

令和元年度版
地方創生関係交付金の活用事例集

令和2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）

奈良県下北山村	森と生きるしごとづくり～自伐型林業と「むらコトアカデミー」～	5
北海道岩見沢市	ICT環境など地域特性活用による総合戦略推進事業	7
鹿児島県知名町	おきのえらぶ島産業クラスター創出拠点整備事業	9
青森県	青森県IoT開発支援拠点整備事業	11
滋賀県	「近江の地酒」醸造技術強化推進事業	13

2. 農林水産業（しごと創生分野）

北海道神恵内村	積丹の町村連携による地域商社事業 ～ナマコとウニから始まる輸出拡大、戦略的な生産体制の構築～	17
山形県上山市	かみのやまワインの郷プロジェクト	19

3. 観光振興（しごと創生分野）

秋田県男鹿市	男鹿版DMOを核とした地域ブランドづくり推進事業	23
愛媛県西条市、久万高原町、高知県いの町、大川村	四国西部エリア戦略型観光サービス創出事業～雄大な自然と山岳信仰文化に導かれる浄化・癒しをコンセプトにした国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成～	25
鹿児島県	「鹿児島と世界をつなぐ」国際クルーズ受入観光拠点施設整備による地域活性化計画	27

4. 地方へのひとの流れ

岡山県奈義町	稼ぐ力で自立する、自然とアートの「生涯『総』活躍のまち」づくり	31
山形県山形市	リノベーションまちづくりの推進による移住・定住促進事業	33
徳島県三好市	移住者向けお試し住宅整備計画	35
長崎県壱岐市	壱岐なみらい創りプロジェクト事業	37
和歌山県田辺市	世界遺産と世界の偉人の魅力発信による未来へつながる「しごと」創生事業	39
宮城県村田町	歴史と未来とひとをつなぐ「武家屋敷」定住・交流拠点化プロジェクト	41

5. 働き方改革

茨城県つくば市	つくば市若者定着支援事業～しごとと子育ての両方に満足できるまちを目指して～	45
岐阜県下呂市	ふるさと納税を活用した女性の働き方改革推進事業	47
長野県豊丘村	豊丘村コワーキングスペース「とよテラス」を拠点とした働き方改革プロジェクト	49
東京都西東京市	域内連携による子育て世代の女性を中心とした働き方支援事業	51
奈良県上牧町	女性が社会で活躍しながら子育てできるまち推進計画～女性×テレワーク×英語教育～	53

6. まちづくり

長崎県、県内21市町	小さな楽園拡大連携プロジェクト	57
北海道枝幸町	「心とからだの子育てサポート」拠点施設整備事業	59
福岡県太宰府市	「来てよし、住んでよし」推進事業	61
福井県敦賀市	敦賀港だからこそ伝えられる「命」と「平和」人道の港敦賀賑わい創出プロジェクト (金ヶ崎周辺誘客促進事業)	63
愛媛県、県内7市町	来て観て住んで！えひめの交流・定住推進事業	65
滋賀県東近江市	中心市街地古民家再生活用プロジェクト	67

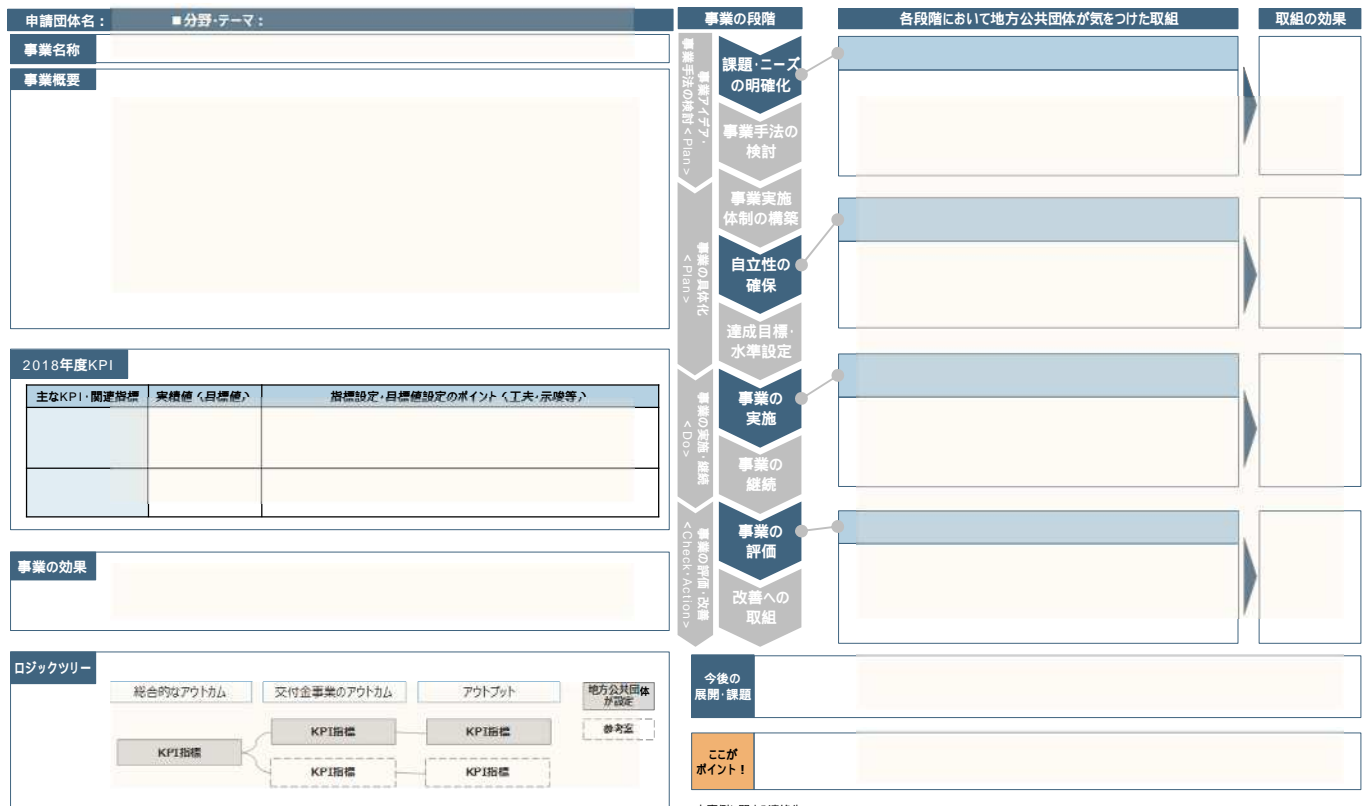
この事例集について

事例集の位置づけ

- この事例集は、平成30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。



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参考として追加した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 森と生きるしごとづくり～自伐型林業と「むらコアカデミー」～

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 21,180千円（2018年度）

総額 199,543千円（2016～2018年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 下北山村の人口（2015年国勢調査）：895人

- 奈良県統計課の調査「市町村別推計人口」によれば、当村の2009年～2014年の5年間の人口減少率は 21.9%と県内で2番目に高く、少子高齢化が急速に進行している。村外からの移住定住を促進するためには、移住者の受け入れ態勢の整備が必要不可欠となる。
- 下北山村では、地域との関わり度合に関し、移住・定住人口と観光人口の中間に位置づけられる関係人口（村へ定期的に訪問する人、過去に勤務・滞在していた人、何らかの関わりを持っている人、村にルーツがある人、地域づくりに関心層等）に着目している。外部の視点とふれ合うことで、村内の人材の意識向上、及び移住定住者の受け入れ態勢の機運醸成を図る。
- 移住定住を最終的な目標として見据えながら、新たな地域づくりの担い手創出、地域ならではの新しいビジネス・働き方の創出に向け、関係人口創出・拡大に向けた取組を行う。

【事業推進主体】

- 下北山村

【事業内容】

むらコアカデミー

- 都市部に一定数存在する地方への「関わりしろ」を求める方を対象として、地域づくり人材育成講座の開催・現地実習・地域づくり発表などを盛り込んだ「むらコアカデミー」を開催し、関係人口の拡大を図る。
- 加えて、過去のアカデミー受講生の発案による地域づくりやコミュニティービジネスの実現に向けたフォローアップを行い、連携を密に取りながら事業を推進する。

自伐型林業

- 下北山村の村士の90%以上を占める山林資源を活用ししごとづくりを行う。林業の担い手不足を解消すると同時に、安定的な素材生産量を確保するために、小規模低コストの自伐型林業を推進する。
- また次の段階として、原木に更なる価値を付するため2017年度に拠点整備交付金事業にて整備を行った林産加工施設にフォークリフトなどの備品を購入し、A・B材の木の駅（集積場）としての機能をもたせる。この結果、山林の所有者並びに林業従事者の所得の向上を目指す。



むらコアカデミー講座実施風景



東京で下北山村の食材を使用した村PRイベントを開催（むらコアカデミー受講生のプラン）



自伐型林業研修の様子

2018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）
自伐林家収入	+1,000 千円/4人 (+3,000 千円/4人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 自伐林家の自立に向けた原木売上収入を目安に目標値を設定。 ● 2018年度まで、自伐型林業のプレーヤー確保に苦慮し、収入を生み出す基盤が整わなかった。しかし、2019年度以降は、プレーヤーとなる地域おこし協力隊が増え、自伐型林業の推進が軌道に乗り始めている。
企業誘致数	0社 (1社)	<ul style="list-style-type: none"> ● 総合戦略中に、村の資源を活かした様々な分野の雇用創出を掲げており、戦略との整合性を考慮した分かりやすい数値目標としてKPIに設定。 ● 自伐型林業やむらコアカデミーを通じた起業が毎年1件あるという想定の下で目標を設定。 ● 2018年度は企業誘致には至らなかったが、2020年にサテライトオフィスが1件誘致することが予定されている。
新規関係人口	+5,590 人/年間 (+5,000 人/年間)	<ul style="list-style-type: none"> ● 関係人口の数値的な定義は、各地方公共団体によって様々であるが、村に関心を持つ関係人口として最も可視化されている数値が、村が運営しているFacebookの「いいね」フォロー数であると判断し、数値目標としてKPIに設定。 ● SNSを通じた村への関心層の増加は関係人口のネットワークから広がりを見せており、週1回程度の投稿で1回の投稿につき100以上のいいね！を得ることを想定して設定。
地域資源の活用による新たな収益	+140 千円 (+1,750千円)	<ul style="list-style-type: none"> ● 総合戦略中に地域内消費の喚起を掲げているため、戦略との整合性を考慮し、地域資源を活かした「きなりブランド」の確立による特産品販売収益増加額（前年度比較）をKPIとして設定。 ● きなりブランドの確立による特産品販売促進等を見込んだ事業を2018年度から実施するため、前年度の増加分1,450千円よりさらに増加するものと見込み設定。 ● 2018年度は、自然災害等で中止となるイベントが重なり、また、特産品の原材料も不作であったことが収益減に大きく影響した。

事業の効果

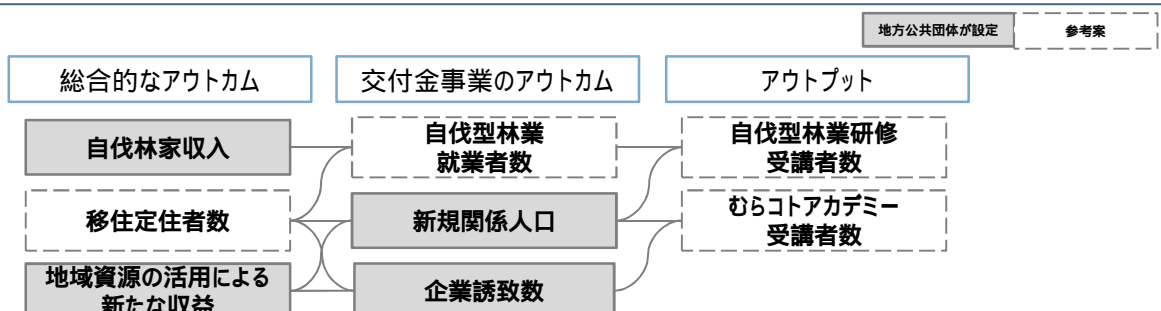
【総合的なアウトカム】

- 自伐林家収入 12,000千円/4人（2019年度までの累計目標）
- 地域資源の活用による新たな収益 3,950千円（2019年度までの累計目標）

【その他の副次効果】

- むらコアカデミー受講をきっかけとして、Uターンした方がデザイナーとして既に村内で活動している。また、2020年に株式会社リヴァ（うつ病の復職・再就職支援実施）のサテライトオフィスを誘致することが予定されている。

ロジックツリー





今後の展開・課題 現在は多くの自治体がむらコトアカデミーと類似の取組を実施しているため、下北山村らしさを打ち出した運営方法や内容など、新たな形を模索していく必要がある。また関係人口の数をKPIに掲げており、現状の定義はフェイスブックに「いいね」を押した総数としているが、この定義については改善余地があると考えている。例えば、BIYORI（コワーキングスペース）内に設置された「関係案内所」への相談件数やプロジェクト組成数など、より適した指標や測定方法について今後検討していく予定。

ここがポイント! アカデミー受講者やアカデミーの説明会に参加した人の移住が既に見られており、1名は現在村でゲストハウスを運営している。また、地元の人の中には空き家を活用した民泊を運営している方もいるため、直近2年間で計2件の宿泊施設がオープンしており、宿泊者数が徐々に増加している。加えて、コワーキングスペースのカフェにコンシェルジュを常駐させ、関係人口を増やすコーディネーター機能を備えた。このことから関係人口創出・拡大に向けた施策を推進した成果として、関係人口が増え始めていることが伺える。

事業名称 ICT環境など地域特性活用による総合戦略推進事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 93,592千円（2018年度）

総額 288,831千円（2017～2019年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 岩見沢市の人口（2015年国勢調査）：84,499人

- 岩見沢市は、米の作付面積と収穫量が北海道最大であるなど北海道を代表する農業地域である。しかし、農家戸数の減少や高齢化が進み、農家一戸あたりの経営面積拡大に伴う作業負担が増加するなど、主要産業である農業の持続・発展に向けた具体的な対策が喫緊の課題となっている。
- また、特別豪雪地帯に指定されるなど日本有数の豪雪地帯であり、市民の安全・安心な暮らしを確保するため、きめ細かな除排雪作業が求められている。さらに、人口減少や超高齢化などの課題も抱えている。
- 一方で、本市では1993年頃よりICTの積極的活用により、「市民生活の質的向上」と「地域経済活性化」の推進を目指し、自治体ネットワークセンター等の整備を進めるとともに、利活用機能として、「衛星通信を用いた遠隔教育」や「大学病院との連携による遠隔医療」、「小学生全学年の希望者を対象とした児童見守りシステム」など様々な分野でのICT利活用の社会実装を進めるなど、地域特性として高度なICT基盤を有しており、これらを活用しながら総合戦略で掲げた次の4つのまちの実現を目指す。
 1. 岩見沢市の「農」と「食」を世界の消費者に届ける活力ある産業を育むまち
 2. 若者から高齢者まで誰もが住みやすいまち
 3. 女性と子育てに日本で一番快適なまち
 4. 市民ひとり一人が健康で生きがいを持ってらせる健康経営を実践するまち

【事業推進主体】

- IT活用による地域課題解決検討会（道内に拠点を有する大学や企業など14団体で構成）

【事業内容】

- 限られた地域資源の効率的・網羅的活用のもと、多岐にわたる課題への対応による地方創生を目指す。地域特性であるICT環境を活かしながら、「食」・「農」・「健康」が連動する地域戦略として展開する。
農：行政区域の42%が農地である本市の主要産業の活性化に向けた取組み
- テーマ：農業の付加価値額向上、後継者対策
- 構成事業：「ICT農業普及促進」営農作業へのロボット技術やICT・IoTの実装による生産性向上、新たな生産品目への対応、匠の技の継承など
食：岩見沢の資源である「農産物」をリ・デザインするなど、農産物を用いた新たな地域ビジネス資産の構築推進など
- テーマ：美味しい健康食など農産物をベースとした産業活性化、新たな就業環境の構築
- 構成事業：「健康経営都市推進」地元の農産物を用いた特産品の創出、「企業誘致・雇用促進」企業ニーズにあわせた地元人材育成
健康：新しい生活、新しい健康など健康経営都市の具体化
- テーマ：新しい健康サービス、新しいコミュニティ、新たな雇用創出
- 構成事業：「健康経営都市推進」各種検診データを基とした「健康予報機能」の社会実装、自立型包括ケアサービスを実現するための検討



ICT活用型健康コミュニティでの講習会の様子



ICT機器を導入したトラクター

2018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）
新規就業者数 （2016年度以降の累計）	163人 （162人）	● 地域特性であるICT環境を用いて、「地域課題の整理」「課題克服に向けた新たなサービス創出検証」「サービス実施に関する地元雇用創出」などを連動させる事業であり、市民や企業と事業成果を共有しやすい「新たな雇用数」を指標として設定した。
農作業機へのGPS関連機器等の新規導入数 （2016年度以降の累計）	63台 （59台）	● 生産年齢の高齢化が進み、農家戸数も減少するなど非常に厳しい状況下にあることから、農業の持続性確保に向け「スマート農業」の社会実装に関する機器の導入件数を指標として設定した。
新たなサービスの社会実装数 （2016年度以降の累計）	8件 （8件）	● 地域特性であるICT環境を用いて、「地域課題の整理」「課題克服に向けた新たなサービス創出検証」「サービス実施に関する地元雇用創出」などを連動させる事業であり、市民や企業と成果を共有しやすく、地域課題克服に資する「社会サービス数」を指標として設定した。

事業の効果

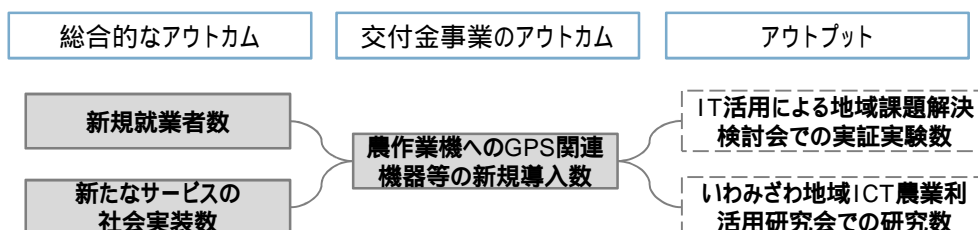
【総合的なアウトカム】

- 新規就業者数
2016年度 83人 2019年度目標 157人（増分、累計）
- 新たなサービスの社会実装数
2016年度 1件 2019年度目標 8件（増分、累計）

【その他の副次効果】

- 有人作業の効率化に資する「GPS関連機器導入」など本事業の成果を基に、ロボットトラクター（完全無人）やAI、ビッグデータ活用などプロジェクトの深化が加速している。
- 営農家がスマート農業による効果を実感し、「これからも農業を営んでいける」と自信を持つようになった。

ロジックツリー





今後の展開・課題 地方創生をより一層推進するにあたり、地域課題・ニーズの把握、事業案の構想、庁内での調整、市民への説明・巻き込みといった、一連の事業化に向けた取組を実行できる人材を、庁内外でいかに増やしていけるかが課題と考えられる。そのため、若手職員にも積極的にこのような取組を経験させるとともに、各事業を担当する職員同士で交流してお互いを高め合っている。

ここがポイント! 総合戦略に紐づく複数の事業を限られた地域資源で実行していく際に、地域特性であるICT基盤に着目して、「食」・「農」・「健康」の各分野を連動させるように事業化させることで、効率的な事業実施がなされている。なお、ICTを活用した事業の展開を総合戦略に明示して全庁に発信することで、担当者の異動後も事業が中断することのないようにしている。

事業名称 おきのえらぶ島産業クラスター創出拠点整備事業

拠点整備交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 64,609千円（2017年度）

【事業の背景・経緯】 知名町の人口（2015年国勢調査）：6,213人

- 知名町がある沖永良部島は、高等教育機関がない離島であるため、高校卒業後多くの学生が進学や就職で島を離れるが、「仕事がない」「希望する仕事やスキルを身に付けることができない」といった理由により、ふるさと帰帰を断念せざるを得ない状況にあり、人口流出と急速な高齢化が進展している。また、観光客受入体制も不十分な状況にある。
- 本事業では、地域住民同士はもとより、島出身者や観光客等との交流機会を戦略的につくりだし、沖永良部発の新産業の創出・既存産業の高付加価値化につなげることを目的として、「住んでよし、訪れてよし」の島づくりを具現化するための拠点を整備する。

【事業推進主体】

- 知名町
（施設運営：一般社団法人おきのえらぶ島観光協会）



閉所した保育所を改修して整備した施設の外観

【事業内容】

「産業クラスター創出拠点」を整備し、ICTを活用して島内外を結びつける「集い」の場、産学官の連携プログラムにより地域産業を担う高度な人材（島のリーダー）を育成する「学び」の場、沖永良部が創りあげてきた文化的な価値を「継承」する場として活用する。

あしびの拠点整備事業

- 閉所した保育所を改修し、物産品販売を兼ねた観光案内所や事務所などを共有するワークスペース、会議室、シェアオフィスなどを備えた、「あしび×まなびの拠点」を整備する。

あしびの拠点イメージアップ整備事業

- あしびの拠点施設のイメージアップ及び島のあしびを提案するスペースを整備する。具体的には、拠点施設の外構工事や園庭を利用し島のあしびを体験（グランピングキャンプ等）できるブースを設置する。



観光案内所と物産販売スペース



シェアオフィス（手前はミーティングスペース）

2018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）
自主事業収益（観光協会）	1,762万円 （1,260万円）	<ul style="list-style-type: none"> ● 運営主体である観光協会の物産の売上や体験型メニューの実施による事業収益をKPIとして設定。 ● 本施設に移転前の観光協会の2倍以上となっている。
拠点施設利用料	49万円 （460万円）	<ul style="list-style-type: none"> ● 集計の容易さに配慮して、施設利用料をKPIとして設定。 ● ゼロ円指定管理であるため、拠点施設の利用料により施設の運営経費を賄えるように目標値を設定した。なお、設定時は、施設の管理運営に必要な人件費を含む額としたが、人件費については、上記の自主事業収益で賄うこととしたため、実績値は目標値を下回っているが、施設の維持管理に必要な光熱水費は賄えている。
拠点施設利用者の起業数	0件 （2件）	<ul style="list-style-type: none"> ● 運営施設での起業者数をKPIとして設定し、利用者の入居を促すことに利用。 ● 本施設をとおして、新たなコトをうみだすことを想定している。 ● シェアオフィス（3ブース）は現時点で全て入居済みであり、2018年度の起業実績は0件であるが、2019年度1件起業されており、1件は法人化準備中（非営利団体）、1件は起業後の入居である。

事業の効果

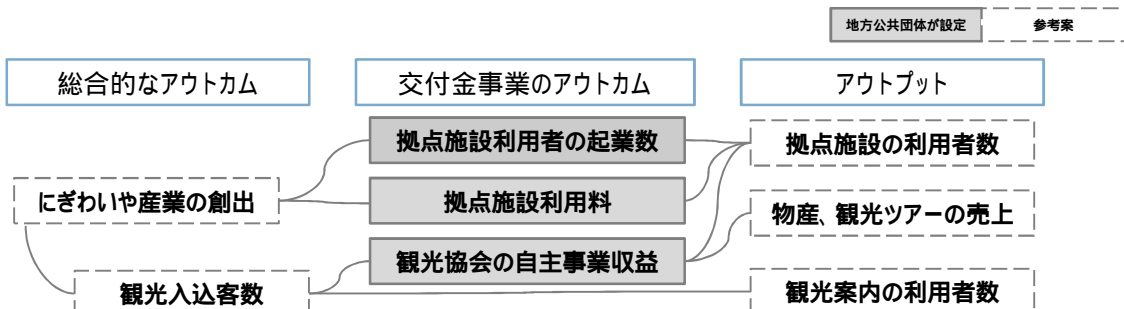
【交付金事業のアウトカム】

- 観光協会の自主事業収益
2016年度：800万円 2020年度目標：1,720万円
2018年度時点で既に上記目標を達成

【その他の副次効果】

- 他の自治体等から視察先として選ばれている。
- 地元住民の利用が増加し、そこから観光客に情報が拡がり、利用がさらに拡大する好循環が生まれている。
- 島内の他の廃校等の活用モデルケースともなっている。

ロジックツリー





今後の展開・課題	本施設をモデルケースとして、今後、島内にある他の遊休施設（廃校等）の活用に取り組んでいく予定である。 また、施設では、物産販売より利益率が高い着地型観光メニューの開発及びマーケティングに取り組んでいく予定である。
-----------------	---

ここがポイント！	閉園した保育所を活用し、新たなにぎわいと産業を生み出す拠点となるよう、島内の2つの町と観光協会が一体となって、プロジェクトを推進している。 また、観光案内所における地元住民の利用が増加し、観光客が増加する好循環を生んでいることが特徴的である。
-----------------	--

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 198,028千円（2017年度）

【事業の背景・経緯】 青森県の人口（2015年国勢調査）：1,308,265人

- 青森県は、全国よりも速いスピードで人口減少や少子化・高齢化が進んでおり、人口減少対策を県政の最重要課題として位置付け、「まち・ひと・しごと創生青森県総合戦略」を策定し、取組を推進している。人口減少の克服のためには、魅力ある仕事づくりを進めて若年者の県内就職及び定住を促進することが必要であり、新たな産業の創出や育成が求められている。
- 第5期科学技術基本計画（2016年度～2020年度）では、未来の産業創造・社会変革に向けた新たな価値創出の基盤技術として、IoTシステム構築、ビッグデータ解析、AI、ロボット、センサ技術等の強化が指摘されている。本事業は、今後必要となるIoTやAI技術等を活用したものづくり産業に対応できる企業支援体制を整備し、地域への人材定着及び新産業創出を目指すものである。

【事業推進主体】

- 地方独立行政法人青森県産業技術センター

【事業内容】

- 今後進展する第4次産業革命に対応した企業支援体制の整備を目的に、IoT、ビッグデータ、AI、ロボット等の先端技術に関する人材育成、研究開発、技術支援等に取り組む拠点施設（IoTラボ）を整備する事業である。
- 1階部分には、本事業で導入する「電子基板製造装置」等の試作加工機械を設置した電子工作室、機械工作室や、その評価を行うための評価実験室を整備する。
- 2階部分には人材育成を目的に70名程度の技術研修会を開催可能な研修室を整備する。また、ワークステーションによる電気系CAD、機械系CADを活用した研究開発支援及びプログラミング等の実習を行う設計実習室も合わせて整備する。
- さらに、設計や試作関連の各設備を拠点施設のネットワークで接続することで、機械系及び電気系の設計から試作加工、評価までの一連の作業ができる環境（ワンストップサービス）を整備し、IoTデバイス開発の技術研修会及び研究開発支援に活用する。



IoT開発支援棟では設計・試作・評価を一貫して行えるワンストップサービスを提供可能



IoT開発支援棟外観（青森県産業技術センター）



電気系、機械系のCADによる設計が行える設計実習室



電子基板の試作が行える電子工作室

2018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）
「IoT開発支援拠点」を活用したIoT関連試作品の開発件数	10件 (10件)	● IoT開発支援棟の活用により開発された試作品数を表し、当施設最終目的である新規IoT関連製品の開発による県内への人材定着と新産業創出に繋がるアウトカム指標として設定した。
「IoT開発支援拠点」に設置した施設・機器の利用件数	50件 (40件)	● 県内企業のIoT関連技術への取組状況を表し、施設・機器貸出利用料収入及び試作品開発に繋がるアウトカム指標として、工業総合研究所の過去の機器利用実績を参考に設定した。

事業の効果

【交付金事業のアウトカム】

- 「IoT開発支援拠点」を活用したIoT関連試作品の開発件数 50件（2020年度までの累計目標）

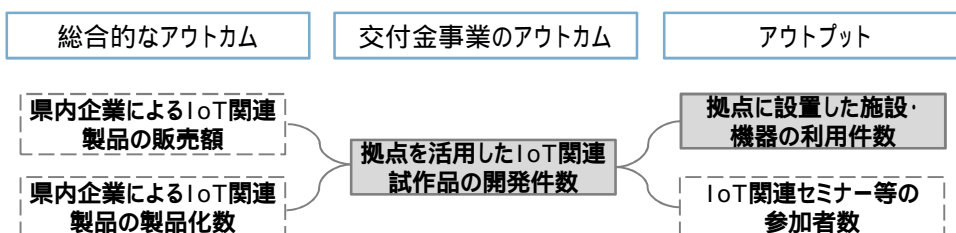
【その他の副次効果】

- 研修で構築したネットワークをきっかけとして、県内の製造業とIT関連事業者が連携し、実際に商品開発が進んだ例が見られている。

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 今後は拠点利用率の更なる向上に向けて、2020年1月から機器無料開放デーを開催し、今後も月に1回程度開催していく予定。機器に触れる機会を増やすことで、今までIoTラボを活用していなかった人にも新たに活用してもらうことが狙いである。また、今まで実施してきたセミナーについては、いくつかを定番化して継続的に実施し、県内の幅広い事業者へIoTに関する知見や機器操作方法を徐々に浸透させていきたいと考えている。

ここがポイント! 他補助金を活用し初期コストを抑えて施設内の導入機器・設備を充実させており、施設全体としての利用価値を向上させることで、施設利用件数が計画以上に伸びている。また、研修でできたネットワークをきっかけとして、県内の製造業とIT関連企業が連携することで、実際に商品開発が進んだ例もあり、IoTラボを拠点とした県内ものづくり産業の活発化が見られている。

事業名称 「近江の地酒」醸造技術強化推進事業

拠点整備交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 89,267千円（2017年度）

【事業の背景・経緯】 滋賀県の人口（2015年国勢調査）：1,412,916人

- 滋賀県内の清酒醸造は、1980年代までは近隣大手清酒メーカーのOEM製造が大半を占め、安定的な経営が成り立っていたが、近年では全国的な清酒生産量の縮小を受けて、OEM製造が減少すると共に自社銘柄酒醸造にシフトしている。そのため、自社ブランドの強化と地域全体の酒質の底上げが重要な課題となっている。
- 清酒醸造所は、以前は伝統的に経験等に基づいて醸造を行ってきたが、高品質な酒をより安定的に醸造するには、経験に加えて最新の醸造技術や新規酵母を活用した技術革新が必要である。その技術を取り入れるためには、試験醸造を繰り返して醸造条件をデータ化していくことが必要であるが、県内の清酒醸造所は試験醸造用の施設を保有しておらず、加えて、失敗のリスクがある試験醸造を行うことは経営面でも困難である。
- 本事業では、酒質の改良、新製品の開発のための試験醸造が行える小規模試験醸造施設を整備し、県内清酒醸造所の技術振興を図る。

【事業推進主体】

- 滋賀県工業技術総合センター

【事業内容】

『近江の地酒』の酒造技術を高め酒質の向上を図るため、清酒の新製品開発や技術開発を行うための環境を整備する。

- 滋賀県工業技術総合センターの建物の一部を改修し、試験醸造用の装置や、成分分析装置を導入し、醸造試験施設を整備する。
- 滋賀県酒造技術研究会で統一テーマを設定し、新製品開発や技術の向上を図る共同研究を行う。
- 醸造試験施設を醸造所へ利用しやすいように開放し、利用を促すことで県内清酒醸造所の技術力底上げを図る。



2018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）
特定名称酒の出荷額	2018年度は 目標値設定無し (2018年度より試験醸造を開始し、その成果を利用して県内醸造所で2019年度から商業醸造を実施)	● 一般清酒に代わり高付加価値酒である特定名称酒について、2020年度に売上12,000万円を目指す。特定名称酒単価及び一般酒の平均単価の価格差及び年間生産量を参考に目標を設定。
特定名称酒の開発		● 特定名称酒を新規に4種類開発することを目指す。本事業で導入した「日本酒醸造試験設備」の年間試験実施可能回数、及び製品製造、上市する割合を参考に目標を設定。
全国新酒鑑評会での金賞受賞数		● 本事業で導入した「日本酒醸造試験設備」を活用して人的交流、技術情報の共有を図り、2019～2020年度累計で8社の受賞を目指す。全国新酒鑑評会での過去の金賞受賞数を参考に目標を設定。

事業の効果

【総合的なアウトカム】

- 全国新酒鑑評会での金賞受賞数 8社（2019～2020年度の累計目標）

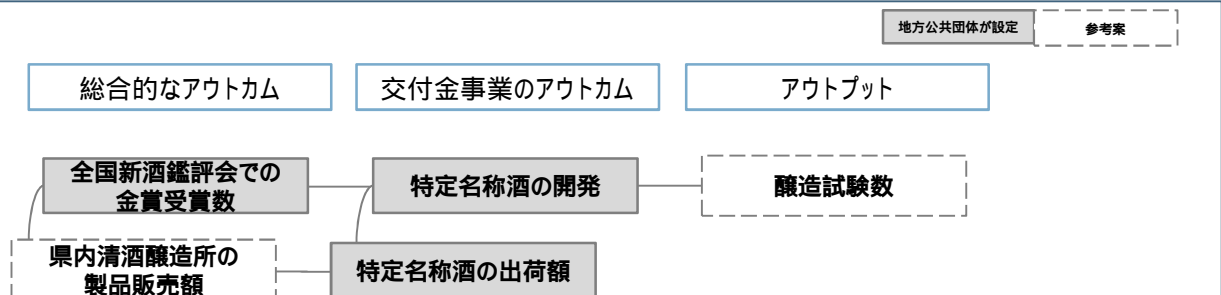
【交付金事業のアウトカム】

- 特定名称酒の出荷額 12,000万円（2020年度目標）
- 特定名称酒の開発 4種類（2019～2020年度の累計目標）

【その他の副次効果】

- 試験醸造用装置だけでなく香り成分分析装置、旨味成分分析装置を導入したことで、県内醸造所の開発力強化に留まらず、全国新酒鑑評会で金賞を受賞した日本酒の成分分析・ベンチマークを実施できるようになり、消費者需要拡大に向けたデータ分析環境が整備された。

ロジックツリー





今後の展開・課題 県内清酒醸造所の醸造試験室・分析装置の活用を促進すると共に、酒造組合と連携して全国新酒鑑評会で金賞を取り続けている全国の有名醸造所の日本酒の成分を分析し、地酒の新製品開発に向けたベンチマーク指標を構築する予定。当該指標は醸造開発への活用や、需要拡大に向け消費者が好みの日本酒を探せるツール作成に活用することを検討している。

ここがポイント! 個々の民間事業者ではリスクを負い切れない試験醸造用施設への投資及び保有に関して、県の研究機関が交付金を活用して施設を導入し、民間事業者に利用機会を提供することで当該リスクを軽減している。試験醸造を通じて民間事業者の開発力が向上しており、交付金を活用した効果的な官民連携事業として特徴的である。

事例集
農林水産業
(しごと創生分野)

事業名称

積丹の町村連携による地域商社事業
～ ナマコとウニから始まる輸出拡大、戦略的な生産体制の構築～

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外を含む）】 実績額 154,843千円（2018年度）
総額 650,100千円（2016～2020年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 2015年国勢調査人口：神恵内村 1,004人、岩内町 13,042人、泊村 1,771人

- 神恵内村、岩内町、及び泊村（以下、「3町村」という。）は、北海道北西部積丹半島に位置する日本海沿岸地域である。当地域の漁業環境は、回遊性資源の減少をはじめ、磯焼けの進行による藻場の減少で浅海資源の減少も著しく、厳しい漁業経営状況にある。特に、ウニは近年、磯焼けの影響を受け身入りが悪い状況が続いており、品質の向上や安定供給が課題となっている。
- 一方、ナマコは近年、中国における需要拡大・単価高騰が継続しており、特に後志管内のナマコは道内他地域と比較しても高価格で推移しているが、漁獲圧による資源の減少が懸念されている。
- 当事業では、3町村の連携によりナマコ養殖技術の確立を目指し、漁業者の所得向上、後継者問題の解決、人口減少から人口増加へ負のサイクルを正のサイクルへと転換することを目指す。

【事業主体】

- 積丹半島地域活性化協議会
（会員：神恵内村、岩内町、泊村、岩内郡漁業協同組合、古宇郡漁業協同組合 オブザーバー：北海道経済産業局、北海道、地方独立行政法人北海道総合研究機構水産研究本部、北洋銀行、北海道銀行）

【事業内容】

当地域の将来の主力商品として期待されるナマコについて、中国市場を狙って乾燥ナマコと機能性製品を展開することで、世界市場をつかむ。

地域商社の設立・運営

- 2016～2020年度の5年間で、地域商社がマーケティングと加工・販売の規模を拡大し、販路と産地証明（トレーサビリティ）によるブランドを確立することで、ナマコの生産が軌道に乗った当初から、着実な売上が見込めるように進める。
- 1年目からマーケティング事業を開始して地域商社候補の選定を進め、2年目に3町村出資による地域商社を創設。3年目は事業規模の拡大に応じて民間資金を得て、地域商社の加工・販売機能を強化する。4年目以降は行政からの支援を減らし自立化を進める。また、交付金事業が終了する5年以内にナマコの自立生産も可能とし、行政の支援なく、生産から販売までの一貫した体制を構築する。
- 未来の積丹を支えるナマコの増養殖
- 地域の漁協を実施主体として、ナマコの養殖や稚ナマコの放流後追跡・資源量調査等を行う。
畜養によるウニの立て直し
- ウニの身入り改善のため、短期畜養試験を行う。



乾燥ナマコのパッケージ商品



ニセコエリアのホテルでの商品販売風景

2018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）
乾燥ナマコ等の売上高 （3町村合計）	対前年度比 5,597千円 （56,000千円）	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業の主目的が水産資源の増養殖と地域商社による販路拡大であることを踏まえ、事業効果を判断する上で最も分かり易い漁獲量と売上高を最終年度のKPIに設定した。 ● 年度ごとに確認や検証を行いながら事業を進めるために、年度ごとに把握できる売上高を事業途中時点での目標に設定した。 ● 既存の商流が分かりづらく販路開拓ができていないため目標達成できていないが、ニセコエリアでのマーケティング（次頁にて詳述）結果を受けてホテルの受付やレストランでの委託販売をする等により、次年度は好転見込みである。
ウニの売上高 （2町村合計）	対前年度比 1,246千円 （1,800千円）	<ul style="list-style-type: none"> ● （2点目まで同上） ● 市場での認知度不足から目標達成できていないが、新たに規格外野菜を給餌することで甘味や身入りを向上させるなど工夫を凝らし、ニセコ地域と札幌の飲食店や寿司屋を中心に高評価を得る等、次年度に向けた成果が出ている。

事業の効果

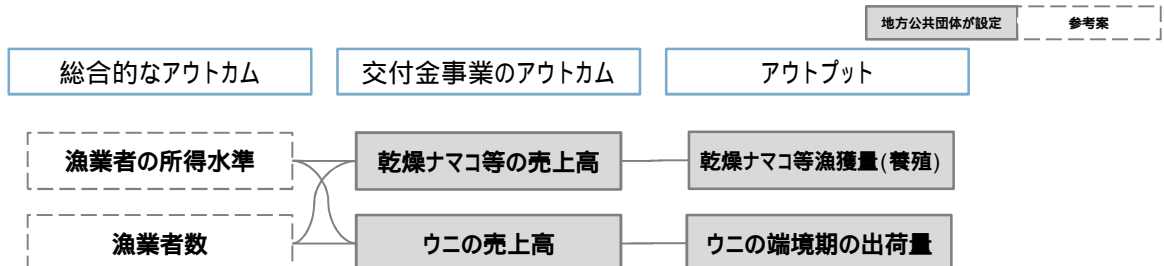
【交付金事業のアウトカム】

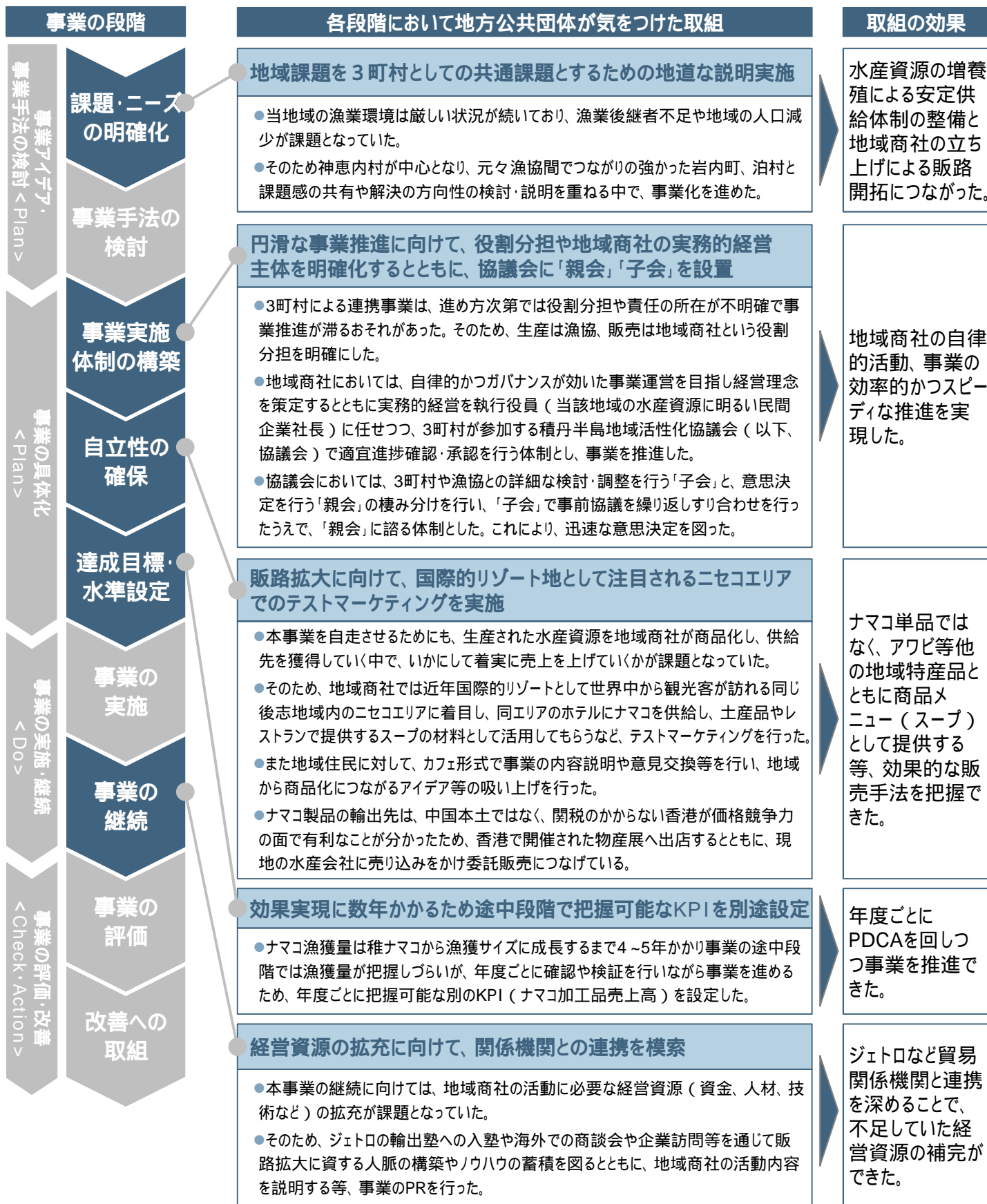
- 全て2020年度目標、事業開始前はゼロ
- 3町村合計ナマコ漁獲量(養殖) 33t
うち乾燥ナマコ等売上 227,870千円(20t加工分)
 - 2町村合計ウニの端境期出荷量 400kg
売上高 7,200千円

【その他の副次効果】

- 地域の水産資源を使った商品化、販路拡大過程において、地域住民の水産資源に対する認識が向上した。
- 地域商社の活動を通じて3町村以外の積丹半島の特産品（水産資源、農産物等）の発掘が進み、これらと組み合わせた商品メニューの開発が進んだ。

ロジックツリー





今後の展開・課題 地域商社の自走に向けて、商材発掘、商品化、販路拡大といった地域商社の活動の担い手となる人材の確保と資金の増強が課題である。加えて、このエリアへの観光誘客による新たなマーケティングについても模索中である。

ここがポイント! 水産資源（ウニ、ナマコ）の販路拡大に向けて、ニセコエリアでのテストマーケティング等を行い、課題の解決方法を明確化したことで、今後地域商社が担う地域での役割（積丹半島の地域商社）と事業の方向性が明らかとなった。

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 24,240千円（2018年度）
 総額 73,640千円（2016～2018年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 上山市の人口（2015年国勢調査）：31,569人

- 上山市は高品質なワインぶどうを生産できるという好条件にありながら、生産者の高齢化に伴い離農や規模縮小していく農家が多く、耕作放棄地の増加も顕在化している。また、かみのやま産ワインの文化・歴史・魅力が県民・市民に知られておらず、市内の旅館、飲食店がかみのやま産ワインを楽しむことができる店が少ないのが現状である。
- ぶどう生産者による安定的な営農を可能にするには、品質の良いぶどうの安定的生産とワイナリー側の長期にわたる安定的買取が必要となるため、ワイナリーと生産者をマッチングさせ、生産意欲の向上、生産拡大、そして後継者の確保を図っていく必要がある。また、新規参入するワイナリーに対しても、自らワイン用ぶどうを栽培する場合は農地や土地の確保に加え、醸造免許の取得、安定的な販売などワイナリーの事業化に至るまで多岐に渡る課題がある。
- 本事業では、域外からの移住などを含めた新たな担い手の確保や耕作放棄地などの課題の解決及び地産地消によるワイナリー創業モデルを確立し、働く場の確保と本市への交流人口の拡大までをカバーする「かみのやまワインの郷」の実現を目指す。

【事業推進主体】

- 上山市

【事業内容】

ワイン用ぶどうの生産振興 <ワイン用ぶどうの生産拡大と後継者の育成>
 農地の斡旋、生産技術研修、ワイナリー創業等ワンストップ窓口を設置し、総合的なハンズオン支援を行う。

ワインの醸造拡大 <かみのやまワインと関連事業を地場産業の柱に成長>
 ぶどう農家、県外からの人材、また、異業種からの参入などを図るため、ワイン特区による規制緩和や農地集積などに加えて、ワイナリー創業にかかる総合的ハンズオン支援を行う。

ワインの消費拡大 <観光産業及び他地域と積極的に連携し、かみのやまワインの素晴らしさを県内外にPR>
 域内消費のための人材育成と仕組みづくりを行い、ワイナリー巡りや地元食材を活用した食を楽しむ旅行商品の造成を進める。



上山市のワンストップ窓口を活用した創業予定者のワインブドウ畑
 （写真左：上山市農林夢づくり課職員、写真右：ワイナリー創業予定者）

2018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）
ワイン関連産業の従事者数 <累計増加分>	18人 (14人)	● かみのやまワインと関連産業を地場産業の柱に育成することを目的とするため、産業振興の度合いを測る指標として、就農者、ワイナリー創業者、ワイン飲食店などの従事者数をKPIに設定。
ワインブドウの耕作面積 <累計増加分>	8.63ha (7.9ha)	● 上山市まち・ひと・しごと創生総合戦略の「働いてよしプロジェクト」の下位施策「ワインのブランド化」施策において中心的な事業に係るKPIであり、ワインブドウ農家の経営の安定化、規模の拡大、所得の向上を図る指標としてKPIに設定。 ● ワインの醸造量は干ばつ等の天候の影響がありぶどうが不作となり、醸造するための原料の確保が困難であったことから目標値に達しなかった。
ワインの醸造量 <累計増加分>	33.29kL (34.31kL)	

事業の効果

【総合的なアウトカム】

- ワイン関連産業の従事者数
2016年7月：75人 2020年度目標：106人
- ワインブドウの耕作面積
2016年7月：41ha 2020年度目標：52ha
- ワインの醸造量
2016年7月：158kL 2020年度目標：205kL

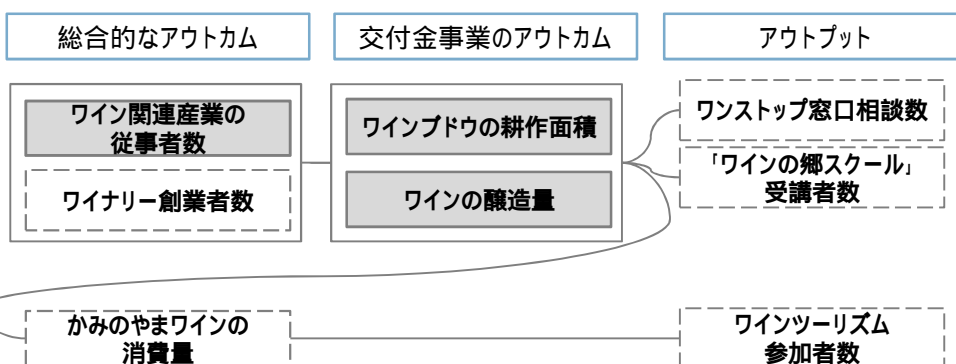
【その他の副次効果】

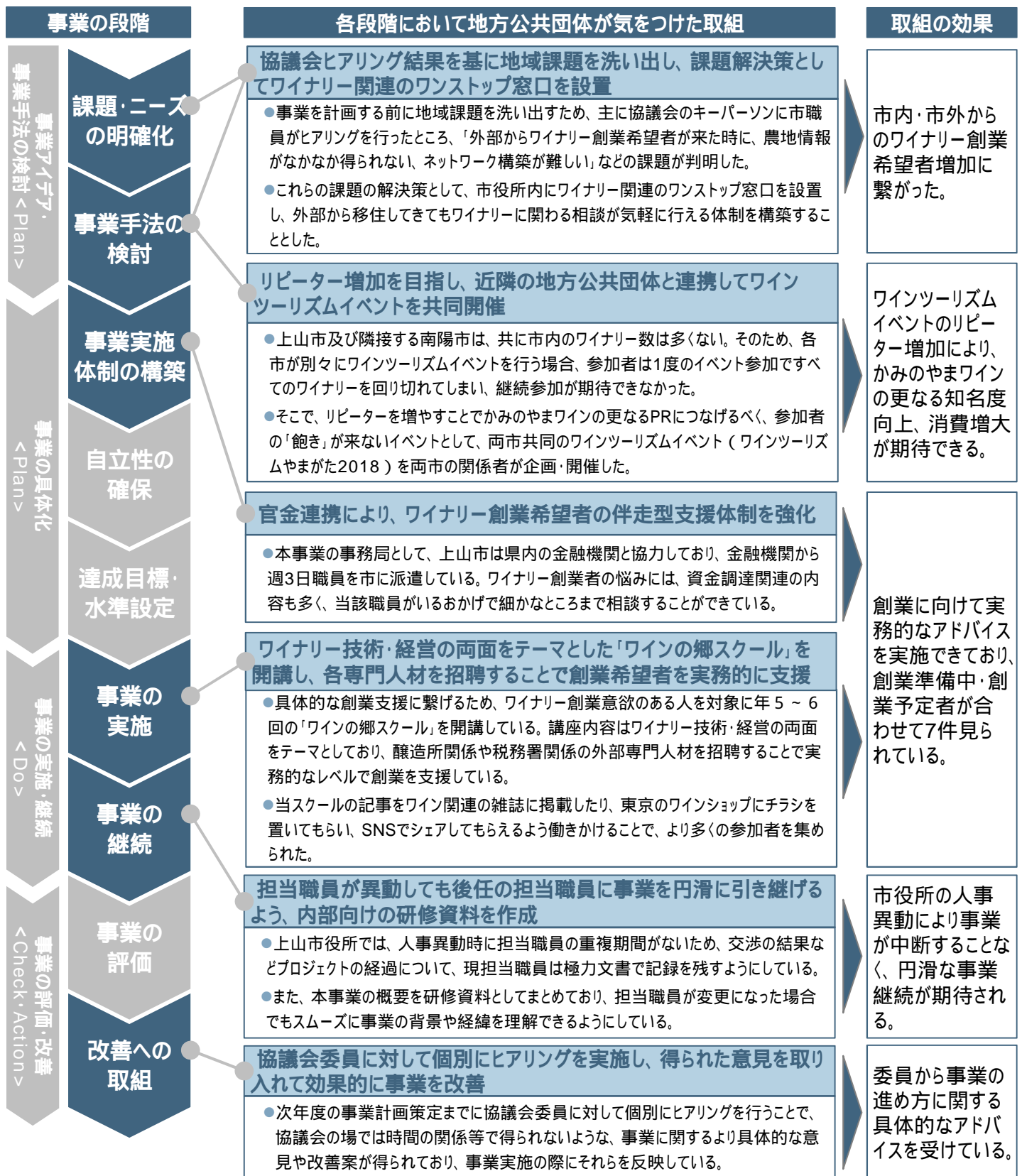
- 通常、ブドウの栽培からワイン醸造までは単独の事業者で実施しないケースが多いが、本事業では、ブドウの栽培のみならず醸造、消費までをカバーしたプロジェクトとしたことで、栽培農家、醸造所の生産者同士の顔が見える関係となっている。

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 市民のワイン消費を促していくことが今後の課題である。どうすれば市民にワインを飲みたいと思ってもらえるかについて、試行錯誤を続けている。また、2019年12月に県内金融機関が地域商社を設立したため、更なるワイン消費拡大を目指して、上山市と地域商社が「かみのやまワインの郷プロジェクト」で連携することについても検討している。

ここがポイント! 相談や実務的な講座を通して、ワイナリー創業意欲のある人に対し直接的且つきめ細やかな伴走型支援を行っており、地域のワイナリー産業全体の底上げにつなげている。ワイナリー創業希望者に関して、事業開始時は0であったものの、事業実施後は2019年11月時点で創業予定者7件(うち1件は2020年4月に自社ワイナリー開業予定)、創業希望者2件となっており、本事業の成果が具体的な数値に表れている。

事例集
観光振興
(しごと創生分野)

事業名称 男鹿版DMOを核とした地域ブランドづくり推進事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 39,465千円（2018年度）

総額 230,207千円（2018～2022年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 男鹿市の人口（2015年国勢調査）：28,375人

- 男鹿市は、古くから農水産業、観光業が盛んな地域であるが、近年は個人旅行へのシフトに対する対応の遅れや、高速道路網整備に伴う相対的な交通利便性の低下などから、観光客の減少に歯止めがかからない状況であり、結果として多様化する消費者ニーズに対応する地域力がさらに低下している。また、立地・資源を活かした商品の開発や売込みは個社単体での取組が多く、多様な経済活動の促進を図るための「地域産業間の連携」が希薄な状況である。
- 地域の多様な産業が連携して、男鹿市が持つ豊かな自然資源や「男鹿のナマハゲ」を代表とする文化を活用した商品を造成し、付加価値を高めて売り込む取組を継続的に進めることで、交流人口増加による域内の消費額拡大を図る。これにより、地域が「稼ぐ（稼げる）仕組み」を構築し、加えて地域住民が生きがいや夢を持って暮らし、文化・風土を次世代へ継承することができる地域づくりを目指す。

【事業推進主体】

- 一般社団法人男鹿市観光協会（日本版DMO候補法人として登録済）

【事業内容】

各産業が連携した地域素材の磨き上げと商品化、継続的なマーケティング調査、一元的な情報発信・プロモーション、受入環境を整備して地域ブランドづくりを推進し、「稼ぐ（稼げる）地域づくり」を目指す。実施に際しては、民間企業から専門人材の派遣を受けることとする。

なまはげ文化ツーリズム

- ユネスコ無形文化遺産に登録された「男鹿のナマハゲ」や続日本100名城に選定された「脇本城跡」などを代表とする文化を題材として、特産品開発や旅行商品造成、統一プロモーションを実施。

スポーツツーリズム

- 豊富な自然・アクティビティ・海山の食材を活用した「自然体験」を題材として、ネイチャーツーリズム商品の販売促進、サイクルイベントの開催、観光商品の開発を実施。
- なお、2018年度の事業実施において、自然体験需要が大きいが、駅からの2次アクセスが課題、といった点が明らかになったため、2019年度からは e-Bike（高性能電動アシスト付自転車）のレンタサイクル事業を新たに開始。

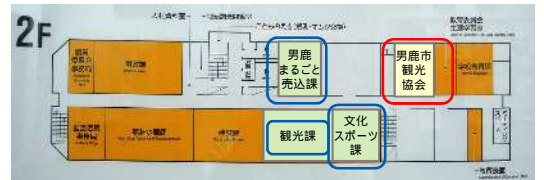
インバウンド誘客促進

- 拡大する外国人旅行需要に対応すべく、ホームページの多言語化や情報共有・発信のプラットフォームの整備を実施。



大晦日に実施したなまはげツアーのパンフレット

観光協会のオフィスを市役所内に設置し、市の関係部署とのコミュニケーションを強化



2018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）
男鹿版DMOにおける旅行商品等の売上収入額	2016年度比 +931千円 (+500千円)	<ul style="list-style-type: none"> ● 自走化のための収入増加は、計測可能な重要指標と判断してKPIに設定。 ● 過去10年程度に観光協会が実施した旅行商品に関する年間売上上の最高額程度を目標値に設定。
男鹿版DMOが造成する旅行プラン延参加者数	405人 (300人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 本市への観光入込数の増加に直結する指標であり、誘客促進の成果として計測可能な重要指標と判断してKPIに設定。 ● 募集定員30名程度のツアーを10件実施する計画とした。（これまでのツアー企画は年間数件）
文化・自然を題材とした体験プラン商品造成数	4個 (3個)	<ul style="list-style-type: none"> ● ブラッシュアップした地域素材を活かした新規商品を造成し、誘客や収入増に繋がる指標を設定することが効果的と考えてKPIに設定。 ● 「男鹿のナマハゲ」、近年入込の増加してきた「雲昌寺あじさい」、「アウトドアコンテツ」の3個を目標に設定。
男鹿版DMOが造成する旅行プランによる市内延宿泊者数	144人 (100人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 年々減少する宿泊者数に歯止めをかけることが、観光産業の重要な課題であり、DMO事業の推進と関連させて、効果計測していく必要があると判断してKPIに設定。 ● 宿泊を伴う旅行企画は観光協会として初の取組であることを鑑み、実現可能かつ妥当な目標設定とした。

事業の効果

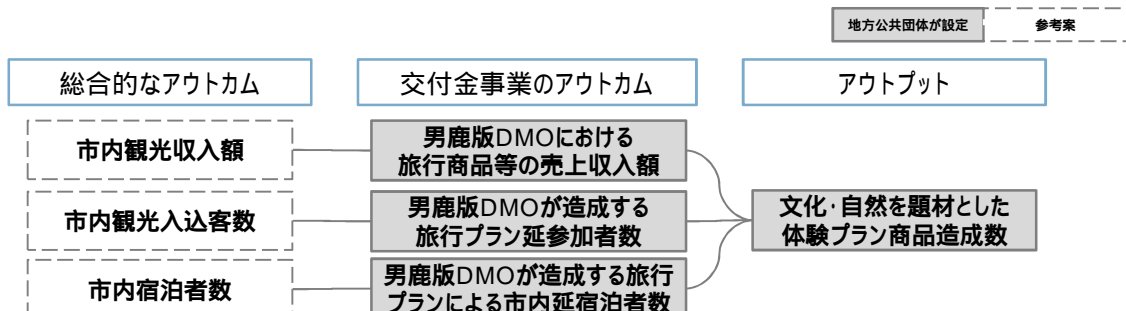
【交付金事業のアウトカム】

- 男鹿版DMOにおける旅行商品等の売上収入額
2016年度：2,433千円 2022年度目標：7,933千円
- 男鹿版DMOが造成する旅行プランによる市内延宿泊者数
2016年度：0人 2022年度目標：850人

【その他の副次効果】

- DMO専門人材として地域の金融機関職員の派遣を受けたことにより、事業者との橋渡しが促進され、キャッシュレス決済導入が進んだ。（3社5機）
これにより、さらなるインバウンド誘客促進が期待される。

ロジックツリー





今後の展開・課題 観光協会に派遣されている専門人材は2-3年で元の所属組織へ戻ってしまうため、今後は、そのノウハウを吸収して継承できる体制を構築する必要があると考えている。

ここがポイント! 観光地としての課題であった、国立公園やジオパークとしての自然景観の見せ方や、二次交通の不足に伴うアクセス難民等について、e-Bikeという電動アシスト付き自転車のレンタサイクルを事業化しており、事業実施の結果を踏まえた改善に取り組んでいる。また、当該レンタサイクル事業は、地域おこし協力隊と協力して行うことで、事業の継続的な実施に向けた体制の構築を図っている。

本事例に関する連絡先：秋田県男鹿市 観光文化スポーツ部観光課 TEL 0185-24-9141

一般社団法人男鹿市観光協会 DMO推進室 TEL 0185-47-7787

事業名称

四国西部エリア戦略型観光サービス創出事業

推進交付金

～ 雄大な自然と山岳信仰文化に導かれる浄化・癒しをコンセプトにした国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成～

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 127,077千円（2018年度）

総額 1,431,000千円（2018～2020年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 西条市の人口（2015年国勢調査）：108,174人

- 日本七霊山の一つである「石鎚山」を主峰とするいしづちエリアは、中央構造線に沿った急峻な石鎚山系によって、気候・生活が隔てられ、人的・物的問わず多くの交流が阻害されてきた。その不便な環境が要因となり、高いポテンシャルを有する観光資源を有しながらも一体とした観光展開が進まなかった。
- また、観光サービス業を担う企業や人材が不足しているという地域特性もあり、地元企業の取組だけでは着地型観光のトレンド変化にも十分な対策をとることができず、整備されたインフラを活用しきれないという現状があった。
- 本事業では、県域を越えたいしづちエリア4市町村の強力な連携の下、観光事業を総括するDMC「株式会社ソラヤマいしづち」を構築し、観光サービス産業の拡大を図る。これにより、地域経済活性化や雇用の創出、移住・定住人口の増加を目指す。

【事業推進主体】

- 株式会社ソラヤマいしづち

【事業内容】

1. 戦略づくり

国内向け・海外向けマーケティング戦略を構築し、多くの人々にいしづちエリアを訪れてもらい、滞在してもらうための観光戦略を練り上げて、地域収益力の最大化を目指す。

2. 旅行業

国内外の旅行エージェントと連携しツアー商品を企画・販売。

3. プロモーション

自然・文化・アクティビティなど、いしづちエリアの魅力を多面的かつ効果的に伝えられるよう、ストーリー性のあるプロモーションを展開。

4. ヒトづくり

いしづちエリアの観光サービスを牽引するクリエイティブで実行力のある人材を育成するため、「いしづち編集学校」を開講。

5. 観光サービス創出支援

既存の観光サービスのブラッシュアップを行うとともに、新たな観光サービス事業の創出に向け、多面的な事業化支援を行う。



(株)ソラヤマいしづちのエントランス



(株)ソラヤマいしづちの会社案内



「いしづち編集学校」では、観光サービスに携わる地域人材を育成

2018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）
域内（4市町村）の観光入込客数	2018年度は目標値、実績値ともにゼロ	<ul style="list-style-type: none"> ● DMCが戦略策定からプロモーション、旅行商品の造成・販売まで一貫して行うことによる域内の観光入込客数の増加は、本事業の成果を測定するに当たり、明確な指標であるためKPIに設定。 ● 西条市まち・ひと・しごと創生総合戦略における観光入込客数増加目標（年約1%）に準拠し、事業最終年度の2020年度までに90,000人の増加を目指す。
域内観光消費額	2018年度は目標値、実績値ともにゼロ	<ul style="list-style-type: none"> ● 魅力ある高付加価値型の旅行商品を販売することで、地域の観光消費額の増加が期待できる。地域の稼ぐ力を磨くことで本事業の目標である地域経済の活性化に付与できると考え、KPIに設定し、2020年度までに181,614千円の増加を目指す。
域内（4市町村）のインバウンド客数（DMC利用者数）	2018年度は目標値、実績値ともにゼロ	<ul style="list-style-type: none"> ● 西条市における全観光入込客数に対する外国人割合1.3%を準拠し、最終年度増加分の1.3%（1,200人）を目標に設定。
DMCによる産業支援に伴い増加する雇用者数	2018年度は目標値、実績値ともにゼロ	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業の目的が雇用の創出であるため、本事業の取組によって新産業の創出を図り、それに伴う雇用の増加をKPIに設定。 ● 本事業でブラッシュアップ予定の観光コンテンツ（施設）で創出される新たな雇用数（10施設×2人＝20人）を目標に設定。

事業の効果

【総合的なアウトカム】

- 域内（4市町村）の観光入込客数
2017年度：525万人 2020年度目標：534万人
- 域内観光消費額
2017年度：10,587百万円 2020年度目標：10,769百万円

【その他の副次効果】

- 域内の観光サービス事業者への支援を行うことで、新たな観光コンテンツの造成やブラッシュアップができた。

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 今後は、企業からの出向者の帰任やコスト削減の必要性などから、DMCの組織体制見直しが必要である。また、現状DMCでは公益事業と収益事業の双方を実施しているが、公益事業の継続是非も含めた収益構造の見直しや、旅行業以外の自主事業の推進等、自立化に向けた仕組みの構築も必要である。

ここがポイント! いしづちエリアの県境を越えた4市町村が広域で連携し、同エリアの地域整備・観光振興等について協議・検討するとともに、観光戦略を強力に展開するDMCの設立により、各地域に点在する観光資源の一体的な取扱を可能としている。また、県を跨いだ連携であるため情報共有や意思疎通の面でハードルがあったが、自治体間の職員派遣によってスムーズに事業を推進できている。

本事例に関する連絡先：愛媛県西条市 産業経済部 観光振興課観光産業創造室 TEL：0897-52-1697

株式会社ソラヤマいしづち TEL：0897-47-6030

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 769,217千円（2017年度）

【事業の背景・経緯】 鹿児島県の人口（2015年国勢調査）：1,648,177人

- 鹿児島県は、全国5位（2015年）の外国船社クルーズ船が寄港する港でありながら、外国人観光客等の受入体制が十分でないことから、観光や経済面でクルーズ船寄港効果を活かしきれていない状況にある。また、鹿児島港にクルーズ船が寄港する際、CIQ（通関、出入国審査、検疫）の手続きが必要であるが、CIQ関係機関の担当者が船に乗り込み、機材を都度設置して、手続を行っていたため、上陸までに時間を要し、結果として、鹿児島県における滞在時間が短くなっている。
- そこで、県民と観光客が交流できる交流スペースやCIQ機能を有するクルーズターミナル等を整備することで、国際クルーズ船の積極的な誘致を図るとともに、滞在時間の増加による県内への経済波及効果の拡大を図ったもの。

【事業推進主体】

- 鹿児島県

【事業内容】

マリンポートかごしま（鹿児島港中央港区）

- マリンポートかごしまに海外観光客が買い物できる物販スペースや県民と観光客が交流できる交流スペース、CIQ機能を有するクルーズターミナル、大型バスの駐車場等を整備する。
- 県内の複数の観光地を巡るツアーの拠点とするため、ターミナル施設内に観光案内コーナー等を設置する。

北ふ頭（鹿児島港本港区）

- 北ふ頭への国際クルーズ船寄港のための岸壁の改良（防舷材の機能向上）や、北ふ頭内の案内標識・観光案内板の多言語化等を実施する。



マリンポートかごしまに整備された施設の外観



店舗等配置していないときの施設内部



物産販売状況（店舗配置時の施設内部）

2018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）
鹿児島港における国際クルーズ船乗客による消費額	対前年度比 +156,200万円 (+94,600万円)	<ul style="list-style-type: none"> クルーズ船の寄港やターミナル整備に伴う利便性の向上等を踏まえた経済効果を測る指標としてKPIに設定。 目標値は、年入港隻数に乗客1人当たりの平均消費額を乗じて設定。
マリンポートかごしまクルーズターミナルの使用料収入	920千円 (26,586千円)	<ul style="list-style-type: none"> 設定時は、ターミナル利用料（乗客数×乗客1人当たり使用料）収入と物販スペースの使用料収入の合計を設定。（現在は、物販スペースの使用料のみとなっている。） ターミナル利用料については、今後、他港の状況を見ながら導入を検討する予定。
鹿児島港に寄港する国際クルーズ船乗客数	対前年度比 +7.1万人 (+4.3万人)	<ul style="list-style-type: none"> クルーズ船の寄港やターミナル整備に伴う利便性の向上等を踏まえた効果を測る指標としてKPIに設定。 目標値は、年入港隻数に1隻当たりの乗客数を乗じて設定。 年入港隻数は、2016年 83隻、2017年 108隻、2018年 100隻、2019年 106隻。

事業の効果

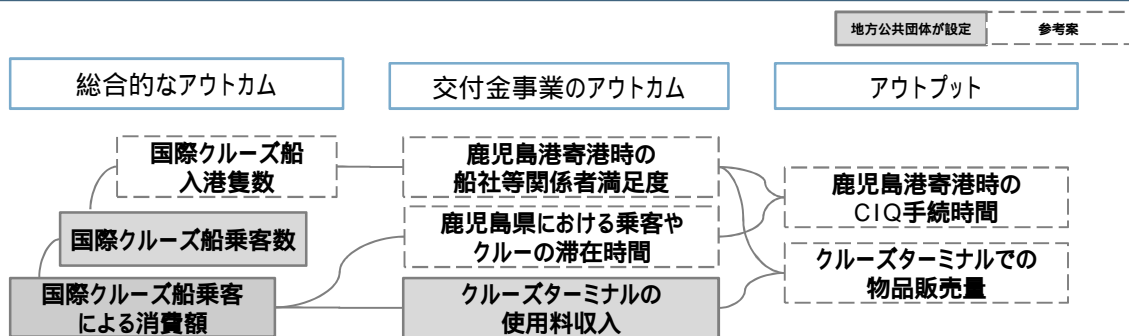
【総合的なアウトカム】

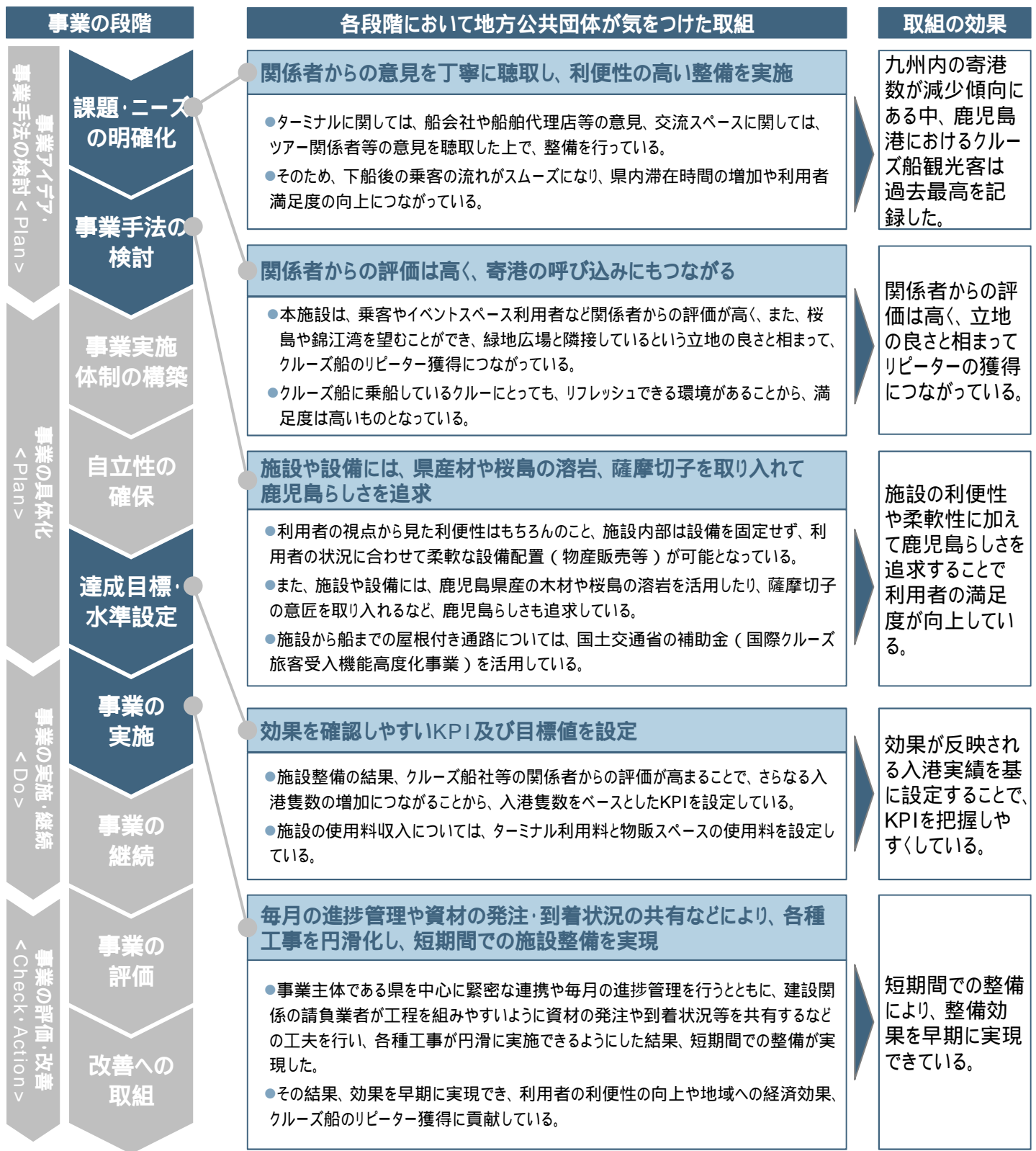
- 国際クルーズ船乗客による消費額
2016年度：204,600万円
2020年度目標：770,000万円

【その他の副次効果】

- クルーズ船寄港時に県と関係者が一体となり、「県産品PRイベント」を開催するなど、県産品の物販が可能となった。
- 乗船客3千人程度の場合で約1時間程度の時間短縮効果があり、県内滞在時間が1時間増加した。

ロジックツリー





今後の展開・課題 施設の維持管理コストや今後発生する修繕コスト等を考えると、他港の状況を注視しつつ、ターミナル利用料徴収の検討が必要である。また、個人客に対する鹿児島港から鹿児島市内へのアクセスの確保も課題である。

ここがポイント！ 利用者側のニーズを把握した上で整備内容を検討するとともに、整備手法の工夫により短期間で整備を完了したことで、整備効果をより早期に発現させている。
また、施設内部の設備配置も利用者の状況に合わせ変更可能なものとなっており、さらに、鹿児島らしさを感じられるものとなっているため、施設周辺の環境とも相まって利用者の満足度が向上している。

事例集
地方へのひとの流れ

事業名称 稼ぐ力で自立する、自然とアートの「生涯 総 活躍のまち」づくり

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 213,835千円（2018年度）

総額 1,676,460千円（2016～2020年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 奈義町の人口（2015年国勢調査）：5,906人

- 奈義町では、進学や就職を機に、若い世代が町外へ流出し、人口減少や高齢化が進んでいる。人口減少を止めるためには、強い意志・夢を持たずに単なる憧れにより都会へ出て行きふるさとへ帰らない人を減らすとともに、奈義町に繋がりがなくても奈義町での暮らしに惹かれて移り住んでくる人を増やすことが必要不可欠である。そのために、強烈でわかりやすい「まちのブランディング」とその発信を行う。

【事業推進主体】

- 一般社団法人なぎポスト、一般社団法人奈義しごとえん、一般社団法人那岐の茶の間、一般社団法人ビジット奈義

【事業内容】

町の強みである「自然」と「アート」と「人」を柱に据えて、年齢や性別、障害や課題の有無等にかかわらず、全ての町民や訪れた人が、自分らしい「豊かな暮らし」「豊かな時間」を過ごすことができる、多世代共生型の「生涯 総 活躍のまち」づくりに取り組む。

しごとコンビニ

- 子育てママやリタイア世代などを対象に、ワークシェアリングによる短時間労働など「はたらく場と仕組み」を実現する「しごとコンビニ」を整備する。

「自分らしい学びや活動」の提供

- 「一流のアート」プログラムのニーズを踏まえ、映画や演劇、写真、音楽、歌舞伎など幅広い分野で、自然とアートを軸とした奈義町でしか体験できない「自分らしい学びや活動」を提供する。
- 北海道東川町、富山県南砺市、兵庫県豊岡市、香川県小豆島町と連携して「文化と教育の先端自治体連合」を発足し、文化教育の情報共有等のために地域間交流を行う。

ナギフトカード

- 町内の商店や事業所等と一緒に考案した、多世代や地域社会に貢献できるボランティアと、地域経済の活性化が同時に行える、新しい概念の多世代共生型ポイント制度を構築・運用する。

住民まんぞく量調査

- 毎年、18歳から74歳までの町民2,000人を対象とした「住民まんぞく量調査」を実施し、町民のニーズや地域課題の把握に努める。

その他、地域包括ケアシステムの充実や、起業相談等を行う「まちの人事部事業」を実施



空きガソリンスタンドを改修した「しごとスタンド」でしごとコンビニ事業を展開（運営者は奈義しごとえん）



しごとスタンドでのしごとの様子

2018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）
社会増	22人 (140人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 生涯活躍のまち事業を進めることで、人口減少に歯止めをかけ、持続可能な地域づくりを進めるため、また、様々な施策の積み重ねにより奈義町に魅力を感じ、都市部を含めた移住者増による社会増を果たすための指標としてKPIに設定。 ● 2018年度は駐屯する陸上自衛隊の大幅な隊員削減により転出が増加したため目標未達となった。
中高年者の新規就労者数	47人 (9人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 生涯活躍のまちとして、第2のチャレンジ世代も含めた中高年者の働きやすい環境や場の整備を進める上での数値目標としてKPIに設定。
要介護者の在宅率（増分）	1% (1%)	<ul style="list-style-type: none"> ● 介護、医療、福祉、交通など様々な分野が連携し、安心して住み慣れた自宅で住み続けることのできる地域包括ケアシステムの充実を図る上での数値目標としてKPIに設定。
新規創業者数	0人 (2人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 生涯活躍のまちとして、移住者も元からいた町民も何かに挑戦できる機運や制度の構築を進め、稼ぐ力でそれぞれの人生を豊かにするための指標として、KPIに設定。 ● 計画期間全体での目標値は達成しており、また、2019年度以降は達成見込みである。

事業の効果

【総合的アウトカム】

- 社会増
2014年度：38人 2022年度目標(累計)：700人

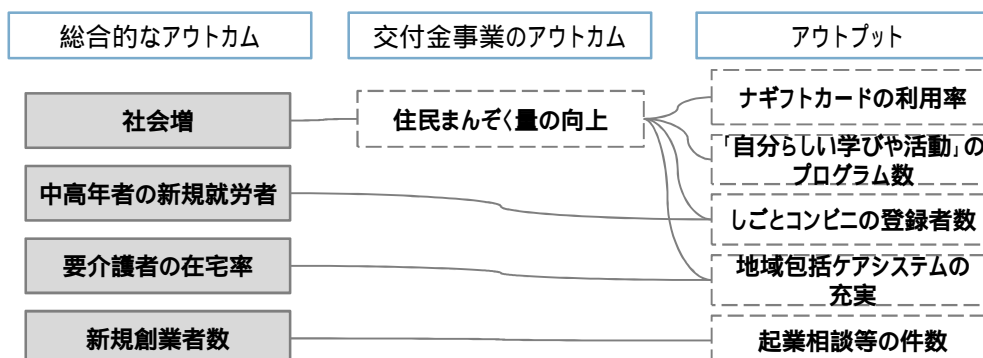
【その他の副次効果】

- しごとコンビニの登録者数は2019年12月時点で192名。子育て世代の女性が3～4割、シルバー層が約5割を占めている。
- ナギフトカードは奈義町が町民に配ったため、保有率は100%で利用者は住民の7割超である。

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 2019年度から町民主体の事業運営組織が本格始動したため、現在は各事業を深化させている途中である。このうち、ナギフトカード事業は一般社団法人なぎポストが運営しているが、地域経済循環への貢献をさらに高めるため、電子マネーとの連携を現在整備中である。

ここがポイント! 毎年実施している住民まんぞく量調査によって地域住民のニーズや地域課題を見える化し、解決の糸口となるような事業を展開している。事業開始当初は行政と外部コンサルを中心とした地域再生推進法人が様々な事業をスタートアップさせたが、現在は地域住民主体の複数の団体が事業を継承している。まちの人がまちのことを考えて、事業を継続していく体制が構築されている。

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 21,002千円（2018年度）

総額 47,895千円（2016～2018年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 山形市の人口（2015年国勢調査）：253,832人

- 山形市の移住・定住を促進するために、移住のための意思決定に必要な情報発信、移住に関する相談体制の強化、事業を起こしてくれるプレイヤーの発掘が課題として挙げられている。
- 社会問題となっている空き家・空き店舗及び公共施設・公共空間（公園、道路等）といった、既存ストックを資産として捉え直し、それらを現在のライフスタイルに沿った形で、住む場所、働く場所、人が集まる場所へとリノベーションすることを通して、しごとやコミュニティを創出することで、山形市への移住・定住を促進、山形市で起業したい人を呼び込む。

【事業推進主体】

- 山形リノベーションまちづくり推進協議会
構成メンバー：東北芸術工科大学、山形県宅地建物取引業協会、株式会社日本政策金融公庫山形支店、株式会社山形銀行、株式会社荘内銀行、株式会社マルアル、山形市

【事業内容】

real local 山形の運営

- 移住促進サイト「real local」に山形のページを追加し、移住の意思決定に必要な「しごと・住まい・人とのつながり」に関する情報を発信する。
- real localで情報発信を行うための取材及び記事の作成だけでなく、移住相談受付を行う移住コンシェルジュの役割も担い、移住相談受付体制を強化する。

まちの魅力を高めるための支援

- リノベーションまちづくりの推進のために、プレイヤーの発掘・育成を目的として、先進的な取組等を行っている方を講師に招いてリノベーションスクールを開催する。
- 民間事業者の自主的な活動の支援のため、空き物件見学ツアーの開催やマルシェの開催等に関するセミナーを実施する。



real local 山形で、リノベーションまちづくりの契機となった「とんがりビル」を紹介する記事。とんがりビルは築40年の雑居ビルをリノベーションし、テナント、オフィス、イベントスペース等を整備している。



リノベーションスクールの様子



シネマ通りマルシェの様子

2018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）
転入者数 - 転出者数 住民基本台帳ベース	377人 (600人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業は、山形市への移住・定住の促進によって人口増を目指すものであり、その効果を計測するためKPIに設定。 ● 設定した目標値が高く達成できなかったものの、本事業をきっかけに移住した実績がでてきているとともに、シネマ通りで進むリノベーションまちづくりが移住をテーマとした雑誌や旅行情報誌に掲載されるなど、山形市での新しい動きを全国に発信することができた。
移住相談件数	115件 (100件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業では、移住促進サイト「real local」に山形のページを追加し、本市のしごと・住まい・人とのつながりに関する情報を発信することで、本市への移住意欲を喚起するとともに、移住コンシェルジュの配置による相談体制を強化するものであり、その効果を計測するためKPIに設定。
リノベーションまちづくりの推進によって再生された物件数	3件 (2件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業は、リノベーションまちづくりの推進のために、先進的な取組等を行っている方を招いたセミナー等の開催によって、協力してくれる不動産オーナー及び事業をおこしてくれるプレイヤーの発掘・育成を図るものであり、その効果を計測するためKPIに設定。

事業の効果

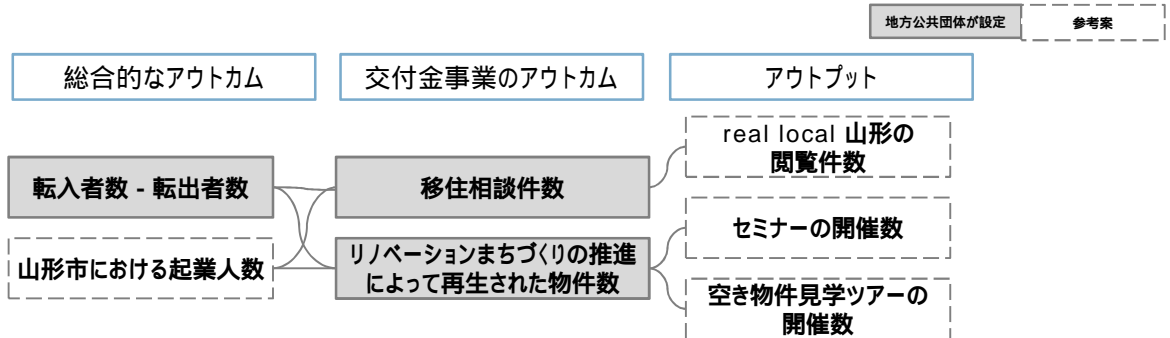
【交付金事業のアウトカム】

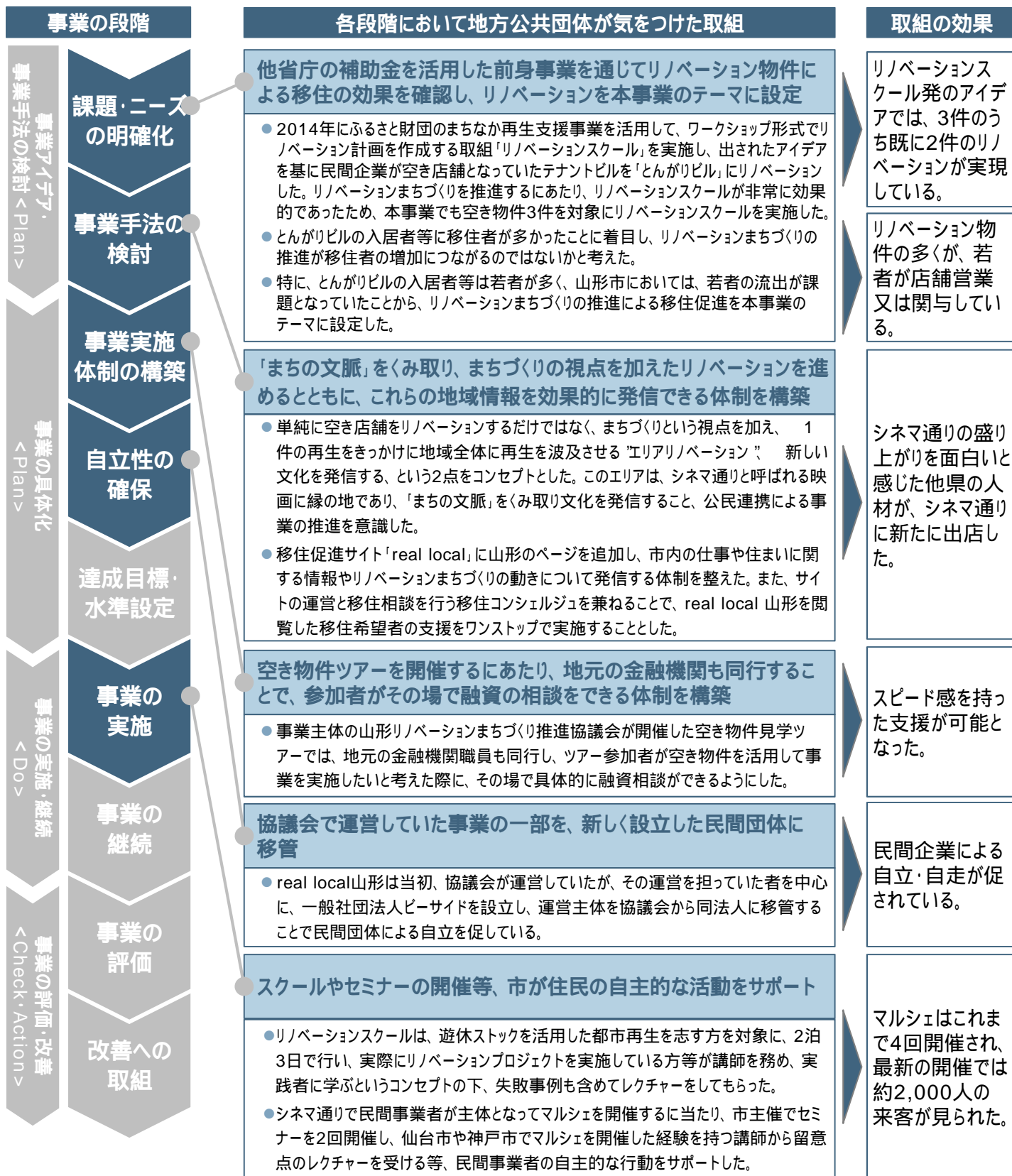
- 移住相談件数
2015年度：5件 2018年度実績（累計）：215件
- リノベーションまちづくりの推進によって再生された物件数
2015年度：2件 2018年度実績（累計）：6件

【その他の副次効果】

- リノベーションまちづくりを推進し、まちの魅力を高めることによって、25年振りに地価上昇が見られ、リノベーションまちづくりの進展がその要因の一つとしてテレビで報道された。

ロジックツリー





今後の展開・課題 real local 山形の掲載記事は、現在はターゲットを若者を意識したものになっているが、年配の方もターゲットに含めるべきではないかの意見が有識者会議で挙がった。real local 山形のターゲットを全年齢にするのではなく、各年齢層に応じて情報発信の方法を変更する等(例：若者にはWebページ、年配者にはチラシ等)、効果的なアプローチを検討している。また、本事業の実施場所はシネマ通りを中心としているが、市内の別の繁華街である「すずらん通り」でもリノベーションの動きがでてきており、波及効果が見られている。

ここがポイント! 本事業では空き店舗のリノベーションの加速を図ったが、単純なリノベーションではなく、まちづくりという視点を加えている。市内にはシネマ通りと呼ばれる映画に縁の地があり、このような「まちの文脈」をくみ取ることを意識するとともに、公民連携により事業を行うことで文化発信のできるリノベーション物件が次々と波及していき、現在ではシネマ通りの空き店舗のほとんどが埋まる状況となっている。

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 35,814千円（2017年度）

【事業の背景・経緯】 三好市の人口（2015年国勢調査）：26,836人

- 三好市では今後も人口減少傾向が続く見込みである。市の面積の8割以上が山間地である三好市には、工業団地などの適地の確保が難しく企業誘致に苦慮している。
- そこで、持続可能なまちとするために、知識や技能を有する経験豊富なシニア層の移住を促し、地域・経済・福祉の様々な面での手不足を解消する。そして、二地域居住など多様な形態で本市に関係し、既存市民（団体）と交流・協働するなか、新たなサービスやライフスタイルの発見・創出などの付加価値の創出や、生活の質の向上を目指す。また、外部からの新たな価値観等を受け入れる「多世代共生・交流」の土台づくりを目指す。

【事業推進主体】

- 一般社団法人三好みらい創造推進協議会

【事業内容】

- 移住（希望）者が、数か月程度の期間にわたり滞在し、この間に当地において「仕事」や「住まい」を探したり、地域との交流を通じ「コミュニティ」に馴染めるような長期滞在型お試し住宅「マチの棟」を整備する。遊休施設となった林業研修センター（事務所等）をリノベーションすることで、2世帯（家族）が入居できる長期滞在型のお試し住宅に模様替する。
- 移住コンシェルジュを設置し、移住者の生活全般をサポートするワンストップ窓口機能を担うと共に、仕事面における地域ニーズとのマッチングや起業・開業を総合的にサポートするインキュベーションセンターの機能も担う。

現在、市内のお試し住宅は以下の4施設がある。

- 加速化交付金を活用して整備した「丘の棟」
- 市の単費で整備した「ヤマの棟」
- 本拠点整備事業で整備した「マチの棟」
- 本拠点整備事業とは別の拠点整備事業により整備した「真鍋屋」（交流拠点施設を兼ねる）



マチの棟 外観
（遊休施設となっていた
林業研修センターを改修）



マチの棟 1階

2018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）
生涯活躍のまち構想推進による移住（希望）者数	26人 (30人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 二地域居住等、本市に住所を有しないが、将来の移住を希望し本市との関係性を有する者を移住（希望）者数としてKPIに設定。 ● 移住検討者の多くは複数年かけ検討する者が多く、目標値を下回っているものの増加傾向にあり、今後さらなる増加を見込んでいる。
経験豊富な知識や技能を有する人材の誘致	11人 (15人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 生涯活躍のまち構想・基本計画では40歳以上の者をターゲットとしており、地域資源の活用による雇用の創出や市の活性化等を図るため、当該世代の有資格者等の誘致数をKPIに設定。 ● 移住検討者と同様、今後さらなる増加を見込んでいる。
UIターン件数	199人 (160人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 定量的に計測可能な重要指標と判断してKPIに設定。 ● 徳島県下で統一的に実施している移住者アンケートにより把握している。

事業の効果

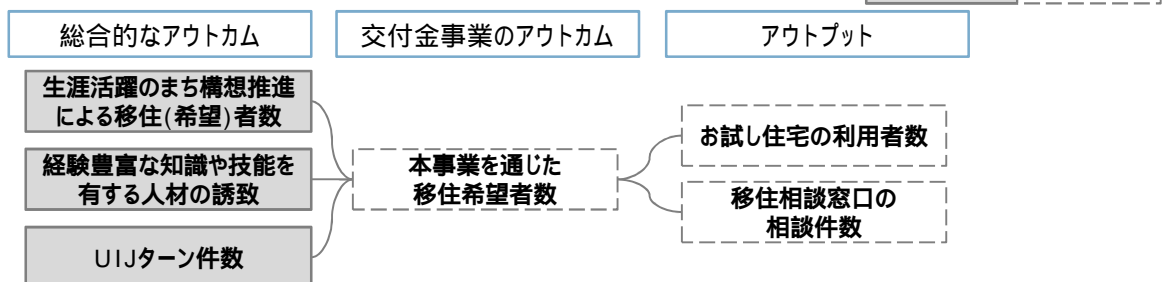
【総合的なアウトカム】

- 生涯活躍のまち構想推進による移住（希望）者
2016年度：0人 2022年度目標（累計）：100人
- 経験豊富な知識や技能を有する人材の誘致
2016年度：0人 2022年度目標（累計）：50人

【その他の副次効果】

- お試し住宅がテレビで紹介され、三好市の魅力を伝えられたことで三好市の知名度が向上し、高松市から周遊する外国人観光客が増加した。

ロジックツリー





今後の展開・課題 加速化交付金から順次整備してきた4つのお試し住宅は街中に近い地域に立地しているが、「家族の支援・介護をしてもらいながら、その施設で働ける機会がある」をコンセプトとして、介護施設・病院が立地している地域に、二地域目のお試し住居を整備することを検討している。施設の自立性を考えた場合、行政サービスの一環として一般財源の投入が必要と考えているが、一般財源比率をどう下げていけば、どのように事業収入を増やしていくかが今後の課題である。

ここがポイント! お試し住宅の管理委託先との契約において、利用人数増加に伴うインセンティブを付与することで施設の利用促進を図る一方で、委託先との密なコミュニケーションによる意識の統一により、移住意欲の高い人による利用確保に成功している。また、本事業の前身として実施した、加速化交付金によるお試し住宅の実証試験で成果を上げたワンストップ窓口でのコンシェルジュサービスを継続的に展開しており、加速化交付金で得られた結果や知見を活用できている。

本事例に関する連絡先：徳島県三好市 企画財政部地方創生推進課生涯活躍のまちづくり推進室 TEL 0833-72-7607

一般社団法人三好みらい創造推進協議会 TEL 0883-72-2010

事業概要

【事業実施額（交付金以外を含む）】 実績額 5,238千円（2018年度）

総額 16,600千円（2017～2019年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 壱岐市の人口（2015年国勢調査）：27,103人

- 壱岐市では、島内の高校卒業者の9割以上が島外に転出しており、未来を担う若年層の確保が課題となっている。
- 壱岐市が富士ゼロックスと連携し、同社が岩手県遠野市で震災復興の一環として実施していた対話技法を取り入れた多様な意見を聴く場を設置し、住民自らが壱岐市の未来のために実現したい夢の発掘、具体化、実現までを一体的なプロジェクトとして実施することで、住民が主体的に市政に参加する機運を醸成するとともに、高校生のUターンの促進及び地域リーダーの育成を図る。

【事業推進主体】

- 一般社団法人 壱岐みらい創りサイト

【事業内容】

市や富士ゼロックス、壱岐市観光連盟など島内外の様々な団体で設立した「一般社団法人 壱岐みらい創りサイト」を中心として官民が連携した取組を実施している。

最新のコミュニケーション理論を活用した住民主体の対話会の開催

- 対話会では、住民が壱岐市の未来のために自ら実現したい夢（地方創生テーマ）について議論し、発表する。
- 地方創生テーマは、企業や大学と連携して具体化し、ビジネスマッチング等を活用して実現している。
- 対話会の参加者の半数は、島内の高校生であり、運営は市民が主体的に行っている。

大学合宿及び島外企業研修の誘致

- 企業研修担当スタッフを1名配置し、主に九州内の企業を対象に、企業研修の誘致活動を行っている。
- 2018年度は年2回、2019年度は年3回実施（予定）である。



対話会の様子

2018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）
地方創生テーマ 実現数	8事業 (3事業)	<ul style="list-style-type: none"> ● 市民を含む関係者にとってわかりやすい成果目標として設定。対話会において提案された地方創生テーマが実現した数であり、本取組をスパイラルアップしていくためにクリアすべき目標である。 ● 目標の2倍以上の実績が上がっており、さらなる対話会への参加の促進につながっている。
Uターン意向率	対前年度比 -22% (+3%)	<ul style="list-style-type: none"> ● 目標値は、実現可能な上限目標として設定。 ● 島内の高校生全員を対象に意向調査を行った結果であるが、対話会参加者からは地域の課題解決のためのテーマ実現に向けた積極的な提案も見られる。
参加大学数	5校 (2校)	<ul style="list-style-type: none"> ● 対話会において、大学生の域外からの視点を得ることで、地域の再発見につながることから、KPIに設定。 ● 目標値は、実現可能な上限目標として設定。 ● 九州に限らず、東京都内の大学生も参加している。
新規企業誘致数	1社 (0社)	<ul style="list-style-type: none"> ● 総合戦略における目標であり、最終的には、企業の誘致につなげることが目標である。 ● 2019年度末までに1社誘致することを目標としていたが、テレワークセンターの設置等の効果もあり、2018年度に1社誘致できている。

事業の効果

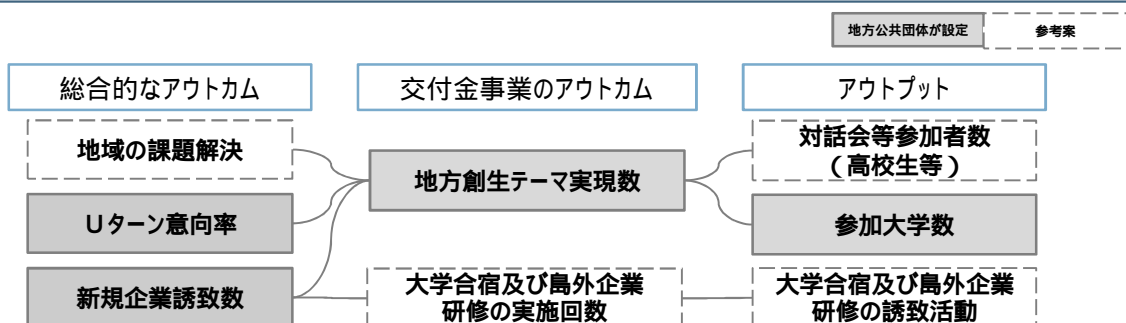
【総合的なアウトカム】

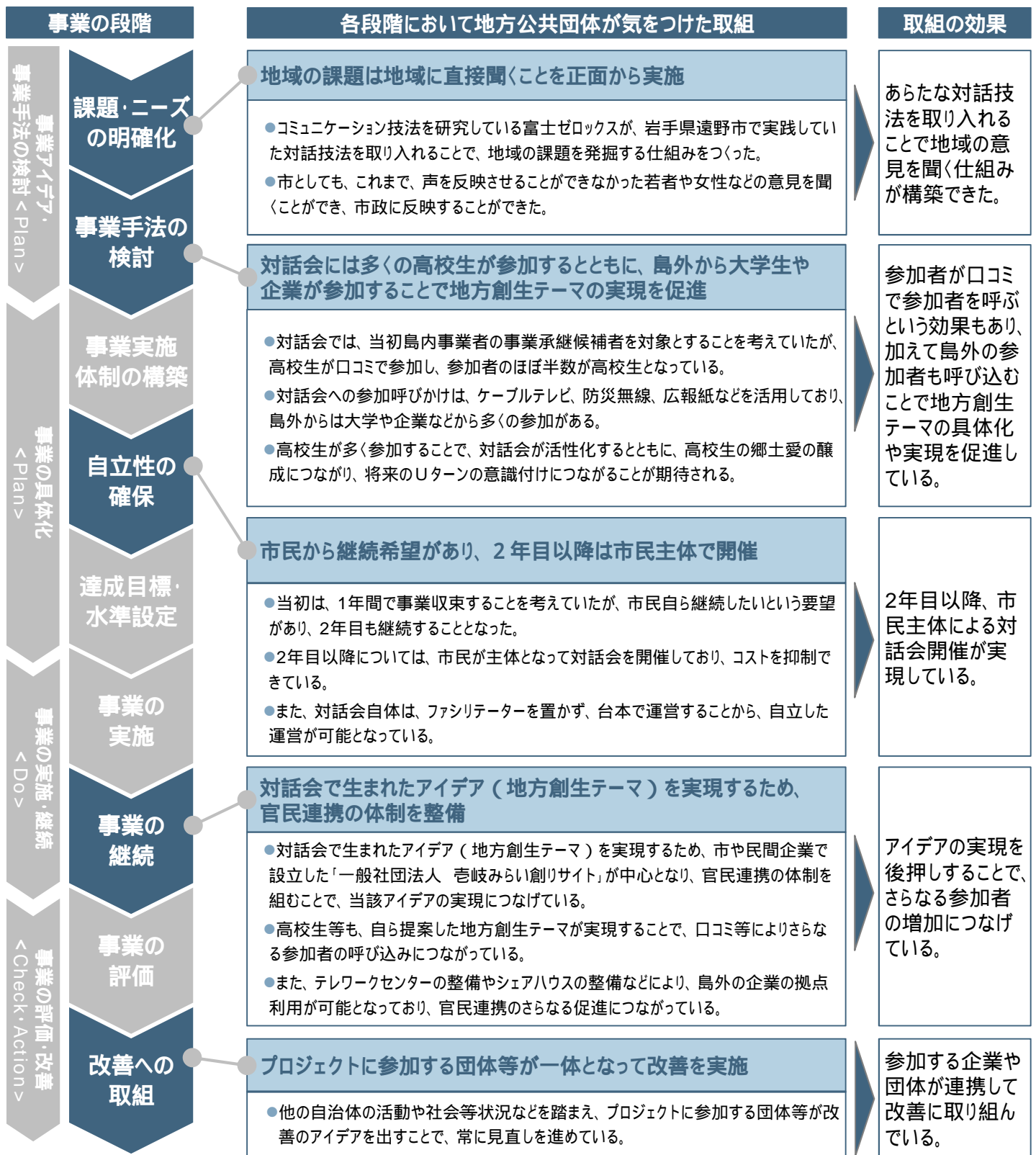
- Uターン意向率
2016年度：66% 2019年度目標：75%
- 新規企業誘致数
2018年度までの累計実績：3社

【その他の副次効果】

- 高校生や主婦層、高齢者層など多様な参加及びその意見集約ができ、対話会で生まれたネットワークから、参加者間での仕事の受発注が生まれるなど主体的な動きも発生している。

ロジックツリー





今後の展開・課題 高校生が多く参加していることで、対話会の活性化やU I Jターンへの意識付けにつながっている。今後、さらに幅広い世代の参加を促し、継続的に参加者を確保することで、持続的に効果を拡大することが求められる。

ここがポイント! ぎ岐市が取り組んでいるSDGsやテレワークの取組と富士ゼロックスが取り組んできた対話技法の取組が相まって、多種多様な人が自由に意見を提案できる場ができ、それを大学や企業等と連携させ実現させることで、さらなる市民の参画が進んでいる。また、ハード面の整備と相まって、島外からの企業や人材の呼び込みにつながっている。

事業名称 世界遺産と世界の偉人の魅力発信による未来へつなげる「しごと」創生事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 54,519千円（2018年度）

総額 141,800千円（2016～2018年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 田辺市の人口（2015年国勢調査）：74,770人

- 田辺市の人口の自然減はほぼ横ばいで推移しているものの、社会減については2013年291人から2015年679人まで膨れ上がり、人口減少の一途をたどっている。また、市の人口ビジョン策定の際に実施した高校生への進路アンケートの結果、大学卒業後地元に戻らない理由として「やりたい仕事がない」という回答が最も多く挙げられた。
- 本市の多様な地域資源と魅力をより多くの方々に発信し誘客促進を図る中で、「新たな人の流れ」と「街なかの賑わい」を創出し、これからも住み続けたいまちを築き上げるための受皿をつくる。さらに、これまで本市の隘路となっていた「安定したしごと」を創生する新たな事業を展開することで、社会減の抑制を目指す。

【事業推進主体】

- 田辺市、一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー

【事業内容】

新たな人の流れの創出

- 利用者及び事業者双方の利便性の向上のため、DMO(田辺市熊野ツーリズムビューロー)で展開している着地型旅行の予約システムを更新する。
- 観光地の効率の良い周遊のため、高野山と熊野の両地点を結ぶアクセスバスを運行する。

街なかの賑わい創出

- 南方熊楠翁（世界的な博物学者）の生誕150周年を見据え、シンポジウムや国立科学博物館との共催による企画展等の記念事業を展開することで、熊楠の魅力や功績を発信し、街なかの賑わいを創出する。

安定したしごとづくり

- 産官学金が一体となった「たなべ未来創造塾」を開講し、地域資源の活用と地域課題の解決をビジネスの手法で考える人材の育成とビジネスモデルの創出に取り組み、新規創業や第二創業を目指す。



南方熊楠顕彰館の展示



たなべ未来創造塾の実施体制



たなべ未来創造塾の様子

2018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）
転出超過抑制数	53人 (150人)	<ul style="list-style-type: none"> 田辺市の総合戦略では、転出超過数を抑制するために、移住者数、市内の宿泊者数、県外からの合宿利用件数などをKPIに設定しており、それらの総合的な費用対効果を計測するのに適しているとして、KPIに設定。 転出超過については複合的な要素があるが、高校卒業後の転出を除き、本市における転入出は同じ経済圏・生活圏である近隣自治体が多い。
南方熊楠顕彰館入館者数	1,864人 (250人)	<ul style="list-style-type: none"> 顕彰館のリピーターが増え、街なかの賑わい続けることを目指し、街なかの賑わい創出に係る取組の費用対効果を計測するのに適しているとして、KPIに設定。 2017年度に南方熊楠生誕150周年シンポジウムを開催し、多くのお客様が入館されたため、2018年度の入館者数は前年度比だと減少している。
農林水産業の新規就業者数及び新設事業所の従業者数	37人 (70人)	<ul style="list-style-type: none"> 田辺市において新たな雇用を生み出した人数を示すものであり、安定したしごとづくりに係る取組の費用対効果を計測するのに適しているとして、KPIに設定。 有効求人倍率が上昇傾向にある中、林業や水産業、新設事業所の新規就業者数が伸び悩み、目標未達となったが、農業における新規就業者数は増加傾向で推移している。

事業の効果

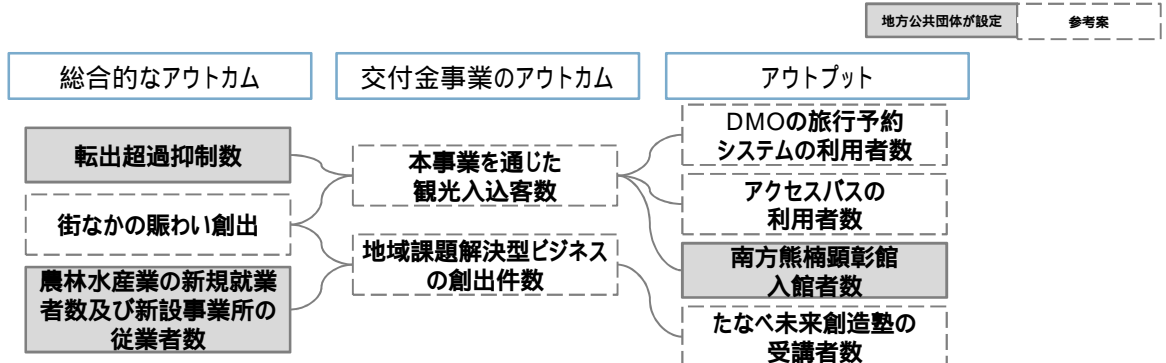
【総合的なアウトカム】

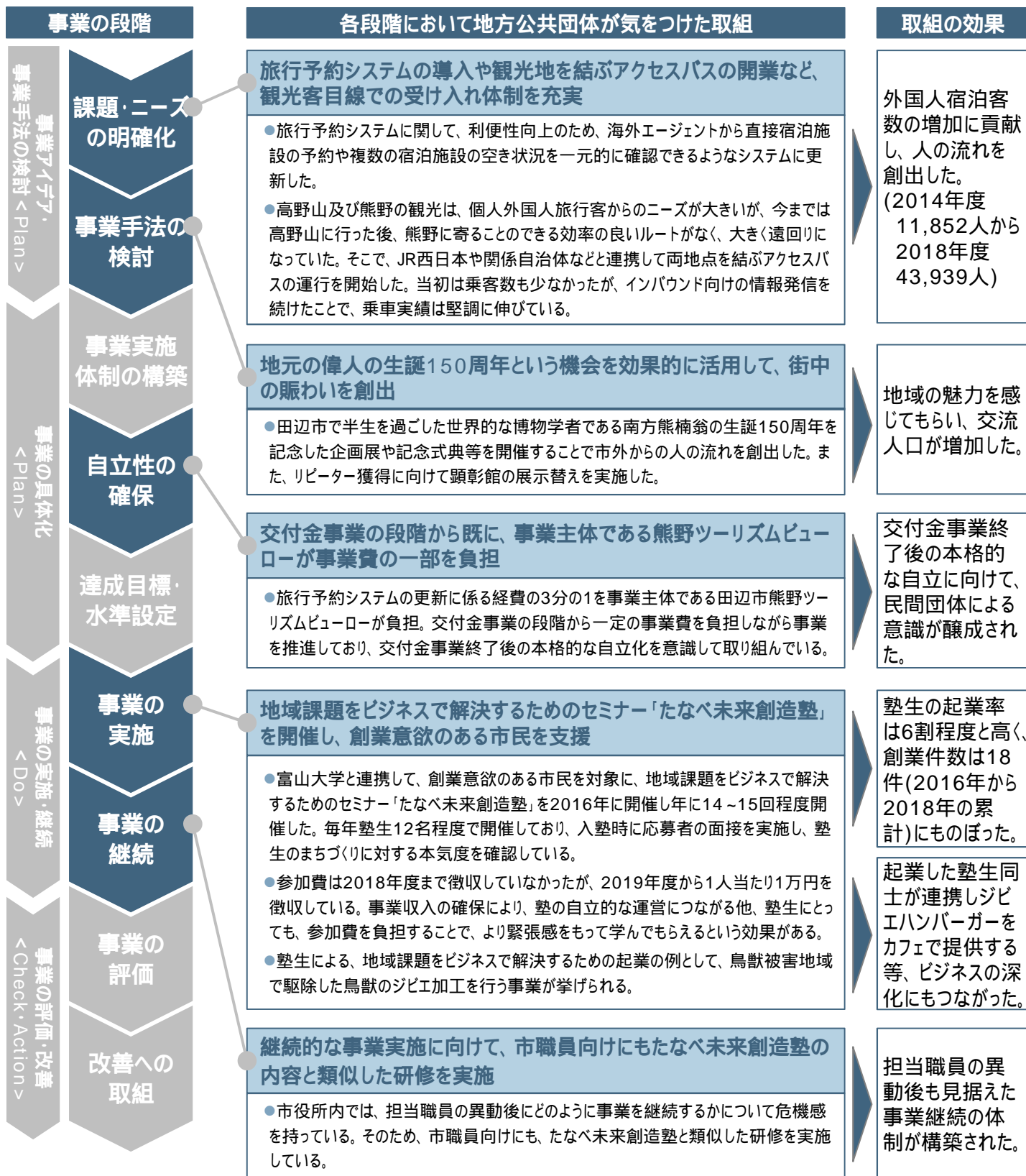
- 転出超過数
2015年度：679人 2018年度実績：549人
- 農林水産業の新規就業者数及び新設事業所の従業者数
2015年度：31人
2016～2018年度累計実績：112人

【その他の副次効果】

- 田辺市熊野ツーリズムビューローは日本観光協会等が開催する「第5回ジャパン・ツーリズム・アワード」の観光庁長官賞を受賞した。
- 地域ブランド調査によると、移住意欲度が2015年度484位から2017年度234位まで向上した。

ロジックツリー





今後の展開・課題 2018年度で本交付金事業は終了したが、2019年度からはたなべ未来創造塾を軸とした別の推進交付金事業を展開している。現状、たなべ未来創造塾における女性の起業率が低いため、2020年度は新たに女性起業家の育成に向けた取組を展開していく予定である。いずれは卒業生がたなべ未来創造塾を運営していく体制を整えたいと考えている。

ここがポイント! 民間団体の自立した取組を推進するため、交付金事業の段階から、事業主体である田辺市熊野ツーリズムビューローにも事業費の一部（主に予約システムの更新の部分）を負担してもらっている。また、人の流れを創出する施策とともに、安定した仕事づくりに貢献するため、創業意欲のある市民を対象に「たなべ未来創造塾」を開催し、地域課題をビジネスで解決するための人材育成に力を入れている。

本事例に関する連絡先：和歌山県田辺市 企画部企画広報課 TEL 0739-26-9963

一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー TEL 0739-26-9025

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 66,553千円（2017年度）

【事業の背景・経緯】 村田町の人口（2015年国勢調査）：11,501人

- 村田町では、自然動態・社会動態ともに減少が進んでおり、近年では町内工業団地に立地する企業の撤退や雇用の減少等が続き、町の賑わいが低迷しつつある。これを解決するべく、現在推進交付金事業も合わせて空き家・空き蔵を活用した起業支援や新規就農支援を進めているが、町外の方が移住体験として長く滞在できる施設がない状態である。
- これまで文化財として主に鑑賞用の施設であった町所有の歴史的建造物である武家屋敷（旧田山家住宅）を、本町の地方創生事業で立ち上げる「まちづくり会社」の定住移住サポート部門が展開するお試し居住事業の拠点として改修する。武家屋敷においてお試し居住を進め、村田町での起業・就農に取り組む人材の確保に努める。

【事業推進主体】

- 株式会社まちづくり村田

【事業内容】

武家屋敷の改修

- 重要文化財である武家屋敷において、お試し居住等の宿泊を可能とするため、柱、壁、屋根などの構造部の変更や、浴室・便所を既存建築物に増築し、建築物内に台所を新たに設置する。

武家屋敷を活用した賑わいの創出

- 観光部門において、武家屋敷という歴史的価値を活かした本物の歴史に触れることができる観光宿泊事業や郷土料理のケータリング、屋敷の開散期を利用したお茶屋事業を実施する。
- 農業を営む下級武士の住宅であった史実を踏まえ、敷地内にある蔵を改修し、農産物の販売を実施する。また、田山家は郷土の名士を数々排出していることから、町に伝わる田山家の伝説を移住希望者への教育等に活用する。



武家屋敷を改修した移住体験宿泊施設



当時使用していた囲炉裏



居住空間

2018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）
武家屋敷お試し居住及び観光宿泊利用者数	35人 (50人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 体験・観光宿泊による交流人口の増加を図ることで、定住・移住希望者の増加が図られることからKPIに設定。 ● お試し居住・観光宿泊者の業務を推進するため指定管理者制度とし、旅館業法許可を受けるための時間を要し開始時期が遅れたためKPI未達成となったが、今後好転することが見込まれる。
移住・定住者数	50人 (50人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 移住・定住促進の成果として、計測可能な重要指標と判断してKPIに設定。 ● 町の定住促進事業補助金の交付世帯数から移住・定住者数を把握する。
収益事業参加者(団体)数	96人 (10人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 施設への集客力が上がることで事業者の参入機会が増え、収益性や還元性も増すため、KPIに設定。

事業の効果

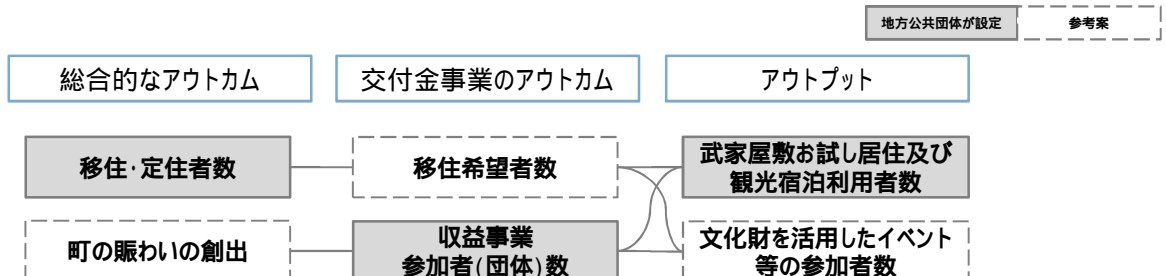
【総合的なアウトカム】

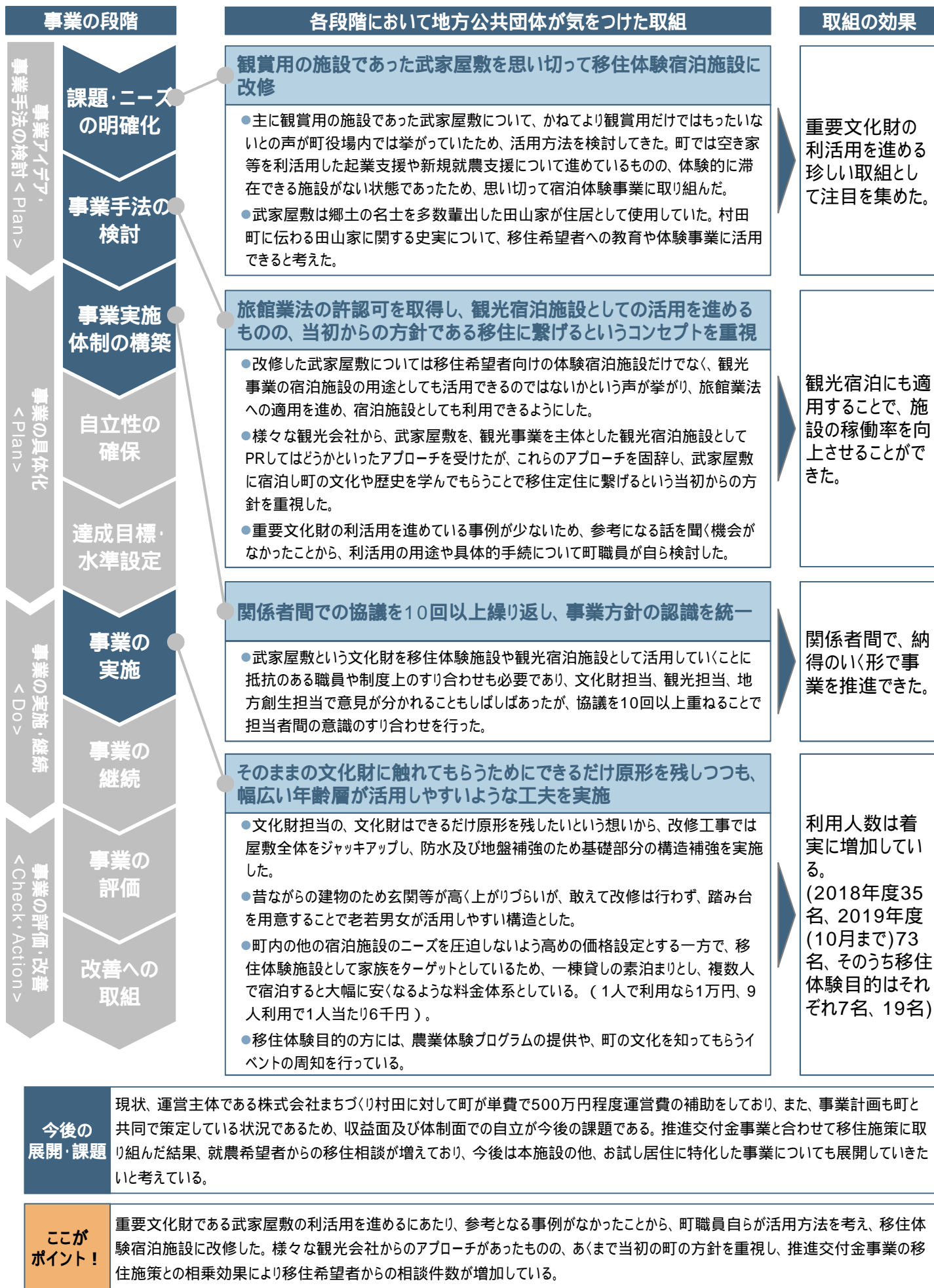
- 移住・定住者数
2016年度：18人
2016～2020年度累計目標：270人

【その他の副次効果】

- 施設は素泊まりのため、食事はケータリングの他、施設の向かいに立地する飲食店を勧めており、町の活性化に貢献している。

ロジックツリー





本事例に関する連絡先：宮城県村田町 企画財政課 TEL 0224-83-2112

株式会社まちづくり村田 TEL 0224-87-6990

事例集 働き方改革

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 19,792千円（2018年度）

総額 44,917千円（2016～2018年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 つくば市の人口（2015年国勢調査）：226,963人

- つくば市では、つくばエクスプレスの開通を受け、沿線開発地区や研究学園地区において子育て世代を中心に人口の流入が続いているが、2036年をピークにやがて人口が減少し、少子高齢化が更に進み、本格的な人口減少社会に突入する見込みである。つくば市人口ビジョンでは、東京圏からの人口の流入を促し、茨城県域からの流出を防ぐ中枢拠点となるべく、各種施策に取り組むことに加え、外からの人口流入だけでなく、市民の出生率を高めることで、自然増による将来的な人口維持を図っていくことを方向性としている。
- そこで、つくばで結婚し、子どもを産み、育て、健康に生活できる環境をつくるとともに、市内にひとを留め、転出してしまった若い世代も子育て期を迎えた頃にはつくばに戻ってこられるよう、魅力的な交流・居住環境を創出し、つくばに集い、つくばを好きになり、選んでもらう施策を推進する。

【事業推進主体】

- つくば市

【事業内容】

当事業では、対象となる『若者』を三つの世代に区切り、それぞれの世代の若者にとって、最も有効な事業を実施することにより、最大限の成果を上げることを目指す。

- 高校生世代（10代後半）～若者ライフプラン形成支援事業～
今後、結婚・出産・子育てを迎えることとなる高校生世代を対象として、結婚・出産・子育ての未来を描いてもらうライフプラン形成の支援事業を実施する。具体的には、高校生世代が自分自身のライフプランについての具体的なイメージ形成に参考となる情報冊子を作成・配布する。
- 大学生世代（20代前半）～つくばライフスタイルセミナー、合同就職面接会～
しごとを具体的に意識し、将来の居住地の選択が始まる大学生世代を対象として、今後のライフスタイルを考えるためのセミナーを開催し、都心では送れない、つくばならではのライフスタイルを提案する。加えて、つくば市にゆかりのある大学生と地元企業とのマッチングを行い、つくば市内に住み続けたい若者がつくば市内で就職できるようなプラットフォームを構築する。
- 子育て世代～子連れ出勤モデル事業、移住促進プロモーション事業～
就職し、結婚・出産を経験する子育て世代を対象として、つくば市内での子連れ出勤をモデルケースとして確立し、民間事業者へ推奨し、しごとと子育ての両立を図れる環境整備を推進する。また、市内外の子育て世代に対して、つくば市がしごとと子育ての両方に満足できるまちであることについて、効果的にプロモーションを実施する。



つくばライフスタイルセミナー、合同就職面接会の開催チラシ



場所にとられない生き方「Banライフ」をテーマにした移住促進イベント「つくばVAN泊」の様子

2018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）
「つくば市に住みたい」ひとの割合	対2015年度比 +7% (+3%)	<ul style="list-style-type: none"> 当事業は、魅力的なしごとと子育て環境を創出し、若者がつくばに集い、つくばを好きになり、選んでもらう施策を推進するものであるため、まずは現在つくばに住んでいる人が「つくば市が住みやすい」と感じてもらうことに加え、「つくば市に住みたい」と思う人を増やしていくことが重要であるため、その割合をつくばライフスタイルセミナーでのアンケートにより計測する。 2015年度に地方創生先行型事業として実施したライフスタイルセミナーでのアンケート結果を基に目標値を設定。
東京圏からつくば市内への年間転入者数	対2015年度比 +343人 (+436人)	<ul style="list-style-type: none"> 東京圏からの年間転入者数を目標値とすることで、本市のプロモーション活動の成果を把握する。 東京圏からつくば市内への年間転入者数の伸び率を踏まえ、増加数（目標値）を設定。 当初の目標には達していないが、つくばエクスプレス沿線の人口は順調に伸びている。
合同就職面接会におけるマッチング相談件数	対2015年度比 22件 (+30件)	<ul style="list-style-type: none"> マッチング機会の創出が安定した就職につながることから、若者と地元企業のマッチング件数とした。 2015年度に地方創生先行型事業として実施した合同就職面接会におけるマッチング相談件数を基に目標値を設定。 目標未達は、就活ルールの廃止、通年採用企業の増加等の就活環境の変化が起こり始めたことによる。

事業の効果

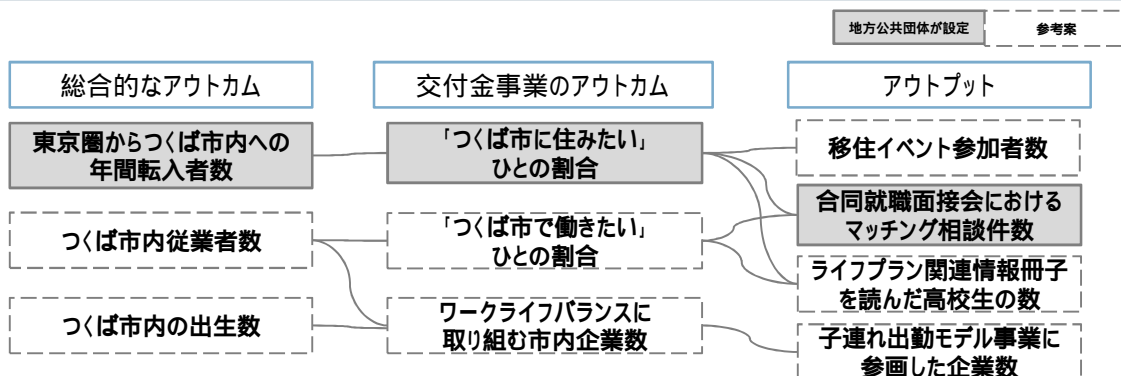
【総合的なアウトカム】

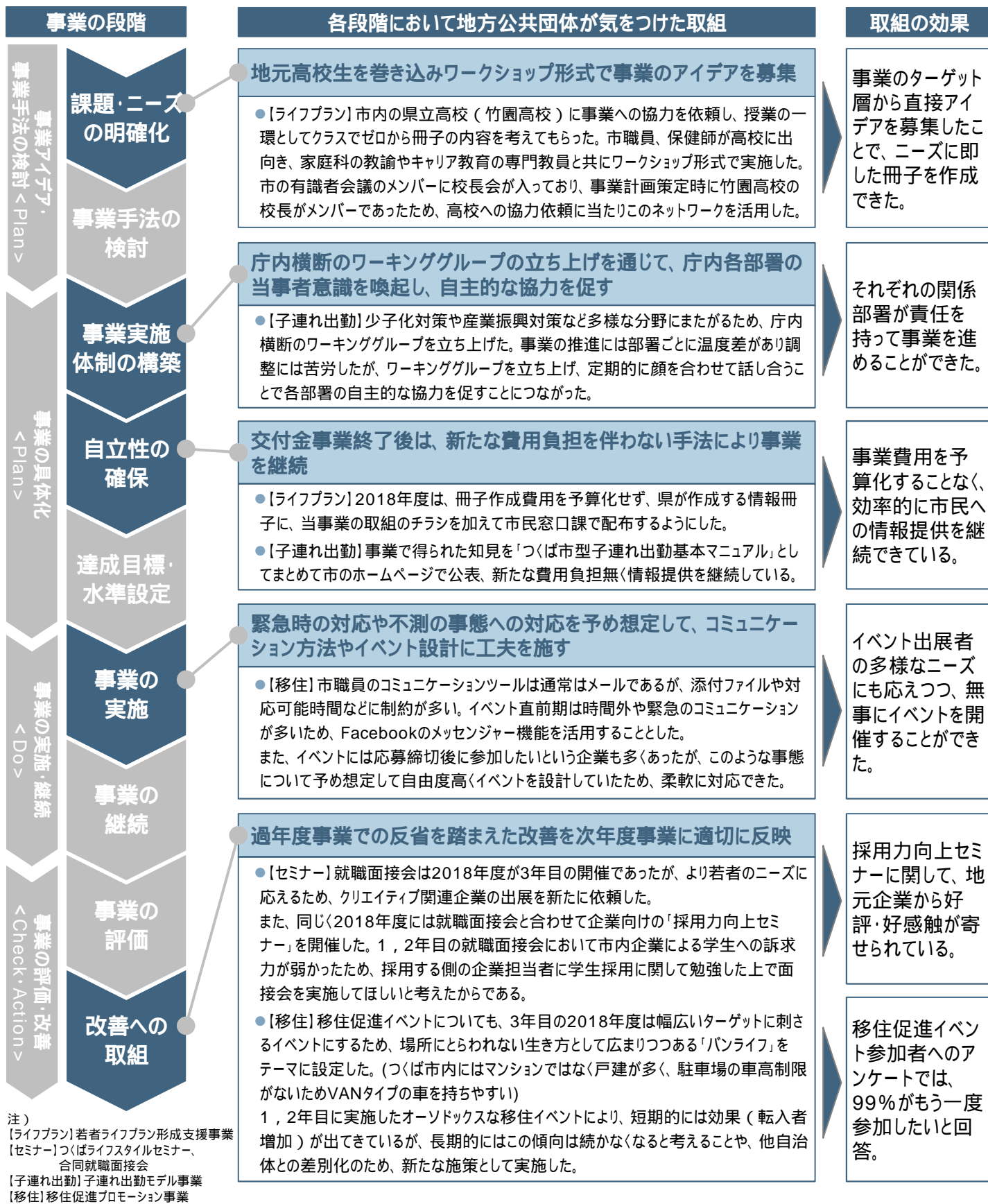
- 東京圏からつくば市内への年間転入者数
4,194人（2015年度） 4,537人（2018年度実績）

【その他の副次効果】

- イベント前には皆無だったBanライフ関連ビジネスが市内・県内で誕生・拡大。（市内のショッピングモール内にBanライフ仕様の自動車モデルや関連商品の増加、市内に民間の車中泊スポットの登場など）

ロジックツリー





注)
 【ライフプラン】若者ライフプラン形成支援事業
 【セミナー】つくばライフスタイルセミナー、
 合同就職面接会
 【子連れ出勤】子連れ出勤モデル事業
 【移住】移住促進プロモーション事業

今後の展開・課題 事業を担当する職員が少ない場合、事業開始から年数を経ると、担当職員の異動等により事業開始のいきさつや事業の意義に対する認識が不足してしまう。担当職員の異動にかかわらず継続して事業を実施するための体制構築が課題である。
 また、各事業をストーリーによって束ねている計画であるため、事業間の連携を強化し、相乗効果をより高めることが課題である。

ここがポイント! 過年度の事業実施による結果や反省点を踏まえた改善を次年度の事業に適切に反映して、翌年度の取組（就職面接会、移住促進イベント）で効果を上げており、事業のPDCAを適切に回している。
 また、事業の継続にあたっては、費用負担を伴わない手法も取り入れ、補助等がなくても事業を継続できるようにしている。

事業名称 ふるさと納税を活用した女性の働き方改革推進事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 15,981千円（2018年度）
 総額 37,000千円（2016～2018年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 下呂市の人口（2015年国勢調査）：33,585人

- 下呂市は、中小零細企業が多いこと、宿泊業・飲食サービス業で働く人の割合が他市と比べて約2倍と高いことが特徴である。また、生産年齢人口の減少に伴い、本市における有効求人倍率は2.74倍（2016年5月時点）である一方、宿泊業・飲食サービス業での人手不足が顕著となっており、その対策のひとつとして、子育て世代の女性の就業支援に取り組む必要がある。
- 本事業を通じて、特に女性の働き方改革に取り組むことにより、「今あるしごと」の魅力を高めることで市外への人口流出を防止し、移住・定住者の確保により地域の活性化を図る。

【事業推進主体】

- NPO法人みらいる

【事業内容】

女性の働き方改革の推進
 下呂市内の20代～40代の子育て女性で構成される「NPO法人みらいる」を立ち上げ、女性の働き方改革を進める。NPOでの働き方そのものをワークライフバランスを実現したモデルとするともに、市内企業と協働による意識改革の啓発、宿泊業・飲食サービス業で働きながら子育てを可能とするモデルの確立、就業マッチングなどに取り組むことで女性の就業機会を拡大する。

下呂市「ふるさと納税」返礼品の充実、情報発信
 NPO法人みらいるに事務委託を行い、「ふるさと納税」の魅力的な返礼品のラインナップの構成や納税後の定期的なDM・メルマガ等の送付、移住・定住やワークライフバランスに繋がる情報の発信に取り組む。

コワーキングスペースの整備
 旧下呂温泉合掌村屋敷門の改修を行い、「下呂市オーガニックワークプレイス」としてコワーキングスペース、キッズスペース、授乳室等を備えた女性の働きやすい環境を整備する。



コワーキングスペースやキッチン、キッズスペース、授乳室等を備える「下呂市オーガニックプレイス」



エントランスロビーやキッチンは、起業創業準備者のチャレンジショップとして活用可能



コワーキングスペースとキッズスペースは移動式の格子戸で仕切られており、仕事中も子供の様子を確認できる

2018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）
女性を大切にしている職場があると感じる市民の割合	対前年度比 0.4% (+12.5%)	<ul style="list-style-type: none"> ● 2015年度の総合計画の進捗状況を把握するための市民アンケートの結果で「女性を大切にしている職場があると感じる市民の割合」は10.5%であったことから、当該指標を2018年度までに段階的に50%に引き上げる目標値を設定。 ● 2018年度は目標未達であるが、様々な情報発信が徐々に定着しているところである。
本事業を通じた女性の新規就業者数	対前年度比 +5人 (+4人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 下呂市のふるさと納税取扱件数増加に伴う事務員の雇用増加を指標とした。 ● ふるさと納税額3000万円につき1人の雇用が生まれるものとして目標値を設定。
岐阜県ワーク・ライフ・バランス推進企業市内認定件数	対前年度比 ±0事業所 (+3事業所)	<ul style="list-style-type: none"> ● NPOへの事務委託にあたり、ふるさと納税額の1割をNPOの収入とし、活動資金を確保。これを「女性の就業促進」「ワークライフバランス」の実現に繋がる事業の財源として活用することで「岐阜県ワーク・ライフ・バランス推進企業」の増加につなげることを目標として、KPIに設定した。 ● 本市は中小事業所が多いことから、認定を受けるための体制整備に比べてメリットが受けづらいため認定業者が伸び悩んでいる。

事業の効果

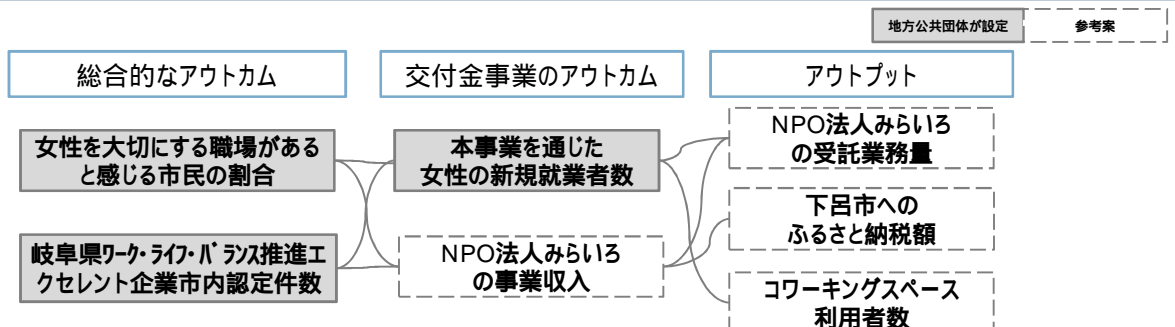
【交付金事業のアウトカム】

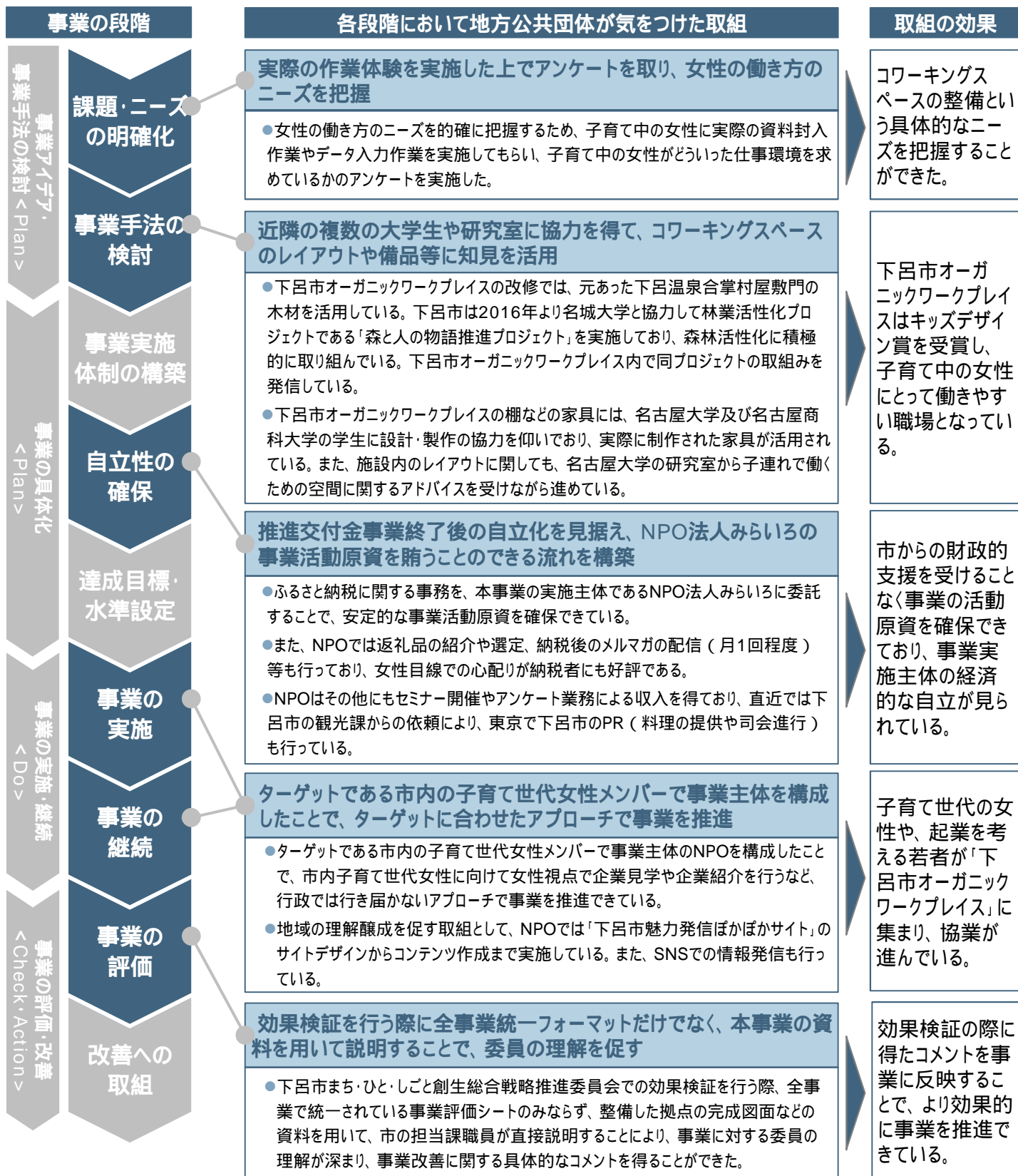
- 本事業を通じた女性の新規就業者数 26人（2018年度までの累計実績）

【その他の副次効果】

- ふるさと納税の事務作業をNPOに委託し、女性目線で返礼品の選定や紹介を行った結果、下呂市のふるさと納税額が増加した。また、返礼品取扱量が増加したことで、経済波及効果として返礼品を取り扱う地元企業の業績向上に貢献している。
- 施設の利用者数は、月平均165人にのぼり（2019年度上期）、地域の交流促進にも貢献している。

ロジックツリー





今後の展開・課題 NPO法人みらいの収入源はふるさと納税関係の事務受託収入が主であるため、他の事業からの財源確保が課題となっている。2018年3月に供用を開始した「下呂市オーガニックワークプレイス」は、未だ市民の認知度が低い状況であるため、女性の働き方改革に向けた情報を当該施設から積極的に発信することにより、施設の認知度を上げるとともに、事業収入の多様化に努める必要がある。

ここがポイント! 本事業のターゲット層は下呂市内の子育て世代女性であるが、これらのターゲット層を中心としたメンバーで事業主体を構成したことで、より「住民の生の声」を多く取り入れられる体制が構築されている。自立性の確保を含め、事業実施主体が有効に機能して事業を推進している事例として特徴的である。

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 9,652千円（2018年度）

総額 26,500千円（2017～2019年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 豊丘村の人口（2015年国勢調査）：6,592人

- 本格的な人口減少社会の到来という大きな課題に直面する中、都市部への人口集中が加速化し、豊丘村においても進学や就職を機に地元を離れた若者が半数以上戻って来ない実情があり、総人口の減少や高齢化に歯止めがかからない深刻な状況となっている。
- 一方で、2027年には東京・名古屋を結ぶリニア中央新幹線が開業予定であり、当村から車で10分程度の飯田市上郷地区に駅が設置され、都市部企業のサテライトオフィスの候補地として挙がることや東京圏・中京圏からの移住希望者の増加が見込まれることなどから今後さらなる発展が期待されている地域である。
- 本事業は、リニア時代の到来による企業のサテライトオフィス誘致や拠点設置を見据え、当地域に新しい働き場所や新しい働き方を創出するとともに、それによるUターン、Eターンの移住・定住人口の拡大を目指すものである。

【事業推進主体】

- 豊丘村

【事業内容】

2016年度に地方創生加速化交付金により整備した豊丘村コワーキングスペース「とよテラス」を拠点として、住民の所得向上に繋がる事業及び都市部からの人の流れをつくる事業を展開する。

1. コワーキングスペースの効果的な活用

- 主に都市部企業向けに、宿泊可能なコワーキングスペースという特性を活かし、都会の喧騒から離れた場所でのストレス解消を兼ねた研修、合宿等を受け入れる。なお、とよテラスをより宿泊しやすい環境に整備するため、宿泊部屋や厨房、浴槽の改修を実施する。
- 都市部企業との交流を継続して実施し、リニア時代の到来を見据えたサテライトオフィスの誘致や、企業版ふるさと納税、今後の事業協力等に繋げる。

2. クラウドソーシングの展開

- パソコンと環境が整備されていれば時間や場所を選ばずに仕事ができる新しい働き方「クラウドソーシング」を展開する。
- クラウドディレクターを本事業で選定し、地域のフリーランスの育成から仕事の獲得、作業の振分け、助言、進捗管理までを一貫して行う。



宿泊施設も備えた「とよテラス」内のコワーキングスペース



改修した浴室は眺めが良く宿泊者にも大好評



クラウドソーシングチームの定例会議や研修会は「とよテラス」で開催

2018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）
豊丘村への転入者数	前年度比 +22人 (+5人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 外部からの利用者呼び込み、コワーキングスペース利用者を移住・転入につなげるという観点からKPIに設定。 ● コワーキングスペース利用をきっかけとした移住者数を測る指標として設定したが、移住・転入のきっかけを把握することが困難であったため、実績値は年間の転入者数としている。
コワーキングスペース利用者数	前年度比 +613人 (+50人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 施設の立地条件が良くないことから、ドロップイン客は比較的少ないと考え、目標値は控えめの数字とした。（事業開始前の年間利用者数：100人）
都市部企業のコワーキングスペース利用件数	前年度比 +8件 (+10件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業・団体が研修施設として利用することを想定しており、利用状況を計測する指標としてKPIに設定した。 ● 1ヶ月に1団体程度の利用を想定し、年間10件を目標とした。
登録フリーランス数	前年度比 +14人 (+5人)	<ul style="list-style-type: none"> ● コワーキングスペースの登録会員数を指しており、年間/月間契約での施設利用者を確保する観点からKPIに設定。 ● 事業開始前の施設の常連客（2、3人）をベースに目標値を設定した。

事業の効果

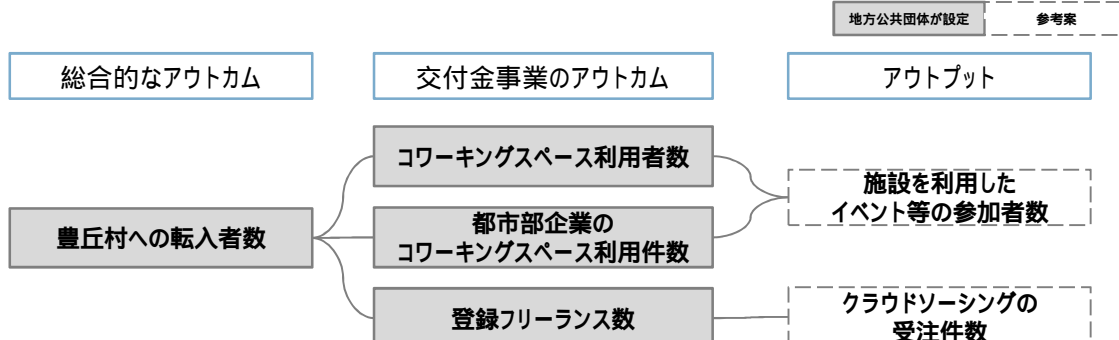
【総合的なアウトカム】

- 豊丘村への転入者数
2016年度：135人 2018年度：181人

【その他の副次効果】

- クラウドソーシングにおいて、子育て中の母親という共通の境遇を有するスタッフを対象としたため、活動拠点の提供により話題や悩みを共有でき、在宅での一人作業よりも高いパフォーマンスを発揮できている。

ロジックツリー





今後の展開・課題 現状では、本事業を直接的に担当する職員は1名のみであるため、今後は、担当職員の異動等も見据えて、事業の継続に向けた体制整備が課題となっている。

ここがポイント! 交付金はあくまで、事業を実現するためのきっかけ・手段であり、その獲得自体が目的化してはならないという考えの下で、事業実施によって何が得られるか、本当に成果を上げられるかを事業の計画段階で入念に検討している。
また、地元で愛着を持つ事業者を委託先に選定することで、村と委託先との間で強固な信頼関係を構築している。

事業名称

域内連携による子育て世代の女性を中心とした働き方支援事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 14,118千円（2018年度）

【事業の背景・経緯】 西東京市の人口（2015年国勢調査）：200,012人 総額 47,236千円（2017～2019年度、計画ベース）

- 西東京市は全国に先駆けた都市型合併市として誕生し、都心部へのアクセスの良さや郊外の居心地などを享受できるまちとして、とりわけファミリー層の人口流入増加が続いている。子育て世代や子育て期が終了した女性の潜在的な就業ニーズは高まっているが、就労等に結びつかない現状がある。
- 本事業では、スキルを持ちながらも子育てなどにより休職・離職せざるを得ない状況の女性等に対し、「起業・創業」「就労」のための機会や場所を提供し、地域における「働く場」を増やすことで、産業の活性化及び雇用拡大を図り、まちの活力・賑わいの創出に繋げていくことを目指す。

【事業推進主体】

- 西東京市（事業内容1～3）
- 拠点運営事業者（事業内容4、5）

【事業内容】

1. 女性の働き方サポート推進事業（ハンサムMama事業）
子育て世代の女性をターゲットに、起業・創業に向けた段階的な各種支援を展開し、地域の特性を活かし、女性が活躍できる働く場の拡大を図る。
（セミナー開催による創業予備軍の発掘、基礎的及び専門的なセミナーの実施）
2. ホームページ開設・運営事業
本市の創業支援ネットワークの各組織が提供する支援情報にアプローチできるよう、独自のプラットフォームを構築する。
3. 女性起業家の競争力強化事業
創業間もない女性経営者に対して、事業のブラッシュアップ等の支援を行うとともに、男性起業家等も交えたビジネスプラン・コンテスト等を開催し、経営者としての競争力を培う。
4. 創業支援拠点支援、開設支援補助事業
女性起業家も気軽に利用できるSOHO施設やシェアオフィス等の環境を整備する。
5. ワンストップ拠点整備事業
本事業により構築された女性同士のネットワークの拠点となるステーション施設を整備し、起業・創業を志す女性の挑戦に対する伴走型の支援体制を構築する。



ハンサムMamaセミナーのチラシ



ハンサムMamaセミナーは、子育て中の女性が普段から集まる場所で開催



女性起業家も気軽に利用できるシェア施設「HIBARIDO」

2018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）
女性による起業・創業数	10件 (10件)	● 女性による起業・創業件数は、本市の実施する創業支援策や創業環境の充足状況を的確に測定できると判断し、KPIとして設定。
認定創業支援事業による支援を受けた女性の数	20人 (10人)	● 産業競争力強化法に基づく認定創業支援事業（創業スクール等の実施）による支援を受けた女性数の増加は、本市の実施する創業支援策への事業展開に的確に繋がると判断し、KPIとして設定。 ● 目標値は創業支援事業計画に基づく創業者数をベースに設定。
認定創業プラットフォームHPアクセス数	2,851件 (3,000件)	● 構築したHPへのアクセス数は、情報のワンストップ化による利便性向上の効果や、創業への関心の高まりを的確に表すと判断し、KPIとして設定。 ● 月250件程度のアクセスがあると想定し、250件×12か月=3,000件で目標値を設定。

事業の効果

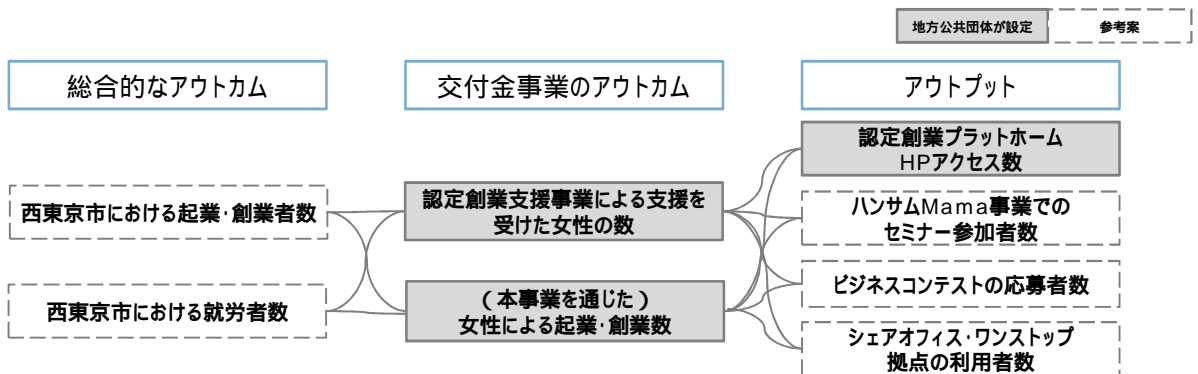
【交付金事業のアウトカム】

- 認定創業支援事業による支援を受けた女性の数
2016年度：20人 2019年度目標：50人

【その他の副次効果】

- ハンサムMama事業は市外からも注目を受けており、理想の働き方の実現にチャレンジできる「女性が輝ける」まちとして、認知され始めている。また、市内の商業ビル管理者より、ハンサムMama事業による創業者向けにお試し販売スペースを用意したいという話も出ている。

ロジックツリー





今後の展開・課題 支援を行う方に対して、本事業と他の創業支援機関で支援内容が重複してしまわないよう、支援機関同士で支援者に対する情報共有が必要であると感じている。
 女性の多様な働き方の実現に向け、女性の発想を活かした支援を行い、地域に根ざした産業創出、地域産業の活性化につなげる。

ここがポイント! ハンサムMama事業において、導入セミナーは市内の児童館や公民館、図書館等の子育て中の女性が普段から利用している施設で実施することでセミナー参加へのハードルを下げ、参加者の増加につなげている。また、セミナーや個別相談をとおして、経営者としての基礎力の育成、仕事の受注の仕方のサポートや人脈形成にも力を入れている。

事業名称

女性が社会で活躍しながら子育てできるまち推進計画 ～女性×テレワーク×英語教育～

拠点整備交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 14,880千円（2017年度）

【事業の背景・経緯】

上牧町の人口（2015年国勢調査）：22,054人

- 上牧町における県外就業率は39.0%、女性の就業率は38.9%（2010年国勢調査）となっており、全国最下位の水準の奈良県の中でも特に低水準である。さらに、通勤時間に1時間以上要する男性の割合は46.5%と奈良県内で最も高いことから、町内に希望する就労環境がなく、町外に就労環境を求めた場合は通勤にかかる負担が大きく、子育てとの両立が困難であることが、出生率の低下に影響していると考えられる。
- 経済的不安を軽減し、子育て期間中の女性が社会で活躍しながら子育てできるまちづくりを推進するため、場所と時間にとらわれない働き方を実現できるテレワークの導入とともに、子どものそばで安心して働ける環境整備として、ワーキングスペースと託児スペース等を併設した事業モデルの横展開に取り組む。
- 施設の利活用を通じて、女性のワークライフバランスが推進されることによる合計特殊出生率の向上はもとより、子育て世帯が暮らしやすいまちづくりの象徴として、町行政の方向性を積極的に打ち出すことで、子育て世帯の移住・定住の促進を図る。

【事業推進主体】

- 上牧町子育てママ就業支援事業推進会議

【事業内容】

子育て期間中の女性が通勤にかかる負担を感じることなく、身近な場所で柔軟な働き方ができる環境づくりを行う。

コミュニティスペースの整備

- 子育て女性の働く場となるワーキングスペース、ガラス板一枚で間仕切りされた場所で親子ともに安心して過ごせる託児スペース、研修や英語教育の場などとして利用できるコミュニティスペースを整備する。

テレワークの導入によるシステム構築

- 東京などの都市圏で受注したしごとを地方へスピーディーに移植、展開するためのシステム整備を行う。
- パソコン操作を伴う作業が必要不可欠となるが、利用者の能力によっては研修等に時間を要することが想定されることから、研修等が実施できる環境を整備する。



ワーキングスペース・キッズスペースの外観



テレワーク事業のワーキングスペース



ワーキングスペースからガラス越しにキッズスペースを見渡せるため、親子ともに安心して過ごせる

2018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）
テレワークでの子育て期間中の女性の雇用者数	対前年度比 3人 (10人)	● 整備対象の施設は、供用開始時点で30人の利用者が同時に利用できる場所にする計画にしており、事業の拡大に合わせて、さらに多くの希望者を支援していくために10人ずつ雇用者を増やしていくような目標を設定。 仕事の受注量が想定よりも少なく、要因となっているスキル不足の解消に向けて、人材育成プログラムの開発、実証実験に取り組んでいる。また、企業側の努力で営業力も向上しており、今後、雇用者が増える見込みである。
町内における出生数	対前年度比 13人 (5人)	● 計画の作成段階で出生数が減少傾向にあったが、事業立ち上げ時が最も反響があると考え最も大きな目標（前年比10人増）を設定した。その後は事業の拡大展開、雇用者数を増やす目標設定と整合性を図るため、5人ずつ増やす目標を設定。
テレワーク業務における年間売上額	対前年度比 4,979千円 (18,000千円)	● 近隣自治体で実施されていた民間事業者へのヒアリング結果、目標値に設定している雇用者数、賃料等を勘案し設定。 サービスのクオリティを高めることに想定よりも時間を要したが、現在は人材育成プログラムの開発、実証実験などを通じて、人材育成・確保に取り組んでいる段階であり、今後、個々のスキルと組織としての商品価値・成熟度の向上により、目標の達成につなげていきたいと考える。

事業の効果

【総合的なアウトカム】

- 町内における出生数
2016年：99人 2020年度目標：124人

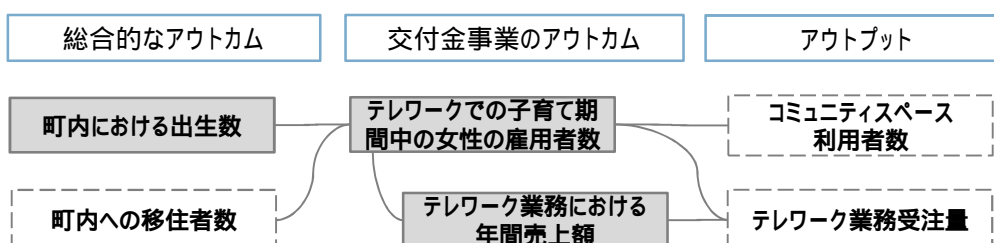
【その他の副次効果】

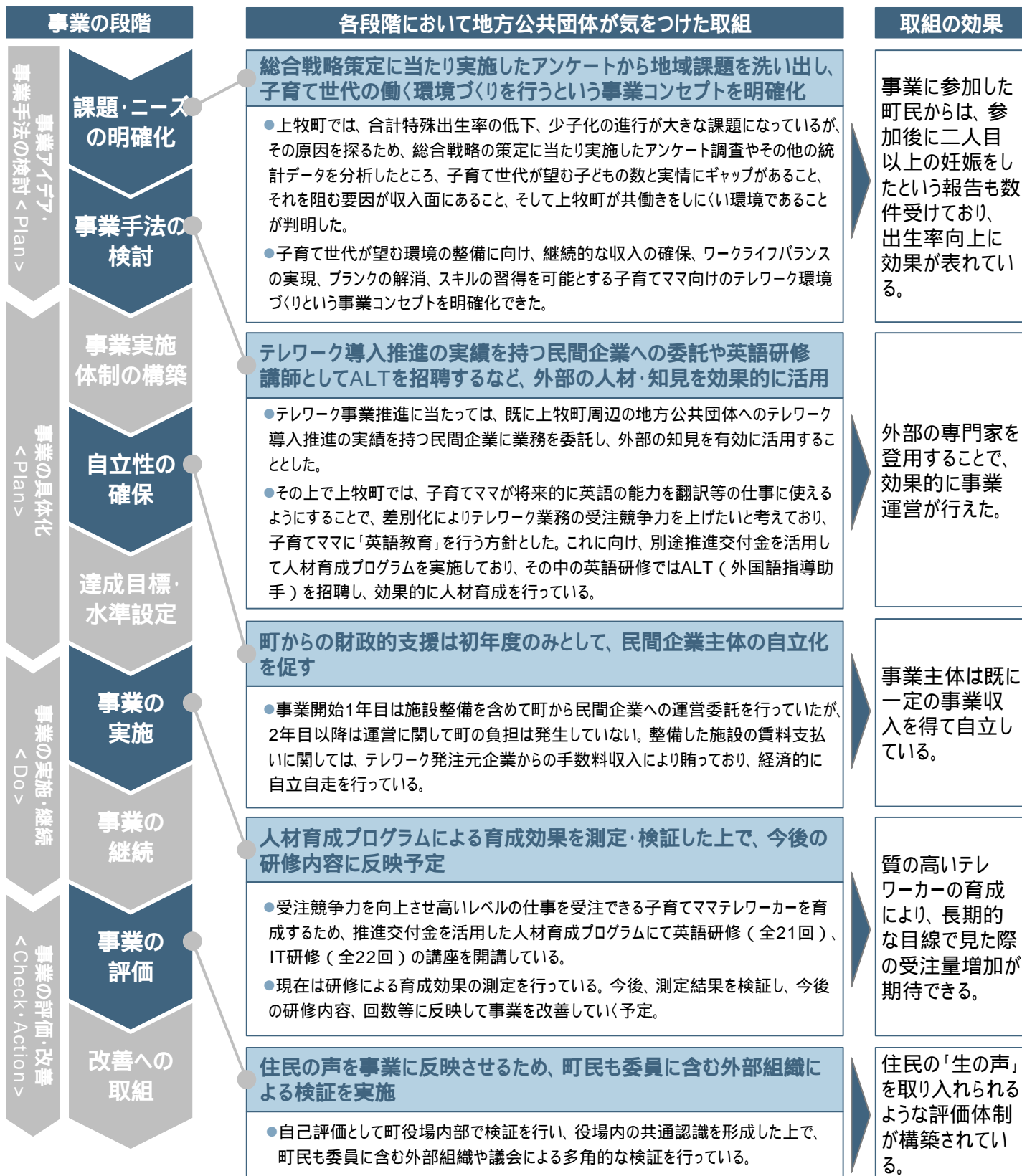
- 子育て世代コミュニティモデルでは、子供の事情によって急遽休みを取得したり、勤務時間を柔軟に対応できているため、継続して働きやすい環境として利用者から好評である。

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 本事業で整備したテレワーク・子育てワーキングスペースの活用を通じて、長いスパンで子育てママが働くことができる仕組みを構築しているが、将来的にはテレワーク業務以外の社会復帰にも繋げることも出来れば良いと考えている。テレワーク業務の受注実績を増やしていく、いずれは仲介事業者を介さず、個人に仕事が依頼されるような形に持っていくことを検討している。

ここがポイント! 事業開始2年目で既に、町の財政的支援を受けることなく事業を運営している。また、事業推進に向けた人材育成プログラムについても推進交付金を活用しており、町としての財政負担は最小限として民間企業主体の自立化を促し、継続的に事業を推進できる体制としている。子育て世代の潜在的能力（都市部の商社等で活躍していた人材）も活用しつつ、事業を推進している。

事例集
まちづくり

事業概要

【事業実施額（交付金以外を含む）】 実績額 454,247千円（2018年度）
 総額 2,149,217千円（2016年度～2020年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 長崎県の人口（2015年国勢調査）：1,377,187人

- 長崎県には、離島・半島、中山間地域が多く、全国に先駆けて人口減少や少子高齢化が進んでいることから、基幹産業や地域課題解決の担い手確保が課題となっている。
- また、平成の大合併により、市町村数が激減（79 → 21）し、農山村や漁村を中心とした集落などにおいて過疎化が進行していることから、コミュニティや公共交通などの生活基盤の維持が課題となっている。
- これらの状況を受け、県外へ転出した人材や移住者などのUターン人材の確保に向けたワンストップ支援体制を整備するとともに、過疎化が進む地域においては、定住の基盤となる「小さな拠点」の立ち上げや自立化を目指す。

【事業推進主体】

- 長崎県、県内市町、ながさき移住サポートセンター、地域運営組織

【事業内容】

地域課題解決の担い手となる人材の確保

- 県・全市町の負担金で運営する「ながさき移住サポートセンター」を設立し、仕事、住宅、生活環境等に関する一元的な情報発信と相談受入体制を構築する。
 - 移住希望者にキャンピングカーを貸与する「ラクラク移住先探し」や、「女性」「若者」「子育て世代」などターゲットを絞ったプロモーションを実施する。
 - 親や祖父母が、県外在住の子や孫にUターンを呼びかけることを促すとともに、帰省時期にプロモーションを行う「子・孫ターン促進事業」を実施する。
- 小さな拠点づくりの広域連携支援
- 移動販売車による買い物支援や地域資源を生かした特産品の開発・販売など集落の維持・活性化につながる事業に対する補助を行う。
 - 成功モデルを横展開し、拠点間の連携を促進するための勉強会や交流会（「集落再生塾」など）を実施する。



移住者向け「長崎リア住」チラシ（ながさき移住サポートセンター）



移動販売の様子（五島市奈留地区）

2018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）
「移住サポートセンター」が関与して移住した外部人材の数、新規就農・漁業就業者数 ＜累計増加分＞	1,513人 (1,310人)	● 地域の担い手確保の状況を把握することを目的とし、移住した外部人材数などをKPIに設定。 ● 事業の遂行に当たっては、四半期ごとに進捗状況の確認をし、移住者の属性を分析するなどして、取組を実施する上での参考としている。
地域運営組織の形成数 ＜累計増加分＞	26箇所 (25箇所)	● 将来的な集落の維持のためには、集落維持に向けた必要な活動を担う地域運営組織が不可欠であることから、形成数をKPIとして設定。
小さな拠点の設立数 ＜累計増加分＞	12箇所 (12箇所)	● 将来的な集落の維持のためには、集落維持に向けた必要な活動の基盤となる小さな拠点の整備が不可欠であることから、設立数をKPIとして設定。
地域運営組織の売上額 ＜累計増加分＞	42,947千円 (9,000千円)	● 地域運営組織の自立性を高めるためには、組織自身が稼ぐ力を得ることが不可欠であることから、売上額をKPIとして設定。

事業の効果

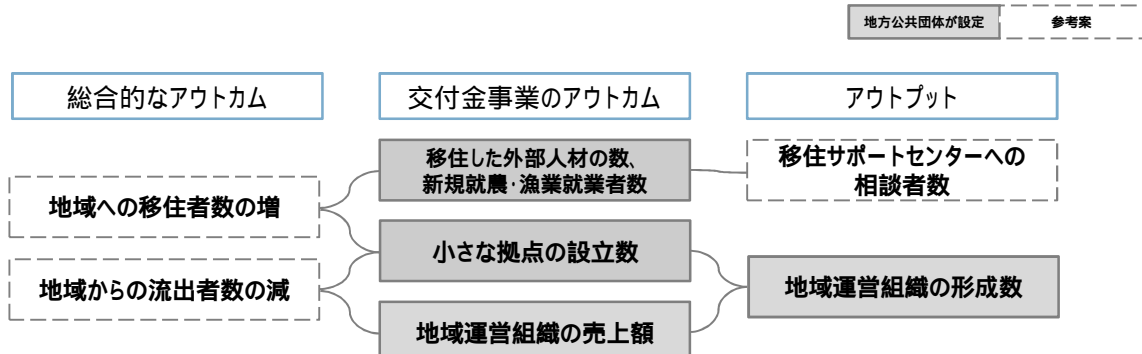
【総合的なアウトカム】

- 移住した外部人材の数、新規就農・漁業就業者数（累計）
2020年度目標：2,870人
- 地域運営組織の売上額（累計）
2020年度目標：93,600千円

【その他の副次効果】

● 「集落再生塾」などにより成功事例を横展開することで、これまで集落対策の取組を進めていなかった自治体において、集落対策に取り組むための体制整備が行われ始めている。

ロジックツリー





今後の展開・課題 移住サポートセンターについては、地方創生推進交付金を財源とする各市町の負担によって運営していることから、交付金終了後の負担のあり方や事業収入の確保について課題がある。

小さな拠点づくりについては、収益化・自立化できている取組の横展開をさらに強化することで、地域運営組織の財務面での自立化を目指していく必要がある。

ここがポイント！ 地域の担い手確保や生活基盤の維持など、県内地域の共通課題に対応する優良事例（地域資源を活用した特徴ある取組や「稼ぐ力」の強い取組など）を集約し、他の自治体や地域へ横展開することで、相乗効果による取組の底上げを図っている。

事業名称 「心とからだの子育てサポート」拠点施設整備事業

拠点整備交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外を含む）】実績額 83,944 千円（2017年度）

【事業の背景・経緯】 枝幸町の人口（2015年度国勢調査）：8,437人

- 枝幸町の未婚率は、全国・全道平均を下回るが、人口1,000人当たりの出生率は低い状況である。また、夫婦共働きの割合が51.1%と高く、水産加工業に就業する女性の割合が非常に高い。
- 子育て支援の担い手としては、保育所や幼稚園だけではなく、地域のニーズに応じ幅広く子育て支援を充実させる人材として、必要な知識や技術等を習得した方が、学童保育や放課後児童クラブなどに従事している。
- その一方で、子育て世代が求めている心とからだの両面をサポートするためには、有資格者の慢性的な人材不足により、対応が非常に難しい。また、主体的に利用できる拠点施設がないことから、自主的な子育て活動が分散しており、希薄なつながりとなっている。
- そのため、特に子育て世代が求めている精神的負担と身体的負担の両面をサポートする人材として「枝幸版子育てコーチ」を養成し、そのコーチが地域で中核となり主体的に活躍することで、子育てを温かく支援する機運の醸成、まちの魅力創造、U I ターンの促進から、人口減少に歯止めをかけることを目指す。

【事業推進主体】

- 枝幸町

【事業内容】

子育てサポート拠点施設の整備

- 地域拠点施設であった遊休施設（旧個人病院、1995年建築）を地域住民が主体となって子どもを預かる支援（からだのサポート）や育児中の母親や父親を対象とした相談対応などの支援（心のサポート）、さらには幅広い年齢層が集える交流の場（カフェ・レンタルスペース等）を提供する拠点施設として整備・活用することで、施設の目的・効果や政策間連携による先導性を最大限に発揮することを目指す。
「働き方改革」の実践
- コーチングの手法を用いて地域住民から養成された子育てコーチ（女性）が、拠点施設を活用し子どもを預かる支援や幅広い年齢層が集える交流の場の提供（カフェ・レンタルスペースの運営）等の各種事業を自ら計画・展開することで、子育て女性の「働き方改革」の実践例として推進する。
- 上記実践を通じ、子育てしやすい「まち」、魅力的な「まち」として、大きな付加価値を創り出し、その魅力を本事業で導入する子育て支援WEBサイト等を通して町内外に発信し、施設交流人口の増加とU I ターンの促進など、拠点施設の活用効果を最大限に発揮するため効果促進事業を実施する。



交流スペースと町民が展示・商品販売ができる貸し棚（写真左奥）



キッズスペース



カフェ



学習室

2018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）
拠点施設における雇用者数 （2016年度以降の累計）	13人 （22人）	<ul style="list-style-type: none"> ● 拠点施設での事業は、子育てコーチ（女性）が託児などの支援と幅広い世代が交流できるカフェやレンタルスペースなどの事業を自ら展開することで雇用を創出し「働き方改革」を実践することから、雇用者数を、KPIとして設定。 ● 拠点施設での子育てコーチの働きぶりや活躍ぶりのPRが地域でできておらず、また雇用増に見合う利用者数も確保できていないため、目標未達となっている。
拠点施設における年間フォロー数	9,648回 （23,000回）	<ul style="list-style-type: none"> ● 「教育・保育サービスの利用意向と子育て支援に関する施策ニーズ」を把握するため、子育て中の保護者を対象に町が実施したニーズ調査の分析結果を踏まえ、国が示す子ども・子育て支援サービスの「量の見込み」の算出手順から施設での各サービスの利用者数（＝フォロー数）を、KPIとして設定。 ● 2018年度は目標未達であったが、施設に対する町民の認知を高めるために、「子育てハッピーNABI」を通じて子育てコーチの施設での取組内容を発信し、利用者数の増加につなげる。
枝幸町は子育てしやすいまちだと思う割合	2019年3月時点 59.3% （90%）	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業は、地域で子育てを温かく支援する機運の醸成を図るうえで重要な施策となることから、枝幸町としての少子化対策全体に係る数値目標と同じ指標を、KPIとして設定。 ● ストレッチ目標として野心的な目標値を設定しているため目標を達成出来ていないが、実績として割合は向上している。

事業の効果

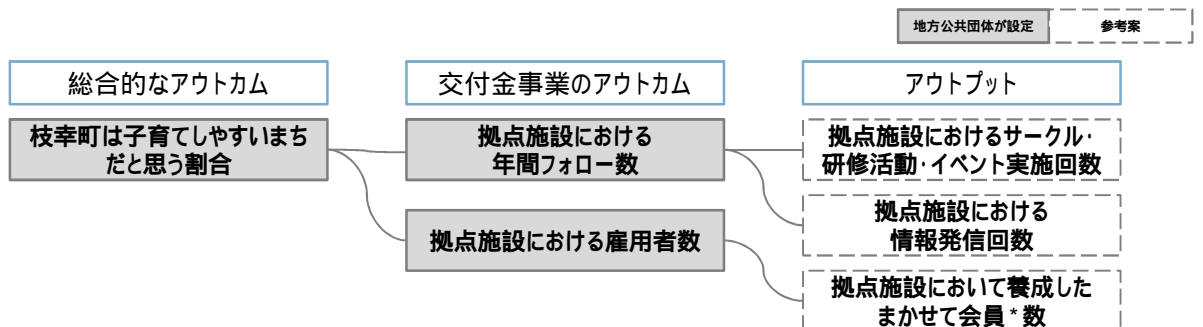
【総合的なアウトカム】

- 枝幸町は子育てしやすいまちだと思う割合
2014年度 51.3% 2019年3月実績 59.3%

【その他の副次効果】

- 子育てサポート拠点施設での研修受講により身に付けたスキルを活かし、町外で研修講師を務める元町民が生まれ、当該地域との交流が発生している。

ロジックツリー



* 拠点施設において託児や相談対応等を行う町民



今後の展開・課題 施設が町外の利用者も多い商業施設やバスターミナルに近接しているため、今後は、町民はもちろんのこと町外にも施設の利便性を積極的に情報発信することで、町内外から施設サービスの利用者を獲得していく必要がある。また、地域コミュニティの中で子育てができるよう、子育て家庭と住民同士の多世代が交流するイベントや親同士の交流機会の拡充を図る。

ここがポイント! 町民の中から育成された子育てコーチが事業運営を主体的に担い、行政からのサポートを受けながら、行政の手が届きにくい町民からの細やかなニーズを把握し、それを施設運営に反映することで、町民目線を徹底的に反映した施設の実現に貢献している。

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】 実績額 14,484千円（2018年度）

総額 25,243千円（2017年度～2019年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 太宰府市の人口（2015年国勢調査）：72,168人

- 太宰府市は、平地部分は史跡などが多いため、丘陵地や斜面地に開発された住宅地が多い。開発から時間が経過していることや、道路が狭いこと、バス等の公共交通機関が不便なことなどから、こうした住宅地では、高齢化が進行しているとともに、住民が住まなくなった空き家が多く、市内には700件を超える空き家が存在している（2016年度調査）。
- 現在存在する空き家や、将来的に空き家になる可能性のある住宅（空き家予備軍）の流通を促進させるとともに、ライフステージによって住む場所を考えるようなライフスタイルの形成を提案することで、空き家が発生しにくいサイクルの構築を目指す。

【事業推進主体】

- 太宰府市
（運営組織：太宰府市空家予防推進協議会）

【事業内容】

都市構造の検証

- 高齢者が生活しやすいエリアと若年層が子育てしやすいエリアを明確化するため、市域内の都市構造の分析・検証を実施する。

意向調査分析

- 2016年に実施した空家等実態調査のアンケートの分析や追跡調査を行い、所有者などの意向を流通促進対策に反映する。

運営組織による相談窓口の設置

- 市内住宅リフォーム事業者を中心とした運営組織を立ち上げ、空き家などの不動産を所有する住民のための相談窓口を設置する。
- 不動産所有者が抱える悩みに寄り添いながら、利活用する方法などについてアドバイスをするとともに、改装や賃貸・売買をする際には、事業者などとマッチングを実施する。



劣化が進み、改修などが困難となった空き家は、景観・治安の悪化や将来的な行政負担につながるリスクを有している



住民向けシンボジウムなどにより、空き家リスクに対する意識を醸成

2018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）
運営組織への相談件数	26件 (100件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 市民への事業の浸透を計測することを目的とし、不動産所有者から窓口への相談件数をKPIに設定。 ● 市として相談窓口を設置するのは初めてであり、浸透までに時間を要すると考えたことから、実現可能かつ妥当な目標値とした。 ● 運営組織の立ち上げが予定より遅れたため、2018年度は目標未達となっているが、2019年度は増加している。
運営組織への不動産の登録件数	10件 (10件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 運営組織の相談業務の成果を評価するため、移住者や事業者などとのマッチングのために登録された不動産の登録件数をKPIに設定。 ● 窓口への相談件数のうち、収益性が高い案件などについては、運営組織を通さずに直接、民間事業者による売買に至るケースもあることを考慮して目標値を設定。
遊休不動産を売買、賃貸、改装した件数	4件 (5件)	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業の最終目標である不動産の有効活用に関する成果を捕捉するため、登録された不動産が売買などされ、新たな利活用が開始された件数をKPIに設定。 ● 登録された不動産の状況によっては、すぐには利活用の目途が立たないケースもあることを踏まえて目標値を設定。

事業の効果

【交付金事業のアウトカム】

- 運営組織への不動産の登録件数（累計）
2019年度目標：65件

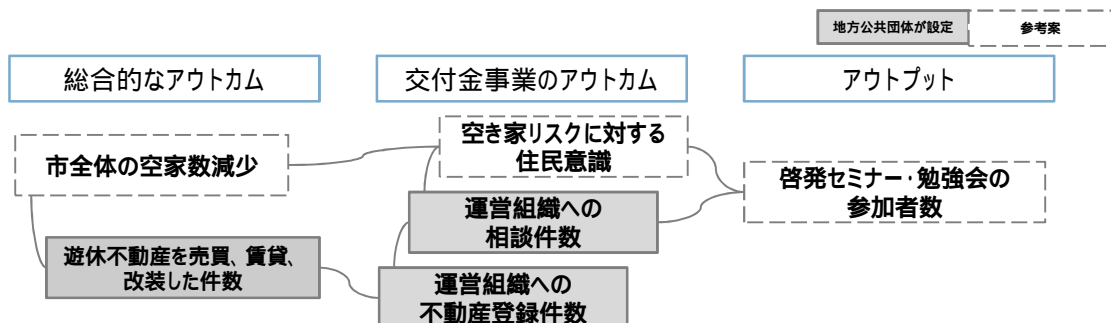
【総合的なアウトカム】

- 遊休不動産を売買、賃貸、改装した件数（累計）
2019年度目標：16件

【その他の副次効果】

- 運営組織が国土交通省のモデル事業を活用した啓発セミナーなどを実施し、不動産所有者の意識涵養が進んだ結果、運営組織を介さない売買によるものも含め、市全体としての空家数が減少。（2016年調査：712件 2020年2月10日現在（参考値）：576件）

ロジックツリー





今後の展開・課題 金融機関と連携したリフォームローンの金利値下げを模索するなど、今後も、多様な主体と連携することで、さらなる事業効果の向上を目指す。
 事業の運営組織は、転売の際に仲介手数料を取るなど、事業収入の確保に努めているが、収益性の高い相談案件は、直接、民間事業者による売買となることも多いことから、財務面での自立化については課題がある。

ここがポイント！ 空き家予備軍となっている住宅を地域の資産として捉え、次世代に引き継ぐなど有効に活用することで、空き家が発生しにくいサイクルを構築する一方で、福祉関係者とも連携して、高齢者などが抱える「住まい」のあり方に対する不安に寄り添いながら、サポートを行っている。

事業名称 敦賀港だからこそ伝えられる「命」と「平和」人道の港敦賀賑わい創出プロジェクト
(金ヶ崎周辺誘客促進事業)

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 24,356千円（2018年度）

総額 101,980千円（2015～2018年度、計画ベース）

【事業の背景・経緯】 敦賀市の人口（2015年国勢調査）：66,165人

- 敦賀市は、原子力発電施設と共生しながら発展してきた歴史をもつが、東日本大震災を端緒とする原子力発電所の長期運転停止等により、消費需要の喪失、地域経済の停滞、電源関係財源の縮小等が起き、現在、厳しい状況に置かれている。この逆境を乗り越えるため、原子力だけに頼らない地域経済の活性化と、投資対象の選択・集中を図ることが求められている。
- 2022年度末の北陸新幹線敦賀開業を1つの契機と位置づけ杉原千畝氏の命のビザのエピソードに代表される「人道の港」の関連施設が立地する金ヶ崎周辺を含む中心市街地をコンパクトで稼げるまちづくりの舞台とする。

【事業推進主体】

- 「敦賀・鉄道と港」まちづくり実行委員会

【事業内容】

北陸新幹線駅が所在予定かつユダヤ難民等の上陸・受け入れ地である中心市街地にて、海外にも高い訴求力を有する「人道の港」をテーマに、コンパクトで稼げるまちづくりを推進する。

1. 【発信】トップセールス等の展開

杉原氏が発行したビザにより迫害を逃れた方々の子孫（杉原サバイバー）及び各国大使等国内外の要人等に対し、トップセールスを展開し知己を得る中で、エキス及び現地のレストラン等への敦賀ふく等の出品等を模索する。

2. 【稼業】新商品・サービス展開支援業務及び敦賀ブランド販路拡大支援

消費需要の獲得を進めるため、敦賀ふく御膳等の高付加価値サービスの開発を支援するとともに、飲食・宿泊店舗の情報発信及びヘブンスロード（ユダヤ難民受入ルート）界隈でイベントを行う。

3. 【誘客】誘客促進計画の策定

ユダヤ難民等受入ルートを周遊する市内観光ルート及び広域観光ルートを設定するとともに、一層の誘客促進に向け「人道の港」を体現した展示施設の適地調査等の検討を行う。

4. 【周遊】地域周遊ネットワークの構築

ヘブンスロード周辺の中心市街地を巡る周遊バスの試行運行及び杉原千畝氏の肖像等をあしらったバスのラッピングを実施し、地域周遊ネットワークの構築を目指す。

5. 【主体】まちづくり担手の育成支援

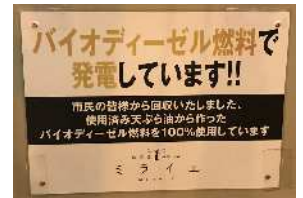
市民団体「敦賀・鉄道と港」まちづくり実行委員会が実施する、イルミネーション「ミライエ」の開催等の活動を支援し、人材育成、組織力強化及び自走可能な組織体制化を図る。



冬の風物詩となったイルミネーション「ミライエ」



地元の小学生が作成した
ペットボトル灯籠



イルミネーション点灯用の電気は
市民から集めた天ぷら油で発電

2018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）
観光消費額の増加	対2015年度比 13.6億円 (7.1億円)	<ul style="list-style-type: none"> ● 「人道の港」をテーマに、中心市街地に特化した稼げるまちづくりを目指すに当たり、敦賀市の代表的な観光地である金ヶ崎周辺の誘客促進施策の成否は、全市的な観光消費額に影響を与えると考えKPIに設定した。 ● 目標値は、2013年度策定の観光振興計画に基づき算定した値である。
観光入込客数の増加	対2015年度比 421千人 (212千人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光消費額の増加につながる指標として、観光入込客数をKPIに設定した。 ● 目標値は、2014年度実績値に、以後整備される（された）施設の入込数目標を加算した数値である。
中心市街地における外国人訪問者数の増加	対2015年度比 498人 (191人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 国外要人に対してもトップセールスを展開することを念頭に、事業におけるインパウンドの側面を示すために、金ヶ崎地区に立地する、敦賀港の歴史資料館「人道の港 敦賀ムゼウム」に来館した外国人の訪問者数をKPIに設定した。 ● 2015年度の基準値が409人であり、地方創生加速化交付金にて設定している2022年度800人の目標から逆算して、2018年度の目標値を600人と設定した。

事業の効果

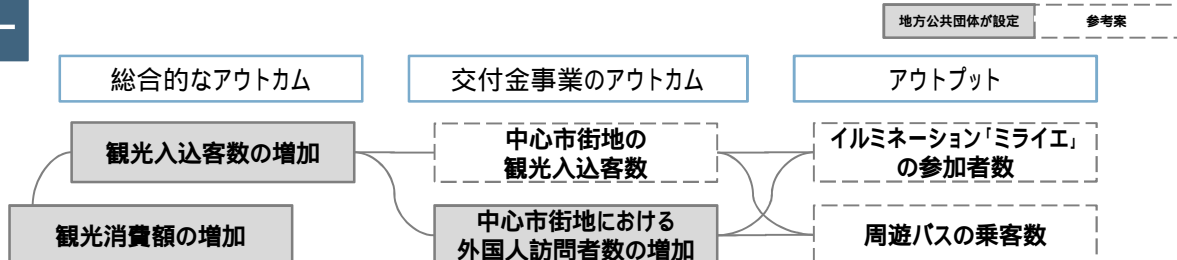
【総合的なアウトカム】

- 観光消費額
2015年度：41.4億円 2018年度実績：55.0億円
- 観光入込客数
2015年度：1,810千人 2018年度実績：2,231千人
- 中心市街地における外国人訪問者数の増加
2015年度：409人 2018年度実績：907人

【その他の副次効果】

- 「人道の港敦賀ムゼウム」が立地する金ヶ崎周辺の整備が進み、来館者が増えたことで、「人道の港」としての市の歴史及びエピソードに対する認知度が高まった。

ロジックツリー





今後の展開・課題 実行委員会の今後の課題として、現在は特定のメンバー個人の能力に頼った運営となっているが、組織として持続的に運営できるように、事業収入をより多く集められるような仕組みを構築する必要がある。

ここがポイント! 毎年冬のイルミネーション「ミライエ」を新たな風物詩として位置づけ、市民団体が主体となって運営するとともに、小学生、高校生を含めた多くの市民を巻き込んで「市民みんなで」イベントを盛り上げている。

事業名称 来て観て住んで！えひめの交流・定住推進事業

推進交付金

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 523,045千円（2018年度）

【事業の背景・経緯】 愛媛県の人口（2015年国勢調査）：1,385,262人 総額 2,899,587千円（2016～2020年度、計画ベース）

- 愛媛県は気候が温暖で災害が少ないことに加え、農林水産業からものづくりまで多種多様な産業がバランスよく存在しているなど、住むにも働くにも魅力的な地域であるが、戦後一貫して社会減が続いており、さらに1985年からは自然減に突入し、人口減少が加速している。
- また、少子高齢化の進展により、65歳以上の高齢者の増加が続く一方、生産年齢人口（15～64歳）が長期的に減少しているうえ、次世代を支える若者も進学や就職をきっかけとして東京圏などに流出したまま戻ってこないといった状況にあり、本県の社会・経済の活力低下が懸念されている。
- 本事業では、地域の活性化と移住促進、観光による誘客を組み合わせた様々な事業に7市町（松山市・宇和島市・八幡浜市・西予市・久万高原町・伊方町・鬼北町）で連携して取り組み、人口維持と雇用確保による活力のある地域づくりを目指す。

【事業推進主体】

- 愛媛ふるさと暮らし応援センター（事務局：公益財団法人えひめ地域政策研究センター）

【事業内容】

県及び各市町が同一の事業コンセプトの下でそれぞれの課題解決に資する事業を実施。
ここでは、県及び久万高原町による事業内容を取り上げる。

（愛媛県実施分）

1. 集落の活性化支援：地域おこし協力隊の導入促進や集落間の情報交換・ネットワークの構築など、地域の基盤づくりを支援するとともに、NPOの自立促進を支援するなど、人材の確保・育成を強化する。
2. 移住の促進支援：移住人材の戦略的な発掘や県内での就業・定着促進（ラジオでのPRや移住フェアの開催）、東京での移住相談窓口の運営などを行う。
3. 地域の魅力発信：石鎚山系を活用した本県のPRや情報発信、えひめファンづくりの推進、「えひめいよしの南予博2016」の実施など、知名度向上による本県への誘客促進を図る。

（久万高原町実施分）

1. 産学官連携・協働プラットフォーム構築事業：愛媛大学との連携の下、町職員・住民・町内企業・町外の専門家等の知識を集結し、産学官が連携・協働する「まちづくりのプラットフォーム」を構築する。
2. 地域運営組織形成事業：多様な主体が参画し、地域課題を地域で解決することを目的とする地域運営組織を設立・育成し、多岐にわたる地域課題への対応を進める。



ラジオ局ホームページにある、愛媛県移住体験者募集ページ



東京にて開催した愛媛県主催の移住フェアのパンフレット



久万高原町にて開催されている地域運営協議会

2018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）
社会減の縮小	対前年度比 816人 (400人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業では、観光客に本県のよさをPRし、移住・定住に結びつけることを目的としていることから、社会減の縮小が最適な指標であると判断し、KPIとして設定。 ● 2017年度に、当初の目標値200人を大幅に上回る400人の社会減縮小を達成したため、本事業の目標値も2018年度以降は400人に上方修正した。
県外からの移住者数	対前年度比 630人 (223人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業で実施する移住関係事業の効果を把握する指標であると判断し、KPIとして設定。 ● 当初、目標値を56.5人としていたが、県版総合戦略上のKPIが上方修正されたため、本事業の目標値も223人に上方修正した。
観光入込客数	対前年度比 1,607千人 (383千人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業で実施する観光関係事業の効果による交流人口の拡大に関して、複数年を通じて事業効果を測定できる指標であると判断し、KPIとして設定。 ● 2018年7月の豪雨災害の風評被害の影響で、2018年度実績は大幅未達
観光消費額	対前年度比 8億円 (19.8億円)	<ul style="list-style-type: none"> ● 本事業で実施する観光関係事業の効果による交流人口の拡大に関して、複数年を通じて事業効果を測定できる指標であると判断し、KPIとして設定。 ● 2018年7月の豪雨災害の風評被害の影響で、2018年度実績は大幅未達

事業の効果

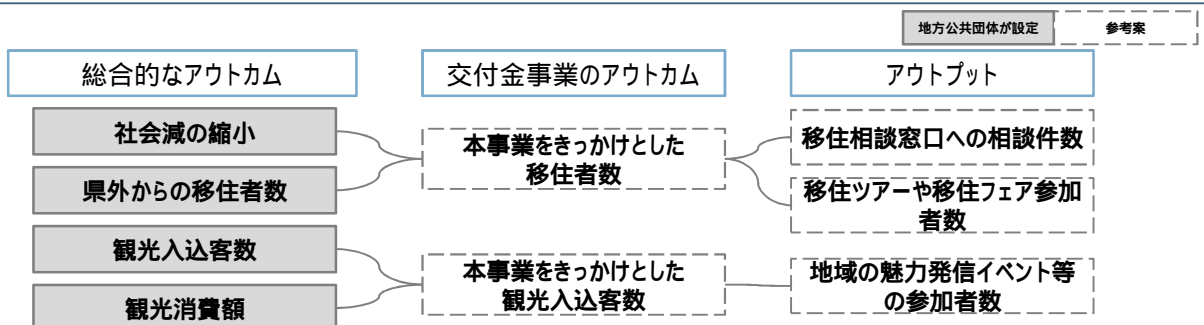
【総合的なアウトカム】

- 社会減の縮小
2015年度：3,869人 2020年度目標：2,269人
- 観光消費額
2015年度：1,101億円 2020年度目標：1,200億円

【その他の副次効果】

- 久万高原町では、住民主体の地域運営協議会が組織されたことで、住民一人一人が顔見知りになって人のつながりが強固になった。これは、防災面でも効果がある。

ロジックツリー





今後の展開・課題 本事業は愛媛県庁内の14課室、35の予算事項にまたがる事業（2018年度）であり、取組ごとに担当する職員が異なる。そのため、取りまとめ担当部署では、各課室の担当職員への十分なヒアリングや取りまとめに多大な労力がかかっており、その効率化が今後の課題である。

ここがポイント！ 県で交付金申請をまとめて実施したことによって、全体としての時間と費用を節約するとともに、市町村による交付金申請のハードルを下げている。また、一度申請して不採択となった市町村に対して申請のノウハウを提供することで再申請を促す効果もあると考えられる。

事業概要

【事業実施額（交付金以外含む）】実績額 35,991千円（2017年度）

【事業の背景・経緯】 東近江市の人口（2015年国勢調査）：114,180人

- 東近江市では、空き店舗や空き家が増加し、建物の老朽化、除却に伴う空地の増加、街なみの喪失が進んでいる。また、若い世代や子ども向けのスペースの減少が子育て世代の集客力の低下を招き、来街者の減少が事業者の収益性の悪化を招いている。このような状況が、事業者の減少や新たな事業者の郊外などへの流出を招いている。
- 市民に空き店舗や空き家といった地域資源を活用した事業の実施を促すことで、集客力の向上や地域経済の活性化を図る必要があるものの、成功事例となる事業モデルが乏しく、物件所有者の活用意識の向上に繋がっていない。
- 本事業は、東近江市の中心市街地に残る旧商家を街並みに合わせて改修し、地場産品を活用した飲食店等の出店を促して空き家活用のモデルとすることで、さらなる空き家・空き店舗の活用を促進するものである。

【事業推進主体】

- 東近江市、一般社団法人八日市まちづくり公社

【事業内容】

地域の空き家となった古民家（旧商家）を改修しテナント店舗として再生し、地場産品を活用した飲食店や地域のものづくり事業者の販売拠点、子育て世代が子どもを遊ばせながら集える拠点として活用する。

- 駅に近接する立地や新たなホテル開業を背景に、市内の工芸作家やアーティストなどと連携して改修事業に取り組むほか、商店街に隣接する立地から、にぎわい創出拠点として定期的なイベントを行うことで、商店街の来街者の増加につなげ、地域への経済波及をもたらし。
- 周辺に数多くある空き家などの有効活用に向けたモデルとして展開し、民間事業者によるさらなる空き家・空き店舗活用を促す。



古民家活用のモデルケースとして空き家を再生し、テナントで飲食3店舗が営業中



店舗の様子（魚や 楓江庵）

2018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）
施設入居テナントの売上額	32,846千円 (20,000千円)	<ul style="list-style-type: none"> ● 入居テナントの自立に向け、経営の安定化に向けた数値を把握し管理する目的でKPIに設定した。 ● 売上目標はコストからの逆算で設定した。
施設近傍の本町商店街の平日歩行者自転車通行量	対前年度比 2人 (20人)	<ul style="list-style-type: none"> ● 拠点整備による隣接商店街への波及効果を測るためにKPIに設定した。 ● 2018年度は目標未達であったが、実態としては、市民からは通行量が増えたとの声が多く寄せられているため、測定日による通行量のバラつきが要因と考えられる。
八日市駅周辺及び商店街での新規出店事業者数	14店舗 (3店舗)	<ul style="list-style-type: none"> ● 拠点整備による新規出店の呼び水効果を測るためにKPIに設定した。 ● 目標値は、東近江市中心市街地活性化基本計画との整合性を加味して設定した。

事業の効果

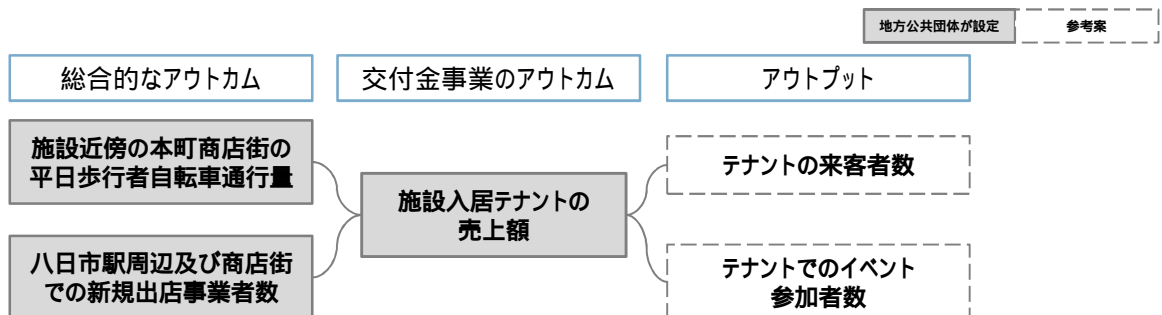
【総合的なアウトカム】

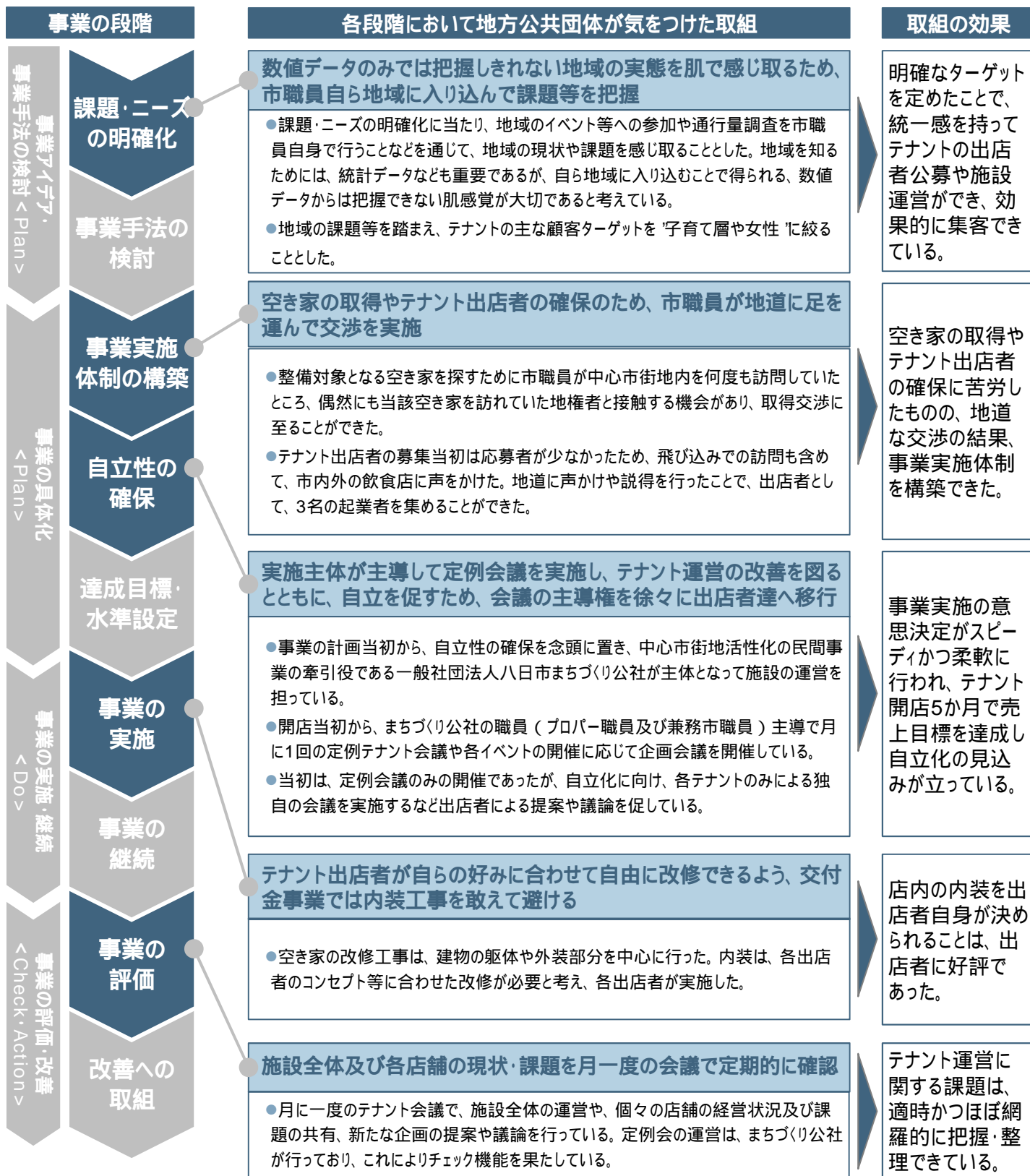
- 施設近傍の本町商店街の平日歩行者自転車通行増加量
2016年度：772人 2022年度目標：852人
- 八日市駅周辺及び商店街での新規出店事業者数
2022年度までの累計目標：12店舗

【その他の副次効果】

- 本拠点がモデルケースとなり、空き古民家を貸したり改修したりする事例が地域で増加し、徐々に街並みも変化している。2017年度から2021年度の5年間で12店舗の新規出店を計画していたが、2018年度末までに既に28店舗が出店している。

ロジックツリー





今後の展開・課題 今後、まちづくり公社のプロパー職員をどう育成するかが課題である。総務省の地域おこし企業人の活用を視野に入れており、来年度予算の要求を行っている。外部人材の活用は重要であるが、市としては、単発のアドバイスではなく、長期間現地に入り込んだうえで、市職員やまちづくり公社職員と一緒に事業を推進していける人材の力を借りたいと考えている。

ここがポイント! 市職員とまちづくり公社職員とが一緒になって各種調査事業を行うなど、地域に入り込んで明確にターゲットを絞りニーズを特定している。数値データを参考に鳥の目で俯瞰しつつも、肌感覚を持って虫の目で地域を把握することで、より地域に合った事業の計画・運営が行えている。