

令和7年度 施策評価シート

施策の大綱	5. 市民力・地域力の活性化	評価担当者
基本施策	(3) 移住・定住の促進	政策部長 藤尾 春樹
目指す姿	市内外の人が、まちの魅力に共感し、このまちを選び、暮らしています。	
関連する分野別計画		

SDGs

基本施策に関連するSDGsのゴール	17 パートナリーシップで目標を達成しよう 	
SDGs推進の考察	移住・交流促進アドバイザーやDOMAプロジェクト関係者等とのパートナーシップ関係により、移住交流に関する相談・PRの充実、首都圏での移住交流イベントへの参加、関宿での関係人口の創出に向けた取り組みの展開等を効果的に進めることができた。加えて、移住者や地域住民とのつながりなどパートナーシップ基盤の拡充にも努めた。今後も、こうしたつながりを移住希望者との交流の場の充実等の取り組みに生かし、関係施策を推進していく必要がある。	

■関連する主な事業

(単位:千円)

[illegible]

太字:主要事業

■成果指標

指標			現状値		実績値				目標値
	単位	R4			R5	R6	R7		
1	シティプロモーション専用ページのページビュー数	件	99,895	R2	134,025	229,135	236,243	242,246	125,000
2	支援を受けて住宅を取得した子育て世帯数(累計)	世帯	—	—	10	23	36	48	40
3	移住相談等を通じた移住件数(累計)	件	41	R2	89	116	148	174	190
4									
5									
6									
7									

■市民アンケート調査

項目		現状値 [R2]	1次 [R5]	2次 [R6]	市民アンケートの考察 (令和6年度施策評価内容を参考記載)
1	移住・定住の促進に関する取組が充実している	重要度 満足度	1.00 △ 0.56	0.85 ▲ 0.70	移住促進等の取り組みに関する市民満足度の低さについては、市民への移住者数等の実態の見えにくさや、定住施策・住み良さに関する効果的な情報発信が十分でないこと等が考えられる。そのため、それらへの効果的な対応が必要である。
2		重要度 満足度			
3		重要度 満足度			
4		重要度 満足度			

■施策推進 [施策の方向]

施策の方向	施策推進に関する考察
① 戦略的なシティプロモーションの推進	専用ホームページでの情報発信、県東京事務所でのPR、職員研修を行った。今後も、市内外への情報発信を継続しつつ、より効果的な展開に向けて事業形成の在り方も含めた検討を進める。
② 若者・子育て世帯の定住促進	みえ出逢いサポートセンターとの連携による婚活イベントを実施するとともに、若年層の活動を支援する事業を実施することで、若者や子育て世代の定住・定着を促進した。
③ 移住交流の促進	移住フェアへの参加やSNSを活用した情報発信に加え、関係人口創出ワークショップ等の交流の機会を設けたことで、本市の魅力に触れる機会の増加や関係人口の定着につながり、長期的な観点から移住者数の増加が見込まれる。
④	
⑤	
⑥	
⑦	

総合評価

戦略的なシティプロモーションの推進では、第2期亀山市シティプロモーション戦略に基づき、専用ホームページにより市の魅力を積極的に情報発信した結果、そのページビュー数が順調に伸びている。また、若者・子育て世帯の定住促進では、市独自の住宅取得支援制度を活用し、子育て世帯・12世帯の住宅取得に対して支援を行ったほか、「みえ出逢いサポートセンター」と連携し、出逢いや結婚を希望する方に対する情報提供等を行った。さらに、移住交流の促進では、定住支援員を配置した移住相談窓口を通じて、移住希望者に対するきめ細かな相談対応を図ったほか、都市部での移住フェアや三重県主催の移住相談会等へ積極的に参加するとともに、移住・交流促進アドバイザーによる都市圏での本市のPRや移住相談の実施、Instagramを活用した情報発信を実施した。また、関宿の旧荘司家を拠点とした関係人口の創出を目指す「DOMAプロジェクト」の展開や移住者交流会の開催、移住希望者をオーダーメイドで市内案内する「かめやま暮らしめぐり」の実施により、本市が移住先等にも選ばれるよう努めた。これらにより、令和7年度の本市への移住人口は、潜在的なものまでは把握できないものの、三重県への報告値としては71名・26世帯となり、コロナ禍以降、一定数を確保し続けている状況である。今後も本市が選ばれるまちとなれるよう、様々な機会を通じた市の魅力発信や交流の場づくりの更なる充実に向け、雇用・子育て・住宅・観光など分野横断的な視点の組込みや調整が必要である。

B

まずまず進んだ

今後の展開方針

戦略的なシティプロモーションの推進については、本市の多彩な魅力や良質な都市イメージの形成に向け、地域活性化起業人制度等における外部人材の活用により、都市ブランディング方針の作成に取り組むとともに、一層、総合的かつ効果的なシティプロモーションの展開を図っていく。また、若者・子育て世帯の定住促進については、住宅関係部署との連携を強めながら、住宅取得支援制度や空き家バンク制度登録物件のPRに努めつつ、相談体制の強化を図っていく。さらに、移住交流の促進については、トライアル期間である3年を経過したDOMAプロジェクトについて、更なる関係人口の創出に向け、ワークショップの開催や地域イベントへの参画などの取り組みの充実を図り、交流の場の確保につなげるとともに、観光・農業等他分野と連携した効果的な取り組みを進めていく。