

第2期長岡版総合戦略の 進捗状況及び成果について

長岡市

第2期長岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略（イノベーションの視点）

地方創生に向けた戦略

第2期長岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、「長岡版イノベーションの推進」を、戦略推進の共通の視点とし、この視点に基づく6つの「戦略」（若者定着、子育て、教育、働く、交流・連携、安全安心）から様々な施策を実施し、人口減少の歯止めを着実に進めていきます。

長岡版イノベーションの基本的な考え方

変化の波を的確にとらえ、従前にとらわれず市民生活の向上と産業の活性化を実現します。DX・新技術の導入や地域内外の多様な人材が活躍する場が求められているこの状況を産業転換と経済発展の大きなチャンスととらえ、市政のあらゆる分野に新たな発想や先端技術を取り入れ、人材育成と未来への投資を行う「新しい米百俵」の実現に向けて、全力で取り組みます。

長岡版イノベーションの目的・方針

産業の振興・起業の促進

- ・新たな産業クラスタを形成し、学生や地場産業との連携を促進
- ・学生や若者が起業しやすい環境の創出
- ・長岡で最先端技術に触れる機会の創出
- ・長岡における新しい産業の動きの可視化

人材の育成

- ・「楽しむ」から「学ぶ」、そして「仕事」につながるコンテンツの提供
- ・長岡の未来を支える産業人材の育成

市民生活の向上

- ・デジタル化による市民生活の利便性向上
- ・新しいツールを活用し個々の市民に最適な情報・サービスの提供
- ・新しい技術や考え方を取り入れた行政課題の解決

行政事務の効率化

- ・市民目線に立ち様々なノウハウを活用した、行政事務の徹底的な見直し
- ・市が持つデータを活用した市民サービスの構築
- ・事務の自動化による人的資源・財源の有効活用

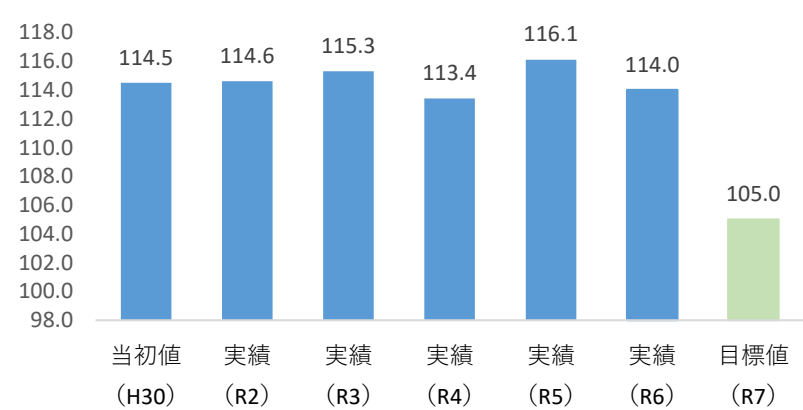
第2期長岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略（6つの戦略の評価）

戦略1 若者定着

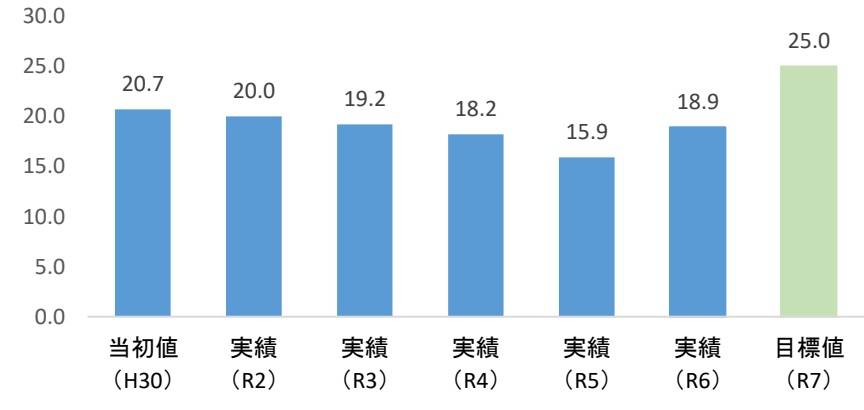
若者の地元定着やU・Iターンを促進するため、若者自らが魅力を生み出すまちづくりを進めます。

指標	当初値 (H30)	実績					目標値 (R7)	課題と原因分析	今後の対応
		R2	R3	R4	R5	R6			
若年層の 転出者超過率 (%)	114.5	114.6	115.3	113.4	116.1	114.0	105	・転出者超過率は令和5年度と比較して減少したものの、目標値の達成には至っていません。 ・15歳～34歳の令和6年度転出者数は4,491人、転入者数は3,940人となっており、551人の転出超過となっています。 ・男女別で比較をすると男性の転出超過数が199人、女性の転出超過数が352人となっており、女性の転出者数がより多くなっています。 ・また、年齢別で見ると20歳～24歳の転出者数が1,924人となっており、転出者数の4割以上を占めています。 ・若年層や女性にとって魅力的な職場がないことや、根強いジェンダーギャップが残っていることなどが転出超過数が減少しない原因と考えられます。	女性や若い世代の人口減少が多い傾向を踏まえ、こうした課題に対応する対策を進める必要があるため、若者や女性が働きたくなる、働きやすい職場環境の整備、ジェンダーギャップの解消などの施策に積極的に取り組みます。これにより、「選ばれるまち」を実現し、転出超過数を減少させ、人口減少を緩やかにしていくことを目指します。
市内就職率 (%)	20.7	20.0	19.2	18.2	15.9	18.9	25	主に専門学校生が市内就職を選ぶ割合が増えたことにより市内就職率が3ポイント増加したものの、県外就職率はほぼ横ばいとなっています。首都圏及び県外就職が全体の約半数を占めている状況が続いています。全国的な若手の人材不足により採用競争が激化し、初任給の引き上げ、福利厚生の上向上が図られる中、オンライン選考が普及したことにより、県外就職活動へのハードルが低くなっていると考えられます。今後、市内就職率を増加させる上でひとつの課題です。	教育機関や産業界と連携し、学生から市内企業を知ってもらう取組を強化していきます。また、学生を主体とした長岡の魅力向上や活性化につながる事業を応援する取組などとおして、長岡の魅力を発信し、若者の定着を図っていきます。

若年層の転出超過率(%)



市内就職率(%)

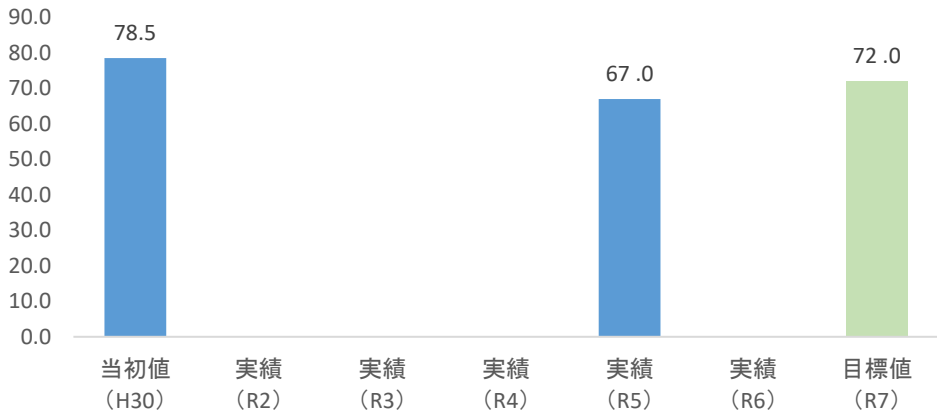


戦略2 子育て

子育て環境を充実させ、子どもや家庭に寄り添った切れ目のない支援をすることで、長岡で子どもを産み育てたいと思うまちづくりを進めます。

指標	当初値 (H30)	実績					目標値 (R7)	課題と原因分析	今後の対応
		R2	R3	R4	R5	R6			
子育て環境や 支援の満足度 (%)	78.5	—	—	—	67	—	72	- 令和6年度は、調査を実施していないため「—」としています。 - 令和5年度に、指標である子育て環境や支援の満足度について、前回調査時の5段階評価から、「良い」「悪い」どちらとも解釈できる「普通」（評価3）を廃し、より明確な評価とするため、4段階評価に変更しました。 - 戦略の計画期間中の評価指標の変更により、当初値との比較が困難となり、令和5年度は目標値としては達成していない状況となりました。 - しかし、変更がない評価指標である「とても満足」（評価5）及び「まあまあ満足」（評価4）を比較すると 「とても満足」・・・（H30）6.3% → （R5）8.8% 「まあまあ満足」・・・（H30）36.3% → （R5）58.2% といずれも割合が上昇しています。 - 令和5年度の「ニーズ調査」における子育て環境や支援に対する評価として、いくつかの課題はあるものの、一定のニーズは満たしているものと考えられます。 - 保護者の意見・要望等としては、給付金など経済的な支援の拡充や小学生の遊べる場所、病児・病後児保育の利用に関すること等があげられており、これらを含めて、今後もさらなる支援の充実、子育て環境の整備に取り組む必要があります。	- 社会情勢や国、県、他自治体の動向を注視するとともに、子どもの声や保護者のニーズを捉えた子育て支援策の実現に努めます。 - 令和7年度の「こども家庭センター」の設置に伴う保健師の積極的な地区活動の推進等により、保護者への支援を拡充します。 - 保育については、今後も保護者ニーズを捉えながら、病児・病後児保育や配慮児保育などの特別保育の充実を図ります。 - 園や学校に専門職が出向いて環境を整えるアウトリーチの体制を強化するなどして、入学前から子どもや家庭に寄り添い切れ目のない支援を進めます。

子育ての環境や支援の満足度(%)



【追加参考指標】
○育児が楽しいと感じる親の割合
H30 77.3% → R6 81.6%
「子育ての駅」や「長岡版ネウボラ」をはじめとした取り組みにより、一人ひとりの子どもや保護者へ寄り添った支援の充実に努めた。

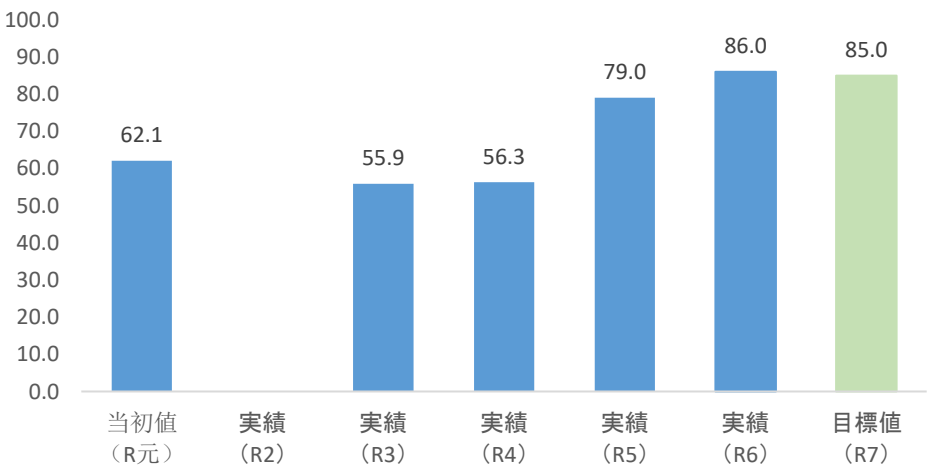
戦略3 教育

米百俵の精神で、質の高い教育と教育環境の整備を進め、長岡に住み続けたい人、長岡に帰って来たい人、未来の長岡を背負って立つ人を育てます。

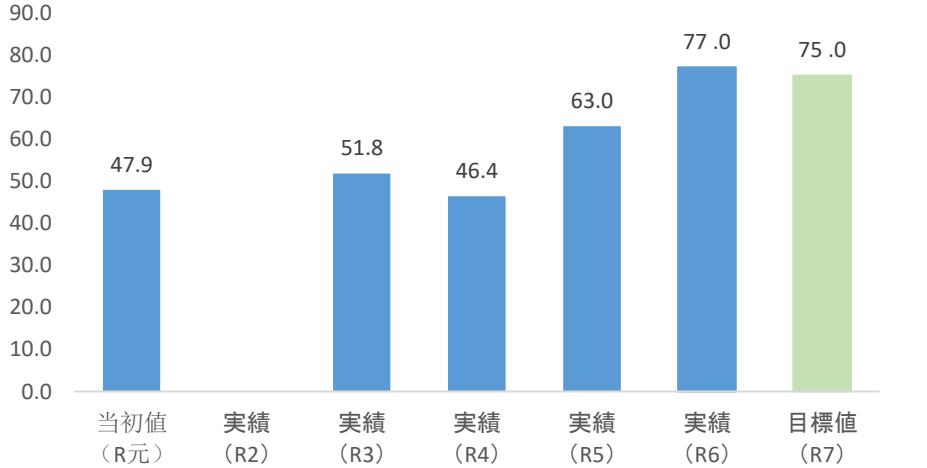
指標	当初値 (R元)	実績					目標値 (R7)	課題と原因分析	今後の対応
		R2	R3	R4	R5	R6			
地域や社会をよくするために何をすべきか考えることがある(※1)児童生徒の割合(小学校)(%)	62.1	—	55.9	56.3	79.0	86.0	85.0	・長岡版コミュニティ・スクールの取組により、地域と協働して活動する機会が増え、学習の成果を「こめぶら」のMステージ(※2)を通じて配信するなど、子どもたちが地域とつながる実感を得られるようになってきています。	長岡版コミュニティ・スクールにおける地域連携活動の活性にCSディレクターの存在は欠かせないため、中学校区に1人以上のCSディレクターを配置するための手立てを講じていきます。また、「こめぶら」を活用して、地域での体験活動やイベント情報、偉人や企業の紹介など、子どもたちがふるさとを大切に、地域や社会のために行動できる力を養えるよう、内容の充実を図っていきます。
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ある(※1)児童生徒の割合(中学校)(%)	47.9	—	51.8	46.4	63.0	77.0	75.0	・長岡版コミュニティ・スクールの取組により、地域と協働して活動する機会が増え、学習の成果を「こめぶら」のMステージ(※2)を通じて配信できるため、子どもたちが地域とつながる実感を得られるようになってきています。	長岡版コミュニティ・スクールにおける地域連携活動の活性にCSディレクターの存在は欠かせないため、中学校区に1人以上のCSディレクターを配置するための手立てを講じていきます。また、「こめぶら」を活用して、地域での体験活動やイベント情報、偉人や企業の紹介など、子どもたちがふるさとを大切に、地域や社会のために行動できる力を養えるよう、内容の充実を図っていきます。

※1 令和5年度から全国学力・学習状況調査の質問項目が「地域や社会のために何をすべきか考えることがある」から「何かしてみたいと思う」に変更
※2 市内の児童生徒が学校で学んだことをまとめた動画を紹介するWebサイト

地域や社会をよくするために何をすべきか
考えることがある児童生徒の割合(小学校)(%)



地域や社会をよくするために何をすべきか
考えることがある児童生徒の割合(中学校)(%)

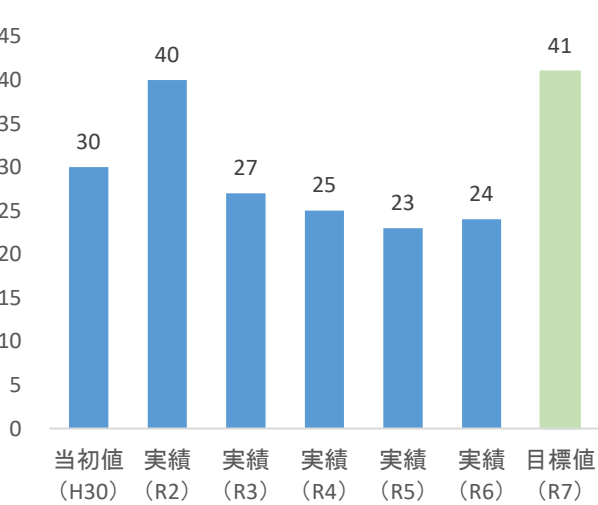


戦略4 働く

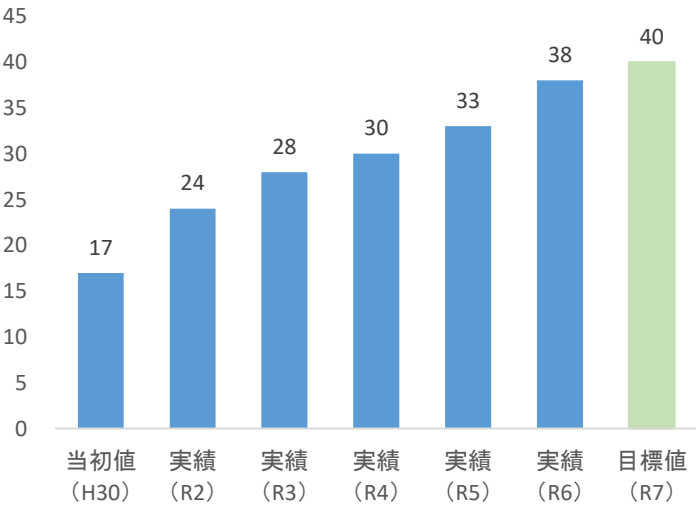
若者が魅力を感じて働きたくなるように、頑張る地元企業・地場産業の支援に加え、起業・創業や企業誘致を産官学金の総合力で推進します。

指標	当初値 (H30)	実績					目標値 (R7)	課題と原因分析	今後の対応
		R2	R3	R4	R5	R6			
起業支援センターながおかでの支援により起業した件数(件／年)	30	40	27	25	23	24	41	起業件数は目標値を下回り、起業を先延ばしにするなど、新型コロナウイルス感染症の影響も出ていますが、起業実現件数、学生からの相談件数は前年度を上回っており、若者等の起業機運の醸成はできています。	引き続きCLIP長岡と連携しながら、起業に関するワンストップ相談、セミナーや講演会の開催等を通じて起業支援の取り組みを進めていきます。
地域未来投資促進法に基づく地域経済牽引事業計画承認件数(件)	17	24	28	30	33	38	40	計画の承認件数は順調に増加しており、おおむね目標値どおりとなっています。	新設した地域経済牽引事業に係る固定資産税の課税免除制度の周知等を通じて、承認件数のさらなる増加を目指します。
担い手農家の農地利用割合(%)	64.5	66.0	66.9	67.2	67.8	68.9	70.0	小規模農家のリタイア等に伴い、担い手への集積は着実に進んでいます。経営規模の拡大とともに集約化を進める必要があります。	令和6年度に策定した「地域計画（農業の将来像を示す計画）」の更新（年1回以上）の際に、集積・集約化が促進されるよう協議の場を設け、関係機関と協力し地域への情報提供を行います。

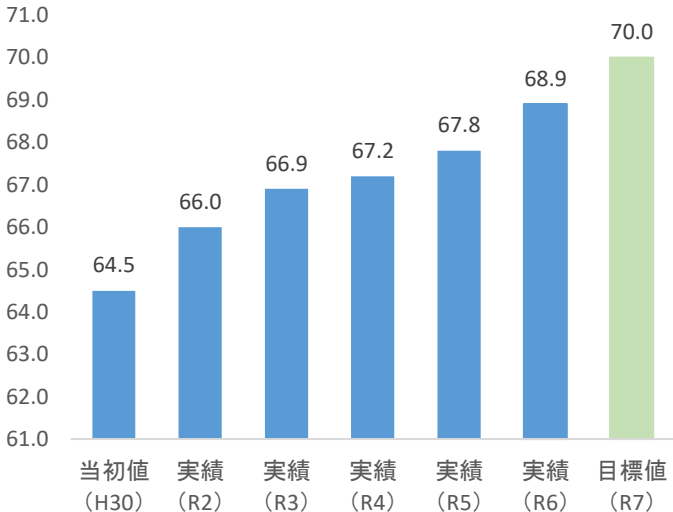
起業支援センターながおかでの支援により起業した件数(件／年)



地域未来投資促進法に基づく地域経済牽引事業計画承認件数(件)



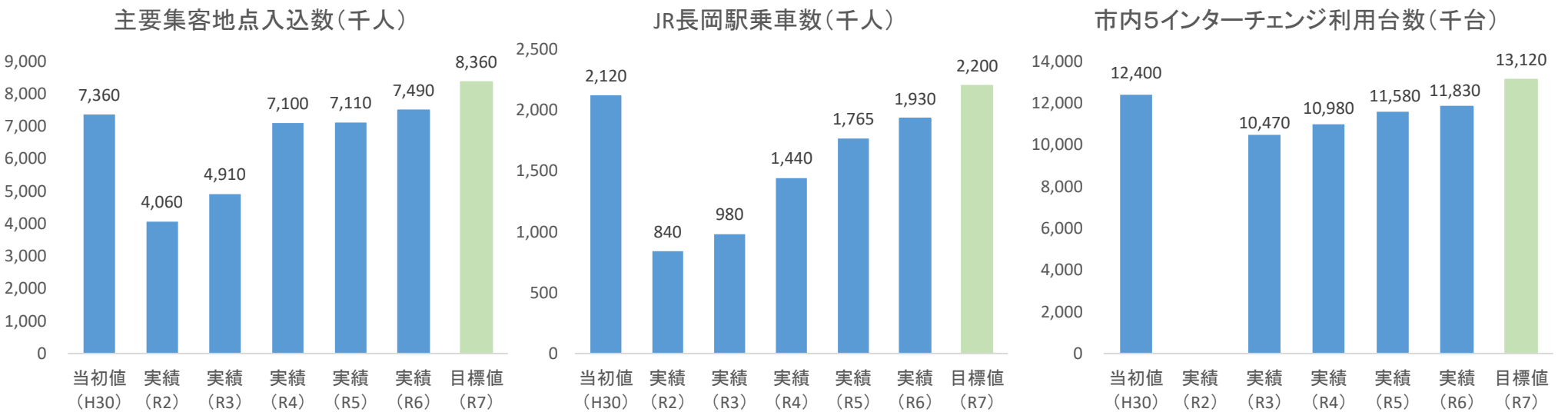
担い手農家の農地利用割合(%)



戦略5 交流・連携

長岡の歴史、文化、自然、特産品などの豊かな地域資源をさらに磨き上げ、広く国内外に情報発信することで「長岡ファン」を増やすとともに、近隣・関係市町村等との広域連携の積極的な推進や、国際的な交流の充実により、交流人口・関係人口を増やします。

指標	当初値 (H30)	実績					目標値 (R7)	課題と原因分析	今後の対応
		R2	R3	R4	R5	R6			
主要集客地点入込数 (千人)	7,360	4,060	4,910	7,100	7,110	7,490	8,360	コロナ禍の影響で大幅な減少がありましたが、年々集客を回復してきており、2024年度は、当初値（2018年度）を越えました。2024年度の単年度増加人数は38万人で、単年度で推計する増加目標人数（20万人＝100万人÷5年）を超えており、摂田屋・宮内エリアなど観光施設入込数の増加によるものと考えます。引き続き目標値の達成に向けて、さらなる集客力の強化が必要と考えます。	集客力向上に向けたマーケティング施策の強化等、市場の変化に応じた新たな試みを臨機応変かつ継続的に取り組みながら、観光資源の魅力向上と情報発信を強化することにより、交流人口・関係人口の増加に向けた取り組みを進めていきます。
JR長岡駅乗車数 (千人)	2,120	840	980	1,440	1,765	1,930	2,200	2021年以降は回復傾向にあるが、全国的な人口減少と高齢化、旅行ニーズの変化により2018年水準までは戻っていないため、目標値の達成には、更なる乗車数の増加が必要と考えます。	JRと連携した情報発信（日本酒や地域のイベントや観光施策と連携した利用促進）を強化することにより、交流人口・関係人口の増加に向けた取り組みを進めていきます。
市内5インターチェンジ 利用台数 (千台)	12,400	—	10,470	10,980	11,580	11,830	13,120	令和3年以降は回復傾向にあるが、平成30年水準までは戻っていない（令和2年のデータがないため、コロナ禍の影響の度合いが不明確）ため、目標値の達成には、更なる利用台数増加が必要と考えます。	観光資源の魅力向上と情報発信（地域のイベントや観光施策と連携した利用促進）を強化することにより、交流人口・関係人口の増加に向けた取り組みを進めていきます。



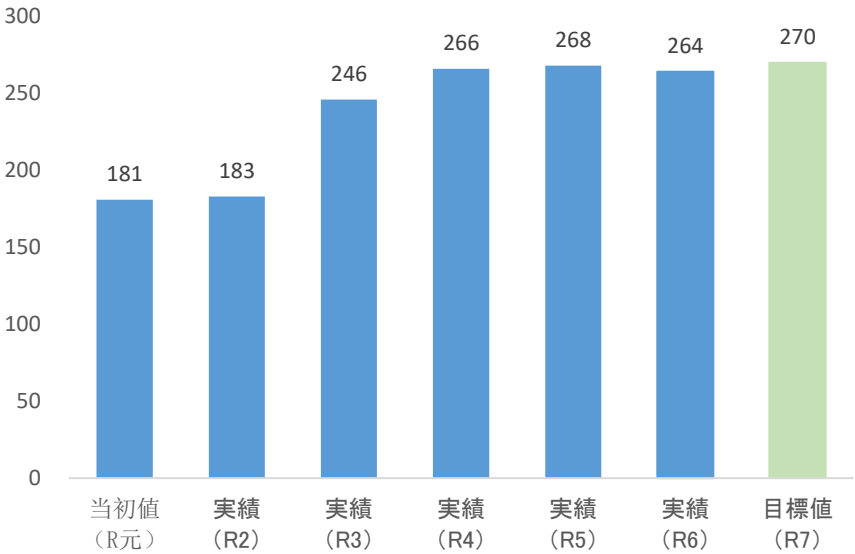
戦略6 安全安心

将来にわたって住み続けたいと思えるような、誰もが充実し、安全で安心して暮らすことのできる、快適なまちづくりを進めます。

指標	当初値 (R元)	実績					目標値 (R7)	課題と原因分析	今後の対応
		R2	R3	R4	R5	R6			
フェニックスネットの 参加機関数 (機関)	181	183	246	266	268	264	270	当初設定した目標値（R6:230機関）は達成しましたが、参加機関の増加が登録者数の増加にもつながることから、引き続き、参加していない医療機関や介護施設等に対する働きかけに力を入れる必要があります。	引き続き、医師会、歯科医師会、薬剤師会と連携し、各団体の会員の参加を促すとともに、フェニックスネットの勉強会の開催や多職種勉強会等の機会を利用し、介護施設等への参加に力を入れます。
フェニックスネットの 登録者数 (人)	4,705	6,387	8,004	9,924	11,027	12,152	13,000	登録者数は順調に増加しており、市政だよりやPR動画の放映による事業周知に加え、電子による登録受付の周知に力を入れたことも増加の要因と考えます。引き続き市民への周知が必要と考えます。	引き続き、市政だよりやPR動画での事業周知やイベント等での出張受付などに取り組むことにより、全市民を対象に登録拡大を図ります。また、登録のメリットをチラシ等でわかりやすく伝える工夫をします。

※フェニックスネット：利用者（患者）の情報をタブレットなどICTを用いて関係機関で共有することにより、より安心・適切、かつ効率的な医療・介護の環境を構築するシステム

フェニックスネットの参加機関数(機関)



フェニックスネットの登録者数(人)

