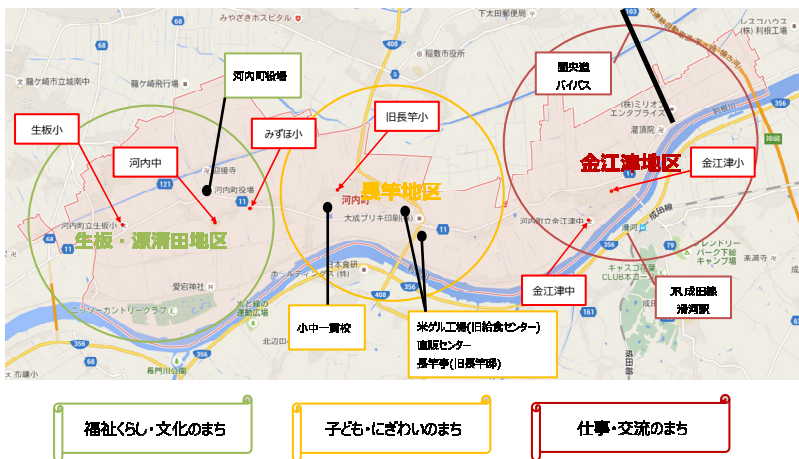


第2節 しごと総合計画 アクションプランシート

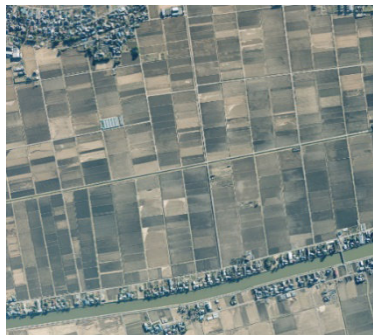
アクションプラン番号	29	区分	しごと
テーマ番号	Ⅱ－1	テーマ	地域革新
アクションプラン (何を)	総合戦略実行プロジェクトチーム		
担当部署 (だれが①)	企画財務課	関連部署 (だれが②)	—
実施場所(どこで)	町内各所、首都圏、全国各地	対象者(だれに)	民間、茨城・千葉両県近隣市町村、
アクションプラン戦略(どのように)	総合戦略アクションプラン官民連携実行プロジェクトチームを発足し目標を達成。 1. (実行組織の編成) 5年間で河内町総合戦略アクションプランの重要業績評価指標（KPI）を達成するために実行プロジェクトチームを編成する。 2. (官民及び茨城・千葉近隣自治体連携) プロジェクトは町・民間及び茨城県南の近隣自治体、千葉県近隣自治体の大同連携。 3. (チーム内フォーメーション) 事務局を設置し、役場各課から若手職員を中心としたメンバーを選出してアクションプラン目標を達成する。 4. (計画主体と運営主体の明確化) 各アクションプランに「計画」及び「運営」担当者・責任部署・団体等を明確にして推進する。 5. (アクションプランのPDCA) 年1回「有識者会議」及び「本部会議」でアクションプランの達成状況を検証して、PDCAを回す。		
ビジュアルイメージ			

テーマ番号	Ⅱ－１				テーマ		地域革新			
アクションプラン (何を)	「かわち直販センター」を賑わいのある小さな拠点ネットワーク化									
担当部署 (だれが①)	経済課				関連部署 (だれが②)		企画財務課			
実施場所(どこで)	3 地区(生板・原清田、長竿、金江津) の廃校・廃施設等				対象者(だれに)		町民、周辺市町村住民、短期滞在者、旅行者(国内・インバウンド)			
アクションプラン 戦略(どのように)	国道 408 号沿いの町の農産物直売所「かわち直販センター」をリニューアルし、農産物直売所として他の直売所にはない魅力あるスポットにする。そして、町内の「長竿亭」や「米ゲル工場」等の町内の小さな拠点のネットワーク基地として、町の活性化を促進する役割を担う。 1. (ネットワーク拠点である農産物直売所) 周辺市町村や J A 連携による商品の充実で魅力ある直売所と同時に小さな拠点のネットワーク化基地とする。 2. (かわち 6 次産業化商品のアンテナショップ化) 「米ゲル」を活用した 6 次産業化商品等のアンテナショップとして、そのブランド化を目指す。 3. (河内の先端農業プロモーション基地化) 「かわち直販センター」をドローンの農業利用をはじめとした先端農業技術のプロモーション拠点とする。									
ビジュアルイメージ	 活気あるかわち直売センター (イメージ)									
達成度指標	住み続けたい住民の率									
現状 KPI	34%		5 年後 KPI		40%		10 年後 KPI		50%	
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
										

アクションプラン番号	31	区分	しごと							
テーマ番号	Ⅱ－１	テーマ	地域革新							
アクションプラン (何を)	特徴ある 3 つのエリア作り									
担当部署 (だれが①)	企画財務課	関連部署 (だれが②)	各課							
実施場所(どこで)	町内 3 地区(生板・源清田、長竿、金江津)	対象者(だれに)	町民、各事業者							
アクションプラン 戦略(どのように)	「まち・ひと・しごと」のアクションプラン推進による 3 つの重点地区づくりを行う。 1. (福祉くらし・文化のまち) 生板・源清田地区を福祉くらし、文化の拠点としてのまちづくりをする。 2. (子ども・賑わいのまち) 長竿地区を小中一貫校を拠点とした子供たちを中心としたコミュニティの核とし、あわせて「河内の観光拠点」としての賑わいをつくる。 3. (仕事・交流のまち) 金江津地区を圏央道稲敷東 I C からのアクセスルートを生かし、産業・流通の拠点とする。 以上により①資源の集中投下が可能になり、町の整備が容易になる。また、②町の特徴・性格付けが明確になり個性あるまちづくりができる。③地区の特徴ある施設が町内のリード役になり、町全体の活性化に寄与する。									
ビジュアルイメージ	河内町 まちづくりマップ 									
達成度指標	住み続けたい住民の率									
現状 KPI	34%		5 年後 KPI		40%		10 年後 KPI		50%	
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026

アクションプラン番号	32	区分	しごと							
テーマ番号	Ⅱ－2	テーマ	産業づくり							
アクションプラン (何を)	河内産米を使った「米ゲル」等 6 次化商品開発の検討									
担当部署 (だれが①)	経済課	関連部署(だれが②)	企画財務課							
実施場所(どこで)	河内町全域	対象者(だれに)	町民							
アクションプラン 戦略(どのように)	河内町の特産品である米やレンコン等を加工し、魅力ある商品開発を行うことで、町の農産品の 6 次産業化を目指す。特に米のゲル化については、国の研究所で開発された新しい加工技術であり、様々な商品化の可能性があることから、「米ゲル」をはじめとした商品開発を進める。 1. (米ゲルの量産化を推進) 廃止された給食センターを利用し、米ゲルの生産プラントの実証実験がスタートする。 2. (消費者ニーズを考慮した商品開発) フードコーディネイター、飲食店シェフとも連携し、米ゲル等をベースとした、魅力ある新商品の開発を行う。それは、これまでの発想に捉われないことなく、消費者ニーズを中心にした商品開発を行う。									
ビジュアルイメージ	 6 次化商品開発は誰でもはじめられる									
達成度指標	町内企業の米ゲル売上高									
現状 KPI	0 円	5 年後 KPI	3 億円	10 年後 KPI	30 億円					
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026

アクションプラン番号	33		区分	しごと						
テーマ番号	Ⅱ－3		テーマ	農業戦略						
アクションプラン (何を)	米ゲル等の食品技術や、ドローン等新しい農業技術を生かした産業の集積									
担当部署 (だれが①)	企画財務課		関連部署(だれが②)	経済課						
実施場所(どこで)	河内町全域		対象者(だれに)	町民						
アクションプラン 戦略(どのように)	米を使った 6 次化商品である米ゲルの食品技術を発展させ、またドローンを使った農業技術活用による先端農業の展開を図る。 1. (6 次化商品米ゲルの量産化)河内産米を使った 6 次化商品である米ゲルの量産化を成功させる。これにより、次世代の米ゲルの本格工場を稼働させ、「米ゲル」を使った最終成果品(食品、化粧品等)の産業の誘致を目指す。 2. (ドローンを使った先端農業技術利用) 河内町の穂平成(すいへいせい)の見えるほどの平らで農地が町内全域に広がる立地を生かした農業ドローン学校等、産業の誘致に努める。 3. (農業の I O T 化による高収益化) 農業の I O T 化によるトレサビリティの実現、ドローン等を利用した農業の「見える化」、農業経営の効率化等により、高収益農業の実現を目指す。									
ビジュアルイメージ	 ドローン技術の集積へ									
達成度指標	関連企業の誘致(河内町で設立される企業含む)									
現状 KPI	0 社		5 年後 KPI	3 社	10 年後 KPI 10 社					
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026

アクションプラン番号	34	区分	しごと							
テーマ番号	Ⅱ－3	テーマ	農業戦略							
アクションプラン (何を)	農地の集約化、転作の奨励									
担当部署 (だれが①)	経済課	関連部署(だれが②)	—							
実施場所(どこで)	河内町全域	対象者(だれに)	農家							
アクションプラン 戦略(どのように)	農地の集約化を進め、また転作を推進する。 1. (担い手への農地の集積・集約) 河内町においては、急速な高齢化に伴い、他の農村地帯と同じように、後継者不足などによる耕作放棄地が増加することが予想される。また、集約化による農業の効率化、企業などの参入も期待されるため、担い手への農地の集積・集約を、農地中間管理機構と連携して推進していく。 2. (高アミロース米等への転作推進) また、米ゲルの原料となる高アミロース米は新規需要米として転作の対象になるため、米ゲルの需要を喚起しながら転作を進めることも検討する。 3. (認定農業者や農業法人の育成) パンフレットの作成や指導講座等により、認定農業者や農業法人の育成を推進し、農業経営の安定化を図る。 4. (新規就農者の支援) 新規就農希望者の相談・支援体制を整備し、農業後継者の確保・育成に努める。									
ビジュアルイメージ	 農地集約化									
達成度指標	高付加価値転作面積									
現状 KPI	0%	5 年後 KPI	10% 10 年後 KPI 30%							
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026

アクションプラン番号	35	区分	しごと人							
テーマ番号	Ⅱ－4	テーマ	交流社会							
アクションプラン (何を)	「知ってる？おいでよ！」穂平線の見える町『かわち』の全国アピール									
担当部署 (だれが①)	秘書広聴課	関連部署 (だれが②)	—							
実施場所(どこで)	首都圏イベント、町内イベント、各地遠征地	対象者(だれに)	都心から遠くないイナカに興味を持つ一般の人々							
アクションプラン 戦略(どのように)	都心から1時間あまりの意外と近い「イナカ」を売りに、首都圏の皆さんに訪れていただくきっかけ作りとなる戦略を練る。昨年度製作したイメージキャラクター「かわち丸」の着ぐるみを活用して、近隣自治体や首都圏のイベントに積極的に向いて「かわち」を全国に知ってもらう。 1. (『かわち』メジャー化) 役場内横断組織づくり 2. (「かわち丸」着ぐるみの活用) 製作した着ぐるみを活用するために、貸出規程に基づいた管理運営をする。着ぐるみは、近隣自治体等のイベントに向いて『かわち』を全国に知ってもらう。									
ビジュアルイメージ	 かわち丸着ぐるみ誕生！									
達成度指標	着ぐるみの年間貸出回数									
現状 KPI	0回	5年後 KPI	10回	10年後 KPI	20回					
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026

アクションプラン番号	36	区分	しごと							
テーマ番号	Ⅱ－４	テーマ	交流社会							
アクションプラン (何を)	インターネット環境をフル活用した広報・広聴活動の充実									
担当部署 (だれが①)	秘書広聴課	関連部署 (だれが②)	—							
実施場所(どこで)	首都圏及び全国各地	対象者(だれに)	都心から遠くないイナカに興味を持つ一般の人々							
アクションプラン 戦略(どのように)	河内町の様々なイベントやサービス情報が一ヶ所で取り出せる「かわちポータルサイト」づくりを行う。ここでは、観光マップ（飲食店・宿・観光スポット他）、イベント・観光情報、かわち丸出没スケジュール、特産品情報等の掲載、発信を行う。このサイトを利用して、町内外にイベント情報を発信し、またアクセスする人からも双方向に情報発信できる SNS 環境の整備を行う。 1. (町外からのアクセス増加) 町内外問わず、見やすいサイトづくり。 2. (多言語化・スマホ化対応) 成田空港に近い事を考慮し、海外からの観光客を意識した、多言語化、スマートフォンへの対応を行う。 3. (NPO等による運営) サイト運営は、将来的には民間出資の「まちづくり会社」等への外部委託を予定する。 4. (かわち SNS のヒット) 河内町の情報を発信する、かわち SNS（かわち Facebook、かわち Twitter、かわち LINE）のアカウント登録、運営を行い、多くの人々に河内町に興味を持ってもらう。									
ビジュアルイメージ	 河内町の地域情報をネット探索									
達成度指標	ホームページへのアクセス数増加									
現状 KPI	8万回	5年後 KPI	12万回	10年後 KPI	16万回					
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
										

アクションプラン番号	37	区分	しごと							
テーマ番号	Ⅱ－4	テーマ	交流社会							
アクションプラン (何を)	首都圏からも人が集まるイベントづくり									
担当部署 (だれが①)	企画財務課、経済課、 教育委員会	関連部署 (だれが②)	－							
実施場所(どこで)	町内農地、公園、公共 施設内敷地	対象者(だれに)	都心から遠くないイナカに 興味を持つ一般の人々							
アクションプラン 戦略(どのように)	首都圏から人が集まるイベントづくり等、下記のイベントを開催して都会に意外と近いイナカ『かわち』を知り、また訪れたい機会を創出し、交流人口ひいては転入者の増加を目指す。 1. (かわちの農業イベント) 大型機械による農業体験や農産物の収穫体験などを通して、農地の観光資源化を進める。 2. (川を利用するなどのスポーツイベント) 首都圏の人々が来たい魅力あるスポーツ系イベント 3. (ノスタルジックなイナカ祭への誘い) 地域伝統行事への誘い、「新生かわちふるさと祭り」									
ビジュアルイメージ	 KAWACHI SUTOKI AIRLINES 1ST FLIGHT RAINBOW SHOWER RUN 2016 7.30 (sat) 13:00~21:00 in Tutumi Kaikan ground special stage 主催：河内素敵人実行委員会 代役：黒山千恵 事務局：青島龍之介 090-8999-4073 HP: http://kawachidream.wt.com/solomonosaki E-mail: kawachi.solo@nigmail.com 河内素敵人実行委員会主催のシャワーラン									
達成度指標	町外からの年間イベント参加者									
現状 KPI	100 人	5 年後 KPI	500 人	10 年後 KPI	1,000 人					
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026

アクションプラン番号	38	区分	しごと							
テーマ番号	Ⅱ - 4	テーマ	交流社会							
アクションプラン (何を)	河内町フィルムコミッションの更なる活動推進									
担当部署 (だれが①)	経済課	関連部署 (だれが②)	企画財務課、 秘書広聴課							
実施場所(どこで)	町内農地、公園、公共 施設内敷地	対象者(だれに)	都心から遠くないイナカに 興味を持つ一般の人々							
アクションプラン 戦略(どのように)	東京から近く、自然が豊かで、田園地帯を有する河内町は、ロケ地として大いに魅力があり、HPを通じて町民参加等によるフィルムコミッションを更に推進する。 1. (ポータルサイト連動) 「河内町フィルムコミッション」と、「かわちポータルサイト(仮)」を連動させ、ロケ情報発信やエキストラ・ボランティア募集などを行う。 2. (子どもたちの体験学習の場) 新設の小中一貫校での子どもたちの体験学習の場として、撮影へのボランティア協力、撮影見学なども検討する。 3. (まちづくりとの連動) 「かわちの良いところ」のピックアップ、アピールをより進め、まちづくりとフィルムコミッションの活動が連動するように工夫する。 4. (接客サービスのワンストップ化) 情報・食事等サービスのワンストップ化を検討する。 5. (フィルムコミッション実績の整理) 河内町内でロケ実績について、フィルムコミッション設立前のもも含めて HP に掲載、外からもわかるように整備する。									
ビジュアルイメージ	 映画撮影場所候補（大利根飛行場）									
達成度指標	フィルムコミッション問い合わせ件数									
現状 KPI	20 件／年		5 年後 KPI		50 件／年		10 年後 KPI		70 件／年	
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026

アクションプラン番号	39	区分	しごと							
テーマ番号	Ⅱ－4	テーマ	交流社会							
アクションプラン (何を)	首都圏自治体との友好都市づくり・地域連携協定									
担当部署 (だれが①)	企画財務課	関連部署 (だれが②)	秘書広聴課、経済課							
実施場所(どこで)	首都圏及び全国各地	対象者(だれに)	全国の自治体							
アクションプラン 戦略(どのように)	全国の自治体との友好都市づくりにより、交流人口増加、人口流出防止の効果を生む。連携内容は、災害時連携や住民交流のしくみ等を想定する。 1. (「縁」ある首都圏自治体との交流)「お互い川のまち」であったなど『縁』ある自治体に、農業体験を含めた「住民交流会」や、子どもたちの体験学習としての農業体験、都会体験などの相互交流を企画する。 2. (災害連携協定締結の働きかけ) 地震や洪水その他の災害発生の際、備蓄された食糧、水等の緊急提供を行う。どちらかに災害やそれに伴うインフラのマヒ等が発生した場合に、物資やボランティア出動を行う災害連携協定締結の働きかけを行い、協定締結スケジュールを具体化する。 3. (災害連携協定をきっかけとした定期交流) 年1回の住民交流会を実施、災害連携協定をきっかけとした定期交流から友好都市関係を視野に入れる。									
ビジュアルイメージ	 友好都市づくり									
達成度指標	首都圏自治体との年間相互交流									
現状 KPI	0回		5年後 KPI		2回		10年後 KPI		5回	
時期(年目)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026