

2021年度 戦略施策マネジメントシート【2020年度実績評価】 作成: 2021年 6月 21日

施策番号 2-2	施策名 関係人口創出プロジェクト	基本的方向	多様な形で地域に関わりまちづくりに参加する関係をつくる			
		基本目標	新たな人の流れをつくる取組を推進			
	主管課	魅力創造課	課長名	西田昌樹	内線	231
	施策関係課					

1. 施策の方針と成果指標

施策の方針	対象	意図				結果	
人口が減っても地域の活力を維持するために、住民がふるさとや地域に愛着や誇りを持ち、地域活動に関わるとともに、多様な形でまちづくりに関わる関係人口の創出に向けた取組を進める	すべての町民、芽室町に関心のある町外の人・企業	<ul style="list-style-type: none"> ・芽室町の魅力を発信し、認知度を上げる ・芽室町を調べてもらい、来てもらう ・町外の芽室ファンとともに芽室のまちづくりを進めていく 				芽室町民とともに芽室町に関心のある人・企業がともなって地域課題を解決し、持続可能な地域となる。	
重要業績評価指標(KPI)	説明	単位	策定時(基準値)	2020年度実績	2021年度実績	2022年度実績	2024年度(目標)
① 芽室町が好きな町民の割合	住民意識調査	%	98.6	92.0			95.0
② ふるさと納税の寄附件数	実績数	件	7,023	8,378			8,000
③							
評価指標設定の考え方	①95.0%以上を目指す。 ②8,000件以上を目指す。						

2. 施策の事業費

	2020年度決算	2021年度決算	2022年度決算
施策事業費(千円)	60,564		
人工数(業務量)	2,2948		

3. 施策の達成状況

(1) 施策の達成度とその考察			
①2020年度の成果評価(策定時比較)	<input checked="" type="checkbox"/> 成果は向上した <input type="checkbox"/> 成果は変わらなかった <input type="checkbox"/> 成果は低下した	想定される理由	①コロナ禍により町内における全般の活動低下に伴って意識も低下したものと想定する ②はコロナ禍による巣ごもり需要によるものと想定する
②2024年度の目標値達成見込み	<input type="checkbox"/> 現状の取り組みの延長で目標は達成できる <input checked="" type="checkbox"/> 現状の取り組みの延長で目標達成は難しいが、現行事業の見直しや新規事業の企画実施で目標達成は可能 <input type="checkbox"/> 事業の見直しや新規事業の企画実施をしても目標達成は難しい	根拠(理由)	①コロナ禍においてまた新生活様式のもと、新たな取り組みを行うことで目的達成することが可能である ②現状分析と目標の設定、課題と解決方法を明確にし、しっかりとしたプランを立てることで現状よりも寄附件数、寄附額の向上は見込める
(2) 施策の成果評価に対する第2期芽室町まち・ひと・しごと創生総合戦略の事務事業の総括			
①施策の成果向上に対して貢献度が高かった事務事業	ふるさと納税特典贈呈事業	②施策の成果向上に対して貢献度が低かった事務事業	
③事務事業全体の振り返り(総括)	シティプロモーション推進事業は、基礎調査を経た実証などで、芽室町としての今後に向けた基礎を固めることができた。 ふるさと納税は、コロナ禍における巣ごもり需要に乗り寄附件数、寄附額を増やした。しかしながら一人当たり単価が減っていることから寄附額が寄附者数と比例した伸びにはならなかった。		

(3)「施策の方針」実現に対する進捗結果

進捗結果	A	B	C	D	E
			○		

※該当に○印

- A: 実現した
- B: (総合戦略策定時と比較して)大きく前進した
- C: (総合戦略策定時と比較して)前進した
- D: (総合戦略策定時と比較して)変わらない又は維持した
- E: (総合戦略策定時と比較して)後退した

4. 施策を取り巻く状況変化・住民意見等

施策を取り巻く状況と今後の予測	<p>《施策を取り巻く状況》 コロナ禍において、従前の手法による事業・活動ができないことから、事業の前進が少なく、停滞の感がある</p> <p>《今後の予測》 コロナ禍の影響で一極集中から地方への人の流れが起きている。国としても地方への人の流れを後押しする施策を、今後しばらくの間は継続して打ち出されることが予想される。また巣ごもり需要によるふるさと納税需要の拡大傾向も予想される。</p>
この施策に対して住民や議会からどんな意見や要望が寄せられているか？	<p>シティプロモーションの推進で、どのような成果を目指すのか</p> <p>ふるさと納税返礼品を町民の声を聞いて商品開発してみてもどうか</p>

5. 施策の成果向上のための具体的な取り組み(今後強化すべき取り組み、新たに実施すべき取り組み)

<p>シティプロモーションは、町内の魅力を見つけ、磨き、それを効果的に発信し、地域ブランディング・テレワークの推進・観光や物産の強化策など、関係人口・交流人口の創出、移住定住といった人の流れを起す事業を複合・連携して実施していく必要がある。</p> <p>ふるさと納税は、現状分析と目標の設定、課題と解決方法を明確にし、効果的な情報発信、返礼品の新規開発と出品数の増、出品事業者との関係構築などを進め、寄附数、寄附額をさらに高めていく必要がある。</p>

6. 経営戦略会議(庁内評価)

評価	成果指標等から、前進したと評価する。		A	B	C	D	E
		進捗結果			○		
今後の取組に対する意見	5に記載の取り組みを進めてください。	<p>A: 実現した</p> <p>B: (総合戦略策定時と比較して)大きく前進した</p> <p>C: (総合戦略策定時と比較して)前進した</p> <p>D: (総合戦略策定時と比較して)変わらない又は維持した</p> <p>E: (総合戦略策定時と比較して)後退した</p>					

7. 総合計画審議会(外部評価)

評価	庁内評価同様、前進したと評価する。		A	B	C	D	E
		進捗結果			○		
今後の取組に対する意見	5に記載の取り組みを進めてください。	<p>A: 実現した</p> <p>B: (総合戦略策定時と比較して)大きく前進した</p> <p>C: (総合戦略策定時と比較して)前進した</p> <p>D: (総合戦略策定時と比較して)変わらない又は維持した</p> <p>E: (総合戦略策定時と比較して)後退した</p>					