

就業ポータルサイト創設事業

(経済農政局経済部経済企画課)

<事業概要>

地域人材の定着と地元企業の活性化を図るため、高齢者、女性、若年者(学生新卒者含む)等の各階層の対象者に見合った雇用・労働環境、企業情報等の発信を行い、企業等の採用者と求職者の双方が情報共有できるポータルサイトを構築する。

<事業内容及び実施状況>

(事業内容)

- ・就業ポータルサイトの創設
- ・就労支援事業や市内企業情報、雇用・労働情報等の発信等
- ・運用経費

→一体として下記業者へ委託

(受託者) 株式会社帝国データバンク

(サイト開設日) 平成28年3月25日

(掲載内容)

- | | |
|-------|-----------------------|
| 学生向け… | 市内企業の求人情報、インターンシップ情報、 |
| | 学生向けセミナー等の新着情報 |
| 一般向け… | 市内企業の求人情報、ハローワーク求人情報、 |
| | セミナー等新着情報 |

一般的な求人情報

- ・事業所名、就業場所
- ・会社概要
- ・仕事の内容
- ・雇用形態・雇用期間
- ・報酬、手当等
- ・社会保険等
- ・休日

本サイト求人情報

- ・事業内容
- ・売上高
- ・主な取引先
- ・代表者メッセージ
- ・入社後研修制度
- ・求める人材像
- ・社員の1日スケジュール 等

+

サイト内 新着情報

- ・最低賃金や国・県・市等の各種相談窓口の紹介
- ・国・県・市・その他団体が実施する就労に係るセミナー・イベント等の広報
- ・上記情報をシニア・女性・障害者・学生等対象別に掲載

<重要業績評価指標(KPI)>

※現状値及び目標値についてはH28.3時点

指標名	現状値	目標値
企業情報掲載	40社	初年度10社
就労者数	0人	初年度10人

<事業費(決算額)>

10,979,377円

<評価とその理由>

「地方創生に効果があった」

- ・ H28.10現在の企業情報掲載数185社、累積アクセス5,742回。
- ・ 本市事業を新着情報にて掲載し、本サイトを通じて申込があるなど、徐々に周知が図られている。
- ・ 現在までの就労者数実績が2人であることから、さらなる実績積み上げのため、未内定学生へのアプローチや、ハローワーク求人とのリンクを図っていく。

<今後の方針とその理由>

「事業の継続」

ポータルサイトの完成が年度末になってしまったが、市内企業や大学等からサイトの利用に対する需要は確認できていることから、引き続き事業を実施する。その際、サイトの認知度を上げることが最重要課題であることから、求職者情報等を掲載いただく企業や学生等に対しての周知を行うなど、働きかけを充実させる。

具体的にはインターンシップ促進事業や合同企業説明会を通じて企業情報の掲載数を確保するとともに、県内大学やハローワークと連携してPRを行い、マッチング数の向上を図ることで、就労実績をあげていく。

既存事業であるインターンシップ関連事業に参加する企業情報を今後、サイトに掲載ていき、参加学生に対してサイトの活用を促すことにより、アクセス数、就労実績の確保を図る。

インターンシップ促進事業

(経済農政局経済部経済企画課)

<事業概要>

若年者の定着と地元企業の活性化を図るため、インターンシップ拡充に向けた取組みにより、学生の職業観の醸成と就職先選定にあたり、市内企業へと視野を広げるとともに、企業と市内大学との連携を図り、市内企業情報の学生へのPRの機会を提供する。

<事業内容及び実施状況>

(事業内容)

- ・インターンシップの受け入れ方等に関する市内企業向けセミナー開催
- ・受入セミナー参加企業の開拓(有料職業紹介事業者への委託)
- ・大学就職課等へ企業情報の発信
- 一体として下記業者へ委託

(受託者) 株式会社マイナビ

(実施内容) インターンシップ導入セミナー

- ・インターンシップを実施したことがない企業に対し、受入方法等を習得するセミナー
- ・プレゼンテーションスキルアップセミナー
- ・自社PRを効果的に行うためのプレゼンテーションセミナー

インターンシップ促進事業 (交付金事業)

ノウハウの蓄積

- ・インターンシップ導入セミナー
- ・プレゼンテーションスキルアップセミナー

情報発信

- ・インターンシップ情報サイトによる企業情報掲載

合同企業説明会 (既存事業)

- ・受入意向のある企業に対し学生との直接対話の機会、インターンシップマッチングの機会の提供

【H27実績】

参加学生数 107人
参加企業数 20社(8社)
インターンシップ実施件数115件(51件)
※()内はセミナー受講企業の実績

<重要業績評価指標(KPI)> ※現状値及び目標値についてはH28.3時点

指標名	現状値	目標値
インターンシップ受入れセミナー参加企業数	40社	60件／年
インターンシップ実施件数	51件	10件／年
企業情報提供数	35件	100社／年

<事業費(決算額)>

5,198,040円

<評価とその理由>

「地方創生に相当程度効果があった」

- ・セミナー参加企業40社のうち、8社が合同企業説明会に参加し、初めてインターンシップの受入を実施(学生の申込み件数69件、実施件数51件)
- ・インターンシップ実施51件のうち、採用エントリーが22件となるなど、学生に対する市内企業のPR効果が認められた。

<今後の方針とその理由>

「事業の継続」

本事業に対する市内大学からの評価が高く、また、本市の既存事業である合同企業説明会と連動させることで、更なる効果を目指す。

新たにインターンシップを受け入れた企業は、1day等、比較的短期の実施であったことから、今後、大学の単位制授業への受入先として5日以上の実施に向け、受入企業のレベルアップをしていく必要がある。

インターンシップ実施件数51件のうち、採用時のエントリー数が22件と、「インターンシップ⇒雇用のマッチング」の流れができつつあることから、今後は、市内企業に効果を説明しつつ新規受入企業開拓を行っていくとともに、振り返りセミナーを実施することにより、質の向上や実施日数の増加を図る。

中小・小規模事業者ニーズ対応型支援事業

(経済農政局経済部産業支援課)

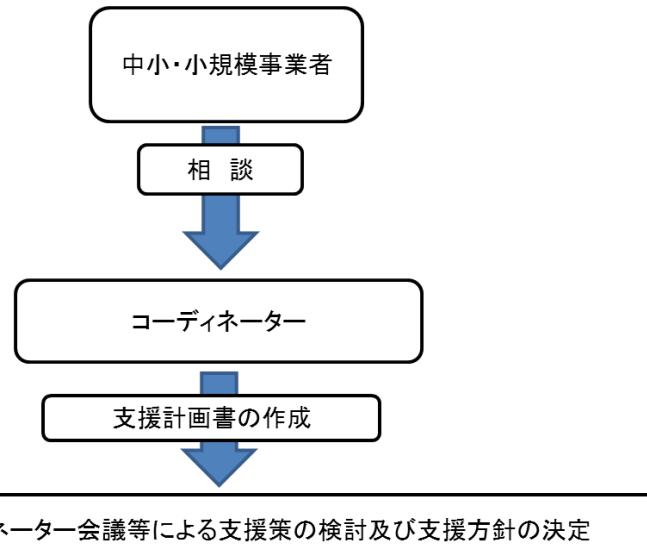
<事業概要>

販路開拓や新製品開発等、個々の事業者のニーズに柔軟に対応し、(公財)千葉市産業振興財団のコーディネーターのノウハウを最大限に活かした支援を行うことにより、中小・小規模事業者の経営強化を促し、市内経済の活性化や雇用の向上を図る。

<事業内容及び実施状況>

(公財)千葉市産業振興財団コーディネーターが個々の事業者のニーズに合わせた支援計画を作成し、オーダーメイド型の支援を実施(補助率原則1/2、上限600千円、10件)

中小・小規模事業者が抱える経営面・技術面における様々な課題を、財団コーディネーターが把握し、その解決に向けて支援計画を立てた上で、個々の課題解決支援を実施し、経営基盤の強化を図った。また、独自技術を強みとして産業財産権の取得支援、さらには優位性をもった製品・商品の販路拡大を図るために、展示会等への出展を支援するなど、個別の課題・ニーズに対応し、中小・小規模事業者の事業継続をサポートした。



<重要業績評価指標(KPI)>

指標名	現状値	目標値
財団コーディネーターが作成する支援事業計画書の作成件数	10件	10件

<事業費(決算額)>

5,933,472円

<評価とその理由>

「地方創生に効果があった」

KPIの目標値を達成し、一次課題の解決が図られたことで、事業者が直面する喫緊の課題に対して解決することができた。課題解決支援を進めるにあたり、新たに中・長期的な課題を顕在化させることもできた。

<今後の方針とその理由>

「事業の継続」

支援先企業のフォローアップにより、支援計画の進捗状況を把握し、企業の成長を継続支援する。また、企業訪問を通して、新たな経営課題の把握・分析に努め、引き続き中小・小規模事業者の経営基盤強化を図る。

※今年度の事業実施状況

継続して事業実施中。昨年度からの取り組みにより、コーディネーター同士が作成した支援事業計画書を共有し、顕在化した中・長期的課題に対するフォローアップ・支援方法の検討を行っている。

流通・ブランディング事業

(経済農政局経済部産業支援課)

<事業概要>

千葉市産品のブランド化と、首都圏の各都市へ向けた販路拡大を図り、良質な国内産品を求める消費者から、価格ではなく品質とブランドにより選ばれる产品を育成し、市内農業や食品関連産業の競争力強化と、千葉市自体の価値向上を目指す。

<事業内容及び実施状況>

- 市内農家、加工事業者の新規掘り起し、ヒアリング
→加工業者・農家訪問発掘 40件、需要開拓ヒアリング 17件
- 複数の产品をセレクション形式で選出(審査・一般投票)・PR
→「食のギフトセレクション2015」を実施。

情報提供数309件、エントリー数 36事業者65产品、
二次セレクション投票数 1795票

7月23日～9月 4日 エントリー受付
10月 5日 一次セレクション
11月14日、15日 二次セレクション
11月28日 表彰式



<重要業績評価指標(KPI)>

指標名	現状値	目標値
ブランド化と域外への販路拡大に積極的な生産者・事業者の掘り起し	40件	20件

<事業費(決算額)>

6,194,759円

<評価とその理由>

「地方創生に相当程度効果があった」

KPIの目標値を大幅に超過し、市内農家、加工業者の新規掘り起しをすることができた。

<今後の方針とその理由>

「事業の継続」

引き続き生産者・加工業者の掘り起しを実施し、ブランド化の推進を図る。

※今年度の事業実施状況

- 加工事業者・農家の新規発掘継続
- 発掘済み業者のフォローアップ
- 「ギフトセレクション2016」の実施によるプロモーション活動継続

地産地消の推進事業

(経済農政局農政部農政課)

<事業概要>

市の魅力向上と市内農家の所得向上を図るため、市内産農畜産物の販売促進キャンペーンや、小学校での出張授業による食と農への理解を深める取り組みを進めるとともに、市内ホテル・レストランへの食材提供や生産者との交流会・産地見学会などを実施し、地産地消を推進する。

<事業内容及び実施状況>

- ・ 市内ホテル・レストランへの食材提供
- ・ レストランシェフ等と生産者の交流会
- ・ レストランシェフ等の産地見学会
- ・ 市内産農畜産物の料理講習会
- ・ 地産地消キャンペーン
- ・ のぼり旗作成(地産地消キャンペーンPR用)

【産地見学会】(2回)

第1回 H27. 9月開催、飲食店関係者21名参加、見学農家数2件

第2回 H28. 2月開催、飲食店関係者24名参加、見学農家数4件

【意見交換会】(1回)

H28.2月開催、飲食店関係者17名参加、参加農家数7名



産地見学会の様子



千葉市産野菜を使用したメニュー

<重要業績評価指標(KPI)> ※現状値及び目標値についてはH28.3時点

指標名	現状値	目標値
交流会によるマッチング件数	6件	1件

<事業費(決算額)>

785,264円

<評価とその理由>

「地方創生に相当程度効果があった」

産地見学会の開催により、目標を超える飲食店での活用につながり、生産農家には飲食店での活用を通じ、生産意欲の向上が図られている。

<今後の方針とその理由>

「追加等さらに発展させる」

市内飲食店での地産地消を推進するために実施した産地見学会等の取組からマッチングにつながった。更に取組みを拡大するため、H28年度は農產物流通モデル実証事業を実施する。

<現在の実施状況>

地産地消による流通を活性化するため、隣接する市原市とも連携し、「流通モデルの構築に向けた調査実証」に取り組み、次年度以降の自立的な取り組みへつなげるとともに、将来的な千葉商圏の連携強化を目指している。

また、千葉市地方卸売市場における地場農産物の流通拡大による、市場内の流通活性化も併せて目指す。

<事業概要>

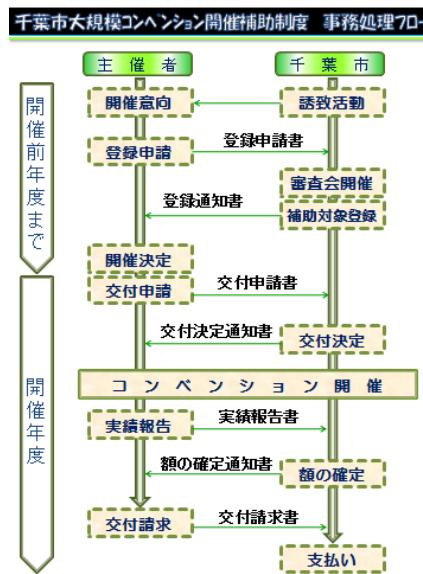
本市には、多数のMICE施設、研究・教育機関、企業等が立地しており、MICE開催地としての強みを生かし、市内開催会議の支援や都市の魅力を発信することによりMICEの誘致を促進し、地域経済の活性化を図る。

<事業内容及び実施状況>

- ◆ MICE開催地としての魅力向上及び発信強化
 - 市内開催MICEの開催支援
 - MICE関係者への情報発信
- ◆ 市内開催コンベンションへの補助
 - 大規模コンベンションの開催経費の一部を補助
 - 「Red Bull Air Race Chiba 2015」開催に伴う観光PR

【スケジュール】

- | | |
|--------|------------------------------------|
| 27年5月 | 「Red Bull Air Race Chiba」開催に伴うPR実施 |
| 27年8月 | 「第9回国際中欧・東欧研究協議会幕張世界大会」でのPR |
| 27年11月 | 大規模コンベンション
開催補助制度施行 |
| 28年2月 | アフターコンベンション
向けガイド誌作成 |



<重要業績評価指標(KPI)>

指標名	現状値	目標値
補助制度登録会議件数	0件	2件

<事業費(決算額)>

24,721,142円

<評価とその理由>

「地方創生に効果があった」

登録実績はゼロとなったが、補助制度に登録を希望する会議の問い合わせが複数件あり、現在も誘致活動を継続しているため。

<今後の方針とその理由>

「事業の継続」

MICE誘致の都市間競争は激化しており、様々な開催支援制度によりMICE開催地としての魅力向上に努めることが不可欠である。

今後は、ちば国際コンベンションビューローと連携し、商談会やセミナーでの積極的な宣伝活動のほか、大学や学会など開催地決定の権限を有する会議主催者の他、会議施設、ホテル、旅行会社などステークホルダーに補助制度の一層の周知を図っていく。

これまで、補助の決定には審査に時間を要することや、会場の確保が困難であること、他都市と比べて補助要件が厳しいことなどにより、登録に至らなかった例があるため、会議主催者からの意見・改善点を聴取し、主催者にとって魅力ある補助制度となるよう努めていく。

幕張新都心情報プラットフォーム構築事業

(経済農政局経済部経済企画課)

<事業概要>

外国人観光客を中心とした来訪者の利便性を高め、MICE誘致へ向けた環境整備を行うため、無料公衆無線LANの接続環境を整備し、各種施設情報や商業施設のクーポン発行機能などを備え、魅力的な情報プラットフォーム(ポータルサイト等)を構築し試行的な運用を行う。

<事業の実施状況>

(事業内容)

- ・ 無料公衆無線LAN環境の整備
- ・ 情報プラットフォームの構築と試行的な運用
- ・ 無料公衆無線LANと情報プラットフォームの広報物作成

平成27年10月スマホアプリをリリース

情報提供協力企業等

商業施設等:15社、ホテル:6社、住民・その他団体:6団体、教育機関:1大学

登録店舗数 336店舗

無料Wi-Fi(Makuhari_Free_Wi-Fi_Light)を13店舗へ導入

広報物:チラシ28,000部、ポスター50部、デジタルサイネージ

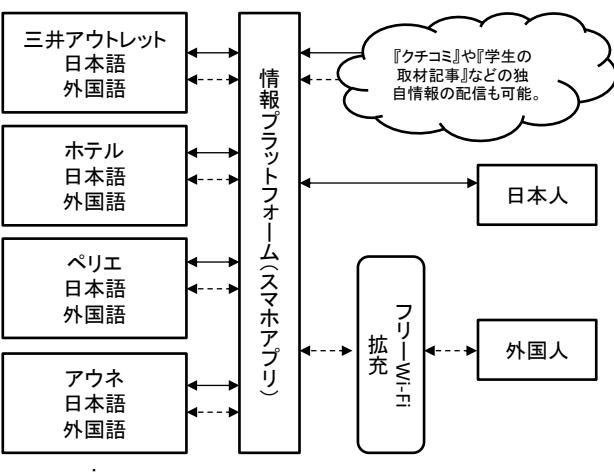
①スマートアプリという一つのツールだけで情報検索が可能。また、詳細情報は各施設・店舗HPへのリンクで誘導できる。

②特別な情報は、プッシュ配信で届けることができる。(双方向)

③フリーWi-Fiスポット拡充で、外国人の情報アクセス機会を増やす

④外国語の情報発信により、外国人顧客の獲得機会を増やす

※消費行動に結びつく可能性を高めるとともに、街に対する関心や期待も高まりやすくなる。



<重要業績評価指標(KPI)>

指標名	現状値	目標値
情報プラットフォームのダウンロード件数	3,418件	3,000件

<事業費(決算額)>

11,480,000円

<評価とその理由>

「地方創生に効果があった」

- ・ 商業施設等の情報提供者に対するアンケート結果によると、今回のよきうな街としての情報発信ツールの有用性はある程度確認された。
- ・ また、商業施設や大学など地域の各種団体が共通の取組みを行うことで各団体間のつながりが生まれ、これらの団体が主体的に街の価値向上へ向けた取り組みを行うきっかけになったと考えている。

<今後の方針とその理由>

「事業内容の見直し(改善)」

H27年度に構築したアプリは、情報収集に係る労力を含め運用コストが過大となったため終了したが、情報発信自体の効果は確認されたため、今後は運用面の負担が少ない方法の検討を行う。

「※今年度の事業検討状況」

- ・ 総務省が「2020年に向けた社会全体のICT化アクションプラン」を実現するため、IoTおもてなし環境実現に向けた地域実証を千葉・幕張・成田を中心に展開することとしており、その中で6か国語に対応した「おもてなしアプリ」の実証も行われることとなっている。
- ・ 本市もこの取り組みを受託した組織の一部である「おもてなしICT協議会」の賛助会員になっていることから、この取組みに参画・協力することで事業目的が達成できる見込みとなっている。

インバウンド推進事業

(経済農政局経済部観光プロモーション課)

<事業概要>

今後拡大が予想される東南アジアをはじめとする訪日観光客のインバウンド需要を取り込むため、外国の多様な文化や風習に対応できるおもてなし体制を官民連携して整え、それらの周知を図るために効果的な情報発信を行う。

<事業の実施状況>

(事業内容)

- ・ 観光客おもてなしセミナー開催経費
- ・ 訪日外国人観光客向けWEB記事等作成経費

■セミナー開催

H28年1月 ムスリム観光客受入れ対応セミナー開催

■訪日外国人観光客向け情報発信

H27年4-6月 訪日外国人観光客にむけて千葉市の観光情報を発信

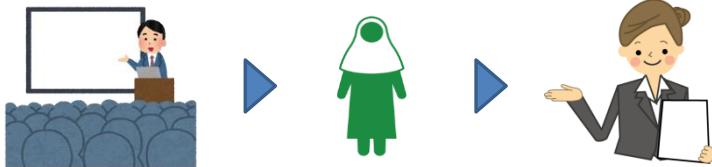
7月 千葉市のムスリムフレンドリー情報を発信(～H28年3月)

10月 ダイヤモンド富士鑑賞マップを外国人客向けに作成

12月 千葉市観光体験プラン集「千葉あそび」のインバウンド対応

■事業スキーム(環境整備と情報発信による2本の柱)

①おもてなし体制の環境整備



①セミナー開催による受入れ
関係者の拡大

②ムスリム目線
からの意見聴取
(H28.2ファムト
リップ実施)

③意欲のある事業者へムスリム対応をするためのアドバイス

②千葉市の魅力ある観光コンテンツを訪日外国人客向け
ウェブサイトを通じ情報発信(千葉市に興味を持ってもらう)



<重要業績評価指標(KPI)> ※現状値及び目標値についてはH28.2時点

指標名	現状値	目標値
セミナー開催数	1回	10回

<事業費(決算額)>

2,869,279円

<評価とその理由>

「地方創生に効果があった」

ムスリム観光客セミナーを初めて開催(定員50名に対して54名参加)。今回を契機に、市内事業者のニーズや関心のある事業者を把握することができ、その後の取組みが加速化された。また、観光体験プラン集「千葉あそび」の英語版作成でも一定の集客効果が確認でき、今後のインバウンド向け観光体験プランをPRする試金石となつたため。

<今後の方針とその理由>

「事業内容の見直し(改善)」

○ セミナー開催の1回目より、ムスリム対応に興味を持つ事業者が多数現れたことから、セミナー開催から各店舗へ直接アプローチ(アドバイス)する手法へ変更。その結果、ムスリム対応に意欲のある事業者をまとめた「千葉市ムスリムマップ」へと事業の繋がりを生み出すことができた。

H28.11 ムスリムマップver.1作成(H29.3月にver.2発行予定)

H29.1 ムスリム観光客受入れセミナー(2回目)開催

○ 観光体験コンテンツの情報発信は改善が必要。訪日外国人客に好まれるコンテンツを発掘し、認知度の高いウェブサイトを用いて効果的にプロモーションを行うことが求められる。

H28 千葉あそび春号・夏号(英語・中国語対応)

H28 訪日外国人客向けアクティビティ予約サイトを用いたPR

訪日外国人客おもてなし環境整備支援・利用促進事業 (経済農政局経済部観光プロモーション課)

<事業概要>

本市はその立地から訪日外国人客の宿泊数は多いが、訪日の目的となる観光スポットに乏しく本市を最終目的地としない宿泊が多いため、市内消費が伸び悩んでいる。一方、飲食店や商業施設の数は多いことから、これを国際化対応し観光資源として訴求することで消費を喚起したいと考えている。この課題に対し本事業では、訪日外国人客の消費拡大と、インバウンド市場における本市の市場価値向上のため、①「市内の宿泊施設、飲食店、物販店等の国際化対応の拡充」と、②「訪日外国人客向けの店舗・施設等情報の収集・集約と伝達を行う仕組みの構築」を行う。

<事業の実施状況>

(事業内容)

ウェブサイト名:『千葉おもてなしSHOPガイド』

サイトの機能:

①市内事業者の多言語メニュー作成支援

(1)食事メニューを日本語で入力すれば、

14種類の言語に翻訳

(2)食品ピクトグラムの活用

(3)接客ツール「指差し会話帳」の活用

②訪日外国人客の消費喚起

外国人旅行者が外国語メニューを置く飲食・物販・サービスを提供する
事業者を15ヶ国語で検索できる機能

(スケジュール)

H28 1月 委託契約

1-3月 データベースの構築(事業者への登録勧誘)、システム開発

3月 ウェブサイトの公開準備及び販促用印刷物の納品

(登録店舗数の目標) 2020年までに878店舗(年度末に1,000店舗)



<重要業績評価指標(KPI)>

※現状値及び目標値についてはH28.3時点

指標名	現状値	目標値
プログラム参加事業所数	201件	200件
提携Webサイト数	3件	1件

<事業費(決算額)>

11,446,993円

<評価とその理由>

「地方創生に相当程度効果があった」

外国人宿泊者数が伸びている千葉市にとって、訪日外国人による消費喚起は経済活性化のためには不可欠。2020年オリパラもあり、市内事業者の多言語化支援と情報発信による集客ツールの両面を持つ本ウェブサイトは非常に有効である。

<今後の方針とその理由>

「事業の継続」

KPIに掲げた事業所数及びサイト数については、調査実施時点以降も継続的に増加(H28.11月現在:270店舗)しており、引き続き、訪日外国人観光客の消費拡大と市内事業者の多言語化支援を図ることで経済効果へ繋げる。

(2020年までの目標)

○登録店舗数:878店舗

○多言語メニュー準備率:50% (H28.9月時点17%)

○ウェブサイト閲覧数:市内外外国人宿泊客2人に1人が閲覧

(H28.9月推計値:市内外外国人宿泊客の15人に1人が閲覧)

加曾利貝塚特別史跡化へ向けたキャンペーン事業 (教育委員会生涯学習部加曾利貝塚博物館)

<事業概要>

加曾利貝塚の国特別史跡指定に向けた、市民の機運向上やより多くの市内外の人に加曾利貝塚の価値を知ってもらい、遺跡に足を運んでいただくため、PRキャンペーン事業を実施し、市の魅力向上を図る。

<事業内容及び実施状況>

- オリジナルキャラクターを活用したキャンペーン活動
- キャラクターPR活動(全86回・関連施設、大型商業施設への出演等)
- 活動に伴う広報グッズ等制作
 - 広報用型抜き名刺(16,000枚)
 - 加曾利貝塚広報用カレンダー(2,000枚)
 - 加曾利貝塚クリアファイル(10,000枚)
 - 企画展他ポスター・チラシ(7,000枚)
- ナイトミュージアム(10月、3月 全2回開催)
- 土偶づくり体験(5月～11月 全4回開催)
- 縄文時代研究講座(5月～3月 全11回開催)
- 縄文フェスタ遺跡発表会(2月開催)

オリジナルキャラクターを活用したキャンペーン活動



千葉そごう
(千葉市魅力再発見フェア)



千葉市生涯学習センター
(縄文フェスタ)

博物館事業内容



ナイトミュージアム



縄文時代研究講座



土偶づくり体験



縄文フェスタ
遺跡発表会

<重要業績評価指標(KPI)>※現状値及び目標値についてはH28.3時点

指標名	現状値	目標値
博物館や野外観覧施設の総入館者数	26,230人	30,000人

<事業費(決算額)> 1,672,187円

<評価とその理由>

「地方創生に相当程度効果があった」

オリジナルキャラクターによるPR活動や各イベントの事前広報(ホームページ、SNS等)の告知や広報グッズ等の配布により集客数が増加された。

※事業実施中に休館期間(平成26年8月～平成27年3月)あり。

<今後の方針とその理由>

「追加等さらに発展させる」

広報の充実(ホームページ、SNS等)や既存事業(土器ドキ発掘体験、縄文まつり、ナイトミュージアム)の内容拡充、新規事業(縄文弓矢体験、縄文クッキーづくり)の展開により、幅広い年齢層の集客を促すとともに、リピーター確保につなげる。

※今年度の事業実施状況

既存事業の一部内容拡充及びアンケートを実施。

三世代同居等支援事業

(保健福祉局高齢障害部高齢福祉課)

<事業概要>

少子化対策として、子育て世代が出産・子育てしやすい社会経済環境を実現するとともに、多世代交流を進め、高齢者の孤立防止や子育て世代の定住を支援することを目的として、三世代家族の同居などに必要な費用の一部を助成する。

<事業内容及び実施状況>

給付事業の内容

【助成金対象者の条件(基本条件)】

- ・今後、「親と子と孫」を基本とする三世代の家族が同居または近隣の市内(直線1km以内)に居住すること ※現在同居または近隣に居住している場合は対象外
- ・親世帯は単身または夫婦のみであること
- ・親は65歳以上で1年以上千葉市に居住していること
- ・孫は18歳未満であること (その他諸条件あり)

【1年目】

市内に住む親と同居または近隣に居住するために、子世帯が住宅の新築・増改築などに要する費用の一部を助成(補助率1/2、上限50万円)。

【2~3年目】

子世帯が市外から転入する場合、下記助成も追加。

1年目に助成を受けた場合、固定資産税・都市計画税相当額など(上限15万円)。

【申出時期】

住宅の新築・増改築 → 建築工事着手前

住宅の購入・賃貸借 → 契約締結前

転居に係る引越費用 → 転居の前



～周知方法～

- ・毎年7月・1月 市政だよりに掲載
- ・平成27年6月 ポスターを作成し、建築審査課ほか、建築基準法の規定による建築確認の指定検査機関(37か所)にポスターの掲示を依頼。
- ・平成27年12月 千葉銀行・京葉銀行・千葉興業銀行の市内の各支店(59支店)および平成28年2月千葉市収納代理金融機関(43支店)にもポスターの掲示を依頼。

<重要業績評価指標(KPI)> ※現状値及び目標値についてはH28.3時点

指標名	現状値	目標値
助成件数	63件	63件

<事業費(決算額)>

28,219,663円

<評価とその理由>

「地方創生に効果があった」

- ・同居または近居により、緊急時に子どもを預かってもらう、子の保育所や幼稚園の送迎を依頼したいとの意見や、高齢者世帯から、孫との関わりが増え、生きがいとなっているとの意見があった。
- ・これらの意見から出産・子育てしやすい社会環境づくりに一定程度寄与していると考えられる。

<今後の方針とその理由>

「事業の継続」

今後も高齢化者が増加をすることを踏まえ、高齢者の孤立防止、また、子育て世代の育児負担の軽減や就労促進、家族の絆の再生に寄与することから当該事業を継続する。

※今年度の事業実施状況

- ・平成28年4月より申請の際の負担軽減のため、市税等の納付状況について、本人の同意のもとで書類提出を省略できるよう変更。
- ・平成28年9月30日よりUR都市機構の窓口に制度案内パンフレットの設置を依頼。またUR都市機構と平成28年10月12日に共同記者発表を行い制度の周知を図った。

ファミリーブックタイム運動の啓発及び推進事業

(教育委員会生涯学習部中央図書館管理課)

<事業概要>

読み聞かせや親子の読書について知識を深める研修や講演会等を催し、本を読む人を育み、豊かな心の広がりや考えを持つ子どもの成長につなげる。また、ファミリーブックタイム運動の啓発活動を行い、この活動のひとつとして保育所・幼稚園等で身近に本に接する機会を提供するなどし、多忙な子育て世代の親子の読書環境の改善と読書率の向上を図り、子育てしやすい環境づくりを進める。

<事業内容及び実施状況>

① ファミリーブックタイム運動の啓発事業

- 読書活動啓発のための研修や講演会等の事業委託
 - 28年1月 保育所・幼稚園等職員を対象に推進フォーラム開催
 - 2~3月 子育て世帯を対象とした啓発セミナー開催(計12回)
- 継続的な読書活動の推進のための啓発事業委託
 - 27年9月 妊娠期家庭向けリーフレット発行
 - 28年3月 小学校新1年生・4か月児向けリーフレット発行

② ファミリーブックタイム運動の推進事業

- 親子ふれあい本事業：
保育所・幼稚園等における親子の読書活動を促進するため、図書館が児童書を購入し貸出を行う
27年12月 保育所・幼稚園等への児童書の貸出開始
- まほうの読書ノート事業：
親子の読書活動の促進するため、子どもが本を読んだ時に感じたこと等を記録し、家庭等でコミュニケーションを取る読書ノートを配布
27年7月 小学校1年生用配布、12月 年長児用配付

ファミリーブックタイム運動啓発及び推進事業イメージ



<重要業績評価指標(KPI)> ※現状値及び目標値についてはH28.3時点

指標名	現状値	目標値
貸出冊数	40冊×170か所 =6,800冊	30冊×224か所×9回 =60,480冊

<事業費(決算額)>

15,376,657円 (うち8,632,634円が国費充当分)

<評価とその理由>

「地方創生に効果があった」

読書活動啓発の研修や講演会では、保育所等職員の93%から、保護者の97%から「満足」「おおむね満足」との回答が得られた。

親子ふれあい本の貸出では、貸出後の施設向けのアンケート調査において55%の施設から園児の読書量が増えたとの回答が得られた。

※ 保育所・幼稚園等との事前調整において、貸出施設間での本の回送は施設の負担が大きく、対応が困難との意見があつたことから実施しないこととした。

<今後の方針とその理由>

「事業の見直し(改善)」

貸出施設へのアンケート調査等から子育て世代の親子の読書環境の改善と読書率の向上が確認できていることから、調査結果に基づき、今後の運用の改善につなげるとともに、地域の子育て支援施設を含めた協力施設の拡充を図る。

※今年度の事業実施状況

地域の子育て支援施設や今年度新たに開園した保育園等を対象として図書の貸出協力施設の拡充に向けて調整を行っている。

放課後学習支援事業

(こども未来局こども未来部健全育成課)
(教育委員会生涯学習部生涯学習振興課)

<事業概要>

放課後等に身近で安全な学校施設を活用し、児童の学びに対するきっかけ作りや学習意欲の向上を図るため、民間事業者による塾や習い事の展開、また、大学や企業等がコーディネートし、学習の楽しさの発見など多様な活動や体験の場を提供し、子育て支援の充実を図る。

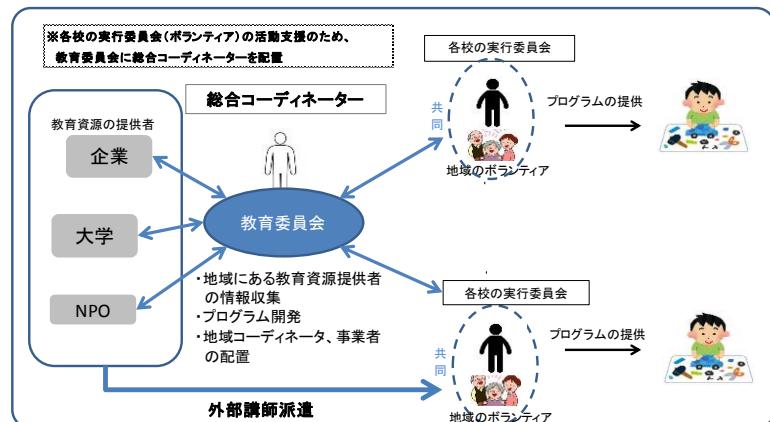
<事業内容及び実施状況>

(事業内容)

- ① コーディネート委託料
大学・企業等のコーディネータが提供内容の企画、調整、現場の執行管理等を実施
- ② アンケート実施経費
保護者の学習機能提供に対するニーズ調査を実施するための経費
- ③ 施設整備費
学習機能を提供する施設の機械警備改修費用等

⇒事業実施なし

※H27年度中に総合教育会議等において、児童の放課後対策について包括的に審議し、放課後のプログラム開発・提供を行うモデル事業を実施するため、他市事例の視察等を行うなど検討を深めた。



<重要業績評価指標(KPI)> ※現状値及び目標値についてはH28.3時点

指標名	現状値	目標値
実施校数	0校	4校

<事業費(決算額)> 0円

<評価とその理由>

「地方創生に効果がなかった」

事業実施に至らなかつたため。(左記のとおり。)

<今後の方針とその理由>

「事業内容の見直し(改善)」

- H28の放課後子ども教室モデル事業(※)の効果・課題を検証し、拡大を目指す。
- H29からは新たに子どもルームとの一体型モデル事業(1校)を実施し、全ての子どもに「安全・安心な居場所」+「学ぶきっかけ」を提供する。
- 各モデル事業の効果・課題を検証し、全体的な放課後施策のあり方をプランとして策定する。

※今年度の事業実施状況

H27年度中の審議を踏まえ、H28年4月より放課後子ども教室(モデル10校)において、総合コーディネーターによる民間等を活用したプログラムの提供を行っている。

保育情報の提供モデル事業

(こども未来局こども未来部幼保運営課)

<事業概要>

保育所等入所児童の保護者や入所希望者に対して、携帯電話のSMS(ショートメッセージサービス)を活用し、緊急連絡や保育所の空き情報等を手軽で迅速に提供し、子育て支援の充実を図る。

<事業内容及び実施状況>

(経費内訳)

(委託料)

SMS通信費、システム構築費用等

平成27年 5月 SMS配信に向けた環境構築

平成27年 6月 SMS配信(第1回:10,306件)

平成27年 7月 SMS配信(第2回: 4,728件)

平成28年 3月 SMS配信(第3回: 764件) 計 15,798件

【配信内容】

(1)保育所等の入所審査の結果のお知らせ

(2)保育所等の空き情報のお知らせ

(3)児童の発熱・急病等の緊急連絡(電話連絡ができなかった場合のみ)

(4)保育料納期限のお知らせ

<重要業績評価指標(KPI)> ※現状値及び目標値についてはH27.9時点

指標名	現状値	目標値
保護者の有認識率	99.9%	70%

<事業費(決算額)>

1,090,022円

<評価とその理由>

「地方創生に効果があった」

送信対象とした電話番号の99.9%に送信できていることから、迅速な情報提供ができ、子育て支援の充実に資することができた。

また、平成27年9月に実施した市民向けアンケートの結果、SMSを受信した市民の印象は概ね良好であった。

<今後の方針とその理由>

「予定通り事業終了」

本事業については、市民へのプッシュ型のお知らせサービスの実施に向けたモデル事業であったことから、今回の成果を踏まえ、今後は他事業への横展開を検討する。