

大台町まち・ひと・しごと創生総合戦略

事業担当課による評価検証（令和元年度末）

令和2年7月

基本目標1 魅力あるしごと創り「地域資源の活用と既存企業との連携で魅力あるしごとを創る」

基本的方向1 地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保

KPI 新たに誘致する企業数 5年間で2企業 ➡ 実績 0企業

1	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	森林課	企業植樹の誘致件数 3件/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 順調 <input type="checkbox"/> 遅延 <input type="checkbox"/> その他 引き続き新規企業の誘致を図っていく。また、現在活動を行っている2社については5カ年の事業計画となっているため、事業期間終了後も引き続き活動の継続を依頼していく。	森林は、土壌の保全や土砂災害防止機能を持ち、企業が森林整備の資金を出資して植樹を行うことは、環境貢献活動として、大きな価値があります。平成27年～令和元年にかけて、計9企業植樹を行いました。今後も引き続き新規企業の誘致をおこない、現在行っていたい企業については継続していただけるよう調整していきます。
方向1	地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保			
施策1-1	今以上に工夫して「町の魅力を売る」			
概要	地域企業が町外にビジネスを展開していくためにも、企業誘致を推進するためにも、まちの魅力や優位点をストーリーとしてしっかりと定め、発信していく必要があります。 まちの魅力を町内外に認知してもらうために、今以上に工夫をしてまちの魅力を売り、そして発信し、町への注目を引き寄せるための施策を展開します。	実績		
		27	0	
		28	2	
事業1/1	企業植樹の誘致・景観整備事業	29	3	
概要	ユネスコエコパークの町大台町として、オフセットクレジットを活用した企業植樹を推進し、景観整備や災害防除を含め、町の魅力を町内外に発信します。	30	2	
		1	2	
		計	9	

2	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		野菜取扱集中率 2014年 比 5%増/5年間 (2014年 20%)	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 大台野菜プロジェクトにより支援を受けた生産者に対する栽培技術の講習会を引き続き開催し、安定出荷、拡大に取り組みます。また、道の駅直営農場においても、消費者の嗜好やニーズに応じた農作物の導入等新たな取組みについても検討していきます。 道の駅直営農場については、これまでの試行を踏まえて、今後は経済性を追求して、付加価値のある品種や生産効率の向上に努めるよう働きかけていきます。	大台野菜プロジェクトにより支援を受けた生産者に栽培技術の講習会や安定出荷、拡大に取り組みましたが、生産者の高齢化、直営農場の管理者の減少により、生産能力を高めることに至らずKPI達成には至りませんでした。
方向1	地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保				
施策1-2	企業が活用する地域資源(原材料)の入手力・流通力の強化		実績		
概要	地域企業の強化には原材料となる地域資源を安定的に供給するための取り組みや、これら地域資源の入手力や流通力を高める必要がありますが、このことは同時に、企業を誘致するうえでの優位点ともなり得ます。モノが集まる拠点としてのマーケットを確立させるため、農作物等については道の駅奥伊勢おおだいの流通力を強化するなどの施策を展開します。				
事業	道の駅奥伊勢おおだいの流通力強化事業(セントラルマーケット)		27	1%増(21%)	
			28	1%増(21%)	
			29	1%減(19%)	
概要	道の駅奥伊勢おおだいの流通力強化に向けて、野菜流通量の拡大を図るため、おおだいの野菜プロジェクト事業補助金により各生産者の生産基盤整備を支援し出荷量の拡大に繋げるとともに、道の駅奥伊勢おおだいの野菜生産実践事業等の活用により、直営農場による本格的な生産に取り組みます。		30	2%減(18%)	
			1	3%減(17%)	
			1	3%減(17%)	
3	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	森林課		土場整備箇所数 1箇所	<input type="checkbox"/> 継続 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 現在のところ、森林組合が管理する泉沖木材土場と、丸天木材市場からA、B、C材の流通システムが順調に稼働しているため現状のまま進めていく。	現在のところ、A、B、C材ともに流通システムが順調に稼働しているため、土場の整備は、行わなかったのですが、今後、木材の流通力を高めるために、土場整備だけでなく、新たな流通体制などについて、大台町林業振興協議会で検討していきます。
方向1	地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保				
施策1-2	企業が活用する地域資源(原材料)の入手力・流通力の強化		実績		
概要	地域企業の強化には原材料となる地域資源を安定的に供給するための取り組みや、これら地域資源の入手力や流通力を高める必要がありますが、このことは同時に、企業を誘致するうえでの優位点ともなり得ます。(略)また、木材を収集する土場の整備などにより木材の流通力を高めることで、将来的にはチップ工場など新たな事業展開の誘発となることを目指す施策を展開します。				
			27	0	
			28	0	
事業	木材土場(木材流通センター)整備支援事業		29	0	
概要	カスケード利用による流通コスト削減のため、中間土場を整備し木材収集センターとする。		30	0	
			1	0	
			計	0	

4	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	企業関係者交流会開催数 20回/5年間(1回/四半期)	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 今後も、当協議会事業など広域的な場を通じて、町内事業者に町外企業の情報や企業間交流の場を提供するとともに、商工会とも連携して、異業種連携など新たな事業展開の可能性を模索していきます。	松阪市、明和町、多気町、大台町、大紀町で構成する地域経済牽引事業促進協議会松阪地域部会にて、各市町の商工業者が集い交流するセミナー等を行いました。KPIに掲げた20回の企業関係者交流会開催はできませんでしたが、参加した企業間で情報交換等を図ることが出来ました。
方向1	地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保			
施策1-3	ヒト×ヒト、ヒト×モノ コラボ創生			
概要	地域企業の活性化には、経営ノウハウやマーケティング分析の活用による商品展開が必要です。各企業が持つ潜在的な技術力などをマッチングさせるため、同業種・異業種の企業経営者の交流の場を創出していきます。また、企業間だけでなく、町内唯一の高校である昴学園高校と地域企業の連携を促すための施策を展開します。	実績		
		27	0	
		28	0	
事業	同・異業種カップリング大作戦！事業	29	1	
概要	大台町内に本社・支社を置いている企業の経営者同士の交流、主には商工会の会員同士が交流する機会を企画し開催します。また、商工会等の関係団体が提供する機会に町として参画し協働で運営します。	30	1	
		1	1	
		計	3	
5	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	コラボ商品数 4/5年間	<input type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input checked="" type="checkbox"/> その他 今後も、開発された商品の販売拡大につながるよう、町も各種事業を通じて販路の紹介等の支援を行っていきます。	ヒト×モノコラボの他、行政と観光協会・DMO推進協議会が連携し農泊推進事業の一環として農泊事業者が利用可能なツアーメニューを開発しました。これにより事業者間においては専門家による知識やノウハウを共有でき、町の資源を活かしたメニュー開発を行うことができました。また、昴学園高校生徒から若者目線の提案をいただくなど、様々な立場間でのコラボを図ることができました。
方向1	地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保			
施策1-3	ヒト×ヒト、ヒト×モノ コラボ創生			
概要	地域企業の活性化には、経営ノウハウやマーケティング分析の活用による商品展開が必要です。各企業が持つ潜在的な技術力などをマッチングさせるため、同業種・異業種の企業経営者の交流の場を創出していきます。また、企業間だけでなく、町内唯一の高校である昴学園高校と地域企業の連携を促すための施策を展開します。	実績		
		27	6	
		28	4	
事業	ヒト×ヒト、ヒト×モノ コラボ創生事業	29	0	
概要	異業種コラボでの商品やサービスの開発を促すため、町の資源情報を活用しそのマッチングを試みます。	30	0	
		1	8	
		計	18	

6	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	企業誘致数 2件/5年間	<input type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input checked="" type="checkbox"/> その他 経済効果の期待できる企業進出の 目途が立てば、優遇制度等について 検討する。	現状、町内に企業を誘致できる工 場適地がなく、新たな企業の進出が 難しい状況です。まずは、企業の進 出できる新たな工場適地の指定と固 定資産税の減免等の優遇措置を検 討が必要であり、今後これらの課題 解決に取り組んでまいります。
方向1	地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保			
施策1-4	町が望む企業を優遇誘致するための行政サービス			
概要	企業が本社機能等の移転先として本町を選ぶためには、恵まれた自然環境や必要な資源の入手、 交通の便のよさなどの優位点の他に、もう一步踏み込んだ取り組みが求められます。 企業活動に必要なインフラ整備にかかる支援施策の他、国の「地方における企業の拠点強化を促 進する特例措置」を適用することにより、本社機能等を都市圏から本町に移転させた場合に固定資 産税の軽減措置を適用可能にするなど、計画的かつ戦略的に企業の受け入れ促進施策を展開し ます。			
事業		27	0	
		28	0	
概要	社屋や店舗の移転に伴うインフラ整備や固定資産税の減税等の支援のメニュー化を図ります。	29	0	
		30	0	
		1	0	
		計	0	
7	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	雇用者数 11人/5年間	<input type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input checked="" type="checkbox"/> その他 民間利用できる公共施設の空きス ペースがあれば、その状況から制度 化を検討します。	貸しオフィスとして利用できる公共 施設の空きスペースがなく、制度化 にもつながりませんでした。 旧報徳病院についても利活用を公 募しましたが、応募はありませんで した。施設立地場所など地理的なこと も利用につながらない大きな要因と なっています。
方向1	地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保			
施策1-5	企業の従業員確保の仕組みづくり			
概要	企業が進出するためには、そこで働く従業員も必要になります。したがって優れた人材が確保でき ることも企業を誘致するための条件になります。 そのためには従業員確保の取り組みと併せて、「魅力あるまちづくり」に努め、求人情報とセットで特定 のターゲットに向けて発信するなど、従業員確保のための施策を展開します。			
事業	貸しオフィス整備事業	27	0	
		28	0	
概要	誰もが新規事業にチャレンジできるような場所として使われていない公共施設や空きスペースを活用した企業活動を促します。	29	0	
		30	0	
		1	0	
		計	0	

8	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		情報発信による雇用数 31人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 H30年度において担い手派遣事業の条件の見直しを行い、受け入れる事業所の計画性の向上とともに、派遣前の採用審査の慎重を期しながら、募集を行っています。	地域おこし協力隊制度を活用して、事業所への担い手派遣事業を行いました。 本事業において定住に繋がった人は2名であり、もう1名は現在活動期間中です。 本制度については、事業所の魅力や町の魅力が十分に伝わらなかったため応募が少ない結果となりました。特に単なる労働力の確保となることが、事業そのものの見直しが必要です。
方向1	地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保				
施策1-5	企業の従業員確保の仕組みづくり				
概要	企業が進出するためには、そこで働く従業員も必要になります。したがって優れた人材が確保できることも企業を誘致するための条件になります。 そのためには従業員確保の取り組みと併せて、「魅力あるまちづくり」に努め、求人情報とセットで特定のターゲットに向けて発信するなど、従業員確保のための施策を展開します。		実績		
			27	4	
			28	3	
事業	町×まち求人情報発信事業		29	2	
概要	大台町の自然環境と一緒に保育・教育等の行政サービス情報を発信し移住や定住を促し、町内の企業の従業員確保に寄与します。		30	0	
			1	1	
			計	10	
9	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		広域連携による雇用数 8人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 今後も、当協議会等の広域連携により、町内事業所の求人情報とともに居住情報など生活単位での情報発信を行ない、人材確保と定住促進に努めていきます。	松阪地域雇用対策協議会において松阪管内の市町と連携し、企業情報誌の発行等行うなど情報発信に努めました。KPI達成にはつながりませんでした。今後は、新たに発足した南三重地域就労対策協議会での求人情報の発信などにも取り組んでまいります。
方向1	地域企業の強化や企業誘致による雇用の確保				
施策1-5	企業の従業員確保の仕組みづくり				
概要	企業が進出するためには、そこで働く従業員も必要になります。したがって優れた人材が確保できることも企業を誘致するための条件になります。 そのためには従業員確保の取り組みと併せて、「魅力あるまちづくり」に努め、求人情報とセットで特定のターゲットに向けて発信するなど、従業員確保のための施策を展開します。		実績		
			27	0	
			28	0	
事業	求人情報広域連携事業		29	1	
概要	大台町は、松阪管内(松阪市、明和町、多気町)に属し、企業の従業員も広く松阪管内から雇用している実態があります。町の生活情報と一緒に求人情報を広域に発信し優れた人材の確保を狙います。		30	0	
			1	0	
			計	1	

基本目標1 魅力あるしごと創り「地域資源の活用と既存企業との連携で魅力あるしごとを創る」

基本的方向2 地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり

KPI 新規商工会員数 5年間で10会員 ➡ 実績 51会員

10	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	農産物生産者の組織化(法人化) 1組織/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 担い手の確保として、引き続き生産組織づくりを実施していきます。	農産物の生産組織(奥伊勢米つづら生産部会・JA多気郡奥伊勢えごま倶楽部、奥伊勢ゆず生産部会、長ヶ宮農組合さとこい)を設立し、一部の集落において、集落単位での人・農地プランも策定され、担い手確保につながり、KPIが達成されました。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり			
施策2-1	生産システムのリノベーション(変革)			
概要	本町は第一次産業が盛んですが、地形面や気候等の環境面で通年での安定的な生産が難しい状況にあります。今後も産業の柱のひとつとして農林水産業などの一次産業を位置づけるためには、これまでの生産システムへの考え方を大きく転換する必要があります。そのために、新たな技術の導入、生産組織の設立、生産体制の充実などの「生産システムのリノベーション」を展開します。	実績		
		27	0	
		28	0	
事業	農産物生産者の組織化(法人化)事業	29	2	
概要	農業者の高齢化と後継者不足解消のため、町全体に対応する農産物生産組織づくりを目指します。 同時に、地区単位での人・農地プランの再策定を推進し、地区別の担い手の掘り起しと位置づけを明確にします。	30	1	
		1	1	
		計	4	

11	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		新規就農者 5人/5年間		<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 引き続き、生産基盤の確保を目的とした生産組織の組織化や農地中間管理事業を活用した農地利用集積などにより就農しやすい体制の整備に努めます。	平成30年度に新規就農者として、1名が道の駅奥伊勢おたひ直営の農園の管理者として就農し、ニーズの高い葉物野菜を中心に収益性の高い作物を導入し栽培に取り組みました。しかし、中山間地域特有の耕作条件が不利な中で就農は、収益性や流通等の課題も多くあり新規就農者の確保は、非常に困難であったことからKPI達成にはつながりませんでした。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり					
施策2-1	生産システムのリノベーション(変革)					
概要	本町は第一次産業が盛んですが、地形面や気候等の環境面で通年での安定的な生産が難しい状況にあります。今後も産業の柱のひとつとして農林水産業などの一次産業を位置づけるためには、これまでの生産システムへの考え方を大きく転換する必要があります。そのために、新たな技術の導入、生産組織の設立、生産体制の充実などの「生産システムのリノベーション」を展開します。		実績			
			27	2		
			28	0		
事業	育て！栽培MAN育成事業		29	0		
概要	新規就農者の確保育成に向けて、新たな品目技術の導入等により、付加価値の高い農産物生産に取り組み、就業定着できる仕組みづくりを目指します。		30	1		
			1	0		
			計	3		
12	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		道の駅出荷額 160,000千円/5年間		<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 引き続き、同事業により導入したハウスや農業機械を生産者が有効活用できるよう、栽培技術講習会を開催するなど生産基盤の確保に努めます。	栽培技術講習会を開催し、生産基盤の確保にも努めましたが、生産者が高齢化、離農により減少するなど、生産の継続維持が困難な状況であり、KPI達成には至りませんでした。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり					
施策2-1	生産システムのリノベーション(変革)					
概要	本町は第一次産業が盛んですが、地形面や気候等の環境面で通年での安定的な生産が難しい状況にあります。今後も産業の柱のひとつとして農林水産業などの一次産業を位置づけるためには、これまでの生産システムへの考え方を大きく転換する必要があります。そのために、新たな技術の導入、生産組織の設立、生産体制の充実などの「生産システムのリノベーション」を展開します。		実績			
			27	0		
			28	42,272		
事業	野菜プロジェクト事業		29	34,687		
概要	ハウスや農業機械等の生産基盤整備を支援し、生産環境の改善を図り、出荷量の拡大と生産者の確保・継続に繋がりました。		30	31,731		
			1	28,349		
			計	137,039		

13	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		道の駅農場生産額 5000 千円/年/2019年度		■継続 □見直し □その他 現状の栽培品目に加え収益性の高い品目の栽培など検討を行い、出荷販売の増加に努めます。	道の駅直営農場では、不足する農産物の確保として、ニーズの高い葉物野菜を中心に栽培を行いミックス野菜として店頭販売を行い、売れ行きは順調でありましたが、猛暑などの気温変動や台風などにより栽培に悪影響を及ぼし生産量が減少傾向で生産額が減少しています。 また、生産者については、栽培技術指導を行い栽培技術の向上に取り組んでいるが、少量多品目の小規模生産者が多く占め、安定した生産が難しく、更に高齢化による離農により生産能力が低下したことが要因で、KPI達成には至りませんでした。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり					
施策2-1	生産システムのリノベーション(変革)					
概要	本町は第一次産業が盛んですが、地形面や気候等の環境面で通年での安定的な生産が難しい状況にあります。今後も産業の柱のひとつとして農林水産業などの一次産業を位置づけるためには、これまでの生産システムへの考え方を大きく転換する必要があります。そのために、新たな技術の導入、生産組織の設立、生産体制の充実などの「生産システムのリノベーション」を展開します。		実績			
			27	0		
			28	187		
事業	道の駅奥伊勢おおい野菜生産実践事業		29	688		
概要	道の駅奥伊勢おおいが直営農場を運営し、不足する農産物の確保を自ら図り、同時に生産者に向けた新技術・高付加価値品目の普及に繋がります。		30	537		
			1	232		
			1	1644		
14	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		新規品目(ゆず・えごま)栽培面積 17.5ha/5年間		■継続 □見直し □その他 生産組織の体制強化と栽培技術の向上に努め安定供給と生産拡大に努めます。	特産品である、ゆずについて、生産体制として、奥伊勢ゆず生産部会が発足され、苗木配付事業と連動して、新たに特産品加工施設が整備され、生産から加工、流通販売まで一連の流れが確立されました。 また、えごまについては、JA多気郡奥伊勢えごま倶楽部の設立や搾油施設の設置(搾油機導入)の支援や、栽培技術の指導等により作付け面積が拡大され、栽培から加工、販売まで一貫した生産体制が構築されました。 しかし、生産基盤は確保されたが、生産者の増加と離農のバランスがほぼ一定であることから栽培面積は伸び悩みKPI達成には至りませんでした。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり					
施策2-1	生産システムのリノベーション(変革)					
概要	本町は第一次産業が盛んですが、地形面や気候等の環境面で通年での安定的な生産が難しい状況にあります。今後も産業の柱のひとつとして農林水産業などの一次産業を位置づけるためには、これまでの生産システムへの考え方を大きく転換する必要があります。そのために、新たな技術の導入、生産組織の設立、生産体制の充実などの「生産システムのリノベーション」を展開します。		実績			
			27	2.5		
			28	1.97		
事業	生産拡大推進事業		29	3.07		
概要	付加価値の高い農産物を新規に試験栽培し、農業者の生産意欲の向上により作付け拡大を図り、生産拡大と特産品化に繋がります。		30	4.2		
			31	2.5		
			計	14.24		

15	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	森林課		苗木販売額 62600千円 /5年間		<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 県全体でも企業の森活動や、皆伐後の再造林が増加しているため、町外への苗木の供給を検討していく。また、県事業での活用についても要望を行っていく。	平成27年度から平成30年度まで毎年5,000千円以上売上があったが、平成31年度には、町の事業である森林環境創造事業による大規模な植栽がなかったため、売上が落ち込みました。現在、県全体で皆伐後の再造林が増加傾向にあります。今後、他市町村、三重県事業にも大台町の苗木を活用してもらえよう周知活動を行っていきます。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり					
施策2-1	生産システムのリノベーション(変革)					
概要	本町は第一次産業が盛んですが、地形面や気候等の環境面で通年での安定的な生産が難しい状況にあります。今後も産業の柱のひとつとして農林水産業などの一次産業を位置づけるためには、これまでの生産システムへの考え方を大きく転換する必要があります。そのために、新たな技術の導入、生産組織の設立、生産体制の充実などの「生産システムのリノベーション」を展開します。		実績			
			27	7,600		
			28	7,830		
事業	地域性苗木生産体制整備事業		29	7,983		
概要	今後、増加が予想される皆伐跡地の再造林への苗木供給への対応として、大台町苗木生産協議会が実施する広葉樹苗木の生産量の増大を図り、UJターン者の仕事を創出する。		30	5,763		
			31	3,224		
			計	32,400		
16	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	森林課		植樹本数(面積) 1800本 (0.8)/5年間		<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 広葉樹の森づくりを継続して進めていく。	毎年、大台町ではほっとする道ばた森林整備事業や企業の森植栽事業等により、植栽を行ってきました。生産林を育てる林業から環境的な森林を育てる林業へシフトしており、広葉樹の森づくりが今後も広がっていくと予想されます。ユネスコエコパークとして認定されている当町の自然を保全し新たな産業として広葉樹の森づくりを今後も進めることで、地域の活性化、仕事づくりに努めていきます。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり					
施策2-1	生産システムのリノベーション(変革)					
概要	本町は第一次産業が盛んですが、地形面や気候等の環境面で通年での安定的な生産が難しい状況にあります。今後も産業の柱のひとつとして農林水産業などの一次産業を位置づけるためには、これまでの生産システムへの考え方を大きく転換する必要があります。そのために、新たな技術の導入、生産組織の設立、生産体制の充実などの「生産システムのリノベーション」を展開します。		実績			
			27	0		
			28	567		
事業	広葉樹の森づくり事業		29	303		
概要	ユネスコエコパークとして認定される当町の自然を継続的に保全すると共に、新たな産業としての広葉樹の森林づくりを確立し地域の活性化と仕事創りに繋げる。		30	450		
			31	666		
			計	1,986		

17	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	連携発信数 4半期に1回	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 今後も、名古屋圏へのPRの場として参加していきます。	KPIは達成できませんでしたが、各種イベントを通じて地域の情報や商品情報を発信しました。 今後も、移住情報などの地域情報を発信する機会として、関係市町と連携して実施します。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり			
施策2-2	大台町のイメージ戦略による商品開発等			
概要	本町には、豊かな森(森林資源)、きれいな水(水資源)などの地域資源が豊富にあります。販売の際に「価値付け」を工夫し、さらなる収益を上げる必要があります。そこで、これまでにない「イメージ戦略」による商品開発等の施策を展開します。	実績		
		27	0	
		28	3	
事業	広域連携による地域資源PR事業	29	2	
概要	地域資源の活用はもとより大台町産の商品に町の自然環境や人々の暮らしの素晴らしさといった背景付けを行い、その商品のPR活動を広域連携(定住自立圏・南部地域など)管内の団体等と共同で実施します。	30	2	
		31	0	
		計	7	
18	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	森林課	商品開発数 9品/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 広葉樹材の多様性を活かし、異業種との連携や商品開発を引き続き検討していく。	平成27年～平成31年まで毎年広葉樹林を活用して、新たな商品を開発しており、広葉樹のアロマ関係の商品については、好評で売上は増加傾向にあります。今後も森林から得られる収入機会の多様化を図れるような特用林産物の開発をおこなっていきます。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり			
施策2-2	大台町のイメージ戦略による商品開発等			
概要	本町には、豊かな森(森林資源)、きれいな水(水資源)などの地域資源が豊富にあります。販売の際に「価値付け」を工夫し、さらなる収益を上げる必要があります。そこで、これまでにない「イメージ戦略」による商品開発等の施策を展開します。	実績		
		27	5	
		28	5	
事業	新・特用林産物開発事業	29	4	
概要	森林から得られる収入機会の多様化を図るため、現在実施する広葉樹造林を活用し、新たな特用林産物の開発を行う。	30	2	
		31	7	
		計	23	

19	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		町外販路拡大数 2回/5年間		<input type="checkbox"/> 継続 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 商工会事業を含めて、友好提携関係を活かす取り組み方針と具体的な取り組み内容を検討していきます。	友好提携都市である東員町(三重県)や、漢字の文字が似ることから交流のある大治町(愛知県)のイベントに、商工会や町内企業が出店し、町外での販路拡大につなげました。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり					
施策2-3	販売システムのイノベーション(革新)					
概要	町内のすべての産業、特に第一次産業の農林水産業にとって「販売」は重要な要素です。生産システム、イメージ戦略に加え、「販売システム」についても発想の転換による大胆な展開が必要となります。大都市での販売、さらには海外への展開など、新しい販売システムを構築するための施策を展開します。		実績			
			27	0		
			28	1		
事業	友好提携市町等連携事業		29	0		
概要	町の友好都市である東員町(三重県)や、予てから交流がある大治町(愛知県)、豊頃町(北海道)と連携した特産品の販売を実施します。		30	0		
			31	1		
			計	2		
20	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		直売所売上額 31年度 119,600千円(12,000千円増) 26年度 107,600千円		<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 売り上げ向上に向けて、広域観光者等に向けて伊勢志摩等の商品も取り扱いを始めており、今後もそれらの消費動向に応じて売り上げ向上に努めていきます。 道の駅農場については、付加価値のある品種など、今後は経済性を見据えた栽培に努めていきます。	コンサル業務で提案のあったPOP表示や什器類のレイアウトの改善など、可能な範囲で買いやすさや印象を惹くよう取り組みました。 道の駅農場については、栽培体制が整っておらず栽培量が低迷しています。そのため、今後は道の駅農場の栽培体制の充実が必要です。
方向2	地域資源を活かした雇用力のあるしごとづくり					
施策2-3	販売システムのイノベーション(革新)					
概要	町内のすべての産業、特に第一次産業の農林水産業にとって「販売」は重要な要素です。生産システム、イメージ戦略に加え、「販売システム」についても発想の転換による大胆な展開が必要となります。大都市での販売、さらには海外への展開など、新しい販売システムを構築するための施策を展開します。		実績(増加分)(千円)			
			27	104,200(-3,400)		
			28	103,540(-4,060)		
事業	農産物等販売促進強化事業		29	104,010(-3,590)		
概要	物産販売の拠点である「道の駅奥伊勢おおだい」について、敷地及び店舗の活用方策、農産物等の流通方策、情報発信の方策その他営業方策について、実践者からの助言、指導を受けるコンサルティング業務を行い、さらなる販売促進につなげていきます。 また、店頭販売の半数を占める野菜の出展量、販売額の底上げを図るため、「道の駅直営農場」を設置して生産者と連携して野菜の生産技術を共有するとともに、「おおだい野菜プロジェクト事業補助金」により町内の野菜生産を促進します。		30	96,260(-11,340)		
			31	91,363(-16,237)		
			31	91,363(-16,237)		

基本目標1 魅力あるしごと創り「地域資源の活用と既存企業との連携で魅力あるしごとを創る」

基本的方向3 付加価値等による新しいビジネスモデルの創出

KPI 新たなビジネスの立ち上げ数 5年間で10事業 ➡ 実績 10事業

21	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	起業者数 4人/5年間	<input type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input checked="" type="checkbox"/> その他 大台町雇用・定住促進協議会事業は終了したため、今後は町の各種支援制度を活用しながら、商工会との連携を強化して新たな事業、起業を促進していきます。	大台町雇用・定住促進協議会事業の実施期間においては計画的に実施することができました。 顕著な雇用拡大等の成果はありませんが、複数年にわたる事業実施により、新たな起業や事業者のスキルアップ等の一定の成果は得られました。
方向3	付加価値等による新しいビジネスモデルの創出			
施策3-1	「ビジネスになるまで！」の体制整備			
概要	本町には、豊かな森(森林資源)、きれいな水(水資源)などの地域資源が豊富にありますが、新たなビジネスを立ち上げるには、これら資源を活用するためのノウハウやアイデアが必要です。そこで、起業方法の指導、経営者同士の交流などの「ビジネスになるまで！」のサポートを展開します。	実績		
		27	0	
		28	2	
事業	起業ステップアップサポート事業	29	1	
概要	地域の農林産物や環境を活かして、新たな事業化、起業を支援するとともに、その生活基盤により定住を促進するため、労働局の支援を得て「大台町雇用・定住促進協議会」を設置し、起業や雇用に向けた各種セミナーや指導、助言を行います。 また、当協議会で町の資源を活用した新たな商品開発を行い、町内店舗に提供していきます。 実践段階では、町の6次産業化支援補助金、空き店舗改修補助金などの支援事業を活用して、事業者、起業者を支援します。	30	1	
		31	3	
		計	7	

22	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	新規創業者数 6人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 今後も、地域の資源活用を促進する支援制度として、活用を照会していきます。	各種支援制度により、毎年、新たな商品開発、事業化が生まれるなど、一定の成果がありました。
方向3	付加価値等による新しいビジネスモデルの創出			
施策3-1	「ビジネスになるまで！」の体制整備			
概要	本町には、豊かな森(森林資源)、きれいな水(水資源)などの地域資源が豊富にありますが、新たなビジネスを立ち上げるには、これら資源を活用するためのノウハウやアイデアが必要です。そこで、起業方法の指導、経営者同士の交流などの「ビジネスになるまで！」のサポートを展開します。	実績		
		27	2	
		28	1	
事業	地域資源を活用した雇用創造事業	29	1	
概要	地域資源を活用した雇用創造事業ビジネスの創生をサポートします。町の6次産業化支援補助金、空き店舗改修補助金などの支援事業を活用して、事業者、起業者を支援します。	30	1	
		31	3	
		計	8	
23	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	開発商品・サービス数 3/5年	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 起業者の事業展開の状況に応じて、より事業が発展的展開ができるよう、関係を密にして支援していきます。	H29年度以外には、施設・設備整備など新たな投資が伴う水準の事業拡大は見られず、KPI達成には至りませんでした。
方向3	付加価値等による新しいビジネスモデルの創出			
施策3-2	「ビジネスになってから！」の支援策			
概要	新しいビジネスは立ち上げも大切ですが、同様に継続していくことがより重要です。特にマーケットの変化の激し昨今では、状況に応じた事業の見直しや新たな展開が求められます。そこで、最新の市場把握のための支援策、知識や技術向上のための支援、営業・販売活動の支援などの「ビジネスになってから！」のサポートを展開します。	実績		
		27	0	
		28	0	
事業	ステップアップサポート事業	29	1	
概要	町の支援等で起こった新規事業をさらにスムーズに軌道へ乗せるため、起こす→販売促進の2段階でサポートします。 (実践段階では、町の6次産業化支援補助金、空き店舗改修補助金などの支援事業を活用して、事業者、起業者を支援します。)	30	0	
		31	2	
		計	3	

24	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	起業者数 4人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 起業者の事業展開の状況に応じて、より事業が発展的展開ができるよう、関係を密にして支援していきます。	毎年、新たな起業があり一定の成果がありました。 今後は、個人事業単位での意欲的な事業者を支援できる制度の創設が必要です。
方向3	付加価値等による新しいビジネスモデルの創出			
施策3-2	「ビジネスになってから！」の支援策			
概要	新しいビジネスは立ち上げも大切ですが、同様に継続していくことがより重要です。特にマーケットの変化の激し昨今では、状況に応じた事業の見直しや新たな展開が求められます。そこで、最新の市場把握のための支援策、知識や技術向上のための支援、営業・販売活動の支援などの「ビジネスになってから！」のサポートを展開します。	実績		
		27	2	
		28	1	
事業	起業ステップアップサポート事業	29	1	
概要	地域資源を活用したり町の課題解決のための事業など様々なアイデアを具現化するためのサポートを行います。実践段階では、町の6次産業化支援補助金、空き店舗改修補助金などの支援事業を活用して、事業者、起業者を支援します。	30	1	
		31	3	
		計	8	
25	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	森林課		<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 継続してカーボンオフセット商品の啓蒙啓発、開発の促進を図っていく。	平成27年と平成28年には、合わせて10商品のカーボンオフセット商品の開発を行いました。平成29年以降商品開発は行っていないのですが、賛同していただける企業様がみつかれば、カーボンオフセット商品の開発を行っていきます。現在大台町のJ-verについては、完売まじかであり、令和2年度に新たにプロジェクトを登録し、クレジットを発行する予定です。
方向3	付加価値等による新しいビジネスモデルの創出			
施策3-2	「ビジネスになってから！」の支援策			
概要	本町には、豊かな森(森林資源)、きれいな水(水資源)などの地域資源が豊富にありますが、新たなビジネスを立ち上げるには、これら資源を活用するためのノウハウやアイデアが必要です。そこで、起業方法の指導、経営者同士の交流などの「ビジネスになるまで！」のサポートを展開します。	実績		
		27	6	
		28	4	
事業	カーボンオフセット商品開発事業	29	0	
概要	カーボンオフセット商品の開発を行う。	30	0	
		31	0	
		計	10	

基本目標2 魅力あるライフスタイルの構築「恵まれた環境を活かしたライフスタイルを構築する」

基本的方向1 結婚のきっかけづくり

KPI 婚姻数 5年間の平均婚姻数 32件 ➡ 実績 29件

1	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	婚活イベント参加者数 150人/5年間	■継続 □見直し □その他 婚活サポーター制度の登録者数を増やすため、制度の周知方法の検討を行っています。	婚活イベントについては、KPIは未達だったものの、定期的に婚活イベントを開催することで、成婚するカップルが複数あるなど、結婚のきっかけづくりに繋がる取組であったと評価します。 婚活サポーター制度については、平成29年度より引き合わせを行っているが、カップル成立や成婚には至っていません。登録者数が少ないため、登録者の募集が急務ではありますが、定期的に広報紙へ掲載しても反応がないことから制度内容について再度検討が必要です。 また、両事業共に年齢制限を設けていないため、町が目標とする、結婚のきっかけを作り、結婚⇒子育てへつなげる施策として実施するのであれば、年齢制限の導入等制度の見直しが必要です。
方向1	結婚のきっかけづくり			
施策1-1	若者の交流の場づくり			
概要	人口規模が大きくなり、都市部へ出て行く若者も多い本町においては、結婚の対象となる男女の数が少なくなっています。また、結婚の対象となる男女がいても、「出会う機会や場」が少ない状況にあります。そこで、若者が出会うイベントの実施や、若者が交流できる情報の発信など、「結婚のきっかけづくり」に関する施策を展開します。	実績		
事業	婚活推進事業	27	16	
		28	29	
概要	平成22年度より商工会青年部に補助金を交付して実施している婚活イベントを継続するとともに、新たに婚活サポーター制度をスタートさせ、未婚率の解消に取り組みます。 ※婚活サポーター制度・・・結婚を希望する男女がサポーター制度へ登録し、町が委嘱した婚活サポーターが、登録者の登録情報を確認して引き合わせ、結婚につなげる制度です。	29	36	
		30	27	
		31	28	
		計	136	

2	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課		バンク登録者 15人/5年間		■継続 □見直し □その他 空き地バンク登録に向け、所有者により積極的に働きかけを行いたい。	H31年度に入って相談は相次ぎ、登録を希望する所有者は複数名いるものの、登録に至らないケースがほとんどであった。また、立地的に宅地としての条件が整っていないなど、空き地物件についての関心は強いとは言えない。したがって、実績はKPIには大きく及ばなかった。町ホームページでの情報の見せ方を工夫するなどさらに周知する必要がある。
方向1	結婚のきっかけづくり					
施策1-2	住まい確保のためのサポート					
概要	<p>本町の地価は都市部と比較して安価で治安もよく、「住む環境」としてはよいと言えますが、一方で地形的な制約から宅地が少ないという課題もあります。</p> <p>住まいが確保できれば、結婚したあとも本町へ住み続けるための重要な動機となり得ることから、「結婚のきっかけづくり」の側面的支援として、宅地の分譲や若者住宅の整備も視野に入れ、住まいの提供に関する施策を展開します。</p>		実績			
			27	0		
			28	0		
事業	空き地バンク事業		29	0		
概要	<p>「空き地バンク」は、「空き家バンク」同様、定住希望者と宅地として利用できる空き地の売却希望者をマッチングする仕組みにより運用する制度です。</p> <p>平成30年度から空き地を有効に活用し、定住促進と交流人口の増加により、集落機能の維持と活性化を図るため空き地バンク機能を空き家バンク制度に追加します。</p>		30	2		
			31	1		
			計	3		
3	総合戦略の取り組み概要		KPI		R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課		住宅新築補助制度利用者 件数 100件/5年間		□継続 ■見直し □その他 住まい確保と未利用財産の最適化を同時に満たす方策、あるいは民間事業者が取り組む事業への支援など、真に必要とされる住まい確保のために協議検討を重ねることとします。	住まいの確保と地域材の利用促進の両面から、地域課題の解決を目指して協議を重ねたが、費用に対する効果が薄いなど実施に至りませんでした。
方向1	結婚のきっかけづくり					
施策1-2	住まい確保のためのサポート					
概要	<p>本町の地価は都市部と比較して安価で治安もよく、「住む環境」としてはよいと言えますが、一方で地形的な制約から宅地が少ないという課題もあります。</p> <p>住まいが確保できれば、結婚したあとも本町へ住み続けるための重要な動機となり得ることから、「結婚のきっかけづくり」の側面的支援として、宅地の分譲や若者住宅の整備も視野に入れ、住まいの提供に関する施策を展開します。</p>		実績			
			27	0		
			28	0		
事業	住宅新築支援事業		29	0		
概要	<p>移住・定住促進と地元産材利用促進、地元産業の活性化を目的に、大台町産材を使用して、町内工務店に発注し、町内へ住宅を新築しようとする方に、上限額を設定したうえで柱材利用相当分に係る金額を補助します。</p>		30	0		
			31	0		
			計	0		

基本目標2 魅力あるライフスタイルの構築「恵まれた環境を活かしたライフスタイルを構築する」

基本的方向2 しごとと子育ての両立支援

KPI 出生数 5年間の平均出生数 50人/年 ➡ 実績 50人

4	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	3事業所/5年間	<input type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input checked="" type="checkbox"/> その他 事業者の経営状況を踏まえながら、労働環境の充実を促していきます。	商工会と連携してワークライフバランスをを啓発してまいりましたが、雇用創出にはつながりませんでした。小規模事業所が多い本町では事業所の理解が得られにくいのが実情です。
方向2	しごとと子育ての両立支援			
施策2-1	子育て世代が働きやすい職場の創出			
概要	しごとと子育てを両立させるためには、子育て世代が働きやすい職場環境が必要です。そのため、町内の事業所などの職場が、子育て世代が働きやすいような職場づくりを進めることができるよう側面的な施策を展開します。	実績		
		27	0	
		28	0	
事業	子育て世代が働きやすい職場の創出	29	0	
概要	子育て世代がフレキシブルに働ける職場環境を提供いただける企業を側面的に支援することで雇用のマッチングを促します。	30	0	
		31	0	
		計	0	

5	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		3事業所/5年間	<input type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input checked="" type="checkbox"/> その他 今後も優良事例がある場合は、表彰制度で紹介していきます。	H29年度には合致する事業所を認定しましたが、町内事業者の経営事情として、経営上「子育て」環境に配慮することが困難な状況です。認定制度よりも、そこに至るまでの支援が必要です。
方向2	しごとと子育ての両立支援				
施策2-1	子育て世代が働きやすい職場の創出				
概要	しごとと子育てを両立させるためには、子育て世代が働きやすい職場環境が必要です。そのため、町内の事業所などの職場が、子育て世代が働きやすいような職場づくりを進めることができるよう側面的な施策を展開します。		実績		
			27	0	
			28	0	
事業	子育て支援優良企業認定事業		29	1	
概要	事業所に対し労働条件・環境の工夫を促進するよう啓発を行い、子育て世代がフレキシブルに働ける職場環境を提供いただける企業を側面的に支援します。		30	0	
			31	0	
			計	1	
6	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	教育委員会		地域行事参加率(中3) 70%以上/2019年度	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 今後も副読本を活用し、自然や人を大切にする大台町のことを子ども達が学習し、郷土を愛する心を育ててくれることを期待して事業を進めていくことにより、若者の都市部への流出を防ぎ、いつまでも住み続けたいと思えるような教育環境を整える。	大台町副読本等を活用し、教育を進めていくことで、郷土愛を育み、いつまでも住み続けたいと思えるような児童生徒が増加傾向にある。副読本以外にも自然体験、校外活動、総合的な学習の時間等を活用し、郷土愛を育むことができた。
方向2	しごとと子育ての両立支援				
施策2-2	子どもの成長過程に応じた支援				
概要	子育て支援の中でも保育サービスや子育て支援センター事業など「乳幼児期」の支援が充実していることは本町の強みと言えます。一方で、就学期以降の子育て環境への充実を図ることも重要であり、子どもの成長過程に応じた切れ目のない支援により、子育てへの不安やストレスを軽減するなどの施策を展開します。		実績		
			27	50	
			28	81.9	
事業	郷土愛育み教育事業		29	71.6	
概要	若者の都市部への流出を防ぐため、いつまでも住み続けたいと思えるような教育環境を大台学副読本の活用により整えます。		30	68.7	
			31	88.2	
			計	88.2	

7	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価		
担当課	教育委員会	小1問題解消プログラム 対象児童の割合 1%/2019年度	<input type="checkbox"/> 継続 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 平成28年度までの事業検証の結果、大学との協働による町の森林資源を活用した木製のおもちゃなどによる授業プログラムの実施については行わず、従来通り一日入学、保育園児の小学校運動会等への参加などにより保育園と小学校との連携を深め、小1プロブレム解消に努めていく。	平成27年度、28年度は小1問題解消プログラムを活用し、小学校入学時にスムーズに小学校に慣れ、切れ目のない支援を行うことができた。2年間の事業を検証した結果、町では、保育園と小学校の連携、交流を深めることにより、切れ目のない支援を行っていくようにした。平成29年度以降も保小の連携により、切れ目のない支援を行い、スムーズに小学校入学につなげることができた。		
方向2	しごとと子育ての両立支援					
施策2-2	子どもの成長過程に応じた支援					
概要	子育て支援の中でも保育サービスや子育て支援センター事業など「乳幼児期」の支援が充実していることは本町の強みと言えます。一方で、就学期以降の子育て環境への充実を図ることも重要であり、子どもの成長過程に応じた切れ目のない支援により、子育てへの不安やストレスを軽減するなどの施策を展開します。	実績			27	5
					28	4
					29	—
事業	小1問題解消プログラム	30			—	
概要	就学時における子どもたちの意欲喚起や集中力向上を図り、小学校進学時の小1プロブレムを解消するため、異なる大学の専門家が協働し、町の森林資源を活用した木製のおもちゃなどによる授業プログラムを実施します。	31	—			
		31	—			

基本目標2 魅力あるライフスタイルの構築「恵まれた環境を活かしたライフスタイルを構築する」

基本的方向3 若者、女性、子育て世代が住みやすい環境の整備

KPI 出生数 5年間の平均出生数 50人/年 ➡ 実績 50人

8	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	生活環境課	整備数 1	<input type="checkbox"/> 継続 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 新たな公園整備には莫大な事業費とその後の維持管理費が必要になることから、町内の4保育施設の園庭を開放し、集える場所の提供を行うことへ方針を見直すこととしています。	関係者への意見徴収を踏まえ、保育園園庭の開放をしたことにより、気軽に集まることのできる空間として、親子連れのご家族に定着しつつあります。 一方で、一級河川宮川に隣接した公園では、風光明媚な自然環境とアウトドアアクティビティの充実により、近年人気が高まっていますが、ごみの不法投棄や違法駐車などの迷惑行為が問題となっていることから、利用者のニーズに適応した公園整備等が課題として残っています。
方向3	若者、女性、子育て世代が住みやすい環境の整備			
施策3-1	公園や人が集まる場づくり			
概要	本町は、山や川といった豊富な自然環境に恵まれています。一方で、公園など気軽に遊びに行くことのできる場所や若者が集える場所が限られています。そこで、親子連れが気軽に集まることのできる環境の整備と併せて、若者が集える空間創りのための施策を展開します。	実績		
事業	公園整備事業	27	0	
概要	町内既設保育園に芝生広場を整備します。(遊具等については、保育園設置施設を利用)	28	0	
		29	0	
		30	0	
		31	0	
		計	0	

9	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	町民福祉課		利用可能な保育施設数 4園	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 町内の4保育施設の園庭の開放を継続し、子育て世代間の交流や地域コミュニティの構築につなげます。	保育園園庭の開放をしたことにより、気軽に集まることのできる空間として、親子連れのご家族に定着しつつあります。 引き続き、町内の4保育施設の園庭開放を継続し、子育て世代間の交流や地域コミュニティの構築に繋がります。
方向3	若者、女性、子育て世代が住みやすい環境の整備				
施策3-1	公園や人が集まる場づくり				
概要	本町は、山や川といった豊富な自然環境に恵まれています。一方で、公園など気軽に遊びに行くことのできる場所や若者が集える場所が限られています。そこで、親子連れが気軽に集まることのできる環境の整備と併せて、若者が集える空間創りのための施策を展開します。		実績		
			27	0	
			28	4	
事業	既存施設の開放事業		29	0	
概要	対象年齢の低い幼児でも利用できるよう、町内の4保育施設の園庭を開放し、集える場所の提供を行います。また、施設の利用方法が分かりやすいよう施設の入り口に利用時間、開放日を掲示し、周知に努めます。		30	0	
			31	0	
			計	4	
10	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課		新たなHPアクセス数 2000回/日/2019年度	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 「情報」をどう加工し、どの媒体で、どのくらいの頻度で発信していくかという情報処理技術について組織内で十分に共有した上で、最適なりニューアルの体制を見出します。	大台町ホームページについては、町の情報を各課から更新に努めている状況である。 PRの面での情報発信として、地域おこし協力隊員が制作し、発信しているページについても、写真・動画を取り入れて行っているが、なかなかアクセス数は伸びていない。 そもそも「大台町」と検索されない限り、大台町が発信しているホームページにたどり着くことは難しく、アクセス数を伸ばすことが難しいと考える。 別の方法(SNSの利用等)での魅力発信方法を検討する必要がある。
方向3	若者、女性、子育て世代が住みやすい環境の整備				
施策3-2	住みやすさの情報発信				
概要	本町は、山や川などの自然環境に恵まれ、また子育て環境も他の市町と比べて良いと評価を得ています。こういった「子育て環境のよさと住みよさ」を町内外に向けて積極的に発信することは、今後本町へ住み続けたい動機に、また移住したい動機になると考えます。 そのため、本町での住みやすさを町内外にPRするための情報の発信に関する施策を展開します。		実績		
			27	0	
			28	0	
事業	魅力ある情報提供事業		29	200	
概要	町の特徴的な取り組みをはじめ、子育てから高齢者福祉、観光など、個別に発信している内容を取りまとめた「ここを見れば大台町についての魅力が全てわかる」というような写真や動画をふんだんに使った情報発信専用のホームページ開設を予定しており、本年10月から地域おこし協力隊員を採用し制作を進めているところです。 庁内にHPの充実やリニューアルを目的に、各課のHP担当で構成するHP運営会議を設置し、この会議で工夫・検討して、町の効果的な情報の発信に努めます。		30	250	
			31	200	
			31	200	

基本目標3 魅力と住みやすいまちを発信し、ひとを惹きつける

基本的方向1 魅力創りと住みやすさで転入促進

KPI 転入者数 2019年度 転入者数＝転出者数 ➡ 実績 転入者200人≠転出者280人

1	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	相談解決率 90%/2019年度	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 空き家バンク登録数に比例し、問い合わせ件数も伸びるので、空き家バンクへの登録件数促進に努めたい。	H31年度に入って相談は相次ぎ、様々な立場の方々から相談をいただいた。特に移住希望者からの問い合わせが多くみられた。空き家バンクに関しては見づらい箇所に変更を加え、相談者の意見も取り入れて情報の見せ方を工夫した。今後も増える傾向にある相談等に対応していけるよう、しっかりと体制を整えて継続していくことが必要となる。
方向1	魅力づくりと住みやすさで転入促進			
施策1-1	転入者への情報発信、相談体制			
概要	転入を促進するためには、まずは転入する可能性のある人や田舎暮らしを希望する人たちに、本町の「魅力」や「住みやすさ」を伝えることが重要です。特に、仕事、子育て、教育、生活等の転入後に想定される本町での具体的な生活の状況を知らせることで、転入のイメージが湧きやすくなり転入を促進することになります。そこで、都市部に住む方に向けて本町に関する情報を提供する施策を展開します。 また、転入後も未永く地域に住んでいくためには、転入後の生活面での相談を受けるなどのフォロー体制が重要です。そこで、転入後のフォローに関する施策も展開します。	実績		
		27	0	
		28	100	
事業	転入者相談窓口サービスの設置	29	100	
概要	企画課窓口および電話、メール等による相談に対し、担当職員および移住相談員が対応します。町内の案内や、制度の紹介など様々な対応をします。	30	100	
		31	100	
		31	100	

2	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	地元満足度 60%/2019年度	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 取組概要のとおりに双方の理解を促すためには、わかりやすく、アクセスしやすい情報発信が必要です。	ガイドブックについては、区長様をはじめとして集落の協力を得られたことで移住者を受け入れる体制を整えるために大きな役割を果たしたと考えます。 各区長様を対象に行ったアンケート調査では、満足しているの割合が、56.4%で達成に至りませんでした。
方向1	魅力づくりと住みやすさで転入促進			
施策1-2	転入者と地域の相互理解と協調			
概要	転入する場合には、転入者と受け入れ側となる地域とが全く無関係というわけにはいきません。転入者は地域のことを理解する必要がありますが、地域においても転入者を受け入れる寛容な姿勢が必要です。 そこで、地域の習慣等について理解を促すための工夫と、転入者を円滑に受け入れるための施策を展開します。	実績		
事業	集落機能検証事業	27		
		28		
概要	転入者がスムーズに地域に溶けこめるよう、地域の習慣について理解しやすいように対応します。 また、受け入れ側である地域に対しても、転入者が早期に馴染めるような対応をしていただけるような方策を行います。	29		
		30		
		31	56.4%	
		31	56.4%	
3	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	全集落の説明書作成	<input type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 29年度で事業が完了しています。	ガイドブックの作成については、区長様をはじめとして集落の協力を得られたことで移住者を受け入れる体制を整えるために大きな役割を果たしたと考えます。 しかしながら、その活用状況から移住希望者が望む内容であったかについては検証を行い、真に必要な取り組みへの見直しが必要です。
方向1	魅力づくりと住みやすさで転入促進			
施策1-2	転入者と地域の相互理解と協調			
概要	転入する場合には、転入者と受け入れ側となる地域とが全く無関係というわけにはいきません。転入者は地域のことを理解する必要がありますが、地域においても転入者を受け入れる寛容な姿勢が必要です。そこで、地域の習慣等について理解を促すための工夫と、転入者を円滑に受け入れるための施策を展開します。	実績		
事業	集落習慣等説明書作成事業	27		
		28		
概要	転入者がスムーズに地域に溶けこめるよう、地域の習慣について理解しやすいように対応します。 また、受け入れ側である地域に対しても、転入者が早期に馴染めるような対応をしていただけるような方策を行います。	29	完成	
		30		
		31		
		計		

4	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	バンク利用者 58人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 引き続き、多くの方に当町ホームページをご覧ください。空き家バンク登録に向け、空き家所有者に登録促進作業を進めたい。	物件利用希望数は増加しているものの、成約に至る割合が下降気味になってきている。初期の優良物件が多かった時期と比べ、物件の質と利用希望者のニーズがマッチしなくなっている模様。登録相談も増加傾向であるが、慎重な登録作業を経て、安心出来る空き家バンクの運用を心掛ける必要がある。
方向1	魅力づくりと住みやすさで転入促進			
施策1-3	田舎派転入促進			
概要	都会にはない本町の良さを見出し、田舎での暮らしを希望して転入する人々が、安心して本町に転入し、将来にわたって定住し、存分に活躍できるよう、住まいの提供と地域での暮らしや農業などのニーズに対応した施策を展開します。	実績		
		27	18	
		28	20	
事業	空き家バンク制度	29	19	
概要	「空き家バンク制度」は、空き家を有効に活用し、定住促進と交流人口の増加により、集落機能の維持と活性化を図ることを目的とした制度で、定住希望者と空き家の賃貸・売却希望者をマッチングするシステムです。 大台町では、平成24年度から「空き家バンク制度」をスタートさせ、集落機能の維持と活性化を図っています。	30	13	
		31	6	
		計	76	
5	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	バンク登録件数 15件/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 (再掲)	(再掲)
方向1	魅力づくりと住みやすさで転入促進			
施策1-3	田舎派転入促進			
概要	都会にはない本町の良さを見出し、田舎での暮らしを希望して転入する人々が、安心して本町に転入し、将来にわたって定住し、存分に活躍できるよう、住まいの提供と地域での暮らしや農業などのニーズに対応した施策を展開します。	実績		
		27	0	
		28	0	
事業	空き地バンク制度(再掲)	29	0	
概要	「空き地バンク」は、「空き家バンク」同様、定住希望者と宅地として利用できる空き地の売却希望者をマッチングする仕組みにより運用する制度です。 平成30年度から空き地を有効に活用し、定住促進と交流人口の増加により、集落機能の維持と活性化を図るため空き地バンク機能を空き家バンク制度に追加します。	30	2	
		31	1	
		計	3	

6	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		バンク利用者 10人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 空き家バンクと併せて、相談があった場合に農業委員会と連携して引き続き対応していきます。	年間数件の相談はありましたが、生産規模等の条件に満たなかったのが要因で、転入にはつながりませんでした。
方向1	魅力づくりと住みやすさで転入促進				
施策1-3	田舎派転入促進				
概要	都会にはない本町の良さを見出し、田舎での暮らしを希望して転入する人々が、安心して本町に転入し、将来にわたって定住し、存分に活躍できるよう、住まいの提供と地域での暮らしや農業などのニーズに対応した施策を展開します。		実績		
事業	農地バンク制度		27	2	
			28	0	
概要	田舎暮らしを希望する方の転入促進と、農地の保全を目的とし、家屋付き等の使われていない農地の登録と利用希望者の紹介を行います。		29	1	
			30	1	
			31	2	
			計	6	
7	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		利用者数 1人/5年間	<input type="checkbox"/> 継続 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 事業の廃止	制度の実施に向けて協議を行ってきたが、空き家バンクで農地を取得したい方の面談において、田舎暮らしが目的の場合、本格的な農業経営ではなく、家庭菜園程度の規模の方が大半であることから、就農支援を目的としては難しいと思われます。 中古機械の斡旋についても、あまりニーズがなく、購入費の利子補給についても、家庭菜園程度であれば大型機械は必要なく、安価で購入できる規模の機械が中心であることから需要がないと判断し事業を廃止いたしました。
方向1	魅力づくりと住みやすさで転入促進				
施策1-3	田舎派転入促進				
概要	都会にはない本町の良さを見出し、田舎での暮らしを希望して転入する人々が、安心して本町に転入し、将来にわたって定住し、存分に活躍できるよう、住まいの提供と地域での暮らしや農業などのニーズに対応した施策を展開します。		実績		
事業	農業機械バンク制度／利子補給制度		27	0	
			28	0	
概要	就農支援を目的とし、中古機械等の紹介や、購入費の利子補給を行います。		29	0	
			30	0	
			31	0	
			計	0	

8	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価	
担当課	企画課	地元満足度 60%/2019年度	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 (再掲)	(再掲)	
方向1	魅力づくりと住みやすさで転入促進				
施策1-3	田舎派転入促進				
概要	都会にはない本町の良さを見出し、田舎での暮らしを希望して転入する人々が、安心して本町に転入し、将来にわたって定住し、存分に活躍できるよう、住まいの提供と地域での暮らしや農業などのニーズに対応した施策を展開します。	実績			
					27
					28
事業	集落機能検証事業(再掲)	29			
概要	転入者がスムーズに地域に溶けこめるよう、地域の習慣について理解しやすいように対応します。 また、受け入れ側である地域に対しても、転入者が早期に馴染めるような対応をしていただけるような方策を行います。	30			
		31	満足度調査の実施		
		31			

基本目標3 魅力と住みやすいまちを発信し、ひとを惹きつける

基本的方向2 観光や一時滞在をきっかけとした人の流れ

KPI 観光入り込み客数 2019年度 2014年度比で5%増加 ➡ 実績 -4.4%増

KPI 宿泊者数 2019年度 2014年度比で20%増加 ➡ 実績 20.1%増

9	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	観光入り込み客数 2014年度比 5%増/2019年度	<input type="checkbox"/> 継続 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 DMO候補法人については、その効果が乏しいことに鑑みて、公的支援を中断し、ヴェルデ大台については、当面、1事業者として自己の収益活動に専念して、将来のDMO事業の展開に期待できる経営体制を整えていく。 公的な観光推進体制は、商工会に事務局管理を依頼して、実態のある観光協会として再開する。	DMO候補法人の取組について効果が乏しいなど観光推進体制について課題でありましたが、令和元年度より観光協会を商工会へ移管し、観光推進の新たな体制を整えました。このことにより情報発信を行うための専属的職員が確保され、WEBやSNSなどを活用しながら効果的な情報発信を積極的に行うことができ、大台町の観光情報をより多く発信することができるようになりました。また、観光協会ホームページの多言語化を行い、インバウンド客の誘客促進を図りましたが、入込客数の増にはつながりませんでした。
方向2	観光や一時滞在をきっかけとした人の流れ			
施策2-1	観光・一時滞在の情報	実績		
概要	誇るべき豊かな自然環境があり魅力があるにもかかわらず、それが町外、特に都市部の方に知られていないことは、本町の課題と言えます。今後、都市部の方や海外からの観光客にも本町を訪れていただくためには、本町の魅力を伝え、町内の様々な観光資源等に関する情報を効果的に伝えることが必要です。 そこで、改めて町内の観光資源を洗い直し、それら観光情報の効果的な発信と発信のための体制強化、更に海外からの観光客の誘致促進などの施策を展開します。			
事業	観光協会の組織強化 ⇒ 観光推進体制の組織強化	27	-0.6	
概要	大台町観光の発展のために活動する観光DMO法人等への支援を行います。	28	3.6	
		29	-0.1	
		30	-4.3	
		31	-4.4	
		31	-4.4	

10	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		誘客数(フォレビ、道の駅、観光協会、HWP) 9576人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 農泊推進事業による農村体験メニューの発信により、インバウンド誘致を進めています。 また、マリオットインターナショナルの進出を契機とする道の駅周辺環境整備の検討において、広域観光誘致の仕組みづくりを行う中で、インバウンド観光も重要な要素として取り組んでいきます。	農泊推進事業により、農泊事業者が活用できる大台町ならではの農山村体験メニューをプログラム化し、日本語・英語によるWEBサイトを立ち上げ、キャッシュレスで予約可能な仕組みを構築しました。 また、専門家を招聘し、インバウンドに意識・興味を持つ事業者等に対してセミナーを開催するなど、需要が高まるインバウンド観光への促進を図りましたがKPI達成には至りませんでした。
方向2	観光や一時滞在をきっかけとした人の流れ				
施策2-1	観光・一時滞在の情報		実績		
概要	誇るべき豊かな自然環境があり魅力があるにもかかわらず、それが町外、特に都市部の方に知られていないことは、本町の課題と言えます。今後、都市部の方や海外からの観光客にも本町を訪れていただくためには、本町の魅力を伝え、町内の様々な観光資源等に関する情報を効果的に伝えることが必要です。 そこで、改めて町内の観光資源を洗い直し、それら観光情報の効果的な発信と発信のための体制強化、更に海外からの観光客の誘致促進などの施策を展開します。				
事業	インバウンド観光促進事業		28	2,930	
概要	大台町内のインバウンドに関連する事業を行っている者及びインバウンドに関連する事業を行おうとしている者に対して、セミナーの実施や事業サポートを行います。		29	1,584	
			30	1,053	
			31	1,102	
計				8445	
11	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		参加者数 1550人/5年間	<input type="checkbox"/> 継続 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 トランをどのように観光誘致に加えて発信していくか、新たな観光協会やヘルテ大台と協議して、今後の誘致戦略を検討します。	KPI達成はできませんでしたが、DMO候補法人、観光協会、行政が連携してアウトドアフェスティバルの開催を定着化させる中、町の誇らしい自然環境の中で行うアウトドアスポーツの魅力を感じていただき、観光交流人口の増加を図れました。 また町内外のアウトドア関連事業者との横のつながりも生まれ、観光交流人口の増加につながりました。
方向2	観光や一時滞在をきっかけとした人の流れ				
施策2-1	観光・一時滞在の情報		実績		
概要	誇るべき豊かな自然環境があり魅力があるにもかかわらず、それが町外、特に都市部の方に知られていないことは、本町の課題と言えます。今後、都市部の方や海外からの観光客にも本町を訪れていただくためには、本町の魅力を伝え、町内の様々な観光資源等に関する情報を効果的に伝えることが必要です。 そこで、改めて町内の観光資源を洗い直し、それら観光情報の効果的な発信と発信のための体制強化、更に海外からの観光客の誘致促進などの施策を展開します。				
事業	全国的に認知されるスポーツ大会の開催		28	408	
概要	町内外の方々に対して、スポーツに関する大会やイベントを開催し、大台町への観光交流人口の増加に繋げていきます。		29	250	
			30	200	
			31	113	
計				971	

12		総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		誘客数 460000人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 新たな体制における経営努力を見守るとともに、筆頭株主として経営状況を注視していきます。 また、行政事業や観光協会事業において、フォレストピアに関するPRを強化するなど側面的に支援していきます。	H31年度において、指定管理者において顧問2名を招致した新たな体制を編成していただきました。 これにより、集客力の向上による経営改善が期待できましたが、新型コロナウイルス感染症により厳しい結果となりました。
方向2	観光や一時滞在をきっかけとした人の流れ				
施策2-2	滞在環境の充実				
概要	魅力ある観光資源が豊富な大台町ですが、いざ観光客が来訪するとしても、町内の宿泊施設や一時滞在施設が少ないのが実情です。そこで、来訪者の宿泊滞在環境の充実のために、既存の施設の強化に加え、民泊事業の促進についても検討を進め、宿泊環境を充実させるための施策を展開します。		実績		
事業	奥伊勢フォレストピア改革事業		27	85,000	
			28	82,107	
			29	76,000	
概要	奥伊勢フォレストピアの集客効率向上のため、施設の活用方策や集客手法などの運営内容の見直しを行います。		30	73,320	
			31	77,325	
			計	393,752	
13		総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		整備戸数 6戸/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 現在の農泊推進事業を進めるとともに、新たに進出するリゾートインテリショナル顧客の滞在メニューとしても定着していけるように、道の駅周辺環境整備に関する検討の中でも、農泊体験が大台町の観光滞在メニューとして拡がっていける仕組みづくりを検討していきます。	農山村への滞在の魅力が高まりつつあるなか、町内においても近年農泊開業事業者が少しずつではありますが増えてきました。そのような中、農泊推進事業において体験メニューの造成を行うなど、農泊事業者等が活用いただけるWEBシステムを構築し農山村への滞在の魅力向上につなげましたが、わずかにKPI達成はできませんでした。
方向2	観光や一時滞在をきっかけとした人の流れ				
施策2-2	滞在環境の充実				
概要	魅力ある観光資源が豊富な大台町ですが、いざ観光客が来訪するとしても、町内の宿泊施設や一時滞在施設が少ないのが実情です。そこで、来訪者の宿泊滞在環境の充実のために、既存の施設の強化に加え、民泊事業の促進についても検討を進め、宿泊環境を充実させるための施策を展開します。		実績		
事業	民泊等宿泊施設整備推進事業		27	0	
			28	1	
			29	0	
概要	大台町内の宿泊施設や一時滞在施設の増加や魅力向上のために、それらの者に対して支援を行います。		30	1	
			31	3	
			計	5	

14	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	新たなアクティビティ参加者数 5407人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 今後も町内外の関係者と連携して、積極的に各種アクティビティの情報発信に努めていきます。 また、道の駅周辺環境整備に関する検討の中でも、それらのアクティビティが大台町の観光滞在メニューとして拡がっていける仕組みづくりを検討していきます。	アウトドアフェスティバルの開催、農泊体験メニューの造成、事業者によるアウトドアプログラムの展開など、観光客が町内において体験できるアクティビティの充実をそれぞれの立場や連携するなどして取り組みましたがKPI達成には至りませんでした。 また、それらを観光協会ホームページや観光連盟ホームページなどを活用し効果的に提供するなど積極的な情報発信にも努めました。
方向2	観光や一時滞在をきっかけとした人の流れ			
施策2-3	体験型観光の推進			
概要	魅力ある観光資源が豊富な本町ですが、来訪者が楽しめる受け入れ先やイベントがまだまだ少ないのが実情です。そこで、テーマ性の強い体験型・交流型の要素を取り入れた体験型レジャーの強化と開発に取り組みます。 また、来訪者が体験できる環境をさらに充実させるために、観光事業に携わる事業者・団体・個人等の増加をめざし、本町における産業の裾野を広げるための施策を展開します。	実績		
	27			
	28	909		
事業	山と川を繋ぐ体験型アクティビティの強化・開発事業	29	999	
概要	観光客が大台町内で体験できるアクティビティの更なる充実を目指し、情報発信や事業支援等を行います。	30	1,200	
		31	1537	
		計	5,172	

基本目標3 魅力と住みやすいまちを発信し、ひとを惹きつける

基本的方向3 情報発信の統合

KPI 新たなHPのアクセス数 2019年度 2000アクセス/日 ➡ 実績 200アクセス

15	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	新たなHPのアクセス数 2000回/日/2019年度	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 「情報」をどう加工し、どの媒体で、どのくらいの頻度で発信していくかという情報処理技術について組織内で十分に共有した上で、最適なりニューアルの体制を見出します。	魅力発信として、地域おこし協力隊員が制作し、発信しているページについて、写真・動画を取り入れて行っているが、なかなかアクセス数は伸びていない。 町の情報(子育て、福祉など)と魅力発信を取りまとめたページの作成ではどうしてもユニークなホームページは作成しにくいと考えられる。 やはり魅力発信についてはホームページではなく、SNS(ツイッターやInstagram)を活用していくことが、効果的であるため、情報発信については、町内向け、町外向け、それぞれ住み分けを考える必要がある。
方向3	情報発信の統合			
施策3-1	町内外へのまちの総合情報発信			
概要	本町の魅力が町内外の人々にまでしっかり届くことが不可欠であることから、本町が有する様々な魅力を個々に発信するこれまでの考え方を見直し、情報を統合し発信することが効果的であるといえます。 本町の魅力を最大限に発信するための新たなホームページやSNSの他、動画配信などインターネットでのツールを活用し、「ここを見れば大台町についての魅力がすべてわかる」、「はじめて大台町の情報を探す時にもわかりやすい」という情報の発信を目指します。	実績		
		27	0	
		28	0	
事業	総合情報発信・提供事業	29	200	
概要	町の特徴的な取り組みをはじめ、子育てから高齢者福祉、観光など、個別に発信している内容を取りまとめた「ここを見れば大台町についての魅力が全てわかる」というような写真や動画をふんだんに使った情報発信専用のホームページを開設します。 庁内にHPの充実やリニューアルを目的に、各課のHP担当で構成するHP運営会議を設置し、この会議で工夫・検討して、町の効果的な情報の発信に努めてまいります。	30	250	
		31	200	
		31	200	

基本目標4 将来像を見据えた地域づくりでまちの魅力を最大限に発揮する

基本的方向1 将来像を見据えた地域づくりを考える

KPI 住みやすい人の割合 2019年度 2015年度調査比5%アップ ➡ 実績 7.7%アップ

1	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	健康ほけん課	各種がん検診受診者 19537人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 平成30年度から開始した、健康ポイント制度が健診の対象であることも絡めて検診をさらにPRし、がん検診の受診を健康づくりに役立てていただけるようすすめます。	より多くの方に受診していただけるよう、平日巡回検診5日に加え休日検診4日は変わらず実施し、平成27年度から子育て中の方限定の託児付き検診時間を設定しました。平成27年度から平成29年度は検診受診商品券送付事業、平成30年度から健康づくり事業全般に拡大した健康づくりポイント事業を実施することで検診受診行動つなげています。また、医療機関での個別検診では、平成29年度から胃内視鏡検診を開始し、平成30年度からは特定健診と総合がん検診を同時にお得に受診できる国保ミニドックを新設しました。これらにより、受診者数は、平成28年度のみ減少しましたが、全体的に増加傾向です。
方向1	将来像を見据えた地域づくりを考える			
施策1-1	住民が納得できる環境づくり			
概要	日本全体の趨勢を考えると、今後も本町の人口が減少していくことは避けられない状況であり、高齢化が進展することあわせると、将来の町の財政運営は厳しさを増してきます。こういった状況に対応するため、広大な町の全域に住居が点在しているという現在の状況から住居集約もひとつの考え方ですが、そのためには、町民が納得できる環境の整備をすることが大切です。そういった将来の状況を見据えるとともに、今すべきこととしていつまでもいきいきと健康に暮らせるよう健康維持を促進し、安心して生活が送れる体制を整備するための施策を展開します。	実績		
事業	健康維持活動評価制度の確立	27	3537	
概要	各種がん検診を受診することで、病気の早期発見・早期治療、重症化を防止し、健康で暮らしつづけることができるように受診勧奨に努めます。	28	3496	
		29	3624	
		30	3717	
		31	3759	
		計	18133	

2	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	健康ほけん課	高齢者見守り体制に満足している人の割合 2015年度調査比 10.4%増/2019年度	☑継続 □見直し □その他 安心見守り協力事業所を増やしていくとともに自主グループ等にも呼びかけ、協力団体を増やし、地域での見守りを継続していきます。 見守りの必要性の高いケースについては、担当者と情報共有を行い、連携体制を整えていきます。	見守り協力事業所として165事業所、見守り協力団体として30団体が登録し、業務活動中に見守り、声掛け、状況確認等を行った。また、見守り活動を強化するために、年1回協力事業所・団体向けに研修会を開催した。住民同士の見守り体制の構築が将来安心して暮らし続ける地域づくりの基盤になることを啓発した。 平成30年度以降、相談全体の20%以上となる、90件を超える相談に繋がっており、一定の効果があつたと考えられる。
方向1	将来像を見据えた地域づくりを考える			
施策1-1	住民が納得できる環境づくり			
概要	日本全体の趨勢を考えると、今後も本町の人口が減少していくことは避けられない状況であり、高齢化が進展することあわせると、将来の町の財政運営は厳しさを増してきます。こういった状況に対応するため、広大な町の全域に住居が点在しているという現在の状況から住居集約もひとつの考え方ですが、そのためには、町民が納得できる環境の整備をすることが大切です。そういった将来の状況を見据えるとともに、今すべきこととしていつまでもいきいきと健康に暮らせるよう健康維持を促進し、安心して生活が送れる体制を整備するための施策を展開します。			
事業	高齢者見守り支援事業			
		実績		
		27	5.4	
		28	-	
		29	-	
		30		
概要	高齢化が進行する中で、高齢者単独世帯や高齢者世帯が増加傾向にあり、いつまでも住み慣れた地域で暮らし続けることができるよう、地域全体で高齢者を支える見守り体制を構築することで、安心して生活できることを目指します。	31	65.4	
		31	65.4	
3	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	バンク利用者 58人/5年間	■継続 □見直し □その他 (再掲)	登録物件数は増えているものの、まだまだ利用価値のあるストック物件が埋もれているように感じる。成約に至る割合が下降気味になってきているので、そういった優良物件をさらに掘り起こす必要がある。
方向1	将来像を見据えた地域づくりを考える			
施策1-2	ストック資産の有効活用			
概要	将来の本町の財政運営の厳しさを考えると、現在、本町や町民が所有するストック資産、例えば山林、農地、住宅やインフラなどをいかに効率的に維持・管理をするかが重要になってきます。そういった将来の状況を見据えた上で今すべきこととして、インフラ管理計画を策定するなど、ストック資産の効率的な運営のため施策を展開します。			
事業	空き家バンク制度(再掲)			
		実績		
		27	18	
		28	20	
		29	19	
		30	13	
概要	「空き家バンク制度」は、空き家を有効に活用し、定住促進と交流人口の増加により、集落機能の維持と活性化を図ることを目的とした制度で、定住希望者と空き家の賃貸・売却希望者をマッチングするシステムです。 大台町では、平成24年度から「空き家バンク制度」をスタートさせ、集落機能の維持と活性化を図っています。	31	6	
		計	76	

4	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課		バンク登録件数 15件/5年間	■継続 □見直し □その他 (再掲)	相談数は多いものの、登録数については一向に増加しない。更地の利用ニーズが現在は見込まれないが、登録条件に宅地利用可能である土地となっていることから、様々な利用方法を提案して活用していけるよう努力する必要がある。
方向1	将来像を見据えた地域づくりを考える				
施策1-2	ストック資産の有効活用				
概要	<p>将来の本町の財政運営の厳しさを考えると、現在、本町や町民が所有するストック資産、例えば山林、農地、住宅やインフラなどをいかに効率的に維持・管理をするかが重要になってきます。そういった将来の状況を見据えた上で今すべきこととして、インフラ管理計画を策定するなど、ストック資産の効率的な運営のため施策を展開します。</p>		実績		
	27	0			
	28	0			
事業	空き地バンク制度(再掲)		29	0	
概要	<p>「空き地バンク」は、「空き家バンク」同様、定住希望者と宅地として利用できる空き地の売却希望者をマッチングする仕組みにより運用する制度です。 平成30年度から空き地を有効に活用し、定住促進と交流人口の増加により、集落機能の維持と活性化を図るため空き地バンク機能を空き家バンク制度に追加します。</p>		30	2	
	31	1			
	計	3			
5	総合戦略の取り組み概要		KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課		利用者 10人/5年間	■継続 □見直し □その他 (再掲)	年間数件の相談はありましたが、生産規模等の条件に満たなかったのが要因で、転入にはつながりませんでした。
方向1	将来像を見据えた地域づくりを考える				
施策1-2	ストック資産の有効活用				
概要	<p>将来の本町の財政運営の厳しさを考えると、現在、本町や町民が所有するストック資産、例えば山林、農地、住宅やインフラなどをいかに効率的に維持・管理をするかが重要になってきます。そういった将来の状況を見据えた上で今すべきこととして、インフラ管理計画を策定するなど、ストック資産の効率的な運営のため施策を展開します。</p>		実績		
	27	2			
	28	0			
事業	農地バンク制度(再掲)		29	1	
概要	<p>田舎暮らしを希望する方の転入促進と、農地の保全を目的とし、家屋付き等の使われていない農地の登録と利用希望者の紹介を行います。</p>		30	1	
	31	2			
	計	6			

6	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	産業課	利用者 1人/5年間	□継続 ■見直し □その他 (再掲)	<p>制度の実施に向けて協議を行ってきたが、空き家バンクで農地を取得したい方の面談において、田舎暮らしが目的の場合、本格的な農業経営ではなく、家庭菜園程度の規模の方が大半であることから、就農支援を目的としては難しいと思われま。</p> <p>中古機械の斡旋についても、あまりニーズがなく、購入費の利子補給についても、家庭菜園程度であれば大型機械は必要なく、安価で購入できる規模の機械が中心であることから需要がないと判断し事業を廃止いたしました。</p>
方向1	将来像を見据えた地域づくりを考える			
施策1-2	ストック資産の有効活用			
概要	<p>将来の本町の財政運営の厳しさを考えると、現在、本町や町民が所有するストック資産、例えば山林、農地、住宅やインフラなどをいかに効率的に維持・管理をするかが重要になってきます。そういった将来の状況を見据えた上で今すべきこととして、インフラ管理計画を策定するなど、ストック資産の効率的な運営のため施策を展開します。</p>	実績		
事業	農業機械バンク制度(再掲)	27	0	
概要	就農支援を目的とし、中古機械等の紹介や、購入費の利子補給を行います。	28	0	
		29	0	
		30	0	
		31	0	
		計	0	

基本目標4 将来像を見据えた地域づくりでまちの魅力を最大限に発揮する

基本的方向2 自立した集落や地域の形成

KPI 大台学副読本の完成 ➡ 実績 28年度完成

7	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	バンク利用者 15人/5年間	<p>■継続 □見直し □その他</p> <p>人材育成助成事業については、地域の課題等を見極め、その都度ニーズに見合った内容への更新と制度の周知に努めます。</p> <p>また、大台町創生塾参加者は、卒業後、それぞれの分野でご活躍を頂いてくと共に大台町を内外へ発信頂いています。</p> <p>参加者のネットワークは維持し、まちづくりについて参画頂けるよう努めます。</p>	<p>人材育成助成事業については、ニーズに合わせて内容の更新を行いながら取組を行いました。5年間で29人の方にご利用いただき、地域で活躍できる人材の掘り起こしにつながったと評価します。</p>
方向2	将来像を見据えた地域づくりを考える			
施策2-1	誇りの醸成と地域の課題解決への支援			
概要	<p>地域自らが活動できるようになるため、支援体制を改めて整備することや地域住民が地域の状況を正確に把握すること、さらには、把握した情報から得られた課題を「解決」する人材を発掘・育成する施策を展開します。</p> <p>また、本町で幸せに暮らすには、地域に誇りを持つこと、個人の持つ能力を適材適所で発揮できること、地域の人々が仲良く暮らすこと、生涯現役で活躍する場があることなど様々な条件が考えられます。</p> <p>子どもたちが大学進学や就職などで町外へ出たとしても、ふるさとが大台町であることに誇りを持ち、自慢できるようになることが、生きていくための自信となり、また他地域の人々へ大台町の魅力を伝えることになり、さらには出て行った本人が将来大台町へ戻る動機にもなります。そのため、郷土愛を育み地域に誇りを持てるよう地域のよいところを更に知るための調査などの施策を展開します。</p>	実績		
事業	人材活用事業	27	6	
		28	12	
		29	17	
概要	郷土を担う若者や団体を育てることを目的として、大台町人材育成基金を設置しており、この基金を財源として個人または団体が行う各種研修や資格・免許取得に対して助成を行っています。この人材育成制度によるほか、地域で活躍できる人材の掘り起こしを進め、地域の活力向上を図ります。	30	6	
		31	5	
		計	46	

8	総合戦略の取り組み概要	KPI	R1年度の方針	計画期間を通じた評価
担当課	企画課	副読本製作に関わる人 200人/5年間	<input checked="" type="checkbox"/> 継続 <input type="checkbox"/> 見直し <input type="checkbox"/> その他 3年生を迎える児童に引き続き、配布し、学校関係者(教育委員会や教員など)と、より効果的な郷土学習について、協議していきたい。	学校側からも大台町を伝えるにあたり、使いやすい、教科書が更新されていくよう希望を頂くなど必要性を高く評価を頂いており、保護者からも子どもたちはもちろん、保護者にも大台町を理解しやすいと評価を頂いている。一方で更新していくにあたり、多額の費用を要し、その作成費用の捻出が大きな課題である。
方向2	将来像を見据えた地域づくりを考える			
施策2-1	誇りの醸成と地域の課題解決への支援			
概要	地域自らが活動できるようになるため、支援体制を改めて整備することや地域住民が地域の状況を正確に把握すること、さらには、把握した情報から得られた課題を「解決」する人材を発掘・育成する施策を展開します。 また、本町で幸せに暮らすには、地域に誇りを持つこと、個人の持つ能力を適材適所で発揮できること、地域の人々が仲良く暮らすこと、生涯現役で活躍する場があることなど様々な条件が考えられます。 子どもたちが大学進学や就職などで町外へ出たとしても、ふるさとが大台町であることに誇りを持ち、自慢できるようになることが、生きていくための自信となり、また他地域の人々へ大台町の魅力を伝えることになり、さらには出て行った本人が将来大台町へ戻る動機にもなります。そのため、郷土愛を育み地域に誇りを持てるよう地域のよいところを更に知るための調査などの施策を展開します。	実績		
事業	大台学教材づくり事業			
		28	260	
概要	上記施策概要に示したとおり、子どもの時から大台町に興味を持って、将来は大台町を担う人材として育てて欲しいとの願いを込め、文科省が示す学習指導要領に基づき、社会科(対象:小学3~4年生)の副読本を作成します。	29	0	
		30	0	
		31	0	
		計	260	