

## デジタル田園都市国家構想交付金に係る事業評価シート

No	交付対象事業の名称	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)と実績値										本事業終了後における評価		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	単年度ごとの目標値と実績					3年間の目標値と実績			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	
							R3 実績値	R3 実績値	R3 実績値	R3 実績値	R3 実績値	当初値	R5 実績値	長期目標 R5								
							目標値 R3	R3 実績値	目標値 R4	R4 実績値	目標値 R5	R5 実績値	当初値	R5 実績値	長期目標 R5	①目標値を達成	①地方創生に 非常に効果的 であった	①事業の継続(計 画通りに事業を継 続する)		事業の評価	外部有識者からの意見	
1	雇用拡大を目的とした食品関連産業の市場マーケティング及び新しい販路開拓事業 (R3～R5)	市内事業者の生産活動を活性化させ、若者の働く場所の確保を行い自立して持続した経済活動が実施されるよう、新たな組織を設立し、下記の施策を実施する。  1. 加速度的に変化する消費者ニーズに合わせた市場マーケティングを実施する。それらを進めていくにあたり、行政はもとより商工会議所や金融機関また、本市に地域連携室を置く三重大学TLOなども連携して支援を行う。 それらの中では、現在主流である非対面式の都市部バイヤー等とのWEBマッチング・WEB商談会の実施や、魅力ある商品情報の提供などを実施し、販路拡大を行い地域経済の活性化及び若者の働く場所の確保を進める。  2. これまでは近隣の販売店などの限定的な販路により事業を進めていたが、コロナ禍によりお取り寄せなどECサイトでの販売が増えていることから、商品や製造者のストーリーが分かるように様々なメディアを活用したECサイトを構築し、あらたな販路開拓を実施することで、産業関連地域課題を解決する。  3. 商品の販路拡大には商品情報だけでなく、原材料である魚の生産・水揚げ等情報やヒノキについての情報、また、本地域の歴史・文化・観光を一体的に地域外へ売り出し、「尾鷲市に訪れたい」「尾鷲の商品を購入したい」と思っていたりするような、施策の枠を超えた横断的な施策の展開を図り地域活性化を進める。	4,555,024	2,332,000	指標①	支援事業を通じて拡大した販路開拓数	件	3	9	3	5	3	4	0	18	9	①目標値を達成			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	指標にある目標を2つとも達成しており、売上も上がっていると思われるため、本事業が指標の達成に有効であったと認める。
2	観光DXでかがやく、観光地づくり事業 (R5～R7)	令和2年3月末に候補DMOとなった(一社)東紀州地域振興公社が主な事業推進主体となり、地域全体の観光振興のあり方や具体的な取組を地域の観光に関わるすべての者と連携・協力して定め、役割分担の上で計画的に進める。  1 ポストコロナにおける観光DXを活用した新たな観光のカたちづくり事業 デジタル技術を活用して、以下事業に取り組む。 「事業①:東紀州地域映像・音声ガイド整備事業」 概要①:映像・音声ガイドを視聴できる観光コンテンツを整備する。 「事業②:デジタルマーケティング運用支援事業」 概要②:グーグルビジネスプロフィールを活用したエリアマーケティングを行う。 「事業③:宿泊施設での観光DX活用推進事業」 概要③:宿泊施設のデータを地域全体で収集・分析の上、収益最大化につなげるシステムを構築する。 「事業④:旅ナカパンフレット作成事業」 概要④:グーグルマップと連携させたパンフレットを作成する。 「事業⑤:デジタル観光コンテンツ素材収集・作成事業」 概要⑤:オンライン観光ツアー用の素材収集・コンテンツ作成を行う。  2 持続的なヒトづくりに向けた観光ガイド整備事業 「事業⑥:観光ガイド整備事業」 概要⑥:高付加価値プロガイドの育成・商品化を行う。	1,000,000	500,000	指標①	東紀州地域における観光消費額	百万円	—	—	—	—	1,311	4,487	12,789	17,277	14,100 (※R7) 15,500	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	指標のうち2つで実績値が0となっているが、3ヶ年の事業であり、また東紀州の市町での連携事業であるため、計画に沿って進める必要があるため、後年度に実施される旨、説明を受けた。それ以外の指標概ね達成しており指標の達成に有効であったと認める。
指標②	観光コンテンツアクセス回数	回	—	—	—	—	200	168	0	168	200 (※R7) 3,800	②目標値の7割以上達成										
指標③	デジタルマーケティング参画事業者による業務改善数	件	—	—	—	—	0 R6年度 実施事業	0	0	0	0 (※R7) 15	①目標値を達成										
					指標④	システム参入宿泊施設数	施設	—	—	—	—	0 R7年度 実施事業	0	0	0	0 (※R7) 20	①目標値を達成					
3	持続可能な地域を育む人材育成事業 (R5～R7)	東紀州地域における財産と言える産業、伝統文化を深く知ってもらい、地元を愛する人材育成を行うため、東紀州5市町一体となって官民協働で子どもをはじめとする様々な年代の学びや体験の機会の創出に以下のように取り組む。 「取り組み①:地域での学び・体験の支援」  ・地域の地場産業や文化等を地元の方や地域外の方に深く知ってもらうため、メタバースを活用した地域医療研修や、地元水産物を使った食育、かんきつ学習会、就労体験などを行う。 「取り組み②:子どもの学び・体験の支援」  ・子どもの学習機会の創出のため、子どもの読み聞かせ学習、スポーツ選手等による講演会、ICTを活用した学習支援、屋外遊具の購入などを行う。 「取り組み③:地域に根付く担い手の受け皿づくり」  ・地域に担い手の仕事の選択肢を増やすため、就職相談会の開催、第1次産業の所得向上のための高品質化、6次産業化に向けた支援等を行う。 「取り組み④:地域の魅力の情報発信」  ・地域の魅力の情報を存分に発信するため、市町連携による移住相談会への参加、zoom!による市町連携の移住ウェビナーの開催などを行う。 以上を4本の柱とし、これらを持続的に実施するための仕組みづくりを行い、地元愛着による定住に向けた人材育成を図る。併せて都市部での地域の魅力の情報発信を行い、Uターンを含む移住促進を目指す。	83,000	41,000	指標①	東紀州地域内の高等学校等卒業後の地元就業率	%	—	—	—	—	0.50	4.87	7.97	12.84	8.29 (※R7) 9.44	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	☑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	範囲の広い事業概要に対して事業費が少なくアンバランスで評価が難しいが、国の交付金事業の採択際の結果であることを理解して、目標が概ね達成されていて、本事業が指標の達成に有効であったと認める。
指標②	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	—	—	—	—	22	18	22	40	44 (※R7) 88	②目標値の7割以上達成										
指標③	第1次産業をはじめとする地域の産業及び伝統文化等の体験学習回	回	—	—	—	—	36	40	36	76	72 (※R7) 144	①目標値を達成										
合計			5,638,024	2,873,000																		