

整理番号	4-①	課名	住民福祉課
------	-----	----	-------

戦略分類	4. 活力生活		
戦略事業名	① 子育て世代に優しい町PR事業		
予算事業名	(経常)こども家族館管理運営事業		
平成30年度実績額	0円	令和元年度予算額(6月補正後)	0円

事業の概要(実績)	H27	H28	H29
	<p>6月に開催した春季企画展において、館内に町子育て支援施策及び観光PRコーナーを設け、啓発パネルやポスターを掲示した。</p> <p>なお、企画展終了後においてもパネル等は撤去せず、掲示を継続することとした。</p>	<p>前年度から継続して、館内に町子育て支援施策PRパネル及び観光ポスターを掲示した。</p> <p>また、10月に開催した秋季企画展においては、子育てマスターによる子育て相談コーナーを設け、4件の相談に応じた。</p>	<p>前年度から継続して、館内に町子育て支援施策PRパネル及び観光ポスターを掲示した。</p> <p>併せて、おおい町定住者支援ガイドを設置し、移住・定住に関する各種支援策の啓発も行った。</p> <p>また、春季及び秋季企画展においては、子育てマスターによる子育て相談コーナーを設け、計6件の相談に応じた。</p> <p>さらに、新たな子育て応援プログラムとして「子育てマスターさんとあそぼう」を年11回開催し、その中で計24件の子育て相談に応じた。</p>
	H30	R元	
	<p>前年度に引き続き、館内に町子育て支援施策PRパネル及び観光ポスターを掲示するとともに、新たに3つのSNSを活用した情報発信を開始し、年度末にはフォロワー数の合計が614人に達した。</p> <p>併せて、おおい町定住者支援ガイドを設置し、移住・定住に関する各種支援策の啓発も行った。</p> <p>また、春季及び秋季企画展においては、子育てマスターによる子育て相談コーナーを設け、計6件の相談に応じた。</p> <p>さらに、子育て応援プログラム「子育てマスターさんとあそぼう」を年11回開催し、その中で計23件の子育て相談に応じた。</p>	R元	



(子育てマスターさんとあそぼう)

成果を測る指標(KPI・数値目標)	イベント開催時における窓口相談件数		⇒	現 状		KPI達成率(%)
	基準値(平成26年度)	—		H30年度末	累計63件(参加者 590人)	
	目標値(令和元年度末)	累計 500件		R元年6月末	累計76件(参加者 665人)	15.2(133.0)

① 数値目標達成状況		達成が厳しい状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
<p>イベント開催時には多くの集客を得ているが、催し物で遊ぶことが中心になってしまうため、子育て相談をする人は少ない。</p>	<p>イベントの事前周知や当日の案内において、子育て相談コーナーの存在を積極的に広報するとともに、SNSの活用による情報発信等により平日に行うプログラムの参加者を増やすよう努めていく。</p>	

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)		
ノウハウの内容	<p>子育てや育児に関する悩みについて、身近な施設で気軽に相談できる環境を整えることは有意義であると考えますが、大型イベントの開催時に相談窓口を設けても利用される方が非常に少ないため、平日においても相談できる機会を増やしていくことが必要であると考えられる。</p>	
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>平成29年度から、新たな子育て応援プログラムとして「子育てマイスターさんとあそぼう」を年11回開催することとし、保育、医療、看護、保健など子育てに関する国家資格を持つ「子育てマイスター」から、子育てに関する助言を受けたり、悩みや不安に関する相談ができる機会を創出している。</p>	

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
<p>引き続き、啓発パネルやポスター、パンフレット等による情報発信を継続するとともに、平成30年度からは、新たにSNSを活用した情報発信を開始した。また、令和元年度にホームページをリニューアルする予定である。</p>		

④ 事業成果		
<p>町子育て支援施策等を啓発するためのパネルなどは常時掲示しているため、年間約25万人の来場者に対して一定のPR効果があると思われる。 しかし、その効果に移住・定住の促進につなげていくためには、興味を持たれた方に対して、関係機関と連携しながらもっと積極的にアプローチしていく必要があると考えられる。</p>		

内部評価結果		
<p>・KPIの達成については、厳しい状況である。 ・そのような中、取組の経過も踏まえながら、SNS(Facebook, Twitter, Instagram)の活用による情報発信を進めている。また、令和元年度にはホームページのリニューアルも予定されており、今後さらなる広がりが期待できる。その一方、窓口相談への接続については、今後の検討課題である。</p>		

外部評価の結果		
<p>将来の子育てにつながるよう、若者のイベント参加等についても周知に努められたい。 (各事業共通事項) 各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>		

整理番号	4-②	課名	建設課
------	-----	----	-----

戦略分類	4. 活力生活		
戦略事業名	② 住宅取得等支援事業		
予算事業名	(1)おおいの住まい支援事業(2)U・Iターン者住まい支援事業(3)分譲地購入者住まい支援事業		
平成30年度実績額	7,650,000円	令和元年度予算額(6月補正後)	12,800,000円

事業の概要 (実績)	H27	H28	H29
	<p>県産材を利用した新築・リフォーム、U・Iターン者が行う新築・リフォーム、分譲地購入者が行う新築等に要する経費の一部を助成する。 (1)12件(2)5件(3)－</p>	<p>県産材を利用した新築・リフォーム、U・Iターン者が行う新築・リフォーム、分譲地購入者が行う新築等に要する経費の一部を助成する。 (1)9件(2)3件(3)5件</p>	<p>県産材を利用した新築・リフォーム、U・Iターン者が行う新築・リフォーム、分譲地購入者が行う新築等に要する経費の一部を助成する。 (1)10件(2)2件(3)4件</p>
	H30	R元	
	<p>県産材を利用した新築・リフォーム、U・Iターン者が行う新築・リフォーム、分譲地購入者が行う新築等に要する経費の一部を助成する。 (1)6件(2)5件(3)4件</p>	(この領域は斜線表示)	

成果を測る指標 (KPI・数値目標)	住宅取得に係る助成件数		⇒	現 状		KPI達成率 (%)
	基準値 (平成26年度)	14件		H30年度末	65件	
	目標値 (令和元年度末)	累計 100件		R元年6月末	72件	72.0

① 数値目標達成状況		達成が厳しい状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
本事業は、住宅取得者の費用負担が大きく、件数が伸びない。	広報誌やホームページ等を利用し、引き続き事業についての広報を行う。	

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)	
ノウハウの内容	町及び県のホームページ等での周知
ノウハウの活用状況・活用方針	町及び県のホームページ等での周知により、建築事業者に制度が浸透し、建築事業者より住宅取得者へ制度を紹介されている。

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
IJUターン制度との連携により制度を周知しています。		

④ 事業成果
事業利用者の住環境向上や定住促進につながった。

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成については、厳しい状況である。 ・広くニーズを捉えながら情報発信を行うとともに、事業利用者の住環境向上及び定住促進につなげていく必要がある。また、事業を進める中で新たな視点も得ることができたので、適切な事業展開に努めていく必要がある。なお、4-②、4-③、4-④の事業については、おおい町に”住む”にあたってのニーズに広く応えていくものとして、総合的に進めていく視点も重要である。

外部評価の結果
<p>モデル的なケースをPRするなど、事業の周知に努められたい。 (各事業共通事項)</p> <p>各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>

整理番号	4-③	課名	建設課
------	-----	----	-----

戦略分類	4. 活力生活		
戦略事業名	③ 宅地造成事業		
予算事業名	住宅用宅地造成事業		
平成30年度実績額	—	令和元年度予算額(6月補正後)	—

事業の概要(実績)	H27	H28	H29
	分譲地(大島南浦地区20区画、名田庄三重地区18区画)の宅地造成を行う。 H27年度分譲実績:1件	分譲地(大島南浦地区20区画、名田庄三重地区18区画)の宅地造成を行う。 H28年度分譲実績:3件	分譲地(大島南浦地区20区画、名田庄三重地区18区画)の宅地造成を行う。 H29年度分譲実績:2件
	H30	R元	
	分譲地(大島南浦地区20区画、名田庄三重地区18区画)の宅地造成を行う。 H30年度分譲実績:2件	/	



名田庄三重分譲地(6区画/18区画)



大島南浦分譲地(11区画/20区画)

成果を測る指標(KPI・数値目標)	町が関与した分譲地の売却件数		⇒	現 状		KPI達成率(%)
	基準値(平成26年度)	9件		H30年度末	17件	
	目標値(令和元年度末)	累計 38件		R元年6月末	17件	44.7

① 数値目標達成状況		達成が厳しい状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
造成した分譲地の立地条件がよくなかった。	今年度は、分譲地PR用のCMを作成し、チャンネルOで放送し周知を行う。併せて、引き続き広報誌、ホームページ及びチラシ等を利用し、分譲地の広報を行う。	

② 事業に取組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)	
ノウハウの内容	分譲地の造成を計画するときに、需要の把握が不十分であった。
ノウハウの活用状況・活用方針	今後も、様々なPR方法を検討し実施していくが、「おおい町定住者支援ガイド」などを活用し、海や田舎暮らしに興味のある方に、イベント等でターゲットを絞ったPRを行っていく。

③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映を予定している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)	反映できない場合 (その理由と、今後の方針)	
住宅取得等支援事業のPRを併せて行うことにより、分譲地購入者の増加につなげたい。		

④ 事業成果
分譲地購入者の定住促進に繋がった。

内部評価結果
<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成については、厳しい状況である。 ・当該事業の利用にあたっては10年の居住を条件としており、その観点から流出に対する歯止めは一定の効果を得ていると考えられるが、ターゲットをより明確化する中でPRを進め、分譲地購入者の増加につなげていく必要がある。なお、4-②、4-③、4-④の事業については、おおい町に”住む”にあたってのニーズに広く応えていくものとして、総合的に進めていく視点も重要である。

外部評価の結果
<p>モデル的なケースをPRするなど、事業の周知に努められたい。 (各事業共通事項)</p> <p>各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取り組みを進められたい。</p>

整理番号	4-④	課名	総合政策課・建設課
------	-----	----	-----------

戦略分類	4. 活力生活		
戦略事業名	④ おおいの空き家は良い空き家！どんどん使って！事業		
予算事業名	空き家等対策事業		
平成30年度実績額	5,939,126円	令和元年度予算額(6月補正後)	2,394,000円

H27	H28	H29
<p>町内の空き家の所在について、各区からの情報提供を受け、231件の空き家をデータベースとして登録した。</p> <p>空き家情報バンクを運用し、登録物件を町ホームページで紹介した。</p>	<p>空き家対策検討会を設置し、本町における空き家に関する基本方針についての検討を開始した。</p> <p>空き家情報バンクを運用し、登録物件を町ホームページで紹介した。</p>	<p>空き家対策検討会において、本町における空き家対策に関する基本方針を定めた。</p> <p>平成27年度に各区からの情報提供により所在を把握した空き家について、その所有者に対するアンケートを実施した。</p> <p>空き家の購入や賃借に関心のある人を対象とする空き家見学ツアーを3回実施した。</p> <p>空き家情報バンクを運用し、登録物件を町ホームページで紹介した。</p>

H30	R元
<p>空き家の適切な管理や利活用の推進等、総合的な空き家対策を地域や関係団体等と連携しながら推進するため、空家等対策の推進に関する特別措置法第7条第1項の規定に基づく空家等対策協議会を設置し、「おおい町空家等対策計画」を策定した。</p> <p>町内の空き家について、実態調査を実施し、空き家(245件)の状況を把握した。</p> <p>啓発事業としては、「空き家に関する講演会」や「空き家無料相談会」を開催したほか、空き家の購入や賃貸に関心のある人を対象とする「空き家見学ツアー」を実施した。</p> <p>空き家情報バンクを運用し、登録物件を町ホームページで紹介した。</p>	

事業の概要(実績)



空き家に関する講演会



空き家見学ツアー

成果を測る指標(KPI・数値目標)	空き家・空き地利用に係る相談件数		⇒	現 状		KPI達成率(%)	
	基準値(平成26年度)	—		H30年度末	54件		27%
	目標値(令和元年度末)	累計 200件		R元年6月末	60件		30%

① 数値目標達成状況		達成が厳しい状況
達成状況の要因分析	達成に向けての今後の取組方針	
<p>空き家の所有者等からの相談はほとんどなく、空き家の購入等に関心のある人からの問い合わせや相談が多い。</p> <p>空き家の問題は所有者や管理者のみならず、近隣住民にも地域社会全体の課題であることを認識してもらうことが必要だった。</p>	<p>おおい町空家等対策計画に基づき、啓発事業を積極的に行うだけでなく、管理不全の空き家等への対策も行うことで、物件の所有者や管理者のほか、地域住民の意識高揚を図る。</p>	
② 事業に取り組んだことで得られたノウハウ(成果又は反省から得られた情報や知識)		
ノウハウの内容	<p>実態調査を実施した結果、245件の空き家について、建物の状態等を把握することができた。</p> <p>建物の損傷度合い等に応じて、AランクからDランクまでの4段階で判定。その結果、倒壊の可能性があるなど、現況のままの利用は困難な物件(Dランク)が17件あることが判明した。</p>	
ノウハウの活用状況・活用方針	<p>町内にある空き家の状態等を把握したことで、実態に沿った対策事業を検討することができる。</p>	
③ 外部有識者による意見の事業への反映		反映している
反映した・反映を予定している場合 (どのように反映したか・反映するか)		反映できない場合 (その理由と、今後の方針)
<p>移住を検討している人が、町内での生活を体験し移住に対する不安を解消すること等を目的に、空き家を「お試し住宅」として整備し活用。</p> <p>町内に定住しようとするU・Iターン者が行う住宅の新築・購入やリフォームに対して支援を行うことで、空き家の利活用を促した。</p> <p>また、「空き家情報バンク登録物件購入に併せてリフォーム費用補助制度を設けた。</p>		
④ 事業成果		
<p>各区からの情報提供や実態調査、所有者等へのアンケートによる意向調査等を実施して空き家に関する現状を把握した。さらに、空家等対策協議会を設置して「おおい町空家等対策計画」を策定し、今後の空き家対策についての基本方針を定めた。</p> <p>また、「空き家に関する講演会」や「空き家無料相談会」などの啓発事業や「空き家見学ツアー」、「お試し住宅」などを実施</p> <p>空き家情報バンクは所有者と購入希望者のマッチングの入り口として引き続き運用を行っていく。</p>		
内部評価結果		
<p>・KPIの達成については、厳しい状況である。</p> <p>・そのような中、利活用につなげるべく、空き家情報のデータベース化に取り組んでいる。さらに、他事業との連携を強化し、おおい町での住み方や暮らし方と併せて情報発信する中で、空き家の利活用が促されるよう取組を進めていく必要がある。また、所有者と利用者の両側面を念頭に置いた展開が重要である。なお、4-②、4-③、4-④の事業については、おおい町に“住む”にあたってのニーズに広く応えていくものとして、総合的に進めていく視点も重要である。</p>		

外部評価の結果

空き家所有者の意識向上に努められてきた中で、実質的な活用に係るKPIの設定についても検討いただきたい。また、使用不可の空き家についての活用方策についても、引き続き、検討に努められたい。
(各事業共通事項)

各事業のKPIの達成・未達成の要因分析を踏まえ、第2次戦略に向けて、事業効果の点検・評価はもとより、事業の目的や意義についても、移住・定住につながるよう改善の視点を持ち取組を進められたい。