

記入例と注意事項

<基本事項>

- ◆ 黄色・ピンク色セルにはテキストや数値を入力してください。セルの高さは必要に応じて広げてください。
- ◆ 薄緑色のセルは、内容を確認し、必要に応じて赤字で追加・修正指示や注意事項を記載してください。
- ◆ 削除箇所は見え消しで行ってください。
- ◆ 指標の数値に間違いがあれば赤字で修正してください。目標達成率の欄は入力しないでください
- ◆ 指標の頭に★を付した指標は総合戦略（重点プロジェクト）の指標です。関連する指標として掲載しています。
- ◆ 項目の後ろに（★）とある指標は総合計画・総合戦略共通の指標です。あわせて評価に活用してください。

施策評価シート			この施策を記入する課		政策推進課／まちづくり課				
			記入者	部長名	総務部長 上原 祥弘 まちづくり推進部長 滝沢 健一	課名・課長名	政策推進課 中島 久 まちづくり課 勝山 智章		
基本目標	7	みんなが主役のまちづくり			施策が目指す「理想の姿」のテキストを確認⇒赤字で文言の追加、修正は見え消しで行ってください			基本目標コード	7
基本施策	2	行政運営から都市経営への移行						基本施策コード	72
施策	43	地域資源をいかした移住定住の促進						個別施策コード	7243
基本施策の取り組み内容	須坂市を取り巻く環境がめまぐるしく変化する中で、私たちが共に須坂市の将来像を思い描き、実現していくためには、「共創による経営」が求められます。持続的に発展するまちをめざし、一人ひとりが当事者意識を持って関わります。								
理想の姿	移住定住先として須坂市を選んでいただくため、 移住支援信州須坂モデル により、首都圏をはじめ県内外の移住定住希望者の様々なニーズに応えられるよう、 就業面や生活面をトータルにコーディネートできる 相談体制・情報発信・受け入れ態勢を充実させることで、更なる移住定住者が増えるまち。								
成果指標（KPI）	めざすもの		測定方法	単位	現状値（26年度）	R元（実績値）	目標値（32年度）	目標達成率	
	移住者数の増加		行政のサポートによる移住者数			186	60	310.0%	
評価指標	指標項目		測定方法	単位	H26（基準値）	R元（実績値）	R2（目標値） ※総合戦略指標はR1	目標達成率	
	移住定住コーディネーターの設置 （※計画当初の想定と異なり、現在は設置なし⇒次期は指標として設けるか検討。）		移住定住コーディネーターの数	人	0	0	5	0.0%	
	空き家バンクの累計登録数 ⇒次期は「空き家バンクを活用した移住者数」としてはどうか		空き家バンクの累計登録数	件	5	76	100	76.0%	
	★首都圏等における移住希望者への情報発信		移住セミナー等における相談組数	組	30	525	300	175.0%	
	★須坂市への移住サポート支援		信州須坂移住支援チームサポートによる移住者数	人	11	159	30	530.0%	
	★地域おこし協力隊の活用と定住支援 ※次期計画では定住先を市内に限るかは検討。		任期終了後の地域おこし協力隊定住率	%	—	26	50	52.0%	
	★空き家のバンクの成約累計数 ※空き家対策と移住施策は別観点で考える必要がある。		空き家バンク登録物件の成約累計数	戸	2	76	40	190.0%	
	【新規追加】オンライン移住相談の実施件数		オンラインツールを活用した移住相談件数						
市民評価指標	指標項目		測定方法	単位	H21年度	H22年度	H26年度	R元年度	
	「地域資源をいかした移住定住の促進」に対する満足度		市民アンケート	%	—	—	—	13.6%	
	「地域資源をいかした移住定住の促進」に対する重要度		市民アンケート	%	—	—	—	40.0%	

◆事務事業の評価（H31年度）						
事務事業名	①必要性	②有効性	③効率性向上	振り返り	次年度以降の方向性	
移住交流支援事業	高い	有効	やや向上	移住希望者の受け皿になる空き家バンクや求人企業の確保を進め、移住支援信州須坂モデルを推進し、移住者増につなげることができた。引き続き、移住希望者に寄り添った対応を行っていく。	地域おこし協力隊を積極的に活用し、空き家バンクの運営等、移住者の受け皿を整え、移住希望者に向けて県内外へ効果的な情報発信を行った。	
多世帯同居・近居支援事業	高い	あまり有効ではない	変わらない	移住のきっかけになる制度に見直しが必要である。	利用者数が増える状況になく、移住のきっかけとはなっていないことから、見直しを図る必要がある。	

事務事業レベルではなく、
取組分野全体の総括（成果と課題）を詳しく記載してください

✓ 取組分野ごとの内容を踏まえ、施策全体について、担当課長が記載してください
✓ 取組分野の追加や見直しの必要があればここに記載してください

◆施策「地域資源をいかした移住定住の促進」全体の5年間の総括		
取組分野	成果	課題
県内外からの移住定住の促進	移住定住先として須坂市を選んでいただくため、首都圏をはじめ県内外の移住定住希望者の様々なニーズに応えられるよう、移住先としての知名度向上に関する事業や移住希望者の積極的な受入れに関する事業、移住相談体制の充実に関する事業を充実させることで、更なる移住定住者が増えるまちを目指してきた。 引き続き、移住相談会で移住希望者のニーズを汲み取り、施策に反映させると共に、移住希望者に寄り添った対応をすることで、須坂市への移住定住を増やしていく。	移住先としての知名度アップを通し移住希望者を積極的に受け入れながら移住者相談体制の充実を図り、移住者の受皿である仕事や住居の確保することで移住者が増加していくという仮定のもと事業を展開してきた。当初の想定の新移住者数を大きく上回っているものの、これまでの事業が全てうまく回っているとは言えない。 それぞれの事業においてPDCAサイクルをしっかりと回し検証する中で、今後、新たな「移住支援信州須坂モデル」の構築が必要となる。そのためには、引き続き移住希望者の声に耳を傾けるとともに移住者のフォローアップが欠かせない。
移住定住先としての知名度アップ	平成26年度に政策推進課に信州須坂移住支援チームが発足。先ずは須坂市を知ってもらうという取組として、移住者希望者向けのパンフレットやPR動画の作成、移住支援サイト「すざかであらす」の立ち上げ、メルマガの発行やブログでの情報発信を始めた。SNSの普及に伴いフェイスブック、インスタグラム、ツイッターでの情報発信を始めた。 また、直接情報を届ける手段として東京・大阪・名古屋で開催する移住セミナーへの参加をはじめ、長野県アンテナショップ「銀座NAGANO」での須坂市個別移住相談会を定期開催している。	引き続き多様な手段や機会を通じた情報発信に努めるとともに、定期的な情報発信とその頻度をあげていくことが求められる。また、全国の市町村の中から須坂市を選んでもらえるためにはこれまで以上に情報を質や量をあげていくとともにそれに伴った受皿の充実が欠かせない。 東京・大阪・名古屋で開催する移住相談会の開催も回数を増やすことには限界があることから、必要ときに必要な情報を提供できる手段としてオンラインによる移住相談を積極的に取り入れていく必要があるとともにオンライン移住相談から移住へと実際に繋がるのかを確かめていく必要がある。
移住定住希望者の積極的受入及び定住促進	移住候補地として須坂に興味を持った方に対し移住体験ツアーを実施。市内2か所の教員住宅を活用し整備した移住体験ハウスを活用しながら須坂市の生活環境等の紹介を行ってきた。また移住希望者の受皿となる空き家バンク事業に関してはこれまで84件の登録がありその内76件の成約に繋がっている。 移住には住居だけでなく仕事が必要となることから、数年前から移住者受入協力求人企業の登録を行い、仕事と住居をパッケージで紹介する「移住支援信州須坂モデル」を推進しており一定の成果をあげている。	移住相談会の参加者がスムーズに須坂への移住体験ツアーに参加し移住へと繋げるスキームを作る必要がある。そのためにはこれまで以上に仕事や住居の確保が欠かせない。しかしながら、空き家バンクに関しては明らかに需要過多になっており、使える空き家の確保がイコール移住者増加へと繋げるカギとなることから、これまで以上に使える空き家の確保を行っていく必要がある。 仕事に関しては職種、給与等、移住希望者のニーズを満たすことが難しいため、単純には移住に結びついていない現状があり、これらを解消する手段を検討し「移住支援信州須坂モデル」をバージョンアップしていくことが求められている。
相談体制の充実	移住相談件数の増加に伴い、きめ細かな移住相談に対応するため「移住・定住アドバイザー」を設置。それに加え移住者受入協力求人企業の確保に努め、登録企業は30社まで増加した。 「移住支援信州須坂モデル」や空き家バンク事業の推進にともない須坂市への移住者が増加したことから、移住者に対するアフターフォローとして年2回程度移住者交流会を開催し移住者同士の情報交換の場を提供するとともに、毎月1回程度移住者サロンを設けるなど移住者のフォローアップに努めた。	移住者同士のネットワークを整備することで新たな移住者の相談体制の充実を図る目的で、移住者の中から「移住定住コーディネーター」を選任しようとして計画していたが、先ずはきめ細かな相談に対応するため「移住・定住アドバイザー」の設置を優先した。 新たな移住者の増加に繋げるためにはこれまで以上の相談体制と移住者による情報発信による口コミ効果も欠かせないことから、「移住定住コーディネーター」の設置について検討していく必要があると考えている。
施策全体の総括	メルマガやSNS等をはじめ様々な手段を用いてのPR、移住者にとっての軸である「仕事」と「住居」をパッケージで提案する「移住支援信州須坂モデル」の推進により、目標を大きく上回った成果を上げることができた。	これまでの「移住支援信州須坂モデル」についてPDCAサイクルを回し、成功と失敗のモデル検証を行い、成功率を上げるためバージョンアップをすること、また、移住情報の質・量とも向上させていく必要がある。オンライン移住相談は時代の流れになると思うが、効果も含めて検証していく必要がある。 可能な「空き家」確保は移住者増加施策にとってカギであるため、引き続きバンクの充実を図ることが課題。 五次計画（後期）で掲げた移住定住コーディネーターは未設置のままとなっているが、今後は口コミ効果にも期待し検討する必要がある。

◆施策「地域資源をいかした移住定住の促進」全体の今後10年を見据えた取組の方向性		
取組分野	強化・新規チャレンジすべきこと	強化・新規取組のために縮小・廃止の検討ややり方を工夫すべきこと
県内外からの移住定住の促進	「須坂市は通過したことはある」から「須坂市へ移住したい」へなるために、引き続き須坂市のPRを続けていくことが必要である。その手段は移住希望者のニーズに合わせて変化をしていく必要がある。その先に「移住支援信州須坂モデル」を活用した移住者への受皿の提供と移住後のフォローアップの充実を図り移住者の増加を目指す。 今後はインターネットによるオンラインの普及に伴い、東京にいても実際に須坂に来ているような体験の提供を行っていくための仕組み作りが必要となる。	移住支援事業の全ての事業について廃止する事業、縮小する事業、継続する事業、改善する事業を年度の途中であっても判断していく必要がある。その基準となるのが移住希望者のニーズでありいわゆる現場の声である。常にPDCAサイクルを回す中で、短期的な効果も大事ではあるが、移住希望者にとっては年度をまたいでの継続的な関わりが必要になることから、常に長期的な視点を持ちながら新しい事業を取り入れる必要がある。またその成果も目先の評価に左右されることなく事業を続けることで得られると考えられる。
移住定住先としての知名度アップ	これまでの取組で移住先としての須坂市の認知度が十分に上がっているとは言えないことから、欲しい人に欲しい情報が伝わるためにこれまで以上に発信チャンネルを確保していく必要がある。また、発信手段として文字や写真だけでなく、動画による情報発信を積極的に行っていく。 また、移住希望者との相談の機会を増やしていくことが移住者を増やすことには欠かせないことから東京・大阪・名古屋での相談会の開催に加えオンラインツールを使つての相談会やセミナーの開催とそこから移住へと繋げる流れを創る必要がある。	現在、情報発信の手段としパンフレット、ホームページ、ブログ、メルマガ、フェイスブック、ツイッター、インスタグラムを活用しており、さらにYouTubeでの情報発信に力を入れ始めている。移住希望者のどの年代がどの媒体を通じて須坂市の情報を入手しているかを分析し、情報発信手段ごとにおける発信内容の取捨選択をすることにより、より効率的に情報を伝えることができる。 パンフレット等紙媒体に関しては対面での相談には欠かせないツールではあるが、費用対効果の観点からもWEB素材への転用を必ず念頭に入れながらの作成をしていく必要がある。
移住定住希望者の積極的受入及び定住促進	移住支援チーム発足からこれまでの取組から、移住者を増やすためには受入の確保が絶対に欠かせない。それは仕事であり住居である。全国的に空き家が増える中で空き家を求める移住希望者の需要があること、また市内には製造業をはじめ福祉関係やサービス業における求人が多数あることから、引き続き使える空き家の確保と移住者受入協力求人企業の確保を重点的に行っていく。ただし社会情勢の変化により移住希望者のニーズも変化することから、常に相談会等をおし移住者ニーズを掴み地域のニーズとマッチングさせていく施策を柔軟的に行っていく。	移住希望者のニーズを満たさなくなった施策については縮小廃止しながら常に新しい事業を取り入れPDCAサイクルを回しながらバージョンアップを図っていく。 また、移住希望者の希望の柔軟に対応する方法としてオンラインを活用した移住体験ツアーや空き家バンク情報の提供も行っていく必要があると考えられる。
相談体制の充実	現在、移住希望者にとっての参考事例となるため、移住者体験談を冊子やインターネット上で紹介をしたり移住セミナー等でも移住体験談を発表してもらっている。今後は移住希望者が移住者に気軽に相談してもらえるような仕組みいわゆる「移住定住コーディネーター」の導入を検討していくことで、より移住希望者目線に近い相談体制の充実を図る。	現在、移住者の方に東京等で開催される移住セミナー等で移住体験談をお話してもらっている。今後は、東京での相談会場と須坂をオンラインで結ぶことで、移住者や移住定住コーディネーターが東京に行くことなく須坂で相談に対応できるようになることから幅広い移住希望者の要望に対応することが可能になるため、その効果を確かめながら有効なツールの一つとして活用していく。
施策全体の方向性	移住者のフォロー体制充実のため、オンラインを効果的に活用した相談の仕組み（首都圏にいても実際に須坂にいるような体験など）、動画などを使った視覚的な情報発信など、時代やICT技術の進歩を十分に活用した「かゆいところに手が届く移住相談」を実施していく。 五次計画（後期）で着手できなかった「移住定住コーディネーター」設置を行い、より移住者目線に立ったきめ細やかな相談体制を構築していく。	現在活用している情報発信の手段の全てについて、常に移住希望者のニーズ変化に合わせて取捨選択をし、その時々で最も効果的な組み合わせで発信していく。移住事例の全てについてPDCAサイクルを用いた効果検証を行い、バージョンアップを図る。

事務事業レベルではなく、取組分野ごとに、今後10年を見据えて強化すべき取組・チャレンジしたい取組を記載してください。



強化・チャレンジすべき取組を実施する予算や人員を確保するため、縮小・廃止を検討してもよい取組や、手法の見直しによる効率化など改善・工夫すべき内容について記載してください。