

第2期森町人口ビジョン（素案）及び 第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略（検討案）の主な修正点

令和2年12月に開催した森町地方創生・総合戦略有識者委員会においては様々なご意見をいただきましてありがとうございました。ご意見を踏まえ、人口ビジョン(素案)と総合戦略(検討案)を修正致しました。

人口ビジョン(素案)については、森町の人口の転出入や未婚率の高さについて再度分析を行い、推測される要因を加筆しました。

総合戦略(検討案)については、令和2年12月の国の総合戦略の改訂も受けて新型コロナウイルスの影響や新しい生活様式等について加筆しています。また、第1期の総合戦略の再検証を行い、その結果を踏まえて、具体的な施策の基本指標とKPIの変更、一部事業の見直し、新規事業の追加等を行っています。

以下に、前回からの主な修正箇所を列記します。

【第2期森町人口ビジョン（素案）】

	ページ	箇所	説明事項
1	P1	1 背景・目的 2 人口ビジョン 及び総合戦略について	令和2年12月に国の総合戦略が新型コロナウイルス感染拡大の影響を踏まえ改訂された。森町も同様の考えを踏襲することを記載した。
2	P7	④転入理由	転出に加え、転入のデータも記載した。町内転居は、転入も転出も同じ数字になるため50人となっている。主に県内他市町からの転入が多い。理由としては、住宅都合が一番多くなっている。
3	P11	図表 1-17	森町の出生率が低い原因は、一人あたりの出生数が年々減ってきているということもあるが、グラフの赤・緑・紫の帯で示されている20歳～34歳の年代の女性（出産適齢期）の数の減少も原因の1つであると考えられる。
4	P12	図表 1-20～ 図表 1-22	森町の未婚率は他市町よりも高いため、森町に住所がある人の婚姻後の人口動態を調査した。その結果、約半数が婚姻後町外へ転出していることがわかった。結婚している人が町外へ転出していることが未婚率上昇の要因の1つと思われる。これが出生率の低下にもつながっている。

【第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略(検討案)】

	ページ	箇所	説明事項
1	P1～P2	(4)第1期総合戦略の効果検証	①検証結果を詳しく記載した。事業の達成度やKPIについて検証結果の詳細や第2期の施策に向けて検討事項を記載。
2	P3		毎年進捗管理をおこなってきた第1期(令和元年度)の状況を表に示したものの。
3	P6	(7)新型コロナウイルス感染拡大の影響と新しい生活様式	コロナの影響と新しい生活様式について、国の動向や姿勢と町の対応について記載している。P7には、東京が6ヶ月連続転出超過となっていることなど、移住を希望する人の増加を転機と捉えることを示している。
4	P8		総合戦略全体図。検証結果を踏まえ第1期と比較すると目標、方向、施策がうまくリンクするよう見直した。具体的な内容はP13以降に記載。
5	P13	基本指標	基本指標として、「出生数」を継続する。第1期よりも低い数値となるが、目標値が形骸化しないよう現状を踏まえた数字とした。
6	P14	①子育て支援体制の充実	子育て支援体制の充実では、事業として「子育て世代包括支援センターの運営」、「こども家庭総合支援拠点の設置」を加えている。またアンケートの結果、子育て情報をネット経由で得ることが多いということから、「SNS等を活用した子育て支援情報の発信・PR」を追加している。
7	P15	(2)KPI	若い世代の結婚・出産に対する意欲喚起のKPIは「婚姻届受理数」を設定した。新型コロナウイルス感染拡大の影響により婚姻届の申請数は全国的に若干落ちている。R7の目標数値をH27の実績値とし、まずは、第1期総合戦略を策定した当時の数値に戻すよう設定した。
8	P15	③結婚支援	婚姻後町外へ転出している夫婦が多いことから、結婚後も森町に留まってもらえるように、新生活を始める夫婦を支援する事業を創設する。
9	P15	④出産支援	第1期では総合戦略には出生数増加を目指す直接的な施策が入っていなかったため、新たに組み込んだ。
10	P16	KPI	子どもを守り・育む環境づくりでは、子どもを守る意味で「子ども110番の家登録件数」を設定した。減少する要素が高いため、同数を保つことを目標としている。

	ページ	箇所	説明事項
			「男女共同参画社会づくり宣言」は県が推進している事業である。子育て世代が働きやすい環境を整えることで、町外への転出を抑制する効果があると考え、設定している。
11	P17	(4)教育力の強化・教育レベルの向上	教育力の強化・教育レベルの向上では、小中学生のアンケート調査結果を KPI に設定している。特に英語教育を前面に出している。 R2 の基準値については、現在アンケートを実施しているところである。
12	P17	③地域の教育環境や特色ある教育の充実	地域の教育環境や特色ある教育の充実として、「地域学校協働活動事業」や「コミュニティスクールの設置」を追加した。
13	P18	基本指標	目標指標「年間観光入込客数」についてもオンライン交流などの現状を踏まえ設定した数値となる。
14	P19	(1)「遠州の小京都」を核とした交流・集客の創出・拡大	レンタサイクル稼働台数については、事業として「自転車を活用した観光振興」を取り入れ、ヤマハ PAS や E-BIKE を新たにレンタサイクルとして導入し、活用することもあり、KPI に設定した。
15		②観光資源の発掘・魅力向上	「歴史文化を活かした地域振興(文化財保存活用地域計画策定)」を追加している。
16	P20	(2) 広域交流ネットワークの形成	これまで北海道森町を限定的に記載していたが他にも交流している都市はあるため、「友好都市年間交流事業数」を KPI とした。R1 の実績では、北海道さくらまつり、もりもり 2 万人まつり、江東区民祭り、北海道森町児童生徒友好親善事業、江東区との少年サッカー交流の 5 つの事業である。
17	P21	(3) 地域ブランドの創造・プロモーション	地場産品 PR(プロモーション)につながる事業として「ふるさと納税返礼品登録数」を KPI に設定した。
18	P22	基本指標	基本指標の「町内事業所従業員数」では、第 1 期の目標値 8,000 人をクリアしたため、9,000 人としている。
19	P23	(1) 多様な人材の活躍の推進	「地域おこし協力隊の隊員数」「学校支援ボランティア登録者数」を KPI とした。学校支援ボランティアは、現在募集を進めているところであるため、基準値はなしとなっている。

	ページ	箇所	説明事項
20	P23	①若者・女性・高齢者・障がい者・外国人等の活躍促進	「町若手女性職員による情報発信、政策提案」として森女 HAPPY プロジェクトの活動を事業として追加した。
21	P23	②外部人材の受け入れ・関係人口の創出	関係人口の創出である「ふるさと交流会の実施」について事業を追加した。実施する方法を工夫することで、国の方針で示されているオンライン関係人口の創出にもつなげていく。
22	P24	(2)働きやすさの向上	「待機児童数」を KPI とし、0 人を目標としている。子育て世代への就業支援として、病児保育などにも取り組んで行く。
23	P25	(3)地場産業・既存産業の振興・活性化	KPI である「認定農業者数」は、減少を緩やかにする目標となっている。総合計画においては、昨年度 R7 の目標値を 60 人→65 人へ上方修正している。 また、「従業員 4 人以上の町内事業所数(製造業)」を KPI とした。これは毎年実施する工業統計調査の数値を根拠とする。
24	P26	(4)企業創業、新産業の進出等の支援	「森町産業立地事業費補助金交付件数」を KPI とした。第 1 期では企業立地の件数を設定していたが、根拠がわかりづらいため補助金の交付件数とした。
25	P26	②企業誘致・新産業の創出	店舗・事業所設置の推進にコロナ禍を踏まえ、サテライトオフィスを加えたものを事業として加えている。
26	P27	基本指標	「健康高齢者率」を設定した。第 1 期では、健康高齢者数を指標としていたが、そもそも高齢者の人数が増えていく中で、確実に増えていく人数なので、率に見直した。
27	P29	(2)定住環境としての魅力向上と移住促進	「移住相談件数」や実際の「移住者数」を KPI として設定している。特に②移住・定住促進では、「結婚新生活支援」(再掲)やサテライトオフィスを含む事業所の設置の推進など、国の方針や施策に沿う事業も加えている。
28	P30	(3)町民活動・地域活動の活性化と効率的な行政経営	森町の独自性や、DX など第 2 期の方向性を取り入れた内容となる留意した。 「行政サイトのページビュー数」、「LINE 公式登録者数」を KPI に設定した。LINE 公式は 2 月に開始したばかりなのでーとしている。 ②では、学校統廃合による「小中学校跡地の利活用の充実」について事業を追加した。 ③では、事業として、「HP・SNS 等を活用した情報発信」や「マイナンバーカードの取得・活用促進」を追加して

	ページ	箇所	説明事項
			いる。
29	P31	(4) 災害対策の 推進	<p>「自主防災に組織における地域防災訓練の実施率」を KPI として設定した。</p> <p>またライフラインに関する KPI として町が撤去改善について補助を実施している「緊急輸送路沿いの危険なブロック塀の耐震改修等実施率」を設定した。</p>