

地方創生推進交付金事業に係る効果検証

	事業名 (※内部評価報告書ページ番号)	事業概要	担当課名 (H30年度)	平成30年度 事業費(円)	本事業における重要業績評価指標(KPI)				内部評価 事業効果	外部評価(創生委員会からの評価)	
					指標	単位	指標値	実績値		事業の評価	創生委員会からの意見
i	めっさ旨い！阪南うまいもんプロジェクト P15	地域経済の活力低下・閉塞感の打開をめざし、地場産物の価値確立や消費者への普及促進活動の強化、それに伴う地場産物の消費需要の掘り起こしや供給力の向上による農業・漁業の継承などの取組みについて、地場産物の供給者と消費者がともに協力し、地域経済の活性化を図ることが求められている。その一環として、本事業を行うことで観光誘客を図る。	まちの活力創造課	6,400,000円	市民や事業者等と協働で企画するイベント(朝市など)の参加人数	人	800	3,000	地方創生に ☐ A:非常に効果的であった ☐ B:相当程度効果があつた ☒ C:効果があつた ☐ D:効果がなかった	総合戦略のKPI達成に ☒ 有効であった ☐ 有効とは言えない	アンテナショップや情報発信の方法、基本的な戦略というところも、拡大や改善をしていただきたい。
ii	次世代へつなげ、夢の懸け橋プロジェクトⅢ P18	本市のものづくり産業の海外進出を後押しするとともに、阪南ブランド十四匠製品等が台湾における新たな市の広告塔となつて、市の認知度向上とインバウンド誘客効果をさらに高めることを目的として、産業観光による誘客促進や「日台交流プラットフォーム」の運営、「戦略的ファムトリップ」、企業等と合同による「阪南ブランド製品の台湾向けプロモーション」等を実施する。	まちの活力創造課	5,031,076円	台湾での商品の売上額	円	300,000	3,612,331	地方創生に ☐ A:非常に効果的であった ☐ B:相当程度効果があつた ☒ C:効果があつた ☐ D:効果がなかった	総合戦略のKPI達成に ☒ 有効であった ☐ 有効とは言えない	事業が個別支援とならないよう、市を戦略的にPRするように工夫していただきたい。
ii	(仮称)泉州観光DMO推進事業 P20	地域への誇りと愛着を醸成する観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、地域連携DMOを設立する。このDMOが客観的な根拠にもとづいた戦略のもと、多様な関係者と協働して、地域資源のプロモーションや一元的な情報発信、体験型観光の提供、マーケティング機能の強化等事業を展開することにより、地域内での継続的・安定的に観光客を誘客し、地域経済の活性化を図る。	まちの活力創造課	3,276,000円	各種イベント総参加者数	人	100,000	105,037	地方創生に ☐ A:非常に効果的であった ☐ B:相当程度効果があつた ☒ C:効果があつた ☐ D:効果がなかった	総合戦略のKPI達成に ☒ 有効であった ☐ 有効とは言えない	インバウンド向けへの周知PRとして、コンテンツなどの知識や観光局と連携し、外国語での発信について十分に活用していただきたい。