

白川村 第2次総合戦略
いつまでも住み続けたい村づくり
マスタープラン

対象期間：令和2（2020）～令和6（2024）年度

令和元(2019)年12月

白川村

ごあいさつ

白川村第一次総合戦略は、総合計画と併用する形で平成27年度（2015）から平成31年度（2019）の5カ年の期間で計画を策定しました。しかしながら、計画策定の年である平成27年（2015）4月現在に居た1,695人の人口は、計画最終の年である平成31年（2019）4月には1,589人にまで減少、5年間で約100人が減少したこととなり人口減少に歯止めを掛けられていない状況です。

これを打開するべく今回の第二次総合戦略は、人口減少に歯止めを掛けることを村の最重要課題として位置付け、「人口は維持以上を目指し、持続可能な村をつくる」ことを基本目標に掲げました。

本戦略策定にあたっては、若手の住民や役場職員を中心に構成された専門部会や、議会説明会、総合戦略策定審議会など、昨年度から2カ年をかけて合計23回もの会議を重ね、多くの皆様からいただいた貴重なご意見を戦略に反映しています。

策定後は、移住定住対策の強化、6次産業化による村の経済循環の改善、観光資源の多極化を実施するとともに、子育てやすい環境の向上等、全村民が安心して暮らせることを目指し、総合戦略の中で目標としている人口ビジョンの将来展望達成に向け努力していく所存です。本計画が“絵に描いた餅”とならないようPDCAサイクルを着実に回し、『いつまでも住み続けたい村づくり』に職員一丸となって邁進して参ります。



白川村長
成原 茂

令和元年12月

目次

要 約.....	2
総合戦略の位置づけ.....	3
はじめに.....	5
体制図.....	7
審議会・部会の構成.....	8
SDGs（持続可能な開発目標）について.....	12
課題認識.....	13
基本目標・数値目標.....	14
第2次総合戦略の体系図.....	15
施 策 編.....	16
分野ごとの基本目標、基本的な方向、具体的施策.....	16
1.（ひと）多様な価値観の尊重 —移住定住支援の本格化—.....	17
2.（しごと）観光の「量から質へ」 —観光資源の多極化と経済の融合—.....	21
3.（まち）結婚・出産・子育ての希望を叶える—二重の相互扶助の構築—.....	26
4.（情報）プロモーションの多方向化.....	30
人口ビジョン.....	32

要 約

白川村の人口は、長期にわたる減少傾向に歯止めがかかっていません。

現在の成り行きでは、2040年に1,241人、2045年には1,185人にまで減少することが見込まれます。

未来を明るいものに変えるには、村の良いところは残しつつも、時代にあわせて変えるべき点を見定め、しなやかに変えていく必要があります。

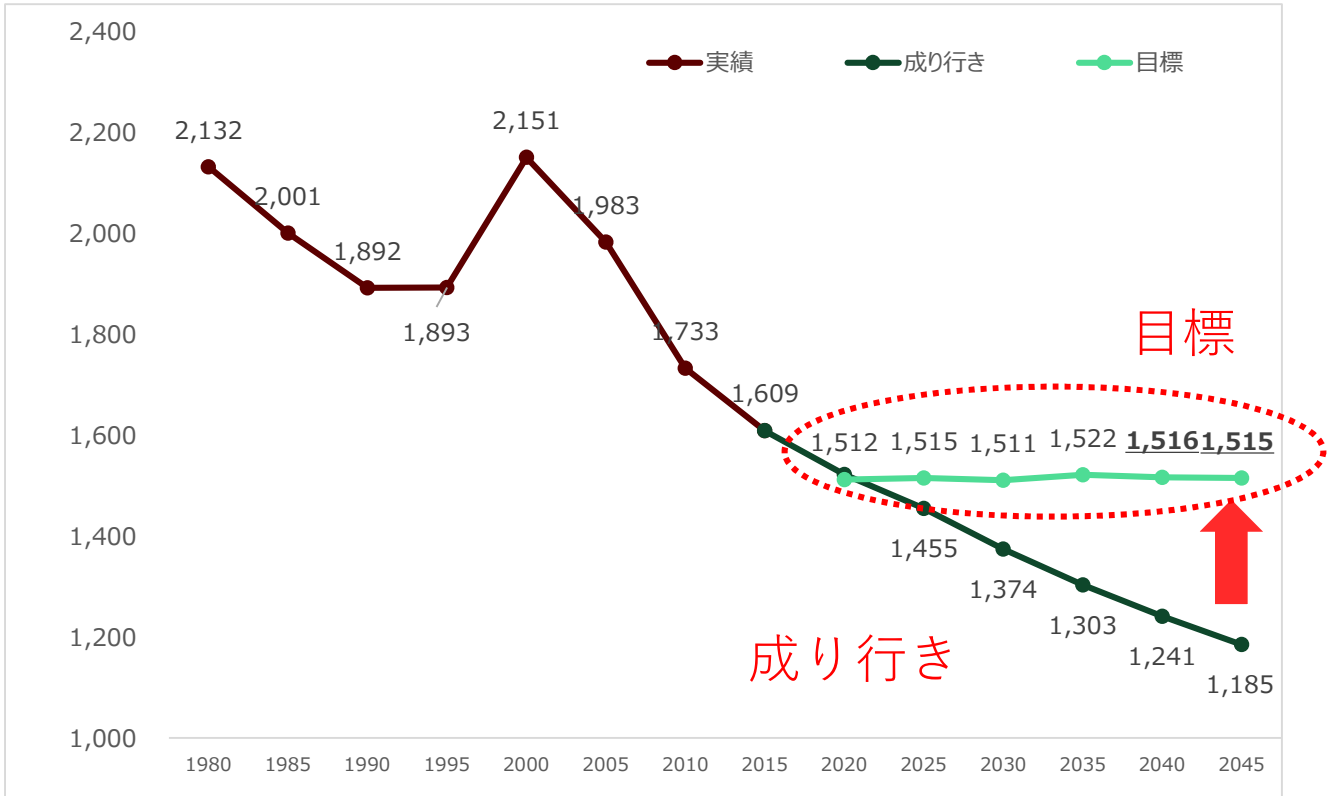


図 1 白川村の人口推計 単位：人
(詳細は p.32～「人口ビジョン」参照)

本書は、「人口は維持以上を目指し、持続可能な村をつくる」¹ことを目標に置き、今後5年間の村の方向性を示す戦略を策定したものです。

<基本目標>

①人口は維持以上を目指し、持続可能な村をつくる

- ① (ひと) 多様な価値観の尊重 ー移住定住支援の本格化ー
- ② (しごと) 観光の「量から質へ」 ー観光資源の多極化と経済の融合ー
- ③ (まち) 結婚・出産・子育ての希望を叶える ー二重の相互扶助の構築ー
- ④ (情報) プロモーションの多方向化²

(①が最上位の目標であり、それを実現するために①～④に取り組む。)

¹ 「持続可能な」ということばは、国連が2015年のサミットで採択した、SDGs (持続可能な開発目標。Sustainable Development Goals) の略。2030年に向けて国際社会全体が達成すべき17項目を定めた目標の視点にあわせ用いています。詳しくは p.11 参照。

² プロモーションとは、商品やサービス、情報などを、広い範囲に認知させる広報・宣伝活動のこと。

総合戦略の位置づけ

(1) これまでの村の計画と戦略

白川村ではこれまで6次にわたり「白川村総合計画」を定め、これを村の最も重要な計画、村づくりの柱として位置づけてきました。現行では、2019（令和1）年度を終期とする10年周期の「第六次総合計画」が存在し、2019年度の今年はその最終年度を迎えています。

一方、2014年に施行された「まち・ひと・しごと創生法」は、少子高齢化の進展に対応し、人口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ことを目的としており、市町村は2015年より、総合計画とは別に、人口減少や少子高齢化への対策を主眼とする「地方版総合戦略」を定めなければならないことになりました。

村は2015年に、第六次総合計画の後期5年と地方版総合戦略の計画期間を併用した形で「白川村（第1次）総合戦略」を策定しました。総合戦略も同様に2019年度の今年はその最終年度にあたります。

(2) 第1次総合戦略の振り返り

2015年に掲げた第1次総合戦略では、「現在人口（当時、1,700人）の維持」を最重要の数値目標とし、多岐にわたる分野での方針や戦略、取り組み項目が掲げられました。このうち、観光産業の活性化や子育て・買い物環境の整備といった項目は、当初の目標を超える成果を挙げました。

しかしながら、新村民の受け入れ態勢の整備や、新産業の創出といった点においては未達成項目が多かったこと、また、それぞれの取り組みの進捗状況を定期的に把握できるKPI³の設定が難しかったことから、結果として、最も重要視していた「人口（当時、1,700人）の維持」の達成は難しい状況にあります。

＜白川村 総合戦略効果検証業務 検証委員会コメント（平成30年3月、抜粋）

- ・戦略資源である職員の人手不足について、改善が期待できる策は行われておらず、各担当課の職員が、厳しい状況に適応して事業を進捗させている。この点については、財政的に思い切った人員補強策をとることや、行政だけで全てを実施しようとしないうこと、事業によっては民間に委ねること、戦略事業の組み直しなど、多くの委員から何らかの対応を求める意見が述べられた。
- ・また、現状では、戦術である各事業を用いて目標を達成するための、戦略的視点が欠けているとの指摘や、官だけでなく民も含めて複数事業で目標を達成するべきで、その道筋がバラバラであるとの指摘があった。過去の予算措置をそのまま継続する傾向や、事業廃止を含む戦略再構成の必要性が指摘されており、プランニングが職員に難しいならば、外部の力を借りて進めることも必要であると指摘された。
- ・戦略再構成の視点としては、「定住」「事業継承」「産業育成」といった視点が挙げられており、戦略の実行には行政だけでなく事業者や住民も協力していく体制が必要であると指摘された。

このため、第2次総合戦略においては

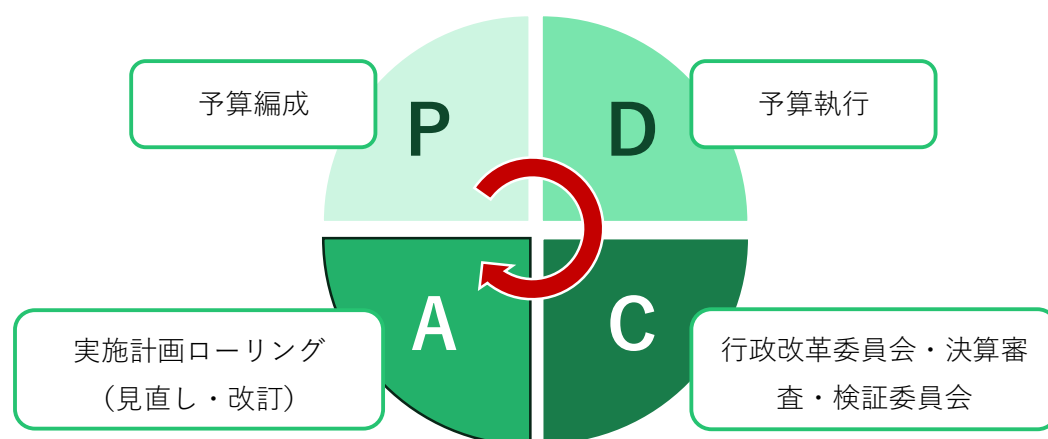
- ・人口維持に焦点を合わせた施策の絞り込み
- ・PDCA⁴サイクルを回しやすいKPIの設定

に焦点を合わせて進めていくこととします。

³ Key Performance Indicator の略で施策や事業ごとの進捗状況を検証するために設定する指標のこと。

⁴ Plan（計画）、Do（実施）、Check（評価）、Action（改善）の4つの視点をプロセスの中に取り込むことで、プロセスを不断のサイクルとし、継続的な改善を推進するマネジメント手法。

< P D C A サイクルの例 >



(3) 総合計画を廃止し総合戦略に一本化

一方、地方分権改革の取り組みの中で、国から地方への「義務付け・枠付けの見直し」の一環として、地方自治法の一部を改正する法律（平成 23 年法律第 35 号）が平成 23 年 8 月 1 日に施行され、総合計画の策定を義務付けていた規定は廃止されました。これにより、総合計画の法的な策定義務はなくなり、策定は村の独自の判断にゆだねられることになりました。

白川村では、

人口減少こそ村の将来を左右する最大の課題である

と認識し、今回から総合計画を廃止して、総合戦略に一本化することとしました。これが本書の位置づけです。

(4) 構成と期間

本総合戦略は、村の現状に照らして設定した「基本目標」と基本目標別の政策パッケージとして政策の「基本的な方向」や「具体的な施策と重要業績評価指標（K P I）」から構成されます。対象期間は、2020（令和 2）年度～2024（令和 6）年度とします。また、基本目標や具体的施策を実現させるために進めていく事業などを定める「実施計画」は、毎年、役場内で進捗状況を確認しながら内容を見直していきます。（基本目標・具体的施策と実施計画との対応関係は、p.15「第 2 次総合戦略の体系図」参照）

なお、地方創生を着実に実現すべく、実施計画の進捗状況に照らしながら、本総合戦略自体についても適宜見直しを図るものとします。

施策の推進と効果検証は、住民・職員からなる部会と、「産官学金労言」等の関係者を構成員とした検証委員会により行います。

はじめに

(1) これまで：人口減少の進行

白川村は、日本人の「心のふるさと」と言える原風景を残し、日本中、あるいは世界中から観光客が集まります。しかしながら一方で、村の定住人口は、長期にわたって減少傾向に歯止めがかかっていません。2019年4月時点ですら1,600人台を割り込み、1,500人台となりました。

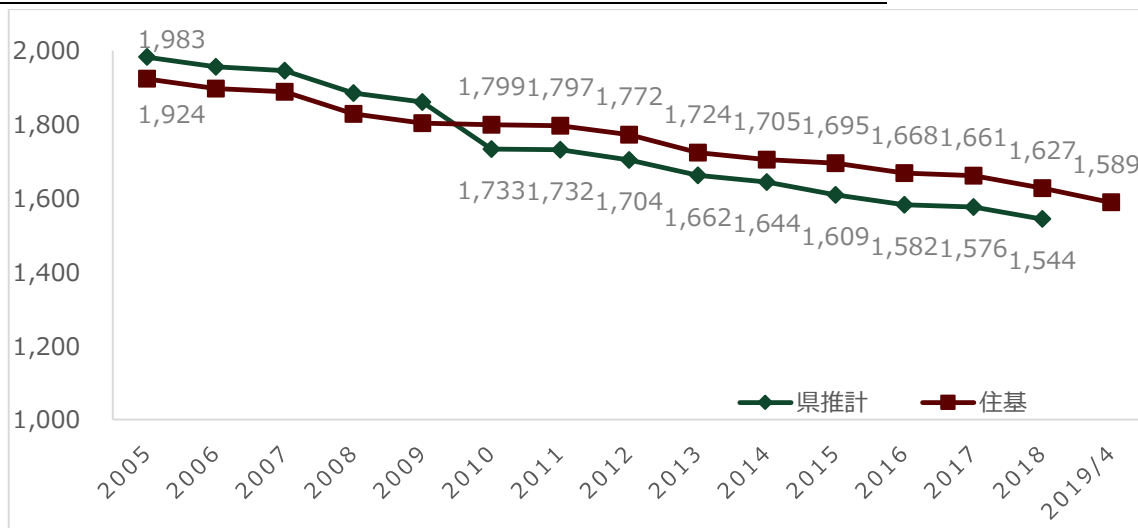


図 2 白川村の人口推移（各年10月1日現在、2019年のみ4月1日）単位：人

出所：岐阜県人口動態統計調査、白川村村民課

人口が減る理由は、

① 自然減少：人の生死（死亡が出生を上回る）、② 社会減少：人の転居（転出が転入を上回る）、の2つの要因からなっています。過去10年の傾向では村は平均して、

① 年間9人程度の自然減少

② 年間12人程度の社会減少

→ ① + ② ≒ 年間21人の人口減少 が続いてきました。

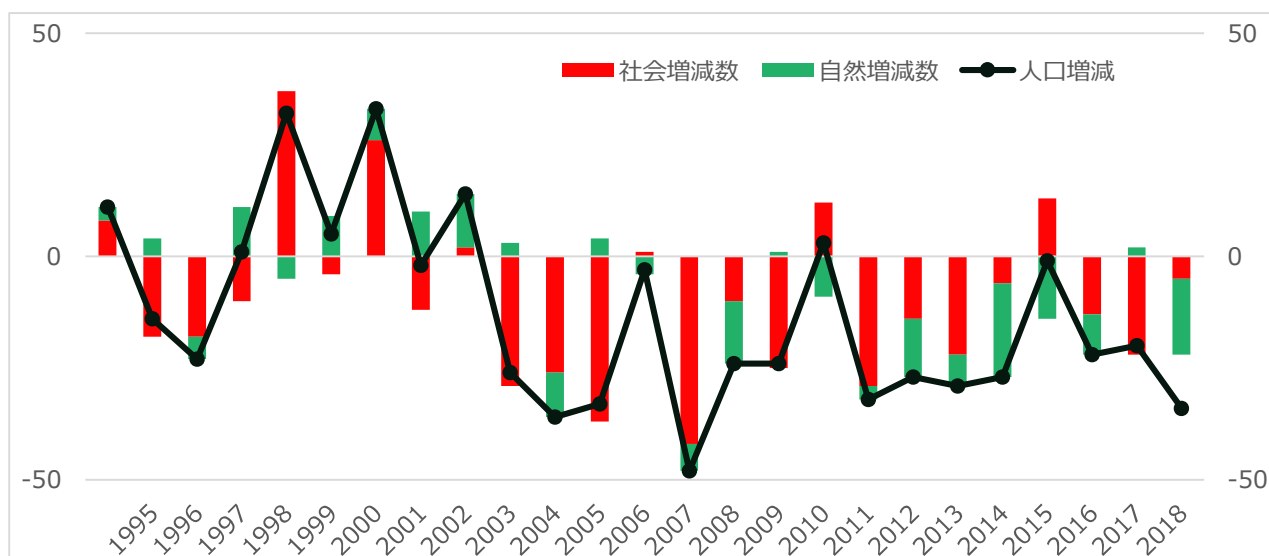


図 3 白川村の人口増減（住民基本台帳人口,1995-2018,各年における1年間の動態）単位：人

出典：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

(2) これから：成り行きの展望

成り行きの展望では、人口減少はこれからも進行し続け、最新の推計（2018年推計）では2040年（今から20年後）には村の人口は1,200人台に、2045年には1,100人台となることが示されています。

しかるべき手を打たなければ、先人が守ってきた白川村の伝統や文化や誇りを、次世代につないでいくことができなくなる危機が迫っています。

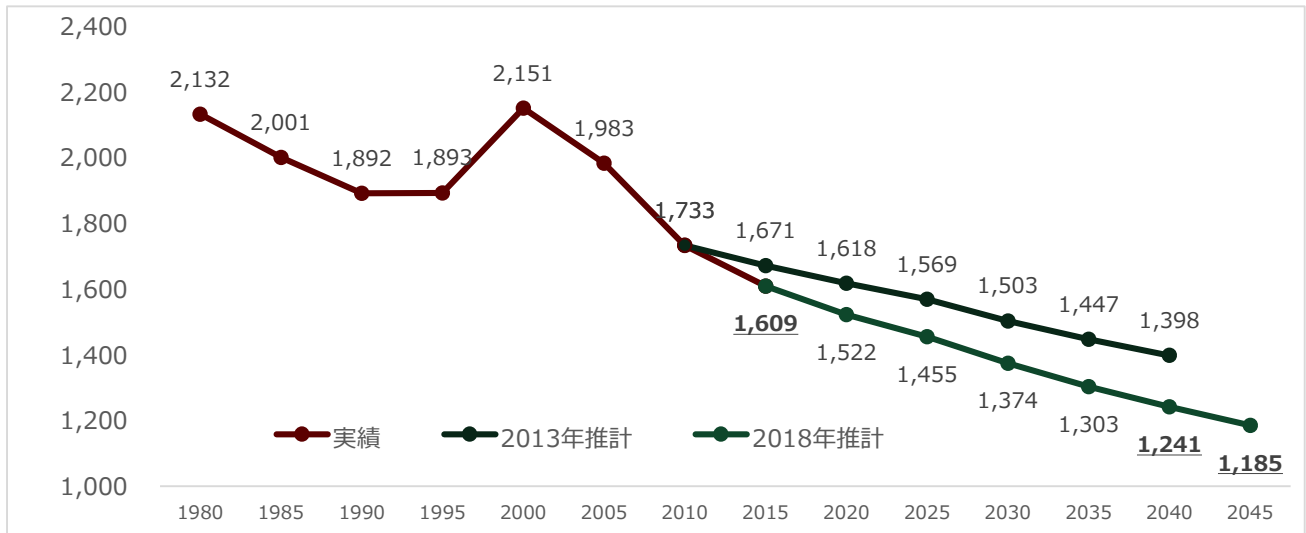


図4 白川村の人口推計 単位：人 出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」
2010年国勢調査に基づく2013年の推計値、2015年国勢調査に基づく2018年の推計値の比較

白川村第2次総合戦略は、「**人口は維持以上を目指し、持続可能な村をつくる**」

を基本目標に据え、村民の声をできる限り広く聞き、反映するため、

- 住民アンケート（40歳以下または移住者を対象）を実施
- 若手の村民と若手の役場職員の混成による、①移住・②観光・③出生3つの部会を設置
（体制図：p.7）

というかたちで検討を進めてまいりました。

部会では、次項にかかげる課題認識を共有したうえで、分野や業種の壁を越え、人口減少に本当に歯止めをかけるためにはどのような打ち手が必要か、について横断的な議論を重ねてきました。

政府のかかげる「まち・ひと・しごと」との関係性を白川村では以下のように整理し、人口減少に歯止めをかけるための好循環をつくり出すための戦略プランである、

「**白川村 第2次総合戦略 いつまでも住み続けたい村づくりマスタープラン⁵**」
を策定しました。

⁵ マスタープランとは基本計画のこと。

「まち・ひと・しごと」の関係性の整理

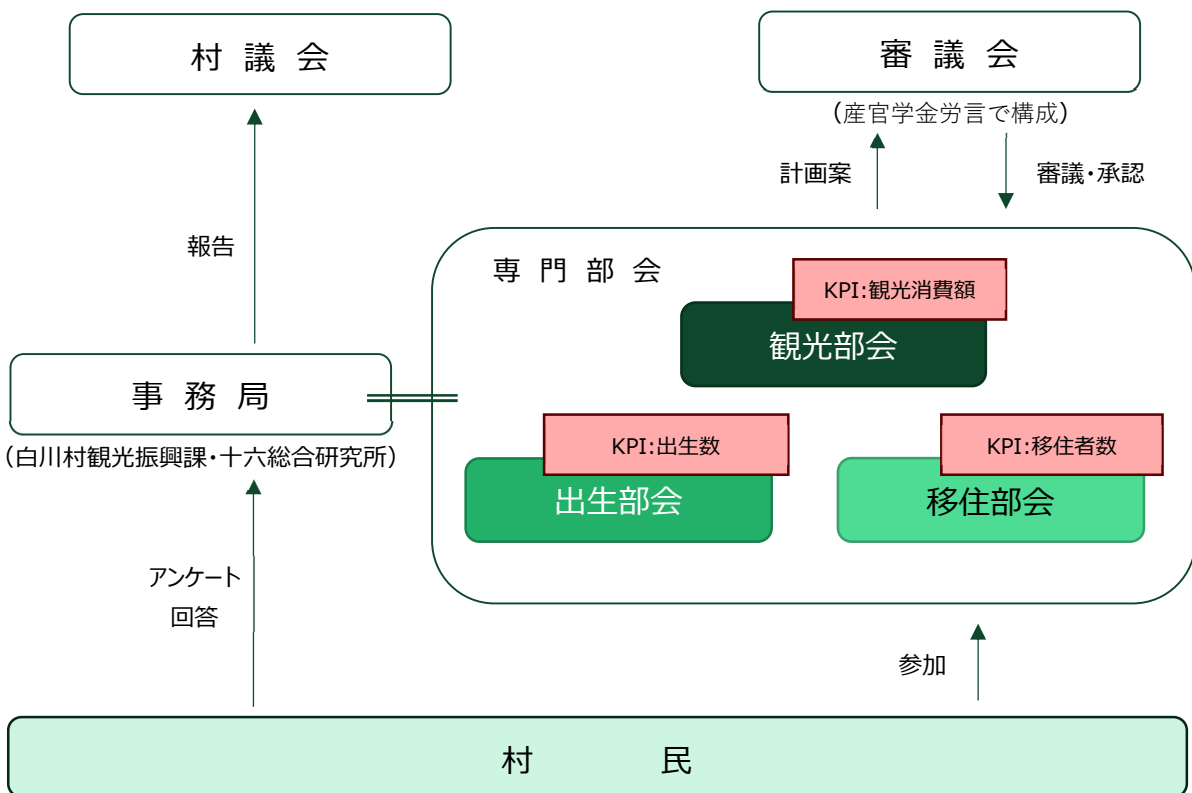
(政府)

(白川村)

- 「まち」 >> 結婚・出産・子育ての希望を叶える>>
- 「ひと」 >> 多様な価値観の尊重 >>
- 「しごと」 >> 観光の「量から質へ」 >>

人口減に
歯止めを!!

体制図



審議会・部会の構成

■ 審議会

氏名	役職等
大田 貢	白川村議会議長
森崎 敏克	白川村議会総務産業常任委員会委員長
長瀬 吉実	白川村商工会会長
中村 裕幸	白川郷学園校長
小手森 千紗	NHK 記者
西村 浩昭	白川郷観光協会会長
澤田 大輔	十六銀行高山支店長

■ 部会

◇ 観光部会

氏名	役職等
吉實 秀典 (部会長)	白川村役場基盤整備課農林担当課長補佐
佐藤 謙	白川村役場村民課村民健康福祉係主任 (前・観光振興課商工観光係主任)
白木 光成	白川村役場観光振興課産業振興係 (前・企業誘致対策課) 主任
蟻原 陽一	白山白川郷トレイルクラブ代表、白川郷アクティビティセンター代表、ゲストハウス AntHut 代表、鳩谷地区住民
小林 尚美	白川郷観光協会職員、馬狩地区住民
松本 継太	白川村役場教育委員会事務局文化財係主査

◇ 出生部会

氏名	役職等
田口 貴之 (部会長)	白川村役場会計室・財政課課長補佐
田川 薫	白川村役場村民課村民健康福祉係保健師 (第3回まで)
小坂 奈緒美	白川村役場村民課課長補佐 (第4回以降)
白木 秀史	白川村役場総務課税務係主査
坂井 美夕紀	荻町地区住民、愛知慈恵会栄養士
遠山 沙織	御母衣地区住民
田中 絵里加	牧地区住民、五子の母

◇先輩女性の意見を聞く会

氏名	役職等
小坂 淳子	南部地区住民
滝 麻衣子	荻町地区住民
平田 律代	鳩谷地区住民
小坂 奈緒美	出生部会メンバー（オブザーバー参加）

◇移住部会

氏名	役職等
高島 一成（部会長）	白川村役場教育委員会事務局課長補佐
二俣 慎弥	白川村役場観光振興課産業振興係主事
新谷 彰吾	飛騨農業協同組合（JA ひだ）職員、 有家ヶ原地区住民
福田 麻衣子	合掌造民家園職員、荻町地区住民、元地域おこし 協力隊員
滝 麻衣子	荻町住民、元世界遺産白川郷合掌造り保存財団勤 務
大澤 江美	平瀬地区住民、旅館の若女将

■事務局

氏名	役職等
成原 伸次	観光振興課課長
尾崎 達也	観光振興課課長補佐
章 璐	観光振興課産業振興係主事
田代 達生	株式会社十六総合研究所 主任研究員
村山 洋志	株式会社十六総合研究所 主任研究員

（敬称略・順不同）

審議会・部会の様子

審議会



観光部会



移住部会



出生部会



わたしたち村民の手で作成しました

本村における「白川村創生」は、成原村長がマニフェストに掲げる「いつまでも住み続けたい村づくり」を目標として、地域と行政が一体となり、様々な困難を乗り越え、その絆のもとに築き上げてきた豊かな地域性を充分にいかし、「白川村らしさ」を意識しながら、平成30年度（2018）から2カ年をかけて、「白川村第二次総合戦略～いつまでも住み続けたい村づくりマスタープラン～」を策定しました。

この総合戦略策定に至るまでには、これまでアンケート調査をはじめ、審議会を3回、議会説明会を3回、そして専門部会をそれぞれ6回開催しました。人口減少こそが村の将来を左右する最大の課題であることから、総合戦略では移住定住の促進や、子育てしやすい環境の創設、経済の循環、プロモーションの多方向化という4つのKPIを設定し、地域住民をはじめとする産官学金労言の連携によってPDCAサイクルにより確実に政策を展開して参ります。

今回の戦略策定にご協力いただいた村民の皆様、審議会委員の皆様、部会メンバーの皆様、十六総合研究所様に深く感謝申し上げます。

令和元年12月



総合戦略審議会 会長

大田 貢



SDGs（持続可能な開発目標）について

SDGs（持続可能な開発目標。Sustainable Development Goals）は、国連が2015年のサミットで採択した、「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現を目指し、2030年を年限に定めた17の国際目標です。

白川村が日本の原風景といわれる景観を残すことができた理由の一つは、行政、民間事業者、市民など異なる立場や役割の人々が互いに連携し守ってきたからです。実はSDGsの考え方は、白川村の先人たちと同様に、全ての関係者（先進国、途上国、民間企業、NGO、有識者等）が連携して、経済・社会・環境をめぐる広範な課題に統合的に向き合うことを重視しています。本戦略の策定にあたって、この村の実情を踏まえつつ、SDGsの達成に向けた取り組みの要素を反映しています。



課題認識

戦略策定にあたって、この村が今直面し、未来に向けて解決していかななくてはならない重要な課題は何か、について議論を深め、以下の3点に集約しました。

(1) 人口減少と担い手の不足

観光産業という基盤産業を持ちながら、それでも人口減少が止まらず、労働力不足が顕在化しているため、新しいビジネスや新陳代謝を生み出すクリエイティブ⁶な発想を持った担い手が枯渇している。また、移住者を受け入れる仕組みや住宅供給がなく、移住希望者はいるにもかかわらず現実の移住につながらない。

(2) 観光客の一極集中

年間175万人の観光客が訪れる地域でありながら、地域、時間帯とも局所に集中する「立ち寄り型観光地」になっており、交通渋滞やゴミ、トイレ問題など負の影響も生まれている一方、十分な観光消費を稼ぐ仕組みが構築できていない。観光による地域の安定的な経済循環をもたらすには「食を中心とする六次産業化」や「体験・滞在型観光」のコンテンツ⁷が不足し、観光産業そのものが内包する為替や世界情勢など外部要因に左右される不安定性から脱却できていない。

(3) 多様な価値観との共生

これまでの白川村は村民同士の価値観が同質的で、高い自治力（村人同士で問題解決する）、団結、また結^{ゆい}に代表される奉仕活動によって支えられてきたが、人口減少や観光地としてのグローバル化に対して、こうした従来型の考え方では包含できない多様な価値観との共生を必要とし、結^{ゆい}のあり方など新しい価値観への対応に迫られている。

⁶ クリエイティブとは想像性や独創性のことを指し、ここでは新しい事業を企画する力という意味で使っています。

⁷ コンテンツとは日本語に訳すと「中身」のことで、ここでは「顧客に提供する内容」という意味で使っています。

基本目標・数値目標

第2次総合戦略では、2020（令和2）年度～2024（令和6）年度における基本目標を下記のとおり定め、この目標の達成に向けて、集中して戦略に取り組むこととします。

基本目標と数値目標

①人口は維持以上を目指し、持続可能な村をつくる

数値目標：人口（2024年）

住民基本台帳ベース 1,600人

国勢調査・県推計ベース 1,500人⁸

（2019年4月現在：住民基本台帳ベース 1,589人）

- ①（ひと）多様な価値観の尊重 ー移住定住支援の本格化ー

数値目標 移住者数（転入数）

〔2009～18平均〕年間56人

→〔2020～24年平均〕年間96人

- ②（しごと）観光の「量から質へ」 ー観光資源の多極化と経済の融合ー

数値目標 観光消費額（年間）

〔2020年を基準値として〕→〔2024年〕基準値の120%

- ③（まち）結婚・出産・子育ての希望を叶えるー二重の相互扶助の構築ー

数値目標 出生数

〔2009～18年平均〕年14人→〔2020～24年平均〕年20人

- ④（情報）プロモーションの多方向化

数値目標 SNS⁹による新たな村内外広報※の立ち上げ・継続

〔2020年度～〕

※観光プロモーション用の既存アカウントを除く

- ①が最上位の目標であり、それを実現するために①～④に取り組む。

- ①については p.32 の「人口ビジョン」にて詳しく説明する。

本書では次項以降、先に①～④について基本的な方向と具体的な施策を定める。

⁸ 村では、2010年より住民基本台帳人口が国勢調査人口よりも数十人多い状態となり、2015年以降は約80人のギャップがあります。これは住民票を村に残したまま実態として村外に居住している方（例えば村外に出ている高校生）が多いことを示しています。こうした状況を考慮すると、数値目標としては住民基本台帳ベースと国勢調査ベースの両方の数値を意識する必要があります。

⁹ SNSとはSocial Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の略で、インターネットを介して人間関係を構築できるスマホ・パソコン用のサービスの総称です。

第2次総合戦略の体系図

基本目標		具体的な施策		実施計画	
人口は維持以上を目指し、持続可能な村をつくる	(ひと) 多様な価値観の尊重 — 移住定住支援の本格化 — 数値目標 移住者数 施策①KPI 民間「ペ・ロッパ」の誘致を通じた共同住宅の建設 施策①KPI 移住者の受け皿となる住居の確保 施策②KPI 移住希望者の把握 施策③KPI 関係人口の数や深度の把握 施策②KPI 中間支援組織の立ち上げ・活動開始 施策④KPI (世界遺産集落) 合掌家屋の全戸調査 施策④KPI 空き家等の実態調査 施策⑥KPI 白川郷学園卒業生への情報発信の仕組みの構築	施策① 移住者向けのすぐ住める共同住宅（アパート等）を供給する 施策② 移住希望者と村民をつなぐ中間支援の仕組みをつくり、関係人口を拡大する 施策③ 同質性と多様性を両立させた村の文化をつくる 施策④ 村内の空き家を把握し発掘する 施策⑤ 移住者の定着を支援する 施策⑥ Uターンを促進する	●移住定住政策（観光振興課） ●企業誘致（観光振興課） ●関係人口構築（観光振興課） ●空き家対策（観光振興課） ●村営住宅（総務課） ●自治会（総務課）	●人口動態（村民課） ●学校教育（教育委員会） ●ふるさと教育（教育委員会） ●社会教育全般（教育委員会）	
	(しごと) 観光の「量から質へ」 — 観光資源の多極化と経済の融合 — 数値目標 観光消費額 施策①KPI 白川郷ブランドの年間売上高 施策②KPI 営業している合掌民宿数 施策③KPI 観光入込み客数 施策④KPI 新たな財源の確保額 施策⑤KPI 白山を活用したツアー商品数 施策⑥KPI 観光消費額調査・満足度調査にかかる仕組みの構築	施策① 六次産業化による「白川郷ブランド」の育成を図る 施策② 人手不足に向き合いつつ宿泊受け入れを強化する 施策③ 世界遺産白川郷の景観を保全し、荻町一極集中を緩和する 施策④ 村への新たな資金の流れをつくる 施策⑤ 白山を活用し、新たな観光地づくりをすすめる 施策⑥ これからの観光地づくりに備える	●観光振興（観光振興課） ●商工業振興（観光振興課） ●特産品開発（観光振興課・基盤整備課） ●雇用対策（観光振興課） ●ふるさと納税（観光振興課） ●オーバーツーリズム対策（観光振興課）	●新たな資金・財源確保（財政課） ●情報通信（総務課） ●土木全般（基盤整備課） ●農林業全般（基盤整備課） ●文化財（教育委員会）	
	(まち) 結婚・出産・子育ての希望を叶える — 二重の相互扶助の構築 — 数値目標 出生数 施策①KPI 村の婚活サポート事業による成婚数 施策①KPI 若い夫婦の数 施策②KPI 出生数 施策③KPI 保育所利用の待機児童数 施策③KPI 放課後児童クラブの待機児童数	施策① 結婚を望む人を支援する 施策② 出産を望む人を支援する 施策③ 子育ておよび仕事との両立と教育を支援する 施策④ 医療・介護や専門的サービスを充実させ、買い物の利便性を高める 施策⑤ 女性同士が友達でも多世代でも助け合える仕組みをつくる	●婚活支援（村民課） ●子育て支援（村民課） ●母子保健（村民課） ●健康増進（村民課） ●福祉全般（村民課）	●医療・介護保険（村民課） ●保育園（教育委員会） ●消防防災（総務課）	
	(情報) プロモーションの多方向化 数値目標 SNSによる新たな村内外広報の立ち上げ・継続	施策① 広報セクションの業務範囲を拡大し、SNS等を活用した情報発信に取り組む 施策② 広報の側面から移住定住やUターン促進に取り組む 施策③ 誰一人取り残さない広報に取り組む	●広報公聴（総務課） ●シティプロモーション（観光振興課） ●プロジェクト事業計画（観光振興課）		

施 策 編

分野ごとの基本目標、基本的な方向、具体的施策

1. (ひと) 多様な価値観の尊重 — 移住定住支援の本格化 —

(1) 現状における課題

- ・村に移住を希望する人は年間数十人（村役場への問い合わせ）いるが、村内にはすぐ住める住居物件が底をついていることもあり、現状では移住希望者の支援も、その意向把握も行われていない。
- ・現状では、移住希望者と村民を橋渡しするような中間的な組織が存在しない。
- ・村の一部に空き家はあるが、他人に貸すことができ、かつ、すぐ居住できる状態の空き家はほぼ存在しない。そのため、移住希望者がいても移住の受け皿がない。
- ・また村の文化について、^{ゆい}結で守ってきた村であるため、出事や組織、寄合が多く、また、移住希望者にはわかりづらい暗黙のルールなどもある。
- ・こうしたことの結果として、移住希望者が移住に至らないことによる転入数の不足と、村の人口の割に転出数が多いこと（転出数の高止まり）により、人口が流出し続ける構造となっている。

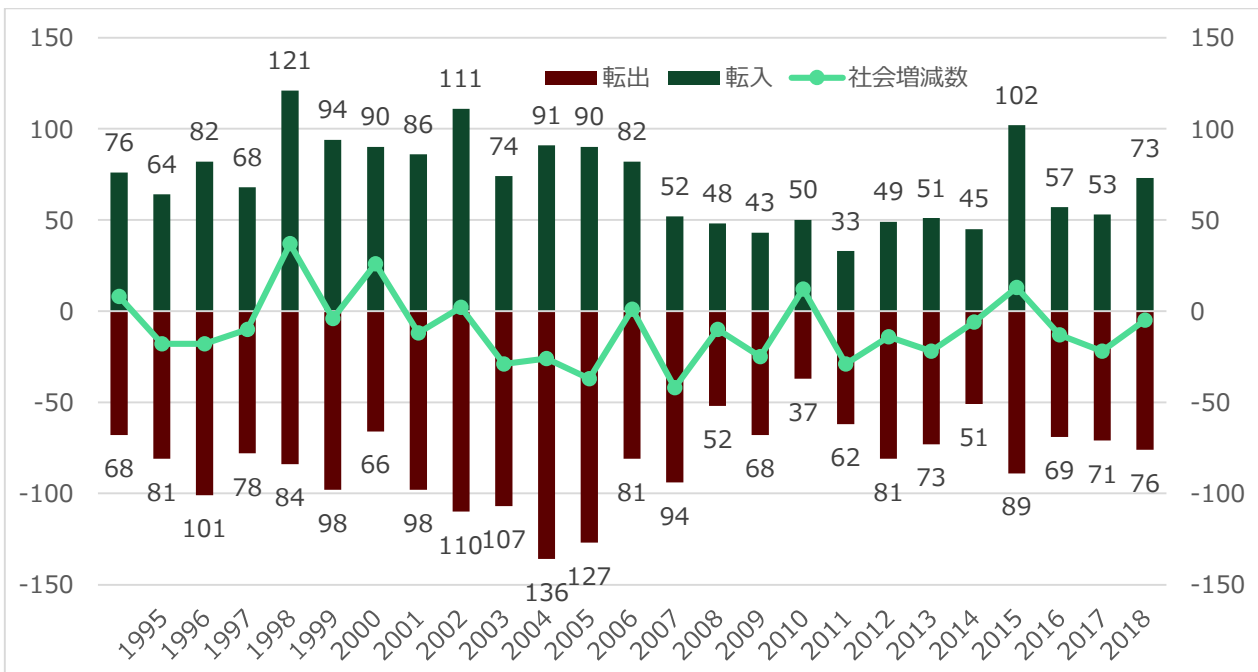


図 5 白川村の人口の社会増減（住民基本台帳人口,1995-2018,各年における1年間の動態）単位：人
出典：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

(2) 基本的な方向

- ・村に絶対的に不足している、移住者向けの「すぐ住める家」を供給する。
- ・中間支援組織を立ち上げ、移住定住支援を本格的に稼働させ、生産年齢人口を中心に移住を進める。
- ・空き家の実態を調査・把握し空き家カルテを確立する。
- ・移住希望者を把握し、家や仕事を見つけるところから定着まで支援する。
- ・「交流以上、移住未満」の関係人口を増やす。
- ・長い歴史の中で村を支えてきた見えないルールを明確にするとともに、移住希望者・村民の双方がともに安心して住めるよう地域全体の意識改革を促す。
- ・村を一度出た人の回帰を促す仕組みをつくり、帰村を歓迎する。

(3) 数値目標（成果指標）

数値目標（成果指標）	基準値	目標値
移住者数	〔2009～18年平均〕 年間56人	〔2020～24年平均〕 年間96人

※これまであるいは成り行きより、移住者数を純増で「年間40人」増やす目標。

(4) 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

施策① 移住者向けのすぐ住める共同住宅（アパート等）を供給する

- ・村に絶対的に不足している、移住者向けの「すぐ住める家」を供給する必要がある。
- ・そのために、アパート建設事業者（デベロッパー）を誘致し、村内に共同住宅を建ててもらう。
- ・新設する共同住宅への入居者に対しては、家賃補助を制度化し、お試し移住を支援する。

KPI	基準値	目標値
民間デベロッパーの誘致を通じた共同住宅の建設	—	年間1棟（4世帯）以上 （2021年度以降）
移住者の受け皿となる住居の確保 （上記共同住宅を含む）	—	年間に移住者20人相当以上 （2021年度以降）

施策② 移住希望者と村民をつなぐ中間支援の仕組みをつくり、関係人口を拡大する

- ・移住希望者一人ひとりについて、希望時期、実現可能性、移住へのネックなどを把握し、リストを整備する。
- ・関係人口の数や深度を定期的に把握できる仕組みをつくる。
- ・移住希望者が住民と関われる場、コミュニケーションの場をつくり、移住希望者が村内に友達やツテをつくれるようにする。
- ・村の行事や祭りの人足^{にんそく}としても移住希望者を受け入れる。
- ・関係人口を拡大するため、村内外でのイベント、お試し移住の機会提供、村での暮らし方の紹介などを行う。
- ・移住希望者のためになる村の「しごと」に関する情報を集約し、発信する。（→3. 結婚・出産・子育ての希望を叶える、4. プロモーションの多方向化）
- ・医療・福祉・子育て・買い物に関する情報をまとめた暮らし方のガイドブックを整備する。（4. プロモーションの多方向化）
- ・上記のことについて、移住希望者が交流人口→関係人口→移住人口→定住人口へと階段状のステップを上っていけるよう一貫して支援する、中間支援組織を立ち上げる。

KPI	基準値	目標値
移住希望者の把握	—	リストの整備 (2020 年度中)
関係人口の数や 深度の把握	—	同上 (2020 年度中)
中間支援組織の 立ち上げ・活動開始	—	組織の設立 (2020 年度中)

施策③ 同質性と多様性を両立させた村の文化をつくる

- ・村の各区や組に備わるルールを書き出し、明文化することで、移住者・移住希望者に説明可能な形にする。(→3. 結婚・出産・子育ての希望を叶える)
- ・村にある多数の自治組織や、出事や人足にんそくの役割を見直し、統廃合も視野に入れた議論を行う。
- ・そのほか移住者と村民のコミュニケーションを活性化させ、同質的な村民意識を残しつつ、村の文化に多様性を受け入れる道をひらく。

施策④ 村内の空き家を把握し発掘する

- ・世界遺産合掌造り集落における合掌造り家屋の全戸調査を行い、住宅の現状、後継者の有無などを把握するカルテを整備する。
- ・村内に点在する空き家（お盆だけ帰省する、遺品や仏壇が残っている、等を含む）の状況や、将来的に空き家となる家屋の状況を調査し、空き家等カルテを整備する。
- ・空き家の実態把握及び利活用の促進を目的に空き家等対策計画を策定する。

KPI	基準値	目標値
世界遺産集落における合掌 家屋の全戸調査	—	カルテの整備 (2020 年度中)
空き家等の実態調査	—	空き家等カルテの整備 (2020 年度中)

施策⑤ 移住者の定着を支援する

- ・移住者と村民が触れ合える歓迎会・交流会を定期的を開催する。
- ・新たな移住者を、村の広報誌で「白川村アンバサダー」¹⁰（仮）として紹介する。(→4. プロモーションの多方向化)
- ・白川郷学園の教育水準を維持・向上し、教育移住の受け入れにつなげる。
- ・村にいながら高度な教育を受けられる環境を整備する。
- ・村から転出していく人には、転出届の窓口で「この村で定住することの何が障害となったか」についてアンケート調査を行い、この村に足りないものを調査する。

¹⁰ アンバサダーとは「大使」のこと。

施策⑥ Uターンを促進する

- ・白川村の自然によく触れさせ、郷土を愛する子どもを育てる。また親も同時に郷土のことをよく学び、郷土愛の根づく家庭教育を実践するように環境整備をする。
- ・小中一貫の白川郷学園を卒業すると村とのかかわりが急に薄れてしまうため、白川郷学園の卒業生と、SNSの機能を使ってコミュニケーションできるしくみをつくり、村から卒業生に対して定期的にメッセージや情報を発信する。(→4. プロモーションの多方向化)
- ・高校生以上も関わりやすい、参加しやすいイベントをつくる。

KPI	基準値	目標値
白川郷学園卒業生への 情報発信の仕組みの構築	—	2019年度以降の卒業生 を対象に 2020年度以降に開始

2. (しごと) 観光の「量から質へ」 —観光資源の多極化と経済の融合—

(1) 現状における課題

- ・年間 175 万人の観光客が訪れる地域でありながら、十分な観光消費を稼ぐ仕組みが構築できていない。観光消費を刺激し、地域に安定的な経済循環をもたらす「食を中心とする六次産業化」や「体験・滞在型観光」などの仕掛けが不足しており、結果、観光産業そのものが内包する、為替や世界情勢など外部要因に左右されやすい不安定性から脱却できていない。
- ・労働力不足が顕在化（白川村の失業率は 2015 年時点で 0.3%と、労働力の余剰はすでにほぼゼロ近傍にある）しており、新しいビジネスや新陳代謝を生み出すクリエイティブな発想を持った担い手が枯渇している。
- ・地域、時間帯とも局所に集中する「立ち寄り型観光地」になっており、交通渋滞やゴミ、トイレ問題など負の影響が生まれている。
- ・村内に 21 軒ある合掌造りの民宿について、所有者の高齢化や労働力不足により、1泊2食を提供するフルサービスの提供が将来的に困難になる可能性がある。また、後継者のいない民宿が散見され、将来、所有者が事業を続けられなくなった場合の対応策を考えておく必要がある。
- ・白川村の農業は産品が少なく、実質的には米以外にはほぼ自給されていないが、村内に「強い売り場」があることを生かして、村独自の六次産業化に取り組む余地がある。

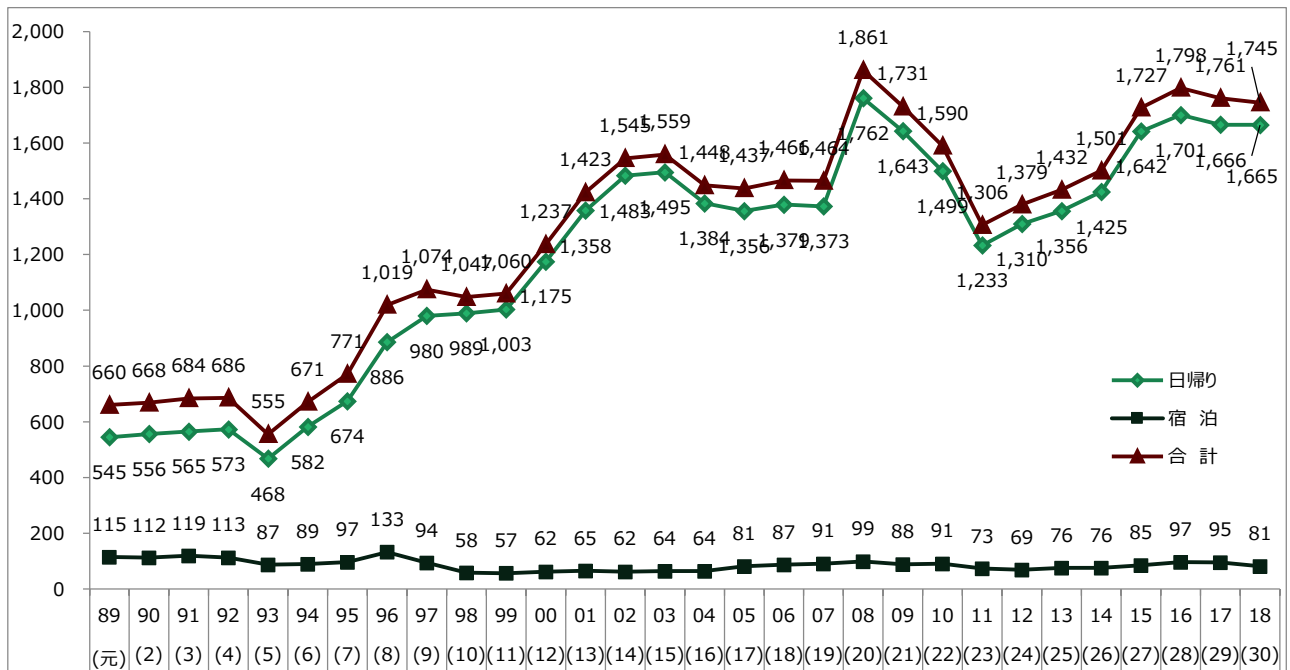


図 6 白川村の入込み客数の推移 出所：白川村観光統計 単位：千人

(2) 基本的な方向

- ・世界遺産合掌造り集落の景観保全と、その活用や住民生活との両立を図る。
- ・来訪客の国籍別・発着地・宿泊形態（ホテル・旅館・民宿など）などに関して得られる多様なビッグデータ¹¹を活用して、観光客をカテゴリーごとに分けて消費、行動、関心などを分析する「観光マーケティング¹²」の視点を強化する。
- ・観光の質の向上：入込客数を追わず、一人当たり消費額を上げることで観光消費額の最大化を図る。また、白山の自然資源を活用して観光の多極化を図る。
- ・村特有の商品開発や六次産業化による、「食」を軸とした商品開発により、村の経済循環を改善し、もっと稼げる村の経済をつくる。
- ・世界遺産合掌造り集落の「日中」「休日」の受け入れ能力は限界に達しており、駐車場の値上げや宿泊税・入村税など、価格や入場規制によるコントロールを検討する。

(3) 数値目標（成果指標）

数値目標（成果指標）	基準値	目標値
観光消費額（年間）	[2020年] に行う観光消費額調査の結果を基準値とする（※）	基準値に対し 120% [2024年]

※ 一人当たり観光消費額は、2017年調査において
日帰り：2,808円、宿泊：22,189円、加重平均：3,757円という調査結果あり。

¹¹ ビッグデータとは、ビジネスや研究の現場に溢れている大量のデータのこと。

¹² マーケティングとは、モノやサービスを希望する価格で売れるようにするための一連の仕組みをつくること。

(4) 具体的な施策と重要業績評価指標 (KPI)

施策① 六次産業化による「白川郷ブランド」の育成を図る

- ・村でつくられている農畜産品の種類と量、また、つくられた農畜産品がどれだけ中で消費され、どれだけが域外に販売されているか、といった流通構造を把握する。加えて、村の宿泊施設や飲食店で提供されている食と観光客のニーズとのギャップを調査する。
- ・村独自の土産品、土産菓子、企業誘致した養豚業の加工品などを、企画～開発～生産～加工できる六次産業化の担い手を発掘し、極力多くの工程を村内で担えるようにすることで、村外への所得の流出を最小化する。外からの誘致だけでなく中での育成も図る。
- ・村の主要産品であるコメなどは、村でとれたものが域外に流出せず、村内で消費される流通経路を再設計することで、白川郷というブランドを利用した食の振興を図る。
- ・ジビエや山菜、とれすぎた野菜、水など低利用資源の活用を図る。
- ・農業体験、野菜収穫、棚田オーナー制など、観光商品と連動させる。
- ・こうした六次産業化の担い手として、民間の組織や企業との連携や誘致を図る。また地域商社など組織化の必要性があれば検討する。
- ・食事業の活性化のため、フードコーディネーター¹³を担える人材を、村外から地域おこし協力隊のスキーム活用などによって誘致する。

KPI	基準値	目標値
白川郷ブランドの年間売上高	—	[2024年] 3億円

施策② 人手不足に向き合いつつ宿泊受け入れを強化する

- ・合掌民宿など村内の宿泊施設のブランディングを支援し、宿泊単価のアップを目指す。
- ・季節や時間帯ごとに異なる客層を細分化し、国別、エリア別に分け、おもてなしやPR戦略の最適化を行う。
- ・「泊食分離」の体制整備を行う。1泊2食を前提とせず、朝食のみあるいは素泊まりの宿泊受け入れを行う宿泊施設の体制整備を支援する。またそうした泊食分離客に対する食事の受け皿となるレストラン・飲食施設を支援する。
- ・早朝時間帯（朝食～ランチ）、ナイトタイム（夕方～夜間）など、観光客の低利用時間帯に提供できるような食のメニューや体験プログラムを造成する。

KPI	基準値	目標値
営業している村内合掌民宿数	[2018年] 21軒	[2024年] 21軒

減らさない

¹³ フードコーディネーターとは、食に関して、レシピや商品の開発、演出などをする専門家のこと。

施策③ 世界遺産白川郷の景観を保全し、荻町一極集中を緩和する

- ・繁忙期（GW、お盆など長期休暇）に発生するせせらぎ公園駐車場から白川郷 IC までの渋滞を緩和する交通対策を行う。
- ・キャパシティ（収容能力）の上限について：混雑時のピークカット（入場制限）など、数を直接制限する方法を検討する。また、駐車場の料金値上げや、観光税（入村税）など、価格メカニズム¹⁴を活用した客数のコントロールについても検討する。
- ・観光車両の動線を再設計する観点から交通標識の整備を行う。
- ・公衆トイレの再配置と整備を行う。またゴミ対策についても強化する。
- ・外国人観光客のマナー啓発につながる活動を行う。
- ・景観保全に直結する、あるいは白川村の文化を体験する体験商品を造成する。
- ・以上の方向性によって、観光客の「数を追う」のではなく「質を高める」ことに重点を置く。

KPI	基準値	目標値
観光入込み客数 (日帰り・宿泊合計)	[2018年] 1,745千人	[2024年] 1,745千人
国内旅行の滞在時間 (平日・休日 加重平均)	[2018年] 個人 184分 団体 106分	[2024年] 個人 240分 団体 120分

横ばい目標

施策④ 村への新たな資金の流れをつくる

- ・駐車場の料金値上げ、観光税（入村税）導入を検討（施策③）し、地域振興費の新たな財源を創出する。
- ・ふるさと納税（企業版ふるさと納税を含む）による、企業や個人による白川村への資金の流れを強化する。
- ・消費が支援になる「寄付付き商品」の仕組みを土産品などの分野で展開する。

KPI	基準値	目標値
新たな財源の確保額	[2018年] —	[2024年] 1千万円

2016-18年
観光振興費
平均実績の
1/2 相当額

施策⑤ 白山を活用し、新たな観光地づくりをすすめる

- ・白山の自然資源を活用した滞在型・体験型観光の強化に向け、プロデューサー¹⁵的役割を果たす人材を誘致し、健康、運動につながる商品造成を行う。
- ・どぶろく祭など村の行事に観光客を巻き込むよう、体験商品化する。
- ・御母衣ダムなど村内のダムや閉山した平瀬鉦山など、産業遺産の観光地化を図る。
- ・白山、南部地区に関連する観光商品造成にあたってネックとなる二次交通の強化を図る。とくに自家用有償旅客輸送制度（過疎地における自家用車を使ったタクシー業務）について、国家戦略特区

¹⁴ 価格メカニズムとは、商品の価格が変化することで、需要と供給が等しくなるように調整される、市場のしくみのこと。

¹⁵ プロデューサーとは、事業を成功させるためにお金や時間、スタッフなどを管理する総責任者のこと。

の指定を受け、村での事業開始を実現する。

KPI	基準値	目標値
白山を活用した ツアー商品数	—	[2024年] 5つ

施策⑥ これからの観光地づくりに備える

- ・来訪客の国籍別・発着地・宿泊形態（ホテル・旅館・民宿など）などに関して得られる多様なビッグデータを活用して、観光客をカテゴリーごとに分けて消費、行動、関心などを分析する「観光マーケティング」の視点を強化する。
- ・キャッシュレス¹⁶化を推進し、観光消費の喚起、観光客の利便性向上、消費単価アップを図る。
- ・「観光消費額」を定期的に調査する仕組みをつくる。
- ・オーバーツーリズム¹⁷を未然に防ぐため、「訪れる観光客の満足度」と「暮らす住民の満足度」のギャップを調査する仕組みをつくる。
- ・地域の観光経済全体を俯瞰^{ふかん}し、村の適正な観光客受け入れキャパシティ（能力）の上限を調査する。
- ・白川郷学園を中心に、世界遺産だけでなく村の様々な資源について学べる村民教育を進める。
- ・現在営んでいる村内事業者の事業継続と、次世代への事業承継を支援する。
- ・村内で創業（新規開業）を目指す方への支援を強化するため、産業競争力強化法に基づく創業支援等事業計画を策定する。
- ・現行の「観光基本計画」をアップデート¹⁸する次なる戦略づくりをすすめる。

KPI	基準値	目標値
観光消費額調査・満足度調査にかかる仕組みの構築	—	2020年から 毎年調査を開始

¹⁶ キャッシュレスとは、硬貨や紙幣など現金を使わず、カードや電子マネーによって決済すること。

¹⁷ オーバーツーリズムとは「観光公害」とも訳され、観光客が増えすぎることによって住民が生活上の不便や迷惑を被ること。

¹⁸ アップデートとは新しいものに書き換えること。もとはコンピュータ用語で、ソフトウェアを新しいバージョンに更新することをいいます。

3. (まち) 結婚・出産・子育ての希望を叶える一二重の相互扶助の構築

(1) 現状における課題

- ・白川村における子どもの数（出生数）はここ 10 年以上にわたり、一般的に小中学校で 1 学年 1 学級を維持する目安とされる年間 20 人を超えていない。（図 7 白川村の人口の自然増減（住民基本台帳人口,1995-2018,各年における 1 年間の動態））
- ・子どもの数は、①若い夫婦の数、②女性 1 人あたりの合計特殊出生率 の 2 つを掛け合わせたものである。この村では後者②の数値は 2.0 近傍と相応に高いことから、問題は前者①である。
- ・村における①若い夫婦の数（図 8）は、ここ 15 年で 256 組→164 組と、92 組も減少した。
- ・若い夫婦が減少する要因には、その予備軍である「未婚女性」と「未婚男性」の割合の不均衡がある。この村では未婚女性の数が未婚男性に比べて半数以下となっており、「嫁不足」といえる状況が起きている。（図 9）
- ・その理由として、多世代同居を前提とした「家」を中核とする社会システムと伝統的な家庭観が村には根強く、また女性にとって多様な仕事やキャリアを生かせる選択肢が決して多いわけではないため、女性にとって白川村は、都市と同じように自己実現を果たせるイメージに欠け、このために外から若い女性が流入しづらい状況が生まれ、「嫁不足」に陥っていると考えられる。
- ・すでに村においても、核家族や単身者といった、「家」以外のシステムを必要とする人々が増えてきている。「家」というシステムに頼らずとも、都市と同じように、出会いから結婚、出産、子育てまで、子どもを産み育てられる地域づくりを進めることによって、①若い夫婦の数を現在よりも増やし、年間 20 人以上の子どもが生まれる地域を目指す。

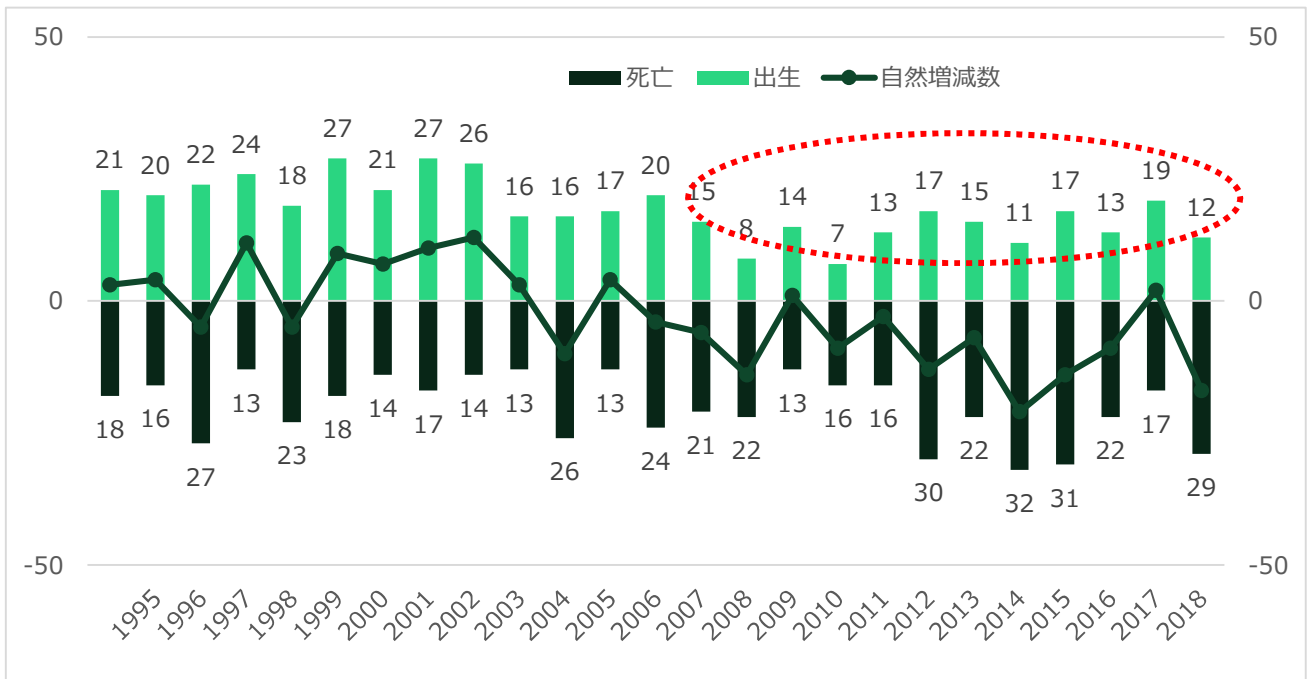


図 7 白川村の人口の自然増減（住民基本台帳人口,1995-2018,各年における 1 年間の動態）単位：人
出典：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」

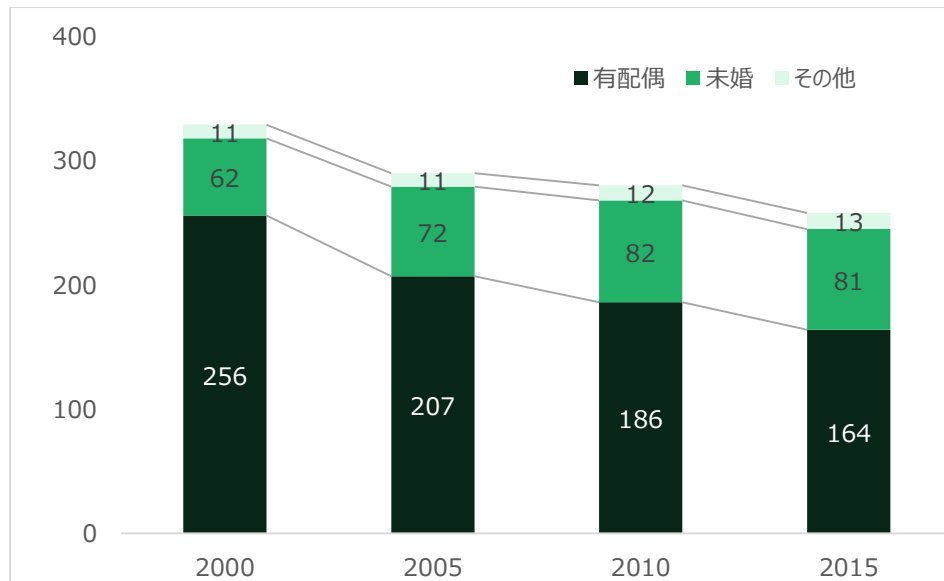


図 8 白川村における 15～49 歳女性の婚姻状況別人口 (夫婦数≡有配偶の女性数とみなす) 単位：人

2010年	総数					未婚者			
	男性	女性	男女比			男性 人数 (未婚率)	女性 人数 (未婚率)	男女比	
20代	58	58	1.0	20代	45	78%	38	66%	1.2
30代	115	105	1.1	30代	40	35%	14	13%	<u>2.9</u>
合計	173	163	1.1	合計	85	49%	52	32%	1.6
2015年	総数					未婚者			
	男性	女性	男女比			男性 人数 (未婚率)	女性 人数 (未婚率)	男女比	
20代	74	56	1.3	20代	57	77%	25	45%	<u>2.3</u>
30代	92	75	1.2	30代	25	27%	12	16%	<u>2.1</u>
合計	166	131	1.3	合計	82	49%	37	28%	<u>2.2</u>

図 9 白川村の 20～30 代の男女人口 (国勢調査人口,2010-2015,各年 10 月 1 日現在)

出典：総務省「国勢調査」

(2) 基本的な方向

- ・女性が都市と同じように白川村でも、家というシステムに頼らずとも、出会いから結婚、出産、子育て、労働参加（子育て中の働く場所の確保等）まで、望む人々に提供できる切れ目のない施策を展開する。
- ・相互扶助システムの二重化：白川村に昔から根づく「家」を軸とした『縦』の助け合いシステムに加え、女性同士が友達でも多世代でも助け合える『横』のシステムを育成する。
- ・核家族、独身者、高齢者世帯など、あらゆる家族形態の世代・世帯が安心して暮らせるコミュニティをつくる。

(3) 数値目標（成果指標）

数値目標（成果指標）	基準値	目標値
出生数	〔2009～18年平均〕 年14人	→〔2020～24年平均〕 年20人

(4) 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

施策① 結婚を望む人を支援する

- ・岐阜県「ぎふマリッジサポートセンター」等と連携し、結婚を望む人に対する支援を提供する。
- ・村での婚活サポートについて、「男子の草食化」時代にややぐわな面も出てきており、時勢にあった形で役割や事業の見直しを行い、「祭り参加」「自然体験」など、村の資源を生かしつつ若者が参加しやすい婚活イベントを行う。
- ・多様な属性を持つ女性の移住支援を行う。例えば都市に住む母子家庭の村への移住支援を行う。

KPI	基準値	目標値
村の婚活サポート事業による成婚数	年間平均1組 〔2011～2018年 縁結人の会による実績〕	年間3組
若い夫婦の数 （≒15～49歳の有配偶女性数）	164組〔2015年国勢調査〕 149組〔2018年住基〕	150組 〔2024年住基〕

施策② 出産を望む人を支援する

- ・出産前後の母子へのサポートを維持強化する。現在提供している妊娠・出産関連のサポートは継続しつつ、加えて産後のサポートを強化する。（例えば助産師による産前・産後サポート、乳幼児健診に発達を支援する専門職を招聘する等）

KPI	基準値	目標値
出生数	〔2009～18年平均〕 年14人	〔2020～24年平均〕 年20人

（上記 KPI は本章全体の基本目標・数値目標と同一）

施策③ 子育ておよび仕事との両立と教育を支援する

- ・男性を含めて、子育ては勿論、子育てと仕事が両立できるサポートを行う。
- ・晩婚化や核家族化、産後の仕事復帰が早まっている情勢から、未満児を中心に保育サービスのニーズはさらに増加することが見込まれる。こうした情勢に対応して保育士の確保に注力し、村の保育所利用の待機児童ゼロを継続する。また、放課後児童クラブ利用の待機児童数ゼロを継続する。
- ・高校・大学の教育費・通学費等への支援を拡大する。

- ・第3子以降の給食費等無料化を継続する。
- ・村内のしごと（求人）に関する情報集約と発信の仕組みをつくる。（→4. プロモーションの多方向化）
- ・公共施設・育児サービス等が気軽に利用できるよう、使用申請の簡素化や利用時間帯の柔軟化を図る。

KPI	基準値	目標値
保育所利用の待機児童数	ゼロ(2018年度)	ゼロ(2020～24年度)
放課後児童クラブの待機児童数	ゼロ(2018年度)	ゼロ(2020～24年度)

施策④ 医療・介護や専門的サービスを充実させ、買い物の利便性を高める

- ・いつまでも住み続けたい村づくりのために、他の市町に比べ引けを取らない水準以上の医療・介護サービスを提供する。
- ・専門性の高いサービスは村外の機関との連携を図り、村で受けられるサービスの種類を増やす。(例) 高齢者リハビリの理学療法士の招聘等。
- ・全国的に小売事業者は、人口減や都市部への人口集中を背景とするコンパクトシティ¹⁹化の動きから「小型店化」を進めており、大手ドラッグストア等と連携して、村に実証実験的な小売店舗を誘致し、村内で買えるものを増やす。

施策⑤ 女性同士が友達でも多世代でも助け合える仕組みをつくる

- ・核家族や独身女性を視野に入れ、村にある多数の自治組織や、出事や人足の役割を見直し、統廃合も視野に入れた議論を行う。（→1. 多様な価値観の尊重）
- ・女性同士が世代を超えて学び合えるように、女性の子育て中・子育て後の社会復帰などステージに応じて、学び直しの機会や情報を提供する。（→4. プロモーションの多方向化）
- ・女性のサークル活動や起業を支援する。また、活躍する女性についての情報が村内外に広報される仕組みをつくる。（→4. プロモーションの多方向化）

¹⁹ コンパクトシティとは、人々の住む地域を特定箇所に集中させることによって都市機能を維持しようという考え方のこと。

4. (情報) プロモーションの多方向化

(1) 現状における課題

- ・世界遺産白川郷の合掌家屋や風景は、これまでの観光プロモーションの成果によって世界的な認知を得てきたが、村民が村に愛着や誇りを持ち、人口の増加につながるシティプロモーション²⁰の取り組みはこれまであまり重視されてこなかった。
- ・このため、村が大事にしている本質的な暮らしや営み、あるいは村が抱える課題や弱み（関わりしろ）といったものが外からわからない状況になっている。その結果、観光客はたくさん来るにもかかわらず、それらが「関係人口」あるいは「移住者」へと発展する機会を逸失している。
- ・村が事業として取り組んでいる各種施策について、村民の認知度が上がらないために利用率が伸び悩むケースや、また逆に、広く村民の意見が村長や村役場に届いてないといった、行政と村民のコミュニケーション不足が懸念されている。

(2) 基本的な方向

- ・現在の広報セクションの役割を見直し、村民が村に愛着や誇りを持ち、地域そのものの価値を高めるシティプロモーションに取り組む。
- ・村の本質的な暮らし・魅力にかかる広報については、村の「弱み」「困りごと」「課題」に対して移住希望者が「関わりしろ」を見つけられるような、村外の人に手伝ってほしいことを発信する。
- ・村民向けの広報（インナープロモーション）については、村長が直接対話する「村長カフェ」や SNS での情報発信を強化する。また、広報しらかわに新たに村民となった移住者の方を「アンバサダー」として紹介するコーナーを設ける。
- ・誰一人取り残さない広報活動を目指し、村民の IT リテラシー（使いこなす能力）を引き上げ、村民同士が SNS のグループチャット機能等を活用して相互にコミュニケーションを図れるプラットフォームを構築するとともに、白川郷学園を卒業した子ども達に向けて継続的に情報を発信する。

(3) 数値目標（成果指標）

数値目標（成果指標）	基準値	目標値
SNS による新たな村内外 広報※の立ち上げ・継続 〔2020 年度～〕 ※観光プロモーション用の 既存アカウントを除く	—	[2020 年度より] 1 日平均 1 回以上発信

²⁰ シティプロモーションとは、地方の魅力を正しく伝えることによって、住民や移住者が地域に愛着を持つようにする、地方自治体が行う一連の宣伝・広報・営業活動のことを指し、地域外への広報と、地域住民への広報の両方を含んだものです。

(4) 具体的な施策と重要業績評価指標 (KPI)

施策① 広報セクションの業務範囲を拡大し、SNS 等を活用した情報発信に取り組む

(新たに発信していくこと)

- ・村の本質的な暮らし・魅力にかかる広報については、祭りへの参加や村の生活体験など、村の本質的な暮らしに触れる体験を提供することで、村への誇りや愛着を高め、関係人口構築につながる魅力発信を行う。
- ・村の「弱み」「困りごと」「課題」：移住希望者が「関わりしろ」を見つけられるような、村外の人に手伝ってほしいことを発信する。
- ・村民向けの広報（インナープロモーション）については、村長が直接対話する「村長カフェ」や SNS を通じ、村の課題認識とこれに対する施策、村民の暮らしに有益な情報を紹介する。
- ・女性同士が世代を超えて学び合えるように、女性の子育て中・子育て後の社会復帰などステージに応じて、学び直しの機会や情報を提供する（→3. 結婚・出産・子育ての希望を叶える）。
- ・女性のサークル活動や起業を支援する。また、活躍する女性についての情報が村内外に広報される仕組みをつくる（→3. 結婚・出産・子育ての希望を叶える）。

施策② 広報の側面から移住定住や U ターン促進に取り組む

- ・広報しらかわに、新たに村民となった移住者の方を「アンバサダー」として紹介するコーナーを設ける。
- ・移住希望者のためになる村の「しごと」に関する情報を集約し発信する。（→1. 多様な価値観の尊重）
- ・転入者のために、医療・福祉・子育て・買い物に関する情報をまとめた暮らし方のガイドブックを整備する。（→1. 多様な価値観の尊重）
- ・SNS の機能を使って白川郷学園の卒業生とコミュニケーションできるしくみをつくり、村から卒業生に対して定期的にメッセージや情報を発信する。（→1. 多様な価値観の尊重）
- ・村民協働の中で、村の本質的な魅力に強い誇りや愛着を感じ、その魅力に共感する人々の傾向を探り、ターゲット（エリア・属性・ライフスタイルなど）の明確化に取り組むことで、シティプロモーションの効果を高める。

施策③ 誰一人取り残さない広報に取り組む

- ・村民の IT リテラシー²¹（使いこなす能力）を引き上げ、村民同士が SNS のグループチャット機能等を利用して相互にコミュニケーションを図ったり、会合に集まる負担を減らせるようなプラットフォームを構築する。また、インターネット通販でどのように買い物をしたらよいか、どの品が何日で届くか、といった情報を集めて発信し、村の日常生活の利便性を高める。
- ・村民向けの広報については、知らせたい情報をその対象に応じて適切に媒体（メディア）を選択し、デジタルメディアに弱い高齢者にも配慮して、すべての村民に伝わる広報に取り組む。

²¹ リテラシーとは、もともとの意味は「読み書き能力」を指しますが、転じて現代では「使いこなす能力」という意味で使われます。

人口ビジョン

(1) 成り行きの世界

白川村は 2040 年、2045 年には成り行きでは以下のような人口の状況になることが予想されている。

		→成り行きの未来	
	2015年 国勢調査	2040年 推計	2045年 推計
総人口	1,609人	1,241人	1,185人
生産年齢 人口	868人	659人	626人
高齢人口 (高齢化率)	511人 (31.8%)	382人 (30.8%)	361人 (30.5%)
年少人口	230人	200人	198人

図 10 白川村の人口推計 出所：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」
2015 年国勢調査に基づく 2018 年の推計値

人口が減ることによって、岐阜県内の他の市町村では実際に以下のようなことが起きている。

<人口減少によって起きること>

- 1 学年あたり 20 人を切る事態が恒常化すると、一般的には小・中学校の統廃合が検討されることとなる。
→もし小中学校が地域から消える事態となると、若い家族が流入する可能性がゼロになるためその地域の人口減少と高齢化は一気に加速してしまう。
- また、人口が減少すると、地域内の小売・サービス事業者の採算が成り立たなくなり、スーパー（移動スーパー含む）、コンビニ、ガソリンスタンドといった生活関連サービスが撤退してしまう。すると、その地域に住むことはますます困難になり人口減少が加速して消滅に向かう。

こうしたことを村に当てはめると、村の維持は困難となり次のようなことが起きることが予想される。

<白川村に起きうる事態>

- ・ 白川郷学園が村から消滅する
- ・ 単独自治体としての存続が危機に
- ・ 祭りなどの伝統行事や文化の衰退
- ・ 世界遺産合掌造り集落の合掌造り家屋の維持が不可能に
- ・ 人口減少に伴う高齢者福祉の崩壊

しかし、白川村はこれまで、豪雪や自然災害に打ち克ち、伝統文化を守ってきた村である。努力によって村のなりゆきの未来を変えることは可能である。

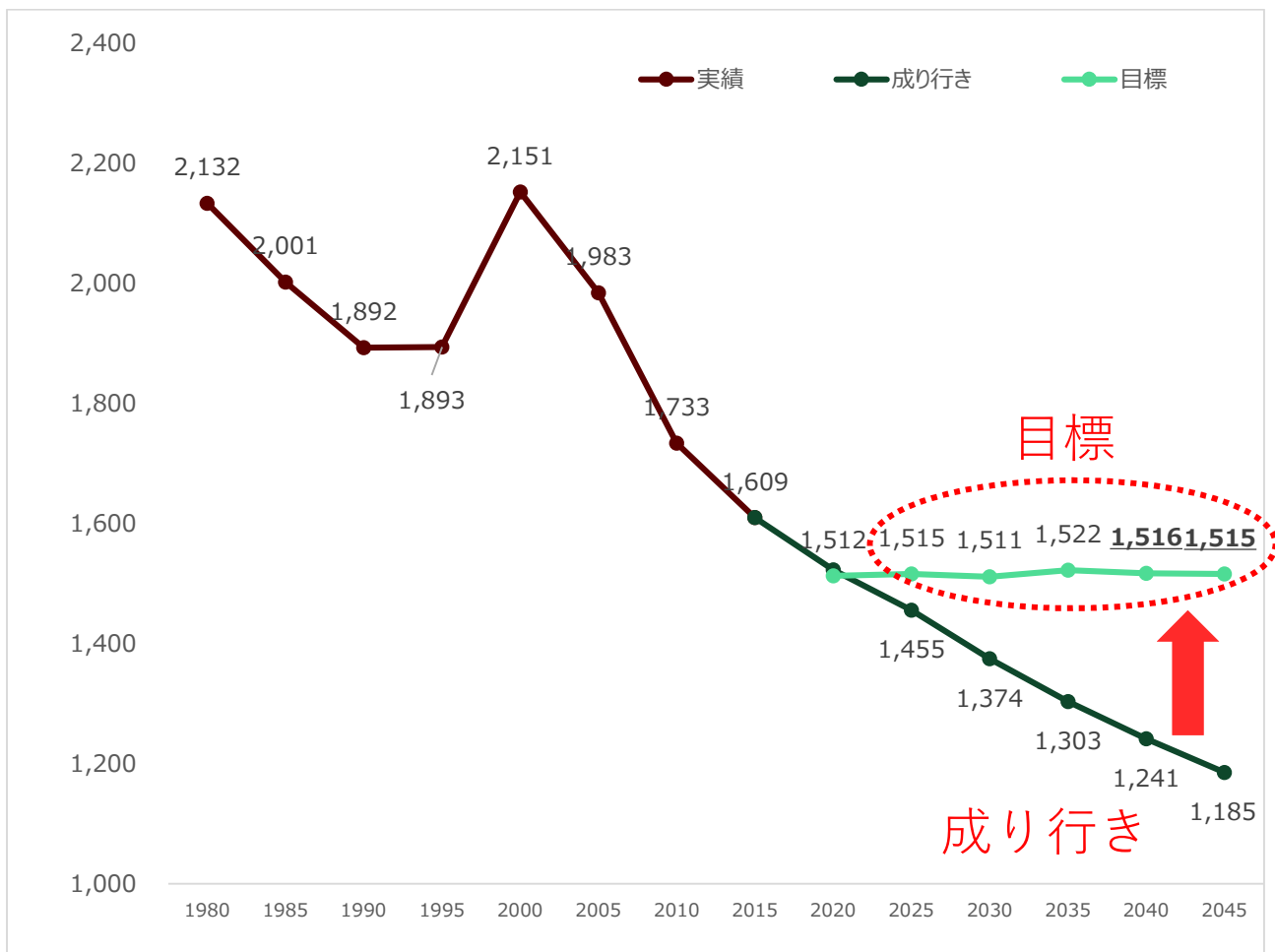
(2) 目標とする未来

本総合戦略の基本目標は「人口は維持以上を目指し、持続可能な村をつくる」であり、

2040年、2045年の総人口の推計値（2015年国勢調査のデータを基準値とする）が1,500人を超える水準を維持できることを目標としている。

以下のシミュレーションは、村の人口が上記の条件を満たすために、以下のような前提条件を置いて計算されたものである。その前提条件は以下のとおりである。

- ① 合計特殊出生率は2025年にかけて2.5を目指し、2025年から2045年に向けて、年間20人を超える出生数を目指す。
- ② 転出率に関しては、成り行きのシミュレーションから変更しない。
- ③ ベースとなる純移動率は成り行きのシミュレーションから変更せず、本戦略に基づく移住・定住促進施策によって、新規UIJターンによる移住者数を成り行きよりも年間40人（男性17人、女性23人。移住者の年齢は30歳代を中心とする5~59歳の層と仮定）純増させることを目指す。



		→目標とする未来	
	2015年 国勢調査	2040年 推計	2045年 推計
総人口	1,609人	1,516人	1,515人
生産年齢 人口	868人	823人	844人
高齢人口 (高齢化率)	511人 (31.8%)	386人 (25.5%)	372人 (24.6%)
年少人口	230人	308人	299人

図 1 (再掲) 白川村の人口推計 単位：人

国から提供された市区町村別推計シミュレーションのワークシートを活用し、p.33 の前提条件をもとに試算。

この推計を新たな白川村の人口ビジョンとする。

人口ビジョンの達成により、生産年齢人口は 2045 年時点で成り行きよりも 200 人以上多い 844 人を確保することができ、村の各集落での祭りや行事、家屋や文化を維持・継承することができる。

また、なによりも子どもの数が今よりも増えることで、未来に希望をつなげられる村になる。