地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金(地方創生先行型)事業の実績評価表

- 国は、地方創生を推進するため、各自治体が地方版まち・ひと・しごと創生総合戦略策定に先駆けて実施する事業を支援する標記交付金を、平成26年度補正予算にて創設しました。
- 本交付金は、事業実施に伴う効果について、重要業績評価指標(KPI)を設定のうえ、その達成度合いを検証することが求められています。
- 本市では、本交付金を活用して平成27年度に以下の事業を実施していることから、その効果検証を行うものです。

事業名	事業実績・今後の予定	事業 予算額 (千円)	うち交付金 充当額 (千円)	重要業績評価指標(KPI)			
				指標	目標	実績	評価
まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定	まち・ひと・しごと創生総合戦略策定事業【政策企画課】 株式会社ばぎん総合研究所に委託し、将来人口推計や市民アンケート等を実施した。これらの基礎データを元に、今年度中に人口ビジョン・総合戦略を策定する。	10,000	10,000	-	-	-	今まで実施したことがなかった地区コミュニティ別の将来人口推計など、今後の施策検討に有用な分析が出来た。
観光振興・シティセールスの推進	観光振興事業【商工振興課】 ①観光モニターツアー 国内外の人々へ本市の魅力を発信するため、観光ツアーのコースを作成した。10月に市民対象のモニターツアーを実施したところ、26人が参加し、満足度は9割を超えた。2月中に市外在住者と外国人を対象としたモニターツアーを各1回実施する予定。 来年度は、市民対象1回、市外在住者対象1回、外国人対象2回、計4回モニターツアーを実施予定。 ②観光PRビデオ「船橋市役所特案係」 船橋の観光資源をPRするため、観光PRビデオ(船橋市役所特案係)を今年度中に第4弾まで制作し、動画共有サイト等で公開する。来年度は、第5・6弾を制作・公開予定。	2,933	2,933	観光入込客数	1,700,000人	1,744,082人 (H27.1～ H27.12)	トリップアドバイザーのテーマパーク部門で国内3位、アジア10位に選ばれた「ふなばしアンデルセン公園」の来場者増加(H26:482,522人⇒H27:625,814人)などにより、目標を達成した。今後もメディア露出に繋がるように各事業によって市の魅力のPR体制を推進していく。
	シティセールス推進事業【広報課】 ①フリーマガジン 特別編集版「まっふる船橋」 市の観光スポットや、食べる・遊ぶスポットなどを紹介する特別編集版「まっふる船橋」を3月下旬に30,000部発行し、市内外で配布することにより、市の魅力をPRする。 ②動画コンテンツ「ほっとひと息、船橋」 船橋の食材や自然、伝統など、テーマごとに市の魅力をPRする30秒CMを10本制作予定。1月末現在、7本を制作済みで、市ホームページの他、庁舎内に設置しているモニターで公開中。今後は、コレド室町に設置されているディスプレイや、船橋駅前連絡デッキ上のデジタルサイネージなどで放映することにより市の魅力をPRする。(動画公開日:平成27年12月15日) ③外国語リーフレット 船橋の魅力を紹介するリーフレットを英語、中国語(簡体)、中国語(繁体)、韓国語、デンマーク語、ドイツ語、フランス語、イタリア語、スペイン語、ロシア語、タイ語の11言語で制作した。昨年度44,000部、今年度34,000部を制作し、海外旅行等で市民が船橋をPRする際に活用してもらえるよう市役所や出張所、成田空港などで配布している。(配布済み部数:約40,000部(平成28年1月26日現在))	8,584	8,584				
	多言語防災ガイド・マップ事業【危機管理課】 ①多言語防災ガイド 外国人が安心して船橋を訪れることができるように、船橋市国際交流協会と連携して、多言語防災ガイドに掲載する内容の検討を行った。3月末までに8,000部作成し、戸籍住民課や各出張所(転入等の際)及び日本語教室や市・協会が行うイベント会場等で配布する予定。 ②多言語防災マップ スマートフォン等で最寄りの避難所等を検索できる多言語防災マップを、今年度中に市のホームページに掲載する予定。多言語防災ガイドにURLを掲載し、あわせて周知を図る予定。	2,522	2,522				
	デジタルサイネージ整備事業【商工振興課】 3月末までにJR船橋駅南口歩道橋にデジタルサイネージを整備し、国内外から訪れる方々に対して観光情報や行政情報等を発信することにより、まちへの回遊性を促すことで、観光振興及び地域活性化を図って行く。	42,990	7,902				
	公衆無線LAN整備事業【情報システム課】 3月末までにJR船橋駅南口周辺にアクセスポイントを8台設置し、国内外から訪れる方々に対して観光情報や行政情報等を発信することにより、まちへの回遊性を促すことで、観光振興及び地域活性化を図って行く。	31,643	11,578				

事業名		事業実績・今後の予定	事業 予算額 (千円)	うち交付金 充当額 (千円)	重要業績評価指標(KPI)			
					指標	目標	実績	評価
創業支援 の推進	創業支援推進事業 費 【商工振興課】	①女性のための起業講座 市内で創業を希望する女性を支援するため、女性のための起業講座を5月と12月に開催した(参加者数はそれぞれ44人と47人)。来年度は今年度と同様、2回開催する予定。 ②創業者交流会 創業希望者や創業後間もない人のネットワークづくりのため、創業者交流会を、船橋商工会議所、日本政策金融公庫と協力して、2月20日に開催する予定。来年度は更に協力機関を募り、開催する予定。	291	291	①女性のための起業講座受講者数 ②創業者交流会参加者数	①30人 ②15人	①91人 ②2/20実施	女性のための起業講座受講者数は、目標を大きく超える受講者があった。受講者アンケートによると84%が船橋商工会議所が開催する創業塾に興味あると回答していることから、受講者の創業塾への参加を促し、実際の創業につなげていく。
	防災推進費(子育て編防災ハンドブック) 【危機管理課】	防災女性モニター等の意見を踏まえ、子育て中の保護者向けに、災害時等に必要な情報をまとめた防災ハンドブックの構成や内容等について検討を行った。今年度中に40,000部作成し、母子手帳の交付時等に配布する予定。	4,000	4,000	子供が安全・安心に暮らせると 思う人の割合	25%	45.2%	国の調査結果(※)を参考に設定した目標値を大きく超えた。しかし、「どちらともいえない(32.3%)」、「そう思わない(22.7%)」と考える人も少なくない。今後も道路環境の整備など子供が安全・安心に暮らせる環境整備を推進していく。 ※平成25年度「少子化社会対策大綱の見直しに向けた意識調査」(内閣府)において、「子どもが住まいやまちの中で安全・安心にくらせるような社会ですか。」との質問に対し、「そう思う」「ややそう思う」と答えた人の割合の合計は22.9%。
備蓄品整備事業 【危機管理課】	防災女性モニター等の意見を踏まえ、各避難所(134施設)に1,2歳児用の粉ミルク、0歳児用の離乳食を新たに配備するとともに、乳幼児を抱えた避難所の授乳場所や着替え場所としてパーテーションを増強した。	5,689	1,046					
AED設置推進事業 【健康政策課】	子供たちの安心・安全確保のため、平成27年8月にAED100台をリース契約し、協力を得られた私立保育所、幼稚園、認定こども園にAEDを設置した。 【設置状況(平成28年1月20日現在)】 私立保育所44園、幼稚園40園、認定こども園2園(各施設1台) ※今後の設置予定を含め、健康政策課にて14台保管している。	2,765	508					
安心・安全 に子育て出 来る環境整 備	公共施設ベビーカーマーク掲出事業 【財産管理課】	ベビーカー利用者が公共施設を利用しやすい環境を作るため、2月中に市内27施設86か所のエレベーター(公民館・図書館・博物館・運動施設・出張所・市民センター)にベビーカーマークを掲出する。	353	353				
農水産物 ブランド化 の推進	農産物ブランド推進 事業 【農水産課】	船橋産農産物の知名度向上を図るため、市内外においてPR活動を展開した。また、海外輸出を視野に入れ上海市で市長によるトップセールスと農産物物流視察(4/27~29)と行うとともに、上海市農業委員会視察団を招へいし(5/27・28、8/17・18)「船橋のなし」及び都市農業のPRを行った。今後についても、船橋産農産物の更なる知名度向上を図り、付加価値に繋がるよう積極的にPR活動を行う。 【主な実施イベント】 ・「ふなばしブランド野菜フェア」(5/9東京スカイツリータウンソラマチひろば 来場者4,000人) ・「船橋のなし札幌PR事業」(8/7.8札幌ドーム他 来場者4,200人) ・「味が自慢! 船橋のなしフェア」(9/5有楽町駅前広場 来場者6,000人)。	33,812	33,614	農水産物の単価 ①なし ②小松菜 ③にんじん ④枝豆 ⑤ホンビノスガイ ⑥海苔 ※①~④は共 販出荷における 市場単価、⑤⑥ は出荷額単価	①291円/kg ②329円/kg ③125円/kg ④1,536円/kg ⑤100円/kg ⑥11.1円/枚	①359円/kg ②336円/kg ③143円/kg ④1,124円/kg ⑤119円/kg ⑥10.3円/枚 (①~④は27年 12月末、⑤⑥は 26年度)	農水産物の単価は、年によって収穫量や漁獲量が異なることによる相場変動による影響が大きい。特許庁に地域団体商標登録が認可された「船橋にんじん」と「船橋のなし」や、ホンビノス貝や海苔はPRによって知名度があがってきている。
	水産物ブランド推進 事業 【農水産課】	スズキ、アサリ、ホンビノス貝、海苔など、有力な船橋水産物のブランド化や認知度を高めることを目指し、イベント回数は、市内40回、市外16回、バザー7回、計63回のイベントを開催した。今後は今年度、千葉県の水産物ブランドに認定されたスズキのPRを重点的に行っていく。	3,000	3,000				
特産品の ブランド化 推進	産品ブランド推進事 業 【商工振興課】	新たに加工食品8品を「ふなばし産品ブランド」として認証した。また、既存の認証品についても、朝市や百貨店等でのイベントを通じて、販売・PRを行った。	17,698	17,698	ふなばしセレクション認知度	60%	55.0%	目標は昨年度の54.9%から横ばいで目標は達成しなかったが、ふなばし産品PRキャラクター「目利き番頭 船えもん」の認知度については、平成27年度は、79%(昨年度72.2%)と上昇した。

合計 166,280 104,029