

(別紙2)2024年度地方創生推進タイプ(先駆型、横展開型、Society5.0型)実施計画【2022年度開始事業】

【実施計画作成に当たっての留意事項】

①左側には最後に交付決定を受けた直近の実施計画の記載内容、右側には変更した部分を赤文字にしたうえで今回申請する内容を記載してください。

②右側と左側で内容の変更が無い場合には、単独・広域の選択、各年度の経費内訳のソフト事業経費、ハード事業経費(加えて広域連携事業の場合は、連携地方公共団体の欄)以外については左側の記載を省略することが可能です。なお、

1. 申請者情報				継続・変更	継続
都道府県名	青森県	市区町村等名	弘前市	地方公共団体コード	02202
担当部署名	企画部企画課		責任者名	[Redacted]	
担当者名	[Redacted]	電話番号	[Redacted]	メールアドレス	[Redacted]
				事業開始年度	2022年度

2. 交付対象事業の名称等									
単独 広域	交付対象事業の名称								
単独	弘前版全世代・全員活躍型「生涯活躍のまち推進事業」								
事業類型	横展開型	後継事業	○	事業分野 (大項目)	地方への人の流れ	事業分野 (詳細)	①生涯活躍のまち分野	事業分野	○
事業実施期間	交付決定日		から 2025 年 3 月 31 日 まで						

3. 地域再生計画の名称等									
地域再生計画の名称									認定(初回)
誰もがつながり活躍できるまちづくりプロジェクト									第63回
地域再生計画の区域	青森県弘前市の全域								
計画期間	地域再生計画の認定の日		から 2025 年 3 月 31 日 まで						

< 入力チェック >

有識者対象 (先駆)	有識者対象 (Society5.0)	広域・単独	事業費	増額上限	地域再生計画	注意
-	-	○	-	-	○	・地域再生計画の変更認定申請又は軽微な変更の報告が必要となります。

< 変更状況確認欄 > ※変更(軽微以外)の申請及び軽微変更報告の際に記載

最終交付決定日		軽微変更報告日	
---------	--	---------	--

No.	都道府県名	市区町村等名	地方公共団体 コード	2024年度交付金 対象事業経費	2024年度交付金申請額 (左記の1/2)	今回交付申請額	増額上限 確認欄
1	青森県	弘前市	02202	25,586千円	12,793千円	12,793千円	○
計				25,586千円	12,793千円	12,793千円	○

2. 交付対象事業の名称等									
単独 広域	交付対象事業の名称								
単独	弘前版全世代・全員活躍型「生涯活躍のまち推進事業」								
事業類型	横展開型	後継事業	○	事業分野 (大項目)	地方への人の流れ	事業分野 (詳細)	①生涯活躍のまち分野	事業分野	○
事業実施期間	交付決定日		から 2025 年 3 月 31 日 まで						

3. 地域再生計画の名称等									
地域再生計画の名称									認定(初回)
誰もがつながり活躍できるまちづくりプロジェクト									
地域再生計画の区域	青森県弘前市の全域								
計画期間	地域再生計画の認定の日		から 2025 年 3 月 31 日 まで						

No.	都道府県名	市区町村等名	地方公共団体 コード	2024年度交付金 対象事業経費	2024年度交付金申請額 (左記の1/2)
1	青森県	弘前市	02202	28,606千円	14,303千円
計				28,606千円	14,303千円

4. 交付対象事業の背景・概要

A. 地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)
(背景) ・国立社会保障・人口問題研究所の人口推計によると、2045年までの約25年間で、当市の人口は現在の約16万7千人から約12万1千人に減少すると推計されている。 ・本市には、国立大学法人弘前大学をはじめ5大学が立地しているが、高校・大学卒業のタイミングで転出するケースが多く、15歳から19歳の階層と、20歳から24歳の階層の大幅な減少が、当市の人口減少の大きな要因の1つとなっている。 ・令和2年3月に改訂した当市人口ビジョンでは、社会動向の将来展望として、子育て支援の充実や、新たな雇用の創出とあわせて、持続性のある効果的な移住定住促進施策等に取り組むことで、社会移動による転出超過について、近年400人前後で推移しているところを、300人まで抑制することを目標とした。総人口の将来展望は、2045年で約12万8千人としたところである。 ・また、前身事業である「弘前版生涯活躍のまち推進事業」においては、中高齢者の移住推進、地域貢献モデルの構築及び健康増進を中心に取り組んできたところだが、移住までに時間を要し、移住推進の取組だけでは生み出せる「都市部からの人の流れ」が限定的であることがわかった。交流拠点における取組については、多世代交流や生涯学習の機会として地域において認知され始めたところであり、参加者は目標を上回ったが、その後の地域での活躍にはつながっていないことから、さらに特技や経験を生かしながら地域で活躍する人を増やしていくための仕組みを構築する必要がある。
(目指す将来像) ・当市の担い手不足が危惧される伝統文化、伝統芸能、地場産業などと、県外在住の地方に興味を持つ人をつなぎ、継続的に参画してもらうことで、関係人口を創出し、担い手を増加させることにより、伝統文化、伝統芸能、地場産業が次世代に継承される。 ・地元企業と連携し、高校生や大学生が地域や地域の産業を知る機会、若者と企業がともに課題解決に取り組む機会を創出することにより、地域内外から優秀な人材を雇用する地元企業の増加を目指す。 ・首都圏にながらも、地元に関心をもち続けられる機会を設けることで、就学や就職のために県外へ転出した若年層のUターン移住者の増加を目指す。 ・前身事業において、移住者を含む中高齢者が生きがいづくりやコミュニティへ主体的に参加することを目的に行ってきた交流事業を発展させ、対象を全世代に広げ、様々な人がつながり、新たな活動やコミュニティが生まれるような交流の機会を増やし、移住者の定住、関係人口との継続的なつながりづくりを目指す。

B. 地方創生の実現における構造的な課題
(人口減少による地域活力の低下) ・当市の総人口は、1995年の194,197人をピークに減少が続き、2045年までの約25年間で、現在の約16万7千人から約12万1千人に減少すると推計されており、地域の担い手がますます減少していくことから、地域活力が低下すると懸念される。 ・当市で2016年度に実施した「町会活動に関するアンケート」調査によると、町会の課題として、「会員全体の高齢化」と回答した町会が61.29%、「行事への参加者が少ない」と回答した町会が52.49%であった。また、有効求人倍率が高水準で推移するなど雇用情勢が改善する中で、人口の減少等による労働力不足から、2017年度の弘前公共職業安定所管内の求人充足率は、25.5%にとどまっている。 ・これらのことなどから、地域で受け継がれてきた伝統文化、伝統芸能、地場産業の熟練技術やノウハウを次世代に継承していくための担い手として、内部人材だけでなく、移住者や、関係人口のような外部人材を活用し、これらの資源を次世代へつなげていく必要がある。
(中高齢者と地域とがつながる仕組み) ・前身事業では、中高齢者の移住促進や交流・地域貢献事業などを中心に取り組んできており、毎年移住相談件数は目標値を超え、移住に関心がある中高齢者は一定数いたものの、「お試し居住」参加者アンケートの結果、移住のタイミングを2年以内と考えている人は25%にとどまっている。また、仕事等の理由から、移住に関心があっても早期の移住につながりにくい面があり、移住者数の目標値は下回った。 ・また、前述アンケートの回答では、当市と何らかの関わりを持ち続けたいという意見も一定数あるものの、地域との関わりを望む都市部在住者が当市とつながりを持つような仕組みが構築されていない。 ・移住者数が目標値を下回ったことや、退職後に移住した人の中には、移住後に就業を望まない人もいたことから、前身事業の「産業の担い手育成モデル」における就業者数も目標値を下回り、アクティブシニアの移住者が地域の担い手となるまでには至らなかった。

(若者の県外流出) ・当市は、教育・医療の面で高い都市機能を有しており、教育に関しては国立大学法人弘前大学をはじめ5大学が立地しているが、高校・大学卒業のタイミングで県外へ転出するケースが多く、国立社会保障・人口問題研究所の純移動率から推定した2015年～2020年の5年間の推計では、15歳から19歳の階層では135人、20歳から24歳の階層では2,217人と転出者が転入者を上回っている。 ・市内中等学校・大学の調査によると、2019年度、市内の大学卒業生が県外就職する割合は約57%、高校を卒業して就職する人のうち、県外就職する人の割合が約46%となっており、若者が希望する地元就職先が少ないことが一因となっている。また、大学に進学する高校生のうち、県外大学に進学する割合は約49%と、市内で学んできた進学希望者の約半数が県外に流出している。 ・2017年度に、市内在住・在勤・在学の上を対象に将来展望に関する意識を調査したところ、20代からは、学生が地元企業と関わる機会が少なく、地元にとどのような企業があるのかわからないという意見があった。 ・首都圏には当市関係者のコミュニティが複数存在するが、参加者の年齢層が高くなっているため、若年層からは入会しづらいという意見がある。また、首都圏への就職を希望し、首都圏での経験を積んだ後に地元へ戻りたいと考えている若者にとって、地元へ戻るための情報収集ができる場や、地元出身者となれるコミュニティが少ないため、首都圏に出てしまえば地元とのつながりが希薄になってしまう。
--

(市民や定住者の交流・活躍の場) ・前身事業において実施してきた、交流事業や地域貢献事業は、地域住民の認知も広まりつつあり、生きがいづくりにために交流拠点を活用する参加者を一定数得ることができたものの、その後、特技や経験を活かして地域で活躍するための仕組みが構築されておらず、活躍する人材の増加には至っていない。 ・令和3年度弘前市民意識アンケートの結果では、高齢者が集うことができるふれあいの居場所に参加していない65歳以上の市民は79.4%であった。このうち、参加していない理由として、「必要性は感じない」という回答は20.0%であったものの、「市で実施している事業について知らない」という回答が17.6%、「必要性は感じるが、何をすればよいかかわからない」という回答が4.0%であったことから、居場所を必要としていたが、参加できていない中高齢者が一定数いることがわかる。 ・前身事業を実施し、地域課題の解決や地域の活性化に向けた市民活動が着実に広がってきた一方、活動が地区限定であるなど単発的な傾向が見えてきたことから、点と点の活動をつなぎ、関係人口を巻き込むなど、様々な人が交流し、活躍できる持続性を持ったシステムを構築する必要がある。

C. 交付対象事業の概要 (デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組についても必ず記載) 弘前版全世代・全員活躍型「生涯活躍のまち推進事業」は、前身事業である「弘前版生涯活躍のまち推進事業」において実施してきた中高齢者の移住及び交流・地域貢献事業を発展させ、若者をはじめとする様々な人が、地域の人とのつながりや生きがいを持つて暮らせるような機会を作るほか、伝統文化、伝統芸能、地場産業への参画を促しながら関係人口を創出し、地域が活性化するための仕組みを構築する。また、若年層の地元定着や将来的なUターン移住者の増加を図るため、高校・大学在学中から地域への愛着心・地域志向の醸成へつなげる取組を行う。 また、交流拠点を中心に、人と人とのつながり、新たな活動やコミュニティが生まれる仕組みを構築し、様々な人にとっての居場所や活躍の場があることを顕在化することにより、定住しやすいまちづくりを目指す。 具体的には、以下の取組を推進する。 1. 関係人口の創出 地域に関心を持つ若い世代を中心に、ゲストハウス等へ滞在しながら、伝統文化・伝統芸能・地場産業の体験や拠点において地元住民と交流する機会をつくり、弘前とつながりを持つ人を増やす。 また、中高齢者を対象として、伝統文化、伝統芸能、市民活動等を体験できるプログラムに参加するほか、サービス付き高齢者向け住宅に滞在しながら弘前の暮らしを体験してもらい、当市への関心を持ってもらうことで、関係人口の創出や将来的な移住者増加につなげる。
--

4. 交付対象事業の背景・概要

A. 地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)
(背景) ・国立社会保障・人口問題研究所の人口推計によると、2045年までの約25年間で、当市の人口は現在の約16万7千人から約12万1千人に減少すると推計されている。 ・本市には、国立大学法人弘前大学をはじめ5大学が立地しているが、高校・大学卒業のタイミングで転出するケースが多く、15歳から19歳の階層と、20歳から24歳の階層の大幅な減少が、当市の人口減少の大きな要因の1つとなっている。 ・令和2年3月に改訂した当市人口ビジョンでは、社会動向の将来展望として、子育て支援の充実や、新たな雇用の創出とあわせて、持続性のある効果的な移住定住促進施策等に取り組むことで、社会移動による転出超過について、近年400人前後で推移しているところを、300人まで抑制することを目標とした。総人口の将来展望は、2045年で約12万8千人としたところである。 ・また、前身事業である「弘前版生涯活躍のまち推進事業」においては、中高齢者の移住推進、地域貢献モデルの構築及び健康増進を中心に取り組んできたところだが、移住までに時間を要し、移住推進の取組だけでは生み出せる「都市部からの人の流れ」が限定的であることがわかった。交流拠点における取組については、多世代交流や生涯学習の機会として地域において認知され始めたところであり、参加者は目標を上回ったが、その後の地域での活躍にはつながっていないことから、さらに特技や経験を生かしながら地域で活躍する人を増やしていくための仕組みを構築する必要がある。
(目指す将来像) ・当市の担い手不足が危惧される伝統文化、伝統芸能、地場産業などと、県外在住の地方に興味を持つ人をつなぎ、継続的に参画してもらうことで、関係人口を創出し、担い手を増加させることにより、伝統文化、伝統芸能、地場産業が次世代に継承される。 ・地元企業と連携し、高校生や大学生が地域や地域の産業を知る機会、若者と企業がともに課題解決に取り組む機会を創出することにより、地域内外から優秀な人材を雇用する地元企業の増加を目指す。 ・首都圏にながらも、地元に関心をもち続けられる機会を設けることで、就学や就職のために県外へ転出した若年層のUターン移住者の増加を目指す。 ・前身事業において、移住者を含む中高齢者が生きがいづくりやコミュニティへ主体的に参加することを目的に行ってきた交流事業を発展させ、対象を全世代に広げ、様々な人がつながり、新たな活動やコミュニティが生まれるような交流の機会を増やし、移住者の定住、関係人口との継続的なつながりづくりを目指す。

B. 地方創生の実現における構造的な課題
(人口減少による地域活力の低下) ・当市の総人口は、1995年の194,197人をピークに減少が続き、2045年までの約25年間で、現在の約16万7千人から約12万1千人に減少すると推計されており、地域の担い手がますます減少していくことから、地域活力が低下すると懸念される。 ・当市で2016年度に実施した「町会活動に関するアンケート」調査によると、町会の課題として、「会員全体の高齢化」と回答した町会が61.29%、「行事への参加者が少ない」と回答した町会が52.49%であった。また、有効求人倍率が高水準で推移するなど雇用情勢が改善する中で、人口の減少等による労働力不足から、2017年度の弘前公共職業安定所管内の求人充足率は、25.5%にとどまっている。 ・これらのことなどから、地域で受け継がれてきた伝統文化、伝統芸能、地場産業の熟練技術やノウハウを次世代に継承していくための担い手として、内部人材だけでなく、移住者や、関係人口のような外部人材を活用し、これらの資源を次世代へつなげていく必要がある。
(中高齢者と地域とがつながる仕組み) ・前身事業では、中高齢者の移住促進や交流・地域貢献事業などを中心に取り組んできており、毎年移住相談件数は目標値を超え、移住に関心がある中高齢者は一定数いたものの、「お試し居住」参加者アンケートの結果、移住のタイミングを2年以内と考えている人は25%にとどまっている。また、仕事等の理由から、移住に関心があっても早期の移住につながりにくい面があり、移住者数の目標値は下回った。 ・また、前述アンケートの回答では、当市と何らかの関わりを持ち続けたいという意見も一定数あるものの、地域との関わりを望む都市部在住者が当市とつながりを持つような仕組みが構築されていない。 ・移住者数が目標値を下回ったことや、退職後に移住した人の中には、移住後に就業を望まない人もいたことから、前身事業の「産業の担い手育成モデル」における就業者数も目標値を下回り、アクティブシニアの移住者が地域の担い手となるまでには至らなかった。

(若者の県外流出) ・当市は、教育・医療の面で高い都市機能を有しており、教育に関しては国立大学法人弘前大学をはじめ5大学が立地しているが、高校・大学卒業のタイミングで県外へ転出するケースが多く、国立社会保障・人口問題研究所の純移動率から推定した2015年～2020年の5年間の推計では、15歳から19歳の階層では135人、20歳から24歳の階層では2,217人と転出者が転入者を上回っている。 ・市内中等学校・大学の調査によると、2019年度、市内の大学卒業生が県外就職する割合は約57%、高校を卒業して就職する人のうち、県外就職する人の割合が約46%となっており、若者が希望する地元就職先が少ないことが一因となっている。また、大学に進学する高校生のうち、県外大学に進学する割合は約49%と、市内で学んできた進学希望者の約半数が県外に流出している。 ・2017年度に、市内在住・在勤・在学の上を対象に将来展望に関する意識を調査したところ、20代からは、学生が地元企業と関わる機会が少なく、地元にとどのような企業があるのかわからないという意見があった。 ・首都圏には当市関係者のコミュニティが複数存在するが、参加者の年齢層が高くなっているため、若年層からは入会しづらいという意見がある。また、首都圏への就職を希望し、首都圏での経験を積んだ後に地元へ戻りたいと考えている若者にとって、地元へ戻るための情報収集ができる場や、地元出身者となれるコミュニティが少ないため、首都圏に出てしまえば地元とのつながりが希薄になってしまう。
--

(市民や定住者の交流・活躍の場) ・前身事業において実施してきた、交流事業や地域貢献事業は、地域住民の認知も広まりつつあり、生きがいづくりにために交流拠点を活用する参加者を一定数得ることができたものの、その後、特技や経験を活かして地域で活躍するための仕組みが構築されておらず、活躍する人材の増加には至っていない。 ・令和3年度弘前市民意識アンケートの結果では、高齢者が集うことができるふれあいの居場所に参加していない65歳以上の市民は79.4%であった。このうち、参加していない理由として、「必要性は感じない」という回答は20.0%であったものの、「市で実施している事業について知らない」という回答が17.6%、「必要性は感じるが、何をすればよいかかわからない」という回答が4.0%であったことから、居場所を必要としていたが、参加できていない中高齢者が一定数いることがわかる。 ・前身事業を実施し、地域課題の解決や地域の活性化に向けた市民活動が着実に広がってきた一方、活動が地区限定であるなど単発的な傾向が見えてきたことから、点と点の活動をつなぎ、関係人口を巻き込むなど、様々な人が交流し、活躍できる持続性を持ったシステムを構築する必要がある。

C. 交付対象事業の概要 (デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組についても必ず記載) 弘前版全世代・全員活躍型「生涯活躍のまち推進事業」は、前身事業である「弘前版生涯活躍のまち推進事業」において実施してきた中高齢者の移住及び交流・地域貢献事業を発展させ、若者をはじめとする様々な人が、地域の人とのつながりや生きがいを持つて暮らせるような機会を作るほか、伝統文化、伝統芸能、地場産業への参画を促しながら関係人口を創出し、地域が活性化するための仕組みを構築する。また、若年層の地元定着や将来的なUターン移住者の増加を図るため、高校・大学在学中から地域への愛着心・地域志向の醸成へつなげる取組を行う。 また、交流拠点を中心に、人と人とのつながり、新たな活動やコミュニティが生まれる仕組みを構築し、様々な人にとっての居場所や活躍の場があることを顕在化することにより、定住しやすいまちづくりを目指す。 具体的には、以下の取組を推進する。 1. 関係人口の創出 地域に関心を持つ若い世代を中心に、ゲストハウス等へ滞在しながら、伝統文化・伝統芸能・地場産業の体験や拠点において地元住民と交流する機会をつくり、弘前とつながりを持つ人を増やす。 また、中高齢者を対象として、伝統文化、伝統芸能、市民活動等を体験できるプログラムに参加するほか、サービス付き高齢者向け住宅に滞在しながら弘前の暮らしを体験してもらい、当市への関心を持ってもらうことで、関係人口の創出や将来的な移住者増加につなげる。
--

さらに、Web上に関係人口についての特設ページを設置するほか、SNS等を活用した情報発信を行い、地域に関心がある人へ情報を届ける。

2. 地域をフィールドにしたひとづくり

高校生が地域に関わる機会を創出する仕組みや、大学生が企業や商店等の経営課題に取り組み、地域で人材を育て、地域に還元される仕組みを構築する。また、地元企業等と学生がともに課題解決に取り組み、つながりを作ることで、経営者の新卒者を採用する意識の向上を図る。

3. 首都圏における若者コミュニティづくり

弘前に興味のある学生や社会人がつながることができるコミュニティづくりの企画運営を行うほか、東京事務所でコミュニティの企画・運営等に携わるインターンシップを実施することで関係人口を創出し、将来的なUターン移住者の増加を図る。また、卒業後首都圏に出ていく高校生や首都圏在住の大学生に、市が運営するSNSへの登録を促し、首都圏にいながら市の情報が取得できるような体制を構築する。

4. 交流・活躍の場の創出

交流拠点で特技や経験を活かし、地域に還元できる機会を提供するほか、拠点同士の交流を図り、学生や関係人口も巻き込みながら、人と人のつながりを作ることで、新たな市民活動や、地域の活性化へつなげる。

(C-1)マイナンバーカードの利活用方策の具体的内容 ※該当がある場合

D. 交付対象事業が構造的な課題の解決に寄与する理由

(デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組が構造的な課題の解決に寄与する理由についても必ず記載)

- ・県外在住者が当市の伝統文化、伝統芸能、地場産業等へ関心を持ち、地域に関わる機会を創出することより、定期的に地域と関わりを持ち始める人が増え、その中から地域の担い手となる人が現れることにより、地域の活性化につながり、人口減少による担い手不足を防ぐことができる。
- ・関係人口にかかるWebページの作成や、SNS等を活用した情報発信を行うことにより、当市の魅力あるコンテンツや地域に関わる機会といった多くの情報を随時発信することができ、インターネットから情報を得ることが多い若者とのつながりを強化することができる。
- ・高校生や大学生のうち地域や地域の企業等を知り、地域への愛着心や地域志向を醸成させる取組を継続して行うことにより、若者の地元企業への就職・地元定着につながり、転出超過を現状より緩やかにすることができ、地元企業にも若者を採用する意識が芽生え、優秀な人材が雇用されることにより、企業の発展及び雇用促進につながる。
- ・首都圏に暮らす弘前に縁がある人同士のコミュニティが構築されることにより、地元の情報を交換する機会や県外にいながらも地域に目を向ける機会が増え、地元とのつながりが強まることにより、将来的なUターン移住者の獲得につながり、人口減少の抑制に寄与するほか、関係人口の獲得により、地域の課題解決を図ることができる。
- ・様々な人にとっての「居場所」としての役割を持つ交流拠点に、多くの人が集う機会を創出することにより、点と点の活動がつながり、新たな活動や活躍のきっかけが生まれ、地域の活性化につながる。
- ・これらの事業を継続していくことにより、地元で長年生活・活躍する人と移住者や関係人口、高校生や大学生など、様々な背景を持った人同士のつながりや世代間の交流が生まれ、活力ある地域が形成される。

E. 事業設計の根拠

(地域経済分析システム(RESAS)の活用などによる客観的なデータやこれまでの類似事業の実績評価に基づき交付対象事業の設計がなされているか)

- ・人口は1999年度から社会増減・自然増減ともに減少しており、高齢人口が増加する一方、年少人口・生産年齢人口が減少しており、今後も同等の割合で減少していくことが予想されている。15～19歳、20～24歳の転出超過が多いという分析結果から、これらの世代を地元定住及び将来的なUターン移住のメインターゲットにしている。
- ・また、前身事業の「お試し居住」利用者からのアンケート調査・分析において、移住を強く希望する参加者から、何度も現地を訪れ様々な体験を希望する声が複数あったことや、第三者意見として、移住前に長期的に当市と関わる仕組みを作るべきとの意見があったことから、事業内容に反映させている。

F. ハード事業(施設整備等事業)とソフト事業との連携による高い相乗効果 ※ハード事業経費が総事業費の5割以上の場合のみ記載

5. 地方版総合戦略の策定状況

地方公共団体名	地方版総合戦略の計画期間・基本目標	
	現行の地方版総合戦略	次期地方版総合戦略 (本事業の開始前又は本事業期間中に現行の地方版総合戦略の計画期限を迎える場合)
青森県弘前市	2020年4月1日～2025年3月31日	年 月 日～ 年 月 日
	【基本目標】 弘前への新しいひとの流れと次の時代を託す人材の育成 【数値目標】 社会移動数の転出超過 基準値:477人(2015～2019年の最大値、最小値を除く平均) 目標値:300人(2024年)	

さらに、Web上に関係人口についての特設ページを設置するほか、SNS等を活用した情報発信を行い、地域に関心がある人へ情報を届ける。

2. 地域をフィールドにしたひとづくり

高校生が地域に関わる機会を創出する仕組みや、大学生が企業や商店等の経営課題に取り組み、地域で人材を育て、地域に還元される仕組みを構築する。また、地元企業等と学生がともに課題解決に取り組み、つながりを作ることで、経営者の新卒者を採用する意識の向上を図る。

3. 首都圏における若者コミュニティづくり

弘前に興味のある学生や社会人がつながることができるコミュニティづくりの企画運営を行うほか、東京事務所でコミュニティの企画・運営等に携わるインターンシップを実施することで関係人口を創出し、将来的なUターン移住者の増加を図る。また、卒業後首都圏に出ていく高校生や首都圏在住の大学生に、市が運営するSNSへの登録を促し、首都圏にいながら市の情報が取得できるような体制を構築する。

4. 交流・活躍の場の創出

交流拠点で特技や経験を活かし、地域に還元できる機会を提供するほか、拠点同士の交流を図り、学生や関係人口も巻き込みながら、人と人のつながりを作ることで、新たな市民活動や、地域の活性化へつなげる。

(C-1)マイナンバーカードの利活用方策の具体的内容 ※該当がある場合

D. 交付対象事業が構造的な課題の解決に寄与する理由

(デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組が構造的な課題の解決に寄与する理由についても必ず記載)

- ・県外在住者が当市の伝統文化、伝統芸能、地場産業等へ関心を持ち、地域に関わる機会を創出することより、定期的に地域と関わりを持ち始める人が増え、その中から地域の担い手となる人が現れることにより、地域の活性化につながり、人口減少による担い手不足を防ぐことができる。
- ・関係人口にかかるWebページの作成や、SNS等を活用した情報発信を行うことにより、当市の魅力あるコンテンツや地域に関わる機会といった多くの情報を随時発信することができ、インターネットから情報を得ることが多い若者とのつながりを強化することができる。
- ・高校生や大学生のうち地域や地域の企業等を知り、地域への愛着心や地域志向を醸成させる取組を継続して行うことにより、若者の地元企業への就職・地元定着につながり、転出超過を現状より緩やかにすることができ、地元企業にも若者を採用する意識が芽生え、優秀な人材が雇用されることにより、企業の発展及び雇用促進につながる。
- ・首都圏に暮らす弘前に縁がある人同士のコミュニティが構築されることにより、地元の情報を交換する機会や県外にいながらも地域に目を向ける機会が増え、地元とのつながりが強まることにより、将来的なUターン移住者の獲得につながり、人口減少の抑制に寄与するほか、関係人口の獲得により、地域の課題解決を図ることができる。
- ・様々な人にとっての「居場所」としての役割を持つ交流拠点に、多くの人が集う機会を創出することにより、点と点の活動がつながり、新たな活動や活躍のきっかけが生まれ、地域の活性化につながる。
- ・これらの事業を継続していくことにより、地元で長年生活・活躍する人と移住者や関係人口、高校生や大学生など、様々な背景を持った人同士のつながりや世代間の交流が生まれ、活力ある地域が形成される。

E. 事業設計の根拠

(地域経済分析システム(RESAS)の活用などによる客観的なデータやこれまでの類似事業の実績評価に基づき交付対象事業の設計がなされているか)

- ・人口は1999年度から社会増減・自然増減ともに減少しており、高齢人口が増加する一方、年少人口・生産年齢人口が減少しており、今後も同等の割合で減少していくことが予想されている。15～19歳、20～24歳の転出超過が多いという分析結果から、これらの世代を地元定住及び将来的なUターン移住のメインターゲットにしている。
- ・また、前身事業の「お試し居住」利用者からのアンケート調査・分析において、移住を強く希望する参加者から、何度も現地を訪れ様々な体験を希望する声が複数あったことや、第三者意見として、移住前に長期的に当市と関わる仕組みを作るべきとの意見があったことから、事業内容に反映させている。

F. ハード事業(施設整備等事業)とソフト事業との連携による高い相乗効果 ※ハード事業経費が総事業費の5割以上の場合のみ記載

5. 地方版総合戦略の策定状況

地方公共団体名	地方版総合戦略の計画期間・基本目標	
	現行の地方版総合戦略	次期地方版総合戦略 (本事業の開始前又は本事業期間中に現行の地方版総合戦略の計画期限を迎える場合)
青森県弘前市	2020年4月1日～2025年3月31日	年 月 日～ 年 月 日
	【基本目標】 弘前への新しいひとの流れと次の時代を託す人材の育成 【数値目標】 社会移動数の転出超過 基準値:477人(2015～2019年の最大値、最小値を除く平均) 目標値:300人(2024年)	

6. 関連事業等の概要

(1) 交付対象事業と他の国庫補助金等との関連性

交付対象事業において、他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費があるか 〔対象となる可能性のある他の国庫補助金等の例〕 「農産漁村振興交付金」、「中山間地域農業農村総合整備事業」、「ポストコロナを見据えた受入環境整備促進事業」、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」、「福島県における観光関連復興支援事業」、「離島活性化交付金」、「社会資本整備総合交付金」、「地域少子化対策重点推進交付金」等	無
他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費がある場合、交付対象事業の対象から除外しているか ※他の国庫補助金等の対象となる部分がある場合のみ記載	

(2) 地域再生法の支援措置によらない独自の取組

(3) 交付対象事業と他の政策・施策との連携状況

別添2のⅢ. 7. における弾力措置適用の有無		無					
企業版ふるさと納税	併用有無	無					
	インセンティブ活用有無	横展開型の事業期間を最長5年間に延長する場合は「有」を選択 無					
	延長申請を行う(行った)募集回						
	申請年度		新規・継続	募集回			
	上限となる事業費	特例部分(4年目)上限額	特例部分(5年目)上限額	増額上限確認欄			
	寄附を行う法人の具体的な見込みの程度(インセンティブを活用する場合のみ記載)						
	企業版ふるさと納税の地域再生計画の名称						
	企業版ふるさと納税と併用する場合の寄附見込額	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	合計
							0千円

(4) 前身事業の概要

事業名	弘前版生涯活躍のまち推進事業	事業類型	先駆型	採択年度	2016年度
-----	----------------	------	-----	------	--------

6. 関連事業等の概要

(1) 交付対象事業と他の国庫補助金等との関連性

交付対象事業において、他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費があるか 〔対象となる可能性のある他の国庫補助金等の例〕 「農産漁村振興交付金」、「中山間地域農業農村総合整備事業」、「ポストコロナを見据えた受入環境整備促進事業」、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」、「福島県における観光関連復興支援事業」、「離島活性化交付金」、「社会資本整備総合交付金」、「地域少子化対策重点推進交付金」等	無
他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費がある場合、交付対象事業の対象から除外しているか ※他の国庫補助金等の対象となる部分がある場合のみ記載	

(2) 地域再生法の支援措置によらない独自の取組

該当の有無 無

(3) 交付対象事業と他の政策・施策との連携状況

別添2のⅢ. 7. における弾力措置適用の有無		無					
企業版ふるさと納税	併用有無	無					
	インセンティブ活用有無	横展開型の事業期間を最長5年間に延長する場合は「有」を選択 無					
	延長申請を行う(行った)募集回						
	申請年度		新規・継続	募集回			
	上限となる事業費	特例部分(4年目)上限額	特例部分(5年目)上限額	増額上限確認欄			
	寄附を行う法人の具体的な見込みの程度(インセンティブを活用する場合のみ記載)						
	企業版ふるさと納税の地域再生計画の名称						
	企業版ふるさと納税と併用する場合の寄附見込額	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	合計
							0千円

(4) 前身事業の概要

事業名	弘前版生涯活躍のまち推進事業	事業類型	先駆型	採択年度	2016年度
-----	----------------	------	-----	------	--------

7. 交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)、費用対効果分析等

KPI① (アウトカムベースで、複数年度を通じて評価指標としてふさわしいもの)	弘前市への移住者数	単位	人				
KPI②	弘前版全世代・全員活躍型「生生活躍のまち推進事業」関係人口創出事業への参加者数	単位	人				
KPI③	地域をフィールドにしたひとりづくり参加者数及び首都圏における若者コミュニティづくり参加者数	単位	人				
KPI④	弘前版全世代・全員活躍型「生生活躍のまち」推進事業 交流・活躍の場創出事業参加者数	単位	人				
設定したKPIが複数年にわたって費用対効果を計測するに適切している理由・計測手法・目標値の根拠	定量目標の達成状況を確認するために、毎年度各指標の集計を行い、弘前市総合計画審議会及び協議会において結果について評価を行う。評価結果を踏まえ、目標の効果的な実現に向けて必要な計画の見直しや変更を行う。						
	●目標1 弘前市への移住者数：人 ・前身事業において、「弘前版生生活躍のまち移住者数」の目標値を達成することができなかったため、本事業では、都市部から「地方への人の流れ」をつくり、将来的な移住につなげるための事業を新たに行うものである。 ・本事業への参加経験及び、当市の移住施策・移住相談の経験がある当市への転入者数(=移住者数)を把握することにより、「地方への人の流れ」の実績数がわかり、事業の直接的な効果を計測することができる。						
	●目標2 弘前版全世代・全員活躍型「生生活躍のまち推進事業」関係人口創出事業への参加者数：人 ・前身事業において地方への人の流れが作り出せず、移住者の増加につながらなかったことから、移住につながり得る「関係人口」を創出するために新たな事業を行うものである。 ・地域とのつながりを持ちたい人や将来的な移住を検討している人と当市がつながるプロジェクトへの参加者数を把握することにより、「地方への人の流れ」の実績数がわかり、事業の直接的な効果を計測することができる。						
	●目標3 地域をフィールドにしたひとりづくり参加者数及び首都圏における若者コミュニティづくり参加者数：人 ・地域をフィールドにしたひとりづくりについては、学生が地域や地元企業に関わる機会が少なく、地元定着できない状況改善のため、学生が地域や企業等と関わる機会を創出し、当市への愛着心や地域志向を醸成する事業を行うものである。 ・ひとりづくり事業において、地域や企業と関わることに伴う、地元定着や将来的なUターン移住者につながる可能性がある学生の人数を把握することにより、事業の直接的な効果を計測することができる。 ・東京事務所での若者交流事業については、首都圏在住の若者同士が集まる機会が少ないことから、気軽に交流し、当市とのつながりを強化する機会を創出する事業を行うものである。 ・首都圏のコミュニティ等へ参加することに伴う、将来的なUターン移住者につながる可能性がある若者の人数を把握することにより、事業の直接的な効果を計測することができる。						
	●目標4 弘前版全世代・全員活躍型「生生活躍のまち」推進事業 交流・活躍の場創出事業参加者数：人 ・前身事業における地域貢献事業が単発的であり、活躍の機会につながりづらいことを解消するため、地域の活動がつながり、様々な人が活躍できるような機会を創出する事業を行うものである。 ・交流拠点で行う様々な取組に関わる人数を把握することにより、事業の直接的な効果を計測することができる。						
	事業開始前(現時点)	2022年度増加分(1年目)	2023年度増加分(2年目)	2024年度増加分(3年目)	2025年度増加分(4年目)	2026年度増加分(5年目)	KPI増加分の累計
KPI①【①】	55.00	60.00	65.00	70.00			195.00
KPI①【①】実績 ※見込みは下線	77.00	<u>30.00</u>	<u>65.00</u>	<u>70.00</u>			165.00
KPI②	0.00	25.00	35.00	45.00			105.00
KPI②実績 ※見込みは下線	0.00	<u>28.00</u>	<u>35.00</u>	<u>45.00</u>			108.00
KPI③	0.00	170.00	230.00	275.00			675.00
KPI③実績 ※見込みは下線	0.00	<u>170.00</u>	<u>230.00</u>	<u>275.00</u>			675.00
KPI④	0.00	300.00	350.00	400.00			1,050.00
KPI④実績 ※見込みは下線	0.00	<u>700.00</u>	<u>350.00</u>	<u>400.00</u>			1,450.00
地方創生推進タイプを活用した事業を継続的に進めるための自己点検シートを活用した見直しの検討(別紙12)							
KPIの実績等、事業進捗や効果検証を踏まえた事業の見直し内容及び考え方 ※増額を行う場合は、外部組織等の第三者評価を実施した上での見直し内容及び考え方	本計画の事業へ参加した人の満足度は高く、特に若年層の関係人口創出プログラムへの参加後、再び当市を訪れた人も多数いる。これは、当市の伝統文化や人との出会いにより、当市の魅力を知ってもらい、ファンになってもらうことができているためである。このことから、当市とつながりを作るためのプログラムを引き続き実施しながら、関係人口を増やす。また、当市からの情報提供が、移住後の様々なコミュニティへの参加等につながることから、Webサイト・SNS等の有効活用や事業間の連携強化により当市に関する情報発信を強化し、当市の施策を利用して移住する人を増やす。						
	2022年度(1年目)	2023年度(2年目)	2024年度(3年目)	2025年度(4年目)	2026年度(5年目)		合計
交付対象事業経費【②】 ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。	20,922千円	25,400千円	28,606千円	0千円	0千円		74,928千円
交付対象事業における単位当たりコスト【②/①】	348.70千円	390.77千円	408.66千円	0.00千円	0.00千円		384.25千円
交付対象事業におけるハード事業経費【③】	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円		0千円
交付対象事業におけるハード事業比率【③/②】	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00
交付対象事業経費の増減率【新/旧】							
増額上限確認欄							

7. 交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)、費用対効果分析等

KPI① (アウトカムベースで、複数年度を通じて評価指標としてふさわしいもの)	弘前市への移住者数	単位	人				
KPI②	弘前版全世代・全員活躍型「生生活躍のまち推進事業」関係人口創出事業への参加者数	単位	人				
KPI③	地域をフィールドにしたひとりづくり参加者数及び首都圏における若者コミュニティづくり参加者数	単位	人				
KPI④	弘前版全世代・全員活躍型「生生活躍のまち」推進事業 交流・活躍の場創出事業参加者数	単位	人				
設定したKPIが複数年にわたって費用対効果を計測するに適切している理由・計測手法・目標値の根拠	定量目標の達成状況を確認するために、毎年度各指標の集計を行い、弘前市総合計画審議会及び協議会において結果について評価を行う。評価結果を踏まえ、目標の効果的な実現に向けて必要な計画の見直しや変更を行う。						
	●目標1 弘前市への移住者数：人 ・前身事業において、「弘前版生生活躍のまち移住者数」の目標値を達成することができなかったため、本事業では、都市部から「地方への人の流れ」をつくり、将来的な移住につなげるための事業を新たに行うものである。 ・本事業への参加経験及び、当市の移住施策・移住相談の経験がある当市への転入者数(=移住者数)を把握することにより、「地方への人の流れ」の実績数がわかり、事業の直接的な効果を計測することができる。						
	●目標2 弘前版全世代・全員活躍型「生生活躍のまち推進事業」関係人口創出事業への参加者数：人 ・前身事業において地方への人の流れが作り出せず、移住者の増加につながらなかったことから、移住につながり得る「関係人口」を創出するために新たな事業を行うものである。 ・地域とのつながりを持ちたい人や将来的な移住を検討している人と当市がつながるプロジェクトへの参加者数を把握することにより、「地方への人の流れ」の実績数がわかり、事業の直接的な効果を計測することができる。						
	●目標3 地域をフィールドにしたひとりづくり参加者数及び首都圏における若者コミュニティづくり参加者数：人 ・地域をフィールドにしたひとりづくりについては、学生が地域や地元企業に関わる機会が少なく、地元定着できない状況改善のため、学生が地域や企業等と関わる機会を創出し、当市への愛着心や地域志向を醸成する事業を行うものである。 ・ひとりづくり事業において、地域や企業と関わることに伴う、地元定着や将来的なUターン移住者につながる可能性がある学生の人数を把握することにより、事業の直接的な効果を計測することができる。 ・東京事務所での若者交流事業については、首都圏在住の若者同士が集まる機会が少ないことから、気軽に交流し、当市とのつながりを強化する機会を創出する事業を行うものである。 ・首都圏のコミュニティ等へ参加することに伴う、将来的なUターン移住者につながる可能性がある若者の人数を把握することにより、事業の直接的な効果を計測することができる。						
	●目標4 弘前版全世代・全員活躍型「生生活躍のまち」推進事業 交流・活躍の場創出事業参加者数：人 ・前身事業における地域貢献事業が単発的であり、活躍の機会につながりづらいことを解消するため、地域の活動がつながり、様々な人が活躍できるような機会を創出する事業を行うものである。 ・交流拠点で行う様々な取組に関わる人数を把握することにより、事業の直接的な効果を計測することができる。						
	事業開始前(現時点)	2022年度増加分(1年目)	2023年度増加分(2年目)	2024年度増加分(3年目)	2025年度増加分(4年目)	2026年度増加分(5年目)	KPI増加分の累計
KPI①【①】	55.00	60.00	65.00	70.00			195.00
KPI①【①】実績 ※見込みは下線	77.00	<u>41.00</u>	<u>80.00</u>	<u>70.00</u>			191.00
KPI②	0.00	25.00	35.00	45.00			105.00
KPI②実績 ※見込みは下線	0.00	<u>31.00</u>	<u>35.00</u>	<u>45.00</u>			111.00
KPI③	0.00	170.00	230.00	275.00			675.00
KPI③実績 ※見込みは下線	0.00	<u>169.00</u>	<u>200.00</u>	<u>275.00</u>			644.00
KPI④	0.00	300.00	350.00	400.00			1,050.00
KPI④実績 ※見込みは下線	0.00	<u>748.00</u>	<u>700.00</u>	<u>400.00</u>			1,848.00
地方創生推進タイプを活用した事業を継続的に進めるための自己点検シートを活用した見直しの検討(別紙12)							
KPIの実績等、事業進捗や効果検証を踏まえた事業の見直し内容及び考え方 ※増額を行う場合は、外部組織等の第三者評価を実施した上での見直し内容及び考え方	本計画の事業へ参加した人の満足度は高く、特に若年層の関係人口創出プログラムへの参加後、再び当市を訪れた人や翌年度、独自で地域のまわりに参加した人も多数いる。これは、当市の伝統文化や人との出会いにより、当市の魅力を知ってもらい、ファンになってもらうことができているためである。このことから、地域の魅力ある資源の掘り起こしを行いながら、当市とつながりを作るためのプログラムを引き続き実施し、関係人口を増やす。また、首都圏においては、当市に縁のある方が集まるサロンについて、年1度の大規模な開催だけでなく、定期開催があることをさらにPRすることでコミュニティに集まる人を増やし、当市とのつながりを強める人を増やす。さらに、当市からの情報提供が、移住後の様々なコミュニティへの参加等につながることから、Webサイト・SNS等の有効活用や事業間の連携強化により当市に関する情報発信を強化し、当市の施策を利用して移住する人を増やす。						
	2022年度(1年目)	2023年度(2年目)	2024年度(3年目)	2025年度(4年目)	2026年度(5年目)		合計
交付対象事業経費【②】 ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。	20,922千円	25,400千円	25,586千円	0千円	0千円		71,908千円
交付対象事業における単位当たりコスト【②/①】	348.70千円	390.77千円	365.51千円	0.00千円	0.00千円		368.76千円
交付対象事業におけるハード事業経費【③】	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円		0千円
交付対象事業におけるハード事業比率【③/②】	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		0.00
交付対象事業経費の増減率【新/旧】	1.00	1.00	0.89	0.00	0.00		0.96
増額上限確認欄							

8. 経費内訳
 < 2022年度(1年目) >

継続的に事業を実施できるような仕組みを作るため、試行的に運用を行う。 ●関係人口の創出 担い手不足が深刻な伝統文化、伝統芸能、人材を欲している地場産業を掘り起こし、県外在住者が関心を寄せるコンテンツに参画し、地域とつながるためのモデル事業を実施する。 ●地域をフィールドにしたひとつづくり 地域内外の学生が交流を図りながら、企業・商店等や地域の課題解決に取り組める仕組みを構築する。 ●首都圏における若者のコミュニティづくり 首都圏の、弘前に縁のある若者同士が定期的に交流できる機会や、東京事務所において当市の課題解決に取り組むインターンシップとして、東京にしながら当市と関わる機会の創出を試行的に行う。 ●交流・活躍の場の創出 交流拠点を活用し、様々な交流イベントの実施や活躍の機会づくりに関する市民活動団体の掘り起こしをしながら、人と人のつながりをつくる機会を作るためのイベント等を実施する。							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2022年4月	2023年3月	2022年4月	当初	年 月		年 月	
交付対象事業経費							20,922千円
交付対象事業費におけるソフト事業経費							20,922千円
1. 関係人口の創出		関連するKPI	1,2				
県外在住者に、弘前ならではのコンテンツの体験を通し、弘前に関心を持っていただき、長く弘前と関わり続け、将来的な移住へつなげる仕組みを構築するため、コンテンツや事業に関わる人・団体等の掘り起こしを行う。 ①地域とつながりを求めているものの、きっかけを持てずにいる県外在住の若者が担い手として参画できるよう、弘前の伝統文化・伝統芸能や、副業・兼業として関わることができる地場産業(農業・地元企業等)の掘り起こしをしながら、実際に当市で地域に関わる機会を創出するプロジェクトを実施する。 プロジェクト参加者には、交流拠点が一体となったゲストハウス等に宿泊し、地域住民と交流してもらう。 ②移住に関心がある県外在住の中高齢者が参画できる、伝統文化・伝統工芸、市民活動等を掘り起こし、実際に体験できるプログラムを作成、参加してもらう。 ③参加者には、交流拠点が一体となったサービス付き高齢者向け住宅に宿泊し、弘前の暮らしを体験しながら、地域住民と交流してもらう。 ④Webページの作成や、SNS等の活用により、関係人口創出についての取組や魅力あるコンテンツをPRし、当市とつながりを持ちたい人の掘り起こしをする。			6,730千円				
【経費】							
・若年層向け関係人口創出のための企画・運営費(委託料):5,000千円 ・中高年齢向け弘前の暮らし体験のための企画・運営費(委託料):770千円 ・WebページやSNS等を利用した関係人口創出事業プロモーション業務(委託料):960千円 ※旅費及び宿泊費は参加者が負担							
2. 地域をフィールドにしたひとつづくり		関連するKPI	3				
企業や大学・高校等と連携し、高校生が地域に関わる機会の創出や、大学生が企業や商店等の経営課題に取り組むことで、地域で人材を育て、地域に還元される仕組みを構築する。また、地元企業等と学生がともに課題解決に取り組む、企業等と学生のつながりを作ることに、新卒者を採用する意識の向上を図る。 ①高校生が地域や地域の人を知り、地域活動に関わることで、地域志向を醸成できるよう、放課後や休日に部活動のようにまちづくり活動に取り組む機会を創出する。 ②大学生が地域や地域の企業・店舗等のインターンシップ生として、受入先の課題解決に取り組む仕組みを構築する。 ③高校生と大学生が地域のことについて学び合う機会をつくる。			7,996千円				
【経費】							
・地域マネジメント人材育成プログラム構築のための企画・運営費(委託料):7,996千円							
3. 首都圏における若者コミュニティづくり		関連するKPI	3				
首都圏に在住する弘前圏域出身の若者のコミュニティの構築により、気軽に交流できる場を創出する。 ①当市に興味がある首都圏在住の学生や若手社会人が集まれるよう、月1回程度のサロンを開催するほか、コミュニティ参加者だけでなく、多くの弘前に興味のある人が参加できるようなイベントを年1回開催する。 ②当市の東京事務所の事業に関わるインターンシップを実施することにより、関係人口を創出し、当市への将来的なUターン移住を促す。 ③卒業後首都圏に出ていく高校生に、市が運営するSNSへの登録を促し、首都圏においても当市の情報が取得できるような体制を構築する。			1,628千円				
【経費】							
・首都圏若者コミュニティづくり推進事業運営費(イベントゲスト謝礼・費用弁償・消耗品費・会場借上料等・SNS広告掲載委託料):1,628千円							
4. 交流・活躍の場創出		関連するKPI	4				
交流拠点を特技や経験を生かす場を希望する人・生かす場を提供する団体等の掘り起こしをしながら、人と人がつながる機会を作る。 ①様々な人が交流し、活躍する場を作るための仕組みを構築するため、市民活動団体を掘り起こし、交流拠点においてイベント等を開催する。 ②地域活動をしたことがない人の「初めての活躍の場」として、交流拠点の活用を促す。 ③「地域をフィールドにした人づくり」事業の地域活動の受入など、学生と連携した事業を実施する。			4,568千円				
【経費】							
・交流・活躍の場を創出するための企画・運営費(委託料):4,568千円							
交付対象事業費におけるハード事業経費							0千円

8. 経費内訳
 < 2022年度(1年目) >

継続的に事業を実施できるような仕組みを作るため、試行的に運用を行う。 ●関係人口の創出 担い手不足が深刻な伝統文化、伝統芸能、人材を欲している地場産業を掘り起こし、県外在住者が関心を寄せるコンテンツに参画し、地域とつながるためのモデル事業を実施する。 ●地域をフィールドにしたひとつづくり 地域内外の学生が交流を図りながら、企業・商店等や地域の課題解決に取り組める仕組みを構築する。 ●首都圏における若者のコミュニティづくり 首都圏の、弘前に縁のある若者同士が定期的に交流できる機会や、東京事務所において当市の課題解決に取り組むインターンシップとして、東京にしながら当市と関わる機会の創出を試行的に行う。 ●交流・活躍の場の創出 交流拠点を活用し、様々な交流イベントの実施や活躍の機会づくりに関する市民活動団体の掘り起こしをしながら、人と人のつながりをつくる機会を作るためのイベント等を実施する。							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2022年4月	2023年3月	2022年4月	当初	年 月		年 月	
交付対象事業経費							20,922千円
交付対象事業費におけるソフト事業経費							20,922千円
1. 関係人口の創出		関連するKPI	1,2				
県外在住者に、弘前ならではのコンテンツの体験を通し、弘前に関心を持っていただき、長く弘前と関わり続け、将来的な移住へつなげる仕組みを構築するため、コンテンツや事業に関わる人・団体等の掘り起こしを行う。 ①地域とつながりを求めているものの、きっかけを持てずにいる県外在住の若者が担い手として参画できるよう、弘前の伝統文化・伝統芸能や、副業・兼業として関わることができる地場産業(農業・地元企業等)の掘り起こしをしながら、実際に当市で地域に関わる機会を創出するプロジェクトを実施する。 プロジェクト参加者には、交流拠点が一体となったゲストハウス等に宿泊し、地域住民と交流してもらう。 ②移住に関心がある県外在住の中高齢者が参画できる、伝統文化・伝統工芸、市民活動等を掘り起こし、実際に体験できるプログラムを作成、参加してもらう。 ③参加者には、交流拠点が一体となったサービス付き高齢者向け住宅に宿泊し、弘前の暮らしを体験しながら、地域住民と交流してもらう。 ④Webページの作成や、SNS等の活用により、関係人口創出についての取組や魅力あるコンテンツをPRし、当市とつながりを持ちたい人の掘り起こしをする。			6,730千円				
【経費】							
・若年層向け関係人口創出のための企画・運営費(委託料):5,000千円 ・中高年齢向け弘前の暮らし体験のための企画・運営費(委託料):770千円 ・WebページやSNS等を利用した関係人口創出事業プロモーション業務(委託料):960千円 ※旅費及び宿泊費は参加者が負担							
2. 地域をフィールドにしたひとつづくり		関連するKPI	3				
企業や大学・高校等と連携し、高校生が地域に関わる機会の創出や、大学生が企業や商店等の経営課題に取り組むことで、地域で人材を育て、地域に還元される仕組みを構築する。また、地元企業等と学生がともに課題解決に取り組む、企業等と学生のつながりを作ることに、新卒者を採用する意識の向上を図る。 ①高校生が地域や地域の人を知り、地域活動に関わることで、地域志向を醸成できるよう、放課後や休日に部活動のようにまちづくり活動に取り組む機会を創出する。 ②大学生が地域や地域の企業・店舗等のインターンシップ生として、受入先の課題解決に取り組む仕組みを構築する。 ③高校生と大学生が地域のことについて学び合う機会をつくる。			7,996千円				
【経費】							
・地域マネジメント人材育成プログラム構築のための企画・運営費(委託料):7,996千円							
3. 首都圏における若者コミュニティづくり		関連するKPI	3				
首都圏に在住する弘前圏域出身の若者のコミュニティの構築により、気軽に交流できる場を創出する。 ①当市に興味がある首都圏在住の学生や若手社会人が集まれるよう、月1回程度のサロンを開催するほか、コミュニティ参加者だけでなく、多くの弘前に興味のある人が参加できるようなイベントを年1回開催する。 ②当市の東京事務所の事業に関わるインターンシップを実施することにより、関係人口を創出し、当市への将来的なUターン移住を促す。 ③卒業後首都圏に出ていく高校生に、市が運営するSNSへの登録を促し、首都圏においても当市の情報が取得できるような体制を構築する。			1,628千円				
【経費】							
・首都圏若者コミュニティづくり推進事業運営費(イベントゲスト謝礼・費用弁償・消耗品費・会場借上料等・SNS広告掲載委託料):1,628千円							
4. 交流・活躍の場創出		関連するKPI	4				
交流拠点を特技や経験を生かす場を希望する人・生かす場を提供する団体等の掘り起こしをしながら、人と人がつながる機会を作る。 ①様々な人が交流し、活躍する場を作るための仕組みを構築するため、市民活動団体を掘り起こし、交流拠点においてイベント等を開催する。 ②地域活動をしたことがない人の「初めての活躍の場」として、交流拠点の活用を促す。 ③「地域をフィールドにした人づくり」事業の地域活動の受入など、学生と連携した事業を実施する。			4,568千円				
【経費】							
・交流・活躍の場を創出するための企画・運営費(委託料):4,568千円							
交付対象事業費におけるハード事業経費							0千円

経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)

~~記載不要~~

経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)

< 2023年度(2年目) >

全事業期間における本年の位置付け	1年目の実施内容を検証し、継続的な事業実施のための仕組みを構築する。 ●関係人口の創出 1年目の事業結果をもとに、担い手不足が深刻な伝統文化、伝統芸能、人材を欲している地場産業に県外在住者が参画し、その後も継続して関わることができる仕組みを構築する。 ●地域をフィールドにしたひとづくり 地域内外の学生が交流を図りながら、企業・商店等や地域の課題解決に取り組める仕組みを構築する。 また、地域の大学生の姿をイメージできるようにし、地域外への進学流出を抑制するため、高校生と大学生が交流する機会を創出する。 ●首都圏における若者のコミュニティづくり 首都圏の、弘前に縁のある若者同士が定期的に交流する人を増やしていくほか、東京事務所において当市の課題解決に取り組むインターンシップとして、当市と関わる機会を創出する。また、関係人口として当市に関わるような情報等を発信する。 ●交流・活躍の場の創出 交流拠点での様々な交流イベントや活躍の機会づくりに関わる市民活動団体の掘り起こしを継続しながら、交流拠点同士の交流機会を創出することなどにより、人と人のつながりを作る機会を増やす。									
	事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③		
2023年4月	2024年3月	2023年4月	当初	年	月		年	月		
交付対象事業経費							25,400千円			
交付対象事業費におけるソフト事業経費							要素事業数	4	計	25,400千円
1. 関係人口の創出	関連するKPI		1.2							
県外在住者に、弘前ならではのコンテンツの体験を通し、弘前に関心を持っていただき、長く弘前と関わり続け、将来的な移住につながる仕組みを構築する。 ①地域とつながりを求めているもの、きっかけを持っていない県外在住の若者を対象に、弘前の伝統文化・伝統芸能の担い手として参画することや、副業・兼業として地場産業(農業・地元企業等)に関わる機会を創出するプロジェクトを実施する。 プロジェクト参加者は、交流拠点が一体となったゲストハウス等に宿泊し、地域住民と交流することで、地域との関わりを深める。 ②移住に関心がある県外在住の中高齢者を対象に、伝統文化・伝統工芸、市民活動等を体験できるプログラムに参加してもらおう。 参加者は、交流拠点が一体となったサービス付き高齢者向け住宅に宿泊し、弘前の暮らしを体験しながら、地域住民と交流することで、地域との関わりを深める。 ③オンラインイベント等の開催により、前年度の事業参加者が当市と関わり続ける仕組みを構築する。 ④Webページのコンテンツの充実を図るほか、前年度のデータを元にPRIに有効な媒体を検証しながら、情報発信を行う。							8,810千円			
【経費】 ・若年層向け関係人口創出及び持続的な関係構築のための企画・運営費(委託料):6,000千円 ・中高齢者向け弘前の暮らし体験のための企画・運営費(委託料):1,200千円 ・弘前の暮らし体験プログラム運営費(謝礼・印刷製本費):610千円 ・WebページやSNS等を利用した関係人口創出事業プロモーション業務(委託料):1,000千円 ※旅費及び宿泊費は参加者が負担										
2. 地域をフィールドにしたひとづくり	関連するKPI		3							
企業や大学・高校等と連携し、高校生が地域に関わる機会を創出や、大学生が企業や商店等の経営課題に取り組むことで、地域で人材を育て、地域に還元される仕組みを構築する。また、地元企業等と学生がともに課題解決に取り組み、企業等と学生のつながりを作ることで、新卒者を採用する意識の向上を図る。 地域で学ぶ大学生と高校生の縁のつながりを作り、高校生にとっての身近な将来像として、地域の大学生の姿をイメージできるようにし、地域外への進学流出を抑制する。 ①高校生が地域や地域の人を知り、地域活動に関わることで、地域志向を醸成できるよう、放課後や休日に部活動のようにまちづくり活動に取り組む機会を創出する。 ②大学生が地域や地域の企業・店舗等のインターンシップ生として、受入先の課題解決に取り組む仕組みを構築する。 ③高校生と大学生が地域のことについて学び合う機会をつくる。 ④高校生と大学生が交流しながら、大学での授業やサークル活動、生活実態などについて話すことができる機会を作る。							8,100千円			
【経費】 ・地域マネジメント人材育成プログラム構築のための企画・運営費(委託料):8,100千円										
3. 首都圏における若者コミュニティづくり	関連するKPI		3							
首都圏に在住する弘前圏域出身の若者のコミュニティへの参加者同士のつながりを強化するほか、参加者が当市と関係人口として関わるような情報等を発信する。 ①当市に興味がある首都圏在住の学生や若手社会人が集まれるよう、月1回程度のサロンを開催するほか、コミュニティ参加者だけでなく、多くの弘前に興味のある人が参加できるようなイベントを年1回開催する。 ②当市の東京事務所の事業に関わるインターンシップを実施することにより、関係人口を創出し、当市への将来的なUターンを促す。 ③卒業後首都圏に出ていく高校生や首都圏在住の大学生に、市が運営するSNSへの登録を促し、当市の関係人口として関わる情報など、首都圏においても当市の情報が取得できる体制を強化する。また、1年目のSNS登録状況をもとに、ほかのSNS媒体を利用した情報発信を検討する。							2,490千円			
【経費】 ・首都圏若者コミュニティづくり推進事業運営費(イベントゲスト謝礼・費用弁償・消耗品費・会場借上料・SNS広告掲載委託料、SNS利用料等):2,490千円										

< 2023年度(2年目) >

全事業期間における本年の位置付け	1年目の実施内容を検証し、継続的な事業実施のための仕組みを構築する。 ●関係人口の創出 1年目の事業結果をもとに、担い手不足が深刻な伝統文化、伝統芸能、人材を欲している地場産業に県外在住者が参画し、その後も継続して関わることができる仕組みを構築する。 ●地域をフィールドにしたひとづくり 地域内外の学生が交流を図りながら、企業・商店等や地域の課題解決に取り組める仕組みを構築する。 また、地域の大学生の姿をイメージできるようにし、地域外への進学流出を抑制するため、高校生と大学生が交流する機会を創出する。 ●首都圏における若者のコミュニティづくり 首都圏の、弘前に縁のある若者同士が定期的に交流する人を増やしていくほか、東京事務所において当市の課題解決に取り組むインターンシップとして、当市と関わる機会を創出する。また、関係人口として当市に関わるような情報等を発信する。 ●交流・活躍の場の創出 交流拠点での様々な交流イベントや活躍の機会づくりに関わる市民活動団体の掘り起こしを継続しながら、交流拠点同士の交流機会を創出することなどにより、人と人のつながりを作る機会を増やす。									
	事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③		
2023年4月	2024年3月	2023年4月	補正	年	月		年	月		
交付対象事業経費							25,400千円			
交付対象事業費におけるソフト事業経費							要素事業数	4	計	25,400千円
1. 関係人口の創出	関連するKPI		1.2							
県外在住者に、弘前ならではのコンテンツの体験を通し、弘前に関心を持っていただき、長く弘前と関わり続け、将来的な移住につながる仕組みを構築する。 ①地域とつながりを求めているもの、きっかけを持っていない県外在住の若者を対象に、弘前の伝統文化・伝統芸能の担い手として参画することや、副業・兼業として地場産業(農業・地元企業等)に関わる機会を創出するプロジェクトを実施する。 プロジェクト参加者は、交流拠点が一体となったゲストハウス等に宿泊し、地域住民と交流することで、地域との関わりを深める。 ②移住に関心がある県外在住の中高齢者を対象に、伝統文化・伝統工芸、市民活動等を体験できるプログラムに参加してもらおう。 参加者は、交流拠点が一体となったサービス付き高齢者向け住宅に宿泊し、弘前の暮らしを体験しながら、地域住民と交流することで、地域との関わりを深める。 ③オンラインイベント等の開催により、前年度の事業参加者が当市と関わり続ける仕組みを構築する。 ④Webページのコンテンツの充実を図るほか、前年度のデータを元にPRIに有効な媒体を検証しながら、情報発信を行う。							8,810千円			
【経費】 ・若年層向け関係人口創出及び持続的な関係構築のための企画・運営費(委託料):6,000千円 ・中高齢者向け弘前の暮らし体験のための企画・運営費(委託料):1,200千円 ・弘前の暮らし体験プログラム運営費(謝礼・印刷製本費):610千円 ・WebページやSNS等を利用した関係人口創出事業プロモーション業務(委託料):1,000千円 ※旅費及び宿泊費は参加者が負担										
2. 地域をフィールドにしたひとづくり	関連するKPI		3							
企業や大学・高校等と連携し、高校生が地域に関わる機会を創出や、大学生が企業や商店等の経営課題に取り組むことで、地域で人材を育て、地域に還元される仕組みを構築する。また、地元企業等と学生がともに課題解決に取り組み、企業等と学生のつながりを作ることで、新卒者を採用する意識の向上を図る。 地域で学ぶ大学生と高校生の縁のつながりを作り、高校生にとっての身近な将来像として、地域の大学生の姿をイメージできるようにし、地域外への進学流出を抑制する。 ①高校生が地域や地域の人を知り、地域活動に関わることで、地域志向を醸成できるよう、放課後や休日に部活動のようにまちづくり活動に取り組む機会を創出する。 ②大学生が地域や地域の企業・店舗等のインターンシップ生として、受入先の課題解決に取り組む仕組みを構築する。 ③高校生と大学生が地域のことについて学び合う機会をつくる。 ④高校生と大学生が交流しながら、大学での授業やサークル活動、生活実態などについて話すことができる機会を作る。							8,100千円			
【経費】 ・地域マネジメント人材育成プログラム構築のための企画・運営費(委託料):8,100千円										
3. 首都圏における若者コミュニティづくり	関連するKPI		3							
首都圏に在住する弘前圏域出身の若者のコミュニティへの参加者同士のつながりを強化するほか、参加者が当市と関係人口として関わるような情報等を発信する。 ①当市に興味がある首都圏在住の学生や若手社会人が集まれるよう、月1回程度のサロンを開催するほか、コミュニティ参加者だけでなく、多くの弘前に興味のある人が参加できるようなイベントを年1回開催する。 ②当市の東京事務所の事業に関わるインターンシップを実施することにより、関係人口を創出し、当市への将来的なUターンを促す。 ③卒業後首都圏に出ていく高校生や首都圏在住の大学生に、市が運営するSNSへの登録を促し、当市の関係人口として関わる情報など、首都圏においても当市の情報が取得できる体制を強化する。また、1年目のSNS登録状況をもとに、ほかのSNS媒体を利用した情報発信を検討する。							2,490千円			
【経費】 ・首都圏若者コミュニティづくり推進事業運営費(イベントゲスト謝礼・費用弁償・消耗品費・会場借上料・SNS広告掲載委託料、SNS利用料等):2,490千円										

4.	交流・活躍の場の創出	関連するKPI	4		
4	交流拠点で特技や経験を生かせる活躍の場を提供するほか、拠点同士の交流を図り、人と人のつながりを作ることで、新たな市民活動や、地域の活性化へつなげる。 ①様々な人が交流し、活躍するための仕組みに参画する市民活動団体等を増やし、交流拠点においてイベント等を開催する。 ②地域活動をしたことがない人の「初めての活躍の場」として、交流拠点の活用を促す。 ③「地域をフィールドにした人づくり」事業の地域活動の受入など、学生と連携した事業を実施する。 ④各交流拠点を利用する人同士が交流できるイベント等を実施する。 【経費】 ・交流・活躍の場を創出するための企画・運営費(委託料):6,000千円			6,000千円	
	交付対象事業費におけるハード事業経費	要素事業数	0	計	0千円
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)					
配 載 不 要					

4.	交流・活躍の場の創出	関連するKPI	3		
4	交流拠点で特技や経験を生かせる活躍の場を提供するほか、拠点同士の交流を図り、人と人のつながりを作ることで、新たな市民活動や、地域の活性化へつなげる。 ①様々な人が交流し、活躍するための仕組みに参画する市民活動団体等を増やし、交流拠点においてイベント等を開催する。 ②地域活動をしたことがない人の「初めての活躍の場」として、交流拠点の活用を促す。 ③「地域をフィールドにした人づくり」事業の地域活動の受入など、学生と連携した事業を実施する。 ④各交流拠点を利用する人同士が交流できるイベント等を実施する。 【経費】 ・交流・活躍の場を創出するための企画・運営費(委託料):6,000千円			6,000千円	
	交付対象事業費におけるハード事業経費	要素事業数	0	計	0千円
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)					

< 2024年度(3年目) >

全事業期間における本年の位置付け	2年目までに実施してきた事業の検証や今後の展開を検討し、各事業主体が自立化に向けて取り組む。 ●関係人口の創出 2年目までの事業結果をもとに、担い手不足が深刻な伝統文化、伝統芸能、人材を欲している地産産業に県外在住者が参画し、その後も継続して関わるができる機会を増やす。 ●地域をフィールドにしたひとづくり 地域内外の学生が交流を図りながら、企業・商店等や地域の課題解決に取り組める仕組みを確立し、企業が自発的にこの仕組みを活用する意識を醸成する。 また、地域の大学生の姿をイメージできるようにし、地域外への進学流出を抑制するため、高校生と大学生との交流のほか、地域の学生と地域外の大学生・企業との「交換留学」のような機会を創出する。 ●首都圏における若者のコミュニティづくり 首都圏の、弘前に縁のある若者同士が定期的に交流できるコミュニティを確立するほか、東京事務所において当市の課題解決に取り組むインターンシップとして当市と関わる機会を創出する。また、2年目の状況を基に効果的にSNSを活用するなど、当市に関係人口として関われるような情報等を発信する。 ●交流・活躍の場の創出 交流拠点での様々な交流イベントや活躍の機会づくりに関わる市民活動団体の掘り起こしや、交流拠点同士の交流を継続しながら、関係人口が交流拠点と関わる機会を創出する。									
	事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③		
2024年4月	2025年3月	2024年4月	当初	年	月		年	月		
交付対象事業経費							28,606千円			
交付対象事業費におけるソフト事業経費							要素事業数	4	計	28,606千円
1. 関係人口の創出	関連するKPI					1,2				
2年目までの事業の結果を検証しながら、自立化に向けた実施方法を検討していく。 ①地域とつながりを求めているもの、きっかけを持っていない県外在住の若年層を対象に、弘前の伝統文化・伝統芸能の担い手として参画することや、副業・兼業として地産産業(農業・地元企業等)に関わる機会を創出するプロジェクトを実施する。 プロジェクト参加者は、交流拠点(農産・地元企業等)に宿泊し、地域住民と交流することで、地域との関わりを深める。 ②移住に関心がある県外在住の中高齢者層を対象に、伝統文化・伝統工芸、市民活動等を体験できるプログラムに参加してもらう。 参加者は、交流拠点(農産・地元企業等)に宿泊し、地域住民と交流することで、地域との関わりを深める。 ③オンラインイベント等の開催や、当市が首都圏で開催するイベント等のサポート、当市の交流拠点への関わりを促すことなどにより、過去の事業参加者が、当市と関わり続ける仕組みを構築する。 ④Webページのコンテンツの充実を図るほか、PRIに有効な媒体を活用して、情報発信を行う。							9,810千円			
【経費】 ・若年層向け関係人口創出及び持続的な関係構築のための企画・運営費(委託料):7,000千円 ・中高年齢向け弘前の暮らし体験のための企画・運営費(委託料):1,200千円 ・弘前の暮らし体験プログラム運営費(謝礼・印刷製本費):610千円 ・WebページやSNS等を利用した関係人口創出事業プロモーション業務(委託料):1,000千円 ※旅費及び宿泊費は参加者が負担										
2. 地域をフィールドにしたひとづくり	関連するKPI					3				
企業や大学・高校等と連携し、高校生が地域に関わる機会を創出や、大学生が企業や商店等の経営課題に取り組むことで、地域で人材を育て、地域に還元される仕組みを構築する。また、地元企業等と学生がともに課題解決に取り組む、企業等と学生のつながりを作ることにより、新卒者を採用する意識の向上を図る。 地域で学ぶ大学生と高校生の縁のつながりを作り、高校生にとっての身近な将来像として、地域の大学生の姿をイメージできるようにし、地域外への進学流出を抑制する。 さらに、地域の高校生や大学生が地域外の大学生や企業等と交換留学のように関わりを持つ機会を作り、地域に対してより広い視野と深い見識をもたせようとする。							10,000千円			
①高校生が地域や地域の人を知り、地域活動に関わることで、地域志向を醸成できるよう、放課後や休日に部活動のようにまちづくり活動に取り組む機会を創出する。 ②大学生が地域や地域の企業・店舗等のインターンシップ生として、受入先の課題解決に取り組む仕組みを構築する。 ③高校生と大学生が地域のことについて学び合う機会をつくる。 ④高校生と大学生が交流しながら、大学での授業やサークル活動、生活実態などについて話すことができる機会を作る。 ⑤地域内外の高校生や大学生が相互に他の地域の大学や企業等と協働で課題に取り組む機会を作る。										
【経費】 ・地域マネジメント人材育成プログラム構築のための企画・運営費(委託料):10,000千円										
3. 首都圏における若者コミュニティづくり	関連するKPI									
首都圏に在住する弘前圏域出身の若者のコミュニティへの参加者同士のつながりを強化するほか、参加者が当市と関係人口として関われるような情報等の発信を強化することにより、将来的なUターン移住者の増加を目指す。 ①当市に興味がある首都圏在住の学生や若手社会人が集まれるよう、月1回程度のサロンを開催するほか、コミュニティ参加者だけでなく、多くの弘前に興味のある人が参加できるようなイベントを年1回開催する。 ②当市の東京事務所の事業に関わるインターンシップを実施することにより、関係人口を創出し、当市への将来的なUターンを促す。 ③卒業後首都圏に出ていく高校生や首都圏在住の大学生に、市が運営するSNSへの登録を促す。様々なSNS等を利用して、当市の関係人口として関われる情報など、首都圏においても当市の情報が取得できる体制を強化する。							2,796千円			
【経費】 ・首都圏若者コミュニティづくり推進事業運営費(イベントゲスト謝礼・費用弁償・消耗品費・会場借上料・SNS広告掲載委託料・SNS利用料等):2,796千円										

< 2024年度(3年目) >

全事業期間における本年の位置付け	2年目までに実施してきた事業の検証や今後の展開を検討し、各事業主体が自立化に向けて取り組む。 ●関係人口の創出 2年目までの事業結果をもとに、担い手不足が深刻な伝統文化、伝統芸能、人材を欲している地産産業に県外在住者が参画し、その後も継続して関わるができる機会を増やす。 ●地域をフィールドにしたひとづくり 地域内外の学生が交流を図りながら、企業・商店等や地域の課題解決に取り組める仕組みを確立し、企業が自発的にこの仕組みを活用する意識を醸成する。 また、地域の大学生の姿をイメージできるようにし、地域外への進学流出を抑制するため、高校生と大学生との交流のほか、地域の学生と地域外の大学生・企業との「交換留学」のような機会を創出する。 ●首都圏における若者のコミュニティづくり 首都圏の、弘前に縁のある若者同士が定期的に交流できるコミュニティを確立するほか、東京事務所において当市の課題解決に取り組むインターンシップとして当市と関わる機会を創出する。また、2年目の状況を基に効果的にSNSを活用するなど、当市に関係人口として関われるような情報等を発信する。 ●交流・活躍の場の創出 交流拠点での様々な交流イベントや活躍の機会づくりに関わる市民活動団体の掘り起こしや、交流拠点同士の交流を継続しながら、関係人口が交流拠点と関わる機会を創出する。									
	事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③		
2024年4月	2025年3月	2024年3月	当初	年	月		年	月		
交付対象事業経費							25,586千円			
交付対象事業費におけるソフト事業経費							要素事業数	4	計	25,586千円
1. 関係人口の創出	関連するKPI					1,2				
2年目までの事業の結果を検証しながら、自立化に向けた実施方法を検討していく。 ①地域とつながりを求めているもの、きっかけを持っていない県外在住の若年層を対象に、弘前の伝統文化・伝統芸能の担い手として参画することや、副業・兼業として地産産業(農業・地元企業等)に関わる機会を創出するプロジェクトを実施する。 プロジェクト参加者は、交流拠点(農産・地元企業等)に宿泊し、地域住民と交流することで、地域との関わりを深める。 ②移住に関心がある県外在住の中高齢者層を対象に、伝統文化・伝統工芸、市民活動等を体験できるプログラムに参加してもらう。 参加者は、交流拠点(農産・地元企業等)に宿泊し、地域住民と交流することで、地域との関わりを深める。 ③オンラインイベント等の開催や、当市が首都圏で開催するイベント等のサポート、当市の交流拠点への関わりを促すことなどにより、過去の事業参加者が、当市と関わり続ける仕組みを構築する。 ④Webページのコンテンツの充実を図るほか、PRIに有効な媒体を活用して、情報発信を行う。							9,496千円			
【経費】 ・若年層向け関係人口創出及び持続的な関係構築のための企画・運営費(委託料):7,000千円 ・中高年齢向け弘前の暮らし体験のための企画・運営費(委託料):1,200千円 ・弘前の暮らし体験プログラム運営費(謝礼・印刷製本費):296千円 ・WebページやSNS等を利用した関係人口創出事業プロモーション業務(委託料):1,000千円 ※旅費及び宿泊費は参加者が負担										
2. 地域をフィールドにしたひとづくり	関連するKPI					3				
企業や大学・高校等と連携し、高校生が地域に関わる機会を創出や、大学生が企業や商店等の経営課題に取り組むことで、地域で人材を育て、地域に還元される仕組みを構築する。また、地元企業等と学生がともに課題解決に取り組む、企業等と学生のつながりを作ることにより、新卒者を採用する意識の向上を図る。 地域で学ぶ大学生と高校生の縁のつながりを作り、高校生にとっての身近な将来像として、地域の大学生の姿をイメージできるようにし、地域外への進学流出を抑制する。 さらに、地域の高校生や大学生が地域外の大学生や企業等と交換留学のように関わりを持つ機会を作り、地域に対してより広い視野と深い見識をもたせようとする。							8,100千円			
①高校生が地域や地域の人を知り、地域活動に関わることで、地域志向を醸成できるよう、放課後や休日に部活動のようにまちづくり活動に取り組む機会を創出する。 ②大学生が地域や地域の企業・店舗等のインターンシップ生として、受入先の課題解決に取り組む仕組みを構築する。 ③高校生と大学生が地域のことについて学び合う機会をつくる。 ④高校生と大学生が交流しながら、大学での授業やサークル活動、生活実態などについて話すことができる機会を作る。 ⑤地域内外の高校生や大学生が相互に他の地域の大学や企業等と協働で課題に取り組む機会を作る。										
【経費】 ・地域マネジメント人材育成プログラム構築のための企画・運営費(委託料):8,100千円										
3. 首都圏における若者コミュニティづくり	関連するKPI					3				
首都圏に在住する弘前圏域出身の若者のコミュニティへの参加者同士のつながりを強化するほか、参加者が当市と関係人口として関われるような情報等の発信を強化することにより、将来的なUターン移住者の増加を目指す。 ①当市に興味がある首都圏在住の学生や若手社会人が集まれるよう、月1回程度のサロンを開催するほか、コミュニティ参加者だけでなく、多くの弘前に興味のある人が参加できるようなイベントを年1回開催する。 ②当市の東京事務所の事業に関わるインターンシップを実施することにより、関係人口を創出し、当市への将来的なUターンを促す。 ③卒業後首都圏に出ていく高校生や首都圏在住の大学生に、市が運営するSNSへの登録を促す。様々なSNS等を利用して、当市の関係人口として関われる情報など、首都圏においても当市の情報が取得できる体制を強化する。							2,490千円			
【経費】 ・首都圏若者コミュニティづくり推進事業運営費(イベントゲスト謝礼・費用弁償・消耗品費・会場借上料・SNS広告掲載委託料・SNS利用料等):2,490千円										

4. 交流・活躍の場の創出	関連するKPI	4		
<p>事業の自走化を見据えながら、拠点同士の交流を図り、人と人のつながりや活動に関わる人を増やす。また、地域住民だけでなく、関係人口となった人も交流拠点を活用する仕組みを構築し、さらなる交流の強化を図る。</p> <p>①様々な人が交流し、活躍するための仕組みに「関係人口の創出事業」や首都圏のコミュニティへの参加者を巻き込み、交流拠点で活躍するイベント等を実施する。</p> <p>②地域活動をしたことがない人の「初めての活躍の場」として、交流拠点の活用を促す。</p> <p>③「地域をフィールドにした人づくり」事業の地域活動の受入など、学生と連携した事業を実施する。</p> <p>④各交流拠点を利用する人同士が交流できるイベント等を実施する。</p> <p>【経費】 ・交流・活躍の場を創出するための企画・運営費(委託料):6,000千円</p>			6,000千円	
交付対象事業費におけるハード事業経費		要素事業数	0	計
				0千円
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)				
記載不要				

4. 交流・活躍の場の創出	関連するKPI	4		
<p>事業の自走化を見据えながら、拠点同士の交流を図り、人と人のつながりや活動に関わる人を増やす。また、地域住民だけでなく、関係人口となった人も交流拠点を活用する仕組みを構築し、さらなる交流の強化を図る。</p> <p>①様々な人が交流し、活躍するための仕組みに「関係人口の創出事業」や首都圏のコミュニティへの参加者を巻き込み、交流拠点で活躍するイベント等を実施する。</p> <p>②地域活動をしたことがない人の「初めての活躍の場」として、交流拠点の活用を促す。</p> <p>③「地域をフィールドにした人づくり」事業の地域活動の受入など、学生と連携した事業を実施する。</p> <p>④各交流拠点を利用する人同士が交流できるイベント等を実施する。</p> <p>【経費】 ・交流・活躍の場を創出するための企画・運営費(委託料):5,500千円</p>			5,500千円	
交付対象事業費におけるハード事業経費		要素事業数	0	計
				0千円
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)				
<p>【関係人口の創出】 ・体験プログラム受入について、当初予定していたよりも受入団体等への謝礼を抑えて実施できることとなったため、減額。</p> <p>【地域をフィールドにしたひとづくり】 ・3年目の事業拡大に伴い経費の増額を予定していたが、2年目に実施した事業の内容をもとに3年目の事業を効率的に実施することが可能となったため、事業委託者との調整により2023年度と同額で実施。</p> <p>【首都圏における若者コミュニティづくり】 ・使用する会場にかかる経費縮小のため減額。</p> <p>【交流・活躍の場の創出】 ・事業委託者との調整により、委託費を抑えながら効率的に事業を実施することが可能となったため、減額。</p>				

< 2025年度(4年目) > ※2025年度以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
年 月	年 月	年 月		年 月		年 月	
交付対象事業経費		0千円					
交付対象事業費におけるソフト事業経費				要素事業数		計	
交付対象事業費におけるハード事業経費				要素事業数		計	
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)							
配 載 不 要							

< 2026年度(5年目) > ※2025年度以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
年 月	年 月	年 月		年 月		年 月	
交付対象事業経費		0千円					
交付対象事業費におけるソフト事業経費				要素事業数		計	
交付対象事業費におけるハード事業経費				要素事業数		計	
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)							
配 載 不 要							

< 2025年度(4年目) > ※2025年度以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
年 月	年 月	年 月		年 月		年 月	
交付対象事業経費		0千円					
交付対象事業費におけるソフト事業経費				要素事業数		計	0千円
交付対象事業費におけるハード事業経費				要素事業数		計	0千円
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)							

< 2026年度(5年目) > ※2025年度以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け							
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
年 月	年 月	年 月		年 月		年 月	
交付対象事業経費		0千円					
交付対象事業費におけるソフト事業経費				要素事業数		計	0千円
交付対象事業費におけるハード事業経費				要素事業数		計	0千円
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)							

9. 先導性に係る取組

先導性		取組内容							
<p>(1) 自立性</p> <p>事業を進めていく中で、事業推進主体が自立していくことにより、将来的に本交付金に頼らずに、事業として継続していくことが可能となる事業であること。</p>	<p>自立性のポイント</p> <p>国・専門家等から事業運営等に対する助言・サポートを受け、それを反映させる体制（国・地方及び専門家等が協働したPDCAサイクル）の概要※Society5.0型のみ記載</p>	<p>弘前版全世代・全員活躍型「生涯活躍のまち推進事業」の事業主体が、サービス付き高齢者向け住宅及びゲストハウスの賃料・宿泊料やイベント等の参加費を財源として継続する事業と、市の一般財源を活用して継続する事業とを整理し、3年以内に自立的運営に移行する見込みである。</p>							
	3～5年以内の自立化の見込み		② あり(地方公共団体の一般財源による負担)						
	自主財源の種類		自主財源の内容と実現方法						
	[A]	一般財源							
	[B]	各事業の参加費	関係人口創出事業のプロジェクトや、交流事業等の参加費を徴収し、運営費に充てる。						
	[C]								
	[D]								
	各年度における自主財源見込額		2022年度(1年目)	2023年度(2年目)	2024年度(3年目)	2025年度(4年目)	2026年度(5年目)	2027年度(6年目)	
	[A]	計画	10,461千円	12,700千円	14,303千円	14,000千円			
		実績	10,461千円	12,700千円	14,303千円	14,000千円			
[B]	計画	500千円	750千円	1,000千円	2,000千円				
	実績	420千円	750千円	1,000千円	2,000千円				
[C]	計画								
	実績								
[D]	計画								
	実績								
合計	計画	10,961千円	13,450千円	15,303千円	16,000千円	0千円	0千円		
	実績	10,881千円	13,450千円	15,303千円	16,000千円	0千円	0千円		
交付対象事業経費		20,922千円	25,400千円	28,606千円	0千円	0千円			
	うちソフト事業費	20,922千円	25,400千円	28,606千円	0千円	0千円			
	うちハード事業費	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円			
自主財源見込額の計画が未達成であった場合、その理由		<p>・上半期は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、中高齢者向けの「弘前の暮らし体験」への参加者が想定を下回ったため。</p> <p>・若年層の関係人口創出については、初の試みということもあり、参加者に集まってもらうことを最優先して参加料を安く設定したため。</p>							
未達成の理由を踏まえた見直し内容及び考え方		<p>・「弘前の暮らし体験」については、より多くの参加者を獲得するため、事業のプロモーションをより積極的に行う。</p> <p>・若年層の関係人口創出については、当市の伝統文化というコンテンツに対し、相応の参加料を徴収しても参加者が見込めることがわかったため、次年度以降は参加費を値上げして徴収する。</p>							

9. 先導性に係る取組

先導性		取組内容							
<p>(1) 自立性</p> <p>事業を進めていく中で、事業推進主体が自立していくことにより、将来的に本交付金に頼らずに、事業として継続していくことが可能となる事業であること。</p>	<p>自立性のポイント</p> <p>国・専門家等から事業運営等に対する助言・サポートを受け、それを反映させる体制（国・地方及び専門家等が協働したPDCAサイクル）の概要※Society5.0型のみ記載</p>	<p>弘前版全世代・全員活躍型「生涯活躍のまち推進事業」の事業主体が、サービス付き高齢者向け住宅及びゲストハウスの賃料・宿泊料やイベント等の参加費を財源として継続する事業と、市の一般財源を活用して継続する事業とを整理し、3年以内に自立的運営に移行する見込みである。</p>							
	3～5年以内の自立化の見込み		② あり(地方公共団体の一般財源による負担)						
	自主財源の種類		自主財源の内容と実現方法						
	[A]	一般財源	一般財源						
	[B]	各事業の参加費	関係人口創出事業のプロジェクトや、交流事業等の参加費を徴収し、運営費に充てる。						
	[C]								
	[D]								
	各年度における自主財源見込額		2022年度(1年目)	2023年度(2年目)	2024年度(3年目)	2025年度(4年目)	2026年度(5年目)	2027年度(6年目)	
	[A]	計画	10,461千円	12,700千円	14,303千円	14,000千円			
		実績	10,233千円	12,700千円	14,303千円	14,000千円			
[B]	計画	500千円	750千円	1,000千円	2,000千円				
	実績	420千円	880千円	1,000千円	2,000千円				
[C]	計画								
	実績								
[D]	計画								
	実績								
合計	計画	10,961千円	13,450千円	15,303千円	16,000千円	0千円	0千円		
	実績	10,653千円	13,580千円	15,303千円	16,000千円	0千円	0千円		
交付対象事業経費		20,922千円	25,400千円	25,586千円	0千円	0千円			
	うちソフト事業費	20,922千円	25,400千円	25,586千円	0千円	0千円			
	うちハード事業費	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円			
自主財源見込額の計画が未達成であった場合、その理由		<p>・2022年度上半期は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、中高齢者向けの「弘前の暮らし体験」への参加者が想定を下回ったため。</p> <p>・若年層の関係人口創出については、初の試みということもあり、参加者に集まってもらうことを最優先して参加料を安く設定したため。</p>							
未達成の理由を踏まえた見直し内容及び考え方		<p>・「弘前の暮らし体験」については、より多くの参加者を獲得するため、冬期間の参加を促すなど、継続して、より積極的な事業のプロモーションを行う。</p> <p>・若年層の関係人口創出については、当市の伝統文化というコンテンツに対し、相応の参加料を徴収しても参加者が見込めることがわかったため、2023年度から参加費を値上げして徴収した。</p> <p>・これらの取組により、2023年度は自主財源計画達成の見込み。</p>							

(2)官民協働	官民協働のポイント	若者の地元定着及び将来的なUターン移住者の増加や、様々なつながりを生み活躍の機会を増やすことにより地域の活性化を図るため、民間事業者は、関係人口創出のためのプロジェクトや、若年層の地元定着・将来的なUターン移住者の増加のためのひとりづくり事業、人と人が交流し活躍する機会を創出するためのイベント等を行う。 市は市民活動団体や企業の掘り起こし、事業の実施にかかる民間事業者間との調整、事業の情報発信を行うことで、民間が行う上記事業をサポートする。
	行政の役割	市は、民間事業者が事業を円滑に実施できるよう、企画課・市民協働課・観光課・商工労働課といった関係部局が連携し、本事業に賛同し、協働して事業を推進する市民活動団体や企業等の掘り起こし、民間事業者とつなぐことや、事業の実施にかかる民間事業者間の調整を行うほか、より多くの参加者・参画者が事業に関わるよう、情報発信を行う。
	民間事業者の役割	(関係人口の創出) 民間事業者は、移住者が集まる交流拠点を運営しており、本事業との親和性が高いことから、関係人口を創出するためのプログラムを事業化することにより、当市と継続的につながる県外在住者や将来的な移住者を増やす。 (地域をフィールドにしたひとりづくり) 民間事業者は、学生が集まるコワーキングスペースを運営しており、学生を対象とした事業との親和性が高いことから、学生と企業等と一緒に課題解決に向けて取り組む仕組みを構築することにより、学生の地域への愛着心・地域志向を醸成し、地元定着や将来的なUターン移住者を増やす。 (交流・活躍の場の創出) 民間事業者は、前身事業において交流拠点を活用した事業を実施し、その経験をもとに様々なつながりや、活躍の場を作っていくことが可能であることから、点と点の活動をつなぎ、活躍できる仕組みを構築することで、新たな活動や活躍するきっかけが生まれ、地域の活性化につながる。
	金融機関・その他連携者の役割	(関係人口の創出) ねぶた愛好会や登山囃子保存会など地域の伝統文化に携わる団体や、りんご農家等の地場産業に関わる事業者と連携することにより、当市の魅力あるコンテンツを提供し、当市との関わりを持ちたい人を増やし、将来的な移住や、それぞれの分野の担い手不足解消につなげる。 (地域のフィールドにしたひとりづくり) 当市及び周辺市町村の企業等や地域の公民館、福祉施設等と連携し、学生と企業等と一緒に課題解決に取り組む仕組みを構築することにより、学生の地域への愛着心・地域志向の醸成や、企業の若者の雇用を促進し、若者の地元定着や将来的な移住者の増加につなげる。 (交流・活躍の場の創出) 市内でボランティアや福祉活動などを行っている様々な市民活動団体等と連携し、人と人がつながり、市民活動が活発化する仕組みを構築することにより、より多くの人の活躍の場を創出する。
	PFIの活用の有無	無
(3)地域間連携	地域間連携のポイント	県は、担い手不足等に似む地域と「関係人口」のマッチングや、「青森に関わりたい」と考えている人の交流の場づくり等に取り組んでおり、定期的に地域と関わりたい人と地域をつなげるためのイベント等を開催している。 県の関係人口創出のノウハウ等の情報共有を図ることで、より効果的な事業を実施することができるほか、市だけでは行き届かない人へ情報を行き届かせるための情報発信のサポートにより、事業への参加者、ひいては関係人口の増加に寄与する。 また、市から県に対し事業についての情報提供をすることにより、関係人口にかかる事業の情報が県に蓄積され、県内の関係人口創出事業の推進の一助となる。
	地方公共団体名①及び役割	県では、県内市町村において関係人口創出のためのモデル事業を複数実施していることから、ノウハウや事業実施のポイント、事業の連携先等についての情報提供及び本事業実施の際の情報発信の協力を行う。このことにより、効果的な事業の企画・運営が可能となるほか、他自治体へ関わった経験がある人が当市にも関心を寄せることなどによる、幅広い関係人口を獲得することができる。
	地方公共団体名②及び役割	市は、関係人口を呼び込むためのコンテンツを掘り起こし、実施事業について県にへ情報提供を行う。このことにより、県から県内他自治体へ当市の事例を提供することができ、県内の関係人口創出事業の推進の一助となる。
	地方公共団体名③及び役割	
	地方公共団体名④及び役割	
(4)政策・施策間連携	政策・施策間連携のポイント	本事業は、将来的な移住者の増加につなげるため、関係人口の創出に取り組むものであるが、関係人口の創出を通して、継続的に当市及び当市の様々なコンテンツと関わる人が増えることにより、伝統文化等の担い手不足の解消や、地場産業の活性化にも寄与するものである。 また、若者に地域や地域の企業の地域課題に関わってもらうことにより、若者の地域への関心を高め、地域を担う人材の育成や、地元企業への雇用促進へつなげる。 加えて、当市で活躍する人を増やし、様々な人の居場所をつくるため、交流拠点を中心とした市民活動の活発化を図ることにより、市・事業主体・地域住民による協働の推進を目指す。
	連携政策・施策①	(伝統文化・伝統芸能の伝承・保存及び地場産業の活性化) ・県外在住の地方に関心がある若者が、伝統文化・伝統芸能に参画し、継続的にコミュニティに関わることや、副業・兼業のかたちで地場産業に関わることで、当市とつながりを持つ「関係人口」が増えるだけでなく、これらの分野の担い手不足解消による活性化が期待できる。 ・大学生が企業等の課題解決に取り組むことにより、企業等の、若者を雇用する意識が醸成され、地域の産業が活性化することが期待できる。

(2)官民協働	官民協働のポイント	若者の地元定着及び将来的なUターン移住者の増加や、様々なつながりを生み活躍の機会を増やすことにより地域の活性化を図るため、民間事業者は、関係人口創出のためのプロジェクトや、若年層の地元定着・将来的なUターン移住者の増加のためのひとりづくり事業、人と人が交流し活躍する機会を創出するためのイベント等を行う。 市は市民活動団体や企業の掘り起こし、事業の実施にかかる民間事業者間との調整、事業の情報発信を行うことで、民間が行う上記事業をサポートする。
	行政の役割	市は、民間事業者が事業を円滑に実施できるよう、企画課・市民協働課・観光課・商工労働課といった関係部局が連携し、本事業に賛同し協働して事業を推進する市民活動団体や企業等の掘り起こし、民間事業者とつなぐことや、事業の実施にかかる民間事業者間の調整を行うほか、より多くの参加者・参画者が事業に関わるよう、情報発信を行う。
	民間事業者の役割	(関係人口の創出) 民間事業者は、移住者が集まる交流拠点を運営しており、本事業との親和性が高いことから、関係人口を創出するためのプログラムを事業化することにより、当市と継続的につながる県外在住者や将来的な移住者を増やす。 (地域をフィールドにしたひとりづくり) 民間事業者は、学生が集まるコワーキングスペースを運営しており、学生を対象とした事業との親和性が高いことから、学生と企業等と一緒に課題解決に向けて取り組む仕組みを構築することにより、学生の地域への愛着心・地域志向を醸成し、地元定着や将来的なUターン移住者を増やす。 (交流・活躍の場の創出) 民間事業者は、前身事業において交流拠点を活用した事業を実施し、その経験をもとに様々なつながりや、活躍の場を作っていくことが可能であることから、点と点の活動をつなぎ、活躍できる仕組みを構築することで、新たな活動や活躍するきっかけが生まれ、地域の活性化につながる。
	金融機関・その他連携者の役割	(関係人口の創出) ねぶた愛好会や登山囃子保存会など地域の伝統文化に携わる団体や、りんご農家等の地場産業に関わる事業者と連携することにより、当市の魅力あるコンテンツを提供し、当市との関わりを持ちたい人を増やし、将来的な移住や、それぞれの分野の担い手不足解消につなげる。 (地域のフィールドにしたひとりづくり) 当市及び周辺市町村の企業等や地域の公民館、福祉施設等と連携し、学生と企業等と一緒に課題解決に取り組む仕組みを構築することにより、学生の地域への愛着心・地域志向の醸成や、企業の若者の雇用を促進し、若者の地元定着や将来的な移住者の増加につなげる。 (交流・活躍の場の創出) 市内でボランティアや福祉活動などを行っている様々な市民活動団体等と連携し、人と人がつながり、市民活動が活発化する仕組みを構築することにより、より多くの人の活躍の場を創出する。
	PFIの活用の有無	無
(3)地域間連携	地域間連携のポイント	県は、担い手不足等に似む地域と「関係人口」のマッチングや、「青森に関わりたい」と考えている人の交流の場づくり等に取り組んでおり、定期的に地域と関わりたい人と地域をつなげるためのイベント等を開催している。 県の関係人口創出のノウハウ等の情報共有を図ることで、より効果的な事業を実施することができるほか、市だけでは行き届かない人へ情報を行き届かせるための情報発信のサポートにより、事業への参加者、ひいては関係人口の増加に寄与する。 また、市から県に対し事業についての情報提供をすることにより、関係人口にかかる事業の情報が県に蓄積され、県内の関係人口創出事業の推進の一助となる。
	地方公共団体名①及び役割	県では、県内市町村において関係人口創出のためのモデル事業を複数実施していることから、ノウハウや事業実施のポイント、事業の連携先等についての情報提供及び本事業実施の際の情報発信の協力を行う。このことにより、効果的な事業の企画・運営が可能となるほか、他自治体へ関わった経験がある人が当市にも関心を寄せることなどによる、幅広い関係人口を獲得することができる。
	地方公共団体名②及び役割	市は、関係人口を呼び込むためのコンテンツを掘り起こし、実施事業について県にへ情報提供を行う。このことにより、県から県内他自治体へ当市の事例を提供することができ、県内の関係人口創出事業の推進の一助となる。
	地方公共団体名③及び役割	
	地方公共団体名④及び役割	
(4)政策・施策間連携	政策・施策間連携のポイント	本事業は、将来的な移住者の増加につなげるため、関係人口の創出に取り組むものであるが、関係人口の創出を通して、継続的に当市及び当市の様々なコンテンツと関わる人が増えることにより、伝統文化等の担い手不足の解消や、地場産業の活性化にも寄与するものである。 また、若者に地域や地域の企業の地域課題に関わってもらうことにより、若者の地域への関心を高め、地域を担う人材の育成や、地元企業への雇用促進へつなげる。 加えて、当市で活躍する人を増やし、様々な人の居場所をつくるため、交流拠点を中心とした市民活動の活発化を図ることにより、市・事業主体・地域住民による協働の推進を目指す。
	連携政策・施策①	(伝統文化・伝統芸能の伝承・保存及び地場産業の活性化) ・県外在住の地方に関心がある若者が、伝統文化・伝統芸能に参画し、継続的にコミュニティに関わることや、副業・兼業のかたちで地場産業に関わることで、当市とつながりを持つ「関係人口」が増えるだけでなく、これらの分野の担い手不足解消による活性化が期待できる。 ・大学生が企業等の課題解決に取り組むことにより、企業等の、若者を雇用する意識が醸成され、地域の産業が活性化することが期待できる。

	連携政策・施策②	(人材育成) 高校生が地域活動を行うことや、大学生が地元企業・商店や地域と連携しながら課題解決に取り組み、地元への愛着心や地域志向が醸成されることにより、地域づくりのけん引役として自ら考え、行動できる人材や地域に根差し、地域のマネジメントができる人材の育成が図られる。
	連携政策・施策③	(協働による地域づくりの推進) 市内で活動する人や団体につながりができ、新たな事業やイベント等が生まれ、これまでよりさらに多くの人の参画や交流や活躍の場が確保されることにより、市民活動団体の自主的な活動が活性化し、さらには市民と行政との協働によるまちづくりが推進されることが期待できる。
	ワンストップ化の内容	本事業は、行政機関・大学・企業・市民活動団体等が連携して実施していく事業であるため、本市がワンストップ窓口・調整役として対応する。 また、関係人口や交流拠点を活用する人の様々なニーズに対応するため、各拠点の事業主体同士が連携し、確実に情報共有を図っていく。
	他省庁補助金等の関連する他政策・施策との連携	
	補助金等の名称	
省庁名	予算額	事業実施年度
連携のポイント		

	連携政策・施策②	(人材育成) 高校生が地域活動を行うことや、大学生が地元企業・商店や地域と連携しながら課題解決に取り組み、地元への愛着心や地域志向が醸成されることにより、地域づくりのけん引役として自ら考え、行動できる人材や地域に根差し、地域のマネジメントができる人材の育成が図られる。
	連携政策・施策③	(協働による地域づくりの推進) 市内で活動する人や団体につながりができ、新たな事業やイベント等が生まれ、これまでよりさらに多くの人の参画や交流や活躍の場が確保されることにより、市民活動団体の自主的な活動が活性化し、さらには市民と行政との協働によるまちづくりが推進されることが期待できる。
	ワンストップ化の内容	本事業は、行政機関・大学・企業・市民活動団体等が連携して実施していく事業であるため、本市がワンストップ窓口・調整役として対応する。 また、関係人口や交流拠点を活用する人の様々なニーズに対応するため、各拠点の事業主体同士が連携し、確実に情報共有を図っていく。
	他省庁補助金等の関連する他政策・施策との連携	
	補助金等の名称	
省庁名	予算額	事業実施年度
連携のポイント		

(5) デジタル社会の形成への寄与		デジタル社会の形成に寄与することが期待される取組の具体的内容
デジタル技術の持続的な事業への活用やその普及等(デジタル技術の事業への活用を進めるための普及啓発及びその活用を担う人材の育成をいう。)を推進するための取組を行う事業であること。	取組1	(関係人口の創出) 地域に関心がある県外在住者に対し、当市の魅力あるコンテンツや地域とつながるためのプログラム等を発信し、実際に当市とつながりを持つ人を増やすため、関係人口にかかる特設Webページを作成するほか、SNS等を活用して情報発信を行う。 (首都圏における若者のコミュニティづくり) 市がSNS公式アカウントを運営し、様々な情報を定期的に発信することによって、卒業後首都圏に出ていく高校生や当市に関心がある首都圏在住者が当市へ関心を高めることになり、将来的な移住者の増加の一助となる。
	取組2	
	取組3	
	デジタル社会の形成に寄与することが期待される理由(以下①～④より選択の上、その理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載) (① デジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上、② デジタル人材の育成・確保、 ③ デジタル基盤整備、④ 誰一人取り残されないための取組)	
	選択	理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載
	取組1	① 関係人口創出事業においては、当市への関心を高める県外在住者を増やすことが重要である。また、首都圏における若者のコミュニティづくり事業においては、当市への関心を高めるために、若者が継続的に当市に関する情報を手に入れる仕組みづくりが必要である。 Webページを作成するほか、SNS等を活用し、当市の魅力あるコンテンツについて情報を発信することにより、不特定多数の人に向けて効果的に情報発信が可能となり、当市の情報を得たい人がいつでも、どこにいてもニーズにあった情報を得ることができるようになる。
	取組2	
	取組3	
各取組における目標		
	取組1	・関係人口のWebページに、当市の様々な魅力あるコンテンツを掲載し、地域とのつながりを求める人が容易に当市の情報を得られるようなページづくりを目指す。 関係人口のWebページ閲覧回数 1,200回/年 ・SNS公式アカウントでは、当市への関心を高める情報を定期的に発信することにより、登録者数を増やし、将来的なUターン移住者の増加につなげる。 SNS公式アカウント登録者数 100人/年
	取組2	
	取組3	

(5) デジタル社会の形成への寄与		デジタル社会の形成に寄与することが期待される取組の具体的内容
デジタル技術の持続的な事業への活用やその普及等(デジタル技術の事業への活用を進めるための普及啓発及びその活用を担う人材の育成をいう。)を推進するための取組を行う事業であること。	取組1	(関係人口の創出) 地域に関心がある県外在住者に対し、当市の魅力あるコンテンツや地域とつながるためのプログラム等を発信し、実際に当市とつながりを持つ人を増やすため、関係人口にかかる特設Webページを作成するほか、SNS等を活用して情報発信を行う。 (首都圏における若者のコミュニティづくり) 市がSNS公式アカウントを運営し、様々な情報を定期的に発信することによって、卒業後首都圏に出ていく高校生や当市に関心がある首都圏在住者が当市へ関心を高めることになり、将来的な移住者の増加の一助となる。
	取組2	
	取組3	
	デジタル社会の形成に寄与することが期待される理由(以下①～④より選択の上、その理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載) (① デジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上、② デジタル人材の育成・確保、 ③ デジタル基盤整備、④ 誰一人取り残されないための取組)	
	選択	理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載
	取組1	① 関係人口創出事業においては、当市への関心を高める県外在住者を増やすことが重要である。また、首都圏における若者のコミュニティづくり事業においては、当市への関心を高めるために、若者が継続的に当市に関する情報を手に入れる仕組みづくりが必要である。 Webページを作成するほか、SNS等を活用し、当市の魅力あるコンテンツについて情報を発信することにより、不特定多数の人に向けて効果的に情報発信が可能となり、当市の情報を得たい人がいつでも、どこにいてもニーズにあった情報を得ることができるようになる。
	取組2	
	取組3	
各取組における目標		
	取組1	・関係人口のWebページに、当市の様々な魅力あるコンテンツを掲載し、地域とのつながりを求める人が容易に当市の情報を得られるようなページづくりを目指す。 関係人口のWebページ閲覧回数 1,200回/年 ・SNS公式アカウントでは、当市への関心を高める情報を定期的に発信することにより、登録者数を増やし、将来的なUターン移住者の増加につなげる。 SNS公式アカウント登録者数 100人/年
	取組2	
	取組3	

(6)事業推進主体の形成 事業を実効的・継続的に推進する主体が形成されること。特に様々な利害関係者が含まれつつ、リーダーシップを持つ人材がその力を発揮できる体制を有した推進主体であることが望ましい。	事業推進主体の名称	(仮称)弘前版生涯活躍のまち運営協議会	設立時期	2022年4月
	構成メンバー	前身事業の事業主体である社会福祉法人、交流拠点等において事業を展開する団体及び企業、学識経験者、当市		
	事業推進主体の事業遂行能力	前身事業で企画・運営経験がある事業者を含め、本事業を効率的・効果的に実施することが可能な事業者や、学識経験者を構成メンバーとした協議会を設置する。事業の方向性や企画内容については、事業主体がメンバーとなる協議会内で十分吟味したうえで決定するため、事業遂行能力は十分にあると考える。		
	経営責任の明確化	(仮称)弘前版生涯活躍のまち運営協議会の会長は市が担うものとし、計画のコンセプト管理及び経営責任は市が負うこととする。		
(7)地域社会を担う人材の育成・確保 事業を推進していく過程において、地方創生に役立つ人材の育成や確保を目指すものであること。	地域独自の人材ニーズ	・地域の魅力あるコンテンツを深く知り、市外の人へ伝えることにより、外部から人を呼び込める人材 ・人と人が集う場に主体的に関わるによりつながりを作り、新たな活動を生み出すことができる人材		
	人材の確保・育成方法	・当市の市民活動団体に市や事業主体から声掛けをし、本事業の主旨を理解してもらった上で、各事業に参画してもらう。 ・それぞれの事業に取り組んでいる事業者や、ボランティアとして参加している市民・学生等から話を聞き共に活動することで、参加するだけでなく参画する側になる人材も増やしていく。 ・大学生や高校生などの若い人材の育成にあたっては、地域の企業や地域活動をフィールドに、地域の人たちの中に飛び込み、実践を通して学ぶことで、地域のことを自分事として考えることができるプログラムとする。		

(6)事業推進主体の形成 事業を実効的・継続的に推進する主体が形成されること。特に様々な利害関係者が含まれつつ、リーダーシップを持つ人材がその力を発揮できる体制を有した推進主体であることが望ましい。	事業推進主体の名称	(仮称)弘前版生涯活躍のまち運営協議会推進会議	設立時期	2022年7月
	構成メンバー	前身事業の事業主体である社会福祉法人、交流拠点等において事業を展開する団体及び企業、学識経験者、当市		
	事業推進主体の事業遂行能力	前身事業で企画・運営経験がある事業者を含め、本事業を効率的・効果的に実施することが可能な事業者や、学識経験者を構成メンバーとした協議会を設置する。事業の方向性や企画内容については、事業主体がメンバーとなる協議会内で十分吟味したうえで決定するため、事業遂行能力は十分にあると考える。		
	経営責任の明確化	(仮称)弘前版生涯活躍のまち運営協議会の会長は市が担うものとし、計画のコンセプト管理及び経営責任は市が負うこととする。		
(7)地域社会を担う人材の育成・確保 事業を推進していく過程において、地方創生に役立つ人材の育成や確保を目指すものであること。	地域独自の人材ニーズ	・地域の魅力あるコンテンツを深く知り、市外の人へ伝えることにより、外部から人を呼び込める人材 ・人と人が集う場に主体的に関わるによりつながりを作り、新たな活動を生み出すことができる人材		
	人材の確保・育成方法	・当市の市民活動団体に市や事業主体から声掛けをし、本事業の主旨を理解してもらった上で、各事業に参画してもらう。 ・それぞれの事業に取り組んでいる事業者や、ボランティアとして参加している市民・学生等から話を聞き共に活動することで、参加するだけでなく参画する側になる人材も増やしていく。 ・大学生や高校生などの若い人材の育成にあたっては、地域の企業や地域活動をフィールドに、地域の人たちの中に飛び込み、実践を通して学ぶことで、地域のことを自分事として考えることができるプログラムとする。		

10. 交付対象事業の効果検証及び事業見直しの方法、時期及び体制

外部組織による検証		
検証時期	毎年度 8 月	
検証方法	弘前市総合計画審議会により、個々の事業についてPDCAサイクルによる検証を実施	
外部組織の参画者	弘前市総合計画審議会 産：つがる弘前農業協同組合、弘前商工会議所、弘前観光コンベンション協会、弘前市物産協会 学：弘前大学、柴田学園大学 金：青森銀行 労：弘前大学 言：東奥日報社 その他：弘前市社会教育協議会、弘前市連合父母と教師の会、弘前市保育研究会、弘前市医師会、弘前市社会福祉協議会、特定非営利活動法人SEEDS NETWORK、弘前市スポーツ協会、弘前市町会連合会、弘前市食生活改善推進委員会	
検証結果の公表の方法	市ホームページで公表	
議会による検証		
検証時期	毎年度 9 月	
検証方法	各年度の決算報告と合わせて検証	

10. 交付対象事業の効果検証及び事業見直しの方法、時期及び体制

外部組織による検証		
検証時期	毎年度 7 月	
検証方法	弘前市総合計画審議会により、個々の事業についてPDCAサイクルによる検証を実施	
外部組織の参画者	大学、民間企業等に所属する有識者等口	
検証結果の公表の方法	市ホームページで公表	
議会による検証		
検証時期	毎年度 9 月	
検証方法	各年度の決算報告と合わせて検証	