

地方創生関連交付金事業の実績

1 交付対象事業名 : 多彩な活躍フィールドに着目した新たなつながり創出事業

事業概要	交付金の種類	単独・広域	申請主体
社会・経済的に密接な関係を有する南足柄市と①職員②人材③コンテンツの3つの交流を通じてそれぞれが持つ地域の課題やノウハウを共有し、講座の相互受講などを行うことで広い視野を持って多様な分野で活躍する担い手の発掘・育成を図る。また、「知る・学ぶ」で終わらずに具体の活躍のフィールドにつなげることで「実践」にまで発展させていく。	地方創生推進タイプ	広域	小田原市
	事業期間	対象期間	
	3年	令和2年度～令和4年度	

対象経費及び交付金充当額

※単位：円

総事業費	うち交付金充当額	1年目 令和2年度	2年目 令和3年度	3年目 令和4年度
47,046,571	20,973,673	6,485,607	7,262,674	7,225,392

K P I

指標名	基準値	単位	基準年	1年目 令和2年度			2年目 令和3年度			3年目 令和4年度			4年目 令和5年度		
				目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成
① 本事業を通じて関わりを持った域外の人口（関係人口）	0	人	R1	160	173	○	200	105	×	240	68	×	290	72	×
② 小田原市・南足柄市における交流人口（観光入込客数）	713	万人	R1	739	456	×	795	625	×	863	832	×	923	941	○
③ 小田原市・南足柄市における15歳以上の人口における社会減の解消	△ 390	人	R1	△ 340	△ 373	×	△ 250	438	○	△ 130	667	○	0	642	○

※令和4年度で交付金事業は終了しているが、令和5年度まで設定した目標値の効果検証を行うもの

地方創生関連交付金事業の実績

2 交付対象事業名：「新たな日常」を見据えた県西地域活性化プロジェクト展開事業

事業概要	交付金の種類	単独・広域	申請主体
神奈川県がこれまで進めてきた「未病改善のライフスタイル」を「新たな日常」の元で実現し、時代をリードする贅沢なくらし「かながわ県西ライフ」を送ることをできる地域という姿に向け、移住定住の戦略的な促進や「住み・働く」地域としての魅力向上に取り組みとともに、「新たな日常」に適応した観光の推進や地域資源を活用した産業の活性化を図る。	地方創生推進タイプ	広域	神奈川県
	事業期間	対象期間	
	3年	令和3年度～令和5年度	

対象経費及び交付金充当額 (※本市分のみ)

※単位：円

総事業費	うち交付金充当額	1年目 令和3年度	2年目 令和4年度	3年目 令和5年度
84,073,979	40,496,624	10,482,039	14,612,136	15,402,449

KPI

指標名	基準値	単位	基準年	1年目 令和3年度			2年目 令和4年度			3年目 令和5年度		
				目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成
① 本事業を契機に、県及び市町が運営する移住相談窓口等にアプローチしてきた人の数	0	人	R2	150	384	○	325	174	×	515	354	×
② 県民ニーズ調査での県西地域において「現在のところに住み続けたい」と思う人の割合	60.3	%	R2	62.3	69.8	○	66.3	56.3	×	72.3	60.0	×
③ 本事業に関連した体験型観光・ワーケーションに係る受入者の人数	0	人	R2	450	334	×	3,930	3,678	×	6,210	8,647	○
④ 本事業により新たな販路を獲得した特産品のアイテム数	0	品	R2	10	14	○	20	1	×	30	2	×

実施した事業 (本市分のみ)

実績額合計：15,402,449 円

○ 地域プロモーションの実施

実績額：4,806,997 円

実施した事業内容	振り返り(評価)	今後の展開
移住セミナーの開催やオンライン併用での移住相談など、オーダーメイド型の移住サポートを実施するとともに、移住体感ツアーの実施、PR広告やウェブサイト、移住定住をPRする冊子による情報発信を行い「小田原暮らしの魅力」を発信した。	都内での移住セミナーだけでなく、先輩移住者とのオンラインでの相談など、様々な形式かつ移住者目線の情報発信を行ったことで、「小田原暮らしの魅力」が多くの方に伝わり、移住相談件数の増加につながった。また、オンライン面談や、移住体感イベント参加者が最終的に移住に至るといった、市の施策を利用したモデルとなる事例がいくつかあった。	先輩移住者を活用した取組を継続・拡大するとともに、先輩移住者や移住サポーター同士の連携を強めるようなオンライン上の仕組みを構築すると同時に、情報発信についても移住者目線での情報発信を行うよう努める。

○ 移住受入のための空き家利活用

実績額：489,000 円

実施した事業内容	振り返り(評価)	今後の展開
ワンストップ相談窓口による専門家への意見照会や、市内の空き家を対象とした不動産無料診断を実施した。	ワンストップ相談窓口(57件)、不動産無料診断(26件)などにより、空家等所有者の意識啓発を促すことができた。また、市空き家バンクの登録意向が8件あった。	利活用できる空家等を市場流通させ、住民ストックを活用することは重要であることから、継続的に実施していく。

○ サテライトオフィス等の整備

実績額：1,271,391 円

実施した事業内容	振り返り(評価)	今後の展開
小田原市PRイベントや市内事業者とのマッチングイベント等を複数開催し、市内特産物のPRをするとともに、市内事業者を講師として招き、小田原市内で事業を行う魅力をPRした。また、2社の市外事業者が市内で新たにプロジェクトを実施するため、市内の拠点として活用したコワーキングスペースの施設利用料等の支援を行った。	ビジネスプロモーション拠点(WeWork)での活動をきっかけに、市内での実証実験や地域課題解決に向けたプロジェクト、イベント等の実施を希望する事業者と、市内の関係部署や市内事業者とのマッチングも行うなど、WeWorkを活用した取り組みは市内外で広まっており事業効果が現れている。	引き続き、ビジネスプロモーション拠点でのイベント等を開催等により、本市の魅力やビジネス環境のPRを行い、市外事業者と関係を構築していく。

○ 新たなつながりの形成

実績額：4,995,750 円

実施した事業内容	振り返り(評価)	今後の展開
おだわらSDGsデイ、みんなでSDGsを学ぼう！などのSDGs普及啓発イベントや、おだわらSDGsパートナーを対象とした交流会やワークショップを開催した。また、市内中学校等への出前講座や冊子の製作、「Think MIRAI」HPやラジオの運営を行った。	パートナーは新たに40者登録し312者となり、SDGs体感ブースの出展などを行った「おだわらSDGsデイ2023」には約700人が来場した。また、夏休み中の小・中学生を対象に、パートナーが先生となり全12回のワークショップなどを行った「みんなでSDGsを学ぼう！」には、261人(保護者含む)が参加し、SDGsの認知度やSDGsに対する関心は、確実に高まっていると考えている。	財源である交付金は令和5年度で終了となったが、事業内容の見直し、歳出の削減を図りながら、これまでの取組を継続しつつ、さらに深化させていく。また、パートナー間のつながりや連携が強化される取組を試行的に実施するとともに、パートナー・実行委員会の在り方について、検討を進める。
「おだちゃん」の新規スポット及び新規ユーザーの獲得、各種イベントへの参加、発展的解消に向けたスポットへの個別説明を行った。	各種イベントでの「おだちゃん」の活用、アプリ内でのオンラインイベントなどにより、ユーザー(アプリダウンロード者)は6,136人(令和6年3月末)となり、SDGsを身近に感じてもらうことができた人は、着実に増えている。	交付金の終了や地域ポインアプリ「プラボ」の開始に伴い、おだちゃんのスポットやユーザーをプラボに誘導していくことで、おだちゃんについては発展的解消を目指す。

○ 未病改善ライフスタイルの確立

実績額：3,839,311 円

実施した事業内容	振り返り(評価)	今後の展開
健康ポイントアプリの普及啓発やアプリ活用による当選者へのインセンティブ(地場産品)の見直し、新規追加を行った。「野菜たっぷり・適塩・食べきり おだわら食べ歩きグルメマップ」については委託方法を見直し、印刷部数を増やすことができたほか、新たに商工会議所とも協働で事業を行った。	健康ポイントアプリについては、登録者を増やすため積極的にイベント等で周知を実施し年間約800人の登録があった。マップに掲載する協力店舗の確保については、令和4年度と同数の掲載協力店舗となった。	健康ポイントアプリについては、執行方法や財源確保等、令和7年度以降の展開について検討していく必要がある。マップの協力店舗のアンケート結果を踏まえ、協力店舗増加につなげていきたい。また、市ホームページにデータを掲載するなど、紙媒体からデジタル化を進めていく。
東京交通会館(有楽町)において、令和6年3月に、「小田原の観光と物産展」を開催し、市内からは、木製品、蒲鉾、干物、漬物の事業者が出展した。	首都圏において小田原の企画展を開催することで、多数の方に本市の伝統的な産業をPRすることができた。また、2日間の総売上も約72万円となり、出店した事業者の売り上げもなった。	首都圏等への企画展の開催については、市地場産業振興協議会と密に連携しており、今後も引き続き、効果的な場所の選定や開催時期の調整などを行ないながら、市内事業者と連携して出展を進める。
農産物においては、イベント等の様々な機会を通じて、市内産農産物や加工品のPRを実施した。	イベント等で市内農産物や加工品のPRを行うことで、知名度の向上につながった。	今後も引き続き、本市の農産物等のPRを行い、販路の拡大などに努めていきたい。
水産物においては、地場の特産品の改良を支援するとともに、プロモーションを実施した。また、水産物を使った体験教室の開催や、市内の学校給食や子ども食堂への地魚提供の支援などを実施した。さらに小田原の水産物の認知度向上及び消費拡大を目的として開催し、2万人が来場したイベント「小田原あじ・地魚まつり」における安全対策に係る警備費を助成した。	「小田原あじ」が、かながわブランドに登録されたほか、小田原地魚大戦略協議会と連携し開発、改良を加えた「小田原あじこうカレー」は、国産水産物料理コンテスト・第9回Fish-1グランプリにて審査員特別賞を受賞した。また、魚食普及の一環として、市内の学校37校(幼1、小25、中11)に対して学校給食用にサバフグをはじめとした地魚を提供、計72,895枚が消費されたほか、子ども食堂7箇所に対してインディを提供した。	引き続き、魚食普及の取組として、学校給食に地魚を提供していくほか、子ども食堂等に対しては、地魚の提供に加え、地域の魚屋さんによる「小田原の魚」「魚のさばき方・食べ方」教室を予定する。引き続き、小田原あじこうカレーをはじめとした「小田原城前魚」ブランドをPRしていくほか、「小田原あじ・地魚まつり」などのイベントを活用した取り組みを継続していく。

地方創生関連交付金事業の実績

3 交付対象事業名：おだわらイノベーションラボを核とした官民連携強化・共創による持続可能なまちづくり事業

事業概要	交付金の種類	単独・広域	申請主体
若者活躍推進や女性活躍推進、デジタル化によるまちづくりの推進など、様々な分野において官民連携を進めることによって、地域の課題を解決するとともに、新たな取組が相乗的に生まれることで、まちの魅力を向上させる。また、第1次産業における様々な課題解決に向けたネットワークづくりを行うとともに、まちづくりにイノベーションを引き起こすため、「おだわらイノベーションラボ」を設置する。	地方創生推進タイプ	単独	小田原市
	事業期間	対象期間	
	5年	令和3年度～令和7年度	

対象経費及び交付金充当額（※ 令和6年度 以降は充当計画額）

※単位：円

総事業費	うち交付金充当額	1年目 令和3年度	2年目 令和4年度	3年目 令和5年度	4年目 令和6年度	5年目 令和7年度
208,930,153	99,384,660	16,396,708	16,653,088	19,234,864	23,397,000	23,703,000

KPI

指標名	基準値	単位	基準年	1年目 令和3年度			2年目 令和4年度			3年目 令和5年度			4年目 令和6年度			5年目 令和7年度		
				目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成
① 本事業における起業に至った件数	0	件	R2	15	68	○	35	76	○	55	113	○	75			95		
② 女性活躍推進優良企業認定制度の認定数	0	事業所	R2	100	53	×	150	73	×	200	90	×	250			300		
③ 本市における年間転入者数	6,883	人	R2	7,033	6,942	×	7,183	7,863	○	7,383	7,418	○	7,583			7,783		

実施した事業

実績額合計：19,234,864 円

○ 官民連携・共創を生み出すためのおだわらイノベーションラボ設置事業

実績額：10,733,747 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
公民連携、移住定住、市役所内の女性活躍の3分野でそれぞれ1名、計3名の事業コーディネーターを任用し、各種事業を展開した。	公民連携、移住定住、女性活躍の3名のコーディネーターについては、1年間で約40回程度、月平均3回にわたり職員とディスカッションを行い、定期的に事業や施策の推進に携わったことで、各課題に対する解決策をスピード感を持って計画的に展開していくことができた。 また、各課職員だけで自走できる体制が整ってきたため、3名の事業コーディネーターは令和5年度で登用終了とすることとなった。	今後新たな事業での登用があれば、本事業の継続実施を各所管課と検討していく。
国が募集するスマートシティとデジタル田園都市へ応募するとともに、ゼロカーボン・デジタルタウンに係るシンポジウムを実施した。また、デジタルイノベーション協議会の総会等を実施した。	デジタルに関する専門家にアドバイザーや庁内向け講師をしていただいたことで、知見を蓄えることが出来た。デジタルイノベーション協議会の活動を通じて公民連携を進めることができた。	引き続きデジタル化を推進するにあたり、専門家からのアドバイザーや公民連携を活用する。
おだわらイノベーションラボの運営を行った。包括連携協定の推進や民間提案制度の運用を行った。	おだわらイノベーションラボを拠点とし、公民連携の各種取組を推進する体制を構築した。民間事業者の発意による提案を市と民間事業者が対等の関係で協議する「民間提案制度」を運用し、令和5年度は、民間事業者等から自由なアイデアを募集する「フリー型」と、市がアイデアを求めたい事業等を示した上で提案を募集する「テーマ型」の2つの方式で実施。フリー型では、9件の事前相談、3件の提案のうち2件を採用した。テーマ型では、「ひきこもり支援の拡充」、「新たな技術を活用した移動支援策」の2つのテーマで提案を募集し、「新たな技術を活用した移動支援策」に対し5者6件の提案があり、審査の結果、1件を採用した（「ひきこもり支援の拡充」は、提案なし）。 民間企業等と本市の双方が有するリソース等を活用し、持続可能なまちづくりに資する取組とするため、包括連携協定を積極的に締結しており、令和5年度は4者の企業と締結した。	令和6年度も引き続き民間提案制度を運用し、魅力的で持続可能なまちづくりを目指していくとともに、包括連携協定の締結に関しても積極的に進んでいく。また、公民連携・若者女性活躍の拠点として、引き続き、おだわらイノベーションラボを運営していく。
市民活動への後押しとして、市民団体が実施する公益性の高い10事業に対して、官民が一体となって進める必要があることから財政的支援を行った。	様々な分野における市民の公益的な活動が活発化したことにより、地域の課題解決が進み、まちの魅力が向上した。	より多くの市民団体が積極的に活用できる制度を目指し、事業報告会による周知、補助メニューの拡充等を行う。

○ 若者活躍推進事業

実績額：2,583,620 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
主に域外の若者のUターン就職を雇用の側面からサポートするため、SNS（Instagram）を活用して市内企業の魅力を継続的に発信し、求職者と求人者とのマッチングへ結びつける場を創出した。	Uターン就職支援について、SNSを使用して、市内企業や本市で働く魅力を通年に渡り情報発信し、求職者と求人者とのマッチングへ結びつける場を創出することができた。 スポーツ・レジャー業、塗料販売業、金属加工製造業、医薬品製造業といった多様な市内企業について、福利厚生や働きやすさなど求人情報だけでは分からない情報を発信した。	Uターン就職支援について、SNSによる市内企業の魅力発信に合わせ、合同企業説明会開催の機会において小田原で働く魅力の関連情報を発信するなど、関係機関と連携しながら、引き続き、事業実施していく。
市内創業者向け起業スクールやセミナーの開催のほか、専門家相談を実施した。	起業スクールでは、38名が参加し、受講後の起業者が13名いるなど、起業に結びつく支援ができていた。「起業スクール」の参加者がWork Place Market ARUYO ODAWARAを利用するなど、小田原原根商工会議所とARUYO ODAWARAの連携が図られてきており、起業者のニーズに対応する環境が充実している。	商工会議所、金融機関等と連携し、創業者を支援するとともに、起業家や若者、既存市内企業等との連携強化によるイノベーション創出が図られるよう取り組みを進める。
おだわらMIRAIアワード募集、プレゼンテーション審査、授賞式の開催や高校や大学との連携を行った。	これまでの表彰制度では、その活躍にスポットがあたりなかつた志の高い意欲にあふれた若者を表彰するため、新たに「おだわらMIRAIアワード」を創設した。令和5年度は7組の若者から応募があり、3組の若者がおだわらMIRAIアワードを、1組が特別賞を受賞した。	令和6年度もおだわらMIRAIアワードで若者を表彰し、その活動に対して背中を押すことができるよう、取組を継続していく。

○ 女性活躍推進事業

実績額：239,945 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
小田原市女性の活躍推進協議会を開催するとともに、女性活躍推進アドバイザーの派遣を行った。また、女性活躍推進講演会、女性活躍推進セミナーや働く女性の交流会を開催した。さらに、令和5年度小田原Lエール認定式や小田原Lエール認定企業取組紹介パネル展を開催した。	小田原市女性の活躍推進協議会の意見を参考に、小田原Lエール制度の認定内容の見直しを行った。 女性活躍推進アドバイザーの派遣により、企業の課題を明確にし、目指す方向性や改善方法等について助言することができた。 講演会やキャリアセミナー、交流会等の開催により、広く女性活躍推進の意義や取組を周知し、理解を深める場を提供することができた。	小田原Lエール認定制度を軸に、セミナー啓発、交流などの事業を展開し、取組の裾野の拡大に努める。

地方創生関連交付金事業の実績

○ 地域資源継承事業

実績額： 3,966,250 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
環境保全活動に係るプラットフォームである「おだわら環境志民ネットワーク」において、基盤整備、環境保全活動、動植物のモニタリング等を実施するとともに、各種事業に包括的に係る地域コーディネーターと連携し、事務局機能の強化を図ることで、新たな取組や会員数の増加に結び付いている。また、市内イベント（きまつり、農業まつり等）への参加のほか、本会主催イベント（おだわらグリーンマルシェ）を年 2 回開催するなど、本会事業への参画や会員連携の機運も高まっている。催事や情報交換会、環境活動支援事業（交付金）などを契機に生まれた各取組の支援や発展に努めるほか、新たに、首都圏でのマルシェイベントでの都市セールスの実施、その他団体や企業と会員間のヒト・モノ・コトの融通などを精力的に進めた。また、自然環境に貢献している商品等を効果的にPRしていくために、会員の商品等を「おだわら森里川海ブランド」として認定し、市内外へ発信を行っていく仕組みの検討を進め、令和 6 年度からの事業開始を目指している。	環境保全活動に係るプラットフォームである「おだわら環境志民ネットワーク」について、「そだてる・つながる・うみだす」の 3 事業を軸に、地域コーディネーターと連携し自立的運営に向けた取組を進めた。情報交換会や現場見学（フィールドワーク）、本会主催イベントである「おだわらグリーンマルシェ」など、会員間の交流の場を設けることで、会員連携の機会が生まれた。「おだわら環境志民ネットワーク」の会員間の連携により、荒廃竹林や耕作放棄地等における資源を基にした商品開発（小田原産メンマや植物染等）で新たな価値を創出し、経済的・社会的課題の同時解決を図る取組も生まれた。自然環境に貢献している商品等を認定する「おだわら森里川海ブランド」に向けた検討も進んでいる。	引き続き主催イベントの開催やイベント参加等により会員連携の機会を設けるほか、会員連携による新たな取組の創出や事業の発展を目指し、自立的運営を促す。各会員の個別の活動に留まらず、多くの会員が参画して取り組む企画やプロジェクトを募集し、地域課題の解決に向けた取組の創出を図る。本プラットフォームを中心として環境貢献ブランド「おだわら森里川海ブランド」事業を開始し、価値の創出を図る。
新規漁業従事者を確保する取組として漁業における漁業就業フェアへの出展支援及び漁業体験の提供等を実施したほか、小田原市漁業協同組合青年部が取り組んでいるアカモク養殖事業に対する助成を実施した。	令和 5 年度に新規就労者を 1 名確保することができた。市漁協青年部員が積極的に取り組むアカモク養殖試験事業に支援したことで、就労継続に対する意識高揚につながったと考える。漁業就業フェア等への参加により、新規就労希望者に対してPRが図られた。	今後も、市漁協青年部の意欲的な取組を支援するとともに、より効果的な漁業後継者育成や新規就労者を確保するため、直接的な担い手確保に資する事業（若者をターゲットとした短期就労研修など）を行うほか、新たに水産業プロモーション業務を展開する。
農業研修が円滑に行えるよう新規就農希望者に市内の中核的農業者を紹介するとともに、研修を受入れた中核的農業者に対し、協力を交付する農業研修受入事業を開始した。令和 5 年度は、本事業を活用し、3 名が研修中である。	新規就農希望者の農業研修の受け入れ先に協力を交付することで、マッチングが円滑に行えるようになった。新規就農者の増が期待され、担い手不足による遊休農地の解消や、農業の活性化などの効果が期待される。	新規就農者の増加が図られるように、今後も引き続き、本事業を継続して実施していく。
スクミングガイ被害発生地域の農業者組織 5 団体による防除対策を実施したほか、社会福祉法人 1 団体による駆除活動を実施した。市内の水田でスクミングガイ駆除剤の散布による駆除を実施する農業者 72 名に対し、駆除剤購入費の一部を補助した。	従来の捕獲報奨金への上乗せを行い、関係機関と連携し、昨年度を上回る 1.6 トン以上のスクミングガイの貝を駆除できたほか、社会福祉法人との連携を図ることで、農福連携の推進に寄与できた。新たにスクミングガイ駆除剤購入費補助金を創設し、駆除の強化及び農業者の負担軽減を図った。	スクミングガイの農業者組織への防除委託は、令和 2 年度の開始から数年が経過し、被害発生状況も変化していることから、県の動向も踏まえながら、今後の対策・支援について検討していく。
・市内小学校 15 校(888 人)の児童を対象に「座学」「校外学習」「箸づくり」を中心とした森林環境学習を実施した。	小田原に広がる豊かな森林を次世代へと継承していく上で、多くの市内小学校児童に対して、森林の働きや、森林整備の必要性、地域産木材を積極的に使うことの意義などについて学べる機会を提供することができた。	市内小学校における実施校の拡大を図る。

○ 芸術でつながるまちづくり事業

実績額： 1,711,302 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
演劇、美術、器楽、打楽器、声楽、和太鼓、能楽ジャンルのアウトリーチを市内小中学校等 21 校子ども 3,337 名を対象に開催した。市内小学 4 年生 1,376 名を対象に、小田原三の丸ホールにて小田原オペラの公演を行った。	アウトリーチは参加児童全員（約 3,300 人）に満足度調査を実施し、4.8 点/5 点満点という高い評価を得た。教員の定性的評価でも高い評価となったことから、児童生徒の内面に影響を与えることができた。また、学校から要望の多かったダンスをプログラムに加え、市内高校の部活で指導を行う若い世代のダンスアーティストを 2 校に派遣し、活動者への支援にもなっている。三の丸ホール鑑賞事業も同様に参加児童の満足度調査では 4.6 点/5 点満点という高い結果となるとともに、近年市内を中心に活動を開始した若手芸術家に出演を依頼することで新たなチャレンジを支援する自治体であることをPRできた。	アウトリーチは、今後も若い世代や、市内を中心に活動する出演者を学校の要望に応じて新らたに加えながら、実施していく。三の丸ホール鑑賞事業は、今後も小学校 4 年生を対象に、小田原三の丸ホールに招待し、地域の文化資源として認知を図るとともに、出演者は若手芸術家にするなど継続して実施する。

地方創生関連交付金事業の実績

4 交付対象事業名：デジタル技術の活用による「食とポップカルチャー」を掛け合わせたデジタルグルメシティ魅力創造プロジェクト

事業概要	交付金の種類	単独・広域	申請主体
人口減少の解決に向けて、若年層の交流人口拡大と交流人口から定住人口への定着に向けた取組として、既存の観光資源に、新たなコンテンツとして、食やe-sports、アニメという新たな魅力を加え、その魅力をICTの力で発信・分析・スピード感のある施策等のアクションのある施策に変えていくことにより、価値を上げ、滞在時間を伸ばし、リピーターを増やし、地域経済の好循環及び活性化を目指すものである。	地方創生推進タイプ	単独	小田原市
	事業期間	対象期間	
	5年	令和4年度～令和8年度	

対象経費及び交付金充当額（※ 令和6年度 以降は充当計画額）

※単位：円

総事業費	うち交付金充当額	1年目 令和4年度	2年目 令和5年度	3年目 令和6年度	4年目 令和7年度	5年目 令和8年度
401,177,277	199,791,662	36,530,024	40,697,638	55,564,000	30,000,000	37,000,000

KPI

指標名	基準値	単位	基準年	1年目 令和4年度			2年目 令和5年度			3年目 令和6年度			4年目 令和7年度			5年目 令和8年度		
				目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成
① 一人当たり観光消費額	3,408	円	R3	3,540	3,679	○	3,685	4,224	○	3,830			3,975			4,120		
② 宿泊者数	277,253	人	R3	307,253	329,384	○	352,253	423,034	○	412,253			472,253			532,253		
③ メディア等に取り上げられた数	0	件	R3	5	106	○	15	141	○	30			45			60		

実施した事業

実績額合計：40,697,638 円

○ デジタル技術の活用

実績額：7,247,600 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
昨年度に制作したデジタル技術を活用した観光PR動画（秋冬Ver）に引き続き、春夏Verを制作。また、昨年度に制作した観光PR動画について、SNS広告を展開した。各動画は小田原駅のデジタルサイネージ及び各種SNSにて公開している。	制作した観光PR動画について、季節に合わせ、小田原駅のデジタルサイネージや様々なイベントなどで放映を実施した。また、市のYoutubeチャンネルにおける再生回数の累計は約236,000回となっており、広く本市の魅力をPRできている。	引き続き、旅前の観光客にアウトリーチするため、SNS広告などを活用し、認知度向上とイメージ定着に加え、来訪時の回遊性向上を目指す。
令和4年10月より市内観光スポット22カ所にAIピーコンを設置し、人流分析調査を実施した。また、四半期ごとにレポートを作成し、市HPにて公開した。	市内の観光スポット22カ所のビッグデータを収集したことにより、回遊ルートや来訪者の属性などの把握に効果的であった。	収集したデータを活用し、誘客及び回遊の戦略を実施するほか、新規企業の開拓や企業誘致など様々な観点において、新たな施策を展開するための分析及び提言を実施する。また、それらの結果を経営団体やスタートアップ支援事業者などと共有し、新規起業家などへの支援に繋げていく。
令和6年1月10日から3月10日の期間、「北条五代×アニメ声優デジタルスタンプラリー」と題し、アニメ声優を活用したデジタルスタンプラリーを実施。	当事業の参加者数は295人で、20代までの参加者割合が約21%と、他市等で実施されたスタンプラリーと比較して高い数値となっており、新たな層の誘客へ繋がったと考える。	今後もデジタルスタンプラリーと掛け合わせることで、新たな層の誘客ができ、回遊性の促進が図られるコンテンツについて検討していく。

○ 「美食のまち」の確立

実績額：16,640,746 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
美食のまち推進プロデューサーを登用し、美食のまち小田原推進協議会の立ち上げ・運営を行うとともに、美食のまち小田原推進事業支援業務の委託事業者と連携した食の啓発イベントの実施やガストロミーツーリズムの推進、姉妹都市等での地場産品プロモーション、食育の推進やSNS等によるイベントや美食のまち小田原推進協議会の情報発信を行った。	学識経験者や市内経済関係団体等で「美食のまち小田原推進協議会」を組織し、市民サポーターの設立をはじめ、姉妹都市での地場産品の販売、SNS等による情報発信など、「美食のまち」のイメージ定着に向け様々な取組を行うほか、食育の推進にも取り組んだ。 また、当該協議会からの委託事業として、事業者との連携により、食の啓発イベント「ガストロミーツーリズム」や、海外の料理家やメディア等を対象とした「ガストロミーツーリズム」を実施し、市内のみならず、国内外の観光客向けに小田原の食や食文化をPRできた。 さらには、令和6年度以降の具体的な取組について、関係団体とともに「美食のまち小田原」推進プログラムを作成した。	引き続き、美食のまち小田原推進協議会を中心に事業を展開していく。令和6年度に当たっては、令和5年度に作成した「美食のまち小田原」推進プログラムに掲げた各取組について、関係団体等と調整を行い、着実に実施していく。

○ ポップカルチャーを活用した若年層へのアプローチ、e-sports運営設備整備

実績額：16,809,292 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
eスポーツ大会や体験イベント（※）の開催や、本市が舞台のひとつとなっているアニメ「MFゴースト」とタイアップを実施し、小田原駅周辺にオリジナルデザインのマンホール5基とバナーフラッグの掲出を実施。 ※「小田原eスポーツ秋夜の宴」（R5.10）、「小田原eスポーツ企業対抗戦」（R5.12）、「小田原eスポーツチャレンジカップ」（R6.1）、「風魔忍術修行～eスポーツの型～」（R6.2）、「小田原eスポーツ春の陣」（R6.3）	令和5年度に実施したイベントの累計来場者数は約20,000人（参考R4：3,800人）、メディア掲載数128件（参考R4：106件）と、着実に本市の観光コンテンツとして定着し、認知されており、誘客ができている。 また、アニメとのタイアップについても、直接的な誘客数の測定は困難であるが、市や関係者から投稿されたSNS（X）のインプレッション数は約121.2万（投稿数15）となっており、本市のPRとして非常に効果的であったと評価する。	eスポーツについては、市内企業主催の大会開催をバックアップし、企業側が事業展開しやすい土台を作っていく。また、自走化を図っていくため、自治体、観光協会、教育分野、福祉分野、e-sports関連企業、市内経済団体などで組織する推進協議会等を組織し、今後、公民連携により実施していく基盤を作っていく。
令和5年11月よりeスポーツ創部支援として、市内高等学校を対象にゲーミングパソコンなどのeスポーツ機材一式の貸与を開始した。現在、2校に貸出を実施している。 【貸出数】各校5セット 【貸出年数】原則3年間 【貸出想定校数】3校	着実に本市におけるeスポーツの普及の一助となっており、今後の盛り上げを生み出すための基盤作りができた。	残り1校への貸出を実施するとともに、eスポーツ部の創部を推進していく。また、おだわらイノベーションラボで貸出校生徒同士の交流なども実施し、本市の関係人口の創出を図っていく。

地方創生関連交付金事業の実績

5 交付対象事業名：若者が創る、集う、にぎわいまちづくり推進事業

事業概要	交付金の種類	単独・広域	申請主体
地域の若者が地域そのものや、地域が生み出す自然や景色、特産物、歴史的資源等を知り、それに魅力を感じ、まちに愛着を持つことで、住み続けたいと思うようになること、地域外の若者が本市の魅力に惹かれ、訪れたいと思うようになること、そして観光や就業に関わらず、本市に訪れた若者と地域がつながることができるようになることによって、若者世代の流出抑制と流入増加に對して同時並行的にアプローチをかけていく。	地方創生推進タイプ	単独	小田原市
	事業期間	対象期間	
	3年	令和5年度～令和7年度	

対象経費及び交付金充当額（※ 令和6年度 以降は充当計画額） ※単位：円

総事業費	うち交付金充当額	1年目 令和5年度	2年目 令和6年度	3年目 令和7年度
233,099,950	116,549,975	1,299,975	46,250,000	69,000,000

K P I

指標名	基準値	単位	基準年	1年目 令和5年度			2年目 令和6年度			3年目 令和7年度		
				目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成
① 本事業における経済効果	0	千円	R4	22,325	339.0	×	25,897			29,469		
② 本事業に関して情報発信するSNSの発信数	0	件	R4	5,000	241	×	15,000			30,000		
③ 副業人材のマッチング面談実施回数	0	回	R4	15	14	×	45			90		
④ 10代～30代のワーク施設利用者数（延べ）	0	人	R4	30	30	○	80			160		

実施した事業

実績額合計： 1,299,975 円

○ 若者が“誇れる”地域資源再発見事業、若者が“惹かれる”訪れたいまちづくり事業

実績額： 0 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
本事業を主体的に推進する商店街連合会をはじめとした市内経済団体等主要関係者等との合意形成のための協議・調整を行ったが、事業実施を担う人材不足により事業に着手する余裕がない状況が明らかになったため、計画事業の実施には至っていない。	シティプロモーション施策の具現化に向けて、行政内部や市内経済団体等の主要関係者との調整を進めていく中で、事業の具体化に向けた関係性の構築を進めることができた。 アフターコロナ後の円安、物価高騰による景気後退要因や雇用市場の変容による人手不足等は、事業の進捗にマイナスに作用したものと考えている。	行政内部や市内経済団体等で組成する推進委員会を立ち上げ、当推進委員会が主体となり、動画やデジタルマップ制作や、それらの事業と連動した賑わいイベント等を事業展開していく。 また、若者による小田原特産の食や産物、観光スポットなどの紹介を通じた魅力発信事業や、城下町ならではの体験型コンテンツ強化事業、若者が主体となり作り上げる小田原の地域発信イベント等を事業展開していく。

○ 若者が“つながる”環境整備事業

実績額： 1,299,975 円

実施した事業内容	振り返り（評価）	今後の展開
令和6年3月24日に、市内外に住み、学び、働く若者同士の新たなつながりを生み出すため、交流イベントを本市の「Work Place Market ARUYO ODAWARA」において開催した。	市内外の事業者によるマルシェや市内事業者から小田原で働く魅力をプレゼンするイベントを開催した。食と音楽とコラボさせることにより、市内外から予想を上回る150名もの若者の参加があった。新たな交流も生まれ、働く場としての小田原の魅力がPRできた。	このようなシティプロモーションによる効果を一過性で終わらせないためにも、継続して働く場としての魅力をイベントを通して発信していきたい。また、SNSを活用して発信することで、小田原の魅力が拡散するよう工夫していきたい。 長期的には、本市の「Work Place Market ARUYO ODAWARA」の利用者数を増やしていきたい。
市内企業が抱える課題を掘り起こし、その課題解決に必要な適切な副業人材と企業とをマッチングし、企業の人材確保に繋げた。事業周知のためのセミナー開催のほか、活用を希望する事業者の募集に係る調整、求人広告掲載などを、補助対象者である小田原箱根商工会議所が実施した。	小田原箱根商工会議所では、副業人材活用支援に取り組む（株）みらいワークスに委託し、市内企業に対する副業人材活用に関するセミナー開催、市内企業が副業人材に求める人材把握、求人広告の掲載、副業人材とのマッチングを行った。 セミナーを通じ市内企業に副業人材活用ニーズがあることが分かり、5社が副業人材マッチングを活用したほか、これら参加企業による口コミによる波及効果があり、事業終了後に活用希望の声が寄せられ、市内企業における課題解決に向けた副業人材活用の意欲を促えることができた。	令和5年度に事業の手応えがあり、小田原箱根商工会議所では副業人材活用の意向があったことから、市では令和5年度に引き続き、小田原箱根商工会議所が取組むこの事業を支援していく。 市内企業における副業人材活用の意欲があることから、令和5年度よりも多くの企業が参加できるよう展開するとともに、事業継続を通じて小田原箱根商工会議所で副業人材活用のノウハウを蓄積していく。
令和6年3月13日に、市内外に住み、学び、働く若者と企業・起業家との相互のつながりを創出するトークイベントを、本市のビジネスプロモーション拠点である「WeWork渋谷スクランブルスクエア」において開催した。	東京の渋谷で、小田原市に移住した起業家や小田原市を拠点にスタートアップした起業家による、小田原市での働き方のみならず暮らし方までのトークセッションのほか、アフターセッションでは、小田原をステージにした今後の展開についても話題にでき、働く場としての小田原への理解が深まった。	このようなシティプロモーションによる効果を一過性で終わらせないためにも、継続して働く場としての魅力をイベントを通して発信していきたい。 将来的には、小田原市での起業、小田原をステージとした本市、起業家、事業者等の連携の件数を増やしていきたい。

地方創生関連交付金事業の実績

6 交付対象事業名 : 切れ目のない発達支援を軸とした「子どもを育てたいまち」推進事業～地域・家庭での育ちや暮らしを支える生活モデル支援～

事業概要		
発達における相談を乳幼児から学齢期、青壮年期まで切れ目なく相談を受けるための施設である「おだわら子ども若者教育支援センター」を開設するにあたり、特に就学前児童に対する発達支援のニーズが高まり、入園待ちが生じている通園施設「つくしんぼ教室」について、保育所等との併用児用クラスの受入人数増を図るため、新たに設備を整備する。 また、子どもの訓練だけではなく、働き方講座やペアレントトレーニング講座、保護者同士の交流を目的とした保護者の集い、専門職との相談会などを開催し、就労支援の側面を含め保護者に対する総合的な支援も行う。		

交付金の種類	予算成立年度	事業実施年度	事業期間
地方創生拠点整備タイプ	平成31年3月補正予算	令和元年度	1年

対象経費、交付決定額、交付金充当額 ※単位：円

総事業費	交付決定額	交付金充当額
92,840,847	15,833,000	14,438,000

K P I

K P I	基準値	単位	基準年	1年目 令和元年度			2年目 令和2年度			3年目 令和3年度			4年目 令和4年度			5年目 令和5年度		
				目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成	目標値	実績値	達成
① 「おだわら子ども若者教育支援センター」の相談・支援業務を通じて就労した人数	4	人	H30	0	-	-	6	6	○	8	10	○	10	7	×	12	9	×
② 発達支援事業の利用者数	120	人	H30	0	-	-	180	148	×	190	154	×	200	175	×	210	150	×
③ 支援情報を共有するための連携シートの作成率	0	%	H30	0	-	-	100	100	○	100	100	○	100	100	○	100	100	○

※令和元年度で交付金事業は終了しているが、令和5年度まで設定した目標値の効果検証を行うもの