

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2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	地域人材の担い手育成に向けた地域課題解決活動の優良事例を周知し、意欲的な活動団体の増加と、地域運営組織の設立を支援していくとともに、次世代のシビックプライド醸成の強化も図る。また、移住・起業支援と魅力発信においては1年目の検証を行うことで、ターゲットを絞り込み、効果的なプランをもとに、さらなる人の流れを生む事業とする。商工農林業振興においてもさらなる新商品の開発と販路開拓を支援し、参加事業者の拡大、新たな雇用の確保に努める。また本年度開催される東京オリンピックに向け訪日外国人の受入れ(満足度の充実)に向け、フリーWi-Fiの設置、多言語看板等の設置を速やかに実施する。			
事業の内容	●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(R3.3末累計)	実績値(R3.3末累計)	達成状況
	①0団体 ②920人 ③0千円 ④0人	①8団体 ②1,250人(+330) ③6,500千円 ④15人	①2団体 ②1,244人(+324) ③42,463千円 ④79人	①達成は5割未満 ②5割以上達成 ③達成 ④達成
事業計画額	項目	金額(円)	項目	金額(円)
	1 地域力向上事業	8,148,000	① 地域力向上事業①	478,680
	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	11,495,000	② 地域力向上事業②	4,698,248
	3 商工業振興事業	19,949,000	③ 橋本市魅力発信事業①	1,540,000
	4 農林業振興事業	9,362,000	④ 橋本市魅力発信事業②	2,446,600
	計画額計	48,954,000	⑤ 橋本市魅力発信事業③	243,354
			⑥ 商工業振興事業①	5,392,966
			⑦ 商工業振興事業②	7,499,878
			⑧ 農林業振興事業①	1,552,844
			実績額計	23,852,570

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2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"> ・橋本市地域づくり活動交付金事業を実施し、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を行う1団体に補助金を交付した。 ・前畑秀子古川勝頭彰活動委員会や大畑才蔵ネットワーク和歌山に対しても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図った。また、本市出身のプロスポーツ選手を招聘し、次世代の担い手となる子どもたちを対象にスポーツ推進アドバイザーとしての講義を行った。 		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"> ・企業立地推進事業を行い、設備投資意欲のある企業をアンケート調査を実施した。また、「あやの台北部用地」の広告を「(一財)日本立地センター機関紙、ホームページ、メールマガジンに掲載しPRを実施し、大手建設会社、金融機関、開発会社等へも郵送やメールで用地情報を提供した。 ・移住定住促進事業においては、橋本暮らしのイメージや魅力を全国に向けて発信するとともに、移住コンシェルジュによるワンストップでの移住相談や地域と協力した移住定住支援の取り組みを推進した。 ・市外からの誘客を図る事業では、新型コロナウイルス感染症の影響もあり現地でのイベント開催には至らなかったが、地元事業者、地元区、行政、関係団体と連携し、世界遺産高野参詣道「黒河道」の魅力を発信する動画を作成し今後の誘客につなげるとともに、アンケート調査を実施した。 		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を支援した。また、開発できた商品について、一部ふるさと納税返礼品として登録するなどし、売上額の向上につなげた。 ・販路開拓・販売促進事業として橋本市産の農産物などを銀座でのイベントに出展し、都市部での販売を行うなど周知を行った。 ・橋本市の伝統的工芸品へら竿の魅力を発信する動画を作成し、新型コロナウイルス感染症の影響もあり現地に来られない中でも今後の販路開拓につなげる事業とした。 ・地場産業の振興事業では、紀伊清水駅を活用したへら竿製作体験の受入れ体制の整備や、後継者育成スペースにより、担い手の確保につながる事業とした。また、パイル織物についても専門人材の育成や新たな人材の確保につながる事業を実施した。 		1
	4 農林業振興事業	<ul style="list-style-type: none"> ・高野山麓農産物産地化協議会をもとに、生産方法を定め講習会を開催することで、生産者を増やすとともに、高野山麓精進野菜のロゴマークを作成し、商標登録をし、地域ブランドとしての知名度のさらなる向上を図った。 ・白ゴマの産地化事業として、白ゴマ生産者組合に対して補助金を交付し色彩選別機の導入を行った。生産された白ゴマは現在ふるさと納税返礼品の原料となっている。 		1

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2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	新型コロナウイルス感染症の影響もあり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	新型コロナウイルス感染症の影響を受ける中でも動画コンテンツの作成や地場産品の商品化や販路開拓ど、地域ブランド力の強化につながる内容を中心に事業を行いおおむねKPIを達成したが、地域力向上事業については交付金活用団体数が伸び悩むこととなった。今後は、橋本市地域づくり活動交付金の対象となる事業の見直しを行い、活用団体数の増加に向けた取組みとしていきたい。	
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ことや、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、地域づくり活動を行う団体の掘り起こしが十分でなかったため、KPIを達成することが出来なかった。 ②操業企業件数の増加や移住定住促進事業による効果もあり、KPIを5割以上達成することが出来た。 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、各事業者の努力により順調に売り上げが伸びたことで、KPIを達成することが出来た。 ④担当部署の積極的な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が増え、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は、交付金活用団体数が伸び悩んだことから、交付対象となる団体の条件を見直し、様々な団体が地域づくり活動をスタートできるような制度としていきたいと考えている。また、偉人顕彰事業においては引き続き本市に縁のある偉人の業績を広く社会に顕彰したり、本市出身のプロ野球選手である筒香選手に橋本市スポーツ推進アドバイザーとして子どもやスポーツ指導者等の育成に携わっていただき、シビックプライドのさらなる醸成を図っていく。</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は、今後も「あやの台北部用地」に進出する企業を増やし、KPI達成に向け新たな雇用の場を増やしていく。また、移住定住促進事業では橋本市での暮らしをイメージできる周知を続け、他の事業とも関連して移住、定住者の増加につなげていく。</p> <p>●商工業振興事業については、販路開拓・販売促進事業として実施してきた、展示会や商談会の形態が新型コロナウイルスの影響等により変化しており、事業者にとって販路開拓を実施しやすい形を検討して引き続き支援を行いたい。また、新商品として開発された商品については、これまでに引き続き、市ホームページへの掲載やふるさと納税返礼品としての追加を行い、本市で開発された商品のさらなる認知度の向上を図る。へら竿やパイル織物に関しても新型コロナウイルスの収束後を見据えた事業展開としていく。</p> <p>●農林業振興事業については、高野山麓精進野菜について、緒元となる高野山上の宿坊等での利用を図るため、和歌山大学観光学部と連携でアンケートを行い、結果をもとに利用促進を進める。また、信愛女子短大と連携で、精進野菜をつかった保存食づくりのプロジェクトを進めている。白ゴマについては、ふるさと納税返礼品としての流れが構築できたため、生産量の拡大にむけ、生産者の勧誘や、作業機器の導入などによる作業の効率化を図っていく。</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>コロナ禍の中にあっても事業の手法を工夫することで、KPIを達成しており、総合戦略に掲げるKPIの達成に有効な事業であると評価する。</p> <p>ただし、事業名にもあるように地域人材育成というのが大きな狙いであるのであれば、しっかりとターゲットを明確化して、効果的な情報発信の仕方が大切になると考える。</p> <p>また、コロナ禍の中で培ったオンラインによる手法などのノウハウを今後も継続して活用されることを期待する。</p>
③今後の方針 (ア～エのいずれかに○を付けてください)	<input type="radio"/> 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 <input type="radio"/> ウ 特に見直しの必要はなく、このまま継続すべきである <input type="radio"/> エ 事業を中止すべきである
④③の理由	<p>②にもある通り、本事業を通じて人材の育成を行うことが狙いであると考えているので、しっかりとした情報の発信、共有方法の検討が必要である。</p> <p>これまでの観光客に向けた発信のように、外向けだけでなく、市民や市の職員といった内向けの発信も行ってほしい。</p> <p>また、情報発信を行う際にはターゲットを明確化し、事業の内容についてもしっかりと見える化されるような発信をしていくこと。</p> <p>後継者育成という観点では、地域おこし協力隊の積極的な活用も検討してみてもどうか。</p>