

令和4年度 デジタル田園都市国家構想交付金活用事業 効果検証について

交付金の種類	事業名	事業概要	経費内容	事業決算額(円)	うち交付金充当額(円)	重要業績評価指標 (KPI)						総合戦略評価委員会委員による評価	今後の事業展開方針		
						指標	事業開始前							2022年度 終了後の実績値	達成状況
								2020年度	2021年度	2022年度	増加分の累計			実績値	
推進	婦恋村の地域課題解決に向けた企業向け研修・官民連携推進事業	<p>事業期間：令和4年10月～令和5年3月</p> <p>概要：令和2年度に整備したサテライトオフィスを企業が地域課題を体感するための研修拠点として利用し、企業人が継続的に婦恋村に訪問し活動ができるよう環境と仕組みを構築する。研修は社会課題や地域課題を解決することで自社の事業を持続可能な活動にしていきたいと考える企業を対象にしたプログラムの設計をする。その際に重要となるのが地域側の受け入れ態勢構築であり、役場職員、地域住民、地元企業がどのような課題を抱えていて、これからの婦恋村をどのようにしていきたいのかを研修参加企業と共に対話をしながら共創していく。</p>	<p>官民共創推進プログラム設計事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>官民共創プロジェクト企画・設計</li> <li>研修プログラム設計に係る現地調査</li> <li>研修プログラムの構築</li> <li>官民連携アドバイザー招聘</li> </ul>	7,036,700円	3,518,350円	本事業を通じた移住者数	0	-	-	0	0	0	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>総合戦略のどのKPIに影響がある事業なのかが不透明だが、地域の費用対効果としては充当額分のコストパフォーマンスはまだ発揮できていないと感じるので、継続的に地域外の企業へアプローチし引き込むことが必要であり、また受け入れ地域として、行政が地域のためにどういった形で関わるべきか検討が必要と感じる。</li> <li>地域課題解決に向けた研修企画企業数が指標を上回っている。</li> <li>現段階では成功であったとは言えないが数年で大きく変わるような簡単な問題ではないので、試行錯誤で新たな提案であったり、課題に向き合った取り組みを継続していくことが大切だと思う。</li> <li>前向きな活動、事業内容に関しては高く評価したい。</li> <li>2社の参加により実証実験計画が策定されたことは評価される。</li> <li>取組は十分評価できる。また課題認識も明確であると考える。</li> <li>結果が出るまで時間がかかる事業であり継続的に今後も取り組んでもらいたい。</li> <li>サテライトオフィスと継続的な訪問環境作りは、「新しい人の流れ」を生み出す有効な事業となりそうです。別荘エリアに住む住民への見守りや新たな交流というテーマを発見し、これが「しごとづくり」にも関連しそうな様子が見受けられます。</li> <li>官民が連携して地域課題解決に取り組んでいる点は期待できる事業であると考えている。官民連携推進事業に関わることで、婦恋村を訪問する機会増加にはつながると思うが、担当課も指摘している通り、指標の1つ目である「本事業の移住者数の増加」にどうつながるかが不明である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>村の20～30代の人口流出の大きな要因となっている「雇用先が少ないこと。働く働く選択肢が少ないこと」課題解決に取り組む。具体的には、上述の課題解決に関心を持つAKKODISコンサルティング株式会社と連携し、当該会社のエンジニア職員によるフィールドワークや地域課題解決型大学生インターンシップの実施を計画している。本取組を通じて企業人が課題の洗い出しから解決に至る構想を村と協働提案を行い、行政単独では成しえない解決策を構築する。また、当該会社は、入札や業務委託ではない地域連携を推進しているため、本質的な連携基盤の構築が可能となるメリットがある。</li> </ul>
			参画企業数			0	-	-	1	1	+2	達成			
			官民連携を通じて創出される地域と連携した事業数(実証実験を含む)			0	-	-	0	0	+2	-			
推進	農産物等直売所「あさまのいぶき」活性化計画	<p>事業期間：令和4年4月～令和5年3月</p> <p>概要：昨今、ニーズのある屋外での豊かな自然環境に触れ、自然を感じられる場として、直売所と連携し、農産物の加工体験イベントや郷土料理体験にかかるイベントを実施する。また、直売所で販売している多品目野菜を使った地域食材の試食会を始めた。婦恋農産物のおいしさを伝える事業を展開することで、村内外の人々が交流を深め、滞在時間の延長を図ることにより、消費額のアップや雇用の拡大に繋げる。</p>	<p>交流体験事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商品開発に係る経費</li> </ul> <p>屋外スカイデッキ建設工事</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>建築工事</li> <li>ソファ、テーブル、ピザ釜等備品購入</li> </ul>	24,447,000	13,223,000	農産物等直売所の来訪者の増加(人/年)	11,033	-	-	6,000	6,000	+5,606	未達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>屋外のデッキで手洗い場がないなどの条件では、飲食の提供やデッキの活用は難しいと思う。また、施設管理事業者との連携が計画のすり合わせが不十分であったと感じる。計画性をもって進めていただきたい。</li> <li>新型コロナウイルス蔓延の影響により一部未達成の指標があるものの、売上の増加など農産物等直売所の活性化に効果があったと評価できる。</li> <li>コロナも終息し、以前の様に戻りつつあるので今後ますます来訪者の増加の増加、収入の増加に期待できると思う。にぎわいができれば、必然的に雇用においても増加できる。</li> <li>地産地消を軸に買い物、食べる(レストラン)遊ぶ、体験、散策などを充実させることで新規来訪者、リピーター共に増加が見込まれる。</li> <li>スカイデッキと売り上げに関連があるのか？どちらかと言えば来訪者が増加するのでは？</li> <li>売り上げ増加効果があり評価される。又、村内周遊、村内交流の場としての評価が上がったのではないかと考える。</li> <li>新型コロナ影響下で売上増加及び観光入込客数増加は評価に値する。</li> <li>売上高や入込客数が目標値を達成しており、来訪者数や雇用者数にも好評な数字が見られます。これらは「しごとづくり」や「新しい人の流れ」に効果があったと言えます。</li> <li>農産物等直売所の売上および観光入込客数が増加し目標を達成できた点は評価に値する。来訪者を増加させるためには、PRにさらに力を入れるなど、「あさまのいぶき」を知らない人や知っているけれども訪れたことがない人に来てもらうための工夫がさらに必要である。雇用者数の増加も目標未達成であるが、その背景にはどのような理由があるかが本資料では不明であった。事業概要にも「雇用の拡大に繋げる」とあることから、雇用者を増やせるよう、引き続き取り組むことを期待したい。</li> </ul>	
			農産物等直売所の売上の増加(千円/年)			12,165	-	-	9,500	9,500	+10,684	達成			
			農産物等直売所の雇用者数の増加(人/年)			2	-	-	1	1	0	未達成			
			観光入込客数(人/年)			816,000	-	-	60,000	60,000	+681,710	達成			

令和4年度 デジタル田園都市国家構想交付金活用事業 効果検証について

交付金の種類	事業名	事業概要	経費内容	事業決算額(円)	うち交付金充当額(円)	重要業績評価指標 (KPI)							総合戦略評価委員会委員による評価	今後の事業展開方針	
						指標	事業開始前					2022年度終了後の実績値			達成状況
								2020年度	2021年度	2022年度	増加分の累計	実績値			
推進	始動人輩出のための教育イノベーション(孺恋村シティブロモーション)	事業期間：令和4年4月～令和7年3月 村内各地域で村民が望む未来像をインプットするためのワークショップを実施。孺恋村ブランディング、メッセージ・ストーリー・ロゴ開発等を行い、村への誇りや共感を持つ村民を増やし、将来的には村を発展させていく「担い手」を増やしていく。	ワークショップ開催運営、コンテンツ制作委託費用	7,600,000	3,800,000	-	-	-	-	-	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>どの事業がこれにあたるか不明だが、ピレシジシップスということであれば、当初は総合計画・総合戦略のアップデートに向けたゼロベースからのディスカッションと聞いていたが、地域課題の設定やグループ分けなど外部発注先企業の進め方や考え方がずれていると感じた。村の大事な計画づくりなのにも関わらず、実績のない業者が選定されたように感じる。</li> <li>地域のつながり交流、活性化という点でいい刺激になっていると感じる。話題性もあるので今後の活動も期待したい。</li> <li>年に7回開催されるワークショップや検討会はアンケートによる自己点検を実施しており、「まちづくり」に対する効果があったと言えます。</li> <li>村の未来像を描く機会を提供する事業は、将来の村の担い手を育成したり、この村に住み続けたいと思う村民を増やすためにも重要であると考え。</li> </ul>	村内各地域で村民が望む未来像をインプットするためのワークショップを実施した。それらの意見を基に、村への誇りや共感を持つ村民を増やし、将来的には村を発展させていく「担い手」を増やしていく。
拠点	地域交流拠点を核とした地域産業振興計画	事業期間：令和2年3月～令和2年9月 概要：地産野菜や加工品、日用食料品等を販売する農業関連施設の新設	農産物等直売所建設工事 185.24㎡ 駐車場整備工事 1,813㎡ 交流広場整備工事 208㎡	102,993,000	49,752,000	観光入込客数(千人/年)	1,992	+50	+50	+70	+170	-493	未達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>夏場の集客については、観光客の流入があれば周辺の直売所も含めある程度見込める状況ではあったと思うが、その他の加工品や飲食店との連携など、計画性が薄く、単価の低い農作物類の売り上げにとどまってしまうと思う。</li> <li>新型コロナウイルス蔓延の影響により未達成であるものの、来訪者数の増加に寄与しており、地域交流拠点を核とした地域産業振興に一定の効果があったと評価できる。</li> <li>まだ数値として成果が見えるわけではないが今後の繁栄のための投資として有効な整備事業であったと思う。</li> <li>今後は施設の中身(内容)を充実すること、利便性の向上に力を入れる事が大切。</li> <li>新型コロナウイルス蔓延→この原因に対して何の対策をしたのか？</li> <li>達成度だけを見ると、事業規模の割に、効果が今一歩と感じられました。コロナの影響があると承知はしていますが、今後にきたいしたいと思えます。</li> <li>新設時の効果は限定的であったが、その後において効果が上がったのではないかと考える。</li> <li>直売所の新設により、来訪者数や販売売上にはその効果が見られます。目標値には達していないものの、「しごとづくり」に効果があったと言えます。</li> <li>新型コロナの影響があったにもかかわらず、新施設を開設できたことは評価される。観光客数の増加と比して、来訪者数と売り上げの伸びが小さいことが課題ではなか。</li> <li>目標は未達成であるものの、来訪者数や売上が増加している点は評価に値する。</li> </ul>	2023年度に農産物等直売所「あさまのいぶき」周辺エリアの浅間石を基調とする石壁や石畳道、ロックガーデン等の整備が完了することから、デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)を活用した観光PR事業の更なる充実を図り、エリア全体を含めた観光PRを実施することで、観光客に対して来訪のきっかけづくりをし、当該エリアへの来訪者の増加に繋げる。また、デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)を活用し、交流体験事業においても更なる充実を図り売上増加を目指す。
						販売施設への来訪者数(人/年)	0	+5,000	+14,000	+5,000	+24,000	+16,639	未達成		
						販売施設の売上増加(千円/年)	0	+7,500	+21,500	+7,500	+36,500	+22,849	未達成		

※旧地方創生推進交付金につきましては、2022年度からの事業実施となります。