等の整備戸数
	空き家の活用	空き家バンク制度の充実	空き家バンクの登録件数
		空き家の改修支援【重点】	空き家の活用件数
		空き家の多面的活用の推進	住居以外の空き家活用件数
	新しい住環境の整備促進	宅地の整備	新たな宅地の整備区画数
民間の住宅整備に対する支援【重点】		個人住宅の整備戸数 民間賃貸住宅の新規整備戸数	

2-5.『子育て』 出生者数を増やす

出生者数を増やすため、「子育て環境の充実」と「結婚支援の充実」に取り組みます。

子育て環境の充実については、子育て世代の時間的・経済的・心理的負担の軽減を図るべく、保育サービスの充実、子育てに係る経済支援、子育て不安の軽減に取り組みます。また、子育ての基本である親と子が触れ合う時間についても、その充実を促していきます。

結婚支援の充実については、若者世代の婚姻率改善に向け、趣味等を通じた出会いの創出等に取り組みます。

これらの取り組みを通じて、出生者数の増加を図っていきます。

子育ての戦略体系

施策目標と総合指標	基本施策	施策の方向性	主な評価指標(KPI)
【施策目標】 出生者数を増やす 【総合指標】 ① 年間出生者数 2014年 現状値:15人 2019年 目標値:20人 ② 20~30代の婚姻率 2010年 現状値:50% 2020年 目標値:60%	子育て環境の充実	保育サービスの充実	保育サービスに対する満足度
		経済的支援の充実	経済的支援に対する満足度
		心理的負担の軽減	育児に対する不安軽減サポートへの満足度
	結婚支援の充実	特色ある幼児教育プログラム(運動能力、音楽等)の構築	特色ある幼児教育プログラムに魅力を感じている保護者の割合
		親子が触れ合う時間の充実	ゆったりとした気分で子どもと過ごしている保護者の割合
		出会いの場の創出【重点】	交流イベントにおける参加者数
	自分磨きと相談・マッチング支援【重点】	はっぴいコーディネーター等を介した婚姻カップル数	

第3章 基本施策

第3章 基本施策

3-1. 『学び』の基本施策

1) 多様な経験に挑戦できる環境整備

<現状と課題>

保育所が3箇所、小中高が1校ずつ、クラスも小中学校は各学年1つずつという小規模な環境を活かし、子ども一人一人に合わせたきめ細やかな教育・支援を行う体制が構築されています。それは、小学校から中学校までの9年間をほぼ同じ集団の中で過ごすということでもあり、日々の刺激に乏しく競争意識が芽生えにくいといった側面もあります。

このような状況から、保小中高の一貫教育プログラムの構築、海外を含む「ソト」との交流機会の充実が求められています。

生涯学習の面では、公民館を中心に30以上の団体による多様な講座が住民主体で運営されていますが、公民館活動に対する関心度・認知度が低く、利用者が固定される傾向にあり、PR及びプログラム内容の充実が求められています。

スポーツの面では、総合型地域スポーツクラブ等が主体となり、フットサル、バレーボール、空手等のスポーツ教室が開講されています。

しかし、子どもの減少により団体競技の継続が困難になっていたり、小学校での活動を中学以降で継続できる仕組みがない、指導者が不足しているといった状況にあり、継続して取り組みを続けられる環境の構築が求められています。

<強みと弱み>

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none">・小学校、中学校、高校がそれぞれ1校ずつで、物理的な距離も近い。・熱意ある教員、少人数学級といった環境の下、学習支援員を交えたきめ細かい指導が行われている。・小学校からの9年間をほぼ同じ集団の中で過ごすため、助け合いの気持ちが育まれる。・ALTが町内に3名おり、英語学習内容の充実が期待できる。・1クラス分のタブレット配備等、小中学校のICT環境が整っている。・公民館活動では地域の方が指導者となり、多様な習い事のできる環境が整っている。	<ul style="list-style-type: none">・小学校からの9年間をほぼ同じ集団の中で過ごすため、よい意味での競争意識が育ちにくい。・海外交流に対する具体的な取り組みが少ない。・生徒数の減少により団体競技の継続が困難になっている。・小学校のスポーツクラブを中学以降で継続する仕組みがない。・スポーツの指導者が不足している。・公民館活動に対する認知度、関心度が低い。

<主な取り組み>

◆保小中高が連携した一貫教育体制の構築【重点】

保育所が3カ所、小中学校が1校ずつ、県立高校が1校という川本の教育環境の強みを活かし、保小中高の教職員やコーディネーター、地域の教育関係者が連携し、幼少期から高校まで、地域連携を伴う一貫教育体制を構築します。合わせて、それぞれの学校が大学等と連携を図りながら特色ある教育環境づくりと、更なる魅力化に取り組みます。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
保・小・中・高一貫して取り組む教育プログラムの数	0プログラム	5プログラム

◆国際コミュニケーション力の強化

世界を視野に入れた考え方のできる人財を育成するため、民間の海外研修制度の参加を支援するほか、海外からの研修生や短期留学生等を積極的に受け入れ、より多くの子どもが海外交流する機会を創出します。また、保小中高の在学期間において英語力向上に向けた学習環境を構築していきます。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
英検2級以上に挑戦する子どもの割合（中学生・高校生）	-	50%

◆「ソト」への挑戦の支援【重点】

全国規模の大会や発表会、都市部の予備校への勉強合宿等、積極的に「ソト」へ挑戦しようとする子どもの遠征費用や参加費等を支援するほか、川本町への大会誘致等に取り組みます。また「ソト」へ挑戦できる力をつける為、習い事等に取り組む子ども達への費用についても助成を行います。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
全国規模の大会や発表会に参加した経験を有する町民の割合	-	10%

◆誰もが学び続けることのできる環境整備

公民館を中心に町内で実施されている様々な講座の情報等を一元化し、その情報を積極的に発信していくほか、民間の学習機関とも連携を図り、新規講座の企画・運営等を行います。

また、文化・芸術・スポーツ等の分野において子どもたちの可能性を伸ばし、幼少期から高校まで継続して打ち込み続けることができるよう、町内の郷土芸能団体の活性化や、クラブチームの整備、U1ターン者を活用した指導者の育成、また練習や成果発表の場としての悠呂ふるさと会館の活用等に取り組みます。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
定期的に習い事等に取り組んでいる町民の割合	-	30%

2) 地域を知り地域で活動する機会の充実

<現状と課題>

教育に対する地域の関心がとても高く、これまでも地域と連携したふるさと教育を展開してきました。小中学校においては、江の川やエゴマ等の地域資源について、1年を通じて学び続ける取り組みを行っています。高校においては、まちごとキャンパス学習として、町内事業者との連携のもと、年間を通じたキャリア教育に取り組んでいます。

今後もこのような地域連携型のふるさと教育、職業体験、食育の取り組みを継続していくほか、培った知識等を実践に移していくための取り組み支援を通して、地域学習を深めていきます。

<強みと弱み>

強み

- ・学校に対する地域の関心が高く、子どもたちの成長を地域ぐるみで見守る風土がある。
- ・まちごとキャンパス学習や総合学習等、地域資源について学ぶ機会が充実している。

弱み

- ・地域で体験できる業種、職種が少ない。

<主な取り組み>

◆地域と連携したふるさと学習の継続

川本の地域資源「ひと（人財）、もの（自然、施設）、わざ（芸能）、むかし（歴史・文化）」について、体験を通じて深く・わかりやすく伝える取り組みを継続していきます。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
地域に愛着心を持つ子どもの割合	-	100%

◆地元企業における職業体験機会の創出

中学校、高校において取り組まれている職業体験やまちごとキャンパス学習の受け入れ先を拡充するとともに、町民を交えた成果発表を行う機会を創出することで、キャリア教育をまち全体で支援する体制を構築します。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
インターンシップ受け入れ企業の業種数	8業種	18業種

◆豊かな自然環境を活かした食育の推進

子どもが野菜本来の収穫時期や姿を感じられることや、野菜には匂があること、どのように野菜が成長していくかを学ぶため、「食育」の一環として小学生による野菜作りに取り組みます。

また、学校給食センターに導入されているクックチルによる調理手法を活用し、川本の豊かな自然により育まれた食材を大いに活用する、給食献立作りを通じて、ふるさとを感じる食育の取り組みを進めます。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
学校給食センターの地産地消率	54%	65%

◆知識やアイデアを実践に移す取り組みの支援【重点】

川本での地域課題解決に取り組む子どもたちや町外の大学生等に対し、解決策検討を支援するとともに、実践した取り組みに対して地域通貨による報酬等を支払うシステムの構築・運営に取り組めます。

主な評価指標（K P I）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
夢や挑戦を実践に移した取り組み件数	0 件	32 件

3-2.『交流』の基本施策

1) 学びの魅力発信

<現状と課題>

県立島根中央高校と連携し、島根中央高校HPのリニューアル、パンフレット制作、PR用DVD制作等を行ってきたほか、東京・大阪にて進学説明会を開催してきました。これまでに約50人の県外生が県立島根中央高校に進学していますが、さらに注目が集まっている状況です。

情報発信は確実に効果を上げていますが、発信する内容が散発的な面もあり、コンセプトを定めた一体感ある内容の充実が求められているほか、子育て世代の移住を促すため、保小中を含めた魅力発信も行っていく必要があります。

<強みと弱み>

強み

- ・地域に見守られながら学べる環境、落ち着いた時間の中で勉強や部活に打ち込める環境等が都市部の子育て世代の関心を集めている。
- ・これまでに延べ50人の県外生が進学しているが、これまでの取組や報道などによりさらに注目が集まっている。

弱み

- ・魅力として発信する内容が散発的な面がある。
- ・高校以外の教育機関は外部への情報発信が少ない。

<主な取り組み>

◆『健やかな教育環境』を柱としたプロモーションの展開

野球やカヌー等のスポーツ、音楽のような文化活動、エゴマ等の健康食品、自然に囲まれた静かな環境、挨拶等、川本の教育環境が持つ「健やかさ」をコンセプトとしたプロモーションを展開することで、子どもの教育を目的とした移住の推進を図ります。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
『学び』を理由として川本への移住を希望する相談者の割合	-	50%

◆保小中を含めた『川本の学び』体験機会の創出

島根中央高校で実施しているオープンスクールの取り組みをベースに、保育所、小学校、中学校における授業や部活、学校外での活動等の具体的な「川本の学び」を体験できるツアー等を実施します。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
川本へ定住相談に訪れた人が「川本の学び」を体験した割合	-	50%

2) 多様かつ魅力的な情報発信

<現状と課題>

「音楽」をテーマとしたまちづくりの歴史、エゴマ等の「健康」、顔の見える関係性や生活圏内に小児科がある等の「安心」できる子育て環境等、学び以外にも数多くの個性的な魅力があります。

今後、これらをうまく活用したプロモーションの展開により、より多くの関心を惹きつけていくほか、プロのデザイナー・コピーライター等との連携の下、発信頻度や内容の品質向上、ターゲットを絞った効果的な情報発信等により、発信媒体へのアクセス数の更なる拡大に取り組んでいきます。

<強みと弱み>

強み

- ・「音楽の里」のシンボルとなる、本格的なコンサートホール等が整った。
- ・約10年にわたりエゴマ栽培に取り組んできた中、全国版のテレビで放送され注目を集めるようになった。
- ・充実した保育サービス、保育士や地域の顔が見える環境、小児科を有する総合病院等が生活圏内に立地する等、安心の子育て環境が整っている。
- ・川本公式 Facebook ページの登録者数が着実に増加している。

弱み

- ・情報発信にあたりデザインへの注力が不十分で、関心を惹きつけにくい。

<主な取り組み>

◆多様な地域資源を活かしたプロモーションの展開

「音楽」をテーマとしたまちづくりの歴史、エゴマ等の「健康」、顔の見える関係性や生活圏内に小児科がある等の「安心」できる子育て環境、島根の中央、陰陽の中間に位置する「立地」等、多様な地域資源を活かしたプロモーションを展開します。

主な評価指標 (KPI)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
『音楽・健康・安全』を理由として川本への移住を希望する相談者の割合	-	40%

◆情報発信力の強化

SNSの高度利用、チラシや映像等のPR力向上に向け、外部専門家等と連携した取り組みを展開します。また施策と連動したイメージ戦略に取り組み、まちのブランディングを図ります。その他、紙媒体・看板・口コミ・掲示版などのアナログな情報発信については地域で活躍するデザイナーを活用し、発信力の向上を図ります。

主な評価指標 (KPI)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
定住サイトへのアクセス数	8,400ビュー/年	30,000ビュー/年

3) 受け入れ体制の充実

<現状と課題>

移住希望者とのコネクション形成にむけ、Uターンフェア（東京・大阪・広島）等へ積極的に参加しています。平成24年度から平成26年度までに195件の相談があり、うち21件で移住につながりました。

また、定住希望を叶えるため、関係部署、関係機関、地域との連携を図りながら「住まい・仕事・子育て支援」といった事項について定住相談に応じています。

しかし、定住相談は内容に応じて関係機関を回ってもらう形となっており、ワンストップ型の対応を実践するための体制づくりが求められています。また、町外からの進学や研修、フィールドワーク等の機会において、町内で長期滞在できる施設の整備も求められています。

<強みと弱み>

強み

- ・定住フェア等への積極的な参加を続けている。
- ・定住相談等では、フェイス to フェイスの対応に安心感を持たれる方も多く、それが定住の決め手になることもある。

弱み

- ・定住相談は内容に応じて関係機関が対応する形となっており、理想とするワンストップ対応ができていない。

<主な取り組み>

◆定住促進に向けた受け入れ体制の整備【重点】

交流・移住・定住人口増加に向けた取り組みを専門的に行う機関を設置し、移住体験ツアー等の企画・運営、相談対応、移住・定住・交流サイトの管理等に従事します。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
川本へ定住相談に訪れた人が実際の定住に結び付いた割合	20%	30%

◆長期滞在者に対する居住環境の整備

島根中央高校へ遠方から入学する生徒や、医療福祉機関への実習、地域おこし協力隊、学生の滞在型フィールドワーク等、長期滞在を希望する人を受け入れるための居住環境の整備に向け関係機関を支援します。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
整備を支援した居住施設の年間平均稼働率	85%	85%

3-3.『仕事』の基本施策

1) 個人起業家の育成

<現状と課題>

出先機関の撤退・縮小、消費人口の減少といった社会環境の変化や後継者不足により、邑智郡の商売の中心であった弓市商店街の集客力は低下しており、空き店舗数が増加傾向にあります。また、駐車場や公衆トイレ、ユニバーサルデザインへの配慮等も遅れています。

一方で、空き店舗活用事業により平成18年度からの6年間で6件の創業も見られており、空き店舗対策の更なる充実と、起業を応援する機運の醸成によりその活性化が求められています。

農業分野では、従事者の高齢化に伴う後継者不足が深刻化しています。このような状況の中、西部農林振興センター、JA等との連携の下、就農希望者に対する支援を行っており、今後もその充実が求められます。

<強みと弱み>

強み

- ・小規模自治体ならではのきめ細かな支援、商工会との密な連携が可能。
- ・空き店舗活用による起業家6名が今も事業を展開している。
- ・県の西部農林振興センター等、営農指導のできる関係機関が近接している。
- ・花卉栽培、施設栽培に関する専業農家や研修受入農家がいる。

弱み

- ・空き店舗に関する情報や支援制度が外部に浸透していない。
- ・農業従事者の高齢化が進む中、担い手の育成が急がれる。

<主な取り組み>

◆空き店舗等を活用した起業支援【重点】

弓市地区の空き店舗等を活用して、多様な働く場や働き方の創造に挑戦する人や事業者を支援する取り組みを展開するため、事業者交流によるビジネスアイデアの創造、空き店舗情報等の公開、ビジコン等を通じた起業支援・企業進出支援、オープンスペース確保や景観改善等の街並み整備等に取り組みます。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
空き店舗の事業所・店舗としての活用件数	1件/年	2件/年

◆新規就農者への支援

西部農林振興センター、県立農林大学校、町内の集落営農法人、専業農家等との連携のもと、きめ細やかな営農指導体制を構築します。また、「川本版半農半X」モデルとして、農として「水稻・野菜・花卉等」、Xとして「介護・土木等」を想定した取り組みを展開します。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
自営による新規就農者数	1人/年	2人/年

2) 雇用規模の拡大

<現状と課題>

企業誘致の推進では、土地利用等の基盤整備を進め、県との連携による情報発信、推進体制の整備、人材確保への支援強化に努めてきました。今後、県や地域と連携をさらに強めながら、川本の強みと親和性のある企業との関係構築に努めます。

農業分野では6次産業化を推進しており、生産基盤の強化を図りながら民間事業者等と連携し、都市部での販路拡大を行ってきました。一方で、農業従事者の著しい高齢化が進んでおり、ソフト・ハード両面から特産物等を活かした6次産業化を推進していくとともに、農業の担い手確保が必要となっています。

商工業分野では、中心市街地の活性化等に取り組んできましたが、人口が減少する中、町内市場規模は著しく縮小しています。今後は、市場が拡大傾向にある医療福祉産業を中心とした域内経済循環を促していくほか、周辺自治体と連携しながら海外からの集客強化に取り組めます。

<強みと弱み>

強み

- ・低廉な家賃や土地、遊休施設等、都市部に比べ低コストの事業運営が可能。
- ・エゴマが全国的ブームになりつつある。
- ・町内の医療福祉機関が大きな雇用を生み出している。
- ・近接自治体に海外就航路線、世界遺産がある。

弱み

- ・担い手不足により、農業従事者の高齢化が著しい。
- ・官公庁の統廃合等により、町内市場規模が縮小している。

<主な取り組み>

◆企業誘致等の推進

学び、健康、音楽等、川本の強みとなる分野の事業者が集まる企業フェア等に積極的にブース出展しPRを行うことで、当該産業の企業とのコネクションを形成し企業誘致に向けた素地を作ります。

誘致可能性のある事業者に対しては、受け入れ候補地域の住民等とも連携した取り組みを展開します。あわせて企業と地域住民のニーズに促した基盤整備に取り組めます。また、バイオマス等の新エネルギー産業について民間企業と連携した取組みを進めます。

その他、町内事業者が雇用規模の増加を伴う事業拡大・展開を行う場合、その支援を行います。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
企業進出により創出された雇用者数	0人	30人

◆農林水産業の担い手確保

農業の担い手を確保するため、集落営農組織や認定農家などを支援するとともに最新技術を活用した施設やビニールハウス整備、農地の集積などの基盤整備を進めます。また、米のブランド化や地産地消、6次産業化等の取り組みにより販売促進を図ります。林業、水産業についても同様な取り組みにより、担い手の雇用拡大を図ります。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
農業法人等（企業の農業参入含む）への新規就業者数	-	5人

◆医療福祉産業を中心とした経済循環の促進

医療福祉事業所と町内事業者の連携を強化する事や、新たに医療福祉事業所とビジネスを行う企業を誘致するなどし、経済循環を促す取り組みを行います。また、一定の雇用が期待できることから、従事者または就職希望者の町内定住を促します。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
町内医療福祉事業所と連携した新たなビジネスを行う町内事業所数	-	2社

◆外国人観光客の誘致

川本の健康資源（エゴマ、医療福祉機関等）や移動圏内にある世界遺産を活かし、健康大国かつ広島空港から直結する台湾等からの観光客を誘致し新たな経済効果を創出します。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
外国人観光客を対象としたツーリズムの参加者数	-	40人/年

3) 雇用機会の多様化

<現状と課題>

ハローワーク、おおち・さくらえ雇用促進協議会等関係機関と連携を図り効果的な情報提供等、町内事業所への雇用支援を行ってきました。

産業構造は中小企業や個人事業主が中心であり、これらの求人情報が十分に把握できていない状況にあります。このため、求人情報は特定の業種・職種に偏重しやすく、出身者の町内就職ニーズはあるものの、マッチングが十分に進んでいない面があります。

また、ライフスタイルが多様化する中で、住民からは多様な働き方（在宅勤務、ワークシェア等）に対するニーズが多く寄せられています。

今後は、町内事業者の求人活動に対する町としての後方支援等を通じて出身者の町内就職を促していくほか、多様な就労形態にチャレンジする企業の誘致や支援を行いながら、その創造に取り組んでいきます。

<強みと弱み>

強み

- ・ハローワークがある。
- ・医療福祉機関等、「女性の働きやすい職場」が身近なところに存在している。

弱み

- ・個人事業主や小規模事業者は求人情報が埋もれやすく、求人活動を行っても雇用につながりにくい。
- ・中小企業が大半であり、従業者数が少ない分、出産・育児休暇に伴う他従業員への影響が大きい。
- ・限られた産業構造の中で、職種や働き方の多様性に乏しい。

<主な取り組み>

◆企業の求人活動に対する支援

ふるさと島根定住財団との連携の下、医療福祉法人や建設事業者、後継者不足に悩む個人事業者も含めた、川本の求人情報を網羅した求人フェアの開催、町広報やHP等により町全体で求人活動を行うほか、医療福祉事業所と連携して、有資格者の定住支援に取り組み人財の確保を図ります。

また、小売店や旅館経営を志す若者などについて、町内の商店や旅館等の後継者候補としてマッチングを行い就業支援を行います。

その他、出身者の町内企業への就職を促すため、出身者の本町での就職活動や、町内企業が町出身者を雇用する際の支援を行います。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
医療福祉業の求人に対する雇用の割合	13%	30%
くらしまネットに掲載された川本町求人情報の掲載事業所数	1社/年	5社/年

◆多様な就労形態(在宅勤務、ワークシェア等)の創出

女性の社会進出や世帯収入の増加を図るため、テレワークや短時間労働、ワークシェアなど、これまでにない新しい働き方を、モデル的に導入する町内事業者を支援し、多様な働き方ができる環境整備を促進します。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
多様な就労形態を有する事業所数	0社	5社

3-4.『住まい』の基本施策

1) 町営住宅等の整備

<現状と課題>

利用可能な町営住宅は286戸で、入居率は85%(平成27年9月時点)となっています。

町営住宅の整備については、川本町公営住宅等長寿命化計画(平成24年3月策定)に定められており、風呂釜の改修、屋根や外壁補修等が計画的に実施される予定となっていますが、大半の町営住宅は建築年次が古く、水回り等の設備も十分でない状況であり、大幅なリフォームが求められています。

今後は、民間企業等と連携の下、町営住宅や出先機関の遊休施設等のリフォームを進めるとともに、著しく老朽化した住宅については幅広いニーズに応えられる住宅として計画的な建て替えを進めていきます。

<強みと弱み>

強み

- ・出先機関縮小に伴い、優良な宿舍が今後遊休化していく。
- ・改良住宅(店舗一体型の町営住宅)は他地域に例がない。

弱み

- ・町営住宅は定住促進住宅を除いていずれも建築年次が古く、水回り等の設備が不十分で間取り等も画一的。

<主な取り組み>

◆既存町営住宅や遊休施設のリフォーム推進【重点】

弓市地内の町営住宅(住宅・店舗一体型)や町内にある遊休施設について、民間企業と連携したリフォームを行います。実施に際してはコンペ等により、部屋ごとに趣を変える等、話題性とニーズを踏まえた住まいづくりを行い、起業希望者に向け店舗型住宅としてPRを強化していきます。

主な評価指標 (KPI)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
町営住宅等のリフォーム戸数	0戸	2戸

◆定住促進住宅等の整備【重点】

1戸建ての定住促進住宅や多世代居住型住宅等についてニーズを図りながら計画的に整備します。定住促進住宅は、家賃を子供の人数に応じ減額することや、入居後一定の期間で土地と家屋を買い取ることも可能とします。多世代居住型住宅では、入居者同士のコミュニケーションはもちろん、医療機関とも連携し、安心して生活できる住宅とします。老朽化の著しい町営住宅は、計画的に建て替えを進めます。

主な評価指標 (KPI)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
定住促進住宅等の新規整備戸数	3戸	19戸

2) 空き家の活用

<現状と課題>

空き家バンクの登録件数は41件（平成27年9月時点）で、平成20年の制度開設以降、23件の契約（うち賃貸20件、売買3件）が成立しました。特に、宅地建物取引業者への業務委託を導入した平成26年以降、単年で賃貸2件、売買3件の契約が成立し、流動化が加速しています。

現在、町内には342件の空き家が立地しており、うち159件が利用可能と判定されています（平成25年度末時点）。空き家バンクに登録されていない良質な空き家も多数ありますが、「お盆や正月だけ一時的に使用する」、「仏壇・荷物・墓がある」、「見知らぬ人に貸したくない」等の理由から、登録件数が伸び悩んでいます。

空き家活用は、住居としてだけでなく、集会や簡易宿泊等、多目的利用に対する関心も高い状況にあります。今後も引き続き空き家バンク制度の充実に取り組むほか、民間事業者と連携の下、リフォーム等を通じて利用可能な空き家の拡大、空き家の多面的利用を促していきます。

<強みと弱み>

強み

- ・町内には空き家改修の豊富な実績を持つ工務店が複数存在している。
- ・空き家活用において、宅地建物取引業者による仲介が可能。

弱み

- ・「お盆や正月だけ一時的に使用する」、「仏壇・荷物・墓がある」、「見知らぬ人に貸したくない」等、空き家活用を難しくしている課題への体制づくりが遅れている。

<主な取り組み>

◆空き家バンク制度の充実

良質な空き家の流動化を促進するため、家財撤去の支援、意識啓発（空き家として放置しておくデメリットや、法制度の状況等の情報発信）を行います。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
空き家バンクの登録件数	4件/年	8件/年

◆空き家の改修支援【重点】

契約（賃貸・売買）が成立し新たな入居者が決定した空き家について、改修に要する経費を助成します。

NPO等が空き家を借り受け、建物を修繕しUIターン者の住まい等として活用していく場合に、その修繕費に対して助成します。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
空き家の活用件数	14件	30件

◆空き家の多面的活用の推進

定住希望者等の住まいのほか、コミュニティスペースやケア付き住宅など、多目的で提供可能な空き家について、空き家バンク制度等を活用しマッチングを図ります。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
住居以外の空き家活用件数	0件	2件

3) 新しい住環境の整備促進

<現状と課題>

これまでに町有地を活用した宅地分譲を行ってきましたが、町有地の売却が進んだことで宅地として分譲できる場所が減少しています。

一方で、若者世代はまだ経済力に乏しい面もあり、新築住宅だけでなく、賃貸住宅、実家へのUターン、中古住宅といった様々な住宅にニーズが寄せられています。

特に、賃貸住宅は若者世代を中心に高いニーズがあるにも関わらず、町内には民間の賃貸住宅が少なく、供給不足の状況にあります。

今後は、老朽化した町有施設の解体等も視野に入れながら、住民ニーズを踏まえた宅地開発を行っていくとともに、民間事業者による賃貸住宅整備の支援、多面的な住宅整備支援に取り組んでいきます。

<強みと弱み>

強み

- ・町内の企業に就職する若者が毎年一定数あるなど、賃貸アパート等を利用するニーズは高い。
- ・近隣の市町へ通勤可能な町の立地を生かし、良質な住宅があれば通勤世帯の移住も期待できる。

弱み

- ・平成 27 年度になってから町有地の売却が進み、分譲できる宅地が減少している。
- ・民間運営の賃貸アパートの戸数が少なく、特に世帯向けの戸数が少ない。

<主な取り組み>

◆宅地の整備

弓市地区等に存在する町有の遊休施設を解体し、宅地や公園として再整備します。また民間の空き家などを解体し宅地として活用するなど遊休地の流動化を促進するほか、因原地区等への新たな宅地造成を進めます。

また、国土交通省や島根県と連携し、安心・安全な住環境づくりに取り組み、道路改良事業や水防災対策事業等とあわせ住宅団地や分譲団地の整備に取り組みます。

主な評価指標 (KPI)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
新たな宅地の整備区画数	0 区画	6 区画

◆民間の住宅整備に対する支援【重点】

Uターンで定住される方や既に町内に住んでいる方が住宅を新築したり、中古住宅を購入する場合等に助成を行います。この際、当該世帯における子どもの人数、世帯主の年齢等による特別加算や町外へ通勤する場合の通勤費助成により、子育て世帯への関心を高めます。

また、子育て世帯向けの賃貸住宅や単身者向けの住宅を整備し運営しようとする民間事業者に工事費等の一部を補助し、その整備を促進します。

主な評価指標 (KPI)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
個人住宅の整備戸数	20 戸	25 戸
民間賃貸住宅の新規整備戸数	0 戸	40 戸

3-5.『子育て』の基本施策

1) 子育て環境の充実

<現状と課題>

女性の社会進出や就労形態の変化に伴う多様なニーズに対応するため、一時保育、延長保育、保育所完全給食事業等の保育サービスを展開しています。

また、経済的負担を軽減するため、乳幼児医療費の無料化、小中学生医療費の軽減、第2子以降保育料の無料化等に取り組んでいます。

さらに、育児不安を軽減するため、新生児・乳児訪問、乳幼児健康診査、子育てサポートセンター、子育てサロン等の取り組みを行い、時間的・経済的・心理的、全ての面から子育て世代の負担軽減に取り組んでいます。

今後もこれらの取り組みを継続していくほか、特色ある幼児教育プログラム、子育ての基本である親と子の触れ合う時間の充実を通して、川本ならではの子育て環境の構築を図っていきます。

<強みと弱み>

強み

- ・保育サービスが年々改善されている。
- ・都市部に比べると経済的な子育て支援策が充実している。
- ・関係機関の連携はもとより、保護者と保育士、地域のつながりが深く、顔が見えるからこそその安心感がある。
- ・生活圏内に小児科を有する総合病院、個人病院がある。

弱み

- ・他の中山間地域でも取り組まれている施策が多く、独自性に乏しい面がある。

<主な取り組み>

◆保育サービスの充実

一時保育、延長保育、保育所完全給食化等、子育て世代のニーズを把握し更なる保育サービスの充実を図ります。また、保育所への入所を希望する世帯すべてが入所できるよう、保育士の確保など十分な受入体制を整えます。

主な評価指標 (KPI)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
保育サービスに対する満足度	-	60%

◆経済的支援の充実

医療費負担の乳幼児無料化、小中学生の医療費1割負担、保育料の無料化を継続するほか、ニーズの高い病後児保育に対する支援を行います。

主な評価指標 (KPI)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
経済的支援に対する満足度	-	60%

◆心理的負担の軽減

学校と連携した子育て支援活動の拠点として子育てサポートセンターを運営し、ふるさとの自然や伝統文化などの体験学習の機会、在宅親子の遊び場、小学生の居場所、世代間交流の場等を提供します。

また、乳幼児相談への参加を促すほか、保健師が全対象家庭を訪問し、子どもの健康状態を確認したり、母親の相談窓口となり、育児への不安軽減に向けたサポートを行います。

主な評価指標 (KPI)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
育児に対する不安軽減サポートへの満足度	-	60%

◆特色ある幼児教育プログラム(運動能力、音楽等)の構築

教育委員会や地域と連携することや、特色ある保育に取り組む民間保育事業者を参考とし、運動能力や音楽教育、自然体験等、特色ある幼児教育プログラムを提供できる環境を整備する。

主な評価指標 (K P I)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
特色ある幼児教育プログラムに魅力を感じている保護者の割合	-	60%

◆親子が触れ合う時間の充実

子育ての基本である「親子の触れ合う時間」の充実を図るため、小学生までの子どもを持つ世帯をターゲットとして、親子で参加できるイベントの企画実施を推進するほか、親子遊びに対する経済的支援、こっころカンパニーの登録推進等に取り組む。

主な評価指標 (K P I)	現状値 (2015)	目標値 (2019)
ゆったりとした気分で子どもと過ごしている保護者の割合	-	60%

2) 結婚支援の充実

<現状と課題>

島根県から委託を受けている「島根はっぴいコーディネーター」（通称：はぴこ）がおり、町内の男女の出会いから結婚までの相談・マッチングを支援しています。

また、町内地域団体主催のイベントやJR三江線の利活用を兼ねた出会い創出イベントなどが定期的開催されており、近隣市町を含め一定数の若年層が参加しています。

しかし、こうしたイベントや「はぴこ」を通じた取り組みは、結婚にまで至っていない状況にあります。

今後は、出会いだけを目的としない、趣味等を通じた出会いの場づくりの充実を図るほか、はっぴいコーディネーターや地域団体との連携の下、相談・マッチング支援、魅力磨き等の機会の充実を図ります。

<強みと弱み>

強み

- ・町の立地を活かし、イベントの内容によっては近隣から多くの参加者が期待できる。
- ・三江線、音楽、江の川などイベントのテーマとして活用可能な資源がある。

弱み

- ・イベントでの交流のみになっており、「はぴこ」を活かしたイベントの質の向上が図れていない。
- ・婚活に趣をおいたイベントがこれまであまり行われていない。
- ・交友関係が固定化されている。

<主な取り組み>

◆出会いの場の創出【重点】

町内外の企業や地域で活動する団体と連携し音楽やスポーツなどの共通の趣味や、三江線、食などの地域資源に触れる機会を通じた、男女の出会いきっかけとなるイベントを定期的開催できる仕組みを作ります。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
交流イベントにおける参加者数	-	240人/年

◆自分磨きと相談・マッチング支援【重点】

はっぴいコーディネーターや地域活動団体との連携の下、自分磨きや結婚相談・マッチング支援を促進します。また、はっぴいコーディネーターの取り組みについても住民へ周知するとともに増員を図ります。

主な評価指標（KPI）	現状値 (2015)	目標値 (2019)
はっぴいコーディネーター等を介した婚姻カップル数	-	4組/年

第4章 重点事業

第4章 重点事業

4-1. 子どもの『夢・挑戦』応援事業

>>>保・小・中・高が連携した一貫教育体制の構築、「ソト」への挑戦の支援、
知識やアイデアを実践に移す取り組みの支援

◆事業の概要

地域課題解決アイデアや、実現したい夢を持った子ども・学生等が、その内容を発表し、地域からの投資を得てその実践・実現に挑戦していける体制を構築します。

地域課題解決アイデアは、小・中・高の総合学習等での取り組みや、町外の大学生等によるフィールドワークを踏まえた提案も可能とします。実現したい夢は、町内に居住する子どもを対象とします。

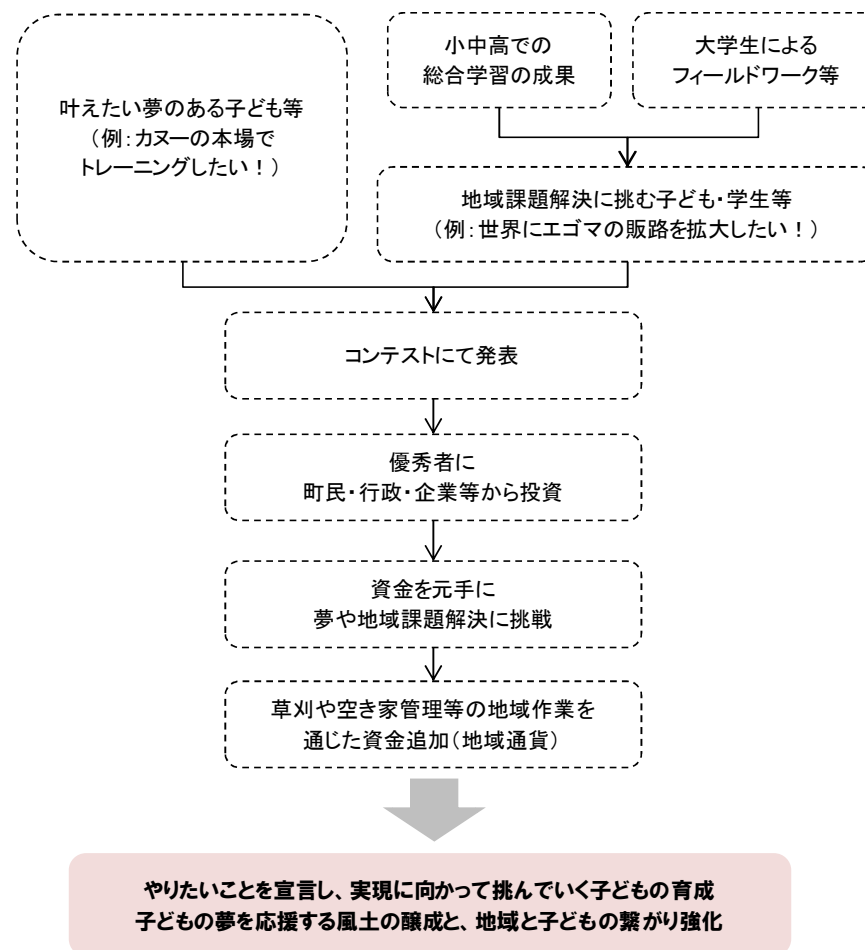
発表は部門別（小学生部門、中学生部門、高校生部門、大学生部門等）のコンテスト形式を想定し、各部門の優れた提案に対し、行政や企業、金融機関、町民等が『投資』を行い、その挑戦に必要な経費を支援します。

また、子どもと地域の繋がり強化、必要経費の補填等を目的として、アイデアや夢の実践・実現に挑戦する期間中は、町内の団体等との連携の下、地域住民からイベントの参加や草刈等の作業依頼を受け、その『報酬』として地域通貨を受け取ることでできる仕組みも盛り込みます。

◆事業のポイント

- ①子どもの夢を応援するまちとして、対外的関心を集めることができます。
- ②地域通貨の利用を通じて、子どもが夢を語りながら大人と交流する機会が増加します。
- ③小中高の継続的な取り組みをすることで、ふるさとに対する想いや、より実践的な提案が期待されます。

◆事業イメージ



◆KPI

指標名	現状値 (2015)	目標値 (2019)
年間参加生徒・学生数	-	100人
夢や挑戦を実践に移した取り組み件数	0件	32件

4-2. 発信・受入の拠点『かわもと暮らし情報センター』運営事業

>>>定住促進に向けた受け入れ体制の整備

◆事業の概要

川本への移住・定住を進めるうえで必要となる仕事・住まい・暮らし等に関する情報の収集・発信・相談機能をワンストップ型のサービスとして提供する「かわもと暮らし情報センター」を開設します。

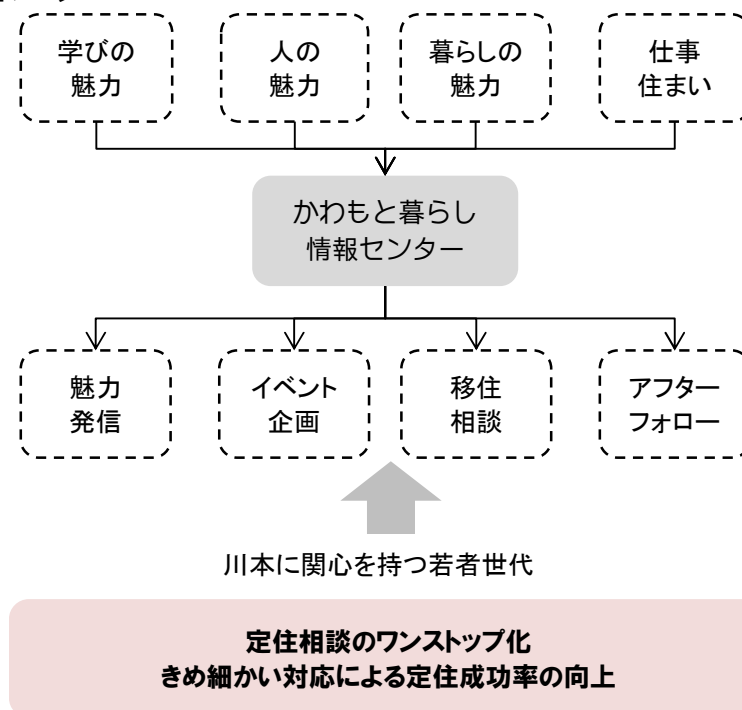
センターの主な役割は、①関係機関と連携した情報収集、②各種媒体を活用した情報発信、③交流イベントの企画・運営、④移住定住サポートの4点で、移住相談から引っ越しに至るまで、移住が完了するまでのきめ細やかで丁寧なサポートに取り組みます。

活動拠点は役場や金融機関、商店街、総合病院などが集約される弓市内の空店舗等の活用を想定し、移住相談者だけでなく町民も気軽に訪れ、交流が促進される環境を作ります。

◆事業のポイント

- ①移住交流ガーデンやふるさと島根定住財団、町内企業や町商工会等との連携により、リアルタイムの情報提供が可能となります。
- ②情報発信の強化に伴い、より多くの方に川本を知ってもらえるようになるため、移住相談件数の増加が期待できます。
- ③これまでも実践してきたフェイス to フェイスの丁寧な相談体制に加え、地域や企業の情報が集約されるため、より満足度の高い移住サポートを実践することができます。

◆事業イメージ



◆KPI

指標名	現状値 (2015)	目標値 (2019)
移住相談件数	61 件/年	185 件/年
イベント等企画回数	-	4 回/年
川本へ定住相談に訪れた人が実際の定住に結び付いた割合	20%	50%

4-3. 多様な働く場や働き方への挑戦支援事業

>>>空き店舗等を活用した起業支援

◆事業の概要

かつては多様な働く場や多様な人材が集まるまちであった弓市地区の空き店舗等を活用して、多様な働く場や働き方の創造に挑戦する人や事業者を支援する取り組みを展開します。

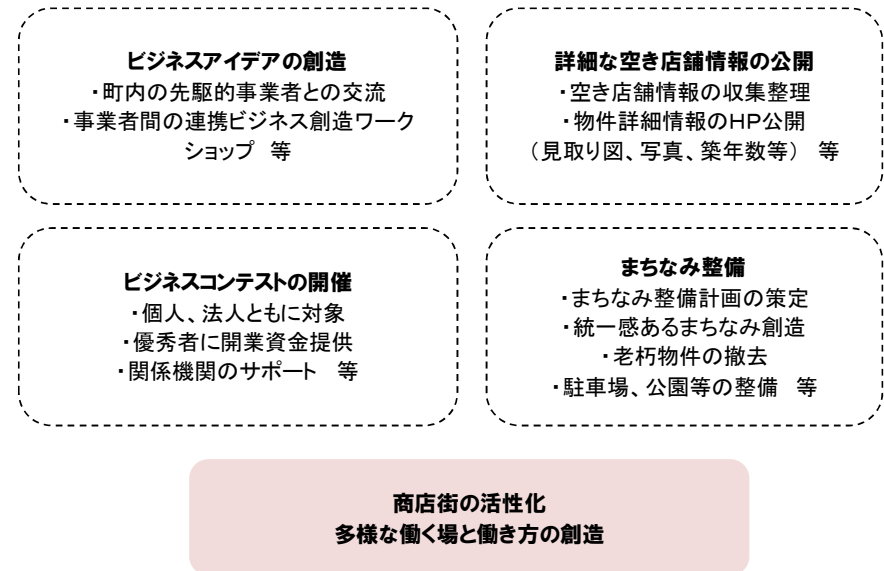
支援事業は、①町内で先駆的な事業展開に取り組む事業者等との交流によるビジネスアイデアの創造、②小さなまちならではの詳細な空き店舗情報等の公開によるアイデアの具体化支援、③ビジコン等を通じた起業支援・企業進出支援、④オープンスペース確保や景観改善等の街並み整備、の4つから構成します。

支援対象は、起業や企業進出といった新規参入はもとより、既存事業者による新規分野進出、生産効率の改善等も含まれます。

◆事業のポイント

- ①町内には地域資源を活かしたビジネスや働きやすい職場づくりに取り組む事業者、自らのスキルと空き店舗を活用した起業家もあり、彼らとの交流を通じた新しいビジネスアイデアの創造、仲間づくりが期待できます。
- ②小さなまちゆえ、空き店舗の詳細情報の網羅的な把握が行いやすく、具体的な物件をイメージしたビジネスモデルの検討が可能になります。
- ③統一感のある街並み整備、駐車場やオープンスペースの確保等により、まちの美しさと利便性が改善され、起業や企業進出、新規分野進出に対する前向きな感情を喚起することができます。

◆事業イメージ



◆KPI

指標名	現状値 (2015)	目標値 (2019)
異業種交流機会の参加者数	-	80人
川本町ホームページへの空き店舗情報の掲載件数	0件	20件
ビジネスコンテストへの応募件数	-	30件
空き店舗の事業所・店舗としての活用件数	1件/年	2件/年

4-4. 多様な住まいづくり応援事業

>>> 空き家活用の取り組み支援、既存町営住宅のリノベーション推進、民間の住宅整備支援

◆事業の概要

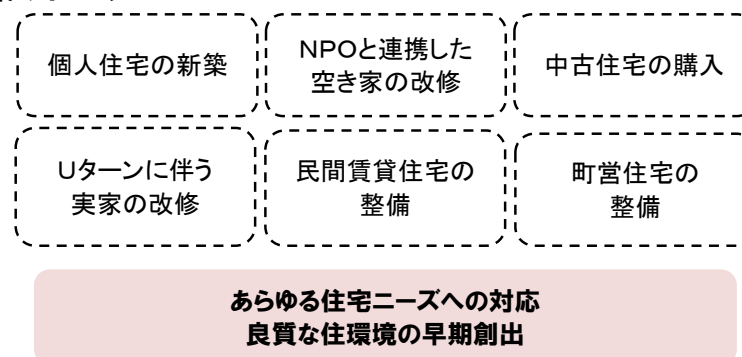
子育て世帯の定住を促進するため、個人住宅の整備、空き家の活用、民間住宅の整備支援、町営住宅の整備、町営住宅のリノベーションなど、住まい整備に係る官民が連携した取り組みを行う事で、良質な住環境の早期創出を図ります。

個人住宅の整備では、新築、中古住宅の購入助成を行います。空き家の活用では、売買や賃貸時等の改修助成のほか、NPO等が取り組むUターン者向け空き家活用住宅の改修に対して助成を行います。民間住宅の整備支援では民間住宅の整備を行う事業者へ、建築助成や町有地購入助成を行います。町営住宅については、定住促進住宅等の整備を行うほか、既存の町営住宅のリノベーションに取り組みます。町営住宅の整備については、設計や管理運営についても民間事業者と連携を図ります。

◆事業のポイント

- ①あらゆる住まいのニーズに対して支援体制を構築することで、子育て世帯の定住促進につながることを期待できます。
- ②NPOと連携、民間事業者への支援等により市場ニーズを踏まえた、官民一体型の住環境整備の体制が構築されます。
- ③特徴的な町営住宅である店舗一体型住宅の有効活用により、仕事、住まいをセットで提供する新たな住環境が整備されます。

◆事業のイメージ



◆KPI

指標名	現状値 (2015)	目標値 (2019)
個人住宅の整備戸数	0戸	25戸
空き家の活用件数	14件	30件
民間賃貸住宅の新規整備戸数	0戸	40戸
定住促進住宅等の整備戸数	3戸	19戸
町営住宅等のリフォーム戸数	0戸	2戸
新たに創出した住まいへの入居戸数	0戸	45戸

4-5. 自然な出会い創造事業

>>> 出会いの場の創出、自分磨きと相談・マッチング支援

◆事業の概要

自然な出会い方を求める若い世代を応援するため、趣味などを通じた若者が集う場の創出に取り組むほか、これらの場において男女が近づくきっかけを演出するコーディネーターの育成に取り組みます。

若者が集う場づくりにおいては、文化、教養、アウトドア等、趣味や楽しさを主目的としたイベントや教室を数多く開催し、若者が参加しやすい場を提供していきます。

コーディネーターについては、川本町在住の既婚者を対象に登録を進め、上述したイベントや地域活動等において、参加した若い男女が自然と近づけるよう、声掛け等の活動を行います。また、コーディネーター登録者は定期的に集まり、各自が工夫を凝らした事例等を報告しあったり、ケーススタディを行うことで、「偶然を装って男女を近づける技術」の向上を図ります。

将来的には、本取組を通じて結婚したカップルの声や、そのきっかけとなったコーディネーターの立ち回りエピソードを紹介する「かわもと恋辞典（仮）」を発行し、自然な出会いが芽生えるまちとしてのイメージ作りにつなげます。

◆事業のポイント

- ① 「婚活」に抵抗を感じる若者に自然な出会いの機会が提供されるため、カップル誕生数、ひいては婚姻率の改善に繋がることが期待できます。
- ② 既存のイベントや活動をベースに、ちょっとした一言で男女が近づく機会を与える取り組みが中心であるため、取り組みのハードルが低く皆が楽しみながら参加することができます。

◆事業のイメージ

自然な出会いを演出する『場』の創造
文化、教養、アウトドア等、趣味や楽しさを主目的としたイベントを多数開催。

「出会い」を前面に出さないイベント開催により
参加しやすい雰囲気を醸成。



自然な出会いを演出する『人』の育成
日常の地域活動やイベント等を通じて、若い男女が近づく『さりげないきっかけ』を提供。

定期的集まり、事例報告等を通じて
より自然な出会いの演出方法を検討。

**若い世代の「自然に出会う機会」の創出
カップルの増加、婚姻率の改善**

◆KPI

指標名	現状値 (2015)	目標値 (2019)
趣味等を通じた若者が集いやすいイベントの開催回数	0回	2回/月
はっぴいコーディネーター登録数	1人	8人
はっぴいコーディネーターを介した婚姻カップル数	-	4組/年

第5章 進捗管理

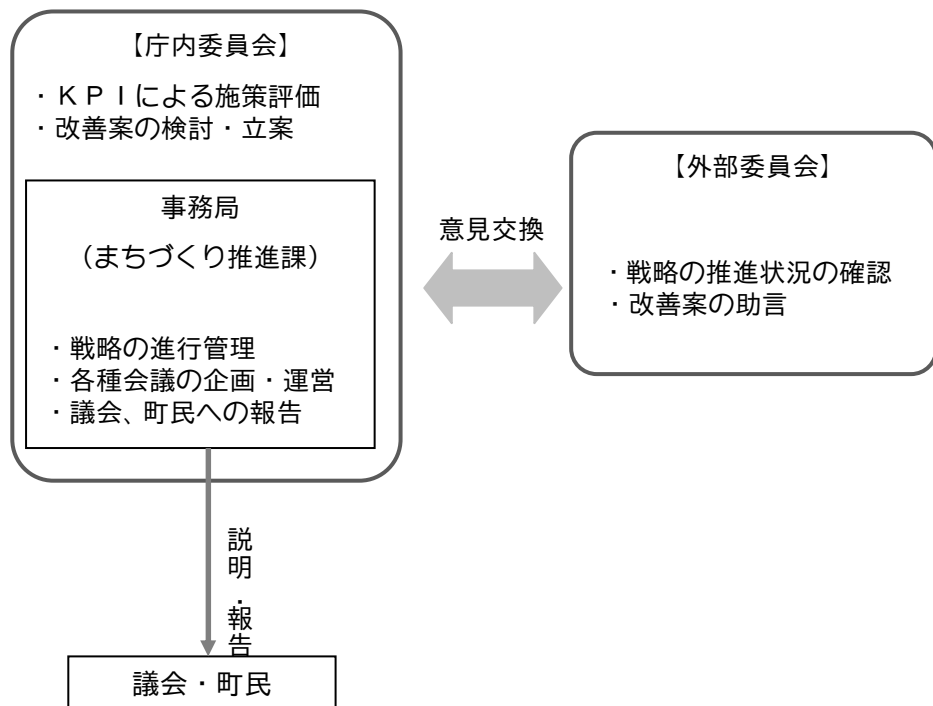
第5章 進捗管理

5-1. 検証体制

戦略策定時に組織した「まちづくりプロジェクトチーム」を中心に、施策の実施状況・効果を毎年検証します。

検証結果は、町民代表や関係団体、学識経験者等からなる外部委員会に報告し、各施策の効果的な推進や、改善方策についての意見を聴取します。また、寄せられた意見に基づき、施策の継続改善を図っていきます。

なお、事務局は、各会議の開催調整・運営を担うほか、町民・議会への説明、県・国との連絡調整等の役割を担うものとします。



5-2. 指標一覧

区分	K P I (進捗指標除く)	現状値 (H26年度)	目標値 (H31年度)	
人口ビジョン	総人口	3,455人	3,171人	
	合計特殊出生率	1.41	1.52	
	社会増減者数	▲26人	0人	
学び	総合指標	-	60%	
	施策別指標	自己の成長を実感している町民の割合	-	100%
		川本を拠点に活躍したいと考える子どもの割合	0プログラム	5プログラム
		保・小・中・高一貫して取り組む教育プログラムの数	-	50%
		英検2級以上に挑戦する子どもの数(中学生・高校生)	-	10%
		全国規模の大会や発表会に参加した経験をする町民の割合	-	30%
		定期的に習い事等に取り組んでいる町民の割合	-	100%
地域に愛着心をもつ子どもの割合	8業種	18業種		
重点指標	インターンシップ受け入れ企業の業種数	54%	65%	
交流	重点指標	学校給食センターの地域消費率	0件	32件
	総合指標	年間参加生徒・学生数	-	100人
		『学び』を理由として川本への移住を希望する相談者の割合	20人/年	35人/年
		川本へ定住相談に訪れた人が『川本の学び』を体験した割合	-	50%
		『音楽・健康・安全』を理由として川本への移住を希望する相談者の割合	-	50%
		定住サイトへのアクセス数	-	40%
		川本へ定住相談に訪れた人が実際の定住に結び付いた割合【重点指標を兼ねる】	8,400ビュー/年	30,000ビュー/年
重点事業	整備を支援した居住施設の年間平均稼働率	20%	50%	
仕事	重点指標	移住相談件数	85%	85%
	総合指標	イベント等企画回数	61件/年	185件/年
		新たに創出した雇用者数	-	4回/年
		20歳から64歳までの女性の就業率	9人	40人
		空き店舗の事業所・店舗としての活用件数【重点指標を兼ねる】	77%(2010)	80%(2020)
		自営による新規就業者数	1件/年	2件/年
		企業進出により創出された雇用者数	1人/年	2人/年
施策別指標	農業法人等(企業の農業参入含む)への新規就業者数	0人	30人	
	町内医療福祉事業所と連携した新たなビジネスを行う町内事業所数	-	5人	
	外国人観光客を対象としたツーリズムの参加者数	-	2社	
	医療福祉業の求人に対する雇用の割合	-	40人/年	
	くらしまネットに掲載された川本町求人情報の掲載事業所数	13%	30%	
	多様な就労形態を有する事業所数	1社/年	5社/年	
重点事業	異業種交流機会の参加者数	0件	5件	
住まい	重点事業	川本町ホームページへの空き店舗情報の掲載件数	-	80人
	総合指標	ビジネスコンテストへの応募件数	0件	20件
		新たに創出した住まいへの入居戸数【重点指標を兼ねる】	0件	30件
		町営住宅等のリフォーム戸数【重点指標を兼ねる】	0戸	45戸
		定住促進住宅の新規整備戸数【重点指標を兼ねる】	0戸	2戸
		空き家バンクの登録件数	3戸	19戸
		空き家活用の契約件数【重点指標を兼ねる】	4件/年	8件/年
施策別指標	住居以外の空き家活用件数	14件	30件	
	新たな宅地の整備区画数	0件	2件	
	個人住宅の整備戸数【重点指標を兼ねる】	0区画	6区画	
	民間賃貸住宅の新規整備戸数【重点指標を兼ねる】	20戸	25戸	
	年間出生者数	0戸	40戸	
	20~30代の婚姻率	15人	20人	
子育て	重点指標	保育サービスに対する満足度	50%(2010)	60%(2020)
	総合指標	経済的支援に対する満足度	-	60%
		育児に対する不安軽減サポートへの満足度	-	60%
		特色ある幼児教育プログラムに魅力を感じている保護者の割合	-	60%
		ゆったりとした気分子どもと過ごしている保護者の割合	-	60%
		交流イベントにおける参加者数	-	240人/年
		はっぴいコーディネーターを介した婚姻カップル数【重点指標を兼ねる】	-	4組/年
重点指標	趣味等を通じた若者が集いやすいイベントの開催回数	0回	2回/月	
はっぴいコーディネーター登録数	1人	8人		

5-3. 検証方法

検証に際しては、下図のような評価シートを事業ごとに作成し、今年度の取り組み内容やその成果、KPIの状況等を整理します。また、事業推進の課題はもとより、ゴールへ近づくための更なる改善点等を抽出し、それらを踏まえて次年度の事業計画を立案します。

作成したシートに基づき、庁内・外部委員会それぞれにおいて、『課題や改善点の設定は妥当か』、『それらの解決に資する事業立案がなされているか』といった視点からのチェックを行い、その更なる改善を図っていきます。

平成 年度 川本町総合戦略評価シート(兼主要な施策の成果) 担当課

■川本町総合戦略での位置付け		■事務事業の概要(入力時期:年度開始前)	
施策	(5本柱) (基本施策)	【対象】何(誰)ですか	
事業名		【意図】対象をどうしたい	
成果指標(目標数値)	H27 H31 H27末 単位		

A	拡充	今後内容を拡充して実施する必要がある
B	継続	当面の間、現状のまま継続して実施
C	見直し	事務事業の効率化等により見直す必要がある
D	終了	「目的」が達成されたこと等により終了する場合

(単位:千円)

No	細事業名	細事業の概要			成果指標(目標数値:KPI)						予算額	決算額	うち一般財源	人件費	評価	評価の判断理由及び改善事項 (妥当性、有効性、効率性に基づき記載)
		何(誰)が対象ですか【対象】	どのような手段を使って【手段】	対象をどうしたいですか【意図】	始期	終期	指標名	指標の算式	目標値	実績値						
1																
2																
3																
4																
5																
6																
7																

■改善提案(翌年度からの新規及び改善事業)																
No	細事業名	細事業の概要			成果指標						予算額	決算額	うち一般財源	人件費	補足説明	
		何(誰)が対象ですか【対象】	どのような手段を使って【手段】	対象をどうしたいですか【意図】	始期	終期	指標名	指標の算式	目標値	実績値						単位
1																
2																

■三次評価(外部委員会等)

■最終評価(町長評価)