

事業名	亶理町総合戦略策定事業		担当課	企画財政課
事業全体の概要・目的	地域資源を有する本地域の特性を踏まえ、雇用の創出と若い世代の定住化や住み良いまちづくりの実現に向けた「亶理町総合戦略」を策定するために、必要な専門的な調査等を実施する。			
予算執行状況	予算額	執行額	執行率	うち地方創生関連交付金
	10,069,000円	9,489,600円	94.24%	9,489,600円
	主な支出			
	亶理町人口ビジョン・総合戦略策定支援業務委託費 9,288,000円		委員報酬	201,600円
総合戦略	基本目標	—		
		—		
事業詳細				
①	専門的調査の実施経費			
	目的・内容	亶理町の人口動態、産業構造等の調査及び地域特性の情報収集・分析を行なうとともに、ニーズ把握のため意識調査の実施。		
	実施状況・効果	地域特性を踏まえた人口ビジョン・総合戦略の策定に向け、資料収集や調査・分析が円滑に進むよう策定支援業務として委託するとともに、ニーズ調査として関東以北の1都13県を対象地域に移住・交流・定住に関するWEBアンケート調査を実施した。これらの調査・分析結果を基に人口ビジョン・総合戦略の策定に取り組んだ。		
②	総合戦略案に関する意見集約に関する事業経費			
	目的・内容	人口ビジョン・総合戦略を策定するにあたり、外部有識者や関係機関など幅広い分野の方々からご意見を徴収するため委員会を設置。		
	実施状況・効果	産学官金から構成する亶理町まち・ひと・しごと創生総合戦略委員会を設置し、計4回にわたり人口ビジョン及び総合戦略についてご意見をいただき、平成28年3月に亶理町まち・ひと・しごと創生総合戦略の完成に至った。 【委員】 委員長 郷古 雅春(宮城大学食産業学部環境システム学科教授) 副委員長 門澤 俊夫(株式会社カドサワ代表取締役社長) 委員 森 義洋(モリプレゼンス株式会社専務取締役) 中山 一哉(みやぎ亶理農業協同組合総務課長) 佐藤 徳美(亶理町教育委員会教育委員) 曾根田 和好(七十七銀行亶理支店支店長) 佐藤 弘(あぶくま信用金庫亶理支店支店長)		

重要業績評価指標 (KPI)		実績値 (H27年度末)	達成状況	未達成の場合、その要因
—	—	—		
事業効果	効果			
	理由	—		
今後の方針	方針	事業の継続		
	理由	委員会において、総合戦略に掲げた施策について効果検証を行ない、必要に応じて見直しを行いながら、戦略を推進する。(PDCAサイクルによる戦略の推進)		
委員会における検証結果	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった		<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	

事業名	地域特性を活かした複合型創生プロジェクト		担当課	企画財政課
事業全体の概要・目的	地域資源や特産物を活かすために各分野における個別の施策および効果を循環させ、複合的に総合的なブランドや「地域力」を構築し、町の魅力をPRするため、シェフやバイヤーなどのプロ目線からの地域資源の発掘・磨き取り組みを実施する。			
予算執行状況	予算額	執行額	執行率	うち地方創生関連交付金
	18,000,000円	16,966,800円	94.26%	16,966,800円
	主な支出 ・地域特性を活かした複合型創生プロジェクト業務委託料 16,966,800円			
総合戦略	基本目標	産業(観光)振興		
		①巨理農水産物のブランディングの確立 ②6次化に向けた加工・販売のマッチングへの支援		
事業詳細				
①	意欲ある事業者や個人の商品開発・販路・PRに関わる支援			
	目的・内容	地域資源を発掘するとともに、その商品開発や、販路開拓を支援し、事業者の育成及び商品を通じた町のPRを目的とする。		
	実施状況・効果	<p>1. 6次化に興味のある事業者や生産者を対象に、消費者やバイヤーが望む商品開発に関するセミナーを開催し、新たに組みたいと考えている方々に個別相談を行ない、その後の商品開発を支援した。また、町内事業者を訪問し、新たな魅力となる商品の発掘を行ないながら、商品開発及び改善の個別支援を行なった。 ・セミナー開催: 2回(37名参加) ・訪問事業者数: 45事業者 ・個別支援事業者数: 17事業者</p> <p>2. 東京で開催されたバイヤー向けの展示会において、巨理町ブースを設け、商品のPR及び商品に対するアドバイスをいただいた。</p> <p>3. 楽天レシピ及びクリナップとのコラボレーションによる料理教室を開催し、いちごを使ったレシピの開発に取り組んだ。料理教室参加者が、独自に巨理の食材を使って料理に取り組むなど波及効果もあった。</p>		
②	発掘・開発した商品を販売するショッピングサイト「みんなの巨理」の構築			
	目的・内容	磨かれた地域資源の販路の一つとして、また、遠方から購入できる環境を整えるため、ショッピングサイトを構築し、商品を通じて巨理をPRする。		
	実施状況・効果	<p>個別支援した事業者や町内事業者にショッピングサイトへの参加を呼びかけ、構築作業を行なった。 単独では、ショッピングサイトに踏み切れなかった事業者が多く参加し、新たな販路の一つとして期待される。 運用開始: 4月15日 取扱事業者: 17社 取扱品数: 30点</p>		

重要業績評価指標 (KPI)		実績値 (H27年度末)	達成状況	未達成の場合、その要因
巨理特産物WEBサイト構築	1件	1件	達成	
新製品開発等に取り組中の案件	5件	17件	達成	
事業効果	効果	地方創生に相当程度効果があった		
	理由	町内事業者は新たな展開を模索しているが、どのようにしたらいいかわからない事業者が多かった。そうした中、個別支援を行なうことで、事業者自らが、解決の糸口を見つけ、一歩踏み出すきっかけとなり、個のブランド化が促進した。また、その成果を全国に披露できるショッピングサイトは、事業者のやる気を促し、地域力の底上げに大きな効果がある。そして、まちのにぎわいづくりにつながっている。		
今後の方針	方針	追加等更に発展させる		
	理由	新たな地域資源の発掘・磨き上げを行ない、事業者それぞれの「ブランド化」を図りながら巨理への誘客につなげる取り組みを実施していく。また、ショッピングサイトの商品数の増加とともに、認知度向上のため積極的なPRを行ない、売り上げの増加につなげ、町のPRにつなげていく。		
委員会における検証結果	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった		<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	

事業名	子育て支援サポート事業		担当課	福祉課
事業全体の概要・目的	子育て支援に関する調査において、子育てに不安を感じると回答した割合は4割と高い状況であり、日常的に接することで不安や悩みを抱える保護者を発見し、適切な相談助言を通して子育て環境の充実を図る。			
予算執行状況	予算額	執行額	執行率	うち地方創生関連交付金
	5,300,000円	5,461,560円	103.04%	5,461,560円
	主な支出			
	遊具整備 園庭開放案内看板設置	4,752,000円 410,400円	公園マップ作成	299,160円
総合戦略	基本目標	子育て支援		
		①ニーズに対応した保育施設の確保・整備		
事業詳細				
①	保育環境の整備			
	目的・内容	地域の親子に保育所の園庭を開放し子育てに関する悩み不安の相談を受けるため、園庭を魅力あるものに整備し来園親子の増を図ることを目的とする。		
	実施状況・効果	<p>鹿島保育所周辺地域は、世帯数が増加傾向にあり子育て世代もいるが、近くに公園もなく、親子や保護者同士の子育て世代の交流の場が少ないため、保育所の園庭を親子が気軽に遊べるよう開放し、必要に応じて子育ての相談を受け適切な助言を行った。また、魅力ある遊具を整備したことで、来園者が増加した。</p> <p>整備内容 ・コンビネーション遊具、ブランコ（4,752,000円） ・園庭開放案内看板（410,400円） 来園数 556組（目標230組） 相談数 9件（目標10件） ※相談は個別相談件数で、保育士と立ち話の中での簡易な相談を除く （例えば、自分の子どもが他の子どもより成長が遅いのではないかという悩み。 →保育所の同年齢児の子どもと比較し遅れてないことを確認し解決）</p>		
②	公園マップの作成			
	目的・内容	地域の子育て中の母親等との交流を促進し、子育ての不安解消の一助とするため身近な公園マップを作成し、親子の外出機会の増を図ることを目的とする。		
	実施状況・効果	<p>公園の場所や遊具の種類を手書きイラストで掲載し、親子が興味を持って出かけられるよう、町内児童福祉施設及び教育委員会の講座等において、保護者へ一言添えて広く配布した。</p> <p>また、冊子には子育て経験者からワンポイントアドバイスも掲載しており、保護者が安心感を持って公園で遊ぶことができるよう工夫した。</p> <p>・作成冊数 1,000部（299,160円） ・配布場所 地域子育て支援センター、保育所、児童館（児童クラブ）、教育委員会 外</p>		

重要業績評価指標 (KPI)		実績値 (H27年度末)	達成状況	未達成の場合、その要因
亘理保育所来園	200:組/年	506:組/年	達成	
亘理保育所相談	10:件/年	9:件/年	未達成	未達成ではあるが、多くの場合は立ち話程度で解決しており、個別相談に至っていないため
鹿島保育所来園	30:組/年	50:組/年	達成	
子育ての相談相手いない	4.2: %	0.3: %	達成	
育児に不安を抱える割合	40.8: %	55.5: %	未達成	事業効果が表れるまでに時間を要するため
事業効果	効果	地方創生に相当程度効果があった		
	理由	園庭の開放期間は工事の関係から短かったものの、遊具整備前と比べ来園親子が増加しており、地域の保護者との信頼関係構築に貢献できた。また、園庭開放案内看板を設置する等したことによって他の来園親子数も増加した。子育てに不安を抱える割合は増加したものの、相談相手のいない割合は減少した。		
今後の方針	方針	追加等更に発展させる		
	理由	育児に不安を抱える保護者への相談助言をさらに充実させるため、身近な保育施設等を積極的に活用する。また、公園マップ増刷や他の媒体を活用した広報手段を検討し、子育て世帯への浸透を図り、子育てに不安や悩みを抱える保護者の減少に努める。		
委員会における検証結果	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった		<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	

事業名	地域で支える子育て環境の整備事業		担当課	福祉課
事業全体の概要・目的	共働き世帯の増加により、日常的に孫の世話をする祖父母が増え、子育てについて若い世代との相違に悩む祖父母からの相談が増えている。また、地域における児童の居場所づくりが課題となっており、特に放課後児童クラブで待機が発生している状況である。 こうしたことから、祖父母同士や孫育て・子育て世代間の交流の場、待機児童解消の場として既存施設を移築・改修し、世代間の情報共有や交流をととして積極的に育児できるよう、世代を超えた子育て支援に取り組み、子育て世代の就労確保や安心し希望を持って子育てできる環境の整備を図る。			
予算執行状況	予算額	執行額	執行率	うち地方創生関連交付金
	22,625,000円	21,631,233円	95.60%	15,171,228円
	主な支出			
	業務委託料 9,160,000円 施設管理経費 237,142円	施設整備費 12,234,091円		
総合戦略	基本目標	子育て支援		
		①ニーズに対応した保育施設の確保・整備		
事業詳細				
①	孫育て交流事業			
	目的・内容	祖父母同士や孫育て・子育て世代間の情報共有や交流を通して子育て世代が安心して就労できる環境の整備を図る。また併せて児童の居場所の確保を目的とする。		
	実施状況・効果	地域の祖父母及び子育て世代を対象に「孫育て・他孫育て楽しみ隊」を開催し、祖父母と子育て世代の交流を図りながら、今と昔の子育ての違いに理解を深める取り組みを行った。 また、放課後児童の居場所として遊びの提供等を行った。 ・孫育て・他孫育て楽しみ隊 9回(10~3月) 参加者277人 ・相談件数 8件(特に個別に相談助言が必要なもの) ・運営事業委託 社会福祉法人宮城県福祉事業協会(委託料9,160,000円) ・施設管理経費 光熱水費、警備委託料等(237,412円)		
②	地域における児童の居場所づくり			
	目的・内容	孫育て交流事業及び児童の居場所となる施設を整備する。		
	実施状況・効果	施設を市街地の公園に隣接させ、安心して孫や子どもを遊ばせることのできる場所及び小学生児童の居場所としての環境整備を行い、子育て世代の定住化に向け事業を行った。 祖父母のほか子育て中の母親も気軽に利用できる環境が整い、ソフト事業の効果を高めることができた。 ・27年度は施設完成後の10月から3人の児童を受け入れ遊びを提供した。 また、地域の祖父母と小学生の世代間交流を促進した。 ・待機児童数 17人(0人を目標にしたが、年度途中の施設完成のため達成できなかった) ・工事請負費 12,234,091円		

重要業績評価指標(KPI)		実績値 (H27年度末)	達成状況	未達成の場合、その要因
放課後児童クラブの待機数	30人	17人	未達成	開設当初、当該施設の利用に保護者が消極的であったため
日常的に子育てに関わる祖父母	36.5%	39.35%	達成	
祖父母に助言を行った件数	10件	8件	未達成	悩みの多くは交流のなかで解決しており個別対応が必要な人を実績としたため
事業効果	効果	地方創生に効果があった		
	理由	孫育て交流事業に係る部分については相当の効果があったと思われるが、児童の居場所づくりにおいて需要の伸びもあり目標が達成できなかった。 ※平成28年4月現在 中町児童クラブ利用児童 25人 当該小学校区の利用できない児童数 17人		
今後の方針	方針	追加等更に発展させる		
	理由	祖父母の孫育て交流事業は予想を上回る利用があったが個別的助言に至るケースは少なく今後も交流を通じた適正助言の充実を図る。また児童の居場所づくりを促進する。		
委員会における検証結果	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった		<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	

●平成27年度 地方創生事業 効果検証シート

No.5 感染症予防

事業名	児童の感染症予防対策事業(安定就労)		担当課	福祉課
事業全体の概要・目的	保育所等の集団保育においてインフルエンザ等の感染リスクは高く、感染すると最低5日程度は登園できず保護者は看護のため休暇を余儀なくされる。そのため、感染予防に効果のある弱酸性次亜塩素酸水を室内噴霧及び手指消毒に活用し集団感染を予防することで、安心して子育てと就労ができる環境を整備する。			
予算執行状況	予算額	執行額	執行率	うち地方創生関連交付金
	1,860,000円	2,720,812円	146.28%	2,720,812円
	主な支出			
	超音波噴霧器購入 2,229,552円		弱酸性次亜塩素酸水購入 491,260円	
総合戦略	基本目標	子育て支援		
		②集団感染のリスク軽減による安定就労		
事業詳細				
①	児童の感染症予防対策事業(安定就労)			
	目的・内容	保育所等においてインフルエンザ等の集団感染を予防し保護者の就労安定を図る。		
	実施状況・効果	<p>保育所(園)、児童館(児童クラブ)、家庭的保育、認可外保育施設において、超音波噴霧器による弱酸性次亜塩素酸水の噴霧を行い感染予防に努めた。導入後、インフルエンザ等の集団感染(児童職員合わせて1日10人以上欠席)は発生しておらず、また連続して6日以上欠席した児童の看護のため仕事を休んだ保護者の割合も減少し就労の安定が図られたことから効果はあったと考えられる。</p> <p>超音波噴霧器購入 108台(保育室の面積に応じて設置・2,229,552円) 弱酸性次亜塩素酸水購入 61パック/20ℓ(491,260円)</p>		

重要業績評価指標(KPI)	実績値(H27年度末)	達成状況	未達成の場合、その要因
児童の病気で6日以上休業した割合(母)	45.1 %	%	達成 父母合わせて4.91%となっている
児童の病気で6日以上休業した割合(父)	12 %	%	達成
10人以上の集団発生件数	2 件以下	0 件	達成

事業効果	効果	地方創生に相当程度効果があった
	理由	事業の評価目標を達成しており保護者の就労安定が図られたと考えられることから地方創生相当程度の効果はあったと評価している。
今後の方針	方針	事業の継続
	理由	インフルエンザ等の施設内感染予防効果を実感していることから、継続して保護者の就労安定のため実施する。

委員会における検証結果	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない

事業名	あぶくまりバーサイドにぎわい創出事業		担当課	企画財政課・商工観光課
事業全体の概要・目的	<p>常磐自動車道が全線開通し、鳥の海スマートインターチェンジが供用開始予定など、首都圏はじめ、周辺地域からの当エリアへのアクセスは格段に向上する。また、アジア各国と日本を結ぶ仙台空港など、当エリアを往来する人は確実に増加すると予想されるが、現在は、目的地への通過エリアとなってしまう。</p> <p>そこで、新たなひとの流れを呼び込むため、宿泊に強みを持つ岩沼市とレジャーに強みを持つ亶理町が連携し、地域資源を相互利用することによって滞在型観光への転換を図ると共に、首都圏や常磐自動車道利用者をターゲットとしたPR活動を行い交流人口の増加を図ることで、観光業の振興と地域経済の活性化、ひいては、新たな雇用創出へとつなげる。</p>			
予算執行状況	予算額	執行額	執行率	うち地方創生関連交付金
	17,842,000円	17,396,358円	97.50%	17,396,358円
	主な支出			
	動画制作及びPR業務 9,288,000円 ハイウェイウォーカー情報掲載・チラシ作成 1,944,000円	PR看板作成費 5,821,200円 南相馬鹿島PRイベント費 147,281円 セミナー経費 195,877円		
総合戦略	基本目標	交流人口拡大		
		⑦観光プロモーションの実施		
事業詳細				
①	シネアドを利用したオリジナルCMの作成・上映			
	目的・内容	<p>亶理町及び岩沼市への新たなひとの流れ、観光業の振興と地域経済の活性化を目的に、両市町へ訪れたい魅力あるPR映像を制作し、常磐自動車道沿線の地域など県内外の映画館でCM上映を行い、誘客を図る。また、動画配信サイトを利用し配信することで誘客を促進させる。</p>		
	実施状況・効果	<p>タレントのゆうたろう氏(亶理町)、俳優の西村雅彦氏(岩沼市)を起用し、オリジナルCMを各4種類を作成し、名取市、山形県(2劇場)、福島県(2劇場)、茨城県(5劇場)、栃木県(2劇場)の12劇場で上映し、地域資源とともに両市町をPRした。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上映期間 平成28年2月27日～3月25日 ・総動員数 342,950人 ・上映回数 約18,000回(両市町合計約36,000回) <p>【参考：SNSの活用(亶理町)】 YouTube(2016.04.11開設) PR映像視聴回数：約2,500回 Facebook(2016.06.07開設) PR映像視聴回数：約70,000回</p>		

ハイウェイウォーカーへの情報掲載・チラシ作成	
②	<p>目的・内容</p> <p>平成27年3月に常磐自動車道が全線開通し、平成28年3月には鳥の海スマートインターチェンジの供用が開始されるなど、観光交流人口の増加に資する環境整備が進んでいることから、岩沼・亶理を周遊するルートや観光スポット、特産品等を紹介する広告記事を制作し、高速道路利用者向けフリーマガジン「ハイウェイウォーカー」に掲載することで本町の知名度向上と誘客を図り、交流人口の増加と地域経済の活性化を促進することを目的とする。</p> <p>実施状況・効果</p> <p>春のドライブ旅行に最適な観光資源を洗い出し、周遊コースの策定を行った。他のフリーマガジンと比較にならない発行部数と東日本全域を網羅する発行エリアを鑑み、今後は掲載スポットへの誘客が期待される。</p> <p>また、ハイウェイウォーカーに掲載した内容の抜き刷りチラシを別途作成し、観光施設や鳥の海パーキングエリアに設置した。</p> <p>■概要 掲載先：ハイウェイウォーカー東日本版 2016年4月号 発行日：平成28年3月20日 発行部数：約100万部 発行エリア：東日本高速道路管轄のパーキングエリア、サービスエリア 掲載内容：岩沼・亶理を周遊するドライブコース特集を含む広告(以下、亶理町分)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ほっきめし(和風れすと海仙) ・いちご狩り(JAみやぎ亶理吉田観光いちご園、いちごランドこうちゃん園) ・わたり温泉鳥の海 ・鳥の海ふれあい市場 ・悠里館(亶理町郷土資料館) ・馬上かまぼこ店「笹かまの郷」 <p>■抜き刷りチラシ概要 作成部数：20,000部(うち亶理町分10,000部) 掲載内容：ハイウェイウォーカーと同様(一部変更あり)</p>
高速道路利用者向けの看板設置	
③	<p>目的・内容</p> <p>常磐自動車道利用者の誘客を促進するため、鳥の海スマートインターチェンジ出入口付近にPR看板を設置する。</p> <p>実施状況・効果</p> <p>シネアド(映画館で上映されるCM)に起用したタレントの肖像画を用いてインパクトのある看板に仕上げ、現在、来町者より好評を得ている。看板設置の波及効果として、来町者が看板を撮影し、SNS等で亶理町のことを発信していただいている状況である。</p> <p>■概要 設置箇所：逢隈高屋宇新谷地地内 完成時期：平成28年3月25日 板面サイズ：幅3.9m×高さ2.4m</p>

南相馬鹿島サービスエリアでのイベント開催	
目的・内容	本町の魅力ある観光資源と物産のPRと、鳥の海スマートインターチェンジ開所PRを目的に、宮城と福島観光情報を広く発信する南相馬鹿島サービスエリア活用施設「セデッテかしま」にて観光・物産PRイベントを実施する。
④ 実施状況・効果	<p>観光パンフレットと特産品の袋詰め500個を当該施設利用者に配布。多くの人に関心を示し、袋詰めは瞬間に無くなるほど盛況で、予定終了時刻を待たずに配布が終了した。</p> <p>■概要 開催日時：平成28年3月5日（土） 10:00～12:00 開催場所：南相馬鹿島サービスエリア活用施設「セデッテかしま」施設前広場 実施内容：①観光パンフレット配布 ②観光PRキャラクターわたりんによる賑やかし、観光PR ③特産品の配布 ・いちごまんじゅう（せとや） ・苺ソフトサブレ（お菓子のアトリエリモージュ） ・苺のフリアン（ジョアンナ洋菓子店） ・わたりんクリアファイル（亙理町観光協会）</p>
あぶくまりバーサイドにぎわいセミナー	
目的・内容	常磐自動車道鳥の海スマートインターチェンジを足掛かりに、また、完全民営化される仙台空港も見据え、誘客促進を図るには、岩沼市、亙理町の周辺圏域の商工業者等、相互の連携・協力する体制が必要不可欠である。そこで、連携の機運を高めるため、セミナーを開催し、それぞれの強みを活かし、そして、弱みを補いながら、滞在型観光への転換とともに、リピーター増を見込むことができる各種観光施策等の展開の足がかりとする。
⑤ 実施状況・効果	<p>インバウンドへの取り組みを視野に入れ、当地域にゆかりがあり、東北のインバウンド活動に尽力されている櫻井亮太郎氏による講演を開催し、インバウンドの必要性、受け入れ側に対するエリア連携の重要性についてお話しいただき、両市町の連携の機運を高めた。</p> <p>これを契機に、平成28年度については、丸森町と連携しインバウンド事業に取り組む予定となっている。</p> <p>開催日時：平成28年3月23日（水）午後3時00分～午後5時20分 開催場所：モンタナリゾート（岩沼市） 参加者：70名 講師：株式会社ライフブリッジ 櫻井亮太郎氏 演題：「今からでも間に合う！ インバウンド研修」</p>

重要業績評価指標 (KPI)	実績値 (H27年度末)	達成状況	未達成の場合、その要因
観光客入込数の前年比増	15.1 %	-4.1 %	未達成 イチゴ狩りの数値がH27の8,775人から4,254人と大幅に減少し、それに伴い、温泉やふれあい市場も前年より減少したと思われる。 H26.12-H27.3: 224,770人 H27.12-H28.3: 215,474人
鳥の海SIC乗降車	2000 台/日	1200 台/日	未達成 実質の事業展開が3月となっていることや、SICが開通後間もないため認知されていない状況にあると思われる。
滞在人口増加	5.1 %	5.6 %	達成
移住相談者数	5 件/年	1 件/年	未達成 実質の事業展開が3月となってしまったため、まだ効果が見えない。

事業効果	効果	地方創生に効果があった
	理由	<p>指標においては、未達成が多いものの、圏域の高速道路の利用台数については、前年同月台数と比較し、25,000台、率にして7%増加しており、事業効果が顕著に見受けられた。</p> <p>また、事業の波及効果として、一般の方々のSNS等への投稿により情報が拡散するなど、亙理町の認知度向上が図られ、今後の新たなひとの流れを呼び込む礎となった。</p> <p>そして、岩沼市と連携したことで、両市町に不足しているものを補うことにより、長所を伸ばすことに注力でき、連携の重要性・効果が認識された。</p>
今後の方針	方針	追加等更に発展させる
	理由	<p>広域での観光の取り組みを加速させるため、名取市・岩沼市・亙理町・山元町とエリアを拡大し、これまでのように各々が観光客の取り合いに力を注ぐのではなく、地域資源豊富な魅力あるエリアとしての情報発信を行ない、誘客につなげる。また、今後は、更に仙南広域等の広いエリアでの取り組みも具体的に検討していく。</p>

委員会における検証結果	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった <input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	
	<p>（ここに検証結果の具体的な内容が記載される）</p>	

●平成27年度 地方創生事業 効果検証シート

事業名	先端計測とAIシステムを活用した「営農」における「創客創人」事業		担当課	農林水産課
事業全体の概要・目的	いちごのブランド力を向上させて、いちご生産の産業競争力を高めることで、地域の特産品による雇用確保のモデルを構築するため、日南市・磐田市とブランディング連携推進協議会を設立し協議する。また新規就農者確保に向けた就農体験事業を実施する。			
予算執行状況	予算額	執行額	執行率	うち地方創生関連交付金
	2,000,000円	1,380,750円	69.03%	1,380,750円
	主な支出			
	ブランディング連携推進協議会負担金 1,000,000円	就農体験事業委託料	380,750円	
総合戦略	基本目標	産業(観光)振興		
		①巨理農水産物のブランディングの確立 ⑨“農業・漁業”による雇用の創出		
事業詳細				
①	ブランディング連携推進協議会(日南市、磐田市、巨理町)			
	目的・内容	新規就農者の確保、熟練農家の技能・技術伝承、ブランド力強化		
	実施状況・効果	3市町によるブランディング連携推進協議会を設立し、それぞれの産地の特徴や課題について、総会、幹事会、現地研修を通して理解し、共通の課題である農家の高齢化、後継者不足、技能・技術の伝承について協議した。 ブランド力の強化により新規就農者を呼び込み産地化を目指すための手法について「地方から創る新しい農業のカタチ」をコンセプトとした実施計画書をまとめた。 ブランディング連携推進協議会実施回数 5回		
②	いちご農家就農体験事業			
	目的・内容	新規就農者の確保を目的とした就農体験を実施し、職業の選択肢として確立させる。		
	実施状況・効果	地元の農業高校を対象とし、いちごファームにおいて就農体験を実施した。巨理町におけるいちごの栽培状況、生産量および出荷量、施設についての研修と収穫・パック詰め体験を実施し、いちごと就職に関するアンケート調査を行った。調査の結果、いちご生産に興味を持った、就職先の選択肢に入れても良いなどの回答もあった。 参加者 40名		

重要業績評価指標 (KPI)		実績値 (H27年度末)	達成状況	未達成の場合、その要因
3自治体ブランディング連携推進協議会開催数	2回	5回	達成	
事業効果	効果	地方創生に非常に効果的であった		
	理由	3市町連携により、それぞれの課題と取り組むべき内容が整理され、共通の課題である後継者不足や技術の継承に対し、新しい雇用確保のモデルを構築する取り組みがなされた。また、3市町それぞれの独自の取り組みについても相互理解を深め、今後の地場産業としての農業経営のあり方についての知見も得られた。 就農体験については、特産であるいちご生産を体験させることで、地場産業の活性化に繋がり、また職業選択の1つとして捉え、就農意欲を芽生えさせ得ることができるという結果が得られた。		
今後の方針	方針	追加等更に発展させる		
	理由	ブランディング連携推進協議会においては、「地方から創る新しい農業のカタチ」をコンセプトとした実施計画を実践し、首都圏等からの就農者の呼び込み、就農教育支援体制を構築する。 就農体験については、年間を通したプログラムを充実させ、より具体的に農業への興味、就農への意欲を持たせる。 さらに企業との連携を図り、PR活動に注力し、さらなるブランド化と生産者と消費者の直接的な繋がりを構築し、販路および消費拡大を目指す。		
委員会における検証結果	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった		<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	