

第2期 松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略 令和2年度実績に基づく効果検証結果 総括表

(1) KPIの結果

区 分	基本目標① 少子化対策	基本目標② 移住定住対策	基本目標③ 地域経済活性化	基本目標④ 持続可能なまちづくり	合 計
◎ R2年度の実績値が目標値 を達成している	2	2	0	6	10
○ R2年度の実績値が基準値 を上回っているまたは同等	5	6	11	9	31
△ R2年度の実績値が基準値 を下回っている	2	0	3	5	10
— 実績値が未確定	0	0	0	0	0
合 計	9	8	14	20	51

(2) 基本目標ごとの総括

- 【基本目標①】つなげる未来を応援する（少子化対策）

⇒少子化対策の各種施策を実施した結果、2つの施策のKPIで、令和2年度の実績値が基準値を下回ったが、7つの施策のKPIでは概ね順調に進捗した。成果指標である「合計特殊出生率」は基準値を下回る結果となった。

第2期総合戦略においても、引き続き出会いから子育てまで切れ目のない支援を実施するとともに、新たに追加された若い世代に対するライフデザインの構築や不妊治療に対する支援など、希望する子どもを産み育てるための支援により、目標値の達成に向けて取り組んでいく必要がある。

- 【基本目標②】松山への定着と新しい人の流れをつくる（移住定住対策）

⇒移住定住対策の各種施策を実施した結果、全ての施策のKPIで、令和2年度の実績値が基準値を上回ることができた。

また、成果指標である「社会移動数（転入数－転出数）」でも基準値を上回る実績値となった。

第2期総合戦略においても、シビックプライドの醸成などによる若者の定住を促進するとともに、新型コロナウイルス感染症の影響が、地方移住の機運を高めていると考えられることから、相談者ニーズに寄り添った支援を推進していくなど、目標値の達成に向けて取り組んでいく必要がある。

- 【基本目標③】魅力ある仕事と職場をつくる（地域経済活性化）

⇒地域経済活性化の各種施策を実施した結果、3つの施策のKPIで、令和2年度の実績値が基準値を下回ったが、11の施策のKPIでは概ね順調に進捗した。また、成果指標である「市内総生産」が基準値を維持した一方で、「観光客推定消費額」では基準値を下回る実績値となり、新型コロナウイルス感染症が観光産業やスポーツ大会の実施等に影響を与えるものとなった。

第2期総合戦略においても、少子化対策や移住定住対策の推進を下支えする地域経済の活性化を図るため、企業誘致やスタートアップ支援、ICTの導入促進による兼業・副業・在宅就労といった多様な働き方を創出し、若者の職業選択環境を整えるほか、アフターコロナを見据えた観光産業への取り組みや農林水産業の活性化など、目標値の達成に向けて取り組んでいく必要がある。

- 【基本目標④】住み続けたいまちをつくる（持続可能なまちづくり）

⇒持続可能なまちづくりの各種施策を実施した結果、5つの施策のKPIで、令和2年度の実績値が基準値を下回ったが、15の施策のKPIでは概ね順調に進捗した。成果指標である「中央商店街への来街者数」は、新型コロナウイルス感染症の影響により基準を下回る実績値となり、「今後も本市に住み続けたいと思う市民の割合」も基準値をやや下回る実績値となった。

第2期総合戦略では、SDGsの考え方を市民や団体に浸透させる取り組みや、都市機能の充実と交通ネットワークの形成によるまちなかの賑わいづくり、地域防災力向上による自然災害に強いまちづくり、地域住民やNPO等とも連携を強化した協働のまちづくりを推進するなど、目標値の達成に向けて取り組んでいく必要がある。