

地方創生加速化交付金事業評価シート

項番	施策・事業内容						重要業績評価指標 (KPI)				外部検討委員会 評価	備考
	事業の名称	事業の概要	事業実績額(千円)	取組内容	担当課	評価	指標	基準値	本事業終了時実績値	目標値		
①	“うめ”を核とした健康で元気に働けるまちづくり事業	若年層をターゲットにサンプリング・マーケティング調査を行い、梅を中心とする日本の食文化を発信するとともに、スポーツ＝梅をテーマに体育系大学と普及戦略を実施し、梅＝健康をテーマに梅の機能性についても大都市圏を中心に情報発信を行う。また、食事と女性は密接な関係があるため、女性の視点による商品開発を応援する。 さらに、梅が健康に寄与していることを全国に発信することによって、梅に対する関心を高め地域への人の流れ（誘客）を促進し、日本一の梅の産地で充実したひと時を過ごせることができるよう観光施設の整備、観光ツールの作成を行う。	34,573	【調査・発信・消費拡大】 梅離れが顕著となっている若年層をターゲットに梅を中心とする食文化の調査・発信を、若者の聖地である原宿（東京）で行い、若者のニーズと消費拡大を図るとともに、人気モデルを活用し情報発信を行う。また、大都市圏（大阪、福岡、東京、仙台等）において、20代～40代のOLをターゲットに梅のPRや「梅＝健康」の情報発信を行う。 【スポーツ＝梅＝健康の普及戦略】 梅の機能性を大都市圏を中心に、体育大学等との連携で疲労回復効果を調査し「スポーツ＝梅干」を普及させるだけでなく、大学から地域への派遣を行い、地域のスポーツの振興も図る。また日本の食文化「米」と「梅干」のコラボ等による健康食の発信。食育講座やイベント等を開催し、梅＝健康を発信する。 【食＝女性地域活性化戦略】 食と女性は切り離せない存在で、また近年は女性や若者のニーズや意見を強く反映する場面が増える中で、本町としても地域の女性を中心とした梅＝健康を発信し、地域活性化を図る。 【地域からの発信、地域への誘客促進】 梅＝健康を地域から発信するため、パンフレットや施設整備を行う。また地域へ来てもらい梅で健康のまちを知ってもらうため学校関係の教育旅行受入を促進する。	うめ課	B	①農業産出額	81.9億円	60.3億円	100億円	A	
							②農業所得額	5.3億円	16.3億円	20%増		
							③外国人宿泊者数	45,031人	50,851人	60,000人		
							④教育旅行受入数	28校	32校	35校		
							①備長炭生産者数	34人	31人	34人		A
②空き家の有効利用	新規	0件	3件									
②	備長炭保全と森林資源を活用した地域活性化事業	町内の紀州備長炭生産者は30名余りで、年間生産量は190トンで県内産の15%を占める。生産量は年々減少しており、平成元年当時は60名の生産者が実在し年間400トンもの備長炭を生産していたが、現在の生産量は当時の47%にまで減少している。300年間続いた伝統産業は数年後に消滅してしまう危険性が極めて高いことが予想される。 みなべ川森林組合や備長炭生産者組合等と連携して、雑木を伐採することによって備長炭の材料となる「うばめがし」の生育を促進し、また、伐採した雑木を薪やチップにして販売することによって備長炭生産者の収入を確保するとともに、備長炭の販路の拡大や後継者の育成を図り、備長炭生産者の減少に歯止めをかけ、最高級の炭である備長炭生産技術の継承を図っていく。	18,832	伐採した雑木を薪やチップにするための機械設備を購入。 薪は、鶴の湯温泉の新ボイラーとして販売し、またチップも特用林産物の資材として販売する。	産業課	C	①備長炭生産者数	34人	31人	34人		
							②空き家の有効利用	新規	0件	3件		

## 地方創生加速化交付金事業評価シート

項番	施策・事業内容						重要業績評価指標（KPI）				外部検討委員会 評価	備考
	事業の名称	事業の概要	事業実績額(千円)	取組内容	担当課	評価	指標	基準値	本事業終了時実績値	目標値		
③	梅（UME）産業のグローバル化計画推進事業	<p>世界農業遺産の活用に向けて住民を巻き込んだ検討・研究を行い、世界農業遺産「みなべ・田辺の梅システム」を民間主導で情報発信・伝承していく「梅システムマイスター」を育成する。</p> <p>また世界農業遺産の認知度向上、梅や関連特産品の消費拡大のため、国内の8つの世界農業遺産認定地域と共同で都市圏での物産展開催や、認定地域間の交流・連携強化を図り、情報発信を行う。</p> <p>さらに、梅（UME）関連製品の輸出、海外市場開拓の足掛かりとして、国際大会や全国大会等の機会を活用した販促活動を行うほか、調査活動及びF Sを実施する。</p> <p>これら国内外での販路拡大、消費拡大、梅システムの魅力発信を通じて、農業従事者・梅関連事業従事者の雇用創出に繋げていく。</p>	19,045	<p>【調査研究・情報発信】 世界農業遺産の認知度や農業遺産ブランドの活用方策の検討を行うため、生産農家や地域関係者が参加したワークショップを開催するとともに情報発信を行う。</p> <p>【人材育成】 梅生産の伝統技法や世界農業遺産の魅力を伝える人材を養成するための取組を支援する。</p> <p>【消費拡大・販路開拓】 世界農業遺産の認知度向上と梅及び関連特産品の消費拡大に向けて、当地でのシンポジウム、都市圏での販促活動、他の世界農業遺産認定地域と共同による物産展等を実施する。</p> <p>【海外展開】 海外向けのPRと消費拡大として、国内外での国際及び国内イベント等でプロモーション活動を実施する。</p> <p>また、日本の伝統食品がブームとなっている中国・台湾や、発酵食品を食べる習慣のあるインド（南インド）等での梅（UME）製品の市場開拓の可能性を調査する。</p>	うめ課	C	①農業産出額	81.9億円	60.3億円	100億円	A	

### 施策・事業内容の評価欄について

- A：地方創生に非常に効果的であった（全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合）
- B：地方創生に相当程度効果があった（一部のKPIが目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合）
- C：地方創生に効果があった（KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進し・改善したとみなせる場合）
- D：地方創生に対して効果がなかった（KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合）

### 外部検討委員会の評価欄について

- A：総合戦略のKPIの達成に有効であった
- B：総合戦略のKPIの達成に有効とは言えない