

第1期築上町まち・ひと・しごと創生総合戦略施策の検証結果

基本目標1 未来の地域の発展を担う魅力あるしごとづくり

| 基本的方向 | 項目 | 基準値 | 目標値 (H31) | 結果 |
|---|------------------|----------------|------------|----------------|
| 本町において魅力ある雇用の創出を図るため、地場産業の強化や将来の成長が見込まれる産業の強化を図ります。農林水産業等の付加価値を高め、多様な働く場を創出するとともに担い手育成の仕組みづくりを行います。 | 第1次産業生産額 (1人あたり) | 3,850千円 (H22年) | 10%増 | 3,070千円 (R1) ※ |
| | 新規創業者・起業者数 | 3名 (5年間累計) | 3名 (5年間累計) | 9名 |

※金額はR1市町村別農業産出額 (推計) をH27国勢調査就業人口 (農業従事者数) で除した数

施策1 農林水産業の振興による地域活性化

- ①特産物のPR強化
- ②農林水産業の振興

●重要行政評価指数 (KPI)

| 項目 | 備考 | 当初値 | 目標値 | H27 | H28 | H29 | H30 | H31 (R1) | R2 | 目標達成 判断値 | 目標達成 判断値年度 | | 要因 |
|-----------------|-----------------------------------|----------|--------------------|-------|--------|---------|---------|----------|---------|---------------|---------------|-----|---|
| ふるさと納税 (人数) | 年間人数 | 303人 | 600人 | 135 | 544 | 877 | 3,181 | 4,904 | 6,238 | 877 | H29 | 達成 | |
| 液肥散布量 | 年間散布量 | 6,838 kl | 12,000 kl | 6,742 | 8,302 | 10,810 | 12,610 | 10,339 | 13,704 | 12,610 kl | H30 | 達成 | |
| 新規就農者数 | | 2人 | 5人 (5年間累計) | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 13人 | 累計 | 達成 | |
| 経営規模を適正化した農業法人数 | | - | 再編統合2団体 (5年間累計) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0団体 | 累計 | 未達成 | 計画期間中に3法人の統合を支援したが、最終的に統合に至らなかった。 |
| 販売促進事業の実施数 | 町が支援する団体の 実施分も含む 域内(京築内)/域外 | - | 域内3回 域外2回 | - | 2 1 | 10 1 | 12 2 | 12 5 | 12 3 | 域内12回 域外2回 | H30 | 達成 | |
| 地域おこし協力隊員数 | | 1人 | 10人 (5年間累計) | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 3人 | 累計 | 未達成 | 地域おこし協力隊の募集をしてもなかなか応募がない。募集する町側も採用目的などのビジョンを明確にし、募集する必要がある。 |

●主な実績

●施策の総括

●今後の方向性

●有識者会議の意見

・「キクイモ」「ヤーコン」の特産品化及び地域ブランド化を図るとともに、健康野菜としての価値を高めるため、機能性成分表示を見据えた調査支援を行った。また、キクイモ生産者の新会社設立に向けて相談に乗るなど支援を行った。

・ふるさと納税について掲載するサイト数や返礼品目を増やし、寄付手段の選択肢の増加や返礼品の充実を図ったことで、寄付件数及び寄付額の増加につながった。

・キクイモの集出荷・加工場の改修を行ったり、商品開発など6次産業化への支援を行った。

・地域おこし協力隊を任用し、地域活性化や産業振興に取り組んだ。

・ふるさと納税人数、寄付額ともに毎年増加し、町の歳入確保につながっている。

・液肥は築城地区への散布を開始し、散布量も増え始めているが積極的な販促活動ができていない。

・新規就農者は毎年一定数いるが全体的に就農者の減少・高齢化に歯止めがかかっていない。

・特産品において他地域との差別化を図り、販売先を拡充していく必要がある。

・地域おこし協力隊は目標人数を下回っている。制度を効果的に活用するために町の協力隊導入目的の明確化や受入体制環境整備に努める。

・経営困難な集落営農組合や法人の統廃合を推進する。

・液肥散布方法の効率化の推進や築城地区の顧客獲得を図る。また、濃縮液肥の利用技術を確立する。

・引き続き商品開発、生産・販売体制の強化・効率化など6次産業化への支援を行う。

・地域おこし協力隊制度の積極的な活用や生産者の人材育成を支援する。

・若い世代とあるが具体的にはどのあたりの年代なのか。

・地域おこし協力隊よりも、高校や専門学校、大学を卒業したばかりの素人でも築上町に来れば農業を教えたり、起業支援を行ってやっていけるといようにした方がいいのではないかと。

・他地方の成功例をもっと積極的に紹介して必要性を理解するところから始めて欲しい。

・ひとつの事業にてこ入れをして成功例を作ってみせないと具体的なイメージがしにくい。

・農家の空き家等を改修してグリーンツーリズムのようにしたらどうか。

・地域おこし協力隊の参加者がその地域に定着出来るように募集の仕方や内容を検討して欲しい。

・寒田の野菜は福岡市の市場でも売れるが生産者がいない。重点的に作ってはどうか。

・町運営の先進農業モデル事業を立ち上げ、それを拠点として地域の特産品の開発や人材育成を行い、成功例を作り上げる。成功例をベースに第3セクターに移行し、それを中核として周囲の農家を吸収しながら世界レベルで競争力のある超大規模先進農業法人を目指すべき。

施策2 将来の成長が見込まれる産業の育成

- ①企業支援
- ②地域産業の支援強化
- ③企業誘致

●重要行政評価指数 (KPI)

| 項目 | 備考 | 当初値 | 目標値 | H27 | H28 | H29 | H30 | H31 (R1) | R2 | 目標達成 判断値 | 目標達成 判断値年度 | | 要因 |
|-----------------------|---------------------------------------|------|-------|-----|-----|-----|-----|----------|----|-------------|---------------|-----|---|
| 新規創業支援者数 | | - | 3名 | 2 | 0 | 1 | 4 | 1 | 1 | 4名 | H30 | 達成 | |
| 活用した空き店舗数 | 町が空き店舗を 活用した数 (累計) 例)コワーキングスペース | - | 2店舗 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1店舗 | 累計 | 未達成 | 空き店舗の把握が困難で、今後の 検討が必要である。 |
| 企業・起業支援サイトへの アクセス数 | | 3件/日 | 10件/日 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3件/日 | H27 | 未達成 | ジョイフル誘致により大きな企業 適地がなくなったため、アクセス 数が減ったと思われる。 |

- 主な実績
- 施策の総括
- 今後の方向性
- 有識者会議の意見

| | | | |
|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・京築の4商工会・4市町でH27年度に「京築創業応援団(4K)」を立ち上げ、創業に関する窓口相談及び創業支援セミナーを実施している。 ・H28年度に空き店舗を活用したシェアオフィス「コワーキングスペース・つき@市場」を開設した。 ・企業の誘致環境の整備により、ファミリーレストランチェーン「ジョイフル」が製造・配送拠点施設及び研修施設を建設・稼働した。 | <ul style="list-style-type: none"> ・「ジョイフル」進出以降、企業適地がなく、積極的な企業誘致ができていない。 ・利用可能な空き家、空き店舗の確保ができていない。また、既存のシェアオフィス「コワーキングスペース」の利用者が少ないため、有効活用が課題となっている。 ・移動販売車の導入には至っていない。 | <ul style="list-style-type: none"> ・「京築創業応援団(4K)」を継続し、創業支援を行っていく。 ・企業誘致において、企業適地の確保と製造業・運送業以外の業種への誘致方策について検討するとともにテレワークやサテライトオフィスとして利用できる施設の整備を検討する。 ・R4年度から移動販売を実施する予定である。 | <ul style="list-style-type: none"> ・若い世代の傾向として地元志向が強いので、商工会のHPに企業人材募集や築上町職員募集をSNSを使ってアピールすると地元に残ってもらえる可能性はある。 ・小さなころからの農業や林業等の体験が就業につながっていくのではないかな。 ・「コワーキングスペース@つき市場」の活用状況と示し、活用が不十分であればその原因を検証して今後の対策に生かす必要がある。 ・空き地・空き店舗活用で、町の実務的な方針を定める必要がある。 |
|--|--|--|---|

基本目標2 誰もが住みたい・住み続けたいと実感できるまちづくり

| 基本的方向 | 項目 | 基準値 | 目標値 (H31) | 結果 |
|--|-------------------|-----|-----------|-----------|
| 本町ならではの多彩な資産を積極的に活用し、交流人口の増加を図り、定住意欲の醸成を図ります。 観光振興により、地域産業の活力を強化するなど、若者の都市部への人口流入を是正するとともに、UIターンを検討する人に対し、誰もが住みよい移住・定住環境を整備します。 | 転入者数－転出者数 (県内) | － | 毎年5人増 | 未達成 (詳細※) |

◆県内人口移動者数(施策の検証結果※)

(単位：人)

| | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1(H31) | R2 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|
| 転入者数 | 370 | 382 | 319 | 306 | 322 | 334 | 340 |
| 転出者数 | 511 | 563 | 556 | 559 | 639 | 706 | 490 |
| 増減 | △ 141 | △ 181 | △ 237 | △ 253 | △ 317 | △ 372 | △ 150 |

出典：福岡県 人口移動調査 福岡県の人口と世帯年報

施策1 誰もが住みよい移住・定住環境の充実

- ①空き家・古民家の通行活用の促進
- ②移住・定住に関する情報提供の強化
- ③暮らしやすい生活圏の形成

●重要行政評価指数 (KPI)

| 項目 | 備考 | 当初値 | 目標値 | H27 | H28 | H29 | H30 | H31 (R1) | R2 | 目標達成 判断値 | 目標達成 判断値年度 | | 要因 |
|-----------------------|----|-----|----------------|-----|-----|-----|-----|----------|----|-------------|---------------|-----|--|
| 空き家バンク契約成立件数 | | 1件 | 15件 (5年間累計) | 1 | 3 | 5 | 6 | 4 | 2 | 21件 | 累計 | 達成 | |
| ふるさと古民家再生活用計画数 | | － | 1件 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1件 | H27 | 達成 | 旧竹内邸 (古民家食庵 伝法寺庄) |
| 歴史的街並み古民家調査活用計画数 | | － | 1件 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0件 | 累計 | 未達成 | 古民家の調査は実施したが、個別計画の策定は所有者からの同意が得難いので策定はできていないが、旧竹内家住宅のモデル的活用方法や、その他の古建築の調査を行った。 |
| 移住・観光情報に関するHP等へのアクセス数 | | － | 300件/日 | 64 | 54 | 49 | 39 | 24 | 22 | 64件/日 | H27 | 未達成 | 町のHPへ求められるニーズが変化していることもあり、HPのアクセス数は減少傾向にある。情報発信については、新たにFacebook等のSNSで発信や、報道機関へのプレスリリースを行っている。 |

●主な実績

●施策の総括

●今後の方向性

●有識者会議の意見

・ H29年度から空き家バンク事業の補助金制度を開始した。

・ 町ホームページ内に「空き家バンク」のサイトを作成し、利用者にわかりやすく物件案内ができています。

・ 空き家バンク成約件数は目標値を上回った。

・ H29年度から5カ年計画で「椎田駅北口駅前広場整備事業」を実施し、駐輪場移設やロータリー・一時駐車スペース等整備を行った。

・ 空き家バンクへの登録件数が微増減を繰り返しながら推移しているが、成約件数は毎年一定数あり、空き家の有効活用につながっている。

・ 移住相談体制の整備と情報発信の強化がさらに必要である。

・ 公共施設等総合管理計画に基づく、施設の計画的な管理運用が進んでいない。

・ 補助金制度を利用しやすくするため、空き家バンク事業の内容の見直しを行うとともに制度周知を図る。

・ 空き家と農地をセットで売るなど、空き家+αの定住対策を検討する。

・ 町ホームページに移住定住促進サイトを作成し、情報の充実を図る。

・ 古民家の調査や活用計画については中津街道の地区を中心に取り組んでいく。

・ 公共施設等総合管理計画に基づく、施設の計画的な管理運用を進めていく。

・ 行政職員が業務だけでなくプラスワンを持って地域に積極的に関わってもらおうと地域との連携ができ、外部からの入って来た人のサポートがしやすくなる。

・ 自治公民館ごとくらいにFree Wi-Fi（光ファイバー回線）を引いて欲しい。

・ 仕事をしたいが場所がないという人もいますので空き家をフリースペースとして活用できるといいと思う。

・ 移住定住の窓口を1本化し、移住定住コンシェルジュの設置とお試し移住事業の実施。

・ 計画や施策が、自治体・地域の目線で作成されており、若者や移住者の目線に立った施策になっていない。

・ 自治体・地域から「移住してください」という施策ではなく、若者や都会の人が「住みたい」と思う街づくり、そのような人たちの意見が実現する街づくりを目指さないと何も起きないと思う。

施策2 若者の流入促進

①若者・子育て世帯の流入促進・定着支援

●重要行政評価指数（KPI）

| 項目 | 備考 | 当初値 | 目標値 | H27 | H28 | H29 | H30 | H31 (R1) | R2 | 目標達成 判断値 | 目標達成 判断値年度 | | 要因 |
|---------------|----|---------------------|-------|-----|-----|-----|-----|----------|-----|-------------|---------------|-----|--|
| 県内の若年層移住者数 | | 214人 (25～44歳の男女) | 毎年5人増 | 168 | 110 | 134 | 119 | 123 | 133 | 168人 | H27 | 未達成 | 空き家バンク事業や移住相談ブース出展等しか移住施策に本格的に取り組めておらず、補助金や遊休地活用等に取り組む必要がある。 |
| 定住促進補助制度の活用者数 | 累計 | - | 25人 | - | - | 4 | 5 | 4 | 6 | 19人 | 累計 | 未達成 | 補助制度として空き家バンク関係の補助金があり、空き家の登録はコンスタントにあるが、成約件数が伸び悩んでいる。特設サイトを作成したりして問い合わせも増えたが、効果が出ていない。また、空き家バンク以外の補助制度も検討する必要がある。 |

●主な実績

●施策の総括

●今後の方向性

●有識者会議の意見

| | | | |
|--|---|--|---|
| <p>・町ホームページのリニューアルや町公式LINEを開始し、情報発信の充実を図った。</p> <p>・成人式は、新成人などから実行委員を募り内容の企画・当日の運営を行っている。企画会議を通じ、年齢・校区の異なる若者が交流している。</p> <p>・東京や福岡市でのイベント等に移住案内ブースの出店を行った。</p> | <p>・移住・定住者向けの情報の一元化や移住者数の増加に向けて移住施策のさらなる取組が必要である。</p> <p>・住宅地の分譲や定住促進住宅の建設等の定住環境整備の必要がある。</p> | <p>・町公式LINEを活用し、利用者が必要な情報をすぐに取得できるようにシステムを構築する。</p> <p>・町ホームページに移住定住サイトを開設する。</p> <p>・公営住宅等の戸数管理を行いつつ、定住促進住宅についての検討を行う。</p> <p>・遊休地の活用は関係課で調整を行っていく。</p> | <p>・移住したい人で築上町のことを知っている人は少ないと思うので、まず町のHP以外の取組（民間の移住サイトや雑誌等）で知ってもらう必要があると思う。</p> <p>・田舎を求めて築上町に来る人もいると思うので田舎に何を求めているのかが分かればすることが分かるのではないかと。</p> <p>・定住促進について他市町村のHPを開くとすぐに目につくが、築上町はなっていないのでそこを考えた方がよいと思う。</p> <p>・移住してきた人に支援する人がいることを口コミやSNSでアピールすることで支援体制を整えたい。</p> <p>・待っているだけでなくアピールして欲しい。</p> <p>・若い人がまちづくりの会議などに参加して欲しい。</p> |
|--|---|--|---|

施策3 観光の振興による地域活性化

①観光資源の有効活用

②ブランディング・PRの推進

●重要行政評価指数（KPI）

| 項目 | 備考 | 当初値 | 目標値 | H27 | H28 | H29 | H30 | H31 (R1) | R2 | 目標達成 判断値 | 目標達成 判断値年度 | | 要因 |
|------------------------|------------------------------------|---------------|----------|--------|---------|---------|---------|----------|---------|-------------|---------------|-----|---|
| 旧蔵内邸利用者数 | 1～12月期 | 28,031人 | 30,000人 | 22,953 | 17,764 | 21,988 | 20,009 | 17,953 | 9,875 | 22,953人 | H27 | 未達成 | 古民家食庵伝法寺庄の開設。ひなまつりと梅まつりで連携したチラシ作りなど行った。 旧蔵内邸は多言語リーフレットを作成したが、H31の酷暑やR2のコロナウイрусの影響で激減したと考えられる。 |
| 古民家レストラン設置数 | | － | 1件 | － | 1 | － | － | － | － | 1件 | H28 | 達成 | |
| 古民家レストラン利用者数 | | － | 3,000人 | － | 231 | 3,562 | 3,082 | 2,755 | 978 | 3,562人 | H29 | 達成 | |
| 航空交流館基本設計数 | | － | 1件 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0件 | － | 未達成 | 航空交流館建設については防衛省の補助事業を活用し建設を計画していたが、防衛省の補助事業が活用できないため。また、地方債のみを活用し建設した場合は町財政の後年負担増となるため。 |
| 航空交流館新規雇用者数 | | － | 10名 | － | － | － | － | － | － | － | － | 未達成 | 同上 |
| メタセの杜エリアの流動人口 (月平均) | 不明のため別指標 メタセの杜買い物客数 (1～12月期) | 休日：3,933人 | 4,500人 | － | 458,884 | 440,754 | 431,503 | 416,673 | 395,849 | | | － | |
| 主要施設観光客入込数 | 1～12月期 旧蔵内邸/メタセの杜/ 網敷天満宮等 | 710,301人 | 710,000人 | － | 626,371 | 660,763 | 743,397 | 734,249 | 593,742 | 743,397人 | H30 | 達成 | |
| 平日の滞在人口率 | 数値不明 | 1.71倍：33,400人 | 1.74倍 | － | － | － | － | － | － | | | － | 参考数値：0.9倍；12,847人 (RESAS・R2平日14時の滞在人口) |
| 休日の滞在人口率 | 数値不明 | 1.57倍：30,600人 | 1.60倍 | － | － | － | － | － | － | | | － | 参考数値：0.9倍；12,855人 (RESAS・R2休日14時の滞在人口) |

●主な実績

●施策の総括

●今後の方向性

●有識者会議の意見

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>・ H28年度に竹内家住宅の主屋を「古民家食庵伝法寺庄」として開業した。</p> <p>・ 町のPRソング、マスコットキャラクターの着ぐるみ、LINEスタンプを作成した。</p> <p>・ H27年度に公共施設や宿泊施設など町内10か所にWi-Fiを設置した。</p> | <p>・ 古民家食庵伝法寺庄の運営母体の育成や竹内家住宅の病院棟や離れの平屋の活用が課題となっている。</p> <p>・ 地域資源を融合させたブランディングのためには、各種イベントや神楽等を連携したツアー企画や共通チラシ作成など連携強化が必要である。</p> | <p>・ 古民家食庵伝法寺庄の後継者育成に取り組む。</p> <p>・ 商工会や観光協会など関係団体や周辺自治体との連携を図り、効果的な観光PRの推進を図る。</p> <p>・ 新しい生活様式を踏まえ、各種動画やコンテンツ制作が重要になる。</p> | <p>・ 上城井地区にフットパスルートがあるが、今後は町内全域でのルートづくりをすると大きな予算をかけなくても観光資源となると思う。</p> <p>・ 観光協会だけでなく、行政も重点的に目標を定めて取組んで欲しい。</p> <p>・ 観光協会のターゲットが分からない。外の人向けのPRや売り物がない。</p> <p>・ どこを対象にするか目標がないので強烈に印象が残るPRがない。</p> <p>・ ある程度ヨソ者が力を借りないといけないのではないかと思う。</p> <p>・ 魅力ある空き地体験無料宿泊プランを作り、それを懸賞として町の魅力づくりに関するアンケートを広く募集してはどうか。</p> <p>・ 体験プログラム参加者やアンケート応募者の中新有望な人を選出し、まちづくり協力隊に参加してもらい、その人たちの意見を積極的に取り入れたまちづくりを行う。</p> |
|---|---|--|--|

基本目標3 築上町を愛するひとが集うまち

| 基本的方向 | 項目 | 基準値 | 目標値 (H31) | 結果 |
|--|---------------------|-------------|-----------|------------|
| 若い世代が安心して働ける質の高い職場を生み出し、結婚の希望をかなえるとともに、子どもを産み育てやすい環境づくりを推進し、結婚・妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援に取り組みます。 子どもをはじめ、若者がいつまでもふるさとを愛し、夢を育むことができるよう、教育・文化の推進を図り、地元への愛着や将来にわたり本町に住みたいと思いを育むとともに、子どもから高齢者まで、すべての人が本町において健やかに暮らすことができるように、健康づくりに取り組みます。 | 合計特殊出生率 | 1.64 (H25年) | 1.8 | 詳細※ |
| | 将来、築上町に住みたいと思う中学生割合 | — | 80% | 64.2% (R3) |

◆合計特殊出生率 (施策の検証結果※)

(単位：%)

| | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 (H31) | R2 |
|---------|------|------|------|------|------|----------|----|
| 合計特殊出生率 | 1.84 | 1.68 | 1.91 | 1.73 | 1.64 | 1.50 | ★ |

出典：人口動態調査 (福岡県保健環境研究所HP)

★R2については、R4.2現在数値未発表のため不明

施策1 出会い・結婚・出産・子育ての応援

- ①若い世代の出会い結婚生活への支援
- ②妊娠・出産・子育ての支援

●重要行政評価指数 (KPI)

| 項目 | 備考 | 当初値 | 目標値 | H27 | H28 | H29 | H30 | H31 (R1) | R2 | 目標達成判断値 | 目標達成判断値年度 | | 要因 |
|-------------------------|--------|--------------------|--------|--------------|-------|-------|-------|----------|-------|----------------------------|-----------|-----|---|
| 未婚率※ | 34～39歳 | 男性33.7% 女性24.2% | 3%抑制 | 43.6 26.8 | — | — | — | — | — | 男性 43.6% 女性 26.8% | H27 | — | |
| 子育て支援センター利用者数 | | 8,464人 | 8,600人 | 7,869 | 7,152 | 6,441 | 5,416 | 5,481 | 2,349 | 7,869人 | H27 | 未達成 | ・新型コロナウイルス感染予防に伴う事業の休止における利用者の減。 ・共働き家族の増加に伴い、保育所等他の子育て支援施設の利用が増加したことによる利用者の減。 |
| 第3子以降の出生数 (4ヶ月健診対象者) | | 33人 | 40人 | 33 | 48 | 39 | 36 | 39 | 29 | 48人 | H28 | 達成 | |

※未婚率についてはR2年度国勢調査のデータが未発表のため不明

●主な実績

●施策の総括

●今後の方向性

●有識者会議の意見

| | | | |
|---|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・婚活イベントの実施により、出会いの場を提供した。 ・妊婦健診費用の一部助成や不妊治療費助成事業を実施し、費用の負担軽減を図った。 ・H30年度に子ども医療費助成制度の対象者を高校生まで拡充し、医療費の負担軽減を図った。 ・22歳未満の子を3人以上扶養している場合、第3子以降の保育料及び副食費の無償化を実施し、保育料等の負担軽減を図った。 | <ul style="list-style-type: none"> ・健診費用助成や医療費助成を継続していくために財源の確保が課題である。 ・子育て支援に関する情報発信の強化が必要である。 ・新型コロナウイルス感染症の影響もあるためか、不妊治療費助成申請の件数が減少傾向である。 | <ul style="list-style-type: none"> ・健診費用や医療費、保育料等の助成は継続して実施する予定である。 ・R4年度以降、不妊治療が保険適用となるため、事業継続の検討が必要である。 ・R3年度に町ホームページに子育て応援サイトを開設し、子育て支援情報を集約し、情報量及び内容の充実を図る。 | <ul style="list-style-type: none"> ・乳児・三歳児健診時にするアンケート等を利用して何を求めているのかを明確にしていけば切実な思いや希望が分かると思う。 ・子育て支援センターの利用者が減少しているのは支援のニーズの変化によるものだと思うので、対象者を働く親と子ぐらいい変えて行かないと利用者は増加しないと思う。 ・第3子の保育料や副食費の無償化は、これをきっかけで3人目を産んだ人がいるので続けて欲しい。 ・医療費の無償化等ソフト面は充実してきているが、支援される側の意見を反映させる必要がある。 |
|---|---|--|---|

施策2 「心を育てる」教育・文化の推進

- ①教育内容の充実
- ②教育環境の充実
- ③遊びの場・体験の場の充実

●重要行政評価指数 (KPI)

| 項目 | 備考 | 当初値 | 目標値 | H27 | H28 | H29 | H30 | H31 (R1) | R2 | 目標達成 判断値 | 目標達成判 断値年度 | | 要因 |
|------------|----|--------|-------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|-------------|---------------|----|----|
| タブレット端末導入数 | | 1台/17人 | 1台/2人 | 1台/16.8人 | 1台/16.8人 | 1台/10.6人 | 1台/10.4人 | 1台/10.0人 | 1台/1.0人 | 1台/1.0人 | R2 | 達成 | |
| ふるさと教育の実施 | | 10時間 | 20時間 | 14 h/年 | 15 h/年 | 16 h/年 | 20h/年 | 22h/年 | 12h/年 | 20時間 | H30 | 達成 | |

- 主な実績
- 施策の総括
- 今後の方向性
- 有識者会議の意見

| | | | |
|---|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ H28年度から夏休み期間中の特別授業や築上塾（土曜講座）を実施した。 ・ GIGAスクール構想によりタブレット型端末の一人一台が達成できた。 ・ H28年度から障がい者スポーツへの取組を開始し、障がい者スポーツ教室を開催した。 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 各種教室の開催において参加者が固定化されていることからより多くの人が参加できるよう周知や環境づくりが必要である。 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 特別授業や築上塾（土曜講座）を継続していく。 ・ H29年度から導入しているコミュニティ・スクール制度を推進していく。 | <ul style="list-style-type: none"> ・ コミュニティ・スクール制度を導入しているが、いまだに何をしたいのか分からない人もいたので何をすべきか明記するとさらに活性化されると思う。 ・ 1人1台タブレットが配布されてどこでも学習できる環境になったのは嬉しい。 |
|---|--|--|--|

施策3 健康に暮らせるまちづくり

①健康寿命のまちづくり

●重要行政評価指数（KPI）

| 項目 | 備考 | 当初値 | 目標値 | H27 | H28 | H29 | H30 | H31 (R1) | R2 | 目標達成 判断値 | 目標達成判 断値年度 | | 要因 |
|------------------------|----|--------|--------|------|------|------|------|----------|---------------|-------------|---------------|-----|---|
| ふれあい健康サロンの実施地区数 | | 52地区 | 66地区 | 52 | 52 | 52 | 51 | 50 | 42 | 52地区 | H27 | 未達成 | 新型コロナウイルス感染症対策により休止した地区があったため |
| データヘルス計画の作成 | | - | 1件 | 1 | - | - | - | - | - | 1件 | H27 | 達成 | |
| 特定健診受診率 | | 30.70% | 60% | 29.2 | 30.1 | 29.6 | 33.5 | 35.2 | 31.5 (暫定値) | 35.20% | H31 | 未達成 | 健診受診率は徐々に増加していたものの、新型コロナウイルス流行による検診受診控えが影響した。 |
| 特定保健指導実施率 | | 58.40% | 60% | - | - | - | - | 72.7 | 31.5 (暫定値) | 72.70% | H31 | 達成 | |
| 認知症カフェ「オレンジカフェきづき」利用者数 | | - | 500人/年 | 406 | 764 | 828 | 843 | 645 | 164 | 764人/年 | H28 | 達成 | R2年度については新型コロナウイルス感染症対策により休止した期間があったため |

●主な実績

●施策の総括

●今後の方向性

●有識者会議の意見

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>・貯筋運動教室や脳若トレーニングなどを開催し、健康づくりに取り組んでいる。</p> <p>・ふれあい健康サロンを実施し、地域の健康づくりや介護予防のための支援を行った。</p> <p>・「お弁当の日」の取組みは町内各校で自主的に取り組むことが定着しており、目標を達成した。</p> <p>・第2期データヘルス計画に基づき、未受診者対策事業、重症化予防対策事業、二次健診事業等の保健事業を実施。 令和2年度には、より効果的かつ効率的に保健事業を展開するため、データヘルス計画の進捗確認及び中間評価を行った。</p> <p>・認知症サポーター養成講座を開催（6回）し、新たに26名のサポーターが養成できた。認知症に人の家族のつどいを3か月に1回開催し、少数ではあるが家族の交流の場として定着している。</p> | <p>・体力向上教室の指導員やしいだコミュニティ倶楽部と町が連携することで健康づくり活動支援のさらなる充実や各スタッフの活動の負担の軽減を図る必要がある。</p> <p>・生活習慣病の視点で妊娠期から保健事業を検討していく必要がある。</p> <p>・認知症サポーターが活躍できる場や仕組みづくりができていない。</p> | <p>・「ふれあい健康サロン」から「住民主体の通いの場」へ移行を進めていく。</p> <p>・認知症サポーターのステップアップ講座を開催し、活躍の場づくりを推進する。</p> <p>・データヘルス計画に基づく保健事業を実施していない。</p> | <p>・子どもが元気で医療費をなるべく使わないで済むアドバイスがあると嬉しい。</p> |
|---|--|---|---|