

東御市まち・ひと・しごと創生

第 2 期 総 合 戦 略

令和 2 年 3 月

(令和 5 年 1 月改定)

東 御 市

目次

I 基本的な考え方

1 策定の趣旨	1
2 計画期間	1
3 総合戦略の位置づけ	1
4 戦略のコンセプト	2
5 戦略とSDGsの達成に向けた位置づけ	2

II 基本目標

1 基本目標	4
2 施策体系	7

III 施策展開

1 基本目標Ⅰ 「とうみ」において安定した雇用を創出する	8
2 基本目標Ⅱ 「とうみ」への新しいひとの流れをつくる	12
3 基本目標Ⅲ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる	16
4 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の連携を図る	19

IV 進行管理

1 重要業績評価指標（KPI）の設定とPDCAサイクル	23
2 総合戦略庁内プロジェクトチーム	24
3 まちづくり審議会による検証	24

参考資料

東御市まち・ひと・しごと創生第2期総合戦略目標値及び重要業績評価指標（KPI）設定の考え方	25
---	----

I 基本的な考え方

1 策定の趣旨

これまで市では、東京圏への人口一極集中などに起因する人口減少を克服し、将来にわたって活力ある地域社会の実現を目指す、まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）の趣旨を踏まえて、平成 27 年 8 月に「東御市人口ビジョン」、「東御市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、計画的に施策の展開を図ってきました。

この間、地域の「しごと」が「ひと」を呼び、「まち」が活性化することを基本戦略に、地域特性や地域資源の魅力を活かし、本地域ならではの付加価値を生み出すとともに、地域力の維持・強化に向けた移住・交流の推進、子育て環境の充実に取り組んできていますが、若年層人口の転出超過傾向に歯止めはかからず、本市における人口減少と少子高齢化は依然として深刻な状況にあります。

このため、第 1 期「総合戦略」の最終年にあたる本年は、これまで 5 か年の地方創生の取り組みの成果や課題を分析したうえ、国の動向に合わせ、この間に発現した情報通信技術の急速な進展や持続可能な開発目標（SDG s）^{注1}の理念の実現など新たな社会的変化も捉えた中で、将来にわたって持続可能な美しいふるさと「東御」の創造を目指し、令和 2 年度を初年度する「第 2 期東御市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定します。

2 計画期間

総合戦略の計画期間は、令和 2 年度（2020 年）から令和 6 年度（2024 年）までとします。

3 総合戦略の位置づけ

（1）国及び長野県の総合戦略及び東御市人口ビジョンとの整合

まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）に基づき、国が定める総合戦略及び長野県総合戦略を勘案するとともに、「東御市人口ビジョン（改訂版）」が描く将来展望の実現に向け、人口減少問題の克服と、持続可能な地域づくりに向けた施策の方向性を位置付ける計画とします。

注 1）持続可能な開発目標（SDG s）：2015 年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」に記載された 2016 年から 2030 年までの国際目標のこと。

(2) 第2次東御市総合計画・後期基本計画との整合

総合戦略は、市の最上位の計画である「第2次東御市総合計画・後期基本計画」に掲げる6つの基本目標のうち、人口減少の克服と持続可能な地域づくりに資する施策を戦略化し、重点的に推進する計画として策定します。

4 戦略のコンセプト

東御市が将来にわたって持続可能な美しいふるさと「東御」を創造するには、地域事業者の生産性向上と競争力の強化を図るとともに、魅力的な雇用機会の創出を戦略的に展開し、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込むことで、「まち」全体の好循環につなげ、地域経済の底上げを図ることが重要です。

また、急速に進化し続ける情報通信社会の中において、子どもたちへのICT教育を通じ、これからの社会に必要なイノベーション能力や情報活用能力を高めていくことにより、将来的に地域産業の担い手となるデジタル人財を育成することも重要です。加えて、新型コロナウイルス感染症のまん延に伴い、『オンライン』や『リモート』といった先進技術による、新たな生活様式や働き方が確立されることにも着目していく必要があります。

このため、第2期総合戦略においては、「しごと」の創出・拡大、「ひと」づくりを重点的に取り組むものとし、以下をコンセプトとします。

『働くところよし！ 人財よし！ とうみよし！』

5 戦略とSDGsの達成に向けた位置づけ

本戦略に掲げる施策（基本目標ごと）と特に関連するSDGsの目標を下表のとおり紐づけ、本戦略の推進がSDGsの目標達成に資するものとして位置付けます。

基本目標Ⅰ 「とうみ」において安定した雇用を創出する

基本目標Ⅱ 「とうみ」への新しいひとの流れをつくる

基本目標Ⅲ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

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の連携を図る

基本目標				SDGsの目標	
I	II	III	IV		
○				飢餓 	【目標 2】 飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する。 <p>自治体は土地や水資源を含む自然資産を活用して農業や畜産などの食料生産の支援を行うことが可能です。そのためにも適切な土地利用計画が不可欠です。公的・私的な土地で都市農業を含む食料生産活動を推進し、安全な食料確保に貢献することもできます。</p>
		○		保健 	【目標 3】 あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する。 <p>住民の健康維持は自治体の保健福祉行政の根幹です。国民皆保険制度の運営も住民の健康維持に貢献しています。都市環境を良好に保つことが住民の健康状態の維持・改善に必要であるという研究も報告されています。</p>
		○	○	教育 	【目標 4】 すべての人々への包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する。 <p>教育の中でも特に義務教育等の初等教育においては自治体が果たすべき役割は非常に大きいといえます。地域住民の知的レベルを引き上げるためにも、学校教育と社会教育の両面における自治体行政の取組は重要です。</p>
		○		ジェンダー 	【目標 5】 ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化（エンパワーメント）行う。 <p>自治体による女性や子供等の弱者の人権を守る取組は大変重要です。また、自治体行政や社会システムにジェンダー平等を反映させるために、行政職員や審議会委員等における女性の割合を増やすのも重要な取組といえます。</p>
○	○			経済成長と雇用 	【目標 8】 包摂的かつ持続可能な経済成長、及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する。 <p>自治体は経済成長戦略の策定を通して地域経済の活性化や雇用の創出に直接的に関与することができます。また、勤務環境の改善や社会サービスの制度整備を通して労働者の待遇を改善することも可能な立場にあります。</p>
○				インフラ、産業化、イノベーション 	【目標 9】 強靱（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進、及びイノベーションの推進を図る。 <p>自治体は地域のインフラ整備に対して極めて大きな役割を有しています。地域経済の活性化戦略の中に、地元企業の支援などを盛り込むことで新たな産業やイノベーションを創出することにも貢献することができます。</p>
	○		○	持続可能な都市 	【目標 11】 包摂的で安全かつ強靱（レジリエント）で持続可能な都市及び人間居住を実現する。 <p>包摂的で、安全、レジリエントで持続可能なまちづくりを進めることは首長や自治体行政職員にとって究極的な目標であり、存在理由そのものです。都市化が進む世界の中で自治体行政の果たし得る役割は益々大きくなっています。</p>

出典：一般財団法人建築・省エネルギー機構「私たちのまちにとってのSDGs（持続可能な開発目標）－導入のためのガイドライン－」

II 基本目標

1 基本目標

人口ビジョンで明らかにした「人口定着に向けた視点と方向性」に基づき、人口減少問題の克服と、持続可能な地域づくりに向け、次の4つの基本目標を定めます。

基本目標 I

「とうみ」において安定した雇用を創出する

【新たな視点】

- ・ 地域企業の生産性の向上、競争力の強化を支援し、地域発のイノベーションにつなげるため、事業化戦略の立案、技術開発、販路開拓等を支援する機能の充実を図ることが必要です。
- ・ 若者や女性にとって魅力的な電子商取引（EC）ビジネスやIoT^{注2}を活用した新事業を創出していくためには、情報サービス分野で活躍できるデジタル人財の育成を支援していくことが必要です。
- ・ 農産品の強みを活かして地域外市場から稼ぐ力を高める、また地域に魅力的で多様な雇用機会の創出を図っていくといった地域課題を克服するためには、SDGsの理念を共有する民間企業や金融機関などの多様なステークホルダーと連携・協働していくことが必要です。

【目標値】

- ・ 市内就業者数
15,317人（2015年 国勢調査）⇒ 15,000人（2025年）
- ・ 市内20～30歳代の就業率
30.06%（2015年 国勢調査）⇒現状値維持（2025年）
- ・ 製造品出荷額等に対する粗付加価値額
506億9,505万円（2018年 工業統計調査）⇒512億（2024年）
- ・ 製造事業者数
3,466人（2017年 工業統計調査）⇒現状値維持（2024年）
- ・ 20～39歳の社会増減数
9人（2018年）⇒現状値維持（2024年）

注2) IoT：(Internet of Things の略)モノのインターネットと訳され、「様々な物がインターネットにつながること」「インターネットにつながる様々な物」を指す。

基本目標Ⅱ

「とうみ」への新しいひとの流れをつくる

【新たな視点】

- ・関係、交流人口の深化を図るため、『リモートワーク』や『ワーケーション』の環境を整備するとともに、都市部の企業等へのプロモーションを行い、中・長期滞在を目的とした新しいひとの流れを作ることが必要です。
- ・湯の丸高原の高地トレーニング施設やワイン産業など、交流を支える新たな地域の価値を原動力に、本市へ強く関心を寄せる確かな“地域ファン”をつくり、その関わりを拡大・深化」させていくネットワーク形成が必要です。
- ・来訪をきっかけに地域住民との関わりを深めていく人々や、毎年「ふるさと納税」で応援して下さる個人や企業には、様々な場面を通じて地域に溶け込む機会を提供し、確かな関係性を築き、継続的な応援や将来的な移住へとつなげていくことが必要です。

【目標値】

- ・ 滞在人口率^{注3}
0.94 (2019. 1 RESAS) ⇒ 1.07 (2024年)
- ・ 社会増減数
△34人 (2018年) ⇒ 75人 (2024年)
- ・ ふるさと納税者数
8,549人 (件) (2018年) ⇒ 23,000人 (件) (2024年)

基本目標Ⅲ

若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

【新たな視点】

- ・子育てをしながら若い世代が生き生きと働けるよう、多様なライフスタイルや制約に応じた働き方が実現できる社会環境づくりが必要です。

注 3) 滞在人口率：滞在人口（(株)NTTドコモ・(株)ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」）÷国勢調査人口（総務省「国勢調査」(夜間人口)で表される。滞在人口とは、指定地域の指定時間（4時、10時、14時、20時）に滞在していた人数の月間平均値（平日・休日別）

【目標値】

- ・ 合計特殊出生率
1.69 (2018年) ⇒ 1.71 (2024年)
- ・ 18歳未満の子どもを育てている世帯数
2,663世帯 (2019年) ⇒ 現状値維持 (2024年)

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

地域と地域の連携を図る

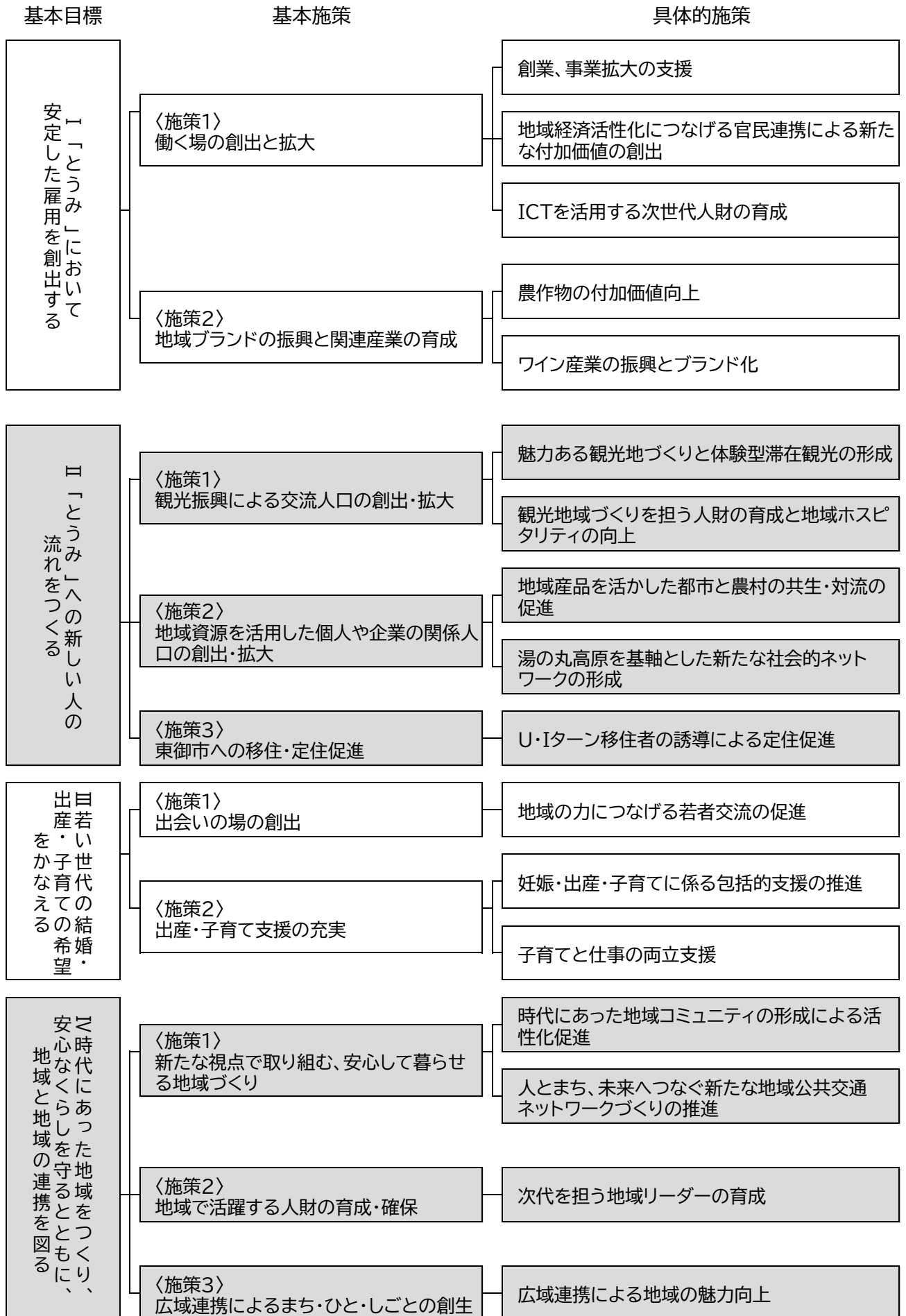
【新たな視点】

- ・ 次代を担う子どもたちが、地域の産業や文化などを深く知り、郷土愛を育めるよう“ふるさと”を学ぶ機会を提供していくことにより、地域に住み続けたい、将来は地域に戻ってきたいとする内発的エネルギーを高め、“ふるさと”の将来に対して当事者意識を持てるよう人財育成に取り組むことが必要です。
- ・ 地域の若者が、自らまちの魅力向上に関わり、自ら地域課題の解決に乗り出せるよう、地域づくり活動における様々な場面で仲間づくりや活躍できる場を提供していくことが必要です。
- ・ 高地トレーニングエリアや千曲川ワインバレーなど、地域の新たな価値を活かしていくため、特徴を同じくする周辺地域と地域が連携して相乗効果により稼ぐ力や人の流れを生み出していくことが必要です。
- ・ 人口減少が進む中であっても、将来にわたって行政サービスを効率的・効果的に提供するため、上田・佐久地域定住自立圏を単位に行政業務の共同処理化やネットワーク化に取り組むなど、地域連携を深化させていくことが必要です。

【目標値】

- ・ 東御市に対する評価
223位 (2019年 住みよさランキング) ⇒ 223位以上 (2024年)
- ・ 東御市は住みよいと感じる市民の割合
80.0% (2018年 市民アンケート) ⇒ 85% (2024年)
- ・ 地域づくり協議会が主催する地域づくり活動への参加者数
445人 (2018年) ⇒ 670人 (2024年)

2 施策体系



Ⅲ 施策展開

1 基本目標Ⅰ：

「とうみ」において安定した雇用を創出する

◆基本的方向

近年は15～24歳の転出超過が常態化している傾向にあるほか、進学を契機に転出した若者のUターンが急激に縮小している傾向がみてとれます。また、「2018まちづくりアンケート」では、20～29歳の回答者のうち、「雇用の創出や労働環境の充実」を望む声が5割に上っています。

このため、若い世代が本市で働く場所を確保できるよう、様々な業種・職種への就職を支援するとともに、次代を担う子どもたちの地元への就業を促進するための環境をつくります。

また、市内企業の魅力の発信や創業・事業拡大支援を充実させることで、市内企業の成長を促すとともに、地域資源の強みを活かした新しい産業を創出し、働き口の拡大を図るとともに、テレワークやワーケーションの機会を通じ、企業間の人的・技術的交流の場を創出します。

＜施策1＞：働く場の創出と拡大

若い世代の就業機会を創出するため、市内企業・事業所からの求人職種や業務内容を掘り起こすとともに、きめ細やかな情報提供や求職者が希望する職業に関する相談を行うことにより、市内で就業できる環境をつくります。

また、企業誘致や市内企業の経営力強化の支援、創業、産業創出、事業継承の支援を通じ、市内企業の設備投資を促進し、雇用の創出と拡大につなげます。

また、地方においては、今やあらゆる分野での人財不足が深刻化しつつあります。民間企業と連携し高校卒業後に一旦地域外へ転出しても将来的にはUターンにつながるよう、高校生以下を対象としたICT人財の育成に取り組みます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 (2024)
起案件数（県・市制度資金活用件数）（累計値）	-	25件
ビジネスサポート窓口での支援件数（累計）	0件	60件
官民連携により新たに創出された事業数	0事業	3事業
市内事業者電子商取引（EC）実施事業所数	0事業所	5事業所

◆具体的な施策

創業、事業拡大の支援

<主な事業>

- **地域事業者へのビジネスサポート窓口の設置**（商工観光課×企画振興課）
…市内中小企業の経営上のあらゆる課題の解決に向け、様々な専門分野での知識を有するコーディネーターが課題分析、改善提案、改善実施などを個別に支援する体制を新たに構築し、市内企業の経営安定や事業拡大などを支援します。
- **テレワーク施設やコワーキングスペースを活用した多様な働き方の普及推進**（商工観光課）
- **企業誘致と企業情報の発信**（商工観光課）

地域経済活性化につなげる官民連携による新たな付加価値の創出

<主な事業>

- **電子商取引（E C）を活用した東御市ブランディング**（企画振興課×関係課）
…本市における農産品等の魅力あふれる地域資源の新たな販売チャンネルとして民間のE Cサイトを活用することにより、消費者への訴求力を高めブランド化につなげます。
- **民間企業とのパートナーシップによる稼ぐ力の創出**（企画振興課×関係課）
…地方創生SDG s 官民連携プラットフォーム^{注4}を活用し、民間企業との連携により、地域経済に新たな付加価値を見出す新規事業を創出します。

I C Tを活用する次世代人財の育成

<主な事業>

- **小・中学生向けプログラミング教育**（教育課×企画振興課）
…学校におけるI C T環境の整備も含め、小・中学校段階における論理的思考や創造性、情報活用能力の育成を図るための学習活動の充実に取り組みます。

注4) 地方創生SDG s 官民連携プラットフォーム：SDG sを共通言語として、地域課題解決に取り組む官民の連携創出を支援することを目的として内閣府が設立した受け皿。

- 高校生以下の子供たちを対象とした実践型E C講座**
 (企画振興課×生涯学習課×地域づくり支援室)
 …将来的に社会人として東御市での就職・定住につなげるため、実践的なE C講座等を行い、情報ネットワーク社会に順応できる人財を育成します。
- 事業者向けE Cセミナー** (企画振興課×商工観光課)
 …市内事業所の販路の確保・拡大のため、セミナーの開催などにより電子商取引(E C)の促進及び支援に取り組みます。

＜施策2＞：地域ブランドの振興と関連産業の育成

恵まれた自然環境と特有の気候風土、さらには高い生産技術を持つ農業者の営みに裏付けられた高品質な農産物資源の強みを活かし、新たな付加価値の創造による商品開発とブランド化、また施設化に取り組み、新産業の創出や新規就農者の雇用につなげ、地域産業の活性化を図ります。

また、国内でも有数のワインエリアとして成長しようとしているワイン産業を“生産”と“消費”の両側面から振興を図るとともに、「ワインシティ・とうみ」のブランドイメージを向上させる支援に取り組みます。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	数値目標 (2024)
GAP ^{注5} 認定取得経営体数	2経営体	5経営体
市内ワイナリー出荷額	210,000千円	245,000千円
市内ワイン生産本数	133,000本	150,000本

◆具体的な施策

農作物の付加価値向上

＜主な事業＞

- 農作物ハウス栽培の団地化と新規就農者等への経営支援** (農林課)
 …ハウス栽培の団地化を進め、一年を通じた栽培作物の振興により所得安定を図るとともに、新規就農者や認定農業者などに施設を貸し出す仕組みをつくり、営農定着及び経営の安定化を支援します。

注5) GAP : (Good Agricultural Practice の略：農業生産工程管理) 農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組みのこと。

- **農産物資源を活かしたリキュール等の新たな商品開発によるクラフトビール販売体制の強化**（企画振興課×6次産業化推進室）

…東御市の特産品であるりんごやぶどうの果実を活用し、製造機能を強化したクラフトビール製造工場において、市場ニーズを捉えたフルーツ発泡酒、リキュールなどの新たな商品開発に取り組み、地域ブランドの創出及び地域産業の活性化を図ります。

ワイン産業の振興とブランド化

<主な事業>

- **東御市産ワインのプロモーション事業**（6次産業化推進室）

…東御ワインフェスタの開催支援等の東御市産ワインのプロモーション事業を引き続き行い、東御市産ワインの知名度向上及びブランド力の向上を図ります。

- **千曲川ワインバレーの魅力発信拠点の整備**（6次産業化推進室）

…市内にワインの魅力を学び、味わい、栽培技術を研鑽し、体験できる拠点施設等を機能別に整備します。ワイナリーやヴィンヤード、または史跡や自然などの魅力を楽しむフットパスを整備することで、地域全体の活性化を積極的に図り、小規模ワイナリーの販路拡大につなげます。

- **スマート農業の推進**（農林課）

…ワイン用ぶどう団地が整備されたことで、AI^{注6}・IoT等の技術の導入により、ワイン用ぶどうの栽培行程の省力、効率化を図ります。

注6) AI：人口知能のこと。人口知能とは、人間にしかできなかったような高度な知的な作業や判断をコンピューターを中心とする人工的なシステムによる行えるようにしたもの。

2 基本目標Ⅱ：

「とうみ」への新しい人の流れをつくる

◆基本的方向

これまでの歴史・文化・自然を求める来訪者に加え、高地トレーニング施設環境の整備により、新たな“交流の入り口”となった「湯の丸高原」やワイン産業の進展に伴い、本市主要観光施設への来訪者数は、2014年を境に増加傾向を示しています。

スポーツやワインなどを基軸に、当市の魅力をプロモーションすることにより、“人の流れ”を確かなものにし、新たな関係人口を創出します。

また、「食」資源の強みを活かしたプロモーション活動を展開することにより、「食」を通じた生産者と消費者の関係性の構築にも取り組みます。

更に、本地域との深い関わりをもてる地域外ファンの獲得につなげるとともに、地域の価値を共有する地域外ファンとのネットワークを拡げ、個人や企業などのふるさと納税人口の確保・拡充や本市への人口の還流を促進します。

＜施策1＞：観光振興による交流人口の創出・拡大

豊かな自然や歴史、文化、食などの地域特有の資源に観光コンテンツを組み合わせ、付加価値を高めます。特にワインツーリズムとしては、ワインぶどうの生産地でしか味わうことのできない地域固有のアクティビティを確立することで、国内外から多くの方々を本市へ呼び込みます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 (2024)
観光消費額	46.2億円	50.5億円
観光入込客数（湯の丸高原、海野宿、芸術むら公園）	886,200人	940,500人
体験型プログラム利用者数	51人	2,400人
ワイン&ビアミュージアム来館者数	7,539人	10,500人

◆具体的な施策

魅力ある観光地づくりと体験型滞在観光の形成

＜主な事業＞

- ・ **ワインを基軸とした広域周遊観光圏形成事業**（商工観光課×6次産業化推進室）
…ワイン&ビアミュージアムを周遊の起点とし、市内ワイナリーや千曲川ワインバレー特区構成8市町村と連携を図りながら、「とうみ」への新しい人の流れをつく

り、魅力ある観光地づくりと体験型滞在観光の形成を図ります。

- **インバウンドの誘客・受入環境整備事業**（商工観光課）
…訪日前の外国人に“目的地”として選択される機会を増やすため、情報媒体の活用による外国人の誘客促進を図るとともに、Wi-Fiスポットの強化、多言語対応の観光案内や解説看板の設置の整備など、受入体制を整えます。
- **テーマ・ストーリー性のある滞在・交流型観光推進事業**（商工観光課）
…地域資源の魅力を磨き、来訪者の感動・共感を得ることでリピート率（再訪率）の向上を図ります。また、民泊・農泊事業者との連携をしながら、地域そのものの魅力を知ることができる機会を創出・提供します。
- **本市の食・農山村・農業を体験する着地型観光の推進**（商工観光課×関係課）
…ワインツーリズム、グリーンツーリズム、ネイチャーツーリズム、スポーツ・ヘルスツーリズムなどのコンテンツを組み合わせることで着地型観光を推進します。また、地域固有の価値を活かした魅力ある食の提供を支援します。

観光地域づくりを担う人財の育成と地域ホスピタリティの向上

<主な事業>

- **観光地域づくりの推進**（商工観光課）
…（一社）信州とうみ観光協会がDMO法人に登録されたことから、コーディネート及びプロデュース機能を強化し、地域内の観光関連情報の集約を行いながら、問い合わせ窓口のワンストップ化やホームページにおける情報発信力の強化を図ります。

<施策2>：地域資源を活用した個人や企業の関係人口の創出・拡大

湯の丸高原の高地トレーニング施設での合宿が、自己のパフォーマンス向上に最適であるとしてリピーター化しているアスリートや、こだわりをもって農作物を生産する農業者やワインの造り手の想いに共感し、本市を愛着のある場所として応援してくださる多くの人々は、すでに本地域との“関わり”をもっています。

こうした地域や地域の人々と多様に関わる地域外の多くの人財や企業の力を地域に取り込んでいくことにより、新たな内発的発展の原動力にしていくとともに、多くの域外の人財と企業とのネットワーク網の拡大を図り、継続的な関係性を築くことにより、持続可能な地域づくりにつなげます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 (2024)
リピーター率	46.7%	50.2%
湯の丸高原スポーツ交流施設利用者の市内宿泊者数	5,200泊	16,000泊
東御市公式ファンクラブサイト『とうみにてい』会員数	0人	1,500人

◆具体的な施策

地域産品を活かした都市と農村の共生・対流の促進

<主な事業>

- 大田区を中心とした自治会・商工業者との交流による農産物販路拡大事業**（農林課×商工観光課）
 …首都圏での特産品販売を通じた販路拡大に合わせて、農業・農山村体験ツアーをセット化した農都交流の促進に取り組みます。
- 関係人口によるワインクラスター創出事業**（企画振興課×商工観光課）
 …ワインを基軸として、都市住民とCSA^{注7}など新たな取組みを展開することで関係性の深化を図るとともに、民間企業を関係案内人^{注8}に他のニュータウン人口との関係性の拡大に取り組み、農山村地域の活性化を図ります。

湯の丸高原を基軸とした新たな社会的ネットワークの形成

<主な事業>

- 湯の丸ツーリズムプロジェクト・プロモーション事業**（文化・スポーツ振興課）
 …湯の丸高原高地トレーニング施設へスポーツ合宿で訪れているアスリートの満足度向上に加え、市民ランナーなどのアマチュアスポーツ層を新たなターゲットとし、スポーツイベントの開催や首都圏の関係団体や企業へのプロモーション活動を行い、スポーツ誘客の拡大を図ります。
- ファンクラブサイトを活用した関係づくり構築事業**（企画振興課）
 …東御市ファンクラブを設立し、市の魅力発信に加え、会員へのインセンティブの付与、自治体ポイントとの連携を視野に、市のファンを獲得します。また、地域住民を核として、継続性の有る交流の輪を広げます。

注7) CSA：(Community Supported Agriculture の略)消費者が生産者に代金を前払いして、定期的に作物を受け取る契約を結ぶ地域支援型農業のこと。

注8) 関係人口案内人：地方と都市部の住民との関係性を築くため、地方と都市部をつなぐ役割を果たす個人、企業、団体等のこと。

＜施策3＞：東御市への移住・定住の促進

地域力の維持・強化を図るためには、移住・交流施策をさらに前進させ、地域の担い手不足を解消し、これまで以上に地域外の人財の力を地域に取り込むことが必要です。

しかし、多くの人が必ずしもすぐに移住できるような状態ではないことを認識したうえで、地域に関心を持っている段階の人や、すでに深い関わりを築いている人など、地域との関り方の多様性を踏まえながら、段階的なニーズに対応した移住・定住支援に取り組みます。

また、若年世代を中心とした「田園回帰」の社会潮流や移住願望を捉える中で、短期間の地域滞在型環境を創出し、若年世代のキャリアデザインを支援し、移住・定住につなげます。

重要業績評価指標（K P I）	基準値	数値目標 (2024)
県外からの転入者数（累計）	337人	2,200人
空き家バンクの契約件数（累計）	13件	65件

◆具体的な施策

U・Iターン移住者の誘導による定住促進

＜主な事業＞

- ・ **移住先となる空き家の掘り起こし事業**（企画振興課）
…空き家バンクの登録件数を拡充するため、利活用できる空き家の掘り起こしを各地区の地域づくり協議会と情報共有しながら進め、移住定住の促進を図ります。
- ・ **U・Iターンによる起業・就業者創出**（企画振興課）
…起業・就業の促進及び中小企業等の人財の確保を図るため、全国規模のマッチングを支援するとともに、「地方で起業したい」「自然豊かな地方で子育てをしたい」といった若者の希望をかなえる移住定住の促進を図ります。

3 基本目標Ⅲ：

若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

◆基本的方向

合計特殊出生率は2013年を境に1.54台まで回復し、以降、横ばいで推移していますが、2018年には1.69（暫定値）まで上昇し、過去5カ年で最も高い水準となったほか、人口ビジョン策定以降、ようやく長野県平均（1.57）を上回る水準まで回復しています。

こうした回復基調を確かなものとするため、子育て世代にとって住みやすいまちづくりや若い世代が男女ともに仕事と家庭を両立しやすい良好な就業環境の実現に向けた取り組みを充実させていきます。

一方、晩婚化が進むとともに生涯未婚率は年々増加・上昇傾向にあります。このため、若い世代の結婚を応援する気運の醸成に向けた支援に取り組みます。

＜施策1＞：出会いの場の創出

これまでの「出会いの場」は、婚活イベントが主流であり、自ら積極的に結婚活動を行う人にとってはメリットが高いものの、人付き合いが苦手な交際範囲が狭い人やコミュニケーション能力に自信のない人などは取り残されてしまう傾向にありました。

このため、これまでの婚活イベントの創意工夫と充実はもとより、純粋に“出会い”を提供するための「婚活」支援を目的としない、地域の課題解決のために集う活動が副次的に「婚活」につながるよう、新たな出会いの場の創出にも取り組みます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 （2024）
婚姻件数（東御市の統計より）	122件	125件

◆具体的な施策

地域力につなげる若者交流の促進

＜主な事業＞

- ・ 上田定住自立圏構成市町村との合同婚活イベント（企画振興課）
- ・ TOMI オフサイト・ミーティング^{注9}による若者のネットワーク形成
（企画振興課×関係課）

…地域課題の解決に向け、若い世代を中心として“気軽にまじめな話をする場”を設定し、共に活動する仲間づくりを進めます。

注9) オフサイト・ミーティング：職場から離れた非日常の環境で“気軽にまじめな話をする”ことをコンセプトとしたミーティングのこと。

＜施策2＞：出産・子育て支援の充実

子育て育児に関する相談や子育て世代のニーズを捉えたサークル活動など、安心して子育てできる環境づくりに取り組む「子育て支援センター」機能のさらなる充実を図るとともに、子育てしながら若い世代が生き生きと働ける社会の実現を目指し、すべての企業・事業所において、仕事と子育てが両立できるワークライフ・バランス^{注10}の推進に取り組めます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 (2024)
子育て支援センター事業の利用者数	17,857人	18,150人
25～44歳の女性の就業率	73.8%	78%
「女性のための就労相談会」相談者数	23人	40人
妊産婦相談訪問実施率	93%	95%以上
子育てについて相談できる友人や場が無いと感じる親の割合（乳児家庭全戸訪問時間診）	4.9%	4.5%以下

◆具体的な施策

妊娠・出産・子育てに係る包括的支援の推進

＜主な事業＞

- ・ 「いのちを育む」体験事業（子育て支援課）
…中高生や独身の若者等を対象に、助産所とうみと連携し、子育て支援センター等で妊産婦や乳幼児、子育て世代との交流体験事業を展開し、いのちや子育てに向き合い、自身の将来について考える機会を創出します。
- ・ 「子育てフェスタTOMI（仮題）」の開催（子育て支援課）
…若者や保護者、地域、行政などステークホルダーを一堂に会し、子育てに関するテーマを設定のうえ、分科会やシンポジウム、記念講演会等を開催し、子育てをみんなで支える地域づくりを進めます。
- ・ 妊娠出産包括支援事業（健康保健課）
…産前の妊産婦相談訪問及び産後ケア事業^{注11}、医師等による子どもの発達相談及

注10) ワークライフ・バランス：個人が仕事上の責任を果たしつつ、結婚や育児をはじめとする家族形成のほか、介護やキャリア形成、地域活動への参加等、個人や多様なライフスタイルの家族がライフステージに応じた希望を実現できるようにすること。

注11) 産後ケア事業：産後に心身不調及び育児不安を抱える産婦に対し、助産所または助産院に通所や短期宿泊し、助産師のケアを受けることにより、心身回復と育児不安や産後うつ予防に努めている事業

び子育て相談等を実施し、妊娠から出産、子育て期にわたる支援を切れ目なく行います。

子育てと仕事の両立支援

<主な事業>

- **女性のための就労相談**（子育て支援課）
…就労を希望する子育て中の女性を対象に、就労に関する様々な不安や相談に対応し、安心して就職活動ができるよう支援します。
- **コワーキングスペース「えべや」との連携事業**（子育て支援課×商工観光課）
…子育てしながら始められる新しい働き方について、えべやで活動している方々との交流や学習を深め、自分なりの働き方が収入につながるよう支援します。

4 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、地域と地域の連携を図る。

◆基本的方向

人口減少や急速な高齢化が進展する中では、あらゆる世代の誰もが生き生きと活躍し、暮らすことが社会の実現が求められており、だれもが役割をもって支え合うコミュニティ形成を目指す必要があります。

人口が減少しても、住み慣れた地域で安心して暮らし続けられるよう、地域の住民や多様な主体が支え合い、住民一人ひとりの暮らしと生きがい、地域を共に創っていく「地域共生社会」の実現を目指し、機能的な都市構造への転換に取り組むとともに、各地区の「地域ビジョン」実現に向けた支援と地域人財の育成に取り組みます。

また、ICTの飛躍的な発展をはじめとする「未来技術」を活用していくことは、モノやサービスの生産性・利便性や質を飛躍的に高める力があるため、これらを活用した新たなサービスの創出と新たな社会システムづくりに取り組みます。

<施策1>：新たな視点で取り組む、安心して暮らせる地域づくり

市と市民が共に考え、共に行動する地域の実現を図るため、あらゆる世代の移住者や地元住民など誰もが主体的に取り組む地域づくり活動に対する支援の充実を図るとともに、地域が自らの裁量で自主的に地域課題の解決を図れるよう、「地域ができることは地域で」の共助の考え方に基づいた、新たな市民協働の仕組みづくりを進めます。

また、災害に強い基盤整備を進め、地域に必要な社会資本整備を行い、市民が安心して暮らせる環境を整えるとともに、地域公共交通の維持が困難になってきている現状を踏まえ、だれもが利用しやすい移動手段の確保を目指し、官民協働や地域間連携を見据えた新たな地域公共交通ネットワークづくりに取り組みます。

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 (2024)
地域づくり組織に占める若者世代（20～40代）の割合	30%	50%
公共交通乗車人員総数（鉄道、バス、デマンド）	1,839人/日	現状値維持

◆具体的な施策

時代にあった地域コミュニティの形成による活性化促進

<主な事業>

- **地域ビジョンの実現支援**（地域づくり支援室）
…地域に裁量のある交付金の拡充や地区担当職員の配置等を行うことにより、地域活動を活発化させ、若者の参画の促進を図ります。
- **市民・行政提案型協働事業**（地域づくり支援室）
…市民活動団体の経験や知恵を生かした協働事業の取り組みの促進を図るため、地域課題の解決や行政が行う施策に対して、市民活動団体と行政が互いに事業を提案し合い、協働で取り組む仕組みを整備します。
- **あらゆる世代が活躍する地域コミュニティづくり**（地域づくり支援室×福祉課）
…あらゆる世代が活躍するコミュニティの形成・運営に参画する機運を高めるため、北御牧庁舎市民交流サロンにおける協働活動を更に推進し、他地域への波及・横展開につなげます。
- **地域の賑わい創出のためのエリアマネジメント**^{注12}（地域づくり支援室）
…産・官・学・民の協働に基づくエリアマネジメントの取り組みを加速させ、地域資源を活用した新たなイベントや地域観光等を創出することで、新たな人の流れをつくり、交流人口の増加、移住・定住者を誘う地域づくりに取り組みます。
- **中心市街地における空き地・空き店舗の利活用**（商工観光課）
…市内商工業団体、地域団体等との連携のもと、空き地・空き店舗を有効活用し、中心市街地の賑わいをイベントの開催を通じて、地域コミュニティの活性化につなげます。

人とまち、未来へつなぐ新たな地域公共交通ネットワークづくりの推進

<主な事業>

- **次代につながる公共交通ネットワーク形成事業**（企画振興課×商工観光課×福祉課×教育課）
…市民ニーズや地域データの収集・分析を行い、これらに基づき、持続可能な地域公共交通の確保維持改善のための計画を策定し、市内公共交通の体系を方向づけます。

注 12) エリアマネジメント：特定のエリアを単位に、民間が主体となって、まちづくりや地域経営を積極的に行う取り組みのこと。

＜施策2＞：地域で活躍する人財の育成・確保

次代を担う子どもたちが、自らの地域を深く知り、郷土愛を育むことができるよう、多様な主体との連携により「ふるさと教育」を進め、郷土の未来を切り拓いていく人財育成を進めるとともに、市内の若者が地域課題の解決など、主体的にまちづくりに関わることができるよう、社会貢献に志をもつ若者ネットワークの創出に取り組みます

重要業績評価指標（KPI）	基準値	数値目標 (2024)
地域や社会をよくするために何をすべきかを考えたことがある児童生徒の割合	小 52.9% 中 38.9%	全国平均値以上
オフサイトミーティングを活用した事業実施数	0件	4件

次代を担う地域リーダーの育成

＜主な事業＞

- ・ **TOMI オフサイト・ミーティングによる若者ネットワークの形成**
(企画振興課×関係課)
- ・ **子どもたちのふるさと教育**（地域づくり支援室）
…市民協働で子どもたちの「ふるさと東御」への誇りと愛着を育む、ふるさと教育を推進します。
- ・ **地域リーダー育成講座**（地域づくり支援室×生涯学習課）
…市民の地域づくりに対する潜在的ニーズを掘り起こし、市民が参加しやすい、地域づくりの課題認識が持てる学習の機会を提供することで、地域への魅力を醸成し、地域づくり活動へ継続的に参加できるよう推進します。

＜施策3＞：広域連携によるまち・ひと・しごとの創生

上田地域・佐久地域の枠組みをベースとした生活圏において、交通課題の解消を図るとともに、二次・三次医療や大規模販売店舗等と地域を結ぶ公共交通のネットワーク機能や災害時等の情報連携、ICTを活用したネットワークの強化を図り、2つの圏域にまたがる地域特性を活かして東御市の魅力を高めます。

また、千曲川ワインバレーの中心市を自覚した先導的な取り組みにより、ワインシティ・とうみのブランディング強化を図るとともに、国内屈指の高地トレーニング環境を有する「浅間山麓・菅平高地トレーニングエリア」の中心地としてスポーツ誘客・マネジメント力の強化を図り、国内外への発信力を高めます。

重要業績評価指標（K P I）	基準値	数値目標 (2024)
千曲川ワインバレー特区区域内収穫量	259 トン (平成 30 年度)	389 トン
高地トレーニングエリアを活用したスポーツ合宿団体数	90 団体	120 団体

◆具体的な施策

広域連携による地域の魅力向上

<主な事業>

- **千曲川ワインバレー特区による広域連携事業**（6次産業化推進室）

…千曲川ワインバレー特区8市町村で構成する千曲川ワインバレー特区連絡協議会の連携体制を強化し、特区内産ワインのプロモーション活動に取り組むとともに、自然災害時に迅速に対応するための原料供給体制を構築し、新規就農者の育成に取り組めます。
- **高地トレーニングエリアにおけるスポーツ合宿者のマネジメント支援**
(文化・スポーツ振興課)

…スポーツコミッションがスポーツ合宿で来訪するアスリートの受入体制の支援や合宿メニューのマネジメント機能を司ることにより、高地トレーニングエリアの魅力向上を図ります。
- **広域連携のスケールメリットを活かしたICT推進事業**
(企画振興課×総務課×税務課)

…コストの削減、セキュリティの強化等を図るため、自治体クラウドの導入や業務を効率的に進めるための航空写真撮影を共同で実施するなど、定住自立圏等の広域連携による共同化事業の研究・検討を進め、住民サービスの向上につなげます。

IV 進行管理

1 重要業績評価指標（K P I）^{注13}の設定とP D C Aサイクル

総合戦略は、市民、地域、企業、金融、教育機関、言論、行政など、多様な関係者が共有し、地域一丸となって推進を図るとともに、P D C Aサイクルによって高い実効性を確保します。

また、戦略における「基本目標」、「基本施策」は重要業績評価指標（K P I）を設定し、目標値を明確化することにより、市全体で目標の共有化を図るとともに、成果重視の取り組みを行います。

①【計画策定（P L A N）】

- ・市民アンケート調査結果（平成30年3月）に基づく市民意識の把握を通じた現状分析と課題の抽出
- ・東御市基礎調査報告書（平成31年3月）や地域経済分析システム（RESAS）^{注14}を用いた現状把握、地域経済・社会分析と課題の抽出
- ・データに基づく戦略素案の立案
- ・まち・ひと・しごと創生総合戦略庁内プロジェクトチーム（以下、総合戦略庁内プロジェクトチーム）による戦略素案の協議
- ・総合計画推進市民会議、市長と語る車座ミーティング、パブリックコメントに寄せられた多様な市民意見の聴取と反映
- ・東御市まちづくり審議会（産学官勤労言の有識者）による施策の絞り込み、取り組みの方向付けの検討・審議

②【推進（D O）】

- ・行政担当課を中心に官民連携によって戦略施策・事業の実行

③【点検・評価（C H E C K）】

- ・担当課による自己評価
- ・重要行政評価指標（K P I）に基づく総合戦略庁内プロジェクトチームによる進捗・効果検証（内部評価）
- ・東御市まちづくり審議会による進捗・効果検証（外部評価）

④【改善（A C T I O N）】

- ・総合戦略庁内プロジェクトチームによる内部評価結果に基づく見直し

注13) 重要業績評価指標（K P I）：(Key Performance Indicator の略)施策ごとの進捗状況を検証するために設定する指標のこと。

注14) 地域経済分析システム（RESAS）：地方自治体の様々な取り組みを情報面から支援するために、まち・ひと・しごと創生本部事務局が提供する、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステムのこと。

- ・東御市まちづくり審議会による進捗・効果検証に基づく戦略の見直し

2 総合戦略庁内プロジェクトチーム

副市長をリーダーとし、総合戦略に関係する課等の長などをメンバーとして構成します。

3 まちづくり審議会による検証

総合戦略の進捗管理は、産学官勤労言の有識者で構成する「東御市まちづくり審議会」において進捗・効果検証を実施し、必要に応じて改善（総合戦略の見直し）を行います。

参考資料

東御市まち・ひと・しごと創生第2期総合戦略
目標値及び重要業績評価指標（K P I）設定の考え方

目標値及び重要業績評価指標（KPI）設定の考え方

基本目標	基本施策等	目標値及びKPI	設定の考え方
基本目標Ⅰ 「どうみ」において安定した雇用を創出する	基本目標Ⅰ 数値目標	市内就業者数 【国勢調査】 15,317人(2015年)⇒15,000人(2025年)	基準となる2015年の「全体就業率＝就業者数/15歳以上の人口数(労働力状態)」が58.72%であることから、2025年においても、全体の人口減少が見込まれる中、ほぼ同率である約60%の全体就業率を維持するために、市内就業者数を15,000人を目標値に設定。
		市内20～30歳代の就業割合 【国勢調査から算出】 30.06%(2015年)⇒現状値維持(2025年)	基準となる2015年の「20～30歳代の就業割合＝20～30歳就業者数/15歳以上の人口数(労働力状態)」が30.06%であり、2025年においては、全体の人口減少と20～30歳代がそれ以上に減少が見込まれるため、(27.92%)、基準年の割合を維持することを目標値として設定。
		製造品出荷額等に対する粗付加価値額 【工業統計調査】 506億9,505万円(2018年)⇒512億(2024年)	過去4年の実績がほぼ横ばいであることから、2018年を基準に施策効果により、5年後に1%増を目標値として設定。
		製造業従事者数 【工業統計調査】 3,466人(2017年)⇒現状値維持(2024年)	市内就業者数の目標値算定の考え方を準拠し、現状値維持を目標値として設定。
		20～39歳の社会増減数 【東御市人口ビジョン】 9人(2018年)⇒現状値維持(2024年)	人口ビジョンの目標値である人口水準を維持するには、2024年には「△18人」に抑える必要あることから、基準年の水準を維持することを目標として設定。
	働く場の創出と拡大	起業件数(県・市制度資金活用件数)(累計値) 【東御市商工観光課集計】 -1件(2019年)⇒25件(2024年)	ビジネスサポート窓口での支援などの施策効果により、5年間で25件(5件/年)の活用を目標値として設定。
		ビジネスサポート窓口での支援件数(累計) 【東御市商工観光課集計】 0件(2019年)⇒60件(2024年)	2020年から新たに設置を予定しているビジネスサポート窓口を通じて、毎年12件ずつ支援を行うことを目標値として設定。
		官民連携により新たに創出された事業数 【東御市企画振興課集計】 0事業(2019年)⇒3事業(2024年)	官民連携により新たに事業を創出するには、協議から事業創出まで一定の期間を要することから、5年間で3事業創出を目標値として設定。
		市内事業者電子商取引(EC)実施事業所数 (ECセミナーを通じて) 【東御市企画振興課集計】 0事業所(2019年)⇒5事業所(2024年)	セミナーを受けた市内事業所を対象に、実際に新たにECを実践する事業所数を毎年1事業所を目標値として設定。
	地域ブランドの振興と関連産業の育成	GAP認定取得経営体数 【東御市農業振興計画】 2経営体(2017年)⇒5経営体(2024年)	有機JASの経営体と合わせ、5年間で3名増を目標値として設定。第2期東御市農業振興計画目標値。
		市内ワイナリー出荷額 【東御市6次産業化推進室集計】 210,000千円(2019年)⇒245,000千円(2024年)	各ワイナリーの生産計画及び御堂地域のワイン生産団地の栽培を考慮し、毎年約3,500本ずつ増加を見込み、平均単価2,000円とし、毎年約7,000千円ずつ出荷額が増加することを目標値として設定。
		市内ワイン生産本数 【東御市6次産業化推進計画】 133,000本(2019年)⇒150,000本(2024年)	各ワイナリーの生産計画及び御堂地域のワイン生産団地の栽培を考慮し、毎年約3,500本ずつ増加を見込み、目標値を設定。

目標値及び重要業績評価指標（KPI）設定の考え方

基本目標	基本施策等	目標値及びKPI	設定の考え方
基本目標Ⅱ 「とうみ」への新しいひとの流れをつくる	基本目標Ⅱ 数値目標	滞在人口率 【RESAS】 0.94(2019年1月)⇒1.07(2024年)	県内の同規模自治体でトップレベルの水準を参考に、目標値を設定。(第1期で未達成のため、継続。)
		社会増減数 【東御市人口ビジョン】 △34人(2018年)⇒75人(2024年)	人口ビジョンの目標値である人口水準を維持するには、2024年には「75人」の転出超過となる必要あることから、目標値として設定。
		ふるさと納税者数 【東御市地域づくり移住定住支援室集計】 8,549人(件)(2018年)⇒23,000人(件)(2024年)	財源確保の観点から、2019年実績見込みである23,000件を維持する必要があることから、目標値として設定。
	観光振興による交流人口の創出・拡大	観光消費額(暦年) 【(一社)信州とうみ観光協会(観光マーケティング調査)】 46.2億円(2017年)⇒50.5億円(2024年)	2024年度までに増加する観光入込客数を54,300人と見込んでおり、同数をリピーターと見込み、民泊などの活用により体験型ツーリズムの顧客として想定した。この結果、客単価を8,000円/人として、約4.3億円の観光消費が増えることが期待できる。
		観光入込客数(暦年:湯の丸高原、海野宿、芸術むら公園) 【東御市商工観光課(長野県観光地利用者調査)】 886,200人(2018年)⇒940,500人(2024年)	湯の丸高原、海野宿、芸術むら公園での観光関連施設の整備効果及び観光協会と協働したソフト事業の充実または高地トレーニング並びにワイン関連施設がもたらす相乗効果を見込み、観光地ごとに入込客数を積算した結果、総体で54,300人(約6.1%)増とした。
		体験型プログラム利用者数 【東御市商工観光課集計】 51人(2018年)⇒2,400人(2024年)	体験型滞在観光の充実により、5年間で2,400人(毎年400人)の利用者数を目標値として設定。
		ワイン&ピアミュージアム来館者数 【東御市6次産業化推進室集計】 7,539人(2021年)⇒10,500人(2024年)	ワイン&ピアミュージアムは、ワインを基軸とした地域ツーリズムの拠点施設であり、施策効果により、毎年約1,000人の増加を見込み、目標値として設定。
		交流人口の創出・拡大で増加する観光入込客数(54,300人)をリピート利用者として見込み、これに加えて、関係人口の創出及び民泊・農泊事業への支援等を含めた体験型滞在観光の充実によって、生み出されるリピーターを最終的に4,000人として目標値を設定。 {886,200人×46.7%+(54,300人+4,000人)} /940,500人×100=50.2%	
	地域資源を活用した個人や企業の関係人口の創出・拡大	湯の丸高原スポーツ交流施設利用者の市内宿泊者数 【東御市文化スポーツ振興課集計】 5,200泊(2018年)⇒16,000泊(2024年)	湯の丸高原スポーツ交流施設は陸上競技と水泳での利用が中心であり、施策効果により、5年後の目標を陸上競技6,000泊、水泳10,000泊として設定。
		東御市公式ファンクラブサイト『とうみにてい』会員数 【東御市企画振興課集計】 0人(2019年)⇒1,500人(2024年)	ふるさと納税寄付者約15,000人のうちの約1割をファンクラブ会員になってもらうよう目標値を設定。(15,000人×10%=1,500人)
		県外からの転入者数(累計)(暦年) 【東御市市民課集計】 379人(2018年)⇒2,200人(2024年)	総合計画の目標値 1,900人(2023年) 毎年400人の転入者数を目標値として設定。
	東御市への移住・定住の促進	空き家バンクの契約件数(累計) 【東御市地域づくり移住定住支援室集計】 13件(2018年)⇒65件(2024年)	空き家の登録件数を増やし、毎年契約件数を10件程度維持することを目標値として設定。(2019年実績見込:15件)

目標値及び重要業績評価指標（KPI）設定の考え方

基本目標	基本施策等	目標値及びKPI	設定の考え方
基本目標Ⅲ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる	基本目標Ⅲ 数値目標	合計特殊出生率 【東御市人口ビジョン】 1.69(2018年)⇒1.71(2024年)	人口ビジョンとの整合により、2024年には1.71の水準に達している必要があることから、目標値として設定。
		18歳未満の子どもを育てている世帯数 【東御市市民課集計】 2,663世帯(2019年)⇒現状値以上(2024年)	目標とする合計特殊出生率の増加による相対的な子育てを持つ世帯数の相対的増加と、総人口の絶対的減少を勘案し、現状値以上を目標値として設定。
	出会いの場の創出	婚姻件数 【東御市の統計】 122件(2018年)⇒125件(2024年)	近年婚姻数が減少傾向にあることから、2018年を基準に、施策効果により現状の水準を維持することを目標値として設定。
	出産・子育て支援の充実	子育て支援センター事業の利用者数(延べ人数) 【東御市子育て支援課集計】 17,857人(2018年)⇒18,150人(2024年)	施策効果により、毎年50～60名程利用者数を増やすことを目標値として設定。
		25～44歳の女性の就業率 【国勢調査・RESAS】 73.8%(2015年)⇒78%(2024年)	年齢階層人口割合が東御市に類似している自治体(RESASによる)で、25～44歳の女性の就業率が高い自治体を参考に目標値を設定。
		「女性のための就労相談会」相談者数 【東御市子育て支援課集計】 23人(2018年)⇒40人(2024年)	今後、子育て支援センターでの相談に限らず、コワーキングスペース「えべや」との連携により、毎年3～4名程度相談者数を増やすことを目標値として設定。
		妊産婦相談暖訪問実施率 【東御市健康づくり計画 後期計画】 93%(2018年)⇒95%以上(2024年)	実施率＝訪問件数/出生届件数 基本的に全妊婦を訪問する。早期里帰りや入院等のやむを得ないケースもあるが基準年の水準以上を維持する。
		子育てについて相談できる友人や場が無いと感じる親の割合(乳児家庭全戸訪問時間診) 【東御市健康づくり計画 後期計画】 4.9%(2018年)⇒4.5%未満(2024年)	相談機会の確保及び相談窓口の周知等により、基準年直近5か年の平均値(4.5%)未満に抑える。

目標値及び重要業績評価指標（KPI）設定の考え方

基本目標	基本施策等	目標値及びKPI	設定の考え方
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の連携を図る	基本目標Ⅳ 数値目標	東御市に対する評価(住みよさランキング) 【東洋経済 都市データパック】 223位(2019年)⇒223位以上(2024年)	施策効果により5年後には現在のランク以上を目標値として設定。
		東御市は住みよいと感じる市民の割合 【東御市まちづくりアンケート】 80.0%(2018年)⇒85%(2024年)	2012年83.3%、2018年80%であったことから、施策効果により、5年後には5%増の85%を目標値として設定。
		地域づくり協議会が主催する地域づくり活動への参加者数 【東御市地域づくり移住定住支援室集計】 445人(2018年)⇒670人(2024年)	施策効果により、2018年の445人を基準に毎年10%ずつ(45人ずつ)参加者を増やすことを目標値として設定。
	新たな視点で取り組む、安心して暮らせる地域づくり	地域づくり組織に占める若者世代(20~40代)の割合 【東御市地域づくり移住定住支援室集計】 30%(2018年)⇒50%(2024年)	施策効果により、若者世代が地域づくりに参画しやすい環境をつくり50%程度まで引上げる目標を設定。
		公共交通乗車人員総数(鉄道・バス・デマンド) 【東御市商工観光課集計】 1,839人/日(2018年度)⇒現状値維持	【現状値根拠】 (乗車総数)しなの鉄道乗車人員1,583人/日(2018年度・田中駅・滋野駅合計) (乗車総数)定時定路線バス利用者数105人/日(2018年度) (乗車総数)佐久上田線利用者数52人/日(2018年度) ※全線157,755人×東御市7.92%/240日 (乗車総数)デマンド交通利用者数99人/日(2018年度) 近年の利用状況を勘案し、現状の利用者数を維持することを目標として設定。
	地域で活躍する人財の育成・確保	地域や社会をよくするために何をすべきかを考えたことがある児童生徒の割合【全国学力・学習状況調査】 小学生52.9% 中学生38.9%(2018年) ⇒全国平均値以上	総合計画の目標値。小中学生ともに全国平均値並となっていることから、施策効果により、それ以上の割合になることを目標値として設定。
		オフサイトミーティングを活用した事業実施数 【東御市企画振興課集計】 0件(2019年)⇒4件(2024年)	初年度をオフサイトミーティングの設立準備の期間とし、その後毎年1事業ずつ実施していくことを目標とする。
	広域連携によるまち・ひと・しごとの創生	千曲川ワインバレー特区区域内収穫量 【千曲川ワインバレー特区連絡協議会集計】 259トン(2018年)⇒389トン(2024年)	千曲川ワインバレー特区区内のワイン用ぶどう栽培面積は計108haで、収穫面積は53haとなっており、収穫されていない畑の面積55haの約半数の27haの定植が3年後の2021年までに完了を見込む。2024年は定植後4年以上経つ年のため、80haが収穫できる畑になっていることを想定し、2018年と比較すると1.5倍となるため、目標値を1.5倍に設定。
		高地トレーニングエリアを活用したスポーツ合宿団体数 【東御市文化スポーツ振興課集計】 90団体(2018年)⇒120団体(2024年)	広域連携の中で、トライアスロン、近代五種競技など多様なスポーツ合宿のプロモーションを行い利用団体の増加を図り、毎年6団体程度増加させることを目標値として設定。