

総合計画体系	政策No.	1	政策名	みんなで進める住みよいまちづくり	施策主管課	政策企画課
	施策No.	2	施策名	誰もが住み続けたいと思えるまちづくりを推進する	施策主管課長名	金田 尚樹
関連個別計画		市まち・ひと・しごと創生総合戦略(R2～R6)、市シティプロモーション指針及び行動計画(R2～R6)			関係課名	秘書広聴課、都市計画課、こども課、学校教育課

1 施策の目的と指標						
① 対象(誰、何を対象としているのか)*人や自然資源等 市民、移住希望者	③ 対象指標(対象の大きさを表す指標)					
	名 称		単位	名 称		単位
	A	常住人口	人	C	いい那珂暮らし応援団員数(団体含む)	人
	B	転入者数(県常住人口調査)	人	D		
② 意図(この施策によって対象をどう変えるのか)	④ 成果指標(意図の達成度を表す指標) *:総合計画の目標指標					
住みよさを実感し、移住・定住が進む	名 称		単位	名 称		単位
	A	住みやすいと思うと答えた市民の割合*	%	D	いい那珂暮らし応援団による情報発信数(Instagram)	件
	B	社会動態による人口増加数(当該年以前5か年の平均)*	人	E		
	C	空き家に入居した件数(累計)*	件	F		
⑤ 成果指標設定の考え方 (成果指標設定の理由)	A:誰もが住み続けたいと思えるためには、住みやすいまちでなければならないことから、「住みやすいと思うと答えた市民の割合」を設定した。 B:人口減少社会にある中、那珂市の住みよさを評価して転入された方(社会増)を維持できるかを測るため、「社会動態数」を設定した。 C:既存空き家の有効活用を図り、移住・定住を促進させるため、「空き家に入居した件数」を設定した。 D:官民協働によるシティプロモーションに係る情報発信件数を測るため、「いい那珂暮らし応援団による情報発信件数」を設定した。			⑥ 成果指標の測定企画 (実際にどのような実績値を把握するか) A:毎年実施する市民アンケートにより把握する。 B:常住人口調査における転入者数、転出者数を把握する。 C:空き家バンク制度を活用し入居した実績数を把握する。 D:いい那珂暮らし応援団から発信した情報の実績数を把握する。		

2 指標等の推移				前期基本計画期間			第2次総合計画 後期基本計画期間				
指標名	名称	単位	数値区分	2年度(実績)	3年度(実績)	4年度(実績)	5年度(実績)	6年度(実績)	7年度(目標)	8年度(目標)	9年度(目標)
対象指標	A 常住人口	人	見込み値 実績値	53,000 53,187	52,800 52,937	52,500 53,121	52,900 52,700	52,700 52,365	52,500 51,985	52,300	52,000
	B 転入者数(県常住人口調査)	人	見込み値 実績値	1,750 1,620	1,750 1,669	1,750 1,534	1,750 1,626	1,750 1,568	1,750 1,577	1,750	1,750
	C いい那珂暮らし応援団員数(団体含む)	人	見込み値 実績値	500 542	560 605	580 629	640 676	690 678	720	760	780
	D		見込み値 実績値								
成果指標	A 住みやすいと思うと答えた市民の割合*	%	目標値 実績値	85 89	86 88	89 87	89 88	90 88	90	91	91
	B 社会動態による人口増加数(当該年以前5か年の平均)*	人	目標値 実績値	117 57	123 81	129 72	93 80	99 95	105	111	117
	C 空き家に入居した件数(累計)*	件	目標値 実績値	30 2	40 3	50 4	7 6	9 12	11	13	15
	D いい那珂暮らし応援団による情報発信数(Instagram)	件	目標値 実績値	- -	- -	100 97	100 95	100 87	100	100	100
	E		目標値 実績値								
	F		目標値 実績値								

3 施策の特性・状況変化・住民意見等	
① この施策の役割分担をどう考えるか(協働による住民と行政の役割分担) ア)住民(事業所、地域、団体)の役割(住民が自助でやるべきこと、地域やコミュニティが共助でやるべきこと、行政と協働でやるべきこと) ・市は、「いい那珂暮らし」をキャッチコピーとし情報発信を図ることとしているが、市民や団体等と協働・連携して推進していくことを明確にするため、平成28年度に「いい那珂暮らし応援団」を設立し、市民自らがプロモーション活動に参加できる基盤を整備した。加えて、令和4年度に「いい那珂暮らし宣伝部」を設立して情報発信できる仕組みを作った。 ・市民等は、気軽に参加できる形の公的なプラットフォームを利活用することにより、自らの意思をもって簡易で直接的かつ積極的な情報発信を図ることが可能となり、市の認知度向上や実生活・実体験に基づく「いい那珂暮らし」の具体的なPR・プロモーション等に寄与する。 ・自治会や市民活動団体等が地域の活性化のために様々な活動に取り組んでいる。 ・市の魅力を市内外にPRすることにより、自らのシビックプライドを醸成する。	
イ)行政の役割(市がやるべきこと、都道府県がやるべきこと、国がやるべきこと) ・人口減少を抑制し、持続可能な市政運営を実現するためには、市民の幸福度向上や誰もが住み続けたいと思えるまちづくりを推進することが重要であり、移住定住をはじめとする各種施策の展開としては、行政が主体となり、市民や団体、民間事業者等との協働・連携が欠かせない取組である。 ・市は、住宅取得助成や空き家バンク、お試し居住の実施など、具体的に移住定住につながる施策を展開し社会動態の増加を目指すとともに、SNSをはじめとする各種媒体を活用したシティプロモーション活動による情報発信を市内外に向けて行い、認知度の向上とシビックプライドの醸成を図ることにより、誰もが住み続けたいと思えるまちづくりを推進していく。	
② この施策に対して住民(対象者、納税者、関係者)、議会からどんな意見や要望が寄せられているか ・移住定住施策の促進は、時間を要する取組なので継続することが大切である。那珂市の住みよさや魅力を市民と共感すること、また交流・関係人口の増加につながる情報発信や、那珂市を知らない人々に対するシティプロモーションを通した働きかけが重要である。(市まち・ひと・しごと創生本部有識者会議)	

4 施策の成果水準とその背景

(1) 時系列比較(令和2年度との比較)	(2) 近隣他市との比較(水戸市、ひたちなか市等との比較)
<input type="checkbox"/> 成果がかなり向上した。 <input type="checkbox"/> 成果がどちらかといえば向上した。 <input checked="" type="checkbox"/> 成果はほとんど変わらない。(横ばい状態) <input type="checkbox"/> 成果がどちらかと言えば低下した。 <input type="checkbox"/> 成果がかなり低下した。	<input type="checkbox"/> 近隣他市と比べてかなり高い水準である。 <input type="checkbox"/> 近隣他市と比べてどちらかと言えば高い水準である。 <input checked="" type="checkbox"/> 近隣他市と比べてほぼ同水準である。 <input type="checkbox"/> 近隣他市と比べてどちらかと言えば低い水準である。 <input type="checkbox"/> 近隣他市と比べてかなり低い水準である。
＊上記の背景として考えられること(根拠となる実績値、判断理由など) 社会動態については、令和元年が22人、令和2年が99人、令和3年が202人の増で推移していたところ令和4年においては13人の減があったものの、令和5年が92人、令和6年が89人の増となり、施策の成果が向上したと考えられる。 一方、市民アンケートによる「住みやすいと思うと答えた市民の割合」が、H29:83.6%、H30:88.8%、R1:86.7%、R2:88.7%、R3:87.8%、R4:86.6%、R5:88.0%、R6:87.6%と8割後半を保っているものの目標値には達しなかった。	＊上記の背景として考えられること(根拠となる実績値、判断理由など) 令和6年の茨城県常住人口調査の人口動態において、日立市は3,343人の減、水戸市は1,376人の減、常陸太田市は948人の減、常陸大宮市は791人の減、ひたちなか市は1,115人の減、那珂市は334人の減、東海村は146人の減となっており、近隣他市における人口減少傾向は顕著である。 一方、社会動態においては、日立市が1,331人の減、常陸太田市が188人の減、常陸大宮市が153人の減、ひたちなか市が208人の減となっているものの、水戸市が429人の増、東海村が23人の増となっている中、那珂市が89人の増となった。 以上のことから、総合的に判断し近隣他市と比して同水準とした。

5 施策の現状と課題

① 施策の現状(当市の特徴、その要因として考えられること等) ・社会動態が継続して増加になるよう、移住定住施策の実施に加え、シティプロモーション活動や関連事業に取り組んでいる。(住宅取得助成制度、お試し居住、空き家バンク制度、空き家バンクリフォーム助成、県央地域9市町村連携による移住・定住施策、移住相談員による相談体制、シティプロモーション推進室の設置による体制の強化、いい那珂暮らし応援団及びいい那珂宣伝部による情報発信等) ・市シティプロモーション指針に基づき、本市の魅力である「住みよさ」を「いい那珂暮らし」のキャッチコピーと共に市内外にアピールしている。 ・デジタルデバイス利用者増を踏まえ、Facebook、X、LINE、Instagram等のSNSを幅広く活用して市の魅力や情報を発信している。 ・那珂ふるさと大使がそれぞれの仕事や活動の中で、市の魅力を全国各地に広めている。	② 施策の課題(基本計画期間を見据えて、どのような課題を解決していかなければならないか) ・「住みよさ」を市内外に広め、市の認知度の向上や交流人口の拡大を図り、移住・定住につなげていく必要がある。 ・移住の総合相談窓口である「いい那珂IJU-Labo」のさらなる活用を図るため、ターゲット層に合わせた相談体制の構築や情報発信が必要である。 ・シティプロモーション活動がより効果的になるよう、認知度向上につながる情報発信を行う必要がある。 ・本市の地理的優位性を活かし、首都圏での仕事を地方で続けることができるテレワークの推進やサテライトオフィスの導入を推進することが必要である。 ・那珂ふるさと大使のPR活動を促進する支援の充実が必要である。
--	---

6 施策の目標設定とその根拠(水準の理由と前提条件)・方針

A:住みやすいと思うと答えた市民の割合 【算出方法】市民アンケート 【設定根拠】新たな施策を展開する中で各年度0.5ポイント増を目指し、目標値(R9)は91.0%とした。中間目標値(R7)は90.0%。 B:社会動態による人口増加数(当該年以前5か年の平均) 【算出方法】転入者数－転出者数 【設定根拠】人口減少が進む中で引き続き施策を展開し、5年で30人(6人/年)の増を目指し、目標値(R9)は81+(6人×6年)=117人とした。中間目標値(R7)は81人+(6人×4年)=105人。 C:空き家に入居した件数(累計) 【算出方法】空き家バンクに登録された空き家への入居件数 【設定根拠】2件/年の増を目指し、目標値(R9)は、3件+(2件×6年)=15件とした。中間目標値(R7)は3件+(2件×4年)=11件。 D:いい那珂暮らし応援団による情報発信数 【算出方法】応援団から発信されたInstagramの件数 【設定根拠】これまで市からの発信が中心であったSNS等を活用した情報発信を、より身近な話題を発信する応援団員(及び宣伝部)自らの発信に期待し、年間100件に設定している。実績も概ね設定件数になっており、今後も目標値に向けた取組を継続していく。

7 施策の目標達成のための基本事業

基本事業	基本計画期間における取り組み方針	主な事務事業
移住・定住の促進	・移住の総合相談窓口である「いい那珂IJU-Labo」でのきめ細やかな相談体制により、UIターンや二地域居住を推進する。 ・首都圏在住者に対して、イベントや体験プログラムを企画し、UIターンによる移住者の増加を図る。 ・地元の高校や大学と連携し、インターンシップなどマッチング機会を提供し、定住してもらえるよう取り組む。 ・本市の地理的優位性を活かし、首都圏での仕事を地方で続けることができるテレワークの推進やサテライトオフィスの導入を推進する。 ・結婚や子育てに対する意識の向上を図るためのライフデザイン教育を推進する。 ・「地域おこし協力隊」など国の制度を活用し、首都圏からの人の流れを促進する。 ・空き家バンク制度の運営や相談会の実施などの支援を行い、空き家の利活用を推進することにより、交流人口の拡大や移住・定住を図る。	・いい那珂暮らし応援団子育て世帯住宅取得助成事業 ・ライフデザインサポート事業 ・いい那珂暮らし促進事業 ・いい那珂協力隊推進事業 ・空き家等対策事業
シティプロモーションの展開	・交流人口を拡大し、将来の移住・定住へとつなげていくため、ターゲットや発信内容を明確にした上で、「いい那珂暮らし応援団」や「いい那珂宣伝部」、「地域おこし協力隊」を活用した情報発信やフィルムコミッション活動によりシティプロモーションを積極的に推進する。 ・那珂ふるさと大使を支援するための情報や資料の提供を充実させ、魅力発信力の向上を図る。	・広報事業 ・那珂ふるさと大使事業 ・シティプロモーション推進事業
ICTの活用による地域の活性化	・買物支援や子育て支援、教育の充実などにICTを活用し、住みよさの向上と地域の活性化を図る。 ・GIGAスクール構想によって1人1台端末が整備されたことにより、情報活用能力を育成し、次世代を生きる子どもたちが必要な力を身につけられるような教育体制を図る。	・いい那珂暮らし促進事業 ・学校教育情報化推進事業