

第2期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略

～ 未来を育み、共に輝く地域を目指して ～



2020年3月
2024年4月改訂
秋田県湯沢市

目次

第1章 第2期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略について	2
1. 策定の背景	2
2. 実施期間	2
3. 実施と成果の検証	2
4. 持続可能な開発目標（SDGs）を踏まえた総合戦略の策定	3
第2章 第1期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略の取組について	4
1. 2015年度から2018年度（4箇年）における取組実績について	4
【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	4
【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	8
【戦略3】 結婚・出産・子育てを「まるごと！」祝福・支援	11
【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	14
2. 「第1期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の振り返り	17
第3章 今後の人口推計から見る第2期戦略策定の考え方	18
1. 今後の人口推計について	18
2. 人口推計から見える「湯沢市人口ビジョン」目標達成に向けた考え方	19
3. 転出超過状態にある社会減の均衡に向けて	20
4. 第2期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略の目指すべき方向	23
第4章 第2期戦略の基本的視点と数値目標及び戦略の施策と数値目標	24
1. 基本的視点	24
2. 戦略の構成	25
3. 戦略の数値目標と具体的施策	26
戦略1 基本的方向と事業概要及び2040年を見据えた長期視点	26
戦略2 基本的方向と事業概要及び2040年を見据えた長期視点	30
戦略3 基本的方向と事業概要及び2040年を見据えた長期視点	34

1. 策定の背景

国では、人口減少と少子高齢化の進行、東京一極集中の実態、地域経済の現状を鑑み、2014年11月(H26)、まち・ひと・しごと創生法を制定するとともに「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」（以下「国の長期ビジョン」という。）と、5年間の目標や具体的な施策をまとめた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「国の総合戦略」という。）を策定し、地方の人口減少、東京圏への一極集中の是正に向けて施策を推進してきた。

また、地方公共団体においても、国の方針に沿った地方版人口ビジョン及び総合戦略を策定し、国、地方公共団体一体となった取組を進めている。

本市の人口は、自然減少・社会減少が徐々に拡大し、2010年(H22)の国勢調査では50,849人、2015年(H27)の国勢調査では46,613人と減少しており、国立社会保障・人口問題研究所（以下「社人研」という。）が発表した2040年(R22)を基準とした将来推計人口においても2013年(H25)3月推計値28,396人から2018年(H30)推計値27,143人と下方修正されている。

先の「湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、「湯沢市人口ビジョン」で示した「2040年に31,664人の人口確保」を目標に、その実現に向けた具体的な戦略をとりまとめたものであるが、戦略期間の終了を迎え、この先の人口減少社会における持続可能な地域づくりを早急に進めるため、次期戦略の策定が急務となっている。

地方創生は息の長い取組であり、第1期で根付いた地方創生の意識や取組を2020年度以降にも継続し、人口減少社会に負けない地域づくりを進める指針として、ここに「第2期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を定める。

2. 実施期間

「第2期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、2020年度(R2)から2024年度(R6)までの5年間を実施期間とする。

3. 実施と成果の検証

第2期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略は、明確な数値目標等を定めており、戦略の効果や成果を客観的に検証しつつ取組を進める。

そのため、総合戦略の策定にあたり審議を行った、産業界・関係行政機関・教育機関・金融機関・労働団体等で構成している「湯沢市地方創生推進会議」を中心に、各数値目標や重要業績評価指標（以下、「KPI」という。）の達成状況の検証や必要に応じた戦略の改善を毎年度行い、PDCA^{※1}サイクルを実践していく。

※1 PDCA PLAN（計画）、DO（実施）、CHECK（評価）、ACTION（改善）の4つの視点をプロセスの中に取り込むことで、プロセスを不断のサイクルとし、継続的な改善を推進するマネジメント手法。

4. 持続可能な開発目標（SDGs）を踏まえた総合戦略の策定

持続可能な開発目標（SDGs）（以下「SDGs」という。）は、2015年9月の国連サミットで採択された先進国を含む国際社会全体の開発目標であり、2030年を期限とする包括的な17の目標と169のターゲットで構成され、「誰一人取り残さない」持続的な社会の発展を目指すものとして取組まれている。

国においては、内閣総理大臣を本部長とする「SDGs推進本部」が設置され、経済、社会、環境の分野における8つの優先課題と140の施策を盛り込んだ「SDGs実施指針」を策定したほか、地方公共団体におけるSDGs推進への積極的な取組が期待されている。

本市の総合戦略は、少子高齢化や人口減少、地域経済の縮小に負けない、持続可能な地域づくりの指針となるもので、国際社会全体の開発目標であるSDGsの理念や目指すべき方向性は同じであることから、SDGsを共通言語に、これらの目標を踏まえた総合戦略の策定を図る。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



※2SDGs Sustainable Development Goals の略。「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のための2030年を年限とする17の国際目標。

1. 2015年度から2018年度（4箇年）における取組実績について

「第1期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、4つの戦略に基づく7つの数値目標と31のKPIにより取組んできたところであるが、2015年度から2018年度における取組実績は以下のとおりとなっている。

【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

(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われない「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、時間にとらわ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UIJ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	実績値				目標値	達成率
		年度	基準値			累計	H27	H28	H29		
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				
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	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			
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%
CP3 「集約化」と「つながる力」を活かした農林業の実力強化	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%
CP4 「萌芽から成熟まで」切れ目のないベンチャー支援	⑨ 地域産材活用量	—	—	m ³	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。

(6) 戦略1の総合評価

ア 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」

イ 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、令和元年度から自走化し、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。



【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組を拡充する。
- 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	達成率
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	H30/R1
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	<p>転出超過の抑制に向けて、移住定住促進やUI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。</p> <p>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。</p>

(4) 戦略2を構成するチャレンジ・パッケージと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 「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%
			86,347	千円	単年度	248,038	297,919	327,150	326,858	300,000	109%

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		
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%
					累計	—	4	13	23		
	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%
					累計	—	9	19	26		
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%
					累計	—	1	2	4		
	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%
					累計	64	135	214	353		
CP4 「ゆざわ版CCRC」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～ふるさとを知る・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活用に係る庁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

ア 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」

イ 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ゆざわ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。

定住推進については、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に取組、定住者の確保を図る。



【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組を重ね、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	達成率
	年度	基準値			H27	H28	H29	H30	R1	H30/R1
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 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%
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

ア 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」

イ 戦略3の成果や今後の方向性等

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。

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。

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、リスク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。



【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」取組の後押しを図る。
- 人口減少とこれに伴う財政状況の動向を見据え、共助・自立の取組を充実させ、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」取組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 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 累計 48	13 61	4 65	5 70	60 (5年累計)	117%	
	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 — 累計 —	7 7	14 21	14 35	60 (5年累計)	58%	
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 — 累計 —	— —	2 2	3 5	5 (5年累計)	100%	
	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 — 累計 —	— —	— —	1 1	5 (5年累計)	20%	

(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>

チャレンジ・パッケージ (CP)	推進状況等
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～	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。 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。

(6) 戦略4の総合評価

ア 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」

イ 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、市民全体の機運の醸成を図る。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。

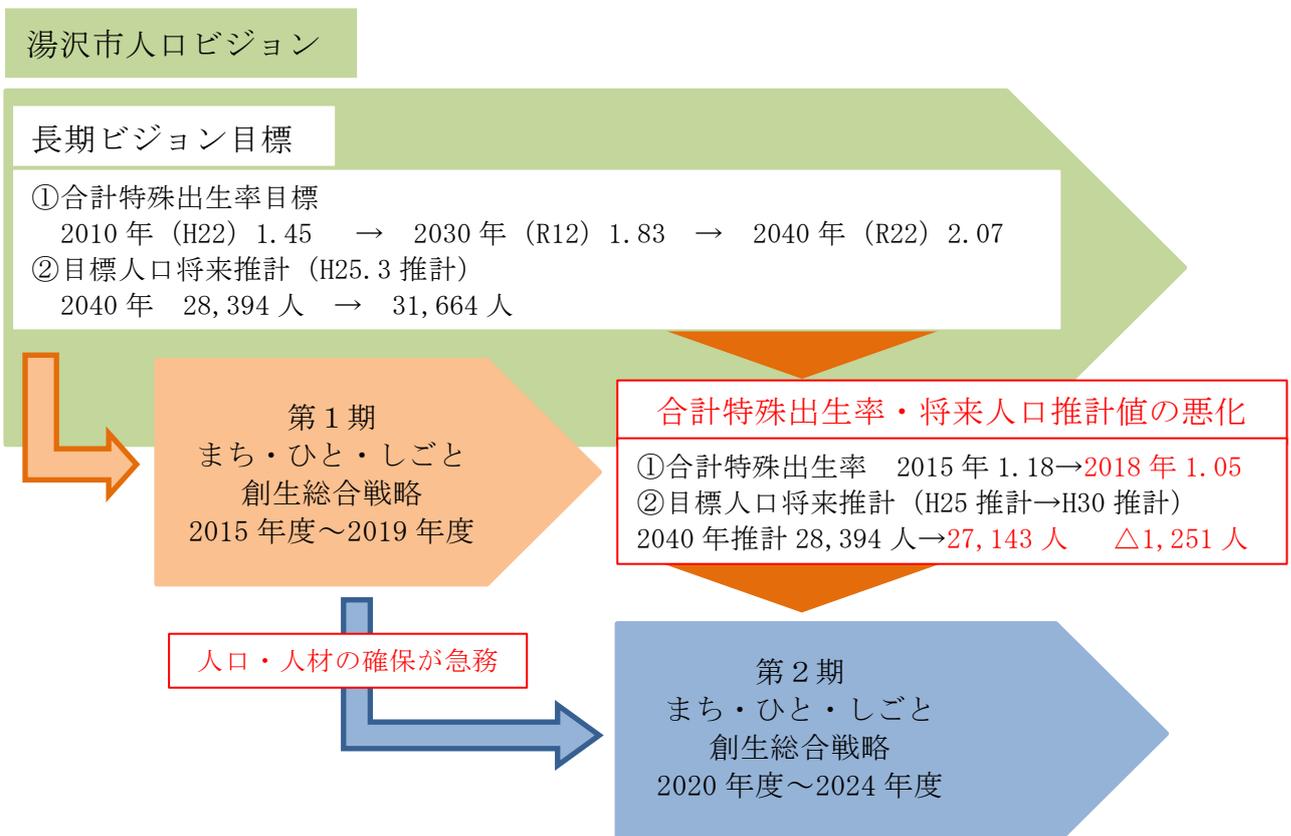
2. 「第1期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の振り返り

「湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」で定める、4戦略に係る7目標、31のKPIにおける直近4年の実績は、設定目標やKPIの達成が難航しているものがある。

特に、戦略1の「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」及び、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。

まち・ひと・しごと創生総合戦略は、人口減少対策における長期目標である人口ビジョン目標達成のため推進するものである。本市の「人口ビジョン」目標は、2040年において、合計特殊出生率を2.07に引き上げ、また、現在転出超過にある人口移動を徐々に減少させ転入・転出の均衡を目指し、31,664人の人口確保を掲げているが、社人研が2018年に公表した「日本の地域別将来推計人口」では、2040年には27,143人まで減少すると推計されており、これは2013年に公表された同時期の未来推計値28,396人より1,251人、4.4%減少した数値となっている。

現行の総合戦略は今年度が最終年度であることから、最終実績が人口減少改善に及ぼした効果は未確定であるが、推計の悪化から人口減少が想定を超えて加速していることがうかがえ、人口・人材の確保は急務となっている。



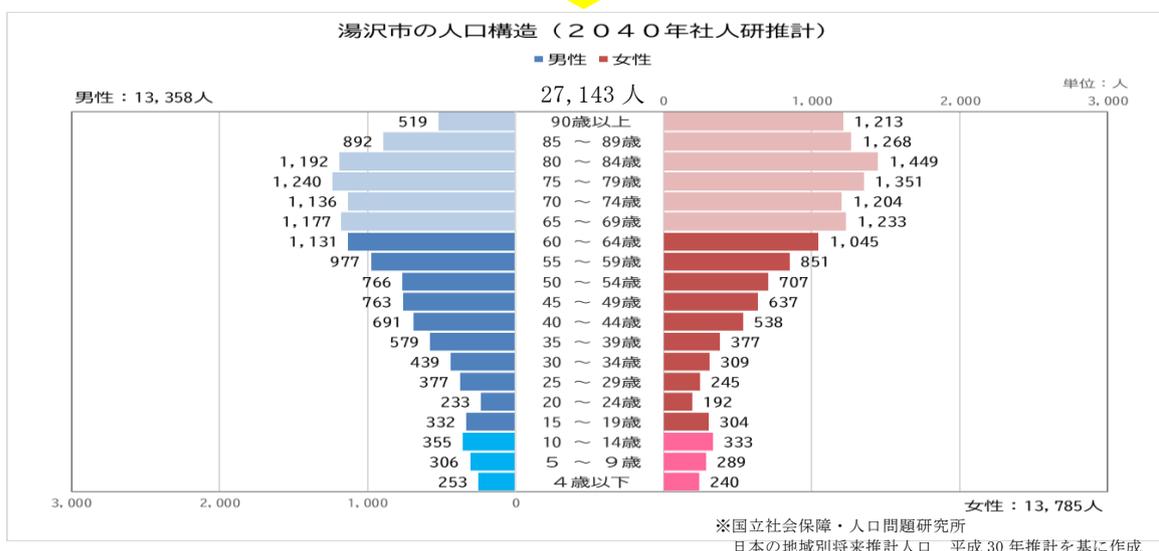
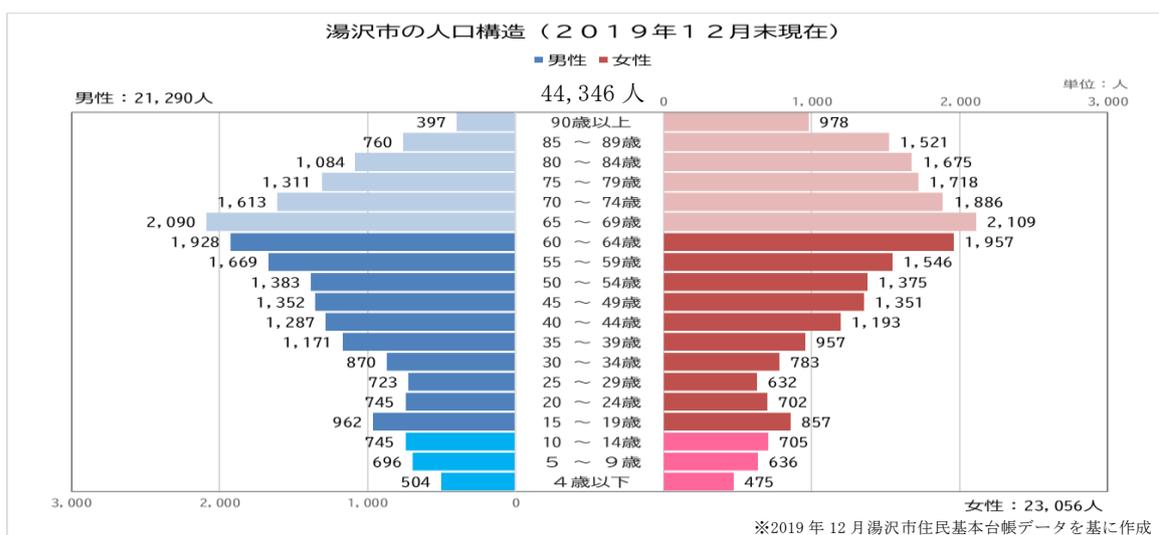
第3章 今後の人口推計から見る第2期戦略策定の考え方

1. 今後の人口推計について

本市の令和元年12月末の住民基本台帳における総人口は44,346人（外国人を含む）で、うち65歳以上の高齢者は38.7%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。

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3,074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。

一方、社人研が昨年公表した2040年時推計では人口が27,143人まで減少し、65歳以上の高齢者が51.1%を占め、人口の2人に一人が65歳以上、3人に一人が75歳以上という状態となっている。



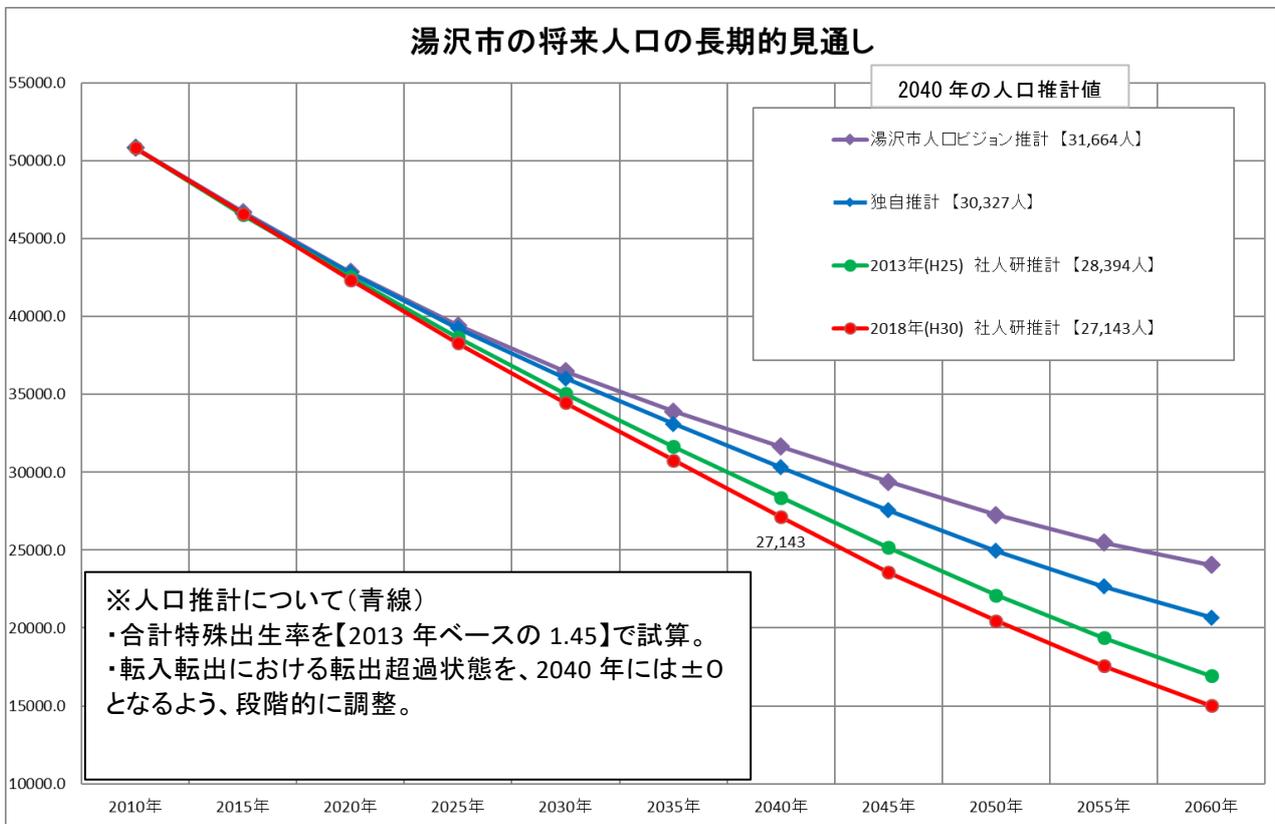
この段階では、人口に占める 65 歳以上の高齢者の割合が、税収入の低下や高齢者の医療・福祉の負担増から財政維持が難しく限界自治体の目安ともなっている 50%を上回っており、1 人の青年・壮年・中年が複数の 65 歳以上の高齢者を支える社会になると想定される。

また、20 歳から 39 歳の女性の人口は 1,123 人と総人口の 4.1%まで減少する推計となっており、令和元年 12 月と比較し 63%減少する見込みとなっている。

去る 2014 年 5 月、日本創成会議（シンクタンクである公益財団法人日本生産性本部が発足させた民間の会議体。）は 2010 年から 2040 年における若年女性（20～39 歳）人口の減少率が 5 割を超える全国 896 自治体を「消滅可能性都市」にあたりと発表し、全国に大きな衝撃を与えた。当時の本市における若年女性人口の減少率は 69.5%であったが、直近の人口推計でみると 2010 年の 4,051 人に対して、2040 年の推計値が 1,123 人、減少率が 72.3%と拡大しており、依然として「消滅可能性都市」から脱却できない状態にある。

2. 人口推計から見える「湯沢市人口ビジョン」目標達成に向けた考え方

「湯沢市人口ビジョン」は、2040 年において 31,664 人の人口の確保を目標としているが、人口ビジョン策定時から 4 年経過し、新たに 2015 年国勢調査結果などが示されていることから、今般、最新の人口動態を踏まえ改めて将来人口の長期的見通しを推計した。



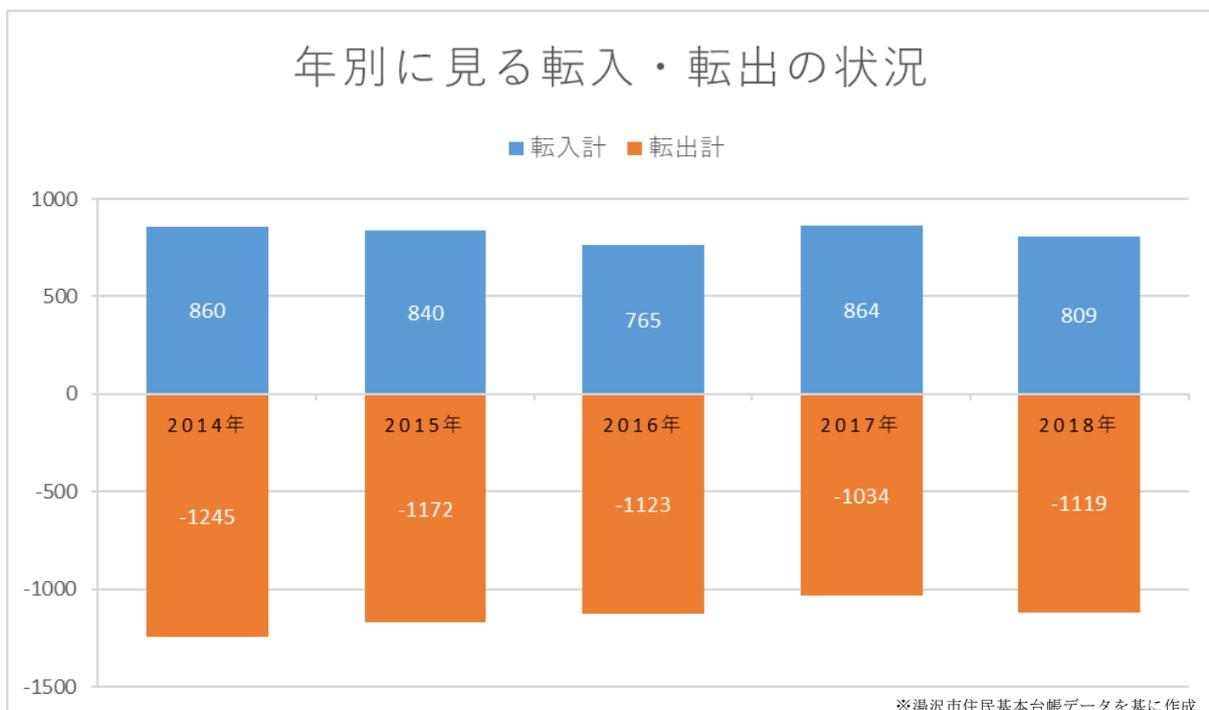
推計は、新たに 2015 年国勢調査時の人口をベースに、合計特殊出生率を 2013 年ベースの 1.45 を維持し、転出超過にある社会減を 2040 年には均衡するよう段階的に調整し推計した。

推計では、2040 年の推計人口が 30,327 人となり、人口ビジョン目標である 31,664 人には及ばないものの人口 3 万人台の維持が可能となる結果となった。

以上の推計結果から、転出超過状態にある社会減の抑制と合計特殊出生率の維持・向上により、人口ビジョン目標値である 31,664 人の確保が可能であることがうかがえる。

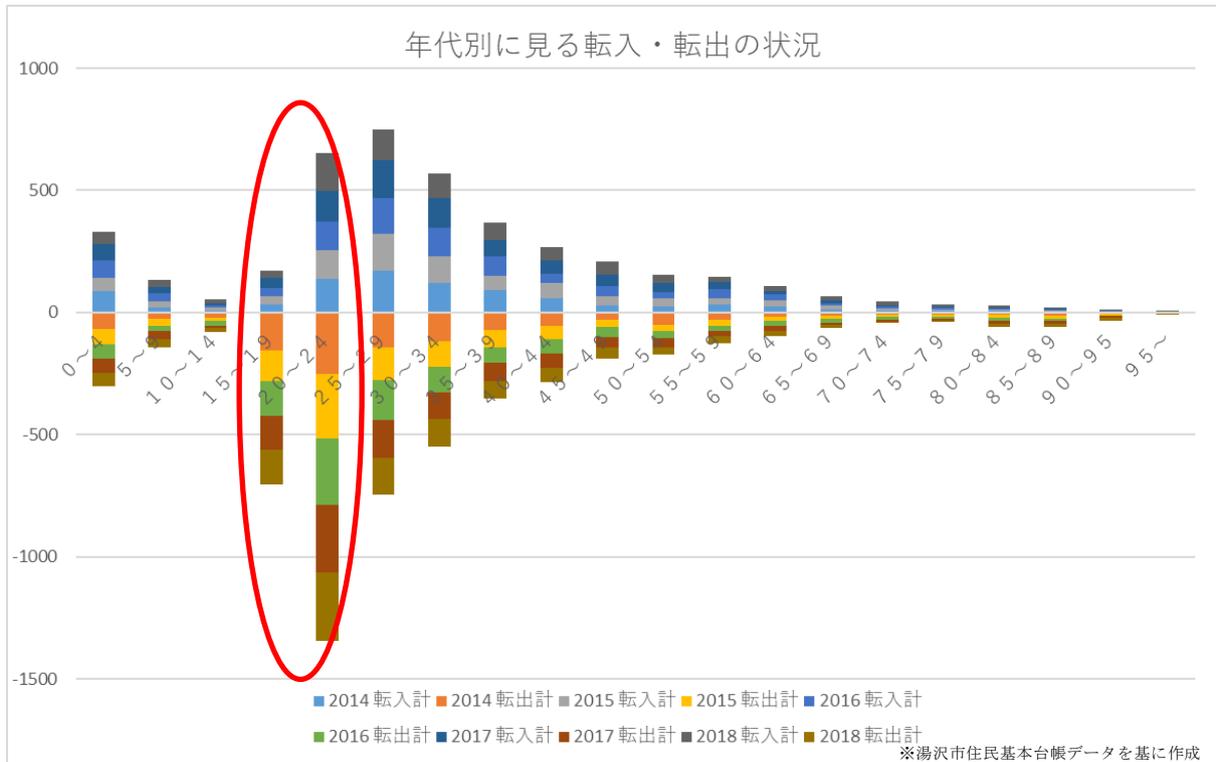
3. 転出超過状態にある社会減の均衡に向けて

本市の直近 5 年間における転入・転出の状況は、下図に示すとおりすべての年度において転出超過状態にあり、5 箇年計で実に 1,555 人の転出超過となっている。



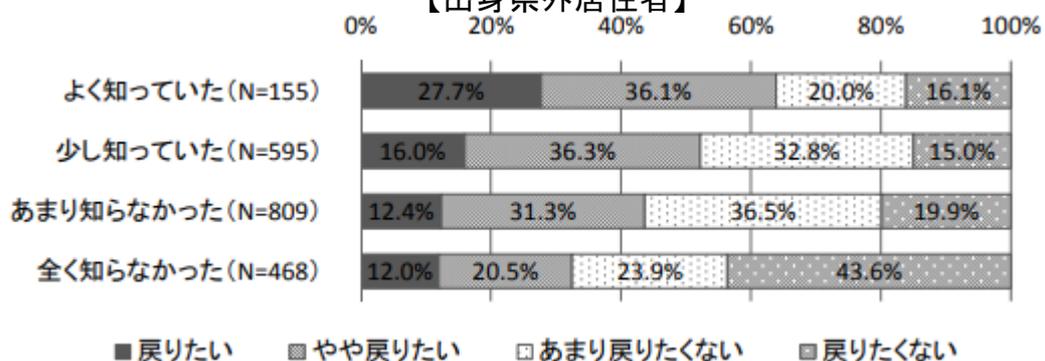
これを年代別にみると 15 歳から 19 歳、20 歳から 24 歳の年代における転出超過が顕著であり、その差は5年間で1,277 人となっている。

当該年代については、高等学校卒業に伴う県外就職や進学によるものと推察されるが、それ以外の年代における転入・転出状況がおおむね均衡している状況から、若者世代の人材流出が顕著となっており、転入・転出を均衡させるには、こうした世代を還流する施策の推進が肝要と考えられる。



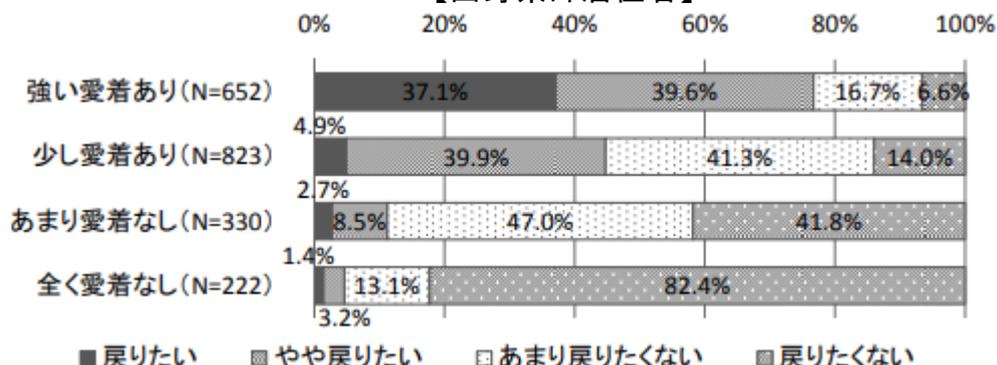
独立行政法人労働政策研究・研修機構が調査した資料「地方における雇用創出—人材還流の可能性を探る」によれば、高校時代までにおける地元企業の認知度が高いほどUターン希望が高く、また、地元への愛着が強ければ同様にUターン希望が高い調査結果が示されている。

出身市町村へのUターン希望
—高校時代までの地元企業の認知程度別—
【出身県外居住者】



※「地方における雇用創出—人材還流の可能性を探る—（独立行政法人労働政策研究・研修機構）」より

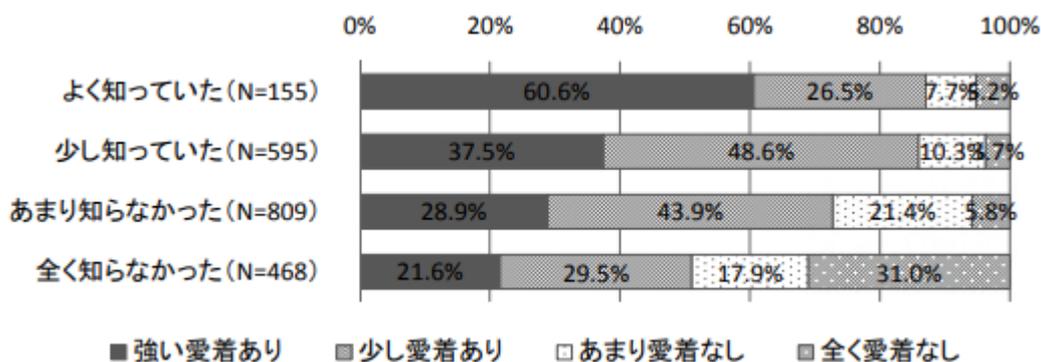
出身市町村へのUターン希望
—出身市町村への愛着有無別—
【出身県外居住者】



※「地方における雇用創出-人材還流の可能性を探る-（独立行政法人労働政策研究・研修機構）」より

また、地元への強い愛着を醸成するには、高校時代までにおける地元企業の認知度を高めることで醸成することが可能との調査結果が示されており、若者世代のUターンの促進に欠くことのできない要素と思われる。

出身市町村への愛着
—高校時代までの地元企業の認知程度別—
【出身県外居住者】



※「地方における雇用創出-人材還流の可能性を探る-（独立行政法人労働政策研究・研修機構）」より

4. 第2期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略の目指すべき方向

第2期の総合戦略については、今後の人口推計から見えるとおり、次世代を担う若者や女性への支援に特化し、移住・定住施策の推進及び若者世代の回帰促進に向けた未来投資による社会減の改善と、結婚や子育て支援策を推進し、合計特殊出生率の維持・向上を図ることを目指すべき方向とする。

なお、第2章に記載する第1期の総合戦略の取組において、今後も取組が必要とされる施策や事務事業については、別に定める湯沢市総合振興計画及び湯沢市総合振興計画実施計画において、継続した推進を図るものとする。

第2期湯沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略実施戦略の方向性

1. 新たな人の流れをつくり、多様な人材との交流による地域の活性化や仕事の創出を目指す

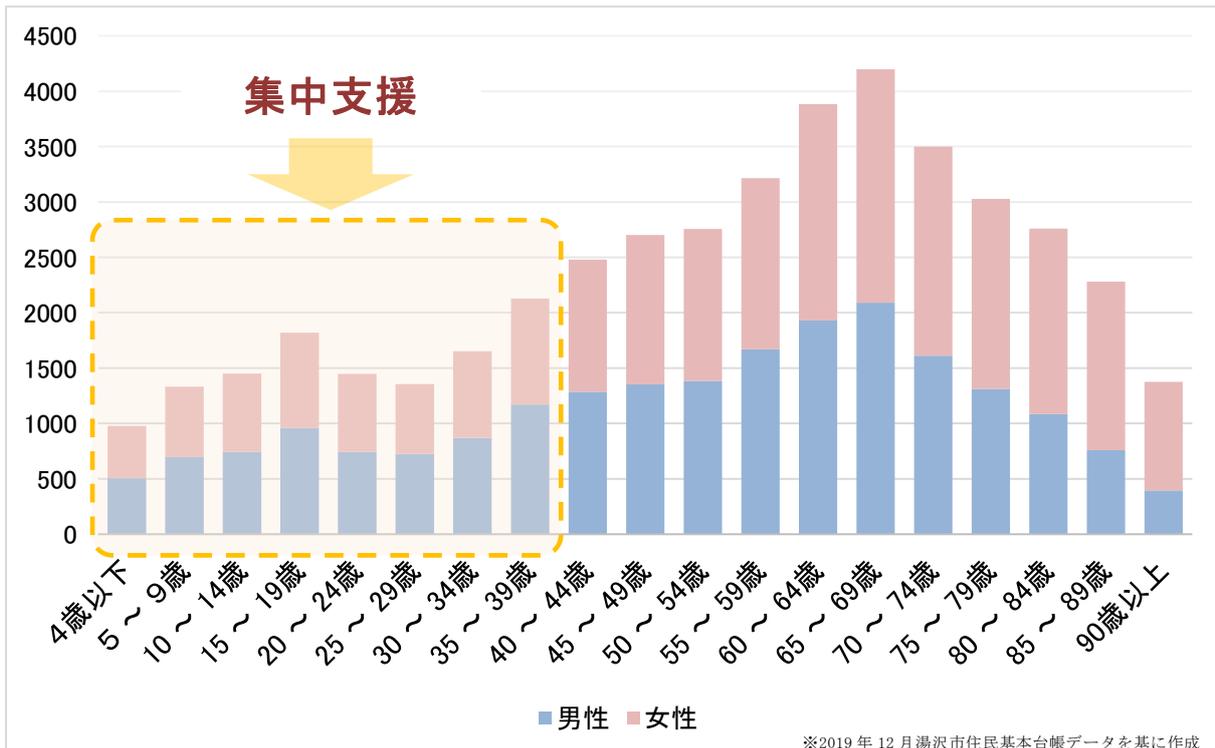
2. 次世代を担う若者が活躍する社会の実現を目指す

3. 地域社会における女性の活躍を促進し子育てしやすい環境の充実を目指す

移住・定住
施策の推進

若者への
未来投資

結婚・出産・
子育て支援



1. 基本的視点

国では、第2期における施策の方向性を「活力ある地域社会」の実現と、「東京圏への一極集中」の是正と定め、第1期における成果を踏まえつつ「継続は力なり」という姿勢を基本に、地方創生の動きを更に加速させるとしている。

本市としては、第2章で示した第1期戦略の成果や今後の人口推計等を踏まえ、基本的視点を下記の一点に絞り、人口減少に備えた地域の育成に特化した総合戦略を定める。

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。

<数値目標>

2040年までに転出超過状態にある社会減の段階的な均衡を図る

2018年 転入者 42.4% : 転出者 57.6%

↓

2024年目標 転入者 44.0% : 転出者 56.0%

↓

2029年目標 転入者 46.0% : 転出者 54.0%

↓

2034年目標 転入者 48.0% : 転出者 52.0%

↓

2039年目標 転入者 50.0% : 転出者 50.0%

⋮

2. 戦略の構成

戦略1 新たな人の流れ・仕事の創出

新たな人の流れをつくり、多様な人材との交流による地域の活性化や仕事の創出を目指す。

- (1) 関係人口の創出・拡大
- (2) 移住・定住施策の推進・強化
- (3) テレワーク・ワーケーションの普及・促進

戦略2 若者への未来投資による定住の促進

次世代を担う若者が活躍する社会の実現を目指す。

- (1) 奨学金施策振興による若者の回帰促進
- (2) 中学生（高校生）を対象とした短期留学支援
- (3) キャリア教育の振興等による地元愛の醸成

戦略3 結婚・出産・子育て支援の充実

地域社会における女性の活躍を促進し、子育てしやすい環境の充実を目指す。

- (1) 出会いの機会創出と結婚支援の強化
- (2) 子育てニーズに応えるまちづくり
- (3) 情報発信・発信ツールの検討・見直し

3. 戦略の数値目標と具体的施策

戦略 1

新たな人の流れ・仕事の創出

重要業績評価指標（KPI）

- ・リビングラボ^{※3}プロジェクトによる取組 → 5件
- ・ゆざわローカルアカデミーの参加者 → 40人
- ・都市部からのワーケーション^{※4}受け入れ企業 → 5社
- ・複業・兼業マッチング件数 → 10件



基本的方向

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・拡大に取組、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消費による経済的効果のほか、地域との関わりによる人的交流や活性化が図られるなどのメリットがあり、受け入れ体制の整備を図る。

事業概要

(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

【実施事業】

- ・都市部との共創型プロジェクト（リビングラボプロジェクト）の実施

※ 本市が抱える地域課題を共有し、共創による課題解決によって持続可能なまちづくりの構築を目指す。ビジネス手法で様々なソリューションを取り入れることにより、継続的な関係性を構築する。

【実施スケジュール】

多方面にわたる民間との協働・共創の推進		R2	R3	R4	R5	R6
(仮)湯沢リビングラボの設立		→				
(仮)湯沢リビングラボ運用開始		→	→	→	→	→
都市部リビングラボとの連携（ワークショップによる課題共有）		→	→	→	→	→
関係団体等との連携（ワークショップによる課題共有）		→	→	→	→	→
共創型プロジェクトの実施			→	→	→	→
重要業績評価指標（KPI）		目標値				
リビングラボプロジェクト → 5件			1	1	1	2

※3 リビングラボ 市民・企業・自治体・大学・研究機関などの関係者が一堂に会し、社会課題の解決を図る実証実験の手法を指す。コミュニティの持続可能性を高める共創活動として関心が高まっており、市民参加型で課題解決につながる手法の一つ。

※4 ワケーション 2000年代に米国で生まれた、「ワーク」と「バケーション」を組み合わせさせた造語。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。



(2) 移住・定住施策の推進・強化

移住・定住施策の積極的な推進

【実施事業】

- ・ふるさと交流促進事業（ゆざわローカルアカデミー）をきっかけとした段階的な移住支援

※ 地方に関心がある首都圏在住者を対象とした、通年の講座等を実施することにより、地域について主体的に考え、継続して地域づくりに関わる関係人口を構築する。

- ・秋田県と連携した移住・就業支援事業による支援金の交付

※ 第2期秋田県移住・就業支援事業の要件を満たす者に対し支援金を交付することで、東京圏から本市への移住・就職を促進する。

【実施スケジュール】

移住・定住施策の積極的な推進		R2	R3	R4	R5	R6
ふるさと交流促進事業実施（ゆざわローカルアカデミー）		→	→	→	→	→
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		→	→	→	→	→
東京圏からの移住者に対する移住支援金の交付		→	→	→	→	→
東京圏の大学生に対する地方就職支援金の交付						→
重要業績評価指標（KPI）		目標値				
アカデミー参加者 → 40人		8	8	8	8	8



(3) テレワーク・ワーケーションの普及・促進

テレワーク・ワーケーション等の新たな働き方の提案

【実施事業】

- ・テレワーク・ワーケーションの推進

※ 都市部の企業等をターゲットに、本市の温泉等を活用したワーケーションの受け入れを推進。また、地域との関わりによる交流を促進することで、地域の活性化と継続した関係性を構築する。

- ・複業・兼業マッチング支援

※ 市内企業の人材確保が課題となる中、テレワーク・ワーケーションを行う方（外部人材）が持つ専門的スキルやノウハウの活用を目指した複業・兼業のマッチングを支援する。

【実施スケジュール】

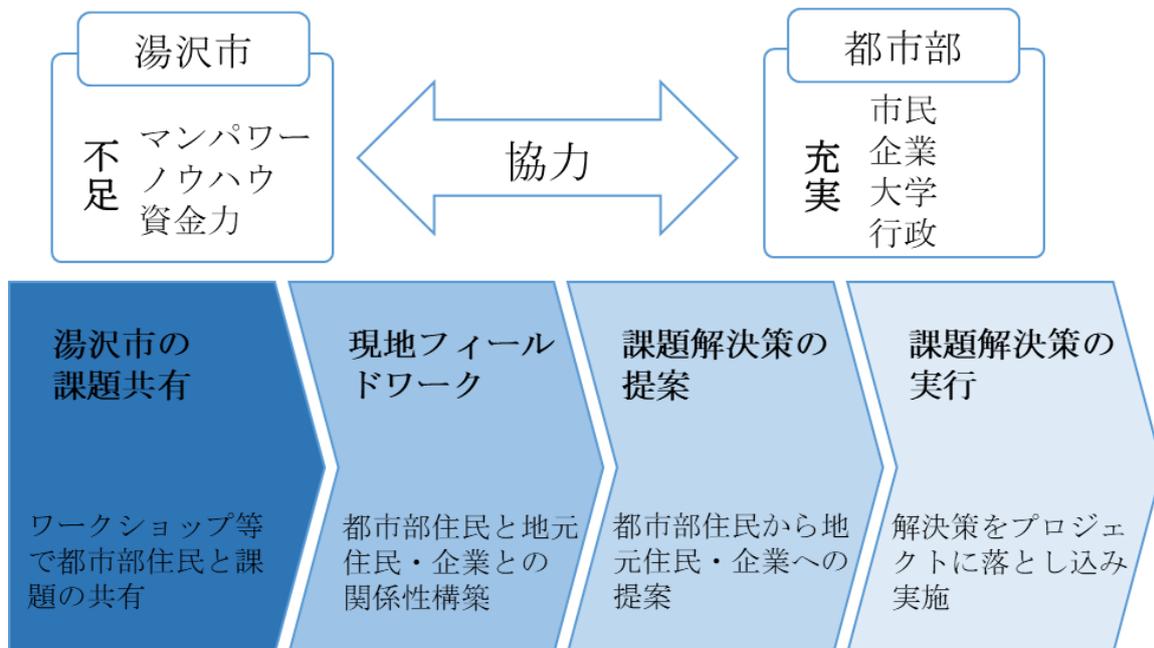
テレワーク・ワーケーション等の新たな働き方の提案		R2	R3	R4	R5	R6
ワーケーションアライアンスジャパン(WAJ)との連携による普及促進		→	→	→	→	→
テレワーク・ワーケーション受け入れ環境整備			→	→		
モニター受け入れ			→	→		
運用開始			→	→	→	→
重要業績評価指標（KPI）		目標値				
都市部からのワーケーション受け入れ企業 → 5社		1	1	1	1	1
複業・兼業マッチング件数 → 10件		1	2	2	2	3

2040年を見据えた長期視点

初期アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> ・アカデミーによる地域との関わりの創設 ・関係人口交流拠点の創設（湯沢リビングラボサポートオフィス） ・複業・兼業の促進 ・ワーケーション受け入れ環境の整備
中期アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> ・多様な人材が地域づくりに参画 ・地域課題解決プロジェクトの実施 ・複業・兼業による新たな働き方の創設 ・ワーケーション受け入れ人口の増加及び地域経済の活性化
最終アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> ・移住者、定住者の増加 ・地域経済の活性化 ・持続可能な地域づくり

事業のイメージ

◇ リビングラボプロジェクト



◇ ふるさと交流促進事業（ゆざわローカルアカデミー）



◇ テレワーク・ワーケーション



戦略 2

若者への未来投資による定住の促進



重要業績評価指標（KPI）

- ・ 地域全体で若者を育成するための未来ファンド（基金）の形成
- ・ 就学支援者 → 20人
- ・ 留学支援者 → 30人
- ・ キャリア教育の実施（中・高） → 20回
- ・ ふるさと納税を活用したGCF※5による起業支援 → 3件

基本的方向

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、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



(1) 奨学金施策振興による若者の回帰促進

市産業等の活性化に貢献する高い志のある人材の確保

【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
- ※ 奨学金を活用し就学した者が、就学後に地元企業に就職するなど一定の条件を満たした場合、その返還額の一部を助成することで、若年層等の定着とともに、地元企業を担う人材の確保及び育成を推進する。

【実施スケジュール】

市産業等の活性化に貢献する高い志のある人材の確保	R2	R3	R4	R5	R6
①就学支援事業（新たな奨学金制度の創設）					
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	→	→			
未来ファンド（基金）形成・育成プログラム作成		→	→	→	→
運用開始			→	→	→

※5GCF ガバメントクラウドファンディング（Government Crowd Funding）とは、地方自治体が事前に事業資金の用途を限定し、プロジェクト実行者としてインターネットを通して世の中に呼びかけ、賛同者から資金を募る仕組み。

②奨学金返還助成金交付事業の拡充		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			→	→	→	→
重要業績評価指標（K P I）		目標値				
就学支援者 → 20人		2	3	5	5	5



(2) 中学生（高校生）を対象とした短期留学支援

自ら未来を切り拓くグローバル人材の育成

【実施事業】

- ・留学支援事業（IT人材、グローバル人材育成）

※ 社会がグローバル化、ボーダーレス化し、未来予測が困難で正解のない時代を生きて行くためには、自ら「未来を切り拓く力」が求められており、「留学」という新たな経験を積ませることで、こうした力を持った人材の育成を図る。

【実施スケジュール】

自ら未来を切り拓くグローバル人材の育成		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		⇨	→	→		
未来ファンド（基金）形成・育成プログラム作成			→	→	→	→
運用開始					→	→
重要業績評価指標（K P I）		目標値				
留学支援者 → 30人		6	6	6	6	6



(3) キャリア教育の振興

産学官等の連携による人材育成

【実施事業】

- ・キャリア教育による地元への愛着の醸成

※ 社会的・職業的自立に向けた能力の育成だけでなく、市内各学校に地元企業等から社員を講師として派遣し、企業紹介や地域と一緒に取り組んでいる社会貢献活動を紹介・共有することで、地元への理解や関心を一層高めるとともに、郷土愛に満ちた人材の育成を図る。

- ・コミュニティ・スクールによる地域との連携・協働の推進

※ 「地域とともにある学校づくり」を進め、児童・生徒の成長における学校、保護者、地域が一体となった育成支援体制の整備を図る。

【実施スケジュール】

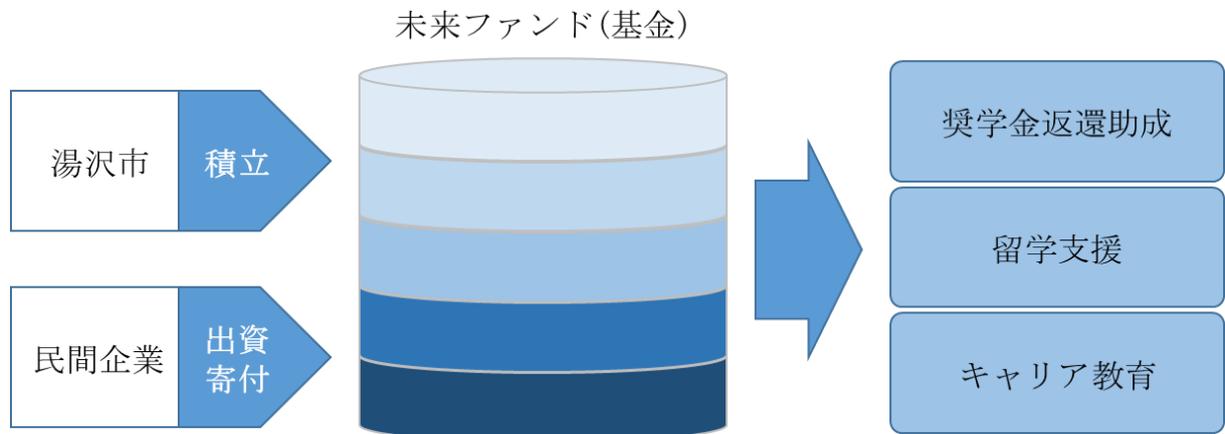
産学官等の連携による人材育成		R2	R3	R4	R5	R6
	実施に向けた学校との協議（中学校・高等学校）	→				
	企業意向調査	→				
	事業詳細設計	→	→			
	運用開始		→	→	→	→
重要業績評価指標（KPI）		目標値				
	キャリア教育の実施（中・高） → 20回		3	3	6	8
	ふるさと納税を活用したGCFによる起業支援 → 3件			1	1	1

2040年を見据えた長期視点

初期アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> ・就学後の地元回帰 ・学生と地元企業との関わり強化 ・起業創業支援 ・留学支援によるIT人材、グローバル人材の育成 ・地域との関わりづくり
中期アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> ・地元企業就職による若者の定着 ・新たな試みにチャレンジする風土の醸成 ・国際感覚の高い人材の育成 ・地元への愛着の醸成
最終アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> ・次世代を担う若者が活躍する社会の実現

事業のイメージ

◇ 未来ファンド（基金）の形成



◇ キャリア教育



企業博覧会



山田中学校の生徒たちによる「YAMACHu（ヤマチュウ）コーポレーション」の活動



高校生を対象とした1日市長体験

戦略3

結婚・出産・子育て支援の充実



重要業績評価指標（KPI）

- ・ あきた結婚支援センターの加入促進
 - 新規登録者を5箇年で100人
- ・ 合計特殊出生率 → 1.45以上を確保
- ・ 子育て支援に係る満足度の向上
 - 満足度の低い層を20%以下に改善
- ・ 子育て支援ポータルサイトPV数
 - 現状値(150PV)の維持

基本的方向

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はじ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



(1) 出会いの機会創出と結婚支援の強化

出会いの機会創出と結婚支援

【実施事業】

- ・ ゆざわライフイベントサポート事業

※ 結婚を希望する市民への支援を行う。（実施事業：出会いのきっかけづくり、結婚生活スタート応援事業 など）

【実施スケジュール】

出会いの機会創出と結婚支援		R2	R3	R4	R5	R6
結婚支援コーディネーターの確保・育成		→	→	→	→	→
結婚支援コーディネーターによる結婚支援		→	→	→	→	→
独身者の交流促進		→	→	→	→	→
結婚支援の充実		→	→	→	→	→
重要業績評価指標（KPI）		目標値				
あきた結婚支援センターの加入促進 → 新規登録者を5箇年で100人		20	20	20	20	20

(2) 子育てニーズにこたえるまちづくり

安心して子どもを産み育てることができる環境づくり

【実施事業】

- ・ 出産おめでとう事業
 - ※ 出生した子供の健やかな成長を願い、安心して出産・子育てできる地域社会の実現を目指す。（実施事業：子育てクーポン・幼児用椅子の謹呈・第3子以上の子を持つ世帯への育児費用助成。）
- ・ 子ども・子育て支援事業
 - ※ 仕事の都合などにより、保護者が自宅で保育することができない場合に備え、病児保育による子育て支援を行うほか、保育園、幼稚園、認定こども園に通う子どもの副食費無料化を進め、子育て世帯の負担軽減を図る。（実施事業：病児保育施設運営委託・副食費助成 など。）
- ・ ゆざわライフイベントサポート事業
 - ※ 子育て世帯の負担を軽減するための事業を行う。（実施事業：子育て応援イベントの開催 など）
- ・ 子育て世帯の負担軽減施策
 - ※ 子どもの医療費助成制度における助成対象外世帯（所得制限）への市単独での助成 など。

【実施スケジュール】

安心して子どもを産み育てることができる環境づくり	R2	R3	R4	R5	R6
出産おめでとう事業	→	→	→	→	→
子ども・子育て支援事業	→	→	→	→	→
ゆざわライフイベントサポート事業	→	→	→	→	→
子育て世帯の負担軽減施策	→	→	→	→	→

(3) 情報発信・発信ツールの検討・見直し

SNS等による情報発信手段等の見直し

【実施事業】

- ・ ゆざわライフイベントサポート事業
 - ※ 子育て支援情報の提供について、情報を必要とする人にきちんと届く情報発信を進めるため、運用中の子育て支援ポータルサイト「ゆざわハッピーナビ」の活用を含めた情報発信手段の見直しを図る。（実施事業：子育て支援ポータルサイト「ゆざわハッピーナビ」の見直しなど）

【実施スケジュール】

SNS等による情報発信手段等の見直し		R2	R3	R4	R5	R6
ツールの検討		→				
加入促進PR		→				
講習会の開催		→				
運用開始		→	→	→	→	→

2040年を見据えた長期視点

初期アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> ・交流機会の提供 ・合計特殊出生率 1.45 以上を確保 ・SNSによる子育てママ同士の情報共有（コミュニティー） ・子育て支援に係る満足度の向上
中期アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> ・婚姻率の向上 ・安心な子育て環境の充実 ・国民希望出生率 1.83 の確保 ・ワークライフバランスの浸透、取組企業数の増加
最終アウトカム	<ul style="list-style-type: none"> ・婚姻率の向上 ・若者や女性の定住促進 ・合計特殊出生率の向上

事業のイメージ

◇ げんきっこクラブ



◇ ママと天使の交流会



◇ すこやか広場

