

馬路村

デジタル田園都市構想総合戦略

令和 7 年 3 月

第1章 総合戦略の趣旨

1. はじめに

本村は、旧馬路村と旧魚梁瀬村が明治 22 年に合併して馬路村となった。村土のうち 96%を森林が覆い、そのうち 75%が国有林という特異な村で、かつては村内に 2 つもの営林署が設置されるといった、林業で栄えてきた村であった。しかしながら、国有林野事業における公益的機能重視への転換、組織の合理化などによって、昭和 54 年に馬路営林署、平成 11 年には魚梁瀬営林署が閉署されることとなった。併せて、安価な外材の輸入増加による木材価格の低迷などにより林業従事者が大半を占めていた本村においては、産業が衰退するとともに人口も大きく減少する要因となった。

衰退してきた本村に活力を与えたのは柚子産業であった。兼業農家主体の本村では栽培に手間をかけられないため、青果としては評価が低いものであった。そこで、付加価値を高める取組として、馬路村農業協同組合による柚子を搾汁して加工品として販売するといった 6 次産業化が進むことで、村に大きな雇用を生み出すとともに、たくさんの視察や観光客が訪れる村となった。

しかしながら、全国的な流れと同じく本村においても人口の減少は進んでおり、将来的には各産業や地域コミュニティの担い手の確保が困難になることが予測される。このことを念頭に、従来の取組を継承しつつ、新たな視点や方策を講じていくことが必要となっている。

2. 総合戦略の位置付け

国が、令和 4 年（2022）12 月において抜本的に改訂した、国の第 2 期総合戦略「デジタル田園都市国家構想総合戦略」を勘案し、国が示す 4 つの要素組（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）に基づいた馬路村として地方創生を進めるための基本的な考え方や方向性を示すものとして、馬路村デジタル田園都市構想総合戦略を策定する。

また、本村では国が示すデジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上の 4 つの要素に対応するかたちで、4 つの基本目標を設定し、基本目標ごとに構じるべき施策に対する基本的な方向性と具体的な取り組みを記載し各施策を展開していく。

■ 地方創生に向けた創生に4つの要素

① 地方に仕事をつくる

スタートアップ・エコシステムの確立、中小・中堅企業 DX（キャッシュレス決済、シェアリングエコノミー等）、スマート農林水産業・食品産業、観光 DX、地方大学を核としたイノベーション創出 等

② 人の流れをつくる

「転職なき移住」の推進、オンライン関係人口の創出・拡大、二地域居住等の推進、地方大学・高校の魅力向上、女性や若者に選ばれる地域づくり 等

③ 結婚・出産・子育ての希望をかなえる

結婚・出産・子育ての支援、仕事と子育ての両立ができる環境づくり、こども政策における DX 等のデジタル技術を活用した地域の様々な取組の推進 等

④ 魅力的な地域をつくる

教育 DX、医療・介護分野 DX、地域交通・インフラ・物流 DX、まちづくり、文化・スポーツ、国土強靱化の強化等、地域コミュニティ機能の維持・強化 等

3. 計画期間

令和7年度から11年度までの5年間とする。

4. 推進体制

本総合戦略は、人口減少に関する認識を村全体で共有し、協働して推進する計画で、スピード感と高い実行性を確保することが必要なため、必要に応じて村民、団体、企業などと連携を図る。

本戦略策定後も、役場の各課においてPDCAサイクルにより取組みの進捗確認を行い、必要な追加、見直しを行うとともに、今後の各種計画の変更や社会情勢の変化などの状況に応じ、適宜改訂し、あらゆる手法により実行的な人口対策として推進していく。

第2章 基本目標と基本的方向

馬路村デジタル田園都市国家構想総合戦略は、前身の計画となる第2期馬路村まち・ひと・しごと創生総合戦略における地方創生についてより一層充実・強化するために切れ目なく策定するとともに、下記のとおり4つの基本目標を定め、各数値目標及び基本的な方向及具体的な施策、重要業績評価指標（KPI）を設定し、人口減少と地域経済縮小の克服、まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立を目指します。

基本目標①

未来を拓くしごとづくり

「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）」における「地方に仕事を作る」に基づき、馬路村デジタル田園都市国家構想総合戦略では、「未来を拓くしごとづくり」を基本目標の①とします。まずは、本村の地域経済を牽引しているゆず産業にフォーカスしてデジタル化を推進し、他の産業への波及を目指す。

1) 数値目標

指標名	基準値	目標値
馬路村農協売上高	馬路村農協売上高 R6 : 2,855,432,238 円 R5 : 2,826,166,888 円 R4 : 2,865,969,077 円 R3 : 2,851,151,951 円 R2 : 2,804,576,853 円	R11 : 2,950,000,000 円

2) 現状の課題

人口減少と高齢化に伴い深刻化する労働力不足、若者の雇用機会の不足、地域産業の活性化の遅れが課題として挙げられます。また、加工品の売上の主要素が業者売となり、利益率の減少傾向が見られるため、ネット直販を進めていきたいという課題もあります。これらの課題解決には、デジタル技術を活用した新たなビジネスモデル創出や地域資源を活かした雇用創出、企業誘致・起業支援の強化などが求められます。さらに、越境 EC サイトを構築し、海外に販路を拡大することで、世界中に馬路村ファンを増やし、地域経済に貢献することも重要です。

3) 基本的な方向性

- ・ デジタル技術を活用した新たなビジネスモデルを創出し、雇用機会を拡大する。
- ・ 地域資源を活かした特産品の開発や観光振興を推進し、雇用を創出する。
- ・ 企業誘致や起業支援を強化し、雇用創出を促進する。

4) 具体的な施策

重点施策

1 村産品の海外進出先の再検討及び実証実験の実施

(施策例：海外進出に向けたマーケティングを実施/進出候補に合わせた商材選定/進出先にローカライズした PR の実施)

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
農協製品の海外輸出額	R6 : 33,550,896 円 R5 : 28,785,370 円 R4 : 24,359,326 円 R3 : 17,726,460 円 R2 : 25,627,000 円 R1 : 12,853,000 円	R11 : 100,000,000 円

2 村産品のデジタルを活かした新しい販路拡大の検討

(施策例：デジタルプラットフォームへの商品掲載による認知度向上/低コストで実施可能な複数のデジタル販路への販売における実証と検証)

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
デジタル販路の利用件数	馬路村農協公式通販 (HP) 受注件数 R6 : 30,312 件 (R7.3.12) R5 : 31,732 件 R4 : 33,590 件 R3 : 32,207 件	R11 : 40,000 件

3 在日外国人並びに訪日観光客への販売促進の検討

(施策例：外国人 PR 動画の作成/在日・訪日外国人向けプラットフォームでの情報発信)

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
外国人向けウェブサイトへのアクセス数 (農協 HP 外国人アクセス数)	R5 : 8,635 件 R4 : 3,501 件 R3 : 7,042 件	R11 : 15,000 件

基本目標②

人と自然が繋がる流れづくり

「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）における「人の流れをつくる」に基づき、馬路村デジタル田園都市構想総合戦略では「人と自然が繋がる流れづくり」を基本目標の 2 とします。

1) 数値目標

指標名	基準値	目標値
移住者数	過去 5 年間の累計の移住者数 : 48 人	R7 年から R11 年の 累計の移住者数 : 60 人

2) 現状の課題

都市部への人口流出、移住・定住促進の遅れ、観光客誘致の不足、そして馬路村へのアクセスの不便さが課題として挙げられます。これらの課題解決には、デジタル技術を活用した移住・定住促進のための情報発信強化、観光客誘致のための魅力的なコンテンツ開発、交流人口増加のためのイベントや交流事業の展開などが求められています。

3) 基本的な方向

- ・ デジタル技術を活用した移住・定住促進のための情報発信を強化する。
- ・ 観光客誘致のための魅力的なコンテンツ開発や情報発信を強化する。
- ・ 交流人口の増加を促すためのイベントや交流事業を積極的に展開する。

4) 具体的な施策

重点施策	
1	インターネットを活用した新しい情報発信手法の検討

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
PR 動画の視聴回数	R3年 Youtube 馬路村 プロモーションビデオ : 3,847 回	新プロモーションビデオ 再生回数 : 5 万回

(施策例 : youtube などの WEB メディアを介しての情報発信/WEB による PR に合わせた集客イベントの実施検討)

2	ターゲットを絞った移住推進 PR 動画による情報発信
---	----------------------------

(施策例 : ターゲット選定と動画の制作と配信/ターゲット層に効果的に届く情報拡散)

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
移住相談件数	R6 : 55 件	R11 : 75 件

基本目標③

馬路村で育む結婚・出産・子育ての未来

「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）」における「結婚・出産・子育ての希望をかなえる」に基き、馬路村デジタル田園都市構想総合戦略では「馬路村で育む結婚・出産・子育ての未来」を基本目標の 3 とします。

1) 数値目標

指標名	基準値	目標値
子育て世帯の転出数	過去 5 年間転出数：7 世帯 ※山村留学・転勤による転出は除く	R7 年から R11 年 転出数：7 世帯

2) 現状と課題

少子化の進行、子育て支援の不足、子育て世帯の経済的負担、子育て環境の未整備、医療へのアクセス不足、そして買い物における負担が課題として挙げられます。また、公的な教育・学習支援の不足、学校教員の ICT 知識不足、馬路村独自の教育分野の確立なども課題として挙げられます。これらの課題解決には、デジタル技術を活用した子育て支援サービスの充実、子育て世帯の経済的負担軽減のための支援策の充実、子育てしやすい環境づくりなどが求められます。

3) 基本的な方向

- ・ デジタル技術を活用した子育て支援サービスの充実を図る。
- ・ 子育て世帯の経済的負担を軽減するための支援策を充実させる。
- ・ 子育てしやすい環境づくりを推進し、子育て世帯の不安や負担を軽減する。

4) 具体的な施策

1 新しい医療機会の確保と手法の検討

(施策例：オンライン診療の実施による魚梁瀬診療所の診察日数の確保)

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
魚梁瀬診療所の診察日数	R6 診察日数(年間) : 62 日	R11 診察日数(年間) : 90 日

2 教育の充実

(施策例：教職員に向けたデジタル技術の活用手法の研修実施/村主導による先進教育(英会話・デジタル技術)体験の実施)

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
先進教育体験参加者数	0 人	教職員の受講率 : 100%

基本目標④

心惹かれる村づくり

「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）における「魅力的な地域をつくる」に基づき、馬路村デジタル田園都市構想総合戦略では「心惹かれる村づくり」を基本目標の 4 とします。

1) 数値目標

指標名	基準値	目標値
観光客数	うまじ温泉宿泊人数 R5 : 6,046 人 R4 : 6,736 人 R3 : 5,162 人 R2 : 4,750 人 R1 : 6,561 人	R11 年 : 7,000 人

2) 現状の課題

地域の情報配信の連携不足且つ非効率性、観光資源の活用不足、地域コミュニティの活性化不足、携帯圏外エリアにおける安全確保、うまじ温泉の利便性向上などが課題として挙げられます。これらの課題解決には、デジタル技術を活用した地域の情報発信の連携強化、観光資源を活かした体験型観光やイベントの展開、地域住民の交流機会増加のためのコミュニティ活動支援などが求められます。

3) 基本的方向と具体的な施策

- ・ デジタル技術を活用した地域の魅力発信を強化する。
- ・ 観光資源を活かした体験型観光やイベントを積極的に展開する。
- ・ 地域住民の交流機会を増加させるためのコミュニティ活動を支援する。

4) 具体的な施策

重点施策

1 情報配信プラットフォームの整備

(施策例：各施設/商店の営業状況に確認が可能/道路の通行止め情報の一斉配信(防災無線との連携も検討)/LINE 又は WEB を介して即座に情報提供)

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
情報配信プラットフォームの利用者数	公式 LINE フォロワー数： 3,267 人 ※R7.3.7 時点	R11 公式 LINE フォロワー数： 4,000 人 (内、村民のフォロワー数： 20%増)

2 健康ポイント活用による村民交流機会の活性化

(施策例：村独自のポイント制度の検討/インセンティブ付与による村内イベントへの参加意欲の向上)

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
健康ポイント制度の参加者数	健康チャレンジ利用者数 R6 : 50 人	R11 : 75 人

3 観光客の満足度向上に向けた環境整備の検討

(施策例：千本山における通信不可地域の解消による安全性担保やうまじ温泉における温泉の混雑解消など、観光客が馬路村(馬路地区・魚梁瀬地区ともに)を訪れる際の懸念事項についてデジタル活用によって解消していく)

重要業績成果評価指標(KPI)	基準値	目標値
魚梁瀬淡水漁協の遊漁券販売数	R6 1日券：24枚 年間券：18枚	R11 1日券：45枚 年間券：30枚