

令和3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】

【事業名】 事業内容	交付 金名	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	基準値 (R1)	R3	R4	R5	評価				
1 【交流センターを核とした「LONG&LIVE」移住・交流促進プロジェクト】 新施設として駅前に立地した「長生村交流センター」を核として、キャッチフレーズ「LONG&LIVE」(長く、生き生きな村=長生村)を活用し、移住・交流促進を図る事業を令和3年度から令和5年度までの3年間にわたり展開する。 令和3年度は、村の知名度向上と移住交流促進のための取り組みとして、情報発信を行うためのWEBツールの構築、移住フェアへの参加等のプロモーション業務などを実施した。	令和3年度地方創生推進交付金	24,426,130 (11,000,000)	交流センターを核とした関係人口の数(人)/年	目標値	/	500	2,000	5,000	優・良・可・不可	可・不可	拡大 継続 改善 中止 完了	本村においても人口減少は顕著であり、平成23年度末に14,900人だった人口は令和3年度末には13,772人まで減少した。さらに、第2版長生村人口ビジョンによれば、令和42年度には6,049人まで減少すると推計されている。人口減少を抑制し、地域の活力低下を防ぐためには、「住み良いまちに、人が集い、産業と雇用を生む」という「まち・ひと・しごと」の好循環の仕組みづくりが重要であると認識している。 本事業は、前身計画である「八積駅を中心とした持続可能なまちづくり事業」で形成を進めた「まち」に「ひと」を呼び込む仕掛けづくりを行い、まずは、「気づき、知ってもらい」、次に「来てもらい」、ゆくゆくは「住んでもらう」ための事業を展開することで、賑わいの創出と人口減少の抑制を図り、将来にわたって持続可能な村の実現を目指すものである。 本年は計画初年度となり、主に村の認知度を高め、魅力をPRするための事業を実施したところであるが、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行による影響は甚大であり、イベントの中止・規模縮小が指標未達成に直結したほか、効果的な事業展開の大きな障害となったことは否めない。 しかしながら、そのような状況の中でも、「イベント参加・開催数」「移住交流用ランディングサイトアクセス数」の指標は、目標値を達成しており、オンラインを活用するなど、事業内容を工夫したことでPR事業の成果をみることができている。 その他の指標は目標達成には至らなかったが、ニーズを的確に捉え、コロナ禍に対応した事業展開を行うことで、今後成果が現れることが期待できることから、引き続き事業を実施されたい。
				実績値	0	294						
			移住交流イベント参加・開催数(件)/年	目標値	/	2	5	10	優・良・可・不可	可・不可		
				実績値	0	2						
			移住交流イベント参加者数(人)/年	目標値	/	2,000	5,000	10,000	優・良・可・不可	可・不可		
				実績値	0	1,694						
			移住交流用ランディングサイト「LONG&LIVE」アクセス数	目標値	/	2,000	5,000	10,000	優・良・可・不可	可・不可		
				実績値	0	2,444						
【事業名】 事業内容	交付 金名	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	基準値 (H28)	R1	R2	R3	評価							
2 【長生村結婚新生活支援事業】 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60万円が限度である。	令和3年度地域少子化対策重点推進交付金	44,000 (22,000)	支給世帯数(件)/年	目標値	/	3	3	8	優・良・可・不可	可(不可)	拡大 継続 改善 中止 完了	本村の出生数は減少傾向が続いており、令和3年度の出生数は47人であった。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、8割以上の人々が「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、「認知度」は少しずつ上昇しており、制度周知の成果が見られる。支援を必要とする人に、必要なタイミングでの的確な広報を行うことで、さらに事業認知度の上昇が期待される。年齢や所得制限といった制度上の要件はあるものの、令和3年度からは村独自に年齢や所得要件を緩和しており、事業認知度を高めることで、今後「支給世帯数」においても高い成果を得ることが可能と考えられる。 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、子育て支援、移住定住促進等の他施策とも連携し、対象者に寄り添った支援事業を進められたい。
				実績値	0	1	5	1				
			婚姻数(件)/年	目標値	/	55	55	50	優・良・可・不可	可(不可)		
				実績値	46	40	31	30				
			認知度(%) ※婚姻届出時アンケート	目標値	/	60	60	60	優・良・可・不可	可(不可)		
				実績値	0	42.5	51.6	52.4				
			満足度(%) ※補助金申請時アンケート	目標値	/	70	70	100	優・良・可・不可	可(不可)		
				実績値	0	100	100	100				

※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]