

丹波市総合計画 令和4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	施策担当課	ふるさと定住促進課
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	関係課	ふるさと定住促進課 総合政策課
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		

1 施策の現状・推移

5年後のまちの姿	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。
----------	--

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	5,014			
	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	80			
	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	74			
ふるさと住民登録者数(累計)	人	目標	400	520	640	1,065	1,400	1,600		
		実績	488	523	865	1,208				
コスト	人件費	千円	実績	18,890	19,667	25,984	26,303	—	—	
	事業費	千円	実績	30,301	36,327	33,519	32,764	—	—	
	計	千円	実績	49,191	55,994	59,503	59,067	—	—	
	うち一般財源	千円	実績	24,265	32,255	41,325	41,937	—	—	

3 環境変化

国・県の方針、関連法令の動向	<p>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。</p> <p>令和4年12月には、デジタル田園都市国家構想総合戦略の閣議決定により、これまでの地方創生の取組にデジタルの力を活用して加速させ、デジタル田園都市国家構想が掲げる「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指すものとされた。</p>
市民ニーズの動向	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・出生数が加速度的に減少しており、丹波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。

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"> ・移住相談窓口を通じた移住者数は、昨年度まで5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、6年連続過去最高となっている。一方、丹波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。 ・ふるさと産品の送付やSNSでふるさと住民ポータルサイトの広告を配信することで、登録者(特に若い世代)の増加につながっている。また、ふるさと住民を対象としたアンケートでは、回答者の7割以上の方が市の広報誌や観光情報等の提供、ふるさとクーポン券の発行、施設の入館料免除等に関する取組に対して満足されている。
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"> ・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。この考え方に基づき、令和3年度に、丹波市ふるさと移住促進方針を策定、令和4年度は、ライフステージに合わせた支援を検討し、次年度に向けた若者移住・定住支援の補助金を創設した。 ・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。 ・ふるさと住民登録制度では、市政への参画や丹波市に関わりが持てるような仕掛けとして、市が行うパブリックコメントへの呼びかけを行った。
事業の構成や役割分担で見直しの余地はないか。	<ul style="list-style-type: none"> ・住まいるバンク成約件数:住まいるバンクの累計成約件数が300件を突破するなど、空き家活用と移住促進が好調である。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、ニーズに応えることができた。 ・ふるさと産品の送付やSNS広告の実施、二十歳のつどい等でのチラシ配布を継続することにより、若い世代への効果的なPRを行い、ふるさと住民の登録者拡大を図る。

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"> ・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、拡大が見込め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。 ・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とともに、体験型イベントを企画し、さらなるふるさと住民の拡大に取り組んでいく。 ・ふるさとクーポン券については、デジタル技術の導入を検討し、利用者がよりクーポン券を使いやすくとともに、クーポン券送付に係る事務量の削減に取り組む。また、体験型イベントなども企画し、ふるさと住民の方とのつながりをさらに深化させ、まちづくり活動等への参画を促し関係性を高める取組を進めていく。
-------------------------	--

丹波市総合計画 令和 4 年度事務事業評価 / 令和 5 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、丹波市ふるさと移住促進方針			

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"> ・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） ・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） ・定住促進住宅の管理運営（実施方法：直接実施） ・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） 		
	令和4年度の事業概略	<ul style="list-style-type: none"> ・たんば”移充”テラスの運営 ・住まいるバンクの運営（アパート版の開始） ・関西大学との連携による地域活性化 ・定住促進住宅の管理運営 ・観る知る感じる交流事業の実施 ・移住体験ツアーの支援 	令和5年度の事業概略	<ul style="list-style-type: none"> ・丹波移住テラスの運営 ・住まいるバンクの運営 ・関西大学、関西学院大学との連携による地域活性化 ・定住促進住宅の管理運営 ・移住体験ツアー、若者の移住・定住の促進に向けた支援 ・地域おこし協力隊による市内大学生のフィールドワーク支援

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	52,748	77,425	77,425	
	直接事業費 A	28,525	28,697	30,143	29,566	54,243	54,243	
	総人件費計 (E + H) B	14,948	17,307	24,308	23,182	23,182	23,182	
	職員従事者数 (人・年) C	2.02	2.32	3.19	3.12	3.12	3.12	
	【平均人件費】 D	7,400	7,460	7,620	7,430	7,430	7,430	
	人件費 E = C × D	14,948	17,307	24,308	23,182	23,182	23,182	
	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	2,530	2,530	2,530	
人件費 H = F × G	0	0	0	0	0	0		
歳入	特定財源	26,920	16,204	15,586	15,329	25,331	25,331	
	国・県支出金	10,860	11,154	14,107	14,416	23,233	23,233	
	借入金（地方債）	0	0	900	0	0	0	
	受益者負担金	2,400	1,993	579	913	1,398	1,398	
	その他特財	13,660	3,057	0	0	700	700	
一般財源	16,553	29,800	38,865	37,419	52,094	52,094		

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	15.0				
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	80.0				
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	5,014.0				
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	74.0				
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：行動制限の緩和に伴い、対面を基本にオンライン移住マッチングサービスSMOUTも併用しながら、移住フェアやセミナー、移住窓口相談員との相談会等を数多く開催し、これらが相談の増加につながった。
- ・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、丹波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：住まいるバンクの累計成約件数が300件を突破するなど、空き家活用と移住促進が好調である。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、ニーズに応えることができた。

事務事業名	U・I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	平成 18 ~ 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	丹波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、丹波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	令和3年度からは、オンラインを活用した相談対応など、従来のたんば”移充”テラスでの個別の取組を丁寧な充実させてきたことで、取組の良さが移住希望者や市民へも定着し、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)	<p>・移住相談窓口を通じた移住者数は、昨年度までに5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、6年連続過去最高となっている。</p> <p>・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づき、令和4年度は、ライフステージに合わせた支援を検討し、次年度に向けた若者移住・定住支援に向けた補助金を創設した。</p> <p>・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ことから、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。</p>																																	
	<p>今後の方向性・改善策等</p> <p>・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。</p> <p>・ライフステージに合わせた支援を充実させることで、丹波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。</p> <p>・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。</p>																																	
	<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> <td rowspan="4">成果の方向性</td> <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 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	913	1,398	1,398	
2	U・Iターン推進事業	27,802	29,564	28,653	52,845	52,845	
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
合計		28,697	30,143	29,566	54,243	54,243	

●外部評価 【令和4年度実施】

指摘事項など	<p>A:TUNE WAVEのホームページは見やすいが、空き家だけでなく、山や農地などの情報も合わせて掲載してほしい。</p> <p>B:住まいるバンクと同様に、不動産事業者にも地域に対する細かい配慮の周知をしてほしい。</p>	対応状況	<p>a:TUNE WAVEは、ウェブサイトの特性を活かしメディアを通して伝えられる情報内容としている。山や土地、農地などの不動産については、実際に現地での確認が大切であることから直接の相談により対応していきたい。</p> <p>b:宅建の登録事業者がほぼ住まいるバンクの登録事業者と一致しているので、バンク制度全般に関する説明会を実施する。</p>
--------	--	------	---

丹波市総合計画 令和4年度事務事業評価 / 令和5年度実施計画

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
	所属長 磯崎 広之	担当 多田 健剛	担当 足立 大樹

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ろう
	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			

計画 (PLAN)	事務事業	対象(誰を、何を)	丹波市出身者(丹波市を離れた若い世代)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)	丹波市出身者や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"> 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。 高校卒業を機会に、進学や就職で丹波市を離れた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。 丹波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。 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。 実施方法：直接実施 	
		令和4年度の 事業概略	<ul style="list-style-type: none"> ふるさと産品を贈る取組の実施 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) 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 高校生へのふるさと住民のPR ふるさと住民ポータルサイトにおける掲示板機能の活用 SNSでのふるさと住民ポータルサイト広告配信 	令和5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	6,319	7,144	7,621				
	直接事業費 A		2,156	7,630	3,376	3,198	4,023	4,500				
	総人件費計(E+H) B		5,052	2,360	1,676	3,121	3,121	3,121				
	職員従事者数(人・年) C		0.68	0.31	0.22	0.42	0.42	0.42				
	【平均人件費】D		7,400	7,460	7,620	7,430	7,430	7,430				
	人件費 E=C×D		5,032	2,313	1,676	3,121	3,121	3,121				
	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	2,530	2,530	2,530				
人件費 H=F×G		20	47	0	0	0	0					
歳入	特定財源		406	7,535	2,592	1,801	2,163	2,436				
	国・県支出金		0	7,535	1,102	1,031	1,063	1,336				
	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	770	1,100	1,100				
一般財源		6,802	2,455	2,460	4,518	4,981	5,185					
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		400.0	520.0	640.0	1,065.0	1,400.0	1,600.0	
				実績		488.0	523.0	865.0	1,208.0			
	成果	高校卒業後のふるさと産品の送付者数	人	目標		0.0	0.0	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)
				実績		0.0	0.0	200.0	140.0			
	活動	ふるさと住民に向けたメール配信回数	回	目標		0.0	0.0	6.0	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)
				実績		0.0	0.0	11.0	17.0			
	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		<p>・丹波市を離れた若い世代向けにふるさと産品を送付するとともに、SNSでふるさと住民ポータルサイトの広告を配信したことにより、登録者の増加につながった。</p> <p>・他方で、令和4年度のふるさと産品の送付者数は140名であり、目標とする200名に届いていない。その減少理由について分析するとともに、この世代の登録者数を増やすため、PR手法について工夫していく必要がある。</p>									

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

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		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)	C
(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。 ・ふるさと産品の取組もあり、若者を中心とするふるさと住民登録者が増加している。	(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>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> ふるさと産品の送付やSNSでふるさと住民ポータルサイトの広告を配信することで、登録者（特に若い世代）の増加につながっている。また、ふるさと住民を対象としたアンケートでは、回答者の7割以上の方が市の広報紙や観光情報等の提供、ふるさとクーポン券の発行、施設の入館料免除等に関する取組に対して満足されている。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ふるさと住民登録者が増えると、ふるさとクーポン券を送る際の事務量が膨大になるため、改善を図っていく必要がある。 事務量削減のため、毎月紙媒体で送っている広報関連の資料を順次電子媒体に切り替えていく必要がある。 																																			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">今後の方向性・改善策等</th> <th colspan="4">成果・コストの方向性</th> </tr> <tr> <th>皆減</th> <th>縮小</th> <th>現状維持</th> <th>拡大</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4"> <ul style="list-style-type: none"> 今後は体験型イベントなども企画し、ふるさと住民とのつながりをさらに深化させ、まちづくり活動等への参画を促し関係性を高める取組を進めていく。 ふるさとクーポン券については、令和6年度よりデジタル技術の導入を検討し、利用者がよりクーポン券を使いやすくとともに、クーポン券送付に係る事務量の削減に取り組む。 ふるさと産品の送付やSNS広告の実施、二十歳のつどい等でのチラシ配布を継続することにより、若い世代への効果的なPRを行い、ふるさと住民の登録者拡大を図る。 </td> <td>成果の方向性</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>拡大</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>コスト投入の方向性</td> <td>休廃止</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	今後の方向性・改善策等	成果・コストの方向性				皆減	縮小	現状維持	拡大	<ul style="list-style-type: none"> 今後は体験型イベントなども企画し、ふるさと住民とのつながりをさらに深化させ、まちづくり活動等への参画を促し関係性を高める取組を進めていく。 ふるさとクーポン券については、令和6年度よりデジタル技術の導入を検討し、利用者がよりクーポン券を使いやすくとともに、クーポン券送付に係る事務量の削減に取り組む。 ふるさと産品の送付やSNS広告の実施、二十歳のつどい等でのチラシ配布を継続することにより、若い世代への効果的なPRを行い、ふるさと住民の登録者拡大を図る。 	成果の方向性					拡大					現状維持			✓		縮小					コスト投入の方向性	休廃止			
今後の方向性・改善策等	成果・コストの方向性																																			
	皆減	縮小	現状維持	拡大																																
<ul style="list-style-type: none"> 今後は体験型イベントなども企画し、ふるさと住民とのつながりをさらに深化させ、まちづくり活動等への参画を促し関係性を高める取組を進めていく。 ふるさとクーポン券については、令和6年度よりデジタル技術の導入を検討し、利用者がよりクーポン券を使いやすくとともに、クーポン券送付に係る事務量の削減に取り組む。 ふるさと産品の送付やSNS広告の実施、二十歳のつどい等でのチラシ配布を継続することにより、若い世代への効果的なPRを行い、ふるさと住民の登録者拡大を図る。 	成果の方向性																																			
	拡大																																			
	現状維持			✓																																
	縮小																																			
コスト投入の方向性	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	3,198	4,023	4,500	
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
合計		7,630	3,376	3,198	4,023	4,500	

●外部評価 【 】年度実施

指摘事項など	対応状況