

地方創生加速化交付金に係る事業実施結果報告
(各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等)

No	① 交付対象事業の名称	② 実績額 単位:円	③ 本事業における重要業績評価指標(KPI)					④ 本事業終了後における実績値		⑤ 外部有識者からの評価		⑥ 実績値を踏まえた事業の今後について	
			指標		指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	今後の方針の理由
1	ハグクミ、ハズム阪南プロジェクト		指標①	健幸マイスター人数	35	人	平成29年3月	13					
			指標②	観光協会における若者雇用人数	2	人	平成29年3月	2					
			指標③	人口社会増減数(転入者数－転出者数)	0	人	平成29年3月	-472					
			指標④	新規就農及び漁業就業者数	2	人	平成29年3月	1					
			指標⑤	直売所出荷登録者数	70	人	平成29年3月	77					
1-1.	はんなん健幸ツーリズム事業	4,999,342	指標①						地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	参加者の7割以上が市外からで、関西以外からの参加もあり、市のPRという観点からも一定の成果が出ているものの、PR結果の分析や移住・定住の促進にどのようにつながったのかなど、より精微な効果測定をお願いしたい。	事業内容の見直し(改善)	費用対効果を一層高めるため、観光振興対策事業や移住・定住促進事業などの既存事業に統合して取り組みます。また、PR結果の分析や移住・定住の促進への効果検証については、既存事業の中で検討してまいります。
			指標②										
			指標③										
			指標④										
			指標⑤										
1-2.	健幸プラットフォーム事業	1,539,130	指標①						地方創生に効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であった	参加人数が少なかったことから、1人あたりの養成に係るコストが高い。そのため、平成27年度から2か年で養成したマイスターについて、今後、費用対効果を十分発揮するとともに、他事業と連携してより有効に機能するように展開していただきたい。	事業内容の見直し(改善)	平成27年度から2か年で養成した健幸マイスターについて、費用対効果が十分に発揮できるよう、多様なジャンルで活躍できる体制整備を図ります。また、実施した内容の効果検証等を行い、より一層市民の参画が図れるよう検討を進めます。
			指標②										
			指標③										
			指標④										
			指標⑤										
1-3.	はんなん魅力創出事業	5,985,000	指標①						地方創生に効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であった	大規模的なマルシェは終了とのことだが、平成27年度から2か年の成果を朝市などの他事業に活かすなど、創意工夫を行い、今後の新たな展開を期待したい。	事業内容の見直し(改善)	平成27年度から2か年の成果を踏まえ、推進交付金を活用して、朝市を開催するなど、地産地消事業と連携して取り組みます。
			指標②										
			指標③										
			指標④										
			指標⑤										

1-4.	観光振興対策事業	34,865,402	指標①						地方創生に相当程度効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	アンテナショップの実施場所やモニターツアーの開催時期などは、もう少し工夫できる余地はあったと考える。民間との連携を一層強化するとともに、ボランティアガイドなどの活用を検討いただきたい。 人口増加や雇用創出に向けて、総合的な戦略展開をお願いしたい。	追加等更に発展させる	地方創生加速化交付金を活用し、平成28年度に策定した「阪南市観光振興戦略ビジョン」に基づき、ターゲットを絞ったより誘客に繋がる戦略的な広報活動や、観光協会と連携し、市民や関係団体を巻き込んだ観光プロモーション活動等も進めるとともに、市内誘客につながる取組を検討してまいります。
			指標②										
			指標③										
			指標④										
			指標⑤										
			指標⑥										
1-5.	移住・定住促進事業	4,600,800	指標①						地方創生に効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であった	頑張っているものの、KPIが事業の成果に直接つながっていないことから成果がわかりにくい。そのためKPIの設定を再検討する余地がある。また、ウェブサイトが「ぜひ、阪南市へ」とは伝わりにくい。庁内組織と連携して総合的なパブリシティ活動をはじめ、これまで以上に市民と連携してPRの強化に努めていただきたい。	事業内容の見直し(改善)	プロモーション動画やパンフレットなどを活用し、移住・定住促進施策のターゲットとしている子育て世代や若年層に対し、庁内組織と連携して総合的なパブリシティ活動をはじめ、これまで以上に市民と連携してPRの強化に努めてまいります。 また、マスコミ媒体はもとより、交通広告や、屋外広告など、効果的なプロモーション媒体を活用しながら本事業を推進していきます。
			指標②										
			指標③										
			指標④										
			指標⑤										
			指標⑥										
1-6.	地産地消推進事業	4,428,000	指標①						地方創生に効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であった	平成28年度に策定した地産地消推進計画の目標達成に向けて、民間と連携して地産地消のPRを強化するとともに、市内に消費が循環するよう、今後の発展に期待したい。	追加等更に発展させる	平成28年度に策定した「阪南市地産地消推進計画」に基づき、ロゴマーク作成による地産品のPR・普及促進に努めることや、魚介類の直売などによる買い物ツアーの企画などと並行して、平成29年度からは地方創生推進交付金を活用したさらなる追加施策を推進することにより、市内の地産地消を進め、まちの産業振興や活性化を図っていく取り組みを進めます。
			指標②										
			指標③										
			指標④										
			指標⑤										
			指標⑥										
2	次世代へつなげ、夢の懸け橋プロジェクトⅡ	20,838,260	指標①	海外ビジネス創出・マッチング件数	4	件	平成29年3月	15	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	海外への販路開拓ということで突破口を開いたことは高く評価したい。先駆的な事業として、引き続き地域のリーダー役として頑張っていたいただきたい。 一方で、KPIの設定について、アンテナショップと商談成立による販売の区別がわかりにくいことや、継続的な商談はどこまでいったのかや、観光客をどれだけ誘客できたのかなどが把握できるKPIを再検討の余地はある。 また、商談継続中の企業が複数あることから、成功されている事業者などが中心となって民間同士が学び合える仕組みを構築するなど、今後、一層発展できるように期待したい。	追加等更に発展させる	平成27年度から2か年の成果や課題を踏まえ、推進交付金を活用して、さらに事業を発展させるため、台湾交流のキーパーソンと強固に連携して、継続商談の企業を着実に商談成立に結びつける支援を行うことをはじめ、台湾向けウェブサイトでの情報発信や海外インバウンド対応コンシェルジュの強化、台湾との交流を加速的に深めるため、台湾の地方都市との連携を視野に入れた検討等を行います。
			指標②	ファムトリップ実施件数	1	件	平成29年3月	1					
			指標③	ファムトリップに組み込む市内産業の件数	5	件	平成29年3月	8					
			指標④	日台交流プラットフォームでのコミュニケーション件数	4	件	平成29年3月	5					
			指標⑤	地方創生における有数の取組としてメディアに取り上げられた掲載本数(国内)及び台湾現地でのメディア掲載本数	4	件	平成29年3月	8					
			指標⑥										

各事業の評価等を踏まえた地方版総合戦略の見直しの有無	見直しを行わない	地方版総合戦略を見直した場合はその内容。見直しを行わないこととした場合はその理由	今回の事業のすべてが地方創生に効果があつたことに併せて、外部有識者等からの評価においても、総合戦略のKPIの達成に有効であったため。
----------------------------	----------	--	--