

令和7年度「下妻市デジタル田園都市国家構想総合戦略」事業評価書

1 戦略における事業

国が策定した「デジタル田園都市国家構想総合戦略」は、デジタルの力を活用しつつ、地域の個性を生かしながら地方の社会課題解決や魅力向上の取り組みを加速化・深化させることを推進するために策定した計画である。本市が令和7年3月に策定した「下妻市デジタル田園都市国家構想総合戦略」は、国の総合戦略を勘案し、本市の人口の将来展望を踏まえ、若者の定住促進や雇用対策、結婚・出産・子育ての支援、地域の魅力の創出など、人口減少・少子化対策に重点を置いた総合戦略とし、具体的な67の事業を位置づけている。令和8年3月末日において、62事業を実施した。

2 戦略の期間

令和7年度から令和11年度までの5ヶ年とする。

3 事業の実施状況

政策分野	施策パッケージ	計画事業数	実施事業数
1. しごと	1-1-1 企業誘致支援	3	3
	1-1-2 企業定着支援	2	2
	1-2-1 下妻にある“しごと”を知る・見る・体験する	2	2
	1-2-2 下妻で“しごと”をしている人に聴く	1	1
	1-3-1 付加価値向上ブランディング	3	3
	1-3-2 ブランド継承推進	3	3
2. ひと	2-1-1 子育て家庭応援	5	4
	2-1-2 子育ての場づくり支援	3	2
	2-1-3 地域ぐるみでの子育てサポート	2	2
	2-2-1 稼げる公園づくり	5	4
	2-2-2 自転車ネットワーク	3	3
3. まち	3-1-1 駅周辺エリアの新たなにぎわい創出	2	2
	3-1-2 空き店舗を活用した起業家人材の育成	3	3
	3-1-3 庁舎周辺エリアビジョン	1	1
	3-1-4 にぎわいを波及させるための公共交通支援	3	2
	3-1-5 安心して暮らせるための地域防災力強化	2	2
	3-2-1 砂沼広域公園×“something”	3	3
	3-2-2 筑波サーキット×“something”	2	1
A. 多様性	A-1-1 国際性を高める	3	3
	A-1-2 多様な世代・立場・個性が活躍する	4	4
	A-2-1 市外から若者を呼び込む	3	3
	A-2-2 若者の夢を応援	2	2
B. チャレンジ	B-1-1 グローバル市場への進出に向けた育成・支援	1	1
	B-1-2 グローバル産業の育成	1	1
	B-2-1 DX技術を活用した市民サービスアップデート	3	3
	B-2-1 DX技術を活用した事業効率化	2	2
計		67	62

4 政策分野別の達成状況

《政策分野1 しごとでまちを元気に、地域を豊かに》

重要目標達成指標（KGI）

項 目	基準値 (令和5年度)	現況値 (令和7年度)	目標値 (令和11年度)	達成度 %	総合戦略 ページ 番号
就業者率（15歳以上就業者数／15歳以上総数）（年）	58.7%	58.7%	61.0%	96.2	42
市内総生産額（名目）（年間）	1,884億円	1,930億円	2,120億円	91.0	

重要業績評価指標（KPI）

施策 パッケ ージ	項 目	基準値 (令和5年度)	現況値 (令和7年度)	目標値 (令和11年度)	達成度 %	総合戦略 ページ 番号
1-1-1	誘致企業数（累計）	2社 (令和元年～ 令和5年)	3社	5社	60.0	43
	コミュニティバス運行路線数 (年間)	2路線	2路線	4路線	50.0	
1-1-2	窓口相談件数（年間）	69件	65件	75件	86.7	45
	立地企業へのフォローアップ件 数（年間）	10件	20件	15件	133.3	
1-2-1	職場体験協力事業者数（年間）	69団体	64団体	75団体	85.3	47
	職場体験学習によって生徒が体 験した職種分類数（年間）	10分類	10分類	13分類	76.9	
1-2-2	職業人へのインタビュー等（キ ャリア教育）実施回数（年間）	—	2回	3回	66.7	48
	将来の夢や目標を持って生活し ている児童・生徒の割合（小学 6年生）（中学3年生）（年）	71.8%	81.0%	72%	112.5	
1-3-1	下妻ものづくりチャレンジ事業 による支援件数（累計）	—	2件	5件	40.0	49
1-3-2	ふるさと納税制度を利用した寄 附金額（年間）	11.4億円	21.9億円	21.2億円	103.3	51
	下妻ブランド品目数（累計）	—	1品目	1品目	100.0	

●取組成果・課題

- ・ふるさと納税制度を利用した寄附金額については、着実に成果を伸ばしており、本市の魅力ある返戻品を通じて、市の認知度の向上とともに魅力のPRに寄与していると考えます。
- ・下妻ブランド品目数については、下妻一高生と地元企業工房 We mam による共同企画により「恵水まるごと梨ゼリー」の商品開発を行い、新たな下妻ブランドの商品が誕生した。
- ・市内事業者や起業予定者の相談窓口の利用件数やものづくりチャレンジ事業の支援件数などにおいては、事業の認知や定着に向けた取り組みが急務である。

《政策分野2 ひとの暮らしを安心に、快適に》

重要目標達成指標（KGI）

項目	基準値 (令和5年度)	現況値 (令和7年度)	目標値 (令和11年度)	達成度 %	総合戦略 ページ 番号
合計特殊出生率 (年)	1.33	1.33	1.50	88.7	53
社会移動数 (年間)	+174.3人/年 (令和2～5年度平均)	+235人/年	+180人/年	130.6	

重要業績評価指標（KPI）

施策 パッケージ	項目	基準値 (令和5年度)	現況値 (令和7年度)	目標値 (令和11年度)	達成度 %	総合戦略 ページ 番号
2-1-1	年少人口率(年)	11.5%	10.4%	10.1%	103.0	54
	ママサポしもつまアプリ登録人数 (累計)	947人	1,068	1,400人	76.3	
	住宅取得資金補助件数(年間)	—	0件	5件	0.0	
2-1-2	幼児教育・保育施設の待機児童数 (4月1日時点)	0人	0人	0人	100.0 (※1)	56
	学童保育の待機児童数(4月1日 時点)	0人	3人	0人	0.0 (※1)	
2-1-3	下妻市で育児をしたい親の割合 (年間)	89.9%	94%	90%	104.4	58
	子育て支援センター利用者数 (年間)	8,517人	6,409人	11,356人	56.4	
2-2-1	砂沼広域公園のテニスコート及 び多目的広場の利用件数(年間)	2,402件	2,226件	2,500件	89.0	60
	砂沼広域公園におけるイベント 等での公園貸出日数(年間)	2回	37回	3回	1233.3	
2-2-2	コミュニティサイクルの稼働率 (1日1台当たり)	217% (令和3～5 年度平均)	273%	245%	111.4	62
	「ちゃりさんぽ」ポータルサイ トへのアクセス数(年間)	5,930件	8,385件	7,700件	108.9	

(※1) 0人の場合は達成率100%、1人以上の場合は0%として算出

●取組成果・課題

- ・砂沼広域公園における公園の貸出日数が大幅に増加し、稼げる公園づくりが大きく進んでいる。
- ・コミュニティサイクルの利用促進やポータルサイトのアクセス数が良好で、自転車ネットワークの利活用が進んでいる。
- ・下妻市で育児をしたい親の割合が高く、子育て支援への満足度は維持されているが、一方で子育て支援センターの利用者数が目標を大きく下回っている。
- ・住宅取得資金補助については、令和8年度に事業の制度設計を行う段階にあり、事業は未実施である。

《政策分野3 まちの力で、みんなの笑顔をいっぱい》

重要目標達成指標（KGI）

項 目	基準値 (令和5年度)	現況値 (令和7年度)	目標値 (令和11年度)	達成度 %	総合戦略 ページ 番号
下妻市に愛着を持っているか（年間）	70.7%	70.7%	75%	94.3	64
住みよさランキング（年間）	495位	378位	330位	87.3	

重要業績評価指標（KPI）

施策 パッケージ	項 目	基準値 (令和5年度)	現況値 (令和7年度)	目標値 (令和11年度)	達成度 %	総合戦略 ページ 番号
3-1-1	さん歩の駅サン・SUN さぬま利用者数(年間)	69,268人	59,552人	75,000人	79.4	65
	Waiwaiドームしもつま利用者数(年間)	57,456人	48,661人	100,000人	48.7	
3-1-2	空き店舗物件情報紹介数(累計)	1件	2件	7件	28.6	66
	創業者数(累計)	1件	4件	7件	57.1	
3-1-3	庁舎周辺エリア整備に伴い形成するプラットフォームの形成(累計)	—	—	プラットフォーム形成	0.0 (※2)	68
	庁舎周辺エリア整備に伴い形成するプラットフォームの参加者数(累計)	—	0人	500人	0.0	
	市役所周辺の公示地価(年間)	39,200円/㎡	39,200	39,200円/㎡	100.0	
3-1-4	常総線下妻駅乗降客数(1日平均)	1,631人	1,882人	1,800人	104.6	69
	路線バス乗降客数(1日平均)	44.9人	52.8人	50人	105.6	
3-1-5	防災訓練等参加者数(年間)	1,000人	1,300人	1,400人	92.9	71
	自主防災組織結成率(累計)	57%	61.7%	67%	92.1	
3-2-1	滞留人口者数(年) ※休日	1,300人 (令和6年度)	1,300人	1,430人	90.9	73
	砂沼広域公園レビュー数(累計)	686件	731件	800件	91.4	
3-2-2	筑波サーキット市協賛イベント数(年間)	1回	1回	1回	100.0	75
	筑波サーキット市協賛イベント来場者数(年間)	700人	3,000人	1,000人	300.0	

(※2) プラットフォーム形成した場合は達成率100%、未達成の場合は0%

●取組成果・課題

- ・下妻駅及び路線バスの乗降客数が増加し、公共交通の利用が堅調である。
- ・筑波サーキットの協賛イベントにおいて来場者数が目標を大きく上回る成果を出している。
- ・防災訓練参加者の増加や自主防災組織結成率の上昇など、地域防災力強化に向けた取り組みが一定の成果を見せている。
- ・庁舎周辺エリア整備に伴うプラットフォーム形成や空き店舗活用といった、まちなかのぎわい創出のための基盤づくりが停滞している。
- ・さん歩の駅及びWaiwai ドームの施設利用者数が目標を設定した当時の現況値を下回っており、利用者数を増加させるための施策が必要である。

《横断的分野A 多様性のあるワクワクするまち》

重要業績評価指標（KPI）

施策パッケージ	項目	基準値 (令和5年度)	現況値 (令和7年度)	目標値 (令和11年度)	達成度 %	総合戦略 ページ 番号
A-1-1	英語教育コーディネーター、外国語指導助手等の配置(年間)	12校	12校	12校	100.0	76
	中学生英語キャンプ参加生徒数(年間)	30人	26人	40人	65.0	
	英検3級以上を取得または、英検3級以上の力を有する生徒の割合(中学3年生の12月時点)	63.8%	58.6%	65%	90.2	76
A-1-2	高齢者の健康づくり教室への延べ参加者数(月平均)	623人	672人	630人	106.7	79
	就労移行支援事業等を通じた一般就労への移行者数(年間)	4人	1人	6人	16.7	
A-2-1	移住希望者向け支援事業数(年間)	38件	38件	50件	76.0	81
	茨城県等と連携して主催した出会い・交流等のイベント回数(年間)	0回	1回	1回/年	100.0	
A-2-2	地元名産産業の事業継承プログラムや研修への参加者数(年間)	0人	7人	3人	233.3	83
	地域おこし協力隊引退後の定住率(累計)	33%	40%	59%	67.8	

●取組成果・課題

- ・地元名産産業の事業継承プログラムや研修への参加者数が増加したのは、地域おこし協力隊として採用した梨の栽培に従事する隊員を確保したことによる成果と言える。
- ・出会い・交流等のイベントについては、県及び4市町共催で恋活イベントを実施し、市町村との連携により実施することで参加者を増やす取り組みを行ったところ、参加者のマッチング率は59%となるなど、一定の成果があった。
- ・就労移行支援を通じた一般就労への移行者数が伸び悩んでいる。
- ・中学生英語キャンプの参加者数や英検取得率が目標を設定した当時の現況値を下回っており、英語教育支援の強化が必要である。

《横断的分野B チャレンジで、突き抜ける“Shimotsuma”づくり》

重要業績評価指標（KPI）

施策 パッケージ	項 目	基準値 (令和5年度)	現況値 (令和7年度)	目標値 (令和11年度)	達成度 %	総合戦略 ページ 番号
B-1-1	下妻ブランド輸出品目数(年間)	3品目	3品目	4品目	75.0	85
	海外輸出農産物の輸出額(年間)	2,600万円	2,727万円	2,860万円	95.3	
B-1-2	海外販路拡大に向けた商談会 に参加した市内事業所数(年間)	2事業所	3事業所	3事業所	100.0	86
	茨城県海外取引企業に登録し ている市内事業所数(累計)	7事業所	7事業所	10事業所	70.0	
B-2-1	SNSによる配信回数(年間)	832回	818回	850回	96.2	87
	公共施設のオンライン予約サ ービスの導入施設数(累計)	—	18施設	10施設	180.0	
B-2-2	行政手続のオンライン化割合 (年)(国が定める優先的に推 進すべき手続)	19%	59.1%	100%	59.1	89
	AI等のデジタル技術を活用 した事業数(累計)	4事業	5事業	9事業	55.6	

●取組成果・課題

- ・公共施設のオンライン予約サービスの導入数が目標を大幅に上回り、利便性が向上した。
- ・行政手続のオンライン化割合が59.1%まで引き上げられており、着実にDXが進んでいる。
- ・下妻ブランド輸出品目数について、米・梨・メロン以外の品目を増やしていくことが課題である。
- ・AI等のデジタル技術を活用した事業数の増加スピードが緩やかであり、さらなる導入推進が求められる。