

令和2年度地方創生関連事業の効果検証について（概要）

地方創生の取組を推進するため、ふくしま創生総合戦略（以下「総合戦略」という）に位置付ける事業について、重要業績評価指標（KPI）の数値を踏まえ、これらにより政策の効果を検証し、改善を行う。

対象事業：総合戦略の4つの基本目標（「ひと」「しごと」「暮らし」「人の流れ」）ごとに、代表する取り組みとして、県の令和2年度重点事業から79事業を選定。

1 個別事業の効果検証結果

基本目標	評価等	事業効果				
		A	B	C	D	計
基本目標1 一人ひとりが輝く社会をつくる（ひと）						
1 一人ひとりの希望をかなえる	KPIの達成状況	5	3	0	0	8
	有識者の評価	2	5	1	0	8
2 健やかな暮らしを支える	KPIの達成状況	2	0	0	0	2
	有識者の評価	1	1	0	0	2
3 地域を担う創造性豊かな人を育てる	KPIの達成状況	1	1	0	0	2
	有識者の評価	1	1	0	0	2
基本目標2 魅力的で安定した仕事をつくる（しごと）						
1 活力ある地域産業を支え、育てる	KPIの達成状況	15	6	10	0	31
	有識者の評価	7.5	13	10	0.5	31
2 魅力ある農林水産業を展開する	KPIの達成状況	2	4	2	0	8
	有識者の評価	1.5	4	2.5	0	8
3 若者の定着・還流につなげる	KPIの達成状況	1	0	4	0	5
	有識者の評価	1	1.5	2	0.5	5
基本目標3 暮らしの豊かさを実感できる地域をつくる（暮らし）						
1 安全で安心な暮らしをつくる	KPIの達成状況	0	2	0	0	2
	有識者の評価	0	2	0	0	2
2 ゆとりと潤いのある暮らしをつくる	KPIの達成状況	1	2	1	0	4
	有識者の評価	2	0.5	1.5	0	4
3 環境に優しい暮らしをつくる	KPIの達成状況	0	0	0	0	0
	有識者の評価	0.5	0	1	0.5	2
基本目標4 新たな人の流れをつくる（人の流れ）						
1 地域の多様な魅力を発信する	KPIの達成状況	2	1	4	0	7
	有識者の評価	2	2	3	0	7
2 ふくしまへ新しい人の流れをつくる	KPIの達成状況	3	4	1	0	8
	有識者の評価	4.5	2.5	1	0	8
合計	KPIの達成状況	32	23	22	0	77
	有識者の評価	23	32.5	22	1.5	79
全体に占める割合	KPIの達成状況	42%	30%	29%	0%	100%
	有識者の評価	29%	41%	28%	2%	100%

※評価時点でKPIの実績値が未公表の事業があるため、KPI達成状況の総数は対象事業数と一致しない。

凡例：

（重点業績評価指標（KPI）の達成状況）

A・・・地方創生に非常に効果的であった（指標が目標値を上回ったなどの場合）

B・・・地方創生に相当程度効果があった（目標値を相当程度（7割）達成したなどの場合）

C・・・地方創生に効果があった（目標値を上回らなかったが事業開始前よりも改善したなどの場合）

D・・・地方創生に対して効果がなかった（実績値が本事業開始前の数値よりも悪化しているなどの場合）

（有識者からの評価）

効果検証を実施した79事業のうち、1事業につき2名の委員から評価を受けた

※評価数を2で除している。

A・・・「非常に有効である。」

B・・・「有効である。」

C・・・「効果は限定的であった。」

D・・・「効果がなかった。」

2 主な有識者の意見（要約）

全般的事項

- 小さな成功事例でもよいので、事業の成果を広くアピールしていくべき。
- KPIについて、事業目的に対して妥当なものとなるよう設定すべき。
- コロナ禍において対面でのイベント等が困難な中でも出来ることを検討すべき。

基本目標1 一人ひとりが輝く社会をつくる（ひと）

- 働き方改革について、セミナー等における意識改革から職場の改善に進んだか確認すべき。
- 健康づくりに無関心な層に向け、毎日の生活に取り入れることの出来る実践的な事例の発信が重要。
- 地域住民との関わりの中から高校生が地域を知る取組は重要。全県での取組を期待。また、保護者の連携・参画を模索するとよい。

基本目標2 魅力的で安定した仕事をつくる（しごと）

- 再生可能エネルギーや医療関連産業など、技術開発した案件を具体的な事業化に結びつけていくためには、より踏み込んだ支援策が必要ではないか。
- コロナ禍で企業の地方移転に追い風が吹いている。東日本大震災の経験をいかして、企業のBCP拠点を誘致する取組ができないか。
- 就農の入口対策にとどまらず、就農後についてもフォローアップして欲しい。
- 若者の職場定着には、若者向けの研修以上に労働環境見直しに向けた企業経営層への働きかけが重要。

基本目標3 暮らしの豊かさを実感できる地域をつくる（暮らし）

- 東日本大震災当時、中校生だった子どもたちが父親・母親になり子どもを守らなくてはいけない世代になってきている。「知識」としての防災だけではなく、「我が事」としての意識醸成に繋がる事業展開に今後も期待。
- やる気のあるリノベーションプレイヤーを温かく受け入れる環境づくりや、新たな仲間を呼び込んでいけるような情報発信が必要ではないか。
- 地球温暖化対策について、県民一人一人の具体的な行動変容を促す取組が必要。

基本目標4 一人ひとりが輝く社会をつくる（ひと）

- コロナ以前のインバウンドに頼った観光誘客を見直し、日本人集客をメインにしつつ、収束後に備えた観光コンテンツ開発を積み上げるべき。
- 道路やビューポイントでの表示板デザインの統一を図ってはどうか。
- 外部人材と受入集落をつなぐ中核となる地域内人材の発掘が重要。
- 副業人材の活用は、事業者の課題解決のための方策でもあることを前面に打ち出して、事業認知度と利用率を上げていくべき。ニューノーマル時代には不可欠な取組であることから今後期待。

3 今後の対応

令和2年度事業の効果検証の結果を令和4年度当初予算編成へ反映していく。

特に、事業効果が低かった事業や有識者から改善すべき点に関する意見をいただいた事業については、意見等を踏まえた事業構築をしていく。