

重点施策マネジメントシート				令和 5 年度事後評価		S		目標値を達成(見込み)										
重点施策	103	故郷創出プロジェクト		主管課	A	基準値より上昇(10%以上)												
					B	基準値より上昇(10%未満)												
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	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	-43人				増加						
② K P I	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	808,492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	48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	685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	42.9 %		停滞	42.9 %		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(R4→R5)					向上	16.7 %		好調維持	50.0 %		伸び悩み	25.0 %		低下	8.3 %			
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	【達成状況:D】 ・令和3年まで続いていた社会減が令和4年は社会増に転じたが、令和5年は再び社会減となった。令和4年度の状況と比較すると、日本人の転出者数が増加(令和4年 1,561人→令和5年 1,616人)かつ外国人の転入者数が減少(令和4年 961人→令和5年 865人)しているため、合計数が減少している。															
	企画政策課																	
④ K P I	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)	【達成状況:D】 ・新型コロナウイルス感染症関連情報へのアクセスが減ったほか、令和4年11月から開始した公式LINEでの情報発信により、トップページを経由せずに直接該当ページにアクセスする人が増え、減少したと考えられる。なお、公式LINEの投稿数と友だち登録者数は、増加傾向にある。 【アクセス件数 上位3位】 令和4年度 1位:トップページ 1,021,046 2位:コロナ感染状況 288,452 3位:ライブカメラ 257,349 令和5年度 1位:トップページ 808,492 2位:ライブカメラ 187,146 3位:新着情報一覧 56,275 【公式LINE 投稿数】 令和4年度:110件(※R4.11～R5.3の5か月間) 令和5年度:397件 【公式LINE 友だち登録者数】 令和4年度末:2,975人 令和5年度末:4,459人															
		秘書広報課																
	8	転入世帯数(定住促進奨励金交付事業)(重3、基15)	【達成状況:A】 ・令和5年度の実績は48世帯138人となり、令和4年度に比べて23世帯34人減となった。 ・令和4年度は転入者がここ数年では比較的多かったのに加え、平成元年10月の消費税アップに伴う特例措置で、令和4年12月31日までに入居した新築・中古再販住宅については、住宅ローン減税が原則10年のところ、13年に控除期間が延長されることで住宅取得の駆け込み需要があり申請が増加したと思われる。令和2年度、3年度の実績件数を見ると、令和5年度が極端に落ち込んだわけではない。 ・東京で行われる移住フェアなどで制度のPRに努めるほか、今年度から申請時の添付書類を減らすことで手続き負担を軽減している。															
	企画政策課																	
	9	幽学の里で米作り交流事業参加者数(定住19)	【達成状況:D】 ・前回と同様、コロナ禍前より募集人数を制限して実施(R1延べ1,110人 R4延べ400人 R5延べ685人) ・一般家族は田植えから収穫祭まで全4回のイベントを開催し、市川子ども会は田植え体験を実施した。 (R4は一般家族の稲刈り及び収穫祭と市川子ども会の受け入れは中止) ・年度末には次年度に向け、道の駅でPRイベントを開催した。															
	農水産課																	

⑤ 施策 全体	関係課名	施策の推進に向けた問題等	令和6年度以降の方針
	企画政策課	・「定住促進奨励金」制度については、利用者のアンケートでは約7割の方に評価されていたが、一方で転入後に制度を知ったという方も約3割いたことから、今後も積極的に制度のPRを行っていきたい。 ・「若者世帯住宅取得奨励金」制度の受給要件の中に、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。	・2つの制度とも、さらに積極的に制度の周知に努めるほか、他自治体の同様の制度を参考に、わかりやすく使いやすい制度になるよう検討したい。
	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出てしまうため、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、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	・協議会会員の高齢化が課題となっており、新規若手会員の加入促進の必要がある。また、今後は参加者を飽きさせない新たな事業展開を模索していく必要がある。	・引き続き参加者へ旭市の農業・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、事業自体のPRも積極的に行っていく。
	商工観光課	・観光大使は市外在住のため、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観光スポットなどの情報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も含め区域拡大後の景観保全方針を検討していく必要がある。	・都市計画区域の見直しを踏まえ必要性を研究する。

推進委員会からの意見(要旨)
①ふるさと納税について、前回、返礼品の一番人気はハマグリと伺ったが、現在も変わりはないか。農業算出額が全国8位、豚肉は全国2位であるが、ふるさと納税サイトにおいて豚肉の取り扱いが少ない。また、旭市には有名なルアーメーカーがあるが、他自治体ではルアーの返礼品がそれなりに人気で、ふるさと納税限定のデザインなどもある。ふるさと納税の返礼品はどのように募集・選定しているのか。また、他自治体では、返礼品と一緒にお礼状や自治体のパンフレットが入っていたり、寄付した数年後に寄付金の活用先を示したパンフレット等が送られている、旭市でもそのような取り組みはあるか。 ②ホームページのアクセス件数について、トップページとコロナ感染状況とライブカメラがほとんどなので、目標である移住・定住への流れがつくられているのかわかりにくい。去年に移住・定住のホームページを制作したので、アクセス状況や更新状況を令和7年度以降の指標に設定できると思う。今のところアクセス数1～2位は助成金・補助金ということもわかっている。 公式LINEについて、指標を友達の数にしてしまうと永遠に増え続けるだけ。ブロックされている割合など、移住・定住関連の情報を欲しい人をどれだけ増やせるのかなど、LINE全体より、目標に沿ったLINEの活用方法を指標にするとより効果的だと思う。 ③地元出身の私でも分からないことを県外の移住される方が知るということは難しいため、ホームページの内容を充実することも重要であるが、まずはホームページを開けるきっかけをつくる必要があると感じた。 香取市ではミスあやめという事業を展開しているが、3名のなかの一人がインフルエンサーの方で積極的な情報発信を期待していると言っていた。テレビのロケの後は1か月くらい来訪者が増える現象がおきる。テレビやインフルエンサーなど、どのように露出していかを考えることが重要と感じた。 ④銚子連絡道路の旭市までの早期開通で、より多くの人たちが旭市を訪れられると思う。 ⑤旭大好きサポーター(あさビーサポーター)を増やして賑やかな市にするため、区長等に依頼してはどうか。サポーターがまとまったら、会を組織し、個の点から線へ、線から面へつなげ、旭市民の絆を大きなものにしたいと思う。
推進委員会からの意見に対する担当課の考え
①ふるさと納税寄附額の増加は、テレビ番組で旭市の返礼品であるハマグリが紹介された効果があります。また、豚肉やルアーもあれば良いとのことですが、返礼品の選定についてはこちらからお声がけしますが受け身が強いかたちになっています。引き続き魅力的な返礼品を増やすことが寄付金の増加につながるのので力をいれていきたいと思います。パンフレットや報告書は、現在実施していないので、今後検討していきます。 ②県外で行われる移住相談会等で、移住・定住のホームページ(あったか旭)をPRしているが、名刺にホームページのQRコードを付けるなど、手軽にホームページを見てもらえるように工夫したいと思います。 ホームページのアクセス数については、目標としている移住・定住につながる成果指標として、移住ポータルサイトへのアクセス数などを用いることを検討します。 公式LINEの友だち登録者数は、ブロックしている人数を除いた数値で捉えています。現在の登録者数は約5,500人で、まだ市の人口の1割にも満たないため、情報をより多くの人に届けるためにも、友だち登録者数を増やすことが重要だと考えています。また、公式LINEの総合メニューからは、移住ポータルサイトにも直接アクセスすることができるので、LINE活用の工夫や改善を行いながら、友だち登録者数を増やしていくことで、移住・定住関連の情報へのアクセス増加につなげていきます。 ③地域おこし協力隊が自身の活動としてInstagram(フォロワー数 約3,700人)で旭市のPRを行っており、地域おこし協力隊のネットワークで他市、他県の協力隊を通じて旭市の情報が発信されています。また、観光大使2名にも積極的に旭市のPRを行ってもらっています。 市民の目に触れる各種通知やイベントの案内などに、市ホームページやSNSに直接アクセスできる二次元コードを明記するなど、ホームページで情報を見てもらうきっかけづくりを行っています。 旭市に興味を持ってもらえるよう、今後もロケ地を誘致、地域おこし協力隊や観光大使などを介したPR、メディアへのプレスリリースを積極的に行い、旭市の話題がメディアなどで取り上げられた際には、ホームページやSNSで周知していきます。 ④銚子連絡道路は令和4年度に事業化され、早期の完成へ向けて自由民主党、立憲民主党、国土交通省及び千葉県へ要望した結果、事業促進に協力していくとの回答がありました。今後は、銚子連絡道路の開通による効果が最大限発揮できるよう、関連する市道の整備も併せて進めていきます。 ⑤あさビーサポーターズはInstagram、ホームページ、広報で募集の記事を掲載しており、現在約1,340名が登録しています。サポーターズのメンバーズカードを見せると特典が受けられるあさビーサポーターズ協力店も増やしていきたいため、区長等への周知も検討していきます。

		事業コード・事業名称			単位	R2決算・ 指標実績	R3決算・ 指標実績	R4決算・ 指標実績	R5決算・ 指標実績	R6予算・ 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)(若者世帯住宅取得奨励金交付事業)		事業費	千円	32,930	41,300	50,720	35,100	40,100	事務事業の進捗(R5)		停滞
				一般財源		0	0	800	0	40,100			
	成果指標	ア	転入者(定住促進奨励金利用)	人	126	140	172	112	130	成果指標の推移(R4→R5)	ア		低下
		イ	定住者(若者奨励金利用)	人	-	-	95	85	100		イ		伸び悩み
2	3620	ふるさと応援寄附推進事業		事業費	千円	33,190	43,633	56,544	103,224	98,357	事務事業の進捗(R5)		概ね順調
				一般財源		33,190	43,633	56,544	103,224	98,357			
	成果指標	ア	寄附(当該年度収納)額	万円	7,336	10,561	11,908	21,027	23,100	成果指標の推移(R4→R5)	ア		向上
		イ									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	508	418	571	602	533	事務事業の進捗(R5)		順調
				一般財源		0	0	0	66	0			
	成果指標	ア	あさピーアール部(HP)アクセス数	回	19,505	3,630	2,723	0	0	成果指標の推移(R4→R5)	ア		好調維持
		イ	デザイン使用承認件数(累計)	件	147	165	176	201	220		イ		好調維持
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	324	431	302	225	880	事務事業の進捗(R5)		概ね順調
				一般財源		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	199	123	120	200	400	成果指標の推移(R4→R5)	ア		好調維持
		イ	イベントへの参加延べ人数	人	0	0	400	685	1,220		イ		好調維持
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	12	17	37	37	52	事務事業の進捗(R5)		停滞
				一般財源		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	3	2	2	8	6	成果指標の推移(R4→R5)	ア		向上
		イ									イ		

		事業コード・事業名称			単位	R2決算・ 指標実績	R3決算・ 指標実績	R4決算・ 指標実績	R5決算・ 指標実績	R6予算・ 指標計画			
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(R5)		停滞
				一般財源		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(R4→R5)	ア		伸び悩み
		イ	景観条例策定		-	-	-	-	-		イ		伸び悩み
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	12,925	1,510	3,204	3,028	3,029	事務事業の進捗(R5)		概ね順調
				一般財源		12,925	1,510	2,588	3,028	3,029			
	成果指標	ア	ホームページの閲覧数	件	1,475,683	1,450,173	1,021,046	808,492	1,000,000	成果指標の推移(R4→R5)	ア		好調維持
		イ	LINEの友だち登録者数	件			2,975	4,459	5,000		イ		好調維持