

第1期

長門市まち・ひと・しごと創生

総合戦略の効果検証



令和3年1月

長門市

目 次

| | | |
|---|------------------------------|----|
| 1 | 長門市総合戦略の趣旨 | 1 |
| 2 | 長門市総合戦略の効果・検証について | 2 |
| 3 | 長門市総合戦略の達成状況（平成 27 年度～令和元年度） | |
| | 基本目標 1 「しごと」をつくる | 3 |
| | 基本目標 2 「うごき」を生む | 7 |
| | 基本目標 3 「ひと」を育む | 10 |
| | 基本目標 4 「まち」をつくる | 13 |
| 4 | 長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会からの意見 | 16 |

1 長門市総合戦略の趣旨

平成 26 年（2014 年）11 月に成立した「まち・ひと・しごと創生法」に基づき、我が国の人口の現状と今後目指すべき将来の方向を示した「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」及び「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を同年 12 月に策定し、人口減少や東京一極集中など、我が国が抱える構造的課題の解決に向けた取組を本格的に進めています。

社会保障・人口問題研究所が発表した将来推計人口では、令和 22 年（2040 年）の長門市の人口は、平成 22 年（2010 年）と比較して 4 割強が減少する 22,087 人と示されました。

また、平成 26 年（2014 年）5 月には、民間の研究機関である日本創成会議が 20 歳から 39 歳までの女性人口減少を指標に、本市を含む全国の 896 市町村を「消滅可能性都市」として、少子化と人口減少によりその存続が危ぶまれると発表するなど、本市にとって人口減少への対応は待ったなしの最重要課題となっています。

まち・ひと・しごと創生については、国と地方が一体となり、中長期的な視点に立って取り組む必要があります。

本市においても、まち・ひと・しごと創生法の趣旨に基づき、本市の特性を活かした地域創生を積極的かつ集中的に推進するため、国、県が策定した総合戦略を勘案し、長門市から国を再生するとの考えのもと、平成 27 年（2015 年）10 月に「長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「長門市総合戦略」という。）を策定しました。

長門市総合戦略では、『「ひと」を呼び込む「輝く人」を育む』ことにより、新たな人の流れを創出するとともに、『やさしさがこだまする 子育て世代に選ばれるまち』を実現するため、4 つの基本目標を設定し、令和元年度（2019 年度）までの計画期間内に達成する数値目標を掲げています。

また、各基本目標の達成のために実施する具体的な施策に対しては、P D C A サイクルの手法を導入し、実施する各事業の成果を図る指標として、重要業績評価指標（K P I）を設け、その達成状況や施策の進捗状況を把握し、成果重視の検証を行うことで、事業の改善等を図ることとしています。

2 長門市総合戦略の効果・検証について

(1) 効果・検証の方法

- ① 4つの基本目標と目標達成のために実施する具体的な施策に対しては、目標値に対する実績値を比較し、数値による達成状況を明確にします。
- ② 評価の区分は、達成率に応じて次のとおりとします。

| 評価 | 評価基準 |
|----|---|
| A | 目標を上回る進捗・成果 (目標値の達成率が100%以上の場合) |
| B | 概ね予定どおりの進捗・成果 (目標値の達成率が80%以上100%未満の場合) |
| C | やや遅れている(改善や手段などの検討が必要) (目標値の達成率が60%以上80%未満の場合) |
| D | 遅れている(改善が必要) (目標値の達成率が60%未満の場合) |

- ③ 効果・検証は客観性を担保するため、市民(公募)、産業界、行政機関、教育機関、金融機関、労働団体、報道機関及び学識経験者で構成する「長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会」から意見をいただきながら行います。

(2) 効果・検証結果の活用

効果・検証結果については、令和2年(2020年)3月に策定した「第2期長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の着実な推進を行うために活用します。

また、市民の皆様と共有を図ることにより、市民と行政が一体となり、長門市総合戦略の取組を推進します。

3 長門市総合戦略の達成状況（平成 27 年度～令和元年度）

第 1 期長門市総合戦略の（重点）施策に設定した 50 の重要業績評価指標（KPI）のうち、目標を上回る進捗・成果の達成度 A は 10、概ね予定どおりの達成度 B は 11 となっており、全体の約 4 割が目標値の達成率が 80%以上となっています。

これは、PDCA サイクルによる進捗管理、事業手法の見直し等を行ってきた一定の成果であると評価しますが、その一方で改善や手段などの検討を必要とする達成度 C が 12、改善を必要とする達成度 D が 17 あることから、原因の分析と今後の方向性を確認し、人口の将来展望の実現に向けて、更に取り組を推進する必要があります。

基本目標 1

「しごと」をつくる

産業振興により安定した雇用を創出

〈国の基本目標①〉 地域における安定した雇用を創出する

〈県の基本目標①〉 産業振興による雇用の創出

〈目標数値〉

5 年間で 550 人の雇用を創出（ながと成長戦略行動計画準拠）

〈達成状況〉

| 現状値 (H26) | 目標値 (H29) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|----|
| - | 550 ※1 | - | - | 385 | - | - | 70% (H29) | C |

※1 ながと成長戦略行動計画（H25～H29）準拠

〈進捗状況等〉

・平成 25 年（2013 年）5 月に策定した、「ながと成長戦略行動計画」では、5 年間で 550 人の雇用創出を目指し、平成 30 年（2018 年）3 月時点で 385 人の雇用が創出され、達成率は 70%となりました。

・一方で、平成 29 年（2017 年）12 月時点での有効求人倍率は 2.24 倍と人手不足の状況の中、平成 30 年（2018 年）3 月に策定した「第 2 次ながと成長戦略行動計画」では、働きやすい職場づくりと中核産業に人を送り込むことを戦略的に取り組みます。

① 地域資産の活用による高付加価値型商品・サービスの開発

＜重要業績評価指標（KPI）及び実績値＞

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|-----------------------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|----|
| 農業法人数 | 法人 | 16 | 32 | 20 | 21 | 24 | 23 | 26 | 81.3% | B |
| 農地集積面積 | ha | 663 | 1,100 | 886 | 932 | 1,006 | 1,070 | 1,152 | 104.7% | A |
| 自然栽培米等 作付面積 | a | 60 | 250 | 230 | 268 | 232 | 280 | 171 | 68.4% | C |
| 6次産業化による 特産品の新規 開発産品数 | 品 | - | 25 | 25 | 18 | 事業完了 | 事業完了 | 事業完了 | 72.0% (H28) | C |
| アワビ放流種苗 採捕率 | % | - | 30 ※2 | - | - | - | - | 20 | 66.7% | C |

※2 放流3年以降の採捕率

＜進捗状況等＞

- ・農地集積面積は集積コーディネーターを中心とした貸し手と借り手とのマッチングが円滑に行われており、集積面積の拡大に繋がっています。
- ・自然栽培米等作付面積は、ため池改修等の影響により令和元年度は減少しましたが、令和2年度は平成30年度と同程度となる見込みです。
- ・6次産業化による特産品の新規開発については、平成29年度までに当初の目標を達成したことから事業を完了としましたが、別事業で取組を継続しています。
- ・アワビの水揚量は、過去最低である平成29年度5,279kgに対し、令和元年度では6,226kgと微増しています（117%）。放流活動と藻場保全活動を並行して行っており、アワビ資源の回復が見込まれます。

② 大都市圏への販路開拓

＜重要業績評価指標（KPI）及び実績値＞

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|-------------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|----|
| 地元直売所の 販売金額 | 千円 | - | 260,000 | 0 | 0 | 162,532 | 452,807 | 434,865 | 167.3% | A |
| ながと物産合同 会社販売金額 | 千円 | 20,600 | 140,000 | 29,589 | 51,984 | 24,952 | 18,433 | 17,807 | 12.7% | D |

<進捗状況等>

- ・令和元年度における、地元直販所（道の駅センザキッチン）を含めたながと物産合同会社の売上金額は微減となったため、販売先の確保、その売り込み方法の検討を行う必要があります。
- ・道の駅センザキッチンの魅力づくりを進め、ながと物産合同会社のアンテナショップとして、地元、近隣市町、近県の住民に新鮮かつ安全な地元食材や料理を提供するとともに、その評価を基に大都市圏展開を図ります。

③ 安全・安心な食づくりの推進

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|-------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|----|
| 有機JAS規格認定件数 | 件 | - | 3 期間計 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0% | D |

<進捗状況等>

- ・有機JAS登録制度はハードルが高く、成果が表れていませんが、今後も登録を希望する事業者を発掘し、関係機関と連携してフォローしながら件数増に向けた取組を行います。

④ 観光資産の魅力創出と連携

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|----|
| 仙崎地区の観光客数 | 人 | 189,031 | 400,000 | 173,980 | 164,482 | 279,412 | 847,924 | 706,109 | 176.5% | A |
| 依山地区の観光客数 | 人 | 215,817 | 240,000 | 204,104 | 200,406 | 200,015 | 184,426 | 179,922 | 75.0% | C |
| 湯本地区の観光客数 | 人 | 359,011 | 400,000 | 396,279 | 397,192 | 433,328 | 414,268 | 411,190 | 102.8% | A |
| 長門市全域の観光客数 | 人 | 1,151,732 | 1,900,000 | 1,204,928 | 1,549,700 | 2,147,999 | 2,538,014 | 2,410,986 | 126.9% | A |
| 長門市全域の宿泊客数 | 人 | 460,000 | 650,000 | 489,902 | 485,973 | 520,895 | 487,869 | 485,803 | 74.7% | C |

<進捗状況等>

- ・令和元年度の長門市全域の観光客数は、夏場を中心に開催したイベント等が悪天候による影響を受けたことにより、過去最高を記録した平成30年から微減となりました。
- ・依山地区の観光客数は、ラグビーワールドカップ2019公認キャンプ地誘致により、国内外への情報発信やスポーツ合宿による効果は見たものの、しゃくなげ園の開花不良や度重なる悪天候もあり、微減となりました。

・観光客数は全体的には増加傾向ですが、宿泊客数は伸び悩んでいます。今後は長門湯本温泉街のリニューアルと元乃隅神社、センザキッチンなど魅力ある観光素材を武器に、宿泊につながる積極的な宣伝誘客活動を行います。

⑤ 後継者・承継者の確保及び新規就業の創出

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 | |
|-----------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|-------|---|
| 新規就農者数 (人/年) | 人 | 2 | 8 | 8 | 5 | 2 | 6 | 1 | 12.5% | D | |
| 新規漁業就業 者数 | 人 | 4 | 25 | 期間計 | 5 | 4 | 1 | 3 | 1 | 56.0% | D |
| 起業件数 | 件 | - | 10 | 毎年度 | 11 | 8 | 8 | 7 | 9 | 90.0% | B |
| 新規企業の立 地件数 | 件 | - | 3 | 期間計 | 0 | 3 | △ 1 | 0 | 1 | 100% | A |

<進捗状況等>

・新規就業者数は年度によりばらつきが見られます。全国的には「田園回帰」の動きや農村への移住志向が見られ、新規就農者の獲得に繋げるために移住・定住担当課と連携を密にしていきます。漁業就業者についても引き続き山口県や山口県漁業協同組合と連携し、新規就業者への情報提供を行います。

・起業については、「長門市創業支援等事業計画」に基づいた10件/年の創業目標を概ね達成しました。令和2年度以降も新計画に基づき10件/年の操業実現を目標とします。

・企業誘致は、ホテルやエネルギー事業、製造業以外の新たな業態の誘致に成功しました。今後は、ICT関連事業の誘致等、新たな時代に対応した企業誘致に取り組みます。

施策 ①

地域循環型経済の確立

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 | |
|-------------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|-------|---|
| 6次産業化・農 商工連携件数 | 件 | 1 | 5 | 期間計 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 40.0% | D |

<進捗状況等>

・地域商社やまぐち、センザキッチン、長門 Lab の連携により「長門ゆずきちグミ」の開発を行いました。今後も関係機関連携を密に開発を行います。

基本目標 2

「うごき」を生む

長門の魅力を発信し、ひとの流れをつくる

〈国の基本目標②〉 地方への新しいひと流れをつくる

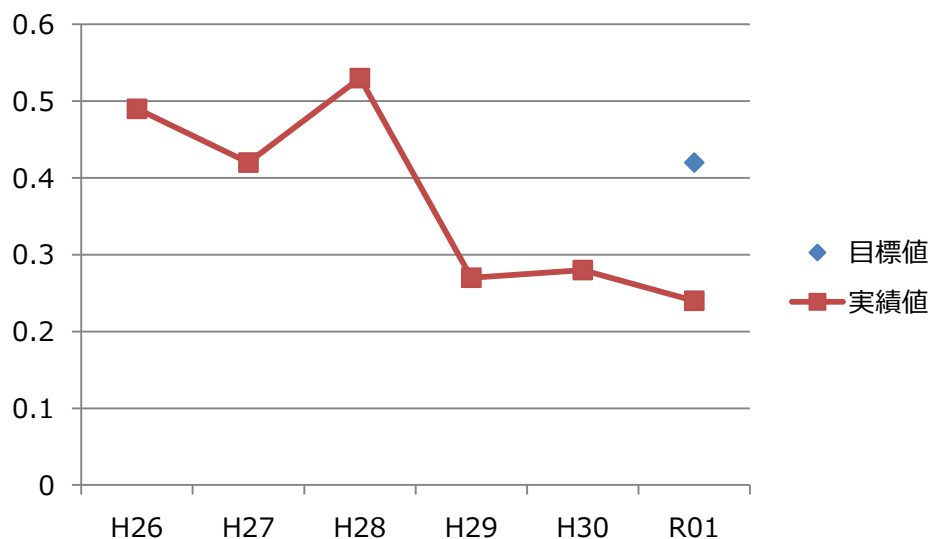
〈県の基本目標②〉 人材の定着・還流・移住の推進

<目標数値>

令和 12 年（2030 年）の総人口に対する社会減の割合 0.25（2015 年 0.50 の 1/2 抑制）の達成に向けて、令和元年度（2019 年度）の総人口に対する社会減の割合 0.42 を目指す。

<達成状況>

| 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|----|
| 0.49 | 0.42 | 0.42 | 0.53 | 0.27 | 0.28 | 0.24 | 175.0% | A |



<進捗状況等>

- ・目標値 0.42 に対して 0.24 まで縮小したため、達成率は 175%となりました。
- ・平成 29 年（2017 年）以降の増減幅は縮小傾向にあり、令和元年（2019 年）においては 0.04 ポイントの低下となりました。

施策 ②

自然と歴史・文化による交流人口の創出

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|--------------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|----|
| JRの観光利用者数 | 人 | 10,000 | 15,000 | 9,477 | 7,097 | 9,344 | 10,824 | 9,844 | 65.6% | C |
| 二次交通によるバス利用者数 | 人 | 5,662 | 15,000 | 6,422 | 6,692 | 7,119 | 3,267 | 3,497 | 23.3% | D |
| 外国人観光客数 | 人 | 11,544 | 15,000 | 13,715 | 15,128 | 20,820 | 17,172 | 17,305 | 115.4% | A |
| 体験型教育旅行受入校数・人数 | 校 | 2 | 10 | 7 | 8 | 13 | 11 | 5 | 50.0% | D |
| | 人 | 46 | 1,000 | 630 | 645 | 907 | 240 | 147 | 14.7% | D |
| クルーズ船誘致数 | 隻 | 1 | 1 ※3 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0.0% | D |
| 長門市観光サイト「ななび」アクセス数 | 件 | 308,219 | 1,000,000 年間 | 409,502 | 806,148 | 950,816 | 1,143,745 | 994,052 | 99.4% | B |

※3 毎年度1隻を継続

<進捗状況等>

- ・平成 29 年 8 月から運行された観光列車「〇〇のはなし」の好調に加え、令和 2 年 3 月からは臨時快速列車「長門・萩ライナー」が運行を開始し、エリア移動の利便性が向上したことから、今後更なる集客が期待できます。
- ・二次交通については、新山口駅と長門市を結ぶ新山口駅直行便の更なる利用促進を図るため、山口県と連携して新規事業を立ち上げます。
- ・元乃隅神社の爆発的な人気外国人観光客数を押し上げ、インバウンド観光客数の目標値は達成しています。今後は社会情勢等を見極めながら継続的にインバウンド誘致を展開していきます。
- ・教育旅行の受入校数・人数はともに年々減少傾向にあり、宿泊体験としての民泊受入先の掘り起しなど課題も多い状況です。昨今の社会情勢を踏まえ、体験受入をメインに誘客していくことも検討する必要があります。
- ・クルーズ船は誘致活動により、令和 2 年度に邦船・外国船併せて 3 社の寄港を予定していましたが、社会情勢の変化によりいずれも中止となりました。引き続き、国・県と連携し寄港誘致を目指します。
- ・第 2 次長門市観光基本計画が令和 3 年度に終了し、令和 4 年度からは新計画を策定することとなります。観光サイト「ななび」は、長門市を訪問される観光客の重要なツールであり、引き続き訴求力のある戦略的情報発信を行うことで、本市の知名度向上と更なる来訪誘導を目指します。

<重要業績評価指標 (KPI) 及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|---------------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|----|
| 移住相談による 移住者数 | 人 | 7 | 20 | 12 | 6 | 18 | 13 | 14 | 70.0% | C |
| 市ホームページ アクセス数月平均 | 件 | 42,000 | 50,000 | 46,700 | 57,000 | 56,100 | 56,600 | 58,500 | 117.0% | A |
| ふるさと便送付 件数 | 件 | 4,511 | 8,000 | 4,156 | 9,104 | 4,150 | 3,106 | 2,337 | 29.2% | D |
| 地元から地元へ の就職者割合 | % | 36.0 | 50 | 31.50 | 27.5 | 21.5 | 23.7 | 25.9 | 51.8% | D |

<進捗状況等>

- ・移住ニーズの高まりにより、移住相談件数は増加しているものの、ニーズに応じた空き家バンク登録物件が少ないこと、単身移住者の割合が増えていることなども影響し、目標値に達していない状況にあります。今後は、定住支援員が地域づくり協議会と連携し、空き家の発掘に取り組みます。
- ・情報発信の取組強化や長門湯本温泉街のリニューアル等の大型事業の効果もあり、市ホームページのアクセス数も増加しました。注目度の高まりを継続するために引き続き、情報発信の強化に取り組みます。
- ・ふるさと応援寄附制度の活用は年々減少傾向にあります。令和2年度においては、寄附金を受け付ける窓口（ポータルサイト）を広げ、本市の特産品や温泉、アウトドア環境などの固有資源をPRすることで、寄附者の拡大を目指します。
- ・平成30年9月に「長門市しごとセンター」を設置しました。今後は長門市しごとセンターが核となり、若者の地元就職率の向上を図り市内定着を促進するため、企業における職業体験の受入を推進し、求人ニーズと求職ニーズのマッチング促進や企業の労働環境の向上への働きかけを行うとともに、進学等により市外に流出した若年層への積極的な情報提供により、将来を担う「人財」の確保に努めます。

基本目標 3

「ひと」を育む

若者の夢が実現する環境整備

〈国の基本目標③〉若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

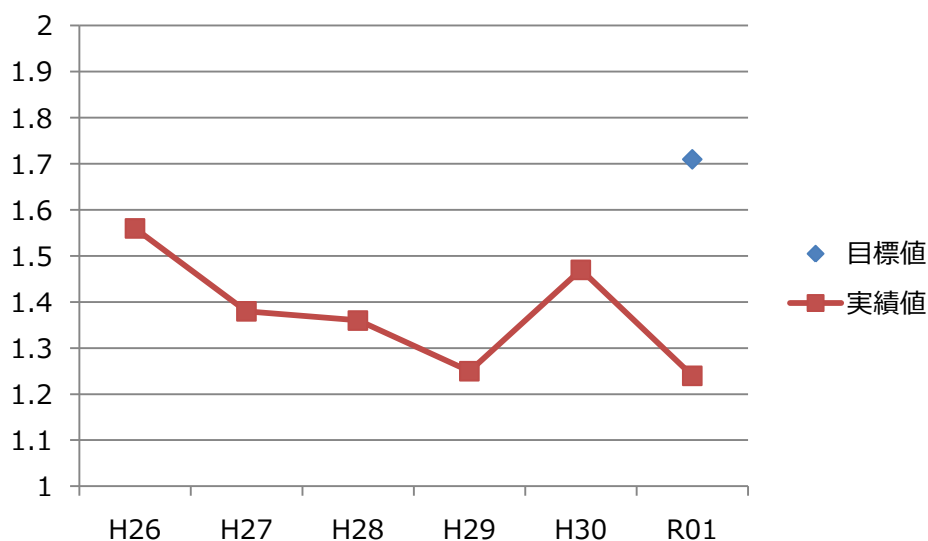
〈県の基本目標③〉結婚・出産・子育て環境の整備

<目標数値>

令和 12 年（2030 年）に希望出生率 1.9 を達成するため、令和元年度（2019 年度）までに合計特殊出生率を 1.71 に向上させる。

<達成状況>

| 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|----|
| 1.56 | 1.71 | 1.38 | 1.36 | 1.25 | 1.47 | 1.24 | 72.5% | C |



<進捗状況等>

- ・目標値 1.71 に対し、実績値は 1.24 となり、達成率は 72.5%となりました。
- ・平成 30 年（2018 年）には 1.47 まで上昇しましたが、令和元年（2019 年）は年齢別女子人口：前年比 96.7%）よりも母の年齢別出生数（前年比 82.7%）の減少割合が上回ったため、0.23 ポイント低下しました。
- ・共働き家庭の多い本市においては、子育てと仕事を両立できる環境の充実と各家庭の負担軽減の両面への対応を図りながら、出生率の向上を目指します。

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|------------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|----|
| 縁結び件数 | 組 | - | 25 期間計 | 1 | 1 | 1 | 0 | 2 | 20.0% | D |
| (再掲)合計特殊出生率 | - | 1.56 | 1.71 | 1.38 | 1.36 | 1.25 | 1.47 | 1.24 | 72.5% | C |
| 児童クラブ等利用希望受入率 | % | 100 | 100 ※4 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100% | A |
| 子育て支援センター利用者数 | 人 | 23,652 | 28,820 | 20,634 | 18,977 | 18,757 | 15,296 | 15,551 | 54.0% | D |
| 休日保育 | 人 | - | 700 | 130 | 53 | 36 | 39 | 55 | 7.9% | D |
| 病児・病後児保育 | 人 | 297 | 500 | 439 | 425 | 397 | 435 | 428 | 85.6% | B |
| ファミリーサポートセンター会員数 | 人 | 111 | 135 依頼会員 | 115 | 130 | 125 | 88 | 91 | 67.4% | C |
| | 人 | 78 | 95 提供会員 | 78 | 79 | 67 | 65 | 60 | 63.2% | C |

※4 毎年度100%を継続

<進捗状況等>

- ・縁結び大使による成婚数は5組に留まっており、縁結びイベント等を活用した出会いの場を増やす取組が必要です。
- ・児童クラブは利用者の増加や感染症対策に対応するため、利用場所の確保が困難となっておりますが、今後も継続して受入体制の確保に努めます。
- ・子育て支援センターの利用者の減少は、出生数の減少と保育園における0歳未満児の受入が増加したことが要因と考えられますが、引き続き受入体制を確保します。
- ・休日保育受入数は50人前後で推移しています。目標値は休日保育受入数の上限を設定しており、今後も継続した受入体制を確保します。
- ・病児・病後保育は冬季の感染症の状況等により利用者数が左右されますが、平成27年度から開所時間を拡充し、利便性が向上したことから利用者が増加しました。目標値は受入数の上限を設定していることから、受入体制の拡充が今後の課題です。
- ・ファミリーサポートセンターの会員は依頼会員、提供会員ともに減少しています。事業周知を図りながら利用者の増加に努め、円滑な運営を行います。

施策 ⑤

自然と触れ合う子育て環境づくり

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|---------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|----|
| 保育園体験活動実施回数 | 回 | 9 | 22 | 34 | 43 | 43 | 35 | 32 | 145.5% | A |
| 食育ワークショップ参加者数 | 人 | 300 | 300 ※5 | 294 | 124 | 245 | 120 | 271 | 90.3% | B |

※5 毎年度300人を継続

体験活動は保育園以外に宗頭幼稚園で16回の実績があります。

<進捗状況等>

- ・体験活動は今後も継続して行いながら、地域の特色ある保育環境の構築に努めます。
- ・食育ワークショップについては概ね目標値を達成しました。児童が田植えや米の収穫などを体験することで、食体験を通じて世代間交流や地域ぐるみで子育て支援を促進する素地となりました。

施策 ⑥

地域に開かれた教育環境の整備

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|----------------|-----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|----|
| 職場体験学習受入民間事業所数 | 事業所 | 80 | 120 | 102 | 102 | 113 | 93 | 83 | 69.2% | C |
| 地域交流室設置校 | 校 | 2 | 16 | 3 | 6 | 6 | 8 | 9 | 56.3% | D |
| 読み聞かせ参加者数 | 人 | 4,206 | 4,700 | 3,669 | 2,554 | 3,930 | 事業完了 | 事業完了 | 83.6% (H29) | B |

<進捗状況等>

- ・生徒数の減少に伴い職場体験の実績数も減少しています。今後はより多くの職種から選択できるように、職種数を拡大する取組が必要です。
- ・地域交流室は小学校での設置が増加している反面、中学校では深川中学校のみとなっており、今後は中学校における設置校の増加を図ります。
- ・平成29年度末に図書館所属の読み聞かせ団体は解散しましたが、以後は個別の団体による独自の読み聞かせが続けられており、絵本や紙芝居の貸出等、活動の支援が行われています。

基本目標 4

「まち」をつくる

安心して住み続けられる地域社会の形成

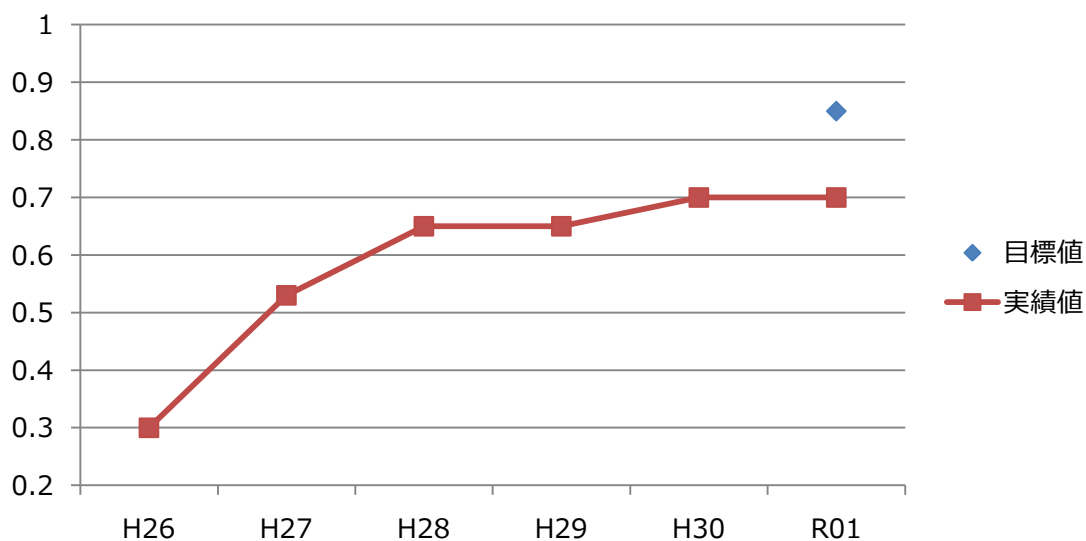
〈国の基本目標④〉時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する
〈県の基本目標④〉持続可能で元気な地域社会の形成

<目標数値>

地域協働体設置地域面積割合 85%

<達成状況>

| 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|----|
| 30 | 85 | 53 | 65 | 65 | 70 | 70 | 82.4% | B |



<進捗状況等>

- ・ 目標値 85%に対し、実績値は 70%で、達成率は 82.4%となりました。
- ・ 平成 30 年度（2018 年度）には 70%まで上昇しましたが、令和元年度（2019 年度）の設置予定地域が令和 2 年度（2020 年度）の設置へ変更となったため、目標値を下回りました。

<重要業績評価指標 (KPI) 及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|---------------------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|----|
| 市民活動団体 助成申請件数 | 件 | 5 | 20 | 15 | 7 | 12 | 15 | 13 | 65.0% | C |
| (再掲)地域協 働体設置地域 面積割合 | % | 30 | 85 | 53 | 65 | 65 | 70 | 70 | 82.4% | B |
| 生涯学習派遣 団体登録数 | 団体 | - | 190 | 0 | 191 | 187 | 185 | 181 | 95.3% | B |
| 高齢者地域貢 献人材バンク登 録数 | 人 | 523 | 1,000 | 478 | 434 | 428 | 416 | 394 | 39.4% | D |

<進捗状況等>

- ・市民活動団体助成の申請件数は目標値に達していませんが、新規団体は増加傾向にあります。令和2年度より各支所で申請の受付を開始し、市民活動団体へきめ細かな支援が可能となりました。また、継続して行っている事業については、市の施策として取り込む仕組みづくりも進めます。
- ・生涯学習団体は会員の高齢化が進み、目標値の確保が難しくなっています。今後、団体数の維持に努めていくため、登録団体の適材適所の活用等、公民館職員のコーディネート力の向上を図ります。
- ・社会福祉協議会におけるボランティア登録数を実績値としています。目標値の達成に向け、ボランティア活動の普及啓発が行われきたところですが、人口減少等によりボランティア登録数は減少傾向となっています。

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

| 項目 | 単位 | 現状値 (H26) | 目標値 (R01) | H27 実績 | H28 実績 | H29 実績 | H30 実績 | R01 実績 | 達成率 | 評価 |
|----------------|----|--------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|----|
| 「海岸清掃の日」参加者数 | 人 | 2,035 | 3,000 | 2,384 | 850 | 1,906 | 1,664 | 1,480 | 49.3% | D |
| 「クリーンウォーク」参加者数 | 人 | 1,943 | 2,500 | 1,843 | 1,906 | 1,512 | 1,105 | 1,348 | 53.9% | D |
| CATVインターネット加入率 | % | 17.4 | 20.0 | 15.9 | 16.5 | 16.5 | 17.1 | 17.6 | 88.0% | B |
| デマンド交通等導入地域数 | 地域 | 2 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 60.0% | C |
| 買い物支援利用者数 | 人 | - | 500 | 472 | 481 | 434 | 426 | 484 | 96.8% | B |
| 図書館利用者数 | 人 | 116,413 | 119,000 | 114,872 | 112,533 | 111,949 | 112,226 | 103,545 | 87.0% | B |

<進捗状況等>

・「長門市海岸清掃の日」及び「日韓海峡海岸漂着ごみ一斉清掃」は今後も継続予定としており、本市の魅力的な観光資源・景観資源を守るため、更なる参加者数の増を目指します。

・「クリーンウォーク」は自治会・事業所等での自主的活動に変化していることから、参加者数は減少傾向です。令和3年度からは一斉イベントから自治会・事業所単位での活動に切り替える予定としており、広く取組を呼び掛けていきます。

・人口の集中している仙崎、東深川、西深川地区においては、民間の高速光インターネットが整備されていることから、本市HFCによる長門地区のインターネット加入率は15.2%にとどまっており、全体の加入率の低さに影響しています。一方で、三隅地区は19.3%、日置地区は25.0%、油谷地区は19.3%と概ね目標値は達成しており、現在進めているFTTH化が完了すれば、全市的に加入者は増加する見込みです。

・依山、日置、向津具地区はデマンド交通を導入後5年が経過しており、地域のニーズも変化しています。アンケート調査等を実施し、地域のニーズに沿った見直しを行います。また、令和5年度を目途に市内全域のデマンド化を計画的に実施する予定です。

・買い物支援について、移動販売車の利用者数は減少傾向ですが、社会福祉法人の公益事業の支援者数は増加傾向にあります。様々な機会を捉え、買い物支援策を行っていく必要があります。

・図書館においても社会情勢の変化により、令和2年2月頃から利用者の出控えが見られ、3月の休館も目標値に届かなかった大きな要因となりました。今後は、新しい生活様式の中で、利用者に安全・安心な図書館となるよう配慮しながら、その中で出来るイベント等を工夫していく必要があります。

4 長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会からの意見

第1期長門市総合戦略の効果・検証について、市民（公募）、産業界、行政機関、教育機関、金融機関、労働団体、報道機関及び学識経験者で構成する「長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会」から意見をいただきました。

<効果・検証方法>

- 目標値を達成していない項目については、原因の分析結果と改善の方向性を示すことにより、第2期総合戦略の目標達成に向けた具体的取組がイメージでき、市民の理解も進む。

<地域資産の活用による高付加価値型商品・サービスの開発>

- 6次産業化による特産品の新規開発は、当初の目的を達成したことから事業完了（別事業での取組）となっているが、地域の特産品の創出は大切であるので、別事業においてもプランをしっかりと立てて推進されたい。

<観光資産の魅力創出と連携>

- 持続的に利益の出る旅行商品づくりのため、民間主導によるスタッフの養成や同じような観光商品を提供している国内観光地（競合相手）の調査なども重要である。
- 観光を機に長門市の活性化が図られた感じはあるが、各施策の内容を見ると、スポットはできているが、つながっていないように思える。原因を分析し、各施策が有機的に循環する仕組みを検討されたい。
- 取組は概ね前進しているが、新型コロナウイルス感染症による後退は防げたか、大きい課題である。根本の足腰を強くするためには、長期的にどのような戦略を立てれば良いか、重要な検討課題である。
- 油谷向津具地区の観光資産を有効活用されたのか検証されたい。

<二次交通>

- 長門市の観光は二次交通の克服がポイントだと考える。バス利用者、観光バス、レンタカー、マイカーのそれぞれの交通手段別に利用者の居住地、滞在日数、消費額などのデータ収集に取り組みされたい。

<体験型教育旅行、合宿の誘致>

- (ラグビーW杯カナダキャンプ招致後の依山多目的交流広場の有効活用と関連して)
体験型教育旅行は、カヤックなどのマリンスポーツと新たにできた民間施設（バスケット、

ボルダリング、トランポリン) を組み合わせたものが魅力的なものになるのではないか。家族連れや学生がターゲットになるが、大学生の合宿では体育会だけではなく、より市場の大きいサークルなどのライト層もターゲットにすることを検討されたい。

- 教育旅行は、新型コロナウイルス感染症の影響で、京都・奈良などの旅行が近場にシフトしているのでチャンスは広がっている。教育旅行には「SDG s」についての課題設定や学生、生徒に考えさせるというような工夫をすることを検討されたい。