

令和3年度 KPI評価シート

基本目標	3 若者がチャレンジでき、新しい人の流れが生まれるまちづくり						
目的	本市には、知(地)の拠点である滋賀大学・滋賀県立大学・聖泉大学、さらにはミシガン州立大学連合日本センターが立地し、若者である学生が多数在学していることから、官民の連携により、学生の人材育成やスキルアップを支援するとともに、学生が在学中に様々なことにチャレンジできる環境整備を支援するなど、「若者がチャレンジできるまちづくり」を進めていきます。 また、行政と市民が一体となって、本市の魅力を発信していくシティプロモーションを推進するとともに、関係人口の増加を図り、さらに、移住を促進する仕組みを構築するなど、本市への移住促進策を推進することで、新しい人の流れが生まれるまちづくりを進めていきます。						
数値目標	指 標	基準値	目標値(令和6年度)				
	社会増減数 (人)	年間151人の転入超過 (H27～30年度平均)	年間150人の転入超過				
各施策とその方向性	施策名		KPI名		KPI基準値	KPI目標値(R6年度)	方向性
	(1) 市内大学をはじめとした高等教育機関等との連携強化		市内3大学新卒者の市内就職者数(人)		37	52	市内大学をはじめとした高等教育機関等との連携強化による知的資源の活用により、新しい時代を切り拓く人材を育成するとともに、学生の地元企業等への定着を図っていきます。
			大学等高等教育機関との連携事業数(件)		63	78	
	(2) データ利活用の推進		オープンデータ種類数【累計】		25	100	市内に滋賀大学データサイエンス学部およびデータサイエンス研究科が所在するという、「地の利」を活かし、同大学とも連携しながら、オープンデータ およびEBPMを推進することで、データ利活用を推進し、本市の活性化を図ります。
			ポータルサイトアクセス数		1,244	1,880	
	(3) シティプロモーションの推進		NPSの値	推奨意欲	-0.1	25.0	シティプロモーション戦略では、シティプロモーションを、単に移住促進や観光客誘致のための手法としてではなく、市民ひとり一人の想いが形になって動き出す仕組みづくりを進め、市民の様々な取組を通して彦根の魅力が発信されることで、市内外の人の共感と憧れを獲得する方策として捉え、それを形にするための「協働（共創・共走）」、「熱を伝える場づくり」、「共感を生む情報発信」を戦略の柱に、市民の推奨意欲、参画意欲、感謝意欲が増大するような取組を推進します。
				参画意欲	-16.6	5.0	
				感謝意欲	57.2	65.0	
	(4) 関係人口増加策の推進		ふるさと納税寄附者数(人)		3,843	8,000	彦根城やひこにゃんといった地域資源を持つ本市では、観光客等の交流人口を、地域でのイベントへの参画やふるさと納税等を通じて多様な形で本市と関わる関係人口の増加につなげるとともに、さらに関係人口の増加を定住人口の増加へとつなげていく必要があります。 こうしたことから、庁内各所属が連携し、関係人口の増加を図る取組を進めていきます。
	(5) 移住促進策の推進		社会増減数(人)【再掲】		年間151人の転入超過	年間150人の転入超過	まずは彦根市に興味を持ち、そして訪れてもらい、最終的には移住してもらえるよう、移住希望者への情報提供から移住相談、住まいや就労先の確保支援等、移住に至るまでの支援プログラムを整備し、幅広い移住者のニーズに応えていきます。
移住施策による市外からの移住者数(人)【累計】			5	182			

令和3年度 KPI評価シート

R3年度の評価と課題	施策名	KPI名	R3年度KPI結果	R3年度KPI目標値	評価	課題	課題解決に向け、今後実施すべき取組
	(1) 市内大学をはじめとした高等教育機関等との連携強化	市内3大学新卒者の市内就職者数(人) 【企画課】	36	43	83.7%	(内部) ◆3大学の就職者数が令和2年度1,152人から令和3年度981人に減少するなど、コロナ禍が影響しているのか就職者自体が減少している背景があります。 ◆学生が県内企業をあまり知らず、就職に結びつかないという課題があると思われます。	(内部) ◆市内企業等にて行われる滋賀就職フェア i n彦根などのイベントを通じて市内企業の周知を引き続き行っていきます。 ◆在学中に奨学金を借りていた学生が、3大学から市内企業に就職した場合に返還支援制度があることを、就職イベント等でも積極的にPRしていきます。
						(外部) ◆学生が市内の企業を知らないということが問題なのだと思います。 ◆大学生の就職については、特に京阪神へと流れていくということ話を耳にしたことがあり、いかに彦根市に留めるかということが非常に重要であると思います。	(外部) ◆就職フェアを通じた周知以外の取組も検討してはどうですか。 ◆やはり仕事をしてこないことには実際の面白さも伝わってこないということがあり、できればインターンシップ等で、学生も企業も体験をしていただいて、そこで魅力を発信していただけると一番良いと思います。少しでも実務に慣れていたきて、その仕事に就くというのが、企業に定着していただき、市内に残っていただくことにつながると思います。 ◆事業内容を聞くと、ものすごく技術があって素晴らしい企業だけれども、テレビで宣伝していないから知らないというのは、ものすごくもったいないと思います。どういう企業にモノを納めて、最終製品はどこがやっているのかという発信の仕方をする、また、魅力が全然違うと思います。市としても、どういう企業で、どのような産業構造になっているのかということを知っていく必要があるのではないかと思います。その上で、実体験を積むことで、定着率が高まると思います。 ◆奨学金返還支援制度の周知の強化が必要ではないでしょうか。
		大学等高等教育機関との連携事業数(件) 【企画課】	49	69	71.0%	(内部) ◆令和2年度の27件からは増加したものの、コロナ禍前までは回復していない状況となっています。	(内部) ◆大学の地域活動に参加することや、本市の事業についても高等教育機関と連携できることについて積極的に連携体制を構築していきます。 ◆アフターコロナでの高等教育機関との連携について、オンライン等での連携についても実施していきます。
						(外部)	(外部)
	(2) データ利活用の推進	オープンデータ種類数【累計】 【情報政策課】	40	55	72.7%	(内部) ◆オープンデータに対する意識を全庁的に高めていくことが課題となっています。	(内部) ◆地図情報や写真などの画像データの公開も関係所属と協議を行い、種類数の増加に努めていきます。
						(外部) ◆オープンデータは種類数を増やすことはもちろん重要ですが、データはそこから価値を見出せるかが重要となります。ただ単に、種類だけ増やしてオープンにしているということではなく、データとしてどこまで細かい情報を提供しているかが重要です。	(外部) ◆「特にデータを用いてビジネスが生まれるような形で、彦根市はデータを提供しているのだ」ということになれば、企業誘致にもつながっていくと思います。彦根市の魅力の一つとなるように、「彦根市に行けば、データが取れる」となり、それらを用いてビジネスが盛んになるようになれば良いと思います。

令和3年度 KPI評価シート

R3年度の評価と課題	施策名	KPI名	R3年度KPI結果	R3年度KPI目標値	評価	課題	課題解決に向け、今後実施すべき取組
		ポータルサイトアクセス数 【情報政策課】	1,180	1,520	77.6%	(内部) ◆アクセスしやすく、また見やすいポータルサイトにしていくことが課題となっています。	(内部) ◆令和3年度に滋賀県が取りまとめを行い、県内各市町が参加して、勉強会が行われ、ポータルサイトの立ち上げを年度末に実施しました。今後は、立ち上げたポータルサイトのアクセス数を伸ばすために、HP担当課と協議を実施していきます。
						(外部)	(外部)
	(3) シティプロモーションの推進	市民の推奨意欲(NPSの値) 【広報戦略課】	15.7	2.0	達成	(内部) ◆推奨意欲の高い人が増えたことで、目標値を達成できました。今後も推奨意欲の維持・向上に向けた取組を継続して行うことが必要と考えます。	(内部) ◆まちを良くしようとする市民の取組や、その取組に感謝・応援する市民の動きが広がることで、市民全体の地域に対する関心や想い(熱)が高まり、自ら「私のまち・彦根市」をオススメしたい市民が増えるような好循環を起こすための取組を行います。
						(外部)	(外部)
		市民の参画意欲(NPSの値) 【広報戦略課】	7.3	-12.0	達成	(内部) ◆参画意欲の高い人が増えたことで、目標値を達成できました。今後も市民が参画できる事業を実施するなど、参画意欲の維持・向上に向けた取組を継続して行うことが必要と考えます。	(内部) ◆感謝の気持ちや応援するための行動を発信されることで、さらに地域の課題解決などに取り組みもうとする市民が増えるような仕掛けを考えます。
						(外部)	(外部)
		市民の感謝意欲(NPSの値) 【広報戦略課】	66.9	60.0	達成	(内部) ◆感謝意欲は高い人が多いものの、NPSの値を計る上での中間層が一定数存在するため、これらの層の意欲を引き上げていく必要があると考えます。	(内部) ◆感謝意欲は、推奨意欲や参画意欲の向上にもつながるため、「感謝や応援」が広く発信・受信できる仕組みの構築に取り組みます。
						(外部)	(外部)
	(4) 関係人口増加策の推進	ふるさと納税による寄附者(人) 【まちづくり推進課】	16,357	6,500	達成	(内部) ◆ふるさと納税を通じた関係人口の増加を図るために、継続寄附者のつなぎとめと、新規寄附者の獲得が課題です。	(内部) ◆ふるさと納税の寄附者を増やすために、数多くの自治体の中から彦根市を選択してもらえるよう、返礼品の充実と積極的なPRに努めます。
						(外部)	(外部) ◆インターネット広告の強化や魅力的な返礼品が大幅な増加につながったと思われるので、今後も継続してください。
	(5) 移住推進策の推進	社会増減数(人) 【企画課】	-356	150	未達成	(内部) ◆社会増減数については、近年増減幅が大きくなっていますが、昨年よりも転出者の数が大きくなっています。 ◆転出としては、県内他市町が最も多くなっていますが、その他は大都市圏(大阪・東京・京都・愛知)への転出が多い状況となっています。	(内部) ◆引き続き、移住相談窓口に移住コンシェルジュを置き、移住希望者一人ひとりに合った、きめ細かな伴走型の支援を行います。 ◆移住ポータルサイトに掲載する内容を充実することで情報発信を強化します。 ◆移住体験ツアーを実施するなど希望者への着実な魅力発信を行っていきます。
						(外部)	(外部) ◆移住者数は目標を達成していますが、いろいろな条件を整えて、トータルとして増加することが重要と考えます。

令和3年度 KPI評価シート

R3年度の評価と課題	施策名	KPI名	R3年度KPI結果	R3年度KPI目標値	評価	課題	課題解決に向け、今後実施すべき取組
		移住施策による市外からの移住者数(人) 【累計】 【企画課】	118	62	達成	(内部) ◆令和3年度については、住宅取得費補助金、結婚新生活支援補助金、移住支援金や本市移住コンシェルジュによる支援による移住者や、空き家バンクの利用者等、令和3年度の単年度の実績としても51人の実績となり目標達成することができました。	(内部) ◆引き続き、移住相談窓口に移住コンシェルジュを置き、移住希望者一人ひとりに合った、きめ細かな伴走型の支援を行います。 ◆移住ポータルサイトに掲載する内容を充実することで情報発信を強化します。 ◆移住体験ツアーを実施するなど希望者への着実な魅力発信を行っていきます。
						(外部)	(外部)