

地方創生加速化交付金 効果検証シート（案）

交付金名	ローカルブランディング紀の川市		担当課	企画調整課	検証日	平成29年6月13日
事業目的	全国有数の果樹産地を形成している一方、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年と2015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ため、「稼ぐ力を創出」するために市場調査を実査し、データに基づいたマーケティングを展開する					
財源 (千円)	当初予算額	補正額	決算額	執行率	主な支出(千円)	
	国費	28,857	0	26,195	90.8%	地域ブランド力向上事業(21,016千円)
	県費	0	0	0	0	農産物販売促進事業(5,179千円)
	市費	0	0	0	0	
	事業費	28,857	0	26,195		

PLAN【計画】

計画概要	<p>■地域ブランド力向上事業</p> <p>ピーチアビエーションの顧客に対し「機内食の搭載」「機体へのステッカー貼付」「機内アナウンス」等のPRプロモーションと併せ、紀の川市産フルーツに関するアンケートを実施し海外販路の可能性を測定する事業</p> <p>■農産物販売促進事業</p> <p>近畿大学が消費圏で経営している2店舗へ、紀の川市産フルーツを旬の時期に配送し、一般消費者に実食して頂き、国内需要の傾向を図るためにアンケートを実施する事業</p>
------	--

DO【実行】

実施効果	<p>■地域ブランド力向上事業</p> <p>①期待できる海外市場と、現地消費者が好むフルーツの品目を特定した</p> <p>②PRのために機内食として提供していた氷菓を、継続して機内販売品として搭載する商談が整った</p> <p>■農産物販売促進事業</p> <p>①消費圏でのニーズ調査や好まれる加工品の傾向を測定した</p> <p>②フルーツの実食を通して首都圏・大阪圏で認知度を高めた</p>
------	--

CHECK【検証】

指標		単位	基準値	開始値	実績値	目標値	最終目標値
			H26	H27	H28	H28	H31
本事業の KPI	観光人口	万人	188	185.6	180.8	190	220
	地域ブランド調査による魅力度順位	位	-	276	652	260	200
	県フルーツ輸出货量(温州みかん・柿・桃)	t	-	460	445	463	1,342
	農産物販売金額	万円	-	383,197	-	387,029	398,756
総合戦略の 数値目標	社会増加数	人	▲176	▲376	▲394	▲71	0
	観光人口	万人	188	185.6	180.8	190	220

担当課評価	審議会
<p>課題</p> <p>・ピーチアビエーション航空の就航地に絞り込み、アンケートを実施したため、その他各国の消費者ニーズや食習慣が把握できなかった。</p>	<p>課題</p> <p>・品目別に最適な輸送方法とコストを検証すべきである。</p> <p>・「紀の川市産フルーツを使用したアイスクリーム」が機内食として提供されている事実がPR不足である。</p> <p>・国内需要の状況を把握した上で国外へ展開すべきである。</p>

ACTION【改善】

担当課	審議会
<p>改善案</p> <p>・本交付金を活用して「訴求すべきマーケット」に設定した香港・台湾以外への他国にも、更なる販路拡大を図るため市場調査を行う必要がある。</p>	<p>改善案</p> <p>・関西国際空港へのスムーズな物流と、安全安心なフルーツを供給できる農業基盤の強みを活かし、紀の川市にとって有益な販路開拓と、その他の購入チャンネルの拡充に加え、各品目に即した輸送試験を行う必要がある。</p> <p>・シティプロモーションと抱合し機内食を通じて市の認知力を高める必要がある。</p>

本部会（案）	
方針	
議会	報告日 平成29年 月 日

地方創生加速化交付金 効果検証シート（案）

交付金名	「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		担当課	企画調整課	検証日	平成29年6月13日
事業目的	「華岡青洲」・動物駅長の先駆けである「たま駅長」等の地域資源に恵まれ、国内外から集客はあるが、各資源の情報が散漫的で他の地域資源への政策的誘導が行えておらず、地域経済の活性化に貢献出来ていないという課題に対し効率的・効果的な情報発信により、地域資源のブラッシュアップを図り市内周遊型観光へ誘導する					
財源 (千円)	当初予算額	補正額	決算額	執行率	主な支出(千円)	
	国費	14,984	0	12,216	81.5%	シティプロモーション戦略事業(5,670千円)
	県費	0	0	0	0	交流拠点再整備基本構想・計画(4,255千円)
	市費	0	0	0	0	農産物販売促進事業(1,537千円)
	事業費	14,984	0	12,216		6次産業支援事業(754千円)

PLAN【計画】

計画概要	<ul style="list-style-type: none"> ■シティプロモーション戦略事業 紀の川市の魅力をターゲットに合わせた的確に発信し、認知度の向上と交流人口の拡大を図る戦略を策定する ■農産物販売促進事業 都市部の市場関係者や消費者に対して、紀の川市産フルーツのトップセールスを行い販路維持と消費安定を図る ■6次産業支援事業 アンケート結果からニーズが高い商品を、6次産業で製品化する際の支援を行う
------	--

DO【実行】

実施効果	<ul style="list-style-type: none"> ■シティプロモーション戦略事業 <ul style="list-style-type: none"> ・半年周期の進捗を管理するために具体的な行動計画を策定した ・訴求したいターゲット層の人材を、戦略策定段階から加入頂いた ・「人と資源の交流拠点」として道の駅を再整備する基本構想と基本計画を策定した ■農産物販売促進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・紀の川市産フルーツの市場流通の安定化と、一般消費者への認知力を高めた ■6次産業支援事業 <ul style="list-style-type: none"> ・化粧箱のデザインを開発 ・フルーツを使用した商品開発（調味料） ・フルーツを使用した商品開発(アイスクリーム)
------	--

CHECK【検証】

指標		単位	基準値	開始値	実績値	目標値	最終目標値
			H26	H27	H28	H28	H31
本事業の K P I	観光人口	万人	188	185.6	180.8	190	220
	市場流通におけるフルーツ主要6品目の販売額	万円	-	662,910	683,346	715,341	737,017
	地域ブランド調査による魅力度順位	位	-	276	652	260	200
	創業比率	%	-	-	-	1.44	2.00
総合戦略の K P I	社会増加数	人	▲ 176	▲ 376	▲ 394	▲ 71	0
	観光人口	万人	188	185.6	180.8	190	220

担当課評価		審議会	
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・点在する既存資源だけでなく、新たに資源を掘り起こすことが必要 ・メディアに対する効果的なリリース方法を学ぶ機会が必要 	課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットに向けて情報を整理し、東ねて発信する仕組みには着手できているが、「いつ・どこへ・どのように」情報を発信するのかを具体的に示す必要がある。 ・発信する情報を収集する体制が必要である。

ACTION【改善】

担当課		審議会	
改善案	<ul style="list-style-type: none"> ・市外の方、若年層など違った様々な視点から紀の川市を捉える人材が必要 ・ターゲットにあわせた「情報の見せ方」を学習する 	改善案	<ul style="list-style-type: none"> ・対象者と時期を意識したロードマップが必要である。 ・「地域の稼ぐ力」に繋がる6次産業を考える必要がある。 ・インナープロモーションを高める手段として、安全安心な産地を連想させる「食育」との連携を考慮すべきである。 ・調査分析をもとに拠点整備をすすめるべきである。

本部会（案）	
方針	

議会	報告日	平成29年 月 日
----	-----	-----------

地方創生加速化交付金 効果検証シート（案）

交付金名	紀の川エリアおもてなし観光サイクリング推進		担当課	県・紀の川市・岩出市	検証日	平成29年6月13日
事業目的	紀の川エリアは県内他地域に先駆けサイクリングロードが整備され、周辺道路の整備により京阪神・奈良・中京方面からのアクセスが大幅に向上している。こうしたハード整備が整ってきたことを好機とし、サイクリストが訪問しやすい環境づくりを行い、県外に向けて紀の川エリアのPR活動を実施する。					
財源 (千円)	当初予算額	補正額	決算額	執行率	主な支出(千円)	
	国費	9,520	0	9,520	100.0%	サイクリストおもてなし店関連 (2,006千円)
	県費	0	0	0	0	レンタサイクル整備関連 (2,956千円)
	市費	0	0	0	0	走行イベント関連 (320千円)
	事業費	9,520	0	9,520		広報関連 (4,238千円)

PLAN【計画】

計画概要	<p>①サイクリストおもてなし店関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サイクリストに対しておもてなしを行う店舗を認定 ・おもてなし店を自転車で周遊してもらうラリーイベントを実施 <p>②レンタサイクルの体制強化</p> <p>③紀の川エリアの特色を活かした走行イベントの実施</p> <p>④展示会等によるPR活動の実施</p>
------	--

DO【実行】

実施効果	<p>①-1 サイクリストに独自サービスを行う店舗にバイクラック等を提供し、「サイクリストおもてなしスポット」として登録。</p> <p>-2 「サイクリストおもてなしスポット」を周遊するシールラリーを開催（平成29年2月18日～3月20日）。</p> <p>② レンタサイクルを40台新たに購入し、団体対応可能な体制に整備。</p> <p>③ 紀の川エリアの特色を活かした走行イベントを2回開催。うち、1回はJR和歌山線と連携しサイクルトレインを実施。</p> <p>④-1 サカモトインターナショナル2016・名古屋サイクルランド2017・サイクルドライブ大阪2017に出展し、県外に紀の川エリアをPR。</p> <p>-2 サイクリングマップ等のPRツールを新たに作成。</p>
------	--

CHECK【検証】

指標		単位	基準値	開始値	実績値	目標値	最終目標値
			H26	H27	H28	H28	H31
本事業の KPI	サイクリストおもてなし店	店	—	0	32	30	60
	レンタサイクル利用者	人	—	110	133	200	300
総合戦略の KPI	観光人口	万人	188	185.6	180.8	190	220

担当課評価		審議会	
課題	・紀の川エリアにおけるサイクリングは京阪神地域での認知度が上がっており、年々レンタサイクル利用者は増加している。しかし、団体向けのPRが不足している。	課題	<p>・旅行会社等への働きかけを強め、海外を含めたサイクリングツアーの誘致を視野に入れた事業を展開すべきである。</p> <p>・レンタサイクルの利用実績を把握し、地元企業の福利厚生や地域団体等の健康推進としての活用も検討すべきである。</p>

ACTION【改善】

担当課		審議会	
改善案	・県や岩出市の協力のもと、サイクリングコースのインフラが整備されつつあるので、今後は紀の川エリアとして、更に積極的な集客を図るため、周辺自治体との有機的な連携をもち、旅行会社等へツアー誘客など一体的な働きかけを行う必要がある。	改善案	<p>・初心者でも安心して走れる平坦なサイクリングロードであり、河川敷の素晴らしい景色を眺めながら走れる強みを活かし、旅行会社や地元企業等へ働きかけ、PRを含め更に周辺自治体を取り込み広域性を意識した、有機的な連携事業を推進すべきである。</p>

本部会（案）	
方針	

議会	報告日	平成29年 月 日
----	-----	-----------