

■地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金(地方創生先行型)事業実績
及び紀北町地方創生会議委員の意見

【基礎交付分】

	事業名	実績額(円)	事業概要	重要業績評価指標(KPI)	目標年月	実績	達成状況	今後の取組方針	紀北町地方創生会議委員の意見
1	紀北町人口ビジョン策定事業	4,806,000	地方人口ビジョン作成のための基礎調査を実施し、「紀北町まち・ひと・しごと創生総合戦略本部」において、その調査結果を活用した実行性のある総合戦略の策定につなげる。	—	H28. 3	【実施内容】 平成28年1月「紀北町人口ビジョン」策定	○	—	紀北町は、若い人が少ない。地元の人同士での婚活の場が必要。人口の自然減を減らすことが重要。
2	紀北町一次産業魅力アップ推進事業	6,997,969	紀北町の主幹産業である一次産業従事者は年々高齢化し、後継者育成が急務となっている。この状況を打破するため、都市部の若者が有する潜在的な一次産業へのニーズを的確に捉えたメッセージ性の高いツールを作成するとともに、新しい切り口で若者にPRすることで、新たな雇用創出につなげるとともに、落ち込みの激しい一次産業については、自立的・持続可能な地域産業とするため、川上から川下までの一貫した施策を再構築を目指す。	新規一次産業候補者:3名 「候補者:就業されている状況ではないが、面談等まで至るものをいう。」	H28. 3	【実施内容】 ・WEBコンテンツ(映像)作成 ・地元漫画家(元町夏央先生)による一次産業就業促進用ポスターの作成 ・一次産業魅力体験事業(農業・林業・水産業)の実施。 ・一次産業就業相談の実施(東京2回、名古屋1回、大阪1回、三重県内2回) 【KPI実績】 新規就業数:3名 就業候補者:7名 (面接者・新規就業者含む)	○	—	当該事業において実施の1次産業体験事業は、参加者がどれだけ本気なのかを把握することが大事。体験者用の短期滞在住宅の提供も必要ではないか。参加者の意見のフィードバックも必要。
3	紀北町水産物衛生化推進事業	5,647,112	食品の安全が今までにない求められている中、当町においても『新たな食の安全基準』への対応が課題となっている。この課題解決に向けた調査を実施し、本市場及び関係する水産事業者の水産物への衛生化意識の向上を図ることにより、紀勢自動車道開通による地理的優位性を生かした『新たな流通拠点市場』として、魚価の安定、高付加価値化による所得の安定、新たな水産業の雇用につなげる。	●『新たな食の安全基準』へ向けて改善に取り組む水産事業者の増加:1事業者 ●講習会、研修会等に参加した事業者:5事業者	H28. 3	【実施内容】 ・長島港産地卸売市場の衛生化に伴う調査・中央市場及び他の産地市場の動向把握。 ・衛生指導、衛生講習会、先進地視察、衛生マニュアルの検討及び作成 ・啓発用看板作成、設置 【KPI実績】 ●『新たな食の安全基準』へ向けて改善に取り組む水産事業者の増加:3事業者 ●講習会、研修会等に参加した事業者:14事業者	○	—	東京の築地市場が豊洲に移ることで、市場の衛生化について、非常に危機感を持っており、市場の衛生化取り組みをこの事業を通して取り組むことができた旨、漁協の理事である委員からの意見があった。
4	生産者と消費者をつなぐ紀北町食等のブランドアップ事業	9,814,080	紀北町の特徴ある高品質な地域食材の多くは、季節商品であること、収量が少ないこと、適切な価格がつかないこと等から、ほとんどが町内で消費され、域外へは流通していないのが現状である。 少量であっても定期的に購入してくれる固定客(ファン)を作るため、生産者・事業者の顔の見える商品販売の仕組みを構築し、売上の向上と安定した事業継続や販路拡大、雇用の創出につなげる。 また、町内での消費額又は経済波及効果などのマーケティング調査を実施し、付加価値のある新たな商品開発等につなげる。	●各生産者100人以上のファンを新規に獲得 「ファンの定義:特設ページ内に設定する「ぐうボタン」の押した人の数及び「コメント」数をいう。」 ●1商品以上の新商品の開発(ブラッシュアップ含む)	H28. 3	【実施内容】 ・生活者参加型の地方特産品開発支援サービス「うまいもんプロデューサー」を活用し、地域資源のブランド向上及び紀北町の事業者による地域資源の新たな商品開発を行い、販売促進を図った。 1.紀北町の特設ページの作製 2.紀北町の食材・食品の紹介及び試食会の実施 3.紀北町の食材・食品を使った商品開発支援 4.紀北町食の探訪・収穫ツアーの実施 5.紀北町内のマーケティング調査 【KPI実績】 ●10生産者のうち9生産者が100人以上のファンを新規に獲得した。 ●1商品開発(さつまいもチーズのベビーチーズポーロ)	△	地方創生加速化交付金を活用した「特産品魅力アップ大作戦」事業により、より一層の地域食材や特産品の高付加価値化を図っていきたい。	紀北町では、今の経営者が亡くなれば、閉店せざるを得ない商店が多い、外からの目が入ることで活性化が図れると思う。

	事業名	実績額(円)	事業概要	重要業績評価指標(KPI)	目標年月	実績	達成状況	今後の取組方針	紀北町地方創生会議委員からの意見
5	スポーツ交流活性化事業	7,708,291	三重県南部の温暖な気候と中京圏・関西圏からのアクセスの優位性を活かし、町内にある多様なスポーツ施設と安価でおいしい食事とあたたかいもてなしを提供できる宿泊施設との連携により、スポーツ合宿や大会に適した「スポーツのまち紀北町」を広くPRする。また、利用者に定期的にリピートしてもらうためには、グラウンド等の施設は常に良好な状態を維持する必要がある。これらの相乗効果により、域外からの施設の利用者数と宿泊者数を増加させるとともに、町民がスポーツに親しみ、健康づくりのための運動に取り組む機運の醸成につなげる。	合宿の新規誘致件数及び大会の新規開催件数:あわせて10件	H28. 3	【実施内容】 ・いきいきカップ事業(グラウンドゴルフ大会の開催) ・合宿・大会誘致事業(PRパンフレットの作成) ・スポーツ講習会及び講演会開催委託事業(小椋久美子さん講演会) ・ミニテニス普及事業(ニュースポーツ・ミニテニスの導入・普及) ・グラウンド整備委託事業 ・紀北町長杯スポーツ大会開催補助金 ・権兵衛の里走ろう大会10回記念大会補助金 【KPI実績】 合宿の新規誘致件数及び大会の新規開催件数:あわせて26件	○	—	町がスポーツ合宿に力を入れて相当の数の合宿を誘致できたと思う。スポーツ施設の設備がもっとよくなればよい。
6	紀北おもてなし事業	10,087,031	平成27年10月に紀北町は合併10周年を迎える。平成26年3月に紀伊長島IC～海山ICが開通したことにより中京圏、関西圏からの本町へのアクセスが向上したことに加え、町内の二つのIC間が無料で利用できることから、町内を周遊するには大変便利になった。目的地、立ち寄り地として、本町を選んでいただけるよう、合併10周年を旗印とした町内周遊キャンペーンの実施する。また、主要HP、ラジオCM、テレビ番組、メディアの集まる観光交流会や三重県の首都圏営業拠点である「三重テラス」等、様々な媒体を通して観光情報発信を行い、本町に足を運んでいただいた方にはおもてなしの心で充実した観光案内ができるよう、主要なパンフレットの整備を行う。また、平成27年度に本町紀勢自動車道、三浦地内にて開業予定の地域振興施設「始神テラス」において観光案内人の設置を行う。事業実施により、交流人口の増加、ひいては移住・定住人口の増加をめざす。	現在の道の駅「紀伊長島マンボウ」及び「海山」のレジ客数に、H27年度開業予定の地域振興施設「始神テラス」のレジ客数を加えた件数が、紀勢道開通前の両道の駅のレジ客数を上回ることをめざす。	H28. 3	【実施内容】 ・三重テラス講演会 フォトグラファー山本まり子さん講演会「熊野古道を歩いています」 ・紀北町LINEスタンプ制作 マスコットキャラクターきーほくんのLINEスタンプ制作 ・観光振興PR事業 ・紀北町PRキャンペーン ・観光案内人設置事業 ・FM三重スポットCM作成 ・紀北町PRテレビ番組制作 ・きほくのお土産図鑑リニューアル 【KPI実績】 平成27年度における道の駅「紀伊長島マンボウ」及び「海山」のレジ客数に、地域振興施設「始神テラス」のレジ客数を加えた件数:432, 500人 紀勢道開通前の両道の駅のレジ客数:303, 551人(平成24年度) 432, 500人>303, 551人	○	—	町内を周遊してもらって、特に町外の資金を町内で循環させることが重要。

【上乗せ交付分】タイプ I

	事業名	実績額(円)	事業概要	重要業績評価指標(KPI)	目標年月	実績	達成状況	今後の取組方針	紀北町地方創生会議委員からの意見
1	東紀州・奥伊勢・伊勢志摩・周遊滞在促進事業 連携市町: 8市町 (熊野市、尾鷲市、紀北町、御浜町、紀宝町、南伊勢町、大台町、大紀町)	980,000 総事業費 (7,840,000)	地域の多様な主体と協働し、伊勢志摩～熊野～和歌山県田辺市エリア(主としてR42～R260～R311沿線)の歴史・文化資源、体験施設、ビューポイント、食等を網羅した多言語広域ドライブマップ(日本語、英語、フランス語、簡体語、繁体語、韓国語)を作成し、国内外の来訪者の増加につなげる。	①東紀州地域 平均立ち寄り地点数 地点数 1.99→3.00 ②伊勢志摩・東紀州立ち寄り率(%) 伊勢志摩から東紀州 5.1～6.1 (②-1) 東紀州から伊勢志摩 6.1～7.1 (②-2)	H28. 3	【実施内容】 南三重ドライブマップ作成 (日本語・英語版各30,000部、フランス語・簡体語・繁体語、韓国語各10,000部) 【KPI実績】 ①平均立ち寄り地点数 地点数 2.10 ②伊勢志摩・東紀州立ち寄り率(%) 伊勢志摩から東紀州 5.8 (②-1) 東紀州から伊勢志摩 8.8 (②-2)	△	東紀州5市町により、この事業で取り組んだインバウンド対策と観光DMOの設立に向けた取り組みを中心に加速化交付金を使って取り組む。	伊勢神宮は神の国、熊野は蘇りということを鮮明に打ち出し、市町単位で色分けをして、バッジや旗等を作り、それらを周遊することで集められるような売り出し方があると思う。
2	東紀州養殖ヒロメ消費拡大促進事業 連携市町: 2市町 (尾鷲市、紀北町)	1,000,000 総事業費 (2,000,000)	東紀州地域で養殖され始めた海藻であるヒロメについて、紀北町及び尾鷲市の生産者、漁協、市町及び三重県が東紀州ヒロメ養殖協議会を組織し、ヒロメを東紀州の新たな特産品とするための取り組みを共同で行ってきた。その結果、生産体制は確立されつつあるが、現状におけるヒロメの売り先が道の駅や一部の地元販売店に限られており、更なる知名度の向上、販路の確保が課題となっている。 現在、ヒロメ生産者間でヒロメ養殖技術や加工場などの保有施設に違いがあり、活動の程度に差が開いている状況にある。これまでの活動では、各生産者の自己負担と各市町の財政状況に応じた個別の支援策が展開されてきたが、県、市、町の財政状況が異なること等が障壁となり、行政の足並みをそろえた協議会への活動経費補助がなされてこなかった。そこで、当事業では複数市町で共同した活動を実施する当該協議会に対して支援を行うことで、地域間の格差や得意不得意分野を調整し、より効率的な生産体制を築くことで、生産量の増大を図る。そのなかで、新規ヒロメ養殖業者を育成し、漁村の担い手の確保及び地域の活性化を目指す。また、広域連携により、各地域の飲食店や販売店に対する利用促進、あるいは大都市圏への販促活動を進め、単独の事業者では困難な販路拡大に向けた活動を推進する。PRの際に必要な基礎データが不足しているため、各地域の生産者及び行政が協同で、基礎成分分析や加工品の賞味期限の検査、または新たなレシピ開発等を行い、より幅広い展開を支援することを目的とする。	①ヒロメ養殖量の増大 全体で年間合計5t ⇒3カ年で年間合計10tに増 ②ヒロメ取扱店の増加 事業終了時に全地域で10店舗 ③新規就業者の参入 1～2業者の養殖開始	H28. 3	【実施内容】 ・ヒロメPR動画・ポスター・のぼり制作 ・ヒロメを健康機能食品とするための成分分析 ・販路拡大にむけて物産展でのPR 【KPI実績】 ①ヒロメ養殖量の増大 全体で年間合計3t (うち紀北町2.4t) ②ヒロメ取扱店: 10店舗 (うち紀北町4店舗) ③新規就業者の参入 0業者	△	ヒロメを東紀州の新たな特産品としていくため、一層の知名度の向上や販路の確保、新たな担い手の育成を中心に取り組む。	ヒロメPR動画については、出来がすごく良く、いろんなところ、特に町外で流した方がよいと思う。