

平成 30 年度 未来づくりプロジェクト 実績報告（抜粋）

1 土台づくり 事業

1) K P I 実績

事業項目	目標	実績
a 未来志向政策提言コンテスト提案数	150 件以上	20 件
b コンテストからの政策提言数	10 件	3 件
c 高志・高質な取り組み報道数	20 件以上	60 件
d 町内説明会・講演会回数	20 回以上	0 回
e ベンチマーク自治体との恒常的情報交換	3 団体	0 団体
f 法人との恒常的連携	3 件	2 件
g ソーシャルベンチャーとの恒常的連携	3 件	0 件
h 学術機関との連携プロジェクト	2 件	2 件
i 町民向け啓発講座	5 回	18 回
J 町民・行政職員・議員向け合同研修	1 件	1 件
k 未来づくり委員会	3 種類	4 種類
l 町民提案型研修支援	3 回	1 回

2) 各事業及び成果

① 第 3 回 未来想像・創造コンテスト

■ 定量効果

応募総数：合計 20 件（目標 150 件以上／前年 107 件）

新聞報道：2 件

政策提言数：3 件（目標 10 件／前年 8 件）

■ 定性効果

- ・ 商品開発に親和性の高い事業者や団体との接触・意見交換の機会
- ・ 町の課題を自分事として捉える機会の創出
- ・ 町民や出身者以外の「支援者」の事業参画

② 課題解消を目的とした町民提案型の研修支援

■ 定量効果

提案数：1 件

研修実施：2 回

研修を基にしたワークショップ開発：2 件

研修を基にしたワークショップ実施：3 回

■ 定性効果

- ・ 理事・町民サポーターのプロジェクトへの主体的な参画意識の向上
- ・ 町民や子どもへの教育機会の増加

③ 非ネット型社会における CMSDP 型啓発プロジェクト

■ 定量効果

新聞：20 件

テレビ：7件
 ラジオ：1件
 刊行物：2件
 Web掲載：30件

■ 定性効果

- ・ 他自治体から各種プロジェクトへの問い合わせ増加、取り組みへの認知度向上
- ・ 町のプロジェクトに対する町民及び近隣住民の関心度の向上
- ・ 町と町出身者の繋がりを再強化
- ・ 情報浸透の重要性と伝えるべき内容の共有

④ 公募型『先進地』派遣型合同研修

■ 定量効果

参加者 12名（木場町長は1泊2日で参加）

内訳：町長、議員1名、役場職員3名、一般6名（うち協議会理事3名）、
 協議会1名

■ 定性効果

- ・ 情報共有の実際を体験
- ・ まちづくり団体との意見交換
- ・ 「サステイナブルタウンニセコ」の理解促進

2 『しごと』づくり 事業

1) K P I 実績

事業項目	目標	実績
a ENSAT インターンシップ受入れ事業者数	3社	5社
b 欧米試験輸出	1件	0件
c 宮崎大学とのセッション事業	2件	0件
d 若手農業事業者による『未来農業塾』講師派遣プロジェクト	5回	0回
e 未来農業ビジネス情報収集及び町内経営者へのサマリー発信	6回	34回
f 農業フェア等への出展支援	3回	0回
g ふるさと納税町内事業者占有率	60%以上	93%
h 町内農林水産事業者による新たな流通へのチャレンジ	10件	0件
i ワイン特区推進	1件	0件
J 従業員及び後継者全国公募・マッチング	5社	0社
k 首都圏レストラン直取引ネット流通システムの導入事業者	10社	4社
l 農林水産事業者・商工事業者・ソーシャル団体向け研修費用支援	5件	0件

m 『地域おこし協力隊』による『しごとおこし』支援	3人	1人
n 農業・福祉・教育・過疎由来課題×IT・AI・IOT マatching	3件	2件
o 町出身者による回帰型起業支援	2件	0件
p シングルママ向け『しごと』マatching	2件	0件
q 高齢者による生きがい型起業支援	3件	0件

2) 各事業及び成果

① ENSAT との連携による仏型農村体験プログラム研究

■ 定量効果

インターン受入事業者数 5社/KPI 3社

「参加型自然観察会 (OPB)」開催(1回)

■ 定性効果

- ・ 緑茶、長期滞在型エコツアーリズム・グリーンツアーリズムに関する提案書
- ・ Facebook グループ「OPB Kinko (参加型自然観察会@鹿児島県錦江町)」立上げ

② 未来農業ビジネス情報収集及び町内経営者へのサマリー発信

■ 定量効果

2017-2018 シーズンの研究報告：3500部全戸配布

Facebook (非公開) グループでの情報発信：34回

Facebook (非公開) グループ登録数：47名

■ 定性効果

- ・ ICT/IoT を活用した農業の可能性について検討する機会とすることが出来た。
- ・ 今後の運用の中心となる農事業者と目的の共有化
- ・ 産業振興課との意見交換により町スタンスの共有

③ ふるさと納税事業

■ 定量効果

寄附金額：63,683,484円

※ 前年度と比較して寄附金額は58%増、金額にすると26,459,383円増加
寄附件数：2,581件

※ 前年度と比較して寄附件数は69%増、件数にすると805件増加
リピーター数：873人 (2015年から現在まで、寄附を2回以上している人)

メルマガ登録者数：802人

新規事業者開拓数：13社

新規登録商品数：128商品

PV数：28,117

報道件数：3回

ふるさと納税研修受け入れ：1団体

■ 定性効果

- ・ 一部の町内事業者の熱量が向上したことで商品数の増加
- ・ マニュアル作成により、生産性の向上

- ・ 錦江町の認知度向上により、ユーザー数及びコンバージョン数が増加
- ・ 寄附額の約 4 割を占めていた町外事業者の商品掲載を停止したにもかかわらず寄附額が向上
- ・ 予約受付や定期便等の導入により、一部事業者の売上向上
- ・ メルマガ運用を開始したことで、町に興味のある寄附者のタレントプール化

④ 町内事業者の従業員募集及び後継者全国公募支援及びマッチング

■ 定量効果

スタンバイ掲載事業者：7 件（掲載求人数：10 件）

スタンバイ掲載求人ページ合計閲覧数：2655 回

スタンバイ掲載求人合計応募数：6 件

Facebook での情報発信：22 回

報道件数：2 回

町内求人情報提供数：6 件

■ 定性効果

- ・ 町内事業者の求人情報及び町の取り組みの認知度向上
- ・ 全国求人募集における訴求点及びネックを再確認
- ・ 町内の従業員不足に対するニーズ調査

⑤ サテライトオフィス誘致事業

■ 定量効果

お試し利用企業：6 社、16 名

正式進出企業：1 社（株式会社あしたのチーム）

進出企業による町内雇用：2 名

企業による「MIRAI 塾」実施：8 回

課題解消実証実験：3 回

報道件数：9 件

■ 定性効果

- ・ VQS 株式会社と連携した「MIRAI 寺子屋塾」により、小中学生の ICT リテラシー向上と 情報活用への意欲向上に寄与
- ・ 地方での ICT 活用型公営塾開設への道筋を整備
- ・ 企業の正式進出により、遊休公共施設利活用モデルとしての町内成功例として地域住民に発信

⑥ 起農誘致

■ 定量効果

パンフレット（※作成途中） 1 版

関係者との打ち合わせ 4 回

若手就農者への取材実施 1 回

■ 定性効果

- ・ 未来の起農誘致に向けた、産業振興課との協働体制の基盤確立
- ・ 若手新規就農者との困り事共有、移住者を受け入れることの必要性を再認識

3 『なかま』づくり 事業

1) KPI 実績

事業項目	目標	実績
a 空き家バンク登録	10件	0件
b 町支援者（ファン）名簿化	30名	77名
c 町出身者名簿化	30名	423名
d 町外リクレーターネットワーク	10名	18名
e 当会介入による移住者	3世帯	3世帯4名
f 社会減緩和	対前年比1%減	5%増

2) 各事業及び成果

① 移住誘致（首都圏における移住希望者向け「誘致フェア」「誘致イベント」出展参加）

■ 定量効果

- 町支援者（ファン）名簿化 77名
- 町出身者名簿化 423名
- 町外リクレーターネットワーク 18名
- 当会関与による移住者 3組4名

■ 定性効果

- ・ 移住フェアでの錦江町の「想い」や「実践活動」、移住支援のPRなどを行い、相談者からの共感
- ・ 移住者誘致の「他人ごと」から「自分ごと」化への昇華

② 移住誘致（移住希望者視察支援・相談受付）

■ 定量効果

- あなたの移住応援します隊連携による移住者支援 2件
- あなたの移住応援します隊（町民版）結成 13名

■ 定性効果

- ・ 町民が錦江町の魅力の伝え方を考える機会創出
- ・ 移住下見における町民、移住者との協働体制構築
- ・ 地域おこし協力隊誘致における、政策企画課との協力体制の確立

③ 移住誘致（移住誘致に係る情報整備・情報発信）

■ 定量効果

- 空き家の掘り起こしによる賃貸情報獲得 4件
- ホームページやサイトでの情報発信数 67回

■ 定性効果

- ・ 移住定住にかかわる子育て情報や町内イベントなどの情報発信、移住検討者への情報提供による、錦江町の好感度に貢献
- ・ 子育て支援センターの先生方など町内人材との交流、移住者が来た際の協力者ネットワーク

④ 移住誘致（移住誘致に係る人口動態や転出入アンケート調査の実施）

■ 定量効果

転入アンケート数 12件(本庁 11、支所 1)

転出アンケート数 38件(本庁 35、支所 3)

人口動態データ 1件

■ 定性効果

- ・ 移住定住政策にかかわる目標設定の基礎となるデータ獲得
- ・ 縦割りでない全課横断的な協力体制の基礎を構築

⑤ IR 説明会運営 (東京) (鹿児島市)

■ 定量効果

町外リクルーターネットワーク 18名

町支援者 77名

町出身者名簿化 423名

■ 定性効果

- ・ 錦江町 MIRAI づくりプロジェクトの理解促進。
- ・ 錦江町の PR や支援など長期的な協力体制の機運醸成
- ・ 参加者の平均年齢が 37.7 歳(昨年度：54.3 歳)、若年層の巻き込みに成功

4 『ひと』づくり 事業

1) K P I 実績

事業項目	目標	実績
a ふるさと納税による子供育成プロジェクト実施	1件	1件
b 老若男女を対象とした未来塾実施	3回	18回
c ENSAT インターン受入事業	1名	1名
d 台湾大学地域づくり共同研究事業	1件	1件
e 宮崎大学インターン受入事業	2名	0名

2) 各事業及び成果

① ふるさと納税による子供育成プロジェクト実施支援

■ 定量効果

○ 小児科オンライン

登録件数：130件

相談利用件数：61件

登録促進 PR：10回

報道件数：37件

○ 夢発見・育成プロジェクト

ワークショップ運営者研修：5名

ワークショップ参加児童数：10名

■ 定性効果

○ 小児科オンライン導入実証実験事業

- ・ 小児科医／産婦人科医へのアクセシビリティ向上により、子育て世帯が気軽に健康医療相談が出来る安心感を提供
 - ・ 利用者に対し負担（隣接市医療機関への小児科受診による交通費や移動時間等の負担）軽減
 - ・ 町民との未来づくり意識の一体化
 - ・ 先端通信技術や発想による過疎地の問題解消の流れを町民に対して見える化
 - ・ ふるさと納税の使い道として、「子や孫の為に未来を創り繋ぐ」という町の姿勢を PR
- 夢発見・育成プロジェクト
- ・ 子どもたちにとって将来の夢やキャリアビジョンを描く基盤となる自信の適性や興味のあること・ものと向き合う考え方を学ぶ機会の創出
 - ・ 地域住民と一緒にワークショップ運営研修を受けたことで、子どものキャリア形成に対するサポートの仕方、接し方・考え方、学びを共有
- ② 未来塾実施
- 定量効果
 - 外部講師による未来塾開催：14 回
 - 町内講師による自走型未来塾開催：4 回
 - 定性効果
 - ・ MIRAI 塾の認知度や MIRAI づくりプロジェクトについての理解が徐々に浸透
 - ・ 子どもたちにとってこれからの時代に必須となる ICT 技術・情報活用能力育成に寄与
 - ・ MIRAI 協議会・地域住民（理事・町民サポーター）・行政職員を中心に、自前開催出来るように研修を行ったことで、運営に関わっている地域住民の ICT リテラシーが向上するとともに、今後の ICT 教育支援に関わるスモールビジネス創出に繋がる可能性を得た
- ③ ENSAT インターン受入事業
- 定量効果
 - 観光交流課分野：6 テーマ
 - MIRAI 協議会分野：4 テーマ
 - インターン提案分野：2 テーマ
 - 定性効果
 - ・ 新規関係人口の獲得
 - ・ インバウンド受入のテストケース提供
 - ・ 子供たちとの交流
 - ・ グルメマップ作成
- ④ 台湾大学地域づくり共同研究事業 【主担当者：大野直樹】
- 定量効果
 - 台湾からの来町者数：6 名
 - 海外輸出に向けた販売戦略策定：1 案

国立台湾大学講師・学生と町民の交流人数：81名（台湾大学関係者除く）

ホームステイ受け入れ家庭数：4家庭

町内調査時に協力して頂いた農家数：3事業者

町民と学生の交流を介して、将来有望な海外の関係人口4名を創出

■ 定性効果

- ・ 町民と台湾関係者の交流を介して、錦江町のプレファレンス向上
- ・ 海外視点のお茶に対する評価を獲得
- ・ 優秀な台湾人から、錦江町の文化・食・人への高い評価を獲得
- ・ 台湾が抱える社会問題と解決手法を学び理解
- ・ 国立台湾大学は、世界の優秀な大学を巻き込めるブランド力があることを理解

5 『新しい絆』づくり事業

1) KPI実績

事業項目	目標	実績
a 「地域の現状、みんなで理解しよう！」事業によるアンケート調査	4回	2回
b 小規模多機能集落に関する住民啓発説明会	20回	14回
c ガバメントクラウドファンディング、企業版ふるさと納税、クラウドファンディングを介した共感型資金調達による町内課題解決	1件	0件
d あなたの移住応援します隊連携による移住者支援	1回	2回
e あなたの移住応援します隊（町民版）結成	10名	13名

2) 各事業及び成果

① 「地域の現状、みんなで理解しよう！」事業

■ 定量効果

アンケート調査実施箇所：2か所（自治会1、地区公民館1）

■ 定性効果

- ・ 高い回収率
- ・ 住民の意見の見える化

② 小規模多機能集落に関する住民啓発説明会

■ 定量効果

説明会開催 14回

説明会参加者数 延べ326名

■ 定性効果

- ・ 全住民アンケートを実施した地域（神川中自治会、宿利原地区公民館）に対し、アンケートの趣旨・結果の理解促進
- ・ 島根県雲南市を中心とした小規模多機能自治の紹介
- ・ 全住民アンケートを通じて地域の人口推移の予測、地域内住民の地域への思いが見える化

- ・ 宿利原地区においては、改修後の宿利原中学校の活用に向けて、活用の際の主な対象者・内容・担い手等に関する住民の意見も集約、提示、次年度以降の本格化する地区内の協議の土台となる情報を理解
- ③ 全国の小規模集落支援実践組織との情報共有会議参加
 - 定量効果
 - 特になし(KPI 設定なし)
 - 定性効果
 - ・ この分野における国内の第一人者の方々とのネットワーク形成
- ④ あなたの移住応援します隊（町民版含む）連携による移住者支援
 - 定量効果
 - あなたの移住応援します隊連携による移住者支援 2 件
 - あなたの移住応援します隊(町民版)結成 13 名
 - あなたの移住応援します隊(議員版)との情報交換会 1 回
 - 移住ミーティングの実施 2 回
 - 錦江町移住サークルの実施 1 回
 - 定性効果
 - ・ 町民・移住者と協働で行う移住者支援体制の基盤構築
 - ・ 移住者支援のあり方や空き家に関することなど、情報共有の円滑化

6 その他

① フォトコンテスト事業

- 定量効果
 - 応募作品数：325 点
 - 受賞作品数：合計 19 点
 - 報道件数：1 件（10/30 南日本新聞 「錦江の風景残そう」）
- 定性効果
 - ・ 錦江町に度々訪れ写真撮影を楽しむ層（受賞者、応募者）との関係性構築
 - ・ 各種パンフレットや web ページに使用出来る質の高い画像データを獲得
 - ・ 受賞者からの「町へのメッセージ」を町民に届けることにより、外部評価による町への誇りの再生
 - ・ 賞品をふるさと納税返礼品提供事業者の中から選定して受賞者に PR し、商品及び事業者の認知度の向上
 - ・ 当町のふるさと納税事業の理念や取り組み、各種返礼品の PR