

目 次

第1章	アクションプラン策定にあたって	2
1	第7次南知多町総合計画とは	
2	アクションプラン策定の趣旨	
3	アクションプランの概要	
4	重点政策とは	
5	アクションプランの進行管理	
6	総合計画の管理指標	
ア	目標指標（KGI）	
イ	基本目標の管理指標（KPI）	
ウ	基本施策の管理指標（KPI）	
エ	行財政マネジメントの管理指標（KPI）	
オ	重点施策の管理指標（KPI）	
第2章	実施計画書（重点政策に基づく主要事業）	16
1	実施計画書の見方	
2	実施計画書一覧	
3	重点政策Ⅰ「子育てと教育の充実」	
4	重点政策Ⅱ「産業の活性化と雇用の促進」	
5	重点政策Ⅲ「定住支援」	
第3章	業務改善推進計画書（業務改善の取組）	77
1	業務改善推進計画書の見方	
2	業務改善推進計画書	
第4章	事業評価書（予算科目ごとの事業評価）	90
1	事業評価書の見方	
2	所属別事業評価書	
第5章	施策評価書（基本目標・基本施策の進行管理）	236
1	施策評価書の見方	
2	施策評価書	
資料編		
1	事業評価書PDCAサイクル対象外事業一覧	
2	町民意識調査（アンケート）結果	
3	職員意識調査（アンケート）結果	
4	財政計画表	

第1章 アクションプラン策定にあたって

1 第7次南知多町総合計画とは

本町が目指す将来イメージやそれを実現するための施策などを示した「まちづくりの指針」となる最も重要な計画であり、「基本構想」と「アクションプラン」の2つで構成されます。

【総合計画の構成】

基本構想	(前期計画4年間)	将来イメージ	絆・選ばれる理由があるまち ～ Bonding , reason to be chosen ～			
		基本理念	暮らし続けられるまちを”あなた”とつくる			
		基本目標	基本目標1 地域で育む ひとづくり	基本目標2 地元をにぎわす しごとづくり	基本目標3 安心できる まちづくり	行財政 マネジメント
		基本施策	25の基本施策 1-1～1-7 2-1～2-7 3-1～3-7 4-1～4-4			
		重点政策1	子育て支援と教育の充実			
		重点政策2	産業の活性化と雇用の確保			
		重点政策3	定住支援			
アクションプラン	(毎年度更新)	実施計画	重点政策に位置付けられる主要事業 (翌年度以降3か年の実行計画)			
		業務改善 推進計画書	行財政マネジメントにおける業務改善推進計画 (行財政改革の取組)			
		事業評価	予算科目ごとに事務事業評価を実施 (予算事業のPDCAサイクル)			
		施策評価	各基本施策の進捗管理を実施 (基本施策と予算科目を関連付け、町民による評価)			

用語の解説

基本構想：町が実施する施策や事業の計画で、本町では基本計画、総合戦略を兼ねる。

将来イメージ：将来も「こうあってほしい」と共有する本町の姿。

基本理念：将来イメージを実現するためのまちづくりの基本的な考え方。

基本目標：将来イメージの実現をするためのまちづくりの基本的な目標。

基本施策：将来イメージの実現のために町が継続して取り組む施策をまとめたもの。

重点政策：将来イメージの実現に向けて優先的に取り組まなければならない政策。

アクションプラン：基本構想を具現化するための具体的な事業の実実施計画。

実施計画：重点政策に基づいて、本町が実施する主要事業の3か年の行動計画。

業務改善推進計画書：行財政マネジメントにおける業務改善の取組計画。

事業評価：予算科目に紐づく事業の実実施行程～評価・改善までの流れ。

施策評価：基本施策の指標管理及び町民評価の把握。

※町民（職員）意識調査結果：アンケート調査による町民ニーズ等の分析（資料編に掲載）。

2 アクションプラン策定の趣旨

将来イメージ「絆・選ばれる理由があるまち」を実現するため、基本理念「暮らし続けられるまちを“あなた”とつくる」に沿って、分野別の基本目標・基本施策に分類されるすべての事業のうち、重点政策に位置付けられる主要な事業の具体的な内容、時期、コスト等を明らかにした実施計画をもとに、効率的かつ効果的な行財政運営の指針とするものです。

【まちづくりの施策とアクションプランの体系図】

将来イメージ	絆・選ばれる理由があるまち																								
基本理念	暮らし続けられるまちを“あなた”とつくる																								
基本目標	地域で育むひとづくり				地元をにぎわすしごとづくり				安心できるまちづくり				行財政マネジメント												
基本施策	1-1 地域で大切に する子育て環境	1-2 次代の担い手 を育む教育環境	1-3 生涯通じて 取り組む健康づくり	1-4 個性を活かす 障がい者福祉	1-5 安心して住み 続けられる長寿社会	1-6 豊かな自然を 活かしたひとづくり	1-7 郷土愛、つな がりを育む文化・スポーツ	2-1 豊かな海と 産物を活かした水産業	2-2 豊かな農地と 産物を活かした農業	2-3 新たな魅力 や価値を生み出す商工業	2-4 何度も訪れ たくなる観光・交流	2-5 新たなチャ レンジを創る起業支援	2-6 価値ある 産業を残す事業承継支援	2-7 働く環境 づくり	3-1 まちと命を 守る防災	3-2 つながりを 活かした交通安全と防犯	3-3 資源を活か す土地利用	3-4 安心な暮らし を支えるインフラ	3-5 暮らしを支 える地域公共交通	3-6 多様性を認 め、共に支え合うコミュニティ	3-7 心と体安 らぐ自然・住環境	4-1 職員の成長 とやりがい	4-2 業務の高度 化、効率化	4-3 町民の満足 度向上	4-4 持続可能な 行財政運営
重点政策	子育て支援と教育の充実																								
	産業の活性化と雇用の確保																								
	定住支援																								

基本構想を具体化

実施計画	主要事業	重点政策Ⅰ 「子育て支援と教育の充実」を推進する事業									
		重点政策Ⅱ 「産業の活性化と雇用の確保」を推進する事業									
		重点政策Ⅲ 「定住支援」を推進する事業									
業務改善推進計画	行財政改革の取組	推進事項Ⅰ 「挑戦できる組織づくり」									
		推進事項Ⅱ 「デジタル化・DXの推進」									
		推進事項Ⅲ 「公共施設・サービスの推進」									
		推進事項Ⅳ 「持続可能な財政基盤の構築」									
事業評価	全ての事業	予算科目に紐づく各課が実施する事業									
		総務課	防災危機管理室	企画財政課	産業振興課	住民福祉課	健康介護課	議会事務局	会計課	学校給食センター	
		税務課	まちづくり推進室	建設課	水道課	保険年金室	健康子育て室	環境課	学校教育課	社会教育課	

3 アクションプランの概要

(1) アクションプランとは

基本構想を実現するための重点政策に位置付けられる「主要事業」の実進行程などをまとめたもの。毎年度、進捗管理し、新しい要素を加えたり、見直しを行ったりすることで、柔軟な町政運営の推進を図ります。

(2) 計画期間

令和3年度を初年度とする令和14年度までの12年間で、第1期から第12期アクションプランとして、毎年度更新します。アクションプランの実施計画期間は3年とし、評価委員会の結果や財政状況を踏まえ、毎年度、見直しするものです。

【アクションプランの計画期間】

1期	2期	3期	4期	5期	6期	7期	8期	9期	10期	11期	12期
R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14
策定 ●	見直し ●	見直し ●	見直し ●	見直し ●	見直し ●	見直し ●	見直し ●	見直し ●	見直し ●	見直し ●	見直し ●

(3) アクションプランの構成

アクションプランは、以下の4つで構成されています。

実施計画書

- ・重点政策に位置付けられる主要事業3か年の実行計画
- ・主要事業として50事業程度を掲載

業務改善 推進計画書

- ・行財政マネジメントにおける業務改善の取組計画
- ・行財政改革を推進するための部会を組織

事業評価書

- ・予算科目ごと実施する事業評価（PDCAサイクル）
- ・各課が実施する予算事業（200事業程度）

施策評価書

- ・基本施策の進捗管理を行うためのチェックシート
- ・21の基本施策＋4つの行財政マネジメント

5 アクションプランの進行管理

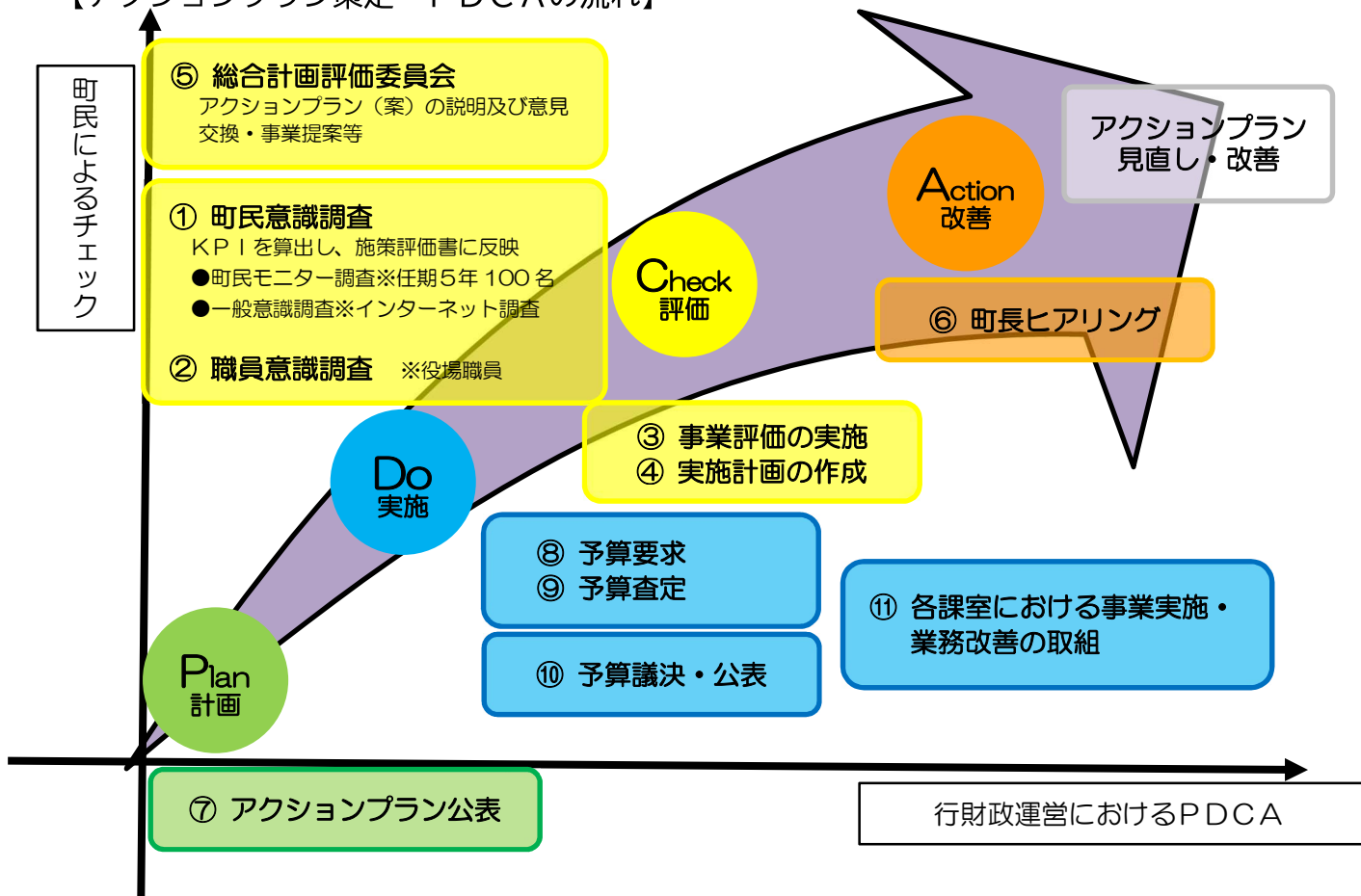
(1) アクションプランの推進体制

アクションプランの進行管理のため、P D C Aを回して取組みの成果検証を行い、検証に基づく項目の見直しや改善を行います。毎年度見直しすることで、アクションプランを進化させ、予算編成や組織改編に反映することによって、総合計画の実効性をさらに高めていきます。

(2) アクションプランの四半期スケジュール



【アクションプラン策定～P D C Aの流れ】



6 総合計画の管理指標

(1) 進行管理に指標が必要な理由

- ・進むべき方向や目標が共有できる
- ・客観性が担保され、判断材料として使いやすい
- ・目標達成までの進行管理がしやすい

(2) 指標設定の考え方

より効果的・効率的に総合計画を推進するため、総合計画の成果を測る各指標（KGI・KPI）を設定するとともに、計画期間における目標値を定めています。

	種類	指標の説明
将来イメージ	ア 目標指標 (KGI)	人口ビジョンに基づいて、将来の人口減少を抑制させるための目標数値として設定。
		令和30年時点で概ね1万人の人口を維持すべき出生数75人
基本目標	イ 管理指標① (KPI)	3つの基本目標に対して、町民意識調査による「満足度」「認知度」「貢献度」を数値（ポイント）化したもの
基本施策	ウ 管理指標② (KPI)	21の基本施策に対して、町民意識調査による「重要度」及び「満足度」を数値（ポイント）化したもの
	エ 管理指標③ (KPI)	4つの行財政マネジメントに対して、職員意識調査による「実感度」を数値（ポイント）化したもの
重点政策	オ 管理指標③ (KPI)	3つの重点政策の進捗を確認する毎年度の目標値（指標の進捗を確認することによって、運用面の改善を進めていくことが重要）

用語の解説

管理指標とは・・・総合計画の進み具合をチェックするための目じるしとなるもの。

KGIとは・・・Key Goal Indicator（キーゴールインディケーター）を省略したもので、一般的に日本語では「重要達成目標指標」と言われ、本町の総合計画では、人口減少を抑制させるための「目標数値」となります。

KPIとは・・・Key Performance Indicators（キーパフォーマンスインディケーターズ）を省略したもので、一般的に日本語では「重要業績管理指標」と言われ、総合計画の達成度を把握し評価するための「管理指標」となります。

ア 目標指標（KGI）

町民生活を将来にわたり持続可能なものとしていくためには、少子化、人口流出、高齢化に対応し、将来の人口減少を抑制し、行財政の持続可能性を確保していくことが必要となります。そのため、これらの課題に向き合い、解決に向けまちづくりに取り組んでいくために目指すべき指標として、目標指標（KGI）を設定しました。

出生数の向上には、若年層の転出の抑制と転入の増加、出生率の向上など、人口の安定化に必要な多くの要素が関わっています。これらの要素を向上させるには、子育て支援だけでなく、仕事、住環境など、様々な観点から魅力あるまちづくりが必要となります。

そのため、重点政策に基づいて、基本施策の全てが横断的に連携し、取り組んでいるかを測るため、KGIの達成状況を毎年確認します。

【目標指標（KGI）】

令和30年時点で概ね10,000人の人口を維持するために、総合計画終了（令和14年度）時点で維持すべき出生数として、目標数値を75人とします。

R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14 目標値
67 人	50 人	57 人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	75 人
△13	△25	△18											—

【R3の評価・分析等】

出生数の減少は、若年女性の人口減少、未婚化・晩婚化、子育てに係る経済的負担、仕事と子育ての両立支援、男女の役割分担の意識、新型コロナウイルス感染症による影響など様々な要因が複雑に絡み合っているため、「特効薬」はないと考えます。このような中、1つの目玉施策や特定施策の強化ではなく、限られた資源を重点的・効果的に投入するため、重点政策に基づいて、結婚・出産・子育て支援等の施策を総合的に実施していくことが重要と考えます。【第1子：38%、第2子：38%、第3子以降：23%】
【令和4年度当初予算において採択された主な新規事業数：6事業】

イ 基本目標の管理指標（KPI）

まちづくりは、町民、企業、関係団体、その他多くの人々がそれぞれの取り組みについて知り、積極的に関わり、可能な範囲で貢献し、それらの活動によって満足度を高めていくことが重要です。

そのため、町民意識調査により3つの基本目標を構成する21の基本施策に対し、重要度、認知度、満足度、貢献度を測り、これらを総合して数値化したものを、総合計画全体を評価する指標として、基本目標の評価指標（KPI）として、次のとおり設定し、毎年確認します。

管理指標（KPI）＝ ひとづくり指標、しごとづくり指標、まちづくり指標

指標名	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	目標値
ひとづくり指標	85	82 ↓	81 ↓			95
しごとづくり指標	77	79 ↑	78 ↓			91
まちづくり指標	87	85 ↓	82 ↓			95

【現状値の計算方法】

町民意識調査結果から認知度、満足度、貢献度を計算します。いずれも、全回答者のうち1～3を回答した方の割合を測ります。ここでは全ての方にまちづくりに参加してもらいたいという趣旨から、全回答者を対象とします。

例) 全回答者 100 人

うち認知度1～3を回答した回答者 70 人 → 満足度 70

満足度1～3を回答した回答者 40 人 → 認知度 40

貢献度1～3を回答した回答者 60 人 → 貢献度 60

認知度、満足度、貢献度すべてをまとめて1つの指標で表現するため、次のような形で基本目標を計算します。

例) 仕事づくり指標 = $0.3 \times \text{認知度} + 0.4 \times \text{満足度} + 0.3 \times \text{貢献度}$

→ $0.3 \times \text{認知度 } 70 + 0.4 \times \text{満足度 } 40 + 0.3 \times \text{貢献度 } 60 = 55 \text{ ポイント}$

※認知度、満足度、貢献度共に同一基本目標内の施策平均を使用します。

【目標値の計算方法】

(ア) 原則として全ての基本目標において「認知度」「満足度」「貢献度」を現状値から95ポイントに上昇させる。

(イ) 95ポイントに達するのに現状値から20%以上の上昇が求められる場合(=現状値:79ポイント以下)、現状値+20%を目標数値とする。

例) 現状値:75ポイント → 目標値:90ポイント

(ウ) 上記を踏まえ、各項目に所定の重みづけを行った合計点を目標数値とする。例)
認知度:95ポイント×0.3+満足度95ポイント×0.4+貢献度90ポイント×0.3
=93ポイント

<考え方>

- ・総合計画全体を評価する指標においては、満足度に加えて、認知度、貢献度についても数値化し、重みづけの上、KPIを算出しています。
- ・満足度においては(2)①において「概ね9割強の人が満足している状態を目指す」としているところ認知度、貢献度においても同様に9割強の人が認知、あるいは貢献している状態(=「知らない」「やってみたくない」と答えた人が5%以下)の状態を目指して目標数値を設定します。
- ・(2)①と同様に一年で5%以上(4年で20%以上)の数値の向上は現実的でないことから、95ポイントに到達するのに現状値から20%以上の向上が求められる指標については、現状値から20%の向上を上限として目標数値を設定します。

ウ 基本施策の管理指標（KPI）

基本目標のKPIの向上を通じて、多様な人々がつながり、選ばれるまちづくりを目指します。さらに、21の基本施策及びでは、町民意識調査による満足度をKPIとして設定し、毎年度測定することで、基本目標の達成に向け、各施策の課題を把握し改善を図っていきます。

管理指標（KPI）＝ 町民意識調査による満足度

指標名	現状値 (R2)	R3	R4	R5	R6	目標値
1-1 地域で大切に育てる子育て環境	89	78 ↓	77 ↓			95
1-2 次代の担い手を育てる教育環境	86	74 ↓	80 ↑			95
1-3 生涯通じて取り組む健康づくり	89	80 ↓	89 ↑			95
1-4 個性を活かす障がい者福祉	85	87 ↑	90 ↑			95
1-5 安心して住み続けられる長寿社会	88	85 ↓	89 ↑			95
1-6 豊かな自然を活かしたひとづくり	84	78 ↓	80 ↑			95
1-7 郷土愛、つながりを育てる文化・スポーツ	79	85 ↑	81 ↓			95
2-1 豊かな海と産物を活かした水産業	84	80 ↓	87 ↑			95
2-2 豊かな農地と産物を活かした農業	79	80 ↑	81 ↑			95
2-3 新たな魅力や価値を生みだす商工業	84	81 ↓	71 ↓			95
2-4 何度も訪れたい観光・交流	82	84 ↑	74 ↓			95
2-5 新たなチャレンジを創る起業支援	74	80 ↑	79 ↓			89
2-6 価値ある産業を残す事業承継支援	77	74 ↓	78 ↑			93
2-7 働く環境づくり	81	82 ↑	75 ↓			95
3-1 まちと命を守る防災	85	87 ↑	86 ↓			95
3-2 つながりを活かした交通安全と防犯	90	85 ↓	88 ↑			95
3-3 資源を活かす土地利用	74	77 ↑	80 ↑			89
3-4 安心な暮らしを支えるインフラ	88	84 ↓	82 ↓			95
3-5 暮らしを支える地域公共交通	76	77 ↑	81 ↑			91
3-6 多様性を認め、共に支え合うコミュニティ	84	79 ↓	86 ↑			95
3-7 心と体安らぐ自然・住環境	82	85 ↑	86 ↑			95

【現状値の計算方法】

まず、町民意識調査の全回答者のうち、①重要度で1～3を回答した回答者を測定の対象とします。

測定対象者のうち、③満足度について、1～3を回答した方の割合を測ります（＝不満足と回答していない人の割合）。

例) 全回答者 100 人

うち重要度 1～3 を回答した測定対象者 80 人

測定対象者のうち、質問 4（満足度）で 1～3 を回答した方 48 人

⇒ 満足度 48 人 ÷ 80 人 = 60 ポイント

【目標値の計算方法】

(ア) 原則として全ての施策において KPI 指標値を現状値から 95 ポイントに上昇させる。

(イ) 95 ポイントに達するのに現状値から 20% 以上の上昇が求められる指標の場合（＝現状値：79 ポイント以下）、現状値 + 20% を目標数値とする。

例) 現状値：75 ポイント → 目標値：90 ポイント

<考え方>

- ・第7次総合計画における KPI 設定の考え方では町民の方の満足度の質を高めていくことも大切にしながらも、現在不満足と感じている人の割合を減らしていくことにより重点を置いています。
- ・このため、町民意識調査において、当該施策について「重要」「ある程度重要」「少しは重要」と回答した人のうち、概ね9割強の人が満足している状態（＝不満足と答えた人が5%以下）の状態を目指して、目標数値を設定します。
- ・なお、一般的に一年で5%以上（4年で20%以上）の数値の向上は現実的でないことから、95ポイントに到達するのに現状値から20%以上の向上が求められる指標については現状値から20%を上限として目標数値を設定します。

エ 行財政マネジメントの管理指標（KPI）

厳しい財政状況が続く中で、将来イメージを実現するためには、行政の縦割りの壁を越え、多くの政策分野を横断的に取り組み、様々な部署が連携するだけでなく、地域や民間の活力を活用するなど、従来の行財政マネジメントを革新していくことが求められます。

そのため、町民意識調査と同様に、町職員に対しても職員意識調査を実施し、職員の自己目標の達成度と、町の取り組みに対する実感度を毎年度確認します。

評価指標（KPI）＝ 職員意識調査による実感度

指標名	現状値	R3	R4	R5	R6	目標値
4-1 職員の成長とやりがい	87	85 ↓	90 ↑			95
4-2 業務の高度化、効率化	89	92 ↑	95 ↑			95
4-3 町民の満足度向上	84	90 ↑	89 ↓			95
4-4 持続可能な行財政運営	84	92 ↑	94 ↑			95

【現状値の計算方法】

職員意識調査の全回答者のうち、①実感度について、1～3を回答した方の割合を測ります（＝実感できないと回答していない人の割合）。

例) 全回答者 100 人

うち実感度 1～3 を回答した測定対象者 80 人

⇒ 実感度 80 人 ÷ 100 人 = 80%

【目標値の計算方法】

(ア) 原則として全ての施策において KPI 指標値を現状値から 95 ポイントに上昇させる。

(イ) 95 ポイントに達するのに現状値から 20% 以上の上昇が求められる指標の場合（＝現状値：79 ポイント以下）、現状値 + 20% を目標数値とする。

例) 現状値：75 ポイント → 目標値：90 ポイント

<考え方>

- ・第7次総合計画における KPI 設定の考え方では職員の実感度の質を高めていくことも大切にしながらも、現在実感できないと感じる職員の割合を減らしていくことにより重点を置いています。
- ・なお、一般的に一年で 5% 以上（4年で 20% 以上）の数値の向上は現実的でないことから、95 ポイントに到達するのに現状値から 20% 以上の向上が求められる指標については現状値から 20% を上限として目標数値を設定します。

オ 重点政策の管理指標 (KPI)

(1) 子育て支援と教育の充実

子育て世代の不安や不満を緩和し、地域ぐるみで子育て世代を支援する、子育て環境づくりを目指します。

希望の保育所に入所している乳・幼児の割合 (健康子育て室)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
100%	100%	100%	%	%	100%
—	→	→			
【R3の評価・分析等】 希望するすべての児童が保育所に入所することができました。引き続き、新型コロナウイルスの感染対策を徹底し安全安心な保育所運営に努めます。0・1歳児保育のニーズが高まっているように保育ニーズは日々変化していくことから、「子ども・子育て支援事業計画」の見直しに併せて子育て世代のニーズを把握していきます。なお、保育所に関するご相談は、随時受付しています。					

一時保育の申込みに対する利用率 (健康子育て室)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
100%	100%	100%	%	%	100%
—	→	→			
【R3の評価・分析等】 一時保育の申込みのあった児童は、すべて一時保育を利用することができました。引き続き、制度や申込方法の周知を徹底し、利便性の向上を図ります。なお、一時保育に関するご相談は、随時受付しています。					

放課後児童クラブの申込みに対する充足率 (健康子育て室)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
84%	100%	100%	%	%	100%
—	↑	→			
【R3の評価・分析等】 入会希望者は、すべて児童クラブに入会することができました。令和4年度からうみっこ放課後児童クラブを山海ふれあい会館から内海小学校に移転し、利便性の向上を図ることができました。コロナ禍における児童クラブの運営について、学校、支援員と連携し、感染対策の徹底を図ります。なお、児童クラブに関するご相談は、随時受付しています。					

あかちゃん訪問の実施率 (健康子育て室)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
100%	100%	100%	%	%	100%
—	→	→			
【R3の評価・分析等】 対象者全員に対して訪問を実施しました。里帰り出産の方に対しても、居住自治体の依頼を受け訪問を実施しました。保健センターでは、育児に関するご相談を随時受付しています。					

(2) 産業の活性化と雇用の確保

就業をきっかけとした人口流出を防ぐとともに、人口減下でも維持・発展していくため、地位以内経済の循環の拡大を推進するとともに、産業の活性化と雇用の確保を目指します。

新規漁業就業者数

(産業振興課)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
9人/年	8人/年	8人/年	人/年	人/年	9人/年
—	↓	→			
【R3の評価・分析等】 令和3年度の実績値は、昨年度と同数でした。基準値と比較すると1人減同等の水準を維持することができたと考えます。今後も基準値と同等以上の新規就業者を確保できるよう漁業の魅力をもPRしていきます。なお、新規漁業就業者に関するご相談は随時受付しています。					

新規農業就業者数

(産業振興課)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
2人/年	1人/年	3人/年	人/年	人/年	2人/年
—	↓	↑			
【R3の評価・分析等】 新型コロナウイルス感染症の影響により新規就農をためらっていた者が農業経営を開始したことで、3人の新規農業就業者を確保することができました。新規就農の相談は毎年数件いただいております。そのような意欲を持った就農希望者をサポートすることで、次年度以降においても2人以上の新規農業就業者を継続して確保していきます。なお、新規農業就業者に関するご相談は随時受付しています。					

観光客数

(産業振興課)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
278.5万人/年	204.4万人/年	187.8万人/年	人/年	人/年	280万人/年
—	↓	↓			
【R3の評価・分析等】 長引く新型コロナウイルス感染症の影響により、今後もインバウンド観光の見通しも立たず、外国人観光客数の誘客についてはほとんど見込みがないことから、宿泊助成補助金等の施策による新たな観光客の獲得と県内観光地との広域連携による国内観光客の維持を図ります。					

商工会会員数

(産業振興課)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
1,101事業者	1,088事業者	1,079事業者	事業者	事業者	1,101事業者
—	↓	↓			
【R3の評価・分析等】 新型コロナウイルス感染症の影響による経営不振や事業者の高齢化による後継者不足によって、R3は商工会の会員数は微減したものの、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を活用した地域応援クーポン券発行事業や各商工会に経営相談窓口を開設することで、商工会の会員数の維持と新規加入者に努めることができました。					

(3) 定住支援

町民や移住希望者が住み続けたいと思えるような、インフラ、生活環境、コミュニティ等、安心してらせるまちづくりを目指します。

空き家バンク相談件数

(まちづくり推進室)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
43件/年	68件/年	56件/年	件/年	件/年	56件/年
—	↑	↓			
【R3の評価・分析等】 コロナ禍による生活スタイルの変化により、都市部からの移住希望者などは依然として多い状況にあるが、相談数は減少しています。その原因として、空き家バンクの慢性的な登録物件不足が続いていることが相談者の減少に影響していると考えられるため、新規物件の登録数増加のための施策を実施していきます。					

空き家バンク契約件数

(まちづくり推進室)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
9件/年	11件/年	10件/年	件/年	件/年	14件/年
—	↑	↓			
【R3の評価・分析等】 コロナ禍による生活スタイルの変化により、都市部からの移住希望者などは多く、実績値が微減したものの空き家バンクへの関心は依然として高い状況です。しかし、空き家バンクの慢性的な登録物件不足が続いているため、新規物件の登録数増加のための施策を実施していきます。					

空き家バンク移住者数

(まちづくり推進室)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
14人/年	6人/年	3人/年	人/年	人/年	17人/年
—	↓	↓			
【R3の評価・分析等】 移住者だけでなく、町民による空き家バンクの利用が促進されたため、契約件数と比較して移住者数が少なくなっています。今後は、町民の転出を抑止し、近隣に影響を及ぼす危険な空き家が増えないよう、生活スタイルの変化に合わせた移住施策以外の利活用方法についても検討していきます。					

コミュニティバス利用者数

(まちづくり推進室)

基準値(R1)	実績値(R2)	実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	目標値(R6)
19.8万人/年	17.2万人/年	20.1万人/年	人/年	人/年	20万人/年
—	↓	↑			
【R3の評価・分析等】 令和2年度はコロナ禍による外出自粛等により利用者が減少していたが、令和3年度は学校の休校等もなく、通勤通学など年間を通じた利用が回復しました。また、観光においては国等が行う各種キャンペーンが後押しとなり、西海岸線を中心に利用者数が増加しました。タウンミーティングなどでニーズを把握し町民の皆様と利用しやすいコミュニティバスを目指していきます。					