

## 攻めの施策【柱1：しごと】

「しごと」は、人が村に住み続け、新たな活力を呼び込むための原動力です。

これまで培った林業の基盤を維持・発展させるとともに、ローカルベンチャーの育成や村外企業との連携を深めることで、多様な雇用と挑戦の場を広げます。

併せて、施設整備やデジタル活用による観光振興も並行し、仕事の選択肢を増やすことで活力ある「挑戦の村」を持続可能な形としていきます。

### ➤ 施策内容

- 1、基幹産業への支援
  - (1) 林業・木材産業振興
  - (2) 農業振興
- 2、事業の創出と拡大
  - (1) 起業・社内ベンチャー支援
  - (2) 事業拡大支援・村外企業との連携
- 3、観光と交流の促進
  - (1) 観光振興
  - (2) 関係人口の創出・拡大
  - (3) 村産品の販路拡大

### ➤ 施策を進めていく上でのポイント

- 生物多様性の考え方を基に林業・農業・観光など産業を育てていく
- 森林をはじめとした村の資源を最大限活用する
- 村内・村外企業との連携で仕事を創出していく

### ➤ KPI（目標とする指標）

『自分の望む働き方や挑戦ができる機会があると感じる人の割合』

柱1：しごとを象徴する指標として、毎年度のアンケートにて状況を把握します。

そして、前年度より少しでも数値が上がるように各施策を進めていきます。

なお、アンケートは現役世代の方には自身がそう思えるか、ご高齢の方など仕事はしていない方にはそういった村だと思うか、という観点でお聞きします。

# 1、基幹産業への支援

## (1)林業・木材産業振興

<b>【次の5年のコンセプト】</b>
<b>森林全体の価値を高める次のステップへ</b>

### ➤ 施策の方向性

#### ①百年の森林事業の継続

これまでに、百年の森林事業や森林資源の見える化など、西粟倉流林業の基盤を整えることができました。この基盤を継続させ、村内における経済循環を高めるとともに、安定的な雇用を創出していきます。

#### ②森林資源の価値向上

百年の森林事業の基盤を維持しつつ、森林資源全体の価値向上を図るために、森林の Re Design や持続可能な森林づくりを進めていきます。取組を進めるに当たっては、村内事業者を取組の中心として、村外企業との連携なども官民連携で進めていきます。

### ➤ 目標・行動指標

設定理由など：百年の森林事業は継続していきますが、令和8年度に見直す森林管理計画において、これまでの森林事業の整理・目標の再設定を行う時に合わせて本計画の目標値も設定します。

R8	R9	R10	R11	R12
森林管理計画改定 目標値設定	新たに設定した目標を元に百年の森林事業を推進			

### ➤ 村民意見のまとめ

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「百年の森林」というキーワードがある</li> <li>・森林率 95%、木と森が豊富にある</li> <li>・木で作られた建物が多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・苦労して育てた木材の値打ちがなくなった</li> <li>・ナラ枯れがづらい</li> <li>・手入れしていない土地や暗い山がある</li> </ul>

## (2)農業振興

### 【次の5年のコンセプト】

#### 村の農業の軸をつくる

#### ➤ 施策の方向性

##### ①農業の価値向上

有機農業やオーガニックビレッジ、観光農業など、村の農産品の付加価値を向上させるためのブランディングを支援していきます。

また、付加価値向上を図るために法人による農業への支援や、林業における百年の森林協同組合のような村の農業の軸となる組織の検討を一般財団法人むらまると研究所と協力して進めていきます。

##### ②農地・農業用施設の維持

農地に関しては、中山間・多面的などの交付金を活用した保全活動を支援するとともに、法人による営農活動の販路支援などを通じて様々な主体による農地管理も模索していきます。また、老朽化の進む水路などの農業用施設についても持続可能な維持方法を検討していきます。

#### ➤ 目標・行動指標

行動指標：農業の軸となる組織づくり

設定理由など：今後5年間の農業の中心となる取組を計画的に進めていくために行動指標として実施スケジュールを設定します。

R8	R9	R10	R11	R12
組織づくり	方向性・打ち手の決定		目標に向けて取組実施	
	目標値設定			

#### ➤ 村民意見のまとめ

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>・お米・水・野菜がとにかく美味しい</li> <li>・近所の人から野菜をもらえる</li> <li>・目につく所に耕作放棄地が見られない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シカ・イノシシ等の食害、獣害が多い</li> <li>・担い手が高齢化しており後継者がいない</li> <li>・草刈りや水路管理が大変</li> </ul>

## 2、事業の創出と拡大

### (1)起業・社内ベンチャー支援

#### 【次の5年のコンセプト】

挑戦する人を仕組みで支える

#### ➤ 施策の方向性

##### ①ローカルベンチャーの村

これまでは、ローカルベンチャースクールなど大型プロジェクトとして運用をしていましたが、一人ひとりへの支援を充実させる方向性にシフトし、他地域とのネットワークを活かした交流・ノウハウ活用を通じて、引き続き「挑戦の村」としてチャレンジする人を支えていきます。

##### ②地域おこし協力隊の活用

村で挑戦をしたいという思いを応援するために積極的な受入れを続けていきます。  
そのために、協力隊員同士や村民との交流、先輩隊員によるサポートなど、隊員活動へのサポート体制を強化していきます。

##### ③村内での仕事のシェア

村に新たに設立した特定地域づくり事業協同組合は、働き手がマルチワーカー（複数の事業者で働く）として事業者を支える仕組みであり、組合への支援を通じて、村内企業の事業サポートと雇用機会の創出を図っていきます。

#### ➤ 目標・行動指標

目標値：地域内での起業・新規事業創出数（累計）

設定理由など：従前から目標としている指標であり、今後も「挑戦の村」としてチャレンジを支援していくため目標として設定します。一方で、創出だけではなく事業が続いていくようなサポート体制も強化していきます。

基準値	R8	R9	R10	R11	R12
23	28	30	32	34	36

資料：西粟倉村調べ、単位：件、基準値：令和6年度末

#### ➤ 村民意見のまとめ

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>・チャレンジする人、挑戦する文化がある</li> <li>・村内に魅力的な店（ケーキ屋等）がある</li> <li>・起業しようとするればかなりしやすい環境</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パート・アルバイトのような働き場所がない</li> <li>・事業に持続性がない、続かない</li> <li>・補助金依存で自立できていない懸念</li> </ul>

## (2)事業拡大支援・村外企業との連携

### 【次の5年のコンセプト】

官民一体で事業を拡大させていく

#### ➤ 施策の方向性

##### ①村と村内事業者との連携強化

ふるさと納税活用補助金やローカル 10000 など村と事業者が連携して資金調達を行うことで、村内事業者の事業拡大を支援していきます。

##### ②村外企業との連携強化

村ではこれまでに森林関係を中心とした連携協定を複数締結しています。これからは様々な分野において村外企業の知見・人脈・資金を村の活性化につなげるための連携を模索していきます。

##### ③企業版ふるさと納税の活用

企業版ふるさと納税は、全国的にも拡大しており資金調達のための有効な手段となっています。そのため、仲介サイトの活用やこれまでに関わりのある企業へのアプローチ、トップセールスなど様々な選択肢から村にとって適切な手段で寄付獲得を図っていきます。

#### ➤ 目標・行動指標

目標値：村外企業・団体との連携数（協定締結等）

設定理由など：村外企業との連携を進める上で分かりやすい指標のため目標として設定します。一方、ただ協定を締結するのではなく、その中身が大切であることに留意しながら連携を進めていきます。

基準値	R8	R9	R10	R11	R12
6	7	8	9	10	11

資料：西粟倉村調べ、数値：防災関係の協定を除く連携数、基準：令和7年度末時点

#### ➤ 村民意見のまとめ

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>・村内でお金が回りだした</li> <li>・新しい企業へのウェルカム感がある</li> <li>・企業活動により村に変化がある</li> <li>・先進的な取り組みをしており視察が多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事の選択肢が少ない</li> <li>・視察が多いのもっと有効利用できるはず</li> <li>・企業との交流に偏りがある</li> <li>・取り組みが中途半端に感じる</li> </ul>

### 3、観光と交流の促進

#### (1)観光振興

##### 【次の5年のコンセプト】

##### 村の観光を再構築する

#### ➤ 施策の方向性

##### ①中核となる組織づくり

村の観光は現状、個々の努力にゆだねられているため、施設間・事業者間の連携や対外的PRなど中核を担う組織づくりを進めていきます。また、組織づくりと並行して村の観光における方向性を打ち出していきます。

##### ②観光の中心となる施設整備

これまでは通過されることが主であった西粟倉村を、目的地として訪れていただくために、大茅スキー場の跡地を活用した滞在型施設の整備に加えて、村の玄関口となる「あわくらんど」と閉業している「旬の里」について、再整備を検討していきます。

なお、再整備に当たっては財政状況も踏まえて検討を進めるとともに、国県の交付金だけでなく、トップセールスによる民間資金の獲得を積極的に行います。

#### ➤ 目標・行動指標

目標値：観光入込客数

設定理由など：全国共通のオープンデータであり、村の状況を客観的に把握できる指標のため目標として設定します。近年はやや減少傾向にあるため、令和9年度までは現状維持を目標とし、令和10年度以降は新規施設や観光施策による増加を目指していきます。

基準値	R8	R9	R10	R11	R12
26.3	26.3	26.3	27.5	28.1	28.3

資料：公益財団法人日本観光協会デジタル観光オープンデータ、単位：年度あたりの人数（万人）、基準値：令和4～6年度平均

#### ➤ 村民意見のまとめ

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>・2つの温泉や道の駅がある</li> <li>・星がきれい、ホテルが見られる</li> <li>・観光客をよく見るようになった</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これといった「観光の目玉」がない</li> <li>・「旬の里」などの施設が勿体ない</li> <li>・気軽に泊まれる宿泊施設が少ない</li> <li>・道の駅が古くなっている</li> </ul>

## (2)関係人口の創出・拡大

### 【次の5年のコンセプト】

#### デジタルとリアルを連動させる

#### ➤ 施策の方向性

##### ①アプリ村民票の活用

登録者数が2,000人を超えるアプリ村民票を軸として、人・特産品・施設など村の魅力を引き続き発信していきます。また、国の「ふるさと住民登録制度」の動きも注視し、村にとって効果の高いデジタルの活用を進めていきます。

##### ②村に来ていただくための導線構築

アプリ村民票登録者やふるさと納税寄付者など、主にデジタル上での関係性となっている方に、定期的に村を訪れてもらうための仕組みや村としての関係人口の定義、村を訪れていただくことによるメリットなど、実際に村を訪れていただくための導線構築を検討していきます。

#### ➤ 目標・行動指標

目標値：関係人口アプリ登録者数

設定理由など：村の関係人口創出の軸になるコンテンツのため目標として設定します。登録者数については近年の傾向を踏まえて毎年度約50人を積み上げつつ、村との関わりが濃くなるようなアプローチにも注力します。

基準値	R8	R9	R10	R11	R12
2,205	2,260	2,310	2,360	2,410	2,460

資料：役場にて算出、単位：人、基準値：令和8年1月末時点

#### ➤ 村民意見のまとめ

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>・村外の人が村を評価してくれるのが嬉しい</li> <li>・1ターンの人が多く来てくれる</li> <li>・交流人口が増えている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住者と元々いる人との交流が少ない</li> <li>・観光客が滞在・周遊する場所が少ない</li> </ul>

### (3)村製品の販路拡大

#### 【次の5年のコンセプト】

官民一体で販路拡大していく

#### ➤ 施策の方向性

##### ①ふるさと納税の拡大

ここ数年は住民一人当たりの寄付額では県内1位を維持していますが、寄付額は伸び悩んでいる状況です。そのため、西粟倉村製品のブランディングや返礼品開発や効率的な広報活動により、村内事業者のふるさと納税（販路）拡大・村のファン増加を図っていきます。

##### ②ふるさと納税以外の販路拡大

催事出店やアンテナショップ活用など、村産品をPRできる機会を活用していくとともに、村のECサイトなど、様々な形での事業者の販路拡大支援を模索していきます。

#### ➤ 目標・行動指標

目標値：ふるさと納税における村内産品・サービスの流通額

設定理由など：ふるさと納税は村内事業者にとって大きな販路となるため、産品等の流通額を目標として設定します。日用品などの大量生産品が人気になるなど競争が激化する中ですが、着実に流通額を確保できるようにしていきます。

基準値	R8	R9	R10	R11	R12
3,900	4,000	4,100	4,200	4,300	4,400

資料：役場にて算出、単位：万円、基準値：令和4～6年度平均

#### ➤ 村民意見のまとめ

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"><li>・道の駅で野菜が売れる</li><li>・地元の人が地の物を大切にしている</li><li>・お米がおいしい</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・お土産物や名産品が乏しい</li><li>・地域の特産がない</li></ul>