

第1期 飯能市まち・ひと・しごと創生総合戦略 総括表（重要業績評価指標達成度一覧） — 基本目標 —

基本目標（1） 地域特性を生かし安定した雇用を創出する										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 企業誘致による新規雇用創出	1,500 人	1,286 人	49 人	10 人	131 人	1,545 人	5 人	1,776 人	4,802 人(累計)	320.1%
評 価	大河原工業団地への企業立地、メッツァでの市民雇用、中心市街地などにおける新規創業・出店など、雇用を生む複数の要因により、当初の数値目標を達成した。									
基本目標（2） 交流人口、定住人口の新しい人の流れをつくる										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 人口社会増減数	±0 人	17 人	166 人	191 人	21 人	265 人	48 人	81 人	789 人(累計)	789.0%
2 入り込み観光客数	400 万人/年	248.4 万人	264.8 万人	269.5 万人	315.1 万人	410.3 万人	286.6 万人	322.8 万人	302.5 万人(年平均)	75.6%
評 価	メッツァの開業や市の認知度向上により、本市への入込観光客数は大幅に増加した。また「農のある暮らし飯能住まい」や「空き家バンク」等の推進による移住者の増加により、人口の社会増を7年連続で達成した。新型コロナウイルス感染症の影響により入込観光客は減少したものの、リモートワーク需要等により、本市への移住の問い合わせはますます増加傾向にある。									
基本目標（3） 結婚、子育て、就業などの若い世代の希望をかなえる										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 子育て支援サービスの満足度（「満足」と「やや満足」）	+10 pt	13.3 pt	— pt	— pt	— pt	37.1 pt	— pt	— pt	+23.8 pt	238.0%
評 価	市民意識調査により平成27年と令和元年の満足度を測定した。この間、中学卒業までの医療費無償化やインフルエンザ予防接種無償化、0歳児おむつ費無償化など子育て支援策を継続し、そうした効果が満足度に反映されたものと考えられる。									
基本目標（4） 安心して住み続けられる地域をつくる										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 市外への転出意向	-10 pt	19.8 pt	— pt	— pt	— pt	11.1 pt	— pt	— pt	-8.7 pt	87.0%
評 価	市民意識調査により平成27年と令和元年の転出意向を測定した。目標値には届かなかったが、転出意向は8.7ポイント減少しており、子育て支援やシティプロモーション、雇用創出などの効果が表れていると考えられる。									

第1期 飯能市まち・ひと・しごと創生総合戦略 総括表（重要業績評価指標達成度一覧） — 基本施策一

基本施策（1）官民連携による持続可能な行政経営										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 民間企業等との新たな連携体制構築	15 件	0 件	5 件	1 件	2 件	1 件	3 件	2 件	14 件(累計)	93.3%
評 価	新たに14団体と連携体制を構築し、目標達成率は93.3%となった。健康づくり、教育、移住支援、エンターテインメントなど、様々な分野で連携を行い、民間企業等のノウハウを取り入れた新たな取組を行った。									
基本施策（2）地域特性を生かした産業振興と雇用創出										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 創業支援事業による新規創業件数	50 件	9 件	9 件	14 件	9 件	15 件	15 件	13 件	84 件(累計)	168.0%
2 新規出店促進事業による新規出店件数	61 件	7 件	6 件	15 件	12 件	9 件	11 件	10 件	70 件(累計)	114.8%
3 飯能ブランド認定数	10 点	0 点	0 点	0 点	0 点	0 点	0 点	0 点	0 点(累計)	0.0%
4 新規就農者数	7 人	0 人	3 人	2 人	2 人	2 人	2 人	0 人	11 人(累計)	157.1%
5 農産品のブランド数	7 品	0 品	0 品	0 品	0 品	0 品	0 品	0 品	0 品(累計)	0.0%
評 価	新規創業や出店、新規就農などの雇用面に優先的に取り組んだ結果、目標値を達成できた。しかし、新規の雇用創出の次のフェーズである地域に根差した「ブランド創出」においては、想定していたよりも時間を要し、思うような結果とはならなかった。									
基本施策（3）地域の魅力を生かした良質な「飯能住まい」の提供										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 空き家バンク登録件数	60 件	0 件	11 件	11 件	15 件	9 件	12 件	8 件	66 件(累計)	110.0%
2 「飯能住まい」建築件数	40 件	0 件	0 件	5 件	6 件	9 件	12 件	6 件	38 件(累計)	95.0%
3 山間地域振興支援事業実施団体数	15 団体/年	16 団体	16 団体	16 団体	14 団体	12 団体	8 団体	12 団体	13.4 団体(年平均)	89.5%
4 多世帯住居取得支援件数	65 件	0 件	13 件	8 件	15 件	8 件	13 件	1 件	58 件(累計)	89.2%
5 多世帯住居改修支援件数	23 件	0 件	8 件	2 件	2 件	1 件	0 件	19 件	32 件(累計)	139.1%
6 地域福祉推進組織数	8 地区	6 地区	0 地区	1 地区	0 地区	0 地区	0 地区	0 地区	7 地区(累計)	87.5%
評 価	移住関連のプロモーションを推進したことにより、「飯能住まい」建築件数や多世帯住居取得・改修支援件数は達成、または達成に近い数値となった。移住者を地域の活動へつなげる取組については、引き続き検討していく必要がある。									

第1期 飯能市まち・ひと・しごと創生総合戦略 総括表（重要業績評価指標達成度一覧） — 基本施策 —

基本施策（4）女性と子どもにやさしいまちづくり・少子化対策										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 子育て支援拠点施設の利用者数	41,126 人/年	37,459 人	39,693 人	26,925 人	34,808 人	30,728 人	10,439 人	15,706 人	27,965 人(年平均)	68.0%
2 マイ保育所事業利用者数	5,600 人/年	2,665 人	5,160 人	5,857 人	5,528 人	4,022 人	0 人	0 人	3,319 人(年平均)	59.3%
3 タブレット端末配置小学校数（全12校）	12 校	0 校	3 校	2 校	1 校	6 校	0 校	0 校	12 校(累計)	100.0%
タブレット端末配置中学校数（全8校）	8 校	0 校	3 校	1 校	1 校	3 校	0 校	0 校	8 校(累計)	100.0%
評価	タブレット端末の導入は、全国的にみると新型コロナウイルス感染症拡大期に広く普及したが、本市においては先行して市内小中学校全校への配置を完了した。子育て支援拠点やマイ保育所利用者は、新型コロナウイルス感染症拡大期までは順調に推移していたものの、感染拡大防止のため休業した影響などが大きく目標達成とはならなかった。									
基本施策（5）賑わい・元気・ワクワク感の創出と観光振興										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 ご当地アプリダウンロード数	20,000 件	2,995 件	2,252 件	1,519 件	1,322 件	1,714 件	2,269 件	2,622 件	14,693 件(累計)	73.5%
2 エコツアー参加者数	5,000 人/年	4,090 人	4,093 人	4,342 人	3,580 人	3,014 人	302 人	730 人	2,879 人(年平均)	57.6%
3 海外への情報発信件数	1 件/年	0 件	7 件	8 件	6 件	6 件	2 件	2 件	4.4 件(年平均)	442.9%
4 他自治体等での観光・物産プロモーション回数	20 件/年	0 件	28 件	32 件	24 件	26 件	2 件	4 件	16.6 件(年平均)	82.9%
5 飯能ブランド認定数（再掲）	10 点	0 点	0 点	0 点	0 点	0 点	0 点	0 点	0 点(累計)	0.0%
評価	海外や他自治体に対しては、メッセの開業等に合わせて積極的なプロモーションを行った。しかし、いずれも観光に関連する指標であるため、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響を大きく受けた結果となった。									
基本施策（6）魅力の発信・訴求										
重要業績評価指標（KPI）	数値目標	実績値							評価数値	達成率
		H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3		
1 ご当地アプリダウンロード数（再掲）	20,000 件	2,995 件	2,252 件	1,519 件	1,322 件	1,714 件	2,269 件	2,622 件	14,693 件(累計)	73.5%
2 他自治体等での観光・物産プロモーション回数（再掲）	20 件/年	0 件	28 件	32 件	24 件	26 人	2 人	4 人	17 人(年平均)	82.9%
評価	インターネット広告や電車内広告、ラジオCM等で積極的なプロモーションを行ったほか、メッセの開業により飯能市が主要テレビ局の番組に取り上げられるようになった。KPIには表れていないが、飯能市の魅力の訴求範囲は大きく広がったと考えられる。									