

第2期東松山市 まち・ひと・しごと創生総合戦略

住みたい、働きたい、訪れたい 元気と希望に出会えるまち 東松山

令和3年度(2021年度)～令和7年度(2025年度)

第2期東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略

目次

1	基本的な考え方.....	1
	（1）国の総合戦略との関係.....	1
	（2）主旨と位置付け.....	2
	（3）計画期間.....	2
	（4）将来像.....	3
	（5）推進体制.....	3
	（6）進行管理.....	4
2	総合戦略のこれまでの取組.....	5
	（1）第1期総合戦略の取組.....	5
	（2）市民アンケート調査結果.....	10
3	第2期総合戦略の方向性.....	13
	（1）取組の基本的方向性.....	13
	（2）第2期総合戦略の新たな視点.....	14
4	基本目標及び施策.....	16
	（1）基本目標1 魅力を高め、新たな人の流れをつくる.....	18
	（2）基本目標2 産業を振興し、働きたいまちをつくる.....	21
	（3）基本目標3 結婚・出産・子育ての希望がかなうまちをつくる.....	25
	（4）基本目標4 安心して快適なまちをつくる.....	28
	（5）基本目標5 住み慣れた地域で健やかに暮らせるまちをつくる.....	32
	（6）横断的な目標1 多様な人材の活躍を推進する.....	35
	（7）横断的な目標2 新しい時代の流れを力にする.....	35
	（8）その他の取組.....	36

1 基本的な考え方

(1) 国の総合戦略との関係

国が策定した「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」における地方創生の目指すべき将来や政策5原則を基に、本市における人口減少・少子高齢化に的確に対応するため、東松山市版人口ビジョンを作成した上で、まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立を目指します。

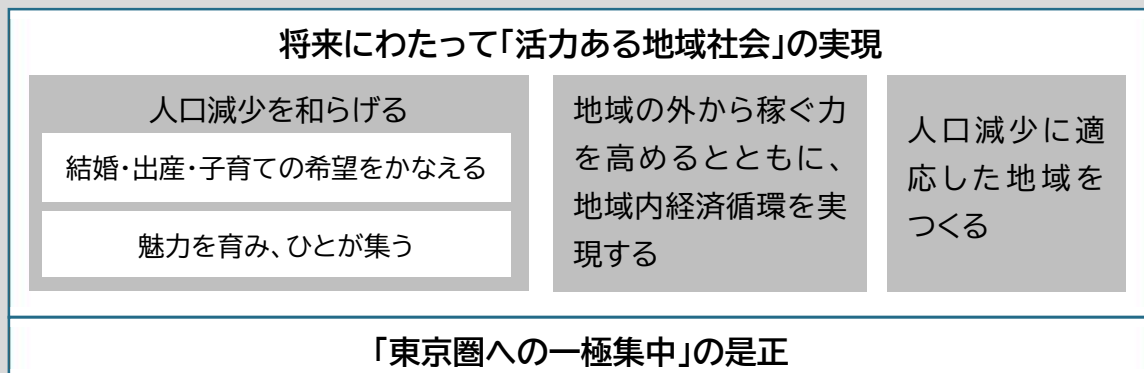
《参考》「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」における目指すべき将来と政策5原則

1. 地方創生の目指すべき将来

(課題)・人口減少・東京圏への一極集中の進行により、地方社会の担い手が減少し、地域経済が縮小。更に人口減少を加速させ負の連鎖に陥る

- ・「まち」の機能が低下し、地域の魅力・活力が損なわれ、生活サービスの維持が困難になる
- ・首都直下地震などの巨大災害による被害が大きくなる

⇒『将来にわたって「活力ある地域社会」の実現』と『「東京圏への一極集中」の是正』を共に目指す



2. まち・ひと・しごとの創生に向けた政策5原則

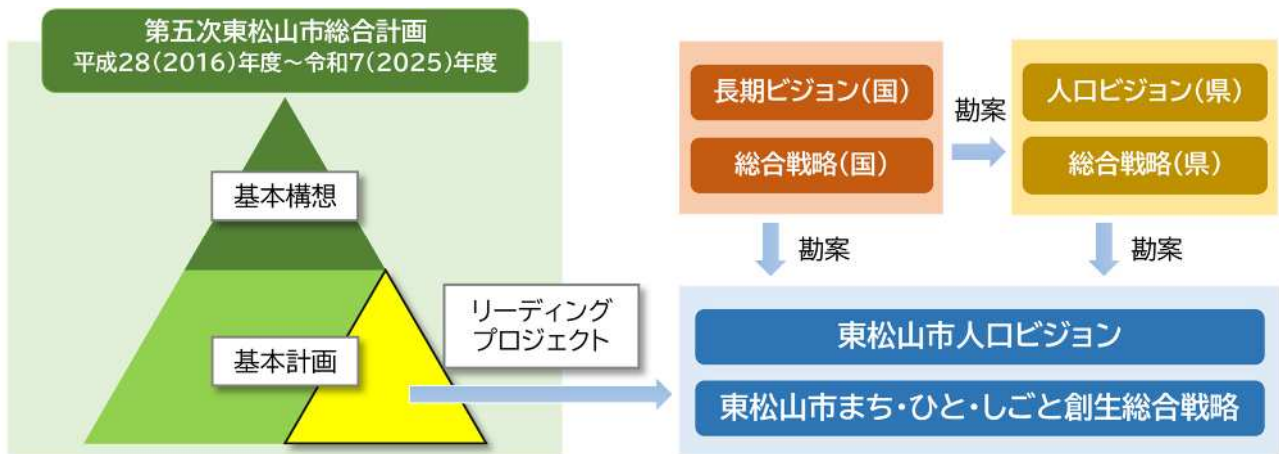
- (1) 自立性
地方公共団体・民間事業者・個人等の自立につながるような施策に取り組む。
- (2) 将来性
施策が一過性の対症療法にとどまらず、将来に向かって、構造的な問題に積極的に取り組む。
- (3) 地域性
地域の強みや魅力を活かし、その地域の実態に合った施策を、自主的かつ主体的に取り組む。
- (4) 総合性
施策の効果をより高めるため、多様な主体との連携や、他の地域、施策との連携を進めるなど、総合的な施策に取り組む。その上で、限られた財源や時間の中で最大限の効果を上げるため、直接的に支援する施策に取り組む。
- (5) 結果重視
施策の結果を重視するため、明確なPDCAメカニズムの下に、客観的データに基づく現状分析や将来予測により短期・中期の具体的な数値目標を設定した上で施策に取り組む。その後、政策効果を客観的な指標により評価し、必要な改善を行う。

(2) 主旨と位置付け

第2期東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法に基づき、国の長期ビジョン及び総合戦略の主旨を尊重しながら本市における人口の現状分析を行い、認識を共有し人口の将来展望を示した上で、今後5か年の施策の方向を示すものであり、市民、事業者、行政など市全体で共有する計画として位置付けます。

また、第五次東松山市総合計画後期基本計画との整合を図っており、基本計画におけるリーディングプロジェクトとしての役割も担うこととしています。

今後は、この総合戦略に基づき、人口減少や少子高齢化など本市が持つ課題への対応を戦略的に進めることにより、まち・ひと・しごとの創生につなげ、将来に向けて持続可能なまちを目指します。



(3) 計画期間

令和3年度から令和7年度までの5年間とします。

	平成27年度 (2015)	平成28年度 (2016)	平成29年度 (2017)	平成30年度 (2018)	令和元年度 (2019)	令和2年度 (2020)	令和3年度 (2021)	令和4年度 (2022)	令和5年度 (2023)	令和6年度 (2024)	令和7年度 (2025)
第五次総合計画	基本構想										
	前期基本計画						後期基本計画				
総合戦略	まち・ひと・しごと創生総合戦略					延長	第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略				

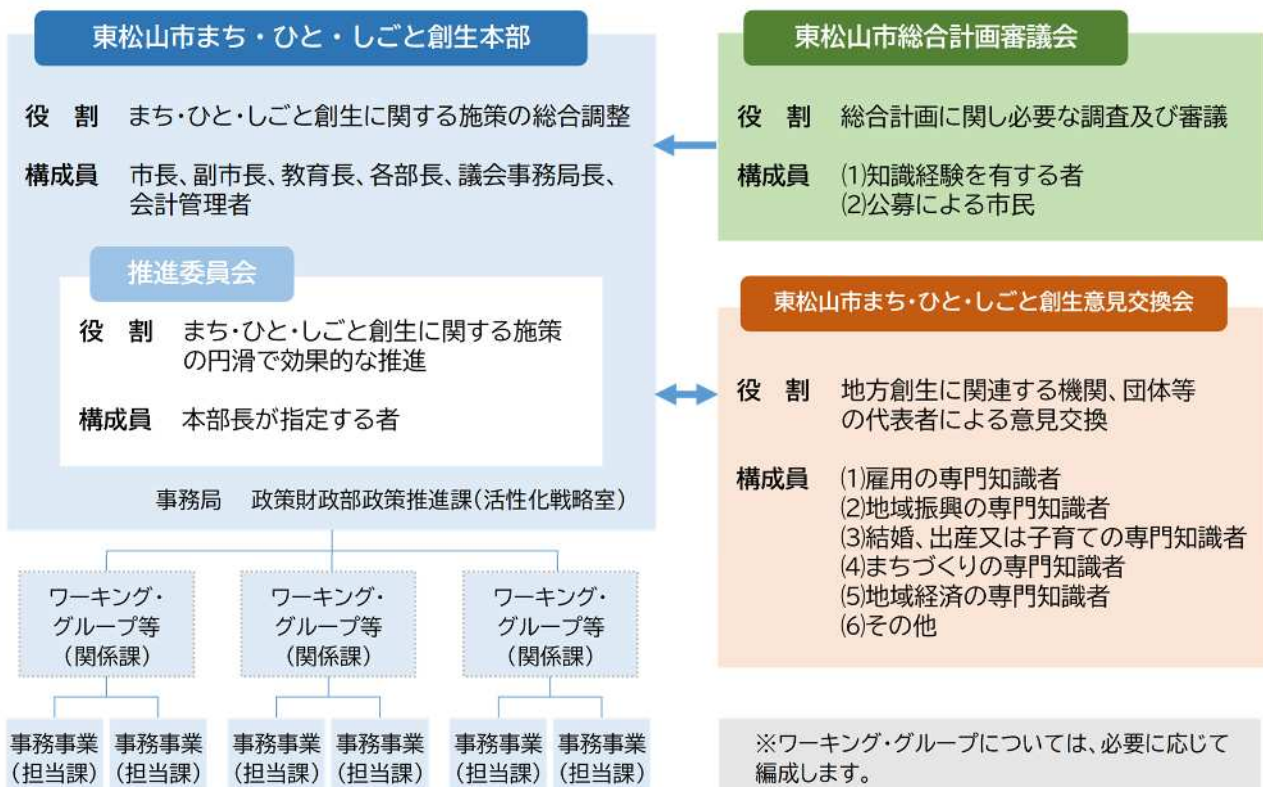
(4) 将来像

本計画は、第五次東松山市総合計画と整合を図り、後期基本計画と連携して取組を進めていくため、目指すべき将来像については、総合計画と同様のものを設定します。

将来像:「住みたい、働きたい、訪れたい 元気と希望に出会えるまち 東松山」

(5) 推進体制

東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略の推進体制は次のとおりです。



(6) 進行管理

まち・ひと・しごと創生を実現するために、総合戦略の施策等を着実に実施していくとともに、設定した数値目標等を基に効果を検証し、必要に応じて総合戦略の見直しを行っていきます。

総合戦略の進捗状況や成果については、外部有識者や公募市民で構成された東松山市総合計画審議会や、産官学金労言士の各分野の有識者で構成された東松山市まち・ひと・しごと創生意見交換会で確認・検証を行い、効果的な推進につなげます。

【参考:PDCAサイクル】



【Plan(計画)・Do(実行)】

効果的な総合戦略の策定・実施

【Check(評価)】

総合戦略の成果の客観的な検証

【Action(改善)】

検証結果を踏まえた施策の見直し
総合戦略の改訂

2 総合戦略のこれまでの取組

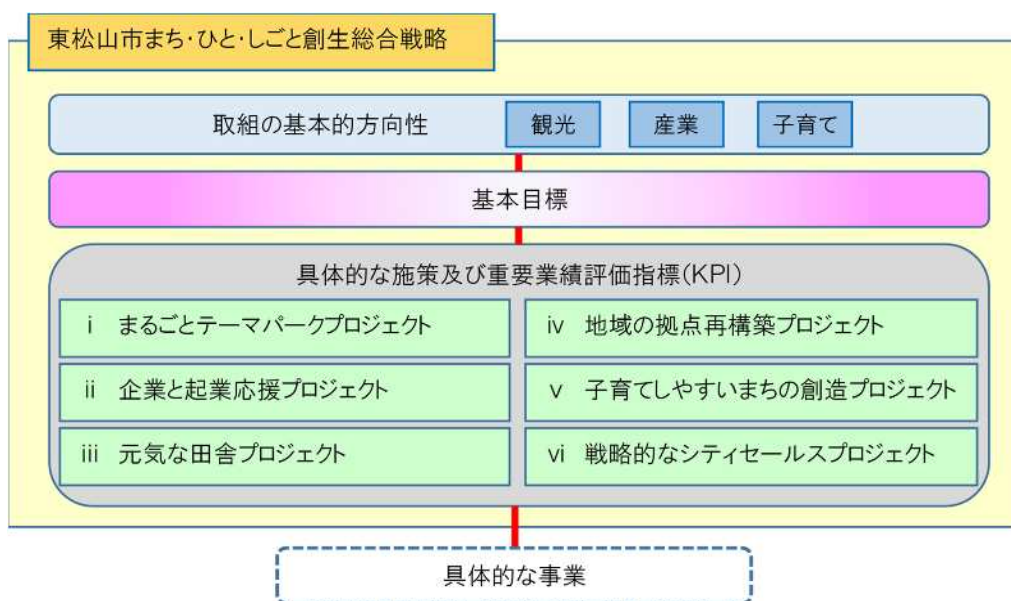
(1) 第1期総合戦略の取組

第2期総合戦略を策定するに当たり、第1期総合戦略の振り返りを行います。

第1期の概要

第1期総合戦略(平成27年度から令和2年度)においては、取組の基本的な方向性として、観光分野、産業分野、子育て分野の3つの分野を掲げ、基本目標を達成するための手段として6つのプロジェクトを設け、取組を進めてきました。

【第1期総合戦略の体系イメージ】



基本目標の状況

第1期総合戦略において、基本目標とした人口の動向は、人口ビジョンで設定した目標人口を上回る結果となっています。近年では死亡数が出生数を上回る自然減少の状態が続いていますが、一定の社会増加(転入)が継続していることが人口増加の要因となっています。

一方で、合計特殊出生率は平成28年の1.29からほぼ横ばいで推移し、平成30年においても国や県の平均より低い1.28となっています。また、年齢3区分別人口では、年少人口と生産年齢人口が減少し、老年人口のみが増加しています。こうしたことから、自然減少への対応や高齢化への対応は、継続した取組が必要であり、総合戦略による息の長い展開が求められています。

【年齢3区分別人口推移】



プロジェクトごとの達成状況

第1期総合戦略に掲げた6つのプロジェクトに設定した重要業績評価指標(KPI=Key Performance Indicator)の達成状況は次のとおりです。

プロジェクトⅠ まるごとテーマパークプロジェクト

化石と自然の体験館、くらかけ清流の郷などの整備により、年間観光入込客数は、目標に向けて順調に推移しています。

ぼたん園や農林公園についても大きな改修を行ったことから、引き続き、施設の利活用や連携を進め、交流人口増加を図ることが必要です。

KPI達成状況							
KPI	目標値と実績値(上段:目標、下段:実績)						実績/目標
	H27	H28	H29	H30	R1	R2	
年間観光入込客数					250	260	102.0%
参考値(H25:230万人)	244	255	268	265	255		

具体的な事業：まなびのみち創造事業(市南部)、農村体験のみち創造事業(市北部)

プロジェクトⅡ 企業と起業応援プロジェクト

市内事業所数は、基準とした平成24年の3,464事業所からわずかに減少しましたが、市内従業者数は、これまでに誘致した企業の操業開始によって目標を上回っています。

引き続き、新規企業立地や既存企業支援、創業支援を一体的に進め、産業の活性化と雇用の創出を図ることが必要です。

KPI達成状況							
KPI	目標値と実績値(上段:目標、下段:実績)						実績/目標
	H27	H28	H29	H30	R1	R2	
市内事業所数					3,504	3,514	98.6%
参考値(H24:3,464事業所)		3,455					
市内従業者数					36,500	36,550	105.5%
参考値(H24:36,243人)		38,525					

具体的な事業：新規企業応援事業、地域内企業応援事業、創業応援事業

プロジェクトⅢ 元気な田舎プロジェクト

合計転入者数は順調に推移していますが、活気とにぎわいがよいと回答した市民の割合は、策定時より数値は上がっているものの、目標達成は困難な状況です。

生涯現役社会の実現を目指すとともに、都市機能の充実を図るというプロジェクトの趣旨を踏まえた新たな施策を構築し、定住人口の増加を図ることが必要です。

KPI達成状況							
KPI	目標値と実績値(上段:目標、下段:実績)						実績/目標
	H27	H28	H29	H30	R1	R2	
合計転入者数 参考値(H21～25までの平均転入者数:3,297人/年)	3,818	7,810	11,729	15,842	16,500	19,800	120.7%
活気とにぎわいがよい・どちらかといえばよいと回答した市民の割合 参考値(H25:6.7%)		9.4		9.6	30	30	32.0%

具体的な事業： 移住促進事業、生涯現役応援事業、市街地活性化事業

プロジェクトⅣ 地域の拠点再構築プロジェクト

新たな公共交通(デマンドタクシー)の利用者は、目標を大きく達成したため、実態に合わせてKPIを見直しました。買い物などの利便性がよいと回答した市民の割合は、目標に向けて数値が上昇しています。

引き続き住民生活の利便性を高める公共交通や地域拠点づくりによって、人口の流出抑制を図ることが必要です。

KPI達成状況							
KPI	目標値と実績値(上段:目標、下段:実績)						実績/目標
	H27	H28	H29	H30	R1	R2	
新たな公共交通の利用者数 参考値(H30:97,824人)	17,212	73,248	85,897	97,824	36,000	97,800	263.2%
買い物などの日常生活の利便性がよい・どちらかと言えばよいと回答した市民の割合 参考値(H25:33.7%)		33.7		37.4	40	40	93.5%

具体的な事業： 活動センター機能充実事業、地域拠点づくり事業、公共交通事業

プロジェクトV 子育てしやすいまちの創造プロジェクト

子育て環境が整っていると回答した市民の割合は、目標には届いていないものの、目標に向けて増加しています。全国学力・学習調査については、目標を下回る状態が続いています。

これまでの取組により、子育て環境が整っていると回答した市民の割合が増えてきていますが、出生率が上昇に転じるには時間を要することから、切れ目のない子育て支援により、子育てに希望の持てる環境を整え、出生率の上昇と年少人口の増加を図ることが必要です。

KPI達成状況							
KPI	目標値と実績値(上段:目標、下段:実績)						実績/目標
	H27	H28	H29	H30	R1	R2	
子育て環境が整っている・どちらかといえば整っていると回答した子育て中の家族がいる市民の割合 参考値(H25:46%)					50	50	88.4%
		37.5		44.2			
全国学力・学習状況調査の全国平均を50としたときの本市の換算値 参考値(H27:48.2)					50	50.5	96.6%
	48.2	48.7	47	48.5	48.3		

具体的な事業： 子どもの居場所づくり事業、確かな学力の育成事業、親と子の健康支援事業、結婚・出産・子育て応援事業

プロジェクトVI 戦略的なシティセールスプロジェクト

市ホームページアクセス件数、市公共施設以外のパンフレット新規設置箇所数ともに、順調に推移しています。

市ホームページアクセス件数は、事業によらない要因での増減が大きいため、適切なKPIを設定した上で、引き続き様々な主体と連携して効果的なPRを行い、定住人口や交流人口の増加を図ることが必要です。

KPI達成状況							
KPI	目標値と実績値(上段:目標、下段:実績)						実績/目標
	H27	H28	H29	H30	R1	R2	
市ホームページアクセス件数 参考値(H25:523,832件)					560,000	570,000	130.9%
	596,890	565,948	602,590	479,050	733,011		
市公共施設以外のパンフレット 新規設置箇所数 参考値(県施設及び東上線沿線 サミット参加自治体等に設置)					20	25	115.0%
		7	13	20	23		

具体的な事業： 移住・就労に向けたPR事業、観光PR事業

(2) 市民アンケート調査結果

第五次東松山市総合計画後期基本計画の策定に当たって実施した市民アンケート調査において、リーディングプロジェクトに位置付けられている総合戦略の取組についても、これまでの達成度や今後の重要度などを調査しました。

調査結果の概要は、次のとおりです。

【調査対象及び調査方法、回収結果】

項目	内容
調査対象	18歳以上の市民
配布数	2,000
調査時期	令和元年10月
有効回収数	981
有効回収率	49.1%

結果の概要

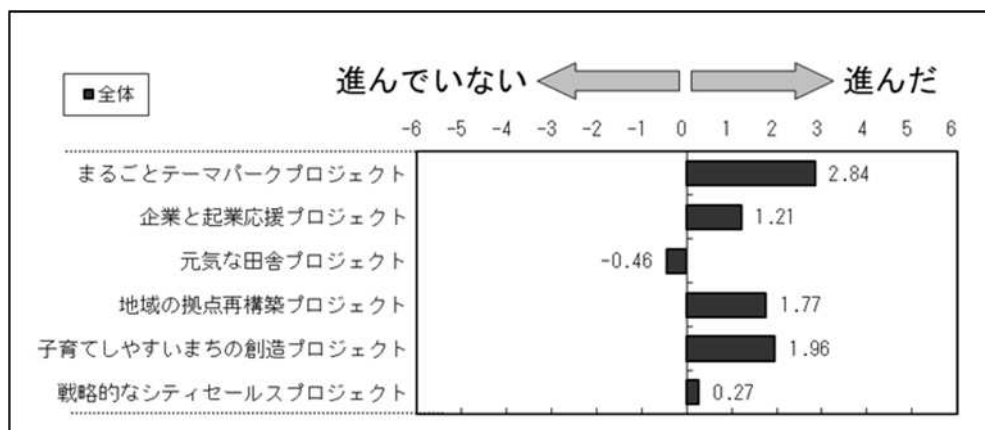
地方創生の取組の達成度

- ✓ 達成度が最も高い項目は「まるごとテーマパークプロジェクト」
- ✓ 達成度が最も低い項目は「元気な田舎プロジェクト」

第1期総合戦略の6つのプロジェクトごとに「進んだ」、「ある程度進んだ」、「どちらともいえない」、「あまり進んでいない」、「進んでいない」の5段階で評価してもらい、加重平均値による数量化で評価点(達成度:最高点10点、中間点0点、最低点-10点)を算出。

【地方創生の取組の達成度】

(単位:評価点)

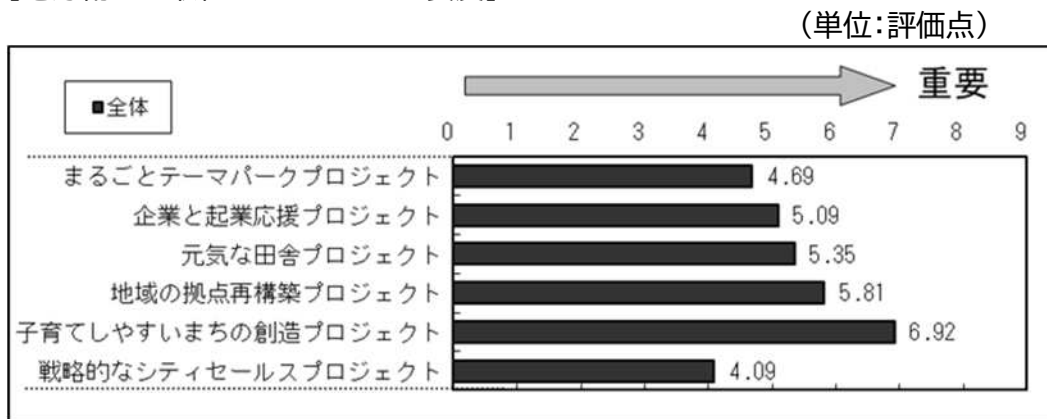


地方創生の取組のこれからの重要度

✓ 重要視されているのは「子育てしやすいまちの創造プロジェクト」

達成度と同じ6つのプロジェクトごとに、「重要」「ある程度重要」「どちらともいえない」「あまり重要でない」「重要でない」の5段階で評価してもらい、加重平均値による数量化で評価点(重要度:最高点10点、中間点0点、最低点-10点)を算出。

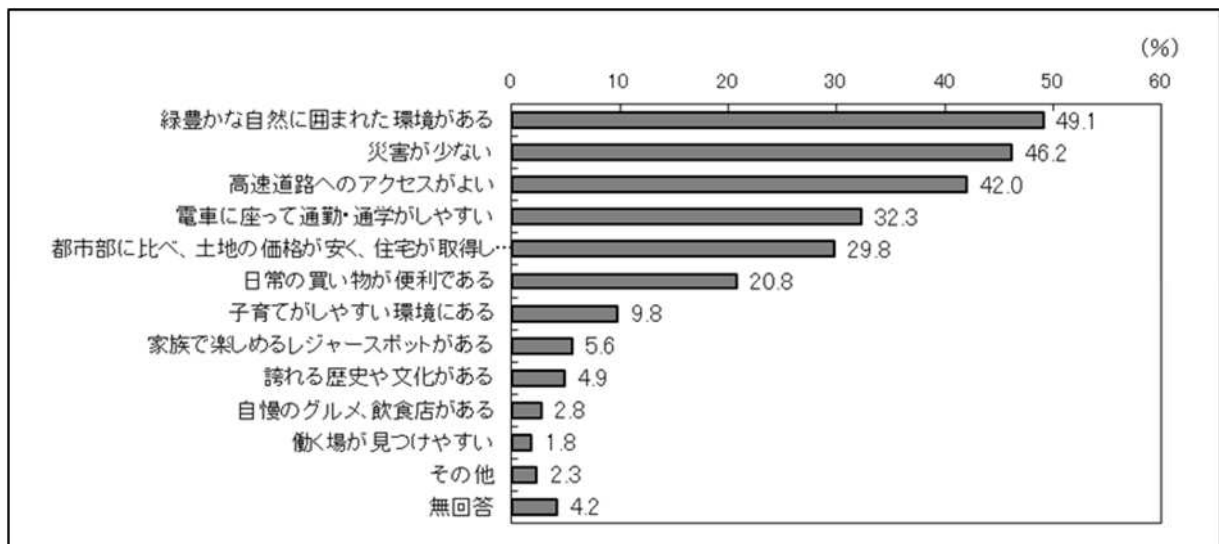
【地方創生の取組のこれからの重要度】



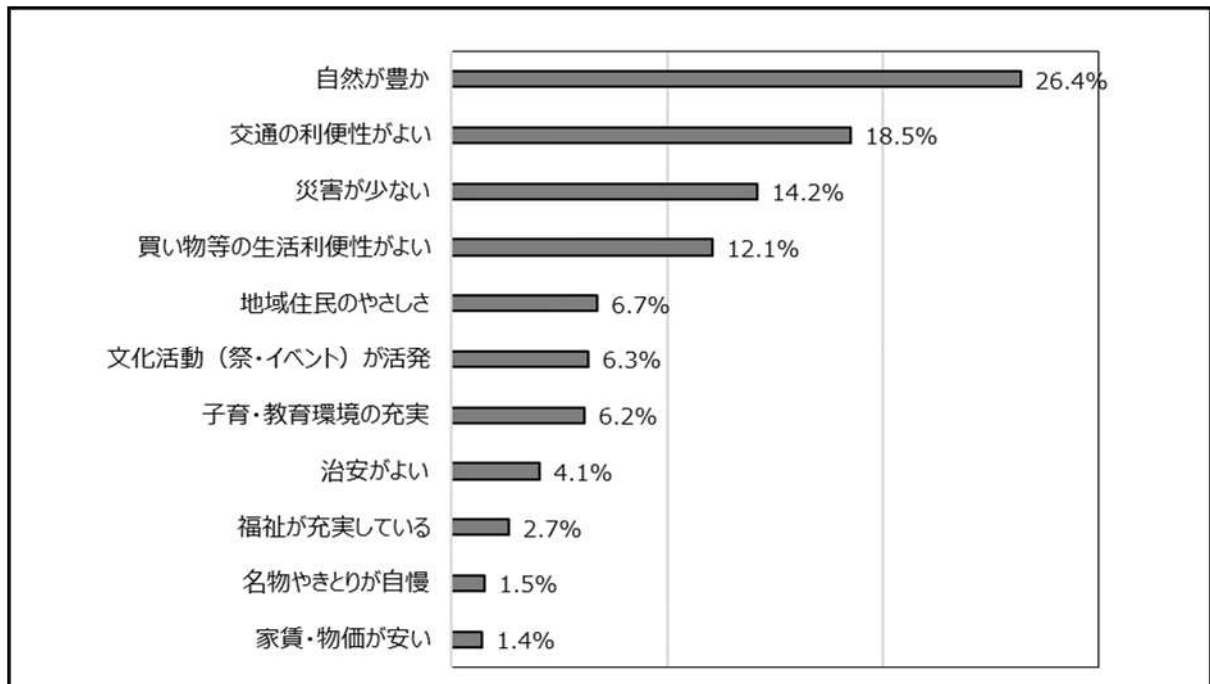
転入者にアピールできるもの

- ✓ 緑豊かな自然に囲まれた環境がある
- ✓ 災害が少ない
- ✓ 高速道路へのアクセスがよい

【転入者にアピールできるもの(全体/複数回答 3つまで選択)】



東松山市に住んで良かったと思うこと(自由記述)



『東松山市に転入してくる人にアピールできるものは何だと思えますか』という調査項目については、「緑豊かな自然に囲まれた環境がある」、「災害が少ない」、「高速道路へのアクセスがよい」が上位3位となり、性別、年齢別、居住地区別においても大きな違いはありませんでした。

また、『東松山市に住んで良かったと思うことはどんなことですか』という調査項目については、自由記述で408人の市民の方から延べ713件の意見をいただきました。分野ごとに11項目に分類した結果、「自然が豊か」、「交通の利便性がよい」、「災害が少ない」が上位3位となり、転入者にアピールできる項目に近い結果となりました。

転入者数増加への取組としては、自然環境の良さや高速道路へのアクセスを大きな魅力として発信することが効果的であり、こうした魅力に惹かれて転入することで、その後の満足度にもつながると考えられます。

※調査票の回答期間中に令和元年東日本台風の被害を受けたため、災害関係の回答は留意が必要です。

3 第2期総合戦略の方向性

(1) 取組の基本的方向性

第1期総合戦略の期間中は、人口ビジョンで設定した目標人口を上回る状況になりましたが、生産年齢人口の減少や老年人口の増加は着実に進行しています。

今後も比企地域の中心都市としてまちの活力を維持していくためには、地域内の産業を活性化し、安定的な就業先を増やす取組により、引き続き、定住人口の確保や若者の流出抑制を図ることが必要です。高齢化の進展に対しては、高齢者の健康増進を後押しするだけでなく、就労や地域活動への参加支援など、いきがいが持てる健康長寿の取組がこれまで以上に重要です。

また、市外からの転入を促進するためには、本市を訪れる交流人口を増加させる観光振興に引き続き取り組むことに加え、地域の担い手の確保や将来的な移住のきっかけにつながるような、本市への関心や関わりを築くことが重要です。

特に子育て世代の流入を促すには、子育てに希望が持てる環境づくりが必要不可欠であり、子育て支援の充実をはじめとした総合的な取組を継続し、出生率の改善を図ることが重要です。

また、令和元年東日本台風により甚大な被害を受けたことを踏まえ、災害に強い、安心して住み続けられるまちづくりを行うことで、定住人口の確保はもとより、新たな企業や人を呼び込み、地域の活性化につなげることが重要です。

以上の観点から、第2期総合戦略の取組の方向性として、次の5点を掲げることとします。

【観光振興】

資源の活用と連携による観光まちづくり



【産業振興】

元気な産業を育むまちづくり



【子育て支援】

産みやすく育てやすいまちづくり



- ・ 令和元年東日本台風による被害
- ・ 高齢化の進展

【防災・減災対策の推進】

住みつづけられる安全なまちづくり



【地域福祉の充実】

いつまでも輝ける健康長寿のまちづくり



(2) 第2期総合戦略の新たな視点

国の第2期総合戦略における新たな視点として、地域課題の解決や将来的な地方移住につながる「関係人口の創出・拡大」や「Society5.0の実現に向けた技術の活用」、「SDGsを原動力とした地方創生」など新しい時代の流れを力にすることが挙げられています。

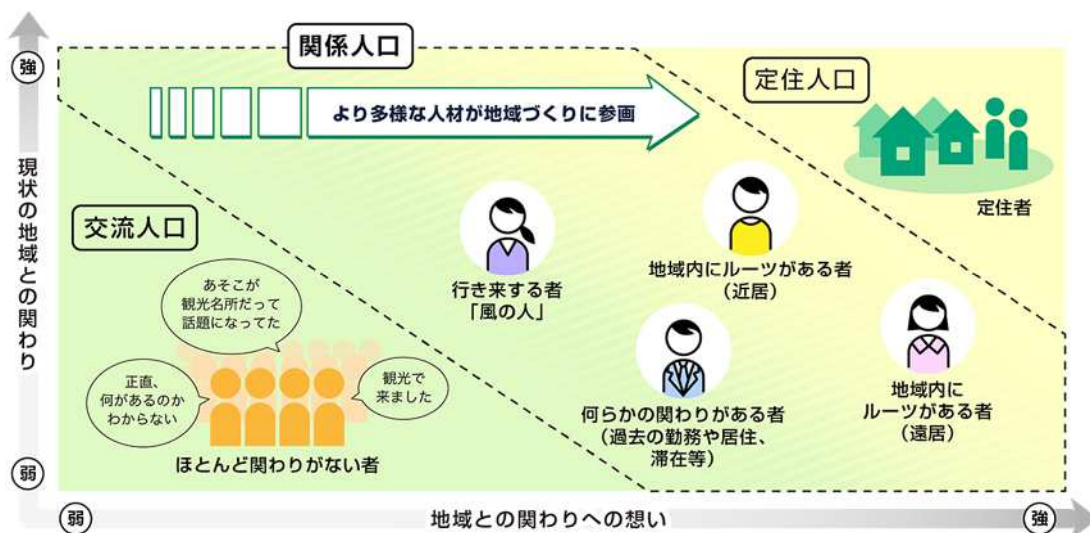
市の第2期総合戦略においても、このような新しい視点を取り入れて地方創生を推進します。

関係人口

移住してきた「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様な形で関わる人の総称。

都市部の住民が「関係人口」として、地方とのつながりを創ることは、地方の住民との交流等を通じた日々の生活における更なる成長や自己実現の機会などをもたらすとともに、地方の活性化や将来的な移住者の拡大等に寄与することが期待され、都市部と地方の双方にとって重要な意義があると考えられます。

⇒ 本戦略では「基本目標1 魅力を高め、新たな人の流れをつくる」に位置付けて推進します。

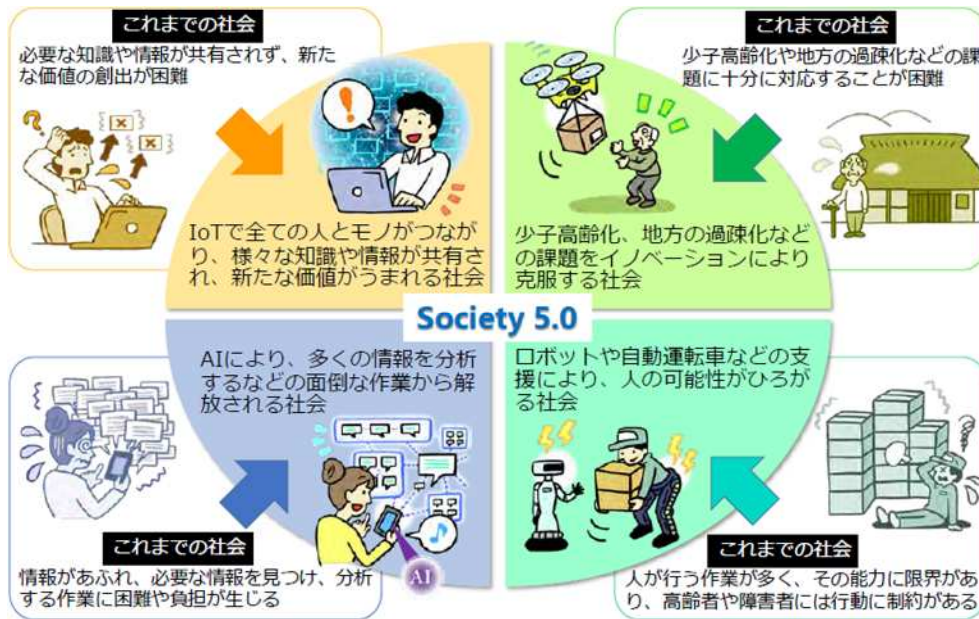


【出典：総務省「関係人口ポータルサイト」】

Society5.0

Society5.0とは、サイバー空間(仮想空間)とフィジカル空間(現実空間)を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会のこと。狩猟社会(Society1.0)、農耕社会(Society2.0)、工業社会(Society3.0)、情報社会(Society4.0)に続く新たな社会を指すもので、AIやIoT、ビッグデータといった革新的技術を有効に活用することで、地域課題の解決だけでなく、モノやサービスの生産性や利便性が飛躍的に高まり、産業や生活の質を大きく変化させ、地域の魅力を向上させるものと期待されています。

⇒ 本戦略では「横断的な目標2 新しい時代の流れを力にする」に位置付けて推進します。



【出典:内閣府】

SDGs

持続可能な開発目標(SDGs)とは、2001年に策定されたミレニアム開発目標(MDGs)の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標です。持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さないことを誓っています。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル(普遍的)なものであり、官民を問わず積極的な取組が求められています。

持続可能なまちづくりや地域活性化に向けてSDGsの理念に沿って進めることにより、政策全体の全体最適化、地域課題解決の加速化という相乗効果が生まれ、地方創生の取組の一層の充実・深化につなげることができると期待されています。

⇒ 本戦略では5つの基本目標ごとに、関連するSDGsの目標を示しています。



4 基本目標及び施策

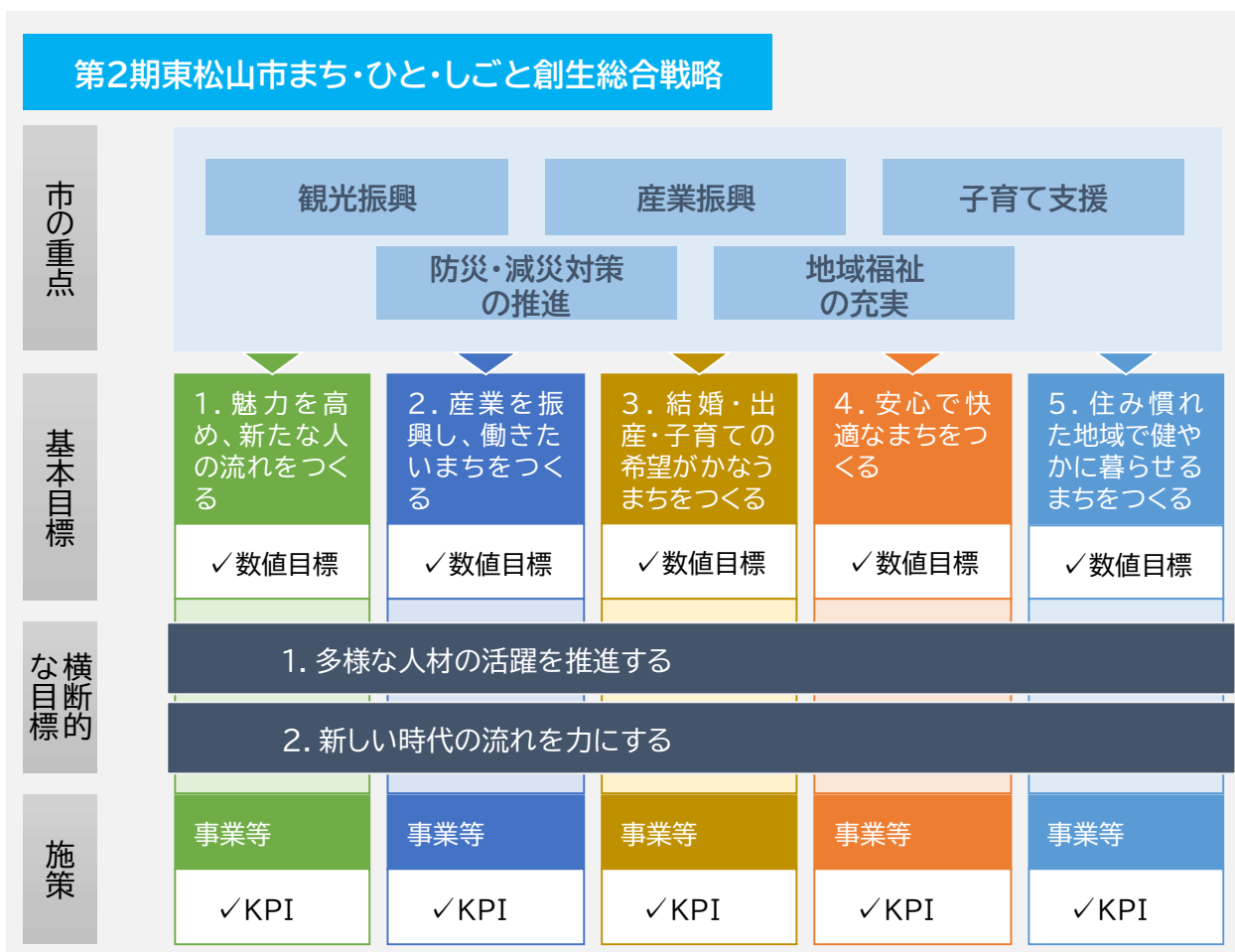
第1期総合戦略では、観光、産業、子育ての3分野を互いに関連付け、定住人口確保を基本目標に掲げて取組を進めました。基本目標の下には、6つのプロジェクトを設け、各プロジェクトについて重要業績評価指標(KPI)を設定しました。

第2期総合戦略においては、第1期の3分野を継続しつつ、新たに第五次東松山市総合計画後期基本計画において重点課題とした防災・減災、地域福祉の2分野を加えた5つの分野を基本に、国の第2期総合戦略の基本目標を勘案した上で、基本目標を設定します。

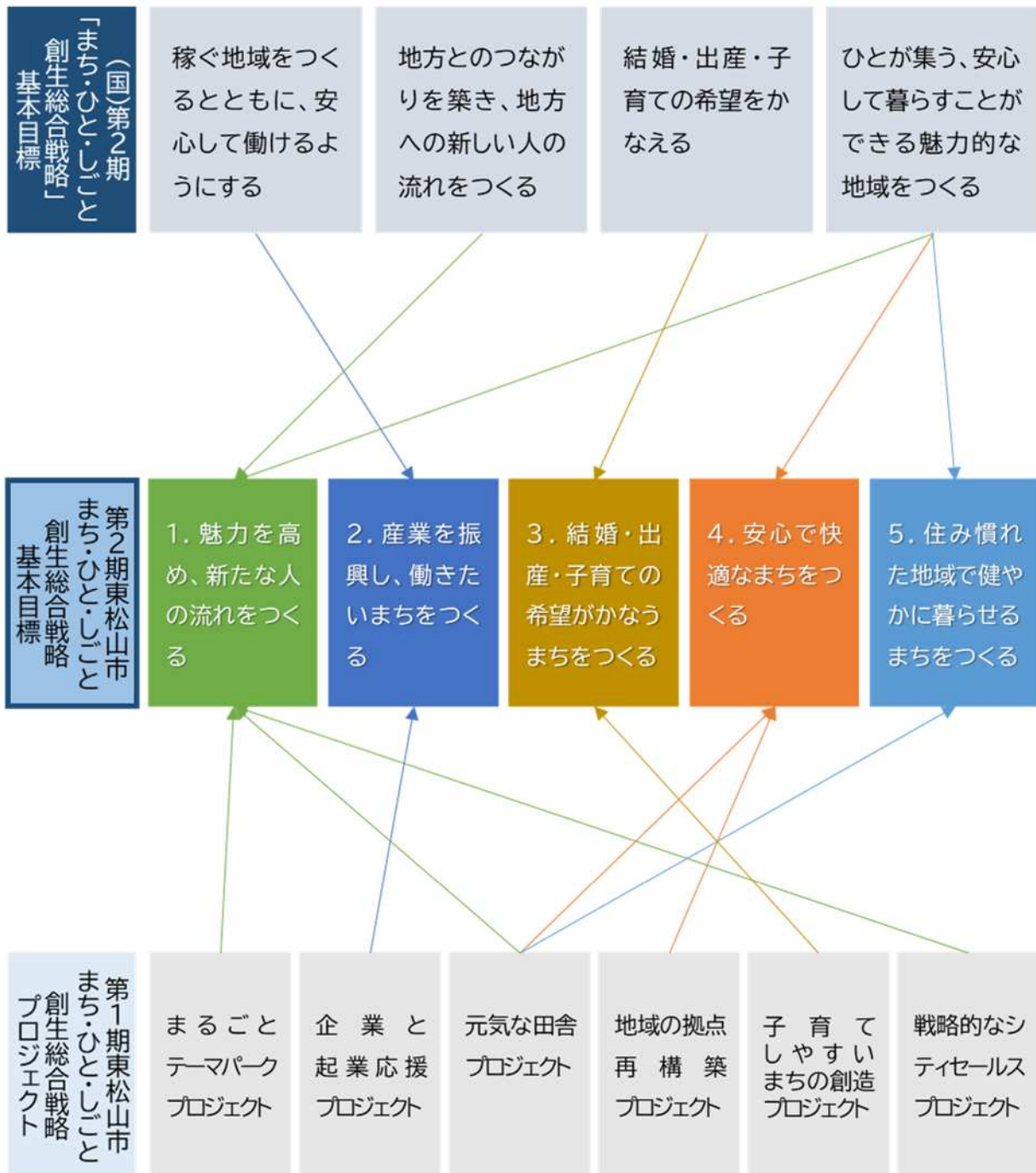
第2期総合戦略は、第1期総合戦略の政策体系を見直し、5つの基本目標と2つの横断的な目標の下に取り組むこととします。

政策分野ごとの基本目標には、5年後の数値目標を設定し、その下に盛り込む具体的な施策については、それぞれに対して重要業績評価指標(KPI)を設定し、進捗を管理していきます。

【第2期東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略体系図】



【まち・ひと・しごと創生総合戦略「国の基本目標」と「東松山市の基本目標」及び「第1期総合戦略」と「第2期総合戦略」の基本目標の関係】



(1) 基本目標1 魅力を高め、新たな人の流れをつくる



基本目標1 魅力を高め、新たな人の流れをつくる

基本目標の数値目標	基準値	目標値
年間観光入込客数 (出典:埼玉県 観光入込客数統計調査結果)	令和元年 255万人	令和7年 285万人
社会増の維持※ (出典:総務省 住民基本台帳人口移動報告)	令和元年度 343人	令和7年度 343人
「東松山市に愛着を感じている」市民の割合 (出典:市民意識調査報告書)	平成30年度 71.7%	令和7年度 80.0%

※ 社会増……転入数が転出数を上回っている状態

《基本的方向》

これまでに整備された観光施設等を活用し、歴史・文化・芸術、体験や学びに関する観光資源を取り込みつなぎ合わせ、幅広い人々のニーズに対応することで観光客の増加を図り、市全体としての魅力や、周辺自治体等との連携により広域的な魅力を高めていきます。

移住定住の促進については、魅力を分かりやすく伝える東松山市移住定住サイトの充実を図るほか、新型コロナウイルス感染症の影響による働き方の変化をチャンスと捉えたPRを行います。

市の魅力を広く発信し、本市への関心や関わりを築くことが、シビックプライドの醸成や、地域の担い手確保や将来的な移住を決めるきっかけ等につながることを踏まえ、特定の地域に継続的に多様な形で関わる関係人口の創出・拡大に取り組みます。

また、企業や個人による市への寄附等により地方創生に関する取組への積極的な関与を促すなど、市への資金の流れの創出・拡大を図ります。

《具体的な施策と重要業績評価指標(KPI)》

施策1-1

地域資源の連携による観光の魅力向上

観光の拠点となる施設の魅力を高めるとともに、周辺施設との連携による回遊性を高める取組や、戦略的なPRを行い観光客の増加を図ります。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
「東松山市農林公園」利用者数 (施設利用者・農林業体験者・イベント等参加者数の合計)	令和元年度 (8-3月) 7,498人	令和7年度 56,000人
「東松山市化石と自然の体験館」利用者数 (発掘体験者・入館者の合計)	令和元年度 19,186人	令和7年度 20,000人

具体的な事業

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・観光PR事業 ・まなびのみちの活用 ・東松山市農林公園の運営 | <ul style="list-style-type: none"> ・東松山市化石と自然の体験館の運営 ・くらかけ清流の郷の運営 |
|---|---|

施策1-2

ウォーキングによる魅力づくり

国内最大のウォーキング大会である「日本スリーデーマーチ」は、市の魅力の発信や交流人口の増加だけでなく、シビックプライドの醸成や大会に関わる方にとって本市とのつながりを創り出す重要な意義があるイベントとして充実を図ります。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
日本スリーデーマーチの参加者数	平成30年度※ 82,259人	令和7年度 85,000人

※ 令和元年度は東日本台風の影響により中止。令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により中止

具体的な事業

- | | |
|----------------|------------|
| ・日本スリーデーマーチの充実 | ・ウォーキングの推進 |
|----------------|------------|

施策1-3

東松山の魅力発信による移住定住の促進

移住定住関連施策(住みたい・働きたい・訪れたい)を分かりやすく伝える「東松山市移住定住サイト」の充実を図ります。

また、東松山市出身の方や市内を活動の拠点とされている方、当市にゆかりのある方を「東松山市応援団員」として委嘱し、市の魅力を発信します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
移住定住サイト(全体)の総閲覧回数(年間PV数※1)	令和元年度 31,442PV	令和7年度 33,600PV

具体的な事業

- ・シティプロモーション事業
- ・東松山市応援団員事業

- ・移住促進空き家利活用補助金
- ・空き家バンク

※1 PV数(ページビュー数) ……閲覧されたページの合計数。

施策1-4

新たな資金の流れの創出・拡大

「ふるさと納税」により、地域の魅力としての特産品等を全国に発信します。

また、企業からの資金の流れを創出するため「企業版ふるさと納税」の取組を進めます。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
令和3年度から令和7年度までの5年間のふるさと納税件数	— ※2	令和3-7年度 1,000件

※2 参考値:平成29年度から令和元年度までの年間平均寄附件数 205件(令和元年東日本台風による寄附は除く)

具体的な事業

- ・ふるさと納税推進事業

- ・企業版ふるさと納税事業

(2) 基本目標2 産業を振興し、働きたいまちをつくる



基本目標2 産業を振興し、働きたいまちをつくる

基本目標の数値目標	基準値	目標値
市内事業所数 (出典:総務省『経済センサス』)	平成28年 3,455事業所	令和7年 3,455事業所
市内従業者数 (出典:総務省『経済センサス』)	平成28年 38,525人	令和7年 38,525人

《基本的方向》

関越自動車道など利便性の高い交通網を強みとした企業誘致を進め、新たに進出する企業や既存企業の設備投資に対する優遇制度を活用するとともに、新たな事業の創出や経営戦略に挑戦する中小企業者を支援することにより企業の経営向上を後押しし、産業の活性化を図っていきます。

また、創業については、東松山起業家サポートファンドと連携した支援を行い、拠点となる「東松山市創業支援センター」は多様な働き方に対応した利用拡大を図ります。

農業においては、就農相談会や農業研修を実施し、担い手の育成・確保を進めるほか、戦略作物の栽培や加工品の開発・販売を行い、農畜産物のブランド化と農業者の経営力向上を支援します。

これらの取組を通じ、市内に新たな産業と雇用を創出し、定住人口と交流人口の確保につなげていきます。

《具体的な施策と重要業績評価指標(KPI)》

施策2-1 新規企業立地等の推進

新たな産業用地確保に向けた取組を行うとともに、奨励金制度により、新規企業と既存企業の新たな企業活動を支援します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
「東松山市がんばる企業応援条例」による支援企業数【累計】	令和元年度 18社	令和7年度 30社

具体的な事業

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・新たな産業用地確保に向けた土地利用調整 ・都市計画法に基づく手続き | <ul style="list-style-type: none"> ・がんばる企業応援条例による奨励金制度 |
|---|---|

施策2-2 既存企業の支援

新たな事業の創出や経営戦略に挑戦する中小企業者を支援します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
がんばる中小企業等応援補助事業者数【累計】	—	令和7年度 15社

具体的な事業

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・東松山市がんばる中小企業等応援補助金制度 |
|---|

施策2-3**創業の支援**

創業を検討している人にチャレンジの場を提供するとともに、拠点となる創業支援センターの利用拡大を図ります。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
創業支援センター利用者数	令和元年度 972人	令和7年度 1,500人

具体的な事業

・創業支援センター事業

・東松山起業家サポートファンドとの連携

施策2-4**農業の担い手の育成・確保**

就農相談会、農業塾や農林公園での農業研修の実施により担い手の育成・確保を図ります。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
青年農業者の新規就農者数【累計】	令和元年度 13人	令和7年度 18人

具体的な事業

- ・就農相談会
- ・農業塾

・農林公園での農業研修

施策2-5**農畜産物のブランド化と収益性の高い農業の実現**

戦略作物の栽培や、農畜産物の加工品の開発・販売により、農畜産物のブランド化と農業者の経営力の向上を図ります。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
戦略作物栽培面積	令和元年度 4.63ha	令和7年度 7.42ha

具体的な事業

・戦略作物栽培

・加工品開発・販売

施策2-6**就労支援の充実**

女性や元気なシニア世代を対象とした就労支援を行い、多様な人材の活躍を図りながら、市内企業の人材確保を支援します。また、一般就労を前提とした障害者の就労支援を行います。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
説明会からの就業予定者数	令和元年度 28人	令和7年度 46人
福祉施設から一般就労する人数 [※]	令和元年度 13人	令和7年度 19人

具体的な事業

・合同就職説明会

・障害者就労支援事業

※ 障害福祉サービスの就労移行支援事業等(生活介護、自立訓練、就労移行支援、就労継続支援)を利用して
いる人のうち一般就労した人の数

(3) 基本目標3 結婚・出産・子育ての希望がかなうまちをつくる



基本目標3

結婚・出産・子育ての希望がかなうまちをつくる

基本目標の数値目標	基準値	目標値
「子育て環境が整っている」と回答した市民の割合※ (出典:『市民意識調査報告書』)	平成30年度 44.2%	令和7年度 50.0%

※ 同居家族に「就学前(0～6歳)」及び「小学生・中学生」がいる世帯のうち「子育て環境が整っている」「どちらかと言えば整っている」と回答した世帯を合算して算出

《基本的方向》

出産や子育てについての相談体制や子育て支援サービスの充実を図り、結婚から出産、子育てまで希望の持てる環境を整え、安心して楽しく子どもを産み育てることができるまちづくりを進めていきます。

子どもが学び、遊ぶことのできる居場所づくりや、子どもの親同士が交流し、子育ての情報交換ができる場を提供することで、子どもの成育と親の子育ての両面を支援していきます。

豊かな心を育成するための取組の充実を図るとともに、親と子の健康の確保に向けた支援を複合的に実施することで、子育てへの希望を創出します。

これらの取組を通じ、子どもたちが健やかに成長でき、子どもたちを安心して育てられるまちを創造し、子育て世代の定住促進及び年少人口の確保につなげていきます。

《具体的な施策と重要業績評価指標(KPI)》

施策3-1	子育て相談・情報提供の充実
--------------	----------------------

窓口や電話、オンライン相談のほか、訪問による相談支援を積極的に展開することで、多様化する子育て相談にきめ細かに対応し、切れ目のない支援を継続します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
相談件数 (子育てコンシェルジュ・地域子育て支援拠点の合計)	令和元年度 1,668件	令和7年度 2,000件

具体的な事業	
<ul style="list-style-type: none"> ・「子育てコンシェルジュ」による相談事業 ・子育て支援アプリ 	<ul style="list-style-type: none"> ・子育てハンドブック ・地域子育て支援拠点の相談事業

施策3-2	親と子の健康支援
--------------	-----------------

親子の健康確保のために、出生前から乳幼児期までの継続した支援の充実を図るとともに、子どもの心身の成長を促す健康づくりを推進します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
乳児健診の受診率	令和元年度 95.2%	令和7年度 96.0%

具体的な事業	
<ul style="list-style-type: none"> ・「子育て世代包括支援センター」事業 ・不妊治療助成事業 ・乳幼児健診 	<ul style="list-style-type: none"> ・若者健診 ・予防接種

施策3-3**親と子の居場所づくり**

親子が安心して楽しく遊び、他の親子と交流できる場を提供するとともに、地域子育て支援拠点等、地域の子育て機能の充実を図り、地域社会全体で子育てを応援します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
子育て支援センター利用者満足度	令和元年度 96.5%	令和7年度 99.0%
リフレッシュチケット利用率(利用人数/配布件数)	令和元年度 62.0%	令和7年度 80.0%

具体的な事業

- ・地域子育て支援拠点事業
- ・在宅で子育てをする家庭の支援

- ・子育てサークル等地域における子育て支援活動への支援

施策3-4**就学前の教育・保育の充実**

認可保育園の定員の拡充・見直しを図り、待機児童の早期解消を目指します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
待機児童数	令和2年度 6人	令和7年度 0人

具体的な事業

- ・認可保育園の定員の見直し

施策3-5**未来を担う人材育成**

青少年・若者が社会の中で自らの居場所を見つけるための支援や親になることを考えるための機会の提供など、将来に希望を持てるよう支援を行います。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
赤ちゃん抱っこ体験に「参加してよかった」と回答した中学生の割合	—	令和7年度 97.0%

具体的な事業

- ・幼稚園・保育園訪問事業

- ・赤ちゃん抱っこ体験事業

(4) 基本目標4 安心で快適なまちをつくる



基本目標4 安心で快適なまちをつくる

基本目標の数値目標	基準値	目標値
各種防災訓練参加人数	令和元年度 9,492人	令和7年度 11,000人
居住誘導区域内の人口密度	令和2年度 58人/ha	令和7年度 58人/ha
買い物などの日常生活の利便性が「よい」と回答した市民の割合 (出典:『市民意識調査報告書』)	平成30年度 37.4%	令和7年度 40.0%

《基本的方向》

令和元年東日本台風による甚大な被害を受け、災害から市民の生命・財産を守るため、地域防災力のさらなる強化と災害に強い安心できるまちづくりを推進していきます。

感染症流行時の危機管理については、自然災害と同時に発生する複合災害等も想定した取組を行います。

また、人口減少時代においても暮らしやすく活力のあるまちを実現するため、駅周辺の都市機能の維持・確保や市街地の人口密度の維持、持続可能な交通ネットワークの形成に取り組めます。

まちの要となるインフラや公共施設などの都市基盤については、効率的な整備や維持管理・運営に取り組み、持続可能なまちづくりを推進していきます。

これらの取組を通じ、安全で快適に住み続けられるまちをつくり、定住人口の確保につなげていきます。

《具体的な施策と重要業績評価指標(KPI)》

施策4-1 地域防災力の強化

自助・共助・公助が相互に連携して効果的な役割を果たしていけるよう、平時から防災意識の向上を図るための自主防災リーダー研修の実施や自主防災組織による地域に密着した活動の活性化に対する支援を行っていきます。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
自主防災リーダー養成研修修了者数【累計】	令和元年度 107人	令和7年度 700人

具体的な事業

・自主防災組織の活動支援

・地域の防災リーダー育成

施策4-2 危機管理体制の強化と感染症等への備え

防災関係機関とは平常時から連携を保ち、大規模災害に備え、県や近隣市町村等とも応援協力体制を構築するとともに、民間事業者等との災害時応援協定による人的協力や物資の供給確保を行います。また、感染症等と自然災害が同時に発生する複合災害に備え、感染症に対応した体制の整備や避難所等の運営に必要な資機材の整備等を行います。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
災害時応援協定締結数【累計】	令和元年度 53	令和7年度 62
市が備蓄するマスク数	令和元年度 60,000枚	令和7年度 60,000枚

具体的な事業

・地域防災計画や業務継続計画の見直し
・県や近隣市町村等との応援協力体制構築

・災害時の情報伝達体制・手段の強化と多様化
・避難所の感染症等対策

施策4-3**東松山駅周辺の整備**

都市機能の誘導を促すために、東松山駅周辺のインフラ整備を進めるとともに、全ての人が安全に通行できるよう歩道のバリアフリー化を進めます。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
東松山駅周辺4路線の歩道バリアフリー化整備率	令和2年度 42%	令和7年度 78%

具体的な事業

・駅前東通線の整備

・第一小学校通線の整備

施策4-4**中心市街地の活性化**

空き店舗を活用した取組を支援し、中心市街地のにぎわい創出に取り組みます。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
空き店舗活用件数【累計】	令和元年度 21件	令和7年度 33件

具体的な事業

・商店街空き店舗対策事業

・商工会ポータルサイト「東松山タウン情報」の活用

施策4-5**持続可能な交通ネットワークの形成**

地域の実態に見合った将来にわたり持続可能な公共交通ネットワークを形成するための基本的な方針、目標を示す地域公共交通計画の策定に取り組みます。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
地域公共交通計画の策定	未策定	策定(令和5年度までに)

具体的な事業

・公共交通事業

・地域公共交通計画策定

施策4-6

公共施設マネジメントの推進

利便性の高い快適な公共サービスを提供していくために、民間のノウハウを有効活用しながら、公共施設の効率的な維持管理と魅力的な運営を推進します。また、既存施設の計画的な長寿命化や機能の集約・複合化等による施設総量の最適化を進めます。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
サウンディング型市場調査 ^{※1} 実施件数【累計】	令和元年度 2件	令和7年度 5件

具体的な事業

- ・個別施設計画に基づく修繕
- ・公共施設の集約・複合化

- ・PFI^{※2}による事業化の検討
- ・事業実施に係る民間活力の導入可能性調査

※1 サウンディング型市場調査……事業発案等の段階において、民間事業者との意見交換等を通じ、事業内容等に対して様々なアイデアや意見等を把握することを目的とした調査のこと。

※2 PFI(Private Finance Initiative)……民間の資金や経営能力・技術力などのノウハウを活用し、公共施設等の設計・建設、維持管理・運営等を行う公共事業の手法のこと。

(5) 基本目標5 住み慣れた地域で健やかに暮らせるまちをつくる



基本目標5 住み慣れた地域で健やかに暮らせるまちをつくる

基本目標の数値目標	基準値	目標値
65歳健康寿命※1 (出典:埼玉県『地域別健康情報』)	平成29年 男: 17.62年 女: 20.31年	令和7年 男: 18.03年 女: 20.54年
週に1回以上外出している65歳以上の割合※2 (出典:『高齢者健康福祉計画・介護保険事業計画 基礎調査』)	令和元年度 78.9%	令和7年度 88.9%

※1 65歳健康寿命……65歳の人が健康で自立した生活を送ることができる期間。具体的には65歳になった人が要介護2以上になるまでの平均的な期間を算出したもの(厚生労働省による都道府県別健康寿命とは算出方法が異なる)

※2 調査対象は「市内にお住まいで、要支援又は要介護の認定を受けている方」

《基本的方向》

超高齢社会にあって、高齢者がいつまでも住み慣れた地域で健やかに安心して暮らせる社会を構築するため、医療・介護等の公的保険制度はもとより、健康づくり、介護予防、地域活動など、身近な場所で展開されるべき地域福祉の充実を図ります。

家族やコミュニティの機能が変化する中で、一人一人に寄り添い、社会的孤立を防ぐとともに、自律的な生活を継続するための包括的支援の仕組みを構築し、地域共生社会の実現を目指します。

令和2年度からスタートした「心のこもった地域福祉プロジェクト2020」の展開を通して、高齢者の「楽しみたい、働きたい、貢献したい」の想いを実現し、健康寿命の延伸や医療、介護費用の適正化を図り、いつまでも住み続けられるまちをつくりたい。

《具体的な施策と重要業績評価指標(KPI)》

施策5-1	ウォーキングによる健康づくり
--------------	----------------

ウォーキング事業を通じた市民の健康づくりを推進します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
「埼玉県コバトン健康マイレージ」参加者数	令和元年度 2,634人	令和7年度 3,500人

具体的な事業	
<ul style="list-style-type: none"> ・埼玉県コバトン健康マイレージ ・ウォーキングセンターや市民活動センターのウォーキング事業 	<ul style="list-style-type: none"> ・毎日1万歩運動事業・プラス1000歩運動事業

施策5-2	健康づくりと社会参加の推進
--------------	---------------

高齢者の外出機会の創出と健康づくり施策への参加の動機付けを行い、健康無関心層の行動変容を促します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
いきいきパス・ポイント事業奨励品交換者数	—	令和7年度 2,600人

具体的な事業	
<ul style="list-style-type: none"> ・いきいきパス・ポイント事業 ・地域いきいき講座事業 ・世代間交流事業 	<ul style="list-style-type: none"> ・「みんなきらめけ！！ハッピー体操」の普及・促進 ・シニアボランティア制度 ・アクティブシニア就労支援事業

施策5-3 生活習慣病の予防と早期発見

生活習慣病の予防や、がんの早期発見に向けた取組を進め、受診率の向上に取り組みます。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
がん検診(大腸がん)受診率	平成30年度 4.9%	令和7年度 5.9%

具体的な事業

- | | |
|-------|----------|
| ・がん検診 | ・生活習慣病健診 |
|-------|----------|

施策5-4 社会福祉協議会との協働

社会福祉協議会との協働により、地域における通いの場や介護予防の活動場所である高齢者向けサロンやシニアクラブの活動を支援し、地域福祉の充実を図ります。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
高齢者サロンの数	令和2年度 83か所	令和7年度 88か所

具体的な事業

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------|
| ・地域福祉コーディネーターとの連携
・高齢者向けサロン活動の支援 | ・シニアクラブ活動の支援
・支え合いサポート事業 |
|-------------------------------------|-----------------------------|

施策5-5 認知症施策の推進

認知症の早期発見の取組や、認知症になっても本人の意思が尊重され、住み慣れた地域で暮らし続けられる体制を構築します。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
認知症検診受診率	令和元年度 12.1%	令和7年度 18.0%

具体的な事業

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| ・認知症検診
・「認知症サポーター小学生養成講座」の開催 | ・認知症初期集中支援チームによる支援
・成年後見制度の周知 |
|---------------------------------|----------------------------------|

(6) 横断的な目標1 多様な人材の活躍を推進する

多様なひとびとの活躍による地方創生の推進

地方創生の取組を効果的に推進するためには、担い手となる多様な人材の活躍が必要です。多様化、複雑化する地域の課題解決に向けて、地方公共団体だけでなく、企業、NPO、教育機関など、地域に関わる一人一人が地域の担い手として自ら積極的に参画できるような環境づくりを進めます。

東松山市まち・ひと・しごと創生認定制度の更なる活用を図り、地域の担い手を増やすことを目指します。

誰もが活躍する地域社会の推進

女性、高齢者、障害者、外国人など誰もが居場所と役割を持ち、活躍する地域社会をつくることが重要です。誰もが活躍する地域社会に向けて、多世代交流の場づくりや、能力を生かして地域社会の中で活躍できる働き方の確立などを進めます。

90,000市民総活躍によって活気あふれる温もりあるまちづくりを進めます。

(7) 横断的な目標2 新しい時代の流れを力にする

地域における Society5.0の推進

未来技術は、各々の地域特性に応じて有効に活用することで、地域が抱える課題を解決するだけでなく、モノやサービスの生産性や利便性を飛躍的に高め、産業や生活等の質を大きく変化させ、地域の魅力を向上させるものと期待されています。このため、本市においても各分野で未来技術を活用することにより、地域課題の解決、地域の魅力向上を目指します。

地方創生 SDGsの実現など持続可能なまちづくり

持続可能なまちづくりや地域活性化に向けて取組を推進するに当たって、SDGsの理念に沿って進めることにより、政策全体の全体最適化、地域課題解決の加速化という相乗効果が期待でき、地方創生の取組の一層の充実・深化につなげることができるとされています。このため、本市においても SDGsの理念を取り入れて持続可能なまちづくりを進めます。

(8) その他の取組

全市的な取組

総合戦略を効果的に推進していくためには、市と事業者や団体などの様々な主体との連携が非常に重要となります。

事業者や団体などが自ら実施する取組を市が認定するとともに、市と協働で実施する取組については協定を締結し、連携して進めていきます。

平成28年度から実施している東松山市まち・ひと・しごと創生認定制度を継続し、事業者や団体などと、より一層の連携を進め、市を挙げて地方創生に取り組みます。

広域的な取組

人口減少・超高齢社会に対応するためには、市町村単独での施策に加え、圏域での協力による取組も必要となります。圏域の市町村が互いの特長や強みを生かして連携を図り、観光客誘致、雇用の創出、定住促進などに取り組むことで、新たな人の流れを創り出し、圏域の活性化を図ることが重要です。

東松山市が属する比企地域においては、既に設置されている「比企地域元気アップ実行委員会」や「比企地域の未来を考える政策プロジェクト会議」で具体的な施策の検討を行い、積極的に事業を展開していくことで、比企地域全体の創生につなげていきます。

大学と連携した取組

東松山市は、平成30年度(2018年度)より近隣5大学(大東文化大学、立正大学、東京電機大学、武蔵丘短期大学、山村学園短期大学)とともに「比企地域大学等連携協議会」を組織し、地域課題の解決に向けてそれぞれが持つノウハウや特色を生かした取組を行ってきました。また、令和元年度(2019年度)に東武東上線や西武線沿線の大学を中心として組織された「埼玉東上地域大学教育プラットフォーム(TJUP)」へ参画し、大学との連携範囲を広げてきました。

人口減少・超高齢社会の進展に加え、若い世代が都内や県南地域へ流出する傾向が強まる中、官学連携による取組を充実させることで、地元で活躍する若者の育成や様々な地域課題の解決につながるきっかけを創出していきます。

第2期東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略

令和3年度(2021年度)～令和7年度(2025年度)

令和2年12月策定

発行 東松山市

編集 東松山市政策財政部政策推進課

〒355-8601

埼玉県東松山市松葉町一丁目1番58号

TEL 0493-23-2221(代表)

