

白河市みらい創造総合戦略に関する評価シート

【KPI実績】（重点施策Ⅰ 安定した雇用をつくる）

成果指標	項目			基準値（年度）	目標値（R1）	H27	H28	H29	H30	R1
	基本	1	管内正社員有効求人倍率	0.78倍（H26）	1.00倍	0.69	0.63	0.79	0.91	0.91
		2	総事業所数（累計）	1,572件（H26）	1,572件	1,588	1,604	1,586	1,634	1,631
		3	農業法人数（累計）	17法人（H26）	27法人	20	21	24	24	20
	(1)-①	製造品出荷額（年間）		2,667億円（H25）	3,000億円	2,844	3,002	2,878	3,152	3,370
	(1)-②	企業誘致による新規雇用者数（累計）		153人（H26）	460人	213	293	397	556	559
	(2)-①	管内新規高校卒業者県内就職率		24.4％（H26）	30.0%	25.7	24.4	23.7	25.2	25.0
	(2)-②	インターンシップ実施企業数（年間）		0件（H26）	23件	16	30	16	47	30
	(3)-①	企業間連携による新商品等開発件数（累計）		0件（H26）	3件	1	3	4	4	4
	(3)-②	各種創業支援事業による創業件数（累計）		1件（H26）	6件	5	11	11	19	24
	(4)-①	新規就農者数（累計）		10人（H26）	25人	14	20	24	27	30
	(4)-②	白河ブランド認証産品数（累計）		16品（H26）	39品	31	30	31	31	31

【KPI達成状況及び事業について】

※KPI達成度合い A: 目標値を達成 B: 目標値の7割以上達成 C: 目標値の5割以上達成 D: 目標値の達成は5割未満
※事業の詳細は「資料1」及び「資料2」参照

主な重点戦略プラン等について	事業番号	関連するKPI	達成度合い	評価	委員コメント
	1	基本1	C（59％）	産業サポート白河が県南地域の企業訪問や企業と関係機関とのネットワークの形成支援等を行い、それにより企業の課題解決や製品開発から販売までのトータルサポートが実施されたため、中小企業の経営強化を図ることができ、各KPIの増加に大きく寄与したと考えられる。	
		基本2	A		
		(1)-①	A（211％）		
		(3)-②	A（460％）		
	2	※直接関連するKPIなし		市内の高校生が会津大学を訪問し、大学が持つ知識や技術を学ぶ機会を設けるとともに、地元企業が抱える課題や問題点を会津大学産学イノベーションセンターの先生に相談することにより課題解決に努め、地域企業の底上げに寄与したと考えられる。	
	3	※直接関連するKPIなし		県内や隣県等の大学などを訪問し、市内企業の採用情報や交通費補助の周知を行った。合わせて、市内企業の採用情報誌を作成・配布を行うとともに、LINEによる情報発信を行い、市内企業の魅力発信に努めた。	
	4	(2)-②	A（130％）	しらかわの企業データベースを充実させるとともに、UIターン促進のため、インターンシップ受け入れ企業の拡大や学生と企業の交流促進に努めた。	
	5	基本1	C（59％）	産業サポート白河がものづくり企業の経営課題に対し、きめ細やかな伴走型支援を行うことにより、地域の資源を活かしたものづくりの高度化や海外展開を促進し、しらかわ地域の企業の強化が図られ、KPIの増加に寄与したと考えられる。	
		(1)-①	A（211％）		
		(3)-①	A（133％）		
	6	基本2	A	市内での創業を促進するため、コワーキングスペースを提供するとともに、伴走型で支援する環境を整えた。次年度以降の創業者の増加に期待が出来ると考えている。	
		(3)-②	A（460％）		
	7	基本3	C（50％）	新規就農者の参入及び定着を図るため、施設や機械等の導入経費を支援した。KPIの達成に大きく寄与していると考えられる。	
		(4)-①	A（200％）		
	8	(4)-①	A（200％）	白河市産米の販路開拓等による安定需要の確保のため魅力を発信する事業を行った。農業の魅力向上にもつながり、一部KPIの増加に寄与していると考えられる。	
	9	(4)-②	C（65％）	白河市産の農産物を主な原料とした新商品の開発、販路の開拓に係る経費の支援を行った。安易に白河ブランドの認証産品数を増やすことが重要とは考えていない。現在、白河ブランドの基本方針、認証制度等の見直しを実施中である。	

【KPI達成状況や事業の評価を含めた重点施策Ⅰに対する委員意見】

委員意見	評価等を踏まえた戦略の見直しについて				
	☐	現状維持	自由意見		〔自由意見〕
	☐	見直しを検討すべき	具体的内容		

白河市みらい創造総合戦略に関する評価シート

【KPI実績】（重点施策Ⅱ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる）

成果指標	項目			基準値（年度）	目標値（R1）	H27	H28	H29	H30	R1
	基本	1	年間婚姻数	322件（H25）	322件	296	269	265	269	－
		2	合計特殊出生率	1.55（H20～24平均）	1.81	1.55	1.65	1.54	1.61	1.46
		3	年間出生数	485人（H26）	532人	475	485	437	435	389
	(1)-①	男女の出会い創出事業の参加者数（年間）		178人（H26）	240人	239	287	216	242	277
	(2)-①	つどいの広場等の利用者数（年間）		14,351人（H26）	15,786人	14,204	16,600	17,426	15,373	14,092
	(2)-②	保育園待機児童数（年度末）		20人（H26）	0人	16	18	109	66	90
	(3)-①	児童生徒一人当たりの1ヶ月の平均読書冊数		9.2冊（H26）	10冊	7.9	7.8	9.4	8.2	9.6
	(3)-②	学力実態調査の学力偏差値	小学校：国語、算数	52.2（H26）	56	52.2	53.5	52.3	51.3	51.8
			中学校：国語、数学、英語	52.2（H26）	56	53.2	52.1	50.5	51.1	50.4

※基本目標2の実績については、市独自推計による。また「－」については、現時点で統計上の数字が出ていないものである。

【KPI達成状況及び事業について】

※KPI達成度合い A: 目標値を達成 B: 目標値の7割以上達成 C: 目標値の5割以上達成 D: 目標値の達成は5割未満

主な重点戦略プラン等について	事業番号	関連するKPI	達成度合い	評価	委員コメント
	1	基本1	－	昨年に引き続き、独身者を支援する方の育成を目的とした「世話やき人セミナー」を開催し、地域全体で結婚を支援するという意識づくりを行った。 「出会い創出パーティー」は既存イベントの手法を変え昨年より2回多い6回実施したことで、多くの参加者がありKPIを達成することができた。	
		(1)-①	A（160％）		
	2	基本2	D	育児負担や不安の軽減を図るため、市民に寄り添い、関係機関や専門家等と連携し、妊娠から出産・子育てまで切れ目のない支援を行っている。この地道な取組を続けていくことが、少子化対策の一助になると考える。	
		基本3	D		
	3	(2)-①	D（18％）	乳幼児とその保護者が気軽に集え、子育てについて交流できる場として定着しており、KPIも概ね目標に近い数字が出ている。	
	4	基本2	D	あくまで少子化対策の一つであり、この施策だけでの指標の改善は望めないが、県の特定不妊治療費助成に加え市が上乗せで助成することにより経済的負担が軽減され、子どもがほしい夫婦の支援に繋がっていると考える。	
		基本3	D		
	5	基本1	－	通常保育に預けられない病気の児童を預けることができ、小さな子供を持つ世帯の負担軽減と就労の促進が期待できる。今後は、施設のPRと利用方法の周知により利用者の増加を図る。	
		基本3	D		
	6	(2)-②	D（-350％）	学校法人熊田学園が創設・運営を実施する幼保連携型施設「認定こども園らのみな」の建設工事を令和元年度に着工し令和2年度末には完成の予定である。令和3年4月から開園を予定しており、待機児童数減少につながることが期待できる。	
	7	(3)-①	C（50％）	児童・生徒が主体的・意欲的読書活動ができるよう市立図書館と連携し貸出環境の整備や学校司書の配置など、読書センターとしての整備が進んできたため、KPIの達成に迫ってきた。今後は学習センターとしての機能充実をさらにすすめる必要がある。	
	8	※直接関連するKPIなし		すべての小中学生が白河の歴史・文化を計画的・系統的に学習している。小学6年生は、毎年、学習の成果を図書館ロビーに展示公開している。郷土への誇りや愛着を醸成することで、子供達が本市の魅力を他に発信したり、将来、白河の発展に寄与したりすることを期待している。	
	9	(3)-②	D（-11％）	6つの中学校区単位に、小学生を中心とした小中学生の参加希望者を対象に土曜日の自主的な学習の場を提供している。学習習慣づくりや学び方を身につけることにより、学習意欲の向上に努めている。	
			D（-47％）		

【KPI達成状況や事業の評価を含めた重点施策Ⅱに対する委員意見】

委員意見	評価等を踏まえた戦略の見直しについて				〔自由意見〕
	☐	現状維持	自由意見		
	☐	見直しを検討すべき	具体的内容		

白河市みらい創造総合戦略に関する評価シート

【KPI実績】

（重点施策Ⅲ 新しい人の流れをつくる）

成果指標	項 目			基準値（年度）	目標値（R1）	H27	H28	H29	H30	R1
	基本	1	現住人口（9月1日現在）	62,419人（H26）	62,320人	61,955	61,223	60,723	60,284	59,758
		2	観光客入込数（主要観光施設）	658,000人（H26）	783,000人	866,092	890,983	841,006	885,260	888,952
		3	地域ブランド調査魅力度全国ランキング	308位（H26）	250位以内	415	418	497	444	518
	(1)-①	地域ブランド調査観光意欲度全国ランキング		346位（H25）	320位以内	300	353	441	525	469
	(1)-②	外国人観光客数（年間）		150人（H26）	183人	285	551	1,165	1,479	2,761
	(2)-①	地域ブランド調査居住意欲度全国ランキング		737位（H26）	710位以内	547	830	876	962	859
	(2)-②	支援制度を利用した移住・定住者数（累計）		0人（H26）	270人	2	40	84	156	280
	(3)-①	ホームページの閲覧者数（年間）		1,889,000件（H26）	2,283,000件	2,106,885	4,172,563	4,603,584	5,578,580	3,872,751
	(3)-②	地域ブランド調査認知度全国ランキング		431位（H26）	400位以内	395	477	507	491	488
	(4)-①	地域おこし協力隊の受入件数（累計）		0件（H26）	10件	1	2	3	5	5
	(4)-②	コミュニティスペース利用者数（年間）		0人（H26）	4,600人	1,003	8,538	9,739	7,880	8,168

【KPI達成状況及び事業について】

※KPI達成度合い A: 目標値を達成 B: 目標値の7割以上達成 C: 目標値の5割以上達成 D: 目標値の達成は5割未満

※事業の詳細は「資料1」及び「資料2」参照

主な重点戦略プラン等について	事業番号	関連するKPI	達成度合い	評 価	委員コメント
	1	基本2	A（185％）	全国のゆるキャラが一同に会する、しらかわキャラ市の開催により、白河市をPRするとともに、会場を城山公園に変更して実施したことで小峰城を中心に観光の魅力向上につながったと考えられる。また、商店街回遊策にも取り組み、商店街からも一定の効果があつたと評価を得た。	
		(1)-①	D		
	2	基本2	A（185％）	西郷村及び栃木県那須町と共同でサイクルツーリズムに組み、観光客の増加につなげた。また、国内向けのプロモーションを首都圏で行い誘客に向けたPR活動を行った。さらには、インバウンド観光推進にも取り組み、台湾の旅行会社等を訪問し、認知度の向上及びインバウンド誘客の獲得を図った。	
		(1)-①	D		
		(1)-②	A（7,912％）		
	3	基本2	A（185％）	電子雑誌「旅色」に掲載し、併せて繁体字版も制作して台湾旅行代理店や福島空港でのウェルカム対応時に直接手渡しで情報発信に努めた。また、台湾を対象としたプロモーション活動を展開し、白河市への更なる誘客を図った。	
		(1)-②	A（7,912％）		
	4	基本2	A（185％）	平成31年4月20日に旧集古苑をリニューアルしてオープンした小峰城歴史館においては、小峰城のガイダンス機能を持たせた様々なコンテンツや特別企画展の開催により令和元年度の年間入館者数は、旧集古苑時の約2.5倍である2万5千人と大幅に増加した。	
		(1)-①	D		
	5	基本2	A（185％）	二ノ丸茶屋については、施設強化を図ることにより、観光客の増加につなげることができたと考えている。南湖休憩施設については、若者や女性など新たな層の誘客につながっており、既存の商業施設の売上向上等南湖公園全体へ大きな波及効果を生み出している。	
		(1)-①	D		
	6	基本1	D	空き家の利活用促進による定住を図るため空家バンクを運営し、物件登録数10件、成約数5件となった。加えて、空き家の改修費補助や解体費補助により空き家の解消に取り組むほか、「空家等利活用促進対策協議会」による空き家相談会や空き店舗見学ツアー等を実施した。 今後も他の移住・定住促進事業等との連携により空き家の利活用を促進し、移住・定住に繋げていく。	
		(2)-①	D		
		(2)-②	A（104％）		
	7	基本3	D	平成30年度に策定した「シティプロモーション基本方針」に基づき、地域に対する愛着や誇りの醸成（小・中学校における「白河の歴史再発見事業」の継続）や白河市の認知度アップ（SNS活用セミナーやインフルエンサーを招聘した情報発信）に取り組んだが、KPIに設定している地域ブランドの各調査の結果には反映されなかった。 いずれにしてもシティプロモーションは重要であることから、引き続き様々な方策を模索していく。	
		(1)-①	D		
		(2)-①	D		
		(3)-②	D		
	8	(2)-②	A（104％）	解決すべき地域課題を明確にし、適正を十分に確認しながら採用していく。また、地域に限らない活動や、隊員の能力を活かし、自治体が苦手な市外へのPRに関わってもらうなど活動範囲を広げていき、任期終了後の定住につなげられるよう事業を展開して	
		(4)-①	C（50％）		
	9	(4)-②	A（178％）	高校生をはじめとする若者が集える場所としての認知度も上がり、利用者数は、目標を達成している。今後もコミュニティスペースを活用した各種イベント等を開催するとともに高校生の自主的な活動を支援していく。	

【KPI達成状況や事業の評価を含めた重点施策Ⅲに対する委員意見】

委員意見	評価等を踏まえた戦略の見直しについて				
	☐	現 状 維 持	自由意見		〔自由意見〕
	☐	見直しを検討すべき	具体的内容		