資料１

# 第３期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略評価について（概要）

芦屋町では毎年度、「芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略」に記載されている各施策について、内部会議である「地方創生推進本部会議」と、附属機関である「芦屋町地方創生推進委員会」において、前年度の事業評価及び検証を行い、結果を公表しています。

本年度は、「第３期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略（計画期間：令和７～11年度)」（以下、「現計画」という。）の初年度評価となります。現計画の策定にあたり、様々な視点から１つの施策を評価することを目指し、各施策に可能な限り複数のＫＰＩを設定しました。それに合わせるため、今回公表用シートを変更するとともに、評価方法を明確化しました。

記

## １．公表シートの主な変更点

（１）複数のＫＰＩを基に施策を評価できる形に変更しました。

（２）ＰＤＣＡサイクルによる事業管理を行うために、実施状況だけではなく、「今後の取組」まで記載する形に変更しました。

## ２．評価方法の明確化

各施策のＫＰＩに基づき「①行動目標に対する評価」と「②数値目標に対する評価」をそれぞれ算出し、『行動７：数値３』の割合で総合評価を出す方法をとりました。

なお、実績について、毎年度対象となる課に調査を実施します。

### ①行動目標に対する評価

前年度に定めた「次年度の取組」に基づき当該年度に実施した取組内容を、下記の基準で評価します。

| 行動評価 | 取組内容 |
|---|---|
| S | 当初の計画を前倒しで推進している |
| A | 計画どおり推進している |
| B | 一部を除き当初の計画どおり推進している |
| C | 全体的に当初の計画から遅れている |
| D | ほとんどが未着手である |

**②数値目標**

計画で定めたＫＰＩに対する年度ごとの実績を基に、次のとおり評価します。
※各年度の目標値は公表しておらず、担当課と事務局で把握しています。

| 数値評価 | 年度目標達成状況 |
|---|---|
| S | 100%を超えた場合 |
| A | 100% |
| B | 100%未満 |
| C | 65%未満 |
| D | 30%未満 |

**③総合評価**

評価を点数化し、行動目標に対する評価を「７」、数値目標に対する評価を「３」の割合で勘案し、次のとおり総合評価を決定します。

| 行動評価 | 点数 |
|---|---|
| S | ５点×７ |
| A | ４点×７ |
| B | ３点×７ |
| C | ２点×７ |
| D | １点×７ |

| 数値評価 | 点数 |
|---|---|
| S | ５点×３ |
| A | ４点×３ |
| B | ３点×３ |
| C | ２点×３ |
| D | １点×３ |

| 評価 | 内容 | 点数 |
|---|---|---|
| S | 当初の計画を前倒しで推進している | 50 点 |
| A | 計画どおり推進している | 50 点未満 |
| B | 一部を除き当初の計画どおり推進している | 38 点未満 |
| C | 全体的に当初の計画から遅れている | 25 点未満 |
| D | ほとんどが未着手である | 13 点未満 |

※Ｓは「行Ｓ数Ｓ」のみ。

**※複数のＫＰＩを設定している実施項目に係る評価について**

各ＫＰＩの評価を点数化して足しあげたうえで、ＫＰＩ数で割り戻した点数によって、次のとおり実施項目に係る評価を決定します。（小終点第２位で四捨五入）

| 総合評価 | 点数 |
|---|---|
| Ｓ（５点） | ５点 |
| Ａ（４点） | ５点未満 |
| Ｂ（３点） | 3.8 点未満 |
| Ｃ（２点） | 2.5 点未満 |
| Ｄ（１点） | 1.3 点未満 |

例）ＫＰＩ数が３の実施項目で、それぞれの評価が「Ａ」、「Ｂ」、「Ｃ」だった場合
（４＋３＋２）/３＝３のため、最終的な総合評価は『Ｂ』となります。

政策目標Ⅰ　芦屋の魅力を生かし、新しい人の流れをつくる

戦略１　芦屋流おもてなし

①芦屋流情報発信プロジェクト（シティプロモーション係）

ポータルサイトやSNS などを活用した効果的な情報発信を推進します。また、イメージキャラクター「アッシー」やロゴマーク、プロモーションツールを活用し、統一イメージでの町の情報発信を推進します。さらに、情報発信は町外だけでなく、町内に対しても行うことで、住民が芦屋の魅力に気づき、自ら情報発信していく機運づくりを推進します。

| 重要業績評価指標（KPI）の評価 | 基準値 | | R6 | R7 | R8 | R9 | R10 | R11 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| プロモーションサイトの新着件数（5年間の累計）　95件 | 13件（R5） | 目標値 | | 19 | 38 | 57 | 76 | 95 |
| | | 実績(累計) | | 49 | | | | |
| 設定根拠　19件×5年 | | 実績(単年) | 45 | 49 | | | | |
| | | 達成状況 | | S | | | | |

R7

1. 数値目標に係る達成状況の検証（CHECK）

下記のとおり取り組みを行った結果、プロモーションサイトの新着投稿は49件で、年度の数値目標を達成しました。

2. 取組予定（行動目標）及び取組状況（行動実績）

| | | |
|---|---|---|
| (1)令和７年度の取組予定（PLAN） | 庁内において情報発信ツールの周知を行います。<br>また、移住・定住及び交流人口増加を目的として、観光、子育て、移住・定住情報などを掲載した、芦屋町プロモーションサイトを運用し、担当課と情報共有をしながら、積極的な情報発信を行います。 | |
| (2)取組状況（DO）<br>※取組予定を基に、できたこと、できなかったことを記載してください。 | 情報発信ツールのインフォメーション掲載を実施し、職員に周知しました。（5月7日）<br>また、ホームページ承認時に、タウンプロモーションサイトへ上げるべき内容であれば修正を依頼することができました。（計３件、プロモーションサイトへの掲載漏れがあり、担当課に修正依頼を実施。）<br>各課の意識の向上もあり、新着投稿数を伸ばすことができました。 | 取組評価<br>A |
| (3)実施した取組に関する課題（CHECK） | タウンプロモーションサイトへの掲載が担当課の時点で漏れていたものがあるため、今後も職員に対しての周知を行う必要があります。 | |

3. 数値目標及び行動目標のCHECKを踏まえた、課題の改善・次年度の取組（ACTION&PLAN）

引き続き庁内で情報発信ツールの周知をするとともに、プロモーションサイトを活用し、観光、子育て、移住・定住などに関する情報を積極的に発信します。

R8

1. 数値目標に係る達成状況の検証（CHECK）

2. 取組予定（行動目標）及び取組状況（行動実績）

| | | |
|---|---|---|
| (1)取組状況（DO）<br>※取組予定を基に、できたこと、できなかったことを記載してください。 | | 取組評価 |
| (2)実施した取組に関する課題（CHECK） | | |

3. 数値目標及び行動目標のCHECKを踏まえた、課題の改善・次年度の取組（ACTION&PLAN）

# 第３期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略評価シート（令和７年度）

Ⅰ　芦屋の魅力を活かし、新しいひとの流れをつくる

戦略１　芦屋流おもてなし

各施策のＫＰＩごとに、当該年度の事業の【実施状況】と、次年度に向けた【今後の取組】を記載しています。
また、右側には、ＫＰＩの目標値と、当該年度の実績を記載したうえで、取組状況と数値実績を加味した総合評価をＡ～Ｄで記載しています。

| No. | 実施項目<br>実施概要 | 重要業績評価指数（KPI） | 基準値（基準年度） | 令和[illegible]度実施状況等 | | R7 | R8 | R9 | R10 | R11 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ① | 芦屋流情報発信プロジェクト<br>担当課：企画政策課<br>ポータルサイトやSNS などを活用した効果的な情報発信を推進します。また、イメージキャラクター「アッシー」やロゴマーク、プロモーションツールを活用し、統一イメージでの町の情報発信を推進します。さらに、情報発信は町外だけでなく、町内に対しても行うことで、住民が芦屋の魅力に気づき、自ら情報発信していく機運づくりを推進します。 | プロモーションサイトの新着件数 | 13件（R5） | 【実施状況等】<br>企画政策課において、ホームページ掲載の承認時に、プロモーションサイトへ上げるべき内容（観光や移住に関する情報など）があれば、担当課に修正を依頼し、広く情報発信を行いました。 | 目標値 | 5年間累計　95件 | | | | |
| | | | | 【今後の取組】<br>町の情報がより多くの人へ届くよう、引き続き担当課と情報共有しながら、プロモーションサイトを積極的に活用します。 | 年度実績（累計） | 49件 | | | | |
| | | | | | 取組及び実績の総合評価 | A | | | | |
| | | 公式フェイスブック・インスタグラムの投稿件数 | 269件（R5） | 【実施状況等】<br>地域おこし協力隊が中心となり公式フェイスブック・インスタグラムに投稿をしましたが、投稿回数の進捗状況ができておらず、基準年度と比較して投稿数が少なくなりました。 | 目標値 | 5年間累計　1,350件 | | | | |
| | | | | 【今後の取組】<br>地域おこし協力隊の退任に伴い、新たに会計年度任用職員を雇用し、公式フェイスブック・インスタグラムの投稿を実施し、町の情報を積極的に発信します。<br>併せて、毎月末に投稿件数の進捗を把握し、年間を通して計画的な発信を行います。 | 年度実績（累計） | 264件 | | | | |
| | | | | | 取組及び実績の総合評価 | B | | | | |
| | | 公式フェイスブック・公式インスタグラムのフォロワー数 | 1,503人（R6.9月） | 【実施状況等】<br>フォロワー数増加の取組として、当初１回を予定したイベント出展を３回（宗像こども祭り、町村フェア、ＪＲＡ小倉競馬場イベント）実施しました。イベント出展では、フォローしてくれた人を対象に輪投げゲームなどを実施し、フォロワー数の増加を図りました。 | 目標値 | R11年度　2,600人 | | | | |
| | | | | 【今後の取組】<br>引き続きイベントに出展し、フォロワー数を増やすキャンペーンを行います。また、投稿内容を分析し、フォロワー数が増える投稿を意識して実施します。 | 年度実績 | 1,841人 | | | | |
| | | | | | 組及び実績の総合評価 | S | | | | |
| | | | | | **実施項目評価** | A | | | | |
| | | | | | **5年間の総合評価** | ※最終年度評価時に記載 | | | | |

第３期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略のＰ１４以降に記載した各施策内容と一致

各課への調査の結果、行動に対する評価は「Ａ」、数値に対する評価は「Ｓ」だったため、本ＫＰＩの評価は『Ａ』と算出しています。
（評価方法については、資料１のＰ２上段参照）

この施策ではＫＰＩが３つ設定されているため、それぞれのＫＰＩの評価（Ａ、Ｂ、Ｓ）を基に、実施項目評価は『Ａ』としました。
（評価方法については資料１のＰ２下段参照）

【重要業績評価指数（KPI）以外の取組】
・町公式ＳＮＳやＫＢＣテレビのｄボタン広報誌など、情報発信ツールを職員に周知徹底し、職員の意識向上に努めました。
・各種イベントにアッシーが参加し、町のＰＲを行いました。（24回）
・各係からの申請に応じてアッシーのノベルティを配布し、プロモーションツールとして活用してもらいました。（24件）
・YouTube広告の配信などで、作成した観光ＰＲ動画を活用し、町の魅力発信に努めました。（広告再生回数：1,546,886回）

ＫＰＩに関する取組以外で、各施策に関連する内容を記載しています。なお、この内容は評価には反映せず、あくまで参考として記載しています。