

事業名	官民連携ブランド推進深化事業					
評価対象年度	平成29年度	橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標Ⅰ しごとをつくり安心して働けるようにする 基本目標Ⅱ 橋本市への新しい人の流れをつくる			
事業実施年度	平成28年度～平成29年度					
事業の目的	販路開拓や販売促進のための営業活動やメディア等を活用した広報宣伝を行うとともに、中小企業者や農業者に対し、新商品の開発や地域ブランドの創出、6次産業化に対する補助や、商談会・展示会への出展支援、優良産品推奨制度や販路拡大セミナーなどに取り組み、地域産業、農業の活性化を図る。また、積極的に橋本市のシティセールスを行い、魅力をPRし、認知度を高め、市のブランドイメージの確立を目指す。					
事業の内容	<ul style="list-style-type: none"> ●橋本市の魅力を外へ発信するシティセールス ●市民からの意見・提案を聴取し、政策に活かすための事業 					
KPI(成果をはかる指標)	設定したKPI	①最終製品開発件数 ②観光入込客数 ③従業者数				
	現状値(H28.4)	目標値(H30.3末)	実績値(H30.3末)	達成状況	備考	
	①1件 ②963,945人 ③18,037人	①5件 ②1,045,000人 ③18,037人	①7件 ②1,369,218人 ③21,753人	①達成 ②達成 ③達成		
予算 (計画)	項目	金額(円)	決算 (実績)	項目	金額(円)	
	1	ブランド推進・販路 拡大事業		11,922,000	産業振興対策補助 金	2,117,000
					① 販路開拓・展示会 等経費	2,165,450
					② ブランドアドバイ ザー経費	238,110
					臨時職員人件費	2,159,914
	2	地場産業競争力強 化事業		30,784,000	③ 新商品開発事業者 に対する補助金	4,526,000
					④ 後継者育成や新商品 開発に関する支援費	4,900,000
					⑤ 大学等とのコンペ事業 に係る経費	528,534
					⑥ 特産品PRIに係る経費	527,960
					⑦ 地場産品展示会	5,000,000
					⑧ 域内消費活性化ア ドバイザー委託料	2,232,000
					⑨ アンケート調査に係る 経費	2,999,160
	3	魅力発信事業		3,233,000	臨時職員人件費	2,624,055
					⑩ 広告費	1,541,160
					特設ホームページ等に 係る経費	515,248
4	情報発信事業	3,289,000	ブース出展経費	242,886		
			⑪ 情報発信経費	2,242,404		
5	賑わい創出事業	2,300,000	⑫ 賑わい創出事業	1,159,934		
			⑬ スポーツイベント委託料	2,108,970		
6	グリーンツーリズム・ スポーツツーリズム	13,176,000	⑭ 市出身金メダリスト啓発等 スポーツツーリズム事業	9,005,750		
			⑮ 産地化調査等に係る経費	2,336,400		
7	農林業振興事業	3,042,000				
総事業費額計		67,746,000	総支出額計		49,170,935	

事業の実績	事業名		実績概要	評価
	1	ブランド推進・販路 拡大事業推進	県・農協・商工会議所・商工会から1名ずつ出向者を受け入れ、官民一体となり販路開拓のため、東京や北海道を含め計13回の出展を行った他、地域の更なる魅力創出を図るため「はしもと河南エリア魅力発見会議」を開催し、約20名が参加。	1
	2	地場産業競争力強 化事業	・新商品開発補助金により7社10件の開発を行った。 ・高野山麓インターカレッジコンペティション2017を開催。 ・柿、はたごんぼの市外への販路開拓のためマルシェに参加。 ・名産品である鶏卵、他橋本産品を使った「はしもとオムレツ」を参加店舗でPR、スタンプラリー（応募者81名）やコンテスト（③部門31作品）を開催。	2
	3	魅力発信事業	・子育て世帯をターゲットとした情報誌等にPRページを設け、インターネット、スマホ媒体へのバナーを掲載。 ・大学生との協働により橋本市への移住・定住につながるPR動画を作成。住みやすさや市の施策について紹介。Youtube、市のHPにも掲載。 ・東京、大阪等での移住フェア、相談会を実施。	2
	4	情報発信事業	・パンフレット（はしもとまん福なび、はしもと観光ガイド、高野口エリア歴史ウォーキングマップ）作成し、市内だけでなく市外の道の駅、大型スポーツ店等に設置。 ・橋本駅前、市役所前に観光案内看板を設置し、来訪者の利便性向上に繋がった。 ・地場産センター道標看板設置により、高野口ICからの誘客に繋がった。	3
	5	賑わい創出事業	地域住民と市外客との交流の場を作ることを目的とした「駅前にぎわいパフォーマンス、軽トラ市」を4月から7月に4回開催。12の地元団体・店舗とコラボし、680人の集客を得た。平成29年度で終了。	3
	6	グリーンツーリズム・ スポーツツーリズム	平成28年10月に世界遺産に追加登録された「高野参詣道『黒河道』及び収穫期の本市の農業風景や観光スポットをアピールしたウォーキングイベントを開催。市内外から300名以上の参加があり、黒河道啓発と併せてアンケートを実施し、参加者の半数以上から回答があり、内80%以上から「満足」を得た。 前畑秀子朝ドラ誘致活動については、前畑ゆかりの地である名古屋市、岐阜市と連携し、各種イベントで署名を募り、計23万筆の署名をNHK上田会長に提出。30年1月には「前畑秀子朝ドラ実現市民大会」を開催。競泳着等の展示や、中学生による紙芝居、高校生による朗読劇が行われ、午前の部・午後の部合計約900人の来場があった。	2
	7	農林業振興事業	新たな農産物の産地化の可能性について、シンクタンクに産地化調査を委託し、本市の風土、文化、歴史にマッチしたものの導入可能性を調査した。すでに実施している「白ゴマ」の試験栽培は継続して行い、販路や効率的な栽培方法について専門家に意見をいただくと共に事業者と可能性について検討した。	3
事業の効果についての評価	評価		評価理由	
	3	本事業は地方創生に効果があった	KPIIについては全て達成。一部完了した事業はあるものの、概ね全ての事業で地域活性化の効果が出てきている。	
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	・賑わい創出事業については観光協会としての事業は終了となるがDMOで継続し、より広域に活動の幅を充実させていく。 ・スポーツツーリズムについて、ウォーキングイベントを実施していたが、より幅広い世代の参加、SNS等によるPRが見込める新規イベントを検討。	
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 ②達成 ③達成		①については事業者に対しての周知活動等広報に力を入れることで開発意欲のある事業者を発掘できたと考え。 ②③についてもどちらも達成はしており、情報発信や各種イベントの効果ともいえるが、本事業の成果だけであるとは言い切れない。	
今後の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・伝統的工芸品「へら竿」を継承していくため、竿師の後継者育成に努める。パイル織物については、新商品開発に向けた取り組みの強化、PR活動にも力を入れていく。 ・カゴメ(株)と連携しレシピの研究、はしもとオムレツ専用のケチャップ開発を通して、「はしもとオムレツ」の全国発信に力を入れる。 ・「まっせ・はしもと」の開催については関連機関と連携し、事業により特色を持たせるとともに、市外に対して今まで以上にPRする方策を検討実施する。 			
担当課	秘書広報課、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			

橋本創生総合戦略 外部評価シート

事業名	官民連携ブランド推進深化事業
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>KPIをすべて達成しているので、「有効であったか」「有効とは言えない」のどちらかということであれば「有効であった」が良いと思う。</p> <p>ただし、KPIの達成については、観光入込客数、従業者数、開発件数を増やすための事業としては一部機能している部分があるという意味での評価であり、個々の事業で成果が見えてこないものもあり、この事業によって達成できたかが明確ではない指標となっており、はっきりと有効であったといえるわけではない。</p> <p>有効とは言えないとすると、その事業を中止するかということ、継続すべき事業もあるわけで、「必ずしも有効でない」等、上記の2択ではなく3つ、4つの選択肢があってもいいのではないかと。</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>地元企業を応援するというスタンスは良いこと。頑張っている地元事業者に対し行政の方からもっと働きかけをしてもらいたい。</p> <p>予算(補助金)を取るために小出しにするのもいいかもしれないが、事業が細かく分かれ過ぎているようにも思うので、取捨選択をし、選択と集中が必要。そうすることでKPIとの関係性も分りやすくなり、KPI達成にあたり各事業がより効果的に働くのではないかと。</p> <p>橋本のブランド力を高めるというのは、ものづくり、開発で商品を作るということだけでなく、もっと社会サービスのなところでブランド力を高められないか。観光客数もその社会的なところの部分があって初めてたくさん来てくれるようになるのではないかと。</p>