

まち・ひと・しごと・創生

# 人口ビジョン・総合戦略

～今より一歩、その先へ～



平成28年3月

千葉県長生郡

# 白子町

## 目次

<b>第 1 部 白子町人口ビジョン</b> .....	2
<b>第 1 章 人口の現状と将来推計</b> .....	2
(1) 総人口の推移および将来推計 .....	2
(2) 年齢 3 区分別人口の推移と将来推計 .....	3
(3) 5 歳階級別人口の構成と時系列 .....	4
<b>第 2 章 人口の自然増減・社会増減に関する分析</b> .....	6
(1) 自然増減・社会増減の推移 .....	6
(2) 自然増減に係る女性の年齢別出生数・出生率の推移・婚姻率等の状況 .....	7
(3) 社会増減における転入元・転出先の時系列分析 .....	8
(4) 地域経済の状況等 .....	13
<b>第 3 章 白子町の人口の将来展望</b> .....	16
(1) 複数パターンによる人口推計 .....	16
(2) 人口の変化が地域に与える影響に関する考察 .....	17
(3) アンケート調査による住民意向 .....	18
(4) 白子町が目指すべき人口 .....	40

<b>第2部 白子町総合戦略</b> .....	42
<b>第1章 総合戦略策定の概要</b> .....	42
(1) 総合戦略策定の趣旨 .....	42
(2) 総合戦略の位置付け .....	42
(3) 総合戦略の計画期間 .....	43
(4) まち・ひと・しごと創生政策5原則による施策の展開 .....	43
(5) 目標設定とPDCAサイクルの確立.....	43
<b>第2章 基本目標の設定</b> .....	44
(1) 基本目標設定の考え方.....	44
(2) 基本目標の設定および施策検討のコンセプト .....	45
(3) 基本目標と基本的方向.....	47
(4) 重要業績指標設定の考え方と業績指標.....	49
<b>第3章 基本的方向ごとの実施施策</b> .....	51
(1) 基幹産業の育成等による安定した雇用の創出 .....	51
(2) 移住・定住等新しい人の流れ.....	54
(3) 結婚・出産・子育ての希望を叶える .....	58
(4) これからの時代に合った地域づくり.....	61
<b>第4章 来年度以降の運営体制について</b> .....	65
(1) 来年度以降の運営体制について .....	65
(2) 白子町総合戦略実現に向けた行動計画 .....	65

# 白子町人口ビジョン

『2040年、小学校3校維持』

の実現に向けて…



## 第1部 白子町人口ビジョン

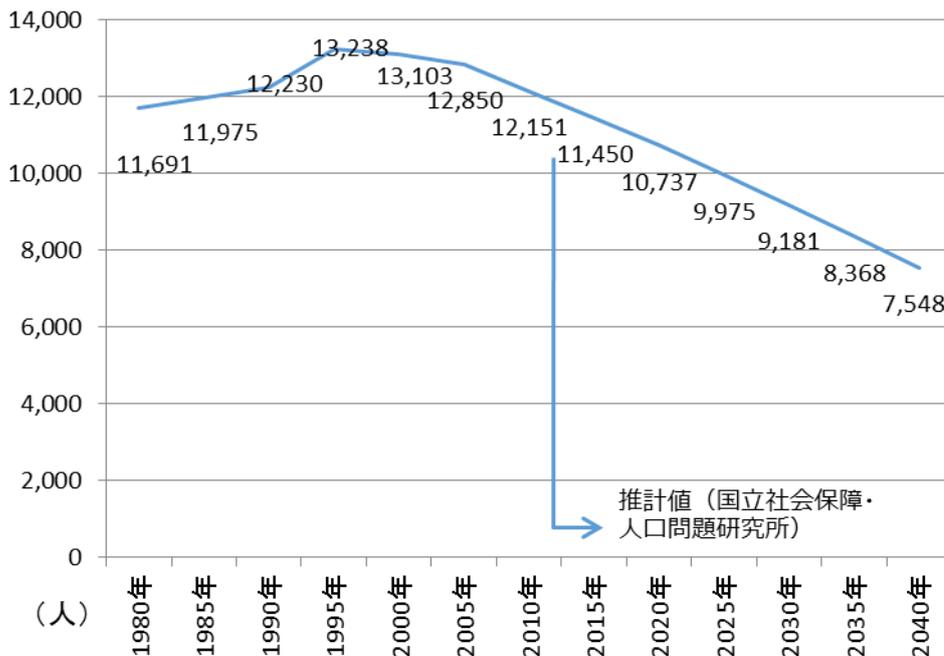
### 第1章 人口の現状と将来推計

#### (1) 総人口の推移および将来推計

白子町の人口は12,151人（2010年国勢調査）で、2000～05年の約13,000人をピークに減少が始まっています。この減少傾向が続くと、2040年には約7,500人、2060年には5,000人を割ると推計されています。（国立社会保障・人口問題研究所推計を参照。以下推計については同じ）

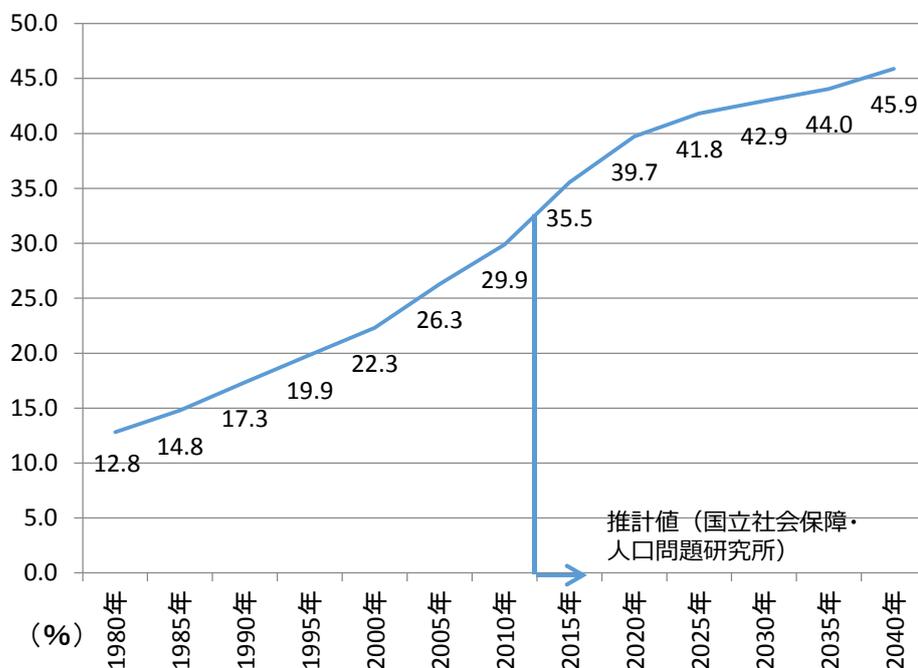
高齢化率は29.9%（2010年国勢調査）であるのが2025年には41.8%まで急速に上昇し、その後も緩やかに上昇し続け、2040年には45.9%となると予測されています。

図表 1 総人口



1980～2010年は国勢調査に基づく。  
2015年以降は社人研推計に準拠。ただし、年齢不詳者数を除外。

図表 2 高齢化率 (%)



1980～2010年は国勢調査に基づく。

2015年以降は社人研推計に準拠。ただし、年齢不詳者数を除外。

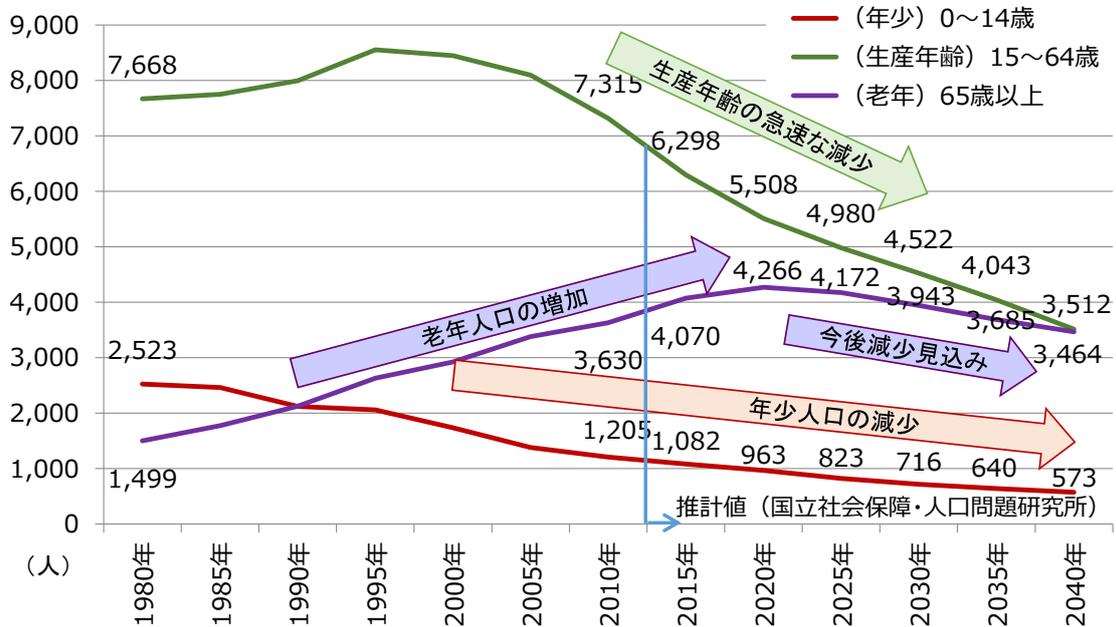
## (2) 年齢3区分別人口の推移と将来推計

年齢3区分別人口によると、特に生産年齢人口の減少が大きく1995年に約8,500人でしたが、2010年には7,315人となっており、2040年には3,512人まで減少すると予測されています。

老年人口は増加傾向にあり、1980年に約1,500人でしたが、2010年には3,630人となっており、2020年には4,266人まで増加し、その後は減少傾向に転じると予測されています。

年少人口は減少傾向が続いており、1980年に約2,500人であったのが、2010年には半数以下の1,205人となっており、2040年には573人まで減少すると予測されています。

図表 3 年齢3区分別人口（人）



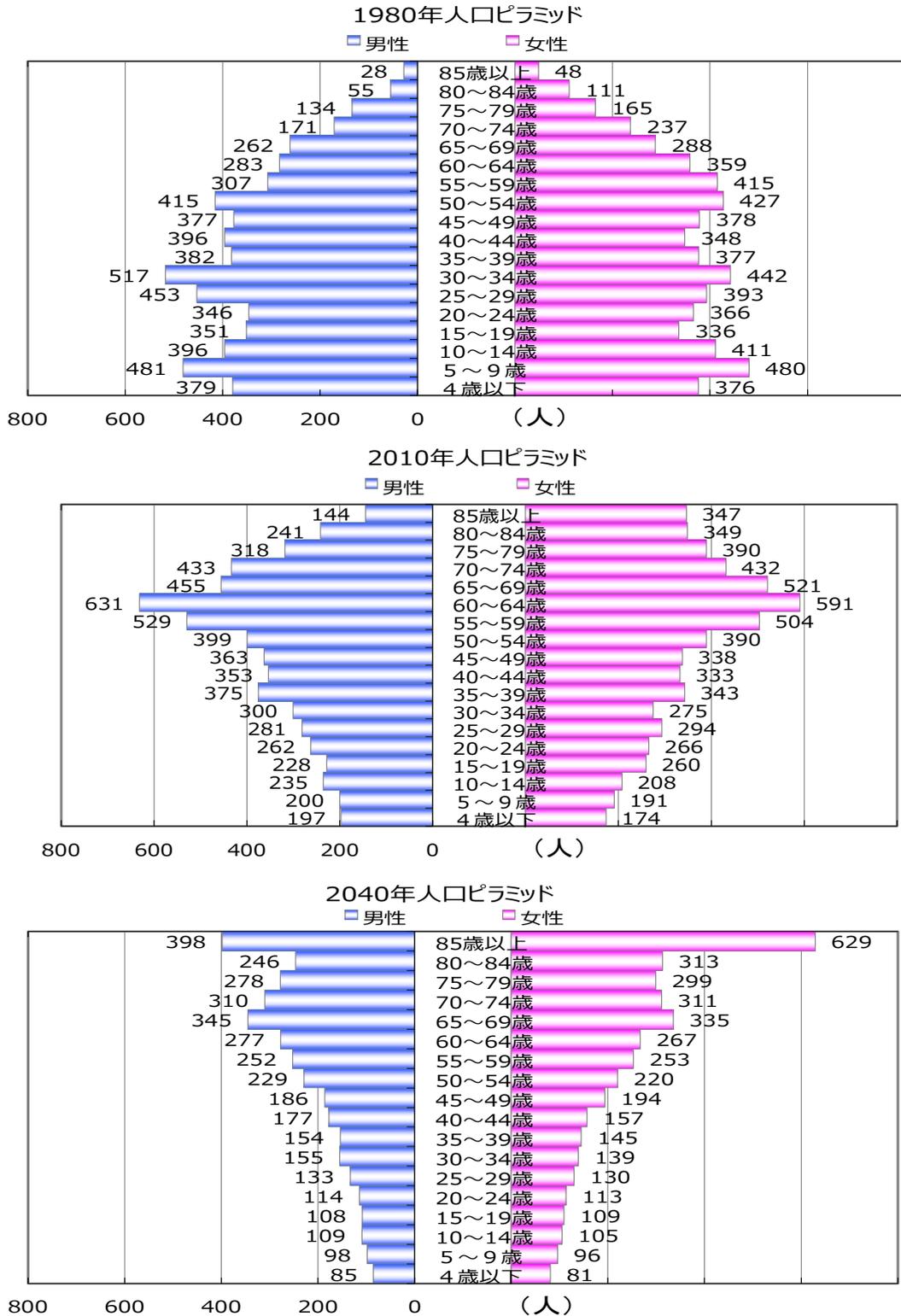
1980～2010年は国勢調査に基づく。

2015年以降は社人研推計に準拠。ただし、年齢不詳者数を除外。

### (3) 5歳階級別人口の構成と時系列

白子町の人口ピラミッドを見ると、1980年には三角形に近い形でバランスが取れていましたが、2010年には逆三角形に近づき、2040年以降は85歳以上が多く、85歳未満は全体的に少なくなるのが推計されています。

図表 4 5歳階級別人口（人）



1980、2010年は国勢調査に基づく。

2040年は社人研推計に準拠。ただし、年齢不詳者数を除外。

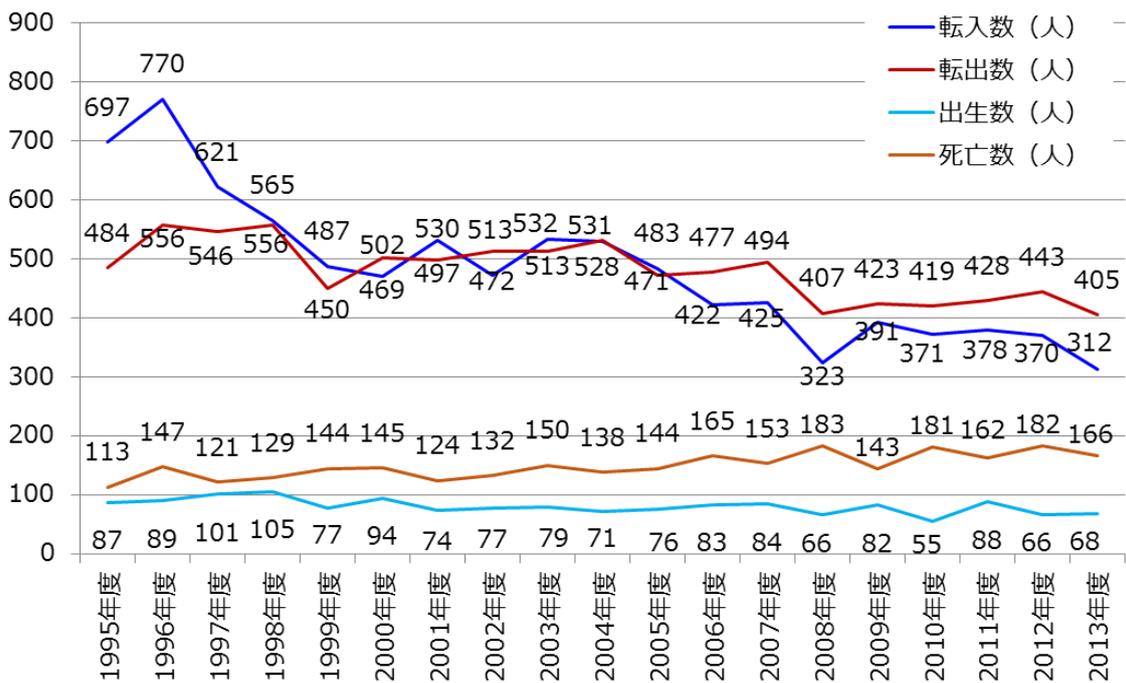
## 第2章 人口の自然増減・社会増減に関する分析

### (1) 自然増減・社会増減の推移

白子町では、1995年以降死亡数が出生数を上回り、自然増減がマイナスの状態が続き、その差が拡大していますが、出生数はほとんど変化がないことから高齢者数の増加による死亡数の増加が要因と考えられます。

一方、社会増減については、1995年から1999年には転入数が転出数を上回るプラスの状況でしたが、2000～05年に拮抗し始め、2006年以降はマイナスの傾向が続いています。個別にみると、転出の傾向には大きな変動がありませんが、転入数は減少傾向にあります。年齢3区分別人口から年少人口が減少し続けている状況となっていることから（6ページ参照）、白子町では転入数の減少が、少子化の主要因となっていることが分かります。

図表 5 自然増減・社会増減の推移



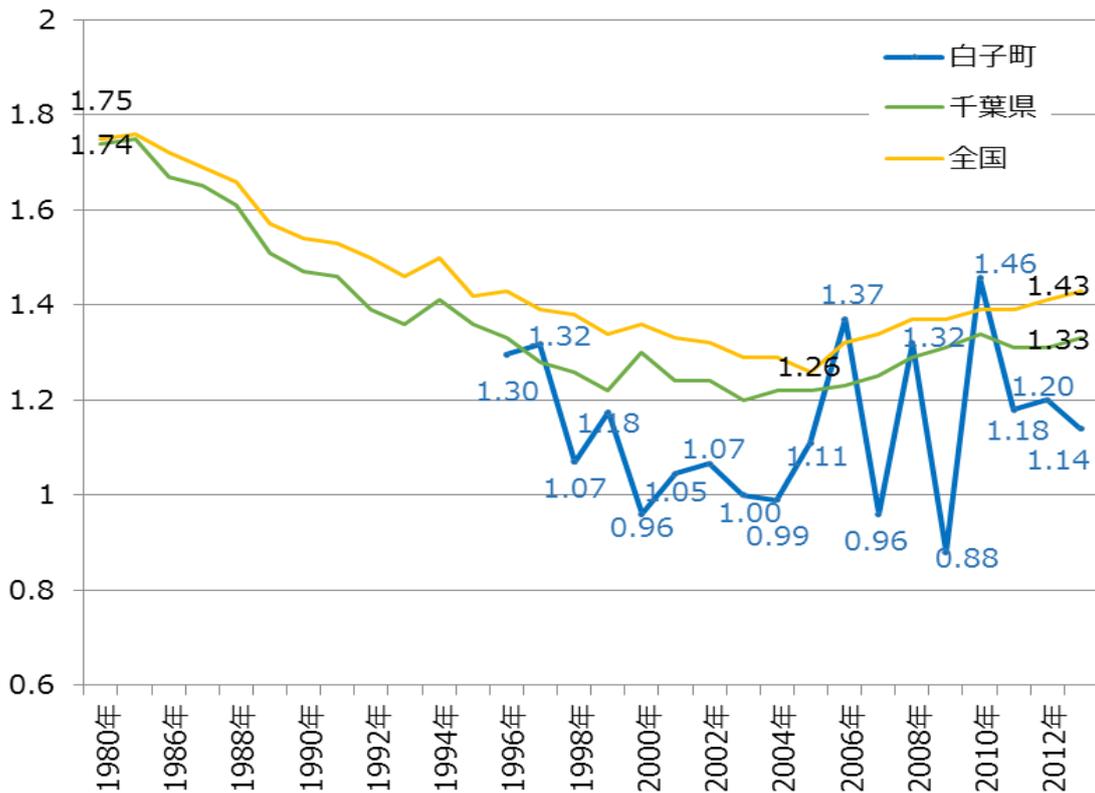
※ 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数に関する調査

## (2) 自然増減に係る女性の年齢別出生数・出生率の推移・婚姻率等の状況

白子町の合計特殊出生率は1998～02年1.29、2003～07年1.24、2008～12年1.33であり、一度減少したものの、やや回復傾向にあります。千葉県合計特殊出生率も2010年1.34でほぼ同水準ですが、全国平均1.39よりも低い値で推移しています。

また、白子町と全国の未婚率を比較すると、25～54歳で全国平均よりもやや高い傾向にあります。さらに、男性の30～44歳及び女性の30～34歳では全国平均と比べて10%以上も高くなっており、出産に影響する年齢での未婚率の高さが、白子町の合計特殊出生率の低さに強く影響していると考えられます。

図表 6 合計特殊出生率の推移



※ RESAS(地域経済分析システム) 千葉県統計

図表 7 未婚率

	総数		男性		女性	
	白子町	全国	白子町	全国	白子町	全国
総数 (15歳以上)	25%	27%	30%	31%	20%	23%
15～19歳	99%	99%	100%	99%	99%	99%
20～24歳	90%	90%	90%	91%	90%	88%
25～29歳	68%	64%	72%	69%	65%	59%
30～34歳	53%	40%	60%	46%	46%	34%
35～39歳	39%	29%	48%	35%	29%	23%
40～44歳	27%	23%	38%	28%	15%	17%
45～49歳	19%	17%	26%	22%	12%	12%
50～54歳	16%	13%	25%	18%	6%	9%
55～59歳	10%	10%	16%	14%	3%	6%
60～64歳	9%	8%	13%	10%	5%	5%
65～69歳	4%	5%	6%	6%	3%	4%
70～74歳	3%	4%	4%	4%	3%	4%
75～79歳	2%	3%	2%	2%	2%	4%
80～84歳	1%	3%	1%	2%	2%	4%
85～89歳	1%	3%	3%	1%	-	3%

赤字・・・全国よりも白子町が2%以上高い

赤枠・・・差が10%以上

※ 平成 22 年国勢調査より計算

### (3) 社会増減における転入元・転出先の時系列分析

#### 1) 年齢階級別社会増減-地域比較

社会増減については、白子町は総数が123人の減少となっており、近隣市町村と比較して大きく減少していることが分かります。また、周辺地域では社会増減がマイナスになっている地域が多いものの、茂原市、一宮町、睦沢町など社会増減がプラスになっている地域も見られます。なお、男女別に見た場合、特に白子町では社会減における女性の比率が高いことが分かります。

図表 8 社会増減の男女比 -周辺地域比較-

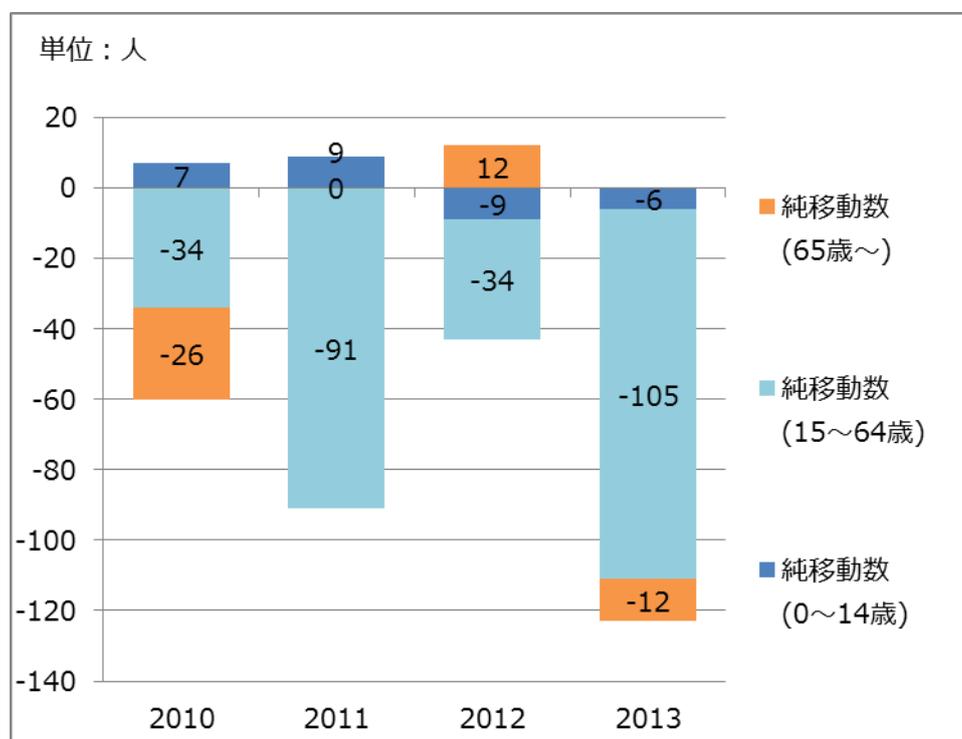
		人口			転入者数			転出者数			社会増減		
		総数	男性	女性	総数	男性	女性	総数	男性	女性	総数	男性	女性
長生郡	白子町	12,294	6,090	6,204	278	144	134	401	191	210	-123	-47	-76
		-	50%	50%	-	52%	48%	-	48%	52%	-	38%	62%
	一宮町	12,453	6,109	6,344	506	268	238	469	248	221	37	20	17
		-	49%	51%	-	53%	47%	-	53%	47%	-	54%	46%
	陸沢町	7,441	3,598	3,843	199	93	106	179	87	92	20	6	14
		-	48%	52%	-	47%	53%	-	49%	51%	-	30%	70%
	長生村	14,934	7,372	7,562	433	223	210	455	222	233	-22	1	-23
	-	49%	51%	-	52%	48%	-	49%	51%	-	-5%	105%	
	長柄町	7,735	3,862	3,873	160	89	71	264	135	129	-104	-46	-58
		-	50%	50%	-	56%	44%	-	51%	49%	-	44%	56%
	長南町	8,990	4,393	4,597	169	83	86	244	119	125	-75	-36	-39
		-	49%	51%	-	49%	51%	-	49%	51%	-	48%	52%
近隣地域	九十九里町	17,902	8,743	9,159	388	216	172	577	272	305	-189	-56	-133
		-	49%	51%	-	56%	44%	-	47%	53%	-	30%	70%
	茂原市	92,569	45,523	47,046	2,877	1,568	1,309	2,829	1,508	1,321	48	60	-12
		-	49%	51%	-	55%	45%	-	53%	47%	-	125%	-25%
	大網白里市	51,028	25,244	25,784	1,654	851	803	1,670	828	842	-16	23	-39
		-	49%	51%	-	51%	49%	-	50%	50%	-	-144%	244%
	山武市	56,295	28,035	28,260	1,342	701	641	1,756	837	919	-414	-136	-278
		-	50%	50%	-	52%	48%	-	48%	52%	-	33%	67%
	いすみ市	41,275	20,205	21,070	994	518	476	1,042	511	531	-48	7	-55
		-	49%	51%	-	52%	48%	-	49%	51%	-	-15%	115%

※ 住民基本台帳 人口移動報告 2013 年

## 2) 年齢 3 区分別純移動数

2010～13 年の年齢 3 区分別純移動数によると、2010～11 年には年少人口はプラスでしたが、2012～13 年にはマイナスに転じています。生産年齢人口は大きなマイナスの状況が続いていますがその幅は年により大きな変動があります。

図表 9 年齢 3 区分別純移動数

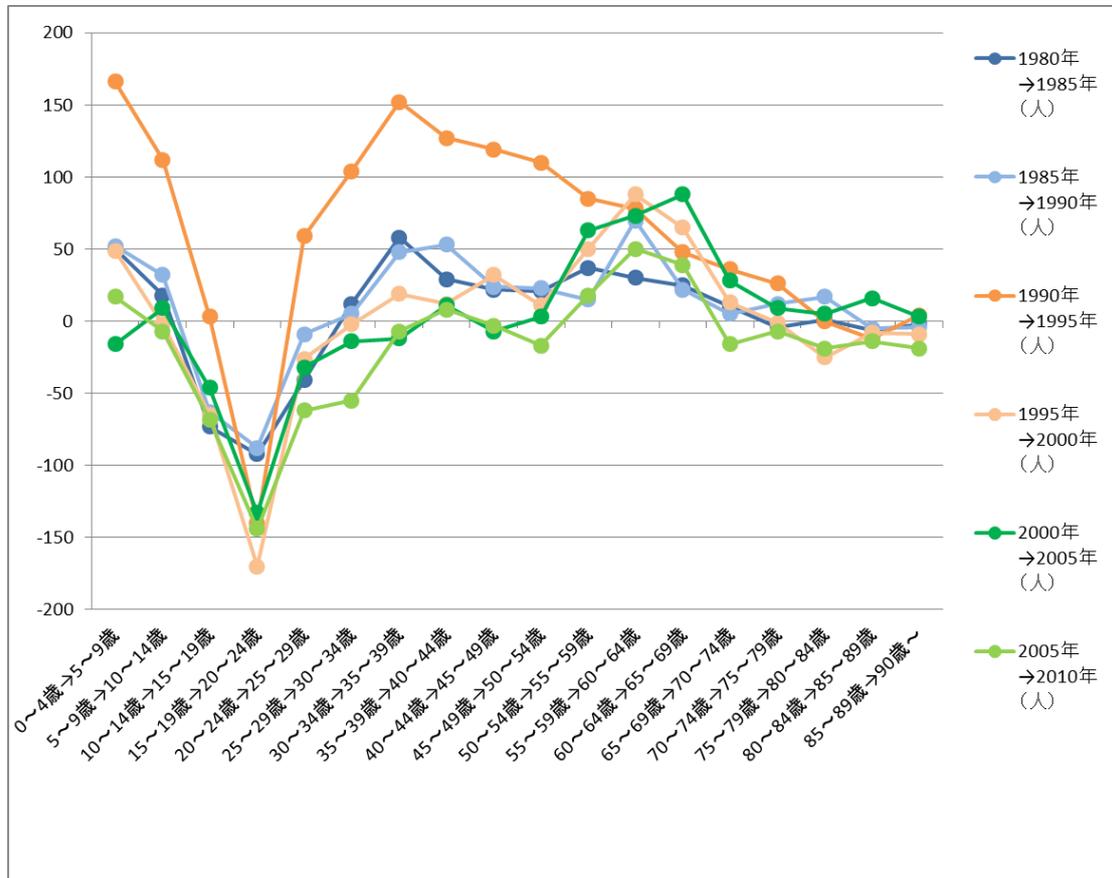


※ RESAS 総務省「住民基本台帳人口移動報告」

### 3) 5 歳階級別純移動数の時系列分析

5 歳階級別の純移動数の時系列分析によると、1980 年以降 15～19 歳→20～24 歳に大きな社会減少になる傾向があり、高校卒業後から就職時の転出が多いと推測されます。また、1990 年から 1995 年には 25～60 歳の大きな流入が見られました。1980 年から 1985 年にはプラスの山場が 30 代であったのが、1995 年から 2000 年には 60 代に転じ、現在もその傾向が続いています。またそれぞれの年齢階級における社会増減値は、年次が進むに従い減少傾向となっています。

図表 10 5 歳階級別純移動数の時系列分析



※ RESAS 総務省「住民基本台帳人口移動報告」

#### 4) 社会増減に係る地域間の人口移動の状況

白子町の地域間移動に関して、転出後及び転入前の地域ランキングによると、千葉県内の周辺地域における移動が大変多い傾向にあります。特に転出後及び転入前の4位までが、茂原市と大網白里市及び千葉市と東京都となっています。この中で茂原市は、転入前の地域としても多いものの、転出する人数が極めて多く、各年で30～40名のマイナスとなっています。白子町の中心部から茂原市までは自動車でも20分程度の距離であり、白子町の魅力を増大することで、流出を防ぐことができる可能性があります。

図表 11 転出後・転入前地域及び人数

	転出後		転入前	
	2012年	2013年	2012年	2013年
1位	茂原市 101	茂原市 81	茂原市 60	茂原市 48
2位	東京都 39	千葉市 65	東京都 49	東京都 32
3位	大網白里町 37	大網白里市 44	千葉市 31	千葉市 29
4位	千葉市 27	東京都 41	大網白里町 30	大網白里市 23
5位	埼玉県 20	市原市 21	長生村 19	神奈川県 14
6位	東金市 19	東金市 20	神奈川県 17	成田市 12
7位	神奈川県 14	神奈川県 18	一宮町 15	茨城県 10
8位	長生村 13	船橋市 13	山武市 9	埼玉県 9
9位	一宮町 12	佐倉市 8	市川市 8	市川市 8
10位	いすみ市 9	埼玉県 6 長生村 6	東金市 8 いすみ市 8	東金市 8

青字：茂原市+長生郡

緑字：長生郡の外側に位置し、白子町よりも東京に近い周辺地域

紫時：白子町よりも東京から遠方の地域

黒字：千葉県以外都県

※ 住民基本台帳

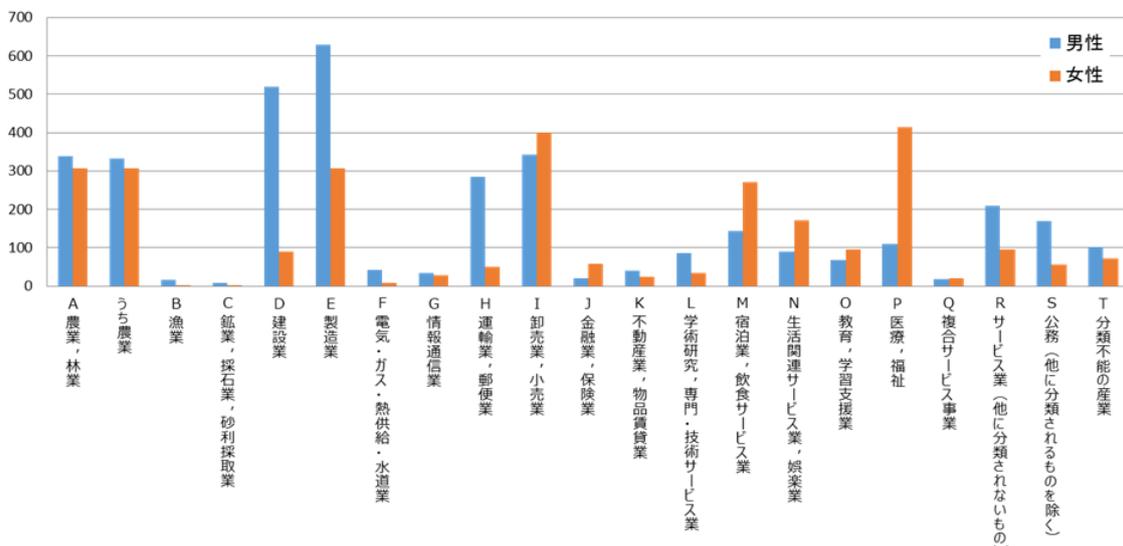
人口移動報告 2013 年

## (4) 地域経済の状況等

### 1) 男女別産業人口

産業別の就業状況では、男性は製造業が最も多く628名、次いで建設業が520名、卸売業・小売業が343名、農業・林業が338名となっています。女性は医療・福祉が最も多く413名、次いで卸売業・小売業401名、農業・林業と製造業は同数で約310名でした。

図表 12 男女別産業人口

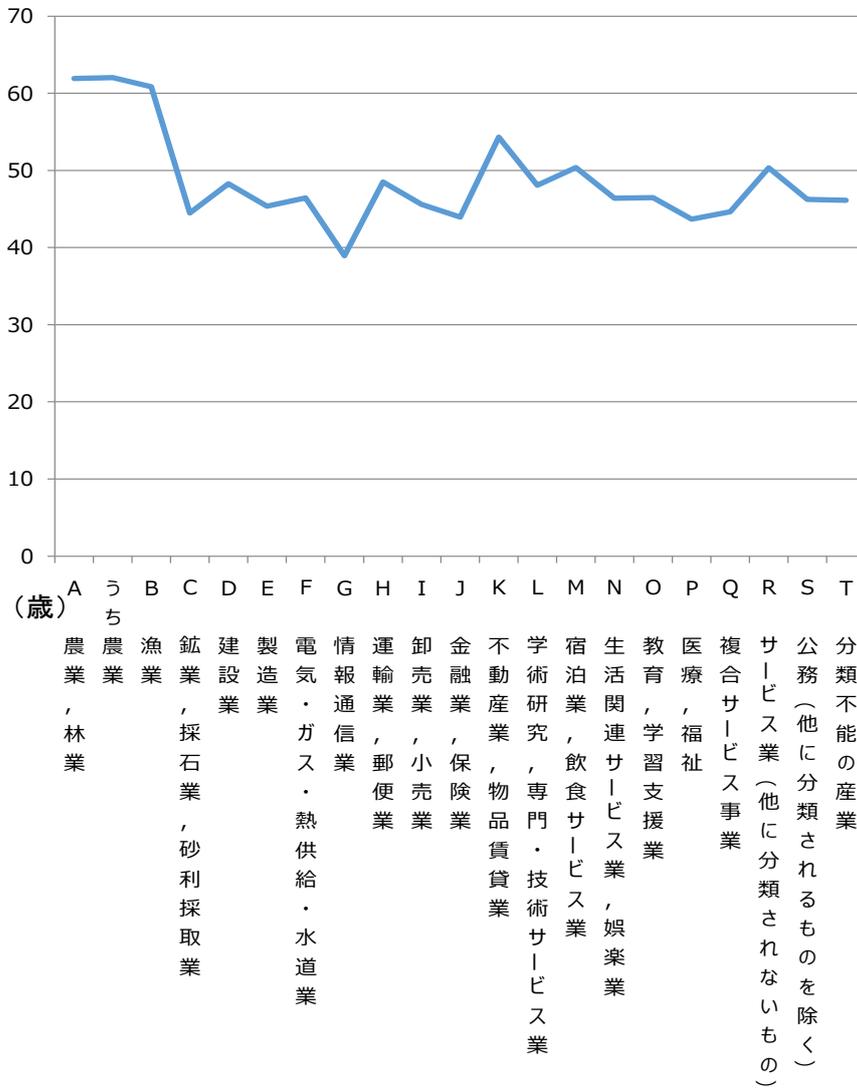


※ 平成 22 年国勢調査

### 2) 地域経済の状況等（産業別平均年齢と農業従事者の年齢構成）

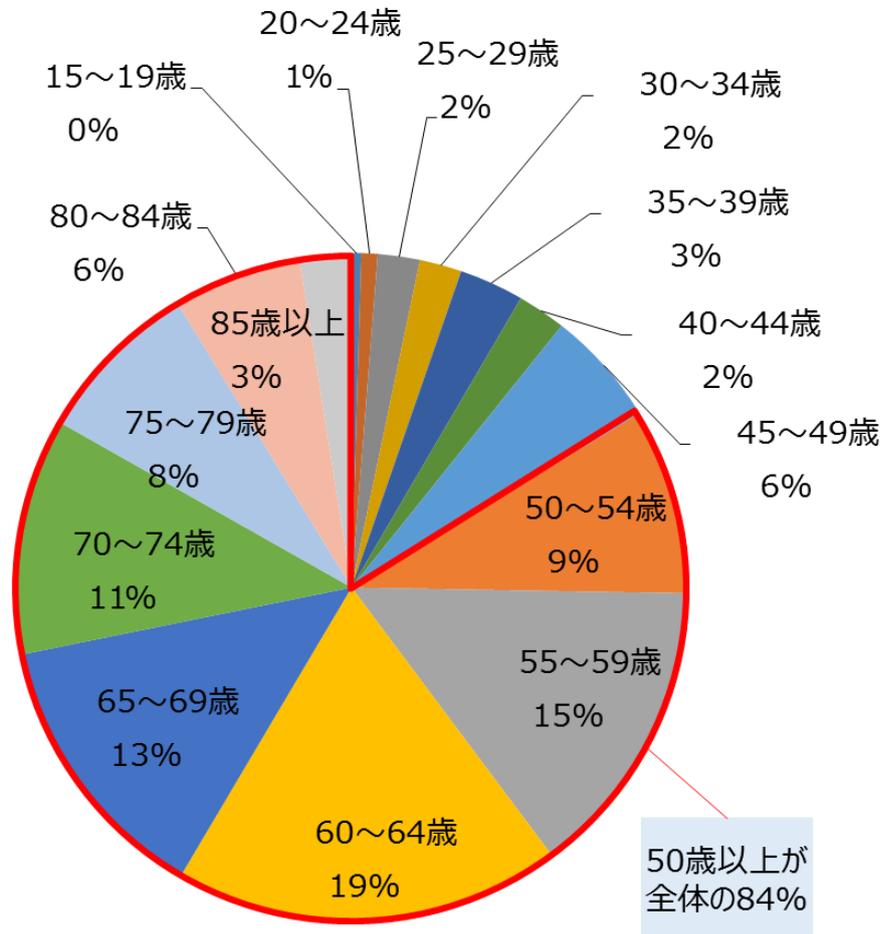
産業別の平均年齢を見ると、農業従事者の平均年齢の高さが目立ちます。農業従事者の平均年齢は61.9歳で、5歳階級別の年齢構成で見ると60～64歳が最も多く、50歳代以上の割合が全体の8割以上となっていることが分かります。

図表 13 産業別平均年齢（歳）



※ 平成 22 年国勢調査

図表 14 農業従事者の年齢構成（人）



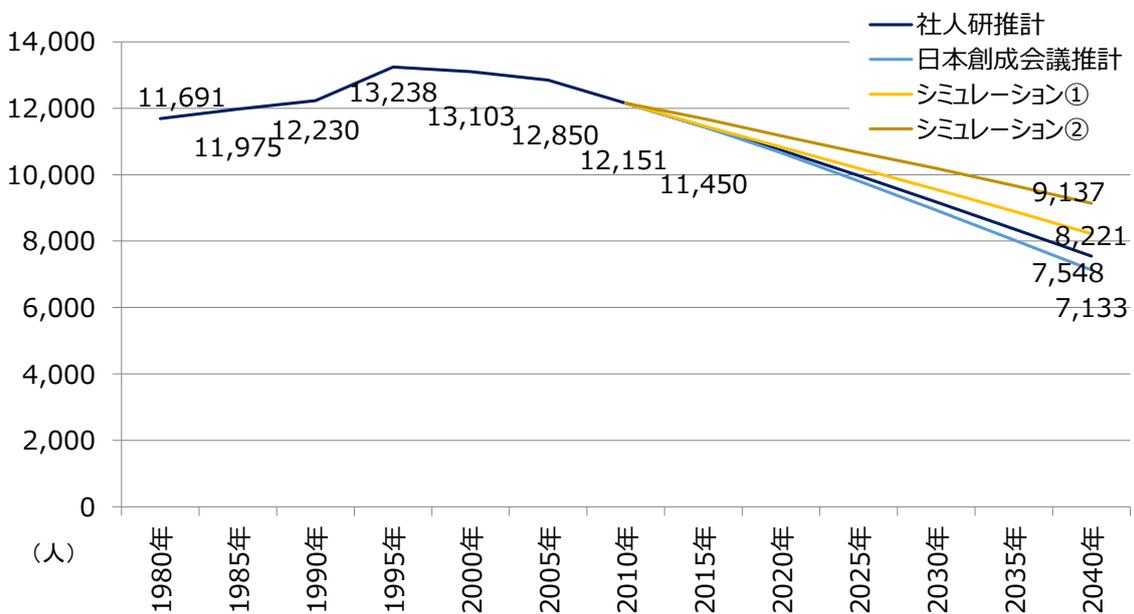
※ 平成 22 年国勢調査

### 第3章 白子町の人口の将来展望

#### (1) 複数パターンによる人口推計

これまでは国立社会保障・人口問題研究所の推計値を基にデータを掲載してきましたが、日本創生会議やまち・ひと・しごと創生本部でも将来人口推計を発表しています。白子町では社人研と日本創生会議の推計値にそれほど大きな乖離はありません。まち・ひと・しごと創生本部によるシミュレーション 1 では、出生率が 2.1 まで上昇すること、シミュレーション 2 では更に人口移動がゼロになることを想定していますが、現在 1.33 の出生率を 2.1 まで向上させることも、現在約マイナス 100 人である人口移動をゼロにすることも容易ではありません。しかし、仮に状況をその数値まで好転させたと仮定しても、将来的に減少傾向となるという非常に厳しい状況が予測されます。

図表 15 複数パターンによる人口推計



**社人研推計**：全国の移動率が今後一定程度縮小すると仮定した推計（社人研推計準拠）

**日本創成会議推計**：全国の総移動数が、平成 22 年から平成 27 年の推計値と概ね同水準でそれ以降も推移すると仮定した推計（日本創成会議推計準拠）

**シミュレーション 1**：合計特殊出生率が人口置換水準（人口を長期的に一定に保てる水準の 2.1）まで上昇したとした場合のシミュレーション

**シミュレーション 2**：シミュレーション 1、かつ人口移動が均衡したとした（移動がゼロとなった）場合のシミュレーション

※ 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成データ

## (2) 人口の変化が地域に与える影響に関する考察

現状の傾向のまま人口が推移した場合の、将来の地域住民の生活や地域経済、地方行政に与える影響について、大きく4つの影響範囲で検討しています。

まず、小売店などの民間利便施設の進出・撤退等の状況について、白子町の現状は、小売店は個人商店、コンビニエンスストア、直売所等が中心で大規模な商業施設がありません。人口減少によって町内のコンビニエンスストアが撤退等した場合、町民の生活の利便性の低下が懸念されます。

次に、地域の産業における人材（人手）の状況については、白子町の現状は町の基幹産業である農業・宿泊業では、既に農業従事者の高齢化が進んでおり、また宿泊業は家族経営が中心です。人口減少によって、農業後継者の不足や宿泊業・介護福祉等でパート・アルバイト人員の不足が顕著になるなど、地域の産業競争力等の低下が懸念されます。

第3に、公共施設の維持管理・更新等への影響ですが、現状は保育所が3園、小学校3校・中学校1校、公民館、体育館等がありますが、人口減少により保育所、小中学校、公民館等が統廃合された場合には、地域コミュニティの弱体化が懸念されます。

最後に、社会保障等の財政需要、税収等の増減による町の財政状況への影響として、現状の財政力指数は悪くはなく、将来負担比率も改善されていますが、今後の人口減少により、例えば高齢化に伴う社会保障費の増大（歳出増加）、住民税・交付税の減少等により財政危機が顕在化する恐れがあります。

図表 16 人口の変化が地域に与える影響

	白子町の現状	人口減少により町が受ける影響
①小売店などの民間利便施設の進出・撤退の状況	・小売店は、個人商店、コンビニエンスストア、直売所等が中心。	・町内のコンビニエンスストア等が撤退することによる町民の生活の利便性低下。
②地域の産業における人材（人手）の過不足状況	・町としての産業は農業と民宿業 - 農業従事者は既に高齢化 - 民宿業は家族経営が多い	・農業後継者不足や、民宿業・介護福祉等で、パート・アルバイト人員の不足が顕著になることによる地域の産業競争力等の低下。
③公共施設の維持管理・更新等への影響	・保育所3園 ・小学校3校、中学校1校 ・公民館1・体育館	・保育所、小中学校、公民館等の統廃合による、地域コミュニティの弱体化
④社会保障等の財政需要、税収等の増減による白子町財政状況への影響	・財政力指数は0.49だが、将来負担比率*は2007年72.9%から2013年5.6%にまで改善された	・財政危機の顕在化 - 高齢化に伴う社会保障費の増大（歳出増） - 人口減に伴う住民税・交付税の減少（歳入減）

\*一般会計等が将来負担すべき実質的な負債の標準財政規模に対する比率

### (3) アンケート調査による住民意向

白子町人口ビジョン及び白子町総合戦略策定に向けて、住民の定住等に関する意向を把握することを目的に住民アンケートを実施しました。

#### 1) アンケート実施概要

アンケートは、将来の町の活性化等を担う中学生・高校生世代とそれ以上の世代（一般）とで分けて実施しました。一般では、白子町に転入してきた方、転出した方、及び上記以外の方に分けて、定住に対する意向、白子町の強み・弱み等を質問し、意向を把握しています。

#### 2) 中学生・高校生世代のアンケート結果

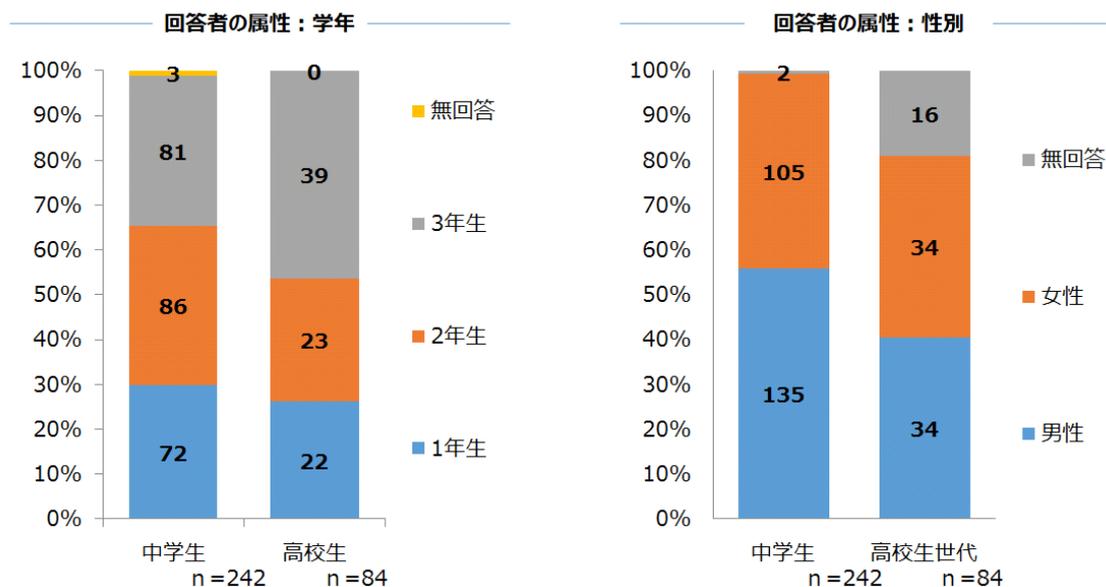
##### ①回答者の属性

##### (ア)学年・性別

年代については、中学生は中学生全員に対して実施したことから各学年ほぼ 1/3 とバランスの良い構成でした。他方、高校生世代については、半数が高校 3 年生、高校 1 年生、2 年生が 1/4 ずつでした。

また性別は、中学生・高校生世代ともに男女ほぼ同数という結果でした。但し、高校生世代では 20%が無回答でした。

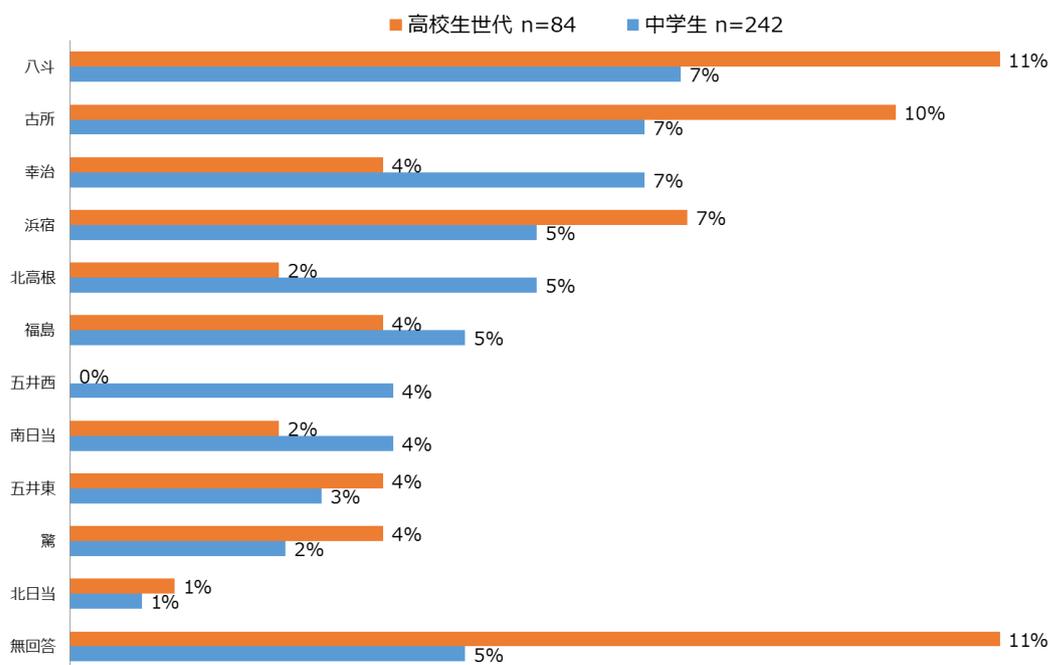
図表 17 回答者の属性（学年・性別）



(イ)回答者の属性：居住地

中学生の回答者の居住地は、関が 14.9%と最も多く、次いで中里が 13.2%でした。また高校生世代の回答者の居住地は、関が 15.5%と最も多く、次いで八斗、中里が 10.7%でした。

図表 18 回答者の属性（居住地）



(ウ)行動圏と交通手段

中学生・高校生世代ともに、買い物・遊びに行く場所は白子町または茂原市が多く、交通手段は自動車、自転車が多いとの結果となりました。更に高校生世代については、千葉市や千葉県外も挙げられており、より行動範囲が広がっています。

図表 19 行動圏と交通手段

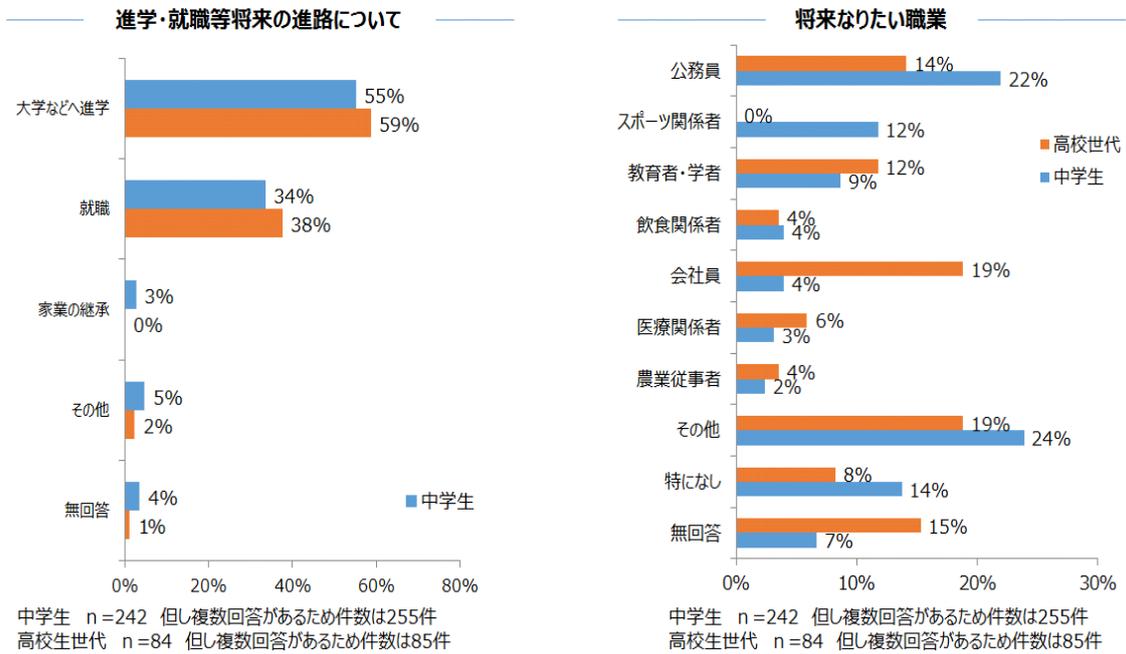
中学生	高校世代
<p><b>買い物について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>スーパーマーケット、コンビニ、複合商業施設の順となった。また地名については、白子町、茂原市が大半を占めるものの、一部千葉市、市原市も挙げられた。</li> <li>買い物際の交通手段は、自動車が多く（半数以上）、次いで自転車（1/3程度）となった。買い物に行く際の時間は15分以内、30分以内で全体の90%程度となり、近い場所へ、両親等と自動車、又は自転車で移動、という行動様式が見られる。</li> </ul> <p><b>遊びに行く場所について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>遊びに行く場所は、複合商業施設が106件と最も多く、次いで、コンビニエンスストア・専門店が53件となった。地名では白子町が最も多く54件、ついで茂原市が39件となった。</li> <li>遊びに行く際の交通手段は、自動車が多く、次いで自転車となった。所要時間は、15分から30分未満が最も多く、30分～60分や60分以上も挙げられていることから、買い物と比べて遠くまで行くケースが多いと推察される。</li> </ul> <p><b>あれば良いもの</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>本屋が112件と最も多く、次いで電車の駅が94件、ゲームセンターが65件、高等学校が42件であった。</li> </ul>	<p><b>買い物について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンビニ、スーパーマーケット、次いで専門店（ゲーム・音楽等）、複合商業施設が同数となった。また地名については、茂原市が最も多く、次いで白子町となった。千葉市、山武地域等に加えて、千葉県外、なども挙げられている。</li> <li>買い物際の交通手段は、自転車が最も多く、次いで自動車（いずれも1/3程度）となった。買い物に行く際の時間は15分未満、30分以内が多く、近い場所へ、子供たちのみで自転車又は両親等と自動車移動、という行動様式が見られる。</li> </ul> <p><b>遊びに行く場所について</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>遊びに行く場所は、複合商業施設が26件と最も多く、次いで、コンビニエンスストア・専門店が7件であった。地名では茂原市が最も多く21件、ついで千葉市が12件だった。</li> <li>遊びに行く際の交通手段は、電車が最も多く、次いで自転車となった。所要時間は、30分～60分が最も多く、30分未満となっていることから、買い物と比べて遠くまで行くケースが多いと推察される。</li> </ul> <p><b>あれば良いもの</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>電車の駅が49件と最も多く、次いで本屋が36件、バス路線が14件、が運動場・公園が13件であった。</li> </ul>

②進路等に関する意向

高校卒業後の進路希望は、中学生・高校生世代ともに大学などへの進学も最も多く、次いで就職となりました。いずれの回答も高校生世代の方が中学生より高い結果でした。

また、将来なりたい職業は、中学生は公務員が最も多く、次いでスポーツ関係者でした。他方高校生世代では、会社員、公務員、教育者・学者となっており、就職の時期が近づき、より現実的に進路を選択していると考えられます。

図表 20 進路等に関する意向

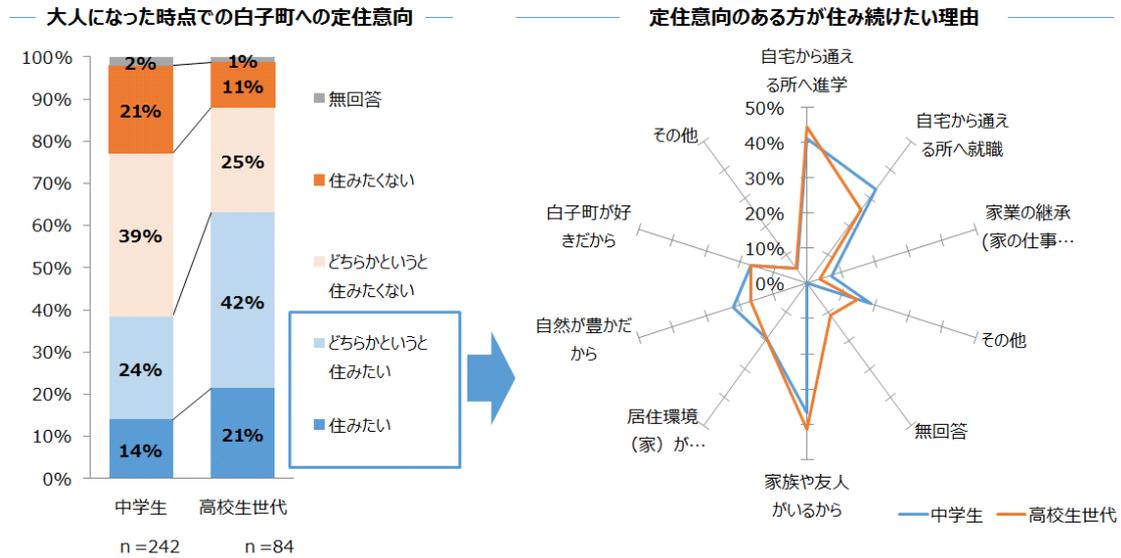


### ③ 将来の居住に関する意向

中学生では、大人になっても白子町に住みたいと思う方は、38%（どちらかというに住みたい、を含む。）、高校生世代では63%でした。但し、中学生は全数回答を得ていますが、高校生世代は任意回答だったことから白子町に対して良い思いを持っている方が回答した可能性がある点に留意が必要です。

また、住みたいと思う理由としては、中高生で大きな傾向の違いは見られませんでした。特に中学生は自宅から通える所への就職及び自然が豊かであること、に対する評価が高い結果でした。

図表 21 将来の白子町への定住意向及び住み続けたい理由

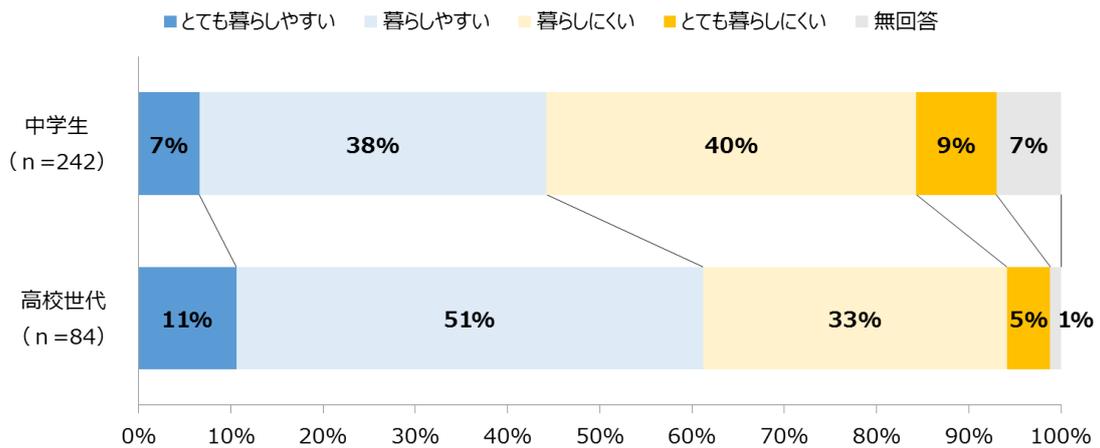


④白子町の魅力について

(ア)白子町の暮らしやすさ

白子町の暮らしやすさに対する評価は、中学生は 45%程度、高校生世代は 62%程度が暮らしやすい、との回答でした。

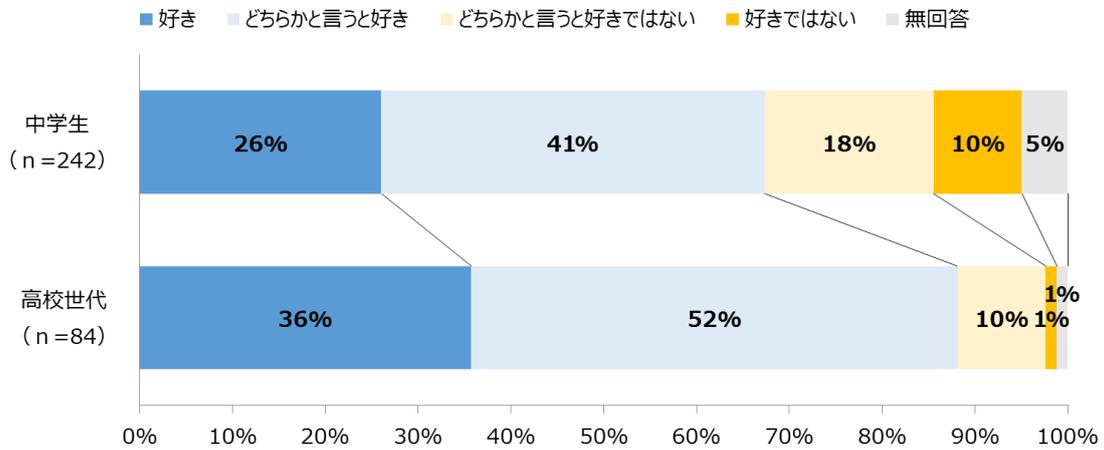
図表 22 白子町の暮らしやすさ



(イ)白子町の好感度

白子町に対する好感度は、中学生は、67%程度、高校生世代は、88%程度が好き・どちらかと言えば好き、との回答でした。

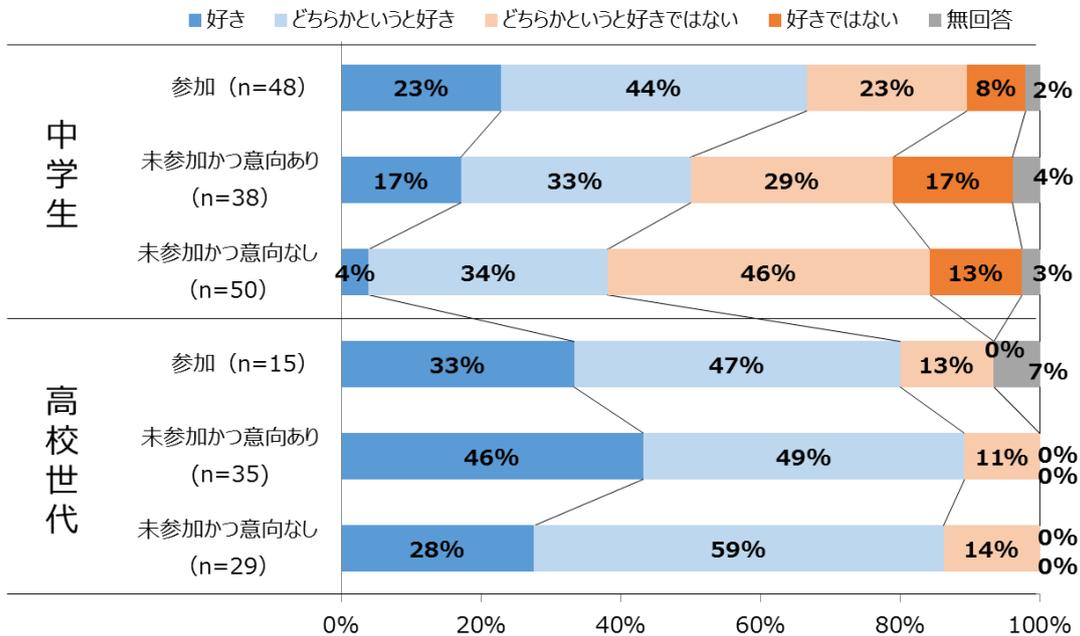
図表 23 白子町の好感度



(ウ)地域活動への参加状況

白子町の地域活動への参加状況は、中学生が、20%程度、高校生世代では 18%程度がそれぞれ参加している、との回答でした。参加しているとの回答者が、参加している地域活動は、中学生・高校生世代ともに「お祭り行事への参加」が 80%弱と大半を占めています。

図表 24 地域活動への参加状況



▶参加層 (A層)

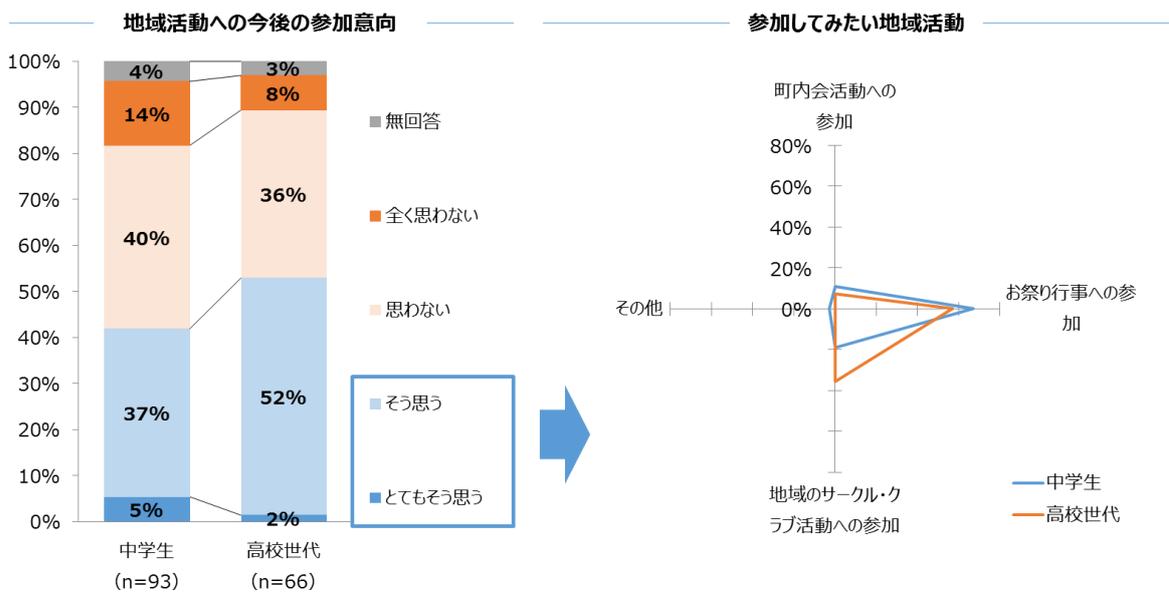
既に白子町の地域活動に参加している

▶未参加かつ意向あり層 (B層)

まだ地域活動には参加していないが、今後参加したいと考えている

▶未参加かつ意向なし層 (C層)

まだ地域活動には参加しておらず、今後も参加したくはないと考えている

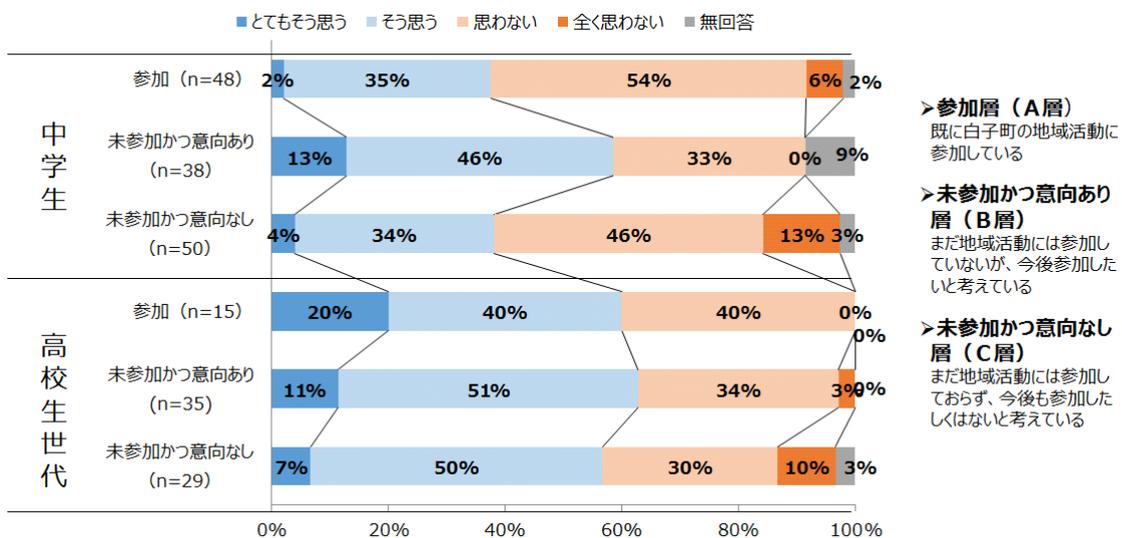


(工)地域活動への参加意向×白子町の暮らしやすさ

中学生・高校生世代を、地域活動への参加状況・参加意向の程度に応じて3層に分類し、そのうえで暮らしやすさに対する回答結果とのクロス集計を実施しました。その結果、中学生・高校生世代ともにB層（地域活動に参加していないが、今後参加したい）は、暮らしやすい（とても思う、そう思う、の回答合計）と回答した方が最も多く、A層とC層はやや低い結果でした。

地域活動への参加有無ではなく、参加意向（地域活動に参加したい、と思うか否か）がある場合、暮らしやすいとの評価が得られていることから、地域活動の積極的な参加を促進するような施策が、定住意向の強化につながる可能性があると考えられます。

図表 25 地域活動への参加状況・意向と暮らしやすさに対する回答結果

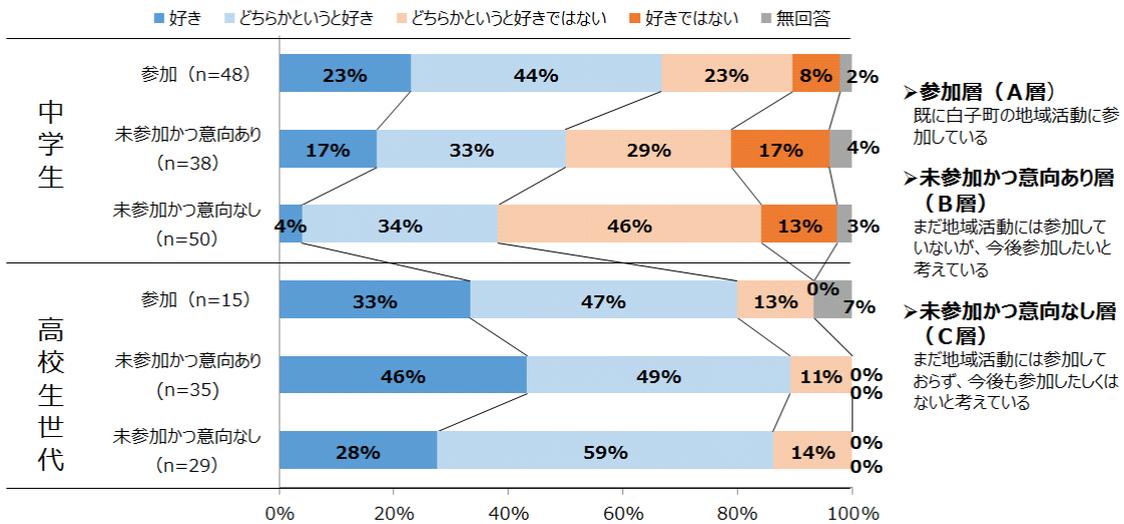


(オ)地域活動への参加意向×白子町の好感度

中学生・高校生世代を、上記と同様に3層に分類し、白子町に対する好感度とのクロス集計を実施しました。中学生では、好き（好き、どちらかと言うと好き、の回答合計）と回答した方の割合が、A層では67%程度であるのに対し、B層、C層と参加意向等が下がる順に低下しています。このことから地域活動への参加実績・参加意向の大きさに応じて、町に対する好感度が向上する可能性が示唆されていると考えられます。

一方、高校生世代では、好きと回答した人の割合は、A～C層全てで80%以上と高い結果となり、回答層により大きな差は見られませんでした。先述のとおり、アンケートに回答頂いた方が、白子町に対する好感度の高い方だったためと推察されます。

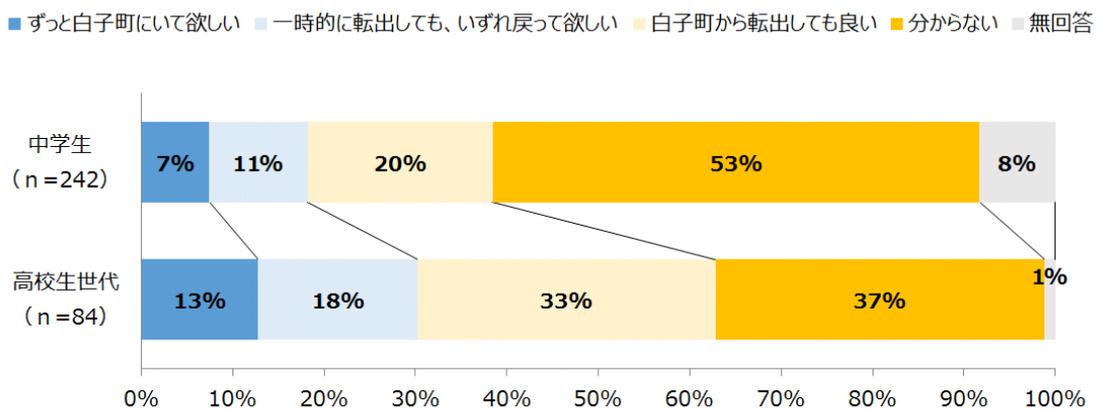
図表 26 地域活動への参加状況・意向と白子町の好感度



(カ)卒業後の進路に関する家族の期待

卒業後の進路に関する家族の期待は、中学生では、分からないが53%と大半を占め、次いで、転出しても良いが20%、一時的に転出してもいずれ戻って欲しいが11%でした。他方、高校生世代では、分からないが37%と中学生と比較して減少している一方で、白子町から転出して良いが20%から33%、一時的に転出してもいずれ戻って欲しいが11%から18%と中学生より多くなっています。家族ごとに意向が異なることが明確に示されているためと考えられます。

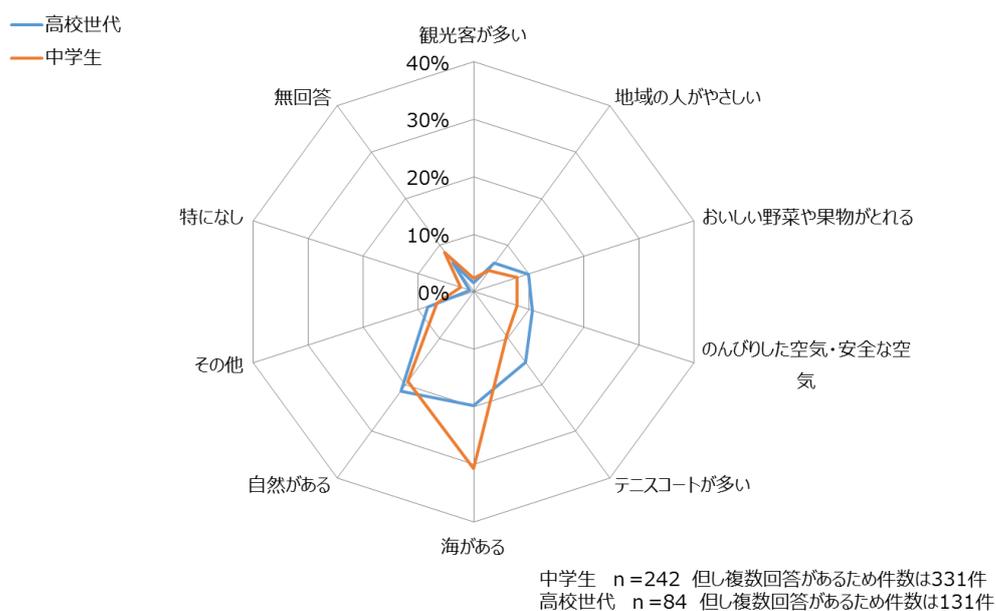
図表 27 卒業後の進路に関する家族の期待



### (キ)白子町の強み/魅力

白子町の強み/魅力は、中学生・高校生世代ともに海がある・自然があるといった豊かな自然に対する回答が大半を占めています。また、おいしい野菜や果物、のんびりした空気・安全な空気、地域の人がやさしいなど、いわゆる地方暮らしの魅力を伝える回答もありました。

図表 28 白子町の好きなおとこ・良いところ

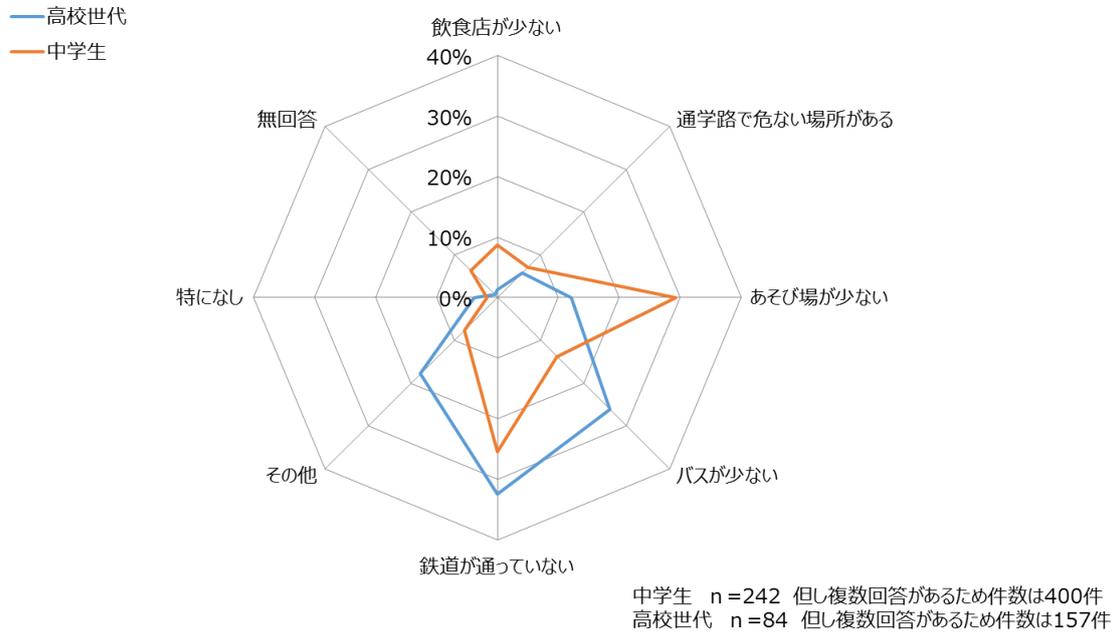


### (ク)白子町の弱み/課題

中学生と比較して高校生世代が上回っている項目は、鉄道が通っていない、バスが通っていない等交通関係の回答が挙げられています。他方、中学生が上回る項目は遊び場が少ない、通学路で危ない場所がある、飲食店が少ない、が挙げられています。

高校生世代は、通学を含めて白子町外が行動範囲となるため、町外へ出る交通手段の不足が特に課題と感じており、中学生は白子町近辺が主な行動範囲となるため、遊び場等の不足が課題と感じているものと推察されます。

図表 29 白子町の弱み・課題

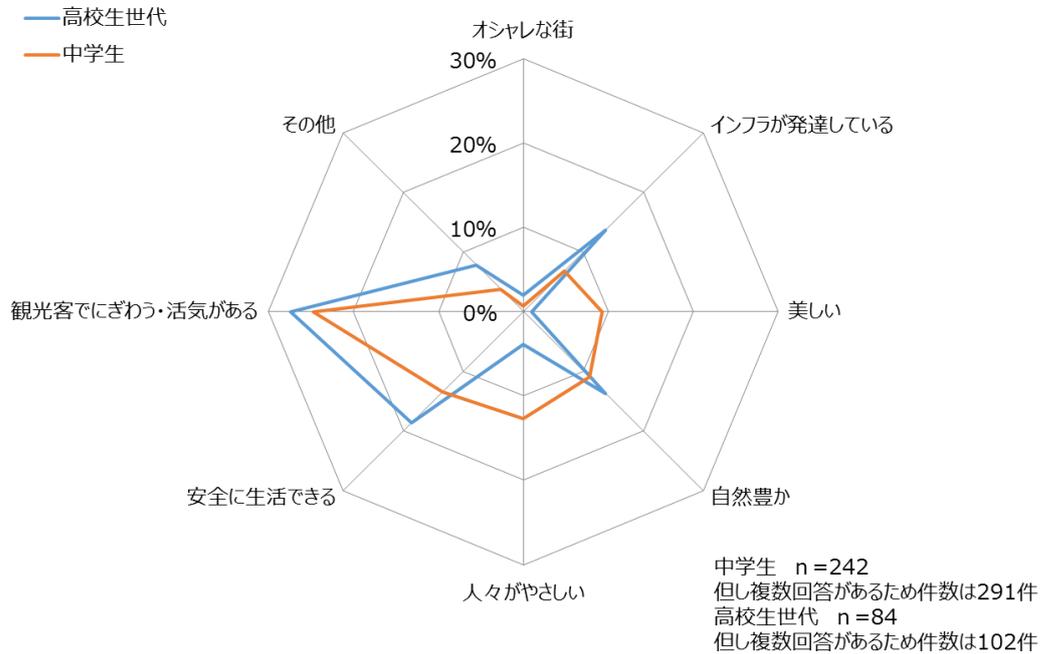


(ケ)白子町の将来像

白子町の将来像は、中学生・高校生世代ともに観光客でにぎわう・活気がある町にしたい、が最も多く、次いで安全に生活できる町にしたい、でした。中学生・高校生世代を比べると、高校生世代が上回っている回答は、インフラが発達、オシャレな町、自然豊か、安全に生活できる、観光客・活気で、人々がやさしい、美しい等では中学生が上回っていました。

中学生と比べて高校生世代では、より将来像が具体的な項目として挙げている点が特徴です。

図表 30 白子町の将来像



### ⑤まとめ

中学生・高校生世代とも、白子町の暮らしやすさについての評価は、暮らしやすい（どちらかと言えば暮らしやすいを含む）と暮らしやすくない（どちらかと言えば暮らしやすくない、を含む）が半数程度でほぼ拮抗しています。他方、白子町に対する好感度は、好き（どちらかと言えば好きを含む）が、中学生では67%、高校生世代では80%以上と高い評価でした。

町に対する愛着は認められるものの、進学・就職等の事情からやむを得ず転出している方が一定程度存在するものと考えられます。

また地域活動への参加状況・意向に応じた好感度から、特に地域活動（お祭り等の行事や地域のクラブ・サークル活動）へ参加したことのある方、参加意向のある方、参加意向のない方の順で、好感度が高いことから、地域活動への参加を促進することが、地域への愛着を生む効果があると期待されます。

※高校生世代については任意回答であったことから、比較的白子町に対する好感度の高い層が対象となっていた可能性がある点留意が必要です。

### 3) 一般（一般・転出者・転入者）のアンケート結果

#### ①回答者の属性及び行動圏

一般へのアンケート結果では、回答者の属性及び行動圏については以下のとおりでした。特に転入者については、30-40代、両親と就学前か小学生の子どもを一人か二人持つ家族が多く、持ち家の取得率が高い、車を持っておらず公共交通機関を主に利用している、等の点が特徴でした。

図表 31 回答者の属性（比較）

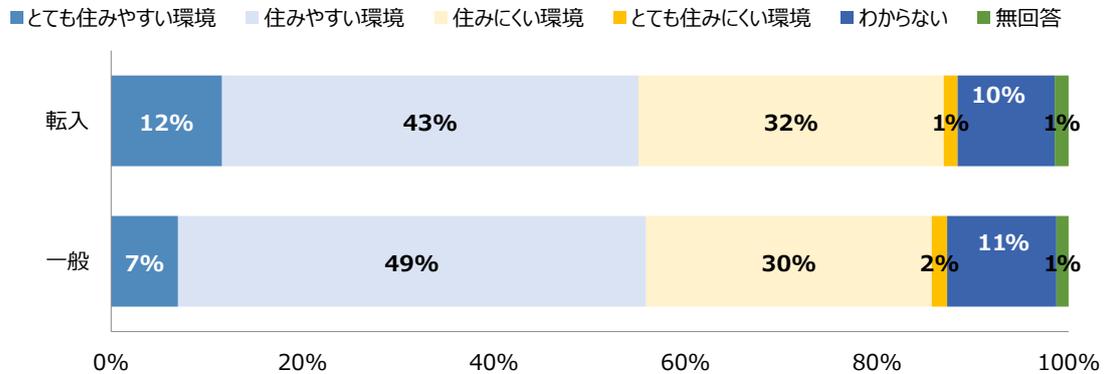
	一般	転出者	転入者
属性・行動圏	<ul style="list-style-type: none"> <li>年齢（10代が12%、20代以上は全て20%前後）、男女比は偏りがない構成。</li> <li>就学・就労状況では、会社員・会社役員が全体の1/3であり、その他公務員、学生、自営業の順となった。</li> <li>居住地は、古所、牛込、関が12%程度。</li> <li>世帯は、一人暮らしが全体の37%程度、次いで二世帯が19%、三世帯が16%となった。配偶者の有無についてはほぼ拮抗しており、婚姻年齢は大半が20代。</li> <li>子どもがいる家庭では1人か2人程度であり、就学前、又は小学生が多いが、社会人・アルバイトの子供との同居25%程度。</li> <li>大半の回答者が車を持ち、行動圏としては白子町、茂原市が大半、県内北西部まで。都内や神奈川県などの近県を上げた方は限定的。</li> <li>通勤通学では、白子町、茂原市に次いで千葉市の割合が高く、また埼玉県が、全体の4番目となっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>20代、30代がやや多く、10代を加えた若年層で60%程度となっている。また性別は女性が60%程度と、流出者全体の傾向と一致した。</li> <li>就学・就労状況では、会社員・会社役員が多く、次いで公務員、専業主婦（主婦）の順となっている。</li> <li>世帯は二世帯、三世帯の割合が一般よりも高く、配偶者がいる割合も一般より高かった。</li> </ul> <p><b>（転出について）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>転出した時期は、3-5年が多く（35%）次いで1-2年（25%）だった。</li> <li>居住地については、46%が共同住宅で、戸建住宅（借家）と合わせて全体の半数を超えている。</li> <li>転出の理由は結婚、親の介護など家庭の事情と仕事の事情が多かった。環境（交通事情等）については最も少なく全体の10%程度となっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>30代~40代で、親と就学前ないし小学生の子供を1人か2人持つ家族。</li> <li>白子町、またはその近隣市町村の会社員但し、千葉市や埼玉県（13%程度）への通勤者もいる</li> <li>行動圏は、白子町、長生郡中心が県内の北西部まで。都心まで広げる方は一部。</li> <li>車を持っておらず、公共交通機関を主に利用。家を持ち、家庭、家の事情で転入している。</li> </ul> <p><b>（転入について）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>転入した時期は、2-3年前と3-5年前を足して、50%以上であり、住宅の取得状況は、80%超が戸建（持ち家）となっている。</li> <li>転入の理由は、家庭の事情が全体の2/3程度、次いで住宅の事情となり、仕事の事情は3番目だった。</li> </ul>

#### ②定住・移住に関する意向

##### (ア)生活環境

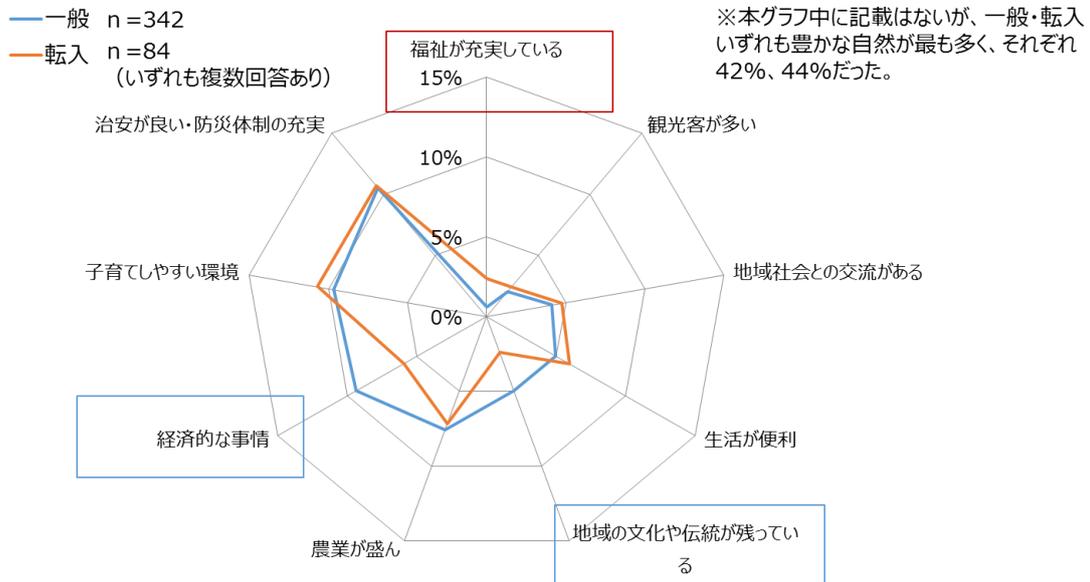
白子町の生活環境についての評価は、一般・転入ともに55%程度が住みやすい、32%程度が住みにくい、との回答となり、属性別に大きな差は見られませんでした。

図表 32 白子町の生活環境について



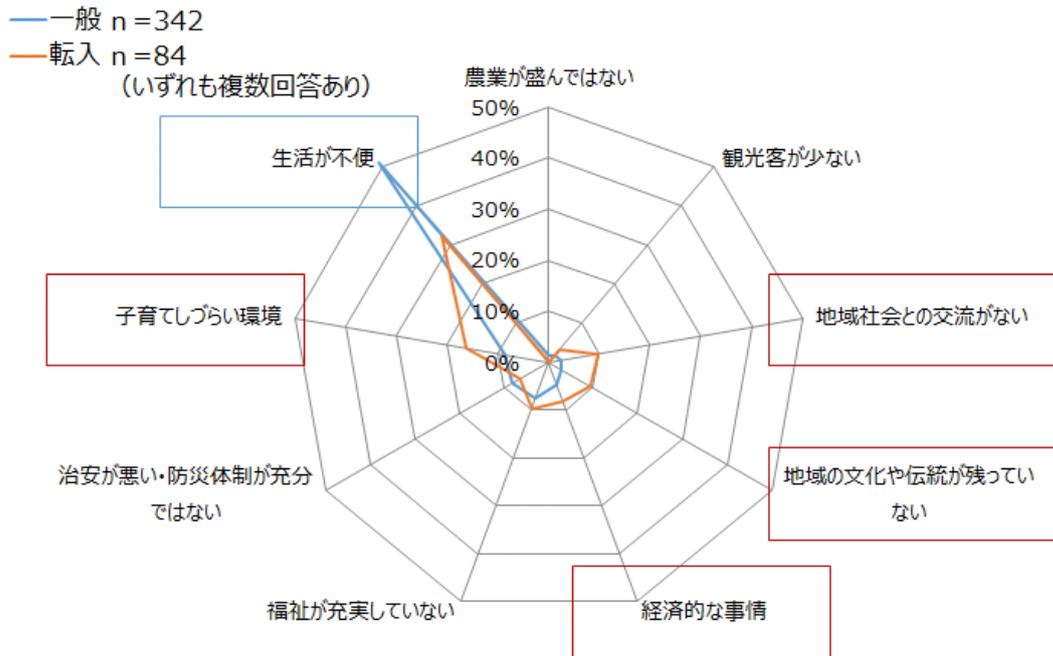
住みやすいと回答した理由として、地域の文化や伝統が残っている、経済的な事情、で一般を転入が下回っています。長く暮らしている一般の方は、生活費の面など経済的な優位性や地域の文化や伝統があることをしっかり認識されているものの、転入者にはこの点について認識が進んでいない可能性があります。

図表 33 住みやすいと回答した理由



他方、住みにくいとの回答理由は、一般が、生活が不便、が最も多く挙げられているのに対して、転入では子育てしづらい環境、地域社会との交流がない、地域の文化や伝統が残っていない、等が上回っています。転入者がスムーズに地域社会に溶け込み、地域社会の交流等に参加する際の障壁を解消するための施策立案の必要性が高いと推察されます。

図表 34 住みにくいとの回答理由

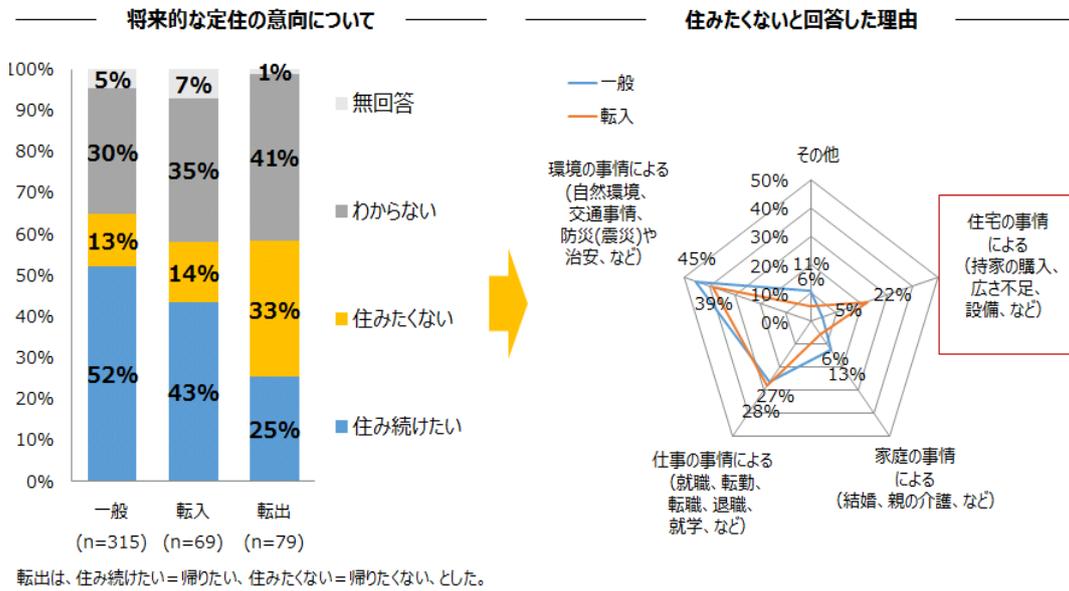


(イ)将来的な定住意向

将来の定住意向については、住み続けたいとの回答では、転入が一般を 10%程度下回っています。特に、転入が住みたくない理由としては、住宅事情（持家の購入、広さ不足、設備、など）が挙げられています。

転入の持家率が高いことから、引っ越し後に子どもが増えた、親と同居等によって購入した住宅の広さが不足した、或いは設備の不備等を感じている可能性があると考えられます。

図表 35 将来的な定住の意向について

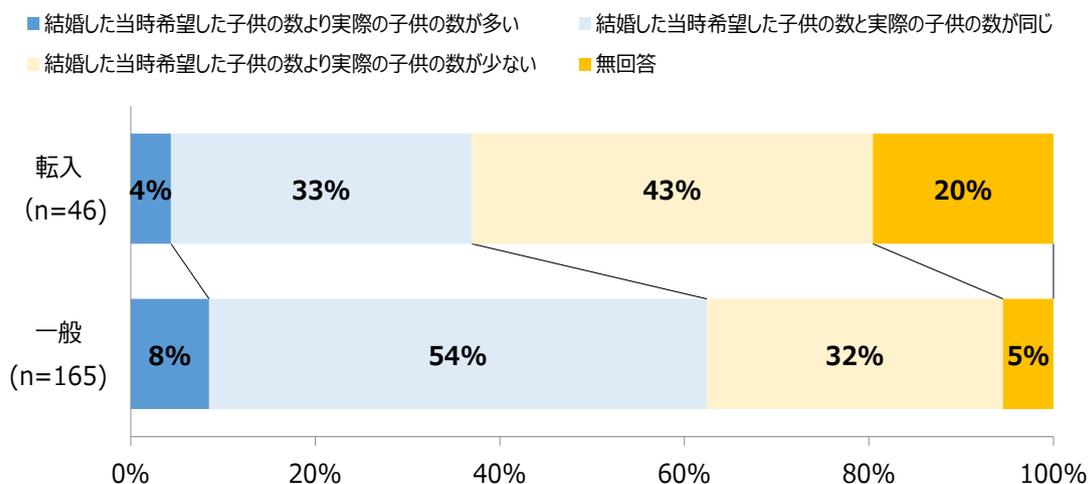


③結婚・子育てに関する意向

(ア)子どもの数の希望と実績

結婚した当時希望した子どもの数と実際の子どもの数の多少について、転入者が43.5%、一般が32.1%程度、それぞれ希望した数より少ない、との回答でした。特に転入の約半数が希望より少ないと回答しており、前述の住みにくい理由として、子育てしにくい環境、が挙げられていたことと合わせて、子育て支援策の検討が重要になると考えられます。

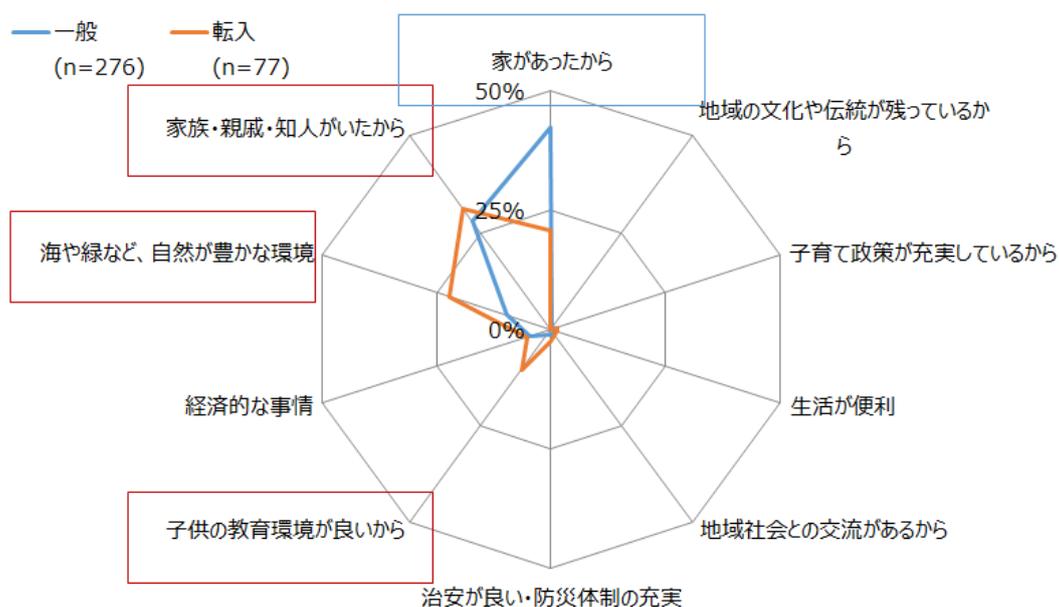
図表 36 子供数の希望と実績の比較



### (イ)白子町を居住地に選択した理由

子育てに際して白子町を選択した理由としては、転入では家族・親戚・知人がいたから、との回答が最も多く、一般では、家があったから、という結果でした。転入の持ち家率の高さから、人間関係（及び自然環境）を優先し、白子町を選択し家建てる、という人の流れが一定数あると考えられます。

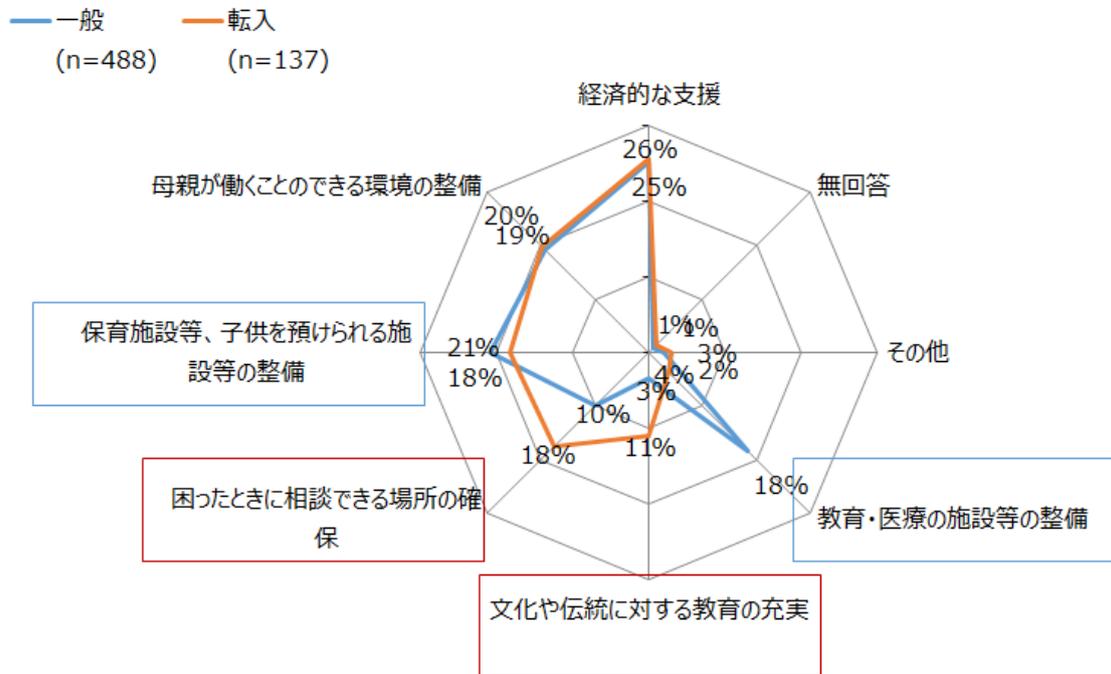
図表 37 白子町を居住地に選択した理由



### (ウ)出産・育児のために必要と考えられる支援

出産・育児のために必要と考えられる支援としては、経済的な支援の必要性が最も高く25%程度でした。他方、一般と転入を比較すると、一般は保育施設等の子どもを預けられる施設や教育・医療の施設整備というハード面での要望が強く、転入では困ったときに相談できる場所の確保、文化や伝統に対する教育等ソフト面での要望が強い傾向にあります。

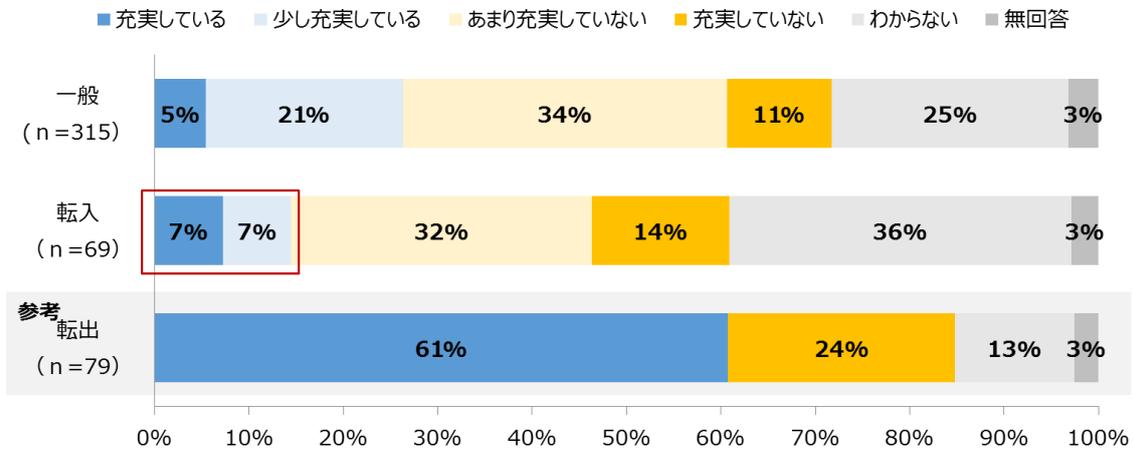
図表 38 出産・育児のために必要と考えられる支援



#### ④ 公共サービスに関する意向

公共サービスについては、一般・転入ともにあまり充実していない、との回答が最も多く、全体の1/3程度となっています。また、転入については、充実している、少し充実しているが合わせて14%となっており低い結果でした。他の自治体の公共サービスを知っている層からの低い評価については、社会増（社会減の減少）を目指すために大きな障壁となる可能性があります。

図表 39 公共サービスについて

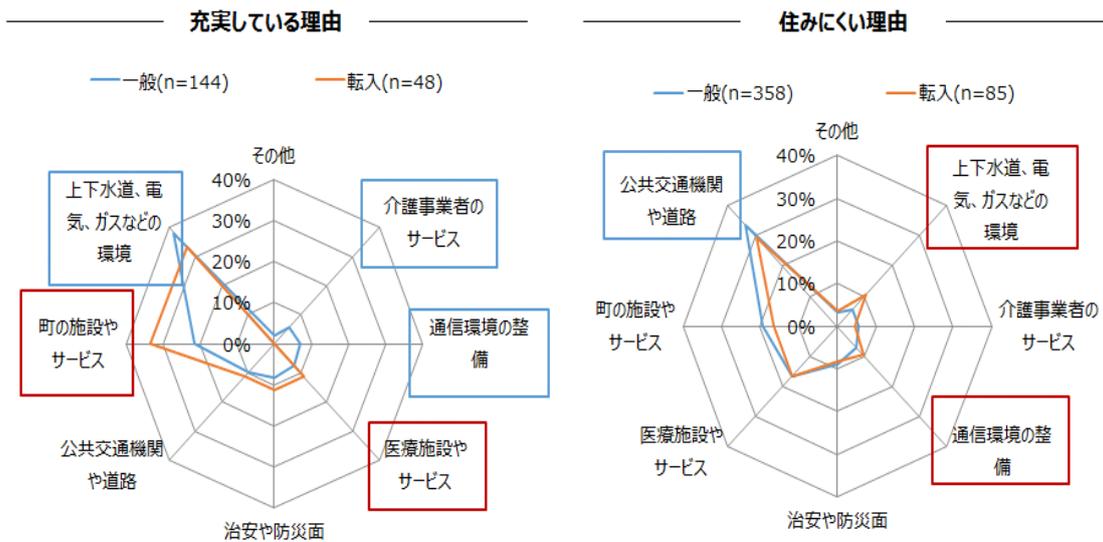


※転出については、充実している＝住みやすい環境だった、充実していない＝住みにくい環境だった、と聞いている点留意する。

充実していると回答した方の理由を聞くと、上下水道、電気、ガスなどの環境、通信環境等、生活費の一部を構成する公共サービスについては、一般の評価が転入を上回っていますが、他方医療施設や町の施設や行政サービス等については転入の評価が上回っています。

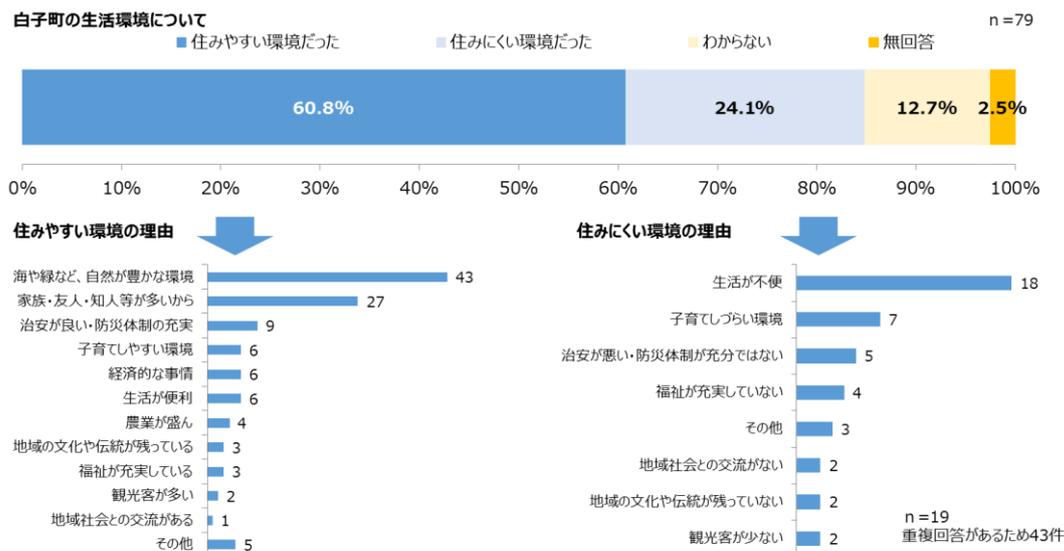
また、住みにくいと回答した方の理由としては、一般では公共交通機関や道路が挙げられ、転入では上下水道、電気ガス及び通信環境等の整備、が挙げられています。

図表 40 充実している理由・住みにくい理由



なお、転出者の白子町在住時の意識として、白子町の生活環境については、60.8%が肯定的な回答、24.1%が否定的な回答となりました。肯定的な回答では、豊かな自然環境が最も多く、90%程度の方が挙げています。また、家族・友人・知人が多いから、との回答も多く挙げられています。他方、住みにくい環境では、生活が不便との回答がほぼ全ての回答者から挙げられました。

図表 41 白子町の生活環境について

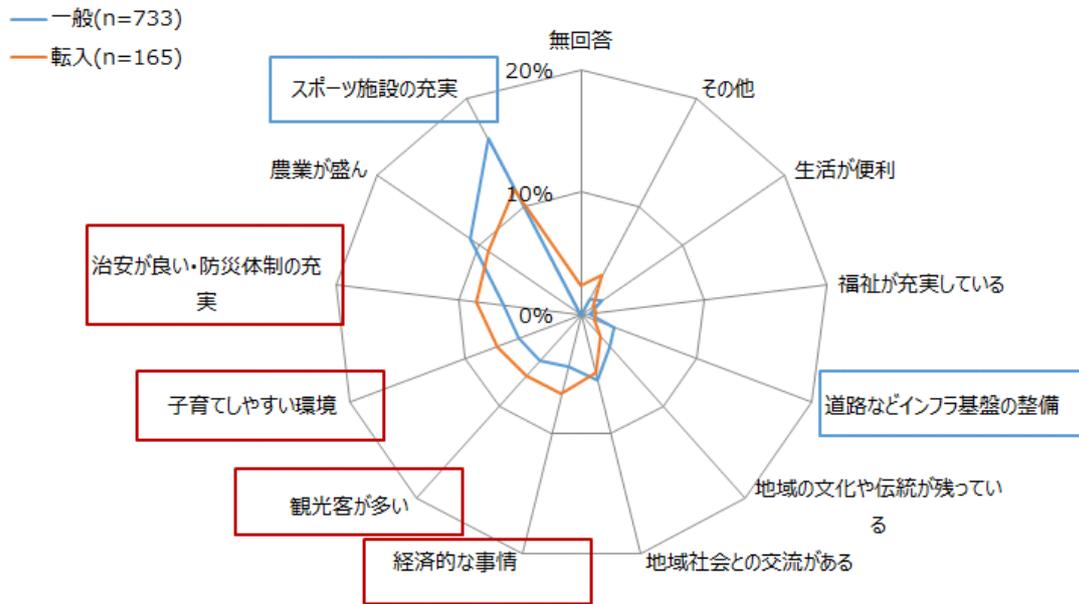


## ⑤ 白子町の魅力について

### (ア) 白子町の魅力

白子町の魅力については、一般と比較して転入が上回った項目は、治安の良さ、子育て環境、観光客の多さ、経済的な事情、となりました。他方でスポーツ施設の充実や道路などのインフラ基盤の整備は、一般が上回っています。

図表 42 白子町の魅力

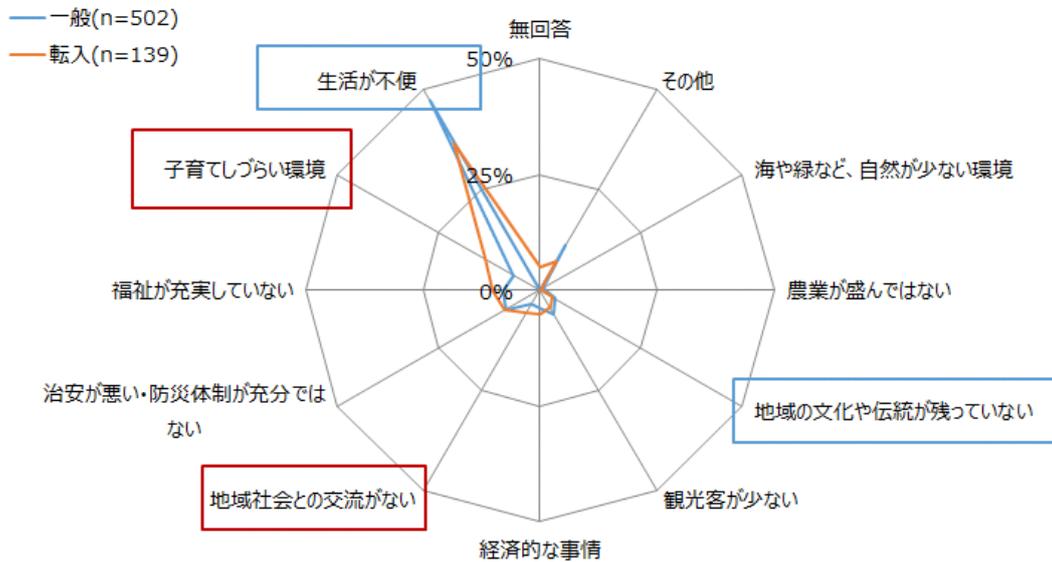


(イ)白子町の課題

白子町の課題では、一般が、生活の不便さを最も多く挙げている（全体の半数近く）のに対して、転入では同回答は比較的低いことから、転入に際して予めある程度の生活の不便さを受容した上で転入してきている可能性があると考えられます。

他方、子育て、福祉に対する充実度や地域社会との交流等のサービス面では転入が一般を上回っています。子育て環境や地域社会との交流について、転入前の期待と比して転入後に不満を感じている可能性があります。

図表 43 白子町の課題



⑥まとめ

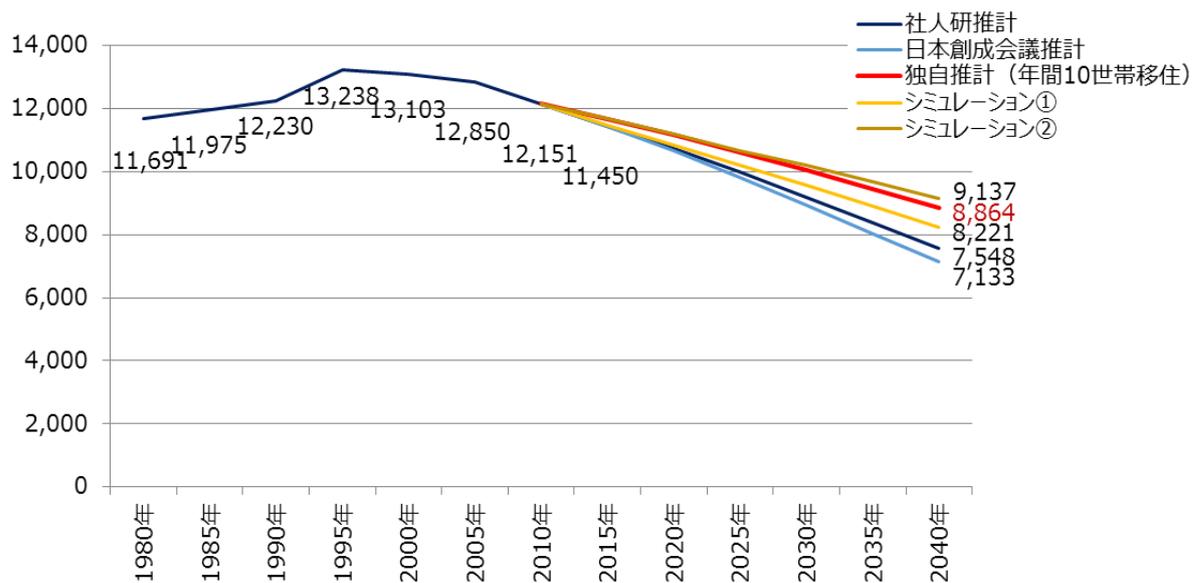
白子町では、豊かな自然環境という明確な強み以外（例えば、町による子育て支援策、経済的な生活環境の良さ、観光での強み、など）は、町外への情報発信力が低く、認知度が低い可能性があります。町外から見た場合には、（多少の生活の不便さがあっても）自然環境の良さや子育てのしやすさ、経済的な暮らしやすさ、地域との強い絆・交流、といった構図を期待すると考えられますが、実際の転入者の回答では子育て支援や地域との交流が十分ではない、と感じているなど、転入者の多くが地域の中で孤立している可能性があるかと懸念されます。

そこで、外部に対して、白子町のよさを広くPRしていくことで移住・定住を促進するとともに、移住してきた方が円滑に地域社会へ受け込むことができるような支援が必要と考えられます。

#### (4) 白子町が目指すべき人口

現在の白子町の小学校（3校）を統廃合しない人口を維持することを前提<sup>1</sup>として、毎年4人家族10世帯が移住または転出抑制をした場合の総人口を推計すると、以下のように2040年には8,864人の人口となります。これを実現することができれば、社人研推計値よりも2040年時点で約1,300人多くなる見通しとなります。

図表 44 複数パターンによる人口推計



**社人研推計**：全国の移動率が今後一定程度縮小すると仮定した推計（社人研推計準拠）

**日本創成会議推計**：全国の総移動数が、平成22年から平成27年の推計値と概ね同水準でそれ以降も推移すると仮定した推計（日本創成会議推計準拠）

**シミュレーション1**：合計特殊出生率が人口置換水準（人口を長期的に一定に保てる水準の2.1）まで上昇したとした場合のシミュレーション

**シミュレーション2**：シミュレーション1、かつ人口移動が均衡したとした（移動がゼロとなった）場合のシミュレーション

※ 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成データ

<sup>1</sup>町では小学生を各学年20人×6学年＝120人維持させることを目標に、コーホート変化率法から必要移住者数を算出しました。白子町には小学校が3校あるので、120×3＝360人の小学生を維持することが目標値となります。この手法で計算すると、30代前半夫婦+4歳以下の子ども2名の家族が毎年10世帯転入することにより、2040年の小学生数を360人以上維持できるという試算結果となります。

# 白子町総合戦略



1. 元気で働くなら白子町
2. 住んでみるなら白子町
3. 結婚子育てするなら白子町
4. 未来をつくるなら白子町



## 第2部 白子町総合戦略

### 第1章 総合戦略策定の概要

#### (1) 総合戦略策定の趣旨

我が国における急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくため、まち・ひと・しごと創生法が制定されました。

白子町では、平成10年をピークに人口は減少に転じ、少子高齢化が一層進むことが見込まれております。将来的にも人口減少が避けられない中、人口減少の克服、地域経済の発展や活力ある地域社会の形成などが課題となっています。

そこで、まち・ひと・しごと創生法に基づき、国及び千葉県が策定するまち・ひと・しごと創生総合戦略を勘案しながら、白子町の実情を踏まえ、人口、経済、地域社会の課題に一体的に取り組み、自主・自立したまちづくりを進めていくため、「白子町総合戦略」を策定しました。

#### (2) 総合戦略の位置付け

本町では、「笑顔、創意、夢のあるまち しらこ」をテーマとして、白子町第4次総合計画（平成20～29年度）を策定し、各種施策を総合的、計画的に展開してまいりましたが、直面する人口減少（転出超過による社会減と自然減）、高齢化等、困難な課題を抱えています。

そこで、国が策定した「まち・ひと・しごと 創生総合戦略」の基本的な考え方や政策5原則を基に、「白子町人口ビジョン」の人口将来展望を踏まえ、まち・ひと・しごとの創生の好循環を確立するために、総合計画のうち特に必要な人口減少対策や地方創生に係る施策について、具体的な展開方法を示す実施計画と位置付け、基本目標及び具体的な施策と客観的な成果指標をとりまとめました。

### (3) 総合戦略の計画期間

白子町総合戦略の計画期間は、平成27年度から平成31年度までの5年間とし、施策実施や外部環境の変化に応じて適宜見直すこととします。

### (4) まち・ひと・しごと創生政策5原則による施策の展開

国では、人口減少克服と地方創生を着実に推進するため、次の政策5原則に基づき、まち・ひと・しごと創生の施策を展開しています。

- ① 自立性…各施策で構造的な問題に対処し、地方の自立につなげる
- ② 将来性…地方が自主的かつ主体的に、夢を持って前向きに取り組む
- ③ 地域性…各地域の実態に合った施策を展開する
- ④ 直接性…限られた財源や時間の中で、最大効果を上げる施策を実施する
- ⑤ 結果重視…各施策の効果を客観的な指標により検証し、必要な改善を行う

そこで、「白子町総合戦略」では、この政策5原則を踏まえて、従来の縦割りや全国一律的な手法ではなく、町地域資源を活用した多様なアイデアで“まち”を創生するための基本目標や基本的方向を設定し、施策を展開します。

### (5) 目標設定とPDCAサイクルの確立

「白子町総合戦略」では、基本目標や各施策分野の重要業績評価指標（KPI）を数値目標で設定するとともに、目標の達成に向けて具体的な施策をPDCAサイクル（Plan(計画)・Do(実行)・Check(評価、検証)・Action(改善))により計画・実行・評価、検証・改善を行います。また、「白子町総合戦略」は、有識者等で組織する会議で効果を検証するとともに、必要に応じて改訂することとします。

図表 45 PDCAサイクルの確立



## 第2章 基本目標の設定

### (1) 基本目標設定の考え方

白子町総合戦略の基本目標は、国の4つの基本目標（地方における安定した雇用を創出する、地方への新しい人の流れをつくる、若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる、時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する。）に対応した4つの基本目標を設定しました。

まず、「地方における安定した雇用を創出する」に対応し、基幹産業の育成等による安定した雇用の創出とします。

白子町は人口の社会減となる転出超過傾向が続いていますが、転出理由は、家庭の事情及び仕事の事情がいずれも回答者の50%程度です。また、中高生世代へのアンケートでも、将来の定住意向は決して高くはなく、その理由としては就きたい仕事がないことが挙げられています。

大規模な企業等の産業誘致は白子町の地勢等から困難であるため、現状の白子町の基幹産業である農業と観光業の育成と、町内企業の振興策を実施し、安定した雇用を創出することが必要です。

そこで、施策としては、農業分野では地域農業の経営安定支援施策により、若者が夢と希望を持てる農業の実現を目指します。観光分野では、町の観光資源を一体化することで観光力を強化します。また、町内企業と町民とのマッチング施策により、町内における雇用機会を創出します。

次に、「地方への新しい人の流れをつくる」に対応し、移住・定住等新しい人の流れとします。

白子町は2000年代以降人口減少が続いていますが、転出先は茂原市等近隣自治体が多いことから、通勤・通学等の利便性を求めて転出しているケースや高校・大学への進学、或いは就職等でやむを得ず町から出るケースが多いと推察されます。

転出者は持家比率が低いことから、転出防止、或いは新規転入の促進に向けた施策として、土地・家屋取得支援による定住促進が効果的です。また、低額で利用できるガスの利用普及施策や通信費用の低減等の施策と組み合わせることで、暮らしやすい町づくりとし、それを町の強みとして町外に発信することで定住・移住の促進につながると考えられます。

また、Uターン、Iターン等、転出した後に戻ってくる町民を増やすための施策が必要です。地域活動に参加（或いは参加意向の高い）する中学生・高校生世代が町への好感度が高い、との結果から地域活動への参加を促進する取り組みを行います。

続いて、白子町は年少人口が減少傾向にあり、今後も続く見込まれますが、その要因として結婚適齢期の未婚率の高さ（晩婚化とそれに伴う合計特殊出生率の低下）があります。また

アンケートでは結婚当時希望した子どもの数より実際の子どもの数が少ない、と回答した方が多く、子育て支援施策が求められていると考えられます。

既に婚活支援のための取り組みには着手していますが、町内限定の募集であり、大きな効果が得られていません。また、保育料の実質無料化等の子育て支援に取り組んでいますが、子育てによい町という評価にはつながっていません。

そこで、前者については、広域連携を視野に多数の適齢期の町民を巻き込むための施策を進めます。また、後者については、周辺自治体と比較して特徴のある子育て支援策を打ち出し、安心して子育てに取り組める環境整備を進めます。

最後に、「時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する」に対応し、これからの時代に合った地域づくりとします。

白子町は、高齢化と人口減少が進み、現状では町民の約 1/3 が高齢者で、この傾向は今後も続くと考えられます。高齢化による財政悪化や産業の担い手となる労働力不足による町の衰退などが懸念されます。

そこで、町民の健康寿命延伸のための取り組みを進めていますが、健康づくりは生涯にわたり一貫した取り組みを行うことが効果的です。町民の健康情報を、本人と町が共有し、健康づくり施策に活用します。また、精神面での健康のためには地域コミュニティと一体となって生活を送ることが重要です。新旧の町民が一体となって地域のイベント・行事等へ参加できるよう、社会参加促進のための施策を進めます。

最後に今後実施する各施策の実効性を高めるため、取り組みを周辺自治体・千葉県内・首都圏に対して効果的に発信することが必要です。町の知名度を上げるため、多様なメディアの活用による「白子町のブランド化」に取り組みます。

## (2) 基本目標の設定および施策検討のコンセプト

白子町では、直面する人口減少（転出超過による社会減と自然減）、高齢化等の困難な課題を抱えています。これらの課題を解決し、町民が「笑顔で元気」に暮らせる町づくりを目指して、地方版総合戦略の策定を進めました。

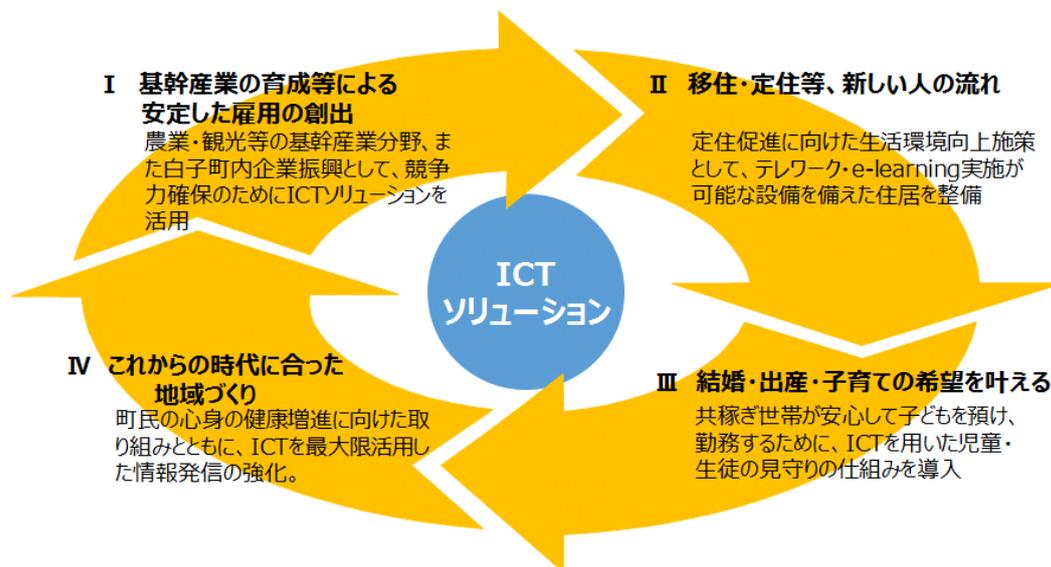
総合戦略の策定に際しては、先述のとおり、国の総合戦略策定の示す 4 つの領域でそれぞれ施策を策定し、継続的に運用していくことが必要となりますが、町の持つ人的資源等には限界があることから、ICT<sup>2</sup>を活用することで最大限効率化しながら進めていくことが効果的と考えています。

---

<sup>2</sup> Information and Communication Technology（情報通信技術）の略。

コンピューターやデータ通信に関する「情報技術」を意味し、パソコンやインターネットの操作方法から、それらを構成するハードウェア、ソフトウェアの応用技術までの幅広い範囲の総称。

図表 46 基本目標と施策検討のコンセプト



また、総合戦略の立案は、上記のとおり様々な施策を展開することによって、移住定住を促進し、人口減少に歯止めをかけることが最終的な目標です。

そこで、それぞれの施策がどのように移住定住促進につながるか、またそれぞれの施策にどのようにICTが寄与するか（活用されるか）については、以下のとおりです。

まず、将来的な移住定住に向けて交流人口<sup>3</sup>増加が必要となります。観光等により白子町を訪れる方を増やし、町の魅力を理解して頂くことが重要です。交流人口が増加することで、将来的には2拠点化（週末を白子町で過ごし、平日を都市部で過ごす、或いは長期休みのための別荘を白子町で取得する等）を含む移住・定住促進につなげます。

交流人口の増加に向けた観光促進としては、四季折々のイベントの開催等で再訪を目指した取り組みを行います。また、観光客の増加による雇用創出が期待されます。

観光客に対してPRすべき白子町の強みとしては、豊かな自然に加えて、住宅取得支援施策の充実や生活インフラの整備（生活費が安い）等の生活環境、或いはテレワーク<sup>4</sup>等の多様な働き方の実現などを挙げることができるよう施策を実施し、環境整備を行います。

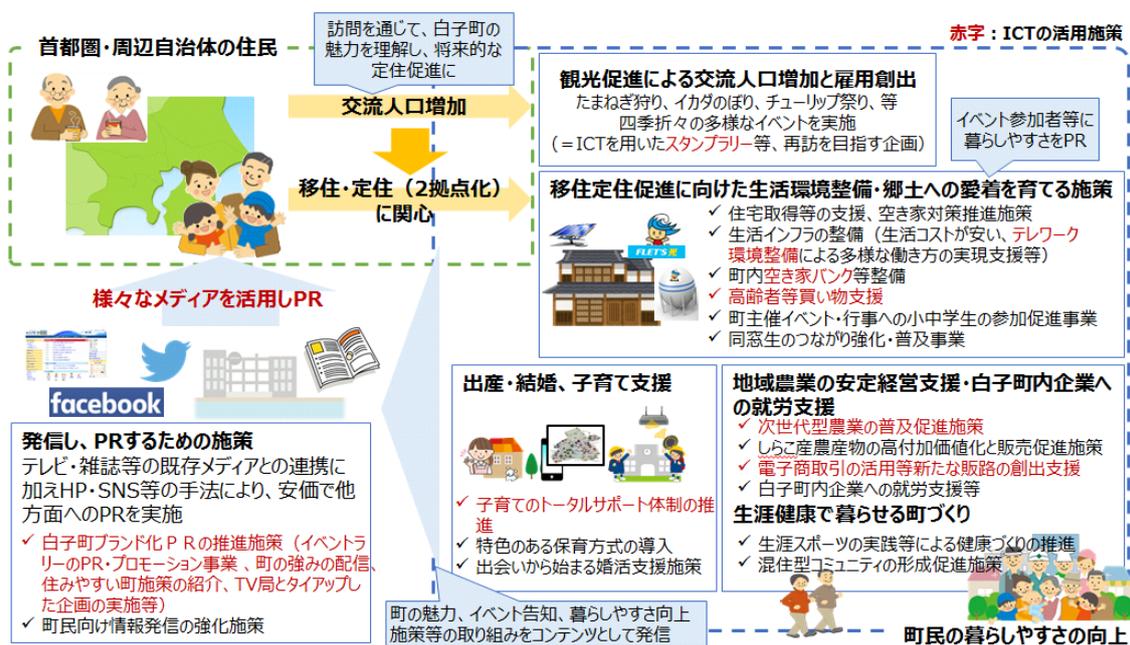
<sup>3</sup>観光客等、当該地域を訪れる（交流する）人のこと。その地域に住んでいる人、つまり「定住人口」（又は居住者・居住人口）に対する概念。

<sup>4</sup>勤労形態の一種で、情報通信機器等を活用し時間や場所の制約を受けずに、柔軟に働くことができる形態。

また、上記に加えて、実際に移住した方を含めた町民の暮らしやすさの向上に向けた施策として、地域農業の安定経営の支援、白子町内企業への就労支援による雇用の創出と、生涯心身ともに健康で暮らせる町づくりを進めるとともに、結婚・出産、子育て支援を行い、安心して子どもを産み、育てる環境を整備します。

これらの町の魅力、イベント告知、暮らしやすさ向上施策等の取り組みを、町の内外に様々なメディアを活用して発信します。特に首都圏・周辺自治体の住民に対して発信することで、更なる交流人口の増加と移住・定住促進を実現します。

図表 47 基本目標と施策検討のコンセプトの補足



### (3) 基本目標と基本的方向

「Ⅰ 基幹産業の育成等による安定した雇用の創出」では、地域農業の経営安定支援施策・観光資源の連動による観光力強化施策・白子町内企業への就労支援を、「Ⅱ 移住・定住等、新しい人の流れ」では、住環境やインフラ整備による生活環境向上施策・郷土への愛着・理解を育てる啓発・教育施策、「Ⅲ 結婚・出産・子育ての希望を叶える」では、未婚率減少施策（結婚推進施策）、出産・育児支援施策、「Ⅳ これからの時代に合った地域づくり」では、生涯にわたり町民が心身ともに健康で暮らせる町づくり施策及び発信し、PRするための施策を実施します。

## 元気で働くなら白子町

### 1) 基幹産業の育成等による安定した雇用の創出

本目標については、地域農業の経営安定支援施策、観光資源の連動による観光力強化施策及び白子町内企業への就労支援を基本的目標とします。

地域農業の経営安定支援施策は、町の基幹産業である農業を、ICT 等を活用し高品質・高収量な生産により、若者が夢と希望を持てる農業の実現を目指した取り組みで安定経営のできる産業へと育成します。

観光資源の連動による観光力強化施策は、町が実施する多様なイベントを一体的にまとめ、より魅力的な町づくり、再訪したいと感じられる接客やおもてなし、訪問客の動線づくりに取り組み、観光客・観光収入増加を実現します。

白子町内企業への就労支援は、町内企業の合同就職説明会や企業見学会等を実施し、就労希望者と雇用を希望する企業との間を積極的にし、情報配信等を行うことで、雇用の促進と町内企業振興を行います。

## 住んでみるなら白子町

### 2) 移住・定住等、新しい人の流れ

本目標については、住環境やインフラ整備による生活環境向上施策と郷土への愛着・理解を育てる啓発・教育施策を基本的目標とします。

住環境やインフラ整備による生活環境向上施策は、定住促進に向けて、既存施策の土地の無償譲渡施策等の拡大及びガス、電気等の生活インフラの整備やテレワークや e-learning<sup>5</sup>による勤務環境等の整備、町内の空き家をリフォームすることで移住の受け皿を構築します。また、移住者が地域に溶け込むための施策を実施します。

郷土への愛着・理解を育てる啓発・教育施策は、長期的な視点で白子町からの転出防止・将来的な U ターンに向けて、郷土への愛着・理解を育てる啓発・教育施策とともに、全世代の町民が町への愛着を持てる施策を実施します。

## 結婚子育てするなら白子町

### 3) 結婚・出産・子育ての希望を叶える

本目標については、未婚率減少施策（結婚推進施策）と出産・育児支援施策（児童見守り）を基本的目標とします。

---

<sup>5</sup>パソコン等の情報技術を用いて行う学習（学び）のこと。

未婚率減少施策（結婚推進施策）は、未婚率を下げるために、お見合いパーティーの実施や相談所機能の強化、マスコミを活用した広域での参加者募集・PR等の結婚支援策を実施します。

出産・育児支援施策（児童見守り）は、子育て世代に対して子育て支援のための冊子の配布やICTを活用した情報配信等を行うことにより安心して子育てと仕事を両立できる施策を行います。また、自主性のある元気な子どもたちを育てるための教育法を取り入れます。

## 未来をつくるなら白子町

### 4) これからの時代に合った地域づくり

本目標については、生涯にわたり心身ともに健康で暮らせる町づくり施策を発信し、PRするための施策（白子町ブランド化）を基本的目標とします。

生涯にわたり心身ともに健康で暮らせる町づくり施策は、全世代の町民が、生活習慣の改善等、健康増進に取り組める環境構築と新旧の町民が混住できるコミュニティづくりを進めることで、心身ともに健康で暮らせる町づくり施策を実施します。

発信し、PRするための施策（白子町ブランド化）は、白子町の施策や魅力を効果的に広めるため多様なメディア<sup>6</sup>との連携を含めたPR等、白子町のブランド化に向けた施策を行います。また町の取り組みを町民に理解してもらえるよう、Push型<sup>7</sup>の情報配信等積極的に発信します。

### (4) 重要業績指標設定の考え方と業績指標

人口ビジョンで検討したとおり、重要業績指標（以下 KPI とします。）は、年間 10 世帯の転入増加とします。この目標達成は、本総合戦略終了時の平成 31 年度に実現することとします。

また、KPI の先行指標として、基本目標・基本的方向ごとに指標を設定し、毎年継続的にモニタリングを行いながら、KPI の達成に向けた課題分析・改善に活用します。

---

<sup>6</sup>情報を人々に伝える機関や事業、システムなどを指します。具体的にはテレビ、ラジオ、雑誌、書籍、等を指します。

<sup>7</sup>必要な情報をユーザーの能動的な操作を伴わず、自動的に配信されるタイプの技術やサービスのこと。一度設定を行っておくと、データの送受信がない時に、ニュースなどの情報をサーバーからクライアント側に自動的に送り込むインターネットを利用したサービスなどがある。

図表 48 KPIの設定

重要業績 指標	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
	KPI	転入世帯数 2世帯	転入世帯数 2世帯	転入世帯数 5世帯	転入世帯数 10世帯

基本目標 基本的方向 ごとの目標値	基本目標	基本的方向	基準（平成27年度）		平成31年度目標
	I	1. 地域農業の安定経営支援施策	ハウス・路地栽培の収量		100%
2. 観光資源の運動による 観光力強化施策		観光客数 観光客消費額		88万人（25年度）	90万人 12%増加
3. 白子町内企業への就労支援		就職説明会開催 町内企業就職者数		- -	3回 9人
II	1. 住環境やインフラ整備による生活環境 向上施策	若者マイホーム申請数 空き家バンク利用者数		8件（26年度） -	20件 3件
	2. 郷土への愛着・理解を育てる教育施策	町主催イベントへの 小中学生参加数		-	参加率 50% <sup>※1</sup>
III	1. 未婚率減少施策（結婚推進施策）	出会いの場イベント参加者 広域連携参加自治体数		20名/年 -	90名/年 5自治体
	2. 出産・育児支援施策（児童見守り）	保育園・小学校へのICT設置 子育てハンドブック配布率		- -	100% 100%
IV	1. 生涯にわたり心身ともに健康で暮らせる 町づくり施策	健康ポイント事業参加者数		600名	1,200名
	2. 発信し、PRするための施策 （白子町ブランド化）	白子町HP閲覧者数 ツイート・フォロー数		-	200% 5000 <sup>※2</sup>

※1：アンケートでは中学生の参加率20%程度となっているため、小中学生を合わせて半分とした。  
 ※2：地方自治体 ツイッター(Twitter)アカウント 総フォロー数ランキングで100位前後になる件数

## 第3章 基本的方向ごとの実施施策

### (1) 基幹産業の育成等による安定した雇用の創出

基幹産業の育成等による安定した雇用の創出では、(1) 地域農業の経営安定支援施策、(2) 観光資源の連動による観光力強化施策、(3) 白子町内企業への就労支援施策を基本的方向として、それぞれの施策を実施します。

#### 1) 地域農業の経営安定支援施策

##### ① 業績指標

業績指標	目標値 (平成 31 年度)	基準値 (平成 27 年度)
ハウス・露地栽培の収量	120%	100%

##### ② 概要

町の基幹産業である農業を、ICT 等を活用し高品質・高収量な生産を可能とし、若者が夢と希望を持てる農業の実現を目指した取り組みで安定経営のできる産業へと育成します。

##### ③ 現状の課題

町の現状は、現状、施設園芸を営む農家間の所得格差の拡大や、後継者の確保・農業に従事する労働力不足、施設の老朽化、耕作放棄地の増加等の課題を抱えています。

##### ④ 実施施策

ハウス栽培では、ハウス内環境制御など ICT を活用し収量増加等による所得向上を目指すとともに、労働力不足解消のための施策を実施します。

また、農産物のブランド化、観光資源としての活用、販路の創出等により所得向上と新規就農者確保、遊休農地の解消等に努めます。

- 次世代型農業の普及促進施策
- 白子産農産物の高付加価値化と販売促進施策
- 電子商取引の活用等、新たな販路の創出支援施策
- 農業従事者・新規就農者等の確保支援施策

## 2) 観光資源の連動による観光力強化施策

### ① 業績指標

業績指標	目標値 (平成 31 年度)	基準値 (平成 25 年度)
観光客数	90 万人	88 万人

### ② 概要

町が実施している多様なイベントを一体としてまとめ、より魅力的な町づくり、再訪したいと感じられる接客やおもてなし、訪問客の動線づくりに取り組み、観光客・観光収入増加を実現します。

### ③ 現状の課題

町では、これまで様々なイベントを開催し、交流人口拡大に努めています。多様なコンテンツを持ちながら、個別の取り組みで留まり、「観光」としての白子町の知名度は十分ではありません。また、観光客向けの飲食店やトイレが少ない、様々なニーズに合わせた柔軟な宿泊が難しい等の課題があります。

### ④ 実施施策

- 観光交流の促進とおもてなし環境の整備施策

年間を通じて白子町を訪れ、再訪したくなる、或いは滞在したくなる仕組みづくりを進めるとともに、町の資源発掘等による町のブランド化に取り組みます。また迎える町民の意識向上、多様な観光ニーズに合わせた宿泊やサービス提供等が実現できる環境整備、観光ガイドの育成等町民との交流を取り入れた施策等に取り組みます。  
(ICT ツールを利用したスタンプラリー等の企画導入、「魅力ある観光育成事業(着地型観光)」、「おもてなしのまち推進事業」等)

- 観光強化のための PR・プロモーション施策

イベントの開催等実施に向けた PR・開催告知及び当日の状況発信等をするため、ホームページや SNS<sup>8</sup>を通じた PR を実施

---

<sup>8</sup> ソーシャルネットワーキングサービスの略。人と人とのつながりを促進・サポートする、「コミュニティ型の会員制のサービス」、あるいはそういったサービスを提供するウェブサイト。

### 3) 白子町内企業への就労支援

#### ① 業績指標

業績指標	目標値 (平成 31 年度)	基準値
就職説明会開催	3 回	-
町内企業就職者数	9 人	-

#### ② 概要

雇用の受け皿となる町内企業の振興・育成を行うことで就労を理由とする町からの転出防止・新規転入者増加を目指します。

#### ③ 現状の課題

農業以外の町の産業に従事する従業員数は製造業、卸売業等の従業員が多いとの結果ですが、他方町内企業からは、町民を採用したいが町民の採用が伸びていないとの課題を抱えています。

#### ④ 実施施策

町内企業の合同就職説明会や企業見学会により、就労希望者と雇用を希望する企業との間を仲立ちすることで、雇用の促進及び町内企業振興を行います。

- 新たな産業の起業・育成支援施策
- 町内企業雇用促進施策

町内企業の雇用状況を、就労を希望する町民に対して積極的に発信するとともに、町内企業を集めた合同企業説明会等を実施し、就労と雇用のマッチングを行います。

- 町内企業の長期的人材確保支援施策

高校生及び中学生等に対して、総合学習の一環で、町内企業を見学し、将来町内で就労し、生活するというイメージを持ってもらいます。また高校生については卒業後の就労先として具体的な就労を想定した見学を行います。

## (2) 移住・定住等新しい人の流れ

### 1) 住環境やインフラ整備による生活環境向上施策

#### ① 業績指標

業績指標	標値 (平成 31 年度)	基準値 (平成 26 年度)
若者マイホーム申請数	20 件	8 件
空き家バンク利用者数	3 件	

#### ② 概要

定住促進に向けて、土地譲渡等の施策の対象者拡大とガス、電気・通信費用等、生活に要する費用を低減する施策と環境整備、多様な働き方を実現するテレワーク等の勤務環境整備、また生活の利便性を向上するための施策を実施します。

#### ③ 現状の課題

これまで町が取り組んできた土地・住居等取得施策やガス料金等生活に要する費用が安い等の強みが町内外で十分認知されておらず、施策の実効性が上がっていません。

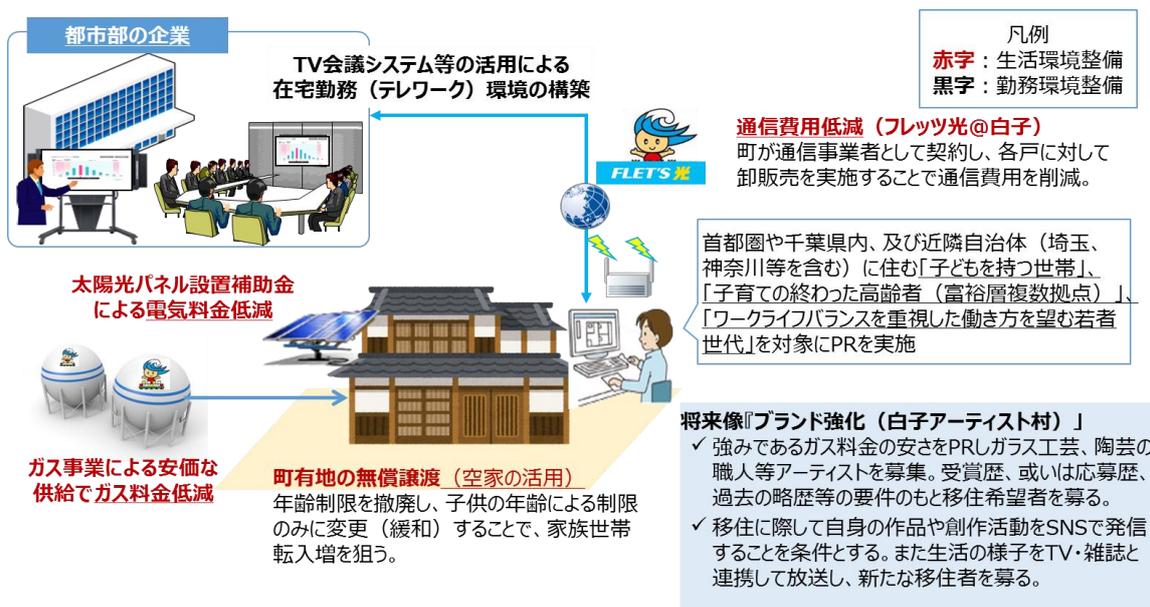
#### ④ 実施施策

- 住宅取得等の支援、空き家対策推進施策  
「白子町若者マイホーム取得奨励補助事業」「若者定住促進用町有地の無償貸付及び無償譲渡制度」「空き家バンク整備」「遊休施設活用事業」
- 生活インフラ整備促進施策  
「住宅用太陽光発電システム設置補助事業」「ガス事業所利用普及事業」「フレッツ光@白子普及事業」
- テレワークや e-learning が実施できる設備環境整備施策
- 買い物・移動、ICT リテラシー<sup>9</sup>等に係る支援施策
- 住みやすい町に向けた取り組み PR 施策

<sup>9</sup> ICT を使うための技術や知識等のこと。

- 定住促進に向けて、既存施策である土地無償譲渡施策等の拡大及びガス、電気・通信等の生活インフラ整備による生活環境向上施策やテレワークや e-learning による勤務環境整備を実施します。
- 上記施策を首都圏や千葉県内及び近隣自治体（埼玉、神奈川等）のターゲット（子育て世帯、富裕高齢者、ワークライフバランス<sup>10</sup>を重視する若者世代等）に対して積極的に PR することで、新たな移住促進を目指します。

図表 49 住環境・勤務環境向上施策

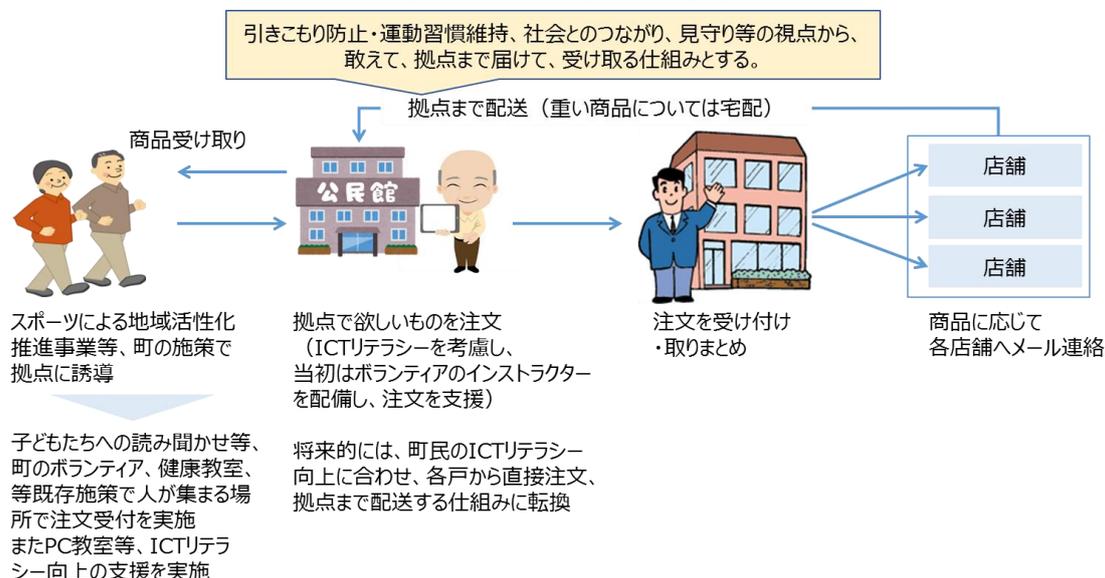


<sup>10</sup>国民一人ひとりがやりがいや充実感を持ちながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活などにおいても、子育て期、中高年期といった人生の各段階に応じて多様な生き方が選択・実現できる」ことを指す。

町の活性化や転入増加に向けた施策の実施に際して、高齢者や以前から定住している町民に環境変化が生ずることが懸念されます。本事業によって、町内在住の高齢者等が住みやすい町を実現します。

- 買い物支援として、町民の集まる拠点（公民館等）で、ICTを用いて商品を注文します。注文は、商工会が受けて、取りまとめたうえで町内の小売店に連絡し、小売店では商品をそろえ、注文拠点まで配送します。施策導入当初はICTリテラシーを考慮し、拠点にボランティアのインストラクターを配置し、注文等、操作の支援をします。
- なお、店舗からの配送については、引きこもり防止、運動習慣の維持、社会との交流促進、見守り等の視点からあえて拠点までの配送としています。（水等の重いものについては宅配。）

**図表 50 買い物支援事業**



## 2) 郷土への愛着・理解を育てる啓発・教育施策

### ① 業績指標

業績指標	目標値 (平成 31 年度)	基準値
町主催イベントへの小学生 参加率	30%	-

### ② 概要

郷土への愛着や地域とのつながりを育てる等、長期的な視点で白子町の転出防止・Uターン実現に向けた教育施策を実施します。

### ③ 現状の課題

中学高校生世代は、町に対して暮らしにくいと感じているものの、好感度は高い傾向にあります。地域活動への参加と好感度から参加促進が郷土への愛着につながると考えられます。また高校進学後に町を離れるため 18 歳以降も地域とのつながりを持てるような環境を構築することが必要です。

### ④ 実施施策

- 子どもたちの愛着・理解を育て、つなげる施策
  - 町・地域が主催するイベント・行事（公民館教室推進事業）等への小中学生の参加促進
  - 郷土への愛着はぐくみ事業（郷土を知る教育支援事業・児童書読み聞かせ支援事業等）
  - 同窓生とのつながり強化・普及施策  
中学同窓会の組織化を支援し、18 歳以降も継続的に町（卒業生同士）とのつながりを維持し、Uターン等につなげる。
- 特色のある教育方式の導入  
町の将来を担う子どもたちに対する教育では、ICT リテラシーの向上のための取り組み等、特色ある教育方式を導入します。
- 世代を超えた郷土への理解を啓発する施策  
全ての世代が町の良さを認識し、誇りを持てるような生涯学習、地域ガイドの育成等、世代を超えた郷土への理解を啓発する施策を実施します。

### (3) 結婚・出産・子育ての希望を叶える

#### 1) 未婚率減少施策（結婚推進施策）

##### ① 業績指標

業績指標	目標値 (平成 31 年度)	基準値
出会いの場イベント参加者	90 名	20 名/回
広域連携参加自治体数	5 自治体	-

##### ② 概要

未婚率を下げるための結婚支援策として、既存のお見合いパーティーの実施や相談所機能の強化等を実施します。

##### ③ 現状の課題

出会いの場創出イベントを、社会福祉協議会へ委託し実施しているものの、参加者（特に女性）の募集に苦慮しており、十分な成果（件数）をあげられていない状況にあります。要因として、参加者が白子町在住・在勤に限られていること、名簿登録によるメリットが薄いこと、お見合いパーティー終了後のフォローがないこと等が考えられます。

##### ④ 実施施策

民間事業者のイベントノウハウ、全国規模での会員組織等を活用して、出会いの機会を増やすとともに、異性との付き合い方に関する研修等きめ細かい支援によってより大きな効果創出を狙います。更に、メディアを活用し取り組みの PR を行うとともに、白子町単独開催ではなく周辺自治体・県等との広域連携により、広く参加者の募集を行います。

（広域連携・PR）

- 出会いから始まる婚活支援施策
- 広域的な婚活情報共有化による婚活支援の推進

## 2) 出産・育児支援施策

### ① 業績指標

業績指標	目標値 (平成 31 年度)	基準値
保育所・病児保育所への ICT 設置数	100%	-
子育てハンドブック 配布率	100%	-

### ② 概要

ICT を活用した児童・生徒見守りシステム等により、両親が安心して子育てと仕事を両立できる施策を行います。

また、子育て世代の移住促進のため、白子町の特徴ある児童の教育方式を導入します。

### ③ 現状の課題

保育所の待機児童は 0 人で、定員充足率は 76.3%であり、施設の受け入れ能力上の課題は少ない状況です。

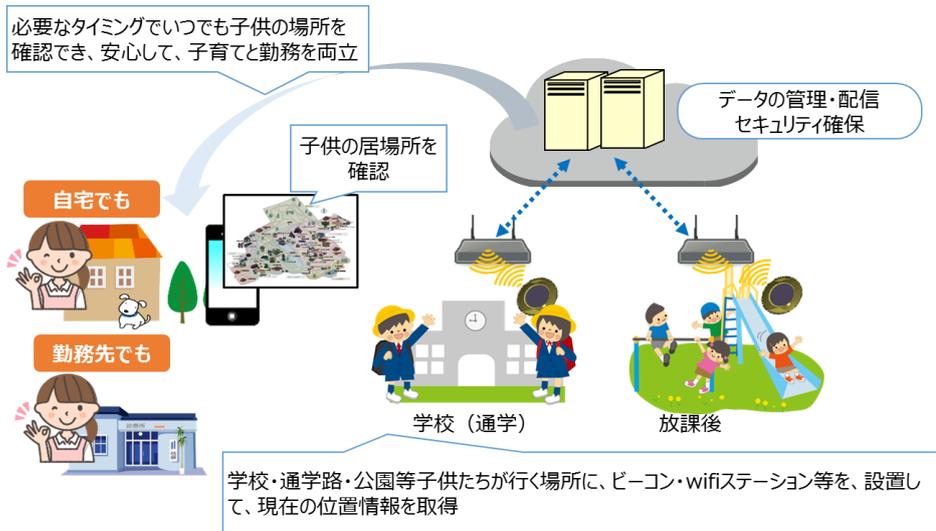
従って、移住促進に向けて特色のある保育児童の教育方式や、安心して子ども預けて勤務できる体制の構築等が他の周辺自治体との差別化につながるものと考えられます。

### ④ 実施施策

- ICT を利用した通学児童・生徒見守り支援施策  
子どもの通学状況を、ICT 等を用いて見守る仕組みを導入
- 子育てのトータルサポート体制の推進  
子育て世代が安心して子育てに取り組むことができるような支援として子育てハンドブックの配布、HP 等を通じた情報配信を実施
- 特色のある保育方式の導入  
自立した子どもたちを育てるため特色ある保育方式を導入し、周辺自治体の子育て施策との差別化を図り、子育て世代の移住促進につなげる。

- 子どもの通学状況や放課後の過ごし方（「放課後児童健全育成事業」）を、ICT 等を用いて見守る仕組みを導入することで、子育て中の家族が安心して職場で働ける環境を構築し、定住につなげます。
- 学校・通学路・公園等子供たちが行く場所に、ビーコン（図表 51 中の注を参照）・Wi-Fi<sup>11</sup> ステーション等を設置して、現在の位置情報を取得し、ご家族が必要なタイミングで、子どもの場所を確認できる仕組みを想定しています。

図表 51 ICT を利用した通学児童・生徒見守り施策



ビーコン：地上にある無線局等から発射される電波（あるいは赤外線のような高周波の電磁波）を移動体に搭載された機器で受信することにより、位置をはじめとした各種情報を取得する為の設備である

<sup>11</sup> 無線 LAN（無線でデータの送受信を行なう構内通信）を利用したインターネット接続サービスのこと。

## (4) これからの時代に合った地域づくり

### 1) 生涯にわたり町民が健康で暮らせる町づくり施策

#### ① 業績指標

業績指標	目標値 (平成 31 年度)	基準値 (平成 27 年度)
スポーツによる地域活性化推進事業 参加者数	1,200 名	600 名

#### ② 概要

子どもから高齢者まで全世代の町民が、健康な生活を維持するために生活習慣の改善等を促す施策を行うとともに、新旧の町民が混住できるコミュニティづくりを進めることで、心身ともに健康で暮らせる町づくり施策を実施します。

#### ③ 現状の課題

町では、高齢者を中心に生活習慣病対策への取り組みを始めていますが、更に全世代に広げることが効果的です。また、新たに移住・定住する町民が地域社会に参加しづらいとのアンケート結果も寄せられており、新旧町民の間の交流を促進することが必要です。

#### ④ 実施施策

##### ● 健康づくり施策（健幸ポイント事業）

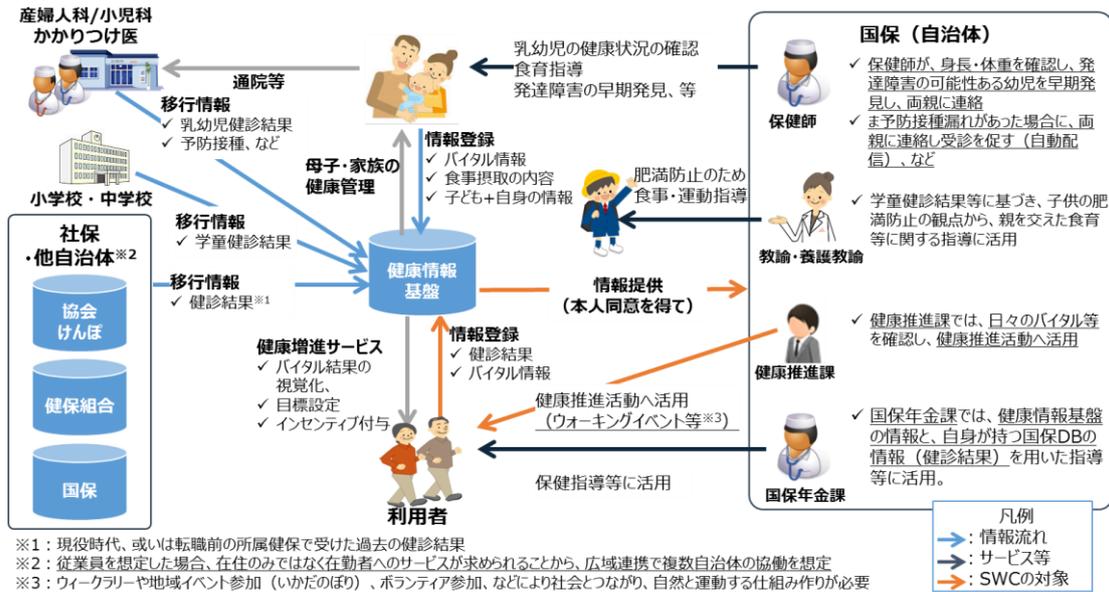
現行の健幸ポイント事業の取り組みを若年層にも広げるとともに、取り組み結果を、特定保健指導等健康維持・増進施策に活用し、生涯健康でいるための仕組みづくりを実施します。

##### ● 混住型コミュニティの形成促進施策

新たに移住・定住する町民が、円滑に地域社会に受け込み充実した生活を送ることができるような支援を、町が介入し実施します。

- 長期的には乳幼児から学童期、現役世代、高齢者まで全世代の町民が、健康な生活を維持するために、生活習慣の改善・社会活動への積極的な参加等を促す施策を行います。
- 乳幼児期の予防接種・健診結果、学童期の学童健診、成人後から退職後までの特定健診等個人の健康情報を ICT を用いて集約し、情報を行政サービスと連携することで、健康寿命の延伸、医療費等適正化の実現を目指します。

図表 52 ICT を利用した生涯健康管理施策



## 2) 発信し、PR するための施策（白子町ブランド化）

### ① 業績指標

業績指標	目標値 (平成 31 年度)	基準値
白子町 HP 閲覧者数	200%	—
ツイッター・フォロワー数	5,000 件	—

### ② 概要

白子町の施策や魅力を効果的に広めるため、多様なメディアとの連携を含めた PR 等、白子町のブランド化に向けた施策を行います。また、町の取り組みを町民に理解してもらえよう、積極的な情報発信を行います。

### ③ 現状の課題

町外に対しては、白子町＝テニスのイメージが強く、他の強みを十分 PR できておりません。またイベント PR などは、個別の取り組みが中心となっており、「白子町」としての統一的な PR が充分ではありません。

他方、町民に向けての情報発信については、町の施策が十分浸透していないことが懸念されること（特に転入者について）、比較的な容易に情報発信できるツールである町のホームページが十分活用できていない等の課題があります。

### ④ 実施施策

#### ● 白子町ブランド化 PR の推進施策

- イベントラリーに向けた PR・プロモーション事業（げんき君 Twitter、Facebook 等 SNS による情報発信、町の強み・住みやすい町施策の紹介等）により、首都圏・周辺自治体に PR し、移住につなげます。観光に留まらず、住みやすさや住居取得支援策の充実等、町の強みを PR します。本施策を推進するため移住・定住促進室を組成し、情報提供及び移住希望者への対応を進めます。
- 新しい白子の魅力 PR 事業  
TV 局とタイアップした企画で知名度向上を目指します。首都圏、県内で、連携できるメディアを検討し共同で PR を進めます。例えば町で飲食店を開業したいオーナーを募集し、コンテストを実施。町が空き家・古民家等を改装し開業します。町で開催するイベントでの優先出店や町の名産物を取り入れたメニューの開発等、SNS 等を利用した PR 活動を行うことを条件とします。この一連の取り組みを TV 局とタイアップして放送して町の PR 活動とします。

- 町民向け情報発信の強化施策

総合戦略実現には町民の理解と協力が必須です。ホームページの充実などに加えて、Push 型の情報配信（子育て情報や就労に向けた企業とのマッチング情報等）によって町民に対する広報機能を強化し、積極的な情報配信を行います。

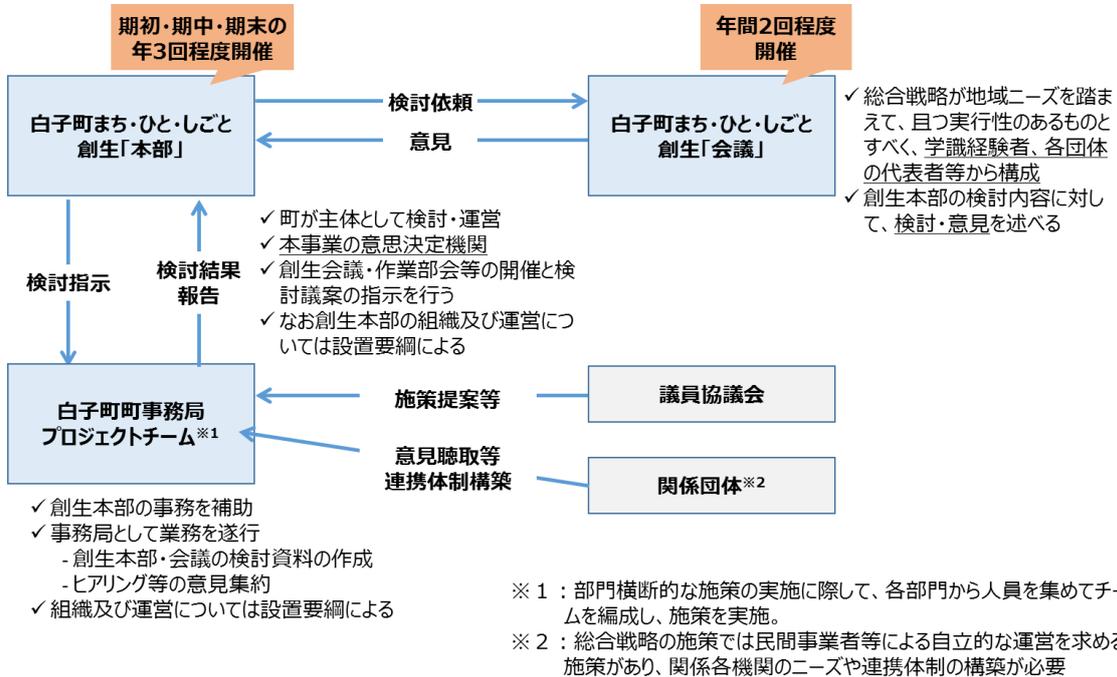
## 第4章 来年度以降の運営体制について

### (1) 来年度以降の運営体制について

白子町総合戦略は、来年度以降平成 31 年度まで策定した戦略に基づき施策を実施していくこととなります。施策の実施・進捗状況については、PDCA の観点から、モニタリングを行い、改善しながら進めることとなります。

白子町総合戦略の推進体制は、本年度の体制を踏襲しつつ、実行することを予定していますので、創生会議委員の皆様にも引き続きご協力お願いしました。

図表 53 来年度以降の推進体制



### (2) 白子町総合戦略実現に向けた行動計画

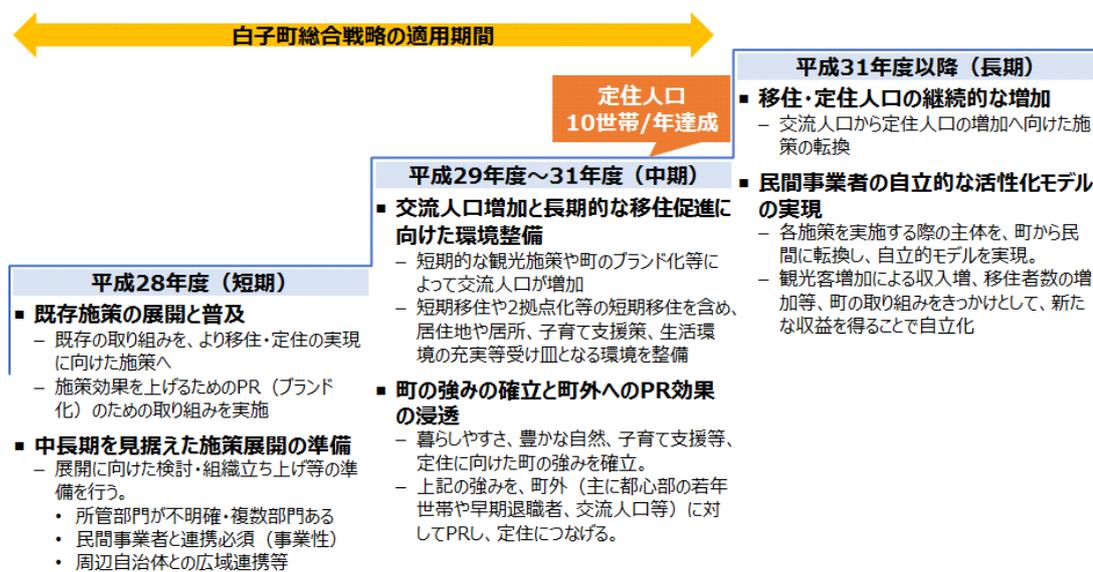
#### 1) 行動計画の全体像

来年度は、既存施策の展開と普及及び中長期を見据えた施策展開の準備と位置付けます。前者の既存の取り組みをより移住・定住の実現につなげることを目標とし、また直接効果の期待される白子町のブランド化に取り組みます。他方、後者は平成 29 年度以降平成 31 年度までの展開を見据えた検討・組織化等に取り組みます。

平成 29 年度以降平成 31 年度は、交流人口の増加とその後の定住促進に向けた環境整備と、これらの取り組みを町外に対して PR していく段階となります。平成 31 年度以降は長期

的な取り組みとして、移住・定住の継続的な増加と、町の進めてきた施策を民間事業者によって自立的な活性化モデルとしていく段階となります。

図表 54 実現に向けた行動計画：全体像



## 2) 短期的実施内容

加速化交付金等を活用し、観光施策を中心とした取り組みを行い、交流人口の増加を目指します。同時に、中長期の取り組みとして、移住・定住人口 10 世帯を実現するための各種施策を展開するべく、役場内のプロジェクトチームや民間を巻き込んだ検討委員会等、民間事業者との連携等を開始します。（本格展開の準備）

## 平成28年度（短期）の実施内容

### ■ 既存施策の展開と普及

- 次世代型農業の普及促進施策
- 町内企業雇用促進支援施策、町内企業の人材確保支援施策
- 住宅取得等の支援、空き家対策推進施策
- 買い物・移動、ICTリテラシー等に係る支援施策
- 子どもたちの愛着・理解を育て、繋がる施策
- 出会いから始まる婚活支援施策
- ICTを利用した通学児童見守り支援施策
- 子育てのトータルサポート体制の推進
- 白子町ブランド化PRの推進施策
- 健康づくり施策（健幸ポイント事業）  
町民向け情報発信の強化施策

### ✓ 移住・定住促進施策として、平成28年度中に施策を開始

例) 土地・住居取得支援施策：対象者の要件緩和

出会いから始まる婚活支援施策：民間事業者との協議、イベント開催

子育てのトータルサポート体制の推進：子育てハンドブック作成・配布、配信等の情報配信

生涯スポーツの実践等による健康づくりの推進：スポーツによる地域活性化推進事業の普及

### ✓ 加速化交付金を活用して施策開始

- ・ 移住・定住促進に向けた「元気チャージ」白子町観光活性化事業
- ・ 「農業・健康・食育」食の改革推進事業

### ✓ 町内遊休地・施設を活用した民間事業者の誘致の取り組み

## 平成28年度（短期）の実施内容

### ■ 中長期を見据えた施策展開の準備

- しらこ産農産物の高付加価値化と販売促進施策
- 電子商取引の活用等、新たな販路の創出支援施策
- 農業従事者・新規就農者等の確保支援施策
- テレワークやe-learningが実施できる設備環境整備施策
- 特色ある保育方式の導入
- 広域的な婚活情報共有化による婚活支援の推進
- 混住型コミュニティの形成促進施策
- 白子町ブランド化PRの推進施策（PR・プロモーション事業）
  - ・ げんき君Twitter、Facebook等のSNSを活用した情報発信
  - ・ 住みやすい町に向けた取り組みPR事業
  - ・ テニスだけじゃない白子町PR事業

### ✓ 組織化等、関係者を集めた推進・検討体制の構築

⇒特に所管が不明確、横断的な対応が必要な施策について、担当者を明確化する。

例) しらこ産農産物の高付加価値化と販売促進施策：委員会組成等組織化  
広域的な婚活情報共有化による婚活支援の推進：他自治体と検討開始  
白子町ブランド化PRの推進施策：プロジェクトチームの組成等、

### ✓ 所管部門と関係団体との協議・実施方針等の確定

例) しらこ産農産物の高付加価値化と販売促進施策：JAとの協議、合意  
電子商取引の活用等、新たな販路の創出支援施策：窓口機能を担う農業生産法人ひまわりとの協議・合意、  
特色ある保育方式の導入：導入例の視察・導入可否判断等

### 3) 短期的実施内容：町内遊休地・施設を活用した民間事業者の誘致の取り組み

町内にある遊休地・施設（旧リハビリセンター）を購入し、民間事業者を誘致（土地の賃貸）、町民の新たな雇用の創出・促進につなげる等の活用施策を検討します。既存施設の形態から、介護系または福祉系の施設（事業者）へ転用する施策との親和性が高いと考えられます。その場合、健康な高齢者を受け入れる CCRC<sup>12</sup>モデルが想定されます。

<sup>12</sup> Continuing Care Retirement Community の略。

継続的なケア付き引退後コミュニティのこと。高齢者が自立して生活できるうちに特定の施設に入居し、介護が必要になっても医療を受けながら生活する米国発祥の暮らし方を指す。

図表 55 民間事業者の誘致の取り組み（案）

