

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

資料	2
----	---

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課
1. 山県市総合戦略策定事業	基礎交付	企画財政課

事業費(計画額)	7,830,000円
事業完了(見込)額	7,830,000円

①総合戦略での位置づけ

⑤KPI達成度

②事業の概要・目的

人口ビジョン、豊かな自然環境と東海環状自動車道高富IC(仮)の設置を契機とした経済の発展、若者の定住促進など地域活力を向上させる施策を策定する。

⑥事業成果

平成27年6月から山県市まち・ひと・しごと創生会議を5回開催し、同年10月に当市の将来人口の把握、分析と、めざすべき方向を提示すること目的とした「人口ビジョン」及び人口ビジョンで示す将来展望を実現するための重要施策をとりまとめた「山県市総合戦略」から構成される「山県市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。

③交付金を充当した内容

- ・総合戦略策定委員会の運営費
- ・総合戦略策定支援(調査等)業務委託

⑦課題

山県市総合戦略に記載されている重要施策を実施するのにあたり、実施はもとより検証が重要であり、それを次年度以降すぐに反映させ、改善していくことが課題である。

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

⑧今後の方向性

平成31年度までの実施期間について、社会情勢や経済環境の変化、国や県の政策動向を踏まえ、適宜まち・ひと・しごと創生会議を開き、「山県市総合戦略」の検証や見直しを実施していく。

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課	事業費(計画額)	3,247,000円
2. 移住定住促進事業	基礎交付	美山支所	事業完了(見込)額	2,185,000円

①総合戦略での位置づけ

基本目標2 みんなでいつまでも！

(1)若者支援

①若者の移住・定住

【数値目標】 転出超過人数 200人〔基準値(H26) 251人〕
150人(H31)

②事業の概要・目的

・移住定住促進空家バンクホームページ開設
過疎地域に多く存在する利活用できる空家と生活に必要な情報及び市の移住者支援・子育て支援・就業支援等の情報を掲載し移住希望者へ魅力を発信することにより、空家対策と移住定住促進を図る。
・お試しゲストハウスの整備
市内の過疎化が著しい北部地域の空家を活用し、手軽に田舎暮らしが体験できる滞在型「ゲストハウス」を2地域に整備することにより、自然豊かな田舎暮らしの魅力をPRし、移住・定住の促進を図る。

③交付金を充当した内容

・空き家・移住者支援情報に特化したポータルサイトの構築業務委託
・ゲストハウス予定空家2軒の改修材料費

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

移住希望者の田舎暮らし体験者数:50人

空家の賃貸・売買契約数:5件

⑤KPI達成度

田舎暮らし体験者数:44人(平成28年3月)

空家バンク:物件登録軒数6軒・利用者登録件数22件・売買契約数1件(平成28年3月)

ゲストハウス開所数:1軒

⑥事業成果

H27年8月に移住サイトを開設した。空家のオーナー方に接触し、売買物件の登録を依頼して6軒の登録ができたことにより、移住希望者の注目を集め、多くの利用希望者の登録に結びつく成果をあげることができた。

ゲストハウス1軒をH28年1月に開所し、3月末で44人の利用者へ田舎暮らし体験を提供することができた。

⑦課題

空家が多く存在するが、売買や賃貸目的での空家は皆無のため、特定空家になる前に有効活用をするよう、所有者の意識改革を促す必要がある。また、通常的生活道具やゴミがそのまま残されているため、空家バンクに登録するにあたり、ある程度の市の支援(労力)が必要である。

田舎暮らし体験ができるゲストハウスの存在を、各メディアを通じて広くPRしていく必要がある。

⑧今後の方向性

山県市の知名度をアップし、移住先として選択されるには、空家バンクへ魅力的な空家(金額・構造・付属の畑・場所等田舎暮らし希望者が魅力を感じる事は千差万別)の登録を増やす必要があり、積極的に所有者との接触を図る。

ゲストハウスの2件目の開所により、各ゲストハウスの魅力や特長を各メディアやSNS等を利用しアピールすると共に、田舎暮らし体験イベントを企画し交流人口増を図る。

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課	事業費(計画額)	4,755,000円
3. 健康づくり推進事業	基礎交付	健康介護課	事業完了(見込)額	4,755,000円

①総合戦略での位置づけ

基本目標2 みんなでいつまでも!

(2)相互支援の環境整備

①健康増進

【数値目標】 転出超過人数 200人〔基準値(H26) 251人〕
150人(H31)

⑤KPI達成度

健康度 100%

(・体重 男性6.9kg、女性5.3kg減少 ・腹囲 男性8.9cm、女性9.2cm減少 ・中性脂肪 89.8mg/dl減少等)

意識改善 86.5%

②事業の概要・目的

・生活習慣病の重症化予防を支援する取組

大学に研究委託し、作成したプログラムを活用した運動、食等によるメタボリックシンドロームの改善を支援。また、人材の育成・世代間交流を図る。

⑥事業成果

教室受講者は、33人で途中1人辞退され32人の受講となった。食生活改善を中心としたプログラムを実施し、体重を減量し、体重、腹囲、血液検査、活力年齢が改善されメタボリックシンドロームの改善、予防につながった。教室が終了してから2カ月後に受講者の状況を確認した際に数kgのリバウンドのあった人もあったが、維持している人が多く生活改善につながった。

アクティブ+10事業では、37人が応募し、3カ月間のウォーキング等事業終了後28人(75.7%)の人が運動する習慣がついたと答えており、運動するきっかけづくりとなった。

③交付金を充当した内容

- ・プログラム研究策定及び実施委託料
- ・市民啓発、市民参加向上に係る費用
- ・配布カレンダー印刷製本費

⑦課題

スマートダイエット教室は、受講者が30人と限られた人数であるため広く市民への普及ができない。教室の運営を委託事業者が実施しているが、市民へ広く周知するためには市のスタッフを養成する必要がある。

アクティブ+10事業では、応募者数が37人と少ない。多くの人に参加してもらうためには、この事業に対する市民への周知と事業に参加しやすい体制の見直しが必要である。

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

健康度(内臓脂肪、中性脂肪等の数値変化:80%)

意識改善:70%

⑧今後の方向性

スマートダイエット教室動機付け講演会への参加者数を増加させ、適正体重の維持の重要性を周知し、教室への受講の意識や生活改善の重要性など健康意識を高める。また、教室受講者は、少人数であるため地域に広くスマートダイエットの考え方を普及していくためのスタッフ養成研修会を実施する。

アクティブ+10事業は、あらゆる機会を通じて市民への周知を図り、応募しやすいよう運動の期間を3カ月から40日と短縮し、2回の応募ができるよう機会を増やす。

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課	事業費(計画額)	9,938,000円
4. 結婚支援事業	基礎交付	福祉課・産業課	事業完了(見込)額	9,938,000円

①総合戦略での位置づけ

基本目標4 みんなを呼び込む！

(1)交流人口の呼び込み

①地域資源の有効活用

【数値目標】 交流人口(観光地点別入込客数) 340,000人
〔基準値(H25) 284,000人〕

②事業の概要・目的

・結婚支援のための拠点づくりとサポート事業
ぎふ広域結婚相談ネットワークに参加、「恋人の聖地」認定申請と環境整備を行い、婚活イベント等を実施するとともに地域の活性化に資する。

③交付金を充当した内容

・結婚相談所開設及び運営委託費
・婚活イベント企画運営委託費
・「恋人の聖地」登録申請委託及び環境整備費

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

結婚相談件数:120件

結婚:5組

⑤KPI達成度

結婚相談件数:69件(9ヶ月間)

結婚:0組

当初目標としていた月10件という相談件数には届かなかったが、月平均7.5件の来所相談があった。相談から婚姻までに時間を要するため、現在までに婚姻はなし。
伊自良湖が「恋人の聖地」にH28年1月認定され、3月にモニュメントが完成した。

⑥事業成果

独身者を対象として結婚相談所を月6回程度開所、婚活イベントを6回開催した。H28年度末における市結婚相談登録者は20人、年間婚活イベント参加者は延べ79人、婚活において成立したカップリング数は9組(カップリング実施イベント4回)であり、日頃出会いの機会がなかな少ない市内の独身者へ出会いの機会を提供することができた。
「恋人の聖地」に伊自良湖が認定され、3月に除幕式が行った。

⑦課題

・市内の独身者の総数に対して婚活への参加や結婚相談所の登録者数が少なく、市全体として独身者、企業、関係者のいずれにおいても未婚晩婚化に対する危機意識が低いのが現在の結婚支援の課題である。また、婚活参加者の傾向、結果の研究、婚姻までの事後のフォロー等の機能がなく、婚活が出会いの場の提供だけの役割になっていることも課題である。
伊自良湖は「恋人の聖地」に認定されたが、周辺の環境を整備し、若いカップルに来場してもらえるようにする必要がある。

⑧今後の方向性

H28年度も結婚相談所及び婚活イベントは継続して実施していく。結婚相談所に婚活参加者への事前カウンセリングやアフターフォロー等を行う機能をもたせ、婚姻までを継続的にサポートできる体制とするとともに、結婚相談所を登録の有無にかかわらず気軽な相談を受けられる場とすることで、結婚相談所来所者の増加を図る。また、結婚支援事業として、大学等と連携して地域の未婚晩婚化のアンケート意識調査等を行うことで要因究明・対策等に関する調査研究の実施及び調査研究結果やイベント情報、結婚支援情報等を掲載した結婚支援情報誌の作成、地域での問題意識の強化・対策の検討を行うために地域協議会の設置等を予定している。
「恋人の聖地」については、食と遊び等の付加価値を高め、来場者の増加を図っていく。

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課	事業費(計画額)	4,358,000円
5. 子育て支援事業	基礎交付	福祉課	事業完了(見込)額	4,358,000円

①総合戦略での位置づけ

基本目標1 みんながいきいき！

(1)女性の活躍

①出産・子育て支援強化

【数値目標】 出生数 210人

[基準値(H26) 165人]

⑤KPI達成度

サイトアクセス数:667件(H28年2月25日～3月31日)

LINEフォロワー:148人

利用者人数:通常 8人

②事業の概要・目的

・子育て支援Webサイトの構築

妊娠・出産・子育てに関するサービス等の情報を発信し、安心な子育て環境を推進する。

・放課後児童クラブの整備

児童の安全・安心に配慮した放課後児童クラブの整備を実施する。

⑥事業成果

子育て支援関連情報に特化したサイト「げんき」をH28年2月に開設した。子ども、親、行政、子育て支援事業を展開する各種団体、地域をつなぐツールとして利用されている。

放課後児童クラブの整備については、現在、放課後児童クラブの場所を順次小学校内の余裕教室等への移設を検討している。H27年度までに9校区のうち1校区の移設が完了し、児童クラブまでの遠い下校がなくなったことで、移動中の安全が確保された。歩けないことを理由にクラブに参加できなかった児童も参加できるようになった。

③交付金を充当した内容

・子育て支援Webサイトの構築委託等経費

・放課後児童クラブ設置工事等

⑦課題

子育てサイトについては、利用者等からの意見や要望について検証ができていない。また、敏速に情報発信ができる体制づくりが課題である。

放課後児童クラブの整備については、1校区を余裕教室へ移設したが、より良い学校内での過ごし方を学校とクラブで協議しながら模索していきたい。

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

サイトアクセス数:月5,000件

利用者人数:20人

⑧今後の方向性

子育てサイトについては、ニーズを把握し利用促進を進めていくとともに、情報の収集と迅速な発信ができる体制づくりを整える。

放課後児童クラブの整備については利用児童だけでなく、すべての児童の放課後の居場所作りについて、生涯学習課・学校教育課・福祉課の3課で協議していきたい。

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課	事業費(計画額)	8,746,000円
6. 緑のコンシェルジュ事業	基礎交付	産業課	事業完了(見込)額	8,746,000円

①総合戦略での位置づけ

基本目標3 みんなが活躍！

(1)地域産業の活性化

①商工業の活性化

【数値目標】 従業者数 10,500人
[基準値(H26) 10,309人]

②事業の概要・目的

- ・農産物を活用した新商品の研究開発
- ・新規就農者、作付面積の拡大等、作付種目の増大等

農産物直売所の売上・販売収入増を図り、域内の「稼ぐ力」の向上を目指す。

③交付金を充当した内容

- ・地域農産物を活用した新商品の研究開発委託
- ・イベント宣伝広告委託
- ・朝市運営委託等

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

新商品の開発: 2品
朝市開催: 9回
売上: 3,000千円

⑤KPI達成度

新商品の開発: 3品開発

(①山県食材のシフォンケーキ ②いちごアイス ③ポーノポークパティハンバーガー)

朝市開催: 10回(11日開催) 20農家60品目販売目標 20農家60品目→53農家参加118品目販売
売上: 2,200千円

⑥事業成果

緑のコンシェルジュ事業の調査研究結果をもとに、品揃え、容量を考えた軽トラ市が毎週開催されるようになった。

作付けでは、加工用キャベツ、レタス、ブロッコリーの栽培面積が水田を活用し8,000㎡、施設野菜のイチゴ生産でも新規就農者1人と2,000㎡増えた。菌床しいたけ栽培も地元農産物直売所で出荷売上増加に寄与したことにより、水田を活用して10,000㎡施設野菜面積を増加した。

栗の販売では新たに岐阜市の製菓会社と開始され1.2トﾝが出荷され80万円の収益があり、JAとも直接取引が増えた。また、イオンビック高富店に地場産野菜コーナーが開設され、H27年度新規出荷8農家を含む26農家が参加した。

⑦課題

農産物直売所来場者アンケートによると、新たな販売場所が必要というのは少なく、品揃えが多く、量も豊富な販売所を利用したいとの声が多い一方、現状では品数の少なさや量を確保することに苦慮している。

また、山県市産食材の良さを十分なPRができていない現状にある。

⑧今後の方向性

農産物直売所で夕方まで野菜などを販売できるよう作物別、農産物直売所別に栽培団体及び農家の栽培支援を行う。山県市産食材の良さのPRのため、飲食店などへの流通経路を確保する。

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課
7. 零細小売店等活性化事業	基礎交付	産業課

事業費(計画額)	3,000,000円
事業完了(見込)額	3,000,000円

①総合戦略での位置づけ

基本目標3 みんなが活躍！
 (1)地域産業の活性化
 ①商工業の活性化
 【数値目標】 従業者数 10,500人
 [基準値(H26) 10,309人]

⑤KPI達成度

商工会加入率:67%
 参加店舗存続率:100%

②事業の概要・目的

・商工会スタンプカード事業
 商工会加盟店(飲食・小売店5~8店舗をグループ化)で一定額以上の消費につき商品券を贈呈し、零細小売店等の存続と活性化を図る。

⑥事業成果

スタンプラリー参加店で、500円以上の買い物をした場合にスタンプを1つ押印してもらえ、8店舗分のスタンプを満杯にすると1,000円分のプレミアム振興券と交換することができる事業として8/10~11/30まで実施。最終的に8店舗分の満杯カードは1,887枚となり、市内売上金額は約1,200万円(推計)があったと考えられる。
 普段は利用しない市内店舗を利用するきっかけ作りや市内店舗の魅力の再発見となった。また、「夏休みを利用し子供と一緒に楽しめた」、「色々な店舗を回るのが楽しかった」との意見もあり、買い物目的以外にイベント的に楽しむことで、家族間のコミュニケーションが図られるなどの効果もあったと考えられる。

③交付金を充当した内容

・事業実施団体(商工会)に補助金の交付

⑦課題

参加店の地区や取扱商品に偏りがあることがあることや、品物によって市内の店舗が利用できない場合があった。

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

商工会加入率:65%
 参加店舗存続率:100%

⑧今後の方向性

本事業をきっかけとして、多くの消費者が地元の店舗に対する関心を高めた状況にあることから、参加店舗が消費者に対して積極的にPR等を行うことでリピーターを創出し、来客者数及び売上増につなげるように改善しながら継続を目指す。

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課	事業費(計画額)	3,090,000円
8. 女性就職支援事業	基礎交付	企画財政課	事業完了(見込)額	3,090,000円

①総合戦略での位置づけ

基本目標1 みんながいきいき！

(1)女性の活躍

②男女共同参画社会の推進

【数値目標】 出生数 210人

[基準値(H26) 165人]

⑤KPI達成度

就職者人数:7人

②事業の概要・目的

出産等によりいったん離職した女性等を再就職できるような体制を構築する。

⑥事業成果

10人の体験者中7人が就職するなど具体的な成果のほか、実施後アンケートでは体験者、受入企業双方に事業継続の声が聞かれるなど、女性の雇用に関する啓発効果も得られた。
再就職を望む子育て中の女性には自身のキャリアを考えて様々な業種に挑戦する機会を、人材確保に悩む企業には女性採用の効果等を検討する機会を提供することができた。

③交付金を充当した内容

有給インターンシップ等を実施し、再就職のサポート事業を委託する経費

⑦課題

1～3カ月の体験期間を設けたが、体験者全員が1カ月の体験を希望したため、より短期型の就職体験を検討する必要がある。

体験者は市内在住限定としたため確保に苦労した一方、市南部の子育て関連施設を利用する近隣自治体在住の女性で興味を示す人が存在した。事業単体での女性の就職数だけでなく、市内企業における女性雇用の促進など、地方創生というより大きな枠組みの中で女性の再就職について検討する必要がある。

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

就職者人数:5人

⑧今後の方向性

・平成28年度に、岐阜県地域女性活躍推進補助金を活用し、本事業の結果を踏まえた形で再就職支援事業を行うとともに、ロールモデル紹介冊子の作成や女性の活躍に関するニーズ調査を行い、本市の地域事情にあった形での女性の活躍を推進していく。

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課
9. 山県市空家(空き店舗)トリアージ事業	タイプ I	まちづくり・企業支援課

事業費(計画額)	20,000,000円
事業完了(見込)額	20,000,000円

①総合戦略での位置づけ

基本目標2 みんなでいつまでも!

(1)若者支援

①若者の移住・定住

【数値目標】 転出超過人数 200人(H27) [基準値(H26) 251人]
150人(H31)

⑤KPI達成度

空家バンク登録件数: 6件

転出超過人数: 186人

②事業の概要・目的

倒壊危険や防犯・衛生面等で近隣住民が不安を感じる空家が増加傾向にあることから、空家等をトリアージ(知見に基づく外見調査による取壊し・改装・高齢者向き・新婚向き等へ分類)し、データベース化(DB化)・統合型GISへプロット化する。

⑥事業成果

コンサルタントにより、山県市の全域について自治会や市内のNPO法人の協力を得て、1,437件の空家候補の調査を行い、1,081軒の空家(空き店舗)の特定を行った。また外観分類(トリアージ)調査により市内空家等の危険度を4段階に分類し、空家台帳(統合型GISのプロット化)を整備した。

③交付金を充当した内容

市が(仮称)空家対策協議会を主宰しつつも、その設立・運営経費等については、空家情報に関する専門的知見を有する建設コンサルタントへ委託する。

⑦課題

空家実態調査を行ったばかりであり、空家バンクへの登録増加に向けた施策はまだ効果を十分発揮できてはいない。また、移住希望者への紹介物件も少ないため移住人口の増加についても十分とはいえない。

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

空家バンクへの登録件数: 20件

転出超過人数: 200人

⑧今後の方向性

空家実態調査(トリアージ)結果を活用し、有用な空家等について市場化の促進を図るため空家バンク登録について、所有者へ直接働きかけるとともに、建築、不動産、行政書士、NPO法人、金融機関及び大学などと連携し、市場化加速の方策を確立する。また、山県市への移住者の増加を図るため各種のメディア媒体等で山県市の魅力を発信する。

地方創生先行型交付金事業の評価・検証について

交付金対象事業の名称	交付金の種類	主管課	事業費(計画額)	10,000,000円
10. 山県市シティプロモーション事業	タイプⅡ	企画財政課	事業完了(見込)額	10,000,000円

①総合戦略での位置づけ

基本目標4 みんなを呼び込む！

(1)交流人口の呼び込み

①地域資源の有効活用

【数値目標】 交流人口(観光地点別入込客数) 340,000人
〔基準値(H25) 284,000人〕

⑤KPI達成度

休日滞在人口 1.60倍(H27)

②事業の概要・目的

当市は名古屋まで公共交通機関で約1時間という地理的利便性があり、県内トップクラスの子育て支援を実施しているが、近年、転出超過が続いている。これは、当市の特性が市外はもとより市民にも十分認識されていないことが起因していると考えられる。そのため、当市の魅力を客観的に分析し、複数の事業を効果的に展開する戦略を構築するとともに、メディア発信活動などにより市内外の住民に向けてわかりやすく発信する。

⑥事業成果

山県市の存在を名古屋圏に周知するため、「山県市広報分室」を開設し愛知県、岐阜県の44メディアを訪問した。メディアへの露出についてはTV18媒体、新聞38媒体、雑誌1媒体、Web14媒体で取り上げられ、マスメディアとの良好な関係も構築され、広報分室の役割が十分発揮された。また、この事業により開設したWebサイト「Yamagata Base」では、訪問者が20,347人、SNS会員は1,771人という成果であり、新聞やフリーペーパーなどでも取り上げられた。

③交付金を充当した内容

- ・市の魅力の洗い出し
- ・全市、全庁的なシティプロモーション活動の提案、戦略の構築支援
- ・民間企業での広報経験者を常駐させ、名古屋圏の各種メディアへの情報発信の拠点となる「山県市広報分室」を名古屋駅付近に設立
- ・プロモーションのための新たなWebサイト、SNSの開設

⑦課題

職員の意識改革を図るため、広報研修を行ったが職員間の意識格差も生じており、各職員の広報意識の底上げや戦略的なプレスリリース作成などの技術的なスキルアップが課題である。Webサイトについては、現状の記事内容を職員で更新していくことが難しいため、いかにたくさんの人に継続して閲覧してもらえるよう工夫することが必要である。SNSについては、職員をはじめとした市民、訪問者などの協力により書き込みを充実させていくことが重要である。

④KPI(重要業績評価指標)・平成28年3月

休日滞在人口
1.64 倍
(H25:1.49 倍)

⑧今後の方向性

今後も名古屋圏を中心に山県市の存在を周知するため引き続き「広報分室」を名駅に設置する。職員の意識改革を高めるため、若手職員を中心とした「広報プロジェクトチーム」を立ち上げ、様々な情報収集、啓発活動、広報のスキルアップを図る。Webサイトについては、引き続き業者の力を借り内容の充実を図るとともに、SNS等を活用した市民総発信での広報活動の実現のための整備を行う。