

I. 総合戦略における位置付け

①事業名		担当課	
②基本目標		担当者	
③施策		事業期間	年度 ～ 年度

II. 事業内容

④事業の目的	⑤事業の概要

⑥令和2年度の事業計画（スケジュール）及び実施結果（予算・実績額・補助金）

事業計画	実施結果	予算・実績・補助金		
		予算額		円
		実績額		円
		補助金額		円

⑦関係課との連携

--

⑧関連する指標重要業績評価指標（KPI）	単位	H30	R1	R2	R3	R4	R5
		基準値	目標値	目標値	目標値	目標値	目標値
			実績値	実績値	実績値	実績値	実績値
1							
2							
3							

III. 令和2年度（昨年度）自己評価（有効性・将来性）及び今後の方針

⑨本事業の効果	⑩有効性	⑪将来性（今後の方針）
	目指す姿・KPIの達成に向けて効果があったか ↓	事業継続・効果拡大や効率向上に向けた改善・事業廃止 ↓

⑫今後の課題及び方針（改善・見直し）

--

⑩有効性の評価について

A	目指す姿やKPIに対し、非常に大きな効果があった
B	目指す姿やKPIに対し、相当程度（目標以上）の効果があった
C	目指す姿やKPIに対し、概ね目標を達成し効果があった
D	目指す姿やKPIに対し、目標を達成できず効果が低かった
E	目指す姿やKPIに対し、ほとんど効果がなかった

⑪将来性（今後の方針）の評価について

A	大きな効果があったことから、さらに発展させる（事業拡大）
B	相当程度の効果があり、今後も事業効果が見込まれることから継続する（現状継続）
C	効果があったが、見直しに取り組みながら継続する（事業改善）
D	効果が低いので、廃止又は大幅な改善に取り組む（廃止又は事業改善）
E	効果がなく、今後も効果が見込めないことから、事業を廃止する（廃止）

# 総合戦略事業 評価・検証シート

○各事業について、取組内容やKPIの達成状況などにより「有効性」と「将来性」の評価をお願いします。

		検証部員氏名		
No.	事業名	(1)有効性 「A・B・C・D・E」 ※一つに○	(2)将来性 「A・B・C・D・E」 ※一つに○	(3)良い点、課題、見直し提案などを自由に 記載してください。
1		A・B・C D・E	A・B・C D・E	
2		A・B・C D・E	A・B・C D・E	
3		A・B・C D・E	A・B・C D・E	
		A・B・C D・E	A・B・C D・E	
4		A・B・C D・E	A・B・C D・E	
5		A・B・C D・E	A・B・C D・E	
全体について (自由記載)				

## ○「有効性」と「将来性」の判定基準について

- (1) 有効性・・・目指す姿・目的・KPIの達成に対する有効性について次の「A・B・C・D・E」から一つ選んで判定(○をつける)をお願いします。
- (A) ⇒ 指標の数値が倍増するなど非常に大きな効果があった
  - (B) ⇒ 概ね目標を達成し、効果があった
  - (C) ⇒ 一部目標を達成できておらず十分な効果が得られていない
  - (D) ⇒ 多くの目標を達成できず効果が低い
  - (E) ⇒ 未実施の取り組みもあり効果がない
- (2) 将来性・・・事業の成果や有効性より今後の事業展開などの将来性について次の「A・B・C・D・E」から一つ選んで判定(○をつける)をお願いします。
- (A) ⇒ 大きな効果があったことから、さらに発展させるべき(事業拡大)
  - (B) ⇒ 効果があったので、今後も事業効果が見込まれることから継続するべき(現状継続)
  - (C) ⇒ 効果が十分ではないので、改善に取り組みながら継続するべき(事業改善)
  - (D) ⇒ 効果が低いので、廃止又は大幅な改善に取り組むべき(廃止又は事業改善)
  - (E) ⇒ 効果がなく、今後も効果が見込めないことから、事業を廃止するべき(廃止)

令和2年度 総合戦略検証部会 評価・検証結果一覧表

NO.	事業名	評価結果															
		事業の概要								令和元年度の事業計画				実施結果			
1	おいらせブランド推進事業	<p>「おいらせ町ブランド戦略」に基づき町主導で設立された「おいらせブランド推進協議会」による、おいらせブランドの確立を目指す事業を支援する。おいらせブランドの確立を図り、暮らす人が自信と誇りを持つこと、産品販売と交流人口の増加を目指す同事業を実施する協議会は、平成20年度に設立された。戦略を実践するため、町により財政支援を行う。</p>								<p>・ブランド認定品の更新や新規商品の認定、特産市などを実施し、販路拡大を目指す。 ・おいらせホッキ小屋の開催、提供店舗把握調査など、ホッキの消費拡大を図る。 ・視察研修や種勉強会を開催し、会員の意識向上を図る。</p>				<p>・2商品を新規認定 ・特産市2回開催 ・ホッキ小屋2回開催(コロナ等でキャンセルあり) ・ホッキ提供店舗把握調査実施 ・視察研修(雫石町)実施 ・勉強会(HACCP・オガール)開催</p>			
		有効性								将来性							
		A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者	A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者
		3	3	3	4	3	3	3.2	3	3	3	3	3	4	3	3	3.2
<p>判定理由、良い点、悪い点(課題)、改善提案など</p> <p>(A) ・ブランドの認定、研修を中心とした事業が主で、本来のブランド戦略(選択優位・高価格の設定・消費者のリピート・ロコミによる顧客の獲得・広範囲に情報波及など)の特長まで見据えた内容まで至っていない。そのため事業の固定化が見られる。すでに計画期間が終了しており、体制の在り方や事業の見直しの検討が必要と考えられる。</p> <p>(C) ・自身もブランド推進協議会のメンバーであり、事業にも参加している。一定の成果にはつながっているが、期待された成果には達しておらず。今後おいらせ町観光協会と統合が予定されており、内容の見直しにより維持すべきと考える。</p> <p>(D) ・町の特色をPRできる事業だと思う。主な取扱店も合わせて周知されるとよいのではないか。</p> <p>(E) ・おいらせブランド品を推進する事業であるならば、設定するための推進だけではなくそのブランド品が広く認知され、収益など成果が見える形までの支援・評価だと思うが、その部分が不足しているように思う。町としても販路拡大への支援がもう少し見たい。どの分野にも言えるが助成した視察や勉強会をどう活かしているのか、数字やデータを作成し評価に活かすべき。</p> <p>(F) ・ブランド認定品の冊子は素晴らしい。こちらをもっと町民にPR出来るように商工会などを通して、各店においても良いと思った。(知らない人が多いと思う)イオン下田店などでも、週末ブランド認定品販売会を地元で何度も開催し、認知率を高めてほしい。</p>																	

令和2年度 総合戦略検証部会 評価・検証結果一覧表

NO.	事業名	評価結果															
		事業の概要								令和元年度の事業計画				実施結果			
2	学校給食費無料化事業	児童生徒の喫食する給食費を無料化する。 また、町外学校へ通学する児童生徒に対しては、補助金を交付し実質無料化を行い、保護者の経済的負担を軽減する。 ①町内学校就学者は免除方式 ②町外学校就学者は補助金交付方式								/				①免除分(町内学校就学者) 小学校252,904食、64,490,520円 中学校114,254食、34,276,200円 ②補助金(町外小中学校就学者) 53名、2,059,019円			
		有効性												将来性			
		A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者	A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者
		3	3	4	4	4	4	3.7	4	3	2	3	4	2	4	3.0	4
		判定理由、良い点、悪い点(課題)、改善提案など															
(A) ・保護者の満足度が高い事業として自己評価は高いが、令和3年度で事業終了の予定とある。地方創生の効果をもたらすためには長期的な政策の視点が必要で、当該事業の目指す姿は何だったのか、明確に伝わってこない。一過的な施策であれば、世代間において不公平感が残った事業である。今後、料金収納に戻ったときは、きちんとした説明責任が求められる。																	
(C) ・財政面から令和3年度で終了予定とのことで将来性は無いのではないかと。但し、今後は年収に応じて補助金を出すと何かの方向性が必要。賛否両論はあると聞いているが、多額の予算を要することから、再度方向性を検討すべきと考える。																	
(D) ・低所得者のみならず、子育て中の家庭にとってありがたい事業だと思う。財政上、可能なら継続していただきたい。																	
(E) ・将来性の評価に意味はあるのか。他委員の意見にあったように、他の事情計画があるのか、令和3年でただ切れてしまう単独な事業なのか子育て支援の観点から指針を出すべき。打ち切らない継続的な支援を意識していただきたい。																	
(F) ・子育て支援に大変効果的だと思うが、R4年度にも同じ金額じゃなくても直接支援につながる施策を望む。子育て支援が手厚いと定住にもつながると思う。																	

令和2年度 総合戦略検証部会 評価・検証結果一覧表

NO.	事業名	評価結果															
3	関係人口創出事業	東京おいらせ会・おいらせ町ふるさと大使															
		事業の概要								令和元年度の事業計画				実施結果			
		<p>■東京おいらせ会 首都圏在住の町出身者等による「東京おいらせ会」の運営を援助し、会員と地元の情報交換の機会を推進することで人的ネットワークを創出する。将来的には経済的ネットワークへとつながり町経済の活性化を促進する。</p> <p>■おいらせ町ふるさと大使 町出身者等で町のイメージアップや地域の活性化につながると期待される方を「大使」に委嘱し、町の文化・観光・特産品等を全国に普及広報していただく。</p>								<p>■東京おいらせ会 ・親睦事業及び交流事業の実施 ・毎月の広報配布</p> <p>■おいらせ町ふるさと大使 ・毎月の広報配布 ・町の認知向上のための取り組み及び、町施策等の情報発信に協力をいただく。</p>				<p>■東京おいらせ会 親睦事業及び交流事業の実施により会員相互の情報交換と親睦が図られた。</p> <p>■おいらせ町ふるさと大使 ・毎月の広報配布 ・大使専用名刺交付</p>			
		有効性								将来性							
		A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者	A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者
		3	2	3	3	3	2	2.7	3	3	2	3	2	2	2	2.3	3
		判定理由、良い点、悪い点(課題)、改善提案など															
<p>(A) ・事業のマンネリ化、手詰まり感が随所に見受けられる。Withコロナを前提に、情報発信の方法やイベントの持ち方、活用の仕方に工夫や再検討が必要である。</p> <p>(B) ・具体的成果が数値化されていない。</p> <p>(C) ・おいらせ町出身者が多い都市はどこか調査し、ピンポイントでPR活動することの方向性も考える必要がある。</p> <p>(D) ・意図は理解できるが、会の構成員を増やすのは難しそうである。大使一人一人が活動できない状況にあると思われるので、期待できないのではないかと思う。</p> <p>(E) ・東京おいらせ会の存在自体は大きな意味があると思う。が、関係人口に関わる形での大きな活動が見えない中の補助金活用にやや疑問を感じる。ふるさと大使も更新に関して一定の基準を作るべき。将来性は大きく疑問をかんじる。しっかりと見直しが必要。</p> <p>(F) ・このような会、ふるさと大使があるとは知りましたが、町民にはひびかないなと感じる。</p>																	

令和2年度 総合戦略検証部会 評価・検証結果一覧表

NO.	事業名	評価結果															
		ふるさと応援寄付金															
事業の概要								令和元年度の事業計画				実施結果					
3	関係人口創出事業	<p>ふるさと納税制度により、主に他市町村からの寄附を募り、集まった寄附金は基金へ積立てし、人材育成、自然環境保護など使い道として挙げている分野の各種事業へ充当する。町外在住の寄附者に対してはお礼品の贈呈を行う。</p> <p>町の収入増につながるとともに、ふるさと納税をきっかけにおいらせ町を知ってもらう機会にもなり、交流人口の増加も期待される。また、お礼品として町の特産品を送ることで、地域経済の活性化にもつながる。</p>								<p>ふるさと納税ポータルサイトである「ふるさとチョイス」、「さとふる」を継続利用し、寄附を募る。随時、お礼品の見直しを行い、寄附の増額を目指す。</p>				<p>お礼品 6件増加 寄附件数 769件増加 寄附額 8,563千円増加</p> <p>R1: 寄附件数 1,973件 23,839千円</p>			
		有効性								将来性							
		A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者	A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者
		3	3	4	4	4	4	3.7	4	3	3	4	4	4	4	3.7	4
		判定理由、良い点、悪い点(課題)、改善提案など															
<p>(A) ・寄付金は、社会状況によって実績が大きく変動するため、関係人口創出のKPIとするのは難しい。地方財政制度、費用対効果、地域づくりを勘案して慎重にすすめてほしい。</p> <p>(C) ・ふるさと納税額が増加しているのは良い事と考える。返礼品がもっと消費されるよう、ブランド推進協議会や観光協会と連携していくべき。</p> <p>(D) ・町の特産品などのPRになり、町の応援者も増加している。事業を継続していただきたいと思う。</p> <p>(E) ・お礼品目当てという批判があることは理解できるが、そのお礼品を通して町への興味関心が発生していくのも事実である。あとは町民もおいらせ町に納税してもらう工夫も必要と感じる。その戦略を加えることを提案する。</p> <p>(F) ・町が潤う事業のようなので、季節や種類の工夫をし、よりPR活動に力を入れていただきたい。</p>																	

令和2年度 総合戦略検証部会 評価・検証結果一覧表

NO.	事業名	評価結果															
		事業の概要								令和元年度の事業計画				実施結果			
4	移住・定住促進事業	移住や定住を希望する人への情報発信などを行い、当町の人口を維持・増加させ、地域の活力を高める。 ・地域情報の積極的な発信 ・移住希望者への支援体制の強化 ・移住ポータルサイトの運営 ・空き家バンクの活用								・移住・定住ガイドブック作成 ・首都圏移住フェアへの参加 ・上十三・十和田湖広域定住自立圏連携事業（構成10市町村） ①移住サイト更新 ②首都圏移住相談会・交流会 ・八戸連携中枢都市圏連携事業（構成8市町村） ①首都圏移住セミナー ・空き家バンク運営				・移住・定住ガイドブック作成・配布 ・首都圏移住フェアへの参加 計2回 ・移住ポータルサイト運営 アクセス数 13,643件 ・上十三・十和田湖広域定住自立圏 ①移住サイト更新 ②合同移住相談・交流会 ・東京都にて開催 相談者13人 ・八戸連携中枢都市圏連携事業 ①首都圏移住セミナー 相談者2名 ・空き家バンク登録物件 2件へ入居			
		有効性								将来性							
		A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者	A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者
		3	3	3	3	4	3	3.2	3	3	4	3	3	3	2	3.0	3
判定理由、良い点、悪い点(課題)、改善提案など (A) ・転入者を対象に簡易アンケート調査を継続的に実施したり、ビジネスフレームワークを活用したりしての分析が必要と思われる。そのうえでターゲットを絞った戦略、対策が必要と考えられる。現状のすすめ方では、PDCAサイクルを回すことは難しい。 (C) ・移住者の実態をもっと把握すべき。良いのか悪いのかを評価し、どう手を打つべきか施策を打ち出す必要がある(転入者へのアンケート継続)。それをもっとPRすべき。例)固定資産税が安い、首都圏へのアクセスが良いetc。 (D) ・なぜ転入してくるのか、移住者の本音を確認したいものである。 (E) ・紙媒体からの脱却は時代に合っていると。が、SNS活用を発信だけでなく、オンラインを使って相互にやり取りすることをもう一工夫いれると、さらに実際の移住定住者の増加につながると思う。ズームなどを活用したオンライン交流会、質疑応答会などを企画することを提案したい。 (F) ・北部地区や、イオン下田周辺は住みやすいと思うので、仕事(職場)案内をもっとガイドブックや、ネットに乗せた方が選んでもらえそうです。																	

令和2年度 総合戦略検証部会 評価・検証結果一覧表

NO.	事業名	評価結果															
		事業の概要								令和元年度の事業計画				実施結果			
5	地域おこし協力隊事業	総務省の推進する「地域おこし協力隊」制度を活用し、首都圏から地域おこし協力隊を受け入れ、町の活性化と交流人口の増を図る。 (報酬や活動費等は全額特別交付税措置)								H30年度1名受け入れ 任期:H30.11.1~R3.10.31まで  移住相談、移住フェアへの参加、移住希望者に町の魅力を伝えるための情報発信やイベントを実施する。				・年間を通じブログにて情報発信を実施 ・首都圏での移住フェアへ参加 2回 ・移住イベントの実施 2回 (どろんこフェス、移住者交流会)			
		有効性								将来性							
		A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者	A部員	B部員	C部員	D部員	E部員	F部員	部員平均	町担当者
		5	3	4	4	5	4	4.2	5	4	3	4	4	4	2	3.5	4
		判定理由、良い点、悪い点(課題)、改善提案など (A) ・活用の方向性と隊員が持つスキル、希望等とマッチングしていて好影響を及ぼしていると思われる。今後も外部発信や転入してきた人のサポートなどが期待される。 (C) ・地域おこし協力隊が効果を出している。任期3年(国の補助金活用)KPIそのものが低いのではないか?(No4と同様なかなか設定できない)継続の方向性は必要。 (D) ・Webを活用した取組は、今後ますます重要になってくるのではないかと思います。 (E) ・現在の活動はSNSや新聞などの紙媒体でも、活動が見えており概ね評価できる。今年以降は通年とは違う情勢にあったイベントや発信、交流の仕方が必要と思う。期限があるのは理解できるが、永年、継続的なプランニング検討していただきたい。 (F) ・移住者のターゲットが子育て世代のUターン者であれば、今住んでいる人の反響などの声を大切に、良い部分のPRをもっとしていくと良いと思った。															

## 令和2年度 総合戦略検証部会 評価・検証結果一覧表

### 全体について(自由記載)

- (A)
- ・戦後、国が様々な施策を講じて、地方から首都圏への人口流入は途切れることはなかった。この点からも、地方創生は、一朝一夕でできるものでなく、長期にわたる継続的な政策とその実施が必要である。今回の評価では、一部の事業で高い満足を得られながらも、事業の終了年が明示された一過的な事業も見られた。検証のなかでの評価が、それぞれの事業においてどう生かされていくのか注視していきたい。
  - ・コロナ禍にあって、ビデオ通話を活用したテレワークやデジタル化は、地方創生にとっては追い風である。このような視点を各事業に取り込んでほしい。
  - ・今回、ターゲットや目的が定まらない中で、事業を進めたり、終了したりする事案が見られた。そのような事案では、KPIの設定(数値化)にも課題を残している。どのように改善されたかなどの評価は、考え抜かれた課題の設定、明確化によって、はじめて可能にすることを認識して、作業してほしい。
- (B)
- ・検証を進めるにあたり、会議委員及び検証部員に地元企業の方ももう少し選定してもよいのではないかと思う。私達転勤族だとどうしても限界があるため。
- (C)
- ・一度設定したKPIを修正する機会が必要だと思う。
- (D)
- ・評価の判断基準、指標の設定はむずかしいものと思います。より効果的なものが設定されるよう、検討を続けていただければと思う。
- (E)
- ・期限付きや新鮮な内容の事業もあるが、長年の慣習による事業への助成となっているところもあるように思う。活動と助成する意味などを分けて、予算を充ててほしい。また、会議中にあがったKPIそのものの見直しも必要な事業があると思う。
- (F)
- ・町民の声(住みやすいかどうかの利点、問題点)をもっと聞いて、身近な改善点を見直しをしてほしい。個人的には特産物のPRをもっとしたほうが、町のイメージ向上につながると思う。