令和元（2019）年度
柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略
進行管理報告書
（平成 30（2018）年度実績分）

令和元（2019）年９月

柏 崎 市

目　次

1　柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の進行管理 ････････････････････ 2

2　総人口の推移と今後の展望 ･･･････････････････････････････････････ 3

3　総合戦略の最重点目標及び施策体系 ･････････････････････････････ 4

4　目標別の総合戦略の進行管理 ･････････････････････････････････ 5

（１）第１節　地域産業の振興を図り雇用の場をつくる ･････････････････ 5

（２）第２節　子どもを産み育てやすいまちをつくる ･･･････････････････ 9

（３）第３節　地域の活力を担う人材をつくる ･････････････････････････ 12

（４）第４節　定住を促す魅力あるまちをつくる ･･･････････････････････ 15

1　柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の進行管理

本市では、市民生活や地域経済、市財政など広範に影響を及ぼす人口減少、特に若者の都市部への流出に歯止めかけ、地域の活力の維持、向上を図るため、令和 42（2060）年までの人口推計結果を踏まえ、まち・ひと・しごと創生法第 10 条の規定に基づき、平成 27（2015）年 10 月に柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、「総合戦略」という。）を策定し、主要施策を推進しています。

総合戦略の推進に当たっては、効率的・効果的な実現を図るため、市民で構成する「柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進委員会」を設け、主要施策や重要業績評価指標（KPI）の進捗状況を把握し、検証を実施することとします。

⑴ 総合戦略の期間

平成 27（2015）年度から令和元（2019）年度までの 5 か年とします。

⑵ 総合戦略の構成

総合戦略は、次の 3 編から構成します。

第 1 編　総論

総合戦略の趣旨や策定の基本的な考え方、役割、期間、進行管理の方法で構成しています。

第 2 編　人口ビジョン

これまでの人口動向の分析及び将来人口の推計と分析結果、将来の人口展望で構成しています。

第 3 編　総合戦略

基本的な考え方及び目標、施策体系、目標別の総合戦略、重点プロジェクトで構成しています。

⑶ 目標指標の評価基準

目標年度である令和元（2019）年度（年）に向けた当該年度（年）の達成状況を以下の考え方により示します。

達成状況の考え方（目標に対する年度ごとの状況）

Ｓ：早い
Ａ：順調
Ｂ：おおむね順調
Ｃ：やや遅れている
Ｄ：遅れている
Ｅ：未着手
－：実施時期未到来

2　総人口の推移と今後の展望

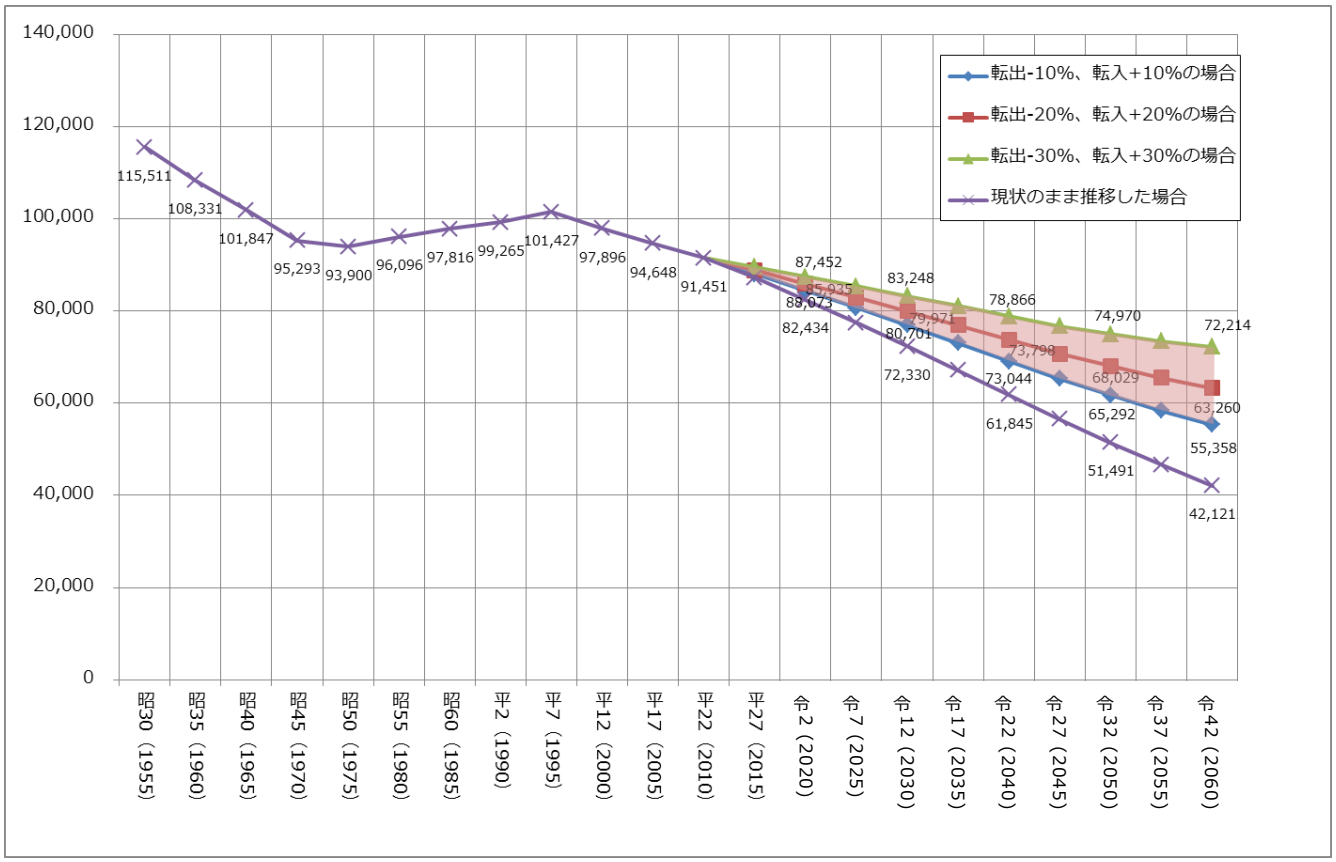
本市の人口は、昭和 30（1955）年から昭和 50（1975）年にかけて減少していたものの、昭和 50（1975）年から平成 7（1995）年にかけては北陸自動車道の全線開通や市内二大学の開学などのほか、原子力発電所の建設、全号機運転開始などの大型プロジェクトによって、増加に転じました。

しかしながら、こうした大型プロジェクトの終息などから、平成 7（1995）年をピークに人口は再び減少に転じています。

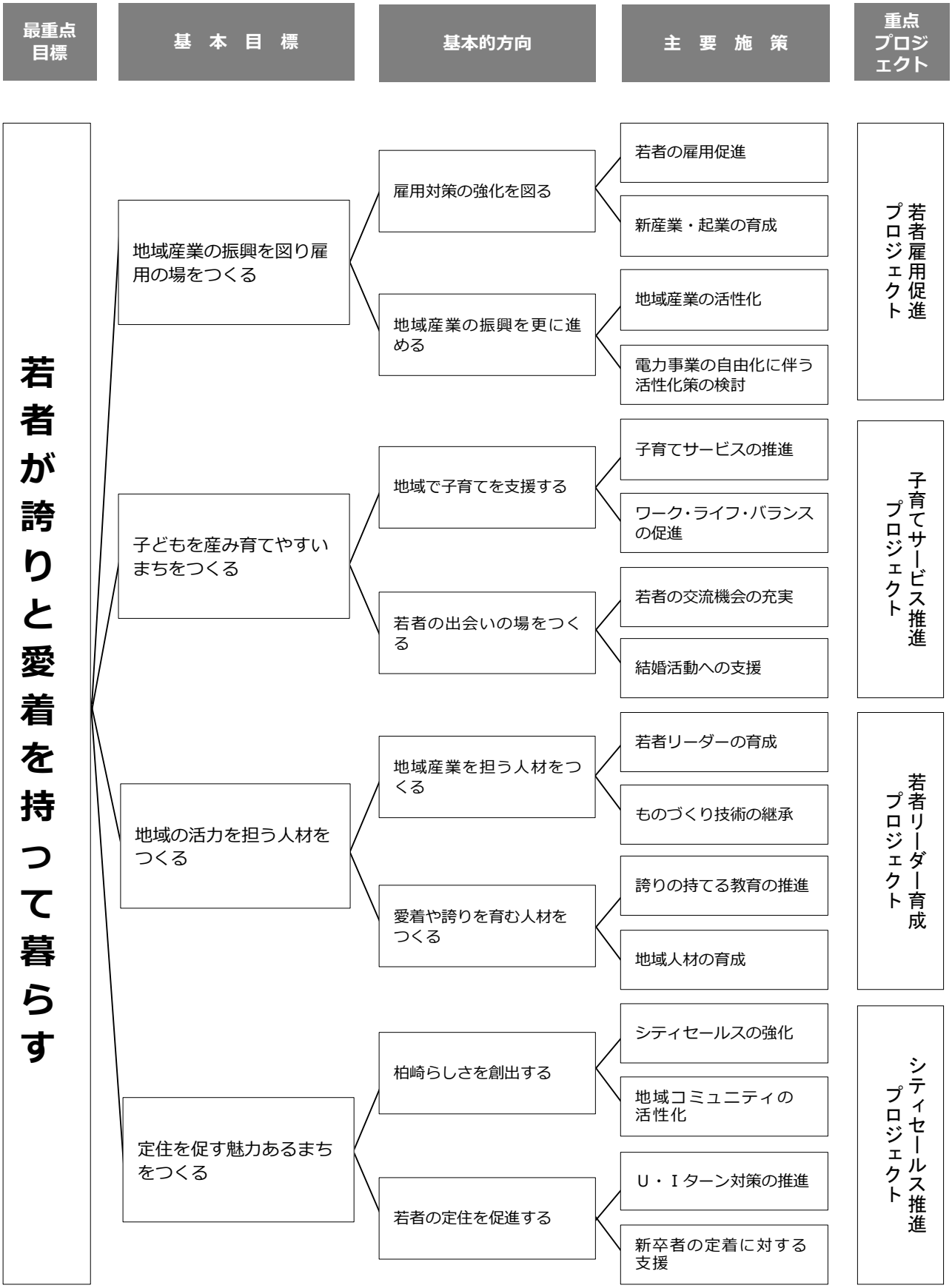
特に、女性を中心とした若い世代の都市部への流出は顕著となっており、現状のまま推移した場合、2060 年に総人口は 42,121 人になることが予測されます。

このことから、総合戦略では、若い世代の人口流出を抑制するため、U・I ターンによる流入や子育て環境の充実などの施策を総合的かつ着実に進めることで、令和 42（2060）年に 55,358 人から 72,214 人を目指す将来の人口規模として展望します。

<総人口の推移と今後の展望>



3　総合戦略の最重点目標及び施策体系



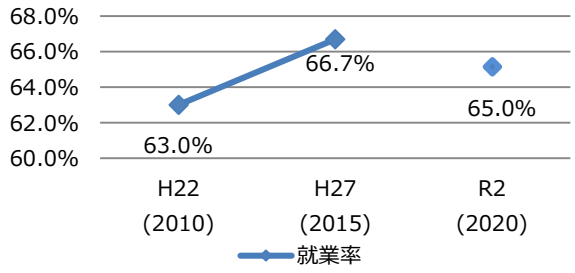
4　目標別の総合戦略の進行管理

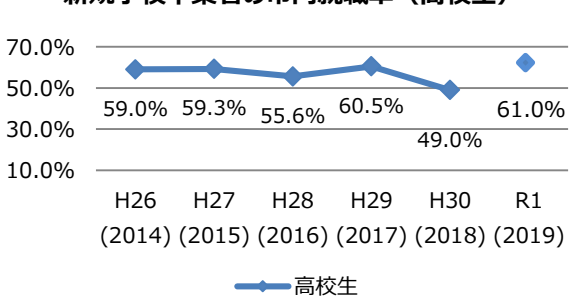
第１節　地域産業の振興を図り雇用の場をつくる

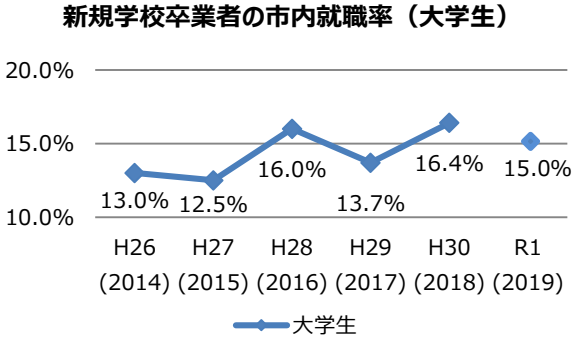
地方創生の実現に向けての方向	若者が将来に夢を持ち、安心して暮らし続けることができるよう、地場産業の活性化を更に進めながら、新しい産業の創出や起業育成に積極的に取り組むことにより、雇用の場の確保に努めます。

基本的方向１　雇用対策の強化を図る

	重要業績評価指標（ＫＰＩ）		当初 (H26) (2014)	前年度 (H29) (2017)	現状 (H30) (2018)	目標値 (R1) (2019)	達成状況
1	女性の生産年齢人口（15 歳から 64 歳まで）における就業率（企画政策課）		63.0% (H22 国調)	66.7% (H27 国調)	66.7% (H27 国調)	65.0% (H32 国調)	S
2	新規学校卒業者の市内就職率（商業観光課）	市内高校	59.0%	60.5%	49.0%	61.0%	C
		市内大学	13.0%	13.7%	16.4%	15.0%	S







ＫＰＩの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

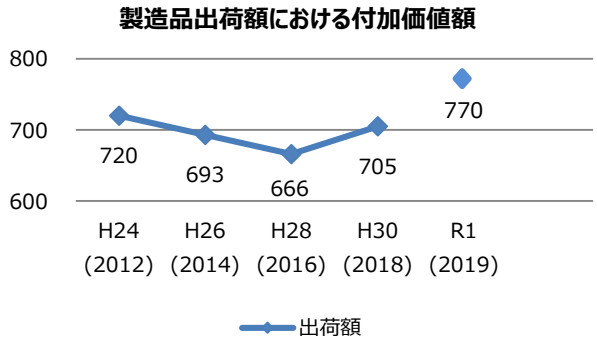
主要施策（１）　若者の雇用促進　≪重点プロジェクト≫	担当課：商業観光課、元気発信課
主な取組と成果	市内二大学において、就職支援相談員を雇用するための経費及び学生の市内就職を促進する経費の一部を補助し、卒業生の１６．４％が地元企業に就職した。 ３５歳未満の若者・障がい者等をトライアル雇用する市内事業所に対し、国の制度に上乗せした助成金を交付した（１７事業所、２２人分）。 ハローワーク柏崎と連携し、まちなかに就労ワンストップ窓口「ワークサポート柏崎」を設置し、相談者の地元企業への就職につなげた（相談者数延べ１，２０８人、就職者数４７人）。 柏崎職安管内雇用促進協議会で企業説明会を実施し、地元企業への就職を支援した（５月大学生等、７月高校３年生、８月高校１，２年生）。 女性が働きやすい職場づくりに向け、啓発等のセミナーをした（実施回数３回、参加者数２８社、４５人）。また、中小企業等が実施する女性のための職場環境整備に資する助成金を交付した（交付実績ハード事業２件）。（商業観光課）

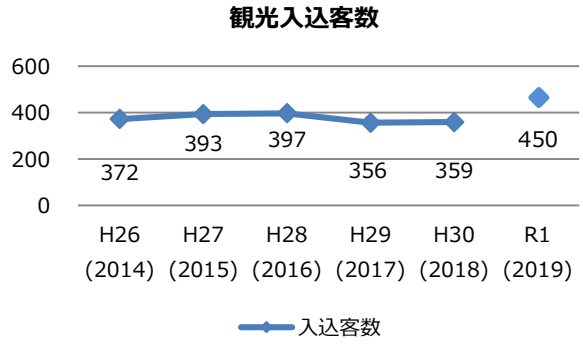
	柏崎市Ｕ・Ｉターン情報ステーションを市役所１階に、同サテライトを東本町ショッピングセンターフォンジェ内に設置し、相談業務に対応したほか、市内外における企業・大学訪問を行い、企業及び学生のニーズ把握、マッチング作業により支援した（相談件数６２件、訪問数５６８件）。（元気発信課）
課題と今後の展開	【課題】 生産年齢人口の減少を背景に、市内企業の求人難は継続している。加えて、市外企業からの求人が増えており、卒業生の市外流出リスクが高まっている。 また、若年者の離職率は他の年代に比べ高く、無業者対策が必要である。 女性就業率は県内低位であるため、啓発等セミナーを実施しているが、参加者が固定化する傾向がある。（商業観光課） 相談窓口の周知が不足しており、認知度向上の取組が必要である。 U･Ｉターン求職者の受け皿となる多様な雇用先の情報が不足しているため、雇用に係る関係課と連携した情報収集の取組が必要である。（元気発信課） 【今後の展開】 引き続き二大学の就職支援相談員と連携し、新規インターンシップ先の開拓など、市内企業と学生の関わりを作る取組を進める。 ３５歳未満の若者のトライアル雇用については、有効求人倍率の高まりを受け、令和元（２０１９）年度から助成制度を廃止したが、障がい者雇用については引き続き厳しい状況にあることから、助成を継続する。 若年者就労については、引き続き専門知識を有する者による支援を実施する。 雇用促進事業は、求職者とともに、特に人材確保を目指す事業者に向けた支援を検討していく必要がある。 女性活躍推進については、啓発等セミナーは内容等の見直しを行うとともに、国の働き方改革関連事業及び新潟県の動向を踏まえ、企業の取組を更に促進する方法を検討する。（商業観光課） 相談窓口において、移住・定住に係る補助金や支援策等の周知を通じて地元回帰志向を高める。 また、相談内容を分析しながら求職先ニーズを把握し、U･Ｉターン者へ的確な情報を提供することにより、若者移住・定住を推進する。（元気発信課）
主な事業	・介護職員就職支援事業（介護高齢課）資料№.１ ・看護師就職支援事業（国保医療課）資料№.２ ・青年就農支援事業（農政課）資料№.３ ・大学生就職促進事業（商業観光課）資料№.４ ・若年者トライアル雇用促進事業（商業観光課）資料№.５ ・若年者就労支援事業（商業観光課）資料№.６ ・雇用促進事業（商業観光課）資料№.７ ・女性活躍推進事業（商業観光課）資料№.８ ・Ｕ・Ｉターン促進事業（(仮称）柏崎市Ｕ・Ｉターンセンターの整備）（元気発信課）資料№.９
主要施策（２）新産業・起業の育成	担当課：商業観光課、ものづくり振興課
主な取組と成果	起業・創業希望者の発掘及び育成を推進するため、「かしわざき創業者支援補助金」について、対象範囲及び対象経費を拡充した。また、柏崎市創業支援等事業計画に基づき、柏崎商工会議所及び柏崎信用金庫を特定創業支援事業者として指定していたが、新たに第四銀行が加わり、創業に関する相談・育成環境を拡充した（各種支援（補助）件数１８件）。（商業観光課） 広域連携推進員を通じて知的財産交流会を開催し、大手企業の開放特許を活用した連携を支援した。また、知的財産権取得に対する助成金を創設し、事業者の負担軽減を図った。（ものづくり振興課）
課題と今後の展開	【課題】 開業率が伸びず、廃業率が高いため、創業者の事業継続を図るための支援策を検討する必要がある。（商業観光課） 消費税増税や米中貿易摩擦激化に伴う景気減速が懸念されている中､経営基盤の安定を図るためにも､新分野への参入を促進する必要がある。（ものづくり振興課） 【今後の展開】 創業に関する制度の拡充及び周知徹底を図り、支援体制を整える。（商業観光課）

	企業側の課題の把握とその解決に向け、新潟工科大学や柏崎商工会議所、柏崎信用金庫等の関係機関と連携した取組を進める。また、知的財産戦略に力を入れ、次世代の産業競争力につなげる新産業創出の可能性を探るための取組を支援する。（ものづくり振興課）
主な事業	・産学連携支援事業（異業種連携推進事業）（ものづくり振興課）資料№１０ ・創業支援事業（商業観光課）資料№１１

基本的方向２　地域産業の振興を更に進める

重要業績評価指標（ＫＰＩ）		当初 (H26) (2014)	前年度 (H29) (2017)	現状 (H30) (2018)	目標値 (R1) (2019)	達成状況
1	製造品出荷額における付加価値額（ものづくり振興課）	720 億円 (H24)	666 億円 (H28)	705 億円 (H29)	770 億円 以上	B
2	観光入込客数（商業観光課）	372 万人	356 万人	359 万人	450 万人 以上	C





ＫＰＩの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

主要施策（１）地域産業の活性化	担当課：ものづくり振興課、農政課、商業観光課
主な取組と成果	中小企業者の生産性向上や競争力強化を図るため、成長分野への設備投資に対する補助金の交付、先端設備等の導入に対する固定資産税の軽減措置を行った。また、地域の特色を活かした製品開発、新サービスの可能性を探るため、新製品の研究開発や販路拡大に向けた見本市への出展に対し支援を行った。さらに「地方版柏崎市ＩｏＴ推進ラボ」の選定を受け、産官学金で構成する協議会を設立し事業計画を策定した。セミナーの開催等、製造業のＩｏＴ導入促進に関する意識醸成を図ったほか、海外市場や成長分野への進出に向けた支援制度の検討を行った。（ものづくり振興課） 秋の収穫祭や食の地産地消フェア、農業体験などのイベントを開催し、地場産食材について市民の関心を深めることができた。また、農業組織体制の確保及び育成のための組織化支援、複合経営のための園芸振興支援及び六次産業化支援として補助金を交付し、地域の担い手確保と地域農業を継続するための組織化及び複合経営による経営の安定化を進めることができた。（農政課） 花火や紅葉を軸として、中越地域内で連携した誘客促進に取り組んだ。特に、海の大花火大会は、ＢＳ生放送が実施され、多くの方から視聴いただいた。また、外国人に対するおもてなしの実践を通じて、着地型のコンテンツの造成に向けた検討を行った。（商業観光課）
課題と今後の展開	【課題】 消費税増税や米中貿易摩擦激化に伴う景気減速が懸念されている中、経営基盤の強化を図るためにも、新分野への参入等、新たな事業展開を促進する必要がある。（ものづくり振興課） 食の地産地消フェアにおいては、年間を通して地元食材を使用する飲食店を増加させる必要がある。また、秋の収穫祭においては、異業種とも連携して更に充実したイベントとして開催する必要がある。 稲作だけでなく、園芸導入による複合経営や六次産業化を更に進める必要がある。また、地域農業を継続するための担い手確保と組織化の取組を強化する必要がある。（農政課） 花火や紅葉ライトアップなど集客力のあるイベントへの誘客の促進はもちろんのこと、経済効果につなげる必要がある。（商業観光課）

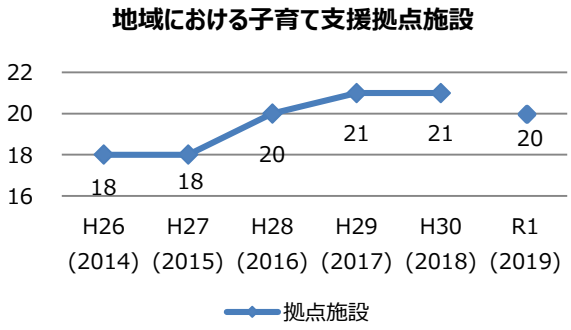
	【今後の展開】 環境・エネルギー、医療・健康、次世代交通といった成長分野への進出やＩｏＴの活用、外貨獲得のための見本市への出展等、積極的な事業展開によりものづくり産業を牽引し、中核となり得る企業を支援することで、産業全体の生産性向上や競争力強化を図る。（ものづくり振興課） 年間を通して地元食材を提供している飲食店、旅館・店舗、製造業者等を、「柏崎市食の地産地消推進店」として登録し、店舗に推進店登録証とのぼりを設置することで、地場産食材の利用を促進する。 また、秋の収穫祭においては、柏崎産の農産物、加工品、柏崎グルメを市内外にＰＲする。 園芸との複合経営、六次産業化を推進するための支援として補助金を交付し、農業経営の安定化を図る。また、地域の担い手を確保するため、Ｕ・Ｉターン者が新規就農に必要な経費の一部を支援する。（農政課） 誘客の促進及び経済効果につなげるための取組を検討し実行する。（商業観光課）
主な事業	・企業振興・立地促進事業（中小企業者設備投資支援補助金事業を含む）（ものづくり振興課）資料№.１２ ・新技術・新製品研究開発支援事業（ものづくり振興課）資料№.１３ ・地域営農支援事業（農政課）資料№.１４ ・食の地産消推進事業（農政課）資料№.１５ ・インバウンド推進事業（商業観光課）資料№.１６ ・かしわざき魅力再発見・誘客推進事業（商業観光課）資料№.１７ ・広域観光推進事業（商業観光課）資料№.１８ ・女性活躍推進事業　（再掲 ）（商業観光課）資料№.１９
主要施策（２）電力事業の自由化に伴う活性化策の検討	担当課：電源エネルギー戦略室、ものづくり振興課
主な取組と成果	電力小売の全面自由化を踏まえた新電力の活用策として、地域エネルギー会社設立検討からサービス開始までのロードマップを作成し、公表した。（電源エネルギー戦略室） フロンティアパークへ引き合いのあった１３社に対し、延べ４５回の企業訪問活動を行い、電気料金補助制度という本市の強みを活かした企業誘致活動を展開した。その結果、７区画の新規成約に至り、成約率は７４．０％となった。（ものづくり振興課）
課題と今後の展開	【課題】 地域エネルギー会社の設立には、民間の発電事業参入の意思、送配電に係る既存電気事業者との連携が必要であり、その機運醸成には時間を要する。（電源エネルギー戦略室） 企業側の設備投資意欲に底堅さがある一方で、米中貿易摩擦の激化に伴う影響が懸念される。また、全国の地方都市と同様に、誘致企業に対する労働力の提供も課題である。（ものづくり振興課） 【今後の展開】 地域エネルギー会社の設立に向けた事業可能性調査を実施し、エネルギーの地産地消を始めとした電力小売事業のビジネスモデルとその実現性の検討を行う。（電源エネルギー戦略室） 商談中の案件について、正式成約に向けた誘致活動を展開する。（ものづくり振興課）
主な事業	・企業立地事業（ものづくり振興課）資料№.２０ ・次世代エネルギー活用推進事業（電源エネルギー戦略室）資料№.２１ ・次世代エネルギー活用研究事業（電源エネルギー戦略室）資料№.２２

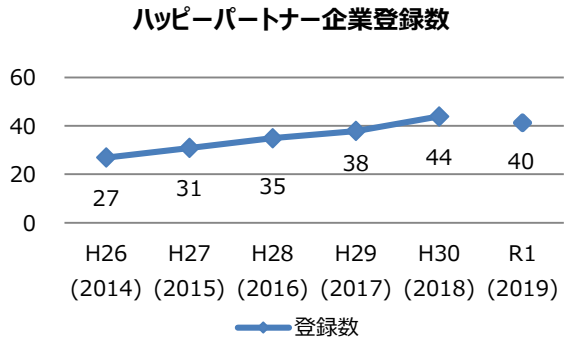
第２節　子どもを産み育てやすいまちをつくる

地方創生の実現に向けての方向	子どもを持ちたいと望む人が安心して子どもを持ち、働きながら子育てができる環境づくりや、子育てを地域全体で支える仕組みづくりを進めます。

基本的方向１　地域で子育てを支援する

重要業績評価指標（ＫＰＩ）		当初 (H26) (2014)	全年齢 (H29) (2017)	現状 (H30) (2018)	目標値 (R1) (2019)	達成状況
1	地域における子育て支援拠点施設（保育課）	18 か所	21 か所	21 か所	20 か所以上	S
2	ハッピーパートナー企業登録数（人権啓発・男女共同参画室）	27 社	38 社	44 社	40 社以上	S





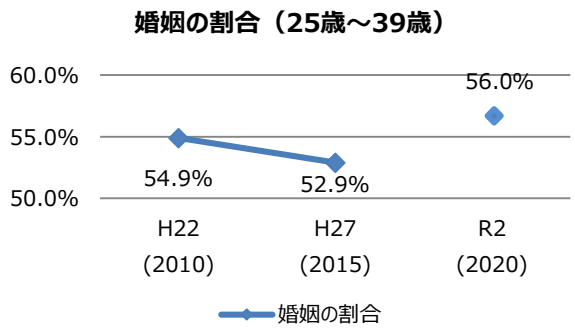
ＫＰＩの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

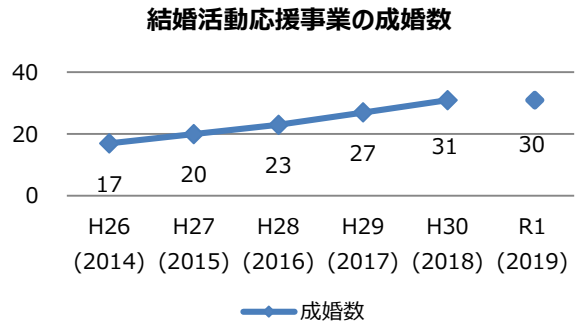
主要施策（１）子育てサービスの推進　≪重点プロジェクト≫	担当課：子育て支援課、保育課
主な取組と成果	業務の効率化とサービス向上のため、平成３０（２０１８）年４月１日に新規開設した鯨波児童クラブを含め、８か所の児童クラブを社会福祉協議会へ委託した。 ファミリーサポートセンターの活動は、利用ニーズが子どもの預かりから送迎希望へとシフトし、変化に応じた子育ての負担軽減につながるサービス提供を行っている（依頼会員２２５人、提供会員４８人、活動数５４２件）。 新規事業として、緊急に一時的な養育が必要な場合に、里親や児童養護施設で泊まりを伴うサービスを提供する子育て短期支援事業に取り組み、育児負担軽減として有効に機能した（実人数３人、延人数４人）。（子育て支援課） 子育て支援室２０か所、元気館ジャングルキッズと合わせて２１か所の子育て支援拠点施設で事業を実施した。また、未就園児及び保護者の交流の場、子育て情報提供の場、さらに相談助言の場でもあり、未就園児を持つ保護者の子育て不安を軽減できた。（保育課）
課題と今後の展開	【課題】 令和元（２０１９）年度までに、にしやま児童クラブを除く児童クラブを社会福祉協議会へ運営委託することから、支援員の確保を支援していく必要がある。また、ファミリーサポートセンターでは、送迎希望が今後も増加した場合、送迎が可能な提供会員の確保が難しい。（子育て支援課） 子育て不安の軽減を図るため、支援室のない地区への開設検討及び地域の関連機関との連携が必要である。（保育課） 【今後の展開】 社会福祉協議会への運営委託を進め、児童クラブの安定した運営を図る。また、ファミリーサポートセンター新規会員獲得のため、講座や関係機関等へのＰＲを継続的に行う。（子育て支援課） 継続的な子育て支援及びニーズに合った子育て情報の提供を行う。（保育課）

主な事業	・地域子育て支援拠点事業（保育課）資料№２３ ・子育て短期支援事業（子育て支援課）資料№２４ ・放課後児童健全育成事業（子育て支援課）資料№２５ ・子どもを守る地域ネットワーク機能強化事業（子育て支援課）資料№２６ ・女性活躍推進事業（再掲）（商業観光課）資料№２７
主要施策（２）ワーク・ライフ・バランスの促進	担当課：人権啓発・男女共同参画室
主な取組と成果	育児休業代替要員確保事業へ１件、男性の育児休業取得促進事業へ１件の申請があり、仕事と家庭生活の両立を支援することができた。 ワーク・ライフ・バランスセミナーを開催し、事業所を中心に参加があり、男女が共に働きやすい職場づくりについて理解を深めることができた（参加者数２３人）。
課題と今後の展開	【課題】 ワーク・ライフ・バランスの実現には、事業所の協力と改善意欲が必要であり、多くの人事・総務担当者や経営者から、セミナーに参加してもらうことが重要である。 【今後の展開】 事業所と従業員の双方にメリットのある働き方を考えるきっかけとするため、事業所から関心を持ってもらえるセミナーを継続して実施する。
主な事業	・ワーク･ライフ･バランス推進事業（育児休業代替要員確保事業、男性の育児休業取得促進事業を含む）（人権啓発・男女共同参画室）資料№２８ ・乳幼児健康支援デイサービス事業（病児保育事業）（保育課）資料№２９ ・延長・休日保育事業（保育課）資料№３０

基本的方向２　若者の出会いの場をつくる

重要業績評価指標（ＫＰＩ）		当初（H26）（2014）	前年度（H29）（2017）	現状（H30）（2018）	目標値（R1）（2019）	達成状況
1	婚姻の割合（25 歳～39 歳）（企画政策課）	54.9%（H22 国調）	52.9%（H27 国調）	52.9%（H27 国調）	56.0%以上（H32 国調）	C
2	結婚活動応援事業による成婚数（子育て支援課）	17 組	27 組	31 組	30組以上	A





ＫＰＩの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

主要施策（１）若者の交流機会の充実　（２）結婚活動への支援	担当課：子育て支援課、文化・生涯学習課
主な取組と成果	クッキング婚活など３つの事業を実施し、１４組のカップルが成立した（参加者数男性４６人、女性４４人）。スタッフの丁寧な支援によりマッチング率が高まり、結婚に向けた足掛かりを作ることができ、事業開始の平成２２（２０１０）年度以来３１組の成婚につなぐことができた。（子育て支援課） 趣味による仲間づくりにつなげるため、４２コースの柏崎公民館講座エイジレス講座を実施した。これまでの高校生以上という講座の受講年齢の制限をなくしたが、若年層の参加者の増加は見られなかった。（文化・生涯学習課）

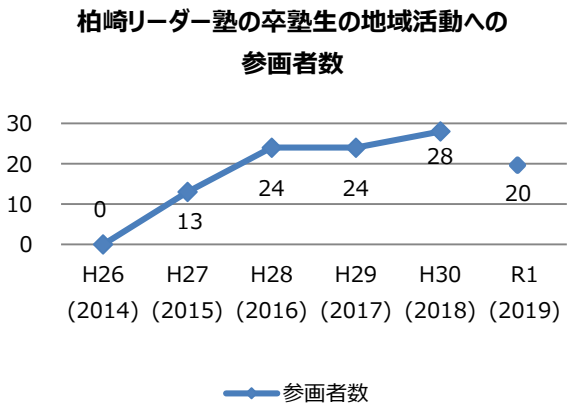
課題と今後の展開	【課題】 事前セミナーの開催や女性が参加しやすくなるよう工夫するなど、結婚につながる効果的な取組を検討していく必要がある。（子育て支援課） 若年層の柏崎公民館講座エイジレス講座への参加者数を、増やす必要がある。（文化・生涯学習課） 【今後の展開】 次年度から委託先が変更となり、新規事業となる側面もあることから、前年度までの取組を踏襲しながら事業展開するとともに、結婚につながる効果的な取組を検討する。（子育て支援課） 若年層に情報が届くようインターネットなどを活用するとともに、講座の受講年齢に制限がないことを周知する。（文化・生涯学習課）
主な事業	・公民館講座運営事業（柏崎公民館講座エイジレスコース）（文化・生涯学習課）資料№３１ ・地域で育む子ども育成事業（文化・生涯学習課）資料№３２ ・結婚活動応援事業（子育て支援課）資料№３３

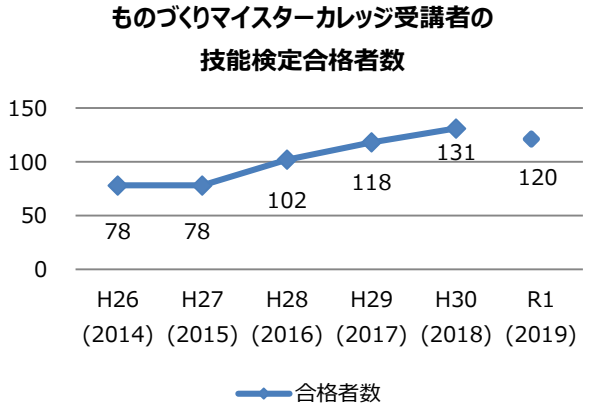
第３節　地域の活力を担う人材をつくる

地方創生の実現に向けての方向	地域活動や産業活動を担う人材の確保及び技術の継承、高度化を目指して、大学や関係機関と連携しながら柏崎に愛着を持ち、将来の柏崎を担う人材の育成に取り組みます。

基本的方向１　地域産業を担う人材をつくる

重要業績評価指標（ＫＰＩ）		当初 (H26) (2014)	前年度 (H29) (2017)	現状 (H30) (2018)	目標値 (R1) (2019)	達成状況
1	柏崎リーダー塾の卒塾生の地域活動への参画者数（企画政策課）	0 人	24 人	28 人	20 人以上	S
2	ものづくりマイスターカレッジ受講者の技能検定合格者数（ものづくり振興課）	78 人	118 人	131 人	120 人以上	S





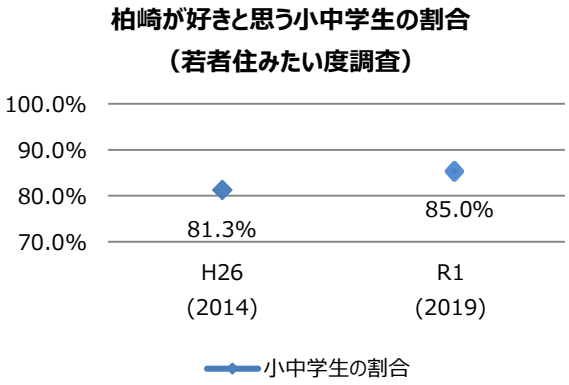
ＫＰＩの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

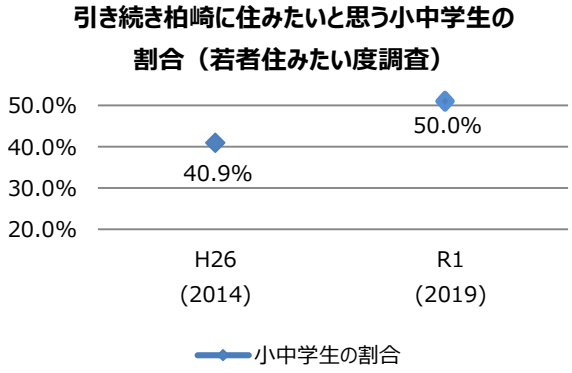
主要施策（１）若者リーダーの育成　≪重点プロジェクト≫	担当課：企画政策課、商業観光課
主な取組と成果	柏崎リーダー塾では、平成２９（２０１７）年度に入塾した第３期生が課題や研修に取り組み、無事に１６名全員が卒塾した。また、卒塾生は、各種行政機関等の委員に就任したほか、地域課題に対して自主的な取組を進めた。（企画政策課） 柏崎信用金庫主催「柏崎・社長のたまご塾」事業スタートアップ編では１７名が受講・修了した。また、創業者に対する補助金制度の対象範囲及び対象経費を拡充し、４名に補助金を交付した。（商業観光課）
課題と今後の展開	【課題】 人口減少社会が到来しており、地域で活躍する若手リーダーは必要不可欠であるという状況について、市民や市内事業所等と共有し、リーダー塾の活動への関心を高める必要がある。また、卒塾後の活動支援を行いながら、継続してリーダーの育成に取組む必要がある。（企画政策課） 開業率が伸びず、廃業率が高いため、創業者の事業継続を図るための支援策を検討する必要がある。（商業観光課） 【今後の展開】 第４期生がリーダーとしての資質を身に付けて卒塾できるようカリキュラムを進める。また、卒塾後の活動についても必要に応じてフォローする。（企画政策課） 創業に関する制度の拡充及び周知徹底を図り、支援体制を整える。（商業観光課）
主な事業	・柏崎リーダー塾事業（企画政策課）資料№.３４ ・創業支援事業（柏崎・社長のたまご塾事業）（再掲）（商業観光課）資料№.３５ ・大学との連携・協働事業（企画政策課）資料№.３６

主要施策（２）ものづくり技術の継承	担当課：ものづくり振興課
主な取組と成果	ものづくり技術の継承と人材の育成を目的とした「ものづくりマイスターカレッジ」では、長期研修や新入社員研修等により、１３人の技能検定合格者を輩出し、ものづくり産業従事者の技能向上が図ることができた。 また、柏崎工業高校２年生のインターンシップや実務型職業体験、同１年生の企業見学事業を支援するとともに、小学生ものづくり工作教室や中学生の職場体験の受入れなど、将来のものづくり産業を担う子どもや若者に対し、ものづくりへの理解促進に取り組んだほか、ものづくり人材の高度化に向けた支援制度の検討を行った。
課題と今後の展開	【課題】 若者や女性の地元就業率や定着率を高めるためにも、ものづくり産業を始めとする市内企業の魅力発信等、理解促進を図る必要がある。 【今後の展開】 ものづくりマイスターカレッジにより優れたものづくり技術の継承を図るとともに、体験活動を通じて子どもや若者、女性のものづくり産業に対する理解促進を図り、将来のものづくり産業を担う人材を育成・確保する。
主な事業	・人材育成支援事業（ものづくりマイスターカレッジ） （高校生インターンシップ支援事業、デュアルシステム事業を含む）（ものづくり振興課）資料№.３７

基本的方向２　愛着や誇りを育む人材をつくる

	重要業績評価指標（ＫＰＩ）	当初(H26)(2014)	前年度(H29)(2017)	現状(H30)(2018)	目標値(R1)(2019)	達成状況
1	柏崎が好きと思う小中学生の割合（若者住みたい度調査）（企画政策課）**※今年度調査**	81.3%	－	－	85.0%以上	－
2	引き続き柏崎に住みたいと思う小中学生の割合（若者住みたい度調査）（企画政策課）**※今年度調査**	40.9%	－	－	50.0%以上	－





ＫＰＩの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

主要施策（１）誇りの持てる教育の推進	担当課：学校教育課、博物館、文化・生涯学習課
主な取組と成果	子どもの未来を拓く「柏崎学」等推進事業として、キャリア講演会、職場体験学習への支援及び柏崎学指導資料集の作成に取り組んだ。特に８月に小学生を対象としたお仕事体験塾は、参加した児童アンケートでは９１．５％が「将来柏崎で働きたい」と答えており、柏崎への定着を目指す本事業の目的が達成された（参加児童８３２名）。 キャリア教育コースやこどもの笑顔創造プロジェクトなど全７コースを実施し、学校や家庭だけでは体験できない様々な活動を通し、子どもたちの生きる力を育むことができた（参加人数（地域住民も含め）１０，７６２人）。（学校教育課） 地域の文化、風土を学習できるよう、子ども向けのＷＥＢミュージアムを運用した。また、大人向けのＷＥＢミュージアムでは、新たに７件の文化財を高精細画像で撮影して公開し、資料等のデジタル化を推進した。（博物館）

	本市について学び、魅力を再発見する視点から、柏崎の歴史、文化、地理をテーマとした講座を企画した。実施に当たっては、地域でそれぞれの分野に精通した講師を発掘、活用し、内容を充実することができた。（文化・生涯学習課）
課題と今後の展開	【課題】 柏崎学で５日間の職場体験を奨励しており、３５０を超える事業所に協力を依頼したが、協力事業所としての登録は１３４事業所であった。中学生、高校生を対象としたキャリア教育に関する取組の充実を図り、柏崎への愛着を高めるため、引き続き協力事業所の登録拡大に向けた働きかけなどが必要である。また、事業内容を検証し、参加者ニーズを把握するとともに、必要に応じて事業を見直しながら、子どもたちの様々な力を育んでいく必要がある。（学校教育課） ＷＥＢミュージアムについては、文化財等資料の高精細画像撮影経費が高額であることから、単年度における新規更新件数は限定的であり、長期継続することが必要である。（博物館） 市民への情報提供のあり方や、若い世代の参加者増加のための取組を再考する必要がある。（文化・生涯学習課） 【今後の展開】 職場体験事業協力事業所の登録拡大に向けて働きかけるとともに、小学生お仕事体験塾に中学生・高校生・大学生からボランティアとして協力いただき、体験塾終了後出店事業所と生徒・学生の交流会を開催することにより、働くことの意義と柏崎への愛着を高める。 また、こども大学の在り方や同様な事業との統合等を検討し、スリムな事業展開を図り、継続して子どもたちの様々な力を育む。（学校教育課） 大人向け及び子ども向けのＷＥＢミュージアムを継続的に運用するとともに、新規資料画像を撮影し、更新する。（博物館） 効果的な情報発信を行うとともに、中学生・高校生を対象とした講座の実施や、市内の大学生を含む若い世代が、より積極的に講座を受講するための方策を検討し取組む。（文化・生涯学習課）
主な事業	・子どもの未来を拓く「柏崎学」等推進事業（学校教育課）資料№.３８ ・ＷＥＢミュージアム推進事業（博物館）資料№.３９ ・市民大学運営事業（文化・生涯学習課）資料№.４０ ・かしわざきこども大学事業（学校教育課）資料№.４１

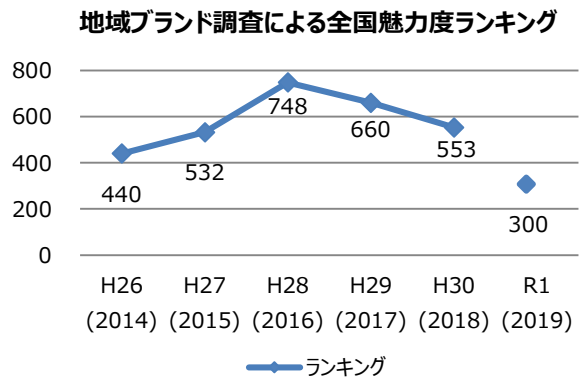
主要施策（２）地域人材の育成	担当課：市民活動支援課、防災・原子力課
主な取組と成果	平成３０（２０１８）年度から指定管理となった市民活動センターにおいて、様々な団体、年代が集い、その後のコラボレーションを意識した交流会を実施し、これまで関わりのなかった団体同士が、独自に交流することによって新たなつながりが広がった。 市民活動センターには、市民活動団体を始め４２１件８４３人の方が相談に来られ、新たな活動の立ち上げ、活動の継続、見直しなどについて、まちづくりコーディネーターが支援することで、協働のまちづくりの主役である人材、団体の育成を図った。（市民活動支援課） 地域の中心的役割を担うリーダー育成の取組として、防災士養成講座を開講した結果、地域及び事業所等が推薦した３６人が受講し、全員が防災士の資格を取得した。（防災・原子力課）
課題と今後の展開	【課題】 市民活動センターと同施設内の中越沖地震メモリアルは、連携しながら事業を実施しているが、それぞれのビジョンにより実施しているため、相乗効果を生み出しにくい状況となっている。（市民活動支援課） 地域の中核となるべき防災リーダーを育成するため、地域及び事業所に防災士養成講座受講者の推薦を継続的に働きかけるとともに、資格取得者に対し、防災スキル向上に資するフォローアップ研修の充実を図っていく必要がある。また、地域に対し、防災士の役割・関わりをしっかりと伝えていく必要がある。（防災・原子力課） 【今後の展開】 それぞれのビジョンを連携させ、互いの事業の相乗効果を高め、質の高いまちづくりを展開する。（市民活動支援課） 地域防災力を強化していくため、地域における防災士の役割を理解してもらい、地域において防災士の積極的な活用につなげる。（防災・原子力課）
主な事業	・市民活動センター管理運営費（市民活動センター運営事業）（市民活動支援課）資料№.４２ ・（仮称）まちづくり担い手育成事業　（市民活動支援課）資料№.４３ ・自主防災組織育成事業（防災・原子力課）資料№.４４

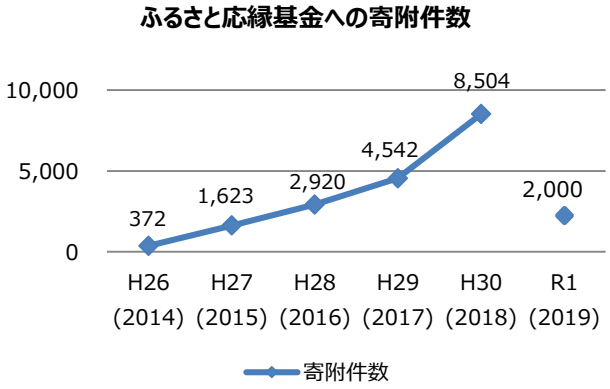
第４節　定住を促す魅力あるまちをつくる

地方創生の実現に向けての方向	本市の地域資源を磨き上げ、良好な都市イメージを創出し、市内外へ効果的に発信していくことで、市民の柏崎への誇りや愛着の醸成を図り、人口の定着につなげていくとともに、若者の回帰や移住志向を持つ人を引き付け、定住人口の増加を進めます。

基本的方向１　柏崎らしさを創出する

	重要業績評価指標（ＫＰＩ）	当初 (H26) (2014)	前年度 (H29) (2017)	現状 (H30) (2018)	目標値 (R1) (2019)	達成状況
1	地域ブランド調査による全国魅力度ランキング（企画政策課）	440 位	660 位	553 位	300 位以内	D
2	ふるさと応縁基金への寄附件数（元気発信課）	372 件	4,542 件	8,504 件	2,000 件	S





ＫＰＩの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

主要施策（１）シティセールスの強化　≪重点プロジェクト≫　　担当課：元気発信課

主な取組と成果

柏崎シティセールス推進協議会と連携を図り、柏崎ファンクラブ会報誌やＨＰ及びＳＮＳ等を通じて、本市のシティセールスの目的と柏崎ファンクラブ会員の役割について、会員に情報発信した。あわせて、市内及び首都圏で会員特典の提供や新企画「岬めぐり」を実施し、柏崎を感じながら応援していただける活動を促進した。また、市内外での各種イベントでの入会促進のためのＰＲ、ふるさと納税専用サイトからの寄附者を柏崎ファンクラブへの入会につなげる仕組みを構築し、４７都道府県６，０００名を超える会員の拡大を実現した。

ふるさと納税は、ふるさと納税専用ポータルサイトの活用、ＳＮＳやメルマガによる情報提供の定期化、首都圏における市内高校同窓会でのＰＲ、市外イベントへの出展などにより、前年度比１８７％の８，５０４件の寄附を受けた。

課題と今後の展開

【課題】

柏崎ファンクラブの存在は、市内外において順調に会員数が増えていることから、一定の認知獲得に至っている。しかし、市に与える効果や成果などの視覚化までには至っていないため、引き続き、市内における理解の獲得が必要である。

ふるさと納税は、より一層の寄附の獲得につなげていくため、返礼品の充実のほか、寄附者からの共感を得ることができる明確な使途の設定と戦略的なプロモーションが必要である。あわせて、国の新基準への適合を常に意識し、適切な運用による寄附の増加を図る必要がある。

【今後の展開】

柏崎ファンクラブへの入会促進活動をベースとして、会員一人ひとりが柏崎への思いを具現化できる機会の充実や、多種多様な活動が展開できる資金確保の仕組みの構築により、柏崎へのＵ・Ｉターンなどの人の流れや地域への経済効果などの成果につなげる。また、市民が成果を実感することができる情報発信に取り組む。

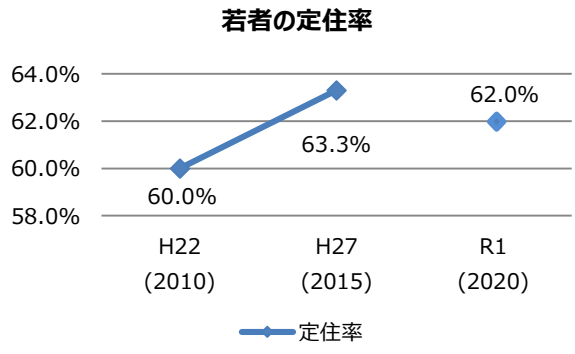
ふるさと納税は、モノだけでなく体験型の返礼品を造成し、寄附者と柏崎との関係性を高めることや、クラウドファンディング型の一層の活用を促進し、寄附者からの共感と寄附を得ることができるように運用する。

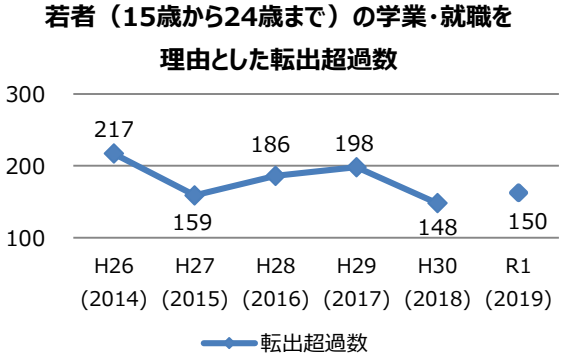
主な事業	・柏崎シティセールス推進事業（元気発信課）資料№４５ ・ふるさと応縁事業（元気発信課）資料№４６ ・道の駅誘客宣伝事業（商業観光課）資料№４７ ・景観形成推進事業（都市政策課）資料№４８ ・（仮称）海の柏崎「４２㎞岸活用」事業（商業観光課）資料№４９ ・柏崎産米ブランド化推進事業（農政課）資料№５０ ・水球のまち柏崎推進事業（水球のまち推進室）資料№５１

主要施策（２）地域コミュニティの活性化	担当課：市民活動支援課
主な取組と成果	市内３１の地域コミュニティ協議会が管理運営するコミュニティセンターに係る人件費を補助することにより、必要な人員の確保、事業実施における地元負担の軽減及び地域づくりへ向けたコミュニティ活動の充実を図った。また、身近な学習活動や地域づくり活動に要する経費を補助することによって、各地域の特色をいかした住民主体の地域づくりの施策展開が行われた。
課題と今後の展開	【課題】 少子高齢化などの影響もあり、地域コミュニティ協議会における役員の確保、人材育成といった課題や会費負担軽減策、事業のマンネリ化、参加者の固定化・減少といった課題が挙げられる。 【今後の展開】 各地域コミュニティ協議会の地域課題解決の方向性（コミュニティ計画）の見直しを行い、事業の掘り起しや若い世代へ事業の参加を呼びかけ、幅広いニーズの中から地域として優先される課題に取り組む。
主な事業	・地域コミュニティ活動推進事業（市民活動支援課）資料№５２ ・空き家対策事業（建築住宅課）資料№５３ ・地域参画型生活交通確保事業（企画政策課）資料№５４

基本的方向２　若者の定住を促進する

	重要業績評価指標（ＫＰＩ）	当初 (H26) (2014)	前年度 (H29) (2017)	現状 (H30) (2018)	目標値 (R1) (2019)	達成状況
1	若者の定住率（企画政策課）	60.0% (H22 国調)	63.3% (H27 国調)	63.3% (H27 国調)	62.0%以上	A
2	若者（15 歳から 24 歳まで）の学業・就職を理由とした転出超過数（企画政策課）	217 人	198 人	148 人	150 人以下	B





ＫＰＩの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

主要施策（１）Ｕ・Ｉターン対策の促進	担当課：　元気発進課、市民活動支援課
主な取組と成果	移住候補地としての認知向上とＵ・Ｉターン促進を目的に、庁内若手職員及び二大学等学生の協力を得て、ボードゲーム「ウェルカム柏崎ライフ応援ゲーム」を作成した。 また、都内で本市のＰＲイベントや移住セミナーを主催したほか、新潟県主催のセミナー等へ出展し、イベントや常設施設内に臨時相談窓口を開設することで、継続的に情報を発信することができた。

	市内においては、市役所１階に「柏崎市Ｕ・Ｉターン情報ステーション」を開設し、Ｕ・Ｉターンを考えている市外在住者、首都圏など市外に子どもがいる市内の保護者等家族の相談対応を実施した。 柏崎にＵ・Ｉターンした若者の暮らしを応援する施策として、賃貸住宅家賃補助、住宅取得助成、奨学金償還補助及び若者が就職と合わせて転入する際の補助金の利用促進を図った。（元気発進課） 地域おこし協力隊に興味がある地域等と数度にわたり協議した。一つの地域では、受入れに向けて、インターン事業を活用した外部人材を受け入れ、地域課題の洗い出しや地域のやりたいことを整理し、受入れに向けた機運の醸成を図ることができた。また、柏崎リーダー塾のチーム活動がきっかけとなって、地域活性化の手段としての地域おこし協力隊の有効性について検討した。 岩之入、矢田、荻ノ島、門出の４地域で５名の地域おこし協力隊の募集を開始した結果、岩之入、荻ノ島で１名ずつの応募があり、荻ノ島で１名を平成３１（２０１９）年４月から任用することとなった。（市民活動支援課）
課題と今後の展開	【課題】 Ｕ・Ｉターンの促進には、移住後に柏崎で暮らす具体的イメージと、柏崎で暮らしている市民の充足感を得る姿を伝えていくことが必要である。また、仕事のほか、子育てや医療など、暮らしに関わる情報の集約と発信を一元的に展開できる仕組みと体制を構築するとともに、より明確な柏崎に求められる人材像（ターゲット）の設定と発信手法の検討が必要である。（元気発進課） 地域おこし協力隊について、応募のなかった矢田、門出、任用できなかった岩之入は、ＳＮＳなども活用して情報発信し，地域おこし協力隊を確保する必要がある。 荻ノ島については、まずは地域おこし協力隊が地域の一員となれるよう支えることが重要である。また、地域おこし協力隊、地域、市が一つのチームとしてコミュニケーションを図る必要がある。（市民活動支援課） 【今後の展開】 柏崎市移住・定住推進行動計画を着実に実施するため、暮らしに関わる情報の集約と効果的な発信、相談対応、Ｕ・Ｉターン施策の利用促進による暮らしの支援の一体的な展開を進めることとし、Ｕ・Ｉターンの促進について広報部門と連携し、各事業を有機的に結び付けるコーディネート機能を充実させる。（元気発進課） 地域おこし協力隊について、任用できていない３地域においては、受入れ体制を更に強化し、情報発信を充実することよって、地域おこし協力隊の確保に努める。 任用した地域においては、地域おこし協力隊の活動がより効果的になるように、市と市内の中間支援組織が協力しても地域おこし協力隊をサポートする。また、地域おこし協力隊、受入地域のチャレンジを支援する体制を担当課だけでなく、全庁的に構築し支援プログラムを策定する。（市民活動支援課）
主な事業	・Ｕ・Ｉターン促進事業（再掲）（交流定住推進事業、定住推進住宅支援事業、（仮称）柏崎市Ｕ・Ｉセンターの整備を含む）（元気発進課）資料№.５５ ・地域おこし協力隊活用事業（地域活性化対策事業）（市民活動支援課）資料№.５６

主要施策（２）新卒者の地元定着に対する支援	担当課：商業観光課、企画政策課
主な取組と成果	市内二大学において、就職支援相談員を雇用するための経費及び学生の市内就職を促進する経費の一部を補助し、卒業生の１６．４％が地元企業に就職した。 柏崎職安管内雇用促進協議会で企業説明会の実施し、地元企業への就職を支援した（５月大学生等、７月高校３年生、８月高校１，２年生）。（商業観光課） 少子化の進行により、学生確保をめぐる大学間競争が激化している中、大学の魅力や知名度の向上を図り学生確保を促進させるため、補助金等を交付した。学生募集の取組の効果もあり、二大学合計で入学者は、５０人（平成３０（２０１８）年度比＋１８．７％）増加した。また、地域に関する調査研究を実施することで、学生の地域理解を深めるとともに、商店街等における地域貢献が図られた。（企画政策課）
課題と今後の展開	【課題】 生産年齢人口の減少及び好景気を背景に、市内企業の求人難は継続している。加えて、市外企業からの求人が増えており、卒業生の市外流出リスクが高まっている。（商業観光課） 市内学生の地元定着に直接結びつく施策を検討する必要がある。（企画政策課） 【今後の展開】 引き続き二大学の就職支援相談員と連携し、新規インターンシップ先の開拓など、市内企業と学生の

	関わりを作る取組を進める。 　雇用促進事業は、求職者とともに、特に人材確保を目指す事業者に向けた支援を検討していく必要がある。（商業観光課） 　二大学の入学者数のさらなる増加に向け、継続して学生確保支援等を行う。また、令和元（２０１９）年度に実施する若者住みたい度調査から、学生のニーズ等を把握し、地元定着につながる施策を検討する。（企画政策課）
主な事業	・大学との連携・協働事業（再掲）（企画政策課）資料№.５７ ・雇用促進事業（再掲）（商業観光課）資料№.５８ ・人材育成支援事業（再掲）（高校生インターシップ支援事業）（ものづくり振興課）資料№.５９ ・Ｕ・Ｉターン促進事業（再掲）（若者地元定着事業（奨学金補助制度））（元気発信課）資料№.６０ ・大学生就職促進事業　（再掲）（商業観光課）資料№.６１