
田舎館村
第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略



令和2年3月

< 目 次 >

I	はじめに	1
1.	総合戦略策定の目的	1
2.	計画策定の対象期間	1
3.	他の計画等との関係	1
	（1）人口ビジョンとの関係	1
	（2）総合振興計画との関係	2
4.	策定にあたっての体制と推進方法	2
	（1）多様な主体との協働による策定・推進	2
	（2）PDCAサイクルによる推進	2
II	本村の現状と課題	3
1.	人口の動向	3
2.	地域経済の動向	4
3.	第1期総合戦略の振り返り	6
4.	本村の課題	7
	（1）人口減少をやわらげる	7
	（2）地域経済循環を強化する	7
	（3）新しい時代の流れに対応する	8
III	本村の地域創生の方向	9
1.	人口目標の設定	9
2.	総合戦略の基本方針	10
	（1）村の将来像と基本理念	10
	（2）政策目標	11
IV	戦略プロジェクト	12
1.	自然と共生する元気な・いなかだて（しごとの創生）	12
	（1）農業の高付加価値化と工業、商業などの産業振興	12
	（2）田んぼアートのさらなる活用を図る	15
2.	若者がいきいきと輝く・いなかだて（ひとの創生）	17
	（1）結婚・出産・子育て・教育を切れ目なく支援する	17
	（2）移住・定住の促進	19
3.	村民の笑顔あふれる・いなかだて（まちの創生）	21
	（1）村民の健康長寿を実現する	21
	（2）地域の安全性を高め、安心な暮らしを持続させる	23

I はじめに

1. 総合戦略策定の目的

国は平成 26 年にまち・ひと・しごと創生法を制定し、地域による地方創生を後押しするために、各地域、自治体において地方創生総合戦略を策定するよう求めました。

その際に策定されたものが現行のまち・ひと・しごと創生総合戦略です。現行の戦略の対象期間が終了するのに合わせ、令和 2 年、国はあらたに第 2 期まち・ひと・しごと創生戦略の基本方針を示しております。

本村においても、国の方針や青森県の地方創生総合戦略を受け、第 2 期まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下第 2 期総合戦略）を策定する運びとなりました。

国の新しい総合戦略の基本方針では、現行の戦略が人口減少を克服することに焦点をあてていたのに対し、人口減少は避けられないものとして受け止め、減少を抑制する、とややトーンダウンしました。

その一方、地域経済を活性化し、人の移動を活発にしていくこと、そのために新しい技術を取り入れることと多様な人材の活躍を実現することがクローズアップされています。

本村における第 2 期総合戦略においても、このような変化を取り入れ、従来の施策の考え方、方向性をベースにしながら、新しい社会の変化に対応し、地域をより豊かにしていくことを目指すものとします。

2. 計画策定の対象期間

本戦略は令和 2 年度から令和 6 年度までの 5 か年を対象とするものです。

3. 他の計画等との関係

（1）人口ビジョンとの関係

現行の総合戦略策定時には同時に将来の人口推計とシミュレーションを行った「人口ビジョン」を策定いたしました。

第 2 期総合戦略においても前回同様、人口ビジョンを策定し、人口の動向や将来シミュレーションを行い、総合戦略に反映してまいります。

（２）総合振興計画との関係

村政運営の最上位計画が「総合振興計画」であります。現行の総合振興計画は第５次でありその期間は平成３２年度（令和２年度）までとなっております。

第２期総合戦略の期間とのずれが生じますが、両計画は密接に関連するものであり、互いに整合性を図って策定するものとします。

４．策定にあたっての体制と推進方法

（１）多様な主体との協働による策定・推進

第２期総合戦略の策定・推進に際して、幅広い分野について検討をする必要があることから「田舎館村まち・ひと・しごと創生有識者会議」を設置します。

同会議には外部有識者等も招き入れ、その知見を活用し、また関係諸機関とも連携を図りながら策定・推進に取り組みます。

（２）ＰＤＣＡサイクルによる推進

第２期総合戦略の策定・推進に際しては、「田舎館村まち・ひと・しごと創生有識者会議」などの体制を活かして、事業の効果検証を行い、必要に応じて見直しを図る、いわゆるＰＤＣＡサイクルによる推進を図るものとします。

Ⅱ 本村の現状と課題

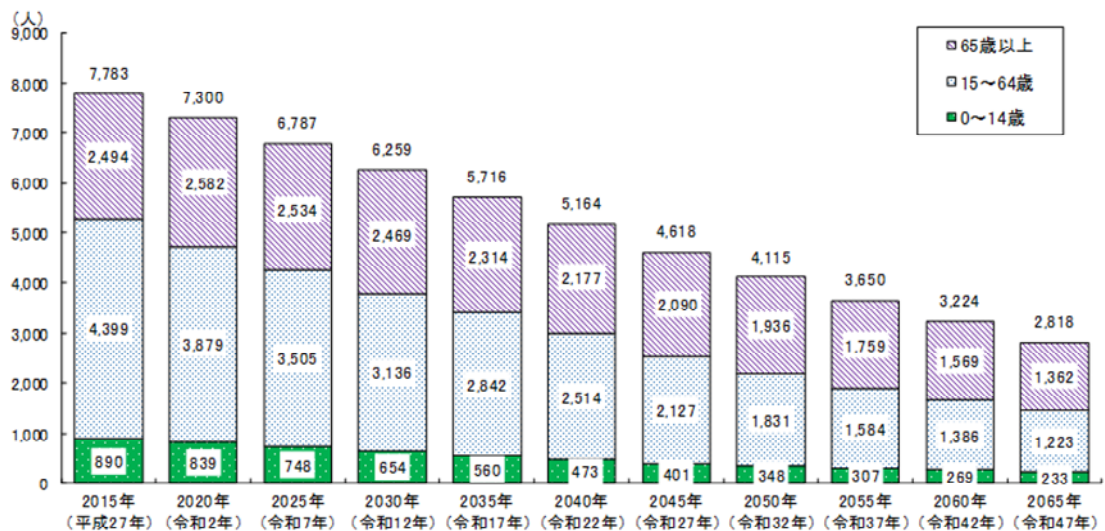
1. 人口の動向

本村の人口は平成 27 年（2015 年）の国勢調査によると 7,783 人となっております。これは過去 40 年にわたり、減少傾向が続いています。

社人研の推計によると、令和 27 年（2045 年）には 4,618 人になることが予測されています。

詳しい分析は人口ビジョンに譲りますが、全国的な少子高齢化の傾向の中、本村の人口は全国の傾向よりも減少スピードが大きく、すでに高齢人口も減少傾向になっていることがわかります。

社人研の将来推計人口

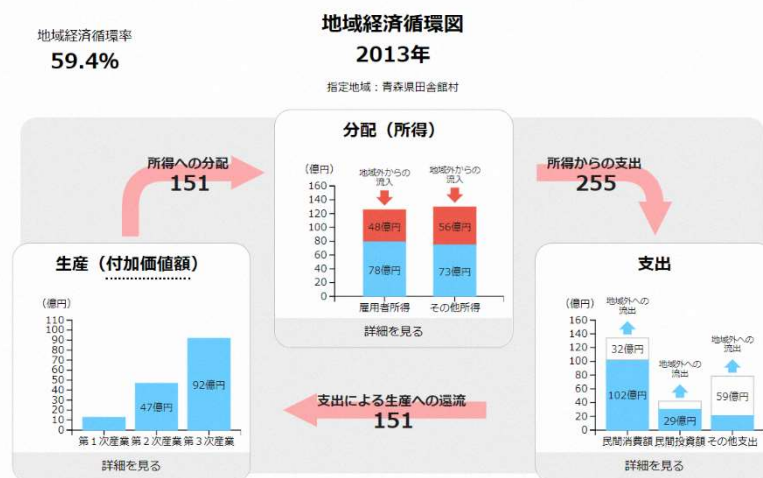


2. 地域経済の動向

国が提供する「地域経済分析システム（RESAS）」の地域経済循環図を見ると、本村の総付加価値額は151億円、総支出額は255億円であり、地域経済循環率（地域で生み出された付加価値が地域内で循環する割合）は59.4%となっております。

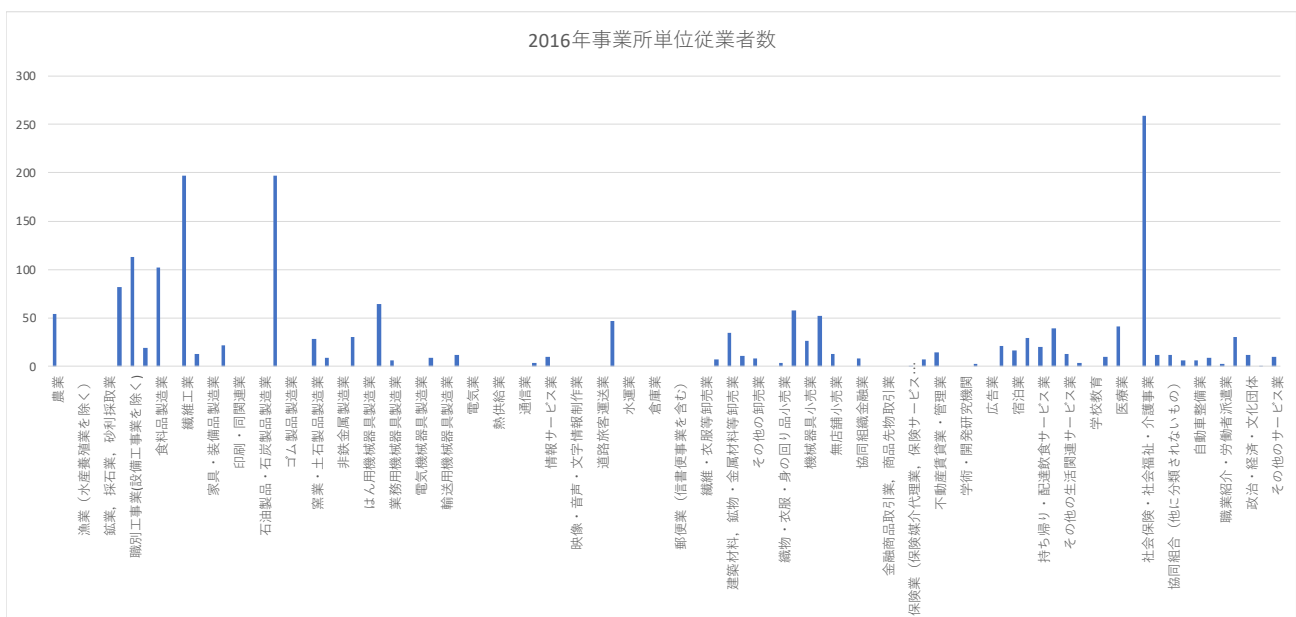
付加価値151億円と支出255億円の差は、村外からの流入であり、村の外で働くことで収入を得て、支出に回していることが分かります。

また、産業の大分類別の付加価値額は第一次産業13億円、第二次産業47億円、第三次産業92億円となっております。



出典 地域経済分析システム（RESAS）

次に事業所単位従業者数のグラフを見ます。

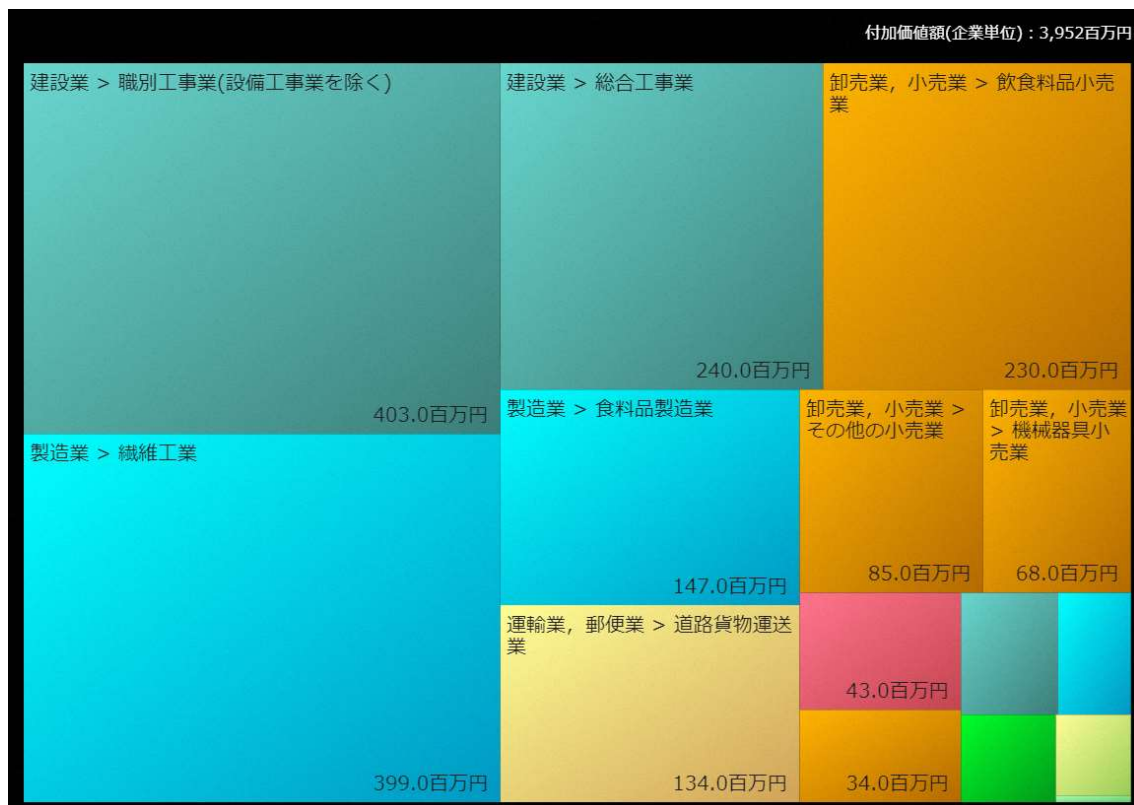


出典 経済センサス活動調査

本村において、もっとも従業者数の多い分野は社会保険、社会福祉、介護事業（259 人）です。ついで繊維工業（197 人）、プラスチック製品製造業（197 人）となっています。産業分野別では、製造業（合計 689 人）が最も多くなっています。

ただし、製造業の従業者数は減少傾向にあるのに対し、社会保険、社会福祉、介護事業の従業者数は増加傾向にあります。

次に R E S A S によって 2016 年企業単位付加価値額を産業分類別に見ます。



出典 地域経済分析システム (R E S A S)

最も付加価値が大きい産業分野は建設業（職別工事業）です。ついで製造業（繊維工業）、建設業（総合工事業）、卸売小売業（飲食料品小売業）などとなっています。

上記のデータから、本村において最も付加価値を多く稼ぎ、働いている人が多い分野は繊維工業（繊維製品製造業）であることが分かります。

また、全体としては第 3 次産業の割合が最も高く、農業を中心とする第 1 次産業は付加価値額で見ると全体の 1 割程度となっています。

3. 第1期総合戦略の振り返り

1 自然と共生する元気な・いなかだて（しごとの創生）

<数値目標>

- 不作付地の拡大抑制 8%（H27）→7%（H31）
- 村内観光地の入込客数 236,460人（H25）→350,000人（H31）

<実績>

不作付地の拡大抑制 7.5%

村内観光地の観光入込客数 376,175人

2 若者がいきいきと輝く・いなかだて（ひとの創生）

<数値目標>

- 定住人口 H27.7月末現在人口8,124人→H31.3.31現在人口7,500人
- 合計特殊出生率 1.37（H27）→1.50（H31）

<実績>

定住人口 7,818人

特殊出生率 1.45（H30）※村算出結果

3 村民の笑顔あふれる・いなかだて（まちの創生）

<数値目標>

- 平均寿命の全国との差 男2.7年、女1.2年（H22）→差を縮小（H31）

<実績>

平均寿命（全国 男80.8歳 女87.0歳）（村 男78.8歳 女85.9歳）

差 男2年 女1.1年（H27）

4. 本村の課題

(1) 人口減少をやわらげる

本村においては、近年人口の自然減が大きくなり、ほぼ毎年 50 人超の自然減となっております。

これは、出生者数に比べ、死亡者数が多いことが原因です。

少子高齢化の傾向からこの傾向は短期的に改善をすることは難しいものと考えられます。

一方、社会増減については、基本的に減少傾向ではあるものの、その幅は年によって変動があり、平成 28 年は 13 人の社会増となるなど、10 人以上の社会増となった年もありました。

社会移動の原因は複雑に絡み合っているため、単純に社会増を見込める施策は難しいですが、自然増を目指すことに比べて、努力と効果のつながりが比較的に見えやすいと考えられます。

上記を踏まえると、人口減少問題については、自然減の傾向の中で減少幅をできるだけ緩やかにするために、出生数を増やすこと、死亡数を減らすことを目指す方向性が一つ考えられます。

そのために、出産、子育てへの支援、健康長寿を目指した取り組みが求められます。

また、社会減をできるだけ社会増に向けるために、移住者への支援、住みよいまちづくりによる定住促進策が求められます。

(2) 地域経済循環を強化する

①外から稼ぐ力を強化する

地域経済循環図で見た通り、本村の付加価値額は 151 億円です。付加価値を高め、村民の所得を大きくするには、村の外のお金を村に引き込むことが求められます。

そのためには、2 つの方向性があります。一つは村の商品を外部に販売することです。村の特産といえる米やりんごなどの農産物をできるだけ高く販売することを目指します。

インターネットを通じた販売や情報発信により、付加価値を高めて販売することが可能になっています。積極的な販売促進を図ることが大切です。

もう一つの方向性は、外部の人を村に呼び込むことです。本村には田んぼアートという大きなコンテンツがあります。

このコンテンツを最大限に活かして、たくさんの人を本村に集め、村の中で消

費活動をしてもらうことで村を豊かにすることを目指します。

②地域内の経済循環を強化する

地域内の経済を活性化するには、地域内の循環を強く大きくすることも大切です。特定の産業分野だけが稼いで潤うのではなく、稼いだ金を地域内に循環させることが必要です。

そのためには、地域内の経済を支える事業者を維持、増加させていかなければなりません。その方向はまた、地域内の雇用や事業の場を確保することにもつながります。

人口減少対策において、出産支援（出産時の経済負担の軽減）や移住支援（引っ越し費用の助成）などの対策が取られることがあります。根本的にはその地域で安定した職があるかどうかが決め手になります。

（３）新しい時代の流れに対応する

国の第２期まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本方針では、従来の基本方針の柱である

「人口減少対策」「雇用・就業対策」「出産・子育て支援」「安心・健康・地域づくり」の４つを踏襲しつつ、これらを横断的に考える「多様な人材の活躍推進」「新しい時代の流れに対応する」という２つの目標が設定されました。

新しい時代の流れとは、インターネットやＩＣＴなどの技術を駆使したＳＯＣＩＥＴＹ５.０への取り組みや、環境問題や人権、教育などいわゆるＳＤＧｓ（持続可能な指標）の実現などが含まれます。

本村においても限られた資源を有効に活用し、まち・ひと・しごとを創生するために、新しい技術や考え方を積極的にとり入れる必要があるでしょう。

また、近年定住人口、交流人口（観光などで当該地域を訪問する人）に加え、関係人口（当該地域と特定のつながりを持った人）という概念が打ち出されています。従来型の観光では交流人口を増やすことが求められましたが、今後は、一定期間継続して定期的に本村を訪れ、また本村を訪れたことがなくても本村のことを知り、気にかけてくれるといった特定のつながりを持つ人を増やすことを目指すことも大切になります。

例えば、田んぼアートを通じて、年に何度も本村を訪れてもらうためのイベントなどの開催や、ふるさと納税を活用して全国に本村の存在を発信するなどにより、関係人口を増やすことが可能となります。

Ⅲ 本村の地域創生の方向

1. 人口目標の設定

第2期総合戦略における人口目標については、人口ビジョンの推計を踏まえ、総合戦略の計画期間が終了後の令和7年度に総人口 7,100 人と設定します。

これは、社人研の推計で本村の令和7年の総人口が 6,787 人であることを基本にしつつ、社会移動については、総合戦略の各施策を推進することによって、短期的に好転させることができる可能性があるため、社人研のパターン3推計（7,098 人）よりも若干多い人口を目標とするものです。

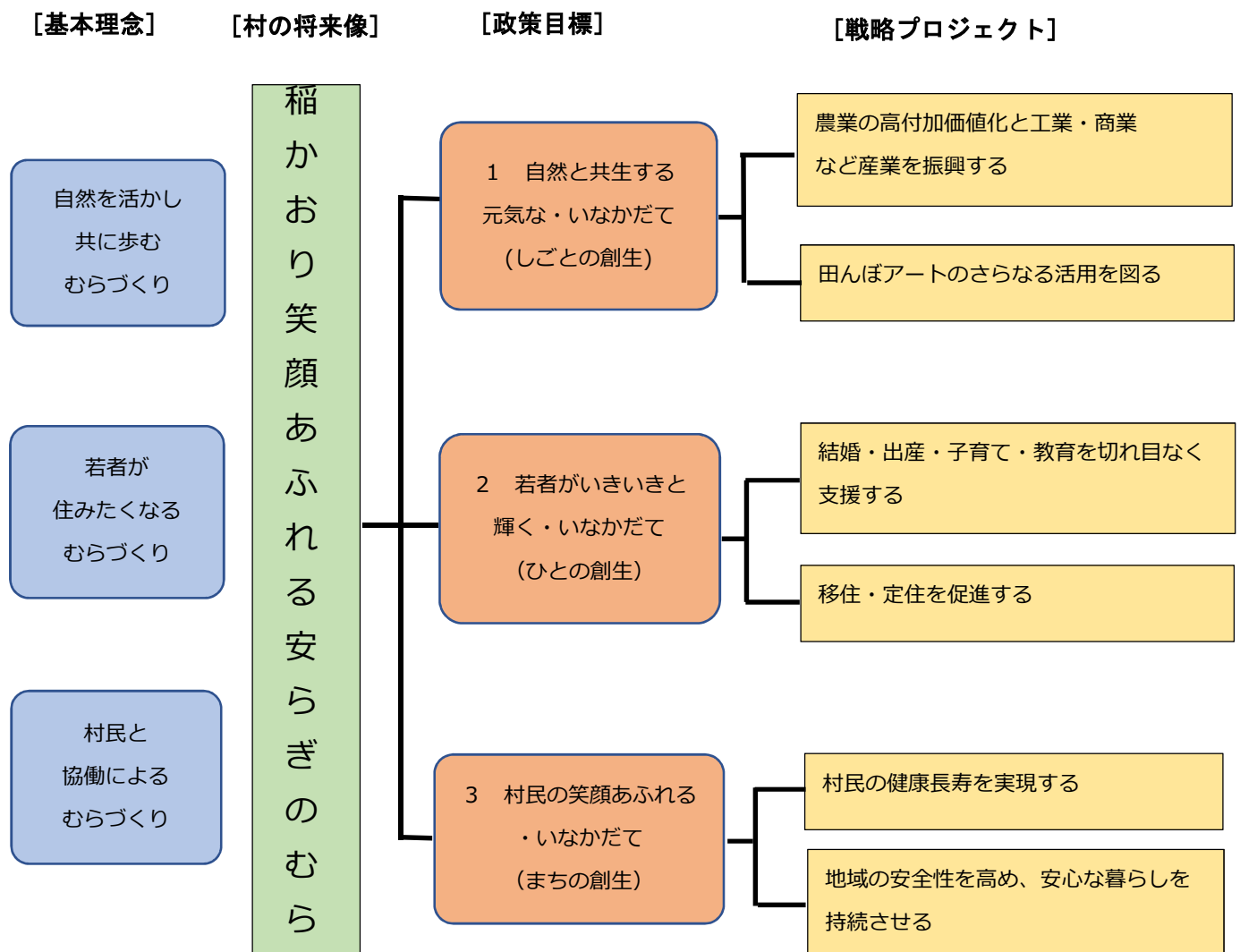
2. 総合戦略の基本方針

(1) 村の将来像と基本理念

本村では第 5 次総合振興計画において村の将来像を「稲かおり笑顔あふれる 安らぎのむら」としております。

第 2 期総合戦略においてもこの将来像を踏襲するとともに、戦略の中でより具体的に進められるよう検討してまいります。第 2 期総合戦略の基本理念として、「自然を活かし共に歩むむらづくり」「若者が住みたくなるむらづくり」「村民と共同によるむらづくり」の 3 つを掲げます。

〔施策体系図〕



（２）政策目標

村の将来像、第２期総合戦略の基本方針をもとに、３つの政策目標を設定し、それぞれの政策目標に沿った戦略プロジェクトを定めます。

１ 自然と共生する元気な・いなかだて（しごとの創生）

豊かな自然と伝統文化を大切にし、農業と工業の調和した稲かおる故郷で、安心して生活できるむらづくりを進めます。とりわけ、田んぼアートの地域経済波及効果を高める取り組みを強化していきます。

<数値目標>

村内観光地の観光入込客数 376,175 人（R1）→ 381,000 人（R6）

新規就農者数 10 人（R6 までの累計）

２ 若者がいきいきと輝く・いなかだて（ひとの創生）

すべての村民が生き生きと活躍できるむらづくりを進めます。結婚・出産・子育て・教育環境の充実を図り、将来の村を支える人を地域で育てます。

<数値目標>

定住人口（住民基本台帳人口） 8,110 人（H27）→ 7,483 人（R6）

移住相談者数 100 人（R6 までの累計）

３ 村民の笑顔あふれる・いなかだて（まちの創生）

すべての村民が健康で安心安全な生活を送れるよう、保健サービスの提供や、自らの健康づくりへの支援に努めるとともに、公共交通機関の充実促進、雪対策の拡充など、生活環境の充実、地域社会づくりに努めます。

<数値目標>

がん検診受診率 胃 17.1%、大腸 24.0%、肺 24.7%（H30）→ 40%（R6）
子宮 9.5%、乳 10.6%（H30）→ 50%（R6）

Ⅳ 戦略プロジェクト

1. 自然と共生する元気な・いなかだて（しごとの創生）

（1）農業の高付加価値化と工業、商業などの産業振興

本村の農業は、平坦で肥沃な土地と豊かな水に恵まれ、米やりんごを中心に大豆、アスパラガスやトマト、いちご、トルコギキョウなどの花きが栽培されています。

農業施策のテーマは高付加価値化です。海外の安価な農産物が輸入されるようになると、小規模零細な事業の多いわが国の農作物は価格で不利になります。これを補うには、高値で売れる商品にする（6次産業化）、高値で買ってくれる人に売る（海外高所得者層をターゲットとした輸出）の2つの方向性が考えられます。

そのため、意欲的な担い手への農地や経営資源の集積を図り、低コストで高品質な農産物の安定生産につなげていくとともに、新規農産物の導入や、ブランド化、さらには加工・販売を含む「6次産業化」を進め、地道な営農活動を継続し、農業を未来に引き継いでいきます。また、新しい技術を積極的に導入し、農作業の負担軽減を図り、担い手不足に対応することも大切です。

農産物の輸出対策としては、県や近隣市町村などと連携しながら、安全・安心・高品質な津軽産農産物の輸出の拡大を図っていきます。

工業については、弘前市と黒石市の中間に位置する立地条件を生かし、川部地区にある田舎館村工業団地を中心に企業誘致を進め、精密機器や縫製、土石・木製品の製造業を中心に事業が展開されています。

今後の工業については、既存企業の振興とともに、新規工業団地の造成の検討、さらには、村有建物等を活用した企業誘致などを進め、雇用の場を確保し、人口減少の緩和につなげていきます。

さらに商業については、6次産業化の取り組みから全国、世界に商品を販売し、いわゆる外から稼ぐ商業を目指していきます。

これらの取り組みにより、豊かな自然と伝統文化を大切にし、農業と工業・商業の調和した稲かおる故郷の継承を図っていきます。

【K P I】

遊休農地の面積	0.4ha (R1)	→ 0 (R6)
新規就農者数	2人 (R1)	→ 10人 (R6 までの累計)
6次産業化による商品化数	3件 (R1)	→ 5件 (R6)
新規企業誘致件数	1件 (R1)	→ 2件 (R6 までの累計)
製造品出荷額等	117.6億円 (H29)	→ 120億円 (R6)

〔主な個別施策〕

① 売れる仕組みづくり

- ・「あさゆき」や青森県が作付けを推奨している「青天の霹靂」などの米を中心とした田舎館村産品の「ブランド力」の向上
- ・インターネット、SNSを活用した田舎館村産品の情報発信、販売経路拡大とその支援
- ・田舎館村産品の輸出に取り組む担い手の育成や輸出ルートの開拓支援

② 農業基盤整備の促進

- ・農業生産基盤の整備促進
- ・高付加価値化、低コスト化等による農業所得の向上、農地の規模拡大や機械化による作業の省力化
- ・中心経営体への農地集積による耕作放棄地の解消と発生予防
- ・農地中間管理機構の活用の推進
- ・国・県に対する農道、用排水路の整備促進の要望実施
- ・担い手の生産基盤強化と経営力向上の支援
- ・中小規模農業経営者に対する経営強化支援及び生産基盤整備支援
- ・水稲との複合化も含めた新規作物の導入及び生産技術取得の支援
- ・個人経営又は集落営農組織の農業生産法人化に向けた取り組みの支援
- ・スマート農業（ICT技術を活用した農業技術）の活用の検討

③ 既存企業の育成支援

- ・経営基盤安定化に向けた企業内技術ノウハウの高度化や事業化への取り組み支援
- ・国・県の補助制度や融資制度の活用による企業体質の強化の促進

④ 地域資源を活用した新たな事業の創出・育成

- ・地域資源を活用した加工品開発など、新たな事業の創出・育成に向けた取り組みの支援

- ・ 地場産品の販路拡大の促進
- ・ クリーンエネルギーの推進

⑤ 新たな企業誘致の推進や創業の支援

- ・ 新規工業団地造成に向けた検討の推進
- ・ 遊休地の情報把握と積極的な情報の提供
- ・ 遊休化した工場跡地や転用可能な村有の土地・建物の積極的な情報開示と利用促進
- ・ 首都圏等での誘致活動の実施
- ・ 創業者向け助成金の活用や融資制度の新設

⑥ 6次産業化の推進

- ・ 田舎館村産品の輸出に取り組む担い手の育成や輸出ルート及び販路拡大
- ・ 農産物のインターネット販売に向けた販路拡大支援

⑦ 食育と地産地消の推進

- ・ 学校給食やイベント等での食育の推進
- ・ 特産農産物や加工品を使った地産地消の推進

(2) 田んぼアートのさらなる活用を図る

本村にある、「田んぼアート」、「田舎館村埋蔵文化財センター・博物館」、「道の駅いなかだて 弥生の里」、「田舎館村総合案内所 遊稲の館」などの観光資源をさらに活用します。

村内においては観光客向けの商店や宿泊施設が少なく、田んぼアートなどに訪れる観光客が増加をする中で、それに応じた消費効果を得られるようにすることが課題の一つです。このため、田んぼアートそのものを毎年、創意・工夫し、ブラッシュアップしていくのはもちろんのこと、観光客ができるだけ長期間滞在、あるいは複数回訪れるようなイベントの開催をはじめ、宿泊や飲食、土産品購入の場の拡充を進め、観光入込客数の増加に応じた収益を村内事業者還元する仕組みづくりに努めます。

さらに、農作業体験や自分で育て、刈り取った米を食べる体験を通じて、文化、食、自然への意識を高める機会とする体験型観光をさらに高度化し、継続して本村に関わる関係人口を増加させます。

また、従来のPR方法だけに頼ることなく、SNSを効果的に活用したり、ふるさと納税制度による本村のファンづくりや、企業版ふるさと納税制度を活用して、食料品メーカーや流通企業などと連携し、田んぼアートの価値をさらに高めることを目指します。

【KPI】

年間商品販売額	62.9 億円 (H28) → 70 億円 (R6)
田んぼアートの入込客数	261,510 人 (H30) → 1,000 千人 (R6 までの累計)
田んぼアート関連事業の県外PR活動実施	6 回 (R1) → 30 回 (R6 までの累計)
観光ガイドの実施件数	6 件 (R1) → 50 件 (R6 までの累計)

〔主な個別施策〕

① 集客力を高める取り組みの推進

- ・ 田んぼアートの魅力度をアップするための事業の推進
- ・ 田んぼアート観光客の村内滞在時間を延伸するための企画の推進
- ・ 田んぼアート商店街の運営の充実
- ・ 全国の田んぼアートとの連携による相乗効果、相互資源開発の研究
- ・ 冬季観光の活性化及び産業振興の推進

- ② 商店等の拡充と起業の促進（田んぼアートの集客を消費につなげる）
 - ・村の特産品やお土産を販売する店舗の拡充や起業の促進
 - ・空き家の有効活用も含めた宿泊施設の誘致や起業の促進
 - ・村内飲食店の利用促進を図るための情報発信
- ③ 体験型観光の促進
 - ・「遊稲の館」での弥生水田での米づくり体験、伝統工芸品の工作体験と、各種イベントの開催による観光の振興
 - ・「遊稲の館」での特産品である古代米を使った加工品の販売促進
- ④ 積極的な情報の発信と受け入れ態勢の拡充
 - ・観光資源の認知度向上をめざしたインターネットでの映像配信等の情報発信（多言語対応）の推進
 - ・SNSを活用した個人向け情報発信の充実
 - ・観光案内板（多言語表示）の設置や公共サインの整備
 - ・観光ガイドの充実
 - ・インバウンド対策の整備
 - ・ふるさと納税について返礼品を検討し、PRを推進する
 - ・観光施設のインターネット環境の整備
- ⑤ 関係団体・機関との連携
 - ・道の駅いなかだて「弥生の里」と連携した販売の強化
 - ・関東田舎館会（仮称）の設立の促進
 - ・近隣市町村との連携による誘客拡大事業の推進

2. 若者がいきいきと輝く・いなかだて（ひとの創生）

（1）結婚・出産・子育て・教育を切れ目なく支援する

本村においても一層人口減少傾向が進んでいます。この傾向をやわらげるには、若者の結婚・出産・子育ての希望をかなえることが必要です。そのために若い人たちが安心して子どもを産み、子育てをしたくなるむらづくりを進めていきます。

広域での婚活の取り組みの拡充、妊娠期から乳幼児期までのきめ細かな母子保健事業の推進、家事や仕事と子育ての両立支援、さらには、子育てに関する心理的・経済的負担を軽減する支援策について第1期から引き続き継続して実施あるいは充実していきます。

また、子育て世代が定住先を選ぶ際、教育が充実しているかどうかは重要な要素です。国際化などの新しい時代に対応した教育を充実させるとともに、自然が豊かである強みを活かした教育、小さな村であることの強みを生かした小中一貫教育など、本村ならではの取り組みを推進していきます。

【K P I】

婚活支援による結婚件数	1件（R1）→2件（R6までの累計）
認定こども園の設置	1件（R1）→2件（R6までの累計）
休日保育の実施	1件（R1）→3件（R6）
小中学校連携事業の実施	5件（R1）→6件（R6）

〔主な個別施策〕

① 出会いの場の確保

- ・広域連携による出会い支援機関（ひろさき広域出愛サポートセンター）の利用促進
- ・出会いの機会を創出するイベントの企画

② 母子保健の推進

- ・妊婦健康診査の実施
- ・乳児家庭全戸訪問の実施
- ・養育支援訪問の実施
- ・乳幼児健康診査の充実
- ・予防接種の実施

- ・乳児歯科指導の実施
- ・離乳食教室の実施

③ 子育て支援の充実

- ・地域子育て支援拠点事業の実施
- ・保育施設運営主体と子どもの健やかな育成環境確保に向けた連携の強化
- ・新児童館における放課後児童健全育成事業実施体制の整備
- ・認定こども園の設置
- ・休日保育の実施に向けた環境整備

④ 保育サービスの充実

- ・地域の実情に合わせた定員の見直しなど保育所の受入体制の充実
- ・延長保育事業の充実
- ・休日保育事業の実施
- ・一時保育事業の実施

⑤ 経済的負担の軽減

- ・副食費の軽減のための村独自基準について検討
- ・中学校卒業までの子に対する医療費の無料化
- ・結婚や出産、入園・入学時のお祝いについて検討
- ・免除付き子育て貸付金制度の可能性について検討
- ・育児に必要となる必需品・消耗品の給付について検討

⑥ 教育の充実

- ・小中一貫教育の確立に向けた小中学校連携事業の推進
- ・学校給食の充実と食育教育の推進
- ・生涯スポーツと体力の向上
- ・国際理解を深めるための外国語活動の推進

（２）移住・定住の促進

本村に移住者を呼び込み、定住を促すには、質の高い住宅の確保が欠かせません。

本村の住環境の強みは、弘前市の中心部に近いわりに、比較的地価が低いため、庭付きなど自然に囲まれた広めの住宅を取得することが可能なことです。

優良農地の保全との調和に留意しながら、こうした住宅ニーズに応えていくことが求められるとともに、居住地として選ばれるための魅力の向上に一層努める必要があります。

このため、市街化区域を中心に、良好な住宅環境づくりを促進するとともに、住宅取得に関する経済的支援を充実し、若者定住につなげていきます。

また、首都圏など遠方からのＩターンを促進するため、お試し移住を促進するとともに、新規就農希望者の居住の場の確保に努めます。

さらに、人口減少に伴って空き家が生じていることに対応する必要があります。空き家等対策推進に関する特別措置法の施行などを受け、空き家を定住住宅として有効活用する必要性が高まっていることから、空き家の流動化にむけた取り組みを進めていきます。

【ＫＰＩ】

移住についての相談者	22 件（R1） → 100 件（R6 までの累計）
空き家補助金活用件数	1 件（R1） → 5 件（R6 までの累計）

〔主な個別施策〕

① 定住住宅取得者への支援

- ・村外からの移住者や若者の住宅取得を奨励するため、新築住宅購入者等に対する固定資産税の一部減免の検討

② 移住の推進

- ・移住お試しハウス制度を活用したお試し移住の推進
- ・U・J・I ターン助成金制度の導入
- ・首都圏等での移住セミナー実施
- ・地域おこし協力隊の導入

③ 空き家対策の推進

- ・空き家・空き地利活用事業費補助金による空き家等の利活用の推進
- ・空き家・空き地バンク制度による空き家等の利活用の推進

- ・ 空き家バンク登録物件を対象とした金融機関ローンの活用
- ・ 村営住宅の代替え用への検討
- ・ 空き家等を利用した村営住宅、シェアハウスの検討

3. 村民の笑顔あふれる・いなかだて（まちの創生）

（1）村民の健康長寿を実現する

青森県は全国でも短命県といわれています。その中でも本村の平均寿命は県平均を下回ります。

近年、健康で長生きをする健康長寿という考えが広まっています。これは、単に平均寿命まで生きることではなく、健康で日常生活に制限がない状態を長く続ける、ということです。

村民の健康と長寿を実現するには、短期的な取り組みや早期に効果が出る施策は考えにくいいため、息の長い取り組みが必要になります。

現行の総合戦略や健康や保健に関する施策を適切に振り返り、より効果の高い施策を検討します。

【K P I】

がん検診受診率の向上

胃 17.1%・肺 24.7・大腸 24.0%（H30） → 40%（R6）

子宮 9.5%・乳 10.6%（H30） → 50%（R6）

糖尿病性腎症による年間新規透析導入者数 0人（H30） → 0人（R6）

〔主な個別施策〕

① がん対策の推進

- ・がん検診の無料化と受診率向上の取り組み
- ・肝炎ウイルス検査等の推奨
- ・胃カメラによる検査の導入の検討
- ・ピロリ菌保有者に対する除菌治療費助成の検討

② 循環器系疾患対策の推進

- ・健康診査及び特定健康診査無料化と受診率向上の取り組み
- ・保健指導対象者を明確にする施策の実施
- ・健康診査結果に基づく村民自身による自己健康管理の積極的な推進
- ・発症リスクに基づいた保健指導の実施

③ 糖尿病対策の推進

- ・特定健康診査結果に基づく村民自身による自己健康管理の積極的な推進

- ・ 特定保健指導及びH b A 1 c 値に基づいた保健指導の実施
 - ・ 糖尿病予防教育の実施
- ④ 村民の生活習慣の改善
- ・ 精検受診への助成の検討
 - ・ 適正体重を維持することの重要性の普及啓発
 - ・ 適切な量と質の食事をとることの奨励
 - ・ 村民の体力向上の取り組みの推進
 - ・ 飲酒・喫煙の健康に及ぼす影響に関する正しい知識の普及啓発
 - ・ 歯・口腔の健康の維持・向上の促進
 - ・ こころの健康に関する知識の普及と相談事業の実施
 - ・ 自殺防止対策を策定し具体的な対策を検討
- ⑤ 安全・安心な救急医療体制の確立
- ・ 近隣市の一次・二次救急医療体制の確立と維持運営
 - ・ 弘前大学医学部付属病院高度救命救急センターの運営を支援

（２）地域の安全性を高め、安心な暮らしを持続させる

村民が安心して快適な生活を継続するには、持続可能な生活環境が必要不可欠です。持続可能な生活環境を考える場合、現在の村民を第一に考えるべきですが、移住してくる村民、新たに村で誕生する村民から見た視点を持つことも大切です。

しかし、近年、東日本大震災などの大地震や大型台風、集中豪雨、大雪、猛暑などの新しい形の自然災害が多く発生しており、生活環境の持続性が危ぶまれています。また、鉄道の廃止や、身近な近隣商店の廃業に伴う高齢者等の買い物環境の悪化、さらには、冬季の除雪など、本村には生活環境の持続性において様々な課題があります。

こうした課題に向き合うには、自治体の力だけでは十分ではなく、村民の互助・共助によるきめ細かい支えあいも必要です。また、広域市町村との連携にも努めながら、これらの課題への対応を図ります。

【ＫＰＩ】

防雪施設の整備	5 路線（R1）	→	6 路線（R6）
冬期イベントの実施	1 回（R1）	→	1 回（R6）
世代間交流事業の取り組み	13 地区（R1）	→	15 地区（R6）
自主防災組織の充実	11 組織（R1）	→	14 組織（R6）

〔主な個別施策〕

① 公共交通の確保

- ・ＪＲ奥羽線の青森・弘前間の完全複線化要望
- ・民間活力も含めたＪＲ川部駅周辺の駐車場等の整備
- ・公共交通機関と連携した利用実態に応じた利用促進の取り組みの推進
- ・利用実態に応じた路線の見直し
- ・路線バスに代わるデマンド交通等の研究の推進

② 商業環境の充実促進

- ・高齢化社会等に対応した商業施設のバリアフリー化の促進
- ・買い物難民の発生を予防するための商業情報の提供や村の商業への理解向上

③ 冬期間の雪対策等の拡充

- ・除排雪に必要な機械の安定的な確保

- ・歩道除雪機械のボランティア等への貸与
 - ・冬期スポーツの普及や健康づくり活動の推進のための冬のイベントや雪に親しむ事業への支援
 - ・地吹雪により視野の確保が困難な区間などでの防雪施設の整備推進
- ④ 世代間交流等の促進
- ・コミュニティ推進事業費補助金制度を活用した各地区での祭り等に対し、補助金を交付し、世代間の交流を促進
 - ・多世代交流の促進
 - ・コミュニティFM放送の有効活用
- ⑤ 効率的な行財政運営の推進
- ・民間の資金やノウハウを活用した公共施設の管理・運営
- ⑥ 防災・防犯対策の推進
- ・行政情報配信サービス運用事業の実施
 - ・消防団員の確保と普通救命講習受講者の増加
 - ・災害に備えた体制の整備
 - ・自主防災組織の充実と支援
 - ・住宅耐震改修補償制度や村独自の助成制度の検討
- ⑦ 広域行政の推進
- ・「定住自立圏構想」についての研究推進
 - ・地域環境の保全や衛生、医療体制の整備などの分野で近隣自治体との広域連携を推進
- ⑧ 生活環境の整備
- ・ごみ減量化及び資源リサイクルの推進
 - ・リサイクルへの住民意識の醸成