

第2期舟橋村総合戦略

令和3年3月

舟 橋 村

目 次

1. 基本的な考え方	1
(1) 背景	1
(2) 位置づけ	1
(3) 計画期間	1
2. 第1期総合戦略の成果	2
(1) 第1期総合戦略の重点事業（子育て共助のモデル事業）	2
(2) 舟橋村創生プロジェクトの内容	3
(3) 人口の推移	11
(4) 数値目標の達成状況及び今後の課題	22
(5) 第1期総合戦略の成果のまとめ	28
3. 第2期総合戦略の基本方針	29
(1) コンセプト	29
(2) 将来人口目標	30
4. 基本目標と基本的方向	34
(1) 第2期 総合戦略の全体像	34
(2) 第2期 総合戦略の重点的な取り組み	35
(3) 基本目標・具体的施策	36
5. 総合戦略の推進	43
(1) 計画の推進	43
(2) P D C Aサイクル	43
資料編	44

1. 基本的な考え方

(1) 背景

国においては、地方の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するため、平成 26（2014）年 11 月に「まち・ひと・しごと創生法」が制定された。同法第 10 条において、市町村は、国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を勘案して、当該市町村の区域の実情に応じた施策についての基本的な計画を定めるよう努めなければならないと規定している。さらに、「まち・ひと・しごと創生基本方針 2019」において、令和 2（2020）年度以降の第 2 期「総合戦略」の策定を進めることとされている。

国の『第 2 期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」』（令和元（2019）年 12 月）において、「地方創生は、各地域が意欲と熱意を持ち、その地域の強みや魅力を活かした取り組みを自主的・主体的に行うことが重要であり、この取り組みを国が支援することが基本である。」と位置づけられており、人口減少を和らげるとともに地域内経済循環を実現し、人口減少に適応した地域づくりを進めることが求められている。

本村においても、平成 27（2015）年に策定した「舟橋村総合戦略」（以下「第 1 期総合戦略」という。）の計画期間が令和 2（2020）年度をもって満了を迎えることに伴い、地方創生の充実・強化に向け、切れ目ない取り組みを進めるため、第 2 期舟橋村総合戦略（以下「第 2 期総合戦略」という。）を策定するものである。

(2) 位置づけ

第 2 期総合戦略は、第 1 期総合戦略の成果と課題、第 2 期舟橋村人口ビジョン（以下「第 2 期人口ビジョン」という。）の目標を踏まえ、今後 5 年間の目標や施策の基本的方向、具体的な施策をまとめたものである。

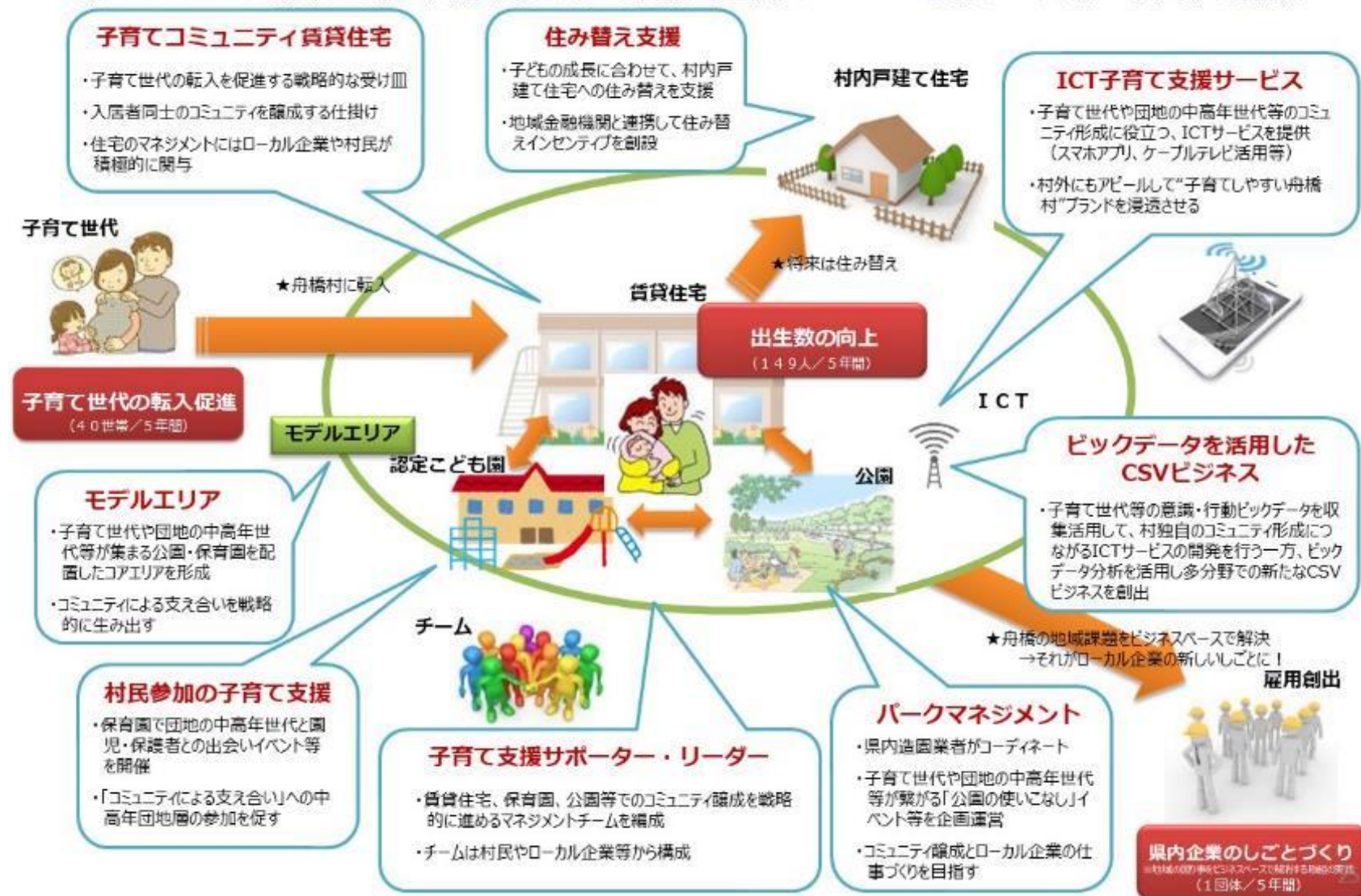
(3) 計画期間

2021 年度（令和 3 年度）～2025 年度（令和 7 年度）の 5 年間

2. 第1期総合戦略の成果

(1) 第1期総合戦略の重点事業（子育て共助のモデル事業）

相互のコミュニティ醸成と子育て支援環境の向上を目指し、空間内で人と人をつ結びつける様々な仕掛けを提供



（２）舟橋村創生プロジェクトの内容

①舟橋村創生プロジェクト総合推進会議

- ・平成 27 年度より異業種間連携のプラットフォームづくりを目的に組織を運営。
- ・プロジェクトのPDCAサイクルを推進。

【施策提案→情報→意見交換→事業内容決定→事業実施→事業検証】

		構 成 員
産	住宅	積水ハウスグループ
	保育	富山YMCA
	造園	金岡造園、福田園、柴崎農園
	通信	Asmama
学		富山大学地域連携推進機構
官		舟橋村
金		北陸銀行、富山第一銀行、富山銀行、富山信用金庫、日本政策投資銀行、日本政策金融公庫
その他		富山県緑化造園土木協会
オブ ザーバー		財務省北陸財務局富山財務事務所、舟橋村議会地方創生特別委員会

※勉強会等には、その他多数の参加企業あり



②モデルエリアの整備

- ・「モデルエリア」には①子育て支援賃貸住宅、②京坪川河川公園（拡張）、③認定こども園があり、それらの区画を結びつける4つの通り（エントランス通り、子育てコモン通り、公園通り、保育園通り）と1つの広場（センターサークル広場）を整備。
- ・これらの空間が様々な人達に使いこなされ、使う人達同士の「繋がり」が生まれ、舟橋村の子育て支援の評価に結びつき、結果として“子育て世代の転入促進”、“出生率の向上”、“県内企業の仕事づくり”を達成することが目標。



■プロジェクトの進捗状況

- ・子育て支援賃貸住宅（リラフォートふなはし）は勉強会を重ね、内容を協議。プロポーザルを経て令和元年10月より入居開始。
- ・公園（オレンジパーク）に関しては、勉強会（平成28～29年度）を重ねながら、造園業の新しい「しごと創出」にもつながるパークマネジメントを目指し、「園むすびプロジェクト」を開始。子育て共助のコミュニティづくりが進められている。
- ・子育て支援センターぶらんこは平成27年に開設し、主にロコミで利用者が増加している。
- ・ICTの面では子育て共助アプリを活用し、子育て世帯同士がつながり、送迎や託児の頼りあい、イベント等の情報交換を進めている。



③リラフォートふなはし

- ・子育て支援賃貸住宅のあり方を検討するため、平成 28 年度に県内ハウスメーカー勉強会を開催し、平成 29 年度に事業者を選定するプロポーザルを実施した。
- ・入居資格は、小学生以下（妊娠中を含む）の子どもがいる子育て世帯、または婚姻後 5 年以内かつ夫婦の年齢合計が 75 歳以下の新婚世帯である。
- ・全 20 戸、令和元年 10 月から入居開始。現在は満室の状態。



④ I C T ・舟橋村コミュニティアプリ

- ・コミュニティアプリを活用し、子育て世帯同士がつながり、送迎や託児の頼りあい、イベント等の情報交換を進めている
- ・アプリ登録者は約 250 人に達し、子育てイベントにも多くの参加がみられる。

●アプリ登録者数

約 250 人（2020 年 12 月）

●イベントの開催数、参加者数

開催数 66 回

参加者数 766 人（2019 年 4 月～2020 年 11 月累計）

●アクティブ担い手数

10 人

もう登録しましたか？

**村内の頼り合いをサポート！
“舟橋村コミュニティアプリ”を使いこなそう**

**登録料
利用料
0円**

登録はこちら！

舟橋村のコミュニティ一覧

- * 国むすびプロジェクト
- * 子育て支援センターふらんこ
- * ふなはし放課後児童クラブ(学童)
- * 子育て支援・交流拠点こどもまち
- * ふなはしママテリア
- * 舟橋村 × 子育てシェアひろば(AsMama)

「様のつながり」
増やしませんか？
コミュニティに参加して
村の子育て情報や
イベント情報をチェック。
同じコミュニティのメンバーと
頼り合いもできます。

もう使わないベビーカー。
欲しい人いる？

こんなやりとりを
村のみんなと♪

美容院に行ってる間、
子どもを預かってほしいな

オレンジパークでピクニック。
よかったらご一緒にどう嘛♪

子育てシェア

子どもがいてもいなくても、地域で頼りあえる子育て共助アプリ **子育てシェア** にぜひ登録&友だちを増やしましょう！

⑤子育て支援センターぶらんこ

1) 実施概要

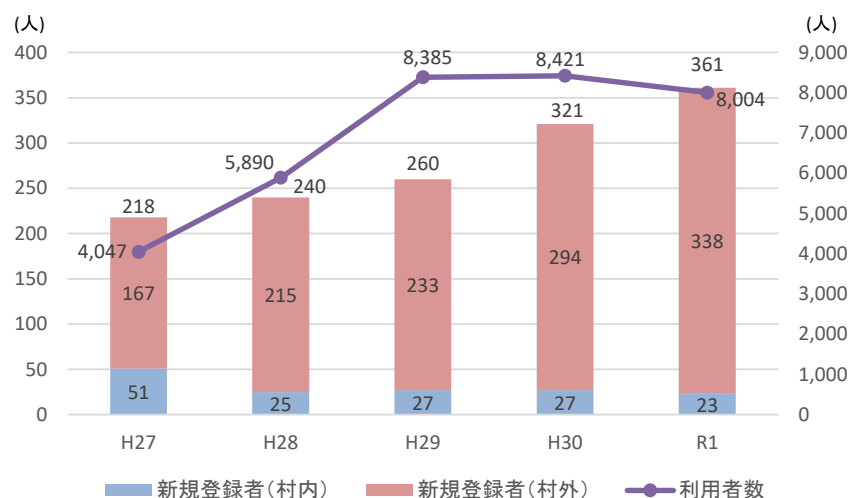
- ・子育て支援センターぶらんこは平成 27 年に開設。
- ・「繋がる安心感・共感」と「関わる楽しさ」をキーワードに、子育て支援センターぶらんこが子育て期の親子にとっての居場所となり、親子同士の繋がりづくりを意識した活動（＝舟橋型子育て支援）を展開している。
- ・毎日 10 時から「ぶらんこタイム」として保育士と一緒に歌や手遊び、お遊戯などを楽しむ時間。また、木曜日はさくらんぼくらぶによる季節の行事や親子で楽しめるイベントを開催する「さくらんぼくらぶの日」となっている。



2) 新規登録者・利用者数推移

子育てにおけるコミュニケーションにおいて中心的役割を担う「子育て支援センターぶらんこ」の新規登録者数は、村内の出生者に関しては大半が新規登録しているとともに、村外の新規登録者数が大きく増加している。利用者数も増加傾向（R1 はコロナウイルス対策で 1 ヶ月閉館）にあり、子育てにおけるコミュニケーションが活発化している。

図表 子育て支援センターぶらんこの新規登録者・利用者数



※舟橋村データ、R1 年度はコロナウイルス感染症対策のため 3 月は閉館

⑥公園（オレンジパーク）パークマネジメント

1) 実施概要

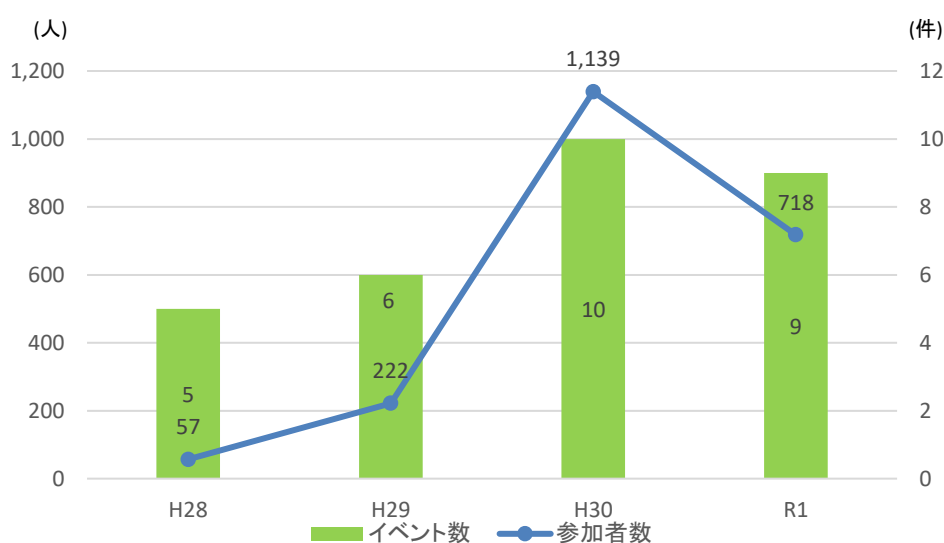
- ・平成 27 年から始まったパークマネジメントの取り組みは、当初は集客に苦労したものの、その後異業種連携によりイベント開催を増やし集客力が高まった。
- ・平成 29 年は、「こども公園部長」や「クラウドファンディング活用」など、これまでにない新たな取り組みや手法により、保護者も巻き込む公園づくりの展開が進んだ。
- ・平成 31 年には「月イチ園むすび」イベントが開始され、村内外からの参加者が回を追うごとに増え、「この公園があるからここに住みたい」が実現しつつある。



2) オレンジパークイベント数、参加者数の推移

子育てコミュニケーションの拠点であるオレンジパークのイベント数、利用者数は増加傾向にある（R1 はコロナウイルス対策で一部中止）。

図表 オレンジパークのイベント数・参加者数

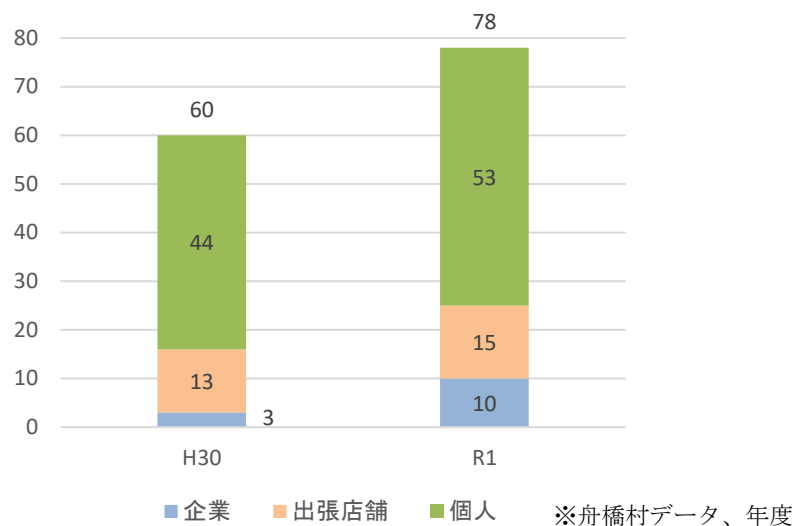


※舟橋村データ、H30、R1 の 11 月イベント（フリーマーケット）は含んでいない

3) オレンジパーク企画運営主体者

オレンジパークの企画運営主体者数は、企業、出張店舗、個人ともに増加傾向がみられ、子育て共助において参加機運が高まりつつあると考えられる。

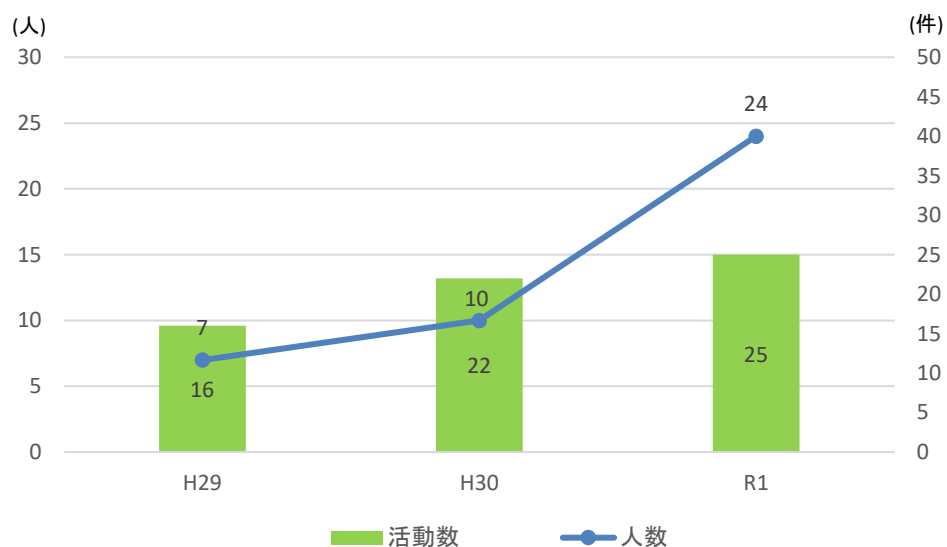
図表 オレンジパーク企画運営主体者数



4) こども公園部長・KKB48の活動

オレンジパークを利用者目線で考え、活動する小学生を「こども公園部長・KKB48」として募集している。コロナウイルス感染症の影響により R2 は活動が制限されたものの、こども公園部長・KKB48の人数は増加し、活動も増加傾向にある。

図表 こども公園部長・KKB48の人数、活動数の推移

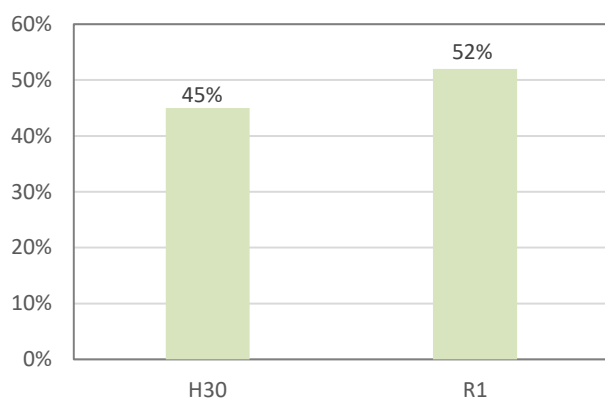


※舟橋村データ、年度、活動数のうち部長会議は月1回でカウントしている。

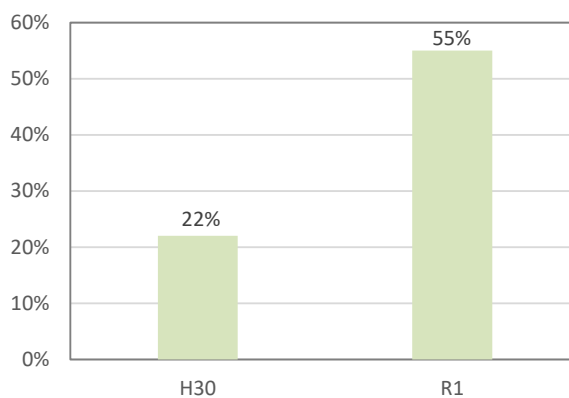
5) オレンジパークイベントの参加者の変化

月イチ園むすび（オレンジパークのイベント）における村外在住家族の割合は、H30 の 45% から R1 は 52% に増加しており、村外の認知度向上につながっている。リピーター率（3 回以上参加者の割合）は、H30 の 22% から R1 は 55% に増加しており、月イチ園むすびのファンが増え、子育ての楽しさにつながっていると考えられる。

図表 「月イチ園むすび」村外在住家族の割合



図表 「月イチ園むすび」リピーター率

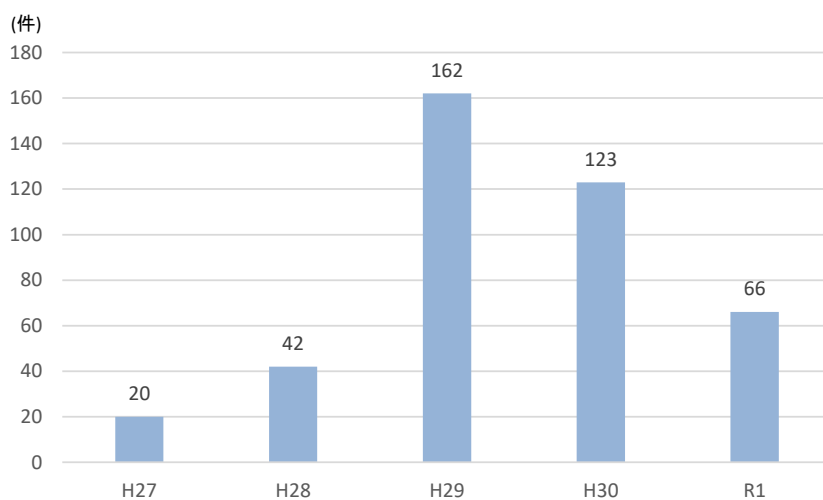


※主催者データ、H30、R1 の 11 月イベント（フリーマーケット）は含んでいない

⑦子育てのしやすいまちのイメージ向上

子育てのしやすいまちのイメージ向上の指標として、「子育てのしやすいまち」としてメディアで紹介された件数をみると、H29 に大きく増加し、その後も一定の水準にあり、イメージ向上は図られていると考えられる。

図表 子育てのしやすいまちとしてメディアで紹介された件数



※舟橋村データ、年度

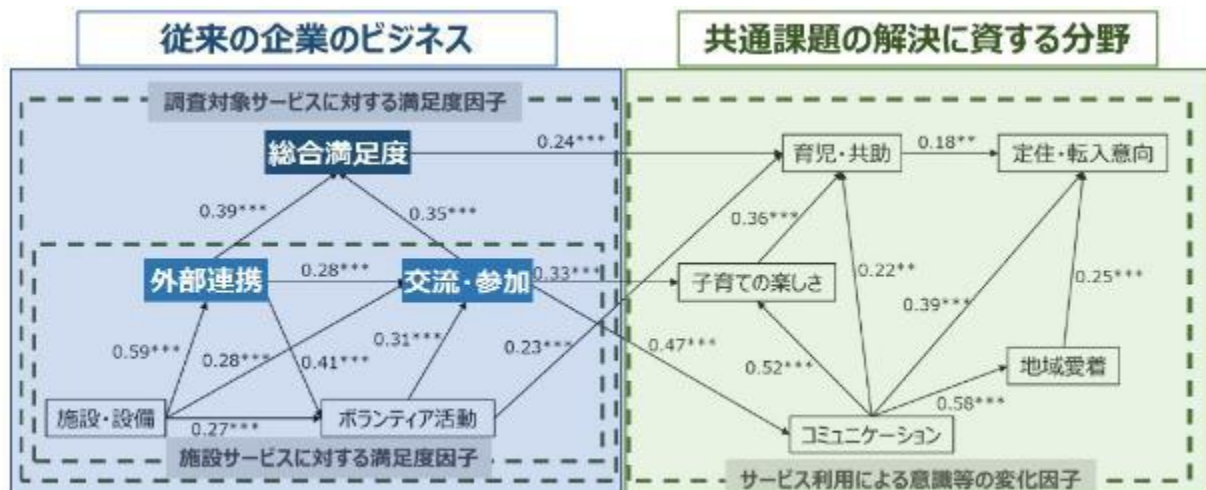
(3) 人口の推移

①創生プロジェクトと定住・転入の関係

舟橋村の第1期総合戦略に基づく創生プロジェクトと定住・転入意向の因果関係に関し、室蘭工業大学、富山大学、大阪経済大学の研究により構造が明らかになった。

【子育て共助による意識変化の構造】

- ・「育児・共助」は「定住・転入意向」に寄与していることが把握された。
- ・「育児・共助」を高めるには、「子育ての楽しさ」や「コミュニケーション」を高める仕組み、サービスにおける「総合満足度」を高める仕組みが有効であることが分かった。
- ・そのためには、「交流・参加」を促すプログラム、「外部連携」による取り組みの有効性が確認されている。



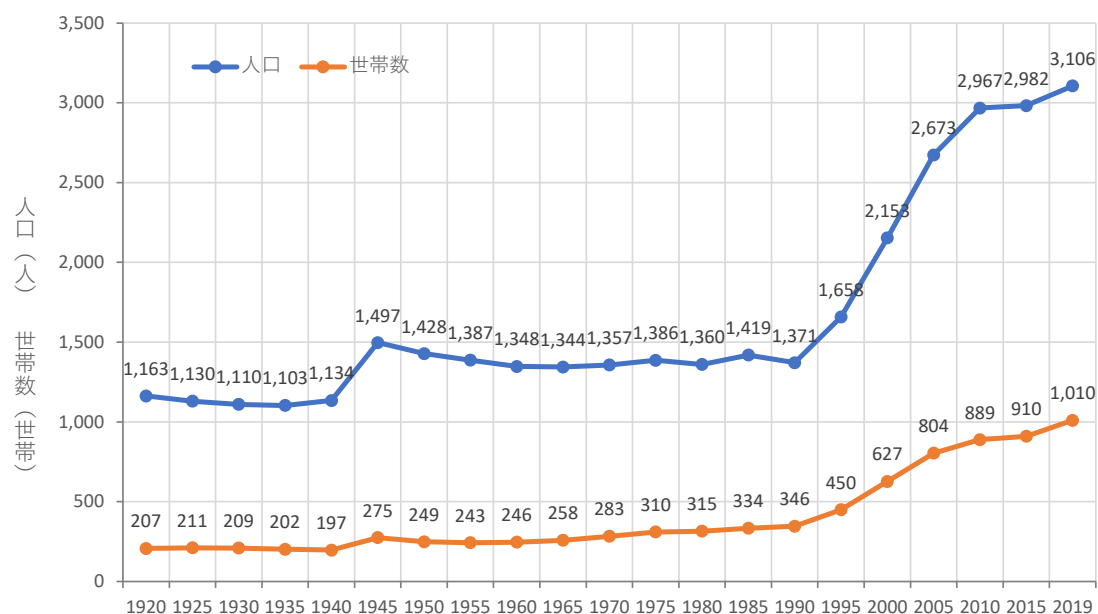
※ランドスケープ研究83巻5号 北村優人* 金岡省吾** 小松亜紀子*** 市村 恒士*

②総人口・世帯数の推移

1950年から1990年にかけて本村の人口は1,400人（300世帯）前後で推移していたが、住宅地開発を進めた1989年以降人口が急速に増加し、2010年には2,967人（889世帯）となった。2007年以降、住宅開発件数は鈍化しており、人口も横ばいとなった。

舟橋村総合戦略を開始した2015年以降は、再び人口、世帯数が増加している。

図表 総人口・世帯数の長期推移

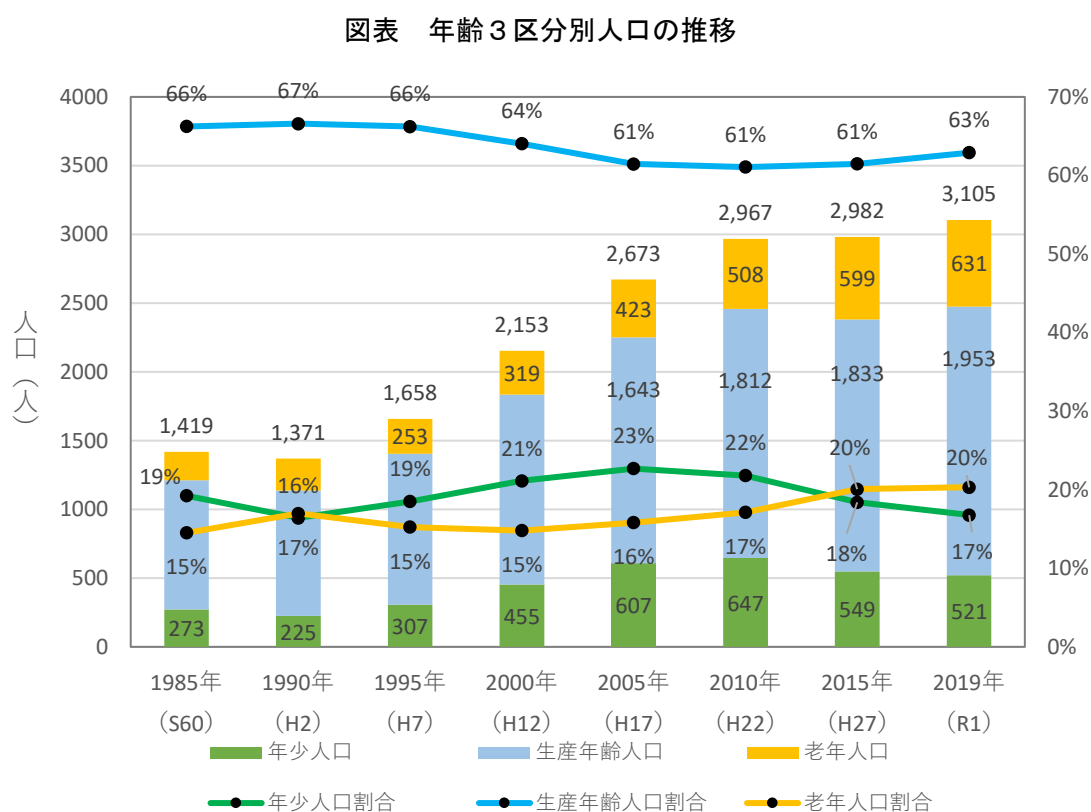


※2015年までは国勢調査、2019年は富山県人口移動調査（集計方法は平成27年10月1日実施の国勢調査確報値による人口及び世帯数に、市町村に届出のあった出生・死亡・転入・転出者数を加減して算出）

③年齢3区分人口の推移

2019 年の本村における年齢3区分別人口及び構成比は、年少人口（0～14 歳人口）が 521 人（17%）、生産年齢人口（15～64 歳人口）が 1,953 人（63%）、老年人口（65 歳以上人口）が 631 人（20%）となっている。

生産年齢人口に関しては、2015 年の 1,833 人から 2019 年は 1,953 人と 120 人（6.5%）増加している。



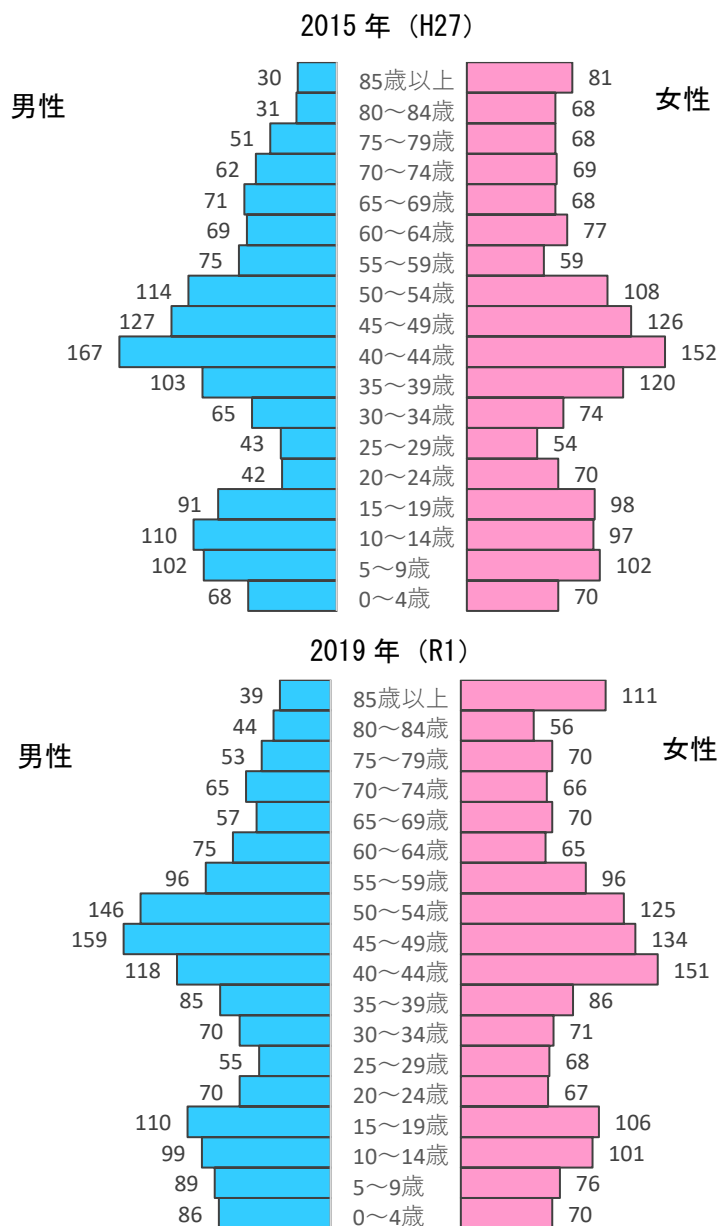
※2015 年までは国勢調査、2019 年は富山県人口移動調査（集計方法は平成 27 年 10 月 1 日実施の国勢調査確報値による人口及び世帯数に、市町村に届出のあった出生・死亡・転入・転出者数を加減して算出、年齢不詳を除く）

④人口ピラミッド

団塊ジュニアの世代が多く、2019年においては45～49歳が最も多い。

2015年の20～39歳を、2019年の25～44歳と比較すると、各年齢階層において増加している年代が多く、若い人の転入超過傾向が伺える。

図表 人口ピラミッド



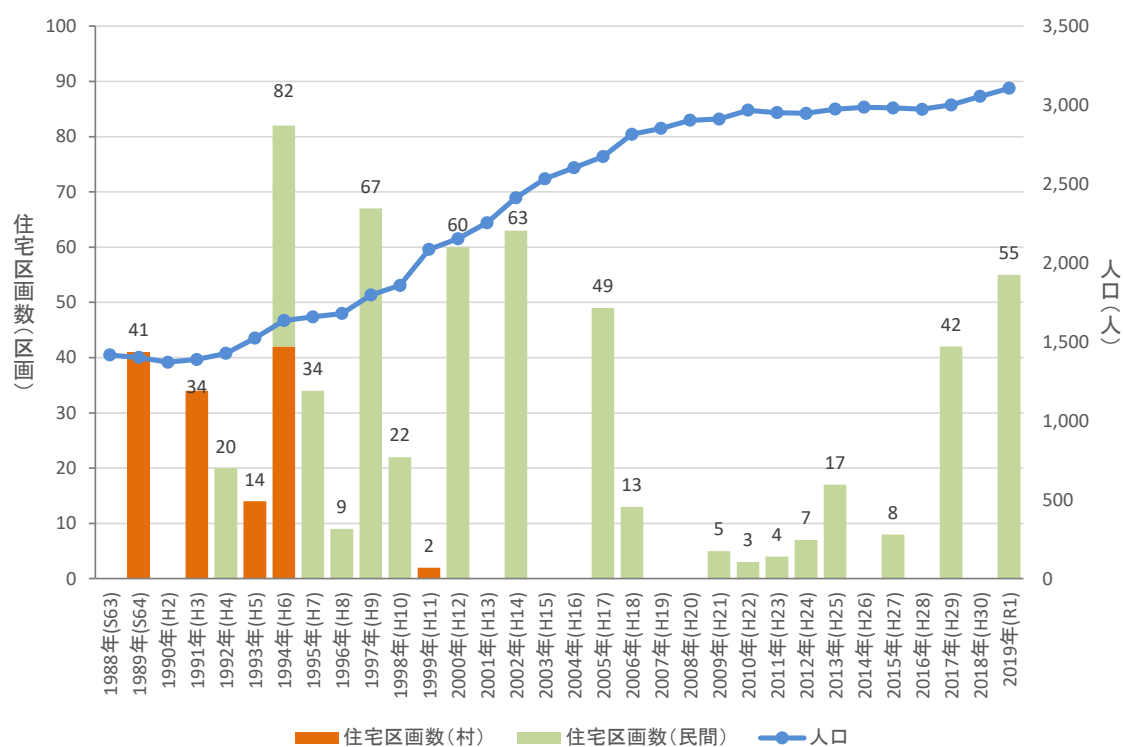
※2015年までは国勢調査、2019年は富山県人口移動調査（集計方法は平成27年10月1日実施の国勢調査確報値による人口及び世帯数に、市町村に届出のあった出生・死亡・転入・転出者数を加減して算出、年齢不詳を除く）

⑤住宅開発と人口の関係

本村では1989年（S64）から住宅開発に着手し、500区画以上供給したが、2007年（H19）以降は開発が鈍化していた。

総合戦略を開始した2015年以降、再び民間の住宅開発が活性化している。

図表 住宅開発（区画数）と人口の推移



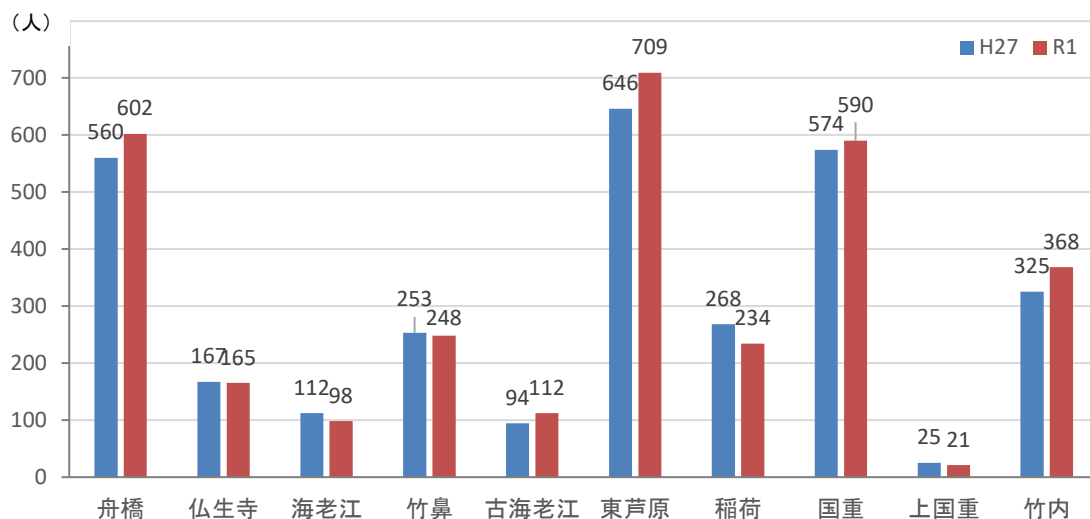
※住宅開発は舟橋村資料、人口は富山県人口移動調査

⑥自治会の人口構造

舟橋、東芦原（東芦原団地を含む）、国重が人口規模の大きい自治会である。

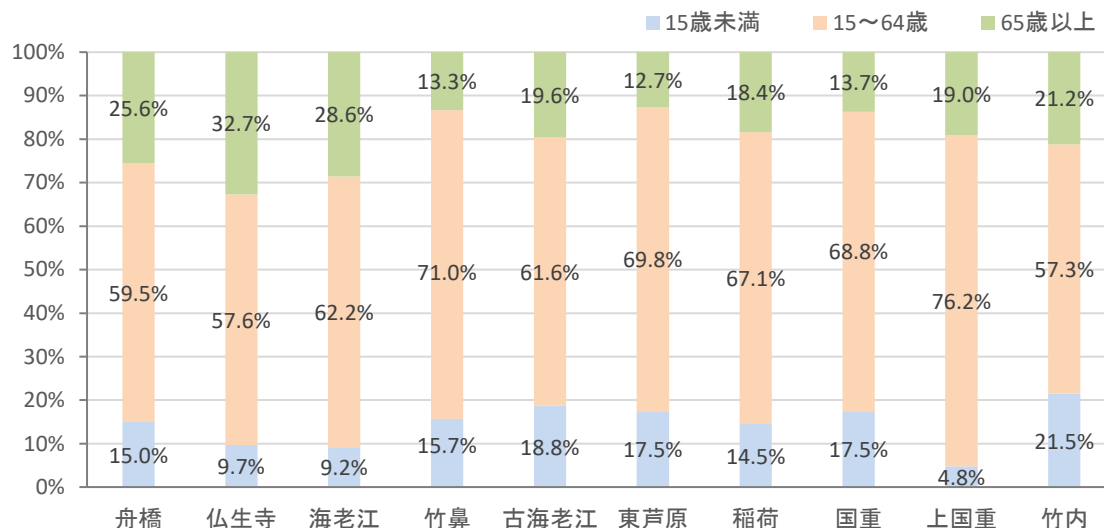
仏生寺、海老江、舟橋は高齢化率が 25%を超えている。

図表 自治会の人口



※人口は舟橋村データ、各年 10 月 1 日現在

図表 自治会の年齢 3 区分別人口割合 (R1)



※人口は舟橋村データ、令和元年 10 月 1 日現在

⑦定住・転入

1) 若い世代の転入（目標達成）

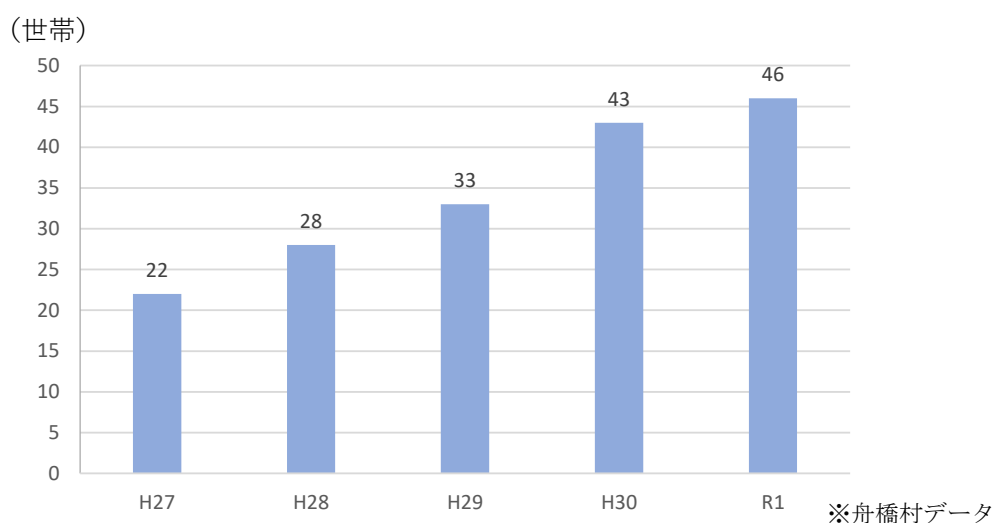
目標値 40 世帯／5 年（H27～R1） ⇒ 実績値 172 世帯／5 年（H27～R1）

※若い世代：20 代・30 代の新婚及び子育て世帯

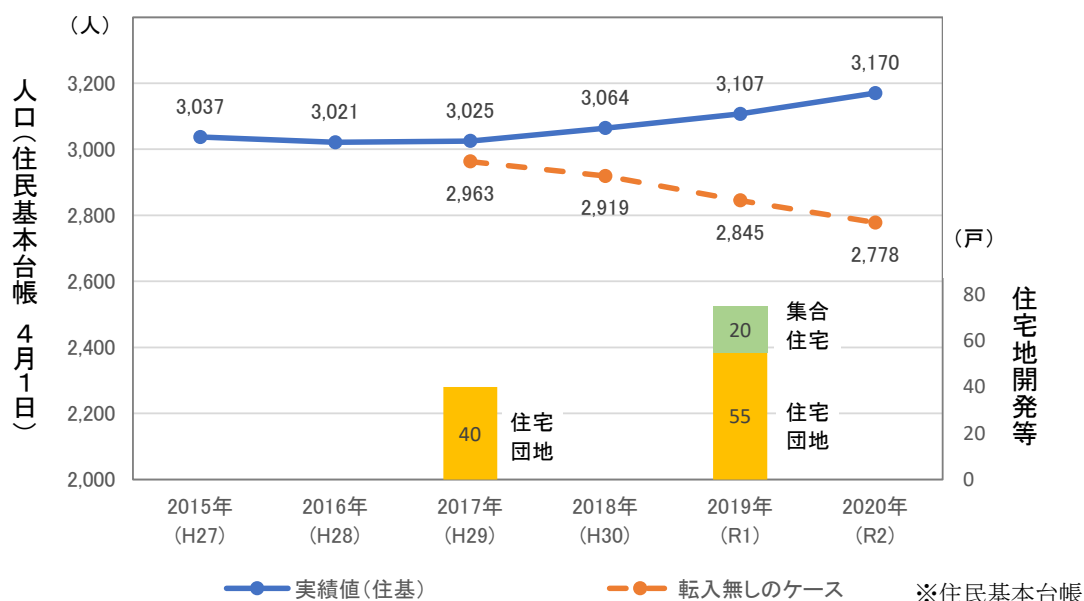
若い世代の転入世帯数は、着実に増加傾向にあり、目標値（40 世帯／5 年）の 4 倍を超える実績（172 世帯／5 年）を達成している。

H27 以降において若い世代の転入が無かったと仮定し人口を推計すると、人口は減少傾向が続き令和 2 年において現況より 392 人少ない状況と考えられる。

図表 若い世代の転入数（世帯）



図表 若い世代の転入が無い場合の人口推移

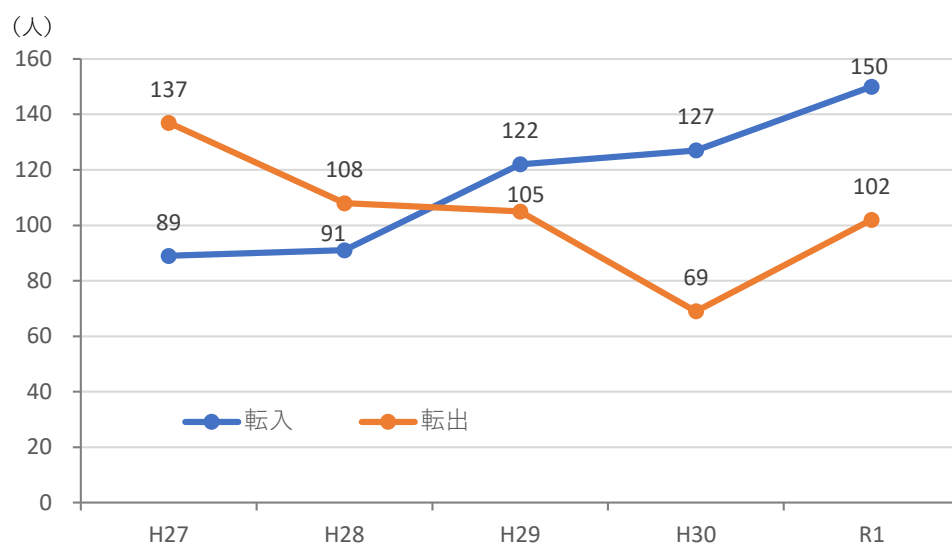


2) 社会動態の変化

転入の促進、転出の抑制が進んでおり、H29以降は転入超過となっている。

R1において、48人の社会増を達成している。

図表 第1期総合戦略策定後の転入・転出の推移



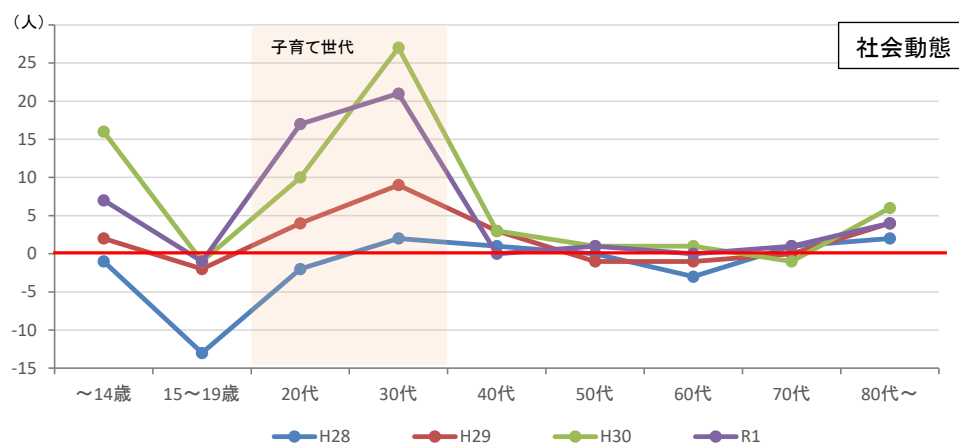
※富山県人口移動調査〔第8表 市町村別県内移動者数（前年10月1日～当該年9月30日）男女計〕

3) 年齢階層別の社会動態

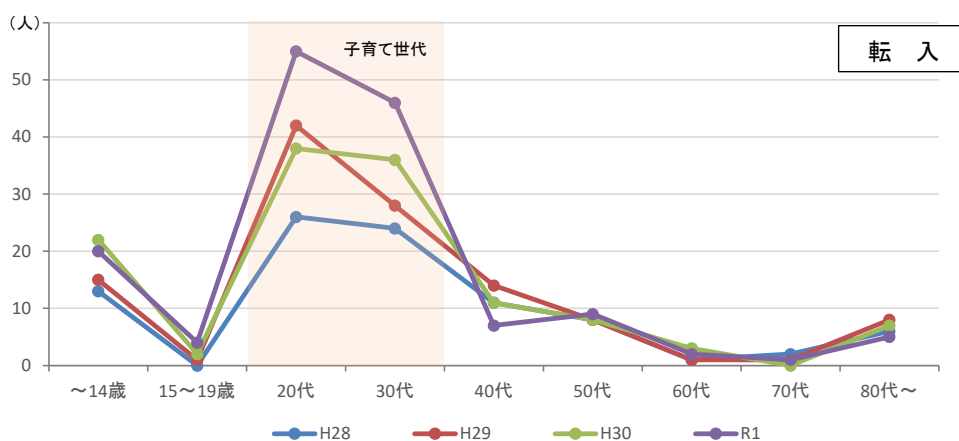
子育て世代（20～30代）の社会動態は改善傾向にあり H30～R1 は転入超過が顕著である。

20～30代は転入が増加傾向にあり、転出も一定の人数がみられるものの、転入が上回る傾向にある。14歳以下は子育て世代の影響により転出入していると考えられる。

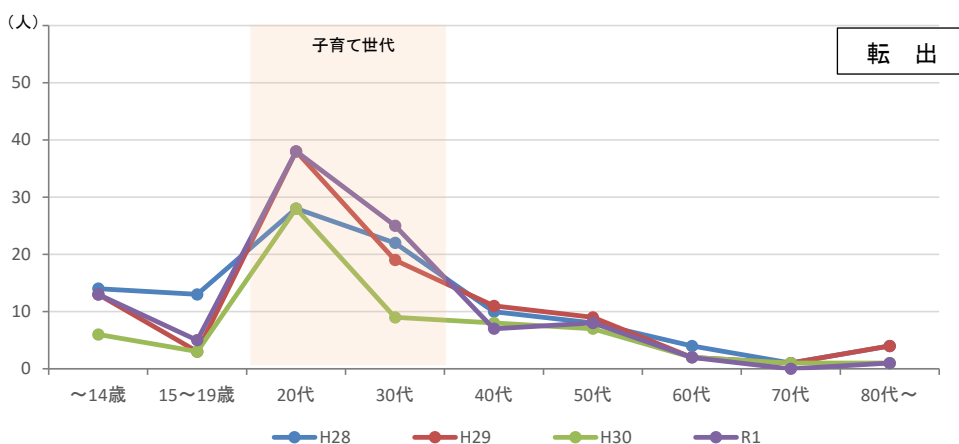
図表 舟橋村の年齢階層別社会動態



図表 舟橋村の年齢階層別転入者数



図表 舟橋村の年齢階層別転出者数



※舟橋村データ
(10月1日～9月30日)

⑦出生数・出生率

1) 出生数（目標水準を達成）

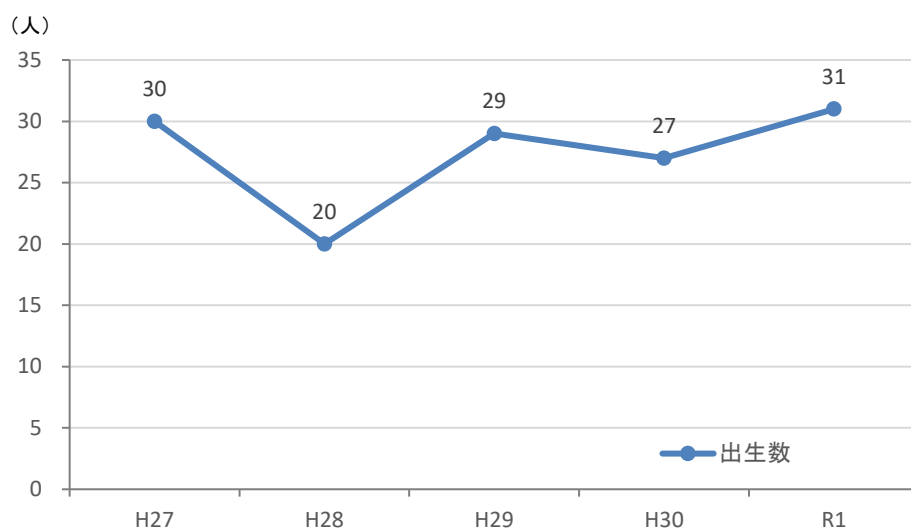
目標値 149 人／5 年（H27～R1）

実績値 139 人／5 年（H27～R1）

年間 30 人の出生数の目標に対し、目標水準を達成している年度が多い。

合計値では目標をやや下回っている。

図表 第 1 期総合戦略策定後の出生数の推移



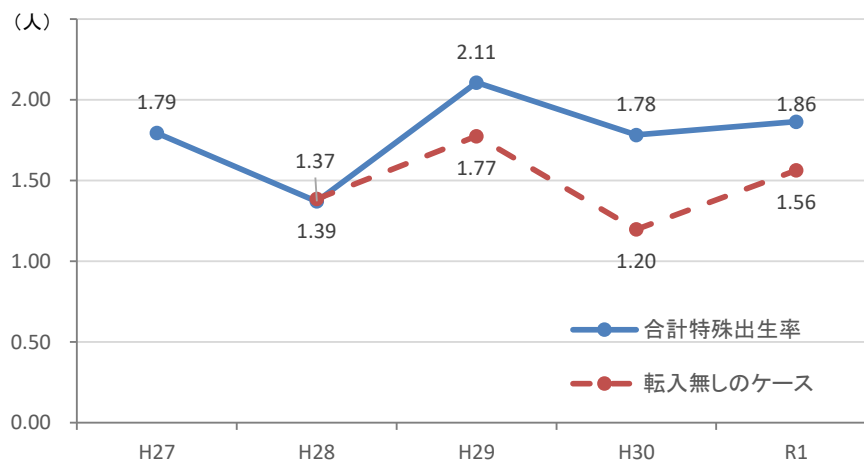
※舟橋村データ、年度

2) 合計特殊出生率

合計特殊出生率は、H26 を除き 1.8 前後であり、高い水準で推移している。

H27 以降において若い世代の転入（20 代・30 代の新婚及び子育て世帯）が無かったと仮定すると、出生率は大きく低下する。

図表 第 1 期総合戦略策定後の合計特殊出生率の推移

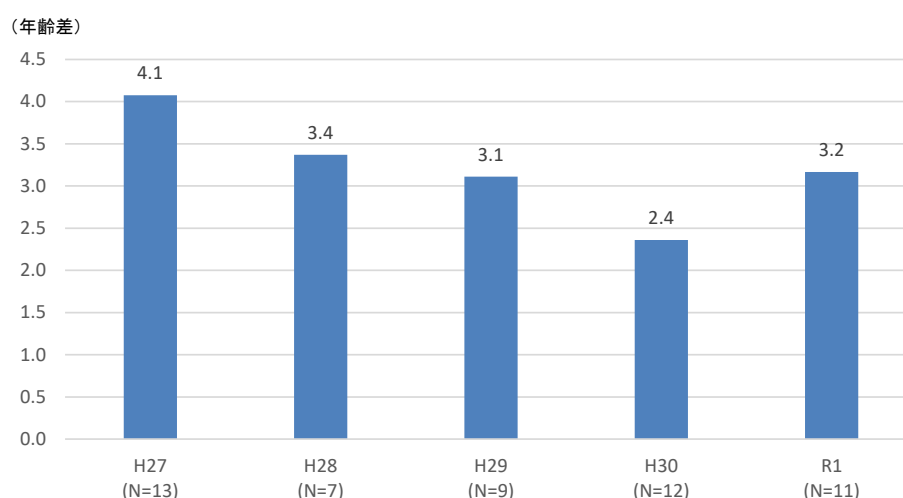


※住民基本台帳を用いた舟橋村による算出

3) 第1子・第2子を生む年齢差

第1期総合戦略策定時において富山県では第1子の平均出産年齢は全国平均並みであるのに対し、第2子の出産年齢は全国平均に比べて高いことがわかっていた。第2子の出産年齢が高いことは、第3子以降の出産を現実的に考えにくくする可能性があること、また、第1子の子育てに対する負担感が影響していることが推測できる。村では、第1子と第2子の出生時の母親の年齢差に着目し、子育て環境の向上により年齢差が短縮されるのではないかと推察している。第1子と第2子の出生時の母親の年齢差を年度別にみると、H27～H30にかけて短縮傾向がみられ、4.1歳差（H27）から2.4歳差（H30）に短縮した。R1はH29水準であるが、全体的に短縮傾向がみられる。

図表 第1子と第2子を生んだ時の母親の年齢差（第2子を生んだ年度）



※舟橋村データ、年度

注：国（厚生労働省）において公表している第1子出生時の母の平均年齢、第2子出生時の母の平均年齢等は、その年に第1子を生んだ母全員の平均年齢、第2子を生んだ母全員の平均年齢である。

上記グラフは、その年に第2子を生んだ母親に着目し、第1子を生んだ時との年齢差を算出し平均値としているため、国の値と算出方法が異なる。

(4) 数値目標の達成状況及び今後の課題

①基本目標の達成状況

第1期総合戦略における基本目標の達成状況

基本目標	指標	基準値	目標値	実績値 (R2.3)
1 子育て世代等の転入を促進する	子育て世代の転入世帯数	6世帯／年 (H25)	8世帯／年 40世帯／5年 (H27～R1)	172世帯／5年
2 出産・子育ての希望を実現する	出生数	29人／年 (H22～26)	30人／年 149人／5年 (H27～R1)	139人／5年
3 エイジレス世代が輝く地域をつくる	子育てに関わる人材数	30人 (H23)	150人 (R1)	203人
4 舟橋らしさを活かした地域産業を振興する	子育て支援のCSV事業を実施した団体数	0団体／年 (H27)	2団体／5年 (H27～R1)	5団体
戦略「子育て共助」による地方創生の知名度を高める	自治体・民間企業などからの視察件数	0件 (H26)	13件 (H27～R1)	37件



効果検証

- 大学の研究により把握された創生プロジェクトと定住・転入の関係（子育て共助による意識変化の構造）により、「育児・共助」の推進が「定住・転入意向」につながっており、「子育て世代の転入数」に関しては、目標値の3倍を超える等、基本目標が達成している。
- 基本目標2「出産・子育ての希望を実現する」の指標「出生数」に関しては、目標値は達成していないものの概ね計画の水準に達している。
- 基本目標3の指標「子育てに関わる人材数」、基本目標4の指標「子育て支援のCSV事業を実施した団体数」とともに、目標値を大きく上回っており、民間企業が参画するCSV方式による「子育て共助」の取り組みが順調に進んでいる。
- 戦略目標の指標である、「自治体・民間企業などからの視察件数」が37件（目標値の2.8倍）であり、舟橋村の子育て環境に関するブランド力の向上に効果的であったと考えられる。

②K P I の達成状況

基本目標 1 子育て世代等の転入を促進する

達成状況と効果

- 基本目標である「子育て世代の転入」に関しては、目標値の3倍を超える大きな効果が発現しており、転入促進は順調に進んだといえる。
- 「子育て共助」のコンセプトに適合する住宅供給に関しては、舟橋村地域優良賃貸住宅「リラフォートふなはし」が完成し令和元年10月より入居が始まり満室となっている。オレンジパーク（京坪川河川公園）に面しており、「子育て共助」のイメージリーダーとして、舟橋村のブランドを形成している。
- 空き家の入居に関しては、子育て世代に適した空き家の発生件数が少ない中、目標値である2件を達成している。
- 第2期総合戦略においては、賃貸住宅から村内の戸建て住宅への転居促進や、それに伴い空き室が生まれた賃貸住宅における転入者の受け入れ等を進める等の転入者の受入方策を検討する。

【基本目標】

指標	基準値	目標値	実績値（R2.3）
子育て世代の転入世帯数	6世帯／年 (H25)	8世帯／年 40世帯／5年 (H27～R1)	172世帯／5年

【K P I（重要業績評価指標）】

指標名	単位	現状	目標	実績値
(1) 住宅の安定供給				
「地域優良賃貸住宅認定制度」による住宅供給戸数	戸	0戸 (H22～25)	38戸 (H27～R1)	20戸
空き家への入居件数	戸	3戸 (～H27)	2戸 (H27～R1)	2戸
(2) 転入支援				
「地域優良賃貸住宅認定制度」による認定世帯数	世帯	0世帯	40世帯 (H27～R1)	20世帯

基本目標２ 出産・子育ての希望を実現する

達成状況と効果

- 基本目標である「出生数」に関しては、目標値は達成していないものの概ね計画の水準に達している。
- 地域の子育て支援に対する住民満足度は79%と高くKPIを達成している。子育て支援センターぶらんこが機能し、村内の「子育て共助」の核となっている。
- それにより、子育て支援センターぶらんこの利用人数は1,574人（令和2年12月現在）であり、KPIを達成している。
- 「ぶらんこ」の利用は、村内の世帯と比べ、富山市在住の世帯等の村外の世帯利用が多く、本村で子育て支援を受けることにより、子育て世代の移住につながっていると考えられる。
- 出産・子育て環境に関しては、子育て支援センターぶらんこを「子育て共助」の核として位置づけ、継続的に取り組みを実施する。

【基本目標】

指標	基準値	目標値	実績値（R2.3）
出生数	29人／年 (H22～26)	30人／年 149人／5年 (H27～R1)	139人／5年

【KPI（重要業績評価指標）】

指標名	単位	現状	目標	実績値
(1) 子育て支援環境の充実				
地域の子育て支援に対する住民満足度	%	33% (H23)	50% (R1)	79%※1
子育て支援センター利用人数 (実数)	人	218人 (H27)	311人 (R1)	1,400人
(2) 出産支援の充実				
出産支援制度利用者の出産数	人	1人 (H26)	2人 (R1)	15人

注1）地域の子育て支援に対する住民満足度の実績値：平成31年1月に実施した「舟橋村子ども・子育て支援に関するニーズ調査」より、未就学児の子どもを持つ世帯・保護者への調査結果。

基本目標3 エイジレス世代が輝く地域をつくる

達成状況と効果

- 基本目標である「子育てに関わる人材数」に関しては、目標値を大きく上回っており、村内で「子育て共助」が進んだといえる。
- 「地域活動への新規参入者数」は、233 人と目標を達成している。
- エイジレス世代※が、子育て支援活動や地域活動等に参加するきっかけをつくることにつながる「エイジレス事業リーダー数」は、13 人と目標を達成している。
- 第2期総合戦略では、京坪川河川公園（オレンジパーク）を拠点とし、エイジレス世代を含む幅広い世代が輝くことのできる場を目指し、村内外の各種団体と連携し取り組みを推進する必要がある。

【基本目標】

指標	基準値	目標値	実績値（R2.3）
子育てに関わる人材数	30 人 (H23)	150 人 (R1)	203 人

【K P I（重要業績評価指標）】

指標名	単位	現状	目標	実績値
(1) 参加の機会・参加へのサポート				
地域活動への新規参入者数 (実数)	人	0 人 (H27)	55 人 (H27～R1)	233 人
エイジレス事業リーダー数 (実数)	人	0 人 (H27)	5 人 (H27～R1)	13 人

※舟橋村におけるエイジレス世代は、一般的に定年退職の年齢である 65 歳以上の方にくわえ、子育てが一段落（お子さんの高校卒業等）した女性のミドル期も含め位置付けている。

基本目標 4 舟橋らしさを活かした地域産業を振興する

達成状況と効果

- 基本目標である「子育て支援のＣＳＶ事業を実施した団体数」は目標値である５団体となり、民間企業が参画するＣＳＶ方式による「子育て共助」の取り組みが順調に進んでいる。
- 「村外販売チャネル数」は、５箇所と目標を達成している。
- 「舟橋村創生ＰＪＴ総合推進会議の累計参加団体数」は、９３団体と大きく目標値を上回っており、多様な主体が参画しながら、第１期総合戦略を推進することができた。
- 村の基幹産業である農業を中心に、継続的な地域産業の振興が必要ある。

【基本目標】

指標	基準値	目標値	実績値（R2.3）
子育て支援のＣＳＶ事業を実施した団体数	０団体／年 (H27)	２団体／５年 (H27～R1)	５団体

【ＫＰＩ（重要業績評価指標）】

指標名	単位	現状	目標	実績値
(1) 農事組合法人の収入拡大				
農事組合法人の県外への出荷量	Kg	1200kg (H26)	7200kg (R1)	9200kg
村外販売チャネル数	箇所	１箇所 (H27)	５箇所 (R1)	５箇所
(2) 子育て支援産業の創出支援				
舟橋村創生ＰＪＴ総合推進会議の累計参加団体数	団体	14 団体 (H27)	20 団体 (R1)	93 団体

戦略目標 「子育て共助」による地方創生の知名度を高める

達成状況と効果

- 基本目標である「自治体・民間企業などからの視察件数」が 37 件（目標値の 2.8 倍）であり、舟橋村の子育て環境に関するブランド力の向上に効果的であったと考えられる。
- 「新聞・ＴＶ・専門誌などのメディアで取り上げられた件数」は、413 件と目標を達成している。
- 第１期総合戦略では、「子育て共助」をコンセプトに成果を上げ、知名度の向上につながった。第２期総合戦略では、子育て共助の取り組みを深化させ、さらなるブランド力の向上を目指す必要がある。

【基本目標】

指標	基準値	目標値	実績値（R2.3）
自治体・民間企業などからの視察件数	0 件 (H26)	13 件 (H27～R1)	37 件

【K P I（重要業績評価指標）】

指標名	単位	現状	目標	実績値
(1) 住宅の安定供給				
新聞・ＴＶ・専門誌などで取り上げられた件数	件	0 件 (H26)	50 件 (H27～R1)	413 件
(2) 転入支援				
民間企業や大学などとの協定締結数	件	0 件 (H26)	3 件 (R1)	2 件

（５）第１期総合戦略の成果のまとめ

人口の推移及び第１期総合戦略における成果を下記にまとめた。

①定住・転入

「育児・共助」の推進が「定住・転入意向」につながっており、「子育て世代の転入数」に関しては、目標値の３倍を超える等、基本目標が達成している。

住宅供給に関しては、舟橋村地域優良賃貸住宅「リラフォートふなはし」が完成し平成元年１０月より入居が始まり満室となっている。

②出産・子育て

「出生数」に関しては、目標値は達成していないものの概ね計画の水準に達しており、近年は高い出生率を維持している。

「子育て支援センターぶらんこ」の利用世帯数は多く、村外の子育て世帯も多く利用している。利用者の満足度も高く「子育て共助」の核として機能している。

③子育てＣＳＶ事業の定着

「子育て支援のＣＳＶ事業を実施した団体数」は目標値を大きく上回っており、民間企業が参画するＣＳＶ方式による「子育て共助」の取り組みが順調に進んでいる。

子育てＣＳＶ事業の柱であるオレンジパークにおける「園むすびプロジェクト」は利用者、企画運営主体数ともに増加傾向にある。また、子育て共助アプリの登録は約２５０人に増加する等、民間企業が主体となり、共通価値と自社価値を同時実現する企業戦略が実現化している。

④子育て共助のまちづくりのブランド化

「自治体・民間企業などからの視察件数」が３７件（目標値の２．８倍）であり、舟橋村の子育て環境に関するブランド力の向上に効果的であった。

3. 第2期総合戦略の基本方針

(1) コンセプト

第2期総合戦略のコンセプト及び施策の体系に関しては、第1期総合戦略における『「子育て共助」による地方創生！』が順調にスタートしていることから、さらなる発展を目指す内容とする。

これまでの「子育て共助」をさらに深化させることにより、若い世代の転入、高い出生率の維持を進める。

第2期総合戦略のコンセプト

子育て共助のまちづくり「舟橋型子育て支援」の深化

子育て世代に選ばれるまち。私と家族の“いいね！”いっぱいのまち。もうひとり育てたくなるまち。

第2期総合戦略のポイント

- (1)「繋がる安心感」と「関わる楽しさ」を醸成し、ゆるいコミュニティを魅力としたまちづくりを目指します。
- (2)自己実現と家族のしあわせの両立が叶う場(=機会)を創出し、私と家族の「いま」にちょうどいい暮らしを提案します。
- (3)第二創業支援や個人のライフスタイルに合わせた小さなビジネス支援など、多様な魅力ある仕事づくりを推進します。

第1期総合戦略の成果

第1期総合戦略では、モデルエリアを設定し“空間の使いこなし”、“使う人のつながり”を進めることにより、子育て世代の転入促進と出生率向上につながった。

主要な事業は、舟橋村地域優良賃貸住宅（リラフォートふなはし）の整備、舟橋村コミュニティアプリの提供、子育て支援センターぶらんこによる村内外の子育て支援、オレンジパークによる園むすびプロジェクト（月イチ園むすび）であり、交流・参加型の事業が子育ての楽しさにつながり、育児・共助が進み、定住・転入意向が向上したことが確認されている。

また、5年間における子育て世帯の転入は172世帯（目標40世帯）を達成し、出生率は1.86（R1）と高い水準に達している。

第2期総合戦略のコンセプト

第1期総合戦略の考え方を継続し、「子育て共助のまちづくり「舟橋型子育て支援」の深化」を目指す。

公園を拠点とした子育て共助のまちづくりを推進することにより、「繋がる安心感」と「関わる楽しさ」の醸成や、ゆるやかなコミュニティを魅力としたまちづくりを進めるとともに、各種活動を通じ参加者の「自己実現」と「家族のしあわせ」が叶う場(=機会)の創出を図り、暮らしの満足感を高める。

さらには、ライフスタイルに合わせた小さなビジネス支援など、多様な魅力ある仕事づくりを推進することにより、「子育て世代に選ばれるまち」、「私と家族の“いいね！”いっぱいのまち」、「もうひとり育てたくなるまち」を実現する。

(2) 将来人口目標

①考え方

第1期人口ビジョンは平成27(2015)年に策定しており、子育て世代の転入促進を図りながら、出生率の向上を推進し、人口構造を維持する目標が設定されている。

第1期総合戦略に基づき実施した各種創生事業により、本村では子育て共助のまちづくりが進み、若い世代の転入、出生率の向上が達成されている。一方、今後の人口の見通しを推計すると、長期的な人口構造を維持するためには、現在の高い出生率を維持するとともに、若い世代の転入を確保していくことが必要である。

本村では、長期的な人口構造の維持を目標とし、一定数の転入の確保、出生率の維持を目指すことを方針とする。

②転入数、出生率の目標

人口構造の維持を目標とし、人口ビジョンにおける転入数、出生率を以下の通り設定する。

【出生率の目標】

- 高い水準である国の推計値を達成する

(2025年1.798、2040年1.831、2060年1.826)

※H30とR1の村の出生率の平均は1.82

【転入数の目標】

- 人口構造が維持できるための20代・30代の転入者数を確保する

～2030年：5年間で20世帯(40人)

～2040年：5年間で30世帯(60人)

～2045年：5年間で36世帯(72人)

～2055年：5年間で40世帯(80人)

※人口構造の維持の目安として、20～30代の全人口の割合を次のように設定する

2020年18.4%→2040年約17%、2060年約15%

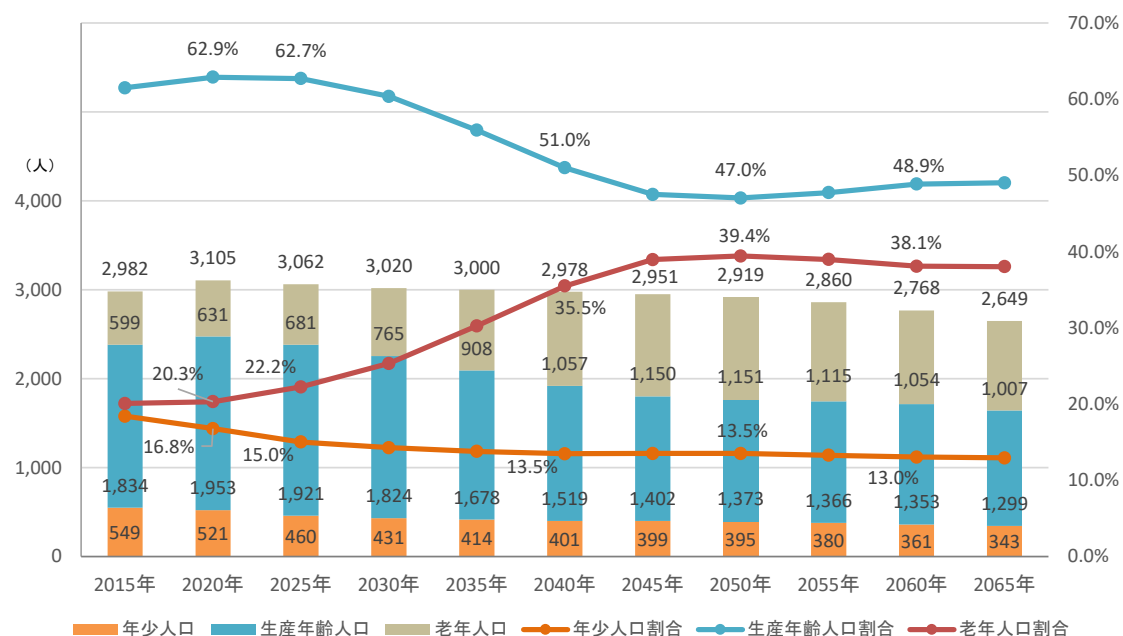
③将来人口

1) 総人口・年齢3区分別人口

総人口は、2040 年において 2,978 人（2020 年比▲127 人）、2060 年において 2,768 人（2020 年比▲337 人）であり、ほぼ横ばいで推移する。

老年人口比率は 2050 年まで上昇し約 39%に達する。一方、2050 年まで生産年齢人口比率は低下し約 47%である。

図表 総人口・年齢3区分別人口の推計



注：2020 年の人口は、2019 年の富山県人口移動調査による男女別、5 歳階級別人口を用いる。

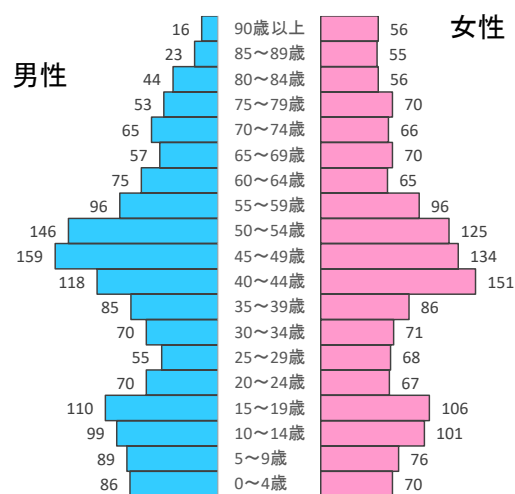
2) 人口ピラミッド

2040 年では 60 代～70 代前半の人口が多いものの、30 代後半～40 代前半の人口も多く、19 歳以下の人口も一定みられるなど、バランスがとれている。

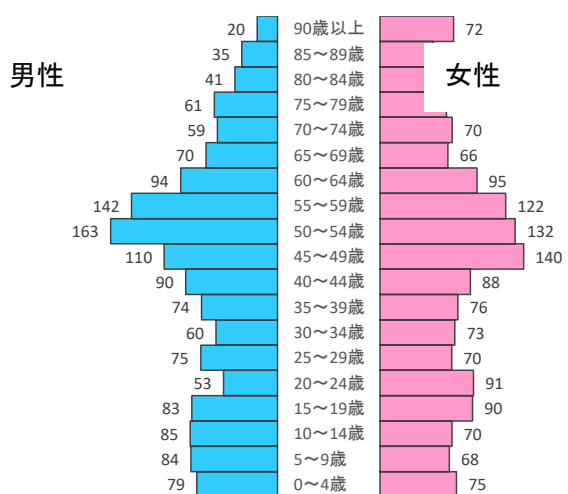
2060 年においては、50 代後半～60 代前半の人口が多く、80 歳以上の人口も多くなるものの、19 歳以下の人口も一定みられるなど、大きくバランスを崩していない。

図表 人口ピラミッド

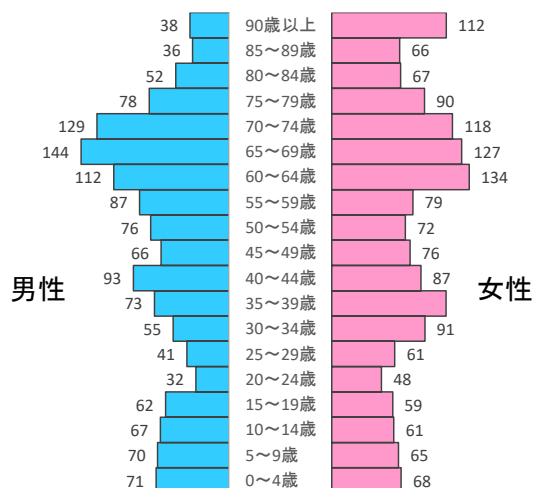
2020 年



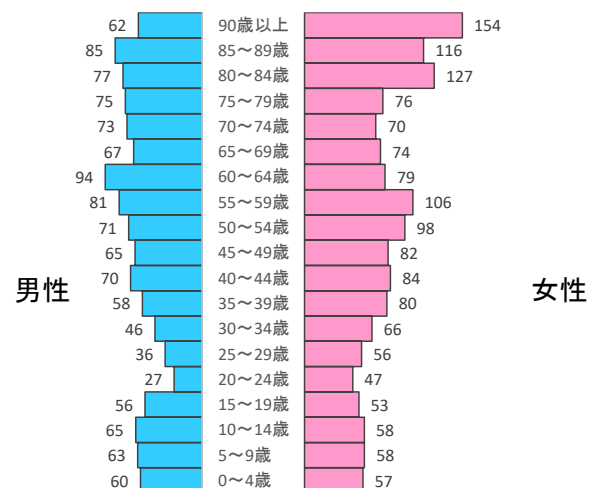
2025 年



2040 年



2060 年



3) 転入数の検討

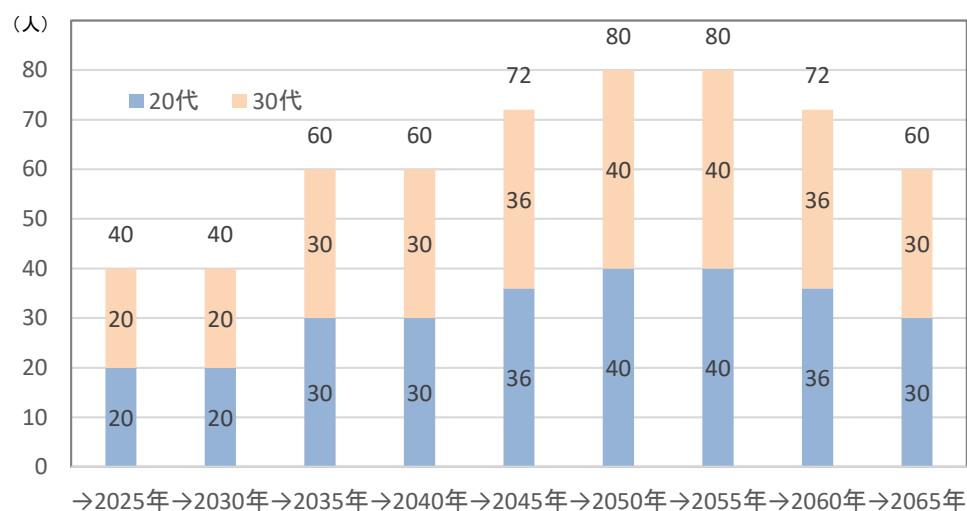
人口構造を維持する場合の転入数の検討を行った。

2030 年までは 5 年間で 20 世帯 (40 人)、2040 年までは 5 年間で 30 世帯 (60 人)、2045 年までは 5 年間で 36 世帯 (72 人)、2055 年までは 5 年間で 40 世帯 (80 人) の転入が人口構造の維持に必要なとなる。

※人口構造の維持の目安として、20～30 代の割合を用いる。

【2020 年 18.4%→2040 年約 17%、2060 年約 15%】

図表 人口構造の維持に必要な社会増減数



4. 基本目標と基本的方向

(1) 第2期 総合戦略の全体像

【 】は、第2期総合戦略の重点的な取り組みを指す。

コンセプト

子育て共助のまちづくり「舟橋型子育て支援」の深化

基本目標	基本的方向	具体的な施策								
【基本目標１】 ”すまう”を応援 ≪数値目標≫転入世帯数 <table><tr><th>実績</th><th>目標</th></tr><tr><td>172 世帯 (H27～R1)</td><td>20 世帯 (R3～R7)</td></tr></table>	実績	目標	172 世帯 (H27～R1)	20 世帯 (R3～R7)	村の人口構造を維持するため、移住・定住を促進します 基本的方向（１）「子育ての村 舟橋」の全国発信 舟橋村が「子育ての村」として広く認知されるよう、村外への情報発信に努めるとともに、取り組みに関心を持つ自治体や学生等の視察に応じ、全国発信に努めます。 基本的方向（２）子育て世帯の受け皿となる住宅供給 子育て世代の移住・定住を受け入れるため、持続可能なまちづくりを目指しながら住宅供給に努めます。	施策① メディアの活用による情報発信 施策② 視察対応等による「村の取り組み」のPR 施策① 子育てコミュニティの情報発信 施策② 空き家の活用による移住促進 施策③ 子育て世帯と賃貸物件のマッチング				
	実績	目標								
172 世帯 (H27～R1)	20 世帯 (R3～R7)									
【基本目標２】 ”うまれる、そだつ”を応援 ≪数値目標≫合計特殊出生率 <table><tr><th>実績</th><th>目標</th></tr><tr><td>1. 82 (H27～R1)</td><td>1. 79 (R3～R7)</td></tr></table> ≪数値目標≫出生者数 <table><tr><th>実績</th><th>目標</th></tr><tr><td>139 人 (H27～R1)</td><td>150 人 (R3～R7)</td></tr></table>	実績	目標	1. 82 (H27～R1)	1. 79 (R3～R7)	実績	目標	139 人 (H27～R1)	150 人 (R3～R7)	他の自治体との人口の奪い合いに終始せず、舟橋型子育て支援の深化により、出生率・出生数の向上を目指します 基本的方向（１）子育て支援環境の充実 出産から子育て期にかけて切れ目のない支援を行うことで、安心して子どもを産み育てられる環境づくりに努めます。 基本的方向（２）「つながる安心感」・「関わる楽しさ」の提供 舟橋型子育て支援により子育て期の親子に「繋がる安心感」と「関わる楽しさ」を提供し、”ひとりでがんばらなくていい”子育てを実現するとともに、二人目・三人目の子育てをポジティブに思い描けるようサポートに努めます。	施策① 家族単位の実情に応じた子育て支援 施策① 子育て支援センターの運営 施策② 連続的な子育て支援 施策③ パークマネジメントによる子育て共助の推進 施策④ ICT を活用した舟橋型（子育て）人材の発掘・育成
	実績	目標								
1. 82 (H27～R1)	1. 79 (R3～R7)									
実績	目標									
139 人 (H27～R1)	150 人 (R3～R7)									
【基本目標３】 ”はたらく”を応援 ≪数値目標≫事業者・起業家数 <table><tr><th>実績</th><th>目標</th></tr><tr><td>—</td><td>5 人 (R3～R7)</td></tr></table>	実績	目標	—	5 人 (R3～R7)	住まう人々の”豊かな暮らし”を実現するために、魅力ある新しいしごとづくりに努めます 基本的方向（１）農業の活性化 村の基幹産業である農業を”盛り上げる”ため、地元野菜の直販や農産加工品の商品開発・販路拡大に努めます。 基本的方向（２）子育てママの新しい働き方の提案 子育ての中心である母親の自己実現と家族のしあわせの両立をサポートするため、家族の暮らしにあった働き方、魅力ある新しい働き方をモデル化します。	施策① 月イチひるいちの開催 施策① 月イチばざーの開催 施策② 起業者向け勉強会の開催				
	実績	目標								
—	5 人 (R3～R7)									
【基本目標４】 ”たのしむ”を応援 ≪数値目標≫主体的参加者数 <table><tr><th>実績</th><th>目標</th></tr><tr><td>—</td><td>50 人 (R3～R7)</td></tr></table>	実績	目標	—	50 人 (R3～R7)	「舟橋村での暮らし、ちょっといいかも」と家族が感じられるような、村での暮らしを豊かにし、村での暮らしを楽しむための取り組みを支援します 村に住まう人たちが地域に関わるなかで「舟橋村に住んでいてよかった」「舟橋村の住民でよかった」と実感し、シビックプライドが醸成されるように努めます 基本的方向（１）住民参加型イベントの開催 村に住まう人たちが主役となって活躍する場（＝機会）づくりに努めます。 基本的方向（２）家族で休日を楽しめる場の創出 身近な場所で家族そろっての休日を楽しめる場（＝機会）づくりに努めます。 基本的方向（３）多世代コミュニティの形成に向けた取り組みの推進 村に住まう人たちが世代を超えて関わり合う場（＝機会）づくりに努めるとともに、主体的に関わるきっかけづくりに努めます。	施策① 月イチむらふえすの開催 施策① 家族で休日を楽しめる身近な公園づくり 施策① 多世代コミュニティの形成				
	実績	目標								
—	50 人 (R3～R7)									

横断的な視点

公園を拠点とした子育て共助のまちづくりで人口減少を歯止めする

分野横断的に展開することで地域課題を解決

第2期 舟橋村総合戦略の重点的な取り組み

R3～R7年度

日本一小さな村の挑戦！ 「転入」から「出生」へ 「出生」にこだわる子育て共助のまちづくり

■転入

子育て世帯の転入
20世帯 / 5年間

■出生

合計特殊出生率
1.79 / 5年間平均

出生者数
150人 / 5年間

■しごとづくり

地域課題に取り組みながらビジネスを展開する事業者・起業家数
5人・団体 / 5年間

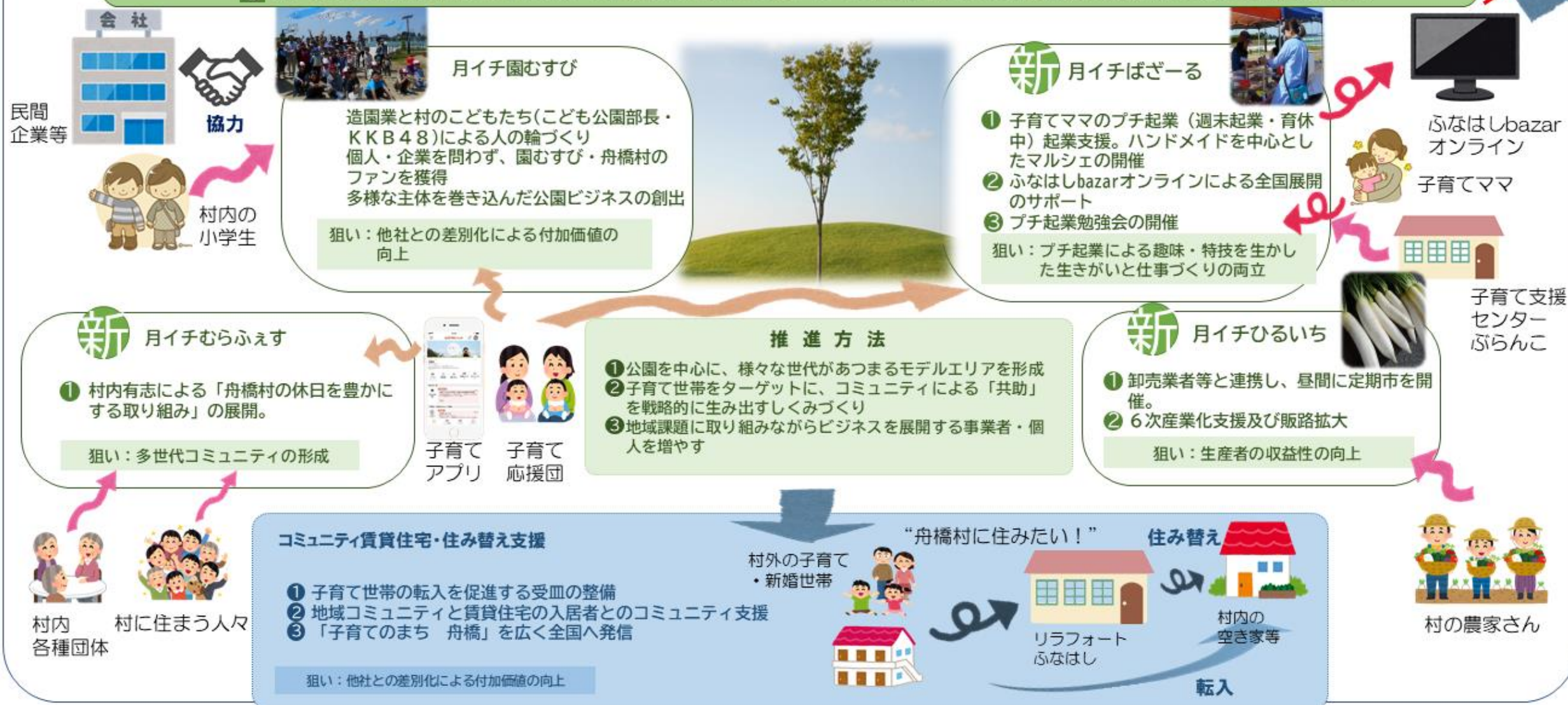
■コンセプト

子育て共助のまちづくり「舟橋型子育て支援」の深化

子育て世代に選ばれるまち。私と家族の“いいね！”いっぱいのもち。もうひとり育てたくなるまち。

■第2期計画のポイント

- 1 「繋がる安心感」と「関わる楽しさ」を醸成し、ゆるいコミュニティを魅力としたまちづくりを目指します。
- 2 自己実現と家族のしあわせの両立が叶う場（＝機会）を創出し、私と家族の「いま」にちょうどいい暮らしを提案します。
- 3 第二創業支援や個人のライフスタイルに合わせた小さなビジネス支援など、多様な魅力ある仕事づくりを推進します。



(3) 基本目標・具体的施策

基本目標1 “すまう”を応援

村の人口構造を維持するため、移住・定住を促進します。

≪数値目標≫転入世帯数

指 標	現状値	目標値
子育て世代の転入世帯数 (人口構造を維持する転入世帯数を達成する)	172 世帯 (H27～R1)	20 世帯 (R3～7)

基本的方向(1) 「子育ての村・舟橋」の全国発信

舟橋村が「子育ての村」として広く認知されるよう、子育て共助の深化を図り、村外への情報発信に努めます。

また、子育て共助の取り組みに関心を持つ自治体や学生等の視察に応じ、「舟橋型子育て支援」「舟橋型まちづくり」の全国発信に努めます。

施策① メディアの活用による情報発信

【内容】

- ・「舟橋型子育て支援」「舟橋型まちづくり」をさらに進め、その取り組みについて、村の広報、新聞雑誌、テレビ、ラジオ、フリーペーパー、SNS、その他あらゆるコンテンツで発信していきます。

施策② 視察対応等による「村の取り組み」のPR

【内容】

- ・全国の自治体視察、大学生の研究、小中高校の学習等に積極的に協力し、村の取り組みをPRします。

基本的方向(2) 子育て世代の受け皿となる住宅供給

子育て世代の移住・定住を受け入れるため、持続可能なまちづくりを目指しながら住宅供給に努めます。

施策① 子育てコミュニティの情報発信

【内容】

- ・子育て支援賃貸住宅リラフォートふなはしにおけるコミュニティ形成を促進し、その情報発信に努めます。

施策② 空き家の活用による移住促進

【内容】

- ・むやみに宅地開発を進めるのではなく、50年後の空き家を生まないまちづくりに努め、村内に断続的に生じる空き家を活用し、子育て世代の移住促進を進めます。

施策③ 子育て世帯と賃貸物件のマッチング

【内容】

- ・子育て共助のまちづくりにより地域の価値を高めることで、村内で民間が所有する賃貸物件に空室を出さず、移住を希望する子育て世代に結び付くよう努めます。

【K P I（重要業績評価指標）】

指標名	単位	現状	目標
(1) 「子育ての村・舟橋」の全国発信			
メディア取扱件数	件	413 件 (H27～R1)	250 件 (R3～R7)
(2) 子育て世代の受け皿となる住宅供給			
定住・村内住み替え件数	件	25 件 (H27～R1)	15 件 (R3～R7)

基本目標２ “うまれる、そだつ”を応援

他の自治体との人口の奪い合いに終始せず、舟橋型子育て支援の深化により、
出生率・出生数の向上を目指します。

《数値目標》合計特殊出生率

指 標	現状値	目標値
合計特殊出生率（高い出生率を維持する）	1.82（H27～R1）	1.79（R3～7）

《数値目標》出生者数

指 標	現状値	目標値
出生者数	139 人（H27～R1）	150 人（R3～7）

基本的方向(1) 子育て支援環境の充実

出産から子育て期にかけて切れ目のない支援を行うことで、安心して子どもを産み育てられる環境づくりに努めます。

施策① 家族単位の実情に応じた子育て支援

【内容】

- ・子育て世代包括支援センター及び子ども家庭総合支援拠点の一体的な取り組みにより、家族の姿を面的にとらえ、それぞれの家族に必要な支援へと適切に結び付けます。

基本的方向(2) 「つながる安心感」・「関わる楽しさ」の提供

舟橋型子育て支援により子育て期の親子に「繋がる安心感」と「関わる楽しさ」を提供し、“ひとりではがんばらなくていい”子育てを実現するとともに、二人目・三人目の子育てをポジティブに思い描けるようサポートに努めます。

施策① 子育て支援センターの運営

【内容】

- ・子育てのスタートをサポートするため、子育て支援センターにおける子育て仲間づくり、関わるきっかけづくりに努めます。

施策② 連続的な子育て支援

【内容】

- ・保育施設、学校、学童保育室等と連携し、未就園期～未就学期～学童期と、中長期的な子育て支援に取り組めます。

施策③ パークマネジメントによる子育て共助の推進

【内容】

- ・造園業と村のこどもたち（こども公園部長・KKB48）によるオレンジパークを舞台にした人の輪づくりを継続し、子育て世代の繋がりづくりに努めます。【★月イチ園むすび】

施策④ ICTを活用した舟橋型（子育て）人材の発掘・育成

【内容】

- ・子育て支援アプリを活用することで、子育て世代同士、子育て世代と地域を繋ぎ、「地域で子どもを育てる」機運を高めます。

【KPI（重要業績評価指標）】

指標名	単位	現状	目標
(2) 「つながる安心感」・「関わる楽しさ」の提供			
こども公園部長・KKB48人数	人	41人（H29～R1）	100人（R3～R7）
園むすび連携団体数	団体	25団体（H27～R1）	30団体（R3～R7）

基本目標3 “はたらく”を応援

住まう人々の”豊かな暮らし”を実現するために、魅力ある新しいしごとづくりに努めます

《数値目標》事業者・起業家数

指 標	現状値	目標値
事業者・起業家数（プチ起業を含む）	—	5人（R3～7）

基本的方向(1) 農業の活性化

村の基幹産業である農業を”盛り上げる”ため、地元野菜の直販や農産加工品の商品開発・販路拡大に努めます。

施策① 月イチひるいちの開催

【内容】

- ・オレンジパークにおいて朝市を子育て世帯向きに昼間に開催し、村の農業者支援と地産地消を促進します。【★月イチひるいち】

基本的方向(2) 子育てママの新しい働き方の提案

子育ての中心である母親の自己実現と家族のしあわせの両立をサポートするため、家族の暮らしにあった働き方、魅力ある新しい働き方をモデル化します。

施策① 月イチばさーの開催

【内容】

- ・オレンジパークにおいてハンドメイドを中心としたマルシェを開催し、子育てママのプチ起業（週末起業、育児休業中起業）を支援します。【★月イチばさー】

施策② 起業家向け勉強会の開催

【内容】

- ・「ふなはし Bazar オンライン」の運用により、月イチひるいち・月イチばさーのオンライン販売をサポートするとともに、それぞれの規模に応じた起業に向けた勉強会を運営します。

【K P I（重要業績評価指標）】

指標名	単位	現状	目標
(1) 農業の活性化			
ひるいち参加農業者数	人	—	25人（R3～R7）
(3) 子育てママの新しい働き方の提案			
ばさー出店者数	人	—	50人（R3～R7）

基本目標4 “たのしみ”を応援

「舟橋村での暮らし、ちょっといいかも」と家族が感じられるような、
村での暮らしを豊かにし、村での暮らしを楽しむための取り組みを支援します

村に住まう人たちが地域に関わるなかで「舟橋村に住んでよかった」、
「舟橋村の住民でよかった」と実感し、シビックプライドが醸成されるように努めます

《数値目標》主体的参加者数

指 標	現状値	目標値
主体的参加者数（実数）	—	50人（R3～7）

基本的方向(1) 住民参加型イベントの開催

村に住まう人たちが主役となって活躍する場（＝機会）づくりに努めます。

施策① 月イチむらふえすの開催

【内容】

- ・オレンジパークにおいて、村内各種団体の有志をはじめ、村に住まう人たち誰もが、自分の興味や得意を生かして主体的にイベントに関わることのできる場や機会を創出します。【★月イチむらふえす】

基本的方向(2) 家族で休日を楽しめる場の創出

身近な場所で家族そろっての休日を楽しめる場（＝機会）づくりに努めます。

施策① 家族で休日を楽しめる身近な公園づくり

【内容】

- ・月イチ園むすび、月イチひるいち、月イチばざーる、月イチむらふえすの開催により、「私が主役になれる場」を創出すると同時に、「こんなに身近に家族で休日を楽しめる場がある村」を実現します。

基本的方向(3) 多世代コミュニティの形成に向けた取り組みの推進

村に住まう人たちが世代を超えて関わり合う場(=機会)づくりに努めるとともに、主体的に関わるきっかけづくりに努めます。

施策① 多世代コミュニティの形成

【内容】

- ・異世代が関わり合うことのできる場を意識的に生み出し、村に住まう人たちが地域に関わる機会を創出します。

【K P I (重要業績評価指標)】

指標名	単位	現状	目標
(1) 住民参加型のイベントの開催			
むらふえす開催数	回	—	50回 (R3～R7)

5. 総合戦略の推進

(1) 計画の推進

「舟橋村創生プロジェクト総合推進会議」において、総合戦略に位置づけられた施策の評価・検証・見直しを定期的を実施し、地方創生を進める。

<推進体制>

【推進組織】 舟橋村創生プロジェクト総合推進会議

【役割】 ①総合戦略の評価・検証
②子育て共助のまちづくりモデル事業
③その他、総合戦略に関し必要と認められる事項

【任期】 2021年度（令和3年度）～2025年度（令和7年度）の5年間

(2) PDCAサイクル

各年度の前半に前年度の評価を行う。前年度の施策・事業実施状況、それによる数値目標及びKPIの達成状況等を整理し、施策の継続・改善・廃止の協議を「舟橋村創生プロジェクト総合推進会議」にて実施する。

資料編

エリアマネジメント勉強会の概要

第2期総合戦略の目標達成に向けて、本村に関わるプレイヤーとともに、舟橋村地方創生「エリアマネジメント勉強会」を8回開催し、企業課題と地域の課題解決を同時に実現するCSV（共通価値の創造）まちづくりを学んだ。

①目的

次の3つの目的を達成するため、令和2年度にエリアマネジメント勉強会を開催した。

- 1) 「舟橋村の地域課題」と「自社の稼ぐ力」をもう一度見直すこと
- 2) エリアマネジメント勉強会メンバーが有機的に結びつくこと
- 3) コミュニティを活用したビジネス（CSV事業）を計画すること

②スケジュール

8月19日を開講式とし、12月9日修了式に向けて約4か月の中でビジネス（CSV事業計画）を発表した。

項目	日時	ワーク内容
第1回	8月19日（水） 14：00～17：00	開講式（オリエンテーション）
第2回	9月2日（水） 14：00～17：00	企業が取り組むコミュニティを考える
第3回	9月23日（水） 14：00～17：00	コミュニティが転入に繋がることを理解する
第4回	10月7日（水） 14：00～17：00	子育て世帯が求めるコミュニティを知り、その醸成方法を考える
第5回	10月21日（水） 14：00～17：00	CSVを考える
第6回	11月4日（水） 14：00～17：00	地域にある運営主体との連携を考える
第7回	11月11日（水） 14：00～17：00	ワーク（演習）
第8回	12月9日（水） 14：00～17：00	修了式（モデルエリア運営計画発表）

③参加団体

	団体・組織名
参加団体	株式会社 AsMama、株式会社 irodori、有限会社 金岡造園、 積水ハウス株式会社、積水ハウス不動産中部株式会社、 70seeds 株式会社
後援・協力	富山財務事務所、一般社団法人 富山県緑化造園土木協会、 一般社団法人 日本造園建設業協会、一般社団法人 日本造園組合連合会
オブザーバー	日本政策金融公庫、日本政策投資銀行、株式会社北陸銀行、 株式会社富山第一銀行、株式会社富山銀行、富山信用金庫、 デロイトトーマツファイナンシャルアドバイザー合同会社、 株式会社飯山造園、一般財団法人 魚津市施設管理公社、 株式会社 野上緑化、田辺市役所、大阪経済大学、室蘭工業大学
主 催	舟橋村、富山大学地域連携推進機構

④各勉強会の結果（概要）

<第1回>

内 容	●現況説明 ●勉強会の目的・スケジュール説明 ●企業の課題、今後の事業イメージ
主な意見	・コロナによる対面コミュニケーションの回数も減少し、大きな課題。 ・村との共通価値を押さえ、自社の役割を模索する。 ・一事業者としてどのように他のプレイヤーと共通価値を描いていくか検討。 ・全国への周知・PRを強化、地方創生に関わる。 ・周知・PRを通じて、各事業を成長させていく。

<第2回>

内 容	●情報提供 富山大学×積水ハウス株式会社 ●ワーク 自治体はなぜコミュニティに取り組むのか あなたの企業活動で地方創生できますか
主な意見	・コミュニティが転出・出生に繋がることを学んだ。 ・どのようなコミュニティが愛着形成・転入定住に繋がるかを学びたい。 ・都市と地方ではコミュニティの性質が異なる。 ・自治体や地域のプレイヤーと継続的に活動していくことが重要。 ・“コミュニティ”という言葉が先走っていて、商品化が難しい。 ・コミュニティ醸成において、伴走している間は良いが、その後自走自立化は課題。 ・舟橋村から出ていくことと同じような多様性を村内で作るビジネスが必要。

<第3回>

内 容	●情報提供 コミュニティが転入に繋がるを理解する ●ワーク 子育て世帯のコミュニティの質とは 自社ではどのような取り組みができるか
主な意見	・コミュニティが作られてくる過程の中で、ソーシャルビジネス（＝お金がでてくる）までつくっていければよい。 ・コミュニティが数値化されて表現されていることに驚いた。 ・意識構造モデルを見て、現場でプレイヤーとしてやってきて感じていたこと、施設やコミュニケーションなど、数値的に出してもらった、ありがたい。 ・企業は左側（顧客満足）を高めるところに注力するとともに、右側（自治体の価値）の可視化が必要。 ・E S G（Environment Social Governance）では、Eまでは利益につながる。Sがまだまだ、会社の中でも利益につながると考えられていない。 ・周辺価値も上げられるように、コミュニケーションをいかに醸成してくか、または、外構の物品価値を高めることも必要がある。 ・子育て共助や子育て支援の動きが村の今後につながっていくのかというのが、年配の人たちに理解されていない。

<第4回>

内 容	●情報提供 子育て世代が集まるコミュニティとは 有限会社金岡造園×舟橋村生活環境課 ●ワーク 子育て世帯のコミュニティの質とは 自社ではどのような取り組みができるか
主な意見	・ローカライズしていく中で、コミュニケーションは地域によってかなり違う。 ・コミュニティを基に地方創生の新しい仕組みを提案。 ・ハードソフトともに、各種団体に発信していくのが重要 ・「地域課題解決型ソリューションの提供」を目指し、その提案を地域に横展開していけることはあり得る。 ・賃貸住宅内のコミュニティを醸成させることで、地価は上がると思う。 ・構造図では、プレイヤーを増やすためのコミュニケーションのポジション。そこから愛着、定住につながる役割や全体の矢印を太くする役割。

<第5回>

内 容	●情報提供 CSV（共通価値の創造）を考える 舟橋村の第2期人口ビジョンに向けて ●ワーク コミュニティで稼ぐとは 舟橋村人口ビジョン（共通価値）を考える
主な意見	・助け合うことができ、ビジネスになっていることが印象的。【マルシェ】が自己実現の場＝トライアンドエラー＝次のビジネスのきっかけの場。富山は共働きが多い。プチ起業が生まれにくい。 ・マルシェ＝マーケティングの場。プレイヤーと利用者の繋がる場となっている。 ・出生率は、公園のテーマであると感じている。 ・舟橋の場合は、お小遣い程度で良いのかも。週末プチ起業はあるかも。 ・同じ方向を向いて活動している団体とのコラボを考えていくことで私たち単体ではできない活動の大きさに繋がっていけばより良い活動になる。 ・新しいローカル商品として企画していきたい。 ・土地の価値を顕在化し、収益に転換させる。コミュニティの価値の数値ができるとビジネスモデルになる。 ・園むすびがあれば空室期間が減るなどの数値があれば、村と企業が儲かるしくみとなる。 ・コミュニティが商品となるとき、舟橋の場合は子どもを産みたくなること、住みたいとなることが価値であるのであれば、出生数で勝負することだと思う。

<第6回>

内 容	●情報提供 舟橋村人口ビジョンを考える ●ワーク 人口ビジョンの実現に向けて、何が必要なのか 人口ビジョンの実現に向けて、何ができるのか
主な意見	・安定した仕事ができる、共働きで移住ができるような環境が重要。 ・多様なコミュニティがある中で、アプリは足りないところを補完できる。 ・公園でできることを知恵を出してやっていくことに尽きる。 ・それぞれのプレイヤーが得意分野を発揮しながら連携したい。公園を核としたコミュニティをビジネスに昇華していくか、もう少し掘り下げていく。 ・地域の価値のバリューアップをしているいろんな人を迎えられるような形にできると良い。 ・人口構造維持を目指すという選択肢しかない。 ・産みたいという話だけ競争が発生しない。 ・産みたいからはじまるもの。産みたいから、来たい、住みたいにつながるまちづくりはないか。

<第7回>

内 容	●中間発表（プレイヤー） 人口ビジョンについて 1行コンセプト：事業タイトル 3行コンセプト：事業概要 ●意見交換
主な意見	・村と参加企業の共通課題は、“人口減少の歯止め”をすること。 ・構造図の“右への流れ”のためには、構造図の左の「交流・参加」は単なる集客ではなく、“関わりを創ること”で共助が醸成されることが重要（園むすびやさくらんぼの「交流・参加」は、関わりから生まれる共助を創出）。 ・共助を創るためには、“滞留時間”や“繋がる仕掛け”が重要。 ・園むすびやさくらんぼクラブの活動と魚津・田辺のマルシェとの共通点は何であるか。相違点は何であったか。 ・自社の“利益”・“付加価値”を考える。共通課題解決への投資は自社にどのような“利益”・“付加価値”を生むのか。

<第8回>

内 容	●参加団体からC S V事業計画の発表
主な意見	●積水ハウス不動産中部株式会社 子育てコミュニティの価格 管理物件入居者とコミュニティの連携 住まいの提供・転入者の受入 ●有限会社金岡造園 いつだって園むすび 協賛パートナーと園むすび やっぱり園むすび ●株式会社 irodori ボール遊び教室を通して、地域を織り上げ、活性させる アスリートや学生に新しい価値を創造する 日本中に教室を開講し、地域の発展に貢献する ●株式会社 AsMama 人にあえるプラットフォーム形成 階層的支援と舟橋型人財・団体の育成 な居心地のよいコミュニティ形成を舟橋型人財が実現するための支援・伴走 ●70seeds 株式会社 村内外の事業プレイヤー支援 園むすびやそのた「場」での企画P R 外部企業との連携による収益化 ●積水ハウス株式会社 地域に多様な「お役立ち」のできる企業へ進化