

地方創生関連事業に関する実績検証資料 【 令和 元 年度 】(暮らし分野)

担当課・外部検証委員の評価 A:このまま継続 B:改善・見直し C:廃止・終了

地域再生計画名	地方創生関連制度名	個別事業の概要	本年度の内容・実績及び事業費 (単位:円)	総事業費 (単位:円)	重要業績評価指標(KPI)			担当課の検証 ① 〔 KPIに関する検証については、 計画申請課が総括 〕		外部検証委員の検証		
					指標	本年度見込値	本年度実績値	評価	KPI・実績に対する見解と今後の方針	評価	主な意見	
伝統的工芸品益子焼を基盤とした「観光を基幹産業化」するためのまちづくり事業	地方創生推進交付金 (1/2国庫補助)	伝統的工芸品益子焼を基盤とした「観光を基幹産業化」するためのまちづくり事業のKPIに関する検証 →							A このまま継続	①～③産業分野で検証 ④【移住相談会経費】における検証に同じ	A このまま継続 5委員	
		<p>【移住体験ツアー】 同一参加者・連続開催の移住体験ツアーを開催し、先輩移住者、観光・飲食・小売・サービス・農業・自営業者、益子焼をはじめとする手仕事作家等のキーパーソンと交流し、移住後の仕事・地域・風土等を体験・想起とともに、関係人口の増加を図る。併せて、最終的に移住に悩んでいる方向けのヒアリングを通じたオリジナルツアーを開催する。</p> <p>【担当課:企画課】</p>	<p>■移住体験ツアー ・Uターンの地域おこし協力隊OBや道の駅に勤務する移住者の陶芸家を受入側の核とした、原則として同一の参加者を対象とした益子町での暮らしを体験できるツアーを2回開催し、本町に今後も訪れるためのきっかけづくりを行った。また、ツアー終了後もSNSにより参加者同士の繋がりを維持し、受入側が独自に企画したイベントが2回開催された。 ・9月から、移住を具体的に検討している方向けのオーダーメイド型の個別ツアーを開始した。</p> <p>ツアー参加者:のべ24人 事後イベント参加者:のべ16人 オーダーメイドツアー利用者:1人</p> <p>【事業費】1,299,910円 委託料、受入先報償費</p>	34,455,903 うち産業分野 31,903,362 うち暮らし分野 2,552,541	<p>①地域活性化のための講習会参加者のうち就職者数(延べ人数) 0人</p> <p>②一人当たり観光消費額 0円</p> <p>③海外向け観光情報コンテンツの閲覧回数 173回</p> <p>④本事業を通じた移住・定住相談件数 169件</p>	①10人 ②7,500円 ③323回 ④230人	①18人 ②22,890円 ③272回 ④130人	A このまま継続	<p>・同一参加者・連続開催のツアーについては、ツアー終了後も参加者が受入町民と関わるつながりができたため、継続することにつながりを深めると共に、新たな参加者を増やし関係人口の拡大につなげる。</p> <p>・オーダーメイドツアーについては、制度の浸透が不十分であると考えられるため、利用者の増加に向けPRを強化する。</p>	A このまま継続 5委員	継続していくことで参加増が期待できる。 益子に興味を持ち魅力を感じてもらえるよう、継続いただきたい。	
		<p>【移住相談会経費】 本町への移住後の仕事・暮らしに対する不安・疑問等を解消するための先輩移住者等キーパーソンをゲストスピーカーとする移住相談会を都内等で開催する。なお、町のプロモーションの一環となりうることから、観光・交流情報の提供も併せて積極的に行う。</p> <p>【担当課:企画課】</p>	<p>■移住セミナー相談会 ・東京都内及び近郊で開催された移住セミナー・相談会に出展し、首都圏在住者向けに移住相談を行った。</p> <p>相談件数:5回43件。</p> <p>【事業費】152,120円 出展料、消耗品費等</p>					A このまま継続	KPI設定当時は大規模移住相談会に参加することで相談件数の確保ができた反面、移住について具体的に検討していない参加者も多かったため、2018年度以降は当町への移住をより具体的に検討している方の来場が見込める栃木県・県内市町の共催によるセミナーへと参加を絞ったことで、KPIは未達成となった。今後は、新型コロナウイルス感染症の収束状況をみながら、相談機会の充実と相談者に寄り添った対応に努め、KPIの達成を目指す。	A このまま継続 5委員	他地域の相談会に出展することは、益子をPRする意味でも良いと思う。 引き続き、相談会にてPRいただきたい。	

地方創生関連事業に関する実績検証資料 【令和元年度】(暮らし分野)

担当課・外部検証委員の評価 A:このまま継続 B:改善・見直し C:廃止・終了

地域再生計画名	地方創生関連制度名	個別事業の概要	本年度の内容・実績及び事業費 (単位:円)	総事業費 (単位:円)	重要業績評価指標(KPI)			担当課の検証 ① ( KPIに関する検証については、 計画申請課が総括 )		外部検証委員の検証				
					指標	本年度見込値	本年度実績値	評価	KPI・実績に対する見解と今後の方針	評価	主な意見			
【再掲】 伝統的工芸品益子焼を基盤とした「観光を基幹産業化」するためのまちづくり事業	【再掲】 地方創生推進交付金 (1/2国庫補助)	<p>【移住情報誌(紙)経費】 ターゲットがそれぞれ欲する情報は異なることから、それらを整理するとともにターゲット別の情報誌(紙)を作成し、時機をとらえ効果的な移住関連情報の提供を行う。</p> <p>【担当課:企画課】</p>	<p>■移住情報誌等作成 昨年度作成した移住検討者向け情報誌を増刷すると共に、移住体験オーダーメイドツアーや栃木県移住支援金等に関するチラシを作成し、都内の移住セミナー等で配布した。 情報誌増刷:5,000部</p> <p>【事業費】459,036円 印刷費、消耗品費</p>	【再掲】 34,455,903 うち産業分野 31,903,362 うち暮らし分野 2,552,541	【再掲】 ①地域活性化のための講習会参加者のうち就職者数(延べ人数) 0人	【再掲】 ①10人	【再掲】 ①18人	B	増刷した冊子は、移住セミナーや町内ツアー、町内施設のほか、二十歳の集い等で配付した。今後は、過去にも実施した、近隣工業団地への情報発信を行うと共に、より迅速かつ柔軟に作成可能なWebやチラシを活用した情報発信を行う。	A このまま継続 2委員	より効果的な情報発信を行われない。			
		<p>【空き家・空き地バンク運営】 空き家・空き地バンクの登録物件を増やし、移住者を増やすとともに空き家・空き地の有効活用を図るため、毎年税務課が送付している固定資産税納税通知書に空き家・空き地バンク制度のチラシを同封する。</p> <p>【担当課:企画課】</p>	<p>■空き家・空き地バンクの運営 固定資産税納税通知書にチラシを封入し、空き家バンク制度の周知に向けた調査を行った。 登録:21件、成約:12件</p> <p>【事業費】17,073円 委託料</p>					【再掲】 ②一人当たり観光消費額 0円	【再掲】 ②7,500円	【再掲】 ②22,890円	B	固定資産税納税通知書にチラシを同封した結果、第1四半期の相談件数が倍増したため、引き続き取り組みを継続して制度の周知を図る。 登録物件については、優良な物件は早期に成約してしまい、需要に対して供給が追いついていない状況にあるため、登録物件の充実に向け、調査や登録勧奨を積極的に行う。	A このまま継続 2委員	チラシ同封は一年おきにされた方が効率的ではないか。 納税通知書へのチラシの同封は周知に有効な方法だと感じた。 需要があるようなので、物件の掘り起こしに期待したい。 需要にも供給にもより多くの情報が利用できるしくみを検討されたい。
		<p>【ワンストップ窓口・サイト運営】 観光交流拠点施設である道の駅まじこ内に移住・仕事・観光・交流情報をワンストップで提供するための移住サポートセンターを設置しているが、センターでの移住相談実績は相談総件数の3割に満たないことから、継続的なマーケティングを通じその理由及び移住者に対する傾向等を整理するとともに、ワンストップサイトとともに充実化を図る。また、サポートセンター主催事業(空き家バンク・移住希望者オーダーメイドツアー等)の円滑化・機動力を強化する。</p> <p>【担当課:企画課】</p>	<p>■ワンストップ窓口・サイト運営 町の駅まじこ内の移住サポートセンターをワンストップ窓口とし環境整備を図ったほか、移住関連情報のワンストップサイトを運営し、きめ細やかな情報提供を行った。 相談件数 【道の駅:50件】【役場:37件】</p> <p>【事業費】295,270円 専用HP賃借料、タブレット端末通信費</p> <p>■マーケティング ・大手通信会社に委託し、県内の利用者を対象とした移住関連施策に関する意識調査を行った。また、新未来計画進捗状況把握のための町民アンケート等に併せて町民の要望調査を行った。</p> <p>【事業費】329,132円 委託料、郵送料、消耗品費</p>					【再掲】 ③海外向け観光情報コンテンツの閲覧回数 173回	【再掲】 ③323回	【再掲】 ③272回	A	企画課および道の駅での移住相談件数は87件(H30:91件、H29:99件)であり、昨年度に比べやや減少した。新型コロナウイルスの影響によるせいか、道の駅での2～3月の相談件数は昨年度と比べて大きく減少しており(R1:4件、H30:11件)、今後も影響を受けることが予想されるが、引き続き相談者に寄り添った対応に努め、移住希望者一人ひとりを着実に移住へとつなげていく。  マーケティングによる調査結果については、今後の移住定住施策の検討材料として活用すると共に、より効果的な施策を講じられるよう、設問の見直しを行う。	A このまま継続 5委員	相談件数、移住者数の増加に向けて、継続いただきたい。