

# 施策評価シート

担当課：企画広報課

## 1 総合計画上の位置づけ

施策名	移住定住
政策名	持続可能な行財政運営を行う
施策がめざす将来の姿	・積極的な情報発信により、本市に移住を希望する人が増え、空家や空き店舗を活用しながら地域で活躍しています。

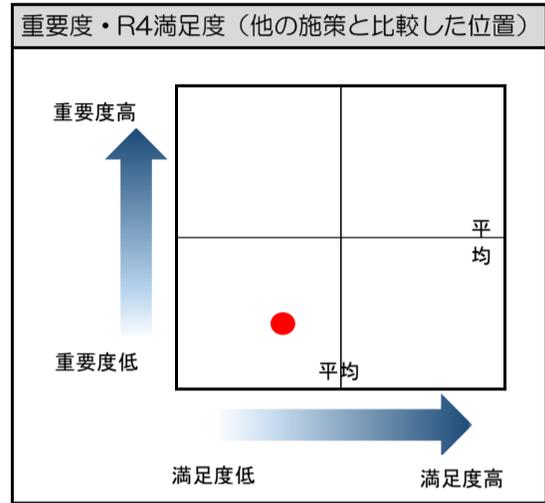
## 2 施策評価指標

成果指標名	単位	基準	令和4年度目標	令和9年度目標	
空家バンク利用移住者数	人	24	35	50	
	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	6	15	10	19	13

## 3 施策の重要度と満足度（市民アンケート調査結果）

重要度／単位（％）
令和3年度
97.5

満足度（満足している市民の割合）／単位（％）		
令和3年度	↓ DOWN	令和4年度
90.9		88.1



## 4 施策の課題と今後の方針

（施策評価指標等の分析のほか、今後重点化していく事務事業について、現状・課題・背景などを踏まえて記載。）

移住定住を促す取組として、シティプロモーションは重要であると考え、関市の魅力を積極的にPRする取組が必要です。空き家バンク利用移住者は年間10人以上いるものの目標値の半数以下であるためさらなる周知を進めるとともに、令和5年度に従前の定住促進制度を一新し、市民の転出抑制にもつながる制度を創設しました。新設した制度をより効果的なものとするために、市内外に広く周知し、移住定住を促進します。

## 5 施策を構成する事務事業の今後の方向性

（右欄は、施策を構成する事務事業のうち、今後特に重点化するものに○、縮小するものに△、廃止するものに▲を付す。）

### 事務事業名①：シティプロモーション事業

R4決算額 (千円)	重点化(縮小)する細事業 (主なもの2事業まで)	方向性		事務事業の今後の方向性	重点化
		事業費	成果		
38,122	シティプロモーション (ふるさと納税含む)	→	↗	移住定住を促すには、魅力ある関市のPRは必須です。新設した移住定住促進制度を中心にプロモーションを行うことで、より効果的に移住定住の促進につなげます。また、関市のファンづくりおよびふるさと納税に関するPRも行います。	

### 事務事業名②：移住定住推進事業

R4決算額 (千円)	重点化(縮小)する細事業 (主なもの2事業まで)	方向性		事務事業の今後の方向性	重点化
		事業費	成果		
29,914	移住定住応援券事業	↗	↗	従前の制度を見直し、主に30代以下の若年層をターゲットとした、転入の促進だけでなく転出の抑制にも寄与する新たな移住定住促進制度を開始しました。より多くの方に利用いただけるよう周知を行いながら業務を進めます。	○
	多世代同居支援	▲	完了		

### 事務事業名③子育て応援券事業

R4決算額 (千円)	重点化(縮小)する細事業 (主なもの2事業まで)	方向性		事務事業の今後の方向性	重点化
		事業費	成果		
16,492				子育て世代の経済的負担軽減と市内経済の好循環を促すためには有効な事業です。本事業を市内外に広く周知することで子育てにやさしいまちとしてのイメージアップにつなげ、移住定住にも寄与できるよう取り組みます。	