

地方創生推進交付金 効果検証シート

交付金名	紀の川市フルーツエクスポート推進事業		担当課	農林振興課	検証日	令和1年6月3日
事業目的	農政の本質的課題である「農業者の所得拡大」を実現するために、継続的に世界市場のトレンドを的確に捉え、本市の地域資源であるフルーツを積極的に輸出し、利益を常に意識した「攻めの農業」への構造改革を進める。					
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	2,470	0	1,853	75.0%	農産物販売促進事業 (3,920千円)
	県費	0	0	0	0	
	市費	2,470	0	2,067	83.7%	
	事業費	4,940	0	3,920		

PLAN【計画】

計画概要	<p>■紀の川市フルーツエクスポート推進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・優位的に商談をすすめるために、輸出セミナー（ネゴシエーションセミナー）を開催する ・台湾・香港の2ヶ国で、現地商談会を開催し、卸売業者・小売業者等へ販路確保を訴求する ・多角経営の可能性を拡張するために、市場価値が低いフルーツ（B級）を利活用した商品を、製造販売する
------	---

DO【実行】

実施結果	<p>■紀の川市フルーツエクスポート推進事業</p> <p>i) 商談を優位に進めるために、参加事業者を対象に「出展者説明会」・「スキルアップセミナー」を実施。</p> <p>ii) 「香港」「台湾」で現地商談会を開催。</p> <p>香港 / 開催日：11月6日～11月7日 / 参加事業者：2社 / 商談回数：24商談</p> <p>台湾 / 開催日：2月26日～2月27日 / 参加事業者：3社 / 商談回数：31商談</p> <p>iii) UHA味覚糖・Peach Aviationとコラボした「コロロPeach」を開発。12月1日からPeach機内で先行発売し、1月28日からは関西のスーパー・ドラッグストアで販売を開始。</p>
------	---

CHECK【検証】

指標	単位	総合戦略	実績値				最終目標値
		H26	H28	H29	H30	R1	
本事業の K P I	台湾・香港への輸出額	千円		115,945	106,584	102,596	119,457
	小売業者との契約締結件数(累計)	件		0	2	2	9
	フルーツの栽培を開始した新規就農者数(累計)	人	18	32	40	45	45
総合戦略の 数値目標	認定農業者数	人	325	329	314	303	343
	新規就農者数	人/年	28	24	12	8	25

市(担当課・推進本部)		審議会	
課題	<p>輸出額については、桃の不作等の理由による事業以外の減少幅が大きく、また、ある程度の契約は達成できたが、1契約あたりの輸出額が少なく、輸出額増加にまでつなげられなかった。</p> <p>契約件数については、商談会終了後も継続して商談を行っているため、今後増加する可能性があるが、KPIの達成には、契約件数の増加もしくは、1契約あたりの輸出額の増加が必要であることが分かった。</p>	課題	<p>農業の後継者不足が深刻化している中、農業を魅力的な就業先とするためには、農業所得の向上が重要です。そのためには、農業産出額が増えるのはもちろんですが、農産物の販売単価の向上が併せて求められます。また、農業者の経営・マーケティング能力の向上も課題となります。</p>

ACTION【改善】

市(担当課・推進本部)		審議会	
改善案	<p>台湾・香港での商談会では一定の成果があり、バイヤーとの接点も出来たため、今後継続的に商談を行うことにより、輸出額増加につなげていく。しかし、商談会参加者の市場規模が想定していたより小さかったため、台湾・香港における商談会に参加するのみでは、輸出額の増加に限界がある。</p> <p>そこで、更なる輸出額増加に向けて、市場規模が大きくアジアにおける流通の拠点であるシンガポールで現地商談会を実施することにより、新たなバイヤーとの接点を形成し、輸出量増加につなげる。</p>	改善案	<p>引き続きフルーツを核とした農産物のブランド化等を進め、農業所得の向上を図る必要があり、農産物の生産以外の体験型農業等についても展開を進め、様々な面で収益を上げる仕組みの検討も必要であると考えます。また、空港での販売・PRなど、インバウンド(外国人旅行者)をターゲットとした取組みにより輸出に繋げる方策についても検討いただきたい。</p> <p>なお、Eコマーステストマーケティングにおいては、ネット市場販売の可能性を十分に検証していただきたい。</p>

議会	報告日	令和元年6月17日
----	-----	-----------

地方創生推進交付金 効果検証シート

交付金名	紀の川フルーツ・ツーリズムビューロー推進による地域ブランド力強化事業		担当課	地域創生課、観光振興課	検証日	令和1年6月3日
事業目的	「シティプロモーション戦略」に基づき、市の認知度向上を図ると同時に、地域の観光の中核を担う「紀の川市版DMO」を設立し、一体的なプロモーションにより、交流人口の増加及び移住・定住人口の増加を図る。					
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	22,128	0	20,364	92.0%	広報広聴事業(8,143千円)
	県費	0	0	0	0	観光交流創造事業 (34,974千円)
	市費	22,128	0	22,753	102.8%	
	事業費	44,256	0	43,117		

PLAN【計画】

計画概要	地方創生加速化交付金対象事業である、「『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事業」において、策定したシティプロモーション戦略に基づき事業を実施し、市の認知度を向上させる。また、地域観光の推進を主体的かつ中核を担う組織として「紀の川市版DMO」を設立し、継続的に稼ぐ観光産業を創出する。
------	--

DO【実行】

実施結果	<p>■シティプロモーション事業</p> <ul style="list-style-type: none"> i) プレスリリース支援（コロナPeach発売にかかるプレスリリース実施/WEB49媒体） ii) メディアキャラバン（4ジャンル・11媒体のメディアへプロモーションを実施） iii) 女子会ワークショップ開催 iv) トラベルガールズフェスタ2018へ出展 v) PR動画制作 <p>■DMO</p> <ul style="list-style-type: none"> i) 設立準備委員会、意見交換会等の開催 ii) (一社)紀の川フルーツ観光局の設立 iii) ホームページの制作 iv) 旅行商品、特産品販売サイトの制作 v) マーケティング調査の実施 vi) 国内・海外プロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> vii) 旅行商品の開発・販売 viii) 観光交流拠点配布用観光パンフの制作 ix) 観光交流拠点での観光案内、特産品販売 <p>■紀の川市まちづくり人材育成塾の開催</p>
------	---	--

CHECK【検証】

指標	単位	総合戦略		実績値			最終目標値
		H26	H28	H29	H30	R1	
本事業の K P I	観光人口【観光客入り込み客数】	千人	1,880	1,790	1,670	1,719	2,200
	新たな観光ルートの構築件数（累計）	件		0	0	5	5
	交流拠点利用者数（累計）	人		0	0	7,600	11,000
総合戦略の 数値目標	社会増加数	人	▲ 176	▲ 394	▲ 346	▲ 384	0
	観光人口	千人	1,880	1,790	1,670	1,719	2,200

市（担当課・推進本部）		審議会	
課題	シティプロモーションについては、市の知名度向上の観点でイベント等に参加したが、他地域との差別化が出来なかったため、観光客の増加にはつながらなかった。また、DMO分野においては、交流拠点設置後の体制づくり等に期間を要し、本格的な運営には至らなかった。	課題	シティプロモーションは「地域イメージの向上」「交流人口の増加」「定住人口の増加」等様々なコンセプトが考えられるが、それぞれの戦略は異なるため、コンセプトを明確にし、そのコンセプトに沿った取組を進める必要があります。また、DMOにおいても、プロモーションは重要なので、コンセプトや戦略等の整合性を検討し、一体的な展開が必要です。

ACTION【改善】

市（担当課・推進本部）		審議会	
改善案	事業の結果、女性をターゲットとしたプロモーションでは、評価を得ることができた。これを有効に活用し、都市部でのマルチ形式イベントや関西圏の銭湯でのイベントを実施することで、女性向けのプロモーションを強化し、観光誘客に注力する。また、他地域との差別化を図るため、市産フルーツのブランドイメージを高め、対外的にPRを行うことで、知名度向上を図る。DMO分野においては、紀の川フルーツ観光局運営の強化・継続に向け、よりマーケットを意識した旅行商品の開発と効果的なプロモーションを進めていくとともに、地域ぐるみでの観光振興に取り組む。	改善案	シティプロモーションとDMOが更に連携を強化し、紀の川市の重要な地域資源である「フルーツ」を継続的な資源として観光やプロモーションに活用した取組を進めていただきたい。また、訪日教育旅行の受け入れ等も検討し、併せて、農業振興による地域活性化を「移住・定住人口の増加」に繋げる仕組みづくりについても検討していただきたい。なお、「フルーツ」以外の観光資源、「青洲の里」「粉河寺」「国分寺」等についても「食べる」「見る」の視点以外の「考える」視点での活用を検討し、更なる地域資源のブラッシュアップを行ってほしい。