

地域住民生活等緊急支援のための交付金

参考事例集

～目次～

<地方創生先行型>

1. UIJターン助成

| | |
|----------------------|---|
| ①UIJターン助成金制度 | 1 |
| ②若手デザイナー等の地域資源産地派遣事業 | 2 |

2. 地域しごとと支援事業等

| | |
|----------------------------|----|
| ①地域しごとと支援センターの整備 | 3 |
| ②地域人材の育成・定着のための取組(総論) | 4 |
| ②-1 大都市圏からの人材呼び戻しのための事業 | |
| ①地元出身学生のUIJターン促進支援 | 5 |
| ②都市部の就農希望者の呼び込みを支援 | 6 |
| ②-2 地域人材育成のための事業 | |
| ①建設業における若年者の入職促進・人材育成を支援 | 7 |
| ②介護業界の人材育成を促進 | 8 |
| ③女性の再チャレンジを支援 | 9 |
| ④高齢者の活用を通じた若者への技能伝承を支援 | 10 |
| ②-3 地域のしごとの魅力向上のための事業 | |
| ①若年者等の職場定着を支援 | 11 |
| ②販路拡大、職場環境の改善等を支援 | 12 |
| ③自治体連携による生活困窮者等の就労・社会参加の促進 | 13 |

～目次～

3. 創業支援

| | |
|--------------------------------|----|
| ①創業支援事業計画に基づく創業支援事業 | 14 |
| ②地域の空き店舗等の活用支援 | 15 |
| ③創業バウチャー | 16 |
| ④ヘルスケアサービス等社会課題解決型ビジネスの担い手育成支援 | 17 |

4. 販路開拓支援

| | |
|--|----|
| ①新市場開拓に向けた技術・サービス開発等支援 | 18 |
| ②事業拡大に係る機器設備導入支援 | 19 |
| ③国内・海外販路開拓支援 | 20 |
| ④市場開拓にあたっての戦略策定支援 | 21 |
| ⑤高性能素材等による地域振興事業 | 22 |
| ⑥バイオテクノロジーを活用した地域産業の活性化等 | 23 |
| ⑦カイゼン活動等 | 24 |
| ⑧地域の名産等のブランディング及び販路開拓支援事業 | 25 |
| ⑨地方の中小企業と消費者の「共創」による新たな地域産品の開発と販促の支援事業 | 26 |
| ⑩物流効率化のための共同輸配送の実施 | 27 |
| ⑪海外人材を活用した対内直接投資・海外販路開拓支援 | 28 |
| ⑫商店街空き店舗等を活用したアンテナショップ整備に対する支援 | 29 |
| ⑬まちづくり人材招聘・育成支援 | 30 |
| ⑭花火等地域観光資源を活用した外国人誘客と販路開拓 | 31 |

～目次～

5. 観光振興

| | |
|-------------------------------|----|
| ①キャッシュレス環境整備による地域消費促進 | 32 |
| ②商店街等における免税販売の促進 | 33 |
| ③産業遺産を核としたまちづくり | 34 |
| ④アートを活用した国内外観光客誘致 | 35 |
| ⑤花火等地域観光資源を活用した外国人誘客と販路開拓(再掲) | 36 |
| ⑥宿泊施設・観光施設等における無料公衆無線LANの設置 | 37 |
| ⑦国際会議等(MICE)の開催支援 | 38 |
| ⑧国内・国外プロモーション活動支援 | 39 |

6. 対内直接投資

| | |
|-------------------------------|----|
| ①トップセールス・二次投資セミナー等 | 40 |
| ②外国企業誘致の魅力の分析・発信 | 41 |
| ③海外人材を活用した対内直接投資・海外販路開拓支援(再掲) | 42 |
| ④ジェトロ貿易情報センターを中心とした支援拠点の整備 | 43 |

～目次～

7. 多世代交流・多機能型ワンストップ拠点(小さな拠点)

| | |
|---------------------------|----|
| ①買物弱者に対する買物支援サービスの提供 | 44 |
| ②過疎地等における持続可能な燃料供給拠点整備の促進 | 45 |
| ③多世代交流・多機能型福祉拠点の推進 | 46 |
| ④小さな拠点における商店等の維持・確保 | 47 |
| ⑤農産物直売施設整備の促進 | 48 |
| ⑥「道の駅」における地域拠点機能の強化 | 49 |
| ⑦地域の持続可能な物流ネットワークの構築 | 50 |
| ⑧「小さな拠点」を支える公共交通網の構築 | 51 |

8. 少子化対策

| | |
|-------------------------------------|----|
| ①地域を挙げた子育て家族へのサポート～子育てにやさしいまなざし事業 | 52 |
| ②子育てを通じた自治体と企業の連携強化～「子育て応援宣言企業」支援事業 | 53 |
| ③その他少子化対策事業の参考事例 | 54 |

その他

| | |
|-------------------------------|----|
| ①IT・エレクトロニクス活用による地域経済活性化の普及促進 | 55 |
|-------------------------------|----|

～目次～

<地域消費喚起・生活支援型>

多子世帯支援策・少子化対策

- ・保育等のサービス利用券の配付上乘せ(A県)56
- ・出生時等への祝品の贈呈(B市)
- ・産前・産後のサポート～産前産後ヘルパー派遣事業(C市)57
- ・保育料の軽減または無料化
- ・三世帯同居・近居に対する費用の助成(D市)58
- ・乳幼児期に必要な用具の貸し出し

<地方創生先行型>

1-① UIJターン助成金制度

1. UIJターン助成

事業の内容

(概要)

- 都市圏から地方への人材還流を円滑にするため、地域の中堅・中小企業等において、域外で働く30～50代の人材が、正式に雇い入れる前に「お試し就業」（3ヶ月程度の出向又は有期雇用）する際に、その期間の給与の半額を助成する。

(背景)

- 地域の中堅・中小企業では、経営等に携われる人材の不足が目立つ一方、大企業等においては事業企画・運営に実績のある人材が存在している。
他方、こうしたミドル人材のUIJターンでは、地方への移住による生活環境の変化、受入企業及び人材双方にとって相性が合うか等の見極めが難しく、転職を決心しづらい。そのため、正式な雇用契約の前に、企業・人材が双方を見極めを行うための「お試し就業」を通じたマッチングが効果的。
- 地方自治体は、本UIJターン助成金制度を、民間人材サービス会社の事業活動、住環境・教育環境の整備や情報提供の充実等の関連する既存施策、政府が実施するプロフェッショナル人材のマッチング支援のための全国的事業（経営人材のマッチングを行う地域経済活性化支援機構の子会社の設立等）と連携することで、施策の効果を高めることが可能。

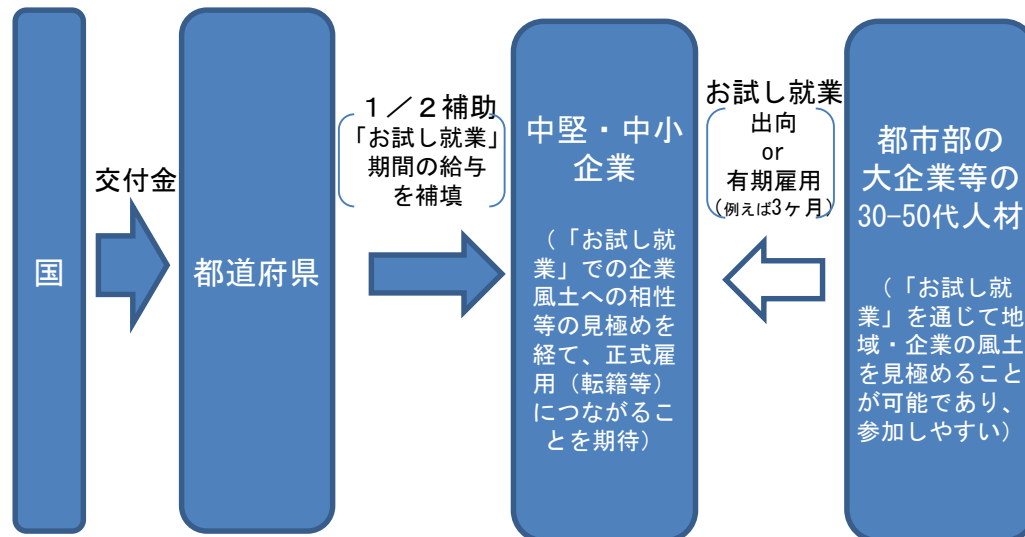
事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 本助成制度を通じた
30～50代の域外人材の正規雇用件数

【アウトプットベースの指標例】

- 30～50代の域外人材の
お試し就業（出向・有期雇用等）への助成件数

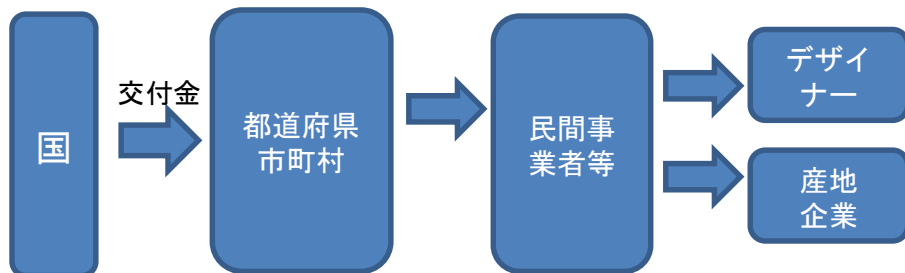


1-② 若手デザイナー等の地域資源産地派遣事業

1. UIJターン助成

事業の内容

- 全国の地域資源産地企業は、生き残りをかけ、下請け構造からの脱却を目指し、自社のブランド力を高め、デザイン性の高い自社企画製品の開発に取り組んでいるが、最新のデザイン情報等を入手することが困難。
- 一方、若手デザイナーや学生の多くは、現場のものづくりの仕組みや製造工程に対する理解が乏しく、また、デザイナーとしての職を手にすることが出来る者も、一部に限られているのが実情。
- 本事業により、若手デザイナーが一定期間地域資源産地に派遣され、ものづくりの工程を学ぶための研修を受けることで、デザイナーの産地企業への就職や、産地企業のクリエイション力向上につなげ、産地活性化を図る。
- 研修費用（デザイナー等の人件費や、受入にかかる宿泊費等）



事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】産地デザイナー数

【アウトプットベースの指標例】
デザイナー派遣数、受入産地企業数

取組例

○日本毛織物等工業組合連合会

毎年11月に、「尾州産地デザイナーツアー」を開催。新進気鋭のデザイナーを毛織物の産地である尾州に派遣することで、産地とデザイナーの連携を強化。

○一宮地場産業ファッションデザインセンター

次代のファッション産業を担う人材を育成するため、ファッション関係の学生を招き、産地内での研修を2日間にわたって開催。

2-① 地域しごとと支援センターの整備

2. 地域しごとと支援事業

事業の内容

(概要)

- 全国移住促進センター(仮称)と連携して、雇用や暮らしの情報を一元的に収集・提供する地域しごと支援センターを整備する。
※ 各自治体が既に実施している独自の移住・定住支援策を、本事業の趣旨に沿った形で拡充して実施することも可能。
- 地域しごと支援センターの機能として想定されるものは以下のとおり。
 - ① 地方就職の支援を実施する各自治体や国、社協等の支援機関、NPO等の連携体制の構築
例) 各自治体、ハローワーク、福祉人材センターなどが連携する協議会を主催し、情報の共有化や横断的な支援体制の構築等を実施。
 - ② 地方のしごとや暮らしの情報提供等を行うサイトの整備や相談員の配置
例) 地域の仕事や暮らしを紹介するポータルサイトを整備するとともに、地域への就職希望者等に対し、自治体やハローワーク等と連携した総合的な移住転職支援を実施。
 - ③ 全国移住促進センターとの連携による地域情報の発信
例) 各自治体や支援機関、NPO等との連携により収集した地域の情報を全国移住促進センターに提供し、当該センターに整備される地域しごとナビを通じて発信する。

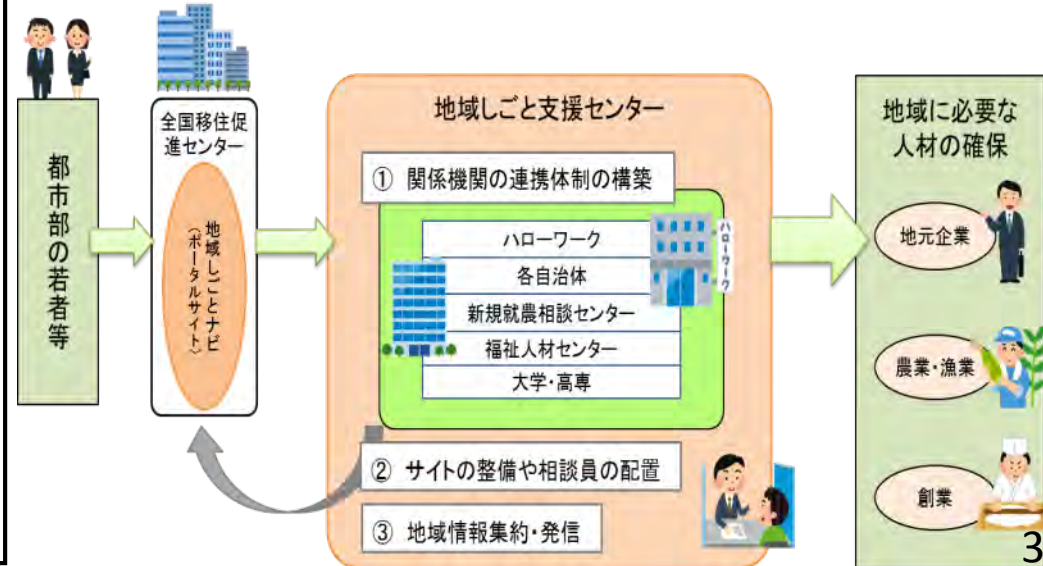
事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

【アウトカムベースの指標例】

- 同センターを通じた地方情報の発信件数
- 同センターへの相談件数
- 同センターを通じた職業紹介件数

【アウトプットベースの指標例】

- 同センターにおける関係機関との連携数



2-② 地域人材の育成・定着のための取組（総論）

2. 地域しごとと支援事業

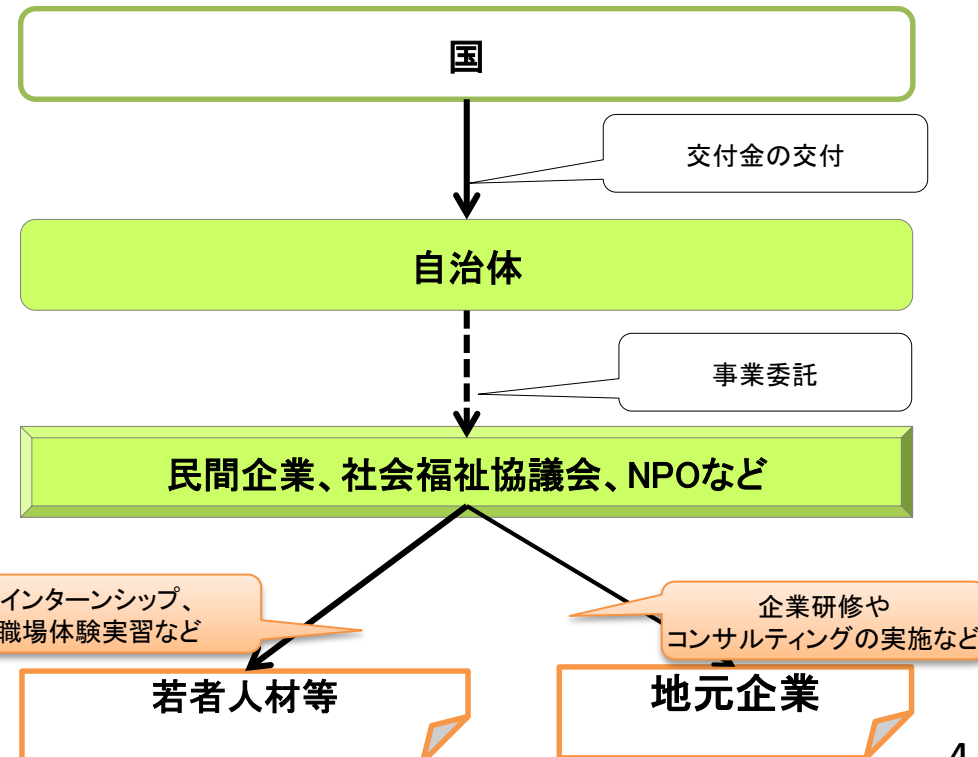
事業の内容

（概要）

- 各自治体が創意工夫を活かして、地域における魅力あるしごとづくりとそれに必要な人材の呼び戻しや育成、定着などの取組を実施する。
- これまで雇用創出基金（地域人づくり事業等）を活用して各自治体を実施してきた雇用創出や処遇改善等の取組のうち、総合戦略に位置づけられるものは、本事業により実施可能。
- 本交付金により実施する創業支援や販路開拓、観光振興等に必要な人材の育成・確保に本事業を活用するなど、効果的な事業実施が望まれる。
- 各自治体は、質の高い雇用の創出、魅力的な職場づくりを目的に民間事業者等への委託により、以下の事業を実施。
（※ 具体例の詳細は各論参照。）
 - ① **大都市圏からの人材呼び戻しのための事業**
 - ・ 大都市圏から地域に必要な人材を呼び戻しを実施。
例）大都市圏の若者等を対象とした地元企業へのインターンシップなど
 - ② **地域人材育成のための事業**
 - ・ 地元企業や地元産業などに必要な人材育成の取組を実施。
例）技能習得等を目的とした、地元企業等への研修付採用や職場体験実習など
 - ③ **地域のしごとの魅力向上のための事業**
 - ・ 処遇改善など地元企業等の魅力向上に向けた取組を支援。
例）地元企業の正社員化や長時間労働の削減等に向けた取組に資する研修やコンサルティングなど

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 【アウトカムベースの指標例】
- 【アウトプットベースの指標例】
- 各事業ごとに設定（各論参照）



2-②-1 大都市圏からの人材呼び戻しのための事業① ～地元出身学生のUIJターン促進支援～

2. 地域しごと支援事業

事業の内容

(目的)

大都市圏からの若年人材の呼び戻し

(事業例)

地元出身学生のUIJターン促進支援事業

(概要)

県外に就学した地元出身大学生等のUIJターン就職を促進するため、民間企業等に委託し、東京で県内企業の合同就職面接会等を開催し、都市部の若者と地元企業のマッチングを図る。

事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

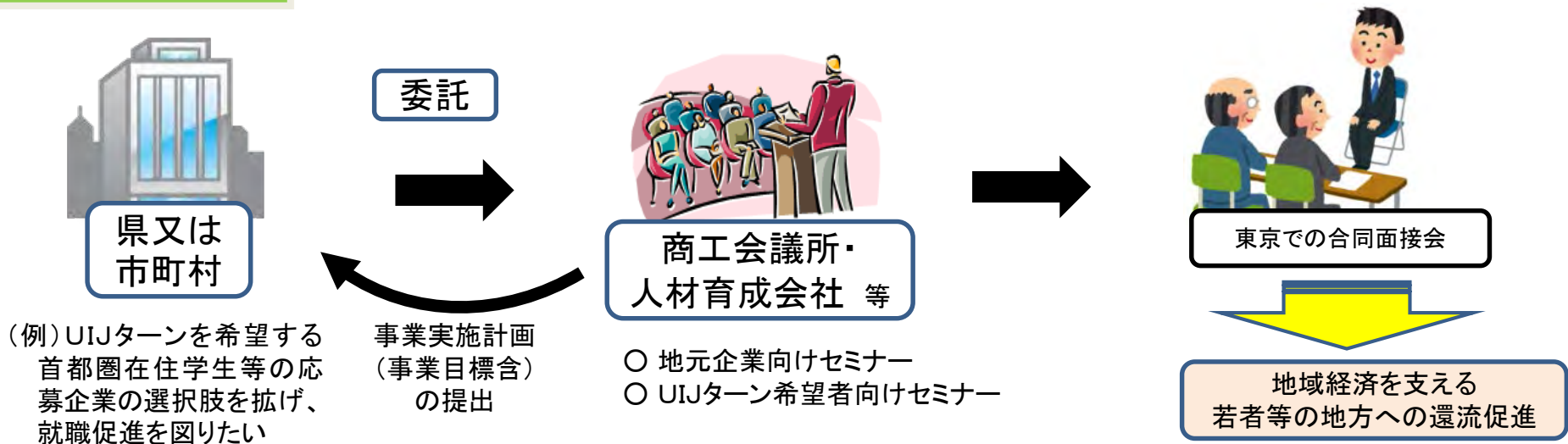
【アウトカムベースの指標例】

○ 地元出身学生の県内企業への就職件数

【アウトプットベースの指標例】

○ 地元出身学生の合同面接会参加人数

事業のスキーム



2-②-1 大都市圏からの人材呼び戻しのための事業② ～都市部の就農希望者の呼び込みを支援～

2. 地域しごと支援事業

事業の内容

(目的)
農業分野における大都市圏からの若年人材の呼び戻し

(事業例)
都市部の就農希望者の移住、就農支援事業

(概要)
都市部の就農希望者を募集し、農業法人等での就業体験や、遊休農地を活用した農業体験・実習などの実践的な研修等を行う。これにより、農業への理解を深め、地域の農業法人等への新規就農を促進する。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

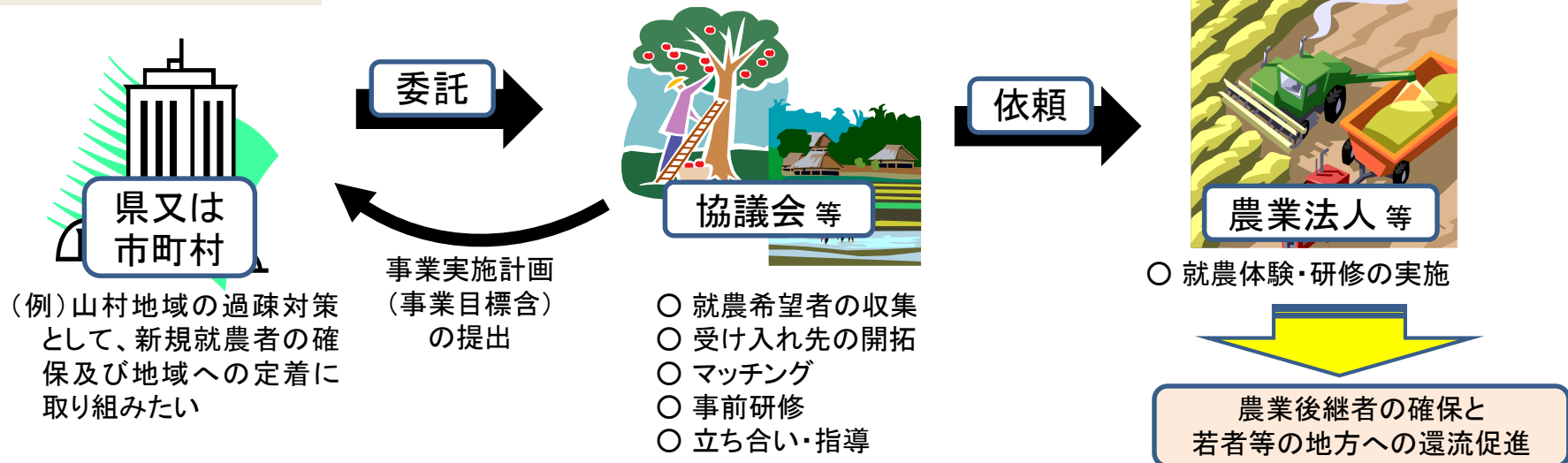
【アウトカムベースの指標例】

○ 都市部の就農希望者の農業法人等への新規就業者数

【アウトプットベースの指標例】

○ 都市部の就農希望者の農業体験等への参加者数

事業のスキーム



2-②-2 地域人材育成のための事業① ～建設業における若年者の入職促進・人材育成を支援～

2. 地域しごとと支援事業

事業の内容

(目的)

建設業における若年者の就職促進・人材育成による
地元定着

(事業例)

建設業若年者入職促進・人材育成事業(コンソーシアム型)

(概要)

建設業における若年者の入職促進、人材育成を支援
するため、建設業団体と会員企業等による共同体が、
若年者を期間雇用し、集合訓練や企業実習を実施する
ことにより、正規雇用につなげる。

事業ごとの重要業績評価指標(KPI)の例

【アウトカムベースの指標例】

○建設人材新規就業者数(うち正規雇用化数)

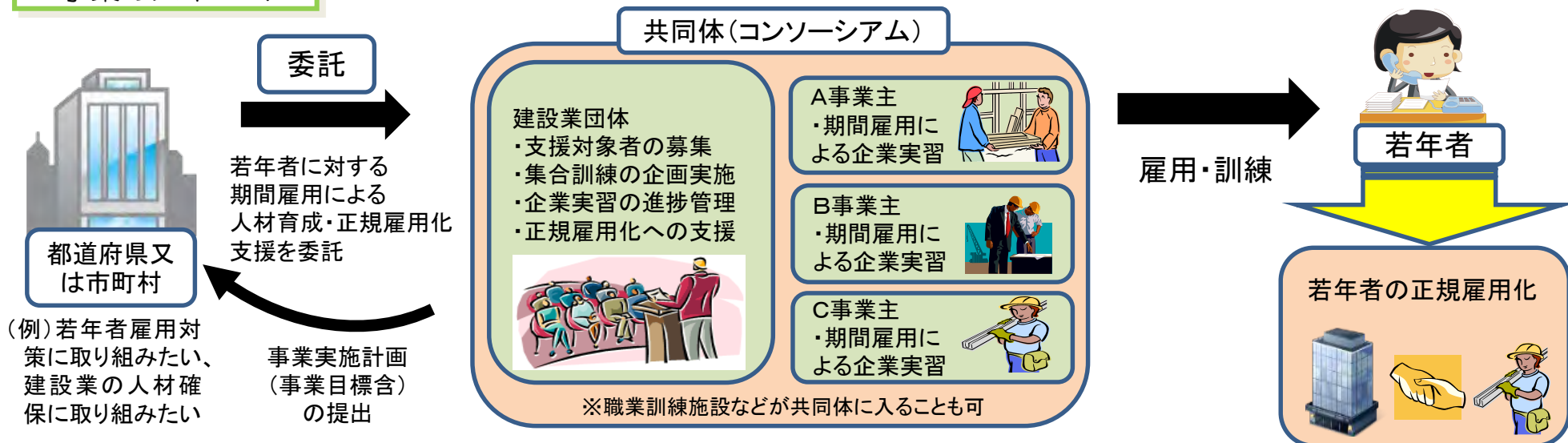
【アウトプットベースの指標例】

○OFF-JT(基礎研修等)実施数

○OJT参加企業数

○受講者数

事業のスキーム



2-②-2 地域人材育成のための事業 ② ～介護業界の人材育成を促進～

2. 地域しごとと支援事業

事業の内容

(目的)

介護人材の育成、正規化による地元定着

(事業例)

介護人材確保支援事業

(概要)

介護事業所が地域の若年者等を有期雇用契約にて雇入れ、業務に従事させながら訓練を行うとともに、介護資格取得のための養成講座を受講させることにより、正規雇用につなげる。

事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

【アウトカムベースの指標例】

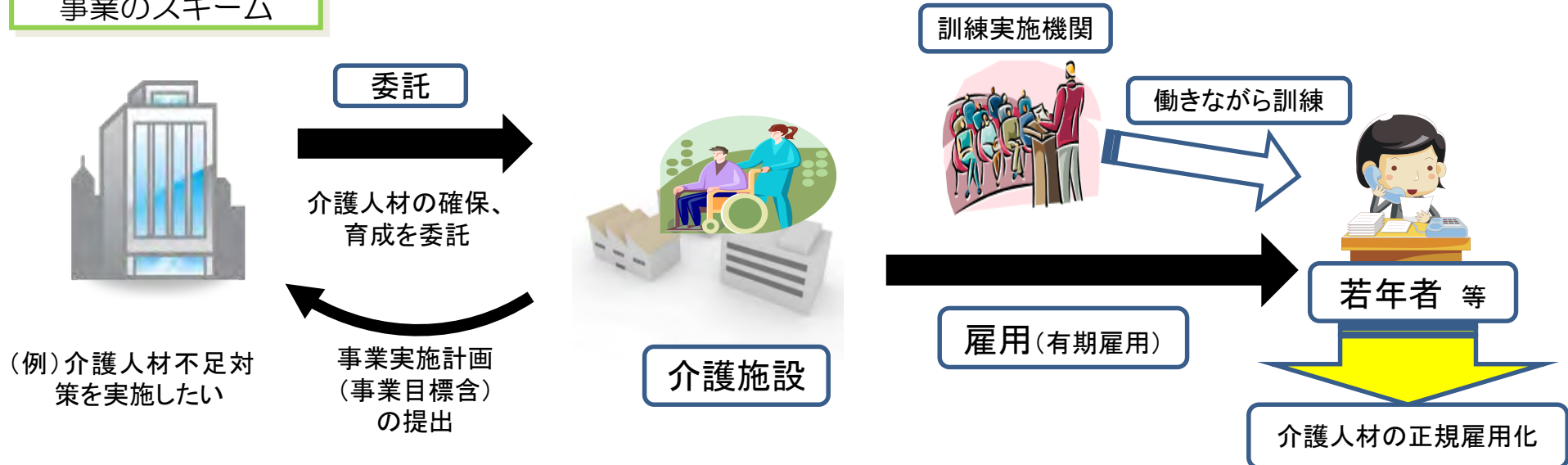
○介護人材新規就業者数 (うち正規雇用化数)

【アウトプットベースの指標例】

○OFF-JT (養成講座等) 実施数

○受講者数

事業のスキーム



2-②-2 地域人材育成のための事業 ③ ～女性の再チャレンジを支援～

2. 地域しごとと支援事業

事業の内容

(目的)

介護・保育等の人手不足分野への女性の再就職を拡大し、地元定着を図る。

(事業例)

女性の再就職促進支援事業

(概要)

出産・子育て等により離職したが、「また働きたい」と考える女性に対し、(1) 再就職に向けた研修や、再就職活動の際の子どもの預け先の確保を支援（一時預かりの事業所等の紹介等）するとともに、(2) 再就職に向けた研修（介護・保育資格取得等）等を実施する。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

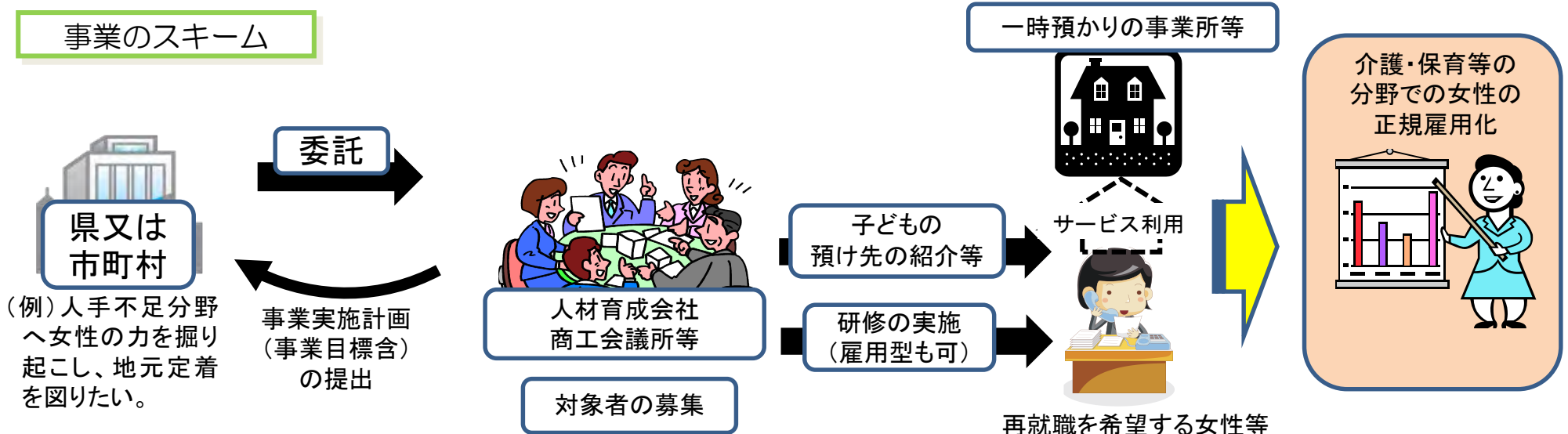
【アウトカムベースの指標例】

○新規女性就業者数（うち正規雇用化数）

【アウトプットベースの指標例】

○研修受講者数

事業のスキーム



2-②-2 地域人材育成のための事業④ ～高齢者の活用を通じた若者への技能伝承を支援～

2. 地域しごとと支援事業

事業の内容

(目的)

高齢者の活用を通じた若者への技能伝承を支援することにより、若者の地元定着を図る

(事業例)

高齢者から若者への技能伝承等促進事業

(概要)

NPO法人等が若手人材等をコーディネーターとして雇用し、技能等を有する高齢者の就労を希望する企業等を開拓するとともに、高齢者の就労支援や両者のマッチングを行う等により、高齢者から若者への技能伝承等を図る。

事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

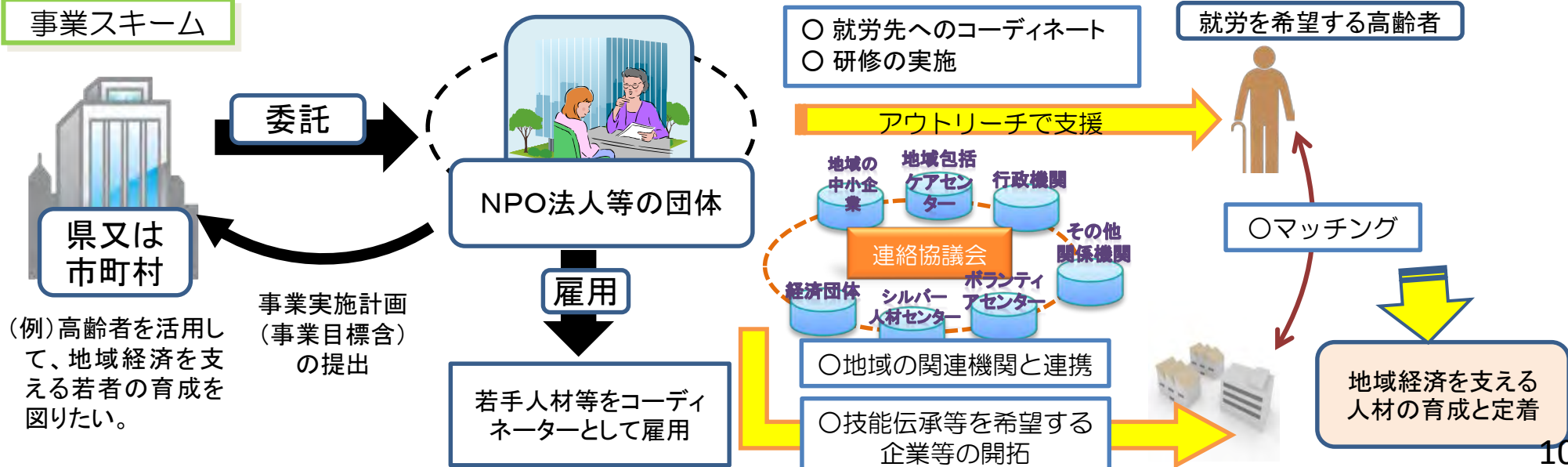
【アウトカムベースの指標例】

○就業者数（新規雇用した者及び開拓した就労事業に従事した者）

【アウトプットベースの指標例】

○就業開拓した件数
○高齢者に対する研修実施回数

事業スキーム



2-②-3 地域のしごとの魅力向上のための事業① ～若年者等の職場定着を支援～

2. 地域しごと支援事業

事業の内容

(目的)

若年者等の職場定着

(事業例)

若年者等早期離職防止・職場定着支援事業

(概要)

中小企業における新規学卒者等の早期離職が多い現状を踏まえ、経済団体等が会員企業の経営者や管理者等を対象にした雇用管理研修を行うとともに、地域の若手社員に対するメンタルトレーニング研修等を行うことにより、職場定着率の向上に繋げる。

事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

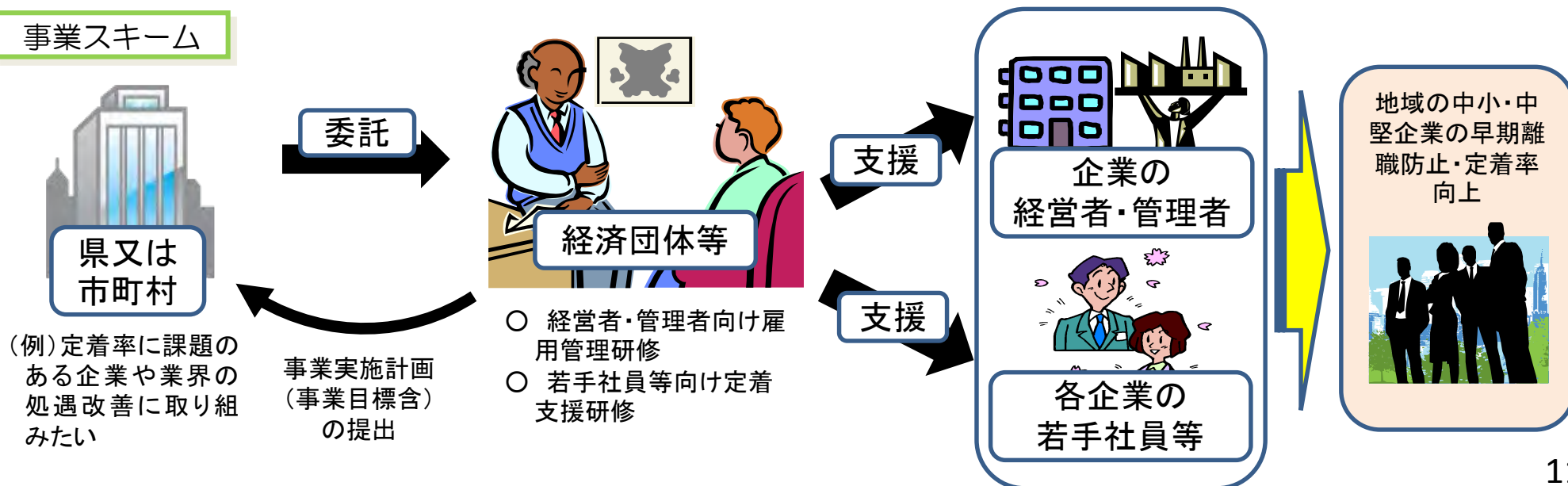
【アウトカムベースの指標例】

○定着率○○%向上（支援前と支援終了○ヶ月後の定着率を比較）

【アウトプットベースの指標例】

○支援企業数（委託先から支援した企業数）
○研修実施回数 ○研修受講者数

事業スキーム



2-②-3 地域のしごとの魅力向上のための事業② ～販路拡大、職場環境の改善等を支援～

2. 地域しごと支援事業

事業の内容

(目的)
地元企業職場の魅力向上

(事業例)
地元企業の底上げ事業

(概要)
地域の企業に対して、経営アドバイス、マッチングフェアや商品展示会等のコーディネート、販路拡大や雇用管理の研修、テレワークの導入などを行い、社員の処遇改善（賃上げ、定着支援、長時間労働削減、年次有給休暇の取得促進、パワハラ・マタハラ等対策）に活用する。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

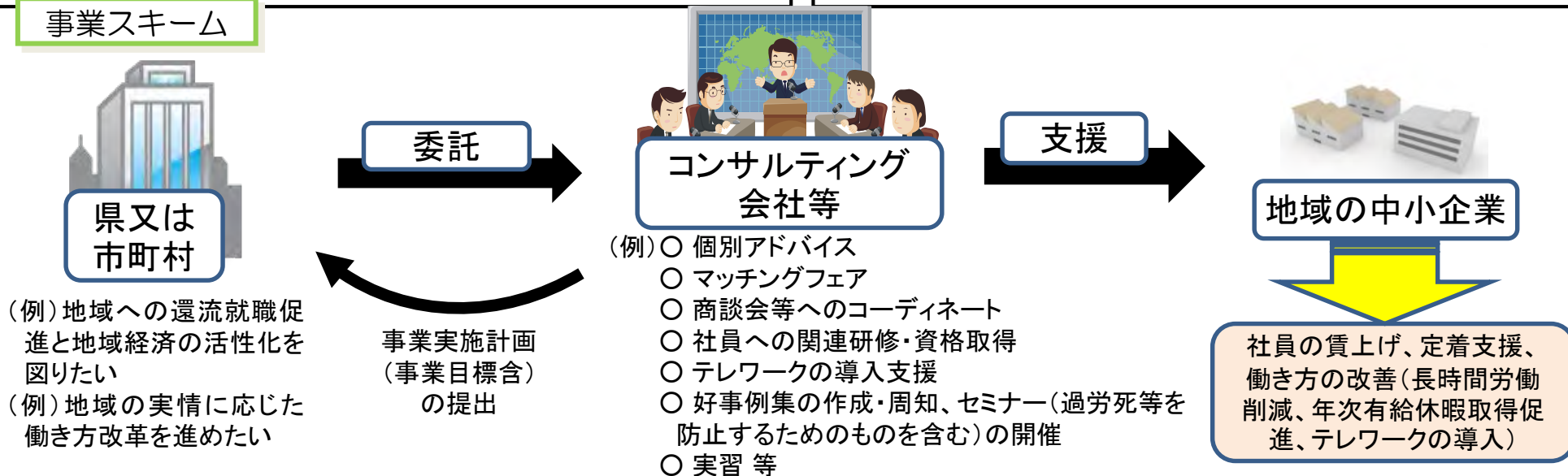
【アウトカムベースの指標例】

- 賃上げ〇〇%向上（支援前と支援終了〇ヶ月後の賃金を比較した率）
- 所定外労働時間〇〇時間削減（支援前と支援終了〇ヶ月後の所定外労働の削減時間数）
- 年次有給休暇の取得率〇〇%向上（支援前と支援終了〇ヶ月後の年次有給休暇の取得を比較した率）

【アウトプットベースの指標例】

- 支援対象企業数（委託先から支援した企業数）

事業スキーム

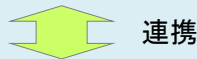


事業の内容

- 大都市圏の生活困窮者等が、地方において、就労・社会参加するための支援を実施する。
- 具体的には、生活困窮者自立支援制度や被保護者就労支援事業等による包括的な支援を行いつつ、
 - ・ 自治体間でそれぞれの役割分担や具体的な連携方策について調整した上で、
 - ・ それに基づき、例えば、①利用者に対する説明会・相談会の開催、②利用者の選定・送り出し、③利用者の生活環境の整備、④受け入れ先（中間的就労を含む。）の開拓・環境整備など、利用者が地方において就労・社会参加するための必要な支援を実施。

【実施例(イメージ)】

生活困窮者自立支援制度・被保護者就労支援事業



自治体(送り出す側)

- ① 利用者に対する説明会・相談会の開催
- ② 利用者の選定・送り出し



自治体(受け入れる側)

- ③ 利用者の生活環境の整備
- ④ 受け入れ先(中間的就労を含む。)の開拓・環境整備

※ 自治体のUIターン窓口等も活用

事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

【アウトカムベースの指標例】

- 本事業を通じた就労件数

【アウトプットベースの指標例】

- 本事業の利用者数

取組例

- 豊中市・土佐町の「ファームビズ事業」
 豊中市と土佐町が連携して実施する「ファームビズ事業」において、大阪府在住の方が土佐町周辺でインターシップとして就農。
 利用者は、受け入れ先で3週間の就業体験をした後、両者の希望が一致すれば、引き続き、受け入れ先である法人に雇用される。

3-① 創業支援事業計画に基づく創業支援事業

3. 創業支援

事業の内容

事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

- 地域活性化には、創業による新たなビジネスや雇用の創造を促進し、経済の新陳代謝を図る必要がある。
- そのため、産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画の認定を受けた市区町村が、認定計画に基づき行う創業支援事業を支援することにより、全国各地の創業支援体制を強化する。

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 相談・指導件数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 創業セミナー実施件数

- 具体的には、市区町村が単独又は複数連携により、
 - ①創業相談窓口に創業支援の専門家の配置、
 - ②インキュベーション施設やコワーキングスペースなどの施設整備、
 - ③創業セミナーや創業者の交流会などのセミナー・イベントの開催
 等を行うことを支援。

取組例

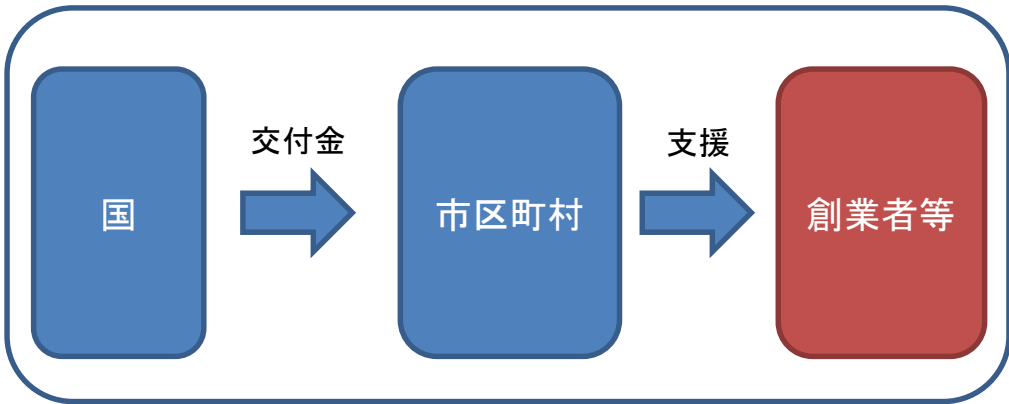
- 八王子市

市が商工会議所、産業支援機関、地域金融機関、民間団体の5者が連携し、創業相談窓口の設置や創業塾、セミナー、インキュベーション事業を実施し、創業予備軍や創業者の支援を行っている。



- 福岡市

福岡市内の先輩創業者等が創業応援団体となり、地域の産学官がコミュニティを形成し、創業予備軍や創業者支援を実施している。



3-② 地域の空き店舗等の活用支援

3. 創業支援

事業の内容

- 商店街組織や民間事業者等が、商店街等の新陳代謝を目的に行う、若者、女性等による創業支援をターゲットにしたインキュベーション施設整備や、そのための基盤整備に係る経費を補助。具体的には、店舗改装費などの施設整備費用、専門家派遣費用などを補助する。
- また、地域のイベントや憩いのスペースなどの整備に係る空き家・空き店舗等の解体及び跡地における広場等の整備にかかる費用を補助する。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

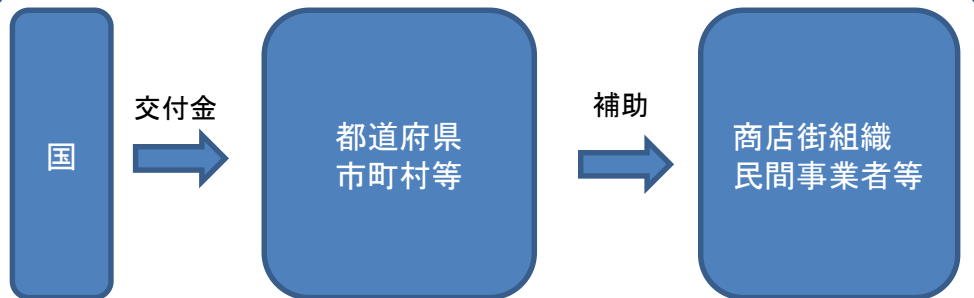
- 【アウトカムベースの指標例】
 - インキュベーション施設等の入居企業数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - インキュベーション施設等の整備件数

取組例

- 奈良もちいどのセンター街協同組合
空き店舗を活用し、商店街としてインキュベーション施設「もちいどの夢CUBE」を整備・運営。地域の商業者・起業を目指す者等の創業や転業等を支援。
- 佐賀市の交流スペース整備



空き地や駐車場の占める割合が増加していた佐賀市の市街地において、駐車場を地域住民のにぎわいを取り戻す広場として再生させるため、芝生の整備、交流スペース等の整備を実施。



3-③ 創業バウチャー

3. 創業支援

事業の内容

- 地域活性化には、創業による新たなビジネスや雇用の創造を促進し、経済の新陳代謝を図る必要がある。
- 創業を促進するためには、起業時における費用負担（オフィス賃料、オフィス用品、ソフト、通信費等）を可能な限り軽減することが重要。
- そのため、バウチャー制度などのインセンティブの導入により、民間ベンチャー支援機関同士の競争を促し、起業家に対する支援サービスの質を向上し、「誰でも起業家応援社会」を構築。
- 具体的には、地方自治体が起業家に対して、創業バウチャー※を発行することを支援する。

※創業バウチャー制度とは、起業に必要なリソースやサービスを、起業目的に限定した「クーポン」の形で起業家に直接支給する制度。



事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - ベンチャー支援機関の支援数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - バウチャー発行数

取組例

- 井原市
市内において起業を行う場合に、事業所の賃借料や機械設備費等事業に要する経費の一部を補助。
（補助率1/2、上限100万円）
- 深谷市
市内において起業する場合に、広告宣伝費や商業登記費等起業に要する経費の一部を補助。
（補助率1/2、上限30万円）
- 鹿児島県
鹿児島県内において地域資源を利用した起業等に対して、事務用品費やマーケティング費等の一部を補助。
（補助率2/3、上限300万円）

3-④ ヘルスケアサービス等 社会課題解決型ビジネスの担い手育成支援

3. 創業支援

事業の内容

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 少子高齢化や過疎化が進む地方において、健康・医療分野にかかる地域課題の解決は喫緊の課題。
- 地域包括ケアシステムの構築など、その対応整備が進んでいるところではあるが、限られた健康・医療資源の中で、これらの地域課題に対応することが求められている。
- これらを背景に、ヘルスケアサービスへの期待は高まっているが、その担い手が不足しており、食・農や観光等を始めとした地域資源を活用し、地域の健康・医療分野の社会課題を解決する新たなヘルスケアサービスを創出する担い手の育成・確保が重要。
- そのため、地域の健康・医療分野の課題を捉え、それに対するソリューションを持続可能性をもった事業モデルとしてビジネス化する担い手を育成・確保するための取組を支援する。
- 具体的には、地域ヘルスケア関係者を対象としたビジネス人材の育成プログラムの実施、都市部等からのビジネス人材の招集、ビジネス実証フィールドの提供やビジネス人材を紹介する拠点の整備等を支援。

【アウトカムベースの指標例】

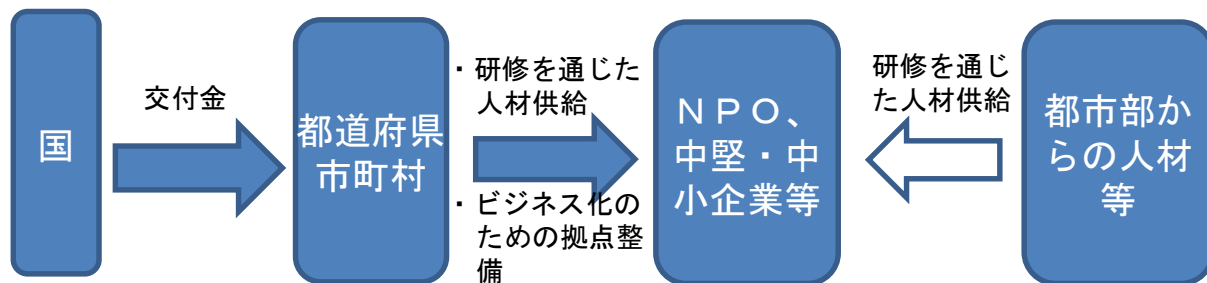
- 社会課題解決型ビジネスの創出件数

【アウトプットベースの指標例】

- 研修プログラムの受講者数
- 域外からのヘルスケアサービス・ビジネス家の招集数

取組イメージ

- 域外からのヘルスケアサービス・ビジネス化を行う事のできる人材の招集と、地域事業者とのマッチング
- 域内人材に対するヘルスケアサービス・ビジネス化のためのノウハウ研修の開催



4-① 新市場開拓に向けた技術・サービス開発等支援

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 今後、各都道府県や各市町村を支える中核的な存在となりうる中堅・中小企業の成長に向けて、新たな販路開拓につながる企業の取組を総合的に支援する。
- こうした企業の成長に向けては、他の自治体や経済産業省、文部科学省、厚生労働省等の関係省庁が実施する取組とも連携して効果的な支援を実施する。
- 地域を支える中堅・中小企業が国内外での新市場の獲得に向けて行う試作品・サービス開発や高付加価値ものづくり分野における新たな受注獲得に向けた技術開発・実証実験の支援を行う。
また、試作品や技術の機能や成分等を評価する装置の公設試等への導入の支援を行う。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 試作品開発支援による事業化件数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 試作品開発支援件数

取組例

- 医療用インプラントのアジア市場開拓を見据え、品質と価格の双方で競争力を有する量産技術確立のための試作品開発
(東海部品工業株式会社：静岡県)



人工股関節と
量産化加工技術

- 航空機部品の新規受注に向けた、高品位パルスファイバレーザによる航空機部品フィルム冷却穴明け技術に関する実証実験



多軸加工システム

- (株式会社レーザックス：愛知県知立市)

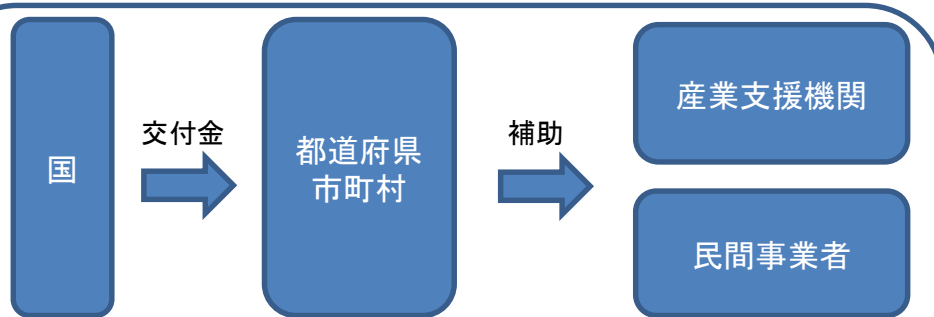


4-② 事業拡大に係る機器設備導入支援

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 今後、各都道府県や各市町村を支える中核的な存在となりうる中堅・中小企業の成長に向けて、新たな販路開拓につながる企業の取組を総合的に支援する。
- こうした企業の成長に向けては、他の自治体や経済産業省、文部科学省、厚生労働省等の関係省庁が実施する取組とも連携して効果的な支援を実施する。
- 地域を支える中堅・中小企業が、単独もしくは企業群として行う新たな受注獲得に向けた生産能力増強等への設備導入に係る費用を助成する。



※各地域が策定する地方版総合戦略の戦略産業分野に該当する取組は定額補助。それ以外の分野で取り組む場合は補助率有り。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 機器設備導入による受注件数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 機器設備導入件数

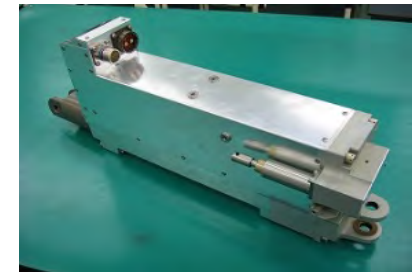
取組例

- 航空機関連部品の受注拡大に向けた機器設備導入支援
エアロスペース飯田（飯田市）

海外航空機部品メーカー等からの受注拡大を目指して、地域のものづくり企業が連携して行う共同受注の生産力増強を図るため、共同工場において共用で使用する特殊試験設備や共用機械加工機器などの導入を支援。



飯田市の共同工場



当該構造品の機械加工部品の多くをエアロスペース飯田が受注

4-③ 国内・海外販路開拓支援

4. 販路開拓支援

事業の内容

地域を支える中核的な中堅・中小企業等の最大の課題である販路開拓を支援するため以下の取り組みを行う。

- 国内での販路開拓に向け、
 - ①首都圏などの大消費地に各地域の産品を販売するアンテナショップの整備、
 - ②自らが行う展示会やマッチングイベントの開催（フェア・イン・フェアを含む）、
 - ③中小企業・小規模事業者が国内の展示会やマッチングイベントに出展する際の経費の補助等を行うことを支援する。
- 海外での販路開拓に向け、
 - ①地方自治体を中心となり、ジェトロ等外部専門機関と共同して支援計画を策定し、支援事業を実施する。ジェトロ等外部専門機関は、当該計画を元に、企業の海外販路開拓等を一貫して支援すべく、海外有力バイヤー等の日本への招聘や、海外での地域資源のPR等、商談機会の場の提供やビジネスパートナー情報の収集提供等を行う。
 - ②新たな販路開拓のために中堅・中小企業等が海外有力商談会に出展する際の支援を行う（出展費用や効果的なマッチングに向けたエージェント費用等の助成）。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 商談・成約件数

【アウトプットベースの指標例】

- 商談会等開催件数

取組例

<国内での取組事例>

○北海道 道産品販路拡大促進費

- ・首都圏におけるアンテナショップとして東京交通会館に「北海道どさんこプラザ有楽町店」を設置し、道産品の販路拡大と道内企業のマーケティング支援を図る。

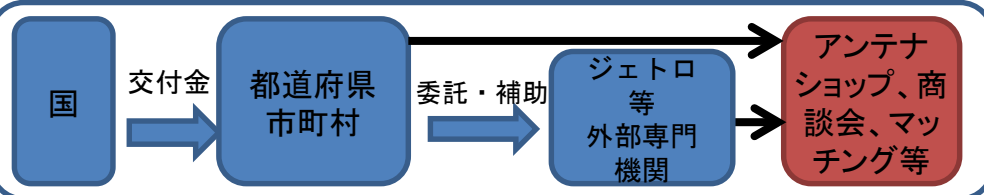
<海外での取組事例>

○バイヤー招聘事業

- ・富山県、岐阜県、長野県が連携してアジア各国から有力バイヤーを招聘し、食品や伝統工芸品・インテリア雑貨等の商談会を開催
 - ◇招聘バイヤー：中国、香港、タイ等から9社
 - ◇参加企業：21社

○海外有力展示会への出展支援

- ・地域の中堅・中小企業の海外販路拡大のため、世界的な医療機器商談会のMEDICA/COMPAMED(ドイツ)への出展支援を実施。(長野県)



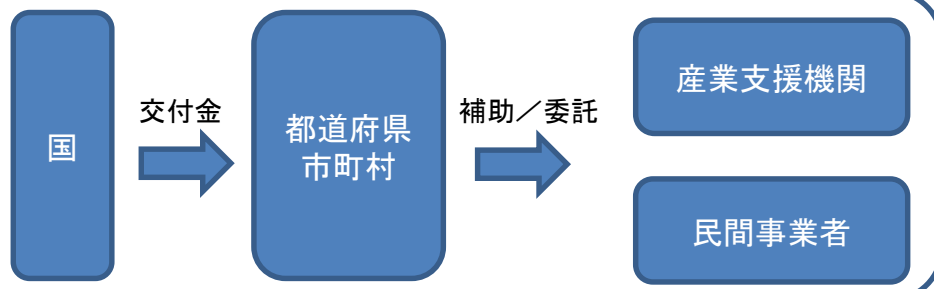
4-④ 市場開拓にあたっての戦略策定支援

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 今後、各都道府県や各市町村を支える中核的な存在となりうる中堅・中小企業の成長に向けて、新たな販路開拓につながる企業の取組を総合的に支援する。
- こうした企業の成長に向けては、他の自治体や経済産業省、文部科学省、厚生労働省等の関係省庁が実施する取組とも連携して効果的な支援を実施する。
- 地域を支える中堅・中小企業が市場開拓を行うにあたって、市場調査（市場構造、規制、既存技術の評価等）や新事業のコンセプトづくりのコンサルティングなど、戦略策定のために必要となる費用を助成する。

※個別企業の戦略策定支援だけでなく、例えば地域の産業特性を踏まえた企業群としての市場開拓の戦略策定支援に活用することも可能。



事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

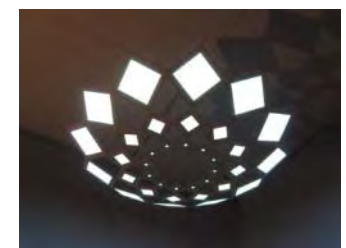
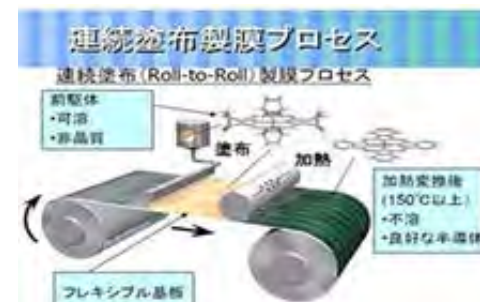
- 【アウトカムベースの指標例】
 - 戦略策定による事業化件数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 戦略策定支援件数

取組例

- 市場開拓にあたっての戦略策定支援
富士機械工業株式会社（広島県）

金属印刷機やグラビア印刷機で国内トップシェアの同社が保有する連続塗布技術を応用し、フレキシブルデバイス基盤の製造技術を開発。同社の成長にとっては大きな柱となる新事業であり、専門人材などを活用しながら戦略策定を支援。

その上で、製造装置の試作、大手有機EL照明メーカー等に対する販路開拓支援を実施。新ビジネスに繋がれば、取引関係のある中小企業約100社への波及効果が期待される。



有機EL照明

4-⑤ 高性能素材等による地域振興事業

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 地域内資源や地域の独自技術を活かした、地元企業等による商品の開発とその供給を可能とする設備導入等を支援します。
- 地元企業が、大学等と連携し、川上から川下まで地域で完結したものづくりネットワークを構築することで、地域内でのサプライチェーン構築や企業の研究開発・新規用途開拓を促し、新たな雇用創出と地域経済の活性化に繋がります。

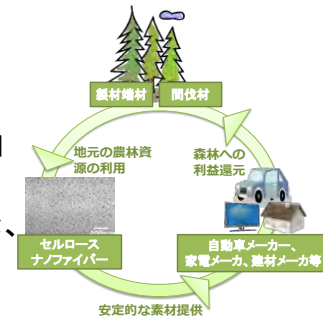
- ① ネットワーク構築補助
- ② 研究設備・製造設備の導入補助
- ③ 新規用途開発補助(商品開発、研究開発)

事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 高性能素材の生産量、研究開発件数等
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 支援件数

取組例

- セルロースナノファイバー (CNF)
地域内の間伐材、製材端材等の森林資源を利用し、自治体、大学、公設試とともに、地元企業等が、各地域の特色を生かしたCNFを製造し、技術力のある地元企業(自動車、電気、建材メカ)等と連携して部素材の開発、供給を実施。地域で完結したCNFものづくりネットワークを構築する。



※セルロースナノファイバー

鋼鉄の1/5ほどの軽さで、鋼鉄の5倍以上の強度があり、熱膨張はほとんどない木質バイオマスから製造される高性能素材。

- 炭素繊維強化プラスチック
炭素繊維の軽い(比重:鉄の約1/4)、強い(比強度:鉄の約10倍)、硬い(比弾性率:鉄の約7倍)、錆びないなどの特性を活かした新製品・新技術の開発・事業化や大学研究者との連携推進等を実施。



4-⑥ バイオテクノロジーを活用した 地域産業の活性化等

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 地方には固有の生物資源があり、これを用いて食品（パン、味噌、しょうゆ）・飲料（酒）などを開発・商品化することを通じて、域外輸出や地産地消の商品として活用することが可能です。
- また、地域のベンチャー企業には、高度なバイオテクノロジーを使って、医薬品原料、新素材を研究開発を行っているほか、バイオマス発電に取り組んでいます。
- こうした活動を支援するため、
 - ①地域の生物資源を活用した地域企業の商品開発を支援します。
 - ②また、地域のベンチャー企業が高度なバイオテクノロジーを活用した研究開発を支援します。
- 地方自治体は、公設試験場・製品評価技術基盤機構等の外部専門機関に事業の一部を委託することにより、これらの企業の研究開発を支援するとともに、域外輸出や地産地消を進めていきます。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 商品開発・研究開発件数

【アウトプットベースの指標例】

- 採択件数

取組例

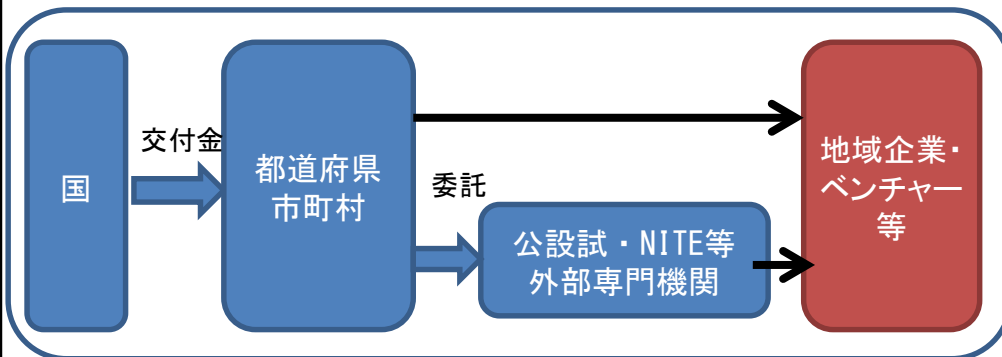
○岩手県・釜石市

平成25年度から釜石市・釜石・大槌地域産業育成センター・北里大学・製品評価技術基盤機構が連携して、釜石市の花である「はまゆり」由来の酵母を採取し、地域企業で様々な商品（パン、まんじゅう、菓子類、酒類）を開発中。市では地域団体商標の登録についても検討中。



○京都市

京都市産業技術研究所が中心となり、京都大・京都府大等の研究機関とベンチャー企業であるバイオエックスや京都電子・製品評価技術基盤機構が連携して、環境汚染物質や有害微生物を検出する分析装置を開発することで現在、検討中。

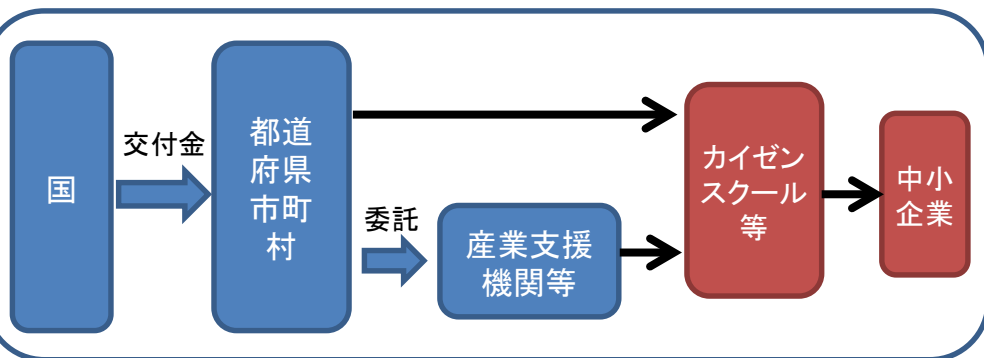


4-⑦ カイゼン活動等

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 製造業で生産管理等に従事してきた企業OB等が、自らの出身業界以外でもカイゼンスキルを活用できるよう、地域のインストラクタースクールで能力を再構築する。
- その上で、金融機関や大学とも連携しつつ、非製造業を含む地場の中小企業に対して、複数人からなるチームを組んで、継続的なカイゼン指導を行い、生産性の向上を促す。
- 地方自治体は、自ら実施するか産業支援機関等に委託し、スクール運営と専門家派遣を行う。また、カリキュラムの作成やスクールの講師確保に際して、要すれば、外部の大学・専門機関と提携してこれを行う。



事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 地場企業のカイゼン活動参画件数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - インストラクター育成人数

取組例

- 群馬県
平成22年度から「群馬ものづくり改善インストラクタースクール」を開講。育成したインストラクターを中心に「ぐんま改善チャレンジ」による地場企業へのカイゼン指導を展開。
- 新潟県長岡市
平成25年度から「長岡ものづくり現場カイゼンインストラクター養成スクール」を開講。

4-⑧ 地域の名産等のブランディング 及び販路開拓支援事業

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 全国の地域資源を有する中小企業は、後継者不足の解消、下請け構造からの脱却、自社企画製品の開発と販路開拓等に取り組んでいるが、資金、人的ネットワーク、情報発信力等の課題に直面し、自社のリソースだけで状況を改善することは困難な状況。
- こうした点を踏まえ、よりマーケットのニーズに合った商品の開発、情報発信を行うための企業によるデザイナーやビジネスプロデューサーの知見の活用を支援することで、地域の名産等の販路の開拓を後押し。
- 具体的には、
 - ・商品デザインや事業提案のコンペディションを実施し、地域資源を有する中小企業とデザイナーの協業を促進。
 - ・地域で連携を図り、地域全体のブランドとして認証することで、企業の参加動機や目的意識を高め、かつ1つの地域ブランドへの統一による効果的に情報を発信。等の取り組みを実施する。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 商品化件数

【アウトプットベースの指標例】

- イベント実施件数

取組例

○すみだ地域ブランド戦略

すみだ地域ブランドの価値規定にふさわしい、商品や飲食店メニューを「すみだモダン」として認証。また、高い技術力を持つ事業者と、クリエイターのコラボレーションにより、自社商品の開発等を行う。

○高岡市におけるものづくりの取り組み（富山県高岡市）

富山市と連携し、高岡の伝統工芸を継承しながら、新しいクラフト製品の開発や新技術・新素材の研究・開発などを行い、幅広い視点でデザイン・工芸の振興を実施。



4-⑨ 地方の中小企業と消費者の「共創」による 新たな地域産品の開発と販促の支援事業

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 地方の中小企業等が自社の商品や地域資源を活用した新たな商品の開発・販売を行うときに、全国の消費者から新商品やその用途、販促方法等のアイデアを募集し意見交換を行いながら、消費者との「共創」によって商品を開発・販売する取組を支援する。それにより、企業内の少人数では生まれられないようなアイデアを多数の消費者の発案から得る。
- 具体的には、消費者と事業者の共創を行うためのインターネット上のプラットフォーム等を開発・運営し、地方の中小企業等がそのプラットフォーム等を活用して新商品を開発・販売するために必要な支援及び販促支援等を行う事業を、民間企業等に委託して実施する。
- さらに、消費者との共創を通じて生まれた商品のうち特に地方経済への貢献が認められるものを地域単位で表彰することで、この事業全体の活性化を図る。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 消費者との共創を通じて生まれた商品の数

【アウトプットベースの指標例】

- 消費者との共創による商品開発に取り組む企業の数

取組例

○鳥取県ワクワク商品開発支援事業

鳥取県が行っている同様の事業では、例えば、同県内の餅屋「いけがみ（創業50年）」が開発した1枚厚さ4mmのスライスもちを、「毎日が、もちようび」のネーミングで発売し、朝食の味噌汁やスープに入れたり、好きなアイスを包んで食べたりしてもらおうとのアイデアが全国の消費者から発案され、それが商品化されて通販会社が販売するに至っている。
（※アイデアの御礼には鳥取県の特産品の詰め合わせを贈呈）



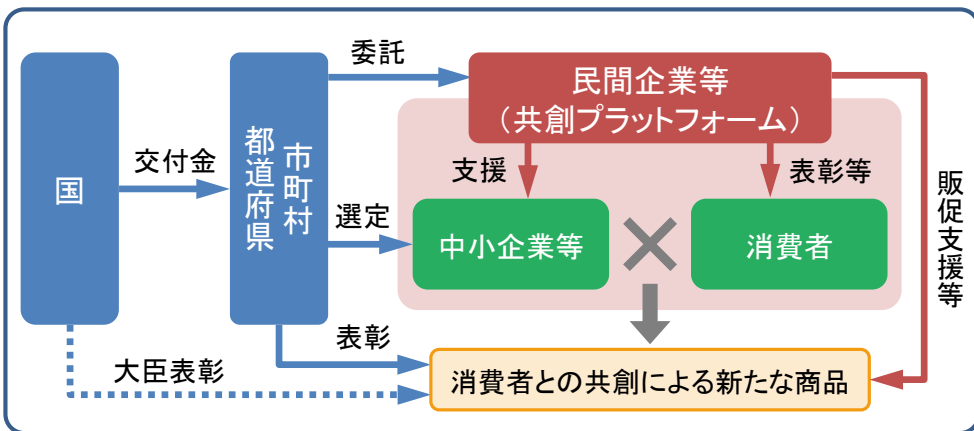
1枚厚さ4mmの餅



共創プラットフォーム
「とっとり」と



「毎日が、もちようび」



4-⑩ 物流効率化のための共同輸配送の実施

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 近年、燃料価格の高騰や人材不足等により物流費が上昇しており、地域企業の収益を圧迫している。
- そこで、地方自治体が単独又は複数連携することにより、地域企業や商店街が連携して共同輸配送を行うために必要な経費の補助を行うことで、物流費の低減を図る。
- 具体的には、以下のような取組を支援する。
 - ①地域企業が貨物を共同輸配送する取組や共同で物流センターを活用する取組などの共同物流モデル構築を支援し、地域企業の物流コスト及びリードタイムを削減することにより、地域企業の経済基盤を強化する。
 - ②地域商店街において共同集配センターを構築し、各店舗が個々に行う物流業務の共同化を支援し、地域商店の物流効率化を促進する。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 共同集配センターの利用企業数、利用企業の固定費削減額

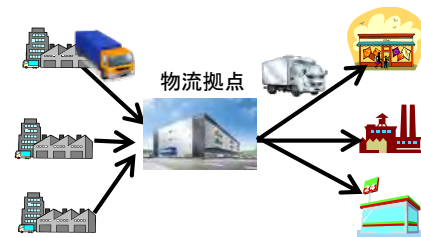
【アウトプットベースの指標例】

- 共同集配センターの設置数

取組例

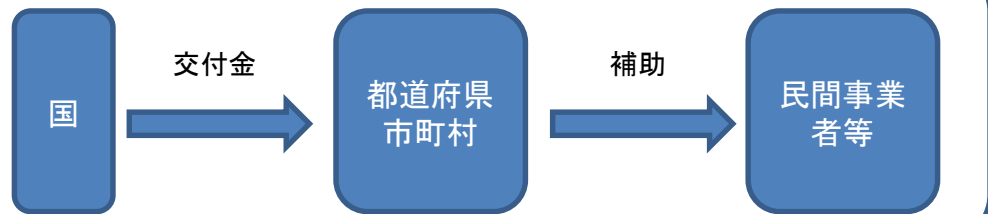
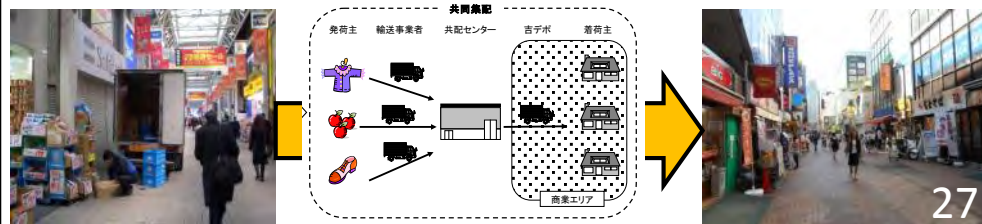
○島根県

県内5～10社程度の中小企業が、受注・納品情報、商品情報（重量、容積）、温度管理（常温、チルド、冷凍）等をマッチングし、東京向け貨物の共同輸配送する取組を検討中。



○吉祥寺商店街

恒常化していたトラック車両の通行、路上駐車、路上荷さばきを削減するため、共同集配センターを設置し、集約した貨物を共同で輸配送する取組を実施。

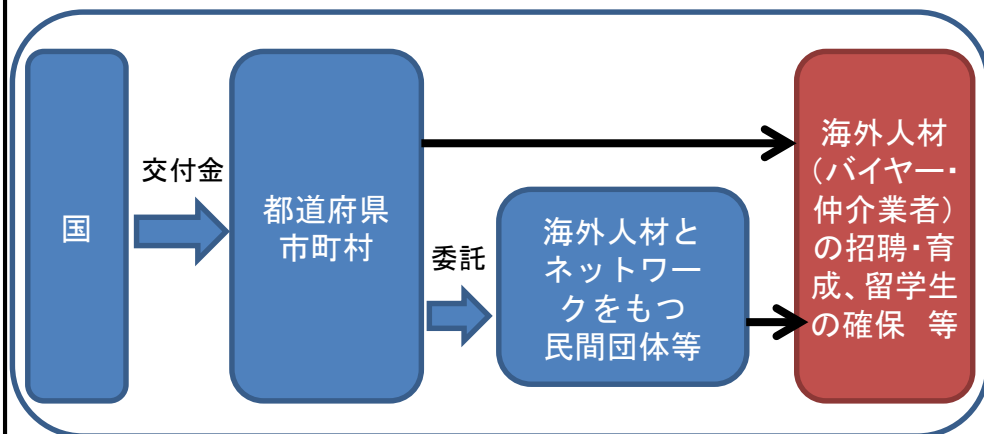


4-⑪ 海外人材を活用した対内直接投資・ 海外販路開拓支援

4. 販路開拓支援 / 6. 対内直接投資

事業の内容

- 地域資源(商品、自然、歴史等)の潜在的魅力を外国人視点から発掘し、海外で売れる商品の選定や海外企業誘致につなげるため、海外人材(バイヤー、元HIDA研修生及び仲介業者等)を招聘し、ワークショップを開催(商品選定、商品改善提案、効果的なPR方法策定等)。
- 外国人留学生等を対象として、地域中堅・中小企業への理解を深める研修(中堅・中小企業の魅力、ビジネス慣行等)及びインターンシップの機会を提供し、販路開拓等の足がかりとなる人材の獲得を支援。



事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

【アウトカムベースの指標例】

- 商品選定数、商品改善提案数
- 海外人材のインターンシップ件数

【アウトプットベースの指標例】

- 海外人材の招聘数
- 外国人留学生の研修件数

取組例

- A社(昆布卸加工小売業者)
昆布の輸出では苦戦。外国人の提案を受け商品を見直し、昆布のうまみを活かしたスプレー式調味料を開発。米国人の食生活の嗜好(簡便&ヘルシー)に合い、輸出に成功。
- B社(外資系コンサルティング会社)
日本語の堪能なフランス人を雇用し、先端繊維企業など複数のフランス企業の誘致に成功。
- C社(産業用特殊ポンプ製造等)
外国人を積極的に採用。現地パートナーとの取引で活躍し、現在60ヶ国以上と取引。
- D社(介護サービス)
台湾・中国市場進出のために中国人留学生を採用。市場調査や現地パートナーとの交渉で活躍し、台湾進出。

4-⑫ 商店街空き店舗等を活用した アンテナショップ整備に対する支援

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 商店街組織が、商店街の売上げ増加を目的に行う、自ら開発したオリジナル商品や地域産品等の販売・販路拡大をターゲットにしたアンテナショップ整備に係る経費を補助。
- 具体的には、店舗改装費などの施設整備費用、オリジナル商品開発費用、販路拡大を目的とした販促イベントなどを補助する。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

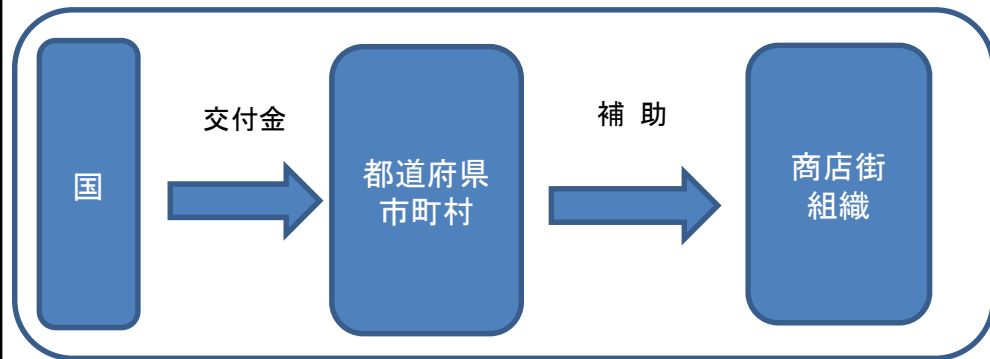
- 【アウトカムベースの指標例】
 - アンテナショップの来客数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - アンテナショップの設置件数

取組例

- 岩村田本町商店街振興組合
空き店舗を活用し、被災地域の特産物などを専門的に扱う被災地支援を目的とした被災地アンテナショップ「岩村田三陸屋」を設置・運営。



- ハッピーロード大山商店街振興組合
商店街内に常設のアンテナショップ「とれたて村」を設置。特産品を納入する市町村等と契約して安定的に運営し、商店街のにぎわいに貢献。



4-⑬ まちづくり人材招聘・育成支援

4. 販路開拓支援

事業の内容

- 地域における商業の活性化を通じたまちづくりを促進させるに際して、地元で専門的なノウハウを有するリーダーが存在しない場合には、外部の専門家（よそもの）を招聘することが有効である。
- このため、経営手法、販路開拓、テナントリーシング、地域コミュニティの形成等、地域の商業やまちづくりを活性化させる専門家を招聘する費用、また専門家の下でその手法やノウハウを習得し、併せて、継続的に当該地域でまちづくりのリーダーとして活躍する地元の人材を育成するための費用を補助する。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

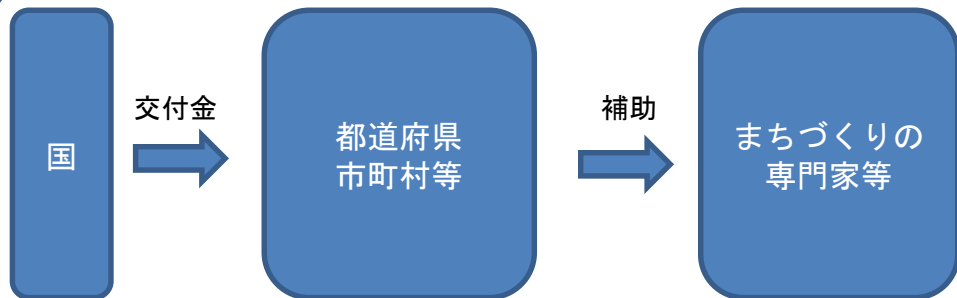
- 地域住民を巻き込んだイベントや事業数

【アウトプットベースの指標例】

- 招聘する外部専門家の人数及び育成する地元人材の人数

取組例

- 福岡県飯塚市では、中小企業の経営診断やテナントリーシングを専門とする外部人材を招聘し、地域の小売店の経営相談、商店街を巻き込んだイベントの企画、空き店舗の活用に向けた地権者調整やテナント誘致を推進し、個店の魅力の向上や空き店舗の解消といった成果が得られた。



4-⑭ 花火等地域観光資源を活用した 外国人誘客と販路開拓

4. 販路開拓支援 / 5. 観光振興

事業の内容

- 例えば地域観光資源としての我が国の花火は世界に誇るべきものであり、その観賞体験は海外では経験することができない、驚きと感動を与える力を有している。このポテンシャルを活かし、我が国を訪れる外国人を東京や京都などの主要な観光地のみならず、地方へ誘致することによって、地方の活性化に繋げる。
- 更に、現在のグローバル市場を席巻している安価な中国品に対して、我が国の花火を価格競争に巻き込まれない、付加価値の高いものとして海外に売り込んでいくための支援を行い、輸出資源として育成していく。
- 具体的な取組は以下のとおり
 - ①海外に対する観光PRとして、外国語による紙媒体パンフの作成、特設WEBサイトの開設・運営
 - ②海外の旅行代理店やバイヤー等とのBtoBマッチングの場を設けるとともに、研修事業として我が国での花火鑑賞を行うための招聘を行う。
 - ③高いレベルの花火を保つための人材育成と更なる発展のために必要な技術開発を行う講座の開設

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 商談・成約件数、新商品開発数

【アウトプットベースの指標例】

- 海外人材の招聘数、育成人材数、講座開設数

取組例

○秋田県大仙市

大仙市では全国的に有名は「大曲の花火」ブランドを活用した地域振興策として「花火産業構想」を策定した。体験型施設の設置による通年の観光客誘致や花火製造の拠点整備による地域経済の再生と雇用の創出、そして「日本の花火」の持続的発展を目指している。



5-① キャッシュレス環境整備による 地域消費促進

5. 観光振興

事業の内容

- 商店街や観光地での買物等の際に、手持ちの現金が不足している場合であっても、クレジットカード等のキャッシュレス決済で支払いが行えるよう、店舗等における決済環境の整備を推進する。
- 具体的には、商店街の店舗、観光施設、交通機関等において、クレジットカードやプリペイドカード等の決済端末を導入する場合、フィージビリティスタディに係る費用や決済端末の導入費用の一部を補助する。
- 本取組により、地域での生活環境向上及び消費活性化を図るとともに、多くの現金を持ち合わせていない外国人観光客の円滑な支払い環境の整備、事業者の現金取扱いに係る事務の軽減を実現する。



事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 商店街等における支払い1件当たり消費増加額

【アウトプットベースの指標例】

- 決済端末を導入した商店街・事業者数、決済端末の導入数

取組イメージ

- 複数の商店街や観光施設が、共同で導入するポイントの管理や、キャッシュレス決済を併せて行えるような決済端末の導入を行う。



<カード決済端末の例>



<スマートフォン対応の
決済端末の例>

5-② 商店街等における免税販売の促進

5. 観光振興

事業の内容

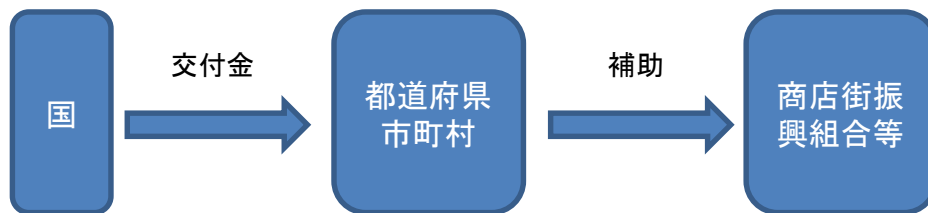
- 外国人旅行者等に対する消費税免税制度は、インバウンド需要を取り込む上で有効な手段の一つ。
- 他方で、商店街を始めとする中小事業者にとっては、外国語で商品情報や免税手続きを説明する必要があることから、インバウンド需要の取り込みに対するハードルは高いことが現状。
- そこで、商店街等において免税販売に係る手続きを省力化する上で必要となる機器の導入等に必要な経費の補助を行うことで、商店街等における免税販売を促進し、売上増加を目指す。
- 具体的には、以下のような取組に対する支援を行う。
 - ①外国人旅行者等に対して、商品情報や免税手続き等の説明をする際に用いるIT機器の導入
 - ②商店街における免税手続きを一括して行う免税カウンターの設置（※平成27年度税制改正要望中）

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 免税店の利用外国人数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 商店街等における免税店の数

取組例

- 千日前道具筋商店街（大阪府）
 - 平成25年4月から免税店制度を導入。22店舗（54店舗中）の免税店が存在。（平成26年12月時点）
 - 免税店では、商店街が開発した「免税制度アプリ」（英語、中国語、韓国語、フランス語の4カ国対応）を用いてipadにて対応。



5-③ 産業遺産を核としたまちづくり

5. 観光振興

事業の内容

- 地域資源を有する産地企業は、高い技術力がありながら、市場縮小や後継者不足等により、廃業を余儀なくされている所もある。
- 地域に眠る伝統的な製造現場を産業遺産として観光資源化することで、産地全体の魅力を向上させ、雇用喪失等の地域経済への影響を食い止める必要がある。
- 具体的には、産業ツーリズム計画に基づく設備の改修や新商品・サービスの開発等を通じ、観光客誘致による地域経済の活性化を実現するとともに、県内外の企業とのビジネスマッチングや企業誘致につなげていく。
- 産業ツーリズムプラン作成、設備改修、新商品・サービスの開発

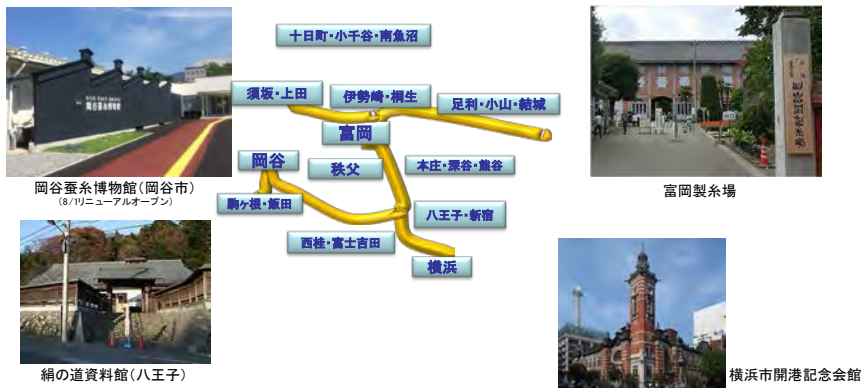
事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 観光客数の増加
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 観光拠点の整備件数

取組例

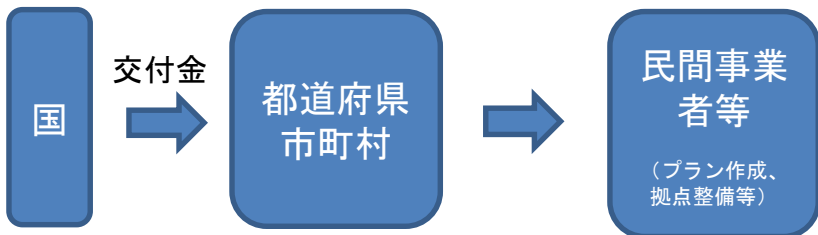
○関東経済産業局

2014年12月より、広域連携「絹のみち」プロジェクトを始動。「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界遺産登録を契機に、絹のみちと絹織物産地、絹関連事業者を結びつけた広域連携プロジェクトを立ち上げ、地域の交流人口増加及び絹に関連する新商品・サービスの開発を図り、地域経済の活性化を促進。



○長野県岡谷市

2014年8月より、岡谷市は、伝統的な製造方法を残した宮坂製糸の製糸所を、市が運営する「岡谷蚕糸博物館」へ移転。製糸所の動態展示が好評を博し、観光客が増加。



5-④ アートを活用した国内外観光客誘致

5. 観光振興

事業の内容

- 地域の自然や文化の中に「アート」を取り入れることで新たな観光資源を生み出し、また、「アート」を生み出す人を地域に招き入れ、新たな視点を加えることで地域の活性化をさせる取組みが始まっています。
- 例えば、2013年に開催された「瀬戸内国際芸術祭」では、約100日間の開催期間中、約100万人の来場者を呼び込み、経済波及効果は約132億円とされています。また、休校中であった瀬戸内海の島の小中学校が再開されたり、都市部の芸術家の卵が瀬戸内海の島を定期的に訪れるなどの副次効果も多数でています。
- こうした取組みを更に強化し、海外からの来場者も呼び込むため、以下のような取組みを支援していく必要があります。
 - ①国内外から芸術家やコーディネータを招聘する。
 - ②島内や山間部のアートを手軽にゆっくりと見て回れるよう、アシスト付自転車等の導入を支援する。
 - ③外国人向けインフォメーションコンテンツを充実するとともに、情報提供をスマホ等で行うため、WiFi設備等の導入を支援する。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 来場者数の増加

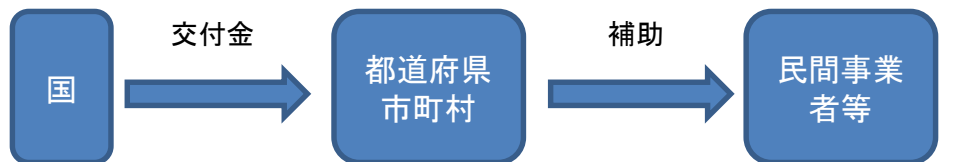
【アウトプットベースの指標例】

- 芸術家等の招聘数、アシスト付自転車の導入数、インフォメーションコンテンツ数

取組例

○瀬戸内国際芸術祭2013

瀬戸内国際芸術祭は3年ごとに開催されとり、前回は2013年の春、夏、秋の約100日間、瀬戸内海の12の島と2つの港を会場に、「アートと島を巡る瀬戸内海の四季」と題して行われた。開催期間中、目標を大きく上回る100万人の来場者があった。



5-⑤ 花火等地域観光資源を活用した 外国人誘客と販路開拓【再掲】

4. 販路開拓支援／5. 観光振興

事業の内容

- 例えば地域観光資源としての我が国の花火は世界に誇るべきものであり、その観賞体験は海外では経験することができない、驚きと感動を与える力を有している。このポテンシャルを活かし、我が国を訪れる外国人を東京や京都などの主要な観光地のみならず、地方へ誘致することによって、地方の活性化に繋げる。
- 更に、現在のグローバル市場を席巻している安価な中国品に対して、我が国の花火を価格競争に巻き込まれない、付加価値の高いものとして海外に売り込んでいくための支援を行い、輸出資源として育成していく。
- 具体的な取組は以下のとおり
 - ①海外に対する観光PRとして、外国語による紙媒体パンフの作成、特設WEBサイトの開設・運営
 - ②海外の旅行代理店やバイヤー等とのBtoBマッチングの場を設けるとともに、研修事業として我が国での花火鑑賞を行うための招聘を行う。
 - ③高いレベルの花火を保つための人材育成と更なる発展のために必要な技術開発を行う講座の開設

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 商談・成約件数、新商品開発数

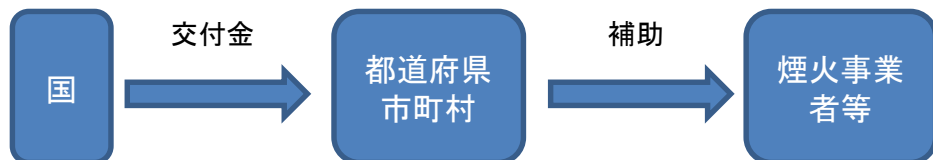
【アウトプットベースの指標例】

- 海外人材の招聘数、育成人材数、講座開設数

取組例

○秋田県大仙市

大仙市では全国的に有名は「大曲の花火」ブランドを活用した地域振興策として「花火産業構想」を策定した。体験型施設の設置による通年の観光客誘致や花火製造の拠点整備による地域経済の再生と雇用の創出、そして「日本の花火」の持続的発展を目指している。



5-⑥ 宿泊施設・観光施設等における無料公衆無線LANの設置

5. 観光振興

事業の内容

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 観光地域づくりに当たっては、東京周辺やいわゆるゴールデンルートに集中している訪日外国人旅行者の地域への呼び込みのみならず、訪日外国人旅行者が一人歩きできる受入環境の整備等が必要である。
- 特に、無料公衆無線LAN（Wi-Fi）に対する外国人旅行者のニーズは高く、宿泊施設や観光施設、交通施設、飲食・商業施設等における整備が求められているところ。
- このため、これらの施設における無料Wi-Fi設置に係る費用への補助に交付金を充当することで、さらなる整備促進を図る。

【アウトカムベースの指標例】

- 設備設置施設における外国人旅行者数

【アウトプットベースの指標例】

- 無料Wi-Fiの設置件数

無料公衆無線LANの整備



宿泊施設



観光施設



駅・鉄道



バス



飲食・商業施設

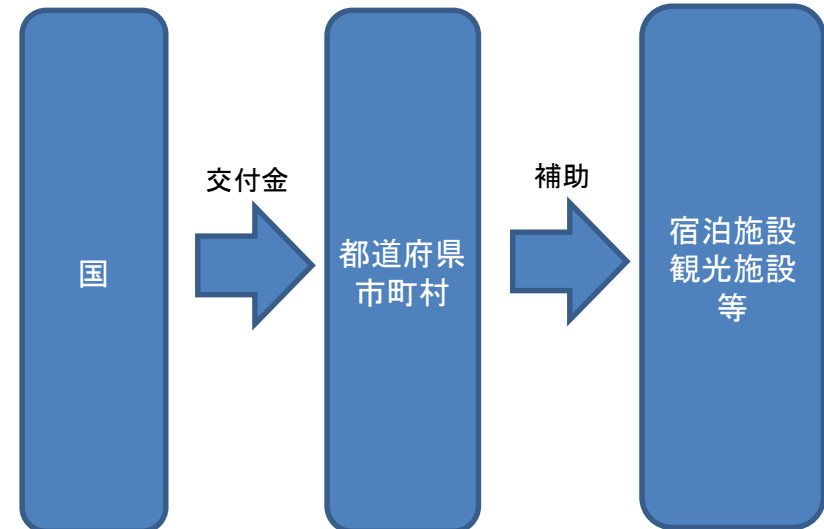


等



- ・必要な観光関連情報を収集
- ・観光客が旅行体験等を発信

スマートフォン タブレット端末



5-⑦ 国際会議等（MICE）の開催支援

5. 観光振興

事業の内容

○国際会議や展示会・イベント等のMICEは、その誘致・開催を通じて、国際ビジネス・イノベーション拠点としての日本の都市の魅力を発信することにより、日本へのビジネスの呼び込み、対内直接投資・拠点機能の誘致等を促進する機能を有する。

※MICE：Meeting（企業等のミーティング）、Incentive（企業等の報奨・研修旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition/Event（展示会・イベント）の総称。

○このため、各地における国際会議等の誘致や受入環境の整備等に係る費用への補助に交付金を充当することで、MICEに関する取組の更なる推進を図る。



「アジア太平洋盆栽・水石大会」
：香川県高松市開催



「宮島 International Night」
：広島県廿日市市開催

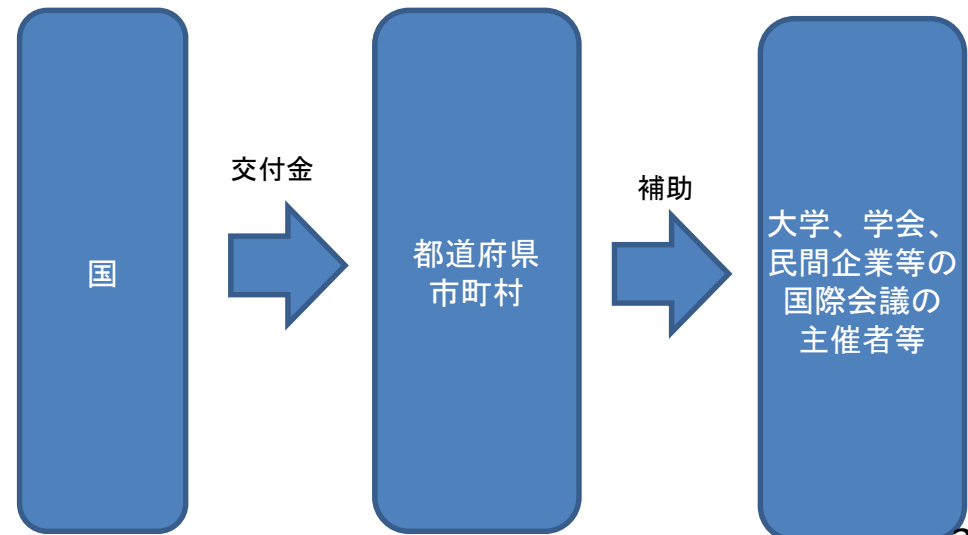
事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

○国際会議等の参加者数

【アウトプットベースの指標例】

○国際会議等の開催件数



5-⑧ 国内・国外プロモーション活動支援

5. 観光振興

事業の内容

- 観光客の誘客には、地域の自然景観や史跡、温泉地、観光施設、地域における着地型旅行商品などの魅力を広く発信することが有効である。
- 特に、観光客に好まれる観光資源は地域や国、性別や家族構成などによって違いがあることから、各地域・国で実施するプロモーション活動に併せ、旅行者の趣味・嗜好を直接聞くことは、今後のターゲット戦略にも効果的である。
- そのため、各地域の地方自治体や観光協会、宿泊施設や観光施設などの関係者等と連携し、国内外で実施する観光プロモーションに係る経費を支援する。



国内プロモーション
(東京都内アンテナショップ)



海外プロモーション
(マレーシア)

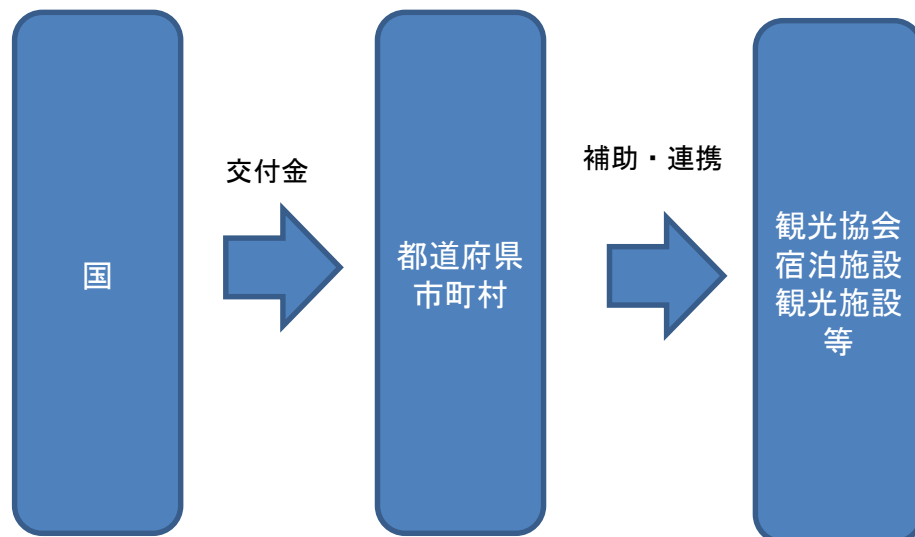
事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

【アウトカムベースの指標例】

- 観光客数

【アウトプットベースの指標例】

- プロモーション実施件数・日数



6-① トップセールス・二次投資セミナー等

6. 対内直接投資

事業の内容

- 地方自治体の首長自らが、各地域の優位性、ビジネス環境、インセンティブ情報等を直接PRすることにより、外国企業の関心を大きく高め、外国企業の誘致を促進する。
- 具体的には、地方自治体が単独又は複数連携により、
 - ①海外におけるトップセールス（海外でのセミナー開催や有力企業訪問など）
 - ②首都圏における二次投資誘致セミナー（在京外資系企業対象）
 - ③外国企業の地域への招へい（地域視察、アテンド、プログラムへの首長の参加など）
- 地方自治体は、ジェトロ等の外部専門機関に事業の一部を委託することにより、創意工夫を凝らしたセミナーを開催するとともに、国内外のネットワークを活用して、外国企業に対する集客や地域でのきめ細かいアテンド等を行い、外国企業の地域への投資の関心度を高める。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 外国企業の間合せ件数、外国企業の視察件数

【アウトプットベースの指標例】

- セミナー開催数

取組例

事業費は100万円～1,000万円程度を想定。

○神戸市

平成26年9月に、神戸市長がフランス・リヨン市を訪問し、医療関連企業を中心とした誘致セミナーを開催。



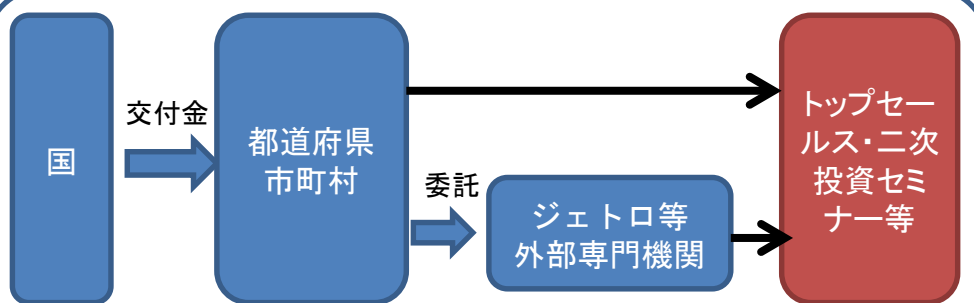
平成26年9月5日（金）リヨン商工会議所
神戸市長出席の下、企業誘致セミナー開催

○三重県

平成26年12月に、三重県知事が東京都内のホテルにおいて、日本に進出済の外国企業に対して、三重県の産業の強みや投資環境について紹介するセミナーを開催。

○京都市

平成27年2月に、京都市長が東京都内において、日本に進出済の外国企業及び在日外国商工会議所に対して誘致セミナーを開催予定。



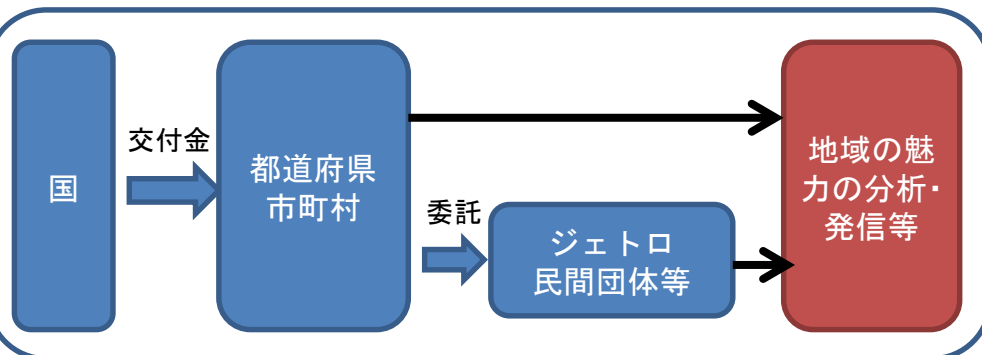
6-② 外国企業誘致の魅力の分析・発信

6. 対内直接投資

事業の内容

○外国企業目線からの地域の魅力を分析し、積極的に発信することにより、地域自身の外国企業誘致情報の発信力の強化を図る。

○具体的には、外部専門機関への委託等により地域の「強み」と「弱み」を分析。分析結果を踏まえ、有力海外メディアや在日外国人記者の招へい、各国の在日高官や在日商工団体などのインダストリーツアー、PRイベントの開催、ターゲット分野の国際展示会でのPR活動、PR動画やホームページの作成等を行う。



事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

○外国企業の間合せ件数、外国企業の県内・市内視察件数

【アウトプットベースの指標例】

○外国企業誘致の魅力の分析・発信件数

取組例

《外国企業誘致力指標の軸》（一例）



- ・インフラ整備
- ・事業活動コスト（初期コスト、人材獲得コスト、税負担等）
- ・英語での円滑なコミュニケーション（在留外国人の総人口比率等）
- ・社会の安定性（治安、人口構造、教育環境、商業圏等）
- ・行政による優遇支援策（外資向け補助金、減税ツール等）
- ・外資誘致活動の活発度（首長トップダウンの誘致外遊等）
- ・自然環境

《福岡市における取組事例》

『FUKUOKA GATEWAY TO ASIA』という英語パンフレットを制作・配布。

空港アクセス、市場規模、東京に比した物価の低さ、生活環境面での魅力、産業集積情報等を盛り込んでいる。

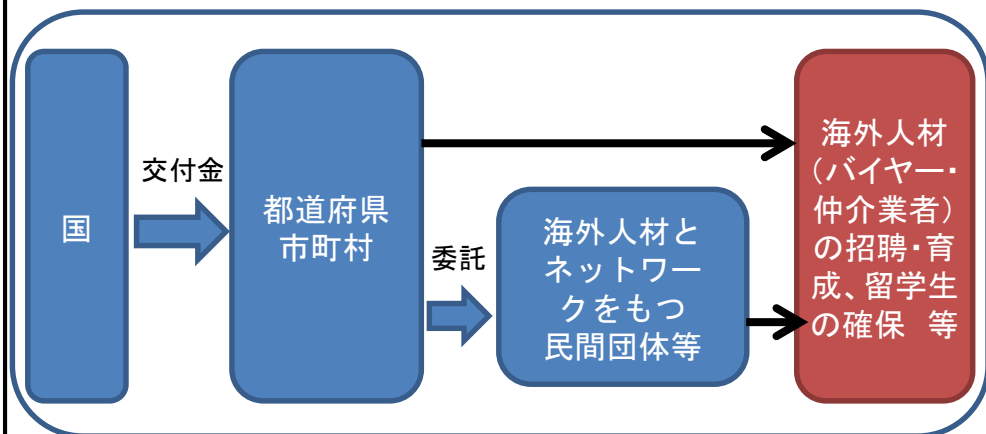


6-③ 海外人材を活用した対内直接投資・海外販路開拓支援【再掲】

4. 販路開拓支援 ／6. 対内直接投資

事業の内容

- 地域資源(商品、自然、歴史等)の潜在的魅力を外国人視点から発掘し、海外で売れる商品の選定や海外企業誘致につなげるため、海外人材(バイヤー、元HIDA研修生及び仲介業者等)を招聘し、ワークショップを開催(商品選定、商品改善提案、効果的なPR方法策定等)。
- 外国人留学生等を対象として、地域中堅・中小企業への理解を深める研修(中堅・中小企業の魅力、ビジネス慣行等)及びインターンシップの機会を提供し、販路開拓等の足がかりとなる人材の獲得を支援。



事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

【アウトカムベースの指標例】

- 商品選定数、商品改善提案数
- 海外人材のインターンシップ件数

【アウトプットベースの指標例】

- 海外人材の招聘数
- 外国人留学生の研修件数

取組例

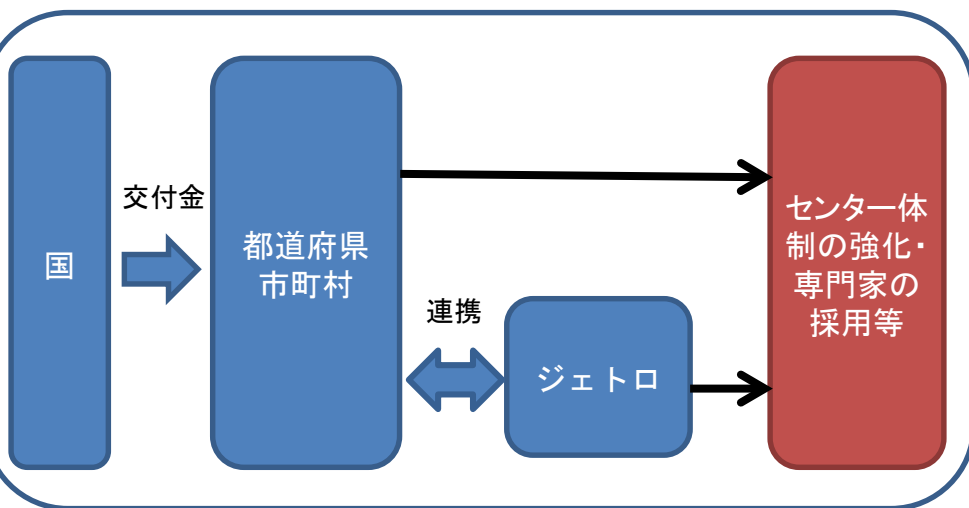
- A社(昆布卸加工小売業者)
昆布の輸出では苦戦。外国人の提案を受け商品を見直し、昆布のうまみを活かしたスプレー式調味料を開発。米国人の食生活の嗜好(簡便&ヘルシー)に合い、輸出に成功。
- B社(外資系コンサルティング会社)
日本語の堪能なフランス人を雇用し、先端繊維企業など複数のフランス企業の誘致に成功。
- C社(産業用特殊ポンプ製造等)
外国人を積極的に採用。現地パートナーとの取引で活躍し、現在60ヶ国以上と取引。
- D社(介護サービス)
台湾・中国市場進出のために中国人留学生を採用。市場調査や現地パートナーとの交渉で活躍し、台湾進出。

6-④ ジェトロ貿易情報センターを中心とした支援拠点の整備

6. 対内直接投資

事業の内容

○既存のジェトロ貿易情報センター等を活用し、自治体職員の配置等による行政手続のワンストップ化、税理士や会計士の時間採用による起業等に対する相談対応の一元化、地域事情に詳しい営業人材や外国人の採用、事務所スペースの拡充・他省庁所管独法の出先機関の集約等を実施。



事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

○支援拠点での解決件数

【アウトプットベースの指標例】

○支援拠点の整備件数

取組例

○神戸貿易情報センター

無料テンポラリーオフィスや各種コンサルティングサービス（インセンティブ情報、地域ビジネス情報、法人手続支援）を提供。

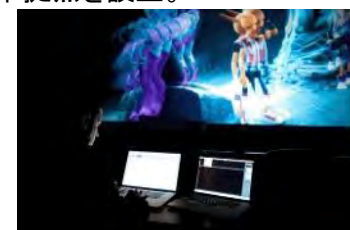


○千葉貿易情報センター

千葉県をはじめとした関係機関と連携し、外国・外資系企業の千葉県での拠点設立を支援。

＜進出企業例＞ TEJIX株式会社

テーマパークのショーやアトラクション向けシステムの開発・設計、コンサルティングを行うフランス企業。2013年6月に日本拠点を設立。



7-① 買物弱者に対する買物支援サービスの提供

7. 小さな拠点
(多世代交流・多機能型拠点)

事業の内容

- 過疎地域や中心市街地の周辺地域などにおいては、人口減少や少子・高齢化等を背景とした小売店舗の閉鎖などにより買物等に困難を抱える方々が多数存在する。
- そのため、こうした買物弱者に対して、買物支援を始めとする生活支援サービスを提供する事業を行う事業者等に対して、必要な経費の補助を行う。
- 具体的に想定される取組は以下のとおり。
 - ①身近な場所に店を作る
既存の小売店よりも品揃えを厳選するなどの効率化に向けた工夫等を図ることで商業機能を維持できるマイクロスーパーを展開
 - ②店まで連れてくる
複数の集落の中間に所在する拠点を活用し、商業機能を始めとする生活サービスを集約するとともに、そこまでの交通手段を確保。
 - ③商品を届ける
商品宅配に、生活に必要不可欠なサービスを複合的に組み合わせたワンビジット・サービスを展開

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 拠点の利用者数

【アウトプットベースの指標例】

- マイクロスーパーなどの拠点整備数

取組例

○大黒屋（大阪府）

地元自治会の協力を得て、団地内で撤退したスーパー跡地にミニスーパーを開設するとともに、御用聞き、宅配を展開。照明の球替え、部屋の清掃等、種々の生活支援（有償）にも取り組む。

○やまびこローソン神石高原町店（広島県）

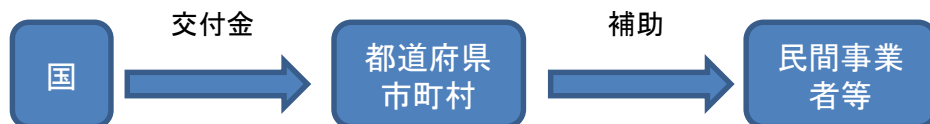
町の第3セクターが、ローソンとFC契約を結び、道の駅内での店舗運営及び地元の事業者や商工会の協力による移動販売や宅配サービスを実施。



ローソン神石高原町店



ローソン号



7-② 過疎地等における 持続可能な燃料供給拠点整備の促進

7. 小さな拠点
(多世代交流・多機能型拠点)

事業の内容

- SS（サービスステーション）の減少により地域の安定的な燃料供給に支障を来すおそれのあるSS過疎地においては、事業者の経営努力のみならず自治体・地域住民が一体となってその地域のコミュニティに不可欠なインフラであるSSの機能維持をサポートすることが必要。
- このため、このような地域の自治体がSS運営事業者に対して行う地下タンクの入替え等に係る設備補助や住民に対するガソリン・灯油の購入補助、自治体が自らSSを運営するために必要な経費等を補助することで、当該地域における燃料の供給拠点の維持・強化を図る。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

○SSの利用者数

【アウトプットベースの指標例】

○SSの設置数

取組例

- 和歌山県すさみ町
消防法規制強化を機にJAが撤退を検討したことから、町が地下タンク入替費用の一部を補助。
- 福島県檜枝岐村
村民の要望を受けガソリン・灯油について定額補助（年間1,200万程度）
- 愛知県豊根村
SSの閉鎖直後に村が施設を買取り、運営を村営事業のひとつとして三セク会社に管理委託。



7-③ 多世代交流・多機能型福祉拠点の推進

7. 小さな拠点
(多世代交流・多機能型拠点)

事業の内容

- これまでの福祉施策は、基本的には、高齢者、障害者、児童など対象者ごとに推進し、質の高い専門サービスの提供に寄与。
- 一方、今後の人口減少を見据え、中山間地域等では、これまで縦割りで提供されてきた、高齢者福祉、障害者福祉、児童福祉などの各制度に基づくサービスをより効果的・効率的に提供する体制を構築する必要があるほか、地域交流・地域支え合いの拠点としての機能を強化する必要がある。

事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

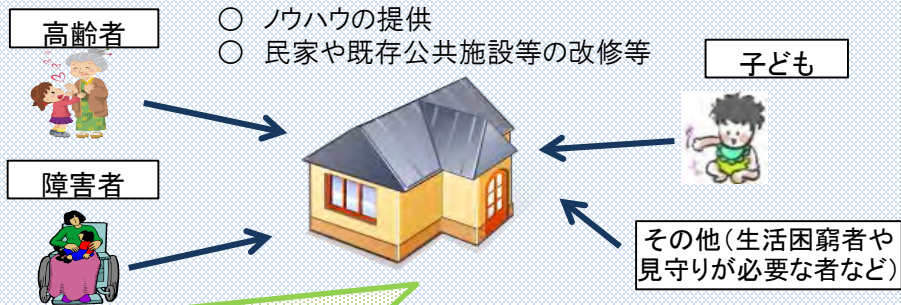
【アウトカムベースの指標例】

- 多世代交流・多機能型福祉拠点の利用者の数

【アウトプットベースの指標例】

- 多世代交流・多機能型福祉拠点の整備件数

多世代交流・多機能型福祉拠点



〈居場所機能〉

(主に自立度が高い人が利用)

- 地域交流、地域支え合いの拠点として、居場所の提供、相談、見守り等の支援を柔軟に実施
- 生活困窮家庭の子どもの学習支援の場の提供 等

〈共生サービス機能〉

(主に支援が必要な人が利用)

- 既存制度を活用しながら、通所サービス等と一体的に提供
- 生活困窮者への中間的就労の場の提供 等



公費に依存せず地域住民が相互に支え合う仕組みづくりと連携

取組例

- 高知県「あったかふれあいセンター」
高齢者、障害者、子どもその他多様な福祉ニーズを抱える人の居場所、見守り等を行う、地域福祉の拠点として機能。
- 富山県「このゆびと一まれ」
高齢者、障害者、こどもを問わずサービスを提供する通所施設。介護保険や障害者総合支援法に基づくサービス等を活用して安定的な事業運営を展開。

7-④ 小さな拠点における商店等の維持・確保

7. 小さな拠点
(多世代交流・多機能型拠点)

事業の内容

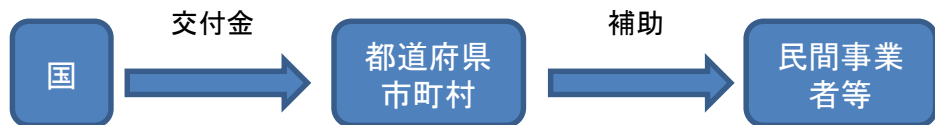
- 中山間地域等において、人口減少等により商店が撤退するなど生活に必要な各種の機能・サービスの適切な維持・確保が問題となっている。
- そのため、基幹となる集落に、機能・サービスを集約化し、周辺集落とのネットワークを持つ「小さな拠点」(多世代交流・多機能型)において、各種の生活支援サービスを維持することが必要。
- そのため、日用品の販売店等身近な各種の生活支援サービスを提供する事業を行う事業者等に対して、必要な経費の補助を行う。

事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 施設の利用者数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 生活サービスの提供施設の設置件数

取組例

- 大分県中津市耶馬溪町
JA支所の撤退を契機に、住民自らの手で日用食品、雑貨店「農村コンビニ」を設立。
- 高知県四万十市
地区の住民が出資し株式会社を設立し、JAの施設を購入。事業を引き継いで商店(食料品・日用雑貨等)とガソリンスタンドを経営。



7-⑤ 農産物直売施設整備の促進

7. 小さな拠点
(多世代交流・多機能型拠点)

事業の内容

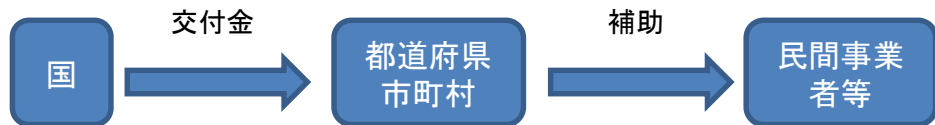
- 中山間地域等においては、少量多品種の農産物を生産している高齢化した農家が多数存在する。
- 高齢化した農家にとって、自分で生産した作物が売れることにより、収入の確保が図られるとともに、生活への張りが生まれることとなる。
- このため、地域の拠点となる箇所に農産物直売施設設置に係る設備補助や運営に対する必要な経費等の補助を行う。

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 農産物直売施設の利用者数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 農産物直売施設の設置数

取組例

- 秋田県由利本庄市鳥海町
道の駅の整備に伴い農産物直売施設を旧町単独で整備
- 京都府南丹市美山町
閉鎖したJA店舗を改修し、農産物直売施設を旧町単独で整備



7-⑥ 「道の駅」における地域拠点機能の強化

7. 小さな拠点
(多世代交流・多機能型拠点)

事業の内容

- 近年「道の駅」については、地域の創意工夫により、地域活性化の拠点として活かす取組が進展。
- 地域の特産物や観光資源を活かして、来訪者や移住者を招き、雇用を創出して経済効果をもたらすなど、「道の駅」の多様な機能を強化することで、地域の活性化が期待。
- これらの取組を促進するため、地方創生の拠点として選定された「道の駅」の地域振興施設等におけるサービス提供機能の強化に対して必要な経費の補助を行う。
- 機能強化の対象として具体的に想定される機能は以下のとおり。
 - ① インバウンド観光を促進するための機能強化
 - ② 観光総合窓口とするための機能強化
 - ③ 地方移住等促進のための機能強化
 - ④ 産業振興のための機能強化
 - ⑤ 地域福祉を向上するための機能強化
 - ⑥ 防災機能の強化

事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 道の駅の利用者数、雇用者数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 道の駅の整備件数

取組例

- 京都府「道の駅 美山ふれあい広場」
休憩施設や直売所を備える道の駅に、福祉施設やバス停などを併設し、地域の生活を支える地域福祉の拠点として機能。
- 和歌山県「道の駅 瀧野拝太郎」
農産物等販売所や診療所、町役場出張所など日常生活に不可欠な施設等を道の駅に集約し、山間地域の生活拠点として活用。



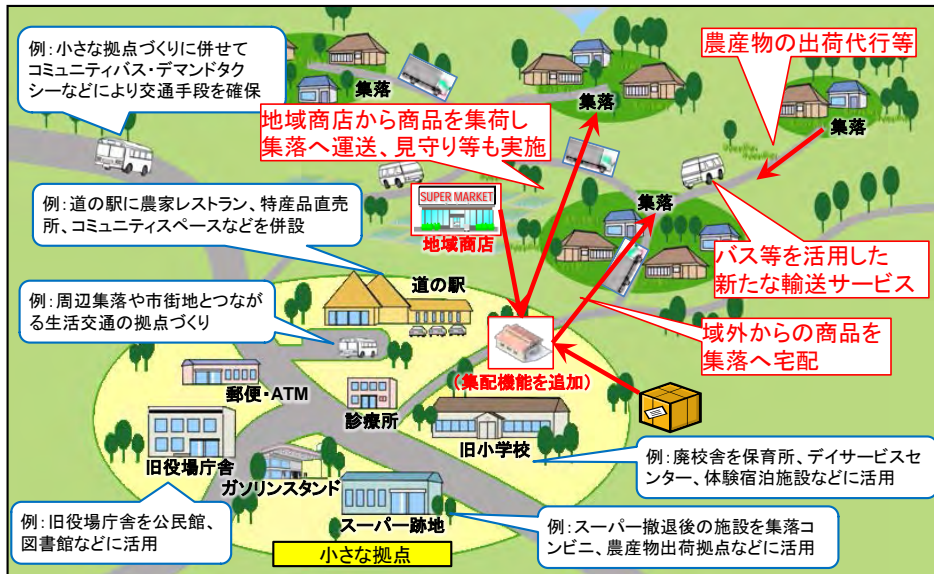
7-⑦ 地域の持続可能な物流ネットワークの構築

7. 小さな拠点
(多世代交流・多機能型拠点)

事業の内容

- 少子高齢化等を背景として過疎化が進みつつある地域等では物流の効率が低下する一方、車を運転しない高齢者等の日用品の宅配などの生活支援サービス等のニーズが高まっている。
- このため、過疎地等における事業者とNPO等の協働による宅配サービスの維持・改善や買物弱者支援等にも役立つ新たな輸送システムの構築を行う地方創生の事業として行う自治体等に対して必要な経費の補助を行う。

【「小さな拠点」を核とした新たな輸送システムの構築】



事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

- 【アウトカムベースの指標例】
 - 新たな輸送サービスの利用者数
- 【アウトプットベースの指標例】
 - 新たな輸送システムの構築事例数

取組例

- まごころ宅配便（岩手県西和賀町）

平成21年度より高齢者が直面する生活課題を把握した上で、民間企業2社と協働し、平成21年9月から物流事業者の宅配サービスを活用した買物支援サービス「まごころ宅急便」を西和賀町に住む65歳以上の独居高齢者を対象にスタートさせた。
- おおとよ宅配サービス（高知県大豊町）

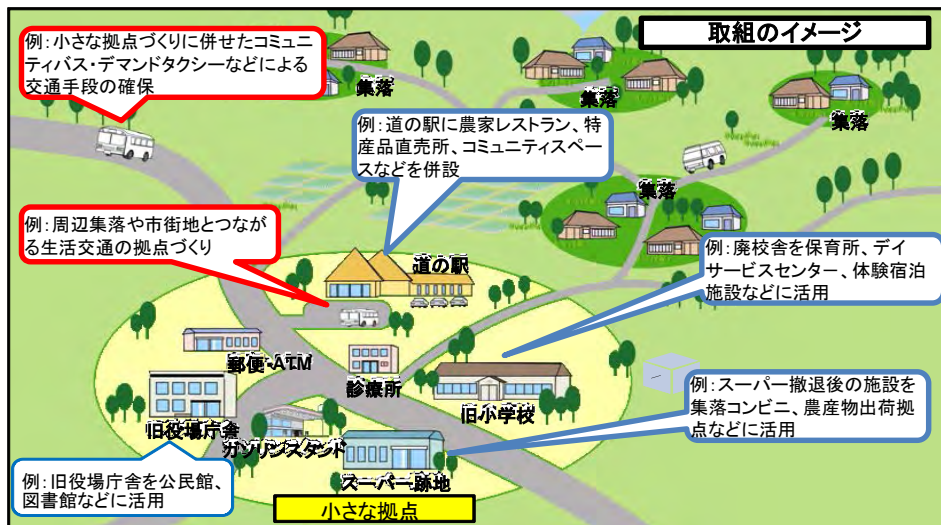
地元商店、商工会、宅配事業者及び自治体の連携により、平成24年から物流事業者の宅配サービスを活用した高齢者の見守りも兼ねた買物支援サービスが導入された。

7-⑧ 「小さな拠点」を支える公共交通網の構築

7. 小さな拠点
(多世代交流・多機能型拠点)

事業の内容

- 少子高齢化等を背景として過疎化が進みつつある中山間地域等においては、生活に必要な各種の機能・サービスや周辺集落等との交通ネットワークの適切な維持・確保が課題となっている。
- このため、地域の基幹集落への各種機能・サービスの集約とともに、公共交通網の再構築をはじめとする周辺集落等との交通ネットワークの形成を推進する。
- 具体的には、このような地域の自治体が、地域公共交通網形成計画の策定を進めるとともに、コミュニティバスやデマンド交通等による移動手段の維持・確保を図るのに必要な費用を補助することにより、当該地域における「小さな拠点」を支える公共交通網の構築を推進する。



事業ごとの重要業績評価指標 (KPI) の例

【アウトカムベースの指標例】

- 公共交通の利用者数

【アウトプットベースの指標例】

- 地域公共交通網形成計画に基づく取組（公共交通のサービス対応率等）

取組例

○秋田県由利本荘市

診療所や高齢者福祉施設、農産物加工販売施設、道の駅などが集約された地域の生活を支える拠点エリアにバス停を設置し、コミュニティバスを運行するなど周辺集落等との交通手段を確保。

○兵庫県豊岡市

生活拠点を中心に、需要規模に応じた多様な交通手段（コミュニティバスやデマンド交通等）による最適な生活交通ネットワークを構築。

8-① 地域を挙げた子育て家族へのサポート ～子育てにやさしいまなざし事業（E市）

8. 少子化対策

事業の内容

（概要）

- ・ 子育て中の家族をまち全体で応援する取組。具体的には、オムツ替えシートや授乳室などの子どもを連れての外出に便利な設備や、子育て世帯対象の割引サービスなどのある施設、商店等にサインステッカーを掲示し、地域全体でサポート。
- ・ 子ども・赤ちゃんと一緒に安心して行ける市内の公園、子育て支援センター等の情報をホームページで公開している。

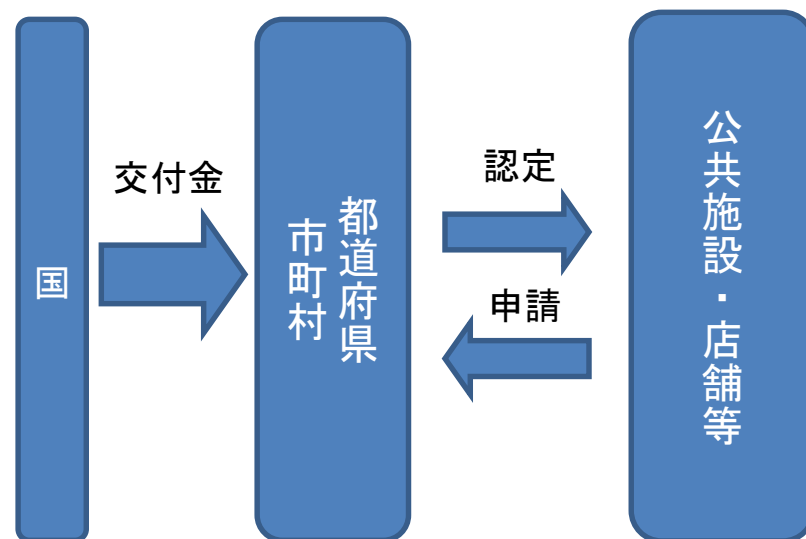
事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 子連れ世帯の施設利用に係る満足度

【アウトプットベースの指標例】

- 支援事業への賛同・協賛件数



8-② 子育てを通じた自治体と企業の連携強化 ～「子育て応援宣言企業」支援事業（F県）

8. 少子化対策

事業の内容

（概要）

- ・安心して子育てできる環境づくりに取り組む企業を「子育て応援宣言企業」として登録、広く県内外に紹介。
- ・登録企業には県から登録証が交付され、認定されたことを対外的にアピールすることができる。また企業等の名称や取組内容を県のホームページ等で広く県内外に紹介する。

【取組宣言の例】

- ◆仕事と育児が両立できる環境の整備
- ◆働き方の見直しによる仕事と生活の調和
- ◆地域における子育て支援
- ◆女性の再チャレンジ支援
- ◆若者の就労支援 等

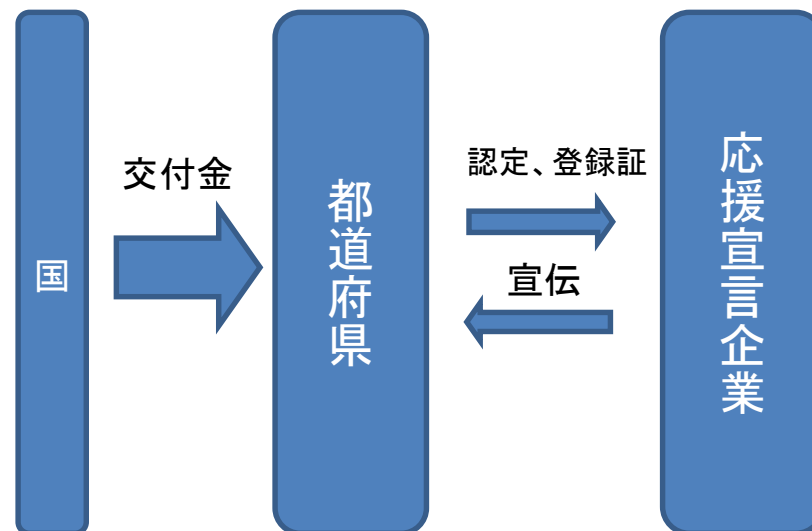
事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトカムベースの指標例】

- 対外的宣伝件数、企業の取組事例数

【アウトプットベースの指標例】

- 応援宣言企業の認定件数



8-③ その他少子化対策事業の参考事例

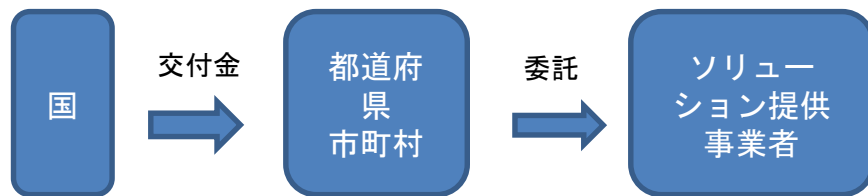
| 事業名 | 概要 |
|-----------------------------|---|
| (結婚支援) | |
| 結婚支援のための拠点づくり | 結婚支援事業を行うための拠点となる施設の整備や備品の購入等を行う。 |
| 地域の若者の結婚に関するニーズ調査 | 結婚支援事業をより効果的に行うために、地域の独身若者男女の実情やニーズなどを把握し、必要な結婚支援について検討する。 |
| 若者移住のための地元PR | 新婚世帯にとって住みやすい街、支援が充実している自治体であることを、地域内外の若者にPRする。 |
| (妊娠・出産支援) | |
| 妊婦及びその夫のためのネットワークづくり支援 | 妊婦のみならずその夫も含めコミュニケーションを図る場を提供する事業。出産後の子育ての助け合いや、同学年の子供を持つ親同士のネットワークづくりにもつながる。 |
| (子育て事業) | |
| ベビーカーマークの普及・啓発 | ベビーカーマークの普及・啓発のため、ポスターやチラシなどによる普及啓発を図る。 |
| 子連れお出かけ安心マップの作成 | 子連れで出かけるときに助けになる施設(おむつ交換台、授乳室、休憩所、子ども用品がある場所等)を明示した地図を作成し、子育て家庭に配布する。 |
| 授乳室等の整備 | 自治体の庁舎や公的施設で子連れ家庭が多く訪れるような場所の近辺に、授乳室等やおむつ替えスペースを整備する。 |
| 子育て応援企業との連携・インセンティブ付与 | 子育て応援企業と連携し、地域の少子化対策の機運を高めるとともに、企業の更なる取組を推進する。 |
| 子ども・乳幼児のための防災用品の備蓄 | 災害に備えて、子育て家庭のために子ども・乳幼児に配慮した防災用品を備蓄し、子育て家庭に周知する。 |
| 保育士など子育て支援関係者の質の向上を図るための研修会 | 保育士やベビーシッターなど子育て支援関係者の質の向上を図るための取組として、地域の課題に応じた研修会や関係機関・連携施設等との意見交換会などの開催に必要な費用を支援する。 |
| 保育士の魅力を高め、キャリア形成を支援するための取組 | 保育士のキャリア形成を支援するための取組として、経験年数に応じた研修体系の構築や中長期の研修受講計画の策定など地域の特色を活かしたキャリア形成の仕組みづくり(検討・検証・試行等)に必要な費用を支援する。 |
| 病児・病後児保育施設整備事業 | 病児・病後児保育事業の設置を促進するため、開設者が設置運営する施設の整備に要する費用を支援する。 |
| 地域における保育環境の改善 | 保育環境の改善を図るため、当該地域に所在する保育所に対して、屋外遊具(ブランコ、滑り台等)、保育備品(絵本、黒板、楽器等)の購入に必要な費用を支援する。 |

IT・エレクトロニクス活用による 地域経済活性化の普及促進

その他

事業の内容

- IT・エレクトロニクスは、農業・医療・サービスなど様々な産業において生産性の向上、新たなビジネスモデルの創出に資するものであり、その活用は非常に重要。
- 一般社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）は、農業、観光・サービス、ヘルスケア、環境・エネルギー、安全・安心の5分野において、地域経済を支えるIT・エレクトロニクス企業の事例集「IT・エレクトロニクス×地位活性化百選」を作成。
- こうした取組を更に進めるため、ITシステム等のソリューション事業者を活用することにより自治体における業務の効率化、地域課題の解決を図る。



事業ごとの重要業績評価指標（KPI）の例

【アウトプットベースの指標例】

- システム導入数

【アウトカムベースの指標例】

- 事業の効率化度合い

①SNSとアプリの融合による観光クラウドサービス

（日本電気㈱、NECソリューションイノベータ㈱NEC九州支社>導入先：福岡市【福岡県】）

空きオフィスや空き店舗が目立ち活性化が課題となっていた福岡市の「ソフトリサーチパーク（SRP地区）」で、facebookとスマートフォン・アプリを連携して“必要な人”に、“必要な時”に、“必要な場所”で情報提供する「おもてなしサービス」を実現。

②地産地消型需要家PPS向けシステム

（三菱電機㈱、㈱F-Power、鹿角市【秋田県】）

再生可能エネルギーによる電力自給率が極めて高い秋田県鹿角市は、エネルギーの地産地消と地域電源活用による地域活性化に向けて、クラウドサービスを利用した効率的な運営の「地産地消型需要家PPS向け業務システム」に取り組んでいる。

③地域包括ケア支援自治体クラウドシステム

（(株)日立製作所、(株)日立産業制御ソリューションズ、(株)日立メディコ【茨城県】）

茨城県笠間市では、介護支援を受ける高齢者の情報を地域の医療・介護関係施設が共有できるクラウド型の情報連携基盤を導入することで高齢者ケアの質向上、医療介護現場の運用負荷軽減に貢献。

④水道施設の遠隔監視システム

（アズビル(株)>導入先：土佐町役場【高知県】）

高知県土佐町では、町内各地に点在している水道施設に遠隔監視システムを導入し貯水水位や稼働状況等の運転状況を一元的に遠隔で監視可能にすることで、コスト削減、信頼性の向上に貢献。

<地域消費喚起・生活支援型>

保育等のサービス利用券の配付上乘せ（A県）

多子世帯支援

事業の内容

（概要）

- ・子育て家庭の精神的・身体的・経済的負担の軽減を図るとともに、地域における各種サービス等の利用を促進するため、保育サービス等の利用券（『子育て応援券』）を配付。
- ・応援券の金額は、第1子、第2子については1万円分（500円×20枚×1セット）の利用券、第3子以降は3万円分（500円×20枚×3セット）の利用券を配付。

| 類型 | 子育てサービス | サービス提供者 |
|-------------|-----------------------|--------------------------|
| 保育・育児支援サービス | 一時保育 | 保育所 |
| | 子どもの一時預かり、送迎、産前産後の世話等 | ファミリーサポートセンター、シルバー人材センター |
| | 病児・病後児保育 | オープン型育児・病後児保育実施施設 |
| | 読み聞かせ絵本の購入 | 指定書店 |
| 保健サービス | 任意の予防接種、乳児健康検査 | 医療機関、助産所 |
| | フッ素塗布 | 歯科医療機関 |

出生時等への祝品の贈呈（B市）

多子世帯支援
少子化対策

事業の内容

（概要）

- ・子どもを3人以上養育している保護者で、平成26年4月1日以降に第3子以降の子どもが生まれた家庭を対象に、「出生」「小学校入学」「中学校入学」時にそれぞれ祝品を贈呈。
- ・新生児が誕生した家庭に対して、地域の特産品をお祝いとしてプレゼントし、当該事業のための特産品の開発などを交付対象とする自治体もある。

【出生祝品例】

| | | | |
|----------|-----|---------|---------|
| ベビーカー | または | 紙おむつパック | 図書カード |
| チャイルドシート | | こども商品券 | 巡回バス回数券 |
| | | から1点 | から3点まで |

【小学校入学祝品】

| | | |
|---------|--------|-------|
| 巡回バス回数券 | こども商品券 | 図書カード |
| から3点まで | | |

【中学校入学祝品】

| | | |
|---------|-----|-------|
| 巡回バス回数券 | 商品券 | 図書カード |
| から3点まで | | |

産前・産後のサポート ～産前産後ヘルパー派遣事業（C市）

多子世帯支援

事業の内容

（概要）

- ・ 母親が第三子以降の子又は多胎児の出産の前後で、家事又は育児を行うことが困難な家庭に、家事等の援助を行うためのヘルパーを派遣し、多子世帯及び多胎世帯の妊娠出産期の負担を軽減。
- ・ 派遣期間…第三子以降の子の産前産後、または多胎児の産前産後

○家事に関すること

- ・ 食事の準備及び後かたづけ
- ・ 衣類の洗濯、補修
- ・ 居室等の掃除、整理整頓
- ・ 生活必需品の買い物
- ・ その他必要な家事援助

○保育及び育児に関すること

- ・ 授乳・食事介助
- ・ おむつ・衣類交換
- ・ 沐浴・入浴介助
- ・ 児童の兄弟（児童）の世話
- ・ その他必要な育児援助

保育料の軽減または無料化

多子世帯支援

事業の内容

（概要）

- ・ 多子世帯の家庭に対し、第3子以降に対して自治体から保育料に関する助成（軽減または無料化）を行う。

（国の現行制度）

同一世帯中の2人以上が同時に保育所等を利用する場合、2人目の保育料を「1/2」、3人目以降の保育料を「無料」

（例）

兄弟姉妹の年齢に関わらない第3子以降の保育料を無料とする場合など

三世代同居・近居に対する費用の助成（D市）

少子化対策

事業の内容

（概要）

- ・ 三世代の家族が、これから市内で同居または近居（直線で1Km以内）しようとする際、1年目、2・3年目で自治体から必要な費用の助成を行う。
- ・ 持家の場合…1年目は住宅の新築・増改築・購入に要する費用、2・3年目は固定資産税・都市計画税相当額（ただし上限あり）。
- ・ 貸家の場合…1年目は賃貸借契約に要する費用、2・3年目は年間の家賃相当額（上限あり）。
- ・ また、同居・近居を目的とした転居に係る引越費用にも助成が行われる。

乳幼児期に必要な用具の貸し出し

少子化対策

事業の内容

（概要）

- ・ ベビーカー、チャイルドシート等の子育てに必要な用品について、申請があった家庭に対し自治体で安価、または無償で貸出を行う。
- ・ ベビーカーやチャイルドシートの他、ベビーバス、ベビーチェア、ベビーベッド、ベビーラック等の貸出メニューがあり、各自治体によって異なる。