

【事業実施主体の効果検証】平成29年度 地方創生推進交付金の効果検証

事業名: SATOYAMA MOVEMENT拠点事業(2)

担当課: 定住促進課

本事業の内容及び目的

邑南町では、全12公民館エリア毎に、住民が人口減少対策のための戦略(「地区別戦略」)を策定している。  
 本事業では、地域に人とお金の流れを作り、持続可能な地域を実現することを目的とし、「地区別戦略」達成のために各公民館エリアで行われる事業に対して支援を行う。

本事業における重要業績評価指数(KPI)	H28	H29	H30	H31
地域の取組による転入者数:10人(事業開始前から平成29年度分までの増加分)	0	-		
観光入込客数:60,000人(事業開始前から平成29年度分までの増加分)	-13000	31,000		
地域マネージャーの配置:6人(事業開始前からの増加分、平成29年度)	6	6		

事業効果／成果及び評価の判断理由	実績値を踏まえた事業の今後の展開について
<p>地区別戦略の実行2年目であり、初年度と同様に中間支援組織とともに、アクションプランの実現をサポートした。</p> <p>地区別戦略の実現のための活動補助金については、各地区に300万円を上限に活動資金を交付し、事業推進を支援した。今年度は2年目にあたり年度当初から事業を開始できたところが多く、事業実施期間を十分確保できていた。また、28年度につづき都市交流拠点整備についてコンペを行い、2地区を採択し、交流人口拡大に向けて基盤が整いつつある。</p> <p>各地区の状況については、中間報告や年度末に報告をしてもらいながら、全ての地区で取り組みが進捗するよう支援を行い、3年目がスムーズにスタートできるようサポートを行った。</p> <p>各地区の事業実施においては、行政だけではなく、「中間支援組織」にも協力をしてもらう事で、事業が着実に進捗できたと評価している。</p>	<p>計画どおりに事業を継続して行う。</p>

有識者からの意見

- 各地区で、住民主体の取り組みにつながっている。他地域の取り組みに刺激を受けたり参考にしたりして、各地区で工夫したりアイデアを練ったりしており、地区の振興に効果がある。
- 「空き家を利用した～」という戦略が多数あるが、廃墟化した空き家が多数あり、景観を損なう。あるいは、割れたガラスが飛び散り危険である。  
 「空き家対策」として、再利用ばかりでなく、そういった部分にも力を入れてみてはどうか？  
 ※せっかく観光客が来ても、町そのものがすたれているように見える。

【事業実施主体の効果検証】平成29年度 地方創生推進交付金の効果検証

事業名: インバウンド(観光受入)推進事業

担当課: 商工観光課

本事業の内容及び目的

邑南町は、世界的知名度の広島市から車で「1時間ちょっと」の「田舎・里山」という地の利を活かし、外国語によるPR映像を制作したり、食に関する協定を結ぶ浜田市とともに、広島県で発行される英字フリーペーパーに特集記事を掲載するなど、広島を訪れる観光客を対象に誘客を図る。  
また、町民を対象に外国人に対する「おもてなし」講座を実施して受入体制を整え、里山地域の食や田舎体験プログラム作成や公民館エリアでの交流拡大など、邑南町の新たな観光スタイルを構築していく。

本事業における重要業績評価指数(KPI)	H28	H29	H30	H31
イベント実施による外国人観光客入込客数: 30人(事業開始前から平成29年度分までの増加分)	92	97		
観光入込客数: 60,000人(事業開始前からの増加分、平成29年度)	-13000	31,000		
外国人観光客モニターツアー実施回数: 2回(事業開始前からの増加分、平成29年度)	2	1		

事業効果／成果及び評価の判断理由	実績値を踏まえた事業の今後の展開について
<p>モニターツアーや研修生、島根大学留学生の農家民泊体験の積極的な受入や町内のイベント情報をSNSを通じて英語で発信した結果により外国人観光客は増加傾向にある。</p> <p>三江線廃線による来訪者増加の要因はあったが、自然公園等の被災による進入制限や天候不良が影響し目標の数値に至らなかった。</p> <p>インバウンドモニターツアーについて2回の実施を予定していたが、日程調整等予定がつかず結果として1回の実施に終わった。</p>	<p>継続して、SNSを通じた町内のイベント情報の発信を行うと共に12地区別戦略実施団体や観光協会と協働で観光客を誘致し「地域交流型観光」パッケージを作成に向け受入体制の整備を行う。</p> <p>観光施設の早期復旧を進めるとともに、観光協会、商工会、道の駅などと連携し、天候に左右されない観光商品づくりを行う。</p> <p>山陰インバウンド機構等関係機関と協力しモニターツアーを実施し、結果を基に魅力ある観光商品づくりを行う。</p>

有識者からの意見

- 団体との連携が重要
- 邑南町の地の利は分かるが、町のどのような特色が外国人にとって魅力となっているかが、分かりづらい。何を売り出して外国人観光客を呼び込もうとするのか、具体的な戦略が欲しい。
- 今後は、次世代の民泊の担い手確保が非常に重要になるのではないのでしょうか。民泊は外国人など観光客向けの重要な邑南町のオリジナル性の高いコンテンツでもあると思うので、次世代でも取組希望者ができるようサイドビジネスとしてのモデルづくりや次世代による新しい形の民泊ビジネスモデルづくりの支援等も検討していく必要があるのではないのでしょうか。
- インバウンドは交流だけではない。真に地域の魅力を外国人に見せることが重要であり、そのためには、日本人に見せることが重要であり、そのためには、日本人と外国人とのミックスによる対応が重要である。

**【事業実施主体の効果検証】平成29年度 地方創生推進交付金の効果検証**

事業名:                       
                    **活力ある農業づくり事業**

担当課:                       
                    **農林振興課**

**本事業の内容及び目的**

邑南町は、平成27年度から「西洋野菜」の栽培を特徴の一つとした「邑南野菜」のブランド化を進めている。本計画では、町内に所在する矢上高校と連携して生産体制の拡大、販路開拓、西洋野菜の普及活動を行い、生産農家及び「邑南野菜」を食材として利用する町内飲食店の収益力向上を図る。

本事業における重要業績評価指数(KPI)	H28	H29	H30	H31
新規就農者の確保: 4人(事業開始前からの増加分、平成29年度)	△	0		
邑南町西洋野菜研究会の会員増加: 4人(事業開始前からの増加分、平成29年度)	△	0		
「邑南野菜」を素材とした事業展開、メニュー展開: 1件(事業開始前からの増加分、平成29年度)	△	1		

事業効果／成果及び評価の判断理由	実績値を踏まえた事業の今後の展開について
邑南野菜と西洋野菜について 平成29年度は研究会の会員数増加はなかったが、口コミや料理教室等で数人から興味があるとの声があり、平成30年度は会員数の増加が期待できる。また、西洋野菜を使用した料理教室を年2回、栽培研修会を3回開催した。邑南野菜については、のぼり、ロゴマークを作成し、平成30年度から道の駅等に設置してもらいに宣伝する予定である。	邑南野菜と西洋野菜について、認知度を広げていく活動を継続して行う。

**有識者からの意見**

■認知度(周知)が重要  
 ■「A級グルメ」掲げる町の戦略として、農業に力を入れるのは、いいことと考える。  
 具体的に邑南野菜の特長や魅力をどのように創出し、PRするかに関心がある。  
 ■町と共同での栽培や販売については、矢上高校との連携が重要である。