

【資料2】地方創生推進交付金に係る事業評価シート

No	交付対象事業の名称	交付対象事業の概要	実績額(単位:円)		本事業における重要業績評価指標(KPI)					本事業終了後における実績値・評価		実績値を踏まえた事業の今後について(担当課所見)	記入担当課名	外部有識者からの評価		
			総事業費	交付金充当経費	指標	単位	当初値	目標値H30.3	長期目標H32.3	実績値H30.3	目標値に対する達成度合い			事業効果(担当課評価)	今後の方針	事業の評価
1	地域産品の高付加価値化と食のまちづくりによる雇用創出事業	中心となる地域産品の高付加価値化を図るため、高級な養殖魚として、非常に評価の高いマハタについて、甘夏等の地域産品を添加したオリジナル飼料や新たなレシピ等を開発し、新たな販路開拓と流通促進、「おわせマハタ」のブランド力を強化し高付加価値化を図る取り組みを行う。 また、地域資源を活用し、新たな調理加工技術も取り入れた名物メニューの開発、特産品開発をおこない、市内外においてこれらを普及定着させるためのプロモーション活動に取り組んでいく。	4,676,945	2,206,771	指標①	観光入込客数	人	635,544	650,544	680,544	648,189	②目標値の7割以上達成	②地方創生に相当程度効果があった ①事業の継続(計画通りに事業を継続する)	商工観光課 水産農林課	■総合戦略のKPI達成に有効であった □総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	指標については、概ね目標を達成しており、本事業が指標の達成に有効であったと認められる。 養殖マハタについては、生産額が大幅に伸びているが、価格が高いことなどから、地元消費が少ない。当地での知名度の向上が課題である。
指標②	マハタ生産額	千円	166,000	166,825	168,475	229,996	①目標値を達成									
指標③	市内事業所への就業者数	人	4,976	4,976	4,976	5,055	①目標値を達成									
指標④																
2	子育てしたい・しやすいまちづくりによる移住促進事業 (広域連携事業:尾鷲・熊野・紀北・御浜・紀宝)	自然環境を活かした子育ての魅力づくり事業や子育て支援組織・団体、子育ての先輩である高齢者や高校生ボランティア等も含めた子育て人材などの育成を行うなど、地域内の子育て環境の充実を図るとともに、5市町会間による都市部での相談会の開催や情報発信をすることで、都市部からの子育て世代の移住の促進を図る。 5市町が連携するにあたっては、官民連携による「子育てしたい・しやすいまちづくりのための移住促進会議」により、都市部における子育てを通じた移住促進の情報発信や子育てに関する情報交換を行う。 また、子育て世代等の移住希望者を受け入れるための体制整備として、それぞれの市町の強みを活かしたライフスタイルの提案や、移住希望者に生活体験をしていただく土壌作りなど、移住希望者を受け入れるためのベース作りを行う。また、5市町で取り組むことのスケールメリットを生かし、情報発信力の強化を図るとともに、市町相互間での連絡体制を確立し、移住希望者の利便性の向上を図る。 子育てを通じた移住促進の具体的な取組にあたっては、次の5つの柱で取り組みを進めます。これらの事業を横断的に連携させることで「子育てしたい・しやすいまちづくりによる移住促進」を進めていく。 ①紀伊半島の自然や田舎の良さを活かした子育て事業の充実 ②子育て支援組織・団体、子育ての専門家等子育てを具体的にサポートする体制・人材の充実 ③子育て支援等にかかる市町の側面支援 ④移住希望者を受け入れるためのベース作り ⑤官民連携による都市部への移住促進PR	2,777,892	1,247,496	指標①	移住に係る行政窓口(空き家の情報提供や移住体験などを担当する各市町の定住移住関連担当窓口)を活用した東紀州地域への移住者数	人	91	60	65	96	①目標値を達成	③地方創生に効果があった ①事業の継続(計画通りに事業を継続する)	政策調整課 生涯学習課	■総合戦略のKPI達成に有効であった □総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	指標については、概ね目標を達成しており、本事業が指標の達成に有効であったと認められる。 子育てについては、サポーターや高齢者、ボランティアの方々と、官民とが一体となって取り組んでおり、子育てしやすいまちとなっていると感じられる。今後も継続した取り組みが必要である。 移住促進については、地域のプロジェクトとして達成感が得られており、今後も継続して取り組んでいく必要がある。
指標②	移住相談会への参加回数	回	15	30	34	33	①目標値を達成									
指標③	子育て支援施設の利用人数	人	20,358	20,580	21,580	17,253	②目標値の7割以上達成									
指標④																
3	「世界遺産」地域産業」を活用した観光DMO推進事業 (広域連携事業:尾鷲・熊野・紀北・御浜・紀宝)	自然豊かな観光資源が豊富な魅力ある東紀州地域へ、国内はもとより外国人観光客を誘客し、特産品の購買等この地域での消費のしつみを構築推進するため、共通のコンセプトのもと観光客のニーズ分析に基づいたマーケティングと地域の関係団体との連携を担うDMOの立ち上げを目指す。合わせて、DMOにより企画販売した商品等の受け皿を5市町が担って行くことを目指していく。そして、その目的のために、訪日外国人旅行者向けの母国での情報発信、訪日外国人旅行者に受け入れ環境整備や、東紀州5市町三重県官民協同による海外セールスを積極的にを行い、この地域への誘客に繋げていく。 観光DMOの設立、国内外観光客を活用した地域活性の具体的な取組にあたっては、次の4つの柱を進めていく。 ①東紀州地域内での観光DMO設立に向けた専門的な人材育成、データ収集分析 ②インフルエンサーのWeb・SNS等を活用した訪日外国人旅行者向け情報発信 ③外国人ビジターセンター開設も含めた訪日外国人旅行者受入れの環境整備 ④東紀州地域5市町三重県官民協同による海外セールスによる誘客促進	2,836,795	1,331,660	指標①	東紀州地域における観光消費額	百万円	46,423	46,523	46,723	54,712	①目標値を達成	②地方創生に相当程度効果があった ①事業の継続(計画通りに事業を継続する)	商工観光課	■総合戦略のKPI達成に有効であった □総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	指標はすべて達成しており、本事業が指標の達成に有効であったと認められる。 熊野古道が最大の観光資源と考えられるため、この客層をまちなかへ誘客する仕組みづくりが必要である。 観光情報発信については、これまでの中京・関西方面の大都市からの誘客活動に加え、熊野古道の発着点である奈良や和歌山方面へのアプローチも、熊野古道観光客数の増加には有効であると考えられる。
指標②	地域別観光入込客数	千人	1,811	1,850	1,940	2,096	①目標値を達成									
指標③	伊勢志摩・東紀州立ち寄り率・伊勢志摩→東紀州	か所	5.10	5.21	5.51	5.9	①目標値を達成									
指標④																