

地方創生效果検証シート（2025年度地方創生事業）

交付金名	事業年度	事業名	事業費（円）	概要	実施体制	重要業績評価指標（KPI）				事業結果
						数値目標名 （単位）	基準値	実績値 （見込）	目標値 （2026）	
新しい地方経済・生活環境創生交付金（第2世代交付金） <令和8年～地域未来交付金（地域未来推進型）へと変更>	令和7年～9年 (2025～2027)	地域資源の掘り起こし・販売促進による里山魅力向上事業	R7年度 12,000,000円(当初予算) 【予算内訳】 ・観光・移住定住事業間連携（参加型・体験型交流イベントの定期的開催、滞在体験型イベント等の企画・運営等）2,400,000円 ・里山魅力向上観光イベント実施（「見る、聞く、体験する」ツアーの開催、村での暮らしや人々を知る「里山講座（仮称）」の開催等）3,600,000円 ・地域資源の掘り起こし・販売促進（販促プロモーションの展開、地域資源の掘り起こしによる新たな地域ブランドづくり等）2,800,000円・関係人口拡大（デジタルプラットフォームの形成、提案型・参加型のイベントやワークショップの開催、来村の機会の創出等）3,200,000円	移住希望者と地域住民がつながるコミュニティを醸成する。また、阿蘇外輪の里山文化・高原型農山村文化をテーマにしたイベントやツアー等を開催すると同時に、地域資源の掘り起こしや特産品のPRをすることで、「選ばれる」地域としての魅力を向上していく。これらの過程を通して、里山文化の継承に共感・参画する「関係人口」を拡大し、本村の人手不足やノウハウ不足を補うとともに、移住定住先として選ばれる「好循環の仕組み」を創出する。	【産山村】事業全体の統括。事業進捗・課題共有を行う定期的な会合への参画。 【一般社団法人うぶやま未来ラボ】事業推進主体、各事業の実施、進捗管理、実績報告。事業進捗・課題共有を行う定期的な会合への参画。 【地域グループ】事業推進に協力する任意団体として再編成し、様々なイベントやワークショップの開催、地域資源の掘り起こしによる商品開発等における協力・参画。	一人あたりの観光消費額（円）	1,756	2,781	2,056	1) 一人あたりの観光消費額：1,025円と大幅に上回る見込み 2) 空き家バンク契約成立数：4件と上回る見込み 3) 出生数：4人と上回る見込み
						空き家バンク契約成立数（件）	1	4	3	
						出生数（人）	2	4	3	

効果検証（KPI・自立性）及び提案

【一人あたりの観光消費額】産山村観光協会・一般社団法人うぶやま未来ラボとの検証

- ・体験型・交流型イベント等の定期的開催により来村機会が増加
- ・SNS等を活用した情報発信により、フォロワー数が約40%増加
- ・産山村のフォトコンテストを年間を通じて実施し、村の里山風景の美しい写真が多数投稿され、閲覧数も大幅増
- ・上記情報発信の効果により、観光客が村内の様々な場所を訪れるようになり、滞在時間が延びたことで、地域内での飲食機会の増加や特産品購入の増加とつながった

【空き家バンク契約成立数】一般社団法人うぶやま未来ラボとの検証

- ・山村留学希望世帯を対象とした滞在体験型イベントから直接空き家バンク契約に至った事例なし
- ・パンフレットやSNSを活用した情報発信、イベントでの移住相談窓口設置により、問い合わせが前年度より増加
- ・景色の美しさに惹かれて移住した事例2件、イベント参加者で具体的に移住を検討している事例1件

【出生数】産山村健康福祉課・一般社団法人うぶやま未来ラボとの検証

- ・2025年度の出生数は目標を上回ったものの、当事業は2025年度に開始したばかりであり、妊娠期間等を考慮すると、事業の直接的な効果が出生数に反映されたとは言い難い
- ・2025年度に移住した世帯で出産に至った件数はない
- ・子育て世代の空き家バンクへの問い合わせが昨年比で30%増加していることから、若い世代の本村への関心が高まっており、次年度の出生数の増加を期待

【自立性】一般社団法人うぶやま未来ラボとの検証

- ・村特産品販売において、商品数が限定的であること、季節による商品変動があり年間を通じた安定供給ができていない
- ・村外流通に適した常温保存可能な商品が少なく販路が限定的。特にイベント等での販売の際には、冷凍・冷蔵商品は運搬や管理が難しく、販売機会の拡大が困難。
- ・商品ラインナップが少なく、顧客ニーズに答えきれていない。

【次年度への提案】

- ・「観光」と「移住定住」の事業間連携を引き続き推進し、各KPIのさらなる向上を目指す。
 - ・村特産品販売においては、商品ラインナップが少なく、顧客ニーズに答えきれていない。特に村外販売を考えると、常温で運搬・販売できる商品の開発が急務。
 - ・自立に向けた自主財源の確保と本村ならではの里山文化を活かした魅力向上のため、試作品開発の強化が必要
- ⇒事業間の予算配分を見直し、地域資源の掘り起こし及び試作品開発に重点的に予算を配分することで、特産品のラインナップを充実させ、KPI①(観光消費額)のさらなる向上と本村の魅力向上を図る。これにより、KPI①(観光消費額)のさらなる向上だけでなく、KPI②(空き家バンク契約成立数)における移住希望者の増加、さらにはKPI③(出生数)における若い世代の定着促進にもつながり、移住候補地として「選ばれる村づくり」を推進し、持続可能な地域づくりを実現していく。