

氷見市まち・ひと・しごと創生総合戦略（2015年度～2019年度）の全体像：5年間で成し遂げたいこと

参考資料

＜基本目標＞

＜到達目標＞

KPI（主な重要業績評価指標）

＜施策（達成目標）＞

事業の実施（※協議会・分科会の検討、様々なトーク、市職員の実感等によって得られた約2000のつばやきをヒントに）

基本目標Ⅰ（安定した雇用を創出する）

氷見市の特色を活かし、時代の流れに対応しながら魅力的な雇用を増やす

- 【めざす成果（15の観点）】
- ①氷見市に高卒新卒者が就きたい仕事を増やす
 - ③氷見市に20代の方が就きたい仕事を増やす
 - 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
 - ⑩20～40代のUターン※1者が就きたい仕事を増やす

1. 氷見市の海・里・山の幸の魅力や、特性を活かしたビジネス化の実施

- ①食文化×女性の創業支援数
- ②氷見産品を加工した製品開発件数
- ③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
- ④地域の困りごとのビジネス化件数
- ⑤IT関連の事業の増加件数
- ⑥副業（小さな創業）の支援数

- ①「食文化×女性の感性」による新産業創出
- ②氷見産品を加工した製品開発と販売網拡充
- ③地域の強み（一次産業、宿泊業）を核とした新業態の形成
- ④地域の困りごとのビジネス化支援
- ⑤IT関連の創業・企業におけるIT利用の促進
- ⑥副業者の増加による地場産業の多様化

2. 氷見市内での資金循環の維持・加速

- ①市内の大規模工場・大企業の雇用者数
- ②事業承継実施件数
- ③コミュニティビジネス創業件数
- ④異業種交流事業を経て生じた連携の件数
- ⑤地域内の産品を積極的に買っていると回答した消費者

- ①大規模工場・大企業の雇用の維持・増加
- ②既存商店・会社の事業承継の支援
- ③コミュニティビジネス※4の創業支援
- ④市内異業種の連携
- ⑤地域内消費（地産地消など）の促進

3. 子育てと両立する創業・雇用の創出

- ①女性の就業・創業支援数
- ②保育所・こども園の延長保育の充実、全小学校区での学童保育の開設
- ③フレックスタイム導入企業数
- ④テレワーク（クラウドソーシング等）利用者数

- 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
- ②職場と子育て支援施設の連携
- ③柔軟な時間選択による多様な働き方の増加
- ④在宅ワーク（テレワーク※2、クラウドソーシング※3等）の普及

基本目標Ⅱ（新しいひとの流れをつくる）

「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

- ②20代のUターンを増やす
- ④氷見市から他地域に通勤する方の転居を減らす
- ⑦定年後のUターンを増やす
- ⑨20～40代のUターンを増やす
- ⑪他地域から氷見市内に通勤する方の転居を増やす
- ⑫定年後のUターンを増やす
- ⑮未就学児の親子で氷見市に引っ越す方を増やす

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氷見市に愛着を感じている人の割合
- ②子育て世帯に対する住居選択支援制度の利用者数
- ③氷見出身者を対象とする移住支援制度利用者数
- ④氷見出身20代女性を対象とする移住支援制度利用者数
- ⑤定年後世代の移住体験申込者数

- ①氷見市の郷土愛育成
- ②親子での氷見への転入促進・転出防止の支援
- ③氷見出身者の就学・活躍とUターンの支援（20代など）
- ④若い女性のUターンの支援
- ⑤定年後のUターンの支援

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

- ①20～40代の移住体験申込者数
- ②市内居住促進制度利用者数
- ③氷見市のブランドランキング(地域ブランド調査)順位
- ④クリエイティブ人材に対する移住支援制度利用者数
- ⑤氷見版CCRC受入者数

- ①20～40代の転入者が氷見に来やすく、なじみやすい体制の整備
- ②氷見に住居を構え他地域に通勤する移住者への支援
- 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
- ④クリエイティブ人材※5の移住・定住の支援
- ⑤氷見版CCRC※6の推進

3. 氷見ならではの魅力・強みを生かした交流の実現

- ①海産物を食べる目的での訪問者数
- ②リノベーション施設来訪者数（市庁舎、魚々座等）

- ①日本の魚食文化を牽引する施策の展開
- ②未来を共創※8できるまちづくりの推進
- ③スポーツ・文化等による人口交流増加

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

- ⑥子育ての魅力で氷見市に引っ越す方を増やす
- ⑬婚姻数を増やす
- ⑭出生数を増やす

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

- ①20代男女の婚姻率
- ②男女の未婚率
- ③人生設計を考える講座の参加者数

- ①出逢いの場の創出による20代における婚姻率の向上
- ②地域の応援・支援による未婚率の低減
- ③人生設計を考える機会の増加

2. 妊娠・出産に関わる負担の軽減

- ①市内分娩施設の確保
- ②不妊治療助成の利用件数、不妊治療についての相談件数
- ③出産前後の相談件数

- ①安心して出産できる環境の整備
- 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
- ③妊娠・出産・子育ての切れ目無い支援の推進

3. 仕事と家庭の両立をしながら、子育てを楽しみと感じられる社会の実現

- ①希望する子どもの数をかなえられた人の割合
- ②全国学力・学習状況調査、児童生徒質問紙調査、学校教育に対するアンケート（保護者）の評価結果
- ③男性の家事時間
- ④「子どもが安心して遊べる・学べる環境」の実現度

- ①子育てや教育に関わる経済的・精神的負担の軽減
- 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
- ③子育てと両立するワークライフバランス（仕事と私生活の調和）推進
- ④子どもが安心して遊び・学ぶことができる環境の整備

基本目標Ⅳ（時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する）

暮らし続けられるまちを実現し、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

- ⑧長生きをする&健康寿命を伸ばす
- ★氷見市の地方創生を実現する基盤を構築する

1. 地域に住み続けるための健康的自立（健康寿命※7の延伸）

- ①検査・検診の受診率
- ②市民アンケートで高齢者の社会参加率の回答
- ③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

- ①各種検査、検診の充実による早期発見
- ②高齢世代の活動充実と生きがいの創出
- ③未病（病気ではないが、健康でもない状態）対策

2. おらっちゃ創生（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ドリームプラン・プレゼンテーション等による創業件数
- ②おらっちゃ創生やクリエイイト・マイ・タウン事業などの市民提案型事業を実施する自治会等の数
- ③おらっちゃ創生に取り組む団体数

- ①個々人の夢や希望の支援
- ②考え、行動する自治会の支援
- ③各種業界・団体の地方創生支援

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空き家バンク登録数
- ②在宅医療・在宅介護利用者数
- ③地域づくり協議会設置数

- ①市の公共施設・空き家の有効活用
- ②集落における拠点施設（コミュニティ施設）の整備
- ③地域包括ケアシステム※9の構築
- ④地域づくり協議会の構築と支援
- ⑤集落構造に応じた交通手段の開発と支援

4. 未来共創※8型の自治体経営モデルの構築

- ①対話と共創※8の場の参加者数
- ②市の計画や予算におけるKPI設定件数
- ③他の自治体との連携件数
- ④他組織との職員交流数(民間による実施や長期研修も含む)
- ⑤企業・大学等との連携プロジェクト実施件数

- ①対話と共創※8による地域づくり
- ②数値等の根拠に基づく政策の実施と検証体制の構築
- ③自治体連携の推進（広域連携・テーマ連携など）
- ④ぶり(回遊・出せ)型の地域人材育成
- ⑤企業・大学等との共有価値の創造(CSV※10)

※1：Uターンとは、氷見市以外の出身者が氷見市へ来る人口移動であり、Jターンとは、氷見市付近の市町村出身者が一旦東京等へ出ていった後に氷見市へ来る人口移動

※2：情報通信技術を活用した場所や時間にとらわれない柔軟な働き方

※3：インターネット等を利用した業務発注等を行う手法

※4：地域資源を活かしながら地域課題の解決をビジネスの手法で取り組むこと

※5：専門分野において、高い感性と創造性に裏付けされた技能を発揮できる人材

※6：Continuing Care Retirement Community。他地域の高齢者が、自らの希望で氷見市に移り住み、健康でアクティブな生活を送るとともに、医療介護が必要な時には継続的なケアを受けることができるような地域づくり

※7：日常的に介護等を必要としないで、自立した生活ができる生存期間

※8：市役所・住民・団体・企業などが協働して共に価値を創造すること

※9：重度な要介護状態となっても住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生を続けられるよう、住まい・医療・介護・予防・生活支援が一体的に提供されるシステム

※10：Creating Shared Value（共有価値の創造）。社会的な価値と企業にとっての価値を両立させて、企業の事業活動を通じて社会的な課題を解決していくこと