

令和元年度地方創生交付金事業の効果検証について

【千葉県長生村】

NO	事業名	交付金名	事業内容	予算区分	事業費(円) (内、交付金額)	重要業績評価指標(KPI)							総合戦略 への貢献	今後の方針	長生村まちづくり推進委員会 意見	
						指標	指標値	基準値	3年前	前々年	前年	今回実績				評価
1	八積駅を中心とした持続可能なまちづくり事業	令和元年度地方創生推進交付金	駅周辺環境整備事業を進めるにあたり、社会資本整備総合交付金等の各種交付金を活用するため、計画策定に必要な調査分析業務を実施した。その他まちづくりに係る啓発物資を作成した。	R1 当初	76,436,225 (37,500,000)	八積駅 乗客数 (人)／日	860	814 (H26)	804	760	757	737	優・良・可・不可	可・不可	拡大 継続 改善 中止 完了	人口の急速な減少と高齢化の進展は、地域住民の生活力を著しく低下させる要因となる。郊外型の商業施設の立地が進み、車が生活に必須となる中、高齢により車を手放し、近隣にも人は少なく、どこへ行くにも不便で生活が成り立たないという将来が予測される。本事業は、駅を中心として、福祉・医療・商業施設等の様々な生活利便施設や公共施設等の都市機能を集約し、歩いていける距離で生活のできるコンパクトなまちづくりを進めることで、急速に進む少子高齢社会に対応し、将来にわたって持続可能な村を目指すものとして、総合戦略に位置づけられたプロジェクトである。前年度において見直しを行い、新たに設定したKPIである「SNSフォロワー数」は、指標値を大きく上回って推移しており、村内外に向けてまちづくりのPR事業を行った成果をみることができ、今後も引き続き、更なる機運醸成を図るための取組が期待される。その他の指標値については達成していないが、5か年における計画事業であり、各指標に成果の現れるのはハード事業の整備を経た今後の実績によるところが大きい。また、まちづくり基本計画等のこれまでの実施事業による成果を踏まえて、これを推し進めることで、今後の成果が期待できることから、引き続き事業を継続して実施すること。
						駅周辺生活 機能施設立 地数(件)	20	5 (H26)	5	5	5	5	優・良・可・不可	可・不可		
						観光入込 客数 (人)／年	214,415	207,415 (H26)	182,480	203,774	202,458	197,726	優・良・可・不可	可・不可		
						SNSフォロ ワー数 (件)	1,021	921 (H30)	—	—	—	1,865	優・良・可・不可	可・不可		
2	長生村結婚新生活支援事業	令和元年度地域少子化対策重点推進交付金	結婚支援・少子化対策事業として、経済的理由で結婚に踏み出せない世帯を対象に、結婚に伴う新生活費用を支援した。補助対象費用は、新居の住宅取得費、住宅賃貸料、住宅賃貸に係る礼金・敷金・共益費・仲介手数料、引越費用及び運送料であり、1世帯あたり30万円が限度である。	R1 当初	300,000 (150,000)	支給世帯数 (件)／年	3	0 (H28)	—	1	0	1	優・良・可・不可	可・不可	拡大 継続 改善 中止 完了	本村の人口は10年程前より減少に転じており、合計特殊出生率は国及び県の数値より低い傾向にある(H29数値:国1.43、県1.34、村1.10)。他方、村が令和元年に実施した結婚・子育てに関する住民アンケートでは、独身者の未婚理由として「金銭的な余裕がない」が32.1%(1位)となっており、結婚への障害として経済的な理由が大きいことが伺えた。また、結婚してから希望する子どもの数は、80.6%の人が「2人以上」と回答している。このことから、結婚したくてもできない人を支援することが、本村の少子化対策には極めて重要であると認識している。本村では、総合戦略において基本目標「結婚・出産・子育て」を掲げており、結婚支援として「MURA来ん(村婚)プロジェクト」を推進している。このプロジェクトは、出会いのきっかけづくりから相談・交際・成婚までの切れ目のない支援を実施しているものであり、本事業は、このうち成婚に係る支援を補完・強化するものとして位置づけられる。満足度を除いては指標が未達成であるが、「支給世帯数」と「認知度」は、年齢及び所得といった制度上の要件はあるものの、より対象者に寄り添った周知案内により成果を図ることが可能と考えられる。具体的には、これまでの広報誌及びホームページ告知に加えて、戸籍担当の住民課や村の結婚相談所、民間の結婚支援事業者との連携及びSNSによる情報発信等が想定される。このほか、「婚姻数」についても未達成であるが、結婚というライフデザインに係る成果は継続的なフォローアップにより得られるものであることから、制度の認知度を高め、対象者に寄り添った周知案内の改善を図ることで、事業を進めること。
						婚姻数 (件)／年	55	46 (H28)	—	52	47	40	優・良・可・不可	可・不可		
						認知度 (%) ※婚姻届出時 アンケート	60	0 (H28)	—	26.9	42.9	42.5	優・良・可・不可	可・不可		
						満足度 (%) ※補助金申請 時アンケート	70	0 (H28)	—	100	0	100	優・良・可・不可	可・不可		

※重要業績評価指標(KPI)の評価基準:[優…大幅に達成、良…達成、可…達成はしていないが効果有、不可…見直しを要す]

※総合戦略への貢献基準:[総合戦略のKPI又はKGIへの効果の有無]