

検証シートの見方と検証のポイント

地方創生推進交付金 検証シート（平成30年度）

地域再生計画名称

スローシティ大船渡移住・交流促進計画

1 総合戦略での位置づけと重要業績評価指標の実績

（上段：目標値 下段：実績値）

総合戦略での位置づけ（施策・プロジェクト）	重要業績評価指標	単位	KPI累計 （目標値）	事業開始前 現時点	単年度実績			目標達成率 （対H30実績）
					H28	H29	H30	
基本目標2 大船渡への新しい人へ流れをつくる 施策1 観光客による交流人口の拡大 1-1 スローシティ大船渡プロモーションプロジェクト 1-2 大船渡ファン獲得プロジェクト 施策2 移住・定住の促進 2-1 大船渡スローライフ・スローフードプロジェクト 2-2 移住総合支援体制構築プロジェクト	① 伝道者及び大船渡ファン参加者数	単 人	753	47	153	453	753	169.1
	② 大船渡ポータルサイトアクセス数	単 A V	40,000	0	68	1,035	1,273	220.3
	③ お試し移住体験参加者数	単 人	230	0	5,000	20,000	40,000	99.1
					303	44,440	88,135	
					30	110	230	
					47	153	228	
計画期間	平成 28 年度～平成 30 年度（3カ年）							

総合戦略での施策・プロジェクトを記入しています。

重要業績評価指標に関する数値等を記載しています。「実績値」は単年度で捉えています。
「目標達成率」はKPI 増加分累計（計画）に対する直近（H30）の達成割合を算出しています。

2 交付金事業の計画内容・進捗状況・課題

計画内容	進捗状況（計画に対して何をしてどのような成果であったか）	課題（進捗状況を踏まえて残された課題は何か）	施策貢献度
首都圏に住む本市出身者や地元有志等が首都圏の方々に本市の魅力を直接伝える「伝道者」や「大船渡ファン」として活動してもらいながら、ネットワーク構築や組織化を図ること。本市への関心を高め、誘客を増やすとともに、民間事業者等による現地体験メニューの充実化と首都圏からのバス運行をモデル的に実施し、本市の魅力を体感してもらうことで、再訪を促しながら、移住・定住を促進する。	①伝道者・大船渡ファン活動の拡充及び交流促進 大船渡ふるさと交流センター（三陸SUN）を拠点に、地元産品の販売、ランチ提供を通じてマーケティング調査を実施し、消費者傾向が把握でき、明治大学と連動したおいしい「食」づくり研究会において、商品改善や試験販売につなげた。また、三陸sunfacebookを有効に活用し、認知が高まり、大船渡ファンが増えている。 ②お仕事ツーリズム・お試し移住体制の構築 首都圏、県内近隣からの誘致に加え、県内企画会社と連携したローカルツアーの商品化を実施するとともに、一般的な観光ツアーではなく、地元企業の見学や特産品を味わう等のツアーを企画・実施した。本市の日常を知ってもらうことを主眼とし、全体的に参加者の満足度も高かった。 また、市内宿泊施設にローカルデスクを開設して、本市を訪れた観光客に対し、市内の「愉しみ方」を知ってもらい、予約手続きなどを支援することにより、滞留の時間や満足感が高まった。 ③大船渡プロモーションコンテンツの拡充 本市の情報を総合的に発信する「おおふなこポータル」は、施設や店舗・観光スポット等の基本情報データベース、事務局スタッフによる取材記事等の活用により、情報を連動させ、一覧できるようにしている。運用しながら、ページ構成に更新しながら情報を発信し、アクセス数も伸びている。	①伝道者・大船渡ファン活動の拡充及び交流促進 大船渡ふるさと交流センター（三陸SUN）の店舗展開によって、首都圏消費者傾向が把握できたものの、地元産品をさらに拡大していくためには、店舗展開に加えて、店舗をバックヤードとして活用しながら、首都圏飲食店・小売店に提供する地域商社機能の充実が必要である。提供先拡大に「大船渡ファン」を活用する方法を検討する必要がある。 地元FMコンテンツ配信については、アプリ化等の一定の仕組みができたことから、取組をサポートしつつ民間主導での自走化を図る。 おいしい「食」づくり研究開発は、明治大学と連携しながら6社の製品改良につながった。今後、付加価値を高めるため、複数産品の組み合わせ提案等新たな取組が必要である。 ②お仕事ツーリズム・お試し移住体制の構築 首都圏等からツアーとしてある程度確立し、また、県内のローカルツアー事業者との連携体制が整ったことから、民間主導での自走化を図る。 ③大船渡プロモーションコンテンツの拡充 これまで、おおふなこポータルの活用によって、おおふなこポータルの活用が促進された。特に強化したイベント検索機能は、市内団体・企業等の参画を促すことにつながっている。	A 理由＞ 重要業績評価指標は概ね達成されており、成果も概ねある。
<平成30年度事業計画> ①伝道者・大船渡ファン活動定着化及び地元産品開発等の充実化 伝道者及び大船渡ファンの活動を活発化させながら、地元FM情報の発信、大船渡スポットや大船渡ふるさと交流センターの活動を継続充実させ、大船渡ファン参加者をさらに増やす。大船渡スポットと地元飲食店等との交流をさらに充実させ、開発した特産品等の販売や販路開拓を行う。 ②お仕事ツーリズム・お試し移住体制の定着化 農林水産業等の仕事体験やゲストハウス・民泊事業者等を増やし、受入メニューの拡充を図るとともに、参加者ネットワークをつくり、体験談等により参加者を増やすとともに、訪日外国人をモデル的に誘致し、新たな価値の発見とメニューの充実化を図る。 ③大船渡プロモーションコンテンツの機能強化 ポータルサイトを新設を安定化させるとともに、ラグビーワールドカップ2019日本代表の開催を機に、多言語表記版を制作し、海外向けに発信する。	平成29年度における交付対象事業の取組実績等を整理しています。 ※青字ゴシックの部分については、要点となります。	交付対象事業の取組実績を踏まえた上での課題を整理しています。 ※総合戦略の施策に効果があったか、意見等をいただきます。	交付対象事業が総合戦略の施策の実現に向けて効果があつたか、貢献度評価しています。（A・B・C・Dの4段階で評価します。）

交付対象事業の計画内容を記載しています。

平成29年度における交付対象事業の取組実績等を整理しています。
※青字ゴシックの部分については、要点となります。

交付対象事業の取組実績を踏まえた上での課題を整理しています。
※総合戦略の施策に効果があったか、意見等をいただきます。

交付対象事業が総合戦略の施策の実現に向けて効果があつたか、貢献度評価しています。（A・B・C・Dの4段階で評価します。）

3 実施状況

No.	業務名	担当課	目的	事業内容	平成30年度実績		KPI貢献度
					実績内容	事業費	
1	大船渡ふるさと交流センター管理運営及びふるさと交流イベント企画運営業務	新産業戦略室	本市に関心のある首都圏の住民が、気軽に立ち寄り、物産品や情報を入手できる窓口となる大船渡ふるさと交流センターにおいて、当市の物産販売、観光情報発信、大船渡スポット(※1)への地元物産の取引マッチング、U I J ターン等移住相談、コミュニティを活用化させるためのイベント企画、大船渡スポットとの連携イベント開催等を通じて本市への来訪や移住の促進を図る。 (※1) ふるさと交流ネットワーク…Facebook上の本市出身者コミュニティ等により、首都圏等の市出身者と地元住民が情報交流をすることを目的に平成27年度に構築したネットワーク	平成29年3月、東京都内に大船渡ふるさと交流センターを開設し、物産品の販売及び品評会の実施による物産品に係る意見や要望等のデータ集積と食料品製造業者等へのフィードバックを行ったほか、物産品を活用した「お試しランチ」、明治大学と連携した首都圏でのマーケティング調査を踏まえた食品製造業者の試作品開発等の支援、大船渡スポットへの取引ニーズ調査と関係者に対し、関連情報を提供した。	・物産品の販売 取扱品目：466点 販売金額 ：9,916,388円 ・お試しランチ 売上金額 ：3,339,168円 利用者数：3,703人 ・ワークショップ等 6回	14,299,416	◎
2	ふるさと交流ネットワーク管理運営業務	新産業戦略室	ふるさと交流ネットワーク(※1)を活用し、都市部に居住する本市出身者及び本市にはない方とのコミュニティ化を促進し、関係を深める。 Facebook上の本市出身者コミュニティと地元住民が情報交流をすることを目的に平成27年度に構築したネットワーク	おおふなこポータルやねまらいんアプリと連携強化、各種イベントでの出張販売を実施して、ふるさと交流ネットワーク登録者数の増加を図った。	登録者数：1,822人		○
3	地元FM放送	新産業戦略室	ふるさと交流ネットワーク(※1)を活用し、都市部に居住する本市出身者及びゆかりの深い方のコミュニティ化を促進し、U I J ターンの推進及び市民との交流を通じて関係を深める。 (※2) ふるさと交流ネットワーク…地域に密着したコミュニティFMのインターネットサイマル放送を活用した配信、当該配信に係るアプリの制作・配布等により、首都圏等の市出身者と地元住民が情報交流をすることを目的に平成27年度に構築したネットワーク	FMねまらいんのアプリにより、毎週月・火・水・木・金・土・日・日に首都圏住民等へ本市等の情報を発信した。			
7	おいしい「食」づくり研究開発等支援業務	新産業戦略室	大船渡ふるさと交流センター「三陸SUN」において取り扱う当市の物産品に対するマーケティング調査や本市出身者及びゆかりのある方からの商品見直し提案を反映させた商品の試験・研究を支援するとともに、試作品の開発等に取り組みながら、市内基幹産業の市場競争力の向上を図る。	明治大学エクスターンシップや大船渡ふるさと交流センターにおけるマーケティングと連携しながら、商品の改良や新商品の開発を支援した。	3社(2品、1企画)	2,160,000	○
8	お仕事ツーリズム・お試し移住体制構築業務	新産業戦略室	農林水産業等の仕事体験や地場産業の視察ツアー等の実施と長期宿泊が廉価で滞在可能な環境を整備することにより、一般的な観光では体験できない地域の仕事の意義の理解や人的交流を促進し、交流人口の増加と大船渡市への移住促進につなげる。	首都圏等や県内等近隣からバスを運行して、地元企業の見学や特産品を味わう等、普段市民でも見ることができない仕事体験や地場産業の視察ツアーを実施した。	ツアー実施 ・首都圏等 2回/延べ18人 ・県内等近隣 3回/延べ57人	5,999,993	◎
3	大船渡ポータルサイト管理運営業務	新産業戦略室	全国に向けた当市のPRと、観光や移住・暮らしの情報を発信する	ホームページの更新、市内飲食店等への取材及び伝道師のコミュニティ強化企画等を実施することにより、登録者数の増加を図った。	登録者数 695人	5,994,000	◎
						32,989,279	

交付対象事業の平成30年度に実施した委託業務内容等を記載しています。
※実施事業の効果があつたか、意見等をいただきます。

委託業務のKPI(重点業績評価指標)に対する貢献度を記載しています。
(◎・○・△・×の4段階で評価しています。)

総合戦略の施策の実現に向けて、今後の対応策を記載しています。
※今後の対応に改善策の提言等をお願いします。

4 今後の対応

2019年度以降は、地方創生推進交付金(大船渡ふるさと交流センター発「三陸マリアージュ」創出・展開プロジェクト 計画期間：2019～2021年度)において、スローシティ大船渡移住・交流促進事業の取組及び課題を踏まえ、事業計画に基づき新たな継続事業を実施する。
①「三陸マリアージュ」商品の企画・販路開拓については、首都圏における取扱商品の需要調査及び取扱先となる首都圏の飲食店・小売店等に係る基礎調査(制約条件等も含む)を企画・実施・取りまとめ、ニーズ把握・ターゲットのリスト化を行う。②「三陸SUN」を起点とする流通の共同化については、首都圏の飲食店・小売店等への受注・発注・配送等業務に係る基礎調査及び運用企画、その結果に基づく共同利用型システムの企画・構築等取組を実施し、三陸SUN、地元事業者、大船渡スポット等と受注・発注・配送等に係る試験運用を開始する。
これらの事業において大船渡ふるさと交流センター「三陸SUN」の維持管理業務を委託するとともに、同センターでの三陸産加工食品・飲料・酒類等の店頭販売を通じて蓄積した消費者傾向に基づく、複数商品を組み合わせた「三陸マリアージュ」と都内飲食店等に提案し、地元からのダイレクト流通ルートを確立する地域商社モデルの構築を図る。