

2025年度 施策マネジメントシート【2024年度実績評価】 作成: 7 年 6 月 19 日

施策番号	施 策 名	基本目標		住民と行政がともに考え未来へつなぐ自治のまちづくり	
		政策名		魅力を活かした、活気あふれるまちづくり	
5-3-1	主 管 課	魅力創造課		課長名	我妻 修一
	施策関係課	政策推進課		内 線	242

1. 施策の方針と成果指標

施策の方針		対象	意図				結果			
社会背景から生まれる町の課題を解決し、町の可能性の最大化を図るために、郷土愛(シビックプライド)を持った町民をはじめ、芽室を応援する気持ちを持った町外の人たち(濃い関係人口)を増やしていくことを目指します。		町民、町外の人(町を知った人、興味関心を持つ人、来られた人)	・この町のために何かをしたいと思う人を増やす ・この町の推進意欲、行動・活動への参加意欲、行動・活動する人への感謝意欲を高める				・住人の郷土愛が醸成される ・関係・交流人口による濃い関係人口が増える			
成果指標		説明	単位	策定時(基準値)	2023年度実績	2024年度実績	2025年度実績	2026年度実績	2026年度目標	
①	芽室町の魅力を誰かにすすめたい推奨意欲	すまいるアンケート	%	28.2(R3)	23.3	20.8			60.0	
②	芽室町をよりよくする活動への参加意欲	すまいるアンケート	%	19.7(R3)	13.9	13.9			50.0	
③	芽室町をよりよくする活動している人への感謝意欲	すまいるアンケート	%	69.6(R3)	60.4	65.5			90.0	
④										
成果指標設定の考え方		①町民の半数以上が推奨することを目指して施策をすすめる。 ②町民の半数以上が参加意欲を持つことを目指して施策をすすめる。 ③現在の数字に年5%上昇を目指して施策を進める								

2. 施策の事業費

	策定時決算	2023年度決算	2024年度決算	2025年度決算	2026年度決算
施策事業費(千円)	28,474	46,189	44,148		

3. 施策の達成状況

(1) 施策の達成度とその考察							
①2024年度の成果評価 (前年との比較)	<input type="checkbox"/> 成果は向上した	想定される理由	・地域ブランディング事業、まちなか再生事業、定住促進事業など、様々な取り組みを実施したが、住民意識の向上、指標による成果向上は、時間を要すると考える。				
	<input checked="" type="checkbox"/> 成果は変わらなかった						
	<input type="checkbox"/> 成果は低下した						
②第5期総合計画後期実施計画(2026年度)の最終的な目標達成状況	<input type="checkbox"/> 現状の取組の延長で目標は達成できる	根拠(理由)	・シティプロモーションの取り組みによる、住民意識の向上、指標による成果向上は、時間を要するとされており、後期実施計画中の目標達成は難しいと考える。				
	<input type="checkbox"/> 現状の取組の延長で目標達成は難しいが、現行事業の見直しや新規事業の企画実施で目標達成は可能						
	<input checked="" type="checkbox"/> 事業の見直しや新規事業の企画実施をしても目標達成は難しい						
(2) 施策の成果評価に対する2024年度事務事業総括							
①施策の成果向上に対して貢献度が高かった事務事業		②施策の成果向上に対して貢献度が低かった事務事業					
③事務事業全体の振り返り(総括)	・地域ブランディング事業でスイートコーンに関係する団体・組織・会社・生産者による会議体を設置したほか、生産者と企業のマッチング、コーン関連商品のPRイベント出店などを実施した。 ・まちなか再生事業について、まちなかの空き物件等の流通促進のため、地域おこし協力隊を採用し、相談会の開催やマッチング事業を実施した。 ・定住促進事業で、助成制度を継続するとともに、定住促進業務をNPO法人に委託し、相談窓口の設置、移住フェアへの参加やSNSを活用した芽室町のPR強化を図った。						
(3)「施策の方針」実現に対する進捗結果(計画策定時との比較)							
担当課評価	・地域ブランディング事業など、関係人口・交流人口の増加のための取り組みを実施してきたが、指標や住民意識の向上には至っておらず、計画策定時と比較して変わらないと評価した。		A	B	C	D	E
		進捗結果				○	

A: 実現した B: (後期実施計画策定時と比較して) 大きく前進した C: (後期実施計画策定時と比較して) 前進した
D: (後期実施計画策定時と比較して) 変わらない又は維持した E: (後期実施計画策定時と比較して) 後退した

4. 施策を取り巻く状況変化・住民意見等

施策を取り巻く状況と今後の予測	・全国的な人口減少、首都圏への一極集中は今後も続くことが予想される。この状況下で、地域の独自の魅力や価値の明確化、他の地域との差別化を図っていかなくては、首都圏との格差、他地域との格差も広がっていく恐れがある。
この施策に対して住民・審議会・議会からどのような意見や要望が寄せられ、どのように改善したか。	・シティプロモーションの取り組みの成果が見えない →シティプロモーションに取り組む目的、目指すべき姿、方向性をあらためて明確にし、庁舎内での共有(理事者～担当者までが同じ言葉で説明できる)を図るとともに、成果について数値化できるよう整理する。 ・まちなか再生事業の具体的なイメージがわからない →空き物件の効果的活用と拠点施設の検討を2本の柱とし、交流・憩い・チャレンジの場を創出、まちなかの賑わいを創る。

5. 施策の課題認識(現状の課題、第5期総合計画後期実施計画期間において新たに取り組むべき課題)

・芽室町の人口減少率は、全国、全道平均と比較すると低いですが、人口減少は着実に進んでいる。その結果、「税収の減、地域内消費の減、各分野・産業での担い手の不足、空き家・空き店舗の増、行政サービスの停滞」などが懸念される。これら課題を解決することや、芽室町のもつ可能性を最大化するため、地域ブランディングを進める。さらに、空き家・空き店舗の解消、有効活用、まちなか再生などに取り組むことで、関係人口・交流人口の増加につなげ、最終的には移住・定住に結び付けていく。 ・シティプロモーションの取り組みについては、これまで同様、関係人口・交流人口の増加や移住定住を促進するアウターブランディングと、シビックプライドや郷土愛を醸成するインナーブランディングを両輪として取り進める。今後においては特にインナーブランディングに注力する。

6. 経営戦略会議(庁内評価)

評価	成果指標等から、維持したと評価する。		A	B	C	D	E
		進捗結果				○	
今後の取組に対する意見	5に記載の取り組みを進めてください。	A:実現した B:(後期実施計画策定時と比較して)大きく前進した C:(後期実施計画策定時と比較して)前進した D:(後期実施計画策定時と比較して)変わらない又は維持した E:(後期実施計画策定時と比較して)後退した					

7. 総合計画審議会(外部評価)

評価	庁内評価同様に維持したと評価する。		A	B	C	D	E
		進捗結果				○	
今後の取組に対する意見	・具体的な施策と明確な目標をまとめることが必要。 ・今後はまったく興味・関心を持たない人をどれだけ巻き込めるかを重視したコミュニケーションの事業が必要ではないかと思う。 ・町民意見のとおり、プロモーションは取り組みの成果が見えず、再生事業は具体的なイメージが沸かないとある。他市町村との比較よりも、芽室町を「こうしたい」というイメージを町民と共有することが優先ではないか。	A:実現した B:(後期実施計画策定時と比較して)大きく前進した C:(後期実施計画策定時と比較して)前進した D:(後期実施計画策定時と比較して)変わらない又は維持した E:(後期実施計画策定時と比較して)後退した					