

平成27年度地方創生先行型（基礎・上乘せ）交付金 効果検証シート 【7/29事業評価結果】

【KPI目標達成度】
A：目標達成、B：目標をほぼ達成
80%以上、C：50%以上、D：50%未
満（未着手含む）

【創生会議委員評価】
A：成果が十分に上がっている（事業
継続）、B：相当程度の成果がある
（取組追加、発展）、C：成果が不十
分である（事業内容の見直し、改
善）、D：成果なし（事業中止）

| No. | 担当課 | 事業名 | 事業目的・概要 | 経費内訳 | 重要業績評価指標（KPI） | 目標値 | 実績値 | 達成度 | 取組成果、状況 | 今後の方針 | 創生会議委員意見 | |
|-----|-----|--------------|---|--|--|-------------------|--------------------|--------------|--|--|----------|--|
| | | | | | | | | | | | 評価 | 本事業における意見 |
| 1 | 農林課 | 農村定住促進事業 | 第1次産業の振興は必要不可欠であるため、沓岐の自然、食材等農業体験を通じて県内大学生等にPRし、交流人口の増加とIターン等定住化を促進し沓岐の活性化を図る。 ・農業体験事業（大学生等20人・受入農家10戸） | 委託料 2,131,000円 ・沓岐市農協 | ①農業体験研修生 ②研修生の沓岐市定住希望 | ①20人 ②5% | ①17人 ②12% | ①B ②A | 今回初めての取組みで、実績として17人の研修生が島外より来島し、沓岐における農業体験を1週間実施した結果、沓岐の農業だけでなく、自然、食べ物等、充分沓岐のPRは出来たと思われる、その中で、2名の方が、沓岐で仕事をしてみたいと回答してあり初年度としては充分実績はあったと思われる。 | 今後、事業継続する事により、沓岐へ興味をもってもらえる方の増加を促し、その中で将来沓岐の島での新規就農者等の増加を図る | B | ・農業の魅力を体験を通じて伝えていく事は必要。 ・体験終了後の沓岐市定住希望者のフォローアップを行うこと。 |
| 2 | 水産課 | 漁業インターンシップ事業 | 大学生等都市圏に住む若者を対象に、漁業定置網やイカ釣り、刺し網漁業を体験させることで、水産業への理解促進や漁村との交流促進により、県内外へ沓岐市水産業の魅力を伝える人材の育成、確保と水産業を将来職に結び付けてもらうことを目的とする。 ・漁業体験事業（研修生20人・受入5漁協） | 委託料 514,182円 ・郷ノ浦町漁協 ・沓岐東部漁協 | ①漁業研修生 ②研修生の沓岐市定住希望者 | ①20人 ②5% | ①3人 ②100% | ①D ②A | 福岡・大阪・東京等で開催されている漁業新規就業フェアにおいて、出展ブースに来場された方と面談を行う中で沓岐市として7日間以内の事前研修制度がある旨伝える。漁協とマッチングができた方には、事前研修を受けてもらい就業に繋げている。平成27年度については、大阪会場で1名・東京会場で2名・計3名とマッチングができ事前研修を実施した。マッチングができた3名については、1ターンによる就業に繋がっている状況である。 | 漁業は、漁獲量の減少、燃料高騰などの理由により冷え込み、後継者が減少している。今後も就業フェアにおいて、新規に就業したいと考えている者とマッチングができ、漁業体験を通じて就業に結びつけば漁業従事者の増に繋がる。 | A | ・就漁希望者だけでなく学生等広く研修をさせてはどうか。 ・移住成果が実際に見られており事業継続と考えられる。 |
| 3 | 水産課 | 水産体験事業 | 本市の漁業は漁獲量の減少、燃油高騰などの理由により冷え込み後継者が減少している。漁業振興を図るためには、将来の担い手の確保と育成が必要であることから、漁業経験のない小中学生を対象に漁業体験研修や水産教室等を実施し、漁業の魅力を感じてもらうとともに後継者の確保・育成を図る。 | 委託料 1,319,182円 ・石田町漁協 ・勝本町漁協 ・沓岐栽培センター | ①市内小学4年～中学3年までの児童生徒の50%受講 ②受講した児童生徒の漁業就業希望者5% | ①830人 ②29人 | ①587人 ②102人 | ①C ②A | 小中学校22校中18校の小中学校で水産体験教室の実施ができた。参加人数については、各学校での参加学年が違うため587名の参加になった。アンケートについては、提出があった数が552名で参加人数とあわないのは、未提出があったためである。参加してよかったとの回答が547名で提出の約99.1%であった。将来漁師、水産関係の職につきたいかの問いについては、102名の児童生徒が漁師、水産関係の職につきたいとの回答があり、アンケート提出の児童生徒の約18.5%にあたる。中学校のみで見ると165名中7名の生徒が漁師、水産関係の仕事につきたいと回答した率が約4.2%であった。 | 漁業経験のない児童生徒に水産教室や漁業体験等を行い、沓岐市の漁業の状況を説明することにより漁業に興味をもってもらえる。現在、第一次産業である水産業については、厳しい状況にあるが将来漁師や水産関係の仕事に一人でも多く就業してもらうためにも水産体験事業は今後も開催していく必要がある。 | A | ・後継者を育成するために体験活動は必要である。 ・小中学生のうちから漁業の魅力を伝えることは重要。 ・中学生の取り組み増加を図ること。 ・事業終了後のアンケートに終わらず、希望する中学生等の就業まで見守っていくことが必要では。 |

平成27年度地方創生先行型（基礎・上乘せ）交付金 効果検証シート 【7/29事業評価結果】

【KPI目標達成度】
A：目標達成、B：目標をほぼ達成
80%以上、C：50%以上、D：50%未
満（未着手含む）

【創生会議委員評価】
A：成果が十分に上がっている（事業
継続）、B：相当程度の成果がある
（取組追加、発展）、C：成果が不十
分である（事業内容の見直し、改
善）、D：成果なし（事業中止）

| No. | 担当課 | 事業名 | 事業目的・概要 | 経費内訳 | 重要業績評価指標 (KPI) | 目標値 | 実績値 | 達成度 | 取組成果、状況 | 今後の方針 | 創生会議委員意見 | |
|-----|--------|---------------------|--|--|--------------------------|-----|-----|-----|--|--|----------|--|
| | | | | | | | | | | | 評価 | 本事業における意見 |
| 4 | こども家庭課 | 子育て支援ボランティアグループ育成事業 | 若い親の子育てに対する悩みは尽きない。市内で活動する子育て支援のボランティアグループを支援し、人材を育成することによって、子育てしやすい環境を整備し少子化対策に寄与する。 ・ボランティアグループの活動費を支援 | 補助金 1,500,000円 ・子育て支援NPO ちんぐ☆ちんぐ ・沓岐育児サークル おひさま ・育児サークルさくらんぼ | ボランティアサークル 会員の増※3団体合計 | 30人 | 65人 | A | 行政主導ではなく、子育て当事者である子育て支援ボランティアグループが自身の企画・運営により講演会やセミナーを開催することによりサークル運営のスキルアップと大幅な会員増と内容の充実が図られ、保護者同士、子ども同士の交流の活性化が図られた。特に、活動する3サークルのうちの1つは、市内の幼稚園教諭が参加する各種研修会に講師として関わるなど保育・教育施設への協力にも尽力し、NPO法人化に繋がった。 | 補助金は今事業限りではあるが、会員数を減らすことなく今後も広く保護者同士がつながり、子育ての悩み相談や交流促進が育まれるよう、各グループの子育て支援活動を引き続き支援し、子育てしやすい環境の整備、少子化対策に努める。 | A | ・沓岐市にある3つの子育てサークルの活動費を補助することによって、KPI目標数の倍の効果があつたことは評価できる。 ・転勤者も含め子育て世代の孤立感、不安感等の解消にも繋がっている。 ・単年度で終わらず、継続すべき。 |
| 5 | こども家庭課 | 子育て支援人材育成事業 | 現に子育て支援に関わっている者のスキルアップと人材育成により、子育てしやすい島づくりを目指すとともに、子育て環境を整備し少子化対策を図る。 ・ボランティアグループの活動費を支援 | 委託料 700,000円 (おもちゃドクター、子ども遊びの指導・実践、読み聞かせ、幼児期のメディア対応) | 受講者の満足度 | 80% | 98% | A | 実践力を重視して企画した全5回の講演会・研修会に保育士、幼稚園教諭、児童委員、子育てサークルの会員、子育て支援に関心のある一般の方等の20代から70代までの幅広い年齢の子育て関係者のべ185人の参加があり、子育てに関する知識や技能の習得によりスキルアップを図ることができた。事後のアンケートでも満足度が98%に及び、次回の開催を希望する声も多かった。 | 参加者はほとんどが女性であり、男性参加者が非常に少なかった。各講演直後に実施したアンケートで「今後実施を希望する講座のテーマ」を尋ねたところ、「男性が参加できる講座」という回答も見られた。安心して子育てできる環境づくりには夫（男性）の存在が欠かせない。今回実施した5回の講演会・研修会は決して対象者を女性に特定したものはなかったが、今後同様な講演会等を実施する際には、男性が参加しやすい内容やテーマについての配慮を心掛ける。 | A | ・男性が参加しやすい時間帯に開催するなど、工夫が必要。 ・おもちゃドクターの活動は物を大切に教育に繋がっている。 ・地域全体で子育てする機運の上昇にも寄与しているため、継続が必要。 |
| 6 | こども家庭課 | 講習会等参加助成事業 | 民間の小規模施設や放課後児童クラブなどの社会資源が少なくかつ指導者等保育する者のマンパワーが不足しており、資格取得のためには市外で受講することが必要である。保育する者を育成し、質の向上と量の確保を推進することで子育て環境の整備を図り少子化対策を推進する。 ・島外での資格取得旅費の支給及びその間の代替保育士の人件費支給 | 講師旅費・報酬 70,000円 | 保育資格取得者数 | 30人 | 0人 | D | 別事業での助成を優先したため、今回は本助成は未実施（未利用）となった。そのため、目標を資格取得から資質向上に変更し、市内保育所職員を対象に市外より講師を招聘し「こどものほめ方・叱り方」をテーマとした保育研修会を開催した。参加者は108人。講習会後に集めたアンケートでも「保育の質の向上につながる内容でためになった」「島内でこのような質の高い研修が受けられて嬉しい」という声が多くあがった。 | 保育士不足、資格者不足は深刻な問題であるため、今後も引き続き別事業での助成を活用して保育する者の資格取得を支援する。また、島内でも引き続き研修会・講演会を実施することで保育に関わる者の資質向上と子育て環境の整備を図る。 | D | ・保育士として働ける環境が整備されれば、Uターンを含めマッチングができるため、環境整備を行うべき。 ・保育士の人材が不足しているため、人材育成に関する事業は必要である。 ・小規模保育施設等子育て支援関係者の質の向上は必要であるため、市内での研修会実施は必要。 ・本事業に関しては、当初の計画通りに進めることができなくなったことから評価はDとなる。 |

平成27年度地方創生先行型（基礎・上乘せ）交付金 効果検証シート 【7/29事業評価結果】

【KPI目標達成度】
A：目標達成、B：目標をほぼ達成
80%以上、C：50%以上、D：50%未
満（未着手含む）

【創生会議委員評価】
A：成果が十分に上がっている（事業
継続）、B：相当程度の成果がある
（取組追加、発展）、C：成果が不十
分である（事業内容の見直し、改
善）、D：成果なし（事業中止）

| No. | 担当課 | 事業名 | 事業目的・概要 | 経費内訳 | 重要業績評価指標（KPI） | 目標値 | 実績値 | 達成度 | 取組成果、状況 | 今後の方針 | 創生会議委員意見 | |
|-----|-------|--------------------|--|---|-------------------------|----------------------------------|--------------------------------|--------------|---|--|----------|---|
| | | | | | | | | | | | 評価 | 本事業における意見 |
| 7 | 市民福祉課 | 沓崎市外出支援サービス事業 | 寝たきり等のため一般の交通機関では移送することが困難な高齢者の社会活動の範囲を広げ、福祉の向上を図る。 ・福祉車両にて、居宅と医療機関との間の送迎をする。（自己負担あり） | 委託料 4,742,700円 ・沓崎市社会福祉協議会 | サービス事業所従事者の増 | 5% | 0% | D | 福祉車両による医療機関等の利用が可能となり、高齢者にとって在宅生活を安心して過ごすための事業となっている。寝たきりの高齢者等の生活支援事業として有効である。また、社会福祉協議会に委託することで、コスト削減や実施体制についても効率的に実施できている。 利用 1,419回→1,290回 従事者 16,572人→16,359人 | 今後、在宅高齢者の増加が見込まれるため、利用者も増加することが予測される。また、介護予防事業としての位置づけから、事業実施体制の見直しを検討していく。 | B | ・利用者数の減少によりサービス事業者での雇用が生まれなかったことは評価が下がる。 ・高齢化が進むことで、この事業は安全安心のまちづくりに必要であるため継続とする。 |
| 8 | 市民福祉課 | 沓崎市配食サービス事業 | 栄養バランスの取れた食事を訪問により定期的に提供し、併せて健康維持、疾病予防、安否の確認、孤独感の解消を図る。 ・定期的に食事を配達、提供し安否確認など見守りを行う（自己負担あり） | 委託料 31,929,950円 ・沓崎市社会福祉協議会 （交付金11,142,838円） | サービス事業所従事者の増 | 5% | 3% | C | 在宅で食事の調理等が十分にできない高齢者等に対し、栄養のバランスの取れた食事を訪問により定期的に提供し、併せて安否の確認をすることは、高齢者等にとって在宅生活を安心して過ごすための事業である。また、沓崎市社会福祉協議会に委託することで、コスト削減や実施体制についても効率的に実施できている。 配食数 47,741食→49,123食 従事者 4,805人→4,940人 | 今後、高齢者の増加により利用者も増加することが予測される。平成28年度より高齢者については、介護予防・日常生活支援総合事業として実施する。 | B | ・配食サービスは独居高齢者の見守り、栄養管理に重要な事業であり安全安心のまちづくりのため継続が必要。 ・KPIの設定を見直してはどうか。 |
| 9 | 観光商工課 | 観光資産パワーアッププロジェクト事業 | 沓崎市の観光資源を磨き上げるために、各観光資源を商品として捉えた「商品ブランディング」を行い、沓崎市の観光資源を観光資産にパワーアップさせ、沓崎市全体の観光ブランド力向上を図ることを目的とする。 ・講演会の開催、プロジェクト会議の開催 | 委託料 6,527,520円 ・沓崎市観光連盟 | ①観光客実数 ②外国人宿泊者実数 | ① 246,000人 ② 1,000人 | ① 241,292人 ② 621人 | ①B ②C | これまで、沓崎市における観光資源は、同類多種かつ、情報発信においても、それぞれが行っている状況にあった。今回、資源をブラッシュアップし、ブランディング化することにより、資源から資産へ昇華する作業を行った。多種多数ある資源の中から、「沓岐と言えば」、「沓岐ならではの」というブランディングを行い、情報発信においても、沓崎市観光連盟および沓崎市観光商工課へ発信元を一元化し、情報の受け手に対する発信方法を見直すこととしている。 | 本事業によりブランディング化した観光資産を「実りの島、沓岐」として具体化し、沓岐を訪れる方へさまざまな角度から沓岐を楽しんでいただくように、縦横の展開を図っていく。これを継続し、沓崎市全体の観光ブランド力の向上をより一層図っていく。 | B | ・ブランディングが終了し「実りの島、沓岐」というコンセプトで沓岐観光を売り出していくことは、観光資源を多く持つ本市には有効と考えられる。 ・観光客及び外国人の来島も着実に増加しており、これからは「実りの島、沓岐」として広くPRすること。 |

平成27年度地方創生先行型（基礎・上乘せ）交付金 効果検証シート 【7/29事業評価結果】

【KPI目標達成度】
A：目標達成、B：目標をほぼ達成
80%以上、C：50%以上、D：50%未
満（未着手含む）

【創生会議委員評価】
A：成果が十分に上がっている（事業
継続）、B：相当程度の成果がある
（取組追加、発展）、C：成果が不
十分である（事業内容の見直し、改
善）、D：成果なし（事業中止）

| No. | 担当課 | 事業名 | 事業目的・概要 | 経費内訳 | 重要業績評価指標 (KPI) | 目標値 | 実績値 | 達成度 | 取組成果、状況 | 今後の方針 | 創生会議委員意見 | |
|-----|-------|------------------|--|---|---------------------|---------------------|---------------------|----------|--|--|----------|---|
| | | | | | | | | | | | 評価 | 本事業における意見 |
| 10 | 観光商工課 | 外国人観光客受入環境整備支援事業 | 苓岐市内の観光スポットを日英中韓の多言語で案内する音声ガイドアプリを作成し、外国人観光客の満足度の向上及び宿泊事業所の利便性向上を図るための無料公衆無線LANの整備や外国語HP製作費を補助し、インバウンド客の獲得を目的とする。 ・外国人にも対応できる観光アプリの構築及び宿泊施設の無線LAN整備や外国語HP製作費の助成 | 補助金 4,298,400円 ・苓岐市観光連盟 補助金 1,350,000円 ・ビューホテル苓岐 ・ステラコート太安閣 | 外国人宿泊客実数 | 1,000人 | 621人 | C | 外国人を含む苓岐市への観光入込客を増加させ、観光産業の振興を図るために、観光スポットに設置している観光案内版や日本語音声ガイドを、日英中韓語に対応したアプリケーションを作成し、通訳ガイド不在でも、外国人観光客が苓岐の観光スポットを周遊することが可能となった。また、民間の宿泊事業者がインバウンド客を取り込むために、自主財源に合わせて、市が助成をすることにより、福岡市からの外国人観光客の獲得を図った。 | ガイドアプリの情報発信とともに、さまざまな機会を通じて、インバウンド客数の取り込みにおけるツールの一つとして、関係機関と連携し、活用を図っていく。 | B | ・観光ガイドアプリ、公衆無線LANについて、苓岐市は整備が進んでいるが、観光客、外国人来島者がどこで使えるのかわからない。Wi-Fiマップや表示、ナビなどを整備していく必要がある。 ・宿泊施設についても、整備している施設、そうでない施設を一覧表でわかるようにしなければ不親切である。 |
| 11 | 観光商工課 | 企業誘致促進人材育成費助成事業 | 企業誘致は、離島地域である本市の雇用創出において非常に重要な施策である。そこで、企業誘致の推進を図るため、立地した企業の新規雇用者に対する人材育成費用について支援を行う。 ・立地した企業に対して、雇用1人につき月額2万円を助成する | 0円 | 誘致企業雇用対象者数 | 20人 | 0人 | D | 離島への企業誘致については、製造業においては離島特有の課題である原材料や製品に係る輸送コストが大きな障壁となり、企業誘致が困難である。 また、一般的に、助成制度に加えて、企業誘致に係る雇用者の確保、事業所用の土地・建物の確保、移住者用の住宅の確保など、受入のための体制を十分に整備する必要がある。 | 企業誘致のための体制の整備（雇用者確保・事業所用物件確保、移住者用住居確保など）を図る。 | C | ・離島のハンデである輸送コストについて、進出する企業に支援することが必要であることから、国境離島新法を活用するなど制度の充実が求められる。 ・KPIの実績値について、レオパレスや介護学校での雇用対象者数が実数として出ているので、実績0でなくてもよくないか。（→実際の雇用後の助成が発生していないため0としている） |
| 12 | 観光商工課 | 観光・物産情報発信事業 | 本市の観光資源や豊かな山海の幸等の物産の魅力について、大都市圏でPRを実施し、本市の知名度向上及び交流人口の拡大を図るとともに本市物産の販路拡大を図る。 ・大都市圏で観光物産展を開催（東京都、広島県、福岡県） | 委託料 6,290,247円 ・苓岐市観光連盟 | ①物産販売総額 ②物産展総集客数 | ①5,000千円 ②2,000人 | ①6,595千円 ②3,000人 | ①A ②A | 観光物産展を開催する会場について、多くの集客が見込める場所（駅等）を確保できたため、成果指標を達成できた。 また、観光体験メニューのブースや歴史文化のPRブースを設け、苓岐の観光資源の魅力を発信するとともに、東京発の旅行商品を造成し、苓岐への誘客を図ることができた。 | 本市の知名度向上のためには、大都市圏での観光物産PRは必要であるため、開催にあたっては、集客効果の高い会場を確保し、注意喚起を図るイベント等を実施しながら、集客力を高めるとともに、苓岐への誘客を図るための仕掛けを絡めて実施していく。 | B | ・KPI実績は達成しており、高評価の事業である。どこで開催すれば、大きな効果が見込めるか検討し場所・内容を決定していくこと。 |

平成27年度地方創生先行型（基礎・上乘せ）交付金 効果検証シート 【7/29事業評価結果】

【KPI目標達成度】
A：目標達成、B：目標をほぼ達成
80%以上、C：50%以上、D：50%未
満（未着手含む）

【創生会議委員評価】
A：成果が十分に上がっている（事業
継続）、B：相当程度の成果がある
（取組追加、発展）、C：成果が不十
分である（事業内容の見直し、改
善）、D：成果なし（事業中止）

| No. | 担当課 | 事業名 | 事業目的・概要 | 経費内訳 | 重要業績評価指標（KPI） | 目標値 | 実績値 | 達成度 | 取組成果、状況 | 今後の方針 | 創生会議委員意見 | |
|-----|-------|----------------|---|--|-----------------------|-------------|------------|----------|---|--|----------|--|
| | | | | | | | | | | | 評価 | 本事業における意見 |
| 13 | 観光商工課 | 杵岐焼酎魅力発信事業 | 杵岐焼酎は、麦焼酎発祥の地である杵岐市の特産品であり、WTOの地理的表示の産地指定も受けているが、知名度が高いとは言えないため、知名度向上及び販路拡大・消費拡大を目的とする。 ・大都市圏において、TV、新聞、雑誌等による広報活動を実施する | 委託料 5,076,000円 ・西日本新聞広告社 | 杵岐焼酎の出荷量の対前年比増 | 7% | 3.7% | C | 杵岐焼酎と併せて、杵岐の食を中心とした特産品もPRを実施することで、情報発信の効果を高めることができた。 しかし、事業期間が短期間であったため、成果指標を達成するまでには至らなかった。 出荷量 H26 2242kl → H27 2325kl | 近隣の大都市圏である福岡市における杵岐焼酎の情報発信事業は、知名度・認知度向上には必要であると考え。杵岐焼酎のオリジナリティ（原料・歴史・伝統など）をPRするとともに、若者や女性向けの飲み方の工夫や提案を行い、消費者の層を拡大する。 また、情報発信と合わせて、販路を拡大するための具体的な施策を実施し、市場流通量や生産量の拡大を図る。 | B | ・七蔵めぐりや乾杯条例など実施すれば醸造界タイムスなどで取り上げられており、全国版で広報されている事例がある。お金のかからない宣伝もできるのではと考えられるため、検討を願う。 |
| 14 | 観光商工課 | 杵岐産品活用商品開発事業 | 離島であり、長崎県第2位の広さを誇る深江田原を有する杵岐市は、農業・漁業が盛んであり、多くの農水産物があるが、これらの地域資源を活用した加工品は少ない状況である。 これらの地域資源を活用した商品開発を行い、杵岐産品の付加価値向上を図る。 ・杵岐産品の加工品開発及び開発商品取扱い販売店の確保 | 補助金 3,000,000円 ・杵岐市観光連盟 | ①商品開発件数 ②開発商品取引先件数 | ①2品 ②10件 | ①3品 ②3件 | ①A ②D | 商品開発に関しては、既存の柚子加工商品のパッケージリニューアルを実施したが、より購買ターゲットとなる女性の目に留まる商品となっている。事業終了時点の取引件数は目標値に達していないが、商談を行った15社とは継続して商談中であり、販路拡大が期待できる。 | 柚子加工商品は、一般的に、外国人旅行者のお土産品として東京伊勢丹でも人気の商品となっており、国内外で商品展開が期待できる商品なので、外国人にも受け入れられるパッケージデザイン等について研究の必要がある。 また、杵岐市の農水産物を活用した新商品開発については、市場や消費者のニーズを考慮した戦略的な商品開発を実施し、販路開拓までを一連の事業として取り組む。 | B | ・産品が多く、どの産品を開発して行くのか選択が難しいと思うが、毎年度産品を絞っていくことができないか。 |
| 15 | 政策企画課 | 島外通勤・通学交通費助成事業 | 船舶及び航空機の利用による市民の島外への通勤及び通学を支援し、本人及び家族の島外への移住を抑え、定住人口の減少に歯止めをかけるとともに、将来のUターンを促進し市の活性化を図るため、通勤・通学に係る交通費の一部を助成する。 ・通勤、通学にかかる船舶運賃の助成（毎日通勤通学500千円/年、週単位通勤200千円/年） | 補助金・助成金 6,284,420円 （交付金5,290,890円） | 島外への移住を控えた者の転出抑制数 | 30人 | 36人 | A | 雇用の創出・確保が困難な状況の中で、福岡都市圏を中心とした島外に雇用の場を求めて通勤することも、選択肢であり、制度活用者も増えてきている。 | 人口減少に歯止めをかけるためにも、本制度を継続する必要がある。 しかし、通勤のための船のダイヤ設定を要請する必要や、割引制度の強化など、制度の見直しも必要である。 また、本制度を知らない方もいるため、市民への周知が必要である。 | B | ・杵岐から通勤することができるように、ダイヤ改正時など九州郵船に提案してはどうか。 ・KPIの達成はされているが、まだこの制度を知らない方もいるようなので周知し、定住人口の確保に努めること。 |

平成27年度地方創生先行型（基礎・上乘せ）交付金 効果検証シート 【7/29事業評価結果】

【KPI目標達成度】
A：目標達成、B：目標をほぼ達成
80%以上、C：50%以上、D：50%未
満（未着手含む）

【創生会議委員評価】
A：成果が十分に上がっている（事業
継続）、B：相当程度の成果がある
（取組追加、発展）、C：成果が不十
分である（事業内容の見直し、改
善）、D：成果なし（事業中止）

| No. | 担当課 | 事業名 | 事業目的・概要 | 経費内訳 | 重要業績評価指標（KPI） | 目標値 | 実績値 | 達成度 | 取組成果、状況 | 今後の方針 | 創生会議委員意見 | |
|-----|-------|----------------------------|--|--|--|--|--|---|---|---|----------|---|
| | | | | | | | | | | | 評価 | 本事業における意見 |
| 16 | 政策企画課 | WEB・アプリ開発技能者育成・教育事業 | <p>各岐市において、即戦力としてのWEB・アプリ開発技能者を育て、雇用やテレワーク、SOHOも含めた多様な就業形態を準備する。またWEB・アプリ開発事業所を設立し、仕事の地産地消及び技術力の外販を行う。</p> <p>・各岐アプリ塾を開塾し技能者を育成する。塾で使用するテキストの作成やIターンによる講師の雇用を行う。</p> | <p>補助金 35,400,000円</p> <p>・各岐ビジョン(株)</p> | <p>①WEB・アプリ開発指導者</p> <p>②WEB・アプリ開発者</p> <p>③アプリ塾の学生受講者</p> <p>④WEB・アプリ開発事業所設立</p> | <p>①2人</p> <p>②4人</p> <p>③10人</p> <p>④1社</p> | <p>①2人</p> <p>②19人</p> <p>③2人</p> <p>④1社</p> | <p>①A</p> <p>②A</p> <p>③D</p> <p>④A</p> | <p>各岐アプリ塾での講義に、当初想定していた人数を超える30名の応募があった。4つのコースを設定し60h～150hの講義を行い、最終的に19名の技術者を育成した。2名の開発指導者の雇用及び開発事業所の設立と合わせKPI達成に大きな成果が見られ、ITによる新産業創出のスタートが図れた。一方で、学生受講者については、目標に届かず課題もあった。</p> | <p>ITによる新産業として確立させるためには、技術を取得した19名や設立した事業所が、それぞれ自走できる人材、会社に成長しなければならぬ。そのためには、OJTによる研修を実施し実際に収入を得る人材までスキルアップさせることや、事業所の営業による仕事の獲得が重要であることから、働きながら学習できるテレワークセンターの整備や仕事の獲得に、新型交付金の活用などによる支援を行っていく。また、アプリ塾での新たな技術者育成も継続させる。</p> <p>なお、課題であった学生受講者については、学校との打ち合わせや時間帯の工夫により獲得し、離島で働ける産業として理解を得て定住に繋げる。</p> | B | <p>・地域おこし協力隊を活用し、開発指導者を島外から雇うことで人口増加が図られることに加え、技術者がスキルを島内に広めれば幅広く人材教育ができるのではないかと。</p> <p>・仕事には責任があり、技術が伴わなければ成り立たない世界。数か月の教育で仕事ができるのか。</p> <p>・低コストであり良い事業であると思えるが各岐で実際に仕事があるのか、とれるのか心配であるが、仕事の確保に力を入れなければならない。</p> |
| 17 | 政策企画課 | 重要交通インフラである運航情報のリアルタイム発信事業 | <p>各岐市の重要交通インフラである船舶の運航情報を、観光客やビジネス来島者及び高齢者が多い市民に対し、ケーブルテレビやスマートフォンアプリ、ホームページなど様々なメディアを活用して情報提供し、交流人口の拡大を図る。</p> <p>・九州郵船運航情報アプリを作成する。市民及び観光、ビジネス来島者へ広く周知する。</p> | <p>補助金9,500,000円</p> <p>・各岐ビジョン(株)</p> | <p>①運航情報の取得方法に関する市民の認知度</p> <p>②運航情報の取得方法に関する来島者の認知度</p> <p>③運航情報の発信状況に関する利用者の不満</p> | <p>①100%</p> <p>②100%</p> <p>③0%</p> | <p>①100%</p> <p>②100%</p> <p>③0%</p> | <p>①A</p> <p>②A</p> <p>③A</p> | <p>本土との重要交通機関である船舶の運航情報については、これまででは欠航や寄港地変更などの情報は直前の放送でしか把握できなかったが、運航情報システムの導入により、情報をリアルタイムに把握できるようになり、市民生活の向上につながっている。また、観光客等各岐市を訪れる来島者に対しても情報を提供できるようになったことから、来島者の増加にも期待できる。また、全戸配布のチラシや各港への情報カードの設置など周知を図っている。</p> | <p>スマートフォンアプリやケーブルテレビ、ホームページ及びサービス情報カードなどでさらに周知を行い船舶の利便性向上を図る。また、航空機や船舶など新たに参入する交通機関についても運用できる体制を整えていく。</p> | B | <p>・航空機の運航情報も発信できるよう検討すること。</p> <p>・サービスの向上につながった事業と考えられるが、民間の役割、行政の役割を明確にしておくこと。</p> |
| 18 | 政策企画課 | 各岐市ふるさと特産品広告事業 | <p>各岐産品の知名度向上、販路拡大、消費拡大のため、各岐市ふるさと納税などを活用して特産品を広く宣伝する。</p> <p>・大都市圏において、TV、新聞、雑誌等による広報活動を実施する</p> | <p>委託料 2,052,000円</p> <p>・西日本新聞広告社</p> | <p>ふるさと納税の各岐牛販売額増</p> | <p>20%</p> | <p>240%</p> | <p>A</p> | <p>ふるさと納税を活用した特産品の販売促進について、今回は福岡都市圏を中心に情報発信を行った。テレビ、ラジオ、新聞等を活用して宣伝を行ったが、KPIにもでていくように非常に効果的であった。各岐牛をはじめ、今後の特産品の販路拡大の可能性を非常に感じた。</p> | <p>各岐市特産品の知名度向上を図るうえで、ふるさと納税の制度活用が効果的であるため、さらに全国にPRを行い販路拡大、消費拡大を図る。</p> | A | <p>・ふるさと納税を特産品の需要を拡大させるツールとして積極的にPRさせることが必要。</p> <p>・事業の成果は確実に上がっており評価は高い。ふるさと納税を前面に出して広告するなど継続して取り組み販路拡大、消費拡大を図ること。</p> |