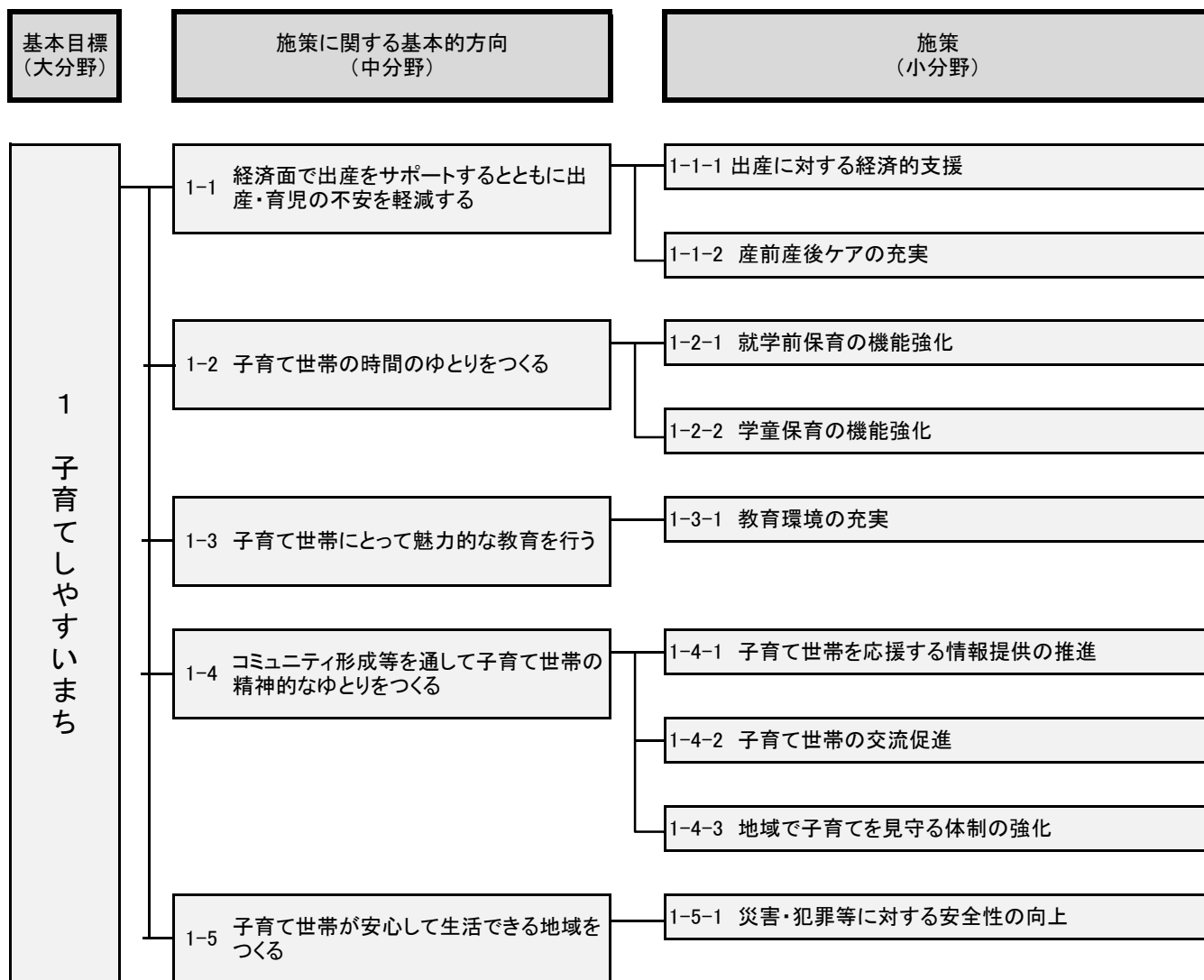


基本目標	1	子育てしやすいまち
------	---	-----------

■目指す姿
多様な保育サービスの利用やコミュニティでの支え合いの中で、子育て世帯が不安なく希望の子どもの数を持ち、ゆとりをもって生活(子育て)している。

■数値目標		
目標指標1①	現状値(H29)	目標値(R6)
合計特殊出生率	1.27人	1.44人
目標指標1②	現状値(R1)	目標値(R6)
子育て世帯の住みやすさの満足度	5.52点	6.02点

■施策体系



■数値目標のグラフ

目標指標1① 合計特殊出生率(人)

H30目標値	1.30	〔指標の説明〕 女性が一生のうちに産む子どもの数を示したもので、翌年1月1日現在の住民基本台帳をもとに市で独自に算出。出生率向上に向けた施策を実施することにより、令和6年度には1.44人を目指します。
H30実績値	1.38	
達成状況	○	

目標指標1② 子育て世帯の住みやすさの満足度(点)

R2目標値	5.62	〔指標の説明〕 市民満足度調査における「総合的な住みやすさの満足度」を7点満点で評価したもの。就学前の子ども、小学校・中学校の子どもを持つ回答者の平均値。子育て支援を充実させ、毎年度0.1点増やし、令和6年度には6.02点を目指します。 ※ H29・R2・R3実績値は郵送調査、H28・H30・R1実績値はWEB調査によるもの。
R3実績値	5.15	
達成状況	×	

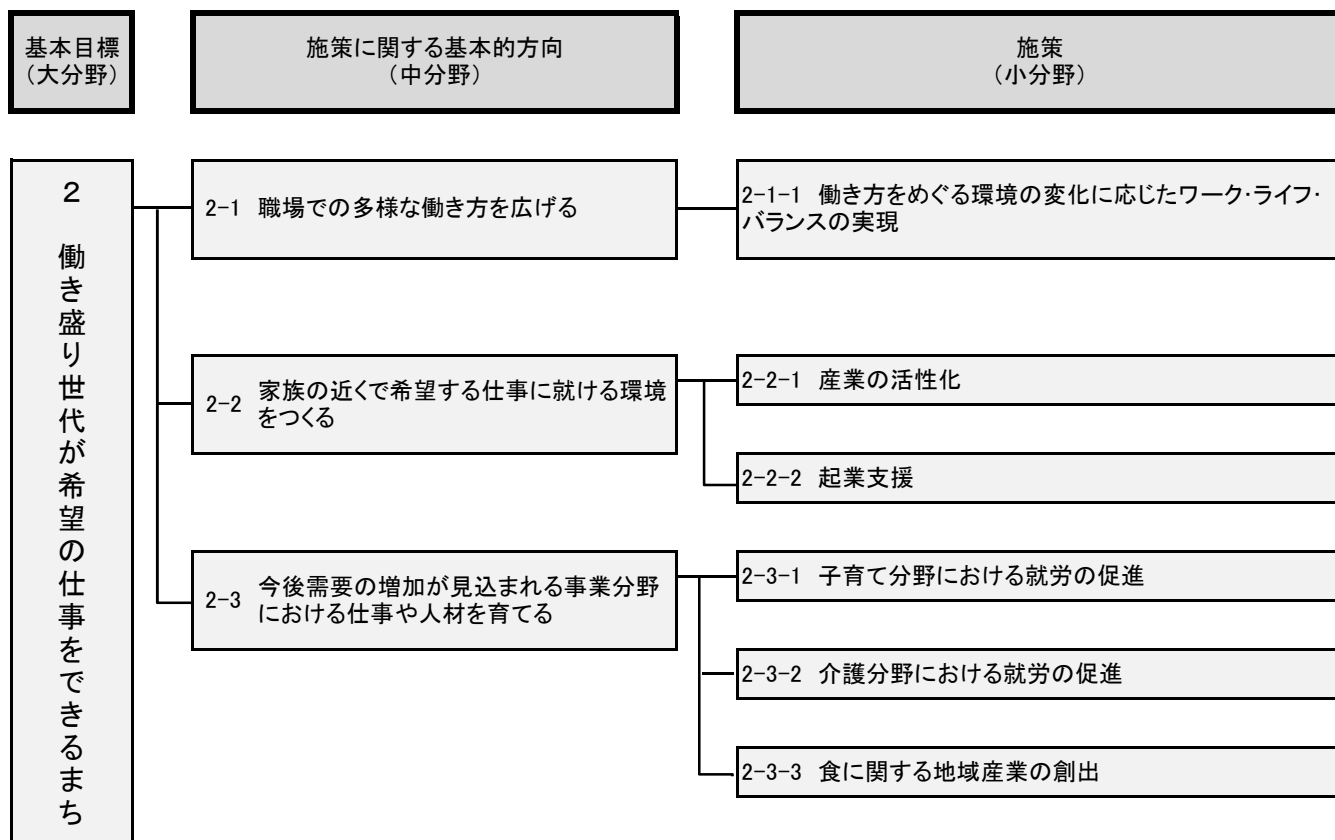
■基本目標実現への効果等
コロナ禍における、対面での支援が難しく、妊産婦や子育て世帯に対してのきめ細やかな支援ができなかった。保育サービスにおいても、可能な限りサービスを提供したが、緊急事態宣言下における家庭保育の協力などもあり利用者数は大きく減少した。一方で、教育分野においては、R2年12月に一人1台のタブレット端末の配布及び教室の無線LAN環境整備が概ね完了し、ICT教育が本格的にスタートした。コロナ禍において、様々な対面型の教育や行事が制限される中、オンライン授業の実施やキャリア教育の一環として「オンライン修学旅行」を実施し、可能な限りの教育活動を行った。目標指標については、第1期総合戦略(H27～)の効果もあってか、合計特殊出生率が1.38人(H30)と向上した。子育て層の住みやすさの満足度は5.15点となった。新型コロナウイルス感染症という大きな不安要素が新たに発生したため、令和2年度中に「目指す姿」に向けて前進したとは言い難いが、子育て世帯が希望する子どもの数を持って、ゆとりをもって子育てできるよう、引き続き支援するとともに、コロナ禍でも実施できる新しい支援方法を模索していきたい。

基本目標	2	働き盛り世代が希望の仕事ができるまち
------	---	--------------------

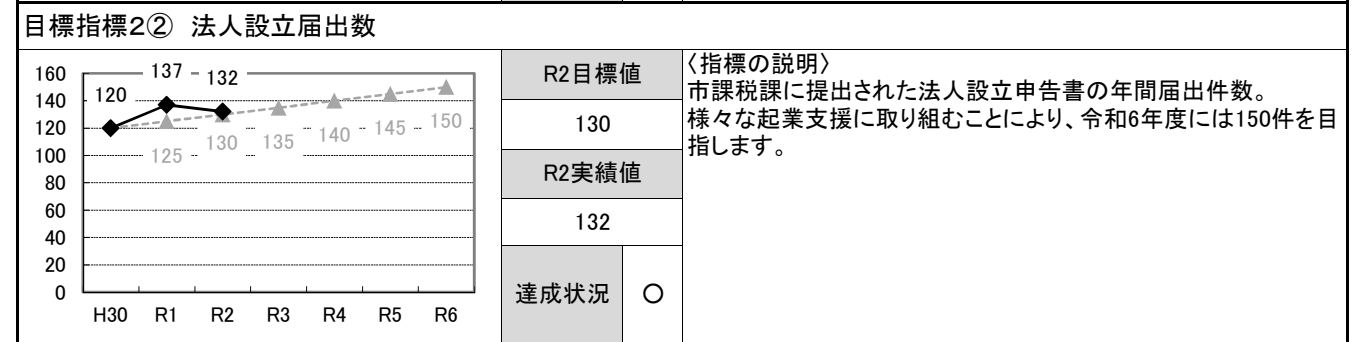
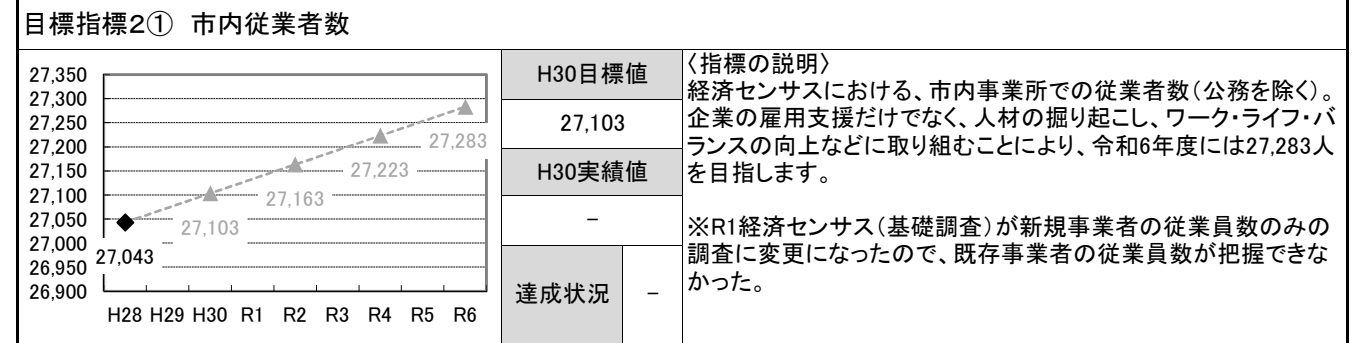
■目指す姿
ワーク・ライフ・バランスに関する取組が進み、働き盛り世代が多様な働き方を選択しているとともに、仕事を自ら起業するするなど家族の近くで希望の仕事ができている。

■数値目標		
目標指標2①	現状値(H28)	目標値(R6)
市内従業者数	27,043人	27,283人
目標指標2②	現状値(H30)	目標値(R6)
法人設立届出数	120件	150件

■施策体系



■数値目標のグラフ



■基本目標実現への効果等

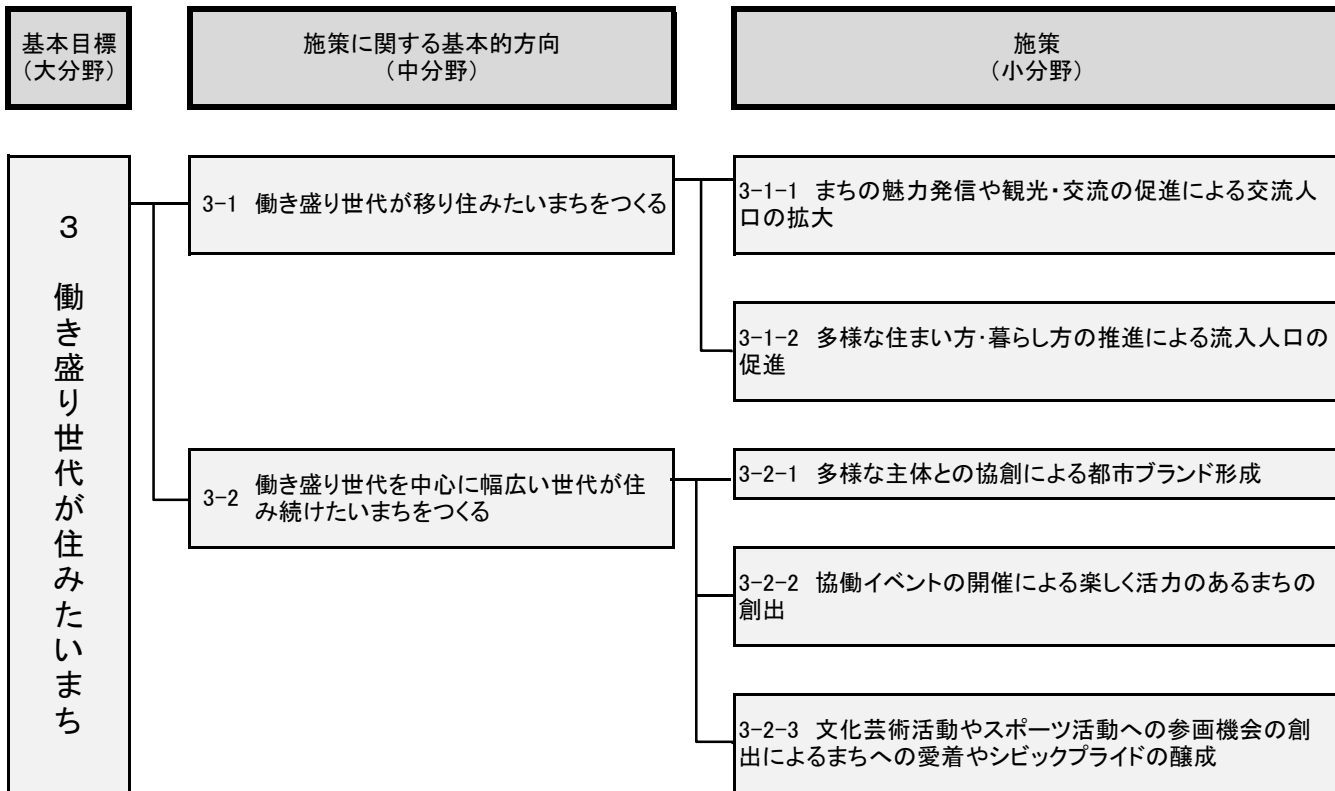
新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、一部セミナーやイベントを中止せざるを得なかった。一方で、コロナ禍におけるテレワーク等の必要性が高まったことにより、世の中に多様な働き方が急速に浸透した。
ワーク・ライフ・バランスの実現に向けては、複数の関係課で連携し、ライフスタイルの選択肢を増やすセミナー「スタイリングウィーク」をオンライン開催も含めて実施した。これにより、多様な働き方や暮らし方を幅広い世代に普及啓発することができた。起業支援においては、令和2年度から新たに起業希望者を伴走型で支援する「いこま経営塾」をスタートした。これにより、新たなビジネスの立ち上げを後押しするだけでなく、起業希望者同士や起業希望者とその支援者をマッチングすることができた。
また、目標指標については、経済センサス(基礎調査)の調査方法が変わったことにより、市内従業者数を把握することができなかった。市課税課で把握している法人設立届出数については、R1年度から微減したものの132件となり目標を達成することができた。
コロナ禍におけるテレワーク需要の高まりなど、働き方に関する加速度的な変化を含めて、目指す姿の実現に向けて大きく前進したものと考える。

基本目標	3	働き盛り世代が住みたいまち
------	---	---------------

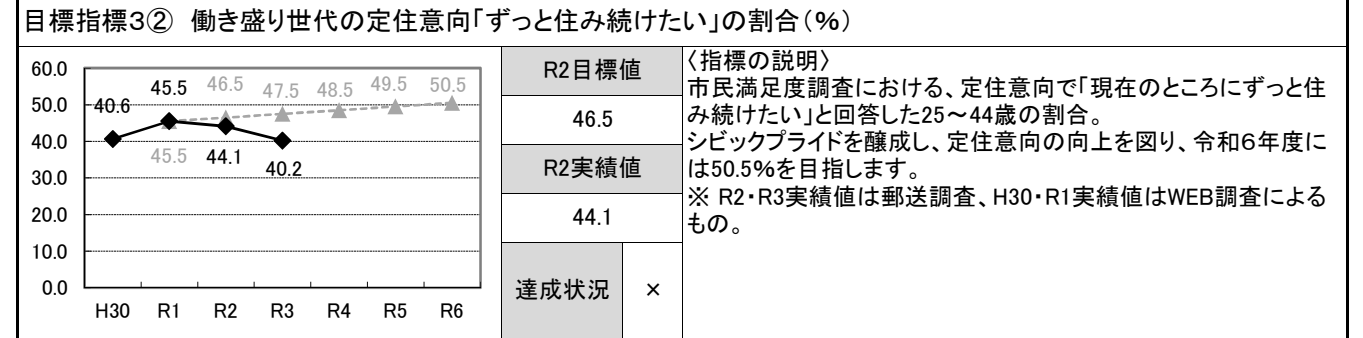
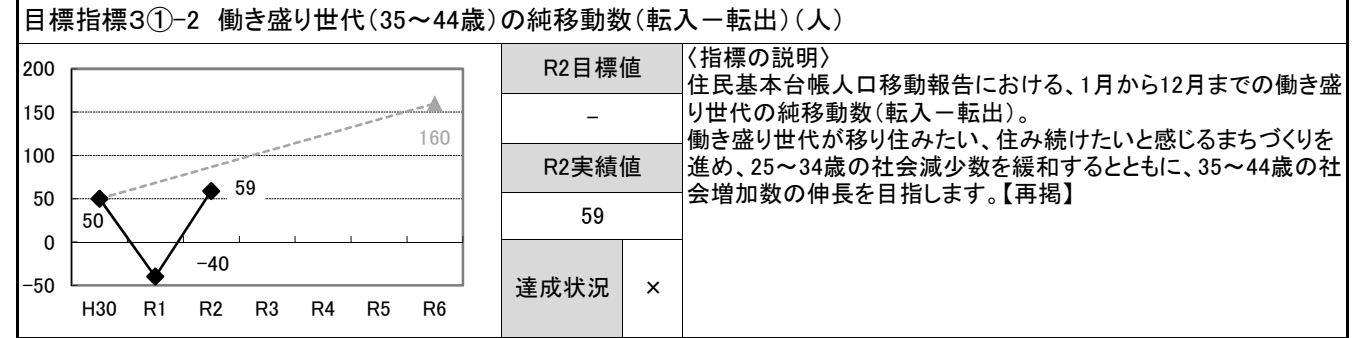
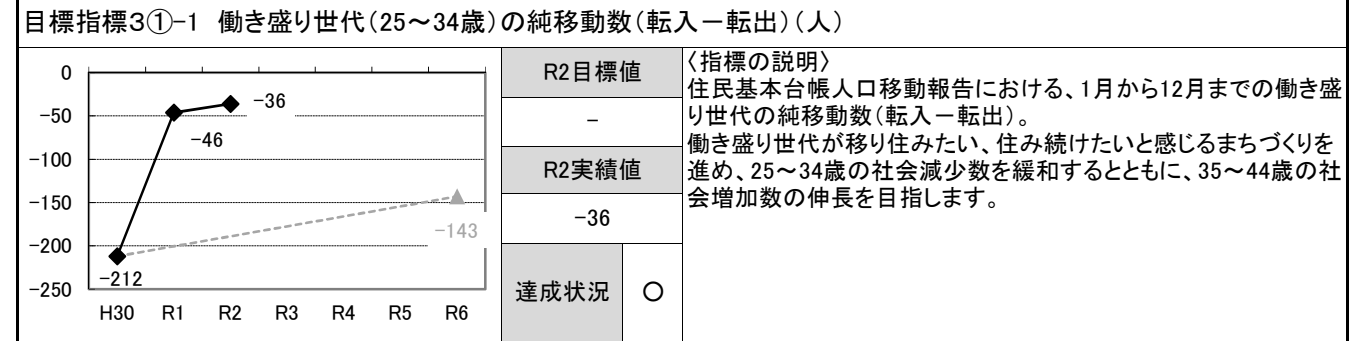
■目指す姿
多様な住まい方・暮らし方の推進により、働き盛り世代にとって魅力的なまちとして認知され、都市ブランドの形成と交流人口が拡大しているとともに、その魅力に惹かれて市外から働き盛り世代が新たに市に流入してきている。また、市内においても働き盛り世代を中心にシビックプライドが醸成され、定住促進が進んでいる。

■数値目標		
目標指標3①	現状値(H30)	目標値(R6)
働き盛り世代(25～34歳)の純移動数(転入－転出)	-212人	-143人
働き盛り世代(35～44歳)の純移動数(転入－転出)	+50人	+160人
目標指標3②	現状値(R1)	目標値(R6)
働き盛り世代の定住意向「ずっと住みたい」の割合(%)	45.5%	50.5%

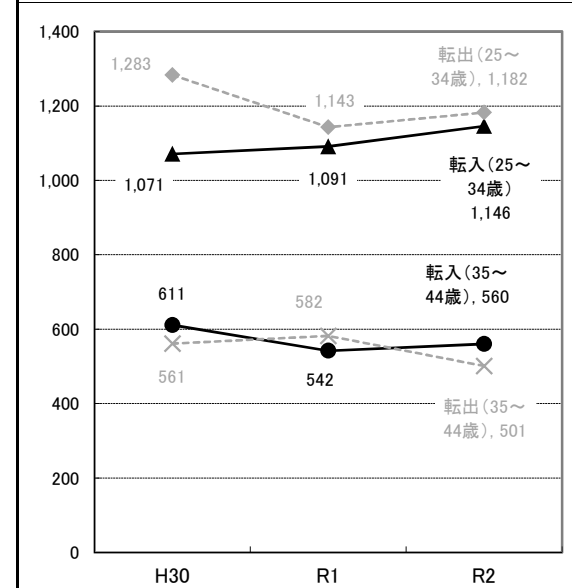
■施策体系



■数値目標のグラフ



(参考) 働き盛り世代の転入転出数(人)



■基本目標実現への効果等

転入促進については、「IKOMA SUN FESTA」をはじめ、数々のイベントが開催できず、市外にアピールできず難しい一年となった。特に35～44歳の転入は伸び悩んでいる。一方で、コロナ禍において、東京圏で転出超過に転じるなど、全国的に地方移住のニーズが高まっている。この動きをチャンスととらえ、転入者の獲得に向けて、市外にアピールしていくことが重要だと考える。

定住促進についてはH30と比較して、働き盛り世代の転出数が大幅に減少しており、第1期総合戦略の効果が表れてきていると考えられる。一方で、「働き盛り世代の定住意向「ずっと住みたい」の割合」は減少しており、今後転出が増加する可能性がある。今後備えて、市民アンケート調査をもとに、定住意向と相関関係にある要素を分析するなど、より効果的な定住促進施策を行えるよう検討する必要がある。