

1 改訂の趣旨

令和2年度の進捗状況のほか、国の「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」の改訂（令和2年12月）や、本戦略策定後の社会経済情勢の変化（新型コロナウイルス感染症の拡大、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」に関する機運の一層の高まり等）を反映させ、より実効性の高い戦略とする。

2 改訂の方向性

本戦略の3つの基本目標「しごとづくり」「結婚・出産・子育て」「まちづくり」を維持し、現在掲げている施策・事業を着実に推進することを前提として、町の実情に即した内容の拡充・変更、取組方針の明確化を図る。

3 主な改訂事項

項目		概要・趣旨
(1) 基本的な考え方		持続可能なまちづくりや地域活性化に向けた取組を実現するため、SDGsの理念に沿って戦略を進める。
(2) 現状分析と課題		コロナ禍にあって、地域の魅力の効果的な発信や、町への新しい人の流れを作る重要性が高まっている。また、国の「GIGAスクール構想」を踏まえ、ハード・ソフト・人材を一体とした教育環境の整備が必要とされている。
施策	地域産業の魅力発信	個人と地域の連携を強化し、つながりの構築が期待できるふるさと納税について、引き続き積極的な活用を図る。
	地域資源を活かした観光振興	町内には、マリンスポーツを始めとして、レジャーやスポーツを楽しむことのできる地域資源が存在していることから、これらを有効に活用して経済・社会を活性化させ、交流人口・関係人口の拡大を図る。
	新潟東港を核とした経済振興	令和2年9月に企業立地促進制度を見直したことから、今後はそれを踏まえた企業誘致活動等を行う。
	民間活力を活用した移住・定住の促進	移住・定住を望む人の居住空間を確保するため、住宅建築への支援を行う。 併せて、空き家対策を総合的に推進する観点から、「空き家の利活用」に係るKPIを「空き家解消件数」に変更する。
	防災対策の推進	町民への緊急情報伝達体制を検証するため、KPIとして「戸別受信機の貸出件数とSNS (LINE、Twitter) フォロワー数の合計」を新たに設定する。

※このほかにも、KPIの目標値を上方修正したものや、新規に設定したものがある。具体的な改訂内容は別添のとおり。

4 今後の展開

本戦略に加え、企業版ふるさと納税の活用を促進することにより、企業活動を通じて関係人口が創出・拡大され、地方創生の更なる充実が期待できる。