

## VII 寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略（第3期）

### 1 策定について

国では、「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指す「デジタル田園都市国家構想」の実現を図るため、「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」を改訂し、「デジタル田園都市国家構想総合戦略」（令和4年12月23日閣議決定）を新たに策定しました。

第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略の4つの基本目標の方向性は変更せず、地方のデジタル実装を下支えすることを目的にデジタル実装の基礎条件の整備を位置付け、地域の個性を生かしながらデジタルの力により地方創生の取り組みを加速化・深化させていくこととしています。

県においては、令和6年3月に「第3期神奈川県まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定しました。基本目標は前戦略の基本目標を継承し、新たに地域ビジョンの設定とデジタルを活用した取り組みや指標を位置付けて、地方創生を推進することを定めています。

寒川町では、少子高齢化に対応し、地域の持続可能性を有した魅力ある町であり続けるため、将来の人口のあり方を明らかにし、取り組むべき方向性を示す「寒川町人口ビジョン」に基づき「寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を平成28年3月から2期にわたって策定し、4つの基本目標に沿って具体的な取り組みを進めてきました。

寒川町の人口は、現状の出生率及び人口移動率を前提とした場合、2065年には35,661人にまで減少し、高齢化率も37.7%まで高まり、人口減少と高齢化の進行が見込まれます。

人口減少と高齢化の進行は、経済規模の縮小や社会保障関係経費の増加など、地域の持続可能性を脅かすおそれがあるため、「寒川町人口ビジョン（令和6年12月改定）」において、労働力の確保や社会保障関係費の抑制の観点から「2065年に人口44,374人、高齢化率32.0%」を人口の将来展望として掲げました。

この目標を達成するため、減少傾向にある合計特殊出生率1.28（2018年～2022年平均）を維持するとともに、目指すべき将来の方向として、「雇用機会の確保と産業の創出」、「若い世代の子育て環境の整備」、「まちの魅力と認知度の向上」の3つを掲げ、若い世代の流入促進や転出抑制に向けた施策を展開します。

「寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略（第3期）」は、寒川町人口ビジョンにおける将来展望を実現するため、今後予想される人口減少への具体的な処方箋として、令和10年度（2028年度）までの取組目標や施策の方向性、施策内容を明らかにしたものです。

計画の策定にあたっては、国県の総合戦略を勘案した上で、地域ビジョンを設定し、第2期計画（令和3年度～令和6年度）の効果検証、国・県の動向、ならびに、外部要因及び内部要因等を踏まえ、その中で明らかになった課題への対応やまちの魅力の向上に資する施策を中心に、選択と集中を図り計画を再構成しました。

この「寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略（第3期）」に基づき、町だけではなく、町民・企業・団体等の皆様との連携のもと、地方創生の取り組みを推進します。

## （１）第２期の振り返り

第２期計画期間における人口動態は、人口ビジョン（令和３年３月改訂）に定める目標人口を超えて推移しており、また、本計画の数値目標及びKPIは一部未達成ではあるものの、概ね良好に進捗しており、全体の取り組みとしては順調に推移しているといえます。未達成の取り組みとして、特に基本目標３における合計特殊出生率や年少人口については、子育て施策への投資は多く行ってきたものの、目標を達成できていない状況です。また、新型コロナウイルス感染症が第５類に移行し、全国的に東京都への人流が戻る傾向がみられ、直近の実績においても、20代前半の転出は依然として多く、特に、女性における転出超過も課題となっています。

このほか、数値目標及びKPIの達成状況から順調に推移している各基本目標においても、解決できていない課題があり次の段階への進展が求められている施策もあるものの、地方創生への寄与度等を踏まえた優先度が低い施策もあります。外部要因及び内部要因等を踏まえ、施策の構成及び目標の見直しを行う必要があります。

|                | 推計人口               | 目標人口               | 人口実績               |
|----------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 年少人口           | 5,967人             | 5,994人             | 6,081人             |
| 0～4歳           | 1,746人             | 1,758人             | 1,729人             |
| 5～9歳           | 2,029人             | 2,039人             | 2,126人             |
| 10～14歳         | 2,192人             | 2,197人             | 2,226人             |
| 生産年齢人口         | 28,384人            | 28,454人            | 29,440人            |
| 老年人口<br>（高齢化率） | 13,532人<br>(28.3%) | 13,532人<br>(28.2%) | 13,540人<br>(27.6%) |

（令和６年４月１日時点）

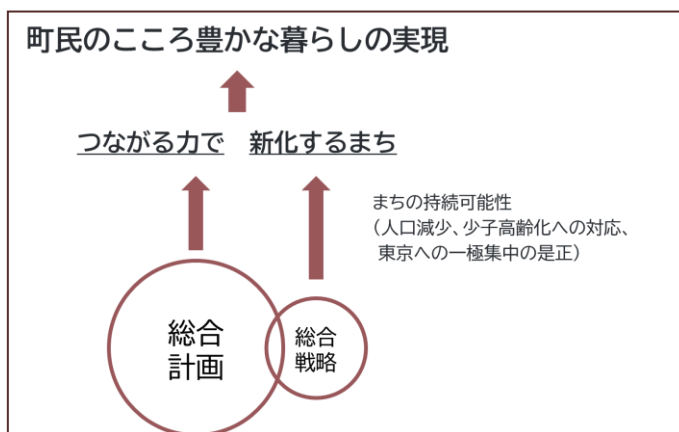
## （２）総合計画との関係

「寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、少子高齢化・人口減少への対応を目的とし、「雇用機会の確保と産業の創出」、「若い世代の子育て環境の整備」、「まちの魅力と認知度の向上」の視点から、課題解決に必要な取り組みを体系化し、取り組みを進めてきました。

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略（第２期）及び寒川町総合計画 2040 第１次実施計画では、総合戦略を総合計画推進のための最重要課題である少子高齢化・人口減少に特化してアプローチする取り組み（総合計画推進のメインエンジン）として位置付け、これを効果的・効率的に推進するため、これまで別々に策定していた計画を一体化しました。また、本戦略の「２ 地域ビジョンについて」で記載のとおり、寒川町総合計画 2040 と本戦略のまち将来像は同一のものとしています。

寒川町総合計画 2040 は、「社会保障の 2040 年問題」や少子高齢化・人口減少といった町の持続可能性に関わる課題を背景とし、その課題への対応をすることで町民の「こころ豊かな暮らし」を実現するための取り組みを示し、本戦略においては持続可能性に関わる課題の解決に、より焦点をあてていることから、寒川町総合計画 2040 第 2 次実施計画との策定プロセスは異なり、同一な取り組み、目標設定に限りません。しかしながら、両計画（戦略）を進めることで、将来にわたって町民の「こころ豊かな暮らし」が実現できることから、引き続き、実施計画に内包することとします。

持続可能性を確保するための人口戦略として、どのような施策に投資すれば効果的であり、その施策におけるターゲットや提供する価値を見定め、選択と集中を図った取り組みを推進していきます。



### (3) 計画期間

第 3 期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略は、寒川町総合計画 2040 第 2 次実施計画の計画期間と同様に、令和 7 年度（2025 年度）から令和 10 年度（2028 年度）までの 4 年間を計画期間とします。

### (4) 計画期間における目標人口

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略（第 3 期）では、令和 7 年度から令和 10 年度までの取り組みをとおして、令和 11 年度当初において、人口 48,578 人、高齢化率 28.1% を達成することを目標として設定します。

#### 【目標人口と各人口の構成】

|                         | 総人口      | 年少人口    | 生産年齢人口   | 老年人口     | 高齢化率  |
|-------------------------|----------|---------|----------|----------|-------|
| 【現状値】<br>R5 年（2023 年）   | 49,029 人 | 6,136 人 | 29,430 人 | 13,463 人 | 27.5% |
| 【推計人口】<br>R11 年（2029 年） | 48,414 人 | 5,536 人 | 29,222 人 | 13,655 人 | 28.2% |
| 【目標人口】<br>R11 年（2029 年） | 48,578 人 | 5,636 人 | 29,287 人 | 13,655 人 | 28.1% |

※各年度 4 月 1 日時点の人口数

## 2 地域ビジョンについて

地方それぞれが抱える社会課題の解決を図るために、自らの地域ビジョン（地域が目指すべき理想像）を再構築した上で、総合戦略を策定することが肝要です。

各地方における人口減少や少子高齢化といった社会課題の解決はいまだ達成できておらず、また、新型コロナウイルス感染症が拡大したことに伴い、地方経済を支える産業への打撃や地域コミュニティの弱体化など、地方の経済・社会は大きな影響を受けました。また、高齢化等の地方が抱えていた構造的な問題とあいまって、地方は疲弊しきっています。

このような背景を受け、国においては、これまでの総合戦略を抜本的に見直し、「デジタル田園都市国家構想総合戦略」が策定され、これまでの地方創生の成果を最大限に活用しつつ、国や地方の取り組みを大きくバージョンアップさせ、地方の社会課題を解決し、魅力を向上させることを通じて、地方の活性化を図ることが求められています。

寒川町総合計画 2040 基本構想では、まちの将来像を「つながる力で 新化するまち」としています。この将来像は、町の特徴や町民性の背景を基に、つながりにより地域課題を解決し、まちの活力を生み出し（地方創生）、さまざまな社会経済環境の中にあっても、新しく生み出しながら、進んでいくことを表現しています。

このように、地方創生の考え方と基本構想で掲げるまちの将来像が共通していること、また、寒川町総合計画 2040 との整合性も勘案し、第 3 期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略の地域ビジョンも「つながる力で 新化するまち」とします。

## 3 寒川町のブランド推進による地方創生

ブランドスローガン『「高座」のころ。』は、私たちのまち寒川が、いにしえから受け継いできた「高い志」、「品格」、「穏やかさ」、「優しさ」、「あたたかさ」といった町の特徴や町民性を唯一無二の価値あるものとして表したものです。

町ブランドを推進することで、町の特徴や町民性を後世に伝えながら、将来にわたって町民のころ豊かな暮らしを実現します。

そのためには、寒川町が住む場所、働く場所、関係を持つ場所として、選ばれ続ける必要があります。しかしながら、寒川町は、個性と魅力のある自治体に囲まれています。近隣市と類似した施策やサービスを展開したとしても、寒川町が特出せずに埋もれてしまいます。また、寒川町にとって困難な目標、特性やニーズにあっていない目標を設定したとしても、効果的ではありません。

寒川町らしさである「高座」のころ。を町民を中心とした関係者に対して示し、寒川町の特徴を理解し、それに見合った取り組み（町ブランド推進）を行っていくことが地方創生を実現するために重要です。

「寒川」らしい価値を提供し、持続可能なまちを目指します

地方創生



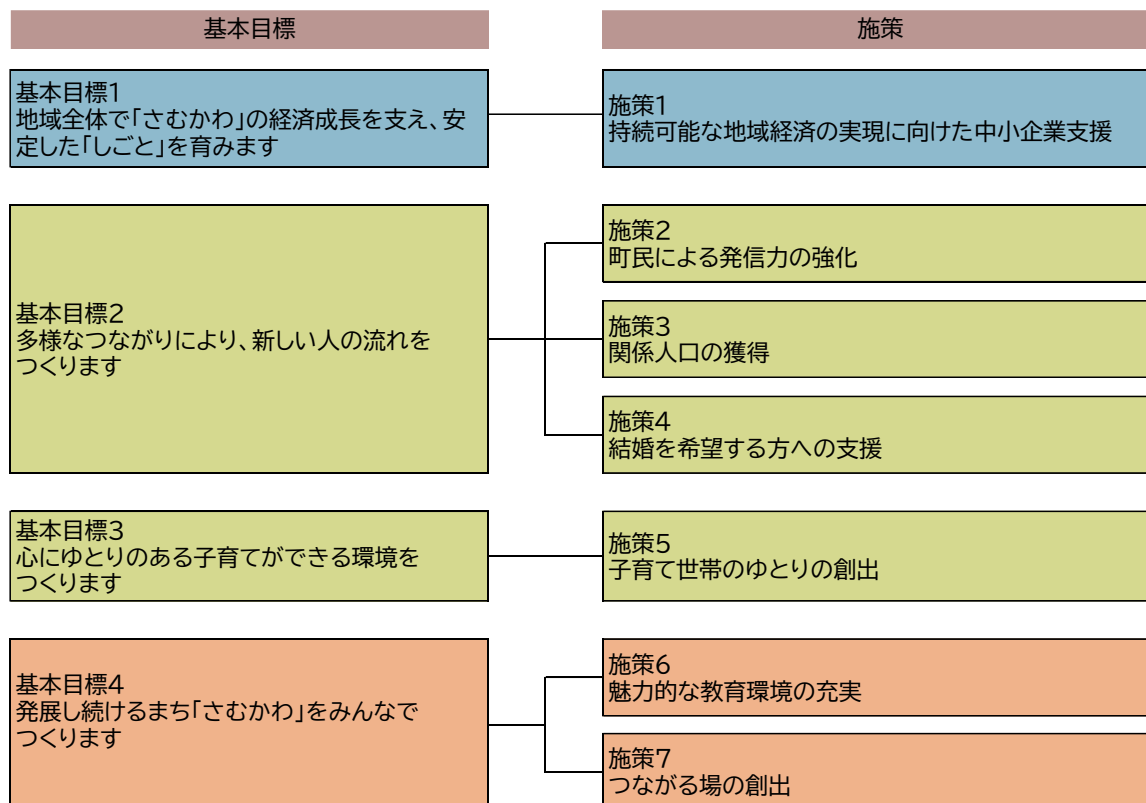
「高座」のころ。

高座郡さむかわ

#### 4 基本目標と目指すべき基本的方向

人口ビジョンにおける目指すべき将来の方向である「雇用機会の確保と産業の創出」、「若い世代の子育て環境の整備」、「まちの魅力と認知度の向上」の3つの視点に基づいた上で、第2期計画の効果検証及び寒川町の現状分析等から明らかになった課題の解決やまちの魅力の向上に資する施策を中心に取り組みを進めます。

地域の社会課題の解決や魅力向上を図るためには、「地方に仕事をつくる」、「人の流れをつくる」、「結婚・出産・子育ての希望をかなえる」、「魅力的な地域をつくる」の4つの取り組みを進めていくことが重要であり、また、第2期計画が概ね順調に推移していることを踏まえ、基本目標等の体系については第2期計画の構成を引き継ぎ、次のとおりとします。



## (1) 基本目標 1

地域全体で「さむかわ」の経済成長を支え、安定した「しごと」を育みます

| 数値目標                 | 現状値(基準年度) | 目標値(目標年度)         |
|----------------------|-----------|-------------------|
| 支援先企業の前年比売上高DI(ポイント) | —         | 20 (R10)          |
| 創業者数(件)              | 25 (R5)   | 29 (R10)          |
| デジタル地域通貨による決済金額(円)   | —         | 210,000,000 (R10) |

## ① 基本目標に関連する寒川町の現状

寒川町は、生産年齢人口に占める製造品出荷額等の水準が近隣市と比べて突出して高いなど、基盤産業である製造業を中心に安定した雇用の機会を創出している一方、商業を中心とした第三次産業については、商業事業所1事業所あたりの商業年間商品販売額が近隣市よりも低い水準にあるなど、規模が小さく、地域の核となるビジネス・産業が十分に育っていないなどの課題があります。また、今後予想される生産年齢人口の減少による労働力不足とあいまって、地域の発展が妨げられるおそれがあります。

第2期計画では、こうした状況の中、エコノミックガーデニング推進事業を展開し、地域経済コンシェルジュによる創業支援や事業承継支援、販路拡大のほか、地域経済の担い手となる若手経営者や事業後継者、さらには従業員といった人材の育成などを行い、地域経済団体、金融機関等と行政が一体となって支援を進めてきました。その結果、町内企業等の従業員数や創業者数は増加傾向にあるといえます。

地方創生において、メインターゲットとなる若者は仕事をきっかけとした転入が多く、雇用力を維持していくことが肝要であり、多様なニーズに対応できる新たな産業の誘致を進める必要があること、また、地域経済循環による環境分析においては、本社機能や川上産業と親和性のある企業の誘致が求められることから、大企業等の立地促進をすることも必要ですが、土地活用の観点から短期間で成果を上げる取り組みを当計画に掲載することは困難です。

大企業等の誘致も視野に入れながら、第3期計画においては、寒川町の強みとなっている中小企業への伴走型の支援体制を継続します。こうした支援体制をベースに取り組みをさらに浸透させ、特に、課題となる商業分野への支援を浸透させ、工業及び商業の両分野において、中小企業が地域経済の中心的役割を果たす存在として持続的に発展できる地域経済の循環が必要です。

## ② 目指すべき基本的方向（施策）

## 《施策1 持続可能な地域経済の実現に向けた中小企業支援》

地域経済の活性化に向け、寒川町に立地する企業の経営課題に対する支援体制を充実させ、新たなビジネス機会の創出や創業者の機運を醸成することで、多様な人材の流入を目指します。また、デジタル地域通貨の活用により地域内の消費活動の促進につなげるとともに、安定した顧客を確保することで地域独自の魅力の強化を図ります。

工業、商業の両分野において、中小企業が地域経済の中心的役割を果たす存在として持続的に発展できるよう多様なつながりを持ち、地域全体の経済成長を支えます。

| ターゲット(Who)          | 中小企業及び創業希望者      | 取り組み<br>(How) | 専門家の企業訪問による経営課題への支援<br>・創業支援等事業計画に基づく創業相談及び創業セミナー<br>・補助金等支援メニューの充実<br>・支援機関(経済団体、金融機関等)との連携強化<br>・デジタル地域通貨の普及・価値創造 など |     |     |     |
|---------------------|------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|
| 提供価値(What)          | 持続的に企業活動が展開できる環境 |               |                                                                                                                        |     |     |     |
| KPI                 |                  | 基準値           | R7                                                                                                                     | R8  | R9  | R10 |
| 経営課題への支援企業数(件)      |                  | 30 (R5)       | 30                                                                                                                     | 30  | 30  | 30  |
| 支援メニュー利用数(件)        |                  | 127 (R元)      | 130                                                                                                                    | 135 | 140 | 145 |
| 創業支援等事業計画に基づく支援数(件) |                  | 64 (R5)       | 66                                                                                                                     | 68  | 70  | 72  |
| 地域通貨加盟店数(店)         |                  | -             | 200                                                                                                                    | 300 | 310 | 320 |

## (2) 基本目標 2

多様なつながりにより、新しい人の流れをつくります

| 数値目標                            | 現状値(基準年度)    | 目標値(目標年度)     |
|---------------------------------|--------------|---------------|
| 町の情報発信の取り組みに実際に協力してくれた住民等の人数(人) | 35 (R5)      | 100 (R10)     |
| 町民の「高座」のころ。の取り組みの認知度(%)         | 28 (R5)      | 34 (R10)      |
| ふるさと納税寄附人数(人)                   | 1,843 (R5)   | 1,569 (R10)   |
| ふるさと納税による寄附受入額(千円)              | 58,181 (R5)  | 50,000 (R10)  |
| スポーツ施設利用者数(人)                   | 304,048 (R5) | 330,000 (R10) |
| 結婚新生活支援制度等をきっかけに寒川町での居住を決めた世帯数  | —            | 25(R10)       |
| 町内で開催された婚活イベントの参加者数(人)          | 60(R5)       | 60(R10)       |

## ①基本目標に関連する寒川町の現状

寒川町の人口動態の傾向として、社会増による人口増が続いており、その要因は、製造業を基盤とした雇用力による仕事をきっかけとした若者と住宅購入をきっかけとしたファミリー層が多く、また、近隣市からの転入割合が高いことが特徴です。

また、昼間人口が人口総数とほぼ同水準であることから、他市町村からの通勤流入者の割合が高いことも特徴としてあげられます。

観光による人の流れについては、コロナ禍により落ち込みましたが、令和5年度にはコロナ禍前の基準に戻りました。

第2期計画では、まちの魅力となる地域資源の発見、創出、維持、そして、その発信を行い、また、まちの魅力となるブランド展開と町民とのブランドコミュニケーションを進め、移住・定住を促進してきました。第2期計画期間は、コロナの影響等もあり都心への集中が弱まり寒川町においても人口は増加傾向にありました。コロナの収束に伴い、都心への人口集中が戻りつつあるため、寒川町の人口動態も注視する必要があります。

第3期計画期間では、観光による交流人口ではなく、より定住人口に踏み込んだ関係人口の獲得を目指した施策の展開や、ブランド（寒川町らしさ）に共感してくれる方のさらなる獲得、また、そのような方たちとのまちの魅力の発信が必要です。

また、地方創生のメインターゲットとなる若者のライフイベントを捉え、町のブランドとの親和性が高く、かつ、マーケティングに基づいた効果的な施策の検討が必要です。

## ②目指すべき基本的方向（施策）

## 《施策2 町民による発信力の強化》

多くの年代において転入超過傾向が続いている中で、20代前半における転出超過が課題となっています。20代前半の転出の理由としては仕事によるものが多く、その理由を上回る施策やハード面の整備の展開を目指すだけではなく、「高座」のころ。に基づく寒川らしさによる差別化戦略も重要です。

こうした中で、転入の促進だけではなく、転出数年後に居住地を決める際のきっかけや転出抑制に向けた取り組みとして、シビックプライドの醸成を図り、特に、UGC（ユーザー生成コンテンツ：ユーザー（住民）によって制作・発信されるコンテンツ）の発信を促進し、意識なく寒川町に居住している方へ、他者からの評価により自分の住んでいる寒川町の良さを認識する機会を創出し、地域への誇りや愛着の形成を図ります。

| ターゲット(Who)          | なんとなく寒川町に住んでいる(住んでいた)人 | 取組<br>(How) | 町のブランディングに賛同する住民等の応援体制の強化及びプロモーションの展開<br>・移住サポーター等を活用した移住相談(新)<br>・SNSでの町の魅力発信協力者の獲得(新)<br>・ロケの積極的な誘致<br>など |    |    |     |
|---------------------|------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|-----|
| 提供価値(What)          | 自己(町)の価値を認識する機会        |             |                                                                                                             |    |    |     |
| KPI                 |                        | 基準値         | R7                                                                                                          | R8 | R9 | R10 |
| SNS魅力発信協力者数(人)      |                        | —           | 2                                                                                                           | 4  | 7  | 10  |
| 移住サポーター数(人)         |                        | 10 (R5)     | 14                                                                                                          | 16 | 18 | 20  |
| 「高座」のころ。実行委員会会員数(人) |                        | 31 (R5)     | 35                                                                                                          | 35 | 35 | 35  |
| ロケ地登録数(件)           |                        | 28 (R5)     | 35                                                                                                          | 40 | 45 | 50  |

### 《施策3 関係人口の獲得》

地方創生においては、移住による定住人口でもなく、観光による交流人口でもない、地域と多様に関わる関係人口と呼ばれる地域外の人材が、地域づくりの担い手となることが期待されます。その中でも相関関係の高いスポーツに関する関係人口と非訪問型の関係人口であるふるさと納税の推進を重点的に取り組みます。

ふるさと納税については、近年、納税額の流出増が課題となっており、魅力的な返礼品の充実により、全国の方からの寄附を通じた町の関係人口の増加を目指します。

スポーツについては、仲間とのつながりを通して認め合える機会を提供し、運動やスポーツの継続を促し、町への関係を強めることを進めます。

寒川町での体験を通して、寒川町らしさ（「高座」のころ。）を感じてもらい、移住・定住、または、まちづくりへの参加、参画につながる関係人口の創出につなげます。

| ターゲット(Who)   | ふるさと納税を通じて寒川町を応援したい人 | 取り組み(How) | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税サイトの拡充</li> <li>・返礼品の充実</li> <li>・PRの強化</li> <li>・地域通貨との連携</li> </ul> など |     |     |     |
|--------------|----------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|
| 提供価値(What)   | 寒川町ならではの体験、魅力的な返礼品   |           |                                                                                                                        |     |     |     |
| KPI          |                      | 基準値       | R7                                                                                                                     | R8  | R9  | R10 |
| ふるさと納税返礼品(品) |                      | 326 (R5)  | 330                                                                                                                    | 335 | 340 | 345 |

| ターゲット(Who)      | スポーツを続けられなかった人 | 取り組み(How)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・町外住民と寒川町民の交流の機会</li> <li>・イベント情報の町外への周知</li> <li>・民間スポーツ施設との連携(講師や場所の提供)</li> </ul> など |        |        |        |
|-----------------|----------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|
| 提供価値(What)      | 認め合える機会        |             |                                                                                                                                |        |        |        |
| KPI             |                | 基準値         | R7                                                                                                                             | R8     | R9     | R10    |
| スポーツ事業への参加者数(人) |                | 19,578 (R5) | 20,082                                                                                                                         | 20,469 | 20,856 | 21,123 |

### 《施策4 結婚を希望する方への支援》

日本では、婚姻数の減少が少子化の大きな要因の1つとなっていることから、少子化の解消には、婚姻数の増加を図る取り組みも必要です。

次期において結婚から出産につなげることを見据えて、今期においては、未婚の理由として多く挙げられている「出会いの機会」や「結婚資金」がないといったことへの支援に取り組み、関係人口の創出、転入促進、転出抑制等といったヒトの流れをとらえる施策を展開します。

| ターゲット(Who)       | 結婚をしたくても機会を逃している人 | 取組(How) | <ul style="list-style-type: none"> <li>・出会いの場の創出</li> <li>・新婚生活への支援</li> </ul> など |              |              |              |
|------------------|-------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| 提供価値(What)       | 出会いの場<br>新婚生活支援   |         |                                                                                   |              |              |              |
| KPI              |                   | 基準値     | R7                                                                                | R8           | R9           | R10          |
| 新婚生活への支援件数       |                   | —       | 150                                                                               | 90<br>策定時150 | 90<br>策定時150 | 90<br>策定時150 |
| 町内での婚活イベントへの支援件数 |                   | 1 (R5)  | 1                                                                                 | 1            | 1            | 1            |

## (3) 基本目標 3

心にゆとりのある子育てができる環境をつくります

| 数値目標                    | 現状値(基準年度)      | 目標値(目標年度)  |
|-------------------------|----------------|------------|
| 寒川町で子育てをしたいと思う保護者の割合(%) | 95.5 (R3-R5平均) | 95.5 (R10) |
| 待機児童数【保育園】(人)           | 2 (R6)         | 0 (R10)    |
| 待機児童数【児童クラブ】(人)         | 8 (R5)         | 0 (R10)    |

## ①基本目標に関連する寒川町の現状

寒川町の合計特殊出生率は1.26(令和3年)と全国平均とほぼ同水準です。また、神奈川県内で比較すると、県平均を上回り、近隣市と比較すると中位に位置しています。なお、直近5年間(令和元年度～令和5年度)の出生数の減少率は約16%となっています。

第2期計画では、子育て世代の経済的負担感・不安感を軽減するための環境づくりや保育園、児童クラブにおける確保提供量の向上、また、教育においては、これからの社会を生き抜いていくための力を身に付けられるように、英語やICTの活用技術、主体的に考えられる力の習得など、これから必要とされる教育環境の充実を図ってきました。

子育て環境の充実については、第1期計画期間より湘南地域で最も子育てしやすいまちを目指し、事業展開を図ってきましたが出生率の達成には至っていないこと、また、異次元の少子化対策として、国から自治体へさまざまな新規事業への取り組みが求められ、限られた財源の中でさらなる投資が想定されます。

また、直近の人口動態の傾向として、住宅購入をきっかけとしたファミリー層の転入超過の傾向が見られること、また、住民満足度アンケートの結果より、子育てに関する施策は全体の満足度への寄与度が高い結果となっています。

これらのことから、第3期計画においては、多様化・複雑化するニーズを的確に把握し、先を見据えた選択と集中を図った事業展開、対策が必要です。

## ②目指すべき基本的方向(施策)

## 《施策5 子育て世帯のゆとりの創出》

子育て世帯においては共働き世帯が増加傾向にあり、子育てと仕事の両立を希望する女性の割合も増えています。日々の生活が忙しくゆとりの少ない子育て世帯に対し、子どもを預けられる環境や子育てにおける負担や悩みを解消する支援を実施し、家族の時間も自分の時間も大切にしたいというニーズを叶えます。

これまで整えてきた子育て支援体制や経済的支援などの当たり前品質は維持しつつ、毎日の生活に寄り添ったサポートに重点を置き湘南地域で最も子育てしやすいまちを目指します。

| ターゲット(Who)          | 個人の時間も大切にしたいと考えている保護者 | 取組<br>(How) | ・母子手帳アプリの機能整理及び活用促進<br>・予診票や問診票のDX化<br>・子育て支援センター事業<br>・産後ケア事業<br>など |     |       |       |
|---------------------|-----------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------|-----|-------|-------|
| 提供価値(What)          | ゆとりのある自分らしい生活         |             |                                                                      |     |       |       |
| KPI                 |                       | 基準値         | R7                                                                   | R8  | R9    | R10   |
| 子育て支援センター利用者の満足度(%) |                       | 94 (R5)     | 94                                                                   | 94  | 94    | 94    |
| 母子手帳アプリの登録者数(人)     |                       | 586 (R5)    | 700                                                                  | 984 | 1,260 | 1,524 |

| ターゲット(Who)          | 仕事も子育ても頑張る世帯        | 取組<br>(How) | ・保育士の確保に向けた取り組み<br>・保育園の情報発信の取り組み<br>・確保提供量の拡充に向けた取り組み<br>など |     |     |     |
|---------------------|---------------------|-------------|--------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|
| 提供価値(What)          | 社会貢献(就労)による自己肯定感の向上 |             |                                                              |     |     |     |
| KPI                 |                     | 基準値         | R7                                                           | R8  | R9  | R10 |
| 定員まで入所していない保育園数(施設) |                     | 2 (R5)      | 0                                                            | 0   | 0   | 0   |
| 保育の確保提供量(人)         |                     | 783 (R5)    | 811                                                          | 811 | 811 | 811 |
| 児童クラブの確保提供量(人)      |                     | 292 (R5)    | 350                                                          | 350 | 350 | 375 |

## (4) 基本目標 4

発展し続けるまち「さむかわ」をみんなで作ります

| 数値目標                       | 現状値(基準年度) | 目標値(目標年度) |
|----------------------------|-----------|-----------|
| 英語の勉強が好きな子どもの割合(%)         | 68 (R5)   | 70 (R10)  |
| 課題解決に向けて自ら考え、行動する子どもの割合(%) | 82 (R5)   | 80 (R10)  |
| 協働事業提案制度 提案件数(件)           | 1 (R5)    | 3 (R10)   |
| 団体交流事業による団体マッチング件数(件)      | —         | 2 (R10)   |

## ①基本目標に関連する寒川町の現状

寒川町が魅力あるまちであり続けるためには、安定した「しごと」による雇用力の創出や町の良い認知度の向上により、ひとの流れを生み出し、また、安心して子どもを産み育てやすい環境づくりを進め、まちに集まるひとにより寒川町らしい魅力あるまちづくりが創出され、その魅力がひとを呼ぶという循環の構築が必要です。

第2期計画では、若い世代の転出抑制、転入促進など人口確保、町の持続性の向上を目的として、防犯対策の充実、生活環境の充実（公共交通）、若い世代の参加・参画の促進を進めてきました。

第3期計画においては、町民からも評価が高くまちの魅力を創出しているグローバル教育事業と、地域ビジョン「つながる力で新化するまち」を体現する協働の促進に絞り、選択と集中を図った事業を取り組みます。

進行管理をしていく中で、社会経済環境の変化を捉え、まちの発展に寄与すると判断した事業は、追加・見直しの可否を検証します。

## ②目指すべき基本的方向（施策）

## 《施策6 魅力的な教育環境の充実》

町に住む子どもたちがこれからの社会を生き抜いていくための「生きる力」を身につけられるよう、これからの社会において必要となる英語によるコミュニケーション能力や ICT の活用技術、主体的に考えられる力の習得など、これから必要とされる魅力的な教育環境や教育内容の充実を図ります。

| ターゲット(Who)                     | 児童・生徒                   | 取組<br>(How) | ・FLTの全校配置<br>・スキルアップに関する取り組み<br>・ICTの専門知識を有した人材による高度なサポート体制を充実<br>など |             |             |             |
|--------------------------------|-------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| 提供価値(What)                     | これからの社会を<br>生き抜いていくための力 |             |                                                                      |             |             |             |
| KPI                            |                         | 基準値         | R7                                                                   | R8          | R9          | R10         |
| FLTの先生との授業で外国語を楽しく学んだ子どもの割合(%) |                         | 91 (R5)     | 90                                                                   | 92<br>策定時90 | 92<br>策定時90 | 93<br>策定時90 |
| 生徒の英語検定等の資格試験の受検率(%)           |                         | 8 (R5)      | 12                                                                   | 16          | 20          | 24          |
| ICT機器を使うのは勉強の役に立つと思う子どもの割合(%)  |                         | 94 (R5)     | 90                                                                   | 94<br>策定時90 | 94<br>策定時90 | 95<br>策定時90 |

### 《施策7 つながる場の創出》

地方の魅力を高める上で、温かみのある良質な地域コミュニティづくりも重要な要素ですが、人口減少や高齢化等により地域の担い手の不足し、コミュニティの活力が失われてしまいます。

地域の資源や人材が限られている中で、多様な組織や主体が効果的に連携し、それぞれの考えや取り組みを認め合い、支え合える機会を創出することで、チャレンジできる環境づくりを行います。

|             |                                         |               |                            |    |    |     |
|-------------|-----------------------------------------|---------------|----------------------------|----|----|-----|
| ターゲット(Who)  | 資源(ヒト、モノ、カネ、場所等)に限りがあり、活動の縮小や断念を考えている団体 | 取り組み<br>(How) | ・団体交流事業<br>・協働事業提案制度<br>など |    |    |     |
| 提供価値(What)  | それぞれの考えや取り組みを認め合い、支え合える機会               |               |                            |    |    |     |
| KPI         |                                         | 基準値           | R7                         | R8 | R9 | R10 |
| 協働事業相談件数(件) |                                         | 2 (R5)        | 3                          | 3  | 4  | 4   |

## 5 地方創生におけるデジタル活用の方向性

国は、「デジタル田園都市国家構想総合戦略」において、デジタルの力を活用して地方創生を加速化・深化させ、地方の社会課題解決を進めていくこととしています。

また、寒川町デジタル・トランスフォーメーション（DX）推進基本方針では、「デジタルの活用により、一人ひとりのニーズに合ったサービスを選ぶことができ、多様な幸せが実現できる社会～誰一人取り残されない、人に優しいデジタル化～」を目指す姿に掲げ、町が抱える課題の解決や将来にわたる発展に向けてくらしのデジタル化と行政内部のデジタル化に取り組んでいくこととしています。

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略（第3期）においても、くらしのデジタル化と行政内部のデジタル化を次の通り整理します。

また、147 ページに記載の進行管理において、デジタルの力によって地方創生の取り組みを加速化・深化させることを目的に、関係各課で連携して検討し、デジタルの利活用を推進してまいります。

### 01 くらしのデジタル化

本戦略に記載する施策の達成のために、デジタル技術の進展を捉えながら、デジタル技術の利活用を検討していきます。

### 02 行政内部のデジタル化

くらしのデジタル化を支えるため、進展する新たなデジタル技術を積極的に利活用して行政内部の業務全般の効率化を図るとともに、町の業務を支える ICT 環境や多様なデータ利活用を支える環境の整備を推進し、町民サービスの向上につなげる「行政内部のデジタル化」に取り組めます。

寒川町デジタル・トランスフォーメーション（DX）推進基本方針では、バックヤード改革、大量入力業務の自動化、生成 AI の活用による職員の事務効率化などを取組事項として掲げており、このような取り組みが、地方創生も含む町全体の業務を支えていきます。



## 6 総合戦略事業と第2次実施計画事業等の関係性一覧

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略（第3期）と寒川町総合計画 2040 第2次実施計画におけるまちの将来像（総合戦略においては、地域ビジョン）は共通しているその性質から、策定プロセスにおいて、同じ取り組みとなるものがあります。

次の表には、第2次実施計画における事務事業のうち、総合戦略に記載の施策と同じ取り組みのもの、また、関連のあるものを記載してあります。

総合戦略における施策及び第2次実施計画における事務事業との関係性の構成については、KPI の達成状況等、年度ごとの効果検証により適宜見直しを行い、その時点で最適な手段（事務事業）を構成しながら取り組みを推進することとします。

### 【総合戦略事業の体系（令和7年度当初時点）】

| 基本目標                                        | 施策                            | 第2次実施計画における事業                                                                                      |
|---------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 基本目標1<br>地域全体で「さむかわ」の経済成長を支え、安定した「しごと」を育みます | 施策1<br>持続可能な地域経済の実現に向けた中小企業支援 | 商業振興事業<br>企業支援事業（エコノミックガーデニング）<br>【関連事業】企業等立地促進事業                                                  |
| 基本目標2<br>多様なつながりにより、新しい人の流れをつくります           | 施策2<br>町民による発信力の強化            | 広報プロモーション活動事業<br>マーケティング推進事業                                                                       |
|                                             | 施策3<br>関係人口の獲得                | ふるさと納税推進事業<br>スポーツ活動応援事業<br>スポーツ施設活性化事業                                                            |
|                                             | 施策4<br>結婚を希望する方への支援           | 【関連事業】少子化対策推進事業                                                                                    |
| 基本目標3<br>心にゆとりのある子育てができる環境をつくります            | 施策5<br>子育て世帯のゆとりの創出           | 子育て支援事業<br>保育環境充実事業<br>児童クラブ運営事業<br>【関連事業】母子保健事業、妊産婦支援事業<br>小児医療費助成事業、不育症治療費助成事業<br>地域子育て環境づくり支援事業 |
| 基本目標4<br>発展し続けるまち「さむかわ」をみんなでつくります           | 施策6<br>魅力的な教育環境の充実            | グローバル教育推進事業                                                                                        |
|                                             | 施策7<br>つながる場の創出               | 協働推進事業<br>【関連事業】自治会活動支援事業                                                                          |

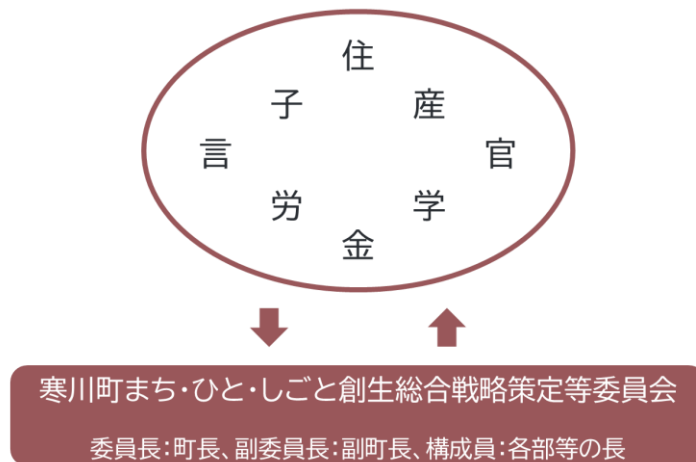
※関連事業：第2次実施計画の搭載の有無に限らず、本総合戦略推進に関係性のあるものを関連事業として位置付けています。

## 7 進行管理体制

### (1) 推進体制

まち・ひと・しごと創生総合戦略を効果的かつ効率的に推進していくためには、住民、関係団体、民間事業者等の参画、協力が重要であることから、住民、産業界、行政機関、教育機関、金融機関、労働団体、メディア、子どもの保護者等（住産官学金労言子）で構成する、寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定等外部委員会で、計画の進行管理を行います。さらに、庁内組織として、寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定等委員会で全庁的な体制で取り組みを進めます。

#### 寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定等外部委員会



### (2) 進行管理と見直し

総合戦略においては、計画期間中の取り組みに対する各政策分野の基本目標に係る数値目標と、それぞれの具体的な施策については重要業績評価指標（KPI）を設定し、検証・改善を図る仕組みとしてPDCAサイクルを確立します。

寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定等外部委員会等における取組状況の評価の結果により、また、国・県の動向や支援体制、社会情勢の変化による影響があるなど、必要に応じて年度毎に施策や事業の追加、見直し、または、総合戦略の改訂の要否を検証します。

なお、各年度における取り組みとKPIの計測等の効果検証は、48ページの第2次実施計画における進行管理とは別に実施します。