

評価・提案テーマ		①健康・長寿	
事業名	①-1 福祉拠点整備事業(居場所づくり)	担当部署	保健福祉部・長寿介護課・高齢者支援室
市の取組への評価・課題		具体的な対応策・提案	
<p>【評価○】</p> <ul style="list-style-type: none"> 開催場所は少ないが、開催回数は多いことから、現在開設されている場所が有効活用されていることは評価ができる。 「居場所づくり」の取組は素晴らしい。高齢者の心と体の健康づくり、特に身近なコミュニケーションづくりは高齢者の皆さまにとって生活の充実という点ではプラスになる。 老人(独居含む)がコミュニケーションの場を得る機会を創出する仕組みは素晴らしい。 平成11年からの地道な保健師活動もあり、要介護認定が全国平均を下回っていることは評価に値する。 設定した数値目標を着実にトレースしている。 		<p>■高齢者と学生等による世代間交流</p> <ul style="list-style-type: none"> 現在、高齢者が主体となり、「居場所」の開設・運営を行っているが、企画・運営を学生などの若者と協働で行うことにより、異世代間での交流に繋げ、継続した活動が可能となるのではないかと。また、学生が単位が取れる仕組みがあればなお良い。 各「居場所」に定期的に都留文科大学の学生、小学生や保育園児との交流する機会を設け、事業の充実度の向上、参加者の偏りを低減させたらどうか。 保健師の手助けをしてくれる保健委員さんのような方たちを養成し、常時開設している町の喫茶店や保健室を「居場所」として設ける。男性に店長やウェイターになってもらったり、手作り用品を販売したり、子どもや親も立ち寄れる、多世代交流の場ができるのではないかと。 <p>■住民ボランティアの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> 全国的にはカフェが効果をあげているが、保健師を助けるような保健委員のような住民ボランティアを隣近所同士をつくり、高齢者の声掛けをしたらどうか。 <p>■活動披露のための居場所合同イベントの企画</p> <ul style="list-style-type: none"> 年に1回～2回等、各「居場所」参加者が一同に集う催し物を企画し、それぞれの活動内容を披露し合うことにより“やる気”が出て、更なる継続性が出るのではないかと。また統一感を醸成し、市の取り組みを広くPRできるのではないかと。 男性の方には、女性複数出迎えに行くとか、「夫婦の日」や「男の会」と言った限定イベントを企画したらどうか。 高齢者は昔話をするのが好きという傾向があると思うので、「昔話、自慢話大会」などというイベントをやり、生い立ちや仕事、趣味、自慢話、苦労話等、持ち時間を与えて、話し手・聞き手を順番にやっていただいたらどうか。 これから高齢者の仲間入りをする予備世代の男性の意見を聞いてみることもよい。このように試行錯誤を続けながら長期的に良い「居場所」を運営していくことが重要である。 <p>■各地の事例発表会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> 成功事例や参加者の感想など情報を共有することにより、仲間を増やし、更なる活性化が生まれるのではないかと。また、人が増えることによりマンネリ感が薄れ、活性化に繋がれるのではないかと。 KPIの設定根拠と実績、整備補助金の詳細な内訳、意見交換会での参加者の感想や意見を定期的に公開し、事業費効果の中間管理・検証を強化したらどうか。 <p>■社会的な役割を担う仕事の依頼</p> <ul style="list-style-type: none"> 趣味のものだけではなく、社会貢献度の高い、自分が社会に役立っていることが実感できる活動を含めていくことで、男性の参加率も上がるのではないかと。 不法投棄防止を訴える看板に利用するキャッチコピーを考えてもらうコンテストを開催する等、行政の仕事に絡めて行政の取り組みと一緒に取り組んでもらうのはどうか。また、自治会や団体が行う清掃活動への参加・協力依頼をしたらどうか。 <p>■空き家の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> 市の商店街のあちこちにシャッター通りが見受けられるが、空き店舗の活用も考えられる。また、空家等がスーパーの近くにあれば、足腰が痛くても車で買い物ついでに寄れるのではないかと。 	
<p>【評価△】</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加が中断された人等に対して、自宅訪問することにより理由等を聞いて対応すべきだと思う。 「居場所」の開設・運営が高齢者主体となっているため、各事業内容(講演、体操、カラオケ等)に温度差、マンネリ化により参加者が偏る傾向があるのではないかと。 			
<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 機会提供を前提に考えると都留市内全ての自治会で開催できると理想的である。 補助金執行額や用途に差があり、どのような「居場所」運営がなされているか見えてこない部分がある。 不参加者が参加したくなる取り組みが必要である。 KPIの見直しが必要か。開設場所に比較して人数と回数の達成率が高い。要支援1・2の人、ハイリスクの人に対して、ポピュレーションとしてどのくらいのカバー率だと効果が期待できるかを検討したらどうか。 外出頻度は平成22年と比較して微増しており、居場所づくりは外出のきっかけとしては有効だが、開催頻度から考えると、介護予防につなげるには工夫が必要だと考える。 男性の参加者が少ないことと、地域のリーダーが高齢者なことも課題である。また、男性の参加者が特に外に出ない状況を改善するには、高齢者自らの主体に委ねては進展は限定的であると考え。しかし、あまり目的、目標を持たせすぎると、負担に感じてしまう高齢者への配慮も必要か。 外出を控えている理由の一位が足腰の痛みという結果から考えると、「居場所」が近くでないと参加が難しいことが挙げられる。 			
		コーディネーターによる意見のまとめ	
		<p>■人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> 居場所づくり事業(健康ポイント制度も含む)は、市の保健師をはじめ職員の数には限界があるため、手助けをするボランティア等を育成する必要がある。 <p>■男性が参加し易いプログラム開発</p> <ul style="list-style-type: none"> 居場所づくり事業には男性が参加しにくい状況があるため、「社会貢献」などに関するもの等、男性が参加し易いプログラム(仕組み)が必要である。そのためには既に参加していたり、意欲的な男性の分析が必要である。 <p>■大学生の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内には都留文科大学や健康科学大学があるので、大学生の若い力を活用するとともに、大学生の利益になるような枠組み作りを開発する必要がある。 <p>■居場所づくり事業と健康ポイント事業の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> この二つの事業を絡めて運用し、高齢者の居場所づくりを活用し、健康ポイント事業に巻き込めるようなスキーム作りが必要である。 	

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	福祉保健部	長寿介護課	担当名	高齢者支援室	事業No.	①-1
------	-------	-------	-----	--------	-------	-----

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクトI	生涯活躍のまち(CCRC)事業の推進
施策名	施策5	ライフステージに応じた健康づくり

都留市総合戦略			
戦略名 施策名	共通戦略	都留市版生涯活躍のまち(CCRC)事業の推進	
	戦略5	安全・安心・快適なまちの創生	
	施策1	ライフステージに応じた健康づくり	
交付金名	地方創生先行型交付金	平成27年度決算額	1,474,302 円

事業名 (交付金事業名)	福祉拠点整備事業(居場所づくり)
目的	高齢になっても元気で生きがいを持ち、住み慣れた地域でいきいきとした生活を送ることができるよう支援することによって、健康寿命の延伸を図る。
内容 <small>必要に応じて説明資料・写真を添付すること</small>	身近な歩いていける場所に、地域の誰もが気軽に立ち寄りおしゃべりをしたりする場である「居場所」を高齢者自らが主体となって開設・運営することを支援する。 支援内容 施設のバリアフリー改修費用、施設の借上料、備品の購入費用、講師の招聘費用・手配、運営費の補助等。
【Do】 事業の実績 取組状況	平成27年7月に市内7地区で、早稲田大学荒尾研究室の協力を得て「居場所づくり」の意義や手法等を紹介する説明会を開催するとともに、民生委員定例会・老人クラブ理事会等様々な場を通じて周知活動を行っている。 平成27年居場所開設箇所 6カ所 平成28年居場所開設箇所 4カ所 他平成26年より活動を支援している1ヶ所を含め計11カ所が活動中であり、1ヶ所が準備中、その他複数箇所より開設に向けた相談が寄せられている。

【Check】 課題	現在の居場所の多くが自治会館を使用して実施されており、自治会館を使用した居場所の場合は月1～2回程度の開催頻度になってしまう状況である。今後は、より身近な場所にある空き家や空き店舗を利用した常設型の居場所開設を推進したいが、使用可能な空き家などがなかなか見つからない状況である。		
	【Check】 平成27年度 自己評価	必要性	A 必要性が高い
		有効性	A 有効性が高い
		効率性	A 効率性が高い
		KPI達成率	B 概ね目標を達成している(達成率70%～100%未満)
	早稲田大学と共同で実施した市内7地区での説明会の他、様々な機会を通じて居場所の有効性等を周知したことにより、居場所の開設を促進することができた。また、居場所に参加する方は、一様に楽しそうで、健康づくりにおける居場所の有効性が確認できた。		

事業費(円)	平成27年度決算額	(平成28年度 予算額)	(平成28年度 決算見込額)		
	1,474,302	3,320,000	3,320,000		
H27財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
	1,474,302				0
【Do】・【Plan】 平成27年度 事業費内訳 (具体的に)	■都留市いーばしょづくり整備補助金(1,474,302円) さなえ会 138,000円(施設借上料、備品購入費、運営費) 弁天町自治会 300,000円(施設修繕料 備品購入費) 新井さくらクラブ 288,870円(施設修繕費、備品購入費、運営費) 新町居場所会 443,260円(施設修繕費、備品購入費、運営費) 四日市場自治会 140,172円(備品購入費) 集寺(つどってらー) 164,000円(備品購入費、講師招聘費、運営費)				

◎外部評価人 評価・意見等	詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照
	・高齢者と学生による世代間交流による運営 ・住民ボランティア創設による人材育成 ・社会貢献度が高く、男性が参加しやすいプログラムの開発 ・居場所づくりと健康ポイント事業の連携 ・空き家の活用 ・大学生の活用

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】					
①KPI名称	元氣な都留市「いーばしょ」づくり等開催箇所				
H31年度目標値	年50ヶ所				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	6	12	-	
達成率	-	12%	24%	-	
②KPI名称	元氣な都留市「いーばしょ」づくり等開催回数				
H31年度目標値	年300回				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	82	188	-	
達成率	-	27%	63%	-	
③KPI名称	元氣な都留市「いーばしょ」づくり等参加延べ人数				
H31年度目標値	年5,000人				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	1193	2,820	-	
達成率	-	24%	56%	-	

【Action】 改善策 今後の方向性	閉じこもりがちな虚弱な高齢者などが、より居場所に通い易い環境を整備するため、居場所の開設箇所の増加を図るとともに、継続して居場所が運営されるよう、都留文科大学の学生など若年層の居場所への参加を促進することにより、居場所の新たな担い手を育成する。 また、居場所が高齢者にとってより楽しい場となるよう、新たなメニューの開発や運営方法の改善等を支援する。
	(具体的内容) ・介護支援ボランティア制度の構築により、新たな担い手を育成する。 ・老人クラブや自治会等に対し、居場所の意義等について継続的に周知する。 ・現在の居場所の中から、モデル的な居場所を設定し、その活動を広報やCATVを通じて周知するとともに、新たな試みなどを実施して行く。 ・現在は、多くの居場所で健康運動指導士・理学療法士等による健康づくりのための体操等のメニューとして取り入れているが、これに都留文科大学の学生による英語教室や健康科学大学により健康相談等のメニューを加えることにより学生の参加を促進する。 ・各居場所が自らの活動内容や成果を披露することができるイベント等の開催、または各地域の様々なイベントに居場所への理解が深まるような展示や成果の披露の場を設けられるよう働きかけを行う。 ・男性向けのメニューなどを検討し、男性の参加を促す。 ・先進事例や活動内容について写真も入れた事例集などを作成し、居場所づくりの意見交換会や地域環境課主催の自治会連合会等の会議などで紹介や事業のPRを行っていく。

事業名	①-2 健康ポイント制度導入事業	担当部署	保健福祉部・長寿介護課・高齢者支援室
<p>市の取組への評価・課題</p>	<p>【評価〇】 ・ポイントが付与されることや保健師等専門家の指導のもとで目標を設定できることから、健康づくりの意欲や向上を図ることができることは評価できる。</p> <p>・「居場所」への参加等運動だけではなく、健康習慣の実践にも、ポイントが付与されることは良いことと評価できる。</p> <p>・健康を目的に運動を行う誘因を作り、地域の店舗で使えるポイントが貯まり、買い物で地域も潤うというスキームは非常に美しいと感じる。</p>	<p>具体的な対応策・提案</p>	<p>コーディネーターによる意見のまとめ</p>
	<p>【課題】 ・健康ポイント手帳の登録は、保健師4名体制で500名の登録をされたことは非常に素晴らしい。しかし、保健師だけでは限界があるので、自治会長、民生員、商店街の方、公募の市民などを養成しないと対応に限外があるのではないのか。</p> <p>・KPIの目標値が実数で4,200人であるとすると、カバー率50%は、そもそも目標値として高すぎるか。</p> <p>・地域行事等に参加する人は、既に意欲のある方や健康である人が多いと思うので、そういった場に顔を見せない人こそ、健康ポイント制度が普及すればよいと考える。</p> <p>・「健康ポイント制度」や制度利用によるメリット(わくわくカードへのポイント付与等)の周知が弱く感じる。また特典がわくわくカードだけでは、メリットが少なく感じる。</p> <p>・付与したわくわくポイントがどのくらい利用され、地域に貢献されたか検証した方がよいのではないか。</p> <p>・元々意欲でない、高齢者にどう普及を図るかがポイントと思われる。意欲的に活用できる高齢者とそうでない高齢者の間で大きな不均衡が生じるが、だからといって無理を強いると長く続かなくなる。また、ポイントを付与することによって、買い物ができるのも意欲的な一部の高齢者に偏ってしまわないか懸念される。</p>		

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	福祉保健部	長寿介護課	担当名	高齢者支援室	事業No.	①-2
------	-------	-------	-----	--------	-------	-----

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクトI	生涯活躍のまち(CCRC)事業の推進
施策名	施策5	ライフステージに応じた健康づくり

都留市総合戦略		
戦略名	共通戦略	都留市版生涯活躍のまち(CCRC)事業の推進
施策名	戦略5	安全・安心・快適なまちの創生
	施策1	ライフステージに応じた健康づくり
交付金名		平成27年度決算額 円

事業名 (交付金事業名)	健康ポイント制度導入事業 (交付金事業以外から選定)	
目的	高齢になっても健康でいきいきとした生活を送ることができるよう、日頃から運動や食生活の改善等の健康づくりに取り組む65歳以上の高齢者を増加させることにより、健康寿命の延伸を図る。	
内容 <small>必要に応じて説明資料・写真を添付すること</small>	高齢者が抱える健康課題の解消等を図るため、各々の状態に応じた目標を設定し、その目標達成のためにどのようなメニューに取り組むかを、保健師等の指導により設定し、そのメニューをできたかどうかをポイント手帳に記入することによりポイントを付与する。また、健康診断や居場所等への参加を促進するためそれらへの参加についてもポイントを付与する。ポイントは、地元商店街で利用可能な「わくわくカード」に付与。	
【Do】 事業の実績 取組状況	平成27年度に実施した「高齢者生活状況調査」の結果説明会(市内7地域で5~6月に開催)で制度の周知・受付を実施するとともに、地域の居場所や老人クラブ活動の場に出向き受付を行うなどした結果、10月27日現在549名が事業に参加しており、多くの人が積極的に健康づくりに取り組んでいる。	

【Check】 課題	平成28年度は、介護予防事業の財源を活用し、65歳以上の高齢者のみを対象に事業を開始した。事業参加者には、概ね好評であるが対象者が高齢であるため、申請・目標設定等に当初の予想以上に時間が掛かり、より多くのイベント等に出向き事業の周知・受付を行いたい、人員的な問題もあり機会が限られている。 対象が高齢者であるため、周知方法を検討する必要がある。	
【Check】 平成28年度 自己評価	必要性	A 必要性が高い
	有効性	A 有効性が高い
	効率性	B 効率性が認められる
	KPI達成率	B 概ね目標を達成している(達成率70%~100%未満)
	健康づくり事業については、単年度で効果を検証するのは困難であるが、手帳をみると多くの高齢者が意欲的に健康づくりに取り組んでおり、健康づくりのきっかけづくりという役割は十分に果たしていると思われる。	

事業費(円)	平成27年度決算額	(平成28年度 予算額)	(平成28年度 決算見込額)		
	-	1,226,000円	570,000円		
H28財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
	306,000	306,000		343,000	271,000
【Do】・【Plan】 平成28年度 事業費内訳 (具体的に)	健康ポイント手帳印刷製本費 378,000円 わくわくカードポイント付与機使用負担金4,000円×12月=48,000円 ポイント付与負担金 1.6円×500P×1,000人=800,000円				

◎外部評価人 評価・意見等	詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照
	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の店舗による健康ポイント手帳の発行 ・取組内容、クチコミを紹介するWebコンテンツの提供 ・対象年齢の引き下げ(40歳以上) ・居場所づくり事業との連携 ・パートナー制度の創設 ・健康ポイント制度と居場所づくり事業との一体化 ・目標値の追加 ・民間健康促進施設との連携 ・ポピュレーションアプローチ(市民全体への働きかけ) ・ハイリスクアプローチ(要支援者・引きこもり高齢者等への働きかけ)

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】					
①KPI名称	健康ポイント年間延べ付与者数				
H31年度目標値	年4,200人				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-		700	-	H28年度は65歳以上の
達成率	-		16%	-	高齢者のみ対象
②KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
③KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	

【Action】 改善策 今後の方向性	健康ポイント制度により多くの高齢者が継続して取り組むことができるよう、健康ポイント手帳を持つ方への、優遇制度や表彰制度を構築するとともに、多くの人の集まる場に積極的に出向き、健康ポイントの周知活動等を実施する。また、健康子育て課で構築する、若いうちから健康づくりに取り組む市民を増やすため、平成29年度より、65歳未満の方を対象とした健康ポイント制度を関係課と協議し開始する。 また、居場所づくり事業に取り組む団体では、多くの参加者が健康ポイント事業にも参加しており、その中で刺激し合ったり、教え合ったりといったことで健康づくりに対する取組が積極的に進められていることから、居場所に限らず多くの市民が集まる場に出向き、健康ポイント事業への市民の参加を促進する。
	(具体的内容) ・静岡県などで実施している、健康ポイント制度に取り組む方への、地元商店の割引制度の導入などについては商工会と協議する。 ・健康ポイント制度の積極的な周知活動を実施する。 ・居場所やサロン等、市民が集まる場に出向き、健康ポイント事業への参加を促進する。 ・健康ポイントの目標設定作業について、健康科学大学の保健師を目指す学生等が関われる体制を大学と協議し構築する。 ・WEBを活用した事業については、仕事を持つ市民には非常に有効であるため、今後検討する。 ・「居場所」や老人クラブ活動などの地域住民が集う場に訪問し、周知するとともに、その状況(写真)を「広報つる」やホームページに掲載するなどし、積極的な周知活動を実施する。 ・健康ポイントに積極的に取り組む市民を紹介する等、成功事例を示すことで市民の参加を促進する。 ・市主催の健康づくりに関するイベントへの参加ポイントを、通常のポイント加算イベントへの市民の参加を促すとともに、健康ポイント事業に取り組んでいないイベント参加者の健康ポイントへの参加を促進する。 ・閉じこもりがちな高齢者宅等への保健師、社会福祉士による訪問活動を通じて、健康ポイント制度や居場所への参加を促すとともに、高齢者の状態に応じ、必要な支援に繋げ重症化を予防する。

評価・提案テーマ		②子育て支援			
事業名	②-1 ママ・パパにやさしいまちづくり事業(子育て応援店登録事業)	担当部署	保健福祉部・健康子育て課・子育て支援担当		
市の取組への評価・課題		具体的な対応策・提案			
<p>【評価○】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まちづくりの一環として、利用しやすい店舗づくりの啓蒙という考えは評価できる。 ・子育て世代が良い環境で子育てをするための取組なので、利用しやすい店舗が増えるように更に普及してもらいたい。 <p>【評価△】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子育て応援店登録事業は、子育て世代の意見としては魅力を感じない。授乳は自動車の中でするし、おむつ替えは家でするし、補助ベッドも使わないので、店に設備があったからといって、その店に行こうとは思わない。 ・お子様連れのお客さんに対してのサービスは、顧客拡大のため店舗の自らの経営努力に委ねるものである。事業者自身がサービス向上が必要と感じれば、キッズスペース、ベビーベッド、おむつ替えスペースを作ればよいので、行政の仕事ではなく、商工会や店舗事業者のすべき事業と考える。 ・現状では、応援店に登録しても企業側・顧客側双方のメリットが希薄なので進展が困難である。また、必要としている店舗は自社で既に整備しているところが多いのではないかな。 ・KPIの目標値である年3軒登録の少なさでは、子育て世代の希望を叶え、定住しようと思わないのではないかな。また、安心して子育てが出来るまちづくりを達成できる取組とは思えない。 ・費用対効果からみると、予算額300万円は多すぎる。 ・製造業が補助対象外となっていることは、公平性が欠けると考える。都留市において、市民税を多く納入しているのが製造業であることを鑑みると、バランスが悪いと感じる。 ・ママ・パパにやさしいまちづくり事業は、評価シートにおける担当の自己評価のうち、必要性・有効性・効率性がC(検討が必要である)となっていることを考えると、事業を抜本的に見直しを行い、中止も視野に再検討が必要である。 ・都留市には病児・病後児保育を実施している医院が1ヵ所しかないため、働く親にとっては非常に手薄ではないかと感じる。また、市内には中小企業が多いことから介護休暇や育児休暇が取りにくい状況ではないかと考えるので、ママ・パパにやさしいまちづくり事業は、子育て応援店の登録に主眼を置くものではないと考える。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助金申請の手続きが煩雑ではないかな。 ・登録店が現在8店舗と少ない理由・原因を検証するべきである。また、この制度がどの程度パパ・ママにやさしいのか疑問がある。 ・現状の制度は、事業者の企業努力の範疇だと考えるが、引き続き制度を続けるのであれば、小規模事業者にあっては、費用負担が歯止めとなり、推進を躊躇している事業者もあるので、費用補助について事業者にも更に周知する必要がある。 		<p>具体的な対応策・提案</p> <p>■特典・サービス重視への転換</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設備投資を行う店舗に補助金を出すよりも、特典やサービス(例:〇%OFF、子どもにはオレンジジュースサービス、ポイント増量など)を提供された方が利用者はメリットを感じるのではないかな。 <p>(参考意見)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子育て応援店へ補助金を出す前に、市役所等の公共施設にキッズスペース、絵本コーナー、ベビーベッド、授乳スペースなどが欲しいと感じた。 <p>■働くママ・パパ支援の補助金への変換</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集客を目的とした予算使用ではなく、働くママ・パパ向けの補助金として、子育て支援をしたらどうか。例えば、基準を作成し、認定を受けた事業者の従業員の子どもが病気になった場合、ベビーシッター等子どもの面倒を見てもらうような仕組みへの補助としたらどうか。 ・働く子育て世代への補助とすることにより、行政が子育て支援をすることで、制度を利用した事業者が採用の優位性を構築することにより、市に拠点を置く事業者が増えるのではないかな。 また、仕組みを変えることにより、小売・サービス業だけではなく、製造業なども利用できることになることで、公平性を担保できるのではないかな。 <p>■子育て世代からアイデア募集・要望調査の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> 行政からの視点ではなく、安心して子育てができるまちづくりのコンペを募集したり、子育て世代の親たちにアイデアを出してもらったりなど、有効に活用する方法を市民と一緒に検討し、企画・実施・評価をしたらどうか。 ・行政からの視点ではなく、子育て世代から要望を調査し、店舗に直接提言したらどうか。 		<p>コーディネーターによる意見のまとめ</p> <p>■ママ・パパにやさしいまちづくり事業の再考</p> <ul style="list-style-type: none"> ・意見がたくさん出たが、いずれも制度を再考し、検証した方が良いというものがあったので、パパ・ママにやさしいまちづくり事業の概念をもう一度検討し、改善を図る必要がある。 <p>■事業者の経営努力の要請</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子育て応援店は、本来企業側側の努力で行うものと考えてるので、公金ではなく、企業側の努力(負担)とするように促すべきではないかな。 	

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	福祉保健部	健康子育て課	担当名	子育て支援担当	事業No.	②-1
------	-------	--------	-----	---------	-------	-----

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクトIV	心豊かに暮らせるきらめきのまちづくり
施策名	施策2	地域における子育て支援の充実

都留市総合戦略		
戦略名	共通戦略	-
施策名	戦略4	若く活気のあるまちづくり
	施策4	地域における子育て支援の充実
交付金名	地方創生先行型交付金	平成27年度決算額 192,680 円

事業名 (交付金事業名)	ママ・パパにやさしいまちづくり事業(子育て応援店登録事業)
目的	人口減少に歯止めをかけるとともに、地域活性化に資する「まち・ひと・しごと創生」に鑑み、若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえ、定住人口の増加を図る。
内容 <small>必要に応じて説明資料・写真を添付すること</small>	安心して子育てができるまちづくりの一環として、子育て世帯が利用しやすい店舗・施設等を「子育て応援店」として登録し、ステッカーやのぼり旗を交付。また、登録条件を満たすための店舗等の改修、備品購入等の費用に対し、30万円を上限に実支出額の2分の1相当額を補助する。
【Do】 事業の実績 取組状況	○ 登録店(H28年10月25日現在) ネットヨタ山梨 都留店、ウエルシア薬局都留田野倉店、Hair select CHARM、(有)大月自動車、(株)オギノ 都留店、戸澤歯科医院、トヨタカローラ山梨(株) 都留店、制服のオビナタ 計8店舗

【Check】 課題	本事業は子育て世帯が利用しやすい店舗・施設等を創設し、子育てしやすいまちづくりを目的としているが、登録店舗数は8社(H28年10月25日現在)に留まっている。原因のひとつとして、事業所側への補助事業であることから利用者側(子育て世代)のメリット感が薄く、子育て応援店という理由で子育て世代がその店舗を利用することが稀薄であり、結果、事業所側としても顧客確保に繋がらないため、登録申請に至らないことなどが挙げられる。こうした状況を鑑み、利用者側のメリット(割引制度等)感を前面に押し出すことにより子育て応援店の利用を促進し、事業所側にとっても顧客確保というメリットを生み出すことにより登録店の増加に繋げるよう制度の改善が必要である。								
【Check】 平成27年度 自己評価	<table border="1"> <tr> <td>必要性</td> <td>C 必要性について検討が必要である</td> </tr> <tr> <td>有効性</td> <td>C 有効性について検討が必要である</td> </tr> <tr> <td>効率性</td> <td>C 効率性について検討が必要である</td> </tr> <tr> <td>KPI達成率</td> <td>A 目標通り達成している(達成度100%)</td> </tr> </table> <p>地域活性化に資するという観点では本事業は必要性、有効性とも認められる。そのためには上記課題について調査・検討し、事業内容の見直しが必要と思われる。</p>	必要性	C 必要性について検討が必要である	有効性	C 有効性について検討が必要である	効率性	C 効率性について検討が必要である	KPI達成率	A 目標通り達成している(達成度100%)
必要性	C 必要性について検討が必要である								
有効性	C 有効性について検討が必要である								
効率性	C 効率性について検討が必要である								
KPI達成率	A 目標通り達成している(達成度100%)								

事業費(円)	平成27年度決算額	(平成28年度 予算額)	(平成28年度 決算見込額)		
	192,680	3,000,000	0		
H27財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
	192,680				0
【Do】・【Plan】 平成27年度 事業費内訳 (具体的に)	■ステッカー、のぼり旗印刷(157,680円) 各100枚 ■整備補助金(35,000円) トヨタカローラ山梨(株) 備品キッズコーナーセット購入費(70,200円×1/2)				

◎外部評価人 評価・意見等	詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照 ・制度設計の再考(施設整備補助の見直し) ・特典、サービス重視への転換 ・働くママ・パパ支援の補助金への転換 ・子育て世代からのアイデア、要望調査の実施 ・事業者の経営努力の要請
------------------	---

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】					
①KPI名称	都留市子育て応援店登録店舗数				
H31年度目標値	年3軒				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	8	0	-	
達成率	-	267%	0%	-	
②KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
③KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	

【Action】 改善策 今後の方向性	現状の事業を維持しつつ、子育て世代の親が何を求め、何を必要としているのか、市民ニーズ調査等を行い、行政目線ではなくエビデンスに基づき新事業等の創設を視野に入れつつ、今後の事業展開を図る。 (具体的内容) ・子育て応援店登録事業の広報活動を展開し、登録店を開拓する。 ・店舗利用時に割引やジュース等の無料サービスを受けられるなど、利用者にとってのメリット感を打ち出せるよう事業所へ協力依頼を行う。 ・市内子育てサークル団体への活動費補助金を交付する新事業を創設する。
---------------------------	--

事業名	②-2 マタニティータクシー利用助成事業	担当部署	保健福祉部・健康子育て課・子育て支援担当
-----	----------------------	------	----------------------

市の取組への評価・課題	具体的な対応策・提案	コーディネーターによる意見のまとめ
<p>【評価○】 ・妊婦の緊急時の安心感に繋がるため、大変良い取り組みだと感じた。</p> <p>・妊婦が安心して出産に臨めるような環境があることは、とてもよいことである。</p> <p>・必要性の大きい施策の一つだと考える。利用実績も重要だが、それにとらわれず、制度として徹底して周知を図る必要性がある事業と考える。</p> <p>【評価△】 ・子育て支援事業として、必要かつ有効な取組であるが、利用実績がチケット交付数の5%程度と低調であることから、柔軟な制度の見直しが必要と考える。</p> <p>【課題】 ・そもそもこの事業は、子育て世代の核家族率、車所有率、妊娠期・周産期の移動手段の困りごと等、市民の基礎データをもとに立てられた事業であるのか。</p> <p>・マタニティータクシーの決算見込額が7万円と少額であることから、おそらく都留市は、核家族が少なく、一家庭に自家用車が2台から3台ある家庭が多く、病院への通院は対応できているのではないのかと感じた。</p> <p>・120件中、57件交付し、実際にマタニティータクシー利用が3件しかなかったことは、利用者は前提として利用することが不安なのか、認知度が低いのか、利便性が悪いのか、必要度が低いのか、利用者が増えない理由の分析を行い、利用率の原因を明らかにすべき。</p> <p>・妊婦が安心して利用できるように、タクシー会社の対応等の運転手への教育の徹底が課題か。</p>	<p>■助成対象の拡大 ・助成対象を現在の出産に伴う入院時1回に限らず、妊婦定期健診(14回)のうち、つわりや体調が悪い場合のみを対象に2～3回助成をしたらどうか。また、出産後退院する時に、家族が迎えに来れない場合もあるので、帰りにタクシー費用も助成対象にしたらどうか。</p> <p>・市内指定タクシー業者が3社であり、市外外出時の緊急対応が助成対象となっていないため、事後申請による償還払い制度の導入を検討したらどうか。</p> <p>・里帰り出産する都留市民が里帰り先の市町村で、タクシーが利用出来るように、助成の対象を広げたらどうか。</p> <p>■タクシー会社へサービスの提供要請 ・妊婦だけではなく、家族も安心して依頼できるマタニティータクシーとするため、タクシー会社の運転手がマタニティーサポート講習を受けて知識・経験を習得してもらったらどうか。</p> <p>・タクシー会社の企業努力により、臭いに敏感な妊婦のため、禁煙車を配車したり、また病院に行くまでの間に車内で破水したり、陣痛が始まること起きる確率はあるので、その対応が出来るように運転手に研修をしてもらったらどうか。</p> <p>・助成が退院時にも使えるとなった場合は、タクシー会社の方でチャイルドシートを用意してもらったら便利である。</p> <p>■移住促進ツールとしてPR ・マタニティータクシー利用助成制度は、利用されることが良いというよりも、市民への配慮の上で存在する保険のような仕組みと考えられるので、子育て世代への移住促進ツールとしてPRしたらどうか。</p> <p>■利用者意見の反映と目標値の設定 ・利用者アンケートを実施し、満足度や意見を取り入れた方が良い。また、目標値を設定し、有効性や実効性の判断基準としたらどうか。</p> <p>・マタニティークラスの人たちに実際にアンケートを取る等して、利用しやすい制度を確立していく必要があると考える。</p>	<p>■助成対象の拡大 ・マタニティータクシー事業は、現在の出産に伴う入院時1回だけに限らず、助成対象を拡大し、利用者の利便性を向上したらどうか。</p>

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	福祉保健部	健康子育て課	担当名	子育て支援担当	事業No.	②-2
------	-------	--------	-----	---------	-------	-----

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクトIV	心豊かに暮らせるきらめきのまちづくり
施策名	施策2	地域における子育て支援の充実

都留市総合戦略		
戦略名	共通戦略	-
施策名	戦略4	若く活気のあるまちづくり
	施策4	地域における子育て支援の充実
交付金名	-	平成27年度決算額 - 円

事業名 (交付金事業名)	マタニティタクシー利用助成事業 (交付金事業以外から選定)
目的	核家族化や少子化が進む中、安心して子どもを産み育てることができる環境づくりを推進する一環として、陣痛が起きた際のタクシー利用に関する登録システムを市内タクシー事業所の協力を得て整備するとともに、経済的負担を軽減することにより、妊婦の不安を解消し、安心、安全な出産を支援する。
内容 <small>必要に応じて説明資料・写真を添付すること</small>	妊婦に都留市マタニティタクシー利用料金助成券(このとりにチケット)を交付し、出産に伴う入院時の交通手段として利用したタクシーの利用料金(乗車地から山梨県内の出産医療機関までの往路1回分)を助成。ただし、乗車地が県外の場合は、県外区間の料金分は助成対象外。
【Do】 事業の実績 取組状況	○利用可能タクシー業者 富士急山梨ハイヤー(株)、ツルタクシー株式会社、株式会社 禾生タクシー 計3社 ○チケット交付数 57件(H28年10月25日現在) ※妊婦数:120人(H28年10月25日現在) ○助成実績 3件、38,040円(H28年10月25日現在)

【Check】 課題	○チケットを利用できるタクシー業者が指定タクシー業者の3社であり、市外外出時に陣痛が発生した場合など、緊急時に利用することができない(乗車地までの迎車時間等)ことがある。利用者の利便性を考慮すると乗車時無料(チケット利用)のほか、指定タクシー業者以外のタクシーを利用した際には、申請による償還払い制度の導入が必要である。 ○助成対象は出産に伴う入院時の1回に限られているが、定期健診(通常14回)でも利用できるよう制度拡大の検討が必要である。 ○助成額については上限を設けていないため、乗車地及び出産医療機関の所在地により助成額に大きな差がある。本事業をより良く継続的に実施するため、前述の課題に併せ、助成上限額(居住地から県内医療機関までの平均的な料金)の設定を検討する必要がある。								
【Check】 平成28年度 自己評価	<table border="1"> <tr> <td>必要性</td> <td>B 必要性が認められる</td> </tr> <tr> <td>有効性</td> <td>A 有効性が高い</td> </tr> <tr> <td>効率性</td> <td>A 効率性が高い</td> </tr> <tr> <td>KPI達成率</td> <td></td> </tr> </table> <p>利用実績はチケット交付数の5%ほどであるが、本事業の目的のひとつである「妊婦の不安を解消」という観点から本事業の必要性及び有効性は高いと思われる。</p>	必要性	B 必要性が認められる	有効性	A 有効性が高い	効率性	A 効率性が高い	KPI達成率	
必要性	B 必要性が認められる								
有効性	A 有効性が高い								
効率性	A 効率性が高い								
KPI達成率									

事業費(円)	(平成27年度決算額)	(平成28年度 予算額)	(平成28年度 決算見込額)		
	-	210,000	70,000		
H28決算見込 財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
					70,000
【Do】・【Plan】 平成28年度 事業費内訳 (具体的に)	■マタニティタクシー事業業務委託料(予算額210,000円) 富士急山梨ハイヤー(株) 70,000円 ツルタクシー株式会社 70,000円 株式会社 禾生タクシー 70,000円				

◎外部評価人 評価・意見等	<p>詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照</p> <ul style="list-style-type: none"> ・助成対象の拡大(妊婦健診、退院時、市外外出時の事後償還払い、里帰り等) ・タクシー会社におけるマタニティサポート研修、サービスの提供要請 ・移住促進ツールとしてPR ・利用者意見の反映と目標値の設定
------------------	---

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】

①KPI名称					
H31年度目標値	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
②KPI名称					
H31年度目標値	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
③KPI名称					
H31年度目標値	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	

【Action】 改善策 今後の方向性	<p>妊婦さんから意見を聴取し、どのような助成を行うことが有意義かを調査検討していくとともに、利用可能タクシー業者の拡充を図る。</p> <p>(具体的内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・助成回数を見直し(定期健診時、出産後の退院時等) ・償還払い等により、指定タクシー業者以外のタクシーを利用した際にも助成対象とする。 ・委託タクシー業者へマタニティサポート講習会等の受講及びベビー用チャイルドシート等の設置を促し、これらに要する費用の一部を補助するなどし、より良いサービスの提供に努める。
---------------------------	---

事業名	②-3 子育て世代包括支援センター設置事業	担当部署	保健福祉部・健康子育て課・健康推進室・予防担当
-----	-----------------------	------	-------------------------

市の取組への評価・課題	具体的な対応策・提案	コーディネーターによる意見のまとめ
<p>【評価○】</p> <ul style="list-style-type: none"> 子育て世代包括支援センターの設置は、事業や相談を通じ母子の不安解消に繋がり、妊娠・出産・子育てと切れ目なく親を支える仕組みとして、非常に良い取り組みだと評価できる。また、子育てに関する問題の早期発見に繋がり、解決できる窓口として活用が来ている。 子育て世代への支援事業として、必要かつ有効的な事業と考える。特に父親や祖父母に向けた支援事業はとても興味深い。 家族のあり方が多様化し、妊婦や出産に対する不安を持つ方の支援が出来る仕組みを用意していることは非常に素晴らしいことだと感じる。 相談者に近い年齢の方がコーディネーターとして対応して下さるのは、利用者にとって大きな安心に繋がっていると感じる。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 次世代育成支援対策推進法に基づく事業であるが、都留市の課題、工夫した点がどこにあるか明確にした方がよい。 都留市の現状分析を行い、都留市における独自の工夫をしてもらいたい。 家庭の事情等により相談の内容は、多種多様なものと想定できるが、応じる範囲の線引きが難しい。 	<p>■学童期の相談の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本版ネウボラは、妊娠・出産の前後と幼児の子育てが主となっているように感じる。子育て世代包括支援センターでは、親が仕事と子育てが両立できるように学童期や思春期の悩み相談も行い、子育ての切れ目ない支援をお願いしたい。 <p>■家族全体で学べるセミナーの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> 若い世代のママさん向けのサービスがあっても良いと感じた。また、子育て世代支援包括センター設置事業の趣旨ではないかもしれないが、ママ・パパを対象にした事業のほか、嫁・姑問題、夫婦間の悩み等も多いと聞くので、家族の悩みに関して、家族全体で学べるセミナーを開催したらどうか。 <p>■制度の周知</p> <ul style="list-style-type: none"> 今年度スタートした事業であるので、CATV等のメディアを最大限活用する中で、子育て支援に係る市の取組を広く周知したらどうか。 <p>■制度の更なる充実</p> <ul style="list-style-type: none"> 市民の利便性を勘案し、複数個所へのセンター設置が必要であると考え。子育て世代の親・祖父母間で悩みや情報を共有できる機会を設ける等、支援メニューの更なる充実を図っていただきたい。また、コーディネーターの増員の検討が必要か。 <p>■産後の家事代行サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> つわり時や産後体調が悪い時などに、家事代行サービスへの補助があればよい。 <p>■多様な価値観への対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 子育てに関して多様な価値観があるので、親の考え方を尊重し配慮してほしい。 <p>■働くママへのキャリア支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業者にとっては、社員が妊娠することは喜ばしい反面、欠員補充に悩ませられることになるが、市でも担当部署と連携する中で、事業者向けに妊婦と向き合うための研修や、厚生労働省の支援施策の紹介をしたらよいのではないかな。 <p>■アンケートの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> コーディネーターに相談したことにより、どのように不安が解消されたかアンケートを実施し、改善すべき点があれば随時検討していく必要がある。 <p>■様々な情報の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> 子育て支援に関して、社会保険、雇用保険等の公的制度等、このセンターで情報の提供ができる仕組みがあれば、より一層利便性が高まるのではないかな。 	<p>■切れ目ない支援の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> 家族間の満足度が下がるのは、第一子が生まれた直後であるという研究結果があるが、現在の妊娠・出産の前後から幼児までの支援だけではなく、妊娠より前、そしてもっと伸ばして学童期までの切れ目ない支援をしてもらいたい。

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	福祉保健部	健康子育て課	担当名	予防担当	事業No.	②-3
------	-------	--------	-----	------	-------	-----

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクトIV	心豊かに暮らせるきらめきのまちづくり
施策名	施策2	地域における子育て支援の充実

都留市総合戦略		
戦略名	共通戦略	-
施策名	戦略4	若く活気のあるまちづくり
	施策4	地域における子育て支援の充実
交付金名	-	平成27年度決算額 - 円

事業名 (交付金事業名)	子育て世代包括支援センター設置事業 (交付金事業以外から選定)
目的	少子化対策として「子育て支援」「地域における切れ目ない妊娠・出産支援の強化」を図ることを目的に国家戦略のひとつとして位置づけられた。当市においても少子化が進み、地域のつながりの希薄化等により、妊産婦、母親の孤立感や負担感が高まっている中、妊娠期から子育て期にわたる様々なニーズに対して切れ目ない支援を行い、安心性手楽しく子育てが出来る地域の実現を目指します。
内容 必要に応じて説明資料 ・写真を添付すること	・専任の母子保健コーディネーター(助産師)を配置し、妊娠届をスタートに切れ目ない支援を実施。専門的な知見から必要な支援をしていく。 ・ワンストップ相談窓口として妊娠期・子育て家庭の個別ニーズを把握し相談支援、情報提供を行い、必要なサービスを円滑に利用できるように支援する。また、関係機関との連携を図る。 ・現行の母子保健事業の見直しを行い、産前・産後サポート事業として集団形式により同じ悩み等を有する利用者からの相談に応じ妊産婦の孤立感の解消を図る。
【Do】 事業の実績 取組状況	主な事業(10月27日現在) ①妊娠届出時の全妊婦の相談:117件 ②マタニティーコール:57件 ③お誕生コール:105件 ④パパの子育てセミナー:3月実施予定 ⑤子育て応援セミナー(祖父母に向けた、いまだき子育てのお話):1月実施予定

【Check】 課題	H28年度より開始された事業であるため、母子保健コーディネーターの配置についての周知が十分でない。また、センターの設置に合わせ現行の母子保健事業の一部見直しと新規事業を企画した。事業評価を行いながら現行事業の見直しもしていきたい。
【Check】 平成27年度 自己評価	必要性 A 必要性が高い
	有効性 A 有効性が高い
	効率性 A 効率性が高い
	KPI達成率
	マタニティーコールの相談で精神的な不安や悩みを受け医療機関へ繋ぐ、お誕生コールで家族間の課題を把握し早期に訪問し関係機関へ繋ぐなど、今までは十分に出来ていなかった対象への働きかけが充実されたことにより必要な支援事例が積み重なってきた。開始後、間もないが「切れ目ない」という視点での効果が望める事業であると思われる。

事業費(円)	(平成27年度決算額)	(平成28年度 予算額)	(平成28年度 決算見込額)		
	-	3,365,000	3,365,000		
H28決算見込 財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
	1,348,000	1,348,000			669,000
【Do】・【Plan】 平成28年度 事業費内訳 (具体的に)	■子育て世代包括支援センターコーディネーター経費(予算額3,365,000円) 母子保健コーディネーター 人件費				

◎外部評価人 評価・意見等	<p>詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家族全体で学べるセミナー開催(夫婦間・嫁姑問題等) ・働くママへのキャリア支援(事業者への研修実施9) ・学童期の相談の充実 ・制度の周知(メディア活用) ・制度の更なる充実(複数個所への設置、コーディネーター増員等) ・公的制度等あらゆる子育てに関する施策の情報提供 ・子育て世代へのアンケート実施 ・多様な価値観への対応 ・産後の家事代行サービス補助
------------------	--

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】

①KPI名称					
H31年度目標値	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
②KPI名称					
H31年度目標値	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
③KPI名称					
H31年度目標値	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	

【Action】 改善策 今後の方向性	<p>「切れ目ない」という視点において学童期、その先へのつながりについては、特に必要性を感じている。現在、発達に特性のある児、家族の健康問題を抱えている児等について家庭相談員、母子・父子自立支援員との連携を取りながら支援をしているが、事例の数も多く、複雑・困難であるため支援するスタッフの負担も多くなっている。予防的な効果を含め個への支援ばかりでなくポピュレーションアプローチとして広く支援していくことが必要と考える。</p> <p>子育て支援については、様々な方法のサービスがあるが地域の特性を理解しつつ、必要なサービスの構築が必要である。</p> <p>(具体的内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学童期以降への支援として、思春期保健体験事業の充実を図る。 ・関係機関へのつなぎとして、要保護児童対策地域協議会との連携を図る。 ・妊婦や子育て中の母親のニーズの把握について検討する。
---------------------------	--

事業名	②-4 不妊治療助成事業	担当部署	保健福祉部・健康子育て課・健康推進室・予防担当
-----	--------------	------	-------------------------

市の取組への評価・課題	具体的な対応策・提案	コーディネーターによる意見のまとめ
<p>【評価○】 ・不妊治療助成は、平成27年度は30件の実績があり、効果的に人口増加に直結する観点からみると、有効的な事業である。また、利用実績と妊娠数からみると、市民から望まれている事業と分かる。</p> <p>・高額な不妊治療費を助成することにより、不妊に悩む方々の経済的負担を軽減できることは、非常に評価できる。ただし、プライバシーの問題があるので、周知と同時に配慮も必要であると感じた。</p> <p>・不妊治療者の身体的・精神的・経済的負担を勘案すると、今後の少子化対策として拡充を図るべき事業である。</p> <p>・不妊に悩む夫婦の割合は高くなっているため、素晴らしい施策である。</p> <p>・今後、確実に需要が増加する事業と思われ、少子化対策の一環として、必要性・有効性が高い事業である。</p> <p>【課題】 ・PRが難しい部分も持っているが、認知度を上げていくための取り組みが必要である。</p> <p>・不妊に悩む夫婦への心的負担を和らげる取り組みが必要である。</p> <p>・山梨県内では不妊治療が出来る病院と診療曜日や時間が限られるので、事業者が有給休暇の取得や柔軟なシフトにより、不妊と向き合う夫婦に対して支援が必要である。</p> <p>・親の要望に全て応えているものであるのかよく分析し、予算額を増やすなど対応を望む。</p> <p>・分娩数207人のうち、6人が不妊治療で出産したという実績は、多いのか少ないのか分からないが、今後も不妊の実態は把握し、明確化する必要がある。</p> <p>・プライバシーの問題もあり、不妊対象者を無理に把握する必要もないが、情報の提供できる環境をどのようにつくるかが課題である。</p>	<p>■制度の随時見直し ・少子化対策として重要な取組であるため、今後も助成金額、申請スキーム、アフターフォロー等について柔軟に見直しが必要である。</p> <p>・申請方法を可能な限り簡便な方法にすれば、申請しやすいのではないか。</p> <p>■子育て世代包括支援センターとの連携強化 ・今年度スタートした子育て世代包括支援センターのコーディネーターとの連携を密にし、対象者の心のケア支援の強化を図る。</p> <p>■不妊治療の啓蒙活動の充実 ・不妊治療について積極的に情報提供し、希望者に対してサークル等を作って交流する場を設けたらどうか。同時に市民への理解・周知活動を行い、「都留市は不妊治療を応援する街」になればよいと考える。</p> <p>・病院や公的機関への掲示や広報つるを通じて周知を図り、広く活用できるようにしたらどうか。その際、不妊治療者のプライベートには十分配慮することも併せて周知する。</p> <p>■事業者への啓蒙 ・行政の子育て支援策に賛同する企業を募って、研修会を開催したり、認定企業としてステイタスを創出する取組を行ったらどうか。</p> <p>■都留市のPRツールの一つへ ・不妊の原因の一つにストレスが挙げられるので、自然豊かな環境をPRするとともに、若い夫婦の生活の場として、こうした支援策を都留市をPRするツールにしたらどうか。</p> <p>■児童への命の学習等の充実 ・小児、学童、思春期を通して、不妊にならないように命の学習等の実施をしたらどうか。</p>	<p>コーディネーターによる意見のまとめ</p>

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	福祉保健部	健康子育て課	担当名	予防担当	事業No.	②-4
------	-------	--------	-----	------	-------	-----

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクトIV	心豊かに暮らせるきらめきのまちづくり
施策名	施策2	地域における子育て支援の充実

都留市総合戦略		
戦略名 施策名	共通戦略	-
	戦略4	若く活気のあるまちづくり
	施策4	地域における子育て支援の充実
交付金名	-	平成27年度決算額 - 円

事業名 (交付金事業名)	不妊治療助成事業 (交付金事業以外から選定)		
目的	少子化対策の一環として、不妊治療を受ける夫婦の経済的負担を軽減し、都留市における出生率の向上及び定住人口の拡大を図ることを目的として治療に要する費用を助成する。		
内容 <small>必要に応じて説明資料 ・写真を添付すること</small>	<p>・特定不妊治療(体外受精及び顕微授精)及び平成28年度からは、一般不妊治療(タイミング療法、ホルモン療法や人工授精)に要した治療費について助成する。特定不妊治療については、平成21年から助成を開始し、直接要した費用の総額から、県事業に基づく助成額を控除した額で、1回の治療につき15万円を限度に助成し、助成期間は県事業の助成期間としている。一般不妊治療については、直接要した費用(治療・検査は自己負担額、人工授精は費用全額)のうち、1年度あたり10万円を限度に、継続する5年間助成とした。</p> <p>・申請時の対応については、専門の保健師・助産師があたり、相談や情報提供を行っている。申請については、ホームページからの申請書のダウンロードや郵便での提出も可能としている。</p>		
【Do】 事業の実績 取組状況	申請件数	H21 8件(4人) H22 15件(10人) H23 13件(8人) H24 18件(12人) H25 22件(13人)	妊娠 5人 4人 7人 5人

【Check】 課題	<p>・国が特定不妊治療支援事業の助成金を拡大し、子育て支援に力を入れていることから、不妊治療を受ける人は全国的にも増加しており、今後も特定不妊治療費助成事業の助成件数の増加が見込まれる。</p> <p>・不妊治療は身体的、精神的負担が大きい上に、医療保険の対象外で高額な治療費を要するため、安心して治療ができるよう支援体制を整えていく必要がある。</p> <p>・対象者の把握が難しい事業であるので、不妊に悩む夫婦が安心して相談できるよう、周知方法を充実し、必要な情報を適切に提供できるよう、リーフレットやホームページの内容等を検討していく必要がある。</p>								
	【Check】 平成27年度 自己評価	<table border="1"> <tr> <td>必要性</td> <td>A 必要性が高い</td> </tr> <tr> <td>有効性</td> <td>A 有効性が高い</td> </tr> <tr> <td>効率性</td> <td>A 効率性が高い</td> </tr> <tr> <td>KPI達成率</td> <td></td> </tr> </table> <p>経済的負担が原因で、子どもを諦める夫婦がないように治療費を助成することで子どもを望む夫婦が安心して子どもを産み育てる環境づくりを行うために必要であり、少子化対策としては期待できる事業である。</p>	必要性	A 必要性が高い	有効性	A 有効性が高い	効率性	A 効率性が高い	KPI達成率
必要性	A 必要性が高い								
有効性	A 有効性が高い								
効率性	A 効率性が高い								
KPI達成率									

事業費(円)	(平成27年度決算額)		(平成28年度 予算額)		(平成28年度 決算見込額)
	2,879,412		2,750,000		2,750,000
H28決算見込 財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
					2,750,000
【Do】・【Plan】 平成28年度 事業費内訳 (具体的に)	<p>■特定不妊治療費助成金(予算額)2,250,000円 15件×150,000円</p> <p>■一般不妊治療費助成(予算額500,000円) 5件×100,000円</p>				

◎外部評価人 評価・意見等	<p>詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子育て世代包括支援センターとの連携 ・不妊治療の啓蒙活動の充実 ・経済的支援の拡充と心のケアの強化 ・事業者への啓蒙(子育て施策賛同企業への研修会等) ・児童への命の学習等の充実
------------------	--

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】

①KPI名称	H31年度目標値				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
特定不妊申請者件数	-			-	
達成率	-			-	
②KPI名称	H31年度目標値				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
一般不妊申請延件数	-			-	
達成率	-			-	
③KPI名称	H31年度目標値				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	

【Action】 改善策 今後の方向性	<p>不妊治療は身体的、精神的負担が大きい上に、医療保険の対象外で高額な治療費を要するため、安心して治療ができるよう支援体制を整えていく必要がある。</p> <p>経済的負担が原因で、子どもを諦める夫婦がないように治療費を助成することで子どもを望む夫婦が安心して子どもを産み育てる環境づくりを行うために必要であり、少子化対策として今後も事業を進めていく。</p>
	<p>(具体的内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対象者の把握が難しい事業であるので、不妊に悩む夫婦が安心して相談できるように周知方法を充実するとともに、必要な情報を適切に提供できるようにリーフレットやホームページの内容等を見直し、申請が気軽にしやすく相談しやすい体制に改善する。 ・申請時には、専門の保健師等があたり、相談環境を整えながら、心のケアにあたる。 ・各医療機関への周知を行い、申請がしやすいように改善する。

評価・提案テーマ		③水質保全	
事業名	③ 河川浄化対策事業	担当部署	市民部・地域環境課・環境保全担当
市の取組への評価・課題		具体的な対応策・提案	コーディネーターによる意見のまとめ
<p>【評価〇】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水は都留市の大切な地域資源であるので、河川浄化対策は大いにやってもらいたい。 ・家中川クリーンプロジェクト等によって、まちに活気があるように感じられる。家中川は単なる水路ではなく、きちんと手入れがされていれば、観光スポットとなる。 ・薪で作られたオブジェは温かみがあり、良い雰囲気が出ている。実際に家中川お歩いていると、鯉を眺めて足を止めている人が多くいる。観光客のためのスポットだけでなく、市民の憩いの場になっていると感じた。 ・鯉の放流イベントや環境教育等、子どもたちを巻き込んだ企画は、効果的と評価できる。 ・水質調査の結果をみると、この10年間で川が非常に綺麗になったことは、浄化槽の普及や環境教育など市の取り組みの成果だと評価できる。今後も20年後、50年後を見据えて取り組みを推進してほしい。 ・都留と言えば、平成の名水百選に選ばれた、十日市場・夏狩湧水群をはじめとして、「水のまち・都留」というイメージが定着している。今後もCATVやSNSなどを活用する中で、河川浄化の取組の成功例や水質検査の実績等を紹介したり、不法投棄防止や浄化槽の定期検査等を広く啓蒙していただきたい。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小、中学校、事業者を対象に環境に関するアンケートを実施したとのことであるが、これを施策にどのように活かすかが課題である。 ・目標設定は難しいが、水質検査の結果において大腸菌等の数値を改善させるような目標値を設定したらどうか。目標値を設定すれば、やりがいにも結びつき、どこに向かえばよいのかフォーカスがしっかりするのではないかと考える。 ・水質汚濁の要因の一つとして、単独浄化槽のメンテナンス不足による機能低下が挙げられるが、市民の認識度が弱く感じるので、市民への啓蒙や浄化槽の定期検査を促す仕組みが必要か。 ・昔からある川にゴミを捨てる習慣は、今後推進していく移住促進に大きなマイナスイメージになる。広報等による呼びかけや清掃活動はもちろんであるが、川にゴミを捨てる人には、もっと厳しい措置を検討する必要がある。 		<p>■”みんなで都留市をキレイにプロジェクト”の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都留市では、伝統的に定式を行っているが、その他に「居場所づくり」に参加の高齢者や各団体に呼び掛けて、年に1回、市内の大掃除の日を作ったらどうか。 ・浄化槽の定期検査を行っている家庭には、市からステッカーを付与して玄関等に貼ってもらったらどうか。 ・ゴミ拾い等の清掃活動のやる気を出すために、SNSに清掃前・清掃後の写真を掲載して、つるビーがリプライ(褒める)するようにしたら、取り組みが盛り上がり、若者の参加率も上がるのではないかと。これによりTwitterで拡散し、ループ的に活動が広がれば、新しい展開が期待できるのではないかと。 <p>■学校・幼稚園・保育園による河川クリーンラリーの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子どもと親を巻き込んだ学校、幼稚園、保育園とともに、河川クリーンラリーを実施し、当番制で河川の清掃とゴミ拾いを行ってもらったらどうか。 <p>■居場所づくり事業・健康ポイント制度との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・居場所づくり事業で水に関する講演会を開催したり、老人クラブ、自治会も子どもたちによる河川クリーンラリーに参加してもらい、参加すると健康ポイントがもらえる仕組みにしたらどうか。 <p>■他イベントとのコラボレーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・単なるゴミ拾いのイベントでは興味が持てないので、フットパス等を行い、イベントの最後にゴミ拾いをしたり、婚活イベントを開催して、川遊びをしてから、最後にゴミ拾いをする等、他のイベントとコラボレーションすれば、環境美化に興味がない人も参加するようになるのではないかと。 <p>■マスコミ等の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マスコミ・SNS等を使い、取組により河川が綺麗になっていることを大々的に市民等にお知らせするとともに、各イベントに参加し、河川浄化に貢献している学校や自治会、老人クラブなどの方をじょいつる市場で表彰したらどうか。 <p>■都留文科大学研究者との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都留文科大学の初等教育学科の中には、十日市場・夏狩湧水群の水質調査を行う教員や学生がいるので、大学と連携して水質保全に取り組めないかと。 <p>■浄化槽の適正管理への仕組みづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・浄化槽の管理不全を市でチェックできる仕組みを検討したらどうか。 <p>■不法投棄対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に不法投棄が多い地域には防犯カメラを設置したらどうか。また、有料となる産業廃棄物等が不法投棄の要因となっていることを踏まえ、事業系の有料ゴミを無料で処理できるようなキャンペーンを実施してみたらどうか。 ・不法投棄に際しては、捨てる側としてはゴミがなく綺麗なところには、捨てづらく、汚いところには捨ててしまう心理がある。まず綺麗にして、見た目には働きかけるとい意味では、常に綺麗にしておくということを意識して取組みを進めていただきたい。 ・ゴミの不法投棄が多い箇所は重点的にパトロールを行っていることを周知した上で、氏名公表や通報制度を取り入れてみたらどうか。現状のところ、大規模な不法投棄以外、何ら罰則が適用されていないことが、不法投棄を放任に繋がり、改善されない理由になっているのではないかと。 <p>■子どもへの環境教育の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在、学校・幼稚園・保育園などの子ども達に対して環境教育を充実して実施しているが、親たちの意識改革として、それを親たちに伝えてもらい、家族でポスターを作ったり、家族の考えを学校で発表してみたら効果的ではないかと。 	<p>■川と人との距離感</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回の提案では、河川対策の決定打となる提案・意見は無かったが、全体的に共通して、イベント開催、環境教育、子どもの教育から親に対する社会教育というような話で、川と人との距離感の話が多かった。 ・現在は、残念ながら川と人との関係性が遠いので、これを近づけるように中長期的な取り組みが必要となると考える。

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	市民部	地域環境課	担当名	環境保全担当	事業No.	③
------	-----	-------	-----	--------	-------	---

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクトIV	心豊かに暮らせるきらめきのまちづくり
施策名	施策5	利便・快適な住環境の整備

都留市総合戦略		
戦略名 施策名	共通戦略	都留市版生涯活躍のまち(CCRC)事業の推進
	戦略5	安全・安心・快適なまちの創生
	施策3	利便・快適な住環境の整備
交付金名	-	平成27年度決算額 - 円

事業名 (交付金事業名)	河川浄化対策事業 (交付金以外から選定)
目的	ごみの不投棄や生活排水による公共水域の水質汚濁の防止
内容 <small>必要に応じて説明資料・写真を添付すること</small>	<ul style="list-style-type: none"> ■対象区域で合併浄化槽を専用住宅に設置した者に補助金を交付する。 ■市内10河川23箇所水質調査(年2回実施) ■河川清掃 ■不法投棄禁止看板の設置及び配布 ■自治会や団体が行う清掃活動へのごみ袋の配布 ■河川環境保全のための環境教育の実施
【Do】 事業の実績 取組状況	<ul style="list-style-type: none"> ■平成27年度浄化槽設置事業補助金交付額(53基 19,720,000円) ■市内10河川23箇所水質調査及び公表(7月、2月実施 259,200円) ■自治会、各種団体等89団体にごみの袋を配布及びごみの回収。(約6000枚) ■広報等により浄化槽の適正管理の啓発。 ■CATVにより河川浄化について放映。(園児を対象に環境教育を実施) ■家中川の浄化対策として、鯉放流イベントを行った。 ■小、中学校、事業者を対象に環境に関するアンケートを実施した。 ■家中川クリーンプロジェクトの実施(11月13日予定)

【Check】 課題	家中川等の町中を流れる河川の主な汚濁の要因として、ごみの不法投棄や家庭排水の流入が多い浄化槽の管理不全などがあげられる。ごみの不法投棄については、昔から川にごみを捨てる習慣があり意識の改革が必要である。また、浄化槽の適正な管理においては、浄化槽法に基づく法定検査や保守点検等の実施が適切に行われていないことによる浄化槽の機能低下に伴う汚水の排出が問題となっている。								
	【Check】 平成27年度 自己評価	<table border="1"> <tr> <td>必要性</td> <td>A 必要性が高い</td> </tr> <tr> <td>有効性</td> <td>A 有効性が高い</td> </tr> <tr> <td>効率性</td> <td>A 効率性が高い</td> </tr> <tr> <td>KPI達成率</td> <td></td> </tr> </table> <p>法定検査受検率の向上を図るため浄化槽設置事業補助金交付要綱の改正を行い、申請時に法定検査の申込み書の写し(7条検査及び11条検査)、実績報告時に領収書の写しの添付を義務付けるなどの対策を行った。</p>	必要性	A 必要性が高い	有効性	A 有効性が高い	効率性	A 効率性が高い	KPI達成率
必要性	A 必要性が高い								
有効性	A 有効性が高い								
効率性	A 効率性が高い								
KPI達成率									

事業費(円)	平成27年度決算額		平成28年度 予算額		平成28年度 決算見込額
	20,250,766		29,865,300		23,891,892
H27財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
	6,573,000	6,573,000			7,104,766
【Do】・【Plan】 平成28年度 事業費内訳 (具体的に)	<ul style="list-style-type: none"> ■浄化槽設置事業補助金(29,336,000円) ■水質調査業務委託(262,000円) ■ごみ袋(149,040円) ■不法投棄看板(118,260円) 				

◎外部評価人 評価・意見等	<p>詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照</p> <ul style="list-style-type: none"> ・居場所づくり事業等と連携した河川清掃イベントの開催 ・学校、幼稚園、保育園による河川クリーンラリーの開催 ・フットパスや婚活イベント等のイベントとのコラボレーション ・都留文科大学研究者との連携 ・SNSを活用した清掃活動のやる気向上 ・不法投棄者の公表、通報制度の導入 ・メンテナンス済の浄化槽へのステッカー付与 ・大量不法投棄箇所への監視カメラの設置 ・子どもへの環境教育の充実
------------------	--

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】

①KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
②KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
③KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	

【Action】 改善策 今後の方向性	<p>河川の浄化対策として、最も重要とされることは市民の意識改革であり、河川を浄化するために、「河川に汚水を流さない」「河川にごみを捨てない」などの啓発活動を実施し、市民の環境意識の向上と、河川環境の保全を図る。きれいな川を実現するために、「生活排水対策」、「河川水質保全対策」、「ごみの不法投棄対策」、「河川環境保全イベント」、「その他啓発活動」に取り組む。</p> <p>(具体的内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生活排水対策 <ul style="list-style-type: none"> ⇒下水道が完備されていない区域においては、単独浄化槽から合併浄化槽への入替を促進していく。また、下水道処理区域及び予定処理区域については、下水道への加入を促進するため上下水道課と連携を図る。なお、浄化槽の適正な管理については、県の所管事務であるため、県及び山梨県浄化槽協会と連携を図り、法定検査を実施していない浄化槽管理者の一覧表等を作成し、訪問・通知をするなどして指導を行うよう協議し、実施に向けて推進していく。更には法定検査及び保守点検の実施を広報等により呼びかけを行う。 ・環境保全対策 <ul style="list-style-type: none"> ⇒清掃活動については、各自治会及び事業所等において、年1回程度清掃活動を実施しているが、広く周知するため自治会連合会総会等において呼びかけを行う。 ・ごみの不法投棄対策 <ul style="list-style-type: none"> ⇒不法投棄が多い箇所については、図面等を作成し、各地区の美化推進指導員の協力により、重点的にパトロールを行い、不法投棄の阻止、啓発を図る。 ・河川環境保全イベント <ul style="list-style-type: none"> ⇒市民団体等の協力により市が管理する準用河川の清掃活動を実施する。また、小中学校を対象に河川浄化環境教育を実施する。 ・その他啓発活動 <ul style="list-style-type: none"> ⇒小学生による環境保全(河川浄化含む)に関する図画コンクールを実施し、啓発ポスター及び啓発看板を作成する。また、定期的にCATV等を活用し、子供達の呼びかけにより大人への環境に関する啓発活動を実施する。
---------------------------	--

評価・提案テーマ	④移住・定住	担当部署	総務部・企画課・つる創生推進室
市の取組への評価・課題		具体的な対応策・提案	
<p>【評価○】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・CCRC事業と絡めて考えても、移住を促進するため都留市のPRはとても大切なことである。 ・設定したKPI(東京圏での移住イベントへの出展回数、具体的な移住相談に入っている方の数、お試し居住申込者数)に対して、高い数字で目標がトレース出来ている。 ・まずは、本市に実際にどれだけ踏み入れてもらえるのが重要なので、「お試し居住」を推進することは、最も実績に結びつく可能性は高い。 ・実施にお試し居住の申込み数や移住者を見ると、移住促進の成果が上がっていると見える。ただし移住者を増やすだけでなく、移住された方へしっかりアフターケアまでしっかりすることにより、市への満足感が上がるのではないかと。 	<p>■地域とのコンタクトポイントを持つ仕掛けづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住希望者に簡単に情報発信できる仕掛け(SNSやメールリスト)により、都留のイベント情報や求人情報を発信していくようにしたらどうか。 ・農業体験や畑の区画貸し等の事業を行って、都留に来訪する頻度を高める施策を打ったらどうか。 ・「道の駅つる」でも広報を行い、場合によっては、案内先の店舗と協力して都留を案内したらどうか。例えば、吉田のうどんが食べたいというお客様に店舗を紹介し、店主は都留の観光地を案内する等。 <p>■移住体験プログラムの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在、移住希望者に対して、つる知るツアー等で市内見学を行っているが、更に実際に野菜作り、公民館活動をしたり、学校でのボランティアや講義受講等を経験してもらおうような、移住者が生涯活躍できるようなメニューの拡充を図ったらどうか。 ・やり甲斐や生きがいを感じることに繋がるような仕事や人との繋がりを感じられるような提案が必要と感じる。 	<p>コーディネーターによる意見のまとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームステイによる「お試し居住」で移住の安心感を醸成する試み、Uターン・Iターンを狙った30歳同窓会、CMやキャンペーン等により、段階を踏んで都留市に呼び込む手法等の意見が多かった。しかし、周知・広報にクローズアップされているが、なかなか決定打が難しい。ここに力を入れるよりも、他に知恵使った方が良いという意見が多かったように感じる。(具体的には左の意見を参照のこと) 	
<p>【評価△】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お試し居住の1泊2日だけでは、都留市に移住する判断材料としては難しい。 			
<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住はハードルが高いこともあると思うので、U・Iターンを増やす視点が必要。 ・移住前と移住後のフォローの仕組みを説明できるか。 ・移住と結婚(婚活)を絡める手法を取ることができないか。 ・都留に定住する魅力を伝えた後のセンター来場者の反応を把握しているのか。 ・生涯活躍が出来るための具体的なメニューづくり。 ・一人暮らしの方を含めた定住後のフォロー体制、特に住民との繋がりをどのように支援するかが大切である。 ・移住希望者(検討者)350名に対する今後の具体的なアプローチ方法(イベント・ダイレクトメール)、また進捗管理の明確化が必要。 ・「お試し移住」体験者の感想、特にマイナス意見、移住を躊躇している理由等の意見を公開し、市民で共有するべき。 ・受け入れ側(都留市民)の態勢整備が急務であり、トラブルの回避(孤立防止・過剰なお節介)のための地元サポートが必要である。 ・PR事業としては、一定の評価はできるが、実際に移住・定住にどう結びつくのかを検討する必要がある。 ・下吉田の定住促進センターには、都留から訪れる人も見受けられることから、移住希望者は、何も東京に限らず、もっと身近にいるのではないかと。近隣から呼び込むとともに、都留からの流出の食い止め等が課題である。 		<p>■ホームステイによるお試し居住の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市での市民生活を肌で感じてもらい、「お試し居住」を更に推進するため、市民からホームステイの受け入れ世帯を公募したらどうか。これにより滞在先の家族とも親密な関係を築くことになるので、移住後の安心感を確保することができるのではないかと。 ・また、応募世帯から市の基準を満たした世帯を数件登録し、市が補助する中で、エコハウスのお試し居住では対応できない体験をしてもらったらどうか。 <p>■先輩移住者宅への訪問</p> <ul style="list-style-type: none"> ・様々な生活スタイルの移住者をリスト化し、目指すライフスタイルが似た先輩移住者を訪問・あるいはショートステイなどにより、実際の生活の様子を見せてもらったらどうか。 <p>■移住受け入れ者(市民)への教育</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元の人は意外と地元のことを知らないことが多い。(観光名所、ビューポイント、郷土歴史等)。移住者を受け入れる立場として、外から見た都留市の良いところ、悪いところを幅広く共有する必要があると考えるので、7月に開催した「都留市移住セミナー」のような講演会を通じて、市民と共有したらどうか。 <p>■ふるさと納税の拡充(観光ツアー)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住をしてもらうには、まず全国に都留市のファンをどれだけ増やすことが重要となるので、例えば、八重洲の生涯活躍のまち移住促進センターにおいて、都留市へのふるさと納税の募集を呼びかけ、都留市のふるさと納税の特典として、都留市の観光ツアーを出して、お試し居住に繋げるというような形をとれば、PRとなるのではないかと。 <p>■都留文科大学生を対象とした移住促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一番身近な移住者となり得るのは、大学生と考えるので、イベントの対象者に東京の方だけでなく、大学生を対象として移住促進をしたらどうか。また、都留市に魅力的働き口や大学とのコネクションが都留市の企業にもあれば、移住の選択肢になり得るので併せて考えていく必要がある。 <p>■山梨県人会連合会・やまなし移住アドバイザーとの連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京地区への移住促進策として、「山梨県人会連合会」(全国で3番目に大きい県人会組織、ふるさとリングージ200を推進)、山梨中央銀行「やまなし移住アドバイザー」(東京地区17店舗の支店長を中心に約20名配置)等との連携を検討してはどうか。幅広い情報発信が可能とあると考えられる。 	

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	総務部	企画課	担当名	つる創生推進室	事業No.	④-1
------	-----	-----	-----	---------	-------	-----

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクト I	生涯活躍のまち(CCRC)事業の推進
施策名	施策 1	生涯活躍のまち(CCRC)事業を中心とした企業誘致と雇用創出

都留市総合戦略			
戦略名 施策名	共通戦略	都留市版生涯活躍のまち(CCRC)事業の推進	
	戦略1	豊かな産業のまちの創生	
	施策1	生涯活躍のまち(CCRC)事業を中心とした企業誘致と雇用創出	
交付金名	地方創生先行型」上乘せ交付金タイプⅡ	平成27年度決算額	14,836,509 円

事業名 (交付金事業名)	都留市CCRC推進事業 (移住促進事業)
目的	東京圏への受け入れ窓口設置と移住ニーズの把握、市のPRを行う。
内容 <small>必要に応じて説明資料・写真を添付すること</small>	CCRC入居予定者ならびに子育て世代等の移住者確保を目的として、東京圏での移住セミナー・相談会への出展や、生涯活躍のまち・つるのPR、移住の受け入れ体制の構築など。
【Do】 事業の実績 取組状況	27年度実績 ・東京での移住セミナー・相談会出展 4回 ・移住希望者のリストの確保 約200名 ・お試し居住実績 8組13名 ・東京八重洲口にある生涯活躍のまち移住促進センターへのブース設置 28年度も前年を上回るペースでセミナー・相談会出展、移住相談を行っており、4組の移住が事業を通じて行われた。

【Check】 課題	移住者の受け入れ体制の整備が完了していない部分もあり、空き家の活用など他の施策と絡めて移住促進事業を考える必要がある。サービス付き高齢者住宅の完成まで入居希望者をつなぎとめるための継続的なケアが今後必要となる。								
	【Check】 平成27年度 自己評価	<table border="1"> <tr> <td>必要性</td> <td>A 必要性が高い</td> </tr> <tr> <td>有効性</td> <td>A 有効性が高い</td> </tr> <tr> <td>効率性</td> <td>B 効率性が認められる</td> </tr> <tr> <td>KPI達成率</td> <td>A 目標通り達成している(達成度100%)</td> </tr> </table> 東京圏への移住希望者へ直接アプローチができるなど従来よりも効率的に移住促進が図られている。移住希望者(検討者)のリストも28年11月時点で350名を超えるなど、効果が認められる事業と考える。	必要性	A 必要性が高い	有効性	A 有効性が高い	効率性	B 効率性が認められる	KPI達成率
必要性	A 必要性が高い								
有効性	A 有効性が高い								
効率性	B 効率性が認められる								
KPI達成率	A 目標通り達成している(達成度100%)								

◎外部評価人 評価・意見等	詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照 ・山梨県人会連合会、やまなし移住アドバイザーとの連携 ・移住受入者となる市民への教育(都留市を知る研修会実施) ・ふるさと納税特典の拡充(観光ツアー) ・長期間のお試し居住実施 ・移住体験プログラムの充実(野菜作り、公民館活動) ・ホームステイによるお試し居住実施 ・先輩移住者宅への訪問 ・身近な都留文科大学学生への移住促進
------------------	--

事業費(円)	平成27年度決算額	(平成28年度 予算額)	(平成28年度 決算見込額)		
	14,836,509	12,698,000	12,698,000		
H27財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
	14,836,509				0
【Do】・【Plan】 平成27年度 事業費内訳 (具体的に)	■移住促進イベント経費(5,000円) 東京で実施したセミナー・相談会出展料等 ■移住促進旅費(91,660円) 移住イベント出展に係る職員旅費 ■お試し居住経費(994,809円) エコハウスをお試し居住用として使用するための必要経費 ■生涯活躍のまち移住促進センター出展運営経費(13,745,040円) 東京八重洲口にある一般社団法人生涯活躍のまち推進協議会が運営する移住促進センターの運営負担金等				

【Action】 改善策 今後の方向性	生涯活躍のまち・つるを推進するに当たり、移住・定住の促進は今後さらに加速させていかなければならない。そのため現在行っている移住イベントへの出展や現地ツアーだけでなく、市民も含めた移住体制の整備や移住後のアフターケア、また既に確保している移住希望者名簿の有効活用などを検討する。 (具体的内容) ・移住コンシェルジュの設置・ホームステイ版お試し居住 ⇒先輩移住者や地元住民で趣旨に賛同していただける方を「移住コンシェルジュ」と位置づけ、都内の移住イベント等へ参加してもらう。また、現在エコハウスのみで実施しているお試し居住の地元住民宅バージョン(ホームステイ版お試し居住)を創設し、移住者の受け入れをコンシェルジュと共同で実施する。 ・移住受け入れ自治体としての市民理解 ⇒すでに実施しているおもてなし講座、今後計画している観光セミナーなどで移住に積極的な自治体として地元住民のホスピタリティや移住者受け入れへの理解を広く養う。 ・官民連携の移住施策 ⇒東京方面とのつながりのある銀行などの民間企業と連携し、効果的かつ継続的な移住者へのアプローチを行う。 ・中長期版お試し居住 ⇒旧下谷雇用促進住宅の改修(あるいはモデルルームの完成)したところで、現在、1泊2日で実施しているお試し居住を長いスパンで行うことで、より都留市のことを知っていただき、サービス付き高齢者向け住宅 への入居につなげる。 ・移住者名簿の有効活用 ⇒500名を超える名簿を確保しているが、ランク付けを明確に行い、より都留市への移住を現実的に考えられる方には積極的に市からアプローチをかける。 ・サ高住入居者の雇用 ⇒移住者を雇用した事業者への補助制度や既存のシルバー人材センターなどを包括するような求人案内など多面的に制度検討を進める。
---------------------------	--

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】

①KPI名称	東京圏での移住イベントへの出展回数				
H31年度目標値	年4回出展				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	4回	5回	-	
達成率	-	100%	125%	-	
②KPI名称	具体的な移住相談に入っている方の数				
H31年度目標値	年100人				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	100人	150人	-	
達成率	-	100%	150%	-	
③KPI名称	お試し居住申込者数				
H31年度目標値	月1組(12組)				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	8組13名	9組17名	-	H27年10月から開始
達成率	-	133%	113%	-	H28はH27.11.8現在

事業名	④-2 30歳同窓会開催事業	担当部署	総務部・企画課・つる創生推進室
-----	----------------	------	-----------------

市の取組への評価・課題	具体的な対応策・提案	コーディネーターによる意見のまとめ
<p>【評価○】 ・Uターンを増やすための施策として、有効な手段の一つだと考える。</p> <p>・同窓会の内容としては、魅力的で、実際に講演会に参加して、とても楽しかったので、その点では評価できる。</p> <p>・このイベントが直接移住・定住に効果があるとは判断できないが、数値では測れない良さがあると考え。また、イベントは一度では判断できない面もあるため、継続した開催が必要である。</p> <p>【評価△】 ・参加者がもう少し多いと良い。</p> <p>・同窓会に懐かしいから行くだけで、移住・定住にはつながらない。</p> <p>・この同窓会が「定住・Uターン就職」促進に効果的な事業なのか、また他市町村の実施状況、効果・実績、成功事例・失敗事例等を参考に、スキームの再構築が必要と考える。</p> <p>・30歳同窓会の目的の趣旨が明確に分かりづらい。400名の対象者に対して、参加が55名では少なすぎるし、そこに公費を投入することは、公平性・公共性が乏しい。</p> <p>・この同窓会を移住・定住に結び付けて考えるのは、遠巻きすぎるのではないか。</p> <p>【課題】 ・30歳の年齢設定の根拠の明確化。30歳は、定住・Uターン就職に効果が高い年齢なのか。</p> <p>・400人の対象者のうち55名の参加人数で、平成27年度Uターン就職者が2名という実績に基づく検証と事業の妥当性の検討が必要である。</p> <p>・一回の同窓会だけで終わらせず、前年参加者に対する今後の具体的なアプローチや引き続き市内に定住・Uターン就職促進するための施策が必要か。</p>	<p>■制度設計の見直し ・30歳の同窓生のみを対象に行うのではなく、目的に向けたテーマを持った集団での会議、会合、サークル活動への補助性等を検討した方が公共性・有効性があると考え。</p> <p>■開催時期の見直し ・主催者側は大変であるが、お盆の時期や年末年始など、帰省する方が多いタイミングに実施することができれば、より集客しやすくなるのではないか。</p> <p>■東京地区の開催の検討 ・東京地区で開催を検討してもよいのではないか。</p> <p>■都留で働く先輩からの仕事紹介 会の中で、都留に住む色々な年代の方を呼び、都留で働く先輩から後輩に仕事を紹介してもらったらどうか。</p> <p>・出席者だけで食事をしても、Uターンに繋がらないので、市内企業の社長や事業主と親しく話せる機会を設けたらどうか。</p> <p>■移住希望者との交流会の実施 ・都留を出た人、都留に残っている人、Uターンしてきた人等、それぞれの理由があると思うので、移住希望者に対し、それぞれの立場で話を聞く機会を設けてみたらどうか。</p> <p>■一般参加者も巻き込んだ出会いの場提供 ・講演会を目当てに訪れた一般参加者が終了後に、すぐに帰ってしまうのがもったいないので、一般の人も巻き込んだ食事会として出会いの場を提供したらどうか。</p> <p>■ふるさと納税の拡充(参加料) ・市外に移住した参加対象者にふるさと納税を依頼し、参加料をふるさと納税の特典として、継続的に都留市に愛着を形にしていだけるようになればよいのではないか。</p> <p>■継続実施による認知度向上 ・事業を継続することにより、認知度が上がっていけば、集客できるようになるのではないか。</p> <p>・毎年開催される成人式のように、年中行事の一つとして、学校単位で集まり恩師を呼んだり、懐かしいVTRを流したり、都留市のイベントとして根付くように取り組んだらどうか。</p> <p>・成人式と同じように、都留市民にとっては開催して当たり前というような他の地域にはない都留の名物のようなになれば魅力的である。</p>	<p>コーディネーターによる意見のまとめ</p> <p>・ホームステイによるお試し居住で移住の安心感を醸成する試み、Uターン・Iターンを狙った30歳同窓会、CMやキャンペーン等により、段階を踏んで都留市に呼び込む手法等の意見が多かった。しかし、周知広報にクローズアップされているが、なかなか決定打が難しい。ここに力を入れるよりも、他に知恵使った方が良いという意見が多かったように感じる。(具体的には左の意見を参照のこと)</p>

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	総務部	企画課	担当名	つる創生推進室	事業No.	④-2
------	-----	-----	-----	---------	-------	-----

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクトIV	心豊かに暮らせるきらめきのまちづくり
施策名	施策1	個々の果たす役割の明確化と環境の整備

都留市総合戦略			
戦略名 施策名	共通戦略	-	
	戦略4	若く活気あるまちの創生	※戦略2 魅力あふれるまちの創生
	施策2	出会い・連携の場づくり	※施策1 移住促進と定住支援
交付金名	地方創生先行型交付金	平成27年度決算額	800,000 円

事業名 (交付金事業名)	30歳同窓会開催事業
目的	30歳を迎える市内出身者等の交流を通し、地域の活性化や定住人口の増加に努める。
内容 <small>必要に応じて説明資料・写真を添付すること</small>	27年度に30歳を迎えた方を対象とし、同窓会と併せて下記の事業を行った。 ①地域活性化をテーマとし第一部と位置づけ講演会(D&DEPARTMENT代表相馬 夕輝氏)を開催した。 ②定住支援策や子育て支援策のPRを会場内で行った。(チラシの配布やアンケート調査の実施) ③地元企業や地域の魅力について涵養する冊子の発行
【Do】 事業の実績 取組状況	・同窓会参加者55名(参考:市内中学校出身者約400名) ・地域活性化をテーマとした講演会参加者約160名(一般市民も対象とした) ・事業を通して転入・Uターン就職者は把握できていない

【Check】 課題	事業を通じての移住、あるいはUターン就職者の把握が困難である。対象者への周知や開催時期の見直しなどが必要である。								
	【Check】 平成27年度 自己評価	<table border="1"> <tr> <td>必要性</td> <td>B 必要性が認められる</td> </tr> <tr> <td>有効性</td> <td>C 有効性について検討が必要である</td> </tr> <tr> <td>効率性</td> <td>C 効率性について検討が必要である</td> </tr> <tr> <td>KPI達成率</td> <td>C あまり目標を達成していない(達成率70%未満)</td> </tr> </table> <p>27年度に初めて実施した事業であり、実績という部分ではなかなか見えづらい部分もあった。参加者の感想としては、同世代の交流促進や地域の将来について考える機会になったという意見もあり、目的も達成できたところもあるが、移住や定住という部分では成果がでてきていない。開催方法なども含めて検討が必要である。</p>	必要性	B 必要性が認められる	有効性	C 有効性について検討が必要である	効率性	C 効率性について検討が必要である	KPI達成率
必要性	B 必要性が認められる								
有効性	C 有効性について検討が必要である								
効率性	C 効率性について検討が必要である								
KPI達成率	C あまり目標を達成していない(達成率70%未満)								

事業費(円)	平成27年度決算額		(平成28年度 予算額)	(平成28年度 決算見込額)	
	800,000		800,000	800,000	
H27財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
	800,000				0
【Do】・【Plan】 平成27年度 事業費内訳 (具体的に)	■30歳同窓会実行委員会補助金 800,000円 同窓会開催に必要な経費のうち、上限80万円を事業主体に対し補助金として交付する。ただし参加者の飲食については対象経費とせず、事業にあたり事業主体がイベント参加者から負担金の徴収や地元企業、団体等から協賛金を得ることは差支えないものとする。				

◎外部評価人 評価・意見等	詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照
	<ul style="list-style-type: none"> ・制度設計の見直し(目的、30歳年齢設定の根拠等) ・Uターン経験者などによる講演会の実施 ・移住希望者との交流会の実施 ・開催時期の検討(お盆、年末年始) ・東京地区での開催 ・市内企業等からの仕事紹介 ・ふるさと納税の拡充(参加料) ・継続化による認知度向上

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】					
①KPI名称	Uターン就職した人数				
H31年度目標値	5人(H27年度目標) ※都留市総合戦略にはないが交付金の目標として設定				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	0	2	-	
達成率	-	0%	20%	-	
②KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
③KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	

【Action】 改善策 今後の方向性	参加者の確保、他施策との連携(婚活や移住・定住施策など)など事業設計に見直すべき部分はあり、他市町村の実績や類似のイベントなどを参考にスキームの再構築を検討する。
	<p>(具体的内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加者を増やすため30歳全体ではなくとも、例えば各中学校ごとの開催にし、参加者を多く集めたところで、市の支援策やPRに努める。 ・街コンや婚活などの結婚支援とも結びつけ、より人口増の成果が見えてくるような事業形成をしていく。 ・都留市において10年後の成人式として集客ができるように根付く事業として、スキームを見直しつつ、事業を継続して行いたい。

事業名	④-3 都留市PRCM作成・放映事業	担当部署	総務部・総務課・行政防災室・法制広報担当
-----	--------------------	------	----------------------

市の取組への評価・課題	具体的な対応策・提案	コーディネーターによる意見のまとめ
<p>【評価○】 ・CCRC事業と絡めて考えても、地方創生の観点からも都留市のPRはとても大切であり、必要な事業である。</p> <p>・都留市CM4本、PR映像4本ともに、よく出来ており、都留市の魅力発信には効果は大きいと考える。</p> <p>・PRCMとしては実に素晴らしいものが出来たと思うが、県外の方がどの程度視聴したかにより、その有効性は全く異なるものになる。この事業が移住促進にどれだけ効果をもたらすのか数値で測れないが、移住先のイメージを掴みやすいという効果は、大きいと思われるので、引き続き活用手段を検討しながら、実践していく必要がある。</p> <p>・インターネットで、「都留市」と検索したとき、そこに都留市を知ることができる情報の映像があることは良いことである。</p> <p>・都留市のことが短時間で視覚的に理解できるため、有効的な取り組みだと思う。特に「都留の読み方」を扱ったCMは、とても面白かった。</p> <p>・移住に関する政策の一つ一つの柱がしっかりしているので、様々な手法を使い施策と連動することで、更に価値が上がると思う。 また、CMは、外引き網的に誰かを捕まえる手法と、都留市に興味を持っている人を一本釣りして質の高い集団を得る方法があるので、これらを駆使しながら推進されれば、面白い。</p>	<p>■”都留市のPR方法をみんなで考えるプロジェクト”の実施 ・コンペ方式で、都留市をPRする方法を提案してもらい、話題を創出したり、動画製作の後のプロモーション方法に関しても提案をしてもらったかどうか。</p> <p>・ルールを決めて、市民に動画をPR方法のコンテストを実施し、最もPRできた方を表彰したらどうか。</p> <p>・都留市の職員のメールの署名には、必ず動画のURLを入れたらどうか。</p> <p>■CM、PR映像のテーマ ・移住促進を主眼に、他県からの移住者(例:地域おこし協力隊の若者世代、アクティブシニア世代、市内の大学生等)の奮闘ぶりを数回に分けてシリーズ化したらどうか。移住して良かったところ、苦労したところをリアルに情報発信する。</p> <p>・現在の動画を有効活用するために、パロディーバージョンを作るなど、コンテンツ資産を有効活用する方法を検討し実施したらどうか。</p> <p>・フィルムコミッションを強化し、話題になった映画やドラマのロケ地(聖地)を紹介したらどうか。権利関係やギャラの問題はあるが、出演俳優のコメントがあると効果は大きいと考える。</p> <p>・都留と縁の深い、「松尾芭蕉」を最大限に活用したらどうか。(秋元三代より圧倒的に有名)</p> <p>・先日放送されたYBSの「てててTV」に市職員が出演し、都留市の紹介をしていたが、内容が非常に面白かったので、許可を取りそれを施設等で放映したらどうか。都留市は見た目の派手さや斬新さと言った部分はあまりないので、バラエティ形式、ドキュメンタリー形式の番組構成の方が、都留市の良さが伝わるのではないかと。</p> <p>・都留市民の日常(市民活動、車を持たない人の生活等)や暮らしの見える映像等を随時作成し、You Tube等へアップロードしたらどうか。また、移住者編に力を入れたらどうか。</p> <p>・他県から結婚で移住した方や、首都圏から移住された方等、様々な経緯で都留市に来た方を特集することにより、生粋の都留市民がSNS等で地元をPRしやすくする環境を作ったらどうか。</p> <p>■有名人の出演 ・出演者も都留市に縁のある人にこだわらず、発信力のある方に「つる大使」をお願いし、インパクトがあるキャンペーンを張ったらどうか。例えば、ピコ太郎など有名人に依頼し、作ってもらったらどうか。</p> <p>■つる大使白須慶子さんの応援 ・CM主演したつる大使の白須慶子さんをもっと有名になるように応援することにより、都留市のPRに繋がったらどうか。</p> <p>・白須慶子さんは、女優としての良さもちろんあるが、演技的な部分だけではなく、普段の人柄の良さなども魅力的なので、CMに出演する女優さんとして、移住・定住イベントなどに出演してもらい、魅力を伝えてもらったらどうか。</p> <p>■ツアーバスや東京都内のJR電車での放映 ・観光会社に折衝し、県内へ乗り入れツアーバスの中でCMを放映したらどうか。</p> <p>・東京都内のJR東日本電車内で放映する方法を検討したらどうか。放映に当たっては、莫大な費用が予想されるが、有効性が高い案を採用し、PRを推進する必要がある。</p>	<p>コーディネーターによる意見のまとめ</p> <p>・ホームステイによるお試し居住で移住の安心感を醸成する試み、Uターン・Iターンを狙った30歳同窓会、CMやキャンペーン等により、段階を踏んで都留市に呼び込む手法等の意見が多かった。しかし、周知広報にクローズアップされているが、なかなか決定打が難しい。ここに力を入れるよりも、他に知恵使った方が良いという意見が多かったように感じる。(具体的には左の意見を参照のこと)</p>
<p>【評価△】 ・CMは、効果があるが、フローになってしまうので、別の露出方法と混ぜてプロモーションをかけることも必要ではないのか。</p> <p>・KPIの設定がないので、目標値を設定した方がよいのではないかと。</p> <p>・CM自体はとてもよく作られていると思うが、移住希望者が見ることに繋がらないと意味がない。</p>		
<p>【課題】 ・Webを用いたプロモーションは様々な方法があるので、アイデア次第でもっと都留市を注目させることができるのではないかと。</p> <p>・CMの放送チャンネルの選択(BSのみでよいのか)。PR映像の活用方法、You Tube視聴回数の向上策の見直しは検討課題である。</p> <p>・そもそも都留を知らないのに、You TubeのCMを見ることは難しい。また、CCR事業を進める上で、高齢者がインターネットを見ているかどうか懸念される。</p> <p>・効果の把握が難しいので、他の定住事業で移住希望者からCMを見たかどうか等、把握する必要がある。</p>		

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	総務部	総務課	担当名	法制広報担当	事業No.	④-3
------	-----	-----	-----	--------	-------	-----

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクト I	生涯活躍のまち(CCRC)事業の推進
施策名	施策2	移住促進と定住支援

都留市総合戦略			
戦略名 施策名	共通戦略	都留市版生涯活躍のまち(CCRC)事業の推進	
	戦略2	魅力あふれるまちの創生	
	施策1	移住促進と定住支援	
交付金名	地方創生先行型交付金	平成27年度決算額	12,636,000 円
交付金名	地方創生先行型」上乗せ交付金タイプⅡ	平成27年度決算額	2,160,000 円

事業名 (交付金事業名)	移住促進事業 (都留市PRCM作成・放映事業)
目的	観光地及び移住定住としての都留市の魅力を情報発信するためのCMやPR映像を作成するとともに、県外住民を対象として放映することにより、都留市という名前を覚えてもらうこと、また観光地及び移住定住としての都留市をアピールする。
内容 <small>必要に応じて説明資料 ・写真を添付すること</small>	CM作成…「都留に恋したOL編」、「都留の読み方を覚えてもらおう編」、「第二の人生編」、「都会VS都留編」 PR映像作成…「都留の自然編」、「八朔祭編」、「観光施設編」、「移住者編」
【Do】 事業の実績 取組状況	・テレビCM放送(30秒CM) BS-11 2月 20回、3月 51回 計71回 BS-TBS 2月 21回、3月 25回 計46回 計 2月 41回、3月 76回 計117回 ・YOU TUBEによる動画投稿(H28.11.1現在) CM4本投稿…視聴回数9,946回 PR映像4本…視聴回数2,352回 ・各種イベント等で上映 4/24(ヴァンフォーレサンクスデー)、8/26・27(リニアフェス)、9/10(3県合同移住相談会&セミナー)、9/24(ツーリズムEXPOジャパン)、山梨中央銀行各支店(通年)、山梨県のアンテナショップ「富士の国やまなし館」(通年)、移住促進センター(通年)

【Check】 課題	コンテンツ利用としてYouTube、Face book(つるビーの協力)、ふるさと納税サイトなどで告知し、また各種イベント時などで使用しているが、その他有効な活用手段等を再模索していきたい。また、市で推進しているCCRCに活用できるよう大学コンソーシアムつるを絡めた3大学等の地域交流及び生涯学習支援、市民主体で運営されている文化協会の各種団体や健康増進教室などの紹介なども踏まえた市全体での生涯学習プログラム映像を随時追加していき、使用用途に合ったコンテンツへ更新していきたい。	
	必要性	A 必要性が高い
【Check】 平成27年度 自己評価	有効性	C 有効性について検討が必要である
	効率性	C 効率性について検討が必要である
	KPI達成率	D 数値設定が曖昧である又は把握していない
	まず最初に都留市という名前を知ってもらうためにはCMやPR映像などは有効な手段であるが、作成したCMをBS放送の2局にて放映したが、BS局については視聴率というものが算出されておらず、推計になってしまう。 PR映像は、各イベントや移住相談フェアなどでの紹介ツールとして具体的な映像を紹介していく中で、相談者への説明が明確にできた。 また、移住促進センターにおいての来館アンケートなどの実施を行っていなかったため、CM放映による認知度等の浸透程度の把握が不透明である。	

事業費(円)	平成27年度決算額	(平成28年度 予算額)	(平成28年度 決算見込額)		
	14,796,000	15,608,000	15,608,000		
H27財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
	14,796,000				0
【Do】・【Plan】 平成27年度 事業費内訳 (具体的に)	■都留市PR映像・CM作成・テレビ放映業務 内訳: PR映像(CM・DVD)作成分 3,996,000円 テレビ放映分 10,800,000円				

◎外部評価人 評価・意見等	詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照
	<ul style="list-style-type: none"> ・移住者編の強化(アクティブシニア・大学生等の奮闘の様子をシリーズ化) ・都留市民の日常・暮らしぶりに焦点 ・映画、ロケ地紹介(出演者のコメントもらう) ・松尾芭蕉のネームバリューを活用 ・ツアーバスやJR東日本車両で放映 ・有名人の出演依頼 ・つる大使白須慶子さんの応援とイベント出演 ・コンペ方式でRP方法募集

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】					
①KPI名称					
H31年度目標値	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
②KPI名称					
H31年度目標値	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	-	-	-	
達成率	-	-	-	-	
③KPI名称					
H31年度目標値	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	

【Action】 改善策 今後の方向性	作成した動画の再編集又は追加撮影などをおこない、内容の充実に努めていく。また、コンテンツの更新を随時行っていくことは難しいと思われるので、作成した既存コンテンツをどれだけ有効活用できるか検討して、PRを展開していく必要がある。
	(具体的な内容) ・YouTubeなどにアップしているPR映像を講演会やイベントなど市内・外で利用してもらえるように積極的に働きかけていく。 ・企画課において今年度実施するCM放映をBSIに絞らず、民放も視野に入れながら効果的なPR方法の検討をおこなっていく。 ・今年度は既存PR映像の補完作業として追加撮影があるため、今回外部評価人からの提案を参考に充実したPR映像となるよう撮影・編集を工夫していく。

評価・提案テーマ	⑤商業振興		
事業名	⑤ 市街地商店街活性化事業(じょいつる市場補助事業)	担当部署	産業建設部・産業課・商工観光担当
<p align="center">市の取組への評価・課題</p>		<p align="center">具体的な対応策・提案</p>	
<p>【評価〇】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商業振興と来場者のコミュニケーションの場所づくりが両立できる良い取組だと考える。 ・設定したKPIに対して、高い水準で達成が来ている。 ・5,000人の人出があるイベントを企画・実施していることは、大変素晴らしい。 ・衰退する商店街の活性化、賑わいの創出手段として必要性・有効性が高い事業と考える。 ・じょいつる市場が徐々に市民に浸透してきていることを感じる。普段遊びや楽しみが少ない文大生にとっては一つのイベントして認知しつつある。文大生の中でも運営する側、派生して見に行く人等が多くなっていると感じる。 		<ul style="list-style-type: none"> ■定期開催による集客 <ul style="list-style-type: none"> ・効果的な集客に結び付くように、定期的な開催としたらどうか。 ■土曜日開催の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・集客をみると、比較的若い層が多く感じるが、子どものスポーツイベントが多い日曜日の開催よりも、土曜日開催の方が商店街も営業している店が多くてよいのではないかと感じる。また、子どもの職業体験も実施したらどうか。 ■他市とのタイアップ企画 <ul style="list-style-type: none"> ・大胆な発想が必要なため、例えば大月市とタイアップして、軽トラ市を都留市で開催し、逆にじょいつる市場を大月市で開催したらどうか。または、八朔祭りやかがり火まつりのような伝統的な行事と絡めて開催し、集客したらどうか。 ■出店したくなる企画立案(各コンテストの開催) <ul style="list-style-type: none"> ・接客コンテスト、SNSを用いたフォトコンテストを開催したらどうか。また、招待出店者の出店料を無料にしたらどうか。 ・商品コンテストを実施し、人気投票をしたらどうか。これにより自分の商品が目されるチャンスがあれば、知人等に一生懸命広報すると思うので、自然と来場者が増えるのではないかと感じる。そして、「じょいつる市場商品コンテスト1位」というような宣伝して、その商品を店舗に買いに行くというように、じょいつる市場を通じていろいろな関係性が生まれるのではないかと感じる。 	
<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他イベントが重なるなど要因はあるが、来場者は横ばいであり、出店者が減少してしまっている。 ・商店街からの出店者が少ないように感じる。実際に商店街の人たちは、どのように考えているのか。このイベントを通じてどのような変化があったかを商店街にフィードバックする必要がある。 ・市内の商店街活性化を目的としているわりには、商店街の出店数が少なすぎる。出店者、来場者がほぼ固定化されている傾向が強く、都留市以外の来場者数を増やしていきたいので、インパクトのある内容を考える必要がある。 ・イベント開催の結果、商店街の活性化に対する効果を検証する必要がある。 ・現実的には、市民は大型店舗の進出を希望する意見が多数となると想定されるため、商店街の衰退を防止するのは、非常にハードルが高い課題である。今まで以上に商店経営者及び活性化推進者との意見交換の機会を持ち、時にはその分野の専門家などの意見も聞きながら市が主導していく必要があるのではないかと感じる。 		<ul style="list-style-type: none"> ■地域アイドル発掘オーディションの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・地域アイドル発掘オーディションを開催すれば、オーディション参加者を応援する周囲の人もお客様になるのではないかと感じる。 ■体験・交流イベントの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ヨガ、ヘアーカットショー、うどん打ちなどの体験や交流ができるイベントがあれば集客できるのではないかと感じる。 ■県外向けプロモーションの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・例えば、リニア見学センターから市内観光の導線となるように県外向けのプロモーションを強化したらどうか。 ■居場所づくり事業及び健康ポイントと連携 <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者が出店したり、イベントに向向いたりしたときに、健康ポイントを付与したらどうか。また、居場所づくり事業の活動発表の場を設定したらどうか。 ■わくわくカードのポイント適用 <ul style="list-style-type: none"> ・じょいつる市場での買い物もわくわくカードのポイントが貯まる等、商店街に還元出来るような仕組みがあったらよいのではないかと感じる。 ■大学連携のグループによるイベント企画・運営 <ul style="list-style-type: none"> ・都留文科大学、健康科学大学、産業技術短期大学の3大学連携の学生グループを組織し、「じょいつる市場」の企画・運営を委託したらどうか。 ・学生には単位取得につながるインセンティブを付与し、代わりに一定の成果をコミットするスキームを構築したらどうか。参考事例として、山梨県教育委員会による「やまなし若者中心市街地活性化協働事業(ワイワイ)」では、甲府市朝日通り商店街で11月から月1回、定期的なイベントを開催している。運営主体は山梨大学、山梨県立大学の学生グループ。11月12日には音楽祭を開催した。 ・都留文科大学の大規模サークル(モダンダンスサークルやアカペラサークル等)を運営側に巻き込めば、自ずと参加者は増えるのではないかと感じる。学科よりもサークル間の繋がりが強いと、友人を引き連れて訪れる人が多い。 	
<ul style="list-style-type: none"> ・担当の課題にあるようなマンネリ化は特に感じないが、今後内容を洗練するか、出店を増やす必要はある。数は少なくともオシャレな出店が多く、洗練されたイベントでないかと飽きられてしまう可能性もある。 		<ul style="list-style-type: none"> ■学生ボランティアの活用 <ul style="list-style-type: none"> ・学生ボランティアの手伝いを企画し、商店街の人が出店しやすくしたらどうか。 ■初出店者に対する支援 <ul style="list-style-type: none"> ・初出店者に対する市民は、出店料を免除したり、売り上げの1%とするというような支援をしたらどうか。 ■市内金融機関等との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・店主においては、規模が小さいとか、年齢的に出店するのは難しく感じて、出店に二の足を踏んでいる店が多いのではないかと感じる。みんなが出店したいというイベントにするため、地域の金融機関が起業応援の一環として、じょいつる市場に出店してみないかと顧客に呼びかけてもらったらどうか。また金融機関にも後援団体に名を連ねてもらい、運営に安心感を与え、ブランドが作れるのではないかと感じる。 ■リーフレットデザインの再考 <ul style="list-style-type: none"> ・若者はデザインの良し悪しで、イベントに行くかどうかの判断をしまうので、もう少し考えた方がよいのではないかと感じる。 ■行政主体から市民主体への転換 <ul style="list-style-type: none"> ・現在は、市役所(産業課)が主体となっているが、市民が主体となってじょいつる市場を作っていく方がよいのではないかと感じる。 ■女性の活用 <ul style="list-style-type: none"> ・シャッターを下ろしている店を開放してもらい、手作り品やお菓子、手作り惣菜等、女性らに利用してもらったらどうか。また賃貸料は、売り上げの何%等で支払ったらどうか。 ■継続実施 <ul style="list-style-type: none"> ・担当の課題に「出店者が固定化しつつあり、マルシェ自体がマンネリ化しつつある。」とあったが、始まったばかりの事業であるので、マンネリと決めつけず、出店した方の意見を聞きながら、改善し継続して欲しい。 <p align="center">コーディネーターによる意見のまとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・担い手の問題として、行政がやっけていいのか、企画・運営も地域住民や学生がやったらどうかという話があった。いろいろなハードルがあるようである。また出店料の話、企画の充実化、コンテストなどが主なものであった。 	

平成28年度「事業評価・提案会」評価シート

担当部署	産業建設部	産業課	担当名	商工観光担当	事業No.	⑤
------	-------	-----	-----	--------	-------	---

リーディング・プロジェクト		
プロジェクト名	プロジェクトⅡ	農林産物直売所(道の駅)を核とした地域活性化
施策名	施策3	地元の商業力向上と地場産業の支援

都留市総合戦略		
戦略名	共通戦略	-
施策名	戦略1	豊かな産業のまちの創生
	施策4	地元の商業力向上の支援
交付金名	地方創生先行型交付金	平成27年度決算額
		2,300,000 円

事業名 (交付金事業名)	市街地商店街活性化事業 (じょいつる市場補助事業)
目的	本事業「じょいつる市場」では、“人が集まる・いろいろなことにチャレンジできる・楽しい”イベントを実施することにより、人が集まり、楽しむ空間を作り、賑わいと交流を創出し、にぎわいのある商店街を再生することで、本市の商業の再生を図ることを目的とする。
内容 <small>必要に応じて説明資料・写真を添付すること</small>	都留市の中心部に位置する商店街(三町商店街)を歩行者天国とし、市民や都留文科大学生による出店やパフォーマンスなど、それぞれの個人や団体が自分たちを表現できる場を作り、プロやアマチュア、生産者や事業者、パフォーマー、消費者などが集う賑わいと交流の場として“じょいつる市場”を企画し、場に集客することで商店街の認知度を高める。同時に、手づくり品製作等の小商いに取り組む市民も参加することで手ごたえをつかんでもらっている。
【Do】 事業の実績 取組状況	<ul style="list-style-type: none"> ・じょいつる市場初回(H27.9.13): 来場者数約3,000人、出店団体数: 37団体 ・じょいつる市場2回(H27.12.6): 来場者数約2,500人、出店団体数: 35団体 ・じょいつる市場3回(H28.3.13): 来場者数約5,000人、出店団体数: 42団体 ・じょいつる市場4回(H28.5.8): 来場者数約4,500人、出店団体数: 39団体 ・じょいつる市場5回(H28.8.7): 来場者数約5,000人、出店団体数: 28団体

【Check】 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・出店者が固定化しつつあり、マルシェ自体がマンネリ化しつつある。 ・いずれはマルシェの運営を市民に移して主体的に実施し、市は運営補助・指導にあたること望ましいと考えられるが、担い手が現れない。 								
【Check】 平成27年度 自己評価	<table border="1"> <tr> <td>必要性</td> <td>A 必要性が高い</td> </tr> <tr> <td>有効性</td> <td>A 有効性が高い</td> </tr> <tr> <td>効率性</td> <td>C 効率性について検討が必要である</td> </tr> <tr> <td>KPI達成率</td> <td>A 目標通り達成している(達成度100%)</td> </tr> </table> <p>衰退する商店街で定期的にイベントを開催することにより、普段商店街を訪れない人が足を運ぶようになっている。出店者については、イベントを通じて自身の新規販路の開拓、出店者同士の交流が生まれている。課題は、産業課のイベントと合わせると8.9.10.11月とイベントが続き、イベント内容を深掘することができておらず、マンネリ化しつつある。</p>	必要性	A 必要性が高い	有効性	A 有効性が高い	効率性	C 効率性について検討が必要である	KPI達成率	A 目標通り達成している(達成度100%)
必要性	A 必要性が高い								
有効性	A 有効性が高い								
効率性	C 効率性について検討が必要である								
KPI達成率	A 目標通り達成している(達成度100%)								

事業費(円)	平成27年度決算額	(平成28年度 予算額)	(平成28年度 決算見込額)		
	2,300,000	1,000,000	1,000,000		
H27財源内訳	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
	2,300,000				0
【Do】・【Plan】 平成27年度 事業費内訳 (具体的に)	<ul style="list-style-type: none"> ■商店街活性化事業補助金(1,906,880円) ・報償費: 24,000円(スタッフ弁当代) ・需用費: 147,749円(たき火薪などイベント消耗品等) ・役務費: 59,067円(新聞折込、クリーニング代等) ・印刷製本費: 644,760円(チラシ印刷代等) ・備品費: 953,004円(テーブルセット、たき火台、案内看板等) ・委託費: 78,300円(警備委託) ■イベント警備業務委託(25,920円)、設備レンタル業務委託(367,200円) 				

◎外部評価人 評価・意見等	<p>詳細の評価・意見・提案は、別紙「評価・提案内容」参照</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大学連携のグループによるイベント企画、運営 ・定期開催による集客と土曜日開催の検討 ・子どもの職業体験の実施 ・地域アイドル発掘オーディションの実施 ・県外向けプロモーションの実施 ・居場所づくり事業及び健康ポイントと連携 ・初出店者の出店料免除制度等の創設 ・行政主体から市民主体への転換 ・他市とのタイアップ企画 ・各コンテストの実施(商品、接客、フォト等) ・わくわくカードのポイント適用 ・市内金融機関等の連携 ・女性の活用
------------------	---

■KPI(重要業績評価指標) 【Plan】⇒【Do】					
①KPI名称	交流展等展示会の開催支援回数				
H31年度目標値	年2回				
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-	3	3	-	
達成率	-	150%	150%	-	
②KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	
③KPI名称					
H31年度目標値					
	現況値	H27	H28見込	H31(最終)	備考
実績	-			-	
達成率	-			-	

【Action】 改善策 今後の方向性	<p>集客力の向上や出店者数の増加のため、「じょいつる市場」の開催時期や曜日について検討を行い、市内外を問わず、多くの人参加できるような企画を立案するとともに、市内の体験施設や教室、他市と協働を図る。 また、実施主体が行政から地域へ移すことができるよう、体制の構築、ノウハウの共有を図っていく。</p> <p>(具体的内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回の事業評価・提案会で出された意見をじょいつる市場実行委員会にフィードバックし、今後のイベントの改善に取り組む。 ・じょいつる市場実行委員の繋がり等を活用し、商店街や市内で活動する個人や企業の情報を集め、じょいつる市場への出店やタイアップ企画を検討する。 ・さまざまな年齢層が参加できるよう、募集及び開催周知を大学や市内企業、県外に向けても発信するように取り組む。 ・じょいつる市場の運営・開催が地域主体でできるよう、行政が担っている事務などに期限を設け、地域主体となる実行委員会の体制の構築を進めていく。
---------------------------	---