

U I J ターン助成金

実績額 ー 千円

1 事業の目的・概要

中堅・中小企業では、経営等に関し専門的な知識等を有する人材の不足感が高まっている一方、都市部の大企業等においては、事業企画・運営の経験がある人材が多く存在している。そのため、プロフェッショナル人材確保事業を実施する事業者に対して経費を補助し、人材採用を支援し、経営等に関し専門的な知識等を有する人材の県内への還流、集積を促進する。

2 事業の内容

プロフェッショナル人材戦略拠点と連携して、都市部の大企業等で経験を積み、経営をサポートできるような人材を地域の中小企業が受け入れるための人材採用支援として、人材のお試し就業期間中の経費を補助する。

(プロフェッショナル人材戦略拠点 体制)
マネージャー1名/サブマネージャー2名/アシスタント1名

※1 プロフェッショナル人材とは

- ①専門的な分野に関する知識や技能などを有し、事業創出力の強化につながるような活躍が期待できる人材であると受入企業が認めた人であること。
- ②専門的な分野に関し、10年以上の実務経験を有すること。

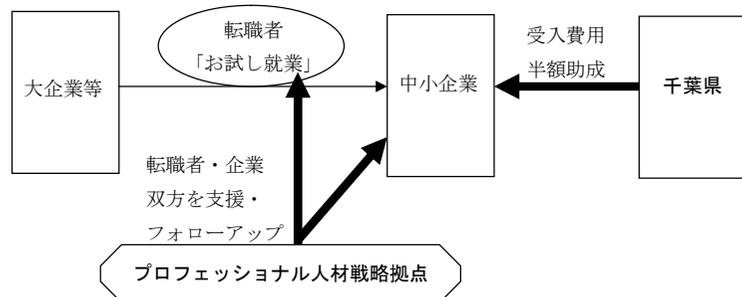
※2 お試し就業とは

事業者とプロ人材の双方が、正式雇用の適否を判断するため、当該事業者が当該プロ人材を有期雇用契約により就業させること、又は、試用期間が設けられた正規雇用契約に基づき試用期間中に就業させること。

3 補助対象経費と補助額

補助対象経費	○お試し就業期間中の給与（賃金及び就業規則等に定められた諸手当）及び社会保険料 ○プロ人材に支給した転居等費用
補助額	○補助対象経費の合計額の2分の1以内 （一人当たり250万円を上限とし、1社あたり3人まで）

4 事業実施イメージ

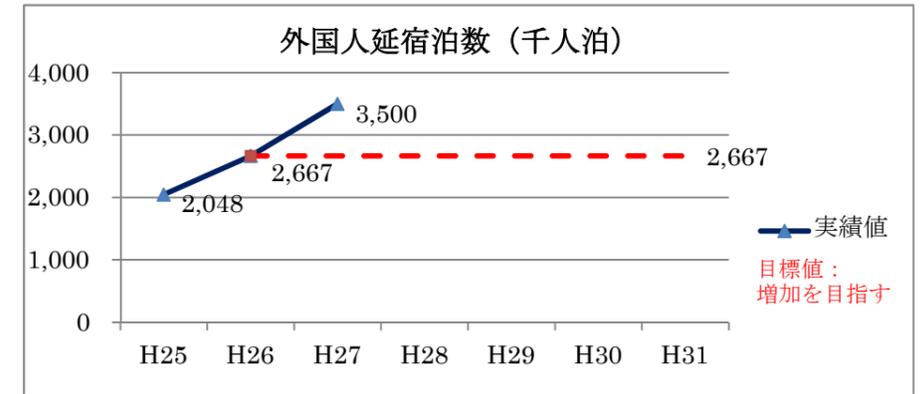
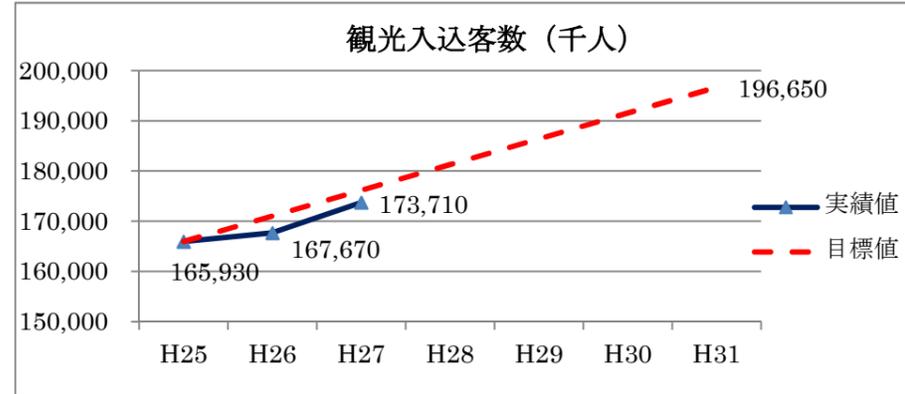
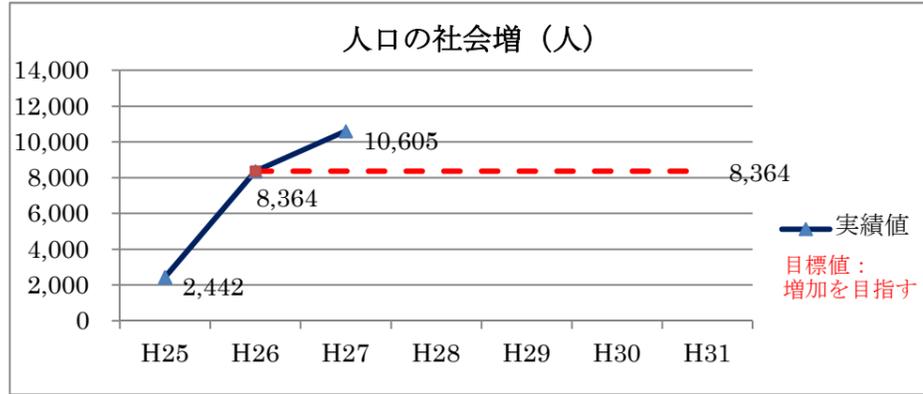


事業名	U I J ターン助成金		
担当課	商工労働部雇用労働課		
総合戦略記載箇所	(1) “一人ひとりの働きたい” がかなう千葉づくり ⑤中小企業の活性化支援		
【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】			
指標名	実績値	目標値	
域外人材のお試し就業への助成件数	0件	50件	
【事業効果の判定 (担当課による判定)】			
地方創生に非常に効果的であった	地方創生に相当程度効果があった		
地方創生に効果があった	地方創生に効果がなかった		
【要因・課題】(目標の達成等を阻害する要因及び状況のへ変化・目標達成に必要なこと)			
・プロフェッショナル人材戦略拠点の開設は、国との調整の結果、平成27年12月となった(国からの委託事業)。プロフェッショナル人材戦略拠点事業と連携し、経済団体や金融機関の協力を得て、助成金制度の周知活動を実施した結果、企業からプロ人材の採用について、具体的な相談が69件あったが、相談から採用までには、ある程度の検討期間が必要であるため、平成27年度中の採用には至らなかった。			
【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み)			
・千葉県プロフェッショナル人材戦略拠点と連携し、企業訪問を進め、意識喚起、経営課題の相談を行い、プロ人材の採用にあたり、企業の負担軽減のため、助成金の活用を促していく。			
【千葉県地方創生総合戦略推進会議の評価】			
KPI達成に有効であった ・ KPI達成に有効とは言えなかった			

総合戦略Ⅱ ～地方創生の実現に向けた千葉づくり～ (2) “国内外の多くの人々が集う” 魅力あふれる千葉づくり

本県の総人口の減少が今後見込まれる中、地域の活力を高めていくためには、本県の優れた地域資源を活用して移住・定住の促進や交流人口の増加を図ることが重要である。このため、各地域が持つ資源を徹底的に洗い出し、日本人のみならず、日本を訪れる外国人の視点からも魅力のあるものに磨き上げるとともに、国内外の誰もが過ごしやすく住みやすい環境づくりを進める。また、こうして作り上げた「魅力の宝庫 ちば」を国内外に積極的に発信し、人々が集う魅力あふれる千葉の実現を目指す。

【数値目標の動向】



【27年度の主な取組】

- ・本県に居住することで実現できるライフスタイルの提示や、市町村の支援制度の追加など、移住定住のホームページの充実を図りました。さらに、都内に勤務している者を対象とした交通広告を2週間に渡り集中的に実施しました。
- ・圏央道、外環道、東関東自動車道館山線・国道127号富津館山道路の4車線化、北千葉道路など高規格幹線道路等の整備を促進し、圏央道の神崎インターチェンジから大栄ジャンクションまでの約10kmが平成27年6月に開通しました。

【要因・状況分析】

- ・移住定住に関しての、県内市町村との協力体制が十分に確立されておらず、移住者を受け入れる市町村毎の受け入れ体制に差があります。
- ・本県から転出した女性を対象とした調査において、将来ふたたび千葉県に住みたいと思う理由として、「交通利便性が良い」ことが重要視されています。
- ・高規格幹線道路等の整備促進により、全国や県内各地との交流や連携の強化、県内外と成田空港のスムーズな人・物の流れの加速化が見込まれます。

【課題】

- ・県内市町村との連携を強化し、市町村の移住者受け入れ体制の整備が必要となります。
- ・多くの人から千葉県が居住地として選ばれるよう、都心へのアクセス強化や地域間アクセス強化を図る必要があります。このため、圏央道、外環道などの高規格幹線道路等の整備については、直轄事業の円滑な進捗を促すため、地元市町村及び県内経済団体などの関係団体と連携を図りながら、整備促進を国に強く働きかけていくことが必要です。また、鉄道については、利便性向上のため、国や鉄道事業者へ働きかけていくことが必要です。

【取組方針】

- ・移住・定住の情報を各種イベントやホームページなど様々な手段で発信するとともに、県外にお住まいの方を対象に農作業や地域住民の方々との交流を盛り込んだモニターツアーを実施します。また、市町村の移住・定住相談窓口担当者を対象とした研修会を開催するなど市町村の取組を支援していきます。
- ・引き続き、地元市町村及び県内経済団体などの関係団体と連携を図りながら、県の重点要望や各期成同盟会の要望活動を通じて、高規格幹線道路等の整備促進を国に強く働きかけるとともに、早期に供用が見込める箇所に重点投資を図るなど、更に効率的な整備に努めます。また、鉄道の利便性の向上のため、引き続き、市町村と連携し国や鉄道事業者へ働きかけます。

【27年度の主な取組】

- ・選ばれる観光地として更にステップアップを図るため、観光客の動向・ニーズを的確に把握するとともに、観光公衆トイレ等の観光関連施設の整備に対し助成を行いました。
- ・大規模な観光PRイベントの開催及び季節に応じた切れ目ない観光キャンペーンや、マスメディア（在京記者取材会、放送メディア）、交通広告、地域情報誌等の媒体を効果的に活用して積極的・集中的な情報発信を実施し、観光客の増加を図りました。

【要因・状況分析】

- ・本県を訪れる観光客は増加傾向にありますが、「トイレが少ない」「設備が悪い」（平成27年3月「千葉県観光客満足度調査」）といった意見があります。また、日帰り客が多いという問題があります。
- ・東京オリンピック・パラリンピック開催を契機として、今後は更に訪日外国人旅行者が増加することが予想されます。
- ・外国人旅行者は、ウェブサイトを活用して千葉の観光情報を入手する傾向にあります。

【課題】

- ・本県への観光客のニーズに対応するため、引き続き、観光関連施設や公衆無線LANを整備するとともに、宿泊・長期滞在に対する取組を推進する必要があります。
- ・外国人観光客にも満足いただくため、県内各地において、外国人へのおもてなし力の向上を図るとともに、外国人に訴求する観光ルートの形成を促進する必要があります。
- ・ウェブサイトの充実を含め、更なる観光PRを図っていく必要があります。

【取組方針】

- ・魅力ある観光地づくりを推進するため、補助金制度の周知を図り、トイレ、駐車場などの観光関連施設や公衆無線LANの整備を促進します。
- ・引き続き、県内の観光・宿泊施設の従業員への研修や外国語ボランティアの養成などを通じて、オール千葉でのおもてなし力の向上を図るとともに、国ごとの嗜好性を踏まえた外国人向けの周遊コースの開発を進めます。
- ・観光ウェブサイトにも旬の情報を毎月特集するほか、新設したFacebookページも活用し、本県の魅力的な情報を幅広く、タイムリーに発信していきます。

【27年度の主な取組】

- ・海外国際観光展でのPRや観光ミッション団の派遣、首都圏の一都三県で連携した広域ルートを開発し、欧米メディア等へのPR等を実施しました。
- ・訪日外国人旅行者の要望の高い公衆無線LAN環境の整備のため、県内5市町村、55の宿泊施設に対して補助金を交付し、宿泊施設や道の駅、地域の商店街などの観光地で公衆無線LAN整備が促進されました。
- ・公益財団法人ちば国際コンベンションビューローを中心に、市町村や関係機関と連携してMICE誘致に取り組み、42件の国際会議(JNTO基準)誘致に成功しました。※JNTO基準：参加者50人以上、参加国3カ国以上、会期1日以上等

【要因・状況分析】

- ・本県は、成田空港を有しながらも、空港利用客を観光地に十分に受け止めず、訪日外国人旅行者の通過点になっている状況にあります。
- ・訪日外国人旅行者の増加にもかかわらず、無料公衆無線LANが十分に整備されていないことから、スマートフォンやタブレット端末がインターネットにつながらず、観光情報が入手できないことに対する不満の声があがっています。
- ・MICEについては、近年、国際的な誘致競争の激化に加えて、国内各都市間での誘致競争も激しくなっています。

【課題】

- ・訪日外国人旅行者に訴求する広域ルートを形成するとともに、訪れた人が快適に過ごせる環境を整備する必要があります。
- ・無料公衆無線LANの活用をはじめとするモバイル端末利用環境の整備促進を図る必要があります。
- ・東京オリンピック・パラリンピックを契機に多くの外国人が訪れることから、この機会を確実に捉え、本県へのMICE誘致につなげていく必要があります。

【取組方針】

- ・外国人旅行者を対象にツアー参加者を募集している事業者向けに、県内のモニターツアーを継続するとともに、引き続き、一都三県で連携した広域ルートの形成により、本県の観光PRに努めます。また、国ごとの嗜好性を踏まえた外国人向けの周遊コースの開発を進めます。
- ・無料公衆無線LAN環境の整備の促進のため、市町村や宿泊施設に対する公衆無線LAN環境の整備に対する経費の3分の2の補助を行います。
- ・MICEについて、公益財団法人ちば国際コンベンションビューローをはじめ関係機関との連携強化を図り、より一層の誘致の強化を図ります。

【K P I の動向】

①国際都市として発展するCHIBAの基盤づくり

- ア 外国人受入体制の整備
- イ バリアフリー化の推進
- ウ 国際交流の推進

○通訳ボランティア新規養成者数【再掲】

基準値	直近値	目標値
— (26年度)	84名 (27年度)	500名 (31年度)

○ちばバリアフリーマップ掲載施設数【再掲】

基準値	直近値	目標値
1,687箇所 (26年度)	— (27年度)	1,930箇所 (31年度)

②居住地として選ばれる千葉づくり

- ア U I J ターンの促進
- イ 都心へのアクセス強化
- ウ 地域間のアクセス強化
- エ 地元への愛着と誇りの醸成

○人口の社会増【再掲】

基準値	直近値	目標値
8,364人 (26年)	10,605人 (27年)	増加を目指す (31年)

○地域しごと支援事業の利用者数（累計）

基準値	直近値	目標値
— (27年度)	732人 (27年度)	1,000人 (31年度)

③国内外の誰もが訪れたい観光地づくり

- ア 千葉ならではの資源を活用した新たな観光需要の開拓
- イ 鉄道事業者やバス事業者等と連携した新たな観光メニューづくり及び二次交通活用の仕組みづくり
- ウ 誰もが快適に過ごせるための環境の整備
- エ 農山漁村の活性化に向けた地域資源の活用
- オ 観光地へのアクセスを強化する道路整備の推進

○観光入込客数【再掲】

基準値	直近値	目標値
165,930千人 (25年)	173,710千人 (27年)	196,650千人 (31年)

○宿泊客数

基準値	直近値	目標値
15,420千人泊 (25年)	17,550千人泊 (27年)	18,630千人泊 (31年度)

④大学等との連携による地域への若者の定着促進

- ア 大学等卒業後の若者の定着支援
- イ 医療・福祉・介護人材の確保
- ウ 地域を支える人材の育成

○千葉に住みたいと考える大学生の割合

基準値	直近値	目標値
40.6% (27年度)	— (28年度)	増加を目指す (31年)

⑤千葉の様々な魅力の国内外への発信

- ア 在京メディア等を活用した広報・魅力発信
- イ 世界に向けた千葉の魅力発信
- ウ 戦略的な観光プロモーションの展開
- エ ちばアクアラインマラソンの実施
- オ 県内の文化遺産の活用推進
- カ 文化・芸術を活用した千葉の魅力の発信

○テレビ等メディアで取り上げられた件数【再掲】

基準値	直近値	目標値
5,233件 (26年度)	5,249件 (27年度)	増加を目指す (31年度)

○海外向けプレスリリース事業による記事掲載件数【再掲】

基準値	直近値	目標値
1,578件 (26年度)	1,120件 (27年度)	増加を目指す (31年度)

○チーバくん大使による情報発信件数【再掲】

基準値	直近値	目標値
534件 (26年度)	990件 (27年度)	増加を目指す (31年度)

外国人観光客誘致のための公衆無線LAN環境整備事業

実績額 96,741 千円

1 事業の目的・概要

東京オリンピック・パラリンピックの開催に伴い、今後多くの外国人観光客が本県を訪れることが見込まれる。
 一方、旅行中の外国人観光客からは、日本では無料公衆無線LAN環境が十分に整備されていないことから、スマートフォンやタブレット端末がインターネットにつながらないため、観光情報などが入手できず困ったとの声が寄せられている。
 このため、外国人観光客の利便性を向上させ、本県の観光地としての魅力を高めるため、県内での無料公衆無線LAN環境の整備を促進することとし、その経費の一部を助成した。

2 事業の内容

- (1) 補助対象となる事業主体
- ・市町村
 - ・市町村が構成員となる団体
 - ・継続的な事業実施が見込める団体（観光協会、商工会等）
 - ・県内宿泊施設（風営法対象施設を除く）。

(H27 年度実績) 60 件

- ・市町村整備分： 4 件
(香取市伊能忠敬記念館、鴨川市みんなみの里 等)
- ・地域協議会整備分： 1 件
(流山本町公衆無線LAN協議会（流山市、市内飲食店 等）)
- ・宿泊施設整備分： 55 件

- (2) 予算額（平成 26 年度 2 月補正）：100,000 千円
 (3) 補助率：対象経費の 3 分の 2 以内
 (4) 補助額上限：1 団体（施設）あたり 5,000 千円
 (5) 補助対象：公衆無線LAN環境の整備に係る経費

事業主体が策定した整備計画に基づき実施する事業の経費の一部を補助
 ・補助対象となる経費

- ① ネットワーク回線設置に係る費用
 ※回線の維持費（毎月の回線利用料等）は補助対象外
- ② 無料公衆無線LAN環境整備に必要な機器等の購入及び設置工事に係る費用
- ③ 無料公衆無線LAN環境整備に係る役務の利用費
 （無料公衆無線LAN環境整備に係る役務とは、無料チケットやカードの作成・配布や、短期滞在外国人旅行者等に対して既存の有料公衆無線LAN環境を無料で開放すること、利便性向上のために必要となるシステム等をいう）
- ④ ネットワーク回線工事及び無線機器設置のため必要な、電波状況や建物等の環境調査費用
- ⑤ 整備計画策定に係る費用（会議室利用料、コンサルティング料、調査費用等）
- ⑥ ガイドマップ、ホームページの作成等、広報活動に係る経費
- ⑦ その他公衆無線LANを活用した観光振興事業の実施

事業名	外国人観光客誘致のための公衆無線LAN環境整備事業		
担当課	商工労働部観光企画課		
総合戦略記載箇所	(2) “国内外の多くの人々が集う” 魅力あふれる千葉づくり ①国際都市として発展するCHIBAの基盤づくり		
【本事業における重要業績評価指標（KPI）】			
指標名	実績値	目標値	
外国人宿泊客数の増加 対前年比+5% (H25:2,036 千人)	30%	5%	
【事業効果の判定（担当課による判定）】			
地方創生に非常に効果的であった	地方創生に相当程度効果があった		
地方創生に効果があった	地方創生に効果がなかった		
【要因・課題】（目標の達成等を阻害する要因及び状況のへ変化・目標達成に必要なこと）			
・訪日外国人旅行者が増加する一方で、無料公衆無線LANが十分に整備されていないため、スマートフォンやタブレット端末がインターネットにつながらず、観光情報を入手できないことに対する不満の声があがっている。外国人観光客の利便性を向上させ、千葉の観光地としての魅力を高めるため、無料公衆無線LAN環境の整備を促進する必要がある。			
【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み）			
・無料公衆無線LAN環境の整備の促進のため、市町村や宿泊施設に対する公衆無線LAN環境の整備に対する経費への補助率を継続して実施し、整備促進を図る。			
【千葉県地方創生総合戦略推進会議の評価】			
KPI 達成に有効であった ・ KPI 達成に有効とは言えなかった			

移住定住促進に向けた情報発信事業

実績額 9,676 千円

1 事業の目的・概要

移住・定住を促進し、本県人口の社会増につなげていくため、本県の移住・定住に関する情報発信を積極的に行う取組として、移住希望者に先輩移住者の移住体験等を伝える公開座談会兼移住相談会の開催や、主に首都圏在勤者を対象とした、都内を走行する鉄道路線車内における交通広告を実施した。

2 事業の内容

(1) 座談会・移住相談会

千葉への移住を検討している方を対象に、都内において、千葉への移住者による公開座談会を実施し、先輩移住者等の知識や体験、実感を生きた情報として発信し、併せて資料配布や移住相談を行った。

【座談会】

コーディネーター 1 名、先輩移住者 4 名（うち著名人 1 名）
参加者数：40 組 56 名

【移住相談会】

参加市町村：6 市町（佐倉市、旭市、勝浦市、いすみ市、南房総市、一宮町）
参加者数：29 組 37 名

(2) 交通広告

県外に在住し都内に勤務している方を主な対象として、J R 京浜東北線、根岸線や東京メトロ銀座線など、都内を走行する鉄道路線の車内において、電子広告を実施し、本県に居住することで実現できるライフスタイルを提示した。

- ・電子広告種類（①海／自然 編、②ガーデニング 編、③らくらく通勤 編）
- ・電子広告 1 本あたり 15 秒放映（映像のみ、無音声）

実施期間 H28.1.25 ～2.7



座談会の様子



交通広告「らくらく通勤 編」

事業名	移住定住促進に向けた情報発信事業		
担当課	総合企画部政策企画課		
総合戦略記載箇所	(2) “国内外の多くの人々が集う” 魅力あふれる千葉づくり ②居住地として選ばれる千葉づくり		
【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】			
指標名	実績値	目標値	
座談会への参加により、千葉県の移住先としての魅力をより強く感じた参加者の割合	78%	80%	
「ちばの暮らし情報サイト」のアクセス数の増 (月平均 2,500→5,000 件)	675 件	2,500 件	
【事業効果の判定 (担当課による判定)】			
地方創生に非常に効果的であった 地方創生に効果があった	地方創生に相当程度効果があった 地方創生に効果がなかった		
【要因・課題】(目標の達成等を阻害する要因及び状況のへ変化・目標達成に必要なこと)			
<ul style="list-style-type: none"> ・座談会及び市町村相談会については、参加者に対して、県の居住地としての魅力を分かりやすく伝えることができていない部分があったことが考えられる。 ・交通広告については、KPI のアクセス数には達しなかったが、実施した 1/25～2/7 の 1 日あたりのアクセス件数(147.9 件) は、実施していなかった期間の 1 日あたりのアクセス件数(92.9 件) よりも 1.59 倍の増加となった。 			
【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み)			
<ul style="list-style-type: none"> ・県の居住地としての魅力を誰もが分かりやすいものにまとめる工夫やその魅力を移住を検討している方等に対して効果的に伝えていく方策を検討していく必要がある。 <p>なお、28 年度においては、本県の魅力を伝える情報発信に加え、移住・定住を希望する方を対象にした都内でのセミナー開催や、市町村など関係機関と連携した体験モニターツアー等を実施し、移住・定住を促進することとしている。</p>			
【千葉県地方創生総合戦略推進会議の評価】			
KPI 達成に有効であった ・ KPI 達成に有効とは言えなかった			

(仮称)「地域しごと支援センター」事業

実績額 28,441 千円

1 事業の目的・概要

地域が必要とする人材を県外から呼び込むとともに、地元人材の県内就職による労働力確保を図るため、県外からの転職希望者や若年者等に対して、県内のしごと情報や暮らし情報等を一元的に収集・提供するとともに、県内中小企業との交流イベント等を実施し、県内での就職促進を図った。

2 事業の内容

(1) 専用サイトの立ち上げによる情報発信

「千葉県地域しごとNAV I」<http://chiba-chiikishigoto.jp/>

〈H27 年度実績〉HP アクセス件数 101,580 件

(2) 個別相談

○随時相談

千葉県ジョブサポートセンター（千葉市中央区）内に「地域しごと支援センターちば」を設置し、県外からの転職希望者等への相談に対応するスタッフを配置

受付：月～金 9時～17時 土 10時～17時

○相談ブース等出展による出張相談

- ・ふるさと回帰フェア（東京国際フォーラム）
- ・東海大学U・I ターン相談会（東海大学湘南キャンパス）等

〈H27 年度実績（H27.7～H28.3）〉
センター相談実績 12 名
相談ブース等出展（5 回）利用実績 119 名

(3) イベント

○合同企業説明会： 県内企業等との交流イベント、企業ブースでの個別説明 等

○企業見学バスツアー

○アンテナショップ移住フェアへの出展

開催日	イベント名	H27 年度 利用者実績
9 月 4 日	合同企業説明会（都内）	26 名
10 月 29 日	企業見学バスツアー（南房総エリア）	17 名
12 月 10 日	企業見学バスツアー（大多喜エリア）	17 名
12 月 13 日	県アンテナショップイベント（丸の内）	84 名
2 月 19 日	合同企業説明会（成田エリア）	47 名
3 月 4 日	合同企業説明会（幕張メッセ）	410 名
	合 計	601 名

事業名	(仮称)「地域しごと支援センター」事業		
担当課	商工労働部雇用労働課		
総合戦略記載箇所	(2) “国内外の多くの人々が集う” 魅力あふれる千葉づくり ②居住地として選ばれる千葉づくり		
【本事業における重要業績評価指標（KPI）】			
	指 標 名	実績値	目標値
	関係機関との連携によるマッチングイベント等の実施	6 回	6 回以上
【事業効果の判定（担当課による判定）】			
	地方創生に非常に効果であった	地方創生に相当程度効果があった	
	地方創生に効果があった	地方創生に効果がなかった	
【要因・課題】（目標の達成等を阻害する要因及び状況への変化・目標達成に必要なこと）			
・今後も人口減少と少子高齢化が進むと見込まれる中、東京への一極集中を解消し、本県においても地域が必要とする人材を県外から呼び込むとともに、地元人材の県内就職による労働力確保を図る必要がある。			
【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み）			
・県外からの転職や県内就職希望者及び企業等のニーズを的確に捉え、本県の魅力や暮らしやしごとの情報を積極的に情報発信することで、利用者及び県内就職者の増加を図る。			
【千葉県地方創生総合戦略推進会議の評価】			
KPI 達成に有効であった ・ KPI 達成に有効とは言えなかった			

観光地トイレ整備スピードアップ事業

実績額 84,349 千円

1 事業の目的・概要

多くの観光客が利用する観光公衆トイレのうち、民間企業等が所有するトイレの整備（21件）にかかる経費の一部を助成した。

2 事業の内容

〈H27 年度実績〉
21 箇所 [道の駅、観光農園、酒蔵 等]
(新設 8、建替 3、改修 7、新設・改修 3)

(1) 補助対象者

市町村以外の者

* 民間企業の場合、中小企業信用保険法（昭和 25 年 12 月 14 日法律第 264 号）第 2 条第 1 項に規定する会社・個人に限る。

(2) 補助対象経費

観光公衆トイレの新設、建替、改修等トイレの整備に要する経費

(3) 補助率及び補助限度額

補助率：補助対象経費の 4 分の 3 以内

* 従来の 3 分の 2 から引き上げ

補助限度額：5,000 千円

(4) その他

ア 県の他の補助金との併給は認めない（観光施設融資制度との併用は可）。

イ 県の補助金等により整備・改修した施設については、原則として、補助制度で規定する耐用年数等を超えているものに限る。

ウ 施設整備期間は単年度とする。

エ 整備後は「おもてなし」の観点から適切な管理を行い、補助事業完了の日から起算して 5 年を経過した日の属する会計年度までの間、管理状況について県に報告すること。

オ 下記の点に留意することとする。

- ・新設・建替の際は、女性用便器数を男性用便器数（小便器を含む）の 1.5 倍以上とすること。
- ・整備後の適切な管理を念頭においた設計や器材の導入等を行うこと。
- ・整備後は、案内板、ホームページ等により周知・広報を行うこと。

[過去の観光地トイレ整備事業の実施状況]

H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27
15件	6件	25件	14件	26件	36件	44件 (うち交付金事業 21件)

事業名	観光地トイレ整備スピードアップ事業		
担当課	商工労働部観光企画課		
総合戦略記載箇所	(2) “国内外の多くの人々が集う” 魅力あふれる千葉づくり ③国内外の誰もが訪れたい観光地づくり		
【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】			
指標名	実績値	目標値	
観光入込客数の増加対前年比+3% (167,667 千人(H26)→ 173,705 千人(H27 実績))	3.6%	3%	
【事業効果の判定 (担当課による判定)】			
地方創生に非常に効果的であった	地方創生に相当程度効果があった		
地方創生に効果があった	地方創生に効果がなかった		
【要因・課題】(目標の達成等を阻害する要因及び状況への変化・目標達成に必要なこと)			
・東京湾アクアライン・圏央道の利便性向上により本県への観光客の増加が見込まれているにもかかわらず、トイレが少ない・設備が悪いといった意見がある。これらの観光客のニーズに対応するため、県内観光地の観光公衆トイレや駐車場などの観光関連施設の整備を図る必要がある。			
【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み)			
・魅力ある観光地づくりを推進し、多数の観光客の来訪を促進するため、民間のトイレ整備に対する経費への補助を継続して実施し、整備促進を図る。 また、県の公式観光情報サイト「まるごと e ちば」に「おもてなしトイレ」のコーナーを開設 (H28.3) し、快適に利用できるトイレの紹介等の取組を通じて、おもてなしトイレの普及・啓発を図る。			
【千葉県地方創生総合戦略推進会議の評価】			
KPI 達成に有効であった ・ KPI 達成に有効とは言えなかった			

千葉県道路公社有料道路の夏期無料開放

実績額 756,954 千円

1 事業の目的・概要

千葉県道路公社が管理・運営する有料道路について、観光需要を喚起し、地域活性化を図るため、夏の観光シーズン（7月～9月）の通行を終日無料とした。

2 事業の内容

(1) 事業期間

平成 27 年 7 月 1 日～9 月 30 日（92 日間）

(2) 対象路線（7 路線）

東総有料道路、鴨川有料道路、千葉外房有料道路、
東金九十九里有料道路、銚子新大橋有料道路、銚子連絡道路、
九十九里有料道路

房総スカイライン有料道路（無料通行措置実施中）、流山有料道路（H27.4 無料開放予定）の 2 路線は除く



事業名	千葉県道路公社有料道路の夏期無料開放		
担当課	県土整備部道路計画課		
総合戦略記載箇所	(2) “国内外の多くの人々が集う” 魅力あふれる千葉づくり ③国内外の誰もが訪れたい観光地づくり		
【本事業における重要業績評価指標（KPI）】			
指標名	実績値	目標値	
7 路線合計の交通量 (平成 26 年 7 月～9 月の交通量が概ね 3 割増加した値)	5,762 千台	4,170 千台	
【事業効果の判定（担当課による判定）】			
地方創生に非常に効果的であった	地方創生に相当程度効果があった	地方創生に効果がなかった	
地方創生に効果があった	地方創生に効果がなかった		
【要因・課題】（目標の達成等を阻害する要因及び状況のへ変化・目標達成に必要なこと）			
<ul style="list-style-type: none"> 交通量が前年度比 1.8 倍に増加した。 アンケート調査では、利用者から「キャンペーンが本県を訪れる要因となった」、「観光施設や食事などへの消費が促進された」など効果を示す意見があった。また、キャンペーンの認知度に関する質問では、千葉県内に比べて県外の方が低い結果であった。 			
【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み）			
<ul style="list-style-type: none"> キャンペーンの認知度をより高めるため、各種メディアを活用し、特に首都圏への広報・PRを充実させるとともに、市町村や観光事業者等が実施するイベントやキャンペーンなどと連携し、効果的な誘客促進を図る。 			
【千葉県地方創生総合戦略推進会議の評価】			
KPI 達成に有効であった ・ KPI 達成に有効とは言えなかった			