

東松山市まち・ひと・しごと創生

総合戦略

～ 住みたい、働きたい、訪れたい

元気と希望に出会えるまち東松山 ～



平成27年10月

(令和元年12月改訂)

 東松山市

目次

1 基本的な考え方	
(1) 国の総合戦略との関係	1
(2) 主旨と位置付け	2
(3) 計画期間	2
(4) 将来像及び目標人口	2
(5) 推進体制	3
(6) 計画の見直し	3
2 東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略	
(1) 課題の整理	4
① 少子化への対応	
② 超高齢社会への対応	
③ 定住促進への取組	
④ 交流人口増加への取組	
⑤ まちの活性化への取組	
(2) ケーススタディによる必要な施策の抽出	6
(3) 地方創生に向けた取組の基本的方向性	11
① 資源の活用と連携による観光まちづくり(観光分野)	
② 元気な産業を育むまちづくり(産業分野)	
③ 産みやすく育てやすいまちづくり(子育て分野)	
(4) 基本目標並びに具体的な施策及び重要業績評価指標(KPI)の設定	13
① 基本目標	
② 具体的な施策及び重要業績評価指標(KPI)	
(5) その他の取組	20
① 全市的な取組	
② 広域的な取組	
(6) 効果検証の方法	20

1 基本的な考え方

(1) 国の総合戦略との関係

国が策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考え方や政策 5 原則を基に、本市における人口減少・少子高齢化に的確に対応するため、東松山市版人口ビジョンを作成した上で、まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立を目指します。

《参考》「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考え方と政策 5 原則

1 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考え方

(1) 人口減少と地域経済縮小の克服

- ・本格的な人口減少時代の到来、地方と東京圏の経済格差による人口の一極集中
- ・地域経済の縮小により、人口の一極集中と地方人口減少に拍車がかかる。
- ・地方における負のスパイラルの解消、人口減少を克服し地方創生
 - ①東京一極集中を是正する。
 - ②若い世代の就労・結婚・子育ての希望を実現する。
 - ③地域の特性に即して地域課題を解決する。

(2) まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立

- ・地域経済の活性化、産業の高付加価値等による「しごとの創生」
- ・地方就労の促進や移住定住促進等による「ひとの創生」
- ・安心できる暮らしの確保や都市のコンパクト化、広域連携等による「まちの創生」

2 「まち・ひと・しごと創生」政策5原則

(1) 自立性

各施策、構造的な問題に対処し、地方公共団体等の自立につながるようにする。

(2) 将来性

地方が自主的かつ主体的に、前向きに取り組むことを支援する施策に重点を置く。

(3) 地域性

各地域の実態に合った施策を支援することとし、各地域は客観的データに基づき実状分析や将来予測を行い、「地方版まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定するとともに、同戦略に沿った施策を実施できる枠組みを整備する。

(4) 直接性

限られた財源や時間の中で、最大限の成果を上げるため、施策を集中的に実施する。住民代表・産官学労言(※)の連携を促すことにより、政策の効果をより高める工夫を行う。

(※産官学労言…産業界、市町村や国の関係行政機関、教育機関、金融機関、労働団体、メディアのこと。)

(5) 結果重視

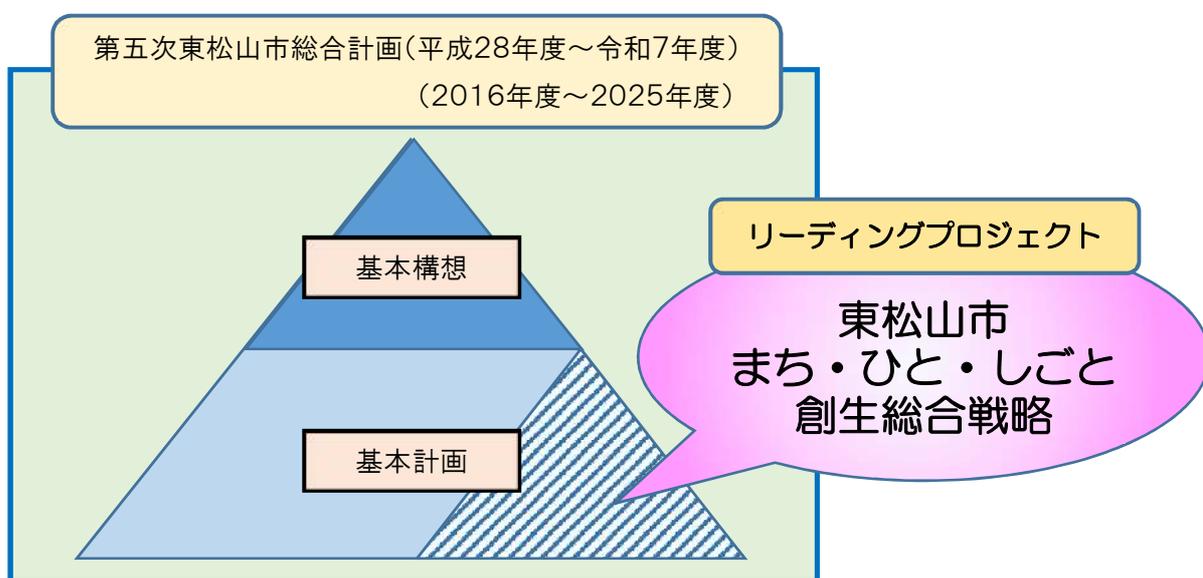
明確な PDCA メカニズムの下に、短期・中期の具体的な数値目標を設定し、政策効果を客観的な指標により検証し、必要な改善等を行う。

(2) 主旨と位置付け

東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法に基づき、国の長期ビジョン及び総合戦略の主旨を尊重しながら、本市における人口の現状分析を行い、認識を共有し、人口の将来展望を示した上で、今後目指すべき将来の方向性と取組を示すものであり、市民、事業者、行政など市全体で共有する計画として位置付けます。

また、第5次東松山市総合計画・前期基本計画との整合を図っており、基本計画におけるリーディングプロジェクトとしての役割も担うこととしています。

今後は、この総合戦略に基づき、人口減少や少子高齢化など本市が持つ課題への対応を戦略的に進めることにより、まち・ひと・しごとの創生につなげ、将来に向けて持続可能なまちを目指します。



(3) 計画期間

平成27年度から令和2年度までの6年間とします。

(4) 将来像及び目標人口

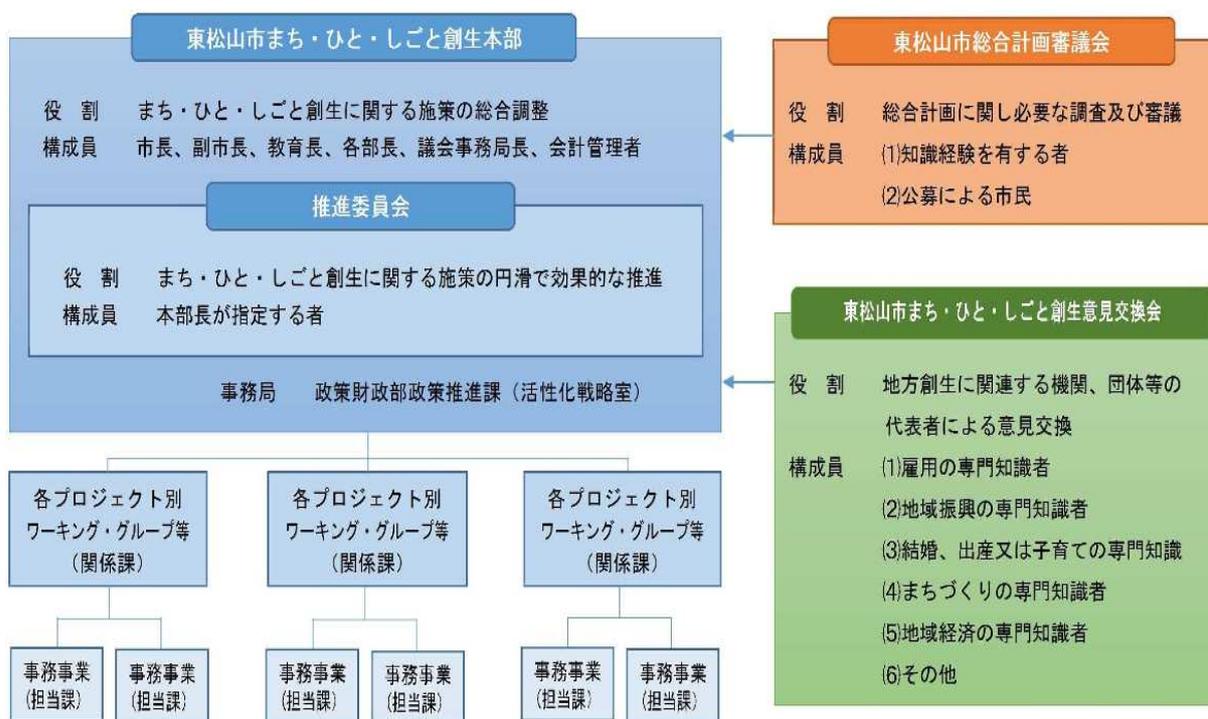
本計画は、第5次東松山市総合計画と整合を図り、前期基本計画と連携して取組を進めていくため、目指すべき将来像については、総合計画と同様のものを設定します。

また、目標人口については、本計画期間満了時(令和2年)に90,300人とします。

将来像:「住みたい、働きたい、訪れたい 元気と希望に出会えるまち東松山」

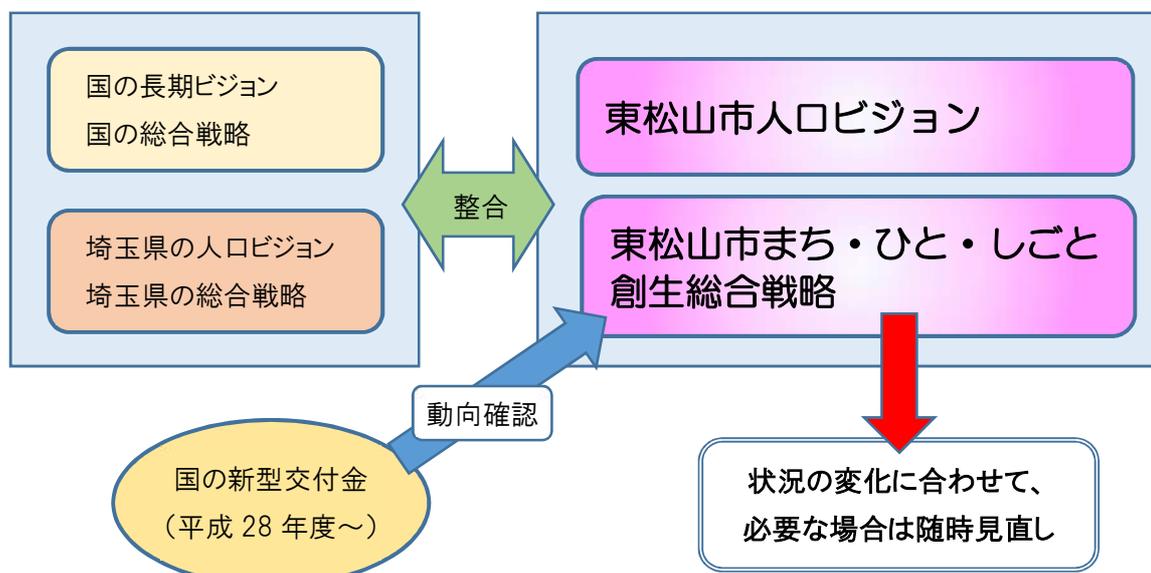
(5) 推進体制

東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略の推進体制は次のとおりです。



(6) 計画の見直し

本計画については、国及び県の総合戦略との整合を図りつつ、国の交付金制度の動向も見据えながら、目的を達成するため必要な場合は随時見直しを行うものとします。



2 東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略

(1) 課題の整理

地方創生に向けた取組の検討に先立ち、まずは東松山市が抱える課題の整理及び原因の分析を統計等各種データに基づき行います。

① 少子化への対応

東松山市の年少人口は、平成 5 年をピークに減少傾向を示しています。また、出生数についても減少を続けており、近年では、合計特殊出生率が全国や埼玉県の平均よりもやや低位で推移している状況です。

これらの原因としては、まず子育て世代の流入が減少したことが挙げられます。かつての高度成長期やバブル経済期においては、都心のベッドタウンとして子育て世代の流入超過が続いていましたが、近年では流入と流出がほぼ同程度となっています。また、全国的な傾向と同様、東松山市でも未婚化・晩婚化が進んでおり、様々な理由から結婚・出産に踏み切れない人も潜在的に多く存在していると考えられます。

今後は、子育て世代の流入を促すことで、年少人口の増加を図るとともに、安心して結婚・出産・子育てができるような就労・子育て環境づくりを進めていくことが課題となります。

② 超高齢社会への対応

東松山市の老年人口は、今後も当面の間、増加を続けると見られており、年少人口の減少もあいまって、高齢化率は引き続き上昇する見込みです。また、生産年齢人口も減少傾向を示しており、まちの活力の減退が懸念されるところです。

今後ますます高齢化が進む中で、将来にわたりまちの活力を維持していくためには、高齢者にもまちの担い手の一員となってもらうことが必要です。そのためには、高齢者が元気に活躍できる環境づくりを進めることが今後の課題であり、高齢者の健康増進を後押しするだけでなく、就労や地域活動への参加がしやすい環境を創出するなど、いきがいが持てる健康長寿のまちづくりを進めていくことが求められます。

③ 定住促進への取組

東松山市の人口の社会増減を見ますと、平成 7 年までは転入者数が転出者数を上回っていましたが、平成 8 年から逆転し、ほぼ全ての年で転出超過が続いています。最近では再び転入超過の傾向も見られますが、以前ほどの増加は期待できない状況です。

転出入数を年代別に見ると、市内又は近隣の大学生の卒業もあって、男女とも 20 代の転出超過傾向が顕著に表れており、近年はその傾向が強くなりつつあります。また、以前に比べて子育て世代の流入が減少していることも特徴です。

これらの傾向は、市内や近隣市町村など通勤可能な範囲内に安定した就業先が不足していることをうかがわせます。すなわち、安心して働ける就業先が不足しているため、就職を機に市外へ若者が転出するとともに、市外からの新たな若者の転入が増えない状況に陥っていると考えられます。

今後、定住人口の維持・増加を図るためには、市内に安定した就業先を増やすなど、若者をいかに市内へ留め、また流入を促すかが課題と言えます。また、子育て世代の流入を促すためには、子育て環境や移住支援を充実させ、それらを積極的にPRすることが必要です。その際、東松山駅から池袋駅まで最短約 45 分という都内への通勤のしやすさも、本市のアピールポイントであると考えています。

④交流人口増加への取組

東松山市は埼玉県のほぼ中央に位置しており、東武東上線の駅が2つ(東松山駅、高坂駅)あるほか、市の中央部には関越自動車道東松山インターチェンジがあるなど、通勤・通学や観光のアクセスは比較的良好と言えます。また、都心から最短約 45 分という近い距離にありながら、豊かな自然に恵まれており、市内には美しい景観や史跡が数多く残るほか、動物公園などの観光施設も存在しています。

その一方で、市内には体験型の観光施設が少なく、また、各観光資源が点在し、それらの有機的な連携が図れていないため、来訪者の滞在時間は総じて短い傾向にあります。また、東松山駅と高坂駅の 1 日の平均乗降客数は年々減少傾向を示しており、観光だけではなく、通勤や通学で市内に訪れる人も減少しつつあることがうかがえます。

今後は、市内に点在する観光資源を有機的につなげ、様々な観光プランを提案することで市外からの観光客の増加を図るとともに、市内に安定した就業先を増やすことで、通勤などによる昼間人口を増加させ、まちのにぎわいにつなげることが課題となります。

⑤まちの活性化への取組

東松山市の人口は、平成 10 年をピークに減少傾向を示しており、長期的にはこの傾向は今後も続くと見られています。特に、生産年齢人口の減少が顕著であり、将来のまちの活力の減退が懸念されるところです。また、中心市街地の空洞化も進んでおり、商業の衰退が危ぶまれています。

まちの活性化に向けた取組として、現在、東松山市では企業誘致を積極的に進めており、新たな企業の立地や雇用の確保に取り組んでいます。また、中心市街地でのイベント開催などを通じ、来訪者の増加に努めているところです。

今後は、生産年齢人口の維持・増加を目指し、より安定した就業先の確保を念頭に置いた戦略的な企業誘致や、既存企業の収益向上による雇用拡大、創業支援を通じた新たな地元企業の創出を図ることが課題となります。また、市の玄関口である東松山駅周辺及び中心市街地の活性化を図り、まちのにぎわいを創出することで人を呼び込むことが必要です。

(2) ケーススタディによる必要な施策の抽出

地方創生に向けた具体的な取組を検討する際、子どもから高齢者まで各年代によって求めるサービスや必要とする施策は大きく異なると考えられます。ここでは、市民から得られた意見を基に、各年代の具体的なケースを想定し、地方創生につながる必要かつ効果的な取組の抽出を行います。

i 乳幼児

◎Case1(5歳男子A君)

お父さん、お母さん、A君、妹(6か月)の4人暮らし。
A君は〇〇保育園に通っている。
お母さんは産まれたばかりの妹にとっても手が掛かっている。
お父さんは人手不足の影響で仕事が忙しく、帰宅は遅くなることが多い。

【お父さん・お母さんが気になっていること】

- ① A君はアレルギー体質で喘息の既往歴があるため、発作が起きたときの対応を常に心配している。
- ② A君はもうすぐ小学校へ入学するが、人間関係や学力面が対応できるか心配している。



【求められる施策】

- ① 小児医療の充実(24時間 365日対応)
- ② 入学前の小1プロブレム対応施策

ii 小・中学生

◎Case2(13歳中学1年生の姉Bさんと10歳小学4年生の弟C君)

お父さん、お母さん、高校生のお兄さん、Bさん、C君の5人暮らし。
お父さん、お母さんは共に働いており、帰宅は夜7時頃。
お兄さんは勉強や部活で忙しく、帰宅は遅くなるが多い。

【Bさんが気になっていること】

- ① 中学に入ってから勉強が難しくなり、放課後に誰かに教えてもらいたい。

【C君が気になっていること】

- ② 家の近くには公園が少なく、遊べる場所が少ない。



【求められる施策】

- ① 学習支援の充実
- ② 遊びの場や機会の提供

iii 高校生

◎Case3(17 歳高校 2 年生のD君とその幼なじみE君)

D君は市内〇〇町に家族と一緒に住んでいる男子高校生。
E君はD君の幼なじみで、2 人とも市内の高校に通っている。
毎朝、自宅の最寄りの駅から高校がある駅まで電車を利用している。

【D君・E君が気になっていること】

- ① 高校がある駅の周辺には高校生が立ち寄りそうな店が少なく、学校帰りに軽く話ができる場所がない。
- ② 2 人とも進路について悩んでいる。D君は進学を考えているが、まだ何を学びたいのかはっきりしていない。E君は就職を考えているが、自分は何に向いているのかまだ分からない。



【求められる施策】

- ① 駅周辺の活性化
- ② キャリア教育の推進

iv 大学生

◎Case4(20 歳大学 2 年生のFさん)

Fさんは市内にある大学への入学を機に、昨年県外から引っ越してきた。
現在は大学の最寄りの駅周辺のアパートに一人暮らしをしている。
勉強やサークル活動など、忙しくも充実した日々を送っている。
大学生生活も 2 年目に入り、このまちに少しずつ愛着を感じつつある。

【Fさんが気になること】

住み始めてから 1 年が経過するものの、市内での移動はアパートと大学の往復がほとんど。
このまちには何があるのか、どんな美味しい食べ物があるのか、最近気になっている。



【求められる施策】

市外から来た大学生に市の魅力を伝える取組(定住へのきっかけ作り)

◎Case5(22 歳大学 4 年生のG君)

G君は市内〇〇町に家族と一緒に住んでいる男子大学生。
県外の大学へ通っている。
大学卒業後は就職を考えている。

【G君が気になっていること】

G君はできれば地元で就職したいと考えている。
しかし、地元にはどういった企業があるのか、安定した就職先があるのかといった不安を抱えている。



【求められる施策】

安定的な就労先の確保及び就労支援

v 独身者

◎Case6(30 歳男性Hさん)

Hさんの実家は市内の〇〇町。実家には 60 代の父母が 2 人で住んでいる。
現在Hさんは県外のアパートで一人暮らしをしている。
仕事が忙しく、最近はあまり実家に帰っていない。
また、現在お付き合いをしている女性はおらず、男性が多い職場のため、女性との出会いの機会がほとんど無い状況である。

【Hさんが気になっていること】

- ① 父母も高齢になり、今後 2 人で暮らしていけるのか不安。実家に帰ることも考えているが、地元で安定した就職先があるのか分からないため躊躇している。
- ② 30 歳を過ぎ、そろそろ結婚したいと考えているが、出会いの機会が無いことを悩んでいる。



【求められる施策】

- ① 安定的な就労先の確保及び就労支援
- ② 結婚支援

vi 子育て世代

◎Case7(36 歳男性Jさんとその妻Jさん(36 歳))

JさんとJさんは共に 36 歳。(Jさんは会社員、Jさんは専業主婦)
5 歳の娘と 2 歳の息子がおり、娘は来年小学校へ入学する予定。
現在は〇〇市のアパートに住んでいるが、娘の入学を機に、マイホームの購入を検討している。
また、Jさんはかつて結婚の際に退職したが、娘の入学を機に、また働きたいと考えている。

【JさんとJさんが気になっていること】

- ①マイホームの購入に当たっては、老後まで住み続けることを考え、自然環境が良く、生活に便利な場所が良いと考えている。
- ②子どもたちの将来を考え、子どもの学習環境が整った場所を望んでいる。
- ③Jさんは、娘が学校に行っている間は、息子を預けて働きたいと考えており、短時間でも働ける会社が近くにあると良いと思っている。



【求められる施策】

- ①市の魅力発信による定住促進
- ②学習支援の充実
- ③子育てしながら働きやすい就業環境の推進

vii シニア世代

◎Case8(59 歳男性Kさんとその妻Lさん(53 歳))

KさんとLさんは、既に子どもは独り立ちしており、現在は 2 人で住んでいる。
Kさんは間もなく退職を迎えるが、まだまだ元気であり、退職後も週 3 日程度は働き、残りの日はボランティアなど地域貢献を行いたいと考えている。
Lさんは子育てが終わったことから、若い頃から趣味で続けていたフラワーアレンジメントをいかして、何か事業を始めたいと考えている。

【Kさんが気になっていること】

- ①退職後も働きたいと考えているが、週 3 日程度の短時間で働ける会社が近くにあるのか不安である。また、どのようなボランティアが地域にあるのか分からない。

【Lさんが気になっていること】

- ②やる気はあるがノウハウが無いため、どのように創業すればよいのか分からない。



【求められる施策】

- ①高齢者の就業支援及びいきがづくり(子どもたちの遊びや学習支援の担い手)
- ②シニア向けの創業支援

viii 高齢者

◎Case9(78 歳男性Mさん)

Mさんは市内〇〇町の自宅に一人暮らしをしている。
毎朝のウォーキングが日課で、たまにウォーキング大会に参加するなど、元気に生活している。

【Mさんが気になっていること】

今は元気で日常生活に問題は無いが、近くに頼れる親族はおらず、将来何かあったときはどうなるのか心配である。



【求められる施策】

- ①医療の充実や地域包括ケアシステムの構築
- ②公共交通網の整備(日常生活の利便性向上)

(3) 地方創生に向けた取組の基本的方向性

東松山市は、豊かな自然と良好なアクセスを兼ね備えたまちとして、これまで定住人口を増やし、発展を続けてきました。しかし、平成 10 年をピークに人口は減少傾向となり、特に、生産年齢人口の減少が顕著となっています。

今後も比企地域の中心都市としてまちの活力を維持していくためには、生産年齢人口を中心とした定住人口の確保や若者の流出抑制を図ることが必要です。そのためには、地域内の産業を活性化し、安定的な就業先を増やす取組が非常に重要となります。

また、市外からの転入を促進するためには、まずは東松山市を知ってもらい、一度観光に訪れてもらうことがその第一歩になると考えられます。本市の地域資源を活用した様々な観光プランを提供するなどの新しい取組を進め、本市を訪れる交流人口を増やすことで、まちのにぎわいを創出するとともに、将来の転入へのきっかけを作ることが重要です。

さらに、将来にわたり選ばれる自治体になるためには、子どもを産みやすく育てやすい環境を作ることが必要不可欠です。まちの活力を維持していくためには、人口の社会増を促すだけでなく、子育て支援の充実などを通じた出生率の向上を図ることも重要と言えます。

以上の観点から、東松山市の取組の方向性として、次の 3 点を掲げることとします。

① 資源の活用と連携による観光まちづくり(観光分野)

東松山市は様々な観光施設を有するものの、その中にはまだ十分に活用されていない施設が存在しています。また、葛袋地区の化石のように、これまで活用されてこなかった地域資源もあります。

そこで、これまで十分な活用がなされてこなかった地域資源にあらためて焦点を当て、必要な整備を行った上で、それらを活用した体験型の施設やイベントを提供することにより、新たな観光客を呼び込む取組を進めていきます。

また、本市の観光地域づくりにおいて中心的存在である観光協会と連携し、市内各地の地域資源を有機的に結び付けた様々な観光プランを提供することで、訪れた人の滞在時間を増やし、消費の拡大及びまちのにぎわいの創出につなげていきます。さらに、それらのプランを市外へ向けて積極的に発信することで、市の認知度の向上を図っていきます。



《対応する課題》

- ④ 交流人口増加への取組
- ⑤ まちの活性化への取組

②元気な産業を育むまちづくり(産業分野)

東松山市では、地域内の産業を活性化させ、安定的な就業先を確保するため、これまで積極的な企業誘致を展開してきました。今後も引き続き新たな企業の誘致に取り組むとともに、既存企業に対する支援を拡充し、企業の経営向上を後押ししていきます。また、創業を検討している人や創業後間もない人に対する支援も行い、新たな地元企業の誕生につなげていきます。これらの取組を一体的に進めていくことで、地域内に安定的な雇用を増加させ、定住人口の維持・増加を図ります。

また、企業合同就職説明会を今後も継続し、企業の雇用確保及び市民の就労を支援するとともに、高齢者や子育て中の人々が短時間でも働けるような多様な就労環境づくりも進めていきます。

さらに、地域内のビジネスマッチングや東松山駅周辺及び中心市街地の活性化も推進し、産業全体の活性化を促していきます。



《対応する課題》

- ① 少子化への対応
- ② 超高齢社会への対応
- ③ 定住促進への取組
- ⑤ まちの活性化への取組

③産みやすく育てやすいまちづくり(子育て分野)

観光や産業分野の活性化を進め、東松山市の魅力を高めることで子育て世代の流入を促すとともに、出生率の向上による人口の自然増社会を実現するためには、結婚・出産・子育てに希望が持てる環境を整え、東松山市が子育ての場として選ばれる自治体となる必要があります。

そのためには、出産や子育てについての相談体制の充実や小児医療体制の整備など、安心して子育てができる環境づくりを積極的に進めていきます。

また、子どもの学習支援体制を強化し、市全体で高い学力を育むとともに、子どもに様々な体験の場や機会を提供することで、経験豊かな人材に育てていきます。



《対応する課題》

- ① 少子化への対応
- ③ 定住促進への取組

(4) 基本目標並びに具体的な施策及び重要業績評価指標(KPI)の設定

「(3)地方創生に向けた取組の基本的方向性」で掲げた 3 つの分野は、定住人口の確保という大きな目標に向けて互いに密接に関連しています。例えば、産業分野において安定的な就業先を増やす取組は、若者の経済的安定性を高め、子育て分野における結婚の促進、さらには出生率の向上につながると考えられます。また、観光分野において市の地域資源を磨き上げ、魅力を高める取組は、市の認知度の向上につながり、その先の就労や移住のきっかけとなる可能性も十分に考えられます。

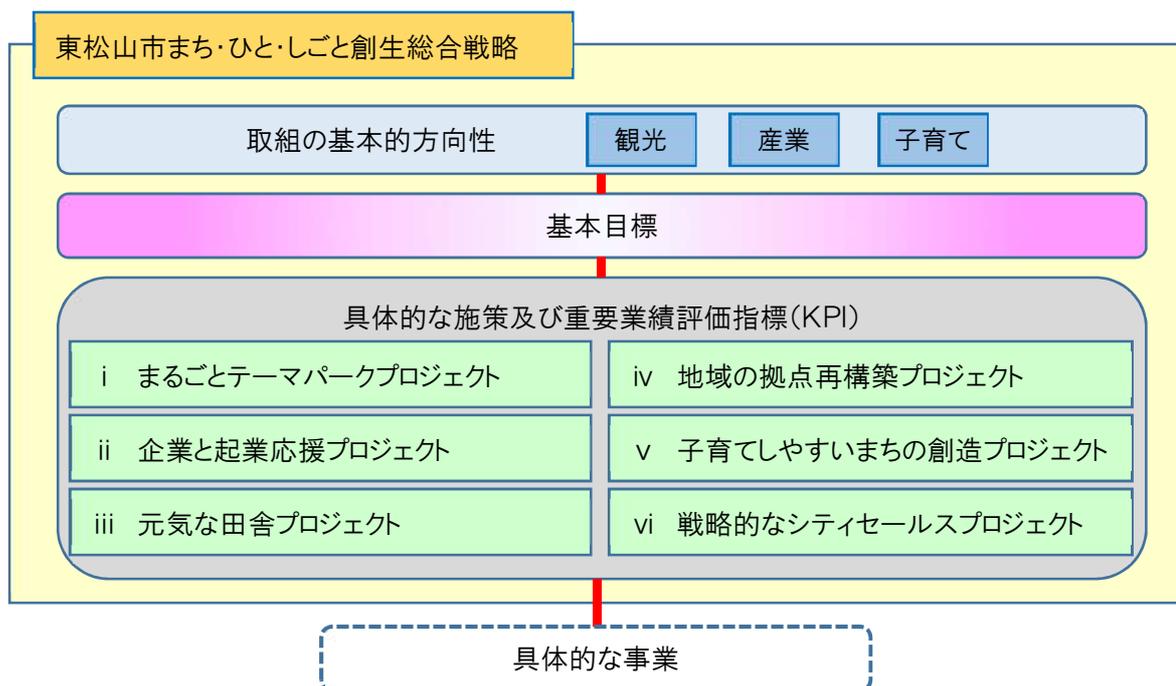
以上のことから、本市の地方創生に向けた基本的かつ政策横断的な目標として、次の項目を掲げることとし、さらにその目標を実現していくための手段として 6 つのプロジェクトを設け、各プロジェクトについてそれぞれ重要業績評価指標(KPI)を設定します。

なお、基本目標については、本市の最上位計画である第 5 次東松山市総合計画において掲げられている目標値を掲載するとともに、本計画期間と合わせて、6 年間の取組による目標値を設定します。また、基本目標を達成するための各プロジェクトについては、6 年間の取組による重要業績評価指標(KPI)を設定するとともに、具体的な事業内容を盛り込んだ実施計画を総合戦略とは別に作成し、進捗を管理していきます。

①基本目標

令和 7 年の人口 87,000 人（第五次東松山市総合計画）
本計画期間の目標値として、令和 2 年の人口 90,300 人

【参考：東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略体系イメージ図】



②具体的な施策及び重要業績評価指標(KPI)

i まるごとテーマパークプロジェクト	
概要	<p>東松山市に点在する地域資源を磨き上げ、連携して活用することで、市全体としての魅力を高めていきます。</p> <p>これまで十分な活用がなされてこなかった地域資源にあらためて着目し、必要な整備を行うとともに、これらの観光資源を有機的に結び付けた観光ルートやプランを設定し、積極的に発信していきます。</p> <p>これらの取組を通じ、東松山市全体をテーマパークととらえた観光資源化を図り、観光客の増加につなげることでまちのにぎわいを創造していきます。</p>
重要業績 評価指標 (KPI)	年間観光入込客数：令和2年に260万人
	<p>【考え方】 本市を訪れた年間の観光客数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。観光資源の回遊性の向上や積極的なPRに取り組むことで、年間観光入込客数の増加を図ります。</p>
	<p>【参考値】 平成25年の年間観光入込客：230万人 (出典:東松山市観光振興基本計画)</p>
具体的な 事業	<p>①東松山市南部観光ルート(まなびのみち)創造事業 高坂駅を中心とした市南部地域において、葛袋地区の化石や廃線敷など、これまで活用されてこなかった地域資源に着目し、必要な整備を行った上で、既存観光資源と併せたウォーキングルートを設定します。</p> <p>②東松山市北部観光ルート(農村体験のみち)創造事業 東松山ぼたん園や農林公園を中心とした市北部地域において、これらの施設の更なる活用に向けた必要な整備を行った上で、周辺施設との連携を進めていきます。</p>

ii 企業と起業応援プロジェクト									
概要	<p>企業誘致を引き続き進めるとともに、既存企業や新たな創業に対する支援にも取り組み、産業の活性化と雇用の創出を図っていきます。</p> <p>新たな企業の誘致のため、産業用地の確保に努めるとともに、誘致企業に対する優遇制度を活用していきます。</p> <p>また、新規企業だけではなく、既存企業の人材確保や設備投資、企業PRなどに対しても積極的に支援を行い、企業の経営向上を後押しするとともに、創業支援にも新たに取り組み、支援の仕組みづくりや拠点の整備を進めていきます。</p> <p>これらの取組を通じ、市内に新たな産業と雇用を創出し、定住人口と交流人口の確保につなげていきます。</p>								
重要業績評価指標 (KPI)	<p>(1)市内事業所数 : 令和2年に 3,514 事業所</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center;">【考え方】</td> <td>市内にある事業所数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。新規企業誘致、既存企業支援、創業支援を一体的に進めることで、市内事業所数の増加を図ります。</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">【参考値】</td> <td>平成24年の市内事業所数 : 3,464 事業所 (出典:地域経済分析システム)</td> </tr> </table> <p>(2)市内従業者数 : 令和2年に 36,550 人</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center;">【考え方】</td> <td>市内事業所における従業者数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。事業所の増加や企業の経営向上により、従業員数の拡大を図ります。</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">【参考値】</td> <td>平成24年の従業者数 : 36,243 人 (出典:地域経済分析システム)</td> </tr> </table>	【考え方】	市内にある事業所数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。新規企業誘致、既存企業支援、創業支援を一体的に進めることで、市内事業所数の増加を図ります。	【参考値】	平成24年の市内事業所数 : 3,464 事業所 (出典:地域経済分析システム)	【考え方】	市内事業所における従業者数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。事業所の増加や企業の経営向上により、従業員数の拡大を図ります。	【参考値】	平成24年の従業者数 : 36,243 人 (出典:地域経済分析システム)
【考え方】	市内にある事業所数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。新規企業誘致、既存企業支援、創業支援を一体的に進めることで、市内事業所数の増加を図ります。								
【参考値】	平成24年の市内事業所数 : 3,464 事業所 (出典:地域経済分析システム)								
【考え方】	市内事業所における従業者数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。事業所の増加や企業の経営向上により、従業員数の拡大を図ります。								
【参考値】	平成24年の従業者数 : 36,243 人 (出典:地域経済分析システム)								
具体的な事業	<p>①新規企業応援事業 新たな産業用地の確保を進めるとともに、誘致企業に対する優遇制度を活用していきます。</p> <p>②地域内企業応援事業 企業の人材確保や設備投資を支援するほか、企業PRについても取り組みます。</p> <p>③創業応援事業 創業支援拠点を整備し、関係機関と連携して創業を支援していく仕組みづくりを進めます。</p>								

iii 元気な田舎プロジェクト	
概要	<p>豊かな自然と良好な住環境を東京近郊で提供できるという特性をいかし、生涯住み続けたいと思えるまちづくりを進めます。</p> <p>いつまでも元気に働き、住み、暮らし続けられる生涯現役社会の実現を目指すとともに、都市機能の充実と活性化に取り組みます。</p> <p>また、空き家を活用した良好な住宅の供給を促すため、空き家を有効活用する仕組みづくりに取り組みます。</p> <p>これらの取組を通じ、自然環境と生活環境が両立し、いきがいを持って元気に活躍できるまちの創造を目指し、定住人口の増加を図ります。</p>
重要業績 評価指標 (KPI)	<p>(1)平成 27 年度から令和 2 年度までの 6 年間の合計転入者数 ： 19,800 人</p>
	<p>【考え方】 今後 6 年間の合計転入者数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。移住促進の取組を展開することで、これからの人口減少時代においても、直近 5 年間とほぼ同数の転入者数を確保していきます。</p>
	<p>【参考値】 平成 21 年度から平成 25 年度までの 5 年間の平均転入者数 ： 3,297 人／年 （出典：地域経済分析システム）</p>
	<p>(2)市民意識調査で活気とにぎわいがよい・どちらかといえばよいと回答した市民の割合： 令和 2 年度に 30%</p>
	<p>【考え方】 市民意識調査において、活気とにぎわいを感じている市民の割合を重要業績評価指標(KPI)として設定します。市街地の活性化や生涯現役社会に向けた取組を進めることで、活気とにぎわいがよいと感じている市民の割合を、約 3 人に 1 人まで上昇させます。</p>
	<p>【参考値】 平成 25 年度の割合： 6.7% (出典：平成 25 年度市民意識調査報告書)</p>
具体的な 事業	<p>①移住促進事業 空き家の有効活用など、移住促進に向けた仕組みづくりと情報発信に取り組みます。</p> <p>②生涯現役応援事業 生涯現役社会を目指し、高齢者の就労促進や生きがいづくりを進めます。</p> <p>③市街地活性化事業 市の中心である東松山駅周辺の整備や土地活用を進め、市街地のにぎわいを創出します。</p>

iv 地域の拠点再構築プロジェクト					
概要	<p>市民活動センターなどを中心とした地区の拠点を位置付け、中心市街地とのネットワークを強化していきます。</p> <p>市民活動センターなど各地区の拠点となる場所の機能強化を進めるとともに、新たな公共交通であるデマンドタクシーの導入とあわせて、既存の公共交通の見直しを図っていきます。</p> <p>これらの取組により、住民生活の利便性を高めながら、小さな拠点を創造することで、人口の流出を抑制するとともに、新たな転入を促していきます。</p>				
重要業績 評価指標 (KPI)	(1)新たな公共交通の利用者数：令和2年度の年間延べ利用者数 97,800人				
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">【考え方】</td> <td>新たに導入が予定されているデマンドタクシーの利用者数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。デマンドタクシーの利用状況を把握することで、市民の利便性向上を図る指標とします。</td> </tr> <tr> <td>【参考値】</td> <td>平成30年度実績 97,824人</td> </tr> </table>	【考え方】	新たに導入が予定されているデマンドタクシーの利用者数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。デマンドタクシーの利用状況を把握することで、市民の利便性向上を図る指標とします。	【参考値】	平成30年度実績 97,824人
	【考え方】	新たに導入が予定されているデマンドタクシーの利用者数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。デマンドタクシーの利用状況を把握することで、市民の利便性向上を図る指標とします。			
	【参考値】	平成30年度実績 97,824人			
	(2)市民意識調査で買い物などの日常生活の利便性がよい・どちらかと言えばよいと回答した市民の割合：令和2年度に40%				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">【考え方】</td> <td>市民意識調査において、買い物など日常生活の利便性がよいと感じている市民の割合を重要業績評価指標(KPI)として設定します。各地区市民活動センターの機能充実や地域の拠点づくりを進めることで、日常生活の利便性向上を図ります。</td> </tr> <tr> <td>【参考値】</td> <td>平成25年度の市民意識調査：33.7% (出典：平成25年度市民意識調査報告書)</td> </tr> </table>	【考え方】	市民意識調査において、買い物など日常生活の利便性がよいと感じている市民の割合を重要業績評価指標(KPI)として設定します。各地区市民活動センターの機能充実や地域の拠点づくりを進めることで、日常生活の利便性向上を図ります。	【参考値】	平成25年度の市民意識調査：33.7% (出典：平成25年度市民意識調査報告書)	
【考え方】	市民意識調査において、買い物など日常生活の利便性がよいと感じている市民の割合を重要業績評価指標(KPI)として設定します。各地区市民活動センターの機能充実や地域の拠点づくりを進めることで、日常生活の利便性向上を図ります。				
【参考値】	平成25年度の市民意識調査：33.7% (出典：平成25年度市民意識調査報告書)				
具体的な 事業	<p>①活動センター機能充実事業 各地区市民活動センターについて、子どもの居場所としての役割を持たせるなど、機能の充実を図ります。</p> <p>②地域拠点づくり事業 各地区市民活動センターの周辺に、住宅や日常生活において必要な施設の誘導を図るなど、活動センター及びその周辺を地域の拠点として位置付けます。</p> <p>③公共交通事業 市内循環バスや新たに導入が予定されるデマンド交通により、各地区と中心市街地との交通ネットワークを構築します。</p>				

v 子育てしやすいまちの創造プロジェクト	
概要	<p>結婚から出産、子育てまで希望の持てる環境を整え、安心して子どもを産み育てることができるまちづくりを進めていきます。</p> <p>子どもが学び、遊ぶことのできる居場所づくりや、確かな学力を育む教育の充実、また、親と子の健康の確保に向けた支援を複合的に実施することで、子育てへの希望を創出します。</p> <p>また、子育てしやすい環境づくりとして、ワーク・ライフ・バランス(職業生活と家庭生活との両立)の考え方を基本に、結婚・出産・子育てを応援していきます。</p> <p>これらの取組を通じ、子育てしやすいまちを創造し、出生率の上昇と年少人口の増加を図っていきます。</p>
重要業績 評価指標 (KPI)	<p>(1)市民意識調査で子育て環境が整っている・どちらかといえば整っていると回答した子育て中の家族がいる市民の割合：令和2年度に50%</p>
	<p>【考え方】 市民意識調査において、子育て環境が整っていると感じている市民の割合を重要業績評価指標(KPI)として設定します。子育てに関する相談体制や健康支援の充実、子どもの居場所づくりなどを進めることで、子育てしやすいと感じている市民の割合を2人に1人まで上昇させます。</p>
	<p>【参考値】 平成25年度の割合：46% (出典:平成25年度市民意識調査報告書)</p>
	<p>(2)全国学力・学習状況調査の全国平均を50としたときの本市の換算値(※) ：令和2年度に、小学6年生国語、算数、中学3年生国語、数学の換算値平均が50.5 ※換算値…東松山市平均正答率÷全国平均正答率×50</p>
具体的な 事業	<p>【考え方】 小学6年生と中学3年生を対象とした全国学力・学習状況調査の全国平均を50としたときの本市の換算値を重要業績評価指標(KPI)として設定します。学習支援の充実に取り組むことにより、子どもの学力向上を図り、平均正答率の上昇につなげます。</p>
	<p>【参考値】 平成27年度の小学6年生国語、算数、中学3年生国語、数学の換算値平均：48.2 (出典:第5次東松山市総合計画)</p>
具体的な 事業	<p>①子どもの居場所づくり事業 子どもや親子連れの居場所として、学びの場・遊びの場の充実を図ります。</p> <p>②確かな学力の育成事業 小・中学校において、学びや育ちの連続性を重視した取組や、学習意欲を高める取組を推進し、学習支援の充実を図ります。</p> <p>③親と子の健康支援事業 親子の健康確保に向けて、医療体制や情報提供の充実を図ります。</p> <p>④結婚・出産・子育て応援事業 結婚、出産、子育てに希望が持てる社会を実現するため、子育て環境の充実や、安定的な雇用の創出に取り組みます。</p>

vi 戦略的なシティセールスプロジェクト									
概要	<p>住みたい・働きたい・訪れたいをテーマに、行政だけではなく、市内の様々な主体と連携して効果的に市の魅力をPRしていきます。</p> <p>PRに当たっては、重点的に発信する内容を分かりやすく整理するとともに、それらを特に伝えたい対象者を明確にして実施します。</p> <p>また、発信する手段や場所についても、これまで以上に市外に向けた伝達を意識し、対象者へ着実に情報が届く方法を検討していきます。</p> <p>これらの取組を通じ、戦略的にシティセールスを展開することで、定住人口や交流人口の増加につなげていきます。</p>								
重要業績評価指標 (KPI)	<p>(1)市ホームページアクセス件数 : 令和2年度に 570,000 件</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center;">【考え方】</td> <td>市ホームページへのアクセス件数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。市外に向けた情報発信を積極的に行うことで、市外の人にも本市に興味を持っていただくことを目的とします。その際、ホームページから情報を得ることが多いと考えられることから、ホームページアクセス件数の上昇を指標とします。</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">【参考値】</td> <td>平成25年度の市ホームページアクセス件数 : 523,832 件 (出典: 第5次東松山市総合計画)</td> </tr> </table> <p>(2)市公共施設以外のパンフレット新規設置箇所数 : 令和2年度までに 25 箇所</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center;">【考え方】</td> <td>市公共施設以外でのパンフレット新規設置箇所数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。市外に向けた積極的な情報発信を進めるため、これまで設置していなかった場所へ新たにパンフレットを設置し、PRに取り組んでいきます。</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">【参考値】</td> <td>現在は、県施設及び東上線沿線サミット参加自治体(豊島区、川越市、寄居町)等に設置している。</td> </tr> </table>	【考え方】	市ホームページへのアクセス件数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。市外に向けた情報発信を積極的に行うことで、市外の人にも本市に興味を持っていただくことを目的とします。その際、ホームページから情報を得ることが多いと考えられることから、ホームページアクセス件数の上昇を指標とします。	【参考値】	平成25年度の市ホームページアクセス件数 : 523,832 件 (出典: 第5次東松山市総合計画)	【考え方】	市公共施設以外でのパンフレット新規設置箇所数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。市外に向けた積極的な情報発信を進めるため、これまで設置していなかった場所へ新たにパンフレットを設置し、PRに取り組んでいきます。	【参考値】	現在は、県施設及び東上線沿線サミット参加自治体(豊島区、川越市、寄居町)等に設置している。
【考え方】	市ホームページへのアクセス件数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。市外に向けた情報発信を積極的に行うことで、市外の人にも本市に興味を持っていただくことを目的とします。その際、ホームページから情報を得ることが多いと考えられることから、ホームページアクセス件数の上昇を指標とします。								
【参考値】	平成25年度の市ホームページアクセス件数 : 523,832 件 (出典: 第5次東松山市総合計画)								
【考え方】	市公共施設以外でのパンフレット新規設置箇所数を重要業績評価指標(KPI)として設定します。市外に向けた積極的な情報発信を進めるため、これまで設置していなかった場所へ新たにパンフレットを設置し、PRに取り組んでいきます。								
【参考値】	現在は、県施設及び東上線沿線サミット参加自治体(豊島区、川越市、寄居町)等に設置している。								
具体的な事業	<p>①移住・就労に向けたPR事業</p> <p>住みたい・働きたいをテーマにしたパンフレットを作成するなど、移住や転職を考えている人に対して市の魅力を積極的に発信していきます。</p> <p>②観光PR事業</p> <p>観光に関するパンフレットを作成し、市外の公共施設や交通機関に新たに設置するなど、まずは多くの人の目に留まるような取組を進めていきます。</p>								

(5) その他の取組

① 全市的な取組

地方創生の考え方は、広く民間にも浸透しており、それぞれが独自の取組を展開しています。行政だけではなく、金融機関をはじめとした企業や団体なども含め、東松山市全体で地方創生に取り組んでいくことが大きな効果につながると考えられることから、市内における各団体の取組を把握し、その周知を図っていきます。

具体的には、地方創生の取組を実施している事業者を認定する仕組みを創設し、広く啓発を図ることで、更なる地方創生に向けた取組を促し、より一層連携を深めていきます。

② 広域的な取組

人口減少・超高齢社会に対応するためには、市町村単独での施策に加え、圏域での協力による取組も必要となります。圏域の市町村が互いの特長や強みをいかして連携を図り、観光客誘致、雇用の創出、定住促進などに取り組むことで、新たな人の流れを創り出し、圏域の活性化を図ることが重要です。

東松山市が属する比企地域においては、既に設置されている「比企地域元気アップ実行委員会」や「比企地域の未来を考える政策プロジェクト会議」にて具体的な施策の検討を行い、積極的に事業を展開していくことで、比企地域全体の創生につなげていきます。

(6) 効果検証の方法

総合戦略の進捗状況や成果については、外部有識者及び公募市民で構成された東松山市総合計画審議会や、産官学金労言の各分野の有識者で構成された東松山市まち・ひと・しごと創生意見交換会にて確認・検証を行い、必要に応じて、適宜総合戦略の見直しを行っていきます。

【参考：効果検証(PDCAマネジメントサイクル)イメージ図】



総合戦略を着実に推進していくため、各プロジェクトの実施計画を作成し、進捗を管理します。

【Plan(計画)、Do(実行)】

また、事業の進捗状況や成果については、外部有識者等で構成される審議会や意見交換会で確認・検証を行い、必要に応じて、総合戦略や実施計画の見直しを行います。

【Check(評価)、Action(改善)】

このようなPDCAマネジメントサイクルを継続していくことにより、本市の課題に的確に対応していきます。

