地方版総合戦略の目標達成状況等に関する調査結果及び事例集

令和６年 12 月

内閣官房　新しい地方経済・生活環境創生本部事務局

目次

1．はじめに …… 1

2．地方版総合戦略の目標達成状況等 …… 2

2.1 地方版総合戦略の策定(改訂)状況 2

2.2 地方版総合戦略の目標達成状況 5

3．目標の進捗が高い地方版総合戦略の事例 …… 10

3.1 事例から見る地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント 10

3.2 目標の進捗が高い各地方公共団体の事例詳細 14

①地方に仕事をつくる

事例１　宮城県 14

事例２　神奈川県平塚市 21

事例３　静岡県藤枝市 28

②人の流れをつくる

事例４　長野県佐久市 35

事例５　広島県府中市 42

事例６　鹿児島県霧島市 47

③結婚・出産・子育ての希望をかなえる

事例７　京都府 52

事例８　鳥取県鳥取市 59

事例９　沖縄県南風原町 65

④魅力的な地域をつくる

事例 10 北海道 72

事例 11 北海道鷹栖町 79

事例 12 富山県黒部市 86

（参考）デジタル実装の基礎条件整備

事例 13 石川県 93

事例 14 栃木県益子町 98

事例 15 兵庫県伊丹市 102

はじめに 1

- わが国では、人口減少に伴う地方の過疎化や生産年齢人口の減少による地域産業の衰退、経済規模の縮小といった深刻な問題に対し、人口減少を克服し、将来にわたり活力ある日本社会を維持するために、国において平成 26 年 11 月に「まち・ひと・しごと創生法」を制定し、同年 12 月に人口の将来展望を示した長期ビジョンとその実現に向けた総合戦略を策定しました。

- 令和４年 12 月に閣議決定された「デジタル田園都市国家構想総合戦略（以下、「総合戦略」という。）」では、地方公共団体が総合戦略を勘案し、地域の個性や魅力を生かした地域ビジョンを再構築し、都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略及び市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、これらを合わせて「地方版総合戦略」という。）を改訂するよう努め、具体的な地方創生の取組を果敢に推進することとしております。

- 内閣官房新しい地方経済・生活環境創生本部事務局（令和６年 10 月 11 日付けで「新しい地方経済・生活環境創生本部事務局」が設置され、旧「デジタル田園都市国家構想実現会議事務局」の所管業務は本事務局に引き継がれております。）では、これらの取組に係るフォローアップの一環として、毎年実施している「地方版総合戦略の策定状況等に関する調査」に基づき、目標の進捗が高いと評価した地方公共団体へのヒアリング調査を実施しました。

- 本資料は上記調査の分析結果と、目標の進捗が高いと評価した地方公共団体へのヒアリング結果をまとめたものです。本資料を参考としていただくことで、地方版総合戦略の策定(改訂)や、より効果的な施策の推進の一助になれば幸いです。

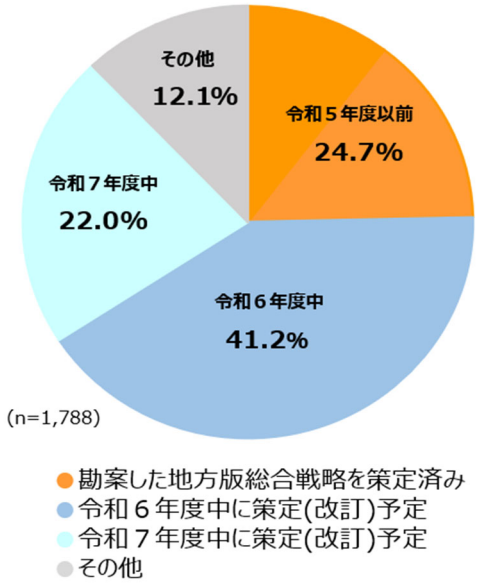
2 地方版総合戦略の目標達成状況等

ここでは、全国の地方公共団体（1,788 団体）を対象に実施した「地方版総合戦略の策定状況等に関する調査」を基に、各地方公共団体の地方版総合戦略の策定(改訂)状況や目標に対する進捗状況をまとめました。

2.1 地方版総合戦略の策定(改訂)状況

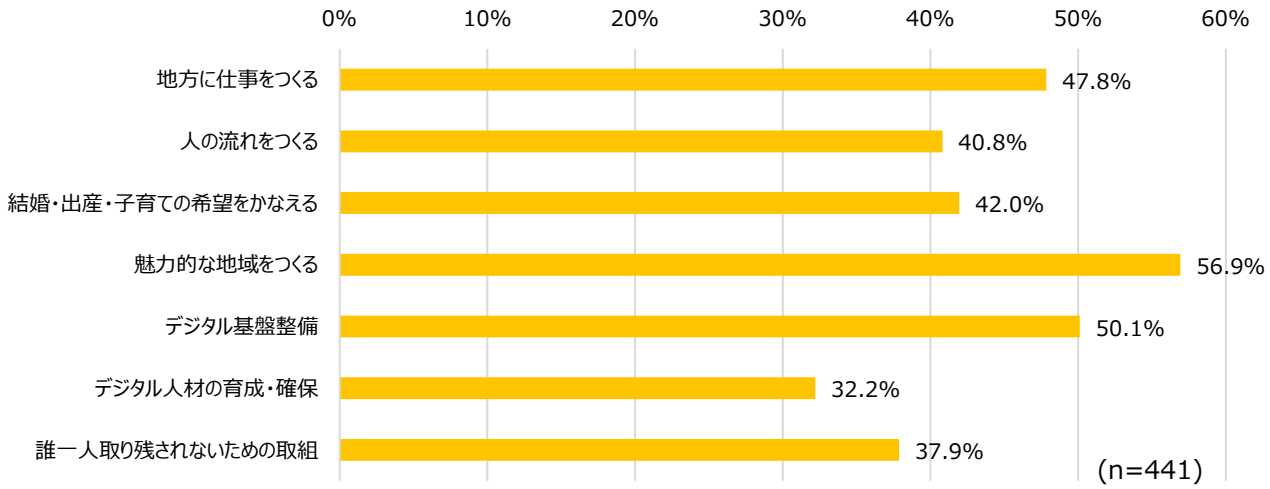
都道府県及び市町村においては、まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）第９条及び第 10 条に基づき、国の総合戦略を勘案し、地方版総合戦略を策定するよう努めなければならないこととされています。

(表１)のとおり、令和６年４月現在、国の総合戦略を勘案した地方版総合戦略として策定(改訂)済みの地方公共団体の割合は 24.7%となっており、また、令和６年度中に、７割近く（65.9%）の地方公共団体の地方版総合戦略が国の総合戦略を勘案したものとなる予定です。



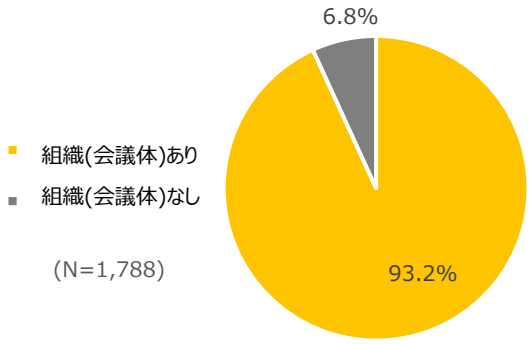
（表１）国の総合戦略を勘案した地方版総合戦略の策定(改訂)状況

(表 2)では、国の総合戦略を勘案した地方版総合戦略を策定(改訂)した地方公共団体のうち、新たにデジタル関連施策を追加した地方公共団体の割合を示しております。策定(改訂)を契機として、新たにデジタル関連施策を追加した地方公共団体は、「地方に仕事をつくる」、「魅力的な地域をつくる」、「デジタル基盤整備」の分野で 50%前後の割合となっており、そのほかの分野では 40%前後の割合となっております。



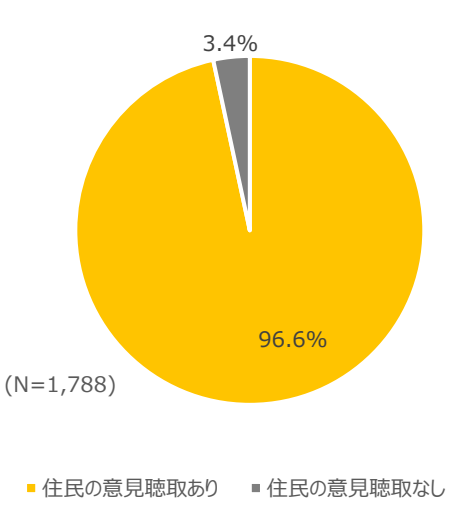
（表２）国の総合戦略を勘案して地方版総合戦略を策定(改訂)した際に、デジタルに関連する施策を新たに追加した地方公共団体の割合

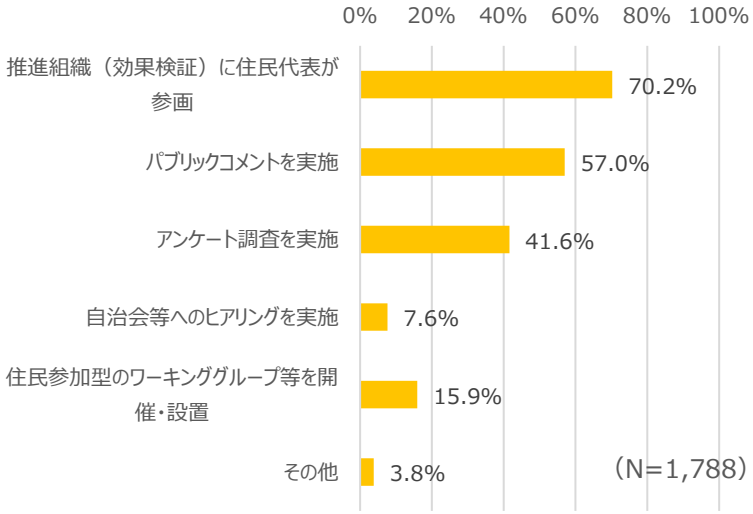
(表３)のとおり、地方版総合戦略の策定(改訂)にあたり外部有識者等の参画による推進（効果検証）組織（会議体）を開催している地方公共団体の割合は 93.2%となっており、多くの地方公共団体で組織（会議体）を設置しております。



（表３）地方版総合戦略における産官学金労言士等が参画する推進（効果検証）組織（会議体）の設置状況

(表 4)のとおり、地方版総合戦略の策定(改訂)について住民から意見聴取を行っている地方公共団体の割合は 96.6%でした。具体的な意見聴取の手法の割合としては、「推進組織に住民代表が参画」70.2%、「パブリックコメント」57.0%、「アンケート調査」41.6%となっており、多くの地方公共団体が工夫して住民から意見聴取を行っております。今後も、住民参加型のワーキンググループを実施する等、地域ビジョンや施策の検討にあたり住民の参画を得ながら推進することが重要です。



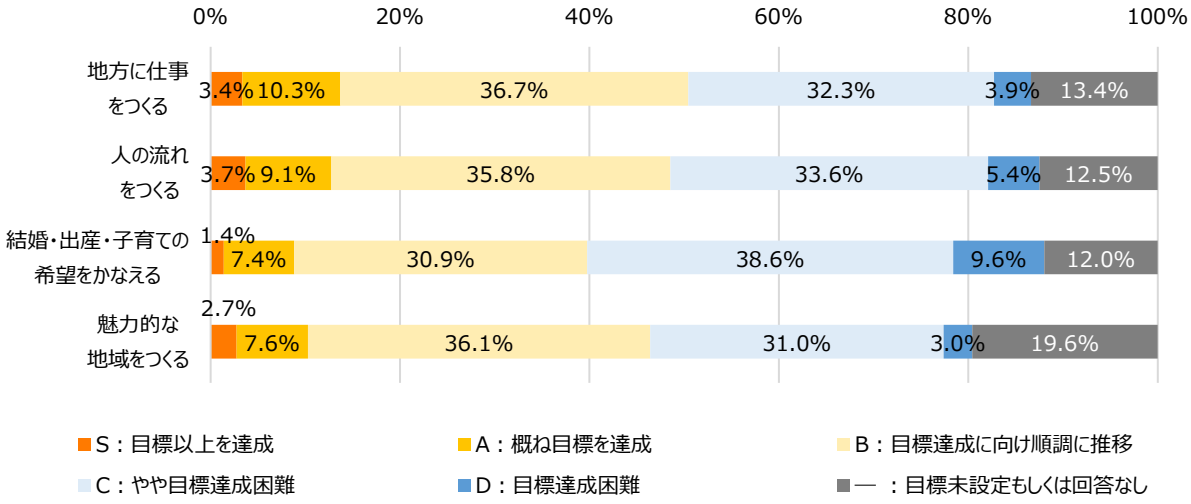


（表４）地方版総合戦略における住民への意見聴取の状況及びその具体的手法

2.2 地方版総合戦略の目標達成状況

国の総合戦略の４つの基本目標（「①地方に仕事をつくる」、「②人の流れをつくる」、「③結婚・出産・子育ての希望をかなえる」、「④魅力的な地域をつくる」）に相当する各政策分野の進捗評価をまとめました。

(表 5)のとおり、目標に対して「B（順調に推移）」以上と回答した地方公共団体の割合は、「①地方に仕事をつくる」50.4%、「②人の流れをつくる」48.6%、「③結婚・出産・子育ての希望をかなえる」39.7%、「④魅力的な地域をつくる」46.4%となっています。



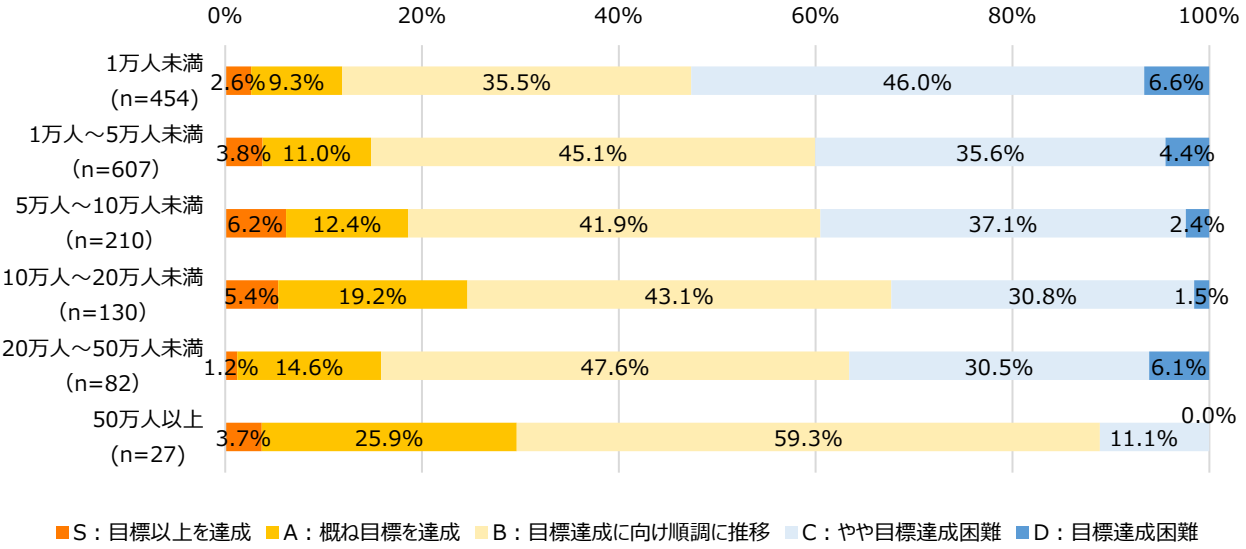
（表５）地方版総合戦略における各地方公共団体の目標に対する進捗評価

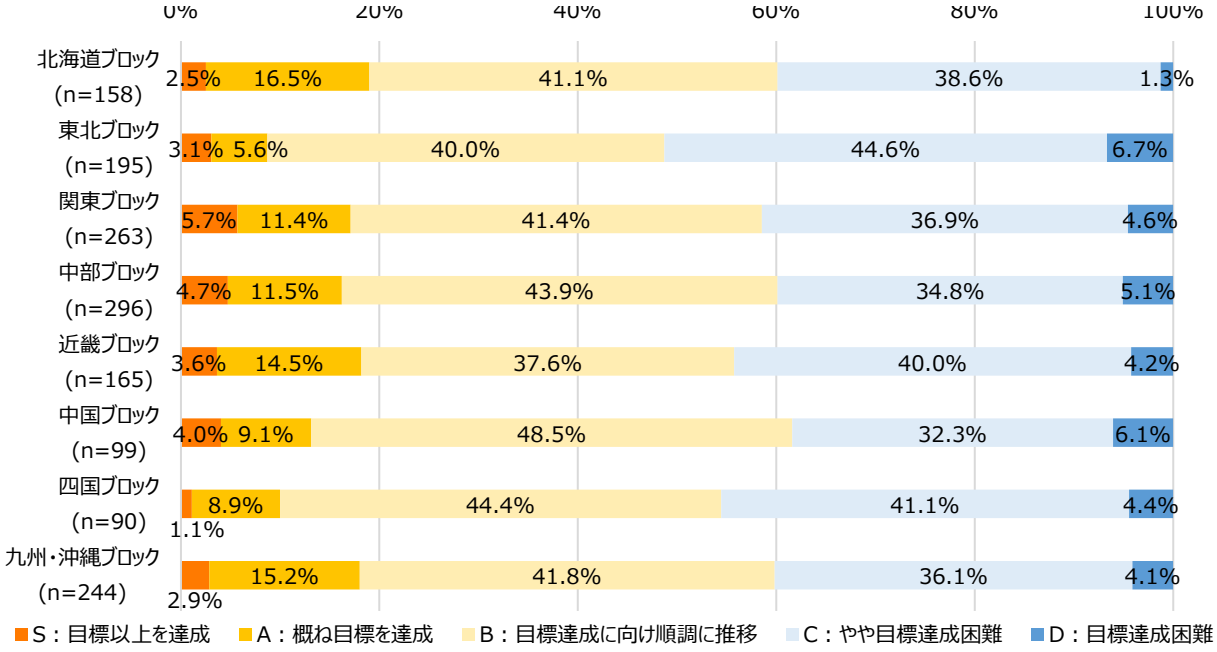
以下に、市区町村にかかる人口規模別、地域ブロック別の目標達成状況を基本目標毎にまとめました。

1 地方に仕事をつくる

人口規模別では、人口 50 万人以上の地方公共団体において B 以上と評価した割合が 88.9%と高い結果となりました。

地域ブロック別では、北海道ブロック、中部ブロック、中国ブロックにおいて B 以上と評価した割合が 60%を超え、三大都市圏を擁する地域以外でも進捗している傾向が見られます。





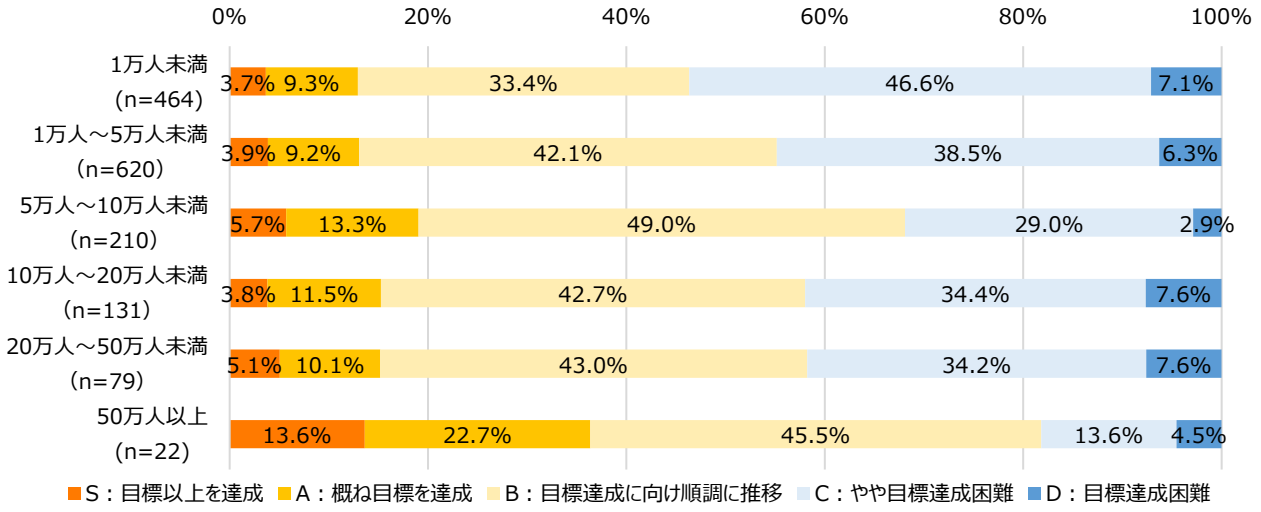
（表 6）「①地方に仕事をつくる」に関連する目標の進捗評価（地方公共団体の人口規模別及び地域ブロック別）

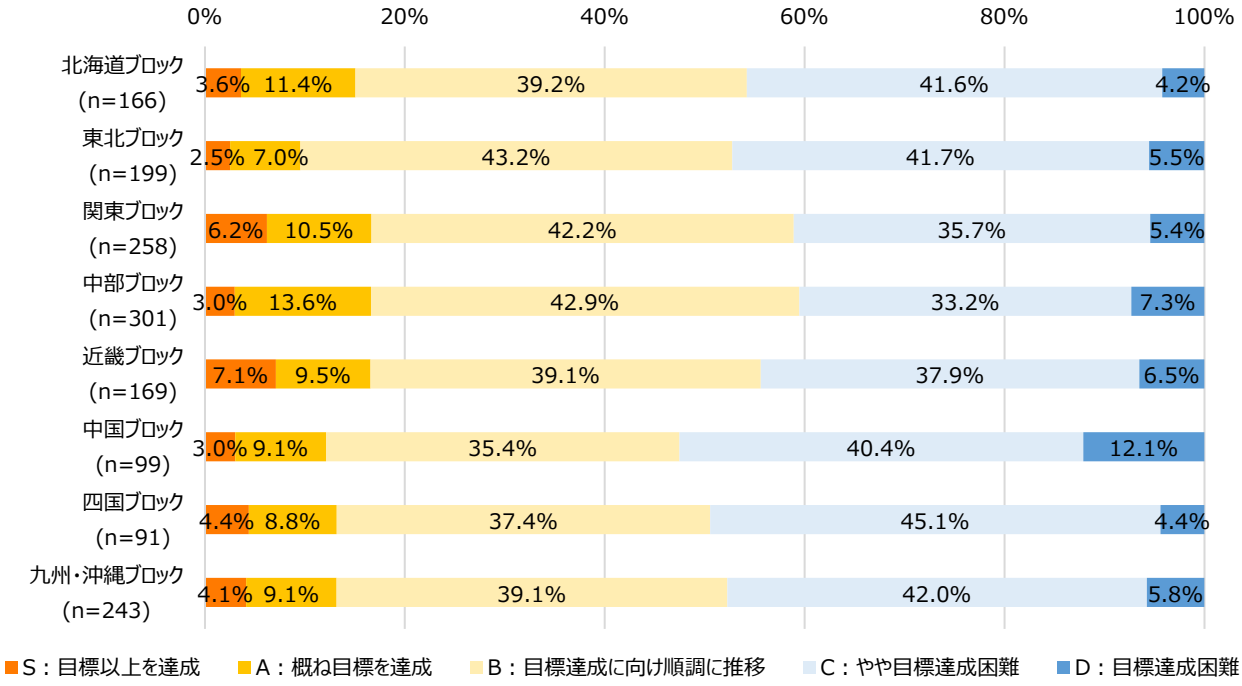
※目標未設定の地方公共団体を除くため、人口規模別、地域ブロック別の n 値は基本目標間で一致しない。

2 人の流れをつくる

人口規模別では、人口 50 万人以上の地方公共団体において B 以上と評価した割合が 81.8%と最も高く、次いで人口 5 万人～10 万人未満の地方公共団体が高い結果となりました。

地域ブロック別では、中部ブロック、関東ブロック、近畿ブロックの順に B 以上と評価した割合が高い結果となりました。





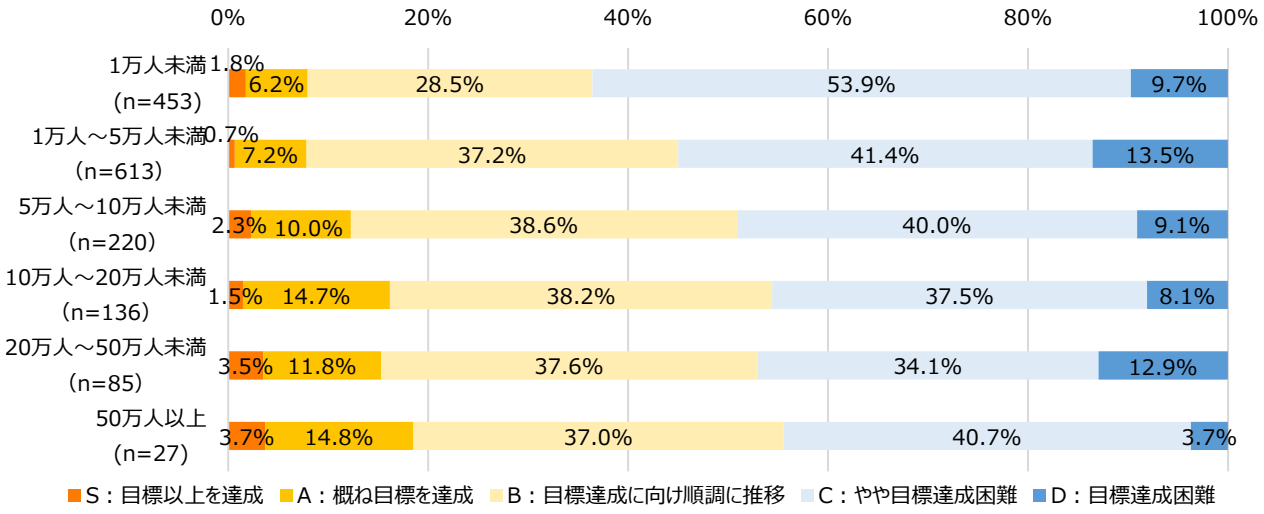
（表 7）「②人の流れをつくる」に関連する目標の進捗（地方公共団体の人口規模別及び地域ブロック別）

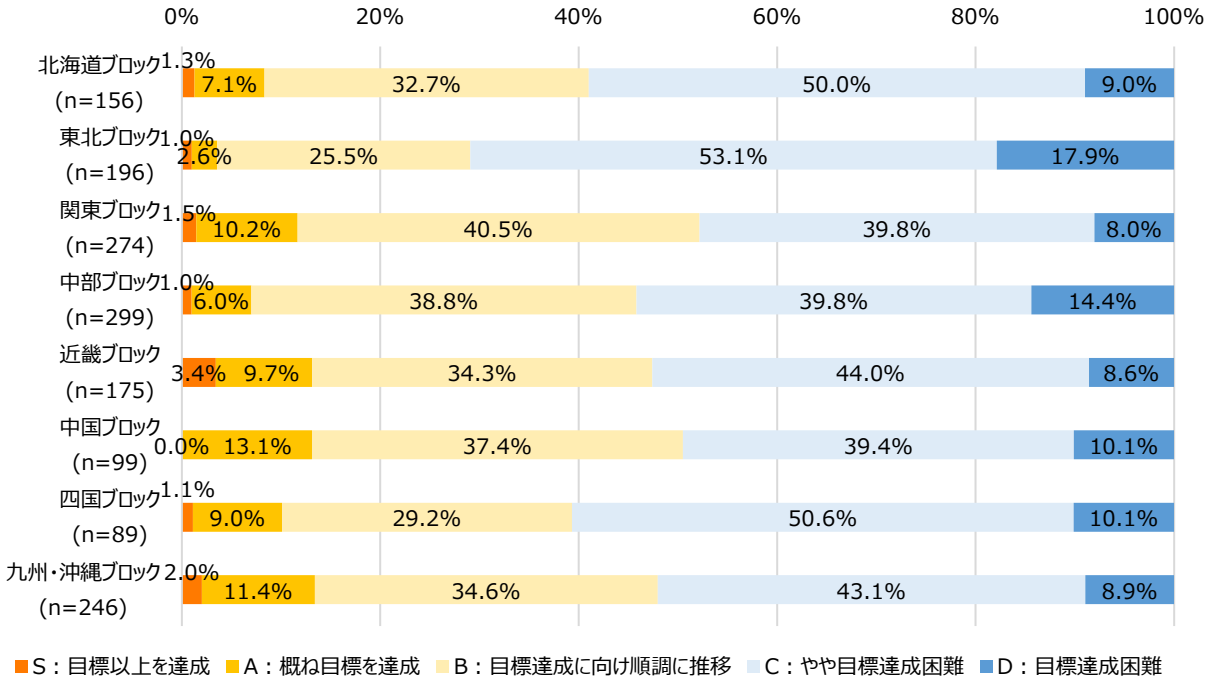
※目標未設定の地方公共団体を除くため、人口規模別、地域ブロック別の n 値は基本目標間で一致しない。

3 結婚・出産・子育ての希望をかなえる

人口規模別では、B 以上と評価した割合が最も高い人口 50 万人以上の地方公共団体でも 55.5%という結果となりました。

地域ブロック別では、関東ブロック、中国ブロックにおいて B 以上と評価した割合が 50%を超えています。





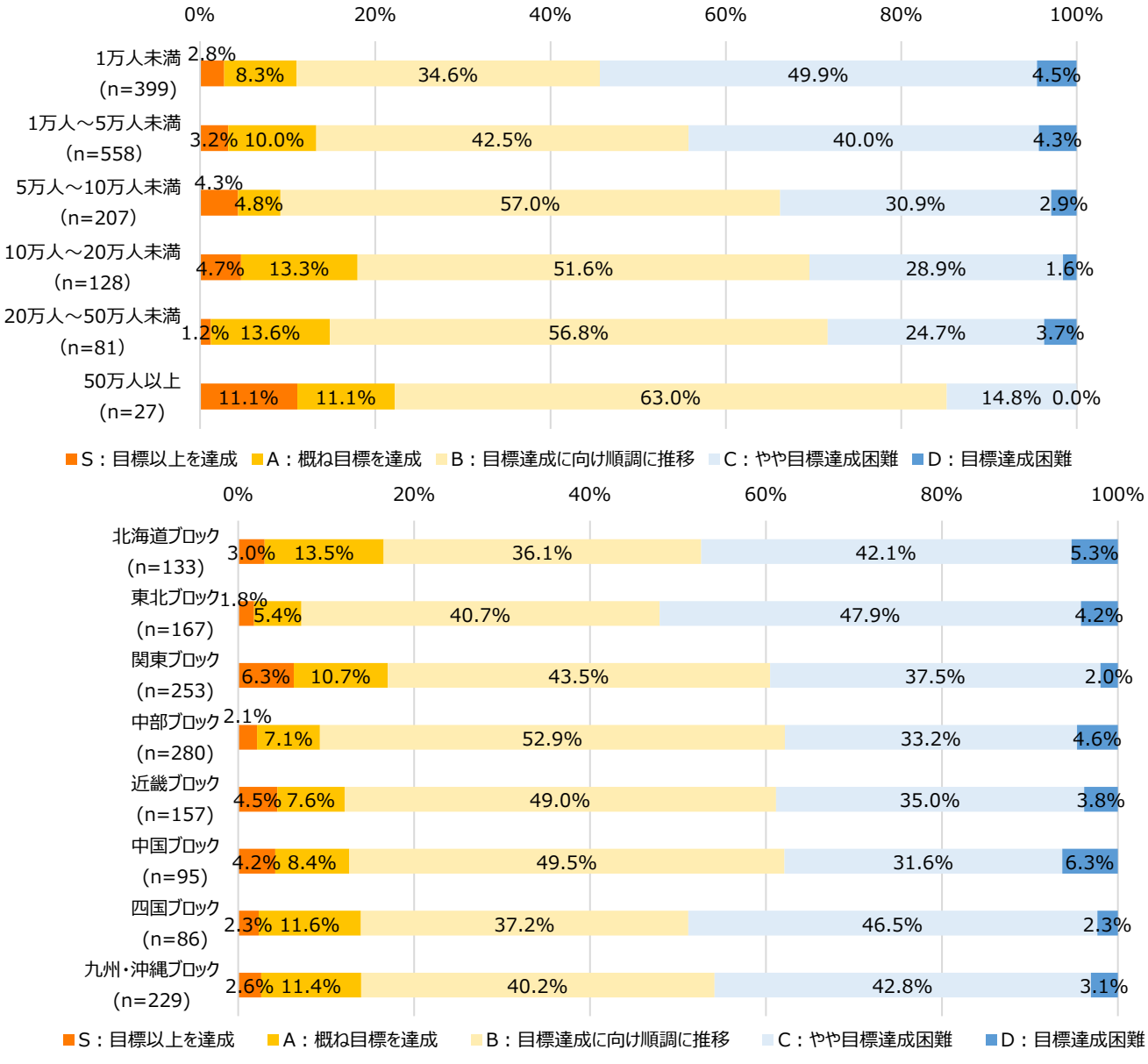
（表 8）「③結婚・出産・子育ての希望をかなえる」に関連する目標の進捗（地方公共団体の人口規模別及び地域ブロック別）

※目標未設定の地方公共団体を除くため、人口規模別、地域ブロック別の n 値は基本目標間で一致しない。

4 魅力的な地域をつくる

人口規模別では、50 万人以上の地方公共団体で B 以上と評価した割合が 85.2%で最も高く、人口規模が大きいほど評価が高い傾向が見られます。

地域ブロック別では、中部ブロック、中国ブロックにおいて B 以上と評価した割合が最も高い結果となりました。



（表９）「④魅力的な地域をつくる」に関連する目標の進捗（地方公共団体の人口規模別及び地域ブロック別）

※目標未設定の地方公共団体を除くため、人口規模別、地域ブロック別の n 値は基本目標間で一致しない。

3 目標の進捗が高い地方版総合戦略の事例

「地方版総合戦略の策定状況等に関する調査」による全国 1,788 の地方公共団体の回答に基づき、国の総合戦略の４つの基本目標（「地方に仕事をつくる」、「人の流れをつくる」、「結婚・出産・子育ての希望をかなえる」、「魅力的な地域をつくる」）及び地方のデジタル実装を下支えする「デジタル実装の基礎条件整備」に関し目標の進捗が高いと評価した地方公共団体へのヒアリング調査を実施しました。

ヒアリングでは、地方版総合戦略の策定(改訂)のプロセスのほか、目標の進捗に貢献した施策(事業)の KPI や見直し状況(PDCA サイクル)等についての聞き取りを行いました。

ここでは、ヒアリング結果を基に、戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント並びに各事例の詳細をまとめました。

3.1 事例から見る地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

ポイント１ 地方公共団体の現状や課題に対する共通認識を持ち、基本目標から施策までを検討する

- 国の総合戦略の基本目標等をそのまま受容するのではなく、地方公共団体の人口構造・動態や産業構造、地理的特性等から地方公共団体の現状や特徴を捉え、重点時に取り組むべき課題の共通認識を持ち、実施する施策の対象者や範囲を特定したうえで基本目標から施策までが検討されています。

ポイント２ 目標からバックキャスティング（目指す姿から逆算し、事業内容を策定していく手法）で KPI や施策を検討する

- KPI に関しては、施策を実施した結果（アウトプット）を捉えるだけではなく、目標が達成されたときの地域の姿を具体的に描き、その状態を示す指標（アウトカム）が設定されています。
- 施策の検討においても、目標の実現に向けて一貫した取組とするために、掲げた目標と地域の現状とのギャップを捉え、バックキャスティング（目指す姿から逆算し、事業内容を策定していく手法）でその溝を埋めるための施策が検討されています。

ポイント３　庁内横断的な検討組織を作り、課題や目標に対する共通認識を持つ

- 地方版総合戦略の目標達成にむけて、関係部署が横断的に関わって戦略が策定される例が見られます。具体的には、関係する事業担当課から職員（中堅職員等）を集め、庁内横断的なワーキンググループを組織し、目標達成に向けた基本的な方向性を議論することで、事業担当課の主体的な参画を促す事例が見られました。事業担当課の職員を巻き込むことで、目標達成に向けた意識が共有され、各事業担当課が主体的に施策を検討することにつながります。

ポイント４　地方版総合戦略の策定担当課がイニシアティブを持ち、事業担当課と協力して、目標達成に向けてより効果的な施策に練り上げる

- 地方版総合戦略の策定過程でとりまとめを行う戦略策定担当課がイニシアティブをとり、目標達成までの必要な施策が切れ目なく行われているかを確認し、事業担当課と課題意識を共有し、より効果的な施策となるよう調整しています。
- 戦略策定担当課が、予算編成や交付金申請等の機会をとらえて事業担当課と日常的にコミュニケーションを取り、各事業担当課の方向性を理解し、調整を図っています。

ポイント５　幅広い層の住民の意見を反映する

- 地方版総合戦略の地域ビジョンや基本目標を定める上で、対象となる世代の住民の声を拾いあげています。例えば、子育てに関する施策の検討にあたり若年層へのアンケートを実施するケースや、地方版総合戦略の地域ビジョンの検討にあたり 10 代～70 代までの多世代の住民がワークショップに参加し策定するケース等が見られました。

ポイント６　１つの地方公共団体に留まらない課題は、近隣地方公共団体と連携して取り組む

- 結婚の出会い、仕事の確保等、共通の課題を抱える近隣の地方公共団体が連携して効果的かつ効率的に課題解決に取り組むことも重要です。

ポイント７ 地方版総合戦略の策定(改訂)に向けた推進会議において、基本目標毎に分科会を立ち上げ、課題や施策の議論を進める

- 地方版総合戦略の策定(改訂)に向けた推進会議では、課題や施策の方向性について深く議論を行うため、基本目標毎に、関係する外部の組織や有識者により分科会を設置しているケースが見られます。
- また、デジタルを用いた課題解決を企図して、デジタルに関連する事業を行う実務者やデジタルに強い若手が参画するケースも見られます。

ポイント８ これまでの施策について、より効果的な施策の検討に向け、各種の要因分析を行う

- より効果的な施策を推進するために、これまでの施策における成果につながった要因、効果が上がらない要因、或いは時間経過による状況変化等を把握し、実施方法や対象を適宜見直しているケースがあります。

ポイント９ 職員自らが現場に入り込んでスピード感を持ち取組を進める

- 施策の実行段階においては、地方公共団体から事業を外部に委託しているケースや住民との協同(協働)により推進しているケースも多く見られます。これらのケースにおいても、地方公共団体の事業担当職員が自ら現場に入り込んで伴走することにより、取組を進める中で発生するニーズや課題をタイムリーに把握し、スピード感を持ちながら施策の推進を行うケースが見られます。

（表）ヒアリングした地方公共団体と戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイントとの対応一覧

基本目標等	地方公共団体名	該当頁	戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント※								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9
地方に仕事をつくる	宮城県	14				●	●				
	神奈川県平塚市	21		●	●		●				
	静岡県藤枝市	28	●			●		●			
人の流れをつくる	長野県佐久市	35	●				●			●	
	広島県府中市	42							●	●	
	鹿児島県霧島市	47	●							●	
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	京都府	52			●					●	
	鳥取県鳥取市	59	●					●	●		
	沖縄県南風原町	65	●		●					●	
魅力的な地域をつくる	北海道	72	●				●			●	
	北海道鷹栖町	79	●				●			●	●
	富山県黒部市	86					●		●	●	
(参考)デジタル実装の基礎条件整備	石川県	93								●	
	栃木県益子町	98			●		●				
	兵庫県伊丹市	102					●			●	

※各ポイントの内容

ポイント１：地方公共団体の現状や課題に対する共通認識を持ち、基本目標から施策までを検討する

ポイント２：目標からバックキャスティング（目指す姿から逆算し、事業内容を策定していく手法）で KPI や施策を検討する

ポイント３：庁内横断的な検討組織を作り、課題や目標に対する共通認識を持つ

ポイント４：地方版総合戦略の策定担当課がイニシアティブを持ち、事業担当課と協力して、目標達成に向けてより効果的な施策に練り上げる

ポイント５：幅広い層の住民の意見を反映する

ポイント６：１つの地方公共団体に留まらない課題は、近隣地方公共団体と連携して取り組む

ポイント７：地方版総合戦略の策定(改訂)に向けた推進会議において、基本目標毎に分科会を立ち上げ、課題や施策の議論を進める

ポイント８：これまでの施策について、より効果的な施策の検討に向け、各種の要因分析を行う

ポイント９：職員自らが現場に入り込んでスピード感を持ち取組を進める

3.2 目標の進捗が高い各地方公共団体の事例詳細

ここでは、目標の進捗が高いと評価した各地方公共団体の事例をまとめており、戦略の策定(改訂)及び施策(事業)にかかる検討から実施までのプロセス、取り組むうえで工夫した点、具体的な施策(事業)の内容、KPI の設定並びに PDCA サイクル等を参考にしていただくことを目的としております。

1 地方に仕事をつくる

事例 1 **宮城県** ／ 人口 230 万 1,996 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 具体的な施策については、行政評価や県民意識調査の結果等を踏まえて優先度を判断し、部局横断的な議論を経て毎年度選定している。（ポイント 4）
- ✓ 計画策定にあたっては、有識者による「総合計画審議会」での議論のみならず、若者に対するアンケートや県内 5 箇所でタウンミーティングを実施する等、県民の参画を図り、様々な意見を取り入れた。（ポイント 5）

(1) 総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

(ア) 地方公共団体の特徴・課題

- 宮城県には、海・山・大地に囲まれた豊かな自然環境、その中ではぐくまれた多彩で豊富な食材、学術研究機関の集積、交通等の充実した社会資本、東北の経済活動の中心地等の強みがある。
- 特に産業関連では、東北大学等の研究機関が立地し、先端技術等の高度な知識を持った人材が集まっていることが強みである。
- 一方で、宮城県の人口は平成 15 年の約 237 万人をピークに減少に転じ、途中、震災に伴う復興需要の影響で微増した年もあったが、平成 26 年に再び減少に転じ、減少傾向が続いている。このような人口減少局面においても、地域の活力を維持しながら持続的な発展を目指して様々な施策に取り組んでいる。

(イ) 地域ビジョン・基本目標

- 本県では、令和２年度に総合計画と地方創生総合戦略とを統合して一体的に「新・宮城の将来ビジョン（以下、「新ビジョン」という。）」として策定し、令和３年度から運用を開始している。新ビジョンの検討にあたっては、有識者が参加する総合計画審議会での議論や庁内のワーキンググループでの議論、若者に対するアンケート結果、県民意識調査、タウンミーティングやパブリックコメント等、多様な意見を反映している。

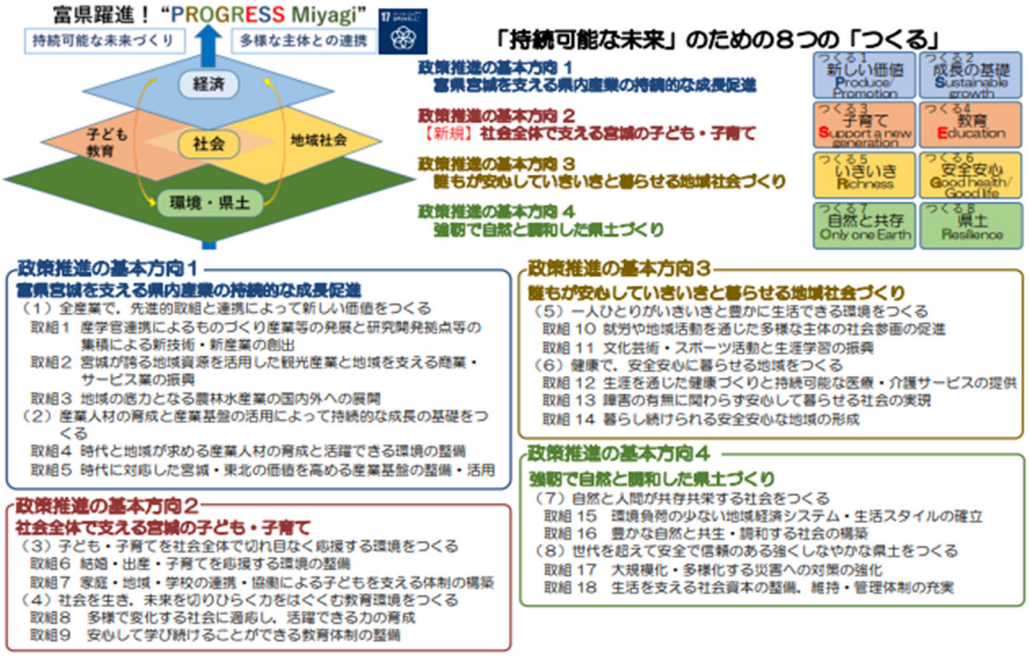
- 新ビジョンでは、地方創生を新ビジョンが目指す将来像実現のための推進力と位置づけるとともに、旧計画から掲げてきた富県宮城の考えを踏襲した。加えて、人口減少対策やいじめ・不登校等の教育課題への対応を強化するため、「社会全体で支える宮城の子ども・子育て」を新たな分野として柱立てした。また、被災した方の心のケア、移転先や災害公営住宅等への入居に伴う新たな環境でのコミュニティや回復途上にある産業の再生支援等、被災地の復興完了に向けたきめ細かなサポートにも引き続き取り組むこととしている。

- 仕事づくりの関連では「富県宮城を支える県内産業の持続的な成長促進」を基本方向に位置付けている。県内産業は、人口減少に伴う地域経済の縮小や担い手不足といった課題や AI、IoT 等の先進的技術の浸透（Society5.0）が想定されるほか、復興需要の収束も見込まれる。新産業の創出や様々な産業分野でのイノベーションを促進し、付加価値の創出や生産性の向上を図り、県内総生産や県民所得の増加を目指すこととしている。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- 「新・宮城の将来ビジョン実施計画」において KPI を設定しており、アウトカムベースでの指標を中心にしている。特に基本方向の一つである「富県宮城を支える県内産業の持続的な成長促進」については、地域経済を活性化させるという目標に向けて、東北大学等の研究機関と連携して企業を誘致していくことで雇用を生み出し、先端技術等の高度な知識をもった人材を集めることとしている。その達成を測る指標の一つとして、産学官連携数を挙げている。

- 事業に関しては、行政評価や県民意識調査の結果等を踏まえて優先度を判断し、部局横断的な議論を経て毎年度選定している。

戦略の名称	新・宮城の将来ビジョン
期間	令和 3 年度～令和 12 年度
地域ビジョン（将来像）	富県躍進！“PROGRESS Miyagi~多様な主体との連携による活力ある宮城を目指して~
総合戦略の全体像	

（図） 新・宮城の将来ビジョン 富県躍進！“PROGRESS Miyagi～多様な主体との連携による活力ある宮城を目指して～
（https://www.pref.miyagi.jp/documents/22619/834743_1.pdf）

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）庁内横断的な連携

- 新ビジョンの策定にあたっては、三役・部局長レベル、各部局次長レベル、各部局主管課課長補佐レベルそれぞれで検討会議を開き、部局横断的に現状や課題の検討、今後必要となる取組を検討した。
- また、中堅・若手職員約 70 名で構成するワーキンググループを設置し、基本方向の 4 つの分野に分かれて部局横断的に現状や課題の検討、今後必要となる取組について、計 15 回にわたって検討した。

（イ）住民への意見聴取

- 県内 5 か所で実施したタウンミーティングには、若年層から高齢層までのべ 485 名が参加し、宮城の将来の姿について議論を行った。
- さらに、若者の首都圏等への県外流出が課題であることから、若者の意識を調査し、新ビジョンの策定や今後の県政運営推進の参考とすることを目的として、15 歳～30 歳程度の宮城県在住又は出身の若者に対し WEB アンケートを実施した。このアンケートでは、「現在の暮らしの満足度」や「若者が宮城県に住み続けるために必要なこと」等を聞き、回答内容を少子化対策等の検討に活かしている。

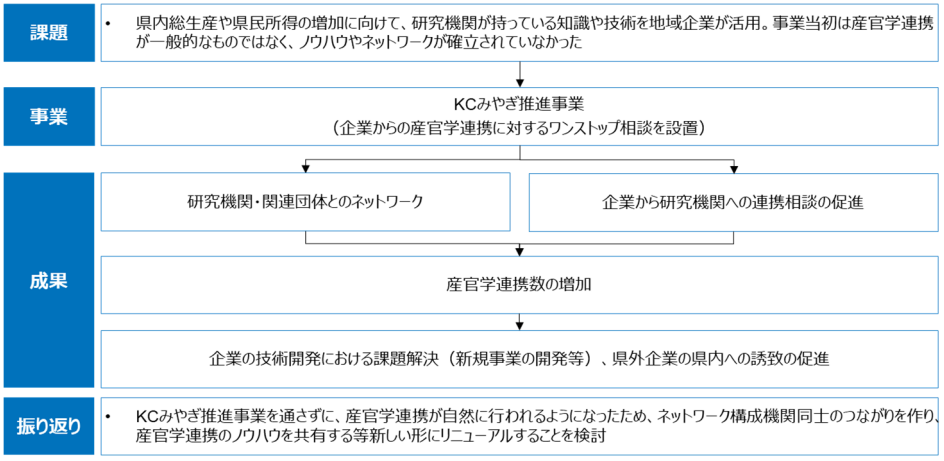
（ウ）産官学金労言士等の参画

- 大学教員や民間企業、市町村、業界団体の代表等で構成される総合計画審議会で、6 回にわたって新ビジョン策定に向けた審議を行った。同審議会には、大学総長を始めとして、災害関連、教育、環境科学、工学等の幅広い学識経験者が参加している。
- 東北大学の教員や民間の IT 企業から、デジタルの専門家も参加している。デジタル関連では、デジタル化に関する目標の指標を設けるべきであること、Society5.0 の視点の必要性、行政内部の徹底的なオンライン化等について意見を得た。

（3）目標の進捗に貢献した施策(事業)

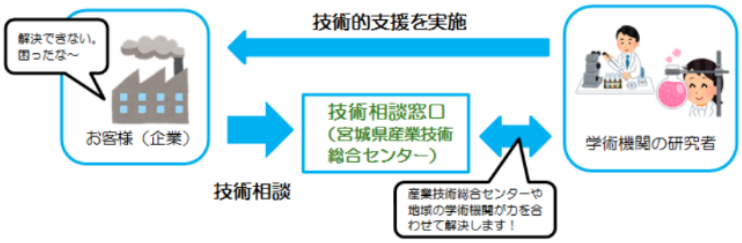
代表的な目標（KPI）	産学官連携数（各年度）		
	目標値：2,594 件（令和 6 年度）	実績値：3,463 件（令和 5 年度）	基準値：2,234 件（令和元年度）
目標の進捗に貢献した事業	産学官連携事業		

課題の背景～成果までの過程



(ア) 課題設定、事業の実施

産学官連携事業



- 産学官連携を推進し、企業の新規事業創出につなげ、県全体の産業育成を図るため、平成 17 年に企業と研究機関とのマッチングを支援する KC みやぎ推進事業を開始した。
- 当時は産学官連携があまり普及しておらず、企業が大学にアクセスすることが困難であったため、地域企業が産学官連携について相談できるワンストップ窓口「KC みやぎ技術相談窓口」を宮城県産業技術総合センターに開設し、研究機関とのマッチング等の支援を実施した。産業技術総合センターでは従来の取組のなかで培ってきた人的ネットワークや企業との相談の経験や知識をもとに、企業が抱える課題を整理し、課題に合致した研究機関・有識者を調べ、検討したうえで大学の産学官連携担当に相談している。企業側からは、企業の課題を解決してくれる研究機関を教えてほしいという相談が多く、例え

ば、新しいアイデアを社内で実験したけれども上手くいかないといった相談があり、研究機関と産業技術総合センターが連携して解決に促す等の事例がある。

- KC みやぎ推進事業では、研究機関、金融機関、外郭団体のネットワークを構築している。研究機関は研究成果を外部に向けて発表したい時に本ネットワークを利用している。また、金融機関は、取引企業に対して産学官連携セミナーを周知するとともに取引企業が産学官連携に関わる課題を持っている場合に KC みやぎ技術相談窓口につなぐ形で関わっている。

(イ) 事業の成果

- 産学官連携の文化を醸成できたのは、事業開始当初に産学官連携を進める方針について、知事主導で地元の経済団体や研究機関と真剣に議論しながら取り組んできたことが大きな要因であった。
- 産学官連携数は年間 3,000 件を超えている。これは KC みやぎ推進ネットワークに参加している研究機関全体で 1 年間に受けた共同研究・受託研究の合計数である。各研究機関から産学官連携の契約数の報告を受け、県で実績としてまとめている。
- 具体的な連携事例としては、公立大学法人宮城大学、株式会社仙台秋保醸造所、秋保ツーリズムファクトリーの連携による、宮城の地域ブランド強化に向けた土産物開発が挙げられる。宮城大学の研究室の学生が商品の企画等に参画し、県内でも知名度の高い観光スポットである秋保大滝をイメージした琥珀糖「秋保のしずく」を開発して仙台空港で販売する等、観光客誘致に向けた PR につながっている。
- 現在は、KC みやぎ技術相談窓口を通さず、産業技術総合センターの職員が企業からの相談に対して個別に紹介する事例や、企業が直接大学の先生にアプローチする事例が増えている（研究機関とのつながりがなく、どの先生に聞けばよいかわからない場合のみ、KC みやぎ技術相談窓口に相談がある）。このように、事業開始当初と異なり、産学官連携が KC みやぎ推進事業を通さずに自然に行われるようになったことは、20 年継続して事業を行った成果である。

- 産学官連携により企業の技術開発における具体的な課題が解決されることで、県内総生産や県民所得の向上等が期待される。また、連携のしやすさや研究機関の知見を活用できる環境は、様々な県外企業を誘致する際の強みであり、実際に企業誘致の成果につながっている。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 産学官連携が重要であることは変わらないが、KC みやぎ推進事業という一つの事業については、時代に合った新しい形にリニューアルすることが考えられる。KC みやぎ推進ネットワークの構成員である研究機関の担当者に、よりよいネットワークづくりのために求めることを聴いたところ、構成機関同士の横のつながり（大学の産学官連携担当レベルで産学官連携を行うための率直な意見交換をするようなつながり）があるとよいという意見が出ている。今後構成機関の意見を伺いながら、求められる施策を実施していく。
- 産学官連携に関連したトピックスとして、3GeV 高輝度放射光施設 NanoTerasu（ナノテラス）がある。ナノテラスは、電子を加速器によりほぼ光の速さまで加速し、太陽光の約 10 億倍にも及ぶ放射光（X 線）を発生させることで、ナノ（10 億分の 1）メートルレベルで物質を観察することができる世界最高水準の先端大型研究施設として、令和 6 年 4 月から利用が開始されている。基礎研究から産業分野まで広範な利用が可能であり、新製品の開発、自社技術や商品価値の見える化、製造工程の見直し等に活用されている。大学や地方公共団体、経済団体等が参加する官民地域パートナーシップを組んでおり、東北にイノベーションが起きるよう、協力して取り組んでいく。世界最先端レベルの研究施設が設置されたことで産学官連携が活発になることを期待している。

【担当部署】 宮城県　企画部　総合政策課（TEL：022-211-2419）

事例２　神奈川県平塚市 ／ 人口 25 万 8,422 人（令和２年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 事業の見直しや立案は、バックキャスティング（目指す姿から逆算し、事業内容を策定していく手法）の考え方を用いて、目指す姿から解決すべき課題を見出した。（ポイント２）
- ✓ 施策の検討では、中堅職員を集めたプロジェクトチームを結成し、基本的な方向性や施策を定めた。（ポイント３）
- ✓ 10 代～70 代の幅広い年代の市民とワークショップを行い、まちの将来像をまとめた。人口減少の中、行政だけでなく市民との協働が必要であることの認識を共有し、市民の思いを総合戦略に取り入れた。（ポイント 5）

（１）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 平塚市の特徴は、製造業を中心に産業が盛んであり、働き口が確保されていることが挙げられる。子育て支援策とシティプロモーションの効果で子育て世帯が流入しているほか、駅前のマンション建設が新たな住民の受け皿となった結果、９年連続で転入超過が続いている。

（イ）地域ビジョン・基本目標

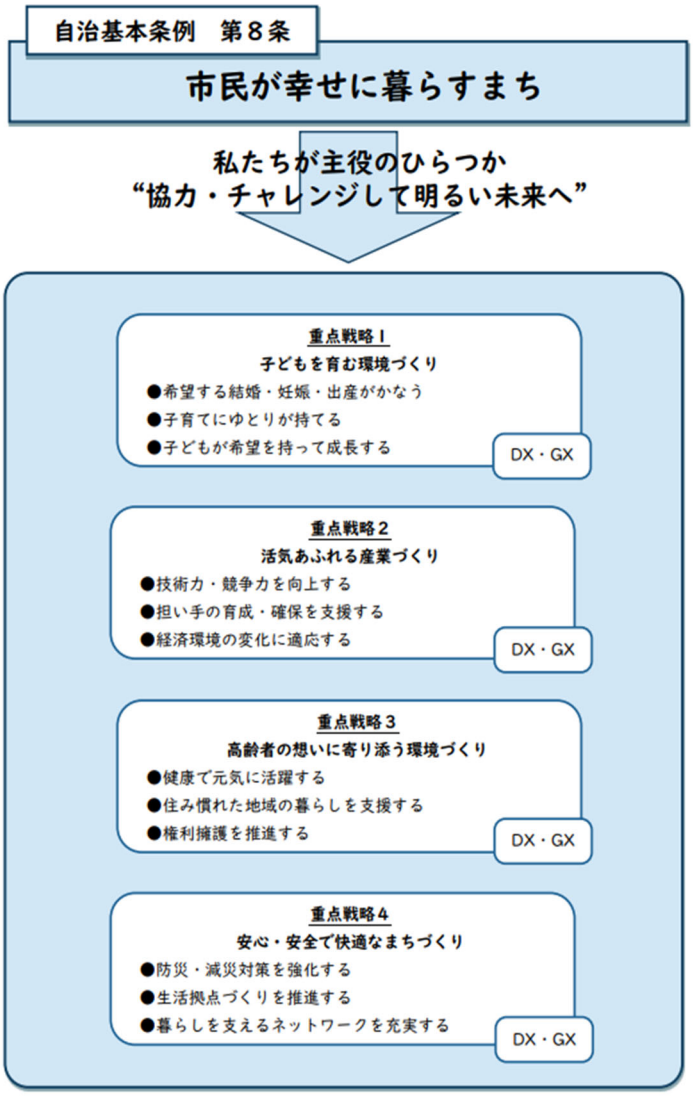
- 目指す姿は「市民が幸せに暮らすまち」であり、平塚市自治基本条例第８条に５つのまちづくりの指針が定められている。内容を具体化する目的で市民の声を集めるため、策定の前年度である令和４年度にワークショップを開催して、参加者がお互いを理解し合い、共有した、未来につなぎたい、まちの将来像をまとめた。
- 現状は人口増加の傾向にあるものの、将来的には人口が減少することは確実であり、基本目標では人口減少を緩和する施策（重点戦略１「子どもを育む環境づくり」/重点戦略２「活気あふれる産業づくり」）と、人口減少に適応する施策（重点戦略３「高齢者の想いに寄り添う環境づくり」/重点戦略４「安心・安全で快適なまちづくり」）の２つの方向性を設定している。

- 国の戦略と時代の潮流を捉え、DX（デジタル化）及び GX（脱炭素化）を重点戦略に加えた。他の重点戦略と並列とする案もあったが、DX（デジタル化）及び GX（脱炭素化）はどの戦略とも関係が深いことから、横断的な取組として位置付けた。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- 庁内での議論を経て、目指す姿からバックキャスティング（目指す姿から逆算し、事業内容を策定していく手法）で基本的な方向性等の総合戦略の内容を策定した。目指す姿の実現のために取り組むべき課題を設定し、その後、重点戦略の基本的な方向性や具体的事業や KPI を策定したことで、地域ビジョンから具体的事業が一貫したものになった。

- 産業関連に関しては、人口減少・高齢化していく中でも競争力を高めるための施策について検討した。担い手が不足する企業が目立つ中で、女性や高齢者等の新しい雇用の受け皿を生み出していく必要がある。また、競争力を高めるために、産学官の連携によって知的対流を発生させることに重点を置いた。

戦略の名称	第３期平塚市総合戦略
期間	令和６年度～令和９年度
地域ビジョン（将来像）	市民が幸せに暮らすまち
総合戦略の全体像	

(図)第３期平塚市総合戦略より（https://www.city.hiratsuka.kanagawa.jp/common/200151807.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）庁内横断的な連携

- 総合戦略の基本的な方向性や施策を決定する際に、部署横断的なプロジェクトチームを結成した。プロジェクトチームでは、各部署の中堅職員を集め、総合戦略における基本的な方向性、必要な施策を検討した。その後、各課で具体的な取組を検討する際にも、プロジェクトチームに参加した中堅職員が部署間の情報伝達の役割を果たし、基本的な方向性を踏まえた検討ができた。

（イ）住民への意見聴取

- まちの将来像を作成する過程で市民参加のワークショップを実施した。ワークショップには 10 代～70 代の幅広い市民（高校生から会社員、主婦(主夫)、定年退職後の世代等）が 30 人程度参加した。ワークショップの初日に有識者が市の現状や将来について講話を行い、「人口減少が進む中、行政だけでなく市民にもできることはなにか」という視点を参加者と共有したことを受け、市民の参画が必要だという意識の醸成につながった。

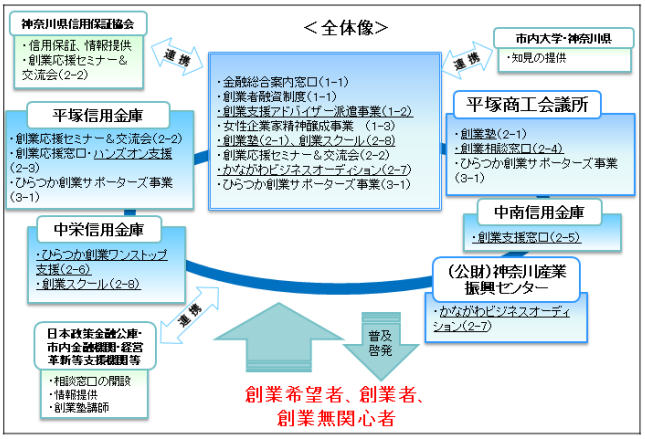
（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）	創業者数（累計） 目標値：509 人（令和 9 年度）／実績値：362 人（令和 5 年度）／基準値：259 人（令和４年度）
目標の進捗に貢献した事業	起業家支援事業 農業の担い手総合対策事業
課題の背景～成果までの過程	**課題**：・若年層が就職を機に都市部へ流出してしまう。産業の新陳代謝により雇用の場を作ることが必要 ・農業に適した土地であるにもかかわらず、高齢化による担い手不足と耕作放棄地の増加が課題となっている。農機具の初期投資や技術伝承の難しさが新規参入のハードルと想定 **事業**：専門家による創業相談・事業計画策定の支援／スマート農業導入支援 **成果**：起業にあたっての基本的な知識の習得／参入障壁*が下がる / 既存の就農者が事業を継続できる（*農機具の初期投資、栽培技術習得） 創業者数の増加／農業の担い手の確保 **振り返り**：・創業の事例はスモールビジネス（生活関連サービス業等）が多い。今後は雇用の創出を見込めるスタートアップ企業の起業も促進することを検討 ・スマート農業導入支援は備品の買い替えにあたっての申請が多い。より先進的な取り組みを促すように要件の変更等を検討

（ア）課題設定、事業の実施

起業家支援事業

- 若年層が就職を機に都市部へ流出してしまうことが課題であり、雇用の創出や産業の新陳代謝を促すため、市内で創業を検討・希望する方に対して、創業者支援を行っている。具体的には、認定創業支援等事業計画 に基づく特定創業支援等事業[1]のプログラ



[1] 市区町村が、産業競争力強化法の規定に基づき国から認定を受けた創業支援等事業計画に準じて、創業支援等事業者(地域金融機関、ＮＰＯ法人、商工会議所・商工会等）と連携して創業希望者等を継続的に支援する事業で、経営、財務、人材育成、販路開拓の知識が身につくワンストップ相談窓口や創業セミナー等のこと。事業の実施にあたっては、商工会議所、信用金庫の 3 社、神奈川産業振興センターの計 5 つの団体が連携して創業支援の相談を実施している。

ムの提供によって創業時に必要な知識の習得を支援するとともに、受講者に対しては融資支援制度等のメリットを提供している。また、専門家（中小企業診断士）による月１回の個別の相談会や創業支援アドバイザーの派遣を無料で実施し、ビジネスプランの構築や悩みの解決につなげている。

農業の担い手総合対策事業

- 平塚市は、神奈川県下１位の生産量を誇る米づくりのほか、多種多様な野菜づくりや畜産業等、都市型の農業が営まれているが、全国的な問題である高齢化による担い手不足や耕作放棄地の増加が課題になっている。新規就農については、技術の習得や資機材の初期投資、農地の確保等が参入を妨げる要因と考えている。
- これらの課題に対し、先端技術の機器を導入する際の購入額の一部を補助するスマート農業支援補助金を設けてスマート農業の導入を進めている。主要な農業の担い手による農地の大規模化が今後の課題であり、土地を集約することでスマート技術の効果をより発揮することにつながる。また、新規就農しやすい環境を整えるため国・県の交付金等の活用のほか、関係機関と連携したワンストップ支援窓口の開設や賃貸住宅の家賃支援、資機材導入支援等を行っている。

(イ) 事業の成果

- 令和５年度に創業を支援した人数[2]は 201 名で、過去に支援した人を含めて同年度中に 103 名が創業した。ネイルサロンや整体、建設業等の経験や技術を活かした独立起業するにあたって支援を利用するケースが多い。
- スマート農業関連の補助金には多くの申請があり、令和４年度は 18 件、令和５年度は 10 件の補助を行い、農業従事者のニーズに応えている。また、認定新規就農者[3]の認定数が平成 30 年度から令和５年度にかけて 14 件増加するとともに、農作業受託組織への支援を継続することで生産効率の向上に寄与している。

---

[2] 創業を支援した人数、創業者数いずれも各支援機関の報告を合算したものであり、重複があり得る。

[3] 平塚市の基本構想に定められる「平塚市農業の具体的経営指標」の目標を目指す「農業経営改善計画」を提出し、平塚市が認定した農業者。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 創業者は増えているが、地域の新しい雇用の場の増加につながるような企業の創出に至っていない。今後は地域の雇用の場の増加につながるスタートアップ企業への支援を検討する必要がある。
- スマート農業の支援についても、備品の買い替えに含まれるような直進アシスト機能付きトラクターの導入が多い。今後は、完全な自動化・機械化の支援等、より先進的な取組を促していく必要がある。

【担当部署】 平塚市　企画政策課（TEL：0463-21-8760）

事例３　静岡県藤枝市 ／ 人口 14 万 1,342 人（令和２年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 総合戦略においては、産業構造の特徴や立地、各産業分野の特徴等の現状を踏まえたうえで地域ビジョンや施策の検討を進めている。（ポイント１）
- ✓ 企画部局が日常的に他課の職員とコミュニケーションを図ることで、事業の大まかな方向性を理解し、地域ビジョンの実現の視点に立って各課と調整しながら施策の磨き上げを行っている。（ポイント４）
- ✓ 観光・産業等の１つの地方公共団体ではカバーすることが難しい問題に関して、近隣の地方公共団体と連携して取組を進めている。（ポイント６）
- ✓ 企業の相談からその後の販路開拓等の個別の課題に対して、複数の施策で連携することで切れ目のない支援につなげている。

（１）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 藤枝市の課題は、人口減少対策である。若年層が首都圏に流出する要因は、業種や給与面で魅力的な仕事が首都圏に集中していることにあり、藤枝市にはそうした若年層を惹きつける仕事が少ない。経済面での不安を払しょくすることが重要だと考える。

（イ）地域ビジョン・基本目標

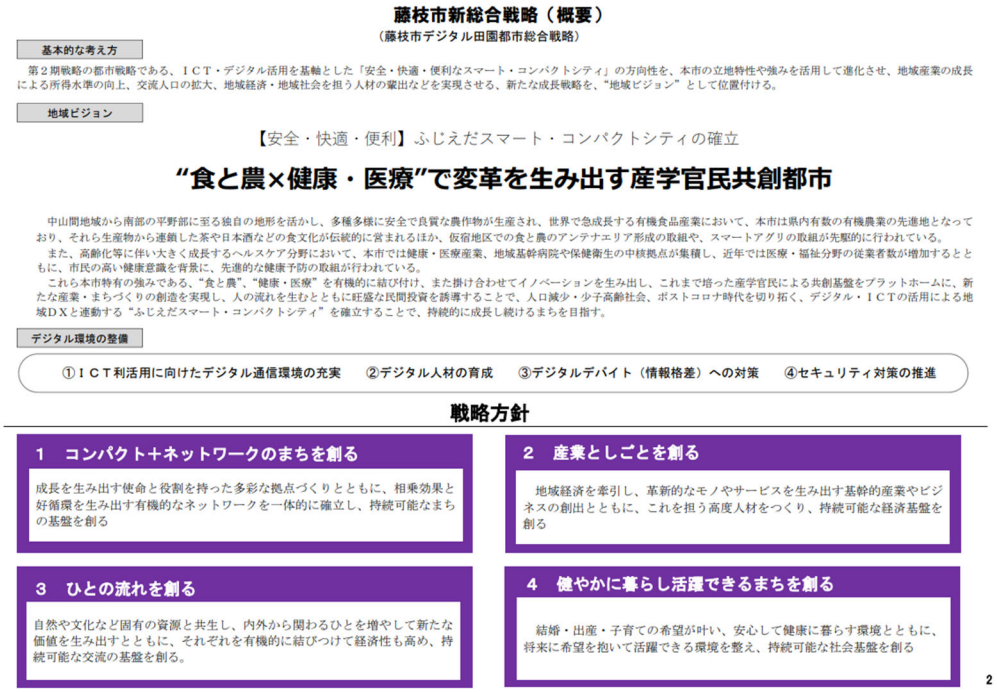
- 地域ビジョン「“食と農×健康・医療”で変革を生み出す　産学官民共創都市」は、“食と農”、“健康と医療”という藤枝市の強みを踏まえて設定した。農業については、静岡県内でも有機農業の作付面積が２番目であり、茶や日本酒等の生産が盛んである。また、健康・医療については先進的な健康施策の結果、市民の健康意識も高くなり、市内に製薬会社等の製造拠点や研究機関、地域基幹病院も集積している。これらの強みを有機的に結び付け、また、掛け合わせて、イノベーションを生み出し、これまで培ってきた産学官民による共創基盤をプラットフォームに、独自の高付加価値・高品質な新たな産業・まちづくりの創造を実現する。人口減少への対策として、藤枝市の強みを活かす取組を進めるため、地域ビジョンを設定した。

- ４つの基本目標のうち、基本目標２「産業としごとを創る」が現時点の最重要の目標と考えている。魅力的な仕事を生み出すことが、「ひとの流れを創る」、「結婚・出産・子育ての希望をかなえる」につながると考えている。そして、魅力的な仕事を生み出すためには、産業政策のみならず、まちづくりに取り組む必要があるため、基本目標２の実現の土台になるものとして、基本目標１「コンパクト＋ネットワークのまちを創る」に取り組んでいる。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- KPI の大半は改訂前の総合戦略から現在の総合戦略へと継続している。改訂前の総合戦略で設定されていた KPI が事業の進捗を評価するのに妥当なものだったという認識のもと、KPI の進捗を適切に評価するには 10 年程度の期間が必要だと考え、KPI を踏襲した。

- 魅力的な仕事を生み出すためには、産業政策のみならず、まちづくりに取り組む必要がある。例えば、新しい産業が生まれる過程では、工場や研究機関、新しいオフィス等の産業に関わる拠点と、そこに勤める人の生活拠点の両方を整備することが重要と考え、両面から取組を進めている。

戦略の名称	藤枝市新総合戦略（藤枝市デジタル田園都市総合戦略）
期間	令和５年度～令和９年度
地域ビジョン（将来像）	“食と農×健康・医療”で変革を生み出す　産学官民共創都市
総合戦略の全体像	

(図)　藤枝市新総合戦略（藤枝市デジタル田園都市総合戦略）
（https://www.city.fujieda.shizuoka.jp/material/files/group/144/gaiyou-sinsougou.pdf）

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）庁内横断的な連携

- 総合戦略の策定プロセスにおいては、各事業担当課が挙げた施策に対して、企画部局がより目的に沿った事業になるように事業担当課と調整の上、事業内容を構築した。
- 事業担当課と施策調整を進める上では、①庁内の係長クラスの職員同士がほぼ顔見知りであり、非公式な場も含め、普段から密接なコミュニケーションを行っていること、②企画部局が普段からコミュニケーションをとって各事業担当課の取組を概ね把握できていたことが効果的であった。

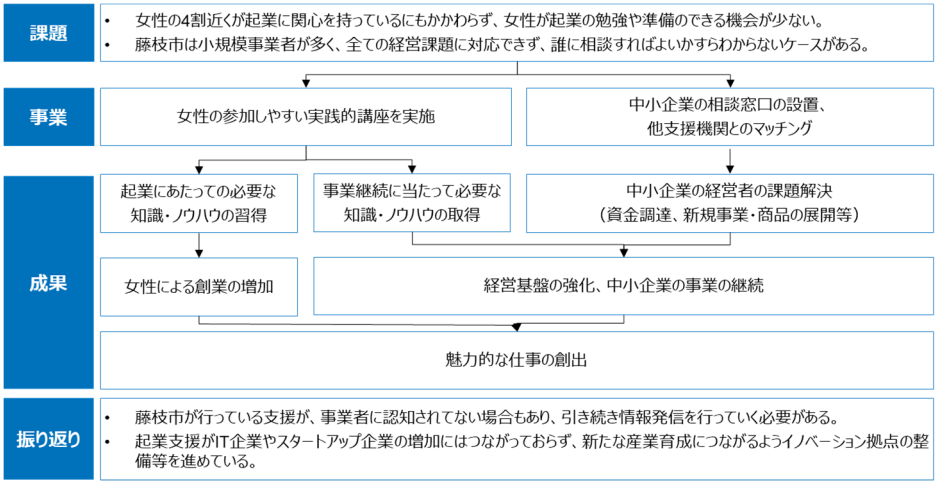
（イ）地方公共団体間の連携

- 複数の市町村でスケールメリットを活用した方が効果的な分野については、他の地方公共団体と連携して取り組んでいる。具体的には、静岡市を中心とした広域連携（5 市 2 町）で観光分野に取り組んでいる。また、産業面での UIJ ターンについては 3 市で連携しており、仕事面で藤枝市の弱い産業分野（水産業等）に関する就業の相談があった場合には、近隣都市につなぐ等連携して対応している。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）	創業支援者数（累計）		
	目標値：726 人（令和９年度）	実績値：318 人（令和５年度）	基準値：126 人（令和４年度）
目標の進捗に貢献した事業	女性ビジネス・創業支援スクール事業 エコノミックガーデニング支援拠点推進事業		

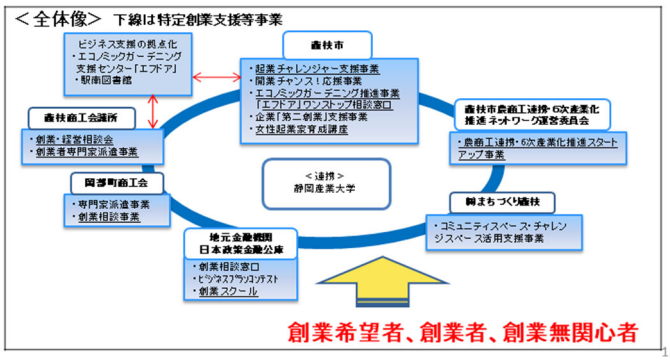
課題の背景～成果までの過程



（ア）課題設定、事業の実施

女性ビジネス・創業支援スクール事業

- 平成 26 年の市民意識調査で約 4 割の女性に起業意欲があることが明らかになったが、既存の創業者向け講座は、子連れでの参加が難しい等、女性が参加しづらいものだった。受講者に向けて、託児サービスの提供や日時・場所の配慮等の工夫をし、女性も受講しやすい講座を企画、実施した。



- 講座は 2 種類ある。1 つ目は、「女性のための小さな企業講座（基礎編・チャレンジ編）」で起業の初歩から学びたい人向けであり、基礎編では自己分析や事業目的の深掘り等について学び、チャレンジ編ではチラシ作成や SNS を活用した広報、マルシェの運営を行いながら実践的なスキルを習得する。2 つ目は「ふじえだ女性ビジネスアカデミー」

で、事業拡大を目指す人向けに、事業計画、資金計画、知的財産等のテーマを扱い、金融機関が提供するような高度な内容も含まれる。

エコノミックガーデニング施策拠点推進事業

- 藤枝市には中小企業の中でも小規模事業者が多い。中小企業の経営者は周囲に相談できず、様々な経営に関する問題を抱えこんでしまうことも多く、小規模事業者の悩み相談を受け、支援することが必要だった。
- 主として、支援センター「エフドア」に産業コーディネーターを配置し、企業の様々な困りごとに対して無料で相談できる窓口を設置している。産業コーディネーターは中小企業診断士としての活動や中小企業団体中央会で築いた幅広いネットワークを生かして、企業からの相談に合わせて金融機関や販路開拓、課題解決に資する他の企業につなぐ等の支援を行っている。

(イ) 事業の成果

- エフドアへの相談件数は年間 350 件程度である。延べ 100 名程度が相談に来ている。継続的な支援を行うことに力を入れており、相談者の約 3 割がリピーターである。何度も足を運んで課題解決できるような体制づくりを行っている。エフドアへの相談を契機として、「金融機関の融資を獲得できた」、「新商品の開発ができた」等、企業の課題解決につながったとのフィードバックが寄せられている。
- 女性ビジネス・創業支援スクール事業に関しては、平成 27 年度から事業開始以降、令和 5 年度までの累計受講者数は 690 人に達した。講座受講者のうち、実際に創業に至った人数は 52 人である。単年では起業まで至らない人もおり、潜在的にはさらに多いと考えられる。創業した方の事業の継続率が 97.4%と非常に高く、持続力のある経営者を育成できている。
- エフドア事業を核としつつ、施策間の連携が活発に行われている。産業コーディネーターは女性ビジネス・創業支援スクールにも参加しており、受講者が創業した後に産業コーディネーターへ相談するケースも見られ、施策間の連携が事業継続率の高い 1 つの要因になっていると思われる。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 年 2 回、エフドアや商工会等の関係者が集まり、地域産業に関する問題を共有し、議論している。事業経営で手いっぱいで相談窓口等の支援を知らず、悩んでいる中小企業の経営者も多く、どのようにそういった事業者とつながるかが課題となっている。
- 当初、創業支援の施策の中でイメージしていた IT 企業やスタートアップの起業につなげる点においては課題意識がある。IT やスタートアップの起業につなげるため、「藤枝イノベーションスタジアム」というビジネスコンテストを開始した。さらに、令和 4 年には藤枝駅直近にイノベーション拠点も立ち上げた。これらの取組により新たな産業育成に取り組んでいる。

【担当部署】 藤枝市　企画政策課（TEL：054-643-2055）

2 人の流れをつくる

事例４ 長野県佐久市 ／ 人口９万8,199人（令和２年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 移住者を増やすためには、「暮らしやすい」まちを実現することが必要であるとの共通認識に立ち、全庁的に取組を進めている。（ポイント１）
- ✓ アンケートやワークショップ等の手法で、転出者、転入者や市民団体（佐久平女性大学等）といったターゲット層別の意見聴取を実施し、当事者の感覚やニーズを戦略と施策の策定に反映している。（ポイント５）
- ✓ オンラインでの移住相談、リモート市役所の取組を通じて得た移住希望者のニーズをふまえ、試住支援サイトの立ち上げや、こども目線での移住情報発信といった新たな施策を立案・実施している。（ポイント８）
- ✓ 当事者である移住者に直接事業に関わってもらうことで、移住者目線での施策を展開している。

（１）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 人口減少、少子高齢化を重要な課題と捉えている。新型コロナウイルス感染症の影響もあり出生数の減少が加速している。しかし、自然減が続いている一方で平成 23 年から社会増が続いており、人口減少の勢いは緩やかになっている。1 都 3 県に住んでいる地方でのリモートワークや教育移住を目的とした若年層（20 歳代～40 歳代）や、10 歳未満の子どもの移住者が増えている。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- 総合戦略の策定にあたっては、まずは企画課で策定方針を作成し、庁内に周知を行った。その上で、全庁を対象としたヒアリングを行い、方針に関係する事業を幅広く洗い出して集約した。

- 第 1 期、第 2 期総合戦略と同様、「若い世代の希望をかなえ、選ばれるまち」を地域ビジョンとして掲げている。これまでの取組において一定程度の成果が出ていると考えられるため、基本目標はこれまでの目標を継承し、成果につながった取組を継続しつつ、現在の状況を踏まえた内容を設定している。第 2 期総合戦略から、デジタル化の潮流を踏まえ、テレワーク推進等への取組を強化した。
- 移住に関連する基本目標２「変革に即した大胆な移住（ヒト）の流れを実現する【ひと（社会動態）】」：交流人口・関係人口の創出・拡大のための取組を行いつつ、若者や女性が住み続けたいと感じられるようなシビックプライドの醸成を図る。また、移住ターゲット層を主に子育て世代に設定し、そのためのアプローチとして教育への関心が高い層へ佐久市の魅力を発信する等、「教育移住」の促進を図るものとして設定した。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- 各施策の KPI の設定について、基本目標２「変革に即した大胆な移住（ヒト）の流れを実現する【ひと（社会動態）】」については、移住につなげるにあたって、移住を検討している人が「シル（知る）」→「クル（来る）」→「スム（住む）」流れを想定し、それぞれの段階に移行するにあたって必要な施策を検討し、対応する KPI を設定した。
- 基本目標２で掲げた「計画期間の累計の人口の社会動態の増加数」という数値目標について、第 2 期総合戦略では 5 年間で 1,500 人を目標にしていたところ、改訂後の総合戦略では 3 年間で 1,350 人に設定している。令和 4 年度の社会増が 423 人であったことから、それ以上の水準を目指して、計画期間 3 年分の累計として 1,350 人という数を設定した。

戦略の名称	佐久市デジタル田園都市国家構想総合戦略
期間	令和６年度～令和８年度
地域ビジョン（将来像）	若い世代の希望をかなえ、選ばれるまち
総合戦略の全体像	

(図) 佐久市デジタル田園都市国家構想総合戦略
（https://www.city.saku.nagano.jp/shisei/seisaku_shisaku/tihosousei/deziden_senryaku.files/sakushi-deziden_sougousenryaku-gaiyou.pdf）

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

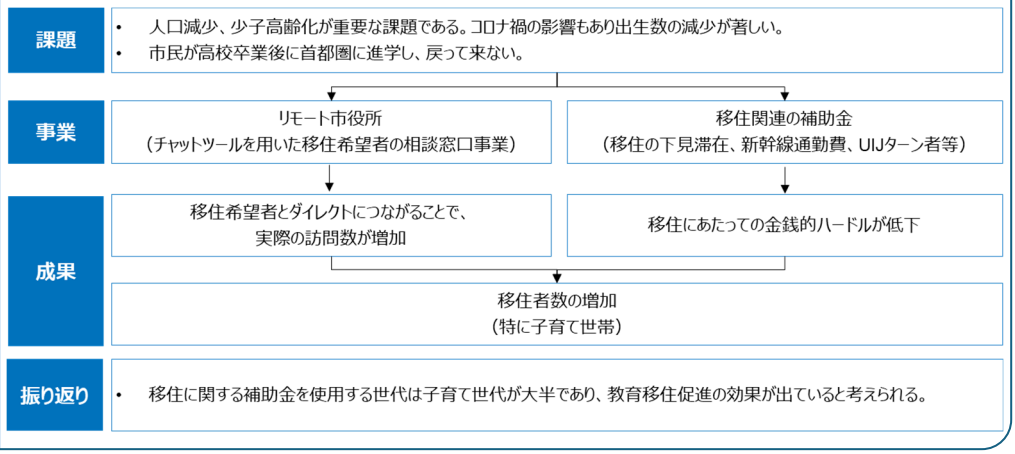
（ア）庁内横断的な連携

- 移住担当だけで移住者を増やすための事業を行うことは難しく、庁内全ての部門で実施している様々な事業によって暮らしやすいまちを実現することが必要であることから、全庁的に取組を推進している。移住相談は、佐久市の取組を PR する場であると捉え、移住担当は移住希望者との接点を担う。企画課で、関連する課を繋ぎながら取組を進め、総合戦略の取りまとめを行っている。

（イ）住民への意見聴取

- 総合戦略の策定にあたっては、市民アンケート、転出者・転入者、企業、高校生を対象としたアンケートを実施し、そこで出た意見を、総合計画との整合性をはかりながら反映した。また、市民活動サポートセンターや、佐久市の女性リーダーを育成する佐久平女性大学という団体を対象に、ワークショップで意見聴取を行った。
- 移住者自身も佐久市の移住促進の取組に関わっており、例えば、「リモート市役所」の事業の中で移住希望者に対して体験を語ってもらう、ローカル線の駅周辺活性化のために移住者が中心となって事業を組み立て、まちづくりをしている等の取組がある。その他にも、こどもから見た佐久市のいいところを発信する「いいとこマップ」のサイトの企画運営も、移住世帯のこどもが参加している。移住者の中には、移住後にコミュニティに積極的に関わりたいという意向を持っている人が多いため、団体活動を移住促進に活かしている。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）	人口の社会動態の増加数（計画期間の累計） 目標値：1,350 人（令和 6～8 年度累計）／実績値：1,008 人（令和 2～4 年度累計）／基準値：0 人（令和 2 年度）
目標の進捗に貢献した事業	リモート市役所 移住にあたっての補助制度の構築・運用
課題の背景～成果までの過程	

（ア）課題設定、事業の実施

リモート市役所

- 佐久市では市民が高校卒業後に首都圏に進学し、そのまま地元に戻って来ないことが課題であった。以前はシニア世代がセカンドライフを過ごす場所として空き家バンクを活用して移住することが多かったが、平成 30 年に若い世代に佐久市に転入してもらうための施策を行うことになり、東京の移住希望がある 20～40 代をターゲットに、リモート市役所をつくってシティプロモーションを実施した。
- リモート市役所とは、令和３年度にビジネスチャットツールを活用した移住のオンラインサロンとして開設したもので、移住希望者がオンライン上で直接市と移住相談を行える取組である。リモート市役所内では、「移住どうする課」や「子育て課」、「アイデア課」等のグループが作成されており、移住希望者がそれぞれ必要な情報を「サクッ」と手に入れることができたり、気軽に相談に乗ってもらえたり、市の PR につながっている。日常的に移住希望者から連絡があり、「家庭菜園をするにはどこがよいか」、「自転車通勤は可能か」等の質問に対して、職員や移住してきた市民が実体験に基づいてアドバイスを行っている。

- 平成 30 年にシティプロモーションの基本計画策定後、委託事業として民間会社と提携してリモート市役所やシジュリー（佐久市への移住希望者がお試し移住を行うために利用するサイト。市内のエリア毎の説明、試住ができる家の紹介、補助金申請の方法等を案内）を運営してきた。広告宣伝が得意な事業者と連携してメディア発信等を行い、シティプロモーションのアワードを受賞したことによって、さらにチャットツールの登録者数が増えた。現在は業務委託せず、職員・市民が同事業を運営している。
- 佐久市内においては複数の先進的な小中学校の新設が予定されていたことから教育移住者の増加が見込まれるなかで、移住によって生活環境が大きく変わる当事者でありながら家族内での移住検討に主体的に参加し、一緒に考えることが難しい「こども」に対して寄り添える取組を模索してきた。そのなかで、リモート市役所こどもプロジェクトの取組は、リモート市役所で形成したコミュニティを主体とした繋がりを活かして、こども目線での移住情報の発信を行い、親と子がお互いの当事者として移住を考えるヒントとなるように事業を形成した。

移住にあたっての補助制度の構築・運用

- 令和６年９月時点で、移住関連の補助金には３つのメニューがある。
- ①移住検討者滞在費補助金：移住検討者に直接佐久市を訪れてもらうための費用として、新幹線、高速道路やレンタカー、佐久市内の宿泊料金の 1/2 を補助している（上限額あり）。市と連携協定を締結していた民間企業や移住者から「移住前のお試し要素が重要である、下見のために複数回佐久市へ通う費用の補助があるとよい」等の意見をもらったことから、メインターゲットをファミリー層とした同補助金制度を開始した。佐久市が考える移住定住人口増加のためのサイクルのうち「シル（知る）」と「クル（来る）」に寄与する補助金である。令和 3 年度から開始し、利用者数は右肩上がりである。
- ②リモートワーカー等新幹線通勤補助金：地方では、都会と収入レベルが同等の職場があまりないが、リモートワークによって仕事を変えずに地方で生活することが可能になった。佐久市では、首都圏に近いため、従来の仕事をリモートワークで続けたまま移住するケースが増加している。リモートワーカーは毎日出社する必要はないが、週に数回、あるいは月に数回は出社することになる。その際に新幹線を利用することが想定されるため、経

費の 1/2 以内で最大 24 か月間の新幹線乗車券代を補助する制度を令和 6 年度から開始した。「スム（住む）」に寄与する補助金である。

- ③UIJ ターン就業・創業移住支援事業補助金：東京 23 区に住んでいる人が地方に移住する場合に国が出す支援金を、長野県では、対象を東京全体、千葉、神奈川、埼玉、愛知、大阪からの移住者に拡大している。同制度には市町村も出資し、月あたり単身 60 万円、家族 100 万円、18 歳未満の子どもがいる場合は月に 100 万円加算した補助を出している。リモートワークで従来の仕事を続ける人、長野県が管理する求人サイトの掲載企業に転職する人等の条件はあるものの、利用者数は右肩上がりである。「スム（住む）」に寄与する補助金である。

(イ) 事業の成果

- リモート市役所の事業は、令和 3 年 1 月にオープンしてから 4 か月で登録者数 1,000 名を達成し、令和 6 年 9 月時点では 2,700 名が参加している。リモート市役所はチャットツールでのやりとりがメインだが、ホームページや SNS のアカウントも持っており、佐久市の魅力を日々つぶやき、チャットツールへの参加に誘導している。移住交流推進課では、他課と連携してリモート市役所で移住に関する補助制度等についても案内し、実際の訪問に繋げている。
- 移住検討者滞在費補助金について、補助金利用者の約 4 割が実際に佐久市に移住している。実績としては、これまでに令和 3 年度に 66 世帯が利用して 30 世帯が移住、令和 4 年度に 106 世帯が利用して 44 世帯が移住、令和 5 年度に 112 世帯が利用して既に 33 世帯が移住している。
- UIJ ターン就業・創業移住支援事業補助金を利用して、令和 5 年度は子どもが 26 人、令和 6 年度は既に 18 世帯 29 人の子どもが移住してきた。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 施策ごとに取組の見直しを行っているほか、総合計画審議会の中で、総合戦略の進捗について KPI が最終的な目標につながっていくかという観点から委員に意見をもらい、総合計画・総合戦略を見直している。
- 移住に関する補助金を利用する世代は子育て世代が大半であり、教育移住促進の効果が出ていると考えられる。

【担当部署】 佐久市　企画課（TEL：0267-62-3067）

事例５　広島県府中市　／ 人口３万7,655人（令和２年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 戦略の推進会議では、本会議とは別に有識者が集まる会議で現場感覚での議論をし、現場の課題を戦略に反映している。（ポイント７）
- ✓ これまでの取組において、効果が上がらなかった要因を踏まえてやり方を見直し、細やかなフォローを行う形式に改めた。（相談者に対して個別にアプローチできていなかったことの反省を生かし、情報発信と相談を一括で担う相談員を配置）（ポイント８）

（１）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 府中市の主な課題は、少子高齢化の進行と転出者の多さである。そのため、総合計画及び総合戦略では、自然減である少子高齢化は避けられないという前提のもと、関係人口の増加を通じて転入者数を増やし、社会減をゼロにすることを目標に掲げた。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- まちの大きな方向性や課題は５年で変わるものではないこともあり、改訂前の総合戦略における４つの基本目標は維持しつつ、新たに DX の柱を加えた。これは全国的な DX 重視の流れを受けたもので、特にドローン活用による産業誘致の可能性を見込んで重点的に打ち出した。また、人口減少対策として全事業横断で「人を呼び込む」という観点を盛り込んだ。

（ウ）KPI の設定・施策(事業)の検討

- 施策や事業の検討については、ドローンの活用等の重点的に取り組む施策に関しては、基本的な方針を基に政策企画課が設定している。それ以外の施策に関しては、現場の課題感に基づいて各事業担当課が施策を検討している。
- KPI の設定については、現状の値と過去数年間の推移を考慮して事業担当課が数値を設定し、府中市総合戦略会議での委員からの目標値の妥当性についての助言を踏まえて決定した。観光・農業・産業分野の各種計画の見直しの時期と重なっていたため、そ

れらの計画の目標値を参考に設定した。空き家バンク等前例がない施策については、現状の数値から事業担当課が施策の効果として望ましいと考える増加量を年度ごとに積み上げて目標値を設定した。

戦略の名称	第 2 期府中市まち・ひと・しごと創生総合戦略
期間	令和 3 年度～令和 7 年度
地域ビジョン（将来像）	新しい「しあわせ実感・府中」の創造と発信　～DX の推進により、「産業」「市民生活」「子ども」の未来を拓く～

総合戦略の全体像

国の総合戦略の基本目標/横断的目標	総合計画の基本目標	総合戦略の戦略目標	プロジェクトテーマ	重点区分
1 かせぐ地域をつくるとともに安心して働けるようにする	基本目標1 力強い産業が発展するまち	戦略1 府中市で働く～地域の特性を活かし、若者を引きつける働く場をつくる	1 DX でビジネスチャンス拡大	A
3 結婚・出産子育ての希望をかなえる	基本目標2 人・つながりが育つまち	戦略2 府中市で育てる～安心して出産・子育てができる環境をつくる	2 子育て・教育一番	A
2 地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる	基本目標3 活気・賑わいを生むまち	戦略3 府中市へのひとの流れをつくる～地域の価値を高め、魅力あるまちをつくる	3 まちの魅力アップ	A
			4 オンリーワンの観光	A
			5 スポーツで魅力発信	A
			6 ひとのつながり	B
			7 交通戦略	B
4 人が集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる	基本目標4 安全・安心が持続するまち	戦略4 安心して暮らすことができる地域をつくる～持続可能な地域社会をつくる	8 持続可能な医療サービス	C
			9 フレイル予防から始まる健康	C
			10 支えあうコミュニティづくり	C
横断的な目標 ・新しい時代の流れを力にする ・多様な人材の活躍を推進する	基本目標5 ICT 都市ふちゅうの実現	戦略5 新しい時代の流れを力にする～DX を活用したまちの豊かさの向上	11 DX で豊かな生活	B
			12 ドローン戦略の推進	B

(図)　第 2 期府中市まち・ひと・しごと創生総合戦略（https://www.city.fuchu.hiroshima.jp/material/files/group/29/dai2ki_fuchushisougousenryaku.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）庁内横断的な連携

- 重点施策をトップダウン形式で降ろしていくと事業担当課の反発を受けることが懸念される。施策の検討段階から各事業担当課との調整を行い、KPI に関しても事業担当課が進める計画との整合性をとれるように政策企画課で検討を行い、現場との合意形成を図った。

（イ）産官学金労言士等の参画

- 総合戦略の策定にあたり、幅広い分野から 20 名程度の委員を招集した。座長は都市経営学を専門とする大学教授が務め、産官学金の代表者に加え、農業、観光、子育て等、重点分野の有識者も参加した。また、住民参加の観点で、住民代表も有識者会議に加わり、意見を募集した。有識者会議においては委員の予定が合わずに全体会議での詳細な議論が困難であったため、実務的な課題に詳しい総合戦略会議委員会と小委員会を設置して議論を進めることでより現場に近い意見を聞き取ることが可能となった。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）

移住相談件数（各年度）

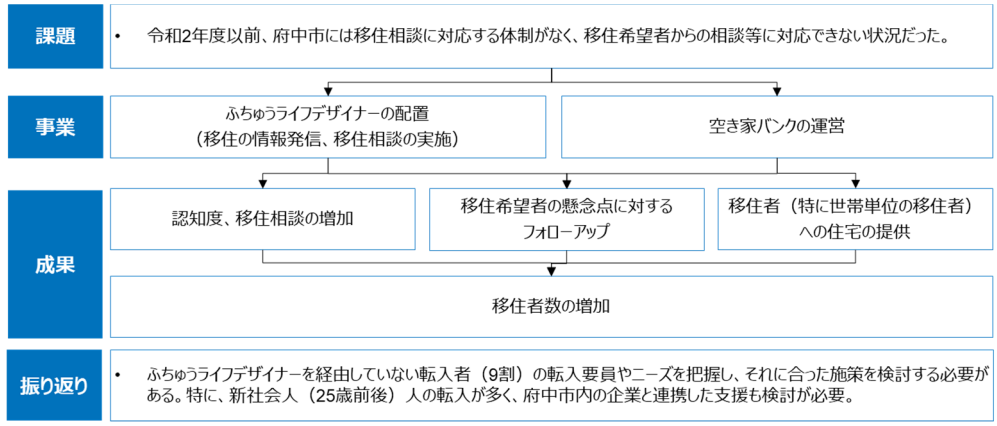
目標値：120 件（令和７年度）	実績値：119 件（令和４年度）	基準値：74 件（令和２年度）

目標の進捗に貢献した事業

専任の移住相談員（ふちゅうライフデザイナー）

空き家バンク事業

課題の背景～成果までの過程



(ア) 課題設定、事業の実施

専任の移住相談員（ふちゅうライフデザイナー）

- 令和 2 年度以前は、府中市への移住相談に対応する体制が整っておらず、移住希望者からの問い合わせがあってもフォローアップができない状況だった。相談を受けた後、定住のサポートを行うため、お試し居住住宅の提供とふちゅうライフデザイナーによる相談を開始した。
- ふちゅうライフデザイナーは個々の移住相談への対応と、移住関連の取組に関する情報発信を担っている。移住相談については、オンライン会議システム等を活用し、オーダーメイドの対応を行っている。例えば、モノづくりに関心がある人に対しては、就業支援を行う NPO 法人との面談を設定し、市内中小企業の紹介を行う、子育て中の移住者に対しては、移住時にタイムラグなく保育所に入れるか相談する等、行政や関係機関と連携して相談者への対応を行っている。

空き家バンク事業

- 府中市内には住宅を提供できる場所が数多くあり、空き家バンク事業を通じて、一戸建ての賃貸や購入を支援している。
- 不動産事業者に委託していたが、令和 3 年度から実施体制を刷新し、市が独自で取り組むようになった。市の直営にしたことによって、ふちゅうライフデザイナーとの連携も円滑になり、内覧の案内から即日契約ができる等、スピーディな対応が可能になった。

(イ) 事業の成果

- ふちゅうライフデザイナーに府中市の取組を発信してもらったことで、情報発信の頻度が高まり、認知度の向上につながった。また、移住者の具体的な相談に対してきめ細かいスピーディな対応につながっている。
- ふちゅうライフデザイナーを経由して空き家バンクの購入につながる件数は、年間 2～3 件である。市内には単身者用の賃貸住宅の空きが多く一軒家が少ないため、空き家バンクは、世帯単位での移住で広い家を必要とする人にとっての受け皿になっているものと思われる。

- 移住相談と空き家バンクの事業の効果が表れ、転入者数の増加につながっていると理解している。市内への転入は 100 人を超えており、転入者の 1 割程度がふちゅうライフデザイナーの相談によるものである。元々、移住の件数が少なかったが、市が事業を開始する中である程度増加した実感がある。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 市内への転入者の 9 割はふちゅうライフデザイナーを介さずに転入しており、転入要因が把握できていない。既存の事業がこれらの層のニーズを満たしているか把握することが必要である。
- 新社会人にあたる 25 歳前後の転入者が多く、市内の企業と連携して支援するアプローチも検討の余地がある。

【担当部署】 府中市　総務部　企画課（TEL：0847-44-9135）

事例 6　鹿児島県霧島市 ／ 12 万 3,135 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 中山間地域にある空港や温泉地を活かして移住を訴求する等、戦略において地方公共団体の特徴や強みを踏まえて、目標や施策の検討に反映している。（ポイント１）
- ✓ 取組実施後、参加した当事者の意見を踏まえてやり方を見直し、移住者を一括りに捉えるのではなく、個々人の希望に合わせて調整を図り、細やかなフォローを行う形式を追加した。（ポイント８）

（１）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

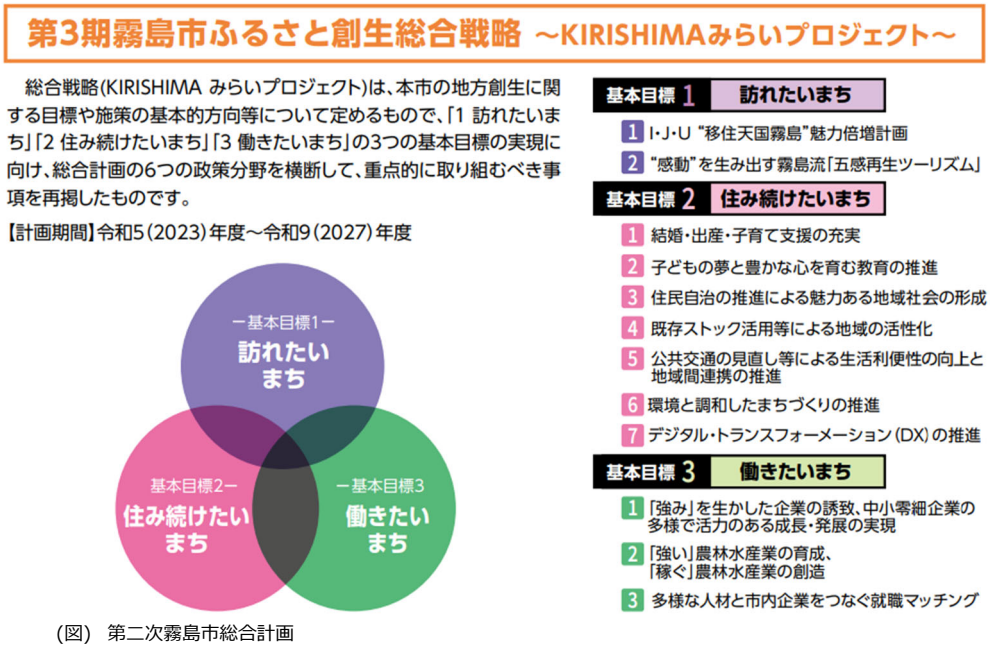
- 霧島市でも人口減少が主要な課題である。若年層の市外への流出が主な社会減の要因であるが、主な人口減少の要因は、出生率の減少による自然減だと考える。
- 霧島市は、平野部の面積が 30%、中山間地域の面積は 70%を占め、中山間地域の人口の減少が進んでいる。中山間地域の活性化に資するため、拠点を作り、魅力的なまちづくりに取り組んでいる。霧島市の場合、空港があり都市へのアクセスが良く、多種多様な泉質に恵まれた霧島の温泉は、体も心も癒されることから観光客の満足度が高い。新型コロナウイルス感染症流行後、テレワークが普及し、物質的な豊かさよりも精神的な満足度を求める傾向が強まっており、移住先としての霧島市の魅力も高まっている。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- 第 3 期総合戦略では、人口減少に歯止めをかけ、令和 9 年に人口 13 万人（※令和 2 年：125,037 人）に増加させることを目標として掲げている。枠組みは第 2 期総合戦略から引き継いだが、新型コロナウイルス感染症流行を契機とした DX の推進も基本目標に加え、横断的な取組として位置付けた。移住に関連した施策でも、オンラインでの移住相談会や先輩移住者とのオンラインツアー等デジタルに関連した施策を実施している。

(ウ) KPI の設定･施策(事業)の検討

- 第 2 期総合戦略の期間では、移住促進策等の総合戦略の取組により、第 2 期の人口減少率は第 1 期より 1%低減した。第 3 期総合戦略では、第 2 期の KPI 等の達成状況を振り返りながら策定を進め、KPI 等は実績値を把握しやすく、分かりやすい指標に変更した。
- 総合計画（総合戦略と一体的に策定）の事業の中から、人口減少の目標達成に資する施策を抽出し、総合戦略として重点的に取り組む項目として位置付けた。重点プロジェクトの方向性は、各事業担当課へのヒアリングを行うとともに、霧島市在住者や市内に勤務する 20 代～80 代の延べ 50 名程度が参加した市民参加型ワークショップ（KIRISHIMA みらいトーク）等で出た意見も参考に策定した。

戦略の名称	第３期霧島市ふるさと創生総合戦略～KIRISHIMA みらいプロジェクト～
期間	令和 5 年度～令和 9 年度
地域ビジョン（将来像）	人にやさしく　人をはぐくむ一人ひとりが輝きにぎわう　多機能都市
総合戦略の全体像	

(図)　第二次霧島市総合計画

(https://www.city-kirishima.jp/kikaku/shise/kekaku/shise/documents/gaiyouban.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）産官学金労言士等の参画

- 人口減少を克服し、地域の活性化を推進する施策・取組を検討するにあたって設置した霧島市ふるさと創生有識者会議では、有識者として金融機関、産業界から商工会及び商工会議所、霧島市以外の行政機関、学校関係の教育機関、労働団体や観光協会、児童クラブの協議会に加え、実際の企業の声を聞くため、地元企業にも参加してもらっている。
- 総合戦略の策定段階では、霧島市が過去の実績や市民の意見を基に素案を策定したうえで、委員からは素案に対して指摘をもらった。有識者は、実行段階でも１年ごとの振り返りの会議に参加している。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）

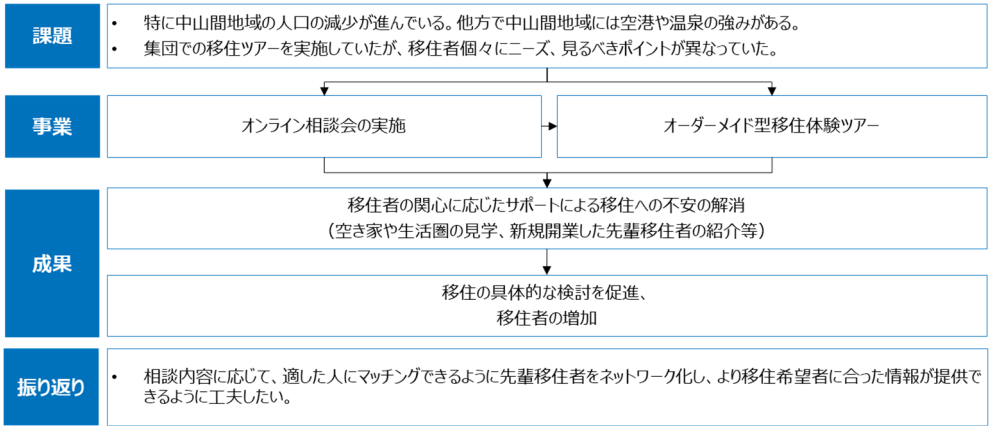
相談窓口を経た移住者数（各年度）

目標値：220 人	実績値：236 人	基準値：198 人
（令和９年度）	（令和５年度）	（令和３年度）

目標の進捗に貢献した事業

移住定住 PR 促進事業（オーダーメイド型の移住ツアー等）

課題の背景～成果までの過程



(ア) 課題設定、事業の実施

オーダーメイド型の移住ツアー等

- 移住相談は希望者がいた場合に随時対応し、オンライン相談会は毎月実施している。具体的な相談内容については、移住に関する補助金の相談が多く、その他には空き家、仕事関係、地理的条件に関する問い合わせがある。また、相談内容に応じて他部署や他の機関と連携して実施している。例えば、空き家に関しては、空き家バンクに登録された空き家を移住希望者向けに紹介し、就業関連ではハローワークを紹介して事業を推進している。
- 移住体験ツアーについては、移住希望者からの要望を踏まえて事業の見直しを行った。新型コロナウイルス感染症流行以前は、2 泊 3 日の日程で 4 ～5 人程度の規模で実施していた。しかし、移住希望者から休日や 2 泊 3 日の長時間の日程は参加が困難であることや、移住者希望者によって参加する目的が異なるとの意見があったことから、限られた予算の中で多くの人に霧島市への移住を検討してもらう方法を模索し、移住相談に来た移住希望者の個々の要望に応えられるよう、半日または 1 日でのオーダーメイド型移住ツアーの取組も令和 5 年度から始めた。
- 現在では、移住希望者の要望に応じたオーダーメイド型移住ツアーを行っている。空き家を見たいという移住希望者に対して空き家バンクの登録物件の見学や紹介を行ったり、カフェを起業したい移住希望者に対して、実際にお店を開業した先輩移住者に話を聞く機会を設けたりする等、移住希望者の希望に沿ったツアーに組んでいる。

(イ) 事業の成果

- 霧島市への相談件数は令和 3 年度以降 700 件以上で推移しており、令和 5 年度で 726 件に達し、236 人が移住している。オンライン相談会は現役世代が参加しやすいように 18 時から毎月開催している。各回 1～2 組程度の参加があり、令和 5 年度は計 16 組が参加した。
- 令和 6 年 7 月末現在、オーダーメイド型移住ツアーは、4 組実施している。成果については、移住のための検討期間が必要になるため、すぐに移住した人数に反映されるわけではないが、令和 6 年度に実施した 4 組のうち、2～3 組程度が移住に向けた検討を進めている。参加者からは、街並みや買い物等の生活環境、電車や車の混雑状況等の交

通事情、ガソリン等の物価、その場所にお店を開く上での先輩移住者からの助言等、実際に訪れなければ分からない情報が得られたとの声もある。移住の具体的な検討に資する内容になっていると思われる。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 移住ツアーに関しては、移住希望者から、先輩移住者の生活する上での生の声を聞きたいという要望が多く寄せられることから、先輩移住者とのネットワーク化を図りたい。それにより、相談内容に応じて適した人とマッチングでき、移住希望者に合った情報を提供できるように工夫したい。
- 霧島市には世界レベルの製品を生み出す企業が集積しているが、その存在が十分に認知されていないことが課題である。移住定住の取組でこれらの企業を含めた地域資源を積極的に紹介することも検討したい。

【担当部署】 霧島市　企画部　企画政策課（TEL：0995-64-0914）
【移住関係】　　地域政策課（TEL：0995-64-0952）

3 結婚・出産・子育ての希望をかなえる

事例 7 京都府 ／ 人口 257 万 8,087 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 総合戦略の改訂にあたっては、医療・福祉や、子育て等の重点分野ごとに関係部局が集まる会議を開催し、部局横断的な連携を京都府全体で意識しながら、課題や施策の検討を行った。（ポイント３）
- ✓ 個々の施策については、職場における子育てのしやすさ等の府民の意識に関する現状や有識者の助言等を踏まえ、施策対象者以外への影響も考慮しつつ、多様なアプローチを検討した上で、施策を立案している。（ポイント８）

（１）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 「一人ひとりの夢や希望が全ての地域で実現できる京都府」を目指し取り組んできた改訂前の戦略の成果や、新型コロナウイルス感染症の流行や原油価格の高騰、国際情勢の不安定化といった社会情勢の変化、人口減少のような構造的課題の深刻化等を踏まえ、改訂の検討にあたった。例えば、コロナ禍において子育て世帯の孤立が課題となったこと等を踏まえ、「人と地域の絆を大切にする共生の京都府」等、2040 年に実現したい京都府の将来像について改めて検証した。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- 改訂にあたっては、全ての営みの土台となる「安心」、未来を担う子どもたちをあたたかく育み、生活や絆を守る「温もり」、夢や希望、魅力や活力の源泉となる「ゆめ実現」の３つの視点から、誰もが未来に希望が持てる「あたたかい京都づくり」を進めることとした。
- また、京都府の目指す方向性を３つの視点に基づいて検討し、改訂のポイントの一つとして、実現のために必要な８つのビジョンを掲げるとともに、データをもとに京都府の現状を改めて把握した上でビジョンごとの到達目標を設定した。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- 合計特殊出生率が全国平均と比べて低い状況等を踏まえ、「社会で子どもを育てる京都府」の実現に向け、「子育て環境日本一」の取組を進化させるべく、行政による施策の実施状況と府民意識の変化の両面から KPI を設定した。令和元年に全国 44 位であった合計特殊出生率は、全国平均並みとすることを目標とした。
- 個別施策の KPI については、分野ごとの計画等において担当部局が設定している目標をもとに、令和元年に策定した総合計画の達成状況を踏まえて、外部有識者からの意見も聴取し、目標をブラッシュアップした。
- 「行動宣言を行った企業 3,000 社」という KPI は、以前は 1,500 社を目標としていたが、達成したため新たな目標値を設定したものであり、就業規則届出義務のある労働者数 10 人以上の事業所約 2.4 万社の 1 %強である 300 社を毎年度目指すという考え方で設定した。
- デジタルの活用に関しては、例えば、子育ての心理的・肉体的な負担を軽減することを狙い、子どもを離れて見守りできる「ベビーモニター」の活用等を進めている。有識者から京都府は IoT 産業や AI 技術等が発展している中で、子育て分野のデジタル化やフェムテックの活用が進んでいないとの指摘も受け、取組を進めている。

戦略の名称	京都府総合計画
期間	令和５年度～令和８年度
地域ビジョン（将来像）	① 人と地域の絆を大切にする共生の京都府 ② 文化の力を継承し新たな価値を創造する京都府 ③ 豊かな産業と交流を創造する京都府 ④ 環境と共生し安心・安全が実感できる京都府
総合戦略の全体像	

(図) 京都府総合計画
(https://www.pref.kyoto.jp/shinsougoukeikaku/documents/gaiyouban_1.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）庁内横断的な連携

- 庁内における部局間連携については、京都府全体で力を入れて取り組んでおり、戦略の検討にあたっては、知事・副知事をトップとした庁内会議において部局横断的な議論を行った。特に、部局横断的な対応が必要な子育てや産業関連分野については、政策企画の部門が中心となって企画から実行までを担える体制を構築し、施策を推進している。子育て分野であれば、福祉部門、労働部門、教育委員会等多様な部局にまたがる子育て施策全体を統括する係を政策部門に設置し、部局をまたいだ連携により、取組を進めている。

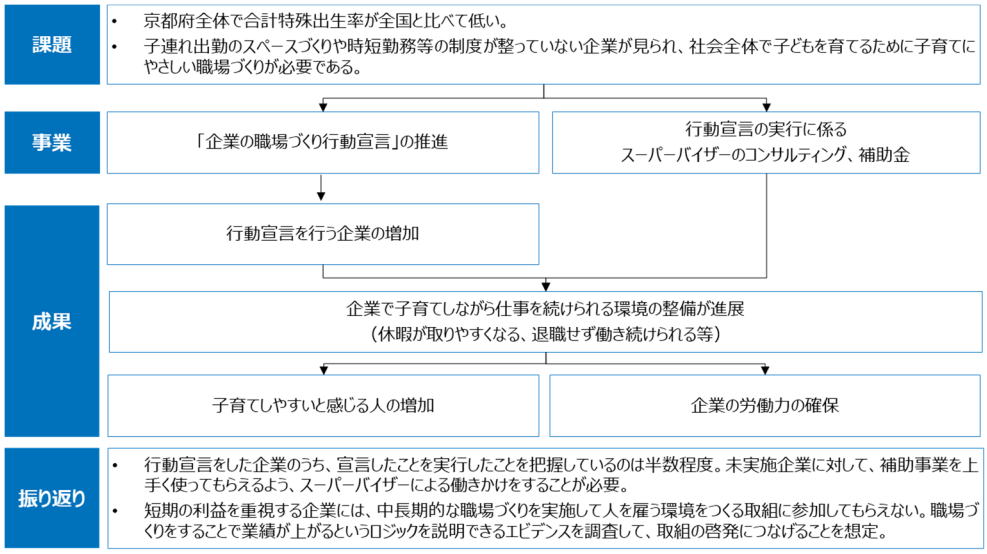
- 戦略の改訂にあたっては、企画部門が中心となり、実施したい施策から議論するのではなく、社会情勢の変化等を踏まえ、各分野でどのような変化があったのか、データを用いて現状を分析し、分野ごとの課題意識を明確化することから議論を始め、具体的な施策内容の検討へと発展させた。総合計画策定委員会における有識者の御意見も踏まえ、具体的な施策については、「なぜその施策が必要なのか」を部局間で議論し、課題意識や目指す方向性を共有することで戦略に掲げる施策のブラッシュアップに努めた。

（イ）産官学金労言士等の参画

- パブリックコメントだけではなく、広報担当部門と連携し、集客の見込める既存の催しの機会を活用し、府民との意見交換会を開催し、京都市内だけでなく、山城、南丹、中丹、丹後といったエリアごとに、企業関係者や農家、子育て中の若者等様々な府民の方々と意見交換を行う機会を設けている。

- 戦略の策定にあたっては、産業分野の関係者、医療・感染症の専門家、DX の専門家等、幅広い分野で活躍している人々に参加していただき、効果的な意見を得やすくするための工夫として、全員出席の会議だけでなく、「安心」、「温もり」、「ゆめ実現」の３つの視点ごとにテーマ別部会を設置し、それぞれの分野で議論した内容を、全体会での議論に反映することで、様々な分野の専門家の意見を取り入れることとした。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）	子育て環境日本一に向けた職場づくり行動宣言を行った企業数（累計） 目標値：3,000 社（令和８年度）／実績値：2,026 社（令和４年度）／基準値：1,642 社（令和３年度）
目標の進捗に貢献した事業	子育てにやさしい職場づくり事業
課題の背景～成果までの過程	

（ア）課題設定、事業の実施

子育てにやさしい職場づくり事業

- 子連れ出勤スペースづくりや時短勤務等の制度が整っていない企業も見られる中、社会全体で子どもを育てるために子育てにやさしい職場づくりを推進していこうという考えのもとで実施している。
- 「子育て環境日本一に向けた職場づくり行動宣言」とは、企業経営者が従業員に向けて子育てしやすい職場づくりを宣言することである。子育て環境日本一につながる取組であれば、宣言対象となる。
- 宣言する企業数を増やすため、また、企業が宣言を実行することを支援するため、スーパーバイザーの支援や補助金の交付を実施している。企業に対して専門的支援を行うスーパーバイザーがハンズオンで支援を実施する。スーパーバイザーは、補助金申請に係る手

続きを含め、企業の取組推進のために幅広く支援を行っている。また、京都企業人材確保センターに配置される企業開拓員が、中小企業を幅広く訪問する中で求人ニーズを把握しており、補助制度を使いたい企業がいた場合は、スーパーバイザーへつないでいる。

- 宣言を行っている企業は、中小企業、特に社会福祉関係施設、農業者等、多様な分野で存在する。業種によっては、子育てに係る特定の制度の導入が難しい場合もあるため、その場合は、生産性向上等、別の観点で職場づくりにも取り組んでもらっている。具体的には、「育休の制度を導入するにあたって、独身女性社員にとって不公平感がある」という意見があったため、介護休暇の制度を併せて導入することによって、より多様な人が休暇を取得できる制度をつくった事例がある。補助金も、ソフトウェアを導入すること等による労働生産性の向上、時間外労働の削減や有休取得の促進等、様々なメニューを用意している。
- 宣言を具体化するにあたって発生する費用を対象とする補助金制度を設けた。行動宣言を実現しようとすると、職場の物理的な整備や就労規則を改定するために社会保険労務士への報酬等のコストがかかるため、宣言した内容の実現にかかるコストを一部補助している。

（イ）事業の成果

- 行動宣言を実施した企業は、令和４年時点で 1,642 社、令和５年時点で 2,026 社である。企業経営者が職場づくりの重要性に気づいた企業は、働きやすい職場づくりに関するセミナーにも積極的に参加してくれるが、関心をもっていない企業も多い。経営者に関心を持たせることが一番のポイントであり、一番苦労することである。
- 行動宣言を行った企業が、補助金等を活用して、職場づくりを進めている。職場づくりの定性的な成果に関しては、「年休制度を時間単位でとれるようになったことで子どもが熱を出したときに休暇が取りやすくなり、子育てがしやすくなった」、「テレワーク導入をした企業において介護・育児が原因で退職しようと考えていた社員が退職せずに済んだ」、「職場の雰囲気が良くなった」等、企業を回って実際の声を聴き、企業や従業員が効果を実感していることを確認している。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 令和元年度から職場づくり事業を実施してきて、実際に取組を導入した企業から「仕事の効率が上がった」、「大工の週休 2 日制によって 20 代の従業員が増えた」等の効果を実感する声が挙げられたことから、継続して取組を推進してきている。
- 行動宣言をした企業のうち、取組を実行したことを担当課が把握しているのは半数程度であり、この点を課題と捉えている。実行に至っていない企業に対しては、補助事業を上手く使ってもらえるよう、スーパーバイザーによる働きかけをすることが必要であると考える。
- 目先の利益確保に精一杯な企業もまだ多く、中長期的な職場づくりを実施し、人材確保・定着を図る取組に共感してもらえない企業が多い。企業が利益や事業拡大を重視する中、職場づくりをすることで業績が上がるというロジックを説明できるエビデンスがあればよいと考えており、今後、調査を実施して企業の啓発につなげる予定である。
- 全体の進捗管理については、各担当部局を通じて、KPI の達成状況を把握し、独自の要因分析を行っている。また、外部の有識者による推進会議を設置し、施策の実施状況や KPI の達成状況について意見を伺うとともに、府民への意識調査等も活用し、多角的な視点で振り返りを行い、戦略の推進に役立てている。

【担当部署】 京都府　総合政策環境部　総合政策室（TEL：075-414-4348）

事例８　鳥取県鳥取市　／ 人口 18 万 8,465 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 人口減少対策という大きな課題に対し、自然減対策については出生数の影響に対する全国的な傾向と比較する等、データ活用しながら施策を立案している。（ポイント 1）
- ✓ 生活圏や経済圏を同じくする鳥取県東部及び兵庫県北但西部の 1 市 6 町で「因幡・但馬麒麟のまち連携中枢都市圏」を形成し、連携して取り組んでいる。（ポイント 6）
- ✓ 総合戦略の策定（改訂）及び PDCA サイクルによる進捗管理のため、現場の課題を知る有識者を委員とし、様々な視点で施策を検討した。（ポイント 7）

（１）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 鳥取市の大きな課題の一つは人口減少である。鳥取市は消滅可能性自治体に該当しなかったが、鳥取市と連携中枢都市圏を構成している町は該当しており、危機感を覚えている。
- 合計特殊出生率は、全国の地方公共団体と比較すると高い数値で推移しているが、平成 30 年度は 1.50、令和 4 年度は 1.55、令和 5 年度の速報値は 1.40 であった。第 2 期総合戦略の基準値である平成 30 年から、鳥取市の合計特殊出生率は増減を繰り返しているが、この十数年で見ると合計特殊出生率は徐々に下がってきている。自然減対策については、これまで鳥取市独自で力を入れて実施してきた分野であり、継続して取り組むことが必要だと考えている。
- 統計データを見ると、出生数の減少が続いている。未婚率の上昇と若年女性人口の減少が主な理由と考えている。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- 総合戦略は、「ひとづくり」、「しごとづくり」、「まちづくり」の 3 つの柱に関連施策を位置づけ、また国の総合戦略の柱と整合を図っている。鳥取市は、第 1 期総合戦略から、地方創生の中心は「ひと」と考えており、柱の最初に「ひとづくり」を据えている。

- ひとづくりに関する基本目標には、「結婚・出産・子育ての希望がかなうまちづくり」と「ふるさとを愛する心豊かな人財を育むまちづくり」の２つがある。
- 子育て施策は特に重点的に推進してきたところであり、「結婚・妊娠・出産・子育て」の切れ目ない支援を実施している。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- 総合戦略の柱として、多様な施策のアウトカムが表れるような指標として、「ひとづくり」の柱の目標の一つに合計特殊出生率を設定した。個別の事業の成果の積み上げが合計特殊出生率に表れてくると考えている。
- 「結婚・出産・子育ての希望がかなうまちづくり」の実現のためには、市民に子育てが楽しい、子育てしやすいと思ってもらうことが必要であり、市民の主観的な評価として「子育てを楽しい」、「子育てしやすい環境」と思う市民の割合も「ひとづくり」の柱の目標に設定した。5 年に 1 回の市民アンケートで市民のニーズを把握しているため、リアルタイムでの評価はしづらい側面はあるものの、合計特殊出生率とあわせて市民の主観的な評価も定性的に確認している。

戦略の名称	第２期鳥取市創生総合戦略
期間	令和３年度～令和７年度
総合戦略の全体像	

(図) 第２期鳥取市創生総合戦略
(https://www.city.tottori.lg.jp/www/contents/1618289260784/files/senryaku202407.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

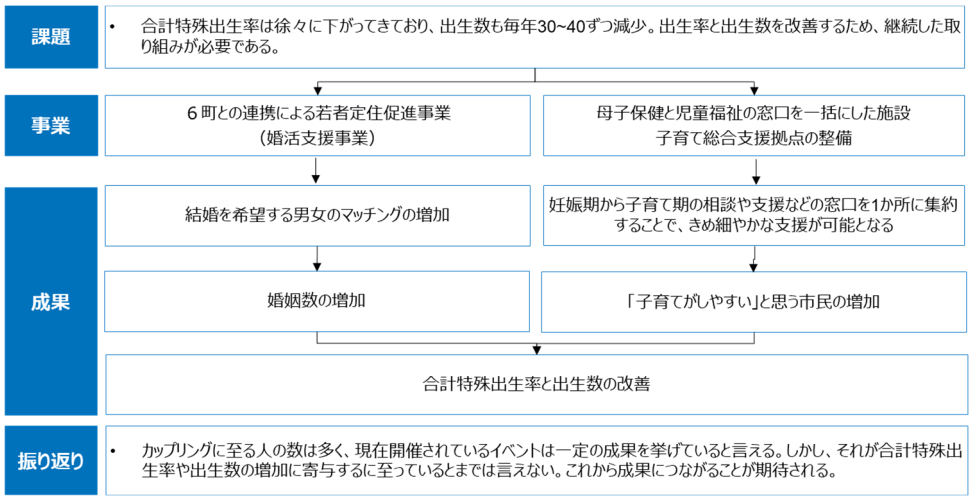
（ア）庁内横断的な連携

- 地方創生推進室が各部局と連携しながら、総合戦略の進捗管理を行っている。具体的な事業の立案・実施は担当部局で行い、地方創生推進室では総合戦略において当該施策の体系的な管理を行っている。
- 部局横断的に取り組むべき施策が多くなっており、それぞれの部局が連携して施策を推進していくためにも、政策企画課が適宜調整に入り、また総合戦略施策としても適切に管理を行っている。

（イ）産官学金労言士等の参画

- 総合計画及び総合戦略の進捗管理のため、鳥取市総合企画委員会を常設している。産官学金労言や住民、移住者による公募委員等 20 名により構成している。
- 委員は、各団体の代表者のほか、現場の課題を適切に把握している方等から、男性及び女性いずれの意見もいただくため、バランスを考慮し委嘱している。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）	麒麟のまち婚活サポートセンターにおける成婚数 目標値：30 組（令和 3～7 年度累計）／実績値：14 組（令和３～５年度累計）／基準値：６組（令和元年度）
目標の進捗に貢献した事業	若者定住促進事業（麒麟のまち婚活サポートセンター等）
課題の背景～成果までの過程	

（ア）課題設定、事業の実施

若者定住促進事業（婚活支援事業）

- 鳥取市の婚活支援事業は、若者定住促進施策の一環として、平成 22 年度から実施している。当初は各種団体が開催するイベントへの助成を通じ、男女の出会いの支援を行っていたが、平成 26 年 11 月に「すごい！鳥取市婚活サポートセンター」を開設し、平成 31 年 11 月から対象者のエリアを因幡・但馬麒麟のまち連携中枢都市圏に拡大し、「麒麟のまち婚活サポートセンター」として運営している。
- 具体的には、婚活希望者を募集して会員登録してもらい、婚活イベントを開催して会員同士のカップリング支援を行っている。婚活コーディネーターを配置し、カップル成立者が継続した交際に発展し、成婚につながるよう支援を行っている。
- 麒麟のまち婚活サポートセンターは、連携中枢都市圏の連携事業に位置付けている。圏域の人口減少問題に構成市町が連携して取り組むため、構成市町の首長会議で合意して実施している。

- 事業費は鳥取市が負担している。中枢中核市の鳥取市がリードし、連携中枢都市圏の構成町と連携し、圏域全体で人口減少問題に対処する意義のある事業と考えている。また、各町単独で婚活イベントを行うよりも、圏域全体で行う方が、対象者が参加する際の心理的ハードルが下がり、また多くの会員と出会えることで、機会の充実が図られる。
- 全国の地方公共団体で行われている婚活事業の多くは男女１対１のマッチング支援であり、鳥取県も同様の形態で実施しているが、鳥取市は鳥取県の事業とすみ分けを行いながら、出会いを希望する男女 10 人前後が集まる婚活イベントを、内容を変えながら毎週１回程度開催しているところが特徴と考えている。

(イ) 事業の成果

- 令和５年度末時点で、会員数は 2,373 人で、相談等の問い合わせ件数は、令和５年度実績で 324 件である。令和５年は 100 組のカップルが成立し、会員同士の結婚報告が１件あった。会員同士では、年間 5～8 件成婚している。実際の参加者、登録者からは、「同じように婚活している人に出会えて、自分も諦めずにいい人を見つけようと思いました」、「鳥取だと多くの異性と出会える場所がないので、こういった取組はとてもありがたいです」等の声をもらっている。
- マッチングしてすぐに結婚に至るわけではないため、タイムラグがある。鳥取市の人口規模を考えると、カップリングに至る人の数は多く、現在開催されているイベントは、一定の成果を挙げていると考えているが、合計特殊出生率の統計的な数値を増加させているとまでは言い切れない。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 鳥取市の総合戦略の施策のうち結婚・妊娠・出産・子育て支援は、一定程度の充実が図られているものと考えるが、現時点で合計特殊出生率と出生数の改善が図られていないため、今後、鳥取市の第３期総合戦略の策定にあわせて施策を総点検し、特に若者が求める仕事づくりや都市部との所得格差の改善、働き方改革、女性活躍の推進、ライフデザイン教育、セカンドキャリアの場として選ばれる取組等、若者定住の推進と少子化の克服を目指す施策の充実強化を図ることとしている。

【担当部署】鳥取市　企画推進部　政策企画課　地方創生推進室（TEL：0857-30-8014）

事例 9　沖縄県南風原町 ／ 人口 4 万 440 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 地方公共団体の特徴、強みや弱みを客観的に把握し、基本目標や施策を検討している。（ポイント 1）
- ✓ 基本目標や住民の希望をかなえるために、庁内で関係課が集まったワーキンググループを設置。対応するための施策を議論し、組織・分野を横断的に総合戦略の基本目標達成に向けた体制を採っている。（ポイント 3）
- ✓ 施策を実施した後の成果を把握し、状況の変化に応じて実施すべき施策を見直しながら、基本目標の達成に向けた取組を進めている。（ポイント 8）

（1）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 南風原町は、那覇市に隣接した市部を構成するような街並みが広がっており、一定面積があれば不動産開発が可能である。また、高速道路の IC が 3 か所あり、主要幹線国道が通っている等、交通アクセスがよいことから、共同住宅が多く、近隣に買い物ができる施設が集積しており、利便性が高い。このような理由から比較的若者が多く、老齢人口が近年まで 20%以下であった。
- これまでは子どもが増えていたが、現在、未就学児が減ってきている。出生率 2.22 を維持することを基本目標として設定しているものの、女性が減っていることから出生数は減ることが予想される。相対的な若年人口の減少だけでなく、晩婚化も関係があるのではないかと考えている。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- 地域ビジョン「ともにつくる黄金南風の平和郷」は、第 4 次総合計画から設定している。南風原町は、交通アクセスがよいため定住者は多い一方で、埋め立てが不可能なことから企業の立地が制限され、若者が就職や進学で町外に転出している状況がある。住民と協働しながら住民満足度を高め、定住化率を高める施策を進める必要がある。

- 基本目標 1「地域に根差した産業を育成し安定した雇用を創出する」

  南風原町は県内で唯一海に面していないため、高層にしか土地を広げられず、大きな工場は埋め立てが可能な市町村に流れてしまう。商業、農業、住環境とのバランスをとることが、町としての課題であった。企業のニーズとマッチングすることで働く場を創出するという意図で立てた目標である。

- 基本目標 2「若い世代の子育て環境をととのえる」

  若い世代が来ても子育ての環境がないと、定着しない。転入してきた世帯に町内にとどまってもらうための施策として、子育て、教育の事業を展開している。福祉と教育の街として力を入れてきたこともあり、今後、デジタル化や人材育成を含めて取組を進める予定である。

- 基本目標 3「安全・安心な暮らしを実現し住み続けたいと思える地域を形成する」

  公共交通があまり発展していない中で住環境を整備するために、乗り合いタクシーの実証や交通弱者を支援する施策を実施することを想定している。町内の人口増加の鈍化を止めることを目指す。

- 横断的目標「地方公共団体 DX を推進し、新しい時代の流れを力にする」

  以前からデジタル化に力を入れており、各事業において、業務の効率化を図るという目的で推進。令和 4 年 12 月に国の総合戦略の改訂を踏まえ、これまで実施してきた DX の取組を町の総合戦略に明記した。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- フルタイムで働く子育て世帯が増える中で、労働力を確保しつつ出生率を維持することに重点を置き、保育所の整備や子ども子育て関係の申請のオンライン化等、できる取組から事業化してきた。

- 以前は、人口当たりの保育所待機児童数が全国で最低レベルであったため、KPI に待機児童数ゼロを掲げ、令和 4 年に達成した。待機児童を減らすことで、働きに出る世帯が増えることにもつながるため、結果として出産・子育ての希望をかなえるだけでなく、労働力人口の維持にも寄与することとなる。

戦略の名称	南風原町デジタル田園都市国家構想の実現に向けた第２期まち・ひと・しごと創生総合戦略
期間	令和４年度～令和９年度
地域ビジョン（将来像）	ともにつくる黄金南風（こがねはえ）の平和郷（さと）
総合戦略の全体像	

(図)南風原町デジタル田園都市国家構想の実現に向けた第２期まち・ひと・しごと創生総合戦略
（https://www.town.haebaru.lg.jp/docs/2023040700035/files/01gaiyou.pdf）

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）庁内横断的な連携

- 総合計画（総合戦略と一体的に策定）の策定プロセスにおいては、地域ビジョンに対する６つのまちづくり目標（自治・協働、教育・文化、健康・福祉、産業・雇用、都市基盤・安全・安心、環境）を更に細分化し、それぞれの庁内で WG チームをつくって、横断的に施策を検討した。その中で、住民及び児童生徒アンケート等に加え、住民ボランティアを集めて、自治・行財政・教育文化健康福祉部会と、産業雇用・都市基盤・環境部会の２つの部門に分かれて、３か月間にわたってそれぞれに関心のある住民と関係部署が７回の住民会議を重ねた。住民からの意見は審議会や庁内の WG にかけられ、施策の検討に寄与した。

（イ）産官学金労言士等の参画

- 大学の教授、地域の会社の代表、金融機関の代表、労働団体の代表、公募委員、商工会の会長等に有識者会議に参加してもらっている。デジタルの有識者は参加していないが、かつてデジタルの会社や広告関係の仕事に勤務するデジタルに関心の高い住民が公募委員として参加した。また、大学教授は、地域経済・政治経済分野を専門とする方であり、実現ができないことは目標にはできないため、土地利用等の制限がある中で、どのような施策を実施できるか等の助言いただいた。

（3）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）

子育て支援の取組について満足している町民の割合（各年度）

目標値：85%	実績値：81%	基準値：71%
（令和 9 年度）	（令和 4 年度）	（平成 27 年度）

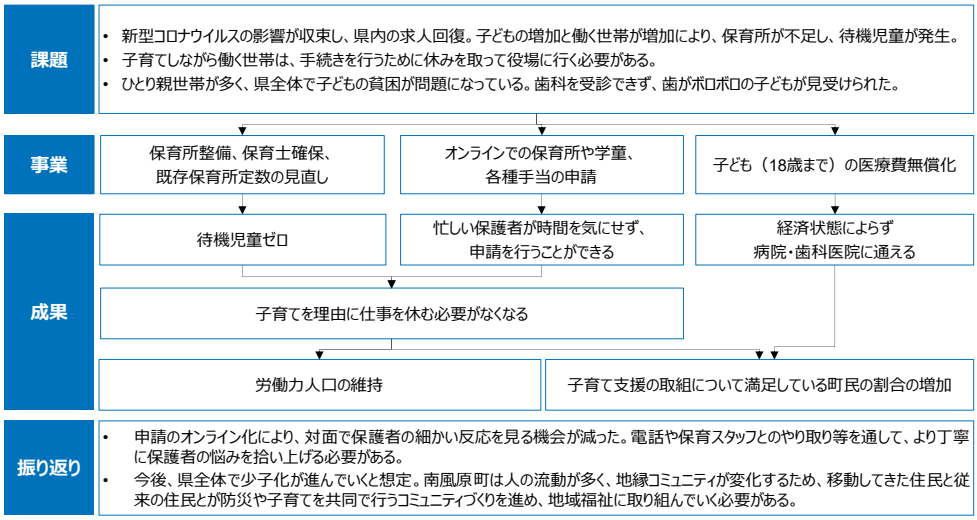
目標の進捗に貢献した事業

待機児童解消・保育基盤整備事業

こども医療費助成の充実事業

子ども子育てに関する申請手続きのオンライン化

課題の背景～成果までの過程



（ア）課題設定、事業の実施

待機児童解消と保育基盤整備事業

- 「南風原町子ども・子育て支援事業計画」に基づく待機児童の解消に向け、「新子育て安心プラン」の実施、新たな保育所の整備、保育所の分園や増改築・改修、保育士確保、既存保育所定数の見直し等により、保育の定員の確保を図った。
- 令和元年～令和 2 年にかけて、子どもが増加したため、保育所をつくっても足りず、人口当たりの保育所待機児童数が多かった。
- その背景には、働く世帯が増加したことが挙げられる。新型コロナウイルス感染症によって減少した観光関連の飲食等サービス業の求人が、新型コロナウイルス感染症収束後に増加した。大型商業施設の開業も重なり、人が不足していたことから、フルタイムの労働が増えていた。

こども医療費助成の充実事業

- 高校生（18 歳）までの医療費を無償化とする制度を実施している。沖縄県では、令和 4 年から県下で中学生までの医療費を無償化しているが、南風原町では平成 26 年から同施策を実施してきた。
- 沖縄県全体で離婚率が高く、ひとり親世帯が多く、子どもの貧困が問題になっている。全国平均に比べ所得が低く、歯科検診等に通うことができないためか、学校の歯科検診で歯がボロボロの子どもが見受けられた。この背景から子どもの貧困対策の一環として医療機関等に通いやすくするために同施策を開始した。

子ども子育てに関する申請手続きのオンライン化

- 仕事を休まずに済むよう、住民からオンラインで申請できるようにしてほしいというニーズがあった。保育所・学童申請、児童手当申請、児童扶養手当申請等の毎年申請が必要な手続きについて、オンラインで実施している。
- 行政サービスのオンライン化にあたっては、内部の体制だけでなくハード面もあわせても整える必要がある。業務の省力化も意図して同時に RPA（Robotic Process Automation）の導入も進めた。その他、庁内手続きにかかる押印廃止や申請書発行等行政サービス利用料の QR コード決済の導入、施設予約のオンライン化等も検討しているところである。

(イ) 事業の成果

- 令和 6 年 4 月に待機児童 0 人を達成したのは、保育施設の整備を大きく進めた結果である。
- オンライン申請が可能になったことで、住民が生活の時間を制限されずに行政サービスを受けられるようになった。利用者からは、オンライン化によって「便利になった」というポジティブな意見をもらっている。また、デジタル活用によって、庁内の業務は効率化された。
- 待機児童の解消や、デジタル化、医療費の無償化等の住民のニーズに合った支援によって子育てのしやすさに対する保護者の満足度は高い。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 保育所を整備してきたが、今後は未就学児が減少することが予想されている。そのため、保育所の量から質の確保に施策の方向性を今後転換していくことを想定している。
- これまで申請手続き等で顔を合わせた際に保護者の細かい反応を見ることができていたが、オンライン申請ができることで、保護者と顔を合わせて、悩みや不安を抱えていないか確認する機会が減少した。電話や保育スタッフとのやり取り等を通して、より丁寧に悩みを拾い上げる必要がある。
- 沖縄県全体では、まだ出生率が高い地域が多いが、今後沖縄県でも少子化が進んでいく中で、少子化対策は重要な課題である。解決の鍵の 1 つが、基本理念にも挙げている「協働」であると考える。南風原町は人の流動が多く、地縁コミュニティが変化している。新しい住民と既存の住民が一体となって、防災や子育てを協働で行うコミュニティづくりを進める必要がある。

【担当部署】 南風原町　企画財政課（TEL：098-889-0187）

4 魅力的な地域をつくる

事例 10 北海道 ／ 人口 522 万 4,614 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 戦略から目標達成に貢献した事業まで、共通する課題認識のもとに立案・実行されており、戦略と施策が一貫した取組となっている。（ポイント 1）
- ✓ 若年層等、事業の対象となる当事者の意見をアンケート等で掘り下げ、課題を抽出し戦略に反映している。（ポイント 5）
- ✓ 施策の効果を最大化するため、実施方法等を見直している。（マッチング希望者の掘り起こし～ニーズの確認～マッチングまでを 1 年間ではなく、2 年間の継続事業として実施することにより効果を上げる等）（ポイント 8）

（1）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 人口減少のスピードの「緩和」と人口減少社会への「適応」という 2 つの観点を踏まえ、取組の推進を図ることとしている。北海道は、広域分散型で地域の拠点間の距離が遠いため、人口減少下でも地域毎に安心して生活できるよう環境や行政サービスを整えることが必要である。
- また、豊かな自然環境や一次産業や観光のほか、半導体関連企業の立地等の新たな強みがある。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- 北海道で暮らす幅広い世代のみならず、道外の北海道を愛する人、関係する人がつながり、挑戦ができる、包容力ある北海道の実現を目指して地域ビジョンであるめざす姿を設定した。
- 第 1 期総合戦略から地域ビジョンの基本的な考え方は引き継いでいる。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- KPI に関しては、北海道総合計画や各部が所管する特定分野別計画で設定されている数値目標や KPI をもとに、人口減少下における地域づくりに関連する目標を、総合戦略担当でピックアップして組み立てた。
- 具体的には、合計特殊出生率や「できれば今と同じ市町村に住んでいたいと考える人」の割合、道産食品の輸出額、外国人観光客の数、社会増減数の均衡等、施策の効果として期待する８つのアウトカムを「数値目標」として設定し、推進管理を行っている。それらに貢献する事業を総合戦略の中から取り上げている。
- 産業の活性化を進めるため、豊かな自然環境を背景とした食や観光、再生可能エネルギーといった北海道の強みを踏まえ、教育や医療・福祉等における ICT の導入推進や基幹産業である農業水産業のスマート化等の取組を盛り込んだ。また、雇用創出のため、生産年齢人口が減少する中において、女性や高齢者、外国人等も活躍できる環境を整備することとした。

戦略の名称	第２期北海道創生総合戦略
期間	令和２年度～令和６年度
地域ビジョン（将来像）	幅広い世代が集い、つながり、心豊かに暮らせる包容力のある北海道
総合戦略の全体像	

(図) 第２期北海道創生総合戦略
(https://www.pref.hokkaido.lg.jp/fs/4/8/8/3/1/5/8/_/%E7%AC%AC2%E6%9C%9F%E5%8C%97%E6%B5%B7%E9%81%93%E5%89%B5%E7%94%9F%E7%B7%8F%E5%90%88%E6%88%A6%E7%95%A5(%E6%94%B9%E8%A8%82%E7%89%88)%E6%A6%82%E8%A6%81.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）庁内横断的な連携

- 全国を上回るスピードで人口減少が急速に進む中、人口減少対策の総合的な企画、調整及び推進を図り、持続可能な地域社会の実現を目指すことを目的として、知事をトップとする「北海道人口減少問題対策本部」の下、各部局が横断的に連携し、現状や課題について認識の共有を図りながら、総合戦略を策定。

（イ）住民の意見聴取

- パブリックコメントで広く意見を募ったほか、大学生などの若年層に対するヒアリング等も行いながら、総合戦略を策定。

（ウ）産官学金労言士等の参画

- 「産官学金労言」の代表者により構成される「北海道創生協議会」における議論を踏まえ、総合戦略を策定。策定後も定期的に協議会を開催し、戦略の推進及び進捗状況の検証に関し意見をいただくとともに、各業界の現状や課題を共有する場としている。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

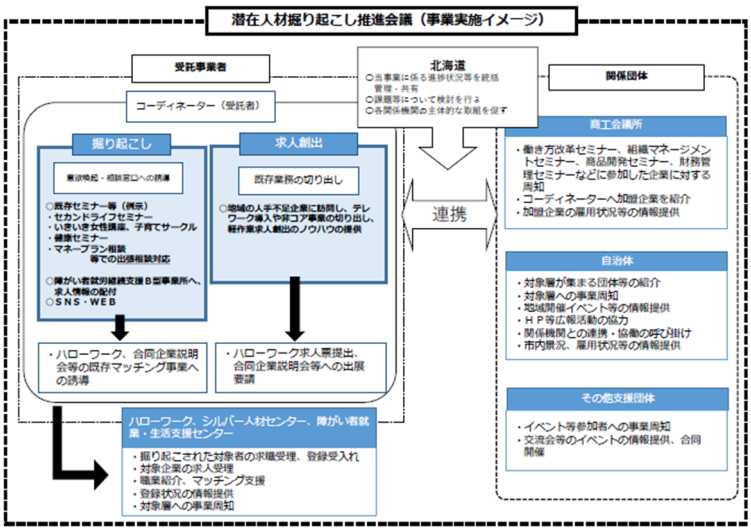
代表的な目標（KPI）	男性（60~64 歳）の就業率		
	目標値：83.8 %（令和 6 年度）	実績値：83.1 %（令和 4 年度）	基準値：81.8 %（令和元年度）
目標の進捗に貢献した事業	潜在人材掘り起こし推進事業		

課題の背景～成果までの過程

課題	• 人口減少により、人手不足がさらに進行。人材不足を補うために地域の中で働く人を増やすことが必要。 • 高齢者、障害のある人、女性等がそれぞれの特性にマッチした仕事で活躍できる環境づくりに着手。	
事業	高齢者、障がい者、女性の就業意欲の喚起（ターゲット層の集まる場での呼びかけ等）	短時間で可能な業務の掘り起こし・中小企業のコンサルティング
成果	就業希望者の増加	体力、家庭の事情があっても働ける場ができる
	就業する高齢者、障がい者、女性の増加	
	企業の人手不足の緩和、労働力人口の維持	
振り返り	• 1年間で就業希望者の掘り起こし～マッチングまでは至らないため、2年間継続で事業を実施し、マッチングまでの成果を創出した。 • 在宅ワークを希望者に対して、在宅ワーク可能な仕事が少なくマッチングに至らないため、今後は企業側の在宅ワーク可能な仕事の掘り起こしを進めることを検討	

（ア）課題設定、事業の実施

潜在人材掘り起こし推進事業



- 人口減少が進む中、今後、労働力人口の減少がさらに進行することが見込まれる。北海道では、地域の中で働く人を増やす取組として、高齢者だけでなく、障害のある人、女性等と仕事とのマッチングを行っている。具体的には、道内でモデル自治体を選定し、現地にコーディネーターを配置して、現在、求職活動をしていない女性や高齢者、障がい者の就業意欲を喚起し、また、中小企業を中心に仕事の切り出しを行い、就職希望者とのマッチングを行っている。

- 事業のターゲット層は、育児や介護による時間的な制約や体力的な問題でフルタイムでの勤務が難しいことが多い。中小企業側に対しては、コーディネーターが短時間で勤務可能な仕事を切り出す等のコンサルティングを行い、マッチングにつなげている。
- ハローワークや商工会、就職支援団体等と連携しながらプラットフォームをつくり、コーディネーターが求職活動をしていない高齢者等を掘り起こす機会（健康づくりセミナーやスマホ教室等）や人手不足の悩みを抱えている中小企業を見つけている。

(イ) 事業の成果

- 年間で地域のプラットフォーム構築、就業希望者の掘り起こし、仕事の切り出しとマッチングを行っていたことから、マッチングまでの期間が短く、就職希望者名簿の登録者のマッチング成約率は 50%程度だった。
- 原則として例年地域を変えて実施しているが、令和 3 年度～令和 4 年度のみ 2 年連続同一地域で実施することになった結果、2 年目に 1 年目の 2.7 倍のマッチングができた。複数年に渡って継続的に実施することで、実際の就業に繋がる手応えを感じた。
- 事業を実施することで、これまで就業していなかった層の就業者数の増加につながっており、地域の中で就業したいという意欲を持つ人も増えていると感じる。令和 2 年度～令和 5 年度までの 4 年間で事業による新規求職者の人数は 494 名、求人を創出した企業数は 147 社、マッチングした新規就業者は 193 名であった。
- 事業を通じて就業希望者の特性に合った作業や短時間労働、在宅ワークが可能な仕事を切り出す等、中小企業側の仕事の変容にもつながっている。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 事業の中では、潜在的な就業希望者のニーズを把握する中で、在宅ワークを希望する人が多いことが明らかになった。他方で、企業側で在宅ワークができる仕事が少なく、マッチングにつながらないため、今後は企業側で在宅ワークが可能な仕事の掘り起こしを進めることを検討している。

- 総合戦略全体では、KPI・数値目標を踏まえ進捗を管理している。現行の第 2 期総合戦略においては、達成度が 80%以上となっているものの、全国最低レベルの出生率や女性や若者の転出超過・人口の地域偏在などが課題となっている。こうした課題を踏まえ、次期総合戦略の策定を進めているところ。

【担当部署】 北海道　地域戦略課（TEL：011-204-5131）

事例 11 北海道鷹栖町 ／ 人口 6,567 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 総合計画、総合戦略、施策で一貫して「住民主体での地域づくり」を中心テーマに据え、取組を進めている。（ポイント 1）
- ✓ 町職員が部署横断でプロジェクトチームをつくり、地区ワークショップや地域運営組織の会議へ毎回参加し、住民と膝を突き合わせながら地域づくりに取り組んでいる。（ポイント 5,9）
- ✓ 数値指標の変化だけではなく、住民の方々の雰囲気や気持ちの変化といった定性的な状況の変化も含めて、細やかに成果を捉えている。（ポイント 8）

（1）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 鷹栖町は、北海道第 2 の都市である旭川市に隣接した人口 6,500 人程の町である。町内は 5 つの地区から構成されており、市街化区域を含む 2 地区は人口 2～3 千人規模、残りの 3 地区は 100～300 人程の規模である。人口は減少しているが、子育て世帯の転入が一定数ある。
- 町における基本的な課題認識や考え方については、平成 28 年に策定した第 1 期総合戦略から変わっていない。第 1 期策定の時期には、移住促進や外部に向けた PR についての関心が全国的に高まっている時期であったが、見た目を良く見せたり、一過性の取組を行ったりするのではなく、「中身」にあたる住民主体の地域づくりを大切にするべきという方針を一貫して持っている。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- まちの将来像「笑顔　幸せ　みんなでつくる　あったかす」は、長期的な視点をもって地域創生に取り組むことが重要と考え、総合計画と一貫した設定としている。
- 本将来像は、住民との検討を通じて得た、「都会や周囲と比較して「ないもの」を嘆くのではなく、足元の暮らしや資源を見つめなおし、「今ある」幸せや豊かさを再認識し、大切にしたい」、「人口（人の数）ばかりを競って疲弊するのではなく、人幸（人の幸せ・笑

顔）を大切にすることで、共感する仲間を自然と増やして活性化したい」といった気づきを踏まえ設定している。

- 総合戦略と併せて検討・策定した総合計画においては、住民が主体となってまちづくりを行っていき、そのために行政としても努力・連携していくことを示す「まちづくりの決意」を掲げている。
- 基本目標には、①幸せな暮らしを実現するまちをつくり、未来へ持続する、②子育て世代に寄り添い、希望を実現する、③地域が幸せになる新たな人の流れをつくる、④地域資源を生かして幸せなしごとをつくる、の 4 つを設定している。重要視している、住民力や地域力を生かしたまちづくりについては基本目標①に含めている。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- 住民参画は計画を策定して終わりでは無いため、住民によるボトムアップでの地域づくりを実現していくことを目標に据えて、地域運営組織の形成に取り組むこととした。同様に、若者によるまちづくりプロジェクトについても町に住んでいる、町に関わる若い人々が地域や様々な人と新たな関わりを持つような取組ができないかという思いが背景にあった。
- 住民主体でのまちづくりに関する指標については、「町民主体や協働で取り組む地域課題解決の新たな事業を期間中（令和 2 年度～令和 6 年度）累計で 20 事業実施」としており、改訂後の総合戦略（令和 6 年度～令和 9 年度）においても同様の数値目標を設定し 4 か年で 10 事業を目標としている。
- 当時の 20 事業という数値目標は、町内 5 つの地区がそれぞれ 3 件程度と、これに加えて、若者によるまちづくりプロジェクトにおいて 5 件程度の取組が行えると望ましいという考えから設定している。

戦略の名称	鷹栖町デジタル田園都市国家構想戦略
期間	令和６年度～令和９年度
地域ビジョン（将来像）	笑顔 幸せ みんなでつくる あったかす
総合戦略の全体像	

(図) 鷹栖町デジタル田園都市国家構想戦略
(https://www.town.takasu.hokkaido.jp/common/img/content/content_20240917_105816.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

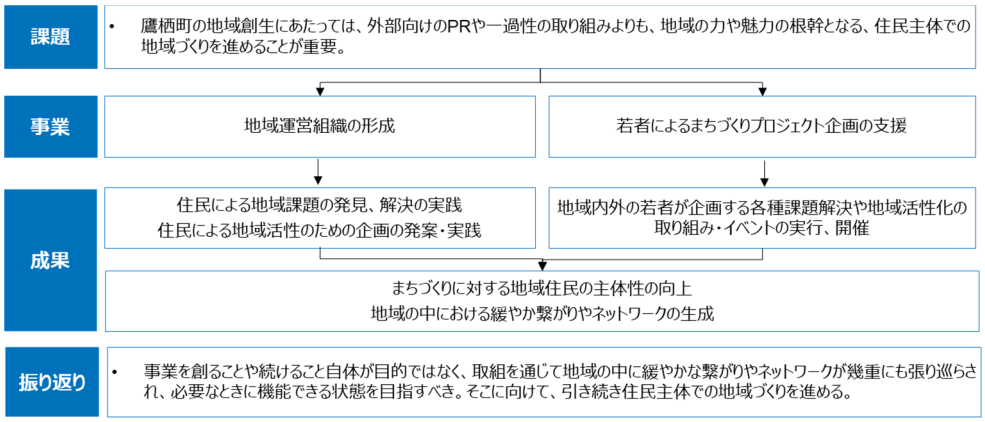
（ア）住民の意見聴取

- 総合計画の策定（総合戦略策定と一体的に実施）にあたっては、住民参画を最重要視し、住民とのワークショップ等を積み重ねながら計画づくりを進めた。検討の中心となったのは、地区ごとに実施したワークショップである。5 地区それぞれにおいて 3～4 回のワークショップを実施し、住民主体で、地区の課題や未来のビジョンについて話し合いを行った。
- 地区ワークショップ等での議論の総まとめとして、約 50 名の住民が参加するワークショップを 3 回行い、町として特に重要な視点や課題を導き出した。移住者や町内で活動する方の対談、福祉分野で先進的なまちづくりを進めている事例の講演等も組み込み、学びを深めながらグループワークで議論を重ねた。
- この他にも、町内で活動する 35 団体へのヒアリング調査、全 9 回のまちづくりに関する先進的な取組を学ぶための住民向けセミナー、無作為抽出 1,000 名を対象としたまちづくりに関するアンケート調査等を実施しながら策定を行った。
- 当時は、「何が良い方法かわからないけれども、とにかくできるかぎり住民の方と膝を突き合わせる機会を増やしてみよう」という思いのもと、泥臭く取り組んでいた。

（イ）産官学金労言士等の参画

- 有識者の参画としては、住民の議論を建設的なものとするための事前インプット機会として設けた、「まちづくりセミナー」に講師として有識者が登壇した。また、セミナー講師等を中心に、全国のまちづくり有識者に助言をいただいた。細かい個々の取組についてというよりも、「住民が自分たちで考え抜いてアイデアを出し実現していくことが、地域の力であり、一番重要なことだ」という、まちづくりの核となる考えを形成するにあたって参考になった。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）	町民主体や協働で取り組む地域課題解決の新たな事業 目標値：10 事業（令和 6～9 年度累計） 実績値：26 事業（令和 2 ～ 5 年度累計） 基準値：0 事業（令和 2 年度）
目標の進捗に貢献した事業	地域運営組織の形成 若者によるまちづくりプロジェクト企画の支援
課題の背景～成果までの過程	

(ア) 課題設定、事業の実施

地域運営組織の形成

- 住民主体での地域づくりの醸成を目指し、地域課題の把握・解決を推進する地域運営組織の立ち上げ及び運営支援を令和 2 年度から実施している。モデル地区を設定して活性化プランをまとめ、それに基づき具体化、できることからモデル的に実践、地区にとってよい組織の在り方を検討する等、段階的に取組を進めていった。
- 地区ごとのワークショップを通じて住民自身が地域の将来を考えることで、「地域づくりを他人任せから自分ごとにしていこう」という機運を地域で高めることができた。しかし、住民参画は計画を策定して終わりでは無いため、住民によるボトムアップでの地域づくりを実現していくことを目標に据えて、地区単位で地域運営組織の形成に取り組むこととした。
- 各地区の地域運営組織には、町内会の代表や地域内で活動している団体の代表者、地域や行政から声をかけた若い人等 20～30 名程度が地域のメンバーとして参画している。 行政からは、福祉、防災、産業等、地域課題に関連する部署の係長職がプロジ

ェクトチームを組み、毎回参加し、地域のメンバーと同じテーブルで議論に加わっている。また、この他には、地域おこし協力隊、社会福祉協議会のメンバー等が参画している。

- 地域運営組織では、基本的には地域のメンバーが主体的に地域課題の抽出や解決方法、企画等について議論、推進を行っている。行政関連のメンバーは、議論に関連したテーマについて町で把握している情報の提供や、企画の検討・実施にあたって助けとなる人物・企業の紹介等のサポートを行っている。 また、行政として対応することが必要な課題が出てきた場合には、参加メンバーがすぐに担当課に持ち帰り対応を行うことで、地域で提案したものが形となり好循環が生まれている。

若者によるまちづくりプロジェクト企画の支援（まち Labo）

- 町内外の若者と地域、住民との繋がりをつくることや、若者起点での地域活性の取組を活発化することを目的とした取組を行っている。参画する若者たちが主体となり、まちづくりに関する様々な企画を検討・実践し、町はそのサポートを行っている。
- 若者によるまちづくりプロジェクト企画である「まち Labo」は、メンバーの入れ替わりもありつつも 30 人程度で活動している。メンバーは、各地区の地域運営組織から推薦してもらった方、町から声をかけた方、一般公募で手挙げをされた方から構成されている。参加者の属性としては、移住者の方や、子育てをしている主婦(主夫)の方、商工会議所の青年会の方、地元で普通に働いている方、地域おこし協力隊の方等であり、20～30 代が主な層である。
- まち Labo についても、地域運営組織と同様に、メンバーが主体的に各自の関心・テーマに応じてプロジェクトチームを組み、まちづくりに関する企画を検討、推進しており、行政メンバーは必要な場合にサポートを行っている。

(イ) 事業の成果

- 地域運営組織を形成したことで、地域の課題を自分ごととして捉えるように地域の意識が変化し、実際に課題解決に向けた取組が生まれている。例えば、地区の困りごとであったゴミ出しについて、従来は町内会の班ごとにゴミステーションを設置・利用していたが、家の位置によっては所属する班よりも別の町内会・班のゴミステーションの方が近い場合がある。これまでは町内会縦割りであったため、共有されなかった困りごとであるが、地域運営

組織ができたことにより課題の共有が行われ、近くのゴミステーションが利用できる形のルール変更に至った。

- また、地域運営組織としてできることからモデル的に実践するなかで、地域を盛り上げるイベント等の企画・実施が行われた。例えば、野外カーシネマ、お菓子作り体験、地域おこし協力隊サポートのもと地元女性が主体で行う農産物販売の朝市等が開催された。
- まち Labo についても、様々な企画の実践に至っており、町の中でも若い人による地域活性の取組が目立つようになってきている。例えば、子供向けの自然の中で遊べるイベントや、コワーキングスペースの開設等が行われている。
- 結果として、「町民主体や協働で取り組む地域課題解決の新たな事業 20 件」という目標に対し、これを超える 26 事業実施に至っている。
- 地域運営組織の取組はまだまだ途上段階だが、地域の問題を自分事として捉えるようになったり、前向きに地域のイベント等を企画する方が増えたり、住民の方々の意識が変わってきている。今後も、数字だけではなく、そうした現場の変化、ストーリーを大切にしながら成果を捉えていきたいと考えている。また、まち Labo の取組のなかで熱量を持った若い世代が多いことがわかったので、そうした住民同士をつなげることで新たなネットワークが張り巡らされ必要なときに機能していく状態を目指したい。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 総合戦略全体では、毎年、各課が所管する施策・事業や戦略の KPI について進捗状況を取りまとめ、外部有識者も含めた会議で確認を行い、意見をもらいながら評価を行っている。評価検証の会議には、実際に事業を担当している係長クラスが出席して直接説明を行い、その場でダイレクトに外部有識者から意見をもらう形としている。現場の職員が会議に出ることで、意見・評価をすぐに自身の職場に持って帰り、施策・事業の見直し繋げていけるように工夫している。

【担当部署】 鷹栖町　まちづくり推進課（TEL：0166-74-3831）

事例 12　富山県黒部市　／ 人口 3 万 9,638 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 部会等での議論状況に応じて、必要なテーマと対象者を絞った広聴会を開催する等、機動的な調査、施策検討をおこなっていた。（ポイント 5）
- ✓ 総合振興計画（総合戦略と一体策定）の策定、施策の検討にあたって設置した有識者の参画する審議会は、総会だけでなく政策分野別の部会についても設置し、こまめに開催することで、市が作成した素案を承認する場ではなく、施策や目標の内容について実質的な議論を行う場としていた。（ポイント 7）
- ✓ 施策の状況を踏まえ見直し、改善を行っている。健康づくりポイント事業では、市民の反応を踏まえポイントの利用先を拡充することで利用者の増大に繋がっている。（ポイント 8）

（1）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 多くの地方公共団体と同様に、黒部市においても少子高齢化が大きな課題である。また、黒部市には大規模な製造事業者が所在しており、第二次産業に従事している方の割合が大きい。人口減少が第二産業における労働者減少に直結することから、労働力確保は特徴的な課題であると捉えている。
- 総合計画策定時の現状分析では、主要統計の活用以外に、市民アンケートを用いている。 市民アンケートにて、市の主要施策に対する満足度及びニーズを確認しており、満足度は低いが重要度は高いという結果が出たものを基本的には市の重要課題として捉えている。例えば、自然に優しいエネルギーの促進・循環型社会の形成、農林水産業の担い手育成等があげられる。

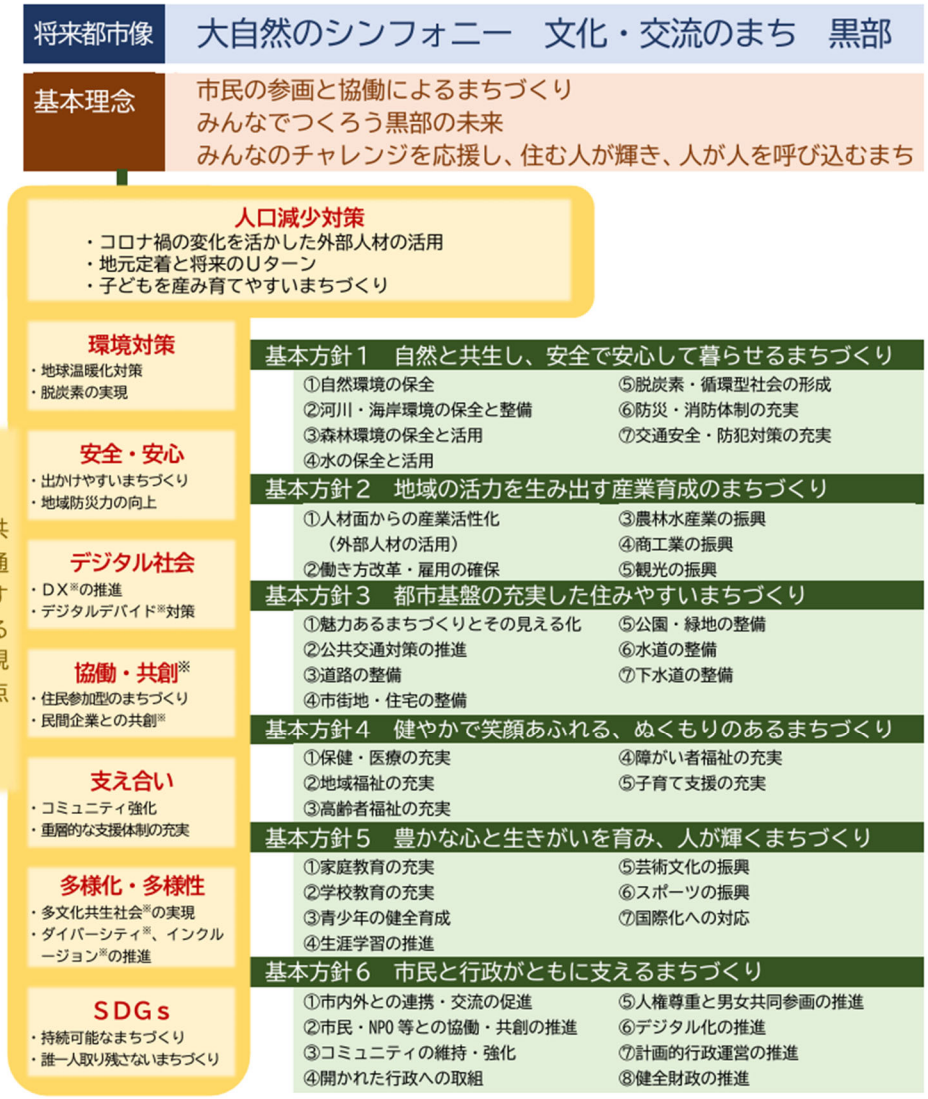
（イ）地域ビジョン・基本目標

- 黒部市では、「大自然のシンフォニー　文化・交流のまち　黒部」を将来都市像としているが、これは平成 19 年に策定した「第 1 次黒部市総合振興計画」以来継続して掲げているものである。

- 基本目標としては、①多様な雇用環境を創出し、活力ある地域をつくる、②交流を促進し、人を呼び込む地域をつくる、③結婚・出産・子育ての希望が叶う地域をつくる、④生き生きとした暮らしを実現し、愛着ある地域をつくる、の 4 つを定めている。
- 改訂後の総合計画の 6 つの政策分野（①環境・安全、②産業・観光、③都市基盤、④健康・福祉、⑤教育・文化、⑥協働・行財政）ごとに、庁内の担当者レベルによるワーキンググループ、課長級による計画主任会議、有識者等による総合振興計画審議会の部会を設定し、議論を通じて 8 つの基本方針を設定した。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- 基本目標ごとに対応する数値目標を設定している。数値目標は、有識者が参画する総合振興計画審議会等において、「具体的にどのような状態となれば目標は実現されたと言えるのか」という観点で議論を行いながら検討、設定している。
- 基本目標 4「生き生きとした暮らしを実現し、愛着ある地域をつくる」の数値目標については、基本目標が達成されている状態を、「いつまでも元気に黒部市に住み続けてもらえている」状態だと想定し、これを測る指標として「65 歳以上の健康な人の割合（要支援・要介護認定を受けていない人の割合）」を設定している。

戦略の名称	第 2 次黒部市総合振興計画後期基本計画
期間	令和 5 年度～令和 9 年度
地域ビジョン（将来像）	大自然のシンフォニー 文化･交流のまち 黒部
総合戦略の全体像	

(図) 第 2 次黒部市総合振興計画後期基本計画
(https://www.city.kurobe.toyama.jp/category/page.aspx?servno=27390)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）住民の意見聴取

- 住民に対しては、アンケート以外にも、黒部未来会議というテーマとターゲットを絞った意見聴取の機会を設け、「子育て」や「公共施設」といったような各回異なったテーマで計 5 回ほど広聴会を実施した。これは、具体的な政策・施策や目標検討に資する現状分析やニーズ確認を目的としており、庁内の検討会議や総合振興計画策定審議会の部会での検討状況に応じて適宜、機動的に開催を行い、議論への反映を行った。

（イ）産官学金労言士等の参画

- 総合振興計画策定審議会を設置し、産業（商工会議所、農協、漁協、森林組合等）、行政（国、県）、教育（県教育委員会、PTA、校長会等）、金融、社会福祉協議会、行政書士、NPO 等の関係者が有識者として参画した。
- 総合振興計画策定審議会は、総会だけでなく政策分野別の 6 つの部会を設けており、各部会のテーマに関連する有識者が参画した。策定期間の実質 2 年弱の間に部会は 5 回開催しており、市が作成した素案を承認いただく場ではなく、施策や目標の内容について実質的な議論を行う場として機能していた。

（3）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）

65 歳以上の健康な人(要支援・要介護認定を受けていない人)の割合

目標値：79.8%（令和 9 年度）	実績値：81.7%（令和 5 年度）	基準値：82.3%（令和 3 年度）

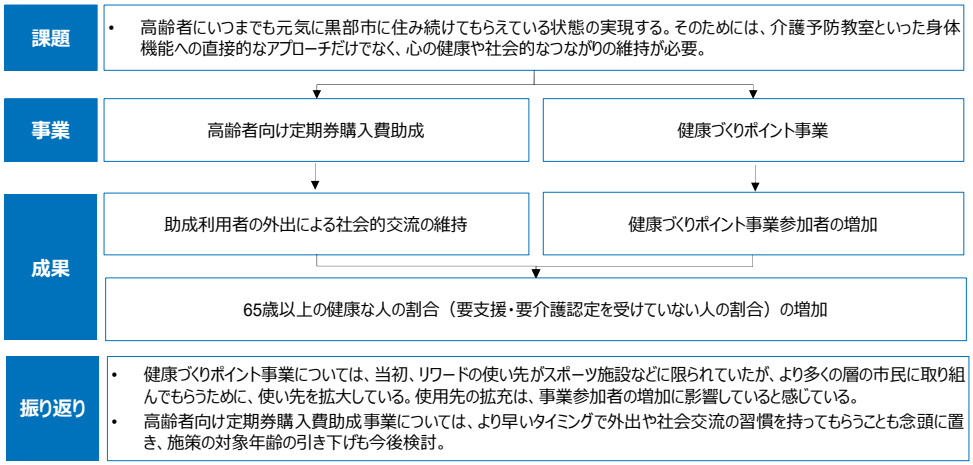
※当該事業では急速な高齢化に伴う 65 歳以上の健康な人の割合の減少の抑制を評価の対象としている。

目標の進捗に貢献した事業

健康づくりポイント事業

高齢者向け定期券購入費助成事業

課題の背景～成果までの過程



（ア）課題設定、事業の実施

健康づくりポイント事業

- 令和元年度に前身となる「継続は力なり事業」という施策を実施していた。これは、65 歳以上の介護予防を目的として、2 年連続で健診を受診した場合、1,000 円分の補助券を進呈するというものであった。しかし、 施策の対象層も目的も限定的すぎるという反省から、令和 2 年度から対象者や対象行動を拡大した現在の「健康づくりポイント事業」を開始した。
- 本事業は、生活習慣病予防を主な目的として、市内在住の 40 歳以上の方が健康診査、がん検診、健康相談等に取り組むことで健康ポイントを貯めることができ、様々なことに利用ができる補助券等に交換できるといった内容である。ポイントから交換した補助券についても、民間のスポーツ施設の利用等、健康づくりにつながるような場面で使えるものとしており、健康行動の循環を生み出すことを意図している。

高齢者向け定期券購入費助成事業

- 高齢者の健康を考えた際に、介護予防教室といった身体機能への直接的なアプローチだけでなく、心の健康や社会的なつながりの維持が大切であるという課題認識が背景にある。閉じこもりがちになってしまう高齢者の方も多いが、社会的なつながりを無くしてしまうと身体機能の低下や認知症のリスクも高まってしまう。そこで、できるだけ外に出て、コミュニケーションを取って欲しいという目的のもと実施している事業である。
- 事業の内容としては、富山地方鉄道の高齢者向け割安全線定期券（ゴールドパス、夫婦 de ゴールド、いきいきパス）を購入された方のうち、70 歳以上の方を対象に、購入費用の一部を助成している。富山地方鉄道は、宇奈月といった山沿いの地域から中心市街地である三日市、そして海沿いまで市内を横断して繋いでいる交通機関である。そのため、高齢者が市内で広く交流を行うにあたり必要なツールだと考え、費用の助成を行っている。なお、この施策は、平成 18 年の合併以前から旧宇奈月町にて実施されていたものを引き継いで実施している。

(イ) 事業の成果

- 健康づくりポイント事業については、開始初年度の令和 2 年度におけるポイント申請は 87 件であったが、令和 5 年度は 450 件となっており、参加者が順調に増加している。
- 高齢者向け定期券購入費助成事業の利用者は、外出によって社会的交流を持っていただいているものと認識しており、施策の目指す姿に向けて良い影響を及ぼしていると考えている。
- 従来の目標値は、令和 4 年度において「65 歳以上の健康な人の割合 81.3%」であったが、令和 3 年度の時点で 82.3%となっており、目標は上回っている状況である。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 毎年秋ごろに実施する次年度予算の編成プロセスの中で、各事業についての点検、見直しを行い、次年度事業の内容に反映している。実績が思わしくない場合には、企画情報課も相談に乗りながら、担当課がその原因や対策についての分析・検討を行っている。

- 健康づくりポイント事業については、当初、交換した補助券の利用先がスポーツ施設等に限られていたが、より多くの層の市民に取り組んでもらうために、利用先を拡大している。健康にはもちろん重点を置きつつも、より使いやすい場所として、地元の商店街や農協の直売所、入浴施設等を対象として追加している。利用先の拡大は、事業参加者の増加に影響していると感じている。
- 高齢者向け定期券購入費助成事業については、より早いタイミングで外出や社会交流の習慣を持ってもらうことも念頭に置き、施策の対象年齢の引き下げも今後検討していきたいと考えている。

【担当部署】 黒部市　企画情報課（TEL：0765-54-2115）

参考 デジタル実装の基礎条件整備

事例 13 石川県 ／ 人口 113 万 2,526 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ DX 人材の獲得が困難な状況を踏まえて、人材育成支援に重点を置き、企業が自ら DX を推進できるよう取組を進めている。初学者向けの内容から、経営者向けの講座まで用意し、デジタル化・DX について体系的に学べる体制を構築している。（ポイント 8）
- ✓ 令和 5 年 9 月に策定した新たな総合計画「石川県成長戦略」では、人口減少対策や産業振興、デジタル化等、地方版の総合戦略に盛り込むべき施策が網羅されており、石川県成長戦略を地方版の総合戦略としても位置付けることとした。

（1）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 石川県成長戦略策定の際には、県民意識調査や社会経済動向等を踏まえて、各部局で現状と課題の洗い出しを行い、計画担当課において取りまとめた。
- 石川県は、産業面においては、強みとしてニッチトップ企業が多数存在する一方、弱みとして県内企業のデジタル化・DX が遅れている点が挙げられる。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- 「幸福度日本一に向けた石川の未来の創造～住みやすく、働きやすい、活力あふれる石川県の実現～」を地域ビジョンに、全ての県民が、夢と希望を胸に、未来に向かってチャレンジでき、誰一人取り残されることなく、一人一人が真の幸せを実感しながら、健やかに安心して暮らすことができるよう取り組むこととしている。
- DX や GX 等の新たな時代の潮流を捉えるため、2 つの横断的戦略として「デジタル活用の推進」及び「カーボンニュートラルの推進」を設けた。様々な分野で DX 及び GX の取組を加速させ、生産性の向上と効率化を図る必要がある。

(ウ) KPI の設定･施策(事業)の検討

- 各部局で洗い出した現状と課題を踏まえ、取り組むべき戦略や施策、進捗管理のための主要目標や KPI を定めた。産業関連の施策については、同時期に産業振興指針を改定することとなったため、産業分野の会議体や企業からのアンケート、研究会等で意見を収集し、商工労働部が集約して施策に反映させた。
- 産業関連のデジタル施策として、生産性向上や業務効率化だけではなく、将来の成長に向け、デジタル技術を活用した先進的な取組を創出する等、DX を推進し、産業の競争力の強化につなげるため、事業者のニーズに応じた人材･資金･技術を総合的に支援している。

戦略の名称	石川県成長戦略
期間	令和 5 年度～令和 14 年度
地域ビジョン（将来像）	幸福度日本一に向けた石川の未来の創造 ～住みやすく、働きやすい、活力あふれる石川県の実現～
総合戦略の全体像	

(図) 石川県成長戦略
(https://www.pref.ishikawa.lg.jp/kikaku/keikaku/documents/ishikawakenseichosenryaku_gaiyou.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

（ア）庁内横断的な連携

- 計画策定時は、各部局の総括次長を成長戦略の担当として任命するとともに、連絡会議の開催等により、戦略策定への積極的な参加を促した。部局横断的な課題等については、関係部局間で意見交換等の調整を行い、主担当を決定しているが、どこにも該当しないような案件は、企画振興部が取りまとめを行うこともある。
- 進捗管理に関しては、各部局が主体的に関わるようにするため、以前は、各部局の施策の実施状況や KPI を計画担当課でとりまとめ、議会等に報告していたが、各部局の所管する施策や KPI については各部局から議会に報告することにした。

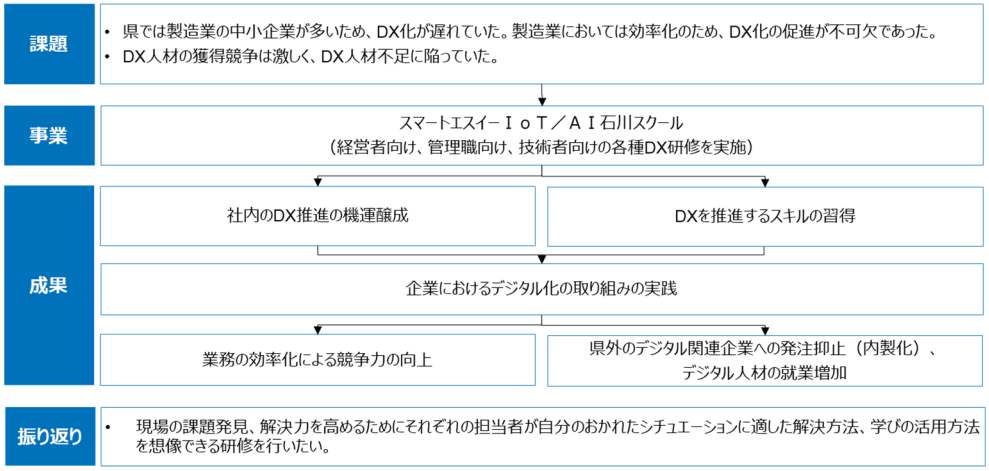
（イ）住民の意見聴取

- 住民参加の一環として県民意識調査を実施し、生活面の暮らしやすさや県政の満足度・ニーズを把握した。ただし、県民意識調査だけでは若い世代や移住者への意見聴取が不十分だと有識者会議で指摘されたため、高校や大学等と連携し、若者や移住者を対象として「いま住んでいる地域（市町）に満足しているか」等について補足調査を行った。

（ウ）産官学金労言士等の参画

- 大局的な議論を行う「石川県成長戦略会議」と、分野ごとに詳細な議論を行う「石川県成長戦略会議部会（５部会）」を設置した。石川県が取り組むべき諸課題について、部会では現場の実情を踏まえた議論を行った。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）	県民 1 人当たりの県内総生産（実質） 目標値：2.2%成長（令和 14 年度） 実績値：1.1%成長（令和 5 年度） 基準値：0.9%成長（令和 4 年度）
目標の進捗に貢献した事業	スマートエスイーIoT/AI 石川スクール
課題の背景～成果までの過程	

（ア）課題設定、事業の実施

スマートエスイーIoT/AI 石川スクール

- 石川県、株式会社小松製作所、早稲田大学等が連携して、DX に取り組む意欲的な企業を対象とした人材育成講座を運営している。
- 初歩的な内容から技術者、経営者向けの講座まで用意し、企業が自ら DX を推進できるよう人材育成に取り組んでいる。初心者向けのノーコード/ローコード研修では、簡単なアプリケーション開発を行うことを目指す。技術者向け研修では、現場の課題を解決するスキルの習得に重点を置く。CDO 育成研修では、DX をトータルコーディネートできる人材を育成するものと位置づけている。なおカリキュラム構成は早稲田大学と連携して作成している。
- 背景には、デジタル人材の獲得競争が激化し、採用困難な状況があげられる。企業が競争力を確保するためには現場の絶え間ない生産性向上や業務改善の取組が不可欠

であり、自社で IT ツールを作成することまでは求めないまでも、基礎を理解して現場の DX を推進できる人材が必要である。

- 取組が始まった当初は、経営者セミナーと技術者向け研修の 2 種類のみを開講していた。その後、企業のニーズを踏まえ、CDO 育成研修とノーコード/ローコード研修が加えられたことで講座の幅も広がっている。

（イ）事業の成果

- 令和 5 年度にセミナーと各研修への参加者が 205 名に達し、徐々に取組が広まっていると感じる。アンケートの満足度も 90%前後を獲得した。
- 講座の OB が現場での DX の実践した事例を共有する場（アフタースクール）を定期的に設けており、企業の現場での実践例も見られる。
- これまで外注されていたデジタル関連の発注を自社で実施できるようになったり、IT ベンダーへ丸投げではなく、同じ目線で議論ができるようになる等、県内企業のデジタル化・DX に貢献していると推察する。
- 実践を積み重ねることで現場の DX に対する意識が変わってきたことも、副次的な成果の 1 つと考える。

（ウ）事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 戦略と関連施策の進捗管理のため、各戦略に主要目標を、各施策に KPI を設定している。これらの達成状況を毎年、県議会と県内各地域の多様な分野の関係者による会議体で議論・検証する。また、策定から 5 年後を目安に中間評価を行い、必要に応じて見直しを行う。
- 中小企業向けの DX 人材育成に関しては今後も進める予定。現場の課題発見、解決力を高めるためにそれぞれの担当者が自分のおかれたシチュエーションに適した解決方法、学びの活用方法を想像できる研修を行いたい。

【担当部署】 石川県　企画課（TEL：076-225-1313）

事例 14　栃木県益子町　／ 人口 2 万 1,898 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 具体的な施策は、町民と部署横断的な職員のワーキングチームを設置して検討している。（ポイント 3,5）
- ✓ DX 推進係が担当課に伴走する形で窓口業務等の行政手続きの電子化・オンライン化を推進。職員向けのツール研修等を通じて、現在では担当課職員によるツール活用が自走化している。

（1）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

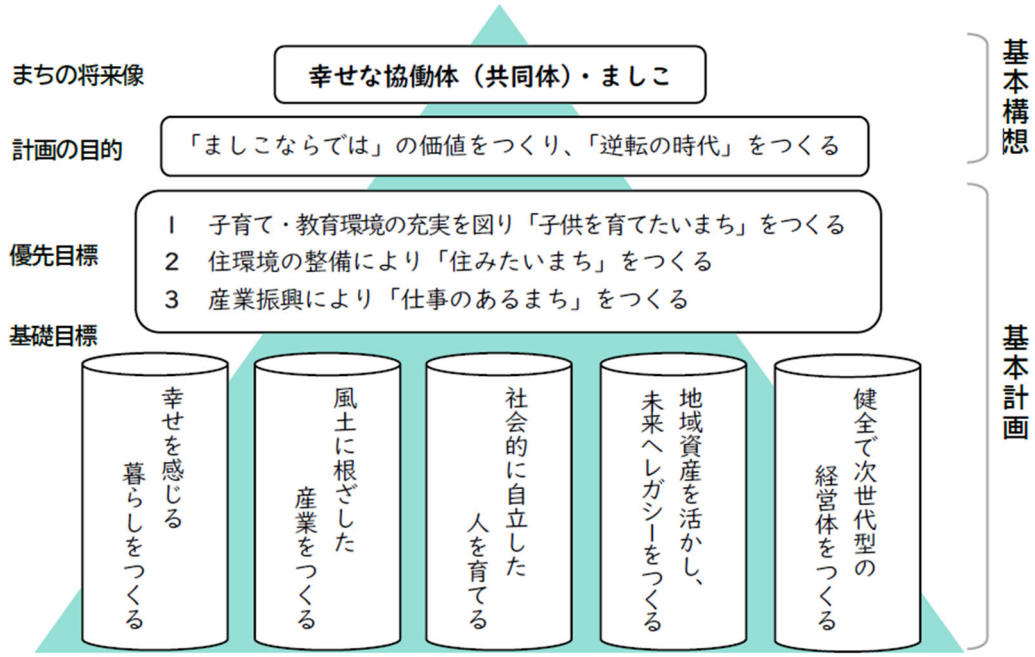
- 人口については、今後も減少する見込みであり、労働人口の減少に伴う生産性の低下や、地域の担い手の減少による地域活力の低下が想定された。
- 産業経済について、新型コロナウイルス感染症の影響が顕在化しており、年々増加傾向にあった有効求人倍率は後退した。また、基幹産業化を目指してきた観光産業は、観光客入込数が令和 2 年時点で前年と比べ半減した。
- 財政については、財政力指数は持ち直しの傾向にあったものの、財政の硬直化の懸念や経済の立て直し、新たな財源の確保を早急に進める必要があった。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- まちづくり条例において、「私たちが協働し、誰もが笑顔で暮らしていけるまちを築くこと」を町政の第一の目的としている。職員のワーキングチームを立ち上げ、地域ビジョンの検討を行った。
- 喫緊の課題である「少子化の克服」に向けた取組を重点的に進めるとともに、新型コロナウイルス感染症により打撃を受けた事業者の支援、町内総生産や町民所得を向上させる等、様々な「幸せ」を実現するために、将来にわたって活力のあるまちづくりを進める。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- コロナ禍を機に、業務効率化と利便性の向上の双方を行おうと考えた。デジタルガバメントの推進、先進技術の活用により業務の効率化・利便性の向上を図るとともに、新型コロナウイルス感染症へのリスク軽減も考慮し、行政手続きの電子化によって来庁する機会や窓口対応時間を減らした。
- 戦略策定当初の KPI としては、令和 7 年度時点で行政手続きの電子化数 10 件と設定していたが、想定以上に取組が進んだため、改訂時に行政手続きの電子化数 60 件に変更した。

戦略の名称	第 3 期ましこ未来計画（改訂版）益子町デジタル田園都市構想総合戦略
期間	令和 3 年度～令和 7 年度
地域ビジョン（将来像）	幸せな協働体（共同体）・ましこ
総合戦略の全体像	

(図) 第 3 期ましこ未来計画（改訂版）益子町デジタル田園都市構想総合戦略
(https://www.town.mashiko.lg.jp/data/doc/1704869887_doc_147_0.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

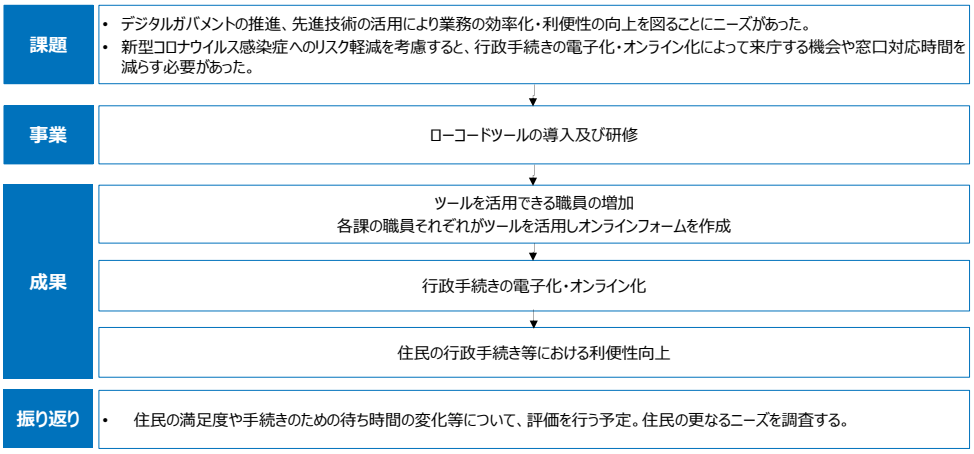
（ア）住民の意見聴取

- 地域ビジョンを示した上で、町長等との検討を経ながら、住民説明会、パブリックコメント等により町民の意見を取り入れ、町民・職員合同のワーキングチームにおいて具体的な施策を検討した。職員は、計画策定部署だけでなく、複数の部署の職員が参加した。基本的に、施策はワーキングチームで検討した結果となっている。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）	行政手続きの電子化数（累計）		
	目標値：60 事業（令和 7 年度）	実績値：30 事業（令和 5 年度）	基準値：0 事業（令和元年度）
目標の進捗に貢献した事業	ローコードツールの導入		

課題の背景～成果までの過程



（ア）課題設定、事業の実施

ローコードツールの導入

- 国の自治体デジタル・トランスフォーメーション（DX）推進計画の流れを汲み、ローコードツールの導入を進めた。DX 推進係がローコードツールを導入し、担当課に伴走する形で窓口業務等の行政手続きの電子化を推進した。これにより、住民が来庁することなく自宅から行政手続きを行うことが可能となった。

- 当初は DX 推進係が中心となってローコードツールの導入を進め、職員向けに研修を行った。その後、各課の職員それぞれがツールを活用しオンラインフォームを作成するようになった。導入から時間が経ち、自分でツールを活用できる職員が増えた。ツール利用にあたっての職員からの相談には、DX 推進係が対応している。当初は相談日を設定せずに随時各課の職員の相談にのっていたが、現在では予約制とし、お互いの負担を軽減させている。

(イ) 事業の成果

- 事業を開始したばかりであるため住民に対しての成果検証は行っていないが、職員の意識づくりやオンライン化を前提とした BPR（業務プロセスの見直し）等は徐々に進んでおり、現在、行政手続きの電子化件数は 30 件のままであるが、「道路占用許可申請」や「トレーニング室利用」等の手続きを追加で電子化しており、手続き数を拡大しているところである。
- 以前は町有施設の予約等が窓口受付であったため、予約開始日には窓口に人が並んでいたが、そのような状況が解消された。
- 今後も行政に対するニーズの多様化、高度化による事務量の増加が見込まれる中、限られた予算・職員数で事業を行う必要がある。住民満足度のさらなる向上のために、先進技術の活用等により業務の効率化を図ることは、健全で次世代型の経営体をつくることに対して基本的な課題解決に寄与するだけでなく、安定した財政運営にも寄与すると思われる。

(ウ) 事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 総合戦略全体では、各年度の目標値に対して、担当課が四半期ごとの進捗を捉え、町長等による検証を行い、次の四半期に向けた取組の見直しを行っている。また、1 年間の取組の検証として、外部検証委員・議会による外部評価を実施している。その結果を踏まえて、担当課にて次年度の方針等を再検証している。
- 外部評価を踏まえ、令和 3 年の計画策定時から、想定より取組が進んだ施策の KPI の上方修正を行った。KPI の変更はあるが、目標等の大枠の変更は行っていない。
- 住民の満足度や手続きのための待ち時間の変化等について、評価を行う予定である。住民の更なるニーズを調査していくことを想定している。

【担当部署】 益子町　総合政策課（TEL：0285-75-8830）

事例 15　兵庫県伊丹市　／ 人口 19 万 8,138 人（令和 2 年国勢調査時点）

地方版総合戦略の策定(改訂)及び施策検討のポイント

- ✓ 総合計画（総合戦略と一体策定）の策定にあたっては、若手職員によるワーキンググループを立ち上げ、検討を行った。また、市民の層別にアンケートやワークショップを実施し、住民の意見を丁寧に拾っている。（ポイント５）
- ✓ 一般的な総合計画の進捗管理に加えて、地方創生に資する代表的な 20 の施策を選定し、これらを対象に外部有識者も参画した効果検証会議を実施し、PDCA サイクルで施策を推進している。（ポイント 8）

（１）総合戦略の概要（現状や課題の認識、地域ビジョン、基本目標、KPI 等の設定）

（ア）地方公共団体の特徴・課題

- 日本の総人口が減少に転じた平成 20 年以降も、伊丹市の人口は微増傾向を維持するとしていた。
- しかし、令和 12 年をピークに人口減少に転じると想定しており、人口減少社会の到来後も、諸課題や市民ニーズに対応し、将来世代へ負担を先送りすることなく住みやすいまちを創る必要がある。

（イ）地域ビジョン・基本目標

- 総合計画（総合戦略と一体的に策定）における将来像は、「人の絆　まちの輝き　未来へつなぐ　伊丹」である。計画では、全ての市民が安心して生き生きと暮らすことができ、伊丹の未来を担うすべての子どもが夢と希望をもって健やかに成長できる、魅力あふれるまちの実現を目指している。
- 将来像の実現に向けて、「安全・安心」「育ち・学び・共生社会」「健康・医療・福祉」「市民力・にぎわい・活力」「環境・都市基盤」「参画と協働・行政経営」の 6 つの分野を政策の大綱として定めている。
- 電子申請の推進については、大綱 6「参画と協働・行政経営」における施策「ICT の活用」の一環として実施している。

(ウ) KPI の設定・施策(事業)の検討

- 令和 4 年度に新庁舎の整備があったため、これを契機として庁内の業務全般について抜本的にデジタル化を進めようという前提のもと、ICT 活用の施策を立案した。また、結果的に新型コロナウイルス感染症の流行が発生したことにより、感染症対策という側面からも施策が推進された。
- 戦略策定当初の KPI としては、令和 6 年度に来庁不要の手続き取扱数を 42,000 件とすることを設定していた。目標値は、令和元年の実績値約 30,000 件をベースとして、マイナンバーカードの普及率が増加したことに伴い、コンビニ交付の利用件数が増加すると推測されることから、毎年全体の 10~15%程度の増加を見込んだ 4,000 件増加/年として設定している。
- なお、令和 4 年の時点で 51,711 件となっており、早いタイミングで目標を上回っている。

戦略の名称	第 6 次伊丹市総合計画
期間	令和 3 年度～令和 10 年度
地域ビジョン（将来像）	人の絆　まちの輝き　未来へつなぐ　伊丹
総合戦略の全体像	

(図)　第 6 次伊丹市総合計画

(https://www.city.itami.lg.jp/material/files/group/2/gaiyoban_6jiso.pdf)

（２）総合戦略の検討、施策立案のプロセス

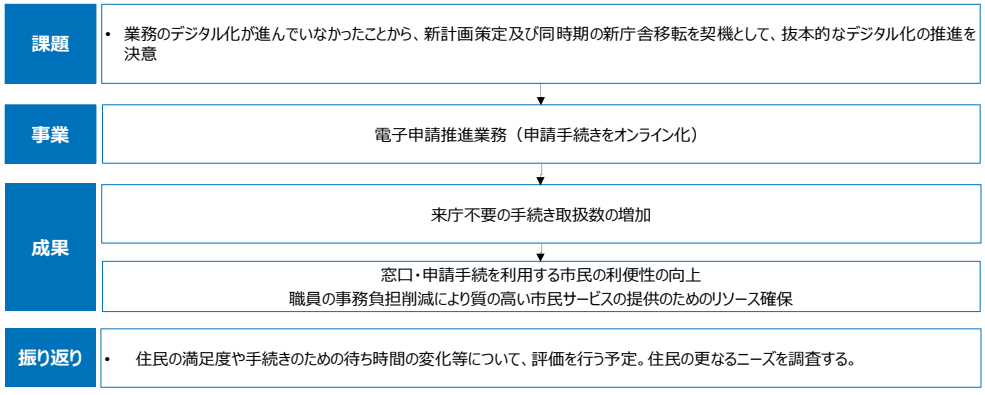
（ア）庁内横断的な連携、住民の意見聴取

- 総合計画策定にあたっては、若手職員によるワーキンググループを立ち上げ、市民ワークショップにおけるファシリテーションを担当する等、市民参画の牽引役としても活躍した。
- 住民参画については、 市民意識調査に加え、市民の層別にアンケートやワークショップを実施したことが特徴的である。無作為抽出の市民意識調査の他には、市内在住全世帯へのアンケート、市内で活動する団体へのアンケート、小中学生へのアンケート、中学校生徒会を対象としたワークショップ、計 5 回の市民ワークショップを実施した。

（３）目標の進捗に貢献した施策(事業)

代表的な目標（KPI）	来庁不要の手続き取扱数		
	目標値：42,000 件（令和 6 年度）	実績値：51,711 件（令和 4 年度）	基準値：29,411 件（令和元年度）
目標の進捗に貢献した事業	電子申請推進業務		

課題の背景～成果までの過程



（ア）課題設定、事業の実施

電子申請推進業務

- 業務のデジタル化が進んでいなかったことから、新総合計画策定及び同時期の新庁舎移転を契機として、抜本的に庁内業務のデジタル化を進めていくこととした。原則として全ての申請手続きを対象として、可能なものから順次オンライン化を進めた。

- DX 推進の所管課であるデジタル戦略室が手続きオンライン化のツールを用意し、各担当課がそのツールを用いながら申請フォーム等を作成、運用するという形で手続きのオンライン化を進めている。
- デジタル戦略室はオンライン化全体の進捗管理や、必要に応じて手続きのフォームの作成等の導入の支援を行っている。

（イ）事業の成果

- 目標値として令和 6 年度に来庁不要の手続き取扱数を 42,000 件にすることを掲げていたが、令和 4 年の時点で 51,711 件となっており、早いタイミングで目標を大きく上回っている。
- オンライン申請等を利用する方が増えたことによって庁舎の窓口利用者が減少し、その結果、来庁者の待ち時間も減少しており、市民の利便性が向上していると考えている。
- また、直接的な市民の利便性向上に加え、職員の事務負担が減り生産性が向上することによってマンパワーやリソースが生まれ、質の高い市民サービスの提供に繋がると考えている。

（ウ）事業の振り返り、総合戦略や施策の改善

- 総合計画における実施計画で地方創生の取組として位置付けた実施施策に係る成果指標並びに実施施策の達成状況と効果を検証するため、地方創生に資する代表的な 20 の実施施策を選定し、これらを対象に外部有識者も参画した効果検証会議を実施し、評価結果を施策・事業へ反映している。
- オンライン申請の推進については、当初の目標値を既に達成していることから、令和 7 年度からの後期実施計画の策定にあたって、指標や目標値を見直していく予定である。

【担当部署】 伊丹市　総合政策部　政策室（TEL：072-784-8007）

（メモ）

地方版総合戦略の目標達成状況等に関する調査結果及び事例集

令和６年１２月

内閣官房　新しい地方経済・生活環境創生本部事務局