

令和5年度会津若松市まち・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4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)	前年度実績値 (R3年度)	実績値 (R4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	柱1 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	合同学校説明会の参加者数/年	150人	8,475部 (情報誌配布数)	13,620部 (情報誌配布数)	400人	地方創生に効果があった	<p>【R4実績について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・会津短大卒業後の地元就職者の割合が増加したことは、評価できる。一方で、専門学校卒業後の地元就職者割合が減少したことについては、分析が必要と考える。なお、指標に基づく実績値が記載されていない。(合同学校説明会の参加人数R4年度実績値)</li> <li>・KPI実績値が情報誌配布数となっているが、配布されても読んでいない可能性があると思われる。情報誌の内容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してはいかかが(R3年度と同様の意見です)。</li> <li>・情報誌と合同学校説明会の両面で地元への進学・就職をPRしたことはおおむね評価できる。これらの取り組みが今後、具体的にどのような成果となって現れるのかについても引き続き追跡してほしい。</li> <li>・当該年度の説明会はコロナ禍で縮小したのは理解するが、参加者数を目標値としており、参考値として表記すべき。会津短大の地元就職率は増加する一方、専門学校は減少している点を踏まえれば、効果があったと評価するのは難しいのではないかと。</li> </ul> <p>【今後の方針等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学校説明会の時期は高等学校の進路指導とタイミングを合わせると効果的ではないか。高校生の地元高等教育機関への進学率についても、評価に加えるべきでは。</li> <li>・地元に進学・就職する生徒が増えるための新たな切り口による取り組みを求め。</li> <li>・地元高等教育機関への進学は地元定着に一定効果は期待できるものの、むしろ卒業後の就職先の有無に左右される。方針通り、地域内雇用対策の充実と両輪で取り組むべき</li> </ul>
				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%	30%	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%	65%	88%		
1-2	デジタル未来アート事業	スマートシティ推進室	柱1 ICTと既存産業・資源を活用したしごとづくり 柱4 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	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	6件	5件	地方創生に非常に効果があった	<p>【R4実績について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・KPI指標について、目標を超えており評価できる。また、デジタルアート展が定着しつつあること、そして、企業等の技術力向上に寄与していることも、評価できる。</li> <li>・子どもたちにICTに身近に触れあってもらう機会を創出できた点が評価できる。将来のスマートシティ推進に活躍できる人材育成につながると思う。</li> <li>・目標値を上回る参加があり、会津大への興味関心度も高く、評価できる。</li> </ul> <p>【今後の方針等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・幼児から高校生まで、幅広い年代の子どもたちに興味・関心を持ってもらえるような事業を進めてほしい。</li> <li>・子どもが地元のICTに親しむ場は今後も継続して設けてほしい。一方で、教育委員会とも連携し、全国のモデルになるような会津ならではのICT教育を構築してほしい。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プログラミングコンテストへの参加者が多いのか少ないのかは判断が難しいが、やや減少傾向にあるように思われる。裾野を広げるための取り組みを期待したい。</li> <li>・県事業などとの連携も検討してほしい。</li> </ul>
				その他のKPI	イベント来場者数	647人	930人	5,140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%	87%	70%		

2-1	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	柱2 地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出 柱4 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	市外からの移住者数（累計）	—	159世帯	179世帯	159世帯	地方創生に相当程度効果があった	<p>【R4実績について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業概要（目的）は、若者をターゲットにしていると思われるが、KPI指標からでは、評価票からは若者のUターン実績が不明である。</li> <li>・若者向けに会津若松市の素晴らしさを発信しようという取り組み自体は良いと思うが、シティープロモーションによって若者の定住やUターンにつながるかということについては疑問がある。</li> <li>・目標値をほぼクリアしており、効果があったと認められる。</li> </ul> <p>【今後の方針等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元出身者のUターンも事業の目的に入っているが、県内でテレビ放送しても東京など県外の人には届かない。事業のターゲットを明確にし、それにあった目的の設定及び事業展開等をきちんと整理してはどうか。</li> <li>・本事業による具体的な成果を追跡しながら、若者に注目してもらえ取り組みを充実させてもらいたい。</li> <li>・地方移住に若者の興味関心が高まっており、粘り強く取り組んでほしい。プロモーションと合わせ、雇用環境の充実にも力を入れてほしい。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平均視聴率と再生回数以外の指標は、この事業以外の様々な影響を受けると思われる。因果関係が定かではないので、KPIは平均視聴率と再生回数だけでよいのではないかと。</li> <li>・他の事業との連携を進めていくべき。</li> </ul>
				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%	10.0%	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	33,470回	20,000回		
				その他のKPI	会津管内就職率（管内留保数）	63%	63.3%	62.4%	72%		
2-2	移住支援金	地域づくり課	柱2 地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出 柱4 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	市外からの移住者数（累計）	—	159世帯	179世帯	159世帯	地方創生に相当程度効果があった	<p>【R4実績について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・R2年度からR4年度にかけて対象者が徐々にではあるが、増加していることは評価できる。</li> <li>・交付件数が年々増加しており、事業の進展がうかがえる。さらなる進展を期待したい。</li> <li>・時代の要請に即した事業だと評価できる。首都圏の若者世代に本市の良さをさらにアピールし、事業を多くの人に活用してもらいたい。</li> <li>・申請者の増加は評価できる。</li> </ul> <p>【今後の方針等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市独自支援についてもさらなる拡充を検討してほしい。</li> <li>・申請者は増加しているが、まだ1桁であり、満足すべきでない。今後の方針の通り、各種施策と連携し2桁を目指してほしい。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・6件という実績が多いのか少ないのか判断できない。比較検討できる材料も提示してほしい。</li> <li>・移住者にとって、どのような点が魅力的であったのかを把握して進めるべき。</li> </ul>

2-3	定住コネクトスペース事業	地域づくり課	柱2 地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出 柱4 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	市外からの移住者数（累計）	-	159世帯	179世帯	159世帯	地方創生に効果があった	<p>【R4実績について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・R4年度実績が前年度実績を超えていることは、評価できる。</li> <li>・本市への定住・二地域居住促進に向けて一定の効果はあったと考えられるが、利用者が若干少ないように感じた。どの程度の利用者を想定して始めたか、それに対する達成率も見るといい。</li> <li>・相応の利用があり、中心部ににぎわいづくりに寄与した。</li> </ul> <p>【今後の方針等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・KPI指標には、当該事業には関係なく市外から移住した人も含まれていると考えられることから、当該事業に即した目標等の設定についても検討してはいかか。また、当該事業はR5年度で終了とのことだが、コワーキングスペース以外の取組も終了してしまっ差支えないのか。</li> <li>・R5年度にて事業を終了するとのことだが、民間のコワーキングスペースで、この事業が担ってきた相談、移住者と企業との交流・共同プロジェクトといった事業を代替できるのだろうか。これまでの実績・経験が失われないことを期待する。</li> <li>・本市への定住・二地域居住を検討する人のニーズに沿った事業を望む。</li> <li>・R5年度で終了とのことだが、民間ワーキングスペースが代替の受け皿になりうるのか。人口減少が市の最大課題の一つであり、象徴的施設がなくなるのは惜しく感じる。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・費用対効果がどうであったのか疑問に感じる。</li> <li>・当該施設は会津の真骨頂であり、その活用は移住やシビックプライド醸成にもつながっていると思う。中心市街地活性化の観点で、施設の利活用方法について検討してほしい。</li> <li>・移住促進の取組はすぐに結果が出るものではなく、一つ一つの取組の積み重ねである。相談件数が、どれくらい移住につながったのかについての指標も検討してほしい。</li> </ul>
2-4	地域課題解決型先端サービス実装化支援事業	スマートシティ推進室	柱1 ICTと既存産業・資源をかつようしたしごとづくり 柱2 地域の個性を活かした新たなひとの流れの創出 柱3 生活の利便性を実感できる安全・安心なまちづくり 柱4 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	人口の社会動態／年（1～12月）	-490人	-576人	-323人	-270人	地方創生に相当程度効果があった	<p>【R4実績について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・KPI指標について、R6年度の目標値に向けて向上していることは、一定の評価ができる。</li> <li>・本市が推進するスマートシティの具現化について貢献できる事業と考える。</li> <li>・進出企業の定着という点では流出しておらず妥当。</li> </ul> <p>【今後の方針等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・採択された個々の事業成果について、検証することも検討してはどうか。</li> <li>・一般市民もスマートシティについて理解を深められるよう分かりやすい事業の推進を求めたい。</li> <li>・企業側からのトップダウン式だけでなく、市民の要望を踏まえたボトムアップ式の先端サービス導入を図ってほしい。市民が関わる場を作ると定着につながっていくのではないかと。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・幅広い分野の事業であるため、担当課による内容の説明があった方が理解が深まると考える。</li> </ul>
3-1	新モビリティサービス推進事業	地域づくり課	柱3 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	9.8回	14.0回	地方創生に効果があった	<p>【R4実績について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス感染症の影響により、人流に関する指標が悪化したことはやむを得ない。交通弱者のための交通手段の確保は非常に重要であり、当該事業は評価できる。</li> <li>・公共交通をめぐり情勢変化への対応は急務であり、一定の意義のある事業だったといえる。一方で、高齢者にはICTの活用はハードルが高かったのではないかとと思われる。</li> <li>・目標値は下回っているが、コロナ禍の中であり理解できる。</li> </ul> <p>【今後の方針等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公共交通の維持・確保に向け、効果のある施策の速やかな実装を期待する。</li> <li>・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。本格運行に向けた準備を進めることができたとのことであり、さらなる発展を期待したい。</li> <li>・実証試験の結果を分析した上で、今後の進め方をしっかりと検討してほしい。</li> <li>・公共交通の確保・維持のため引き続きシステム構築にあたってほしい。AIオンデマンドは他所でも行われていると聞いており、先進地も参考にしながら技術を磨いてほしい。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍の影響が大きく、当事業の地方創生への効果は判断が難しい。</li> <li>・AIオンデマンドバスの普及と運転免許返納者数の相関については改めて検証すべき。</li> </ul>
				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%	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	146万人	395万人		
				その他のKPI	運転免許返納者数	521人	394人	380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	柱3 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	23,680人	19,500人	地方創生に相当程度効果があった	<p>【R4実績について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・KPI指標について、R6年度目標をR4年度時点で超えていることは、評価できる。</li> <li>・多くの市民がICTに触れあうことができるための事業であり、利用者が増えていることも評価ができる。</li> <li>・登録者数が大きく増加したことは、さまざまなPRの成果と受け止める。</li> </ul> <p>【今後の方針等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年代別登録者数などを分析し、登録状況の低い年代に対するPRなどを検討してはいかかか。</li> <li>・登録者数が着実に拡大しているが、さらなる拡大を期待したい。コンテンツがない項目（例えば、ごみカレンダー）もあるようなので、さらなる充実を期待したい。</li> <li>・さらなるサービスの拡充に努めてもらいたい。</li> <li>・登録者が増えたがまだ多いとはいえ、さらなる利用促進を促してほしい。利用者の1人としては、ほしい情報を確実に取得できるよう、より分かりやすいインターフェイスへの改善が求められると感じている。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・プレミアムポイント事業で初めてスマートシティのサービスを使った人も多いのではないか。そういった方をどれだけ継続利用につなげていけるかが重要。</li> </ul>
4-1	結婚支援事業	協働・男女参画室	柱4 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%	97.1%	100%	地方創生に効果があった	<p>【R4実績について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・KPIの達成には至っていないが、参加者の満足度等が高く、評価できる取組である。</li> <li>・自分磨きセミナーへの参加者が前年度より増えたものの、依然としてKPIを下回っている。また、仲人研修会の参加率も高いとは言えない。参加者拡大に向けた取り組みに期待したい。</li> <li>・現代の若者の結婚観自体が変わってきている中、当事業の内容には若干の時代遅れの印象を感じざるを得ない。セミナーの参加者が少ないことも、そのことを裏付けていると思う。</li> </ul> <p>【今後の方針等について】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の継続も含めて、あり方を検討する必要があるように思う。</li> <li>・重要な事業。参加者の結婚率も知りたいところ。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マッチングアプリが普及している中、行政がどのように関与すべきかを在り方を根本的に検討すべき。結婚に関して行政に頼る人がいるのか。</li> <li>・同様の民間サービスがある中、行政が関与すべきかどうか判断は難しい。行政が関与するからこそ、安心感があつたり、参加費が安価だったりすると思う。</li> <li>・他人とのコミュニケーションを不得手とする方もいるため、そうした方にとって有意義な取組であると思う。</li> <li>・費用対効果は厳しいが、長期的に取り組んでいくべきものと思う。</li> </ul>
				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	36名	のべ120名		
				その他のKPI	現代版仲人登録者数	-	10名	55%	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%	100%		