

# 1 地方創生関係交付金

- ・ 2019年度の活用実績について

# 2019年度 地方創生関係交付金の活用実績

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	
福山市総合戦略	総合戦略の推進(期間:2015年度～2020年度)							次期戦略	
地方創生先行型	【完了】								
地方創生加速化交付金		【完了】							
地方創生推進交付金		【完了】だれもが挑戦できるまちづくり							
		【完了】地域資源を活用したまちの魅力・活力創出事業							
		【完了】女性キャリアデザイン支援事業							
				完了	プロフェッショナル人材活用及び産学官連携による人材スキルアップ事業				
				完了	備後圏域魅力ブラッシュアップ事業				
						継続	福山城築城400年を核とした地域活性化プロジェクト		
					継続	地方における多様な働き方実現プロジェクト			
						新規	本格的な人口減少対策～ペルソナマーケティングによる戦略的な施策展開		
						新規	Society5.0へのチャレンジ～新たなライフスタイルを実現できる都市スマートシティふくやま		
						新規	福山版MICEの推進～都市のポテンシャルを引き出し、経済を活性化する		
地方創生拠点整備交付金		【完了】水呑交流館							
			【完了】	美術館茶室					
まち・ひと・しごと創生寄附活用事業 (企業版ふるさと納税)			完了	夢・希望の実現による福山未来づくりプロジェクト					
					継続	福山城築城400年城のあるまち福のまちプロジェクト			

# 地方創生推進交付金を活用した事業の状況（2019年度実績）

計画名	プロフェッショナル人材活用及び産学官連携による人材スキルアップ事業	計画期間	2017年度～2019年度	事業費 (内交付金)	2017年度	2018年度	2019年度	総事業費
概要	専門的な知識や技能を有する人材を地域外から招聘し、地方への人材還流を図るとともに、高いスキルを持つ人材を地域で育成できる体制を構築する。				5百万円 (3百万円)	50百万円 (25百万円)	39百万円 (19百万円)	94百万円 (47百万円)

## 1 KPIの進捗

関連するKPI	事業開始前	実績値(H29)	実績値(H30)	実績値(R1)	目標値 (R1)
リノベーション事業及びその波及効果による新規雇用者数	0人 (H28)	0人	26人	33人	36人
若者（20～39歳）の転入超過	▲441人 (H28)	▲251人	▲275人	▲440人	300人

## 2 主な事業内容

### (1) リノベーションまちづくり事業（事業費：14百万円）

遊休不動産を活用し、エリア価値を高めるリノベーションの事業プランを構築する市内外の人材を育成する。

2019年度の主な取組	成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>第4回リノベーションスクール@福山の開催</li> <li>エリアパーティの開催</li> </ul>  <p>【リノベーションスクール】</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>第4回リノベーションスクール@福山                             <ul style="list-style-type: none"> <li>受講者 16人</li> <li>提案内容 学生向けシェアハウスなど3件</li> </ul>                             ※スクール受講生等による実事業化                             <ul style="list-style-type: none"> <li>2019年度の事業化数 6件</li> <li>関係する受講生数 14人</li> </ul> </li> <li>エリアパーティの開催                             <ul style="list-style-type: none"> <li>リノベーションスクール受講生による伏見町、三之丸公園でのイベントの実施</li> </ul> </li> </ul>  <p>【エリアパーティ】</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業化案件を持続的なものとするため、リノベーションスクールの受講生と地域の関わりを深める必要がある。</li> </ul>
		今後の取組
		<ul style="list-style-type: none"> <li>リノベーションスクールの受講生と地域等をつなぐことで、相互の課題を補いながら、持続的な取組の実施につなげる。</li> </ul>

### (2) 高度専門人材活用推進事業（戦略推進マネージャー）（事業費：7百万円）

民間企業の人材を兼業・副業で採用し、その発想を取り入れることで、行政の自前主義から脱却した施策構築を進める。

2019年度の主な取組	成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな戦略・施策の立案</li> <li>市単独ではつながることが難しい人や企業との新たなネットワーク構築</li> </ul>  <p>【大手映像制作会社の招聘】</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな戦略・政策の立案                             <ul style="list-style-type: none"> <li>民間の発想や手法を活用した戦略・施策立案</li> <li>びんごライフへのリトリート（癒やし）コンテンツの構築</li> <li>大学生へのキャリアデザイン・ライフデザインの講義</li> <li>市内大学の研究シーズと市外企業のニーズのマッチング</li> </ul> </li> <li>新たなネットワークの構築                             <ul style="list-style-type: none"> <li>中国の人気インフルエンサーの誘致し、福山市の魅力をSNSで国内外に発信</li> <li>ロケ誘致に向けて、大手映像制作会社のクリエイターを招聘し、福山市のロケ地としての魅力を分析</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行政内部の課題解決に留まらず、市内外の企業や大学等に高度専門人材の取組を一層波及させる必要がある。</li> </ul>
		今後の取組
		<ul style="list-style-type: none"> <li>高度専門人材が市内外の企業や大学等をつなぐハブとして機能するよう、その取組を波及させる。また、あわせて、兼業・副業人材の活用の有用性を周知する。</li> </ul>

事業の評価	
事業効果	地方創生に非常に効果的であった
	地方創生に相当程度効果があった
	○ 地方創生に効果があった
	地方創生に対して効果がなかった
委員意見	
<ul style="list-style-type: none"> <li>「リノベーション事業及びその波及効果による新規雇用者数」について、事業に一定の効果があったと思われる。一方、「若者の転入超過」は改善が見られず、引き続き、若者の転入を促す取組が必要でないか。</li> <li>リノベーションまちづくりについては、人材の確保や育成にもつながるものであるとともに、イベントなどのソフト面も盛り込んだ事業として評価できる。</li> </ul>	

# 地方創生推進交付金を活用した事業の状況（2019年度実績）

計画名	備後圏域の魅力ブラッシュアップ事業	計画期間	2017年度～2019年度	事業費 (内交付金)	2017年度	2018年度	2019年度	総事業費
					9百万円 (4百万円)	13百万円 (6百万円)	13百万円 (6百万円)	
概要	備後圏域内の地域資源の魅力を高め、各種産業に関わる人材の確保につなげるとともに、圏域への移住・定住を促進し、持続可能な地域社会を構築する。							35百万円 (16百万円)

## 1 KPIの進捗

関連するKPI	事業開始前	実績値(H29)	実績値(H30)	実績値(R1)	目標値(R1)
HPIに連動するSNSでのフォローワー、アンバサダーの登録人数	—	24千人	30千人	80千人	100千人
備後圏域の総観光客数	20,920千人 (H26)	23,720千人	23,023千人	24,224千人	30,920千人

## 2 主な事業内容

### (1) 備後ワインプロジェクト（事業費：4百万円）

備後圏域のワイン文化を醸成し、圏域農産物の活用を促進することで、新規事業者の参入や新たな商品開発等につなげる。

2019年度の主な取組	成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 新たな商品開発・販売</li> <li>○ 市民への認知度向上に向けた各種PR活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 備後ワインの発売                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・バラ酵母を活用した福山大学発の赤ワインの発売</li> </ul> </li> <li>○ 福山ワインを飲める店MAPの作成・配布(2019.7～)</li> <li>○ 各種イベントでのPR活動                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・山野町、瀬戸町での体験コンテンツ提供(収穫体験、醸造体験等) 30名参加</li> <li>・ワインフェスの開催 約6,000人来場</li> <li>・ワイン列車の運行 80名参加</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 福山でワインが作られていることの市民認知度を高める必要がある。</li> </ul>
 <p>【福山ワインが飲める店MAP】</p>		<p>※市民認知度 2019年:26.8%(2018年度:27.4%) 【備後ワインオーナーズクラブ】</p>
<p>今後の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 備後福山ワイン振興協議会と連携して、各種イベント等を通じて、ワイン文化の醸成につなげる。</li> </ul>		

### (2) 備後ライフを活用した情報発信事業（事業費：5百万円）

備後圏域の働き方や休日の過ごし方を一体的に情報発信し、Uターン促進・地元定着につなげる。

2019年度の主な取組	成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 若者をターゲットとした情報の充実(企業・社員紹介など)</li> <li>○ リポートページの作成</li> <li>○ 閲覧のしやすさを重視したサイトの再構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 働きやすい企業やインターンシップ情報の紹介</li> <li>○ リポートページの作成                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・休日の過ごし方を充実させる備後圏域市町の癒やしスポットの紹介 40か所</li> </ul> </li> </ul> <p>※月平均のアクセス数 2019年度:3,099件(2018年度:2,385件) ※月平均のアクセスユーザー数 2019年度:2,658人(2018年度:1,975人) ※年齢別アクセスユーザー割合 18～24歳 2019年度:6.8%(2018年度:8.5%) 25～34歳 2019年度:29.2%(2018年度:29.4%)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ アクセス数・アクセスユーザー数は増加しているが、主なターゲットである20代・30代の割合が増加していない。</li> </ul>
 <p>【リポートページの紹介】</p>		<p>今後の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ インスタグラムの広告掲載やSNSを活用した情報発信の強化を行い、20代・30代のユーザーの確保につなげる。</li> </ul>

事業の評価	
事業効果	地方創生に非常に効果的であった
	地方創生に相当程度効果があった
	○ 地方創生に効果があった
	地方創生に対して効果がなかった
委員意見	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ これらの事業を実施したことが、備後圏域の観光客数の増加につながっていると思われる。</li> <li>○ 災害や新型コロナウイルス感染症の影響で観光客数は今後、減少することが見込まれる。消費拡大を促すキャンペーンも必要であるが、事業者への感染防止費用など助成が必要でないか。</li> <li>○ 備後や福山の全国的な知名度が低く、SNS等を利用した情報発信を強化する必要があるのではないか。</li> </ul>	

# 地方創生推進交付金を活用した事業の状況（2019年度実績）

計画名	福山城築城400年を核とした地域活性化プロジェクト	計画期間	2019年度～2022年度	事業費 (内交付金)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	総事業費
概要	福山城築城400年の取組を通じ、歴史や文化、伝統産業を担う人材を確保するとともに、歴史・文化資源を新たな人の流れを作り出す資源に変化させる。				29百万円 (14百万円)	20百万円 (10百万円)	11百万円 (5百万円)	4百万円 (2百万円)	64百万円 (31百万円)

## 1 KPIの進捗

関連するKPI	事業開始前	実績値(R1)	目標値(R1)	目標値(R4)
総観光客数	725万人(H29)	721万人	750万人	825万人
福山市文化ゾーンの来場者数	410千人(H29)	351千人	416千人	437千人
2022年に福山城が築城400年を迎えることを知っている市民の割合	40.7%(H30)	46.8%	50.7%	80.7%

## 2 主な事業内容

### (1) 福山城築城400年記念事業実行委員会負担金（事業費：5百万円）

※企業版ふるさと納税充当額：2百万円

福山城築城400年を契機として、歴史・文化資源等の価値を磨き上げや魅力発信を行い、城があるまち福山を市民全体の誇りとする。

2019年度の主な取組	成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 人気歴史ゲーム「信長の野望」とのコラボ</li> <li>○ 市民企画事業の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「信長の野望」とのコラボ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人気歴史ゲームとコラボすることで、市内外に福山城築城400年記念事業を周知</li> </ul> </li> <li>○ 市民企画事業の実施                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市民や団体が企画した事業の実施 企画・実施団体 10団体 入封400年記念「福まき」など12事業</li> </ul> </li> </ul> <p>※市民認知度 2019年度 46.8% (2018年度 40.7%)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2022年に築城400年を迎えることの市民認知度は増加しているが、引き続き、認知度を高める必要がある。</li> </ul>



【信長の野望とのコラボ】



【入封400年記念「福まき」】

#### 今後の取組

- 市民認知度の向上に向けて、情報発信の強化や市民を巻き込んだ取組を進める。

### (2) デニムプロジェクト（事業費：12百万円）

初代福山藩主が奨励した綿花栽培に端を発するデニムの産地・製品のPRを行い、歴史・文化資源の魅力の再認識につなげる。

2019年度の主な取組	成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 国内外でのPR活動</li> <li>○ 地元認知度向上に係る取組の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 海外・首都圏への出展によるデニムPR                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ (東京)マーケットイベント 丸の市</li> <li>・ (伊)セレクトショップ テノハミラノ</li> </ul> </li> <li>○ 地元認知度向上に係る取組                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ デニム関連企業マップの作成(87社掲載)</li> <li>・ 備中備後デニムコンテストの実施(2,979件応募)</li> </ul> </li> </ul> <p>※市民認知度 2019年度 37.8%(2018年度 37.8%) ※首都圏認知度 2019年度 16.8%(2018年度 15.0%)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 歴史・文化資源の魅力再認識に向けて、デニム産地・製品の市民認知度を高める必要がある。</li> </ul>



【丸の市への出展】

#### 今後の取組

- 高梁川流域や広島県との連携により、デニム産地・製品の魅力を高めることで、市民認知度を向上させる。

事業の評価	
事業効果	○ 地方創生に非常に効果的であった
	○ 地方創生に相当程度効果があった
	○ 地方創生に効果があった
	○ 地方創生に対して効果がなかった
委員意見	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 福山城築城400年の取組については、福山駅前の再生と連動させ、市内外への認知度向上に向けて、様々な関連行事を効果的に実施していただきたい。</li> <li>○ 福山城400年の取組やデニムプロジェクトについて、観光客の取り込みにつなげるのであれば、市民以外の認知度に注力すべきでないか。</li> </ul>	

# 地方創生推進交付金を活用した事業の状況（2019年度実績）

計画名	地方における多様な働き方実現プロジェクト	計画期間	2019年度～2021年度	事業費 (内交付金)	2019年度	2020年度	2021年度	総事業費
概要	兼業・副業など人材や活動場所をシェアする取組を市内企業に広げ、多様な人や企業、仕事の集積につなげる。				12百万円 (6百万円)	14百万円 (7百万円)	19百万円 (9百万円)	44百万円 (21百万円)

## 1 KPIの進捗

関連するKPI	事業開始前	実績値(R1)	目標値(R1)	目標値(R3)
交流拠点を活用し、兼業・副業の人材を受け入れた市内企業の数	—	0社	0社	10社
交流拠点の利用者数	—	0人	150人	2,650人
交流拠点の活用から既存の創業相談窓口Fuku-Bizに創業相談した件数	—	0件	0件	30件

## 2 主な事業内容

### (1) ワークেশョン推進事業（事業費：8百万円）

首都圏等の人材や企業に福山で働く・暮らす・地域交流を体験してもらい機会を提供し、新たな働き方の実践・促進につなげる。

2019年度の主な取組	成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 福山におけるワークেশョンのモデルケースの構築</li> <li>○ 推進体制の構築</li> </ul>  <p>【モデルケースの構築】</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ モデルケースの構築                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・体験者 2名（首都圏のクリエイター）</li> <li>・子どもクリエイターの育成や市内企業との連携事業の検討</li> </ul> </li> <li>○ ワークেশョンふくやま推進研究会の設立                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の推進に当たり、体験者の声を踏まえた課題等の整理</li> </ul> </li> </ul>  <p>【市内企業との連携】</p>  <p>【子どもクリエイター育成】</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ワークেশョンの推進に当たって、暮らしや働く場等の受入体制の構築を行った上で、希望者の誘致を進める必要がある。</li> </ul>

#### 今後の取組

- 協力企業を募集し、受入れに必要な機能を確保する。また、企業や地域の課題を掘り起こし、解決に向けたプロジェクトを構築する。

### (2) ビッグデータを活用した移住促進施策の構築（事業費：4百万円）

民間企業が持つビッグデータを活用し、ターゲットを明確にした上で、その特性に応じた効果的な本市への移住促進施策を構築する。

2019年度の主な取組	成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ターゲットの抽出</li> <li>○ トライアル施策の実施</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 福山市移住関心・潜在層現状把握</li> <li>2) 福山市移住関心・潜在層 特徴分析</li> <li>3) 課題・ニーズ分析</li> <li>4) 福山市移住関心・潜在層 トライアル事業</li> </ol> </div>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ターゲットの抽出・具体化                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビッグデータ分析により、移住や福山市への関心の有無に応じて具体的なターゲットを設定</li> </ul> </li> <li>○ トライアル施策の実施                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット別のテストマーケティングを実施（移住や福山市に関する情報を提示する前後での関心度の変化を情報媒体ごとと比較検証）</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ テストマーケティングの結果を踏まえ、ターゲットに応じた情報発信を行う必要がある。</li> </ul>

#### 今後の取組

- Web広告を発信し、ターゲットの行動変容を分析し、今後の事業構築の参考とする。

事業の評価	
事業効果	○ 地方創生に非常に効果的であった
	○ 地方創生に相当程度効果があった
	○ 地方創生に効果があった
	○ 地方創生に対して効果がなかった

#### 委員意見

- 首都圏等在住者にとって、福山市が働きやすい・住みやすい魅力的なまちと認識してもらうためには、受入体制の構築・強化を進めるべきでないか。
- KPIの進捗状況から見て、現時点での評価は難しく、今後の取組に期待する。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大を機に新たな働き方が進んでおり、ワークেশョンなどの多様な働き方ができる場として、福山市を発信すべきではないか。

## 地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）の状況（2019年度実績）

計画名	夢・希望の実現による福山未来づくりプロジェクト	計画期間	2017年度～2019年度	事業費 (内寄附金)	2017年度	2018年度	2019年度	総事業費
概要	子どもや若者が自らの理想とするまちづくりの実現などを通して、ふるさと福山への愛着と誇りを醸成する。				20百万円 (10百万円)	10百万円 (5百万円)	15百万円 (0百万円)	45百万円 (15百万円)

### 1 KPIの進捗

関連するKPI	事業開始前	実績値(H29)	実績値(H30)	実績値(R1)	目標値(R1)
若者(20～39歳)の社会増加数	▲188人(H28)	▲251人	▲275人	▲440人	100人
市内大学卒業者の市内就職者数	385人(H27)	334人	346人	354人	440人
市民の提案した施策数	—	98件	6件	12件	15件

### 2 主な事業内容

#### 2019年度の主な取組

- 夢へのチャレンジ支援
- 子ども議会・高校生議会



【子ども議会】

#### 成果

- 夢へのチャレンジ支援
  - ・ 応募件数 561件 (2018年度:417件)
  - ・ 支援件数 7件 (2018年度:7件)
- 子ども議会・高校生議会
  - ・ 参加者 61人 (2018年度:69人)
  - ・ 市政に関心を持てた参加者の割合 90% (2018年度:80%)



【夢・未来プロジェクト】

#### 課題・今後の取組

- まちづくりに関わる機会や夢の実現のために努力する大切さを知る機会を多くの子ども・若者に提供できるよう、実施形態や情報発信の方法の見直しを行う。

#### 事業の評価

事業効果	<input type="checkbox"/>	地方創生に非常に効果的であった
	<input type="checkbox"/>	地方創生に相当程度効果があった
	<input checked="" type="radio"/>	地方創生に効果があった
	<input type="checkbox"/>	地方創生に対して効果がなかった

#### 委員意見（抜粋）

- 夢・未来プロジェクトについては、一時的なものにならないよう、継続した取組として実施すべき。

計画名	福山城築城400年～城のあるまち福のまちプロジェクト	計画期間	2019年度～2022年度	事業費 (内寄附金)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	総事業費
概要	福山城やその周辺の整備を進め、歴史・文化資源等の価値向上や魅力発信に取り組む。				368百万円 (1百万円)	1,004百万円	987百万円	650百万円	3,009百万円

### 1 KPIの進捗

関連するKPI	事業開始前	実績値(R1)	目標値(R1)	目標値(R4)
総観光客数	725万人(H29)	721万人	750千円	825万人
福山市文化ゾーンの来場者数	410千人(H29)	351千人	415千人	437千人

### 2 主な事業内容

#### 2019年度の主な取組

- 福山城及び周辺整備事業



【ライトアップのイメージ】

#### 成果

- 福山城及び周辺整備事業
  - ・ 福山城博物館等の耐震改修(設計)
  - ・ 福山城公園の樹木整備
  - ・ 福山城博物館展示リニューアル(設計)



【樹木整備後の景観】

#### 課題・今後の取組

- 福山城築城400年を迎える2022年度に向けて、福山城及びその周辺の整備を進め、歴史・文化資源等の価値の磨き上げや市内外への情報発信を進める。

#### 事業の評価

事業効果	<input type="checkbox"/>	地方創生に非常に効果的であった
	<input type="checkbox"/>	地方創生に相当程度効果があった
	<input checked="" type="radio"/>	地方創生に効果があった
	<input type="checkbox"/>	地方創生に対して効果がなかった

#### 委員意見（抜粋）

- KPIの達成に向けては、情報発信を強化していくべきでないか。