

令和元年9月26日

香芝市長 吉田弘明様

香芝市都市経営市民会議

会長 中川幾郎

「香芝市まち・ひと・しごと創生総合戦略」について（答申）

令和元年8月22日付け香企第37号にて諮問のあった「香芝市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に係る諮問事項1について審議を重ねた結果、別紙『平成30年度「地方創生推進交付金」事業効果検証についての意見』のとおり取りまとめましたので答申します。

以上

地方創生推進交付金効果検証について

令和元年8月
香芝市都市経営市民会議

平成30年度地方創生交付金事業 検証シート目次

No.	交付対象事業の名称	活用交付金	実績額
1	万葉ロマンの地を巡る観光ルート整備事業	推進交付金	4,953,131円
2	地域ブランド力を活かしたシティプロモーション事業	推進交付金	4,826,562円

合計 9,779,693円

地方創生交付金事業 検証シート【凡例】

事業の概要や結果、今後の方針(案)を記載しています。

◆事業の目的・結果等を記載しています。

事業執行年度		
事業名	当初計画額	
	実績額	
目的		
事業概要 (結果)		

◆事業に対し設定していた評価指標と実績値を記載しています。

本事業における重要業績評価指標(KPI)と実績

指標	目標値(上段)	単位	目標年月
	実績値(下段)		
①			
②			
③			

◆平成28年3月に策定した総合戦略の中で、当該事業に関連する評価指標を記載しています。

総合戦略で関連する施策・KPI

基本目標							
施策							
KPI	H26	H27	H28	H29	H30	R1	
	—	—					
備考							

◆事業の自己評価及び外部有識者による評価を記載しています。

本事業の評価

本事業の効果	外部有識者による評価	
	事業の評価	外部有識者からの意見
<input type="checkbox"/> 地方創生に非常に効果的であった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に非常に有効であった	
<input type="checkbox"/> 地方創生に相当程度効果があった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった	
<input type="checkbox"/> 地方創生に効果があった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない	
<input type="checkbox"/> 地方創生に効果がなかった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に全く有効とは言えない	

委員の皆様には、「総合戦略のKPI達成に有効であったか」の評価、及びご意見を頂戴したく存じます。

◆事業の今後の方針について記載しています。

実績値を踏まえた事業の今後について

今後の方針	今後の方針の理由
<input type="checkbox"/> 追加等更に発展させる <input type="checkbox"/> 事業内容の見直し(改善) <input type="checkbox"/> 事業の継続 <input type="checkbox"/> 事業の中止 <input type="checkbox"/> 予定通り事業終了	

事業執行年度		平成30年度(H28からの継続)	
事業名	万葉ロマンの地を巡る観光ルート整備事業 (広域)	当初計画額	5,250,000円
		実績額	4,953,131円
目的	香芝市は、都市圏へのアクセスの良さから従来よりベッドタウンとして発展してきた反面、市内の観光資源や文化資源に目を向けることが少なかった。また、住民の生産活動や消費活動の多くが市外や県外で行われていることや、地域内の歴史・文化への関心が低く、郷土愛が育みづらい環境であることも大きな課題の一つであった。そこで、「万葉」をテーマに、奈良県香芝市、王寺町、三郷町、大阪府柏原市の4自治体が広域で連携し、各自治体内に点在する観光資源をルートで結び、広域な観光エリアとして地域内外からの交流人口を増加させることで、地域の活性化と消費活動の促進を図っていく。観光ルートや観光スポットの整備を行い、観光資源の活用につなげることにより、エリア全体の価値を高め、まちの魅力、認知度を高め、まちの賑わい創出から商工力・観光力の向上、消費拡大へとつなげることが目的である。		
事業概要 (結果)	・2市2町広域観光ルート整備推進協議会負担金 平成30年6月5日 プロポーザル審査による委託業者の選定 (ウォーキングモデルツアー開催、観光MAP作成、ホームページの拡充) ・どんづるぼう整備工事 平成30年7月4日入札により工事業者決定・契約(工期:平成30年7月4日～10月31日) ・ウォーキングイベント 平成30年11月18日 香芝ウォーク開催		

本事業における重要業績評価指標(KPI)と実績

指標	目標値(上段)	単位	目標年月
	実績値(下段)		
① JR・近鉄の利用者数(定期外) * JR駅(王寺、三郷、河内堅上、高井田、志都美、香芝) * 近鉄(王寺、新王寺、信貴山下、勢野北口、関屋、二上山、河内国分)	20,288	人	H31年3月
	16,796		
② 整備エリア内ウォーキング人数	69,000	人	H31年3月
	52,524		
③ 整備エリアの観光ウォーキングツアーでの宿泊者数	45,600	人	H31年3月
	34,410		

総合戦略で関連する施策・KPI

基本目標	2 香芝への新しいひとの流れをつくる						
施策	7 地域ブランド力の向上						
KPI	香芝市に魅力を感じる人の割合(%)	H26	H27	H28	H29	H30	H31
		—	—	67	99	99	99
備考	香芝ウォークにおいてアンケート実施						

本事業の評価

本事業の効果	外部有識者による評価	
	事業の評価	外部有識者からの意見
<input checked="" type="checkbox"/> 地方創生に非常に効果的であった <input type="checkbox"/> 地方創生に相当程度効果があった <input type="checkbox"/> 地方創生に効果があった <input type="checkbox"/> 地方創生に効果がなかった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に非常に有効であった <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 <input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に全く有効とは言えない	別紙参照

実績値を踏まえた事業の今後について

今後の方針	今後の方針の理由
<input type="checkbox"/> 追加等更に発展させる <input type="checkbox"/> 事業内容の見直し(改善) <input checked="" type="checkbox"/> 事業の継続 <input type="checkbox"/> 事業の中止 <input type="checkbox"/> 予定通り事業終了	令和元年度は、全5年の計画期間の4年目を迎える。平成30年度には観光MAPの作成やホームページの拡充を行い、2市2町を周遊するウォーキングルート「大奈ウォーク」をPRするツールの製作を行った。また本市の観光資源である「どんづるぼう」においては、遊歩道等の整備を行い、来訪者が周遊しやすい環境を整えた。本年度はそれをさらにPRし、大奈ウォークを広く知ってもらうためのイベント等を開催し、域内への来訪者の増加を図り、にぎわいの創出、消費拡大を図る。

事業執行年度		平成30年度(H28からの継続)	
事業名	地域ブランド力を活かしたシティプロモーション事業 (単独)	当初計画額	5,750,000円
		実績額	4,826,562円
目的	香芝市は、その地理的な位置の関係上、ベッドタウンとしての性格が強いため、大阪方面で働く人が多く、地域内の産業は発達しにくい形となっている。さらに、市内では、多くの歴史・自然・文化に恵まれてはいるものの、それをうまく活用しきれず、地域内の経済循環構造が確立されていないという問題もある。このため、地域内に著名な名産品・特産品・観光資源が乏しく、市外への発信力に欠けている。また、市民の中でも、転入者が多いということもあり、香芝市民の共有する「まちの個性・特性」というものが生まれてきていない。今後、地域に現にある魅力ある資源を再発掘し、それを広く情報発信していく地域の核(地域ブランド)を確立することによって、市外への知名度アップと来訪人口の増加、さらに市民のふるさと意識の向上につなげていくことが、予測されている人口増加を確実なものとし、地域活性化・地方創生につながっていくものと考えられる。		
事業概要(結果)	<ul style="list-style-type: none"> ・香芝ブランド推進補助金 商工会への補助金交付(認定品パンフレット・動画作成、ECサイト経費、イベント販売経費) ・産学連携促進補助金(市内企業1件) ・香芝ブランド推進方針策定、シティプロモーションパンフレット作成 平成31年3月、シティプロモーションパンフレット、プロモーションツール及びブランド推進方針作成 		

本事業における重要業績評価指標(KPI)と実績

指標	目標値(上段)	単位	目標年月
	実績値(下段)		
① オンラインショッピングシステムや各種イベント等での香芝ブランド(KASHIBA+)認定商品の売上高	2,200,000	円	H31年3月
	416,954		
② 香芝ブランド(KASHIBA+)認定商品・サービス等数	17	件	H31年3月
	19		
③ 市内のJR/近鉄の利用者数(定期外)	3,051,000	人	H31年3月
	3,103,075		
④ 市内事業者へのアンケート調査において、景気が良いと回答した事業者の割合	40	%	H31年3月
	26.92		

総合戦略で関連する施策・KPI

基本目標	2 香芝への新しいひとの流れをつくる						
施策	7 地域ブランド力の向上						
KPI	地域ブランド商品開発数	H26	H27	H28	H29	H30	H31
		—	—	11	18	19	20
備考							

本事業の評価

本事業の効果	外部有識者による評価	
	事業の評価	外部有識者からの意見
<input checked="" type="checkbox"/> 地方創生に非常に効果的であった <input type="checkbox"/> 地方創生に相当程度効果があった <input type="checkbox"/> 地方創生に効果があった <input type="checkbox"/> 地方創生に効果がなかった	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に非常に有効であった <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 <input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に全く有効とは言えない	別紙参照

実績値を踏まえた事業の今後について

今後の方針	今後の方針の理由
<input type="checkbox"/> 追加等更に発展させる <input type="checkbox"/> 事業内容の見直し(改善) <input checked="" type="checkbox"/> 事業の継続 <input type="checkbox"/> 事業の中止 <input type="checkbox"/> 予定通り事業終了	令和元年度は、本事業の計画期間の最終年度となることから、前3年度で行ってきた成果の集大成として、市外・県外への積極的なプロモーションにより香芝の良さ(ブランド力)をPRし、地域の活性化・地方創生につなげる。

別紙

令和元年8月22日香芝市都市経営市民会議
平成30年度「地方創生推進交付金」事業効果検証についての意見

- ◆対象事業 No. 1 万葉ロマンの地を巡る観光ルート整備事業
No. 2 地域ブランド力を活かしたシティプロモーション事業

〔総評〕

事業の実施方法については改善すべき点があるが、総合的には「有効であった」と判断する。下記の点に留意し、さらに成果をあげていくよう事業を展開していただきたい。

〔委員意見〕

- No. 1につき、万葉ロマンの地を巡る観光ルート整備事業において、消費拡大につなげることに関する KPI の設定はないが、事業実施の目的の一つであることを意識し、その手法を十分に検証し事業を進めていただきたい。
- No. 1につき、万葉ロマンの地を巡る観光ルート整備事業の KPI「香芝市に魅力を感じる人の割合」の目標値達成はもちろんのこと、具体的にどこに魅力を感じているかについても把握に努めてもらいたい。イベント参加者に魅力を感じたところの写真を撮っていただき投稿してもらおう等の工夫が必要。
- No. 1 及び No. 2につき、2事業間の連携が見られない。特に昨年度の両事業におけるパンフレットの作成において言えば、掲載内容を連動させることで相乗効果が得られたはずである。
2事業を連携させることで、さらなる効果アップが期待できるため、情報共有を図りながら丁寧に進めていただきたい。

以上