

平成30年度地方創生交付金事業の検証について

地方創生推進交付金

| 担当課 | 事業名 | 事業内容 | 成果 | 実績額 (H31.3.31) | 重要業績評価指標(KPI) (H31.3.31目標値) | 達成状況 (H31.3.31) | 達成率 (H31.3.31) | 外部有識者からの評価 | 実績値を踏まえた 事業の今後の方針 | |
|-------|----------------|---|---|-------------------|---------------------------------------|--------------------|-------------------|------------|----------------------|---|
| 政策課 | 地域ブランド 発信事業 | <p>【魅力発信】 市民とともに作り上げた地域ブランド「ああ、あわら贅沢。」をイメージするコンテンツを掘り起し発信することでシビックプライドの醸成を図る。</p> <p>【駅周辺まちづくり】 2023年春の北陸新幹線芦原温泉駅開業に向け、地域ブランドのコンセプト「都会にはない贅沢があるまち」を基に、駅周辺のまちづくりを実施する。</p> | <p>【魅力発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> あわらむすびprojectの展開。市内の飲食店12店舗が参加して、「あわらしいおむすび」を開発 商品化。また、「おにぎりアクション2018」に協賛自治体として参加し、イオンモール京都桂川で行われたイベントで、いちほまれのおむすび1000個配布とともにあわら市のPRを行った。 SNSのInstagramを活用したキャンペーンを展開し、「都会にはないぜいたくがあるまち、あわら市」の浸透を図った。(フォロー971、投稿件数2193) 特設ウェブサイトで、県外で活躍するあわら市出身者6人にスポットを当てたインタビュー記事を掲載。ふるさとに対する思いを特集した。 <p>【駅周辺まちづくり】</p> <ul style="list-style-type: none"> 駅周辺の賑わいや交流の創出のための機能や仕組み等の方針を定める「芦原温泉駅周辺まちづくりプラン」を策定した。 駅周辺整備事業とその運営について、民間の資金とノウハウを活用することで、事業コストの削減や質の高い公共サービスの提供など、効率的かつ効果的に事業を進めるPFI手法の導入の検討を行い、課題の整理や事業推進計画(案)を作成した。 | 32,860,826円 | 本市の認知度ランキング (地域ブランド調査／ブランド総合研究所) | 600位 | 582位 | — | 総合戦略のKPI達成に有効であった。 | <p>【魅力発信】 引き続きブランドイメージの浸透を推進するとともに、シビックプライドを醸成する各種事業を企画・実行する。ブランド専門部会を毎月開催し、事業内容を検討・立案する。これまでに掘り起こした、あわらしい素材や魅力を活用した市民向けの体験ツアー等を観光協会と連携して開催し、評価の高いものは着地型旅行商品の候補として提案する。あわらむすびプロジェクトの「あわらむすび」については、効果測定のためのアンケートなどを実施して、参加店舗にフィードバックを図るとともに事業継続を推進する。「おにぎりアクション」については、2019年も協賛自治体として参加。他の協賛企業との連携を深めるとともに、共同企画を実施したい。SNSを活用した情報発信については、キャンペーン結果等を分析し、今後の事業展開を検討する。更に、平成31年度は観光だけでなく、移住定住やふるさと教育などにも活用できる「あわら市プロモーション動画」を制作。市の魅力発信により一層注力する。</p> <p>【駅周辺まちづくり】 平成30年7月に策定した芦原温泉駅周辺まちづくりプランに基づき、駅及び駅周辺を福井県の北の玄関口にふさわしい交通結節点と魅力発信拠点として、駅利用者の利便性の向上を図るとともに、市民に親しまれ、市民と来訪者が集い、ともに憩えるエリアとして整備することで、駅周辺のさらなる賑わいを創出する。</p> |
| | | | 本市の魅力度ランキング (地域ブランド調査／ブランド総合研究所) | | 400位 | 405位 | — | | | |
| | | | 本市に愛着を感じる市民の割合 (市民アンケート) | | 46% | 38% | — | | | |
| | | | 本市にこれからも住み続けたいと思う市民の割合(市民アンケート) | | 62% | 47% | — | | | |
| 政策課 | 移住定住促進事業 | 移住者獲得のため、福井Uターンセンターや福井労働局と連携し、移住希望者に対し、住まいや就職などの情報提供や相談など、きめ細かな支援を実施する。 | 移住定住支援員(地域おこし協力隊)を採用し、首都圏等で開催される移住フェアへの出展し、積極的に移住希望者の呼び込みと情報提供を行った。(出展9回、移住相談63人、情報提供426人) | 694,004円 | UIJターン者数 (福井Uターンセンター経由、本市の移住施策による) | 40人 | 102人 | 255.0% | 総合戦略のKPI達成に有効であった。 | 平成31年4月に発足する「ふくい嶺北連携中枢都市圏」の事業のひとつとして、移住フェア等への出展を嶺北10市町と共同で行い、移住希望者への接触頻度や効果を強化する。移住定住推進室を新たに設置し、3課に分かれていた移住促進、空き家対策及び住宅改修の窓口を一本化するとともに、空き家活用事業など各事業との連携強化を図る。移住定住支援員(地域おこし協力隊)による情報提供や相談など、きめ細かな支援を継続する。 |
| 観光商工課 | スモール・ビジネス支援事業 | 新たに創業を行う者に対して、その創業等に要する経費の一部を助成することで、新たな需要や雇用の創出等を促し市の経済を活性化させる。また、事業を効果的に展開するため、市が民間の創業支援事業者(市内金融機関、商工会等)と連携し、ワンストップ相談窓口を設置する。 | <ul style="list-style-type: none"> 平成30年度新規創業 女性2人 150万円×1人、56万円×1人 平成29年度からの継続(2年目) 女性3人 50万円×3人 平成28年度からの継続(3年目) 高齢者1人 30万円×1人 | 3,897,808円 | 当該事業を通じた創業者数(支援件数) | 16人 | 14人 | 87.5% | 総合戦略のKPI達成に有効であった。 | 引き続き、市内で創業する人を対象とした支援を行い、創業者の増加や雇用の創出による地域活性化を図る。なお、増加する空き家や空き店舗等の遊休不動産を活用した創業を重点的に支援するよう制度の見直しを図る。 |

| 担当課 | 事業名 | 事業内容 | 成果 | 実績額 (H31.3.31) | 重要業績評価指標(KPI) (H31.3.31目標値) | | 達成状況 (H31.3.31) | 達成率 (H31.3.31) | 外部有識者からの評価 | 実績値を踏まえた 事業の今後の方針 |
|-------|--|---|--|-------------------|-----------------------------------|------------|--------------------|-------------------|--------------------|--|
| | | | | | | | | | | |
| 観光商工課 | 求人・求職者 マッチング促進事業 | 職場体験(インターンシップ)の機会を創出し、求人・求職者双方の希望をかなえる雇用の実現を支援(受入企業に職場体験に要する経費を助成するとともに、県外からの求職者に交通費の一部を助成) | <ul style="list-style-type: none"> 受入企業:16社 受入人数:33人 雇用者数:11人 | 580,000円 | 受入企業数 | 80社 | 84社 | 105.0% | 総合戦略のKPI達成に有効であった。 | <p>市内企業へ一層の周知を図り活用を促すとともに、地域おこし協力隊(移住定住支援員)を通じて、Uターン希望者へも案内し、制度の普及を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 新たなUターン促進・市内企業等への就職促進施策として、市内企業の魅力を市内外の人に周知するとともに、若年者等の地元定着につなげていくことを目的として、企業等の魅力や情報を掲載したガイドブックを制作する。 【企業等 魅力紹介ブック制作】 対象企業 60社(市内に事業所を有する事業者、従業員を募集する予定があること(就労機会の確保など)) 作成部数 2,000部 配布先 市内小中学校及び金津高校(教職員含む)、坂井地区や福井市内の高校、就職支援機関、移住フェア等 小学生、中学生、高校生までの子どもたちにより早いうちから地元の企業を知ってもらうとともに、県内外の大学生や移住相談会などに配布し、将来の地元での就職につなげる。 |
| | | | | | 受入人数 | 200人 | 182人 | 91.0% | | |
| | | | | | 雇用者数 | 40人 | 39人 | 97.5% | | |
| 観光商工課 | あわら温泉 活性化事業 (「ちはやふる」を活用した知名度向上事業(かると)含む) | <ul style="list-style-type: none"> あわら湯かけまつりやあわら湯けむり映画祭など、あわら温泉の活性化を促す新規事業の創出を支援 全国競技かるた女流選手権大会を活用した観光PR(全日本かるた協会、ニコニコ動画とタイアップした動画配信での観光PR) あわら市民かるた大会運営、かるた教室運営 いつでもちはやふるガイドブック、スタンプ作成(催しの有無に関わらず、年間を通じて楽しめるまちあるきキャンペーン) | <ul style="list-style-type: none"> あわら湯かけまつり 8500人 湯けむり映画祭 集客数880人 女流選手権来場者1000名 ニコニコ生放送視聴数69,178人 まちあるきキャンペーン応募者 約370名 | 7,500,000円 | 観光入込客数(市全体) | 2,160,000人 | 1,722,364人 | 79.7% | 総合戦略のKPI達成に有効であった。 | <ul style="list-style-type: none"> 前年までの反省点である市民の認知度が低いという点に対して、映画作成を体験できるワークショップの開催や、各公民館での上映会を実施することで知名度の向上を図る。 湯かけまつりは湯量や演出で「日本一の湯かけまつり」を目指していく。また、旅行会社とタイアップし「やぐらの上からお湯かけをする体験」や「まんじゅうを撒く体験」を含んだ旅行商品の造成も検討していく。 |
| | | | | | あわら温泉宿泊客数 | 960,000人 | 805,303人 | 83.9% | | |
| | | | | | あわら湯けむり映画祭の集客数 | 900人 | 880人 | 97.8% | | |
| | | | | | ちはやふる路線バスの利用者数 | - | - | - | | |
| 政策課 | 休校利活用事業 | 休校となっている波松、吉崎、新郷小学校について、各小学校近隣の地域が抱える課題解決や活性化に資する施設としての利活用を検討するとともに、市全体の活性化に資する施設として、休校利活用計画を策定し、それに基づき各種事業を展開する。 | 波松、吉崎小学校については、休校利活用計画を平成30年8月末に策定した。新郷小学校については、休校が1年遅く、現在本荘こども園として利用していることから地元と協議を3回実施した。また、波松、吉崎については、地域市民主体によるまちづくり団体(一般社団法人)を平成30年度末に設立する。 | 8,314,096円 | 観光入込客数(市全体) | 2,160,000人 | 1,722,364人 | 79.7% | 総合戦略のKPI達成に有効であった。 | 波松エリア、吉崎エリアのそれぞれが設立するまちづくり団体(一般社団法人)が主体となり、休校を活用して行うまちづくり活動を支援することで、観光入込客数を増加させるとともに、地域活性化を推進する。 なお新郷エリアについては、新郷小学校利活用計画を策定する。 【波松エリア】 ・ 地元で採れた野菜や果物を活用したカフェの開設(農産物直売所及び簡易の加工品所も含む) ・ 子どもからお年寄りまで気軽に集まれるコミュニティスペースの設置 【吉崎エリア】 ・ エリア内の観光ルートづくりと体験ツアーのトライアル実施、マップの制作 ・ 吉崎や浜坂、蓮如紹介パネル展示 ・ 観光案内所兼まちづくり団体事務所の設置 |
| 観光商工課 | 「ちはやふる」を活用した知名度向上事業(アニメ) | <ul style="list-style-type: none"> あわらオリジナル書き下ろしイラスト制作 山室の桜並木に記念碑を建立 キャンペーン使用料(講談社、日本テレビ版權使用料) オリジナルミニアニメ制作 声優撮り下ろし音声を活用したまち歩き企画は繰越 | <ul style="list-style-type: none"> まちあるきキャンペーン応募者 約370名 石碑設置について公式コミックガイドに掲載 | 4,934,000円 | あわら市オリジナルちはやふる関連グッズおよび宿泊プランなどの総売上 | 9,000千円 | 9,060千円 | 100.7% | 総合戦略のKPI達成に有効であった。 | <ul style="list-style-type: none"> かるた教室 あわら市民かるた大会 全国競技かるた女流選手権大会 ちはやふる原画展 声優イベント 通年型まちあるきパンフレット(繰越事業として) ミニアニメ制作 声優を活用したまちあるき計画 |

| 担当課 | 事業名 | 事業内容 | 成果 | 実績額 (H31.3.31) | 重要業績評価指標(KPI) (H31.3.31目標値) | | 達成状況 (H31.3.31) | 達成率 (H31.3.31) | 外部有識者からの評価 | 実績値を踏まえた 事業の今後の方針 |
|-------|--|---|--|-------------------|--------------------------------|---------|--------------------|-------------------|--------------------|--|
| | | | | | | | | | | |
| 観光商工課 | 越前加賀インバウンド受け入れ体制等整備事業 【連携自治体】 勝山市、あわら市、坂井市、永平寺町、石川県加賀市 | ・ICTツールの導入により、受入施設における多言語での案内機能を強化するほか、エリアを訪れた外国人観光客の情報データを収集・分析し、マーケティングに活用するためのシステムを整備する。また、外国人観光客に対応できる観光ガイドやコンシェルジュ育成研修会の開催など、受け入れ環境の整備を行う。 ・香港、タイのメディアや旅行会社のファムツアーを開催するほか、台湾、タイ現地においてセールスコールを行うことにより、現地でのエリア認知度向上を図る。 ・越前加賀インバウンド推進機構のDMO設立に向けて、関係事業者で勉強会及び検討会を開催する。 | (あわら市のみ) ・外国人宿泊客数 15,283人 (対前年比132%) 【うちターゲット国】 ・台湾 7,124人(対前年比108%) ・香港 5,390人(対前年比156%) ・タイ 698人(対前年比326%) | 20,840,000円 | 外国人観光宿泊客数(市全体) | 20,000人 | 15,283人 | 76.4% | 総合戦略のKPI達成に有効であった。 | ・デジタル情報スタンド・広域観光アプリの整備、データ分析システムの運営 ・キャッシュレスの推進 ・観光ガイド及びコンシェルジュ育成研修会の開催 ・広域連携商品販売の促進 ・海外セールスコール開催 ・海外のプロガーやインフルエンサー等の招聘 |
| | | | | | | | | | | |

地方創生拠点整備交付金

| 担当課 | 事業名 | 事業内容 | 成果 | 実績額 (H30.3.31) | 重要業績評価指標(KPI) (H31.3.31目標値) | | 達成状況 (H31.3.31) | 達成率 (H31.3.31) | 外部有識者からの評価 | 実績値を踏まえた 事業の今後の方針 |
|-------|-----------------|---|--|-------------------|--------------------------------|------------|--------------------|-------------------|--------------------|---|
| | | | | | | | | | | |
| スポーツ課 | 地域資源を活用した魅力発信事業 | ・北潟湖で競技者や愛好者を中心に行われているカヌーについて、観光客などの未経験者でも気軽に体験できる環境を整備することにより、地域資源である北潟湖などの豊かな自然をあわら市の魅力として発信するとともに、レジャーや競技としてのカヌーの普及推 | 福井しあわせ元気国体におけるカヌー競技の会場として活用が行われたほか、国体に向けた強化練習等の円滑な実施に寄与した。 地元小学生や高校生の利用が図られたほか、初心者向けのカヌースプリント講習等の事業の際にも活用がなされた。 | 48,934,800円 | 観光入込客数(市全体) | 2,150,000人 | 1,722,364人 | 80.1% | 総合戦略のKPI達成に有効であった。 | ・新たな利用者を獲得するために、カヌー関連のイベントを通じて、艇庫の利便性の良さを参加者に周知する。 ・カヌーイベントのみならず、地域交流や北潟湖関連のイベントの場としての活用を推進する。 |
| | | | | | 観光入込客数(北潟湖畔) | 150,000人 | 86,700人 | 57.8% | | |
| | | | | | 施設使用料(収入) | 1,000千円 | 632千円 | 63.2% | | |
| 合計 | | | | 48,934,800円 | | | | | | |