

第2期

長門市まち・ひと・しごと創生

総合戦略の効果検証



令和8年1月

長門市

# 目 次

1	第2期総合戦略の趣旨	1
2	第2期総合戦略の効果・検証について	2
3	第2期総合戦略の達成状況（令和2年度～令和6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 第2期総合戦略の趣旨

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、第1期の地方創生の取組として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きました。

平成30年3月に社会保障・人口問題研究所が発表した地域別将来推計人口では、令和22年（2040年）の長門市の人口は、平成27年（2015年）と比較して4割以上減少の20,554人と推計しており、同研究所が平成25年3月に発表した推計数値より減少率が約7ポイント下方修正されるなど、更に深刻な状況となっており、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、第1期の総合戦略の検証を踏まえるとともに、新たな課題や視点を取り入れ、令和2年3月に「第2期長門市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「総合戦略」という。）を策定しました。

第2期総合戦略では、第1期の総合戦略から引き続き『「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6年度（2024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、PDCA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（KPI）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 第2期総合戦略の効果・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 達成率の計算方法は次のとおりとします。

初期値<目標値で、実績値が高い程好ましい指標	$((\text{実績値} - \text{初期値}) / (\text{目標値} - \text{初期値})) \times 100$
初期値>目標値で、実績値が低い程好ましい指標	$((\text{初期値} - \text{実績値}) / (\text{初期値} - \text{目標値})) \times 100$
初期値=目標値又は、初期値>目標値で、実績値が高い程好ましい指標	$(1 + (\text{実績値} - \text{目標値}) / \text{目標値}) \times 100$
初期値=目標値で、実績値が低い程好ましい指標	$(1 - (\text{実績値} - \text{目標値}) / \text{目標値}) \times 100$

※目標年度未到達のものは、目標値に到達年数/計画年数を乗じてR6時点の目標値を算出

※目標値が毎年度のものは、平均値を実績値とします。

- ③ 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)

- ④ 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7年(2025年)3月に策定した「第3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 第2期総合戦略の達成状況（令和2年度～令和6年度）

第2期長門市総合戦略の施策に設定した44の重要業績評価指標（KPI）のうち、一部目標年度が未到達のものがあるものの、目標を上回る進捗・成果の達成度Aは22、概ね予定どおりの達成度Bは2となっており、全体の約6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、4つの基本目標については、達成度A・Cが1つずつ、Dが2つとなっており、達成度が低いものについては、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〉稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする

〈県の基本目標①〉産業振興による雇用の創出

#### <目標数値>

中核産業の新規雇用者数 250人

#### <達成状況>

現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
－人	45人	58人	60人	46人	73人	250人 (期間計)	112.8%	A

計:282人

#### <進捗状況等>

- ・目標値は達成となったが、近年は雇用を生み出し、求人募集を行っても応募が非常に少ない状況となっており、人材の確保が大きな課題となっています。
- ・外国人材の活用を含めた人材確保施策の実施により、安定的な人材確保を目指します。

## 施策①

## 「ながと6G構想」の推進

### 新産業・新事業の獲得

- ・産業拠点機能の強化
- ・域内連携の強化

#### <重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (R03)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R08)	達成率	評価
企業誘致数	0 件	- 件	- 件	1 件	3 件	1 件	5 件 (期間計)	166.7%	A

計:5 件 R6時点:3件

項目	現状値 (R03)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R08)	達成率	評価
道の駅センザキッチン売上額	729 百万円	- 百万円	- 百万円	966 百万円	999 百万円	1,031 百万円	871 百万円	355.3%	A

R6時点:814百万円

#### <進捗状況等>

- ・企業誘致は IT 関連企業集積拠点施設整備を着実に進め、引き続き積極的に取り組みます。
- ・道の駅センザキッチンの魅力向上及び地域製品の付加価値を高め、地域産品販売と交流人口の増加にさらに取り組んでいきます。

### 産業基盤の強化

- ・地場産業の基盤強化
- ・先端技術の導入促進

#### <重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (R03)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R08)	達成率	評価
農地集積率	32.8 %	- %	- %	40.0 %	47.4 %	47.8 %	35 %	1153.8%	A

R6時点:34.1%

項目	現状値 (R02)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
IoT等先端技術導入事業者(農業)	14 事業者	- 事業者	- 事業者	19 事業者	25 事業者	33 事業者	29 事業者	126.7%	A

#### <進捗状況等>

- ・地域の中心となる経営体が農地集積を進めているが、個々の集積は限界を迎えています。今後は新たな担い手の育成が急務となります。
- ・スマート農機の導入により農業の省力化・高品質化・安定生産化を促進し、若者の就業促進等と併せて、効率的かつ安定的な経営体の育成に努めます。

産業活動を支える人材の確保・育成

- ・産業人材の創出
- ・先端技術の習得・技能向上

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
新規就農者数	6人	7人	5人	5人	6人	7人	35人 (期間計)	85.7%	B

計:30人

項目	現状値 (R02)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R08)	達成率	評価
新規漁業就業者数	2人	-人	-人	4人	2人	0人	15人 (期間計)	66.7%	C

計:6人 R6時点:9人

項目	現状値 (R02)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R08)	達成率	評価
林業新規就業者数	9人	-人	10人	10人	10人	11人	26人 (累計)	18.2%	D

R6時点:20人

項目	現状値 (R01)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R08)	達成率	評価
長門市しごとセンター延べ利用者数	3,604人	5,081人	6,747人	5,171人	7,378人	7,471人	7,200人	150.5%	A

R6時点:6,173人

<進捗状況等>

- ・新規就農者数は横ばい傾向にあるが、積極的な受入、丁寧な育成・支援に取り組み、定着及び経営発展につなげていきます。
- ・新規漁業就業者は各漁協の指導者が不足していることから、指導者の育成・確保も合わせて行っていく必要があります。
- ・林業新規就業者は、研修、就業、定着に向けた支援策を継続し、新規就業者の獲得に繋がります。
- ・長門市しごとセンターの利用者は、最近では中高生の利用が多く、一般の利用者数は横ばい状態となっています。市内企業との連携を強化し、一般の利用者を増やしていきます。

## 特徴的な産業の育成

- ・新たなビジネスモデルの創出
- ・地域資源の価値向上

### <重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
起業・創業件数	7件	9件	8件	10件	8件	8件	10件	53.3%	D

平均:8.6件

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
長門市全域の観光客数	254万人	164万人	163万人	196万人	201万人	216万人	300万人	0.0%	D
長門市全域の宿泊客数	49万人	34万人	32万人	38万人	38万人	46万人	50万人	0.0%	D
項目	現状値 (R03)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
市内旅行消費額 (日帰り客)	5,385円	-円	-円	10,900円	7,600円	10,900円	8,000円	210.9%	A
市内旅行消費額 (宿泊客)	27,383円	-円	-円	39,500円	33,200円	46,500円	35,000円	251.0%	A

※長門市全域の観光客数と宿泊者数は表示の関係上、万人未満を四捨五入しています。

#### <進捗状況等>

- ・起業・創業件数は目標値には達していませんが、毎年8件以上の実績がありました。令和7年度以降は補助率・補助上限を上乗せする指定区域を拡大するとともに、制度の周知を図り、創業機運を醸成していきます。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により減少していた観光客数・宿泊者数は回復傾向にあります。観光需要を見据えながら、福岡県をメインターゲットとしプロモーションを強化し、国内近隣からの誘客を目指します。
- ・市内旅行消費額は上昇しているものの、全国の単価と比較すると上昇幅が小さいため、今後も付加価値の高い観光消費を生み出す仕組みづくりに取り組めます。

## 基本目標 2

# 「うごき」を生む

### 魅力発信により、ひとの流れを加速させる

〈国の基本目標②〉 地方とつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる

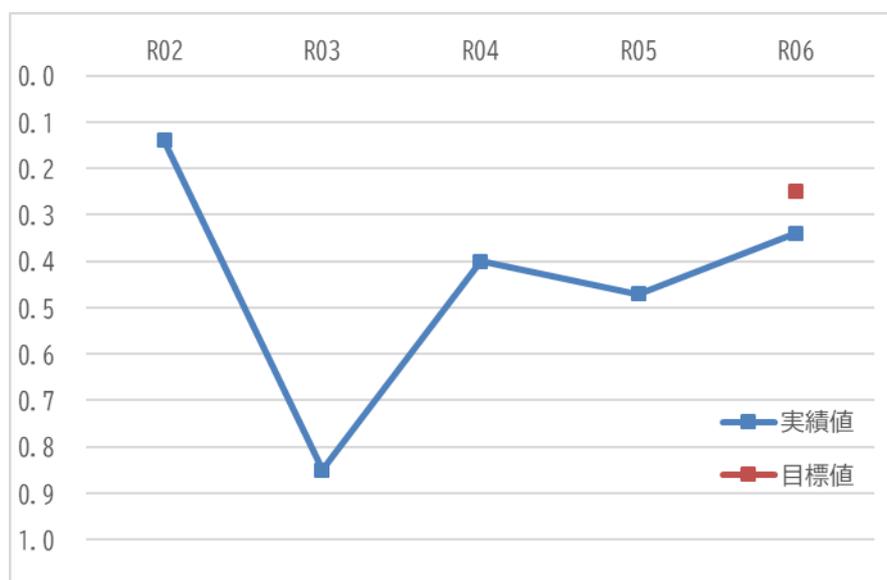
〈県の基本目標②〉 やまぐちの次代を担う人材の育成と定着・還流・移住の推進

#### <目標数値>

2030年の総人口に対する社会減の割合を0.25（2018年：0.25）とするため、2024年度の総人口に対する社会減の割合0.25を堅持する。

#### <達成状況>

現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
0.25	0.14	0.85	0.40	0.47	0.34	0.25	64.0%	C



#### <進捗状況等>

- ・令和2年度には目標値0.25を上回りましたが、新型コロナ収束後は社会減が拡大傾向となり、目標未達成となりました。
- ・情報発信や移住支援体制の強化により、令和6年度は数値の改善が見られたことから、引き続き移住者目線に立った効果的な情報発信に努めます。

観光資産の魅力創出と連携

- ・「長門温泉郷」の魅力向上
- ・仙崎地区の観光振興
- ・俵山地区の観光振興
- ・湯本地区の観光振興
- ・その他の地区の観光振興

<重要業績評価指標 (KPI) 及び実績値> (再掲)

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
長門市全域の観光客数	254万人	164万人	163万人	196万人	201万人	216万人	300万人	0.0%	D
長門市全域の宿泊客数	49万人	34万人	32万人	38万人	38万人	46万人	50万人	0.0%	D
項目	現状値 (R03)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
市内旅行消費額 (日帰り客)	5,385 円	- 円	- 円	10,900 円	7,600 円	10,900 円	8,000 円	210.9%	A
市内旅行消費額 (宿泊客)	27,383 円	- 円	- 円	39,500 円	33,200 円	46,500 円	35,000 円	251.0%	A

<進捗状況等>

- ・令和6年の観光客数は、新型コロナウイルス感染症の影響からの回復傾向を維持しつつ、コロナ禍前となる令和元年以来の200万人を超える結果となりました。また、宿泊客数も、令和元年以来に40万人を超える結果となりました。
- ・各地区の観光客数を令和2年と比較すると、俵山地区では高水準を維持しつつ微増となり、センザキッチンが好調であったことや、長門湯本温泉におけるまちづくりや閑散期対策の取組の推進等により、仙崎地区、湯本地区では増加しています。
- ・消費額は、日帰り、宿泊ともに上昇し目標値を上回っているものの、全国の単価と比較すると上昇幅が小さいため、今後も各地区の観光素材の魅力を高めるとともに、市全体での戦略的な情報発信等により、来訪者の滞在時間の延長を促すことで、観光消費を生み出す仕組みづくりに取り組みます。

## 交流人口の拡大

- ・ 交通アクセス改善による交流人口の拡大
- ・ 受入環境整備によるインバウンドの創出
- ・ 長門の豊富な資源を生かした交流人口拡大

### <重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
二次交通による バス利用者数	3,267 人	1,726 人	3,041 人	4,494 人	9,471 人	10,600 人	6,000 人	238.4%	A
外国人観光宿泊 者数	17,172 人	1,066 人	228 人	881 人	9,478 人	13,114 人	12,000 人	121.5%	A
長門市観光サイト 「ななび」アクセス 数	3,134 件	2,486 件	3,228 件	2,865 件	2,907 件	2,650 件	4,000 件	0.0%	D

### <進捗状況等>

- ・ 台湾等へのインバウンド向けのプロモーションに加え、欧米豪へのプロモーションを実施しました。令和7年度からはインバウンド事業をコンベンション協会に委託し、国内と合わせた効率的・効果的な誘客促進を図ります。
- ・ デジタルマーケティングの手法を通じた戦略的情報発信を行い、観光需要、動向を見極めながら効果的なサイト運営・情報発信に努めます。

### 施策 ③

### ファン獲得による関係人口の創出

- ・シティプロモーションによる認知度の向上 ・ふるさと応援寄附金制度の推進
- ・アウトドアツーリズムの推進 ・スポーツによる交流の促進
- ・体験メニューによる関係人口の創出

#### <重要業績評価指標 (KPI) 及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
全国認知度ランキング	347 位	358 位	370 位	376 位	379 位	345 位	250 位	2.1%	D
ふるさと応援寄附金制度による寄附金額	81,850 千円	211,392 千円	375,093 千円	543,446 千円	578,693 千円	675,247 千円	600,000 千円	114.5%	A
項目	現状値 (R02)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
アウトドアアクティビティ体験者数	5,647 人	- 人	9,152 人	6,883 人	5,616 人	4,037 人	10,000 人	0.0%	D
項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
スポーツ合宿誘致人数	827 人	354 人	336 人	291 人	365 人	724 人	2,100 人/毎年度	0.0%	D
観光体験メニュー数	- 本	17 本	60 本	70 本	54 本	56 本	20 本	280.0%	A

#### <進捗状況等>

・フェアやイベント会場における対面での情報発信に加え、九州北部メディアを活用したプロモーションも行い、2024年の認知度ランキングは上昇しましたが、目標値には届きませんでした。市公式SNSを運用する職員を対象とした研修も行い、実務に直結するスキルの向上も図ったところで、今後もメディアやSNSを活用し、本市の魅力発信により認知度向上に努めます。

・ふるさと納税は、ポータルサイト、返礼品提供事業者及び返礼品数の増等により令和6年度に過去最高額を記録しました。返礼品の魅力の向上を図りつつ、引き続き、市内事業者と連携し寄附額増を目指します。

・コロナ禍の影響によるアウトドアブームが一旦落ち着き、アウトドアアクティビティ体験者数は減少しました。今後はアウトドアツーリズム拠点の整備を進めるとともに、アウトドアコンテンツの造成や、既存のコンテンツの更なるブラッシュアップ、PRを図ります。

・スポーツ合宿補助金の制度を積極的にPRし、合宿誘致を進めた結果、令和6年度のスポーツ合宿誘致人数は増加しましたが、目標には達していないことから、引き続きPRを進めていきます。

・観光体験メニューについては、ながと体験観光プログラム「ナガトリップ」も季節に応じたメニューなどを増やし、目標値を上回っています。

## 施策 ④

## ひとの還流と移住の促進

- ・ 移住・定住促進対策
- ・ UJIターン促進に向けた情報発信
- ・ 若者の就職支援による定着の促進

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
移住相談による移住者数	13 人	15 人	23 人	23 人	41 人	29 人	20 人	228.6%	A
市ホームページアクセス数月平均	56,600 件	73,397 件	83,760 件	41,666 件	196,667 件	193,391 件	60,000 件	4023.3%	A
39歳以下の市内企業雇用者増加割合	- % 向上	6.6 % 向上	6.9 % 向上	- % 向上	- % 向上	- % 向上	5 % 向上 (期間計)	-	-
奨学金返還補助制度の新規利用者数	- 人	- 人	- 人	1 人	11 人	5 人	20 人/毎年度	28.5%	D

平均:5.7 人

※市ホームページアクセス数月平均は令和5年7月から集計方法を変更（ユーザーの訪問回数からページの閲覧数へ変更）

※39歳以下の市内企業雇用者増加割合は国勢調査数値のため達成率未確認

### <進捗状況等>

- ・ 本市の認知度拡大のため、相談体制・支援制度の充実、情報発信の強化を図ってきた結果、移住相談件数が大幅に増加し、移住者数の目標達成につながりました。また、空き家情報バンクの登録物件数も増え続けているものの、依然として利用希望者数との差が大きいことから、引き続き空き家の掘り起こしを行います。
- ・ 市ホームページは職員を対象とした情報発信講座を開催し、情報発信スキルの習得に取り組みました。今後も職員自ら情報発信できるようにスキルアップを図ります。
- ・ 奨学金返還補助制度について、令和5年度は補助要件の緩和と経過措置により申請者数が増加したもので、実質的な新規認定者数は年々増加してきています。継続して実施していくことで、事業効果が上がっていく事業であるため、引き続き制度周知に努めます。

## 基本目標 3

## 「ひと」を育む

### 将来を担う若者の希望を実現する環境づくり

〈国の基本目標③〉結婚・出産・子育ての希望をかなえる

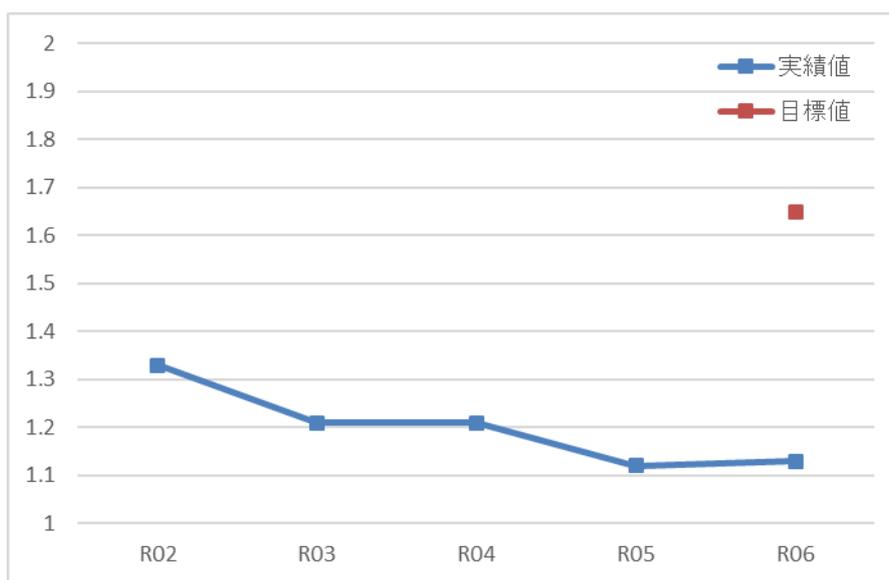
〈県の基本目標③〉結婚・出産・子育て環境の整備

#### <目標数値>

2030年に希望出生率1.9（2018年：1.47）を達成するため、2024年度までに合計特殊出生率を1.65に向上させる。

#### <達成状況>

現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
1.47	1.33	1.21	1.21	1.12	1.13	1.65	0.0%	D



#### <進捗状況等>

- ・令和6年度の出生数は101人と過去最少となり、合計特殊出生率も目標値1.65に対し、実績値は1.13となりました。
- ・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る必要があることから、「切れ目のない一貫した子育て支援」に継続的に取り組むとともに、男性の家事・育児参画の推進や、地域全体で結婚・出産・子育てを応援する機運醸成を図っていきます。

## 施策 ⑤

## 結婚・出産を応援する地域づくり

- ・縁結び支援
- ・安心して妊娠・出産・子育てができる環境づくり
- ・子育てと仕事が両立できる環境づくり

### <重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
縁結びイベント参加人数	226人	0人	80人	159人	168人	89人	230人	0.0%	D
児童クラブ等利用希望受入率	100%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100%	100.0%	A
ファミリーサポートセンター提供会員数	78人	72人	69人	97人	99人	101人	78人	129.5%	A

### <進捗状況等>

- ・縁結びイベントは目標未達成となりましたが、参加者のアンケート結果に基づき内容を見直し、少人数で開催するなどコミュニケーションの機会を増大させたことで、令和6年度については参加者の満足度は高くなりました。今後はイベントの実施方法などを見直し、より効果的な取り組みを実施していきます。
- ・市内の小学校児童数は年々減少しているにもかかわらず、児童クラブの登録児童数及び平均利用児童数はともに増加しており、需要が高まっている傾向にあります。引き続き全ての利用希望児童を受け入れられるよう事業を継続していきます。
- ・ファミリーサポートセンターは、依頼会員・提供会員ともに増加傾向にあるため、多様なニーズに対応できるよう、会員数の増加に向けた取り組みを強化し、事業を継続していきます。

## 施策 ⑥

## 自然と触れ合う子育て環境づくり

- ・安心できる子どもの遊び場の確保
- ・食育を通じての子育て推進
- ・保育園での体験活動の推進

### <重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
ながとお料理コンクール応募率	6.8 %	6.6 %	6.9 %	9.0 %	16.1 %	17.9 %	10 %	346.9%	A
保育園体験活動 実施回数	35 回	111 回	60 回	118 回	192 回	168 回	31 回	541.9%	A
	8 園	6 園	6 園	6 園	6 園	6 園	6 園	100.0%	A

### <進捗状況等>

- ・コンクールに応募することをきっかけに、より多くの子どもたちの朝食摂取に対する意識は高まっています。保護者にも食について考える機会となるよう、今後も家庭での朝食摂取や質の向上に努めます。
- ・各保育園で積極的に食育や体験活動を実施することで目標値を上回る活動ができています。今後も、地域の協力を得ながら特色ある体験活動を継続し、こどもの健全な発育を促進します。

- ・ 未来を創造する学習の推進
- ・ 家庭・地域・学校の連携
- ・ 市内高校の魅力ある環境づくり
- ・ 多文化共生に対応した学習環境づくり

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
生徒参加型学校運営協議会の実施校数	－ 校	1 校	3 校	5 校	5 校	5 校	5 校	100.0%	A
地域交流室設置校	8 校	9 校	10 校	10 校	10 校	10 校	11 校	66.7%	C
職場体験学習受入民間事業所数	93 事業所	0 事業所	36 事業所	124 事業所	91 事業所	98 事業所	100 事業所	71.4%	C
英語教育支援校数(小学校低学年)	－ 校	0 校	11 校	11 校	11 校	11 校	11 校	100.0%	A

<進捗状況等>

- ・ 地域交流室未設置の1校については、現段階で空いている教室がないため、児童クラブで使用している状況です。
- ・ 職場体験学習受入民間事業所数は、概ね目標どおりとなっていますが、引き続き長門市しごとセンターと連携し、生徒が多様な職業を体験できるよう協力体制を構築していきます。
- ・ 低学年の英語教室について、今後も全校実施を継続し、児童の英語学習への関心を高めていきます。

## 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〉ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる

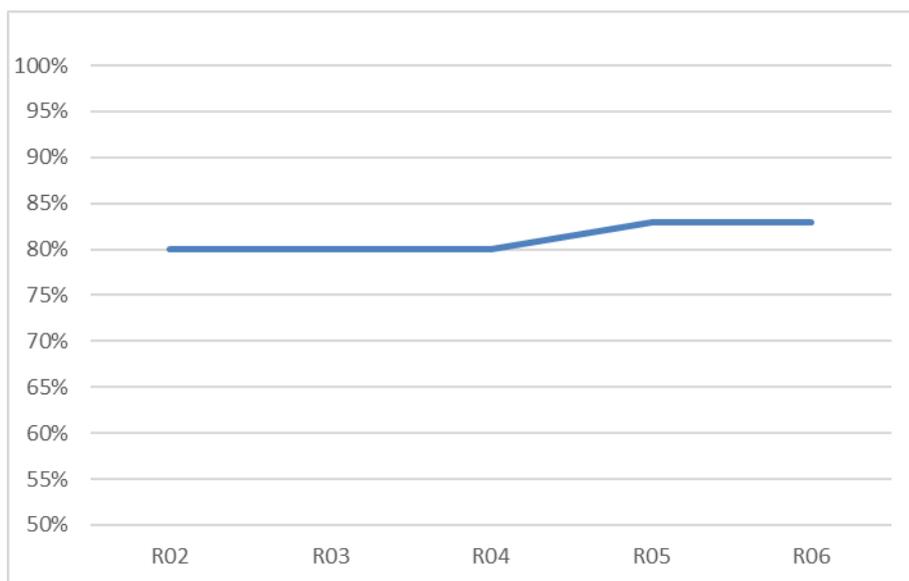
〈県の基本目標④〉時代に対応した持続可能な地域社会の形成

### <目標数値>

地域協働体設置地域面積割合 100%

### <達成状況>

現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
70 %	80 %	80 %	80 %	83 %	83 %	100 %	43.3%	D



#### <進捗状況等>

- ・目標値 100%に対し、実績値は 83%で、達成率は 43.3%となりました。
- ・令和5年度（2023年度）に2つの地域づくり協議会が設立し、83%まで上昇しましたが、計画期間内での全地区設置とはなりませんでした。未設置地域への設立に向け、地域との関係構築に向け粘り強く働きかけを継続します。

## 施策 ⑧

## 地域コミュニティの再生

- ・市民活動の活性化
- ・集落機能の再生

### <重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
市民活動団体助成申請件数	15 件	17 件	20 件	16 件	14 件	13 件	20 件	20.0%	D

平均:16 件

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
市民懇談会開催件数	- 件	8 件	9 件	11 件	8 件	8 件	10 件	88.0%	B

平均:8.8 件

### <進捗状況等>

- ・市民活動団体への助成について、申請件数は目標を下回ったものの、毎年一定の申請件数があり、多くの市民活動団体の事業実施につながりました。今後は実施団体へヒアリングを実施し、市民協働の取組を更に推進する制度となるように、補助内容を再検討します。
- ・令和5年度までは「市長と協働のまちづくりミーティング」として実施、令和6年度からは人口減少の現状を市民と共有し、今後に向けた意見や提言をいただく、市民参加型のミーティング「ながと未来トーク」として計8回開催しました。今後も市民との対話の機会を継続し、市民ニーズや地域ニーズの把握に努めます。

## 施策 ⑨

## 「健幸」まちづくりの推進

- ・地域の食による健康づくり
- ・健康スポーツによる健康寿命の延伸
- ・温泉を活用した健康づくり
- ・「健幸」なまちのイメージづくり

<重要業績評価指標 (KPI) 及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
地元産食材を購入する人の割合	80.4 %	- %	- %	- %	79.2 %	- %	85 %	0.0%	D
健康寿命の県内 (13市)順位	13 位	男性12 女性3 位 (H30年度)	男性12 女性3 位 (R1年度)	男性8 女性13 位 (R3年度)	男性11 女性13 位 (R4年度)	男性13 女性13 位 (R5年度)	10 位	0.0%	D
「健幸」づくり実践企業・団体登録数	41 企業・ 団体	44 企業・ 団体	60 企業・ 団体	67 企業・ 団体	80 企業・ 団体	105 企業・ 団体	200 企業・ 団体	40.3%	D

<進捗状況等>

- ・道の駅やスーパー等で地元産食材を購入できる場を積極的に取り入れたり、料理教室等での積極的な地元産食材の使用や伝承をすることで、健康で豊かな食生活を実践できるよう、今後も啓発活動等に取り組みます。
- ・健康寿命の延伸のため、市民一人ひとりが主体的な健康づくりを実践し、健康的な生活習慣を確立することができるよう、引き続き各世代の特性を踏まえ、特に働き世代への健康づくりに取組む必要があります。
- ・「健幸」づくり実践企業・団体の登録数増加に向け、未登録企業や団体へ広報活動及び登録勸奨を継続して実施します。登録企業・団体には健康づくりに役立つ情報等の周知を行うとともに、自主的な取り組みを推進するため、広報などによる企業・団体の活動紹介等のインセンティブを充実させていきます。

- ・ 高度な情報通信網の整備
- ・ 交通弱者の移動手段の確保
- ・ 買い物支援の推進
- ・ 地域医療の体制強化

<重要業績評価指標（KPI）及び実績値>

項目	現状値 (H30)	R02 実績	R03 実績	R04 実績	R05 実績	R06 実績	目標値 (R06)	達成率	評価
「海岸清掃の日」 参加者数	1,664 人	0 人	1,091 人	993 人	1,019 人	966 人	1,500 人	0.0%	D
「クリーンウォーク」 参加者数	1,512 人	158 人	1,196 人	1,241 人	1,079 人	1,027 人	2,000 人	0.0%	D
光ケーブル網整備 備率	- %	64.3 %	86.3 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100 %	100.0%	A
公共交通空白地 域割合	21 %	21.0 %	14.1 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0 %	100.0%	A

<進捗状況等>

- ・ 「海岸清掃の日」や「クリーンウォーク」への参加者は年々減少傾向にあります。人口減少による影響は否めませんが、本市の魅力的な景観資源を守るため、環境美化に対する意識の醸成を図るなど、なるべく多くの方に参加してもらえよう取り組んでいきます。
- ・ 令和4年 10 月から市内全域にデマンド交通が導入され、公共交通空白地域は解消されました。今後は夜間など時間帯空白の解消に取り組んでいきます。

## 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2期長門市総合戦略の効果・検証について、産業界、行政機関、教育機関、金融機関、労働団体、報道機関、市民活動団体等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・検証の方法>

- ・今回は初期値（現状値）と目標値・実績値それぞれの差を比較する方法を採用されている。例えば8ページの「長門市全域の宿泊者数」の項目は、目標値 50 万人に対して、実績値 46 万人であるが、初期値の 49 万人を下回っていることから達成率0%とされており、少し厳しい評価方法となっている。

### <自然と歴史・文化による交流人口の拡大>

- ・山口県は長門市に限らず高齢者の方が観光で多く来られるが、そういう人への対策が他県に比べて少し遅れている。まずは、観光での高齢者や障害者の方にやさしいまちづくりを進め、それにより地元の方にとっても非常に使い勝手が良くなる。そういった施策も検討されたい。

### <ファン獲得による関係人口の創出>

- ・長門市には「元乃隅神社」など有名な観光地があるが、「元乃隅神社」は知っていても、それが長門市にあると知らない人も多い。そこを上手くつなげていくことで、長門市の認知度向上にもつながるのではないかと。また、長門市は子育て支援にも今力を入れられているので、その辺りも含めて、効果的な情報発信を実施されたい。

### <ひとの還流と移住の促進>

- ・「市ホームページアクセス数月平均」の項目は、実績値が目標値を大きく超えて、評価がAとなっているが、どこの県の方からのアクセスが増えているのか、また、どういったページのアクセスが多いのかなど、中身の方が大切であるので、その解析もしっかりと進められたい。
- ・移住者の方への支援はしっかりとされているが、Uターンの方には比較的支援が少ない印象を持っている。Uターンは定着率が高いと考えられるため、Uターンの方に対する支援策の強化を検討されたい。
- ・若者の市内定着のために早い時期からインターンシップなどで地元企業の魅力を知ってもらったり、一旦地元を離れた大学生に向けた積極的な情報発信や戻りたいと思える市独自の魅力ある施策が大切。

### <結婚・出産を応援する地域づくり>

- ・昔と違って祖父母の力を借りずに子育てをしている世代が増えてきている。子どもが病気で通院が必要な際には、夫婦で休みを取り合って対応されているが、子どもを3人以

上持つとなると厳しい部分があるので、子育ての困りごとに対応するコンシェルジュ制度など、支援体制の充実を推進されたい。

- ・子どもたちに地域への愛着を持ってもらったり、地元の企業・産業を知ってもらう取組については継続して実施されたい。また、切れ目のない子育て支援の制度をはじめとして、市の取組について、中学生・高校生に知ってもらう機会の創出を検討されたい。
- ・地域の基盤産業である観光産業などのサービス業は土日が中心の働き方となっており、子育てしやすいライフスタイルとの調整が図られるような施策が必要である。