

会津若松市まち・ひと・しごと創生包括連携協議会 地方創生事業効果検証会議 令和3年度事業評価結果

No	事業名	所管課	第2期総合戦略における位置づけ	重要業績評価指標 (KPI)				地方創生事業効果検証会議による評価結果		
				指標	現状値 (R1年度)	実績値 (R3年度)	目標値 (R6年度)	事業効果に対する評価	意見等	
1-1	地域内進学促進事業	企画調整課	ICTと既存産業・資源を活用したしごとづくり 結婚・出産・子育て支援と教育環境の整備	第2期総合戦略におけるKPI	合同学校説明会の参加者数/年	150人	8,475部 (情報誌配布数)	400人	地方創生に効果があった	【R3実績について】 ・「子ども達の地元就職への興味関心や理解の醸成を図り」とある。首都圏企業に負けない地元企業の魅力発信をしていけるよう期待する。 ・KPI実績値が情報誌配布数となっているが、生徒の行動を伴う説明会への参加と資料配布を同列に扱うことができるのか疑問が残る(配布されても読んでいない可能性がある)。情報誌について生徒からアンケートでフィードバックを募るなど、コロナ禍で大規模な説明会が開けない場合、指標のあり方を検討する必要があるのではないかと。 ・KPI指標に会津大の会津地域就職割合も含めるべき。 【今後の方針等について】 ・進学先と高校生のマッチングに加え、進学後の地元定着を考えると、仮に他地域へ進学した場合でも地元が就職の選択肢となるよう、地元企業の魅力や強みを中高生が知る機会を設けることが必要ではないかと。 ・受け皿づくりも必要であり、他部署と連携して取り組んでほしい。 ・情報誌配布の対象を中学生からにしているのは良いと思う。 ・新聞記事や広告を活用して頂ければ、さらに認知度が広がるのではないかとと思う。
				その他のKPI	卒業後の会津地域就職者の割合(会津大学短期大学部)	25%	31%	44%		
				その他のKPI	卒業後の会津地域就職者の割合(専門学校)	71%	83%	88%		
1-2	デジタル未来アート事業	スマートシティ推進室	ICTと既存産業・資源を活用したしごとづくり	第2期総合戦略におけるKPI	デジタル未来アート事業における地元ICT企業等による新規コンテンツ開発数/年	5件	6件	5件	地方創生に相当程度効果があつた	【R3実績について】 ・着実に歩みを続け会津に定着化する事業だと思う。 【今後の方針等について】 ・さらに充実させ、会津といえばITのイメージが広く知られるよう目指してほしい。広報・写真演出にも工夫してほしい。 ・社会全体がデジタル化が進んでいる現状を踏まえ、今後は中高年世代向けのコンテンツも取り組んでほしい。 ・会津大学、Aict、学校との連携で、「遊び」要素も取り入れた「学び」さらには将来の「しごとづくり」まで関連した事業であり、地元の強みを生かした良い事業であると考えている。今後あらわれるであろう効果を期待したい。 ・コンテストへの参加者がやや少ないと思われる。裾野を広げるためには、コンテストに先立ち一定期間のスクラッチの講習会を設けるなど、学習機会とコンテストをセットにすると良いのではないかと(講習会で学んだ知識をもとにコンテスト作品を作るなど)。 【R3実績について】 ・予算額がほぼ変わっていないが、ページビュー数が落ちている。コロナでの旅行意欲が落ちていることが原因の一つかもしれないが、それを踏まえたアピール方法を考えるべきだったのではないかと。あるいは予算不足ということなのか。 ・コロナ禍での制限があったため実情に合った事業であると考えている。 【今後の方針等について】 ・サイトを一元化するのは良い取り組みであると考えている。さらにPRするためには、TwitterやInstagramによる英語発信も検討すべきではないかと。 ・インバウンドの回復が徐々にではあるが期待される中、あらたな切り口の検討、外国人が興味を持つコンテンツの発掘・開発に努めてほしい。 ・今後、渡航制限の緩和がさらに進むと思われる。より積極的な活動を期待する。 ・アフターコロナに向け、今後も7市町村連携による情報発信を継続していきたい。
				その他のKPI	イベント来場者数	647人	930人	2,000人程度		
				その他のKPI	来場者の会津大学等への興味関心度	-	84%	70%		
2-1	デジタルDMO推進事業	観光課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	VISIT AIZU ページビュー数/年	139,107回	109,649回	600,000回 (累計)	地方創生に効果があった	【R3実績について】 ・前年度までの動画を含め、YouTubeでは一定数の再生があるのに対し、Visit Aizuの閲覧数に結びついていないように見える。Visit Aizuの閲覧数をKPIとするならば、YouTubeからサイトにいかに誘導するかを工夫する必要があるのではないかと。 【今後の方針等について】 ・SNSインフルエンサーを活用した情報発信ということで今後の効果に期待したい。 ・会津鉄道とJR(只見線)が協力するような事業の効果や、その継続実施の可能性についても検討してほしい。
				その他のKPI	訪日外国人宿泊者数/年(1~12月)	25,012人	788人	32,700人		
				その他のKPI	V案内所利用者数	19,753人	250人	22,666人		
2-2	デジタルDMO推進事業(会津鉄道利用促進)	地域づくり課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	VISIT AIZU ページビュー数/年	139,107回	109,649回	600,000回 (累計)	地方創生に効果があった	【R3実績について】 ・前年度までの動画を含め、YouTubeでは一定数の再生があるのに対し、Visit Aizuの閲覧数に結びついていないように見える。Visit Aizuの閲覧数をKPIとするならば、YouTubeからサイトにいかに誘導するかを工夫する必要があるのではないかと。 【今後の方針等について】 ・SNSインフルエンサーを活用した情報発信ということで今後の効果に期待したい。 ・会津鉄道とJR(只見線)が協力するような事業の効果や、その継続実施の可能性についても検討してほしい。
				その他のKPI	訪日外国人宿泊者数/年(1~12月)	25,012人	788人	32,700人		
				その他のKPI	会津鉄道の利用者数	49万人	34万人	55万人		
2-3	タイ誘客促進事業	観光課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	VISIT AIZU ページビュー数/年	139,107回	109,649回	600,000回 (累計)	地方創生に効果があった	【R3実績について】 ・福島県オフィシャルFacebookを活用した定期投稿230回(リーチ約76万回)は、回数としてはとても多く、評価するところである。 ・KPIは、タイなどターゲット国からのサイトへのアクセスや訪問客数にするべきではないかと。 ・実際の評価は、コロナ禍収束後の成果によると考える。 【今後の方針等について】 ・良好な関係を保ち今後の活動に期待する。
				その他のKPI	訪日外国人宿泊者数/年(1~12月)	25,012人	788人	32,700人		
				その他のKPI	V案内所利用者数	19,753人	250人	22,666人		

2-4	サムライシティ会津プロモーション事業	観光課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	VISIT AIZU ページビュー数/年	139,107回	109,649回	600,000回(累計)	地方創生に効果があった	【R3実績について】 ・プロモーション動画の再生数を見る限り、興味関心を持ってもらえたのではないかと。ただ、自己評価理由で「アフターコロナ後のインバウンド回復につなげることができた」とあるのは適切か？ 【今後の方針等について】 ・動画は一定の再生数があるのに対し、KPIのVisit Aizuの閲覧数は減少している。YouTubeをきっかけに、サイト（今後はSamurai City Aizu）に誘導するような工夫が必要ではないか。 ・2-3と同じ内容になっているが、総論ではなく地域・国別の方針も示してほしい。 ・規制緩和によって会津地方への訪問者が増える事を期待する。 ・YouTube動画や作成した旅行商品による、アフターコロナ後の効果に期待したい。 ・多くのDMO推進事業で同じKPIを定めており、個別事業の効果を特定できないのではないかと。
				その他のKPI	訪日外国人宿泊者数/年（1～12月）	25,012人	788人	32,700人		
				その他のKPI	V案内所利用者数	19,753人	250人	22,666人		
2-5	スマホアプリ情報発信事業	観光課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	VISIT AIZU ページビュー数/年	139,107回	109,649回	600,000回(累計)	地方創生に効果があった	【R3実績について】 ・アプリ利用者数が全国での利用者数だとすると、会津若松市の事業以外の要因が大きく影響すると思われる。KPIとして妥当ではないのではないかと。 【今後の方針等について】 ・2-3と同じ内容になっているが、総論ではなく地域・国別の方針も示してほしい。 ・インバウンド再開後に会津への訪問者が増加するよう引き続き取り組んで欲しい。 ・引き続きスマートフォンアプリを活用した取組など、外国人観光客向けコンテンツを実施していただきたい。
				その他のKPI	訪日外国人宿泊者数/年（1～12月）	25,012人	788人	32,700人		
				その他のKPI	V案内所利用者数	19,753人	250人	22,666人		
				その他のKPI	アプリ利用者数	60,000人	68,000人	90,000人		
2-6	着地型観光促進事業	観光課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	産業観光客数/年（1～12月）	1,601人	773人	2,600人	地方創生に相当程度効果があつた	【R3実績について】 ・教育旅行が増加した事は喜ばしい。 【今後の方針等について】 ・拠点やシステムが整備されたので、今後、さらなる商品の充実を期待したい。 ・教育旅行の充実、さらには海外からの訪問者増加につながる活動を期待する。 ・会津若松駅に拠点を移した会津若松観光ビューローによる着地型観光促進について、今後とも期待する。
				第2期総合戦略におけるKPI	教育旅行学校数/年（県外）	663校	888校	808校		
				第2期総合戦略におけるKPI	訪日外国人宿泊者数/年（1～12月）	25,012人	788人	32,700人		
				その他のKPI	着地型商品の造成数（現状値：H29年度、目標値：R3年度）	0件	4件	6件		
				その他のKPI	着地型商品の売上額（現状値：H29年度、目標値：R3年度）	0円	17千円	2,250千円		
その他のKPI	観光客の満足度（現状値：H29年度、目標値：R3年度）	77.7%	91.6%	80.5%						
2-7	地域産業資産利活用推進調査事業	地域づくり課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	産業観光客数/年（1～12月）	1,601人	773人	2,600人	地方創生に効果があった	【今後の方針等について】 ・数件の視察問合せや来訪があったとのことで、効果が出てきていると感じる。引き続き動画や研修の効果に期待したい。
2-8	シビックプライド向上で移住（Uターン）促進プロジェクト	秘書広聴課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	市外からの移住者数（累計）	-	159世帯	159世帯	地方創生に相当程度効果があつた	【R3実績について】 ・視聴率など思っていたより反響があると感じられる数字。 【今後の方針等について】 ・テレビやYouTubeで、どの程度ターゲットとなる若年層に届いているのかを検証できると良い（テレビを見ない若者も多い）。県内外の若者に届きやすい発信の仕方を期待したい。 ・引き続き魅力的なコンテンツの発信に期待したい。 ・動画などで伝える事も必要だが、記録、保存などでは新聞も活用したメディアミックスを検討してはどうか。 ・テレビ番組も活用しながら、魅力的な動画を発信している。学校等と連携してより多くの方に見ていただく機会が増えれば良いと考える。
				その他のKPI	シティプロモーションテレビ広報番組平均視聴率	-	8.3%	8%		
				その他のKPI	シティプロモーションテレビ広報番組Youtube累計再生回数	-	26,684回	20,000回		
				その他のKPI	会津管内就職率（管内留保数）	63%	63.3%	72%		
2-9	移住支援事業	地域づくり課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	市外からの移住者数（累計）	-	159世帯	159世帯	地方創生に相当程度効果があつた	【R3実績について】 ・6件が十分な数と判断していいの、他自治体との比較が知りたいところ。 【今後の方針等について】 ・経費的な問題がクリアされるならば東京圏以外の地域も対象とする方針はとて良いと思う。 ・より多くの移住者を呼び込みできるよう、引き続き効果的な補助金の運用を図っていただきたい。 ・本論からは逸れるが、（プロ）スポーツチームの誘致等と連動させた事業展開は、今後検討してほしい（シビックプライド向上にも連動）。
2-10	定住コネクスペース事業 ※R3新規事業	地域づくり課	地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出	第2期総合戦略におけるKPI	市外からの移住者数（累計）	-	159世帯	159世帯	地方創生に相当程度効果があつた	【R3実績について】 ・負担金がどのような物に使われたのか内容が分からなかった。単なる施設維持経費なのか具体的な内容が分かると良かった。 【今後の方針等について】 ・利用者に寄り添った丁寧な対応を続けて欲しい。 ・移住相談対応等、これからも関係機関と連携しながら移住・定住を推進してほしい。 ・地元企業及び市民と移住者のマッチング促進のため、交流・共同プロジェクトの成果の積極的な発信を期待したい。

3-1	新モビリティサービス推進事業	地域づくり課	生活の利便性を実感できる安全・安心なまちづくり	第2期総合戦略におけるKPI	市民1人あたりの市内公共交通利用回数（年間の市内公共交通利用回数/人口総数）/年	13.0回	8.4回	14.0回	地方創生に効果があった	【R3実績について】 ・一定の効果はあったと評価されてもよいのではないかと感じた。 ・市民や観光客など対象者への告知が足りなかったのではないかとと思う。効果的な告知方法を検討すれば成果も期待出来ると思う。 【今後の方針等について】 ・高齢化と人口減少の中で、地域の公共交通機関の維持は重要な課題である。成果は芳しくなかったが、今後の継続と改善を期待したい。 ・新たな習慣づけは容易でなく、高齢者はおおさら。今後の方針に挙げられた乗り方教室の開催など地道に取り組みを続けてほしい。 ・高齢者への告知は新聞を活用することも検討してはどうか。 ・路線バスの維持、高齢者の移動手段確保等の課題に対応するため、何が求められているかを的確に把握しながら引き続き事業を進めていただきたい。 ・運転免許返納者数の指標以外の部分では、「高齢者」という対象に捉われすぎない方がよいのではないかと感じました。
				第2期総合戦略におけるKPI	公共交通による人口カバー率（駅及びバス停から半径300m圏内エリア+デマンド交通運行エリア/人口総数）	83.5%	83.5%	90.5%		
				第2期総合戦略におけるKPI	観光客入込数/年（1~12月）	300万人	83.0万人	395万人		
				その他のKPI	運転免許返納者数	521人	394人	520人		
3-2	デジタル情報プラットフォーム整備事業	スマートシティ推進室	生活の利便性を実感できる安全・安心なまちづくり	第2期総合戦略におけるKPI	デジタル情報プラットフォームの登録者数（累計）	9,500人（見込値）	17,816人	19,500人	地方創生に相当程度効果があった	【R3実績について】 ・登録者数が増えているとはいえ、浸透しているとは感じられない。登録者数よりもどれくらい利用されているかの実績が大事ではないか。 ・市民への認知度も上昇傾向のようでも継続的に取り組んでほしい。「会津」の名称を使っている事が市民にも受け入れやすいのではないかとと思う。 【今後の方針等について】 ・登録することのメリットを住民や転入者がさらに実感できるように、コンテンツの改善とその周知に期待したい。 ・何が出来るのか、もっと周知が必要。さらに広く認知されるために広報に一工夫ほしい。ネットの掲示板にあったが、興味を持った人の疑問質問に応えられるよう、電話など既存メディアでのユーザーケアは必要ではないか。 ・用登録は毎年度着実に増加しているとのこと。市イベントでの周知やキャンペーン等により、更なる増加を図るための取組を検討いただければと考える。
4-1	結婚支援事業	協働・男女参画室	結婚・出産・子育て支援と教育環境の整備	第2期総合戦略におけるKPI	「結婚支援事業（自分磨きセミナー）」をきっかけに、婚活を前向きに捉えられるようになった参加者の割合	75%	100%	100%	地方創生に効果があった	【今後の方針等について】 ・現代版仲人養成講座受講後に、より前向きに支援に取り組みたいと回答した受講生の割合が目標値を大きく下回っている。支援人材へのフォローアップでは、より支援に前向きになるような講座・サポートを期待したい。 ・自分磨きセミナーの参加者が年ごとに徐々に減っているようなので、周知方法や内容について、さらなる発展を期待したい。 ・人口減少が進む現状を踏まえ、まずは結婚する人たちを増やす事が大事である。本事業は重要な事業と思われ予算を増額し内容拡充を検討してはどうか。 ・少子化に関する課題は他市町村も同様である。今後も県・周辺市町村等と連携しながら事業を進めていただきたい。
				その他のKPI	自分磨きセミナー参加者（目標値：R3年度）	77名	69名	のべ120名		
				その他のKPI	現代版仲人登録者数	-	10名	10名		
				その他のKPI	現代版仲人養成講座受講後、より前向きに支援に取り組みたいと考えるようになった受講生の割合	-	27.3%	100%		
4-2	地域とつながる教育支援事業	学校教育課	結婚・出産・子育て支援と教育環境の整備	第2期総合戦略におけるKPI	あいづっこ+登録者数	1,740人	1,764人	8,500人	地方創生に相当程度効果があった	【R3実績について】 ・学校からの連絡のペーパーレス化、双方向によるコミュニケーションの活用など、さらなる利便性の向上と発展を期待したい。 ・登録者増加を図ることと分かり易い閲覧方法の解説を周知することが必要かと思う。 【今後の方針等について】 ・学校と保護者との迅速かつ効率的な連絡手段として有用性が高いと考える。引き続き当システムを継続していただきたい。