

○地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金(地方創生先行型)事業一覧

(単位:円)

No.	事業名称	総事業費	左の財源内訳			担当課 評価	審議会 評価
			国	県	町		
1	総合戦略策定事業	5,736,120	4,647,400		1,088,720	A	A
2	空き家住宅等情報提供体制整備事業	5,400,000	5,400,000			C	A
3	農産物販路開拓推進事業	5,864,118	5,864,118			C	A
4	観光プロモーション事業	14,014,478	13,432,994		581,484	C	A
5	観光プロモーション事業 (観光案内所運営事業)	1,620,000	1,620,000			C	A
6	観光プロモーション事業 (役場庁舎無線LAN環境整備事業)	430,488	430,488			C	A
7	観光プロモーション事業 (朝ごはん条例地産地消費まつり)	2,000,000	2,000,000			C	A
	合計	35,065,204	33,395,000		1,670,204		

事業効果の判定基準について(担当課評価)

A	本事業は地方創生に非常に効果的であった (指標が目標値を上回ったなどの場合を選択してください)
B	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はなかったものの目標値を相当程度(7割~8割)達成した場合を選択してください)
C	本事業は地方創生に効果があった (目標値を上回ることはなかったものの事業開始前よりも改善したなどの場合を選択してください)
D	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の場合を選択してください)

事業効果の判定基準(審議会評価)

A	本事業が鶴田町まち・ひと・しごと創生総合戦略のKPI達成に有効であった
B	本事業が鶴田町まち・ひと・しごと創生総合戦略のKPI達成に有効とは言えなかった

# 地方創生先行型事業効果検証シート

1	担当課	総務課	班名	まちづくり班
2	事業名称	総合戦略策定事業		
3	事業期間	平成27年6月4日 ～ 平成27年10月31日		
4	事業目的・対象等	基幹産業である農業の振興と観光資源を有する本地域の特性を踏まえ、町特産品の新たな販路開拓と観光振興による地域の活性化という好循環を生み出す総合戦略を策定する。		
5	事業内容	「鶴田町まち・ひと・しごと創生総合戦略」、「鶴田町人口ビジョン」の作成		
6	実績・効果等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鶴田町まち・ひと・しごと創生総合戦略推進本部会議の開催(12回)</li> <li>・鶴田町まち・ひと・しごと創生総合戦略推進プロジェクトチーム会議の開催(3回)</li> <li>・鶴田町まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会の開催(4回)</li> <li>・総合戦略アンケート実施 町民1,500名(H27.7.1～H27.7.15)回収率42.9%</li> <li>・パブリックコメントの実施(H27.9.16～H27.9.30)意見なし</li> </ul>		
7	重要業績評価指標(KPI)	※KPI設定なし		
8	担当課意見	A	A 非常に効果的であった    B 相当程度効果があった C 効果があった                D 効果がなかった	
9	上記の理由	「鶴田町まち・ひと・しごと創生総合戦略」、「鶴田町人口ビジョン」を目標どおりに策定することができた。(平成27年10月15日)		
10	評価及び今後の方針			

## 地方創生先行型事業効果検証シート

1	担当課	総務課	班名	人事行政班
2	事業名称	空き家住宅等情報提供体制整備事業		
3	事業期間	平成27年7月6日 ～ 平成28年3月18日		
4	事業目的・対象等	十分に管理がなされない空き家が増加していることから、管内の空き家を調査・分析する。さらに利活用可能な家屋については、情報提供するシステムを構築し、UIターン等を考えているひとに対して情報提供を行い、移住・定住を促す。		
5	事業内容	空き家等対策計画策定業務 ●空き家予備調査、現地調査、空き家所有者意向調査、不動産業者関連事業者ヒアリング ●基本目標及び基本方針、空き家等の適切な管理に関する施策の立案、空き家等の利活用に関する施策の立案、特定空き家等に関する対処方針 ●計画策定委員会等の実施		
6	実績・効果等	●現地調査及び聞き取り調査の結果 空き家は269件 ●利活用可能、または簡易な修繕程度で利活用が可能な空き家は195件(72.5%) ●特定空き家(周囲に迷惑をかけている空き家)は47件(17.5%) ●住宅の不良度の高い空き家は29件(10.8%) ●空き家調査の結果に基づき、空き家の情報を整理した空き家台帳を整備 ●庁内に空家等対策検討委員会を設置し、2回の会議開催を経て空家対策基本方針及び空家等対策計画素案を策定 ●今後は、学識経験者等で組織する空家等対策協議会で対策計画素案について協議し、対策計画の決定、対策計画に基づいた施策の実施を推進		
7	重要業績評価指標(KPI)	移住について具体的な相談に入っている件数:1件 →(H27実績:0件)		
8	担当課意見	C	A 非常に効果的であった B 相当程度効果があった C 効果があった D 効果がなかった	
9	上記の理由	空き家情報をまだ公表していないため、移住に関する相談はなかったが、空き家調査の実施により空き家台帳を整備するとともに、対策計画の素案が完成したことにより、今後の移住・定住促進に係る情報提供体制の基盤整備につながった。		
10	評価及び今後の方針	・27年度に空き家住宅の情報提供体制まで整備することはできなかったが、空き家実態調査は実施し、事業開始前より改善している。 ・空き家情報を提供できる体制整備までには、事業を継続していく必要がある。		

## 地方創生先行型事業効果検証シート

1	担当課	産業観光課	班名	農業振興班
2	事業名称	農産物販路開拓推進事業		
3	事業期間	平成27年9月14日 ～ 平成28年3月10日		
4	事業目的・対象等	当町は、昭和40年代から転作作物として作付けされたスチューベンぶどうの生産が盛んで作付面積及び生産量は日本一を誇っている。現在、スチューベンの販路は関東までは十分あるが、東海以西から極端に少ないため、新たな販路開拓に向けて、行政・生産者・JA・市場関係者と一緒になってさまざまなアプローチによるPR事業を展開する。		
5	事業内容	①スチューベントップセールス及び生産者が行う販路開拓(愛知県) (H27.12.4～H27.12.5、名古屋市中央卸売市場・アピタ大府店・アピタ鳴海店・アピタ東海道店) ②スチューベントップセールス及び生産者が行う販路開拓(東京都) (H28.1.8、東京都大田市場・イトヨーカドー大森店) ③スチューベンスイーツコンテスト (H27.12.20、町国際交流会館) ④スチューベンプロモーションDVD製作		
6	実績・効果等	①スチューベントップセールス及び生産者が行う販路開拓(愛知県) ②スチューベントップセールス及び生産者が行う販路開拓(東京都) ③スチューベンスイーツコンテスト ④スチューベンプロモーションDVD製作 ①～④は別紙参照  ※プロモーション活動 ・H27.12.6、TBSラジオ日曜サンデーへ津軽ぶどう協会会長成田義弘氏出演 ・H27.12.20、RABラジオ公開放送番組へスイーツコンテストの同時開催 ※マスコミ報道 8回		
7	重要業績評価指標 (KPI)	商談を行っている件数:2件 →(H27実績:0件)		
8	担当課意見	C	A 非常に効果的であった    B 相当程度効果があった C 効果があった                D 効果がなかった	
9	上記の理由	スチューベンの知名度がない大都市圏において初めてトップセールスを行うことができ、販路拡大のための足がかりができた。また、実際に試食させてみて消費者の良い反応をみることもできた。大田市場においては、試食してもらった仲介人達と意見交換し貴重なアドバイスをもらうことができた。今後も継続して販路拡大を行っていく。 また、スイーツコンテストの開催により、ブランド化への取組についてアピールでき、優勝作品をレストラン山崎で販売し、加工品としての商品化について可能性を広げることができた。DVDについても、今後のプロモーションに役立つと思われる。		
10	評価及び今後の方針	・KPIは達成できなかったが、特産のスチューベンぶどうのトップセールスをこれまで実施していない地域で実施し、また好評であり事業開始前より改善している。 ・農産物販路開拓の効果が出るまでには相当の時間が必要である。		

## 地方創生先行型事業効果検証シート

1	担当課	産業観光課 総務課	班名	商工観光班 まちづくり班
2	事業名称	観光プロモーション事業		
3	事業期間	平成27年9月17日 ～ 平成28年3月31日		
4	事業目的・対象等	平成28年3月の北海道新幹線開業を控え、より具体的な誘客策として着地型旅行商品開発、首都圏における観光プロモーションイベントを展開し、青函圏を目指す観光客の取り込みを中心に国内観光客の増加を図る。また、インバウンド観光分野はウェブサイトを中心とした情報発信を強化することにより、交流人口の増加を図る。		
5	事業内容	①観光プロモーション業務 ②観光情報サイトリニューアル業務 ③観光施設案内看板等設置業務 ④観光パンフレット及びポスター製作業務 ⑤つるりんPRグッズ製作業務		
6	実績・効果等	①鶴田町シティプロモーションイベント「ツルタの恩返し」開催 (H28.2.12 東京駅前・行幸地下通路) ②町観光情報サイト「メダタイツルタ」のマルチデバイス対応化、英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語の各言語に対応したサイト構築 ③駅地下通路版画表示版設置、鶴の舞橋撮影スポット看板設置、冬期仮設トイレ設置 ④パンフレット15,000部、ポスター200部 ⑤鉛筆10,000本、ボールペン2,000本、消しゴム2,000個、ポリ袋10,000枚、ピンバッジ2,000個、ぬいぐるみ100個、フェイスタオル300本、キーホルダー500個、トートバッグ500個、ポロシャツ5着、ウインドブレーカー5着、たすき1本、名札1個		
7	重要業績評価指標 (KPI)	観光客の増加:20,000人 (H25実績:448,500人) →H27実績:441,811人		
8	担当課意見	C	A 非常に効果的であった    B 相当程度効果があった C 効果があった                D 効果がなかった	
9	上記の理由	首都圏(東京都)において、初めて町単独で実施した観光PRイベントは、日本一長い木の橋「鶴の舞橋」のPR、町特産品スチューベンのPRや試食、ツル多はげます会のチャンピオンと対決する吸盤綱引き大会等を行いご好評をいただいたが、観光客の増加には至らなかった。 ただ、PRグッズを利用した観光客の呼び込みや情報サイト等のインバウンド化を含めた情報発信を引き続き行うことにより、観光客の増加につながるものと考えられる。		
10	評価及び今後の方針	・KPIは達成できなかったが、27年度の事業は観光客を迎え入れる体制作りを主としており、28年度以降に効果が反映されると見込まれ事業開始前より改善している。 ・観光産業の取組も農業と同様に相当の時間が必要である。		

## 地方創生先行型事業効果検証シート

1	担当課	産業観光課	班名	商工観光班
2	事業名称	鶴田町観光プロモーション事業 (観光案内所運営事業)		
3	事業期間	平成27年7月23日 ～ 平成28年3月9日		
4	事業目的・対象等	平成28年3月の北海道新幹線開業を控え、より具体的な誘客策として着地型旅行商品開発、首都圏における観光プロモーションイベントを展開し、青函圏を目指す観光客の取り込みを中心に国内観光客の増加を図る。また、インバウンド観光分野はウェブサイトを中心とした情報発信を強化することにより、交流人口の増加を図る。		
5	事業内容	①観光案内用パソコン等設置 ②観光案内用インターネット接続 ③無料公衆LAN(Wi-Fi)設置 ④観光案内用看板設置		
6	実績・効果等	別紙参照		
7	重要業績評価指標(KPI)	観光客の増加:20,000人(H25実績:448,500人) →H27実績:441,811人		
8	担当課意見	C	A 非常に効果的であった    B 相当程度効果があった C 効果があった                D 効果がなかった	
9	上記の理由	当町の道の駅「鶴の里あるじゃ」の施設内に観光PRコーナーを設け、観光客用に設置したパソコンや無線公衆LANにより観光客の状況に合わせた観光情報を提供できる環境づくりを実施した。また、道の駅玄関横には「鶴の舞橋」の案内看板を設置し、道の駅と観光施設間の誘導を考慮してきたが、観光客の増加には至らなかった。 ただ、今事業で整備したものを今後も利活用しPRしていくことによって、観光客の増加につながるものと考えられる。		
10	評価及び今後の方針	・KPIは達成できなかったが、27年度の事業は観光客を迎え入れる体制作りを主としており、28年度以降に効果が反映されると見込まれ事業開始前より改善している。 ・観光産業の取組も農業と同様に相当の時間が必要である。		

# 地方創生先行型事業効果検証シート

1	担当課	総務課	班名	財務班
2	事業名称	鶴田町観光プロモーション事業 (役場庁舎無線LAN環境整備事業)		
3	事業期間	平成27年7月18日 ~ 平成27年9月30日		
4	事業目的・対象等	平成28年3月の北海道新幹線開業を控え、より具体的な誘客策として着地型旅行商品開発、首都圏における観光プロモーションイベントを展開し、青函圏を目指す観光客の取り込みを中心に国内観光客の増加を図る。また、インバウンド観光分野はウェブサイトを中心とした情報発信を強化することにより、交流人口の増加を図る。		
5	事業内容	役場来庁者への利便性向上のため公衆無線LAN環境の整備		
6	実績・効果等	無線アクセスポイント2台設置 (役場内ロビー、国際交流会館)		
7	重要業績評価指標 (KPI)	観光客の増加:20,000人 (H25実績:448,500人) →H27実績:441,811人		
8	担当課意見	C	A 非常に効果的であった    B 相当程度効果があった C 効果があった                D 効果がなかった	
9	上記の理由	KPIは達成できなかったが、現在、平均して1日約35人の利用があるため効果があったといえる。		
10	評価及び今後の方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>・KPIは達成できなかったが、27年度の事業は観光客を迎え入れる体制作りを主としており、28年度以降に効果が反映されると見込まれ事業開始前より改善している。</li> <li>・観光産業の取組も農業と同様に相当の時間が必要である。</li> </ul>		

## 地方創生先行型事業効果検証シート

1	担当課	健康保険課	班名	健康長寿班
2	事業名称	鶴田町観光プロモーション事業 (朝ごはん条例地産地消費まつり)		
3	事業期間	平成27年9月1日 ～ 平成28年3月16日		
4	事業目的・対象等	平成28年3月の北海道新幹線開業を控え、より具体的な誘客策として着地型旅行商品開発、首都圏における観光プロモーションイベントを展開し、青函圏を目指す観光客の取り込みを中心に国内観光客の増加を図る。また、インバウンド観光分野はウェブサイトを中心とした情報発信を強化することにより、交流人口の増加を図る。		
5	事業内容	①鍋料理の開発 ②地元のお米・米粉を使ったスイーツコンテストの開催 ③地産地消費まつり(試食会)の開催 ④地産地消費普及啓発事業		
6	実績・効果等	①鍋料理の開発 (H27.10.18、つるりん鍋試食会・審査会4品×50食、審査員50名) ②地元のお米・米粉を使ったスイーツコンテストの開催 (H27.10.25、国際交流会館で開催、応募数27) ③地産地消費まつり(試食会)の開催 (H27.11.14、町民文化祭でつるりん鍋800食提供) (H27.11.15、町民文化祭でつるりんスイーツ300食提供) ④地産地消費普及啓発事業 (H28.1.3、道の駅つるたでつるりん鍋試食会、H28.2.18、鶴遊館でスイーツ調理実習、H28.2.19、鶴遊館でつるりん鍋試食会、H28.2.26、鶴遊館でつるりん鍋試食会)		
7	重要業績評価指標 (KPI)	観光客の増加:20,000人(H25実績:448,500人) →H27実績:441,811人		
8	担当課意見	C	A 非常に効果的であった    B 相当程度効果があった C 効果があった                D 効果がなかった	
9	上記の理由	町民文化祭、イベント、各調理実習などで、つるりん鍋と米・米粉スイーツを提供し、地産地消費を普及することができた。引き続き、町民文化祭や健康教室、調理実習などでつるりん鍋と米・米粉スイーツを普及啓発していく。		
10	評価及び今後の方針	・KPIは達成できなかったが、27年度の事業は観光客を迎え入れる体制作りを主としており、28年度以降に効果が反映されると見込まれ事業開始前より改善している。 ・観光産業の取組も農業と同様に相当の時間が必要である。		