

橋本創生総合戦略 事業評価シート

事業名	官民連携による地域人材育成と地域ブランド力強化推進事業				
評価対象年度	令和3年度	橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標1 ともに創る 産業の振興と雇用を創出し定住できるまち 基本目標3 ともに育てる 子どもから高齢者までともに育み学び合うまち		
事業実施年度	令和元年度～令和3年度				
事業の目的	1年目、2年目の事業の効果検証を行い、費用対効果を勘案しながら、さらに発展継続させながら各事業を実施していく。3年目には全市的に地域運営組織の設立による地域課題解決に向けて取り組める体制の構築と、女性の起業支援を充実させるとともに、地場産業の振興においては、次年度以降自己財源による新商品開発に取り組めるよう、各事業者の生産性向上に資する行政による財政的支援の最終年度としての位置づけとする。				
事業の内容	<ul style="list-style-type: none"> ●地域力向上事業 ●橋本市の魅力を外に発信するシティセールスと移住、起業支援を行うための事業 ●商工業振興事業 ●農林業振興事業 				
KPI(成果をはかる指標)	設定したKPI	①地域活性化支援事業補助金活用団体数 ②企業立地推進事業による新規就労者数 ③産業振興基金事業補助金を活用して開発された新商品売上金額増加額 ④産地化推進組織参加農業者数			
	事業開始時点(H31.4)	目標値(R4.3末累計)	実績値(R4.3末累計)	達成状況	
	①0団体 ②920人 ③0千円 ④0人	①15団体 ②1,615人(+695) ③17,000千円 ④35人	①4団体 ②1,384人(+464) ③49,930千円 ④80人(+1)	①達成は5割未満 ②5割以上達成 ③達成 ④達成	
				事業終了時の目標値(R4.3末累計)	
事業計画額	項目	金額(円)	項目	金額(円)	
	1 地域力向上事業	6,064,000	① 地域力向上事業①	817,910	
	2 橋本市の魅力を外に発信するシティセールスと移住、起業支援を行うための事業	13,579,000	事業実績額	② 地域力向上事業②	374,486
				③ 橋本市魅力発信事業①	1,668,150
				④ 橋本市魅力発信事業②	4,844,216
				⑤ 橋本市魅力発信事業③	2,645,000
	3 商工業振興事業	19,949,000		⑥ 商工業振興事業①	6,457,438
	4 農林業振興事業	8,562,000		⑦ 商工業振興事業②	4,900,000
				⑧ 農林業振興事業①	3,672,440
	計画額計	48,154,000		実績額計	25,379,640

橋本創生総合戦略 事業評価シート

事業名	官民連携による地域人材育成と地域ブランド力強化推進事業			
評価対象年度	令和3年度	橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標1 ともに創る 産業の振興と雇用を創出し定住できるまち 基本目標3 ともに育てる 子どもから高齢者までともに育み学び合うまち	
事業実施年度	令和元年度～令和3年度			
事業の実績	事業名	実績概要		評価
	1	地域力向上事業	<ul style="list-style-type: none"> ・食や体験活動を通じた住民交流によるコミュニティ活性化モデル事業及び城山小学校区“憩いの場”創設事業を行う2団体に補助金を交付した。 ・前年度に引き続き前畑秀子・古川勝頼彰活動委員会に補助金を交付し、活動を支援しシビックプライドの醸成を強化した。 	3
	2	橋本市の魅力を外に発信するシティセールスと移住、起業支援を行うための事業	<ul style="list-style-type: none"> ・市外の企業に対して設備投資等に関するアンケート調査を実施した。 ・企業へのPR用パンフレット(企業誘致ガイドブック)を作成した。 ・アンケート調査結果に基づく企業訪問を含め延べ300社の企業と接触した。 ・移住コンシェルジュを利用して移住した人数、9世帯16名(大阪、兵庫、山口、県内)相談件数、年314件(延べ) ・移住サイトアクセス数 9,847回(昨年度比減も市ホームページ等閲覧後の申込増) ・「だから、いま、はしもと」動画作成、再生回数 2,702回(R4.9時点) ・サイクリングコース(初級・中級・上級)3コース作成 ・世界遺産「黒河道」を活用した動画本数 3本(全10本)、イベント 1回 ・新型コロナウイルス感染症終息後、本市への誘客や知名度向上としてR3年度は動画発信やSNS発信等を中心に行った。 	2
	3	商工業振興事業	<ul style="list-style-type: none"> ・橋本市産業振興基金事業補助金により、市内事業者の新商品開発事業及び展示会や商談会への出展を支援。新商品開発については5件採択されたうち4件が商品化に至り、一部商品はふるさと納税返礼品として登録された。 ・銀座料理飲食業組合店舗と、昨年度に引き続き富有柿フェアを開催し、コロナ禍によりおうち時間が増える中、高級外食店が考案したレシピを市HPで公開し、富有柿の魅力を発信した。また、組合店舗が運営するECサイトにて、橋本市産品が採用され、販路開拓支援となった。 ・紀州へら竿は、展示会や釣り大会参加者(コロナウイルスの影響で高齢の方は参加が控えられるといった傾向もあった)に実際に竿を手にしてもらう試みを行い、販売に繋がった。 ・高野口パイル織物も立体的起毛を有した素材であることから、その素材の良さを知ってもらうためには実際に手にしてもらうことが重要であったが、コロナ禍では展示会の実施は難しかった。しかしながらオンライン展示会を開催することで1,700以上のユーザー(訪問者)にPRが行えている。 	1
	4	農林業振興事業	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者を中心に農業関連団体、市が参画した高野山麓農産物産地化協議会を設置し、栽培講習会、試験栽培、名称・マークの商標登録を行うなどの取り組みにより、「高野山麓精進野菜」のブランド化を図り、国庫事業等を活用しながら、生産力を強化した。 	1

橋本創生総合戦略 事業評価シート

事業名	官民連携による地域人材育成と地域ブランド力強化推進事業		
評価対象年度	令和3年度	橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標1 ともに創る 産業の振興と雇用を創出し定住できるまち 基本目標3 ともに育てる 子どもから高齢者までともに育み学び合うまち
事業実施年度	令和元年度～令和3年度		
事業の効果についての評価	評価	評価理由	
	2 本事業は地方創生に相当程度効果があった	地域力向上事業に関するKPIの達成はできなかったが、誘致企業での新規就労者の増加や地場産品を通じたブランド力強化に関する指標ではおおむねKPIを達成しており、本事業は地方創生に相当程度効果があったと考える。	
必要性についての評価	評価	評価理由	
	2 見直し・改善して実施	橋本市の魅力を外に発信するシティセールスと移住、起業支援を行うための事業、商工業振興事業、農林業振興事業についてはおおむねKPIを達成しているが、コロナ等による環境の変化に合わせた事業の見直し、改善を行い、実施継続すべきと考える。また地域力向上事業については、交付金が利用しづらい制度となっている等、KPIが達成できなかった理由を一定把握できた為、改善を行い実施継続すべきと考える。	
目標(KPI)達成・未達成の要因	達成状況	達成・未達成の要因分析	
	①達成は5割未満 ②5割以上達成 ③達成 ④達成	①制度自体が利用しにくかった事等により、地域づくり活動交付金の対象となる事業を実施する団体が少なかったため、KPI未達成となった。 ②コロナウイルスの影響等もあり、既存工業団地等の操業件数増加が鈍化したため、KPIは約77%の達成となった。 ③本年度以前から産業振興基金事業補助金を活用して開発された新商品がふるさと納税返礼品に登録されていることや、オンラインや商談代行等、ポストコロナに適用した販路開拓の機会を支援したことでKPIを達成することが出来た。 ④農業者への働きかけや講習会の開催、農業者間での勧誘の効果もあり産地化組織に参画する農業者数は80人となり、KPIを達成することが出来た。	
今後の取り組み	<p>●地域力向上事業について 地域づくり活動交付金の活用を促進する為、令和3年度内に補助金交付要綱の見直しを行い、制度をリニューアルした(令和4年より運用)。 橋本市出身の偉人の業績を広く社会に顕彰し、さらに後世に伝承し、市民が郷土に対する理解や愛着を深めるため、顕彰活動を行っている団体と連携し、広報啓発を行ったり、団体へ補助を行い活動を支援する。また、(仮称)岡潔数学体験館の令和6年4月開館に向けて、さらに顕彰活動を積極的に進めていく。</p> <p>●橋本市の魅力を外に発信するシティセールスと移住、起業支援を行うための事業について 新たな雇用の場創出のため現在造成中の工業団地「あやの台北部用地」について、更に企業等へPRを進め、進出企業の増加を図る。 依然コロナの影響は受けているが、今後も新規企業への訪問を実施し、誘致活動を展開するなど、あやの台北部用地の早期売上に尽力する。</p> <p>●商工業振興事業について 新型コロナウイルスの影響等により、展示会や商談会の実施形態も変化しているため、事業者にとって販路開拓を実施しやすい形を検討する。また、新商品として開発された商品などをふるさと納税返礼品として追加するなど、商品・事業者の認知度を高める支援を行う。 引き続き橋本市産業振興基金事業補助金を活用しながら、首都圏をターゲットとしたPRを実施していくが、コロナ禍で活動範囲が狭くなる傾向にあるため、有数の消費地である京阪神に向けて販路開拓を行うなど、状況に応じて取り組む。</p> <p>●農林業振興事業について 市内、高野山におけるミシュランガイド掲載店など、情報発信力の強い店舗への納入体制を作り、実際の流通を進めることから、商流を拡大し、産地化を進めていく。</p>		
担当課	政策企画課、シティセールス推進課、はしもとブランド推進室、農林振興課、企業誘致室、生涯学習課		

●事業効果についての評価

- 1 本事業は地方創生に非常に効果的であった
- 2 本事業は地方創生に相当程度効果があった
- 3 本事業は地方創生に効果があった
- 4 本事業は地方創生に対して効果がなかった

橋本創生総合戦略 外部評価シート

事業名	官民連携による地域人材育成と地域ブランド力強化推進事業
①事業の評価 (1か2に○を付けてください)	<input checked="" type="radio"/> 1 事業が総合戦略に掲げるKPI(重要業績評価指標)の達成に有効であった
	<input type="radio"/> 2 事業が総合戦略に掲げるKPI(重要業績評価指標)の達成に有効とは言えない
②評価の理由・意見	<p>事業が総合戦略に掲げるKPI(重要業績評価指標)の達成に有効であったと評価する。</p> <p>KPIと目標や目的との解離がある事や、事業効果の調査にてアンケートの数字ベースで確認して終わるのではなく、人ベースでPDCAサイクルを考える等改善が必要であるが、4項目中2項目はKPIを達成しているため、この評価とする。</p>
③今後の方針 (ア～エのいずれかに○を付けてください)	ア 事業を更に発展・拡大させるべきである
	<input checked="" type="radio"/> イ 事業内容の見直し(改善)が必要である
	ウ 特に見直しの必要はなく、このまま継続すべきである
	エ 事業を中止すべきである
④③の理由	<p>事業の中で行ったアンケート調査等について、実態を把握するだけでなく、どうそれを生かすのか、または生かしたのかという点を明確にする必要がある。加えて地方創生に繋がっているかわかるような内容にすべきである。</p> <p>また情報発信力が弱く、外部だけでなく市民にも広まっていない程度となっており、改善が必要である。</p> <p>更に「女性の起業支援」というような具体的に目標を立てている中で、取り組んでいないものがあつた為、見直しが必要である。</p>