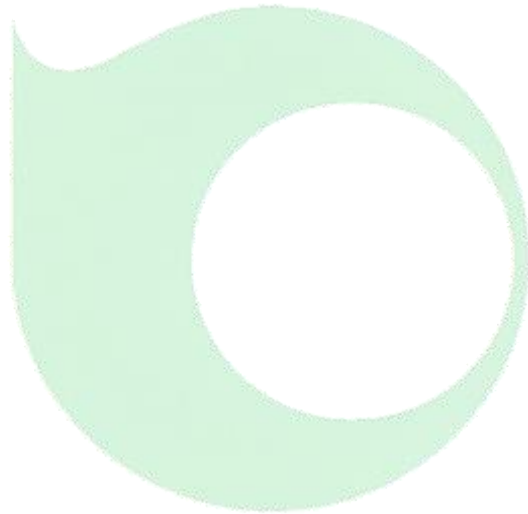


豊根村総合戦略（DX 推進）

「小さく持続するむら戦略」

令和 7 年度～11 年度

（2025 年度～2029 年度）



令和 7 年 3 月

（2025 年 3 月）

豊根村

目 次

I.	計画の位置づけと計画期間	- 1 -
I-1.	計画の沿革と位置づけ	- 1 -
I-2.	策定の背景.....	- 1 -
I-3.	計画期間	- 1 -
II.	豊根村の過去～現在～未来	- 2 -
II-1.	豊根村の人口推移.....	- 2 -
II-2.	第 1、2 期総合戦略の取り組みと成果.....	- 6 -
II-2.①.	第 1 期（豊根村まち・ひと・しごと創生総合戦略）	- 6 -
II-2.②.	第 2 期（豊根村まち・ひと・しごと創生総合戦略）	- 7 -
III.	豊根村の地域ビジョン～未来へ	- 8 -
III-1.	地域ビジョン（地域が目指すべき理想像）の設定.....	- 8 -
IV.	目標設定と基本的方向.....	- 9 -
IV-1.	豊根村の目標設定	- 9 -
IV-2.	基本的方向（基本目標）	- 9 -
IV-3.	第 3 期総合戦略と第 1 期、第 2 期総合戦略との関係.....	- 10 -
IV-4.	第 6 次総合計画と第 2 期、第 3 期総合戦略の相互関連.....	- 11 -
V.	具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）	- 13 -
V-1.	地域の今を情報の波に乗せて、人の流れにつなげる	- 13 -
V-1.①.	村内事業者が一丸となって採用活動を実施することによる事業承継支援	- 13 -
V-1.②.	観光客に向けて web 上でも存在感を出す	- 13 -
V-1.③.	SNS 世代に認知してもらう観光＆暮らしの情報発信	- 14 -
V-1.④.	村内外に開かれ、村出身者にも傍聴しやすい議会を	- 14 -
V-1.⑤.	豊根村の住める場所情報を、みんなが把握できる仕組みを	- 14 -
V-1.⑥.	村にあったらいいなを集めた拠点整備	- 15 -
V-2.	便利がわかればみんなが使えるサービスの創生と発掘	- 16 -
V-2.①.	紙を持ち歩かなくてもいい便利さを知ってもらう	- 16 -
V-2.②.	みんなが使ったら便利だろうというアプリやサイトを発掘して紹介	- 16 -
V-2.③.	校務支援システムを通じた学校と地域の連携強化.....	- 17 -
V-2.④.	三方よしを実現し持続可能な移動手段の確保	- 17 -
V-3.	デジタル技術と通信網の拡充による生活環境の地域格差是正	- 18 -
V-3.①.	消費活動に伴う地理的ハンディキャップの解消	- 18 -
V-3.②.	村内で様々な品目を手に取って買い物できる環境の整備.....	- 18 -
V-3.③.	子供が病気になった時に安心して相談できる環境づくり	- 18 -
V-3.④.	持続する通信インフラ環境の整備	- 19 -
V-3.⑤.	知の拠点「図書館」をもっと身近に.....	- 19 -
VI.	推進体制とやり遂げる仕組み.....	- 20 -
VI-1.	計画推進体制	- 20 -
VI-2.	担当組織がやり遂げる仕組み.....	- 21 -

I. 計画の位置づけと計画期間

I-1. 計画の沿革と位置づけ

豊根村では、平成 27 年(2015 年)8 月に「豊根村まち・ひと・しごと創生総合戦略（第 1 基）（平成 27～31 年度(2015～2019 年度)までの 5 ケ年)」を策定し、様々な取り組みを進めてきました。引き続き地方創生を継続するため、第 6 次豊根村総合計画（平成 30～令和 9 年度(2018～2027 年度)）の内容を踏まえ「豊根村まち・ひと・しごと創生総合戦略（第 2 期）（令和 2～6 年度(2020～2024 年度)までの 5 ケ年)」を策定しました。

総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法に基づくもので、国や愛知県の総合戦略を勘案し、第 6 次豊根村総合計画との整合性をはかる必要があります。

これまで進めてきた地方創生の取組を、今後、デジタルの力を活用して継承・発展させていくため国が令和 4 年 12 月に策定した「デジタル田園都市国家構想総合戦略」の趣旨を踏まえて、「豊根村まち・ひと・しごと創生総合戦略（第 2 期）」を改訂し、「豊根村総合戦略（DX 推進）（第 3 期）」を策定します。（DX はデジタル・トランスフォーメーションの略語）

I-2. 策定の背景

第 2 期計画進行中には、新型コロナウイルス感染症の拡大があり、地域産業への打撃や、地域コミュニティの弱体化など大きな影響を受けた一方で、地方でもオンライン活用の進展、デジタル技術の活用が一気に進みました。このような中で、国ではデジタルの力によって地域の個性を生かしながら、地方創生の取り組みを加速化させるべく「まち・ひと・しごと創生総合戦略」から「デジタル田園都市国家構想総合戦略」へと抜本的に改訂されました。

具体的には①デジタル基盤の整備、②デジタル人材の育成・確保、③誰一人取り残されないための取組がデジタル実装の基礎条件整備項目となっています。

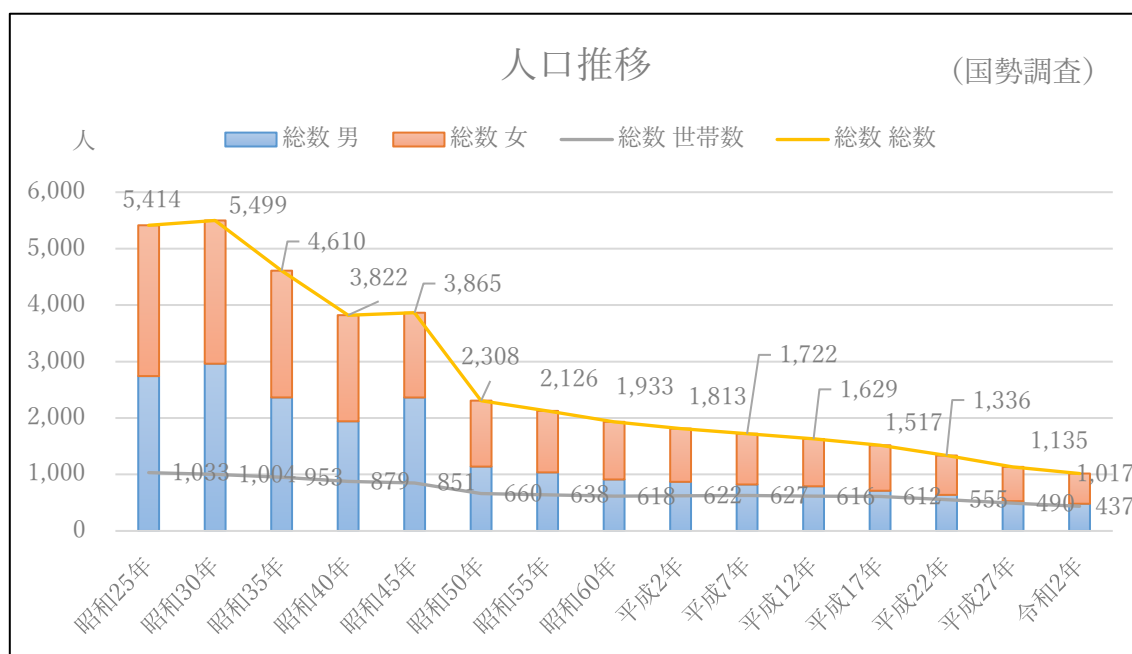
I-3. 計画期間

計画期間は、令和 7 年～11 年度(2025～2029 年度)までの 5 ケ年とし、PDCA サイクルによる効果検証等により必要に応じて見直しします。

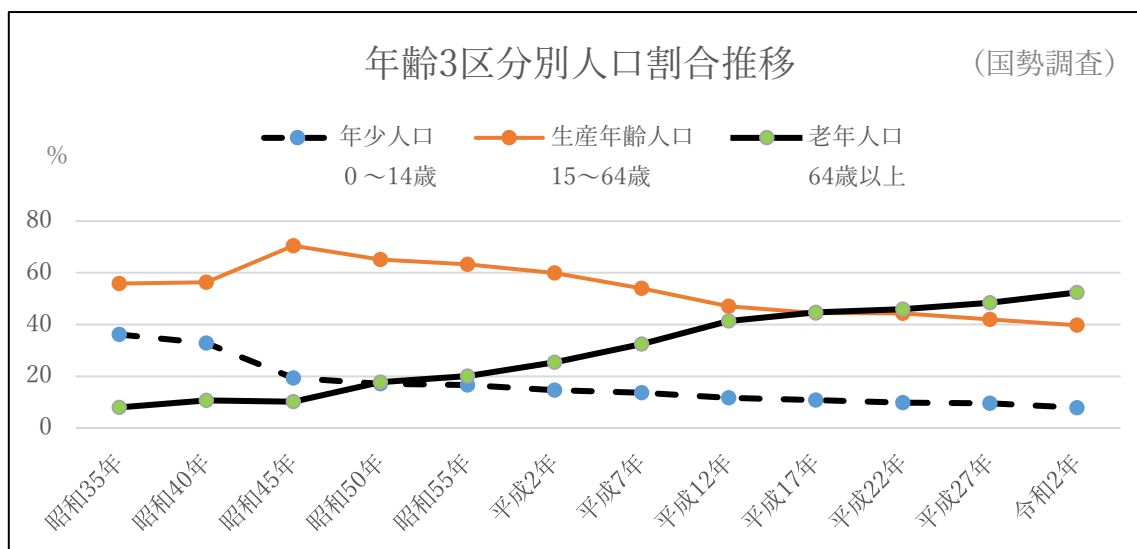
II. 豊根村の過去～現在～未来

II-1. 豊根村の人口推移

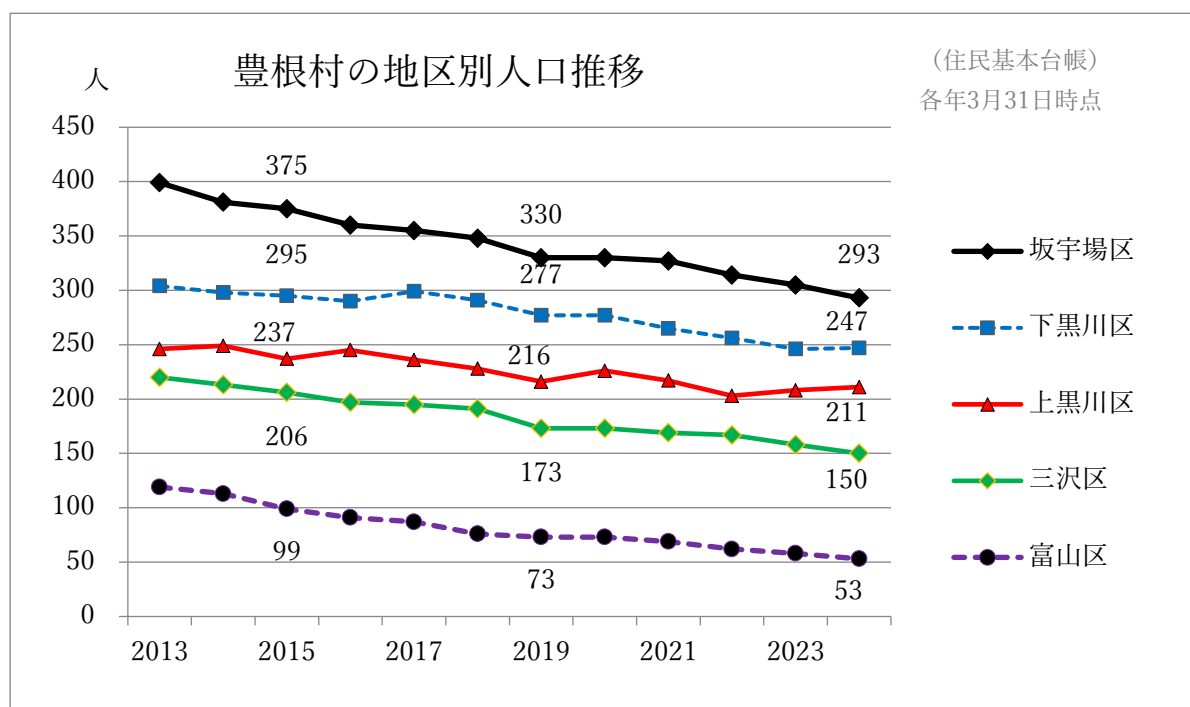
豊根村の人口は、戦後の 5,000 人台をピークに減少を続けています。減少要因は時期によって様々で、「戦後の食糧難対策としての分村」、「昭和 40 年代後半の佐久間ダム・新豊根ダム建設に伴う集団離村」といった政策に伴う減少と、「高度成長期における都市部への就職」、「村の主要産業であった農林業の低迷による従事者減少」といった社会情勢の変化による減少の、2つの要因があると考えられています。



また、65 歳以上の老年人口は昭和 50 年以降で年少人口を、平成 17 年以降は生産年齢人口を上回っています。令和 2 年の国勢調査での老年人口比率は 52%で、半数を超えました。世帯数及び人口は、平成 27 年から令和 2 年の 5 年間で▲53 世帯、▲118 人となりました。



住民基本台帳を基に算出した村内行政区ごとの人口推移では、上黒川区を除く区域が減少傾向です。特に平成 17 年に合併した旧富山村地域を示す富山区においては、平成 27 年に 100 人を割り込み、令和 6 年には 53 人まで減少しています。過去 10 年間で最も実減少数が大きいのは坂宇場区で▲88 人、減少率で最も大きいのは富山区の▲53%、続いて三沢区▲30%です。



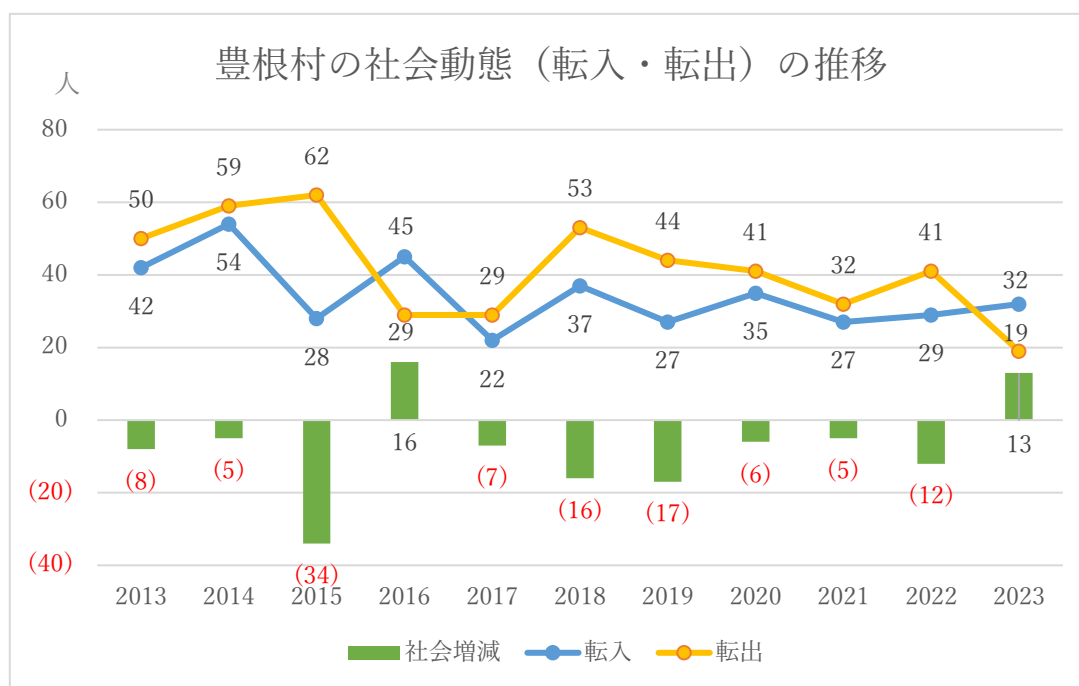
社会増減として、戦後の分村やダム建設による集落移転といった、一時的で強制的な人口減少が主な要因でした。昭和 40 年代以降になると、林業不振や高度成長期に見られた産業構造の変化による都市部との賃金格差や生活格差の発生といった、社会情勢の変化に伴うものに起因しています。社会情勢の変化に伴う傾向は現在も継続しています。長年に渡る人口減少に伴い地域産業や村内消費が減少し、地域の雇用力が失われるという地域経済の悪循環が継続し、人口減少が続く状況になっています。

こうした社会動態に対して、過去 10 年間の転入・転出推移をみると、平成 28 年（2016 年）と令和 5 年（2023 年）の 2 年間のみが社会増に転じています。前者は村の定住促進施策の中で建設された譲渡型定住促進住宅の中野ガーデンハイツによる転入増です。後者は転入数に変化が無いところに転出が激減したことが要因となっています。

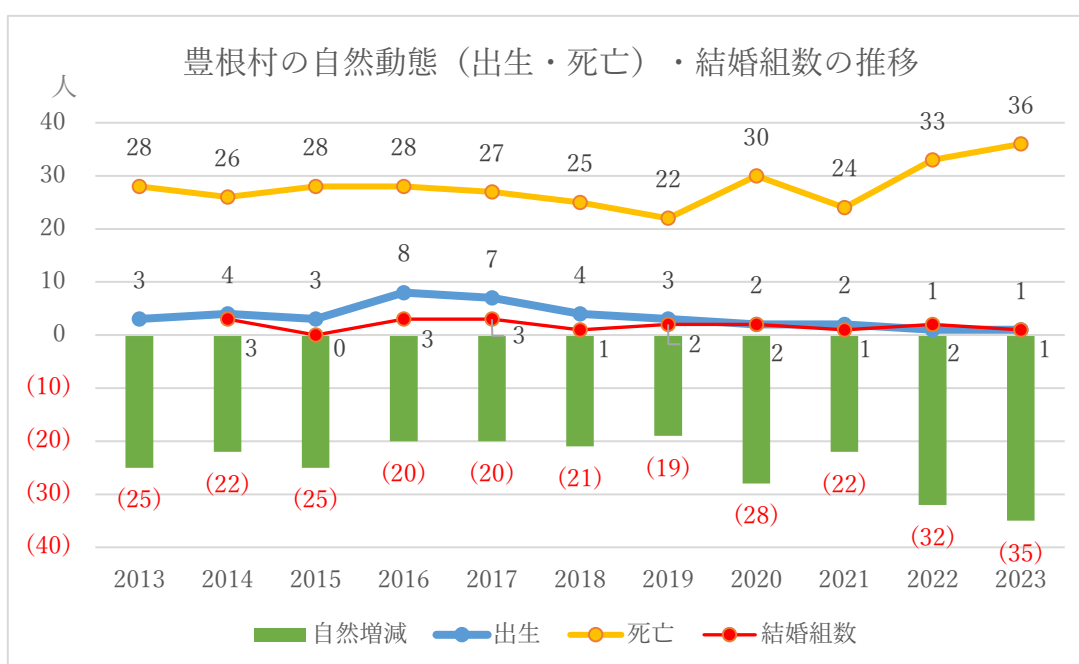
村では転入者に届出時にアンケート調査を行っており、過去 5 年間の転入では、職業上の理由が回答者の半数を占め、次いで住宅事情、生活環境や自然環境を理由とする方々となっています。一方転出でも職業上の理由が回答者の半数を占め、それ以外に生活環境や住宅事情を理由に転出されていますが、転出では学業上の理由で転出された方が存在します。

年齢では、就職による 15～24 歳、医療・介護による 65 歳以上の転出が大きな比率です。

令和 5 年（2023 年）の転出が大きく減少した理由として、前年度、令和 4 年度の転出理由と比較した結果、職業、結婚、生活環境などの選択肢によるものは変化が無く、その他の選択肢の方が大きく減少しました。その他の詳細は未記入が多く、これ以上の転出理由分析が困難ですが、年齢から推測すると高齢者施設移動の減少がひとつの原因と考えられます。

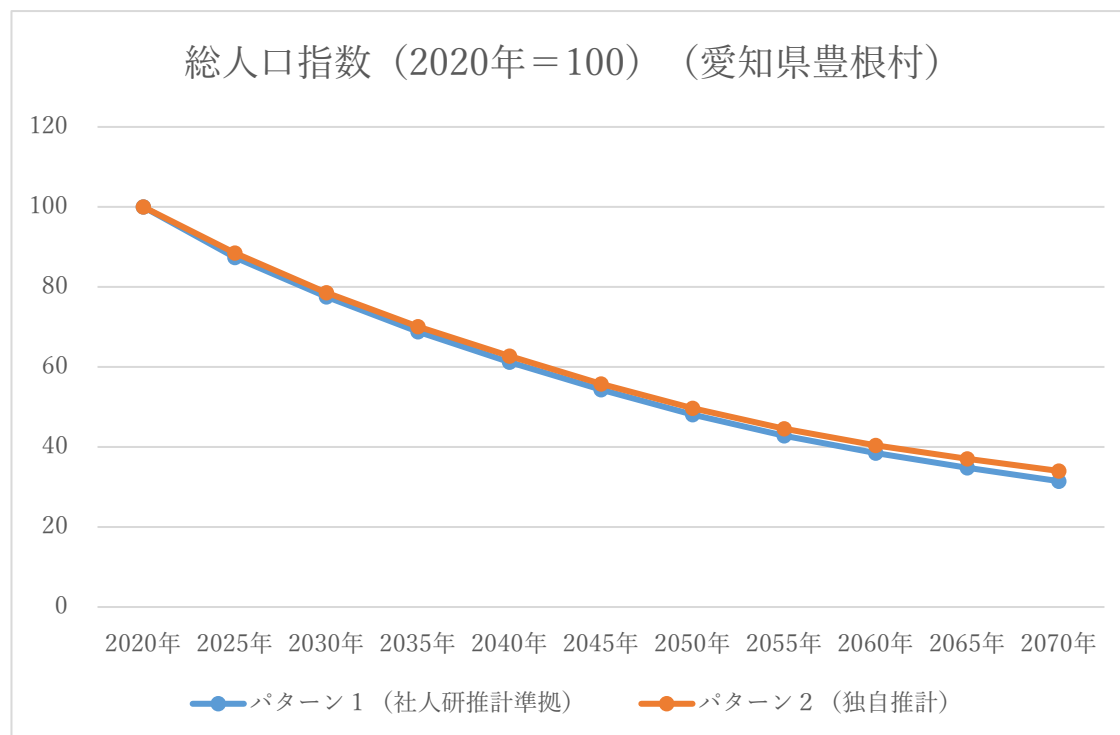


一方で自然増減の動向は、出生数よりも死亡数の方が大幅に上回る状況が続いています。過去 4 年間では出生数が 2 もしくは 1 となっており、大きな問題です。



その要因のひとつとして、婚姻数が減少傾向にある点も考えられます。豊根村に住民票がある方で、村に婚姻届を提出された方の数は、低い状態が続いています。

過去から現在の推移は前述の通りですが、未来の推計を行った結果、2020 年を 100 とすると、2070 年には社人研推計で 31.5、豊根村の独自推計で 34.0 となり、3 割程度まで減少しておよそ 330 人前後となりました。



内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局提供の人口動向分析・将来人口推計のための基礎データ及びワークシート（令和6年6月版）より算出

なお、豊根村の独自推計では合計特殊出生率を 1.50 で維持すると仮定し、高校進学から村を離れた子供たちの数と同数が、I ターンと U ターン合わせて社会人として転入すると仮定しています。参考に 2018 年～2022 年の豊根村の合計特殊出生率は 1.58 です¹。要するに現状維持ベースでの推計となっていますが、日本全体的に人口の現状維持が困難な状況となっている背景を踏まえると、楽観的な推移推計です。実際は合計特殊出生率の 1.5 を維持できない可能性があります。

II-2. 第 1、2 期総合戦略の取り組みと成果

II-2.①.第 1 期（豊根村まち・ひと・しごと創生総合戦略）

第 1 期総合戦略では、4 つの基本目標を掲げ 30 項目の重要業績評価指標である KPI を定めました。KPI 達成は 12 項目で全体の 40%に留まりました。

■ 基本目標 1 「茶臼山観光ブランド化」

観光交流人口 100 万人を目指し、茶臼山の閑散期の対策や観光施設の魅力づくりといった取り組みがありました。平成 26 年の観光交流人口 45 万人からスタートし、その後年々増加し、平成 29 年には 80 万人を超えました。しかし、令和元年度に 78.7 万人となり、誘客の主役である芝桜やスキー場は天候に大きく左右されたこともあって KPI に届きませんでした。一方で、「地域資源を活用した産業振興」、「新規就農者数」、「木質ペレット生産量」、「買い物支援システム数」、「起業支援数」では 1 回以上 KPI を達成しています。

■ 基本目標 2 「田舎志向を引き込む」

「新規住宅整備数」、「地域おこし協力隊受入数」、「ふるさと納税人数」では KPI を 1 回以上達成しています。一方で、「制度活用 of 交流人口」、「説明会等を通じた定住者数」、「行政区活動支援」、「ふるさと村民登録者数」では KPI 未達成となりました。公営住宅供給量が常に不足している昨今においては、新規住宅整備による定住促進が良い影響を与えました。

■ 基本目標 3 「現役世代しっかり応援」

「小中学生数」、「医療機関数」、「介護事業者数」、「特色ある教育事業数」については KPI を 1 回以上達成しました。一方で、「とよね健康マイレージ参加者数」は増加傾向にあるものの、KPI 達成までは至らず、「生涯学習参加者数」は目標設定時から減少が続いており、対策が奏功せず、KPI 未達成となりました。

■ 基本目標 4 「つながる山暮らし」

「買い物支援システム」、「行政区の維持」、「同報無線個別受信機の維持」、「防災資機材整備数」、「伝統芸能の維持」については現状維持の KPI を達成しています。「広域連携協定」は KPI を上回って増加傾向にあり、十分な達成状況です。一方で「遊休公共施設の廃止撤去」、「村営バス利用回数」、「景観向上整備箇所数」、「災害対策基金」、「ヘリポート整備数」は KPI 未達となりました。中には、目標設定したものの事業実施が計画期間中にできなかったもの、完了しなかったものがあります。

II-2.②.第2期（豊根村まち・ひと・しごと創生総合戦略）

■ 基本目標1「地域資源を活かし村民が稼げる村をつくる」

商工業振興、起業支援分野では、「村内観光施設における地元産品販売額【単年】」や「起業支援数【累計】」が KPI を達成しました。一方で観光、農林水産分野では茶臼山高原第1リフトの改修やリフト下へのサンパチェンス植栽、木材利用促進を行いました。新型コロナウイルス感染症の拡大が大きく影響し、KPI「季節ごとの交流人口」に届きませんでした。第3期では、デジタル技術による誘客に視点を移し、引き続き施策に盛り込みます。

■ 基本目標2「地域ぐるみで人を迎え入れる」

関係人口、人材・女性活躍分野では計画期間中に KPI を達成したため、さらに目標を引き上げて設定し、再設定数値も達成しました。一方で、定住促進分野では目標を5戸としていた「公営住宅整備数」が令和5年度末0戸で達成できない見込みです。「新築・空き家リフォーム支援数」は20戸の目標に対して19戸です。第3期においてもより適切な KPI を設定し、継続して具体的な施策に落とし込みます。

■ 基本目標3「現役世代しっかり応援」

子育て世代支援、学校教育、生涯学習分野では計画期間中に KPI を達成し、達成した KPI である「生涯学習の参加者数」は目標の再設定を行いました。医療福祉健康分野では、とよね健康マイレージ参加者数を単年度300人以上として設定していましたが、50%前後を推移しています。また同様に、地域サロンの参加者数も単年度で延べ1,000人としましたが、令和2年度、3年度は達成しましたが、令和4年度は65%、令和5年度も65%で未達成となりました。健康マイレージはデジタルとの親和性が高いため、第3期でも形を変えて施策に組み込みます。

■ 基本目標4「みんなが安心して暮らせる村をつくる」

生活基盤整備、防災防犯分野の一部、広域ネットワーク体制づくり、村民と行政の協働、文化維持の分野では計画期間中に KPI を達成し、防災防犯の「防災資機材の維持数」は目標達成して目標値を再設定しました。

一方で、生活基盤整備、防災防犯分野の一部、環境保全では、「景観向上整備箇所数」の目標値15カ所に対して12カ所、「おつかいポンタ便の利用回数」年間目標値100回に対して20から50回程度の実績となり、令和5年度末時点で未達成となっています。買い物支援という観点を残したまま、第3期では角度を変えて施策への落とし込みを行います。

III. 豊根村の地域ビジョン～未来へ

III-1. 地域ビジョン（地域が目指すべき理想像）の設定

「豊根村を将来にわたって持続させる。」ことを決意として、「小さく持続するむら戦略」をキャッチフレーズに進めてきました。

総合戦略（第3期）においても継承し、都市化を狙って大きく拡大発展することを目指すのではなく、小さいからこそ持続することを目指し、「小さく持続する村」をビジョンとして設定します。

そして、将来的な人口減少に伴う農林商工業活動や公共サービスの担い手不足を解決する一つの方策として、基本的方向には DX（デジタルトランスフォーメーション）を進める技術導入を検討します。

【豊根村地域ビジョン】

小さく持続する村

IV. 目標設定と基本的方向

IV-1. 豊根村の目標設定

愛知県で最少人口の市町村で財政力も乏しい村ではありますが、小さいからこそ豊根村に住むことを誇りに思えるよう、村を継承し、発展させて、村民の幸せを作る必要があります。そこで、

【目標設定】 豊根村を将来にわたって持続させる



DX 推進を踏まえて

IV-2. 基本的方向（基本目標）

① 地域の今を情報の波に乗せて、人の流れにつなげる

地理的距離感を感じないコミュニケーション手段として、オンラインとリアルの垣根を低くすることを目指します。情報を受ける能力、発信する能力、背伸びをする必要は無いけれど、住民一人ひとりが道具として活用し、村出身者や豊根村を好きな人たちとの線がつながる姿が理想です。

例えば求人情報や観光情報、村で議論になっていること、空室・空き家情報など発信の元となる素材を作り込んでから発信することで、村への定住移住を考える人のすそ野を広げます。また、住民と観光客が相互に行き交う結節点となる施設整備を行い、物理的な誘客にもデジタル技術を活用することで人の流れにつなげます。（対応する国の施策方向：①地方に仕事をつくる、②人の流れをつくる、）

② 便利がわかればみんなが使えるサービスの創生と発掘

デジタルネイティブではなくても必要と便利がわかれば年齢に関係なく普及することは、Google や LINE といったサービスを活用する若年層や高齢者の姿から、村内でも実証されています。それらにとどまらず、過疎地域で使うと便利なサービスの発掘、住民への紹介などを通して、誰一人取り残されないための取組を進めます。サービス発掘作業では、企業や大学との連携も視野に入れます。（対応する国の施策方向：①地方に仕事をつくる、③結婚・出産・子育ての希望をかなえる）

③ デジタル技術と通信網の拡充による生活環境の地域格差是正

医療、買い物、文化、学習を享受するには距離がネックとなり、その不便さが暮らしにくさとなって人口流出につながることもありましたが、ネットショップでの買い物を始め、ニュースや音楽、映画といった配信サービスの充実、電子図書館サービスの開始、窓口の電子化など、デジタル技術による生活の変化が著しい昨今です。実際に目で見て購入したいものも AR 技術により、自宅でもそんな色なく実物の確認ができる時代になりました。

しかし、知らない、使い方がわからない、だから使えていない、ということもあります。そこで、それらを十分に享受できる通信環境の整備や学びの場を設けることで、都市部との地域格差是正を目指します。（対応する国の施策方向：③結婚・出産・子育ての希望をかなえる、④魅力的な地域をつくる）

IV-3. 第3期総合戦略と第1期、第2期総合戦略との関係

第1期および第2期計画の基本目標よりも抽象度を下げ、基本的方向と具体的な施策の距離を近くしました。目標と関連を持った認識で担当組織が施策実施しやすくなるように考慮しています。すなわち、具体的な行動内容に近づけた基本方向として設定しています。

また、第1基及び第2期計画と大きく異なるのが、基本的方向に「デジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上」を踏まえた点です。よって、第3期計画では名称も「豊根村まち・ひと・しごと創生総合戦略」から「豊根村総合戦略（DX）」へ変更しています。

参考）国の総合戦略における施策の方向

（1）デジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上

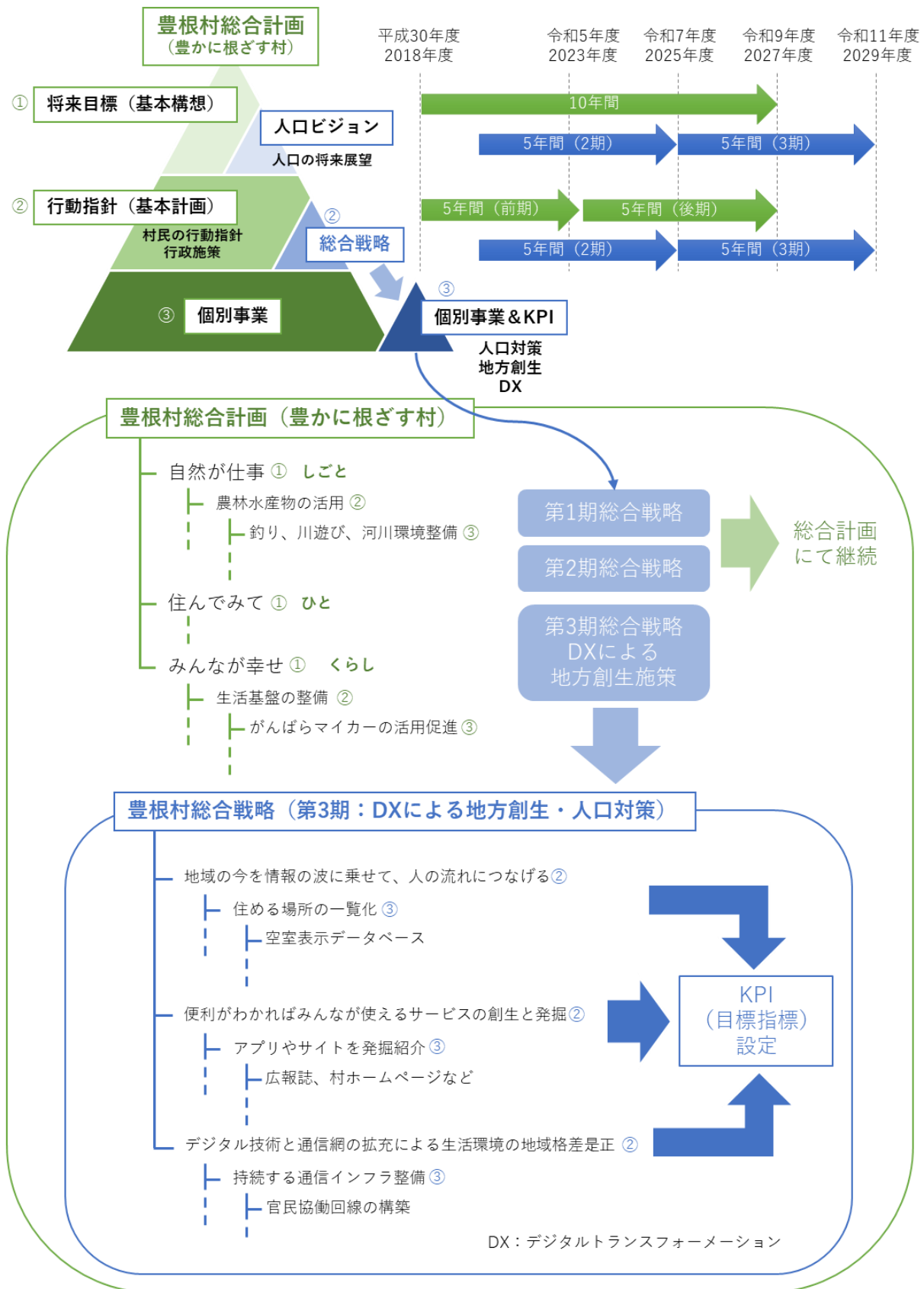
- ①地方に仕事をつくる
- ②人の流れをつくる
- ③結婚・出産・子育ての希望をかなえる
- ④魅力的な地域をつくる

（2）デジタル実装の基礎条件整備

- ①デジタル基盤整備
- ②デジタル人材の育成・確保
- ③誰一人取り残されないための取組

IV-4. 第6次総合計画と第2期、第3期総合戦略の相互関連

豊根村第6次総合計画に対する豊根村総合戦略の位置付けを次の図に示します。



続いて、第6次総合計画を踏まえた第2期、第3期総合戦略の設定目標における相互の関連を以下に示します。第3期戦略ではデジタルの力を活用した社会課題の解決や魅力向上を中心に具体度を上げ、今無い施策を創り出すことに主眼を置いて計画しています。

第6次総合計画と第2期、第3期総合戦略の設定目標相互関連表

【豊根村総合計画】 豊根村むらづくりビジョン2027 関連する将来目標	豊根村まち・ひと・しごと創生 【総合戦略(第2期)】 基本目標	豊根村【総合戦略(第3期)】 基本目標と具体的施策
将来目標1 自然が仕事になる豊根村 ・観光の振興 ・道路の整備・維持管理 ・農林水産物の活用 ・商工業の振興 ・地域特性を活かした雇用のあり方の検討	基本目標1 地域資源を活かし、村民が稼げる村をつくる ・観光の振興 ・農林水産物の活用 ・商工業の振興 ・起業の促進	基本目標1 地域の今を情報の波に乗せて、人の流れにつなげる ・村内事業者が一丸となって採用活動を実施することによる事業承継支援 ・観光客に向けてweb上でも存在感を出す ・SNS世代に認知してもらう観光&暮らしの情報発信 ・村内外に開かれ、村出身者にも傍聴しやすい議会を ・豊根村の住める場所情報を、みんなが把握できる仕組みを ・村にあったらいいなを集めた拠点整備
将来目標2 住んでみて！豊根村 ・村外との交流促進 ・住まいの基盤づくり ・定住促進対策	基本目標2 地域ぐるみで人を迎え入れる ・定住促進対策 ・関係人口の拡大 ・人材づくり・女性の活躍支援	基本目標2 便利がわかればみんなが使えるサービスの創生と発掘 ・紙を持ち歩かなくてもいい便利さを知ってもらう ・みんなが使ったら便利だろうというアプリやサイトを発掘して紹介 ・校務支援システムを通じた学校と地域の連携強化 ・三方よしを実現し持続可能な移動手段の確保
将来目標2 住んでみて！豊根村 ・学校教育の充実 ・ビジネス人材の育成 ・子育て支援	基本目標3 現役世代しっかり応援 ・子育て世代への支援 ・医療・福祉・健康づくり ・学校教育の充実 ・生涯学習の充実	基本目標3 デジタル技術と通信網の拡充による生活環境の地域格差是正 ・消費活動に伴う地理的ハンディキャップの解消 ・村内で様々な品目を手に取って買い物できる環境の整備 ・子供が病気になった時に安心して相談できる環境づくり ・持続する通信インフラ環境の整備 ・知の拠点「図書館」をもっと身近に
将来目標3 みんなが幸せになる豊根村 ・地域づくり ・医療・福祉の充実・健康づくり ・防災・防犯対策 ・自然環境の保全 ・生活基盤の整備 ・安定した行財政運営の体制づくり ・広域的な連携体制の強化	基本目標4 みんなが安心して暮らせる村をつくる ・生活基盤の整備 ・広域ネットワーク体制づくり ・環境に貢献する地域づくり ・村民と行政の協働 ・防災・防犯対策 ・誇れる文化づくり	  抽象度を下げて具体度を上げる 0から1にする事業を盛り込む 0 ⇒ 今、無い 1 ⇒ 新しく創出

国の総合戦略における施策の方向
 (1) デジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上
 (2) デジタル実装の基礎条件整備

V. 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

（凡例）重要業績評価指標（KPI）の設定

KPI 達成条件数値（期間・期限） ⇒ 担当組織

V-1. 地域の今を情報の波に乗せて、人の流れにつなげる

V-1.①. 村内事業者が一丸となって採用活動を実施することによる事業承継支援

総合計画でも村民の行動指針として「自分のやっている仕事を広めよう！」という項目がある通り、村の産業の根幹となる村内事業所のリクルーティングは重要である一方で、採用情報を PR するのは、それぞれの事業所で個別に行われています。

しかし、村内事業所単独の規模では遠方まで情報を届けることが難しい状況です。よって、村全域で官民一丸となって採用活動を行います。具体的には村内の採用情報を集めたプラットフォームをオンラインで構築します。

採用情報プラットフォームウェブサイト（新規）に掲載された事業所数

3 件以上登録（2029 年度まで）⇒ 村内事業者、商工会、産業課

V-1.②. 観光客に向けて web 上でも存在感を出す

豊根村には茶臼山高原、観光農園やキャンプ場など、様々な観光事業者によるウェブサイトがあります。ウェブサイトへの投資規模は事業者によって異なり、デザイン性や閲覧性はまちまちです。それらの事業者が実施するウェブサイトリニューアルに対して必要な費用の一部を補助することで、掲載情報の最新化やデザイン性の向上を促し、村内観光事業 PR の底上げをはかります。なお、迅速なリニューアルを行うことを目的としていますので、第 3 期総合戦略の計画期間中のみに限定した補助金とします。

公式サイトをリニューアルした観光事業者数（村補助金創設で促進）

10 事業所（2029 年度まで）⇒ 観光事業者、振興課

V-1.③. SNS 世代に認知してもらう観光&暮らしの情報発信

観光交流人口 100 万人に向けたアクションとして現状でも SNS を活用している。現状では例えば豊根村観光協会Instagram投稿数が2018年5月の開設以来6年間で約600件、豊根村役場の公式Instagram投稿数が2023年4月の開設以来1年間で約10件程度となっています。一方で、豊根村役場の公式LINEをフォローしている友だち数は約300人です。今後、ヒットする投稿内容で勝負できればより良いですが、まずは情報発信する量で過去をしのぐことを目標と設定しました。

SNS プラットフォームでの情報発信件数

村観光協会・村役場合計 200 件（年間）⇒村観光協会、振興課、総務課

V-1.④. 村内外に開かれ、村出身者にも傍聴しやすい議会を

村の今が議論される場所として、村議会は大変重要な場所です。それが豊根村内のみならず、村外の方々、例えば村出身者、ふるさと村民、ふるさと納税者など、多くの方に公開されることで、豊根村に関心を持つ機会が増えると考えます。よって、動画配信サービスとして最も普及している YouTube サービスに村議会を録画した動画を投稿し、誰もが閲覧できる環境の構築を目指します。

村議会の YouTube 配信回数

4 回以上（年間） ⇒総務課

V-1.⑤. 豊根村の住める場所情報を、みんなが把握できる仕組みを

村営住宅建設、新築・空き家リフォームを進め、さらに村営住宅、県営住宅、定住促進住宅、改修済み空き家、それらをひとつの表にして、それを一見して住みたい人が住める場所がわかる情報としてまとめます。まとめた表の中で、「空き」、すなわち空き物件として示される戸数を目標値として設定します。集合住宅の空室、戸建て空き家、いずれも「戸」としてカウントします。

「空室（空家）」数をまとめたデータベースでの空き表示数

30 戸以上（年間） ⇒振興課、産業課

V-1.⑥. 村にあったらいいなを集めた拠点整備

住民に、豊根村を行きかう人に、観光客にとって、あったらいいなを探り出し、老朽化した温泉施設のリニューアルをターゲットに、拠点施設として整備を行います。基本設計段階では、声なき声、積極的な発言をしない多数派（サイレントマジョリティー）の声を拾い上げます。また、施設整備および運用では民間企業との協業により民間ノウハウを生かすことで、収益性を持った施設運営を目指します。そして、リアルでもつながる関係構築を考えます。

整備した交流拠点の利用者数

4 万人以上（開業後の年間数） ⇒村観光協会、振興課

V-2. 便利がわかればみんなが使えるサービスの創生と発掘

V-2.①. 紙を持ち歩かなくてもいい便利さを知ってもらう

住民の健康づくりを応援する「とよね健康マイレージ」は日々の運動や食事などの健康づくり目標を達成できた時や、健康診断の受診、健康に関するイベントや教室、ボランティア活動などに参加した時、ポイントを獲得でき、100 ポイント達成で景品と交換できます。紙管理とアプリ管理が共存していますが、令和 5 年度の割合は、紙管理が 94.7%で、アプリ管理が 5.3%です。

日々の記録になるため、紙媒体と比較して常に持ち歩くスマホアプリとの親和性が高く、歩数計機能も付いています。参加者に多い高齢者層にとっては、試しに試ってみることでスマホアプリ利用に対する心理的ハードルを下げる効果も考えられます。こうしたメリットを訴求してアプリ利用者を増加させます。

KPI：とよね健康マイレージでのアプリ利用率

10%以上（2029 年度まで） ⇒住民課

V-2.②. みんなが使ったら便利だろうというアプリやサイトを発掘して紹介

便利なスマホアプリやサイトは、メディアの報道などで多く紹介されていますが、それだけでは、なかなか使ってみようという気持ちになりません。

例えば、気象情報（気象庁）や防災情報（愛知県、国土交通省）、停電情報（中部電力）など、実際に使っている住民、各機関や事業者の皆さん、村職員の利用者の声とともに紹介します。また、豊根村での利用ケースも併せて伝えることで、住民が持つデジタル技術に対する不安感を下げ、知らなかった便利を知ることで、生活利便性向上を狙います。

KPI：アプリ・サイトサービス紹介数（広報誌、村ホームページなど）

7 件以上 ⇒各機関、村内事業者、全課

V-2.③. 校務支援システムを通じた学校と地域の連携強化

地域学校協働本部が構築され、地域と学校の連携強化が進められています。地域と学校の連絡手段として、校務支援システムの機能にある「チャンネル」を用いることで、地域の方が毎回学校へ出向くことなく同報的に連絡通信できる体制が構築可能です。現在、校務支援システムの「学外関係者」の登録は、学校運営協議会委員など 10 名となっています。そこに、例えば、令和 6 年度当初で個人 16 名、団体 27 名が登録されている学校ボランティアを追加し、その連絡用チャンネルを校務支援システムに設けることも考えられます。児童生徒、先生、保護者、教育関係者を除いた地域住民にもオンライン参加を促して、送る側受ける側双方の負荷軽減を目指します。

KPI：地域住民※の校務支援システム登録者数

30 人以上（各年度末登録者数）⇒教育委員会

※児童生徒、先生、保護者、教育関係者以外

V-2.④. 三方よしを実現し持続可能な移動手段の確保

村の重要な移動手段として、村営バスと並んで「がんばらマイカー」があります。住民ドライバーのマイカーを使って、高齢者等で移動が困難な方の通院や買い物などの移動の足として利用されています。利用件数が増加している一方で、ドライバーの担い手確保が課題となっています。現在は、予約調整、運行記録、運行管理のほとんどが電話・紙・対面での作業となっており、運行主体の豊根村社会福祉協議会や住民ドライバーの負担が大きくなっています。

予約や運行管理などを、電話・紙・対面とオンラインシステムが併用できる仕組みとし、利用者・ドライバー・運行管理者の負荷軽減を目指します。

KPI：がんばらマイカーの利用者・ドライバー・運行管理者の負担を軽減するオンラインシステムの導入

1 （2029 年度まで） ⇒村社会福祉協議会、振興課

V-3. デジタル技術と通信網の拡充による生活環境の地域格差是正

V-3.①. 消費活動に伴う地理的ハンディキャップの解消

村内商店で取り扱われている商品構成には限りがあるため、買い物の種類によっては片道 1 時間以上を運転して移動する必要があります。しかし、オンライン店舗の充実により、クリック一つで商品が自宅に届く時代を迎えました。

本村のような遠隔山間部であっても流通事業者の経営努力により、配送に要する日数は都市部と全く変わらず、都市部と変わらぬ消費環境が整っています。一方で、オンライン注文にはリスクもあります。リスクを正しく認識する知識も必要です。よって、利用講習会を定期的に開催します。特に高齢者向け講習会の開催機会を検討します。

オンラインサービス利用講習会の実施

2 回（年間） ⇒ 村商工会、振興課、産業課

また、村内事業者による代行発注などの可能性についても研究を行います。

V-3.②. 村内で様々な品目を手に取って買い物できる環境の整備

オンラインサービスにより買い物ができるのも望ましい一方で、実際に商品を手に取って買い物をすることは人の心を豊かにし、高齢者の引きこもり防止や買い物支援にもつながります。豊根村内にはコンビニエンスストアがありません。様々な商品を村に陳列するためには物流の構築が必須になります。

村外近隣のコンビニエンスストアと連携し、必要な商品を村内販売拠点施設まで届けたり、届いた商品を用いて移動販売を行ったりするなど、村民の買い物の欲求を満たすことのできるシステムの構築を検討します。

村外商業施設から村内への商品流通を確保するシステムの構築

1 事業者以上構築（2029 年度まで） ⇒ 振興課、産業課

V-3.③. 子供が病気になった時に安心して相談できる環境づくり

子どもが急に熱を出した、激しい頭痛に襲われた、吐き気が止まらない。そんなとき休日夜間診療に行くにも、片道で 1 時間以上要します。遠方の医療機関に電話で症状を伝えて、今すぐ受診したほうが良いのか、平日昼間まで待って良いのか、119 番通報する必要があるのか、近隣に医療機関が無いと悩むところです。

子育て・現役世代支援と医療・福祉の充実は総合計画の行政施策としても取り上げられています。身近に利用しているスマートフォンなどから 24 時間いつでもどこでも気軽に無料で、小児科医、産婦人科医や助産師に相談できる体制構築の検討を行います。

休日夜間で遠隔地医療機関受診判断に迷う時のオンライン相談体制構築

1 体制の構築（2029 年度までに） ⇒住民課

V-3.④. 持続する通信インフラ環境の整備

北設楽郡内の町村が共同で公設公営設置している光ファイバー網が、村内で唯一の一般高速光回線です。その維持管理、更新に大きな費用が発生しており、村財政を圧迫しています。そこに民間の効率的な運営手法を取り入れ、官民協働により収益事業として単独維持ができる方向を目指します。また、村内に依然として存在する携帯電話不感地域対策では、民間事業者による事業のため村が関わることのできる範囲が限定的になります。よって、代替通信手段の確保による対策検討を進めます。

官民協働による高速光通信回線環境の構築数

1 事業者以上構築（2029 年度まで） ⇒北設広域事務組合、振興課

V-3.⑤. 知の拠点「図書館」をもっと身近に

図書館は全国の地域で地域が積み上げてきた知識の源泉となっています。村が発行した書籍を始め、寄贈されたものなど、貴重なデータベースを住民へ、そして地域外へも発信できる仕組みの構築が必要です。並行して、データベースを参照して目的の書籍にたどり着きやすいように、書架の更新などにより蔵書展示方法の見直を検討します。

また、全国で公立図書館が設置されていない市町村は 23%で²、書店が無いのは 456 市町村です。また、全国の村の 89%に書店がありません³。一方で、全国の市町村で電子図書館の導入が進んでいます。村の面積が大きく、居住地が村内に点在する豊根村では身近に図書館を感じ本と触れ合える機会を提供することが必要です。それに掛かる経費や人材と住民サービス利便性向上の効果を見極め、図書コーナーの土日祝日開館による時間延長や図書貸出し拠点の増設、電子図書館の導入、また連携協定を結んでいる大学等の所有する図書を村民に貸し出しするなど、様々な選択肢から身の丈に合った村民と本の距離感を近づける取り組みを検討していきます。

① 人口に占める図書コーナー利用者数

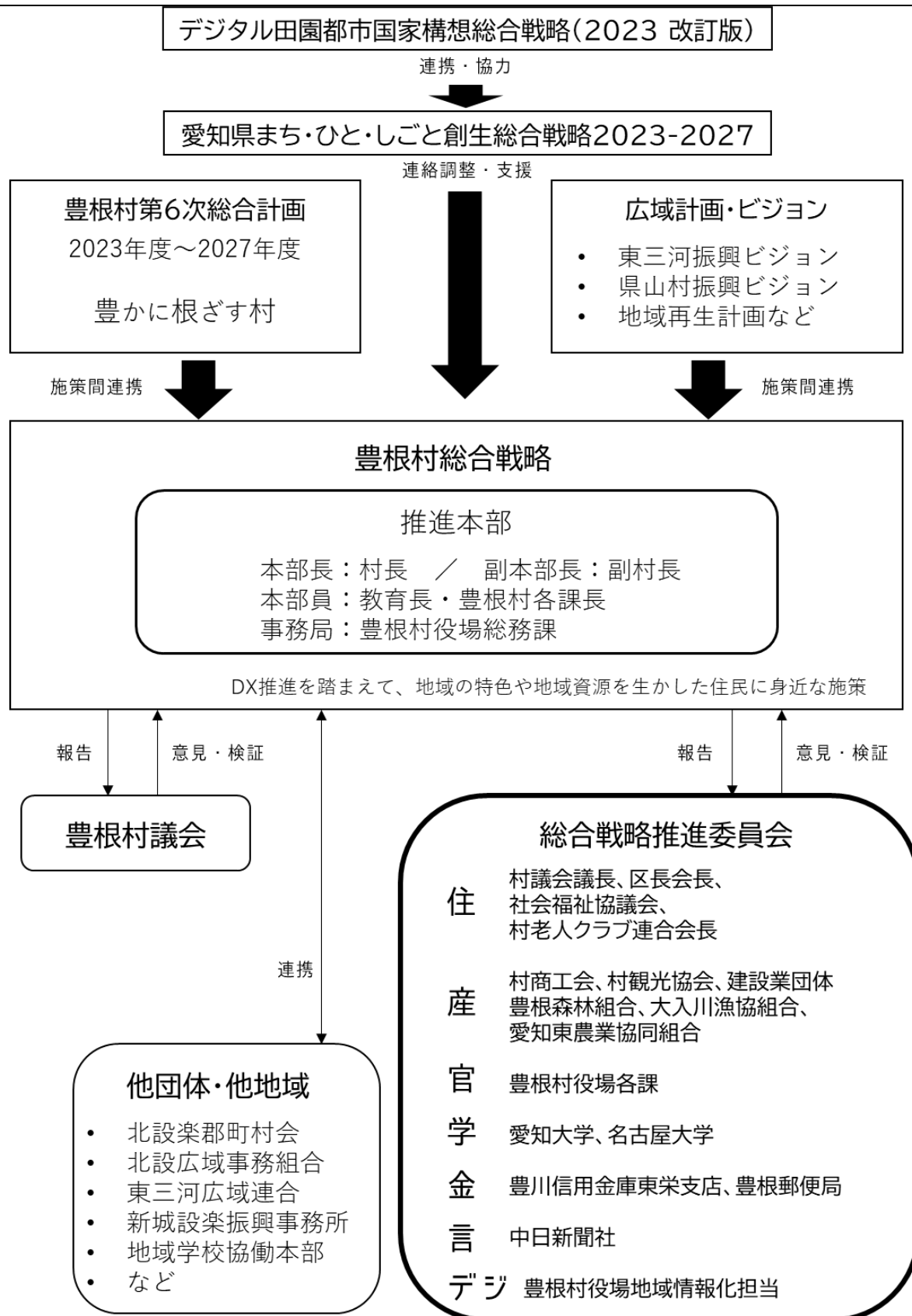
3% ⇒ 10%（2029 年度まで） ⇒教育委員会

② 村所有書籍のデータベース化数

1 （2029 年度まで） ⇒小中学校、教育委員会

VI. 推進体制とやり遂げる仕組み

VI-1. 計画推進体制



VI-2. 担当組織がやり遂げる仕組み

本総合戦略が確定したのち、1 年以内に具体的な施策を実施する担当組織が箇条書きレベルの工程（P：プラン、様式自由）を作成し、推進本部へ送付。工程には何月ごろに何を行うという形で時期も含めて具体的に記載します。本戦略に記載した具体的な施策ごとに工程が作成され、それが集まった段階で本部会議を開催して確認を実施します。

担当組織は工程に基づいて事業実施（D：ドゥ）。工程の分岐点や転換点にあたる時期に推進本部が施策担当組織へ都度進捗確認実施（C：チェック）。進捗に応じて工程の引き直しを行います（A：アクション）。

また、年に 1 回、KPI の達成状況も踏まえて総合戦略推進委員会を開催し、評価検証を行います。同委員会へは随時、必要に応じて書面での情報提供を行います。

万が一、本戦略で設定した施策と KPI が目標および基本的方向にそぐわないことが実施中に判明した場合や、財源不足、村を取り巻く環境の変化により実施不可となった場合は別の具体的な施策を考えるなど、再検討を行います。

¹ 2024 年 4 月 19 日 厚生労働省「平成 30 年～令和 4 年 人口動態保健所・市区町村別統計の概況」

² 2023 年 6 月 16 日 毎日新聞「全国自治体の 23%「公立図書館なし」子どもの本離れ心配/新潟

³ 2023 年 5 月 11 日 朝日新聞デジタル「本の環境に地域格差 自治体の 4 割に公立図書館なし 書店減少 福島」