

# 柏崎市第1期まち・ひと・しごと創生 総合戦略総括

令和2（2020）年9月

柏崎市



# 1 はじめに

柏崎市第1期まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「第1期総合戦略」という。）の総括については、柏崎市第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「第2期総合戦略」という。）策定時に取りまとめを行っているが、第1期総合戦略の終了に伴い、この度、改めて指標の評価を見直し、総括するものである。

## 2 人口動向の総括

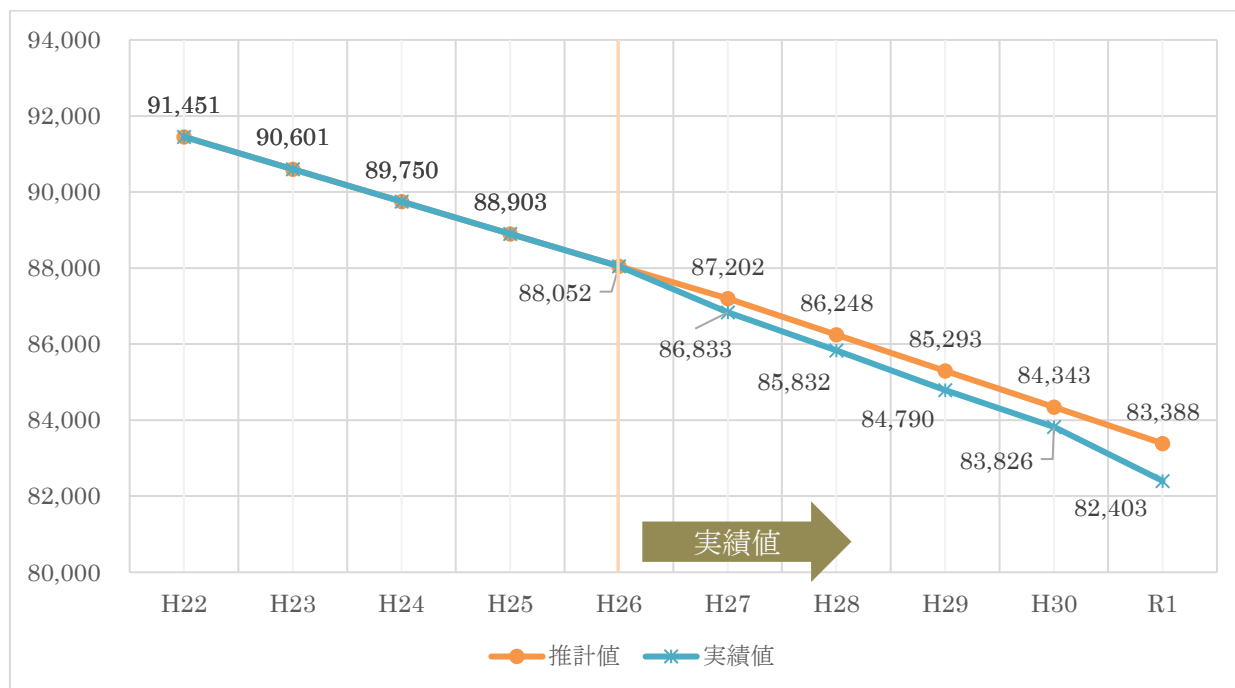
第2期総合戦略策定時の総括に記載したとおり、人口推計による推計値より実績値の減少幅が大きく、直近の令和元（2019）年度の減少幅は特に拡大している。

また、人口動態においても、これまでの出生数の減少傾向に加え、横ばい傾向だった死亡者数及び転出者数が令和元（2019）年度には大きく増加しており、自然減と社会減がともに人口減少拡大の要因となっている。

令和元（2019）年の転出者数は2,512人で、平成30（2018）年と比較して、253人増加している。職業関係における移動による理由が一番多く、平成30（2018）年より195人増加し、転出者数全体の5割以上を占めている。

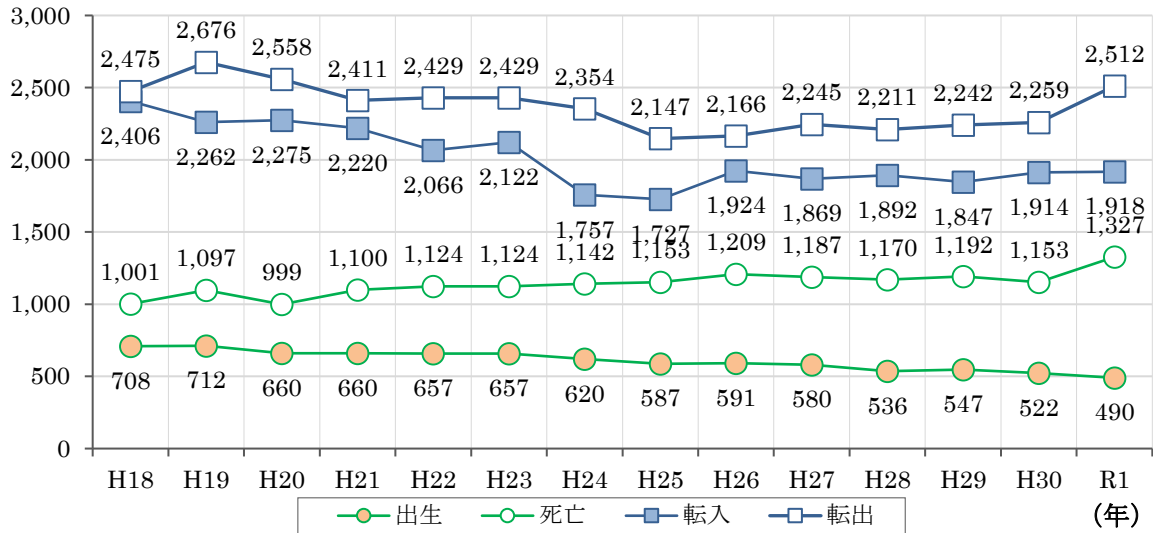
さらに、平成30（2018）年度の合計特殊出生率は、1.54と前年度と同様であったが、令和元（2019）年の出生数は、500人を割り込む490人であり、少子化が一段と進行している。

### (1) 人口推計値と実績値の比較



※平成27年（2015年）は、国勢調査実績値、平成28年（2016年）以降は各10月1日現在の推計値

## (2) 人口動態の推移



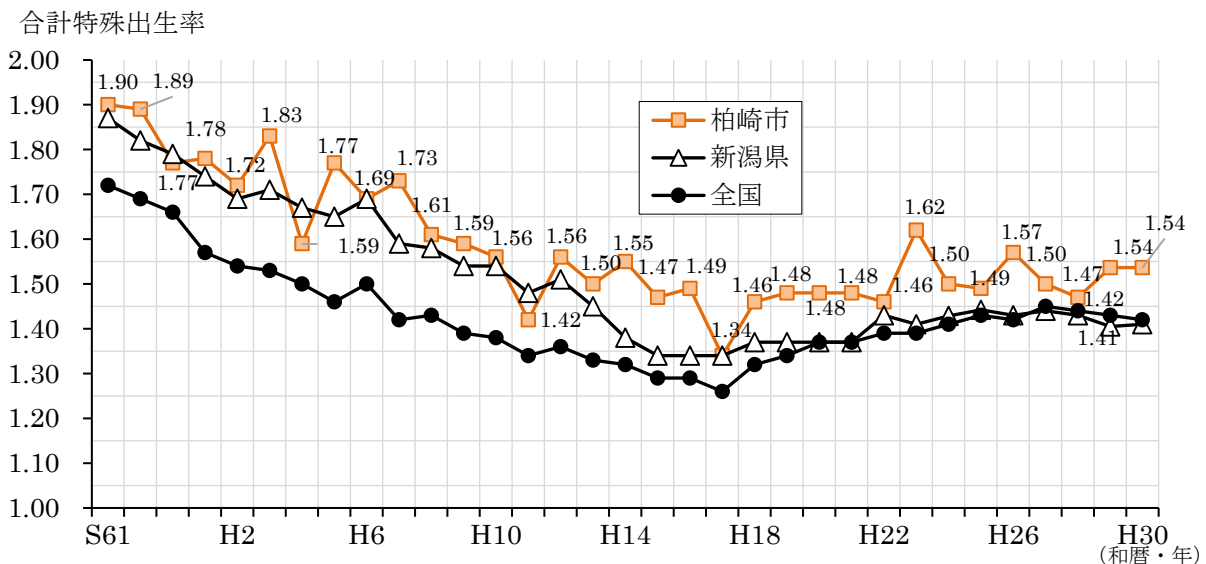
※各年1月1日から12月31日まで

※平成24年7月9日から外国人住民も日本人と同じく「住民基本台帳法」が適用されたため、平成24年7月31日現在の住民基本台帳人口・世帯数から外国人住民を含んだ数を表示

### 【計画期間中の社会減・自然減】

	平成27年 (2015年)	平成28年 (2016年)	平成29年 (2017年)	平成30年 (2018年)	令和元年 (2019年)
社会減 (転入－転出)	△376	△319	△395	△345	△594
自然減 (出生－死亡)	△607	△634	△645	△631	△837

## (3) 合計特殊出生率の推移



※全国及び新潟県は厚生労働省公表数値

※出生数：「人口動態調査」出生数・母の年齢（5歳階級）・市町村別

※15歳から49歳までの女子人口：全国：総務省統計局「人口推計（日本人人口）10月1日現在」、  
「国勢調査（日本人人口）H7以外は按分済み人口」 県：総務省統計局「人口推計（総人口  
H28以降は日本人人口）10月1日現在」、「国勢調査（日本人人口）H7以外は按分済み人口」  
市町村：新潟県統計課「推計人口（総人口）10月1日現在」

### 3 重要業績評価指標(KPI)の評価及び第2期の取組の方向性

平成30(2018)年度までの重要業績評価指標(以下「KPI」という。)の評価については、担当課による主観的な評価であったが、総合戦略推進委員会の意見を踏まえ、令和元(2019)年度は、客観的な基準に基づく評価に変更したところである。

第1期総合戦略全体の総括を行うに当たり、平成30(2018)年度以前の各年度においても同一の基準により評価し直した。

評価(達成率) 計算方法: 「実績値/目標値」	
年度評価	S: 110%以上 / A: 90~109% B: 65~89% / C: 40~64% D: 39%以下 または「増加する目標に対して、現状は当初から減少」 あるいは「減少する目標に対して、現状は当初から増加」

また、KPIの各年度評価を基に、次のとおり総合評価を行い、基本的方向ごとに策定済みの第2期総合戦略の取組の方向性を整理する。

総合評価	S: 「十分達成できた」 / A: 「達成できた」 / B: 「おおむね達成できた」 C: 「達成できなかった」 / D: 「計画策定時より悪くなった」
------	---

#### (1) 基本目標1 地域産業の振興を図り雇用の場をつくる

##### ア 基本的方向1 雇用対策の強化を図る

KPI	女性の生産年齢人口(15歳から64歳まで)における就業率						
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				令和元年度 (2019年度)
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	
	63.0% (H22国調)	65.0% (R2国調)	66.7% (H27国調)	—	—	—	—
年度評価		A	—	—	—	—	
達成率		103%	—	—	—	—	
評価	平成27(2015)年国勢調査の実績値は66.7%であり、目標値(令和2(2020)年)65.0%より既に上回っている。 また、全国の実績値60.2%と比較すると高い水準にあるものの、新潟県の実績値は68.3%であり、県内においては、やや低い状況にある。						
						総合評価	A

新規学校卒業者の市内就職率（市内高校）								
KPI	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値					
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	
	59.0%	61.0% 以上	59.3%	55.6%	60.5%	49.0%	56.6%	
	年度評価		A	D	A	D	D	
	達成率		97%	91%	99%	80%	93%	
評価	平成30（2018）年度には、進学希望者が増加したことで、管内の求職者自体が減少したことから、就職率が大幅に低下するなど、5年間の最高実績値でも60.5%であり、最終年度の56.6%をはじめ、目標値を上回る年度が1度もなかった。					総合評価		C

新規学校卒業者の市内就職率（市内大学）								
KPI	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値					
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	
	13.0%	15.0% 以上	12.5%	16.0%	13.7%	16.4%	11.7%	
	年度評価		D	A	A	A	D	
	達成率		83%	106%	91%	109%	78%	
評価	平成28（2016）年度及び平成30（2018）年度において、目標値15.0%を上回る結果となったが、最終年度は11.7%と計画策定時を下回った。市内二大学に就職支援相談員を配置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するなどしたが、効果が限定的になったものと考えられる。					総合評価		C

## ●第2期総合戦略の取組の方向性

女性の社会進出を促進するため、「女性の生産年齢人口（15歳から64歳まで）の就業率」を引き続きKPIとして設定し、女性や若者の就職を支援するとともに、女性の活躍を促進する事業者の取組を支援する。

また、「柏崎市創業支援事業計画に基づく創業者数」をKPIとして設定し、多様な創業者や起業者の輩出及び企業の第二創業や新分野への進出を促進し、「創業しやすいまち柏崎」の実現を目指す。

## イ 基本的方向2 地域産業の振興を更に進める

製造品出荷額における付加価値額							
KPI	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	720億円	770億円 以上	693億円 (H26数値)	661億円 (H27数値)	665億円 (H28数値)	721億円 (H29数値)	690億円 (H30速報値)
年度評価		D	D	D	A	D	
達成率		90%	86%	86%	94%	90%	
評価	平成30(2018)年度に計画策定時の720億円を上回り721億円となったが、それ以外の年度では、計画策定時の数値を下回る結果となった。 製造品出荷額は、計画策定時に比べ約1割増加しているもの、原材料使用額はそれを上回る約3割の増加となったことから付加価値額が伸びていない主因と考えられる。 (製造品出荷額における付加価値額は、製造品出荷額に在庫等を足し原材料使用額等を減じて算出)					総合評価	D

観光入込客数							
KPI	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	372万人	450万人 以上	393万人	397万人	356万人	359万人	321万人
年度評価		B	B	D	D	D	
達成率		87%	88%	79%	80%	71%	
評価	平成27・28(2015・16)年度は、計画策定時の372万人を上回ったが、平成29(2017)年度以降は減少に転じ、令和元(2019)年度は、321万人まで落ち込んでいる。年間入込の約5割を占める夏季(7~9月)における海水浴客の減少が大きく影響している。					総合評価	C

### ●第2期総合戦略取組の方向性

中小企業者の生産性向上と競争力強化を促進するため、特許保有件数をKPIに設定し、知的財産権の取得に対する支援など、企業の稼ぐ力の拡大を図る。また、米山プリンセスの生産販売拡大など、ブランド力向上による稼げる農林水産業の取組を強化する。さらに、柏崎市地域エネルギービジョンに基づき、地域エネルギー会社の設立など、次世代エネルギー活用の取組を推進する。

なお、第2期総合戦略では、地域産業の活性化を力強く推進するため、「一人当たりの市民所得」、「製造品出荷額における付加価値額」、「観光入込客数」をKPIとする産業活性化プロジェクトを重点プロジェクトに位置付けた。

## (2) 基本目標2 子どもを産み育てやすいまちをつくる

### ア 基本的方向1 地域で子育てを支援する

KPI	地域における子育て支援拠点施設						
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	18か所	20か所以上	18か所	20か所	21か所	21か所	21か所
年度評価		A	A	A	A	A	
達成率		90%	100%	105%	105%	105%	
評価	子育て支援拠点施設は、計画策定時の18か所から3か所増加し、21か所となり、目標値を上回った。計画的な整備により、未就園児及び保護者の交流、子育て情報の提供などの場として活用された。						
	総合評価					A	

KPI	ハッピー・パートナー企業登録数						
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	27社	40社以上	31社	35社	38社	44社	50社
年度評価		B	B	A	S	S	
達成率		78%	88%	95%	110%	125%	
評価	ハッピー・パートナー企業登録数は、計画策定時の27社から23社増加して50社となり、目標値を上回った。特に、平成30(2018)及び令和元(2019)年度は、前年度より6社増加しており、制度周知の効果によるものと考えられる。						
	総合評価					S	

#### ●第2期総合戦略取組の方向性

<p>地域における子育て支援拠点施設の活用など、安心して子どもを産み育てられるよう、多様な子育て支援サービスを提供する。また、公立保育園における年度途中の入園希望を叶えられるよう、保育士の確保等による保育園の受入体制の更なる充実を目指す。</p> <p>さらに、妊産婦及び子どもの医療費助成など、出産や育児に対する経済的負担の軽減を図る。</p> <p>なお、第2期総合戦略では、人口の自然減を抑制するため、「合計特殊出生率」をKPIとする「子育て支援プロジェクト」を重点プロジェクトに位置付けた。</p>
---



## イ 基本的方向2 若者の出会いの場をつくる

KPI	婚姻の割合（25歳～39歳）					
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値			
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)
	54.9% (H22国調)	56.0%以上 (R2国調)	52.9% (H27国調)	—	—	—
年度評価		D	—	—	—	—
達成率		94%	—	—	—	—
評価	平成27（2015）年国勢調査では、計画策定時を下回る52.9%であったものの、全国平均の45.6%を大きく上回り、新潟県平均の52.5%と比較しても、若干上回る状況である。					
	総合評価					D

KPI	結婚活動応援事業による成婚数					
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値			
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)
	17組	30組以上	20組	23組	27組	31組
年度評価		B	B	A	A	A
達成率		67%	78%	90%	103%	103%
評価	計画策定時の17組から14組増加して31組となり、目標値を1組上回った。結婚活動応援事業は、男性の申込者数に対して女性の申込者が少ないことから、女性が参加しやすくなる工夫が必要である。					
	総合評価					A

### ●第2期総合戦略取組の方向性

若者や子育て世代の出会いと交流の場を創出するため、「公民館講座エイジレスコース」の参加者のうち10～40代の割合をKPIとして設定し、イベントを通じた出会いの場の提供や、結婚に関する情報提供に引き続き取り組む。

### (3) 基本目標3 地域の活力を担う人材をつくる

#### ア 基本的方向1 地域産業を担う人材をつくる

KPI	柏崎リーダー塾の卒塾生の地域活動への参画者数							
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値					
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	
	0人	20人以上	13人	24人	24人	29人	29人	
	年度評価		B	S	S	S	S	
達成率		65%	120%	120%	145%	145%		
評価	柏崎リーダー塾は、現在第4期生の研修を行っているが、これまでの卒塾生53人のうち、29人の卒塾生が、柏崎リーダー塾で取り組んだ地域活動の継続や市の附属機関の委員等に就任しており、目標値を上回る結果となった。						総合評価	S

KPI	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							
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値					
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	
	78人	120人以上	78人	102人	118人	131人	145人	
	年度評価		B	B	A	S	S	
達成率		65%	85%	98%	110%	121%		
評価	「ものづくりマイスターカレッジ」において、長期研修や新入社員研修等を継続的に実施した結果、目標値を上回る技能合格者を輩出し、ものづくり技術の継承と人材育成を図ることができた。						総合評価	S

#### ●第2期総合戦略取組の方向性

「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」のKPIを継続し、技能士養成による技術の継承を促進するとともに、生産性の向上や高付加価値化に取り組む企業の人材育成を支援する。

また、柏崎リーダー塾や柏崎・社長のたまご塾などを継続し、未来の柏崎に必要な人材を引き続き育成する。

さらに、将来的に若者の定着に結び付けるため、「市内2大学の入学者数」をKPIとして設定し、市内2大学の学生の確保を支援する。

## イ 基本的方向2 愛着や誇りを育む人材をつくる

KPI	柏崎が好きと思う小中学生の割合（若者住みたい度調査）						
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	81.3%	85.0% 以上	—	—	—	—	80.6%
	年度評価		—	—	—	—	D
	達成率		—	—	—	—	95%
評価	令和元（2019）年度に行った「若者住みたい度調査」の結果、目標値を達成できず計画策定時の数値も下回った。前回の結果と比較しても、大きく変化した要因はなかったが、学年の進行に伴い、「好き」の回答割合が減少し、「どちらかと言えば好き」と「どちらともいえない」の回答割合が増加する傾向がある。						
	総合評価						D

KPI	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）						
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	40.9%	50.0%	—	—	—	—	51.3%
	年度評価		—	—	—	—	A
	達成率		—	—	—	—	103%
評価	令和元（2019）年度に行った「若者住みたい度調査」の結果、目標値を上回る結果となった。前回の結果と比較すると10%以上増加しているが、これは、前回より「どちらともいえない」の回答割合が減少した分、「住みたい」という回答が増加しているためである。住みたいまちの要素としては、「買い物が便利」、「遊ぶ場所の充実」が学年の進行に伴い、大きく増加する傾向にある。						
	総合評価						A

### ●第2期総合戦略取組の方向性

「住みたい度調査」は、5年に1回の調査であることから各年度の実績が把握できないこと、総合戦略推進委員会において、小中学生の好き嫌いを評価指標にしていることへの疑問があったことから、第2期総合戦略では、「柏崎の自然や伝統文化に関するアンケートにおいて、体験したことがあると回答した児童・生徒の割合」をKPIとして設定し、学校における教育活動を通じて、ふるさと柏崎への愛着や誇りの醸成につながる教育を推進する。

#### (4) 基本目標4 定住を促す魅力あるまちをつくる

##### ア 基本的方向1 柏崎らしさを創出する

KPI	地域ブランド調査による全国魅力度ランキング						
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	440位	300位 以内	532位	748位	660位	553位	579位
年度評価		D	D	D	D	D	
達成率		53%	40%	45%	54%	52%	
評価	全国魅力度ランキングは、目標値に到達することなく、計画策定時よりも順位が大きく低下している。このランキングは、全国の20歳から70歳までの消費者が、インターネット調査により回答しているものであるが、具体的な評価項目があるわけではなく、回答者の主観的な評価によるものである。					総合評価	D

KPI	ふるさと応援基金への寄附件数						
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	372件	2,000件	1,623件	2,920件	4,542件	8,504件	13,532件
年度評価		B	S	S	S	S	
達成率		81%	146%	227%	425%	677%	
評価	計画策定時の372件から13,532件へと大きく増加し、目標値の7倍弱に到達している。この増加の要因は、全国的な制度の関心の高まりにタイミングを合わせて、返礼品をより充実したものにリニューアルしたことに加え、ポータルサイトやSNSなど様々な手段を活用した結果である。					総合評価	S

#### ●第2期総合戦略取組の方向性

「柏崎ファンクラブの会員数」や「ふるさと応援基金への寄附件数」をKPIとし、まちの魅力の発信や柏崎を応援する取組を強化するとともに、水球など本市の認知度向上や魅力の形成につながる取組を推進する。

## イ 基本的方向2 若者の定住を促進する

KPI	若者の定住率						
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	60.0% (H22国調)	62.0以上 (R2国調)	63.3% (H27国調)	—	—	—	—
	年度評価		A	—	—	—	—
達成率		102%	—	—	—	—	
評価	平成27(2015)年国勢調査では63.3%となっており、目標値を上回る結果となっている。評価指標として目標値を達成しているものの、少子化により若年人口自体が減少していることから、定着者数も減少している。						
	総合評価					A	

KPI	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						
	計画策定時 (2014年度)	目標値 (2019年度)	実績値				
			平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)
	217人	150人	159人	186人	198人	148人	192人
	年度評価		A	B	B	A	B
達成率		94%	81%	76%	101%	78%	
評価	平成30(2018)年度は、目標値を達成することができたが、それ以外の年度は目標値には届かなかった。計画策定時の217人を上回る転出超過はなかったが、少子化により若年人口自体が減少していることから、人口に占める転出の割合は増加傾向にある。						
	総合評価					C	

### ●第2期総合戦略取組の方向性

若者の転出抑制と地元定着につなげるため、市内の高等学校及び大学の新規卒業者の市内就職率をKPIとして設定し、新卒者の地元企業への就職を支援する。

また、都内における相談窓口の開設などによりU・Iターンを促進するとともに、若者の地元定着につながるよう、柏崎市移住・定住推進行動計画を着実に推進する。

なお、第2期総合戦略では、「転出と転入の差」をKPIとする「転入増加・転出抑制プロジェクト」を重点プロジェクトとして位置付けた。

## 4 おわりに

総合的に評価を行った結果、KPIにおける総合評価は、S「十分達成できた」及びA「達成できた」が過半数を占めている。一方で、人口減少は依然として続いていることから、第1期総合戦略における本市の施策の展開が人口減少を抑制するところまでの成果に結びついていないことを改めて確認した。

第2期総合戦略では、社会動態や自然動態を常に意識しながら、総合戦略に基づく施策やKPIを客観的に評価・検証し、改善していくとともに、総合戦略の推進に結びつく施策を随時検討し、計画に位置付けていく。