

令和8年度 事務事業評価シート（1）

〔 令和7年度事務事業 〕

一般会計				事務事業分類	A 一般事務事業
事務事業名	泉北ニュータウン居住魅力向上事業			事業番号	016-003
担当部署名	泉北ニューデザイン推進室	局	泉北ニューデザイン推進室	部	事業推進担当 課

I. 基本情報

事業の位置付け

1	堺市基本計画2025	施策との関連	有・無	戦略	4.人や企業を惹きつける都市魅力 ～Attractive～		施策	(5)泉北ニュータウンの新たな価値の創造		
			有	取組の方向性	④持続可能なまちをめざしたICTや社会資本の活用					
		寄与するKPI	有・無	指標名	泉北ニュータウン全人口に対する39歳以下の人口割合					
			有	現状値	29.5%(2025年推計値)			目標値	30.5%(2025年度)	
	堺市SDGs未来都市計画 2021-2025	施策との関連	有・無	ゴール	ゴール⑪住み続けられるまちづくりを			ターゲット	11.3	
			有	取組	堺市都市計画マスタープランに基づく各エリアの特色を活かした都市整備の推進					
		寄与するKPI	有・無	指標名	—					
			無	現状値	—			目標値	—	
2	関連計画			SENBOKU New Design（本市策定）、IZUMIGAOKA Next Design（泉北ニューデザイン推進協議会策定）						
3	事業開始年度			平成 22 年度		点検対象年度（堺市基本計画2030）		令和 12 年度		
4	実施根拠			—						

事業の概要

5	事業の実施主体	本庁		
6	事業の対象	・泉北ニュータウンに関わる市民、関係団体等（泉北ニュータウン人口約10万人） ・泉北ニュータウン非居住者（若年層・子育て世代等）	対象数	単位
			－	－
7	事業の目的	泉北ニュータウンの居住魅力の向上を図り広く発信することで、若年層・子育て世代を中心とした転入・定住を促進する。		
8	事業内容	①SENBOKU Welcome Book活用促進 泉北ニュータウンでの暮らしを具体的にイメージできる情報発信コンテンツ「SENBOKU Welcome Book」について、WebやSNS等を活用して効果的に発信し、若年層・子育て世代の転入・定住の促進につなげる。令和7年度は、「SENBOKU Welcome Book」のランディングページへ誘導するバナー広告のクリック数が約9万回となり、目標を上回る成果を達成した。あわせて、堺市を除く大阪府内のフリーペーパー配架拠点（502か所）においてPRチラシを配布した。（計25,100部） ②南海電鉄（現：㈱NANKAI）と連携した泉北ニュータウンの居住魅力発信 南海泉北線沿線地域及び泉北ニュータウンの魅力を発信し、転入・定住の促進を図るため、泉北ニュータウン地域に関心がある方や具体的に移住を検討している方等を対象としたオンラインイベント及びリアルイベント（LIVE配信、体験型ツアー等）を実施した。 （リアルイベント参加者：30人、オンラインイベント参加者：1,157人） ③泉北ニュータウン魅力発信動画コンテスト 泉北ニュータウンが有する魅力を表現した動画作品を活用し、「SENBOKU New Design」の理念である「かつてのベッドタウンから、より豊かに暮らせるまち」へのブランド構築を推進し、若年層及び子育て世代の転入・定住の促進を図ることを目的として、動画コンテストを実施した。あわせて、本コンテストを市民が地域の魅力を再認識する機会とし、受賞作品については市ホームページ及びSNS等を通じて効果的な情報発信を行った。（応募作品数：8作品） ④旧泉北すえむら資料館の活用 泉ヶ丘駅前地域のエリア価値の向上及び交流人口の増加を図ることを目的として、大蓮公園内の既存施設を活用し、設置管理許可制度を活用した魅力ある公園の利活用を実施した。（図書館、カフェ、キャンプサイト、パンプトラック等） ⑤泉北ニュータウン内の戸建て住宅への若年層・子育て世代の移住促進 一般社団法人移住・住みかえ支援機構、りそな銀行と連携し、本市補助制度である「泉北ニュータウン版マイホーム借上げ制度補助金」、及び戸建て住宅の循環にかかる制度「マイホーム借上げ制度」の紹介などのセミナーを実施した。		
	※国・府の基準より上回って実施した内容	－		
9	主な支出先	民間事業者、施設維持管理業者等		
10	公民連携・協働事業	各事業において、民間事業者の知見等を積極的に活用し、居住魅力の向上を図る。		

II. 事業目的の達成状況

事業の成果や活動実績の測定

成果指標		単位		実績		目標	目標
				令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和12年度
11	39歳以下人口比率（各年12月末）（社会情勢から減少は避けられないが、推計値より減少を抑える）	%	目標値	30.2	30.5	28.3	26.8
			実績値	29.0	28.7		
			達成率	96%	94%		
	当該指標を選定した理由		泉北ニュータウン外への転出超過が顕著に表れている39歳以下の世代を増加させ、バランスのよい年齢構成を実現するため。				
目標値の設定根拠・算出方法		39歳以下の人口比率は年々減少し、令和12年の推計は25.8%になることが見込まれ、1%上回る26.8%を目標とする。					
12	活動指標	単位		実績		目標	
	市ホームページのページビュー数	件	目標値	250,000	250,000	250,000	
			実績値	154,819	170,957		
			達成率	62%	68%		
	当該指標を選定した理由		若年層・子育て世代をターゲットとした泉北ニュータウンの情報を発信するホームページであり、PV数を目標とすることで同世代の泉北ニュータウンへの関心度を把握することができるため。				
目標値の設定根拠・算出方法		これまでのPV数の傾向及び新コンテンツ増設等、発信情報の拡充を図るため。					

令和8年度 事務事業評価シート（2）

事務事業名	泉北ニュータウン居住魅力向上事業	事業番号	016-003
-------	------------------	------	---------

Ⅲ. 投入量

事業コスト

※当初予算には、前年度からの繰越分を含む。（単位：千円）

	項 目	令和5年度	令和6年度	令和7年度		令和8年度
		決算	決算	当初予算	決算	当初予算
13	事業費（a）	20,888	16,083	48,806	34,021	35,026
	国支出金	0	0	0	0	0
	府支出金	0	0	0	0	0
	市債	0	0	21,300	17,000	0
	その他（繰入金、公園占用料）	4,458	0	2,423	0	6,423
	受益者負担金(使用料、手数料等)	0	0	0	0	0
	一般財源	16,430	16,083	25,083	17,021	28,603
14	人件費（b）	21,060	24,300	25,200	25,200	22,620
15	年間経費（c）=(a)+(b)	41,948	40,383	74,006	59,221	57,646

事業費の内訳

（単位：千円）

	項 目	年度		事業費	うち一般財源	項 目	年度		事業費	うち一般財源
		R7	決算	0	0		R7	決算	3,300	3,300
16	報酬	R8	予算	459	459	負担金（南海電鉄と連携した泉北ニュータウンの居住魅力発信）	R8	予算	3,750	3,750
		R7	決算	35	35		R7	決算	150	150
	役務費（手数料）	R8	予算	3,200	3,200	需用費（修繕料）（旧泉北すえむら資料館関係）	R8	予算	4,000	1,577
		R7	決算	992	992		R7	決算	25,159	8,159
	委託料（旧泉北すえむら資料館関係）	R8	予算	400	400	工事請負費（旧泉北すえむら資料館関係）	R8	予算	4,000	0
		R7	決算	1,502	1,502		R7	決算	0	0
	委託料（旧高倉台西小学校関係）	R8	予算	11,800	11,800	補助金（泉北ニュータウン版マイホーム借上げ制度補助金）	R8	予算	2,500	2,500
		R7	決算	2,635	2,635		R7	決算	248	248
	委託料（SENBOKU Welcome Book発信等）	R8	予算	4,000	4,000	その他（報償費、需用費、使用料及び賃借料、負担金等）	R8	予算	917	917
		R7	決算	2,635	2,635		R7	決算	248	248

Ⅳ. 事業の効率性

単位当たり経費

	区 分	単位	令和6年度	令和7年度
			154,819	170,957
17	① 市ホームページのページビュー数	PV	154,819	170,957
	② 上記①にかかる年間経費	千円	2,673	2,239
	③ 単位当たり経費（②÷①×1,000円）	円/単位	17	13
算出についての説明等				

Ⅴ. 評価

費用対効果に係る所見

18	泉北ニュータウン地域への転入・定住を促進するため、主に若年層・子育て世代を対象に、ホームページ等へバナー広告を掲出し、ランディングページを経由して市ホームページ「SENBOKU Welcome Book」へ誘導した。また、複数のバナー広告を作成することで広告慣れを防ぎ、ターゲット層に効果的に訴求する情報発信を行った。 配信結果の効果測定・分析の結果、バナー広告から「SENBOKU Welcome Book」のランディングページを経由した市ホームページ閲覧者が増加し（令和7年12月～令和8年2月）、市ホームページ単体のPV数は前年度より減少したものの、ランディングページを含めた合計PV数では前年度を上回ったことから、一定のプロモーション効果があったと考えられる。
----	---

KPI等への寄与（基本計画等のKPI・取組の方向性や事業の目的の達成にどのように寄与したか）

19	①SENBOKU Welcome Book活用促進 ・主に若年層・子育て世代の利用が想定される民間の住宅・子育て情報のポータルサイトやSNS等で発信したことにより、泉北ニュータウンの認知度向上につながった。 ②南海電鉄（現：(株)NANKAI）と連携した泉北ニュータウンの居住魅力発信 ・オンライン及びリアルイベントの実施による広報発信により、ターゲット層への効果的なPRや高い満足度・移住意欲の向上を促すことができたことから、泉北ニュータウンの認知の拡大と今後の施策改善につながった。 ③旧泉北すえむら資料館の活用の取組 ・民間事業者による図書館、カフェ等の運営や地域の方が参加するイベント等が行われ、大蓮公園をはじめとする泉ヶ丘駅周辺の魅力向上につながった。 ④泉北ニュータウンすまい活用セミナー ・若年層・子育て世代のニーズが高い戸建て住宅について、物件所有者を対象としたセミナーを開催し、賃貸による資産活用という選択肢を周知し、市場流通につなげるきっかけを提供した。 以上の取組は、主に若年層・子育て世代をターゲットとし、泉北ニュータウンの魅力を発信し、当該地域への関心を高め、将来の若年層の転入・定住につながるものであることから、KPIへの貢献に資するものと考えている。

令和3年度からの実績等を踏まえた事業の必要性・有効性に係る所見（前年度の事務事業評価で点検対象年度を令和7年度とした事業のみ記載）

20	必要性 ■ 高い □ 低い	令和3年度以降、情報発信や民間事業者との連携した取組等により認知度向上や関心喚起など一定の成果が見られる。一方、若年層の人口減少傾向は続いており、事業の必要性は高い。これらの取組は居住魅力の向上と将来的な転入・定住促進に資するものであり、有効性は高いと評価できる。今後も引き続き、WEBやSNS等の多様な手法を活用した情報発信に取り組む。
	有効性 ■ 高い □ 低い	