

地方創生関係交付金に係る事業の効果検証

【⑤本事業終了後における実績値 事業効果】	◎・・・本事業は地方創生に非常に効果的であった(実績が目標値を上回った) ⇒3点 ○・・・本事業は地方創生に相当程度効果があった(目標値を上回ることにはなかったものの目標値を相当程度(7割～8割)達成) ⇒2点 △・・・本事業は地方創生に効果があった(目標値を上回ることにはなかったものの事業開始前よりも改善したなど) ⇒1点 ×・・・本事業は地方創生に対して効果がなかった(実績値が本事業開始前の数値よりも悪化しているなど) ⇒0点
【⑥外部有識者からの評価 事業の評価】	○・・・本事業が地方版総合戦略のKPI達成に有効であった ×・・・本事業は地方版総合戦略のKPI達成に有効とは言えなかった
【⑦実績値を踏まえた事業の今後について 今後の方針】	①・・・事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる ②・・・事業内容の見直し(改善)を行う(または、行った) ③・・・特に見直しをせず事業を継続する ④・・・継続的な事業実施を予定していたが中止した ⑤・・・当初予定通り事業を終了した

※判断基準
「事業効果(◎,○,△,×)」をそれぞれ点数化し、事業ごとの合計点を指標数で除した平均値を出します。
平均値2点以上を○、2点未満を×としています。

No	交付金名	① 交付対象事業の名称	② 主な事業実績	③ 事業担当課(実施計画)	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			⑥ 外部有識者からの評価		⑦ 実績値を踏まえた事業の今後について			
					実績額 単位:円	指標	事業開始前実績値	指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	平均点	実績値の要因	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	今後の方針の理由
1	東御市湯の丸高原スポーツ交流施設魅力アップ事業	湯の丸高原荘改修工事(浴室増築)、(測量設計監理・改修工事)	文化・スポーツ振興課 スポーツ係	73,785,000	指標① 湯の丸高原荘合宿泊数	0	2,100	泊	R7.3	5,238	◎	3	認知度が向上し、利用者が増加した。	○ 特になし	◎	当施設の認知度は順調に伸びてきているため、引き続き利用者数が増える。		
指標② 湯の丸高原スポーツ交流施設利用者数	6,404	8,504	人	R7.3	9,114	◎	認知度が向上し、利用者が増加した。											
指標③ 湯の丸高原観光消費額	1,015,265	1,023,665	千円	R7.3	1,942,050	◎	利用者増加により、観光消費額の増加に繋がった。											
2	地方創生拠点整備交付金(2018年繰越・2019年開始事業)	官民一体となった健康づくりプラットフォーム整備のための健康増進施設リノベーション事業	商工観光課 観光係	79,783,000	指標① 入館者数	231,300	242,100	人	R7.3	193,548	○	2	リピーターを確保しつつ、スポーツゾーンと一体になった利用者増の取り組みを実施。	○ 市民に対するPRが不足しているように感じる。年代別の利用時間などを研究するなど、利用率の増加させることが必要である。	◎	コロナ禍後は増加傾向を重ねているが、R2年度のコロナ禍による減少幅が大きく挽回に至っていないので、今後は複数の魅力を繋いだメニュー作成による集客の取り組みが必要。現在取組を行っている。市民利用の掘り起こしと、更なるPRにより、リピーターを確保しつつ、新規の利用者増に取り組む。		
指標② エクササイズ・スタジオ、トレーニングジム延べ利用者数	65,500	70,000	人	R7.3	68,188	○	市民への新規加入キャンペーンなどを実施。											
指標③ 中心市街地・歩行者数(5、7、10、2月の第1金曜日の8:00～18:00平均歩行者数 定点測定)	380	660	人	R7.3	480	○	施設の利用者等を増加させることや、商店街と一体になったイベントを開催。											
3	地ビール製造工場大規模改修事業	地ビール等醸造施設増設工事(実施設計監理、改修工事) 事業主体:信州東御市振興公社	企画振興課 企画政策係	549,555,000	指標① 自社醸造量(全体)	275,400	490,400	ℓ	R7.3	239,848	△	1.67	自社製品の醸造量を増加させていく意向であったが、既存取り扱い商品の売り上げが落ち込まず、経営計画の観点から、自社醸造量を調整したため。	× 複合施設への来場については、観光ツアーの一環とするので増加が見込めるのではないかと。また、入浴者に対して特典を付与し、それを広くPRするなどの工夫も必要でないか。	◎	自社醸造量については、消費動向を踏まえ、事業実施に取り組む。複合施設への来場者については、デジタルサイネージの導入等による利用満足の向上を図り、来場者数も増加に取り組む。		
指標② 複合施設(地ビール工場及びワイン&ビュッフェ)来場者数	16,399	33,899	人	R7.3	8,965	△	コロナ禍による来場者数の減少から回復できていない。											
指標③ 地ビール売上高	195,948	345,588	千円	R7.3	355,052	◎	自社製品(外部製造委託を含む)の認知度の向上等による影響により増加となった。											
4	地方創生拠点整備交付金(2021年度開始事業)	地域循環サプライチェーンを活かした地域活力の増進拠点整備事業(R3～R7)	商工観光課 観光係	67,122,000	指標① 当該施設を活用して新たに就労した就業困難者及びその保護者等	0	190	人	R7.3	34	△	1	認知度が向上し、利用者が増加した。	× 特になし	◎	引き続き、PR等を実施し、宿泊者数の向上に努める。		
指標② 当該施設から就業困難者を受け入れる事業者数	0	18	事業体	R7.3	11	△	利用者増加により、観光消費額の増加に繋がった。											
5	地方創生拠点整備交付金(2021年度開始事業)	GMOアスリートパーク湯の丸合宿泊機能強化事業(R3～R7)	文化・スポーツ振興課 スポーツ係	379,743,100	指標① 新設合宿泊施設泊数	0	4,680	泊	R7.3	5,445	◎	3	認知度が向上し、利用者が増加した。	○ 特になし	◎	引き続き、PR等を実施し、宿泊者数の向上に努めてまいります。		
指標② 来訪者による域内消費額	0	28,080,000	円	R7.3	503,890,000	◎	利用者増加及び知名度向上により、観光消費額の増加に繋がった。											
6	地方創生拠点整備交付金(2021年度開始事業)	東御市移住体験交流促進施設整備事業(R3～R7)	企画振興課 移住定住・シテプロモーション係	4,268,400	指標① 当該施設の移住体験及び交流者利用者数	0	150	人	R7.3	185	◎	2.5	アフターコロナで移住検討に伴う体験活動が増加した	○ 特になし	◎	引き続き、セミナーやwebにおいて施設の積極的なPRを通じて、施設利用者数の増加を図る。		
指標② 行政サポートによる移住者数	30	135	人	R7.3	124	○	移住体験交流施設の積極的なPRや付随した移住体験ツアーの実施により、概ね指標値どおり。											
7	地方創生推進交付金(2024年度開始事業)	東御市シテプロモーション強化事業(R6～R8)	企画振興課 移住定住・シテプロモーション係	9,576,000	指標① 地域へのUIJターナー数	39	40	人	R7.3	38	○	1.25	移住者交流会の実施や就業サポートの実施により移住が図られ、概ね指標値どおり。	× 市の強みだけでなく、以前の調査で全国難読市1位だったことなどを、ワークポイントを活かしプロモーションを実施したらどうか。	◎	移住施策は成果が即時に表れにくく、長期的な取組の積み重ねが重要。若い世代や子育て世帯をターゲットとし、デジタルを活用したPRを継続的に実施するほか、就業サポート強化することで働き世代への訴求を図る。		
指標② 人口の社会増減数	6	81	人	R7.3	-41	×	10代後半～20代の転出超過が顕著であり、進学や就職による影響が見られる。											
指標③ ふるさと納税寄附件数	18,135	25,000	件	R7.3	23,338	○	指標値には満たなかったものの、返礼品の充実等を通じて寄附額は年々増加している。											
指標④ 認知度ランキング(長野県内19市)	19	18	位	R7.3	19	△	PR強化を進めたが他市も施策を拡大しているため、相対的順位は維持。											