

地方創生推進交付金事業の進捗及び重要業績評価指標（KPI）の達成度の状況について

A 「スマイルシティ山陽小野田 活力と笑顔あふれるまちづくりプロジェクト」

（1）事業内容

本市の誇る地域資源である「焼野海岸一帯」、「山口東京理科大学」、「かるた」を最大限に活用し、その魅力を市内外に発信していくことにより地方創生に取り組む。

① シティセールス及び「焼野海岸一帯」の魅力を活用した観光振興事業

シティプロモーション広告等により本市の魅力を市内外にPRする。また、「焼野海岸一帯」を中心に、観光資源の有効活用や情報発信の強化等を行っていきることにより、交流人口の増加を図る。

| | |
|-----|---|
| H30 | <ul style="list-style-type: none"> ・「PRロゴ」（スマイルマーク）作成 ・シティプロモーション広告の掲出（厚狭駅新幹線口） ・観光プロモーション調査 |
| R1 | <ul style="list-style-type: none"> ・シティセールス用ガイドブックの作成 ・シティプロモーション広告の掲出（厚狭駅新幹線口）（継続） ・観光を中心としたシティプロモーション動画・パンフレットの作成 ・シティプロモーション動画の配信 ・市民参画による「演出を加えたPR」（スマイルハロウィン）でまちの魅力発信 |
| R2 | <ul style="list-style-type: none"> ・シティプロモーション広告の掲出（厚狭駅新幹線口・小倉駅構内）（継続） ・R1に作成したシティプロモーション動画の県内民放テレビ局3社での放映 ・市民参画による「演出を加えたPR」（スマイルハロウィン）でまちの魅力発信（継続） ⇒コロナの影響で中止 |

●今後の取組

- ・作成したロゴマークやガイドブック、プロモーション動画等を活用したシティプロモーション・観光プロモーションの継続
- ・厚狭駅新幹線口、小倉駅構内のデジタルサイネージに広告掲出の継続
- ・スマイルハロウィンの継続
- ・SNSを活用した情報発信の強化

② 山口東京理科大学を活用したまちづくり事業

大学と地元企業による共同研究や企業誘致などで産業力を強化することにより、雇用の拡大等による定住人口の増加につなげる。

| | |
|-----|---|
| H30 | <ul style="list-style-type: none"> ・「産学官連携フォーラム」の開催 ・研究事例集の作成 ・「薬学フォーラム」の開催 |
| R1 | <ul style="list-style-type: none"> ・企業立地フェアへの出展 ・「薬学フォーラム」の開催（継続） |
| R2 | <ul style="list-style-type: none"> ・「企業立地フェア」への出展（継続）⇒コロナの影響で中止 ・「薬学フォーラム」の開催（継続）⇒コロナの影響で中止 |

●今後の取組

- ・大学と連携した企業誘致の継続
- ・「薬学フォーラム」の継続（今年度は11月27日に実施）

③ 文化（かるた）を活用したまちづくり事業

市内外に文化（かるた）の分野からPRを行い、本市の知名度の向上や郷土愛の醸成、交流人口の増加を図る。

| | |
|-----|--|
| H30 | ・「かるた教室」の開催 |
| R 1 | ・「かるた教室」の開催（継続） ・「かるた大会」の開催 |
| R 2 | ・「かるた教室」の開催（継続） ・かるた「永世クイーン」による講演会・競技デモンストレーション ⇒令和4年3月に延期 |

●今後の取組

- ・かるた教室、かるた大会の継続

(2) 重要業績評価指標(KPI)

| | 「焼野海岸一帯」（きららビーチ焼野、竜王山公園）の観光客数 | | 山口東京理科大学生の市内就職率 | | 魅力度 市区町村ランキング | | オレンジ月間中のイベントで魅力づくりや情報発信に参画する市民の数 | |
|------|--|----------------------|--|------------------|---|----------------|----------------------------------|----------------|
| | 目標 | 実績 | 目標 | 実績 | 目標 | 実績 | 目標 | 実績 |
| 当初 | 46,708人 | 46,708人 | 4.5% | 4.5% | 960位 | 960位 | — | — |
| H30 | 49,038人 (+2,330) | 43,168人 (-3,540) | 6.0% (+1.5) | 6.39% (+1.89) | 868位 (-92) | 805位 (-155) | — | — |
| R 1 | 54,038人 (+5,000) | 49,446人 (+6,278) | 7.8% (+1.8) | 10.1% (+3.71) | 776位 (-92) | 923位 (+118) | 200人 (+200) | 237人 (+237) |
| R 2 | 64,038人 (+10,000) | 39,413人 (-10,033) | 10.0% (+2.2) | 5.4% (-4.7) | 684位 (-92) | 912位 (-11) | 450人 (+250) | 中止 |
| 達成状況 | 現在のところ達成できていない。 | | 現在のところ達成できていない。 | | 現在のところ達成できていない。 | | 現在のところ達成している。 | |
| 未達理由 | 新型コロナウイルス感染症の影響により観光客数が減少したため。今後、アフターコロナを見据えた取組を進める。 | | これまで順調に増加していたものが、なぜ急に減少したのか不明だが、今後も産学官連携事業に取り組む中で、市内企業への就職を図る。 | | 年度ごとに変動があり、未達の明確な理由は不明だが、本市の魅力度の向上に向け、さらなるシティセールスに取り組む。 ※R3:884位 (-28) | | | |

B 小野田ガラスのブランド化推進事業

(1) 事業内容

本市の誇る「ガラスの文化」という地域資源を最大限に活用し、地域経済の活力増進を図るとともに、その魅力を市内外に発信していくため、市内のガラス作家の作品をブランド化する。また、ブランド化により売れる商品を作り出し、ビジネスとして確立させ、ガラス作家の所得向上を図ることにより本市への定着を図る。

| | | |
|-----|--|--|
| R 2 | <ul style="list-style-type: none"> ・ガラスのブランド化に向けたあり方の検討 ・ガラスの事業化に向けた2年間のブランディング計画策定 | |
| R 3 | <ul style="list-style-type: none"> ・1年目の計画に沿ったブランドの構築 ・ターゲットに向けた各種プロモーションの実施・PRツール制作 | ブランドの構築やプロモーションの実施に向け委託業者と調整中。3月に県内外でのプロモーションイベント等を実施する。 |
| R 4 | <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットの拡大及び各種プロモーションの実施 ・ECサイト・店舗での販売 | |

(2) 重要業績評価指標(KPI)

| | ブランド化したガラス商品の販売額 | | きららガラス未来館の来客数 | | ブランド化したガラス商品数 | |
|------|------------------------------|------------|--|--------------------|---------------|------------|
| | 目標 | 実績 | 目標 | 実績 | 目標 | 実績 |
| 当初 | 0円 | 0円 | 12,672人 | 12,672人 | 0個 | 0個 |
| R 2 | 0円 (+0) | 0円 (+0) | 12,672人 (+0) | 8,016人 (-4,656) | 0個 (+0) | 0個 (+0) |
| R 3 | 10,000,000円 (+10,000,000) | | 13,672人 (+1,000) | | 5個 (+5) | |
| R 4 | 15,000,000円 (+5,000,000) | | 15,672人 (+2,000) | | 10個 (+5) | |
| 達成状況 | | | 現在のところ達成できてない。 | | | |
| 未達理由 | | | 新型コロナウイルス感染症の影響により来客数が減少したため、目標未達となった。今後、アフターコロナを見据えた取組を進める。 | | | |

C PPPを活用した交流・にぎわい創出事業

(1) 事業内容

スマイル（笑顔）の源となる心身の健康を保ちつつ、誰もが笑顔で年を重ねていくことできるような「スマイルエイジング」に取り組むことで、社会保障関連経費の削減や地域コミュニティの活性化を図る。なお、民間と連携することでサービスの質向上や財政負担の軽減を目指しており、PFIなど、これまで取組が進んでいなかったPPP（官民連携）の手法も活用する。

| | | |
|-----|--|---|
| R 2 | <ul style="list-style-type: none"> ・スマイルエイジング月間制定・市民啓発用パンフレット作成 ・スマイルエイジング拠点創出事業（きらら交流館） <p>基本計画策定及びPPP/PFI導入可能性調査業務</p> | |
| R 3 | <ul style="list-style-type: none"> ・スマイルエイジング月間制定 | 11月をスマイルエイジング月間と定め、市内各所で健康情報発信コーナーの設置や健康チェックなど様々な取組を実施し、健康づくりのきっかけとなる取組や情報発信を行っている。 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ・スマイルエイジング拠点創出事業（きらら交流館） | 基本計画策定及びPPP/PFI導入可能性調査業務 ⇒基本計画の策定及びPPP/PFI導入可能性調査を終えた。民間事業者と連携しながら、スマイルエイジング及び交流の拠点として改修を行う予定。 |
| R 4 | <ul style="list-style-type: none"> ・スマイルエイジング月間制定 ・スマイルエイジング拠点創出事業 <p>民間事業者の募集及び選定</p> | |

(2) 重要業績評価指標(KPI)

| | スマイルエイジング月間の健康づくり実施箇所数 | | 観光客数 | | SPC（特定目的会社）の設立 | |
|------|------------------------|---------------|---|------------------------|----------------|------|
| | 目標 | 実績 | 目標 | 実績 | 目標 | 実績 |
| 当初 | 0件 | 0件 | 1,072,438人 | 1,072,438人 | 0事業体 | 0事業体 |
| R 2 | 50件 (+50) | 80件 (+80) | 1,092,438人 (+20,000) | 739,034人 (-333,404) | — | — |
| R 3 | 60件 (+10) | 122件 (+42) | 1,117,438人 (+25,000) | | — | — |
| R 4 | 70件 (+10) | | 1,149,438人 (+32,000) | | 1事業体 | |
| 達成状況 | 現在のところ達成している。 | | 現在のところ達成していない。 | | | |
| 未達理由 | | | 新型コロナウイルス感染症を起因とするイベント中止、施設休館、外出自粛により観光客数が減少したため。感染症対策の徹底と情報発信に努める。 | | | |

D 多世代・異分野地域交流による協創のまちづくり事業

(1) 事業内容

「協創によるまちづくり」の観点から多様なまちづくりの担い手による市民活動の推進による地域コミュニティの活性化、産学官連携により新たな人の流れをつくる賑わいの創出、これまで進んでいなかった行政と民間が協働して事業を推進していくことによる地域産業の活性化を進める。これらの効果により、住み良さを享受でき、学生や若者が今後も住み続けたいと思えるまちを実現し、人口減少の抑制と地域経済の縮小に歯止めをかける。

| | | |
|-----|---|---|
| R 2 | <ul style="list-style-type: none"> ・市民活動推進に向けたセミナーの開催等 ・官民連携によるまちづくりの中心的役割を果たすまちづくり共同事業体の設立準備 | |
| R 3 | <ul style="list-style-type: none"> ・市民活動推進に向けたセミナーの開催等 ・官民連携によるまちづくりの中心的役割を果たすまちづくり共同事業体の設立準備 | <p>地域運営組織について考える市民フォーラムを開催したほか、市民活動の推進のためにチラシを作成し配布するなど、周知活動を行う。</p> <p>PPP/PFI 事業実績のあるアドバイザーと契約を締結し、共同事業体の設立に必要な専門的分野を中心に支援を受けながら、事業パートナーの公募・選定に向けて作業を進めている。</p> <p>R3.3 事業構想の策定、実施方針の公表 R3.6 事業パートナーの公募 R4.1 事業パートナーの選定 R4.4 官民共同事業体の設立</p> |
| R 4 | <ul style="list-style-type: none"> ・市民活動推進に向けたセミナーの開催等 | |

(2) 重要業績評価指標(K P I)

| | 20～39歳の社会動態数(住民基本台帳) | | 山口東京理科大学学生の市内就職率 | | 山陽小野田市にずっと住みたいと感じる市民の割合 | |
|------|--|--------------------------------|---|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| | 目標 | 実績 | 目標 | 実績 | 目標 | 実績 |
| 当初 | -65人 | -65人 | 4.5% | 4.5% | 73.4% | 74.3% |
| R 2 | 0人 (+65) | -339人 -274(=145) | 10.0% (+5.5) | 5.4% 5.6% (+1.1) | 80.0% (+6.6) | 未調査 79.01% |
| R 3 | 0人 (+0) | | 10.0% (+0) | | 80.0% (+0) | 77.0% 72.4% (-1.9) |
| R 4 | 0人 (+0) | | 10.0% (+0) | | 80.0% (+0) | |
| 達成状況 | 現在のところ達成できてない。 | | 現在のところ達成できてない。 | | 現在のところ達成できてない。 | |
| 未達理由 | 社会増減については、複数の様々な要因から影響されるものであり、未達の明確な理由は不明だが、本市の魅力向上に向けた事業の実施が必要である。 | | 未達の理由は不明だが、今後も産学官連携事業に取り組む中で、市内企業への就職を図る。 | | アンケートの設問が異なるため、単純な比較はできないが、住みよいまちづくりを進める中で、住んでみたいと思われるまちを目指す。 | |

E 山口県央連携都市圏域「山口ゆめ回廊」で育む観光圏域づくり事業

(1) 事業内容

観光目的地としての知名度の向上に向け、県央圏域を一体的に圏域内外に強力にアピールするため、令和2年度にプレ博覧会、3年度に周遊型博覧会を開催する。また、開催に向け、各市町の有する魅力的な観光資源や観光商品をストーリー化あるいは差別化したパンフレットの作成、PRグッズの作成及び情報発信等の事業を進める。

| | | |
|-----|--|---|
| R 1 | ・博覧会の検討 | |
| R 2 | <ul style="list-style-type: none"> ・地域特性の文化を活かした市主体事業の実施 「ガラスアートフェス」の開催、来客受入体制の整備を行うことで、ガラス文化の認知度向上と観光交流の促進を図る。 ・プロモーション活動事業 東京において現代ガラス展特別展を開催することで、博覧会への誘客に向けたPRを図る。 | |
| R 3 | ・地域特性の文化を活かした市主体事業の実施 | 「ガラスアートフェス」や「日本のガラス展巡回展」の開催ガイド・体験ツアー「ゆめ散歩」の開催 |

(2) 重要業績評価指標(KPI)

県央7市町全体での評価のため省略

F デジタルの活用によりやまぐちの魅力あるしごとに繋ぐ産業人材定着・還流推進事業

(1) 事業内容

若者や学生等に対して県内への定着・還流を実現するため、県内就職・進学への促進に向けた取組を実施する。具体的には、就職に至るまでの各段階に対応した情報発信や企業との出会い・交流機会の設定、インターンシップや企業説明会への参加支援を、デジタルも活用しながら一連の流れとして体系的に展開していく。

| | | |
|-----|------------------------------|--|
| R 3 | ・若者等向け地元企業合同就職フェアや合同就職面接会の開催 | |
| R 4 | ・若者等向け地元企業合同就職フェアや合同就職面接会の開催 | |
| R 5 | ・若者等向け地元企業合同就職フェアや合同就職面接会の開催 | |

(2) 重要業績評価指標(KPI)

県及び県内市町全体での評価のため省略