第２期 三宅町
まち･ひと･しごと創生総合戦略

（令和3年4月改訂版）

＜目次＞

第１章　はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2

1. ごあいさつ｜三宅町長　森田浩司・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・4
2. 三宅ビジョン・総合戦略の全体像・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
3. 三宅ビジョン・・6
4. 第２期総合戦略の位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7
5. 計画期間・・7

第２章　第２期総合戦略・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8

1. 人口動向・・・9
2. 将来人口推計と目標・・9
3. 三宅町の魅力と課題・・11
4. 住民アンケートによる施策の重要度調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・13
5. 第２期総合戦略・・・15

第３章　具体的な目標と施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・16

1. 第２期総合戦略の施策体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・17
2. 施策を届けたい層の考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・18
3. 基本目標と施策・・・19

第４章　効果検証と推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・28

1. 効果検証・・・29
2. 推進体制・・・30

資料・・32

第１章　はじめに

第１章　はじめに

1.ごあいさつ

20 年後の三宅町を
「自分らしくハッピーにスモール（住もうる）タウン」へ

これまで住民のみなさんと対話を重ねながら考えてきた三宅町交流まちづくりセンターMiiMo※が今年からオープンします。改めて「三宅町の未来を育むまちの拠点MiiMo を起点に、これから三宅町をどういうまちにしたいのか？」と問い直し、住民のみなさんの意見や若手職員の議論を踏まえ、20 年後の三宅町を見据えたビジョンをつくりました。

三宅町は日本で 2 番目に小さいまち。小さなまちだからこそ、住民のみなさんがハッピーに住むことができる！と一言で表したい。また 20 年後にありたい町の姿は、20 年後にまちを担う今の小学生にも理解できる住民のみなさんにわかりやすい言葉で表現したいという思いから、「住む」と「できる」を表す「得(う)る」を掛け合わせた造語「住もうる」と、三宅町の特性である「スモール」をさらに掛け合わせて「スモール（住もうる）タウン」としました。

また「自分らしくハッピーに」には、住民のみなさんの幸せ度 No.1 のまちにしたいと言う思いを込めました。「幸せ」のあり方は様々ですが、自分の「やりたい＝夢」に挑戦でき、多様性が受け入れられ「自分らしく」いられることが「幸せ」につながり、それがまちの活力にもなると考えました。

MiiMo が夢を応援する拠点となり、住民一人ひとりが夢を持てて、年齢や性別に関わらず夢に向かって挑戦できる「日本一夢の叶うまち」となり、自分らしさ（多様性）が受け入れられ、それが住民のみなさんの幸せやまち全体の幸せにつながり「幸せ度 No.1 のまち」になると信じています。

「自分らしくハッピーにスモール（住もうる）タウン三宅町」の実現を目指して、
さあ みんなで、20 年後の未来を想像してハッピーに歩んでいきましょう。

三宅町長　森田　浩司

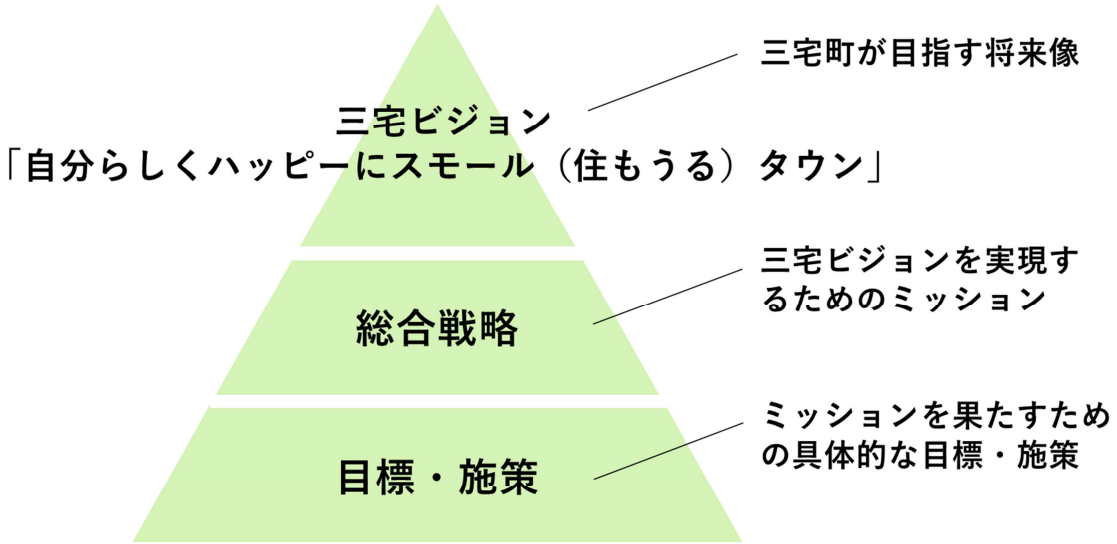
※ＭｉｉＭｏとは、三宅町交流まちづくりセンターの愛称。

2. 三宅ビジョン・総合戦略の全体像

2016（平成 28）年に三宅町まち・ひと・しごと創生総合戦略が策定され、6 年が経過しました。総合戦略とは、まちづくりの中でも特に力を入れて取り組む施策について示したものです。

第 2 期三宅町まち・ひと・しごと創生総合戦略は、より具体的で長期的な三宅町の将来像を設定した上で、策定することとしました。第 2 期三宅町まち・ひと・しごと創生総合戦略を策定するにあたっては、住民のみなさんや職員と共に検討を重ね、重点的に取り組むべき施策の洗い出しを行いました。そして、その中でたどり着いた三宅町の将来像が「自分らしくハッピーにスモール（住もうる[1]）タウン」という三宅ビジョンです。多様な生き方ができ、自分らしく幸せに暮らすことができるまち。 第 2 期三宅町まち・ひと・しごと創生総合戦略は、この三宅ビジョンを実現するために必要な 7 年間の歩みを示しました。

今、三宅町に生きる私たちが、「将来」を作り上げる一歩を生み出すことができます。
第 2 期の 7 年間も未来に向けて、着実に進んでまいります。
三宅ビジョンにむけて、共に本戦略を実行してまいりましょう。



[1]住もうるとは、住むことができる・住み続けることができるという造語。

3. 三宅ビジョン

20 年後のまちの将来像として三宅ビジョンを定めた。

三宅ビジョン

自分らしくハッピーにスモール（住もうる）タウン三宅町

昔から守られてきた歴史や田園風景が広がる穏やかで、きれいなまち。
安全なまちで子どもからお年寄りまで安心して暮らせる。

ここには次世代に受け継ぎたい地場産業も
時代に応じた新しい仕事もあり、
自分のライフスタイルに合わせた多様な働き方ができる。

次世代につながる
仕事があるまち

コンパクトなまちで、
子どもたちは多様な人と関わり
まちぐるみで育てられ、
まちでのびのびと遊び・生き生きと学んで大きくなる。

まちぐるみで子どもを
育てられるまち

まちの困りごとは、住民も行政も一緒に考え、
それぞれの得意を活かしながら解決している。
町外にもまちづくりを一緒に進めてくれる
仲間がたくさんいる。
自分のやりたいの実現を、まちぐるみで応援してくれる。
たくさんのつながりが、まちを元気に魅力的にしていく。

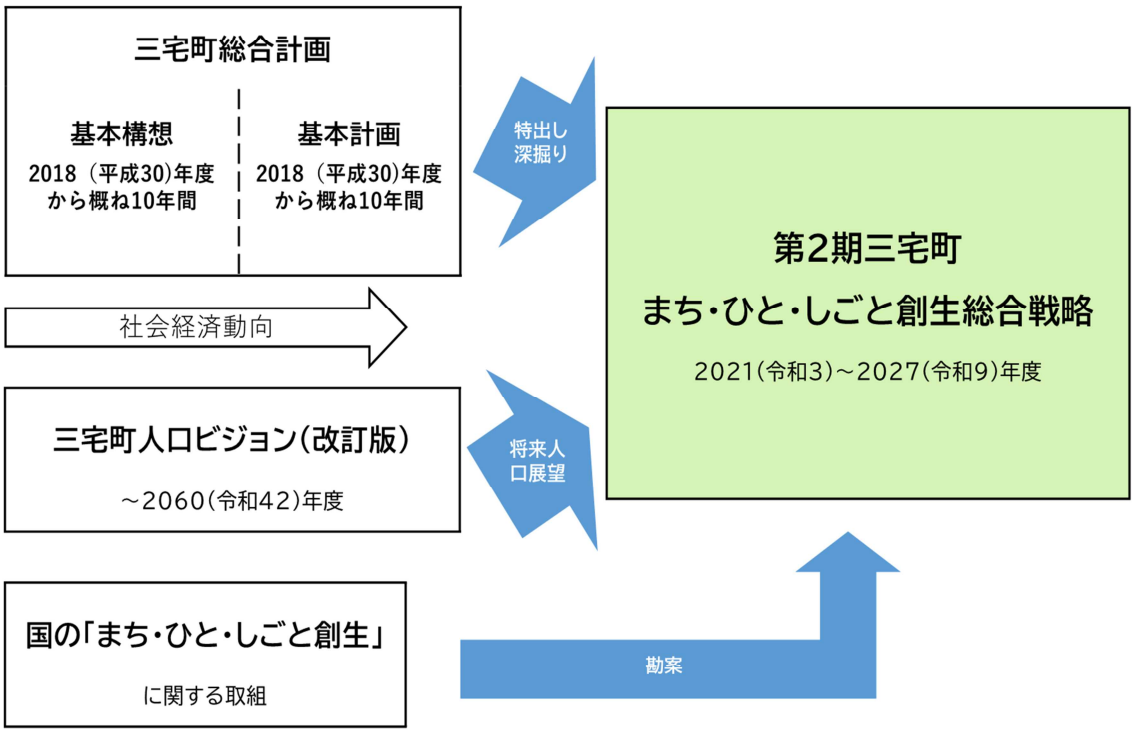
ひともまちも元気になる
仕組みがあるまち

ここに暮らすのが楽しい、
このまちが好き、ここで暮らし活動する自分が好き。
そんな魅力が伝わって、また新しい仲間がやってくる。
ここはみんなが好きなまち、自分を好きになれるまち。
自分らしくハッピーにスモール（住もうる）タウン三宅町

まちの情報が発信・共有
されシビックプライドが
高いまち

4. 第２期総合戦略の位置付け

第２期まち･ひと･しごと創生総合戦略は、「三宅町総合計画」および「三宅町人口ビジョン」に基づきながら、本町が重点的に取り組むべき施策を示し、地方創生と人口減少問題に向けた今後７年間の具体的な取組を取りまとめたアクションプランである。



5. 計画期間

第２期総合戦略の計画期間は、2021(令和３)年度から 2027(令和９)年度までの７年間とする。

第２章　第２期総合戦略

第２章　第２期総合戦略

1. 人口動向

三宅町は、これまで自然動態では死亡数が出生数を上回る「自然減」の状況で、人口減少を続けている。合計特殊出生率においても直近で 1. 28 と、奈良県の 1. 38 を下回っている。しかしながら、国立社会保障・人口問題研究所（以下「社人研」という。）の意向調査によると「未婚者の希望子ども数」は 2. 02 人、「既婚者の理想子ども数」は 2. 32 人となっており、合計特殊出生率の数を上回っている。また、結婚に関する意識調査によると、結婚に必要な状況として、「経済的に余裕ができること」が 42. 4%と最も多くなっている。

さらに、理想の子ども数を持てない要因として意識調査によると「経済的な負担が大きいから」が 59. 6%と最も大きくなっており、次いで「育児と仕事との両立ができないから」が 19. 2%、「年齢的な理由で難しい」が 17. 3%となっている。こうした状況は、結婚や出産に対する社会的な経済措置に対する不安が解消できないことが背景になっていると考えられる。

三宅町では、5 歳から 9 歳の子どもが増えていることから、子連れ世帯の流入が増えていて、町が進めている子育て支援の成果と考えられる。しかし、5 歳から 9 歳の子どもの増加に比べ、この親世代と予測される 30 代は減少傾向にある。このことから三宅町では転入は子連れ世帯、転出は夫婦のみ世帯が多いと予測でき、三宅町の大きな課題としては、20・30 代男女の流出超過である。高校卒業後世代を中心に流出が始まり、40 代前半まで流出傾向が続いている。

また、男性より女性の方が多く流出しており、結婚・出産年齢女性の流出超過が、少子化を呼ぶといった悪循環が始まることが懸念され、「結婚・出産・子育て」の各段階に応じた切れ目のない支援体制が必要と考える。

2. 将来人口推計と目標

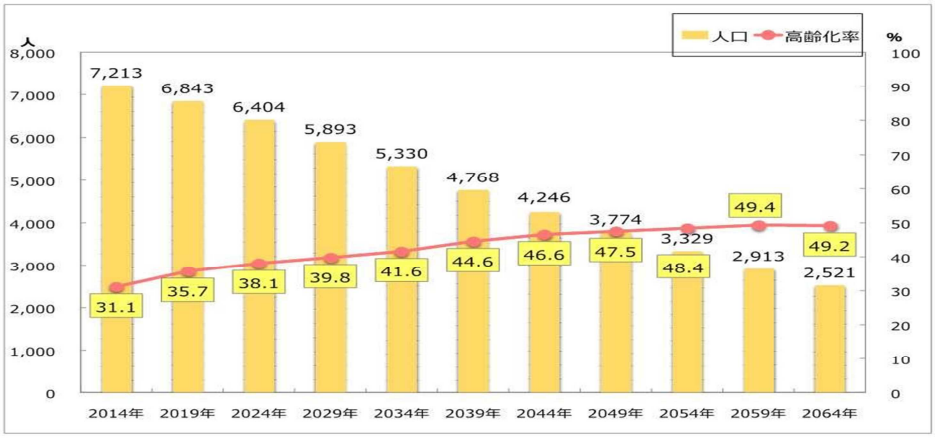
国の長期ビジョンに基づき策定した「三宅町人口ビジョン」では、2060 年に三宅町の人口は約 2,900 人に減少する推計で、人口目標を約 4,500 人に維持する計画を策定している。人口目標を達成するための仮定として、自治会ごとに毎年 1 世帯の移住定住を確保し、10 代・20 代の流出を現状維持、出生率を段階的に 2. 07 まで上昇することを目標に取り組む。

■人口目標達成のための仮定

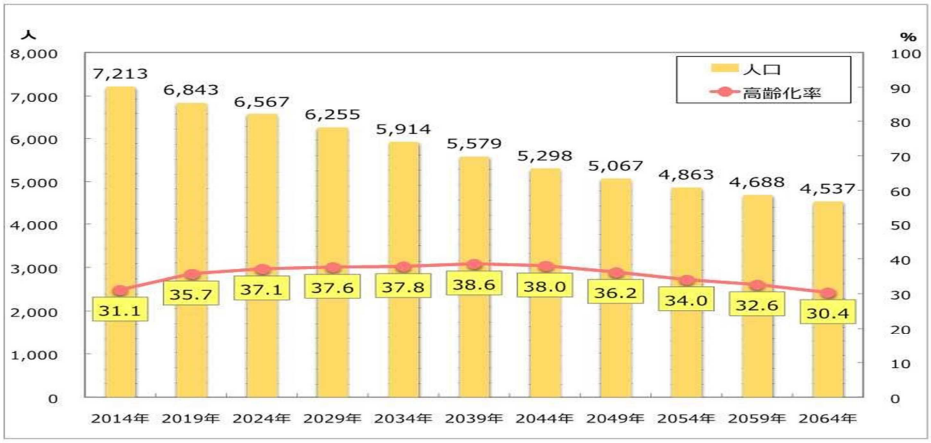
移　住	・30 代前半夫婦で 4 歳以下の子どもが 1 人いる世帯が **6 世帯**。 ・20 代前半夫婦が **3 世帯**。 ・60 代前半夫婦(定年退職者)が **1 世帯**
人口流出	10 代・20 代の流出を現状維持 男子 8%、女子 9%
合計特殊出生率	段階的に 2.07 まで上昇 現在 1.23→2044 年に 2.07 2024年(1.37)→2029年(1.59)→2034年(1.80)→2039年(1.94)→2044年(2.07)

※持続可能な地域社会総合研究所の人口予測シミュレーションより算出(ここでの【合計特殊出生率】は、現状の社会移動を含む【子ども女性比(0～4 歳／20～40 歳女性)】を変換したものであり、一般的な【合計特殊出生率】とは異なる)

■三宅町の人口推移



■三宅町の人口目標



3. 三宅町の魅力と課題

住民ミーティング、職員アンケート、職員プロジェクトチームによる会議で意見交換を行い、三宅町の魅力と課題を整理した。

「まち」の魅力と課題

「まち」の魅力は、田園風景や都市部へのアクセスの良さといった立地・環境の良さや、充実した子育て支援があげられた一方で、耕作放棄地の増加や公園の手入れが行き届いていないなど、「まち」の環境を守る担い手不足が課題に挙げられた。

「ひと」の魅力と課題

「ひと」の魅力は、ボランティアなどの活動や自分のやりたいことを持っている人が多いといった魅力が挙げられる一方で、活動する人の高齢化や固定化、世代を超えた交流不足が課題に挙げられた。

「しごと」の魅力と課題

「しごと」の魅力は、グローブ産業や農業が身近にあることや、土地の安さによる起業などのしやすさが挙げられる一方で、地場産業の担い手不足や、地域内での仕事の少なさが課題に挙げられた。

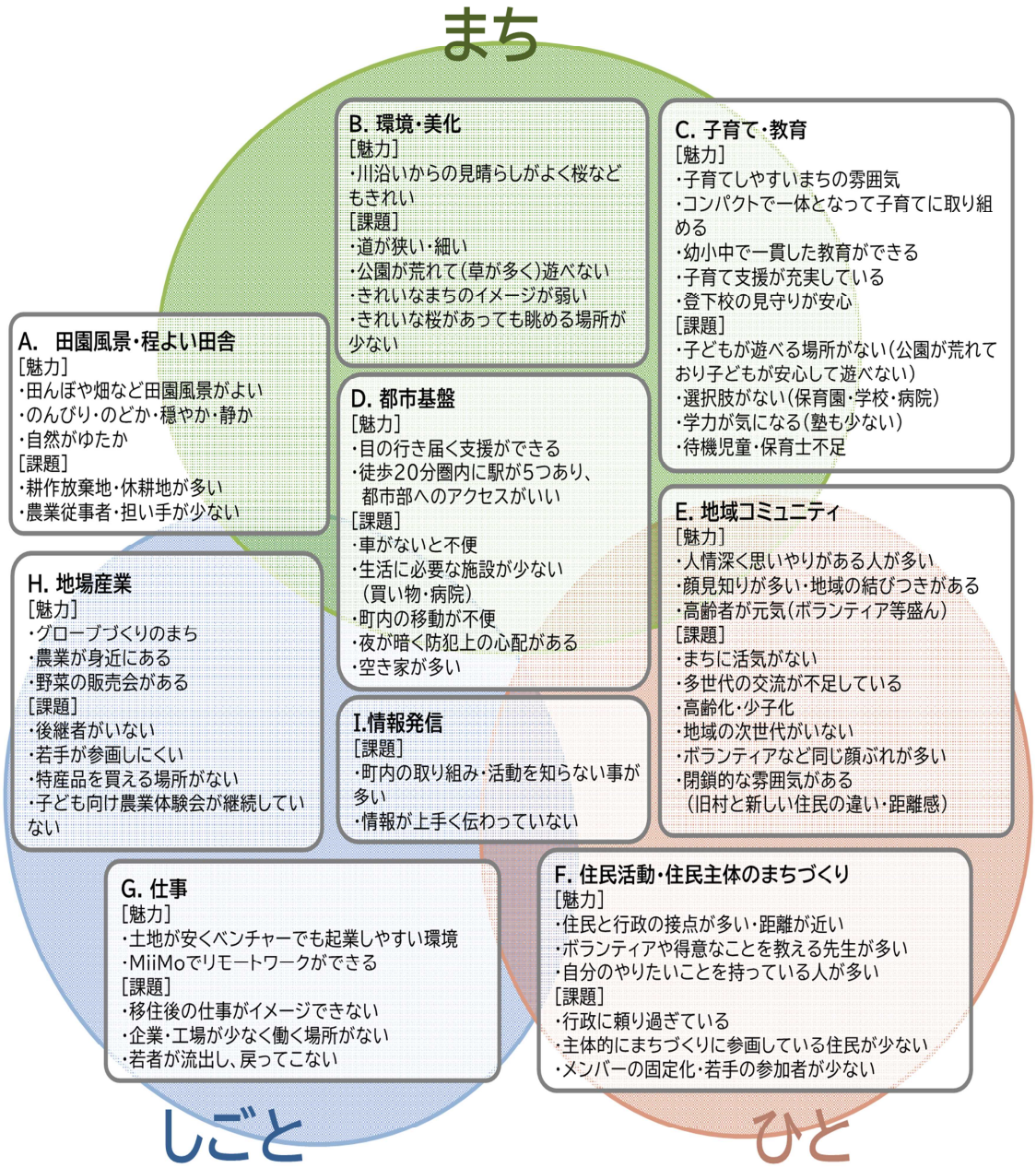
また、町内の取組・活動が知られていないことをはじめ、町内外への情報発信・情報共有不足が、「まち」「ひと」「しごと」の横断的な課題に挙げられた。

住民ミーティング集合写真

住民ミーティングの様子

■住民・職員意見から見る三宅町の魅力と課題

職員アンケート及び三宅町住民ミーティング、職員プロジェクトチーム会議の意見交換においての意見をもとに、三宅町におけるまち全体の魅力と課題を整理した。



・職員アンケート
・三宅町住民ミーティング
・職員 PT　各班意見整理　　より

4. 住民アンケートによる施策の重要度調査

三宅町の魅力と課題を取りまとめ、本戦略の案を作成し、全戸配布による住民アンケートを行った。アンケートでは、今後重点的に取り組むべき施策の重要度を調査した。

全世代が重要視する施策

全回答者が「重要である」「ある程度重要である」と一番多く答えた項目は「安心して子育てできる子育て支援の充実」（合計 88%）、次に、「三宅の特性を活かした企業誘致の推進」（合計 80%）、「新しい働き方や仕事（起業等含む）の支援」（合計 79%）となった。

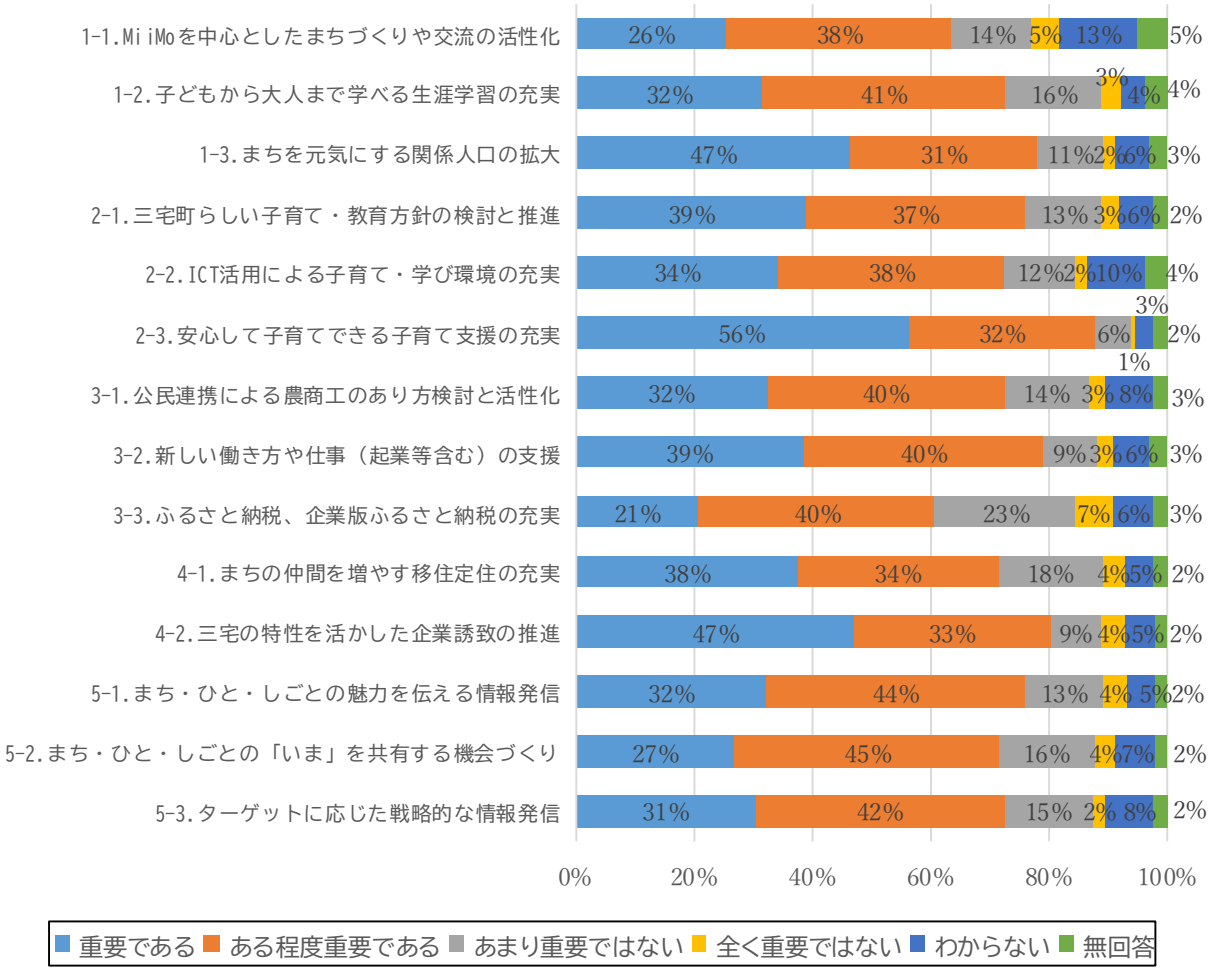
年代別にみた重要施策

回答者の年齢別に重要度の高さ（「重要である」「ある程度重要である」の合計）をみると 20 代～50 代、70 代は「安心して子育てできる子育て支援の充実」を最も重要視しており、30 代以下は関係人口、40 代は情報発信、50 代は生涯学習、60 代以上は企業誘致の推進を重要視している特徴がみられた。

■年齢別の施策の重要度

年代	重要度１位	重要度２位
30 代以下 （n=36）	・まちを元気にする関係人口の拡大 （97.2%） ・安心して子育てできる子育て支援の充実 （97.2%）	・ICT 活用による子育て・学び環境の充実 （94.4%） ・新しい働き方や仕事（起業等含む）の支援 （94.4%）
40 代 （n=48）	・安心して子育てできる子育て支援の充実 （79.2%） ・ターゲットに応じた戦略的な情報発信 （79.2%）	
50 代 （n=81）	安心して子育てできる子育て支援の充実 （93.8%）	子どもから大人まで学べる生涯学習の充実 （84.0%）
60 代 （n=127）	三宅の特性を活かした企業誘致の推進 （86.6%）	新しい働き方や仕事（起業等含む）の支援 （83.5%）
70 以上 （n=211）	安心して子育てできる子育て支援の充実 （81.5%）	三宅の特性を活かした企業誘致の推進 （76.8%）

■三宅町がこれから重点的に取り組もうとしている政策についての重要度アンケート結果



※「N」：母集団のデータ数。ここでは、「三宅町まち・ひと・しごと創生総合戦略に係る住民アンケート」の全回答者数を指す。

※「n」：母集団から得たサンプル数。全回答者数のうち、年齢別に割り出した回答者数など。

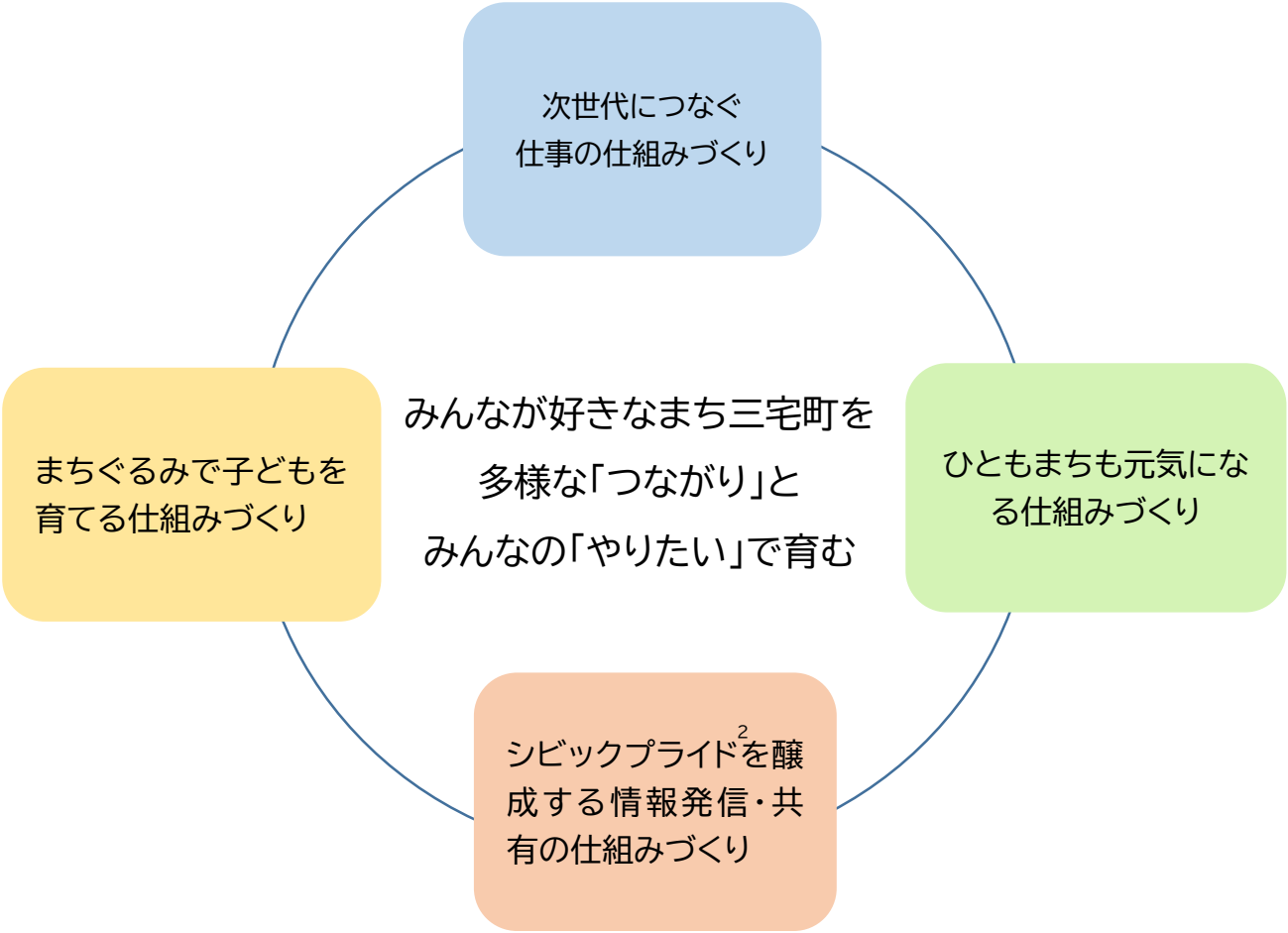
5. 第２期総合戦略

住民ミーティング、職員アンケート、職員プロジェクトチームによる会議、そして、住民アンケートの意見を踏まえ、第２期総合戦略をとおして今後７年間の大きな目標と、４つの基本目標を持って施策に取り組む。

■大きな目標と４つの基本目標

大きな目標

みんなが好きなまち三宅町を
多様な「つながり」と、みんなの「やりたい」で育む



[2]シビックプライドとは、日本でいう郷土愛という思いにとどまらず、その町の課題解決や、活性化といった具体的な行動に取り組む姿勢を含むもの。

第３章　具体的な目標と施策

第３章　具体的な目標と施策

1. 第２期総合戦略の施策体系

基本目標	施策
ひともまちも元気になる仕組みづくり	(1) MiiMoを中心とした交流やまちづくりの活性化
	(2)子どもから大人までの世代を超えた学びの機会の充実
	(3) まちを元気にする関係人口の拡充
	(4) まちの仲間を増やす移住定住の充実
まちぐるみで子どもを育てる仕組みづくり	(1)三宅町ならではの子育て･教育方針の検討と推進
	(2)ICT活用による子育て･学び環境の充実
	(3) 安心して子育てできる子育て支援の充実
次世代につなぐ仕事の仕組みづくり	(1)公民連携による農商工のあり方検討と活性化
	(2)新しい働き方や仕事(起業･創業、既存起業)の支援
	(3) 三宅町の特性を活かした企業誘致の推進
シビックプライドを醸成する情報発信･共有の仕組みづくり	(1)まちの魅力を伝える情報発信
	(2)まちの｢いま｣を共有する機会づくり
	(3) 施策に応じた戦略的な情報発信

2. 施策を届けたい層の考え方

本戦略は、三宅町に住み続ける人、移住する人、関わる人を増やすため、「届けたい層」を設定する。

町内の届けたい層・目的

町内については、現在三宅町に住んでいる子どもからお年寄りまでの全住民に向けて、「出て行かない」「住み続ける」「関わる人が増える」ことを目的に、住民と共に施策を進める。

町外の届けたい層・目的

町外については、「出身者（地縁、血縁者、在住歴あり）」、「近隣市町村在住・在勤者」に向けて、三宅町に魅力を感じ「移住（UIJターン[3]）」する人を増やすことを目的に施策を進める。

また、「三宅町に関係する人・ファン」に向けて情報を発信し、マッチングすることで、地域だけでは解決が難しい課題を解決する「町外の担い手づくり」を目的に施策を進める。

	町　内	町　外	
届けたい層	全住民 （子どもからお年寄りまで）	出身者 （地縁、血縁者、在住歴あり） 近隣市町村在住・在勤者	三宅町に関係する人・ファン
目的	出て行かない 住み続ける 関わる人が増える	移住（UIJターン）	町外の担い手づくり

[3]UIJ ターンとは、Uターン、Iターン、Jターンの総称で東京や大阪などの大都市圏から地方に移住や就職することをいう。
[4]重要業績評価指標（KPI）とは、Key Performance Indicator の略称であり、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。

＊届けたい層とその目的を意識しながら、各施策のKPI[4] 達成に取り組む

3. 基本目標と施策

基本目標 1	ひともまちも元気になる仕組みづくり

【基本的な方向】

◎：第 2 期として重要なもの

三宅町交流まちづくりセンターMiiMo（以下「MiiMo」という。）を中心に、関係人口を含めた町内外の多様な「つながり」をつくり、子どもから大人まで学びの機会を充実しながら、まちを元気にする多様な取組を育て、地域の課題解決につながる仕組みづくりを進める。また、仲間を増やすような移住定住施策を充実する。

（1） MiiMo を中心とした交流やまちづくりの活性化

MiiMo を中心に、町の内外の交流をイベントやアプリを活用しながら活性化し、外部のノウハウを踏まえながら、まちづくり活動へと展開する。

具体的な取組

- □ MiiMo を活用した多様な交流まちづくり活動の実施（MiiMo クラブの運営など）◎
- □ 公民連携による持続可能な運営の推進◎
- □ まちづくりにつながる外部ノウハウの導入（外部専門家など）◎
- □ イベント・交流の機会の充実
- □ まちの課題解決プロジェクトの推進（行政以外のプロジェクト）
- □ シェアアプリを活用した共助づくり（子どもからお年寄りまで含めた、地域内の共助の仕組みとしてアプリを活用）

（2） 子どもから大人までの世代を超えた学びの機会の充実

MiiMo の複合化された機能（公民館、図書室、学童保育、子育て世代包括支援センターなど）を最大限に活かし、生涯学習や多世代交流などの多様な学びの機会を充実する。また、アートをとおした親子の学びの機会を充実する。

具体的な取組

- □ MiiMo を活用した多様な学びの実施（生涯学習、大人向け習い事、多世代交流など）◎
- □ アートをとおした親子の学びの実施（まちアート三宅町など）◎

（3）まちを元気にする関係人口の拡大

三宅町での交流・まちづくりをより活性化していくため、町内だけでは取り組みにくい地域の課題について、三宅町をまちの外から応援・支援し、地域や住民と一緒に取り組むなどまちを元気にする関係人口の拡大を進める。

具体的な取組

- □　まちの課題と企業・人材のマッチングの推進（産官学連携、民間事業者事業提案など）
- □　企業版ふるさと納税による関係人口（企業）の拡大
- □　アートをとおした関係人口の拡大（まちアート三宅町など）◎

（4）まちの仲間を増やす移住定住の充実

転入者を増やすだけの移住定住から、地域とつながり、まちづくりの担い手としてまちの仲間を増やす移住定住施策を充実する。

具体的な取組

- □　UIJターン促進事業の実施（移住定住施策の改善：まちづくり活動参加を条件とするなど）
- □　移住定住相談窓口の充実（空き家、宅地情報とのマッチング）
- □　空き家対策の実施（空き家バンクの充実・活用）

◆重要業績評価指標（KPI）

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
MiiMo 満足度	－	80%（2027 年）
まちの課題に取り組んだプロジェクト数	－	10 件／年（2027 年）
地域おこし協力隊員数	－	延べ 14 人（2027 年まで）
住み続けたい	50.7%	70%（2027 年）
転入者数の平均 （三宅町住民基本台帳による）	217 人／年 【2018 年～2020 年の平均】	250 人／年 【2025 年～2027 年の平均】

基本目標２　まちぐるみで子どもを育てる仕組みづくり

【基本的な方向】

◎:第２期として重要なもの

安心して子育てができる環境づくりを進めるとともに、１町１園１校のコンパクトさを活かした三宅町ならではの、まちぐるみで子どもを育てる子育ての仕組みづくりを、ICT などの時代に応じた技術を活用しながら進める。

（1）三宅町ならではの子育て・教育方針の検討と推進

１町１園１校の特性を活かした、三宅町ならではの子育て・教育方針を検討し、幼少中の連携・交流、教職員同士の情報交換などを通して、子育て支援・教育を進める。

具体的な取組

□　１町１園１校の特性を活かした幼小一貫子育て方針の検討◎
□　まちぐるみでの子育て支援・教育の推進◎
□　幼小中の連携・交流、職員・教員同士の情報交換◎

（2）ICT 活用による子育て・学び環境の充実

ICT 活用として、子どもの預かりや送迎の頼り合いなど子育てを軸にした共助の仕組みを取り入れ、子育て環境を充実する。また、コロナ禍の影響もあり急速に普及するオンライン講座などの ICT 活用による新たな子育て支援や学びの機会の拡大を活用し、町内における子育て・学び環境の充実を進める。

具体的な取組

□　シェアアプリの普及活用（子どもの預かりや送迎の頼り合いなど）◎
□　子育て・学び環境の ICT 活用による充実

（3）安心して子育てできる子育て支援の充実

妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援を進めるとともに、子育て世代包括支援センターにおける相談支援体制を充実し、安心して子育てできる子育て支援の充実を進める。

具体的な取組

□　妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援の充実
- ・子ども家庭総合相談窓口における相談支援体制の充実
- ・妊娠や不妊に関する相談体制の充実
- ・産前、産後ケアの充実

□　子育て世代包括支援センターにおける相談支援体制の充実
- ・子育て相談
- ・親子の居場所づくり
- ・子育て支援グループの活動支援

◆重要業績評価指標（KPI）

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
三宅幼児園の満足度	70.3% （2020 年）	75% （2027 年）
シェアアプリの普及率 （子育て世帯登録率）	－	100% （2027 年）
子育て世代 包括支援センター利用者数	2,396 人／年 （2019 年）	2,500 人／年 （2027 年）

基本目標 3　次世代につなぐ仕事の仕組みづくり

【基本的な方向】

◎:第 2 期として重要なもの

農業・商工業の地場産業を次世代につないでいくため、公民連携によるあり方検討を進めるとともに、時代に応じた新たな働き方や仕事(起業・創業、既存企業)の支援、企業誘致を推進し、三宅らしい仕事づくりを進める。

（1） 公民連携による農商工のあり方検討と活性化

農業・商工業の町内産業の現状把握・調査と分析を進め、農業・商工業の担い手とともに、農業・商工業の今後のあり方を検討し、公民連携による三宅町の農業・商工業の活性化を進める。

具体的な取組

- □　農業・商工業の現状把握・調査分析◎
- □　農業・商工業の担い手とともに農業・商工業の今後のあり方を検討◎
- □　公民連携による農業・商工業の活性化の推進◎

（2） 新しい働き方や仕事(起業・創業、既存企業)の支援

MiiMo のシェアキッチン(MiiMo 食堂)やコワーキングカフェの運営を起点として、三宅町における新しい働き方や仕事(起業・創業、既存企業)の支援を進める。

具体的な取組

- □　MiiMo 食堂におけるシェアキッチンを活用した起業・創業支援
- □　MiiMo コワーキングカフェの運営による新しい働き方や仕事(起業・創業、既存企業)の支援

（3）三宅町の特性を活かした企業誘致の推進

企業誘致に向けた道路などのインフラ整備、企業奨励金による事業拡大への支援を進めながら、三宅町の特性（農業、グローブ産業などの地場産業や、インターチェンジに隣接した立地など）を活かした企業誘致を進める。

具体的な取組

□　企業誘致に向けた道路などのインフラ整備

□　企業奨励金による事業拡大・雇用創出への支援

◆重要業績評価指標（KPI）

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
人・農地プラン[5]策定数	－	延べ４件 （2027 年まで）
MiiMo などを活用した起業・創業数	－	延べ３件 （2027 年まで）
対話の場への参加者数	延べ 298 人／年 （2020 年）	延べ 500 人／年 （2027 年）

[5]人・農地プランとは、地域における農業の将来のあり方等を計画として明確化するもの。

基本目標 4	シビックプライドを醸成する 情報発信・共有の仕組みづくり

【基本的な方向】

◎:第 2 期として重要なもの

町内外に三宅町のひとや活動の魅力を発信し、住民、職員が交流し情報共有する機会を通じて相互理解とシビックプライドの醸成を進める。また、届けたい層を明確にしたまちの情報発信により、関係人口や移住定住の新たな「人の流れ」をつくる。

（1） まちの魅力を伝える情報発信

三宅町の魅力として、三宅町のまち（場所の魅力、町独自の取組など）や、町内で活躍するひと（各種団体、個人）や、三宅町内のしごと（地場産業、既存企業など）について、広報誌や MiiMo を活用した情報発信により、三宅町のまち・ひと・しごとの魅力を伝える。

具体的な取組

□　三宅町の情報発信の目的・あり方を検討◎

□　三宅町のまちの動きや、活躍するひと、三宅ならではのしごとなどの情報発信◎
　・広報誌と WEB 媒体（ホームページ、SNS など）と MiiMo との連携による発信
　（広報誌での特集記事と連動した SNS 発信、MiiMo での展示など）

（2） まちの「いま」を共有する機会づくり

MiiMo での活動団体、利用者による活動紹介や交流会を通して、まちの動きを共有するとともに、タウンミーティングなどによる住民と行政の多様な対話の場を設けつつ、まち・ひと・しごとの「いま」を住民との共有によるまちづくりを進める。

具体的な取組

□　MiiMo Meeting（MiiMo クラブを中心とした利用者の活動紹介・交流会）

□　住民と行政の多様な対話の充実（タウンミーティング、ワークショップなど）◎

□　役場のしごと紹介（役場のしごとを住民に紹介・職員を含む意見交換など）

（3） 施策に応じた戦略的な情報発信

三宅町外への情報発信においては、特に「移住定住」、「関係人口」、「三宅町の企業 PR」、「三宅町への企業誘致 PR」の切り口で、施策に応じた戦略的な情報発信を進める。

具体的な取組

□　移住定住
・出身者：成人式での PR、保護者向けの PR
・近隣市町村:子育て世代への PR

□　関係人口
・まちの課題と企業・人材のマッチングの推進（再掲 P20.基本目標 1-（3）まちを元気にする関係人口の拡大）

□　三宅町の企業 PR 及び三宅町への企業誘致 PR
・ふるさと納税による地場産業の PR
・土地カルテなどを活用した企業への情報提供

◆重要業績評価指標（KPI）

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
三宅町に愛着・誇りを感じている人の割合	72.6% （2021 年）	80% （2027 年）
地域活動への参加	38.7% （2021 年）	50% （2027 年）
対話の場への参加者数	延べ 298 人／年 （2020 年）	延べ 500 人／年 （2027 年）
転入者数の平均 （三宅町住民基本台帳による）	217 人／年 【2018 年～2020 年の平均】	250 人／年 【2025 年～2027 年の平均】
まちの課題に取り組んだプロジェクト数	－	10 件／年 （2027 年）

第４章　効果検証と推進体制

第 4 章　効果検証と推進体制

1. 効果検証

まち・ひと・しごと創生に向けた政策 5 原則

本総合戦略の推進にあたっては、人口減少克服・地方創生を実現するため、以下に示す、まち・ひと・しごと創生に向けた政策 5 原則に基づき施策を展開する。

① **自立性**：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げる。

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。

③ **地域性**：各地域の実態に合った施策を支援。国は支援の受け手側の視点に立って支援。

④ **直接性**：最大限の成果を挙げるため、直接的に支援する施策を集中的に実施する。

⑤ **結果重視**：PDCAメカニズムの下、具体的な数値目標を設定し、効果検証と改善を実施する。

短期・中期の政策目標

短期・中期の政策目標についての進捗については、アウトカム指標[6]を原則とした、重要業績評価指標（KPI）で検証・改善する PDCA サイクルの仕組みを確立し、これにより、事業の改善など今後の施策転換への反映を行いながら戦略を進めていく。

[6]アウトカム指標とは、行政活動そのものの結果（アウトプット）ではなく、その結果として住民にもたらされた便宜（アウトカムに関する数値目標）をいう。

検証に関しては、定量的な評価としての重要業績評価指標（KPI）の検証結果だけでなく、各施策の実施プロセスや実施内容に関しても評価材料として示し、三宅町の状況に応じた定性的な視点も踏まえながら、住民、議会、産業、大学、県、金融機関、マスメディアなどの外部有識者により構成された三宅町地方創生推進委員会及び庁内組織である三宅町地方創生本部において、評価・ 検証を実施する。この２つの組織にて計画実行の管理・評価を行い、地方創生を実現・推進していく体制をとる。

2. 推進体制

本町における、人口ビジョン・地方版総合戦略の策定及び計画実施の管理体制とする２つの組織の詳細は以下の通りとする。

推進組織	役割	主な構成員
三宅町地方創生本部	三宅町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定、実行管理・意思決定を実施	町長、副町長、教育長、部長級職員、会計管理者、議会事務局長
三宅町地方創生推進委員会（外部有識者会議）	住民・議会・産官学金言[7]などの有識者で構成し、総合戦略及び関連施策の評価を行う。	自治会長会、議会議員、大学関係者、商工会、町内産業関係者、行政機関関係者、教育委員、教育関係者、金融機関、マスコミ関係者

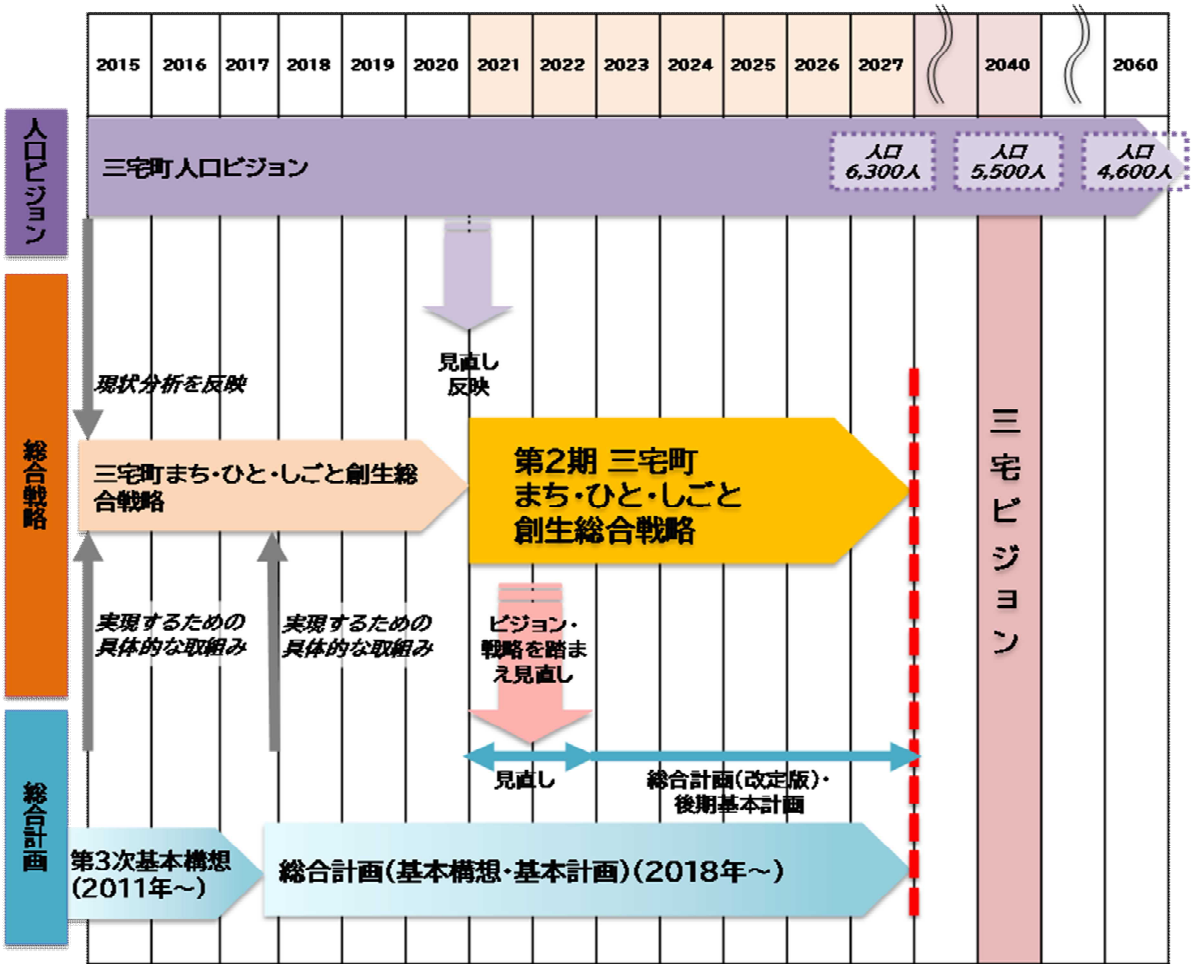
[7]産官学金言とは、産業・行政・大学等・金融機関・言論（マスコミ）をさす。

資　料

資 料

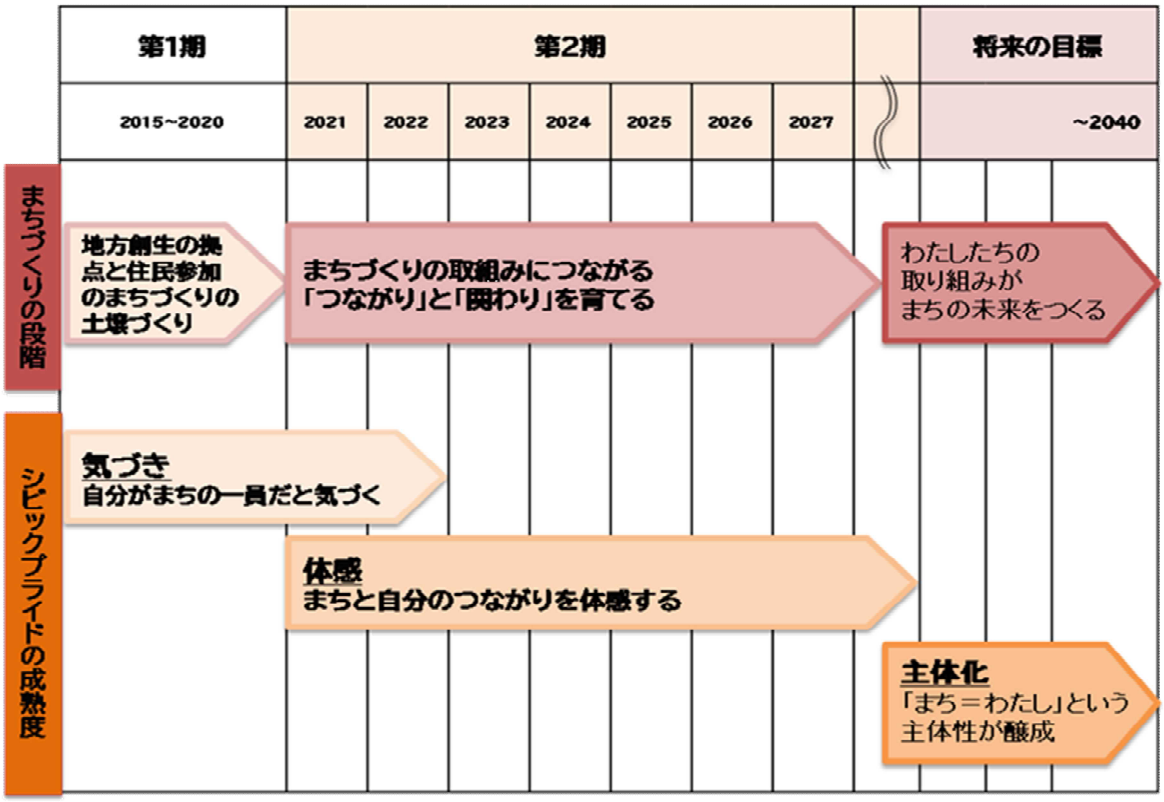
■第 2 期総合戦略と各計画の関係およびスケジュール

・三宅町人口ビジョン・・・人口の現状を分析し、今後目指すべき将来の方向と人口の将来展望を提示するもの。
・三宅ビジョン・・・2040 年の三宅町の将来像を表すもの。
・総合戦略・・・三宅ビジョンの実現のために必要な、町が重点的に取り組む施策を示したもの。第 2 期は 2021 年から 2027 年までの 7 年間の計画。
・総合計画・・・三宅町の最上位計画。町の全施策を網羅した計画書。基本構想と基本計画の 2 本から成り立つ。



■三宅ビジョンの段階的な進め方

三宅町では、地方創生においては公民連携によるまちづくり、住民の地域への愛着や主体性の発揮が必須であると考えることから、地方創生の目標を、住民との協働のまちづくりの進捗状況を見る「まちづくりの段階」と、住民の三宅町に対するシビックプライドの醸成状況を見る「シビックプライドの成熟度」を設定して推進する。



編 集 後 記

今回の総合戦略は行政だけでつくるのではなく、住民のみなさんの意見（魅力と課題）を伺い、職員も同じく意見を出し合って、長所を伸ばし短所の課題への対応を重視して作成することを目指しました。

まだまだ、完璧に作成できたとは言えませんが、今後施策を進めるにあたり、届けたい層を検討し、**住民のみなさんと職員で共有・協力しながら取組を推進することで、20 年後の三宅ビジョン及び 40 年後の人口安定化の実現を目指していきたいと思います。**