事業番号　1　－　1

# 2018年度　地方創生推進交付金事業

| | |
|---|---|
| 事業名 | 四国のゲートウェイを起点とした「おどる宝島★とくしま観光・文化プログラム」発信戦略<br>（徳島県・鳴門市・徳島市・小松島市・美馬市・三好市・海陽町・つるぎ町・東みよし町　広域連携事業） |

| 事業開始年度 | 2017年度 | 事業終了（予定）年度 | 2020年度 | 担当課 | まるごと三好観光戦略課 |
|---|---|---|---|---|---|

**事業の目的**

徳島県の延べ宿泊者数は近年増加傾向にあるものの，平成22年以降4年連続で全国最下位であり、外国人宿泊者数においても近年，急増しているものの四国他県に比べると人数は依然として少ない現状にある。本県には，「阿波おどり」や「阿波藍」などの「あわ文化」や「四国八十八箇所霊場と遍路道」，徳島の地理・魅力を活かしたアニメイベント「マチ★アソビ」，「食と農の景勝地」や「世界農業遺産」国内候補地に選定された「にし阿波」の歴史文化，県南の豊かな自然がもたらすアウトドアフィールドと食の恵みなど，外国人観光客を惹きつける資源を多く有しており，急増する外国人観光客の多様なニーズに対応した誘客コンテンツの開発や情報発信，専門的人材の養成等の受入体制の整備など，国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを進めることが課題となっている。課題に対して，県全体として，県内市町村や近隣府県，関係事業者と連携・協働の下，県東部と県西部を結ぶ広域周遊ルートの整備や県内各圏域の特色や魅力を活かした着地型旅行商品の開発と事業推進主体の形成支援，県南部地域の新たな誘客コンテンツの開発，1年を通じた誘客コンテンツの開発と定着化等に取り組み，戦略的に情報発信していくことを目的とする。

**事業内容**

西部2市2町（三好市、美馬市、東みよし町、つるぎ町）は、一般社団法人そらの郷（地域連携DMO候補法人）と連携して，「食と農の景勝地」や「世界農業遺産」国内候補地に選ばれた「にし阿波」の魅力を活かした体験型教育旅行の誘致や農家民宿等の誘客促進，外国人観光客の受入拡大に向けた情報発信・人材育成に取り組む。

**事業費**（単位：円）**※三好市分**

| | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 計画額 | － | － | 10,269,000 | 10,333,000 | 8,500,000 | 6,800,000 |
| 実績額 | － | － | 9,724,993 | 10,347,773 | | |
| 交付金充当額 | － | － | 4,556,130 | 5,166,000 | | |

**重要業績評価指標（KPI）**

| KPI | | 単位 | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| KPI① 5年間の延べ宿泊者の増加人数（徳島県） | 目標値 | 万人 | － | － | 285 | 300 | 310 | 320 |
| | 実績値 | | － | － | 230 | | | |
| | 達成度 | | － | － | C | | | |
| KPI② 5年間の外国人延べ宿泊者の増加人数（徳島県） | 目標値 | 万人 | － | － | 7 | 8 | 11.7 | 13.4 |
| | 実績値 | | － | － | 10.3 | | | |
| | 達成度 | | － | － | A | | | |
| KPI③ 5年間のクルーズ来県者の増加人数（徳島県） | 目標値 | 人 | － | － | 11,700 | 15,000 | 15,000 | 15,000 |
| | 実績値 | | － | － | 10,657 | | | |
| | 達成度 | | － | － | B | | | |
| KPI④ 観光消費額（徳島県） | 目標値 | 億円 | － | － | － | － | 1,000 | 1,050 |
| | 実績値 | | － | － | － | － | | |
| | 達成度 | | － | － | － | － | | |

数値目標及びKPIの達成度

| 達成割合（%） | 達成度 |
|---|---|
| 100%以上 | A（目標を上回る） |
| 90%以上～100%未満 | B（概ね目標どおり） |
| 70%以上～90%未満 | C（目標をやや下回る） |
| 70%未満 | D（目標を大きく下回る） |

**当該年度の成果と課題**

【そらの郷事業】
①にし阿波体感プログラム「あわこい」の開催
にし阿波において、滞在交流型観光の推進、観光まちづくりの自発的な活動の促進を図るため、地域住民との交流、地域の魅力を再発見していただくことに重点をおいた、自然、歴史、文化、伝統芸能、食、温泉等様々な地域資源を活かした体感プログラムを展開。平成30年11月23日～平成31年2月14日にて、にし阿波全体で102プログラムを展開し、879人（前年858人）の参加者があった。
②国内旅行泊（ツーリズムEXPOジャパン）への出展
ツーリズムEXPOジャパン2018に「にし阿波～剣山・吉野川観光圏」として出展し、ブースでの物産・観光PRや商談会での売り込みを行った。
③体験型教育旅行関係営業活動・人材育成研修等の実施
2市2町をエリアとする体験型教育旅行（中学校、高校の修学旅行等）の受入拡大のため、旅行会社等への営業活動、視察受入、受入家庭への人材育成研修及び受入体制整備に資する業務を実施した。
【世界農業遺産事業】
①世界農業遺産認定一周年記念スタディツアー、世界農業遺産認定記念シンポジウム等イベント開催
平成31年3月で世界農業遺産の認定を受けてから1年の経過に伴い、現地を訪れることで傾斜地集落の暮らしや独自の食文化等に触れ、「にし阿波の傾斜地農耕システム」への理解と共感を深めるツアーの開催や「傾斜地農耕」を構成する農業や農文化、景観、生物多様性などをテーマに、県内各地でシンポジウム等のイベントを開催
②「にし阿波の傾斜地農耕システム」パンフレットの制作
「にし阿波の傾斜地農耕システム」の認知度向上及び戦略的情報発信を目的としたパンフレットを制作
③「にし阿波の傾斜地農耕システム」地域特産物販売促進事業
世界農業遺産に認定された「にし阿波の傾斜地農耕システム」を営む団体が、地域で生産された農作物を使用した新商品の共同開発を行い、地域の訪問者に販売することで地域の活性化に向けた事業を展開
④世界農業遺産「にし阿波の傾斜地農耕システム」ロゴマークの募集・決定
「にし阿波の傾斜地農耕システム」の認知度向上やブランド力向上を図るため、ロゴマークデザインを公募し、決定

**今後の取組**

【そらの郷事業】
にし阿波体感プログラム「あわこい」の開催については、参加者目標数を1,000人としていたところ、若干目標数値に達しなかった。より地域の協力を得ながら地域ならではの魅力が伝わるプログラムを用意し継続的に展開していく必要がある。国内外へのPR及び「体験型教育旅行関係営業活動・人材育成研修等の実施」についても、関西・関東圏を中心に情報発信を徹底して知名度を向上させるとともに、「体験型教育旅行関係営業活動・人材育成研修等の実施」については体験プログラムの充実化、受入農家数の増加に努めていく必要がある。
【世界農業遺産事業】
今後も地域ならではの「傾斜地農耕」を次世代に継承し地域活性化につなげていくため、地域住民や関係機関と一体となり以下のような施策に取り組んでいく。
・農作物や加工品の高付加価値化に向けた「世界農業遺産ブランド認証制度」の創設
・地域住民と交流し、農山村の暮らしを体感できる農泊施設の拡充と受け入れ体制の強化
・「にし阿波観光圏」「SAVOR JAPAN（食と農の景勝地）」と連携した、滞在型観光や地域の食文化と観光が融合した「ガストロノミーツーリズム」の推進
・UJIターン者や定年帰農者などのサポート体制整備による担い手の確保・育成
・企業や学校との連携による人材の派遣などによる農地の保全　等

事業番号　2 － 1

# 2018年度　地方創生推進交付金事業評価シート

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 事業名 | 三好市生涯活躍のまちづくり事業 | | | | |
| 事業開始年度 | 2017年度 | 事業終了（予定）年度 | 2019年度 | 担当課 | 地方創生推進課　生涯活躍のまちづくり推進室 |

**事業の目的**

三好市で暮らす全ての住民が、住み慣れた地域で人生の最後まで自分らしい生活を送れるよう、「雇用」や「住まい」の確保、「健康づくり体制」の充実や、市民参画による地域福祉体制づくりによる「地域の安全安心」の確立、「生活支援」、「いきがいづくり」など、包括的な支援やサービスを実施する総合的なまちづくりを実践する。加えて、持続可能なまちを形成していくために、経験豊富な知識や技能を有するシニア層をはじめとする人材の移住を促進し、地域・経済・福祉のさまざまな面での担い手不足を解消する。移住者は、二地域居住など多様な形態で本市に関係し、既存市民（団体）と交流・協働するなか、新たなサービスやライフスタイルの発見・創出などの付加価値の創出や、生活の質の向上を目指す。これらの実現にために、外部からの新たな価値観等を受け入れる「多世代共生・交流」の土台づくりを目指すこととしている。

**事業内容**

【エリア共通】 空き家再生活用事業（2,750,000円）
【中心市街地エリア】 ミッションターン創出事業（19,123,208円）、健幸向上・いきがいづくり事業（5,000,000円）
【池田町州津エリア】 地域交流拠点整備事業（181,849,260円）、地域ビジネス創出事業（7,000,000円）、暮らしサポート支援事業（5,124,604円）、お試し体験プログラム構築事業（12,000,000円）

**事業費**（単位：円）

| | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 計画額 | － | － | 54,750,000 | 100,000,000 | 59,250,000 | － |
| 実績額 | － | － | 69,306,080 | 232,847,072 | | － |
| 交付金充当額 | － | － | 27,082,000 | 49,915,000 | | － |

**重要業績評価指標（KPI）**

| | | | 単位 | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| KPI① | 生涯活躍のまち構想推進による移住（希望）者数 | 目標値 | 人 | － | － | 20 | 30 | 20 | － |
| | | 実績値 | | － | － | 15 | 26 | | － |
| | | 達成度 | | － | － | C | C | | － |
| KPI② | 経験豊富な知識や技能を有する人材の誘致 | 目標値 | 人 | － | － | 10 | 15 | 10 | － |
| | | 実績値 | | － | － | 7 | 11 | | － |
| | | 達成度 | | － | － | C | C | | － |
| KPI③ | UIJターン件数 | 目標値 | 件 | － | － | 150 | 160 | 170 | － |
| | | 実績値 | | － | － | 186 | 199 | | － |
| | | 達成度 | | － | － | A | A | | － |

数値目標及びKPIの達成度

| 達成割合（%） | 達成度 |
|---|---|
| 100%以上 | A（目標を上回る） |
| 90%以上～100%未満 | B（概ね目標どおり） |
| 70%以上～90%未満 | C（目標をやや下回る） |
| 70%未満 | D（目標を大きく下回る） |

**当該年度の成果と課題**

【成果】
エリア共通　空き家バンク登録を目的とした空き家所有者へのPR・プロモーション、利用可能物件の発掘を目的とした空き家調査の実施。空き家再生活用の調査研究、中間団体を介した空き家改修物件の賃貸を試行的に実施し、住まいの確保を図った。
中心市街地エリア　企業版「地域おこし協力隊」制度の試行やビジネスプランの募集、移住支援のPRサイトの構築、就業等のマッチングコーディネーターや移住コンシェルジュの配置、地域交流拠点施設を活用した交流・協働支援事業、健康フィットづくりを支援するボーダレスフィットネスの実証実験を実施し、移住検討者の拡大につなげた。
池田町州津エリア　地域密着型の拠点を整備に伴う就労・多世代交流の場の確保のほか、同施設で展開される居住支援等サービスの構築、福祉就業を目的にしたツアー・フェアを開催し、移住検討者の拡大につなげた。

【課題】
①事業をつうじて移住検討者は拡大し、その受け皿となる空き家（住まい）の確保に務めているが、所有者の権利問題や建物の老朽化等の問題により、利用を希望する移住者へ対し、十分に提供できるまでには至っていない。
②移住検討に際し、その要素となる【しごと】、【住まい】、【コミュニティ】、【健康】に関し、紹介することはできているが、体験する支援が不足しており、移住検討者を後押しできていない。
③お試し住宅を利用する移住検討者へ対し、人と人との有機的なつながり（関係性）を構築し、本市へ気持ちを根付かせる「支援」や「PR」が進んでおらず、移住検討者の滞在中や移住後においてコミュニティに広がりがない。
④地方で活躍したいと望む人材の活動や交流を促進する拠点施設が整備され、供用開始の6月から11月までの累計利用者数が約4,000人となっているが、移住検討者の滞在期間中、市民との協働へと結びついていない。短期的に滞在する移住候補者へのヒアリングでは、地方での就業マッチングを実施しているが、高度人材の知見やノウハウを活かせる魅力的な機会がないことが指摘されており、地元と移住者との思いが乖離することなく、移住者自らが希望するライフスタイルを実現できる「しごとづくり」が求められている。
⑤本市への移住予備軍の母集団そのものが少ない。

**今後の取組**

①所有者へ対し、資源活用を促すリノベーションによる活用案の提案や、空き家活用促進PR・プロモーションを実施する。
②地方移住の際に不安視される【しごと】、【住まい】、【コミュニティ】、【健康】の解消を目的とした「お試し体験」を提供するため、就業やサービス提供拠点となる近隣「地域交流施設（州津エリア）」の機能強化を図る。
③「お試し住宅」の利用者へ対し、市内の広範囲の市民とコミュニティ形成し、協働できるソフト事業を実施する。移住後の「心の拠り所」「つなぎ目」となる地元民（ローカルキーマン）を軸とした、日常生活で利用できるコミュニケーションスポット等を情報発信する。
④移住者を誘致に必要な官民連携の就業マッチング制度の構築や、地方社会の課題解決や市の未来をデザインする「しごと」を創出するとともに、PR・プロモーションを戦略的に進め、就業支援を行う。
⑤「移住促進」の前段階として、地域の「人」にスポットを当て、「人」を通じて地域を見える化する「Webサイト」を構築・運用し、「潜在的移住者の発掘」につながる「情報発信の仕組みづくり」や「継続的な情報発信の体制づくり」を行う。

事業番号　2　－　2

# 2018年度　地方創生推進交付金事業評価シート

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 事業名 | ラフティング・ウェイクボード競技大会開催を核とした地域活性化促進事業 | | | | |
| 事業開始年度 | 2016年度 | 事業終了（予定）年度 | 2018年度 | 担当課 | まるごと三好観光戦略課 |

**事業の目的**

○「ラフティング世界選手権」の開催を機に、競技大会開催規模の拡大及び国際大会の開催環境を整え、情報発信の範囲を国外に拡大すると共に、インバウンド対応等受け入れ態勢の強化を併せて実施することで、ラフティングを活用した観光戦略（体験ツアーの活用、体験型教育旅行の推進等）を検討・実施し観光客数の増加につなげる。
○「ラフティング世界選手権」「ウェイクボード世界選手権大会」をきっかけに、若者が地域に触れる機会を創出し、受け入れ体制等環境整備と併せて展開していくことで将来的な移住定住促進につなげる。

**事業内容**

○ラフティング
ラフティング世界選手権の開催を通じて高まった吉野川のブランド価値を生かし、ラフティングをきっかけとした観光客数の増加及び本市への移住定住の促進につなげるため、ラフティングの普及啓発につながる人材育成やラフティングを活かした新たな商品の開発と団体等受入れの仕組みづくりなどの取り組みを行った。
○ウェイクボード
徳島県と三好市が連携し、吉野川の特に静水面を利用したウォータースポーツの大規模大会を実施し、吉野川の魅力を国内外に発信するとともに、ブランド力アップを推進する。また、地域住民に対して、ウォータースポーツを通じ吉野川の魅了を再認識してもらい、観光産業等を活用した地域活性化を進めて行く。

**事業費（単位：円）**

| | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 計画額 | － | 5,000,000 | 79,543,000 | 72,156,000 | － | － |
| 実績額 | － | 6,067,948 | 79,891,596 | 40,541,041 | － | － |
| 交付金充当額 | － | 2,500,000 | 39,771,000 | 19,029,014 | － | － |

**重要業績評価指標（KPI）**

| KPI① ラフティング・ウェイクボード体験ツアー受入者数 | 単位 | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 目標値 | 人 | － | 20,000 | 23,000 | 26,500 | － | － |
| 実績値 | 人 | － | 28,333 | 32,857 | 26,943 | － | － |
| 達成度 | | － | A | A | A | － | － |

| KPI② ラフティング・ウェイクボードをきっかけとした移住者数 | 単位 | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 目標値 | 人 | － | 1 | 1 | 1 | － | － |
| 実績値 | 人 | － | 1 | 1 | 1 | － | － |
| 達成度 | | － | A | A | A | － | － |

| KPI③ 外国人宿泊者数 | 単位 | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 目標値 | 人 | － | 13,000 | 15,600 | 19,000 | － | － |
| 実績値 | 人 | － | 16,146 | 18,847 | 18,048 | － | － |
| 達成度 | | － | A | A | B | － | － |

数値目標及びKPIの達成度

| 達成割合（%） | 達成度 |
|---|---|
| 100%以上 | A（目標を上回る） |
| 90%以上～100%未満 | B（概ね目標どおり） |
| 70%以上～90%未満 | C（目標をやや下回る） |
| 70%未満 | D（目標を大きく下回る） |

**当該年度の成果と課題**

○ラフティング
主に市内で開催したPR活動や体験会では、参加者が実際にボートに触れ、漕ぐ体験ができる機会を提供し、200名を超える市民等が参加した。その中から、競技ラフティングに関心をもった若者が継続的に練習会に参加するなど、吉野川ブランドを継承する人材の確保につながった。一方、中高生を中心とした人材確保に努めているが、進学や就職により地域外に出るなど、継続的に関わることが難しい部分もあることから、総合型スポーツクラブをはじめとした様々な地域連携を通じて、多様な人材の発掘に努める必要がある。
また、新たに企業や団体をターゲットとした「研修商品」として誘客を図るため、トライアルツアーを開催したことで、交流人口の増加に向けた団体等受入れの仕組みづくりにつながった。一方で、「遊び」のイメージが強いラフティングを「研修」して活用していただくためには、ブランディングが課題である。
○ウェイクボード
30回記念WWAウェイクボード世界選手権大会2018を世界34か国より147人の選手が大会に参加のもと、4日間に渡って開催したことにより、国際大会の運営のノウハウを蓄積することができた。また、HP、各種メディア等で情報提供、広報活動を広範囲で行ったことにより、海外からの大会観戦者も含め、当初予想を大幅に上回り、吉野川の持つ魅力を国内外に幅広く発信することができ、ブランド力の強化が図られた。また、ウォーターキッズの育成を進めてきたことで、市民からの注目も高まり、市民の中にも吉野川の魅力を再認識するとともにウォータースポーツへの関心も高くなった。一方で、市内への選手・来場者の宿泊が当初予想より少なかったこともあり、宿泊対応が課題となった。

**今後の取組**

○ラフティング
市民等を中心に、気軽にラフティングを体験できる機会を提供し、継続的な人材の確保に努めるとともに、企業・団体等の新たなターゲットの取り込みに向けたプロモーション、ブランディングを図ることで、観光客数の増加や、ラフティングをきっかけとした移住定住促進につなげる。
○ウェイクボード
一昨年のラフティング世界選手権大会では、吉野川の「激流域」の魅力が発信され、ウェイクボード世界選手権大会の開催では、吉野川の「静水面」の魅力が発信され、吉野川の持つ魅力、ブランド力がさらに高まってきた。今後は、「ウォータースポーツの町」としての情報発信とともに、市民体験会や各種大会誘致、市内のアウトドアスポーツ関連事業者・観光関連事業者との連携等を図りながら、交流人口の拡大とともに、「ウォータースポーツ」「アウトドアスポーツ」を市内産業として、起業や雇用拡大、移住者拡大など地方創生に結び付けていく。