

事務事業名	移住定住促進事業				担当	総合政策部 秘書広報課 シティプロモーション係			
政策名	6	「魅力づくり」～市民の力アップ！～				☐ 総重（総合計画重点事業）	☐ 総新（総合計画新規事業）		
施策名	1	都市ブランド戦略の推進				☐ 戦拡（総合戦略拡充事業）	☐ 戦新（総合戦略新規事業）		
関連個別計画	真岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略				事業期間	☐ 単年度のみ			
法令根拠						☒ 毎年度実施（開始年度 平成31 年度～）			
予算科目	1.一般会計	2.総務費	1.総務管理費	6.企画費		☐ 期間限定複数年度（ 年度～ 年度）			
予算科目									
予算科目									
事業概要	まち・ひと・しごと創生総合戦略により、平成28年度から企画課企画調整係に総合戦略係を併設。平成31年度、情報政策課シティプロモーション係を新設。人口減少対策及び「選ばれる都市もおか」への移住定住の促進を実施し人口増加を図ることを目的とする。 ・とちぎ・しごと支援センター（ふるさと回帰支援センター内）と連携した移住定住セミナー相談 ・高校生向け定住促進事業 ・移住相談（オンラインを含む） ・SNSを活用した情報発信								

1. 現状把握の部 （1）事務事業の目的と指標

① 手段（主な活動）				④活動指標（事務事業の活動量を表す指標）の推移																																																
6年度実績 定住促進事業 1.高校生向け冊子配布 2.青年式お祝いの品配達業務 3.真岡すきすきシェアクラブ業務 移住促進事業 1.オンライン移住相談 2.個別移住相談体験補助金 3.移住フェアへの参加 4.SNS情報発信 5.都内大学生対象プレ事業 6.合同就職説明会での案内 7.UI就職協定校等の活用 8.ふるさと回帰支援センターとの連携 7年度計画 定住促進事業 1.高校生向け冊子配布 2.青年式お祝いの品配達業務 3.真岡すきすきシェアクラブ業務 4.アプリ体験会 移住促進事業 1.オンライン移住相談 2.個別移住相談体験補助金 3.SNS情報配信 4.移住サイトによる情報発信 5.合同就職説明会での案内 6.UI就職協定校等の活用 7.ふるさと回帰支援センターとの連携 8.移住フェアへの参加				<table><tr><th>名称</th><th>単位</th><th>3 年度(実績)</th><th>4 年度(実績)</th><th>5 年度(実績)</th><th>6 年度(実績)</th><th>7 年度(見込)</th></tr><tr><td>ア 中学生向けパンフレット配布人数(R6から高校生)</td><td>人</td><td>747</td><td>728</td><td>767</td><td>960</td><td>960</td></tr><tr><td>イ 成人式対象人数</td><td>人</td><td>799</td><td>781</td><td>933</td><td>952</td><td>801</td></tr><tr><td>ウ 移住定住イベント開催件数</td><td>件</td><td>0</td><td>4</td><td>3</td><td>4</td><td>3</td></tr><tr><td>エ 個別移住相談体験補助金交付件数</td><td>件</td><td>7</td><td>4</td><td>4</td><td>9</td><td>8</td></tr><tr><td>オ 情報発信するSNS媒体</td><td>種類</td><td></td><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td></tr></table>							名称	単位	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(実績)	6 年度(実績)	7 年度(見込)	ア 中学生向けパンフレット配布人数(R6から高校生)	人	747	728	767	960	960	イ 成人式対象人数	人	799	781	933	952	801	ウ 移住定住イベント開催件数	件	0	4	3	4	3	エ 個別移住相談体験補助金交付件数	件	7	4	4	9	8	オ 情報発信するSNS媒体	種類		3	3	3	3
名称	単位	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(実績)	6 年度(実績)	7 年度(見込)																																														
ア 中学生向けパンフレット配布人数(R6から高校生)	人	747	728	767	960	960																																														
イ 成人式対象人数	人	799	781	933	952	801																																														
ウ 移住定住イベント開催件数	件	0	4	3	4	3																																														
エ 個別移住相談体験補助金交付件数	件	7	4	4	9	8																																														
オ 情報発信するSNS媒体	種類		3	3	3	3																																														
② 対象（誰、何を対象にしているのか）*人や自然資源等 市内中高生、本市出身大学生、地方への移住希望者				⑤対象指標（対象の大きさを表す指標）の推移																																																
				<table><tr><th>名称</th><th>単位</th><th>3 年度(実績)</th><th>4 年度(実績)</th><th>5 年度(実績)</th><th>6 年度(実績)</th><th>7 年度(見込)</th></tr><tr><td>ア 市内中高生・成人式対象者人数</td><td>人</td><td>6,263</td><td>6,256</td><td>6,242</td><td>5,325</td><td>6,079</td></tr><tr><td>イ ふるさと回帰支援センター来訪・相談件数</td><td>件</td><td>49,514</td><td>52,312</td><td>61,720</td><td></td><td></td></tr><tr><td>ウ</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>エ</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>オ</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>							名称	単位	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(実績)	6 年度(実績)	7 年度(見込)	ア 市内中高生・成人式対象者人数	人	6,263	6,256	6,242	5,325	6,079	イ ふるさと回帰支援センター来訪・相談件数	件	49,514	52,312	61,720			ウ							エ							オ						
名称	単位	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(実績)	6 年度(実績)	7 年度(見込)																																														
ア 市内中高生・成人式対象者人数	人	6,263	6,256	6,242	5,325	6,079																																														
イ ふるさと回帰支援センター来訪・相談件数	件	49,514	52,312	61,720																																																
ウ																																																				
エ																																																				
オ																																																				
③ 意図（この事業によって、対象をどう変えるのか） 移住定住促進事業を実施していくことで、本市に住み続けたい、移住したい（住んでみたい）と思ってもらう。				⑥成果指標（対象における意図された対象の程度）の推移																																																
				<table><tr><th>名称</th><th>単位</th><th>3 年度(実績)</th><th>4 年度(実績)</th><th>5 年度(実績)</th><th>6 年度(実績)</th><th>7 年度(見込)</th></tr><tr><td>ア 中学生アンケート（住み続けたい）</td><td>%</td><td>60</td><td>45</td><td>57.3</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>イ 移住相談件数（オンライン・ロゴ含み）</td><td>件</td><td>35</td><td>228</td><td>326</td><td>331</td><td>300</td></tr><tr><td>ウ 社会増減数</td><td>人</td><td>-116</td><td>471</td><td>-14</td><td>70</td><td>100</td></tr><tr><td>エ 高校生アンケート（4年1回）（住み続けたい）</td><td>%</td><td>—</td><td>-</td><td>36.4</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>オ SNSフォロワー数</td><td>人</td><td></td><td>385</td><td>513</td><td>649</td><td>800</td></tr></table>							名称	単位	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(実績)	6 年度(実績)	7 年度(見込)	ア 中学生アンケート（住み続けたい）	%	60	45	57.3	-	-	イ 移住相談件数（オンライン・ロゴ含み）	件	35	228	326	331	300	ウ 社会増減数	人	-116	471	-14	70	100	エ 高校生アンケート（4年1回）（住み続けたい）	%	—	-	36.4	-	-	オ SNSフォロワー数	人		385	513	649	800
名称	単位	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(実績)	6 年度(実績)	7 年度(見込)																																														
ア 中学生アンケート（住み続けたい）	%	60	45	57.3	-	-																																														
イ 移住相談件数（オンライン・ロゴ含み）	件	35	228	326	331	300																																														
ウ 社会増減数	人	-116	471	-14	70	100																																														
エ 高校生アンケート（4年1回）（住み続けたい）	%	—	-	36.4	-	-																																														
オ SNSフォロワー数	人		385	513	649	800																																														
(2) 総事業費の推移				単位	3 年度(実績)	4 年度(実績)	5 年度(実績)	6 年度(実績)	7 年度(見込)																																											
投入量	事業費	財源内訳	国庫支出金	千円	0	0	0	653	257																																											
			県支出金	千円	279	254	0	0	0																																											
			地方債	千円	0	0	0	0	0																																											
			その他	千円	0	0	0	0	0																																											
			一般財源	千円	4,039	1,643	2,621	2,848	1,544																																											
	事業費計（A）			千円	4,318	1,897	2,621	3,501	1,801																																											

2. 1 次評価の部 *原則は事後評価、ただし複数年度事業は途中評価

目的妥当性評価	①政策体系との整合性 市の政策体系に結び付き、社会環境や住民ニーズ等を考慮した上で目的は妥当か？	☒ 見直し余地はない ☐ 見直し余地がある (評価理由) 対象者、対象世代と接点を持ち、本市の魅力住みやすさの情報を発信気づかせることで、移住定住促進に結びつく
	②公共関与の妥当性 市が事業に関与する必要があるか？	☒ 見直し余地はない ☐ 見直し余地がある (評価理由) 移住定住促進は、行政自らが行う事業である。
	③対象と意図の妥当性 ・1枚目の②「対象」③「意図」は適切か？ ・対象を限定・追加する必要があるか？ ・意図を限定・追加する必要があるか？	☒ 対象・意図を見直す必要はない ☐ 対象を見直す必要がある ☐ 意図を見直す必要がある (評価理由) 適切である。
有効性評価	④成果の向上余地 ・成果を向上させる余地はあるかどうか？ない場合の理由は適切か？ ・成果の現状水準とあるべき水準の差異はないか？ ・何が原因で成果向上が期待できないのか？	☐ 向上余地はない ☒ 向上余地がある (評価理由) SNS等による情報配信が効果的であることから、SNSやデジタル広告を活用し、ターゲットに沿った情報を発信していく。 また、移住サイト「もおがぐらし」には、ターゲットが得たい情報を掲載できるよう、マーケティングを意識し掲載内容を見直していく。 さらに、高校生に対する郷土愛育成を育む取り組みを強化することで、Uターン機運の醸成と関係人口を増やす。
	⑤類似事業との統廃合・連携の可能性 ・類似事業はないか、統合や連携はできないか？	☒ 類似事業と統合・連携ができる(類似の事務事業名：) ☐ 類似事業と統合・連携できない(類似の事務事業名：) ☐ 類似事業はない (評価理由) 移住定住促進事業は、対象者に本市の情報を発信し、移住定住の際の支援をするUターン就業定住助成事業、就労者定住促進奨学金返還支援事業、合同就職面接会開催事業と連携することで、移住定住促進の強化が図られる。
効率性評価	⑥事業費の削減余地 ・成果を下げずに実施主体の見直しによりコスト削減をできないか？ ・実施方法の適正化によりコスト削減をできないか？	☒ 削減余地がない ☐ 削減余地がある (評価理由) 事業実施するにあたり最小の経費である。

3. 改革・改善方向の部

(1) 改革の方向性(改革案・実行計画) ☐ 廃止 ☒ 見直し (☐ : 目的妥当性 ☒ : 有効性 ☐ : 効率性) ☐ 統合 ☐ 継続 移住検討者に本市を認知してもらい、移住候補地の1つとなるよう情報発信を強化する。また、高校生を対象としたシビックプライド醸成事業に取り組む。	(3) 改革・改善による期待成果 <table><tr><th colspan="2" rowspan="2"></th><th colspan="3">コスト</th></tr><tr><th>削減</th><th>維持</th><th>増加</th></tr><tr><th rowspan="3">成果</th><th>向上</th><td></td><td>○</td><td></td></tr><tr><th>維持</th><td></td><td></td><td></td></tr><tr><th>低下</th><td></td><td></td><td></td></tr></table>			コスト			削減	維持	増加	成果	向上		○		維持				低下			
				コスト																		
		削減	維持	増加																		
成果	向上		○																			
	維持																					
	低下																					
(2) 課題、課題の克服の方向性 【課題】・移住に関する戦略的な情報発信・Uターンを機運を高めるための高校生対象のシビックプライド事業の強化 【克服の方向性】R7年度の移住プロモーション戦略として、デジタルによる日本一のいちごと子育て支援策等を提供できるよう、特設サイト「もおがぐらし」の見直しを行い情報発信を強化する。また、高校生に対し真岡市ならではの体験をしてもらうことで郷土愛を育成し、若者がチャレンジできるまちづくりに取り組み移住定住につなげたい。																						

4. 事務事業の2次評価結果(事業の総括と事業の方向性)

(1) 1次評価結果の客観性と出来具合 ☐ 記述説明不足(説明責任不充分) ☐ 評価内容が客観性を欠く ☒ 評価内容は客観的と言える		(5) 改革・改善による期待成果 <table><tr><th colspan="2" rowspan="2"></th><th colspan="3">コスト</th></tr><tr><th>削減</th><th>維持</th><th>増加</th></tr><tr><th rowspan="3">成果</th><th>向上</th><td></td><td>○</td><td></td></tr><tr><th>維持</th><td></td><td></td><td></td></tr><tr><th>低下</th><td></td><td></td><td></td></tr></table>			コスト			削減	維持	増加	成果	向上		○		維持				低下			
					コスト																		
			削減	維持	増加																		
成果	向上		○																				
	維持																						
	低下																						
(2) 2次評価者としての評価結果 ①目的妥当性 ☒ 適切 ☐ 見直し余地あり ②有効性 ☐ 適切 ☒ 見直し余地あり ③効率性 ☒ 適切 ☐ 見直し余地あり		(4) その他2次評価会議で指摘された事項																					
(3) 2次評価者として判断した今後の事業の方向性 ☐ 廃止 ☐ 休止 ☐ 目的絞込み ☐ 目的拡充 ☐ 事業統廃合 ☒ 事業のやり方改善 ☐ 予算削減 ☐ 予算増大 ☐ 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない)																							