

施策マネジメントシート(平成25年度の振り返り、総括)

作成日 平成 26 年 7 月 11 日

基本目標	Ⅲ	交流による魅力と活力にあふれるまち	主管課	名称	まちづくり交流課
				課長	宮崎 育雄
施策	23	移住定住の促進	関係課	総合政策課(企画)、地域整備課(都市計画)	

施策の目的	対象	意図	基本事業名	対象	意図
	①町民 ②町外の人	①町で暮らし続ける。 ②町に移住する。		基本事業	1 町の魅力と情報の発信
		2 移住定住環境の整備	町民、町外の人		居住するための条件が整う。
		3			
		4			
		5			

成果指標	成果指標名	単位	区分	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
	A	転入者数	人	実績値	359	445	448			
目標値					437	424	413	401	391	380
B	移住定住に関する相談件数	件	実績値	-	6	8				
			目標値		10	20	30	40	50	60
C			実績値							
			目標値							
D			実績値							
			目標値							
E			実績値							
			目標値							
F			実績値							
			目標値							

指標設定の考え方と実績値の把握方法

A) 直接的な設問であり、数値が高まれば目的が達成されていると考えられるため成果指標とした。  
群馬県統計情報システムの住民基本台帳関係年報による(平成23年度までは日本人のみの数値であったが、平成24年度から日本人のみの数値に加え、外国人も含めた総計数値も公表するようになったが、比較のために平成24年度も日本人のみの数字を採用した)  
B) 相談件数の増加により、町への移住を考える人が必要な情報発信をしていることが考えられるため成果指標とした。

目標値設定の考え方

A) 成り行きでは、平成21～24年度の実績から推測(過去4年間の平均値を基点(457+480+359+445)/4年=435人、△4.0%で推移すると仮定。)し、平成29年度には354人まで減少すると想定。人口に対する転入者数の割合(H22県平均2.79%)を、平成23年度の1.83%から平成29年度には2.0%程度に増加させることを目標とし、転入者数380人をめざす。  
B) 窓口を一元化して相談件数を把握する。相談件数が増えれば、町から移住に関する情報が発信されていることがわかる。また、相談件数が増えれば移住件数も現実的になる。  
平成26年度から空き家等活用補助金制度を開始するため、移住・定住相談者が激増することが考えられる。

施策のための目的・役割分担	1. 町民(事業所、地域、団体)の役割	2. 行政(町、県、国)の役割
	①町に住み続ける。 ②移住者の周辺住民は、移住者が地域にとけこみやすい環境をつくる。	①住む場所として、町を選んでもらえるようなきっかけづくりを行う。

施策を取り巻く状況	1. 施策を取り巻く状況(対象や法令等)は今後どのように変化するか?	2. 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?
	①町の人口は、平成27年には19,300人程度に減少し、高齢化率は36.2%まで上昇する見込みである。高齢であるほど、町内で暮らし続けたいと感じている割合が高い傾向にある。 ②日本の人口は平成23年頃から自然減に突入。一方で首都圏への一極集中は続いている。	町民アンケートの自由記述欄にも、若者の転出を憂慮し、働きたい・魅力ある雇用の場を確保してほしいとの意見が多くある。

施策	23	移住定住の促進	主管課	名称	まちづくり交流課
				課長	宮崎 育雄

実績比較		背景・要因	
施策の成果水準の分析と背景・要因の考察	① 時系列比較	<input type="checkbox"/> かなり向上した。 <input checked="" type="checkbox"/> どちらかといえば向上した。 <input type="checkbox"/> ほとんど変わらない。(横ばい状態) <input type="checkbox"/> どちらかといえば低下した。 <input type="checkbox"/> かなり低下した。	<p>①みなかみ町で暮らし続けたいと思っている町民の割合は、平成21年度75.8%、平成23年度79.6%、平成24年度83.7%と増加傾向にあったが、平成25年度は81.3%度と微減した。年代別にみると、年代が高くなるほど割合が高く、若年層で低い傾向にある。前年と比較すると、20代で1.3ポイント下降している。</p> <p>②住民基本台帳関係年報の転入者数は、平成24年度445人から平成25年度448人と3人増加している。転出者数は平成24年度664人から682人と18人増加している。社会減少数は平成24年度219人から平成25年度234人と増えている。</p> <p>外国人の社会増減も加味すると、平成25年度の転入者は日本人448人、外国人111人、計559人である。転出者は日本人682人、外国人106人、計788人であり、229人の転出超過である。</p>
	② 他団体との比較	<input type="checkbox"/> かなり高い水準である。 <input type="checkbox"/> どちらかといえば高い水準である。 <input type="checkbox"/> ほぼ同水準である。 <input type="checkbox"/> どちらかといえば低い水準である。 <input checked="" type="checkbox"/> かなり低い水準である。	<p>①平成24年度住民基本台帳関係年報による人口の社会増減率を県内で比較すると、県内市町村平均△0.01%、町村平均△0.21%のところ、本町は△0.86%と県下ワースト6位(ワーストは南牧村の△2.19%)となっている。近隣市町村は、沼田市△0.39%、片品村△1.37%、川場村△0.06%、昭和村△0.09%となっている。</p> <p>②平成24年度の人口に対する転入者の割合を県内で比較すると、県内市町村平均3.16%、町村平均3.57%のところ、本町は2.22%であり県内で5番目に低い割合となっている。近隣市町村は沼田市2.32%、片品村1.82%、川場村2.69%、昭和村2.41%となっている。</p> <p>③平成24年度の人口に対する転出者の割合を県内で比較すると、県内市町村平均6.33%、町村平均3.78%のところ、本町は3.08%と県内では16番目に低い割合である。近隣市町村は沼田市2.72%、片品村3.19%、川場村2.75%、昭和村2.50%となっている。</p> <p>本町は、人口に対する転出者数は県内他市町村と比較しても少ないが、転入者数が少ないことにより社会減少率が高い傾向にある。</p>
	③ 目標の達成状況	<input type="checkbox"/> 目標値を大きく上回った。 <input type="checkbox"/> 目標値を多少上回った。 <input type="checkbox"/> ほぼ目標値どおりの成果であった。 <input checked="" type="checkbox"/> 目標値を多少下回った。 <input type="checkbox"/> 目標値を大きく下回った。	<p>①相談件数は目標20件に対し、8件であった。(JOIN(移住交流推進機構)等からの資料請求件数は5件)</p> <p>②転入者数は目標値424人に対し、448人と24人上回った。外国人を含めた転入者数は559人となるが、うち外国人は111人と約20%を占め、外国人の転入者が大幅に増加した。外国人を含めた転出者数は778人で社会減少数は229人であった。</p> <p>③町民アンケートの結果をみると、みなかみ町に住み続けたいと考えている人は、地区別では、月夜野地区67.2%と新治地区64.6%は高い率であるが、水上地区41.8%と低い。町内でも冬季に最も降雪の多い地域であり、また病院から離れた地域であることが低い要因であると思われる。</p>
成果実績に対する総括	<p>①JOINなどの関係団体との連絡調整を行い、みなかみ町に興味のある人に資料提供や相談を実施した。</p> <p>②空き家バンク活用補助制度要綱の素案を作成した。</p> <p>③移住・定住交流会に参加した。</p> <p>④古民家を調査し、移住・定住に活用可能な物件を発掘した。</p>		

今後の課題と取り組み方針(案)	基本事業名	今後の課題	平成27年度の取り組み方針(案)
	1	町の魅力と情報の発信	移住に関する情報発信体制の整備 若年者の定住促進
2	移住定住環境の整備	空き家バンクによる情報提供体制の整備 移住を促進するための移住定住者の負担軽減	<p>①空き屋バンクの利便性の向上</p> <p>②移住定住を促進する新たな補助制度の検討</p> <p>③不動産業界団体と協力した移住定住の促進</p>
3			
4			

23 移住定住の促進

23-02-000001 <b>うらの郷販売促進事業</b>				担当組織 地域整備課 都市計画グループ				事業費 円					
予算科目 会計				款				項 目					
事業概要	対象	うらの郷分譲地			意図	早期に完売させる			手段	分譲価格の値下げに伴う、販売の営業			
		うらの郷分譲地面積	平成24年度	平成25年度		単位	分譲地の販売面積	平成24年度		平成25年度	単位	現地見学会	平成24年度
			13,371	13,005	㎡		2,372	366	㎡		2	0	回
評価結果と今後の方向性	廃止・休止等 <input checked="" type="checkbox"/> 目的妥当性 <input checked="" type="checkbox"/> 有効性 <input checked="" type="checkbox"/> 効率性 <input checked="" type="checkbox"/> 公平性 <input checked="" type="checkbox"/>			今後の改革改善案			課題とその解決策			コスト			
	土地開発公社には運営費を補助しており、また積極的な分譲地の販売促進は行わないことから、この事業は廃止するべきである。			町と公社で、成果指標が向上するよう協議し、今後の社会情勢を把握しながら活動を行う。			さらなる分譲価格の減額。			削減 維持 増加 成果 向上 維持 低下			

23-02-000002 <b>移住機会創出事業</b>				担当組織 まちづくり交流課 地域振興グループ				事業費 2,061,740円						
予算科目 会計 一般会計				款 2総務費				項 1総務管理費 目 6企画費						
事業概要	対象	町外の住民			意図	移住者が町の魅力を知り、定住する。			手段	・先進地視察・有識者からの意見聴取				
		転入者数	平成24年度	平成25年度		単位	定住者	平成24年度		平成25年度	単位	視察回数	平成24年度	平成25年度
			445	448	人				3	人		2	0	回
評価結果と今後の方向性	廃止・休止等 <input type="checkbox"/> 目的妥当性 <input checked="" type="checkbox"/> 有効性 <input checked="" type="checkbox"/> 効率性 <input checked="" type="checkbox"/> 公平性 <input checked="" type="checkbox"/>			今後の改革改善案			課題とその解決策			コスト				
	町外への移住促進を図るため、町外への視察や情報収集を行う。			平成26年度も継続して、古民家に限定し、空き家情報を収集する。その後活用できる物件を選定し、プロモーション素材としてPRしていく。また、移住者に対する支援制度を立ち上げ支援していく。			移住者を定住につなげるためには、どのような仕組みをつくらなければならないか。そのためには、先進地の情報を数多く集め、参考にしながら町の魅力を高める必要がある。			削減 維持 増加 成果 向上 維持 低下				

23-02-000003 <b>男女交流活動推進事業</b>				担当組織 まちづくり交流課 地域振興グループ				事業費 0円					
予算科目 会計 一般会計				款 2総務費				項 1総務管理費 目 6企画費					
事業概要	対象	町内在住未婚の男女			意図	・気軽に参加できる。・出会いのきっかけをつくる。			手段	平成25年度は男女交流イベントの開催を考えていたが実施に至らなかった。また、実施前の企画すらできなかった。			
		町民(20~35歳までの男女)	平成24年度	平成25年度		単位	参加した人の数	平成24年度		平成25年度	単位	開催回数	平成24年度
						18		0	人		1	0	回
評価結果と今後の方向性	廃止・休止等 <input type="checkbox"/> 目的妥当性 <input checked="" type="checkbox"/> 有効性 <input checked="" type="checkbox"/> 効率性 <input checked="" type="checkbox"/> 公平性 <input checked="" type="checkbox"/>			今後の改革改善案			課題とその解決策			コスト			
	年度当初はお見合いパーティなどのイベント実施も考えたが、内容の検討が遅れてしまった。結果的には何も実施できなかった。来年度は男女交流事業の推進の有無を確認したい。			今後は事業の効果を向上させるため、お見合いパーティなどのイベントと講演会を組み合わせる。例えば、イベントの前に講演会を実施し、講演会に参加した方を対象にイベントを実施する。講演会では、イベントに参加した際、どのように行動したり会話をすれば、より異性を惹き付けることができるかといった内容で講義してもらう。			イベントの場合、男女ほぼ同数の参加者を集めなければならない。そのためには、広報を徹底し、募集期間を長くとる必要がある。効果が出にくい事業であるので、様々な事例を参考に事業計画を立てなければならない。			削減 維持 増加 成果 向上 維持 低下			