

地方創生交付金関連事業一覧(平成28年度)

交付金種類	事業名	交付決定額 (円)	実績額 (円)	評価
地方創生 加速化交付金 (10/10)	自己実現型定住促進事業	40,000,000	37,511,079	非常に効果があった。
	スタジオタウン小山 ～映像文化を活用したしごと創生・ 交流拡大事業～	40,000,000	39,864,381	効果があった
	小 計	80,000,000	77,375,460	
地方創生 推進交付金 (1/2)	福祉理美容による地域活性化事業	3,250,000 (6,500,000)	3,250,000 (6,500,000)	相当程度効果 があった
	合 計	83,250,000	80,625,460	
		(86,500,000)	(83,875,460)	

交 付 金 事 業 評 価 基 準

評価区分	評価基準
非常に効果があった。	実績が目標値を上回った。
相当程度効果があった。	目標値は上回らなかったが、目標値の7～8割程度の実績があった。
効果があった。	目標値は上回らなかったが、事業開始前よりも改善した。
効果がなかった。	実績が事業開始前の数値より悪化している。

平成29年度事業

交付金種類	事業名	総事業費 (円)	交付決定額 (円)	備考
地方創生 拠点整備交付金 (1/2)	「スタジオタウン小山」 ～映像文化拠点整備事業～	70,000,000	35,000,000	
	足柄ふれあい公園BBQガーデン整備事業	30,000,000	15,000,000	
	(仮称)中央子育て支援センター整備事業	80,000,000	40,000,000	
	パークゴルフ場管理休憩棟整備事業	31,393,000	15,696,000	
	小 計	211,393,000	105,696,000	
地方創生 推進交付金 (1/2)	福祉理美容による地域活性化事業	5,000,000	2,500,000	
	DMO推進事業	6,000,000	3,000,000	
	自己実現型定住促進事業	25,000,000	12,500,000	
	小 計	36,000,000	18,000,000	

平成29年度～平成31年度事業

地方創生 応援税制(企業版ふるさと納税)	・森村橋復元修景事業 ・豊門公園修景事業 ・豊門会館、西洋館大規模修繕事業	総事業費 982,360,000	(収入見込み) 企業 326,200,000 個人 380,000,000 補助 293,800,000
-------------------------	---	---------------------	---

平成28年度 地方創生交付金関連事業の実施状況

事業名	自己実現型定住促進事業
-----	-------------

1. 事業の概要

- ①大学生等Uターン促進事業
進学を機に県外へ出た大学生や、若手社会人を対象として、仕事の情報提供、地方での生き方・働き方を考えるフォーラムを実施し、地元に戻る切っ掛け作りに取り組んだ。
- ②しごと創生
子育て世帯のママ、都内在住の大学生(小山町出身者含む)、町内企業で働く人や、地方での起業・開業に興味のある人達同士のネットワークを構築し、地域課題への解決策等について議論し、将来的な小山町での起業・開業を促進する取組みを実施した。
- ③ママの力を活用した子育て支援
小山町および近隣市町在住のママ達を中心に、町内の資源である自然を活かしたイベントを開催するとともに、移住希望家族を受け入れる仕組みを作り、それらの継続的な運営方法や担い手の発掘を実施した。
- ④空き家サポートセンター開設事業
空き家・空き地情報を含めた生活全般の情報発信の場として、子育て世帯を中心とした拠点整備の準備(コンセプト設計など)や、既存のホームページの空き家・空き地に関する機能を拡充し、町内の不動産流通を活性化する取組みを実施した。

2. 経費等

計画額	実績額	開始年月	完了年月	備考
40,000,000	37,511,079	H28.3.29	H29.3.31	

3. 重要業績評価指標(KPI)の達成状況

項目	現状値 (H27年度)	目標値	H28年度 実績値	KPI 達成状況	備考
子ども向けイベントの参加人数 (のべ数)	88人	50人	99人	○	
新規創業数(のべ数)	0件	3件	3件	○	
首都圏からの移住者数	7件	10件	10件	○	
女性の起業数	0件	2件	0件	×	
定住・移住総合案内サイトのアクセス数(年間)	9,347件	10,000件	37,817件	○	

4. 評価

評価	非常に効果があった。
----	------------

・「オヤマノミライ創造プロジェクト」を始動し、東京都内や町内でトークセッションを3回、町内企業を訪問するバスツアーを1回開催し、目標を上回る99人に参加していただいた。

・町での起業を支援する補助金を創設し、目標である3件の新規創業を達成した。

・移住希望者に対して、1日1組限定ツアーと称したマンツーマン対応や、首都圏での移住相談会の開催、東京にある静岡県移住相談センターとの連携等により、首都圏からの移住者数の目標である10件を達成した。

・ママのためのスキルアップ講座を講師を招き5回開催し、のべ69名に参加していただいたが、起業には至らなかった。

・平成27年度に開設した、定住・移住総合サイト「ASUO」の機能を拡充したところ、目標を上回るアクセスがあった。町への移住や町内不動産流通の活性化に寄与した。

平成28年度 地方創生交付金関連事業の実施状況

事業名	スタジオタウン小山～映像文化を活用したしごと創生・交流拡大事業～
-----	----------------------------------

1. 事業の概要

①計画策定 スタジオタウンの全体計画を策定した。
②研修施設等の映像文化創出の拠点化 施設をフィルムコミッションオフィス等に改修し、ロケができるような環境に整備した。
③NPO法人によるロケ支援・情報発信事業 NPO法人「小山町フィルムコミッション」にロケ支援事務補助金を交付した。
④映像制作体験ワークショップ、映像コンテストの開催 12月10日にスタジオタウンフォーラムを開催し、大学生による滞在製作の成果報告や映像制作体験ワークショップや講演会を実施した。
⑤小山映像文化祭の開催 2月2日に東京の表参道でスタジオタウン小山のフォーラムを開催し、ロケ支援体制を紹介するトークセッションや、町内で映像制作するクリエイターを決定するクリエイターズアワードを開催した。

2. 経費等

計画額	実績額	開始年月	完了年月	備考
40,000,000	39,864,381	H28.3.29	H29.3.31	

3. 重要業績評価指標(KPI)の達成状況

項目	現状値	目標値	H28年度 実績値	KPI 達成状況	備考
ロケ支援による撮影件数	178本	200本	110本	×	
直接的経済効果 (ロケに伴う宿泊、弁当等)	101,599千円	90,000千円	65,153千円	×	
新規創業数	0件	1件	0件	×	

4. 評価

評価	効果があった。
・ロケ支援については、NPO法人小山町フィルムコミッションが中心となり実施し、NPOの活動し始めから撮影件数は110本で目標値を下回った。 ・ロケに伴う宿泊、弁当等の直接的経済効果は、65,153千円であった。 ・平成28年3月にNPO法人が設立され、同年8月からは旧労働金庫研修所に事務所を設置して、ロケ支援を行った。 ・旧労働金庫研修所を改修したことにより、今まで以上にロケ支援ができるよう整備を行ったことから、今後はロケ支援の増加が見込まれる。 ・小山町及び東京の表参道で開催したフォーラムは、今後のフィルムコミッション事業を進めていく上で大きな効果があった。	

平成28年度 地方創生交付金関連事業の実施状況

事業名	福祉理美容による地域活性化事業
-----	-----------------

1. 事業の概要

平成27年度に養成した福祉理美容師により、平成28年9月に「NPO法人小山町福祉理美容協会」が設立された。
 NPO法人小山町福祉理美容協会により、高齢者や障害者等の自宅や福祉施設を訪問して福祉理美容を実施した。
 各地域で高齢者にメイク、ネイル等を行う、オシャレ講座を実施した。
 10月2日の「小山町ふれあい広場産業祭」及び2月24日、25日の「生涯学習フェスティバル」において、ブースを出展し、福祉理美容やメイク、ネイルの実演を実施した。
 ホームページやチラシにより、事業のPRを行った。

2. 経費等

計画額	実績額	開始年月	完了年月	備考
6,500,000	6,500,000	H28.8.30	H29.3.31	

3. 重要業績評価指標(KPI)の達成状況

項目	現状値	目標値	H28年度実績値	KPI達成状況	備考
訪問福祉理美容実施件数	0件	150件	6件	×	
利用者満足度(%)	0%	80%	80%	○	
オシャレ講座参加者数(人)	0人	128人	160人	○	

4. 評価

評価	相当程度効果があった。
・訪問福祉理美容の件数が目標値を大幅に下回ってしまった。 ・チラシ等による全戸配布のPRは、半年で計4回実施したが、町内の高齢者等の周知が足りなかったと思われるので、訪問理美容の周知方法を考える必要がある。 ・オシャレ講座に関する利用者の満足度は非常に高く、年間で計10回デイサービスセンターを中心に展開して、目標である128人を上回り目標を達成した。 ・ふれあいイベントを2回開催し、訪問理美容等の積極的なPRを実施した。	