

地方創生加速化交付金に係る事業実施結果報告  
(各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等)

【単独事業分】

No	① 交付対象事業の名称	② 交付対象事業実績内容概要	③ 本事業における重要業績評価指標(KPI)				④ 本事業終了後における実績値		⑤ 実績値を踏まえた事業の今後について		⑥ 外部有識者からの評価		⑦ 各事業の評価等を踏まえた地方版総合戦略の見直しの必要性	
			指標	指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	今後の方針	今後の方針の理由	事業の評価	外部有識者からの意見	有・無 有の場合は内容	
1	相和地区活性化事業	<p>○相和ブランドの創出事業として、「売れる体験交流」と「売れる食」の提供を目指し事業を行いました。これは、都市住民や外国人旅行者の田舎体験ニーズの高まりに対し、都心から車で1時間程で到着できる農村・里山空間と、そこで暮らす人々の温かさという「強み」を活かし、既に実施している体験事業等の深化や他地域との差別化により、「体験交流」と「食」を軸としたブランド化を図ることで地域住民の所得向上や新たな雇用の拡大を図るものです。</p> <p>体験交流事業に関わる地域住民等の人材育成のため、3回の研修会及び3泊4日の体験交流指導者養成講習会を開催しました。また、相和地域に人を呼び込むため情報誌等を制作し、相和地域の魅力を都市部に向けて情報発信しました。売れる食に関しては、「ご当地弁当」の販売事業化に向けて検討を進めてきましたが、地域住民による販売体制の確立には至らなかったため、引き続きブラッシュアップ等を行い、売れる食の提供を目指します。</p> <p>○フェイジョアは、柑橘類の転換作物として植栽されましたが、その生産量の低さから国内では希少な果樹となっていますが、町内の菓子店等によるスイーツ開発が行われ、徐々に注目を集めています。しかし、栽培技術が未熟で生産量も少ない状況であるため、生産体制の構築等を行うことで更なる普及拡大を図るものです。</p> <p>普及拡大に向けて部会を立ち上げ、有識者により年4回の講習会を行い、生産技術の向上に努めるとともに、フェイジョアの生育に必要な資器材を整備しました。合わせて、生産拡大を目指し、農業者への苗木購入補助を行いました。</p> <p>また、フェイジョア認知度向上のため、プロモーション動画を制作し、町HPへ載せたり、都市部において情報発信を行いました。</p>	指標①	農業体験指導者育成人数	6	人	H29. 3	26	地方創生に非常に効果的であった	追加等更に発展させる	経済効果につながる事業として28年度は、加速化交付金を受け、「売れる体験交流」と「売れる食」のブランド化を目指す事業へ発展させている。今後は、推進交付金を活用し、更なる事業展開を図り事業を進める。	総合戦略のKPI達成に有効であった	フェイジョアを使用した商品活動において、ターゲットに対し適正な時期や価格等を見極めて事業を進めていただきたい。 また、6次産業化については、他の地域を見ても戻つぼみで終わってしまっている例が多いので、6次産業化の核となる農業が発展する事業を推進し、雇用環境の創出につなげていただきたい。	有： 農業体験受入数のKPIについては、受け入れ状況により人数が大きく異なる(学生受入れについていえば、同じ学校でも人数が毎年違う等)。件数標記を加える。
指標②	農業体験受入数	2,300	人	H29. 3	1,654									
指標③	ご当地弁当販売額	360,000	円	H29. 3	520,000									
指標④	フェイジョア販売額	150,000	円	H29. 3	300,000									
2	未病関連産業集積支援事業	<p>地域経済の再生を図るため、未病いやしの里センター内の空きテナントを活用し、未病関連産業(健康機器・健康用具、健康食品等)の集積を図るため、サテライトオフィス、インキュベーションオフィスを整備し、進出企業や新規創業に伴う雇用創出を図ることを目的として事業を行いました。</p> <p>○町のPRなくして未病関連産業の集積を図ることは難しいため、そのプロモーション活動として、町のプロモーション動画を制作しました。</p> <p>○未病いやしの里センター主体事業者の空きテナントをサテライトオフィス、インキュベーションオフィスとして改装を補助し、3月に完了しました。</p> <p>○サテライトオフィス等の進出には、地元との有効な関係構築も必要であるため、そのサポートをするコンシェルジュとして、未病の取組みに関する協定を結んだよしもと興業から人材派遣を委託しました。(大井町笑顔特派員スベリー・マーキュリー)</p> <p>○ICT導入支援及び創業支援を行うため、主体事業者のテレワーク導入セミナーの開催を補助し、3月に開催しました。</p> <p>○サテライトオフィス、インキュベーションオフィスの進出と併せ、ワークライフバランスの実現に向け、町内の空き家2件をお試し用住宅として改修しました。</p>	指標①	サテライトオフィス、インキュベーションオフィストライアル参加事業者数	5	件	H29. 3	1	地方創生に効果があった	事業の継続	未病関連産業(健康機器・健康用具、健康食品等)の集積や、サテライトオフィス、インキュベーションオフィスの運営は、実施主体は、未病いやしの里センターの主体事業者が継続して行っていく。	総合戦略のKPI達成に有効であった	未病いやしの里センターへのサテライトオフィス、インキュベーションオフィスの整備においては、民間事業者とともに整備するものの、その事業の進捗は切羽詰まったものと感じる。空家の改修についても、所有者との調整等に時間を要した部分もあるが、結果としてKPIの達成には、至っていない。しかしながら、これら事業は、雇用環境の創出や移住にもつながるはずなので、追加、発展等させるなどして継続して行っていただきたい。	無
指標②	ワークライフバランス実体験参加事業者数	2	件	H29. 3	1									
指標③	テレワーク導入支援セミナーの開催	2	回	H29. 3	1									
指標④	創業支援セミナーの開催	2	回	H29. 3	0									

【広域連携事業分】

No	① 交付対象事業の名称	② 交付対象事業の内容及び実績	④ 本事業における重要業績評価指標(KPI)				⑤ 本事業終了後における実績値		⑦ 実績値を踏まえた事業の今後について		⑥ 外部有識者からの評価(案)		⑨ 各事業の評価等を踏まえた地方版総合戦略の見直しの必要性	
			指標	指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	今後の方針	今後の方針の理由	事業の評価	外部有識者からの意見	有・無 有の場合は内容	
1	未病の戦略的エリア「未病いやしの里」構築事業	<p>○「未病いやしの里センター」をPRし、地域のにぎわい拠点の構築を通じた商業振興施策の推進を図るため、普及啓発イベントを開催しました。</p> <p>・未病いやしの里センターのPR動画の上映やスポーツイベント等開催(8月ひょうたん祭り)、ME-BYOフェスタ(10月に未病いやしの里センター敷地内の体育館にて、お笑いイベント、スポーツイベントを同時開催)</p> <p>○「未病を治す」健康生活普及促進事業として、健康指標の測定機器の購入設置、消耗品、記録手帳を作成し、「未病センター」として町保健センターが認証を受けるとともに、健康生活普及イベントを3月に開催しました。</p> <p>○「未病いやしの里センター」の主体事業者において、「未病いやしの里センター」プロモーションのための動画制作、スマホ対応活動量計による健康チェックウォーキングの推進、記録カードの作成の補助を行いました。</p>	指標①	住民の健康増進を図るため「未病の見える化コーナー」を設置し、「未病センター」として県の認証を受ける	認証を受ける		H29. 3	認証を受けた						
			指標②	「未病いやしの里センター」啓発イベント開催	3	回	H29. 3	3	地方創生に相当程度効果があった	事業の継続	今後も未病いやしの里センターが整備される町として、未病に関する取組みを進める。引き続き、「未病センター」して認証を受けた町保健センターの運営や未病いやしの里センターの周知に関するイベントを行い、未病いやしの里センターの主体事業者においては、引き続き地元企業等とのマッチングを進める。	総合戦略のKPI達成に有効であった	「未病センター」として認証を受け、「未病の見える化コーナー」により、住民の健康の見える化が図れたり、未病いやしの里センターが整備される場所等の周知にも一定の効果があったと感じるが、未病いやしの里センターとの地元企業等マッチングにおいては、センター自体の具体的な整備がこれからという点もあるので、継続して行っていただきたい。	無
			指標③	「未病いやしの里センター」への地元企業等マッチング	2	件	H29. 3	0						
2	あしがらローカルブランディング推進事業	<p>○南足柄市、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町の足柄上地区1市5町で統一されたコンセプトのもとでエリアとして地域イメージの浸透を図り、市町の枠を越えて地域の特性や個別の観光振興策をより効果的なものとするためブランディングに向けた取り組みを進めました。</p> <p>産官学金労言等の有識者で構成する検討部会や各市町それぞれ活動されている団体の方々とワークショップ等を重ね、「あしがら」エリアとしてのブランドコンセプトをたてました。このイメージを視覚化した「ロゴ」、「プロモーション動画」等を作成し、小田急線電車内モニター上映、新宿駅等における観光イベントを行い、専用のホームページやFacebookも公開しました。</p>	指標①	マーケティング調査	1	回	H29. 3	4						
			指標②	地域内外におけるイベント開催数	4	回	H29. 3	4	地方創生に相当程度効果があった	追加等更に発展させる	観光振興等による経済効果につながる事業として今後も継続して行っていく。平成29年度は、地域内への浸透をはかり、地域のブランド化の確立を目指していく。また、各市町の既存事業との連携し、広域での観光イベントの開催など事業展開を図る。	総合戦略のKPI達成に有効であった	あしがらとして、エリアのPRをした事業は、観光振興等に効果が得られるものだと感じる。しかし、KPIはすべて達成しているものの、まだ事業自体も認知度が低いのが現状である。引き続き、各市町それぞれ活動している団体の人達等の協力により事業を行っていただきたい。	無
			指標③	モニターツアーの開催	2	回	H29. 3	4						