

---

第Ⅱ期  
川内村まち・ひと・しごと創生総合戦略  
(令和4(2022)年度～令和8(2026)年度)

---

【概要版】



令和4年3月

川内村

# ●はじめに

平成28(2016)年3月に策定された、川内村まち・ひと・しごと創生総合戦略の計画期間が令和元(2019)年に満了を迎え、また国、福島県において第2期の総合戦略が策定され、川内村においても地方創生にかかる切れ目のない取組を推進していく必要があることから、第Ⅱ期川内村まち・ひと・しごと創生総合戦略を策定しました。

人口ビジョン	●平成28(2016)年以降の人口動向等を踏まえ、「将来人口展望」として令和22(2040)年の中長期的な人口確保の目標を定めています。
総合戦略	●人口ビジョン達成に向けた、重点的な施策の方向性や具体的な取組について示し、令和2(2020)年度から令和6(2024)年度までの5年間を計画期間としています。

## ◆前期総合戦略の概要

戦略目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 村内での企業及び企業誘致の両論により村に“しごと”を創る</li> <li>2 帰村促進と転入促進で村に“ひと”を呼び込む</li> <li>3 特色ある施策で子育て世代に好まれる“むら”をめざす</li> <li>4 固有の環境を活かした“むら”ならではの生活空間を実現する</li> <li>5 政策の総合展開で波及効果を高める(1~4共通)</li> </ol>
------	---

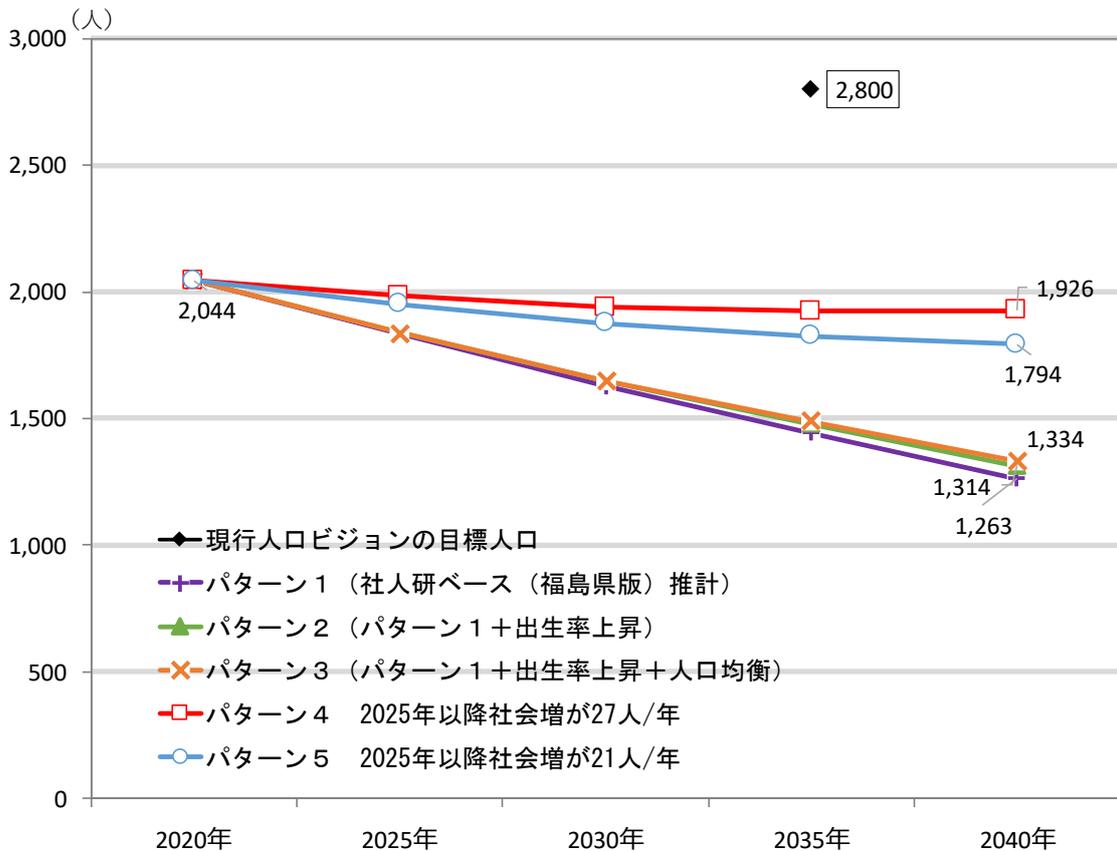
数値目標		目標指標	基準値 (H27(2015) 年度)	目標値 (H31(2019) 年度)	成果 (R2(2020)年)
1	企業誘致・工業団地整備による雇用創出	誘致企業数	着工	5社	9社 【180%】
		新規雇用者数	誘致中	60人	113人 【188%】
1	特産品開発とかわうちブランドの確立	開発または改善された特産品数	5品	10品	9品 【80%】
		特産品売上高	約500万円	約1,000万円	1,068万円 【114%】
2	新規転入世帯の確保	新規転入世帯数(シングルマザー、誘致企業従業員、地域固有の要因による転入者など)	0世帯	約50世帯	約103世帯 【206%】
		交流人口(定住予備軍)の増加	いわなの郷入込者数	約3万人	約4万人
3	子育て環境の向上による子供の確保	保育園児、小中学生数の合計	60人	5割増加 90人	109人 【163%】
		新たな子育て層居住者の確保	ひとり親世帯等の新規転入者数	0人	25人
4	民間活力による居住環境整備	新規居住者用の民間住宅の確保	0戸	20戸	20戸 【100%】
	交通弱者・買物難民等への支援	地域公共交通ネットワークの確立	検討開始	地域固有のサービス提供	復興バス(エナジ7)、移送サービス運行
	再生可能エネルギーの普及促進	新エネ設備設置補助金受領住宅件数	22戸 (H25~H27計)	33戸 5割増	53戸 【282%】

# ●人口ビジョン

## □将来人口推計の考え方

- 新たな人口ビジョンを検討するため、基準となる推計値をパターン1とし、これに対して出生率のみの向上(パターン2)と、出生率向上+社会動態の均衡(社会増減=0(ゼロ))とする推計(パターン3)、さらに将来目標人口の仮定値から必要な社会増数を算出するシミュレーションを2種(パターン4、パターン5)行いました。

### ◆人口推計結果比較



## □将来人口展望

- 令和 22(2040)年における村人口は、パターン4の 1,926 人が最も多くなっていますが、これは社会増数を高めに設定したもので推計しています。一方、近年の社会動態の実態を見ると、年によって振れ幅が大きく中長期的な見通しが立てづらい状況にあります。
- 今後、帰還者の受け入れに力を入れるとともに、村外からの移住者の受け入れも積極的に進めながら、財政面、福祉サービスの充実等も勘案し、「総合戦略」の効果的な施行により、令和 22(2040)年における人口を、パターン5に基づく **1,800人** とします。

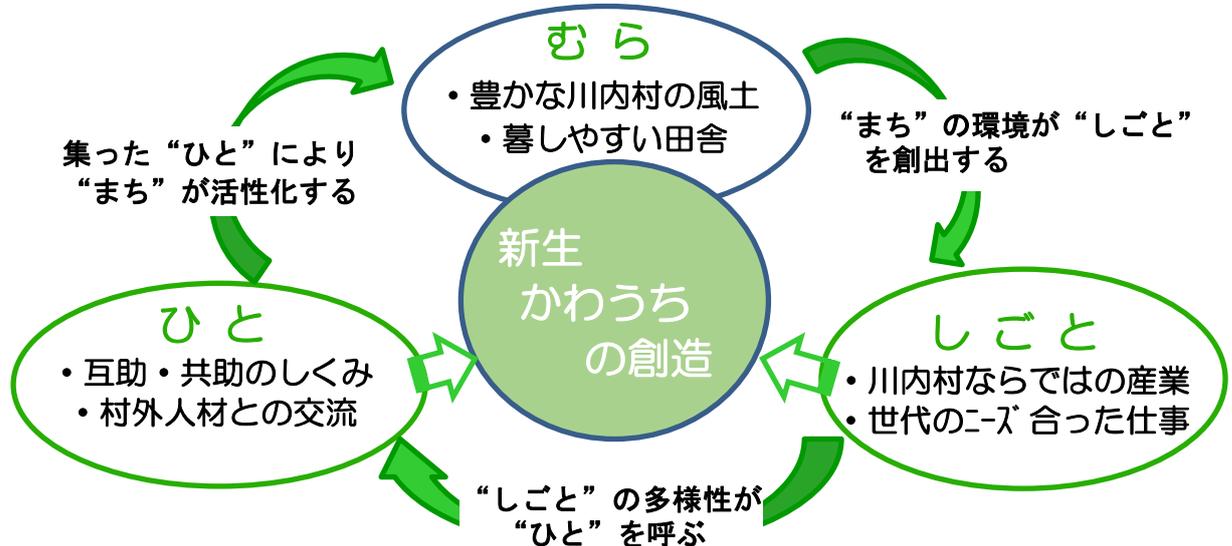
# ● 第Ⅱ期総合戦略

## □ 基本方向

- 東日本大震災と原子力発電所事故による全村避難というこれまで経験したことのない厳しい試練を乗り越え、新たな流入人口の定着と、村外住民のニーズを踏まえた帰村意向の醸成を図りつつ、コロナ禍を契機とした地方への関心の高まりを活かした、川内村における“まち”・“ひと”・“しごと”のさらなる好循環を創出していきます。

- 新たな“しごと”が“ひと”を呼び、訪れた“ひと”が“しごと”を増やす好循環
- 特色ある“むら”の魅力が新たな“ひと”を呼び、新たな“しごと”が生まれる好循環
- 村内外の“ひと”が共に知恵を出し、汗をかくことで新たな“しごと”や“むらづくり”を創出する好循環

### ◆ 川内村におけるまち(むら)・ひと・しごとの好循環の概念



## □ 5つの戦略目標

- 右肩下がりの人口減少をいかにして食い止めつつ、年齢構成バランスの確保という極めて困難な課題に対応していかなくてはなりません。この、人口の回復に挑戦するため以下のような5つの目標を設定し、村一丸となって取り組んでいきます。

**戦略目標 1**：村内での起業及び企業誘致の両輪により村に“しごと”を創る

**戦略目標 2**：多様な人とのつながりを生かした転入促進で村に“ひと”を呼び込む

**戦略目標 3**：特色ある施策で子育て世代に好まれる“むら”をめざす

**戦略目標 4**：固有の環境を活かした“むら”ならではの生活空間を実現する

**戦略目標 5**：政策の総合展開で波及効果を高める（すべてに共通）

## □戦略目標の内容

### 戦略目標1 村内での起業及び企業誘致の両輪により村に“しごと”を創る

- 今後さらに、村内出身者、その他のUJIターンによる移住を促進し、定住人口の確保とともに、人口減少を抑制するため、生活の基本となる“しごと”の創出に第一義的に取り組みます。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大以降顕在化した、地方移住への関心の高まりやテレワーク等の新しい働き方への再認識を背景に、村でも、安定的な雇用、生きがいのある就労、収益性のある農業、若者や女性が活躍できる仕事など、各年代の男女が働く意欲や働き方の希望に対応できる“しごと”の選択肢の創出を推進します。

#### ◆業績評価指標(KPI)

目標	目標指標	基準値 (R 2(2020)年度)	目標値 (R 8(2026)年度)
企業誘致による雇用創出	誘致企業数	9社	14社
	新規雇用者数	113人	166人
特産品開発とかわうちブランドの確立	開発または改善された特産品数	9品	20品
	特産品売上高	約1,068万円	約2,000万円

#### ◆施策の方向

- ① 地域資源を活かした起業の促進（6次産業化・特産品開発等）
- ② 安定した雇用の場の創出（企業・研究機関誘致等）
- ③ 新規進出企業と既存企業・異種業種との連携による就労機会の拡大

### 戦略目標2 多様な人とのつながりを生かした転入促進で村に“ひと”を呼び込む

- 引き続き、震災以前に離村した川内村出身者(潜在村民)のUターン促進や、積極的な暮らしの価値を見出す若者や子育て層、熟年者等Iターン層への移住支援の展開により、村に“ひと”を呼び込んでいきます。
- 震災を契機に川内村とのつながりを持った「関係人口」と言われる方々や、農山村に積極的な価値を見出す移住希望者に対し、村の暮らしの魅力をわかりやすくアピールし、来村・滞在を促し、村を体感してもらうなどの転入促進対策に取り組んでいきます。

#### ◆業績評価指標(KPI)

目標	目標指標	基準値 (R 2(2020)年度)	目標値 (R 8(2026)年度)
新規転入世帯の確保(若者定住対策、企業誘致、住宅対策等)	新規転入世帯数(移住者、誘致企業従業員による転入者など)	103世帯	約145世帯
交流人口(定住予備軍)の増加	いわなの郷入込者数	約7.8万人 いわなの郷2.8万人 かわうちの湯5万人	約13万人

### ◆施策の方向

- ① 川内村出身者への情報伝達による交流の促進
- ② 若者等新規定住者への村内生活の支援策の充実
- ③ 情報発信の強化による川内村の価値を求める“ひと”たちへのアピール

## 戦略目標3 特色ある施策で子育て世代に好まれる“むら”をめざす

- 村の人口減少抑制には、その数以上にバランスのとれた年齢構成が必要なことから、出産・子育ての主役であるとともに地域産業の担い手として、若い世代の方々の増加と能力や役割の発揮が重要になります。若い世代の人口を確保するため結婚、出産、子育てに対する積極的な支援を行うことで、村ならではのコミュニティのふれあいや助け合いを活かしながら、都市部に比べても、働きながら安心して出産・子育てがしやすい環境や子供の成長に応じて特色ある教育が受けられ、確かな学力を習得できる環境を整備することにより、さまざまな子育て世代に好まれ、選ばれる“むら”づくりを推進します。

### ◆業績評価指標(KPI)

目標	目標指標	基準値 (R 2(2020)年度)	目標値 (R 8(2026)年度)
子育て環境の向上による子供の確保	保育園児、小中学生数の合計	109人	129人
新たな子育て層居住者の確保	子育て世帯等の新規転入者数	27人 (10世帯)	76人 (25世帯)

### ◆施策の方向

- ① 若者世代のニーズに対応した結婚、出産、子育て支援
- ② 子どもの成長ステージに対応した特色ある教育の実施
- ③ “かわうちっ子”の育成(多面的に対応可能な人材の育成)

## 戦略目標4 固有の環境を活かした“むら”ならではの生活空間を実現する

- 高原的気候と豊かな自然環境や農村風景、農産物、林産物(山菜・きのこ)、溪流魚などの恵みと発電所関連の安定した雇用により、住みよい村づくりに取り組んできた経緯から、今後、住民が不便を感じずに日々の暮らしを営める生活環境や生活サービスの確保、住宅・宅地整備や生活環境整備を行うことはもとより、循環型社会のモデルとなるような再生可能エネルギーの導入・活用などにより、村固有の歴史的な文化財等の保護や継承を図り、持続可能な「新生かわうち」ならではの快適で魅力ある生活空間を創出していきます。
- 豊かな自然環境や伝統文化を活用して村内外の人々の交流推進に努めていきます。

### ◆業績評価指標(KPI)

目標	目標指標	基準値 (R 2(2020)年度)	目標値 (R 8(2026)年度)
民間活力による居住環境整備	新規居住者用の民間住宅の確保	20戸	40戸
住宅政策や村づくりの推進	空き家・空き地バンク登録数	2件	23件
交通弱者・買物難民等への支援	地域公共交通ネットワークの確立	復興バス(イゾア)、移送サービス運行	地域公共交通サービスの提供
再生可能エネルギーの普及促進	新エネ設備設置補助金受領住宅件数	53戸 (H25~R2計)	73戸

### ◆施策の方向

- ① 生活環境の不安・不便解消に努めるための地域連携と公共サービスの充実
- ② 帰村者、新規転入者の多様なニーズに合った住宅政策やむらづくりの推進
- ③ 自然環境をはじめとした川内村独自の資源を活かしたむらづくりの推進

## 戦略目標5 政策の総合展開で波及効果を高める(すべてに共通)

- 村内だけで対応できない多様な職場、高等教育機関や総合病院、大型商業施設など高次の都市機能と連携し、かつ広域的な生活圏の実現に不可欠な国道399号をはじめ広域的な幹線道路の整備や公共交通機関の確保などに加えて、新しい村づくりの課題に柔軟かつスピード感を持って対応できる役場として組織・体制の強化や専門人材の確保・育成、対外的な情報発信力の強化などを進めていきます。
- デジタル・トランスフォーメーション(DX)の取り組みにより地域の魅力や競争力を高め、ていくとともに、誰もが地域で活躍できるような環境を整えていきます。

### ◆業績評価指標(KPI)

目標	目標指標	基準値 (R 2(2020)年度)	目標値 (R 8(2026)年度)
周辺都市との交通利便性確保	国道399号、県道小野・富岡線、県道富岡・大越線、県道吉間田滝根線の改良	村内改良未了、国道399号戸渡トンネル開通・十文字トンネル貫通、県道小野富岡線五枚沢第1工区完了、第2工区着工(トンネル)、小白工区完了	国・県道村内全区間完了、国道399号十文字工区完了、県道小野富岡線五枚沢第2工区完了(トンネル)、県道吉間田滝根線完了、県道富岡大越線改良促進
プロジェクトの迅速かつ柔軟な遂行に対応した役場組織・人材の強化	新規施策対応型の専任組織(タスクフォース等)の設置	移住定住支援センター設置	企業誘致、DX推進等の専任担当の設置

### ◆施策の方向

- ① まち・ひと・しごと創生の基盤となる広域的な道路整備と交通サービスの確保、情報基盤・発信力の強化
- ② 復興から創造へ向けた村づくりを支える庁内体制の充実と専門人材の確保
- ③ 多様な外部人材・機関等とのネットワーク構築及び活用

## □第Ⅱ期総合戦略の検証

- 総合戦略の検証は、全体目標及び各戦略目標で定めた業績評価指標(KPI)の推移を踏まえて、各施策の進捗状況を把握します。また社会情勢や村民意識、ニーズの変化、各施策の進捗状況等を勘案して必要に応じて見直しを行いながら進めることとします。
- 第Ⅱ期総合戦略では、平成 27(2015)年に国連が開催した「国連持続可能な開発サミット」にて、今後の世界の国々が取り組むべき目標として、全会一致で採択された、SDGs(持続可能な開発目標)の考え方を取り入れており、以下のような目標を掲げています。

### ◆総合戦略とSDGsについて

#### 戦略目標 1 村内での起業及び企業誘致の両輪により村に“しごと”を創る



#### 戦略目標 2 多様な人とのつながりを生かした転入促進で村に“ひと”を呼び込む



#### 戦略目標 3 特色ある施策で子育て世代に好まれる“むら”をめざす



#### 戦略目標 4 固有の環境を活かした“むら”ならではの生活空間を実現する



#### 戦略目標 5 政策の総合展開で波及効果を高める



### 第Ⅱ期川内村まち・ひと・しごと創生総合戦略

【概要版】

発行：福島県川内村

〒979-1292 福島県川内村大字上川内字早渡 11-24

TEL 0240-38-2111 FAX 0240-38-2116