

平成29年度地方創生交付金事業にかかる事業検証について（地方創生推進交付金）

【事業名】

小さな楽園拡大連携プロジェクト（移住促進事業）（※2年目 H32年度まで5か年事業）

【活用交付金】

地方創生推進交付金（H29.4.1 交付決定 国費補助：1/2）

交付決定額：138 千円 実績：134 千円

【事業主体】

長崎県及び県下21市町

【事業費・着手動機・概要】

「ながさき移住サポートセンター運営負担金」長与町分 270 千円（全体予算 43,055 千円）

長崎県は他県を上回る人口減少を見込んでいる中、（2045年に100万人を割る）、長崎県へのUターン希望者の県内移住を促進するため、県と市町が連携し、移住相談、仕事のマッチング機能等を有する「ながさき移住サポートセンター」を設置。（県、全市町による負担金による実施）

移住希望者のサポートだけでなく、企業への県外人材採用サポートも実施している。また移住促進を図るための各種情報発信を実施している。

各自治体と連携しながら、移住促進策を実施。（取り組み内容については各市町異なる）

移住のためには①雇用②住居が必要だが、雇用の乏しい本町としては、雇用斡旋機能を有する同センターの機能は有用であり、連携・協力しながら移住の促進を図っていく必要がある。

【H29 事業実施内容】

○長崎移住サポートセンター実施事業

移住相談窓口設置（長崎4名、東京2名）

移住相談会・個別セミナー（東京8回、大阪2回、名古屋2回、福岡5回）

無料職業紹介（潜在求人の発掘）

ながさき移住倶楽部運営（キャンピングカー、宿泊・引っ越し・リフォーム等優遇）、
子・孫ターン促進（PR戦略）

情報発信（HP、SNS、県人会、関東地区同窓会、県産品応援店での情報発信等）

○町としての取り組み

移住相談対応（福岡県で実施の「移住相談会」へ初めて参加）

各媒体への情報掲載（県移住HP、県移住情報誌、町HP、町広報誌）

町PR動画の作成（長崎県立大学内サークル）

町PRチラシの配布（東京都庁、東京・大阪物産館に設置、イベント会場での配布を実施）

成人式でのチラシ配布（県内就職情報サイト「Nなび」及び県のUターン者向け奨学金補助事業）

【KPI】

<交付金における県全体でのKPI>

①「移住サポートセンター」が関与して移住した外部人材の数、並びに地域の担い手（農水産業）

となった人材の数（人）

②地域運営組織の形成数（組織数）

③小さな拠点の設立数（拠点数）

④地域運営組織における売上額（千円）

<県 サポートセンター進捗状況>

H28 相談 4,187 件、移住者 454 名（目標 250 名）

H29 相談 5,481 件、移住者 782 名（目標 400 名）

<長与町 事業進捗状況>

H28 町への相談5件、移住実績 1 件 4 名

H29 町への相談 7 件、移住実績 0 件 0 名 ※社会動態 △516 名

H30 町への相談 20 件、移住実績 3 組 6 名移住 ※参考値 H30.10.15 現在

<長与町の総合戦略における KPI との関連性>

長与町まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標「2. 長与への新しいひとの流れをつくる」

→ KPI 「社会動態（転入者数－転出者数）」 △17 人（H26） → 0 人（H31）
「移住相談者数」 数値なし（H26） → 12 人（H31）

【事業効果】

県として力を入れている事業であり、県全体としては、目標を上回るペースで移住実績が伸び、年々相談件数、移住件数ともに上昇している。

長与町においても、H28 年度は移住サポートセンター経由で 1 組 4 名の移住、H29 年度は実績 0 件、H30 年度は 3 組 6 名（H30.10.15 現在）と少しずつ成果が出てきており、転出超過状況の改善のため、今後も継続が必要な事業であると考える。

【課題】

長与町として PR すべき点を整理し、対外的に示していく必要がある。（子育て、教育のほか、住環境など、総合的な「暮らしやすい」町づくりがその根底となる。）その他、移住促進策の検討を行う。町単独だけではなく、長崎市、時津町と一体となった圏域での取り組みが必要である。

【今後の見通し・予定】

H30：県、長崎市、時津町と連携して「連携中枢都市圏」の枠組みの中で、圏域への移住を促すよう、合同で移住相談会（福岡県）を実施。

H31：地方創生交付金を活用した「お試し住宅」等の移住促進対策の強化を検討する。

【推進会議における本事業の評価】

- | |
|--|
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 地方版総合戦略の KPI 達成に有効であった</p> <p><input type="checkbox"/> 地方版総合戦略の KPI 達成に有効とは言えない</p> |
|--|

平成29年度地方創生交付金事業にかかる事業検証について（地方創生推進交付金）

【事業名】

歩いて生み出せ 「健康ビジネス」と「商業振興」いつまでも住み続けられるまちプロジェクト
（健康ポイント事業） （※1年目 H29～H31 年度まで3か年事業）

【活用交付金】

地方創生推進交付金（H29.11.7 交付決定 国費補助：5／10）

交付決定額：1,310 千円 実績：1,261 千円

【事業主体】

長与町

【事業概要】

健康ポイント事業＝「歩くこと」「体組成測定会や健康イベントへの参加」「健康診断受診」などの健康づくり活動に対し、インセンティブ（ご褒美）を贈呈することで、健康無関心層を取り込み、個人の健康意識の醸成、健康寿命の延伸、医療費削減を図る。

（事業の流れ）

- ①会員登録、歩数計の貸与（会員数目標：H30:800 人、H31:1,500 人、H32:2,000 人）
- ②会員による事業参加（歩数計をつけて歩く、体組成測定回や健康イベントへの参加、健康診断受診など）
→「健康ポイント」が最大年間 5,000 ポイントたまる
- ③たまったポイントを商品と交換（ながよ共通商品券、健康づくり助成券、ミックングッズ、寄付等）
- ④達成感とともに、健康づくりへの意識が向上する。一定の達成度で事業を卒業してもらう。

また、上記事業の実施と併せ、「健康づくり拠点」（測定機器、情報提供、相談窓口の場）を役場等に設置し、健康関連ビジネスの場として民間事業者にも開放することで、健康ニーズの掘り起しによる市場拡大と新たなサービスの創出を図る。

その他、中央商店街等での「出張健康づくり拠点」の実施、歩きながら町内店舗での購買を促す、ながよ共通商品券による町内消費の増など、町内での経済循環の改善を図る。

【H29 事業実施内容、経費】

○事業の構築、健康ポイントシステム開発、広告物の作成・配布

○事業の PR 及び中央商店街の店舗マップを作成（「歩く」ことを主眼として作成）

（H29 交付金対象となる事業費）

○健康ポイントシステムの開発

開発委託料 1,939 千円

○事業用備品

レシートプリンター 38 千円

○事業広告宣伝費

消耗品等 544 千円

・H29 年度は事業の実施準備期間であり、実際の健康ポイント事業開始は H30.5 から。

【KPI】

※事業自体は H30.5～のため、H29 年度中の事業実施による KPI 改善はない。

健康ポイントを地域商品券または域内産品と交換した額(円):0 円→ 4,500,000 円(H31)

健康ポイント制度への参加者数(人) : 0 人→ 1,500 人(H31)

メタボリックシンドローム該当者の率(国保)(%) : H28 年 18.4%→ Δ0.6%(H31)

健康づくり拠点での販売実施店舗数(件) : 0 件→ 20 件(H31)

【事業効果】

少子高齢化の進む時代にあって、若いうちからの運動習慣をつけることが本人の健康の改善となり、行政としては医療費の低減効果が見込める。先進自治体では健康ポイント制度を核とした健康づくりの取組により運動継続者の年間医療費が削減された結果が出ている。

【課題】

- ・企業からの協賛金など、財源の確保や事業による収益化が必要。
- ・「健康づくり拠点」の設置が実施できていない。場の設置及び企業参加を促す。
- ・市民が歩かない傾向にあり、「高血圧」「心疾患」「関節疾患」などの率が比較的高い。
さらに、斜面地に住宅が密集する本町において、「いつまでも歩けること」は町づくりの上で重要な課題と言える。
- ・健康づくりボランティアの活動(4 団体)が盛んな一方、健康づくり事業への参加者は固定化している。特に若い「無関心層」への働きかけが必要。
- ・男女比が極端であり、男性の獲得が今後の参加者確保への課題となる。
- ・自治会別で見たときに、町中央部に対し郊外部の割合が低く、口コミ等が広がっていない可能性がある。

【今後の見通し・予定】

H30 : H30.10 時点の会員数 800 人(60 歳以下 396 人、61 歳以上 404 人)
開始 5 か月後時点で、体組成計の数値に改善効果が表れている。(データ別表)
医療費の削減効果については今後の確認となる。

H31 : 会員数 1,500 人の予定。
引き続き事業を継続する。(交付金としては最終年度)

H32 : 会員数 2,000 人の予定。
事業の最終年度。効果検証を行い、H33 年度以降の事業継続について検討を行う。

【推進会議における本事業の評価】

- | |
|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 地方版総合戦略の KPI 達成に有効であった
<input type="checkbox"/> 地方版総合戦略の KPI 達成に有効とは言えない |
|---|