

おい町未来創生戦略

事業評価シート

| | | | |
|------|-----|----|-------|
| 整理番号 | 4-① | 課名 | 住民窓口課 |
|------|-----|----|-------|

| | | | |
|----------|------------------|-----------------|----|
| 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 | | |
| 令和元年度実績額 | 0円 | 令和2年度予算額(6月補正後) | 0円 |

| | 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> |

事業の概要(実績)

| 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> | <p>引き続き、館内での町子育て支援施策PRパネル及び観光ポスターの掲示、及び3つのSNSを活用した情報発信を行い、年度末にはフォロワー数の合計が1,005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14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10回開催し、その中で計27件の子育て相談に応じた。</p> <p>新型コロナウイルス感染防止対策により、2月29日以降臨時休館となったため、予定の事業が実施できなかった。</p> |



(子育てマスターさんとあそぼう)

評価(Check)

| 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) | — | | 令和元年度末 | 累計104件 | |
| | 目標値(令和元年度末) | 累計 500件 | | | | |
| | | | | | 20.8 | |

| | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| ① 数値目標達成状況 | | 達成できなかった |
| 達成状況の要因分析、今後の方針 | | |
| <p>イベント開催時には多くの集客を得てはいるものの、本来の目的でない子育て相談に時間を費やすケースはどうしても少なくなる。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、平日開催の専門プログラム「子育てマスターさんとあそぼう」の参加者を増やすよう努めていく。</p> <p>なお、子育てや育児に悩む保護者対象の相談対応事業として、町では「すくすく広場」事業（現：すこやか健康課所管）に長年取り組んでおり、参加者数では平成27年度から令和元年度の5ヶ年で927人の実績を得ている。</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 | 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られるが、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、平日においても専門的に相談できる機会を更に増やしていくことが必要であると考えられる。 | |
| ノウハウの活用状況・活用方針 | 平成29年度以降、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（8月除く月1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。 | |
| 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） |
| 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年度より地域おこし協力隊員を中心として、新たにSNSを活用した情報発信を開始した。 | | - |
| 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おり、年間約23万人の来場者に対して一定のPR効果はあるものと思われる。</p> <p>しかし、その効果を直接的に移住・定住の促進につなげていくためには、興味を持たれたと思われる方に対して、町子育て包括支援センター等の関係機関とも綿密に連携しながら、より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 | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・KPIについては、数値目標を達成することができなかったが、SNS（Twitter、Instagram、Facebook）を活用した情報発信では、フォロワー数の合計が増加しており、特に若い世代への周知が今後も期待できる。 ・町が実施する子育て相談事業全体では、多数の参加実績があり、一定の事業成果は得られている。 ・イベント開催時に相談窓口を利用される方は少ないため、平日の相談窓口の充実など、今後検討が必要である。 | | |

外部評価の結果

【各事業共通事項】

あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれない。

| | | | |
|------|-----|----|-----|
| 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 | | |
| 令和元年度実績額 | 7,279,000円 | 令和2年度予算額(6月補正後) | 9,000,000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)ー</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> | <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)8件(2)5件(3)3件</p> | |

評価(Check)

| | | | | | | |
|-------------------|-------------|---------|---|--------|-----|-----------|
| 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 | | 令和元年度末 | 81件 | |
| | 目標値(令和元年度末) | 累計 100件 | | | | 81.0 |

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| ① 数値目標達成状況 | | おおむね達成 |
| 達成状況の要因分析、今後の方針 | | |
| <p>住宅取得は、申請者の費用負担(住宅建築・購入費用)が大きく、件数は横ばいである。 R2年度以降、町土地開発公社の石山分譲地や民間が数カ所で分譲地整備を進めているので、それらの団体と連携し、事業についての広報を行っていく。</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 | 町や県のホームページ、県移住者センターや移住者フェアでの制度の紹介 町ホームページ上で、全メニューを一まとめにしたページを作成し、使える制度が一目で確認できるようにした。 | |
| ノウハウの活用状況・活用方針 | 若い世代は、ネット検索から制度の問い合わせが増えている。 近年、住宅支援事業が全国的に整備されていることから、建築事業者も、町への支援メニューの問い合わせが増えている。 | |
| 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) | |
| <p>モデル的なケースのPRについては、居住者の個人情報等もあるのでPR方法を十分検討していきたい。 HPの利用が多いことから、移住定住サイトを活用し、おおい町での起業や田舎暮らしを目的にされる移住者を掘り起こしていきたい。</p> | | |
| ④ 事業成果 | | |
| <p>一定の支援制度の利用があり、住環境向上や定住促進につながった。</p> | | |
| 内部評価結果 | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・KPIについては、数値目標をおおむね達成することができた。 ・住環境の向上や定住促進につながっているため、今後も引き続き事業を実施する必要がある。 | | |

外部評価の結果

移住を検討するうえで「住まい」と「雇用」は重要なポイントであり、併せて提供することで一層の効果が期待できるため、連携した取り組みを検討されたい。

【各事業共通事項】

あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まされたい。

| | | | |
|------|-----|----|-----|
| 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 | | |
| 令和元年度実績額 | 11,585,998円 | 令和2年度予算額(6月補正後) | 14,100,000円 |

| | | | |
|---------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 | | 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。 R元年度分譲実績:1件 R元年度買戻実績:1件 佐分利地区(石山地係)における宅地分譲地造成に伴う土地購入及び測量・設計を行った。 |
| <p>大島南浦分譲地(11区画/20区画)</p> | | <p>名田庄三重分譲地(6区画/18区画)</p> | |

| 評価(Check) | | | | | |
|-------------------|----------------|--------|----------|-----|-----------|
| 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 | ⇒ 令和元年度末 | 17件 | |
| | 目標値(令和元年度末) | 累計 38件 | | | 44.7 |

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| ① 数値目標達成状況 | | 達成できなかった |
| 達成状況の要因分析、今後の方針 | | |
| <p>造成した分譲地の立地条件が民間分譲地に比べよくなかった。 今後も継続しホームページ及びチラシ等で分譲地の広報を行い、併せて住宅取得等支援事業との組み合わせをPRし、全区画完売を目指したい。</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 | 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) | |
| <p>モデル的なケースのPRについては、居住者の個人情報等もあるのでPR方法を十分検討していきたい。 ホームページ及びチラシで、住宅取得等支援事業との組み合わせをPRし分譲地購入者の増加に繋げている。</p> | | |
| 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 | | |
| <p>・KPIについては、数値目標を達成することができなかった。 ・ホームページやチラシによる広報のほか、住宅取得等支援事業と併せてPRするなど、より効果的なPR方法を検討し、分譲地購入者の増加につなげていく必要がある。</p> | | |

| |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 外部評価の結果 |
| <p>購入希望者の増加につながるよう一層PRに努められたい。 【各事業共通事項】 あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まれたい。</p> |

| | | | |
|------|-----|----|-----|
| 整理番号 | 4-④ | 課名 | 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 | | |
| 令和元年度実績額 | 1,559,125円 | 令和2年度予算額(6月補正後) | 24,000,000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、空き家の購入や賃借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> | <p>空家等に関する対策を総合的、計画的に実施するため、空家等対策の推進に関する条例、同規則および空家等対策協議会規則を制定した。</p> <p>また、町の統合型GISを活用し、平成30年度に実施した空家等実態調査結果をデータベース化することで業務の効率化を図った。</p> <p>啓発事業としては、「空き家無料相談会」を8月、1月に開催したほか、条例施行と適切な管理に関する啓発リーフレットを作成した。</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)

空き家無料相談会

空き家について、手放したい…登記名義が亡き父のままに…活用したいが、建物に不具合はないか…など

お気軽にご相談ください!

日時・会場
令和2年 1月13日(月・祝)
■ 午前9時00分～11時30分
あみーしゃん大阪 1階 会議室
■ 午後1時30分～4時00分
里山文化交流センター 1階 活動室

相談員は「司法書士」「宅地建物取引士」「建築士」の3名です。上記の時間帯に、会場へお越しください。

主催 おおい町
問い合わせ先 総合政策課 電話0770-77-4051

無料相談会

空家等が「管理不全状態」にあると認められる場合、必要に応じて助産や修繕を行います。さらに、周辺に与える悪影響などを軽減し特定空家等に認定する可能性があります。

特定空家等への対応の取組について

- 点検・修繕: 点検、修繕、点検が実施される空家等に対する対応を行います。
- 点検・修繕: 点検、修繕、点検が実施される空家等に対する対応を行います。
- 点検・修繕: 点検、修繕、点検が実施される空家等に対する対応を行います。
- 点検・修繕: 点検、修繕、点検が実施される空家等に対する対応を行います。
- 点検・修繕: 点検、修繕、点検が実施される空家等に対する対応を行います。
- 点検・修繕: 点検、修繕、点検が実施される空家等に対する対応を行います。

発行: おおい町 建設課

啓発リーフレット

おい町空家等対策の推進に関する条例

目的

この条例の目的は、

- 町や所有者の責務、町域等の実情
- 予防や利活用の促進
- 管理不全状態の空家等への対応

を定めることとする。

主要な取組事項として

- 「町民等の生活や身体、財産への被害を防止」
- 「安全で安心な生活環境の確保」
- 「地域社会の活性化と町の魅力および活力の向上」

発行: おおい町 建設課

啓発リーフレット

| 評価(Check) | | | | | |
|-------------------|------------------|---------|-----|--------|-----------|
| 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) | — | ⇒ | 令和元年度末 | |
| | 目標値(令和元年度末) | 累計 200件 | | | 46.0 |

| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|----------|
| ① 数値目標達成状況 | | 達成できなかった |
| 達成状況の要因分析、今後の方針 | | |
| <p>空き家の購入等に関心のある人からの相談や問い合わせが多く寄せられたが、一方で、空き家の所有者等からの相談件数が伸びなかった。条例施行と空き家の適切な管理に関する啓発リーフレットの作成が年度末になったことが要因の一つと考えられる。</p> <p>条例の施行や空き家の除却、利活用に係る支援制度を設けたところであり、今後、住民等への周知を図り、空家等対策を推進していく。</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 | 空き家無料相談会の開催回数を増やしたが、相談者の人数が少なかったことから、開催の周知等に課題が残った。 | |
| ノウハウの活用状況・活用方針 | 空き家無料相談会の開催周知については、町内へのチラシの全戸配布、また、町のホームページに掲載し町外所有者への周知を図る。 | |
| 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) | |
| 空き家の除却、活用の制度を創設し、空き家対策を推進していく。 | — | |
| ④ 事業成果 | | |
| <p>空家等対策の推進に関する条例、同規則を制定し、今後の空き家に関する対策を総合的、計画的に実施するための整備を図った。また条例施行と適切な管理に関する啓発リーフレットを作成したことで、今後活用し、空き家の啓発、対策を図っていく。</p> <p>空き家情報バンクは所有者と購入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については数値目標を達成することができなかったが、空き家情報バンクの運用や条例及び規則の制定、啓発パンフレットの作成など着実に事業を進めている。さらに令和2年度からは、空き家の除却や利活用に係る支援制度を設けたところであり、引き続き空き家対策を推進していく。</p> | | |

外部評価の結果

移住を検討するうえで「住まい」と「雇用」は重要なポイントであり、併せて提供することで一層の効果が期待できるため、連携した取り組みを検討されたい。

【各事業共通事項】
あらゆる媒体を活用して、積極的に町内外に対し情報発信し、町民の方々の理解と協力を図るとともに、より一層の周知に努め、継続的な来訪や移住・定住につながるしかけづくりに取り組まされたい。