

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	事業の評価	外部有識者からの意見
							目標値R4	R4実績値	目標値R5	R5実績値	目標値R6	R6実績値	当初値	R6実績値	長期目標R6											
1	デジタル技術を活用した市内企業の活性化及び魅力発信事業 (R6～R8)	<p>市内事業者の生産活動を活性化させ、自立して持続した経済活動が実施されるよう、市内事業者支援を関係機関と連携し、下記の事業を実施する。</p> <p>【市内企業の活性化】 以下の事業を推進することにより、地元企業の売上向上に繋げ、地域経済の循環率を高め、地域外からの流入を高めるとともに、若年層のUターンに繋がる取り組みを行う。 ・伴走型支援 人口減少と高齢化の課題に対して、地域の企業の維持・存続・発展が重要であることから、市内に本店を有する金融機関が主導し、尾鷲商工会議所や尾鷲市が連携して、事業者の売上向上に繋がる伴走型支援事業を実施する。 ・企業の魅力発信 地元企業の良い所を行政が学術機関と連携し、市内の学校や市民の集まる場所へPRするとともに、地元企業と学生が直接触れ合う機会を創出し、学生が地元企業の良さを把握し、地元で働く大人と交流を持つことで、地元の子どもが地元の企業で働くということに繋がる取組みを進める。また、併せて、インプットした企業情報を学生自らSNSやHPなどでアウトプットすることで情報を拡散することで、地元の企業の良さを地元の住民や子ども達が把握してもらう取組みを進める。 ・イベント集客促進 協同組合尾鷲観光物産協会の飲食部会員が中心となり、物産部会などとも連携してキャンペーンを行うことや、尾鷲商工会議所が事務局となり進めている朝市に参加する事業者の売上向上やPRIに繋がる取組みを進め、市内企業の活性化を図る。 【市内企業のDX推進支援】 尾鷲商工会議所や市内の金融機関が主催する、企業向けDX関連セミナーや、個別相談等による知識の向上に併せて、企業のデジタル化に向けた動きを後押しするため、以下の取組を行う。 ・DX推進支援補助金 市内事業者のDXを促進し、地域経済の発展を支援することを目的に、尾鷲市が補助をすることで、市内事業者がデジタル技術を積極的に導入するための支援を行う。高齢化により、デジタル技術等に対応できていない事業者を底上げするためのITの導入から、ソフトウェアの開発費、キャッシュレスシステム導入費などDXに関連する事業を実施する事業者を対象とし、デジタル技術の導入により、人口減少や、担い手不足などの問題を解決し、企業の活性化に繋げる。 【デジタル技術活用魅力発信】 尾鷲市の魅力を知ってもらい、関係人口を増加させ、尾鷲市に訪れてもらうことに繋げるための情報発信を以下の様々な媒体や関係者と実施する。 ・デジタルマップ活用 協同組合尾鷲観光物産協会と連携し、尾鷲市にある様々な紙媒体のマップをデジタル技術を活用してひとつのマップに集約して更新を進め、飲食店やホテル、お土産などのカテゴリーを設定して、登録する。 ・市内周遊の促進 デジタルマップと併せて、市内のポイントを集約して繋げる市内周遊を促進するため、市内周遊パスポートを作成するなど、尾鷲市への来訪者の滞在時間の増加、再来訪の機会を創出していくための取組を進める。 ・尾鷲市の魅力発信 尾鷲市内の自然を中心とした様々な魅力を発信するため、HPの充実や、学生の視点で尾鷲市の魅力を体験してもらい、それぞれの視点で見た尾鷲の魅力の発信、インフルエンサーによる情報発信、SNS広告など、若年層と連携してデジタル技術を活用した情報発信を進める。</p>	6,280,965	3,139,982	指標①	地域における新規雇用者数	人	—	—	—	—	1	-68	1,083	1,016	1,084 (※R8) 1,086	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	☑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	令和6年度からは、地域経済活性化協議会の事業を中心に、尾鷲市、紀北信用金庫、三重TLO、ハローワーク、商工会議所など関係機関と連携しながら取組を進めている。 特に、伴走型支援事業による売上増加額については、単年度では100万円規模の事業ではあるものの、過年度からの積み上げを含めると、1,000万円規模の成果につながっていると考えられ、本事業が指標の達成に有効であったと認める。				
指標②	支援事業を通じて拡大した売上増加額	千円	—	—	—	—	1,000	1,210	0	1,210	1,000 (※R8) 3,000	①目標値を達成														
指標③	DX推進に向けて行動した事業者数	社	—	—	—	—	10	13	0	13	10 (※R8) 30	①目標値を達成														
指標④	事業に関する情報発信回数	回	—	—	—	—	50	42	0	42	50 (※R8) 150	②目標値の7割以上達成														
2	持続可能な地域を育む人材育成事業 (R5～R7)	<p>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。</p> <p>「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。</p> <p>「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。</p> <p>「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。</p> <p>「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ブセミ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。</p>	124,000	62,000	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	6.14	0.55	-3.12	6.70	3.02	7.75 (※R7) 8.35	④目標値の達成は5割未満	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	都市部への移住促進PRや、都市部で開催される移住相談会、他市町と連携したZoomによる移住Webセミナー等、各種移住関連イベントへの参加費用に活用することで、関係人口の拡大も含めた継続的な取組として、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	24	22	64	66 (※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元の産業及び伝統文化等の体験学習回数	回	—	—	36	40	36	40	36	116	108 (※R7) 144	①目標値を達成														

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	外部有識者からの意見			
			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
							目標値R4	R4実績値	目標値R5	R5実績値	目標値R6	R6実績値	当初値	R6実績値	長期目標R6								
3	観光DXでかがやく、観光地域づくり事業(R5～R7)	<p>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。</p> <p>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タチづくり事業 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。</p> <p>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。</p>	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	700	2,263	12,789	19,539	14,800 (※R7) 15,500	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)	商工観光課	<input checked="" type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった <input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	観光消費額については、コロナ禍からの回復・増加の傾向が確認でき、一定の成果が見え始めている。また、音声ガイド事業についても、令和5年度の馬越・松本に続き、令和6年度の八鬼山ではアクセス数が増加しており、効果が表れているとの報告があった。加えて、5市町連携による観光分野の広域的な取組は、地域差のある事業と比べて相乗効果が高く、本事業が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	1,200	1,613	0	1,781	1,400 (※R7) 3,800	①目標値を達成											
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	0	5	5	0	5	5 (※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	0	0	0	0	0	0 (※R7) 20	-											
合計			7,404,965	3,701,982																			