第２期総合戦略のKPI及び施策評価について【令和４年度分評価】

資料２

■第2期総合戦略期間における基本目標の（ＫＰＩ）の達成状況

基本目標	目標値	Ｒ３年度	Ｒ４年度
◆「伊豆市に愛着を感じる」と回答した割合	55%	70.7%	70.5%
◆社会動態による人口増減	▲58人	▲70人	+9人
◆15歳までの各年齢人口	200人	161人	159人

（平均）

■第2期総合戦略期間における各年度ごとの成果目標（ＫＰＩ）の達成状況

戦略体系	Ｒ３年度 達成指標数	Ｒ４年度 達成指標数
１．産業を支える多彩な人材の育成と確保	2/7 (29%)	6/7 (86%)
２．子育て・教育支援の更なる充実と健康づくりの推進	5/8 (63%)	6/8 (75%)
３．コンパクトタウン＆ネットワークの推進と伊豆市の魅力アピール	6/8 (75%)	6/8 (75%)
達成指標　合計	13/23 (57%)	18/23 (78%)

※R4年度の達成指標数は下表「◎」と「○」の合計。（ ）内は、上方修正前の当初目標達成数。

■第2期総合戦略における成果指標（KPI）の総括

第2期総合戦略における戦略体系ごとのKPI達成状況としては、以下のとおりとなっている。

１．産業を支える多彩な人材の育成と確保…７指標のうち６指標達成
２．子育て・教育支援の更なる充実と健康づくりの推進…８指標のうち６指標達成
３．コンパクトタウン＆ネットワークの推進と伊豆市の魅力アピール…８指標のうち６指標達成

全23指標のうち18指標達成（78%）という結果となった。なお、今後毎年実績評価を実施し、都度指標の見直し・上方修正を行い成果目標の達成及び基本目標値に近づけていく。
令和５年６月に実施した市民アンケート結果と第1期総合戦略策定時から令和４年度までの人口動態や人口減少対策施策の実績等を踏まえながら取り組みを進めていくことで、基本目標の実現と魅力あるまちづくりを目指していく。

■Ｒ４（３年目）実績評価　　【KPI評価基準】5年後（R6）目標値を100%とした場合…　目標値の80%を超えている：◎　　目標値の60%を越えている：○　60%に満たない：△

戦略体系	プロジェクト名	指標	基準値	最終目標値 （当初目標値）	R2実績	R3実績	R4実績	R4評価	Ｒ4の取り組み内容	今後の展開
【しごと】 地域の特性を活かして「産業の担い手」と「稼ぐ力」を強化する （産業を支える多彩な人材の育成と確保）	１．地域の産業を支える人材育成・確保プロジェクト	市内事業所の従業者数 （人）	9,232	9,332	9,242	8,922	8,717	△	〔産業部〕コロナ禍により減った就業者が、戻りきらない事が市内事業所の従業者数が増えない要因でもある。また、令和４年度は、伊豆おシゴトさがしフェアを3年ぶりに開催した。(伊豆市、伊豆の国市共同開催) 参加した企業にて事業を通じて5名の雇用を確保することができた。 日時　　令和４年８月20日(土)　13：30-15：30　＠伊豆の国市長岡中央公民館 出店事業者：23社　(内、市内事業者９社)　　参加者：78名 〔産業部〕令和２年度より「中小企業等奨学金返還支援補助金」を運用し、事業所の雇用維持・人材確保の支援に取り組んでいる。令和４年度は、制度がある事業所（2件）に対し、再度制度の説明を行い、利用者の増加を促進した。結果として、１事業者（１名）に対し、補助金を交付した。（昨年度比+１）	〔産業部〕コロナ禍で求人数の減少等、雇用情勢の更なる悪化も懸念されることから、状況を見ながら今後の合同説明会の実施について検討していく。一方、求職者側の「住まいから近い職場を探している」等の様々なニーズを満たすマッチングの場づくりについても検討していく。また、伊豆市の主要産業である観光業の人手不足解消のためには従業員の住まい確保も重要になるため従業員寮の建設についても検討していく。 〔産業部〕市内で大学等を卒業した専門知識を有する者が希望するような対象事業所は少なく、補助金の活用件数は伸び悩んでいる。しかし、Ｉ・Ｕターンの若い世代の採用が事業所や地域のマンパワー増加に繋がると考え、制度の活用を促進していくことに理解を求めながら、制度の周知・活用を進めていく。
		雇用支援を行った 事業者件数 （件/年） 【件/延べ】	－	3 【延べ15】	0 【延べ0】	0 【延べ0】	9 【延べ9】	○		
	２．商工業の活性化に挑むにぎわい向上プロジェクト	支援施策を活用して起業・創業した件数 （件/年） 【件/延べ】	5	7 【延べ35】	8 【延べ8】	5 【延べ13】	7 【延べ20】	◎	〔産業部〕「起業・創業支援補助事業」により、サービス業、宿泊業、飲食業、小売業において設置工事補助７件の新たな創業を支援した。 ・新規創業者の内訳 **修善寺地区１件（飲食業１件）** **土肥地区２件（サービス業１件、飲食業1件）** **中伊豆地区３件（サービス業2件、宿泊業1件）** **※空き店舗活用1件** **天城地区1件（小売業1件）** 〔産業部〕上記、「起業・創業者支援補助事業」により１件の空き店舗解消にも繋げることができた。	〔産業部〕今後も引き続き、「創業相談会」や商工会と連携した「伊豆創業塾」等への参加を勧めるとともに、支援制度の活用を推進していく。 〔産業部〕今後も創業者支援補助金を活用し、空き店舗の解消を行っていくとともに、商工会と連携した「伊豆創業塾」等を実施することで補助金制度および空き店舗の活用を推進していく。
		空き店舗解消数 （件/年） 【件/延べ】	2	3 【延べ15】	6 【延べ6】	3 【延べ9】	1 【延べ10】	◎		
	３．ブランディングによる販売力強化プロジェクト	ふるさと納税、インターネットショッピングを通じた特産物等の売上額 （万円）	522.8	700	555	924	1335	◎	〔総合政策部〕「楽天ふるさと納税」を中心とした返礼品紹介ページの魅力化により、集客力と転換率が向上した。その効果もあり、市特産品を全国へ効率よく紹介することができた。（前年比＋145%）	〔総合政策部〕令和５年度は売上額1500万円を目標とし、4年度に特に効果のあった手法を継続する。また、送料を市が負担することで返礼品に魅力と競争力を付加する。これによりさらなる販路拡大を目指す。
	４．ひとを呼び、魅力を売り込む稼げる観光プロジェクト	観光消費額 （円増減/年）	17,602 (県平均)	22,602 (+ 5,000)	17,258 (−344)	17,597 (−5)	19,610 (+2008)	◎	〔産業部〕首都圏の若い女性をターゲットとした誘客プロモーションとして、首都圏向けのテレビ放映（埼玉、千葉、神奈川のケーブルＴＶ）を行った。 〔産業部〕宿泊者数増加に向けて、広域的組織（静岡ツーリズムビューロー（TSJ）・美しい伊豆創造センター・東部コンベンションビューロー）と連携したファムトリップ（旅行業者を対象とした現地視察ツアー）を４回実施し、TSJ主催のインバウンド旅行商品の商談会等に参加し、営業活動を行った。また、観光地の宿泊施設を中心とした地域一体となった面的な観光地再生・高付加価値化を図った。 **【Ｒ４ファムトリップ内訳：単独1件、JNTO１件、静岡県1件、TSJ１件】** **【Ｒ４年間宿泊者数人　前年比 143%】** **【Ｒ４観光交流客数人　前年比 138%】** **【Ｒ４高付加価値化事業（件数・総事業費）：修善寺20件（867,241千万）、天城14件（547,814千万）、土肥10件（592,780千万）】**	〔産業部〕いずタビPickUp！（体験予約・特産品販売サイト）のプロモーションを観光情報サイト、SNS等を活用して行い、記事の閲覧、広告クリック数などのデータをもとに、伊豆市への来訪確率が高い・興味度が高いペルソナを明確化し、エンゲージメントの高いペルソナに刺さる事業展開・プロモーションのターゲット設定に役立てる。 一般的な観光プロモーションについては、観光協会の実施とする。 〔産業部〕引き続き、広域組織（TSJや美伊豆等）と連携・役割分担し、伊豆市の魅力をPRするとともに、観光地の魅力向上に向けた取組を地域一体となって推進する。 ・TSJ主催のインバウンド旅行商品商談会への参加 ・IIP主催のファムトリップの実施 ・広域組織主催のファムトリップの受入れ ・観光地の魅力向上及び観光ＤＸの推進
		年間宿泊者数 （人）	813,160	830,000 (+ 16,840)	433,929 (− 379,231)	511,780 (− 301,380)	733,370 (− 79,790)	◎		

第２期総合戦略のKPI及び施策評価について【令和４年度分評価】

■Ｒ４（３年目）実績評価　　【KPI評価基準】5年後（R6）目標値を100%とした場合…　目標値の80%を超えている：◎　　目標値の60%を越えている：○　60%に満たない：△

戦略体系	プロジェクト名	指標	基準値	最終目標値（当初目標値）	R2実績	R3実績	R4実績	R4評価	R４の取り組み内容	今後の展開
【ひと】 すべての世代が「幸せ」に暮らす （子育て・教育支援の更なる充実と健康づくりの推進）	１．”育てて育つ”Happy子育てプロジェクト	子育て支援サービスの満足度（%）	70	75	42.1	50.4	50.7	△	〔総合政策部〕R4年度中に作成した移住定住プロモーション動画およびアクティブシニア動画を市内外でデジタルサイネージを活用し上映している。 また、「伊豆市子育て全力宣言」をキャッチフレーズに、子育て・移住定住等の施策を市内外へのPRをさらに進めていく。移住バス・トレイン事業を主体として、様々な媒体を活用しながら戦略的シティプロモーションの今後の展開について検討を行う。 〔健康福祉部〕子育て支援センターについて、昨年度同様に利用者、受け入れ人数制限を行っていたため、人数が大きく伸びることができなかったと推測される。	〔総合政策部〕R4年度中に作成した移住定住プロモーション動画およびアクティブシニア動画を市内外でデジタルサイネージを活用し上映している。 また、「伊豆市子育て全力宣言」をキャッチフレーズに、子育て・移住定住等の施策を市内外へのPRをさらに進めていく。移住バス・トレイン事業を主体として、様々な媒体を活用しながら戦略的シティプロモーションの今後の展開について検討を行う。 〔健康福祉部〕R5年度当初から、「保育料第２子以降無償化」や「伊豆っ子未来応援金」など子育て世帯を支援する施策を展開し、子育て支援の充実を図っていく。 〔健康福祉部〕R5年度から感染症対策のための利用制限をすべて撤廃し、市内外問わず受け入れ可能としたため、R2年度以前のような参加人数の増加が見込まれる。また、市内各子育て支援センターが集合するイベントを行っており、新規利用者が増えることも見込まれる。
		子育て世代の交流の場への参加人数（人）	11,375	12,000	7,032	5,892	6,508	△		
	２．子どもたちの夢を拓く教育環境づくりプロジェクト	学校の授業を楽しいと感じる割合（%）	80	85	77.0	85.9	87.0	◎	○【生徒へのアンケート調査「学校の授業が楽しいと感じる割合：87.0%】 〔教育部〕ALT（外国語指導助手）の配置については、市内小・中学校、義務教育学校生徒1549名に対し、7名を配置し、外国語活動及び英語教育に取り組むことで、授業を中心に給食等もともに活動をする中で、英会話に親しむ機会が確保された。ALTアンケート調査においても「授業が楽しいと感じる割合」が88.5%となった。 〔教育部・健康福祉部〕子育て世代包括支援センターが、子育ての相談窓口として子どもの発育・発達・家庭での悩み等の解決に努めている。また、幼小中の相談ごとを連携して解決すべく、伊豆市発達支援連携会議にて社会福祉課・子育て支援課・教育委員会・児童発達支援センターが、多様な子どもの困り感や相談に対し情報共有を図り、子どもや家庭にとってより良い支援ができるようにしている。また、子どもに関する連絡・相談先をまとめた伊豆市子育てサポートマップを作成し担当課への案内に役立てている。 【相談件数：窓口5件、電話5件】	〔教育部〕ALTと児童・生徒との関わりを増やし、日頃から多様な文化や外国語に触れることのできる先進的な英語教育環境を整えていくことで、満足度向上を目指す。 愛郷心を育むための総合的な学習において、地域のヒト・モノ・コトを見て、聞いて、知る機会を創出し、生業や地域への想いがある方の伊豆市ならではの”ホンモノ”に触れる「実学」を学び、児童・生徒が無限に広がる未来に向かって、意欲的に取り組むきっかけをつくっていく。 〔教育部・健康福祉部〕共同窓口が場所と人員の関係で設置が困難である。また、令和６年４月に設置される「こども家庭センター」の動向を伺いながら、今後示されるであろうガイドラインを確認し、両課で協力していきたい。
		相談窓口の開設・相談件数（開設・件）	－	開設（15）	今後検討	開設（30）	開設（30）	◎		
	３．お達者の秘訣”げんき”プロジェクト	げんきプロジェクト事業への参加者数（人/年）	719	1,285	1,191	862	1,267	◎	【R4参加者数：1,267人（H30：719人　76%増）】 〔健康福祉部〕コロナによる中止もなく、全事業計画通り実施し、今年度は修善寺地区をメインに他課や観光協会と連携をとり、事業を行ったことにより大幅に参加者数が伸びたと考えられる。	〔健康福祉部〕引き続きウォーカーズ銭湯を継続して行っており、R5年度は中伊豆地区で実施している。ノルディックウォーキングを委託し、げんきプロジェクトの減塩の「げ」をを推進するため、野菜マシマシ事業を実施していく。 〔健康福祉部〕包括支援センターと協力し、新たな居場所の開設を進めている。また、「ささえ合い活動フォーラム」を開催し、現在開設している施設の支援と新規開拓を進めている。
		自主的な運営を行う居場所件数（件）	6	15	10	11	13	◎		
	４．伊豆市のファンをつくるつながり展開プロジェクト	ふるさと納税額（億円）	3.9677	10	5.7607	8.7359	10.2894	◎	〔総合政策部〕【R4個人版ふるさと納税寄附額：1,028,947千円】 「楽天ふるさと納税」を中心とした返礼品紹介ページの魅力化および返礼品の新規開拓（R4：７６品増加）により、納税額の増額に繋がった。なお、昨年度に続き宿泊券が人気であり、全体の93.62%を占めている。 【I・Uターンカフェ：5回／年、計25人参加】 〔総合政策部〕新規移住者・先輩移住者・地域住民等の交流の場として情報交換を行う場「I・Uターンカフェ」については、コロナの影響もあったが、移住後の悩みや不安の解消・地域との繋がりを創出できた。	〔総合政策部〕主力返礼品である旅館宿泊券の充実を継続するとともに、特に効果のある富裕層にPRを実施し、新規顧客を開拓していく。 また、送料を市が負担することで、返礼品に魅力と競争力を付加する。 〔総合政策部〕昨年度に引き続き、移住者が地域や住民と馴染むためには、互いに遠慮しなかなか距離が縮まらない傾向を解消する必要があるため、「I・Uターンカフェ」での情報交換を継続するとともに、先輩移住者を「Izu you Connecter」に任命し、移住希望者と地域を繋げる取り組みを推進していく。
		移住者の情報交換の場（回/年）	2	3	5	5	5	◎		

第２期総合戦略のKPI及び施策評価について【令和４年度分評価】

■Ｒ４（３年目）実績評価　　【KPI評価基準】5年後（R6）目標値を100%とした場合…　目標値の80%を超えている：◎　　目標値の60%を越えている：○　60%に満たない：△

戦略体系	プロジェクト名	指標	基準値	最終目標値（当初目標値）	R2実績	R3実績	R4実績	R4評価	R４の取り組み内容	今後の展開
【まち】 魅力にあふれ「ずっと住み続けたい」と思える （コンパクトタウン＆ネットワークの推進と伊豆市の魅力アピール）	１．伊豆市愛を育む”大好き地域”実践プロジェクト	地域づくり協議会が実施するソフト事業件数（件/年）	22	30→40 ※上方修正	22	34	46	◎	〔総合政策部〕令和４年度において9団体の地域づくり協議会が発足・活動し、高齢者送迎サービスや地域観光資源調査等、46件のソフト事業を実施した。コロナの規制が緩和され、各協議会で賑わい創出イベント等が開催され、地域コミュニティの深化や地元の魅力を再発見する機会をつくることができた。 【地域づくり協議会ソフト事業実績：46事業】 〔総合政策部〕伊豆総合高校との連携により、若い年代目線による地域課題の把握とその解決案を形にすることを授業に盛り込み、市が支援を行うことで、修善寺駅周辺を中心に地域住民との交流機会を創出し、活性化や地域愛着の醸成を図った。 【Ｒ４伊豆総合高校との連携】 ３年生「地域と産業」…修善寺駅周辺から修善寺温泉場等へのサイクリングマップの作成	〔総合政策部〕地域づくり協議会のソフト事業の更なる充実と地域への愛着の醸成に向けて、自主的な実施を促すことを目的とした（他地区の事例紹介等の）情報交換会を実施予定。 また、修善寺小学区と修善寺南小学区では協議会の設立に向けて継続的に勉強会を開催する予定。 設立から10年を迎える協議会の交付金額について検討し、情報交換会で素案を説明する。 〔総合政策部〕今後も高校生をはじめとした若者世代と地域との関わりの機会づくりを進め、修善寺駅周辺や伊豆市の豊富な地域資源を活用した活動の支援を行うことで、様々な魅力を知りながら地域課題の把握・解決や地域への愛着を育む機会を創出していく。
		高校生のまちづくりへの参加人数（人/年） 【人/延べ】	50 【－】	60 【延べ300】	36 【延べ36】	79 【延べ115】	85 【延べ200】	◎		
	２．安心・安全を生み出すネットワーク強化プロジェクト	地区防災計画の策定件数（件）	5	15	0	1 【延べ6】	2 【延べ8】	△	〔危機管理課〕前年度より策定に向けて調整していた伊豆市観光協会土肥支部と屋形区で新規に策定。 【地区防災計画策定済：修善寺ニュータウン（Ｈ２９）、小土肥黒根（Ｈ３０）、小土肥浜（Ｈ３０）、八木沢（Ｈ３０）、土肥温泉旅館組合（Ｈ３０）、大藪（Ｒ３）】	〔危機管理課〕 土肥地区以外の３地区（修善寺、天城、中伊豆）において各１区の策定を進める。また、日頃から意識しやすく防災活動に取り組みやすい内容を盛り込み、有事の際の行動や、地域住民で助け合う「共助」の体制づくりを意識の醸成を高める計画として活用できるよう進めていく。 〔総合政策部〕バス路線の利用状況調査・路線のあり方・地域との協働による交通支援等について検討するとともに、キャッシュレス決済の使い方を含めた周知や各補助制度継続等による利用促進にも取り組んでいく。 〔総合政策部・教育部〕令和7年度の新通学校開校に向け、ダイヤ検討を行っている。新規路線も検討しているため、必要に応じバス待ち環境も整備する。
		1人当たりの年間バス乗車回数（年間乗車回数/人口）	37	40	25	23	25	△	〔総合政策部・教育部〕新中学校への通学に絡む新中学校周辺（遠藤橋及び鮎見橋周辺）のバス停や地区ごとのダイヤについて、新中学校ＷＧなどで検討した。	
	３．伊豆市の魅力を伝える”写真（え）”になるまちプロジェクト	デジタルサイネージ等を活用したイベント等の連携回数（回/年） 【回/延べ】	－	3 【延べ15】	3 【延べ3】	3 【延べ6】	17 【延べ23】	◎	〔総合政策部〕 ■県東部地域の主要ショッピングモール等（スポーツデポ沼津店、SPOPIAシラトリ黄瀬川店、ウェルディ長泉、アピタ大仁店）でのポスター展を開催した。 ■プロモーション動画によるＰＲ 移住定住プロモーション動画、アクティブシニアプロモーション動画やふるさと納税ＰＲ動画などを下記にて上映先した。 【市内】生きプラ・市役所中伊豆支所・修善寺駅・虹の郷・道の駅伊豆月ケ瀬・昭和の森会館・ぬましんコンパス修善寺 【市外】三津シーパラダイス・三島駅・小田原駅・日本橋ビルボード・ぬましんコンパス・ぬましんコンパス御殿場 〔総合政策部〕市公式インスタグラムでの伊豆市公式プロモーションサポーターのリポストや、広報での「＃伊豆市いいね」周知、ポスター作成等、サポーターと連携した普及活動に取り組んだ。 ※サポーター人数31名（５人を新たに任命） 【R4SNS投稿数：約12,000件】	〔総合政策部〕「子育て全力宣言」をキャッチコピーに、伊豆市の子育て・移住定住等の施策に関するさらなるイメージアップを目的にIzu you（移住）バス・トレイン事業を展開する。 今後はさらに、デジタル広告やデジタルサイネージ等の拡充を行うとともに、戦略的シティプロモーションの今後の展開について検討を行う。 〔総合政策部〕投稿件数が増加し、観光客等の投稿も散見されるようになったことから、サポーターと連携した情報発信や、リポストだけではなく、主体的な発信等を含めた「#伊豆市いいね」のブースト企画を実施することで、伊豆市民における更なるシビックプライド醸成を図る。
		伊豆市共通ハッシュタグ「＃伊豆市いいね」によるSNS投稿数 【件/延べ】	－	2500→15000 ※上方修正	2,320	7,321	12,000	◎		
	４．伊豆市で暮らそう！”選ばれるまち”プロジェクト	移住施策による移住者件数（件/年） 【件/延べ】	13 【延べ55】	20→40 ※上方修正 【延べ100】	37 【延べ37】	34 【延べ71】	40 【延べ111】	◎	〔総合政策部〕支援体制を継続した。内訳としては、若者定住促進補助金22件、空き家バンク5件、移住相談窓口利用3件、地域おこし協力隊4件、その他補助金6件。 〔建設部〕平成28年度末に住宅地化を規制する線引きが廃止され、牧之郷駅周辺が市街化調整区域ではなくなった。そのため、住宅地化が進み、移住定住の促進や拠点性の高いエリアの都市機能の維持に繋がった。併せて、将来的な歩道の整備、拡幅を考慮した住宅地、市街地の形成を図る「牧之郷地区計画」（令和元年度末に策）の周知を継続したことによる成果が表れはじめた。 【R4住宅立地件数：９件（修善寺駅１ｋｍ圏内：１件、牧之郷駅１ｋｍ圏内：８件】	〔総合政策部〕若者定住補助金については移住定住促進補助金に一部制度を改正し、移住者及び定住者の増加を図るため補助金制度を継続実施する。また、先輩移住者を中心に、伊豆市の移住定住に対し協力してくれる人とのつながりを形成し、効果的に移住・定住を促進する。 〔建設部〕今後も継続した周知を行い、民間主導の宅地開発に対する補助制度の継続実施・促進により、牧之郷地区をはじめとした住宅開発を促進し、子育て世帯を中心とした移住定住促進の一環として支援していく。 〔総合政策部〕拠点性の高いエリア等を対象に、ゆとりある良好な居住環境の創出を推進するために創設した「伊豆市民間宅地開発支援補助金」により、移住定住の促進を図る。
		住宅立地件数 【策定期間内：件/延べ】	40	10 【延べ50】	9 【延べ9】	21 【延べ30】	9 【延べ39】	◎		