

平成29年度 館林市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会
〈検証内容〉

1 日時

平成29年9月21日（木）午後2時から午後3時30分まで

2 場所

館林市役所 3階301会議室

3 出席者

【検証委員】8名

内藤典宏委員（館林商工会議所）、平山雅史委員（館林商工会議所）
荻原博之委員（邑楽館林農業協同組合）、吉澤秀明委員（邑楽館林農業協同組合）、
大谷充委員（東武鉄道株式会社）、丸山公一委員（館林信用金庫：代理出席）、
松田久委員（群馬銀行）、金井誠委員（ケーブルテレビ株式会社）

【事務局】4名

政策企画部長、企画課長、政策推進係長、担当

4 内容

（1）平成28年度地方創生加速化交付金事業の効果検証（資料1）

【地域の魅力×デザインの力でつくる館林 Re ブランド事業】（資料2）

○意見等

委員

「おみたて」の商品については、銀座のぐんまちゃん家を含め、東京などで積極的に販路展開していくべきである。

委員

非常に良い取組であるが、市内外に周知不足であると感じている。

事務局

販路拡大のため、インターネットでの販売などの可能性について検討していると聞いている。ぐんまちゃん家での販売やプロモーションも含めて、担当課につないでいきたい。

委員

インターネットでの販売も有効だが、やはり館林を訪れ、買ってもらう取組を徹底してほしい。

委員

「おみたて」のウェブページに、作り手の情報や商品のストーリーが掲載されていると、買いたくなるのではないか。

委員

商工会議所など各種民間団体の会合やイベントなどで、「おみたて」商品を置いてみてはどうか。大勢の来場者があり、絶好のPRになると思う。

事務局

現状のウェブページは、商品が掲載されているだけに留まっているため、商品の背景や作り手の情報が掲載できたら更によいと感じる。また、各種団体のイベントなどでのPRもありがたい話なので、担当課に情報提供したい。

委員

ブランドを確立したいのであれば、キャンペーンや一時的なブース出展だけでなく、恒常的なPRを行う必要がある。特に、ブランドを立ち上げタイミングで仕掛けることが重要だと思う。

例えば、「おみたて」柄のテントや販促品を作り、目立ち過ぎると思われるほどの展開を行ってしまうくらいでもよいのではないか。

委員

周囲で話題を聞かないので、市役所の一部の部署だけが細々と取り組んでいるイメージを持ってしまう。1年間くらい奨励期間として、市民や企業が「おみたて」商品を購入した際への補助を出してあげるとか、アイデアはたくさんあると思う。市民が動かしていくようにしなければならない。

委員

「おみたて」の問い合わせも増えてくると思うが、その際に、各業者任せではなく、商品知識を持った職員を育成していくことも重要だと思う。

事務局

大きな費用を投じてスタートした事業なので、無駄にしないよう、集中すべきところは集中して取り組む必要があると考えている。いずれの内容も、担当課にフィードバックして、今後の事業展開に役立てていきたい。

【年をとっても不安なし！超高齢社会に対応した生涯活躍のまちづくり事業】

(資料3)

○意見等

委員

この事業の KPI として、「高齢者の就業割合」と「社会増減数」が挙げられているが、事業との関連性が見えづらいと感じている。

事務局

講演会開催や生きがいづくりなどによる健康寿命の延伸をもって、高齢者の就業割合増加につなげていきたいという点と、高齢者に対応した駅と病院とのシャトルバス運行という魅力度向上によって社会増減数を改善していきたい点がある。これらは、総合戦略の指標値とリンクさせているため、直接的な関連性がやや薄いという面がある。

委員

銀行では、出資する(した)企業や事業については、実際に現場を訪れ、見て、食べてということを経験している。今回のシャトルバスについても、職員が実際に乗って、本当に効果があるのか、やはり違うのではないかとということを経験してから検証を行うべきと考える。

委員

高齢者にとって、厚生病院へのバス路線の効率化が本当に求められていたことなのか、実際に乗車率が低いようでは見直す必要も出てくると思う。

委員

駅から厚生病院までのルートは歩道の整備も進んでいるし、距離的にも散歩にちょうど良いし、健康寿命を延ばしていくなら、あえてバスを使わずにウォーキングしてもらおうという方向でも良いのではないかと考える。

事務局

現在、駅西口の整備が進んでおり、来年度くらいには、駅から病院までの歩道もじゅうぶん整備されるようになる。そうすると、ご指摘のように歩いて向かわれる方が健康には良いとの見方もあると思う。ただし、この事業のもう一つの意味は、これまですべての路線が病院を経由するルートであったことから、逆に病院に用事のない方には非効率的な路線になっていた。このことを解消する意味でも行った取組である。

各事業について職員が自ら体験をするということについては、取り組んでいく

べきと感じるので、我々も含め、担当課にフィードバックしていきたい。

(2) 総合戦略 KPI の進捗状況報告について (資料4)

○意見等

委員

路線バスの年間利用者数が、平成26年度から28年度にかけて1割以上減少しているがその要因は何か。

事務局

28年4月から、日曜・祝日を5路線に減少させたことによる年間便数の減が影響していると推測できる。

委員

観光入込客数や麵-1 グランプリ入場者数などは前年より減少しているが、天候以外の面で要因はあるのか。

事務局

天候面による増減が主な要因と認識している。

委員

麵-1 グランプリでの器の大きさを現在の半分程度にすれば、来場者はより多くの店舗を回れるのではないか。また、今年から高崎（パスタ）と前橋（ピザ）が協力して、土・日二日間で来場者を呼び込むような取組も始めると聞いている。館林だけで完結するのではなく、太田や佐野との連携も検討してほしい。

委員

食べる方を主体として考えるのであれば、立ち食いでも構わないので、食事ブースを充実させることが必要だと思う。

事務局

麵-1 グランプリについては、市役所と商工会議所が実行委員会形式で行っているため、本市担当課につないで、事業に生かしていきたい。

平成29年度 まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会
次第

日 時 平成29年9月21日（木）
午後2時～午後3時30分
場 所 市役所301会議室

1 開 会

2 あいさつ

3 自己紹介

4 議 題

総合戦略の検証について

- ・平成28年度地方創生加速化交付金事業の効果検証
- ・総合戦略KPIの進捗状況報告

5 意見交換

6 そ の 他

7 閉 会

館林市まち・ひと・しごと創生総合戦略 効果検証について

1. 検証について

総合戦略の推進及び効果検証の実施については、次の考え方により取り組んでいきます。

7. PDCAサイクルの確立

7-1 PDCAサイクル

まち・ひと・しごと創生を実現するためには、従来の政策の反省の上に立ち、PDCAサイクルを確立することが必要です。具体的には、まず、効果的な総合戦略を策定し、着実に実施していくとともに、設定した数値目標等を基に、実施した施策・事業の効果を検証し、必要に応じて総合戦略を改訂するという一連のプロセスを実行していくことになります。

PDCAサイクル

Plan-Do-Check-Actionの略称。

Plan（計画）、Do（実施）、Check（評価）、Action（改善）の4つの視点をプロセスの中に取り組み、プロセスを不断のサイクルとし、継続的な改善を推進するマネジメント手法のこと。Plan-Doとして効果的な地方版総合戦略の策定・実施、Checkとして地方版総合戦略の成果の客観的な検証、Actionとして検証結果を踏まえた施策の見直しや地方版総合戦略の改訂を行うことが求められます。

7-2 外部有識者の参画

総合戦略の効果検証に際しては、その妥当性・客観性を担保するため、行政の中だけで行うのではなく、外部有識者等の参画を得ることが重要です。

* 地方版総合戦略策定の手引き（平成27年1月内閣府地方創生推進室）より

この方向性を受け、本市においても、各施策について総合計画との整合を図るとともに、定期的に取り組内容を検証・改善する仕組み（PDCAサイクル）を確立します。

なお、検証にあたっては、有識者や専門機関によって組織された「館林市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会」や「総合計画審議会」などから意見を伺います。

2. 館林市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会

本市の産業界、経済界、金融界、メディア界等の有識者によって構成される組織。
任期は、平成28年8月から同33年3月までとします。

3. 検証時期

毎年9月末までに「まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会」での検証を行うこととします。

○平成28年度

第1回 8月25日(木) 午前10時～11時30分

・概要説明(人口ビジョン・総合戦略説明/検証方法説明)、意見交換等

第2回 9月26日(月) 午前10時30分～正午

・効果検証、意見交換等

○平成29年度

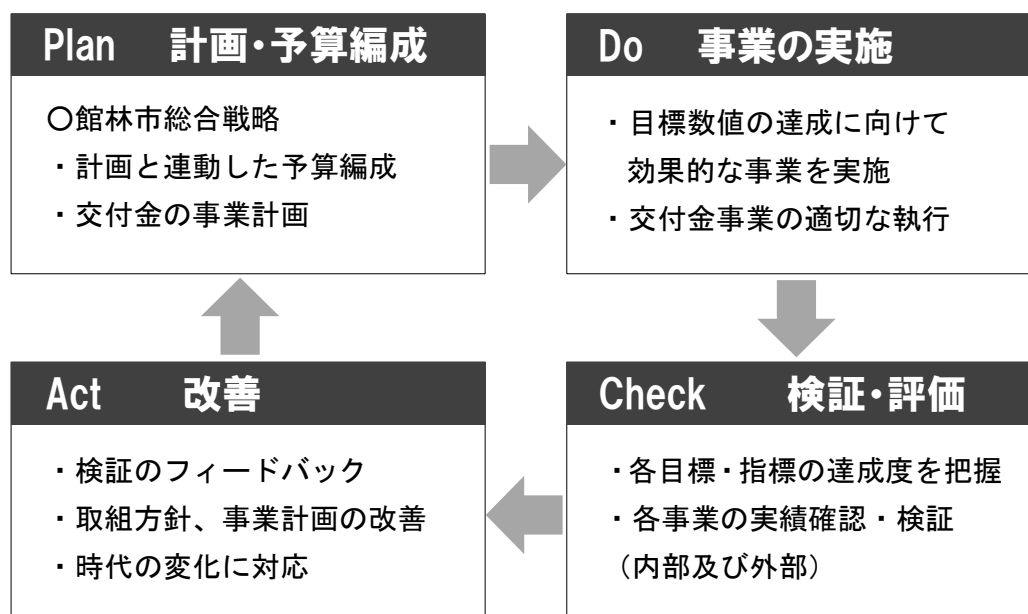
第1回 9月21日(木) 午後2時～午後3時30分(予定)

4. 検証する項目

検証にあたっては、平成31年度を評価基準とした総合戦略の数値目標(重要業績評価指標(KPI))の進捗状況や、前年度に実施した特徴的な事業についてご意見を伺う予定です。

5. 検証方法

「まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会」で検証(確認・意見交換等)を行った結果を庁内にフィードバックし、事業の見直しや改善につなげていきます。



平成 28 年度 地方創生加速化交付金活用事業について

(1) 地方創生加速化交付金

「一億総活躍社会」の実現のため、地方版総合戦略に位置付けられた先駆性のある取組の円滑な実施を支援することを目的として創設されたもの。具体的には、「しごと創生」「人の流れ」「働き方改革」「まちづくり」等の事業。

(2) 交付対象事業

先駆性が高く、重要業績評価指標（KPI）と PDCA サイクルを組み込んだ自治体の主体的な事業であり、以下の要素を満たすもの。

- ①自立性 ②官民協働 ③地域間連携 ④政策間連携 ⑤事業推進主体の形成
⑥地方創生人材の確保・育成 ⑦国の総合戦略における政策 5 原則等。

(3) 補助率

10 / 10

総額 19,090 千円

地域の魅力×デザインのでつくる館林 Re ブランド事業 14,500 千円

・魅力ある土産品創出事業

既存の物産品について、主に外装パッケージを統一することによりブランド化し、売り上げ増加や本市の PR につなげる事業。

年をとっても不安なし！

超高齢社会に対応した生涯活躍のまちづくり事業 4,590 千円（交付金分）

・公共交通整備事業

自家用車の運転が困難となる高齢者に対する移動手段（館林駅と館林厚生病院間の循環）を確保するため、シャトルバスの購入及び運行を行った事業。

・生きがいと健康づくり推進事業

高齢者の社会参加や生きがいづくり、介護予防を推進するため、「通いの場」の活動を行う市民団体等に整備費や運営費の一部を補助した事業。

・健康づくり推進事業

健康寿命の延伸に向けて、健康づくり講演会の開催や健康づくり事業紹介チラシを作成した事業。

平成28年度 地方創生加速化交付金 事業実績シート

資料2

事業名	地域の魅力×デザインの力でつくる館林Reブランド事業	担当課	商業観光課
-----	----------------------------	-----	-------

○事業の内容

事業目的	既存の物産品について、主に外装パッケージを地域の魅力（地域性）とクリエイティブの力を掛け合わせて見直し、新しい視点で物産品をReデザインし、高付加価値をつける。そのうえで、首都圏在住者や海外など新規客層に対し販路拡大を図り、売り上げ増加やしごと創生につなげるとともに、シティプロモーションにつなげるもの。
事業概要	<p>【魅力ある土産品創出事業】</p> <p>(1) 参加事業所（物産品）の公募</p> <p>(2) デザインコンセプトの策定 市内事業者等で構成された「館林市デザインコンセプト策定委員」により、パッケージデザインの基礎となるコンセプトを決定。</p> <p>(3) ブランドネーム及びデザインの決定 コンセプトに基づき、ブランドネーム「おみたて」と統一パッケージデザインを決定。 ※「おみたて」＝お土産館林、よい物を“お見立て”するから作られたブランドネーム</p> <p>(4) 試作品の完成</p> <p>(5) チラシ・ポスターの作製及びプロモーション チラシ・ポスターの作製・掲示、東武鉄道（普通・特急）での車内広告</p> <p>(6) 「おみたて」土産品の順次の量産化・販売 ※平成29年8月以降、（株）とりせん富士見町店及び成島店において、常設の販売スペースを設置していただいている。</p>

○事業費

（単位：千円）

年度	総事業費	国庫支出金	県支出金	市債	その他	一般財源
H28	14,500	14,500				

○指標 ※現状値は平成29年8月時点で出典元調査報告から把握可能な値

本事業のKPI （重要業績評価指標）	<p>K P I ①小売業・卸売業の年間商品販売額（出典：商業統計調査） 現状値：2,358億円（平成26年度） 目標値：2,500億円（平成32年度）</p> <p>K P I ②小売業・卸売業の事業所数（出典：経済センサス） 現状値：929店（平成26年度） 目標値：950店（平成32年度）</p> <p>K P I ③就職者数（出典：ハローワーク） 現状値：2,043人（平成28年度） 目標値：2,200人（平成32年度）</p>
-----------------------	--

○H28年度実施内容と課題

<p>約半年間の事業期間であったが、参加事業所の募集や周知、デザイン決定に至るまでの合意形成などをより丁寧に行うべきであった。また、常設の販売スペースが不足していることから、土産品の販売箇所が各店舗に限定されており、一括で購入できる場所や機会の構築が必要と考えている。</p>
--

○今後の取り組み

<p>現在の「おみたて」ブランド9品については、市内はもとより、鉄道広告や東京圏でのキャンペーンなどの継続したプロモーションを行うことに加え、新規参入事業者（品）を募るために積極的な周知を図る。また、販路拡大のため、常設の販売スペースの確保やネット販売についても検討を進める。</p>
--

事業名	年をとっても不安なし！ 超高齢社会に対応した生涯活躍のまちづくり事業	担当課	安全安心課 高齢者支援課 健康推進課
-----	---------------------------------------	-----	--------------------------

○事業の内容

事業目的	国立社会保障・人口問題研究所の推計では、2060年に本市全人口の37.6%が65歳以上の高齢者になる見込みであり、超高齢社会への対応として、高齢者にとって住みやすく、不安のない、健康で生き生きと働いていくことができる社会づくりを進めることが求められている。そこで、高齢者にとって利便性の高い交通システムの構築や健康寿命延伸のための事業推進、そして、市民が主体となって取り組む生きがいづくりや介護予防の場づくりを支援するもの。
事業概要	<p>【公共交通整備事業：4,078,034円】 自家用車の運転が困難となる高齢者に対する移動手段を確保するため、ダイヤ改正を行うとともに、シャトルバスを購入し、運行を開始したもの。 ・シャトルバスの購入及び運行 ・ダイヤ改正（館林駅～館林厚生病院間の循環）</p> <p>【生きがいと健康づくり推進事業：12,000円】 高齢者がいつまでも住み慣れた地域で暮らし続けることができるように、高齢者の社会参加や生きがいづくり、介護予防を推進するため、「通いの場」の活動を行う市民団体等に整備費や運営費の一部を補助したもの。 ・通いの場運営費補助金交付実績 3団体</p> <p>【健康づくり推進事業：521,290円】 健康寿命の延伸に向けての意識啓発や健康づくりを推進するため、健康づくり講演会の開催と健康づくり事業紹介チラシを作成したもの。 ・健康づくり講演会 450人参加</p>

○事業費

(単位：千円)

年度	総事業費	国庫支出金	県支出金	市債	その他	一般財源
H28	4,611	4,590				21

○指標 ※現状値は平成29年8月時点で出典元調査報告から把握可能な値

本事業のKPI (重要業績評価指標)	<p>K P I ①高齢者の就業割合（出典：国勢調査） 現状値：21.1%（平成22年度） 目標値：22.0%（平成32年度）</p> <p>K P I ②社会増減数（出典：住民基本台帳人口移動報告） 現状値：△241人（平成28年度） 目標値：△155人（平成32年度）</p>
-----------------------	--

○H28年度事業内容及び課題

<p>【公共交通整備事業】 厚生病院へ通院する高齢者や商業施設の利用者にとって効率の良いダイヤ改正を行った。事業推進にあたっては、関係機関との協議に苦慮した点もあったが、今後も利用者ニーズを捉えた経路づくりを検討していきたい。</p> <p>【通いの場運営費補助金】 補助金の周知時期が遅れてしまったことや事業趣旨と異なる解釈をされる団体が複数あり、対応に苦慮することが多かった。説明会などを積極的に開催して周知と理解を求めたい。</p> <p>【健康づくり推進事業】 関連部署との連携により各種健康づくり事業のPRができたほか、健康づくり応援マイレージ事業を展開することができた。</p>

○今後の取り組み

本事業をより一層推進することに加え、今後は産・官・学など多様な主体との議論を進め、あらゆる角度から健康寿命の延伸に取り組み、健康寿命トップクラスの街を目指していく。
--

総合戦略 成果指標及び重要業績評価指標(KPI)一覧(平成28年度実績)

資料4

(平成29年9月現在)

基本目標/基本的方向	成果指標・重要業績評価指標(KPI)	出典・根拠	基準値	H27年度実績値	H28年度実績値	目標値	単位
基本目標1 地方における安定した雇用を創出する	民営事業所従業者数	経済センサス	33,512(H24年度)	33,296(H26年度)	33,630	33,000(H31年度)	人
【基本的方向1】 農産物の付加価値化や農業の担い手確保による農業振興	認定農業者数	農業振興課	185(H26年度)	253	251	260(H31年度)	経営体
	農用地利用集積面積	農業委員会	685.1(H26年度)	707.30	737	750(H31年度)	ha
【基本的方向2】 企業誘致の促進や地元企業への経営支援	企業立地件数	産業政策課(工場立地動向調査)	2(H26年度)	1	3(累計4)	累計10(H27~31年度)	件
	事業所数(製造業)	産業政策課(経済センサス)	496(H24年度)	459(H26年度)	459(H26年度)	496(H31年度)	事業所
	事業所数(小売業・卸売業)	産業政策課(経済センサス)	951(H24年度)	929(H26年度)	929(H26年度)	951(H31年度)	事業所
	有効求人倍率	産業政策課(ハローワーク業務月報)	1.08(H26年度)	1.56	1.94	1.10(H31年度)	倍
【基本的方向3】 産業の振興と創業支援	従業員一人当たりの付加価値額	産業政策課(経済センサス)	995(H24年度)	—	—	995(H31年度)	万円
	創業塾受講後の市内起業件数	商業観光課	1(H26年度)	0	7(累計7)	累計5(H27~31年度)	件
	空き店舗の利活用件数	商業観光課	1(H26年度)	0	6(累計6)	累計5(H27~31年度)	件
【基本的方向4】 観光産業の振興と交流人口の増大	観光入込客数	商業観光課(観光入込客数調査)	1,639,517(H26年度)	1,731,835	1,678,260	1,800,000(H31年度)	人
	土産品認定数	商業観光課	—(H26年度)	0	9(累計9)	累計10(H28~31年度)	品
基本目標2 地方への新しい人の流れをつくる	社会増減数	住民基本台帳人口移動報告	△265(H25年)	5	△241	△155人(H31年)	人
【基本的方向1】 館林の「食」文化の魅力発信	新たな食イベントの実施	館林市	—(H26年度)	0	0	累計1(H27~31年度)	事業
	食のイベント(麺-1グランプリ)入場者数	商業観光課(商工会議所)	65,000(H26年度)	85,000	60,000	90,000(H31年度)	人
【基本的方向2】 シティプロモーションの推進	東京都でのPR活動回数	企画課	—(H26年度)	1	2	5(H31年度)	回
	移住定住の相談人数	企画課	—(H26年度)	2	5	50(H31年度)	人
	ふるさと納税件数	企画課	10(H26年度)	1,257	1,244	2,000(H31年度)	件
【基本的方向3】 「移住・定住」の促進	3世代同居等の支援により移住した人数	館林市	—(H26年度)	0	3(累計3)	累計40(H28~31年度)	人
	ふるさとメールマガジン登録者数	秘書課	511(H26年度)	522	481	700(H31年度)	人
	利活用可能な空き家の利活用割合	建築課	—(H26年度)	0	0	10(H31年度)	%
基本目標3 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる	合計特殊出生率	群馬県人口動態調査	1.45(H26年)	1.42	1.42(H27年)	1.55(H31年度)	—
	婚姻数	群馬県人口動態調査	352(H26年)	329	329(H27年)	360(H31年度)	件
【基本的方向1】 結婚を希望する人への支援	婚活マナー講習会参加者	企画課	—(H26年度)	0	0	累計200(H28~H31年度)	人
	婚活イベント参加者数	企画課	—(H26年度)	101	58(累計159)	累計200(H28~31年度)	人
	婚活イベントによる成婚数	企画課	—(H26年度)	0	2(累計2)	累計20(H28~31年度)	件
【基本的方向2】 妊娠・出産を希望する人への支援	妊娠届出者の子育て情報配信メール登録率	健康推進課	—(H26年度)	18.3	48.5	80(H31年度)	%
	出生数	住民基本台帳関係年報調査	569(H26年度)	547	512	620(H31年度)	人
【基本的方向3】 子育て支援	ファミリー・サポート・センター事業活動件数	こども福祉課(市民生活と福祉)	183(H26年度)	694	722	440(H31年度)	件
	病児・病後児保育事業の利用児童数	こども福祉課(市民生活と福祉)	404(H26年度)	379	326	1,100(H31年度)	人
基本目標4 時代に合った地域をつくり、安心なくらしを守るとともに、地域と地域を連携する	住みよさランキング	都市データパック(東洋経済)	273(H26年版)	223	224	200位以内(H31年版)	位
【基本的方向1】 社会変化に対応したまちづくり	公共施設等総合管理計画の策定	財政課	—(H26年度)	—	100	100(H31年度)	%
	都市再生特別措置法に基づく立地適正化計画の策定	都市計画課	—(H26年度)	—	—	100(H31年度)	%
【基本的方向2】 空き家・空き店舗の利活用	(再掲)利活用可能な空き家の利活用割合	建築課	—(H26年度)	0	0	10(H31年度)	%
	(再掲)空き店舗の利活用件数	商業観光課	1(H26年度)	0	6(累計6)	累計5(H27~31年度)	件
【基本的方向3】 活気があり利便性の高い生活圏の形成	路線バスの年間利用者数	安全安心課	282,132(H26年度)	271,699	256,301	300,000(H31年度)	人
【基本的方向4】 健康づくりの推進	「週1回以上運動する」スポーツ実施率	スポーツ振興課	46.9(H26年度)	45.9	44.4	60(H31年度)	%
	高齢者の就業割合	国勢調査	21.1(H22年度)	22.86	22.86(H27年度)	22(H32年度)	%
【基本的方向5】 地域連携による消防・防災の充実	自主防災組織のある行政区の割合	安全安心課	87.9(H26年度)	89.4	89.4	100(H31年度)	%
	防災士の資格取得者数(補助制度活用)	安全安心課	25(H26年度)	35	12(累計47)	累計65(H31年度)	人

※出典基集計結果公表の時期により現時点で把握できない数値(—)があります。