平成３０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２９年度実績分）

平成３０年１２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　……………………………………　4

（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、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。

なお、昨年度までの進行管理では、達成状況を目標値と実績値の割合（%）で表示していましたが、今年度から進行管理を実施している第五次総合計画の評価基準に合わせ、以下の（3）のとおりとします。

⑴ 総合戦略の期間

平成 27（2015）年度から 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 総合戦略の目標指標の評価基準

目標年度である 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

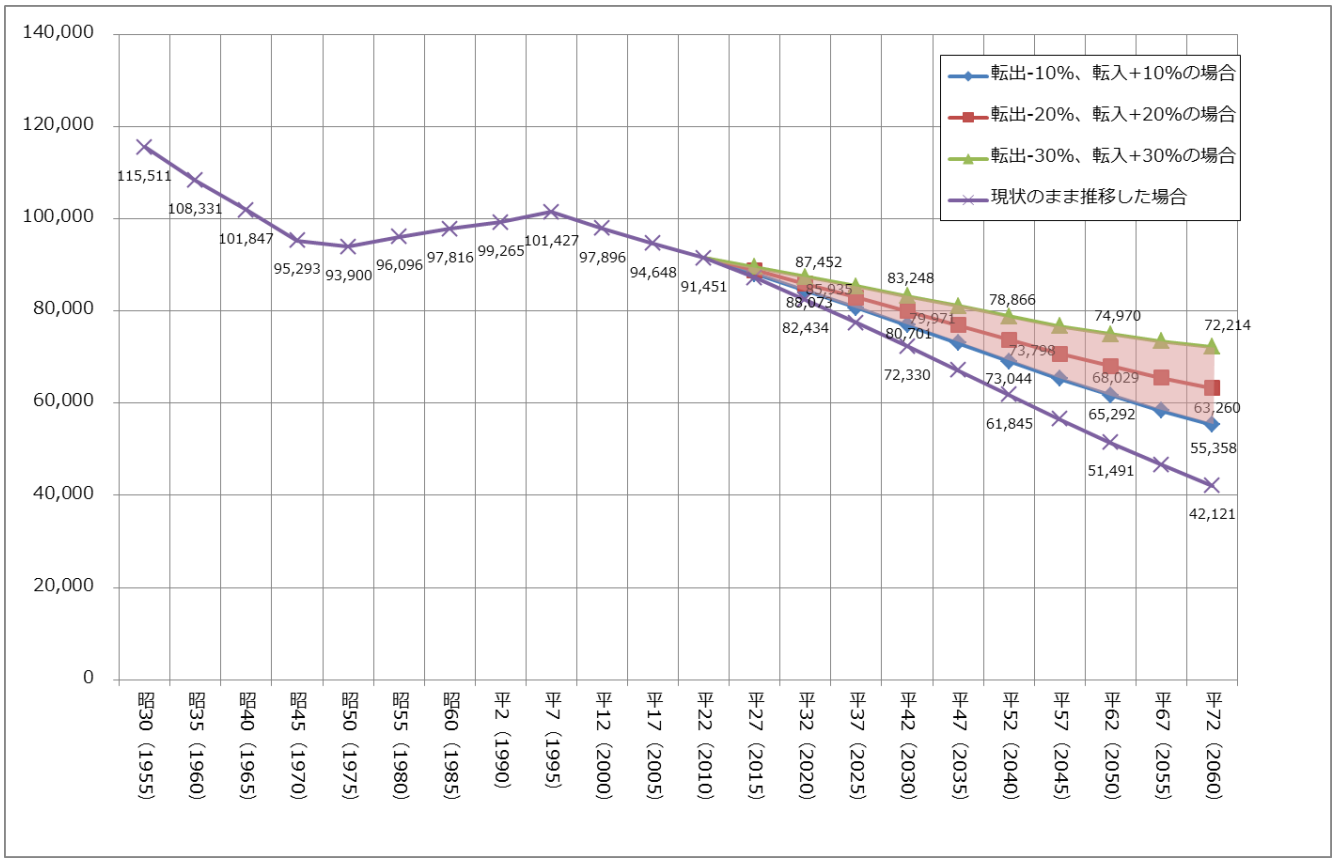
本市の人口は、昭和 30（1955）年から昭和 50（1975）年にかけて減少していたものの、昭和 50（1975）年から平成 7（1995）年にかけては北陸自動車道の全線開通や市内二大学の開学などのほか、原子力発電所の建設、全号機運転開始などの大型プロジェクトによって、増加に転じました。

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。

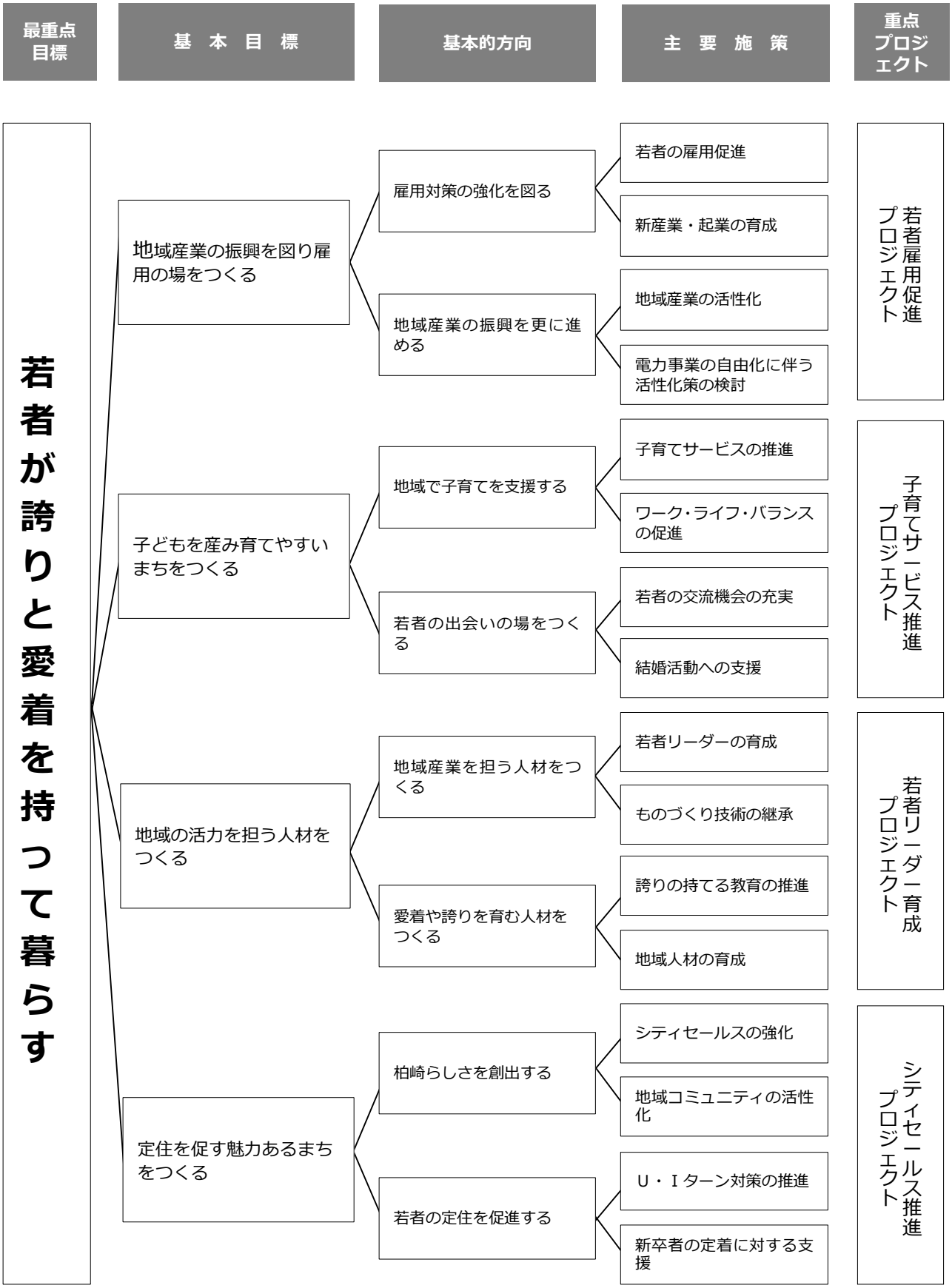
特に、女性を中心とした若い世代の都市部への流出は顕著となっており、現状のまま推移した場合、2060 年に総人口は 42,121 人になることが予測されます。

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、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



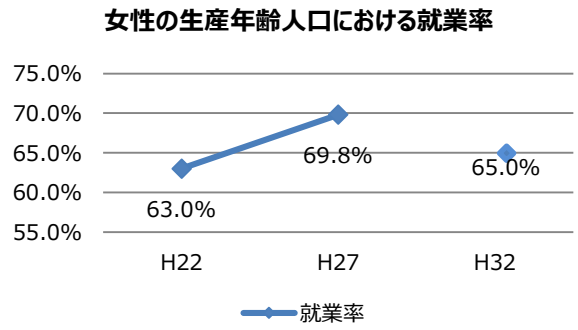
4　目標別の総合戦略の進行管理

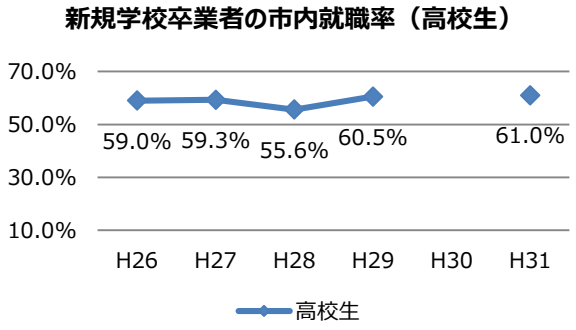
第１節　地域産業の振興を図り雇用の場をつくる

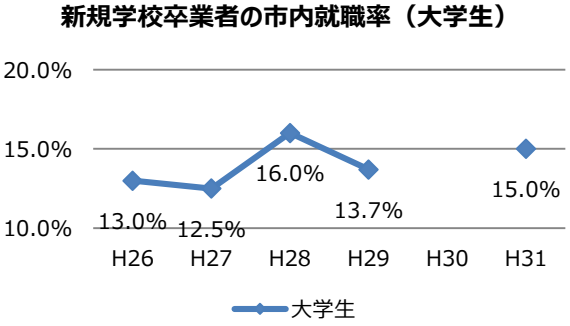
地方創生の実現に向けての方向	若者が将来に夢を持ち、安心して暮らし続けることができるよう、地場産業の活性化を更に進めながら、新しい産業の創出や起業育成に積極的に取り組むことにより、雇用の場の確保に努めます。

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）	（H28）	現状（H29）	目標値（H31）	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）	―	69.8%（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%	55.6%	60.5%	61.0%	B
		市内大学	13.0%	16.0	13.7%	15.0%	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

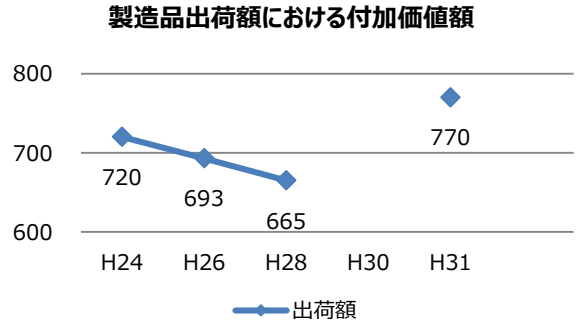
主要施策（１）　若者の雇用促進　≪重点プロジェクト≫	担当課：商業観光課、元気発信課
主な取組と成果	３５歳未満の若者・障害者等をトライアル雇用する市内事業所に対し、国の制度に上乗せして奨励金を交付する事業を実施した（１０事業所、１９人分）。 地元企業の情報提供・就労支援を実施するため、ワークサポート柏崎を開設して相談を受け付け、地元企業への就職につなげた（相談者数延べ１，３０７人、就職者数４３人）。 管内企業説明会を実施し、管内への就職を支援した（５月大学生等、７月高校３年生、８月高校１，２年生）。 雇用促進協議会のホームページをリニューアルし、情報提供環境を改善した。 市内２大学において、市内企業等への求人開拓、インターンシップの仲介及び学生に対する就職相談などを行った。また、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す事業に要した経費の一部を補助した。 女性活躍の推進のため、経営者・管理者・人事担当者・女性従業員向けのセミナーを実施した（実施回数３回、参加者数３５社５４人）。あわせて、企業向けに女性従業員が働きやすい職場環境づくりを支援する補助事業を実施したものの申請はなかった。（商業観光課）

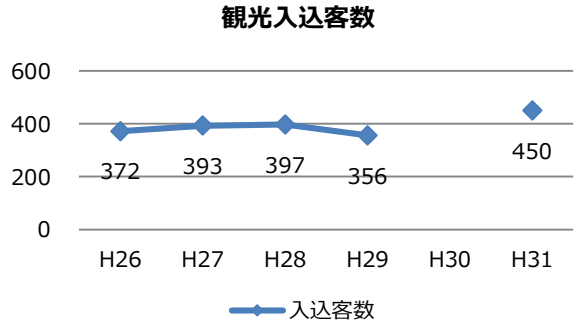
	柏崎市Ｕ・Ｉターン情報プラザを設置し、移住・転職に関する相談を受けるとともに、企業・大学訪問を行った（相談件数１１４件、訪問数５８４件)。また、相談業務は、情報が集まる市役所本庁に移管し、サテライトも併設することで強化を図った。（元気発信課）
課題と今後の展開	【課題】 若年者の離職率は他の年代に比べて高いことから、離職を防ぐためのマッチングが必要である。 全国的に若年無業者の割合が増加傾向にあり、かつ、企業の人手不足も深刻化している。 生産年齢人口の減少及び好景気の影響により、市内企業の求人難は継続している。加えて、市外企業からの求人が増えており、卒業生の市外流出リスクが高まっている。 企業によって女性登用に対する意欲に差があり、意欲に乏しい経営者等も含め、啓発していく必要がある。（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、情報強化の取組が必要である。（元気発信課） 【今後の展開】 ３５歳未満の若者・障害者等をトライアル雇用に対する国の制度は、毎年度変わることから、今後も、市のトライアル雇用奨励金など事業の必要性について検討する。 引き続き専門知識を有する者による若者の就労支援を実施する。また、女性活躍の推進については、国の働き方改革関連事業及び新潟県のワーク・ライフ・バランス関連事業の動向を踏まえ、企業の取組を更に促進する方法を検討する。 雇用促進協議会の地元定着事業は、４年目を終えており、新たな事業について研究・検討する。 これまでの施策を継続するとともに、２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、市内企業と学生との関わりを作る取組を進める。 （商業観光課） 相談窓口に移住・定住に係る明確なインセンティブの提示及び周知を通じて地元回帰志向を高める。また、過去の相談内容を分析するとともに、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で、若者移住・定住を推進する。（元気発信課）
主な事業	・介護職員就支援事業（介護高齢課） ・看護師就職支援事業（国保医療課） ・青年就農支援事業（農政課） ・大学生就職促進事業（商業観光課） ・若年者トライアル雇用促進事業（商業観光課） ・若年者就労支援事業（商業観光課） ・雇用促進事業（商業観光課） ・女性活躍推進事業（商業観光課） ・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）
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・創業希望者の発掘と育成を図るため、平成２７年度に策定した柏崎市創業支援事業計画に基づき「かしわざき創業挑戦塾支援補助金」及び「かしわざき創業者支援補助金」を創設するとともに、「創業支援利子補給金」を拡充した。あわせて、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、創業に関する相談・育成環境を整備した（支援（補助）による創業者延べ２４人)。（商業観光課） 地域の特色をいかした製品開発、新サービスの可能性を探るため、異業種の連携・交流によるＩｏＴの活用や新技術・新製品の研究開発に対して支援を行った。（ものづくり振興課）
課題と今後の展開	【課題】 創業に対するハードルは多岐にわたることから、資金面以外での支援についても検討し、創業しやすい環境を更に整えていく必要がある。（商業観光課） 受注状況が好調な現状において、景気悪化への備え、経営基盤の強化を図るためにも、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】 柏崎市創業支援事業計画の計画期間は平成３１年度終了する。平成３２年度以降は、創業支援事業者の意見なども踏まえた上で、より実態に即した支援を実施していく。（商業観光課） 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ともに企業側の課題を把握し、その解決に向け、それぞれのノウハウを最大限に生かしながら、ＩｏＴの活用や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） ・創業支援事業（商業観光課） ・新産業創出支援事業（ものづくり振興課）

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）	（H28）	現状（H29）	目標値（H31）	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）	693 億円（H26）	665 億円（H28）	770 億円以上	C
2	観光入込客数（商業観光課）	372 万人	397 万人	356 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して補助金を交付したほか、産学の共同研究による製品開発を支援した。（ものづくり振興課） ぱくもぐフェアや柏崎地場産ランチフェア、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。外国人に対するおもてなしの実践を通じて、着地型観光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】 労働力不足を補い、競争力強化を図るため、生産性向上や高付加価値化に向けた設備更新が求められる。（ものづくり振興課） これまで期間限定で柏崎地場産ランチフェアを開催してきたが、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。ぱくもぐフェアは、平成２７年度から柏崎農業まつりと同時開催してきたが、イベントを一本化し、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の集客力のあるイベントを、更に幅広い経済効果につなげる必要がある。（商業観光課）

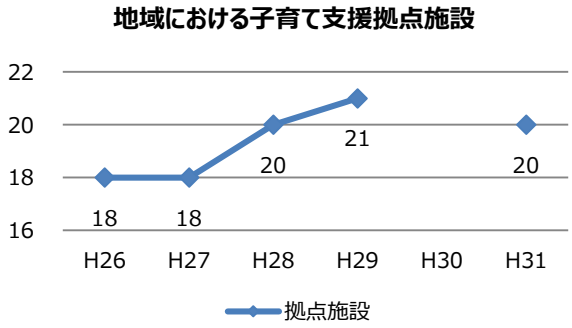
	【今後の展開】 　生産性向上や競争力強化への積極的な投資により、ものづくり産業を牽引していく中核となる企業を後押しし、産業全体の活性化を図る。（ものづくり振興課） 　年間を通して地元食材を提供している飲食店、旅館・店舗、製造業者等を、食の地産地消推進店として登録し、店舗に推進店登録証を設置することで、地場産食材の利用を促進する。また、市内の関係団体等で実行委員会を組織し、食を中心とした一大イベント「秋の収穫祭」を開催し、市内外へ柏崎産の農産物、加工品、柏崎グルメのＰＲを図る。 　園芸との複合経営、六次産業化を推進するための支援として補助金を交付し、農業経営の安定化を図る。また、地域の担い手を確保するため、Ｕ・Ｉターン者への新規就農に必要な経費の一部を支援する。（農政課） 　来訪者の満足度の向上を図り、長期滞在やリピーターの獲得につなげる。（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） ・新技術・新製品研究開発支援事業（ものづくり振興課） ・地域営農支援事業（農政課） ・食の地産消推進事業（農政課） ・インバウンド推進事業（商業観光課） ・かしわざき魅力再発見・誘客推進事業（商業観光課） ・広域観光推進事業（商業観光課） ・女性活躍推進事業　（再掲 ）（商業観光課）
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	「柏崎市地域エネルギービジョン」の基本施策において、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「地産地消エネルギーの活用推進に向けた地域エネルギー会社の設立検討」を掲げ、今後発展が予想される再生可能エネルギービジネスへの対応を記載した。（電源エネルギー戦略室） 　新規立地に結び付かなかったものの、電気料金補助などの優遇制度を全面に押し出し、企業訪問活動を行った。（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、民間の電力事業参入の意思が必要であるが、その機運醸成には時間を要する。（電源エネルギー戦略室） 　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が最大の課題である。（ものづくり振興課） 【今後の展開】 　地域資源である再生可能エネルギーを活用し、地産池消に向けた地域エネルギー会社の設立について検討する。（電源エネルギー戦略室） 　電気料金の優遇制度という本市の強みを活かした誘致活動を展開していく。（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） ・次世代エネルギー活用推進事業（電源エネルギー戦略室） ・次世代エネルギー活用研究事業（電源エネルギー戦略室）

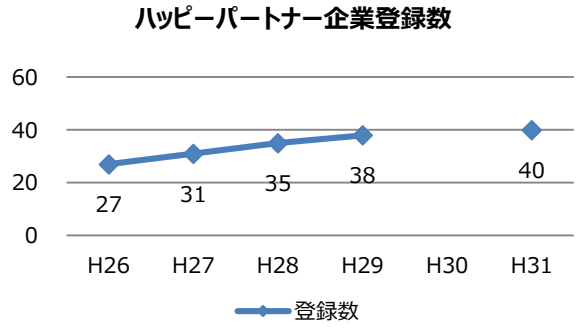
第２節　子どもを産み育てやすいまちをつくる

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)	(H28)	現状(H29)	目標値(H31)	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	20 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	35 社	38 社	40 社以上	A





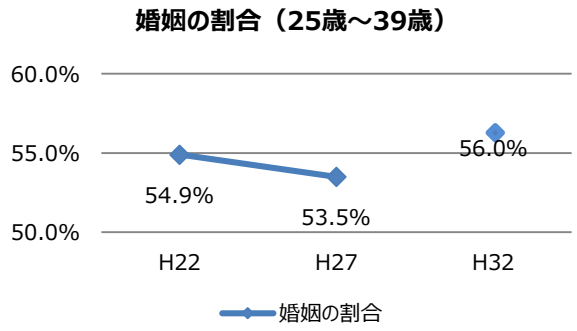
ＫＰＩの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

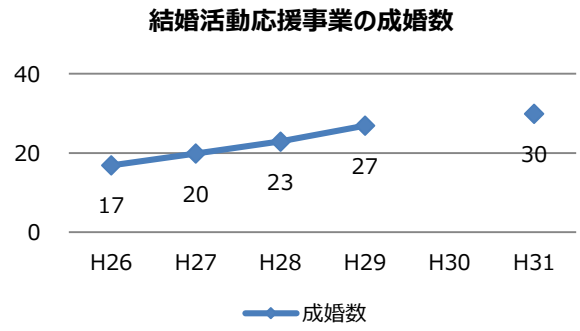
主要施策（１）子育てサービスの推進　≪重点プロジェクト≫	担当課：子育て支援課、保育課
主な取組と成果	柏崎さくら保育園の子育て支援室を新たに加え、支援室２０か所、元気館ジャングルキッズと合わせて２１か所の子育て支援拠点施設で事業を実施した。また、未就園児及び保護者の交流の場、子育て情報提供の場、さらに、保護者の相談助言の場でもあり、未就園児を持つ保護者の子育て不安を軽減できた。（保育課） 児童クラブにおいて、縦割り班（異学年の児童で構成される班）で過ごすことにより、団体生活のルールを学ぶことができるほか、児童が中心となって行事の企画や作品の作成などを行うことにより、児童の自主性を養い、児童の健全育成を図ることができた。また、保護者の就労等を支援することができた。（子育て支援課）
課題と今後の展開	【課題】 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） 送迎の要望に対応できるファミリーサポートセンター会員や放課後児童支援員の確保が必要である。（子育て支援課） 【今後の展開】 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） 児童クラブの運営については、社会福祉協議会へ委託する。（子育て支援課）
主な事業	・地域子育て支援拠点事業（保育課） ・子育て短期支援事業（子育て支援課） ・放課後児童健全育成事業（子育て支援課） ・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） ・女性活躍推進事業（再掲）（商業観光課）

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の申請件数は３件、男性の育児休業取得促進事業への申請件数は１件であった。 ワーク・ライフ・バランスセミナーを開催し、事業者を中心に参加いただき、ワーク・ライフ・バランスの理解を深めることができた（参加者数３２人）。 また、女性のための再就職応援セミナーを開催し、再就職に関心のある子育て中の母親に参加いただき、仕事と家庭生活の両立についての理解を深めることができた（参加者数７人）。（人権啓発・男女共同参画室）
課題と今後の展開	【課題】 育児休業の促進を図るため、ハッピーパートナー企業への登録事業者を増やすことが必要である。 ワーク・ライフ・バランスの実現には、企業側の協力と改善意欲が必要であり、多くの企業担当者や経営者から参加してもらうことが重要である。（人権啓発・男女共同参画室） 【今後の展開】 ハッピーパートナー企業の周知を強化する。 企業側から関心を持ってもらえる研修会を実施し、企業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を支援する。（人権啓発・男女共同参画室）
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） ・乳幼児健康支援デイサービス事業（病児保育事業）（保育課） ・延長・休日保育事業（保育課）

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）	（H28）	現状（H29）	目標値（H31）	達成状況
1	婚姻の割合（25 歳～39 歳）（企画政策課）	54.9%（H22 国調）	－	53.5%（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	23 組	27 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４つの事業を実施し、３４組のカップルが成立した（参加者数男性８０人、女性８１人）。スタッフの丁寧な支援によりマッチング率が高まり、事業開始の平成２２年度以来２７組の成婚につなぐことができた。（子育て支援課） １８歳以上の市民を対象に、趣味による仲間づくりにつなげるため、運動や料理等をテーマに４３のエイジレス講座を実施した。（文化・生涯学習課）
課題と今後の展開	【課題】 事前セミナー及びイベントの女性参加者が少ないことから、結婚につながる効果的な取組を検討する必要がある。（子育て支援課）

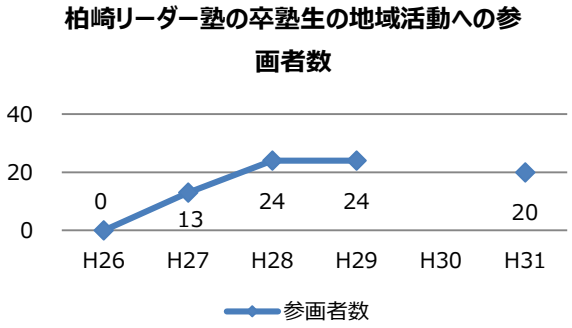
	２０代３０代のエイジレス講座の受講者は、全体の２割程度であるため、受講者数を増やす必要がある。（文化・生涯学習課） 【今後の展開】 成婚数の増加につなげるため、めぐりあい事業実行委員会と協力しながら、婚活イベントでの丁寧な対応や、市外からの参加者を取り込み、女性の参加者数の拡大を図ることで成婚数の増加につなげる。（子育て支援課） ２０代３０代の市民ニーズに応じた講座を企画する。（文化・生涯学習課）
主な事業	・公民館講座運営事業（エイジレス講座運営事業）（文化・生涯学習課） ・地域で育む子ども育成事業（文化・生涯学習課） ・結婚活動応援事業（子育て支援課）

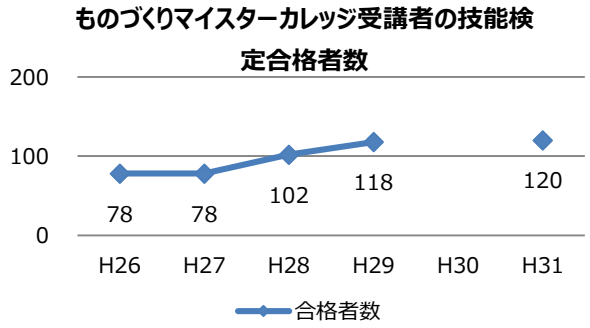
第３節　地域の活力を担う人材をつくる

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）	（H28）	現状（H29）	目標値（H31）	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	24 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	102 人	118 人	120 人以上	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

次世代の柏崎のリーダーを育成するため、柏崎リーダー塾第３期生を公募し、若手リーダーの育成に努めた。また、卒塾生は、各種行政機関等の委員に就任したほか、地域課題に対し自主的な取組を進めた。さらに、塾生出身企業へのアンケートを実施し、次年度に向けた課題等の整理を行った。

市内２大学において、地域課題や柏崎の個性・魅力づくりに関する調査研究、地域貢献・地域との連携に関する事業、大学の魅力づくりに関する事業などの取組を実施した。また、ニコニコ通り商店街の空き店舗を二大学で共同利用し、大学の魅力づくり・魅力発信に関する事業、商店街との連携・商店街の活性化に関する事業などの取組を実施した。これらの委託事業により、学生が地域への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）

創業に必要な知識を学ぶ場として、柏崎信用金庫（柏崎広域ビジネス応援ネットワーク代表機関）と共催で柏崎・社長のたまご塾を開催し、創業希望者の人材育成を進めた（Ｈ２７～２９年延べ受講者数９２人）。（商業観光課）

課題と今後の展開

【課題】

塾生出身企業へのアンケート結果を受け、カリキュラム等を改善するなど、応募しやすい体制づくりが必要である。

大学との連携事業は、固定化している傾向があるため、内容を見直す必要がある。（企画政策課）

受講後、創業に至らない創業希望者について、創業に向けたフォローを行っていく必要がある。（商業観光課）

【今後の展開】

第４期に向けた準備、検討を進め、地域リーダーを増やしていく。

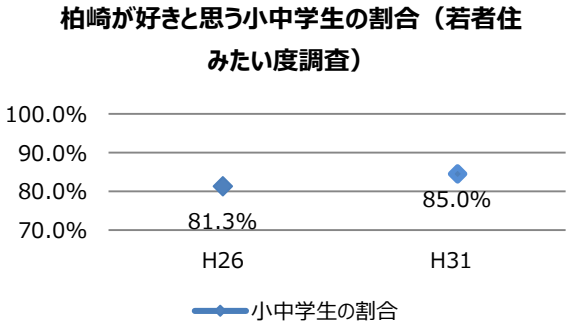
大学の専門知識を活用する必要がある場合に連携した活動を行う。（企画政策課）

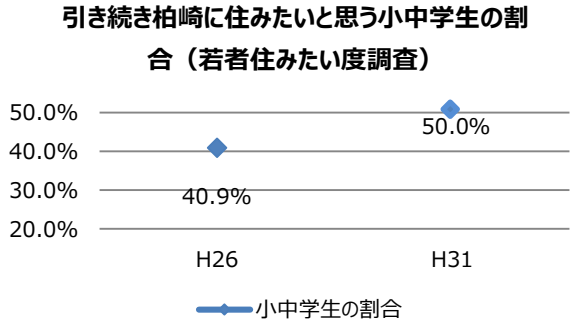
柏崎市創業支援事業計画の計画期間が平成３１年度までとなっていることから、受講生や創業者の意見を踏まえた上で内容を見直しながら継続する。（商業観光課）

主な事業	・柏崎リーダー塾事業（企画政策課） ・創業支援事業（柏崎・社長のたまご塾事業）（再掲）（商業観光課） ・大学との連携・協働事業（企画政策課）
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	ものづくりマイスターカレッジを通じ、製造業の若手従業者の技能向上を図るとともに、工業高校生のインターンシップや実務型職業体験により、ものづくり産業・企業に対する理解促進に取り組んだ。
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、製造業に対するマイナスイメージの払しょく等、理解を促進する必要がある。 【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）

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）	（H28）	現状（H29）	目標値（H31）	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）**※来年度以降調査予定**	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）**※来年度以降調査予定**	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	キャリア講演会、職場体験学習への支援、「柏崎学」指導資料集の作成に取り組んだ。この一環として開催した「お仕事体験塾」における児童アンケートでは、８６．０％が「将来柏崎市で働きたい」と答えた（参加小学生７４１人）。また、中学生を対象とした職場体験学習の協力事業所として１３０事業所から登録いただいた。（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するとともに、新たに博物館においても閲覧できるようにコーナーを設けた。また、資料等のデジタル化については、大人向けのＷＥＢミュージアムで、新たに５件の文化財を高精細画像で撮影して公開した。（博物館） 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、活用した。これにより、より親近感を持つ講義内容となり、学習効果の高い講座となった。また、受講者にとって、住んでいながら知らなかったこと、気づかなかったことを学ぶ機会となり、柏崎への誇りや愛着を持つ又は再確認することにつなげられた。（文化・生涯学習課）

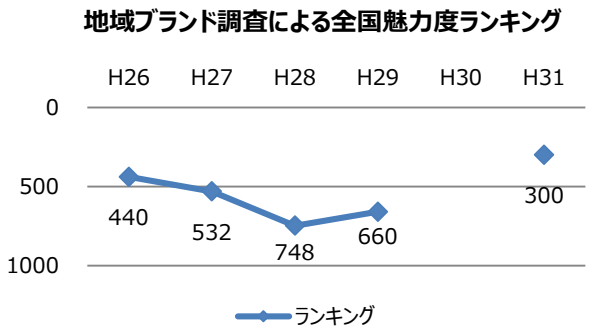
課題と今後の展開	【課題】 子どもの未来を拓く「柏崎学」等推進事業では、５日間の職場体験を奨励したが、受入れ登録事業所数は不十分である。（学校教育課） ＷＥＢミュージアムについては、文化財等資料の高精細画像撮影経費が高額であることから、単年度における新規更新件数は限定的であり、長期継続することが必要である。（博物館） かしわざき市民大学事業では、若い世代の受講者数を増やす必要がある。（文化・生涯学習課） 【今後の展開】 「柏崎学」（キャリア教育）推進のパンフレットを作成し、各事業所に未来を拓く柏崎の子どもたちへの協力に対する認識を高めてもらい、職場体験協力事業所への登録を働きかける。（学校教育課） 大人向け及び子ども向けのＷＥＢミュージアムの継続的運用とともに、新規資料画像を撮影し、更新する。（博物館） 中学生・高校生を対象とした講座を実施するとともに、市内の大学生を含む若い世代を取り込めるような講座の実施に向けて、講座テーマや講師の選定に取り組む。（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） ・ＷＥＢミュージアム推進事業（博物館） ・市民大学運営事業（文化・生涯学習課） ・かしわざきこども大学事業（子育て支援課）
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	市民活動センターにおいて、さまざまな団体、年代が集える交流会を実施した。交流会に参加した方が、新たな参加者を呼び込む好循環が生まれ、参加した団体間に新たな交流が生まれた。このような交流会を通し、市民、団体がつながるとともに、「協働のまちづくり」の推進が図られた。 市民活動の拠点である市民活動センターの運営管理に民間のノウハウを生かせるよう、平成３０年度からの指定管理制度導入に向け選定作業を行い、指定管理者を決定した。（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みとして、防災士養成講座を開講し、地域及び事業所等が推薦した３５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】 市民活動センターの運営管理が、公共性を維持しつつ民間事業者の能力が活用できているかなども含めて、適切に行われているかモニタリングが必要である。また、次世代の地域活動を担う人材の掘り起こし、育成が必要である。（市民活動支援課） 自主防災組織のリーダーを育成するため、防災士養成講座をさらにＰＲしていく。また、防災士資格取得者のスキルアップにつながるフォローアップ研修の充実を図っていくとともに、地域防災力向上のため、資格取得者の活動状況の把握に努める。（防災・原子力課） 【今後の展開】 原則、指定管理者が市民活動センターの運営管理を行うが、協働のまちづくりの観点から指定管理者と行政が適切な関係を保ちながら、民間の柔軟な発想により地域活動が活発になり、地域活動を担うリーダーと活動団体が育成される体制を構築する。（市民活動支援課） 各地域の自主防災会組織に防災士資格取得者を配置するよう人材育成に努める。（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） ・（仮称）まちづくり担い手育成事業　（市民活動支援課） ・自主防災組織育成事業（防災・原子力課）

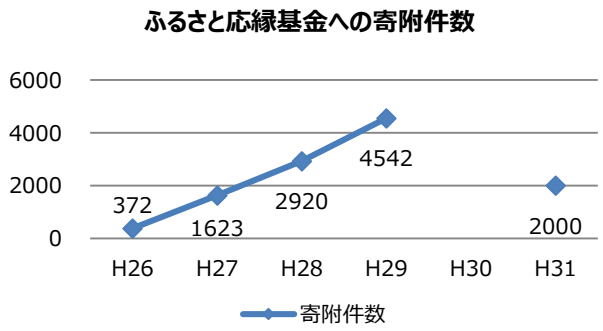
第４節　定住を促す魅力あるまちをつくる

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）	（H28）	現状（H29）	目標値（H31）	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	748 位	660 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	2,920 件	4,542 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

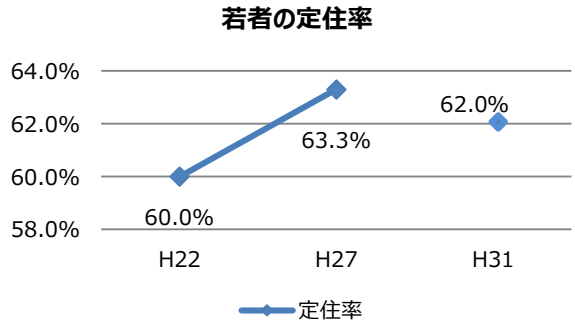
主要施策（１）シティセールスの強化　≪重点プロジェクト≫	担当課：元気発信課

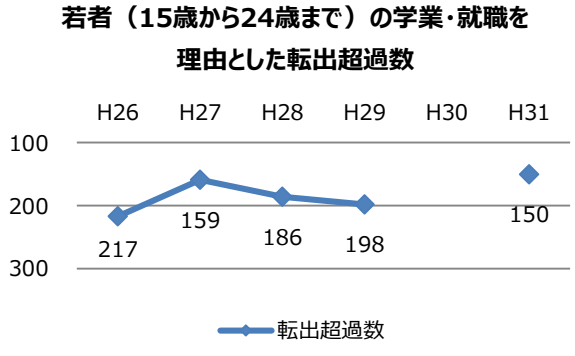
主な取組と成果	柏崎シティセールス推進協議会と連携を図り、柏崎ファンクラブ会報誌を創刊し、会員への発送のほか市内全戸に配布し、会員の主体性に基づく柏崎を応援する活動を促進した。なお、会報誌では、本市のシティセールスの目的と柏崎ファンクラブ会員の役割について情報発信した。 また、市や協議会のホームページ又はＳＮＳによる情報発信、市内外での各種イベントでの入会促進のためのＰＲ、ふるさと納税専用サイトからの寄附者を柏崎ファンクラブへの入会につなげる仕組みを構築し、３，０００名を超える会員の拡大を実現した。 雇用及びＵ・Ｉターン、シティセールスを一体的に推進するための部署を設置するとともに、全庁的な取組へと展開するための指針として、柏崎市移住・定住推進行動計画を策定した。 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、市内高校同窓会へのＰＲ、市外イベントへの出展により３，０００件の目標に対して４，５４２件の寄附が寄せられた。
課題と今後の展開	【課題】 これまでのＰＲ活動を通じた柏崎ファンクラブの存在は、市内外において一定の認知獲得に至っているものの、柏崎ファンクラブの存在が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ことから、特に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、お礼品の充実のほか、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。 【今後の展開】 入会促進活動をベースとしつつ、柏崎へのＵ・Ｉターンなどの人の流れ、地域への経済効果などの成果につながるよう、会員一人ひとりが柏崎への思いを具現化できる仕組みや機会の充実、多種多様な活動が展開できる資金確保に向けた仕組みの構築及び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、クラウドファンディング型の手法を検討し、一層、寄附者からの共感と寄附を得ることができる仕組みの構築と運用を図る。
主な事業	・柏崎シティセールス推進事業（元気発信課） ・ふるさと応縁事業（元気発信課）

	・道の駅誘客宣伝事業（商業観光課） ・景観形成推進事業（都市政策課） ・（仮称）海の柏崎「４２㎞岸活用」事業（商業観光課） ・柏崎産米ブランド化推進事業（農政課） ・水球のまち柏崎推進事業（水球のまち推進室）
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事業の充実を図った。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、会費負担軽減、事業のマンネリ化及び参加者の固定化・減少等が課題である。 【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の参加を呼びかけるとともに、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） ・空き家対策事業（建築住宅課） ・地域参画型生活交通確保事業（企画政策課）

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）	（H28）	現状（H29）	目標値（H31）	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）	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	186 人	198 人	150 人以下	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）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、Ｕ・Ｉターンを経験した庁内若手職員及び市民の協力を得て『柏崎移住ガイドブック Kashiwazaki LIfE』を作成した。 また、都内でＰＲイベント及び移住セミナーを主催したほか、新潟県が主催したセミナー等への出展や、イベント開催時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、駅前に柏崎市Ｕ・Ｉターン情報プラザを常設し、市内企業の求人情報の収集と、主

	に首都圏などに子どもがいる市内の保護者や家族の相談対応を実施した。 　また、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、奨学金償還補助の利用促進を図るとともに、U・Ｉターンで市内に就職した若者への助成制度の新設により施策の充実を図った。（元気発進課） 　都市部の若い人材を地域社会の担い手として新たに受け入れ、地域活性化につなげる地域おこし協力隊に関する説明会を市内１０会場で実施した（参加者数１５２人、１０７団体）。 　説明会後、４つの地域から受入れに前向きな反応があった。また、説明会の開催により、地域が課題等を考え直すきっかけとなった。（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重要である。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） 地域おこし協力隊は、地域活性化の起爆剤となり得るが、まずは地域が課題を洗い出し、受入れに向けた地域の意思統一を図れるかが重要な課題である。（市民活動支援課） 【今後の展開】 　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図るため、U・Ｉターンの促進に資する機能を広報部門を含めて集約し、各事業を有機的に結び付けるコーディネート機能を持たせた体制づくりを進める。（元気発進課） 　受入れに前向きな地域については、協力隊が入ることによって、市内の若者が地域活性化に興味を持ってもらえる仕掛けを展開する。（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） ・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）
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	管内企業説明会を実施し、管内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）。 　市内２大学において、市内企業等への求人開拓、インターンシップの仲介及び学生に対する就職相談などを行った。また、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す事業に要した経費の一部を補助した。 　雇用促進協議会のホームページをリニューアルし、情報提供環境を改善した。（商業観光課） 　少子化の進行により、学生確保を巡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を実施した。学生募集の取組の効果もあり、平成３０年度の２大学合計で入学者数は、１３人（＋９．５％）増加した。また、地域に関する調査研究を実施することで、学生の地域理解が深められたとともに、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の影響により、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。 　若年者の離職率は他の年代に比べて高いことから、離職を防ぐため、マッチングが必要である。（商業観光課） 　市内学生の地元定着に直接結びつく施策が必要である。（企画政策課） 【今後の展開】 　これまでの施策を継続するとともに、２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、市内企業と学生との関わりを作る取組を進める。 　雇用促進協議会の地元定着事業は、４年目を終えており、新たな事業について研究・検討する。（商業観光課） 　より多くの学生が大学に集い、地域を理解してもらうため、継続して学生確保支援等を行っていく。また、さらなる地元定着つながる施策を検討していく。（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） ・雇用促進事業（再掲）（若者地元定着事業（キャリア教育講演会・地元企業ＰＲ説明））（商業観光課） ・人材育成支援事業（再掲）（高校生インターシップ支援事業）（商業観光課） ・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） ・大学生就職促進事業 （再掲）（商業観光課）