

重点施策マネジメントシート 令和4年度事後評価

重点施策	103	故郷創出プロジェクト	主管課	S	目標値を達成(見込み)
基本目標	3	ひとの定着・還流・移住の流れをつくり、人々が集うまちづくり	関係課	A	基準値より上昇(10%以上)
				B	基準値より上昇(10%未満)
				C	基準値と同水準(基準値と同値~△10%未満)
				D	基準値より下落(△10%以上)
				—	評価不能(KPIの実績値が無い状態)

(1) 施策の目標指標、KPI

① 目標指標	指標	基準値	R2実績	R3実績	R4実績	R5実績	R6実績	目標値 (~R6)
4	人口の社会増減	-11人 (H30)	-74人	-61人	93人			増加
② KPI	重要業績評価指標(KPI)	基準値	R2実績	R3実績	R4実績	R5実績	R6実績	目標値 (~R6)
7	ホームページのアクセス件数(重3、基24)	900,858件 (H30)	1,475,683件	1,450,173件	1,021,046件			1,000,000件
8	転入世帯数(定住促進奨励金交付事業)(重3、基15)	42世帯 (H30)	47世帯	58世帯	71世帯			50世帯
9	幽学の里で米作り交流事業参加者数(定住19)	1,358人 (H30)	0人	0人	400人			1,400人

(2) 施策に関する検証

① 施策に位置付く事務事業の進捗状況		完了	0.0%		順調	14.3%		概ね順調	71.4%		停滞	14.3%		実施困難	0.0%
② 施策に位置付く事務事業の成果指標の推移(R3→R4)		向上	18.2%		好調維持	36.4%		伸び悩み	45.5%		低下	0.0%			

③ 目標指標	指標・関係課名	目標指標の実績値と状況の理由等
4	人口の社会増減 企画政策課	【達成状況:S】 ・社会減が令和2年から3年まで続いていたが、R4年は社会増に転じた。R3年度の状況と比較すると、日本人の異動人数に大きな変化は見られないが、外国人の転入者数が増加している。(転入 R3は334人→961人(2.8倍))

④ KPI	KPI・関係課名	KPIの実績値と状況の理由等
7	ホームページのアクセス件数(重3、基24) 秘書広報課	【達成状況:S】 ・近年は新型コロナウイルス感染症関連情報などにより、アクセス件数が一時的に増加していたが、感染症の支援などの情報が周知できたことで、感染症拡大前の水準に戻りつつあることや、令和4年度より新たに公式LINEを開設し、市民が自身に合った手段で情報を取得できるようになったこともあり、昨年度よりアクセス数は減少となったが、目標値は達成している。 【R4年度(R4.4.1~R5.3.31) アクセス件数 上位のページ】 1位:トップページ 1,021,046 2位:新型コロナ感染者状況 288,452 3位:ライブカメラ 257,349
8	転入世帯数(定住促進奨励金交付事業)(重3、基15) 企画政策課	【達成状況:S】 ・令和3年度に比べて13世帯増加した。市HPや移住関係サイト(スマト、ピタマ、U-boku、JOIN等)に掲載したり、チラシを作成し、不動産会社や住宅メーカーなどの事業者にも配架したことが、転入希望者の目にとまったと考える。また、昨年10月に移住相談窓口「旭市移住サポートセンター」を開設、地域おこし協力隊1名を専従職員として採用し、積極的に移住につながるような情報発信と丁寧な対応を行っている。加えて、シティプロモーションを目的として開設していた市のウェブサイト「あったか!旭」を、より移住定住に結び付くような内容と構成にリニューアルした。
9	幽学の里で米作り交流事業参加者数(定住19) 農水産課	【達成状況:D】 ・新型コロナウイルスの影響により、田植えと生き物調査については人数を縮小して実施。稲刈り、収穫祭については、中止となった。(参加延べ人数 令和元年:1,110人、令和4年:400人)

⑤ 施策全体	関係課名	施策の推進に向けた問題等	令和5年度以降の方針
	企画政策課	・移住定住をさらに加速するために、定住促進奨励金、企業・就業等創出移住支援金、さらには若者世帯住宅取得奨励金と、様々なタイプに対応する支援金を整備しているが、これを効果的にPRしていく必要がある。また、移住先として旭市が候補に上がるよう、市の魅力や風土を積極的にPRしていく必要もある。 ・令和4年度から、在住者の定住を目的として「若者世帯住宅取得奨励金」を開始した。支給要件の中に、市内事業者から新築住宅を取得することがあるが、市外事業者の場合奨励金の交付をうけられないという問題がある。	・まず制度を知ってもらうことが重要であるため、チラシの配架に加えて、SNS等での周知に取り組みたい。また、リニューアルした移住定住に特化した市のサイト「あったか!旭」をより多くの方に見てもらい、移住先の候補地として選んでもらえるよう努める。若者奨励金は、制度の見直しを行い支給要件ではなく、加算要件とするなどして利用者のニーズに応えたい。 ・ふるさと応援寄附推進事業は、魅力的な返礼品を増やす。また、以前から要望のある紙媒体の返礼品カタログを作成する。 ・イベントの中止が多かった中でもあさびさサポートーズの会員は増加しており、協力店を増やしていく。(現在24件)
	秘書広報課	・情報量が多いため必要な情報が埋没してしまい、求める情報を検索しにくくなっている。担当者により記事の作成に個人差がでてしまうため、ホームページの記事を作成する基本的な掲載基準の周知が足りていない。	・ホームページは、広報紙に次ぐ主要な情報発信ツールであることから、多岐に渡る行政情報を探しやすく構成することが重要であるため、今後も随時情報の整理を行うとともに、定期的な研修を通じて分かりやすい記事を作成する意識づくりの浸透に努める。また、公式LINEから目的の情報にスムーズにアクセスできるようにするなど、SNSの活用促進にも努める。
	農水産課	・コロナ禍のため規模を縮小して事業を行ったが、受け入れ人数に限られるため、参加者以外の方へもPRが必要である。	・参加者に対し、旭市の農業・歴史・観光等についてPRできるようなイベント内容を検討するとともに、事業の様子や実績について積極的に発信する。
	商工観光課	・観光大使は、市内在住では無いため、旭市の新しい観光情報などが得にくい状況である。市側からPR用の情報を提供する必要がある。	・市の新たな取り組みや特産品、観光スポット情報などを提供して連携を深め、引き続き旭市の魅力発信に協力していただく。
	都市整備課	・景観行政団体への移行前に都市計画区域見直しの方針を定める必要がある。	・都市計画区域の見直しと歩調を合わせ、必要性を研究する。

推進委員会からの意見(要旨)	
<p>①市ホームページのアクセス件数について、今はアクセス解析が進化してきている。どのページが何分くらい見られているのか細かく分かる。市民が一番関心のあるページなど、次の計画の中では、そういったところを基準としたKPIを検討してもらいたい。</p> <p>②市の移住者向けサイト「あったか！旭」の開設などにより移住相談件数が増えている。千葉県内でも旭市は上位だと感じている。今後旭市は移住件数が伸びていくと思うので、相談を受ける人員を増やすことで、できることが増えると思う。</p> <p>③幽学の里で米作り交流事業について、国のふるさと回帰支援センターの担当者が旭市に来た時に、都市部から移住を考えている人は、まさに米作りや収穫などの田舎暮らしに憧れをもっているとのことだった。故郷創出プロジェクトとして、農業と移住といった課の連携をとって、そこに観光物産協会も加われば、これから先の結果に繋がっていく。</p> <p>④ロケ誘致などのシティプロモーションについて、旭市という名前がTVで露出することが増えていて、市民の方々も実感しているのではないと思う。ドラマで放送された飲食店にはたくさんの方が来て、ふるさと納税の返礼品番組の反響も大きかった。こういった取り組みは他にも波及していくので、発信力を研究して結果に繋げてほしい。</p> <p>⑤移住について、まず旭市に来てもらうことが重要なので、もっと観光に力をいれるべきである。観光大使の力だけではなく、もっと市の魅力を積極的に発信してほしい。旭市はサーフィンや農業もできるので、体験型として盛り込んで移住につなげていくべきである。</p>	
推進委員会からの意見に対する担当課の考え	
<p>①市ホームページの中でトップページのアクセス数が最も多く、経年比較や他団体との比較も可能であることからKPIとしています。今後も市民ニーズに合った情報の充実と利便性の向上につなげていくため、ホームページのアクセス状況について様々な観点から分析し、その中でKPIに適した基準がないか検討します。</p> <p>②移住サポートセンターの増員は、相談対応状況を踏まえながら検討していくとともに、引き続き、移住相談への対応がしっかり行えるよう連携・情報共有に努めていきます。</p> <p>③移住と米作り、農業と観光といった連携によるPRは効果的だと思いますので、課の連携は前向きに進めたいと思います。</p> <p>④旭市が映画やドラマの撮影場所となることで、市の魅力を発信できていると期待しています。市外の人知ってもらうことも大事ですが、市民が旭市に愛着と誇りを持ってもらいたいと思います。引き続きPR方法などを研究しながら進めていきます。</p> <p>⑤市の豊富な観光資源の魅力を全国へ向けてPRするとともに、新たな観光資源の創出と旅行者及び地元農水・商・工業者等、関係団体との連携による着地型(体験型)観光の提案・実施により、多くの観光客の誘致を実現し、旭市への移住・定住に繋げていきます。また、ロケツーリズムということで、旭市が舞台のドラマや映画のロケの誘致にも力を入れています。旭市の名前を、市外県外の方に知ってもらうため、合わせてPRを積極的に進めていきます。</p>	

	事業コード・事業名称		単位	R1決算・	R2決算・	R3決算・	R4決算・	R5予算・				
				指標実績	指標実績	指標実績	指標実績	指標計画				
1	4520①	移住・定住促進事業(定住促進奨励金交付事業)	事業費	千円	28,800	32,930	41,300	50,720	62,800	事務事業の進捗(R4)	😊	順調
		一般財源	千円	0	0	0	800	0				
	成果指標	ア 転入者(定住促進奨励金利用)	人		99	126	140	172	180	成果指標の推移(R3→R4)	😊	向上
		イ 定住者(若者奨励金利用)					95	100				
2	3620	ふるさと応援寄附推進事業	事業費	千円	26,652	33,190	43,633	56,544	71,691	事務事業の進捗(R4)	😊	概ね順調
		一般財源	千円	26,652	33,190	43,633	56,544	71,691				
	成果指標	ア 寄附(当該年度収納)額	万円		5,676	7,336	10,561	11,908	14,500	成果指標の推移(R3→R4)	😊	好調維持
		イ										
3	3690①	シティプロモーション推進事業(イメージアップキャラクター活用事業)	事業費	千円	4,645	508	418	571	808	事務事業の進捗(R4)	😊	概ね順調
		一般財源	千円	1	0	0	0	0				
	成果指標	ア あさピーアール部(HP)アクセス数	回		19,505	19,505	3,630	2,723	3,000	成果指標の推移(R3→R4)	😊	伸び悩み
		イ デザイン使用承認件数(累計)	件		134	147	165	176	190			
4	22400②	農業振興事務費(幽学の里で米づくり事業)	事業費	千円	1,025	324	431	302	880	事務事業の進捗(R4)	😊	概ね順調
		一般財源	千円	0	0	0	0	0				
	成果指標	ア 旭市の農水産物を購入(消費)した参加者	人		529	199	123	120	400	成果指標の推移(R3→R4)	😊	好調維持
		イ イベントへの参加延べ人数	人		1,110	0	0	400	900			
5	27820②	観光資源創出プロモーション事業(観光大使)	事業費	千円	11	12	17	37	44	事務事業の進捗(R4)	😞	停滞
		一般財源	千円	0	0	0	0	0				
	成果指標	ア 市関連イベント参加回数(延べ数) ※観光大使委嘱以前からイベント参加歴あり	回		10	3	2	2	10	成果指標の推移(R3→R4)	😊	伸び悩み
		イ										
6	41191	都市景観の形成	事業費	千円	0	0	0	0	0	事務事業の進捗(R4)	😊	概ね順調
		一般財源	千円	0	0	0	0	0				
	成果指標	ア 景観行政団体への移行			-	-	-	-	-	成果指標の推移(R3→R4)	😊	伸び悩み
		イ 景観条例策定			-	-	-	-	-			
7	1900③	広報活動費(ホームページやSNS等を活用した情報発信)	事業費	千円	2,650	12,925	1,510	3,204	3,227	事務事業の進捗(R4)	😊	概ね順調
		一般財源	千円	2,650	12,925	1,510	2,578	3,227				
	成果指標	ア ホームページの閲覧数	件		1,085,913	1,475,683	1,450,173	1,021,046	1,100,000	成果指標の推移(R3→R4)	😊	好調維持
		イ フェイスブックのリーチ数	件		208,658	208,559	232,913	112,346	112,000			