

1 次年度の取組方針

- とちぎ創生15戦略（第2期）において、人口減少問題を克服し、将来にわたり地域の活力を維持していくため、「関係人口」の創出・拡大や、結婚等の希望がかない安心して子育てができる環境づくり、未来技術の活用等の施策に取り組んでいく。
- 特に、コロナ禍による地方移住への関心やテレワーク等に対するニーズの高まりを好機ととらえ、若い世代（特に女性）の転出超過解消に向けた取組を強化していく。

2 今後のスケジュール

10月23日 とちぎ創生15戦略評価会議

11月～ 意見を参考に予算編成

2月上旬 予算案決定（次期プラン策定）

※今年度策定する次期プランとの整合を図りながら、必要に応じてKPI等の見直しを検討する。

3 取組の方向性

次年度に向けては、これまでの取組成果等の現状評価を踏まえ、既存事業の見直し等により更なる効果を高めるほか、新たに取り組むものについては、以下に掲げる取組の方向性を勘案しながら事業の具体化を進めていく。

基本目標 1 とちぎに魅力あるしごとをつくる

戦略	課題	課題解決に向けた取組の方向性
【戦略1】 ものづくり県の更なる発展と次世代産業の創出	<ものづくり産業の戦略的な振興> コロナ禍により、製造品出荷額等の落ち込みが予想されており、産業競争力やリスクへの対応力の強化が求められている。	「戦略3産業」（自動車、航空宇宙、医療福祉機器）を核として、企業の事業展開・拡大等への重点的な支援を行うとともに、「未来3技術」（AI・IoT、光学、環境・新素材）の活用を通じた、ものづくり企業の競争力強化を図る。
	<次世代産業の創出・育成> コロナ禍により、デジタルトランスフォーメーション（DX）を加速させる必要があるが、県内事業所におけるAIの導入割合は、ITやIoT等と比較して著しく低い状況にある。	AI等に関する普及啓発、相談支援及び人材育成に取り組み、ものづくり産業やサービス産業におけるAIの導入・利活用を促進する。

戦 略	課 題	課題解決に向けた取組の方向性
<p>【戦略1】 ものづくり県の更なる発展と次世代産業の創出</p>	<p><食品産業の競争力強化> コロナ禍を契機に、外需型産業に大きな影響が出ており、国際的な景気変動の影響を受けにくい内需型産業の一つである食品産業の振興が求められている。</p>	<p>食品関連企業の集積促進及び競争力強化への支援に取り組むとともに、企業間連携やデジタル技術の活用などによる商品開発・販路開拓を強化することにより、本県の“食”と“農”の特色や強みを生かした“フードバレーとちぎ”の更なる振興を図る。</p>
	<p><創業しやすい環境の整備> コロナ禍に伴う生活様式の変化から、新しい課題とこれを解決する新サービスを創出し急成長する企業（スタートアップ企業）が生まれる好機にあるが、本県は近県と比較しスタートアップ企業が少ない状況にある。</p>	<p>県内における潜在的創業人材の掘り起こしから、スタートアップ企業の事業拡大まで、切れ目ない支援を行い、多様な働き方と新たな雇用の受け皿となる魅力ある企業を創出する。</p>
	<p><産業人材の確保・育成> 人口減少下において、地域経済が持続的に発展していくためには、今後更に加速化する未来技術の活用を見据えた産業人材を育成していく必要がある。</p>	<p>産業技術専門校において、基礎的なものづくり技能に加え、生産現場で先進技術やデジタル技術を活用できる人材を育成し、本県企業の生産性向上に資する「人づくり」機能を強化する。</p>

戦 略	課 題	課題解決に向けた取組の方向性
<p>【戦略2】 成長産業へ進化する農業の確立</p>	<p><地域農業を支える人材の確保・育成> 本県農業を中核となって支える基幹的農業従事者数は、今後も減少するとみられ、地域農業を支える人材の確保・育成が求められている。</p>	<p>地域の実情に応じて、農地の受け皿となる担い手組織の再編等を進め、営農を継続する仕組みを構築する。</p>
	<p><新規就業者等担い手の確保・育成> 新規自営就農者数が減少したことから、農業の教育機関である農業高校と農業大学校の一層の連携や、農業教育環境の充実が必要である。</p>	<p>未来技術等を活用し、農業高校と農業大学校の連携を強化した農業教育を行う。</p>
	<p><若い世代の女性農業者の確保・育成> 女性の新規就農者に占める自営就農者の割合は低い状況にあり、農業における女性の活躍が必要である。</p>	<p>若い世代の女性も取り組める新たなビジネスモデルを創出するとともに、女性農業者が活躍する姿を情報発信し、女性の経営参画や新規就農を促進する。</p>

戦 略	課 題	課題解決に向けた取組の方向性
【戦略2】 成長産業へ進化する農業の確立	＜園芸生産の戦略的拡大＞ 米需要は年々減少しており、持続的な食糧生産への要請の高まりや、コロナ禍による国産野菜への回帰の動きなどから、収益性が高い園芸作物への転換を更に進める必要がある。	生産量が多く価格形成力などで競争力を持つ大規模な園芸産地の育成や、洗浄やカットなどニーズに柔軟に対応し販売力の強化を図る等により、園芸大国とちぎづくりを加速させる。
	＜農産物ブランド価値深化・発信力強化＞ いちごやコメなどでは各県の品種開発競争が激化する中で、消費者に強く訴求できる差別化が必要である。	機能性や調理面でのメリット等、消費者に訴求できる特長について発掘・磨き上げ・発信を効果的に行い、オリジナル品種のブランド価値の深化を図る。
【戦略3】 林業・木材産業の成長産業化	＜林業労働力の強化＞ 林業の生産性向上と安全性を確保するためには、林業・木材産業に関する知識・技能を有する人材の確保・育成が必要である。	就業前に基礎的な知識や技術を習得する研修に加え、就業後研修についても充実を図り、習熟度に応じた体系的な研修制度を構築する。
	＜スマート林業の促進＞ 豊富な森林資源を十分活用するためには、労働生産性の更なる向上を図るとともに、安心して働ける環境づくりや就業者の定着の観点から、安全な労働環境を確保する必要がある。	林業の生産工程における自動化技術の導入など AI・IoT等の活用により、生産性や安全性の向上を図るスマート林業を推進する。

戦 略	課 題	課題解決に向けた取組の方向性
【戦略4】 戦略的な観光 誘客	＜観光情報のデジタル発信力強化＞ コロナ禍により、誘客・特産品PRにおける主要なツールであったイベントの開催が困難となっており、観光HP等を活用としたデジタルでのPRを主眼に置く必要がある。	位置情報データを活用した観光客の入込状況の把握や属性（年代、性別、居住地）分析等に取り組むとともに、観光HPをはじめ、様々なデジタル媒体を活用した効果的な情報発信の強化を図る。
	＜国立公園の魅力向上＞ 日光国立公園の観光消費額は、訪日外国人・日本人ともに国立満喫プロジェクト先進8公園中で最下位であり、特に宿泊費・自然体験費での消費額が少ない状況である。	コロナ禍により、三密が発生しにくい自然エリアの需要が高まっていることから、自然を生かした観光資源の磨き上げや受入態勢の整備など、日光国立公園の魅力向上を図る。
【戦略5】 海外から選ば れるとちぎの 創生	＜外国人観光客誘客対策＞ アフターコロナに対応した外国人観光客誘客を推進するため、密になりにくいコンテンツを活用した誘客対策が必要である。	豊富な自然資源やアクティビティ等の本県の強みを「密にならない自然豊かな観光地」としてブランディングし、海外へ発信することにより、本県ブランド認知の定着を図る。
	＜県内企業等の海外展開支援＞ 県内企業等の海外展開を促進するため、県外に流出する留学生を県内企業に定着させるための取組が必要である。	県内企業の海外展開を後押しする留学生をより多く採用することができるよう、留学生と企業等とのマッチング支援を強化する。

基本目標 2 とちぎへの新しいひとの流れをつくる

戦 略	課 題	課題解決に向けた取組の方向性
【戦略6】 地域を支える 若者の育成と 定着促進	<ICT教育の推進> 今後、ICTの教育環境の整備が急速に進む中で、県内の高等学校等におけるソフト・人材面も含めたICT教育環境を整備する必要がある。	ICTを効果的に活用した教育活動を支援する体制を構築することにより、ICT教育水準の向上を図る。
【戦略7】 立地環境を生かした企業誘致の推進	<企業誘致の推進> コロナ禍により、生産拠点の国内回帰やオフィスの地方移転等の動きがあることから、本県への企業誘致を一層推進する必要がある。	地方への分散等の動きを捉え、東京圏への近接性や大規模な自然災害リスクの少なさなど、本県の優れた企業立地環境を生かしながら、戦略的な企業誘致を推進する。
【戦略8】 とちぎへのひとの流れの創出	<移住・定住の促進> コロナ禍に伴い、東京圏在住者の地方移住意向は高まりを見せており、これを好機ととらえ、移住・定住の更なる促進が必要である。	移住希望者やその潜在層に対して効率的に情報発信を行うとともに、移住希望者の相談ニーズにきめ細やかに対応できるよう、リアルとオンラインそれぞれの特性を活かしたPR・相談体制を整備する。

基本目標3 とちぎで結婚、妊娠・出産、子育ての希望をかなえる、誰もが活躍できる地域社会をつくる

戦 略	課 題	課題解決に向けた取組の方向性
<p>【戦略9】 結婚支援の充実</p>	<p><結婚支援センターの機能充実> 結婚支援センターについては運営面のノウハウは蓄積しているが、十分に認知されておらず、県内へ定着するまでに至っていない。 また、コロナ禍の影響で直接の出会いの機会等も減少することが懸念される。</p>	<p>デジタルマーケティングを活用した情報発信やポータルサイトの改修等により、センターの認知度向上を図るとともに、オンラインマッチングの導入など、コロナ禍における新しい生活様式に対応したセンターの機能充実を図る。</p>
<p>【戦略10】 妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援</p>	<p><子育てを社会全体で支える環境づくり> 地域の子どもを育てる力の低下や子育て家庭の孤立化が進む中、妊娠期から子育て期にわたる総合的な相談支援体制の強化や困難を有する子どもへの支援の充実が求められている。</p>	<p>市町の子ども家庭総合支援拠点の設置を促進し、妊娠期から切れ目のない支援を行う子育て世代包括支援センターとの一体的な運営等を支援するとともに、里親等委託の推進等により、子育てを地域全体でささえる社会的養育体制の充実を図る。</p>

戦 略	課 題	課題解決に向けた取組の方向性
<p>【戦略11】 多様な人材が活躍できる環境づくり</p>	<p><女性活躍の推進> 本県は全国有数のものづくり県であり、更なる技術開発力向上のためには女性研究者や技術開発者の活躍が必要である。</p>	<p>女性人材の増加を図るとともに、能力を十分に発揮できるようキャリア形成を推進する。</p>
	<p><障害者の活躍推進> 障害者の自立と社会参加を促進し、暮らしやすい地域社会づくりを推進するためには、障害者が円滑に情報を取得・利用し、コミュニケーションを行うことができる環境づくりが必要である。</p>	<p>障害者が意思疎通手段においてICTを利用しやすい環境を支援し、障害の有無に関わらず県民誰もが共に支えあう共生社会を実現する。</p>
	<p><外国人の活躍推進> 在県外国人が安心して生活・就労し、地域社会に参画するためには、日本語教育等の支援が必要である。</p>	<p>外国人が生活・就労するための日本語教育の体制を産学官民が連携して構築することにより、効果的に日本語教育を推進する。</p>

基本目標4 とちぎに安心して住み続けたい地域をつくる

戦 略	課 題	課題解決に向けた取組の方向性
<p>【戦略12】 暮らしやすい とちぎの「ま ち」づくり</p>	<p><小さな拠点づくりの形成促進> 人口減少が著しい中山間地域等こそ、住民が住み慣れた地域で将来にわたって安心して暮らしていくことができるよう小さな拠点づくりが必要不可欠であるが、県内での拠点づくりの実績(R1)は19地区中7地区（約37%）に留まっている。</p>	<p>集落機能等を維持する「小さな拠点」の形成に向けて、中山間地域等を中心とした生活機能維持の取組を重点的に支援するとともに、小さな拠点づくりに必要な担い手の養成を図る。</p>
	<p><都市公園の魅力向上> 健康・レクリエーション空間提供、景観形成、更には子育て・教育、観光振興等、都市公園に対する県民のニーズが多様化している。</p>	<p>民間活力を生かして、多様な価値観に応える個性的な公園として魅力の向上を図り、地域の活性化につなげる。</p>
	<p><文化財の地域資源の活用促進> 文化財は郷土愛の醸成や地域活性化に寄与するポテンシャルを持ちながら、その役割を十分に発揮できていない。</p>	<p>文化財の地域資源・観光資源としての価値を高めるとともに、保護だけでなく、魅力をよりわかりやすく発信するなど、効果的な活用を促進する。</p>

戦略	課題	課題解決に向けた取組の方向性
【戦略13】 健康長寿とちぎづくりの推進	<疾病の早期発見・早期治療の推進> AYA世代のがん患者等は、経済基盤が脆弱である中、治療を継続しながら結婚、就労等のライフイベントに対応するなど、心理的・経済的な負担が大きい。	治療と仕事の両立支援やライフイベントに応じた生活の支援等を行うことにより、がん患者等の心理的・経済的負担を軽減し、安心して治療継続できる環境を整備する。
【戦略14】 地域包括ケアシステムの推進	<介護人材の育成・確保> 地域包括ケアシステムの構築に向け、増大する介護ニーズに対応するため、介護サービスの安定的な提供体制を構築し、質の高い人材の確保を図る必要がある。	多様な人材の確保、定着のため、「参入促進」・「資質の向上」・「労働環境・処遇の改善」を3本の柱とする総合的な介護人材確保対策を進める。

横断的目標 未来技術をとちぎの新たな力にする

戦略	課題	課題解決に向けた取組の方向性
【戦略15】 未来技術を活用したとちぎづくり	<未来技術等活用による地域課題解決> 地域課題の解決にはA I・I o T等の未来技術を積極的に活用するとともに、ユーザー企業、I Tベンダーや大学等との官民協働が重要である。	住民、民間企業等が直面している課題・ニーズについて、ユーザー企業、I Tベンダー、大学等研究機関、県、市町が「いつでも、どこでも、だれでも」相談・提案を交わせることができるオープンな場を構築する。