

平成30年度版
地方創生関係交付金の活用事例集

平成31年3月

目次

【事例集】

1. ローカルイノベーション（しごと創生分野）

沖縄県沖縄市	創業・起業支援及びICT人材育成を通じたエコシステム構築による産業集積事業	5
岐阜県羽島市	下町ロケットin尾州産地！～国内最大の素材資料館を活用した尾州産地ブランド力強化プロジェクト（人材育成・確保、販路の拡大）～	7
鳥取県八頭町	イノベーター創造地域創出事業	9

2. 農林水産業（しごと創生分野）

北海道上ノ国町	道の駅「もんじゅ」の地域商社化による特産品開発・販路拡大及び交流人口拡大事業	13
福岡県八女市	「八女伝統本玉露」の世界のスーパーブランド化事業	15
山形県	次世代型低コスト大型ハウス実証拠点整備計画	17

3. 観光振興（しごと創生分野）

秋田県	あきた発酵ツーリズム推進事業	21
京都府京都市、滋賀県大津市	琵琶湖疏水通船復活を契機とした京都・大津広域観光促進事業	23
山形県大石田町	地域資源を活かした観光拠点施設整備事業（大石田駅前賑わい拠点施設）	25

4. 地方へのひとの流れ

岩手県雫石町	町有地を活用した100年の森とまちなか居住の連携によるCCRC事業	29
長野県佐久市	交流と協働で織りなす夢をかなえるまちコンパクトシティ臼田と生涯活躍のまちの構築	31
岡山県津山市	岡山県北発「住み続けたい、住みたい」を実現するまち創生計画	33
愛媛県東温市	稼ぐ地域が人を呼ぶ！移住地「とうおん」ブランド創生事業	35
長野県木島平村	移住定住促進事業	37

5. 働き方改革

群馬県前橋市	ジョブセンターまえばしを核とした若者及び女性の就職支援事業	41
大阪府	女性・若者働き方改革推進事業	43
和歌山県有田川町	旧田殿保育園施設リノベーション整備事業	45
静岡県富士市	富士市版働き方改革～市民総活躍社会の実現を図るユニバーサル就労推進事業～	47
千葉県船橋市	多様な人材が活躍できる「働きやすいまち・ふなばし」の実現	49
宮城県白石市	農商工と融合したワーク・ライフ・バランス実現のための子育て支援・多世代交流複合施設整備事業	51

6. まちづくり

香川県東かがわ市	小さな拠点整備事業～里山活性化事業～	55
福島県会津若松市	ICTを活用した中山間地域の永続的な支え合いの地域づくり事業	57
岡山県真庭市	廃校を活用した6次産業化拠点施設整備事業	59
山口県阿武町	選ばれるまちづくり推進事業	61
静岡県藤枝市	大学を核に、情報ビジネスで人の流れをつくる 藤枝「活動・交流都心」創造計画	63
北海道夕張市	みんなの力でつくる「石炭博物館再生プロジェクト」	65

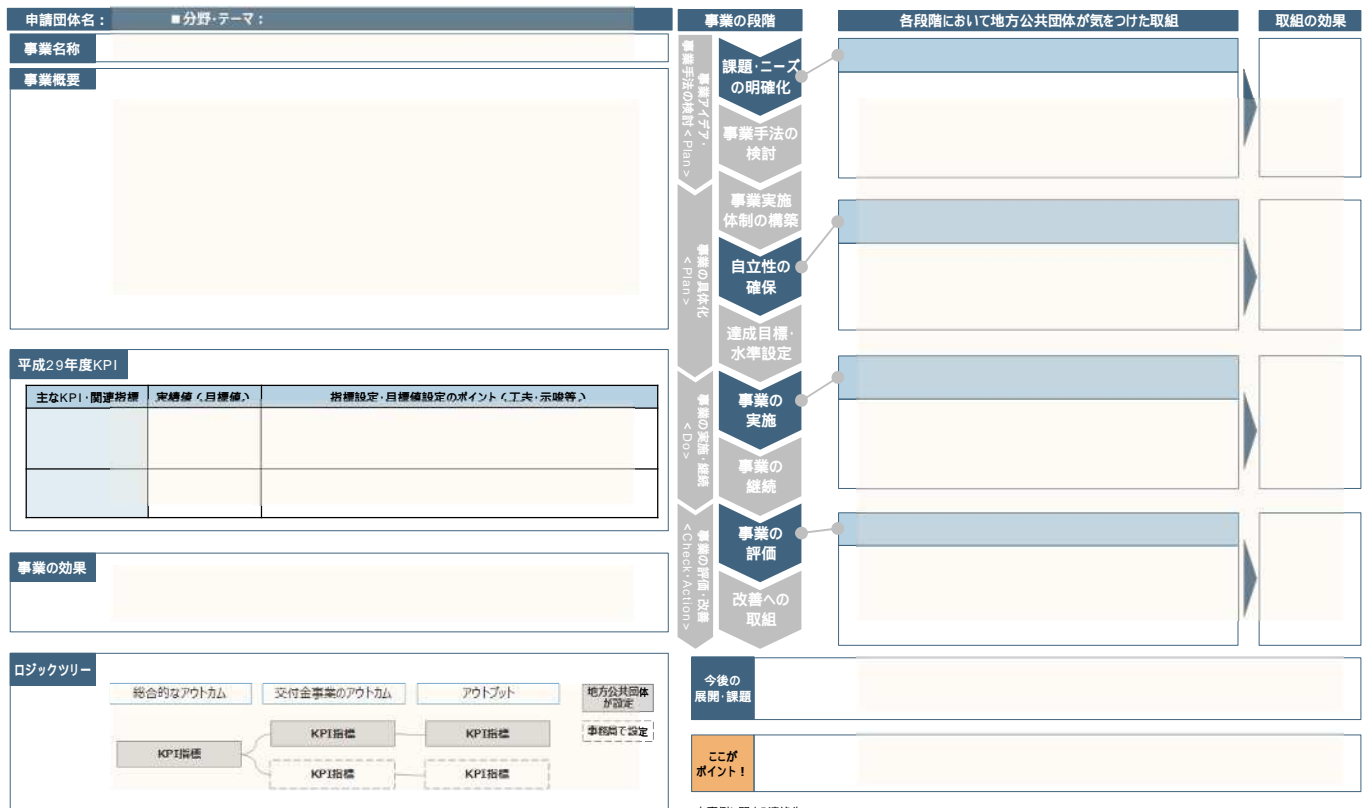
この事例集について

事例集の位置づけ

- この事例集は、平成29年度に地方創生関係交付金（地方創生推進交付金、地方創生拠点整備交付金）を活用して地方公共団体が実施した事業を対象に、事業概要やKPIに対する考え方、取り組む上で気をつけたことについて記載しています。各事業がどのように地方創生関係交付金を活用し、事業を推進したか等を参考にさせていただくことを目的としています。
- 掲載した事業は、いずれも事業実施主体によって意欲的に取り組まれているものですが、必ずしも成功事例として取りあげたものではありません。取り組むテーマや内容によって、克服すべき課題や成果を生む工夫等も異なることに留意しつつご覧下さい。

事例集の構成

- 事例集は各事業2ページで、以下のような構成となっています。



本事例に関する連絡先:

団体名、分野・テーマ、事業名	● 各団体が設定した分野・テーマ及び事業名を記載しています。
事業概要	● 事業の背景・経緯、事業概要、交付金事業実施額を記載しています。
KPI等	● 各団体が設定したKPIとその実績値及び目標値を記載しています。 ● また、指標や目標値の設定についての考え方、根拠、目標水準の捉え方や計測方法などを聞き取り内容等を基に記載しています。
事業の効果	● トータルの事業終了時点のアウトカム目標や、事業の副次効果を記載しています。
ロジックツリー	● 当該事業の「アウトプット 交付金事業のアウトカム 総合的なアウトカム」に至る効果の体系を示したものです。 ● 各団体が設定したものに加え、現地調査等を踏まえて事務局で設定したKPIも含まれます。
各段階において地方公共団体が気をつけたこと	● 事業を推進する上で、各団体が気をつけたことについて、主な点を記載しています。
今後の展開・課題	● 今後予定している事業展開や事業推進における課題を記載しています。
ここがポイント!	● 事業全体において、特徴的なポイントを記載しています。

事例集
ローカルイノベーション
(しごと創生分野)

事業名称 創業・起業支援及びICT人材育成を通じたエコシステム構築による産業集積事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 19,994千円（平成29年度）
 総額 120,943千円（平成29～31年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 沖縄市の人口(平成27年国勢調査)：139,279人

- 沖縄市は、戦後、米軍嘉手納基地の門前町として発展し第3次産業を主要な産業とする基地と関係の深い経済構造となっていたが、市外の周辺地域において基地の返還跡地利用が進み、大規模商業施設の建設やそれに伴う第3次産業の発達が見られ、本市の経済的地位が劣後することとなった。
- こうした中、本市では、創業希望者をワンストップで支援する創業・起業相談窓口を設置し、情報通信技術に係る人材育成などの取組を一体的に推進することで、地域経済を牽引する人材や企業を輩出するとともに、外部からの人材流入、企業の移転、民間投資の喚起に繋げ、エコシステムの構築を目指す。

【事業主体】

- 沖縄市

【事業内容】

平成28年度に地方創生加速化交付金を活用して中心市街地の商店街内の空き店舗を活用して設置した、創業・起業及び情報通信技術（ICT）に係る人材育成の拠点施設となる「スタートアップカフェ コザ」及びものづくり支援施設「オキナワミライファクトリー」を発展的に運営するため、以下の事業に取り組む。

創業・起業総合相談窓口

常時コンシェルジュを配置し、創業に必要な事業計画の策定等を支援する。また、施設内で育成された人材の就職支援、キャリアアップ相談、民間企業のニーズとのマッチングを行う。

ニアショア拠点形成

Web、アプリ制作等の実践的なプログラミング技術を習得する講座によりICT人材を育成し、その人材を民間企業の協力を得ながら早期にOJTやクラウドソーシングの受託に繋げることで、創業及び雇用を促進するとともに、都市圏から遠隔で業務を受託する「ニアショア」の拠点形成を促進する。

先端ICT人材育成

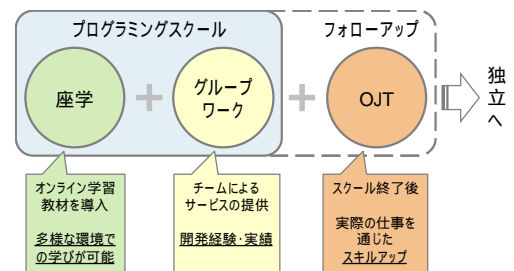
IoT技術や機械学習等の高度なICT技術に関する最先端の知識を学ぶ講座等を開設する。また、3Dモデリング技術や3Dプリンタ、レーザーカッター等のデジタル工作機械の活用方法等を習得する講座を開設する。



創業・起業、ICT人材育成拠点施設「スタートアップカフェコザ」



ものづくり支援施設「オキナワミライファクトリー」



プログラミング技術習得講座によるICT人材育成

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
就業件数	24件 (20件)	● 本事業を通じて育成された人材等の就業が実現した件数を示すもので、本市の課題である若年者の高い失業率の改善に寄与する目標として設定。
創業支援者数	40件 (25件)	● 本事業を通じて育成された人材及び創業・起業総合相談窓口を活用した者のうち、実際に創業・起業及びそれに類する活動を実現した者の数を示すもので、本事業が目指す、新たな産業を生み出す人材と企業の集積地に向け、その達成度を測る目標として設定。 ● また、ICTスキル等を活かした多様な働き方の創出に繋がることから、働き方改革に寄与する目標としても設定。
相談件数	367件 (305件)	● 本事業における創業・起業総合相談窓口において創業・起業等に係る相談が行われた件数を示すもので、地域の産業振興に重要な新規創業の促進に向け、本事業が創業希望者に対し有効なワンストップ窓口として機能しているか計測するための目標として設定。
業務受託件数	13件 (6件)	● 本事業を通じて育成された人材がクラウドワーキングやニアショア受託等を実現した件数を示すもので、クラウドワーキングやニアショア受託等を通じた在宅ワークやフリーランス等の新たな働き方が提供されることから、働き方改革に寄与する目標としても設定。

事業の効果

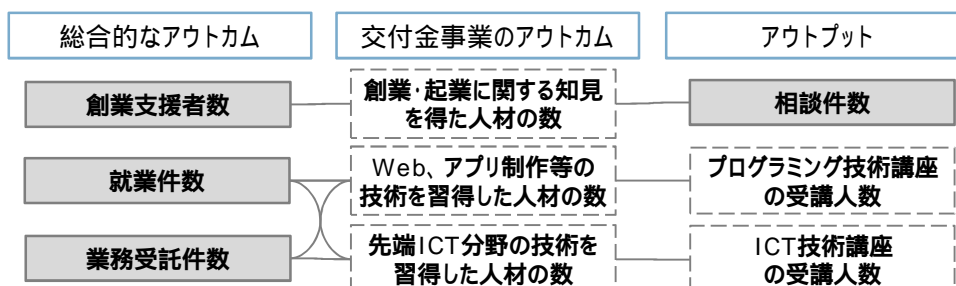
【総合的なアウトカム】

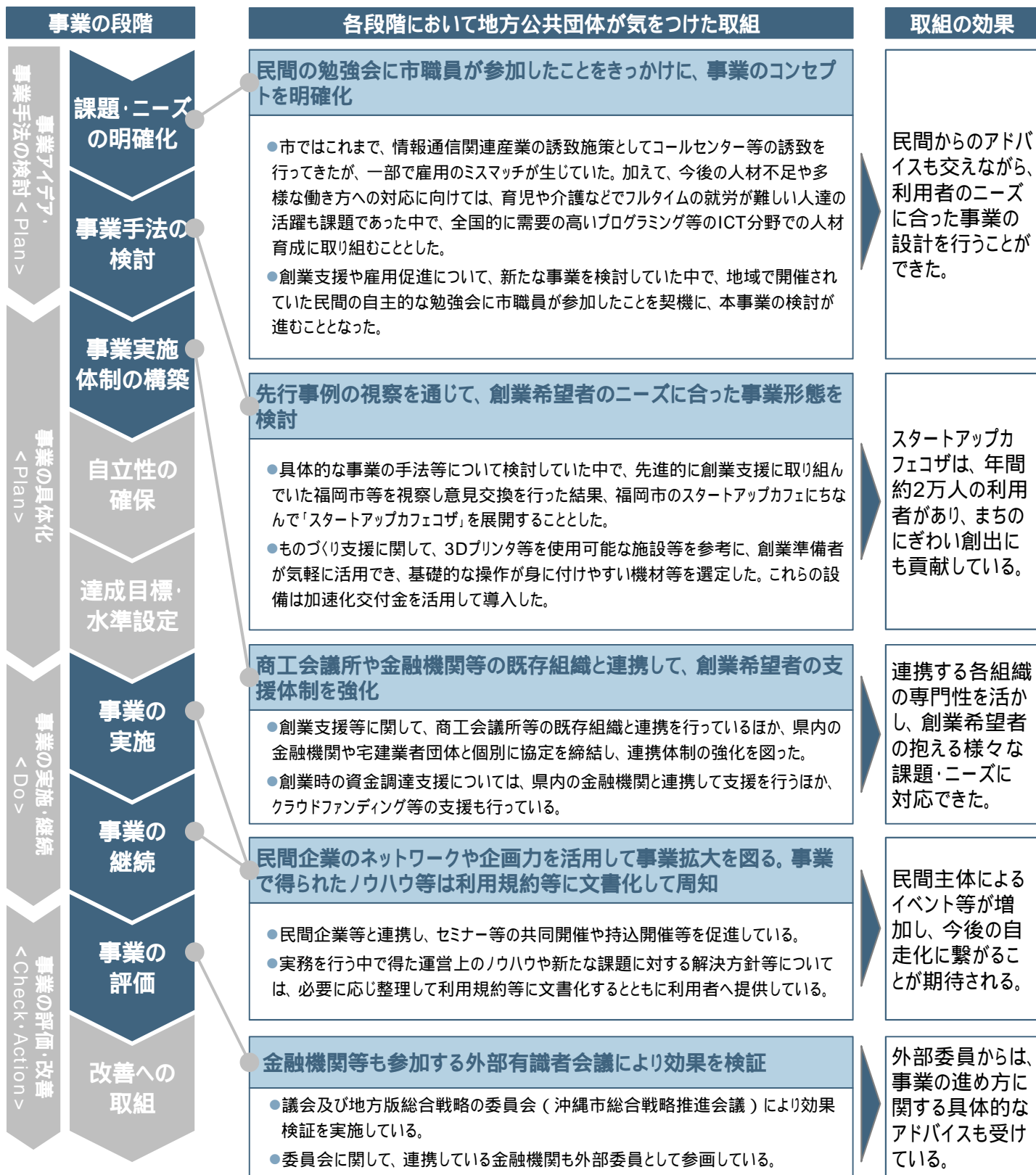
- 就業件数 16件(H28年度) 30件(H31年度目標)
- 創業支援者数 24件(H28年度) 28件(H31年度目標)
- 業務受託件数 5件(H28年度) 10件(H31年度目標)

【その他の副次効果】

- 「スタートアップカフェコザ」が商店街内に立地していることから、賑わいや経済的な波及効果も創出されている。
- 複数のIT関連事業者が商店街内の空き店舗を利用して事業所を開設するなど、企業誘致にも相乗効果を発揮している。（周辺に50以上の新店舗が開店）

ロジックツリー





今後の展開・課題 自走化に向けて持続的な財源確保が必要である。事業の中で民間主体の事業へ移行できる可能性のあるものと、行政による段階的な支援が必要なもの、継続的に行政が担うべきもの等に分かれ、それぞれの展開について今後、具体的な検討を進める必要がある。

ここがポイント！ 創業支援に関係する機関・団体等と連携体制を構築することで、創業希望者の様々なニーズに対応している。また、プログラミンスクールでは、座学やグループワークによるサービスの構築に加えて、運営会社が受注した実際の仕事を通じたOJTなどのフォローアップを行っている。このように、より実践的な講座の実施や場づくりなど、創業希望者の立場に立った支援とすることで、利用者からの支持を得ている。

事業名称

下町ロケットin尾州産地！～国内最大の素材資料館を活用した
尾州産地ブランド力強化プロジェクト（人材育成・確保、販路の拡大）～

推進交付金

事業概要

【事業実施額】実績額 8,969千円（平成29年度）
総額 36,500千円（平成28～32年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 羽島市の人口（平成27年国勢調査）：67,337人

- 羽島市は、愛知県尾張西部地域とともに、高級毛織物の世界3大産地の一つである「尾州産地」の一角を担い、長年、市の基幹産業である繊維産業とともに発展を遂げてきた。近年は、グローバル化の波による安価な輸入製品や職人の高齢化による後継者不足等、厳しい経営環境にある一方、その製品の付加価値の高さから、産地一帯で毛織物の国内生産量の8割を占め、国内外の繊維産業を支えている。
- また、本市内には、国内最大の素材資料館「テキスタイルマテリアルセンター」があり、国内外の展示会等に出品された生地の素材サンプルが10万点以上常設展示されている。そのため、ファッション関係者が集うほか、近年ではアパレル関係以外の企業の利用も増加している。
- 本事業では、尾州産地における繊維産業を魅力ある稼く産業とすべく、国内最大の素材資料館を「核」として、人材の確保・育成及び販路拡大に向けた新商品開発等の取組を総合的かつ一体的に展開することで、新たな仕事の創出による地場産業の振興を図り、尾州産地のブランド力強化や多様な人材の集積による地域の活性化へと繋げていくことを目指す。

【事業主体】

- 岐阜県毛織工業協同組合
構成メンバー：岐阜県羽島市を中心とする43の組合員企業

【事業内容】

- 世界中の生地素材が集積するテキスタイルマテリアルセンターを最大限に活用し、産地自治体、教育機関と連携しつつ、次代の担い手育成・確保に向けた研修機能の充実を図る。
 - ・ファッション関係の学生に対する研修や県内のファッション関係学校への出前講座の実施等
 - ・若手デザイナーからの生地の小ロット生産、素材づくり、素材開発等の相談への対応
 - ・小中学生が地場産業に触れる機会（センターや産地企業の見学、小物づくり体験）の提供
- 国内外への情報発信力や拠点性を活かした新商品の開発による販路拡大や集客力の向上に加えて、生地生産に関する相談機能の強化による産地内企業への仕事創出を図る。
 - ・センターのウェブサイトの構築及びセンターが保有する生地情報のデータベース化
 - ・産地企業の受注生産的要素の多い面を改善するための新商品の研究開発の実施
 - ・アパレル以外の企業と産地企業とのコラボレーションを通じた、新たな業界への販路開拓



「テキスタイルマテリアルセンター」には10万点以上の生地素材サンプルが常設展示されている



尾州産地内企業では、昭和初期に導入された織機が今も現役で活躍している

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
国内外のメーカーと市内企業の取引件数	180件 (180件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 費用対効果の計測指標として、仕事の創出件数を把握するため設定した。 ● 組合と協議の上、目標値を設定。（事業開始前は150件）
若手デザイナーの需要に合わせた生地の小ロット生産、素材づくり、素材開発の相談に対するワンストップ窓口の構築により、産地企業へ仕事を創出した件数	4件 (3件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 費用対効果の計測指標として、人材育成への貢献度を把握するため設定した。 ● 若手デザイナーの活躍支援の取組を通じて、産地企業への継続的な仕事創出、尾州ブランドの強化、という好循環に寄与するものである。 ● 組合と協議の上、目標値を設定。
アパレル業界以外の企業を自社商品の開発研究・相談のためにテキスタイルマテリアルセンターへ呼び込んだ件数	73件 (50件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 新商品の開発による新たな業界への販路拡大を目指す指標として設定。 ● 組合と協議の上、目標値を設定。（事業開始前は31件）

事業の効果

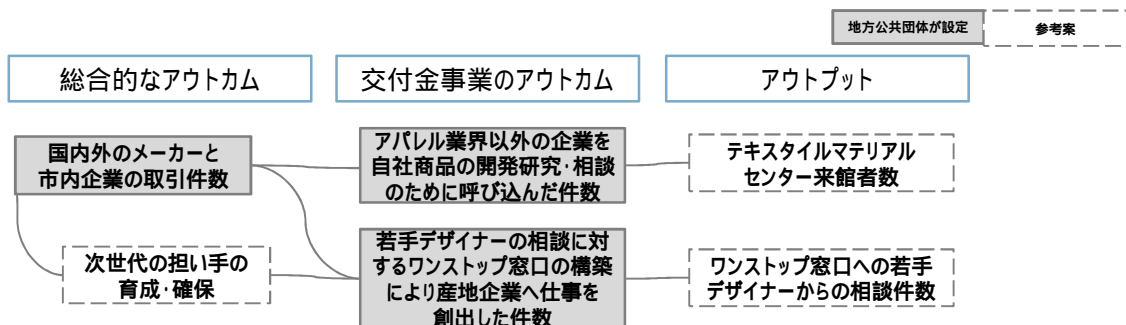
【総合的なアウトカム】

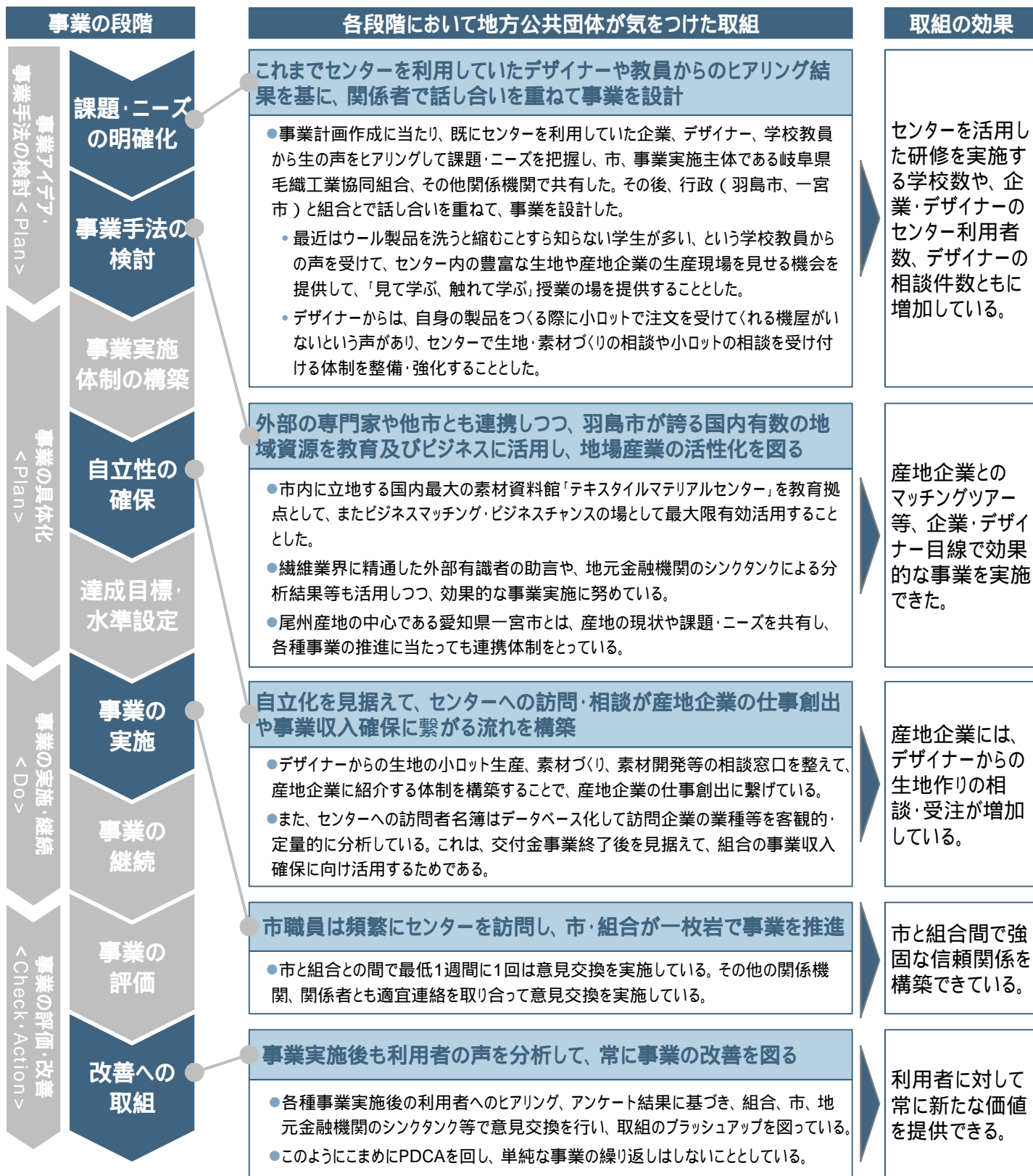
- 国内外のメーカーと市内企業の取引件数
年間150件(H27年度) 200件(H32年度目標)

【その他の副次効果】

- センターを窓口完全分業制の製造過程が点から線に繋がってきた。
- 企業からの人材紹介要望や、展示会における人材マッチングといった、求人・求職機会の提供に繋がっている。

ロジックツリー





今後の展開・課題 自立化に向けて、事業収入を確保できる仕組みにブラッシュアップしていくことが課題である。センターの相談窓口で受けたデザイナーや企業からの数多くの相談内容は、組合の副理事長と専務理事に蓄積されているが、今後はこれをデータベース化して、更なるビジネスチャンスに繋げることを検討している。

ここがポイント! 事業開始前の学校教員やデザイナーへのヒアリング、事業実施時のセンター利用者へのアンケート等により、適宜ニーズ調査を行い、その結果を定期的に分析して関係者で共有しており、今後の事業を効果的に修正・改善できる体制をとっている。そのため、利用者に対して常に新たな価値を提供することができ、このことが利用者の増加に繋がっている。

事業名称 イノベーター創造地域創出事業

拠点整備交付金

事業概要

【事業実施額】実績額 132,605千円（平成29年度）

【事業の背景・経緯】 八頭町の人口(平成27年国勢調査)：16,985人

- 八頭町では、大学進学や就職に伴う若年人口の流出により人口減少が続いており、人口減少の進行を緩和するためには、若者が働ける、働きたくなる雇用の場を確保し、若者が暮らしたいと思える町となることが必要である。一方で、児童数の減少により小学校の統合が行われるなど、地域の中心となっていた公共施設の活用策についても検討が必要となっている。
- 大型工場等の誘致は困難となる中で、情報関連事業等の場所にとらわれることなく(就業可能な業務も増加していることから、学校跡地などを活用して情報関連企業等のサテライトオフィス等を誘致し、クリエイターや起業家(イノベーター)が活躍・発信できるまちの創設を目指すこととした。

【事業主体】

- 株式会社シーセブンハヤブサ

【事業内容】

- 民間企業との連携により、学校の跡地などの空き施設を活用し、サテライトオフィスを開設するなど場所にとらわれることなく就業可能な人材を有する情報関連企業等の誘致を行い、新たな雇用の場を創出する。
 - こうした取組を実現することで、新たな企業の進出による産業の活性化、雇用の創出、社会減の減少による人口減少の抑制を図る。
 - 単なる広報ではなく、利用者を確保していく観点から、中山間地におけるイノベーションの拠点がある町、チャレンジングな町であることを町内外に発信しながら誘致活動、事業運営を行っていくことで、若者が活躍できる町というイメージを確立し、誘致企業の従業員だけでなく、地域の若者が地元で働きたくなる町の実現(長期的な社会減の抑制)に繋げていく。
- 具体的な拠点として、町内の隼小学校の校舎跡について、2階及び3階フロアをビジネス中心の企業用スペース及び起業家・クリエイター用のコワーキングスペース、1階フロアを地域住民も利用可能な集客スペース(飲食、多目的利用スペース)として改修し、ビジネスの拠点かつ地域住民の交流拠点として活用する。(施設名：「隼Lab.」)
- 民間出資により設立した事業会社が、施設を活用した事業運営を担うものとし、事業実施主体、経営責任を明確化するとともに、民間の力を活用する。



廃校となった小学校を活用した「隼Lab.」の概観



1階から3階まで、計14の企業・団体が入居(平成30年11月時点)



平成29年12月のオープニングイベントには約1,000人が来場

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値(目標値)	指標設定・目標値設定のポイント(工夫・示唆等)
「隼Lab.」年間利用者数	9,720人 (30,000人)	施設全体の活用状況を総合的に把握することができる指標として設定。 実績値は施設竣工(平成29年12月)以降の値
「隼Lab.」関連就業者数	30人 (30人)	地域の雇用の場としての効果を総合的に把握することができる指標として設定。
「隼Lab.」参入企業数	11社 (3社)	参入企業の状況を端的に把握することができる指標として設定。

事業の効果

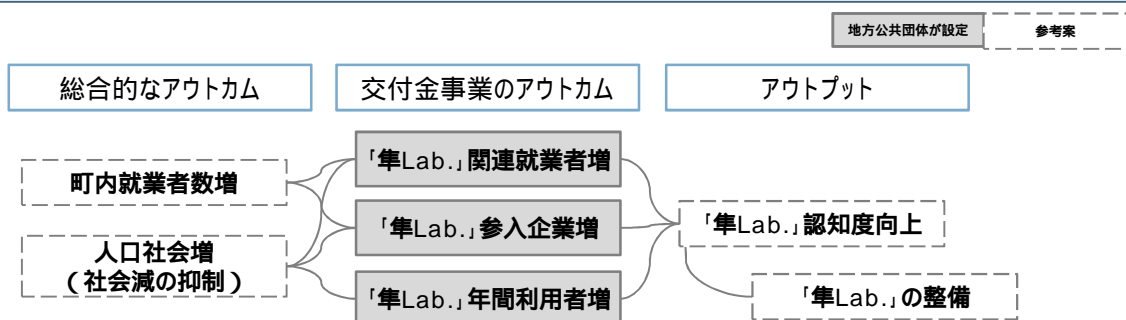
【交付金事業のアウトカム】

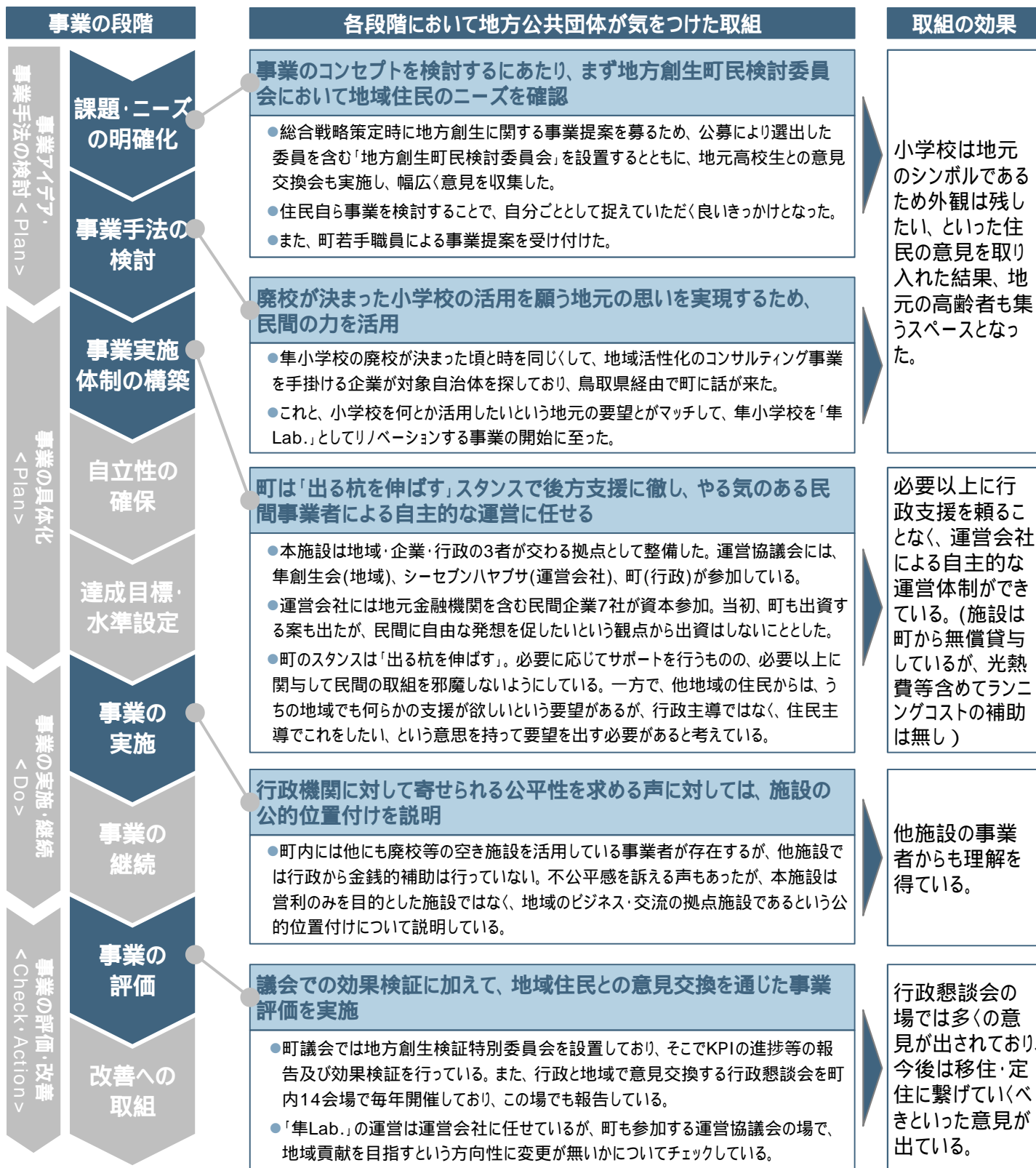
- 「隼Lab.」年間利用者数 300,000人(H32年度目標)
- 「隼Lab.」関連就業者数 50人(H32年度目標)
- 「隼Lab.」参入企業数 5社(H32年度目標) 達成済み

【その他の副次効果】

- 町内の他の地域でも、若者が全国規模のイベントを企画するようになっており、本事業が良い起爆剤となっている。

ロジックツリー





今後の展開・課題 「隼Lab.」はゴールではなく、そこで繋がったネットワークを活用した事業やイベントを通じ、人や活力を呼び込むための拠点施設である。町内の他の地域でも、若者が全国規模のイベントを企画するようになっており、良い起爆剤となっているものの、今後、移住定住の促進や観光客の誘致等、次の展開に繋げていくことが課題である。

ここがポイント! 町は、やる気のある地域や民間事業者に対するサポートは行うものの、必要以上に事業を主導することなく民間の自主性を最大限尊重することとしている。このことが結果的に事業の自立性や自発性の確保に繋がっている。

事例集
農林水産業
(しごと創生分野)

事業名称 道の駅「もんじゅ」の地域商社化による特産品開発・販路拡大及び交流人口拡大事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 54,279千円（平成29年度）
総額 121,077千円（平成28～32年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 上ノ国町の人口（平成27年国勢調査）：4,876人

- 上ノ国町の人口は、1960年のピーク時には14,674人であったが、2015年には4,876人まで減少しており、国立社会保障・人口問題研究所によると2040年には2,400人まで減少すると推計されている。また、基幹産業の一次産業は、近年の異常気象の影響及び価格の低迷により水産漁獲物販売金額、農産物販売金額ともに急激に減少している状況である。一次産業の衰退により町内での就労先確保が困難となっており、49歳までの若い世代の転出超過の状況が続いている。
- そのような状況の中、町の人口ビジョンでは、2040年に3,000人以上を維持（600人の施策効果）するため、低迷する基幹産業である一次産業の振興に加えて、交流人口拡大や移住・定住の促進、子育て世帯の負担軽減施策の実施、新たな産業の創出による雇用の場の確保を図りながら、本町が有する地域の特性や強みを活かし、魅力を発信していくことにより、活力あるまちづくりを目指すこととしているところである。

【事業主体】

- （株）上ノ国町観光振興公社
株主：民間事業者、飲食店経営者、江差信用金庫、新はこだて農業協同組合、ひやま漁業協同組合、建設会社、上ノ国町 等

【事業内容】

本町に所在する道の駅「もんじゅ」は平成3年に開設し、観光や交流の拠点基地となっているが、販売額が伸び悩んでいる状況である。このため、事業主体である（株）上ノ国町観光振興公社を地域商社化し、以下の取組を実施する。

- 地元で取れる水産物のてっくい（ヒラメ）やゴジラ海老等を活用して、マーケットニーズに沿った付加価値の高い特産品を開発し、流通販路の拡大を図る。
- Webマーケティング等を活用して域外企業・消費者との取引を促進する。
- 道の駅において、一次産業従事者等で構成する組織が起業を目指すためのお試し販売等の各種イベントを実施し、消費者のニーズを把握するとともに生産者自らが学び実践することにより、6次化産業を促進し所得確保及び担い手不足の改善を図る。
- 観光協会や移住定住相談等の窓口を道の駅に併設し、本町の情報発信・収集の拠点を形成する。
- 町の魅力情報を発信するためのモニターツアーを実施する。



雄大な日本海を一望できる道の駅「もんじゅ」



地元食材を活用したレストランメニュー
（左：ゴジラ海老海鮮丼、右：てっくい天丼）

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
農水産物など特産品の販売金額の増加	対前年度比 5,696千円 (600千円)	<ul style="list-style-type: none"> 上ノ国町観光振興公社が、自走・自立するためには、販売金額の増加が不可欠と考え設定。 事業開始前の販売金額（14,123千円）を事業期間内で倍増させる目標値を設定。
新たな特産品開発等による新規雇用	2人 (1人)	<ul style="list-style-type: none"> 地域商社化により、雇用の場を確保して地域への貢献を行うため、KPIに設定。 事業開始後5年間で12人の新規雇用を目標としている。
交流人口増加対策による観光入込客数の増加	対前年度比 21,270人 (1,000人)	<ul style="list-style-type: none"> 観光商品の造成及び特産品開発・販売、レストランメニューの充実等により魅力向上が図られ、増加がみこまれることから、KPIに設定。 （注：拠点整備交付金を活用し施設改修を実施したため、平成29年9月中旬～3月末まで閉館）

事業の効果

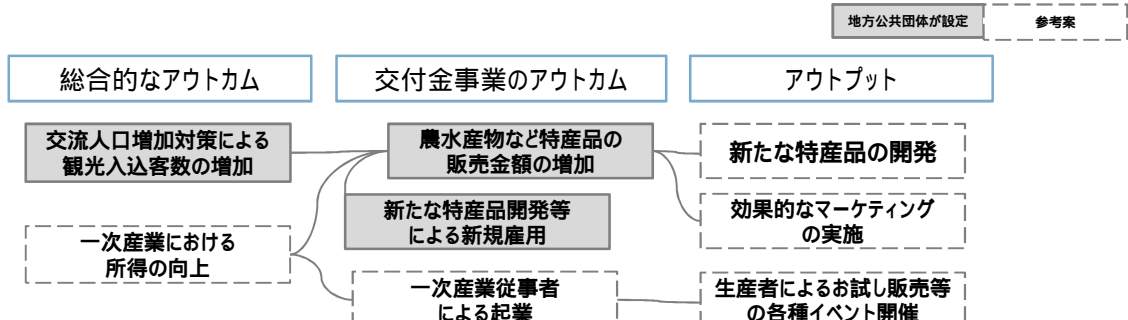
【総合的アウトカム】

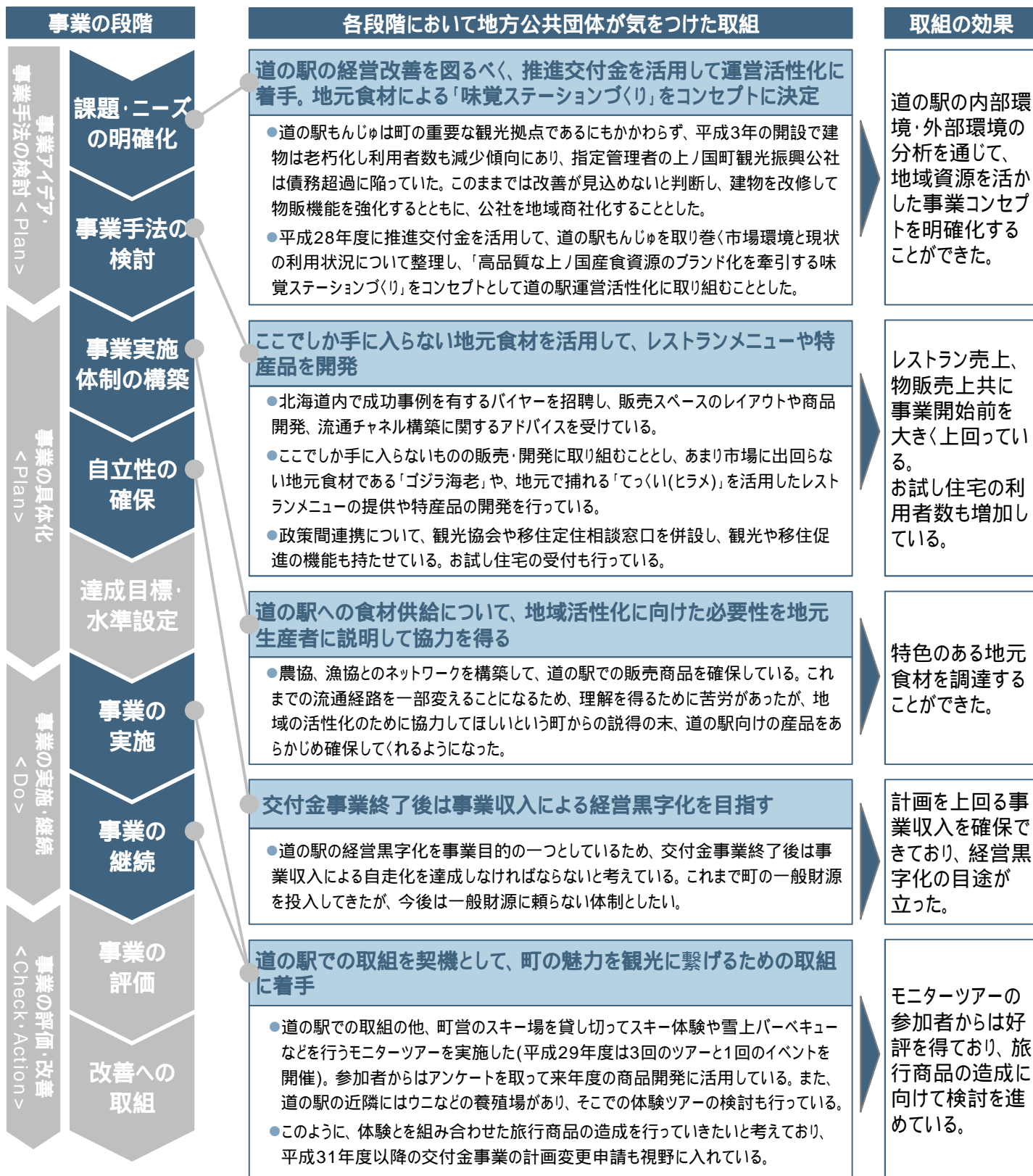
- 交流人口増加対策による観光入込客数の増加
74,571人(H27年度) 80,571人(H32年度)

【その他の副次効果】

- 道の駅の拡大、活性化により、Uターン者3名の雇用に繋がっている。

ロジックツリー





今後の展開・課題 従来のような、観光名所に行って、見て、土産物を買ってもらうだけの観光ではなく、体験してもらう、地元の方と触れ合ってもらうことで共感を得る、といったアプローチがこれからの観光には必要である。そのため、上ノ国町が持つ歴史(北海道最初の和人参のまちなど)や、ここにしかない特産品(ゴジラ海老など)と組み合わせた観光プログラム造成を検討していきたい。

ここがポイント! 地元で当たり前消費していたが他では手に入らない食材等を使用したレストランメニューや特産品開発などにより、道の駅の売上拡大に成功した。また、事業目的の一つが道の駅の経営黒字化であるため、町及び事業主体の双方が交付金事業終了後の自立を念頭に置いて事業を推進している。

事業概要

【事業実施額】 実績額 31,367千円（平成29年度）
 総額 140,000千円（平成29～33年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 八女市の人口(平成27年国勢調査)：64,408人

- 八女市は、農業が主要産業であり、なかでも八女茶は販売額30億円と中核を担い、全国茶品評会では平成13年度から農林水産大臣賞（品質日本一）を連続受賞している。しかしながら、高齢化や後継者不足により生産者が急速に減少している。八女茶の中でも八女伝統本玉露は伝統的な栽培手法にこだわり続け、農林水産省の地理的表示保護制度（GI認証）第一弾に認定される等、高い品質を誇っているが、30年代の後継者が6人と存続が危ぶまれる状況である。
- 本事業では、八女市の地域経済の中心となっている八女茶（特に八女伝統本玉露）をブランディングし、付加価値づけや国内外における新たな販路の開拓を行う。茶の生産から販売までの工程は、生産者が1次加工した荒茶を茶商が購入しブレンド等の2次加工をして販売する流れとなっているが、荒茶の販売価格すなわち単価の上昇が生産者の収入増加へ繋がる。また生産者の収入を担保することで伝統的な八女伝統本玉露の持続的環境を確立し、後継者の育成、更には中山間地の人口流出対策へと繋げる。

【事業主体】

- 「八女伝統本玉露推進協議会」
 構成メンバー：八女市、八女茶生産者組合、伝統本玉露生産者組合、農協、金融機関

【事業内容】

- 八女茶のブランド化のために、国内については東京に、国外についてはニューヨークを拠点に、富裕層向けの販売及び一流レストランでの取扱に特化し、販路拡大のためのエキシビションの開催や、メディアやSNS等を活用した情報発信を行う。
- また、市内の伝統工芸等とのコラボレーション等を行いながら取扱商品の拡充と販売、地域間連携として京都府京田辺市、静岡県藤枝市等との情報交換や共同での事業展開を行う。同時に、マーケティングや経営戦略の人材育成を行い、八女茶全体の活性化を図る。



八女伝統本玉露（氷出し）



ロゴマーク（左は一般的なロゴ、右は海外向けのロゴ）



香港L'Atelier de Joël Robuchonにて（中央右：ジョエル ロブション氏）

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
開発商品の取引業者数 <<増分>>	3社 (5社)	<ul style="list-style-type: none"> 単独の生産者や販売者の利益の追求にならず、八女茶の新たな販路を構築するために公式商品を開発し取引を拡大する。そのため、開発商品の取引業者数を指標として設定。 新たな販路の取引が自立的な運営や全体の単価向上に影響を及ぼすよう、目標値は単年度5社ずつの増加と設定した。
八女市内へのバイヤー招聘数 <<増分>>	6社 (2社)	<ul style="list-style-type: none"> 八女茶の圧倒的な品質をバイヤーに理解して頂くために現地の栽培状況や環境、観光等も実際に体験してもらい持続的な取引を行う。そのため、招聘数を指標として設定。
八女伝統本玉露の荒茶取引単価 <<増分>>	483円/100g (500円/100g)	<ul style="list-style-type: none"> 公式商品の販売取引の拡大を優先するが、将来的には八女伝統本玉露の荒茶取引単価全体に波及させるために設定した。 八女伝統本玉露を持続的に生産するためには、生産量を拡大するのが難しいため、荒茶取引単価を、より短期で向上しなければならないことから設定した。
八女茶の市場の取引実績額 <<増分>>	11百万円 (50百万円)	<ul style="list-style-type: none"> 八女伝統本玉露を持続的に生産できるための単価向上を進める相乗効果として八女茶全体の取引実績を設定。 平成11年をピークに八女茶の市場実績は急速に低下しており、事業効果によってその流れを止めるために目標値を設定。

事業の効果

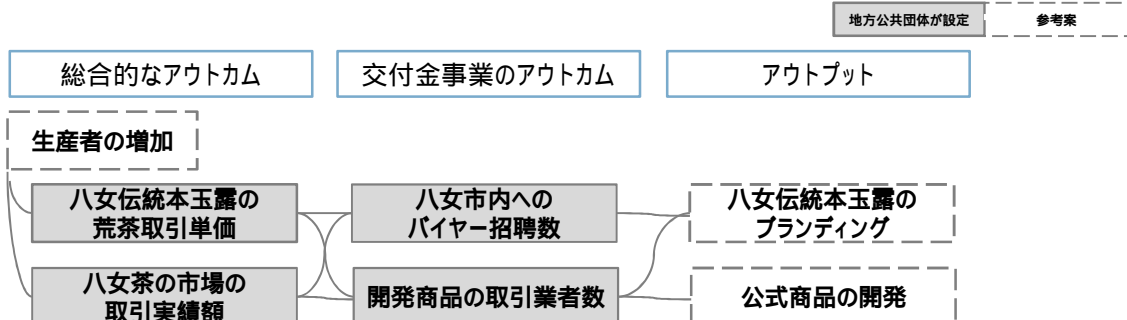
【総合的アウトカム】

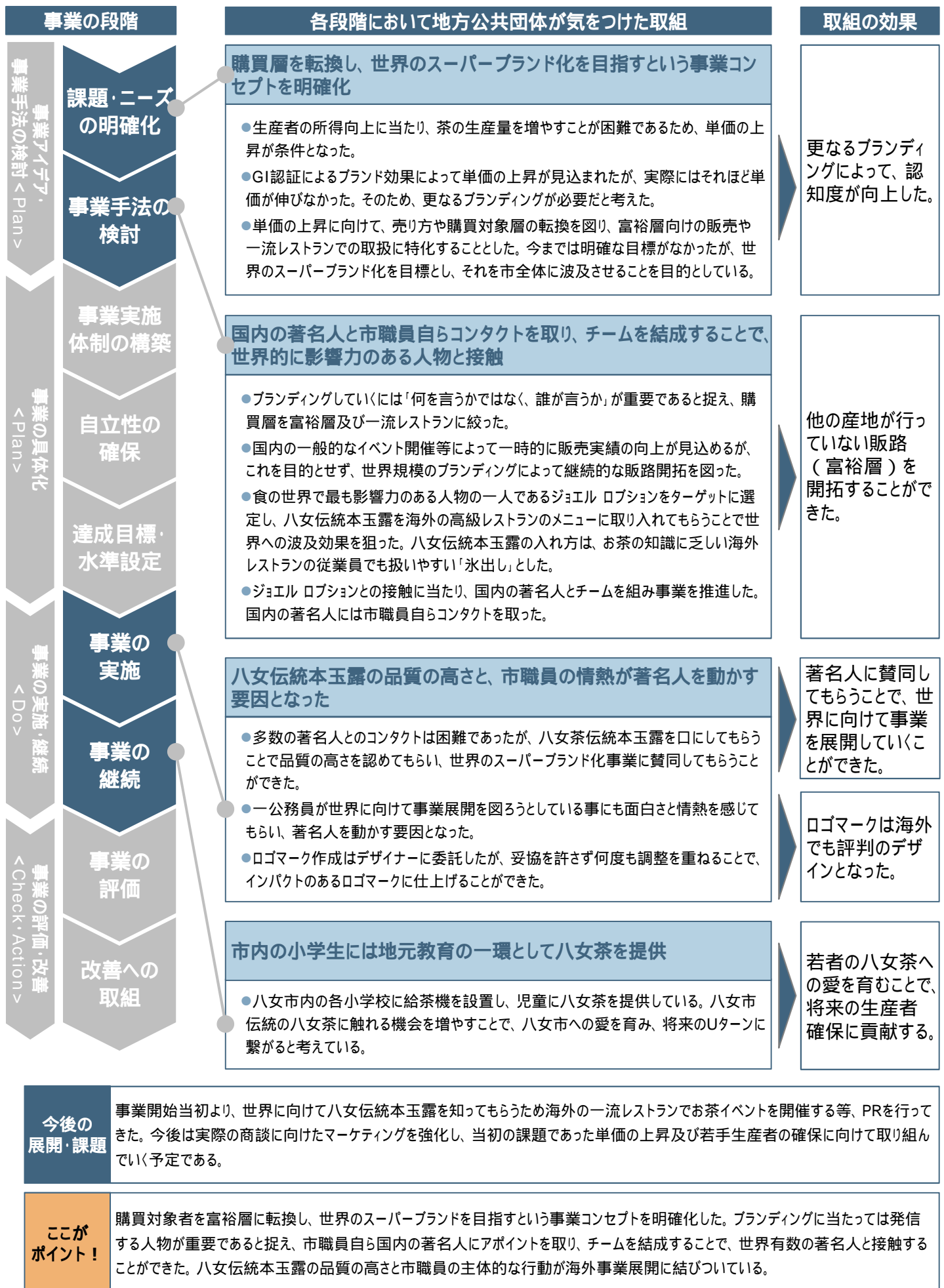
- 八女伝統本玉露の荒茶取引単価 2,500円/100g増加（H33年度目標）
- 八女茶の市場取引実績額 250百万円増加（H33年度目標）

【その他の副次効果】

- NHKの全国放送をはじめ、雑誌、日経新聞など様々なメディアに取り上げられ、八女市での反響を呼んだ。
- 八女伝統本玉露が高級レストランのメニューに決まったことにより、生産者のプライド醸成に繋がった。

ロジックツリー





事業概要

【事業実施額】 実績額 49,339千円（平成29年度）

【事業の背景・経緯】 山形県の人口(平成27年国勢調査)：1,123,891人

- 山形県では、米の生産調整対策の一環として園芸農業への転換を奨励しており、高品質化のための新栽培技術や各種施設・機械の導入支援により、これまでの園芸作物の産出額は果樹を中心に順調に増加している。(平成21年から平成26年の園芸産出額の増加率は全国一)
- 今後、農業従事者の高齢化と減少が見込まれる中において、園芸品目の産出額増加と所得向上を図るためには、これまでの果樹主体の園芸振興に加え、通年で生産が可能となる施設園芸についても重点的に取り組むことが重要となっている。
- そのため、太平洋側の産地で実績のある環境制御装置や二酸化炭素発生装置等を備えた次世代型ハウスの導入と施設の団地化等を推進する。また、こうした取組を通じて担い手を組織化し、競争力の高い経営体の育成を図るとともに雇用創出にも繋げ、地方創生を実現するうえで不可欠の産業に発展させることを目指す。

【事業主体】

- 山形県

【事業内容】

本県園芸研究の中核機関である園芸試験場及び県内の豪雪地帯である大蔵村に、温湿度や日射量、二酸化炭素濃度等のセンシング設備とICTを活用した次世代型ハウスを整備する。

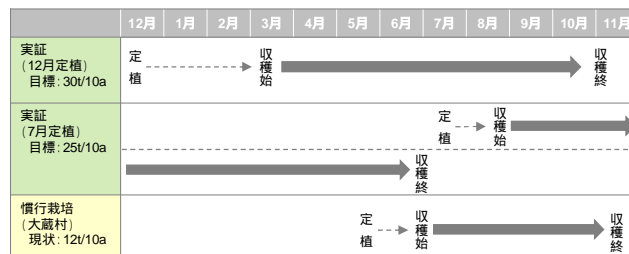
今回整備する施設においては、園芸作物の中でも年間を通して着実な需要があり高収益が期待できるトマトを栽培し、その生産量を最大限に引き上げる技術体系や雪対策等を開発し実証する。

その際、平坦地である園芸試験場と豪雪地帯である大蔵村の2箇所同時に研究開発することにより、県内一円に普及できる技術を構築する。

また、同施設において、県内生産者や新規就農者(移住者や県立農林大学の学生等)の視察・研修を幅広く受け入れて、次世代型ハウスの実用性を示す。こうした取組に加えて、県単独事業により施設の団地化を推進する。



次世代型ハウス(大蔵村)



次世代型ハウスを活用したトマト周年栽培の年間スケジュール

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値(目標値)	指標設定・目標値設定のポイント(工夫・示唆等)
トマトの産出額の増加	平成26年比 + 4億円 (+ 1億円)	<ul style="list-style-type: none"> 次世代型ハウスで栽培可能な園芸作物のうち、本県で需要の拡大が見込まれる品目を選定し、その産出額をKPIに設定。 新技術の構築により可能となる単位面積あたりの収量増加(販売額の増加)から試算して目標値を設定。
トマト生産経営体あたりの販売額の増加	平成26年比 + 96千円 (+ 280千円)	<ul style="list-style-type: none"> 整備した次世代型ハウスで構築した技術が生産者へ波及し、経営の規模拡大や新規参入が期待されるため、KPIに設定。

事業の効果

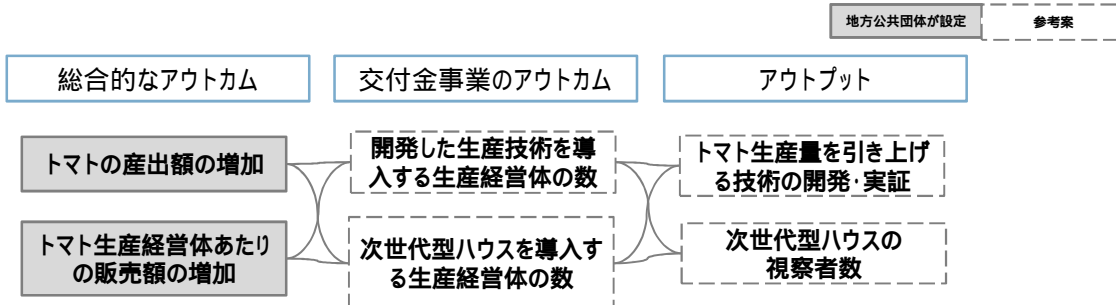
【総合的なアウトカム】

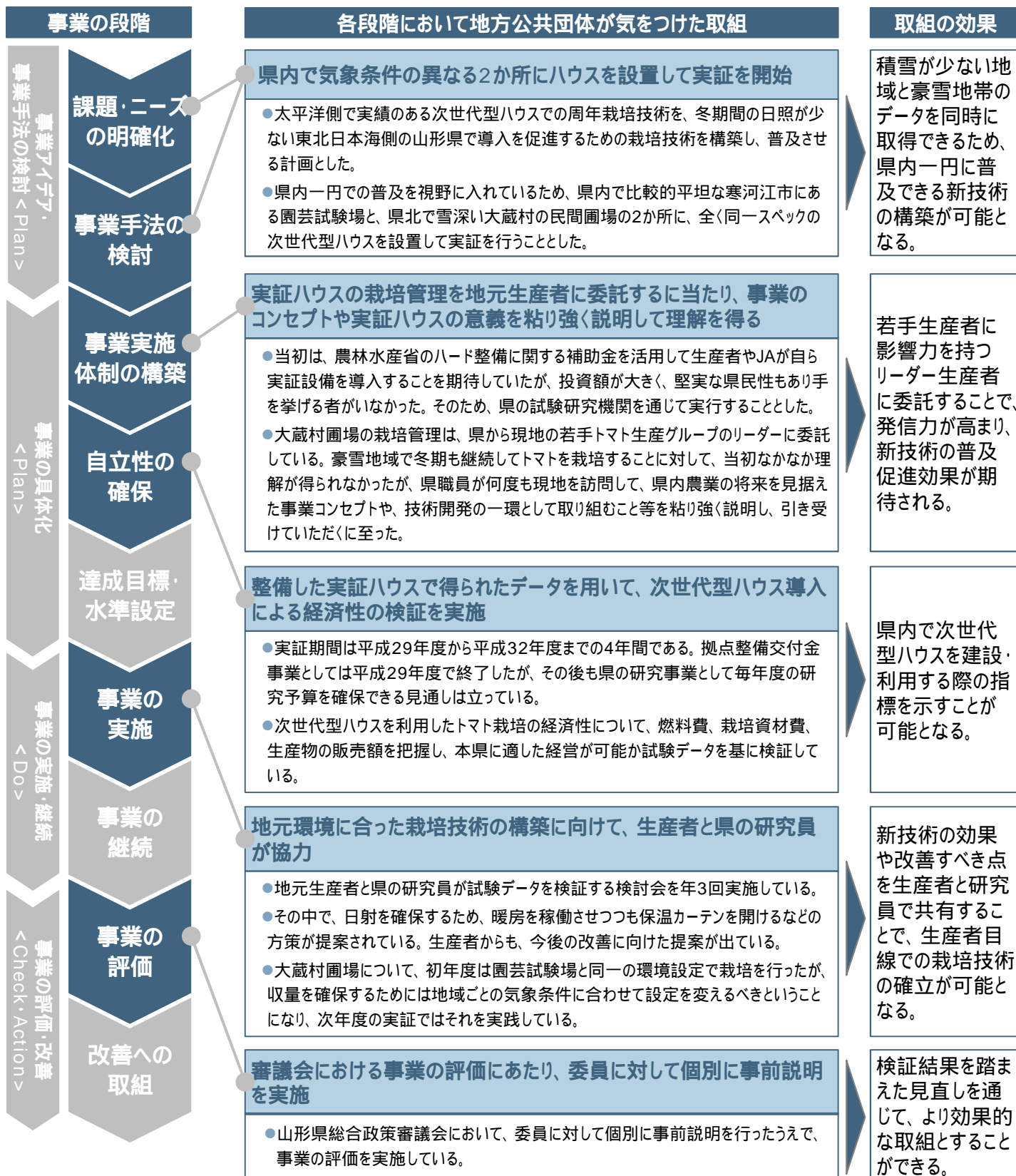
- トマトの産出額 36億円(H26年) 45億円(H32年)
- トマト生産経営体あたりの販売額 350万円(H26年) 420万円(H32年)

【その他の副次効果】

- 整備した次世代型ハウスの見学会や、本事業と並行して実施するスキルアップ研修等を通じて、若手生産者同士のネットワークが形成された。

ロジックツリー





今後の展開・課題 生産者が次世代型ハウスを導入した場合の経済性について、ランニングでは黒字を確保できるものと考えている。イニシャルまで回収できることが理想であり、研究でもそれを目指しているものの、今後一定の期間ある程度の補助金が必要であると考えている。一般的な補助率である3分の1補助で生産者が投資回収して利益を確保できることを目指している。

ここがポイント! 生産技術の底上げなど継続的な生産体制の確立のためには、生産者同士のネットワークづくりが重要である。そのため県では、若手生産者のスキルアップを目指したリーダー研修会の実施等を通じてネットワークづくりを促している。その意味で、本事業で整備した実証ハウスは、生産者同士が最新設備を題材に今後の生産技術について議論できる場として貢献することも期待される。

事例集
観光振興
(しごと創生分野)

事業概要

【事業実施額】 実績額 8,735千円（平成29年度）
総額 28,983千円（平成29～31年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 秋田県の人口(平成27年国勢調査)：1,023,119人

- 原料となる米が豊富であったことに加え、雪深い冬を乗り越えるため食物の貯蔵が求められた秋田県では、漬物や味噌・醤油・日本酒等にみられる麹を用いた発酵食品が盛んに作られてきた。また、本県特産の魚醬であるしよつづやハタハタ寿司などは秋田ならではのものです。こうした他県に類を見ない多様な発酵食文化が根付いている。しかしながら、食品としてのブランディングや販路の開拓が十分に行われておらず、本県食品の製造品出荷額は東北最下位にある。
- また、他県と比較して首都圏からの時間的距離があることなどから、本県の延べ宿泊者数も伸び悩んでおり、本県の観光地が観光客への訴求力を向上させ、誘客を拡大するためには、秋田に行ってみようと思わせるような新たな観光誘客コンテンツの整備が求められている。

【事業主体】

- あきた発酵ツーリズム推進協議会
構成メンバー：JTB、近畿日本ツーリスト、あきた食品振興プラザ、秋田県中小企業団体中央会、秋田花まるグリーンツーリズム推進協議会、日本航空、全日空、JR東日本、秋田内陸縦貫鉄道、由利高原鉄道、秋田銀行、北都銀行、秋田県観光連盟、秋田大学、国際教養大学、ノースアジア大学、秋田県(観光文化スポーツ部)

【事業内容】

本県が誇る優れた発酵食文化を誘客コンテンツとして活用して以下の取組を実施する。

情報発信対策

- 専用ウェブサイトを開設し、食品事業者や旅行者が投稿できるようサイトとフェイスブックを連携させ情報を広く発信。また、海外に向けた紹介動画を制作（外部事業者へ委託）。
- キャッチコピー「本日あきた発酵中。」やロゴマークを制作。ロゴマークを発酵食品に貼付できるよう無償許諾制度を創設。

誘客促進対策

- モデルツアーによる旅行会社への売込みや発酵に関するコンテンツの周遊コース開発を実施。
- 海外からの誘客対策のため、ファムツアー*への海外エージェント招聘や、国際旅行博での積極的な売込みを実施。
*観光地の誘致促進のため旅行会社やメディアなどを招待する視察旅行

エリア整備対策

- 日本酒や味噌等の発酵食品の製造施設において、観光客の見学や製造体験の受入等を目的とする改修等について支援。
- 地域の観光資源や「秋田犬」などの独自コンテンツ、農業体験などのグリーンツーリズム等と組み合わせたエリア整備を推進。

エリア整備対策については、国の他の制度や県単独事業により、見学や体験ができる酒蔵等を整備。

【推進体制】



平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
秋田県の延べ宿泊者数	3,346千人 (3,434千人)	<ul style="list-style-type: none"> 他県には無い発酵ツーリズムの取組が、秋田県の新たな観光コンテンツとして定着すること等により、宿泊者数が増加することを想定。 目標設定時点の3,400千人から、年間34千人程度の増加を見込み、目標値を設定。
秋田県の外国人延べ宿泊者数	105千人 (78千人)	<ul style="list-style-type: none"> 目標設定時点の67千人から、年間11千人程度の増加を見込み、目標値を設定。
発酵食品出荷額	259億円 (250億円)	<ul style="list-style-type: none"> 他県には無い発酵ツーリズムの取組が、全国的に知られ、更に新たな発酵食品が開発されること等により発酵食品出荷額が増加することを想定。 目標設定時点の245億円から年間5億円程度の増加を見込み、目標値を設定。

事業の効果

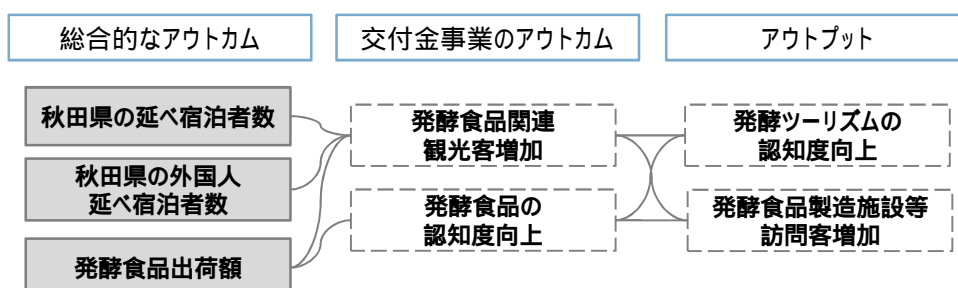
【総合的アウトカム】

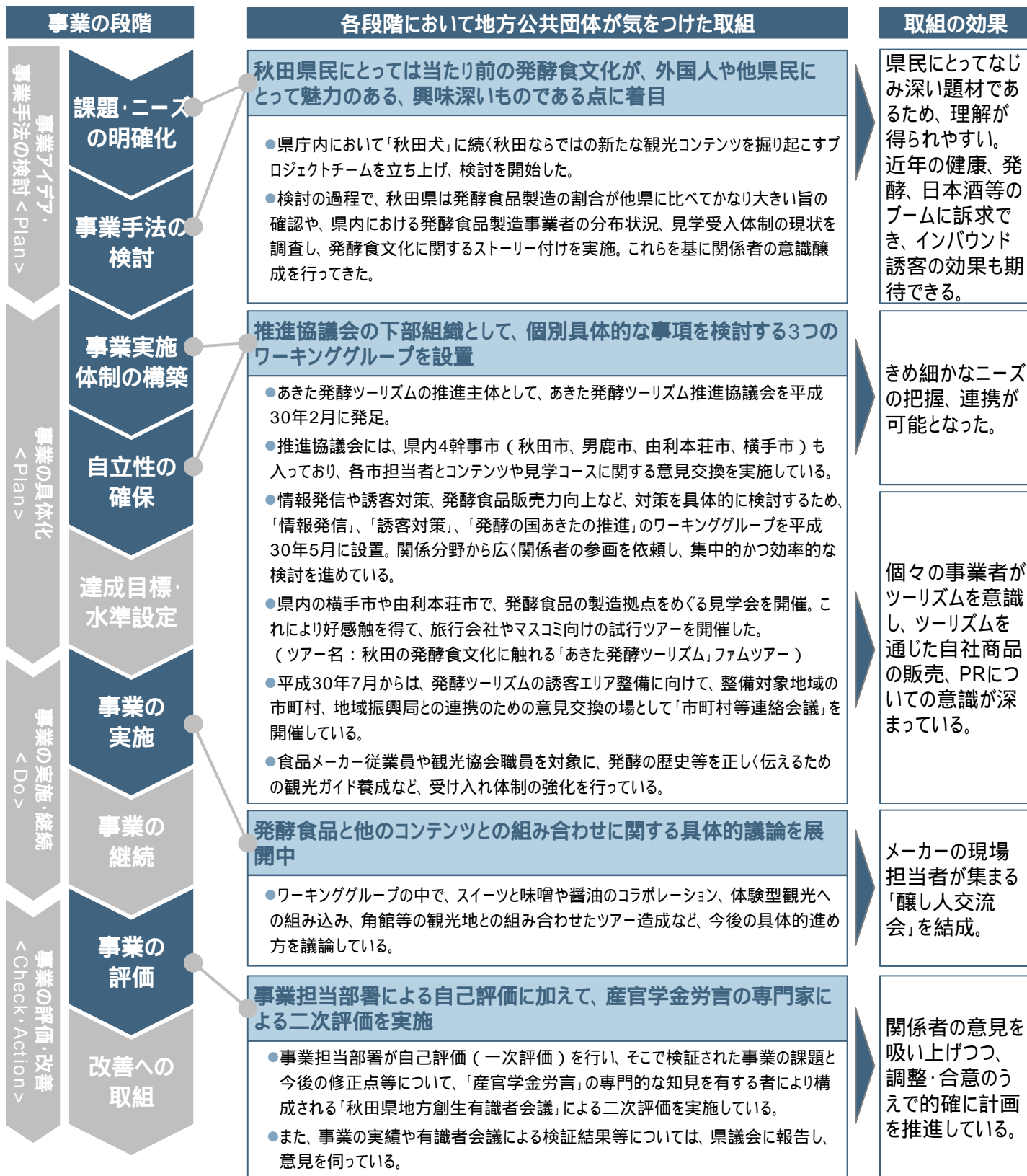
- 秋田県の延べ宿泊者数 102千人増加（H31年度目標）
- 秋田県の外国人延べ宿泊者数 33千人増加（H31年度目標）
- 発酵食品出荷額 15億円増加（H31年度目標）

【その他の副次効果】

- 県の発酵ツーリズムに刺激を受けて、民間ベースでも独自の発酵ツーリズム造成の動きが活発化。

ロジックツリー





今後の展開・課題 県内各地の日本酒、味噌、しょうつる等の製造拠点等をツーリズムの拠点としているが、現状では「点」にとどまっている。これら結び付けて「面」的に広げていくこと、中でも、人気となっている日本酒蔵やビール醸造所などのツーリズム事業への参画が課題である。また、本事業終了後も、各地域や民間事業者が主体となって自走していく体制づくりが今後の課題である。今後、メーカーの現場担当者が集まる「醸し人交流会」の結成等を通じて、具体的な対策を検討していく予定。

ここがポイント！ 事業開始のきっかけは、秋田犬に続く観光コンテンツとして、日本酒をはじめとする発酵食品に注目したところにある。当初、県民にとっては当たり前すぎて、これを前面に出して観光客を呼べるかどうか不安があったものの、発酵食品製造に関するデータの収集や発酵食文化の調査などを通じて、観光資源化の可能性を見出している。発酵の歴史文化に触れることにより、知的好奇心の高い客層をターゲットに、観光資源化を引き続き推進していく予定である。

事業概要

【事業実施額】 実績額 京都市 99,872千円、大津市 2,854千円（平成29年度）
 総額 404,793千円（平成29～33年度、両市計、申請ベース）

【事業の背景・経緯】

京都市の人口(平成27年国勢調査)：1,475,183人、大津市の人口(平成27年国勢調査)：340,973人

- 大津市と京都市を結ぶ琵琶湖疏水は、琵琶湖の水を京都に引くため明治23年に建設された人工の水路であり、舟運や水力発電への活用などにより京都の市民生活や産業・文化を支え続けてきた。その沿線には、蹴上インクライン、南禅寺水路閣、蹴上発電所といった、我が国の近代化を支えた歴史的偉業、文化的功績を示す史跡等が点在しており、大津・京都両市間の広域観光を促進するうえで最大のポテンシャルとなりうるものである。
- 一方で、現役の水道施設であることや、行政境界をまたぐものであることから、活用を図っていくことができていなかった。また、大津市は全国的にも有数の文化資産を有するにも関わらず、隣接する京都市と比べると観光客の入込に大きな格差がある。
- このため、大津市と京都市が連携してこれらの文化資産を保全・活用することで、観光需要を創出し、地域経済の底上げを図る。

【事業主体】

- 琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会
 構成メンバー：京阪ホールディングス、JR西日本、JR東海、京都商工会議所、大津商工会議所、京都市観光協会(事務局)、びわ湖大津観光協会、京都市、大津市、滋賀県

【事業内容】

- 琵琶湖疏水通船の復活
 - 大津・京都間の更なる広域観光の促進に資するシンボリックな観光ルートの確立に向け、京都市の水道施設である琵琶湖疏水を観光資源として活用する。そのために、かつて賑わった舟運を約70年ぶりに本格的に復活させる。(平成30年度は春と秋を中心に約90日間、1日9便運航)
 - 民間主導で運営する疏水通船について、従来の小規模な作業船(定員6名)から定員を倍増させる新たな観光船を建造し、運営主体に貸与するなど、必要な支援を行う。
 - 官民が連携したプロモーションを展開し疏水通船及び疏水沿線への誘客を図る。
- 疏水沿線に点在する近代化遺産等の観光資源への活用
 - 疏水通船の復活を契機として、両市の観光協会や商工会議所等と連携しながら、疏水沿線に点在する近代化遺産等の観光資源への活用に向けた検討を進めるなど、疏水全体の観光資源化と魅力向上を図る。
- 着地型・滞在型観光企画開発や受入態勢整備などによる大津観光の磨き上げ
 - 疏水通船だけでなく、両市を結ぶ鉄道や道路等の多様なルートでの観光振興を進めることにより、京都市に集中する観光需要を大津市に波及させる。
 - 大津市内の祭事と連動したツアー造成や寺社での歴史・文化体験等の企画開発、インバウンド対応等の受入態勢整備など、疏水通船の本格復活の効果を大津観光に結びつける。



京都の市民生活や産業・文化を支えてきた「琵琶湖疏水」



疏水沿線の近代化遺産
 上 南禅寺水路閣
 下 蹴上インクライン



新たに建造した観光船
 (定員12名)



大津市の文化資産
 「大津祭」

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値(目標値)	指標設定・目標値設定のポイント(工夫・示唆等)
大津市観光消費額 <<増分>>	135億円 (16億円)	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の「稼ぐ」機能と直結する観光消費額は、地方の平均所得向上を測る指標として最適と考えて設定した。 ● 消費単価×入込客数により目標値を設定。消費単価は観光消費動向調査により設定した。
大津市総宿泊者数 <<増分>>	6万人 (3万人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 新たな広域観光ルートの定着による広域事業としての派生効果を測る指標として最適と考えて設定した。 ● 前年度からの伸び率を踏まえて目標値を設定。
疏水通船年間乗船者数	413人 (180人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 交付金事業の核となる通船事業の発展の度合いを示す指標として最適と考えて設定した。 ● KPI設定当時の1日最大乗船者数46名×試行日数16日程度(春・秋8日ずつ) 700名 700名 - 平成28年度実績520名 = 180名 として設定。

事業の効果

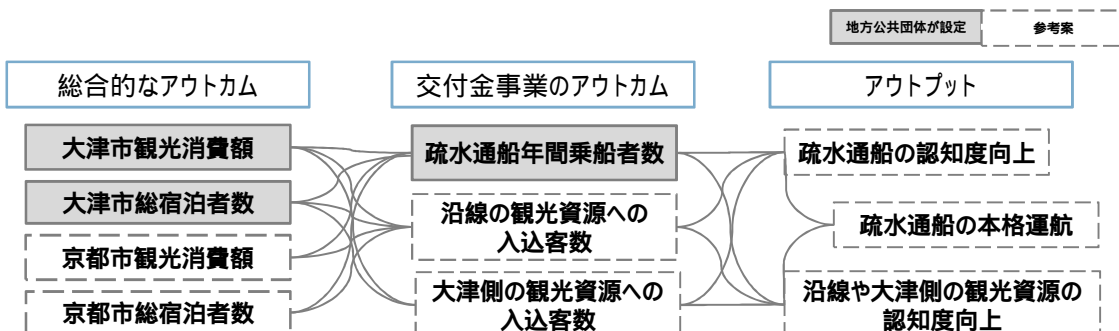
【総合的なアウトカム】

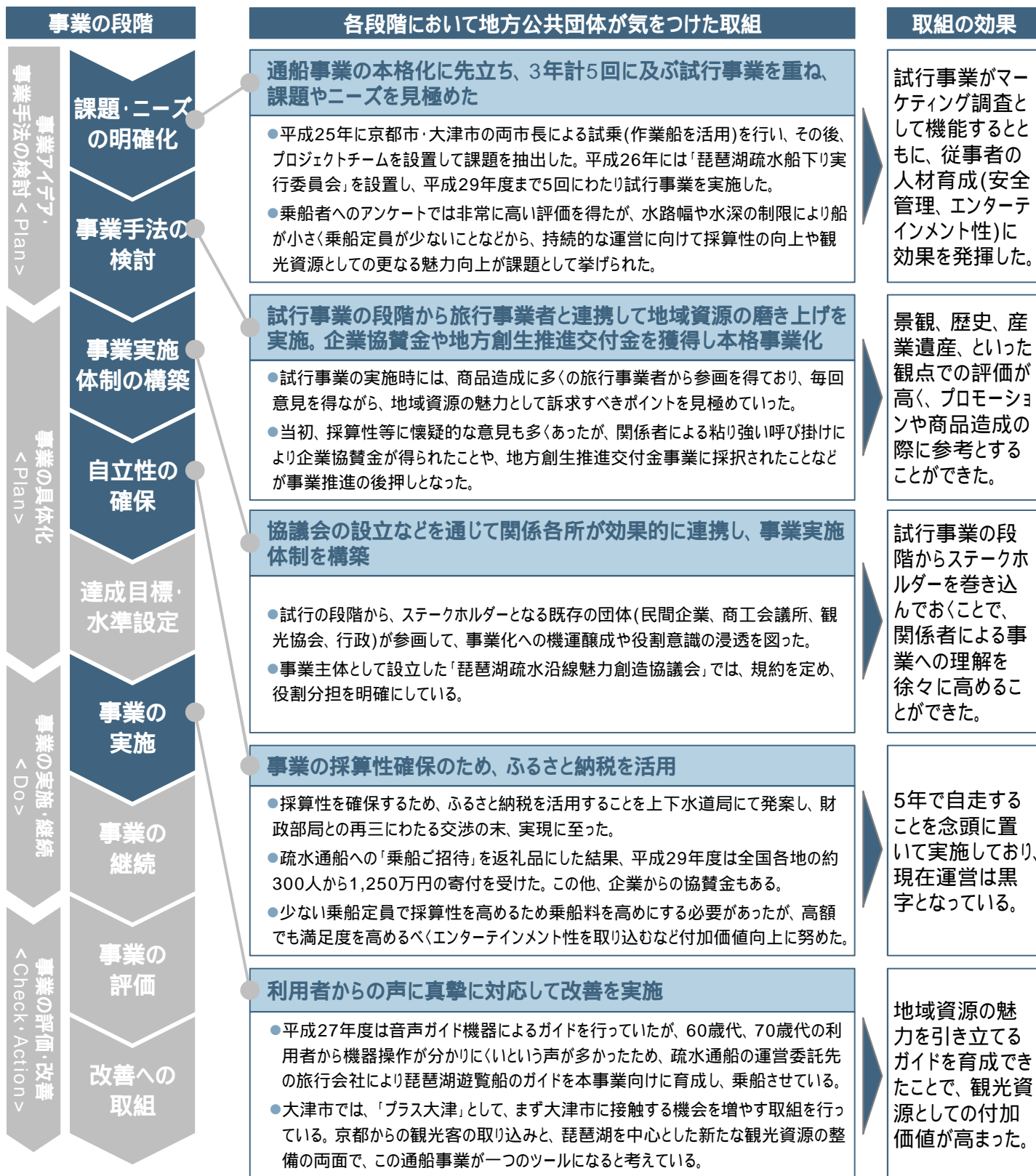
- (H28年度 H33年度目標)
- 大津市観光消費額 294億円増
 - 大津市総宿泊者数 25万人増

【その他の副次効果】

- 海外メディアを含めた多くのメディアから取材依頼を受け、大きな費用をかけることなく様々な媒体を通じたプロモーションを実施できた。
- 香港のテレビ局からの取材等もあり、一時、中国語圏からのウェブアクセスが急増した。

ロジックツリー





今後の展開・課題 平成33年度までの5か年事業の予定であり、今後は、沿線の景観整備等による波及効果の創出、特に大津市への波及を狙う予定である。乗船率が非常に高い状態となっており、高い需要への対応やインバウンド観光客の取り込みも課題であり、新たな観光船の建造も含めて対応する予定である。また、更なる収入源として関連グッズの製作及び販売を計画している。

ここがポイント! 貴重な産業遺産である琵琶湖疏水や疏水沿線の文化遺産を観光資源として磨き上げて後世に伝えるべく、3年に及ぶ試行事業を通じて、課題の抽出や観光資源としての訴求ポイントの見極めを行っている。地形的制約から観光船の規模を小さくせざるを得ないという採算面の課題に対して、エンターテインメント性の高いガイドを育成するなどマーケティング意識やおもてなしマインドの向上に努め、付加価値向上を図っている。

事業概要

【事業実施額】 実績額 28,456千円（平成29年度）

【事業の背景・経緯】 大石田町の人口(平成27年国勢調査)：7,357人

- 大石田町には観光における立ち寄り箇所としての魅力があるにもかかわらず、宿泊が伴う観光客への対応と消費を高める観光が推進されていない。また、町内のJR大石田駅を利用する近隣の銀山温泉（尾花沢市）には、アジアを中心とした多くの外国人旅行者が訪れており、若い世代を含めた新たな客層をターゲットとして観光客の獲得を推進する必要がある。
- そのため、歴史的な観光素材や食文化を活かしながら、地元産品のブランド化による魅力の発信など地域資源の磨き上げを行い、近隣の観光地を訪れる多くの外国人や若い世代などの新たな観光客を受け入れる「おもてなし」の体制づくりに向けた施設整備を推進し、観光魅力の向上と観光消費の活性化による産業を促進し、観光によるまちづくりの実現と賑わいの創出を目指す。

【事業主体】

- 大石田町

【事業内容】

外国人及び若い世代の町内周遊（街歩き）を促進し、観光による産業の活性化により町の賑わいを創出するため、駅前の空き家（土蔵、古民家）を改修し、新たな観光（賑わい）の拠点施設を整備する。

あわせて、観光素材の磨き上げと誘客プロモーションを強化するため、地方創生加速化交付金事業にて整備した各種観光PRコンテンツの磨き上げを行いながら、更に事業全体の推進を図るものである。

駅前の空き家改修

JR大石田駅前にある空き家（土蔵、古民家）を改修し、地元産品の販売やお休み処（喫茶）、季節に応じたイベントの開催などにより、駅前賑わい拠点化を図る。

拠点施設の運営は地域おこし協力隊により実施し、更に、新たな観光プログラムとの組み合わせによる町全体の賑わい創出を目指す。

特産品を活用した新たな名物商品の開発

大石田町の特産品であり、130年以上前から町に伝わる蕎麦の固有品種「来迎寺在来」を活用した新たな名物商品「蕎麦珈琲」の開発を進める。

年間20万人が訪れる「大石田そば街道」はもちろんのこと、駅前賑わい拠点施設においても提供するものとし、若い世代も取り込んだ観光誘客の促進を図る。



大石田駅前賑わい拠点施設「KOE no KURA」



蕎麦と珈琲を合わせてドリップする「おSOBAに珈琲」

KOE no KURA 5つの機能

1. 観光物産情報の発信

2. 移住相談窓口

3. 休憩スペース



4. スペースレンタル

建物内 4時間 ¥1,000(町民は半額)
駐車場 4時間 ¥600(町民は半額)

5. レンタルBOX[KOE no HAKO]

基本料金 月額 ¥500(町民は無料)
販売手数料 売上金額の10%



平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
大石田駅前賑わい拠点施設 来場者数	5,189人 (2,000人)	● 主に新幹線を利用した観光客の街歩きへの誘導を図るための指標としても活用可能である。
大石田駅前賑わい拠点施設 売上額	950,810円 (500,000円)	● 単なるコミュニティスペースとしてではなく、経済的な効果も目指した指標とした。

事業の効果

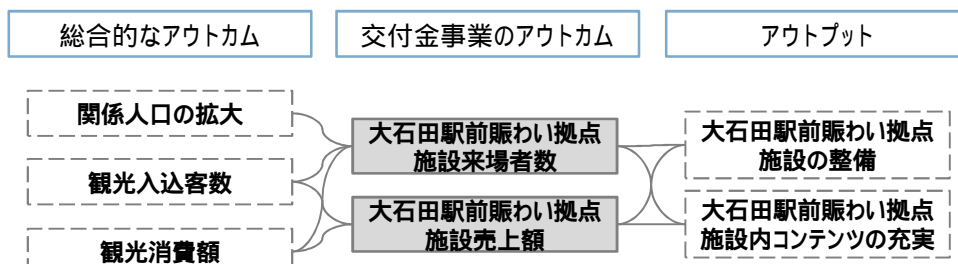
【交付金事業のアウトカム】

- 賑わい拠点施設来場者数 5,000人(H32年度目標)
- 賑わい拠点施設売上額 1,800,000円(H32年度目標)

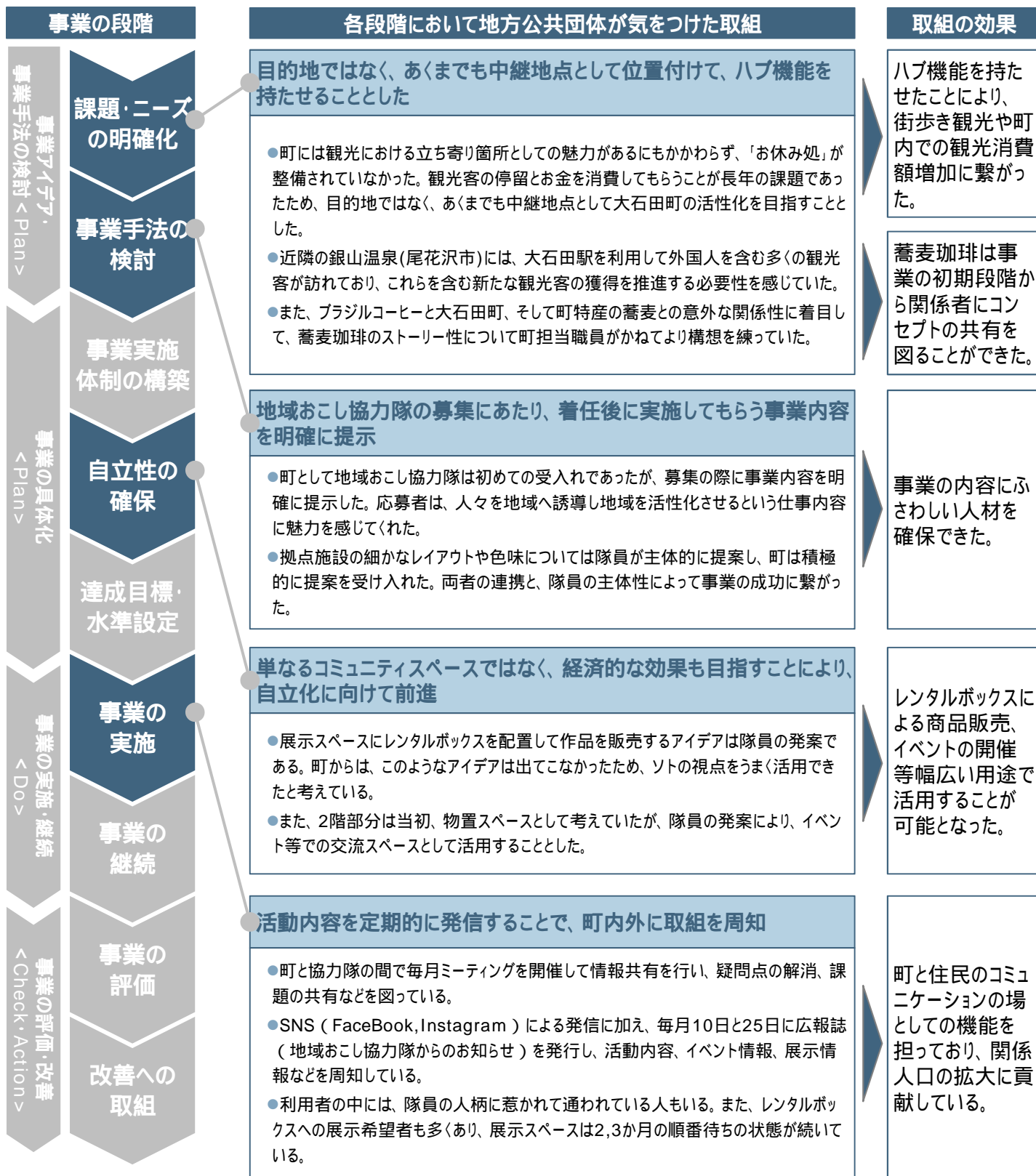
【その他の副次効果】

- 施設の貸出や販売スペースを設けたことにより、町内の新たな人材発掘に繋がった。
- また、町外からの出展者も多く、出展者同士や地域住民との新たな交流が生まれている。

ロジックツリー



地方公共団体が設定 参考案



今後の展開・課題 今後、拠点施設への来場者と施設利用から生まれる経済効果の拡大のため、情報発信の更なる強化やイベント内容の充実を図る計画である。また、将来的には民間（個人・団体等）による起業（指定管理含む）も視野に入れて、自立化に向けて取り組んでいく予定。

ここがポイント！ 事業主体である町役場が、事業のコンセプトをしっかりと検討し、事業運営実務を担う地域おこし協力隊メンバーに対して、募集の段階から明確に提示した。また、協力隊メンバーによる町外からの視点・アイデアを、町役場は積極的に受け入れており、主体性を持った事業運営が実現している。

事例集
地方へのひとの流れ

事業概要

【事業実施額】 実績額 28,073千円（平成29年度）
 総額 197,604千円（平成28～32年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 雫石町の人口（平成27年国勢調査）：16,981人

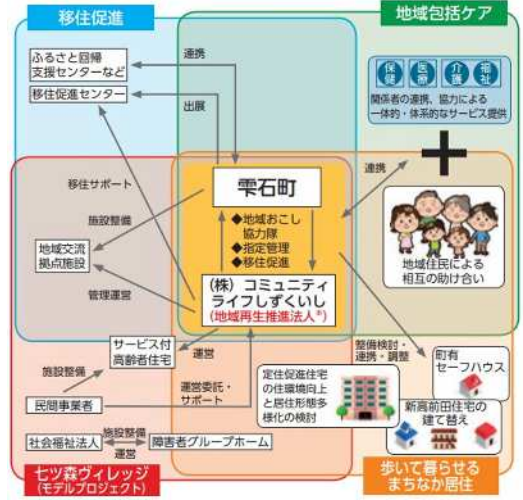
- 雫石町では、平成23年度を始期とする第二次雫石町総合計画をスタートさせ、主要産業である農林業や観光（小岩井農場や温泉地等）によって蓄積された地域資源と豊かな自然環境を活かしながら、新しいまちづくりへ向け、環境、医療・福祉、産業分野等を強化する取組を推進している。
- しかしながら、人口減少と高齢化、少子化による学校の統合、町内医療機関の医師の高齢化、中心商店街の衰退、空き家の増加、町営住宅の老朽化、観光入込数の減少等、様々な課題が山積している。
- このような課題を総合的に解決するために、豊かな自然環境と共に暮らし続けられる環境と、それらをベースとした定住促進活動の展開による移住者の増加によって、人口の安定化を目指す。

【事業主体】

- 株式会社コミュニティライフしずくいし
 構成メンバー：雫石町、CCRC*運営事業者・福祉事業者・薬品事業者・建築事業者・観光事業者など県内外民間企業8社、地銀2行、NPO・税理士事務所2法人の計13団体
 *日本版CCRC構想：「東京圏をはじめとする地域の高齢者が、希望に応じ地方や「まちなか」に移り住み、地域住民や多世代と交流しながら健康でアクティブな生活を送り、必要に応じて医療・介護を受けられることができるような地域づくり」を目指すもの

【事業内容】

- 地方創生先行型交付金を用いて検討してきた町有地14ha活用によるCCRC事業（七ツ森ヴィレッジモデルプロジェクト）を、更にまちなかエリアまで拡大して展開するための「雫石町生涯活躍のまち基本計画」を策定する。
- 歩いて暮らせるまちなかエリアについて、空き家活用モデルハウスの建設によって居住環境の整備を図る。
- 医療と生活支援を包括する「地域包括ケアシステムの連携・強化」に向けて、他職種との連携強化、総合相談窓口の設置等を実施する。
- 移住体験ツアーや体験型イベントの実施等の定住促進活動により、移住者の増加及び人口の安定化を図る。



生涯活躍のまち実現に向けた推進体制（イメージ）

平成29年度KPI

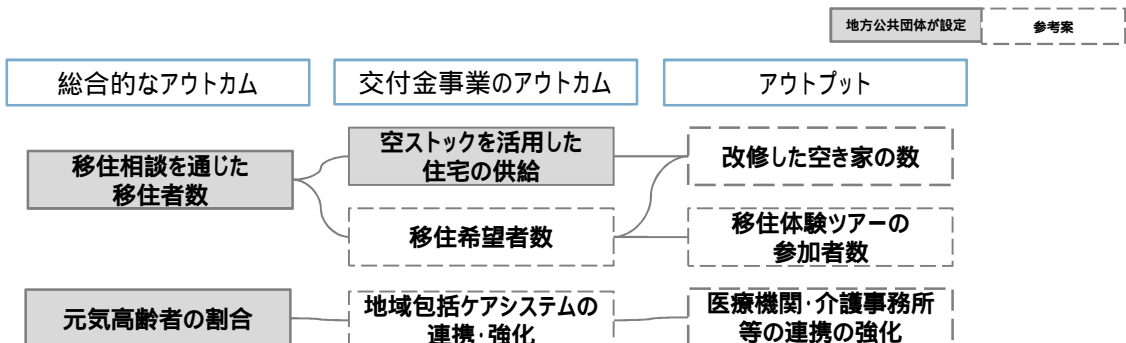
主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
移住相談を通じた移住者数	15人 (15人)	● 移住促進の取組の効果測定に最も適当な指標。 ● 本事業計画において想定している、町有地14haを活用したCCRCモデルエリアへの移住者数100人の目標値をベースに各年度の目標値を設定。
空きストックを活用した住宅の供給	0戸 (1戸)	● 地域の生活基盤の改善を図るモデルエリア構築の取組の効果測定に最も適当な指標。 ● 本事業計画において、年度単位で1箇所ずつモデルエリアを構築することとしていることから、年度ごとに1戸を目標値として設定。
元気高齢者の割合	82.1% (81.5%)	● 65歳以上の高齢者のうち要支援・要介護認定を受けていない人の割合であり、地域包括ケアシステムの介護予防における指標としているが、本事業の目的である「日本版CCRCの構築」に対して効果的であることから指標として設定。 ● 事業計画作成時の実績から、介護予防・健康推進の取組の効果が現れると想定した5年後の目標値(83%)をベースに、各年度の目標値を設定。

事業の効果

【総合的なアウトカム】

- 移住相談を通じた移住者数 H27年度比 100人増（H28～32年度の5年間の合計目標）
- 元気高齢者の割合 81%（H27年度） 83%（H32年度目標）

ロジックツリー





今後の展開・課題 民間主導で実施するサービス付き高齢者向け住宅の整備が遅れており、計画策定時に収入の核としていた住宅運営事業収入がないためにまちづくり会社の自立化が遅れている。今後は、引き続き高齢者向け住宅の整備に向けた検討を進めるとともに、町有地14haに整備した地域交流拠点施設の活用等を通じて、まちづくり会社の事業収入を確保していく予定である。

ここがポイント! 当初参画を予定していた民間事業者が撤退するという想定外の事態が発生したものの、当町の特色を活かしたCCRC構想に共感した新規事業者との連携や若者世代への移住施策の展開強化など、事業を取り巻く環境に合わせた計画の見直しを行い、構想の実現に向けて前進を続けている。

事業名称 交流と協働で織りなす夢をかなえるまちコンパクトシティ白田と生涯活躍のまちの構築

推進交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 43,900千円（平成29年度）
総額 128,200千円（平成28～30年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 佐久市の人口(平成27年国勢調査)：99,368人

- 佐久市は、「地域医療のメッカ」として知られる健康長寿のまちである。この強みを活かして、住民が最期まで安心して暮らせるまちづくりを推進する。
- 本事業では、佐久市白田地区において、医療から介護までの地域包括ケアを行っている長野県厚生連佐久総合病院を中心に、地域住民や多世代との交流により「愛され、褒められ、期待され、期待に応える」幸福のサイクルを実現できる豊かな生活環境を提供することで、移り住んだアクティブシニアが健康でアクティブな暮らしを送り、必要に応じて医療・介護を受けながら、最期まで暮らし続けることができるまちづくりの実現を目指す。

【事業主体】

- サービス付き高齢者向け住宅化整備・管理運営主体として公募で決定された「佐久市白田地区活性化共同企業体」を地域再生推進法人に指定予定。

【事業内容】

- 佐久市白田地区生涯活躍のまちの実現に向け、3本の柱からまちづくりを進める。
- 魅力づくり
地域コミュニティの再興を図り、移住者だけでなく地域住民全体がほのぼのとした幸せを感じながら最期まで安心して暮らすための地域の魅力を発掘・創造する。公民館等における生涯学習活動や地域包括ケアシステムとの連携等によって魅力あるまちを構築していく。
 - 住まいづくり
サービス付き高齢者向け住宅として市営住宅の一部を改修し、移住者の新たな住まいを整備する。事業主体は公募によって決定された民間企業体である（佐久市白田地区活性化共同企業体）。また、移住検討に活用してもらうよう、平成29年度に対象地区へ新たに2軒の移住体験住宅を整備した。
 - 移住促進
これまで、生涯活躍のまち移住促進センター（東京）へのブース出展を中心に、首都圏における移住セミナーや現地における移住体験ツアーを開催してきた。移住希望者が必要とする情報を発信し、移住検討を進めてもらうことが目的。

佐久市生涯活躍のまち構想における「移住までの4ステップ」



サービス付き高齢者向け住宅化予定の市営住宅（一室を移住体験住宅として使用中）

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
移住促進センターにおける相談者のうち佐久市への移住者数（住まいの整備が整うまでは移住相談件数）	100件 (200件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 実際の移住者数を計測することによって、消費効果など移住による効果を計測できる。また、相談件数の絶対数を増やすことは潜在的・顕在的な移住候補者の確保に繋がるため、KPIに設定。 ● 40世帯の移住者獲得という最終目標を見据えて、平成29年度は移住相談件数の目標値を設定。
サービス付き高齢者向け住宅（サ高住）等における新たな雇用者数	0人 (0人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 対象事業に係る「しごと」の創出を図るため、KPIに設定。 ● なお、平成29年度はサ高住開所前のため目標値は0人とした。現時点でサ高住は平成31年度中に開所予定。
公共施設の活用件数	0件 (0件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存ストックの有効活用の観点で評価するため、KPIに設定。 ● なお、平成29年度はサ高住開所前のため目標値は0件とした。現時点でサ高住は平成31年度中に開所予定。

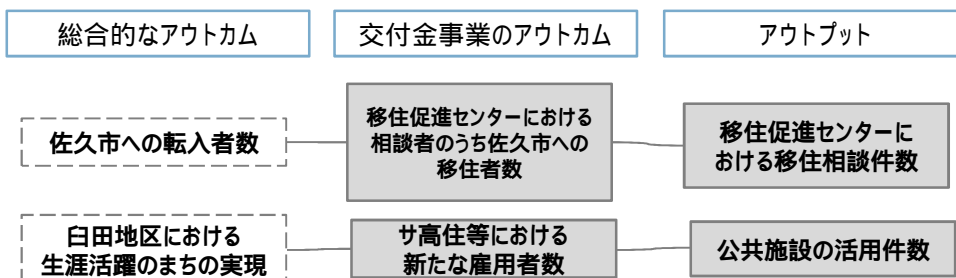
事業の効果

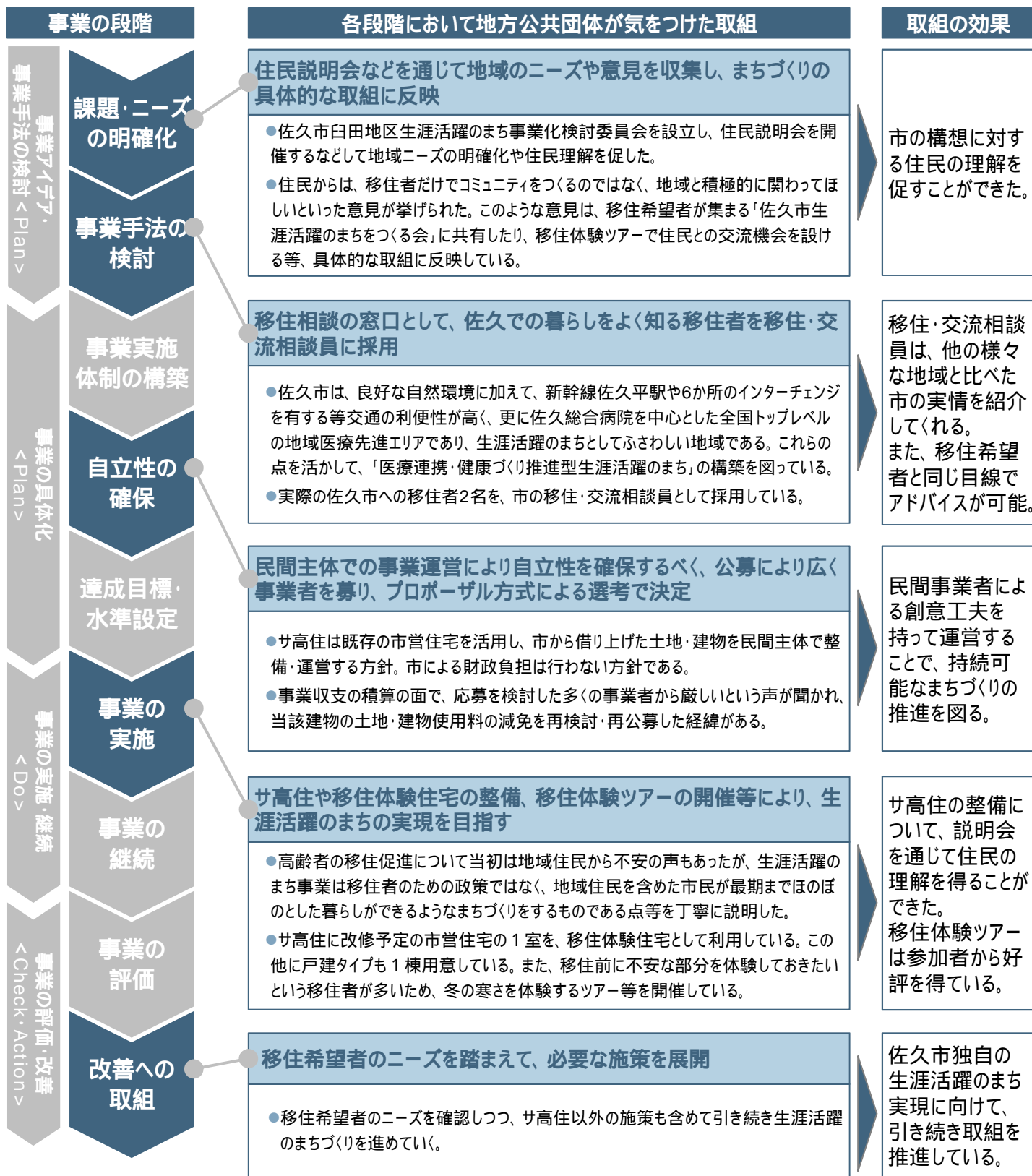
【交付金事業のアウトカム】

- 移住促進センターにおける相談者のうち佐久市への移住者数 40世帯（H30年度目標）
- サ高住等における新たな雇用者数 15人（H30年度目標）

ロジックツリー

地方公共団体が設定 参考案





今後の展開・課題 サ高住の整備・管理運営を担う事業者が決定し、入居者募集を行いながら事業の進め方について協議・検討を進めている。新規の移住相談者やセミナー参加者は出続けていることから、移住希望者に対して、より具体的でニーズに合った条件を提示していく必要がある。市は今後も事業者と協議を重ねながら事業を推進していく方針である。

ここがポイント! 良好な自然環境、交通アクセスの良さ、先進的な地域包括ケアの取組、といった佐久市の地域特性を活かした生涯活躍のまちづくりを目指している。必要に応じて計画見直しを行いつつ移住希望者のニーズに合わせたまちづくりを推進していく方針である。

事業名称 岡山県北発「住み続けたい、住みたい」を実現するまち創生計画

推進交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 36,711千円（平成29年度）
総額 130,671千円（平成29～31年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 津山市の人口（平成27年国勢調査）：103,746人

- 津山市では、高度経済成長期には、中国自動車道の開通を契機に工業団地への企業誘致が進み、中心市街地では商業が盛り上がりを見せ、地域産業は活況を呈していた。これらを背景として人口は着実に増加し、平成7年の国勢調査では11万3千人を超えるまでになったが、これをピーク以降は減少に転じ、平成22年の国勢調査では10万7千人を割り込み、6千8百人以上の減少となった。国立社会保障・人口問題研究所による推計では、このまま少子化と人口流出に歯止めがかからなければ、2060年には人口が約6万人まで減少するきわめて厳しい推計がなされている。中でも、高校卒業後の進学や就職に伴う若者の地域外への流出が著しく、このいわゆる「18歳の崖」の克服がきわめて重要な課題であることから、移住・定住と就業を一体として強力に取り組む。

【事業主体】

- 津山ぐらし移住サポートセンター
構成メンバー：津山市、商工会議所、商工会、農協、つやま産業支援センター、ハローワーク、金融機関

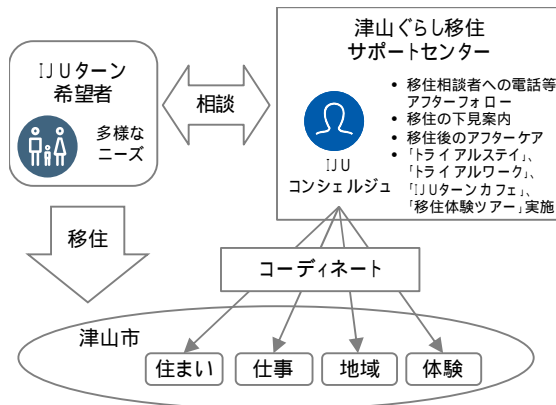
【事業内容】

移住・定住の推進強化

- 津山市への移住希望者に対し、新たに「津山ぐらし移住サポートセンター」を開設し、I J Uコンシェルジュを配置。I J Uターンカフェや相談会で、住まい・仕事・生活環境などの暮らしに関する情報を発信するとともに、移住希望者のワンストップ相談窓口として、住まいのマッチングや移住者・地域住民等とのネットワーク構築を支援する。
- また、トライアルステイ、トライアルワークプログラムによる後継者づくり、移住体験ツアー等、津山市における生活体験プログラムを整備し、円滑な移住・定住を推進していく。
- これらの先駆的な取組を市外の移住希望者に発信するために、移住定住ポータルサイト「LIFE津山」を運営し、更には移住希望者を同サイトへ誘引するための広告展開を行う。

若者の地元就職促進

- 津山圏域企業への若者の就職者数の向上及び定住人口の減少抑制を図るため、就職コーディネーターを配置し、企業への関心度を高める情報提供や大学・高専のゼミ及び研究室と地域企業とのマッチングにより、地域就職ネットワークを整備する。
- また、学生に対し、地域での自己実現を図るための情報として、地域での生活についての情報や、地域の企業の情報を伝えていく。具体的には、大学生・高専生向けの長期インターンシップや、学生目線による地域企業紹介記事作成プログラム等の取組により、学生に対して地域企業の魅力を伝える地域内就職の誘引を図る。
- 更に、市内高校生を対象に、地域紹介動画制作事業や、新入社員と学生との意見交換会や地域課題を解決するためのワークショップ等を実施することにより、生徒のキャリア教育を促進するとともに地域で生活することの魅力伝える。



高校生による市内企業紹介ビデオ制作発表会の様子



匠の技トライアルワーク（移住希望者による手仕事産業実務体験プログラム）

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
津山圏域外から津山市への移住者数	392人 (260人)	将来にわたって地域の活力を維持し続けていくために、特に若者や子育て世代を中心とした津山市への移住者数の増加は重要な指標。H28年度244人から毎年約20人ずつの増加を目標として設定。
新規学卒者地域内就職者数（津山・美作管内）	698人 (667人)	将来にわたって地域の活力を維持し続けていくために、新規学卒者の地域内就職者数の増加は重要な指標。H28年度647人から毎年20人ずつの増加を目標として設定。
大学生のインターンシップ実施者数	9人 (3人)	地域企業の魅力を伝える機会であるインターンシップへの大学生等の参加者数の増加は、地域就職数増加に関する指標。H27年度1名という状況から目標を設定。

事業の効果

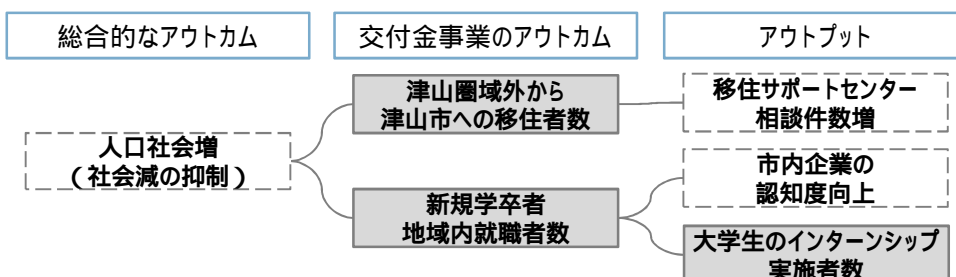
【交付金事業のアウトカム】

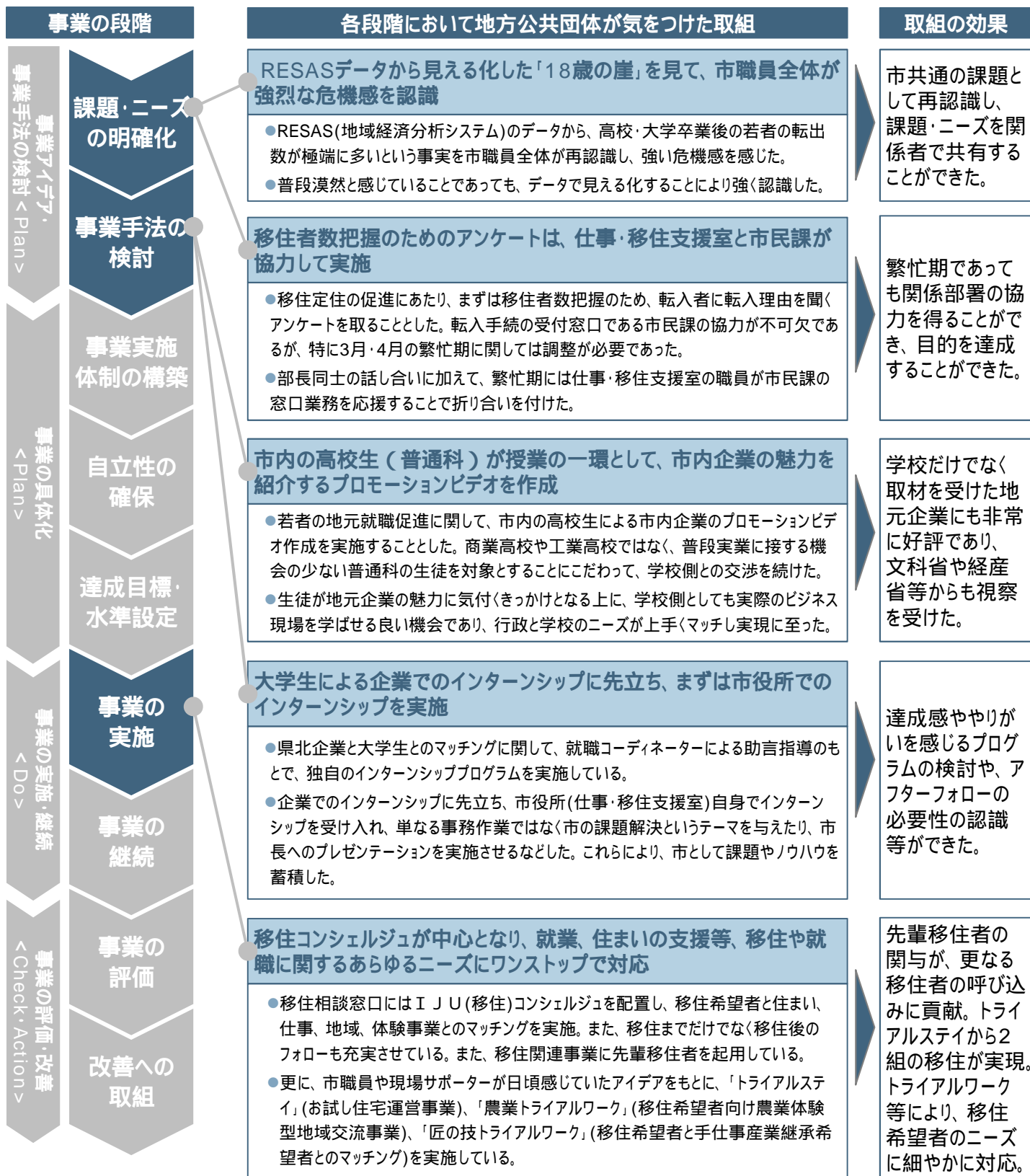
- 津山圏域外からの移住者数 100人(H26年度) 420人(H30年度見込み)
- 新規学卒者の地域内就職者数 594人(H26年度) 700人(H31年度目標)

【その他の副次効果】

- 住みたい田舎ランキングで上位になってきたため、メディアでの露出が増加し、元々の住民にも市の魅力に気付いてもらえるきっかけとなった。

ロジックツリー





今後の展開・課題 地域企業のPRにも繋がる情報を発信することで、行政の財源のみでなく地域企業等からの出資や協賛収入等の確保を図り、自立と持続可能な仕組みを構築していくことが必要である。そのためには、より多くの高校生や大学生にこのシティプロモーションの事業に参加してもらうことが必要であり、SNSワークショップを開催するなど工夫している。また、移住定住施策の財源確保のため、お試し住宅を利用したトライアルステイ事業の拡大を進めていく計画である。

ここがポイント! 統計データの見える化により、市役所内の関係部署と課題を共有することができ、事業推進にあたっての協力関係構築に成功している。また、事業実施によって取得したデータ(市内への移住者数が増加している点、年代別では高齢者層ではなく若者層が多い点など)の見える化も行っており、これにより移住希望者の安心感を得ることができ、更なる移住促進に繋がっている。

事業概要

【事業実施額】 実績額 35,238千円（平成29年度）
 総額 67,200千円（平成29～30年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 東温市の人口（平成27年国勢調査）：34,613人

- 東温市では、衰退が進む中山間地域を「貴重な資源」と捉え、ボトムアップ型で市全体の魅力や活力の向上に波及させることを目標として、平成28年度から地方創生加速化交付金を活用し、中山間地域の活性化に向けた活動主体となる「地域運営組織の組織化」や、「交流拠点施設の整備」、「魅力的な体験プログラムの開発」等に取り組んでいる。また、「市移住定住促進協議会の組織化」や「市移住定住促進マスタープラン」の策定に取り組み、市への移住定住促進に向けた取組を本格化させた。
- 本事業は、地方創生加速化交付金事業の後継事業として、地域運営組織の運営安定化、移住定住施策のブラッシュアップ、地域と行政が一体となったプロモーション活動の拡大を通じて、持続可能な地域づくりを更に進めるものである。

【事業主体】

- 地域運営組織（地域住民、集落支援員、地域おこし協力隊、地域づくり有識者など）
- 移住定住促進協議会（地域運営組織、まちづくり団体、不動産事業者、市内企業、金融機関、メディアなど）

【東温市内中山間地域4地区における交流拠点施設】

地域運営組織の安定化

- 平成28年度に設立した地域運営組織の法人化を進め、収益性を高めるために、地域ビジネス拡大に向けた商品・サービス（地域体験プログラム等）のブラッシュアップに取り組む。
- 地域体験プログラムの企画開発、試行及び周知PR活動の支援を行う。
- 地域運営組織や集落支援員、地域おこし協力隊などが日々の活動の中で調査・把握する地域課題を行政と地域が連携して解決に導くため、地域課題解決型地域提案事業の企画、実施及び周知PR活動の支援を行う。

移住定住施策のブラッシュアップ

- 平成28年度に地方創生加速化交付金を活用して策定した「東温市移住定住促進マスタープラン」に基づき、市内で取り組む各種移住促進施策の進捗状況を点検、整理し、施策のブラッシュアップに繋げる。
- 移住検討者が移住を決断する最後の一押しとなる施策として、移住者に対する住居・仕事・子育て等必要な情報の提供や現地案内などのワンストップサービスの体制を確立する。
- 移住地「とうおん」ブランド確立に向けたプロモーション
- 市内の各種情報を外部向けの情報として編集し、多くの人の共感を生む話題性と拡散性の高い記事として提供できる体制を整え、地方メディアのみならず、全国メディアに取り上げられることを目指す。



古民家体験施設「人空田（じんくうでん）」
（井内エリア）



手作りりの交流拠点「ほっこり奥松」
（奥松瀬川エリア）



古民家を改修した交流拠点「クロモリ」
（河之内エリア）



渓谷入口の観光案内所「滑川清流ハウス」
（滑川エリア）

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
移住定住促進協議会及び地域運営組織が提供する移住サポート・体験プログラム等を通じた移住者数<<増分>>	12人 (10人)	<ul style="list-style-type: none"> 認知 関心 体験・共感・感動 移住を目指す本事業の最終的な効果を測る指標として設定。 事業開始時点の移住相談窓口を通じた移住者数、移住促進を強化する地域の規模、居住可能な空き家数等を勘案し、過大な目標値とならないよう設定した。
地域運営組織の法人化件数	0件 (1件)	<ul style="list-style-type: none"> 地域活性化に向けた取組が、地域単位・住民主体で、長期的かつ安定的な組織運営のもとで行われるかどうかを測る指標として設定。4地区それぞれで任意団体が立ち上がっており、将来的に全組織の法人化を目指す。短期的には会員数や売上見込額の大きい1組織の法人化を目指す。
地域運営組織が管理する拠点施設への年間来館者数<<増分>>	6,914人 (3,300人)	<ul style="list-style-type: none"> 認知・関心・体験・共感・感動を生み、交流人口拡大の段階での効果確認の指標として設定。 事業開始時点での4組織の運営する拠点の来館者数から、事業効果による伸びを見込み設定した。
地域運営組織が提供する物産、体験プログラム等の年間売上額<<増分>>	3,901千円 (1,700千円)	<ul style="list-style-type: none"> 認知・関心・体験・共感・感動を生み、交流人口の拡大を図る中で、消費が創出される効果を確認する指標として設定。 事業開始時点での4組織の売上額から、事業効果による伸びを見込み設定した。

事業の効果

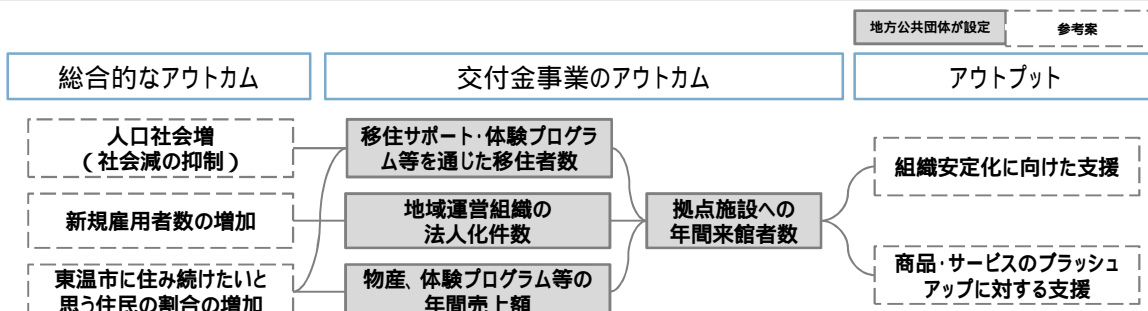
【交付金事業のアウトカム】（H29～30年度の累計目標）

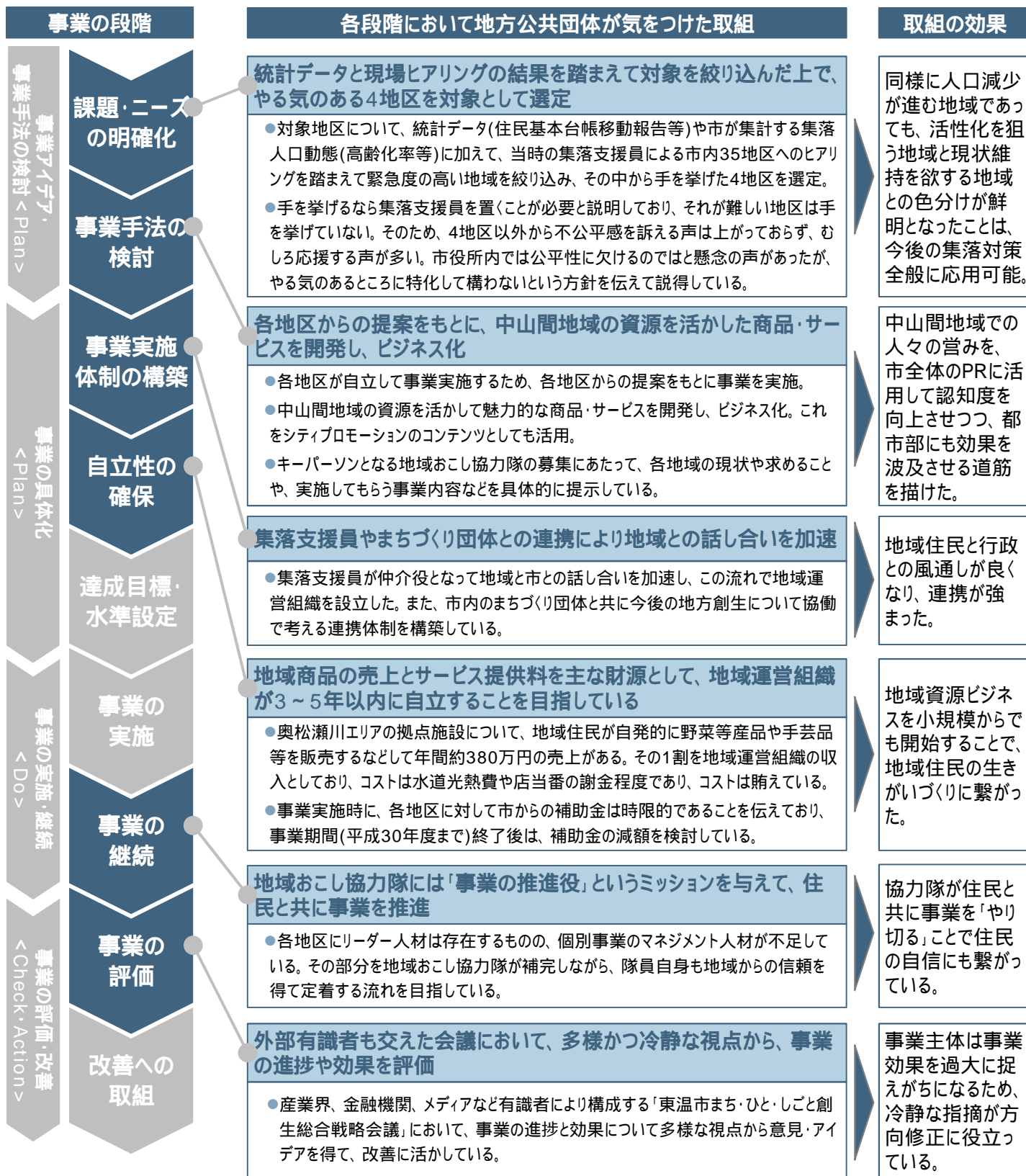
- 移住サポート・体験プログラム等を通じた移住者数 30人増
- 地域運営組織の法人化件数 2件
- 地域運営組織が提供する物産、体験プログラム等の年間売上額 5,400千円増

【その他の副次効果】

- 市内の中山間地域を中心とした東温市の認知度向上（東温市公式フェイスブック「いいね！」数がH29年4月 800 H31年3月 4,300に向上）

ロジックツリー





今後の展開・課題 移住者を受け入れるための住宅に関して、平野部では、区画整理事業などで住宅地を確保できているが、中山間地域では、利用可能な空き家が少なく、また、家屋所有者とのマッチングも難しい状況にある点が課題である。

ここがポイント! 対象地区の選定にあたり、各地区に手を挙げさせることにより、やる気のある地区を選定している。事業の実施内容についても、各地区からの提案をもとにすることで自立を促している。また、個別事業のマネジメントなど人材面で不足する部分については、地域おこし協力隊を活用することで、地域との共生を図りながら補完している。

事業概要

【事業実施額】 実績額 15,412千円（平成29年度）

【事業の背景・経緯】 木島平村の人口(平成27年国勢調査)：4,658人

- 本事業は、移住者のための体験住宅を整備することで、空き家解消のみならず移住希望者への流動化を促し、移住希望者の希望を叶え、人口増加に繋げることを目的としている。
- 一方で、移住希望者が観光などで来訪し、景色や風土など村の一部分の魅力だけを気に入ったとしても、いきなり移住という決断には至らない。また、決断して移住しても理想と現実のギャップにより村を離れるケースもある。
- そこで、すでに移住し定住している住民などから成る「移住定住促進協議会」から移住希望者に対して、さまざまな移住体験やセミナーを通して積極的に情報を発信する。これにより、人付き合いや特別豪雪地帯特有の生活環境などの現実と、移住希望のきっかけとなった理想とのギャップを徐々に埋め、納得し、安心して移住し、再度転出することなく定住するための環境を創出する。
- 更には、移住者の持つ活力を新たな風として活用すべく、DMO化を将来の組織目標を持つ「木島平村産業ネットワーク協議会」を介して移住者を産業の活性化にも繋げていくことも視野に入れている。

【事業主体】

- 木島平村移住定住促進協議会
構成メンバー：移住者、木島平村農業振興公社、木島平村観光協会、不動産業者、ハローワーク飯山、木島平村

【事業内容】

移住体験住宅の整備

平成28年度に加速化交付金を活用して整備した移住体験住宅に続いて、廃校となった小学校跡地を活用して体験住宅を整備する。

移住体験コーディネーター育成

地域行事に積極的に参加し、村での生活を感じ、人付き合いや生活環境に安心感を得るという移住に向けた流れを、移住体験住宅利用者にスムーズに提供するために、地域と利用者との橋渡し役を担う移住体験コーディネーターを育成する。

移住体験住宅活用事業

体験住宅にて実生活が営めるよう必要家具類等を整備する。また、住宅周辺の農地を活用して農業体験を行ってもらう。



地域住民との繋がりを重視して、民家や飲食店の近く（小学校跡地）に移住体験住宅を建設



移住体験住宅では、ゴミ出しの方法や冬場の生活の実態について村職員が説明

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
移住体験住宅利用組数	5組 (5組)	<ul style="list-style-type: none"> ● 移住は家族単位での移動と捉え、単位は組とする。 ● 最長利用期間を30日と設定したことから、2月に1回程度の利用を想定して目標値は5組とした。
移住相談者数 <<増分>>	39人 (5人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 移住検討時には当該市町村へ照会を掛けることから、移住検討者数を測る指標として設定。 ● 移住体験住宅利用組数と同様の想定に基づいて目標値を設定。

事業の効果

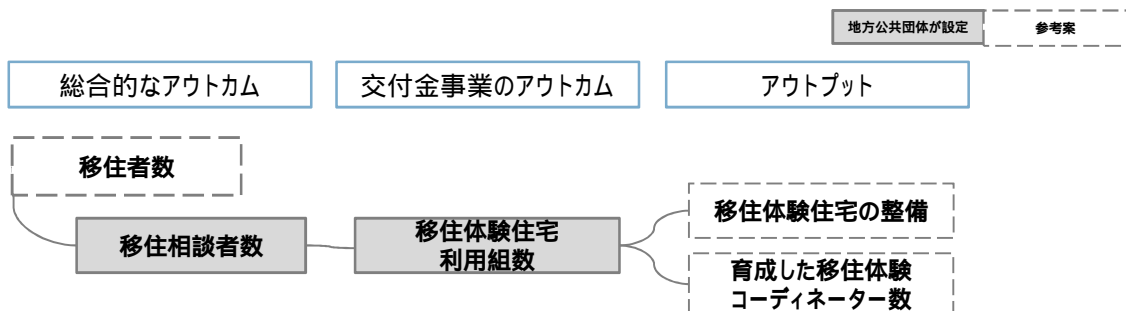
【総合的なアウトカム】

- 移住相談者数 10人(H27年度) 35人(H32年度目標)

【その他の副次効果】

- 本事業を契機として、PDCAサイクルの考え方が役場職員の間浸透し、事業に対するモチベーションが向上した。

ロジックツリー





今後の展開・課題 当初の計画では、本事業の中で移住体験コーディネーターを育成することとしていたが、思うように人材が集まらない状況である。そのため当面は村職員がこの役割を果たす予定であるが、人材の確保を急ぐ必要がある。

ここがポイント! 景観などの村の良い側面だけを見て安易な気持ちで移住を決断しても定住には結びつかないと考え、移住希望者には冬場の厳しい生活環境や地域住民との人付き合いなどの現実を体験してもらうことが重要であると考えている。そのため、地域住民と触れ合える場所への体験住宅の建設や、セミナーでの先輩移住者による実体験の説明、村での生活の実態やノウハウに関する村職員による説明などを実施している。

事例集 働き方改革

事業名称 ジョブセンターまえばしを核とした若者及び女性の就職支援事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 53,291千円（平成29年度）
 総額 153,212千円（平成28～30年度、申請ベース）

- 【事業の背景・経緯】 前橋市の人口(平成27年国勢調査)：336,154人
- 前橋市では、大学進学や就職時の市外転出等により、市内事業所へ就職する若者が減少している。一方で、市内の中小企業は、独自のホームページ作成や大手就職情報サイトへの掲載等にかかる費用が大きいことなどから、就活者に向けた情報発信が十分にできておらず、若者と企業相互の情報発信・収集の機会創出が必要である。
 - また、第三次産業の割合が高い本市の産業構造においては、結婚や出産を機に退職を余儀なくされる女性が多いが、これらの女性が再就職する際には、心理的な不安や子どもの預け先（保育所等）等の問題がある。そのため、個々の希望に寄り添ったきめ細かな対応を行う体制が求められている。
 - 本事業では、市内事業所へ就職する若者が増加し、幅広い年齢層で従業員が構成されて市内産業が活性化することを目指す。また、若者や子育て中の女性の安定的な雇用と収入が確保されることで、結婚や出産等の増加や定住が促進され、市民生活が充実し、地域全体が発展することを目指す。

【事業主体】

- ジョブセンターまえばし
 構成メンバー：前橋市、群馬労働局(ハローワーク)、指定管理者(㈱ワークエントリー)

【事業内容】

総合的な就職支援の実施

市内での就職を希望する若者及び子育て中の女性をメインターゲットとした総合的な就職支援施設「ジョブセンターまえばし」において、就職に向けたキャリアカウンセリング、就職支援プログラム作成、就職支援セミナー、企業とのマッチング、就職紹介から就職後の定着支援等を行う。

市内企業に関する情報発信

前橋市で就職を希望しても、県外では市内企業の情報を得る手段が乏しいため、企業情報に関する若者のニーズを把握しながら効果的に情報を発信し、より層の厚い情報の中から求職者に最適な情報を提供することで、確実に就職へ繋げていく。

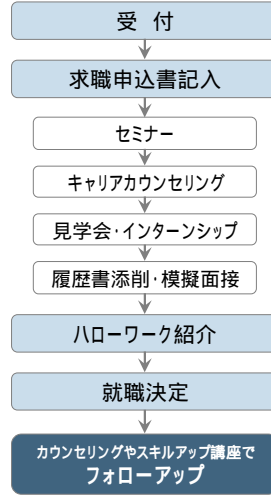
市内中高生向けのキャリアイベント開催

市内中高生等に向けたキャリア教育イベントを実施し、職業観や勤労観の醸成を図るとともに市内企業を知る機会を創出することで、将来に向けたU I J ターン就職の促進を図る。

仕事と子育ての両立支援整備

女性の活躍・雇用・定着促進に向けた、仕事と子育ての両立を支援する環境の整備のため、事業所内保育施設の設置を促進する。これにより、ライフイベントによる女性の退職を減らすとともに、子育て女性の再就職を支援する。

ジョブセンターまえばしの
求職者サポートの流れ



就職支援と職業紹介の二つの機能をワンストップで提供



求職者一人一人に合ったキャリアカウンセリングを実施

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
前橋市内への転入者数の割合* (15歳～39歳) <<増分>> *転入者数÷転出者数	0.7% (0.1%)	県都まえばし創生プラン（前橋版人口ビジョン・総合戦略）における人口シミュレーション及び転出超過数のKPI値を基に目標値を設定。平成27年度の96.9%から毎年0.1ポイントずつの増加を目標とした。
事業所内保育施設新設企業における女性の採用数	31人 (5人)	子育てと仕事を両立できる職場環境の整備により、女性の雇用がどのように変化するか、複数年にわたって費用対効果を測定するのに適している。 平成24年就業構造基本調査における女性の有業率や非正規雇用率なども参考にしながら、企業主導型事業所内保育施設の新規設置（補助金助成）1件につき、5人の雇用増とした。
ジョブセンターまえばし利用登録者の市内事業所就職者数	529人 (100人)	利用者に直接的な支援をした成果の判定、施設開設からの純粋な成果の比較、複数年にわたる費用対効果の測定に適している。 同種施設（ジョブカフェぐま 東毛サテライト）の実績を基に算出した。

事業の効果

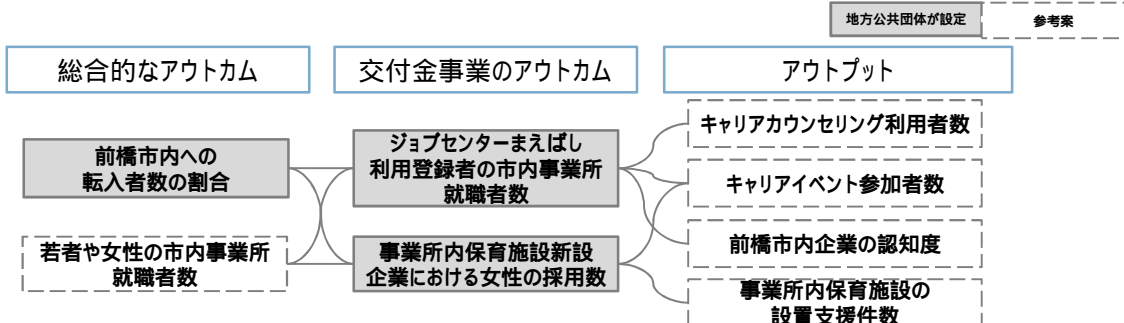
【総合的なアウトカム】

- 前橋市内への転入者数の割合(15～39歳)
 96.9%(H27年度) 97.2%(H30年度目標)

【その他の副次効果】

- 群馬わかものハローワーク及びハローワークまえばしのマザーズコーナーが移転して設置されたことが、施設の利用者数・就職決定者数の増加に大きく貢献している。
 （就職者数のKPIは、移転が決まる前に設定したものであるため、これらによる就職者数を見込んでおらず、実績値は目標値を大幅に上回る結果となった。）

ロジックツリー





今後の展開・課題 定着支援講座の受講料を事業収入として確保する予定であったが、前施設から内容・講師を引き継いで実施している講座も一部あることから、現状では講座の実費分のみを徴収している。過去から継続している講座も含めて内容の見直し・受講料の上乗せを検討し、徐々に仕事に役立つスキルアップの講座を増やすなど工夫を凝らすことにより、事業収入の増加に努める。

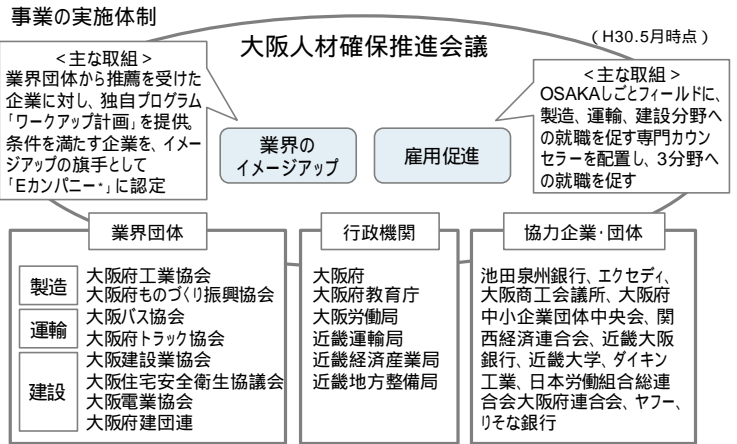
ここがポイント! 就職支援においては、若者の可能性を拡げることや仕事に定着させることが重要であり、技能を習得したからといって就職、定着に結び付くとは限らない。そのため、技能習得のみに注力するのではなく、求職者本人が気付いていない特性や可能性の引き出しも含めて、適性を自分自身で見極めて自分に合った仕事を見つけられるように支援を行っている。

事業概要

【事業実施額】 実績額 70,141千円（平成29年度）
 総額 198,142千円（平成28～30年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 大阪府の人口(平成27年国勢調査)：8,839,469人

- 労働力の減少が見込まれる中、大阪が今後も持続的に発展していくためには、業界・企業の人材確保が必須である。人材確保に向けた取組は、あらゆる産業分野において進められているが、大阪府としては、まずニーズが非常に高い製造、運輸、建設分野の支援に先駆的に取り組む。
- 取組にあたり、大阪府が関係する業界団体等から構成する「大阪人材確保推進会議」を設置し、同会議で、各構成団体が実施する個別事業を支援し、促進する。
- 人材確保に課題を抱える分野（製造、運輸、建設）や企業の職場の環境整備を中心とした働き方改革と広報力強化、求職者の職種志向を拡大する新たな就業支援を一体的に取り組むことにより、雇用のミスマッチを解消し、人材確保に課題を抱える分野の人材確保や女性・若者の大阪での就職に繋げる。これらの取組が、ひいては、大阪から東京圏への人口流出防止に繋がり、大阪経済の活性化、持続的な発展に寄与する。



【事業内容】

人材確保に課題を抱える分野の業界団体などとの協働により、「業界のイメージアップ（働く環境整備・魅力発信）」と「雇用促進」を実現する。

業界・企業のイメージアップに向けた取組

- ・業界団体から推薦を受けた、取組に積極的な企業の魅力向上と人材確保力の強化（独自プログラム「ワークアップ計画」の実施）
- ・業界の魅力の発信

人材確保支援

- ・求職者の職種志向の拡大を促すアクティブカウンセリングの実施
- ・大学1～3年生を対象としたインターンシップの実施



左：企業向けプログラム「ワークアップ計画」

下：ワークアップ計画修了企業を「Eカンパニー*」として認定



*正式名称は「大阪人材確保推進会議 Eカンパニー」

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値(目標値)	指標設定・目標値設定のポイント(工夫・示唆等)
(OSAKAしごとフィールドで支援した) 就職者数	480人 (190人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業目的である、対象分野の人材確保の指標として設定。 ● 過去に雇用基金を活用して実施した職種志向拡大の事業実績等を勘案して、目標値を設定。(平成29年度目標：高校生30人、大学生60人、女性・若者100人)
インターンシップ(大学1～3年生対象) 受入人数	26人 (20人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 職種志向の拡大を図るには、職業観の醸成過程である学生時代にアプローチすることが効果的であるため、これを指標として設定。 ● 受入企業、大学数を勘案して目標値を設定。
職業体験(女性や若者の求職者) 受入人数	106人 (100人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 求職者の職種志向拡大を図る上で、職業体験も一定の効果が見込まれるため設定。 ● OSAKAしごとフィールドでの就職支援目標である女性・若者の就職決定目標100人達成のためには、職業体験に最低100人の誘導が必要。
大阪版エクセレントカンパニー(Eカンパニー)認定企業数	27社 (15社)	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業実施期間内に各分野10社、計30社が率先して取り組むことで対象分野に一定の影響が及ぶと想定。(平成29年度はその半数の15社を目標値に設定)

事業の効果

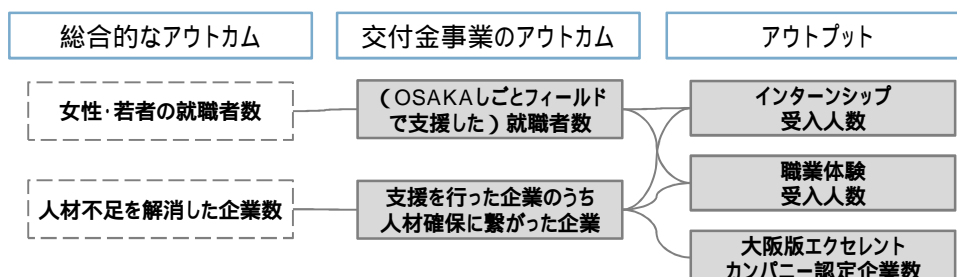
【交付金事業のアウトカム】(H30年度目標)

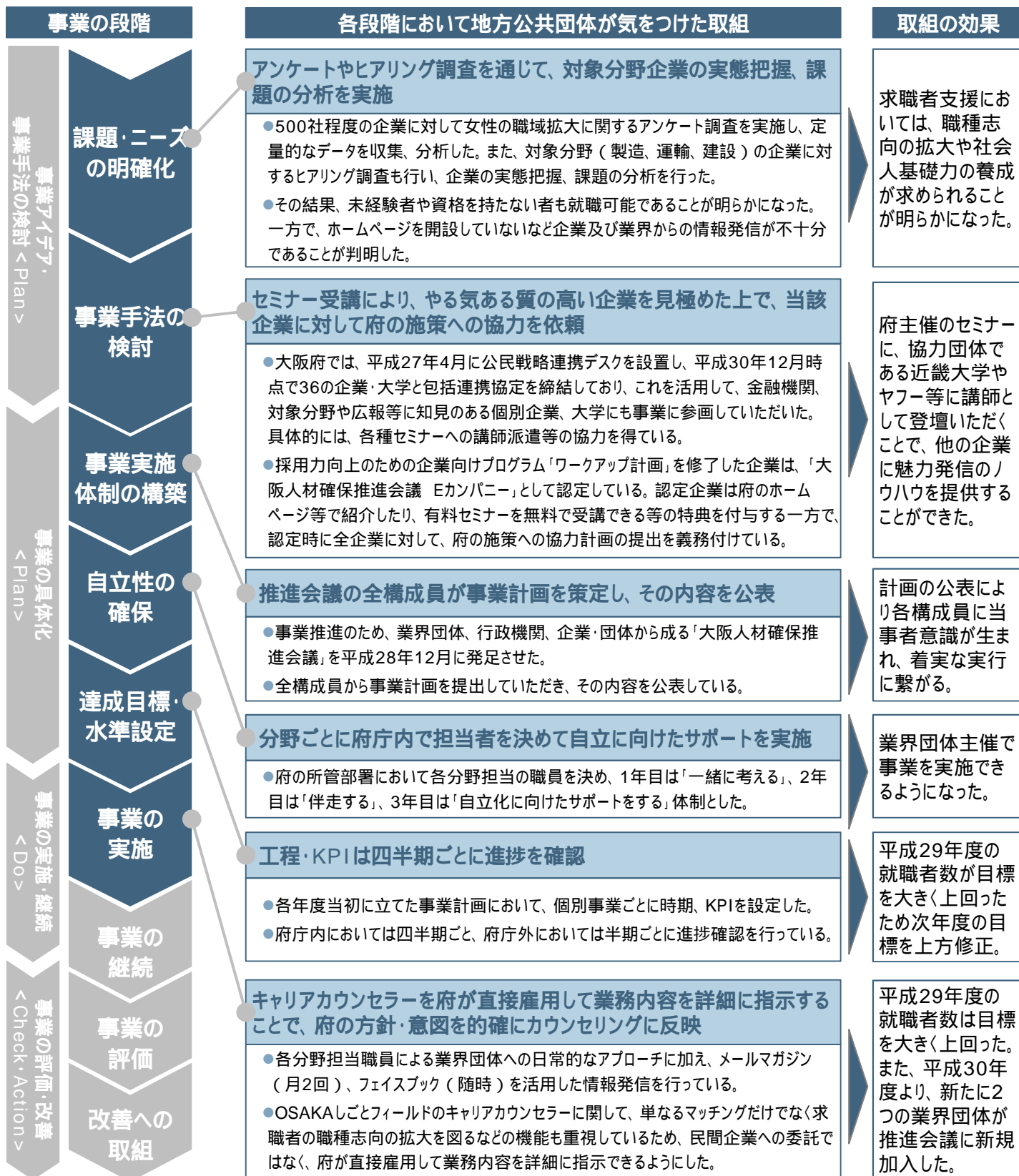
- (OSAKAしごとフィールドで支援した) 就職者数 250人
- 支援を行った企業のうち、人材確保に繋がった企業 200社

【副次効果】

- 公民協働で事業を進めるノウハウが蓄積された。

ロジックツリー





今後の展開・課題 事業費の確保について、セミナー収入（1人当たり1,000円～5,000円）や業界団体等によるバス代・講習材料費負担がある。残りは府が負担しているが、今後は自立化に向けて、事業費負担を減らす必要がある（業界団体による自主事業の支援、「大阪人材確保推進会議 Eカンパニー」との連携等）。

ここがポイント！ 人材確保に課題を抱える企業が多い中、府の基幹産業でもある製造・運輸・建設の3分野に特化して、ノウハウや資源を集中し、各分野に合った手法を検討して実行している。また、「ワークアップ計画」を修了した企業のみ認定を行うことにより、認定の価値を高めている。更に、認定された企業が本事業をサポートする仕組みとすることで、他の企業への波及効果も狙っている。

事業名称 旧田殿保育園施設リノベーション整備事業

拠点整備交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 34,102千円（平成29年度）

【事業の背景・経緯】

有田川町の人口(平成27年国勢調査)：26,361人

- 有田川町では、人口減少が大きな課題となっており、国立社会保障・人口問題研究所によると、何も対策を行わなければ、平成22年の国勢調査時点における27,157人から平成52年(2040年)には18,959人へと約3分の2に減少することが推計されている。
- この先50年の有田川町の姿を展望するものとして策定した有田川町総合戦略を遂行し、そのビジョンを達成するため、本事業では、地域資源を活かし、地域の実情に即した起業やコミュニティビジネスを支援することで、雇用の創出とともに、地域の魅力の創造と地域課題の解決を図れるまちづくりを目指す。

【事業主体】

- 株式会社地域創生

【事業内容】

本事業では、平成28年3月末に統合により廃所となった3つの町立保育園のうちの1つをリノベーションすることで、民間が起業をするための場を提供し、利益を生み続けるための利活用をはかるものである。これにより、持続可能な運営の仕組みづくりを行い、地域の活性化に繋げる。

また、施設の利活用により、住民や地域外からの多くの客が集い多世代交流ができる憩いの場づくりや、子育てを楽しめる環境づくりを行う。まちづくりのための資源として観光分野などにも活用することにより、町の賑わいを創出し、活気あふれる「ずっと住みたいまちづくり」を実現する。

若者中心のプロジェクトチームによる活動

- 暮らして楽しい有田川町を実現するため、2040年に中心となる新世代のリーダーとして集まった住民によるプロジェクトチーム「AGW*」を中心に活動を展開。
- 「全米で最も住みたいまち」と言われるポートランド市を参考に、住みやすい環境を自ら作るために住民目線で活動している。
*ポートランドの合言葉である「KEEP PORTLAND WEIRD（ポートランドはずっとヘンテコであり続けよう）」に倣って命名。KEEP ARIDAGAWA WEIRDの略。

田殿保育園プロジェクト

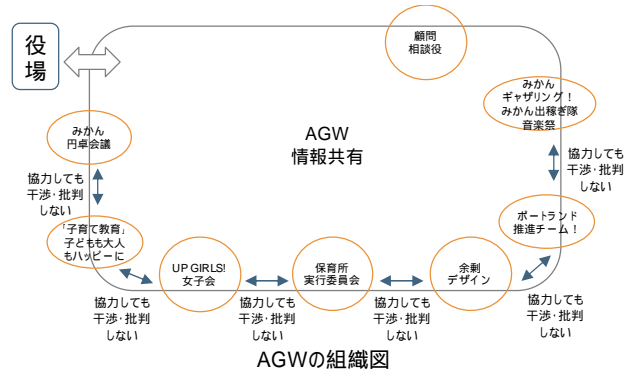
- AGWによるまちづくり活動の実践の場として、ポートランドの専門家の指導助言のもと、旧保育園を活用したリノベーションプロジェクトを実施。
- 平成30年8月にクラフトビールを売りとするカフェバーがオープンし、今後シェアオフィスなどがオープン予定。まちのリビングルームとして、住民同士の団らんやお客様をもてなすカジュアルな場となることを目指す。



保育園をリノベーションした拠点施設



AGWのロゴマーク



平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
施設の年間売上額	0百万円 (0百万円)	旧保育園の各教室を店舗等として利用する事業者が増加することで、管理運営会社の収入が増加する。また、イベント等での貸出料も見込む。(H29年度はオープン前のため0円)
起業・ビジネス立ち上げ支援件数	0件 (3件)	各教室の貸し出しに当たっては、町の総合戦略を念頭に置いて、女性や若者の起業・ビジネス立ち上げの場としての貸し出しを目指している。旧保育園の教室数を参考に目標値を設定。
新事業における新規雇用者数	0人 (2人)	起業・ビジネス立ち上げ支援件数の増加に伴い、新規雇用者が生まれると考えられる。旧保育園の教室数を参考に目標値を設定。

事業の効果

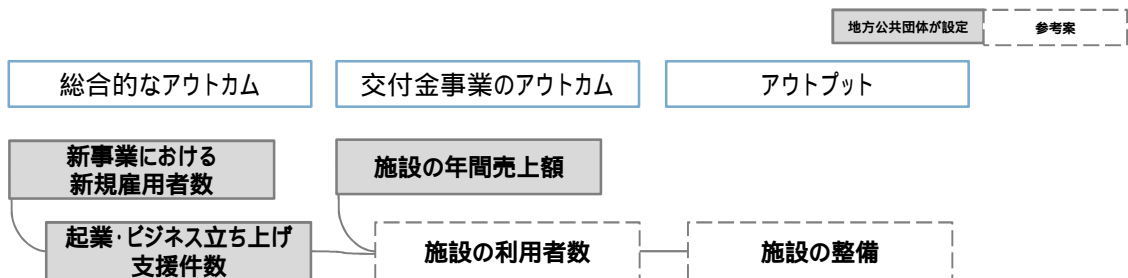
【総合的アウトカム】

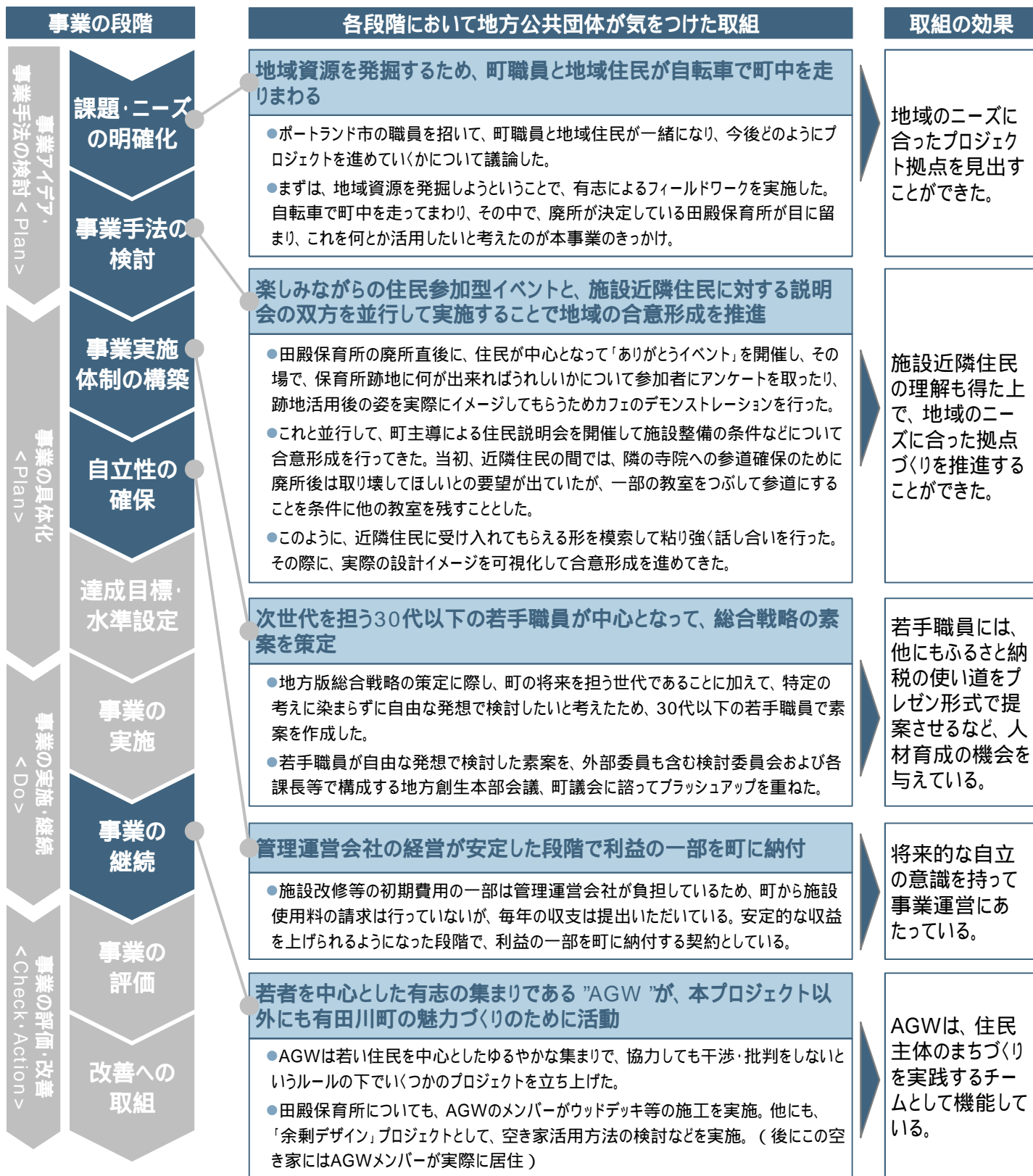
- 起業・ビジネス立ち上げ支援件数 12件(H32年度目標)
- 新事業における新規雇用者数 8人(H32年度目標)

【その他の副次効果】

- 本事業に関連して、町のために何が出来るかを女性目線で考える「女性フォーラム」が開催され、情報誌制作などの活動がメディアで取り上げられ話題となった。
- ポートランド市との連携事業という点で注目度が高く、町の宣伝に繋がった。

ロジックツリー





今後の展開・課題 田殿保育園のリノベーションという大きな目標がひと段落した今、AGWにとって達成感のある次のプロジェクトが今後必要であると考えている。その意味で、町議会議員を巻き込むなどして、田殿保育園周辺以外の地域の住民にこれまでの活動を周知していくことが重要。これにより、町内の別の地域で同様の取組が形成される可能性が出てくる。

ここがポイント! 2040年といった町の将来に関する検討は、その時代を担うこととなる30代以下の世代が当事者であるという考えのもと、町役場、地域住民ともに若手メンバーが中心となって、地域の魅力の創造と地域課題の解決に向けて活動している。町役場では、若手の自由な発想による検討結果を、経験豊富な課長クラスや外部委員によりブラッシュアップするなど、新旧メンバーによる相互補完の体制が採られている。

事業概要

【事業実施額】 実績額 15,316千円（平成29年度）
総額 102,404千円（平成29～31年度、申請ベース）

- 【事業の背景・経緯】 富士市の人口(平成27年国勢調査)：248,399人
- 富士市は、市区町村別のパルプ・紙・紙加工品製造業事業者数が全国第1位であるなど産業都市であるが、市内中小企業の8割が人手不足を感じている一方で、画一的な労働時間や広範囲にわたる業務内容などの働き方に馴染まず働きたくても働くことができない人がいるなど、求職者と求人とのニーズがミスマッチの状況にあり、市内企業の人手不足や富士市の人口減少の一因と考えられている。
 - このため、就労意欲のあるすべての人が働けるような仕組みづくりと職場環境を目指す「ユニバーサル就労」を推進することにより、一人ひとりが生きがいを持ち働くことができる市民総活躍社会の実現と、市内企業の雇用確保及び生産性の向上を図り、富士市まち・ひと・しごと創生総合戦略の最上位目標である若い世代の人口の確保を目指す。

【事業主体】

- 富士市ユニバーサル就労推進協議会
構成メンバー：ハローワーク、ユニバーサル就労協力企業、富士市社会福祉協議会、市民団体(NPO法人)、富士商工会議所、富士市商工会、富士市民生委員児童委員、富士市シルバー人材センター、富士市青少年相談センター、富士市(事務局)、人材派遣民間事業者

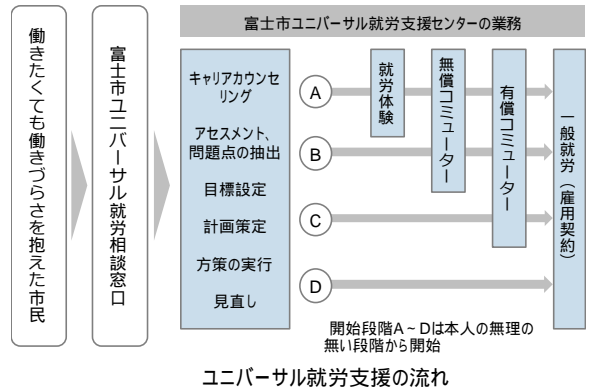
【事業内容】

求職者と企業のマッチング

- ユニバーサル就労対象者に対して、個々の状況に応じて段階を踏んだ就労支援を行う。
- 定期的な企業説明会や個別訪問により協力企業を開拓する。協力企業は、人手不足解消の他、業務分解により業務効率化や生産性向上が図られる。
- 職場見学、就労体験等のステップを通じて、ユニバーサル就労対象者と企業のマッチング、定着支援を行う。

求職者と企業への活動周知・啓発活動

- 多くの市民・企業にユニバーサル就労の考え方を理解してもらうため、パンフレットや情報紙の作成・配布、SNSを活用したメールマガジン配信などSNSを活用した啓発を行う。
- サポーター制度を創設し、ユニバーサル就労に関心のある市民にサポーターとして登録してもらい、ユニバーサル就労の広報・周知活動への協力を促す。



平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
ユニバーサル就労実現者数	15人 (12人)	<ul style="list-style-type: none"> ユニバーサル就労対象者が就労支援により実際に就労できた人数であり、単年度毎に複数年にわたり把握可能である。 就労困難者の就労までの支援については、協力企業へ繋ぐまで、一定期間を要することが想定されるため、初年度に実現可能な数字として目標を設定。
ユニバーサル就労受け皿となる協力企業数	21社 (20社)	<ul style="list-style-type: none"> 業務分解を実施してユニバーサル就労対象者を受け入れる協力企業数の合計であり、事業の実現には不可欠なものである。 事業の周知や、成功事例を積み上げる過程において、実現可能な数字として目標を設定。
ユニバーサル就労支援者数	26人 (30人)	<ul style="list-style-type: none"> ユニバーサル就労の普及を図る上で、事業の周知度合いや、事業実績の波及効果等を計測できる指標である。 市内各種相談窓口との連携や、広報活動により支援センターに繋がる就労困難者の人数を推定し目標値とした。
ユニバーサル就労協力企業のうち生産性の確保及び成長が図られた企業数	16社 (12社)	<ul style="list-style-type: none"> 企業の生産性の確保及び成長を計る指標である。 事業実施初年度における効果は計測しづらいものの、本事業が協力企業の就労状況の改善を図ることも目的としているため、この目標値を設定。

事業の効果

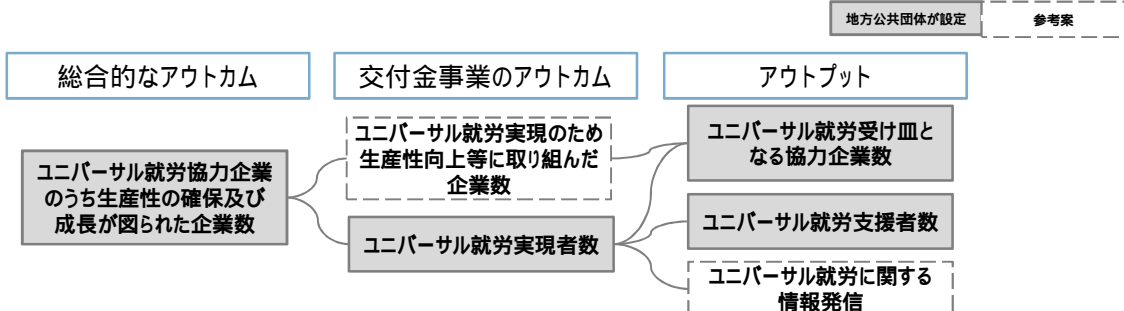
【総合的なアウトカム】（H31年度目標）

- ユニバーサル就労協力企業のうち生産性の確保及び成長が図られた企業数 100社増（本事業開始前は4社）

【その他の副次効果】

- 協力企業からは、一般的な手法では雇用に至らなかった人材を業務分解や支援センターのバックアップにより雇用して実際の業務に従事してもらっていることが、新鮮な驚きであるとの声が寄せられている。

ロジックツリー





今後の展開・課題 協力企業は、社会貢献の意識で取り組む企業も多く、取組推進のため、市のホームページ等で全ての協力企業の取組を紹介していく予定である。また、これまでの実績を踏まえて、企業が支援対象者を受け入れる際に配慮すべき事項や業務分解等のノウハウの共有など、事業の継続に向けた仕組みづくりは今後の課題である。

ここがポイント! ユニバーサル就労の推進に関して、市民及び事業者の責務等を定めた条例を制定したことが、決定的な推進力となった。また、各支援対象者の特性に合わせて、就労体験(一日体験)や通勤ター(1~2週間程度の就労体験)等の段階を踏んだ支援を行い、更に就労実現後も継続してサポートを行うことで、支援対象者の就労・定着に繋がっている。

事業名称 多様な人材が活躍できる「働きやすいまち・ふなばし」の実現

推進交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 1,458千円（平成29年度）
総額 6,098千円（平成29～31年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 船橋市の人口(平成27年国勢調査)：622,890人

- 船橋市の人口は今後10年程度は増加が続く見込みであるものの、少子高齢化が進んでいき、労働力の確保は今後の大きな課題となる。また、合計特殊出生率を見ると1.36（平成26年度）と、住民の希望出生率1.73との乖離がある。
- 住民の子供を持つ希望を叶えること、働きたいという希望があるのに働けない女性・高齢者・障害者などの潜在力を活かすことが、将来的な労働力不足を解決するカギとなる。
- そのため、各企業が多様な人材が働きやすい環境整備を推進し、「働きやすいまち・ふなばし」を実現することにより、住民の仕事・家庭に関する希望を叶え、労働力の確保及び少子化対策を図ることを目指す。

【事業主体】

- 船橋市

【事業内容】

- 主に中小企業を対象として、以下のセミナーを開催する。
 - 経営者向け意識啓発セミナー
ワーク・ライフ・バランスの推進が人手不足解消、長時間労働の削減、労働生産性の向上など、いかに経営戦略として有効であるかを意識啓発する。
 - 人事労務担当者向けワークショップ型セミナー
具体的にワーク・ライフ・バランス改善を実践するための手法（就業規則の改正等）をワークショップ形式で学ぶ。
- セミナー受講後も、ワーク・ライフ・バランスコンサルタントの派遣や相談会を行う千葉労働局や、働き方改革アドバイザーの派遣等を行う千葉県と連携し、個別企業を継続的にフォローする。
- ワーク・ライフ・バランス改善のモデルケースを示し、多くの企業への横展開を図るため、成果が出ている企業の事例発表会及び交流会を開催するとともに、3カ年の成果事例集を作成する。



セミナーのチラシでは、一風変わったイメージ画像を用いて興味を引く工夫

セミナー参加者数(平成29年度)

	1セット	2セット
経営者向け	116名	84名
人事労務担当者向け (全2回×2セット)	第1回	第1回
	28名	21名
	第2回	第2回
	18名	14名



人事労務担当者向けセミナーでのグループワークの様子

平成29年度KPI

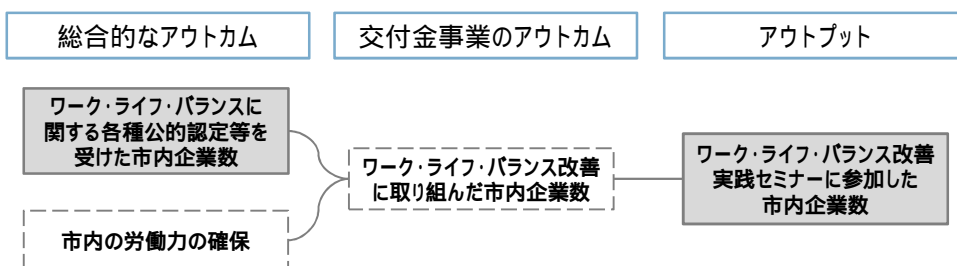
主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
ワーク・ライフ・バランスに関する各種公的認定等を受けた市内企業数<<増分>>	9社（3社）	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業の実施を通じて具体的な取組を行い、国や県が定める一定の基準をクリアした企業の数を測ることにより、本事業の成果を客観的に測ることができる。 ● 事業実施から短期間に企業内で意識変化が起きて具体的な取組につなげる困難さ、認定制度の認定基準の厳しさを考慮して、目標値を設定。（事業開始前は58社）
ワーク・ライフ・バランス改善実践セミナーに参加した市内企業数	94社（30社）	<ul style="list-style-type: none"> ● 参加企業数の増加を指標とすることは、企業への支援を行った効果を測るのに適している。 ● 参加者数ではなく企業数でカウントするため1社から複数の参加者があっても1社としてカウントすること、また、実務担当者向けセミナーはワークショップ形式での実施のため定員が少数に限られること等から、参加者数に対して参加企業数を少なく見込んで設定した。

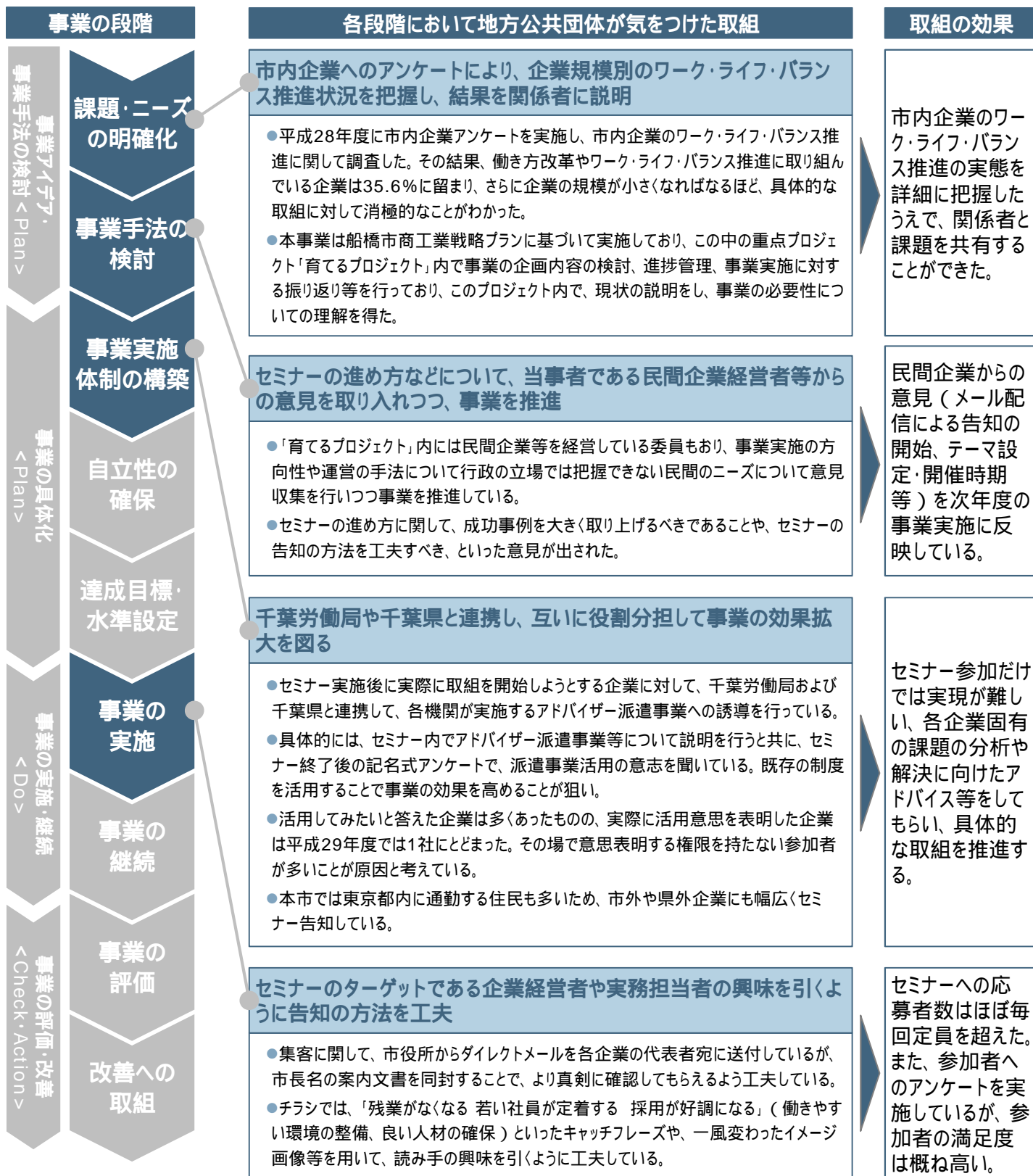
事業の効果

【総合的なアウトカム】

- ワーク・ライフ・バランスに関する各種公的認定等を受けた市内企業数 76社（事業開始前から18社増）（H31年度目標）

ロジックツリー





今後の展開・課題 ワーク・ライフ・バランスの推進は、ボトムアップのみならず経営者のトップダウンによる推進が効果的であるとの意見が多かった。そのため、まずは経営者に興味を持ってもらうことが必要であり、経営者向けの意識啓発セミナーにより力を入れて実施していきたい。経営者の関心をさらに高めて、企業のワーク・ライフ・バランスの実践に繋げるためのセミナー以外の方法については引き続き模索していきたいと考えている。

ここがポイント！ ワーク・ライフ・バランス推進の主な当事者は民間企業の経営者であるが、事業の推進にあたり、これら企業経営者の意見を積極的に取り入れることにより、企業ニーズに合ったセミナーを開催するよう取り組んでいる。

事業名称

農商工と融合したワーク・ライフ・バランス実現のための
子育て支援・多世代交流複合施設整備事業

拠点整備交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 185,406千円（平成29年度）

【事業の背景・経緯】 白石市の人口(平成27年国勢調査)：35,272人

- 白石市の地方創生・人口減少問題克服の最大の課題は、若者の定着・定住促進である。若い世代の転出超過を抑制し、住民の安定的な暮らしの実現や市の持続可能な発展の実現を目指すためには、地域産業の活性化による安定的な雇用の創出や所得の向上、子育て環境の整備、世代や分野を超えた多世代の人々の交流を通じて、白石市が「賑わいと活力にあふれた魅力ある地域」であり続ける必要がある。
- 若者世代の定着に向けて確かな成果を示すためには、一層の子育て世代の定住促進やU・Iターン促進、多世代交流の強化等に向け、「住みたいまち白石市・子育てするなら白石市」と評価されるよう、積極的かつ大胆な政策誘導を行う必要がある。

【事業主体】

- 白石市（NPO法人への運営委託）

【事業内容】

- 国道4号沿いの遊休施設を再活用し、多世代が思う存分ふれあうことができ、更に事業所内保育所設置スペースを備えた子育て支援・多世代交流複合施設を整備する。
- 子育て世代にとって最もニーズの高い施設を整備し、子ども達の健やかな成長を促すなど利便性を高めることで、「一時預かり」「子育て応援住宅の整備」「医療費助成の拡充」等、白石市における独自性のある子育て支援施策と相まって子育て支援施策の強化を図る。
- 加えて、宮城県と連携事業中の推進交付金事業にて、「こじゅうろうキッズランド」と同敷地内に農産物販売施設、地元食材活用レストランを整備予定である。集客力のある「こじゅうろうキッズランド」と農商工連携施設を一体的に整備することにより、利用客の増加による収益の増加・販売促進、相互の相乗効果を図る。



平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
子育て支援施設の利用者数	0人 (0人)	<ul style="list-style-type: none"> 事業の直接的成果を計測する指標として数値把握も容易である。 事業の自立化を見据え、平成32年度には年間維持管理経費の5割強を利用料収入で賄うことを念頭に目標値を設定。平成30年8月オープンのため平成29年度は0人
白石市を「子どもを育てやすいまち」と評価する20歳から40歳代の市民の割合	38.6% (34.4%)	<ul style="list-style-type: none"> 若者世代の定着に向け、白石市が「子育てしやすいまち」と評価されることが重要要素の一つであることから、指標として設定。 事業目的である「住みたいまち・住み続けたいまち」となるためには、最終的に7割強の子育て世代から子どもを育てやすいと評価される必要があるとして目標値を設定。
子育て支援施設と農商工連携施設間の相互利用率	0% (0%)	<ul style="list-style-type: none"> 施設間相互の有機的連携と相乗効果を示す直接的指標として設定。 主要3施設のオープンが平成30年度から平成32年度の3か年にわたるため、目標値を25%・50%・75%と段階的に設定。平成29年度は0%

事業の効果

【総合的なアウトカム】

- 白石市を「子どもを育てやすいまち」と評価する20歳から40歳代の市民の割合
29.4% (H28年度) 74.4% (H33年度目標)

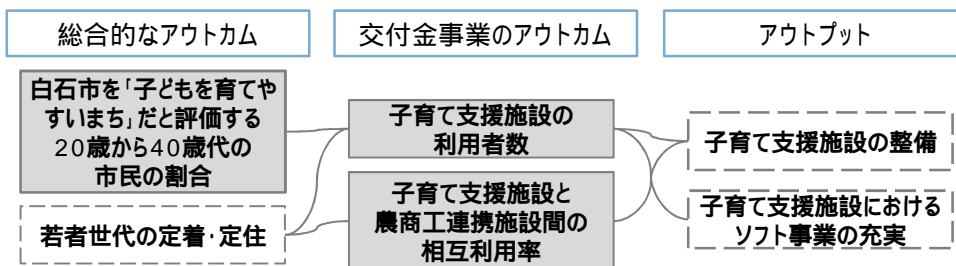
【その他の副次効果】

- 施設の市外利用率が77%と想定を上回る交流人口拡大効果があり、副次的に市内の他の観光施設・飲食店利用促進効果が見られ、市全体の交流人口拡大・賑わい創出への波及効果も期待される。

ロジックツリー

地方公共団体が設定

参考案





今後の展開・課題 近隣の自治体には使用料が無料の施設もあるため、これからもハード・ソフト両面にわたる施設の魅力の維持向上が必要である。特に、団体客の取り込みや平日利用客の増加が課題であり、幼稚園や保育園にダイレクトメールを送付して施設のPRを行っている。また、事業収入の更なる確保に向けて、ネーミングライツの導入も検討している。

ここがポイント! 拠点整備に当たり、ターゲット層である市内の親子から、実際の施設を見ながら要望・意見を聞き出しており、具体的なニーズの聞き取りに成功している。これらのニーズを反映させたためハード事業における住民の満足度は向上し、また実績豊富な運営組織によるソフト事業も好評であり、ハード・ソフト両面で魅力のある施設を整備することができた。

事例集
まちづくり

事業概要

【事業実施額】 実績額 10,461千円（平成29年度）
 総額 43,700千円（平成28～30年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 東かがわ市の人口(平成27年国勢調査)：31,031人

- 少子・高齢化、若者減少、コミュニティの衰退、耕作放棄地の増加などを要因として放置された里山には、過疎地域の抱える課題が凝縮されている。放置された里山を活性化させることこそが、過疎地域における地方創生の実現に向けた第一歩となる。
- 長年、人の手が入らず放置されている里山を活性化させることで地域の魅力を高め、コミュニティビジネスを拡大させて雇用を創出することにより、地域課題の解決や地域活性化、そして地方創生に繋げる。

【事業主体】

- 五名里山を守る会
 構成メンバー：五名活性化協議会、五名連合自治会、五名老人会、五名女性部、五名ふるさとの家、五名山村クラブ、その他協力者

【事業内容】

本事業は、地域の住民自身が放置された里山を持続的かつ自立的に整備して地域活性化に向けて行く、人づくり、体制づくり、拠点づくりを支援するための事業である。

具体的には、市内西側に位置する五名地区において、持続可能な里山整備や獣害対策を実施するため、以下の取組を行う。

地域の活動団体「五名里山を守る会」の支援

里山整備における現在の最大の課題である人材の確保に向けて、里山整備に必要な技術や木材の加工・販売方法の習得を目的とした研修を行い、将来のリーダーを育成する。

里山整備と地域活性化の拠点施設の確保

平成17年に廃校となった五名小学校跡地を活用して、小さな拠点として物販施設を整備する。また、里山整備で発生した雑木を薪に、獣害対策で捕獲したイノシシをジビエにそれぞれ加工して物販施設で販売する。

これにより、現在実施しているコミュニティビジネスの拡大に繋がるとともに、里山整備、獣害対策及び地域活性化の取組の持続性確保を図る。

強みを活かし弱みを克服する五名活性化協議会の取組

(五名の強み・弱みの整理)

強み (資源)	<ul style="list-style-type: none"> ● 自然が豊か ● 結束力、助け合い意識が高い ● 得意分野を活かすノウハウを持っている ● みんなで活動するのが大好き ● 五名が生きがい ● 住民みんな、五名が大好き
弱み (課題)	<ul style="list-style-type: none"> ● 過度の人口減少、過度の少子高齢化 ● 仕事が無いため若者が出ていく ● 学校、ガソリンスタンドなどの施設の閉鎖 ● イノシシやサルが田を荒らす(獣害) ● 荒れ農地の増加 ● 公共交通が不便 ● 独居老人の増加

(五名活性化協議会の取組)

- 五名3大まつり**
 - 五名ふるさとまつり
 - やまびこコンサート
 - ふるさとの家記念イベント & いのしし祭り
- いつまでも住み続けられる環境づくり**
 - 里山活性化プロジェクト
 - 移住者受け入れプロジェクト
- 五名を知ろう!**
 - 五名で遊ぼう
 - 五名マップ



小学校跡地を活用した物販施設(五名活性化センター補完施設)を建設中



施設の活用方法について住民が活発に議論を交わしている

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値(目標値)	指標設定・目標値設定のポイント(工夫・示唆等)
雑木の売上高 <<増分>>	3,489千円 (2,800千円)	<ul style="list-style-type: none"> ● 里山整備の面積及び活動の持続性の確認のため設定した。 ● 従事者の生活費を確保できる額を見据えて目標値を設定。雑木の販売価格は、1トン当たりおよそ2万円程度と想定。
イノシシ・サルの捕獲頭数 <<増分>>	170頭 (100頭)	<ul style="list-style-type: none"> ● 獣害の減少及び活動の持続性の確認のため設定した。 ● 研修後の生活費を確保できる額を見据えて目標値を設定。
「物販施設」の来客数	0人 (0人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 交流人口、関係人口の確認のため設定した。 ● 物販(販路確保)による活動資金確保の目標額から目標値を設定。施設は平成30年度完成予定

事業の効果

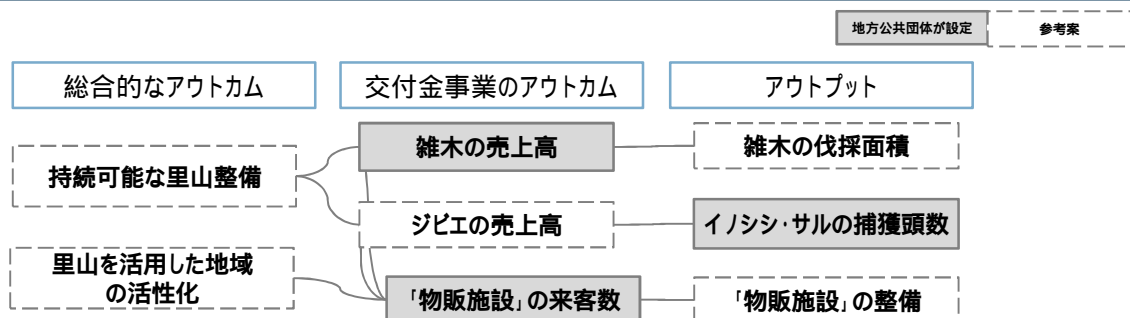
【交付金事業のアウトプット、アウトカム】

- 雑木の売上高 40万円(H27年度) 1,040万円(H30年度目標)
- イノシシ・サルの捕獲頭数 600頭(H27年度) 900頭(H30年度目標)
- 「物販施設」の来客数 4,200人(H30年度目標)

【その他の副次効果】

- ふるさと納税を活用して薪・ジビエを販売することにより、事業の継続性が確保されるだけでなく、市への寄付金が増加した。
- 視察の大幅増加による市のイメージアップが図られた。

ロジックツリー





今後の展開・課題 薪の販売単価を上げるよう検討したり、協議会の法人化やクラウドファンディングを検討したりするなど、自立化に向けて引き続き取り組んでいく予定である。

ここがポイント！ 市として地域を支援するに当たり、自分ごととして主体的に取り組む活動を支援する、小さな経済をまわす(有償の地域活動を支援する)、活動に物語性を持たせて共感を得る、といった点に留意している。また、市の担当職員は、東かがわ市の「IR担当」のつもりで、市の「株価」を上げるためにはどういった取組が必要か、といった観点で事業を推進している。

事業概要

【事業実施額】 実績額 41,878千円（平成29年度）

総額 62,000千円（平成28～30年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 会津若松市の人口(平成27年国勢調査)：124,062人

- 会津若松市の中山間地域は、交通や医療機関、商店等生活基盤の条件が不利な地域にあり、都市部と比較して少子高齢化、人口減少、基幹産業である農林業の後継者不足が進んでいることから、地域コミュニティの維持が難しく、その対応が喫緊の課題となっている。
- こうした課題があるなかで、日本有数のICT専門大学である会津大学や多くのICT企業が立地している特徴を活かし、平成25年から「スマートシティ会津若松」の推進を掲げ、ICTや環境技術を活用して、健康、福祉、教育、防災、エネルギー、交通、環境、農業などあらゆる分野で、生活の利便性向上や、関連産業の集積によって新たなしごとづくりにも資する取組を推進してきた。本事業は、これまでの取組を更に拡張させることにより、ICTを活用した中山間地域の活性化を図るものである。

【事業主体】

- 湊地区地域活性化協議会
構成メンバー：区長会、湊地区の各種団体、小中学校、民生児童委員、地元商店、会津若松市（基幹集落センター）

【事業内容】

生活支援システム（みなとチャンネル）の構築

- 地方創生先行型交付金及び加速化交付金を活用して構築したデジタル情報プラットフォーム「会津若松+（プラス）」に、「狭域の地域情報の提供」、「災害時の緊急・防災情報の提供」、「デマンドバスの予約や運行情報の見える化」、「高齢者の見守り機能」などの生活支援システム機能を付加する。
- 「会津若松+」を子供や高齢者でも使い慣れた「テレビ」でも利用できる仕組みを構築する。

デマンドバスを活用した地域内交通システムの構築

- デマンドバスを公共交通網の弱点補完だけでなく、農産物の搬出や、買い物支援としての搬入といった、「モノ」の輸送手段としても活用する。
- デマンドバスには電気自動車を採用し、地域の風力発電による電力を活用する。また、車両に備えられたセンサーや通信装置から、運行状況をテレビに表示する仕組みとすることで、利便性の向上を図る。

【事業実施環境イメージ】



「みなとチャンネル」では行政だけでなく住民からの情報発信も盛んに行われている

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
生活支援システムの利用世帯（中山間地域）	349世帯 (200世帯)	<ul style="list-style-type: none"> ● KPIとして分かりやすい、システムの利用世帯を設定。 ● 湊地区の対象世帯（約500世帯）の8割、400世帯を目標値として、初年度はその半分の200世帯に設定。
生活支援システムを利用した農産物の出荷者数	0人 (30人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 生活支援システムの周知機能とデマンドバスを活用した農産物の集荷により、地域の直売所に農産物を出荷した人数を設定。 ● 直売所に出荷していないが、集荷の便があれば出荷したいという生産者数より目標値を算出した。
デマンドバス利用者数	326人 (520人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域内交通の延べ利用者数を設定。 ● 運行予定日数と平均利用見込者数により目標値を算出した。

事業の効果

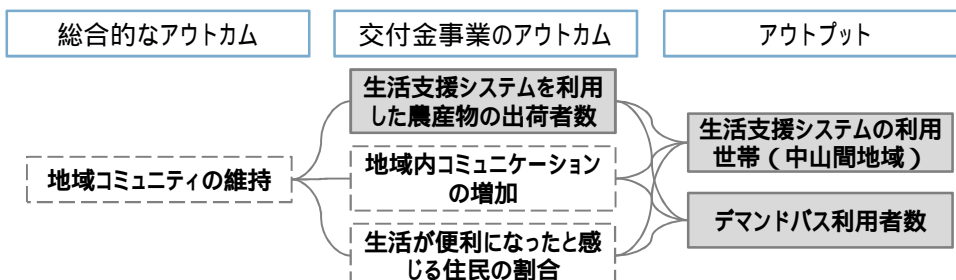
【交付金事業のアウトカム】（H30年度目標）

- 生活支援システムを利用した農産物の出荷者数 80人

【その他の副次効果】

- 地域内の情報共有が進み、特に高齢者が地域の催しなどに参加する機会が増え、コミュニティ内の交流が活発になった。

ロジックツリー





今後の展開・課題 生活支援システム、デマンドバス共に、平成30年度時点では無料で提供している。交付金事業終了後の平成31年度以降は有料化したいと考えているが、有料でもサービス利用を継続してもらえるように、サービスの付加価値向上が課題である。ユーザーからは、「孫とテレビ電話をしたい」「御用聞きのようなサービスがあったら良い」といったニーズが多く、これらのニーズに応えていきたい。

ここがポイント! 湊地区は、地域住民が自発的に地域の活性化を目指して協議会を組織するなど、事業推進のための下地が整っていたため、本事業の実証フィールドに選ばれた。本事業では、住民が主体となって事業を推進し、行政がそれを支援する体制とすることで、地域住民からの高い支持を得ている。

事業名称 廃校を活用した6次産業化拠点施設整備事業

拠点整備交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 29,776千円（平成29年度）

【事業の背景・経緯】 真庭市の人口(平成27年国勢調査)：46,124人

- 真庭市美甘地域（旧美甘村）は、人口1,200人ほど（真庭市全体の2.6%）で土地の9割を山林が占めており、山里ならではの多彩な地域資源を活用したまちづくりを進めている。
- また、農林業を基幹産業としており、品質を重視したこだわりを持つ生産者が多いことから、生産者同士の連携による特産品開発及び生産・加工・観光分野との連携による新たな事業展開により、雇用創出、担い手確保、交流人口の増加による地域経済活性化に繋げ、人口が減少しても自信と誇りを持って住み続けられる地域、風土の恵みを活かした地場産業が息づく地域を創出する。

【事業主体】

- 美甘のもち屋（地元産米ヒメノモチを用いた餅の生産・販売）
- 株式会社しげや（山菜、アマゴ、ジビエ等の缶詰・レトルト食品の生産・販売）
 (株)しげや 笹尾充代表取締役が「ふるさと名品オプ・ザ・イヤー2018」地方創生賞受賞

【事業内容】

- 本事業は、美甘地域の豊かな地域資源である農林産物を活用し、自立した6次産業化の仕組みを地域関係者の連携により構築することで、生産、加工、販売促進及び販売拡大を図り、農業生産量の増加と付加価値化の促進による雇用の創出及び担い手の確保を実施していくものである。
- 具体的には、平成28年3月に廃校となった旧美甘中学校の校舎の一部を活用し、特産品開発のための拠点施設として加工場を整備するとともに、情報発信・PRを行っていく。

春～秋期：山菜及びアマゴを活用した加工品の開発及び商品化を推進していくことで、地域関係者の連携による、地域資源を活用する仕組みの構築を目指す。

冬期：ヒメノモチ（もち米）の加工拠点の整備を行い、「美甘餅」としてブランド化及び販路開拓・拡大を推進していく。

活動時期やスペースを調整することで複数の事業体が活動でき、遊休期間が発生しないものとしている。施設の運営については、各事業主体が運営することとし、地域関係者が主体となった自立運営を図っていく。



廃校となった中学校を活用した6次産業化拠点施設



アマゴ



ヒメノモチ米による餅

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
加工拠点整備による雇用者増	6人 (7人)	● 地域産業の創出に関するわかりやすい指標として雇用者数を設定。事業の売上計画から雇用可能者数を推計し、目標値を設定した。
モチ生産量<<増分>>	20俵 (20俵)	● 地域産品の6次産業化拠点であるため、1次生産物の活用量を指標として設定。活用量が加工品生産量へ影響するため、事業性の確認に利用できる。 ● 加工品製造販売量より目標値を設定。
売上額<<増分>>	628千円 (3,550千円)	● 事業の継続性に関する最も重要な項目であるため、指標として設定。

事業の効果

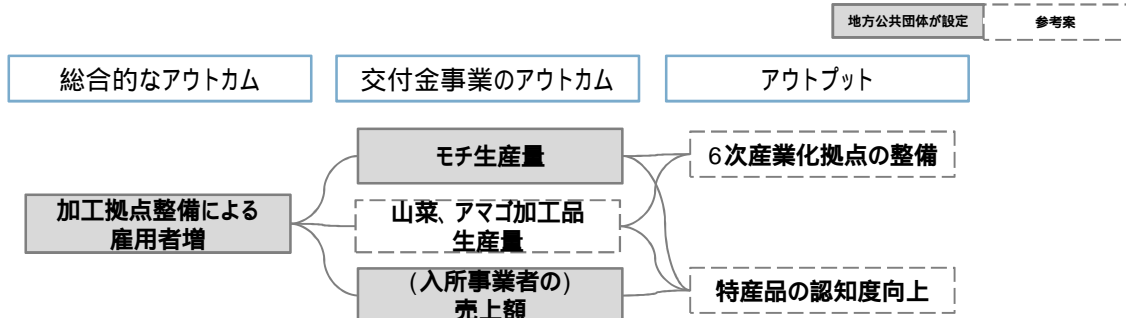
【総合的アウトカム】

- 加工拠点整備による雇用者増 17人
 （H32年度までの累計目標）

【その他の副次効果】

- 視察やツアーの拠点としての活用や、入所事業者の取引先事業者の来所に伴い、地域への来客者数が増加。
- 地域関係者及び地域住民の意識改革（地域の魅力再発見、事業実施による自信や誇り創出など）。

ロジックツリー





今後の展開・課題 本事業により、一定の新規雇用創出が実現したが、今後は、空き家活用の体制支援などと連携して、更なる新規雇用創出、移住定住促進に繋げていきたい。また、特産品を使ったイベント実施やお土産品開発などにより、交流人口の増加を図るとともに、観光振興にも繋げていきたい。

ここがポイント！ 市のトップである市長がブレることなく方向性を打ち出している点や、担当者の熱意・行動力、周囲の上司等の協力が、事業成功のための重要な条件である。地域との関わりに関しては、市役所職員が地域住民と本音で議論し、課題や成功体験を共有することで信頼関係を構築したことが、地域住民のやる気創出に繋がり、結果的に事業の自立化に繋がっている。

事業名称 選ばれるまちづくり推進事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額】 実績額 18,690千円（平成29年度）
総額 45,227千円（平成29～33年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 阿武町の人口（平成27年国勢調査）：3,463人

- 阿武町の高齢化率は47%であり、また若年層の流出傾向が強く、2040年に年少・生産年齢人口の合計が老年人口の半数になると推測されている。既に基幹産業である第一次産業では、高齢化の影響から担い手が不足していることにより、生産現場の運営に支障が生じ始めている。
- 町を活性化し、賑わいを創出するため、移住・帰郷・定住ニーズに的確に応えるとともに、豊かな自然環境の中で多様なライフスタイルを求めている若者、あるいは、子育て世帯をターゲットとした移住・定住を促進していく。

【事業主体】

- 「21世紀の暮らし方研究所」
構成メンバー：町内外から一般公募により集めた熱意ある多様な人材
- 阿武町、地域おこし協力隊、地元農家

【事業内容】

「選ばれるまち」をコンセプトに、移住・定住に欠かせない不動産、仕事、町と人の繋がりを創出する事業を展開する。これら三つの要素を満たすことによって移住・定住の促進を図り、あわせて、これらの総合窓口として、移住者、町外者がワンストップで利用できる拠点を整備する。

不動産（すまいラボ）

町内に多数存在する空き家を有効活用することにより移住者または町内者へ多様な住まいを提供する。そのために、空き家が利用できる環境の整備や空き家の有効な情報発信を行う。

仕事（しごとラボ）

町内に存在する公開されない求人情報をまとめ、年間またはそれ以下の短期で働ける仕事のパッケージ化・情報発信を図ることにより、移住者・町内者に多様な働き方を提供する。

町と人との繋がり（ひとラボ）

町内の第1次産業で使われる米袋などの素材を利用した物作りを通じて、若者の郷土愛を育み、また、町独自の着地型観光を実施することにより、交流や町を知る機会を創出する。

不動産、仕事、町と人の繋がりに、に関して、計8つのプロジェクトを展開中

一般住民向けに「ライフスタイルサミット」を開催して事業内容や実績の報告を実施

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
人口社会増	10人（4人）	・ 事業実施による転入者を増やし、転出者を抑えることで社会増を目指すため設定した。
しごととすまいの情報提供件数	42件（10件）	・ 重点目標であるしごととすまいの多様化のために、情報窓口を設置したことによる実績とニーズを常時把握するため設定した。 ・ しごととすまいの両方の情報提供数を常に把握し、目標とすることで町の情報発信やサービス向上を図るもの。
空き家バンク登録数	10件（10件）	・ 町内の限られた資源の中での安定的なすまいの提供を目的に、負の遺産と言われている空き家の利活用を促進し、提供可能な空き家の増加を目指すため設定した。

事業の効果

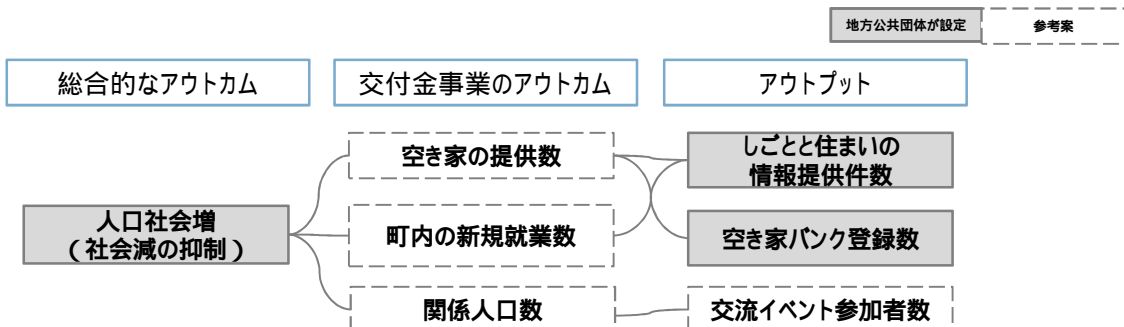
【総合的アウトカム】

- 人口社会増 33人増加（H33年度までの目標累計）

【その他の副次効果】

- 工房の開設や起業準備を行う住民が続々と出てきており、自分たちで稼ぐ気運が見えてきた。
- 住民がSNSで町の良さを自慢するようになってきた。

ロジックツリー





今後の展開・課題 人口増への直接的視点のみでなく、地域内消費・生産を増やし、新たな仕事を生み出し、地域の人口安定化を目指す持続可能な取組への修正を検討中。そのために、既存の地域内生産者に対する技術向上などの専門的支援や、地域内循環の現状把握調査などを行う予定。

ここがポイント! 事業のデザインや専門的な検討は外部専門家へ委託し実施したが、町職員と外部専門家による合宿を開催するなど、丸投げではなく町職員が積極的に関与して事業を推進。将来的に町職員のみで事業実施可能となるように外部専門家が配慮していた。何よりも、事業の開始時点で外部専門家を選定する際に、役場としてもそのような外部専門家に委託することを考えていた。

事業概要

【事業実施額】 実績額 23,415千円（平成29年度）
 総額 84,000千円（平成29～31年度、申請ベース）

【事業の背景・経緯】 藤枝市の人口（平成27年国勢調査）：143,605人

- 藤枝市では、人口減少・少子高齢社会を見据え、交通結節点である中心市街地に福祉や公共サービス、商業等の集積による徒歩生活圏の形成を進め、その成果として居住人口が10年間で約1,000人増加した。一方で仕事や教育機能等の不足から昼間人口の流出や大学進学年代の転出超過となっている。
- 郊外にある大学機能を街なかに移して魅力ある教育環境を創るとともに、産学官で地域産業のICT化と新たな情報ビジネスを生み、街なかに波及する流れを作ることにより、新産業の創出及び若者の誘導と定着、活動量の拡大による持続力あるコンパクトシティを形成し、街なか居住促進と出生率の向上、人口の維持・拡大を図る。

【事業主体】

- 産学官連携推進協議会
 構成メンバー：藤枝商工会議所、岡部町商工会、(株)まちづくり藤枝、藤枝市、静岡産業大学（代表法人）、藤枝金融協会（代表 (株)静岡銀行）

【事業内容】

「藤枝市産学官連携推進センター」を活動拠点として以下の取組を実施。

産業を育てる：地元産業の成長や起業創業支援、ビジネス創出を推進

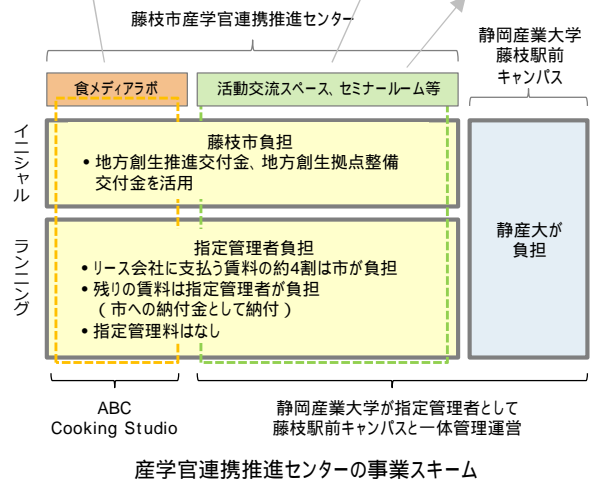
- 市が進める中小企業支援の理念「エコミックガーデニング」を具現化する起業創業から発達までの伴走型支援拠点「エフドア」を設置し、産業コーディネーターによるワンストップ窓口として機能
- お試し起業の場として短期間レンタルスペース「トライアルスペース」を設置
- ICT活用促進のために産学官で組成した「藤枝ICTコンソーシアム」の活動拠点として、地元企業に対するICT導入啓発や、ICT導入診断等を実施

人を育てる：次代を担う人材を育成

- 大学による各種ビジネス講座（ビジネス体験学習、市民公開講座）の開催
- 藤枝ICTコンソーシアムによる「ICTエキスパート講座の開催」
- 地域企業による各種ビジネス講座の開催
 食メディア研究展開事業... (株)ABC Cooking Studio
 ビジネスまちづくりセミナー開催事業... 静岡産業大学
 情報メディア研究展開事業... (株)TOKAIケーブルネットワーク

産業と人を繋ぐ：創出した地元雇用と育成した人材のマッチングで学生等の地元定着を促進

- 企業と学生のビジネス研究・交流、就職マッチング
- 農商工連携、6次産業の交流機会の創出



平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
産学官連携情報ビジネス創出事業件数	8件 (12件)	情報ビジネスにかかる人材育成と事業創出における成果を把握するため、KPIに設定。
市内へ就職した大学生数【連携4大学より】 <<増加分>>	30人 (10人)	本事業開始に当たった課題である、若者の地元定着における成果を把握するため、KPIに設定。
中心市街地の空き店舗や施設の空区画を利用したチャレンジショップ数	3件 (0件)	事業の直接的なアウトカムとしてKPIに設定。 準備期間を考慮して初年度の目標値は0件と設定。
法人市民税収入額 <<増加分>>	178百万円 (58百万円)	地域経済の成長を把握するため、KPIに設定。 事業開始前の平成28年度比4%増を目標値に設定。

事業の効果

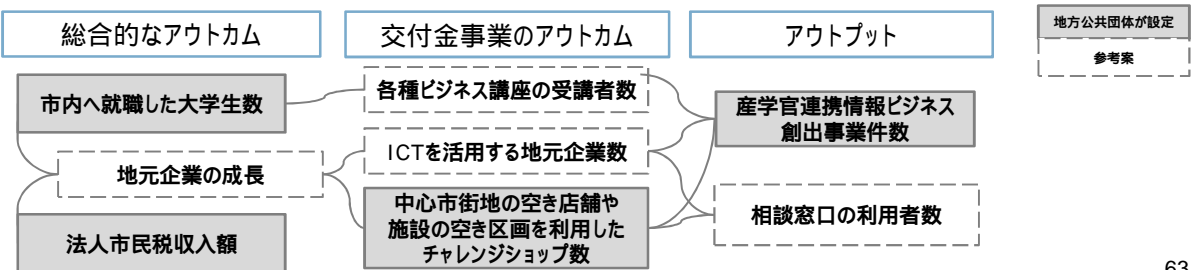
【総合的アウトカム】

- 市内へ就職した大学生数【連携4大学より】30人増（H31年度目標）
- 法人市民税収入額116百万円増（H31年度目標）

【その他の副次効果】

- 産学官連携推進センターが入居する施設について、託児機能付きオフィスや飲食店などを含む5件の出店が新たに決まっている。

ロジックツリー





事業概要

【事業実施額】 実績額 493,927千円（平成29年度）

【事業の背景・経緯】 北海道夕張市の人口（平成27年国勢調査）：8,843人

- 夕張市にある石炭博物館は、幸福の黄色いハンカチ広場、シューパロダムと共に夕張市内の3大観光施設に位置付けられており、収蔵資料や展示物の関係 学術団体・研究者からの評価も高く、特に、国内唯一の見学炭鉱である「史蹟 夕張鉱」は非常に重要な施設となっている。一方で、昭和55年の開館以来 施設の改修や展示物の計画的な更新が行われておらず、来場者数は減少傾向にある。
- 本事業は、空知管内の旧産炭地域における産業遺産を後世に伝えて行くうえで中核的な施設である石炭博物館の機能をこれまで以上に発揮していくため、 「生きる向き合う博物館」をメインテーマとして「石炭博物館再生プロジェクト」を実施するものである。

【事業主体】

- 夕張市（NPO法人炭鉱の記憶推進事業団 による指定管理）

【事業内容】

重要で希少価値の高い収蔵品等を安全且つ永続的に維持管理するため、施設機能維持、収蔵品等の維持管理、交流人口の増加やコミュニティの形成 に向けた施設整備を行う。

（具体的実施事項）

- 1階エントランスを増築し、市内商工業者と提携しながら、軽飲食や夕張 特産品（お菓子、花豆、メロン熊グッズ等）の物販スペースを確保する。
- 2階有料展示部では、「夕張の人々のくらしと心」として、夕張で生きてきた 人々の歴史を伝え、時代ごとの炭鉱の様子と採炭技術、石炭産業に影響 を与える社会背景と夕張の出来事、炭鉱から生まれた独特な生活や文化 を学んでもらう。
- また、市内体育施設（ゆうばり文化スポーツセンター、平和運動公園、清 水沢プール）の指定管理事業者、市内宿泊施設（ホテルMtレースイ、ホ テルシューパロ等）の所有事業者、各種旅行者との連携により、入館者 数の増加を図る。



夕張市にある「石炭博物館」



地下の見学炭鉱では、実際の 石炭層に触ることができる



1階に新設された誰でも自由に入る ことができるホール



2階展示スペースには、石炭産 業の歴史を今に伝える展示物 が並ぶ

平成29年度KPI

主なKPI・関連指標	実績値（目標値）	指標設定・目標値設定のポイント（工夫・示唆等）
入場料収入 <<増分>>	29,422千円 (13,500千円)	<ul style="list-style-type: none"> ● 夕張市の地方版総合戦略におけるKPI（平成31年度 3万人）を基準に設定。自立化を 意識して、入場者数ではなく入場料収入を設定。 ● 指定管理者による自立と継続性を考慮し、利用料制度を導入してインセンティブの向上を 目指した。
特産品販売収入	291千円 (750千円)	<ul style="list-style-type: none"> ● これまで石炭博物館において地場産品等の販売は行っていなかったため、自立性、地場産品 の周知等を考慮し、物品販売収入を指標に設定。 ● 地域・住民と一体となって石炭博物館を盛り上げていくためにも、地場産品の販売による周知 活動は不可欠であり、ゆったりくつろげるスペースを設置することにより、販売促進と滞留効果 増を目指す。

事業の効果

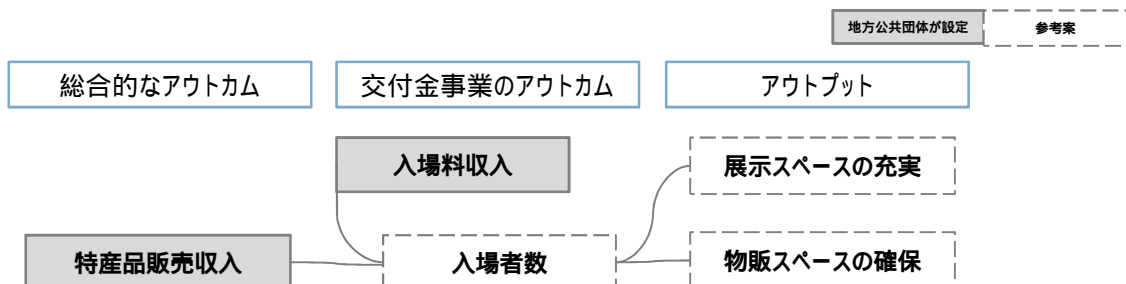
【総合的なアウトカム】

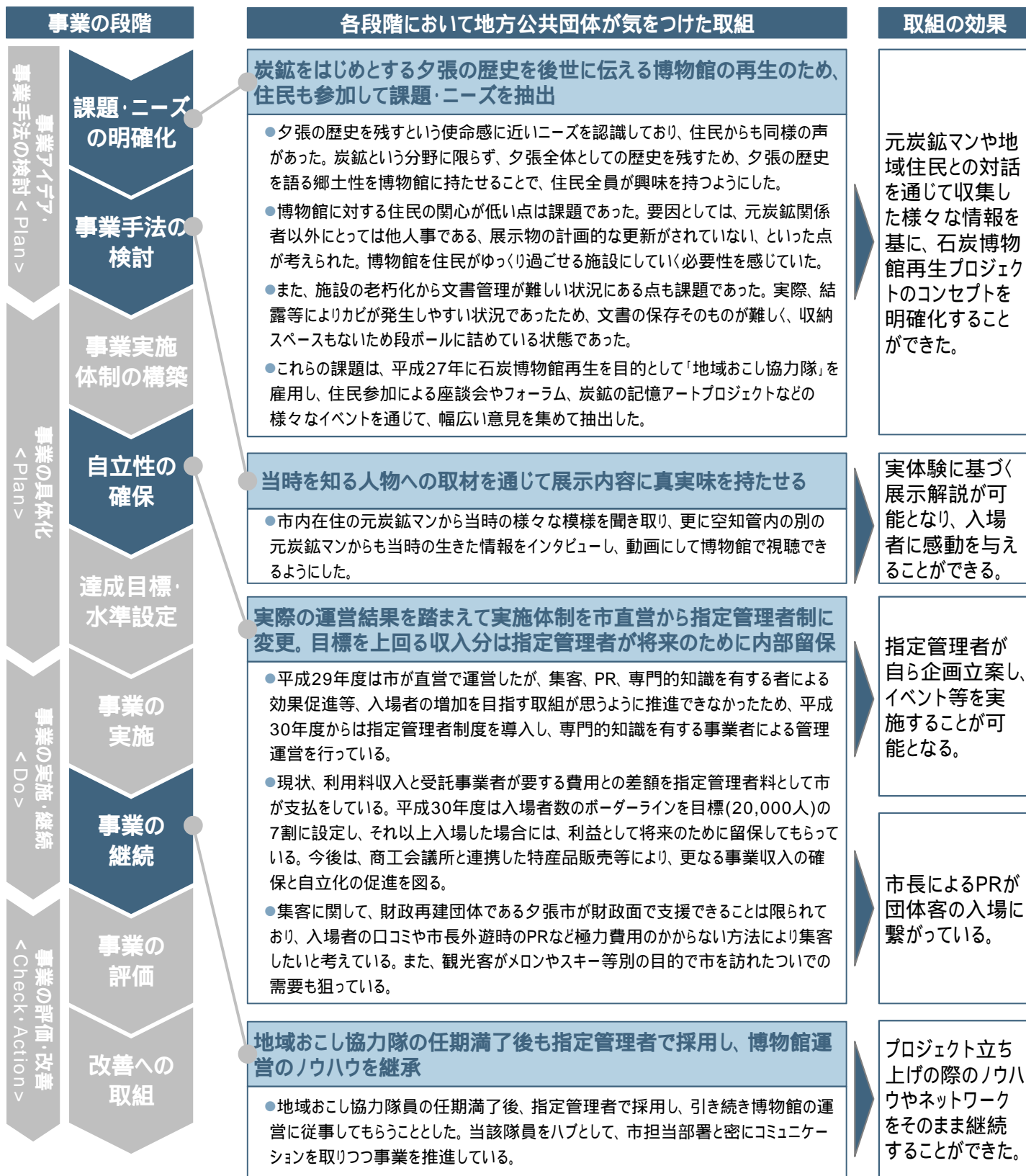
- 特産品販売収入 1,600千円（H33年度目標）

【その他の副次効果】

- 想定以上に若年層（小学生連れのファミリー層等） の入場者が多く、産業遺産を次世代に伝えて歴史を 残すことに貢献している。

ロジックツリー





今後の展開・課題 現状では、良くも悪くも「未完の博物館」であり、展示物の更なる充実や会議スペースの有効利用等が課題である。これらを通じて、石炭博物館の存在感を高め、炭鉱にゆかりの無い住民や観光客も興味を持てるように仕掛けていく予定である。また、インバウンド観光客も含めて、夕張市への観光客をどのように取り込んでいくかも今後の課題である。

ここがポイント! 市の重要な産業遺産である炭鉱に関する歴史を後世に伝えるため、住民も巻き込んで石炭博物館の再生プロジェクトを開始した。また、地域おこし協力隊としてプロジェクトの立ち上げ時から企画運営に従事したメンバーが、任期満了後も指定管理者としてプロジェクト運営に関与することで、事業の継続性を確保している。