

デジタル田園都市国家構想交付金 (地方創生推進タイプ) 事業 効果検証シート

令和6年8月6日(火)実施 佐野市まち・ひと・しごと創生懇談会委員意見反映版

令和6年9月20日(金)

佐野市まち・ひと・しごと創生本部

地方創生推進交付金事業 効果検証シート①

事業名	「地方で輝く」を見つける”しごと”の移住プロモーション事業（市事業名：佐野暮らしとラーメン店創業支援事業）						
担当課	総合戦略推進室	事業実施年度	令和元年度～ 令和6年度	佐野市まち・ひと・しごと 創生総合戦略基本目標の該当	安定したしごとをつくる 新しい人の流れをつくる	実施方法	直営
事業の概要	移住に必要な「仕事」として佐野らーめん店の創業に向けた移住・修行・開業までを多角的に支援する「佐野らーめん予備校」を組織し、確実に移住者を獲得する。また、佐野らーめん業界が現在抱える店主の高齢化による後継者不足の問題に対し、創業を目指す移住者とのマッチングを図り、佐野らーめん業界の衰退を抑制する。 さらには、市民や関係団体で組織する佐野らーめん予備校が、将来的に自走化できる体制づくりを支援する。					R5 決算 状況	総事業費（千円） 30,000 交付金額（千円） 15,000 一般財源（千円） 15,000
重要業績評価指標 (KPI)	指標名称		令和5年度 目標値	令和5年度 実績値	達成状況の説明		
	KPI①	本事業を活用して本市に転入した移住世帯数	60 世帯	2 世帯	年間として募集4回、計5名の参加となったため、目標値を大幅に下回った。		
	KPI②	本事業に参画する企業・団体数(団体)	50 団体	43 団体	参画する企業・団体が固定化されてきたため、目標値を下回った。		
	KPI③	本市への移住相談件数	200 件	533 件	全国的な地方移住への関心の高まり、SNS等によるPR効果等により相談件数は、目標値を大幅に上回った。		
	KPI④	本市への転入者数	4,700 人	3,523 人	昨年度(3,137 人)と比較して微増となったが、目標値を大幅に下回った。		
活動状況	佐野らーめん予備校の基礎研修プログラムは、第12期から第15期までの4回の実施を予定していたが、応募のなかった第14期を除き3回の実施となった。プログラムの改良を重ねながら、卒業生へ予備校施設を有償貸し出する「テストキッチン」の運用、ご家庭の鍋でプロがつくる本格的な佐野らーめんを作ることができる「食育キット」の販売、惜しまれつつ閉店した名店の復活プロジェクトなど、新たな財源の確保を行った。交付金の終了年度に当たり、これまでの事業成果と課題の検証を行い、今後の事業実施方法について検討を行った結果、事業費を削減したうえで、運営組織の補助を行うこととなった。			主な効果	令和5年度は、基礎研修に7名の応募があったが、辞退等により結果的に5名の受講、過年度の受講者を含めて2世帯、4名の移住に繋がった。また、6月には2名の卒業生が、佐野らーめん店を開業し、累計7店舗の開業なった。 また、廃業店舗の継業マッチングは、実施することができなかったが、当時の店舗の味を再現する「名店復活プロジェクト」を立ち上げ、1日限定でオープンし100食提供した。 これらの実績に伴い、テレビ、ラジオ、新聞等で本プロジェクトが報道されたため、効果的な事業の周知、佐野らーめん業界全体の活性化に繋がった。パブリシティ効果は、約57,927千円		
取組の検証	改善余地の検証	基礎研修1回当たりの参加人数をまとめることで、経費が更に削減できる。また、運営組織の収益確保に向けてオリジナル商品のふるさと納税の返礼品への出品など、販路拡大の余地がある。					
	今後の方針について	市が本来行うべき移住事業を民間事業者が主体となって促進するために、一定期間は経費の補助を行うが、予備校ならではの商品開発などによる収益化を進め、補助額を削減していく。また、テレビや新聞等でのPR強化を図り、研修内容の多様化による受講者の確保を継続していく。					

事業名①	「地方で輝く」を見つける”しごと”の移住プロモーション事業 ～佐野ら一めん予備校プロジェクト～			
事業評価	☐ 地方創生に非常に効果的であった	例：全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合	評価 委員 数	1
	☐ 地方創生に相当程度効果があった	例：一部のKPIが目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合		4
	☐ 地方創生に効果があった	例：KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合		10
	☐ 地方創生に対して効果がなかった	例：KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合		
委員意見欄	・現在の市内のラーメン店舗数から見て、新規出店にも限界があり、高齢化や後継者問題など業界の状況を十分に把握したうえで、後継者不在の店舗とのマッチングを強化するなどの事業の進め方が重要。 ・ラーメン需要の潜在的なニーズは満たされてきていると思われ、この事業の累積的效果はやや薄れてきているのではと考えられる。 ・委員の意見にあったように外国人（インバウンド）への効果的なPRで新たなニーズの掘り起こしが必要ではないか。 ・もっといろいろな「仕事」での開業に向けたサポートをしていく方針を市で考えてもらえば移住者が増えると思います。 ・佐野ら一めんは外部から見ても非常に魅力的なコンテンツであり、これを生かした取り組みは有効かと考える。 ・佐野ら一めん予備校プロジェクトは地域資源と移住施策をうまく組み合わせ、創業支援や事業承継の支援にもつながる良好なビジネスモデルとして評価でき、佐野市へ新しい人の流れを作ったことに関して相当な効果があったと考える。			

地方創生推進交付金事業 効果検証シート②

事業名	「佐藤さんゆかりの地」聖地化による関係人口増加プロジェクト（市事業名：「佐藤さんゆかりの地」聖地化プロジェクト事業）							
担当課	総合戦略推進室	事業実施年度	令和元年度～ 令和6年度	佐野市まち・ひと・しごと 創生総合戦略基本目標の該当	安定したしごとをつくる 新しい人の流れをつくる	実施方法	直営	
事業の概要	全国に200万人いるとされる「佐藤さん」のルーツは藤原秀郷公であり、佐野の藤原が佐藤姓の由来という説が有力であるとして「関係人口」を募る仕組みを設け、地域と継続的な繋がりを持つ機会を提供する。 そこで、「唐沢山城跡」を佐藤姓の聖地と位置付け、藤原秀郷公の命で武具を鑄造したことが始まりと伝えられる「天明鑄物」とともに、様々な事業を展開していくことで本市の魅力を発信し、「佐藤さんのふるさと」として関係人口を獲得する。 将来的な「佐藤さん組織」の自走化に向けて「ふるさと納税」や「企業版ふるさと納税」による財源を確保するとともに、本市を訪れる佐藤の会会員をおもてなしする組織「佐藤さんおもてなし隊」の運営、各隊員の提供するサービス等により、会員の獲得を図る。更には、市民との交流の機会を創出し、将来の移住・定住の促進に繋げる。					R5 決算 状況	総事業費（千円）	22,637
							交付金額（千円）	10,000
							基金繰入金（千円）	2,637
							一般財源（千円）	10,000
重要業績評価指標 (KPI)	指標名称		令和5年度 目標値	令和5年度 実績値	達成状況の説明			
	KPI①	佐藤さん組織の会員数	9,000 人	7,608 人	クラウドファンディングによる佐藤さんオリジナルTシャツ等の製作等を実施したが、目標値を下回った。			
	KPI②	観光入込客数	9,020,000 人	7,134,000 人	佐藤さんゆかりの地等で観光イベント等に出展し、単年度目標は達成したが、累計では目標値を大幅に下回った。			
	KPI③	本事業に賛同する方の寄附金、賛助金等の額	3,000,000 円	0 円	令和5年度に佐野市への企業版ふるさと納税の寄附の実績はあったが、寄附金の活用先として当事業への要望がなかった。			
	KPI④	本事業に賛同し、企業版ふるさと納税を行う意思を表明した企業・団体数（3年目以降）	7 団体	0 団体	令和5年度に佐野市への企業版ふるさと納税の寄附の実績はあったが、寄附金の活用先として当事業への要望がなかった。			
活動状況	(1)「佐藤の会」の運営 会員管理、公式HPの運用、会員グッズ製作等 (2)「佐藤さんゆかりの地」の積極的なプロモーション SNSの発信、動画作成、通信員の配置等 (3)イベントの開催、関連イベントへの出展 ・「3月10日は佐藤の日“佐藤さんでよかった。”in佐野」の開催 ・クラウドファンディング（佐藤さんTシャツ等）の実施 ・秀郷まつり、さのあかり、栃木県フェア等への出展 (4)「佐藤さんおもてなし隊」の運営（隊員管理、新規募集等） おもてなしBOOKの作成（デジタルマップ化）、配布等			主な効果	クラウドファンディングによる佐藤さんTシャツ等の製作、本事業で初となる市内での佐藤の日のリアルイベントの開催等により、会員とSNS等のフォロワー数との合計が約1,200人増加した。パブリシティ効果は、約50,907千円にのぼる。 また、佐藤さんゆかりの地の唐沢山では、クラウドファンディングの寄附金を倒木の撤去等の環境整備等へ活用したほか、地元の環境保全活動等に、会員から募ったボランティアが計5名参加し、交流した。本事業へのふるさと納税額は、令和4年度2,008千円から令和5年度2,637千円へ増額となった。			
取組の検証	改善余地の検証	佐藤の会コンテンツの活用には賛同する企業とのオリジナル商品の開発や、会員や隊員の更なる獲得と、既存の無料会員からプレミアム会員へ移行を促し、企業版ふるさと納税の獲得額を増やす余地はある。また、鈴木さんゆかりの地の海南市等との連携を図り、PR効果を更に高めることができる。						
	今後の方針について	リアルイベント開催事業等による関係人口の創出を図り、ふるさと納税や企業版ふるさと納税制度を活用した寄附金の増額を目指す。また、佐藤さんゆかり地の唐沢山を中心とした会員同士の絆の深化や、会員ボランティア等による地域交流を図る。						

事業名②	「佐藤さんゆかりの地」聖地化による関係人口増加プロジェクト			
事業評価	☐ 地方創生に非常に効果的であった	例：全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合	評価 委員 数	
	☐ 地方創生に相当程度効果があった	例：一部のKPIが目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合		3
	☐ 地方創生に効果があった	例：KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合		11
	☐ 地方創生に対して効果がなかった	例：KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合		1
委員意見欄	・コロナ禍が本事業の取組に対して、マイナスに働いたのは残念であるが、さまざまな野心的な取組・イベントなどを通して関係人口の構築、社会関係資本の構築に一定の効果を生んだのではないかと考えられる。 ・今一度プロモーションしていく対象者を検討しつつ、市民が一丸となって盛り上げていくためにも、内容を明確にして行うことでより改善していけると思う。 ・取り組みの目玉となる魅力的でインパクトのあるイベントの実施なども含め、事業がマンネリ化しないようにすることが必要では。 ・一つの施策としては評価したいが先の展開が見えない。立ち止まるか次の展開にするか要検討を。 ・佐野ら一めんやさのまるといったコンテンツと比較し、外部への打ち出しがまだ弱いように感じる。 ・いろいろ工夫されており評価すべきプロジェクトである。鈴木さんゆかりの地・海南市との連携を発展させるべきである。			