

整理番号	3-①	課名	総合政策課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	① おおい若者まちづくり塾(仮称)		
予算事業名	おおい若者まちづくり塾開催事業		

平成30年度実績額	2,832,489円	令和元年度予算額(6月補正後)	3,229,000円
-----------	------------	-----------------	------------

	H27	H28	H29
事業の概要(実績)	第2次おおい町総合計画・おおい町未来創生戦略の策定に向け、町内企業や事業所等の協力を得て、若者を対象としたワークショップを全6回開催した。	前年度のワークショップを継承する形で、選抜メンバーや新しいメンバーらによる「おおい町未来仕掛け人会議」を全11回開催した。 ふらっとで開催された音楽イベント「レッドシューズ」に、地元食材を活用した「しし肉コロッケ」等を販売し、まちづくり事業への参加とともに、団体をPRした。	新メンバーを加えた「おおい町未来仕掛け人会議」を15回開催した。 また、ウーマンラッシュアワーと「おおい町の未来を考える討論会」への参画や講師を招いた勉強会を実施した。 加えて、大火勢のステージでの活動PRや活動の様子を記載したチラシを町内に全戸配布するなど団体をPRした。
	H30		R元
	前年度と同様のメンバーで「おおい町未来仕掛け人会議」を5回実施した。 また、メンバーが4つの部会に分かれて活動し、おおい町の魅力の発信、課題解決に向けたイベント、勉強会を実施した。 おおい町にゆかりのある講師や町内で働く様々な職業な方を講師としたまちづくり塾を若州一滴文庫で実施した。 子どもから大人まで参加できる、おおいアームレスリング大会を実施し、地元食材を多く使ったふるまい鍋を提供するなど、冬の新たなイベントとして実施した。 県外でまちづくり活動を実施する2名の方を講師に、まちづくりについて考える「まちづくりワークショップ」を実施した。		

【一滴文庫に行ってきた】

【おおいアームレスリング大会】

【まちづくりワークショップ】



成果を測る指標 (KPI・数値目標)	参加者数		⇒	現 状		KPI達成率 (%)
	基準値 (平成26年度)	—		H30年度末	472人	
	目標値 (令和元年度末)	累計 500人		R元年6月末	496人	
						94.40%
						99.20%

① 数値目標達成状況	達成が見込める状況
------------	-----------

達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針
<p>おおい町未来仕掛け人会議を年間10回程度開催し、各会議に10人程度のメンバーが参加していることに加え、討論会やまちづくり塾等にも多くの町民が参加している。</p>	<p>これまで同様に年間10回程度の会議の開催に加え、町内外からの講師によるまちづくり塾を5回程度実施する。</p>

② 事業に取り組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)

<p>ノウハウの内容</p>	<p>活動内容(実施内容、スケジュール)を年度当初に検討せずに進めていたため、イベントの周知や準備期間等に課題が残った。まちづくり塾においては、まちづくり活動の実践者を増やすために内容や運営方法の検討が必要。</p>
<p>ノウハウの活用状況・活用方針</p>	<p>年度当初に活動内容(実施内容、スケジュール)について検討し、計画的に実施する。まちづくり塾では、カリキュラムを設定し、複数回参加してもらうことで、まちづくりへの関心を高め、実践能力の向上を図る。</p>

③ 外部有識者による意見の事業への反映

		反映している
<p>反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)</p>	<p>反映できない場合 (その理由と、今後の方針)</p>	
<p>まちづくり政策コンテストに住民グループとして参加し、政策提言を行った。</p>		

④ 事業成果

平成27年度から平成30年度にかけて若者ワークショップ、おおい町未来仕掛け人会議、おおい町の未来を考える討論会、まちづくり塾を実施し、累計472人が参加した。おおい町で新しいイベントづくりとして、おおいアームレスリング大会を実施し、町内外からの参加者が集まった。政策コンテストに参加した学生チーム、住民チームといった、おおい町のまちづくりについて考える方との意見交換を行うことができた。

内部評価結果

・KPIについては、達成が見込める状況である。
 ・5年をかけて事業をよりよいものとなるよう育ててきたが、現在のメンバーをメンターとして位置づけ、新たなメンバーを募集するなど、事業内容及び参加者の刷新についても検討する必要がある。

外部評価の結果

住民参加による住民主体のまちづくりに繋がることを期待したい。
 (各事業共通事項)
 各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。

整理番号	3-②	課名	住民福祉課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	② 若者出会い・交流応援事業		
予算事業名	若者出会い交流応援事業		
平成30年度実績額	1,057,358円	令和元年度予算額(6月補正後)	744,000円

H27	H28	H29
—	<p>今庄そば道場でのそば打ち体験及び三方五湖レインボーライン観光等を通じた日帰りバスツアー交流を実施(男性10名・女性9名参加)</p> <p>クリスマスパーティー企画として、軽スポーツやイチゴ狩り体験を通じた交流イベントを実施(男性7名・女性4名参加)</p> <p>民間の企画立案により実施した、福井県住みます芸人「飯めしあがれこにお」氏をメインパーソナリティーとした交流イベントに対する補助(男性9名・女性8名参加)</p>	<p>ハヶ峰家族旅行村を会場に大自然の中での「アウトドアna婚活」をテーマとした交流イベントを実施。男性参加者対象にセミナーも実施(男性9名・女性7名参加)</p> <p>WAKASAハニーセッション実行委員会の企画立案により実施した、地元アマチュアバンドの音楽ライブ観覧による婚活イベントに対する補助(男性12名・女性12名参加)</p>

H30	R元
<p>県の「しあわせ福井実感！婚活応援事業補助金」を活用し、県外在住の独身女性を対象に、日帰りバスツアーを通じておい町の魅力を体感いただきながら、独身男女の出会い交流の場を創出するイベントを企画実施(男性10名・女性7名(うち県外4名)参加)</p> <p>ハニーセッション実行委員会の企画立案により実施した、地元アマチュアバンドの音楽ライブ観覧と福井県の「食」をコラボした街コン型婚活イベントに対する補助(男性14名・女性9名参加)</p>	

事業の概要(実績)



「交流イベント」チラシ

成果を測る指標 (KPI・数値目標)	出会いの場イベント参加者数		現 状		KPI達成率 (%)
	基準値 (平成26年度)	—	H30年度末	127人	
	目標値 (令和元年度末)	累計 240人	R元年6月末	127人	52.9

① 数値目標達成状況

達成が厳しい状況

達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針
<p>行政主体の事業と、民間団体等による魅力的な企画立案事業を組み合わせることで、目標値の達成を目指す。</p>	<p>行政主体の事業について、魅力的な企画に努めるとともに、補助金申請団体の掘り起こしにより、実績確保を目指す。</p>

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)	
<p>ノウハウの内容</p>	<p>行政主体事業のみでは、参加対象や交流場所が町内等狭域に限定されてしまうことで、どうしても敬遠されがちな傾向となるため、より広域的な男女の出会いの場を提供していた観点から、民間団体への補助事業を新たに創設した。</p>
<p>ノウハウの活用状況・活用方針</p>	<p>平成28年度から「おおい町若者出会い・交流応援事業実施要綱」を策定し、1事業につき30万円を上限額として、若者の出会いの場を積極的に創出するイベントの実施団体に対する補助事業を実施。2団体の実績有り。</p>

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映している
<p>反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)</p>	<p>反映できない場合 (その理由と、今後の方針)</p>	
<p>新たな試みとして県補助の新規事業を活用することで、関係部署との県外女性集客のためのノウハウに関する情報共有の連携が図れたとともに、おおい町会場での開催が定着化した団体補助事業においても、主催団体との連携を図ることで、若者の出会い交流の場の機会創出をより一層図れた。</p>	<p>—</p>	

④ 事業成果
<p>行政主体事業においては、県補助事業を活用し、県外女性を募集対象とした町内バスツアープログラムによる交流が図れ、おおい町の魅力を体感いただきながら、独身男女17名の参加者の内、町内男性と県外女性1組のカップリング結果を残せた。 民間団体補助事業においては、平成29年度に続き同団体が事業を行っており、イベント来場者の婚活希望者23名に対するアンケート活動を通じて、「来年も参加して交流を深めたい」との積極的の回答を6名の方から得られた。</p>

内部評価結果
<p>・KPIの達成については、厳しい状況である。 ・そのような中、県の新規事業も活用しながら取り組んでいるが、担い手確保が求められているなど、各課との連携を図りながら取組を進めていく必要がある。</p>

外部評価の結果
<p>イベントの参加を通じて、町での生活に興味を持ってもらえるよう、引き続き工夫を重ねられたい。 (各事業共通事項) 各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取組を進められたい。</p>

整理番号	3-③	課名	総合政策課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	③ 学生政策コンテスト事業		
予算事業名	官学連携事業		
平成30年度実績額	4,224,591円	令和元年度予算額(6月補正後)	4,550,000円

事業の概要(実績)	H27	H28	H29
	—	<p>関西の7大学から9チームがまちづくり政策コンテストに参加し、提言に向け事前に取り組むフィールドワークにおいて約70名の学生が町内で活動を行った。</p> <p>9件の政策提言のうち、関西学院大学の「就農・起業女子応援事業」が最優秀賞となり、平成29年度に「就農・就業女子応援事業フォーラム」「掘って、起こして、恋をしてバスツアー」「地域活性化情報誌の作成」が事業化された。</p>	<p>関西のほか、九州、島根から計6大学の7チームがまちづくり政策コンテストに参加し、提言に向け事前に取り組むフィールドワークにおいて約50名の学生が町内で活動を行った。</p> <p>7件の政策提言の中から、関西大学の提案より「養蜂研究委託事業」、近畿大学の提案より「ふるさと納税を利用した空き家見回りサービス」「お試し住宅の新規運用」が平成30年度に事業化された。</p>

事業の概要(実績)	H30	R元
	<p>関西のほか、九州から計8大学の6チームがまちづくり政策コンテストに参加し、提言に向け事前に取り組むフィールドワークにおいて約50名の学生が町内で活動を行った。</p> <p>6件の政策提言の中から、同志社大学の提案を参考に「健康プログラム事業」が令和元年度に事業化された。また、九州産業大学の古民家利活用の提案については、令和元年度に空家のデータベース構築に取り組んでおり、空家所有者と空家利用希望者とのマッチングを推進していく。</p>	/



成果を測る指標(KPI・数値目標)	政策提案数	⇒	現 状		KPI達成率(%)	
	基準値(平成26年度)		—	H30年度末	26件	74.3
	目標値(令和元年度末)		累計 35件	R元年6月末	26件	74.3

① 数値目標達成状況		達成が見込める状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
<p>町内外へ広くPRするとともに、政策コンテストだけでなく町のイベントへの参画や農業体験等を通じて学生との継続的な交流を図っている。</p> <p>また、前年度は 町外の大学等の学生チームだけでなく、町内住民グループからの提言も募集し、4チームから参加を得られた。</p>	<p>3回目までは、学生チームが町内で行うフィールドワークの日程を募集段階で町が指定していたが、一定期間を設けて、学生チームが参加しやすい日程を選べるようにし、学生チームが応募しやすいようにする。</p> <p>また、町外の大学等の学生チームだけでなく、前年度に引き続き町内住民グループからの提言も募集する。</p>	
② 事業に取り組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)		
ノウハウの内容	<p>1回目と2回目においては、政策テーマを「移住・定住・交流人口の拡大につながるまちづくりのアイデア」とし、大きな方向性を示した内容としていたが、参加チームからの提言は、特定の分野に偏重する傾向があり、また本町が直面する課題に適用していない提言もあり、3回目は、4つの具体的な課題に絞った形のテーマ設定とした。</p> <p>また、政策コンテストの事前説明会として、チームの代表者を対象に、おい町でのバスツアーを1日で開催していたが、距離的、時間的な都合で3チームしか参加が得られなかった。</p>	
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>4回目となる元年度は、主題を「～移住・定住・交流人口の拡大につながるまちづくりのアイデア～」としつつ、3つの具体的な課題に絞った形のテーマ設定とし、事前説明会については、2日間設定し、京都市に担当職員が出向く形で開催することとし、各学生チームが都合の良い方の日を選べるようにした。</p>	
③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
<p>政策発表会の会場を、一滴文庫車椅子劇場に変更し、観覧者の増加、参加学生と町民との距離間を縮めることを狙う。</p> <p>また、住民グループによる提言募集におけるテーマに、比較的提言のしやすいものを含め、若年層も参加しやすいようにする。</p> <p>さらに、元年度は、政策コンテスト参加者に対して「おいサポーター」制度の周知を図り、継続した町との関係性につなげる。</p>		
④ 事業成果		
<p>これまで約170名の学生が参加し、未来戦略に基づきまちづくりを進める町の取り組みを町内外にPRできた。また、町外の若者の目線による26件の政策提言があり、その中から7件の事業が具体化しており、新たな気づきの活用や町の施策展開の多様化につながっている。</p>		
内部評価結果		
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成が見込まれる状況である。 ・取組の経過を踏まえると、関係課との連携により進めていく中で、事業にかかる負担が増大している点が挙げられる。その点を考慮しながら、よりよい事業展開に向けた検討を進める必要がある。 		

外部評価の結果

参加学生が継続的に町との関わりを持ち、関係人口につながるよう取り組みたい。
(各事業共通事項)
各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。

整理番号	3-④	課名	総合政策課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	④ 都市交流活動支援事業		
予算事業名	移住・定住・交流推進事業		

平成30年度実績額	499,984円	令和元年度予算額(6月補正後)	973,230円
-----------	----------	-----------------	----------

H27	H28	H29
<p>町内で開催される各種イベントを広く町内外から様々な形で応援していただくことを目的に、平成27年度よりイベントサポーターの設置を開始した。</p> <p>39人の登録があり、メール送信により年間29回の情報提供を行った。</p>	<p>新たに3人の登録があった一方で、転居により1人の脱退があったため、年度末時点の登録者数41人だった。</p> <p>メール送信により年間25回の情報提供を行った。</p>	<p>登録者数に変動はなかった。</p> <p>イベントサポーターへのメールによる情報提供については、町全体のメール配信サービスを開始したため、同サービスへの登録を促し、独自のメール送信は行わなかった。</p>

H30	R元
<p>町内で開催される同窓会に要する経費の一部について、補助金を交付し、町民と町出身者との交流機会の創出により、移住及び定住の推進並びに町を応援してもらうきっかけづくりとするとともに、地域経済の活性化に寄与する。</p> <p>補助金の額は、出席者の数に次に掲げる金額を乗じて得た額又は10万円のいずれか低い額とする。</p> <p>(1) 20歳以上39歳までは、3,000円 (2) 40歳以上は、2,000円</p>	/

事業の概要(実績)



成果を測る指標(KPI・数値目標)	同窓会支援事業の助成を受けた同窓会の件数	⇒	現 状		KPI達成率(%)	
	基準値(平成26年度)		0件	H30年度末		7件
	目標値(令和元年度末)		累計 10件	R元年6月末	8件	80

① 数値目標達成状況		達成が見込める状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
平成30年度からKPIを「同窓会支援事業の助成を受けた同窓会の件数」に変更したことにより、数値目標達成が見込める状況となった。	同窓会支援事業補助金の周知徹底を図るとともに、補助対象となった県外在住者に対して「おおいサポーター」への登録を呼びかけていく。	

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)	
ノウハウの内容	【アンケート結果】 現在町外に住んでいる理由はほとんどが「家庭や仕事の事情」であるとの回答であった。おおい町に求めるものとする「就労・雇用環境」が最も多く、次いで「道路や病院、ショッピング施設の整備」など生活の利便性向上に関する回答が多かった。
ノウハウの活用状況・活用方針	就労・雇用環境の改善や生活の利便性向上などについては、短期的な改善は難しいことから、今本町にある良さを県外在住者にPRしていくことで「おおいサポーター」への登録につなげていきたい。

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
町の相談窓口の周知・広報については、町ホームページにおいて、「移住定住情報サイト」を設けて周知を行っている。 また、転入者へのアンケートについては、平成28年度から実施しており、令和元年度からはより効果的な分析を行うために設問内容の変更を行った。		

④ 事業成果
平成30年度から事業を開始した「同窓会支援事業補助金」については、7件で230名を対象に補助を実施した。230名のうち町外者は80名であった。アンケート結果によると、旧友と集まるきっかけとなった、おおい町について考えるきっかけとなったという意見が多かった。今後は、町外者に対して「おおいサポーター」登録の呼びかけを行っていきたい。

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成が見込まれる状況である。 ・計画期間内にKPIの見直しを経ている中で、事業目的とリンクしていない点があるため、改めて検討する必要がある。また、大火勢やふるさと納税などの機会を捉えて、サポーターを確保していく視点が必要である。

外部評価の結果
<p>アンケートの結果などをもとに、Uターンに繋がるアイデアに期待したい。 (各事業共通事項)</p> <p>各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>

整理番号	3-⑥-1	課名	総合政策課
------	-------	----	-------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	⑥ おおい町戦略的PR事業		
予算事業名	おおい町戦略的PR事業		
平成30年度実績額	6,823,610円	令和元年度予算額(6月補正後)	6,615,000円

事業の概要(実績)	H27	H28	H29
	-	日本全国の方々に効果的に「おおい町」というブランドを知ってもらい、認知度の向上を図ることを目的に、プロモーション映像を制作し、インターネットや屋外放映設備などで放映を行った。	<ul style="list-style-type: none"> ・ウーマンラッシュアワーによる町民参加型の『おおい町大討論会』の開催 ・町内の中学生を対象とした『ウーマンラッシュアワーによる中学生夢講演会』の開催

事業の概要(実績)	H30	R元
	<p>おおい町大島半島を海釣りのメッカとして全国にPRするため、有名タレントを起用して番組を制作し、関西地区の地上波により放映を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子だくさん釣り好きで知られるタレント「つるの剛士」と釣りガール「三原勇希」を起用し、若狭湾や若狭ぐじ、観光施設、町の子育て施策などを収録し、番組放映を実施(関西圏「サンテレビ」で放映) ・サンテレビでは町内放映ができなかったため、地元番組チャンネルOを活用して、約2週間放映を行った。 ・番組をDVDに収録し、町のPRできる機会に活用してもらえるように町内の公民館や道の駅、観光施設にそれぞれ配布を行った。 	



成果を測る指標(KPI・数値目標)	観光客入込数		⇒	現 状		KPI達成率(%)
	基準値(平成26年度)	年間 109万人		H30年度末	年間 108.3万人(H30年度)	-0.6%(基準値) 83.3%(目標値)
	目標値(令和元年度末)	年間 130万人		R元年6月末	年間 29.0万人(R元年6月末)	-73.4%(基準値) 22.3%(目標値)

① 数値目標達成状況 達成が厳しい状況

達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針
<p>事業2年目で動画配信でのPR活動がなくなったため、KPIが動画視聴回数から観光客入込数へと変更した。予算やタレントのスケジュールの都合上、収録が10月・放映が11月となり、釣り好期が過ぎた時期に放映した為、観光客入込数が伸び悩み微減となった。</p>	<p>次回もタレントを起用したシリーズとして番組制作を実施し、関西圏へ放映を行う。タレントのスケジュールの都合もあるが、なるべく早い時期に放映できるよう努める。また、前回PRできなかった特産品や観光施設を対象に実施する。</p>

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)	
<p>ノウハウの内容</p>	<p>海釣りのメッカとしてのPRと併せて、子育て応援の町として番組放映することができた。また、出演タレントに提供した特産品「錦賞しいたけ」がSNSで複数回発信していただき、その結果注文が例年より増加した。</p>
<p>ノウハウの活用状況・活用方針</p>	<p>次回の番組制作は、前回からつながるようなストーリー性をもって、効果的なPR内容としていく。また、子育て応援の町としても併せてPRする。</p>

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映を予定している
<p>反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)</p>	<p>反映できない場合 (その理由と、今後の方針)</p>	
<p>今回は、実際に海釣りのメッカである町へ来て、体験して、感じてもらえるようなツアーを実施し、リピーターやSNS(口コミ)などの波及効果を期待したい。併せて、番組制作も実施し、前回からつながるようなストーリー性をもって、効果的なPR内容としていく。</p>		

④ 事業成果
<p>子どもさん釣り好きで知られるタレント「つるの剛士」を起用することにより、子育て世代から釣り好きの方まで幅広い層に見ただけの番組となった。また、起用したタレントのSNSからの配信により番組を視聴した方以外にも、海釣りのメッカの町・若狭ぐじの町・子育て応援の町のPRができた。 その他波及効果として、出演タレントに提供した特産品「錦賞しいたけ」がSNSで複数回発信していただき、その結果注文が例年より増加した。</p>

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成については、厳しい状況である。 ・事業内容はPR・情報発信であることから、継続的な取組が欠かせないものであるが、他事業との連携を強化する中で、より効果的な方策を検討する必要がある。

外部評価の結果
<p>PRに興味を持ち訪れる人々に、実際の町を楽しんでもらえるよう他事業との連携も検討されたい。 (各事業共通事項) 各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>

整理番号	3-⑥	課名	商工観光振興課
------	-----	----	---------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	⑥ おおい町戦略的PR事業		
予算事業名	うみんぴあ大飯事業		
平成30年度実績額	3,942,000円	令和元年度予算額(6月補正後)	4,000,000円

H27	H28	H29
<p>道の駅うみんぴあ大飯において、賑わい創出イベントを開催した。</p> <ul style="list-style-type: none"> 道の駅うみんぴあ大飯年間来館者数 323,130人 賑わい創出イベント開催状況 サザエ&岩ガキまつり 5,672人 2周年記念イベント 15,773人 きのご祭り 3,398人 	<p>おおい町出身の芸能人であるウーマンラッシュアワーをポスターモデルとして起用した観光ポスターを作製し、町の認知度の拡大に取り組んだ。</p> <p>道の駅うみんぴあ大飯において、賑わい創出イベントを開催した。</p> <ul style="list-style-type: none"> 道の駅うみんぴあ大飯年間来館者数 309,002人 賑わい創出イベント開催状況 サザエ&岩ガキまつり 6,072人 3周年記念イベント 4,518人 きのご祭り 2,480人 	<p>関西を中心にポスター掲出を実施し、町のPRに努めた。</p> <p>道の駅うみんぴあ大飯において、賑わい創出イベントを開催した。</p> <ul style="list-style-type: none"> 道の駅うみんぴあ大飯年間来館者数 298,238人 賑わい創出イベント開催状況 サザエ&岩ガキまつり 5,917人 秋の大感謝祭 4,683人 きのご祭り 1,595人 いちご祭り 2,637人

H30	R元
<p>道の駅うみんぴあ大飯において、賑わい創出イベントを開催し、町の特産品等を広くPRすることによって本町の認知度の向上に努めた。</p> <ul style="list-style-type: none"> 道の駅うみんぴあ大飯年間来館者数 300,306人 賑わい創出イベント開催状況 サザエ&岩ガキまつり 5,895人 秋の大感謝祭 6,006人 きのご祭り 1,841人 いちご祭り 1,479人 	

事業の概要
(実績)



成果を測る指標 (KPI・数値目標)	観光客入込数		⇒	現 状		KPI達成率 (%)
	基準値 (平成26年度)	年間 109万人		H30年度末	年間 108.3万人 (H30年度)	
	目標値 (令和元年度末)	年間 130万人		R元年6月末	年間 29.0万人 (R元年6月末)	-0.6%(基準値) 83.3%(目標値)

① 数値目標達成状況		達成が厳しい状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
<p>昨年度までは、KPIをインターネットにおける動画視聴回数としていたが、事業実施により得られたノウハウや外部組織委員会の意見等を取入れ、今年度より観光入込客数とした。</p> <p>イベント開催や情報発信等により誘客策に取り組んでいるものの、台風や猛暑などの気象要因の影響も受け、目標通りの来客数を確保するまでには至っていない状況である</p>	<p>イベント内容を工夫し、リピーターの確保と新たな顧客の集客に努めるとともに、積極的な情報発信を行い観光入込客数の増加に努める。</p>	

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)		
ノウハウの内容	道の駅において、季節に応じたイベントを開催することにより町の特産品等を広くPRすることが出来るとともに町内の観光スポット等の情報発信にも資することが出来る。	
ノウハウの活用状況・活用方針	季節に応じた農産物や魚介類等をはじめとする特産品をテーマにしたイベントを開催し、リピーターの確保や新たな顧客の確保に努めるとともに、町内の周遊を促すための情報発信に努める。	

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
道の駅うみんぴあ大飯において、賑わい創出イベントを開催し、集客を図り、町内産の農産物や特産品の売り上げ増につなげることによって、出荷者の更なる意欲向上を図る。		

④ 事業成果		
道の駅うみんぴあ大飯において、参画者協議会や関係団体と連携した賑わい創出イベントを開催することにより、町の特産品等を広くPRすることが出来た。		

内部評価結果		
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成については、厳しい状況である。 ・事業内容はPR・情報発信であることから、継続的な取組が欠かせないものであるが、他事業との連携を強化する中で、より効果的な方策を検討する必要がある。 		

外部評価の結果		
<p>本イベントと他の観光地を繋ぎ、一回の訪問で広く町を知ってもらおう仕掛けについても検討されたい。 (各事業共通事項)</p> <p>各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>		

整理番号	3-⑦	課名	電子情報課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	⑦ いきいきホームページ事業		
予算事業名	ホームページ運営事業		
平成30年度実績額	4,959,434円	令和元年度予算額(6月補正後)	5,019,000円

H27	H28	H29
<p>おい町ホームページ利用促進連絡会において、ホームページのリニューアルについて検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページの問題点・課題の洗い出し ・問題点・課題の解決方法 ・新たに追加する機能などの検討 ・トップページのリニューアルポイントの検討 ・住民アンケートの実施 <p>【年間アクセス数 122,305件】</p>	<p>町ホームページを平成29年3月1日からリニューアルし「観光サイト」「子育てサイト」「移住定住サイト」「防災サイト」の4つのサイトを新設、ホームページから登録できる「メール配信サービス」を設けた。</p> <p>また、スマートフォンなどの画面サイズに合わせて最適化する機能を付加するとともに、外国語(英語、中国語、韓国語、ドイツ語、タガログ語)の翻訳機能を設け、利活用しやすいホームページの構築を行った。</p> <p>【年間アクセス数 123,038件】</p>	<p>町職員と住民等が町内行事等の情報を共有し、年間スケジュールにおける日程調整等での有効活用や、町内外の方への町のイベント情報発信の一つとして「生活イベントカレンダー」の改修を行った。</p> <p>町職員に対して、各担当課で把握するイベント情報を積極的に掲載するよう周知徹底したが、職員の意識が低いため掲載率が悪く、ゴミや健診カレンダーとなっている。</p> <p>【年間アクセス数 122,618件】</p>

H30	R元
<p>・町職員に対し、おい町の各種イベント等の情報について「生活イベントカレンダー」への積極的な掲載を徹底するよう周知を行った。</p> <p>・各部署から告知放送(定時放送)依頼を受けた内容について、ホームページへの掲載の有無について注視し、未掲載の場合には、担当部署に連絡し、掲載の依頼を行った。</p> <p>・公開されているすべての記事を定期的にチェックし、各部署への指示指導を行った。</p> <p>【年間アクセス数 147,606件】</p>	

事業の概要(実績)



成果を測る指標(KPI・数値目標)	ホームページ(トップページ)アクセス数		現 状		KPI達成率(%)
	基準値(平成26年度)	152,000件	H30年度末	147,606件	
	目標値(令和元年度末)	300,000件(倍増)	⇒	R元年6月末	71,724件

① 数値目標達成状況		達成が厳しい状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
<p>ホームページをリニューアルした平成29年3月以降、ポータルサイトを設けるなど、ホームページが見やすくなったことによる結果ではないかと考えているが、アクセス数が右肩上がりに増加している。しかしながら、目標としている数値には到底届かない状況である。</p> <p>対前年 +20.4%(+24,988件)</p>	<p>令和元年度(平成31年度)末時点での目標値への達成は厳しい状況ではあるが、平成31年4月より実施している、町職員で構成する「おい町広報編集・情報発信委員会」の中で、意見交換や情報の共有を行い、より内容が充実したホームページになるように努め、できるだけ目標値に近づけていきたいと考える。</p>	

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)		
ノウハウの内容	事業運営の中で常にPDCA改善を進めていかなければKPI達成に繋がらないことから、毎月のホームページのアクセス内容を分析するなど、運営管理側からホームページ掲載への意識が高くなった。	
ノウハウの活用状況・活用方針	おい町広報編集・情報発信委員会を通じ、町内外に発信するための情報を共有するとともに、職員におけるノウハウの蓄積に必要な研修会を開催し、職員一人一人の意識の向上を図っていきたい。	

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
<p>アクセス数増加のために、他市町の掲載内容等を確認し、記事のレイアウトなど参考にできるものは、取り入れている。</p>		

④ 事業成果
<p>ホームページのリニューアル以降、アクセス数が増加している傾向ではあるが、全職員が統一した意識で町の情報を発信していくためにも、おい町広報編集・情報発信委員会を通じ、あらゆる町の情報の収集に努め、職員におけるノウハウの蓄積に必要な研修会を定期的に行うことが必要であると考えている。また、電子情報課におけるアクセス内容の分析や公開記事のチェックが重要であると理解した。</p>

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成については、厳しい状況である。 ・そのような中、町ホームページは、住民の求めている情報を適切に届けるものであり、町外の人に町のことを知っていただくとともに、来訪のきっかけをつくるものであるという認識に立つことが必要である。そのことを受け、庁内の意識向上を図るべく取組内容を充実し、今後の継続的な情報発信の強化を図っていく。

外部評価の結果	
<p>ホームページへのアクセスによりインセンティブを高める工夫の可能性についても検討されたい。</p> <p>(各事業共通事項)</p> <p>各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>	

整理番号	3-⑧	課名	商工観光振興課
------	-----	----	---------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	⑧ 町内周遊観光プログラムの開発及び実施		
予算事業名	グリーン・ツーリズム推進事業		
平成30年度実績額	436,862円	令和元年度予算額(6月補正後)	436,000円

	H27	H28	H29
事業の概要(実績)	<p>おおい町グリーンツーリズム推進委員会において、既存の体験メニューを活用した周遊観光プログラムの検討に取り組んだ。</p>	<p>おおい町グリーンツーリズム推進委員会がおこなう、体験型グリーンツーリズムによる町内周遊観光プログラムの企画・実施に対して助成した。</p>	<p>おおい町グリーンツーリズム推進委員会がおこなう、体験型グリーンツーリズムによる町内周遊観光プログラムの企画・実施に対して助成した。</p>
	H30		R元
	<p>おおい町グリーンツーリズム推進委員会がおこなう、体験型グリーンツーリズムによる町内周遊観光プログラムの企画・実施に対して助成した。</p>		



成果を測る指標(KPI・数値目標)	プログラム開発数		⇒	現 状		KPI達成率(%)
	基準値(平成26年度)	—		H30年度末	4件	
	目標値(令和元年度末)	累計 5件		R元年6月末	4件	
						80.0

① 数値目標達成状況		達成が見込める状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
<p>おい町グリーンツーリズム推進委員会において、「スマイルショットツアー」と題し、町内の体験メニュー等を取り入れた体験ツアーを継続して実施することが出来た。</p>	<p>町内の観光資源を組み入れたコースを造成し、「スマイルショットツアー」を継続して実施していきたい。</p>	

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)	
ノウハウの内容	ツアー参加者を対象にアンケート調査を実施し、体験プログラムの満足度や顧客ニーズの情報収集を行っている。
ノウハウの活用状況・活用方針	アンケート結果により集積した各種情報を活かし、より魅力的なツアー実施に向けたツアープログラムの造成に努めたい。

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映を予定している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
<p>町内の宿泊施設や体験メニュー等の観光資源を組み入れ、より魅力あるツアープログラムを造成し、関係者の積極的な参画を促すとともに、町の魅力をより広く情報発信できるよう努める。</p>		

④ 事業成果
<p>ツアー参加者を対象としたアンケートの実施や、意見交換を行い町内周遊観光プログラムの開発を始めとするツアー実施に向けた情報収集、検証を行うことが出来た。</p>

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成が見込まれる状況である。 ・継続的に取組が進められており、参加者の満足度も概ね満足いただいている状況である。そのような満足度の高い状況などを情報発信にも活用し、さらなる好循環を生み出すことができれば、よりよく事業が進めていけると考える。

外部評価の結果
<p>近隣の観光資源との連携や、地域における観光資源の積極的な活用を行うなど、視点を広げた取組を進めるよう検討に努められたい。</p> <p>(各事業共通事項)</p> <p>各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取組を進められたい。</p>

整理番号	3-⑨	課名	農林水産振興課
------	-----	----	---------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	⑨ 体験農園整備支援事業		
予算事業名	体験農園整備支援事業		

平成30年度実績額	1,460,929円	令和元年度予算額(6月補正後)	490,000円
-----------	------------	-----------------	----------

H27	H28	H29
町内の遊休農地を有効活用し、体験農園を整備することで、交流人口の増加を目指す。	休耕地を活用し、自然薯の試験栽培を実施(名田庄三重 さきやま農園) (実績) 自然薯200本栽培 体験農園利用者 100人	休耕地を活用し、自然薯の試験栽培を実施(名田庄三重 さきやま農園、本郷) (実績) 自然薯 名田庄200本栽培、本郷200本栽培 体験農園利用者 400人

H30	R元
①休耕地を活用し、自然薯栽培PR用の体験農園を整備(名田庄三重、本郷) ②1次産業活動拠点施設前の圃場を新たに体験農園とするため、圃場の獣害柵設置に対する補助を実施。 (実績) 自然薯 名田庄300本栽培、本郷300本栽培 体験農園利用者 526人	R元

事業の概要(実績)



成果を測る指標(KPI・数値目標)	体験農園利用者数		現 状		KPI達成率(%)
	基準値(平成26年度)	—	H30年度末	526人	
	目標値(令和元年度末)	年間 1,000人	R元年6月末	130人	13.0

① 数値目標達成状況		達成が厳しい状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
平成30年度から大島地係の1次産業活動拠点施設前の圃場を新たに体験農園とすることで、前年と比較し利用者は増となったが、目標の年間1,000人までは至っていない。	自然薯を中心とした体験農園では限界があるため、大島の体験農園の利活用を推進し、交流人口の増加を図っていく必要がある。	

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)		
ノウハウの内容	遊休農地の活用方策(儲かる農業への転換) 新たな体験農場圃場の確保	
ノウハウの活用状況・活用方針	現在、町が取組中の高収益作物等の試験栽培の成果の反映 新たな圃場の確保 大島の体験農園利用者の確保	

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映を予定している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
現在の体験農園を活用した新たな人的交流や特産振興を図っていく。		


④ 事業成果
1次産業活動拠点施設前の圃場を新たに体験農園とすることで、526人の利用があった。遊休農地の有効活用と、交流人口の拡大に資することができた。

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成については、厳しい状況である。 ・当該事業のKPIについての捉え方が難しい側面があるとともに、事業推進に向けた条件整備が整わない中で進めてきた側面もあることから、これらの取組経過を踏まえながら関連事業との連携を強化しつつ、総合的に関係人口を確保していく方向への転換も検討する必要がある。

外部評価の結果
<p>体験農園については、事業の対象者や目的を踏まえ、KPIの捉え方や事業のあり方について改めて検討されるよう努められたい。</p> <p>(各事業共通事項)</p> <p>各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>

整理番号	3-⑩	課名	商工観光振興課
------	-----	----	---------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	⑩ おおい町の魅力を発掘・発信！講座		
予算事業名	—		
平成30年度実績額	—	令和元年度予算額(6月補正後)	—

事業の概要 (実績)	H27	H28	H29
	—	おおい町観光協会が、町のイベントサポーターを対象に実施する観光情報発信事業に対して助成した。	より効果的な事業実施に向けて検討した。
	H30	R元	
	より広くおおい町の魅力をPRするため、SNS等を活用した情報発信に取り組んだ。	/	
			

成果を測る指標 (KPI・数値目標)	おおい町ホームページ観光情報サイトへのアクセス数		⇒	現 状		KPI達成率 (%)
	基準値 (平成26年度)	0件		H30年度末	累計26,738件	
	目標値 (令和元年度末)	累計 4万件		R元年6月末	累計31,063件	77.7

① 数値目標達成状況		達成が見込める状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
<p>イベントサポーター制度の見直しとともに、KPIを観光情報サイトへのアクセス数に変更した。 平成30年度においては、15, 270件の訪問者を得られた。</p>	<p>町ホームページをはじめSNS等を有効活用し、町の情報発信に積極的に取り組み、より多くの方々におおい町に興味を持ってもらえるよう取り組む。</p>	

② 事業に取り組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)		
ノウハウの内容	<p>講座等の開催にあたっては、多くの方々が興味を持ってもらえる事業の内容とし、効果的なPRを実施しないと高い事業効果は得られない。 SNS等による情報発信は、不特定多数の人に知ってもらえるツールとして特に有効であり、情報の内容やどのような目的で発信するのかを明確にして定期的に情報を発信していく必要がある。</p>	
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>町ホームページやSNS等を有効活用し、イベント開催情報や観光スポット等の情報など新鮮な情報を適時に発信することに努める。</p>	

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
<p>イベントサポーター制度の見直しとともに、KPIを観光情報サイトへのアクセス数に変更した。 町ホームページやSNS等を有効活用し、イベント情報や特産品情報などを広く情報発信できるよう努める。</p>		

④ 事業成果
<p>平成28年度において、町イベントサポーターへの登録者をはじめとし、イベントサポーターに興味のある参加者を募り、情報発信や新たなイベントサポーターの確保につなげるための「町内魅力発見事業」を実施し、町内外から9名の参加者を受け入れた。 イベントサポーター制度の見直しとともにKPIを観光サイトのアクセス数に変更し、インフルエンサーを活用した情報発信等に積極的に取り組んだ。</p>

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成が見込まれる状況である。 ・制度の見直しに伴い、KPIの変更を行って事業に取り組んでいるが、町内外の視点から本町の魅力を発信していくものとなっており、より時流に即したものになったと捉えることができる。今後も、より効果的な情報発信を念頭に、事業に取り組んでいく必要がある。

外部評価の結果
<p>観光客等の増加に繋がることを期待したい。 (各事業共通事項) 各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>

整理番号	3-⑪	課名	電子情報課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活躍		
戦略事業名	⑪ Wi-Fi環境整備事業		
予算事業名	ケーブルネットワーク施設運営事業		
平成30年度実績額	0円	令和元年度予算額(6月補正後)	6,297,000円

事業の概要(実績)	H27	H28	H29
	-	<p>【概要】 町内の観光施設・災害時の避難所などのWi-Fi環境を整備することで、観光客の利便性の向上及び観光客誘致を推進するとともに、住民の安心・安全の観点から、災害時の避難所についてもWi-Fi環境を整備する。</p> <p>【実績】 公民館や図書館など町が整備したもの、県で整備された「こども家族館」、指定管理者等が整備した「道の駅うみんびあ」など14箇所を整備され、サービスが提供された。</p>	<p>【概要】 町内の観光施設・災害時の避難所などのWi-Fi環境を整備することで、観光客の利便性の向上及び観光客誘致を推進するとともに、住民の安心・安全の観点から、災害時の避難所についてもWi-Fi環境を整備する。</p> <p>【実績】 平成30年度での設置に向け、各担当部署と調整を行い、財源確保のため国(総務省)の補助制度等の調整を行った。</p>
	H30	R元	

事業の概要(実績)	<p>【概要】 町内の観光施設・災害時の避難所などのWi-Fi環境を整備することで、観光客の利便性の向上及び観光客誘致を推進するとともに、住民の安心・安全の観点から、災害時の避難所についてもWi-Fi環境を整備する。</p> <p>【実績】 平成30年度において、設置予定箇所の詳細調査を行い、令和元年度予算に計上するための設計を行った。</p>	R元
-----------	---	----



設置例
(こども家族館)

成果を測る指標(KPI・数値目標)	町内施設のWi-Fiスポット整備箇所数		現 状		KPI達成率(%)
	基準値 (平成26年度)	1箇所	H30年度末	14箇所	
	目標値 (令和元年度末)	20箇所	R元年6月末	14箇所	70.0

① 数値目標達成状況		達成が見込める状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
KPIの数値目標設定以後、公民館等へのWi-Fi整備が進められた。	令和元年度に指定避難所8箇所、公共施設3箇所の計11箇所の設置を予定している。	

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)	
ノウハウの内容	町内におけるWi-Fi環境の調査から、有線や防災無線以外による町内外者の情報連絡(入手)手段としてのWi-Fi設備の必要性を理解した。
ノウハウの活用状況・活用方針	今後、国内外からの観光客の誘致のため、数値目標以上の環境整備に努めたい。

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映できない
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
	町内外のユーザーの意見を聞ける機会を検討したが、今回整備する箇所は、指定避難所等における整備であるため、ユーザーのニーズに合わせた形での整備でないため、意見は聞かないこととした。しかしながら、今後、観光施設への整備には、広く意見を聞く場を設け、事業に反映させていこうと考えている。	

④ 事業成果
Wi-Fi整備が図られることにより、災害時の指定避難所における町民の情報連絡手段の多様化が図られる。

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成が見込まれる状況にある。 ・そのような中で、さらに国の推進方策も重なっている状況であることから、より広範にわたる充実した環境整備を進めていく。

外部評価の結果
<p>観光客等の増加に繋がることを期待したい。 (各事業共通事項)</p> <p>各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>