

■ 2019年度 豊岡市地方創生事業実施効果検証報告（「豊岡市地方創生総合戦略第5版」）

資料 4

戦略目的A	暮らすなら豊岡と考え、定住する若者が増えている（移住・定住促進に係る戦略）		
KPI（重要業績評価指標）	人口の社会増減の緩和（転入－転出）	基準値 (2014)	△313人（転入1,762人－転出2,075人）
		目標値 (2019)	△281人
		2019実績	△442人（転入1,893人－転出2,335人）

主要手段 01 豊岡の暮らしの「豊かさ」が内外に知られている（情報発信）

KPI（重要業績評価指標）	2020.3月末	
	目標値	実績値
豊岡市公式ウェブサイト閲覧数	960,000件	1,099,716件

具体的手段 01-01 様々なメディア等で豊岡が取り上げられている

KPI（重要業績評価指標）	2020.3月末	
	目標値	実績値
豊岡に関する情報が、テレビ、雑誌、WEBマガジン等に取り上げられた回数	90件	81件

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）			事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署
				指標設定	2020.3月末			
					目標値	実績値		
1	メディア・旅行エージェント招聘事業	国内外のテレビ・雑誌・WEBサイト等の編集者、インフルエンサー、旅行エージェント等を招聘し、市の取組みや観光素材を取材してもらいメディア等への露出や観光商品造成につなげる。	3,038	国内メディア掲載数 海外メディア掲載数 メディア招聘数	90件 26件 19件	81件 351件 35件	<p>【成果】 特に海外WEBメディアの取材、掲載数が増加しており、海外情報発信拠点（海外レップ）や県、JNTOとの連携、海外旅行博への出店などの効果が取材につながっている。</p> <p>【課題】 市、観光地のブランドを保つため、掲載媒体の選定にも配慮が必要である。</p> <p>【今後の対応】 ブランドイメージを守りながら、新たなメディアなどへも積極的な営業・招聘を行う。 また、城崎温泉以外の市内他地域のプロモーションを行い、メディア掲載につなげる。</p>	大交流課 (豊岡ツーリズム協議会)

具体的手段 01-02		WEBやSNS等で豊岡の情報が共有されている						
KPI (重要業績評価指標)					2020.3月末			担当部署
					目標値	実績値		
Facebook「大好き豊岡応援隊」いいね済数					4,894件	3,734件		
豊岡市移住定住ポータルサイト閲覧数					36,000件	135,899件		
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	指標設定	2020.3月末		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署
					目標値	実績値		
2	移住定住促進プロモーション戦略事業 (WEB広告、ポスター制作、ミュージシャン・イン・レジデンス)	豊岡の暮らしの魅力について様々なツールを用いて効果的なプロモーションを行い、移住定住ポータルサイト「飛んでるローカル豊岡」へ誘導し、豊岡が移住地の選択肢となるよう導いていく。	13,572	・ポータルサイトの“ページ/セッション数” ・Facebookページへのいいね!の数	7.0ページ 3,000件	3.1ページ 2,581件	【成果】 サイト開設から4カ年が経過し、Facebook、プロモーション動画、SNS等の内容が充実してきており、情報発信において一定の効果が得られている。 【課題】 市民ライターが作成する記事にも限界があるため、今後は記事以外の動画や音声などによる情報発信も検討する必要がある。 【今後の対応】 市民と協働した情報発信を継続させるため、持続可能な手法と体制について検討する。また、記事以外の動画等の情報発信にも挑戦していく。	環境経済課
3	Uターン就職情報発信 (①ジョブナビ豊岡、②就活応援ブック)	①市が運営するU・I・Jターン支援、求人・企業情報サイトのジョブナビ豊岡による情報発信を行う。 ②市内の高校を卒業した大学3年生を中心に、豊岡市内企業の情報を掲載した冊子を配布。就職を機にUターンする若者を増やす。	4,815	・サイト閲覧数 ・ユニークユーザー数	47,000件 31,000件	63,407件 46,956件	【成果】 サイト訪問者、閲覧数ともに目標値を大きく超え、豊岡の就職に関する情報サイトとしての認知がなされている。 【課題】 情報発信の対象が毎年変わっていくため、確実なルーティーンを行いながら、就職動向に沿ったタイミングと、手法・内容での情報発信を行わなければならない。 【今後の対応】 情報発信をし、流入してきたターゲットが離脱せずに企業へのエントリーに繋がる仕組みを作っていくことが求められる。	環境経済課

具体的手段 01-03		豊岡の魅力を語る人々が世界中にいる							
KPI (重要業績評価指標)				2020.3月末					
				目標値	実績値				
城崎国際アートセンター (KIAC) アーティスト・イン・レジデンス滞在者数 (累積)				1,366人	1,817人				
海外メディア (テレビ、雑誌、WEBマガジン等) 掲載数				26件	351件				
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署		
				指標設定	2020.3月末			目標値	実績値
4	豊岡エキシビション	テレビ・雑誌・WEBサイト等の媒体で、豊岡の魅力 (取組・文化等) を紹介してもらうため、メディアやインフルエンサーを対象に、東京でイベントを開催し、豊岡市への取材や媒体掲載につなげる。	4,000	・参加者数 ・参加メディア数 ・メディア掲載数 ・豊岡エキシビションをきっかけとした取材数	600人 35件 45件 17件	120人 9件 1件 0件	【成果】 参加者の市に関する情報アップデートと官民連携に向けた企業・メディアとの関係維持・構築を目的としたため、メディア掲載数は1件となったが、メディア・企業との関係性が維持・強化された。 【課題】 2020年度は豊岡市内でファンミーティングを開催する。市内開催により、参加者が減少する可能性があり、参加できない方へのフォローが必要となる。 【今後の対応】 豊岡ファンミーティングで熱量のある”豊岡ファン (メディア・企業)” との関係維持・強化の機会とする。 また、引き続きファンとの関係強化と新たなファン獲得に取り組む。	大交流課	
5	アーティスト・イン・レジデンス事業	選考による国内外の最先端アーティストが、滞在制作を発表し、観光大使となって豊岡の魅力を世界中に発信していく。また、市民に優れた舞台芸術に触れる機会を提供する。	13,021	・公募プログラムの応募件数 ・海外からの応募件数	60件 16件	80件 42件	【成果】 2017年度数値までの伸びはなかったが、応募内容から見ると成果が得られた。 【課題】 演劇見本市 (TPAM) などの場での有効な情報発信の継続 【今後の対応】 継続した事業参加の呼びかけを行う。	大交流課	
6	ディレクター等の配置 (KIAC)	城崎国際アートセンターを芸術文化の国際的戦略拠点に位置付け、運営・芸術活動・地域との連携体制及び情報発信を強化するため、専門的知識を有する人材 (マーケティング・ディレクター、プログラム・ディレクター、アート・コーディネーター) を配置する。	19,351	・地域交流プログラム等自主事業等への参加者数 ・公募プログラムの応募件数 ・海外からの応募件数	5,500件 60件 16件	2,824件 80件 42件	【成果】 参加者数も増加し成果が得られた。 【課題】 より有効な公演内容の検討・情報発信の検討 【今後の対応】 市民への公演内容の周知と参加の呼びかけを継続する。	大交流課	

具体的手段 01-04		豊岡を巣立った人たちが豊岡とつながっている								
KPI (重要業績評価指標)					2020.3月末					
					目標値	実績値				
成人式参加者の情報登録率 (登録者数/参加者数)					50.00%	—	※2019年度から廃止			
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署			
				指標設定	2020.3月末					
					目標値	実績値				
7	Uターン促進 (企業研究会、合同企業説明会、市内相談会)	京阪神の大学生等を対象にして、市内企業とのマッチングをねらい、都市部における就活イベントを開催。	10,337	・ブース訪問者の延べ人数 ・企業研究会参加者へのアンケート参加前と参加後の意識変化の数値化	250人	114人	【成果】 参加者の人数確保は出来なかったが、早い段階でUターン希望する確度の高い層との出会いがあり、ヒアリングなどから、その後、企業訪問などへつながっている。 【課題】 大手事業者の就活イベントへ学生が参加し、地方が開催する就活イベントへ集まりにくい状況になっている。 【今後の対応】 継続的な情報発信のみならず、オンライン相談等を随時受けるなど、個別のリクルーティング等により、企業とのマッチングを図る。	環境経済課		

具体的手段 01-05		定住を検討する人に寄り添って、情報が提供されている								
KPI (重要業績評価指標)					2020.3月末					
					目標値	実績値				
豊岡市移住定住ポータルサイト 閲覧数					36,000件	135,899件				
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署			
				指標設定	2020.3月末					
					目標値	実績値				
8	移住定住促進 (ワンストップ窓口、現地案内人)	移住前後のギャップやミスマッチを解消するとともに、生活等のリアルな情報提供や相談に対応するため、ワンストップ窓口や支援の仕組みづくり等の移住定住の受入体制を構築する。また、移住を希望する方々が定住できるように様々な支援を行う。	2,107	・窓口を利用して移住した人 ・窓口への問合せ件数	40人	56人	【成果】 移住希望者ごとに異なるニーズや不安の丁寧な聞き取り、情報提供や案内等のサポートにより、本市移住施策は一定の成果が得られている。 【課題】 移住相談数の増加及び多様化に対応する体制整備。 【今後の対応】 民間移住窓口の「暮らしのパーラー (サードプレイス事業)」において、まち全体で移住者を受け入れる気運を醸成し、移住者の増加を目指す。	環境経済課		

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
9	豊岡移住相談会 (合同移住フェア出展)	首都圏や関西圏の都市在住者 に向け、豊岡市の魅力を発信 し、豊岡への来訪や移住促進を 図るため、各種移住フェアへの 出展や移住体験会を開催する。	3,786	・ 合同フェア等での相 談件数 ・ 豊岡移住相談会から 豊岡に訪問した人の 数	90件 20人	83件 3人	【成果】 移住意向を持つ潜在者が多い都市部でのイベント へ出展することで、相談者数の確保に繋がっている。 【課題】 ネットでの情報発信等により移住イベント自体の 参加者数が減少している。 【今後の対応】 各種プロモーションにより、ネット上で繋がって いる方たちが各種イベントへ参加していただくよう な仕掛けをしていく必要がある。	環境経済課
10	飛んでるローカル豊岡編集 部支援	豊岡への移住定住を促進する ために、市民自らがライターと なり、地域に根差した豊岡での 暮らしや子育て、教育、医療、 仕事などの情報発信を行う。	8,688	・ 市民ライターが投稿 した記事数 ・ 市民ライターの数	200件 20人	42件 37人	【成果】 サイト開設から4カ年が経過し、Facebook、プロ モーション動画、SNS等の内容が充実してきており、 移住の入口とされる情報発信において一定の効果が 得られている。 【課題】 市民ライターが作成する記事にも限界があるた め、今後は記事以外の動画や音声などによる情報発 信も検討する必要がある。 【今後の対応】 市民と協働した情報発信を継続させるため、持続 可能な手法と体制について検討する。また、記事以 外の動画等の情報発信にも挑戦していく。	環境経済課
11	移住促進支援補助金	豊岡への移住定住を促進する ために、移住検討段階での支援 及び実際に移住する段階での支 援を行い、移住に対しての誘因 策を充実させる。	10,300	・ 補助金交付実績 (①移住希望者宿泊費支援) ・ 補助金交付実績 (②移住者空家等活用支援)	90件 10件	71件 13件	【成果】 検討段階での支援策により、実際に豊岡へ訪れる 方も増えてきている。空き家の活用補助についても 積極的に活用されている。 【課題】 軽微な改修で住める空き家が少なくなっている。 【今後の対応】 移住者のニーズにあう、効果が明確な支援策を検 討する必要がある。	環境経済課

主要手段 02	人々が豊岡の「豊かな暮らし」を楽しんでいる（高付加価値・成熟化・多様性）		
---------	--------------------------------------	--	--

KPI（重要業績評価指標）	2020.3月末	
	目標値	実績値
「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合	55.0%	48.4%

具体的手段 02-01	やりがいと安定した収入が得られる仕事が増えている		
-------------	--------------------------	--	--

KPI（重要業績評価指標）	2020.3月末	
	目標値	実績値
基盤産業（鞆産業と宿泊業）における若手従業員の新規雇用（正社員）数	60人	54人

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
12	革製鞆・革小物生産能力育成（特産振興事業）	専門技術を持つ講師による技術講習を実施し、革製鞆・財布等革小物を生産できる人材を育成する。	13,050	・革製品に取組む事業所 ・講習会受講者数	2社 40人	9社 11人	【成果】 技術取得により革小物に取組む企業が増加した。 【課題】 商品化に向けた技術の向上 【今後の対応】 継続した技術講習の実施を図る。	環境経済課
13	豊岡鞆ブランドPR推進事業（特産振興事業）	地域商標ブランドを取得している「豊岡鞆」のブランド力を鞆業界と一体となって向上させることにより鞆業界の成長と職業としての魅力を高め、基盤産業である鞆産業のさらなる発展を図る。	2,000	・市外（近隣自治体除く）から豊岡市内鞆関係企業への1ターン就職者数（当該年度新卒以外就職者及び翌年度新卒内定者） ・鞆製造品出荷額等	30人 130億円	6人 104億円	【成果】 豊岡鞆の認知度が向上し、市外出身者の鞆業界への就職者を確保することが出来た。 【課題】 鞆の産地の認知度をさらに向上させる必要がある。 【今後の対応】 豊岡鞆のブランディングを強化し、魅力度をあげることに伴い、基盤産業である鞆産業の安定化と担い手の確保を図り、業界の成長を進める。	環境経済課
14	環境経済事業（販路拡大支援）	市内事業者の行う環境経済事業の売上向上のため、販路拡大に関する専門的知識を有するアドバイザーを招聘し、スタートアップ・経営・販路拡大などの支援を行う。	2,000	・製造品出荷額等	1,300億円	1,330億円	【成果】 販路の拡大ができた。 【課題】 売上実績に結び付くまでに時間がかかる。 【今後の対応】 専門家によりアドバイスを継続して行う。	環境経済課
15	IT企業立地支援	市内の空き店舗等を活用し、IT関連企業の立地優遇制度と合わせて豊岡の魅力を伝えることにより、IT関連企業の誘致の推進を図る。	4,638	・若者のIT関連企業UIターン就職数 ・企業訪問等による支援制度の紹介	10人 50件	2人 72件	【成果】 IT関連事業所の新規開設が2件あった。 【課題】 継続的にIT企業が立地できるよう、市内の人材育成が必要 【今後の対応】 IT企業誘致に必要な人材育成の事業化について関係者と協議を行う。	環境経済課

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
16	企業立地事業者工場等賃借料補助金	事業者が、土地、建物若しくは機械設備を賃借して工場等を新増設する場合、又はオフィスビル等の建物を賃借して事務所、営業所等として利用する場合に賃借料の一部を補助する。	1,900	・企業の立地件数 (①市外からの立地②及び市内企業の増設に伴う新規用地への立地) ・企業の増設件数	1件 0件 2件 1件	【成果】 新規立地及び設備投資を行うにあたり、指定事業者申請に係る相談を行う企業が数件あった。 【課題】 企業立地の情報収集する手段を充実する必要がある。 【今後の対応】 企業立地に対応するため、積極的な企業訪問と関係機関との連携を行い情報収集と制度周知を行う。	環境経済課	
17	企業立地促進条例による奨励金	指定事業者（投下固定資産総額5千万円以上、常用従業員の新規雇用者数1人以上他）に対し、雇用奨励金及び工場等設置奨励金を交付	26,343	・企業の立地件数 (①市外からの立地②及び市内企業の増設に伴う新規用地への立地) ・企業の増設件数	1件 0件 2件 1件	【成果】 新規立地及び設備投資を行うにあたり、指定事業者申請に係る相談を行う企業が数件あった。 【課題】 企業の新規立地に市で対応するための産業用地がなく、新たな産業用地として但馬空港周辺産業用地の整備を進める必要がある。 【今後の対応】 但馬空港周辺産業用地の整備を行う。	環境経済課	
18 01	コウノトリ育む農法推進事業（無農薬栽培実証事業、新品種試験栽培実証事業）	本市環境創造型農業の柱である「コウノトリ育む農法」の普及拡大へ向けた取組みにより、持続可能で強い豊岡農業の推進を図る。	25,943	・コウノトリ育む農法 無農薬栽培面積	100ha 146ha	【成果】 無農薬栽培面積が目標値を大きく上回った。 【課題】 収量と食味の高位安定を図り、さらに無農薬栽培を推進する必要がある。 【今後の対応】 「無農薬栽培マニュアル」の活用及び関係機関との協働により、収量と食味の高位安定を図る。	農林水産課	
18 02	コウノトリ育む農法推進事業（無農薬栽培チャレンジ事業、有機育苗システム構築事業）	無農薬栽培の普及促進を図るため、試行栽培に必要な機械貸出・運搬・指導業務と、育苗と有機野菜栽培の供給実証業務をそれぞれ委託。	25,943 (再掲)	・コウノトリ育む農法 無農薬栽培面積 ・(有)夢大地ハウス年間売上額（1棟あたり）	100ha 146ha 100万円 非公表	【成果】 無農薬栽培面積が目標値を大きく上回った。 【課題】 収量と食味の高位安定を図り、さらに無農薬栽培を推進する必要がある。 【今後の対応】 「無農薬栽培マニュアル」の活用及び関係機関との協働により、収量と食味の高位安定を図る。	農林水産課	
19 01	コウノトリ育むお米ブランド化推進事業（市場価値維持向上事業、店舗と協力した情報発信事業）	「コウノトリ育むお米」の市場価値の向上を目指し、多くの消費者にコウノトリ育む農法の特徴を理解、共感してもらうため、店舗等と連携した様々な促進イベント等を実施する。	7,796	・コウノトリ育むお米 JAたじま買取価格（無農薬米） ・コウノトリ育むお米 JAたじま買取価格（減農薬米）	12,000円 非公表 8,500円 非公表	【成果】 買取価格は目標値を達成していないが、慣行栽培のお米と比較して高値で取引されている。 【課題】 栽培面積の拡大とともに新たな販路を開拓し、市場経済に認められた真のブランド米として確立させる必要がある。 【今後の対応】 国内の消費拡大を主軸に、海外マーケットへの安定的な参入も目指して販路開拓を積極的に推進する。	農林水産課	

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
19 02	コウノトリ育むお米ブランド化推進事業（海外販路推進事業）	コウノトリ育むお米の優位性を熟知している商社と連携し、重点推進3カ国（イタリア、アメリカ、シンガポール）でのテスト販売等によるマーケットリサーチを実施し、海外販路の開拓を図る。	11,220	・コウノトリ育むお米 海外取扱国数	3カ国 6カ国	【成果】 シンガポール、アメリカ、香港、オーストラリア、アラブ首長国連邦のドバイ、台湾の6つの国と地域で輸出が定番化した。輸出数量も順調に増加している。 【課題】 栽培面積の拡大とともに新たな販路を開拓し、市場経済に認められた真のブランド米として確立させる必要がある。 【今後の対応】 国内の消費拡大を主軸に、海外マーケットへの安定的な参入も目指して販路開拓を積極的に推進する。	農林水産課	

具体的手段 02-02	新たな事業や仕事にチャレンジする人が増えている
KPI (重要業績評価指標)	
2020.3月末	
目標値	
実績値	
創業件数	25件 13件
新規就農者数（青年等就農計画の認定を受けた認定新規就農者及び豊岡農業スクール卒業生）（累積）	18人 28人

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
20	新規就農総合支援（青年就農給付金、若手農家支援、豊岡農業体験、親方農家発掘）	若手就農者への初期投資費用の支援のほか、国の農業次世代人材育成投資資金を活用し、年間最大150万円を最長5年間給付する。	21,948	・新規就農者数（年次）	3人 4人	【成果】 各施策の実績等により累計で28人の新規就農者を確保できた。 【課題】 新規就農者を確保するため、豊岡で農業を行う魅力やメリットなどを整理し、他地域との差別化を図ることが必要と考える。 【今後の対応】 農業スクールや各種支援策の充実を図るとともに、情報発信を強化し、新規就農者の確保に努める。併せて、大規模農家および法人での雇用就農についての支援も検討する。	農林水産課	

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
21	豊岡農業スクール	就農意欲のある研修生(年3人)の募集と、認定農業者への派遣研修(最長3年)事業を豊岡市認定農業者協会へ委託し、将来の独立自営就農又は雇用就農につなげる。	10,620	・新規就農者数(年次) ・新規就農者数(累計)	3人 18人	4人 28人	【成果】 各施策の実績等により累計で28人の新規就農者を確保できた。 【課題】 新規就農者を確保するため、豊岡で農業を行う魅力やメリットなどを整理し、他地域との差別化を図ることが必要と考える。 【今後の対応】 農業スクールや各種支援策の充実を図るとともに、情報発信を強化し、新規就農者の確保に努める。併せて、大規模農家および法人での雇用就農についての支援も検討する。	農林水産課
22	靴縫製者トレーニングセンター	豊岡市縫製者育成組合による「靴縫製者トレーニング事業」の実施。靴産業への就職に興味を持つ若者を対象に2週間程度のインターンを行い、また、靴産業への就職意思がある者に対する靴縫製者育成組合の技術指導(3ヶ月間)を支援する。	0	・トレーニングセンター卒業生のうち、豊岡市内靴関係企業への就職者数	20人	5人	【成果】 今期(15・16期)の実施により、11名がカリキュラムを修了し、うち5名が市内靴企業へ就職した。 【課題】 卒業生の就職にあたり業界、各社との調整が必要 【今後の対応】 インターン実施に向けて、業界等と協議・検討を行う。	環境経済課 (豊岡市靴縫製者育成組合)
23	創業支援事業	FLAP TOYOOKAを活用し、創業者向けセミナーや研修会、交流イベントを開催する。また、商工団体、金融機関、士業団体で構成する「豊岡市創業・事業者支援ネットワーク」を運営し、豊岡市創業支援等事業計画を策定する。	1,349	・コワーキング豊岡の利用者で、新たな事業を始める人数	1人	1人	【成果】 新規事業者1名を創出することができた。 【課題】 更なる利用促進のため、コワーキング利用者(会員)の獲得、新規事業者の掘り起しが課題である。 【今後の対応】 コワーキングでの創業支援事業を商工団体や金融機関と連携して行う。	環境経済課 (但馬地域地場産業振興センター)
24	子育て中の女性の就労促進	事業所へのプチ勤務(少日数、短時間勤務)導入を促進し、子育て中の女性にとって働きやすい職場環境を整備する。「お仕事大相談会」を開催し、働きたいが働けていない子育て中の女性の就労を促す。	3,310	・子育て中の女性の就労促進事業による就職内定者数	—	17人	【成果】 お仕事大相談会を実施し、15事業所、子育て中の女性32人が参加した。うち、10事業所に17人の就労が実現した。 【課題】 対象者の掘り起こし。コロナ禍により雇用情勢が悪化。 【今後の対応】 ひとり親非正規雇用者(シングルマザー)に対する就労支援を予定。 事業所の掘り起こし(ハローワークや事業所と連携し正社員化、資格取得・スキルアップをサポート)。ひとり親の新しい働き方(フレキシブル勤務、フレキシブルワーク)などを検討。	ワークイノベーション推進

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020. 3月末			
					目標値			実績値
25	内発型産業育成Ⅰ (総合相談窓口の新設)	成長を目指す企業や創業に取り組む若者や女性を支援するため、ビジネスに関する総合相談窓口を開設し、創業や既存産業の高度化を促す。	12,361	・相談窓口の稼働率	—	82.1%	【成果】 相談窓口の稼働率は82.1%、相談内容の41.7%は創業に関する相談、相談者の50.0%は30歳代以下の若者の相談であり、多くの相談に対応ができた。 【課題】 新規相談者の掘り起こしと継続相談者へのフォローアップが課題である。 【今後の対応】 ビジネス相談業務を継続して実施する。	環境経済課
26	内発型産業育成Ⅱ (ステップアップ支援補助金・創業支援補助金)	成長を目指す企業の新製品やサービスの開発、販路の拡大に要する経費を支援する。また、創業・事業承継に取り組む若者・女性のスタートアップに要する経費を支援する。	35,971	・ステップアップ支援補助金件数 ・創業支援補助金件数	— —	15件 12件	【成果】 ステップアップ支援補助金15件、創業支援補助金12件の支援が実施できた。 【課題】 補助事業者に対する継続したフォローアップの実施が課題である。 【今後の対応】 ステップアップ支援補助金、創業支援補助金ともに継続して実施する。	環境経済課
27	政策アドバイザー設置	新規事業実施にかかる重要課題など政策的事項又は専門的事項について、専門的知識や技術、経験などを有する方から指導、助言を受ける機会を設ける。	9,266	・新たな政策立案数	3件	1件	【成果】 継続案件は、事業内容を掘り下げた検討がなされた。 【課題】 助言いただき施策を実現する際に、予算や手続きが課題となり、実現に至らないケースが発生している。 【今後の対応】 依頼側の発注能力の強化と、助言後の施策反映方法の検討、案件固定化を解消する。	大交流課

具体的手段 02-03		人とつながり、支え合う喜びを感じる人が増えている					
KPI（重要業績評価指標）				2020.3月末			
				目標値	実績値		
「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合				55.0%	48.4%		
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署
				指標設定	2020.3月末		
					目標値	実績値	

具体的手段 02-04		多様な生き方に応じた居場所と出番が増えている						
KPI（重要業績評価指標）				2020.3月末				
				目標値	実績値			
「女性が働きたい企業」に関する認証取得等企業数				20社	— 件			
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値	実績値		
28	ジェンダーギャップ解消推進	職場、家庭、地域等を含めたまち全体のジェンダーギャップの解消に向けた戦略の策定準備（調査、研究等）、ジェンダーギャップ解消の必要性について理解を深めるための情報発信（シンポジウム開催、市広報ジェンダーギャップ特集号、ジェンダー平等に関する意見交換会など）	5,202		—	—	【成果】 既存の調査、追加調査結果の分析により課題を抽出し、有識者による戦略策定に向けた提言を受領、戦略に若い世代の意見、提案を反映させるためのワークショップの実施など、戦略策定に向けた準備を進めた。 ジェンダーギャップ解消の必要性について理解を深めるため、市民、事業所経営者、地域関係者等を対象としたシンポジウム（250人参加）、提言報告会（110人参加）を開催した。 【課題】 若い世代をはじめ多世代・多様な人々がジェンダー平等の意義とメリットを理解し、その実現に向け主体的に関与できる仕組みづくり。 【今後の対応】 2020年度に家庭、地域等を含めたまち全体のジェンダーギャップの解消に向けた戦略を策定するとともに、戦略策定過程や進捗状況などを広く発信し、ジェンダーギャップ解消の必要性について市民の関心を高める。	ワークイノベーション推進

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
29	ワークイノベーション推進	女性も働きやすく、働きがいを感じる事業所を増やすことを通じた職場のジェンダーギャップ解消と、これを切り口としたまち全体のジェンダーギャップの解消を目指し、経営者や従業員等の意識改革、行動改革を促す。	9,780	・女性従業員の2/3以上が働きやすく働きがいがあると評価している事業所数	—	—	【成果】 厚労省兵庫労働局、豊岡市ワークイノベーション推進会議、豊岡市の三者で「豊岡市女性の就労に関する協定」を締結（女性就労に限定した雇用対策協定は県内初）。事業所対象のセミナー（経営者、人事担当者、管理職、女性従業員）を開催し、延べ130事業所190人が参加。市内6事業所で働きやすさ、働きがいの従業員アンケートを実施。 【課題】 コロナ禍により市内の経済情勢が悪化。ウィズコロナ、ポストコロナを見据えた対応。 【今後の対応】 経営者、人事担当者、管理職、女性従業員等を対象に引き続き意識、行動変革につながるセミナー、ワークショップを実施する。（無意識の偏見セミナー、他者理解の演劇ワークショップなど。） ・女性にも働きがいがあり、働きやすい先進事業所の可視化と他の事業所への波及を進めるため、2020年度に表彰制度を創設する。	ワークイノベーション推進
30	保育士等確保推進	保育所等を「より働きやすい職場」、「より働きたい職場」に変革できる業務改善策を2か所のモデル園において試行し、効果的な施策をとりまとめて市内全園に広げる。	6,175	・常勤換算保育士数（保育所、認定こども園）	392人	400人	【成果】 モデル園（2園）への業務改善の取組みを行い、保育補助の新規導入、ICTの活用推進などを進めた。また、クラス担任等のリーダー級の保育士を対象としたスキルアップ研修を実施した。 【課題】 主に保育士不足に起因した待機児童も発生しており、全国的に保育士不足が課題となる中、保育士の確保及び離職防止が大きな課題である。 【今後の対応】 保育士の負荷軽減を図るために、ICTの活用、保育補助の導入等に引き続き取り組む。	こども育成課
重複	子育て中の女性の就労促進	事業所へのプチ勤務（少日数、短時間勤務）導入を促進し、子育て中の女性にとって働きやすい職場環境を整備する。「お仕事大相談会」を開催し、働きたいが働けていない子育て中の女性の就労を促す。	3,310	・子育て中の女性の就労促進事業による就職内定者数	—	17人	【成果】 お仕事大相談会を実施し、15事業所、子育て中の女性32人が参加した。うち、10事業所に17人の就労が実現した。 【課題】 対象者の掘り起こし。コロナ禍により雇用情勢が悪化。 【今後の対応】 ひとり親非正規雇用者（シングルマザー）に対する就労支援を予定。 事業所の掘り起こし（ハローワークや事業所と連携し正社員化、資格取得・スキルアップをサポート）。ひとり親の新しい働き方（フレキシブル勤務、フレキシブルワーク）などを検討。	ワークイノベーション推進

具体的手段 02-05		自然とのつながりを楽しむ人が増えている						
KPI（重要業績評価指標）					2020.3月末			
					目標値	実績値		
「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合					55.0%	48.4%		
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
				目標値	実績値			
31	コウノトリ野生復帰推進	コウノトリ野生復帰を通じた自然再生と地域再生の取組みを、地域に深く根づかせるとともに、豊岡以外での取組と連携し取組みの進展と普及啓発を図る。	12,077	・コウノトリ野外個体数	120	176	<p>【成果】 野外コウノトリの増加に伴い、コウノトリの生息地となる場所が市内に増え、市内外からのボランティア数が増加した。</p> <p>【課題】 コウノトリの野外個体数は今後も増えることが予想されるため、取組みに対する更なる理解と作業等への参加を促す必要がある。</p> <p>【今後の対応】 豊岡自然再生アクションプランを確実に推進するとともに、他の施策を連動させ、市民が主体となつて行う自然再生活動を増やして生息地となる場所を拡大していく。</p>	コウノトリ共生課
32	子どもの野生復帰	キッズワイルド2019として、周年型、単発型、成人対象の3プログラムを実施。	11,037	・参加者数	270人	207人	<p>【成果】 市内の子どもたちに継続的に自然体験学習の機会を提供できた。</p> <p>【課題】 参加者の確保、小学校高学年、中学生の参加促進を図ること。成人の指導者拡大を図ること。</p> <p>【今後の対応】 より効果的な体験プログラムの企画検討により、参加者の確保と効果拡大を図る。</p> <p>本事業は、2020年度を最終年度とし、以降は植村直己冒険館の機能強化事業として引き継ぐ。</p>	生涯学習課

具体的手段 02-06		自分の時間を持ち、暮らしを楽しむ人が増えている						
KPI (重要業績評価指標)					2020.3月末			
					目標値	実績値		
「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合					55.0%	48.4%		
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
				目標値	実績値			
33	文化芸術創造交流事業 (Toyooka Art Season2019)	文化施設などが連携して、演劇や音楽など多彩なジャンルのプログラムを「Toyooka Art Season (豊岡アートシーズン)」として展開し、文化芸術の創造性を通じて、市の魅力を内外に向け発信する。	12,572	・文化施設利用者数の増加	337,370人	312,364人	【成果】 市が実施する文化事業を「Toyooka Art Season 2019」という枠組みで一体的に展開し、合計63事業を実施した。また、民間団体等が主催する事業を公募し、18団体から参加を得た。 【課題】 広報のあり方を含め、事業内容の市民へのさらなる浸透を図っていく必要がある。 【今後の対応】 事業の内容の精査及び実施時期の調整を行い、より一体的な事業展開となるよう図っていく。	文化振興課
34	文化芸術創造交流事業 (市民参加の演劇、演劇ワークショップ)	一流の文化芸術活動を行う劇団や俳優を招聘し、市民(ターゲット:若者)を巻き込んだ文化芸術創造交流を行う。	15,811	・国内外の優れた団体の公演の出演者等に応募する市民の人数 ・市民が参加できる公演事業の数 ・国内外の優れた団体が実施するワークショップへの参加者の数 ・市民が参加できる、ワークショップの機会 ・国際的に活躍しているグループによる公演の開催	37人 14件 200人 58件 3件	123人 6件 94人 9件 1件	【成果】 プロの俳優と市民による協働での舞台制作及び国内外で活躍する専門家やアーティストを招聘してのワークショップの開催により、市民参加の拡大と地域の文化力、舞台芸術創造力の向上に貢献した。 【課題】 市民参加者の拡大のため、周知方法の検討。特に、新規参加者の獲得のための周知方法を検討する。 【今後の対応】 更なる市民参加の広がり、地域の関連団体等との連携、SNS発信の充実など、きめ細やかな周知等に努める。	生涯学習課 (NPO法人プラットフォーム)
35	芸術文化情報発信 (KIACレクチャーシリーズ、芸術文化情報放送)	①市民講座&ワークショップの開催②地域連携プログラムの実施③芸術文化情報放送④学校へのアーティスト特別派遣⑤人材育成事業 (インターンシップ受入)	1,414	・レクチャーシリーズ参加者数 ・Facebookページ いいね!獲得数	150人 500件	15人 3,157件	【成果】 レクチャーシリーズは少人数で開催する内容であったため人数が減少した。 SNS等の発信回数、Facebookでの閲覧数(いいね!)獲得数は増加しており、全体的に目標通りの成果が得られた。 【課題】 FM放送に変えて和紙ベースの行事告知回覧のみとした。 【今後の対応】 多様なPR媒体を利用し継続した情報発信を行う。	大交流課

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
36	出石永楽館歌舞伎	文化都市豊岡のイメージアップを図るとともに、市外からの交流人口拡大による地域経済活性化に寄与する事業として開催。	77,868	・市民チケット販売数	1,300枚	864枚	【成果】 永楽館窓口での販売は好調であったが、大口団体の撤退もあり、市民販売数が目標を下回った。 【課題】 全体の販売実績を上げる必要がある。 【今後の対応】 全体の販売実績を上げる方策を検討し、市外販売数とのバランスを考慮しつつ、市内販売数を確保していく。	出石振興局 地域振興課
37	芸術文化担当参与の設置	「最先端の芸術文化による若者の誘引」戦略アドバイザーとして、引き続き、芸術文化担当参与を設置し、地方創生総合戦略の推進を図る。	2,400	・平田オリザ氏による情報発信	8件	123件	【成果】 豊岡市の芸術文化政策や地方創生総合戦略を国内外に情報発信を行う。前年比約3倍の情報発信の効果あり。 専門職大学関連の記事の増加。 【課題】 特に無し 【今後の対応】 2020年度も引き続き豊岡市の文化芸術政策について助言及び指導をいただく。2021年度以降の位置づけについて協議を要する。	文化振興課
重複	ディレクター等の配置 (KIAC)	城崎国際アートセンターを芸術文化の国際的戦略拠点に位置付け、運営・芸術活動・地域との連携体制及び情報発信を強化するため、専門的知識を有する人材(マーケティング・ディレクター、プログラム・ディレクター、アート・コーディネーター)を配置する。	13,021	・地域交流プログラム等自主事業等への参加者数 ・公募プログラムの応募件数 ・海外からの応募件数	5,500人 60人 16人	2,824人 80件 42件	【成果】 参加数も増加し成果が得られた。 【課題】 より有効な公演内容の検討・情報発信の検討 【今後の対応】 市民への公演内容の周知と参加の呼びかけを継続する。	大交流課

具体的手段 02-07		外から豊岡とつながり、行き来する関係人口が増えている						
KPI（重要業績評価指標）			2020.3月末					
			目標値	実績値				
城崎国際アートセンター地域交流プログラム等自主事業への市外からの参加者数(累積)			4,800人	5,084人				
但馬空港助成利用件数（市内出身者及びその家族、ビジネス利用）			5,000人	6,232人				
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2019.3月末			
				目標値	実績値			
38	城崎国際アートセンター自主事業	地域交流プログラム（滞在するアーティストの成果発表等）や公演、講座、ワークショップなど実施し、最先端の舞台芸術により芸術文化に対する意識を高め、市内外からの誘客を図る。	10,717	・地域交流プログラム等自主事業等への参加者数	5,500人	2,824人	【成果】 公演内容により参加者数が大きく左右されるが、一定の効果があったと考える。 【課題】 より有効な公演内容の検討・情報発信の検討と、地域交流プログラムへの全市域からの参加チラシ等の発送体制の充実 【今後の対応】 全市域から参加できるように継続した情報発信を行う。	大交流課
39	文化と教育の先端自治体の連携	構成自治体住民や職員、全国に関心層も参加可能な“オープンな”インナープロモーションとして、学びと交流の場を開催する（構成自治体持ち回り）とともに、WEBサイトで連合や各自自治体の取組みを情報発信する。 ＜構成自治体（2市3町）＞ 北海道東川町、富山県南砺市、岡山県奈義町、香川県小豆島町、豊岡市（会長市）	1,500	・メディア掲載件数	5件	2件	【成果】 当面は“オープンな”インナープロモーションとして、文化と教育のまちづくりを牽引する存在の自治体職員の人材育成と交流を行う。また、各自自治体において、非認知スキル向上のための取組を進めるとともに連合事業として、その効果測定・評価・検証を行うこととした。 【課題】 各自自治体の移住者の状況、取組みの違い（文化and教育 又は 文化or教育）、首長選挙の状況等が異なるので、意思決定に労力と時間がかかる。 【今後の対応】 事業方針に沿って、研修事業を着実に実施しながら、自治体職員の文化的な感度を上げ、政策立案能力向上に寄与する。また、各自自治体での非認知スキル向上に係る事業データをまとめ、地方からの政策の提言を検討する。	大交流課

主要手段 03		豊岡で人々が世界と出会っている（ローカル&グローバル）	
KPI（重要業績評価指標）		2020.3月末	
		目標値	実績値
移輸出額（兵庫県市町民経済計算）		258,040 百万円	県公表前

具体的手段 03-01		世界中から人々が来訪し、豊岡を楽しんでいる						
KPI（重要業績評価指標）		2020.3月末						
		目標値	実績値					
外国人宿泊者数		80,000人泊	63,648人泊					
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
				目標値	実績値			
40	外国人観光客プロモーション事業	海外市場での認知度向上を目指す長期的視点に立った活動と、単年ごとの計画的な宿泊客数増加を目指す活動の2つの視点で戦略的に事業を展開する。	40,740	・Google全体での検索回数（“Kinosaki”） ※英語・フランス語 ・メディア掲載数	65,000回 150件	85,200回 345件	【成果】 市からの情報提供強化（メディアFAM数・メディア掲載数）、豊岡観光イノベーションの旅行商品造成強化の施策を行った結果、「VisitKinosaki」でのユニークユーザー数の増加へと繋がった。 【課題】 フランスからの宿泊客が前年よりも減少した。 【今後の対応】 「Visit Kinosaki」のサイトリニューアル（フランス語の「Visit Kinosaki」ページリニューアルは実施済。今後は効果検証を行っていく。） WEBマーケティングによる効果的な広告配信	大交流課
41 01	観光地マーケティング（外国人観光客動向分析事業）	外国人観光客のユーザー属性情報取得及び分析及びWEB用ショートムービーのマーケティングを行う。	602	・ユニークユーザー数（ユーザー属性情報取得・分析）	8,640件	— 件	【成果】 2018年度のGDPR施行により、Wi-Fiから取得できるサンプル数の減少のため、当該事業は中止した。 今年度から、携帯電話の位置情報を活用したサンプル数の取得に試験的に取り組んでいる。 【課題】 新しい手段のサンプル数取得方法の効果測定と有効性の検証 【今後の対応】 新しい手段のサンプル取得・分析を行う。	大交流課

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
41 02	観光地マーケティング（専門人材配置等）	観光に関する様々な客観的データ（位置情報ビッグデータ等）を取得・分析し、その結果をもとに施策を展開するとともに、施策の効果を定量的に検証する仕組みを導入する。	19,874	・外国人観光客宿泊者数 ・「Visit Kinosaki」サイトのユニークユーザー数	80,000人泊 213,333件	63,648人泊 217,819件	【成果】 専門家等から助言をいただきながら観光に関する様々な客観的データを取得・分析し、その結果をもとに施策を展開するよう努める。また、施策の効果を定量的に検証する仕組みづくりを行った。 【課題】 外国語版WEBサイト「Visit Kinosaki」の情報発信力のさらなる強化 【今後の対応】 外国語版WEBサイト「Visit Kinosaki」のサイトコンテンツ等の充実を図り、外国人観光客宿泊者数の増加に努める。	大交流課
42	外国人観光客受入体制整備	市全体のインバウンド戦略を効果的に高めていくために実施したインバウンド受入体制整備調査に基づいた事業展開を行う。	4,627	・ユニークユーザー数（ユーザー属性情報取得・分析）	8,640件	— 件	【成果】 ローカルガイドの育成 城崎温泉ツアーリストインフォメーションの機能強化や着地型ツアーの販売により、外国人観光客に対するサービス、利便性を向上させた。 【課題】 さらなる受入環境の整備と体制の構築を図る必要がある。 【今後の対応】 「ローカルの磨きあげ」と「観光地マーケティング」により、外国人観光客の満足体験を感動体験へ昇華させ、良質な口コミによる発信を促し、誘客促進につなげる。	大交流課
43	夢但馬周遊バス運営	夢但馬周遊バス「たじまわる」を運行し、路線バス方式、定期観光バス方式により、観光地をつなぐ運行ルートを設定する。	2,075	・乗車人数	3,198人	1,798人	【成果】 観光客の二次交通確保に貢献 【課題】 乗車率の向上、認知度の向上 【今後の対応】 知名度及び乗車率の向上対策を講じる。	大交流課 （但馬観光協議会）
44	豊岡演劇祭協同開催	第0回豊岡演劇祭を市内文化施設等で上演し、市内外から誘客する。また、第1回以降の演劇祭のあり方や接続可能な仕組みなどについて、調査・分析を行い、「演劇のまち・豊岡」としてのブランドイメージを構築する。	16,101	・豊岡演劇祭おける市外来場者数	500人	600人	【成果】 延べ来場者数は当初予定の135.4%となる1,427人、内、約7割が市外来場者であり、目標を上回る結果となった。 【課題】 更なる市外来場者の獲得のため、より効果的な市外への情報発信方法等を検討する必要がある。 【今後の対応】 豊岡演劇祭の規模拡大に比例して来場者数も増加していく見込みであるため、更なる情報発信を行い、市外来場者の増加を図る。	大交流課

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
45	但馬空港利用促進	①豊岡市×JALプロモーションコンテンツの制作・配信 ②首都圏でのイベント実施・参加 ③JALパッケージツアーの造成 ④JAL機内誌での豊岡PR	11,340	・東京乗継者数	13,000人	14,233人	【成果】 関東圏でのイベント実施回数は前年を下回ったものの、東京乗継者数は目標値を達成した。 第1期は就航機材の更新により、大きく数値を伸ばすことができた。 【課題】 更に乗継利用者数の割合を増やすため、より効果的な情報発信が必要である。 【今後の対応】 情報発信を積極的に行い、首都圏との交流人口を安定して増加させるべく事業推進に努める。	都市整備課
46	城崎温泉街交通環境改善	道路狭隘な城崎温泉街中心部の魅力を高めるため、交通状況等の調査解析を行い、交通環境改善策の実施について検討する。	3,484	・温泉街で自動車と歩行者が混在しており危険だと感じる人の割合	75%	80%	【成果】 アンケート調査や交通社会実験の実施により課題を整理し、交通環境改善のための取組方針を決定した。 【課題】 交通施策への地元合意形成 【今後の対応】 交通環境改善策の検討協議による交通環境改善計画の策定	建設課
47	円山川沿線サイクリングロード整備	多くの外国人観光客が豊岡を訪れていることから、円山川堤防等をサイクリングロードとして整備し、外国人観光客に改めて豊岡の良さを実感してもらうとともに、SNS等で世界中に発信してもらう。	4,400	外国人のレンタサイクル利用者数	920人	409人	【成果】 具体的な成果は出ていない。 【課題】 サイクリングロードのPR方法 自転車の乗り捨てなど、利用者の環境面の整備 【今後の対応】 道路整備等の状況を鑑みながら、引き続き案内サインの整備を進める。	建設課

具体的手段 03-02		メイドイン豊岡が世界に広がっている							
KPI（重要業績評価指標）					2020.3月末			担当部署	
					目標値	実績値			
海外におけるコウノトリ育むお米取り扱い店舗数					5店	44店			
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		2020.3月末		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署
				指標設定		目標値	実績値		
48	コウノトリ育むお米海外販売推進	コウノトリ育むお米の優位性を熟知している商社と連携し、重点推進3カ国（イタリア、アメリカ、シンガポール）でのテスト販売等によるマーケットリサーチを実施し、海外販路の開拓を図る。	11,220 (再掲)	・コウノトリ育むお米 海外取扱国数	3カ国	6カ国	<p>【成果】</p> <p>シンガポール、アメリカ、香港、オーストラリア、アラブ首長国連邦のドバイ、台湾の6つの国と地域で輸出が定番化した。輸出数量も順調に増加している。</p> <p>【課題】</p> <p>栽培面積の拡大とともに新たな販路を開拓し、市場経済に認められた真のブランド米として確立させる必要がある。</p> <p>【今後の対応】</p> <p>国内の消費拡大を主軸に、海外マーケットへの安定的な参入も目指して販路開拓を積極的に推進する。</p>	農林水産課	
重複	アーティスト・イン・レジデンス事業	選考による国内外の最先端アーティストが、滞在制作を発表し、観光大使となって豊岡の魅力を世界中に発信していく。また、市民に優れた舞台芸術に触れる機会を提供する。	13,021	・公募プログラムの応募件数 ・海外からの応募件数	60件 16件	80件 42件	<p>【成果】</p> <p>2017年度数値までの伸びはなかったが、応募内容から見ると成果が得られた。</p> <p>【課題】</p> <p>演劇見本市(TPAM)などの場での有効な情報発信の継続</p> <p>【今後の対応】</p> <p>継続した事業参加の呼びかけを行う。</p>	大交流課	

具体的手段 03-03		国内外から優れた人材が集まり、豊岡の魅力を高めている						
KPI（重要業績評価指標）					2020.3月末			
					目標値	実績値		
-					-	-		
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値	実績値		
49	専門職大学の誘致	人口減少が著しい但馬地域において、地元産業界からニーズのある観光分野等における専門人材を育成する高等教育機関として専門職大学を誘致し、若者の進学による転出の抑制と、地域を支える人材の育成による地域産業の活性化を通じたUターン増加を図る。	13,692	・専門職大学の設置数	-	-	<p>【成果】 2019年10月24日付で、兵庫県が文部科学省に大学設置認可申請を行った（2020年8月認可見込み）。また、大学校舎及び学生寮の建築工事に着手。</p> <p>【課題】 専門職大学は県が設置し、市は支援を行う立場にあるため、県の事業進捗に合わせた取組みが必要となる。</p> <p>【今後の対応】 2021年4月開学後の専門職大学との地域連携に係る事業の検討をはじめ、兵庫県等関係機関と連携を進め、専門職大学の開学に向けた取組みを実施する。</p> <p>本市においても、プレ事業等の開催、専門職大学普及啓発広報事業などを行い支援する。</p>	観光文化戦略室
50	アーティスト・クリエーター移住等促進	アーティスト・クリエイター移住等促進戦略を策定し、これに基づいて、アーティスト・クリエイターの移住やその集団の移転に係る支援等を行う。	22,805	・アーティスト・クリエーターの移住者数	1人	8人	<p>【成果】 青年団員等の移住に関してサポートし、5世帯の移住があった。このほか、青年団の移転に係る商店街活性化事業として、既存物件を地域交流施設（劇場）へ改修及び消費喚起事業の遂行を支援した。</p> <p>【課題】 青年団員のさらなる移住を適切にサポートしていく必要がある。</p> <p>【今後の対応】 江原河畔劇場の活動進捗に合わせ、劇団員の移住相談会等移住に係るサポートを実施する。</p>	観光文化戦略室

具体的手段 03-04		世界の人々と対等に向き合う人材が増えている							
KPI（重要業績評価指標）					2020.3月末				
					目標値	実績値			
外国人宿泊客を受け入れている宿泊施設の数（Visit Kinosaki登録旅館数）					100件	100件			
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		2020.3月末		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署
				指標設定	目標値	実績値			
重複	観光地マーケティング（専門人材配置等）	観光に関する様々な客観的データ（位置情報ビッグデータ等）を取得・分析し、その結果をもとに施策を展開するとともに、施策の効果を定量的に検証する仕組みを導入する。	19,874 (再掲)	・外国人観光客宿泊者数 ・「Visit Kinosaki」サイトのユニークユーザー数	80,000人泊 213,333件	63,648人泊 217,819件	【成果】 専門家等から助言をいただきながら観光に関する様々な客観的データを取得・分析し、その結果をもとに施策を展開するよう努めるとともに、施策の効果を定量的に検証する仕組みづくりを行った。 【課題】 外国語版WEBサイト「Visit Kinosaki」の情報発信力のさらなる強化。 【今後の対応】 外国語版WEBサイト「Visit Kinosaki」のサイトコンテンツ等の充実を図り、外国人観光客宿泊者数の増加に努める。	大交流課	

主要手段 04		子どもたちのふるさとへの愛着が育まれている（次世代育成）		
KPI（重要業績評価指標）		2020.3月末		
		目標値	実績値	
地域や社会をよくするために何をすべきかを考えることがある児童・生徒の割合		小学生	小学生	
		60%以上	63.9%	
		中学生	中学生	
		60%以上	39.5%	

具体的手段 04-01		子どもたちが豊岡のことをよく知っている		
KPI（重要業績評価指標）		2020.3月末		
		目標値	実績値	
地域や社会で起こっている問題や出来事に関心がある児童・生徒の割合		小学生	小学生	
		70%以上	-	
		中学生	中学生	
		70%以上	-	

2019年度より学テの指標から削除された

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
51	おっとりっしゃ！とよおかのものづくり	市内ものづくり企業の認知度向上を目的に、豊岡市工業会が開催する企業展示等ものづくり体験教室の一部補助を行う。	400	・「おっとりっしゃ！とよおかのものづくり」への小中学生の来場者数	300人	339人	<p>【成果】 子ども対象のものづくり体験や企業展示を通じ、ものづくりの楽しさや地域の企業に対する興味を持たせ、将来ものづくりに携わる人材の教育を行った。</p> <p>【課題】 参加保護者から、触れられる展示や企業数増の希望があった。子どもにわかりやすい展示方法が求められる。また、初日に集中する参加者の分散や暑さ対策も課題。</p> <p>【今後の対応】 各開催日での内容の充実。会場・開催時期、暑さ対策の設備の検討。</p>	環境経済課 (豊岡市工業会)

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
52	ふるさと教育推進事業 (ローカル&グローバル学習のガイドブック等作成)	ふるさと教育に係る豊岡市内の各施設・エリアの見学、体験、ゲストティーチャーの招聘。豊岡で活躍する人から話を聞き、豊岡の自慢を学ぶ。	2,632	・今住んでいる地域の行事に参加している児童生徒の割合	小学生 96%以上 中学生 75%以上	小学生 92.9% 中学生 77.1%	【成果】 全中学校区で「豊岡ふるさと学習ガイドブック」や「豊岡ふるさと学習DVD」を活用するなどして、ふるさとの「ひと・もの・こと」に学ぶふるさと学習を実施した。 【課題】 集めた情報を活用する力を育成するための手立てや、ふるさとについて学んだことを表現する方法を工夫していく必要がある。 【今後の対応】 一覧表にまとめた各校の実践を共有し、情報活用能力や表現する力を高めていく。そして、より豊岡に愛着を持ち、ふるさとを自分の言葉で語り誇れる力の育成を目指す。	こども教育課
重複	子どもの野生復帰	キッズワイルド2018として(周年型、単発型、成人対象)の3プログラムを実施。	11,037	・参加者数	270人	207人	【成果】 市内の子どもたちに継続的に自然体験学習の機会を提供できた。 【課題】 参加者の確保、小学校高学年、中学生の参加促進を図ること。成人の指導者拡大を図ること。 【今後の対応】 より効果的な体験プログラムの企画検討により、参加者の確保と効果拡大を図る。 本事業は、2020年度を最終年度とし、以降は植村直己冒険館の機能強化事業として引き継ぐ。	生涯学習課
53	高校生Uターン意識向上戦略	兵庫県北部(たじま)合同企業説明会・豊岡Uターン企業研究会・高校生のUターン意識向上事業	1,465	・兵庫県北部合同企業説明会及び「企業研究会&交流会」での市内出身者参加者数 ・上記での市内出身者の参加者割合	100人 50%	18人 47%	※2019年度は新型コロナウイルス感染症の関係で北部合同説明会を中止した。 【成果】 高校在学中に企業見学に参加した市内高校出身者が、大学生として就職活動時に左記研究会、説明会に参加し、実際に見学した企業を訪問している報告がある。 【課題】 学校ごとに目指す進路が異なることから、内容の組み立ての調整が難しい。また、成果を計るまでの時間を要する。 【今後の対応】 企業の仕事内容や、企業の魅力を知るだけでなく、豊岡での働きがいや、暮らしなどを含めた総合的な魅力を知る機会を創出する。	環境経済課

具体的手段 04-02		子どもたちが様々なコミュニティの中で役割を果たしている						
KPI（重要業績評価指標）				2020.3月末				
				目標値	実績値			
地域の行事に参加している児童・生徒の割合				小学生 96%以上	小学生 92.9%			
				中学生 75%以上	中学生 77.1%			
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
				目標値	実績値			
重 複	ふるさと教育推進事業	但東中学生が修学旅行で訪問する東京のアンテナショップ等でふるさとPRを実施	2,632	・地域や社会をよくするために何をすべきか考えることができる児童生徒の割合	小学生 60%以上	小学生 63.9%	【成果】 但東中学校の東京のアンテナショップの取組みを通して、ふるさとを誇りに思う気持ちを高めることができた。 【課題】 市内全中学校区でふるさと教育を展開しているが、地域や社会をよくするために何をすべきか考えることができる児童生徒の割合を目標値まで高めることができなかった。 【今後の対応】 市内全中学校区においてふるさと教育を充実させて、自分達が地域のために何ができるか考えるキャリア教育の視点を大事にした取組を推進する。	こども教育課
					中学生 60%以上	中学生 39.5%		

具体的手段 04-03		子どもたちが豊岡で外国人とのコミュニケーションを楽しんでいる						
KPI（重要業績評価指標）				2020.3月末				
				目標値	実績値			
中学校卒業時の英語検定3級以上の合格者数（英検3級以上の英語力を有する者を含む）				45.0%	55.3%			
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	H30.3月末			
				目標値	実績値			
54	コミュニケーション教育推進事業 (小中一貫教育事業)	小・中学校で演劇的な手法を取り入れたワークショップ型、双方向型のアクティブラーニングを用い、児童の学習意欲・自尊感情を向上させる総合的な取組を行う。	669	・話し合う活動を通じて自分の考えを深めたり、広げたりすることができていると思う児童生徒の割合	小学生 76%	小学生 83.6%	【成果】 全市立小中学校において、担任の指導による演劇的手法を取り入れた授業を年間3回行った。児童生徒、教職員の意識の高まりが感じられる。 【課題】 演劇的手法を取り入れた授業プログラムの実効性を高めるため、コミュニケーション教育を育成する視点に基づいた取組を行う。 【今後の対応】 プロ講師を招き授業研究を行う中で、授業力の向上を図るとともに、実践の共有及び交流を行う。	こども教育課
				中学生 69%	中学生 78.8%			

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	H30.3月末			
					目標値			実績値
55	英語教育推進事業 (小中一貫教育事業)	就学前及び9年間の系統性と連続性のある学習を通して、中学校卒業時にはふるさとのこと、自分のことを英語で語るこ のできる力を身につける。	32,925	・中学校卒業時の英語検定3級以上の合格者の割合 (英検3級以上相当の英語力を有すると思 われる生徒の割合)	45%	55%	【成果】 全小・中学校において、豊岡市英語教育カリキュラムや学習指導要領に則り、日本人教員と外国語指導助手の連携により、英語遊び・外国語(英語)活動・外国語(英語)科の授業を行った。 【課題】 小学校中学年で外国語活動、高学年での外国語(英語)科実施に伴う教員の英語指導力の向上。 小・中学校教員の連携強化。 【今後の対応】 豊岡市英語教育研修会や県教委主催研修等、小・中学校教員合同での研修を実施し、講師招聘による講習や指導助言を受けながら、教員の指導力向上を図る。	こども教育課
56	英語遊び保育推進事業	将来、世界の人々と積極的にコミュニケーションを図ろうとする気持ちを育むため、就学前に英語に慣れ親しみ、外国の言葉や文化に興味・関心を持たせる。	8,096	・英語遊びをととても楽しそうにしている園児の割合	90%	96%	【成果】 2017年度から全市的に継続的に展開しており、保育現場にも浸透してきた。2019年度も安定的に展開できている。 子どもたちは、巡回訪問時の英語遊びだけでなく、園内外の日常において、英語を言ってみたり、英語の歌を口ずさんだりする場面が見られるようになっていく。 【課題】 小学校での英語教育との確かな接続と情報共有。 8名の指導員による指導内容の質の保障。 【今後の対応】 小学校との情報共通に努め、連続性を見据えた事業展開を図る。また、指導員同士による指導研修会を実施していく。	こども育成課
57	豊岡の未来を創る高校生支援事業(高校生の海外派遣)	豊岡総合高校の地域国際系列の生徒を対象に、ビクトリア市(カナダ)が主催する語学研修への参加費を補助する。	2,465	・参加生徒のサマースクールスタッフ数(累積)	19人	18人	【成果】 語学研修に参加した生徒は、英語による実用的なコミュニケーション能力の向上と異国の文化や歴史、人々の暮らしを学ぶことによるふるさとの大切さを実感できた。また、中学生を対象としたサマースクールに、昨年語学研修に参加した高校生がスタッフとして参加した。 【課題】 語学研修に参加しただけで終わることなく、生徒の実践の場を設ける必要がある。 【今後の対応】 市の事業にも積極的に関わりが持てるよう連携を図る。	こども教育課

具体的手段 04-04		子どもたちの想像の翼、行動の翼が世界に羽ばたいている						
KPI（重要業績評価指標）				2020.3月末				
				目標値	実績値			
子どもたちが豊岡で世界と出会う音楽祭訪問学校数（累積）				41校	45校			
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
				目標値	実績値			
58	子どもたちが豊岡で世界と出会う音楽祭開催事業	子どもたちが世界で活躍する音楽家と触れ合う機会を提供。 （「第5回おんぷの祭典」の開催）	8,143	・子どもたちが本物のクラシック音楽にふれる機会をつくる ・おんぷの祭典学校訪問コンサートの回数	2回 4回	5回 10回	【成果】 音楽を身近で体験できる機会や楽しむ人が増えた。 【課題】 10回の開催を目指しているが、以後の事業展開の検討が必要。 【今後の対応】 実行委員会を中心に教育委員会、関係団体等と連携した事業運営を継続する。	生涯学習課 （子どもたちが豊岡で世界と出会う音楽祭実行委員会）

戦略目的B	多くの子どもでにぎやかな家庭を持つ若者が増えている（結婚支援・多子出産応援に係る戦略）		
KPI（重要業績評価指標）	① 合計特殊出生率 ② 出生数	基準値	① 合計特殊出生率：1.82人（2008～2012平均値） ② 出生数：595人（2014）
		目標値	① 合計特殊出生率：1.92人（2019） ② 出生数：650人以上（2019）
		実績値	① 合計特殊出生率：－（2019満了後：2013～2017平均値）※2020.7月公表予定 ② 出生数：507人（2019）

主要手段 01	若い夫婦の数が増えている
---------	--------------

KPI（重要業績評価指標）	2020.3月末	
	目標値	実績値
婚姻数	278組	2020秋 公表

具体的手段 01-01	多種多様な出会いの機会が充実している
-------------	--------------------

KPI（重要業績評価指標）	2020.3月末	
	目標値	実績値
出会い交流機会の参加者数	576人	293人

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
1	婚活応援プロジェクト 「はーとピー」への補助	豊岡市社会福祉協議会実施 (2019年度から市直営)の出会い 婚活イベント等の取組の支援を 拡充し、より効果的な事業を展 開することで、結婚の促進を図 る。	3,666	・はーとピーイベント 申込者数 ・はーとピーイベント カップル成立数	700人 45組	576人 49組	【評価】 2019年度から市直営で行い、過去最高の12組の成 婚を挙げた。2014年度からの成婚累計は35組とな り、県内市町が関わるイベントとしては1位の実績 となった。ほぼ毎回、募集定員を上回る申込みがあ り、人気イベントとして定着した。 【課題】 成立カップル数と成婚数に大きな差がある。 報告のない成婚者の把握が難しい。 【今後の対応】 市直営としたことで、独身者へきめ細かな支援を 行って成婚に結び付ける。具体的には、希望者へ 「アフターフォロー」、「縁むすびさんと連携した お見合い範囲の拡大」などを検討し、可能なものか ら実施する。	ハートリー フ推進室

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
2	民間団体への婚活・恋活イベント開催補助	民間団体が提案する出会い機会イベントの開催への支援等を行う。	600	・民間補助イベント カップル成立数	36組 7組	<p>【成果】 2016年度から93組のカップルを成立させるとともに、累計2組の成婚実績を挙げた。</p> <p>【課題】 成婚しても報告しないカップルも多いとみられ、実際の成婚数を把握することが難しく、成果が分かりづらい。</p> <p>【今後の対応】 補助の条件として、結婚カップルが報告してくれる仕組み（報告者に何かプレゼントを行うなど）を条件とし、成婚数の把握に努める。</p>	ハートリーフ推進室	
3	社会福祉協議会の結婚相談所機能拡充（HP開設、相談員研修）	行政、民間団体、研究機関等による連携ネットワークを構築し、結婚促進に係るより効果的な対策を検討し展開していく。	789	・結婚相談所 登録者数 ・結婚相談所 お見合い件数 ・結婚相談所 成婚数	150人 319人 100件 212件 12組 8組	<p>【成果】 2016年度に実績あるベテラン相談員2名が退職され成婚数が減少したが、6地域の相談所を2地域に統合し、研修を充実。2017年度からはHPを設置し、HPから入会できるようにしたことで、登録者数、お見合い数とも飛躍的に増加し、成婚累計の回復を果たした。</p> <p>【課題】 相談員の高齢化。退職者の増加。</p> <p>【今後の対応】 社協にて新たな相談員を採用し、育成する。</p>	ハートリーフ推進室	
4	出会いサポート企業推進	職場内の若者の交流を促す「世話やきBOSS」の登録制度を設け、職場等における結婚を促進する。	0	・交流会セッティング回数	15回 2回	<p>【成果】 登録企業・団体30、オフコン（交流会）も2回開催することができ、一定の成果を果たした。</p> <p>【課題】 世話やきBOSSからのオフコンの呼びかけが少ない。</p> <p>【今後の対応】 さらに登録企業・団体数を増加させる。また、機運の盛り上げのため、BOSS同士の説明会又は交流会を実施する。</p>	ハートリーフ推進室	

具体的手段 01-02		交際・結婚に向けた独身者へのきめ細かな支援体制が充実している						
KPI（重要業績評価指標）					2020.3月末			
					目標値	実績値		
交際・結婚支援のしくみを利用している人数					150人	589人		
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
				目標値	実績値			
5	ボランティア仲人養成	一般市民をボランティア仲人として育成し、結婚相談所や婚活イベント等に行かない独身者層にも働きかけて、成婚数を増加させる。	1,349	・登録結婚希望者数 ・引き合わせ（お見合い）件数 ・ボランティア仲人による成婚数	120人 75人 20組	270人 155人 2組	<p>【成果】</p> <p>2017年度からまだ3年しか経過していないので、成婚数は累計4組と少ない。しかし、ボランティア仲人が紹介するだけでなく、2019年度に「恋するお見合い」というイベントを実施したり、事務局への直接登録制度を設けるなどにより、3/31時点交際カップルは38組に上り、今後の成婚数の増加が期待される。</p> <p>【課題】</p> <p>お見合いの数は多いが、成婚になかなかつながらない。</p> <p>登録者数を増加させ、お見合いの機会を増やしたい。</p> <p>【今後の対応】</p> <p>毎月の縁結び会議や「縁結だより」の発行、研修会の開催などを継続し、縁むすびさんのスキルを高める。2020年度は「恋するお見合い」を2回実施したり、事務局登録者を増加させる。</p>	ハートリーフ推進室
重複	社会福祉協議会の結婚相談所機能拡充	行政、民間団体、研究機関等による連携ネットワークを構築し、結婚促進に係るより効果的な対策を検討し展開していく。	789	・結婚相談所 登録者数 ・結婚相談所 お見合い件数 ・結婚相談所 成婚数	150人 100件 12組	319人 212件 8組	<p>【成果】</p> <p>2016年度に実績あるベテラン相談員2名が退職され成婚数が減少したが、6地域の相談所を2地域に統合し、研修を充実。2017年度からはHPを設置し、HPから入会できるようにしたことで、登録者数、お見合い数とも飛躍的に増加し、成婚累計の回復を果たした。</p> <p>【課題】</p> <p>相談員の高齢化。退職者の増加。</p> <p>【今後の対応】</p> <p>社協にて新たな相談員を採用し、育成する。</p>	ハートリーフ推進室

具体的手段 01-03		若者が集い、交流する場が増えている						
KPI (重要業績評価指標)					2020.3月末			
					目標値	実績値		
集い、交流する場の情報を入手している人数					1,000人	—	※2019年度事業廃止	
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値	実績値		
6	SNSを活用した出会いにつながる情報発信	インスタグラムを利用し、「ツッカケ」の名称で若者の交流情報を広く発信し、自然な出会いを促進する。	72	・SNSから情報を入手している人数	1,000人	—	<p>【成果】 インスタグラム「ツッカケ」は2019年度までに目標の1000人フォロワーを達成し、若者の情報源として一定の地位を確立した。</p> <p>【課題】 直接成婚の結果に結びつきにくい。</p> <p>【今後の対応】 恋愛気運の醸成に一定の効果を果たしたと考えるが、成婚の成果が表れにくいことから、「ツッカケ」事業は終了する。ハートリーフ推進室自らインスタグラムやツイッター、フェイスブックから情報を発信し、費用対効果の高い事業を行う。</p>	ハートリーフ推進室

主要手段 02	夫婦一組あたりの子どもの数が増えている
---------	---------------------

KPI（重要業績評価指標）	2020.3月末	
	目標値	実績値
児童手当世帯当たりの児童数 (中学生以下/公務員を除く児童手当受給者)	1.85	1.74

具体的手段 02-01	出産への応援がある
-------------	-----------

KPI（重要業績評価指標）	2020.3月末	
	目標値	実績値
産後、助産師や保健師等からの指導・ケアを十分に受けることができたと考える母親の割合	80.0%	87.5%

No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI（重要業績評価指標）		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値			実績値
7 01 02 03	母子保健事業 (子育て世代包括支援センター、産前・産後サポート事業、産後ケア事業(宿泊型・訪問型))	保健師等の専門職により、すべての妊産婦の状況を継続的に把握し、きめ細かい支援を実施する。	7,581	産後、助産師や保健師等からの指導・ケアを十分に受けることができたと考える母親の割合	80.0%	87.5%	【成果】 母子手帳交付時に保健師が全員に面接を行った。必要な方へ保護者とともにケアプランを立案し、家事援助、産後ケアなどサービスの導入を行い、子育ての負担の軽減を図り、安定した生活をおくることが出来るよう支援している。 ケアプラン立案数 91件 新生児訪問実施件数498件 妊娠中の相談件数290件 【課題】 若年妊婦、疾病をもった妊婦、望まない妊娠など、ハイリスクの妊婦やこどものかかわり方に悩む親の増加など支援対象者が増加している。 【今後の対応】 関係機関の連携の強化 新生児訪問実施率の向上	健康増進課
7 04	母子保健事業 (特定不妊治療費助成・不育症治療費助成)	「不育症治療費助成事業」の創設及び「特定不妊治療費助成事業」の拡充を図り、子どもを産み育てやすい環境を整備し人口減少対策につなげる。	18,200	・ 出産適齢期の方の出生数が増えている ・ 特定不妊治療による出生がある ・ 不育症治療による出生がある	470 ある ある	437 ある ない	【成果】 助成の拡充により、特定不妊治療の出生数が増加した。 【課題】 さらなる特定不妊治療費及び不育症助成事業の周知 【今後の対応】 婚姻届及び出生届を提出した際に配布するリーフレットに、各治療費助成制度の問い合わせ先を掲載する。 10代後半～30代を対象に、イベント等を通じて啓発リーフレットを配布する。	健康増進課

具体的手段 02-02		育児への応援がある						
KPI (重要業績評価指標)					2020.3月末			
					目標値	実績値		
市の子育て支援サービスを活用、または頻繁に活用している小学生以下の子どもがいる世帯の割合					55.0%	—	調査項目削除により計測不能	
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値	実績値		
8	ファミリーサポートセンター	会員同士の相互援助を円滑に図れるよう、専任のアドバイザーを配置して、会員のマッチング、会員研修、会員交流事業などを行う。	1,077	・ファミリーサポートセンター会員数 ・送迎や預かりなどの支援サービスを利用している人の人数	150人 75人	235人 58人	【成果】 目標値以上の会員の登録があった。 【課題】 まかせて会員の増員。 会員数は順調に伸びているが、「知らない、知らなかった」との声も聞き、更なる周知を図る必要がある。 【今後の対応】 引き続き、交流会、サロン、講習会等を開催し、会員数を増やす。	こども育成課
重複	子育て世代包括支援センター	保健師等の専門職により、すべての妊産婦の状況を継続的に把握し、きめ細かい支援を実施する。	1,258	・産後、助産師や保健師等から指導・ケアを十分に受けることができたと考える母親の割合	80.0%	87.5%	【成果】 母子手帳交付時に保健師が全員に面接を行った。 必要な方へ保護者とともケアプランを立案し、家事援助、産後ケアなどサービスの導入を行い、子育ての負担の軽減を図り、安定した生活をおくることが出来るよう支援している。 ケアプラン立案数 91件 新生児訪問実施件数498件 妊娠中の相談件290件 【課題】 若年妊婦、疾病をもった妊婦、望まない妊娠など、ハイリスクの妊婦やこどものかかわり方に悩む親の増加など支援対象者が増加している。 【今後の対応】 関係機関の連携の強化 新生児訪問実施率の向上	健康増進課

具体的手段 02-03		仕事の両立への応援がある						
KPI (重要業績評価指標)				2020.3月末				
				目標値	実績値			
保育所の待機児童数				0人	9人			
放課後児童クラブの待機児童数				0人	0人			
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値	実績値		
重複	ファミリーサポートセンター	会員同士の相互援助を円滑に図れるよう、専任のアドバイザーを配置して、会員のマッチング、会員研修、会員交流事業などを行う。	1,077	ファミリーサポートセンター会員数	150人	235人	【成果】 目標値以上の会員の登録があった。 【課題】 まかせて会員の増員。 会員数は順調に伸びているが、「知らない、知らなかった。」との声も聞き、更なる周知を図る必要がある。 【今後の対応】 引き続き、交流会、サロン、講習会等を開催し、会員数を増やす。	こども育成課
				送迎や預かりなどの支援サービスを利用している人の人数	75人	58人		

具体的手段 02-04		パートナーの応援(理解と協働)がある						
KPI (重要業績評価指標)				2020.3月末				
				目標値	実績値			
パートナーは育児をよくやっていると思う母親の割合				60.0%	55.9%			
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定	2020.3月末			
					目標値	実績値		
9	子育てセンターの交流事業「パパとあそぼうデー」など	父親が育児に参加するきっかけをつくとともに、乳幼児との遊び方の講習、あわせて父親同士の交流を図る。	13,350	パパの事業参加者数	600人	393人	【成果】 父親の育児参加の方法の一つとしての情報を提供した。 【課題】 父親の活動への参加の増加 【今後の対応】 事業に参加しやすいような活動を実施したり、実施日についても検討する。	こども育成課

具体的手段 02-05		まちを挙げた子育てへの応援がある						
KPI (重要業績評価指標)				2020.3月末				
				目標値	実績値			
子育てを支援する活動に関わっていると回答した市民の割合				20.0%	—	調査項目削除により計測不能		
周りの人が子育てを応援してくれる環境が、豊岡で暮らす価値や魅力と考える市民の割合				20.0%	—	調査項目削除により計測不能		
No.	事業名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (重要業績評価指標)		事業実施に伴う成果及び課題等の分析	担当部署	
				指標設定				
				2019.3月末				
				目標値	実績値			
10	子育て広場整備	小さな子どもが安心して遊べて、父親・母親も一息つける広場を整備する。また、その様子を地域の人々が見ることで、子育てを応援する機運を盛り上げる。	279	・整備広場数(累計)	6カ所	6カ所	【評価】 小さい子どもが安心して遊べる広場が整備できた。また、地域住民による苗植え、水やりや草取りなどを行うことにより、地域をあげて子育てを応援する機運が高まった。 【課題】 活用の促進と住民による継続的な管理 【今後の対応】 各子育て広場実行委員会に継続的な維持管理を依頼するとともに、子育てセンターの活用を促進する。	ハートリーフ推進室
11	F Mジャングル夢チャレンジ	なりたい自分になる(「夢実現力」)のために頑張っている子どもの様子をF Mジャングルの市政情報提供番組で取材し、放送を行う。	818	・学校へ行くことが楽しくないと思う児童生徒の割合 <前年度より減少>	小学生 10.4%	小学生 12.8%	【成果】 児童・生徒が夢や頑張っていることを発表する機会であり、褒められることで自己肯定感が育まれる。 【課題】 今年度をもって事業終了のため、新たな手段を考える必要がある。 【今後の対応】 今年度をもって事業終了となる。	こども育成課
12	子育てママの活躍機会促進	子育て中の女性の活躍する機会を創出し、子育ての期間が魅力あるものと捉えるまちの機運を高める。具体的にはNPO法人ママの働き方応援隊に委託し、当該団体が行う「赤ちゃん先生」プログラムを市内の小中学校、地域コミュニティなどで実施する。また、2019年度から市内の子育て中の女性による団体が子育て広場で行う親子向けイベントに対し補助する。	535	・子育て中の女性が活躍する姿をまちの人に見せることができた回数	12回	11回	【成果】 子育てを前向きに捉える機運の醸成に寄与した。2019年度は、「赤ちゃん先生プログラム」の派遣に寄付する企業も2社現れた。 【課題】 財源の確保 【今後の対応】 「赤ちゃん先生プログラム」の派遣事業は2020年度で終了予定。企業の寄付を募るなど、自主財源による運営につなげる。	ハートリーフ推進室