

地方創生推進交付金:しごとづくり・ひとづくり・いきいきつながるまちづくり推進事業  
重要業績評価指標(KPI)調書

地域再生計画	しごとづくり・ひとづくり・いきいきつながるまちづくり推進計画
事業概要	農業、水産業等食にかかわる事業と観光事業の連携した振興を図るとともに、事業を支える人材育成をソーシャルビジネスの視点を取り入れながら、一体的に行う。ソーシャルビジネスの視点を具体的な事業テーマやニーズに落とし込み、事業展開・人材育成を行うことで、水俣市がこれまで行ってきた「環境」をキーワードにした持続可能な地域づくりの取組と経済振興とを両立させる、水俣市ならではの事業展開を図り、商品等の付加価値を高め、地域経済の活性化に資するものとする。

水俣市総合戦略の目標	項目(KPI)	基準値(2014年度)	目標値(2019年度)
基本目標1 水俣を支える産業づくり・安定した雇用の確保	若者の新たな雇用の場の創出 市内事業所従業者数 農林水産業新規参入者	— 10,811人 —	5年で50人 10,911人 5年で10人
基本目標2 水俣で夢を叶える人を育てる・呼び込む	観光入込客数 UIターン者の移住者数	520,253人 —	5%増 5年で10人

地域再生計画 計画期間	自 平成29年5月 至 平成32年3月
----------------	------------------------

事業実績		総事業費(千円)				交付金額(千円)			
		2017	2018	2019	計	2017	2018	2019	計
しごとづくり・ひとづくり・いきいきつながるまちづくり推進事業	計画	20,853	14,233	11,733	46,819	10,427	7,117	5,867	23,411
	実績	18,737	13,643	11,929	44,309	9,369	6,822	5,952	22,143
①恋路ブランド推進事業	計画	5,710	4,000	3,000	12,710	2,855	2,000	1,500	6,355
	実績	3,600	3,478	3,200	10,278	1,800	1,739	1,600	5,139
②観光アクティビティプロモーション事業	計画	3,186	1,500	1,000	5,686	1,593	750	500	2,843
	実績	3,186	1,500	1,000	5,686	1,593	750	488	2,831
③ソーシャルビジネス推進/人材育成・創業支援推進事業	計画	11,957	8,733	7,733	28,423	5,979	4,367	3,867	14,213
	実績	11,951	8,665	7,729	28,345	5,976	4,333	3,864	14,173

KPI(事業の実施状況に関する客観的な指標)	事業開始前			2017(H29)増加分			2018(H30)増加分			2019(R1・H31)増加分			KPI増加分の累計			備考
	計画	実績	達成○ 未達成×	計画	実績	達成○ 未達成×	計画	実績	達成○ 未達成×	計画	実績	達成○ 未達成×	計画	実績	達成率	
KPI1 (千円) マガキ販売額	—	4,031	—	1,000	1,750	○	1,300	1,142	×	1,500	1,485	×	3,800	4,377	115.2%	
KPI2 (千円) 観光消費額	—	2,774,051	—	2,774	-76,898	×	5,548	-47,360	×	8,322	459	×	16,644	-123,799	-743.8%	
KPI3 (件/年) 新規創業数(第二創業含む)	—	6	—	5	5	○	5	6	○	5	7	○	15	18	120.0%	
KPI4 (千円) 雇用者報酬及び個人企業所得(合算)	—	36,921,507	—	369,215	4,095,338	○	369,215	2,428,353	○	738,430	2022年公表		1,476,860			所得推計公表後
<b>KPI達成状況</b>				KPI数	4	KPI数	4	KPI数	4	KPI数	4	KPI数	4			
				達成数	3	達成数	2	達成数	1	達成数	2	達成数	2			

2019年度	事業進捗 【DO】	①恋路ブランド推進事業 マガキのうまみ成分調査に加え、安定供給に向けた生産力を高めるための養殖技術の向上に関する取り組みを行った。また、未利用魚等を利用した加工品開発等や、漁師市における販促のための新メニュー等の企画開発を行った。 ②観光アクティビティプロモーション事業 平成28年度事業で造成した旅行商品等に関し、SNS等を活用した販売窓口整備及び情報発信を行った。またクーポン付きの情報誌(無料配布)を作成し、公共施設・交通機関等に配置し、市内への誘導を図った。このほか、SNSでアクティビティ、グルメ、宿泊をつなぐキャンペーン等を民間主体の実行委員会と連携して実施し、R1は旅行者とのタイアップにより旅行商品の造成を行った。 ③ソーシャルビジネス推進/人材育成・創業支援推進事業 地域経済循環の活性化につながる創業/第二創業を促す事業を実施した。具体的には、創業への興味を掘り下げてもらうためのセミナーやイベントを実施し、創業機運の醸成を図った。また、第二創業希望者に対しては、それぞれのニーズを反映し、個別相談形式で、創業計画等のブラッシュアップや悩み相談を実施した。
	効果検証 分析 【Check】	①「カキ小屋」販売を軸にしてPRを行っているが、リピーターによるSNS等の情報発信による知名度が着実に上がっている。また、旨味についても九州管内のマガキと比較しても高い評価を受けている。しかし、生産量の安定化に課題を残している。マガキの生育観察を4年間記録し、水俣ならではの養殖技法が少しずつではあるが確立しつつある。 ②KPIは未達成であるが、本事業による体験型観光商品の開発等は、本市の新たな観光資源としての可能性、新たな観光振興策として期待できるものである。R1には旅行会社との連携によりアクティビティを旅行商品化することができた。今後、本事業を持続可能な事業とするためには、民間主体による事業運営体制の確立に対して、特に継続的な取り組みが必要であると考えている。 ③本事業の目的の一つである、「持続可能な地域経済を考え、自発的・共創的に事業を起こす考え方を学ぶ」という点に関しては、地域内で一定数のマインドが醸成され、本事業の自立化の見通しが立った。また、新規創業についても、水俣商工会議所を中心に引き続き機運醸成や支援を実施していくこととなるなど、今後の産業振興に寄与する取組ができた。
	改善点 【Action】	<b>検証結果の反映状況</b> 地域再生計画の見直し 有 ・ 無
	次年度以降の 事業内容 【Plan】	次年度以降事業への反映 有 ・ 無 「有」の場合、その増減額 千円
	その他KPIを向上させる取組	