

おい町未来創生戦略

事業評価シート

整理番号	3-①	課名	まちづくり課
------	-----	----	--------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	3,051,955円	令和2年度予算額(6月補正後)	1,971,000円

	H27	H28	H29
	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。	まちづくりに興味のある若者を募り、テーマごとに議論を重ねることで、まちづくりについての意識を深めると同時に、次世代を担うリーダー意識を醸成する。さらに議論した内容を実際の行動に移せる仕組みの構築にも努める。 ・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による「おおい町未来仕掛け人会議」を全11回(のべ85人)開催し、町の課題や地方創生、まちづくり事例などについて話し合った。 ・ぶ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。	まちづくりに興味のある若者を募り、テーマごとに議論を重ねることで、まちづくりについての意識を深めると同時に、次世代を担うリーダー意識を醸成する。さらに議論した内容を実際の行動に移せる仕組みの構築にも努める。 ・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。 ・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。 ・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。
事業の概要(実績)	H30	R元	
	まちづくりに興味のある若者を募り、テーマごとに議論を重ねることで、まちづくりについての意識を深めると同時に、次世代を担うリーダー意識を醸成する。 ・「おおい町未来仕掛け人会議」を5回実施し、またメンバーが4つの部会に分かれて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の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。	まちづくりに興味のある若者を募り、テーマごとに議論を重ねることで、まちづくりについての意識を深めると同時に、次世代を担うリーダー意識を醸成する。 ・「おおい町未来仕掛け人会議」を12回実施し、またメンバーが3つの部会に分かれて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。 ・(一滴文庫部会)おおい町にゆかりのある講師や町内で働く様々な職業の方を講師としたまちづくり塾を12月に若州一滴文庫で実施した。 ・(すもう部会) 冬場の新たなイベントとして子どもから大人まで参加できるアムレスリング大会を開催し、来場者にマッスルカレーをふるまった。 ・(ゆるふえす部会)若い世代のご家族が共に楽しめる場所や女性が活躍する場所をつくることを目的としたイベント「おおいクラフトガーデン」を開催した。 ・まちづくり実践講座を5回開催した。	
	 <p>【一滴文庫に行ってきた】</p>	 <p>【おおいアムレスリング大会】</p>	 <p>【まちづくり実践講座】</p>
	 <p>【おおいCraft Garden】</p>		

評価(Check)					
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)	—	⇒	令和元年度末	
	目標値(令和元年度末)	累計 500人			

① 数値目標達成状況		達成
達成状況の要因分析、今後の方針		
<p>KPIの参加者は、町外の方が参加しているCraftGardenや一滴文庫イベント、アームレスリング大会などのイベント来場者数を除き、おい町未来仕掛け人会議や部会、まちづくり塾で町内のまちづくりに意欲のある参加者のみをカウントしている。会議は年間10回程度開催し、多くの町民が参加した。</p> <p>令和元年度で未来仕掛け人会議の活動は終了することとなったが、メンバーは今まで培ってきたものを活かし、それぞれまちづくり団体として活動している。またまちづくり塾では、人口減少により集落コミュニティが衰退し、防災・防犯・景観・空き家など集落機能の低下を招くことが想定されることから、次世代の地域の担い手となる集落の若者を中心に、地域の課題解決や活性化に向けたまちづくりの意識の醸成などを図るため、セミナーやワークショップなどを検討していきたい。</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>まちづくり塾については、全5回の講座でテーマによって異なるさまざまなところで活躍している町民が参加していたことから、1回ごとにテーマを変えることで様々な分野の参加者が期待できる。</p> <p>おい町未来仕掛け人会議の活動では、町にこれまでなかったイベントの実施や人の流れ、活躍の場を作ることができた。またイベントの企画、運営を実施することで、町内外で活動する団体や個人と交流することができた。</p>	
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>まちづくり塾では、まちづくり活動を実施する人のノウハウ・スキルの向上だけでなく、今までまちづくり活動に関わりのなかった人の関心を高める講座も企画する必要がある。</p> <p>おい町未来仕掛け人会議のメンバーには、まちづくり団体に移行し、4年間の活動の知識やスキルを活かし、新たなメンバーを巻き込んだ活動の実施に期待したい。</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>まちづくり団体支援事業により町内でまちづくり活動を行う団体に対して支援しており、未来仕掛け人会議のメンバーでまちづくり活動を行っている団体もその事業を活用している。</p>	-	
④ 事業成果		
<p>平成27年度から令和元年度にかけて若者ワークショップや未来仕掛け人会議、部会、まちづくり塾を実施し、累計598人のまちづくりに意欲のある町民が参加した。また、未来仕掛け人会議のメンバーは、今まで培ってきたノウハウを活かし、それぞれまちづくり団体として町内でイベントを企画・実施し、関係人口の創出と町の活性化に寄与している。</p>		
内部評価結果		
<p>・KPIについては、数値目標を達成することができた。</p> <p>・5年間この事業に参加したメンバーは、活動による知識や経験、スキルを活かして、住民主体のまちづくりを実践していくこととなるが、引き続き、そのサポートやまちづくりに取り組むきっかけづくりを行っていく必要がある。</p>		

外部評価の結果
<p>【各事業共通事項】</p> <p>あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。</p>

整理番号	3-②	課名	住民窓口課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	87,799円	令和2年度予算額(6月補正後)	1,003,000円

事業の概要(実績)	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「飯めしががれこにお」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>八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>	<p>BBQ PARTY企画として、若狭パールmamiyaにてアクセサリーづくり(女性:ピアス・ネックレス・イヤリング、男性:ストラップ)の体験後、青戸ベイサイドヒルズにおいて、バーベキューパーティーを開催。(男性7名、女性8名参加)</p>	



評価(Check)						
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)	—		令和元年度末	142人	
	目標値(令和元年度末)	累計 240人				

① 数値目標達成状況		達成できなかった
達成状況の要因分析、今後の方針		
<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合せ取り組んできたが、参加人数が伸び悩んだことが大きな要因であると考えられる。また、令和元年度においては、補助金申請団体の申込者もなく、事業規模が縮小してしまった。</p> <p>今後は、事業に参加したくなるようなより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さらに取り組み実績確保に努めていく。</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	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だく観点から、民間団体への補助事業を新たに創設した。	
ノウハウの活用状況・活用方針	平成28年度から「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団体の実績あり。	
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)
イベントの開催にあたり、結婚相談員さんの助言をいただきながら、イベント内容の検討・実施を行った。		—
④ 事業成果		
<p>行政主体事業において、地元の特産品を使用したアクセサリ作りや、バーベキューパーティー等、おい町の魅力を体感しながら交流を図った結果、独身男女15名の参加者の内、1組のカップリング結果を残すことができた。</p>		
内部評価結果		
<p>・KPIについては、数値目標を達成することができなかったが、結婚に至った事例もあり、一定の事業成果は得られている。</p> <p>・イベント開催にあたっては、魅力的な企画の立案や対象者の検討(募集年齢の精査等)などを行い、参加人数の拡大に努め実施していく必要がある。</p>		

外部評価の結果

【各事業共通事項】

あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。

整理番号	3-③	課名	まちづくり課
------	-----	----	--------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	3,738,995円	令和2年度予算額(6月補正後)	0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。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>発表された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・起業女子応援事業フォーラム」「掘って、起こして、恋をしてパスツァー」「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、九州や中国地方から計6大学の7チームがまちづくり政策コンテストに参加。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>発表された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>
	H30	R元	
<p>関西のほか、関東や九州地方から計8大学の6チームが参加。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>発表された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、事業化に至ってはいないが、令和元年度に空き家情報のデータベース構築を行い一元管理が可能となったことを踏まえ、有効活用策など空き家対策を推進していく。</p> <p>このほか、住民グループによる政策提言(4件)も実施した。</p>	<p>関西や中部、九州地方から計8大学7チームがまちづくり政策コンテストに参加。政策提言に向け事前に取り組むフィールドワークでは、約60名の学生らが町内で活動を行った。</p> <p>参加学生と観覧者の距離を縮め、交流が図れるよう政策発表会を若州一滴文庫内劇場で開催した。</p> <p>発表された7件の政策提言の中で、令和2年度に事業化に至ったものはないが、施策への活用検討を継続していく。</p> <p>また昨年度に引き続き、住民グループによる政策提言(1件)も実施した。</p>		
 			

評価(Check)					
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)	-	⇒ 令和元年度末	34件	97.1
	目標値(令和元年度末)	累計 35件			

① 数値目標達成状況		おおむね達成
達成状況の要因分析、今後の方針		
<p>平成28年度から計4回開催し、累計で、学生29チーム、住民グループ5チームから34件の政策提言があり、数値目標をほぼ達成できた。毎年開催することで、少しずつではあるが町内外に浸透した結果、多数の参加および政策提言につながったと思われる。</p> <p>今後も町内外へ広くPRするとともに、政策コンテストだけでなく町の他のイベントへの参加等を通して学生との継続的な交流を図っていく。</p> <p>令和2年度については、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から開催困難と判断し中止となったが、政策コンテストを開催することにより町内外から若者等のアイデアを提案してもらうことや交流を図ることは、町の活性化につながる重要な取り組みであるので、引き続き実施していく。</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	<ul style="list-style-type: none"> ・本町の直面している課題に沿った政策提言となるように、3回目、4回目は具体的な課題に絞ったテーマ設定とした。 ・事前説明会をチーム代表を対象にした町内バスツアー(1日)から京都市内での説明会(2日)に変更。また2泊3日のフィールドワークも一定期間内(8/19～9/13)で自由に設定できるように変更し、参加しやすい環境づくりに努めた。 ・フィールドワークが分散したことで土日など目の行き届かない部分が出てしまった。 ・発表会を日曜に開催したことで、発表会後の交流会参加者が少なくなった。 	
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>次回政策テーマについても、各課からテーマを募るなど具体的な課題に絞ったテーマ設定にしていく。また、事前説明会、フィールドワーク、政策発表会、交流会については、より参加しやすい方法や日程等を検討していく。</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>政策コンテスト参加者に対して、継続的に本町と関わりを持ってもらい関係人口につながるような情報提供(おい町ふるさと体験事業補助金の周知など)に努める。</p>	—	
④ 事業成果		
<p>これまで計4回の開催で、参加した県外学生は約230名(延べ29大学、29チームが参加)となり、未来創生戦略に基づいたまちづくりを進める本町の取り組みを町内外に広くPRできた。</p> <p>また、町内住民グループからの提言も含め34件の政策提言が集まり、その中から7件が具体的な事業化につながっており、町の施策展開の多様化が図られている。</p>		
内部評価結果		
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIについては、数値目標をおおむね達成することができた。 ・町内外から若者等のアイデアを募り、提案してもらうことや町民との交流を図ることは、町の活性化につながる取り組みであるので、引き続き実施していく必要がある。 		

外部評価の結果
<p>延べ約230名の学生が参加してくれたことは高く評価できる。</p> <p>事業を通じて町へ訪れた方々と継続的な関わりを図り、より関係を深めて、関係人口の増加に繋がりたい。</p> <p>【各事業共通事項】</p> <p>あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。</p>

整理番号	3-④	課名	まちづくり課
------	-----	----	--------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	310,280円	令和2年度予算額(6月補正後)	1,484,700円

	H27	H28	H29
事業の概要(実績)	<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>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。 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。 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
事業の概要(実績)	<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。 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。 (1)20歳以上39歳までは、3,000円 (2)40歳以上は、2,000円</p>	<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。 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。 (1)20歳以上39歳までは、3,000円 (2)40歳以上は、2,000円</p> <p>おおい町の観光や特産品、イベントなど町の魅力をPRしていただける「おおいサポーター」の周知徹底を行い、51名の方に登録していただいた。</p>



評価(Check)

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	令和元年度末	11件	
	目標値(令和元年度末)	累計 10件	⇒		110.0

① 数値目標達成状況	達成
達成状況の要因分析、今後の方針	
<p>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、数値目標を達成することができた。令和2年度から、ふるさと体験事業によるおおい町外の方も旅費の一部助成が受けられるようになったことから、交流人口・関係人口の拡大、移住・定住・交流推進を図りたい。</p> <p>新型コロナウイルスの感染状況により、都市部からの事業利用者や参加者が減少することが懸念されるが、町HPでの周知やオンラインイベントの開催などを行い、おおい町に関心を持っていただけるためのきっかけづくりを行っていく。</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>【アンケート結果】</p> <p>現在町外に住んでいる理由は「家庭や仕事の事情」が最も多く、次いで「結婚、転勤」との回答であった。おおい町に求めるものとしては「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、交通機関」など生活の利便性向上に関する回答が多かった。</p>
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>うみんぴあ大飯にショッピング施設がいくつか整備されたが、更なる就労・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。「同窓会支援事業」や「おおいサポーター登録制度」などを活用して今ある町の良さを県外在住者にPRしていくことで、おおい町に関心を持っていただける方を増やしていきたい。</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>すぐにUターンに繋げることは難しいことから、おおいサポーター登録への周知だけでなく、令和2年度から、交流人口・関係人口の拡大、移住・定住・交流推進を図っていくため、ふるさと体験事業を開始した。町の認知度を高めて、関心を持っていただける方を増やしていくため、HPやYouTubeで町の情報や支援内容などの情報提供を行っていく。</p>		

④ 事業成果	
<p>おおい町の観光や特産品、イベントなど町の魅力をPRしていただける「おおいサポーター」への登録者が51名あり、そのうち元年度同窓会支援4件・133名(県外者34名)のうち11名の方がおおいサポーター登録をしてくれた。</p>	

内部評価結果	
<p>・KPIについては、数値目標を達成することができた。</p> <p>・将来の移住・定住につなげるため、おおいサポーター制度や同窓会支援事業など様々な事業や機会を活用し、交流人口・関係人口の拡大を図っていく必要がある。</p>	

外部評価の結果	
<p>【各事業共通事項】</p> <p>あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。</p>	

整理番号	3-⑤	課名	学校教育課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活力		
戦略事業名	⑤ おおい町進学サポート事業		
予算事業名	進学サポート事業		
令和元年度実績額	31,686,097円	令和2年度予算額(6月補正後)	39,784,000円

	H27	H28	H29
	-	-	-

事業の概要（実績）	H30	R元
	-	<p>【概要】 大学や短期大学、専門学校等に進学する学生の保護者に対し、月額20,000円(最高4年分:960,000円(所得要件あり))を給付することにより、修学意欲のある学生の家庭を援助するとともに、該当学生に対し、町の情報発信を行った。</p> <p>【実績】 上期(給付)129人 15,480,000円 下期(給付)134人 16,080,000円 合計 延べ263人 31,560,000円</p> <p>アンケート調査 対象者:127人 設問:11問+自由意見 回答:51人</p>



進学サポート給付金
(周知チラシ)

評価(Check)

成果を測る指標 (KPI・ 数値 目標)	当該事業の利用者数		⇒	現 状		KPI達成率 (%)
	基準値 (平成26年度)	-		令和元年度末	延べ263人	
	目標値 (令和元年度末)	累計 15人				1755%

① 数値目標達成状況	達成
達成状況の要因分析、今後の方針	
<p>第一次未来創生戦略時では、本事業において大学・短大等への進学者を対象とした町独自の学資資金制度を創設し、さらに、町にUターンする場合は返済を一部免除する等により町内への定住を促進することとしていたが、平成30年度まで制度創設に至らなかったことから、制度内容を見直し、保護者への給付金制度を創設することとし令和元年度より事業を実施した。</p> <p>KPI・数値目標については、学資資金制度の利用者の累計を目標値にしていたため、実績での比較はできないが、事業としては達成できた。</p> <p>今後も引き続き、修学意欲のある若者の未来を応援するため、国内の大学等に在学する者を扶養する保護者等への経済的支援を図るとともに学生に町の情報発信に努めたい。</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>給付対象学生を対象に</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.町からのイベント情報・広報誌発刊情報・就職情報をメール配信 2.アンケートを実施し、地元就職の意向や求めている情報等を調査し、学生の意識を収集している。
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>引き続き、町からメールによる情報発信を積極的に行うとともに、アンケートについては、学生の就職に関する意識調査に重点を置いて調査を実施。その結果を担当各課等と共有し、学生が求める情報の提供に努める。</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)
-	-

④ 事業成果
<p>国内の大学等に在学する者の保護者等に対し、経済的サポートができた。</p> <p>また、学生に対し進学サポート給付金制度におけるアンケート調査を実施し、町からの情報発信の内容や制度の有効性についての検証を行った。</p>

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIについては、元々、学資資金制度(貸与)の利用者数を数値目標にしており、当該給付金制度と単純に比較はできないが、保護者等に対する経済的サポートの面において、事業目的を達成することができた。 ・町から情報発信を積極的に行い、ふるさと“おおい”を思う気持ちを醸成し、Uターンの促進につなげることが今後の課題である。

外部評価の結果
<p>修学意欲のある若者の未来応援、保護者等への経済的支援という点において、事業目的を達成できたことは評価したい。</p> <p>【各事業共通事項】</p> <p>あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。</p>

整理番号	3-⑥-1	課名	まちづくり課
------	-------	----	--------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	6,555,565円	令和2年度予算額(6月補正後)	262,000円

	H27	H28	H29
	-	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ウーマンラッシュアワーによる町長選挙を題材にPV制作を行い、多くの町民が出演した。 ・大阪の吉本本館でPV完成記者会見を行い、東京アメ横ビジョンや阪急梅田、なんばグランド花月、ルミネよしもとで約117,000回放映した。 ・SNS(ツイッター)での発信も実施し、約520,000回動画再生があった。 	<p>本町をたくさんの人に知ってもらい、訪れるきっかけを創出するために、戦略的な広報手段・手法などにより、本町の魅力を積極的に発信した。</p> <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』を開催し、その様子をSNS(ツイッター)で生配信した。 ・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』を開催し、将来の情報発信者である中学生が町の魅力を再認識するとともに、メディアからの発信にもつながった。

	H30	R元
事業の概要(実績)	<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、おおいの海や若狭ぐじ、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。 	<p>町の魅力を広く知ってもらうため、おおい町の豊かな自然・食・施設等を町外の人に伝えられる釣りツアーの実施と併せて、テレビ番組を制作し関西地区の地上波で放映を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実際に来て町の良さを体験してもらった親子対象の釣りツアーを実施した。 ・子だくさん釣り好きで知られるタレント「つるの剛士」を起用しながら、前回からのストーリー性を活かし、おおいの海や若狭ぐじ、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「KBS京都」で放映) ・地元番組チャンネルOを活用して再放映を行ったほか、番組をDVDに収録し、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。



評価(Check)

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		令和元年度末	年間106.1万人(令和元年度)	
	目標値(令和元年度末)	年間 130万人				
					-2.6%(基準値) 81.6%(目標値)	

① 数値目標達成状況		おおむね達成
達成状況の要因分析、今後の方針		
<p><要因分析> 目標値からは達成率が70%以上となりおおむね達成といった状況になるが、基準値から微減となっているため、おおむね達成できたとは言いがたい面もある。しかし、令和元年度3月の観光客入込数は、新型コロナウイルスの影響により前年度同月に比べて、約4万人も減少していることを踏まえると、令和元年度は推計で110万人となり、基準値109万人・前年度108万人より微増で推移していることが分かる。また、番組内でPRした観光施設(道の駅うみんぴあ大飯・あかぐり海釣公園)の利用者数は前年度に比べて、新型コロナウイルスの影響があったにもかかわらず約7千人・2.2%増加となった。併せて、番組放映した日(9/15)の町HP(観光ページ)のアクセス数も約2倍に増加し、事業実施により町の知名度UPに一定程度の効果があったことが推察される。</p> <p><今後の方針> TVのみだけでなく、SNSやYoutubeなど多様な手法を用い、またレジャーシーズンに間に合うようPRできるよう努めるほか、観光客閑散期やコアなユーザーなどを狙った町の資源を発見・発信していく必要がある。</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	釣りツアーは8月夏休み期間の日帰りバス旅行であったが、滋賀中心に関西圏へ募集した結果、募集人数40人に対して251組814人の応募があったことを考えると、滋賀大津から約3時間かかる距離であっても、おおい町へ釣り体験に行きたいというファミリー層ユーザーが多いことが分かった。	
ノウハウの活用状況・活用方針	今まで首都圏や関西圏へアプローチしてきたが、新型コロナウイルスによる外出自粛要請などで都市部の人々が町に来れなかった状況を踏まえると、県内(特に嶺北)や京都北部、滋賀など近い地域での知名度UPも考える必要がある。	
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)	
町の良さをPRすることと併せて、視聴者プレゼントなどで町に来てもらう仕掛けづくりを検討したい。また、定住人口・関係人口につながるキッカケとして、引き続き交流人口(観光客)の拡大を図りたい。	-	
④ 事業成果		
<p>子どもさん釣り好きで知られる理想のパパランキング3年連続1位タレント「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の方に視聴していただける番組となった。また、起用したタレントのSNSの配信により番組を視聴した方以外にも、「おおい町」の紹介ができた。</p> <p>成果数値では、観光客入込数は、令和元年度3月で新型コロナウイルスの影響により前年度同月に比べて約4万人も減少していることを踏まえると、令和元年度は推計で110万人となり基準値109万人・前年度108万人より増加、また番組内で紹介した観光施設(道の駅うみんぴあ大飯・あかぐり海釣公園)の利用者数は、前年度に比べて新型コロナウイルスの影響があったにもかかわらず約7千人・2.2%増加、併せてHPアクセス数(観光ページ)は、番組放映した日(9/15)で約2倍にアクセス数が増加した。</p>		
内部評価結果		
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIについては、数値目標をおおむね達成することができた。 ・PRや情報発信は継続的に取り組むことでより効果を発揮することから、有効な発信媒体や手法などを用いて発信していく必要がある。 		

外部評価の結果
<p>事業を通じて町へ訪れた方々と継続的な関わりを図り、より関係を深めて、関係人口の増加に繋がりたい。</p> <p>【各事業共通事項】 あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。</p>

整理番号	3-⑥	課名	商工観光課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	3,377,000円	令和2年度予算額(6月補正後)	4,000,000円

事業の概要 (実績)	H27	H28	H29
	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。 ・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	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。 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。 ・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	関西を中心にポスター掲出を実施し、町のPRに努めた。 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。 ・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	
	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。 ・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	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。 ・道の駅うみんぴあ大飯年間来館者数 306,702人 ・賑わい創出イベント開催状況 サザエ&岩ガキまつり 3,864人 秋の大感謝祭 4,374人 きのご祭り 2,505人 いちご祭り 中止(新型コロナ感染拡大のため)	
			
	秋の大感謝祭	きのご祭り	

評価(Check)						
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		令和元年度末	年間106.1万人 (令和元年度)	
	目標値 (令和元年度末)	年間 130万人				

① 数値目標達成状況		おおむね達成
達成状況の要因分析、今後の方針		
<p>イベント開催や情報発信等により誘客に取り組んでいるものの、台風や天候不順などの気象要因、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響などにより、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。なお、令和元年3月の観光客入込数が、前年同月に比べ約4万人も減少していることから、新型コロナウイルスの影響がなければ、110万人の観光客が見込まれたとの見方もできる。</p> <p>今後においては、イベント内容をさらに工夫し、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	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、時期に応じた町の特産品やイベント等のPRを行うことができるため、うみんぴあ大飯エリアだけではなく、その他の町内の観光スポット等への観光客増加に資することができる。	
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と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、町内へ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)
イベントを開催時においては、その時期に応じた町の特産品やイベント等のPRを併せて行っており、その他の町内観光情報の周知に資することができた。		
④ 事業成果		
<p>新型コロナウイルス感染症の影響などにより、前年度の観光入込客数を下回る結果となったが、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、町の特産品や観光スポット、その他のイベント等を広くPRすることができた。</p>		
内部評価結果		
<p>・KPIについては、数値目標をおおむね達成することができた。</p> <p>・引き続き賑わい創出イベントを定期的に開催し、併せて町の特産品や他の町内観光情報等を広くPR・情報発信することで、観光客入込数の増加につながる必要がある。</p>		

外部評価の結果
<p>事業を通じて町へ訪れた方々と継続的な関わりを図り、より関係を深めて、関係人口の増加に繋げられたい。</p> <p>【各事業共通事項】</p> <p>あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まされたい。</p>

整理番号	3-⑦	課名	まちづくり課
------	-----	----	--------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	5,101,142円	令和2年度予算額(6月補正後)	5,061,000円

	H27	H28	H29
事業の概要(実績)	<p>お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
事業の概要(実績)	<ul style="list-style-type: none"> ・町職員に対し、お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。 ・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。 ・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>【年間アクセス数 147,606件】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・広報編集情報発信委員会を立ち上げ、ホームページ利用分析を各課の委員に伝え、効果的な情報発信の提案と更新頻度の向上を図った。 ・ホームページトップスライドを定期的に更新し、利用者に周知すべき情報(イベント情報など)を大きく表示するように努めた。 ・的確に伝えたい情報を発信するために、中級者向けのホームページ編集研修会を開いた。 ・記事を定期的にチェックし、各部署へ指示指導を行った。 <p>【年間アクセス数 168,545件】</p>



評価(Check)						
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		令和元年度末	168,545件	
	目標値(令和元年度末)	300,000件(倍増)				

① 数値目標達成状況	達成できなかった
達成状況の要因分析、今後の方針	
<p>目標値には届かなかったが、ホームページアクセス数は確実に伸びていることから、今後も着実にアクセス数が伸ばせるように各課との情報共有や分析報告などを継続し、内容の充実に努め、利用者によりよいホームページ運営を行っていきたい。</p> <p>また、現在、個人の情報収集の主なソースがSNSであることなども鑑み、町の公式ホームページ以外にも、YouTubeやFacebook、Twitterなどの運営を行い、そこからホームページのリンク付けをすることでアクセスの敷居を下げるなど、ホームページ更新だけでなく多方面からのアプローチが必要であるように考えられる。</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	毎月のホームページのアクセス内容を分析し、広報編集・情報発信委員会内で情報共有を行い、モバイルからのアクセスも意識しパソコンのみの更新とならないよう働きかけるなど、ホームページ掲載への意識を向上させた。
ノウハウの活用状況・活用方針	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各課と共有するとともに、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>広報紙に掲載された町の情報について、直接担当課に問い合わせをしなくても詳細が確認できるように、QRコードを発行、使用する場面を増やした。</p> <p>また、ホームページ記事にはイベント情報などを漏らさずこまめに掲載するように広報編集・情報発信委員会にて各課に伝え、内容を充実させることで町の魅力発信に努めた。</p>		

④ 事業成果
<p>KPI達成とはならなかったものの、ホームページのリニューアルや広報編集・情報発信委員会の設立など、より利用しやすいホームページ運営に努めた結果、近年のアクセス数は上昇傾向が続いている。</p> <p>また、広報編集・情報発信委員会で、各課との情報を共有することで、以前より更新の頻度が高まっているが、ホームページ利用者にとって、より良いものとなるよう職員のレベル毎に応じた研修会を開催することが必要であると考えられる。</p> <p>まちづくり課内においても、ホームページアクセスに関する分析をより緻密なものにすることで、各課により正確なデータを提供し、各課と共有、反映させることが重要であると考えられる。</p>

内部評価結果
<p>・KPIについては、数値目標を達成することができなかったが、近年のアクセス数は徐々に伸びてきている。</p> <p>・今後も着実にアクセス数を増やせるよう、引き続き、掲載内容の充実等に努めるとともに、SNSを活用した情報発信と連携させ相乗効果を図るなど様々な方策を検討していく必要がある。</p>

外部評価の結果
<p>【各事業共通事項】</p> <p>あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まされたい。</p>

整理番号	3-⑧	課名	商工観光課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	336,125円	令和2年度予算額(6月補正後)	204,000円

事業の概要(実績)	H27	H28	H29
	<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>		<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>		<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。 プログラムの実施については、令和2年3月に計画したが、新型コロナウイルス感染症の影響により中止となった。</p>
H30		R元	
 <p>開催が予定されていたスマイルショットツアー</p>			

評価(Check)

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)	-		令和元年度末	5件	
	目標値(令和元年度末)	累計 5件				

① 数値目標達成状況	達成
達成状況の要因分析、今後の方針	
<p>お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企画することができたため、KPIの目標値を達成することができた。</p> <p>これにより、おおい町グリーンツーリズム推進委員会は一定の役割を果たしたと考えられるため、次年度においては、本町における課題と特色を踏まえた有効なツーリズムの推進について整理し、今後の活動内容を見直していくこととした。</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>本町のグリーンツーリズムにおける現状と課題を把握するため、おおい町グリーンツーリズム推進委員会の委員に対してアンケートを実施した。</p> <p>その結果、今までは町内で個々に活動していたメンバーが、会議やツアーの開催を通して協力しあえるネットワークを構築することができたが、事業に積極的に参加する者とそうでない者との温度差が大きいとの意見が多くあった。</p>
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>5年間の活動成果とアンケートの結果を踏まえ、令和2年度において、今後の活動方針を検討していくこととなった。</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>ツアーを企画するにあたり、地域における観光資源を可能な限り積極的に活用することを優先したため、すべて町内でのプログラムとなった。</p> <p>今後は、近隣の観光資源との連携など、視点を広げた取り組みについても検討したい。</p>		

④ 事業成果	
<p>例年開催してきた「スマイルショットツアー」は、新たなプログラムを開発していたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により実施することができなかった。</p> <p>ふくいエコ・グリーンツーリズム・ネットワーク主催の県内大会「勝山大会」に参加し、他市町からの参加者との交流や情報交換を通して、本町のグリーンツーリズムの推進、体験型観光の振興発展に努めた。</p> <p>町内のツアー受け入れの体験担当者等の間において、情報交換や連携が図られ、協働による取り組みの実践が可能となった。</p>	

内部評価結果	
<p>・KPIについては、数値目標を達成することができた。</p> <p>・町内周遊観光プログラムの企画、実施において一定の成果を得られた。これまでの取り組みを踏まえ、今後の事業展開について検討する必要がある。</p>	

外部評価の結果	
<p>【各事業共通事項】</p> <p>あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。</p>	

整理番号	3-⑨	課名	農林水産課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	486,852円	令和2年度予算額(6月補正後)	0円

事業の概要(実績)	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

事業の概要(実績)	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	休耕地を活用し、自然薯栽培体験用の農園を運営(名田庄三重、本郷)するとともに、1次産業活動拠点施設前の圃場を体験農園として活用した。 (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 367人



大飯中学校(自然薯掘り体験)

評価(Check)

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)	—		令和元年度末	367人	
	目標値(令和元年度末)	年間 1,000人				36.7

① 数値目標達成状況	達成できなかった
達成状況の要因分析、今後の方針	
<p>○達成状況の要因分析 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、目標人数の達成をめざしてきたが、利用者が思うように伸びず、目標数値達成ができなかった。</p> <p>今後とも体験農園の利活用を推進し、町特産である自然薯の栽培促進とともに交流人口の増加を図っていききたい。 ※令和2年度～ 自然薯生産者育成支援事業に体験農園整備メニューを盛り込み事業継続</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	本事業単独では事業効果が出にくいいため、町の他の関連事業と連携を強化しつつ、交流人口の増加を図る必要がある。
ノウハウの活用状況・活用方針	新たな圃場の確保 交流人口の増加のための関連事業との連携

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)	
他事業との連携を強化しつつ、総合的に交流人口(関係人口)の増加を図る取組を進めていきたい。		

④ 事業成果
数値目標は達成できなかったが、体験農園を活用した新たな人的交流や更なる特産振興を図ることができた。

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIIについては、数値目標を達成することができなかった。 ・関係人口の創出・拡大を図るため、他事業と連携を強化しつつ、利用拡大につながる取り組みを検討する必要がある。

外部評価の結果
<p>事業を通じて町へ訪れた方々と継続的な関わりを図り、より関係を深めて、関係人口の増加に繋げられたい。</p> <p>【各事業共通事項】 あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれたい。</p>

整理番号	3-⑩	課名	商工観光課
------	-----	----	-------

戦略分類	3. 若者活力		
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	-		
令和元年度実績額		令和2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。	SNS等を活用した情報発信がより広く伝わるよう、地域おこし協力隊や町内の関係者で構成するおおい町観光連絡会議と連携した取り組みに努めた。	
			

評価(Check)

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		令和元年度末	累計59,118件	
	目標値 (令和元年度末)	累計 4万件				147.8

① 数値目標達成状況	達成
達成状況の要因分析、今後の方針	
<p>令和元年度において、町ホームページ観光情報サイトに32,380件のアクセスを得られた。 現在は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、イベントの中止や観光施設の閉鎖、営業内容の変更が相次いでいるため、積極的な情報発信が行えない状況にある。 今後においては、中長期的なウイズコロナやアフターコロナ時代の傾向を先読みし、現段階から新たな情報発信の方策を構築しておく必要があると考える。</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>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が明確にして定期的に情報を発信していく必要がある。 また、広く情報を周知していくため、地域おこし協力隊やおおい町観光連絡会議のメンバーが持つ独自のネットワークも積極的に活用していく必要がある。</p>
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>引き続き、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とともに、地域おこし協力隊やおおい町観光連絡会議とも連携して積極的な情報発信に取り組む。</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>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発信したが、新型コロナウイルス感染症の影響などにより、前年度の観光入込客数を下回る結果となった。</p>	

④ 事業成果
<p>地域おこし協力隊やおおい町観光会議と連携しながら、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積極的に情報発信した結果、目標のアクセス数は達成することができた。</p>

内部評価結果
<p>・KPIについては、数値目標を達成することができた。 ・観光客入込数の増加につなげるため、引き続き、町ホームページやSNSを活用し、イベントや観光スポット情報など最新の情報を適宜発信することに努めると共に、新たな情報発信の方策を検討する必要がある。</p>

外部評価の結果
<p>【各事業共通事項】 あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。</p>

整理番号	3-⑪	課名	まちづくり課
------	-----	----	--------

戦略分類	3. 若者活力		
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		
令和元年度実績額	3,542,400円	令和2年度予算額(6月補正後)	2,700,000円

事業の概要(実績)	H27	H28	H29
	—	<p>【概要】</p> <p>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>【概要】</p> <p>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】</p> <p>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>

事業の概要(実績)	H30	R元
	<p>【概要】</p> <p>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】</p> <p>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>	<p>【概要】</p> <p>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】</p> <p>令和元年度末時点において、指定避難所11箇所、官公署3箇所の計14箇所の整備を完了した。</p>



設置例
(里山文化交流センター)

評価(Check)						
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		令和元年度末	14箇所	70.0
	目標値(令和元年度末)	20箇所				

① 数値目標達成状況		おおむね達成
達成状況の要因分析、今後の方針		
<p>【達成状況の要因分析】 Wi-Fi環境整備計画(R元年度～R5年度)に基づき、整備を推進したためおおむね達成することができた。</p> <p>【今後の方針】 Wi-Fi環境整備計画に基づき、令和5年度までに、体育施設、キャンプ場、観光施設等への整備を進める。 令和5年度末で合計32箇所の整備を完了する予定</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	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)	
今後、観光施設への整備に際しては、施設利用者の要望を把握している施設管理者などの意見を聞きながら設置場所等を検討し、利便性向上に繋がるよう取り組んでいきたい。	—	
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については、数値目標をおおむね達成することができた。 ・引き続き、計画に基づき整備を推進し、町民および観光客の利便性向上を図る。 		

外部評価の結果

【各事業共通事項】

あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。