

# 益子町まち・ひと・しごと 創生総合戦略

令和2年2月

益 子 町

第 5 版

## 目 次

第1章	益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定にあたって	1	
第1節	新ましこ未来計画と益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略及び益子町人口ビジョンの関係性	2	
第2節	益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略の計画期間と進捗管理(マネジメント)	4	
第2章	益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略	基本目標別計画	5
基本目標	幸せを感じる暮らしをつくる	6	
基本目標	風土に根ざした産業をつくる	16	
基本目標	社会的に自立した人を育てる	27	
基本目標	地域資産を蓄積する	33	
基本目標	健全な経営体を持続する	39	
第3章	PDCA サイクルにより改訂した内容	46	
第2版(平成29年)		47	
第3版(平成30年)		51	
第4版(令和元年)		53	
第5版(令和2年)		539	

### 注

改訂を行った成果指標、重要業績評価指標、具体的行動等は、  
下線及びその回次(例：28.0%<sub>2版</sub>)で示している。

また、年度表記については、「平成31(H31)」を「令和元(R1)」、  
「平成32(H32)」を「令和2(R2)」とそれぞれ読み替えるもの  
とする。

## 第1章 益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定にあたって

## 第1節 新ましこ未来計画と益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略 及び益子町人口ビジョンの関係性

### ■ 新ましこ未来計画とは

新ましこ未来計画(以下「新未来計画」という。)は、まちの将来像などを次のように設定しています。

- 1 まちの将来像  
    幸せな共同体・ましこ
- 2 計画の目的  
    「ましこならではの」の住みたい価値をつくる
- 3 基本的な考え方  
    今後の「人口減少・少子化問題」に対応し、「雇用の創出」「町内総生産・町民所得の向上」を図り、これらの担い手となる「地域の創生」によって、将来にわたって活力あるまちづくりを行う
- 4 基本目標
  - (1) 幸せを感じる暮らしをつくる
  - (2) 風土に根ざした産業をつくる
  - (3) 社会的に自立した人を育てる
  - (4) 地域資産を蓄積する
  - (5) 健全な経営体を持続する

### ■ 国のまち・ひと・しごと創生総合戦略とは

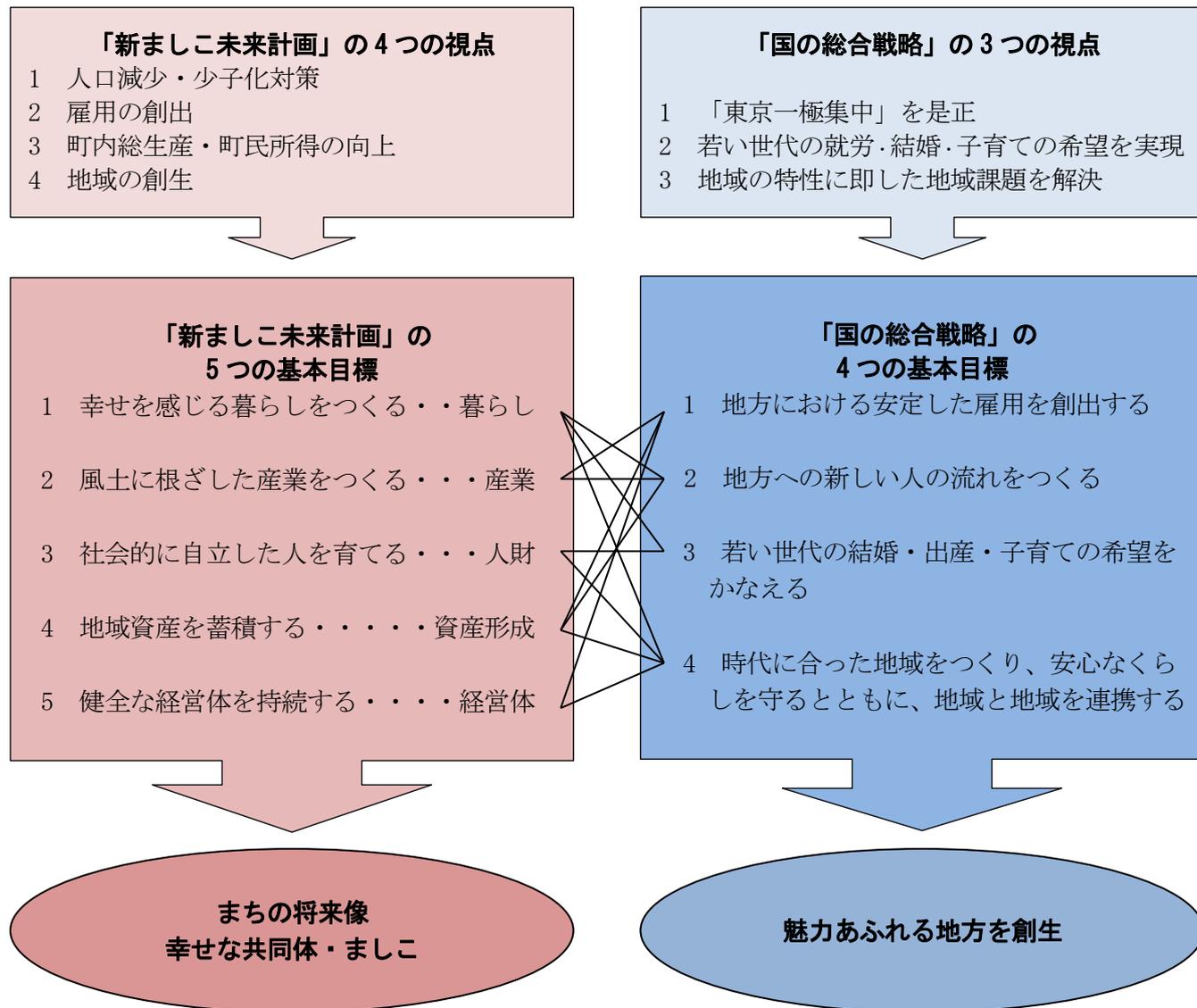
国が策定したまち・ひと・しごと創生総合戦略(以下「国の総合戦略」という。)では基本的な考え方、政策5原則及び基本目標を次のようにまとめています。

- 1 基本的な考え方
  - (1) 人口減少と地域経済縮小の克服
  - (2) まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立
- 2 政策5原則
  - (1) 自立性：一過性の施策ではなく、地域の自立につながる
  - (2) 将来性：地方が自主的かつ主体的に、夢を持って前向きに取り組む
  - (3) 地域性：地域の実情・特色を踏まえる
  - (4) 直接性：まち・ひと・しごと創生に直結する
  - (5) 結果重視：めざすべき成果が具体的な数値で、事後検証ができる
- 3 基本目標
  - (1) 地方における安定した雇用を創出する
  - (2) 地方への新しい人の流れをつくる
  - (3) 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる
  - (4) 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

また、国の総合戦略の前提条件として、日本の人口の現状と将来の姿を示し、人口減少をめぐり問題に関する国民の認識の共有をめざすとともに、今後、めざすべき将来の方向性を提示することを目的とした「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」を策定し、平成 72(2060)年に1億人程度の人口を確保する中長期展望を行いました。

## ■ 新ましこ未来計画と国のまち・ひと・しごと創生総合戦略の関連性

新未来計画と国の総合戦略は、次のように関連付けることができます。



資料：まち・ひと・しごと創生本部ホームページを参考に益子町作成

このように、新未来計画と国の総合戦略の視点や基本目標などの基本的な考え方が合致することから、本町では新未来計画を国が求める地方版まち・ひと・しごと創生総合戦略「益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「本総合戦略」という。）として位置づけることとします。

また、地方版まち・ひと・しごと創生総合戦略は、各市町村における人口の現状を分析し、人口に関する地域住民の認識を共有し、今後めざすべき将来の方向と人口の将来展望を提示する地方人口ビジョンを踏まえた内容とすることから、本町においても同様に地方人口ビジョンである「益子町人口ビジョン」を策定し、本総合戦略の前提条件とすることとします。

なお、まち・ひと・しごと創生は、人口減少克服と地方創生をあわせて行うことによって将来にわたって活力ある日本社会を維持することとしているため、これらを効果的に実施するためにも国及び県の長期ビジョン（人口ビジョン）及び総合戦略を勘案することとします。

## 第2節 益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略の計画期間と進捗管理(マネジメント)

### ■ 計画期間

本総合戦略は、益子町人口ビジョンなどを踏まえ、めざすべきまちの将来像を実現するため5つの基本目標における政策、施策、具体的行動をとりまとめたもので、計画期間は、6年<sup>5版</sup>(平成27(2015)～令和2(2020)年度<sup>5版</sup>)とします。

### ■ PDCA サイクル

本総合戦略は、町民、事業者、地域、団体、議会、行政など町全体で共有し、協働で推進する公共計画として位置づけ、計画の策定(Plan)、実施(Do)、検証(Check)、見直し(Action)の各過程においても、町全体が関わる体制を構築し、高い実効性を確保していくため、PDCAのサイクルを実施し、その期間を1年間とします。

また、めざすべきまちの将来像を実現するため6年間<sup>5版</sup>で達成すべき目標として、基本目標に対する成果指標と施策に対する重要業績評価指標(Key Performance Indicator。以下「KPI」という。)を設定することとします。成果指標とKPIは、実施した事業の量(アウトプット)を測るのではなく、その結果によって得られる町民の便益による成果指標(アウトカム)を原則とし、目標を明確にすることによって、共有と成果を重視した取り組みを展開していきます。

なお、町内はもとより、外部有識者を含めた検証機関を設置し、庁内検証とともに客観的な外部検証による成果指標やKPIの達成度の検証と提言に加え、議会における審議なども踏まえ、必要に応じて本総合戦略の改訂を行うなど、高い実効性を確保し続けることとします。

### ■ 成果指標などの設定について

本総合戦略の基本目標の成果指標や施策のKPIなどについては、原則として一般に公表されているものを採用します。

なお、公表までに時間を要するものについては、策定時及び検証時に公表されているものを用いることとします。

## 第2章 益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略 基本目標別計画

## 基本目標 幸せを感じる暮らしをつくる

### ■ 現状と課題

- 未婚者の増加や晩婚化による少子化とともに、若年層を中心とした人口減少が続いています。そのため、若者、子育て世代の増加をめざした取組を強化する必要があります。
- 里山の景観を次の世代に引き継ぐ取組や再生可能エネルギーの活用といった自然と共生するライフスタイルを推奨し、地域循環型社会をめざしていく必要があります。
- 平成 24(2012)年の健康指標が全国 35 位<sup>※1</sup>となりましたが、ライフスタイルの多様化による運動不足や偏った食生活などにより、肥満や生活習慣病が増加傾向にあります。そのため、町民一人一人が健康づくりに主体的に取り組む必要があります。
- 総人口が減少し、高齢化が進む中、介護が必要となっても自宅で過ごしたいという高齢者が多いことから、高齢者が住み慣れた地域で安心していきいきと生活できる社会づくりを行う必要があります。同様に、障がいがあっても自立した生活が送れるよう、障がい者を支える地域づくりに取り組む必要があります。
- 安全・安心な暮らしづくりが実現できるよう、地域の安全確保に対する意識の向上を図る必要があります。また、地震や豪雨などによる自然災害が増えてきているため、地域住民が互いに助け合い、災害に迅速に対応できる体制を強化する必要があります。

### ■ 基本的方向

- バランスのよい人口構成をめざすため若者の定住化などを図り、少子化・人口減少対策を強化します。
- 豊かな自然景観の形成や自然エネルギーの利用拡大をめざします。
- 健康の保持・増進に努め、平均寿命と健康寿命の延伸をめざします。
- すべての高齢者や障がい者が、いつまでもいきいきと安心して笑顔で生活ができる暮らしをめざします。
- 防犯・防災・交通事故防止など地域の安全・安心を強化します。

### ■ 成果指標

指標	基準値	目標
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
「幸せな暮らしと感じる人」の割合	—	80.0% <sup>5 版</sup>

※1 (株)富士通研究所・(株)富士通総研「自治体の特性を見える化する評価ツール」による国民健康保険被保険者 1 人あたり診療費のランキング。

## ■ 基本目標を実現するための取組内容

### 【政策 1】住みたい・住み続けたい環境の充実

#### 施策 1 選ばれるまちへの転換

住みたい町として選ばれるまちへ転換するため、移住者への暮らしの支援の充実や情報発信により、転入者の増加をめざします。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5</sup> 版
人口の社会動態	転入者 673 人 転出者 697 人 差 △24 人	転入者数＝転出者数 差 0 人 <sup>5</sup> 版

具体的行動	
1	移住者とともに移住定住計画を策定し、移住・就業希望者のワンストップ窓口となる移住サポートセンターを設置します。
2	移住コンシェルジュ <sup>※1</sup> を配置し、移住者・移住希望者へ地域の情報などの提供を行います。
3	新築住宅に対する奨励金などの移住定住奨励金制度を新設します。
4	一定期間を定めて、実際にましこの暮らしが体験できる事業を実施します。
5	空き家バンク制度を新設するとともに、民間住宅等の情報発信を行います。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・だれもが住みよい地域づくりに努めます。
- ・空き家バンクに登録し、住宅情報を積極的に提供します。

※1 移住コンシェルジュとは、移住者向けのサポートサービスを提供する者のこと。

## 施策2 住み続けるまちへの飛躍

子育て世代の経済的負担や交流ができる環境、婚活サポートなどを支援し、結婚・子育て世代が本町に住み続ける取組を強化します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
年間出生数	164 人	<u>185 人</u> <small>5 版</small>

具体的行動	
1	0 歳から 18 歳までの子どもがいる世帯に対して、毎年子ども 1 人あたり 1 万円分の子育て応援手当を支給します。
2	子育て中の親が気軽に集まり、情報交換などが行える交流の場や室内遊び場として地域子育て支援施設を設置します。
3	<u>出合いのイベントの開催など婚活の支援を充実させていきます。</u> <small>3 版</small>
4	結婚、妊娠・出産、子育ての切れ目ない支援を充実するため、ライフステージに応じた情報発信をホームページやガイドブックで行います。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・地域ぐるみで子育てを応援します。
- ・出合いイベントの紹介や婚活支援事業者への協力をします。 3 版

## 【政策 2】 住みよい持続可能なましこの創生

### 施策 1 豊かな自然景観の形成と身近な生活空間の整備

ましこの貴重な資産である里山の景観保持や農作物の野生獣被害防止など、自然景観と生活空間の保全に努めます。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
里山整備実施箇所数(累計)	24 箇所	40 箇所 <small>5 版</small>

具体的行動	
1	里山整備への人材あっせんや費用補助を行い、里山景観の保持に努めます。
2	農地に隣接した里山や通学路などの身近な場所の環境整備を推進します。
3	河川や用水路の清掃や整備など、地域で取り組む水辺の保全活動を支援します。
4	前沢町有林の遊歩道を延長するとともに、山頂を憩いの場として整備します。
5	ひまわり、コスモスをはじめ、花のまちづくりを推進します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・里山の大切さの理解を深め、景観保持に努めます。
- ・里山や河川などの環境整備活動に積極的に参加します。
- ・前沢町有林の整備に参加します。
- ・花のまちづくりに参加・協力します。

## 施策2 自然エネルギーの利用拡大と省エネルギーの普及啓発

地球環境に配慮した持続性のあるクリーンな資源による生活スタイルへの転換を図ります。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
エネルギー自給率 <sup>※1</sup>	3.5%	30.0% <small>5 版</small>

具体的行動	
1	産学官連携により、木質バイオマス活用の実現に向けて取り組みます。
2	里山整備による不要木や間伐材を、薪やペレット <sup>※2</sup> などとして活用する体制を近隣市町と連携し確立します。
3	ペレットストーブ、住宅用太陽光発電システム <sup>4 版</sup> などの自然エネルギー設備機器や、 <u>定置型蓄電池</u> <sup>4 版</sup> などの省エネルギー設備機器の導入に対する補助を行います。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・木質バイオマス事業の活用に、積極的に協力します。
- ・積極的な森林整備と木材の提供を行います。
- ・エネルギーや省エネルギーに対する意識を高め、積極的な活用に努めます。

※1 エネルギー自給率とは、エネルギー需要に占める自然エネルギーの割合のこと。なお、エネルギー需要の形態としては、民生部門(家庭用及び業務用)と農林水産業部門の年間消費電力量と熱量を推計したもの。

※2 ペレットとは、おがくずやチップ材を圧縮した固形燃料のこと。

### 施策3 ごみの資源化・減量化の推進

環境負荷の少ない循環型社会を構築するため、ごみの再利用と再資源化を推進し、ごみの減量化を図り、快適で清潔な生活環境を確保します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
1 人 1 日あたりの家庭系ごみ排出量 (町資源化分を除く)	428g	220g <small>5 版</small>
ごみの分別リサイクル率	26.0%	50.0% <small>5 版</small>

具体的行動	
1	自治会の資源ごみ回収を促進し、ごみの再資源化の向上をめざします。
2	分別対象品目を増やし、リサイクルを促進します。
3	不法投棄防止や環境美化のための地域の取組を支援します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・ごみ処理に対するマナーを守り、周辺環境への配慮に努めます。
- ・地域における環境美化活動に積極的に参加します。
- ・事業者は事業活動で生じた廃棄物の再資源化に努めます。

## 【政策3】 健康・長寿ましこづくりの推進

### 施策1 運動を通じた健康づくりの推進

だれもが健康で生きがいをもって暮らせる社会づくりに向け、生涯にわたり運動に親しめるよう、住民の運動意欲の向上や参加機会の充実を図ります。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和元年度 (2019 年度) <sup>5 版</sup>
健康寿命の推定値 <sup>4 版</sup>	—	H30～R2 の平均 男性 80.0 歳 女性 85.0 歳 <sup>5 版</sup>
指標	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
18 歳以上の運動習慣者 <sup>*1</sup> の割合	—	30.0% <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	健康づくり事業に参加した際にポイントを付加する、健康チャレンジポイント制度を導入します。
2	体操を推進し、ロコモティブシンドローム <sup>*2</sup> や生活習慣病を予防します。
3	ウォーキングコースの整備や情報提供を行います。
4	ましこチャレンジクラブ(総合型地域スポーツクラブ)への参加を促します。
5	今後整備予定の小貝川サイクリングロードを利用した健康づくりを推進します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・健康づくりのため、積極的に体を動かします。
- ・年1回の健康診査の受診と日頃からの生活習慣病予防への意識を高めます。
- ・健康づくりの意識を高め、健康増進・介護予防活動に地域ぐるみで取り組みます。

※1 運動習慣者とは、1回30分、週2回以上の運動を1年以上継続している人とする。

※2 ロコモティブシンドロームとは、運動器症候群で、運動器(骨、関節、筋肉、神経、脊髄など)の障害のために移動機能の低下をきたした状態のこと。

## 施策2 食事を通じた健康づくりの推進

望ましい栄養の摂取や食生活の改善、食育などにより、生活習慣病の発症及び重症化予防に努めます。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
メタボリックシンドローム(内臓脂肪症候群)該当者の割合	15.3%	14.0% <small>5 版</small>
メタボリックシンドローム予備軍の割合	11.2%	10.0% <small>5 版</small>

具体的行動	
1	望ましい食生活と適正体重の維持について普及啓発し、食育を推進します。
2	わが家の健康レシピコンテストを行い、ホームページで入賞レシピを紹介します。
3	安全・安心な地元野菜に関する情報を発信し、毎日野菜を摂る習慣が定着するよう支援します。
4	家庭・地域での伝承(郷土)料理を普及し、次世代へつないでいきます。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・食及び食を選択する知識を習得して、健全な食生活を実践します。
- ・健康レシピコンテストに応募します。
- ・入賞レシピを活用します。
- ・地元の野菜を積極的に食べます。
- ・家庭・地域での伝承(郷土)料理を次世代へ伝えます。

## 【政策4】 だれもがいきいきと生活できる環境の充実

### 施策1 高齢者の生きがいがづくりの推進と障がい者支援の充実

すべての高齢者や障がい者が、いつまでもいきいきと安心して笑顔で生活できる暮らしづくりをめざします。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5</sup> 版
介護予防教室及び高齢者サロンの参加者実人数	208 人	290 人 <sup>5</sup> 版

具体的行動	
1	町民主体の高齢者向けふれあいサロンの増設を支援します。
2	元気な高齢者が独り暮らしの高齢者の日常生活を支援する仕組みをつくりま
3	高齢者のニーズを反映させて、デマンドタクシーの利便性を向上させま
4	高齢者を指導者に迎え、家庭菜園、日曜大工などの暮らしに役立つ講座を開
5	学校教育の中で、障がい児者との交流により障がいについて理解するノーマライゼーショ
6	高齢者の作品や障がい者を支援する施設の商品を展示・販売することで、生きがいがづくり

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・ 高齢者の生きがいがづくりを積極的に支援します。
- ・ 障がい者との交流に積極的に参加し、理解を深めます。

※1 ノーマライゼーションとは、障がい者や高齢者がほかの人々と等しく生きる社会・福祉環境の整備、実現をめざす考えのこと。

## 【政策 5】 地域の安全・安心体制の強化

### 施策 1 防犯・防災体制、交通安全対策の充実

防犯・防災・交通事故防止など地域の安全・安心を強化します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
刑法犯発生件数	95 件	<u>45 件</u> <sup>5 版</sup>
交通事故発生件数 (人身)	27 件	<u>15 件</u> <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	周辺環境に悪影響を及ぼす適切に管理されていない空き家の調査体制を整備します。
2	スクールガード <sup>※1</sup> の登録者数を増やします。また、防犯カメラ・防犯灯の設置とともに、地域での見守り体制の充実を図ります。
3	自治会や自主防災組織が、地域に沿った防災マニュアルを策定するよう促進します。
4	通学路の危険箇所を点検・整備し、交通事故防止に努めます。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・危険と思われる家屋の情報提供に努めます。
- ・見守り活動を継続して行います。
- ・災害が起きたときの避難所や危険箇所を把握するとともに、防災知識の習得や訓練に参加します。
- ・交通ルールとマナーを遵守することで、交通事故の防止に努めます。

※1 スクールガードとは、学校や通学路で子どもたちを見守る学校安全ボランティアのこと。

## 基本目標 風土に根ざした産業をつくる

### ■ 現状と課題

- 平成 14(2002)年度には 739.8 億円だった町内総生産は、大企業の撤退した平成 22(2010)年度には 410 億円まで落ち込みましたが、平成 24(2012)年度には 522 億円まで回復しています。一方、雇用の面では、今後道の駅の開設もあり、雇用の創出が見込まれます。
- 農業については、農業従事者の高齢化、後継者不足、遊休農地の増加など、持続的な営農に課題がある一方、認定農業者及び新規農業法人の設立などが増加しています。今後は、新規就農者の育成・確保、農業生産体制の整備、安全・安心で高品質な農産物を常に供給する産地づくりとあわせて販路の開拓が必要となります。
- 商工業についても、後継者不足や高齢化などにより、空き店舗の増加、伝統産業である益子焼の総販売額や事業所数の減少が見られるものの、町民の地産地消の意識が高まり、地元購買率は上昇しています。今後は、空き店舗の利用促進、既存中小企業の経済基盤の強化、後継者育成、起業支援、益子焼の販路拡張、町民の就労支援が必要となります。
- 観光については、観光客の大半は日帰り個人客で年間観光客数は、平成 24(2012)年の 196 万人から年々減少しています。本町には、陶芸をはじめとした民藝の文化や、中世の歴史的建造物、美しい里山などの観光資源が豊富にあります。今後は、外国人を含めた観光客の誘客、宿泊供給体制の構築が必要となります。

### ■ 基本的方向

- 農業を成長産業とするため、農業生産体制の整備、地域農産物の販路の開拓をします。
- 商店の活性化と起業支援の充実を図り、ものづくりの確立に向けた支援、「世界一」人が集う焼きものの町に向けた取組をします。また、町民が安心して働ける雇用の場を創出します。
- 滞在型観光地をめざした取組と、外国人観光客の誘客強化を図ります。

### ■ 成果指標

指標	基準値	目標
	平成 24 年度 (2012 年度)	平成 30 年度 (2018 年度) <sup>5</sup> 版
町内総生産	522 億円	600 億円 <sup>5</sup> 版

## ■ 基本目標を実現するための取組

### 【政策 1】 成長産業としての農業の確立

#### 施策 1 農業生産体制の整備

農業を成長産業とするための人づくりや基盤整備を推進します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
新規就農者数 (平成 26 年度からの累計)	3 人	<u>21 人</u> <small>5 版</small>
担い手集積率 <sup>※1</sup>	33.6%	<u>52.0%</u> <small>5 版</small>

具体的行動	
1	町独自の農地バンク <sup>※2</sup> 制度をつくり、農地の流動化 <sup>※3</sup> を推進し、認定農業者や新規就農者の育成・確保、遊休農地 <sup>※4</sup> の解消を進めます。
2	UIJ ターン <sup>※5</sup> する際の仕事として、農業が選択される取組を行います。
3	集落営農組織の育成、法人化の促進及び農業に参入する企業を誘致します。
4	畑地帯総合整備事業 <sup>※6</sup> を推進するとともに、イチゴ・トマト・ナスなどの園芸作物を主力品目として生産規模の <sub>2</sub> 版 <sup>※7</sup> 拡大を促進します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・ 認定農業者は、新規就農者への助言などをします。
- ・ 町内の遊休農地を解消して、意欲ある担い手に引き継ぎます。
- ・ 非農家を含めた地域協働の促進などにより、農村の多面的機能<sup>※7</sup>の維持・発揮や野生鳥獣からの農作物被害の低減を図ります。
- ・ 農業者の就労時間、休日などの労働環境を整備します。

※1 担い手集積率とは、農地面積のうち担い手の利用集積面積の割合のこと。

※2 農地バンクとは、農業への新規参入や農地の大規模化を促進するため、農林水産省が設立した農地中間管理機構の通称のこと。

※3 農地の流動化とは、農地の賃借、売買などの権利移動のこと。

※4 遊休農地とは、耕作の目的に供されておらず、かつ、引き続き耕作の目的に供されないと見込まれる農地のこと。

- ※5 UIJ ターンとは、大都市圏の居住者が地方に移住する動きの総称のこと。U ターンは出身地に戻る形態、J ターンは出身地近くのところに移住する形態、I ターンは出身地以外のところへ移住する形態のこと。
- ※6 畑地帯総合整備事業とは、規模拡大を必要とする担い手農家を育成するため、農地の条件の改善を図る区画整理などのこと。
- ※7 多面的機能とは、農業や農村が持つ、国土の保全、水源のかん養、自然環境の保全、良好な景観の形成、文化の伝承など、農村で農業生産活動が行われることにより生ずる、食料その他の農産物の供給の機能以外の多面にわたる機能のこと。

## 施策 2 地域農産物の販路開拓

農業を成長産業とするため、販路を拡大するとともに地産地消を推進します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
道の駅来場者数	—	87 万人 <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	道の駅を拠点に、安全・安心で高品質な農産物の生産体制と農産物などのインターネットによる販売体制を支援します。
2	道の駅を拠点に、農業と観光業の連携による都市住民との交流拡大を図ります。
3	道の駅を拠点に、益子産の果樹 <sup>4 版</sup> 、小麦を使用した商品開発を行い、生産者から消費者まで顔の見える食のつながりを推進します。
4	新商品開発など 6 次産業化の取組を支援します。
5	地産地消を推進するため、食卓や学校給食及び飲食店での地元農産物の利用を促進します。
6	JA や芳賀管内市町などと連携し、地域に適した農産物の生産を推進し、「はが野」の農産物のブランド化を図ります。
7	JA や関係機関と連携し、首都圏に位置する地理的優位性をいかした販路を開拓します。また、海外に向けた販路も開拓します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・学校給食、飲食店など供給先のニーズ(品揃え、出荷時期、量など)に応えます。
- ・新商品開発に取り組み、6 次産業化を推進します。
- ・JA や芳賀管内市町などと連携し、「はが野」の農産物のブランド化を図ります。
- ・安全・安心で高品質な農産物をつくります。
- ・JA などと連携し、販路を開拓します。
- ・町民、団体、行政が協力して試食販売や展示などの PR を行います。
- ・学校などと協力し、幼児や小・中学生が米や野菜づくり体験など農業に触れ合う機会をつくります。

## 【政策 2】 スモールビジネスの推進と起業支援による産業づくり

### 施策 1 商店の活性化と起業支援の充実

消費者に支持されるにぎわいのある商店の形成やスモールビジネスを支援します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
起業支援補助金利用件数 (平成 26 年度からの累計)	3 件	<u>28 件</u> <small>5 版</small>
空き店舗利用件数(累計)	—	<u>8 件</u> <small>5 版</small>

具体的行動	
1	ましこの工芸をいかしたリノベーション <sup>※1</sup> を進め、起業支援補助金を活用した空き店舗の利用を推進します。
2	商工会などと連携し、企業への指導・支援体制の強化や経営意欲の高揚・後継者育成のためのセミナーの開催、融資制度などにより支援します。
3	道の駅を拠点に、商工会などと連携し、町内全域で利用可能なポイントカードを作成し、町民及び来町者の利便性を向上させます。
4	利用可能な空き店舗情報・求人情報・起業支援情報などを集約し、道の駅などで紹介します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・町内の商店を積極的に利用します。
- ・求人情報を提供します。
- ・空き店舗などの不動産物件の情報を積極的に提供します。
- ・中心商店街の組織化及び活性化を進めます。

※1 リノベーションとは、用途や機能を変更して性能を向上させたり価値を高めたりすること。

## 施策2 ものづくりの育成・支援

工芸品、農産物加工品などのものづくりの確立に向けて支援します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5</sup> 版
ブランド商品認定数(累計)	—	18 件 <sup>5</sup> 版

具体的行動	
1	ブランド商品認定制度を確立し、商品の価値を高め、販路拡大を図ります。
2	手仕事人材バンクを設置し、作家や工芸品の情報を一元化し町内外へ情報提供を行います。
3	大学などと連携し、インキュベーション <sup>※1</sup> センターを設立し、ものづくりの人材育成や研究開発などを支援します。
4	消費者に、手仕事や伝統工芸品の良さを伝えるため、他の工芸の産地と協力し PR します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・町内産材料を使用した新商品開発を行います。

※1 インキュベーションとは、設立して間がない新企業に国や地方自治体などが経営技術・金銭・人材などを提供し、育成すること。

### 施策3 「世界一」人が集う焼きものの町づくり

国内外から、愛好家や消費者、そして陶芸家や焼きものを学ぶ人が集う「世界一」の焼きものの町に向けた取組をします。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 25 年度 (2013 年度)	令和元年度 (2019 年度) <small>5 版</small>
益子焼総販売額	32 億円	38 億円 <small>5 版</small>

具体的行動	
1	他業種と連携し、益子焼などを使った商品開発や技術者とデザイナーとのコラボレーションによる商品化を支援します。
2	益子焼を使おう条例を制定し、家庭や飲食店での益子焼の利用を促進します。
3	道の駅を拠点に、益子焼などの工芸品を暮らしの空間に取り入れられるよう推進します。
4	益子国際工芸交流館を拠点に、世界中から焼きものを学びに来る仕組みをつくります。
5	窯業技術支援センターでの人材育成を支援します。
6	県と連携し、益子芳星高校で行われている益子焼(陶芸)の授業など特色のある教育授業の充実に協力します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・ コラボ商品開発のため、他業種との連携強化を図ります。
- ・ 益子焼などを使った商品開発を行います。
- ・ 家庭や飲食店で積極的に益子焼を使用し、写真や動画で益子焼の魅力を配信します。
- ・ 飲食店で益子焼の販売を行い、販路拡大を図ります。

## 施策4 就労支援と雇用創出

人材育成、創業支援などにより多様な就労を支援し、また、町民が安心して働ける雇用の場を創出します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
有効求人倍率	0.44	1.00 <small>5 版</small>

具体的行動	
1	企業、社会福祉法人などを誘致します。
2	町内企業等合同就職説明会や求職者を対象としたセミナーを開催します。
3	雇用支援奨励金制度* <sup>1</sup> を新設し、若年者の雇用拡大と地元への定着を支援します。
4	放置竹林の整備など、シルバー人材センターの請負業務の拡大によりシルバー世代の就労を支援します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・ 合同就職説明会や求職者を対象としたセミナーに積極的に参加します。
- ・ 町民が安心して働ける職場環境を整備します。
- ・ 求人募集活動と情報窓口を設置します。

※1 雇用支援奨励金制度とは、若年者の正規雇用拡大と地元への定着を支援するため、①町内事業所に勤務して3年経った就業者と、②求人により若年者を雇用した事業所に奨励金を交付する制度。

## 【政策 3】 観光の基幹産業化

### 施策 1 観光客誘客の拡大

観光を基幹産業とするため、滞在型観光地をめざした取組を推進します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
観光客入込数	185 万人	<u>295 万人</u> <small>5 版</small>
観光客宿泊者数	17,229 人	<u>50,000 人</u> <small>5 版</small>

具体的行動	
1	DMO <sup>*1</sup> の設立も見据え、観光関係者と連携した観光戦略会議を設置し、観光客の誘客を戦略的に行います。
2	宿泊して楽しめるプログラムを設定するなど、ラーニングバケーション <sup>*2</sup> の充実を図ります。
3	観光客の町内での移動の利便性向上を図るため、レンタサイクル借り受け・乗り捨て場所の整備及び連携強化を行います。
4	民泊・ゲストハウスなどの環境づくりを支援します。
5	観光関係者と連携し、各種観光パンフレットなどを統合したわかりやすい情報誌を作成します。
6	土祭などのイベントの拡充及び民間主導のイベントの支援を行います。
7	益子大使を委嘱し、観光 PR 活動を行います。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・ 宿泊業者間と他業種との連携を深め、観光宿泊の魅力を発信します。
- ・ 駐輪場のスペースを提供します。
- ・ 各種イベントに参加・協力します。
- ・ パンフレットの作成に参加・協力します。
- ・ 町内の観光資源やイベントを個人の Facebook や Twitter など、SNS を活用した発信をします。

- ※1 DMOとは、Destination Management/Marketing Organizationの略。様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、ウェブ・SNSなどを活用した情報発信・プロモーション、ビッグデータなどを活用した効果的なマーケティング、戦略策定などについて、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進主体のこと。
- ※2 ラーニングバケーションとは、単に「見る」だけではない、「学び」や「体験」の旅のこと。

## 施策2 外国人観光客(インバウンド)の誘客

外国人観光客宿泊者数の増加を図るため、多様性のある外国人観光客のニーズに応えられるよう取り組みます。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5</sup> 版
外国人観光客宿泊者数	338 人	1,250 人 <sup>5</sup> 版

具体的行動	
1	栃木県国際観光推進協議会と連携強化し、受入協力体制の構築を図ります。
2	外国人が町内で観光情報が閲覧できるよう、Wi-Fi <sup>※1</sup> の環境整備を支援します。
3	多言語に対応した案内看板・パンフレットなどを整備します。
4	観光関係者及び他地域の観光協会などと連携し、国道 121 号線などを使った観光ルートをつくります。
5	免税店化、クレジットカード取扱店化を促進します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・外国人観光客に対するおもてなし人材を育成します。
- ・Wi-Fi 環境を整備します。
- ・多言語に対応した飲食メニューなどを作成します。
- ・免税店、クレジットカードを取り扱える店舗にします。

※1 Wi-Fi とは、無線でネットワークに接続する技術のこと。

## 基本目標 社会的に自立した人を育てる

### ■ 現状と課題

- 小・中学生が毎日元気に登校し、明るく、いきいきとした学校生活を送れるようにするためには、つまずいてもすぐ立ち直れる心の「**勁さ**<sup>つよ</sup>※1」を身につけ、よりよい人間関係づくりや基本的な生活習慣の形成に努めることが不可欠です。一方、生活習慣の形成に大きな役割を占める家庭においては、子育てに対する不安やストレスを抱えている親もいることから親への支援も必要です。
- 小・中学生は、学年が上がるにつれて学力が向上しています。子どもの成長に合わせて脳を育てることは、理解力・思考力・判断力・表現力などを高め、学力の向上にもつながります。
- 体を動かす機会の減少による体力の低下は、子どもにおいても例外ではなく、小・中学生の基礎体力は、新体力テストの結果からも十分ではありません。だれもが地域で体力づくりに取り組めるような体制づくりや、子どもが楽しく積極的に参加できる事業の充実も必要です。
- これから本町がめざす持続可能なコミュニティを創生するには、協働のまちづくりに対する住民の理解を深めることが不可欠です。また、生涯にわたって自治意識をもち、社会や地域に積極的に関わり、自分らしい生き方を見いだし、地域・社会活動をする人財<sup>※2</sup>が育つ環境を整えることが必要です。

### ■ 基本的方向

- 心身ともに健康で、たくましい子どもが育つ取組を行うことにより、次代を担う人財の育成をめざします。
- 社会に貢献できる、ボランティア活動に取り組める人財が育つ環境を整えます。

### ■ 成果指標

指標	基準値	目標
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
「子育て・教育をしてよかったと思う人」の割合	—	89.0% <sup>5 版</sup>
「地域・社会活動をする人」の割合	56.4%	65.0% <sup>5 版</sup>

※1 勁(つよ)さとは、逆境にあってもそれを乗り越え、そこから学び、立ち直って前に進むこと。強くしなっていて決して折れないこと。立ち直る力、回復力ともよばれている。

※2 人財とは、本計画では、子どもたちをはじめ町民の方々を単なる「人」ではなく、町の財産・財(たから)ととらえ「人財」とした。

## ■ 基本目標を実現するための取組

### 【政策 1】 未来にはばたく人財の育成

#### 施策 1 強い心をもつ人財の育成

心身ともに健康で、失敗を恐れず挑戦し、うまくいかずにつまずいても、すぐ立ち直れる強い心もち、人を思いやり尊重できる豊かな人間性をもった人財を育成します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
小・中学生の 1 年間皆勤率	48.8%	55.0% <small>5 版</small>
「子育て支援教室に参加し満足した人」の割合	—	100% <small>5 版</small>

具体的行動	
1	豊かな心育成のまち宣言をし、明るいあいさつ運動や早寝・早起き・朝ごはん運動、読書推進運動、文化芸術鑑賞教室など、子どもの心を育てる事業を行います。
2	保育園・認定こども園・幼稚園や小・中学校の宿泊体験学習など、強い心をもつ人財を育てるための事業を支援し、その充実を図ります。
3	育児経験者の知恵を得る子育て支援教室の開催など、親に対する支援を拡充します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・「早寝・早起き・朝ごはん」に心掛け、あいさつは明るく元気に行います。また、家庭の中での会話を充実します。
- ・読み聞かせや図書の整理などの学校支援ボランティア<sup>※1</sup>に協力します。
- ・さまざまな講座や教室へ積極的に参加します。

※1 学校支援ボランティアとは、各小・中学校の要請に応じ、学校の教育活動や環境整備などを支援すること。

## 施策 2 学びを通して社会に貢献できる人財の育成

生きるため、働くために学ぶことを実感させるためのキャリア教育<sup>※1</sup>の充実や、国際的な視野を広げる機会の提供などにより、社会に貢献できる人財を育成します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
全国学力テスト <sup>※2</sup> 全国順位 (中学 3 年時)	5 位以内	5 位以内 <sup>5 版</sup>
中学校における英検 3 級取得率	14.5%	30.0% <sup>5 版</sup>

※「全国学力テスト全国順位」に係る KPI は、各都道府県と本町のテスト結果を比較するものであるため、順位は相当扱いとなる。

具体的行動	
1	子どもの成長に合わせて脳を育てる育脳プログラム <sup>※3</sup> をつくり、乳幼児健診や家庭教育学級などで周知・活用します。
2	小・中学生の友好都市・姉妹都市との相互国際交流事業や中学生の海外派遣事業を通して、国際的コミュニケーション能力を育む英語教育の充実を図ります。
3	小学校での職場見学や中学校での職場体験を支援し、その充実を図ります。
4	既存施設を活用する自習室を開設し、学びの場を提供します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・相互国際交流事業や海外派遣事業に積極的に参加・支援・協力します。
- ・職場見学や職場体験に積極的に参加・支援・協力します。

※1 キャリア教育とは、将来、社会的・職業的に自立し、社会の中で自分の役割を果たしながら、自分らしい生き方を実現するための力を養うための教育のこと。

※2 全国学力テストとは、文部科学省が実施する「学力調査」のことで、児童生徒の学力や学習状況を把握・分析し、学校における教育指導の充実や学習状況の改善に役立てることを目的として実施するもの。

※3 育脳プログラムとは、年齢に応じた学習だけでなく運動を取り入れたプログラムのこと。0～3 歳では「本能を磨き心が伝わる脳」を、3～7 歳では「勉強やスポーツができる脳の土台」を、7～10 歳では「自ら学ぶ脳」を、10 歳以降では「才能を発揮する脳」を育てる。

### 施策3 たくましく生きるための人財の育成

スポーツに楽しみとやりがいを見だし、生涯にわたり健康増進や体力づくりに挑戦し続ける人財を育成します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
東京オリンピック出場選手数	—	1人以上 <sup>5 版</sup>
小学生のスポーツクラブ <sup>※1</sup> 参加率	—	67.0% <sup>5 版</sup>
小・中学生の新体力テスト <sup>※2</sup> A 級以上取得者の割合	11.0%	15.0% <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	未来のトップアスリートの基礎をつくる教室や指導者育成教室を開催します。
2	スポーツ少年団活動や中学校運動部活動外部指導者派遣事業の充実を図るため、専門知識を備えた人財を活用します。
3	小・中学校の健康・体力づくりの取組について、健康づくりの講師派遣や運動用具の整備をし、その充実を図ります。
4	ましこチャレンジクラブのプログラムの充実と広報活動を支援します。
5	町民に親しみやすい体操(マシコット体操)を考案し、体操の習慣化をめざします。
6	身近な場所に楽しく体力づくりができる遊び場を整備します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・小学生のスポーツ少年団や中学生の部活動などの指導者として子どもの技術向上を支援します。
- ・ましこチャレンジクラブのイベントや教室に積極的に参加します。
- ・日常生活に運動を取り入れ健康増進や体力づくりに努めます。

※1 スポーツクラブとは、スポーツ少年団や民間のスポーツクラブのこと。

※2 新体力テストとは、体力・運動能力の現状を明らかにし、体育・スポーツ活動の指導などに役立てるテストのこと。また、平成 11 年度に小・中学校ともに 8 項目(握力・上体起こし・長座体前屈・50m

走・立ち幅とび・ボール投げ・反復横とび・持久走)に変更になり、A 級から E 級までである。さらに、各項目 10 点満点中、全ての項目が 8 点以上の場合は S 級が認定される。A 級以上とは、S 級と A 級を指す。

## 施策4 人財が育つ環境づくり

地域から学び、地域にこだわり、地域を愛し続ける人財が育つ環境を整えます。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
町民学士認定者数	129 人	250 人 <sup>5 版</sup>
ましこ検定の合格者数	—	60 人 <sup>5 版</sup>
遊びの達人の登録者数	—	25 人 <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	ましこ町民大学 <sup>※1</sup> を開校し、まちづくりの核となる町民学士を育成します。
2	自然・文化財・産業などから出題されるましこ検定を実施し、ましこ学 <sup>※2</sup> の知識を深める機会をつくります。
3	遊びの達人 <sup>※3</sup> による講座を開催し、子どもたちが身近にある豊かな資源を活用して、五感を伸ばせるような遊び方を直接伝授します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・ましこ町民大学を受講し、地域づくりに参画できることをめざします。
- ・自治会や育成会などの地域行事(草刈りやお祭り、運動会、地域懇談会など)や社会貢献団体の活動に積極的に参加します。
- ・自然や文化財などの理解を深め、ましこ検定を受検し合格をめざします。
- ・遊びの達人として五感を伸ばせるような遊び方を伝授します。

※1 ましこ町民大学とは、町民を対象としたまちづくりの核となるリーダーを育成するため、まちづくりの専門家や行政職員、実践者などを講師として基礎から演習までを体系的に学習する講座で、平成 10～13 年に開催していた。修了者は町民学士に認定される。

※2 ましこ学とは、本町の自然・文化財・産業などを学ぶ学問のこと。

※3 遊びの達人とは、子どもが外遊びなどで遊びのびと遊ぶことができる環境をつくる人のこと。

## 基本目標 地域資産を蓄積する

### ■ 現状と課題

- 本町には、室町時代中後期の建造物で7つの国指定重要文化財があり、全国でも上位に位置します。加えて、脈々と受け継がれてきた伝統文化、自然が織りなす風景、民藝運動の拠点の地であるなど、様々な魅力があるにも関わらず、その認知度は決して高いとは言えません。これらの魅力を資産として捉え、発掘・再認識し、さらに町内外へ向けて積極的に発信する必要があります。
- 各地域には、掘り起こされていない地域資源となるものがたくさんあります。長期的な視点で、地域資源をいかした魅力あるまちづくりを考えていく必要があります。
- 焼きものの町としての知名度はありますが、町独自の価値や誇りなどを町全体で共有するまでには至っていません。知名度をいかしながら、地域の差別化を図りつつ、ましこの魅力を具体化する必要があります。

### ■ 基本的方向

- 歴史や文化財など様々な魅力をいかして日本遺産登録をめざし、地域資産の活用を図ります。
- 地域の特性をいかし、次世代につなぐ基盤整備や魅力あるまちづくりを進め、住みたくなる町の価値を高めます。
- ましこの特性や資源、知恵をいかした地域ブランディングに取り組み、その魅力を町内外に向けて戦略的にアピールします。

### ■ 成果指標

指標	基準値	目標
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
日本遺産登録	—	登録 <small>5 版</small>

## ■ 基本目標を実現するための取組

### 【政策 1】 歴史や文化財、風土の活用と継承

#### 施策 1 歴史や文化財の活用

ましこの資産である歴史や文化財、民藝を核として、日本遺産登録をめざします。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
ましこ検定の受検者数	—	170 人 <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	歴史文化基本構想 <sup>※1</sup> を策定し、日本遺産登録をめざします。
2	自然・文化財・産業などから出題されるましこ検定を実施し、知識を深める機会をつくり ます。
3	文化財の保存や、文化財周辺の環境整備を推進します。
4	歴史講座などを開催し、楽しみながら地域の文化財に触れる機会をつくり ます。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・日本遺産登録をめざした取組に参加・協力します。
- ・自然や文化財などへの理解を深め、ましこ検定を受検します。
- ・地域の文化財の解説ボランティアや伝承などの保護活動に参加します。
- ・本町の歴史や益子焼などの知識を深めるため、歴史講座や陶芸メッセなどを活用します。

※1 歴史文化基本構想とは、地域に存在する文化財(指定、未指定を問わない。)を的確に把握し、文化財をその周辺環境まで含めて、総合的に保存・活用するための計画のこと。

## 施策2 風土や風景、風習の継承

生活に溶け込んでいる風土や風景、風習の価値を見つめ直し、その魅力を町内外に発信します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
ましこ世間遺産 <sup>※1</sup> 認定数(累計)	—	55 件 <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	ましこ世間遺産認定制度を新設し、地域の魅力を発掘します。
2	国・県と連携し、町木であるアカマツ <sup>※2</sup> を益子の森に復活させるましこアカマツ復活プロジェクトを実施します。
3	地域の祭りや風習を記録・保存するとともに、各種イベントなどを通して、積極的に町内外へ発信します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・身近にあるましこ世間遺産を発掘します。
- ・ましこアカマツ復活プロジェクトに参加します。
- ・若者や子どもたちが、地域の伝統芸能などに参加ができる機会を増やします。

※1 ましこ世間遺産とは、生活に溶け込み、身近にあるもので、地域で愛され、誇ることができる次世代へ残していきたい風土・風景・風習などのこと。

※2 町の特産品である益子焼の窯焚きにも使用され、かつては町内各所で目にすることができた。しかし、現在は松枯れなどによって、そのほとんどが失われつつある。

## 【政策 2】 次世代につなぐ基盤整備

### 施策 1 ましこのランドスケープデザイン※1の作成

町全体を見渡し、長期的視野に立ち、これからの公共事業の在り方や、風景・景観づくりなど、次世代に残るまちづくりをデザインします。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
ランドスケープデザインの作成	—	作成 <small>5 版</small>

具体的行動	
1	町内の回遊性を高める道路整備を推進します。
2	自然災害を考慮した、安全・安心なまちづくりを推進します。
3	長期的な景観づくりをめざすため、関係機関と調整し、景観条例の制定を推進します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・地域整備事業に関する会議への参加や事業への協力、ボランティア活動に参加します。

※1 ランドスケープデザインとは、一般的には、都市における公共空間のデザインのこと。本計画では、これからの本町の未来を見据え、公共事業の在り方や、風景・景観づくりへの取組など、まちをデザインする未来予想図をいう。

## 施策2 特性をいかした地域創生

地域の特性や観光資源を活用し、本町に住みたくなる価値を高め、里山や美しい眺望などを次世代に継承します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
「地域への愛着や誇りを感じる人」 の割合	74.1%	<u>80.0%</u> <small>5 版</small>

具体的行動	
1	役場周辺地区を、町民が集い、豊かな時間を過ごせる場所にします。
2	雨巻山、円道寺池、小宅古墳群、大郷戸ダムなど、ましこの誇る地域資産の周辺整備や周遊観光、トレッキングができるルートづくりなどの整備を促進します。
3	県と連携し、小貝川サイクリングロードの整備を推進します。
4	県と連携し、益子の森の遊具や施設整備などを推進します。
5	歩行者や自転車を優先に考えた道路や、街並みに配慮した観光ルートづくりを推進します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・地域の活動拠点の維持管理や、自慢の地域資産づくりに協力します。

## 【政策3】 魅力あるブランドイメージづくり

### 施策1 町のブランドイメージの確立

町の魅力を戦略的にアピールするブランディングによって、独自の価値やイメージを確立し、町民や町外者、企業からの好感や期待、信頼などが高まることをめざします。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5</sup> 版
地域ブランド調査 魅力度市区町村ランキング <sup>※1</sup>	475 位	<u>200 位以内</u> <sup>5</sup> 版

具体的行動	
1	全町的なブランド戦略会議を設置し、戦略的にプロモーション活動を行います。
2	ビジュアルアイデンティティ <sup>※2</sup> を確立し、町のフォントやロゴの統一をします。
3	各種イベントを通して、ましこを愛する人々を増やします。
4	トップセールスや映像、メディアなどを利用した積極的な国内外プロモーションを推進します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・ましこの魅力を再発見し、理解を深め、町外者に町の魅力を積極的にPRします。

※1 魅力度市区町村ランキングとは、民間調査会社(株)ブランド総合研究所が実施している観光・居住・産品購入の意欲などの調査によるランキング。

※2 ビジュアルアイデンティティとは、企業文化を構築し、特性や独自性を統一化されたデザインなどで発信し、社会と共有することで存在価値を高めていく企業戦略であるコーポレートアイデンティティの1つの構成要素。視覚の統一。視覚に訴える企業コミュニケーション要素(ロゴタイプ、トレードマーク、デザイン体系)を統一して、一目でその企業だとわかる形に表したものの。

## 基本目標 健全な経営体を持続する

### ■ 現状と課題

- 少子高齢化に伴う労働人口の減少などにより税収が減少していく一方、医療費や介護保険給付費などの社会保障費は増加していく見込みです。さらに役場庁舎をはじめとした公共施設や道路橋りょうなどのインフラが老朽化し、更新費用の増加による財政への影響が懸念されます。
- 地方分権の推進による地方自治体の業務量の増加とともに、住民ニーズが多様化していく中で、限られた予算及び職員数で新規の業務に対応し、住民満足度をさらに向上させるためには、行政経営の効率化と人材育成による職員のスキルアップが必要です。
- 生活スタイルの多様化や少子高齢化などの影響から、住民同士の結びつきと自治意識が希薄化し、これまで自治会などで解決してきた様々な地域の課題の解決が困難となる可能性があります。また、各地域のリーダー(まとめ役)の高齢化・後継者不足の深刻化に加え、少子化や介護予防、福祉などの社会的課題について、各地域の実情やニーズに沿った検討が必要となります。

### ■ 基本的方向

- 新たな歳入の確保と長期的視点に立った財政運営を行います。
- 行政サービスの向上のため、行政経営の効率化と職員全体のスキルアップを図ります。
- 地域住民の結びつき、自治意識の高揚を図り、地域住民主体のまちづくりをめざします。

### ■ 成果指標

指標	基準値	目標
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
プライマリーバランス <sup>※1</sup>	5 億 400 万円 黒字	黒字 <sup>5 版</sup>

※1 プライマリーバランスとは、国や地方自治体の会計において、過去の債務に関わる元利払い以外の支出と、公債発行などを除いた収入との収支のバランスのこと。黒字の場合には借金に頼らない経営を行っていることを示す。

## ■ 基本目標を実現するための取組

### 【政策 1】 安定した財政運営

#### 施策 1 安定した財源確保への取組

新たな歳入の獲得など、安定した財源確保を図ります。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
ふるさと納税額	161 万円	1 億円 <sup>5 版</sup>
財産収入	831 万円	2,100 万円 <sup>5 版</sup>
町税徴収率	87.95%	91.00% <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	ふるさと納税を獲得するため、返礼品の充実や町外者へのパンフレット配布を積極的に行います。
2	財産収入の向上を図るため、未利用地の賃貸や売却を行います。
3	税負担の公平性の保持と徴収率の向上を図るため、滞納整理を積極的に行い、公金徴収の一元化も検討します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・ふるさと納税の返礼品となる商品を開発・生産します。
- ・所得税や住民税の申告を適正に行い、納期限内の納税をします。

## 施策 2 長期的視点に立った財政計画の策定

今後想定される学校改築や役場周辺地区活性化事業などの大型事業などを見据え、長期的視点に立った安定した財政運営を行います。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
町債額 <sup>※1</sup>	70 億 3,555 万円	62 億円 <small>5 版</small>

具体的行動	
1	基金を確実にかつ有利に運用するため、国債の買い入れなどを検討します。
2	公共施設の総合的な管理計画を策定し、管理コストと更新費用を踏まえた施設運営をするとともに利用料を見直します。
3	グラフや図を使用して財政状況をわかりやすく公表します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・将来の公有施設のあり方について考えます。
- ・町の財政状況に関心を持ちます。

※1 町債とは、公共施設の整備や、一時的に多くの費用が必要になる災害復旧などに充てるため、国や金融機関からの借金のことで、平成 26 年度末では町民 1 人あたり約 30 万円の計算となる。

## 【政策 2】 効率的な行政経営

### 施策 1 行政経営の効率化

本計画の高い実効性を確保するため、行政経営の効率化を図ります。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <small>5 版</small>
指定管理者 <sup>※1</sup> が運営する施設数	3 施設	<u>5 施設</u> <small>5 版</small>

具体的行動	
1	事務分掌を見直し、効率的な組織運営を行います。
2	行政評価に外部評価を導入し、さらなる業務の取捨選択に努めます。
3	公共施設の指定管理者制度による民間運営への移行を推進するため、外部検討委員会を設置します。
4	行政改革大綱の見直しにより、行政経営の効率化を図り、子育て支援などの新規業務に力を注ぎます。
5	国・県からの権限移譲、住民ニーズなどによる新規業務に対応しつつ、職員の定数管理を行います。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・町政に関心を持ち、役場業務の客観的な評価に参加・協力します。
- ・指定管理者制度による公共施設の運営に積極的に参加します。

※1 指定管理者とは、多様化する住民ニーズに適切に対応するため、公共施設の管理に民間事業者の能力などを活用することにより、サービスの向上と経費の削減を図ることを目的とした、公募などにより選出される管理者のことで平成 27 年 10 月現在、尾羽の里交遊館、おおぞらクラブ、おあしす館の 3 施設が指定管理者による運営となっている。

## 施策2 職員の人材育成

安定した行政サービスの提供に必要な人材育成を強化します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
「職員に対する住民満足度」の割合	—	80.0% <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	住民とともに地域づくりを行う職員を育成するため、地域活動・ボランティア活動を奨励します。
2	若手から中堅職員による政策や業務改善について研究する組織を設置し、政策立案ができる職員を育成します。
3	人事評価において、自己評価の実施と最終評価内容の本人への説明を行います。
4	管理職のコーチング <sup>※1</sup> の強化により、若手・中堅職員の自発性を促します。
5	職員の視野拡大や行政課題解決能力の育成を図るため、民間企業などでの研修を積極的に実施します。
6	任期付職員制度を活用し、専門性を有する職員を積極的に採用します。

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・職員の対応などの接遇満足度調査に協力します。

※1 コーチングとは、対話によって相手の自己実現や目標達成を図る人材開発技法の1つ。相手の話をよく聴き、感じたことを伝えて承認し、質問することで、自発的な行動を促すとするコミュニケーション技法。

## 【政策3】 町民主体のまちづくり

### 施策1 公共サービスの新しい担い手への支援

地域の実情やニーズに沿った細やかな公共サービスの実現のため、まちづくりや介護、福祉など行政が行っているサービスを町民や企業が主体となり提供する社会への取組を推進します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5</sup> 版
町民団体や社会的企業 <sup>※1</sup> などの設立数	—	新規 1 団体 <sup>5</sup> 版

具体的行動	
1	町民団体や社会的企業の担い手である活動家や社会起業家を発掘・育成します。
2	町民団体や社会的企業の持続性を担保するため、資金調達の環境整備やビジネススキルの向上などを支援します。

#### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・まちづくりを行う町民団体・社会的企業に参加します。

※1 社会的企業とは、社会的課題の解決に取り組むことを事業活動の任務とする社会性と、収益をあげながらこれらの課題を解決する事業性を兼ね備えた事業体のこと。

## 施策2 地域の「ちから」の結束への支援

益子町まちづくり基本条例に規定される住民自治の基本に立ち返り、地域住民が自ら考え、自ら行動する地域ごとのまちづくり<sup>※1</sup>を支援し、人と人とのつながりを強化します。

指標	基準値	重要業績評価指標 (KPI)
	平成 26 年度 (2014 年度)	令和 2 年度 (2020 年度) <sup>5 版</sup>
地域創生活動コンテストへの参加団体数	—	7 団体 <sup>5 版</sup>

具体的行動	
1	地域創生活動コンテストを実施し、地域の活性化や課題解決の事例を紹介し、表彰します。
2	地域の課題 <sup>※2</sup> を解決するため、既存組織(自治会・育成会・いきいきクラブなど)の強化や新たな組織づくりを支援し、人と人につながる機会を増やします。
3	人と人とのつながりによる地域づくりを進めていくため、町民活動支援センター <sup>※2</sup> を設立します。 <sup>3 版</sup>

### ● 町民(住民・事業者・地域・団体)の役割

- ・地域の目標達成や課題解決などについて、必要に応じた規模で組織を結成し、その地域の特性をいかしたまちづくりを行い、その地域ならではの住みたい価値をつくります。
- ・まちづくりの意見交換や活動の拠点となる施設を地域住民の立場から整備します。
- ・地域住民の一人としてまちづくりに参加します。

※1 まちづくりとは、まち(ある一定の範囲で自治会、班、小学校区などあるいは町全体)に暮らすすべての人々が幸せな人生を送れるような「自然、景観、社会、経済、文化」などの環境を整え、暮らしそのものを創造すること。

※2 地域の課題とは、人口減少や子育て支援、高齢者見守り、介護予防、防災などの地域が抱える問題のこと。

※3 町民活動支援センターとは、協働を推進する上で、町民と町民、町民と行政、行政と企業などの間に立って、そのパイプ役として中立的な立場で、それぞれの活動を支援する組織。<sup>3 版</sup>

## 第3章 PDCA サイクルにより改訂した内容

## 第2版（平成29年）

### 幸せを感じる暮らしをつくる

#### 1 重要業績評価指標（KPI）について

##### （1）KPI「18歳以上の運動習慣者の割合」（健康福祉課）

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
修正前	—	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増
修正後	18.0% (実績値)	20.0%	22.0%	25.0%	28.0%	30.0%

##### ①算出の根拠

国・県の目標値を参考とし、現在より10%の増加を目指す。

##### ②見直しの理由

具体的な数値を設定し、指標の進捗状況をより分かりやすくするため。

##### ③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

### 風土に根ざした産業をつくる

#### 1 重要業績評価指標（KPI）について

##### （1）KPI「道の駅来場者数」の割合（農政課）

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
修正前	—	15万人	30万人	32万人	34万人	35万人
修正後	—	33.8万人 (実績値)	53万人	56万人	60万人	64万人

##### ①算出の根拠

道の駅ましこの来場者の実績及び推計による。

##### ②見直しの理由

平成28年度（H28.10.12～H29.3.31）の来場者数に伴う上方修正のため。

##### ③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 2 具体的行動について

### (1) 「施策1 農業生産体制の整備(政策1 成長産業としての整備)」(農政課)

	具体的行動
修正前	畑地帯総合整備事業を推進し、アスパラガスの産地化をめざします。また、いちご・トマト・ナスなどの施設園芸生産の規模拡大を促進します。
修正後	畑地帯総合整備事業を推進するとともに、いちご・トマト・ナスなど園芸作物を主力品目として生産規模の 拡大を促進します。

#### ①見直しの理由

畑地帯総合整備事業の整備期間(整地工事)が平成31年度から3カ年で計画されており、計画期間内に産地化を図ることが困難であるため。

#### ②外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 社会的に自立した人を育てる

### 1 成果指標・重要業績評価指標(KPI)について

#### (1) 成果指標「子育て・教育をしてよかったと思う人」の割合(学校教育課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
修正前	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増
修正後	86.5% (実績値)	87.1% (実績値)	87.5%	88.0%	88.5%	89.0%

#### ①算出の根拠

H27、H28の実績値を基に前年度増となるように設定。

#### ②見直しの理由

具体的な数値を設定し、指標の進捗状況をより分かりやすくするため。

#### ③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(2) KPI「子育て支援教室に参加し満足した人」の割合（健康福祉課）

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
修正前	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増
修正後	未実施	98.6% (実績値)	99.0%	100%	100%	100%

①算出の根拠

H28の実績値を基に前年度増となるよう、また参加者すべての期待に応えられるように設定。

②見直しの理由

具体的な数値を設定し、指標の進捗状況をより分かりやすくするため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(3) KPI「小学生のスポーツクラブ参加率」(生涯学習課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
修正前	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増
修正後	56.4% (実績値)	62.9% (実績値)	64.0%	65.0%	66.0%	67.0%

①算出の根拠

スポーツ教室などを通して小学生の関心を高め、H27、H28の実績値を基に前年度増となるよう設定。

②見直しの理由

具体的な数値を設定し、指標の進捗状況をより分かりやすくするため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(4) KPI「ましこ検定の合格者数」(生涯学習課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
修正前	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増
修正後	未実施	39人 (実績値)	45人	50人	55人	60人

①算出の根拠

H28の実績値を基に前年度増となるように設定。

②見直しの理由

具体的な数値を設定し、指標の進捗状況をより分かりやすくするため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(5) KPI「遊びの達人登録者数」(生涯学習課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
修正前	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増	前年度増
修正後	未実施	2人 (実績値)	5人	10人	15人	20人

①算出の根拠

毎年遊びの体験関連の講座を5回開催し、各回に達人の新規登録者に講師として加わってもらうこととし、毎年5名ずつ増加させていくこととして設定。

②見直しの理由

具体的な数値を設定し、指標の進捗状況をより分かりやすくするため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 第3版（平成30年）

### 幸せを感じる暮らしをつくる

#### 1 具体的行動の移替えについて

##### （1）選ばれるまちへの転換 | 地域の「ちから」の結束への支援（企画課）

具体的行動「人と人とのつながりによる地域づくりを進めていくために、町民活動支援センターを設立します。」の移替えを行う。

	具体的行動
改訂前	暮らし分野 幸せを感じる暮らしをつくる 政策1 住みたい・住み続けたい環境の充実 施策1 選ばれるまちへの転換
改訂後	経営体分野 健全な経営体を持続する 政策3 町民主体のまちづくり 施策2 地域の「ちから」の結束への支援

##### ①見直しの理由

施策「選ばれるまちへの転換」の目的は「転入者の増加」であり、また重要業績評価指標（KPI）は「人口の社会動態」となっていることから本具体的行動が直接関連しがたいが、移替えを検討している施策「地域の「ちから」の結束への支援」の目的は、「まちづくりの支援」及び「人と人とのつながりの強化」であることから、本具体的行動がその手段の一つとして有用であるため。

##### ②外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 2 具体的行動等の改訂について

### (1) 住み続けるまちへの飛躍（健康福祉課）

	具体的行動
改訂前	婚活支援サイト IT ナビを Facebook などの SNS により周知するとともに、出会いイベントを開催します。
改訂後	出会いのイベントの開催など婚活の支援を充実させていきます。

	町民（住民・事業者・地域・団体）の役割
改訂前	結婚希望者に対して IT ナビを SNS などで紹介します。
改訂後	出会いイベントの紹介や婚活支援事業者への協力をします。

#### ①見直しの理由

婚活支援サイト IT ナビが廃止となったため。

#### ②外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 3 重要業績評価指標（KPI）について

### (1) KPI「町税徴収率」（税務課）

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	87.00%	87.98%	88.00%	88.01%	88.02%	88.03%
改訂後	—	88.15% (実績値)	90.16% (実績値)	90.60%	90.80%	91.00%

#### ①算出の根拠

税込計画や推計平均徴収率による。

#### ②見直しの理由

平成 28 年度で KPI の最終目標値を達成する見込みであるため。

#### ③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 第4版（令和元年）

### 幸せを感じる暮らしをつくる

#### 1 重要業績評価指標（KPI）について

##### （1）指標の変更 KPI「健康指標全国順位」（健康福祉課）

	指標
改訂前	健康指標全国順位
改訂後	健康寿命の推定値

##### （2）目標値の設定 KPI「健康寿命の推定値」（健康福祉課）

	区分	H27	H28	H29	H30	H31
改訂後	男性	78.5 歳 (実績値)	78.5 歳 (実績値)	79.5 歳 (実績値)	80.0 歳	80.0 歳
	女性	84.5 歳 (実績値)	84.5 歳 (実績値)	84.1 歳 (実績値)	85.0 歳	85.0 歳

##### ①算出の根拠

平成 29 年度（H28～30 年度の平均）の町推定値（男性 79.5 歳、女性 84.1 歳）からの延長を目指す。

##### ②見直しの理由

現在の指標である「健康指標全国順位」が今後更新される見込みがないため。

##### ③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 2 具体的行動等の改訂について

### (1) 自然エネルギーの利用拡大と省エネルギーの普及啓発（環境課）

	具体的行動
改訂前	3 ペレットストーブ、太陽熱温水器などの自然エネルギー設備機器や、LED 照明設備などの省エネルギー設備機器の導入に対する補助を行います。
改訂後	3 ペレットストーブ、 <u>住宅用太陽光発電システム</u> などの自然エネルギー設備機器や、 <u>定置型蓄電池</u> などの省エネルギー設備機器の導入に対する補助を行います。

#### ①見直しの理由

太陽熱温水器設置補助については、H29、30 年度ともに実績・問合せがなかったため。また、新たな需要として、定置型蓄電池設置補助についての問合せが増えてきたため。

#### ②外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 風土に根ざした産業をつくる

### 1 重要業績評価指標（KPI）について

#### (1) KPI「担い手集積率」（農政課）

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	35.0%	36.0%	37.0%	38.0%	39.0%	40.0%
改訂後	36.7% (実績値)	36.9% (実績値)	38.4% (実績値)	50.5% (実績値)	51.0%	52.0%

#### ①算出の根拠

実績値に基づく推計による。

#### ②見直しの理由

平成 30 年度で KPI の最終目標値を達成したため。

#### ③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(2) KPI「道の駅来場者数」(農政課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	—	15万人	53万人	56万人	60万人	64万人
改訂後	—	33.8万人 (実績値)	65.2万人 (実績値)	77.7万人 (実績値)	82万人	87万人

①算出の根拠

道の駅ましこの来場者の実績及び推計による。

②見直しの理由

平成29年度でKPIの最終目標値を達成したため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(3) KPI「起業支援補助金利用件数(平成26年度からの累計)」(観光商工課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	5件	8件	11件	14件	20件	23件
改訂後	9件 (実績値)	12件 (実績値)	19件 (実績値)	22件 (実績値)	25件	28件

①算出の根拠

毎年3件ずつ伸びると見込む。

②見直しの理由

令和元年度でKPIの最終目標値を達成する見込みのため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(4) KPI「空き店舗利用件数(累計)」(観光商工課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	1件	2件	3件	4件	5件	6件
改訂後	4件 (実績値)	5件 (実績値)	5件 (実績値)	6件 (実績値)	7件	8件

①算出の根拠

毎年1件ずつ伸びると見込む。

②見直しの理由

平成30年度でKPIの最終目標値を達成したため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(5) KPI「観光客入込数」(観光商工課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	186 万人	200 万人	220 万人	230 万人	240 万人	250 万人
改訂後	196.4 万人 (実績値)	213.7 万人 (実績値)	257.9 万人 (実績値)	275.3 万人 (実績値)	285 万人	295 万人

①算出の根拠

毎年 10 万人ずつ伸びると見込む。

②見直しの理由

平成 29 年度で KPI の最終目標値を達成したため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(6) KPI「観光客宿泊者数」(観光商工課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	18,000 人	21,000 人	24,000 人	26,000 人	28,000 人	30,000 人
改訂後	21,337 人 (実績値)	36,798 人 (実績値)	47,110 人 (実績値)	47,515 人 (実績値)	49,000 人	50,000 人

①算出の根拠

毎年 1,000 人ずつ伸びると見込む。

②見直しの理由

平成 28 年度で KPI の最終目標値を達成したため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

(7) KPI「外国人観光客宿泊者数」(観光商工課)

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	350 人	400 人	450 人	500 人	600 人	700 人
改訂後	643 人 (実績値)	722 人 (実績値)	960 人 (実績値)	1,157 人 (実績値)	1,200 人	1,250 人

①算出の根拠

毎年 50 人ずつ伸びると見込む。

②見直しの理由

平成 28 年度で KPI の最終目標値を達成したため。

③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 2 具体的行動等の改訂について

### (1) 地域農産物の販路開拓（農政課）

	具体的行動
改訂前	3 道の駅を拠点に、益子産のそば、小麦を使用した商品開発を行い、生産者から消費者まで顔の見える食のつながりを推進します。
改訂後	3 道の駅を拠点に、益子産の <u>果樹</u> 、小麦を使用した商品開発を行い、生産者から消費者まで顔の見える食のつながりを推進します。

#### ①見直しの理由

町内産の果樹を利用した新たな商品の開発を行うため。

#### ②外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 社会的に自立した人を育てる

### 1 重要業績評価指標（KPI）について

#### (1) KPI「遊びの達人の登録者数」（生涯学習課）

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	—	2人	5人	10人	15人	20人
改訂後	—	2人 (実績値)	8人 (実績値)	18人 (実績値)	20人	25人

#### ①算出の根拠

実績値に基づく推計による。

#### ②見直しの理由

令和元年度でKPIの最終目標値を達成する見込みであるため。

#### ③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 地域資産を蓄積する

### 1 重要業績評価指標（KPI）について

#### （1）KPI「ましこ検定の受検者数」（生涯学習課）

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	—	40人	60人	80人	100人	100人
改訂後	—	43人 (実績値)	22人 (実績値)	197人 (実績値)	170人	170人

##### ①算出の根拠

実績値に基づく推計による。

##### ②見直しの理由

平成30年度に新たに中学校での受検機会を設けたことで中学生の受検者数が増加し、KPIの最終目標値を達成したため。

##### ③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 健全な経営体を持続する

### 1 重要業績評価指標（KPI）について

#### （1）KPI「財産収入」（企画課）

	H27	H28	H29	H30	H31	H32
改訂前	850万円	850万円	900万円	950万円	1,000万円	1,000万円
改訂後	—	1,692万円 (実績値)	6,432万円 (実績値)	2,201万円 (実績値)	2,000万円	2,100万円

##### ①算出の根拠

道の駅ましこの来場者の推計にあわせ、道の駅施設に係る賃借料を見直した。

##### ②見直しの理由

平成28年度から3年間継続してKPIの最終目標値を達成したため。

##### ③外部検証委員からの意見等

・改訂について異論なし。

## 第5版（令和元年度第2回）

### 1 計画期間の延長について

第1章 第2節 益子町まち・ひと・しごと創生総合戦略の計画期間と進捗管理(マネジメント)

	計画期間
改訂前	計画期間は、5年(平成27(2015)～31(2019年度)年度)とします。
改訂後	計画期間は、 <u>6</u> 年(平成27(2015)～ <u>令和2(2020)</u> 年度)とします。

	PDCA サイクル
改訂前	また、めざすべきまちの将来像を実現するため5年間で達成すべき目標として、基本目標に対する成果指標と施策に対する重要業績評価指標(Key Performance Indicator。以下「KPI」という。)を設定することとします。
改訂後	また、めざすべきまちの将来像を実現するため <u>6</u> 年間で達成すべき目標として、基本目標に対する成果指標と施策に対する重要業績評価指標(Key Performance Indicator。以下「KPI」という。)を設定することとします。

### 2 成果指標および重要業績評価指標（KPI）の目標年度および目標値の改定について

#### (1) 成果指標

頁	指 標	改定前	改定後
		平成31年度 (2019年度)	令和2年度 (2020年度)
6	「幸せな暮らしと感じる人」の割合	78.0%	80.0%
27	「子育て・教育をしてよかったと思う人」の割合	88.5%	89.0%
	「地域・社会活動をする人」の割合	64.0%	65.0%
33	日本遺産登録	登録	登録
39	プライマリーバランス	黒字	黒字

頁	指 標	改定前	改定後
		平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)
16	町内総生産	585億円	600億円

## (2) 重要業績評価指標 (KPI)

頁	指 標	改定前	改定後
		平成 31 年度 (2019 年度)	令和 2 年度 (2020 年度)
7	人口の社会動態	転入者数＝転出者数 差 0 人	転入者数＝転出者数 差 0 人
8	年間出生数	184 人	185 人
9	里山整備実施箇所数 (累計)	38 箇所	40 箇所
10	エネルギー自給率	28.0%	30.0%
11	1 人 1 日あたりの家庭系ごみ排出量(町資源化分を除く)	250g	220g
	ごみの分別リサイクル率	46.0%	50.0%
12	18 歳以上の運動習慣者の割合	28.0%	30.0%
13	メタボリックシンドローム(内臓脂肪症候群)該当者の割合	14.3%	14.0%
	メタボリックシンドローム予備軍の割合	10.2%	10.0%
14	介護予防教室及び高齢者サロンの参加者実人数	280 人	290 人
15	刑法犯発生件数	53 件	45 件
	交通事故発生件数 (人身)	17 件	15 件
17	新規就農者数 (平成 26 年度からの累計)	18 人	21 人
	担い手集積率	51.0%	52.0%
19	道の駅来場者数	82 万人	87 万人
20	起業支援補助金利用件数 (平成 26 年度からの累計)	25 件	28 件
	空き店舗利用件数 (累計)	7 件	8 件
21	ブランド商品認定数 (累計)	16 件	18 件
23	有効求人倍率	0.90	1.00
24	観光客入込数	285 万人	295 万人
	観光客宿泊者数	49,000 人	50,000 人
26	外国人観光客宿泊者数	1,200 人	1,250 人
28	小・中学生の 1 年間皆勤率	54.0%	55.0%
	「子育て支援教室に参加し満足した人」の割合	100%	100%
29	全国学力テスト全国順位 (中学 3 年時)	5 位以内	5 位以内
	中学校における英検 3 級取得率	29.0%	30.0%

頁	指 標	改定前	改定後
		平成 31 年度 (2019 年度)	令和 2 年度 (2020 年度)
30	東京オリンピック出場選手数	—	1人以上
	小学生のスポーツクラブ参加率	66.0%	67.0%
	小・中学生の新体力テスト A 級以上取得者の割合	14.0%	15.0%
32	町民学士認定者数	220 人	250 人
	ましこ検定の合格者数	55 人	60 人
	遊びの達人の登録者数	20 人	25 人
34	ましこ検定の受検者数	170 人	170 人
35	ましこ世間遺産認定数 (累計)	50 件	55 件
36	ランドスケープデザインの作成	作成	作成
37	「地域への愛着や誇りを感じる人」の割合	79.0%	80.0%
38	地域ブランド調査 魅力度市区町村ランキング	200 位以内	200 位以内
40	ふるさと納税額	1 億円	1 億円
	財産収入	2,000 万円	2,100 万円
	町税徴収率	90.80%	91.00%
41	町債額	65 億円	62 億円
42	指定管理者が運営する施設数	5 施設	5 施設
43	「職員に対する住民満足度」の割合	78.0%	80.0%
44	町民団体や社会的企業などの設立数	新規 1 団体	新規 1 団体
45	地域創生活動コンテストへの参加団体数	6 団体	7 団体

頁	指 標	改定前	改定後
		平成 30 年度 (2018 年度)	令和元年度 (2019 年度)
12	健康寿命の推定値	H29～31 の平均 男性 80.0 歳 女性 85.0 歳	H30～R2 の平均 男性 80.0 歳 女性 85.0 歳

頁	指 標	改定前	改定後
		平成 31 年度 (2019 年度)	令和元年度 (2019 年度)
22	益子焼総販売額	38 億円	38 億円

