

先行型事業に係る検証シート

主な事業と重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

(基礎交付分)事業No.1

事業名称		総合戦略における位置づけ		
新婚・子育て世帯民間賃貸住宅家賃補助事業	政策目標	Ⅲ	若い世代が安心して結婚・出産・子育てができる環境をつくる	
	戦略	1	結婚・出産の希望実現	
	施策	3	新婚・子育て世帯民間賃貸住宅家賃補助制度の推進	
事業の目的		担当課		
若い世代の定住化促進		健康・こども課 子育て支援係		
事業概要				
町内の民間賃貸住宅に新たに居住する「子育て世帯」と「新婚世帯」に対し、家賃の一部として町内で利用できる商品券を交付するもの。				
<ul style="list-style-type: none"> ●対象期間 平成27年4月1日～平成32年3月31日婚姻届分(新婚世帯) 平成27年4月1日～平成32年3月31日転入分(子育て世帯) ●対象住宅 町内の民間賃貸住宅(アパート、借家など) ※ただし、公営住宅、給与住宅(社宅、官舎、寮等)、対象世帯の親族(子育て世帯の未就学児の3親等以内)が所有する住宅は対象外 ●対象要件 世帯全員の町税などに滞納がないこと 自治区に加入していること など ●交付額 月額上限2万円(最長36か月) 				
重要業績評価指標(KPI)		基準年度	指標値	実績値
転入者の増加数(制度開始から) ※本補助制度を活用して転入してきた件数		26年度	27年度	27年度
		0件	30件	18件
重要業績評価(KPI)の達成状況(○:目標達成、△:順調、→:横ばい、\:不調、△:環境変化による見直し、-:調査未実施など)				
【新婚世帯】(目標)15件 → (実績)13件 / 交付額: 2,000,000円 ※婚姻届の際に制度周知を行うため、想定件数に近い実績となった。 しかし、自治区加入などの要件が要因となり件数が伸びていない可能性がある。		↓		
【子育て世帯】(目標)15件 → (実績)5件 / 交付額: 260,000円 ※制度周知の方法や、対象者のニーズを満たしていない可能性がある。 また、自治区加入などの要件が要因となり件数が伸びていない可能性がある。				
総合評価				
取組結果	<ul style="list-style-type: none"> ・該当世帯の転入手続きの際、制度の説明を行っているが、各補助制度とも目標を下回る状況であった。 ・特に子育て世帯の申請件数が少ない結果となった。 ・町外の不動産事業者や子育て施設、医療機関などにリーフレットを配架し、情報発信を行った。 			
発揮効果	<ul style="list-style-type: none"> ・芦屋町における自衛隊を除く転入世帯数は、(26年度)247世帯→(27年度)318世帯の計71世帯増加している。 ・本補助制度を含む総合的な町の施策について、マーケティングの視点により総合的なプロモーション展開を行なうことが、定住化への効果発揮となる。 			
今後の事業の展開方針				
<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート調査により、本補助制度に関するニーズを把握する。(子育て世帯が伸びていない原因の分析) ・本制度を含む総合的な町の施策を、対象者に情報が届く戦略的なプロモーション展開が必要。 ・対象の拡大について見直しが必要。 				
検証(内部検証、外部検証)での意見				
<ul style="list-style-type: none"> ・制度利用者や対象となる世帯など当事者の意見を把握し分析することが重要。 ・住居選定時に芦屋町は不利な状況にあるため、時期や対象者などに合わせ、町の住みやすさ、対象者と同世代の生の声、支援制度に限らず総合的な情報をとりまとめてアピールしないと効果発揮は難しい。 ・自治区加入要件はメリット・デメリットを明記しわかりやすい情報をまとめたうえで、自治区加入促進に繋がるよう、全ての施策において連携し展開していく必要がある。 				

先行型事業に係る検証シート

主な事業と重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

(基礎交付分)事業No.2

事業名称		総合戦略における位置づけ		
出産祝い金事業	政策目標	Ⅲ	若い世代が安心して結婚・出産・子育てができる環境をつくる	
	戦略	1	結婚・出産の希望実現	
	施策	2	妊娠期から出産までの支援の充実	
事業の目的		担当課		
子育て世帯の定住化と出生率向上		健康・こども課 子育て支援係		
事業概要				
<p>子どもの出生に対して一定基準を満たした世帯に対し、「出産祝金」として町内で利用できる商品券を交付する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●対象期間 平成27年4月1日～32年3月31日 ●対象世帯 <ul style="list-style-type: none"> ・町の住民基本台帳に登録されている人で平成27年4月1日以降に出生した子の母親または父親 ・出産日以降引き続き芦屋町に1年以上住み続ける意志のある人 ・世帯全員に町税などの滞納がないこと ・自治区に加入してかつ引き続き加入する意志があること など ●交付額 第1子:5万円、第2子:10万円、第3子以降:20万円 				
重要業績評価指標(KPI)		基準年度	指標値	実績値
出生者数の増加数(制度開始からの増加数) ※本補助制度を活用した出生数		26年度	27年度	27年度
		0人	130人	47人
重要業績評価(KPI)の達成状況(○:目標達成、↑:順調、→:横ばい、↓:不調、△:環境変化による見直し、-:調査未実施など)				
<p>【目標件数】 第一子:55人、第二子:45人、第三子:25人、第四子以降:5人 計130人 【実績値】 第一子:15人、第二子:19人、第三子:12人、第四子:1人 計47人(交付額:5,200,000円)</p> <p>※申請期間が出生後6ヶ月後の月末まで有効のため、出生数に対する制度利用者数の単純比較が困難。 ※辞退する理由のほとんどが、自治区加入要件となっているため、総合的に自治区加入に繋がる取組みや制度を分かりやすく周知する必要がある。</p>			↓	
総合評価				
取組結果	<ul style="list-style-type: none"> ・対象者は確実にわかるうえ、母子手帳交付、出生届、乳幼児訪問、乳児検診など直接説明できる場が多数あり、対象者には直接アプローチをかけることができるが、十分に制度の周知ができていない側面がある。 ・辞退理由として自治区加入が主な要因となっているため、自治区加入の必要性についてのアプローチが必要となる。 ・27年度出生数は106人であるが、受給者は47人となっている。(交付率44.3%) ただし、申請期間があるため27年度中の辞退者は●名。 ・制度利用者や辞退者に対するアンケート調査を行っていない。 			
発揮効果	<ul style="list-style-type: none"> ・出生数 : (26年度)129人 → (27年度)106人 = 23人減(前年比17.8%減) ・人口数 : (26年度)14,542人 → (27年度)14,321人 = 221人減(前年比1.5%減) ※他の制度とセットにした戦略的なプロモーションを行なうことで、対象者の転入や、町内居住者の出産促進に繋がる効果は期待できる。 			
今後の事業の展開方針				
<ul style="list-style-type: none"> ・利用者や辞退者をはじめ、対象となる世代に対するニーズ調査を行い、制度周知や出生数増・人口増に繋がる取組みに展開できるよう、調査分析を行う。 ・自治区加入促進の取組みとの連携強化が必要。(自治区加入促進、出生数増に繋がる取組みに展開できるよう、他の施策との連携が重要) ・当該制度に限らず、芦屋町の住みやすさを総合的にアピールできるツールをもとに、対象者に直接情報が届くような戦略的なプロモーション活動を行なう。 				
検証(内部検証、外部検証)での意見				
<ul style="list-style-type: none"> ・対象者(制度利用者、辞退者)に対する生の声を聞き、細かく分析を行う必要がある。 ・対象者が利用する施設等への積極的な働きかけ(戦略的なプロモーション)が必要である。 ・芦屋町の住みやすさを全体でアピールしていかないと、一過性の補助金だけでは本当の定住に繋がらない。 ・自治区加入のメリット、デメリットをわかりやすく提示するとともに、利用者の生の声の紹介など、自治区加入への悪いイメージを払拭できるような総合的な取組みが必要である。 				

先行型事業に係る検証シート

主な事業と重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

(基礎交付分)事業No.3

事業名称		総合戦略における位置づけ		
創業支援事業(緊急支援型)	政策目標	II	芦屋ならではのしごとづくりを進める	
	戦略	3	活力ある事業所づくり	
	施策	2	町内事業者への支援拡充	
事業の目的		担当課		
創業支援・内需拡大		地域づくり課 商工観光係		
事業概要				
<p>新たに創業または第二創業する者に対し、創業に必要な経費の一部を補助する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●補助対象事業 <ul style="list-style-type: none"> (1)創業などに要する事業で、認定支援機関の支援を受けて事業計画などを作成し、計画の実効性が確認された事業 (2)日本標準産業分類に規定する製造業、卸売業・小売業、飲食サービス業および生活関連サービス業(娯楽業は除く。) ●補助対象者 <ul style="list-style-type: none"> 町内で創業などを行う者であって、次の各号に該当するもの <ul style="list-style-type: none"> ・町税などの滞納がない者 ・許認可などを必要とする業種の創業については、すでに当該許認可などを受けていること ・創業等に際し5年以上継続して営業する意志を持ち、かつ、芦屋町商工会会員となる者 など ●補助対象経費 <ul style="list-style-type: none"> 申請書類作成等経費、改修等工事費、備品等購入費、借損料費、原材料費、広報費など ●補助率 <ul style="list-style-type: none"> 補助対象経費の2分の1以内で、200万円を限度額 (平成30年4月1日以降は100万円) 				
重要業績評価指標(KPI)		基準年度	指標値	実績値
町内事業所の活用件数(制度開始から)		26年度	27年度	27年度
		0件	2件	2件
重要業績評価(KPI)の達成状況(○:目標達成、△:順調、→:横ばい、↓:不調、△:環境変化による見直し、-:調査未実施など)				
<p>【目標件数】 2件 【実績値】 2件(内訳:サービス業1件、飲食業1件) 交付額:4,000,000円</p> <p>※対象業種等に制限があり、事業者にとって活用しにくい条件となっている。</p>				○
総合評価				
取組結果	<ul style="list-style-type: none"> ・平成27年4月1日より制度を開始し、商工会等を通じて制度周知を行ってきたが、周知が十分ではない。 ・申請件数は4件(サービス業1件、飲食店3件)であったが、交付対象期間(27年度)までに事業完了したものは、2件であった。(残り2件は28年度に移行) 			
発揮効果	<ul style="list-style-type: none"> ・新規創業により、町内の内需拡大、消費喚起、雇用創出の効果が期待できる。 ・事業者が活用しやすい制度内容の拡充、戦略的なプロモーション活動の実施により、事業者数の増加は期待できる。 			
今後の事業の展開方針				
<ul style="list-style-type: none"> ・より多くの事業者に対応できる制度拡充の早急な検討が必要。 ・周知が町内中心であることから、今後は町外に対し戦略的なプロモーション活動の展開が必要となる。 ・総合戦略で掲げるIT・クリエイターの起業・誘致や、海を活かした起業・誘致に対応できるよう制度見直しを検討する。 				
検証(内部検証、外部検証)での意見				
<ul style="list-style-type: none"> ・活用件数だけでなく、雇用の増加や税収増など町内の活性化に繋がるよう展開が必要である。 ・対象が限定的であり、総合戦略で掲げるIT、クリエイターの誘致などに対応できていないため、制度の拡大を早急に図る必要がある。 ・町外に対する周知が行われていないため誘致に繋がっていない。今後は町内むけ町外むけにそれぞれ戦略的なプロモーション展開が必要。 				

先行型事業に係る検証シート

主な事業と重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

(基礎交付分)事業No.4

事業名称		総合戦略における位置づけ		
空き店舗対策事業(緊急支援型)	政策目標	Ⅱ	芦屋ならではのしごとづくりを進める	
	戦略	2	芦屋ならではの起業の支援	
	施策	3	空店舗・空家を活かした起業・誘致	
事業の目的		担当課		
商工振興・中心市街地活性化		地域づくり課 商工観光係		
事業概要				
<p>空き店舗を活用して新規に出店される者に対し、家賃の一部を補助する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●補助対象事業 日本標準産業分類に規定する、卸売業・小売業、飲食サービス業および生活関連サービス業(娯楽業は除く。) ●対象区域 芦屋町用途地域における商業地域の区域内 ●補助対象経費など 当該空き店舗の出店月から24月以内の月々の家賃(敷金、礼金、保証金、管理費、共益費、駐車場その他これらに類する費用を除く。) ●補助率 ・出店月から12月目まで2分の1以内 ・13月目から24月目まで3分の1以内 月額6万円を限度とする。(平成30年4月1日以降は、月額5万円を限度とする) 				
重要業績評価指標(KPI)		基準年度	指標値	実績値
町内事業所の活用件数(制度開始から)		26年度	27年度	27年度
		0件	2件	1件
重要業績評価(KPI)の達成状況(○:目標達成、△:順調、→:横ばい、↓:不調、△:環境変化による見直し、-:調査未実施など)				
<p>【目標件数】 2件 【実績値】 1件(飲食業1件) 交付額: 420,000円</p> <p>※対象事業や対象区域に制限があり、事業者にとって活用しにくい条件となっている。</p>				→
総合評価				
取組結果	<ul style="list-style-type: none"> ・町内の事業所数は増加しているが、諸条件に合致する事業者は少なかった。 ・申請件数は2件(飲食業2件)であったが、交付対象期間(27年度)に該当した事業は、1件のみであった。 			
発揮効果	<ul style="list-style-type: none"> ・新規創業により、町内の内需拡大、消費喚起、雇用創出の効果が期待できる。 ・事業者が活用しやすい制度内容の拡充、戦略的なプロモーション活動の実施により、事業者数の増加は期待できる。 ・対象区域の拡大や業種が多分野に広がれば、更なる効果が期待できる。 			
今後の事業の展開方針				
<ul style="list-style-type: none"> ・周知が町内中心であることから、今後は町外に対し戦略的なプロモーション活動の展開が必要となる。 ・総合戦略で掲げるIT・クリエイターの起業・誘致や、サテライトオフィス誘致、海を活かした起業・誘致に対応できるよう制度見直しを検討する。 ・空き店舗や空きビル、賃貸住宅や空家の実態を把握し、それぞれの環境に応じたリノベーション等の支援施策の検討が必要。 				
検証(内部検証、外部検証)での意見				
<ul style="list-style-type: none"> ・活用件数だけでなく、雇用の増加や税収増など町内の活性化に繋がるよう展開が必要である。 ・対象が限定的であり、総合戦略で掲げるIT、クリエイターの誘致などに対応できていないため、制度の拡大を早急に図る必要がある。 ・町外に対する周知が行なわれていないため誘致に繋がっていない。今後は町内むけ町外むけにそれぞれ戦略的なプロモーション展開が必要。 				

先行型事業に係る検証シート

主な事業と重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

(基礎交付分)事業No.5

事業名称		総合戦略における位置づけ		
シティープロモーション事業	政策目標	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	シティプロモーション	
	施策	1	芦屋流情報発信プロジェクト	
事業の目的		担当課		
町の情報発信		企画政策課 企画係		
事業概要				
町の総合プロモーションを行なうためのツール政策などデザイン面からの展開を実施するため、グラフィックデザイナーの派遣委託をはじめ、各種プロモーションツールの製作により、積極的な町の情報発信を行っていく。				
<ul style="list-style-type: none"> ●デザイナー派遣委託 町の総合デザイナー1名を派遣職員として採用し様々なデザインを企画製作 ●タウンバスラッピング 多くの人の目に触れる機会の多いタウンバス3台にイメージキャラクターをあしらったデザインを製作しラッピング ●ポロシャツ製作 職員が広告塔となり全体でPRを行なう機運醸成や、様々な場所でのPR効果を高めるための製作 ●プロモーショングッズ製作 イメージキャラクターグッズをはじめ、町のプロモーションに有効なツールの製作 (キャラクターぬいぐるみ3種類、エコバック、トートバック、ペーパーバック、箱ティッシュボックス、クリアファイル、メモ帳、ステッカー、ポスター、チラシ、インタビューボード、はっぴ、ターポリン、のぼり旗等) 				
重要業績評価指標(KPI)	基準年度	指標値	実績値	
マスコミ等へ取上げられた件数	26年度	27年度	27年度	
	4件	5件	24件	
重要業績評価(KPI)の達成状況(○:目標達成、∟:順調、→:横ばい、\:不調、△:環境変化による見直し、-:調査未実施など)				
【目標件数】5件 【実績値】24件(新聞、情報誌、テレビ、フリーペーパー等)			○	
※特に新聞への掲載やローカル局番組の取材など一定の情報発信はできたものの、全ての情報が的確に発信できていないうえ、その体制も所管課によりバラバラであり、来町者増や消費拡大には繋がっていない。 ※情報発信に関するノウハウを持つ職員が少ないため、スキルアップの必要性がある。				
総合評価				
取組結果	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイナーによるデザイン件数は100件を超えており、デザイナーを雇用している効果は出ている。 ・ラッピングバスは1日67便運行しており、走る広告塔として効果あり。 ・ポロシャツやツールについては各種イベント等で特に宣伝効果が出ている。 			
発揮効果	<ul style="list-style-type: none"> ・統一イメージのデザインを展開でき、効果的なPRが可能となっている。また、デザイナーが居ることでスピード感かつ柔軟な対応が可能となり、効果的な情報発信に繋がっている。 			
今後の事業の展開方針				
<ul style="list-style-type: none"> ・デザインを活かした効果的な情報発信、プロモーションの展開が可能となるよう、情報発信のセクションを一元化するとともに、積極的かつ効果的なマスコミへのリリース、webでの情報発信の展開を進める。 ・情報発信に関する職員全体のスキルアップが必要。 ・プロモーション用ツールの積極的な活用展開を図る。 ・町全体で積極的な情報発信を行う機運の醸成を図る。 				
検証(内部検証、外部検証)での意見				
<ul style="list-style-type: none"> ・ツールについては住民への周知や活用を促進する。 ・動画制作やwebコンテンツなど加速化交付金事業の実施にあたっては、効果的かつスピーディーな対応が求められる。 ・マスコミの活用を含め、マーケティング視点にたった戦略的な情報発信が必要となる。 				

先行型事業に係る検証シート

主な事業と重要業績評価指標(KPI)の進捗状況

(基礎交付分)事業No.6

事業名称		総合戦略における位置づけ		
芦屋町総合戦略策定	政策目標	—	—	
	戦略	—	—	
	施策	—	—	
事業の目的		担当課		
地方版人口ビジョン、地方版総合戦略の策定 (まち・ひと・しごと創生法第10条の規定)		企画政策課 企画係		
事業概要				
平成26年11月に施行された「まち・ひと・しごと創生法」第10条に基づく地方版の人口ビジョン及び総合戦略の策定を行なうもの。特に人口ビジョン策定では様々なデータの分析による40年後の人口展望を示すことや、総合戦略の策定にあたっては後期基本計画との整合や住民参画手法の採用によるプロセスを踏まえるため、コンサルタント委託を行い策定を行なった。なお、総合戦略の起草は町職員が行なっている。				
重要業績評価指標(KPI)	基準年度	指標値	実績値	
※KPI設定不要のため記載なし	—	—	—	
	—	—	—	
重要業績評価(KPI)の達成状況(○:目標達成、↑:順調、→:横ばい、↓:不調、△:環境変化による見直し、-:調査未実施など)				
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの設定はないものの、平成27年度中に策定する必要があり、計画どおりに策定が完了した。 ・第5次総合振興計画・後期基本計画との整合を図りつつ、様々な住民参画手法により策定することができ、住民説明会を含め一定の住民周知もできた。 			→	
総合評価				
取組結果	<ul style="list-style-type: none"> ・平成27年度中の策定ができた。 ・策定にあたっては、産官学金労による外部委員会による検討など必要なプロセスを踏まえている。 ・住民説明会、広報紙掲載、ダイジェスト版の全世帯への配布などにより一定の住民周知を図った。 			
発揮効果	<ul style="list-style-type: none"> ・まち・ひと・しごと創生法第10条の規定に基づく地方版人口ビジョン、地方版総合戦略を策定。 ・人口動態や産業構造など本町の特性を分析し、町の特徴である海を活かし、人の流れづくりからしごと創出、定住化に繋がる芦屋独自の総合戦略をまとめることができ、関係者において今後の地方創生推進にむけた共通認識を図ることができている。 			
今後の事業の展開方針				
<ul style="list-style-type: none"> ・総合戦略に掲げた施策を推進し、地方創生を加速化させる。 ・広域連携に重点を置いた施策の展開について、早期に道筋をたてていく必要がある。 ・PDCAサイクル実現のため、内部のほか外部委員による評価検証を実施し、確実な推進を図っていく。 				
検証(内部検証、外部検証)での意見				
<ul style="list-style-type: none"> ・効果検証を行いながら、総合戦略に掲げた施策を着実に推進すること。 				