

第 1 期入間市まち・ひと・しごと創生総合戦略の総括について

(案)

目 次

- I はじめに
- II 新型コロナウイルス感染症の影響
- III 重要業績評価指標（KPI）の達成状況による評価
- IV 基本施策別事業の取組状況による評価
- V おわりに

I はじめに

平成 27 年度から平成 31 年度までを計画期間として策定した第 1 期入間市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、「本戦略」という。）は、平成 31 年度（令和元年度）に見直しを行い、計画期間を 2 年延長して、令和 3 年度までの計画としました。これは、本戦略が総合計画における人口減少への対応施策であることを踏まえ、第 2 期入間市まち・ひと・しごと創生総合戦略を第 6 次入間市総合計画・後期基本計画と一体的に策定することを重視したためです。

ここで、本戦略の計画期間が終了したことから、各基本目標・基本施策についての達成状況や取組の評価を行い、人口減少対策としての本戦略の総括を行いました。総括にあたっては、基本目標ごとに設けた指標と基本施策ごとに設けた重要業績評価指標（KPI）の達成状況に基づく分析を行うとともに、事業の取組状況も踏まえて基本目標・基本施策の実績と成果を評価しています。第 2 期総合戦略においても、本戦略と同様の基本目標・基本施策を継続し、人口減少対策に取り組むこととしているため、今回の総括を踏まえ、目標達成に向けた取組をさらに進めていけるよう、第 2 期総合戦略の推進につなげていきます。

Ⅱ 新型コロナウイルス感染症の影響

本戦略では、平成 27 年度に策定した「入間市人口ビジョン 2015」における人口の長期的展望を踏まえ、人口減少に対応し、将来にわたって安定的な市政運営を継続していくために、基本目標・基本施策ごとに指標を設定し、取組を進めてきました。

しかしながら、令和元年度末から新型コロナウイルス感染症が世界的に蔓延し、感染症の拡大を防止するため、都市のロックダウンやステイホームなど、人流を抑制する措置が多く、世界経済の停滞や企業の経営危機、雇用の喪失といった影響をもたらしています。感染予防のため、国内では非対面・非接触を基本とする新しい生活様式が定着しました。また、感染症蔓延後、婚姻数や出生数が大きく低下したことから、新型コロナウイルス感染症が少子化を加速させることが懸念されています。

この新型コロナウイルス感染症の影響は本市にも深刻な影響を及ぼしました。本戦略に掲げる取組は、地域経済の活性化と、人と人との交流を前提としたものが大半であり、本戦略延長後の 2 年間は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けていると言えます。

そのため、今回の総括にあたっては、策定時の状況・延長時の状況・計画期間終了時の状況を比較し、成果を検証することとしました。

Ⅲ 重要業績評価指標（KPI）の達成状況による評価

基本目標ごとに設定した指標及び基本施策ごとに設定した重要業績評価指標の達成状況については、次の（１）～（４）のとおりです。

（１）基本目標１ 働きやすいまちをつくる

指標	現状値 (H26)	R1 末	R3 末	当初目標値 (R1)	新目標値 (R3)
市内従業者数	50,909 人	— (※1)	未発表	現状値以上	50,018 人

※1 経済センサス基礎調査では対応する設問なし

基本施策 重要業績評価指標（KPI）	現状値 (H26)	R1 末	R3 末	当初目標値 (R1)	新目標値 (R3)
しごとの場を創る KPI：市内事業所数	4,986 事業所	5,757 事業所 (※2)	4,676 事業所	現状値	4,713 事業所

基本施策 重要業績評価指標（KPI）	現状値 （H26）	R1 末	R3 末	当初目標値 （R1）	新目標値 （R3）
しごと探しを支援する KPI：支援による創業者数	—	年間 22 件	年間 17 件	年間 15 件	年間 25 件
地域産業を振興する KPI：商店街空き店舗数	25 店舗	9 店舗	10 店舗	16 店舗	0 店舗

※2 令和元年に実施した経済センサス基礎調査については、平成 27 年に制度化された法人番号を持つ団体すべてが対象としてカウントされているため、活動調査に比べ多い事業所数が調査結果となっている。

基本施策における KPI については、「市内事業所数」「支援による創業者数」「商店街空き店舗数」のすべてで目標値を下回りました。該当する事業については、順調に取組を進めていたものの、新型コロナウイルス感染症の影響から、特に創業支援に関する取組は効果を上げることが難しかったものと考えられます。本戦略策定時の数値と比較すると、ある程度、取組の成果が見られることから、アフターコロナを見据えて、今後の事業展開を検討し、取組の強化を図っていく必要があります。

※基本目標 1 の指標である「市内従業者数」については、総括の時点で数値が把握できないため、分析は割愛しています。

（2）基本目標 2 ずっと住みたいまちをつくる

指標	現状値 （H26）	R1 末	R3 末	当初目標値 （R1）	新目標値 （R3）
定住意向（※3）	77%	78%	80.3%	80%	80%

※3 市民意識調査の「これからも住みたい」、「当分住んでいたい」の合算）

基本施策 重要業績評価指標（KPI）	現状値 （H26）	R1 末	R3 末	当初目標値 （R1）	新目標値 （R3）
若者の定住を推進する KPI：20 歳から 29 歳までの 社会移動数	△321 人	△308 人	△310 人	△160 人	△140 人
親子の同居・近居を促進する KPI：転入支援件数	—	20 件	35 件	年間 60 件	年間 10 件
子育て世代の移住を促進する KPI（R1 年度まで）：30 歳か ら 39 歳までの社会移動数	32 人	△7 人	—	100 人	
新 KPI（R2～3 年度）：30 歳 から 49 歳までの社会移動数	73 人 （参考）	△24 人	156 人		70 人

基本目標2の指標である「定住意向」については、目標を達成しており、この間のまちづくりの取組によって一定の効果が得られたものと捉えています。この指標は、常時80%を維持することを目標としているため、社会状況や市民ニーズを的確に捉え、今後も市民満足度の向上を図るために施策を進めていく必要があります。

基本施策におけるKPIのうち「20歳から29歳までの社会移動数」については、目標値の達成に至りませんでした。進学や就職で本市を離れる傾向があることから、通勤通学における利便性の向上を図るとともに、基本目標1の施策である市内における雇用の創出を目指す取組と連動した施策についても検討が必要と考えられます。一方で、「転入支援件数」「30歳から49歳までの社会移動数」については、目標値を達成しました。基本目標2における施策は、具体的な事業が絞られており、特に「30歳から49歳までの社会移動数」については、本戦略の事業だけでなく、総合計画で進める「みんなでつくる住みやすさが実感できるまち いるま」の実現に向けた各施策の効果もここに表れているものと捉えています。

(3) 基本目標3 子どもの育ちを支える

指標	現状値 (H26)	R1 末	R3 末	当初目標値 (R1)	新目標値 (R3)
合計特殊出生率	1.18	1.15	未発表	現状値	1.18

基本施策 重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (H26)	R1 末	R3 末	当初目標値 (R1)	新目標値 (R3)
基本施策：出会いや結婚の希望を かなえる KPI：婚姻届出数	596 件	502 件	407 件	現状値以上	499 件
子育てをサポートする KPI (R1 年度まで)：多子世帯数 の過去5年間の平均減少率	2.28%	1.07%	—	2.0%以内	
新 KPI (R2～3 年度)： 保育所など子ども・子育て支援の ための施設や体制の満足度	0.04	0.046	0.134		0.046
子どもの生きる力を育む KPI：学校評価による教育体制及 び教育環境についての充実度	80%	94.2%	92.5%	90%	93.4%

基本施策 重要業績評価指標（KPI）	現状値 （H26）	R1 末	R3 末	当初目標値 （R1）	新目標値 （R3）
子どもによりまちづくりを推進する KPI：子どもたちの意見を反映した事業数	—	3 件	1 件	年間 10 件	年間 2 件

基本目標 3 の指標である「合計特殊出生率」については、本戦略延長時までは目標値前後で推移していたものの、新型コロナウイルス感染症の影響により全国的に出生数が落ち込んでおり、本市においてもその影響が見られます。ただし、本市の令和 2 年度の合計特殊出生率は 1.11 となっており、近隣自治体と比較しても低い数値である（※）ことから、原因を分析し、対策を講じていく必要があると考えられます。

基本施策における KPI のうち「婚姻届出数」については、本戦略延長時には、改元時の婚姻数の増加（いわゆる「令和婚」）により婚姻届出数が増加したものの、令和 2 年度以降は新型コロナウイルス感染症の影響による全国的な婚姻数の減少と同様の傾向が本市にも見られ、目標値を大きく下回る結果となりました。減少が顕著であることや、今後の出生数への影響が懸念されることから、県の施策とも連動しながら、出会いの機会の提供・結婚の機運醸成や後押しに市としてどのように取り組んでいくか、検討が必要です。また、「子どもたちの意見を反映した事業数」についても、コロナ禍で、子どもを対象とした事業の中止や延期といった措置が多く取られたことから、目標値の達成には至りませんでした。GIGA スクール構想によるタブレットの普及など、デジタル化が進んだことにより意見聴取方法の選択肢が広がったことから、子どもの意見のまちづくりへの反映を促進していくとともに、コロナ禍で失われた実体験の機会が、今後子どもたちに及ぼす影響にも注視しながら、体験機会の提供を進めていく必要があります。

一方、本戦略延長時に改めて設定した KPI である「保育所など子ども・子育て支援のための施設や体制の満足度」については、目標値を大きく上回りました。これは本戦略の事業に掲げる「いるティーキッズ」での相談対応の充実のほか、各地域での子育て支援拠点の整備や保育所・学童等での待機児童解消に向けた取組等の成果と捉えています。また、「学校評価による教育体制及び教育環境についての充実度」については、令和元年度までの目標値は達成していたものの、本戦略延長時に設定した新目標値には届きませんでした。目標値前後で推移していることから、今後も引き続き、教育体制・教育環境の充実に取り組んでいきます。

※参考 令和 2 年度合計特殊出生率

全国	埼玉県	狭山保健所	所沢市	飯能市	狭山市	入間市	日高市
1.33	1.27	1.31	1.48	1.23	1.24	1.11	1.21

(4) 基本目標4 まちの魅力を活かす

指標	現状値 (H26)	R1 末	R3 末	当初目標値 (R1)	新目標値 (R3)
入間市に対する誇りや愛着を感じる割合(※4)	41%	41%	40.3%	50%	45%

※4 市民意識調査の「非常に感じる」、「ある程度感じる」の合算。

基本施策 重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (H26)	R1 末	R3 末	当初目標値 (R1)	新目標値 (R3)
安全で快適な住環境の形成 KPI: 日常生活の便利さの市民満足度	0.424	0.404	—	0.474	
新 KPI (R2~3 年度): 日常生活の便利さの市民満足度(※5 算定方法を変更)	0.293 (参考)	0.3045	0.3357		0.35
シティセールスの推進 KPI: 観光入込客数	7,237,276 人	7,239,987 人	5,780,113 人	7,250,000 人	7,353,855 人
広域エリアでの魅力アップ KPI: まち・ひと・しごと創生総合戦略における他市町村との連携事業数	—	2件	0件	2件	年1件

基本目標4の指標である「入間市に対する誇りや愛着を感じる割合」については、本戦略延長時に目標値を下方修正したものの、新目標値は達成できませんでした。シビックプライドの醸成は一朝一夕の取組ではないことから、長期の展望を持って、市の魅力や特性を生かしたシティプロモーションを進めていく必要があります。

基本施策における KPI のうち「日常生活の便利さの市民満足度」については目標値を達成しており、安全で快適な住環境の形成が進んでいると言えます。一方で、「観光入込客数」「まち・ひと・しごと創生総合戦略における他市町村との連携事業数」については、目標を下回る結果となりました。「観光入込客数」については、新型コロナウイルス感染症の蔓延防止措置による外出や移動の自粛が大きく影響していることから、アフターコロナを見据えたイベントやプロモーションの検討が必要です。「まち・ひと・しごと創生総合戦略における他市町村との連携事業数」については、都市間連携による具体的な連携は実現性に乏しいものの、需要は見込めることから、既存の広域連携の枠組みを活用しながら、新たな事業連携の実現に取り組んでいきます。

Ⅳ 基本施策別事業の取組状況による評価

(1) 基本施策別事業の評価結果及び達成率について

施策ごとに設定した進捗評価に係る評価項目数と評価結果及び達成率について、次の表に示します。

基本目標／基本施策	評価結果					評価 項目数 (合計)	達成率
	A	B	C	D	E		
基本目標1 働きやすいまちをつくる ＜しごと応援プロジェクト＞							
しごとの場を創る しごと探しを支援する	3	2	2	1	0	8	71.9%
地域産業を振興する	0	6	2	0	0	8	68.8%
小計	3	8	4	1	0	16	70.3%
基本目標2 ずっと住みたいまちをつくる ＜定住応援プロジェクト＞							
若者の定住を推進する 親子の同居・近居を促進する 子育て世代の移住を促進する	1	2	0	2	0	5	60.0%
小計	1	2	0	2	0	5	60.0%
基本目標3 子どもの育ちを支える ＜子育て応援プロジェクト＞							
出会いや結婚の希望をかなえる	0	0	0	1	0	1	25.0%
子育てをサポートする	1	8	3	4	0	16	59.4%
子どもの生きる力を育む	1	0	5	1	1	8	46.9%
子どもによるまちづくりを推進する	0	0	4	6	2	12	29.2%
小計	2	8	12	12	3	37	45.9%
基本目標4 まちの魅力を活かす ＜魅力づくりプロジェクト＞							
安全で快適な住環境の形成	0	0	1	0	0	1	50.0%
シティセールスの推進	0	8	1	0	0	9	72.2%
広域エリアでの魅力アップ	1	2	1	2	0	6	58.3%
小計	1	10	3	2	0	16	65.6%
合計	7	28	19	17	3	74	56.4%

※集計表の達成率は、評価区分ごとに達成率を設定し、達成率計算式により算出しました。

評価区分	目標達成状況	達成率
A	目標達成済	100%
B	かなり進展（目標の達成に近い）	75%
C	比較的進展（達成に向けてある程度進んでいる）	50%
D	部分的進展（達成には遠いが、部分的に着手している）	25%
E	進展せず（未着手、または後退している）	0%

◇達成率計算式

$$\text{達成率} = \frac{(\text{「A」の数} \times 100\%) + (\text{「B」の数} \times 75\%) + (\text{「C」の数} \times 50\%) + (\text{「D」の数} \times 25\%)}{\text{評価項目数}} \times 100$$

74 事業の評価のうち、目標値を達成した場合の評価である「A」評価は7事業、順調に進んでおり目標の達成に近い「B」評価は28事業、目標の達成に向けてある程度進捗が見られる「C」評価は19事業でした。

また、計画達成には遠いものの、部分的に事業に着手している「D」評価は17事業、事業に着手できていない、または後退している「E」評価は3事業でした。

これら評価のうち「A」「B」「C」の評価を合わせると、54事業となり、全体の約7割強の事業について進捗が見られる結果となっています。

(2) 基本目標及び基本施策別の評価結果について

基本目標ごとの達成率を見ると、「基本目標1 働きやすいまちをつくる <しごと応援プロジェクト> (70.3%)」、「基本目標2 ずっと住みたいまちをつくる<定住応援プロジェクト> (60.0%)」、「基本目標4 まちの魅力を活かすく魅力づくりプロジェクト> (65.6%)」は達成率が60%を超えたものの、「基本目標3 子どもの育ちを支える <子育て応援プロジェクト> (45.9%)」は他3つの目標と比較して、達成率が低くなっています。

「基本目標1」については、基本施策「しごとの場をつくる」「しごと探しを支援する」の事業として、企業誘致や企業による合同説明会、キャリアアップに向けたセミナー等を行いました。「地域産業を振興する」の事業としては、狭山茶の振興や地産地消の促進、空き店舗を活用した創業支援事業等を実施しました。新型コロナウイルス感染症の影響から実施できなかった、開催手法の見直しを余儀なくされた事業もありましたが、全体的には、概ね事業目的に沿った取組を実施することができました。各事業の進

捗が KPI の評価につながらなかった面も見受けられるため、事業の内容やアプローチの見直し等の検討が求められます。「基本目標 1」の取組は、令和 4 年 8 月に策定した SDGs 未来都市計画における経済面の取組にもつながることから、SDGs の取組と併せて、今後の取組を進めていきます。

「基本目標 2」については、基本施策「若者の定住を促進する」「親子の同居・近居を促進する」「子育て世代の移住を促進する」の事業として、移住に関連する情報の提供や三世代同居・近居支援補助金事業を実施しました。移住関連情報の提供については、当初利用していた全国移住ナビが廃止されたことを受け、以降は市公式 HP を中心とした情報発信を実施しました。三世代同居・近居支援補助金事業については、KPI の達成状況から一定の効果があつたものと捉えられる一方で、受給者を対象としたアンケートの結果から、当該事業が転入の決め手になったとは言い難いことから、事業を廃止することとしました。移住促進に関しては、市としての取組方針を整理し、民間事業者の情報提供サイト等の活用も検討していく必要があります。

「基本目標 3」については、基本施策「子育てをサポートする」の事業として、主に妊娠から産前産後の母子の支援や子育て世帯の支援に関する事業を幅広く実施しました。利用促進に向けた周知を強化していく必要はあるものの、概ね順調に事業を進めることができ、子育て支援の充実が図られていると捉えています。「子どもの生きる力を育む」の事業としては、小中一貫教育等の学校教育の充実や学校外での学習支援に取り組みました。達成率は 46.9%となっており、進捗には課題が残りますが、令和 4 年度にはヤングケアラー支援条例を制定し、支援に向けた取組に着手していることから、子どもに寄り添う事業の必要性を踏まえ、事業目的の達成に向けて取組を強化していく必要があります。「子どもによるまちづくりを推進する」の事業については、着手できなかった取組や、新型コロナウイルス感染症の影響から停滞した取組が多く、子どもたちの参画をどのように進めていくか改めて検討し、全体的に事業を整理していく必要があります。SDGs 未来都市に選定されたことも踏まえ、未来の本市を担う子どもたちと一緒にまちづくりを進めていく体制が求められます。また、「出会いや結婚の希望をかなえる」については、当初、事業が設定されていなかったものの、令和 2 年度から、埼玉県が運営する S A I T A M A 出会いサポートセンター運営協議会の会員となり、当該センターの事業を通じた結婚支援をスタートしています。

「基本目標 3」の達成率は、他の目標と比較すると低くなっているものの、基本目標ごとの事業数を見ると 37 事業と突出しており、事業の半数を担っていたこととなります。本戦略のテーマが「元気な子どもが育つまち」であることから、子どもや子育て世帯を直接の対象とする本目標の事業の充実が図られた側面があるものの、事業ごとの達成状況には課題が残ったことから、事業数を整理し、メリハリをつけて取り組む必要があります。

「基本目標 4」については、基本施策「安全で快適な住環境の形成」の事業として、

地域のニーズを踏まえたルートの見直し等による、コミュニティバスの利用者増に取り組みました。高齢者の運転免許返納等が進む中、移動手段の整備に止まらず、高齢者の外出意欲向上を図りフレイル予防等につなげる仕組みを構築するため、令和 3 年度には産学官連携の共同研究により、実証実験にも取り組んでいます。住環境の形成にあたっては、利便性の向上に限らず、市民の日常生活の充実に向けた事業設定についても検討が必要です。「シティセールスの推進」の事業としては、狭山茶や茶畑の景観、万燈まつりをはじめとする事業等、本市の魅力のPRに取り組みました。Twitter、Instagram等の市公式SNSや、市公式マスコットキャラクター「いるティー」など、効果的なPRを進めるための要素の充実が図られたことで、市のPRやイメージアップには一定の効果が得られたものと考えられます。また、令和 3 年度には入間市にゆかりのある朝日奈央さんにいるまPR大使を委嘱し、本市のさらなる知名度・イメージアップに取り組んでいます。「広域エリアでの魅力アップ」の事業については、埼玉県西部地域まちづくり協議会を中心とした広域連携の取組により、公共施設の相互利用や、観光面でのタイアップなどに取り組みました。都市間の連携については具体的な成果に乏しいものの、イベント等の事業においては、西武鉄道と連携した観光誘客事業を実施し、今後の事業の充実が期待されます。

(3) 基本施策における事業別評価結果について

以上の基本目標及び基本施策に係る事業別の評価結果については、別紙のとおりです。各事業の進捗区分については、各所管課からの報告に基づき、前述のとおり目標に対する達成度に応じてA～Eに分類して表記しています。

V. おわりに

以上が「第1期入間市まち・ひと・しごと創生総合戦略」における評価及び分析となります。

令和 2 年にトレンド修正を実施した人口推計では、令和 4 年の推計値は 146,013 人でした。令和 4 年 1 月の人口統計は 146,311 人（令和 4 年 10 月は 145,830 人）となっており、概ね推計どおりに推移しています。今後も推計どおりに人口減少が進むと、2060 年の本市の人口は 88,711 人まで減少し、本戦略で目標としている 120,000 人を大きく下回ることになります。また、トレンド修正にあたっては、平成 30 年度の合計特殊出生率実績値である、1.1668 を用いて推計していることから、令

和 2 年度の合計特殊出生率 1.11 が大幅に改善しない場合、推計よりも人口減少が加速することも考えられます。「第2期入間市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の推進にあたっては、合計特殊出生率の改善や定住促進に向けた取組を強化し、人口減少の抑制を図っていく必要があります。

本市では令和 4 年 8 月に「入間市SDGs未来都市計画」を策定し、当該計画をもって地方創生SDGsを推進しています。「第2期入間市まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、持続可能なまちづくりを目指すSDGsの推進の視点から、地域経済の活性化や地域内好循環の実現に取り組むとともに、人口減少対策を強化していくことで、総合的に持続可能なまちづくりを進めていきます。