

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金実施事業 一覧表

資料1

◆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7年度事業:補助率1/2 交付確定額:8,595,840円

【単独事業】

働き方改革(眠れる労働力を発掘！富士宮プロジェクト)〈R6～R8〉 (単位:円)

人口減少が避けられない中、眠れる労働力(育児者、介護離職者、高齢者、外国人、引きこもり者、生活困窮者など)が地域社会とつながり、その能力を発揮できる社会を構築する。多様な人材・働き手と企業・団体等の受け入れ側のミスマッチを解消し、働き手は「自由な時間にいつでも働ける」状態、企業や団体等は、人手不足や担い手不足を補うことで、「誰一人取り残さない」市民全員が地域社会で活躍できている状態を目指す。

資料番号	事業	事業内容	費目	予算額	決算額	市の総合戦略 基本目標	国の基本目標	部	課
1	社会参加推進事業	市公式求人サイト構築	委託料	9,000,000	8,984,800	1 「住んでよし」 4 「働いてよし」	I-1地方に仕事をつくる	企画部	企画戦略課
2	中小企業人材確保事業	事業承継支援ツール	委託料	1,520,000	1,518,000			産業振興部	商工振興課
		就業支援サイト管理	委託料	1,200,000	1,199,880				
		採用力強化・機会創出支援事業	委託料	5,500,000	5,489,000				
		合計額				17,191,680	有識者会議における評価		
		交付確定額				8,595,840			

有識者会議における評価
A
【有識者会議における評価】 A:総合戦略の推進に有効だった B:総合戦略の推進に有効とは言えない

担当課による自己(内部)評価【令和7年度分】について

実績の数値を基に、各事業について担当課での自己(内部)評価を表示しています。

評価指標	ドロップダウンリスト	説 明
①達成度(進捗度)	◎…順調に推移(8割以上) ○…予定どおり推移(5割以上) △…取組が遅れ気味(5割未満)	事業の進捗状況を、3段階で評価
②有効性(総合戦略基本目標への貢献度)	◎…非常に効果的だった ○…効果的だった △…効果が限定的だった	取組事業が総合戦略基本目標に効果的だったか、3段階で評価
③取組の必要性	◎…追加・発展 ○…継続(現状維持) △…見直し	上記①・②の評価を踏まえて、取組事業の今後の必要性について3段階で評価
④今後の方向性・展開	なし	今後の取組の方向性や将来的な展望
⑤事業の課題	なし	取組を進めるうえでの課題

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)に係る事業効果検証シート

事業分野 (大項目)	働き方改革	分野 (詳細)	②ワークライフバランスの実現等
事業名	眠れる労働力を発掘！富士宮プロジェクト		

KPI(重要業績評価指標) *計画(上段)／実績(下段)

重要業績評価指標	単位	実施前 (R5年度)	R6年度	R7年度	R8年度
就労準備支援事業による 一人当たりの労働生産性(※ 1)	円	0	4,290 4,466	5,490 7,041	9,290
福祉コーディネーターが企 業・団体とマッチングさせた 人数(※2)	人	16	20 18	24 23	28
市公式求人サイトにおける 就業マッチング件数	件	0		470 1,209	2,350

(※1)就労支援対象者のうち1人あたりの年間労働賃金の平均額

(※2)就労支援対象者のうち就職者数

1 基本情報

担当事業名	社会参加推進事業				
位置付け	基本目標1 「住んでよし」の安全・安心なまちを創造				
	基本目標4 「働いてよし」の活力あるまちを創造				
担当課	企画戦略課	担当者名	芦澤 雄一	内線	2313

2 事業の目的

市公式の求人サイトを立ち上げ、各企業は仕事の見直しから生まれた切り出し仕事をサイトに掲載し、働き手は自分の労働条件と合致する仕事を選択し、社会復帰の足掛かりの場として使用する。

3 事業の内容

市公式人材マッチングサイト「富士宮マッチボックス」を開設。まずは、眠れる労働力の中でも、マッチングしやすい育児中の女性、介護離職者、高齢者などが参加しやすいギグワークシステムの構築に努める。

4 取組状況

R7年度	8月1日システム稼働開始に向け、事業者説明会や個別説明などを行い、受け皿拡大に努めた。働き手の確保は、市HPやSNS、新聞記事掲載などあらゆる手段で周知を行った。 8月から翌3月末の8か月間で、登録求職者数1,310人、稼働事業所数38事業所となり、1,209件のマッチングを生み出すことができた。
------	--

5 事業費(単位:円)

	費目	予算額	決算額	(国)交付金額
R6年度				
R7年度	委託料	9,000,000	8,984,800	4,492,400
R8年度				



【富士宮マッチボックス】

6 実績

具体的成果数値	単位	実施前 (R5年度)	R6年度	R7年度	R8年度
求職者登録数	人	0	0	1,310	
求人掲載事業所数	者	0	0	38	

7 事業効果

富士宮市内では、正規雇用、長期勤務を原則とし、本システムへの参加に後ろ向きな事業所が多く存在していた。本システム導入後、様々な会合等で説明を行い、徐々に参画事業所が増えてきており、正規雇用を原則としていた事業者も、新しい求人形態として積極的に利用いただいている事業所もある。求職者についても、柔軟な働き方ができることや、社会参加への一つのツールとして活用されている。

8 担当課による自己(内部)評価【令和7年度分】

評価指標	評価	評価判断理由
①達成度 (進捗度)	○…予定どおり推移(5割以上)	当初の見込みをほぼ達成した。特に求職者の登録については、見込み数を大きく上回る人数となり、市民の関心の高さがうかがえる。
②有効性(総合 戦略基本目標へ の貢献度)	○…効果的だった	新しい働き方となり、個人個人の生活スタイルに合った勤務環境を整えることができた。
③取組の 必要性	◎…追加・発展	富士宮市はスポットワークが浸透していない地域であるため、さらなる周知活動をして誰一人取り残さないまちを目指していく。
④今後の 方向性・展 開		今後は、福祉部門と連携し、支援が必要であるが働く意思がある人(障がい者、生活困窮者、ひきこもり者など)の就労へつなげていく。
⑤事業の 課題		求職者に対して、事業所の数が少なく、求人業種にも偏りが見られる。今後は様々な業種、勤務条件など選択肢を増やしていくことに注力していく。

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)に係る事業効果検証シート

事業分野 (大項目)	働き方改革	分野 (詳細)	②ワークライフバランスの実現等
事業名	眠れる労働力を発掘！富士宮プロジェクト		

KPI(重要業績評価指標) * 計画(上段)／実績(下段)

重要業績評価指標	単位	実施前 (R5年度)	R6年度	R7年度	R8年度
就労準備支援事業による 一人当たりの労働生産性	円	0	4,290 4,466	5,490 7,041	9,290
福祉コーディネーターが企 業・団体とマッチングさせた 人数	人	16	20 18	24 23	28
市公式求人サイトにおける 就業マッチング件数	件	0	470 1,209		2,350

(※1)就労支援対象者のうち1人あたりの年間労働賃金の平均額

(※2)就労支援対象者のうち就職者数

1 基本情報

担当事業名	中小企業人材確保事業				
位置付け	基本目標1 「住んでよし」の安全・安心なまちを創造				
	基本目標4 「働いてよし」の活力あるまちを創造				
担当課	商工振興課	担当者名	望月奈津子	内線	2474

2 事業の目的

デジタルの力を活用した各種サイトを立ち上げることで、市内中小企業の魅力を発信し、今まで情報が行き届かなかった若者などに発信することで将来の担い手を確保する。
--

3 事業の内容

主に東京などの首都圏へ転出した学生を対象に、中小企業のオープンカンパニー等や求職情報などオンラインを用いて発信するとともに、年齢や体調不良などで廃業を検討する事業者と、継続を希望する後継者をオンラインでつなぎ、新たな担い手を確保するための事業承継ツールを構築する。
--

4 取組状況

R7年度	主に大学生を対象にオープンカンパニー等を実施し、若年層への情報発信を行ったほか、それ以外の年代も対象とした企業情報サイトを運用。また、昨年度に実施した事業承継に関するアンケートの結果を元に事業者ヒアリングを進め、事業承継マッチングサイトの掲載事業者を増やす。
------	---

5 事業費(単位:円)

	費目	予算額	決算額	(国)交付金額
R6年度	委託料	9,100,000	9,004,600	4,502,300
R7年度	委託料	8,220,000	8,206,880	4,103,440
R8年度				



6 実績

【ビジネスコネクトふじのみや】

具体的成果数値	単位	実施前 (R5年度)	R6年度	R7年度	R8年度
オープンカンパニー等参加企業数	件	19	19	16	
事業承継マッチングサイトへの掲載件数	件	0	3	3	

7 事業効果

大学が立地しない富士宮市では、高卒や中途の採用が主流であるが、本事業を機に、大学生と接点を持った事業者があった。またオープンカンパニー等をオンラインと現地のハイブリッド型で開催し、学生受入れのノウハウを取得することができた。主に県内学生に対し、市内企業の認知・理解を促進した。事業承継に関しては、昨年度実施したアンケート調査の結果を元にヒアリングを進めたり、飲食業組合の集会において事業概要の説明をしたりするなどし、本市事業承継支援事業の周知に努めた結果、新たに3件をサイトの掲載につなげることができた。
--

8 担当課による自己(内部)評価【令和7年度分】

評価指標	評価	評価判断理由
①達成度 (進捗度)	○…予定どおり推移(5割以上)	大学生向けのオープンカンパニー等を開催し、また、それ以外の年代に向けた企業情報サイトを運用。事業承継に関しても、サイトへの掲載について、見込み件数を達成することができた。
②有効性(総合 戦略基本目標へ の貢献度)	○…効果的だった	求職者との接点を持つ場となったほか、企業のノウハウの蓄積となった。また、事業承継をしたい者(新しく事業を始めたい者も含む)と承継者を求める者が会えるきっかけを作ることができた。
③取組の 必要性	○…継続(現状維持)	人手不足解消のため、企業の採用力強化と求職者との接点創出の取組を今年度も続けていく必要がある。事業承継に関しても、アンケート結果に基づきさらにヒアリングを進めることで、サイトへの掲載者及びマッチング件数の増加が期待できる。
④今後の 方向性・展 開		コロナ禍で主流となったオンラインでのインターンシップのみならず現地型も取り入れ、大学生との距離を密接にしていく。事業承継に関しては、アンケートに回答いただいた全ての方を対象にヒアリングを進めていく。
⑤事業の 課題		深刻な人手不足の中、若い世代のみならず、幅広い世代の求職者に情報を届ける必要がある。事業承継はデリケートな内容のため、承継を望む者が現れた場合でも、承継まで順調に進めるには、当人同士の意向を十分にヒアリングするとともに、関係各機関にも協力をいただきながら、慎重に進める必要がある。

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金実施事業 一覧表

資料1

◆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7年度事業:補助率1/2 交付確定額:2,085,395円

【単独事業】

地方への人の流れ(若者のチャレンジを応援するまちづくりプロジェクト～スイーツのまちづくりに向けて～)〈R7～R9〉 (単位:円)

進学や就職等を機に、若者、特に女性の市外への流出が進行する一方、地域の魅力を感じて移住してくる人は増加傾向にある。現在、富士宮市に存在する地域資源(食材)をスイーツに特化し、地域資源と首都圏からスイーツに関わる人をマッチングさせること、若者の人材育成を図ることで新たな菓子店舗の創業につなげ、地域経済の活性化、地域の担い手確保を目的とする。

資料	事業	事業内容	費目	予算額	決算額	市の総合戦略 基本目標	国の基本目標	部	課
1	関係団体交流事業	マッチング会等運営	委託料	300,000	227,700	1 4 「住んでよし」 「働いてよし」	I-1地方に仕事をつくる	産業振興部	食のまち推進室
2	イベント開催による認知向上事業	イベント等出展事業	委託料	1,100,000	169,070				
		市内スイーツ祭り事業	委託料	2,200,000	1,980,000				
3	シビックプライド醸成事業	キャリア教育	委託料	400,000	394,020			産業振興部	商工振興課
4	スイーツのまちづくり発信事業	地元クリエイターによる魅力発信事業	委託料	1,400,000	1,400,000			企画部	地域政策推進室
合計額					4,170,790	有識者会議における評価			
交付確定額					2,085,395				

有識者会議における評価
A

【有識者会議における評価】
A:総合戦略の推進に有効だった
B:総合戦略の推進に有効とは言えない

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)に係る事業効果検証シート

事業分野 (大項目)	地方への人の流れ	分野 (詳細)	②移住促進・地方創生人材の確保・育成等の人材分野			
事業名	若者のチャレンジを応援するまちづくりプロジェクト ～スイーツのまちづくりに向けて～					
KPI(重要業績評価指標)			*計画(上段)／実績(下段)			
重要業績評価指標	単位	実施前 (R6年度)	R7年度	R8年度	R9年度	
人口社会減の緩和(改善数)	者	-126	20 75	20	20	
ふるさと納税返礼品(スイーツ)寄附額	千円	3,792	3,991 6,702	4,200	4,419	
スイーツのまちづくり関係人口創出数	人	0	300 362	600	900	
デジタルスタンプラリー登録者数	人	0	0 500	500	550	

1 基本情報

担当事業名	関係団体交流事業				
位置付け	基本目標1 「住んでよし」の安全・安心なまちを創造				
	基本目標2 「訪れてよし」の魅了するまちを創造				
担当課	食のまち推進室	担当者名	花田 里実	内線	2421

2 事業の目的

市内の畜産物生産者と製造業、飲食店、土産店、金融機関、市などの交流を通じて、地元資源の更なる活用を図り、新商品の開発、事業者同士の連携を進めることで、地域経済の活性化を図ります。

3 事業の内容

マッチング会を開催し、事業者や生産者が交流し課題を共有し、新しい技術や食材の情報提供により新たな技術開発や、連携により付加価値向上につなげます。
--

4 取組状況

R7年度	食の交流会を開催し、生産者、製造業者、飲食店、信用金庫などが参加しました。生産者と事業者の連携による市内での成功事例の発表を通じ、知識や経験を共有しました。また、出席者が地元の特産品や食材を試食し合い、その魅力を知った上で、直接対話し意見交換することができました。
------	--

5 事業費(単位:円)

	費目	予算額	決算額	(国)交付金額
R7年度	委託料	300,000	227,700	113,850
R8年度				
R9年度				



6 実績

【食の交流会】

具体的成果数値	単位	実施前 (R6年度)	R7年度	R8年度	R9年度
参加事業者数	者	—	35		
参加者の満足度(※良かった)	%	—	69.7		

7 事業効果

食の交流会には、生産者、製造業者、飲食店、信用金庫など様々な業種から35者が参加し、連携事例の発表や、特産品の試食を通じて情報共有ができました。 交流会がきっかけで、生産者同士がつながり、新たな商品開発につなげる動きもでており、事業の効果が出ています。

8 担当課による自己(内部)評価【令和7年度分】

評価指標	評価	評価判断理由
①達成度 (進捗度)	○…予定どおり推移(5割以上)	食の交流会を開催し、事業者同士の情報共有が図られ、連携に向けたきかづけを提供することができた。
②有効性(総合 戦略基本目標への 貢献度)	○…効果的だった	交流会がきっかけとなり、商品開発につながる動きも出ており、将来的にふるさと納税返礼品への登録も考えられるため。
③取組の 必要性	○…継続(現状維持)	市内の農畜産物をはじめとした特産品を個々の魅力を掛け合わせて相乗効果を上げるためにも、事業者や生産者間の交流する機会が必要のため。
④今後の 方向性・展開	今後も継続して交流会を開催する。交流会の内容については、令和7年度のアンケート結果を踏まえ、改善を図る。	
⑤事業の 課題	新たな交流や連携を生むためにも、今までとは違った業種の方や、新規の参加者を確保していくことが必要となる。	

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)に係る事業効果検証シート

事業分野 (大項目)	地方への人の流れ	分野 (詳細)	②移住促進・地方創生人材の確保・育成等の人材分野
事業名	若者のチャレンジを応援するまちづくりプロジェクト ～スイーツのまちづくりに向けて～		

KPI(重要業績評価指標)		＊計画(上段)／実績(下段)			
重要業績評価指標	単位	実施前 (R6年度)	R7年度	R8年度	R9年度
人口社会減の緩和(改善数)	者	-126	20 75	20	20
ふるさと納税返礼品(スイーツ)寄附額	千円	3,792	3,991 6,702	4,200	4,419
スイーツのまちづくり関係人口創出数	人	0	300 362	600	900
デジタルスタンプラリー登録者数	人	0	0	500	550

1 基本情報

担当事業名	イベント開催による認知向上事業				
位置付け	基本目標1 「住んでよし」の安全・安心なまちを創造				
	基本目標2 「訪れてよし」の魅了するまちを創造				
担当課	食のまち推進室	担当者名	花田 里実	内線	2421

2 事業の目的

地元特産品を使ったスイーツの展示・販売・試食等を実施するとともに、イベント参加者にスイーツによるまちづくりを伝え、関心を持ってもらい関係人口創出につなげる。

3 事業の内容

富士宮産の卵と牛乳を使った「富士宮プリン」をきっかけに、地域の素晴らしい食材をPRする市内外でのイベントの開催により、「スイーツのまち富士宮」の認知向上を図る。

R7年度	静岡県が主催する大阪・関西万博ジオキッチン静岡に出店し、市内特産品の富士の国乳業の牛乳と落花生を使用したジェラートやにじまのカルパッチョなどを試食してもらいPRした。 「スイーツのまち富士宮～プリンまつり～」を開催し、富士宮プリンや焼き菓子、ドリンクの販売、プリンアラモード作り体験や卵や牛乳の販売、牛の搾乳体験など販売や体験も含めたイベントとなりました。
------	---

5 事業費(単位:円)

	費目	予算額	決算額	(国)交付金額
R7年度	委託料	2,670,000	2,149,070	1,074,535
R8年度				
R9年度				



6 実績

【スイーツのまち富士宮～プリンまつり～】

具体的成果数値	単位	実施前 (R6年度)	R7年度	R8年度	R9年度
スイーツPRイベント参加者数	人	—	18,000		

7 事業効果

大阪・関西万博への出展では、主に県外の方に富士宮市の特産品の魅力をPRすることができました。「スイーツのまち富士宮～プリンまつり～」では、市内の21店舗が一堂に会し、56種類約15,000個のプリンや焼き菓子販売し、消費拡大に貢献しました。来場者は約18,000人となり、市外や県外からもプリンを求めて多くの方が訪れイベントを楽しみました。
さらに、イベントを通じて、富士宮の特産品である鶏卵及び生乳の認知度向上にも寄与することができました。令和7年度に定義した「富士宮プリン」のブランド化(ロゴマークなど作成)については、アンケートから約98%が肯定的な評価をしており、地域資源を活用した商品開発が来場者に受け入れられていることが明らかとなりました。

8 担当課による自己(内部)評価【令和7年度分】

評価指標	評価	評価判断理由
①達成度 (進捗度)	○…予定どおり推移(5割以上)	大阪・関西万博への出展や「スイーツのまち富士宮～プリンまつり～」を開催し、市内外から多くの方が参加してくれ、地域の素晴らしい食材をPRできた。さらに、「スイーツのまち富士宮」の認知向上にもつながった。
②有効性(総合戦略基本目標への貢献度)	◎…非常に効果的だった	「富士宮プリン」を契機に、スイーツのまち富士宮をPRする中で、菓子製造事業者の方々が積極的に新商品の開発などに取組んでくれており、ふるさと納税返礼品登録にもつながっているため。
③取組の必要性	○…継続(現状維持)	引き続き、「スイーツのまち富士宮」をPRするイベントを開催し、認知向上を図る。
④今後の方向性・展開		スイーツのまち富士宮の認知向上に向けて、各個店のブランド化を促進するため、パッケージデザインやSNSによる情報発信について学ぶ研修を開催することで事業者を支援し、新たな付加価値向上と情報発信力強化を図る。
⑤事業の課題		イベント時のアンケートで、97%が市内菓子店に行ってみたくないと回答していることから、地域店舗への回遊促進が今後の課題と考えられる。また、新たな関係人口創出に向けて、SNSなどを活用した情報発信の強化が必要と考えられる。

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)に係る事業効果検証シート

事業分野 (大項目)	地方への人の流れ	分野 (詳細)	②移住促進・地方創生人材の確保・育成等の人材分野
事業名	若者のチャレンジを応援するまちづくりプロジェクト ～スイーツのまちづくりに向けて～		

KPI(重要業績評価指標) * 計画(上段)／実績(下段)

重要業績評価指標	単位	実施前 (R6年度)	R7年度	R8年度	R9年度
人口社会減の緩和(改善数)	者	-126	20 75	20	20
ふるさと納税返礼品(スイーツ)寄附額	千円	3,792	3,991 6,702	4,200	4,419
スイーツのまちづくり関係人口創出数	人	0	300 362	600	900
デジタルスタンプラリー登録者数	人	0	0	500	550

1 基本情報

担当事業名	シビックプライド醸成事業				
位置付け	基本目標1 「住んでよし」の安全・安心なまちを創造				
	基本目標2 「訪れてよし」の魅了するまちを創造				
担当課	商工振興課	担当者名	藤原智之	内線	2475

2 事業の目的

子どもが、事業者の商品開発から関わり、地元資源の魅力や商品価値に関する学びを深化させる体験を通じて、シビックプライドの醸成を図り、地域資源を活用できる人材として、将来Uターン就職や地域経済の担い手育成につなげる。

3 事業の内容

小学校及び中学校に対し、地元企業を認知し理解を深めるため総合学習等の授業にて地元企業による職業講話を実施。

4 取組状況

R7年度	小学校2校と中学校1校に対し実施。3校で9社の企業が登壇し、186名の生徒児童が参加した。
------	---

5 事業費(単位:円)

	費目	予算額	決算額	(国)交付金額
R7年度	委託料	400,000	394,020	197,010
R8年度				
R9年度				



【職業講話】

6 実績

具体的成果数値	単位	実施前 (R6年度)	R7年度	R8年度	R9年度
職業講話登壇企業数	社	9	9		

7 事業効果

大学が立地しない富士宮市では企業理解を深める機会として小学生や中学生が地元目目に向けてことが可能な時期である。職業講話の感想シートや、報告書を各学校に納品し、実施のみならず記録として保管することができている。

8 担当課による自己(内部)評価【令和7年度分】

評価指標	評価	評価判断理由
①達成度(進捗度)	〇…予定どおり推移(5割以上)	予定通り市内3校に対し延べ9社登壇することができた。
②有効性(総合戦略基本目標への貢献度)	〇…効果的だった	普段知ることのない業種や企業に触れることができた。
③取組の必要性	〇…継続(現状維持)	大学進学が主流となる昨今において小中学生へのアプローチは継続して必要である。
④今後の方向性・展開	単なる講話にとどめず、体験などを通してより記憶に残る形を検討したい。	
⑤事業の課題	深刻な人手不足の中、より多くの小中学生にアプローチする必要性や、より記憶・記録に残る形で実施する必要がある。	

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)に係る事業効果検証シート

事業分野 (大項目)	地方への人の流れ	分野 (詳細)	②移住促進・地方創生人材の確保・育成等の人材分野		
事業名	若者のチャレンジを応援するまちづくりプロジェクト ～スイーツのまちづくりに向けて～				
KPI(重要業績評価指標)			＊計画(上段)／実績(下段)		
重要業績評価指標	単位	実施前 (R6年度)	R7年度	R8年度	R9年度
人口社会減の緩和(改善数)	者	-126	20 75	20	20
ふるさと納税返礼品(スイーツ)寄附額	千円	3,792	3,991 6,702	4,200	4,419
スイーツのまちづくり関係人口創出数	人	0	300 362	600	900
デジタルスタンプラリー登録者数	人	0	0	500	550

1 基本情報

担当事業名	スイーツのまちづくり発信事業				
位置付け	基本目標1 「住んでよし」の安全・安心なまちを創造				
	基本目標4 「働いてよし」の活力あるまちを創造				
担当課	地域政策推進室	担当者名	市川 紫音	内線	2319

2 事業の目的

「スイーツのまち富士宮」をテーマに、地元出身の文筆家・甲斐みのり氏の感性を活かした「みやめぐり」やワークショップを通じて、富士宮の魅力を体感・共感・発信できる仕組みを構築する。また、市外の関係人口候補層の来訪を促すとともに、市民や地元事業者との交流を図り、地域経済の活性化と新たな地域資源の活用可能性を見出すことを目的とする。

3 事業の内容

地元出身文筆家の甲斐みのり氏を招聘し、浅間大社周辺のスイーツ店舗やスポットを巡るまちなかツアーを実施した。また、イラストレーターおよび市内菓子事業者を交えたトークショーを開催した。参加者と共にスイーツを試食しながら、事業者の活動紹介やデザイン菓子缶の披露を行ったほか、参加者が新しい富士山スイーツを考案するワークショップを実施した。
--

4 取組状況

R7年度	①みやめぐりの企画・運営 甲斐みのり氏の感性を取り入れたツアーを実施。参加者が街のスイーツ文化や歴史に触れ、SNS等で自発的に情報発信する動線を確保した。 ②コミュニティ形成 関係人口候補層と地元事業者らのトークショーを開催。活動発表や試食を通じ、双方で親密な意見交換ができる場を演出した。 ③ワークショップとアイデア還元 新スイーツを考案するワークショップを実施。市外参加者の斬新なアイデアを事業者にフィードバックし、特産品を活かした新商品開発への着想を促しました。
------	---

5 事業費(単位:円)

	費目	予算額	決算額	(国)交付金額
R7年度	委託料	1,400,000	1,400,000	700,000
R8年度				
R9年度				



【甲斐みのり氏イベント】

6 実績

具体的成果数値	単位	実施前 (R6年度)	R7年度	R8年度	R9年度
イベント参加に伴う関係人口創出数	人	17	32		

7 事業効果

① 地域魅力の発信と交流人口・関係人口の拡大 本事業を通じて、富士宮市特有のスイーツ文化や店舗の魅力を多角的に発信し、本市の認知度向上および将来的な関係人口につながる交流人口の拡大に寄与した。 ② 参加者アイデアの地域還元と特産品開発(具体的成果) 市外参加者の多様な視点やアイデアを地元事業者へ直接還元・共有することで、地域資源の新たな活用可能性を強く提示した。その象徴的な成果として、ワークショップでの提案を着想源とし、市内事業者(赤池商店)が富士宮市産の特産品(ニジマス、ホップ、チーズ、落花生)をふんだんに取り入れた「4種のクッキー」の開発・商品化を実現した。

8 担当課による自己(内部)評価【令和7年度分】

評価指標	評価	評価判断理由
①達成度 (進捗度)	○…予定どおり推移(5割以上)	ふるさと納税寄附額は、事業者の活力向上に伴う新規返礼品の登録増により大幅な増加を達成した。一方、関係人口創出数は予算上の制約から当初予定のイベント開催を見送ったため、目標未達成となった。今後は、本事業で開発された新商品を活用し、首都圏での販売・プロモーション機会を創出することで、関係人口の創出・拡大を効果的に実施していく。
②有効性(総合戦略基本目標への貢献度)	○…効果的だった	「働いてよし」の面では、ワークショップから得られたアイデアを呼び水に、市内事業者が地元特産品を活用した新商品開発・商品化を実現した。「住んでよし」の面では、関係人口候補層と市民・事業者が緊密に交流する持続可能なコミュニティを形成するとともに、地産地消の推進によって地域経済を内側から活性化させた。市民が誇りをもち、安心して住み続けられる活力あるまちの創造に繋がる確かな成果を得たと考える。
③取組の 必要性	◎…追加・発展	初年度に市内事業者による特産品を用いた新商品開発・商品化を実現し、当初の目的を上回る具体的成果を創出した。この官民連携による成功モデルを一過性のものとせず、他事業者への波及や「スイーツのまち富士宮」のブランド定着、関係人口の継続的な還流へと繋げる必要がある。構築した仕組みと連携体制を最大限に活かし、さらなる成果の定着・拡大を図るため、本事業は現状維持として継続することが妥当である。
④今後の 方向性・展開		イベント単発で終わらせることなく、ワークショップを通じて生まれたアイデアを活用した商品やパッケージ等の制作・発信を行い、継続的なシティセールス展開につなげるものとする。(R8年度は、2～3月の東京イベントで、パッケージ制作をした商品を販売予定)
⑤事業の 課題		地元文筆家のイベントの参加者は、50代前後の固定ファンが多く、ターゲットとしたい首都圏在住の20～30代にアプローチする方法を検討する必要がある。

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金実施事業 一覧表

資料2

◆新しい地方経済・生活環境創生交付金 デジタル実装型 令和7年度事業:補助率1/2 交付確定額:176,000円

【単独事業】

電子契約システム導入事業<R7>

契約業務の効率化とペーパーレス化を推進するため、クラウド型電子契約システムを導入する。契約書の電子化を図ることで、市民や事業者側の負担軽減や、環境保護への貢献、市全体のデジタル化推進に寄与する。

(単位:円)

資料番号	事業	事業内容	費目	予算額	決算額	市の総合戦略 基本目標	国の基本目標	部	課
1	電子契約システム導入事業	【電子契約システム】 オンライン上での契約書作成・送信・電子署名等	使用料	1,694,000	352,000	1「住んでよし」	I-4魅力的な地域 をつくる	総務部	契約管理課
合計額					352,000				
交付確定額(合計額×1/2)					176,000				

有識者会議における評価
A
【有識者会議における評価】 A:総合戦略の推進に有効だった B:総合戦略の推進に有効とは言えない

令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金(デジタル実装タイプ)に係る事業効果検証

事業名	電子契約システム導入事業				
KPI(重要業績評価指標)			* 計画(上段)／実績(下段)		
重要業績評価指標	単位	実施前 (R6年度)	R7年度	R8年度	R9年度
電子契約書の利用件数の割合	%	—	33.0	66.0	80.0
			59.7		
利用者満足度	%	—	80.0	85.0	90.0
			81.0		

1 基本情報

担当事業名	電子契約システム導入事業				
位置付け	基本目標1 「住んでよし」の安全・安心なまちを創造 (9) 効果的・効率的な行政運営				
担当課	契約管理課	担当者名	佐野 卓巳	内線	2423

2 事業の目的

電子契約システムを導入することで契約書の電子化を図る。この取り組みにより、事業者はオンライン上での契約締結が可能となり、市役所に足を運ぶ必要がなくなる。これにより、契約業務の効率化とペーパーレス化が促進され、市民や事業者への負担が軽減される。さらに市全体のデジタル化も進展する。

3 事業の内容

電子契約システムを導入する

4 取組状況

R7年度	令和7年6月1日事業所と契約締結。 令和7年10月1日から契約管理課の案件においてシステム導入した。
R8年度	
R9年度	

5 事業費(単位:円)

	費目	予算額	決算額	(国)交付金額
R7年度	使用料	1,694,000	352,000	176,000
R8年度				
R9年度				



【電子契約システム概要図】

6 事業効果

電子契約システムの導入に伴い、落札した業者の多くは、従来の紙ベースの契約書から電子契約へと移行した。このシステムを利用することで、紙での契約締結と比較して、収入印紙代が不要になるだけでなく、契約書の本作業にかかる手間も大幅に軽減された。さらに、図面を指定サイズで印刷する必要がなくなるなど、多くのメリットがあり、これにより、行政が行う事務のペーパーレス化も進展している。

7 担当課による自己(内部)評価【令和7年度分】

評価指標	評価	評価判断理由
①達成度 (進捗度)	◎…順調に推移(8割以上)	予定どおり、電子契約システムを導入し、設定したKPIを達成しているため。
②有効性(総合戦略基本目標への貢献度)	○…効果的だった	利用者のアンケート結果では、約8割が「満足」と回答しているため。
③取組の 必要性	○…継続(現状維持)	一度電子契約システムを利用した事業者は継続して使用するため。
④今後の 方向性・展開	建設工事及び関連する委託業務においては、電子保証を導入し、工事保証や前払金などの手続きをさらに電子化することが求められている。	
⑤事業の 課題	電子保証や前払金の電子化だけでなく、すべてのシステムを連動させた取り組みを実施する必要がある。	