

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30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30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"> <li>●橋本市の魅力を市外へ発信するシティセールス</li> <li>●市民からの意見・提案を聴取し、政策に活かすための事業</li> </ul>					
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(H31.3末)	実績値(H31.3末)	達成状況	備考
	①1件 ②963,945人 ③18,037人		①16件 ②1,215,000人 ③18,039人	①17件(H30年 5件) ②1,382,616人 ③19,024人	①達成 ②達成 ③達成	
予算 (計画)	項目		予算金額(円)		項目	決算金額(円)
	1	ブランド推進・販路 拡大事業	11,466,000		① 産業振興対策補助 金	618,000
					② 販路開拓・展示会 等経費	1,967,056
					③ ブランドアドバイ ザー経費	497,240
					④ 臨時職員人件費	1,948,578
	2	地場産業競争力強 化事業	21,854,000		⑤ 新商品開発事業者 に対する補助金	2,172,890
					⑥ 後継者育成や新商品 開発に関する支援費	4,900,000
					⑦ 飲食店と連携したメ ニュー開発や観光と連 携した農業体験学習の 経費	523,760
					⑧ 地場産品展示会	5,000,000
	3	魅力発信事業	3,054,000		⑨ 臨時職員人件費	2,624,055
					⑩ 広告費	1,624,320
					⑩ 特設ホームページ等 に係る経費	504,360
					ブース出展経費	419,312
4	スポーツツーリズム	11,002,000		⑪ スポーツイベント委託料	2,000,000	
5	農林業振興事業	1,002,000		⑫ 市出身金メダリスト啓発等 スポーツツーリズム事業	7,788,030	
				⑬ 産地化調査等に係る経費	884,340	
	総事業費額計	48,378,000		総支出額計	33,471,941	

	事業名		実績概要	評価
	事業の実績	1	ブランド推進・販路拡大事業推進	官民連携体制による新商品開発のフォローアップにより、首都圏や海外(タイ)富裕層向け店舗への輸出などの販売経路の開拓を行った。 また、地場産品の農作物を市外企業にPRし、その産品を利用した新製品の開発につながった。
2		地場産業競争力強化事業	新商品開発補助により新規商品の開発を行った。 パイル織物や紀州へら竿については、展示会等を通じて後継者育成に努めた。 特産品である鶏卵をPRするために協議会に参加した飲食店が開発したオムレツをPRした。	3
3		魅力発信事業	移住定住のメインターゲットである通勤圏内の方や子育て世代に魅力を伝えるために、バナーサイトを活用することで移住サイトへのアクセス数が1.8倍になった。 大阪や東京で開催される移住フェア参加を通じて橋本暮らしの魅力を伝えた。 また、庁舎前の看板に名誉市民のイラストを掲示し、来庁者に名誉市民の功績を周知した。	2
4		スポーツツーリズム	各種スポーツ団体・協会・メーカー等と連携し、本市の観光資源をスポーツイベントを通じて、市外の観光客に対しPRを行う。大手スポーツメーカーと連携し、世界遺産追加登録された高野参詣道「黒河道」や農業風景、観光スポットを周遊するウォーキングイベントを開催し、300名以上の参加があった。 また、朝ドラ誘致は叶わなかったが大河ドラマに前畑秀子を取り上げられることとなった。	3
5		農林業振興事業	高野山麓農産物産地化協議会を設立。 今後、農産物の産地化とブランド化を同時に行う。 「高野山麓精進野菜」ブランドを立ち上げ、精進料理で使われる農産物として、大都市圏へ市場を拡大する。 橋本、高野、かつらぎ、九度山での広域的な活動へ広げる方針。	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		3年間の事業期間が終了し、KPIについてすべて達成することができた。	
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		新商品開発補助により開発された商品の販売促進を更に支援することで安心して働ける環境を創出する。 パイル織物や紀州へら竿について、若い人材とのマッチングにより人材育成、定着に向けた体制作りを強化していく。	
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、積極的なPRを行うことで、各事業者の新商品開発の後押しとなった。 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"> <li>・ブランド推進、販路拡大においては、東京オリンピック等の契機をうまく活用し、首都圏をターゲットとしたPRを強化し、世界に通用する高い技術を持つ「橋本ブランド」に接してもらえる状況を作り出す。</li> <li>・移住定住に向けて、市主催の移住相談会を開催し、また大阪東京と移住フェアへ参加し、継続した相談を続けることで市内の案内へつなげる。</li> <li>・農林振興事業では、「高野山麓精進野菜」ブランドを立ち上げ、精進料理で使われる農産物として、大都市圏へ市場を拡大していく。</li> </ul>			
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			

●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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・KPIの指標そのものがこれでいいのかという疑義はあるものの、設定した指標の数値が目標を超えているのであれば有効であったといえるのではないかと。</li> <li>・KPIの指標はそれぞれの部署で適切だと判断した数値であるので、そのための政策をどうするか事業の見直しというのは当然必要となる。</li> <li>・地方創生事業の内容とKPIが関連しているものについてはKPIを達成していることから有効といえるが、一部の事業についてはKPIとの関連性が認められないものもある。</li> <li>・各事業ごとの詳細なKPIについても年度ごとの数値を示すべきである。</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販路拡大の推進の考え方が1世代前のような感じがする。物語やストーリー性があれば、いわゆるコト消費に十分響くのではないかと。</li> <li>・伝統的な産業についても、異業者とのコラボレーションも進めてよいのではないかと。</li> <li>・大阪圏まで電車で1本という地の利を活かして、テロワールをキーワードに料理人を呼び込む事業をしてもよいのではないかと。</li> <li>・高野山麓精進野菜について、まず1つの宿坊に協力をお願いして実施することから始めては。</li> <li>・移住推進について切迫感をあまり感じられない。定住人口がどんどん減っていく中で、これからは関係人口づくりに危機感を持って取り組み、地域を活性化させるべきではないかと。</li> </ul>