

## 第 10 回 湯沢市地方創生推進会議

日 時：令和元年 12 月 11 日（水）  
午前 10 時～12 時  
場 所：湯沢市役所 本庁舎 4 階  
会議室 41

### 次 第

1. 開 会

2. あいさつ

3. 案 件

(1) 第 2 期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略について

4. そ の 他

5. 閉 会

# 目指す“まちづくり”

## Community Empowerment plan 2020

第2期 まち・ひと・しごと創生総合戦略  
地域行動プログラム (social design)  
デジタルファースト宣言

2019.12月  
協働事業推進課

# 人口流出を加速する要因は？

## 地域の“閉塞感”！

### 【solution】

- ・ 地域や地域資源の魅力を高める
- ・ 人との“つながり”や“関係性”の再構築
- ・ 多様性の追求（外の視点）
- ・ 挑戦する風土・機運、当事者意識（自分ごと）の醸成
- ・ イノベーションによる新たな価値創造
- ・ 経営資源（ヒト、モノ、カネ）の最大限効率化 …など

変化に対応した“まちづくり”

# “まちづくり”の方向性

## 自律性ある“地域活性化”



### 【取組方針】

**多角的に物事を捉え、様々な面から総合的に推進**

- ・ **特色ある地域づくり**（共助・自助を進める公助の明確化）
- ・ **市民協働、官民連携による“新たな公共”の創出**  
（大きな公共、スリムな役所）
- ・ **未来社会（スマート社会）への備え**
- ・ **多様性に応じた経営型の行政運営**  
（画一的な取組み、対症療法的な解決策から脱却）

# 市の成長戦略の推進

## 第2期 創生総合戦略

### 【基本視点】

移住・定住施策の推進、関係人口の創出・拡大を始めとする人口減少に備えた施策の強化および若い世代への未来投資により、持続可能なまちづくりを目指す。

- ・ 戦略1 新たな人の流れ・仕事の創出
- ・ 戦略2 若者への未来投資（人材育成）
- ・ 戦略3 結婚、出産、子育て支援の充実

# 住み続けられる“まちづくり”

## 地域行動プログラム

### 【基本視点】

地域課題に対し、住民自らが議論し対策を考え、行政と協働で解決していく体制づくりを目指す。

### ◆自治組織の強化

- ・ 取組 1 より高いレベルでの地域づくり
- ・ 取組 2 地域と行政とのパイプづくり
- ・ 取組 3 地域と行政との連携強化 (パートナーシップ)
- ・ 取組 4 地域コミュニティの活性化

# スマート社会への備え

## デジタルファースト宣言

### 【基本視点】

オープンイノベーションによる新たな価値を創造し、これから到来するスマート社会の潮流に応じたデジタル化を推進する。

- ・ **戦略1 市民中心の行政サービスの改革**  
※行政手続等のデジタル化など市民の利便性の向上
- ・ **戦略2 各種政策の質を高める**  
※EBPM、オープンデータの推進など効率的な行政運営
- ・ **戦略3 地域資源とデジタル融合による効率化**  
※観光デジタルマーケティング、スマート農業、産業連携など

# 総合的な推進体制の構築

第2期 まち・  
ひと・しごと創  
生総合戦略

## 地域の自律・活性化

Community Empowerment

地域行動  
プログラム

デジタル  
ファースト  
宣言



## 第2期「湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本方針案

### 国の「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」見直し概要

#### 第1期地方創生

##### 4つの基本目標

- 1. 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする
- 2. 地方への新しいひとの流れをつくる
- 3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる
- 4. 時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する



#### 第2期に向けての

##### 新たな視点

- (1) 民間と協働する
- (2) 人材を育て活かす
- (3) 新しい時代の流れを力にする
- (4) 地方へのひと・資金の流れを強化する
- (5) 誰もが活躍できる地域社会をつくる
- (6) 地域経営の視点で取り組む



#### 第2期

##### 当面の主な取り組み

- 1. 地方にしごとをつくり安心して働けるようにする、これを支える人材を育て活かす
- 2. 地方への新しいひとの流れをつくる
- 3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる、誰もが活躍できる地域社会をつくる
- 4. 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する
- 5. 連携施策等

地方版総合戦略の策定・効果検証のための手引き

総合戦略の  
策定・効果検証のポイント

### 1. 基本方針2019を踏まえた見直し

- (1)「策定プロセス等の重要性」を追加・・・◇地域特性に応じた検討プロセス、広域的な連携考慮
- (2)「第2期における新たな視点」を追加・・・◇国の基本方針考慮

### 2. 効果検証の重要性に係る記述の具体化

◇継続したPDCAサイクル及び、国の効果検証手法を参考とした十分な分析の実施

### 3. その他これまでの実績等を踏まえた見直し

- (1) 現行戦略策定時の特徴的事例の追加・・・◇若者や地域外の参画事例など
- (2) 大学等との連携や産業界との連携に係る記述の具体化・・・◇産官学金労言士等の参画

## 第2期湯沢市総合戦略策定については・・・

- ・国、県の総合戦略を勘案
- ・第1期戦略のKPI(業績評価指標)を検証
- ・総合戦略の基本的視点・実施戦略の見直しを図る



## 第2期あきた未来総合戦略(仮称)骨子案

### 1 基本的視点

秋田の未来への投資として人口減少対策を実施

### 2 策定に当たっての重点的事項

- (1) 国の基本方針を踏まえた取組・・・◇Society5.0、SDGsの視点
- (2) 本件の実情を踏まえた取組・・・◇出会いの場の提供、住民主体の地域コミュニティの形成、地域を支える組織や人づくり など

#### 基本目標1 産業振興による仕事づくり

- ・地域産業の競争力強化
- ・農林水産業の成長産業の促進
- ・観光を中心とした交流人口の拡大

#### 基本目標2 新しい人の流れづくり

- ・「関係人口」の創出・拡大
- ・首都圏等からの移住促進
- ・若者の県内定着・回帰の促進

#### 基本目標3 結婚・出産・子育ての希望をかなえる社会づくり

- ・結婚・出産・子育てに希望を持てる社会の実現
- ・出会いと結婚への支援の充実・強化
- ・妊娠・出産・子育てを支える環境づくりの推進

#### 基本目標4 新たな時代に対応した地域づくり・人づくり

- ・新たな「地域の支え合い」づくり
- ・秋田の未来を支える人づくり
- ・安全・安心な暮らしを守る環境づくり

# 第1期「湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」KPI及び検証(H27～H30)

**湯沢市人口ビジョン**

①合計特殊出生率目標  
 2010年(H22)1.45  
 2019年(R1)1.55  
 ※戦略目標  
 2030年(R12)1.83  
 2040年(R22)2.07

②目標人口将来推計(H25.3推計)  
 2040年 28,394人  
 ↓  
 2040年 31,664人

**第1期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略基本的視点**

1. 時代の変化に即応し、官民連携により「新たな風」を巻き起こす
2. 財源を有効活用し、多様なニーズに応えるため、「一石二鳥以上」を目指す
3. 「受け手」の視点を意識して、サービス向上と情報発信強化を図る
4. 人口規模にとらわれない「まちづくりの質感」を向上させる

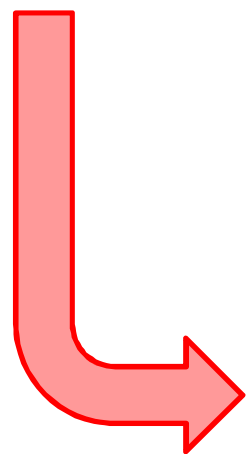
**第1期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略実施4戦略**

**戦略1**  
 「民」の力とゆざわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化  
 ・数値目標2件 R1目標達成率(平均)50%  
 ・チャレンジパッケージ4件  
 ・KPI数10件 達成20% 未達成80%

**戦略2**  
 ターゲットマーケティングと段階的アプローチによる移住・定住推進  
 ・数値目標1件 R1目標達成率91%  
 ・チャレンジパッケージ5件  
 ・KPI数8 達成50% 未達成50%

**戦略3**  
 結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援  
 ・数値目標3件 R1目標達成率(平均)61%  
 ・チャレンジパッケージ3件  
 ・KPI数5 達成20% 未達成80%

**戦略4**  
 地域資源を活用した「自分ごとの誇れるまちづくり」の実践  
 ・数値目標1件 R1目標達成率86%  
 ・チャレンジパッケージ3件  
 ・KPI数8 達成50% 未達成50%



**湯沢市人口ビジョン**

①合計特殊出生率  
 目標: 2019年(R1)1.55  
 ↓  
 実績: **2018年(H30)1.05**

②目標人口将来推計  
 2040年 28,394人(H25.3)  
 ↓  
 2040年 **27,143人(H30)**  
 △1,251人

**検証結果(大略)**

直近4年の実績として、それぞれの戦略に設定されている数値目標やKPIの達成が難航しているものがある。  
 国立社会保障・人口問題研究所が提示した最新の将来推計人口も人口ビジョン策定時から悪化している。  
 今後も持続可能な地域づくりを推進するため、人口減少抑制施策の決定打として、人の流れの促進、若い世代がふるさとに帰ってくるための未来への投資などに特化した施策が急務と思われる。

# 第1期「湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の検証結果(H27～H30)と今後の人口推計から見る次期戦略策定に向けた考え方

現行の戦略では、4つの戦略15のパッケージ事業で幅広く進めており、4年間の事業検証の結果は、各戦略に設定されているKPI（業績評価指標）が難航している事業もある。

特に、戦略1の「民の力とゆざわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化」および、戦略3の「結婚・出産・子育てをまるごと支援」では、KPIの達成率が20%と、今年度が最終年度であることを考慮しても低調な結果となっている。

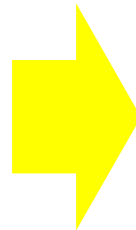
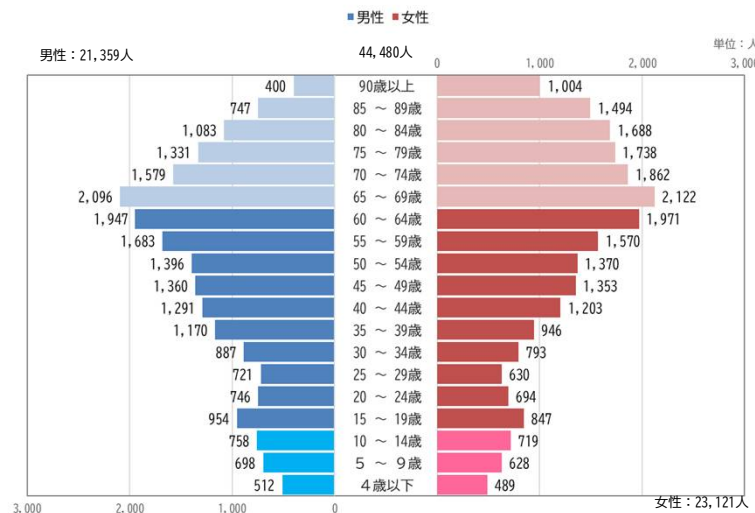
国立社会保障・人口問題研究所（以下、「社人研」）が昨年公表した将来推計人口も5年前の推計値より減少し、2040年時では4.4%減の27,143人という推計結果となっている。

一方、本市の本年10月末の住民基本台帳における総人口は44,480人（外国人を含む）で、うち65歳以上の高齢者は38.5%を占め、人口の2.6人に1人が65歳以上、4.7人に1人が75歳以上となっている。また、高齢者と生産年齢人口(15～64歳)の比率では1.4人がひとりの高齢者を支える社会となっており、全国平均の2.1人と比較しても、高齢化の進展が顕著となっていることがうかがえる。

出産や子育ての中心となる女性の人口については、20歳～39歳では3,063人であり、総人口の6.9%を占めているが、全国平均の10.4%より低い割合となっている。

現行戦略によりどの程度人口減少が抑制されたのか効果は中長期的な視点で検証する必要があるが、現在の人口構造や今後の将来推計から、次期戦略では、より実効性の高い施策へ特化した計画の策定が急務と考えられる。

湯沢市の人口構造（2019年10月末現在）



湯沢市の人口構造（2040年社人研推計）



# 湯沢市の将来人口の長期的見通し

2040年人口推計

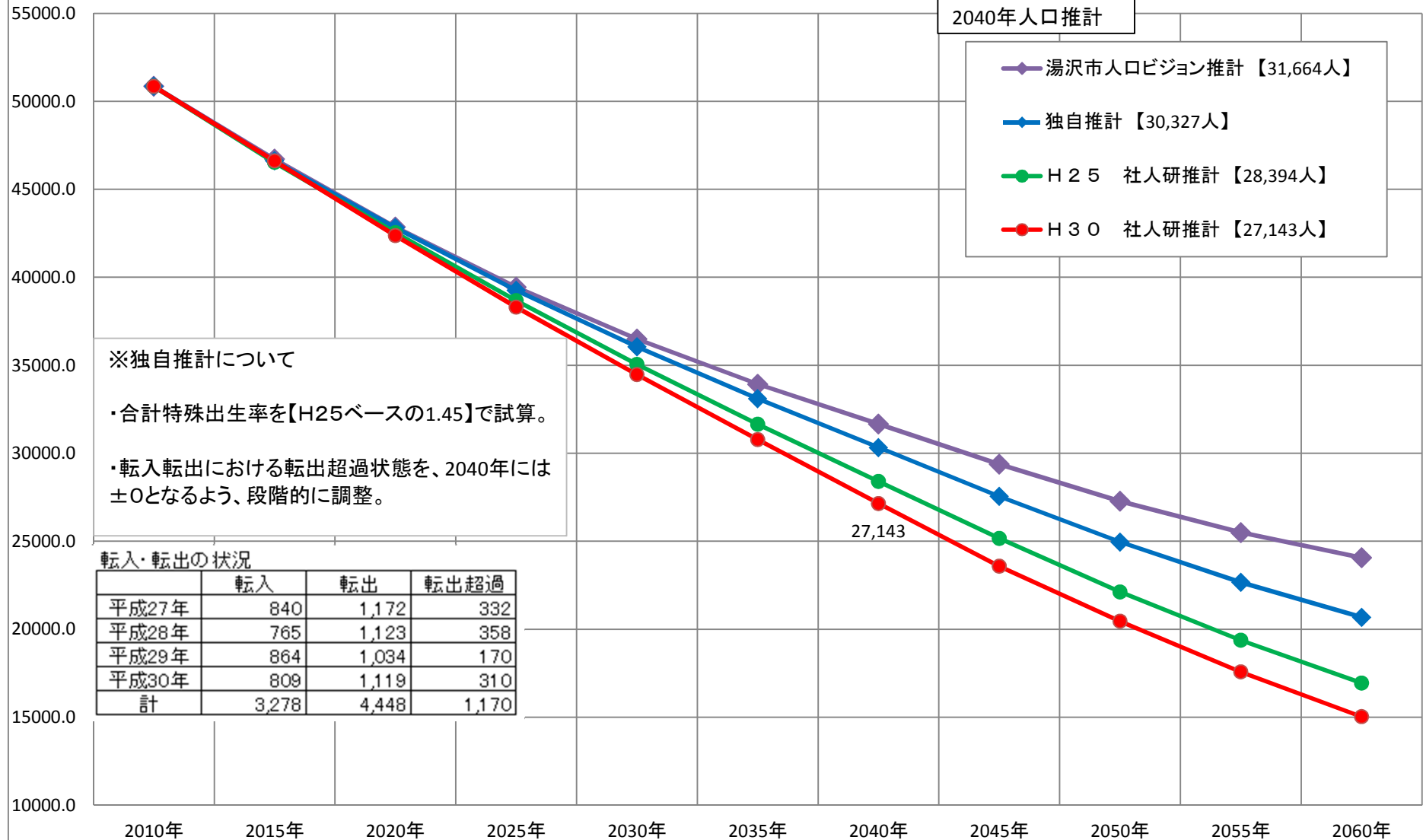
- ◆ 湯沢市人口ビジョン推計 【31,664人】
- ◆ 独自推計 【30,327人】
- H 2 5 社人研推計 【28,394人】
- H 3 0 社人研推計 【27,143人】

※独自推計について

- ・合計特殊出生率を【H25ベースの1.45】で試算。
- ・転入転出における転出超過状態を、2040年には±0となるよう、段階的に調整。

転入・転出の状況

	転入	転出	転出超過
平成27年	840	1,172	332
平成28年	765	1,123	358
平成29年	864	1,034	170
平成30年	809	1,119	310
計	3,278	4,448	1,170



# 第2期「湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定の全体像

国の方針

長期ビジョン  
中長期展望  
(2060年を視野)

まち・ひと・しごと創生総合戦略基本目標(国が示す4目標)

しごとづくり

ひとの流れづくり

地域づくり

結婚・出産・子育て支援

市の方針

湯沢市人口ビジョン  
(2040年を視野)  
目標人口  
将来推計  
(H25.3推計)  
2040年 28,394人  
↓  
2040年 31,664人  
①合計特殊出生率  
目標  
2010年(H22) 1.45  
2030年(R12) 1.83  
2040年(R22) 2.07  
②純移動率  
目標  
2040年 転入出均衡

新たな人の流れ・仕事の創出  
・関係人口の創出  
・テレワーク・ワーケーションの普及  
・移住・定住施策の強化・・・など

若者への未来投資による定住の促進  
・奨学金施策の振興  
・産学官連携によるキャリア教育の推進  
・留学支援によるグローバル人材の育成・・・など

結婚・出産・子育て支援の  
充実  
・出会いの機会創出や結婚支援の強化  
・子育てニーズにこたえるまちづくり・・・  
など



## 第2期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略基本方針案

### 【1 基本的視点】

移住定住施策の促進、関係人口の創出・拡大をはじめとする人口減少に備えた施策の強化及び、若い世代への未来投資型人材育成施策の推進により、持続可能な「地域づくり」を目指す。



#### 【戦略1】

新たな人の流れ・仕事の創出

##### **(1)関係人口の創出・拡大**

・多方面にわたる民間との協働・共創の推進。

##### **(2)テレワーク・ワーケーションの普及・促進**

・働き方改革で提唱されている「テレワーク・ワーケーション」を積極的に取り入れ、関係人口の創出・拡大、新たな雇用創出等を図る。

##### **(3)移住・定住施策の推進・強化**

・「ゆざわアカデミー」等の関係人口創出施策をバネに、積極的な移住・定住施策の振興を図る。

※総合振興計画

1-1-3 ゆざわを応援してくれる力の発掘と移住定住促進

【移住・定住促進事業】

【地域おこし協力隊事業】

【ふるさと起業家支援事業】など

※赤字は新規事業

#### 【戦略2】

若者への未来投資による定住の促進

##### **(1)奨学金施策振興による若者の回帰促進**

・現行の奨学金基金を有効活用する手段として、人材育成・未来投資の視点を取り入れ、市内企業と一体となった償還時の優遇措置導入などによる、若者の回帰促進を図る。

##### **(2)キャリア教育の振興等による地元企業就職者の確保**

・市内中学校、高等学校等と連携し、企業や専門家、経験豊富なシニア人材によるキャリア教育を実施、地元企業への理解を深めると共に、市内企業就職者の確保を推進する。

##### **(3)中学生（高校生）を対象とした短期留学支援**

・世界に貢献しようとする意欲のある若者を早期支援し、グローバルに活躍できる人材の育成及び海外留学の機運を高めることを目的に留学に必要な費用を支援する。

#### 【戦略3】

結婚・出産・子育て支援の充実

(1) 出会いの機会創出と結婚支援の強化  
・婚姻数の低下や、合計特殊出生率が著しく低下していることから、一層の出会いの機会創出に努めるほか、結婚・出産・育児について希望を持てる施策を推進する。

※総合振興計画

2-2-1 結婚への応援

(2) 子育てニーズにこたえるまちづくり  
・一時保育施策の充実など、子育て世代のニーズにこたえた施策を展開し、安心して子供を産み・育てることができる地域づくりを推進する。

※総合振興計画

2-2-2 妊娠から子育てまでの支援の充実

2-2-3 保育・幼児教育の充実と放課後児童の健全育成施設の充実

# 戦略 1 新たな人の流れ・仕事の創出

## 事業の内容

### ■ 事業の背景・目的

人口減少・高齢化の進展により、地域経済の先細りや地場産業における後継者不足、地域づくりの担い手不足などの課題が深刻化しつつある。

こうした課題を改善するため、地域と多様に関わる「関係人口」の創出・拡大に取り組み、地域外からの交流の入り口を増やし、新しい仕事の創設や地域経済・地場産業の継続的な発展、持続可能な地域づくりを推進する。

また、関係人口施策に関連する「テレワーク・ワーケーション」は、企業の生産性や企業価値の向上、社員のワークライフバランスの向上に期待できるばかりではなく、受け入れ側にとっても新たな仕事の創出や消費による経済効果、人的交流が図られるメリットがあるため受け入れ体制の整備を図る。

### ■ 事業概要

- ・多方面にわたる民間との協働・共創の推進
- ・「テレワーク・ワーケーション」等の新たな働き方の提案
- ・移住・定住施策の積極的な推進

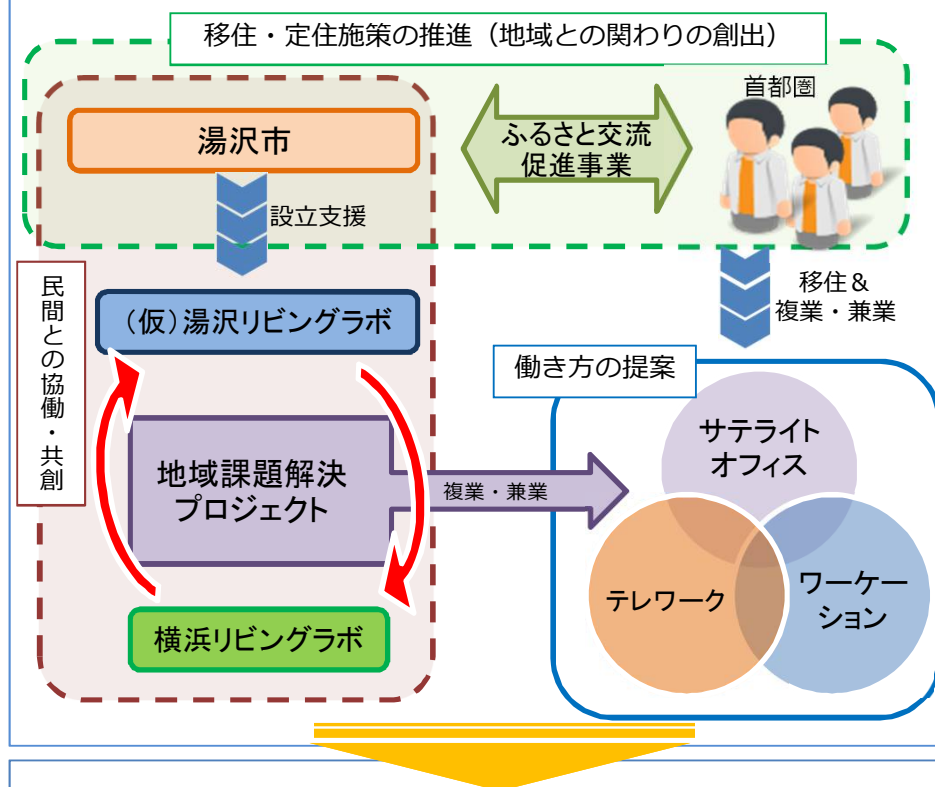
【実施事業】「横浜リビングラボ」との連携による共創型プロジェクトの実施  
 「テレワーク・ワーケーション」推進事業(新たな仕事・雇用の創出)  
 「ふるさと交流促進事業」をきっかけとした段階的な移住支援 など

### ■ 成果目標

- ・リビングラボ連携による共創型プロジェクト 5 件(5 箇年)
- ・複業・兼業マッチング件数 10 件(5 箇年)
- ・ふるさと交流促進事業参加者 40 人(5 箇年)
- ・テレワーク・ワーケーション受け入れ 30 人(5 箇年)

## 事業イメージ

### ■ スキーム図



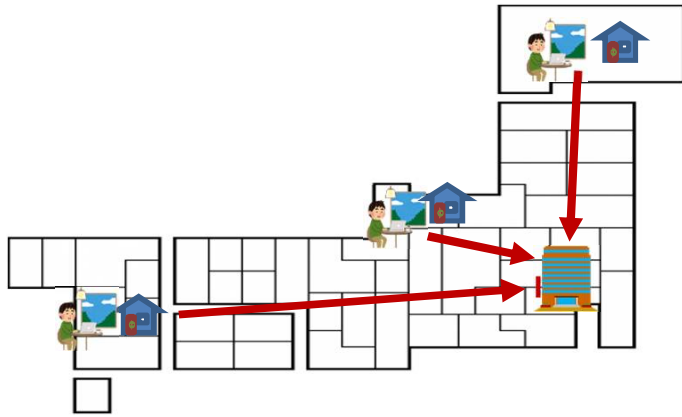
### ■ R2年度予算要求額（計画）

〇,〇〇〇千円



## ■テレワークとは・・・

テレワークは「離れたところ(tele)」と「仕事(work)」を合わせた造語で、近年多くの企業で導入されている。ワーケーションとテレワークの主な違いは、働く場所にあり、テレワークは主に自宅、サテライトオフィスなどでリモートツールを使って仕事をすることで、一般的には事前申請した場所で行う。



## ■ワーケーションとは・・・

ワーケーションは2000年代に米国で生まれた、「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語。概ね、リゾート地、温泉地などの環境のよい場所で、休暇を兼ねて仕事や地域活動を行うことを指す。

## ■WAJ（ワーケーション・アライアンス・ジャパン）とは・・・

WAJは、全国の会員自治体の協力により、テレワークを活用し、普段の職場や居住地から離れ、リゾート地、温泉地、さらには全国の地域で余暇を楽しみつつ、仕事や地域活動を行う「ワーケーション」を普及することを目的として設立された団体。

## ■ワーケーションにより期待される効果

- ワークライフバランスの改善
- 働き方改革の実践
- 企業誘致のきっかけづくり      など



## 事業実施計画（令和2年度～令和6年度）

記号解説

検討： ⇨

実施： ➡

共創型プロジェクトの実施	取組年度				
	R2	R3	R4	R5	R6
(仮)湯沢リビングラボの設立 (スタートアップ)	➡				
(仮)湯沢リビングラボ運用開始	⇨	➡	➡	➡	➡
「横浜リビングラボ」との連携 (WSによる課題共有)	⇨	➡	➡	➡	➡
関係団体等との連携（WSによる課題共有）	⇨	➡	➡	➡	➡
共創型プロジェクトの実施		➡	➡	➡	➡

段階的な移住・定住支援	取組年度				
	R2	R3	R4	R5	R6
ふるさと交流促進事業実施		➡	➡	➡	➡
参加者コミュニティの構築 (継続した関わり)	⇨	➡	➡	➡	➡
地域内の受入体制の強化（関係案内人・案内所）	⇨	➡	➡	➡	➡
受け皿となる中間支援組織の 確立	⇨	➡	➡	➡	➡

「テレワーク・ワーケーション」推進事業	取組年度				
	R2	R3	R4	R5	R6
ワーケーション・アライアンス・ジャパン(WAJ)との 連携による普及促進		➡	➡	➡	➡
テレワーク・ワーケーション 受け入れ環境整備	⇨	➡	➡		
モニター受け入れ		⇨	➡		
運用開始		⇨	➡	➡	➡

# 戦略2 若者への未来投資による定住の促進

## 事業の内容

### ■ 事業の背景・目的

少子化、グローバル化、情報化等の進展による社会変化が著しい中、地域社会との関わりを持つ若者が乏しく、地元を離れる者が多い。

このため、地域の未来を担う若者の見識や視野を広げ、新しい価値観の創造を目指した人材育成を図る。

「未来への投資」＝「地域への投資」と位置付け推進する。

また、市産業や文化振興など、地域の活性化に強い意志を持って取組む若者等を対象に、地元企業が求める人材の育成に必要な技術やスキル等の習得を図り、以って地域経済の好循環の拡大を図ることを目的とする。

### ■ 事業概要

- ・ 市産業等の活性化に貢献する高い志のある人材の確保
- ・ 自ら未来を切り拓くグローバル人材の育成
- ・ 産学官等の連携による人材育成・還流システムの構築

【実施事業】 就学支援事業(新たな奨学金制度の創設)・奨学金返還助成金交付事業  
 留学支援事業 (IT人材、グローバル人材育成)  
 キャリア教育による地元への愛着の醸成 など

### ■ 成果目標

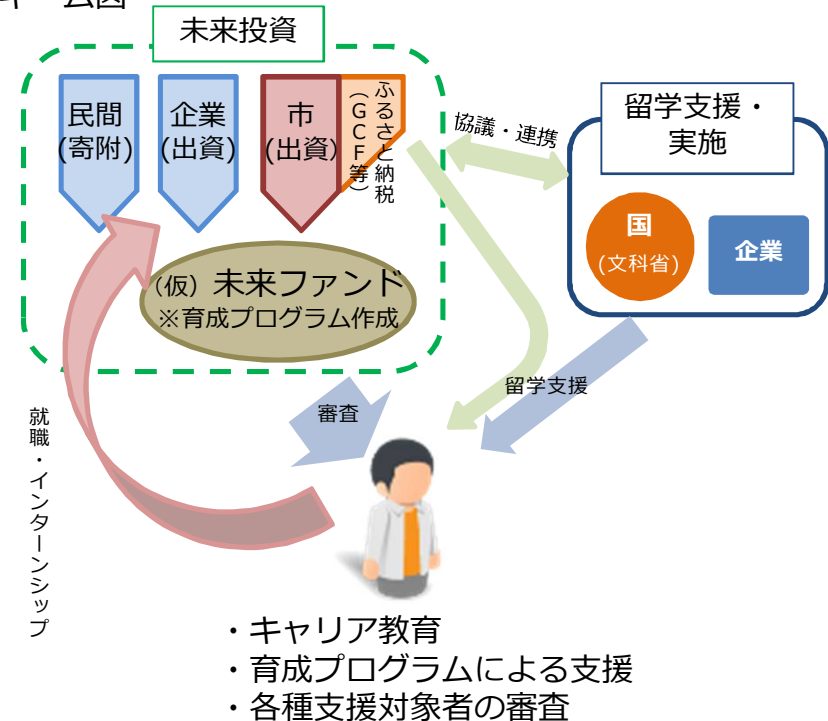
- ・ 育成プログラムに基づく就学支援者 ○人 (5箇年)
- ・ 育成プログラムに基づく留学支援者 ○人 (5箇年)
- ・ キャリア教育の実施 (中・高) ○回 (5箇年)

※その他、期待される成果

- ・ 進学を目指す生徒への適切な支援 (※子供の貧困対策含)
- ・ 高大連携の活用 (※高校生の場合)
- ・ ふるさと納税を活用したファンド形成、返礼品には学生が関わった成果物を提供

## 事業イメージ

### ■ スキーム図



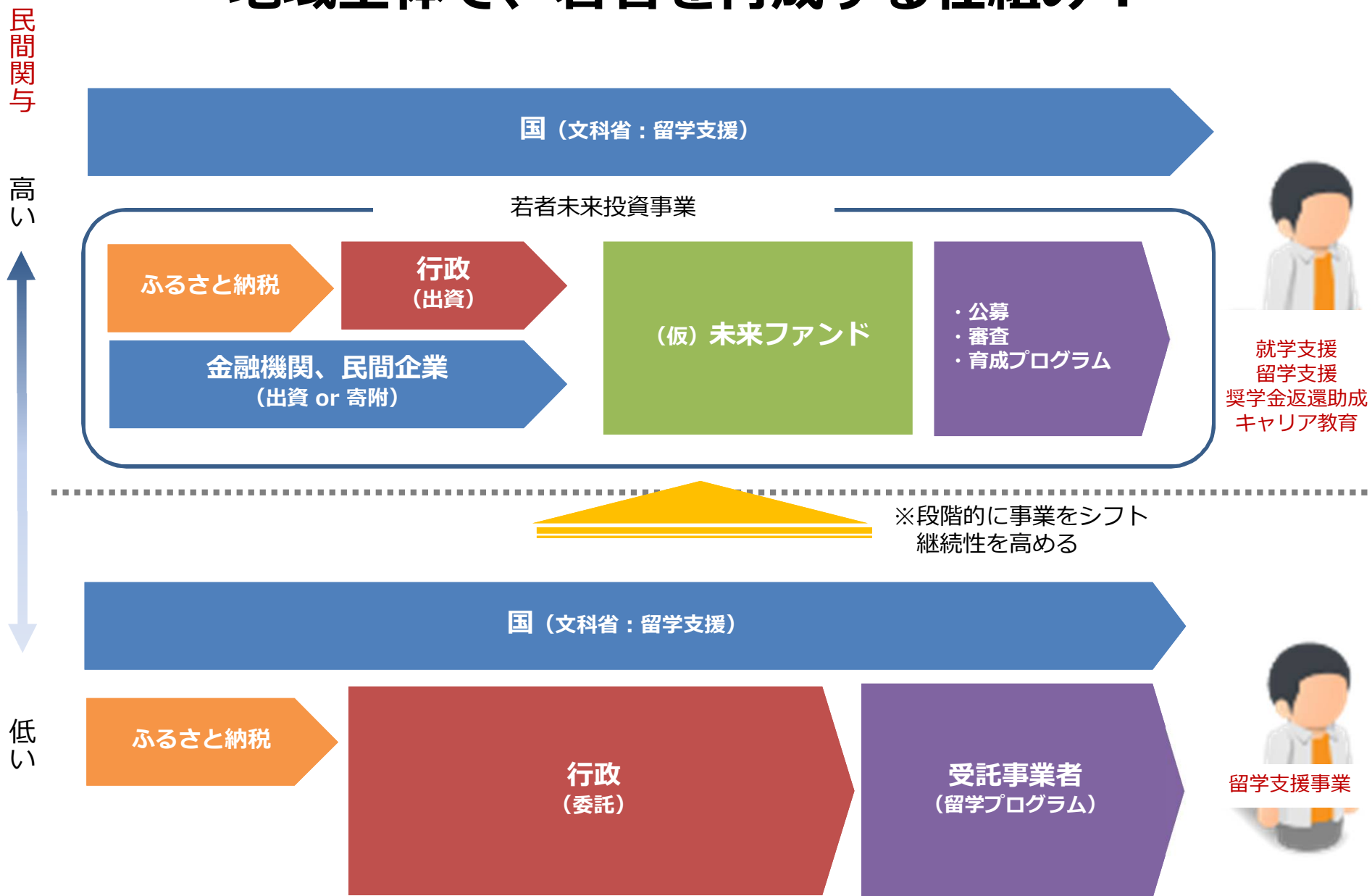
### ■ 予算(計画)

資金調達額 〇,〇〇〇千円 …A  
 民間出資金 〇,〇〇〇千円 …B A+B=ファンド

※場合によっては、民間寄附金による資金調達も考慮

**R2年度予算要求額 〇,〇〇〇千円**

# 地域全体で、若者を育成する仕組み！



## 事業実施計画（令和2年度～令和6年度）

記号解説

検討： ⇨

実施： →

就学支援事業（新たな奨学金制度の創設）	取組年度				
	R2	R3	R4	R5	R6
現行奨学金制度の拡充・実施	→				
奨学金ニーズ調査	⇨				
出資企業意向調査	⇨				
新規奨学金事業詳細設計	⇨	→			
（仮）未来ファンド形成・育成プログラム作成		→			
運用開始			→		

留学支援事業（IT人材・グローバル人材育成）	取組年度				
	R2	R3	R4	R5	R6
留学支援事業実施 （試験的：スタートアップ）	→				
留学支援事業詳細設計	⇨	→			
（仮）未来ファンド形成・育成プログラム作成		→			
運用開始				→	

奨学金返還助成金交付事業の拡充	取組年度				
	R2	R3	R4	R5	R6
進路調査	→				
求人調査	→				
新規奨学金事業制度設計	⇨	→			
運用開始		→			

キャリア教育の実施	取組年度				
	R2	R3	R4	R5	R6
実施に向けた学校との協議 （中学校・高等学校）	→				
企業意向調査	→				
事業詳細設計	⇨	→			
運用開始		→			

# 戦略3 結婚・出産・子育て支援の充実

## 事業の内容

### ■ 事業の背景・目的

社会や生活環境の変化から個人の生き方も多様化し、結婚への価値観の変化も相まって、晩婚化、未婚化が進み、少子化が進んでいる。

結婚や出産は個人の意志であるが、結婚を望んでいる人、子どもを持ちたい人の希望をかなえるには行政による支援が不可欠と言わざるを得ない状況にあり、支援することによって少子化の進行を緩やかにする効果も期待できることから、積極的な支援を推進する。

特に、子育て支援に関しては、病児保育施設の新設を初め各種支援施策を実施しており、子育て世帯が必要な時に必要とするサービスを受けることができるよう、適切な情報発信及び発信ツールの見直しを図る。

### ■ 事業概要

- ・ 結婚・出産・子育てへの切れ目のない支援
- ・ 安心して子どもを産み育てることができる環境づくり
- ・ 情報発信・発信ツールの検討・見直し

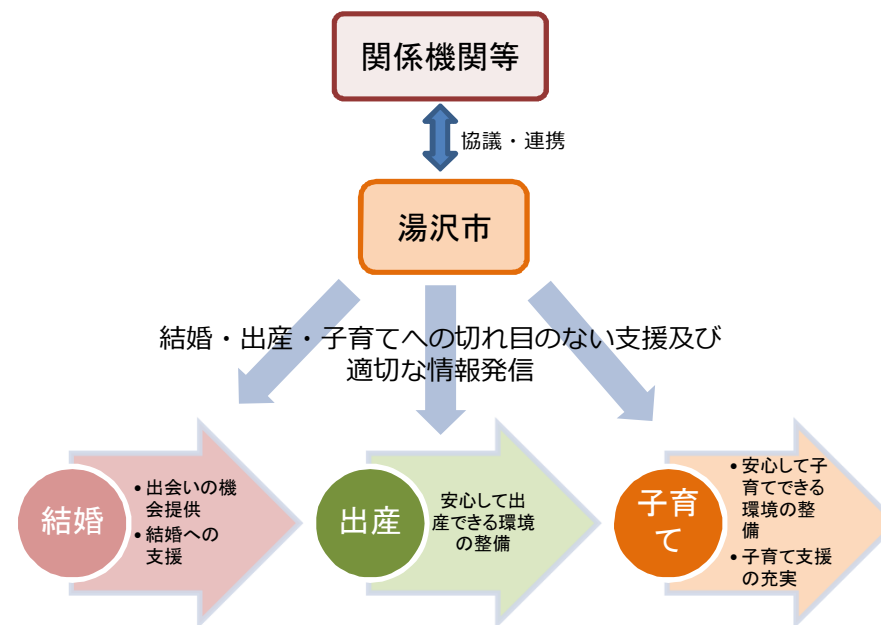
【実施事業】 ゆざわライフイベントサポート事業  
 子ども・子育て支援事業  
 放課後児童健全育成事業 など

### ■ 成果目標

- ・ 子育て世帯におけるSNS等への加入率 70%（最終年）
- ・ アンケート調査における満足度 70%（最終年）

## 事業イメージ

### ■ スキーム図



### ■ R2年度予算要求額（計画）

〇,〇〇〇千円

## 事業実施計画（令和2年度～令和6年度）

記号解説

検討： ⇨

実施： ➡

ライフイベントの支援	取組年度				
独身者の交流促進	R2	R3	R4	R5	R6
	⇨	➡			
結婚支援	R2	R3	R4	R5	R6
	➡				
子育て支援	R2	R3	R4	R5	R6
	➡				

情報発信ツールの検討・見直し	取組年度				
ツールの検討	R2	R3	R4	R5	R6
	⇨				
加入促進 P R	R2	R3	R4	R5	R6
	⇨				
講習会の開催	R2	R3	R4	R5	R6
	⇨				
運用開始	R2	R3	R4	R5	R6
	➡				

## 第2期「湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定スケジュール(案)

R1.11 現在

		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月～	
国の動向	「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」の閣議決定	■											
	第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の閣議決定予定							■					
次期湯沢市総合戦略策定の流れ	総合戦略KPI検証		■	■									
	総合戦略KPIに基づく次期総合戦略方針案策定			■	■								
	次期総合戦略案策定			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	総合戦略推進本部会議(庁内)					■			■	■	■		
	地方創生推進会議(意見聴取ほか)	■						■	■	■		■	
	パブリックコメント告知								■				
	パブリックコメント実施(20日間)									■	■		
	パブリックコメント結果報告											■	
	市議会への報告								■		■	■	
	成案・公表												■
	施策の実施												■



## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

## 戦略1 「民」の力とゆざわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化

## 1. 戦略1の基本的方向性

- 地方の「ハンデ」である産業集積の不足や都会からのアクセスにとられない「新しい働き方」を後押しすることで、就労機会を確保し、人材流出を防ぐとともに、時間にとられない自由度の高い就労によって市民所得を向上させ、消費拡大による地域経済活性化につなげる。
- 地域経済の核となっている伝統的地場産業について、域外における発信力強化のためにブランド化・パッケージ化を図るとともに、積極的な海外展開を後押しすることで、域内・国内の人口減少にかかわらない強い経営基盤を確立する。
- 高齢化・担い手不足といった「ピンチ」を「チャンス」に変えるべく、集約化・大規模化による農業の効率化を図るとともに、農業をキーワードとして域外の人材とのつながりを構築する。
- 新規雇用の創出とあわせて市内企業のイノベーションを加速させるべく、新規起業・事業拡大を重点的に支援し、挑戦意欲の溢れるまち、ベンチャー人材が集まるまちを目指す。

## 2. 戦略1の数値目標

数値目標	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値	達成率
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	H30/R1
1 新規就労者数	H26	212	人	単年度	63	78	64	39	413	9%
2 納税義務者1人あたりの課税対象所得 ※達成率はH29県平均(2,612千円)に対するもの	H25	2,322	千円	単年度	2,380	2,394	2,370	2,375	県平均以上	91%

## 3. 数値目標の達成状況等

数値目標	達成状況等
1 新規就労者数	クラウドソーシングを活用した在宅ワーカーの育成、起業セミナー開催によるUIターン起業支援などに取り組んだが、数値目標は達成できていない。  ※目標値について、H26実績値(例年に比べ実績値が著しく大きかった)を基準に設定したため、目標と実績が乖離してしまった。
2 納税義務者1人あたりの課税対象所得	振興作物の販路拡大に対する支援、商工業者における商品開発やスキルアップに対する支援などに取り組む、給与所得や営業所得の向上は見られたが、数値目標は達成できていない。

## 4. 戦略1を構成するチャレンジ・パッケージと重要業績評価指標(KPI)

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値	達成率
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	H30/R1
CP1 ICTを活用した「ゆざわ発新しい働き方」	①クラウドソーシングを活用した在宅ワーカー数	—	—	人	単年度	28	66	54	26	90 (5年累計)	193%
					累計	28	94	148	174		
	②クラウドソーシングで業務発注する市内企業数	—	—	社	単年度	40	36	22	7	50 (5年累計)	210%
					累計	40	76	98	105		
	③テレワークに取り組む市内事業所数	—	—	事業所	単年度	0	0	0	0	5 (5年累計)	0%
					累計	0	0	0	0		

## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

## 戦略1 「民」の力とゆざわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績 評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値 R1	達成率 H30/R1
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30		
CP2 伝統的地場産業を核とした「ゆざわブランド」の確立と域外「まるごと！」PR	④ 海外展開に新たに取り組む企業等数	—	—	件	単年度	1	0	0	0	10 (5年累計)	10%
				累計	1	1	1	1			
	⑤ 食料品・飲料等の製造業出荷額 ※達成率はH29実績値による	H25	14,380	百万円	単年度	13,922	12,695	13,643	未確定	16,105	85%
	⑥ 伝統的地場産業等の新商品開発件数	—	—	件	単年度	3	1	4	2	20 (5年累計)	50%
					累計	3	4	8	10		
CP3 「集約化」と「つながる力」を活かした農林業の実力強化	⑦ 新規就農者数	—	—	人	単年度	11	4	5	7	50 (5年累計)	54%
				累計	11	15	20	27			
	⑧ 主な園芸作物の販売額	H26	1,011	百万円	単年度	1,103	1,228	1,022	1,265	1,617	78%
	⑨ 地域産材活用量	—	—	m <sup>3</sup>	単年度	158	78	186	45	1,000 (5年累計)	47%
					累計	158	236	422	467		
CP4 「萌芽から成熟まで」切れ目のないベンチャー支援	⑩ 市内における起業・新事業展開件数	—	—	件	単年度	7	8	5	6	50 (5年累計)	52%
					累計	7	15	20	26		

## 5. チャレンジ・パッケージの推進状況等

チャレンジ・パッケージ (CP)	推進状況等
CP1 ICTを活用した「ゆざわ発新しい働き方」	クラウドソーシングについて、在宅ワーカー向けのセミナー開催やスキルアップ支援等により、目標を上回る在宅ワーカーを育成した。また、市内企業向けの業務発注体験やSNSによる周知などにより、目標を上回る発注件数があった。 テレワークについて、本庁舎ロビーをテレワークスペース(Wi-Fi無料)として提供したほか、コワーキングスペースを整備する企業へ補助金を交付したが、テレワークに取り組む事業所の増加にはつながっていない。
CP2 伝統的地場産業を核とした「ゆざわブランド」の確立と域外「まるごと！」PR	新たに海外展開に取り組んだ企業等数は1件のみだったが、継続して海外展開に取り組む市内企業へ補助金等の支援を行っている。 また、市内企業に対する販路開拓や設備投資に対する支援、新商品の開発・試作に対する補助金等により、地場産業の振興を推進したが、製造業出荷額や新商品開発件数の目標達成には至っていない。
CP3 「集約化」と「つながる力」を活かした農林業の実力強化	就農相談や各種補助金の紹介、関係機関との情報共有等により、農業の担い手確保に努めた。さらに、振興作物の作付拡大、新規作物の生産販売に係る技術習得や販路拡大に対する支援のほか、園芸メガ団地整備等により、園芸作物の販売額向上を推進したが、新規就農者数や園芸作物販売額の目標達成には至っていない。 また、地域産材を使用して住宅建築する建て主に対して補助金を交付するなど、地域産材活用を推進したが、地域産材活用量の目標量を達成できていない。
CP4 「萌芽から成熟まで」切れ目のないベンチャー支援	商工関係団体と連携した起業セミナーの開催や起業を検討している人への情報提供などにより、市内における起業や新事業の展開を支援したが、起業・新事業の目標件数には至っていない。

## 戦略1 「民」の力とゆぎわの強みの融合による新規就労創出と経済活性化

## 6. 戦略1の総合評価

## (1)戦略1におけるKPIの達成状況

	達成	未達成	合計
KPI数	2	8	10
割合	20%	80%	100%

※各KPIの達成率100%以上が「達成」

## (2)戦略1の成果や今後の方向性等

戦略1における新規就労創出と経済活性化について、各チャレンジ・パッケージにおける取組により一定の成果は見られるが、数値目標は達成できていない。また、各チャレンジ・パッケージに設定したKPIについて、目標を達成したKPIは戦略1全体の20%にとどまっている。

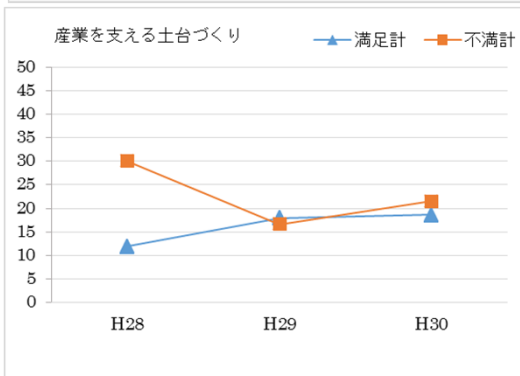
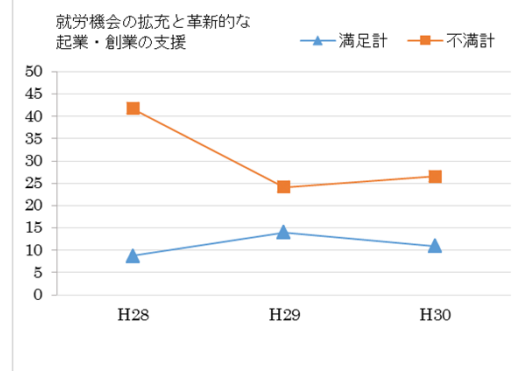
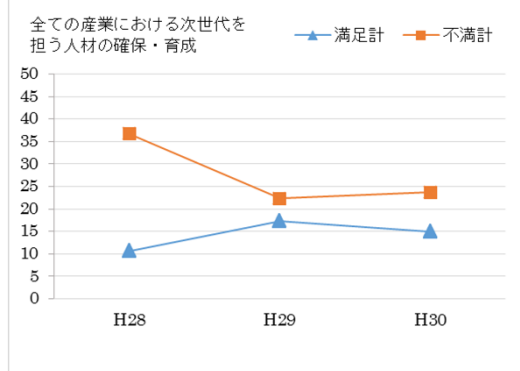
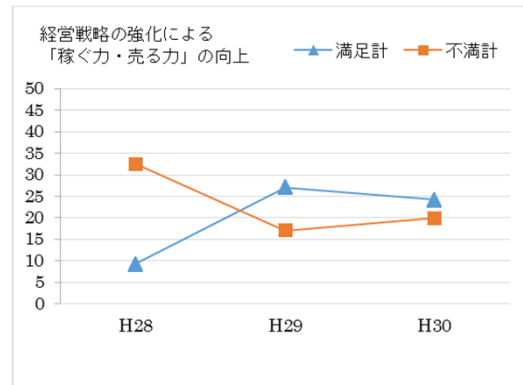
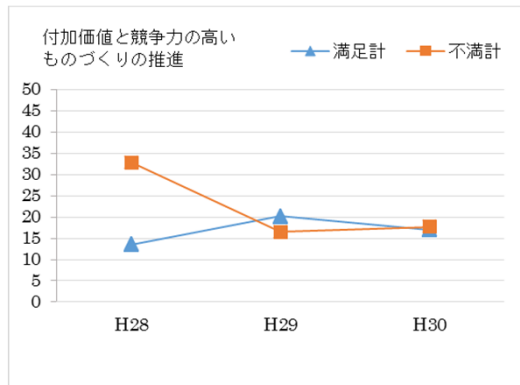
ICTを活用した新しい働き方について、クラウドソーシングは平成30年度まで市が委託事業として事業を行ってきたが、令和元年度から自定化し、民間業者が事業を展開している。

地場産業や農林業について、事業者に対する効率化・低コスト化に向けた情報提供などの支援に加え、多様化する市場ニーズを的確に捉え、付加価値と競争力の高いものづくり、販売力の強化と収益性・認知度の向上を推進する。

起業・新事業展開への支援について、起業に対する意識の醸成や起業家育成の環境整備を図るとともに、起業準備段階から起業後のフォローまで一貫した支援を強化する。

## 【参考】戦略1に係る施策別の市民満足度・不満足度

※市民満足度調査より(毎年度市民1,400人を対象にアンケートを実施→約4割(約500人)が回答、単位:%)



## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

## 戦略2 ターゲットマーケティングと段階的アプローチによる移住・定住推進

## 1. 戦略2の基本的方向性

- 将来的な移住者候補となる交流人口の増加に向け、通年観光につながる安定的観光コンテンツの開発や周辺地域との観光連携に取り組むとともに、域外とのつながりづくりのツールとしてのふるさと納税の取り組みを拡充する。
- 関係団体との連携のもと、農業を含めた産業や自然、文化等、本市の多様なポテンシャルと首都圏をはじめとする都会の人材とのマッチングを図り、特に就業機会と一体化した移住促進のアプローチを展開する。
- 移住の障壁である情報不足や利便性に関する不安感を払拭するため、移住受け入れ態勢の整備を図るとともに、段階的な居住体験の機会を提供する。
- 都会から地方への人口移動は特に高齢者中心に起こっていることに注目し、高齢者移住の受け皿となりうるまちづくりの検討を進める。

## 2. 戦略2の数値目標

数値目標	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値 R1	達成率 H30/R1
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30		
1 転出超過数	H22 ～ H26	1,594	人	単年度	332	358	170	310	1,069 (5年累計)	91%
	累計			332	690	860	1,170			

## 3. 数値目標の達成状況等

数値目標	達成状況等
1 転出超過数	転出超過の抑制に向けて、移住定住促進やUIJターンによる起業支援などに取り組んだが、転出超過は悪化傾向となっている。 現状のペースで転出超過が進んだ場合、5年間の累計転出超過数は1,500人前後が予想され、目標値を大きく下回ると見込まれる。

## 4. 戦略2を構成するチャレンジ・パッケージと重要業績評価指標(KPI)

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値 R1	達成率 H30/R1
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30		
CP1 「観光」と「ふるさと納税」を核としたゆざわファンの拡大	① 市内における宿泊者数	H26	104,567	人	単年度	100,181	107,612	103,940	105,302	173,000	61%
	② ふるさと納税件数・額	H26	9,291	件	単年度	23,737	20,012	23,063	23,521	30,000	78%
CP2 地域ぐるみの「まるごと！」受け入れ体制構築～お試し居住から移住へ～	③ 市の移住相談窓口を通じて移住した世帯数	—	—	世帯	単年度	—	4	9	10	10 (5年累計)	230%
	④ お試し居住体験参加者数	—	—	人	単年度	—	9	10	7	20 (5年累計)	130%
CP3 ゆざわ関心層へのターゲットマーケティング&アプローチ	⑤ UIJターンによる起業数	—	—	件	単年度	—	1	1	2	5 (5年累計)	80%
	⑥ 農業における産地交流参加者数	—	—	人	単年度	64	71	79	139	200 (5年累計)	177%

## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

## 戦略2 ターゲットマーケティングと段階的アプローチによる移住・定住推進

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績 評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値	達成率
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	H30/R1
CP4 「ゆざわ版CCR C」構想の実現	⑦ ゆざわ版生涯活 躍のまち基本計 画(仮称)の策定	—	—	—	単年度	—	—	—	—	H28 策定	—
CP5 定住の推進～ふ るさつを知る・つな がる・守る～	⑧ 将来的に地元 に住みたいと思 う高校生の割合	H27	39.3	%	単年度	39.3	—	—	—	60.0	—

## 5. チャレンジ・パッケージの推進状況等

チャレンジ・パッケージ (CP)	推進状況等
CP1 「観光」と「ふるさと納税」を核とした ゆざわファンの拡大	観光客の受入について、ホームページやディスティネーションキャンペーン冊子による周知、インバウンド対策等により、観光客増加を推進したが、市内における宿泊者数の目標達成には至っていない。 ふるさと納税について、雪おろしや家事代行サービス等の地域課題解決型返礼品の拡充を図るなど、本市の周知とふるさと納税額の増加につなげ、ふるさと納税件数・額は目標を概ね達成している。
CP2 地域ぐるみの「まるごと！」受け入れ 体制構築 ～お試し居住から移住へ～	移住コーディネーターによる移住相談や首都圏開催の移住相談会参加、市内学校見学やさくらんぼ狩り等を組み入れた移住体験ツアーなどにより移住を推進し、移住した世帯は目標数を上回っている。 また、奨学金返還助成などにより、若者の定住促進を図っている。
CP3 ゆざわ関心層へのターゲットマーケ ティング&アプローチ	起業支援について、起業に係る地域課題解決を図るセミナー等を開催し、起業者の支援に取り組んだが、UIJターンによる起業数は目標達成に至っていない。 農業における産地交流について、春の田植え・山菜摘みツアー、秋の稲刈り・リンゴ狩りツアーなど魅力あるツアーを実施し、目標を上回る参加をいただいている。
CP4 「ゆざわ版CCRC」構想の実現	先進地視察やふるさと納税者に対する移住アンケート、CCRC活用に係る市内意見集約に取り組んだが、民間主導による実施が不可欠であり、基本計画の策定には至っていない。
CP5 定住の推進～ふるさとを知る・つな がる・守る～	地域を題材としたふるさと教育やしごと博覧会の開催などにより、地域の魅力や郷土への愛着の醸成に努めた。 【参考】市民満足度調査 「あなたは、今後も湯沢市に住みつづけたいと思いますか。」に、住みつづけたいと回答した10代(15～19歳)の割合(カッコ内は全年代の割合) H28:65.0%(67.4%) H29:55.0%(67.8%) H30:45.3%(63.9%)

## 6. 戦略2の総合評価

## (1) 戦略2におけるKPIの達成状況

	達成	未達成	合計
KPI数	4	4	8
割合	50%	50%	100%

※各KPIの達成率100%以上が「達成」

## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

## 戦略2 ターゲットマーケティングと段階的アプローチによる移住・定住推進

## (2) 戦略2の成果や今後の方向性等

戦略2におけるターゲットマーケティングと移住定住の推進について、各チャレンジ・パッケージにおける取組により一定の成果は見られるが、数値目標は達成できていない。また、各チャレンジ・パッケージに設定したKPIについて、目標を達成したKPIは戦略2全体の50%にとどまっている。

ゆざわファンの拡大について、観光客の利便性向上による来訪者の受入体制の充実を図りつつ、持続可能な観光二次アクセスの仕組みづくりを検討するとともに、引き続きふるさと納税の推進等により本市の魅力発信を図る。

移住定住の推進について、関係人口に着目し、本市を応援してくれる人が継続的に関わることができるコンテンツを展開し、本市との関係性を深めることで湯沢ファンの拡大を図り、移住定住の推進につなげる。

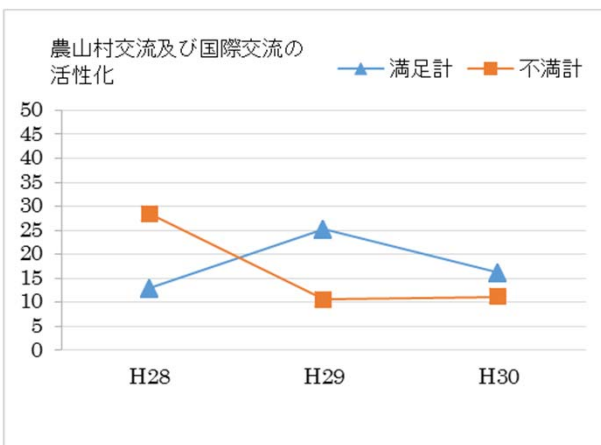
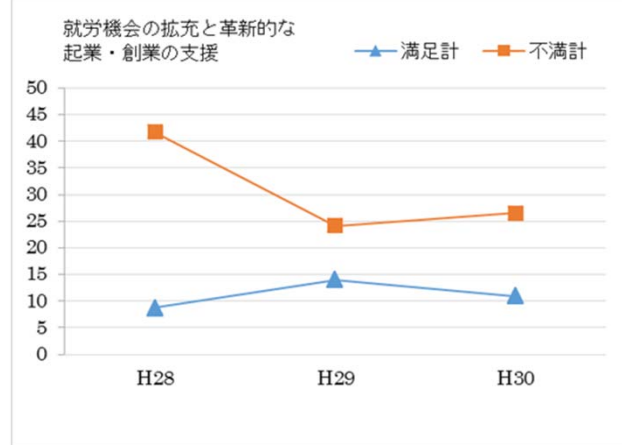
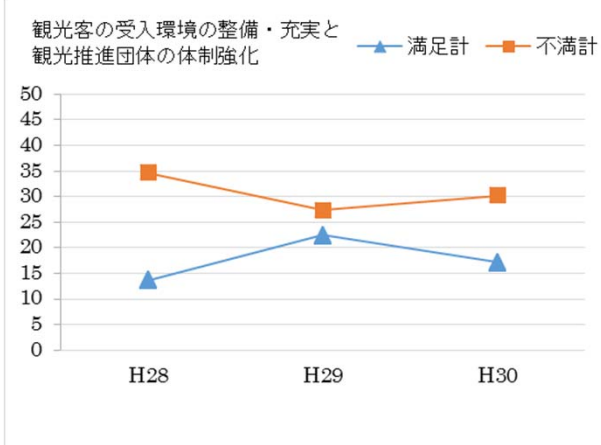
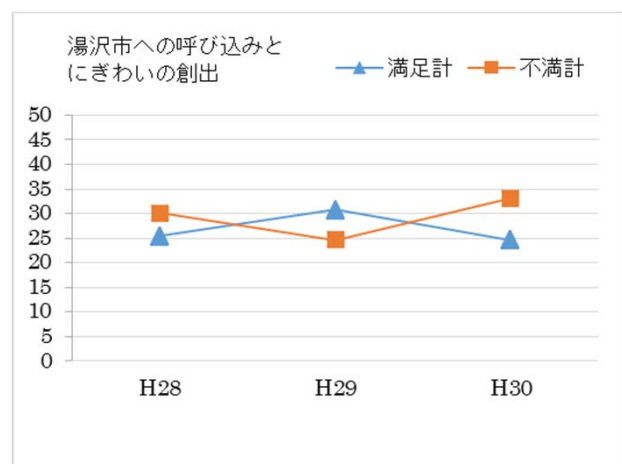
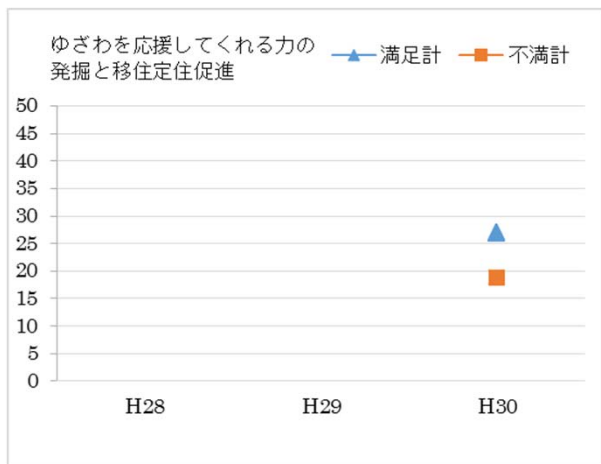
本市への関心層に対するターゲットマーケティングについて、UIJターンにおける起業支援や農作業体験だけにとどまらない地域の魅力的なコンテンツの発掘等により、多様な人や団体との交流拡大を進める。

CCRCについて、民間主導による実施が求められるため、今後は市による基本計画策定は実施しない。

定住の推進について、引き続きふるさと学習やしごと博覧会の開催、奨学金返還助成などの取組を推進する。

## 【参考】戦略2に係る施策別の市民満足度・不満足度

※市民満足度調査より(毎年度市民1,400人を対象にアンケートを実施→約4割(約500人)が回答、単位:%)



## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

## 戦略3 結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援

## 1. 戦略3の基本的方向性

- 若者が安心して結婚や出産、子育てを行うことができるよう、子育て家庭が子どもを連れて出かけやすい環境づくりを進めるとともに、職場を含め地域全体で子育てを支援する機運の醸成を図り、「子育て」をキーワードとした共助環境の再生を図る。
- 「子育てに優しいまち」としてのブランドイメージを構築・発信するため、関係団体との連携によりシンボルとなる取り組みを重ね、子育て世代に注目されるまちづくりを目指す。
- 結婚・出産・子育てについて、当事者のニーズ把握に基づく実効性の高い経済的支援を行い、特に現状の子どもの数より“あと一人”を生むインセンティブにつながる制度の導入により、合計特殊出生率の向上を図る。

## 2. 戦略3の数値目標

数値目標	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値 R1	達成率 H30/R1
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30		
1 合計特殊出生率	H20 ～ H24	1.45	—	単年度	1.18	1.23	1.13	1.05	1.55	68%
2 婚姻数	H26	142	組	単年度	149	141	126	112	801 (5年累計)	66%
				累計	149	290	416	528		
3 子育て環境や支援に満足している人の割合	H25	27.6	%	単年度	—	15.1	35.7	24.2	50.0	48%

## 3. 数値目標の達成状況等

数値目標	達成状況等
1 合計特殊出生率	<p>出産祝い品の贈呈(市内で利用可能な子育てクーポン)や不妊治療費助成などにより、出生率向上に向けた取組を進めたが、出生率は減少傾向となり目標を達成できていない。</p> <p>【参考】本市の出生数 H27:198人 H28:216人 H29:203人 H30:187人(合併後最低)</p>
2 婚姻数	<p>婚活イベントの実施や結婚祝い品の贈呈、結婚に伴う新生活の費用に対する支援などにより、婚姻数増加を図ったが、婚姻数は減少傾向となり目標の達成は難しい。</p>
3 子育て環境や支援に満足している人の割合	<p>子育て世代包括支援センターの開設や子育てわくわくフェスタの開催などにより、子育て環境や支援の充実を図ったが、目標は達成できていない。</p>

## 4. 戦略3を構成するチャレンジ・パッケージと重要業績評価指標(KPI)

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値 R1	達成率 H30/R1
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30		
CP1 ゆざわならでは！ 「結婚・出産・子育てに優しいまち」 プロモーション	① 男性の育児休暇取得率 ※達成率はH30県平均(6.2%)に対してのもの	—	—	%	単年度	—	2.4	7.8	3.8	県平均以上	61%
	② 子育て環境の整備に取り組む事業所の割合	H27	54.0	%	単年度	54.0	52.6	62.2	60.9	80.0	76%

## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

## 戦略3 結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績 評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値	達成率
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	H30/R1
CP2 当事者本位・B/C重視の「まるごと！ライフイベントサポート」	③ 出生数に占める 第3子以降の割合 ※達成率はH29全 国平均(16.7%)に 対してのもの	H26	15.1	%	単年度	19.2	18.1	18.2	20.3	全国平均 と同水準	122%
CP3 人とICTが紡ぎだ す地域ぐるみの 子育て環境創出	④ 託児を頼める人 (親類・友人等) がいる人の割合	H25	92.4	%	単年度	—	58.0	75.0	54.0	100.0	54%
	⑤ 子育てシェアリン グ登録者数	—	—	人	単年度	—	15	20	21	150 (5年累計)	37%
累計	—	15	35	56							

## 5. チャレンジ・パッケージの推進状況等

チャレンジ・パッケージ (CP)	推進状況等
CP1 ゆざわならでは！「結婚・出産・子育てに優しいまち」プロモーション	行政と地域が一体となって、ワーク・ライフ・バランスを浸透させるために結成した、ゆざわイクボス応援団(湯沢市と市内21事業所)に所属する各事業所の取組を市ホームページで紹介するなど、結婚・出産・子育てに優しいまちの推進に取り組んだが、男性の育児休暇取得率や子育て環境整備に取り組む事業所の割合は、目標達成に至っていない。
CP2 当事者本位・B/C重視の「まるごと！ライフイベントサポート」	保護者の負担軽減を図るため、第3子以降が生まれた場合、第2子以降の保育料を全額助成(無料)する取組などにより、出生数に占める第3子以降の割合は、目標値である全国平均を上回っている。
CP3 人とICTが紡ぎだす地域ぐるみの子育て環境創出	託児に係る様々なニーズに対応するため、ICTを活用した子育ての相互援助(子育てシェアリング)を実施したが、子育てシェアリングの活用件数や託児を頼める人がいる割合の増加にはつながっていない。

## 6. 戦略3の総合評価

## (1) 戦略3におけるKPIの達成状況

	達成	未達成	合計
KPI数	1	4	5
割合	20%	80%	100%

※各KPIの達成率100%以上が「達成」

## (2) 戦略3の成果や今後の方向性等

<p>戦略3における結婚・出産・子育て支援について、各チャレンジ・パッケージにおける取組により一定の成果は見られるが、数値目標は達成できていない。また、各チャレンジ・パッケージに設定したKPIについて、目標を達成したKPIは戦略3全体の20%にとどまっている。</p> <p>結婚に係る支援について、社会情勢や先進事例等に基づく検証により、行政が行うべき結婚支援の在り方を再検討し、成果につながる事業展開を図る。</p> <p>出産や子育てに係る支援について、関係機関との連携を強化し、増加傾向にある問題を抱えた妊産婦への支援強化とともに、妊産婦・乳幼児等の状況把握や抱える不安等に適切に対応することで、安心して子育てができる地域社会を目指す。また、市民がより分かりやすい支援体制(組織・事業・施設)を検討する。さらに、放課後児童クラブについて、未設置学区の解消や公共施設再編に合わせた配置場所の見直し、放課後子ども教室(キッズステーション)との一体的な実施などを検討する。</p>
---

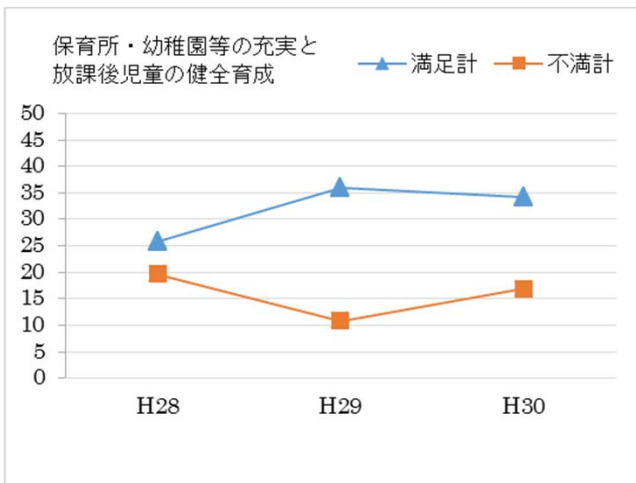
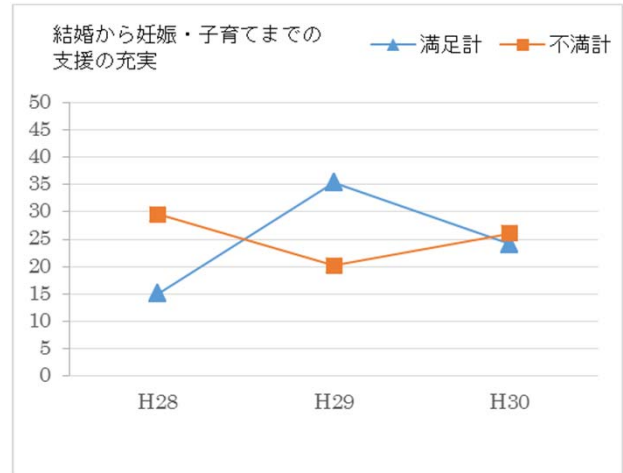
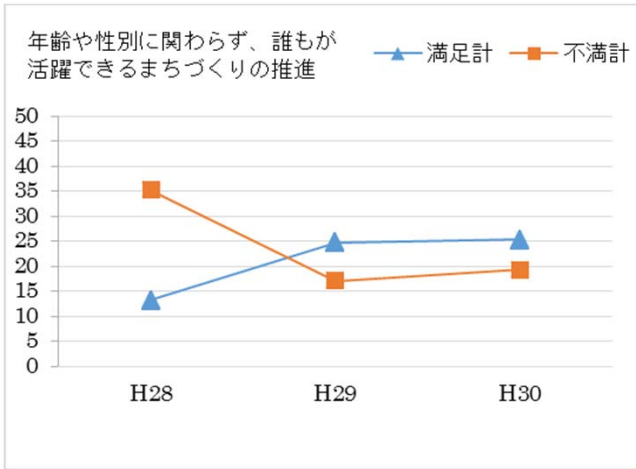


## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

戦略3 結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援

## 【参考】戦略3に係る施策別の市民満足度・不満度

※市民満足度調査より(毎年度市民1,400人を対象にアンケートを実施→約4割(約500人)が回答、単位:%)



## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

## 戦略4 地域資源を活用した「自分ごとの誇れるまちづくり」の実践

## 1. 戦略4の基本的方向性

- 「地熱」「ジオパーク」「音楽のまち」など、“ゆざわ”を特徴づける地域資源を活かしたまちづくりを充実させることで、郷土愛を醸成するとともに、“ゆざわ”の個性を確立し、知名度・ブランドイメージの向上を目指す。
- 少子高齢化の進展による高齢者中心のまちづくりが地方自治体の均質化や活力の低下を招いていると考えられることから、これまでまちづくりの中心から遠かった層の影響力を高めることで、参加意欲の向上と「キラリと光る」取り組みの後押しを図る。
- 人口減少とこれに伴う財政状況の動向を見据え、共助・自立の取り組みを充実させ、まちづくりの質感を確保する。また、「持続可能な地域づくり」の観点から、「稼ぐ」取り組みに向けた中核的人材の育成や団体間のネットワーク形成を後押しする。

## 2. 戦略4の数値目標

数値目標	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値	達成率
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	H30/R1
1 湯沢市に誇りや愛着を感じる市民の割合	—	—	%	単年度	—	74.8	74.2	73.1	85.0	86%

## 3. 数値目標の達成状況等

数値目標	達成状況等
1 湯沢市に誇りや愛着を感じる市民の割合	地域を題材としたふるさと教育やしごと博覧会の開催などにより、地域の魅力や郷土への愛着の醸成に努めたが、目標は達成できていない。

## 4. 戦略4を構成するチャレンジ・パッケージと重要業績評価指標(KPI)

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績 評価指標 (KPI)	現状		単位	年度 累計	実績値				目標値	達成率
		年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	H30/R1
CP1 地熱とジオの恵 み、ゆざわの文化 を活かしたまちづ くり ～オンリーワンからナン バーワンへ～	① ジオガイド数	H26	33	人	単年度	48	13	4	5	60 (5年累計)	117%
					累計	48	61	65	70		
	② ジオガイド利用者 数	H26	686	人	単年度	1,156	1,011	1,492	1,037	2,500	41%
	③ 音楽のまち関連 イベントへの参加 者数	H26	950	人	単年度	876	813	21,952	13,644	12,000	114%
CP2 「若者」と「女性」 が主役の「異色の 地方都市」への挑 戦	④ 若者と女性の活 躍の推進に関す る条例の制定	—	—	—	単年度	—	制定	—	—	H28 制定	100%
	⑤ 女性管理職の登 用に取り組む事 業所の割合	H27	46.7	%	単年度	46.7	55.4	50.3	60.7	70.0	87%
	⑥ 若者や女性が主 催するイベントや 事業数	—	—	回	単年度	—	7	14	14	60 (5年累計)	58%
				累計	—	7	21	35			

## 湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略～懐かしい未来へ～ 戦略の検証(平成27年度～平成30年度)

## 戦略4 地域資源を活用した「自分ごとの誇れるまちづくり」の実践

チャレンジ・パッケージ (CP)	重要業績 評価指標 (KPI)	現状		単位	年度	実績値				目標値	達成率
		年度	基準値			累計	H27	H28	H29		
CP3 人口減少時代における新たな協働/自治 ～これからの一歩～	⑦ まちづくりコーディネーターの育成	—	—	人	単年度	—	—	2	3	5 (5年累計)	100%
					累計	—	—	2	5		
	⑧ コミュニティビジネスに取り組む地区・団体数	—	—	件	単年度	—	—	—	1	5 (5年累計)	20%
					累計	—	—	—	1		

## 5. チャレンジ・パッケージの推進状況等

チャレンジ・パッケージ (CP)	推進状況等
CP1 地熱とジオの恵み、ゆざわの文化を活かしたまちづくり ～オンリーワンからナンバーワンへ～	<p>ジオパークの振興について、ガイド養成講座やガイド認定検定などを実施し、県内初の小学生ジオガイドを含め、目標を上回る70人をジオガイドに認定した。しかし、観光パンフレット等にジオガイドの利用案内を掲載して周知を図ったが、ジオガイド利用者数の目標数は達成できていない。</p> <p>音楽のまちの推進について、サマーミュージックフェスティバルや月イチコンサートの実施、ホームページやSNSによる周知などにより、市民の音楽に対する関心向上を図り、関連イベントへの参加者数は目標を上回っている。</p>
CP2 「若者」と「女性」が主役の「異色の地方都市」への挑戦	<p>平成28年度に若者や女性が輝くまちづくり推進条例を制定し、若者や女性の活躍推進を図った。</p> <p>女性の活躍について、働く女性向けの女性活躍推進フォーラム開催や地域で活躍するロールモデル女性を紹介する冊子作成などにより、女性自身のスキルアップや意識改革等を図り、女性管理職登用に取り組む事業所の割合は増加傾向にあるが、目標達成には至っていない。</p> <p>若者の活躍について、若者の交流やにぎわいを創出するイベントに助成を行うなど、若者を活躍を後押ししているが、若者や女性が主催するイベントや事業数は目標を達成できていない。</p>
CP3 人口減少時代における新たな協働/自治 ～これからの一歩～	<p>まちづくりコーディネーターについて、地域自治組織や中間支援を担う市民活動団体、地域づくりに意欲のある市民を対象にまちづくり人材育成セミナーなどを開催し、目標である5人のまちづくりコーディネーターを育成した。</p> <p>コミュニティビジネスについて、市が開催したコミュニティ講演会とまちづくり人材セミナーに参加した女性が野菜や手芸品作りを得意とする女性を募り、月1回のミニ直売所を開催しているが、コミュニティビジネスに取り組む地区・団体数はこの1件にとどまっている。</p>

## 6. 戦略4の総合評価

## (1) 戦略4におけるKPIの達成状況

	達成	未達成	合計
KPI数	4	4	8
割合	50%	50%	100%

※各KPIの達成率100%以上が「達成」

## 戦略4 地域資源を活用した「自分ごとの誇れるまちづくり」の実践

### (2) 戦略4の成果や今後の方向性等

戦略4の地域資源を活用したまちづくりの実践について、各チャレンジ・パッケージにおける取組により一定の成果は見られるが、数値目標は達成できていない。また、各チャレンジ・パッケージに設定したKPIについて、目標を達成したKPIは戦略4全体の50%にとどまっている。

文化を活かしたまちづくりについて、これまでのジオパーク推進に係る取組を検証し、ゆざわジオパークの普及促進や地熱のまちゆざわの推進を図りつつ、世界ジオパーク認定に向けて、市民全体の機運を高める取組を推進する。また、本市の優れた芸術や文化活動に親しむ環境を整備するとともに、人の交流も含めて文化の振興を図る。

若者と女性の活躍推進について、これまでの取組を推進するとともに、誰もが意思決定の過程へ参画できる体制を強化するため、目的に応じてワークショップなど多様な方法により、市民が参画できる場(機会)の確保に取り組む。

協働のまちづくり推進について、地域自治組織に求める役割や現在の支援体制などを評価・検証した上で、持続可能な人材・拠点・財源等の支援体制を構築し、市民が主役のまちづくりを推進する。

### 【参考】戦略4に係る施策別の市民満足度・不満足度

※市民満足度調査より(毎年度市民1,400人を対象にアンケートを実施→約4割(約500人)が回答、単位:%)

