

【説明】

- ① 未着手の事業は、「基準値(R4)」に「-(半角ハイフン)」を入力しています。
- ② 「基準値(R4)」は、R4年度の実績値です。前年度までの数値を含めた累計値ではなくR4年度単年の実績値としています。なお、R6年度中にR5年度の実績値と差し替え、目標値も適宜見直します。
- ③ R7～R11年度の単年ごとの目標値はR6年度中に設定し、毎年効果検証は、年度ごとの目標値に対する当該年度の達成率により行うことを想定しています。

資料 3

基本目標・類型	総合戦略素案掲載ページ	指標	指標の単位	基準値(R4)単年	目標値(R11)単年	【目標値設定の根拠】と【設定した目標を達成した場合の効果(住民や町がどのような状態になっているか)】
地方に仕事をつくる	12	町内の主な事業所の求人数	人	-	100	【根拠】令和4年度における「町内企業の新規就業者数」の目標値40人を参考に、新規就業者に対する求人数を2倍と仮定した80人を基準値とし、毎年度実施している男女共同参画推進に関するアンケート調査対象である町内100事業者の求人数について1事業所あたり1人の求人を行っているものと仮定した100人を目標値とする。 【効果】目標値の達成により、地域で就労する機会の創出や新たな人材の確保につながり地域経済の発展が期待できる。 ※目標値は、令和6年度に実施する男女共同参画推進に関する事業所アンケート(令和5年度の取組み状況)にこの指標に関する新たな設問を加え、各事業所の状況を把握したうえで適宜見直す。
地方に仕事をつくる	12	町内の主な事業所の新規就業者数	人	-	100	【根拠】「町内の主な事業所の求人数」と同数とし、求人数に対して求職者数が満たされている状態を目指す。 【効果】目標値の達成により、地域で就労する機会の創出や新たな人材の確保につながり地域経済の発展が期待できる。 ※目標値は、令和6年度に実施する男女共同参画推進に関する事業所アンケート(令和5年度の取組み状況)にこの指標に関する新たな設問を加え、各事業所の状況を把握したうえで適宜見直す。
地方に仕事をつくる	12	新規就農者数	人	2	2	【根拠】令和3年度から令和5年度までの親元就農を除く独立自営就農者が年平均2名であった。今後、経営継承が進み親元就農は増加することが見込まれるが、生産費の高騰や異常気象の影響により就農への課題が増大し独立自営就農は減少することが想定される。現状値をしっかりと維持していくことを目標とする。(令和4年度実績値6名のうち、独立自営就農は2名) ▶目標値:会津美里農業振興地域整備計画における目標値と同数とし、2名/年 【効果】担い手を継続的に確保することで農業生産力の維持や農地の適正管理が期待できる。
地方に仕事をつくる	13	新規就農に関するオンライン相談・問合せの件数	件	-	12	【根拠】現在、就農相談はすべて対面で実施しており、相談者の半数以上は相談を開始してから就農するまで1～2年程度を要している。1人あたり年間2回程度の面談を実施していることから、その半数をオンラインで実施することを目標とする。 ▶目標値:令和4年度実績9人、令和5年度実績15人 年度平均値=12人。12人×年2回×50%=12回 【効果】本町で就農する場合の支援内容や就農モデルの情報を提供することで就農に向けてビジョンを明確にすることができ、さらに、移住就農希望者なども来庁せず相談することができるため早期に就農できるようになる。
地方に仕事をつくる	13	デジタル技術を導入した農業経営体数	経営体	2	3	【根拠】令和4年度・令和5年度に補助金を活用しデジタル機器を購入した経営体数は平均で3経営体であった。そこで、令和7年度から毎年3経営体の増加を目指す。(令和7年度からスタートし、ゼロからカウントする。) ▶目標値:年間3経営体×5年間(令和7年度～令和11年度)=15経営体 【効果】省力化・効率化により農業者の負担が軽減できる。
地方に仕事をつくる	14	遊休農地再生事業で再生した農地面積	ha	2	2	【根拠】遊休農地の利活用につなげるため、農地の利用状況調査をもとに農業委員会での調査、指導を徹底するとともに、町遊休農地再生事業を利用し、遊休農地の活用を推進する。受け手も限られていることから、令和6年度以降は、直近の実績値と同程度の年間2haの再生面積を見込む。(令和7年度からスタートし、ゼロからカウントする。) ▶目標値:2ha/年×5年間(令和7年度～令和11年度)=10ha 【効果】町内各地で、農業従事者の高齢化や担い手不足、耕作ほ場の地理的条件が悪いなどを理由に、受け手が見つからないほ場が耕作放棄地になったと考えられる。利用状況の結果をデータ化し、借受け希望者とのマッチングを行うことで、耕作放棄地が解消される。
地方に仕事をつくる	14	森林伐採及び伐採後の造林の届出件数	件	9	17	【根拠】令和2年度～令和5年度の年間届出件数の平均が17件であり、令和11年度の届出件数が同程度となるよう目標値を設定した。 ▶目標値:17件 【効果】合成公図の利用により山林所有者への同意取得業務の軽減が見込まれ、より多くの伐採届出が提出されることにより森林整備の推進が期待できる。
地方に仕事をつくる	15	FDS本郷の利用者数	人	-	12,500	【根拠】開所初年度(令和5年度)に5,000人の利用者を見込み、以降毎年度1,250人の増加を見込んでいる。※国へ提出したデジ田交付金のKPIに合わせる。今後、WEBや、SNS、移住者相談会などを活用して情報発信し、認知度を高めていく。その他、個人、団体による短期利用や小中学校等の環境保護などに係る学習支援として活用していく。 ▶目標値:令和5年度利用人数:20人/日×250日(※年間営業日)=5,000人。以降毎年度5名/日の増を見込む。令和11年度50人/日×250日(※年間営業日)=12,500人。 【効果】町の面積の約70%を占める森林を保有する本町において、森林資源や森林文化の魅力を発信し、地域材の利活用へ向けて取り組むことにより、森林資源の理解が深まる。また、企業による利用拡大により、社員の移住定住促進、地元の雇用創出、関係人口の増加が見込まれる。

【説明】

- ① 未着手の事業は、「基準値(R4)」に「-(半角ハイフン)」を入力しています。
- ② 「基準値(R4)」は、R4年度の実績値です。前年度までの数値を含めた累計値ではなくR4年度単年の実績値としています。なお、R6年度中にR5年度の実績値と差し替え、目標値も適宜見直します。
- ③ R7～R11年度の単年ごとの目標値はR6年度中に設定し、毎年の効果検証は、年度ごとの目標値に対する当該年度の達成率により行うことを想定しています。

資料 3

基本目標・類型	総合戦略素案掲載ページ	指標	指標の単位	基準値(R4)単年	目標値(R11)単年	【目標値設定の根拠】と【設定した目標を達成した場合の効果(住民や町がどういう状態になっているか)】
地方に仕事をつくる	15	地元企業のポータルサイトの閲覧数	件	-	35	【根拠】会津西陵高校性に就職説明会を実施しており、1クラス30人として、3年生2クラスで60人を見込む。また、一般向けの就職フェアで本町ブースを訪れる方を10人と見込む。各50%の閲覧を見込む。 ➡目標値:(60人+10人)×50%=35人/年。35人/年×5年(令和7年度～令和11年度)=175人。 【効果】対面式が原則の就職説明会をオンライン化、アーカイブ化することにより、就職希望者がいつでもどこからでも町内企業の魅力を効果的に受信できるようになる。また、閲覧数を把握することで、町内企業に対する就職希望者のニーズを把握でき、閲覧数が増えるよう取り組むことで、就職促進が図られる。
地方に仕事をつくる	16	電子契約締結件数	件	-	855	【根拠】令和4年度における契約締結見込件数(893件)について、目標年度においては電子契約の対象外契約見込(全体の5%程度)を除く全ての契約を電子契約により締結することを目標とする。 ➡目標値:893件/年×95%≒855件/年。855件×5年間(令和7年度～令和11年度)=4,275件 【効果】上記目標の達成により、事業者の契約事務の負担軽減及び効率化が図られている。
ひとの流れをつくる	17	人口における社会動態(転入-転出)	人	△130	△120	【根拠】毎年3月は転勤、就職、進学などによって転出超過となり社会動態の減少に大きく影響している。過去4年間の3月平均は△65人となっている。他の月については、増減に変動があるが、平均月△5人程度となっている。移住定住の促進等に取り組み、現在の減少数を上回らないことを目標とする。 ➡目標値:3月の減少数△65人+△55人(各月△5名×11月)=△120人/年。△120件×5年間(令和7年度～令和11年度)=△600件とする。 【効果】人口減少が抑制され、地域活動や地域経済の維持につながる。住民組織の担い手不足が緩和される。
ひとの流れをつくる	17	観光施設の入込客数	人	31,535	33,000	【根拠】「観光施設の入込客数」を把握することで、交流人口の動向の把握が可能となる。令和11年度には令和4年度比で5%増を目指す。 ➡目標値:令和4年度実績31,535人×105%≒33,000人 【効果】「観光施設の入込客数」が増加していくことは、町全体の観光振興が促進することを意味し、交流人口の増加、ひいては関係人口の増加が期待できる。
ひとの流れをつくる	18	移住件数	件	37	30	【根拠】令和4年度の基準値37件は、直近の中でも件数が多く、要因として、令和5年度以降、建築資材や費用の増加が見込まれることから、駆け込み的に住宅を建築した方が多かったためと考えられる。令和4年度までの実績値を見ると年平均して30世帯の移住件数がある。これを維持していくことを目指す。 ➡目標値:30人/年×5年(令和7年度～令和11年度)=150人 【効果】人口減少が抑制され、地域活動や地域経済の維持につながる。住民組織の担い手不足が緩和される。移住者が増えることで、移住希望者への口コミの広がりによって本町の認知・魅力発信につながる。
ひとの流れをつくる	18	空き家バンクにおける成約件数	件	9	5	【根拠】人口減少により空き家の増加が見込まれるが、空き家バンクへ登録するにあたり、土地の登記が現状と合っていない物件が多いため、登録件数の伸び悩みがある。空き家所有者に対し、空き家バンクへの登録を推進するため、オンラインツールなどを利用して相談体制の充実を図り、空き家バンク登録促進を図っていくことにより、第2期総合戦略と同様に1年間5件の成約件数を目指す。 ➡目標値:5件/年×5年(令和7年度～令和11年度)=25件 【効果】移住定住希望者とのマッチングを行い、人口増加に寄与する。既存住宅・空き家の流通促進を図り、管理不全の空き家解消につながる。
ひとの流れをつくる	19	オンライン予約による森林公園施設等利用件数	件	-	57	【根拠】令和4年通信利用動向調査(総務省)より、個人のスマートフォンの保有割合が約77%となっている。令和5年度の電話予約数が約150件であるため、これをスマートフォンによるオンライン予約に振り替えると想定すると150件×77%≒115件となる。目標値としてはスマホ所有者の半分がオンラインによる予約を利用することを目指す。 ➡目標値:115件×50%≒57件 【効果】24時間予約可能となることにより、電話予約の対応時間外のため予約の機会を逃してしまった利用客を減らすことができ、手続き時間も短くなり、不便さやストレスが軽減される。 ※令和8年度(初年度)の実績値を踏まえて令和9年度以降に目標値を適宜見直す(令和7年度:システム導入、令和8年度:運用開始)
ひとの流れをつくる	19	図書館情報システム検索等利用件数	件	295,000	330,000	【根拠】デジタル・オンラインの活用による図書館検索等利用者数を指標とすることにより、利用者に求められるオンライン利用サービスの充実を図り、さらなる情報発信に努めることで図書館への関心がさらに高まると考え設定するもの。 令和5年度実績値は令和4年度実績値を上回る見込みであることから、令和4年度実績値295,000件に毎年度5,000件の増加を見込み指標を設定する。 ➡目標値:令和4年度末295,000件+35,000件(令和5年度～令和11年度)=330,000件 【効果】目標達成により図書館の利用が増加し、図書館が、子どもたちや子育て世代、高齢者と幅広い町民の多様な学習の場となる。

資料 3

【説明】

- ① 未着手の事業は、「基準値(R4)」に「-(半角ハイフン)」を入力しています。
- ② 「基準値(R4)」は、R4年度の実績値です。前年度までの数値を含めた累計値ではなくR4年度単年の実績値としています。なお、R6年度中にR5年度の実績値と差し替え、目標値も適宜見直します。
- ③ R7～R11年度の単年ごとの目標値はR6年度中に設定し、毎年の効果検証は、年度ごとの目標値に対する当該年度の達成率により行うことを想定しています。

基本目標・類型	総合戦略素案掲載ページ	指標	指標の単位	基準値(R4)単年	目標値(R11)単年	【目標値設定の根拠】と【設定した目標を達成した場合の効果(住民や町がどういう状態になっているか)】
ひとの流れをつくる	19	SNS等を活用した郷土資料館の来館者数	人	-	450	【根拠】令和5年10月1日に開館した。令和5年度来館者数(10～12月実績値)は555名。そのうちアンケート調査協力188人中、ウェブ情報による来館は6名(来館者の約3%)。また、インターネットによる団体申込は8団体244名が見込まれる。今後さらなるSNS等を活用した情報発信を行うことにより、令和11年度来館者見込数3,000名に対し、ウェブ情報による来館者数を15%として見込む。 ➡目標値:3,000人×15%=450人 【効果】これまで分散していた郷土資料を集約し適正管理をするとともに、郷土資料を活用した企画展示やイベント等を通じ本町の魅力発信に努めるとともに、SNS等を活用した情報発信、ウェブ等による団体申込等を受付するなど、より身近な資料館として、郷土愛の醸成や涵養につながる。
ひとの流れをつくる	20	観光情報に関するAIチャットボットの利用件数	件	-	100	【根拠】AIチャットボットの認知度が低いこと、本町の観光客はシニア層が多いことも考慮し、年間100件として計500件を目指す。 ➡目標値:100件/年×5年(令和7年度～令和11年度)=500件 【効果】数値が増加することで、観光情報が効果的でタイムリーに届いており、観光客の満足度の向上が期待できる。観光情報が効果的に発信され、観光客へ受信されているかを確認できることで改善に繋げることができる。 ※令和7年度(初年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に目標値を適宜見直す
ひとの流れをつくる	20	オンラインクーポンの利用回数	回	-	900	【根拠】令和6年度の紙ベースの発行予定数が、飲食店を対象として1,000枚であるので、まずはオンライン化を令和8年度までに進め、90%の利用を目指す。 ➡目標値:1,000回×90%=900回 【効果】オンラインクーポンの利用回数が増加することで、クーポン利用者の満足度向上と町内事業者への経済効果が期待できる。また、観光客の町内消費購買の動向を把握できるため、改善に活かすことができる。
ひとの流れをつくる	21	美里あいあいタクシーアプリの利用件数	件	2	14	【根拠】令和5年度12月末時点のアプリ利用率は1.8%である。アプリ予約導入から1年以上が経過したものの、利用率は低い水準である。当町のデマンド交通運行の主目的は交通弱者である高齢者の交通手段の確保であり、当町のデマンド交通の主な利用者も高齢者である(12月末時点で84%の利用者が65歳以上の高齢者)。また、アプリ利用者のうち70%は64歳以下の利用者であり、高齢者に向けて電話予約の導入を進めている周辺自治体の動向を踏まえるとアプリ予約のみに比重を置くことは困難である。一方、「使いたい利用方法がわからない」、「存在を知らないため利用に思い当たらない」という潜在的な利用者も見込まれるため、令和6年度は学生や観光客などの新規利用者、既存利用者である高齢者など対象者に応じて効果的な情報発信を行い、利用率の増加を見込む。 ➡目標値:2%(令和5年度末)+12%(令和6年度～令和11年度)=14% 【効果】上記目標の達成により、利用者の予約や支払いにかかる手間が軽減されること及び運行効率が上がることによる利便性の向上が想定される。
ひとの流れをつくる	21	ふるさと納税寄附金額	円	33,561,000	42,000,000	【根拠】令和5年12月末時点の寄附金額(高額寄附を除く)は26,942,000円。ふるさと納税サイト掲載を始めた平成28年度～令和元年度までは制度改正による返礼品見直しにより寄附額は年々減少したが、令和2年度はコロナ禍による巣ごもり需要により寄附額は一時的に大きく増加した。令和3年度以降はそうした影響を受けていない。また令和3年度～令和5年度は掲載するふるさと納税サイトを増やしたこと等により、3年平均で約8%の伸び率で増えていることから、令和11年度までも同様の増加を見込む。 ➡目標値:26,942,000円(令和5年度末)+15,811,568円(令和6年度～令和11年度)=42,753,568円≒42,000,000円 【効果】上記目標の達成により、より多くの方に本町の返礼品を送付するだけでなく、体験型返礼品により実際に来町し体験してもらうことができ、町のファンや関係人口の創出が見込まれる。 ※令和7年度(初年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に目標値を適宜見直す
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	22	年間出生数	人	78	80	【根拠】令和5年度の出生数見込みは約80名となっている。少子化の大きな要因として、未婚化・晩婚化が挙げられる。婚活イベントなど出会いの場を設け、さらに新婚夫婦への経済支援、子育て支援事業などを実施していくが、国の将来推計人口でも国全体での人口減少が見込まれているため増加は見込めず、現状維持を目標とする。 目標値:80人/年×5年(令和7年度～令和11年度)=400件 【効果】人口の維持により地域社会の衰退、経済規模の縮小に歯止めをかけ、文化や伝統を継承していくことが期待できる。
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	22	子育てしやすい環境の町だと思える町民の割合	%	63	77	【根拠】町民アンケートの結果では、令和2年度(71.7%)と令和4年度(62.8%)を比較すると、8.9%減少している。これは、コロナ禍での子育て世帯に対する現金給付等の事業がなかったことなどが原因と考えられる。そのような状況ではあるが、認定こども園等で実施しているアンケートでは、教育・保育サービスの満足度が高い結果となっている。令和7年度には、子育て支援やこども・若者を支える複数の計画の内容を網羅する「会津美里町こども計画」を策定し、こどもに主眼を置いたこどもに寄り添う子育て事業を推進するため、年2%の増加を見込む。 ➡目標値:65%(令和5年度末)+12%(令和6年度～令和11年度)=77% 【効果】上記目標の達成により、会津美里町で子育てしたいと思える町になっていると想定される。

【説明】

- ① 未着手の事業は、「基準値(R4)」に「-(半角ハイフン)」を入力しています。
- ② 「基準値(R4)」は、R4年度の実績値です。前年度までの数値を含めた累計値ではなくR4年度単年の実績値としています。なお、R6年度中にR5年度の実績値と差し替え、目標値も適宜見直します。
- ③ R7～R11年度の単年ごとの目標値はR6年度中に設定し、毎年の効果検証は、年度ごとの目標値に対する当該年度の達成率により行うことを想定しています。

資料 3

基本目標・類型	総合戦略素案掲載ページ	指標	指標の単位	基準値(R4)単年	目標値(R11)単年	【目標値設定の根拠】と【設定した目標を達成した場合の効果(住民や町がどのような状態になっているか)】
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	22	婚活イベントの募集に対する参加率	%	76	94	【根拠】婚活イベントとして、スポーツなど体験の共有を通して交流を深めるイベントや、食事会などによるカップリングを目的としたイベント、婚活セミナー、婚活推進補助事業を実施している。令和4・5年度はともに参加率が76%程度であった。令和6年度以降、イベント内容魅力向上、参加しやすさ、周知方法の強化に努め年3%の上昇率を見込む。 ➡目標値:令和5年度76%+18%(令和6年度～令和11年度)=94% 【効果】結婚を希望する方へ新たな出会いの機会が設けられ、縁結びサポーターなどの協力のもと、結婚の希望を実現する環境がつけられる。
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	23	乳幼児の保護者のSNS登録率	%	-	90	【根拠】町の健診の対象となる0～3歳児の保護者の人数を母数とする。健診や家庭訪問の際にLINE登録を保護者へ直接案内するなど周知に努め、すべての保護者に必要な情報を届けるため100%を目指す。諸事情や個人の信条等により登録できない方もいると想定されるため、目標値を90%とする。 【効果】上記目標の達成により、ほぼすべての乳幼児保護者がLINEを利用して情報取得が行うことができ、利便性が向上し、子育ての負担が軽減していると想定される。
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	23	町内の主な事業者の育児休業取得率	%	-	80	【根拠】令和5年度の育児休業取得率は64%となっている。今後は、町内事業所関係者を対象に、外部講師による男女共同参画推進に関する講演会や、町ホームページや町公式LINE等のオンラインツールを活用した育児休業制度に関する啓発及び情報提供を行い、町内の主な事業所における育児休業取得率を80%を目指す。 ➡目標値:80% 【効果】性別に関係なく誰もが仕事と子育てを両立し、自分らしく個性を發揮できる地域社会の実現につながる。
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	24	ほぼ毎日授業でタブレット端末を利用した児童の割合(小学校)	%	6	20	【根拠】令和4年度に実施した全国学力・学習調査の小学6年生の設問「授業で、PC・タブレットなどのICT機器を、どの程度使いましたか」に対し「ほぼ毎日」と回答した児童のパーセンテージを指標とする。令和4年度は5.8%であった割合を20%まで増加させることを目標とする。 【効果】授業が全体的にICT化することにより、近い将来到来が予想される生成AIを中心とした情報革命社会の中で力強く生き抜く人材を育成できる。また、中期的な副次的効果として、紙媒体による教材を減らすことが見込まれる。さらに、AIを活用したデジタル副教材を有効に利用することで、効率的に学力を向上させることが可能となる。
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	24	ほぼ毎日授業でタブレット端末を利用した生徒の割合(中学校)	%	10	30	【根拠】令和4年度に実施した全国学力・学習調査の中学3年生の設問「授業で、PC・タブレットなどのICT機器を、どの程度使いましたか」に対し「ほぼ毎日」と回答した生徒のパーセンテージを指標とする。令和4年度は平均9.9%であった割合を30%まで増加させることを目標とする。 【効果】授業が全体的にICT化することにより、近い将来到来が予想される生成AIを中心とした情報革命社会の中で力強く生き抜く人材を育成できる。また、中期的な副次的効果として、紙媒体による教材を減らすことが見込まれる。さらに、AIを活用したデジタル副教材を有効に利用することで、効率的に学力を向上させることが可能となる。
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	24	こども園等における手続きがオンライン化されて便利になったと感じる保護者の割合	%	-	80	【根拠】令和5年度に、認定こども園に関する後期アンケートをオンラインで実施したが、調査項目に「便利になったと感じる」の問いを設定しなかったため、現状値を算出することができなかった。令和6年度以降に調査項目に加えることで現状値を把握する。さらに、こども園・児童クラブ・子育て支援センターにおける各種手続きをオンライン化することで、保護者がいつでもどこからでもスマートフォン等で手続きを行うことができるようになるため、目標値を80%に設定する。 【効果】職員(保育教諭等)の業務効率化・負担軽減にもつながるため、保護者・職員双方が子どもと向き合う時間をより多く確保することができ、保育の質の向上が期待できる。
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	25	公共施設予約システムの利用件数	件	-	9,500	【根拠】利用者の利便性向上を図るとともに、施設利用の効率的な運営を目指し、令和5年3月(令和5年4月以降の施設利用分)からに公共予約システムを導入した。令和5年度のWEBによる利用可能施設は29施設で、利用件数(4～12月実績値)は4,763件であった。(年度末実績見込6,300件) 目標値については、町公共施設等長寿命化計画などにより利用可能施設は20施設と縮減するが、さらなるオンラインによる利用申請が見込まれることにより、令和11年度末には令和5年度実績見込の約1.5倍を見込む。 ➡目標値:6,300件×1.5≒9,500件 【効果】公共施設利用のさらなる利便性向上につながり、公共施設を利用したスポーツ活動や文化活動が活性化される。
魅力的な地域をつくる	26	地域の活動が活発化し、魅力ある地域がつけられていると感じる町民の割合	%	46	52	【根拠】第1期総合戦略にて増加傾向にあった実績値だが、第2期総合戦略では、少子高齢化や令和2年度からの新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、地域活動は低迷し魅力ある地域がつけられていると感じる町民の割合は、令和2年度～令和4年度の実績値平均で45.4%と大きく減少し、厳しい状況にある。そのため、目標値(令和11年度)は、令和元年度の実績値52.3%と同程度とし、コロナ禍前の状態へ回復することを目指す。 【効果】上記目標の達成により、地域活動が促進され活発化し魅力ある地域が作られることにより、子どもから高齢者までの幅広い世代が「わがまち」に誇りをもち、魅力ある地域で心身ともに豊かな生活を行うことができる。

【説明】

- ① 未着手の事業は、「基準値(R4)」に「-(半角ハイフン)」を入力しています。
- ② 「基準値(R4)」は、R4年度の実績値です。前年度までの数値を含めた累計値ではなくR4年度単年の実績値としています。なお、R6年度中にR5年度の実績値と差し替え、目標値も適宜見直します。
- ③ R7～R11年度の単年ごとの目標値はR6年度中に設定し、毎年効果検証は、年度ごとの目標値に対する当該年度の達成率により行うことを想定しています。

資料 3

基本目標・類型	総合戦略素案掲載ページ	指標	指標の単位	基準値(R4)単年	目標値(R11)単年	【目標値設定の根拠】と【設定した目標を達成した場合の効果(住民や町がどういう状態になっているか)】
魅力的な地域をつくる	26	防災・消防体制が充実していると感じる町民の割合	%	63	70	【根拠】直近の町民アンケートの結果では、60%前後の割合で推移しているが、令和6年度に新たな防災情報システムを構築し、情報伝達手段を改善するための事業を進めるため、指標の上昇を見込む。 ➡目標値 70% 【効果】上記目標の達成により、町が実施する防災消防体制の充実度合いが町民に認識されている状態となる。
魅力的な地域をつくる	27	地域活動に参加している町民の割合	%	49	54	【根拠】第1期総合戦略で約54%(平成28年度～令和元年度)であった実績値平均だが、第2期総合戦略では、令和2年度から新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、地域活動は低迷し、参加者も減少し、令和2年度～令和4年度の実績値平均は49.1%と厳しい状況にある。 目標値(令和11年度)は、コロナ禍前の状態(平成28年度から令和元年度の実績値平均54%)へ回復させることを目指す。 【効果】地域活動に参加している町民の割合が増加することで、コミュニティ活動が活性化し魅力ある地域が形成される。特に、SNS等の活用によりこれからの時代を担う若者が地域活動に参加しやすい環境が整っている。
魅力的な地域をつくる	27	オンライン申込により実施した出前講座の件数	件	-	3	【根拠】令和5年度末時点の実施見込みは30件で、60代～80代の町民からの申込による実施が最も多い。オンラインによる申込の促進を図ることで、紙媒体による手続きに比べ、申込者の負担が軽減されるメリットがある一方、令和6年度以降の申込者が上記に記載の年代の高齢者が占めることが見込まれる。そのためオンラインツールに不慣れな申込者を想定し、実施見込件数30件のうち10%にあたる3件がオンラインによる申込による実施となるよう目標値を設定する。 ➡目標値:3件(令和5年度末)+18件(令和6年度～令和11年度)=21件 【効果】オンライン申込により、役場への申込書の提出する等の申込者の負担が軽減され、町の施策に関することを学び、地域に対する高い関心や問題意識を醸成する機会となることが期待される。
魅力的な地域をつくる	28	防災情報に係るメール・SNSの登録者数	人	-	3,400	【根拠】令和4年通信利用動向調査(総務省)より、個人のスマートフォンの保有割合が約77%である。そのうちの25%が登録することを目標とする。 ➡目標値 令和11年度推計人口(概算)17,810人×77%×25%≒3,400人 【効果】上記目標の達成により、重要な防災情報の伝達ができる状態にあることが想定できる。 ※令和7年度(初年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に目標値を適宜見直す
魅力的な地域をつくる	28	アプリを活用した緊急連絡により消防団が出動した回数	回	11	8	【根拠】令和4年度の出動の際はすべての緊急連絡をアプリを活用して行った。目標値は過去5年間の緊急連絡回数の平均値を採用した。 ➡目標値 緊急連絡の平均回数8回/年×100%=8回 【効果】上記目標の達成により、すべての火災等に対して迅速な対応がとれている。
魅力的な地域をつくる	28	ため池管理アプリを活用したため池の箇所数	件	-	45	【根拠】現在、当町における防災重点ため池は49箇所(内4箇所廃止予定)存在しており、防災重点ため池は毎年度、定期点検を実施しなければならない。すべての防災重点ため池の点検結果報告をアプリで実施することを目標とする。 ➡目標値:45件 【効果】災害時の点検結果を町と共有することができ、迅速な災害支援等につながる。台風接近時等に、国や県からの管理に係る注意喚起等を受け取ることができる。点検の結果を記録し、過去の点検結果も閲覧することができる。
魅力的な地域をつくる	29	鳥獣出没状況オンラインマップの閲覧件数	件	-	304	【根拠】令和5年度末時点の町ホームページにおける「クマに関する情報ページ」の閲覧見込み数は190回。令和6年度より、オンラインマップでクマの出没状況を掲載することで、出没箇所及び出没時間を正確に住民に伝えることができるため、クマ出没状況に関心のある方やこども園・学校・保護者等のクマ出没状況の情報が必要な方の閲覧数増加が見込まれる。令和6年度開設以降は年間19回の閲覧数増加を見込む。 ➡目標値:190回(令和5年度末)+114回(令和6年度～令和11年度)=304回 【効果】上記目標の達成により、令和11年度末には、住民が取得したい情報を正確に取得できる環境が整い、住民の安心・安全の確保に寄与することが想定される。
魅力的な地域をつくる	31	町LINE公式アカウントの登録者数	人	563	550	【根拠】令和5年度末時点の登録者数見込みは2,100人で、令和2年度の開設以降、年間約500人のペースで増えている。令和6年度にLINEの機能を拡充するとともに出前講座等で登録周知を図るため、令和6年度以降は年間550人(10%増)の新規登録者を見込む。 ➡目標値:550人/年×5年(令和7年度～令和11年度)=2,750人 【効果】上記目標の達成により、令和11年度末には、令和6年度までの登録者数を含めると、スマホユーザーのほとんどを占められる生産年齢人口(推計値(概算):7,581人)の約70%が登録していることとなる。これにより、ほとんどの町民がLINEを利用して情報取得や各種オンライン手続き等を行うことができ、利便性が向上していると想定される。

資料 3

【説明】

- ① 未着手の事業は、「基準値(R4)」に「-(半角ハイフン)」を入力しています。
- ② 「基準値(R4)」は、R4年度の実績値です。前年度までの数値を含めた累計値ではなくR4年度単年の実績値としています。なお、R6年度中にR5年度の実績値と差し替え、目標値も適宜見直します。
- ③ R7～R11年度の単年ごとの目標値はR6年度中に設定し、毎年効果検証は、年度ごとの目標値に対する当該年度の達成率により行うことを想定しています。

基本目標・類型	総合戦略素案掲載ページ	指標	指標の単位	基準値(R4)単年	目標値(R11)単年	【目標値設定の根拠】と【設定した目標を達成した場合の効果(住民や町がどのような状態になっているか)】
魅力的な地域をつくる	31	町公式ホームページ等での配付文書掲載ページの閲覧数	件	-	6,400	【根拠】新規事業のため類似の「ホームページに掲載している広報紙の閲覧件数」により積算する。年度ごとの増加分については、約5%の250件の増加と見込む。 【効果】上記目標の達成により、時間差なく情報を取得でき、手渡しによる感染症対策上の問題(不衛生さ)も解決できる。また、町側としても、印刷物と配達業務の削減にも繋がり、互いの利便性が向上していると想定される。 ※令和7年度(初年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に目標値を適宜見直す
魅力的な地域をつくる	32	GISを活用した町民による通報件数	件	-	40	【根拠】年間の通報件数見込:道路損傷 約30件、漏水 約40件、カーブミラー・防犯灯 約10件、合計約80件。通報者は、一般町民である場合のほか、通報をとりまとめた区長から行われるものがある。通報する方が高齢者である場合も考慮し、令和11年度には全体の50%がオンラインで通報されていることを目標とする。 【効果】上記目標の達成により、令和11年度末には、通報全体の50%がオンラインでなされ、住民が来庁や電話で位置情報などを役場に伝える手間が削減されていることが見込まれる。また、役場で正確に情報を把握できることで早期対応が図られ、迅速な住民サービスを提供できることが見込まれる。 ※令和7年度(初年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に目標値を適宜見直す
魅力的な地域をつくる	32	議会動画配信の視聴回数	回	-	1,400	【根拠】現在、令和5年定例会における一般質問の議員1人あたりの平均視聴回数は20回である。1定例会すべての日程(5日間)を配信した場合は、1日目(20回)+2日目(20回×4人)+3日目(20回×4人)+4日目(20回)+5日目(20回)=220回/定例会となり、年間4定例会のため、220×4定例会=880回/年となる。 今後、議会だよりや町ホームページ、地区別意見交換会を通してYouTubeによる議会動画配信の周知を図るため、毎年、令和5年度比10%の件数増(88件増)を見込む。 【効果】上記目標の達成により、令和11年度末には、令和5年度の約2倍の視聴回数となることから、議会への関心や興味が高まっていると考えられる。その結果、町民からより多くの意見や要望が議会に届けられ、町当局との熱意ある政策論争が展開され、住民福祉の向上につながっていくと想定される。 ※令和7年度(初年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に目標値を適宜見直す
魅力的な地域をつくる	32	オンラインツールを活用して実施した調査研究事業の採択件数	件	0	1	【根拠】令和4年度までは実績なし。令和5年度に1件Zoom等を活用した調査研究事業を実施した。例年、調査研究事業自体が年間1件程度であったため、令和6年度～令和11年度まで毎年度1件の調査研究事業を実施することを想定し、そのすべてでオンラインツールを活用するものとして、目標値を設定する。 【効果】上記目標の達成により、令和11年度までに毎年大学等との連携により地域課題の解決が図られていることとなる。また、オンラインツールの活用により、遠方の大学等との連携も可能となり、大学等の特徴や強みを活かしたより効果的な調査研究が実施されていることが期待できる。
行政手続きに関する場所・時間の制約を解消する	33	行政手続きのオンライン化により便利になったと感じる町民の割合	%	-	25	【根拠】第3期戦略期間中の新たな取組となるため、0%をスタートとする。オンライン化する行政手続きは随時追加・拡充していくことが想定され、これに伴い、便利と感じる町民の割合について年5%の上昇を見込む。 【効果】上記目標の達成により、毎年効果検証を行ったうえで行政サービスを改善・拡充しながら町民満足度を向上させることができる。さらに、次期(第4期)総合戦略に目標を引継ぎ、さらなる効果の拡大が期待できる。 ※「年5%上昇」の根拠は明示できず概算であるため、目標値は、初年度(令和7年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に適宜見直す。
行政手続きに関する場所・時間の制約を解消する	33	各種税・料金等の町への支払いについて、キャッシュレス化により便利になったと感じる町民の割合	%	-	25	【根拠】第3期戦略期間中の新たな取組となるため、0%をスタートとする。キャッシュレス化する支払いの種類は随時追加・拡充していくことが想定され、これに伴い、便利と感じる町民の割合について年5%の上昇を見込む。 【効果】上記目標の達成により、毎年効果検証を行ったうえで行政サービスを改善・拡充しながら町民満足度を向上させることができる。さらに、次期(第4期)総合戦略に目標を引継ぎ、さらなる効果の拡大が期待できる。 ※「年5%上昇」の根拠は明示できず概算であるため、目標値は、初年度(令和7年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に適宜見直す。

【説明】

- ① 未着手の事業は、「基準値(R4)」に「-(半角ハイフン)」を入力しています。
- ② 「基準値(R4)」は、R4年度の実績値です。前年度までの数値を含めた累計値ではなくR4年度単年の実績値としています。なお、R6年度中にR5年度の実績値と差し替え、目標値も適宜見直します。
- ③ R7～R11年度の単年ごとの目標値はR6年度中に設定し、毎年の効果検証は、年度ごとの目標値に対する当該年度の達成率により行うことを想定しています。

資料 3

基本目標 ・類型	総合戦略 素案 掲載ページ	指標	指標の 単位	基準値(R4) 単年	目標値(R11) 単年	【目標値設定の根拠】と【設定した目標を達成した場合の効果(住民や町がどのような状態になっているか)】
行政手続きに関する場所・時間の制約を解消する	33	各種行政手続きに関するオンライン手続きの利用件数	件	-	350	<p>【根拠】「ぴったりサービス」・「ゆびナビ」・「町ホームページで作成したWEBフォーム」の利用件数をカウントする。ぴったりサービスは転入・転出予約などで50件/年、ゆびナビは出生・おくやみで50件/年、WEBフォームは50フォーム×5件/年を目標値とする。</p> <p>➡目標値:ぴったりサービス50件+ゆびナビ50件+WEBフォーム250件=350件</p> <p>【効果】上記目標の達成により、町民が時間や場所の制約を受けずに便利に行政手続きを行える環境が整備される。また、この取組は随時拡張していくものであるため、次期(第4期)総合戦略に目標を引継ぎ、さらなる効果の拡大が期待できる。</p> <p>※「年間件数」は概算であるため、目標値は、初年度(令和7年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に適宜見直す。また、令和6年度中のLINEの機能拡充状況を踏まえて「LINEから行った行政手続き」も適宜目標値・実績値に加える。</p>
行政手続きに関する場所・時間の制約を解消する	33	各種税・料金等の支払いに関するオンライン支払やキャッシュレス決済の利用件数	件	-	24,200	<p>【根拠】「キャッシュレス決済機の利用件数」と「共通納税システムによる決済件数」をカウントする。</p> <p>キャッシュレス決済機利用件数:令和6年度当初予算要求(手数料)から、令和6年度見込は、戸籍等1,593件+税証明等500件=2,000件</p> <p>共通納税システムによる決済件数:令和5年4月～令和5年12月実績16,103件=年間見込20,000件</p> <p>➡目標値:上記の10%増として、(2,000件+20,000件)×110%=24,200件</p> <p>【効果】上記目標の達成により、町民が時間や場所の制約を受けずに便利に各種税・料金等の支払いができる環境が整備される。また、この取組は随時拡張していくものであるため、次期(第4期)総合戦略に目標を引継ぎ、さらなる効果の拡大が期待できる。</p> <p>※目標値が概算であるため、初年度(令和7年度)の実績値を踏まえて令和8年度以降に目標値を適宜見直す。また、キャッシュレス決済の利用科目等を追加した場合は、適宜目標値・実績値に加える。</p>