



第3期寒川町まち・ひと・しごと 創生総合戦略の施策について

2024年11月14日

企画政策課企画マーケティング担当



1. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定のポイント
2. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略の構成
3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）
4. 地方創生におけるデジタル活用の方向性

1. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定のポイント

【第3期地方版総合戦略の変更に向けて】

- ① 地域ビジョンの設定
- ② デジタルの活用を視野に
- ③ 基本的方向（施策）における選択と集中
- ④ 効果検証（仮説検証）を目的とした進捗管理

【変更の考え方】

- ① 「つながる力で 新化するまち」
つながりによる地域課題の解決 ⇒ まちの活力へ（地方創生）
- ② 地域の課題解決に資するデジタル技術の利活用
- ③ 基本目標は継承し、基本的方向においては、
ターゲットと提供価値を明確にしたうえで設定
- ④ ターゲット等を明確にし、論理的な整理を行ったうえで、
効果検証がやりやすい指標の設定

1. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定のポイント
2. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略の構成
3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）
4. 地方創生におけるデジタル活用の方向性

2. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略の構成

【基本的な考え方】

- ▶ 総合計画に内包し、**一体的な計画策定**とする。
- ▶ 期間については、次期寒川町総合計画の策定の状況を勘案し、その作業スキームの効率化を踏まえ、**令和7年度～令和10年度(2025年度～2028年度)**とする。

第2期

1. 策定について
 - (1) 第1期のふりかえり
 - (2) 総合計画との関係
 - (3) 計画期間
 - (4) 計画期間における目標人口
2. 基本目標と目指すべき基本的方向
 - (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
 - (2) 基本目標2
「さむかわ」を知ってもらい、新しい人の流れをつくります
 - (3) 基本目標3
子育て世代が安心して子どもを産み育てやすい環境をつくります
 - (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
3. 総合戦略事業と第1次実施計画との関連性一覧
4. 進行管理体制と進捗管理

第3期

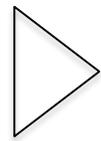
1. 策定について
 - (1) 第2期のふりかえり
 - (2) 総合計画との関係
 - (3) 計画期間
 - (4) 計画期間における目標人口
2. **地域ビジョンについて**
3. **寒川町のブランド推進による地方創生**
4. 基本目標と目指すべき基本的方向
 - (1) 基本目標1
 - (2) 基本目標2
 - (3) 基本目標3
 - (4) 基本目標4
5. **地方創生におけるデジタル活用の方向性**
6. 進行管理体制と進捗管理

2. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略の構成

地域ビジョンについて

- ▶地方における人口減少、少子高齢化、産業空洞化などの社会課題の解決は、いまだ達成できておらず、未だ道半ばであり、新型コロナウイルス感染症の拡大により、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、地方の経済や社会は大きな打撃を受けた。
- ▶こうした課題を解決するために、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し、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、地方活性化を図る。
- ▶寒川町総合計画2040で掲げるまちの将来像「つながる力で 新化するまち」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、様々な社会経済環境の変化の中にあっても、新しく生み出しながら進んでいく（新化）ことを表現している。この将来像は寒川町の個性や魅力を活かした地域課題の解決を目指すものであり、地方創生の考え方とも共通している。寒川町総合計画2040との整合性も勘案し、地方版総合戦略における地域ビジョンを、「つながる力で新化するまち」とする。

**地域
ビジョン**



まちの将来像

つながる力で 新化するまち

2. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略の構成

寒川町のブランド推進による地方創生

01 | 町のコーポレートブランド

「高座」のこころ。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ブランド化したものです。

ブランド化することで、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ころ豊かな暮らしを実現します。

02 | 地方創生とブランド

人口減少や少子高齢化に伴う課題は、全国各自治体共通です。加えて、寒川町の近隣には、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や目的、ニーズにあっていない目的を設定したとしても、意味がありません。

寒川町らしさである「高座」のこころ。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を行っていくことが重要です。

1. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定のポイント
2. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略の構成
3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）
4. 地方創生におけるデジタル活用の方向性

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

第2期

現状と課題

第3期への反映

基本目標1
しごと

施策1 エコノミック
ガーデニング

【産業振興課】

- ・取り組みの効果は有効である。
- ・工業分野の中小企業への支援は浸透している中で、商業分野への支援の浸透が必要である（KPI小売業店舗数は未達成）

▶ 工業分野だけでなく、商業分野への支援の浸透も目指す

基本目標2
ひと（流れ）

施策2 観光推進事業

【産業振興課】

- ・コロナ禍前の水準に戻る。
- ・取り組みの効果は有効であるものの、寒川神社の影響が大きい。
- ・寒川神社参拝者の町内で周遊させる取組みが求められるが、土地活用の点から具体的な進展はなし。
- ・観光を推進しても域内消費に結びつかない状況。
- ・より定住人口に近い関係人口という概念

▶ 関係人口に注力

施策2 タウンセールス
推進事業

【広報戦略課、企画政策課】

- ・取り組みの効果は有効である。
- ・ブランドの浸透と認知度向上の為に町民及び町外住民とのコミュニケーション体制の構築が課題。

▶ UGC活用の可能性

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

第2期

基本目標3
ひと（子育て）

施策3 結婚・出産・子育て環境整備事業
【子育て支援課、保育幼稚園課、学び推進課】

施策4 魅力的な教育環境の充実
【学校教育課、教育政策課】

現状と課題

- ・取り組みの改善が求められる。
- ・多くの資源を投資しているが、数値目標（合計特殊出生率、年少人口）が未達成。
- ・異次元の少子化対策として、国から自治体へ様々な新規事業への取り組みが求められる。多様化・複雑化するニーズを的確に把握し、先を見据えた事業展開、対策が必要。
- ・共働き家庭の増加に伴う保育ニーズへの対応が求められている。

- ・取り組みは有効であり、外部委員からの評価も高い。
- ・英語の書く、読む等の基礎的な部分のスキルアップに向けての取り組みが必要である。

第3期への反映

▶ 共働き世帯のゆとりの創出に注力

▶ 少子化対策を見据えた結婚支援策

▶ スキルアップも視野に

基本目標4
まち

施策5 防犯対策の充実
【町民安全課】

施策6 若い世代の参加・参画の促進
【町民協働課】

施策7 生活環境の充実(公共交通)
【都市計画課】

- ・取り組みの効果は有効である。
- ・転居先に決める一因の「治安の良さ」が最も選ばれているが、転入者へのアンケート結果によると、直接的な転入要因に結びついていない。
- ・総合計画で管理。

- ・KPIは目標を達成しているが、若者による新たな協働事業の実施、または事業の継続が求められる。
- ・一方で、既存団体においては、ヒト等の資源不足を原因とした活動の縮小化が問題となり、その解決の優先度が高い。

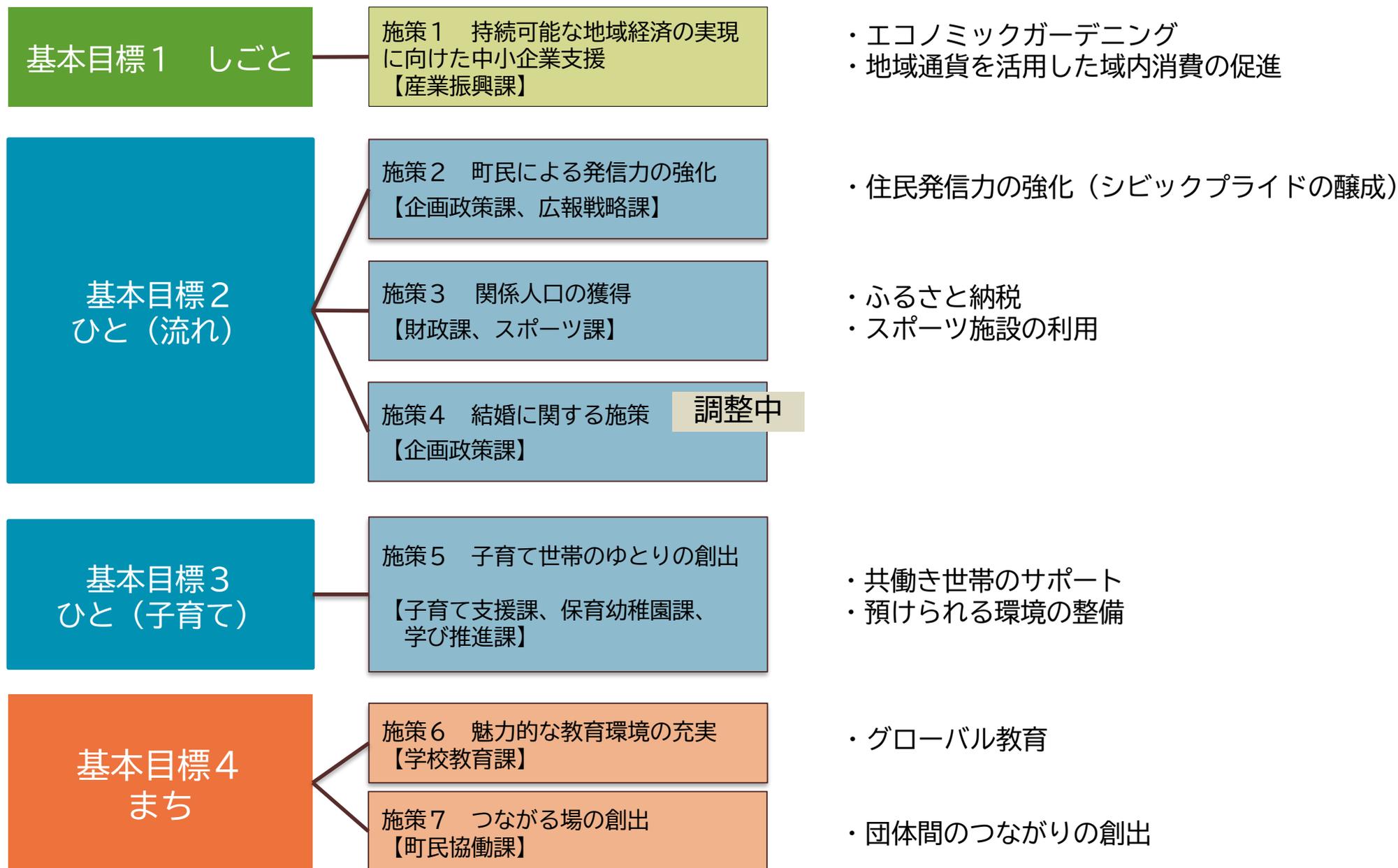
▶ 総合計画にて管理

▶ 団体間のつながりによる解決

▶ 総合計画にて管理

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

第3期（案）



3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

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

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導入により地域内の消費活動の促進に繋げるとともに、安定した顧客を確保を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。

施策		中小企業への支援	取り組み (How)				
ターゲット(Who)		中小企業及び創業希望者		具体的な取り組みは、 今後の予算査定により 大きく変更する 場合があります。			
提供価値(What)		持続的に企業活動が 展開できる環境					
			基準値	R7	R8	R9	R10
数値 目標	支援先企業の前年比売上高DI		—	10	10	15	20
	創業者数（件）		25	26	27	28	29
	デジタル地域通貨による決済金額（円）		-	120,000,000	150,000,000	180,000,000	210,000,000
KPI	経営課題への支援企業数（件）		30	30	30	30	30
	支援メニュー利用数（件）		127	130	135	140	145
	創業支援等事業計画に基づく支援数（件）		64	66	68	70	72
	地域通貨加盟店数（店）		-	200	300	310	320

【担当課】産業振興課

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

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
 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なかで、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組として、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、意識なく寒川町へ居住している方へ、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。

施策		町民による発信力の強化 (シビックプライド)	取り 組み (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 ・移住サポーター等を活用した移住相談(新) ・SNSでの町の魅力発信協力者の獲得(新) ・ロケの積極的な誘致 など					具体的な取り組みは、 今後の予算査定により 大きく変更する 場合があります。
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							
提供価値(What)		自己(町)の価値を認識する機会							
				基準値 (R5)	R7	R8	R9	R10	
数値 目標	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	55	70	85	100	
	町民の「高座」のころ。の取り組みの認知度(%)			28	—	32	—	36	
KPI	SNS魅力発信協力者数(人)			0	2	4	7	10	
	移住サポーター数(人)			10	14	16	18	20	
	「高座」のころ。実行委員会会員数(人)			31	35	35	35	35	
	ロケ地登録数(件)			27	35	40	45	50	

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

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

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。

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。

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。

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。

施策	関係人口の獲得（ふるさと納税）	取り 組み (How)	<ul style="list-style-type: none"> ふるさと納税サイトの拡充 返礼品の充実 PRの強化 地域通貨との連携(新)【要調整】 など 					具体的な取り組みは、今後の予算査定により大きく変更する場合があります。				
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											
提供価値(What)	寒川町ならではの体験、魅力的な返礼品											
			基準値 (R5)	R7	R8	R9	R10					
数値 目標	ふるさと納税寄附人数(人)		1,843	1,379	1,441	1,503	1,569					
	ふるさと納税による寄附受入額(千円)		58,181	40,000	41,800	43,600	45,500					
KPI	ふるさと納税返礼品(個)		326	330	335	340	345					

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

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

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。

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。

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、魅力的な返礼品の拡充により、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。

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。

具体的な取り組みは、今後の予算査定により大きく変更する場合があります。

施策	関係人口の獲得（スポーツ）	取り組み (How)					
ターゲット(Who)	スポーツを続けられなかった人						
提供価値(What)	認め合える機会						
			基準値 (R5)	R7	R8	R9	R10
数値 目標	スポーツ施設利用者数（人）		304,048	316,400	321,500	326,000	330,000
KPI	スポーツ事業への参加者数（人）		19,578	20,082	20,469	20,856	21,123

- ・町外住民と寒川町民の交流の機会(新)
 - ・イベント情報の町外への周知(新)
 - ・民間スポーツ施設との連携(講師や場所の提供)
- など

【担当課】 スポーツ課

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

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
 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、湘南地域トップクラスの子育て環境を目指します。

具体的な取り組みは、今後の予算査定により大きく変更する場合があります。

施策	共働き子育て世帯の 日常をサポート	取 組 み (How)						
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		<ul style="list-style-type: none"> 母子手帳アプリの機能整理及び活用促進(新)【要調整】 予診票や問診票のDX化(新)【要調整】 子育て支援センター事業 産後ケア事業 など 					
提供価値(What)	ゆとりのある自分らしい生活							
				基準値 (R5)	R7	R8	R9	R10
数値 目標	寒川町で子育てをしたいと思う保護者の割合		96.4	96.4	96.4	96.4	96.4	
KPI	母子手帳アプリの登録者数		586	879	1,163	1,439	1,703	
	子育て支援センター利用者の満足度		94	94	94	94	94	

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

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

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、湘南地域トップクラスの子育て環境を目指します。

具体的な取り組みは、今後の予算査定により大きく変更する場合があります。

施策	共働き子育て世帯の 日常をサポート	取 組 み (How)	【保育園】 ・保育士の確保に向けた取り組み 【要調整】 ・確保提供量の拡充に向けた取り組み 【要調整】 ・保育園の情報発信の取り組み 【児童クラブ】 ・確保提供量の拡充に向けた取り組み 【要調整】 など				
ターゲット(Who)	仕事も子育ても頑張る世帯						
提供価値(What)	社会貢献（就労）に よる自己肯定感の向上						
			基準値	R7	R8	R9	R10
数値 目標	待機児童数【保育園】(人)	2 (R6.4)	0	0	0	0	
	待機児童数【児童クラブ】(人)	8 (R5末)	0	0	0	0	
KPI	定員まで入所していない保育園数(施設)	2 (R5末)	0	0	0	0	
	保育の確保提供量【保育園】(人)	783 (R6.4)	調整中				
	入所定員数【児童クラブ】(人)	292 (R5末)					

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

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
 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。

具体的な取り組みは、今後の予算査定により大きく変更する場合があります。

施策	教育	取り組み (How)						
ターゲット(Who)	児童・生徒		<ul style="list-style-type: none"> FLTの全校配置 スキルアップに関する取り組み(新)【要調整】 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など 					
提供価値(What)	これからの社会を 生き抜いていくための力							
			基準値 (R5)	R7	R8	R9	R10	
数値 目標	英語の勉強が好きな子どもの割合 (%)		68	69	69	70	70	
	課題解決に向けて自ら考え、行動する子どもの割合 (%)		82	80	80	80	80	
KPI	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	90	90	90	90	
	生徒の英語検定等の資格試験の受検率 (%)		8	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	90	90	90	90	

【担当課】 学校教育課

3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）

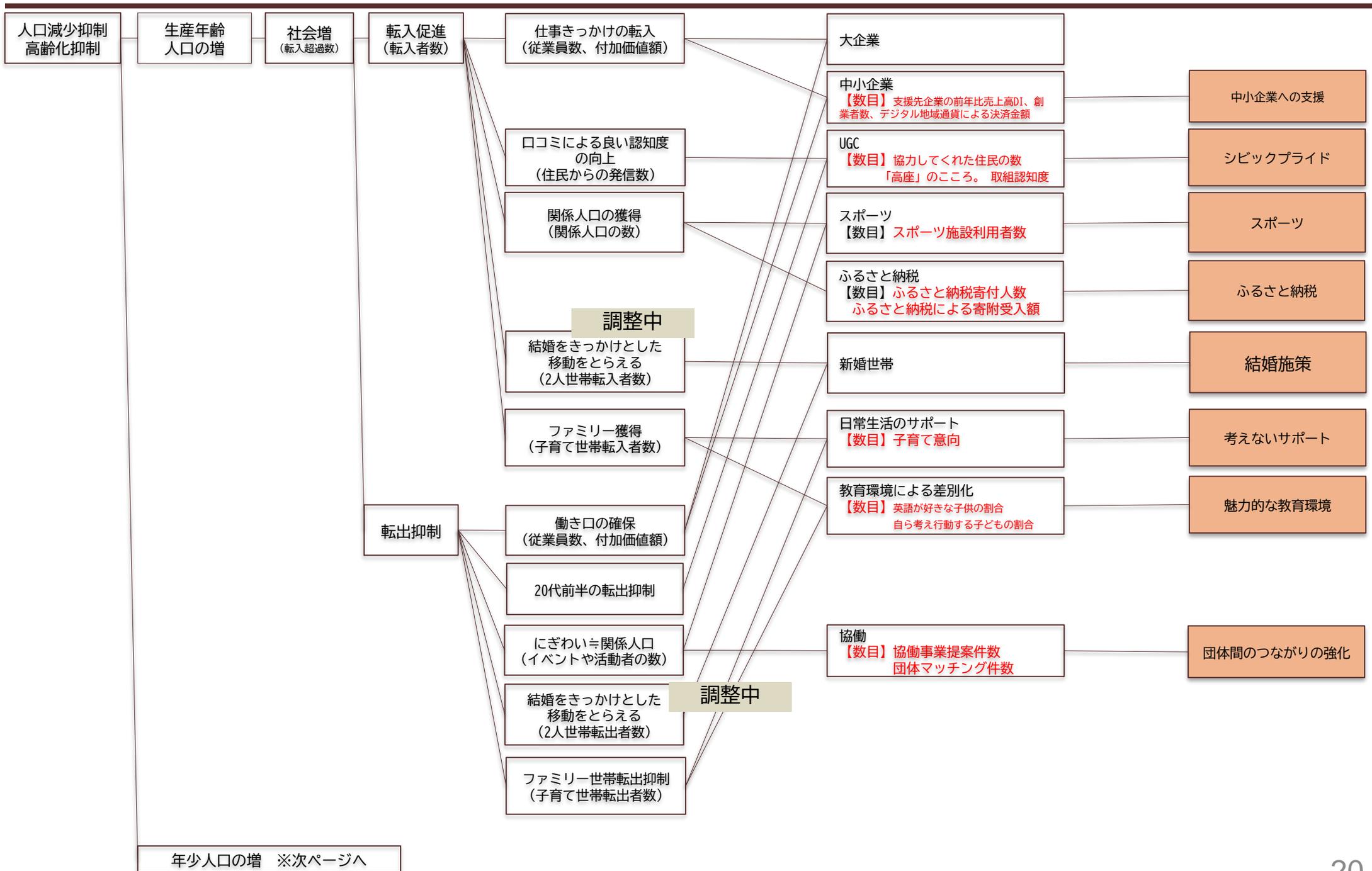
基本目標4 発展し続けるまち「さむかわ」をみんなでつくります
 施策7 つながる場の創出

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。

施策		地域活動団体の支援	取り組み (How)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 具体的な取り組みは、今後の予算査定により大きく変更する場合があります。 </div> <ul style="list-style-type: none"> ・ 団体交流事業（新） ・ 協働事業提案制度 <p style="text-align: center;">など</p>				
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						
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						
				基準値 (R5)	R7	R8	R9	R10
数値 目標	協働事業提案制度 提案件数 (件)			1	1	1	2	2
	団体交流事業による団体マッチング件数 (件)			-	1	1	2	2
KPI	協働事業提案制度 相談件数 (件)			2	3	3	4	4

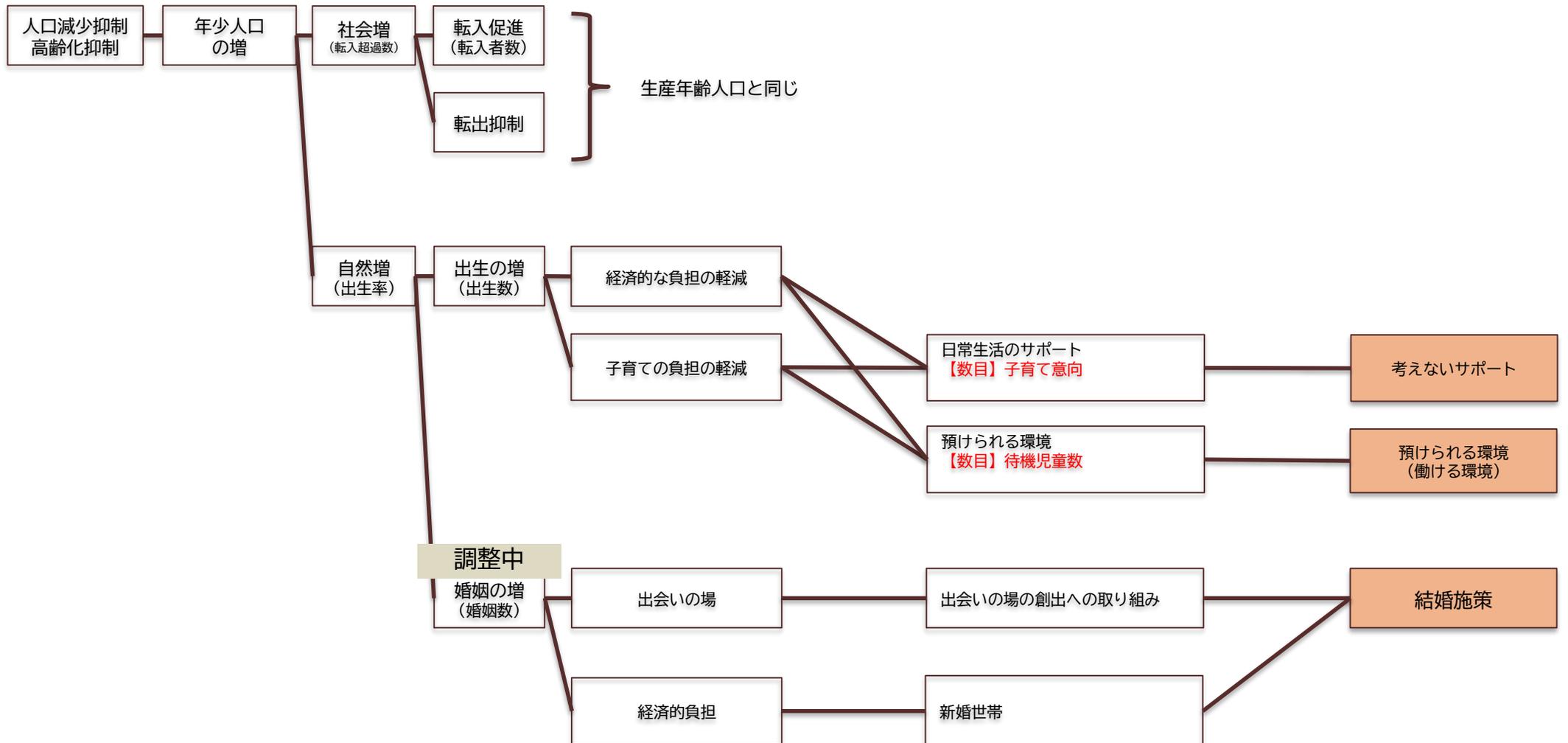
【担当課】 町民協働課

参考：数値目標・KPIツリー（人口、高齢化率の視点）



年少人口の増 ※次ページへ

参考：数値目標・KPIツリー（人口、高齢化率の視点）



1. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定のポイント
2. 第3期寒川町まち・ひと・しごと創生総合戦略の構成
3. 基本目標と目指すべき基本的方向（施策）（案）
4. 地方創生におけるデジタル活用の方向性

4. 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。

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とらえながら、積極的に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」に取り組みます。

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、業務アプリの内製化などを取組事項として掲げており、このような取組が、地方創生も含む町全体の業務を支えています。