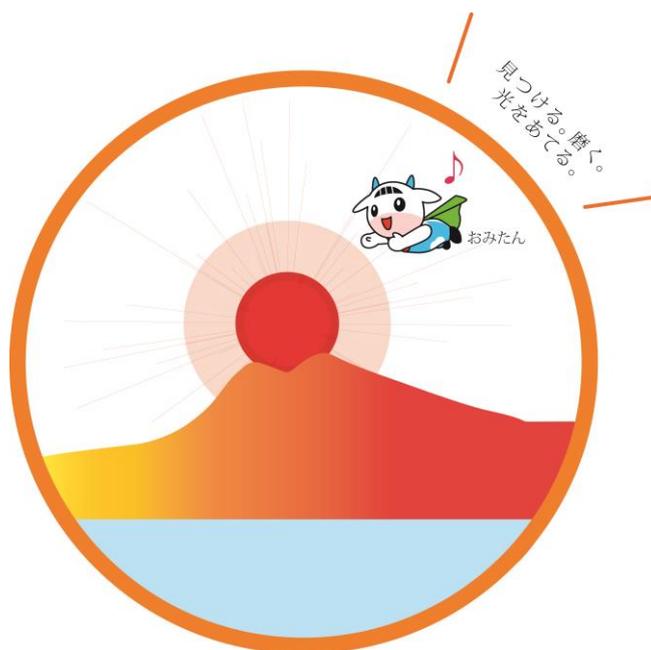


小美玉市まち・ひと・しごと創生総合戦略（案）

ダイヤモンドシティ・プロジェクト



資料

総合戦略の名称

1. 小美玉市まち・ひと・しごと創生総合戦略	1
(1) 基本的な考え方	1
(2) 総合戦略策定にあたっての理念と体制	4
(3) 小美玉市版総合戦略「ダイヤモンドシティ・プロジェクト」	6
■政策分野1 恋も子育てもしたくなるまちになる	10
■政策分野2 地域の宝を見つけ、磨き、光をあてるまちになる	20
■政策分野3 わくworkがとまらないまちになる	31
■政策分野4 スーッと、ず〜っと住めるまちになる	38

（政策分野ごとに「基本目標」、「基本的方向と具体的な施策・事業・重要業績評価指標」を示す）

小美玉市版総合戦略



総合戦略の名称 **ダイヤモンドシティ・プロジェクト**

■名称に込めた思い

年に2度、筑波山頂に黄金の夕陽がかかる“ダイヤモンド筑波”。霞ヶ浦湖畔から望むダイヤモンド筑波は小美玉市の誇る風景です。

小美玉市という名前には、「小川の流れや美しい自然とともに、玉のように輝き飛躍する市のイメージが感じられる／小さな美しい宝物、あるいは小さな美しい心を持つふるさとなるように／小さな玉が美しく磨かれていく、そんな夢を持てる市になるように（市HPより）」との思いが込められています。

ダイヤモンドシティ・プロジェクトは、小美玉市の地域資源や住民一人ひとりの可能性を小さく美しい宝石（玉）の王様であるダイヤモンドに見立て磨き上げ、光をあてて輝かせていくまちになるという思いを込めた、小美玉市版総合戦略です。

■オンリーワンは名前にあった

小美玉市まち・ひと・しごと創生有識者会議の中で“オンリーワンは必ずある”と言われ続け、探し続けました。

全国に誇る地域資源はたくさんあります。霞ヶ浦、茨城空港、牛乳、卵、ヨーグルト、おみたまプリン、れんこん、ニラ、イチゴ、小美玉市まるごと文化ホール…etc。

小美玉市の代名詞としては十分なラインナップですが、オンリーワンと言うからにはこれらをも凌駕し、誰もが誇りとする、唯一の飛び抜けた存在でなければなりません。

灯台下暗し。オンリーワンは名前にありました。小美玉市という名前は、県外で初めて出会う人たちから「響きがカワイイ」「意味がステキ」と評判が良い、とワーキングチームで話題になりました。そのとき、小美玉市発足の際、島田穰一小美玉市長が「新たな市、小美玉市は、小さく美しく輝く玉、言わばダイヤモンドです。一人ひとりが輝くまちにしていきましょう。」と挨拶されたことを思い出しました。

小川、美野里、玉里が合併したことで生まれた、カワイイ響きとステキな意味の名前。全国広しと言えど、他にダイヤモンドシティにふさわしいまちがあるでしょうか。

ダイヤモンドシティ＝小美玉市。唯一無二の存在です。

■ダイヤモンドができるまで

1. 採掘＝原石を見つける
2. カット&研磨＝本当の価値になるよう磨き上げる
3. 流通&陳列＝価値に気づいてもらえるよう光をあてる

■ダイヤモンドに重ねる想い

ダイヤモンドの性質		重ねる想い
硬い 壊れにくい	天然の物質の中で最も硬い物質 炭素原子同士の結びつきが異様に強い	固い絆でより深く結ばれ決して壊れない＝人と人の結びつき、永遠の愛を誓う最適の宝石（結婚指輪）
和名：金剛石	仏教典の「金剛不壊（こんごうふえ）」に由来 堅固で壊れない 志を固く守る	志を果たす、結束が固い
傷がつかない	モース硬度 10（最高値）→2種類の鉱石をこすり合わせたときの傷の値	恋に傷がつかない、離婚しない
曇りなく光り輝く	内部屈折率が高く、いつでも曇りなく光り輝く 光の当て方で大きく輝く	いつでも明るく笑って暮らせる家庭 一人ひとりに光をあてる
ダイヤモンドを磨くのはダイヤモンド	ダイヤモンドの原石を研くため ダイヤモンドの粉末を研磨剤に用いる	大人が子どもたちを磨く 住民が住民を磨く
滑らか	長時間の研磨に耐え、得られた平滑な面	円滑な人間関係
熱伝導率が非常に高い	フライパンなどの調理器具に使われ、耐久性も高い	想いが伝わる 熱い人の想いが広がる
征服できない	語源はギリシャ語の「アマダス＝征服できない」→変化してダイヤモンドに	誇り高い小美玉プライド

1. 小美玉市まち・ひと・しごと創生総合戦略

(1) 基本的な考え方

■国が示す総合戦略の基本的考え方

1. 人口減少と地域経済縮小の克服

我が国は 2008 年をピークに人口減少局面に入っており、2050 年には約 9,700 万人程度まで減少すると推計される。特に地方における若い世代の流出は、諸外国と比べても著しい。「人口減少が地域経済の縮小を呼び、地域経済の縮小が人口減少を加速させる」という負のスパイラル（悪循環の連鎖）により、地方が弱体化するならば、大都市もいずれ衰退していくことは必至である。人口減少を克服し、地方創生を成し遂げるため、以下の基本的視点から、人口、経済、地域社会の課題に対して一体的に取り組む。

- 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

①しごとの創生

- ・「相応の賃金」＋「安定した雇用形態」＋「やりがいのあるしごと」といった『雇用の質』の確保・向上
- ・地域経済の核となる企業・事業の育成、企業の地方移転、新たな雇用創出、地域産業の活性化への取り組み等、『雇用の量』の確保・拡大
- ・女性がその地域に魅力を感じ、住み続けられるよう、地域における女性の活躍を推進

②ひとの創生

- ・若者の地方での就労を促すとともに、地域内外の有用な人材を積極的に確保・育成し、地方への移住・定住を促進するための仕組みを整備
- ・仕事をしながら、安心して子どもを産み育てられるよう、結婚から妊娠・出産・子育てまで、切れ目のない支援を実現

③まちの創生

- ・地方での生活やライフスタイルの素晴らしさを実感し、安心して暮らせる「まち」の集約・活性化

まち・ひと・しごとの創生に向けた政策5原則

(1) 自立性

- 各施策が一過性の対症療法的なものにとどまらず、構造的な問題に対処し、地方公共団体・民間事業者・個人等の自立につながるようなものであるようにする。

(2) 将来性

- 地方が自主的かつ主体的に、夢を持って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

- 国による画一的手法や「縦割り」的な支援ではなく、各地域の実態に合った施策を支援することとする。

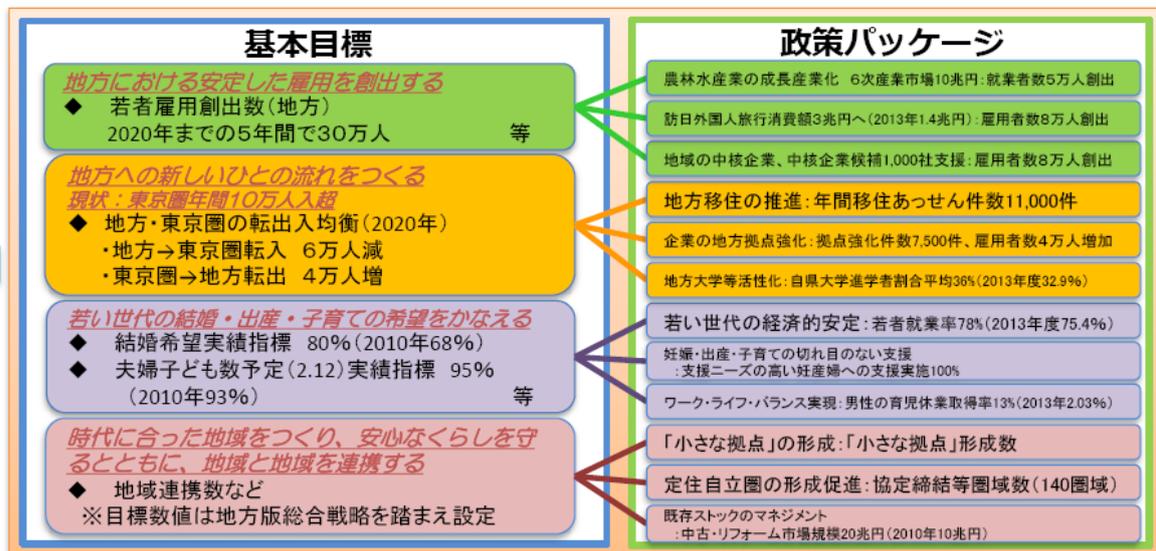
(4) 直接性

- 限られた財源や時間の中で、最大限の成果を上げるため、ひとの移転・しごとの創出やまちづくりを直接的に支援する施策を集中的に実施する。

(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。

総合戦略【2019年度までの5か年】

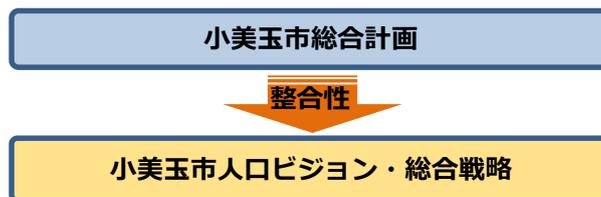


■総合戦略における本市の役割

本市の総合戦略は、茨城県や周辺都市との連携を図りながら、地域の特色や地域資源を生かし、住民に身近な施策を展開します。

■総合計画と総合戦略との関係性

総合戦略は、本市の上位計画である総合計画との整合を図りながら、特に若者の定住促進や雇用対策、結婚の支援などの人口減少対策に重点をおいて、実現性と実効性のある戦略として策定するものです。

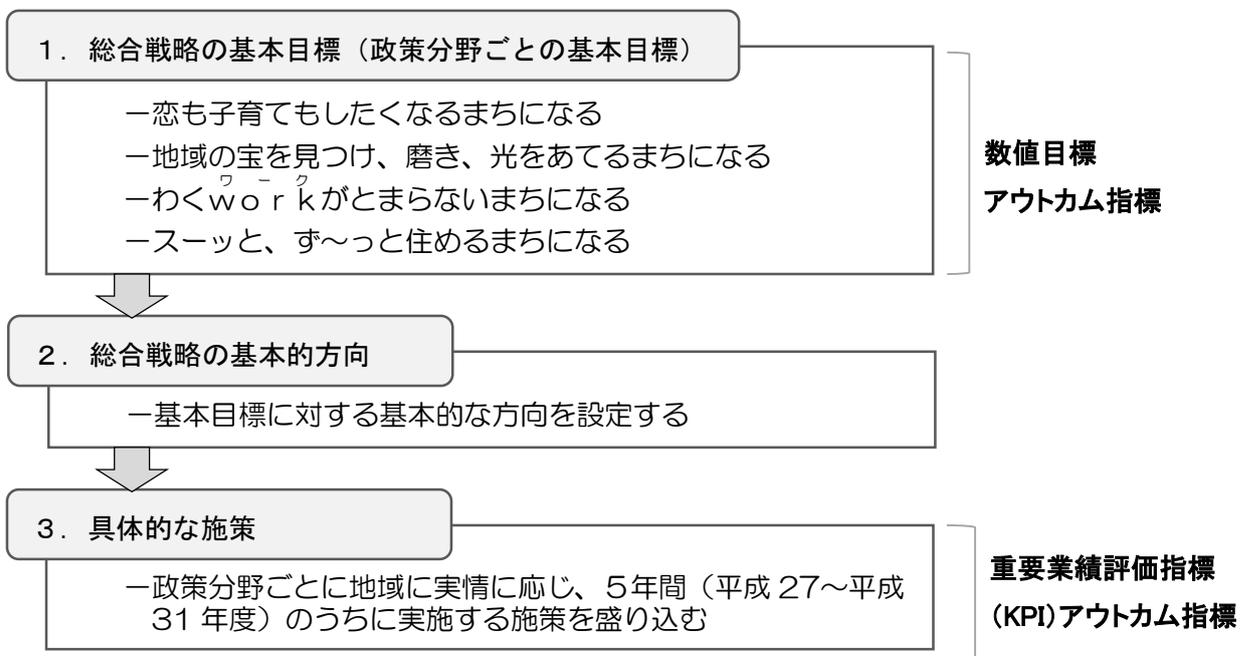


なお、若者に加え、本市に住むすべての人が安心して自立した生活を送るための地域福祉、高齢者福祉および教育、生活環境、都市基盤、行財政など市が取り組むべき施策全般については、市総合計画に基づき、着実な施策展開を図ってまいります。

■総合戦略の構成と期間

◇総合戦略の構成

総合戦略は、基本目標を実現するための基本的方向と、具体的な施策により構成されます。基本目標、具体的な施策に対して、それぞれアウトカム指標(成果指標)を設定します。



◇総合戦略の期間

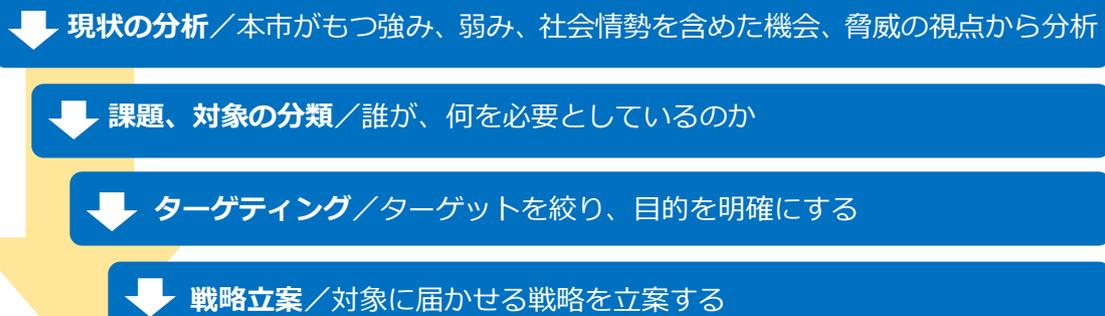
計画期間は、平成27年度(2015年度)~平成31年度(2019年度)の5か年とします。

(2) 総合戦略策定にあたっての理念と体制

小美玉市の課題に対するミッション確認

- 人口減少対策
子どもが減っている、若い人が都市部に流出している現状
特に 20 歳代女性が流出
市外で就職、居住を希望する人が多い、という若者アンケート結果
- 定住促進
今住んでいる人に住み続けてもらう
「帰ってきたい」、「移住したい」をつくる

マーケティングにもとづいた総合戦略の立案



20～30 歳代の流出を食い止める

- 20～30 歳代女性の流出を食い止める
- 流出するのは人生の岐路→就職、独立、結婚、家を建てる
- 特に近隣の都市部に流出する傾向が強い
- 若者の流出を食い止めることで、高齢者を支える社会の担い手が増える
(若者や子どもを増やすことは、地域の活性化、税収の増加につながり、高齢者を支える基盤づくりが可能となる)

総合戦略策定にあたっての理念

■ 小美玉市民としての誇り

人生の岐路で選択肢に入る。そして選ばれるまちになる。

■ 飛翔するまち小美玉

ネットワークや拠点の充実を強みに。(羽鳥駅橋上化・空港アクセス道路の機運に乗せて)

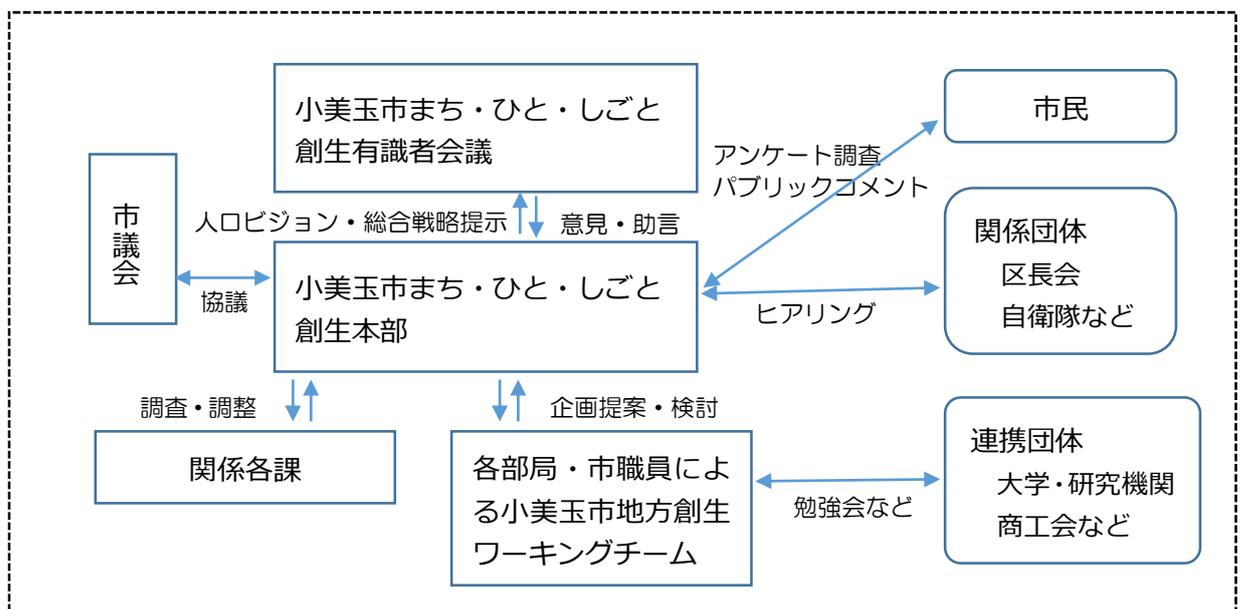
■ マーケティングを用いた自治体経営

多様な世代に的確に対応するにはマーケティングが不可欠。

総合戦略策定体制

総合戦略の策定にあたっては、まち・ひと・しごと創生に関する施策を全庁的に推進するため、小美玉市まち・ひと・しごと創生本部および、若手職員を中心とする小美玉市地方創生ワーキングチームを設置し、関係各課との調整を図りながら策定を進めます。

また、市民活動団体をはじめ、産業界、大学、金融機関などの分野から様々な意見をうかがうため、有識者会議を設置します。市民を対象としたアンケート調査、関係団体のヒアリング、連携団体との研究・勉強会などを通して、幅広いニーズを視野に入れた総合戦略の策定に努めます。



■茨城大学との連携



■商工会青年部との勉強会



(3) 小美玉市版総合戦略 —ダイヤモンドシティ・プロジェクト—



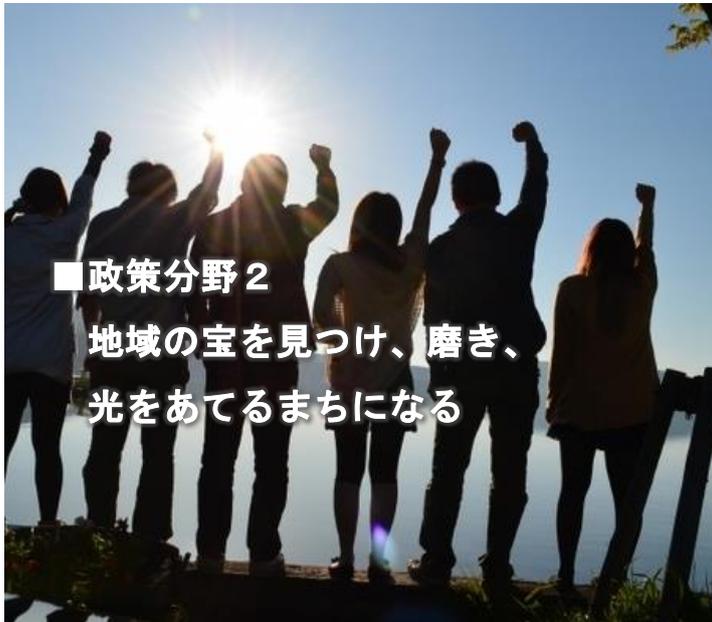
現在、日本では、98%の子どもが結婚したカップルから生まれています。

つまり、若い世代が結婚しなければ、子どもも生まれてこないというのが現状です。

結婚したいという思いはあっても恋人のいない独身者が多いのは、出会いの場が少ないことが一つの要因となっています。

小美玉市の総合戦略では、結婚を支援する施策に重点を置きながら、これまで推進してきた子ども・子育て支援を着実に実行し、若者が結婚したくなる、また子育て世代が安心して子どもを産み・育てることができる環境をつくります。

基本目標を実現するために講ずべき施策に関する基本的方向	具体的施策
<p>私はこのまちで恋をする ～ダイヤのように固く結ばれる恋を～</p> <p>恋愛・結婚のイメージアップを図るとともにだれもが参加したくなる出会いの場の創出を積極的に展開することで、小美玉市に住む未婚の若者が、だんだん結婚したくなるまちを目指します。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■恋のあこがれをプロデュース ■恋に出会うストーリー ■人生設計のデザイン
<p>だから私はこのまちで楽しく子育てする ～ダイヤのように明るく輝く家庭を～</p> <p>出産から子育て期の幅広い期間を通して、親子の健康サポート、教育・保育の充実に努めるとともに、子育てする家族を地域で歓迎し支援する仕組みづくりに取り組みます。</p> <p>また、若者、多子世帯・子育て世帯の経済的負担を軽減することで、希望する子ども数を実現し、だんだん子どもが増えるまちを目指します。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■親子の健康をサポート ■子育て安心サポート ■子育て家族に優しいまちの創出 ■多子世帯・子育て世帯への経済的支援



■政策分野2
**地域の宝を見つけ、磨き、
 光をあてるまちになる**

小美玉市の魅力を考えたとき、茨城空港、霞ヶ浦、星空、ヨーグルト、酪農、イチゴ、小美玉まるごと文化ホール…など、いいもの、いいところはたくさんあるけれど、「これぞ小美玉市」というイメージが無いことに気がつきます。

小美玉市の総合戦略では、小美玉市がもっている「魅力」と「イメージ」を一致させ、「シビックプライド」を醸成することにより、新たな価値観を生み出し、「小美玉らしさ」を実現することを目指します。

※「シビックプライド」は、地域への「誇り」や「愛着」を持つとともに、自らが地域の形成に関わっているという認識・自負を持つこと。

基本目標を実現するために講ずべき施策に関する基本的方向	具体的施策
<p>地域資源を生かす ～見つけて磨いて光をあてる～</p> <p>小美玉市の魅力を発信していくためのブランドづくりを戦略的に進めます。</p> <p>また、陸・水辺・空それぞれのエリアにおける魅力づくりを推進するとともに、これまで培ってきた地域文化のさらなる向上を図り、流入人口も視野に入れた交流人口の拡大を目指します。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■文化のまちのストーリー ■空のエリアの活性化 ■陸のエリアの活性化 ■水辺のエリアの活性化 ■おみたまブランドの確立 ■交流の活性化
<p>公民連携に光をあてる ～みんなで磨く～</p> <p>新しい公共の考え方に基づき、公民連携をさらに進めるとともに、民の力を効果的に活用できる制度づくりを進め、魅力あるまちを目指します。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■自由度の高い公民連携の促進
<p>新たな地域デザインを見つける ～みんなで光る～</p> <p>それぞれの地域が培ってきた特性や利点を生かしつつ、移住者が安心して加入できるよう、自立的で開かれた行政区の仕組みづくりを進めるなど、新たな地域デザインの構築を目指します。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■行政区の新たな仕組みづくり・見える化



■政策分野3

ワーク
わくworkがとまらないまちになる

小美玉市の産業は、酪農、農業のほか、製造業が多いことが特徴です。災害が少なく、高速道路の利便性もよいことから、地方移転を考える企業にとっては魅力的な立地といえます。

また、大きな企業の創始者を多数輩出していることから、小美玉市に関わると“出世する”“運が開く”など金脈のまちとしてのイメージもあります。

一方で、就職を機に市外へ転出する若者が多いことも事実です。

また、アンケート調査では、仕事と育児を両立できる環境を求める声も多くありました。

このことから、働く場所を増やす支援とともに、女性が安心して働ける職場環境支援などに取り組み、女性が輝くまちを目指します。

基本目標を実現するために講ずべき施策に関する基本的方向	具体的施策
<p>あらたな「働く」をカタチにする ~原石を見つけ、磨き上げる~</p> <p>小美玉市の若者が小美玉市で新しい仕事を始められる、やりたい仕事を見つけられるよう、起業・創業支援や新たな地域産業の創出、企業誘致など多様な取組を行います。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■わくwork^{ワーク}ストーリー ■小美玉発のオンリーワン ■企業さん、いらっしゃ〜い
<p>あなたの「働く」を応援する ~ダイヤのように輝いて~</p> <p>小美玉市民が希望する仕事を市内で見つけられるよう、地元企業情報の提供や就業支援策を推進するとともに、仕事と生活の調和を推奨し、女性が働きやすい環境整備に努めます。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■小美玉企業の見える化 ■働き手キラキラプラン ■ハッピーウーマン増し増しプラン



※移住のハードルがスーッと下がり、ず〜っと住み続けたいくなるまちをイメージしています。

結婚・子育ての支援や、地域の魅力づくり、雇用に関する政策分野の取組と、小美玉市での定住を促進することとは相互に関連性の高いものです。

特に若い世代の人たちの定住を促進するため、選ばれる小美玉市を発信していくことが重要だと考えます。

より多くの人に小美玉市の良さを感じてもらえるプロモーションを積極的に行います。

また、まちへの誇りと愛着を育み、まちをより良くするために自分自身関わっているという自尊心「シビックプライド」をもって行動できる人材を育成することにより定住意識の醸成を図っていきます。

基本目標を実現するために講ずべき施策に関する基本的方向	具体的施策
<p>小美玉が恋しくなっちゃう ～離れて気づく、ダイヤのように硬い想い～</p> <p>小美玉市で生まれ育った若者が、人生の岐路に立った時、地元での暮らし、地元で就職を選択するよう、若者をターゲットにした取組により、帰ってきたくなるまちを目指します。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■「おかえり」ストーリー
<p>小美玉に住みたくなっちゃう ～あなたにダイヤのような輝きを～</p> <p>市外からの住み替えを考えている人に小美玉市での暮らしを体験する機会や、移住後のケアなど積極的に迎え入れる体制の整備を進め、誰もが小美玉市に住みたくなるようなまちを目指します。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■「いらっしゃい」ストーリー ■「心地よさ」ストーリー
<p>小美玉から離れられなくなっちゃう ～育つ絆はダイヤのように永遠に～</p> <p>小美玉市に住んでいる人、住み始めた人が小美玉市にふるさとして愛着を持ち、誇りを持てる支援に努め、子どもから大人までが小美玉市に住んで良かったと再認識し、小美玉市から離れたくないと思えるまちを目指します。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■「住みごっこ」ストーリー ■「きづくふるさと」ストーリー
<p>小美玉がうらやましくなっちゃう ～ダイヤのように魅力を放つ～</p> <p>小美玉市をトータルにプロデュースし、市民、行政が一丸となって世界に向けてPRを展開することで、誰もがうらやましくなる小美玉市を目指します。</p>	<p><具体的施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ■「いいね！小美玉。」ストーリー

■政策分野 1 恋も子育てもしたくなるまちになる

1 基本目標（目標指標）

基本目標	現況値 (平成 26 年度)	目標値 (平成 31 年度)
結婚を希望しない若者の割合（アンケート調査）	14%	10%
平均初婚年齢（男）	29.6 歳	28.0 歳
平均初婚年齢（女）	28.2 歳	25.0 歳
合計特殊出生率	1.51 (平成 20~24 年ベイズ推定値)	1.8

※「ベイズ推定値」は、ベイズ統計学の手法を用い、偶然に発生した特異値による変動を抑え、安定的な推定値を求めるために用いられる。

2 基本的方向と具体的な施策・事業・重要行政評価指標

基本的方向 1 私はこのまちで恋をする
～ダイヤのように固く結ばれる恋を～

【具体的施策】

01. 恋のあこがれをプロデュース

恋愛・結婚のイメージアップを図り、これまで結婚に無関心だった人、結婚したいけれどまだ早いと感じている人が、結婚したくなるような取組を進めます。

そのため、様々な媒体を通して「結婚」がもつ「幸せ」なイメージをPRし、小美玉市の若者の結婚をサポートしていきます。

【重要業績評価指標】 KPI 基準値、目標値についてはパブリックコメント後に設定予定

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
婚姻件数		
結婚を希望する割合（アンケート調査）		
オリジナル婚姻届利用率		

重要業績評価指標（KPI）：Key Performance Indicator の略称。施策ごとの進捗状況を検証するために設定する指標をいう。

【具体的事業】

1-1-1	恋愛・結婚イメージアップ
-------	---------------------

小美玉市内の思い出の場所で挙式をしてもらい、結婚式のプロモーションビデオ作成を補助し、市の「恋愛・結婚イメージアップ」のため作成するプロモーションビデオの素材とする。また、広報紙・SNS・ホームページで新婚紹介記事を掲載し、結婚に対する好意的・積極的な意識づけを図る。また、小美玉市オリジナル婚姻届の作成や、婚姻届提出時に記念撮影をするなど、結婚を記念するしかけづくりをする。ダイヤモンド筑波を“恋人の聖地”化することなどを検討する。

【具体的施策】

02. 恋に出会うストーリー

未婚の若者たちが結婚を考えた時、学校、職場や日常の交友関係の中では出会いの場に限られるものの、人生の伴侶との出会いは、日々のライフスタイルの中で自然に訪れることが望まれています。

そこで小美玉市では、市が通常の事業として取り組んでいるイベントやサークル活動、同窓会などをきっかけに若者たちが出会う機会の拡大を図ります。

また、婚活を積極的に進めている人をサポートするために、既存の婚活事業の充実を図るとともに、民間やNPOが実施する婚活事業の支援や相談体制の充実を図るなど、合コン日本一のまちを目指します。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
出会いサポート事業イベント参加者数		
同窓会申請者数		

【具体的事業】

1-2-1	25歳、30歳の同窓会応援
25歳、30歳の小美玉市出身者の同窓会開催を支援し、旧友との再会の場を設け、地域経済の活性化や定住を促進するとともに、ふるさとへの回帰のきっかけづくりを目指す。	
1-2-2	大人の友達づくり
市民の日記念事業、公民館講座、茨城空港利用促進協議会事業や、四季文化館みの〜れ、小川文化センターアピオス、生涯学習センターコスモスが開催するイベント等、既存のイベントに若者が交流できるものを盛り込み、参加しやすい交流の場を設ける。また、17時以降のサークル活動の施設使用料の減免、サークルの紹介、マッチング等により、男女の交流の場となるサークル活動の多様化を促進する。	
1-2-3	多彩な合コン・街コン
夜空コンの継続的な開催をはじめ、異業種の交流する場や農産物を収穫する体験型のイベント等を開催する。	

1-2-4 婚活事前講座

コミュニケーション講座やファッション・マナー講座等の婚活に必要なスキルを習得する講座を民間と協力して実施する。

1-2-5 おみたま婚ツアー

都会の独身女性へ地方で暮らすことを提案する体験型ツアーを実施する。人生設計のライフプラン講座や移住促進支援プログラムを通して、小美玉市で結婚や家庭をもつことの意味や楽しさを理解してもらう。また、地域の仕事や暮らしを体験し、自然な流れの中で、地域の同世代の男性との交流を深め、小美玉市へ暮らすことのイメージを具体化してもらう。

1-2-6 結婚応援団パワーアップセミナー

結婚したい方を応援する人に対し、さらなるスキルアップのためにセミナーを開催する。後に情報交換などを目的とした応援団を結成する。

【具体的施策】

03. 人生設計のデザイン

若者世代は、まだ経験したことのない結婚や出産に漠然とした不安を抱いています。これらの不安を解消し、自らの将来のライフデザインを設計することができれば、今より結婚や子育てに対して積極的になれるかもしれません。

小美玉市では、若者が将来にわたって小美玉市で生活していくイメージを確立するため、ライフデザイン講座の開設や経済的な不安解消の取組を推進します。

【重要業績評価指標】

K P I（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
ライフデザイン受講者数		
結婚に対する経済的不安（アンケート調査）		

【具体的事業】

1-3-1 人生収支シミュレーション事業

将来に漠然とした不安を抱いている20～30歳代中心の若者を中心としたライフデザイン講座を開催。また、小美玉市で働く若者・子育て世帯が受けられる支援をストーリー性を持たせて紹介する冊子等を作成する。さらに、小美玉市に引き続きの場合と、都内に移り住んだ場合の生涯収支や住環境をデータで比較したパンフレットを作成し、高校生、大学生世代を中心に配布する。

基本的方向2 だから私はこのまちで子育てする
～ダイヤのように明るく輝く家庭を～

【具体的施策】

04. 親子の健康をサポート

子どもを産む時期について悩んでいるカップルの支援や、初めて出産・育児を経験するママや、サポートするパパが安心して出産・育児ができるような親子の健康サポートに取り組めます。そのため、子育てタクシーをはじめとする出産時のサービスの利用促進に努めます。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
子育てタクシーの導入		
母子保健事業の内容充実		

【具体的事業】

1-4-1	子育てタクシー
	住所・掛かりつけ病院・出産予定日などを事前に登録し、陣痛時に素早くタクシーで病院へ向かうことができる環境を整える。また、市内のタクシー会社が全国子育てタクシー協会に入会することを促進する。さらに、陣痛時だけでなく、乳幼児の急病時のタクシーの対応も促進する。

1-4-2	ママ・パパ相談室（保護者のメンタルケア支援事業）
	子育て中の親が抱えるメンタル面の問題を、定期的に専門家に相談できるような環境を整備する。既存事業を継続し、小美玉市の魅力として情報発信する。

【具体的施策】

05. 子育て安心サポート

共働きで忙しかったり、近所に頼れる人がいなかったりする若い夫婦にとって、出産後の子育ては大変不安なことです。仕事を持つ親が、安心して復帰できるよう、待機児童ゼロを継続するとともに地域における多様な子育て支援の充実を図ります。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
待機児童ゼロ継続		

【具体的事業】

1-5-1	ママ・パパリフレッシュ事業
地域の中で助け合い、子育て中の親がリフレッシュできる仕組みをつくり、子育て中の親の心理的・身体的負担を軽減する。「在宅福祉サービスセンター」（社会福祉協議会への委託）の充実を図る。	
1-5-2	待機児童ゼロ継続事業
育休明け、産休明けに安心して職場に復帰できるよう、現在の待機児童がない状態を継続していくように努め、ニーズに対応した教育・保育施設（認定こども園・幼稚園・保育所）の確保を図る。	

【具体的施策】

06. 子育て家族に優しいまちの創出

核家族化が進行し、共働き家庭が増えている状況のなか、子育ての第一義的責任は親にあることはもちろんですが、子育てする家族を取り巻く地域の力が大きな支えとなることは言うまでもありません。

小美玉市では、ICT（Information and Communication Technology 情報・通信関連技術）を活用した子育て支援情報を提供するとともに、仕事と生活の調和を図る観点から、家事や育児における父親の参画意識を醸成します。また、民間事業者と連携した子育て支援や行政からのきめ細かな情報提供など、地域で歓迎する子育ての仕組みづくりを進めます。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
子連れに優しい店舗事業の支援店舗数		
出産子育て情報アプリの提供		
民間と連携した子育て支援施設検討プロジェクトの立ち上げ		

【具体的事業】

1-6-1	イクメン成長物語事業
	父親となる人を対象とした講座を開設し、パートナーの妊娠・出産への理解を深め、緊急時に対応できる知識を習得する。また、子どもがいる父親を対象として、母親が不在のときの過ごし方などの講座を開設する。ハローベビー教室の充実と周知対象の拡大を図る。イクメン（ママと一緒に子育てを楽しむ男性）→カジダン（家事に積極的に取り組む男性）→域メン（地域で活躍する父親、男性）→イクボス（男性の従業員や部下の育児参加に理解のある経営者や上司）→イクジイ（孫世代の育児に関わる男性）と成長するサイクルを入れた事業展開を図る。

1-6-2	出産子育て情報アプリ
	保育所・幼稚園・病院等の施設情報、公園や施設の行事やイベント、予防接種のお知らせ等、出産・子育て世代が必要な政策や情報が一括で分かるアプリを作成する。また、子育て世代の親と共同でアプリ作成チームを発足し、アプリの運営を進める体制をつくる。

※「アプリ」は、スマートフォンで使用するソフトウェア。

1-6-3	子連れに優しい店舗の推奨
子どもを連れていても、安心して食事や買い物、サービスが受けられる環境を整備する店舗に対し支援を行う。また、駐車場へのマタニティマークの設置を助成する。	

1-6-4	民間事業者と連携した子育て支援施設の建設
公共性のある施設と民間店舗の合築により、公的資金を伴わない子育て支援施設を建設する。	

1-6-5	子育てワンストップ窓口(ネウボラ) 推進事業
妊娠・出産から子育てまでを切れ目なくサポートするフィンランドの育児支援サービスを取り入れ、1つの窓口で総合的な支援を受けられるサービスを行う。また、コーディネーターが必要な情報を案内し、専門機関へつなぐ体制を整える。	

※「ネウボラ」は、フィンランド語で「アドバイスの場」を意味する支援制度。

1-6-6	家族を育てるプロジェクト
夫婦間のトラブルを解決するための効果的な方法を解説する講座や、祖父母を対象とした、孫世代との遊び方、現代の子育ての知識、父母との接し方などの講座を開催し、夫婦間、世代間の円滑なコミュニケーションを育む。	

【具体的施策】

07. 多子世帯・子育て世帯への経済的支援

出産・子育てには様々な負担が伴いますが、その中でも若い子育て世帯にとって負担が大きいのは経済的な負担です。教育・保育に係る費用や住宅取得などについての不安から出産を控えてしまい、理想の子ども数と現実の子ども数には開きがあるのが現実です。

小美玉市では、出産・子育てに係る様々な経済的負担を軽減し、それぞれの家族が望む子ども数を実現できるよう多様な支援を図ります。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
家賃・住宅取得補助申請者数		
3人以上のお子さんのいる世帯数		
理想の子ども数と現実の子ども数のかい離を縮める		

【具体的事業】

1-7-1 家賃・住宅取得補助事業	市内居住ならびに転入した多子世帯への経済的負担軽減として、家賃および住宅取得にかかる費用の助成を行う。子どもが3人以上いる世帯で、居住スペースを広げるために引越す場合や、新たに住宅を取得する場合について補助する。（例：家賃の場合は1か月2万円上限で2年間支給し、住宅を取得する場合は新築50万円、改修30万円を支給）
1-7-2 出産祝い事業	市内在住の方が出産する場合、市民のニーズを反映したお祝い制度を創設する。（例：おむつ支給や購入補助、3人目以降の誕生祝い金等）
1-7-3 不妊治療費助成制度	対象となる不妊治療費の一部を助成し、不妊治療にかかる経済的負担を軽減する。
1-7-4 医療費助成事業	市内在住の高校生までの保険診療分の自己負担額を助成する。

■政策分野 2

地域の宝を見つけ、磨き、光をあてるまちになる

1 基本目標（目標指標）

基本目標	現況値 (平成 26 年度)	目標値 (平成 31 年度)
空港交流人口	137 万人	200 万人
市イベント関連交流人口 (ふるさとふれあい祭り、産業祭、 そらら、文化センター来場者数)	81 万人	100 万人

2 基本的方向と具体的な施策・事業・重要行政評価指標

基本的方向 1 地域資源を生かす ～見つけて磨いて光をあてる～

【具体的施策】

01. 文化のまちのストーリー

小美玉市には、たくさんの住民が文化活動に参加・参画し、つくりあげる土壤があり、文化活動を通じた人材育成と地域文化の質の高さは誰もが知るところです。小川文化センターアピオス、四季文化館みの〜れ、生涯学習センターコスモスが地域の核となり、文化創造・育成事業及び他の分野とのコラボレーションを通してシビックプライドを高めるとともに、読みたい時に本がそこにあるまちを目指します。

「シビックプライド」は、地域への「誇り」や「愛着」を持つとともに、自らが地域の形成に関わっているという認識・自負を持つこと。

【重要業績評価指標】 KPI 基準値、目標値についてはパブリックコメント後に設定予定

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
図書館利用者数		
シビックプライド醸成事業参加者数		
文化ホール年間利用者数		

重要業績評価指標（KPI）：Key Performance Indicator の略称。施策ごとの進捗状況を検証するために設定する指標をいう。

【具体的事業】

2-1-1 文化芸術によるシビックプライド醸成

小川文化センターアピオス、四季文化館みの〜れ、生涯学習センターコスモスが培っている「創造・発信する力、共感を呼び起こす力、マーケティング手法」を生かし、まちの愛着やこのまちをより良い場所にするために関わっているという誇りを醸成する。

2-1-2 小美玉市まるごと文化ホール計画

小川文化センターアピオス、四季文化館みの〜れ、生涯学習センターコスモスが、文化の創造・育成を図る地域住民の拠点として機能し、それぞれの特性を生かしつつ連携し文化活動の質の向上、次世代への継承、ネットワークの形成に努める。

2-1-3 本が身近にあるまち事業

市内各所（畑、牧場、公園、霞ヶ浦、空港等）において、その場所、地域、雰囲気、季節等にあったおはなし会を定期的を開催する。また、同時に好きな絵本等を親子で楽しむ機会をつくる（おはなしサークルにおいて検討）。その他、市内図書館へ「赤ちゃんルーム」（授乳室・オムツ交換場所等）機能を整備する。

【具体的施策】

02. 空のエリアの活性化

空エリアの魅力づくりとして、北関東唯一の空港である茨城空港を生かしたまちづくりを目指します。

そのため、空港利用者を対象とした利便性の向上、茨城空港・百里基地と連携したイベントの開催などを推進します。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
空のイメージづくり事業によるフェスタ等イベント参加者数		

【具体的事業】

2-2-1	空のイメージづくり事業
	スカイスリーフェスタや市PR事業等を継続的に開催するほか、ドローンを活用した競技会やコスモス畑の空撮等を実施する。また、茨城空港や百里基地と連携し、小美玉市の魅力を発信する。さらに、にぎわい交流拠点として、空港周辺にホテルやショッピングセンター、免税店等の誘致に取り組む。

※「スカイスリーフェスタ」は、茨城空港ターミナルビルにおいて、地場製品の販売、また隠れた観光資源などを紹介するイベント。

※「ドローン」は、遠隔操縦する無人航空機（遠隔操縦するマルチコプターを意味するが多い）。

2-2-2	インバウンド向け旅行情報提供
	訪日旅行者がよく使用するスマホ用旅行情報検索アプリに、小美玉市の観光地および特産物の情報を投稿する。留学生などのボランティアに依頼し、母国語での情報提供を行う。

【具体的施策】

03. 陸のエリアの活性化

陸エリアの魅力づくりとして、市街地の機能向上を図るとともに、交通利便性の向上を図り、利便性の高いまちを目指します。

そのため、JR常磐線羽鳥駅の橋上化など交通結節点である駅の利便性向上に努めます。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
JR羽鳥駅の乗降客数（1日平均）		

【具体的事業】

2-3-1	JR羽鳥駅及び駅前広場整備事業
	平成30年度末の供用開始を目指し、JR羽鳥駅の橋上化、自由通路と駅前広場の一体的整備を進めるとともに、駅前広場に市の顔となる交流・サービス拠点の整備を推進する。（例：子育てサービスセンター、市民交流スペース等）

【具体的施策】

04. 水辺のエリアの活性化

水辺エリアの魅力づくりとして、霞ヶ浦や河川などの水辺の自然資源を活用し、観光・レクリエーションなどを通して交流人口の拡大を目指します。

そのため、水辺を活用したイベントの開催や交流施設の整備、サイクリングロードの整備等、市内外からの集客を図る取組を推進します。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
水辺のイベント参加企業・団体数		

【具体的事業】

2-4-1	サイクリングロードパーク事業
霞ヶ浦周辺のサイクリングロードのサイクリングステーションを大井戸湖岸公園に整備する。県事業と連携を図り、整備を進める。	
2-4-2	水辺のイベント事業
水辺環境の保全に関連する民間企業及び団体とコラボレーションしたイベントを開催し、交流人口を拡大する。	
2-4-3	霞ヶ浦沿岸地域交流施設整備事業
貴重な資源である霞ヶ浦の環境保全を図りながら、地域の交流空間の形成を図るとともに、霞ヶ浦周辺地域の景観の保全・育成に努めます。	

【具体的施策】

05. おみたまブランドの確立

小美玉市の魅力を国内外に発信していくため、市の農業、農産物のブランド化などをはじめとして小美玉市のイメージづくり、地域全体のブランド化を進めます。

そのため、地域のブランドとなる産業のイベントを開催し、市民・民間事業者からの情報発信の支援に努めます。また、農家と行政や地元飲食店が協働し、農畜産物の魅力を発信するとともに、6次産業化の支援を図ります。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
情報ナビサイト総アクセス数		
ヨーグルトサミット開催		
小美玉ブランド認定数		

【具体的事業】

2-5-1 魅力創造発信事業

市内の飲食店等に対して、情報ナビサイト等への掲載にかかるノウハウを学ぶ機会をつくる。また、小美玉市の魅力やイベント情報などを発信する、広報宣伝の担い手（レポーター）養成講座を実施する。先行型交付金にて実施中の事業を継続して実施する。

2-5-2 ヨーグルトサミット・スイーツフェスタ開催

市民の参加を募り実行委員会を組織し、全国ヨーグルトサミット、スイーツフェスタの開催を目指す。

2-5-3 フォレストファーム FOREST FARM事業

収穫体験、農作業体験が可能な作物と受け入れ農家を確保し、四季を通して魅力ある体験農業ができるシステムを構築する。現在、ブルーベリー等限定的に実施中の事業の拡大実施を図る。

2-5-4 農家レストラン事業

地域の農畜産物を扱う農家レストランの開業を支援する。また、地元食材を使った既存飲食店に対して、地元食材の魅力発信を促進する。

2-5-5	6次産業化支援事業
--------------	------------------

<p>農家が6次産業化するために必要なノウハウや、インターネットの活用による流通の仕組みを学ぶ養成講座等を実施する。また、6次産業化に気軽に取り組めるよう、ニーズに対応した助成事業を併せて実施する。農家による農産物の加工品のコンテスト等を実施することで、ブランドの認定を行い、販売等の支援を行う。先行型交付金にて実施中の事業を継続して実施する。</p>
--

【具体的施策】

06. 交流の活性化

人が集い賑わう交流の機会づくりとして、市の魅力を全国、世界に向けてアピールし、小美玉市を好きになってもらう取組の総合的な展開を目指します。

そのため、地域の資源を生かした体験型の交流の場、外国人観光客にも対応したサービスの充実などを展開します。

【重要業績評価指標】

K P I（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
魅力体験ツアー参加者数		
市長と市民のランチミーティング実施回数		

【具体的事業】

2-6-1	小美玉ファンクラブ拡大事業
小美玉のファンをつくるため、農業体験等を組み入れたツアーを企画し、小美玉市の魅力を体験してもらう。（例：外国人や若い世代に向けた民泊体験や各種農業体験等）	
2-6-2	身近なみどり体験事業
市内で行われている森林整備の際に出た間伐材を利用した日曜大工講座を開催する。	
2-6-3	市長と市民のランチミーティング事業
「対話の日」を発展させ、若年層を中心とした市民と市長による「ランチミーティング」を実施する。地域食材を用いた昼食を通じて交流を深める。	

【具体的施策】

07. 自由度の高い公民連携の促進

小美玉市では、様々な分野で市民協働のまちづくりを進めてきましたが、今後はより戦略的に協働の事業を展開すること、民間活力を生かすことが重要となっています。

そのため、民間活用の推進を図るための専門的なセクションの設置を検討するとともに、公共事業における民間事業者とのコラボレーション・協働の仕組みづくりを推進します。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
民間活用推進プロジェクトチーム設置		
民間事業者コラボレーション事業数		

【具体的事業】

2-7-1	プロジェクトチームの組織化
（仮称）民間活用推進プロジェクトチームを設置し、市役所の業務を横断的に把握し、民間の力を活用した方が良い事業やサービスを分析し、マーケティングした上で、事業を選定し、民間事業者の発案の受付や評価等を行う体制をつくる。	

2-7-2	民間事業者コラボレーション事業
これまで行政が行っていた様々な事業（公共施設の運営、事業企画等）について、民間団体が、その資金・経営能力・技術能力等を活用し、建設・管理運営等をする取組を積極的に実施し、質の高いサービスを提供する。そのスタイルは、協定等の締結・業務委託・提携・協働など、柔軟性を持ったものとする。（例：市内のスポーツ施設を一括して管理運営し、利用者の増加と事業の充実を狙う等）また、民間からの公募型事業等も検討する。	

※「コラボレーション」は、異なる分野の人や団体が協力して製作する共同制作、共同事業。

【具体的施策】

08. 行政区の新たな仕組みづくり・見える化

身近な生活に密接にかかわる行政区の活動の活性化は魅力的なまちの一つの要素です。古くから培ってきた市内のそれぞれの行政区の在り方を尊重しながら、行政区によるまちづくり活動をさらに活性化し、自立性が高く開かれた行政区に向けた仕組みづくりを推進します。

そのため、コミュニティ活動の拠点づくりや、地域で取り組むまちづくりの支援に努めます。また、移住者向けのコミュニティ情報の発信を図ります。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
行政区の情報公開のためのサイト立ち上げ数		
目的別まちづくり組織数		

【具体的事業】

2-8-1	移住者向けコミュニティ情報発信事業
移住者等を積極的に受け入れようとする行政区の加入条件や地域の魅力、コミュニティの行事等を公開するため、区長会・まちづくり組織等によるサイトの立ちあげを促進する。	

2-8-2	まちづくり組織支援事業の拡充
行政区活動の強化に取り組む行政区やコミュニティ組織に対して、スタッフを配属し、会計や行事のマネジメント、防犯、自主防災、環境の美化、交通安全、空き家対策等、行政区の課題に総合的に対応できる地域協議会の導入、地域担当職員の配置等を検討します。また、行政提案型事業の構築を検討する。	

2-8-3	コミュニティ拠点づくり事業
公民館やコミュニティセンターを地区の集会施設として利用しやすくする仕組みを構築する。また、既存の公共施設をコミュニティ独自の活用方法で、コミュニティ組織の活動拠点として積極的な利用を促進する。	

2-8-4	まちづくり基金の設立
--------------	-------------------

まちづくり組織の活動を将来的に安定化させるため、基金を設立するなど財源を確保し まちづくりファンドの創設を目指します。
--

■政策分野3

わくwork^{ワーク}がとまらないまちになる

1 基本目標（目標指標）

基本目標	現況値 (平成26年度)	目標値 (平成31年度)
市民総生産（対平成26年度）	2,175億円 (平成24年度)	現状維持
就業者数（20～40歳代）	15,148人 (平成22年)	現状維持
農産物販売金額	227億円 (平成22年 RESAS)	現状維持
市内に住んで市内で就職したい割合(アンケート調査)	12.8%	10%UP

2 基本的方向と具体的な施策・事業・重要行政評価指標

基本的方向1 あらたな「働く」をカタチにする
～原石を見つけ、磨き上げる～

【具体的施策】

01. わくwork^{ワーク}ストーリー

小美玉市で起業・創業したい若者が、チャレンジしやすい環境を目指します。そのため、新規就農や新規創業を支援するとともに、起業後のフォローアップ等を実施します。また、ビジネスコンテストや屋台村など小美玉市独自の支援策を検討します。

【重要業績評価指標】 KPI 基準値、目標値についてはパブリックコメント後に設定予定

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
新規就農・創業者数		
駅前イベントの実施		
ビジネスコンテストの実施		

重要業績評価指標（KPI）：Key Performance Indicator の略称。施策ごとの進捗状況を検証するために設定する指標をいう。

【具体的事業】

3-1-1 就農・創業スタートアップ事業

農業関係者や市商工会、市財界人、実際に創業した方と連携し、セミナー等を開催することで、就農や創業をする際の不安を解消し、後押しをする。企業ガイドブックの就農・創業者版を配布する。また、空き家・未利用地・公共施設をオフィスとして低料金で貸与、融資優遇、アドバイザー派遣などの支援措置を講じる。

3-1-2 ビジネスコンテスト事業／地域拠点の魅力づくり事業

飲食店等を起業しようとする方へ向けて、羽鳥駅前に屋台広場の開催を検討する。また、創業をしたい方がビジネスプランを競うビジネスコンテストを実施する。優秀なプランには、オフィス貸与や市の公告に優先的に掲示するなどの支援を提供する。

3-1-3 起業フォローアップ事業

起業後、事業の安定的な継続を目指し、適切な資金管理、経営が行われるよう、相談、助言を行う。(例：創業3年以内までの賃料補助、中小企業診断士等の専門コンサルタントへの相談料の補助等)

【具体的施策】

02. 小美玉発のオンリーワン

小美玉市の特徴を生かした、小美玉市にしかない、小美玉市発の地域ブランド、地域産業等、小美玉市発オンリーワンを世界に発信していきます。

そのため、地域資源の発掘、特産品のブランド化や新産業の開発等に取り組みます。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
ふるさと納税額		
ふるさと寄附お礼品数		

【具体的事業】

3-2-1 チャレンジ拠点整備事業

空き家を利用し、体験や生産販売ができる拠点を整備し、地域資源を発掘する。

3-2-2 地域ブランド力強化事業

特産物を使用した商品をブランド化する。また、ふるさと応援寄付金の謝礼品として地元特産品を企業から募集し、ふるさと寄附金制度とともに市のホームページ等でPRする。

3-2-3 ゴールドラッシュ事業（ニッチ産業発掘）

小規模なマーケットであっても、現代に求められている潜在的なニーズに対応した新産業を発掘する。勉強会を開催するなど、多様な分野との連携を図り、雇用につなげる。
（例：漢方薬原料となる甘草等）

【具体的施策】

03. 企業さん、いらっしゃ〜い

小美玉市の地域産業の振興の観点から、また市民の雇用の場の確保を図る観点から企業誘致を積極的に促進します。

そのため、茨城県との協力体制のもと空港テクノパークなどへの企業誘致や、インターチェンジ周辺地区を生かした取組等を推進します。

【重要業績評価指標】

K P I（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
企業誘致数		

【具体的事業】

3-3-1	企業誘致事業
	企業誘致促進を目的とした組織を設置し、税制面、融資面の優遇制度の拡充をはじめ、助成金制度の創設や、地域の特性を生かした企業誘致に取り組む。テクノパークにおいては、県との連携を図りながら、企業誘致を促進する。また、市所有の未利用地を活用した企業誘致の検討を進める。

基本的方向2 あなたの「働く」を応援する
～ダイヤのように輝いて～

【具体的施策】

04. 小美玉企業の見える化

小美玉市には、どのような企業、働く場所があるかを、見える化することで、市内で働きたい人材の確保・拡大を目指します。

そのため、市内企業情報の提供、企業と連携した説明会や相談窓口の開設など、人と企業をつなぐ取組を推進します。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
市ホームページ掲載企業数		
企業説明会参加者数		

【具体的事業】

3-4-1 市内企業魅力発信事業

既存の企業連絡会のパンフレットを基に、市内企業の情報（就業経験談や託児所の設置状況等、就職活動に生かせる様々な情報）をホームページやSNSで発信する。

3-4-2 市内就職ウエルカム事業

就職説明会を継続して開催する。また、地元を離れた人材や他地域の人材への新たなアプローチに取り組む。

【具体的施策】

05. 働き手キラキラプラン

小美玉市で働きたいと思うかどうかは、どれだけ深く市内の企業を知ることができるかにかかっています。小美玉市で働きたい人に、小美玉市で働いてもらうための様々な支援に取り組み、市内に希望する仕事があるまちを目指します。

そのため、みらいの人材を育成するためのインターンや研修先の充実を図るとともに市内企業の情報はもとより従業者からの情報などを情報を共有し、支援につなげます。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
意見交換会実施回数		
高齢者就労率		

【具体的事業】

3-5-1 未来人材育成事業

長期で受け入れてもらえるインターン先企業や農家等を開拓し、就職を考える際の判断材料を提供する。

3-5-2 働き手・支え手しゃべり場事業

農業・商業・金融等の市内の産業に従事している人の意見交換会を開催し、地元企業を継続していくための情報交換の場を設け、地域に根付いた産業の活性化を図る。

3-5-3 がんばるシニア層応援事業

専門性を持った生産性の良い農業法人の誘致により、高齢者の雇用を確保・促進する。

【具体的施策】

06. ハッピーウーマン増し増しプラン

女性が子育てと仕事を両立しながら、いきいきと輝く社会が求められています。女性が輝く社会を目指して、小美玉市に住む働く男女の仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の実現を目指します。

そのため、女性に優しい企業になるよう職場の環境整備を市内企業に働きかけるとともに、支援に努めます。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
小美玉市で子育てをしたいと思う割合 （アンケート結果）		
子育て応援企業登録数		

【具体的事業】

3-6-1 在宅ワーク事業

市内企業と連携し、家でもできる在宅ワークを紹介する。

3-6-2 女性が輝く元気企業応援事業

女性に優しい企業になるような職場整備に対し助成を行う。（例：職場内に託児所整備、高校生までの子を養育する女性を雇用した場合の奨励金等）

■政策分野 4

スーッと、ず〜っと住めるまちになる

1 基本目標（目標指標）

基本目標	現況値 (平成 26 年度)	目標値 (平成 31 年度)
社会移動率	-0.26% (2015 年)	-0.18%
住みよさランキング（東洋経済）	327 位 (1,718 市町村中)	300 位

2 基本的方向と具体的な施策・事業・重要行政評価指標

基本的方向 1 小美玉が恋しくなっちゃう
～離れて気づく、ダイヤのように硬い想い～

【具体的施策】

01. 「おかえり」ストーリー

小美玉市生まれの若者が進学などで地元を離れても、帰ってこられるような取組を進めることが重要です。

多くの若者が小美玉市に帰ってきたくなるきっかけづくりとして、地元暮らしの素晴らしさをアピールするとともに、将来地元で就職することを前提とした奨学金制度などの導入を検討します。

【重要業績評価指標】 KPI 基準値、目標値についてはパブリックコメント後に設定予定

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
おみたまガイダンス実施回数		
奨学金受給者数		

重要業績評価指標（KPI）：Key Performance Indicator の略称。施策ごとの進捗状況を検証するために設定する指標をいう。

※「ガイダンス」は初歩的な説明と同時に、適正な助言を行うこと。

【具体的事業】

4-1-1	小美玉ガイダンス事業
大学生を対象に「小美玉ガイダンス」を開催し、「地元」での暮らしを後押しする。	

4-1-2	オミターン制度
将来小美玉市に帰住（Uターン）する人材を育成することを目的として、奨学金の貸与を行う。	

基本的方向2 小美玉に住みたくなっちゃう
～あなたにダイヤのような輝きを～

【具体的施策】

02. 「いらっしやい」ストーリー

小美玉市に住んでみたい、住んでみようかなと思っている人に小美玉市を知りたくなる機会、体験する機会を設け、安心して移住できるように多様な支援を図ります。

具体的には、小美玉市での居住体験ができる場所の提供や、移住コンシェルジュなどによる相談体制の充実を図ります。

※「コンシェルジュ」は、さまざまな相談に対して、豊富な知識にもとづいて適切な提案をするようなサービス。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
移住相談会実施回数		
移住・住み替えコンシェルジュ数		

【具体的事業】

4-2-1	小美玉トライアル事業
小美玉での生活を疑似体験し、ここで生活するという感覚を五感で感じてもらい、定住につなげていく。また、住むにあたって、家電製品（洗濯機やTV等）が備え付けの住宅を用意し、市外に通勤する人には交通費を助成する等して、スムーズに移住体験できるようにする。	

4-2-2	移住相談会事業
都内などで移住相談会を実施し、移住者がどんな生活を希望しているかといったニーズを把握し、就職や住居なども含めて提案する。また、移住アドバイザーとして、実際に移住してきた人のアドバイスを聞く場も提供する。	

4-2-3	移住・住み替えコンシェルジュ事業
小美玉市在住の市民や移住経験のある人から移住コンシェルジュを募り、移住をしてきた人のサポートを行う。また、市内で転居を希望する人に住宅情報、雇用支援情報、子育て支援情報等を提供する。	

4-2-4	移住促進住宅取得助成事業
--------------	---------------------

<p>市外から小美玉市への移住を目的として住宅を取得される方へ、新築住宅及び中古住宅の取得費用の一部を助成する。(例：新築取得は50万円、中古住宅取得は30万円を助成。中古住宅の改修工事を市内業者に発注する場合、10万円を加算して助成)</p>
--

【具体的施策】

03. 「心地よさ」ストーリー

小美玉市に住みたいと思っている若者や女性を後押しするためには、チャレンジしやすい環境と、同世代がいる安心感などの定住支援が重要です。

具体的には、市有地を活用した若者向けの住宅の整備や若い女性の定住を促進するための総合的なサポートに努めるとともに、若者の生活基盤づくりを通じた定住促進に取り組みます。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
空き家を活用できる基盤の整備（特定空き家対策件数）		

【具体的事業】

4-3-1	女性定住支援事業
	市内の不動産や人材派遣会社などと連携し、女性用にリニューアルした住居の用意や仕事の紹介、悩みの相談等をキャリアアドバイザーがサポートし、若い女性の定住を支援する。

※「キャリアアドバイザー」は、就職を希望する人に対してさまざまな相談支援を専門的に行う人。

4-3-2	空き家 ^{リブート} REBOOT（空き家活用）事業
	入居団体等による自主管理組合を整備した上で、市民活動団体の活動拠点や起業したい方へのワーキングスペースとしての活用等を推進する。また、不動産会社と連携し、活用できる店舗や空き家情報を収集し、総合検索サイト等を設置する。金融機関と連携し、空き店舗、空き家を改装する資金の調達の為に、低金利で銀行融資を受けられる仕組みをつくる。市内の特定空き家に対しては、撤去・修繕、改修補助、取得等の措置を行い、空き家を活用できる基盤を整備する。

※「REBOOT」は、再起動する、最初から仕切りなおす、という意味から、今まで手をつけられていない空き家の利活用を意味している。

4-3-3	未利用市有地の活用事業
	未利用市有地を定住施策へ活用する。未利用市有地に新築した後、20年程度定住した場合、市有地を譲渡するなどの特典を設ける。

基本的方向3 小美玉から離れられなくなっちゃう
～育つ絆はダイヤのように永遠に～

【具体的施策】

04. 「住みごこち」ストーリー

小美玉市に今住んでいる人に住み続けてもらうためには、住んでいる人が快適に住める環境をつくることが大切です。

そのため、住宅取得に際しての優遇や三世代近住世帯への支援などに取り組み、住み心地アップを目指します。

【重要業績評価指標】

K P I（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
地域家族支援事業を利用した住宅着工率		
三世代近住のための住宅取得・リフォーム補助申請数		

【具体的事業】

4-4-1 地域家族支援事業（住宅ローン支援制度）

銀行と協定を結び、小美玉市在住の人が市内に家を建てた際に住宅ローンの金利を世代別に優遇し、市内への定住を促す。

4-4-2 三世代近住促進事業

既存住宅のリフォーム、新規取得に対して費用の一部を助成し、子育て世代の方が、小美玉市内に住んでいる親世代と同居又は近居する三世代近住を推進する。（例：新築取得は30万円、リフォームは20万円、また同敷地内の場合は10万円を助成）

【具体的施策】

05. 「きづくふるさと」ストーリー

小美玉市の素晴らしさを子どもから大人までが、いかに共感し共有できるかがシビックプライドの醸成にとって重要です。

そのため、学校、地域の連携のもと、人格形成やふるさと意識の醸成に適した子ども時代での取組を積極的に推進するとともに、地域を大切にしながら古くから培われてきたものを継承し、地域ぐるみの活動を通して生まれ育った、あるいは生活を営んでいる地域への愛着形成を図ります。

「シビックプライド」は、地域への「誇り」や「愛着」を持つとともに、自らが地域の形成に関わっているという認識・自負を持つこと。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
小美玉市に愛着をもっている割合 （アンケート結果）		
コミュニティスクール		

【具体的事業】

4-5-1 学校におけるシビックプライドの醸成

学校、地域が相互に協力し、子ども達が故郷に愛着と誇りを持てる教育を推進する。現在実施しているコミュニティスクールの導入促進や、「夢先生」、農業体験などの体験学習を継続及び拡充する。

※「夢先生」は、アスリートが先生となって、学校でスポーツや対話を通してコミュニケーションを図る授業を行うもので、日本体育協会等が主催している事業。

4-5-2 地域におけるシビックプライドの醸成

子どもから大人までが、市民として自らの故郷にプライドを持てるような教育を、異分野、異業種の協働、そして地域ぐるみの実践（地域のまつりやフォトコンテスト・動画コンテスト等）を通して行い「シビックプライド」を育む。また、小美玉市の魅力を学び、体験し、ブログやSNSなどのツールを使って魅力を発信するボランティアを育成する。

基本的方向4 小美玉がうらやましくなっちゃう
～ダイヤのように魅力を放つ～

【具体的施策】

06. 「いいね！小美玉。」ストーリー

小美玉市の文化、自然、地域コミュニティ、産業、教育など、すべての要素をトータルにプロデュースし、市内外の人々が小美玉市の良さを実感できるよう、総合的な取組を推進します。

そのため、トータルデザインによるシティセールス、メディア戦略を展開するとともに、総合戦略のPRなどを進めます。

また、小美玉市のナンバーワン、日本一のヒト・モノ・コトを探し出し、PR戦略に生かします。

【重要業績評価指標】

KPI（重要業績評価指標）	基準値（H26）	目標値（H31）
トータルデザインの確立		
メディアでの発信回数		
日本一・日本唯一になる項目		

【具体的事業】

4-6-1	トータルデザインによるシティセールスの推進
小美玉市から発信する情報において、共通して使用できるデザインコンセプトを打ち出し、市内および全国に向けて効果的に小美玉市の魅力を印象付ける。また、官民学及び地域市民と連携してシティセールスを推進し、魅力の発信とともに、小美玉市の活性化を図る。	

4-6-2	総合戦略PR事業
プロジェクトマップ、市民向けプレゼンテーション、AR技術を使った広報などを通して、市が行う事業を積極的にPRする。	

※「AR（Augmented Reality）技術」は、現実環境に仮想の情報を付加して情報提示を行う技術。

4-6-3	メディア戦略事業
マスコミに対してのプレスリリースやTV・ラジオなどメディア媒体を戦略的に活用し小美玉市の魅力を発信する。	

4-6-4

小美玉オンリーワンONLY ONEプロジェクト

産業・行政・市民が一体となって、小美玉市が日本一となる指標の達成および継続を目指す。

