

---

## 第3章

---

# 第2期館林市 まち・ひと・しごと創生 総合戦略

## 総合戦略の概要

### 1 総合戦略の趣旨

本市では、平成27年度（2015年度）に「第1期総合戦略」を策定し、地方創生の目的である人口減少と地域経済縮小の克服を目指してきました。今回「第1期総合戦略」が令和2年度（2020年度）で終了しますが、今後も人口減少の抑制や持続可能な社会の形成を実現するために、各種政策を継続して推進する必要があります。

そのため、これまでの取組の検証結果や新たな視点を加えた「第2期総合戦略」を策定します。

### 2 国の「総合戦略」との関係

国の総合戦略の基本目標や政策5原則（自立性、将来性、地域性、直接性、結果重視）を踏まえ、本市の第2期総合戦略における「4つの基本目標」を定めています。

「第2期館林市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本目標

- 1 豊かな地域をつくとともに、安心して働けるようにする
- 2 本市とのつながりを築き、新しい人の流れをつくる
- 3 結婚・出産・子育ての希望をかなえる
- 4 人が集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる

### 3 「館林市第6次総合計画」との関係

「館林市第6次総合計画」は、市の最上位計画で、地域における総合的かつ計画的な運営を図るための計画です。市の将来を展望するにあたって、人口減少・少子高齢化は市政運営における重要な課題であり、また、持続可能なまちづくりは市政運営の基本的な考え方となっており、これは総合戦略、総合計画に共通した考え方です。

そのため、「第2期総合戦略」は個別に策定するのではなく、「館林市第6次総合計画」と一体的に策定します。

### 4 戦略の期間

第2期総合戦略は、館林市人口ビジョンが示す将来展望人口を踏まえ、令和3年度（2021年度）を初年度とする今後5年間の戦略として策定します。

戦略期間：令和3年度（2021年度）～令和7年度（2025年度）（5年間）

### 5 戦略のフォローアップについて

本市の第6次総合計画との整合性を図るとともに、PDCAサイクルに従い定期的に取り組内容の検証を行い、評価と改善を図ります。

また、検証に当たっては、有識者によって組織された検証委員会において実施します。

# 総合戦略の見方

**【基本目標】**  
 国の総合戦略及び館林市の人口ビジョンを踏まえて設定した、将来展望人口を維持するための政策分野ごとに目指す目標です。

基本目標	1 豊かな地域をつくとともに、安心して働けるようにする
関連分野	基本計画 17 産業
基本的方向	1 新規団地の造成と拡張 2 企業の誘致・拡張の推進 3 企業の連携・事業承継 <sup>(※1)</sup> の支援 4 産学官金連携の推進 5 経営の支援

**【基本的方向】**  
 総合計画の分野及び施策の方向と連動する基本目標を達成するための方向性です。

**【個別戦略】**  
 基本的方向を推進するための個別の戦略です。

個別戦略	<b>新規団地の造成と拡張</b> 土地利用調整及び本市産業団地造成と既存団地の拡張を推進し、雇用創出促進を図る。また、産業団地などの適地の選定に向けた検討・調整を進めます。
	<b>企業間の連携支援・事業承継の推進支援</b> 近い将来の生産人口の減少に伴う後継者不足を解消するため、多業種が参加する企業間交流への参加を推進し、更なる連携及び企業合併・買収を継続していけるよう、関係機関と協働して事業承継を支援します。
	<b>産学官金の連携強化</b> 魅力ある企業として、新商品・新技術・新サービスの創出によるものづくりへの関心を高めてもらうため、産業界と高校・大学などの教育機関、金融界で協働して行う取組を推進し、雇用の拡大につなげ、生産性の向上に努めます。





重要業績評価指標 (KPI)	<b>【重要業績評価指標 (KPI)】</b> 個別戦略の進捗を測るための指標です。	目標値 (R7年度)
新規産業団地などの造成		56.2 ha
[出典：産業政策課]		
新規や拡張により造成された産業団地などにおける開発面積		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
企業立地及び設備投資件数	4 件	累計20件(R3~R7年度)
[出典：工場立地動向調査・商工課]		
市内における新規企業立地数及び既存企業による増設投資件数		

※1 事業承継…会社の経営について経営者が後継者に引き継ぐこと。

## 総合戦略 4つの基本目標及び成果指標

成果指標とは、基本目標を達成する際のアウトカムに関する指標


基本目標		成果指標
1	 豊かな地域をつくとともに、安心して働けるようにする	<ul style="list-style-type: none"> <li>従業員1人当たりの付加価値額</li> <li>就職率</li> </ul>
2	 本市とのつながりを築き、新しい人の流れをつくる	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会増減数</li> </ul>
3	 結婚・出産・子育ての希望をかなえる	<ul style="list-style-type: none"> <li>合計特殊出生率</li> <li>婚姻数</li> </ul>
4	 人が集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる	<ul style="list-style-type: none"> <li>住みよさランキング</li> </ul>

基本目標	成果指標	現状値 (H30 年度)	目標値 (R7 年度)
	従業員1人当たりの付加価値額 [出典：工業統計調査] 製造業を営む事業所の従業員1人当たりが一定期間に生み出した価値の額	1,194 万円	1,230 万円

基本目標	成果指標	現状値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
	就職率 [出典：館林市統計書] 館林公共職業安定所調査の市内就職率（就職件数 / 月間有効求職者数）	7.6%	9.0%

基本目標	成果指標	現状値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
	社会増減数 [出典：群馬県移動人口調査] 本市への転入数から市外への転出数を差し引いた数	▲48 人	▲22 人

基本目標	成果指標	現状値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
	合計特殊出生率 [出典：群馬県人口動態調査] 1人の女性が生涯に産む子どもの人数。15～49歳までの女性の年齢別出生率の合計	1.19	1.60

基本目標	成果指標	現状値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
	婚姻数 [出典：群馬県人口動態調査] 本市に婚姻届を提出し、婚姻が認められた件数	315 件	360 件

基本目標	成果指標	現状値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
	住みよさランキング [出典：都市データパック(東洋経済)] 「東洋経済新報社」が1年に1回発表する暮らしやすさを測る指標	287 位	200 位以内



## 産 業

基本目標	1 豊かな地域をつくとともに、安心して働けるようにする
関連分野	基本計画 17 産業
基本的方向	1 新規団地の造成と拡張 2 企業の誘致・拡張の推進 3 企業の連携・事業承継 <sup>(※1)</sup> の支援 4 産学官金連携の推進 5 経営の支援

個別戦略	<b>新規団地の造成と拡張</b> 土地利用調整及び事業者調整を進め、新規団地造成と既存団地の拡張を推進し、雇用創出や税収増加を図ります。また、次代の産業団地などの適地の選定に向けた検討・調整を進めます。
	<b>新規企業の誘致推進及び既存企業の経営安定支援</b> 新たに本市への立地及び既存企業で拡張を望む企業のニーズ把握に努め、本市立地の優位性をPRし、新規団地の動向を踏まえ、各種支援を通じ優遇措置の検討を進めます。
	<b>企業間の連携支援・事業承継の推進支援</b> 近い将来の生産人口の減少に伴う後継者不足を解消するため、多業種が参加する企業間交流への参加を推進し、更なる連携及び企業合併・買収を継続していけるよう、関係機関と協働して事業承継を支援します。
	<b>産学官金の連携強化</b> 魅力ある企業として、新商品・新技術・新サービスの創出によるものづくりへの関心を高めてもらうため、産業界と高校・大学などの教育機関、金融界で協働して行う取組を推進し、雇用の拡大につなげ、生産性の向上に努めます。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
新規産業団地などの造成 [出典：産業政策課]	—	56.2 ha
新規や拡張により造成された産業団地などにおける開発面積		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
企業立地及び設備投資件数 [出典：工場立地動向調査・商工課]	4 件	累計20件(R3～R7年度)
市内における新規企業立地数及び既存企業による増設投資件数		

※1 事業承継…会社の経営について経営者が後継者に引き継ぐこと。

商業

基本目標	1 豊かな地域をつくとともに、安心して働けるようにする
関連分野	基本計画 18 商業
基本的方向	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 技術と個性がある商店の集積</li> <li>2 アントレプレナー<sup>(※1)</sup>の発掘・育成と遊休不動産の活用</li> <li>3 経営の支援</li> <li>4 たてばやしブランド<sup>(※2)</sup>の構築と認知度の向上</li> </ol>
個別戦略	<b>技術とブランド力を持った商店経営の支援</b> マーケティングにより、取り扱う商品やサービスの強みを認識し、技術やブランド力を生かした戦略的な経営ができる商店主の増加につなげます。
	<b>新規アントレプレナーの発掘・育成と遊休不動産の活用</b> 創業者の支援とリノベーションまちづくり <sup>(※3)</sup> 事業の推進により、アントレプレナーを発掘及び育成し、遊休不動産を活用することで経済活動の機会損失を防ぎます。
	<b>たてばやしブランドの構築による稼ぐ地域づくり</b> 館林の歴史、文化、風土などに基づくストーリーによって消費者の共感を得ることで、商品やサービスに付加価値を与え、価格に反映できるように支援します。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
既存商店店舗診断の件数 [出典：商工課]	2件	累計15件(R3～R7年度)
中小企業診断士による店舗診断を受けた商店の数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
遊休不動産の利活用件数 [出典：商工課]	2件	累計15件(R3～R7年度)
市の事業によって、遊休不動産が常設店舗やイベントに利用された件数の合計		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (H28年度)	目標値 (R7年度)
小売業・卸売業の1店舗当たりの年間商品販売額 [出典：経済センサス]	337百万円	340百万円
小売業・卸売業の年間商品販売額を小売業・卸売業の商店数で割った額		

- ※1 アントレプレナー…新しく事業を起こす人。
- ※2 たてばやしブランド…館林の特性や風土、歴史と文化を生かした商品やサービスを開発、製造し、「館林」を地域内外に発信して利益につなげることを目指すもの。
- ※3 リノベーションまちづくり…使われていない建物や空間などを活用して、新しい価値を生み出し、地域を変えていく手法。



## 労働環境

基本目標	1 豊かな地域をつくとともに、安心して働けるようにする
関連分野	基本計画 19 労働環境
基本的方向	1 若年層の市内就職の促進 2 雇用の促進 3 ワーク・ライフ・バランス <sup>(※1)</sup> の趣旨普及と取組促進 4 勤労者向け融資制度の維持
個別戦略	<b>若年層の定着・還流促進のための情報提供</b> 若年層の地域への定着・還流を促進するため、市内企業の魅力を知ってもらい、企業への関心を高めて、市内での就職の増加につなげます。
	<b>雇用環境の向上</b> 公共職業安定所などの関係機関と連携し、早期就職の実現や雇用機会の創出を図ります。
	<b>ワーク・ライフ・バランス実現に向けた取組促進</b> 国や県などと連携して趣旨普及に努め、ICT <sup>(※2)</sup> などを活用した多様で柔軟な働き方の実現に向け、市民の理解や企業・事業所などの主体的な取組を促進します。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (H30 年度)	目標値 (R7 年度)
企業ガイダンス参加者数 [出典：産業政策課]	507 人	累計 2,500 人 (R3 ~ R7 年度)
企業ガイダンスを利用した方の数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
UIターン <sup>(※3)</sup> 支援奨励金の受給労働者数 [出典：産業政策課]	46 人	累計 200 人 (R3 ~ R7 年度)
UIターン支援奨励金の支給を受けた対象労働者の数		

※1 ワーク・ライフ・バランス…仕事と生活の調和。

※2 ICT… Information and Communication Technology (インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジー) の略称。情報通信技術のこと。

※3 UIターン…「Uターン」は生まれ育った場所以外に移り住み、その後再び出身地に戻り住むこと。「Iターン」は、生まれ育った場所 (主に大都市) から出身地以外の場所に移り住むこと。



農業

基本目標	1 豊かな地域をつくとともに、安心して働けるようにする
関連分野	基本計画 20 農業
基本的方向	1 営農環境の整備 2 付加価値の向上と効率化 3 食に対する意識の向上
個別戦略	<b>農業生産基盤の整備</b> ほ場 <sup>(※1)</sup> 整備事業による農地の大規模化及び集積・集約化を推進し、地域における中心経営体や新たな担い手 <sup>(※2)</sup> の育成を図ります。
	<b>農産物の品質向上・ブランド化</b> 農商工連携 <sup>(※3)</sup> 及び6次産業化 <sup>(※4)</sup> の支援による地産地消 <sup>(※5)</sup> の推進を通して、農産物の品質向上やブランド化を図るとともに販路拡大を推進します。
	<b>スマート農業（農業の軽労働化）</b> ICT <sup>(※6)</sup> などを活用したスマート農業 <sup>(※7)</sup> を推進し、作業の効率化、軽労働化、品質安定など魅力ある農業の実現を目指します。

重要業績評価指標（KPI）	現状値（R1年度）	目標値（R7年度）
担い手の農地利用集積状況 [出典：農業振興課]	58.2%	65.0%
耕地面積のうち担い手へ集積された農地面積の割合		

重要業績評価指標（KPI）	現状値（H30年）	目標値（R7年）
農業産出額 [出典：農林水産省]	59.5億円	61億円
農業生産活動による最終生産物の総算出額（耕種、畜産、加工農産物）		

重要業績評価指標（KPI）	現状値（R1年度）	目標値（R7年度）
農用地利用集積面積 [出典：農業委員会]	840ha	1,020ha
効率的かつ安定的な農業経営を営む農業者に対して、利用が集積された農地の面積		

- ※1 ほ場…作物を栽培する田畑。
- ※2 担い手…認定農業者、認定新規就農者、集落営農経営者など。
- ※3 農商工連携…市内の農業・商業・工業・観光業の事業者が連携し、お互いの「技術」や「ノウハウ」を持ち寄って、新しい商品やサービスの開発・提供、販路の拡大などに取り組むもの。
- ※4 6次産業化…農業や水産業などの第一次産業が食品加工・流通販売にも業務展開している経営形態。
- ※5 地産地消…地元で生産した農産物を地元で消費すること。
- ※6 ICT…Information and Communication Technology（インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジー）の略称。情報通信技術のこと。
- ※7 スマート農業…先端技術を活用し、省力化や大規模生産、品質の向上などを目指す新たな農業。





## 観 光

基本目標	2 本市とのつながりを築き、新しい人の流れをつくる
関連分野	基本計画 21 観光
基本的方向	1 観光資源の創出と活用 2 多様な観光客への対応 3 連携によるブランドの発信 4 四季を通して愛される公園づくり 5 観光資源の保護・保存・育成と普及啓発

個別戦略	<b>公民連携による日本遺産を生かした事業展開</b> 日本遺産「里沼」に関連する貴重な歴史的資源を再発見し、公民連携による情報発信と体験型観光の取組で、受入体制を充実させます。
	<b>多様な観光客の誘客促進</b> 産業観光やアニメツーリズム <sup>(※1)</sup> などの多様な価値の観光素材に注目し、旬の情報をネットやSNS <sup>(※2)</sup> でタイムリーに配信して、交流人口 <sup>(※3)</sup> の拡大に取り組みます。
	<b>つつじが岡公園の磨き上げ</b> 民間活力の活用により、つつじの保護・保存・育成を充実させるとともに、四季を通じて公園をはじめとする公共空間の利活用を促進させます。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
観光入込客数 [出典：つつじのまち観光課]	1,489,539 人	1,650,000 人
年間を通して主な観光施設を訪れた観光客数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
つつじまつり入園者数 [出典：つつじのまち観光課]	129,242 人	140,000 人
つつじまつり期間中につつじが岡公園を訪れた入園者数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
観光ボランティアガイドの登録者数 [出典：つつじのまち観光課]	65 人	80 人
観光ボランティアガイドの登録者数		

※1 アニメツーリズム…アニメやマンガのファンが、作品の舞台となった土地などを訪れる旅行のこと。

※2 SNS… Social Networking Service (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の略称。インターネット上で人と人とのつながりや交流を楽しむコミュニティ型のサービス。Facebook、Instagram、LINE などの総称。

※3 交流人口…その地域を訪れる人々のこと。

まちのにぎわい

基本目標	2 本市とのつながりを築き、新しい人の流れをつくる
------	---------------------------

関連分野	基本計画 22 まちのにぎわい
------	-----------------

基本的方向	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 地方創生施策の推進</li> <li>2 空き家の利活用の推進</li> <li>3 技術と個性がある商店の集積</li> <li>4 アントレプレナー<sup>(※1)</sup>の発掘・育成と遊休不動産の活用【再掲】</li> <li>5 コンパクトシティ<sup>(※2)</sup>の推進</li> <li>6 ウォーカブルなまちづくり<sup>(※3)</sup>の推進</li> <li>7 健全な市街地の形成</li> <li>8 市民協働によるまちづくり</li> </ol>
-------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

個別戦略	<b>技術とブランド力を持った商店経営の支援【再掲】</b> マーケティングにより、取り扱う商品やサービスの強みを認識し、技術やブランド力を生かした戦略的な経営ができる商店主の増加につなげます。
	<b>新規アントレプレナーの発掘・育成と遊休不動産の活用【再掲】</b> 創業者の支援とリノベーションまちづくり <sup>(※4)</sup> 事業の推進により、アントレプレナーを発掘及び育成し、遊休不動産を活用することで経済活動の機会損失を防ぎます。
	<b>移住・定住促進のための魅力発信及び受け入れ体制整備</b> 本市への移住・定住を促進するため、東京圏 <sup>(※5)</sup> に居住する方や東京圏へ出て行った若者たちを対象とし、本市の魅力や移住・定住施策のPRを実施することで、移住者・定住者の増加につなげます。
	<b>空き家の利活用の促進</b> 年々増えていく空き家問題に対して、空き家バンク <sup>(※6)</sup> を活用し転入希望者と空き家所有者のマッチング <sup>(※7)</sup> を図ります。さらに、リフォームの助成や家賃助成などの支援をし、空き家の利活用を図ることで、移住者・定住者の増加を目指します。
	<b>市民協働によるまちづくりの推進</b> 地域性や独自性を生かし、市民がイベントを企画、運営できるよう自立した組織づくりを推進します。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
遊休不動産の利活用件数【再掲】 [出典：商工課]	2件	累計15件 (R3～R7年度)
市の事業によって、遊休不動産が常設店舗やイベントに利用された件数の合計		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
移住定住の相談人数 [出典：企画課]	27人	累計150人 (R3～R7年度)
東京圏での移住相談会や本市窓口での移住・定住に関する相談人数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
東京都での PR 活動回数 [出典：企画課]	2回	累計 10回 (R3～R7年度)
主に東京圏で行う移住・定住に関する PR 活動回数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
空き家バンク登録物件利活用件数 [出典：企画課]	2件	累計 20件 (R3～R7年度)
空き家バンクに登録された空き家の利活用件数		

- ※1 アントレプレナー…新しく事業を起こす人。
- ※2 コンパクトシティ…人口減少等に対する適応策として、居住や生活サービス施設などの都市機能の集約による市民生活の利便性の維持・向上、サービス産業の生産性向上による地域経済の活性化、行政サービスの効率化等による行政コストの削減などの具体的な行政目的を実現するためのまちづくり。
- ※3 ウォーカブルなまちづくり…居心地が良く歩きたくなるまちづくり。
- ※4 リノベーションまちづくり…使われていない建物や空間などを活用して、新しい価値を生み出し、地域を変えていく手法。
- ※5 東京圏…東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県の一都三県をいうことが多い。
- ※6 空き家バンク…空き家の賃貸・売却を希望する所有者から提供された情報を集約し、空き家をこれから利用・活用したい方に紹介する制度。
- ※7 マッチング…種類の異なったものを組み合わせること。



## 情報の共有

基本目標	2 本市とのつながりを築き、新しい人の流れをつくる
関連分野	基本計画 30 情報の共有
基本的方向	1 市政情報の提供と共有
個別戦略	<b>市政情報の提供と共有</b> SNS <sup>(※1)</sup> など多様なメディアにより積極的に情報発信することで、市民と行政が互いに情報共有を図り、地域課題が解決できるよう分かりやすく適切な広報活動を行います。
	<b>イメージアップ戦略の推進</b> ふるさと大使などを活用し、市のイメージアップ戦略を推進します。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
ホームページへのアクセス数 [出典：秘書課]	2,509,601 件	4,015,361 件
館林市公式ホームページの各記事にアクセスした数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
SNSのフォロワー数 [出典：秘書課]	1,520 人	4,520 人
館林市公式ツイッターのフォロワー数		

※1 SNS… Social Networking Service (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の略称。インターネット上で人と人とのつながりや交流を楽しむコミュニティ型のサービス。Facebook、Instagram、LINE などの総称。



## まちのにぎわい

基本目標	2 本市とのつながりを築き、新しい人の流れをつくる 3 結婚・出産・子育ての希望をかなえる
関連分野	基本計画 22 まちのにぎわい
基本的方向	1 地方創生施策の推進
個別戦略	<b>婚活事業の推進</b> 市内の観光資源やまちなかの商店などを利用した男女参加イベント開催を支援し、結婚の前提となる「出会い」を創出します。また、本市のみでなく両毛広域などの広域連携でのイベントを実施し、まちのにぎわいを活性化させます。さらに、市内外の結婚式場とのタイアップを図るなど、成婚数の増加に加えて出生数の増加を目指します。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
市の支援による婚活イベント参加者数 [出典：企画課、市民協働課]	65人	累計445人 (R3～R7年度)
婚活イベントに参加した人数		
重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
市の支援による婚活事業でのカップル成立数 [出典：企画課、市民協働課]	5組	累計50組 (R3～R7年度)
婚活イベントに参加し、カップルになった組数		



**子育て**

基本目標	3 結婚・出産・子育ての希望をかなえる
関連分野	基本計画 11 子育て
基本的方向	1 妊娠・出産・子育て期の切れ目のない支援 2 地域子育て支援の推進 3 質の高い保育サービスの充実

個別戦略	<p><b>地域における子育て支援の充実</b> 子育てを地域・社会全体で支え合い、安心して子どもを育てることができるまちづくりを目指します。</p>
	<p><b>多様な保育サービスの充実</b> 共働き世帯や核家族化は一層進むと予想されるため、保護者の子育てと就労の両立を支援するための多様な保育サービスを提供します。</p>
	<p><b>妊娠・出産・子育て期の切れ目のない支援の推進</b> 子育て世代包括支援センター（かるがも相談室）において、安心して妊娠・出産・子育てができるように切れ目のない支援を推進します。</p>
	<p><b>健やかに子どもが育つための支援の充実</b> 乳幼児健康診査、各種健康教育、健康相談などを通じて、予防を柱とした母子保健の充実を図ります。</p>

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
ファミリー・サポート・センターの延べ登録者数 [出典：こども福祉課]	345人	645人
ファミリー・サポート・センターのおねがい会員の延べ登録者数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
病児・病後児保育事業の登録者数 [出典：こども福祉課]	227人	403人
病児・病後児保育事業の登録者数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
子育て支援モバイルサービス登録率 [出典：健康推進課]	61.8%	67.8%
妊娠中から子育て期に関する様々な情報を配信するモバイルサービスの登録者		



## 防 災

基本目標	4 人が集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
関連分野	基本計画 01 防災
基本的方向	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 防災意識の向上による防災組織の育成</li> <li>2 危険個所の早期発見による安全確保</li> <li>3 大規模災害に備えた連携体制の整備</li> <li>4 排水施設整備による被害防止</li> <li>5 総合的な空き家対策の推進</li> <li>6 消防団の人材育成と設備の充実</li> <li>7 災害予防のための環境整備</li> <li>8 国土強靱化計画を踏まえた備蓄の確保</li> </ol>
個別戦略	<p><b>国土強靱化計画の推進</b></p> <p>市民・事業者・行政が危機感と自らの役割を共有し、大規模な自然災害が起きても、機能不全に陥らず速やかに回復する「強さ」と「しなやかさ」を兼ね備えたまちづくりを推進します。</p>

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
自主防災組織の組織率	92.4%	100%
[出典：安全安心課]		
市内 66 行政区のうち自主防災組織を組織している行政区の割合		



道路・交通

基本目標	4 人が集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
関連分野	基本計画 24 道路・交通
基本的方向	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 幹線道路の整備</li> <li>2 道路の利便性と安全性の向上</li> <li>3 移動の安全性の向上</li> <li>4 連携による交通安全対策の推進</li> <li>5 移動環境の確保</li> </ol>
個別戦略	<b>道路や交通安全施設などの整備</b> 道路や交通安全施設などの整備を行い、利便性と安全性の向上に努めます。
	<b>交通安全活動の推進</b> 啓発活動を通して市民の交通安全意識の高揚を図るとともに、関係機関や団体と連携した交通安全対策を推進します。
	<b>公共交通ネットワークの整備</b> 館林都市圏地域公共交通計画に基づき、まちづくりと連携した持続可能な公共交通ネットワークの整備を推進します。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年)	目標値 (R7年)
交通事故発生件数 [出典：館林警察署]	283 件	280 件
市内で発生した交通事故件数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
路線バスの年間利用者数 [出典：安全安心課]	248,074 人	300,000 人
路線バスの利用者数		



## 文化

基本目標	4 人が集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
関連分野	基本計画 15 文化
基本的方向	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 芸術文化活動の拠点施設の充実</li> <li>2 芸術文化活動の推進</li> <li>3 郷土の歴史文化を学ぶ機会の充実</li> <li>4 歴史文化の活用</li> <li>5 文化財の保護・継承環境の整備</li> <li>6 日本遺産を活用した地域の魅力発信や環境整備</li> </ol>
個別戦略	<b>芸術・歴史文化を生かした地域づくり</b> 優れた芸術や歴史文化に触れる機会の提供及びその魅力を市内外に発信することで、交流人口の拡大を図る。
	<b>日本遺産の活用</b> 市民と行政と関係団体が一体となって公民が連携し、文化財の活用や地域活性化に取り組みます。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
芸術文化施設における市民1人当たりの年間利用回数 [出典：文化振興課]	2.5回	2.5回
芸術文化施設における市民1人当たりの年間利用回数		

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
歴史文化施設における市民1人当たりの年間利用回数 [出典：文化振興課]	0.3回	0.3回
歴史文化施設における市民1人当たりの年間利用回数		

## スポーツ

基本目標	4 人が集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
関連分野	基本計画 16 スポーツ
基本的方向	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 スポーツ環境の充実</li> <li>2 スポーツ活動への支援</li> <li>3 競技スポーツの推進</li> <li>4 スポーツ施設の適正管理</li> </ol>

個別戦略	<b>スポーツ機会の提供</b> スポーツに対するニーズの把握に努め、体力・目的に応じて誰もが気軽にスポーツを楽しめる事業及び環境づくりに取り組みます。
	<b>スポーツ指導者の養成</b> スポーツ団体及び地域の主体的な活動が促進されるよう指導者の養成並びに育成を図り、自立を支援します。
	<b>競技スポーツの振興</b> 競技性の高いスポーツ大会の開催及び県民スポーツ大会などへの選手派遣等の環境整備を図るとともに、競技指導の優れた人材養成を図ります。
	<b>スポーツ施設の整備、充実</b> 安全で利用しやすいスポーツ施設となるよう、適切な維持管理を行うとともに、設備の充実を図ります。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
スポーツ実施率 (週1回以上)	31.3%	50.0%
[出典：スポーツ振興課]		
週1回以上スポーツに取り組んでいる人の割合		



## 行政活動

基本目標	4 人が集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
関連分野	基本計画 29 行政活動
基本的方向	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 総合計画及び総合戦略の着実な実施</li> <li>2 行政改革の断行</li> <li>3 公民連携の推進</li> <li>4 近隣市町との連携</li> <li>5 財政運営の健全化</li> <li>6 公共施設等の最適化</li> <li>7 自主財源の確保</li> <li>8 ICT<sup>(※1)</sup>化の推進</li> </ol>
個別戦略	<b>様々な取組による新たな財源の確保</b> ふるさと納税やクラウドファンディングなどを活用することで新たな財源を確保し、安定的な市の運営を推進します。
	<b>多様化する市民ニーズへの対応</b> 様々な市民ニーズに対応するため、公共施設等の適切な管理運営及び ICT を活用することで利便性の向上を推進します。

重要業績評価指標 (KPI)	現状値 (R1年度)	目標値 (R7年度)
ふるさと納税寄附金額 [出典：企画課]	1億49万4000円	累計5億円 (R3～R7年度)
本市に寄附されたふるさと納税の累計金額		

※1 ICT…Information and Communication Technology (インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジー) の略称。情報通信技術のこと。



