

令和2年度 令和3年度 地方創生推進交付金事業に係る効果検証
 (子どもやおとなが夢や希望を語り心身ともに豊かに育つ地域共生のまちづくり事業)

(各交付金対象事業の重要業績評価指標 (KPI) の実績値等)

⑪【達成度評価】欄(事業担当課記載)
 「R3年度のKPI値」に対してのR3年度の達成度評価を下記により記載
 ◎=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

⑫【総合評価】欄(事業担当課記載)
 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

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭		⑮	
No	交付対象事業名	総合戦略上の関係事業名	担当課	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	KPI (R2年度)	R2年度実績	KPI (R3年度)	R3年度実績	達成度評価	R3までの総合評価	成果分析・今後の展望 (事業担当課記載)	外部有識者	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	外部有識者からの意見をふまえての今後の展開等の市としての考え方
1	子どもやおとなが夢や希望を語り心身ともに豊かに育つ地域共生のまちづくり推進事業	【P22~26:2-①-1】 ゆうてみいサポーターでつながる子どもの権利が大切にされる地域共生社会の実現事業 【P22~26:2-①-2】 SOS~相談体制の構築・強化 小さな拠点機能等整備事業 【P32:3-②-1】 防犯カメラ等設置促進事業 【P22~27:2-①-4】 農業体験事業/漁業体験事業	政策推進課	人口の社会増減における人口減少圧縮数	-	20 人	29 人	30 人	△64 人	▼	C	20歳から29歳までの年齢層の社会増減が△272人と一番多く、若い世代の本市離れが進んだ年となった。若い世代に就職や就学で本市を離れることになっても、いつか本市に帰ってきたいという思いを持ってもらえるようなまちづくりを進める必要がある。	A委員	有効	各取組みは概ねKPIを達成し、成果は出ているものと考えられる。各取組み自体は総合戦略的に有効と考えられるが、人口減少に対して影響があったのかは不明である。周辺地域との比較や減少分がどこにいったのかなど詳細な分析が求められる。	【政策推進課】 人口減少に対する直接的な効果は不明である。しかし、地域共生のまちづくりの一つの目標である絆の再生を目指し、施策を進めていくことで泉南市に住む人が泉南市に愛着をもち、定住意向を強める効果が一定あったと考える。今後も地域共生のまちづくりを推進していく必要があると考える。
			長寿社会推進課 家庭支援課 文化振興課(図書館)	小さな拠点機能等整備数	-	3 箇所	3 箇所	4 箇所	5 箇所	◎	B	(家庭支援課) 市内4カ所の子ども食堂の設置を目指し、新たに3ヶ所支援を実施し、合計4ヶ所設置できた。令和4年度も安定的な継続実施のため引き続き支援を実施する。 (文化振興課 図書館) 泉南市立図書館に10代の子どもたちの疑問解決に役立つ本、新聞、DVDなどをそろえ、一人でも、仲間といっしょにでも利用できる「お悩み解決Teen'sコーナー」の充実をはかった。「図書館きらめきサポーター」の皆さんから、このコーナーの存在をもっと知らせるべきであるとの意見をいただき、このコーナーをPRするチラシの配布などを学校等に依頼した。また市内の中高生に行ったアンケートにより新しい雑誌も選定した。子どもたちやサポーターの方々から意見をうかがい、より魅力的なコーナーとしていきたい。 (長寿社会推進課) 福まちサポートリーダー養成研修を実施し、8名を養成した(計27名)。地域の集会所2か所にせんなんまるサポ(総合相談窓口)を設置した(計3か所)。せんなんまるサポを拠点とし、福まちサポートリーダーが活動を行い、行政及びCSWは必要に応じて支援を行っている。今後、他地域の整備に向けて事業を進める。				
			人権推進課	ゆうてみいサポーター養成講座受講者数	-	120 人	213 人	120 人	258 人	◎	B	研修を受講した方を、単発の受講者でなく、継続して子どもにかかわるサポーターとして養成していきたい。	B委員	有効	若い世代の泉南市離れが進んだという数値データは、就学・就職という観点からはある程度は仕方の無い想定内の結果であると考えて問題ないのではないかと。お書きになっている通りに「いつか戻ってきてもらえる」ことを前提としたまちづくりを推進すれば良いと考える。今一度、地域教育などの施策を重要視すべきであろう。	
			産業観光課	農業・漁業体験者数	-	20 人	0 人	70 人	36 人	△	C	コロナ禍により活動期間は限られたが、農業・漁業体験を通じて本市の魅力を知ることのできるモニタツアーを実施した。今後は、様々な体験メニューを構築することで、体験者数を増加させる。				
			生活福祉課	防犯カメラ設置台数	64 台	7 台	7 台	5 台	5 台	◎	B	当初の計画どおりの成果が生み出せたと考える。 R4年度は5台設置予定				

令和2年度 令和3年度 地方創生推進交付金事業に係る効果検証
 (国際的スポーツエリア「SENNAN CAMP」創造事業)

(各交付金対象事業の重要業績評価指標 (KPI) の実績値等)

⑪【達成度評価】欄(事業担当課記載)
 「R3年度のKPI値」に対してのR3年度の達成度評価を下記により記載
 ◎=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

⑫【総合評価】欄(事業担当課記載)
 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

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭		⑮	
No	交付対象事業名	総合戦略上の関係事業名	担当課	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	KPI (R2年度)	R2年度実績	KPI (R3年度)	R3年度実績	達成度評価	R3までの総合評価	成果分析・今後の展望 (事業担当課記載)	外部有識者	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	外部有識者からの意見をふまえての今後の展開等の市としての考え方
2	国際的スポーツエリア「SENNAN CAMP」創造事業	【P34～36：4-①-2】 スポーツ施設等利用ポータルサイト構築事業 【P34～36：4-①-2】 スポーツコミッション設立事業 【P34～36：4-①-3】 「SENNAN CAMP」ブランディング事業 【P34～36：4-①-3】 トップアスリート活用事業 【P34～36：4-①-3】 いきいき健康づくり事業 【P34～36：4-①-3】 こども夢事業	生涯学習課 政策推進課	スポーツ合宿宿泊者数	0人	1,700人	0人	2,000人	0人	▼	D	(生涯学習課) 泉南スポーツコミッション協会による合宿誘致の促進により、評価指標の達成を目指す。	A委員	有効でない	コロナ禍で各事業が困難であったことは理解できるが、事情を考慮してKPI自体の見直しはできなかったのだろうか？ また、スポーツコミッション事業とブランディング事業に連携が見られないことも危惧される。	【生涯学習課】 今年度実施のブランディング事業において、スポーツコミッション協会で実施する事業（各種競技）のメインビジュアルとして「泉南熊寺郎」の各競技にあわせたバージョンをデザインしている。次年度以降、両者をリンクさせた事業展開を図るとともに、競技者及び団体が各アイコンへの愛着を醸成できる運用方針を、今年度中にブランディング事業のマニュアルで策定していきたい。
				「SENNAN CAMP」実施による雇用者数	25人	5人	0人	3人	0人	▼	D	(生涯学習課) 事業の積極的な推進委より実施による雇用者数の獲得を目指す。				
				スポーツポータルサイトアクセス数	-	0回	0回	12,000回	0回	▼	D	(生涯学習課) 法人会員や協力団体と連携し、スポーツイベントや合宿誘致などの窓口としてのコンテンツの構築を支援し、評価指標の達成を目指す。	B委員	有効		
				スポーツイベント参加者数	2,121人	2,500人	1,158人	2,900人	471人	▼	D	(生涯学習課) コロナ禍によりイベント自体の中止などがあったため実績値が成果指標を下回った。泉南スポーツコミッション協会などと連携し、スポーツイベントの実施回数を増やし、評価指標の達成を目指す。 (政策推進課) いきいき健康教室 令和3年度はコロナ禍による緊急事態委宣言等の影響を受け、10月以降に「市民いきいき健康教室」を2回開催。令和4年度も継続して開催する。				

令和2年度 令和3年度 地方創生推進交付金事業に係る効果検証

(KIX泉州ツーリズムビューロー事業)

(各交付金対象事業の重要業績評価指標 (KPI) の実績値等)

⑮【達成度評価】欄(事業担当課記載)
「R3年度のKPI値」に対してのR3年度の達成度評価を下記により記載
◎=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

⑯【総合評価】欄(事業担当課記載)
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

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	⑰	⑱		⑲	
No	交付対象事業名	総合戦略上の関係事業名	担当課	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	KPI (H30年度)	H30年度実績	KPI (R元年度 (H31年度))	R元年度 (H31年度) 実績	KPI (R2年度)	R2年度実績	KPI (R3年度)	R3年度実績	達成度評価	R3までの総合評価	成果分析・今後の展 (事業担当課記載)	外部有識者	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	外部有識者からの意見をふまえての今後の展開等の市としての考え方
3	KIX泉州ツーリズムビューロー事業	【P16~18:1-①-2】 KIX泉州ツーリズムビューロー事業	産業観光課	泉州地域の訪日旅行者数		82 万人	234 万人	36 万人	195 万人	41 万人	— 万人	47 万人	— 万人	▼	B	長引くコロナの影響により、訪日外国人旅行者の入国規制が大きく影響している。アフターコロナを見据えた安全安心かつ地域の経済活性化に貢献する事業展開を図る。	A委員	有効	各事業自体は総合戦略にとって有効であると考えられるが、コロナ禍において目標およびKPIの設定を修正することは出来なかったのか？ また実績値が不明のため判断できない項目が多い。	【政策推進課】 広域事業の目標及びKPIは、構成する市町の共通項目となっており、変更するには各市町の承認が必要である。また、事業の実施については内閣府の事業計画の認定が必要であり、目標及びKPIについても承認を受けていることから変更は難しい。 実績値はKIXツーリズムビューローの公表による事業全体のもので構成市町共通であり、各市町の個別KPIではない。 実績値「—」はコロナの影響で訪日客がほぼゼロであったことから、ほぼゼロに近いという意味での「—」になっている。 近隣地域からの来訪については、コロナ禍におけるマイクロツーリズムで一定程度獲得できていると考える。ただし、KIX泉州ツーリズムビューロー参画団体内での連携等、さらなる地域間連携について検討する余地はある。 大阪・関西万博に向けた取組については、全体的な機運醸成と連携を取りながら、各種イベントや情報発信において工夫を図っていきたい。
				泉州地域の来訪者満足度 (訪日旅行者)		0.5 ポイント	1 ポイント	0.3 ポイント	— ポイント	0.3 ポイント	1.0 ポイント	0.3 ポイント	1.0 ポイント	○	B					
				泉州地域の延べ宿泊者数(訪日旅行者)		36 万人	136 万人	15 万人	64 万人	18 万人	集計中 万人	20 万人	集計中 万人	▼	B		B委員	有効		
				泉州地域の旅行消費額 (訪日旅行者)		263 億円	730 億円	115 億円	-507 億円	133 億円	— 億円	151 億円	— 億円	▼	B					

令和2年度 令和3年度 地方創生推進交付金事業に係る効果検証
 (恋人の聖地第1弾事業)
 「恋人の聖地」観光誘客連携による地域活性化事業
 (各交付金対象事業の重要業績評価指標 (KPI) の実績値等)

⑪【達成度評価】欄(事業担当課記載)
 「R3年度のKPI値」に対してのR3年度の達成度評価を下記により記載
 ◎=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

⑫【総合評価】欄(事業担当課記載)
 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

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭		⑮				
No	交付対象事業名	総合戦略上の関係事業名	担当課	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	KPI (R2年度)	R2年度実績	KPI (R3年度)	R3年度実績	達成度評価	R3までの総合評価	成果分析・今後の展望 (事業担当課記載)	外部有識者	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	外部有識者からの意見をふまえての今後の展開等の市としての考え方			
4	「恋人の聖地」観光誘客連携による地域活性化事業	【P16~18:①-1-3】 観光誘客連携による地域活性化事業	○連携各都市の観光誘客事業 産業観光課 政策推進課 生涯学習課 青少年センター	プラットフォーム登録旅行者数	0人	43,200人	10,656人	86,400人	34,442人	▼	D	<p>【産業観光課】 長引くコロナの影響により、イベントの規模縮小や中止が余儀なくされた。 今後は、プラットフォームを活用し、フォトコンテストなどの実施や各自治体の魅力ある地域資源を積極的に情報発信することで、共同参画市町村の回遊性を高めていく。</p>	A委員	有効	コロナ禍においてKIP達成に対して困難な状況であったと思われるが、その中で一定の成果を上げたものと判断する。				
			○広域連携ブランド化・収益事業構築事業 埋蔵文化財センター	協力事業者拠点件数	0人	12件	156件	12件	120件	◎	A	<p>【産業観光課】 積極的にご協力いただける事業者の開拓を行ったことで、目標値を達成することができた。 引き続き、協力事業者の拠点を増やすとともに、共同してプロモーション事業を展開する。</p>					B委員	有効	埋蔵文化財センターの事業をきっかけに文化観光への取組を進めていくことで、イベントによるテンポラリーな集客だけではなく、持続可能性のある観光振興の展開につながるのではないかと。
			○ICTを活用した観光誘客連携事業 産業観光課	旅行者満足度指数	20%	3%	50%	3%	38%	◎	A	<p>【産業観光課】 長引くコロナの影響により、イベントの規模縮小や中止が余儀なくされたが、メールマガジンの配信やスタンプラリーを実施することで、旅行者満足度の目標値を達成することができた。 今後は、フォトコンテストの実施や積極的な情報発信を行うことで、さらなる旅行者満足度の向上を目指す。</p>							

令和3年度 地方創生推進交付金事業に係る効果検証

(恋人の聖地第2弾事業)

「恋人の聖地」広域市町村連携によるデジタルシティプロモーション事業

(各交付金対象事業の重要業績評価指標 (KPI) の実績値等)

⑨【達成度評価】欄(事業担当課記載)
「R3年度のKPI値」に対してのR3年度の達成度評価を下記により記載
◎=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

⑩【総合評価】欄(事業担当課記載)
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

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫		⑬			
No	交付対象事業名	総合戦略上の関係事業名	担当課	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	KPI (R3年度)	R3年度実績	達成度評価	R3までの総合評価	成果分析・今後の展望 (事業担当課記載)	外部有識者	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	外部有識者からの意見をふまえての今後の展開等の市としての考え方		
5	「恋人の聖地」広域市町村連携によるデジタルシティプロモーション事業	【P16～18：①-1-3】観光誘客連携による地域活性化事業	OSNS活用のためのポータルプラットフォーム基盤整備事業 産業観光課 ○広域市町村連携シティプロモーション事業 産業観光課 政策推進課 ○情報ネットワーク・地域活性化事業 産業観光課 ○各市町村の連携プラットフォーム強化・収益構築事業 産業観光課	観光入込数	7,740,000 人	2,326,000 人	2,327,399 人	◎	A	【産業観光課】 事業に共同参画する市町村が活用できるYouTubeチャンネルを開設し、多方面に泉南市のPR動画を配信した。また、動画に著名人を起用したことで効果的にプロモーション展開することができた。 引き続き著名人とのコラボ動画などPR効果の高いコンテンツを配信するとともに、リモート環境において各地域を体験することができるポータルサイトを整備する。	A委員	有効	youtubeやwebサイト等、さまざまな情報発信を積極的に行なっていることは評価される。SENNAN LONG PARKの貢献度は大きものと予想されるが、他の市内への波及効果は得られているのか？また、デジタルサイネージは有効に働いているのか？	【産業観光課】 イベント時にSENNAN LONG PARKと観光スポット間をシャトルバスで運行するなど市内回遊を促進した。また、市内4箇所を設置しているデジタルサイネージは市内の観光スポット及び飲食店を掲載しており、効果的な観光情報の発信に寄与している。 【政策推進課】 本市の地域資源において、市の認知度向上に大きく寄与しているSENNAN LONG PARKを核にした情報発信を含めた観光誘客施策を展開し、さらなる地域活性化を推進してまいりたい。市内各所へはSENNAN LONG PARKからの送客を行う実証的な取組を展開しており一定の効果があるが、具体的な効果検証方法について今後の検討課題としたい。		
				ポータルプラットフォームへの投稿数	0 件	810 件	2,138 件	◎	A	【産業観光課】 事業に共同参画する市町村が活用できるYouTubeチャンネルを開設し、多方面に泉南市のPR動画を配信した。また、動画に著名人を起用したことで効果的にプロモーション展開することができた。 引き続き著名人とのコラボ動画などPR効果の高いコンテンツを配信するとともに、リモート環境において各地域を体験することができるポータルサイトを整備する。					B委員	有効
				メディア掲載数	0 件	324 件	357 件	◎	A	【産業観光課】 事業に共同参画する市町村が活用できるYouTubeチャンネルを開設し、多方面に泉南市のPR動画を配信した。また、動画に著名人を起用したことで効果的にプロモーション展開することができた。 引き続き著名人とのコラボ動画などPR効果の高いコンテンツを配信するとともに、リモート環境において各地域を体験することができるポータルサイトを整備する。						