

施策番号	施策名	関係人口創出プロジェクト	基本的方向	多様な形で地域に関わりまちづくりに参加する関係をつくる		
			基本目標	新たな人の流れをつくる取組を推進		
2-2	主管課	魅力創造課	課長名	我妻 修一	内線	231
	施策関係課					

## 1. 施策の方針と成果指標

施策の方針	対象	意図	結果						
人口が減っても地域の活力を維持するために、住民がふるさとや地域に愛着や誇りを持ち、地域活動に関わるとともに、多様な形でまちづくりに関わる関係人口の創出に向けた取組を進める	子育て世帯	・芽室町の魅力を発信し、認知度を上げる ・芽室町を調べてもらい、来てもらう ・町外の芽室ファンとともに芽室のまちづくりを進めていく	芽室町民とともに芽室町に関心のある人・企業がともになって地域課題を解決し、持続可能な地域となる。						
重要業績評価指標(KPI)	説明	単位	策定時(基準値)	2020年度実績	2021年度実績	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2024年度(目標)
① 芽室町が好きな町民の割合	住民意識調査	%	98.6	92.6	94.3	95.8	91.6	93.6	95.0
② ふるさと納税の寄附件数	実績数(累計)	件	7023	8378	19313	50318	59183	71924	8000
③									
評価指標設定の考え方	①95.0%以上を目指す。 ②8,000件以上を目指す。								

## 2. 施策の事業費

	2020年度決算	2021年度決算	2022年度決算	2023年度決算	2024年度決算
施策事業費(千円)	60,564	64,542	141,222	278,055	350,107
人工数(業務量)	2.2948	1.2091	1.7934		

## 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(前年度比較)	<input checked="" type="checkbox"/> 成果は向上した <input type="checkbox"/> 成果は変わらなかった <input type="checkbox"/> 成果は低下した	想定される理由	・コーンを活用した地域ブランディング事業や、ふるさと納税に係る取り組みの継続が、成果向上に結びついたものと考えられる。
②第2期芽室町まち・ひと・しごと創生総合戦略の最終的な目標達成状況	<input type="checkbox"/> 目標は達成できた <input checked="" type="checkbox"/> 目標は概ね達成できた <input type="checkbox"/> 目標は達成できなかった	根拠(理由)	・KPIの「芽室町が好きな町民の割合」については、年度によって増減しているものの、95%に近い数字で推移している。また、「ふるさと納税の寄附件数」は、返礼品、ポータルサイト、事業者の増加に注力した結果、目標を大幅に上回る結果となった。
(2) 施策の成果評価に対する第2期芽室町まち・ひと・しごと創生総合戦略の事務事業の総括			
①施策の成果向上に対して貢献度が高かった事務事業	シティプロモーション推進事業	②施策の成果向上に対して貢献度が低かった事務事業	
	ふるさと納税特典贈呈事業		
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。 ・ふるさと納税については、令和6年度も引き続き返礼品、ポータルサイト、事業者の増加に注力し、目標としていた6億円を達成するとともに、事業者との信頼関係構築、連携を図るため、事業者会議を開催した。		

(3)「施策の方針」実現に対する進捗結果(総合戦略策定時との比較)

担当課 評価	・KPIの「芽室町が好きな町民の割合」については、年度によって増減しているものの、95%に近い数字で推移している。また、「ふるさと納税の寄付件数」は、返礼品、ポータルサイト、事業者の増加に注力した結果、目標を大幅に上回る結果となり、計画策定時と比較して前進したと評価した。	進捗結果				
		A	B	C	D	E
				○		

A: 実現した B: (総合戦略策定時と比較して) 大きく前進した C: (総合戦略策定時と比較して) 前進した  
D: (総合戦略策定時と比較して) 変わらない又は維持した E: (総合戦略策定時と比較して) 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・個人版のふるさと納税は順調な伸びとなっているが、企業版ふるさと納税の強化、クラウドファンディング型ふるさと納税の調査・研究が必要である。</li> </ul>
-----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シティプロモーションの取り組みの成果が見えない</li> <li>→シティプロモーションに取るべき目的、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。</li> </ul>
------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5. 施策の成果向上のための具体的な取り組み(今後強化すべき取り組み、新たに実施すべき取り組み)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・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トブランディングと、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。</li> <li>・ふるさと納税について、さらなる納税額の増へ向け、返礼品の在庫数確保や第二の核となる返礼品開発、寄付者分析や戦略検討、情報発信力などの課題があるが、未開拓のジャンルや事業者同士のマッチングなど、今後に向けて伸びしろ、可能性があり、事業者、中間事業者との密な情報共有、連携を図り進めていく。</li> </ul>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. 経営戦略会議(庁内評価)

評価	重要業績評価指標等から、前進したと評価する。	進捗結果	A	B	C	D	E
					○		

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: (総合戦略策定時と比較して) 大きく前進した C: (総合戦略策定時と比較して) 前進した  
D: (総合戦略策定時と比較して) 変わらない又は維持した E: (総合戦略策定時と比較して) 後退した

7. 総合計画審議会(外部評価)

評価	庁内評価同様に前進したと評価する。	進捗結果	A	B	C	D	E
					○		

今後の取組に対する意見  
特になし。

A: 実現した B: (総合戦略策定時と比較して) 大きく前進した C: (総合戦略策定時と比較して) 前進した  
D: (総合戦略策定時と比較して) 変わらない又は維持した E: (総合戦略策定時と比較して) 後退した