

地方創生推進交付金事業に係る効果検証

(各交付金対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等)

⑫【達成度評価】欄
⑬「平成30年度のKPI値」に対しての平成30年度の達成度評価を下記により記載しています。
◎＝指標値を達成
○＝指標値の約7割以上達成
△＝指標値の約5割以上達成
▼＝指標値を達成していない

⑭【H30年度までの総合評価】欄
下記指標により事業担当課が評価を記載しています。
A:計画を上回る取組みや事業展開ができた
B:計画どおり実施できた
C:一部計画どおり実施できなかった
D:計画通り実施できなかった

	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	⑰	⑱
No	交付対象事業名	総合戦略上の関係事業名	担当課	予算の細目事業名	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	KPI（H29年度）	H29年度 実績	KPI（H30年度）	H30年度 実績	達成度 評価	総合 評価	総合 戦略 関連 ページ	成果分析・今後の展望	外部有識者からの 評価・意見	総合戦略の KPI達成に ・有効 ・有効でない	外部有識者からの 意見
A	産官学連携まち・海・里山創生事業	【P66・67:②-1】 泉南農業塾運営事業 【P66・67:②-1】 担い手集積推進事業 【P66・67:②-1】 砂栽培プラント展示事業 【P66・67:②-2】 水産資源再生事業 【P66・67:②-3】 泉南観光資源開発事業	産業観光課	産官学連携まち・海・里山創生事業	経営の自立に寄与するブランド養殖アナゴ育成	0 円	240,000 円	307,393 円	360,000 円	610,266 円	◎	A	54・59・66・67・118	平成30年度までは、PR目的にふるさと納税返礼品として提供し、認知度を上げていく。 平成31年度からは、PR目的を経営目的に転換し、現施設での経営可能数量等を基に経営計画書を策定し、売上額を増やしていく。	A	有効	アナゴ育成事業に関しては目標を大きく上回る実績を上げており、各種広報活動やふるさと納税返礼品でのPRも効果的であったと考えられる。砂地栽培も目標は達成しているが、次年度は30年度11名を5名に減らすということか？花咲ファームはポテンシャル的に2300人で達成とするのではなく、ローズガーデンとの協働で更なる発展が期待される。
					砂栽培技術を有する泉南農業の担い手の育成	0 名	5 名	2 名	10 名	11 名	◎	A		農業塾講師との協議を踏まえ、効率的な人材育成は年間5名程度が最適としており、今後も引き続き5名程度を育成していく。			
					花咲ファームを核とした農水産観光の体験機会の提供	0 人	1,500 人	1,609 人	2,000 人	2,300 人	◎	A		より多くの参加者をイベント等に集客できるよう、内容の充実とPRを展開していく。	B	有効	計画を上回る成果が得られている。また、例えば、3月に産業ツーリズムを実施したように、新たな展開を見出していく方向性を意識することが重要だと思われる。
B	(仮称)泉州観光DMO推進事業	【P56・57:①-6】 広域連携観光事業	産業観光課	観光振興事業	泉州地域の訪日旅行者数 ※増加分	—	—	—	82	38 万人	▼	D	54・56・57	目標値を大きく下回る旅行者数となったが、台風21号によって関西空港や泉州地域に大きな被害が出た影響によるところが大きいと考えられる。インフラをはじめとして、訪日旅行者を迎えるための復旧はほぼ終わったと考えられることから、今後も引き続き泉州地域の魅力発信に努める必要がある。	A	有効	観光における泉州地域を関空と結びつけた広域連携は非常に重要な事業であり、更なる発展が期待される。ただし、外国人旅客数1500万人を超える空港の周辺地域としては目標値も達成値も少なすぎると考えられる。また、消費額も総額だけでなく、地域の産物や地元の店舗・事業者にとのくらしいお金が落ちているのか注視する必要がある。
					泉州地域の来訪者満足度（訪日旅行者） ※増加分	—	—	—	0.5 ポイント	1 ポイント	◎	A		目標値を上回る結果が得られた。引き続き、様々な機会を得て、受入側のおもてなし精神を更に醸成し、様々な観光資産をブラッシュアップしていく必要がある。			
					泉州地域の延べ宿泊者数（訪日旅行者） ※増加分	—	—	—	36 万人	69 万人	◎	A		結果からは泉州地域の訪日旅行者が連泊もしくは、来日と離日時の複数回の宿泊を行ったことがみてとれる。旅行者の行動パターンが把握されることで、今後は細やかなプロモーションが可能となる。	B	有効	旅行者数に関しては、台風被害による影響の結果であるということなので、引き続きの展開に期待したい。
					泉州地域の旅行消費額（訪日旅行者） ※増加分	—	—	—	263 億円	1,278 億円	◎	A		目標値を大きく上回る結果が得られた。旅行者一人あたりの消費額が堅調に伸び、訪日旅行者が活発な購買行動をとっていることがわかる。今後は個人旅行者のニーズに見合った魅力的な商品展開や地域の特徴を活かした体験型商品などの開発を進める必要がある。			