

### 令和3年度 施策評価シート

まちづくりの目標	6	丹波力を活かした創意ある元気なまち
施策目標	5	【移住・定住】地域や人の魅力を活かして、つながりによる賑わいをつくる
施策の展開	① ② ③	移住相談窓口業務 仕事情報サイト「たんばの仕事」の運営業務 関係人口の拡大

施策担当課	ふるさと定住促進課
関係課	ふるさと定住促進課 総合政策課

#### 1 施策の現状・推移

5年後のまちの姿	<ul style="list-style-type: none"> <li>・在住者や移住者などの市民が、長年住み慣れた地域で安全・安心に住み続けています。</li> <li>・本市と継続的かつ多様な形で関わり、地域行事などに積極的に関わろうとする「関係人口」が地域の活力を高めています。</li> </ul>
----------	--

#### 2 成果指標・コストの推移

		単位	区分	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
成果指標	たんば“移充”テラスの移住相談窓口の相談件数(年間)	件	目標	1,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	
			実績	1,994	2,715	4,631				
	相談窓口を利用して移住した世帯数(年間)	世帯	目標	14	30	30	30	30	30	
			実績	28	50	77				
	住まいるバンク成約件数(年間)	戸	目標	10	30	30	30	30	50	
			実績	47	57	59				
ふるさと住民登録者数(累計)	人	目標	400	520	640	1,065	1,265	1,465		
		実績	488	523	865					
コスト	人件費	千円	実績	18,890	19,667	25,984	25,984	25,984	25,984	
	事業費	千円	実績	30,301	36,327	33,519	43,238	43,238	43,238	
	計	千円	実績	49,191	55,994	59,503	69,222	69,222	69,222	
	うち一般財源	千円	実績	24,265	32,255	41,325	52,026	52,026	52,026	

※評価年度は実績、計画年度は予算

#### 3 環境変化

国・県の方針、関連法令の動向	国では、令和元年度末に第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、地方への移住促進や稼ぐ地域づくりの推進などを掲げている。
市民ニーズの動向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高校卒業後の転出が多く、大学卒業後の転入が少ないため、社会減が常態化しており、労働人口や地域の担い手確保が求められている。</li> <li>・出生数が加速度的に減少しており、本市の社会経済機能や地域経済の持続的発展にとってリスク要因となっている。</li> </ul>

#### 4 評価

目標の達成状況は順調か。達成していない原因は何か。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住相談窓口を通じた移住者数は、昨年度までに4年連続で過去最高を記録しており、本年度についても前年度の実績を超えたことで、5年連続過去最高となっている。一方、本市の社会移動は回復しつつあるものの、減少傾向は続いており、出生数も減少の一途をたどっている。若者・子育て世代の移住促進が進むことで、社会移動の均衡と、出生数の維持増加につながるものと考えられる。</li> <li>・ふるさと住民登録の登録者数は順調に推移している。市政への参画の観点から、市が行うパブリックコメントへの呼びかけを行ったところ、本市のことを思いコメントを寄せていただいている。</li> </ul>
環境変化を踏まえた施策展開となっているか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住促進で生み出した社会増を自然増につなげるためには、若者・子育て世代の移住が重要であり、社会増を呼び込み地域活性化につなげるためには、外部活力の獲得が重要である。この考え方にに基づき、令和3年度は、丹波市ふるさと移住促進方針を策定した。方針に沿って分野横断的な施策を展開されていくよう、関係各課との連携を図る。</li> <li>・移住者の増加に伴って相談対応のコストが増加しているが、オンラインマッチングサービスSMOUTやクラウドサービスkintoneを活用することで、事務コストの低減を図った。</li> <li>・ふるさと住民登録制度では、地域づくりへの参画や離れていても本市に関わりが持てるような仕掛けとして、ふるさと住民同士が交流を図れるよう掲示板機能を追加し、より使い勝手が良くなるようにポータルサイトの改修を行った。</li> </ul>
事業の構成や役割分担で見直しの余地がないか。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住増を受け、住まいるバンクに登録している物件(空き家)が足りていないため、件数が伸びていない。令和4年度から、登録できる物件を戸建てだけでなくアパート・マンション等まで拡大し、ニーズに応える。</li> <li>・ふるさと住民登録制度では、ふるさと産品を贈呈することで、SNS発信によるPRを呼びかけ、お友達の紹介など登録者増につながる取組を推進する。</li> </ul>

#### 5 今後の改革方向

施策の今後の方向性、構成する事務事業の見直し案	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住促進では、オンラインでの相談対応など、積極的に個別支援に取り組むとともに、テレワークや移住起業など、拡大が見込まれる働き方の受け皿や支援メニューを拡大させることで、移住の課題となっている仕事分野の解決を図る。</li> <li>・ふるさと住民登録制度では、年代や属性に応じた情報発信を行う。特に市内高等学校3校の3年生に対し、ふるさと住民のチラシを配布するとともに、制度のPRを行う。</li> <li>・定住促進住宅では、直接実施していることで、コストの増大を生んでいるため、条例改正も含め見直しを検討する。</li> </ul>
-------------------------	--



# 丹波市総合計画 令和 3 年度事務事業評価 / 令和 4 年度実施計画

事務事業名	U・ターン推進事業		
事業担当課	ふるさと創造部 ふるさと定住促進課		事業期間
	所属長	藤浦 均	平成 18 ~ 無期 年度
	担当	義積 祥明	担当
			高橋 玲奈

位置づけ	総合計画	まちづくり目標	【6】丹波力を活かした創意ある元気なまち
		施策目標	5【移住・定住】地域や人の魅力を活かし、つながりによる賑わいをつくらう
	創生総合戦略	基本目標	【3】地域の魅力や人のつながりを活かして移住・定住につなげる
		施策	【3-1】人と人のつながりをつくる
	まちづくりビジョン	取組項目	
根拠法令・個別計画等 第2期丹波市丹（まごころ）の里創生総合戦略			

計画 (PLAN)	対象（誰を、何を）	丹波市での暮らしに関心のある移住希望者及び交流・関係人口		
	目的 ベストな状態 (期待される効果)	市民が本市での暮らしに満足することで周囲に「帰ってこいよ」と声をかけたり、移住希望者が本市での暮らしに豊かさを感じたりすることで、移住者が増え、地域が活性化している。		
	概要 (具体的手段・全体計画)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・たんば”移充”テラスの運営（実施方法：委託、委託先：丹波市移住相談有限責任事業組合）</li> <li>・関西大学との連携による地域活性化（実施主体：関西大学・丹波市連携事業推進協議会）</li> <li>・定住促進住宅の管理運営（実施方法：直接実施）</li> <li>・観る知る感じる交流事業による都市住民との交流（実施方法：委託、委託先：丹波少年自然の家事務組合）</li> </ul>		
	令和3年度の事業概略	<ul style="list-style-type: none"> <li>・たんば”移充”テラスの運営</li> <li>・住まいるバンクの運営</li> <li>・関西大学との連携による地域活性化</li> <li>・定住促進住宅の管理運営</li> <li>・観る知る感じる交流事業の実施</li> </ul>	令和4年度の事業概略	<ul style="list-style-type: none"> <li>・たんば”移充”テラスの運営</li> <li>・住まいるバンクの運営（アパート版の開始）</li> <li>・関西大学との連携による地域活性化</li> <li>・定住促進住宅の管理運営</li> <li>・観る知る感じる交流事業の実施</li> <li>・移住体験ツアーの支援</li> </ul>

コスト（単位：千円）		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
(評価年度は実績、計画年度は予算)								
歳出	総事業費 A + B	43,473	46,004	54,451	63,284	63,284	63,284	
	直接事業費 A	28,525	28,697	30,143	38,976	38,976	38,976	
	総人件費計 (E + H) B	14,948	17,307	24,308	24,308	24,308	24,308	
	職員従事者数 (人・年) C	2.02	2.32	3.19	3.19	3.19	3.19	
	【平均人件費】 D	7,400	7,460	7,620	7,620	7,620	7,620	
	人件費 E = C × D	14,948	17,307	24,308	24,308	24,308	24,308	
	会計年度任用職員従事者数 (人・年) F	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	【平均人件費】 G	2,000	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360	
人件費 H = F × G	0	0	0	0	0	0		
歳入	特定財源	26,920	16,204	15,586	15,004	15,004	15,004	
	国・県支出金	10,860	11,154	14,107	13,796	13,796	13,796	
	借入金（地方債）	0	0	900	0	0	0	
	受益者負担金	2,400	1,993	579	1,208	1,208	1,208	
	その他特財	13,660	3,057	0	0	0	0	
一般財源	16,553	29,800	38,865	48,280	48,280	48,280		

実施 (DO)	指標名		単位	目標実績	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考
	活動	相談会等への参加回数	回	目標	12.0	15.0	15.0	15.0	15.0	15.0	
			実績	6.0	11.0	10.0					
成果	移住相談窓口を通じて市内に移住した世帯数	世帯	目標	14.0	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0	
			実績	28.0	50.0	77.0					
成果	移住相談窓口での相談件数	件	目標	1,400.0	2,400.0	2,400.0	2,400.0	2,400.0	2,400.0	2,400.0	
			実績	1,994.0	2,715.0	4,631.0					
成果	住まいるバンク成約件数	件	目標	10.0	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0	
			実績	47.0	50.0	59.0					
コスト			目標								
			実績								

指標の推移等の背景・分析

- ・相談会等への参加回数：コロナ禍を受け、都市部での移住イベントが中止になり、参加機会が減少したが、今年度途中からオンライン移住マッチングサービスSMOUTの利用を開始し、オンラインでの相談対応で移住者のニーズに応えた。
- ・移住世帯数・相談件数：コロナ禍でも相談対応を工夫したことで、増加傾向を維持している。一方で、本市のターゲットである若者・子育て世代が占める割合は減少傾向にあり、ターゲットの獲得に向けたさらなる工夫が必要である。
- ・住まいるバンク成約件数：移住増を受け、住まいるバンクに登録している物件（空き家）が足りていないため、件数が伸びていない。令和4年度から、登録できる物件を戸建てだけでなくアパート・マンション等まで拡大し、ニーズに応える。

事務事業名	U・Iターン推進事業		事業期間	平成 18 ~ 無期 年度
事業担当課	ふるさと創造部 ふるさと定住促進課			

事務事業全体の実施（DO）に対する、事務事業の展開の評価・課題について						
評価 (CHECK)	評価視点	評価	理由・コメント	評価視点	評価	理由・コメント
		(必要性) 市民にとって必要な事業か。	A	本市の人口政策にとって、社会増施策（特に若者・子育て世代）は必要不可欠であり、本市の活力維持につながる。	(コスト) 改善・改革等により更に低コストで実施できないか。(サービス・成果は維持)	B
	(効果性) 成果につながっているか。進捗は予定どおりか。※成果指標に対する評価	A	従来のたんば”移充”テラスに加えて、令和3年度からオンラインを活用した相談対応を充実させており、移住者の増加につながっている。	(公平性・受益者負担) 公平性に問題はないか。受益者負担検討の余地はないか。	B	定住促進住宅の使用料（家賃）は、他制度との整合性を取り設定しているもので、見直す予定はない。

総合的な評価と課題（成果の達成状況及び評価結果から明らかになった課題事項など）																																		
改革 (ACTION)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住相談窓口を通じた移住者数は、昨年度までに4年連続で過去最高を記録しており、本年度についても前年度の実績を超えたことで、5年連続過去最高となっている。</li> <li>・移住促進は、人口政策の重要な歯車の一つであり、移住促進で生み出した社会増を自然増につなげるためには、若者・子育て世代の移住が重要である。また、社会増を呼び込み地域活性化につなげるためには、外部活力の獲得が重要である。これらの考え方に基つき、令和3年度は、丹波市ふるさと移住促進方針を策定した。</li> <li>・移住者の増加に伴って相談対応のコストが増加しているが、オンラインマッチングサービスSMOUTやクラウドサービスkintoneを活用することで、事務コストの低減を図った。</li> </ul>																																	
	<p>今後の方向性・改善策等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・丹波市ふるさと移住促進方針に沿って分野横断的な施策を展開されていくよう、関係各課との連携を図る。</li> <li>・オンラインの活用を図ることで、本市のターゲットである若者・子育て世代の呼び込みを積極的に行う。</li> <li>・テレワークや移住起業など、拡大が見込まれる働き方の受け皿や支援メニューを拡大させることで、移住の課題となっている仕事分野の解決を図る。</li> </ul>																																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th colspan="4">成果・コストの方向性</th> </tr> <tr> <th colspan="2"></th> <th>皆減</th> <th>縮小</th> <th>現状維持</th> <th>拡大</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th rowspan="4">成果の方向性</th> <th>拡充</th> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <th>現状維持</th> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>縮小</th> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <th>休廃止</th> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">コスト投入の方向性</p>			成果・コストの方向性						皆減	縮小	現状維持	拡大	成果の方向性	拡充			✓		現状維持					縮小					休廃止				
		成果・コストの方向性																																
		皆減	縮小	現状維持	拡大																													
成果の方向性	拡充			✓																														
	現状維持																																	
	縮小																																	
	休廃止																																	

●構成する予算小事業一覧

(単位：千円)

No.	予算小事業	コスト（評価年度は実績、計画年度は予算）					備考
		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	
1	定住促進住宅管理事業	895	579	1,208	1,208	1,208	
2	U・Iターン推進事業	27,802	29,564	37,768	37,768	37,768	
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
	合計	28,697	30,143	38,976	38,976	38,976	

# 丹波市総合計画 令和3年度事務事業評価 / 令和4年度実施計画

事務事業名	イメーリアップ推進事業		
事業担当課	ふるさと創造部 総合政策課	事業期間	平成 30 ~ 無期 年度
	所属長 磯崎 広之	担当 福垣 恵介	担当 足立 沙織

位置づけ	総合計画	まちづくり目標	【6】丹波力を活かした創意ある元気なまち
		施策目標	5【移住・定住】地域や人の魅力を活かして、つながりによる賑わいをつくる
	創生総合戦略	基本目標	【3】地域の魅力や人のつながりを活かして移住・定住につなげる
		施策	【3-1】人と人のつながりをつくる
	まちづくりビジョン	取組項目	
根拠法令・個別計画等			

計画 (PLAN)	対象(誰を、何を)	市民(特に18歳まで)及び丹波市に関わる人(丹波市ファン)	
	目的 ベストな状態 (期待される効果)	市民(特に18歳まで)に対し出生から高校生までの成長過程に丹波市との結びつきを生むような取組と、丹波市に関心や関わりを持ち応援しようとする人(丹波市ファン)とのつながりを強くなるような取組によって、関係人口が創出・拡大されている。	
	概要 (具体的手段・ 全体計画)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ふるさと住民登録制度を活用し、高校卒業時に丹波市との結びつきを生むような取組と丹波市に関心や関わりを持ち応援しようとする人(丹波市ファン)とのつながりを強くなるような取組を行う。</li> <li>高校卒業を機会に、進学や就職で丹波市を離れるふるさと住民登録者に、エールを込めて、ふるさと丹波市の魅力が詰まった丹波市産のふるさと産品を贈る。</li> <li>本市で開催されるイベント(民間主催を含む)等の機会を活用して、ふるさと住民登録を増やすとともに、それぞれのニーズに合った形で関係性を深めていく。</li> <li>登録いただいた方の属性に応じた丹波市の移住や就職、観光情報などを発信する。</li> </ul> ・実施方法：直接実施	
	令和3年度の 事業概略	<ul style="list-style-type: none"> <li>丹波市をはなれた、18歳から22歳までの人に対してふるさと産品を贈る取組の実施</li> <li>ふるさと住民の登録者の属性に応じた情報発信の実施(若者に対して就職情報誌を送付)</li> <li>イベント等を通じて、ふるさと住民の獲得に向けたPRの実施</li> <li>ふるさと住民ポータルサイトの改修</li> </ul>	令和4年度の 事業概略

コスト(単位:千円)		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考			
(評価年度は実績、計画年度は予算)											
歳出	総事業費 A+B	7,208	9,990	5,052	5,938	5,938	5,938				
	直接事業費 A	2,156	7,630	3,376	4,262	4,262	4,262				
	総人件費計(E+H) B	5,052	2,360	1,676	1,676	1,676	1,676				
	職員従事者数(人・年) C	0.68	0.31	0.22	0.22	0.22	0.22				
	【平均人件費】 D	7,400	7,460	7,620	7,620	7,620	7,620				
	人件費 E=C×D	5,032	2,313	1,676	1,676	1,676	1,676				
	会計年度任用職員従事者数(人・年) F	0.01	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00				
	【平均人件費】 G	2,000	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360				
人件費 H=F×G	20	47	0	0	0	0					
歳入	特定財源	406	7,535	2,592	2,192	2,192	2,192				
	国・県支出金	0	7,535	1,102	1,092	1,092	1,092				
	借入金(地方債)	0	0	0	0	0	0				
	受益者負担金	0	0	0	0	0	0				
	その他特財	406	0	1,490	1,100	1,100	1,100				
一般財源	6,802	2,455	2,460	3,746	3,746	3,746					
実施 (DO)	指標名	単位	目標 実績	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	備考	
	成果	ふるさと住民の登録者数	人	目標 実績	400.0 488.0	520.0 523.0	640.0 865.0	1,065.0	1,265.0	1,465.0	
	成果	高校卒業後のふるさと産品の送付者数	人	目標 実績	0.0 0.0	0.0 0.0	200.0 200.0	200.0	200.0	200.0	令和3年5月サイトオープン (実績は令和3年度より)
	活動	ふるさと住民に向けたメール配信回数	回	目標 実績	0.0 0.0	0.0 0.0	6.0 11.0	12.0	12.0	12.0	令和3年5月サイトオープン (実績は令和3年度より)
				目標 実績							
	コスト			目標 実績							
	コスト			目標 実績							
	指標の推移等の背景・分析		若い世代のふるさと住民への登録者は、職員の友人など口コミでPRを行うことで、増加につなげることができた。さらに、ふるさと産品の取り組みによるPR効果によって、登録者の増加がみられた。								

事務事業名	イメージアップ推進事業		
事業担当課	ふるさと創造部 総合政策課	事業期間	平成 30 ~ 無期 年度

事務事業全体の実施（DO）に対する、事務事業の展開の評価・課題について						
評価 (CHECK)	評価視点	評価	理由・コメント	評価視点	評価	理由・コメント
	(必要性) 市民にとって必要な事業か。		A	外部活力の獲得や、丹波市を離れた人、市民の市への愛着や誇りの形成につながることから、必要と考える。	(コスト) 改善・改革等により更に低コストで実施できないか。(サービス・成果は維持)	B
(効果性) 成果につながっているか。進捗は予定どおりか。※成果指標に対する評価		A	・ふるさと住民の登録者が順調に増加していることから、計画どおり進める。 ・ふるさと産品の取り組みもあり、順調にふるさと住民登録者は増加している。	(公平性・受益者負担) 公平性に問題はないか。受益者負担検討の余地はないか。	該当なし	

総合的な評価と課題（成果の達成状況及び評価結果から明らかになった課題事項など）																														
改革 (ACTION)	<p>・ふるさと住民登録の登録者数は順調に推移している。市政への参画の観点から、市が行うパブリックコメントへの呼びかけを行ったところ、丹波市のことを想いコメントを寄せていただいている。地域づくりへの参画や離れていても丹波市に関わりが持てるような仕掛けとして、ふるさと住民同士が交流を図れるよう掲示板機能を追加し、より使い勝手が良いようにポータルサイトの改修を行った。</p> <p>・進学等で市外へ転出した若い世代の登録が大幅に増え、SNSなどを活用してPRするなど、ふるさと丹波への思いを馳せる若者が増えた。</p>																													
	<p>今後の方向性・改善策等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと住民登録者のうち、若い世代の登録者の割合を高める。</li> <li>・ポータルサイトのデータベース機能を活用して、年代や属性に応じた情報発信を行う。</li> <li>・市内高等学校3校の3年生に対し、ふるさと住民のチラシを配布するとともに、制度のPRを行う。</li> <li>・ふるさと産品送付などの取り組みの中で、産品受領者へのSNS発信によるPRを呼びかけと併せて、お友達の紹介など、登録者増につながる取り組みを推進する。</li> <li>・丹波市に住みたい、帰りたくなるような情報発信を行う。</li> </ul>																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="4">成果の方向性</th> <th colspan="4">成果・コストの方向性</th> </tr> <tr> <th></th> <th>皆減</th> <th>縮小</th> <th>現状維持</th> <th>拡大</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>拡充</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>現状維持</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>縮小</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>休廃止</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>コスト投入の方向性</p>	成果の方向性	成果・コストの方向性					皆減	縮小	現状維持	拡大	拡充					現状維持			✓		縮小					休廃止			
成果の方向性	成果・コストの方向性																													
			皆減	縮小	現状維持	拡大																								
	拡充																													
	現状維持			✓																										
縮小																														
休廃止																														

●構成する予算小事業一覧

(単位：千円)

No.	予算小事業	コスト（評価年度は実績、計画年度は予算）					備考
		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	
1	イメージアップ推進事業	7,630	3,376	4,262	4,262	4,262	令和2年度サイト構築事業
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
合計		7,630	3,376	4,262	4,262	4,262	