

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

持続可能な地域づくりに向けた多様な雇用機会創出と関係人口拡大計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

長野県信濃町

3 地域再生計画の区域

長野県信濃町の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

2010年に9,238人だった信濃町の総人口は、2020年には7,739人へと減少し、この10年間で16.23%の減少を記録した。国立社会保障・人口問題研究所が令和5年12月に公表した推計によると、2050年の総人口は2020年比で50.77%減少する見込みである。生産年齢人口は2020年から2050年までに61.5%減少する見込みであり、総人口の減少率と比較してもこれは著しい減少である。65歳以上の高齢者数は今後減少すると予測されているが、高齢化率は2020年の44.1%から2050年には57.8%に上昇すると予測されている。

RESASの人口マップによると、10～20代の若年層が進学や就職のために町外へ転出し、その後の各年代においても転出超過が続いている。そのため、町内産業の人材確保が困難であり、すでに町内では求人に対する応募がなく、業務を限られた人数で行う必要があり、その負担からさらなる離職を招く悪循環に陥っている事業者も出ている。

【地域特有の雇用環境】

信濃町では夏の農業と冬のスキー場を含む観光が基幹産業であり、s-Statによると、これらの産業は修正特化係数1を超える稼ぐ力があり、かつ高い雇用力を持っている。

これまで信濃町への移住者は、自身の生活設計の中で季節労働を選択する人が多数である。季節労働の不安定性は、経済的不安定性、キャリア展望の欠如、社会的・文化的統合の困難、住居の安定性の問題、および地域経済への貢献の限界をもたらし、これらが移住や関係人口の創出・増加に対して大きな障壁となっている。他方、町内事業者は人材不足に悩んでいるが、移住者がその情報を得る場がなく、生産年齢人口や地域活性化に向けた、移住や関係人口の創出・増加の課題となっている。

【シビックプライドの低下と関係人口・移住】

町内の義務教育学校では「ふるさと学習」が行われており、信濃町第6次長期進行計画住民意識調査では、「信濃町に愛着を感じるか」という質問に対し、10代と20代、50代で愛着を感じる割合が前回調査（平成26年）から上昇している（10代：平成26年29%、平成30年33.3% / 20代：平成26年22.4%、平成30年39.0% / 50代：平成26年25.7%、平成30年29.1%）。

一方で、30代、40代、60代以降では愛着を感じる割合が減少している（30代：平成26年28.6%、平成30年22.9% / 40代：平成26年37.0%、平成30年31.1% / 60代：平成26年32.3%、平成30年27.5% / 70歳以上：平成26年37.1%、平成30年30.1%）。

また、「信濃町での定住意向」に関する質問では、30代以下で「これからもずっと住み続けたい」と回答した割合が上昇している（10代：平成26年3.2%、平成30年10.8% / 20代：平成26年15.5%、平成30年29.3% / 30代：平成26年31.0%、平成30年32.4%）。しかし、40代以降ではこの割合が低下しており、特に60代以降で大幅に低下している（40代：平成26年38.0%、平成30年32.0% / 50代：平成26年32.2%、平成30年28.0% / 60代：平成26年49.0%、平成30年37.3% / 70歳以上：平成26年55.2%、平成30年44.1%）。

地域のシビックプライドの低下は、地域を活性化させるための移住促進策や関係人口の創出・拡大を困難にしていると考えられる。この状況は、前述の課題が存在する環境で特に顕著になり、住民のシビックプライドの低下が移住促進策や関係人口の創出・拡大に影響を及ぼしていると考えられる。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

【背景】 長年にわたり人口減少が続いている信濃町において、社会動態は転出超過が続いていたが、令和4年に、25年ぶりに11名の転入超過となった。また、令和5年12月に国立社会保障・人口問題研究所が発表した2020年国勢調査に基づく最新の人口推計では、前回（2015年国勢調査に基づく）推計時と比較し、改善が見られ、第1期の総合戦略に基づく各種取組の成果が現れている。しかし、人口減少が引き起こす課題そのものの解決には至っておらず、特に生産年齢人口の急減は労働力不足を引き起こし、地域の持続可能な発展を脅かしている。また、地域特有の季節労働依存による雇用の不安定性は、移住者や地域住民にとって魅力的な生活環境を提供する上で障壁になっており、経済活動の多様化と安定化が求められる。人口減少が状態化し、近年では信濃町に対する住民の誇りや愛着（シビックプライド）が低下しており、地域の活性化を阻害し、若者の地域定着や新たな移住者の獲得にも影響を及ぼしている。

【本事業の実施で目指す将来像】

○総合戦略基本目標

（1）産業振興による活力ある地域の創造

地域特有の季節労働に頼らない経済構造への移行を図り、一年中安定した雇用を提供する。

（2）新しい人の流れを生み出す地域の創造

関係人口の取組から移住促進や地域でのキャリア機会の創出により、人口の転入超過を維持し、特に若い世代や生産年齢層の増加を促進する。

（3）子育て世代に選ばれる地域の創造

地域住民のシビックプライドを高める取り組みを実施し、住民が自らの地域に誇りを持ち、その魅力を内外に発信する文化を育て、選ばれる地域づくりを促進する。

これらから、（4）次代を見据えた地域の創造につなげ、将来にわたり持続可能な地域社会の実現を目指す。

【数値目標】

| K P I ① | 地域へのUIJターン数 | | | | | | 単位 | 人 |
|---------|-----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------|---|
| K P I ② | 特定地域づくり事業協同組合雇用者数 | | | | | | 単位 | 人 |
| K P I ③ | 信濃町ファンクラブの会員数 | | | | | | 単位 | 人 |
| K P I ④ | 信濃町への愛着度（信濃町に愛着を「とても感じている」） | | | | | | 単位 | % |
| | 事業開始前 （現時点） | 2024年度 増加分 （1年目） | 2025年度 増加分 （2年目） | 2026年度 増加分 （3年目） | 2027年度 増加分 （4年目） | 2028年度 増加分 （5年目） | K P I 増加分 の累計 | |
| K P I ① | 36.00 | 4.00 | 5.00 | 6.00 | - | - | 15.00 | |
| K P I ② | 0.00 | 2.00 | 2.00 | 3.00 | - | - | 7.00 | |
| K P I ③ | 0.00 | 200.00 | 250.00 | 300.00 | - | - | 750.00 | |
| K P I ④ | 28.80 | 2.88 | 3.17 | 3.48 | - | - | 9.53 | |

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

持続可能な地域づくりに向けた多様な雇用機会創出と関係人口拡大事業

③ 事業の内容

【シビックプライド向上からの関係人口・移住の増加】

地域住民が、地域の自然や歴史・文化、仕事や暮らしなどを見つめ直し、地域の魅力に再発見し、シビックプライドを高めるために次の取組を行う。

- ・町内に移住した広く影響力を持つインフルエンサーの視点を取り入れた「信濃町ガイドブック」発行

- ・SDGsや環境課題、ウェルビーイングの視点から信濃町で暮らすことを住民同士が考える「信濃町しあわせ会議」の開催。

- ・これらの取組からの信濃町の魅力を、町内の若手映像作家らにより映像化し、ソーシャルメディアを中心にデジタルプラットフォームで広く配信する。

これらの取組を通じて、シビックプライドを高めた住民も地域の魅力発信者となり、関係人口の創出・拡大に取り組み地域経済の活性化を図る。

- ・信濃町出身者や別荘利用者、スポーツ等の合宿で来訪されるなど、信濃町に愛着を抱いてくれる方々を対象にした関係人口「信濃町ファンクラブ」の設立。

- ・スマートフォンアプリLINE上に、信濃町ファンクラブプラットフォームを構築し、地域の自然や文化、暮らしなどの魅力を広く紹介することで会員の増加を促進する。

- ・プラットフォーム上での、ファンクラブ会員向けデジタルスタンプラリーの実施など、地域をより深く知ってもらうイベントを開催。

【地域特有の雇用環境】

行政と民間事業者との協働し、季節的な雇用依存から脱却し、一年中安定した労働環境を提供できる仕組みである「特定地域づくり事業協同組合」の設立と安定的な運営を目指す。関係人口の創出・拡大に向けた取組では、移住に対する具体的イメージを持っていただくための地域の仕事や課題、魅力などを知っていただく機会を作り、特定地域づくり事業協同組合が移住検討者の雇用の受け皿のとなる。また、生産年齢人口の減少から、地域における複業を推奨し、地域資源を活用したふるさと起業家を支援するなど、魅力のある選ばれる地域づくりを目指す。

- ・信濃町ファンクラブツアーやふるさとワーキングホリデー（特別交付税事業）の実施などで、実際に信濃町を訪れ地域の仕事に触れていただく機会の創出。

- ・特定地域づくり事業協同組合の設立に向けた調査事業（※特定地域づくり事業協同組合の設立と運営は、総務省補助金と特別交付税、民間事業者の出資により実施）

- ・複業を推進するため、信濃町の地域資源を活用したビジネスコンテストを開催しふるさと起業家を支援。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

補助金の交付後に自走化していくために当てることの自主財源として、信濃町ファンクラブを含めた関係人口の取組は、ファンクラブ会員からのふるさと納税をあてるとともに、信濃町一般財源で賄う。特定地域づくり事業共同組合の運営は出資法人からの出資金及び国補助金と特別交付税を財源として運営される。

【官民協働】

行政と民間は、信濃町の持続可能な発展という共通の目標を共有し、それを達成するための具体的な計画を策定する必要がある。

【相互理解と信頼構築】 相互の強みや制約を理解し、お互いの能力を尊重することが重要である。

【透明性と説明責任】 共同事業に関する決定過程や運営状況は透明にし、地域住民に対する説明責任を果たす。

【リソースの共有と効果的な活用】 金融、人材、情報などのリソースを効果的に共有することを意識し、最大限活用する体制とする。

【コミュニケーション】 定期的にミーティングを開催し情報交換を通じて、プロジェクトの進捗を確認し必要に応じて計画を調整する。

【リスク管理】 本事業の推進に関連して想定されるリスクを明確にし、それらを共有することで、予期しない問題への対応策を検討する。

○事業運営 事業運営は、信濃町役場、信濃町商工会、信州しなの町観光協会、中間支援組織（地域おこし協力隊OBOG）、NPO法人ざいごう、町内飲食店等）

【地域間連携】

単独では達成しにくい目標を達成し、地域全体の発展を促進することを意識する。また、共同でのイベント開催など、地域間の協力関係で実施する事業において、信濃町の取組を特徴的なものとしてPRを図ることで、より広範囲での効果を発揮するように取り組むものとする。

【共通目標とビジョンの共有】 関係する地方公共団体間で共通目標とビジョンを共有することが重要である。双方の立場や考え方等の理解に努める。

【役割分担の明確化】 関係する地方公共団体がそれぞれの強みを活かして役割分担をすることが重要である。

【信頼関係の構築】 関係する地方公共団体間に信頼関係を築くために、相互が誠実に連携し、互いの成果を評価し合う仕組みを整備する。

【リソースの共有と協力】 各地方公共団体のリソースを有効に活用し、共同事業やイベント開催を通じて、広域的な経済活性化を目指す。

【ネットワークの強化】 各地方公共団体との連携により、広域的なネットワークを強化し。観光、文化、経済など多岐にわたる分野での協体制度を築く。

【共同ブランディング】 各地方公共団体との連携により、各地域の特色を生かした共同ブランディングを展開し、地域全体の魅力向上と知名度アップを図る。

【政策・施策間連携】

本事業は、複数の政策・施策を統合し、地域全体としての地方創生に貢献する包括的なアプローチを取っている。このことで、地域課題に対する多角的な解決策の提供を期待し、住民の生活の質を高めるとともに、新たな移住者としても魅力的な環境を創出していくものである。そのため、それぞれの政策・施策の成果が連動していることが重要となる。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

信濃町ファンクラブのデジタルプラットフォームによる関係人口創出・拡大

理由①

【オンラインコミュニティの形成】 信濃町に関心を持つ人々がオンラインで情報交換や議論を行うことを通じて、地理的制約を超えたコミュニティを形成。

【デジタルコンテンツの活用】 信濃町の文化、歴史、自然に関する魅力的なデジタルコンテンツを提供し、広範囲に効果的に情報を伝える。

【データに基づく施策の実施】 登録ユーザー行動のデータ分析を基に、個別化された情報提供と施策を実施し関係人口の質と量の向上を目指す

取組②

移住・UIターン促進のための、シティプロモーション映像の制作・発信事業

理由②

【映像コンテンツの魅力的な発信】 シティプロモーション映像をインターネットやソーシャルメディアを通じて広範囲に配信し、信濃町の魅力を視覚的に伝える。

【デジタルマーケティングの活用】 SNSやオンライン広告を利用して想定対象者に映像を効果的に届ける。

【インタラクティブな体験の提供】 映像にインタラクティブな要素を取り入れ、視聴者との双方向コミュニケーションを促進し 関心を深める

取組③

該当なし。

理由③

該当なし。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 6 月

【検証方法】

3月時点でのKPI達成状況を信濃町役場総務課が取りまとめて、住民や地方版総合戦略策定・評価・推進組織において評価検証を行う。

【外部組織の参画者】

住民、学識経験者、商工会、観光協会、農業者、民間事業者

【検証結果の公表の方法】

信濃町公式ホームページで公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 32,080 千円

⑧ 事業実施期間

2024年4月1日から 2027年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 特定地域づくり事業協同組合（特別交付税及び総務省補助金）

ア 事業概要

人口急減地域で人手不足に悩む複数の事業者が組合を設立し、組合で採用した職員を、需要に応じて複数の仕事に従事するマルチワーカーとして各事業所へ派遣する仕組。地域産業の担い手を確保するための特定地域づくり事業を行う事業協同組合に対して財政的、制度的な支援を行うもので、安定的な雇用環境と一定の給与水準を確保した職場を作り出し、地域内外の若者等呼び込むことができるようになるとともに、地域事業者の事業の維持・拡大を推進することができる。

イ 事業実施主体

信濃町

ウ 事業実施期間

2025 年 4 月 1 日から 2026 年 3 月 31 日まで

(2) ふるさとワーキングホリデー（特別交付税）

ア 事業概要

都市部に住む若者等が、2 週間から1ヶ月程度の期間、信濃町に滞在し、信濃町での生活を体感しながら、信濃町との関わりを深めていくという事業。地域で働くことで収入を得ることができるとともに、休日は自由な休暇を過ごすことができるなど、関係人口創出・拡大につなげる取組である。

イ 事業実施主体

信濃町

ウ 事業実施期間

2024 年 4 月 20 日から 2028 年 3 月 31 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2027 年 3 月 31 日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。