

議案（3）

地方創生加速化交付金事業について

平成27年度「地方創生加速化交付金」（国補正予算・平成28年度繰越事業）

補助率：10／10

27年度3月専決
(28年度繰越)

- | | | |
|------------------------------------|------|----------|
| 1) 1次申請分（和歌山県・岩出市との連携事業） | | |
| 紀の川エリアおもてなし観光サイクリング推進事業 | 総事業費 | 9,520千円 |
| 2) 2次申請分（市単独：2事業） | | |
| ●【「フルーツ」を核とした紀の川市シティプロモーション戦略推進事業】 | | |
| ①シティプロモーション策定事業 | 総事業費 | 8,370千円 |
| ②道の駅「青洲の里」再整備基本構想・基本計画策定 | 総事業費 | 5,000千円 |
| ③農産物販売促進事業 | 総事業費 | 1,936千円 |
| ④6次産業化支援事業 | 総事業費 | 2,000千円 |
| ●【ローカルブランディング紀の川市】 | | |
| ①地域ブランド力向上事業 | 総事業費 | 21,320千円 |
| ②農産物販売促進事業 | 総事業費 | 7,840千円 |

28年度当初予算事業より
対象となる事業を抽出

28年度6月補正

平成28年度において事業実施中 ⇒ 平成29年度（4月or5月）に効果検証が必要

紀の川エリアおもてなし観光サイクリング推進 (地方創生加速化交付金 1 次申請分)

事業費 9,520千円

【背景・課題】

紀の川の堤防道路は平坦で、初心者でも走りやすいことから、県は他地域に先駆けて、紀の川エリア（紀の川市、岩出市）のサイクリングロードの整備を行っている。さらに近年、地元食材を使ったカフェやレストランが増え、若年層の観光客やサイクリストが増加していることから、平成24年度に地元サイクリングクラブ・岩出市・紀の川市・那賀振興局・交通事業者等で構成する「紀の川市エリア観光サイクリング推進協議会」を設立し、地域の店舗や観光資源を活用したイベントを行ってサイクリストの誘客を図ってきたが本交付金を活用してさらなる交流人口の増加と地域の活性化を図るものである。

【概要】

京奈和自動車道の整備に伴い、京阪神・奈良・中部方面からのサイクリストの増加が期待できるため、紀の川市・岩出市・那賀振興局・紀の川エリア観光サイクリング推進協議会が連携し、下記の事業を展開してサイクリストの誘客と地域の活性化を図るものである。

- ①サイクリストおもてなし店の設置（サイクリストに対し、何らかのサービスを行う店舗。のぼりやステッカー、バイクラックの購入）
- ②レンタサイクルの整備強化（現3箇所の拠点を5箇所に増設。また新たに自転車15台を購入）
- ③走行イベントの開催（レンタサイクルの利用促進及びおもてなし店や観光資源を活用したイベントの開催）
- ④広告活動の実施（サイクルマップの作成及び集客力のある大規模展示会にブースを出展しPRを行う）

事業費 13,600千円（①2,100千円、②4,060千円、③700千円、④6,740千円）

（うち、**紀の川市負担分：9,520千円、岩出市負担分：4,080千円**）

KPI（重要業績評価指標）

- 観光人口 現状：188万人 ⇒ 平成32年度：220万人
- サイクリストおもてなし店舗数（紀の川市） 現状：10店舗 ⇒ 平成32年3月：60店舗
- レンタサイクル利用者数 現状：96人／年 ⇒ 平成32年3月：300人／年

「フルーツ」を核とした紀の川市シティプロモーション戦略推進

(地方創生加速化交付金2次申請分)

事業費 14,984千円

【背景・課題】

フルーツはもちろんのこと、華岡青洲や貴志駅、めっけもん広場等、多数の地域資源を有しているが、その情報発信が散漫的で各地域資源間の誘導を行えておらず、地域経済への貢献が出来ていない状況である。これを打開するため、「効率的・効果的な情報発信」を行うことにより、市の認知度を向上させるとともに各地域資源の連携を行い、従来の一箇所滞在型ではなく市内周遊型観光への移行を図る必要がある。

事業名 シティプロモーション戦略事業

概要 ターゲットを絞った効率的・効果的な情報発信を行うための計画を策定して実行することにより、認知度の向上と交流人口の増加を図るとともに、道の駅「青洲の里」の再整備を行うための基本構想・基本計画を策定する事業。

①シティプロモーション戦略の策定

②道の駅「青洲の里」再整備基本構想・基本計画策定

事業費 11,048千円（①6,048千円、②5,000千円）

展開 シティプロモーション戦略で計画されたアクションプランの実行により、認知度の向上と交流人口の増加を図るとともに、道の駅「青洲の里」の再整備を行い、観光だけでなく人と地域の交流拠点として地域内外からの集客を目指す。

事業名 農産物販売促進事業（トップセールス）

概要 都市部の市場や飲食店、大型スーパー、関西国際空港などの集客が見込める施設において、市場関係者や消費者に対して紀の川市産フルーツのセールスを行う事業

事業費 1,936千円

展開 トップセールスを行うことにより、認知度の向上や市場と消費者のニーズの把握を行い、そのデータを基にした販売戦略を展開して、フルーツの販路開拓と消費拡大を図り、農業収入の増加に繋げる。

「フルーツ」を核とした紀の川市シティプロモーション戦略推進

(地方創生加速化交付金2次申請分)

事業費 14,984千円

事業名 6次産業支援事業

概要 トップセールスやアンケート等により把握した消費者ニーズのデータを基に、新たな加工品の開発や製造を行う農家等に対してその創業資金の一部の支援を行う事業。

事業費 2,000千円

展開 都市部の消費者ニーズに合致した加工品を製造・販売することで、農業収入の増加、経営の安定化を図り、新規就農者や後継者の確保及び農業の活性化に繋げる。



【KPI（重要業績評価指標）】

- 観光人口 現状：188万人 ⇒ 平成32年3月：220万人
- 市場流通におけるフルーツ主要6品目の販売額 現状：715,341万円 ⇒ 平成32年3月：737,017万円
(紀の里農業協同組合取扱分)
- 地域ブランド調査による魅力度順位 現状：276位 ⇒ 平成32年3月：200位以内
- 創業比率 現状：1.44% ⇒ 平成32年3月 2.00%

【背景・課題】

生産現場では、農産物価格低迷に伴う生産規模縮小・販路の閉塞・農家数に至っては約26%(2000年対比)も減少し、基幹産業の維持継続が困難な状況に直面している。紀の里農業協同組合は新たな販路を求め、台湾へ桃を輸出しているが、データに基づいたマーケティングではなく、人脈による不安定な販路形成であることから、輸出先の市場ニーズに合致しているのかの信憑性に欠け、将来、販路の拡大を見据えた際には、各国の市場ニーズを調査する必要性が生じている。

国内市場

事業名 農産物販売促進事業

概要 近大が経営する飲食店(東京・大阪)に、旬のフルーツを配送しマーケットイン調査を実施する。加え、若年層の支持を獲得するために関西コレクションへケータリング素材としてフルーツを提供し認知度を高める。

事業費 7,840千円

展開 分析結果に基づき、消費者ニーズが高い製品を6次産業化で製造し、新たな地域資源の深堀と既存資源のブラッシュアップを図り、地域経済の拡充へ繋げる。



海外市場

事業名 地域ブランド力向上事業

概要 TPPを見据え、関西国際空港への立地条件の優位性を最大限に活かし、国外への農産物の市場開拓の礎と輸出拡大に向けて確実性を高めるために、アライアンスパートナーであるピーチアビエーションと連携し、訪日外国人に向けてアンケート調査を実施。

事業費 21,017千円

展開 輸出国を選定するためのデータベースとして整備し、海外市場へ輸出拡大が望める環境を整え、農業所得向上と農業基盤の堅持に繋げ、地域経済を支える。

KPI (重要業績評価指標)

- 観光人口 現状：188万人 ⇒ 平成32年度：220万人
- 果樹類の農産物販売金額 現状：383,197万円 ⇒ 平成32年度：398,756万円
- 輸出货量
 温州みかん：290 t ⇒ 平成32年度498 t /、柿：60 t ⇒ 平成32年度264 t /、桃：110 t ⇒ 平成32年度580 t