

地方創生推進交付金 効果検証シート

| | | | | | |
|---------------------|---|------------|----------------|-----|-----------|
| 交付金名 | 「住いも甘いも紀の川市」移住・定住・交流促進プロジェクト | 担当課 | 地域創生課 農林振興課 | 検証日 | 令和3年7月12日 |
| 事業目的 | 本市の豊富な地域資源を活かした取組、空き家の把握と活用を推進するための取組、基幹産業である農業を中心としたしごと創出の取組等を一体的に進めるとともに、紀の川市シティプロモーション戦略のブランドコンセプトである「住いも甘いも紀の川市」に込められている「住みよいまち」であることを発信することで移住・定住・交流の促進を図り、社会動態の改善と長期的な人口確保を目指す。 | | | | |
| 支出一覧 | 支出額 | 支出額の内交付金 | 支出額の内一般財源 | | |
| シティプロモーション推進事業 | 10,560,000 | 4,785,000 | 5,775,000 | | |
| 移住・定住ポータルウェブサイト構築事業 | 5,500,000 | 2,750,000 | 2,750,000 | | |
| 空き家活用促進連携事業 | 566,500 | 283,250 | 283,250 | | |
| 新規就農者受入プログラム | 8,906,663 | 4,453,331 | 4,453,332 | | |
| 合計 | 25,533,163 | 12,271,581 | 13,261,582 | | |

PLAN【計画】

| | |
|------|---|
| 計画概要 | <ul style="list-style-type: none"> ■「住いも甘いも紀の川市」移住・定住・交流促進プロジェクト ・POPUPショップ出展事業を都市圏を中心に展開し、併せて、Peach航空やメーカーとのタイアッププロモーションを実施する。 ・移住・定住ポータルウェブサイトの構築、空き家情報の掘り起こしのための地域向けセミナーの開催及び相談窓口の運営サポート、新規就農者受入プログラムのカリキュラム作成・内容設計等、2年目に向けた準備・構築を中心に事業を開始する。 |
|------|---|

DO【実行】

| | |
|------|--|
| 実施結果 | <ul style="list-style-type: none"> ■「住いも甘いも紀の川市」移住・定住・交流促進プロジェクト ①メディアプロモーションの実施…劇場版「鬼滅の刃」無限制車編へのシネアド掲出、甘露寺前プロモーションを実施 ②移住・定住ポータルサイトを作成…https://kinokawa-life.jp/ ③空き家に対する相談窓口を開設、空き家対策セミナーを実施 ④新規就農者受入プログラムのカリキュラムの内容を設計 |
|------|--|

CHECK【検証】

| 指標 | 単位 | 総合戦略 | | 実績値 | | | | 目標値 | | | | 最終目標値 |
|-------------|--|--------|-------|-----|----|----|----|-----|----|----|--|-------|
| | | R1 | R2 | R2 | R3 | R4 | R4 | R4 | R4 | R4 | | |
| 本事業のKPI | 転入者数 | 人 | 1,400 | 40 | 30 | 30 | 50 | 110 | | | | |
| | 新規就農者受入プログラム実施による移住者数 | 人 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 10 | | | | |
| | 移住相談件数 | 件 | 113 | 9 | 10 | 30 | 50 | 90 | | | | |
| 市（担当課・推進本部） | | 審議会（案） | | | | | | | | | | |
| 課題 | <ul style="list-style-type: none"> ・当初計画にあったPOPUPショップの出展などは、新型コロナウイルス感染症の影響により中止となったが、メディアプロモーションへとシフトし、効果的にPRすることができた。 ・移住相談件数に対して、ワンストップ窓口を活用した移住者は少数となっている。 ・他産業などからの就農希望者を積極的に確保するためには、研修制度などの受入体制の整備を行う必要がある。 | | | | | | | | | | | |
| 課題 | <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響により当初予定していた事業を新たな事業に振り替える必要が生じながら事業を実施していることは評価できる。今後は、コロナ後を見据えたプロモーションが必要であると考えます。 ・移住希望者に寄り添った提案ができるよう、多くの人に見てもらいやすい「紀の川市移住促進ポータルサイト」を積極的に活用する必要があると考えます。 ・新規就農者にとって大きな壁となっているのは、農業所得の低さだと考えられます。農業においても他業種並みの所得を確保できれば就農を考える人が増えるのではないのでしょうか。そのためには、効率性の向上、商品の差別化が必要であると考えます。 | | | | | | | | | | | |

ACTION【改善】

| | | | |
|-------------|--|--------|--|
| 市（担当課・推進本部） | | 審議会（案） | |
| 改善案 | <ul style="list-style-type: none"> ・第2期シティプロモーション戦略に備え、第1期戦略の課題整理を行い、効果的な事業の遂行をする。 ・市独自の空き家バンク制度の登録件数が少ないため運用を見直す。 ・研修カリキュラム、栽培マニュアルの作成を行う。 | 改善案 | <ul style="list-style-type: none"> ・シティプロモーション事業に関し、地域資源であるフルーツを活用したイメージアップは重要であり、引き続き他の関係部局との連携のもと多角的な取組を進め、市内外へ地域の魅力を情報発信していただきたい。 ・地域おこし協力隊と連携し、空き家（空き家になることが確実な準空き家を含む）情報の掘り起こしを進めることで空き家バンクへの登録件数の増加につなげ、移住希望者の選択肢を広げていただきたい。 ・観光分野等の他の関係部局と連携しつつ、フルーツを核とした農産物のブランド化等を引き続き進め、農業者の所得向上に努めるとともに後継者不足についても検討して頂きたい。 |

地方創生推進交付金 効果検証シート

| | | | | | |
|------|---|------------|-----------|------------|-----------|
| 交付金名 | 関空立国デスティネーション化推進事業 | 担当課 | 観光振興課 | 検証日 | 令和3年7月12日 |
| 事業目的 | 関空から車で40分という利便性を生かし、関空利用の訪日観光客を紀の川エリアまで周遊させるため、①紀の川市の最大の魅力である年中とれるフルーツを楽しんでもらえる体験型観光コンテンツ作りを強化するとともに、②関空を中心とした関西圏からの様々な移動手段を活用したツアー企画や体験商品の販売、③フルーツや地域農産物等を活用した特産品を開発販売することで、旅行消費額の増加、地域の稼ぐ力の強化につなげていく。 | | | | |
| 支出一覧 | | 支出額 | 支出額の内交付金 | 支出額の内一般財源 | |
| | 観光交流創造事業（紀の川フルーツ観光局補助金） | 15,832,512 | 1,300,000 | 14,532,512 | |
| | うち交付金対象事業分 | 2,604,900 | 1,300,000 | 1,304,900 | |
| | 合計 | 15,832,512 | 1,300,000 | 14,532,512 | |

PLAN【計画】

| | |
|------|---|
| 計画概要 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 関空立国デスティネーション化推進事業 ・ 和歌山市や泉佐野市と本格的な府県域を越えた広域連携を実施することで、広域連携による各エリアのキラコンテンツ造成及びおもてなし人材育成による地域での消費や観光客の取込みの可能性を探る。 |
|------|---|

DO【実行】

| | | |
|------|---|--|
| 実施結果 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 関空立国デスティネーション化推進事業 ① 会議等の開催（総会・理事会・合同部会） ② 団体旅行等受入実施（7回・378名） ③ 視察・研修受入（2回・8名） ④ 個人向けプランの実施（5回・12名） ⑤ 紀の川ステイファーム企画実施（2回・6名） ⑥ マーケティング調査の実施・公表 | <ul style="list-style-type: none"> ⑦ 観光庁の「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」実証事業による実証実験を実施。 ・ 電動シェアサイクルの実証実験 ・ 紀の川フルーツスタンプラリーの開催 ・ 世界遺産「高野山」への新たなルート開拓の検証 ・ 「フルーツグルメ」DVDの作成・配布 ・ コミュニティバスGoogleマップ経路検索機能掲載 ・ フルーツ観光局専用LINEの開設 ・ 「紀の川周遊パス」電子クーポンの販売 |
|------|---|--|

CHECK【検証】

| 指標 | 単位 | 総合戦略 | 実績値 | 目標値 | | | | 最終目標値 |
|-------------|--|--------|---|-------|-------|--------|--------|--------|
| | | R1 | R2 | R2 | R3 | R4 | R5 | |
| 本事業のKPI | 市内宿泊施設のインバウンド宿泊者数 | 人 | 377 | 37 | 2,170 | 2,450 | 2,640 | 10,000 |
| | 当該事業による消費効果額 | 千円 | - | 3,510 | 8,250 | 12,750 | 17,250 | 60,000 |
| | | | | | | | | |
| 市（担当課・推進本部） | | 審議会（案） | | | | | | |
| 課題 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルス感染症の影響により観光交流拠点への来客数が大幅に減少している。 ・ DMOに対する市のかかわり方（人材の派遣や補助金）について、検討する必要がある。 | | <ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルス感染症の影響を受けながら可能な限り最大限の安全対策を実施した上で様々な事業を実施していることは評価できる。今後はコロナ後を見据えた事業展開が必要であると考えます。 ・ 引き続き地域の稼ぐ力を引き出す施策を展開していく必要があると考えます。 | | | | | |

ACTION【改善】

| | | | |
|-------------|---|--------|---|
| 市（担当課・推進本部） | | 審議会（案） | |
| 改善案 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 泉佐野市、和歌山市と広域連携に取り組み、組織自体が旅行商品など開発等により収益力をつけ、持続的運営ができるよう支援を行う。 ・ 紀の川フルーツ観光局が管理する観光交流拠点「紀楽里」を今以上に有効活用することにより、観光交流人口の増加と地域産業の活性化に努める。 | 改善案 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光分野においては、新型コロナウイルス感染症の影響により全国的に海外からはもちろん他県からの観光客も見込むことは難しい状況となっています。そのため、県内観光客にターゲットを絞り、消費を拡大する事業に取り組んでいただきたい。 ・ 2025年に開催予定の大阪万博には、多くの外国人が関西を訪れる。その観光客をターゲットにした施策についても検討して頂きたい。 |