

大台町まち・ひと・しごと創生総合戦略の評価検証について

令和 8 年 8 月

戦略企画課

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」

【数値目標】 商工会員数 **351人** （大台町商工会の年度末会員数）

年度	2020（R2）	2021（R3）	2022（R4）	2023（R5）	2024（R6）	2025（R7）
商工会員数（人）	356	361	358	362	354	348

【基礎数値】 平成30年度末会員数 351人

プロジェクト		KPI	実績値		令和7年度の評価	第2期戦略 プロジェクトの総括
1	森林資源の活用による持続可能な森づくり	施策1・2による地域材活用製品等の売上額	単位	万円/年	地域材を活用した製品開発及び流通販路の拡大については、令和5年度で事業廃止を行いました。 既存製品の販売、販路拡大PR活動や販売を継続的に実施していますが、民間販売店のスペースに余裕がないためHPのみの販売となっています。	コロナ禍やウクライナ紛争といった世界情勢の変動といった影響から木材需要は低迷し、海外輸出を含めた流通販路の拡大などの取組は、令和5年度で廃止せざるを得ませんでした。巣ごもり需要によるキャンプブームを狙った商品販売も継続的な売り上げに繋げることが出来ず、目指していた建築用材からのシフトや多角化は製材設備の違いから完成品の製造は難しいことが判明しました。 各団体において既存製品のブラッシュアップや商品価値を高める取組を進めるなど、付加価値の高い製品づくりを継続していきます。
			基準値	—		
			2020（R2）	0		
			2021（R3）	0		
			2022（R4）	0		
		1,500万円/年	2023（R5）	150		
			2024（R6）	0		
			2025（R7）	0		
2	奥伊勢FARMLAND大台	施策2・3・4による売上額（累計）	単位	万円	奥伊勢ブランドとして展開している農作物（奥伊勢ゆず、奥伊勢ネギ、奥伊勢米つぶら）は、昨年に続き夏季の酷暑の影響により、出荷量も減少し厳しい状況となりました。 農業体験については、受け入れ先の体制が整わず提供が出来る状態になっていません。 他分野との連携については、企業等との連携を進めています。	大台町全域を一つの農場と位置づけ、担い手の確保に対応する支援や生産物のブランド化、農業体験プログラムを図ることなどで多様な人材や農業収入の確保を図ります。 更に、既存の取組に加えて町栽培重点作目を「奥伊勢ブランド」として付加価値を高め、多様なニーズに応じた販路の拡大を進めることで町全体の農産物出荷額の増加につなげます。
			基準値	—		
			2020（R2）	1,234		
			2021（R3）	1,145		
			2022（R4）	1,052		
		1,500万円	2023（R5）	1,074		
			2024（R6）	733		
			2025（R7）	902		
			計	6,140		

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の構築をする」

【数値目標】 出生数 **50人** （人口動態調べ報告数値の過去3年平均値）

年度	2020（R2）	2021（R3）	2022（R4）	2023（R5）	2024（R6）	2025（R7）
出生数（人）	45	42	39	34	32	24

【基礎数値】 平成28～30年度平均 48人

プロジェクト		KPI	実績値		令和7年度の評価	第2期戦略 プロジェクトの総括
3	すくすく育つ ～各ステージに応じた切れ目ない支援～	大台町は子育てがしやすいと思う人の割合	単位	%	母子健康手帳交付時に妊婦全員と面談を実施し、安心して妊娠を過ごし、出産に臨むことができるよう支援しました。 また、パパママ教室や電話相談、乳児訪問、乳幼児相談を継続して実施し、産前から産後早期にかけて途切れなく十分な支援が提供できるよう努めました。 保育園・こども園における「保育業務のICTの充実化」で保護者、保育士の負担を軽減し、「子育てにやさしいまちづくり」の推進を図りました。 学校給食全額補助、高等学校通学費補助、大学入学支度金等により子育て世代の保護者への負担軽減を図り、子育てしやすい環境を作りました。	母子健康手帳交付時と妊娠8か月時に保健師による面談を全員に行い、妊婦との関係づくりに努め、妊娠期から妊婦の状況を把握することで、必要な支援に繋ぐことができました。 専門職との情報共有を密にし、途切れなく十分な支援が受けられる体制づくりを構築することができました。 気軽に集え相談できる場として、子育て支援センターの充実を図るなど、子育てしやすい環境整備に取り組みました。 引き続き、「保育業務のICTの充実化」で「子育てにやさしいまちづくり」の推進を図ります。保育園・こども園の情報発信にも取り組んでまいります。 また学校給食全額補助、高等学校通学費補助、大学等入学支度金等を引き続き実施し、保護者への負担軽減を図り、子育てしやすい環境を目指していきます。
			基準値2019（R1）	69		
			2020（R2）	—		
			2021（R3）	—		
		75%	2022（R4）	—		
			2023（R5）	—		
			2024（R6）	77.5		
			2025（R7）	—		
4	豊かな成長と発達 ～心身ともに豊かな子どもを育てる支援と虐待防止～	CLMの活用数	単位	件	令和7年度も各保育園・こども園でCLMを2歳児から実施しました。また、児童発達支援センターとの共同事業は継続し、発達支援への理解を深めました。 こども家庭センター、子育て支援センター、各保育園・こども園と連携し、相談体制の充実を図りました。	児童発達支援センター、各保育園・こども園、福祉課、子育て支援センターと共同事業を継続して行い、発達支援の理解を深めることができました。 こども家庭センター（福祉課内）を中心に関係機関と連携して児童を虐待から守る体制づくりの強化を行いました。 各保育園・こども園にてCLMを2歳児～5歳児クラスで実施し、小学校への引継ぎを行い、途切れない支援を行うことができました。
			基準値2018（H30）	4		
			2020（R2）	16		
			2021（R3）	26		
		8件	2022（R4）	15		
			2023（R5）	19		
			2024（R6）	28		
			2025（R7）	25		

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

【数値目標】観光入込客数 570,000人（三重県観光レクリエーション入込客数推計書）

社会増減数 -30人（三重県統計書の過去3年平均値）

年度	2020（R2）	2021（R3）	2022（R4）	2023（R5）	2024（R6）	2025（R7）
観光入込客数（人）	435,466	309,470	434,351	445,735	460,136	454,360
年	2019（R1）	2020（R2）	2021（R3）	2022（R4）	2023（R5）	2024（R6）
社会増減数（人）	-53	-67	-89	-55	-43	-34

【基礎数値】平成30年度 519,008人

【基礎数値】平成27～29年平均 -48人

プロジェクト		KPI	実績値		令和7年度の評価	第2期戦略 プロジェクトの総括
5	情報発信、宿泊滞在環境の充実	道の駅消費額	単位	百万円	弁当や惣菜の充実や自社農園の果物野菜類の販売増進などの営業に努め販売額増加につなげてきました。情報発信や、町内外事業者との商品の拡充などにより更に利用客を増やし、消費拡大につなげていきます。	KPIの達成とはなりませんでしたでしたが着実に数値を伸ばすことができました。今後も情報発信やインバウド対応などの観光インフォメーション機能を強化するとともに、集客・立ち寄り拠点の「道の駅奥伊勢おおい」及び宿泊滞在拠点の「奥伊勢フォレストピア」を拡充整備し、観光予定者等に対する誘引機能と訴求機能を向上させ、観光交流人口の拡大と物販や飲食・体験等サービスなどの観光消費の拡大を目指します。
			基準値2018（H30）	263		
			2020（R2）	250		
			2021（R3）	258		
			2022（R4）	261		
		349百万円	2023（R5）	272		
			2024（R6）	274		
			2025（R7）	292		
6	「エコパークのまち」環境整備と観光誘致	奥伊勢フォレストピア入込客数	単位	人	令和7年度は食料費、交通費などの物価上昇で、旅行全体の費用が上がっており、その影響も受け伸び悩みました。施設の利用客に加え、年間を通じて利用実績があるキャンプ場の入込客増が期待されます。	従来からの観光資源のほか、アウトドア体験、農林漁業体験などの地域性を感じる滞在メニューによる観光誘致を進め、「エコパークのまち大台町」としての関心と知名度の向上を図り、町全体のブランド化に繋げていきます。このため「エコパークのまち」をコンセプトにした体験やツアー等の観光コンテンツと、その集客を町内に回遊する仕組みづくりを進めるとともに、それらが実施できる環境を整備します。
			基準値2018（H30）	69,923		
			2020（R2）	50,858		
			2021（R3）	49,104		
			2022（R4）	41,319		
		77,000人	2023（R5）	56,767		
			2024（R6）	67,654		
			2025（R7）	62,940		
7	人が集い、繋がるまちづくり～遊休施設を活用した関係人口増プロジェクト～	拠点運営者の仲介等を通じた開業数（累計）	単位	社	町内全域の外観調査により利活用可能な空き家の実態把握を推し進めるとともに、空き家相談会やセミナーの開催を通じて、空き家バンクへの登録促進を図りました。また、本プロジェクトで形成されたクラフトマンとの繋がりを深化させ、創作活動拠点を核とした交流から、定住を見据えた移住促進へと取組の質を向上させました。	旧川添郵便局等の遊休施設活用を起点に、移住者やクリエイターによる「ものづくり」と「起業」の動きを支援してきました。KPI（開業数8社）に対し実績7社と目標には至らなかったものの、空き家バンク制度や改修助成の運用を通じて、地域の活性化と関係人口の創出に寄与しました。今後は、本期間で培った住民や事業者とのネットワークを基盤に、空き家情報の掘り起こしから起業支援、定住へと繋がる包括的な支援体制を継続・発展させます。
			基準値2018（H30）	2		
			2020（R2）	1		
			2021（R3）	1		
			2022（R4）	1		
		8社	2023（R5）	1		
			2024（R6）	2		
			2025（R7）	1		
			計	7		

プロジェクト		KPI	実績値		令和7年度の評価	第2期戦略 プロジェクトの総括
8	ボートのまち大台町への躍進プロジェクト	漕艇場利用団体数	単位	団体/年	水上カーニバルの参加クルー数は、新型コロナウイルス感染症の5類移行による再開以降、年々増加しています。令和8年度以降、クラスの見直し等を行い、参加クルー数の増加に取り組んでいきたいと考えています。 合宿等で漕艇場を利用する団体は、県内外を問わず、毎年一定数確保できており、KPIの目標値を上回っています。今後も、漕艇場を利用していただけるよう三重県ローイング協会等と連携していきます。	
			基準値2018（H30）	5		
			2020（R2）	10		
			2021（R3）	11		
			2022（R4）	14		
		10団体/年	2023（R5）	15		
			2024（R6）	16		
			2025（R7）	15		

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

【数値目標】住みやすいと思う人の割合 **50%**（まちづくり町民アンケート調査）

年度	2020（R2）	2021（R3）	2022（R4）	2023（R5）	2024（R6）	2025（R7）
住みやすいと思う人の割合（％）	－	－	－	－	48.8	－

【基礎数値】平成27年度調査結果 49.9％

プロジェクト		KPI	実績値		令和7年度の評価	第2期戦略 プロジェクトの総括
9	小さな拠点で地域と人を繋ぐ	拠点集約事業数	単位	事業	小さな拠点づくりは、地域の方に主体的に活動してもらうことが必須であることから、令和6年度まで町広報紙にてプロジェクトを周知するとともに、興味のある方等を募集してきましたが応募や問い合わせがない状況でした。第3期総合戦略では当事業の実施を見送ったことから、令和7年度は町広報紙での周知は実施していません。	令和2年度から3年度にかけて、江馬区での事業実施に向けてアンケートやワークショップを開催し、調査や検討を行いました。公共交通や買い物などの課題は把握できたものの、課題解決に取り組む中心となる人材を見つけることができなかったため、江馬区での取組は断念しました。小さな拠点づくりでは、地域の方に主体的に活動してもらうことが必須であることから、町広報紙等で興味のある方等を募集してきましたが応募はなく、総合戦略における小さな拠点事業は第2期で終了とします。
			基準値	－		
			2020（R2）	0		
			2021（R3）	0		
			2022（R4）	0		
		7事業	2023（R5）	0		
			2024（R6）	0		
			2025（R7）	0		
10	豊かな環境を未来につなぐ	ごみ減量化	単位	g/人日	ごみの減量化を図るため、広報おおだいで長期に渡って「ごみゼロシリーズ」として掲載し、啓発活動を推し進めることでごみの減量化を図りました。ごみの量は年々減少傾向にありますが、令和7年度においては、計画で定めた目標値を達するに至りませんでした。要因としては空き家対策の啓発を行ったことにより片付けごみが増加したこと等によるものです。	ごみ分別アプリの活用促進や広報による啓発活動など、継続的な周知・啓発と分別促進の取組の結果、1人1日当たりのごみ排出量は着実に減少し、令和5年度にはKPIの計画目標を達成しました。一方、令和6年度以降は実績値が増加傾向となり、目標達成には至りませんでした。その要因として空き家の片付けに伴うごみの排出増加などが考えられます。今後は、これまでの取組成果を踏まえ、継続的な啓発と分別促進を図ることで、目標の再達成と持続可能な環境づくりの一層の推進に取り組めます。
			基準値2018（H30）	646.5		
			2020（R2）	601.0		
			2021（R3）	597.3		
			2022（R4）	577.9		
		564.0g/人日	2023（R5）	554.0		
			2024（R6）	594.5		
			2025（R7）	568.0		
11	Society5.0の推進による持続可能な地域づくり	マイナンバーカード普及率	単位	％	大台町DX基本計画の実施計画をもとにDX推進部会等を行い、まちのデジタル化について模索するとともに、三重県が実施した「書かないワンストップ窓口導入促進事業」に参加し大台町の窓口業務等のデジタル化について検討しました。町民のITリテラシーの向上を目的として民間企業と協働し、スマートフォン教室を行いました。また、広域での取組として、スーパーシティ構想やデジタル田園都市国家構想等の国の取り組みに積極的に関与しました。	大台町DX基本計画の実施計画をもとに引き続きDX推進部会等を行い、まちのデジタル化や職員のITリテラシー向上を図るとともに、前年度に実施した「書かないワンストップ窓口導入促進事業」の成果を基に、窓口申請事務のオンライン化を進めます。引き続き、町民のITリテラシーの向上を目的として民間企業と協働し、スマートフォン教室を行います。また、近隣市町、民間企業等と協働しながら、5町広域連携事業（旧デジタル田園都市国家構想）に取り組み、先端技術の活用による地域課題解決や住民サービスの向上を目指します。
			基準値2018（H30）	6.9		
			2020（R2）	17.6		
			2021（R3）	28.6		
			2022（R4）	64.0		
		30%	2023（R5）	70.5		
			2024（R6）	75.3		
			2025（R7）	78.2		