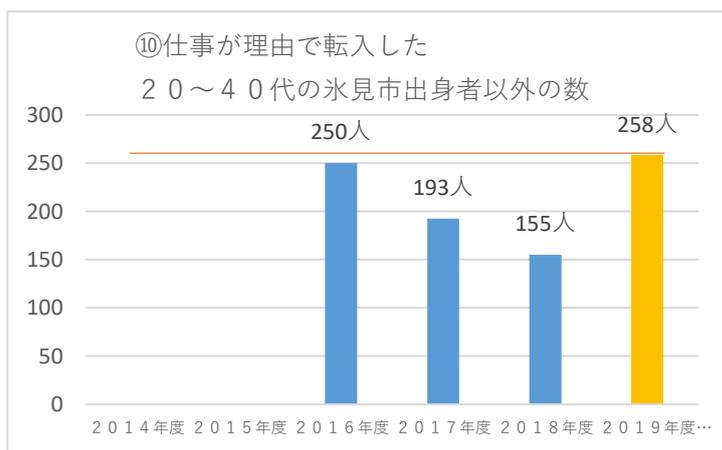
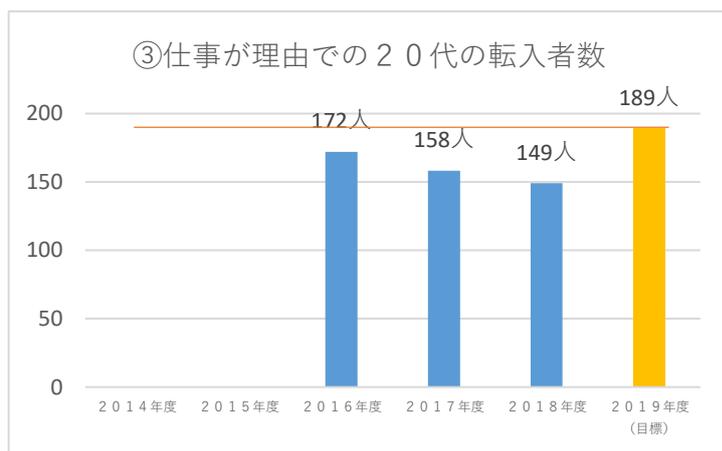
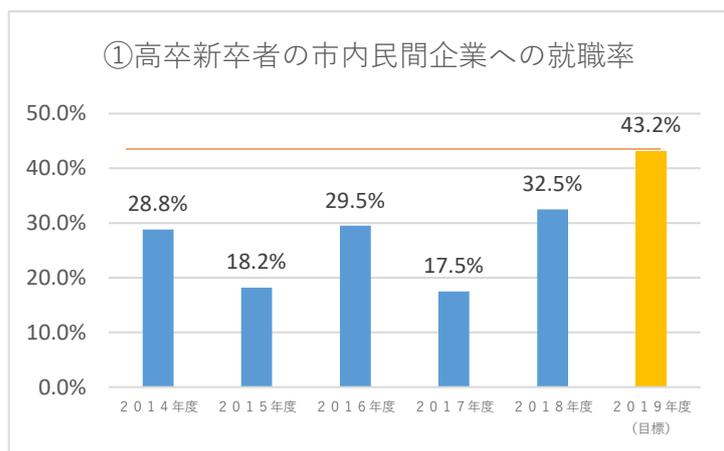


基本目標 I（安定した雇用を創出する）

氷見市の特色を生かし、時代の流れに対応しながら魅力的な雇用を増やす

< 15の観点の成果指標 >

15の観点	指標	(参考) 戦略策定前	戦略期間					目標
		2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度 (目標)	
①氷見市に高卒新卒者が就きたい仕事を増やす	高卒新卒者の市内民間企業への就職率	28.8%	18.2%	29.5%	17.5%	32.5%	43.2%	
③氷見市に20代の方が就きたい仕事を増やす	仕事が理由での20代の転入者数(補正後)	—	—	172人	158人	149人	189人	
⑤(他地域に通勤する方の転居を減らすために)氷見市に子育てと両立する仕事を増やす	仕事が理由での転出者数(補正後)	—	—	416人	399人	518人	410人	
⑩20~40代のI・Jターン者が就きたい仕事を増やす	仕事が理由で転入した20~40代の氷見市出身者以外の数(補正後)	—	—	250人	193人	155人	258人	



<現状と課題について>

基本目標Ⅰに関する15の観点の成果指標について、①「高卒新卒者の市内民間企業への就職率」については、戦略策定前の水準を超えてはいるものの、目標値には至っていない状況です。③「仕事が理由での20代の転入者数」は、数値を把握し始めた2016年度以降、減少し続けています。⑤「仕事が理由での転出者数」については、2018年度大幅に増加しました。⑩「仕事が理由で転入した20～40代の氷見市出身者以外の数」については、数値を把握し始めた2016年度以降減少し続けています。

2018年度は特に仕事を理由とした転出者の増加と転入者の減少の数値が大きくなっており、労働者や求職者にとって、市内の労働環境・雇用環境の魅力が、市外と比べて相対的に低下したのではないかと推測されます。

このため、域内経済の活性化、既存事業者に対する働き方改革推進、女性の就業・創業支援の充実等により、本市に働きやすい魅力的な仕事をつくるのが重要な課題となっていると考えます。

<重点施策について>

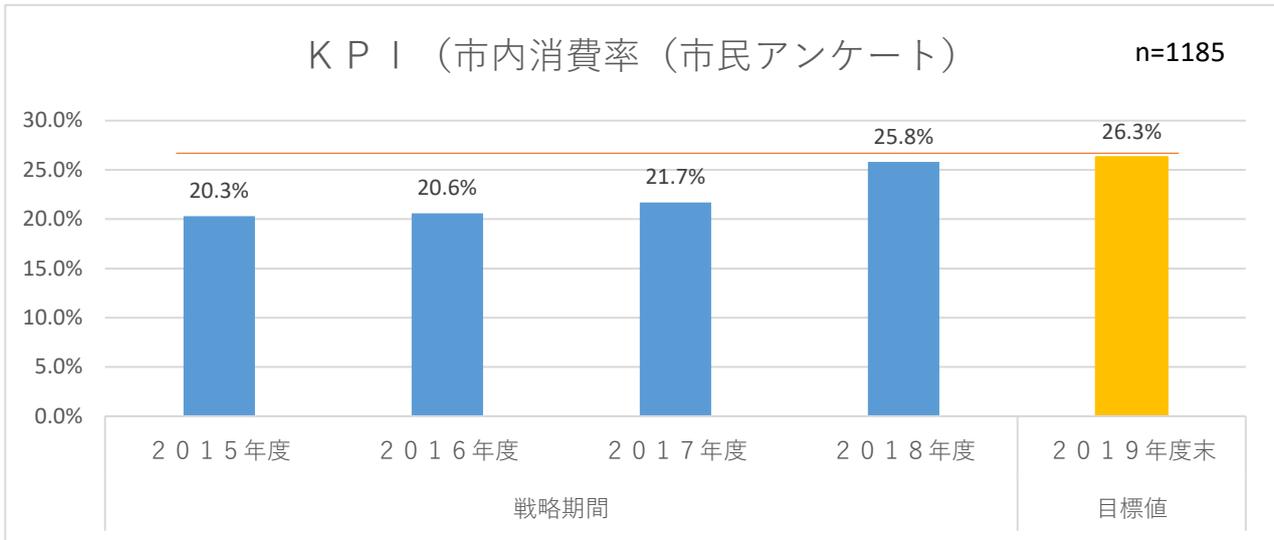
番号	項目	(1) これまでの取り組みと成果	(2) 今後の取り組み
1	市内消費拡大施策推進	「夜のまちなかグル巡り」の開催や、キッチンカーを活用した移動料理教室による魚食文化の普及・伝承に取り組みました。また、平成29年度以降新たな需要を掘り起こすための新商品の開発にも取り組んでおり、平成30年度には、ぶり寿司といわしのから揚げの試作品が完成しました。	今後は、有名シェフを招聘し、氷見の食材を使ったメニュー開発や既存商品のブラッシュアップ、食に関する体験型観光プログラムのプロモーションを検討します。また、引き続き新商品の開発の取り組みを進め、試作品が完成したぶり寿司といわしのから揚げの製造・販売の事業化に取り組みます。
2	市内産品一括販売体制の構築	名古屋行高速バスの空きスペースを活用した氷見産品の定期的な販路の開拓の可能性調査を行い、実現に向けたモデルを構築しました。 また、名古屋市内のスーパーにおいてこのモデルを活用して運搬した氷見産品の実販売に取り組み、さらなる販路拡大の可能性を探りました。	引き続き、名古屋市内でのスーパーにおける実販売に取り組みむとともに、同一店舗内のキッチンスタジオを利用した、氷見産品の料理教室の開催や市外（関東・中京圏等）にキッチンカーを走らせ、氷見の食材の魅力を発信し、消費の拡大を図ります。
3	観光客の消費拡大施策推進	藤子不二雄 [®] 先生のふるさと・氷見市ならではの取り組みを展開し、まんがのまちとしてのブランディングに取り組んでいます。平成30年度は、氷見市潮風ギャラリーの展示の充実や、東京で開催された藤子不二雄 [®] 展でのPRを行っており、まちなかへの観光入込客数、消費単価、滞在時間の増加がみられました。	北の橋の架け替えに伴い、藤子不二雄 [®] キャラクターのモニュメントを設置し、まんがロードの充実を行うほか、まちなか回遊を促すためのARラリーを作成します。また、氷見市漁業交流文化センターに映像体感や学習コーナーを設置するリニューアルを行い、観光滞在時間の延伸を図ることで消費単価の増加につなげます。

重点施策のK P I

基本目標 I（安定した雇用を創出する）

1 到達目標（市内消費増加）

1 重点施策（市内消費拡大推進策）

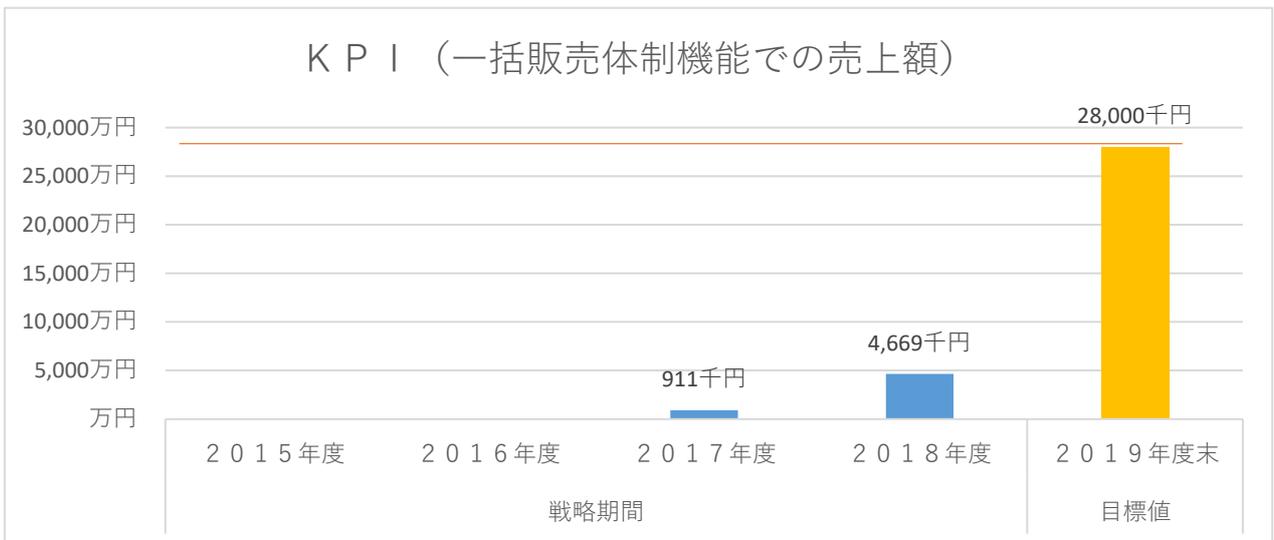


K P Iの定義

市民アンケート調査の結果、「地域内の産品を積極的に買っていますか」という設問に対し、当てはまると回答した人の割合

2 到達目標（市外販売等増加）

2 重点施策（市内産品一括販売体制の構築）

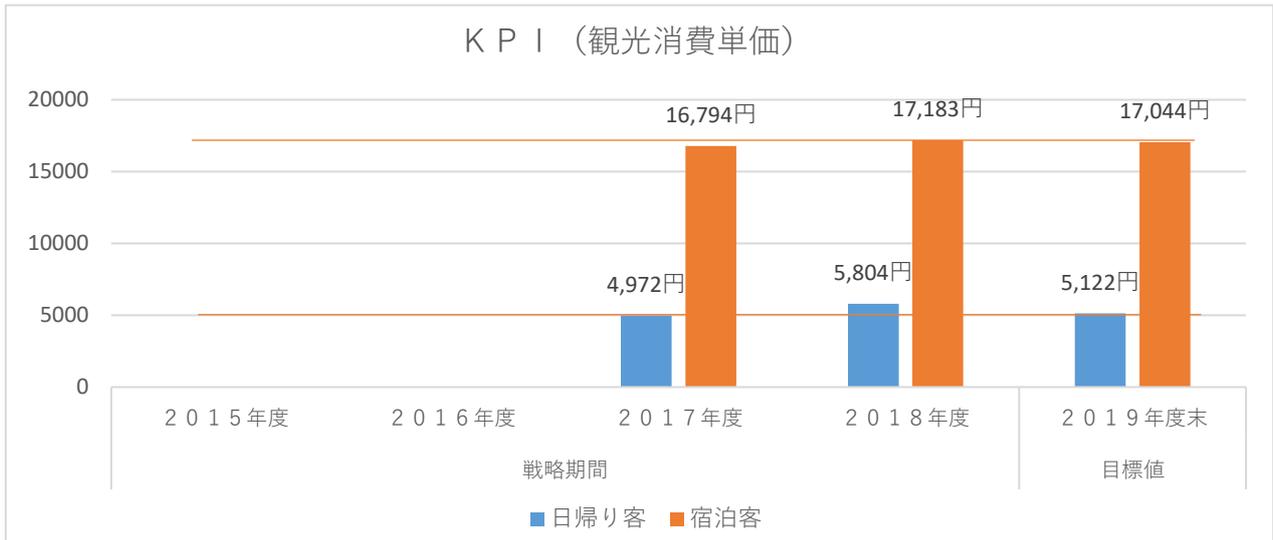


K P Iの定義

地域商社による一括販売体制機能での売上額

3 到達目標（観光消費増加）

3 重点施策（観光客の消費拡大施策推進）



K P I の定義

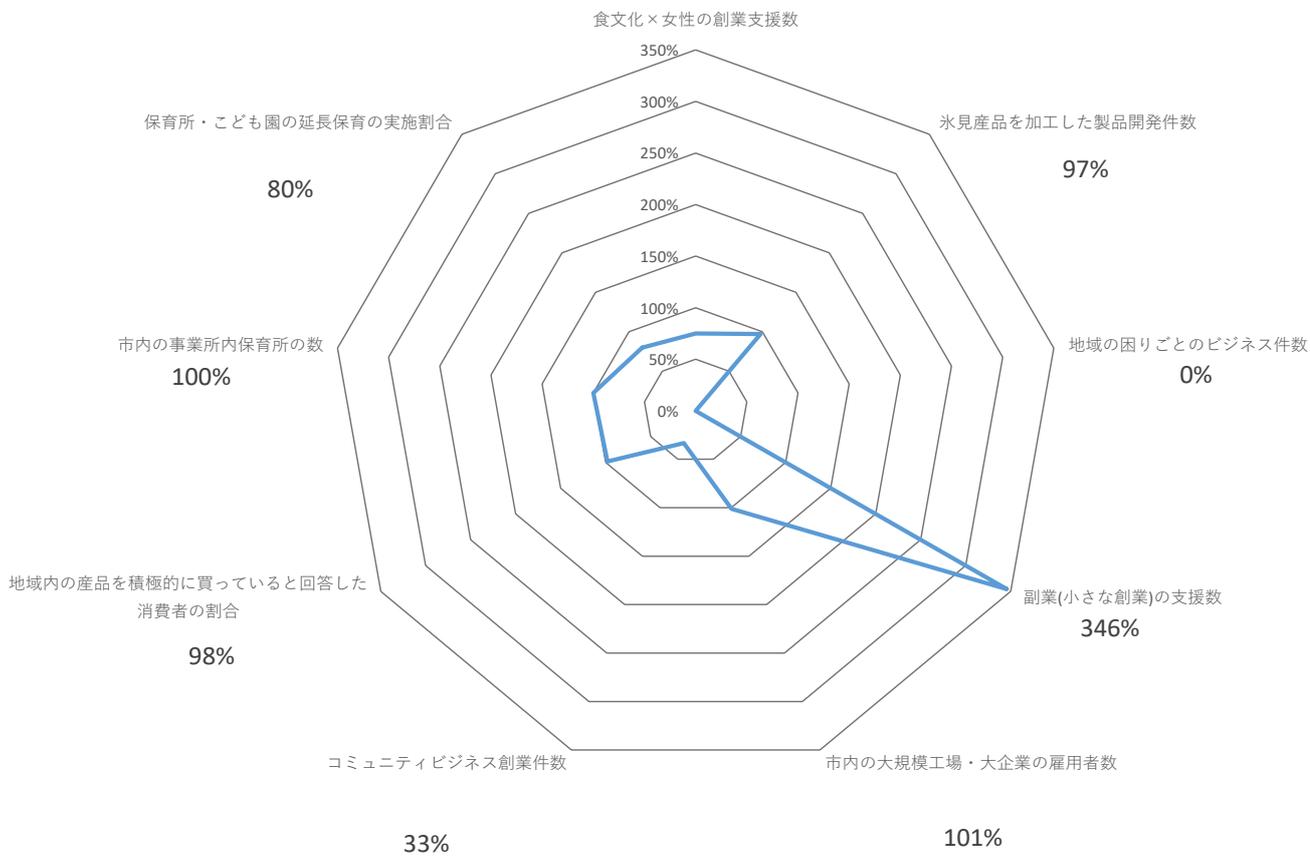
観光消費単価

施策のKPIについて

基本目標	到達目標	施策（達成目標）	KPI・指標	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	累計	平成31年度 目標
基本目標 I (安定した 雇用を創 出する)	1. 氷見市の海・ 里・山の幸の魅力 や、統制を活かし たビジネス化の実 施	① 「食文化×女性の感性」による新産 業創出	食文化×女性の創業支援数	2件	2件	4件	1件	9件	累計 12件
		② 氷見産品を加工した製品開発と販売 網拡充	氷見産品を加工した製品開発件数	3件	5件	17件	10件	35件	累計 36件
		③ 地域の強み（一次産業、宿泊業）を 核とした新業態の形成	宿泊施設独自の体験プログラムや献立・ お土産を核としたプラン数	-	-	-	-	-	累計 12件
		④ 地域の困りごとのビジネス化支援	地域の困りごとのビジネス件数	0件	0件	0件	0件	0件	累計 12件
		⑤ IT関連の創業・企業におけるIT利 用の促進	IT関連の事業の増加件数	-	-	-	-	-	各年度 2件
		⑥ 副業者の増加による地場産業の多様 化	副業(小さな創業)の支援数	0件	2件	21件	83件	106件	累計 24件
	2. 氷見市内での 資金循環の維持・ 加速	① 大規模工場・大企業の雇用の維持・ 増加	市内の大規模工場・大企業の雇用者数	973人	926人	892人	985人	各年度 平成27年度超 973人超	
		② 既存商店・会社の事業承継の支援	事業承継実施件数	-	-	-	-	各年度 5件	
		③ コミュニティビジネスの創業支援	コミュニティビジネス創業件数	0件	1件	2件	1件	累計 12件 15件(協力隊)	
		④ 市内異業種の連携	異業種交流事業を経て生じた連携の件数	-	-	-	1件	累計 10件	
		⑤ 地域内消費（地産地消など）の促進	地域内の産品を積極的に買っていると回 答した消費者の割合	20.30%	20.60%	21.70%	25.80%	最終年度 26.3%超	
	3. 子育てと両立 する創業・雇用の 創出	① 育児を行う女性が就業・創業準備時 間を確保するための機会や施設の提 供	市内の事業所内保育所の数	3箇所	3箇所	3箇所	3箇所	各年度 平成27年度超 3箇所超	
		② 職場と子育て支援施設の連携	保育所・こども園の延長保育の実施割合	80%	80%	80%	80%	最終年度 100%	
		③ 柔軟な時間選択による多様な働き方 の増加	フレックスタイム導入企業数	-	-	-	4企業	最終年度 平成27年度超	
		④ 在宅ワーク（テレワーク、クラウド ソーシング等）の普及	テレワーク利用者数	-	-	-	-	最終年度 平成27年度超	

目標に対する現状

75%



氷見市まち・ひと・しごと創生総合戦略 基本目標評価表

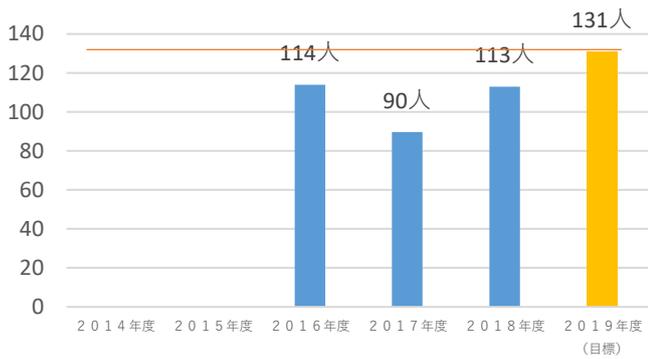
基本目標Ⅱ（新しい人の流れをつくる）

「回遊する人材を定置網のように受け止めるまち氷見」を実現する

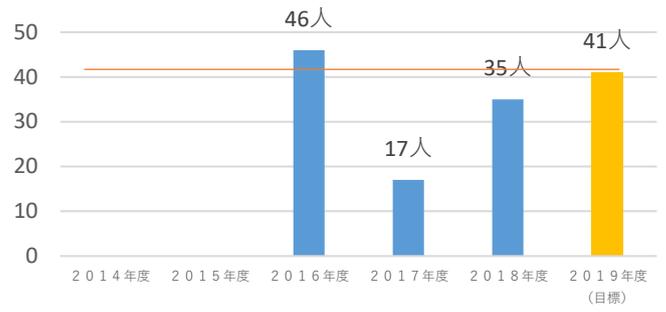
< 15の観点の成果指標 >

15の観点	指標	(参考) 戦略策定前	戦略期間					目標
		2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度 (目標)	
② 20代のUターンを増やす	20代×氷見市出身者の転入数 (補正後)	—	—	114人	90人	113人	131人	
④ 氷見市から他地域に通勤する方の転居を減らす	氷見市出身者のうち、仕事が事由で高岡市に転出する数 (補正後)	—	—	46人	17人	35人	41人	
⑦ 定年後のUターンを増やす	60代×氷見市出身者の転入数 (補正後)	—	—	9人	15人	17人	12人	
⑨ 20～40代のI・Jターン者を増やす	20～40代の氷見市出身以外の転入数 (補正後)	—	—	374人	318人	280人	382人	
⑪ 他地域から氷見市内に通勤する方の転居を増やす	仕事が事由で高岡市から転入する数 (補正後)	—	—	33人	31人	25人	34人	
⑫ 定年後のI・Jターンを増やす	60代×氷見市出身以外の転入数 (補正後)	—	—	12人	13人	5人	12人	
⑮ 未就学児の親子で氷見市に引っ越し方を増やす	0～6歳の子供の転入数	—	—	74人	65人	53人	90人	

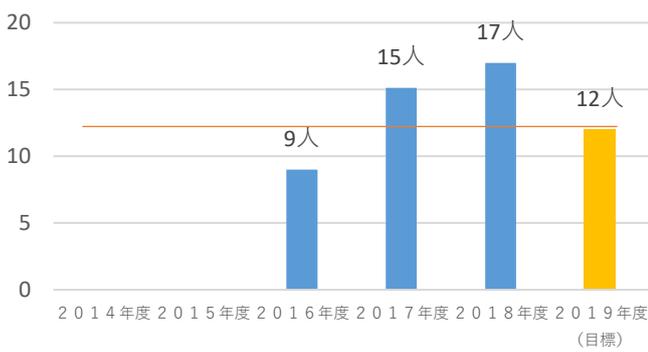
② 20代×氷見市出身者の転入数



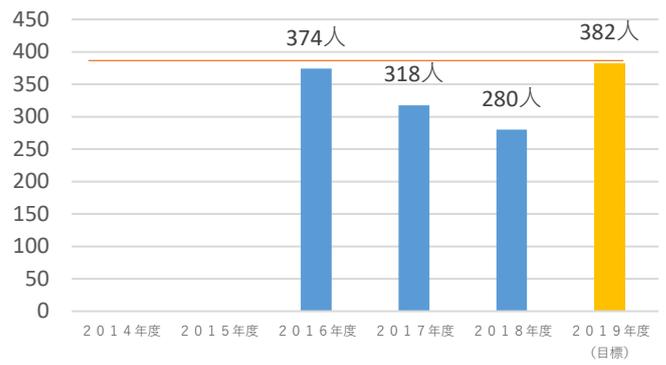
④氷見市出身者のうち、仕事が事由で高岡市に転出する数



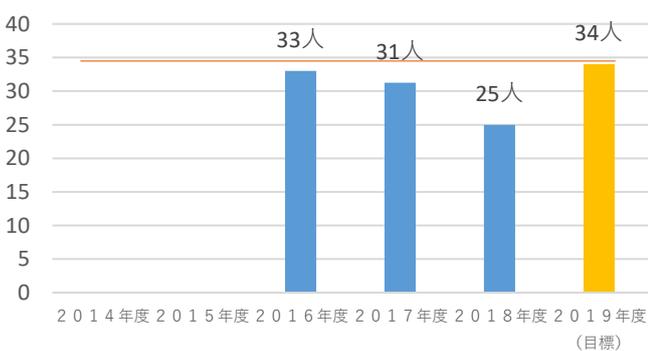
⑦ 60代×氷見市出身者の転入数



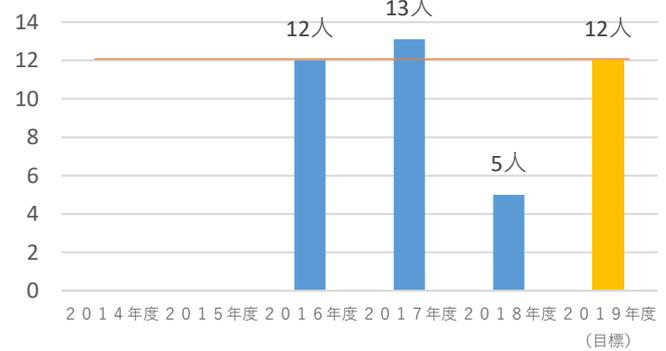
⑨ 20～40代の氷見市出身以外の転入数



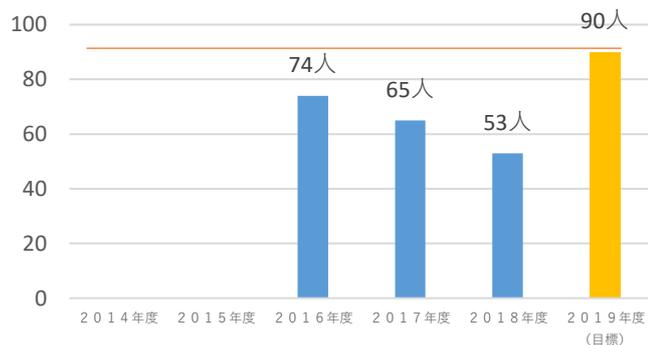
⑪仕事が事由で高岡市から転入する数



⑫ 60代×氷見市出身以外の転入数



⑮ 0 - 6歳の子供の転入数



<現状と課題について>

基本目標Ⅱに関する15の観点の成果指標について、④「氷見市出身者のうち仕事事由で高岡市に転出する数」、⑦「60代×氷見市出身者の転入数」については目標値を超えています。一方、②「20代×氷見市出身者の転入数」、⑨「20代～40代の氷見市出身以外の転入数」、⑩「仕事事由で高岡市から転入する数」、⑫「60代×氷見市出身以外の転入数」、⑮「0～6歳の子供の転入数」については目標値に至っておらず、中でも⑨、⑩、⑮については、数値を把握し始めた平成28年度から減少し続けています。

特に、I・Jターンでの転入者数については、世代を問わず減少の一途を辿っており、都市圏など市外の方々にとって、氷見市は「暮らしやすい」イメージがないように推測されます。

<重点施策について>

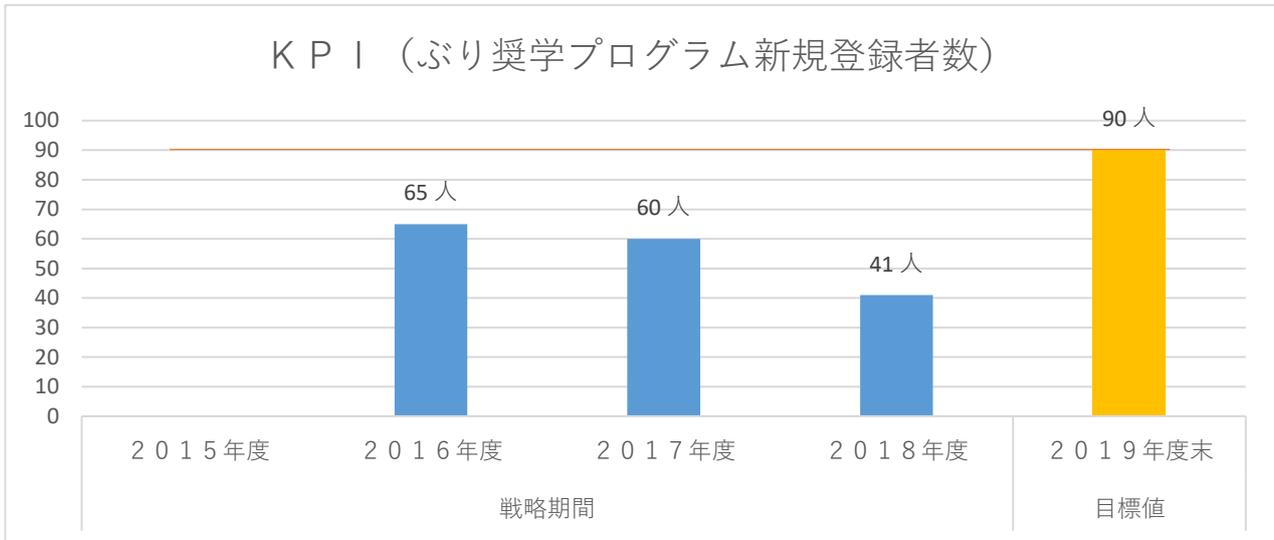
番号	項目	(1) これまでの取り組みと成果	(2) 今後の取り組み
1	ぶり奨学プログラム推進	制度開始から、説明会等制度の周知に努め、ぶり奨学プログラムの登録者数は平成30年度末で166名となりました。お盆や年末の帰省時期等にぶり奨学交流会を実施し、平成29年度末、卒業後氷見市に戻ってきた人は7名となっています。	ぶり奨学プログラムが今年度末までの限定事業であるため、制度継続を含めた事業検証を実施します。その中で、わかりやすい制度・手続きとなるよう検討します。
2	移住定住促進事業推進 (移住者センター)	移住定住を誘発する情報発信として、3つのアプローチ（WEBサイト、Facebook、Instagram）から氷見の魅力を発信するとともに、東京でのコミュニティ形成を図るイベント「Little HIMI」を開催し、きっかけづくりを行いました。 移住定住を促す「なりわい」づくり支援として、市内の「しごと」情報ページを新設しました。また、商工観光課で空き家店舗ツアーを実施したり、起業や副業づくりの方法を学ぶイベント「小さな仕事づくり塾」を開催しました。 その結果、氷見市IJU応援センターを通して氷見市移住した人数は25人となりました。	「仕事」をきっかけとする移住者と「環境」を重視する移住者の割合が半々であることから、継続して氷見市の暮らしや移住コミュニティの様子を効果的に発信することで「環境」に惹かれ移住者の増加につながるような取り組みを実施します。 移住定住連絡会議を開催し、氷見市へ移住を考えている方の不安解消、問題解決を図ります。また、移住定住を誘発する氷見市の魅力を積極的に発信するとともに、夏と冬に「ふるさとワーキングホリデー」を開催し、氷見市に関わる人の増加を目指します。
3	移住定住促進事業推進 (空き家バンク)	積極的に空き家の所有者とコンタクトをとり、空き家バンクのシステムを紹介することで空き家バンクへの登録の促進を図りました。また、宅建協会高岡支部と協力して、「空き家診断調査」を行い、空き家の状態の確認を行いました。 その結果、平成30年度の空き家バンクへの新規登録数は38棟と大幅な増加につながりました。	空き家の所有者へは、空き家をリフォームした活用事例パンフレットなどを送り、空き家バンク登録を勧める取り組みを継続します。 空き家流通へ向けた支援としては、宅建協会高岡支部とタイアップし、空き家バンクへの登録希望者の空き家を診断します。 その結果、直ちに流通させることの難しい空き家については、空き家カルテを作成し、現状の問題点と解決策を整理し、有効活用可能な空き家については、移住希望者と所有者とのマッチングを図ります。

重点施策のK P I

基本目標Ⅱ（新しいひとの流れをつくる）

1 到達目標（Uターンのきっかけ）

1 重点施策（ぶり奨学プログラム推進）

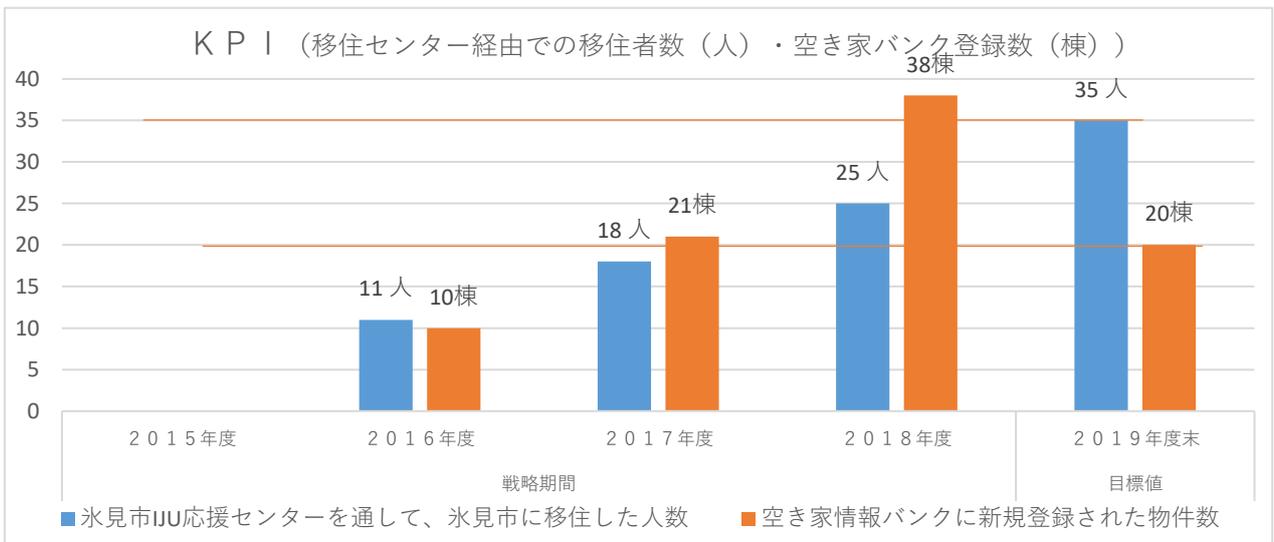


K P Iの定義

ぶり奨学プログラムに新たに登録した人数

2 到達目標（IJターンの一貫支援）

2 重点施策（移住定住促進事業推進）



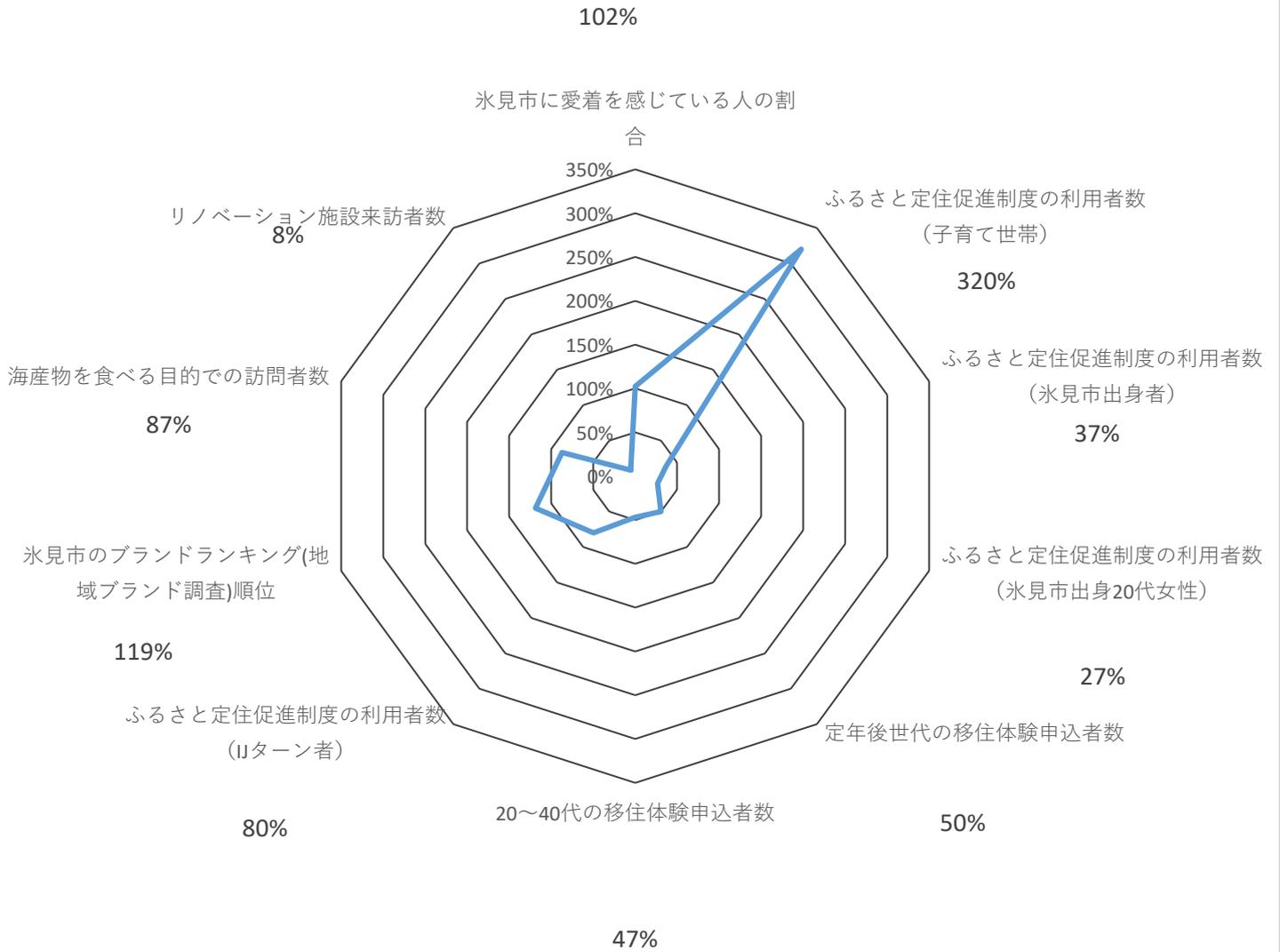
K P Iの定義

氷見市IJU応援センターを通して、氷見市に移住した人数

空き家情報バンクに新規登録された物件数

基本目標	到達目標	施策（達成目標）	KPI・指標	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	累計	平成31年度目標
基本目標Ⅱ (新しいひとの流れをつくる)	1. 様々な世代の氷見出身者の還流（ふるさと氷見での人材の定着）	① 氷見市の郷土愛育成	氷見市に愛着を感じている人の割合	42.20%	35.00%	41.60%	43.20%		各年度 平成27年度超 42.20%
		② 親子での氷見への転入促進・転出防止の支援	ふるさと定住促進制度の利用者数（子育て世帯）	-	39人	87人	64人		各年度 20人
		③ 氷見出身者の就学・活躍とUターンの支援（20代など）	ふるさと定住促進制度の利用者数（氷見市出身者）	-	23人	42人	24人		各年度 65人
		④ 若い女性のUターンの支援	ふるさと定住促進制度の利用者数（氷見市出身20代女性）	-	13人	13人	8人		各年度 30人
		⑤ 定年後のUターンの支援	定年後世代の移住体験申込者数	-	4人	8人	10人		各年度 20人
	2. 「里海での生活と里山での生活が同時にかなうまち氷見」への移住・定住の実現	① 20～40代の転入者が氷見に来やすく、なじみやすい体制の整備	20～40代の移住体験申込者数	-	62人	74人	47人		各年度 100人
		② 氷見に住居を構え他地域に通勤する移住者への支援	ふるさと定住促進制度の利用者数（Iターン者）	-	15人	36人	16人		各年度 20人
		③ 大都市居住者に氷見での生活の価値を伝える活動推進	氷見市のブランドランキング(地域ブランド調査)順位	210位	195位	264位	177位		最終年度 平成27年度超 210位
		④ クリエイティブ人材の移住・定住の支援	ふるさと定住促進制度の利用者数（クリエイティブ人材）	-	-	-	-		各年度 5人
		⑤ 「里海での生活と里山での生活が同時にかなうまち氷見」への移住・定住の実現	氷見版CCRC受入者数	-	-	-	-		各年度 5人
	3. 氷見ならではの魅力・強みを生かした交流の実現	① 日本の魚食文化を牽引する施策の展開	海産物を食べる目的での訪問者数	232,616人	221,700人	214,200人	202,200人		最終年度 平成27年度超 232,616人
		② 未来を共創できるまちづくりの推進	リノベーション施設来訪者数	2502人	819人	183人	212人		最終年度 平成27年度超 2502人
		③ スポーツ・文化等による人口交流増加	基幹スポーツ施設利用者数	378,602人	364,904人	363,698人	359,064人		未定

目標に対する現状



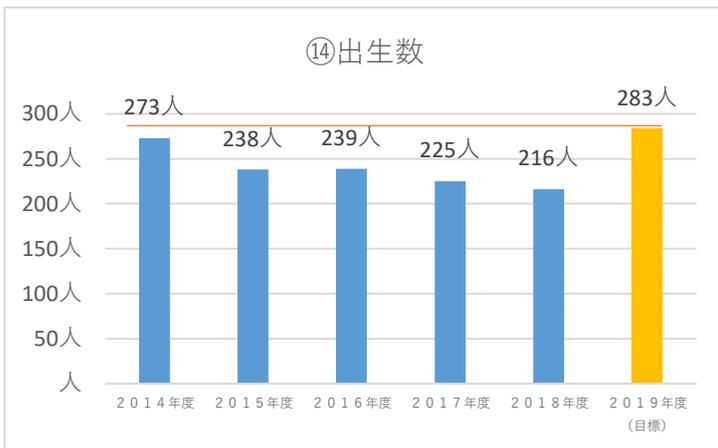
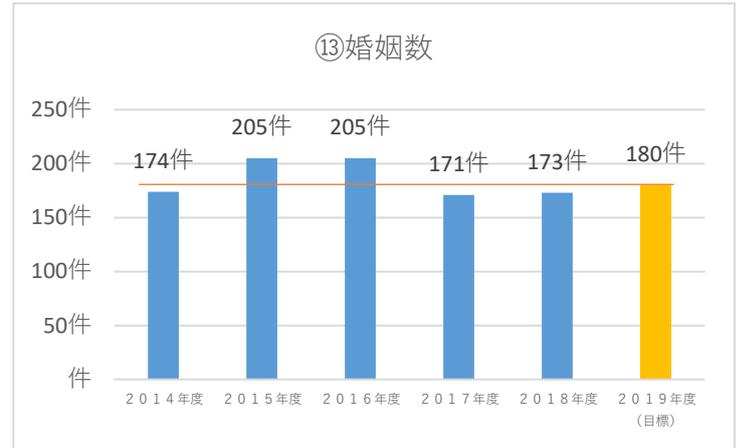
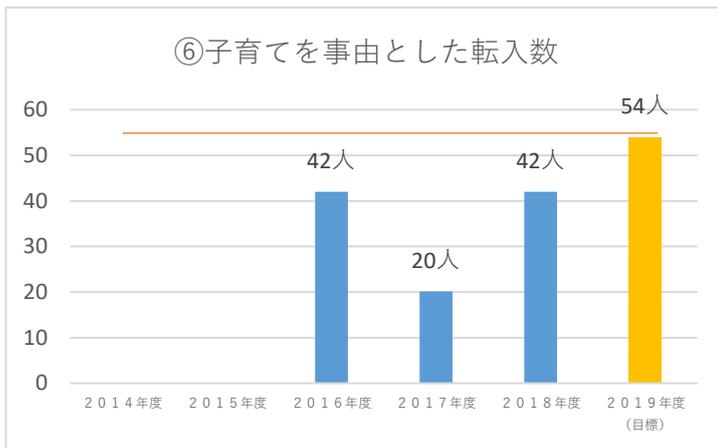
氷見市まち・ひと・しごと創生総合戦略 基本目標評価表

基本目標Ⅲ（結婚・出産・子育ての希望をかなえる）

氷見での結婚・出産・子育てを楽しみ、子どもの笑顔で満ちあふれた家庭を増やす

< 15の観点の成果指標 >

15の観点	指標	(参考) 戦略策定前	戦略期間					目標
		2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度 (目標)	
⑥子育ての魅力で氷見市に引っ越し方を増やす	子育てを事由とした転入数（補正後）	—	—	42人	20人	42人	54人	
⑬婚姻数を増やす	婚姻数 （4月～3月）	174件	205件	205件	171件	173件	180件	
⑭出生数を増やす	出生数 （4月～3月）	273人	238人	239人	225人	216人	283人	



<現状と課題について>

基本目標Ⅲに関する15の観点の成果指標について、⑥「子育ての魅力で氷見市に引っ越す方を増やす」については、2017年度と比較すると増加したものの目標値には至っていません。⑬「婚姻数を増やす」については、2016年度までは目標値を超えていたが、2017以降は戦略策定時の数値まで減少し、目標値には至っていません。⑭「出生数を増やす」については、年々減少し続けています。

子育て世代包括支援センターが開設され、妊娠・出産・子育て期を通した切れ目のない支援体制づくりの強化がなされたことが、出産前後の相談件数の増加につながっていると推測されます。これに加え、経済的支援の充実や、子育て環境の整備を図ることで、出産・子育ての希望をかなえられる体制を構築する必要があります。

婚姻数については、2018年度は目標にまで至らなかったものの、ひみ婚や縁結びおせっかいさんの取り組みにより婚姻にたどり着くカップルも現れ始めていることから一定の成果が得られていると考えられ、より一層事業の効果を高める方策を検討する必要があります。

教育の質については、家庭での基礎学力の定着を図るため、家庭・地域との連携を進めていくことが課題となっています。

<重点施策について>

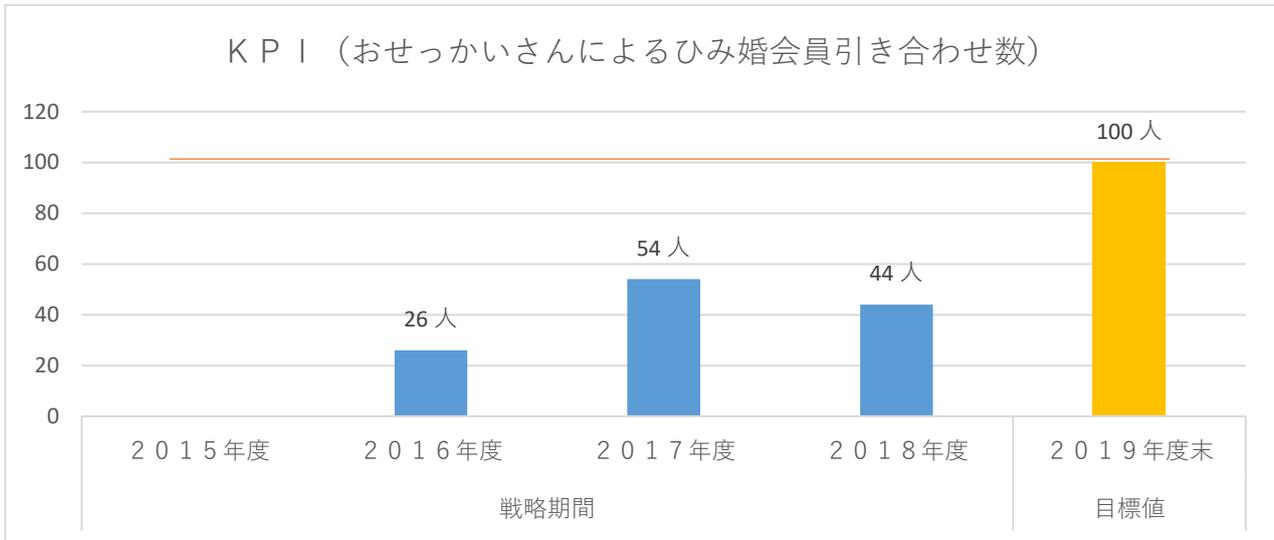
番号	項目	(1) これまでの取り組みと成果	(2) 今後の取り組み
1	結婚の希望をかなえる	ひみ婚会員を対象とした縁結びおせっかいさんによる引き合わせについて、登録外の方にも幅広く対応して可能な限り多くの方に出会いの機会を提供できるよう取り組んでいます。婚活イベントや縁結びおせっかいさんによる熱心な周知活動によりひみ婚会員登録者数の増加につながっています。また、これらの取り組みにより、成婚までたどり着くカップルも現れ始めました。	市外の女性のひみ婚会員への登録者を増やし、ひみ婚会員の引き合わせ件数の増加に努めます。また、婚活に必要なスキル等を習得するためのセミナーの開催や、縁結びおせっかいさんによる第一印象やコミュニケーション方法についての個別指導などを通し、マッチング率向上を図っていきます。
2	(出産) 切れ目のない支援	子育て世代包括支援センターを開設することで、妊婦・出産・子育て期を通した切れ目のない支援体制の強化を図りました。また、産婦健診や産後ケア・産前産後サポート事業により、支援が必要な妊産婦等へのサポートを手厚くすることにより、出産前後の相談件数の増加につながっています。	子育て世代包括支援センターについて、新リーフレットを作成し、関係機関や教室等で周知することで、気軽に相談できるワンストップ窓口として定着させていきます。また、関係課、関係機関との情報共有や役割分担などの連携の在り方について検討していきます。
3	子育ての質向上	「出生祝い事業」や「第2子以降の保育料の無償化」などの子育てや出産につながる経済的な支援を充実することにより、出生者数の減少が緩やかになったほか、第2子の出生割合に増加傾向がみられました。	多様な保育ニーズに対応するため、保育の質の確保や保育士不足の解消など子育て支援の充実を図っていきます。また、親子で遊べる場の創出など、子育てがしやすい環境の整備にも取り組んでいきます。
4	教育の質向上	冷房や電子黒板、タブレットパソコンの整備やICT機器を使用した教育方法を用いるなど、教育環境の充実を進めました。県の平均点との差が縮まり、無回答率が県平均より低いなど、粘り強く問題に取り組む傾向もみられました。	家庭での学習や読書に費やす時間が短いため基礎基本の定着にまで、至っていません。そのため、確かな学力を育てるためには家庭との連携を取りながら、学校・家庭・地域の教育力を向上させる取り組みを進めます。

重点施策のK P I

基本目標Ⅲ（結婚・出産・子育ての希望をかなえる）

1 到達目標（結婚のきっかけ）

1 重点施策（結婚の希望をかなえる）

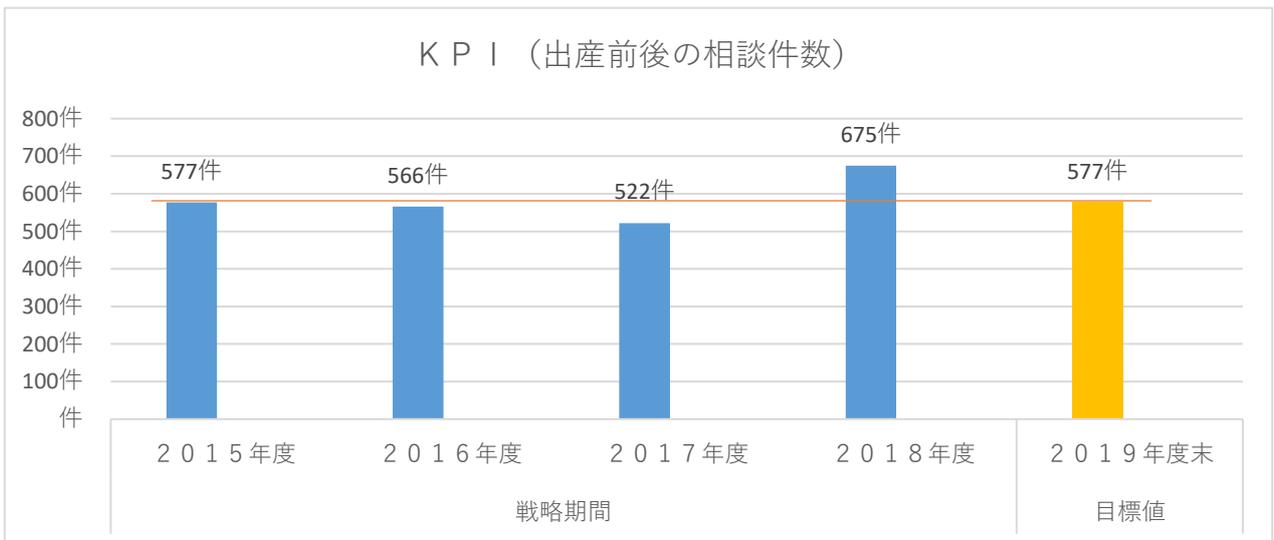


K P Iの定義

おせっかいさんによるひみ婚会員引き合わせ数

2 到達目標（出産）

2 重点施策（切れ目ない支援）

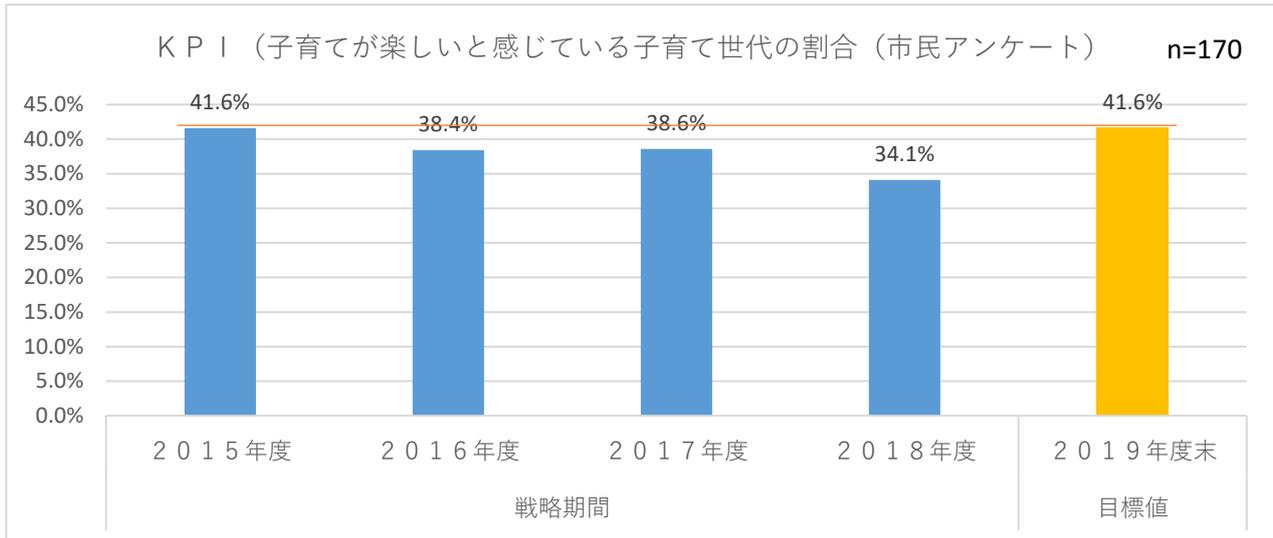


K P Iの定義

出産前後の相談件数

3 到達目標（子育て）

3 重点施策（子育てが楽しいと感じている子育て世代の割合（市民アンケート））

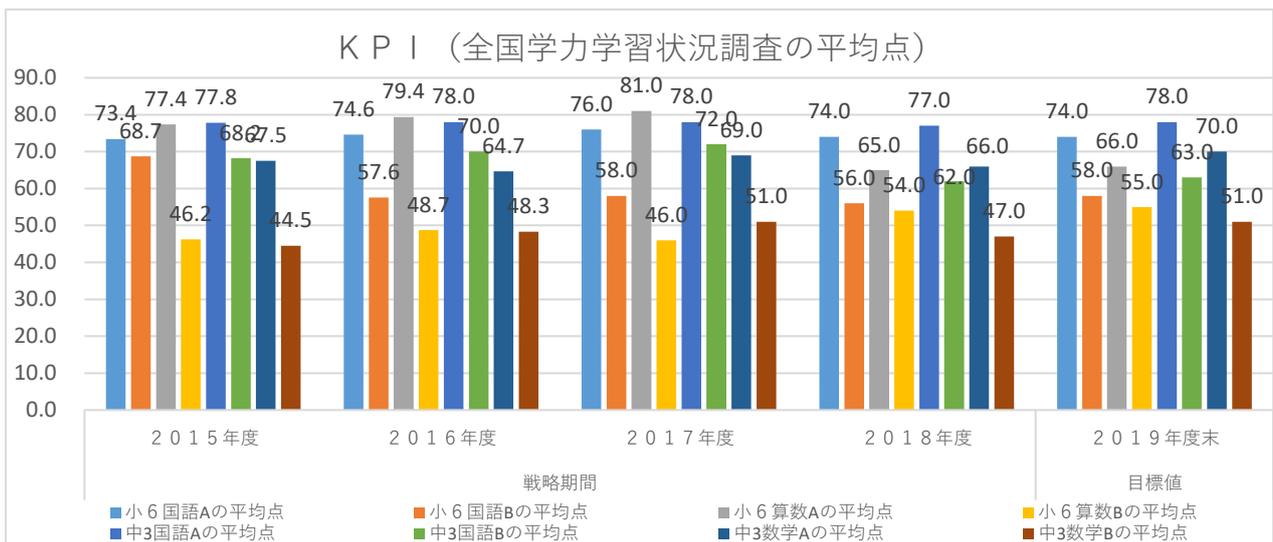


K P I の定義

市民アンケート調査の結果、「子育てが楽しいと思いますか」という設問に対し、当てはまると回答した人の割合

4 到達目標（教育）

4 重点施策（教育の質的向上）

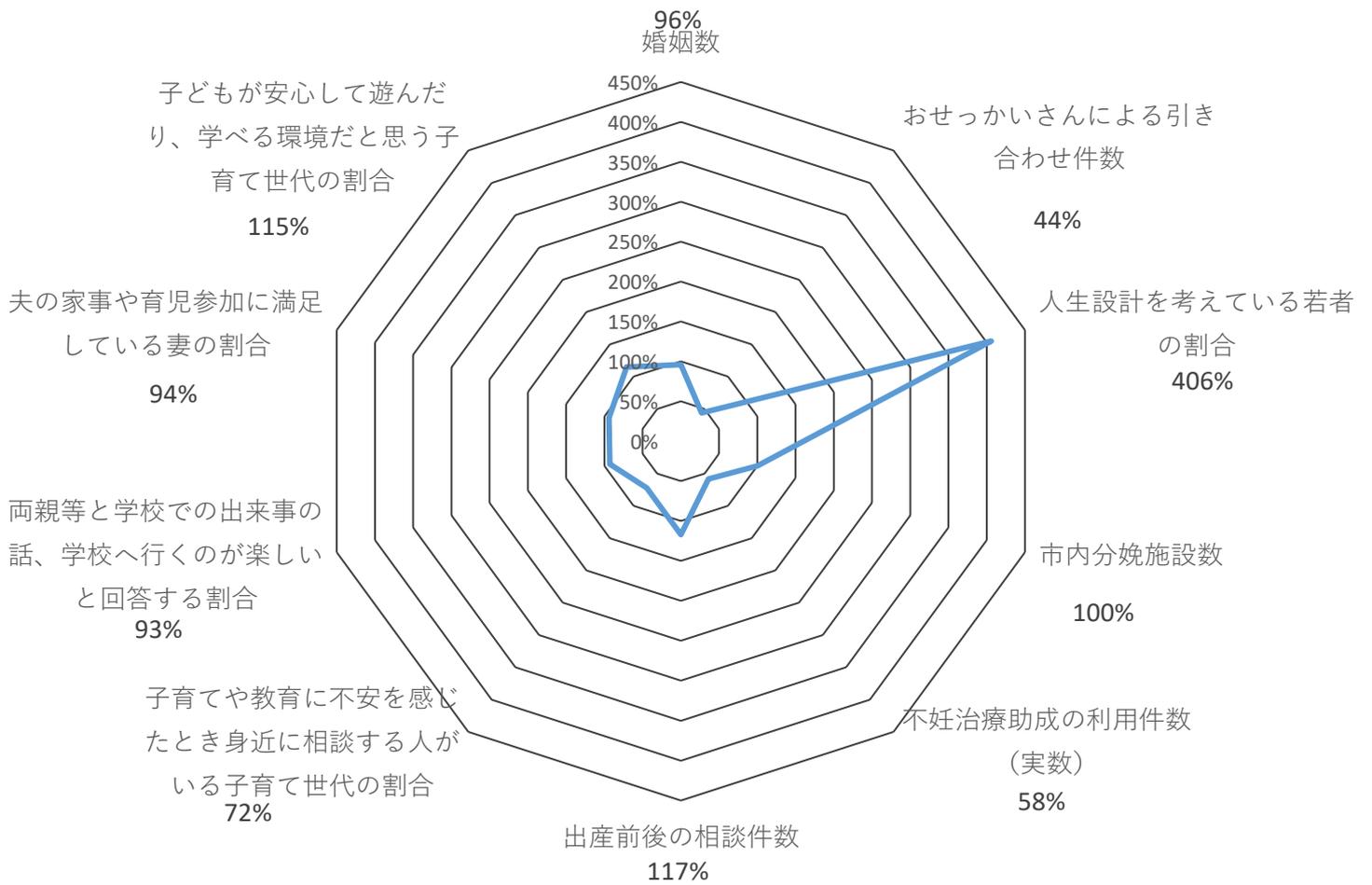


K P I の定義

全国学力学習状況調査の平均点

基本目標	到達目標	施策（達成目標）	KPI・指標	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	累計	平成31年度目標
基本目標Ⅲ (結婚・出産・子育ての希望をかなえる)	1. 若者が早期に結婚し、子どもを中心として家族が幸せを実感できる生活の実現	① 出逢いの場の創出による20代における婚姻数の増加	婚姻数	205件	205件	171件	173件	/	各年度 180件
		② 地域の応援・支援による未婚率の低減	おせっかいさんによる引き合わせ件数	0件	26件	54件	44件		各年度 100件
		③ 人生設計を考える機会の増加	人生設計を考えている若者の割合	8.40%	11.70%	9.50%	34.10%		各年度 平成27年度超 8.4%超
	2. 妊娠・出産に関わる負担の軽減	① 安心して出産できる環境の整備	市内分娩施設数	1箇所	1箇所	1箇所	1箇所	/	1箇所
		② 家族が望む出産につながる不妊治療等に対する経済的・精神的負担の軽減	不妊治療助成の利用件数(実数)	35件	47件	44件	31件		各年度 平成27年度超 53件
		③ 妊娠・出産・子育ての切れ目無い支援の推進	出産前後の相談件数	577件	566件	522件	675件		各年度 平成27年度超 577件
	3. 仕事と家庭の両立しながら、子育てを楽しみと感ぜられる社会の実現	① 子育てや教育に関わる経済的・精神的負担の軽減	子育てや教育に不安を感じたとき身近に相談する人がいる子育て世代の割合	48.30%	42.50%	42.00%	34.90%	/	各年度 平成27年度超 48.30%
		② 子どもの生きる力を育成する魅力のある保育・教育の充実	両親等と学校での出来事の話、学校へ行くのが楽しいと回答する割合	81.90%	83.50%	85.90%	調査なし		各年度 85.00%
		② 子どもの生きる力を育成する魅力のある保育・教育の充実	両親等と学校での出来事の話、学校へ行くのが楽しいと回答する割合	80.10%	80.30%	79.90%	78.90%		各年度 85.00%
		③ 子育てと両立するワークライフバランス推進	夫の家事や育児参加に満足している妻の割合	16.80%	16.70%	24.50%	15.80%		各年度 平成27年度超 16.80%
	④ 子どもが安心して遊び・学ぶことができる環境の整備	子どもが安心して遊んだり、学べる環境だと思いう育て世代の割合	14.20%	12.30%	16.40%	16.30%	各年度 平成27年度超 14.20%		

目標に対する現状



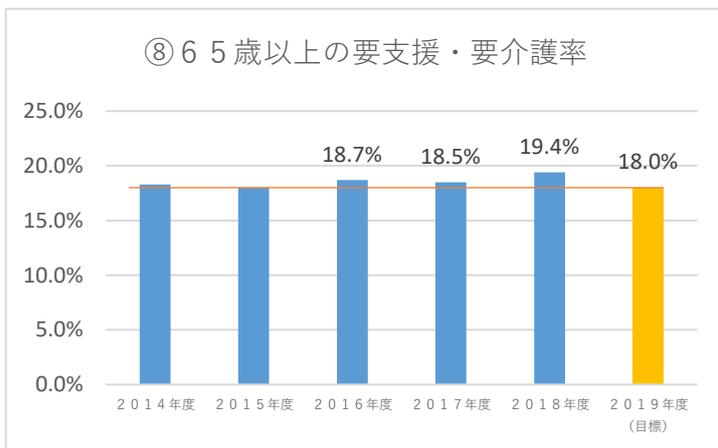
氷見市まち・ひと・しごと創生総合戦略 基本目標評価表

基本目標Ⅳ（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）

暮らし続けられる街を実現し、地域資源を効果的に活用した魅力的な地域社会を実現する。

< 15の観点の成果指標 >

15の観点	指標	(参考) 戦略策定前	戦略期間					目標
		2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度 (目標)	
⑧長生きする&健康寿命を延ばす	65歳以上の要支援・要介護率	18.3%	18.0%	18.7%	18.5%	19.4%	18.0%	



<現状と課題について>

基本目標Ⅳに関する15の観点の成果指標について、⑧「65歳以上の要支援・要介護率」については、目標値をクリアしたのは、2015年度(18.0%)のみで、2016年度以降は、悪化傾向にあります。

このため、高齢化が進行する中において、市民が健やかに暮らすことができるよう健康寿命を延ばす取り組みを地域など多様な参加により推進する必要があります。また、生活習慣病を早期に発見し、早期対策を図る必要があると考えます。

<重点施策について>

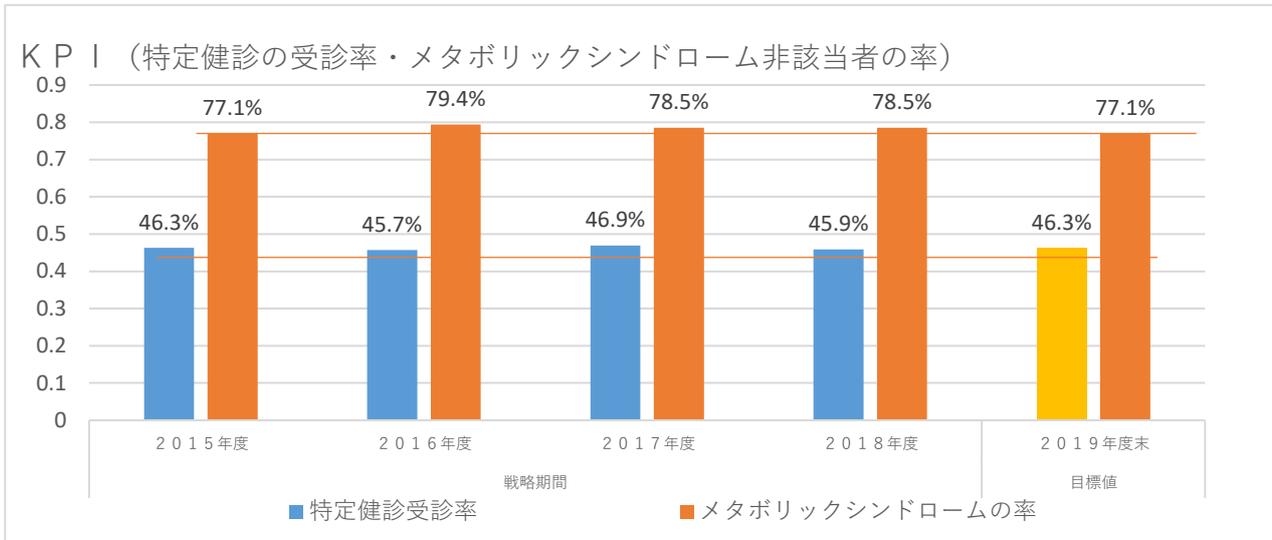
番号	項目	(1) これまでの取り組みと成果	(2) 今後の取り組み
1	病気の早期発見、早期対策	<p>特定健診受診率向上のため、節目健診や未受診者に対して、はがきや電話で受診勧奨を実施したが、受診率は横ばいとなっています。平成30年度においては、健診受診者に氷見きときと健康ポイントを交付しました。</p> <p>また、生活習慣病予防のため、健康教室や氷見市民健康大学祭等を開催し、生活習慣改善に関する啓発活動を実施しました。平成30年度においては、健康づくりを推進する未病対策実行委員会が設立されました。</p>	<p>生活習慣病は自覚症状がないため、健診での早期発見により重症化を防ぐことが重要です。特定健診の対象となる40歳前の若年層に向けて、スマホドック委託事業を実施することで、健康意識の向上を図ります。</p> <p>また、健康に関心があるが、具体的に何をすればいいかわかっていない層(関心期)に向け、取り組みやすい内容をポスターやチラシ等で啓発していきます。</p>
2	地域における安心の提供(地域包括ケア)	<p>市民フォーラムを開催し、市民の在宅医療への理解増進を図りました。</p> <p>「きときと100歳体操」の場を新たに13か所加え(計80箇所)、サポーターを養成しました。また、介護予防教室を充実し、身近な地域で気軽に相談できるように、認知症相談会を実施しました。</p>	<p>市民フォーラムや各種予防教室で、在宅医療への理解増進を図ります。また、引き続き、身近な地域での「通いの場」の創設により、お互いに気にかけて支えあう地域づくりを進めていきます。</p>
3	各種協働策の推進	<p>地域づくり協議会の設立を推進しました。</p> <p>平成30年度末現在</p> <ul style="list-style-type: none"> ・協議会設立：7地区 ・準備会設立：2地区 ・地域づくり計画の策定に向けた取り組み開始：2地区 ・設立に向けた検討を開始：5地区 	<p>地域づくり協議会に関する理解の普及や人材と活動資金を確保する必要があることから、すでに設立した地域づくり協議会の事例や取り組みを紹介することで、理解の普及を図ります。</p>
4	自治機能の代替	<p>おらっちゃん創生支援事業の実施、地域おこし協力隊の支援により、自治会、NPO法人の自発的な活動が展開されました。</p>	<p>コミュニティビジネスに取り組む主体となりうる地域づくり協議会の設立を促進します。コミュニティビジネス創業のノウハウを得ることが必要であるため先進事例からノウハウを得る機会を提供します。</p>

重点施策のK P I

基本目標Ⅳ（安心な暮らしを守る）

1 到達目標（健康寿命延伸）

1 重点施策（病気の早期発見、早期対策）



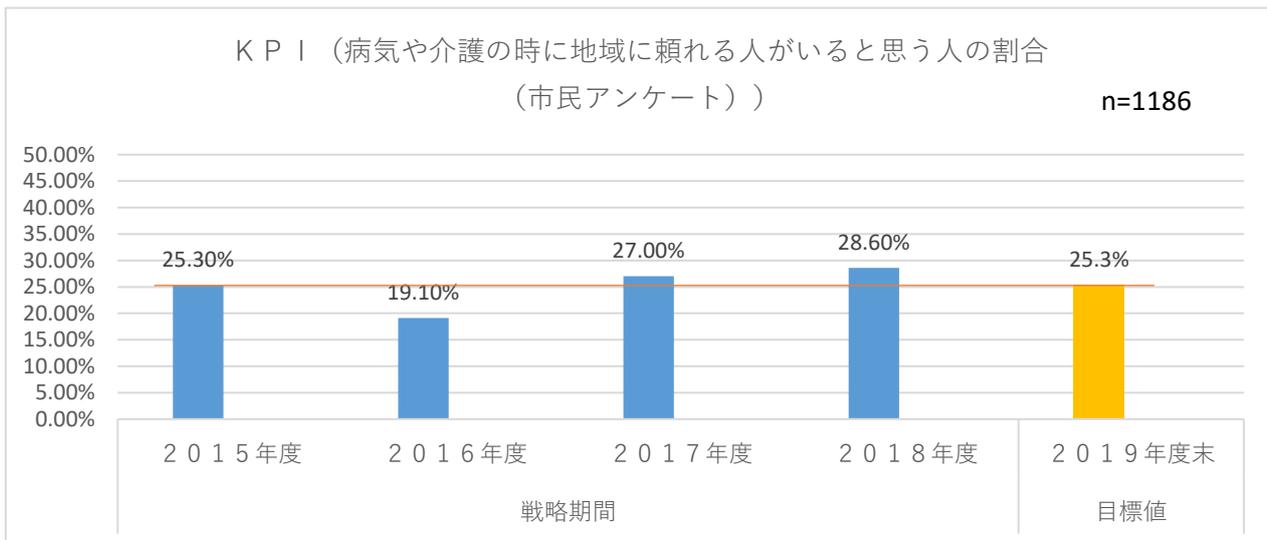
K P Iの定義

特定健診受診率(左)

特定健診の結果メタボリックシンドローム非該当であった人の割合（右）

2 到達目標（地域包括ケア）

2 重点施策（地域における安心の提供）

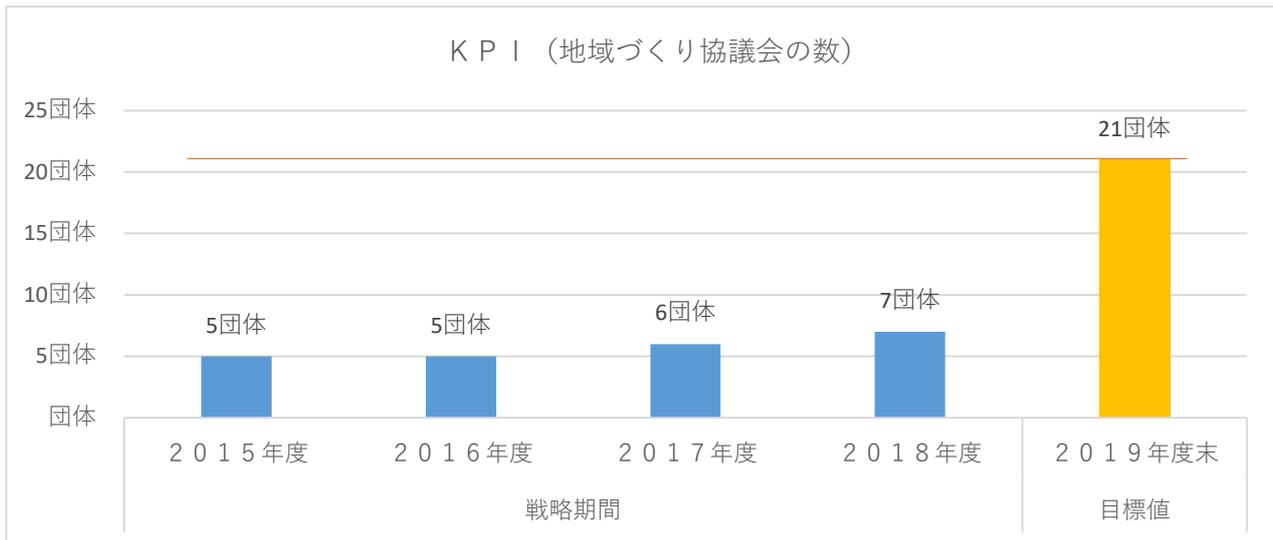


K P Iの定義

市民アンケート調査の結果、「将来、あるいは現在、病気や介護が必要になったときに地域に頼れる人がいますか」という設問に対し、当てはまると回答した人の割合

3 到達目標（協働の推進）

3 重点施策（各種協働策の推進）

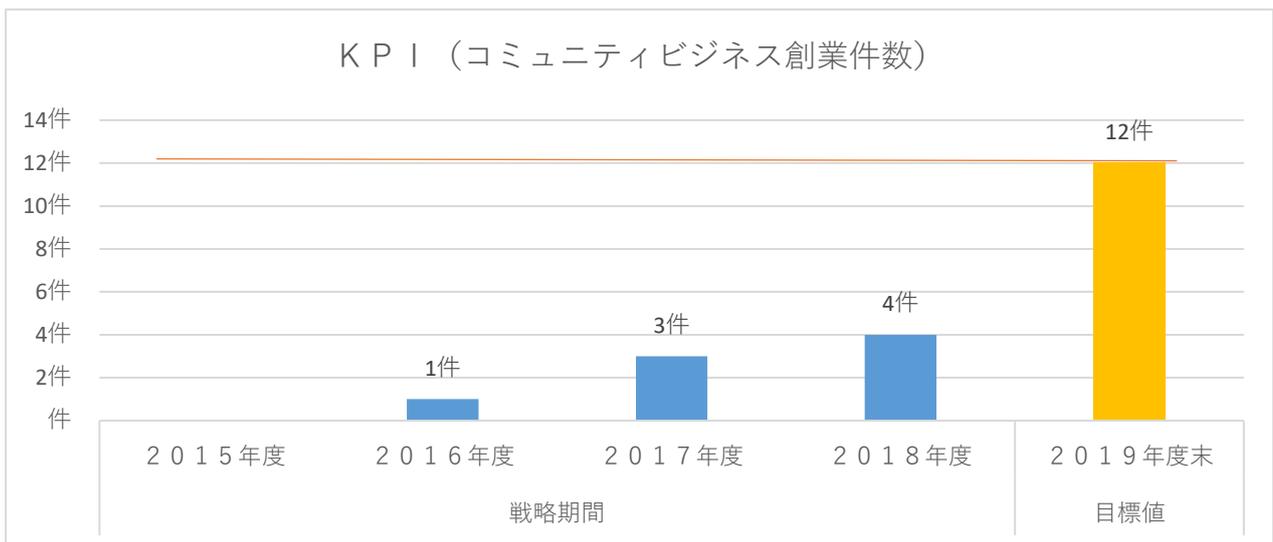


K P Iの定義

市内21地区における地域づくり協議会の数

4 到達目標（地域課題ビジネス化）

4 重点施策（自治機能の代替）



K P Iの定義

コミュニティビジネスの創業支援等補助件数

基本目標	到達目標	施策（達成目標）	KPI・指標	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	累計	平成31年度 目標
基本目標 IV （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）	1. 地域に住み続けるための健康的自立	① 各種検査、検診の充実による早期発見	検査・健診の受診率	46.3%	45.7%	46.9%	45.9%	/	各年度 平成27年度超 46.3%
		② 高齢世代の活動充実と生きがいの創出	生きがいや楽しみがある高齢者の割合	27.7%	26.6%	26.1%	24.2%		各年度 平成27年度超 27.7%
		③ 未病（病気ではないが、健康でもない状態）対策	メタボリックシンドロームに関する検査値が正常な人の割合	77.1%	79.4%	78.5%	78.5%		各年度 平成27年度超 68.0%
	2. おらっ ちや創生（各 地域・各団体 等による各々 の地方創生の 推進）による、 自分ごと・みんな ごと・世の中 ごとの好循環の 確立	① 個々人の夢や希望の支援	ドリームプラン・プレゼンテーション等において夢を叶えられた人の数	8人	7人	-	-	/	-
		② 考え、行動する自治会の支援	おらっちや創生やクリエイト・マイ・タウン事業等の市民提案型事業を実施する自治会等の数	3団体	13団体	12団体	10団体		最終年度 20団体
		③ 各種業界・団体の地方創生支援	おらっちや創生に取り組む団体数	3団体	9団体	7団体	6団体		10団体
	3. 暮らし続けられる地域社会を実現する都市空間設計	① 市の公共施設・空き家の有効活用	空き家バンク登録数	26棟	25棟	25棟	25棟	/	20棟
		② 集落における拠点施設（コミュニティ施設）の整備	地域づくり協議会ごとの拠点整備の支援数	-	-	-	-		地域づくり 協議会 ごとに1箇所
		③ 地域包括ケアシステムの構築	病気や介護が必要になったときに地域に頼れる人がいると思う市民の割合	25.30%	19.10%	27.00%	28.60%		各年度 平成27年度超 25.30%
		④ 地域づくり協議会の構築と支援	地域づくり協議会設置数	5団体	5団体	6団体	7団体		最終年度 21団体 （準備会を言 む）
		⑤ 集落構造に応じた交通手段の開発と支援	市内のどこかへ移動したいときに、適切な公共交通手段が整備されていると思う市民の割合	7.8%	5.0%	5.9%	8.0%		各年度 平成27年度超 7.80%
	4. 未来共創型の自治体経営モデルの構築	① 対話と共創による地域づくり	対話と共創の場に参加している市民の割合	2.80%	1.80%	3.30%	3.00%	/	各年度 平成27年度超 2.8%
		② 数値等の根拠に基づく政策の実施と検証体制の構築	市役所内における数値等の根拠に基づく検証の実施	0回	4回	1回	1回		各年度 12回
		③ 自治体連携の推進（広域連携・テーマ連携など）	他の自治体との連携件数	4件	5件	5件	5件		各年度 平成27年度超 4件
		④ ぶり(回遊・出世)型の地域人材育成	他組織との職員交流数	5人	5人	2人	2人		各年度 平成27年度超 5人
		⑤ 企業・大学等との共有価値の創造(CSV)	企業・大学等との連携プロジェクト実施件数	9件	12件	15件	17件		各年度 平成27年度超 9件

目標に対する現状

