

天川村創生 第2期総合戦略

2020～2024

令和2(2020)年3月
天川村

も く じ

1.	基本的な考え方	5
(1)	総合戦略の基本目標	5
(2)	計画検討の5つの原則	5
(3)	総合戦略の推進組織と PDCA サイクル	6
(4)	総合戦略の位置づけ	6
2.	天川村創生第2期総合戦略	

基本目標 1 <しごとづくり>—地域に根ざした仕事による安定した雇用の創出 観光との連携による農林水産業の6次産業化と魅力ある観光地づくり/9			
施策の 基本方向	(1) 観光との連携による農林水産業の6次産業化/11		
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">具体的 施策</td> <td> ①特産品の開発と地域活性化のための交流の拠点づくり/11 ②農産物の生産・加工・販売事業(6次産業化)の支援/11 ③「癒し」をテーマとする薬草等特産品の開発/12 ④林産物関連の生産と販路確保の支援/12 ⑤IT活用等による広域への販路拡大の支援/12 ⑥効果的な獣害対策の推進/13 </td> </tr> </table>	具体的 施策	①特産品の開発と地域活性化のための交流の拠点づくり/11 ②農産物の生産・加工・販売事業(6次産業化)の支援/11 ③「癒し」をテーマとする薬草等特産品の開発/12 ④林産物関連の生産と販路確保の支援/12 ⑤IT活用等による広域への販路拡大の支援/12 ⑥効果的な獣害対策の推進/13
	具体的 施策	①特産品の開発と地域活性化のための交流の拠点づくり/11 ②農産物の生産・加工・販売事業(6次産業化)の支援/11 ③「癒し」をテーマとする薬草等特産品の開発/12 ④林産物関連の生産と販路確保の支援/12 ⑤IT活用等による広域への販路拡大の支援/12 ⑥効果的な獣害対策の推進/13	
	(2) テーマ性、ストーリー性をもった魅力ある観光地づくり/13		
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">具体的 施策</td> <td> ①大峯と高野を結ぶ「大峯高野街道すずかけの道」づくり/13 ②「大峯高野街道すずかけの道」への誘客の促進/13 ③テーマ別観光コースの設定/14 ④インバウンドの促進/14 ⑤観光情報発信の強化/14 </td> </tr> </table>	具体的 施策	①大峯と高野を結ぶ「大峯高野街道すずかけの道」づくり/13 ②「大峯高野街道すずかけの道」への誘客の促進/13 ③テーマ別観光コースの設定/14 ④インバウンドの促進/14 ⑤観光情報発信の強化/14
具体的 施策	①大峯と高野を結ぶ「大峯高野街道すずかけの道」づくり/13 ②「大峯高野街道すずかけの道」への誘客の促進/13 ③テーマ別観光コースの設定/14 ④インバウンドの促進/14 ⑤観光情報発信の強化/14		
(3) 木材・間伐材利用の促進と再生可能エネルギー利用の推進/15			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">具体的 施策</td> <td> ①森林資源の有効活用の促進/15 ②林業の機械化・省力化の促進/15 ③林業従事者の就労環境の改善による定住人口の確保/15 ④公共建築物等への地域産材利用の推進/15 ⑤再生可能エネルギー導入の推進/16 </td> </tr> </table>	具体的 施策	①森林資源の有効活用の促進/15 ②林業の機械化・省力化の促進/15 ③林業従事者の就労環境の改善による定住人口の確保/15 ④公共建築物等への地域産材利用の推進/15 ⑤再生可能エネルギー導入の推進/16	
具体的 施策	①森林資源の有効活用の促進/15 ②林業の機械化・省力化の促進/15 ③林業従事者の就労環境の改善による定住人口の確保/15 ④公共建築物等への地域産材利用の推進/15 ⑤再生可能エネルギー導入の推進/16		
(4) 起業、第二創業等の支援/16			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">具体的 施策</td> <td> ①個人事業主による起業の支援/16 ②包括的創業の支援/16 </td> </tr> </table>	具体的 施策	①個人事業主による起業の支援/16 ②包括的創業の支援/16	
具体的 施策	①個人事業主による起業の支援/16 ②包括的創業の支援/16		

基本目標 2 <ひとの流れ>—天川村への新しい人の流れの支援 空き家の活用によるUターン促進/17		
施策の 基本方向	(1) 新規雇用の創出や村外での就業支援による定住促進/19	
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: middle;">具体的 施策</td> <td> ①第1次産業の6次産業化に伴う新規就業者への総合的支援/19 ——若者や女性等人材の還流・育成・定着支援/19 ②地域での就業を促進する雇用対策/19 ③定住促進に向けての広域での就業支援/19 ④転入・定住促進に向けての小規模出店の支援/19 </td> </tr> </table>	具体的 施策
具体的 施策	①第1次産業の6次産業化に伴う新規就業者への総合的支援/19 ——若者や女性等人材の還流・育成・定着支援/19 ②地域での就業を促進する雇用対策/19 ③定住促進に向けての広域での就業支援/19 ④転入・定住促進に向けての小規模出店の支援/19	

(2) 移住相談窓口によるUターン促進と交流人口の増加／20	
具体的施策	<ul style="list-style-type: none"> ①空き家活用計画づくり／20 ②空き家や村営賃貸住宅等の情報流通の促進／20 ③移住についてのワンストップ相談窓口の設置／20 ④空き家等の活用による2地域居住（お試し居住）の推進／21 ⑤定住促進住宅の整備／21
(3) 教育機関との連携による地域との結びつきを深める教育／21	
具体的施策	<ul style="list-style-type: none"> ①地域に誇りを持つ学習・教育の推進／21 ②ICT活用能力を育成する学習・教育の推進／21 ③教育研究機関との連携／22

基本目標3 <結婚・妊娠・出産・子育て>——若い世代の結婚・妊娠・出産・子育て希望の実現 子育て支援の充実／22	
施策の基本方向	(1) 出会いと結婚の支援／23
	具体的施策 <ul style="list-style-type: none"> ①結婚に向けての出会いの支援／23 ②結婚希望者・新婚者のための相談窓口／24
	(2) 妊娠前から出産後の母子の健康確保／24
	具体的施策 <ul style="list-style-type: none"> ①母子等の健康の保持・増進／24 ②児童・生徒の健康の保持・増進／24 ③小児医療の充実と予防の推進／25
	(3) 子育て支援の充実／25
	具体的施策 <ul style="list-style-type: none"> ①子ども・子育て支援事業の推進／25 ②相談・情報提供体制の充実／25 ③子育て家庭の経済的負担の軽減／26
	(4) 社会全体で子育て世帯を支援する仕組みの構築／26
具体的施策 <ul style="list-style-type: none"> ①仕事と生活の調和の推進と女性の就業環境の改善等／26 ②多様な働き方への支援／27 ③子育て支援のネットワークづくり／27 ④地域における交流の促進／27 	

基本目標4 <まちづくり>——地区の小拠点づくり、ふるさとづくり 地区の歴史的個性を活かしたまちづくり／28	
施策の基本方向	(1) 歴史的景観を活かした観光のまちづくり／29
	具体的施策 <ul style="list-style-type: none"> ①歩いてみたくなる「歴史のいきづく道、歴史とふれあう道」づくり／29

(2) 行政と民間の協働による推進／29	
具体的 施策	①地域づくりを担うプランナーやデザイナーとの協働／29
(3) 移動ニーズに対応する交通手段の整備／30	
具体的 施策	①移動ニーズ、移動実態、交通手段の調査／30 ②移動ニーズに対応するための地域交通サポート計画／30

〔付録〕用語の説明 /31

1. 基本的な考え方

国においては平成 26（2014）年 12 月に「まち・ひと・しごと創生法」を制定し、国と地方が一体になって地方創生を実現するため、各自治体が総合戦略を策定することとなった。

そこで、本村においても国・県と連携し、平成 28（2016）年 3 月に「天川村創生長期人口ビジョン」に対応する「天川村創生総合戦略」を策定し、令和元（2019）年を目標年度として、人口減少と地域経済縮小の悪循環を克服し、地域の活性化に向けての好循環の確立をめざしている。

さて、第 1 期計画期間終了を迎えるに当たり、この間に計画・実行した結果にもとづく評価・改善により、新たに「天川村創生第 2 期総合戦略」を策定する。

この戦略によって、さらに効果的に人口減少と地域経済縮小の悪循環を克服し、地域の活性化に向けての好循環を確立することをめざすものとする。

（1）総合戦略の基本目標

**基本目標 1 <しごとづくり>地域に根ざした仕事による安定した雇用の創出
観光との連携による農林水産業の 6 次産業化と魅力ある観光地づくり**

**基本目標 2 <ひとの流れ>天川村への新しい人の流れの支援
空き家の活用による U I ターンの促進**

**基本目標 3 <結婚・妊娠・出産・子育て>若い世代の結婚・妊娠・出産・子育て希望の実現
子育て支援の充実**

**基本目標 4 <まちづくり>地区の小拠点づくり、ふるさとづくり
地区の歴史的個性を活かしたまちづくり**

（2）計画検討の 5 つの原則

① 自立性（自立を支援する施策）

地域が自ら考えて主体的に取り組む、自立に資するものであること。

② 将来性（夢を持つ前向きな施策）

村が主体となり行う、夢を持つ前向きな取り組みに対する支援に重点をおくこと。

③ 地域性（地区の実情等を踏まえた施策）

各地区の実情や将来性を踏まえ、地区の個性や特性を活かした持続可能な施策を支援するものであること。

④ 直接性（直接の支援効果のある施策）

しごとづくり、ひとの流れの創出を図り、これを支えるまちづくりを直接的に支援するものであること。

⑤ 結果重視（結果を追求する施策）

プロセスよりも結果を重視する支援であること。このため、成果（アウトカム）を重視した数値目標、重要業績評価手法（KPI）等を設定し、PDCA サイクルにより取り組みの状況を点検・検証等ができるようにする。

(3) 総合戦略の推進組織とPDCAサイクル

① 総合戦略の推進組織

行政、住民代表、産業界代表等が連携する推進組織とし、行政と村民（住民と事業者等）の協働で総合戦略に取り組む。

本村の現状、目標、めざすべき方向などを説明し、皆で共有する。

② 推進組織による進捗管理

PDCAサイクルにより毎年取り組みの状況を点検・検証し、必要に応じて対策の追加・修正を行う。

(4) 総合戦略の位置づけ

① 長期総合計画の構成と総合戦略

- ・本村の長期総合計画は、基本構想と基本計画で構成されている。
- ・基本構想は、本村の地域特性、村勢発展の状況、新たな時代の動向、国・県等の動向、住民アンケート結果等に基づくむらづくりの主要課題をふまえ、むらづくりの基本姿勢と将来像を明らかにする。そして、将来像実現の柱とする目標像、人口フレーム、土地利用構想、施策の大綱を示す。この基本構想を、基本計画の基調としている。
- ・天川村長期総合計画においては、令和2（2020）年度から令和11（2029）年度までを計画期間とし、令和11（2029）年度を目標年度としている。
- ・天川村人口ビジョンと総合戦略は、人口の減少と経済縮小の問題への対応に焦点を当てて、効果的な施策を横断的に推進することをめざす。つまり、長期総合計画の基本構想の人口フレームと基本計画の重点プロジェクトにあたるもので、地方創生の実現に向けて、人口の減少と経済縮小の問題への対応に有効な施策を国・県と連携して取り組むものとなる。

② 総合戦略の計画期間

国・県の総合戦略と連携するため、令和2（2020）年度から令和6（2024）年度までの5年間とする。

図表 天川村長期総合計画と、天川村創生人口ビジョン&天川村創生総合戦略の構成

天川村長期総合計画 計画期間：2020～2029		天川村創生人口ビジョン 計画期間：2016～2060	⇐ (国・県との連携)
基本構想 計画期間： 2020～2029 ↓	村づくり基本方向 村の将来像 人口フレーム 土地利用構想 施策の大綱	人口の現状分析と将来推計 天川村がめざすべき将来の方向	
前期基本計画 計画期間： 2020～2024 ↓	重点プロジェクト 計画期間（前期）：2020～2024	天川村創生第2期総合戦略 計画期間：2020～2024	
実施計画	— 計画期間（前期）：2020～2024	— 具体的施策	

図表 天川村創生総合戦略と長期総合計画の重点プロジェクトや分野別計画の関連表

	天川村創生第2期総合戦略 (4つの基本目標)			
	基本目標1 地域に根ざした仕事による安定した雇用の創出 しごとづくり	基本目標2 天川村への新しい人の流れの支援 ひとの流れ	基本目標3 若い世代の結婚・妊娠・出産・子育て希望の実現 結婚・妊娠・出産・子育て	基本目標4 地区の小拠点づくり、ふるさとづくり まさしくり
(注) 総合戦略の4つの基本目標(プロジェクト)と行政各分野の施策と関連のあるものに◎を付けている。				
第1部 村づくり推進のために				
第1章 3つの重点プロジェクト				
プロジェクト1 減災力・防災力を高めるむらづくり		◎		
プロジェクト2 「癒しの郷」ブランドづくり	◎	◎		◎
プロジェクト3 天川村のフィールドミュージアムづくり	◎			◎
第2章 村民の主体的な参加と協働による、共創のむらづくり				
第1節 コミュニティづくり		◎	◎	
第2節 むらづくりの推進		◎	◎	◎
第3節 課題対応力のある行政				
第4節 計画的・効率的財政				
第2部 分野別計画				
第1章 自然環境の保全と森林の多面的機能の再生				
第1節 自然環境保全	◎	◎		◎
第2節 治山・治水				
第3節 廃棄物処理				
第2章 産業の活性化による就業機会の拡大				
第1節 林業	◎	◎		
第2節 農業	◎			
第3節 水産業(内水面漁業・養殖業)	◎			
第4節 地場産業・工業	◎	◎		◎
第5節 商業・サービス業	◎	◎		◎
第6節 観光	◎	◎		◎
第3章 安全で、安心して暮らせる生活基盤の確保				
第1節 道路・交通		◎		◎
第2節 交通安全対策				
第3節 上・下水道		◎		
第4節 消防・防災		◎		
第5節 情報・通信		◎		
第6節 地区・集落の整備		◎		◎
第4章 生涯健康で支えあう、思いやりのある地域福祉				
第1節 保健・医療		◎	◎	
第2節 地域福祉		◎		
第3節 子ども・子育て支援		◎	◎	
第4節 人権教育			◎	
第5章 地域に学び、愛着と誇りが育つふるさとづくり				
第1節 学校教育等			◎	◎
第2節 生涯学習			◎	◎
第3節 文化の振興				◎

2. 天川村創生総合戦略

基本目標1 <しごとづくり> 地域に根ざした仕事による安定した雇用の創出

——観光との連携による農林水産業の6次産業化と魅力ある観光地づくり

農林水産業の生産額と従事者数は減少しつづけてきたのに対し、観光関連業は徐々に活気を増している。そこで、農林水産業と観光業との連携により、共に成長するように図る。農林業は、地域での地産地消を基盤として生産・加工業を立ち上げ、新鮮で安全な野菜・山菜等食材や加工食品を観光者に提供するとともに、「ご当地名物」となる特産品づくりに取り組む。これによって、農林業が観光業とともに活性化し、本村の人気やにぎわいが増すように図る。

また、本村は、大峯山岳信仰の聖地として、「癒し」をテーマとする観光地づくりを進めている。そこで、本村に伝えられた薬草・薬木など「癒し」の農林産物を見直すことによって、保健・養生など高齢者の大きなニーズに応える薬草特産品づくりとその6次産業化にも取り組む。

さらに、農林業の6次産業化として、IT活用や外商による広域への販路拡大を図り、地域に根ざした仕事による安定した雇用の創出に取り組む。

観光については、テーマ性、ストーリー性をもった魅力ある観光地づくりとして、個性のある観光コースの設定により、自然や歴史文化の魅力を増大させることに取り組む。

そのコースのひとつ、世界遺産の二大霊場である大峯と高野を結ぶ「大峯高野街道すずかけの道」には、随所に弘法大師にまつわる多くの伝承が残されている。この観光ルート化を図る。

重要業績評価指標 (KPI) 註：2015は、2015年度のこと(以下同)	2015 基準→2020 目標	被雇用者数の増加：5年間で30人増加 (農林水産業の6次産業化25人、その他5人)
	2015 基準→2019 実績	被雇用者数の増加：4年間で11人増加⇒達成率46% (農林水産業の6次産業化5人、その他6人)
	2019 基準→2024 目標	被雇用者数の増加：5年間で10人増加 (農林水産業の6次産業化5人、その他5人)
	2015 基準→2020 年度目標	観光来訪者数：5年間で10%増加
	2015 基準→2019 年度実績	観光来訪者数：4年間で2.5%増加⇒達成率31%
	2019 基準→2024 年度目標	観光来訪者数：5年間で10%増加

施策の基本方向

(1) 観光との連携による農林水産業の6次産業化

- ・農林業は、総産出額の減少、耕作放棄地の増加、従事者の高齢化が深刻となっている。
この現状に対応し、成長産業化を目指すため、農林水産業の6次産業化を図るとともに観光等との連携を図り、魅力ある基幹産業として成長するように図る。
これによって、地域にしごとをつくり、安定した雇用の創出により安心して働けるように図る。
- ・観光名所には、その場所の風土、イメージに合った「ご当地土産物」が欠かせない。
そこで、自然特性・歴史個性を活かした特産物を育成し、付加価値の高い名産品を創り出すことによって、農林水産業の6次産業化を進める。
この特産品づくり、名産品づくりによって、観光名所をより味わい深く、楽しい場所にすることをめざす。旅館・民宿・食事処、土産物店などと連携し、観光消費の楽しさ、よろこび、活気を生み出す。
- ・天川村では、古来山伏が伝えたとされる陀羅尼助を生産している。今日でも家庭の常備薬としてよく知られている。山伏たちは、薬木・薬草を民間薬として用いたとされる。吉野大峯は薬草の宝庫とされ、江戸時代の採薬使の踏査の記録が残されている。
これまでの「癒し」をテーマとする観光地づくりをふまえ、農林産物と「癒し」を見直すことによって、「保健・養生」のための薬草特産品づくりとその6次産業化に取り組む。

(2) テーマ性、ストーリー性をもった魅力ある観光地づくり

- ・大峯と高野は、「紀伊山地の霊場と参詣道」として世界遺産に登録される二大霊場である。
この大峯と高野をつなぐ道は大峯高野街道と呼ばれ、弘法大師にまつわる多くの史跡・伝承等が残されており、1泊2日でゆったり歩くこともできる。若き空海の空白の10年とされる伝承や伝承地もあり、同時に想いをはせ、歴史を楽しめる道づくりに取り組む。
- ・さらに、天川村の名所を中心として、個性豊かな半日～1日の観光コースを設定し、各コースでの滞在時間を充実させることにより、来訪者と宿泊者の増加につなげる。
- ・村民との協働により、話題性のある名店・名産物づくり、街並みづくりに取り組み、歩いて楽しい、風情があり、交流と活気のある観光の街づくりに取り組む。
- ・ITの活用による情報発信を強化する。
メルマガを発行し、お知らせ、各種イベントの宣伝・広報に役立てる。
- ・インバウンドの活発化に向けてホームページを初めとする広報媒体、観光施設、旅館、土産物店などにおいて、その受け入れ環境の改善を図る。

(3) 木材・間伐材利用の促進と、再生可能エネルギー利用の推進

- ・林業は、長期的な視野に立って、森林資源の利活用を促進させながら、高付加価値の木材の生産を目指す。このため、間伐を中心とした森林施業を推進することで、村内での木材利用の活発化、治山・治水等、森林のもつ公益的機能を強化する一方、木質バイオマスの利用促進を図る。
- ・公共建築物の地域産材利用、温泉等での木質バイオマス利用の推進など、地域産材需要の創出を図る。これとともに、木材の安定供給を促進する。

(4) 起業、第二創業等の支援

- ・働く場の拡大に向けて、地域ニーズに対応する起業、既存産業の高付加価値化のニーズに対応する第二創業等を支援する。
- ・農林水産業の6次産業化に伴い、農業生産法人などの起業が考えられる。これを支援する。

(1) 観光との連携による農林水産業の6次産業化

<具体的施策>

① 特産品の開発と地域活性化のための交流の拠点づくり	
<ul style="list-style-type: none"> ・観光名所として知名度の高い天川村には、修験道の総本山大峯山と洞川温泉、南朝哀史を秘めるみたらい溪谷、天河大辨財天社などがある。これらに加えて、新たに「大峯高野街道すずかけの道」を観光コース化する。 ・観光資源は、それぞれ歴史個性が異なり、そのイメージづくりに特産品、土産物などが大きな役割を担っている。特産品の品質によって観光地としての評価が左右されることも考えられる。 そこで、各地区の観光資源と歴史個性を活かした、特産品の開発と6次産業化、付加価値の高い「地域ブランド」づくりの取り組みを支援する。 ・洞川地区の景観や施設整備など、街づくりを支援する。 	
※具体的事業の名称：	
・天川村の特性を生かした農産物開発と6次産業化事業（産業建設課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：継続的・安定的生産・販売体制の確立：1体制 2015実績→2019実績：継続的・安定的生産・販売体制の確立：1体制⇒達成率：100% 2019実績→2024目標：継続的・安定的生産・販売体制の確立：1体制

②農産物の生産・加工・販売事業（6次産業化）の支援	
<ul style="list-style-type: none"> ・天川村には、観光来訪者に多くの食べ物の需要がある。観光シーズンやまつりやイベントのときには、キャパシティを超えるほどの観光レクリエーション者が来訪する。 また、高齢者の増加に伴い、ひとり暮らしの高齢者や要介護者の配食の需要がある。 こうした地域の需要に応えるため、農産物の加工・販売に組み、農産物の生産も増やす。 この農産物の生産・加工・販売を支援する。 ・天川村は京阪神の大消費地に近く、比較的標高の高い中山間地域であるため、この地理的特性を活かした特産農産物等の開発とその6次産業化を支援・推進する。 これと合わせて耕作放棄地の活用を進める。 	
※具体的事業の名称：	
・天川村の特性を生かした農産物開発と6次産業化事業（産業建設課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：継続的・安定的生産・販売体制確立：2体制 2015実績→2019実績：継続的・安定的生産・販売体制確立：1体制 ⇒達成率50% 2019実績→2024目標：継続的・安定的生産・販売体制確立：1体制 2015実績→2020年度目標：農産物生産額の増加 5年間で20%増加 2015実績→2019年度実績：農産物生産額の増加 4年間で0%増加 ⇒達成率0% 2019実績→2024年度目標：農産物生産額の増加 5年間で20%増加

③「癒し」をテーマとする薬草等特産品の開発	
<ul style="list-style-type: none"> ・天川村では、今日でも家庭の常備薬としてよく知られている陀羅尼助を生産・販売している。 そこで、「癒し」をテーマとする観光地づくりの一環として、高齢者の大きなニーズとなっている「保健・養生」のための薬草等特産品づくりを拡大する。 薬草等の生産農家は、獣害や生産者の高齢化に伴い無くなっているため、この復活を図る。 ・村内の山林から採れる樹木等を用いてアロマオイルの抽出を行い、香りを用いた特産品づくりに取り組む。 	
※具体的事業の名称：天川村農林活性化事業（森林政策課、産業建設課、地域政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：新特産品の継続的・安定的生産・販売体制の確立：1体制 2015実績→2019実績：継続的・安定的生産・販売に向けて立ち上げ中：⇒達成率0% 2019実績→2024目標：継続的・安定的生産・販売体制確立：1体制

④林産物関連の生産と販路確保の支援	
<ul style="list-style-type: none"> ・森林の伐採跡地に、キハダなどの薬用樹を植林する。 ・苗木、葉っぱ及びアロマオイルの生産と販路確保を支援する。 	
※具体的事業の名称：天川村森林林業“ほん木”プロジェクト（森林政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2019目標：植林面積 毎年増加 2015実績→2019実績：植林面積 増加0 ⇒達成率0% 2019実績→2024目標：植林面積 10ha

⑤IT活用等による広域への販路拡大の支援	
<ul style="list-style-type: none"> ・観光をはじめとする産業の活性化に、ITは大きな効果が期待できる。しかし、天川村を紹介するホームページは数多いが、いずれも情報量に欠けている。必要とされるのは、全体を包括し、総合的情報がわかりやすい構成で編集されており、深く掘り下げた内容も提供されることだと考える。 このホームページに、土産物、特産品などのショップを開き、観光広報と一体化した販売促進を進める。 ・天川に関心を寄せる人々は、広域に多数いる。そこで、情報を提供しながら交流を深めることができるようにするとともに、IT活用による観光広報と一体化した販売促進による、広域への販路拡大の支援を図る。 ・古民家ステイの情報、2地域居住のための情報、転入者向け情報など、新たに提供が必要とされる情報も加える。 	
※具体的事業の名称：天川村ホームページ作成事業（総務課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：ホームページのアクセス 年間24万件 2015実績→2019実績：ホームページのアクセス 年間27万件 ⇒達成率113% 2019実績→2024目標：ホームページのアクセス 年間27万件

⑥効果的な獣害対策の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 猟友会と協働で、駆除と食用への活用を進める。 このため、鳥獣に負けない地域をめざして、有害鳥獣被害防止協議会の活動を強化する。 ・ 猟師の数が減り続けており、現状の捕獲数を維持することが困難となっている。 このため、若い人が猟師をしやすいよう狩猟経費を助成し、猟師の確保を図る。 	
※具体的事業の名称： <ul style="list-style-type: none"> ・ 有害鳥獣被害防止対策実践事業 ・ 有害鳥獣駆除隊員確保のための狩猟経費の助成事業 	
重要業績評	2015 実績→2020 目標：鳥獣捕獲数 年間 450 頭の維持
価指標	2015 実績→2019 実績：鳥獣捕獲数 年間平均 450 頭⇒達成率 100%
(KPI)	2019 実績→2024 目標：鳥獣捕獲数 年間 450 頭の維持

(2) テーマ性、ストーリー性をもった魅力ある観光地づくり

<具体的施策>

①大峯と高野を結ぶ「大峯高野街道すずかけの道」づくり	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 世界遺産を活かした広域観光ルートの強化と地域活性化推進に向けて、高野山と連携して大峯と高野を結ぶ「大峯高野街道すずかけの道」の整備を進める。 大峯高野街道すずかけの道は、洞川、坪内、西部地区、高野を結ぶ道で、随所に弘法大師・空海に因んだ伝承・事跡・史跡がある。 西部地区には7箇所ほどに伝承があり、土地の人々以外にはほとんど知られていない。主要地方道高野天川線の整備に併せて、これらを安全にたどることができるみちづくりを進める。 ・ 洞川、坪内は、すでに観光名所となっており、多くの来訪者があるが、西部地区は夏季に天ノ川沿いのオートキャンプ場が賑わうのにとどまる。そこで、「大峯高野街道すずかけの道」の整備を進めることにより、三地区の活気を高める。 	
※具体的事業の名称： <ul style="list-style-type: none"> ・ すずかけの道活用事業(地域政策課) 	
重要業績評	2015 実績→2020 目標：ホームページ内特設コーナー閲覧数 年間 2 万件
価指標	2015 実績→2019 実績：ホームページ内特設コーナー閲覧数年間 0 件 ⇒達成率 0%
(KPI)	(注：近鉄を通じての PR に変更) 2019 実績→2024 目標：ホームページ内特設コーナー閲覧数 年間 2 万件

②「大峯高野街道すずかけの道」への誘客の促進	
<ul style="list-style-type: none"> ・ すずかけの道は、歩くことを基本としつつ、来訪者の多様なニーズに合わせ、近鉄との連携により電車とバスでも移動できる PR にいっそう務める。 	
※具体的事業の名称： <ul style="list-style-type: none"> ・ すずかけの道活用事業(地域政策課) ・ 近鉄との連携による誘客促進事業(地域政策課) 	
重要業績評	2015 実績→2020 目標：交通サービス利用者数 5 年間で 20%増加
価指標 (KPI)	2015 実績→2018 実績：交通サービス利用者数 3 年間で 19.8%増加 ⇒達成率 165%
	(年平均 6.6%増加) 2019 実績→2024 目標：交通サービス利用者数 5 年間で 10%増加

③テーマ別観光コースの設定	
<ul style="list-style-type: none"> ・天川村には洞川、みたらい溪谷、坪内の天河大辨財天社の観光名所があるが、交通の便の問題もあって、これらの名所間を行き来する観光者は少ない。 そこで、観光名所を中心として、半日～1日のテーマ別の物語性豊かな観光コースを設定し、各コースでの滞在時間を充実させ、観光名所の行き来を促し、宿泊の増加につなげる。 	
※具体的事業の名称：	
<ul style="list-style-type: none"> ・すずかけの道活用事業(地域政策課) ・テーマ別観光コース案内事業(地域政策課) 	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：年間観光宿泊者数 5年間で10%増加 2015実績→2019実績：年間観光宿泊者数 4年間で7.3%増加 ⇒達成率91% 2019実績→2024目標：年間観光宿泊者数 5年間で10%増加

④インバウンドの促進	
<ul style="list-style-type: none"> ・外国語ホームページを初めとする広報媒体を制作する。 ・主要な案内板にローマ字表記を加える。 ・観光施設、旅館、土産物店などの受け入れ体制の向上を図る。 	
※具体的事業の名称：インバウンド促進事業(地域政策課)	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：外国人宿泊者数 5年間で10%増加 2015実績→2019実績：外国人宿泊者数 4年間で-%増加 ⇒達成率-% 2019実績→2024目標：外国人宿泊者数 5年間で10%増加

⑤観光情報発信の強化	
<ul style="list-style-type: none"> ・観光情報の発信には、新聞、雑誌、奈良県や交通関係会社の観光広報誌等のパブリシティを活用する。 ・IT活用による観光情報発信を強化し、観光交流の拡大による地域の活性化を促進する。 	
※具体的事業の名称：	
<ul style="list-style-type: none"> ・観光情報発信強化事業(地域政策課) 	
重要業績評価指標 (KPI)	(パブリシティ) 2015実績→2020目標：掲載回数：年間6回 2015実績→2019実績：掲載回数：年間2回 ⇒達成率約30% 2019実績→2024目標：掲載回数：年間2回 (IT：HPアクセス数) 2015実績→2020目標 HPアクセス数：年間24万件 2015実績→2019実績 HPアクセス数：年間27万件 ⇒達成率113% 2019実績→2024目標 HPアクセス数：年間27万件

(3) 木材・間伐材利用の促進と再生可能エネルギー利用の推進

<具体的施策>

① 森林資源の有効活用の促進	
<ul style="list-style-type: none"> ・ レーザー測量データを元にした森林GISを活用して、各種森林計画の策定支援を行う。 ・ 林道の適切な維持・管理を図る。 ・ 伐採・出材・製材を推進するとともに、建築用材の流通ネットワークを構築する。 ・ 天川産材の認証制度の創設を図る。 ・ 間伐材の利用促進のため、バイオマス利用促進事業を推進する。 	
※具体的事業の名称： 天川村バイオマス利用促進事業（森林政策課） 天川村森林経営システム運用事業（森林政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015 実績→2020 目標：建築用材販売ネットワーク構築のための協議会設立 2015 実績→2019 実績：天川村フォレストパワー協議会設立 ⇒目標達成 2019 実績→2024 目標：バイオマスボイラー利用の増加 5基

② 林業の機械化・省力化の促進	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 森林作業道の整備に向けた技術研修及び補助制度を創設する。 ・ ロープウィンチを使った集材システムの運用を行う。 	
※具体的事業の名称：森林作業道設置補助金（森林政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015 実績→2020 目標：林内路網の整備延長 年平均 100m 2015 実績→2019 実績：林内路網の整備延長 年平均 30m ⇒達成率 30% 2019 実績→2024 目標：林内路網の整備延長 年平均 1000m

③ 林業従事者の就労環境の改善による定住人口の確保	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 林業従事者の雇用促進に資する各種制度を推進する。 ・ 森林塾の開催等人材育成を推進する。 ・ 林業従事者の定住促進住宅の整備を行う。 ・ 新規就労に係る社会保険料等を助成する。 	
※具体的事業の名称：天川村森林林業“ほん木”プロジェクト（森林政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015 実績→2020 目標：林業労働者退職金共済制度加入者 100%加入維持 2015 実績→2019 実績：林業労働者退職金共済制度加入者 100%加入維持 ⇒達成率 100% 2019 実績→2024 目標：林業労働者退職金共済制度加入者 100%加入維持

④ 公共建築物等への地域産材利用の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 公共建築物については、行政が先導的に「可能な限り、木造化、木質化」を進め、必要な施策を総合的に展開すること等により、公共建築物以外の建築物も含めて、新たな木材利用の可能性を探る。 	
※具体的事業の名称： ・ 天川村森林林業“ほん木”プロジェクト（森林政策課） ・ 洞川温泉センター整備事業（地域政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015 実績→2020 目標：公共建築物の地域産材利用 年平均利用率 10% 2015 実績→2019 実績：公共建築物の地域産材利用 年平均利用率 0% ⇒達成率 0% 2019 実績→2024 目標：公共建築物の地域産材利用 年平均利用率 10%

⑤再生可能エネルギー導入の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・村内温浴施設への木質バイオマスボイラーを導入する。 ・家庭用薪ボイラーの導入実証試験とボイラー導入補助を創設する。 	
※具体的事業の名称： <ul style="list-style-type: none"> ・洞川温泉センター整備事業（地域政策課） ・天川村バイオマス促進事業（森林政策課） 	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：二酸化炭素排出の削減量：年114t削減 2015実績→2019実績：二酸化炭素排出の削減量：年114t削減 ⇒達成率100% 2019実績→2024目標：二酸化炭素排出の削減量：年130t削減
	2015実績→2020目標：木質バイオマス利用量：年300m ³ 2015実績→2019実績：木質バイオマス利用量：年300m ³ ⇒達成率100% 2019実績→2024目標：木質バイオマス利用量：年340m ³

(4) 起業、第二創業等の支援

<具体的施策>

①個人事業主による起業の支援	
<ul style="list-style-type: none"> ・地域ニーズとして増大している小売業、介護、保育等生活関連サービス、移動販売サービスなどサービス産業の活性化を図る。 ・若者や女性などが、自分たちの視点で地域のニーズを把握し、これに応えるために起業しやすい環境を整備する。 	
※具体的事業の名称：起業サポート事業（地域政策課）	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：起業相談受付数及び起業実現事業数 5年間で5件 2015実績→2019実績：起業相談受付数及び起業実現事業数 4年間で2件⇒達成率50% 2019実績→2024目標：起業相談受付数及び起業実現事業数 5年間で5件

②包括的創業の支援	
<ul style="list-style-type: none"> ・農林産品の生産から加工・流通・販売まで、地域に根ざした事業となるよう各地区の特性や創業する人々に合わせて、包括的な創業を支援する。 	
※具体的事業の名称：起業サポート事業（地域政策課）	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：起業相談受付数及び起業実現事業所数 5年間で2件 2015実績→2019実績：起業相談受付数及び起業実現事業所数 4年間で1件⇒達成率60% 2019実績→2024目標：起業相談受付数及び起業実現事業所数 5年間で1件

基本目標2 <ひとの流れ>天川村への新しい人の流れの支援

――空き家の活用によるUターンの促進

天川村へ新しい人の流れを導入するにあたっては、村の3つの地区づくりの方向性にもとづいて、新しい人の流れがそれぞれの地区の成長を促すように図る。

洞川地区は、コンパクトな人口の集積地区で、主要な観光地でもある。中央地区と連携した公共施設を補完的に設置し、伝統文化を保全しながら個性的で魅力ある観光・商業環境の整備を図っている。また、温泉での保養・休養機能や観光機能の充実を図り、都市との交流の活発化を図っている。そこで、本村の農林水産業の6次産業化による特産品づくりとの連携による観光産業の活性化に取り組む。また、若者の定住やU I ターンに向けて、空き店舗等を利用して、事業者を育成しながら商業を活性化する小規模な新規出店等の支援に取り組む。

中央地区は、幹線道路整備の進行に伴って大淀町への自動車での所要時間が約40分となり、通勤可能な圏域が拡大している。この地区には、村役場、山村開発センターをはじめとする公的施設の集積を図っており、南日裏周辺には、保健・医療・福祉機能の充実を図っている。そこで、若年層を中心とする人口流出の抑制と、都市部から転入するU I ターンの促進に向けて、豊かな自然と調和する魅力ある居住地づくり、空き家の活用による住宅整備などを進める。

西部地区は人口の集積が見られず、小規模な集落が散在する。公共性のある施設としては、和田郵便局、ふるさとセンター「つどい」があるのに留まったことから、小拠点づくりに向けての「てんかわ天和の里」を整備した。高齢化と人口流出が続き、拠点となる人口集積が失われてきているため、若者の定住やU I ターンを促進し、人口減少に伴う生活諸機能の低下の防止を図る。

数
値
目
標

Uターン、Iターンの増加により、転出者数と同数の転入者数を目標とする。
・2016の転入者43人－転出者68＝△25人（実績）達成率 $43/68 \times 100\% = 63\%$
・2017の転入者41人－転出者53＝△12人（実績）達成率 $41/53 \times 100\% = 77\%$
・2018の転入者48人－転出者54＝△6人（実績）達成率 $48/54 \times 100\% = 89\%$
各年の達成率は、63%、77%、89%と推移。

2019実績→2024目標 転入者数－転出者数＝0人（転出者数と同数の転入者数を目標とする）
⇒各年の達成率100%

施策の基本方向

- ・定住の促進は、対象者を「定住を希望する住民」「村外からのUターン者」「村外からのIターン者」「村外からの長期滞在者・2地域居住者」などにグループ分けして取り組む。
- ・定住・移住についてのワンストップ相談窓口を設け、個別のニーズに対応する。この窓口では、しごとの情報、住宅情報、保健・医療・保育・子育ての情報、定住・移住を支援する情報などを提供する。

(1) 新規雇用の創出や村外での就業支援による定住の促進

- ・天川村に住み続けたいが、仕事がないので転出せざるをえないとする人は多い。女性の就業先についてもニーズが高い。この仕事が少ないことが、将来の不安につながっている。
そこで、基本目標1に示したように、地域に根ざした仕事による安定した新規雇用の創出をめざし、観光との連携による農林水産業の6次産業化に取り組む。
- ・中央地区から大淀町方面への時間距離の短縮に伴い、通勤圏が村外に拡大しているため、若者を主とする広域での就業ニーズを支援し、定住につなげる。

(2) 移住相談窓口によるUIターンの促進と交流人口の増加

- ・本村からの転出者には、多くのUターン希望が見られる。Uターン希望者は、家族、親族、友人、知人等を通して住宅の当てがあり、地域の情報も十分得ていると考えられる。これに対し、Iターン希望者は、仕事、住宅、地域情報を得ることが難しいので、地域おこし協力隊など国施策を活用しながら、移住相談窓口により一人ひとり異なるニーズに対応する。また、この窓口では、長期滞在や2地域居住の希望にも応える。
- ・全国移住促進センターや県の移住促進センターとも連携して、就業や空き家情報等定住支援情報の充実を進め、UIターンの促進を図る。

(3) 教育機関との連携による地域との結びつきを深める教育

- ・令和2年4月、天川小学校及び天川中学校を義務教育学校とし、天川村立天川小中学校を開校する。本校の学校教育目標を「ふるさとを愛し、自らの未来を主体的に切り拓く児童・生徒の育成」とした。9年間の連続した学びの中で、15歳の巣立ちにふさわしい学力や社会性の育成をめざすものである。このように天川村は、教育の方向を大きく転換した。
- ・学校の大きな取り組みの柱として「ふるさと学習」を掲げている。これは、「ふるさと天川」を知り、考え、提案・発信する学習に9年間を通して取り組み、将来、どこで暮らすことになっても、支えとなるふるさと天川への『誇りと強い思い』を育成する教育を推進する。
もう一つの重要な取り組みとして、学習の基盤となる「ICT活用能力」「言語能力」「問題発見・解決能力」の育成を掲げた。これらは、児童生徒が予測することが難しく、変化していく未来社会に対応し、生き抜いていくために必要な資質能力だと考える。特に児童生徒のICT活用能力（プログラミング教育を含む）を育成するために、ICT機器及び指導者への研修体制の充実を図る。
- ・地方は大都市とICT機器でつなぎ、通常の活動が支障なく行われている。このことは、将来、天川に住み続け、仕事をする有効な手段となる。ふるさと教育を通して、ふるさと天川への『誇りと強い思い』を育て、「ICT活用能力」を育成することにより、天川の将来を担う児童生徒の育成に取り組む。

(1) 新規雇用の創出や村外での就業支援による定住の促進

<具体的施策>

①第1次産業の6次産業化に伴う新規就業者への総合的支援——若者や女性等人材の還流・育成・定着支援	
<ul style="list-style-type: none"> ・農業生産物・林間生産物とその加工品の製造・販売に伴う就業者の確保を支援する。 ・天川村のイメージを高める質の高い特産品の企画開発・販売を支援する。 ・観光と連携した第1次産業の6次産業化に伴う人材確保を支援する。 	
※具体的事業の名称： ・天川ブランドの育成（地域政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：地域での新規就業者：5年間で10人 2015実績→2019目標：地域での新規就業者：4年間で8人 2015実績→2019実績：地域での新規就業者：4年間で1人 ⇒達成率12.5% 2019実績→2024目標：地域での新規就業者：5年間で5人

②地域での就業を促進する雇用対策	
<ul style="list-style-type: none"> ・村内への移住希望者等を対象とした就業支援を促進する。 ・合同就職説明会の開催を支援する。 ・求人情報提供事業者との連携を図る。 	
※具体的事業の名称：就業希望者支援事業（地域政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標 就業相談数：2015年6件 → 2020年6件 2015実績→2019実績 就業相談数：2015年0件 → 2019年0件 ⇒達成率0% 2019実績→2024目標 就業相談数：2024年2件

③定住促進に向けての広域での就業支援	
<ul style="list-style-type: none"> ・天川村に居住しながら周辺市町村に通勤することを希望する人々への求人募集情報の流通に取り組む。 	
※具体的事業の名称： ・天川村ホームページ作成事業（総務課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：ホームページのアクセス 年間24万件 2015実績→2019実績：ホームページのアクセス 年間27万件 ⇒達成率113% 2019実績→2024目標：ホームページのアクセス 年間27万件

④ 転入・定住促進に向けての小規模出店の支援	
<ul style="list-style-type: none"> ・定住促進に向けて、新規小規模出店を支援する。 ・転入・定住促進と合わせて、商業・サービス業活性化のため、空き店舗活用等による新規小規模出店を支援する。 	
※具体的事業の名称： ・空き店舗対策事業（地域政策課） ・商店街魅力向上支援事業（地域政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：新規出店数 5年間で5店舗 2015実績→2019実績：新規出店数 4年間で0店舗 ⇒達成率0% 2019実績→2024目標：新規出店数 5年間で5店舗

(2) 移住相談窓口によるUIターンの促進と交流人口の増加

<具体的施策>

①空き家活用計画づくり	
<ul style="list-style-type: none"> ・人口流出に伴い、空き家の増加が進んでおり、長期的に多くの空き家の増加がつづく見通しとなっている。このため、空き家の有効活用がむらづくりの大きな課題となる。 その活用の仕方としては、新婚者や林業従事者などの定住促進のため、UIターン者の定住のため、起業・店舗開業のため、介護施設開設のため、長期滞在や二地域居住のためなど多様な用途が想定される。 そこで、3つの地区の土地利用の構想に合わせた空き家のゾーニング、土地所有者との関わり方、空き家流通の仕組み、空き家管理の仕組み、リフォーム関係者との協働の仕組みなど計画づくりを行う。 	
※具体的事業の名称：	
・空き家活用計画事業（地域政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：空き家活用計画の策定地区・集落数：5年間で1集落 2015実績→2019実績：空き家活用計画の策定地区・集落数：検討中1集落⇒達成率0% 2019実績→2024目標：空き家活用計画の策定地区・集落数：5年間で1集落

②空き家や村営賃貸住宅等の情報流通の促進	
<ul style="list-style-type: none"> ・転出者の空き家売却・活用の意向を把握し、空き家情報の提供を進める。 ・ホームページを用いて、転入希望者に空き家情報を提供する。 ・奈良県やその他の空き家流通情報と連携して、情報アクセスを促進する。 	
※具体的事業の名称：	
・村営住宅情報提供事業（地域政策課） ・天川村空き家バンク事業（地域政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2017実績→2020目標：空き家バンク（累積）利用登録者数17人 2017実績→2019実績：空き家バンク（累積）利用登録者数40人⇒達成率392% 2019実績→2024目標：空き家バンク（累積）利用登録者数40人 2015実績→2020目標：ホームページによる転入相談件数 年5件 2015実績→2019実績：ホームページによる転入相談件数 年0件 ⇒達成率0% 2019実績→2024目標：ホームページによる転入相談件数 年5件

③移住についてのワンストップ相談窓口の設置	
<ul style="list-style-type: none"> ・移住希望者それぞれが必要とすることに対応する ・就業情報、住宅情報、保健・医療・保育・子育ての情報、移住サポートの情報など、移住支援のためのワンストップ窓口を設置する。 ・国による人材の地方還流・全国移住促進センター（仮称）や、県による移住相談センターと連携して、大都市圏から天川村への人材還流受け入れの充実を図る。 	
※具体的事業の名称：移住相談事業（地域政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2017実績→2020目標：空き家バンク利用希望者相談件数24件 2017実績→2019実績：空き家バンク利用希望者相談件数35件 ⇒達成率243% 2019実績→2024目標：空き家バンク利用希望者相談件数40件

④空き家等の活用による2地域居住(お試し居住)の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページを用いて、天川村の美しい自然、四季折々の風景や食べ物、修験道の本拠地や天河大辨財天社、歴史や地域個性を紹介し、来訪・滞在意欲を高める。 ・田舎暮らしの長期滞在希望者を受け入れ、移住・定住を促す。 ・集落住民と協働で空き家を管理する仕組みをつくる。 ・空き家の流通や耕作放棄地の活用を促進する。 	
※具体的事業の名称：空き家等の活用による2地域居住の推進（地域政策課）	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：年間利用月数 5年間で10%増加 2015実績→2019実績：年間利用月数 4年間で0%増加 ⇒達成率0% 2019実績→2024目標：年間利用月数 5年間で10%増加

⑤定住促進住宅の整備	
<ul style="list-style-type: none"> ・若者家族の定住促進に向けて住宅を整備する。 	
※具体的事業の名称：・天川村定住促進住宅の整備（産業建設課、地域政策課）	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：住宅整備戸数 5年間で10戸 2015実績→2019実績：住宅整備戸数 4年間で7戸 ⇒達成率88% 2019実績→2024目標：住宅整備戸数 5年間で10戸

(3) 教育機関との連携による地域との結びつきを深める教育

<具体的施策>

①地域に誇りを持つ学習・教育の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・天川小中学校を開校するにあたり、生活科・総合的な学習の時間を中心に、発達段階に合わせ、9年間を通した「ふるさと学習」を実施する。天川の自然、産業歴史等を学ぶため、現地を訪れ、人に会い、天川に『誇りと強い思い』を育て、地域が抱える問題や課題にも認識を深め、広い視野で物事を捉える豊かな人間性を育む。 	
※具体的事業の名称：地域に誇りを持つ学習・教育（教育委員会）ふるさと学習	
重要業績評価指標 (KPI)	天川村で暮らし、仕事をしたい生徒： 2015実績：回答率30% 2015実績→2024目標：回答率⇒※30%以上に増加 （※第3期総合戦略のアンケート結果で評価・改善を図る）

②ICT活用能力を育成する学習・教育の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・ICT環境の充実を図る。 (校務及び学習に関するICT機器の充実を進める) ・ICT活用能力を育成する。(プログラミング教育を含む) ・教育活動全般における必要に応じたICTの活用を推進する。 ・ICT活用能力向上のための研修への参加を進める。 	
※具体的事業の名称：	
<ul style="list-style-type: none"> ・ICT活用のための教員研修事業（教育委員会） 	

重要業績評価指標 (KPI)	2016 実績→2019 実績 ：教員の ICT 活用指導力評価 文部省チェックリストでの向上 ⇒達成 2019 実績→2024 目標 ：教員の ICT 活用指導力評価 文部省チェックリストでの向上
----------------	--

③教育研究機関との連携	
<ul style="list-style-type: none"> ・教育研究機関と連携し、地域課題に対応する取り組みを進める。 ・さらに、教育研究機関、地域の産業、行政等が連携・協働し、産業振興の課題を共有しながら、地域の将来を担う人材育成を図る。 ・ICT 活用のための教員研修や教育実習生の授業実践を進める。 	
※具体的事業の名称：	
<ul style="list-style-type: none"> ・教育機関と地域との課題の共有（教育委員会、地域政策課） 	
重要業績評価指標 (KPI)	2016 実績→2019 実績：教育研究機関等との地域課題共有数の増加 ⇒達成 2019 実績→2024 目標：教育研究機関等との地域課題共有数の増加

基本目標3 <結婚・妊娠・出産・子育て>若い世代の結婚・妊娠・出産・子育て希望の実現

——子育て支援の充実

基本的な目標は、「天川村子ども・子育て支援事業計画」をふまえて次の3点とする。

1. 結婚・妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援を実現するとともに、子どもや子育て家庭の多様なニーズに応えること。
2. 子どもを守り育む視点のもとに、子どもの未来を育む環境づくりを目指すこと。
3. 社会全体で子どもの育ちや子育てを支えて応援する地域づくりをめざすこと。

数値目標	<p>目標：住民基本台帳の人口で、婦人子ども比（0～4歳人口/20～40歳女性人口）が「増加」⇒（達成）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・婦人子ども比は、1999年以降、以下のように推移している。 1999年 36.3%、2004年 37.3%、2009年 31.8%、2014年 31.6%、2019年 32.1% したがって、2009年までは婦人子ども比が減少してきたが、2014年頃からは徐々に増加傾向にあると推定される。⇒2024年目標 34% ・0～4歳人口（住基人口）は、以下のように減少しつづけている。 1999年は74人、2004年は56人、2009年は34人、2014年は31人、2019年は27人と減少が継続しているが、減少率は24.3、39.3%、8.8%、12.9%と低下傾向が横ばいに近づいており、減少率を0%に近づけることが可能な水準になっている。 <p>⇒2024年目標：0～4歳人口の減少率0%</p>
------	---

施策の基本方向

(1) 出会いと結婚の支援

- ・若い世代においては、経済的な不安や出会いの機会の乏しさなど結婚に至る環境の問題もあって、晩婚化、未婚化が進行するとともに都市への転出を促すことにもなり、人口減少に大きく関わっている。そこで、若い世代の結婚に向けての出会いを支援する。

(2) 妊娠前から出産後の母子の健康確保

- ・晩婚化や核家族化による少子化、家庭の孤立化、育児不安の増大などの問題を踏まえ、母親と子どもの心と体を守る健診、相談・指導體制の充実や妊娠・出産・育児不安の軽減を図るとともに、不妊の悩みを支援する。
- ・乳幼児健診の場を活用し、子どもの事故予防のための安全対策なども含めて、親への相談指導等を実施し、子ども虐待の発生予防を含め、妊娠期からの継続した母子保健事業を推進する。
- ・出産直後の経済的負担の軽減を図る。

(3) 子育て支援の充実

- ・子どもを産み育てやすい環境づくりのために、結婚・妊娠・出産、子育てのそれぞれの時期に応じた切れ目のない施策を進め、安心して子育てができる環境づくりを進める。
このため、就労を希望する女性が、出産・育児のライフステージを通して、仕事と生活のバランスを保ちながら働きつづけられるよう、地域における子ども・子育て支援事業を推進する。

(4) 社会全体で子育て世帯を支援する仕組みの構築

- ・女性の就労環境の改善に向けて、母親が就業を続けながら家庭生活、社会生活のバランスがとれるよう、ワーク・ライフ・バランスの啓発を進める。
- ・労働時間短縮や育児休業制度の円滑な利用ができるよう、事業者の意識改革を促し、育児・介護休業法に定められた、子育て期間中の短時間勤務制度の義務化などについて、関係機関と連携しながら普及・促進を図る。さらに、社会全体で子育て世帯や多子世帯を支援するための仕組みを構築する。

(1) 出会いと結婚の支援

<具体的施策>

①結婚に向けての出会いの支援	
・村内の男性と村外の女性との出会いの場となる婚活パーティーを開催する。 ・近隣町村等との合同での婚活イベントを実施する。	
※具体的事業の名称： ・婚活イベント事業（総務課、地域政策課）	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：イベント参加者数に対する成婚率 3割 2015実績→2019実績：イベント参加者数に対する成婚率 1割 ⇒達成率約30% 2019実績→2024目標：イベント参加者数に対する成婚率 2割

②結婚希望者・新婚者のための相談窓口	
<ul style="list-style-type: none"> ・結婚希望者や新婚者の将来設計の相談窓口を設け、必要となる情報提供を行う。 ・新婚者の住宅問題に対して、空き家等の賃貸住宅の情報提供を行う。 	
※具体的事業の名称：	
<ul style="list-style-type: none"> ・結婚・新婚促進事業（地域政策課） 	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：年間相談数：5件 2015実績→2019実績：年間相談数：0件 ⇒達成率0% 2019実績→2024目標：年間相談数：2件

(2) 妊娠前から出産後の母子の健康確保

<具体的施策>

①母子等の健康の保持・増進	
<ul style="list-style-type: none"> ・結婚・妊娠・出産・子育てのそれぞれの時期に応じた、心身の健康の保持・増進に努める。 ・子どもの健全な成長を支援するため、保育所、幼稚園、小中学校との連携を強化する。 	
※具体的事業の名称：	
<ul style="list-style-type: none"> ・妊婦健康診査・妊婦健康相談（健康福祉課） ・産科医療補償制度の周知（健康福祉課） ・不妊治療対策（健康福祉課） ・女性の健康習慣についての周知（健康福祉課） ・乳幼児健康相談、新生児・乳幼児訪問指導（健康福祉課） ・すこやか健診、歯科健診（健康福祉課） ・発達障害等の把握を推進（健康福祉課、教育委員会） 	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：年度別必要量に対する充足率100%維持 2015実績→2019実績：年度別必要量に対する充足率100%維持 ⇒達成 2019実績→2024目標：年度別必要量に対する充足率100%維持

②児童・生徒の健康の保持・増進	
<ul style="list-style-type: none"> ・家庭、地域、関係機関等と連携して、食を通じての健康づくりを進める。また、食を通じての豊かな人間形成や家族関係づくりを進める。 ・幼稚園、小中学校の健康診断等を通じて、児童・生徒の健康づくりを進める。 	
※具体的事業の名称：	
<ul style="list-style-type: none"> ・食育の啓発（健康福祉課、教育委員会） ・幼稚園、小中学校の定期健康診断等（教育委員会） 	
重要業績評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：健康な児童・生徒の割合100%維持 2015実績→2019実績：健康な児童・生徒の割合100%維持達成 ⇒達成 2019実績→2024目標：健康な児童・生徒の割合100%維持

③小児医療の充実と予防の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・地域で安心して子どもを産み育てるため、また、体調が変化しやすい子どもの健康の保持増進のため、疾病予防についての知識の普及を図るとともに、急病や事故に適切に対応できる医療体制の確保を図る。 	
※具体的事業の名称： <ul style="list-style-type: none"> ・周産期医療、小児医療、救急体制の充実（健康福祉課） ・こども救急電話相談の周知（健康福祉課） ・予防医療・保健の推進（健康福祉課） 	
重要業績 評価指標 (KPI)	2015実績→2020目標：医療・救急体制の維持 2015実績→2019実績：医療・救急体制の維持 ⇒達成 2019実績→2024目標：医療・救急体制の維持
	2015実績→2020目標：歯科健診の受診率 55%（2020年受診率） 2015実績→2019実績：歯科健診の受診率 94% ⇒達成率182%（健康診査と歯科健診を同日受診可とした） 2019実績→2024目標：歯科健診の受診率 100%を維持

(3) 子育て支援の充実
<具体的施策>

①子ども・子育て支援事業の推進	
<ul style="list-style-type: none"> ・子育て家庭の就労形態の変化や保育ニーズに対応し、保護者が安心して子育てしながら生活できるよう支援する。 	
※施策・事業の名称： <ul style="list-style-type: none"> ・子ども・子育て支援事業（健康福祉課） ・放課後児童健全育成事業（健康福祉課） ・ファミリー・サポート・センター事業（健康福祉課） ・子育てショートステイ事業（健康福祉課） ・保健師による乳幼児宅の訪問活動（健康福祉課） ・地域子育て支援拠点事業(仮称)（健康福祉課） ・養育支援訪問事業（健康福祉課） ・幼稚園型一時預かり保育事業（教育委員会） ・幼稚園就園奨励事業(教育委員会) 	
重要業績評価 指標 (KPI)	2015実績→2020目標：年度別必要量の充足体制 100%充足できる体制の維持
	2015実績→2019実績：年度別必要量の充足体制 100%充足できる体制の維持 ⇒達成率100%
	2019実績→2024目標：年度別必要量の充足体制 100%充足できる体制の維持

②相談・情報提供体制の充実	
<ul style="list-style-type: none"> ・保護者が子育ての悩みを抱えて地域で孤立しないよう、ほほえみポート天川、保育所、幼稚園、小中学校、県の専門相談機関等と連携し、相談体制の充実を図る。また、サービスを円滑に利用するための情報提供・利用調整窓口を設置する。 	
※具体的施策： <ul style="list-style-type: none"> ・母子保健事業の相談の充実（健康福祉課） ・民生児童委員等の相談・支援活動（健康福祉課） 	

<ul style="list-style-type: none"> ・多様な媒体による子育て情報の提供（健康福祉課） ・幼稚園・保育所での子育て相談（教育委員会・健康福祉課） 	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：各事業の利用者 5年間で10%増加（年平均2%増加） 2015実績→2019目標：各事業の利用者 4年間で10%増加 ⇒達成率125% 2019実績→2024目標：各事業の利用者 5年間で10%増加

③子育て家庭の経済的負担の軽減	
<ul style="list-style-type: none"> ・子育て家庭の出産直後からの経済的負担軽減のため、諸制度の周知と利用の促進を図る。 	
※具体的施策： <ul style="list-style-type: none"> ・児童手当の支給（健康福祉課） ・天川村乳幼児養育手当の支給（健康福祉課） ・任意予防接種料金の公費負担（健康福祉課） ・生後1か月母子健康診査費の助成（健康福祉課） ・乳幼児及び児童・生徒医療費の助成（住民課） 	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2019実績：助成制度利用率100%の維持 ⇒達成 2019実績→2024目標：助成制度利用率100%の維持

（４）社会全体で子育て世帯を支援する仕組みの構築

<具体的施策>

①仕事と生活の調和の推進と女性の就業環境の改善等	
<ul style="list-style-type: none"> ・就業を続けながら家庭生活、社会生活のバランスがとれるよう、事業者や地域にワーク・ライフ・バランスの大切さと労働時間の短縮や育児休業制度に対する積極的取り組みを啓発する。 ・育児・介護休業法に定められた、子育て期間中の短時間勤務制度の義務化や子どもの看護休暇の拡充、パパ・ママ育休プラスなどについて、関係機関と連携しながら実施を促す。 ・長時間労働を改善し、育児休業制度を円滑に利用できるようにする。 	
※具体的事業の名称： <ul style="list-style-type: none"> ・ワーク・ライフ・バランスについての啓発（健康福祉課・地域政策課） ・労働時間短縮に向けた啓発（健康福祉課・地域政策課） ・育児休業制度等の周知や利用促進（健康福祉課・地域政策課） 	
重要業績評価指標（KPI）	2015実績→2020目標：育児休業制度や短時間勤務制度等の認知：5年後100%認知 2015実績→2019実績：育児休業制度や短時間勤務制度等の認知：4年後100%認知 ⇒達成率100% 2019実績→2024目標：育児休業制度や短時間勤務制度等の認知：100%認知の維持

②多様な働き方への支援	
・家庭、地域、事業所が一体となって、意欲と能力によって多様な働き方ができるよう支援する。	
※具体的事業の名称： ・就職情報の提供（健康福祉課・地域政策課） ・地場産業の活性化（地域政策課・産業建設課）	
重要業績評価指標 （新たに設定した KPI）	2020 実績→2024 目標：ハローワークによる村内求職者への求人情報の提供 5 年間で 10 件 2020 実績→2024 実績：ハローワークによる村内求職者への求人情報の提供 一件 ⇒達成率—%

③子育て支援のネットワークづくり	
・地域ぐるみで子育てを進めるため、地域における子育て支援の気運の醸成に努め、子育て中の親子同士の交流を促進する。また、ボランティアや祖父母の子育て支援を促進する。	
※具体的事業の名称： ・子育て支援の気運醸成（健康福祉課） ・地域ボランティアの育成（地域政策課・健康福祉課・教育委員会） ・祖父母の子育て支援の促進（健康福祉課）	
重要業績評価指標 （KPI）	2015 実績→2020 目標：各活動参加者数 5 年間で 10%増加 2015 実績→2019 実績：各活動参加者数 4 年間で 1%増加 ⇒達成率 12.5% 2020 実績→2024 目標：各活動参加者数 5 年間で 1%増加

④地域における交流の促進	
・「子どもは地域の一員」の認識のもと、地域活動への親子での参画により、多様な交流を促す。また、地域に伝承される生活の知恵、食文化、子育ての知恵などを、次世代に継承する活動を進める。	
※具体的事業の名称： ・あいさつ運動の推進（健康福祉課・教育委員会） ・保育所、幼稚園、小中学校相互の交流の促進（健康福祉課・教育委員会） ・高齢者と子どもの交流（健康福祉課・教育委員会） ・地域の食文化の伝承の推進（健康福祉課・教育委員会・産業建設課） ・ふるさと学習の推進（教育委員会・地域政策課）	
重要業績評価指標 （KPI）	2020 実績→2024 目標：ふるさと学習評価向上者数：4 年間で 10%増加 2020 実績→2024 実績：ふるさと学習評価向上者数：4 年間で—%増加 ⇒達成率—%

基本目標4 <まちづくり>地区の小拠点づくり、ふるさとづくり

—地区の歴史的個性を活かしたまちづくり

本村の集落は、寺社の門前に形成されたまち、巡礼の往来を支えたまち、四季折々の行楽、物見遊山の拠点としてのまちなど、背景に歴史的な構造をもっており、歴史のまちとしての資質を備えている。

しかしながら、現在のところ、本村の3地区では高齢化が進み、空き家・空き店舗、空閑地が増え、都市からの観光者が本村に求めることも大きく変化してきている。これに安易に応えつづけると、街並みが年々歴史的個性を喪失していくと考えられる。

この現状をふまえ、これからの時代を見据えて、それぞれの地区の歴史的個性を生かした地区づくりを進める。

また、長期的な地区の将来人口を見据え、地区の生活基盤の機能を維持できるよう、歴史的個性を生かせる関係人口の増加にも取り組みながら、まちづくり、ふるさとづくりを進める。

数値	2020実績→2024目標：地区への観光来訪者：4年間で10%増加
目標	2020実績→2024実績：地区への観光来訪者：4年間で1%増加 ⇒達成率1%

施策の基本方向

(1) 歴史的景観を活かした観光のまちづくり

- ・本村の3つの地区は、それぞれ異なる歴史の積み重ねが重みのある遺産になっており、異なる個性を備えており、ファン（関係人口）も多い。このことを明確にすることによって、それぞれの魅力をよりいっそう高める。
- ・歴史を積み重ねた質感を、感覚を通して共感することで、歴史に培われた感情が動かされる。そこで、観光者の動線に基づいて、各地区のシンボル、ランドマークなどを選択して、効果的に歴史が感じられる景観を創り出す。
- ・個性の創出にあたっては、地域の素材、色彩、風土の造形などをできるだけ活かす。
- ・豊かな伝統文化の古くていいものと新しくいいもののコントラストが刺激となり、新旧が融合して創造性が高まることを活かす。

(2) 行政と民間との協働による推進

- ・民間との協働により、話題性のある名店・名産物づくり、街並みづくりに取り組み、歩いて楽しい、風情があり、交流と活気のある観光の街づくりに取り組む。
- ・ICTの活用による情報発信を強化する。
メルマガを発行し、お知らせ、各種イベントの宣伝・広報に役立てる。
- ・インバウンドの活発化に向けてホームページを初めとする広報媒体、観光施設、旅館、土産物店などにおいて、その受け入れ環境の改善を図る。
- ・住民の居住地区における歴史的景観の保全は、民有地にかかわるため、行政と住民が協働する景観づくり、まちづくり等の推進体制を設ける。

(3) 移動ニーズに対応する交通手段の整備

- ・村内運行バスは、通学と通院ニーズへの対応に留まる。そこで、高齢者の移動負担の軽減、一般利用者や観光者の移動ニーズに応える手段等を検討する必要がある。

(1) 歴史的景観を活かした観光のまちづくり

<具体的施策>

①歩いてみたくなる「歴史のいきづく道、歴史とふれあう道」づくり	
<ul style="list-style-type: none">・洞川地区の景観や施設整備など、まちづくりを支援する。・エントランスゾーンの景観で、歴史物語に導入する。・歴史にふさわしい街並み、橋、路地、道路、舗装などによる景観づくりを支援する。・歴史にふさわしい、モデルとなる造形デザインを公募する。・空き家、空閑地を活用する。・「役の行者の道」を設け、役の行者ゆかりの地で、彼にまつわるエピソードを辿れるようにする。	
※具体的事業の名称	
<ul style="list-style-type: none">・洞川温泉ビジターセンター整備、洞川駐車場整備。・冬期における観光客誘致。・洞川地区内観光ルートの整備（仮称、地域政策課）	
重要業績評価指標（KPI）	2020 実績→2024 目標：洞川温泉ビジターセンター・洞川駐車場整備後の利用者数の増加 10% 2020 実績→2024 実績：洞川温泉ビジターセンター・洞川駐車場整備後の利用者数の増加

(2) 行政と民間の協働による推進

<具体的施策>

①地域づくりを担うプランナーやデザイナーとの協働	
<ul style="list-style-type: none">・地区の村民による基本計画づくり。（地区のゾーンごとに景観イメージを設定する）・エントランスゾーンの景観の向上を図る。・温泉街、細街路、路地、水辺等の歴史個性ある景観づくりを支援する。・民有地における景観づくりに向けて、各地区に景観づくり推進会を設ける。	
※具体的事業の名称	
・景観形成事業	
重要業績評価指標（KPI）	2020 実績→2024 目標：基本計画づくり完了 2020 実績→2024 実績：基本計画づくり ⇒<例：完了>

(3) 移動ニーズに対応する交通手段の整備

<具体的施策>

①移動ニーズ、移動実態、交通手段の調査	
・各地域の移動ニーズと地域交通の実態を把握する。	
※具体的事業の名称	
・地域交通サポート事業	
重要業績評価指標 (KPI)	2020 実績→2024 目標：5年後の目標： 2020 実績→2024 実績：5年後の実態： ⇒<例：済>

②移動ニーズに対応するための地域交通サポート計画	
・需要調査に基づき、地域交通サポート計画を策定する。	
※具体的事業の名称	
・地域交通サポート事業	
重要業績評価指標 (KPI)	2020 実績→2024 目標：地域交通サポート計画策定 2020 実績→2024 実績：地域交通サポート計画策定 ⇒<例：策定済>

〔付録〕用語の説明

ICT

ICTとは、「Information and Communication Technology」の略称で、「情報伝達技術」と訳されます。

ITとほぼ同義で、ICTでは情報・知識の共有に焦点を当て、「人と人」「人とモノ」の情報伝達といった「コミュニケーション」がより強調されます。

IT

「情報技術(Information Technology)」の略。

アウトカム（成果）

施策や事業の実施により得られた効果・成果のことです。

達成状況や進捗状況を測るため、指標を設定したりします。

重要業績評価指標（KPI：Key Performance Indicators）

目標達成の度合いを示す定量的指標を、重要業績評価指標といいます。

インバウンド

「外から中に入ってくる」という意味の言葉で、旅行業界では訪日外国人旅行（者）のことを指します。

関係人口

「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことです。これらの人々は、地域づくりの担い手となることが期待されます。

第二創業

既に事業を営む経営者や後継者等が、業態転換したり新規事業に進出することを指します。

パブリシティ

パブリシティとはPRの一種で、取材や記事やインタビューなどを通じて、報道としてメディアに取り上げてもらう活動のことです。

P D C A サイクル

Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Act（改善）の4つの視点を事業のプロセスに取り込むことによって、継続的な改善を推進する手法です。

- ①Plan（計画）：実績や将来予測などをもとに、業務計画を作成する。
- ②Do（実行）：計画に沿って業務を行う。
- ③Check（評価）：計画に沿って業務が実施できているかどうかを検討する。
- ④Act（改善）：計画に沿っていない業務の実施部分を調べて改善・処置をする。

ファミリー・サポート・センター

乳幼児や小学生等の児童を有する子育て中の労働者や主婦等を会員として、児童の預かりの援助を受けることを希望する者と、援助を行うことを希望する者との相互援助活動に関する連絡、調整を行います。

木質バイオマス

「バイオマス」とは、生物資源 (bio) の量 (mass) を意味し、「再生可能な、生物由来の有機性資源 (化石燃料は除く)」のことで、そのなかで、主に、樹木の伐採や造材のときに発生した枝、葉などの林地残材、製材工場などから発生する樹皮やのこ屑など、木材からなるバイオマスのことを「木質バイオマス」と呼びます。

6次産業化

6次産業化とは、地域の第1次産業の生産物とこれを加工する第2次産業、そしてさらに流通・広告・販売などのサービスに係る第3次産業まで、業務展開する経営形態を表します。第1次産業、第2次産業、第3次産業を足しあわせて、6次産業とする造語です。

ワーク・ライフ・バランス

やりがいや充実感を感じながら働き、仕事上の責任を果たす一方、子育て・介護の時間や、家庭、地域、自己啓発等にかかる時間を持てる豊かな生活ができるよう、仕事と生活の双方の調和の実現をはかることをめざすための概念です。