

# 令和5年度(令和4年度実績)地方創生推進交付金事業 効果検証シート

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5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。				予算 状況	総事業費(千円)	127,100
						交付金額(千円)	63,550
						一般財源(千円)	63,550
重要業績評価指標(KPI)	指標名称		令和4年度		達成状況の説明		
			目標値	実績値			
	KPI①	本事業を活用して本市に転入した移住世帯数	60世帯	6世帯	切れ目なく参加者の募集を行ったが、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	50団体	昨年と同等に参画する企業・団体を獲得することができた。		
	KPI③	本市への移住相談件数	200件	481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	4,400人	3,137人	昨年度から比較して微減となり、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6期から第11期まで6回の実施を予定していたが、第11期に応募がなかったため、結果として5回の実施となった。プログラム内容については、商工団体や金融機関、既存の佐野らーめん店、飲食関連事業者などの協力を得ながら、内容の充実を図った。 また、今後の組織の自走化を見据えての受講料増額や、基礎研修を実施していない期間に、卒業生へのテストキッチンとしての施設の有償貸し出しにより、新たな財源の確保を行った。			主な効果	令和4年度は、基礎研修に20名の応募があったが、辞退等により結果的に11名が受講し、そのうち6世帯、10名の移住に繋がった。 また、第8期生と第10期生の2人の受講生が、佐野らーめん店を開業した。 これらの実績に伴い、ニュース番組をはじめ、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。		
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、実施回数を減らすなどの効率化により、経費を削減する。また、組織の自走化に向けた収益事業を増やすなどの検討をする。					
	今後の方針について	組織の自走化に向けて、研修内容の改良や予備校ならではの商品開発などによる収益化を進める。また、地域おこし協力隊を募集したが応募がなく採用に至らなかったため、再募集を行いマンパワーを強化する。					

# 令和5年度(令和4年度実績)地方創生推進交付金事業 効果検証シート

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（市事業名：佐野暮らしとラーメン店創業支援事業）			
懇談会 事業評価	<input type="checkbox"/> 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
	<input type="checkbox"/> 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		7
	<input type="checkbox"/> 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
	<input type="checkbox"/> 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		
懇談会 主な意見	<p>佐野市にとって最大のコンテンツである佐野らーめんと移住をセットにした取り組みはシンボリックであり、引き続き継続していただきたい。                  地域資源と移住施策を上手に組み合わせたプロジェクト。メディアへの露出も多く、他地域からもモデルケースとして注目されるなど佐野市のPRにもつながっている。                  ラーメンは日本の食文化における超優良コンテンツであり、全国規模で競争も激しいが、地の利を生かし、また、地元のおいしい水や小麦、食材を生かし、佐野らーめんのすそ野を広げてほしい。</p> <p>KPIの移住世帯数の実績は目標を大きく下回っているが、そもそも目標値が高すぎる。移住世帯数の実績としては上出来。移住世帯数の目標値が課題であったとはいえ、6世帯移住はそれなりの成果と言える。                  野心的な目標（移住世帯数）を除けばおおむね目標値をクリアしており、相当の成果を上げていると思う。                  らーめん予備校は広報的には成功しているが、らーめん予備校だけでは転入者数が限られる。</p> <p>新規開業店の経営指導などでフォローアップ体制を充実させていただきたい。                  参加者全員が成功するわけではないが、一人でも多くの方に出店してほしい。                  予備校出身の佐野らーめんは市民に受け入れられておらず、いまは話題作りのレベルだと思う。</p> <p>今後組織の自走化を目指す際には応募がない理由の分析を入念に調査した方がよい。また、ラーメン店の中で繁盛店とそうでない店の格差が著しくなってきたことが心配される。</p>			

# 令和5年度（令和4年度実績）地方創生推進交付金事業 効果検証シート

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						
担当課	総合戦略推進室	事業実施年度	令和元年度～ 令和5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	<p>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、地域と継続的なつながりを持つ機会を提供する。</p> <p>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。</p> <p>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、会員を獲得を図る。更には、市民との交流の機会を創出し、将来の移住・定住の促進につなげる。</p>				予算状況	総事業費（千円）	92,474
交付金額（千円）	46,237						
一般財源（千円）	46,237						
重要業績評価指標（KPI）	指標名称		令和4年度		達成状況の説明		
			目標値	実績値			
	KPI①	佐藤さん組織の会員数	7,000人	6,387人	クラウドファンディングによる佐藤さんオリジナルキャップ制作等の実施により、単年度目標は達成した（累計では下回った）。		
	KPI②	観光入込客数	9,010,000人	6,430,000人	昨年度と比較して減少したため、目標値に対し大幅に下回った。		
	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4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4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	<p>(1) 「佐藤の会」の運営 会員管理、公式HPの運用、ポスター、リーフレット作成等</p> <p>(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、テレビ番組作成・出演等</p> <p>(3) イベントの開催 ・「佐藤さんいらっしやい！とかいなかの佐野グルメ」開催 ・クラウドファンディング（佐藤さんキャップ）実施 ・イオンモール佐野新都市 栃木フェア出展等</p> <p>(4) 「佐藤さんおもてなし隊」の運営（隊員管理、募集等） ・おもてなしマップの作成・配布等</p>			主な効果	<p>積極的なプロモーション、オンラインイベントを継続しながら、東京日本橋でのリアルイベントの開催、クラウドファンディングによる佐藤さんキャップ制作の実施により、会員やSNS等のフォロワー数を合わせて約2,300人を獲得した。</p> <p>また、佐藤さんおもてなし隊の総会やおもてなしMAPの作成等の活動を通して、市民主導による機運の醸成が図れた。</p> <p>「佐藤さんゆかりの地」聖地化プロジェクトへのふるさと納税額が391千円から2,008千円へ増額となった。</p>		
取組の検証	改善余地の検証	令和5年度より新型コロナウイルス感染症の5類移行を受け、直接人を集める事業実施でPR効果を更に高めることができる。クラウドファンディングやおもてなし隊の更なる充実により、会員や隊員の更なる獲得と、既存の無料会員をプレミアム会員へ移行させる余地はある。					
	今後の方針について	組織の自走化に向けて更なる会員獲得を図るため、これまでの運営を継続しながら、「佐藤さんゆかり」の唐沢山城跡や天明鑄物を中心とした会員同士の絆や地域交流を深化させる施策を展開する。ふるさと納税返礼品については、佐藤さんおもてなし隊などの佐藤の会に賛同する企業との共同によりオリジナル商品の開発を行うなど、寄附金の増額を目指す。					

# 令和5年度（令和4年度実績）地方創生推進交付金事業 効果検証シート

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			
懇談会 事業評価	<input type="checkbox"/> 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	
	<input type="checkbox"/> 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
	<input type="checkbox"/> 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		14
	<input type="checkbox"/> 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		
懇談会 主な意見	<p>ニューエラのキャップ目当てだったとはいえ一定の効果が確認できた。今後さらなるPRを継続して実施し、佐野市の知名度アップ・観光入込客数の増加に期待したい。</p> <p>着眼点は面白い事業。令和4年度は様々な取組を工夫し、会員数も増加したが、全国区になるにはもう少しコンテンツの充実、発言力、巻き込み力のアップが必要ではないか。各地で乱立するプロジェクトに埋没しないよう引き続き頑張ってください。</p> <p>着眼点・アイデアはとても面白いと思うが、移住や定住につながるかは疑問。</p> <p>クラウドファンディングによる「佐藤さんオリジナルキャップ」は素敵な企画であったがもっと市民への認知を高めればよかったのではないか。</p> <p>今後の継続的な取組が重要であり行政から民間への推進主体の移行、自主体制構築の取組を。</p> <p>全国での認知度はまだまだ低いと思うのでさらなるPRをお願いします。知らずに来た方へのちょっとした記念品を各所で配布できるとよい。</p> <p>佐藤さんがこのプロジェクトを発見すれば誇らしく思うし、佐野に興味を持ってもらえると思う。</p> <p>日本で一番多い「佐藤」という姓への着眼が新鮮で、それによる観光などへの展開が今後に期待だと感じた。</p> <p>効果はよく目に見えないが、継続することが重要だと思う。</p> <p>一定の成果を生んでいると思うが、今後、マンネリ化しない取組が必要ではないか。</p> <p>全国的にはもちろん佐野市内においても「佐藤さんゆかりの地」であることの認知度が低いと感じる。</p>			