

施策評価シート

1 総合計画上の位置づけ

担当課： 企画広報課

施策名	39 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	後期当初値	令和9年度目標		
空家バンク利用移住者数	人	19	50		
	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
	16				

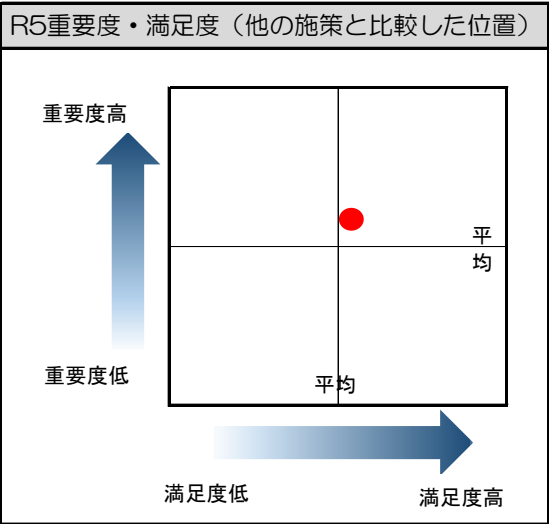
成果指標名	単位	後期当初値	令和9年度目標		
子育て世代の社会移動者数（転入者-転出者）/年	人	▲158	▲100		
	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
	▲216				

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5年度
98.1

満足度（満足している市民の割合）／単位（％）		
令和4年度		令和5年度
88.1	➡	90.8

※増減（→）の基準は3ポイント以上とする



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・定住については本市の人口維持に欠かすことができない施策であるが、関市が移住先として選ばれるために特徴ある施策や地域特徴などについて、地域やターゲット層を絞ったプロモーション活動を展開します。
また、ふるさと納税の主力商品の一部が制度改正で取り扱いなくなったため、影響を最小限に抑えるために商品の見せ方などを工夫し、戦略的プロモーションを行います。

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

R5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		
39,285	シティプロモーション	↗	↗	大都市圏からの移住を促すPR活動については、効果を最大限に発揮させるため、東京と名古屋に絞って実施します。 また、ふるさと納税については、制度改正に伴うふるさと納税主力商品のロスによる寄付額の減少を最小限にするための商品の見せ方を工夫したPRを展開します。	○

事務事業名②：移住定住推進事業

R5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		
104,544	多世代同居支援事業	廃止	廃止	多世代同居支援事業と移住定住奨励金事業（旧住宅取得奨励金）は廃止しました。また、移住定住奨励金事業（住まいる＊せき応援券）は対象を拡大したので、当面の間は事業効果に注視していきます。	
	移住定住奨励金事業（旧住宅取得奨励金）	廃止	廃止		

事務事業名③子育て応援券事業

R5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		
17,768	子育て応援券事業	↘	→	子育て世代への支援を継続することで、出生率の低下の歯止めとなるよう市内外にPRします。	