

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	412
	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・企業がともに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	92.6	94.3	95.8	95.0	
② ふるさと納税の寄附件数	実績数	件	7,023	8,378	19,313	50,318	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	64,542	141,222
人工数(業務量)	2,2948	1,2091	1,7934

3. 施策の達成状況

(1) 施策の達成度とその考察			
①2022年度の成果評価(前年度比較)	<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は、芽室町の魅力の認知浸透と、昨今の芽室町における官民の新たな動きに対する期待値の表れと考える。 ②は、寄附額と連動した増加と考える。
②2024年度の目標値達成見込み	<input checked="" type="checkbox"/> 現状の取り組みの延長で目標は達成できる <input 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)	①②ともに目標値達成はしている。
(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 シティプロモーション推進事業	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、地域ブランディング、まちなか再生など、町民の方と共に芽室町の魅力を改めて再認識し、それらを町民自身に知って感じてもらい、一方で効果的に外へ発信したことにより、町民への好評価につながったと考える。 ふるさと納税は、寄附額を大きく伸ばすことで寄附者数の増加につながった。寄附額を伸ばすための不断の調査研究と実践が功を奏した。単なる返礼品贈呈事業ではなく、その後も寄附者と芽室町がつながる関係づくり、芽室町のファンづくりに、大きな効果があった。		

(3)「施策の方針」実現に対する進捗結果(総合戦略策定時との比較)

担当課 評価	KPI、「意図」(1. 施策の方針と成果指標)の達成に向け、大きく前進している。		A	B	C	D	E
		進捗結果			○		

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》 人口減少、高齢化、若年層の転出などにより地域の担い手が少なくなっていく傾向にある。持続可能な地域づくりという観点では、郷土愛の醸成、関係・交流人口の創出がさらに重要になる。</p> <p>《今後の予測》 関係人口・交流人口が創出されることで、芽室町へのファンとなり、支援の想いがふると納税や企業版ふるさと納税につながる事が予測される。その受け皿として、芽室町の魅力を前面に打ち出したふるさと納税返礼品、まちづくり政策が必要となる。</p>
この施策に対して住民・審議会・議会からどのような意見や要望が寄せられ、どのように改善したか。	<p>・ふるさと納税寄附額の向上への新たな取り組み 一庁内関係課、観光物産協会、関係事業者、町外事業者との目的・目標の共有による魅力的な返礼品数の増を図った。</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を進めるにあたって、まちなか再生事業を始め、地域ブランディング事業等を連動して推進し、地域活力の維持、郷土愛の醸成を明確に意識するとともに、同時に関係人口の創出にもつなげていく必要がある。</p> <p>・各種事業を通じて、芽室町の魅力を効果的に発信し、芽室町の魅力を知り、域外の方ともつながり、芽室町の関係・交流人口の創造につなげる。</p> <p>・ふるさと納税を介して、芽室町の魅力を知り、応援したい気持ちを増幅させ、結果として寄附者の増を図る。そのために単に返礼品を贈呈するだけでなく、芽室の思い、夢、ビジョンを伝え、真の応援団づくりを目指す。</p>
--

6. 経営戦略会議(庁内評価)

評価	担当課評価同様に「大きく前進した」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 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</p>					

7. 総合計画審議会(外部評価)

評価	庁内評価同様に「大きく前進した」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 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</p>					