

地方創生推進交付金等対象事業 事業実施シート

■基本情報

事業名	KIX泉州ツーリズムビューロー事業		
実施主体名称	一般社団法人 KIX泉州ツーリズムビューロー	設立時期	平成30年4月
構成メンバー	堺市、岸和田市、泉大津市、貝塚市、泉佐野市、和泉市、高石市、泉南市、阪南市、忠岡町、熊取町、田尻町、岬町、関西エアポート株式会社、南海電気鉄道株式会社、池田泉州銀行など		
事業費	令和4年度 40,000,000円 (連携自治体合計)	交付金	令和4年度 1,349,000円 (貝塚市分)

■事業概要

事業概要	<p>【背景・目的】 泉州地域の地域資源や特性を生かした関空イン・関空アウトのインバウンドによる観光振興、泉州地域の活性化、国内外における泉州ブランドの確立をめざす。</p> <p>【具体的な取組内容】 ○大阪観光局や JETRO などが主催する「留学生 EXPO」に出展し、留学生に対して泉州の特産品や情報を配布するなど PR を実施(令和4年7月) ○観光ビジネスに関わる情報と関係者が集結する総合観光イベント「ツーリズムEXPO ジャパン」に出展し、商談を実施(令和4年9月) ○泉州の認知度の定着を目的として、SNSや訪日観光メディアを活用し台湾人の嗜好等に沿った情報発信を実施。あわせて、OTA・予約サイト等へ誘導し、誘客につなげる仕組みを構築 ○令和4年10月オープンに関西空港ターミナル1「関西旅日記」の泉州土産コーナーにてデジタルサイネージによる泉州13市町のPR動画を放映 ○観光に関心を持つ地域企業等を対象に観光客の受入体制の整備等について協議する総会及びワークショップ等を実施(総会1回、ワークショップ等3回)</p>

■KPI (重要業績評価指標) の実績

	指標名	当初の値	目標値	実績値
①	泉州地域の訪日旅行者数	159万人	535万人	415万人
②	泉州地域の来訪者満足度(訪日旅行者)	5.2ポイント	6.6ポイント	6.2ポイント
③	泉州地域の延べ宿泊者数(訪日旅行者)	68万人	78万人	未取得
④	泉州地域の旅行消費額(訪日旅行者)	510億円	1,740億円	1,391億円
KPIの実績を踏まえた今後の方向性		○2020年度からの新型コロナウイルス感染症の感染拡大により大きな影響を受けたが、コロナ禍においてもアフターコロナを見据えた受入環境整備事業及び情報発信事業を進めた結果、一定の成果が得られた。 ○今後は、2025年に開催を控える「大阪・関西万博」に向けて、SNS等のWeb媒体やメディアでの多言語での情報発信、着地型体験旅行商品の造成・販売、民間事業者を含む地域の多様な関係者との協議、住民を巻き込んだ観光地域形成に向けた啓発などを展開する。		

評価結果	地方版総合戦略KPI達成への有効性	有効であった	有効とは言えない
		○	

地方創生推進交付金等対象事業 事業実施シート

■ 基本情報

事業名	「恋人の聖地」広域市町村連携による関係人口拡大に向けたバーチャルコンパクトシティ事業		
実施主体名称	恋人の聖地観光協会 市町村長会「恋人の聖地」広域連携による関係人口拡大に向けたバーチャルコンパクトシティ事業部会	設立時期	令和4年4月
構成メンバー	北海道七飯町、栃木県野木町、栃木県那須町、群馬県上野村、群馬県川場村、長野県須坂市、岐阜県山県市、大阪府貝塚市、大阪府泉佐野市、大阪府泉南市、広島県神石高原町、高知県室戸市、高知県黒潮町及び大分県豊後高田市の全域、NPO法人地域活性化支援センター、〔役員〕桂由美、假屋崎省吾、溝畑宏(大阪観光局理事長)、田川博己(JTB顧問)、他		
事業費	令和4年度 756,398,000円 (連携自治体合計)	交付金	令和4年度 14,868,814円 (貝塚市分)
	令和5年度 713,152,000円 (連携自治体合計)		令和5年度 16,000,000円 (貝塚市分)

■ 事業概要

事業概要	<p>【背景・目的】</p> <p>「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では、各地域の効率的な交流人口の拡大に寄与するものの、リピーターやファンづくりをSNSでつなぐ段階までに留まり、観光主管の枠を超え関係人口の拡大にまでは至っていない。「関係人口拡大」に向けては「観光交流人口の拡大」を目的とするのでは無く、入口として観光主管だけでは無く主管の枠を超えた全庁組織の取組が必要である。また、各市町村の新たな枠組みで構築された新しい事業と、参画する市町村が各々他の市町村と事業連携を図りブラッシュアップする必要がある。「リアル社会」事業を支え情報を拡散する機能を持つ「バーチャル社会」ICTの活用・機能・仕組みを運営するポータルサイトとプラットフォームが必要となる。そのため、「恋人の聖地」を有する14市町村が「恋人の聖地」広域連携による関係人口拡大に向けたバーチャルコンパクトシティ事業部会を2022年4月に設立し、東京をはじめとする大都市圏の人々との「接点の拡大」、リアル・非リアルを通して「地方志向者との関係の深化」を図り、持続的な関係人口拡大事業の実施につなげる。また観光振興等による「交流人口の拡大」を通して関係人口の増加を図り、地域内の各産業の「担い手となる人々の拡大」、若者やファミリー層の「移住・定住」につなげ、地方への人の流れを生み出すことができる地方創生の将来像を目指す。</p> <p>【具体的な取組内容】</p> <p>○WEB上に14市町村共同の「仮想シティ」(バーチャルシティ/ポータルサイト)を開設し、関連事業コンテンツ(定住促進、子育て、農林水産、観光、その他事業)を1ヶ所へ集約。ゲーム感覚で市町村情報に触れるアクティビティを埋め込み、地方志向者の「仮想市民登録」を促進。(令和4年度)</p> <p>○「仮想シティ」(バーチャルシティ/ポータルサイト)に「ひと・もの・住まい・しごと」などマッチング機能を持つ「webサポートセンター」を開設。専門家によるアドバイジングやマッチング、現地コーディネートなどICTとアナログの融合により利便性を高め、「仮想市民登録」を促進(令和5年度)</p> <p>○「貝塚市観光振興ビジョン」の策定(令和5年度)</p> <p>○貝塚市の子育て情報を簡単に取得できるウェブアプリ「ためまっふかいづか」の実施。(各年実施)</p> <p>○子育てしながらできる仕事を創出し、提供する「キャリアステップかいづか」の実施。(各年実施)</p>

■ KPI (重要業績評価指標) の実績

指標名	当初の値	目標値	実績値
① 観光入込増加数	7,520千人	令和4年度 2,300千人	令和4年度 3,381千人
		令和5年度 2,500千人	令和5年度 4,161千人
② 仮想市民登録数	0人	令和4年度 1,820人	令和4年度 1,917人
		令和5年度 2,380人	令和5年度 2,497人
③ 地方志向者の魅力度数	30%	令和4年度 33%	令和4年度 51%
		令和5年度 54%	令和5年度 61%
KPIの実績を踏まえた今後の方向性	<p>○KPI①の観光入込増加数・KPI②の仮想市民登録数・KPI③の地方志向者の魅力度数ともに目標とするKPIを実績で4、5年度ともに上回ることができた。</p> <p>○今後、観光入込数のさらなる増加のためには、引き続き地域資源のブラッシュアップをし、ICTを活用した地域魅力の発信を強め、参画市町村間の連携ネットワークを生かし回遊性を高め、観光入込数につなげる「リアル」の充実を重点に参画地域の特性を生かした事業を推進する必要がある。</p>		

評価結果	地方版総合戦略KPI達成への有効性	有効であった	有効とは言えない
		○	

地方創生推進交付金等対象事業 事業実施シート

■ 基本情報

事業名	「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		
実施主体名称	恋人の聖地観光協会 市町村長会「恋人の聖地」広域連携によるデジタル・シティプロモーション事業部会	設立時期	令和3年4月
構成メンバー	北海道七飯町、岩手県花巻市、山形県村山市、福島県田村市、石川県白山市、長野県須坂市、岐阜県山県市、静岡県西伊豆町、愛知県豊根村、大阪府貝塚市、大阪府泉南市、兵庫県朝来市、徳島県阿南市、高知県室戸市、福岡県小郡市、佐賀県基山町、熊本県阿蘇市、大分県豊後高田市 NPO法人地域活性化支援センター、〔役員〕桂由美、假屋崎省吾、溝畑宏（大阪観光局理事長）、田川博己（JTB顧問）、他		
事業費	令和4年度 812,505,000円 (連携自治体合計)	交付金	令和4年度 46,369,051円 (貝塚市分)
	令和5年度 806,274,000円 (連携自治体合計)		令和5年度 53,511,000円 (貝塚市分)

■ 事業概要

事業概要	<p>【背景・目的】 本事業の実施主体である18市町村は、当該地域に観光資源である「恋人の聖地」を有している。「恋人の聖地」は、NPO法人地域活性化支援センターが、2006年4月1日より、「恋」「恋愛」をテーマとした地域の活性化への取り組みによる『観光地域の広域連携』を目的に、全国の観光地の中からプロポーズにふさわしい地域・活動を選定した場所である。貝塚市においても、2017年1月に、恋愛成就の物語「お夏清十郎伝説」がある愛染明王が祀られた水間寺愛染堂が、恋人の聖地に選定された。2021年4月には広域連携による様々な事業を推進するために「恋人の聖地広域連携によるデジタル・シティプロモーション事業部会」を設立し、新しい生活様式に対応した効果的なシティプロモーションにより、地域の魅力を全国、特に東京をはじめとする大都市圏に向け発信し、市町村域の地域資源を魅力あるものに磨き上げ、観光振興による交流人口の増加に加え、関係人口の増加を図り、移住・定住による地方への人の流れを生み出すことができる地方創生としての将来像を目指す。</p> <p>【具体的な取組内容】 ○18市町村が共同活用できるプラットフォーム、SNSを活用し、連携したシティプロモーションの実施。(各年実施) ○各地域の観光、宿泊、飲食、各種商店、結婚関連、農林水産関連など『幅広い地域事業者・地域ブランドのコンテンツによる連携』を図るため、恋人の聖地観光協会ならびに事業部会を核として、全国を対象として実施する「ご当地ブランド品コンテスト」等を連携開催。(令和4年度) ○水間公園を含む地域の賑わいを創出するため、老朽化した施設の改修および施設のバリアフリー化を進める。(令和4年度 現地測量、令和5年度 詳細設計) ○水間門前町において、「喫茶図書室」・「桜のテラス」をオープン、「喫茶図書室」においてチャレンジショップを実施。(令和5年6月3日)</p>

■ KPI（重要業績評価指標）の実績

指標名		当初の値	目標値	実績値
①	観光入込増加数	7,740千人	令和4年度 5,033千人	令和4年度 5,056千人
			令和5年度 7,549千人	令和5年度 7,564千人
②	ポータルプラットフォームへの投稿数	0件	令和4年度 1,080件	令和4年度 6,108件
			令和5年度 1,080件	令和5年度 2,944件
③	メディア掲載数	0件	令和4年度 432件	令和4年度 682件
			令和5年度 432件	令和5年度 822件
KPIの実績を踏まえた今後の方向性		<p>○KPI①の観光入込増加数・KPI②のポータルプラットフォームへの投稿数・KPI③のメディア掲載数ともに目標とするKPIを実績で4、5年度ともに上回ることができた。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症により大きく落ち込んだ観光入込数については、戻りつつあるものの、構成市町村の一部においては、いまだコロナ禍前の状況には回復していないため、マイクロツーリズムなどによる観光入込数の増加につながる事業展開を図るとともに、アフターコロナにおけるインバウンド需要に向けた地域資源のブラッシュアップや創造及び好調なSNSやメディア等による地域魅力の発信を引き続き行い、国内外に対し、観光意識の醸成を図る。また、全国に点在する個々に特徴を持つ市町村の連携の強みと、個々の埋もれている魅力を相互に磨き掘り起こす連携事業を増やし、さらに観光入込数の増加加速に取り組む。</p>		

評価結果	地方版総合戦略KPI達成への有効性	有効であった	有効とは言えない
		○	

貝塚市企業版ふるさと納税の効果検証報告書

1 企業版ふるさと納税（貝塚市まち・ひと・しごと創生事業）受領一覧

年度	企業名	寄附金額	充当事業	備考
R3	くら寿司株式会社	非公表希望	ブランディング・シティープロモーション事業	
R3	南海電気鉄道株式会社	¥2,060,000	ブランディング・シティープロモーション事業	人材派遣型
R4	南海電気鉄道株式会社	¥3,730,000	ブランディング・シティープロモーション事業	人材派遣型
R5	南海電気鉄道株式会社	¥8,620,000	ブランディング・シティープロモーション事業	人材派遣型
R6	株式会社スイデン	¥8,760,785相当	認定こども園運営事業、幼稚園支援事業など	物納型 (除菌脱臭機エアクリエイト50台)
R6	株式会社ワイ・ジー・ケー	¥10,000,000	公園緑地整備事業	
R6	山田電器工業株式会社	¥10,000,000	公園緑地整備事業	

2 評価

KPI達成への有効性	有効であった	有効とは言えない
	○	