

地方創生推進交付金 充当事業の令和元年度実績調査書

No.	1	97頁
総合戦略	コンテンツ産業振興事業	
① 事業名称	コンテンツ産業振興事業	
② 市の予算決算事業名称	コンテンツ産業振興事業	
③ 令和元年度の事業概要・実績 (評価対象)	令和元年度は、前年度までに一定の関心を喚起の成果が得られたことで、市内に定着したコンテンツ事業者の行動促進のための支援を行った。松戸コンテンツ協同組合を平成31年4月に設立。松戸コンテンツ事業者連絡協議会の事務局を担い、コンテンツ事業者とともにイベント等に出展し、松戸のコンテンツ産業の活性化を図った。クリエイター支援やマッチング支援を強化するため、組合主導のもと市内外のコンテンツ事業者やクリエイターを対象とした交流会を開催し、ビジネスマッチングの促進を図った。また、クリエイター向けのトークセッションやセミナーを実施し、計4回開催、延べ95名の参加があった。人材育成として、小学生向けのプログラミング教室を計9回開催し、延べ153名の参加があった。小学生がコンピュータプログラムで作ったゲームやアプリ等のオリジナル作品を募集したプログラミングコンテストを初開催し、10月に入賞作品の表彰式と同時に作品展示体験会を実施した。 海外アーティストの滞在支援施設内に、コンテンツ事業者やクリエイターを支援する施設を整備。交流や共同作業のラウンジスペースを併せ持ち、起業をめざすクリエイター向けのスタジオ整備した。	
④ 交付金充当額(令和元年度)	8,824,922 円 (交付は対象事業費17,649,845円の2分の1)	
⑤ 重要業績評価指標(KPI)	KPIの名称	実績値
	協議会加盟事業者の従業者(人)	当初 (H28年度) 116 現状 (H29年度末) 159 (前年度比43増) 現状 (H30年度末) 165 (前年度比6増) 終了時 (H31年度末) 168 (前年度比3増) 当初 (R1年度末) 25.7 (H28年度)
	協議会に対するコンテンツ産業に本業で携わる従事者からの認知度(%)	当初 (H28年度) 15.6 (前年度比減) 現状 (H29年度末) 22.6 (前年度比7.0増) 終了時 (H30年度末) 25.0 (前年度比2.4増) 当初 (R1年度末) 13 (H28年度)
	協議会の加盟事業者数(事業者)	当初 (H28年度) 34 (前年度比21増) 現状 (H29年度末) 36 (前年度比2増) 終了時 (H30年度末) 46 (前年度比10増) 当初 (R1年度末) 65.00 (H28年度)
	協議会加盟事業者の粗利益(億円)	当初 (H28年度) 67.00 (前年度比2.00増) 現状 (H29年度末) 69.50 (前年度比2.50増) 終了時 (H30年度末) 72.02 (前年度比)
⑥ その他のデータ	1 地方創生に非常に効果的であった 2 地方創生に相当程度効果があった 3 地方創生に効果があった 4 地方創生に効果がなかった	
⑦ 事業効果	1 総合戦略のKPI達成に有効であったとは言えない(自由意見)	
(注) 選取肢の内容は、内閣府が指定したものです。	【説明】 交付金の交付は、令和元年度で終了したものの、市単独事業として引き続き事業を実施する。	
(注) 懇談会に出席される皆様から意見を頂戴したい部分です。	1 追加等さらに発展 2 事業内容の見直し(改善) 3 事業の継続 4 事業の中止 5 予定どおり事業終了	
(注) 選取肢の内容は、内閣府が指定したものです。	コンテンツ事業者連絡協議会のホームページを刷新し、市内コンテンツ事業者の情報発信、PR、コンテンツ産業の活性化を図る。また、協議会公式YouTubeチャンネルを開設し、定期的にイベント、セミナー、オンライン教室等の配信を行う。クリエイター支援やマッチング支援を強化するため、組合が主導し協議会会員への情報発信やセミナー、交流会等を定期的に開催する。 人材育成として、小学生向けのプログラミング教室をオンラインにて定期的を実施。小学生が作ったゲームやアプリ等の市内コンテンツの7月に公募開始(9月まで)。11月にコンテスト入賞者の表彰式および作品体験展示会の開催を予定している。 コンテンツ産業や事業者の調査・分析として、協議会加入事業者数の把握、事業規模の調査、事業者へのアンケート、各施策参加者へのアンケート調査を実施する。	

No.	1	97頁
総合戦略	コンテンツ産業振興事業	
事業名称	コンテンツ産業振興事業	

① 平成27年度事業と平成28年度事業の相違点	<p>平成27年度は、コンテンツ産業に関する調査と調査結果に基づいた事業を実施する施策の展開方法及び体制(=松戸コンテンツ事業者連絡協議会の設立)の構築を行った。</p> <p>※ 供給者(コンテンツ事業者)、需要者(コンテンツの消費者やコンテンツを発注したい法人等)の両方の観点から、1.コンテンツ産業が盛んな街としての【認知拡大】→2.市内に移住・移転したと思うような【関心喚起】→3.市内での起業・創業の【行動促進】の3つのフェーズでの入口から出口までの事業展開を進めた。</p> <p>・平成28年度は、前年度の調査結果に基づいた事業の実施として、コンテンツ産業の需給両面に認知の拡大を図るため、ゲームコンテンツの創作・発信等を行った。</p> <p>・効果として、主要都市を対象としたインターネットによると「本業でコンテンツ産業に従事している人」の松戸コンテンツ事業者連絡協議会の認知度は、25.7%に達した。</p>
② 平成28年度事業と平成29年度事業の相違点	<p>平成28年度は認知を拡大させる取り組みを行っていたが、松戸への関心を喚起させる取り組みや起業・創業を促す取り組みにシフトさせている。</p> <p>・市外コンテンツ事業者の関心を喚起させるために、世界的なコンテンツ産業をPRする展示会の「東京ゲームショウ」(約27万人来場)や、「コミックマーケット」(約55万人来場)に協議会として出展した。協議会に参画する事業者の合同出展で、昨年度より規模を拡大させて、内容も充実させてPRを行った。</p> <p>・市内の商業施設と連携し、「子どもデジタルフェスタ」と題して、市内の子供たちを対象としたコンテンツ産業への興味や関心を喚起させるイベントを6日間開催した。また、小学生を対象としたプログラミング教室を開始した。</p> <p>・主な効果としては、平成29年度までに協議会に加盟した事業者数は平成28年度の13事業者から34事業者に達した。</p>
③ 平成29年度事業と平成30年度事業の相違点	<p>平成29年度は、松戸への関心を喚起させる取り組みを行っていたが、事業者の関心を喚起させる取り組み、起業・創業等を促す行動促進に向けての事業を本格的に展開した。</p> <p>・クリエイター支援やマッチング支援を強化するために、協議会の事務局を市文化観光国際課から、協議会の会長である株式会社デザインに委託し、より専門的な支援を展開した。</p> <p>・人材育成としては、不定期に行っていた小学生向けのプログラミング教室を定期的に開催し、さらに中高生向けのITプログラミングキャンプを開催した。</p> <p>・クリエイター支援としては、海外のアーティストの滞在支援施設内にフアブラボ機能の施設を開業するために調査等を実施した。</p>
④ 平成30年度事業と令和元年度事業の相違点	<p>平成30年度事業は、事業者の関心を喚起させる取り組みを行っていたが、加えてコンテンツ事業者の行動促進のための支援を行う。</p> <p>・コンテンツ協同組合を設立し、海外受注などより大きな仕事の受注を増やし、コンテンツ事業者のマッチングを実現させる。</p> <p>・協同組合が協議会の事務局を担ってコンテンツ事業者とともにイベントや研修等を定期的に開催し、市内外のコンテンツ事業者同士の連携やマッチングを促進し、松戸のコンテンツ産業の活性化を図る。</p> <p>・クリエイター支援やマッチング支援を強化するため、国内外のクリエイターのレジデンス企画やパブリック作配布などを通じて、国内外に松戸のコンテンツ産業振興の取り組みをPRする。</p> <p>・人材育成は、小学生向けのプログラミング教室の実施に加え、小学生が作ったゲームやアプリ等の市内コンテンツを初開催し、より良い作品への創作意欲向上と、今後の継続意欲向上を図る。</p> <p>・海外アーティストの滞在支援施設内に、クリエイター支援施設の整備を実施する。実施した調査により、インキュベーション施設を進めるためにはビルが古く費用がかさむので、まずは交流や共同作業ができるラウンジスペースを併せ持つ起業をめざすクリエイター向けのスタジオ整備を実施する。</p>
⑤ 令和元年度事業と令和2年度事業の相違点	<p>令和元年度は、組合を設立し組合主導のもとコンテンツ事業者の行動促進のための支援を行ってきたが、令和2年度は組合で仕事を受注し、自主財源を確保して、稼いだ事業費を使って協議会でPR活動、コンテンツ事業者やクリエイター、個人事業者に向けた活動支援や起業、創業、経営等の支援を行う。</p> <p>・YouTubeチャンネルを開設し、定期的にイベント、セミナー、オンライン教室等を配信</p> <p>・協議会HPを刷新し、本市の創作環境の良さをPRした情報発信を行い、市内への事業者、クリエイターへの誘致を図る。</p> <p>・コロナ禍に配慮してオンラインによるイベントや教育的プログラムを実施することで、未来のクリエイター育成や幅広い世代への支援を行う。</p>

資料2

地方創生推進交付金 充当事業の令和元年度実績調書

No.	2																								
総合戦略	96-97頁																								
① 事業名称	インキュベーション・コワーキング施設整備運営事業																								
② 市の予算決算事業名称	インキュベーション・コワーキング施設運営業務																								
③ 令和元年度の事業概要・実績(評価対象)	平成31年4月にインキュベーション・コワーキング施設「松戸スタートアップオフィス」を開設し、専用ホームページを立ち上げるとともに、フェイスブック等SNSを活用し、幅広く周知を行った。利用状況については、令和元年12月までにインキュベーションスペースの個室6室、ブース5席は全て契約済となった。また、コワーキングスペースについても、当初登録者数に伸びは見られなかったが、認知度向上により、令和2年3月31日時点では105事業者が登録し、登録人数は137人となった。この結果、本事業に関連して増加した市内就労者数は34人となった。 セミナー・イベントについては、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、令和2年2～3月のセミナー・イベントの一部が中止となったが、それまでは毎月1回以上創業に関連するセミナー等を開催し、延277人が参加した。このほか、インキュベーション・コワーキングによる創業相談を松戸市の特定創業支援事業に位置づけしており、相談件数は93件となっている。																								
④ 交付金充当額(令和元年度)	15,194,978 円 (交付は対象事業費30,389,957円の2分の1)																								
⑤ 重要業績評価指標(KPI)	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">KPIの名称</th> <th colspan="2">目標値</th> <th colspan="2">実績値</th> </tr> <tr> <th>現状</th> <th>終了時</th> <th>当初</th> <th>現状</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>本事業に関連して増加した市内就労者数(人)</td> <td>10 (H30年度末)</td> <td>70 (R2年度末)</td> <td>0 (H29年度末)</td> <td>32 (R1年度末)</td> </tr> <tr> <td>本事業のインキュベーション・コワーキング施設の利用者数(人)</td> <td>0 (H30年度末)</td> <td>32 (R2年度末)</td> <td>0 (H29年度末)</td> <td>137 (R1年度末)</td> </tr> <tr> <td>本事業における創業セミナー・交流セミナー等の参加者数(人)</td> <td>40 (H30年度末)</td> <td>120 (R2年度末)</td> <td>0 (H29年度末)</td> <td>168 (R1年度末)</td> </tr> </tbody> </table>	KPIの名称	目標値		実績値		現状	終了時	当初	現状	本事業に関連して増加した市内就労者数(人)	10 (H30年度末)	70 (R2年度末)	0 (H29年度末)	32 (R1年度末)	本事業のインキュベーション・コワーキング施設の利用者数(人)	0 (H30年度末)	32 (R2年度末)	0 (H29年度末)	137 (R1年度末)	本事業における創業セミナー・交流セミナー等の参加者数(人)	40 (H30年度末)	120 (R2年度末)	0 (H29年度末)	168 (R1年度末)
KPIの名称	目標値		実績値																						
	現状	終了時	当初	現状																					
本事業に関連して増加した市内就労者数(人)	10 (H30年度末)	70 (R2年度末)	0 (H29年度末)	32 (R1年度末)																					
本事業のインキュベーション・コワーキング施設の利用者数(人)	0 (H30年度末)	32 (R2年度末)	0 (H29年度末)	137 (R1年度末)																					
本事業における創業セミナー・交流セミナー等の参加者数(人)	40 (H30年度末)	120 (R2年度末)	0 (H29年度末)	168 (R1年度末)																					
⑥ その他のデータ																									
⑦ 事業効果	<p>1 地方創生に非常に効果的であった</p> <p>② 地方創生に相当程度効果があつた</p> <p>3 地方創生に効果があつた</p> <p>4 地方創生に効果がなかった</p> <p>1 総合戦略のKPI達成に有効であった</p> <p>2 総合戦略のKPI達成に有効であったとは言えない(自由意見)</p>																								
⑧ 有識者懇談会での意見	<p>(注) 懇談会に出席される皆様から意見を頂戴したい部分です。</p> <p>(注) 選択肢の内容は、内閣府がこれまで指定しているものです。</p> <p>(注) 選択肢の内容は、内閣府がこれまで指定しているものです。</p>																								
⑨ 令和2年度の状況	<p>【説明】</p> <p>1 追加等さらに発展</p> <p>2 事業内容の見直し(改善)</p> <p>③ 事業の継続</p> <p>4 事業の中止</p> <p>5 予定どおり事業終了</p>																								
⑩ 令和2年度の実績	令和2年度に入ってから、インキュベーションスペースの個室6室、ブース5席は契約が継続している。また、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、4～5月のコワーキングスペース稼働率は低下したものの、6月以降改善しており、9月10日時点の登録者数は127事業者、登録者数は160人に増加している。 セミナーについては、4月よりオンラインに切り替えて、継続的に事業を行っており、今年度に入ってから、合計14回開催し、8月末までの参加者数は延べ269人となった。 相談についても、4月より対面形式の相談のほかに、オンライン相談を導入し、8月末までの相談件数は67件となるなど、多くの方に利用されるようになってきており、施設開設以降78人の相談に対応している。この相談者のうち、創業した方が6人、個人で事業を行っていた方で法人を設立した方が2人、創業意思が高く、今後創業が見込まれる方が7人となっている。																								

No.	2
総合戦略	96-97頁
事業名称	インキュベーション・コワーキング施設整備運営事業
① 平成30年度事業と令和元年度事業の相違点	<p>※ 令和元年度事業が、平成30年度事業と比べて目標、効果、特徴等、どのような違いがあるか。</p>
① 令和元年度事業と令和2年度事業の相違点	<p>※ 令和2年度事業が、令和元年度事業と比べて目標、効果、特徴等、どのような違いがあるか。</p>

令和2年度事業では、新型コロナウイルス感染症対策のため、4月～6月については、新規での利用登録を停止するとともに、利用者数を制限した。また、パーティションの設置、コワーキングスペースの席数削減、換気の徹底、消毒液の配置等、感染対策を行っている。利用状況については、年度当初の利用状況は停滞したが、6月以降は改善しており、新規登録者数は増加している。 セミナーや相談については、令和2年4月以降、Zoomを活用したオンライン相談やオンラインセミナーに切り替えて実施したこと、参加者数、相談者数は増加しており、本施設を知っていただくいい機会となっている。
--