

令和6年度

和泉市外部評価委員会 答申

令和6年7月

和泉市外部評価委員会

(和泉市まち・ひと・しごと創生総合戦略及び和泉市総合
計画に係る事務事業の評価等に関する外部評価委員会)

目 次

| | | |
|----|--|----|
| 第1 | はじめに | 1 |
| 第2 | 評価対象事業 | 1 |
| 第3 | 評価の方法 | 1 |
| 第4 | 評価の結果 | 3 |
| | （1）地方創生関係交付金事業 評価結果一覧 | 3 |
| | （2）個別評価 道の駅いずみ山愛の里施設活性化事業 | 4 |
| | （3）個別評価 交流拠点施設を活用したまちの賑わい創出・交流人口拡大事業 | 6 |
| 第5 | 参考資料 | 8 |
| | （1）事業評価シート・取組総括シート | 8 |
| | （2）開催経過・委員名簿・和泉市外部評価委員会規則・事務局 | 15 |

第1 はじめに

和泉市まち・ひと・しごと創生総合戦略及び和泉市総合計画に係る事務事業の評価等に関する外部評価委員会は、和泉市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「総合戦略」という。）及び和泉市総合計画に係る事務事業に関して、行政外部の第三者視点からの評価、検証等を行うため設置された機関である。

平成26年に「まち・ひと・しごと創生法」が施行され、国と地方が一体となって、地方創生の取組を推進しており、和泉市においても、国交付金を活用し、地方創生に資する事業を令和3年度から実施している。

国交付金を活用した事業については、事業の目標となる指標（重要業績評価指標（KPI※））をあらかじめ定め、事業終了後には事業の効果検証を行うことが求められており、この効果検証について市長から本委員会に諮問を受け、評価を実施した。

この答申は、地方創生関係交付金を活用して実施した事業に関して、委員会が事業担当課との質疑を行い、当該事業の総合戦略への有効性等について判断した評価結果をまとめたものである。

※KPI……Key Performance Indicator の略

第2 評価対象事業

評価対象事業は、次の2つの事業を対象とした。

- ①道の駅いずみ山愛の里施設活性化事業
- ②交流拠点施設を活用したまちの賑わい創出・交流人口拡大事業

第3 評価の方法

事業担当課から提出された事業評価シート及び補足資料並びに委員会での説明に基づき、検証及び評価を行った。

（1）事業の評価項目

次の2つの項目を評価項目とした。

- ①令和5年度における取組に基づくKPIの達成度（実績評価）
- ②令和3年度からの取組全体に対する地方創生への効果検証（総括評価）

（2）事業の評価方法

評価項目①については、事務局にて実績報告を行い、KPIの達成度を委員が確認
評価項目②については、各委員が点数評価を実施

2つの評価点について、100点満点換算を行い、50点以上であれば有効とする。

評価項目① 令和5年度における取組に基づくK P Iの達成度（実績評価）

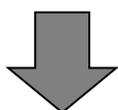
| 点数 | 内容 |
|----|---------------------------------|
| 4 | 令和5年度K P I達成率が100%以上であった場合 |
| 3 | 令和5年度K P I達成率が80%以上100%未満であった場合 |
| 2 | 令和5年度K P I達成率が60%以上80%未満であった場合 |
| 1 | 令和5年度K P I達成率が60%未満であった場合 |

3つのK P Iそれぞれに対し、1点～4点で評価 → 12点満点で評価

評価項目② 令和3年度からの取組全体に対する地方創生への効果検証（総括評価）

| 点数 | 内容 |
|----|---|
| 4 | 全てのK P I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 |
| 3 | 一部のK P I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 |
| 2 | K P Iの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・改善したとみなせる場合 |
| 1 | K P I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 |

1点～4点で評価 → 5名の各委員評点を合計し、20点満点で評価



①+②の点数を100点満点換算する
 $(① + ②) \div 32 \times 100$

③外部評価委員会としての評価結果

| 合計点 | 外部組織による効果検証 |
|------|------------------|
| 50以上 | 取り組んだ内容は、有効であった |
| 50未満 | 取り組んだ内容は、有効でなかった |

第4 評価の結果

(1) 地方創生関係交付金事業 評価結果一覧

| 取組事業名 | 取組に対する評価 |
|-------------------------------|---|
| | 1 取り組んだ内容は、有効であった 2 取り組んだ内容は、有効でなかった |
| ①道の駅いずみ山愛の里施設活性化事業 | 1 (有効) |
| ②交流拠点施設を活用したまちの賑わい創出・交流人口拡大事業 | 1 (有効) |

※各取組事業に対する評価の詳細については、次ページ以降の個別評価に記載。

地方創生拠点整備交付金事業

(2) 個別評価 道の駅いずみ山愛の里施設活性化事業

| | | | | | | |
|--|---|---------------------|------|------|-------------|-------------|
| 事業名 | | ① 道の駅いずみ山愛の里施設活性化事業 | | | | |
| 取組に対する評価 | | | | | | |
| 評価点 | 100点 / 100点 ((① + ②) ÷ 32 × 100) | | | | | |
| | | KPI1 | KPI2 | KPI3 | 合計点 | |
| | ①令和5年度達成度評価点 | 4点 | 4点 | 4点 | 12点 (37.5点) | |
| | | 辻本 | 中尾 | 大野 | 山田 | 多田 |
| ②総括評価点 | 4点 | 4点 | 4点 | 4点 | 4点 | 20点 (62.5点) |
| ※ () 内は100点換算結果 | | | | | | |
| 上記の意見・理由 | <p><令和5年度の達成度評価></p> <p>○各 KPI 達成率について、KPI1 は 117.8%、KPI2 は 122.2%、KPI3 は 135.0%となり、全項目とも実績値が目標値を超えたため、全て「4点」となった。</p> | | | | | |
| | <p><3年間の取組に対する総括評価></p> <p>○全項目とも目標達成となっており、地方創生にとっても効果があったと評価できる。</p> <p>○3年間は良い結果を得られており、成果の高い取組みであったと評価できる。</p> <p>○オリジナル商品の充実やフォロワー数の増加など数字で結果が表れており、効果的な取組みであったと評価できる。</p> <p>○外部評価委員会での意見を積極的に取り入れて改善を進めていることがわかり、実績も目標値を上回る結果を得ていることから効果的な取組みを行っているとして評価できる。</p> | | | | | |
| 今後の取組に対するアドバイス | | | | | | |
| <p>○データ分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 購買層、売れ筋商品、来訪地域など KPI 以外のデータも収集されたい。 ・ 売上・来訪者数は増加しているのに対し、出荷点数が横ばいになっている要因分析を行われたい。 ・ すべての課題を一度に対応することは時間や資金的にも困難であるため、優先度合いの把握や適切な対策を検討するために、データ分析を進められたい。 <p>○施設の整備等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ スペースに限りがあるなか、出荷点数増に対応していくには更なる工夫を検討されたい。 ・ 清掃等細かな部分にも配慮し、施設環境の維持・改善を図られたい。 <p>○目標値の設定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 更なる施設の成長・拡大に向け、新たな目標設定を行い、施設活性化に取り組まれたい。 <p>○商品開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商品開発を継続し、お土産の定番になる和泉市の顔となるような地場商品を育てていかれたい。 | | | | | | |

○来訪促進施策

- メインターゲットから外れていた若者向けの取組みとして、SNSに限らない、流行を捉えた来訪促進の取組みを検討されたい。

○情報発信

- オリジナル商品は数も充実し、出来もいいと感じるが、知名度不足や売上伸び率の鈍化が見られるため、更にPRを推進していかれたい。
- 認知度向上によりレジ客数や売上の増加に繋がり、商品開発への資金投入も可能となり、出荷点数増加にも繋がっていくという好循環が生まれるよう積極的な情報発信に取り組まれたい。

○顧客開拓

- 会員制の導入などにより顧客属性の把握や、継続的な関係づくりを検討されたい。
- インバウンド需要の取り込みなどを通して平日の集客や新規顧客開拓に取り組まれたい。
- 商工会議所との連携など様々なネットワークを駆使し、集客に取り組まれたい。

地方創生推進交付金事業

(3) 個別評価 交流拠点施設を活用したまちの賑わい創出・交流人口拡大事業

| 事業名 | | ② 交流拠点施設を活用したまちの賑わい創出・交流人口拡大事業 | | | | |
|--|---|--------------------------------|------|------|--------------|--------------|
| 取組に対する評価 | | | | | | |
| 評価点 | 75.0点 / 100点 ((① + ②) ÷ 32 × 100) | | | | | |
| | | KPI1 | KPI2 | KPI3 | 合計点 | |
| | ①令和5年度達成度評価点 | 4点 | 4点 | 2点 | 10点 (31.25点) | |
| | | 辻本 | 中尾 | 大野 | 山田 | 多田 |
| ②総括評価点 | 3点 | 3点 | 3点 | 2点 | 3点 | 14点 (43.75点) |
| ※ ()内は100点換算結果 | | | | | | |
| 上記の意見・理由 | <p><令和5年度の達成度評価></p> <p>○各KPI達成率について、KPI1は105.0%、KPI2は164.0%、KPI3は66.7%となり、KPI1及び2に関しては達成率100%以上、KPI3に関しては達成率60%以上80%未満となったため、KPI1及び2は「4点」、KPI3は「2点」となった。</p> | | | | | |
| | <p><3年間の取組に対する総括評価></p> <p>○KPI3が未達であるが、R4を上回る実績となるなど上向き基調ではあることから「3点」とした。</p> <p>○KPI3について今後の増加が見込めないことから「3点」とした。</p> <p>○現状では、事業が縮小していくような印象をうけ、自立自走が見込めるとは評価できなかったことから「2点」とした。</p> <p>○事業形態として物販販売等も困難であることや、新型コロナウイルスの影響を受けるなど困難な状況下のなかで可能な限り事業に取り組んできたと評価できる。</p> <p>○交流人口の増加に対しては効果があったと評価できるが、協力金収入に頼った形態など自立自走という面では厳しい評価となる。</p> | | | | | |
| 今後の取組に対するアドバイス | | | | | | |
| <p>○利用者増への取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新たな利用者の開拓に繋げるため、商工会議所が行うイベントへの参加など他団体との協力を検討されたい。 ・ 道の駅にて古民家で実施のイベント案内チラシを配布・掲示するなど、更なる認知度向上に取組まれたい。 <p>○SNS・広報</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 統一感の欠如やフォロワーの分散を防ぐために、古民家関連で複数あるSNSアカウントについて効率化等を検討されたい。 | | | | | | |

○来訪促進施策

- 市の関与が減少することで、さらに来訪者が減少することを防ぐため、アートに興味をもっている方や興味を持っていない方にも来訪してもらい、興味をもってもらえるようなアプローチをより積極的に行われたい。

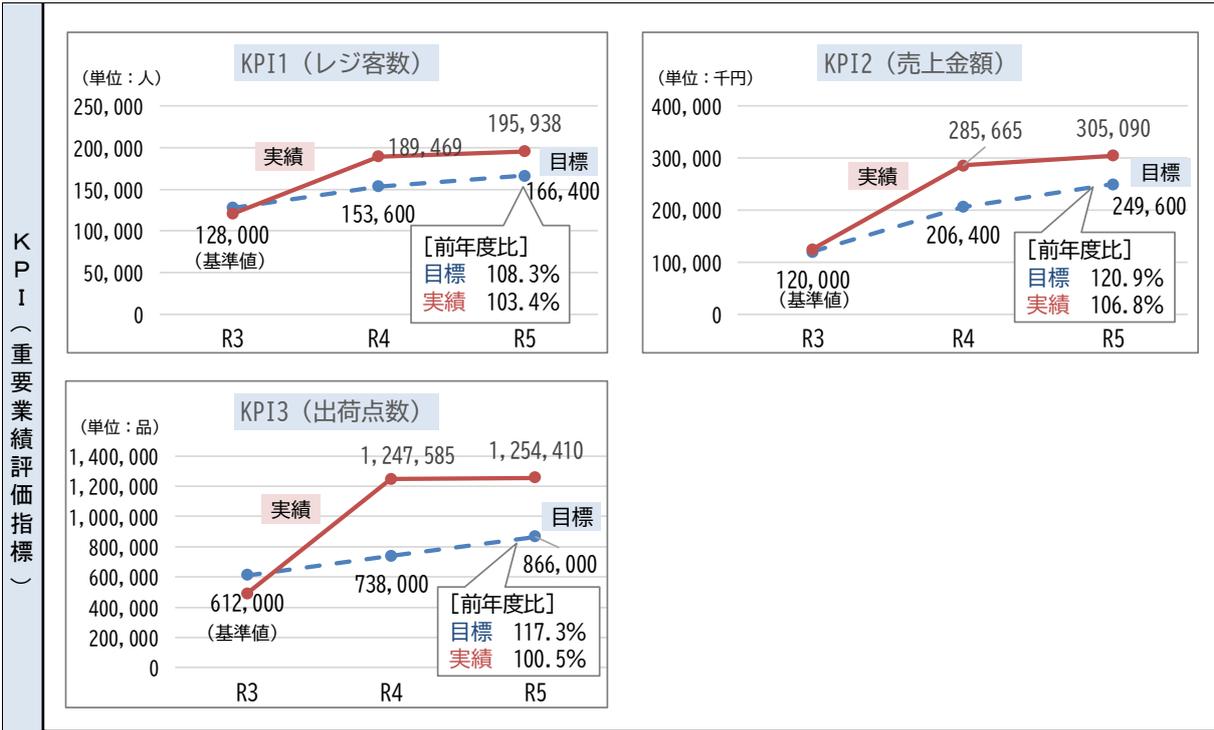
○体制見直し後の施策

- 事業継続のためには、採算のとれる、また、実現性のある計画にポイントをおいて協議を進められたい。
- 美術館のブランド力は他市にはない和泉市ならではの強みであり、ブランド力を維持していくためにも、引き続き市がイニシアチブをとるなど、事業推進されたい。

第5 参考資料

(1) 事業評価シート・取組総括シート
地方創生関連交付金等事業評価シート

| | | | | | | | | | | |
|--------------|---|---|------|-------|--------------|---|-------------|----|-------|--|
| 事業名 | 道の駅 いずみ山愛の里施設活性化事業 | | 事業期間 | 令和3年度 | | | | | | |
| | | | 所管課 | 産業振興室 | | | | | | |
| 交付金事業の概要 | ○「道の駅いずみ山愛の里」について、市内外から多くの人が集う施設としてリニューアルし、交流人口の増加及び地域の活性化につなげるとともに、観光資源等の情報発信や地場産品の展示販売の機能強化により、観光振興及び農林業振興を図る。 | | | | | | | | | |
| 事業の背景及び目的 | <p>○「道の駅いずみ山愛の里」は、平成20年の開設以降、売上げが平成22年度をピークに減少しており、主な要因としては、次のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・荷捌き所がない構造のため、十分な品揃えや出品数が確保できない。 ・周辺に子どもが遊べる施設がなく、購買力が高い子育て世代の利用が少ない。 ・売上減少により出荷者の出荷意欲が低下し、出品数が更に減少する悪循環が生じている。 ・道の駅の運営は、同一敷地内の貸館施設である「南部リージョンセンター」の指定管理者が担っており、農産物直売所の運営に関して十分な実績やノウハウを有していない。 <p>○道の駅を荷捌き所や遊具を備えた施設としてリニューアルするとともに、農産物等の販売実績及びノウハウを有する指定管理者が運営することにより、来訪者及び地場産品の売上増加をめざす。</p> | | | | | | | | | |
| 予算 (R3年度) | 内訳 | 金額(円) | 内訳 | 金額(円) | 決算 (R3年度) | 内訳 | 金額(円) | 内訳 | 金額(円) | |
| | 増築工事 | 188,608,000 | | | | 増築他工事 | 169,033,510 | | | |
| | 多目的広場改修工事 | 34,386,000 | | | | 多目的広場改修工事 | 30,369,789 | | | |
| | 駐車場改修工事 | 22,854,000 | | | | 駐車場改修工事 | 24,459,901 | | | |
| | 計 | | | | | 245,848,000 | 計 | | | |
| 令和5年度の取組 | 取組①名称：道の駅いずみ山愛の里の来訪促進事業 | | | | | | | | | |
| | 取組の内容 | ○四季折々の旬の農産物やおすすめ商品等を紹介したチラシの作成(四半期ごとに発行) ○観光HP(ページトップにバナー作成)や観光LINE(お友達数:約2万人)との連携 ○お宝探しイベントの実施(平日限定) ○「広報いずみ」に農産物やスイーツ等のおすすめ情報コーナー(隔月)の連載やインスタグラム等のSNSを活用した周知・PR活動の実施 ○道の駅出荷協力会と指定管理者にて四季折々の味覚をPRするためのイベントの実施(計4回) | | | 取組の意図・目的 | ○施設の認知度の向上、また市内の魅力的な農産物等の周知・PR活動を行い施設への来訪者数の増加を図る。 | | | | |
| | | | | | 取組の実績・成果 | ○イベントの開催や周知・PR活動により、来訪者数(レジ通過者数)が前年度比6,469人増(19万5千人) ○インスタグラムのフォロワー数が1,200人から約2,400人に倍増 | | | | |
| | 今後の取組 | ○引き続きイベントの開催やSNS等を活用した情報発信を行い、随時、最新情報の提供に取り組む。 | | | | | | | | |
| 今後の取組 | 取組②名称：道の駅いずみ山愛の里の販売促進事業 | | | | | | | | | |
| | 取組の内容 | ○地場産品を活かした商品を開発し、いずみ山愛の里にしかないオリジナル商品の充実 ○イベントにて道の駅で使用できる割引クーポンやLINEクーポンの発行(農林業祭、ぐるグルメ) ○商品の陳列数を増加するため商品棚の増設 | | | 取組の意図・目的 | ○商品開発に積極的に取り組み、地場産品を周知・PRすることで、農産物等の販売促進を図る。 ○クーポンの発行や商品棚を増設することで購入意欲を高め売上向上を図る。 | | | | |
| | | | | | 取組の実績・成果 | ○地場産品を使用したオリジナル商品(みかんジュース、れもんビール、ねぎ餃子、ポン酢(みかん、ゆず)など)が開発され、オリジナル商品を求めて来店される方も多く、リピーターが増加している。 ○商品棚を増加したことで、出荷点数や売上金額の増加に繋がり、目標数値を上回ることができた。 | | | | |
| 今後の取組 | ○販売実績を出荷者にフィードバックし、農産物の次期作の参考にしてもらい、出荷量の増加並びに販売額増加を図る。 ○継続して商品開発に取り組む、地場産品の魅力を周知・PRすると共に施設活性化を図る。 | | | | | | | | | |



| | | | |
|--------------|-----------------|-----------------------------------|---|
| 総合戦略における位置付け | 基本目標 | 市内主要15施設への来訪者数 | |
| | 数値目標 | 基準値 R元:1,281,083人 → R7:1,595,000人 | |
| 所管課の評価 | 令和5年度における取組の効果 | 評価 | 評価理由 |
| | | B 効果的だった | <p>○新たなイベントの実施や各種広報媒体を通じた積極的な情報発信により来訪者数の増加に繋がった。</p> <p>○農産物等の販売ノウハウを有する指定管理者による運営のもと、オリジナル商品の開発や商品数の充実によりリピーター獲得に繋がりと、売上増加に繋がった。</p> |
| | 目標値達成状況にかかる要因分析 | 2 達成 | <p>荷捌場を備えた直売所を整備したこと及び直売所等の運営ノウハウを有する指定管理者を選定したことにより、農産物や加工品等の出荷点数が増加し、品揃え不足が解消されたことにより売上の増加に繋がりと、多目的広場に遊具を整備することで、今まで少なかった子育て世代の来訪が増加し、直売所やレストランへの波及効果が見られた。</p> <p>また、イベントの開催やHP、SNS、チラシ等によるPRにより効果的な集客を図ることができた。</p> |
| 交付金対象事業の必要性 | ②維持(現状) | 評価理由 | <p>地方創生拠点整備交付金を活用することにより直売所、遊具、駐車場を整備することで効果的な事業が実施できたため。</p> |

令和3～5年度の取組総括シート

道の駅 いずみ山愛の里施設活性化事業

| 取組年度 | 令和3年度 | | | | 令和4年度 | | | | 令和5年度 | | | |
|----------------------|---|--|--|--|---|---|---|---|---|---|---|--|
| 取組名 | 取組目的 | 取組内容 | 取組成果 | 答申、委員意見等 | 取組目的 | 取組内容 | 取組成果 | 答申、委員意見等 | 取組目的 | 取組内容 | 取組成果 | 今後の事業実施方針 |
| 道の駅 いずみ山愛の里増築等工事 | <ul style="list-style-type: none"> ○地場産品の販売強化を図るため ○子育て世代の来訪促進を図るため ○来訪者の増加に対応し、駐車場の安全性(導線)を確保するため | <ul style="list-style-type: none"> ○地域の活性化及び産業振興の拠点施設として必要な環境を整備 ・荷捌き所を備えた新たな農林産物直売所を建築 ・敷地内の多目的広場に大型遊具等を設置 ・駐車場の改修を行う | <ul style="list-style-type: none"> ○地元農家の方にとって出荷しやすい環境が整備でき、出品数の確保に繋がられる環境整備ができた。 ○遊具の整備により、子育て世代の来訪機会の創出ができた。 ○駐車場の整備により安全性の確保も図れ、来訪者が訪問・滞在しやすい環境が整えられた。 | <ul style="list-style-type: none"> ○近くの道の駅2カ所に比べて規模的に劣勢な面があることから、他の道の駅にない特色のある品物や料理の販売に注力すべき。 ○交流人口を増やした結果、どのように購買意欲に繋げていくのが不明瞭であるため、KPI設定の農産物の売上金額の大幅な増加は、現時点では楽観視できない。 | | | | | | | | |
| 道の駅 いずみ山愛の里の運営体制の見直し | <ul style="list-style-type: none"> ○民間活力を活かして農産物等の売上増を目指すため ○持続的に経営できる体制を構築するため | <ul style="list-style-type: none"> ○農産物等の販売に関し十分な実績とノウハウを有する事業者を指定管理者として新たに選定 ○市からの指定管理料(委託料)に依存しない、事業者の収入により運営できる提案を求める ○民間事業者から条件等に関する幅広い意見や提案を求め、市場性及び事業可能性を把握するため、サウンディング型市場調査を実施 | <ul style="list-style-type: none"> ○大阪府内で野菜等の販売実績を有し、売上増加の提案を行った指定管理者を選定することができた。 ○指定管理者の費用負担により、飲食スペースの拡充が実施できた。 | <ul style="list-style-type: none"> ○農産物の品揃えに関して、まだ他と比べて少ないように感じることから、農産物の入荷など運営体制の強化を進めるべき。 ○継続的に売上を増加させるためにはリピーターを増加させる必要があり、定期的なイベントの実施、季節に対応した品揃えやメニュー開発を行うなど、指定管理者に任せきりにせず、常にプロモーションに対して市が関与すべき。 | | | | | | | | |
| 道の駅 いずみ山愛の里の来訪促進事業 | | | | | <ul style="list-style-type: none"> ○施設のリニューアルにあわせて、認知度向上、地場産品等のPRのため | <ul style="list-style-type: none"> ○各種取組の実施 【取組例】 ・リニューアルオープンイベント ・各種広報媒体(広報紙・メディア・SNS・雑誌など)を活用した特集・PR活動 ・道の駅出荷協力会と指定管理者により、四季折々の味覚をPRするイベント開催 | <ul style="list-style-type: none"> ○各種広報媒体やSNS等を活用し、積極的に情報発信を行うと共にイベントを開催することで、施設の認知度の向上及び来訪者数の増加に繋がった。 ○来訪者数(レジ通過者数)が前年度比1.5倍となる約19万人となった。 ○SNS等による情報発信を強化したことでフォロワー数の増加にも繋がり、効果的な情報発信が確認できた。 | <ul style="list-style-type: none"> ○SNSに限らず様々な媒体を活用し積極的に情報発信を行っていくべき。 ○公式Instagramの掲載内容では施設の魅力が感じられない。新設の遊具で来訪者が遊ぶ様子を動画で発信するなど魅力的なSNSづくりを検討されたい。 | <ul style="list-style-type: none"> ○認知度向上、地場産品等のPRにより、更なる来訪者数の増加を目指すため | <ul style="list-style-type: none"> ○各種取組を強化 【取組例】 ・和泉市観光HP、観光LINEとの連携 ・広報いずみやInstagram等のSNSを活用した周知・PR活動 ・お宝さがしイベントの実施(平日限定) ・四季折々の旬の農産物やおすすめ商品等の紹介チラシ作成 | <ul style="list-style-type: none"> ○市の観光HPや観光LINEと連携することにより、情報発信の強化に繋がった。 ○Instagramのストーリー機能を活用するなど、新たな情報発信の取り組みを行った。 ○来訪者数が少ない平日を対象にしたイベントを開催するなどにより来訪者数の増加に繋がった。 ○来訪者数(レジ通過者数)が前年度比約6,000人増となった。(19万5千人) ○Instagramのフォロワー数が1,200人から約2,400人に倍増した。 | <ul style="list-style-type: none"> ○広報・HP・SNS等各種広報媒体をフル活用し、最新情報の提供を継続する。また、更なる来訪者増加を目指し、より効果的な発信方法を模索していく。 ○飽きられないよう継続して商品開発に取り組み、オリジナル商品を充実させる。あわせて、地場産品の魅力を周知・PRすると共に施設活性化を図る。 |
| 道の駅 いずみ山愛の里の販売促進事業 | | | | | <ul style="list-style-type: none"> ○地場産品のPRのため ○商品などを手に取ってもらいやすいよう購買意欲向上のため | <ul style="list-style-type: none"> ○地場産品(玉ねぎ、みかん、ねぎなど)を活かした商品を開発し、オリジナル商品を充実させる ○販売商品の形状・数量などに合わせて店内レイアウトを柔軟に変更 | <ul style="list-style-type: none"> ○指定管理者のノウハウを活かし、オリジナル商品を開発(ドレッシング、キムチ、リキュールなど)でき、販売促進及び年間を通して地場産品の魅力を周知・PRできた。 ○レイアウト変更の際に、市内産木材「いずもく」を基調とした棚を優先使用し、雰囲気維持にも努めながら、出荷点数・売上金額の増加に繋がった。 ○地場産品等の売上増加に伴い、出荷点数も増加するといった好循環が生まれた。 | <ul style="list-style-type: none"> ○新商品の開発を今後も積極的に継続してもらいたい。また、オリジナル商品は認知度が低いように感じられるため、積極的なPRも検討していくべき。 ○競合施設が多くあるなか、現在の売上や集客維持のためには、新規顧客の獲得やリピーターの確保が重要であることから、あえて「山愛の里」を選んでもらえるような魅力ある取組を検討されたい。 | <ul style="list-style-type: none"> ○農産物等の販売促進のため ○購買意欲の向上のため | <ul style="list-style-type: none"> ○商品開発に積極的に取り組み、オリジナル商品を充実させる ○クーポンの発行や商品棚の増設 | <ul style="list-style-type: none"> ○新たなオリジナル商品の開発(みかんジュース、れもんビール、ねぎ餃子、ポン酢(みかん、ゆず)など)も進み、リピーター獲得にも繋がった。 ○商品棚の増設などにより出荷点数や売上増加に繋がった。 ○クーポンの発行により、来訪のきっかけづくりができ、購買意欲が向上したことにより販売促進に繋がった。 | <ul style="list-style-type: none"> ○販売実績を出荷者にフィードバックし、農産物の次期作の参考にしてもらい、出荷量の増加並びに販売額増加を図る |



地方創生関連交付金等事業評価シート

| 事業名 | 交流拠点施設を活用したまちの賑わい創出・交流人口拡大事業 | | 事業期間 | 令和3年度 ～ 令和5年度 | | | | | | |
|--------------|--|--|------|---------------|--------------|--|-----------|----|-------|--|
| | | | 所管課 | 久保惣記念美術館 | | | | | | |
| 交付金事業の概要 | <p>○久保惣記念美術館は、近隣市との差別化を図ることができる本市の重要な資産であり、これまで、美術品の展示のみならず、各種イベント等を開催することにより、交流人口の増加による市全体の賑わいの創出を図ってきた。</p> <p>○本事業では、この取組をさらに発展させ、地域住民とアーティスト等が交流できる交流拠点施設を設置するとともに、WEB交流サイトによって、効率的な情報発信、ビジネスマッチング等を行うことで、継続的な交流人口の増加を目指す。</p> | | | | | | | | | |
| 事業の背景及び目的 | <p>○本事業の前身事業では、「アーティストと地域住民によるパブリックアートの設置」、「地域住民と一体となったアートイベントの開催」等を行い、美術館を中心としたエリアブランド価値を向上させ、交流人口の増加により市全体の賑わいの創出につなげることができた。</p> <p>○一方、交流人口の増加がイベントと連動した一過性のものになってしまうなど課題も見られたことから、本事業では人々がアートに親しみ、アーティストやクリエイターが恒常的に活動・活躍できる場をつくり、継続的な交流人口の増加を図る。</p> | | | | | | | | | |
| 予算 (R5年度) | 内訳 | 金額(円) | 内訳 | 金額(円) | 決算 (R5年度) | 内訳 | 金額(円) | 内訳 | 金額(円) | |
| | 負担金 | 3,310,000 | | | | 負担金 | 3,310,000 | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | 計 | | | | | 3,310,000 | 計 | | | |
| 令和5年度の取組 | 取組①名称：古民家を活用した交流拠点施設 | | | | | | | | | |
| | 取組の内容 | ○古民家をリノベーションした交流拠点施設で、個展や演奏会、ワークショップ等の開催をはじめ、地元食材や資源等を活用したカフェやショップを運営する。 | | | 取組の意図・目的 | ○個展や演奏会、ワークショップ等を定期的に行い、一過性に留まらない文化芸術振興により、継続的な交流人口拡大を図る。 | | | | |
| | | | | | 取組の実績・成果 | ○個展や演奏会、ワークショップ等の定期的な開催、カフェやショップの運営を通じた文化芸術振興、交流人口拡大を図ることができた。 | | | | |
| | 今後の取組 | ○個展や演奏会、ワークショップ等を定期的に行う。 ○地元食材や資源等を活用した魅力的なカフェやショップを運営する。 | | | | | | | | |
| 令和5年度の取組 | 取組②名称：商業エリア等を活用した芸術交流拠点の実証事業 | | | | | | | | | |
| | 取組の内容 | ○商業施設「エコールいずみ」等を『商業エリア等を活用した芸術交流拠点』として位置づけ、和泉シティプラザ20th記念ミュージックウェーブ、学芸員講座付き簡易金継体験ワークショップを行う。 | | | 取組の意図・目的 | ○、ワークショップ等が開催できる環境を商業施設「エコールいずみ」等で設け、一過性に留まらない継続的な交流人口拡大を図る。 | | | | |
| | | | | | 取組の実績・成果 | ○音楽イベント、ワークショップ等を開催し、文化芸術振興、交流人口拡大を図ることができた。 | | | | |
| | 今後の取組 | ○体験型イベントやワークショップ等を行う。 | | | | | | | | |

| 取組③名称 : WEB交流拠点運営事業 | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---------|----|----|----|---|----|---------|-------|-------|-----------|---------|-------|
| 取組の内容 | <p>○WEBを活用し、森の中に子どもたちと絵を描こうワークショップ、おしごと体験アートワークショップ、アートコンクール等のイベント等の参加者募集及び事業PRを行う。</p> <p>○WEB交流サイトを活用してアーティストやクリエイター等のPR情報やミュージアムタウンの活動について、中小企業診断士等の専門家アドバイザーの支援を受けながら、情報発信を行う。</p> | | | | | | | | | | | | |
| | <p>取組の意図・目的</p> <p>○ワークショップ等の参加型イベントを通じて、ミュージアムタウンの認知度向上、活動について理解・共感を広める。</p> <p>○アーティストやクリエイター等の活動を支援するために、WEB交流サイトで情報発信する。また、自立・自走を目指すための収益化を図る。</p> <p>取組の実績・成果</p> <p>○ワークショップ、アートコンクール等を開催し、文化芸術振興及び和泉・久保惣ミュージアムタウンの理解・共感を広めることができた。</p> <p>○WEB交流サイトによるアーティストやクリエイター等の情報発信、ワークショップに係る参加受付、アートコンクールに係るオンライン決済導入で、収益をあげることができた。</p> | | | | | | | | | | | | |
| 今後の取組 | <p>○アーティストやクリエイター等の情報発信を継続し、活動を支援する。</p> <p>○アートコンクールを開催し、文化芸術振興及び和泉・久保惣ミュージアムタウンの理解・共感を広める。</p> | | | | | | | | | | | | |
| KPI (重要業績評価指標) | <p>KPI1 (年間来場者数)</p> <p>(単位:人)</p> <table border="1"> <tr><th>年度</th><th>実績</th><th>目標</th></tr> <tr><td>R3</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>R4</td><td>2,545</td><td>1,790</td></tr> <tr><td>R5</td><td>3,234</td><td>3,080</td></tr> </table> | 年度 | 実績 | 目標 | R3 | 0 | 0 | R4 | 2,545 | 1,790 | R5 | 3,234 | 3,080 |
| | 年度 | 実績 | 目標 | | | | | | | | | | |
| | R3 | 0 | 0 | | | | | | | | | | |
| R4 | 2,545 | 1,790 | | | | | | | | | | | |
| R5 | 3,234 | 3,080 | | | | | | | | | | | |
| <p>KPI2 (年間利用数)</p> <p>(単位:回)</p> <table border="1"> <tr><th>年度</th><th>実績</th><th>目標</th></tr> <tr><td>R3</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>R4</td><td>123</td><td>50</td></tr> <tr><td>R5</td><td>164</td><td>100</td></tr> </table> | 年度 | 実績 | 目標 | R3 | 0 | 0 | R4 | 123 | 50 | R5 | 164 | 100 | |
| 年度 | 実績 | 目標 | | | | | | | | | | | |
| R3 | 0 | 0 | | | | | | | | | | | |
| R4 | 123 | 50 | | | | | | | | | | | |
| R5 | 164 | 100 | | | | | | | | | | | |
| <p>KPI3 (コンソーシアムの売上)</p> <p>(単位:円)</p> <table border="1"> <tr><th>年度</th><th>実績</th><th>目標</th></tr> <tr><td>R3</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>R4</td><td>734,839</td><td>0</td></tr> <tr><td>R5</td><td>1,434,000</td><td>956,029</td></tr> </table> | 年度 | 実績 | 目標 | R3 | 0 | 0 | R4 | 734,839 | 0 | R5 | 1,434,000 | 956,029 | |
| 年度 | 実績 | 目標 | | | | | | | | | | | |
| R3 | 0 | 0 | | | | | | | | | | | |
| R4 | 734,839 | 0 | | | | | | | | | | | |
| R5 | 1,434,000 | 956,029 | | | | | | | | | | | |
| 総合戦略における位置付け | <p>基本目標 : 市内主要15施設への来訪者数</p> <p>数値目標 : 基準値 R元:1,281,083人 → R7:1,595,000人</p> | | | | | | | | | | | | |

| | | | |
|--------|-----------------|----------|--|
| 所管課の評価 | 令和5年度における取組の効果 | 評価 | 評価理由 |
| | | B 効果的だった | <p>○古民家を活用した交流拠点施設で、個展や演奏会、ワークショップ等の開催、カフェやショップ等の運営が継続出来ており、交流人口拡大が認められるため。</p> <p>○WEB交流サイトを通じた情報発信、ワークショップ等のイベント受付、オンライン決済の運用など、収益化を図るための手法を実践出来たため。</p> |
| | 目標値達成状況にかかる要因分析 | 評価 | 評価理由 |
| | | 2 達成 | <p>○古民家を活用した交流拠点施設で、多彩な個展や演奏会、ワークショップ等の積極的な開催やカフェやショップ等の運営により、口コミやSNS等による市内外の認知度向上が認められる。また、来訪者へのヒアリングにより市外からの来訪も一定認められるため。</p> |
| | 交付金対象事業の必要性 | 評価 | 評価理由 |
| | | ②維持(現状) | <p>○目標値達成状況の成果も含め、事業内容について一定の効果が認められるため。</p> |

令和3～5年度の取組総括シート

交流拠点施設を活用したまちの賑わい創出・交流人口拡大事業

| 取組年度 | | 令和3年度 | | | | 令和4年度 | | | | 令和5年度 | | | |
|------------------------|--|---|--|--|--|---|---|--|---|--|---|---|--|
| 取組名 | 取組目的 | 取組内容 | 取組成果 | 答申、委員意見等 | 取組目的 | 取組内容 | 取組成果 | 答申、委員意見等 | 取組目的 | 取組内容 | 取組成果 | 今後の事業実施方針 | |
| 古民家を活用した交流拠点施設 | ○一過性に留まらない継続的な来訪人口・交流人口の増加を図るため | ○江戸時代後期の古民家を交流拠点施設としてリノベーションし、創作活動やアートギャラリー、体験教室を開催できる環境を整備 | ○リノベーションが完了し、イベント、コンサート、個展、セミナー、講演会等を開催できる環境構築が整ったことから、新たにまちの魅力向上が期待できる。 | ○来訪者の囲い込みを図るためにも、交流拠点施設共有の割引券の発行など検討すべき。 | ○一過性に留まらない継続的な来訪人口・交流人口拡大を図るため | ○交流拠点施設で、個展や演奏会、ワークショップ、セミナー等の開催をはじめ、地元食材や資源等を活用したカフェやショップを運営 ○ギャラリー展案内チラシを持参で、美術館入館料の割引を実施 | ○個展や演奏会、ワークショップ、セミナー等を開催できたことで、文化芸術振興とともに交流人口拡大を図ることができた。 ○入館料割引などの相乗効果もあり、KPI設定の年間来場者数が目標値を上回る結果となった。 | ○美術館と古民家が相互に紹介できるように、ホームページへの相互リンクの掲載などの情報発信に努められたい。 ○古民家のカフェは、大学生など若い人達を呼び込む優位性があると考えことから、積極的にPRし、地域活性化へと繋げられたい。 | ○一過性に留まらない継続的な来訪人口・交流人口拡大を図るため | ○交流拠点施設で、個展や演奏会、ワークショップ等の開催をはじめ、地元食材や資源等を活用したカフェやショップを運営 ○個展開催経費の一部を行政からの補助金を活用することで、出展費用の負担軽減を図れ、出展しやすい環境整備につながり、出展者を効果的に集められた。 | ○交流拠点施設で個展や演奏会、ワークショップ、セミナー等を継続的に開催できたことで、文化芸術振興に加え交流人口拡大を図ることができた。 ○個展開催経費の一部を行政からの補助金を活用することで、出展費用の負担軽減を図れ、出展しやすい環境整備につながり、出展者を効果的に集められた。 | ○補助金に頼らない、独立採算制による継続的な運営を図るための具体的な方策について、出展者等にニーズ調査を行い、継続的な事業展開ができるよう対応する。 | |
| 音楽を活用した交流拠点施設 | ○音楽を通じた市民とアーティストの交流の場、来訪者の体験の場を提供することで、継続的な交流人口の増加を図るため | ○新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、当初予定していた音楽イベント等は全て中止した。 | | | | | | | | | | | |
| 商業エリア等を活用した芸術交流拠点の実証事業 | | | | | ○既存施設等を活用し、一過性に留まらない継続的な交流人口拡大を図るため | ○商業施設「エコールいずみ」のイベント広場等のスペースやオアシス（いずみ障がい者ふれあいプラザ）を「芸術交流拠点」として位置づけ、音楽ライブや作品発表、ワークショップを実施 | ○音楽ライブ、浮世絵ワークショップ等の開催により、文化芸術振興の機会を設けることができ、参加者らによる交流人口拡大を図ることができた。 ○KPI設定の年間来場者数にも奇与する比較的大きなイベントである音楽ライブを開催し、子どもから大人まで参加していただいた。 | ○市内の隠れた文化芸術分野で活躍されている方々にも参加いただけるような取組を検討し、地域活性化を図っていただきたい。 | ○既存施設等を活用し、一過性に留まらない継続的な交流人口拡大を図るため | ○芸術交流拠点と位置付けた商業施設「エコールいずみ」にて、和泉シティプラザ20th記念ミュージックウェーブ、学芸員講座付き簡易金体験ワークショップを実施 ○広く市民にも参加してもらえる和泉・久保惣ミュージアムタウンコンクールを開催 | ○簡易金体験ワークショップの参加料は一人4,000円とやや高価格帯での設定と思われたが、想定以上の申込者数となり、交流人口拡大への寄与はもちろん、ニーズを捉えた魅力的なコンテンツを企画できたと自信に繋がられた。 ○アーティストに限らず広く市民からもイベントに参加してもらえたことで文化芸術振興に効果があった。 | ○引き続き魅力的なコンテンツを企画し、適正な料金設定を行い収益拡大を図るとともに、ワークショップ等の参加者拡大を目指す。 | |
| WEB交流拠点の導入 | ○異業種間交流やビジネスマッチングによる協業や企業等からの受注（デザイン業務やワークショップ業務等）等による事業の収益化をめざすため | ○コンソーシアムのWEB交流サイトを導入し、情報発信やビジネスマッチング等できる環境を整備 | ○WEB交流サイト（和泉市HATAクリエイター応援サイト）を導入し、コンソーシアムの活動やアーティスト、クリエイター、ディレクターの情報広く発信できた。 ○和泉・久保惣ミュージアムタウンの認知度・理解度向上を目指した取り組みを発信できる環境を構築できた。 | ○WEB交流サイトの具体的な活用プランの検討に加え、SEO対策、効率的な情報発信やビジネスマッチングの方法の具体的なプランと、それを検証する体制を構築されたい。 | ○ミュージアムタウンの認知度向上、活動について理解・共感を広めるため ○コンソーシアムの自立自走のための収益化を図るため ○アーティストやクリエイター等の活動を支援するため | ○WEB交流サイトを活用し、イベントやワークショップ等の参加者募集及び事業PRを行う ○WEB交流サイトを活用してアーティスト、クリエイター、ディレクターのPR情報やミュージアムタウンの活動について、中小企業診断士等の専門家アドバイザーの支援を受けながら情報発信を実施 | ○WEB交流サイトによる壁画アート、自販機アート、アートコンクールなどの各種イベント募集を実施。市内・外問わず幅広い周知ができた。 ○WEB交流サイトを活用した情報発信によるコンソーシアムの認知度向上に加え、各種イベントのオンライン受付・オンライン決済が導入でき、WEBを活用した仕組みを整備できた。 | ○コンソーシアムの自立自走を目指すためには、事業計画の実行性や売上等のKPI目標値の妥当性について検証すべき。 | ○ミュージアムタウンの認知度向上、活動について理解・共感を広めるため ○自立・自走を目指すための収益化を図る。 ○アーティストやクリエイター等の活動を支援するため | ○WEB交流サイトを活用し、イベントやワークショップ等の参加者募集及び事業PRを行う ○WEB交流サイトを活用してアーティスト、クリエイター等のPR情報やミュージアムタウンの活動について、中小企業診断士等のアドバイザーを受けながら情報発信を実施 ○体制のスリム化を図れるようコンソーシアムと協議を実施 | ○各種イベント募集をWEBにより実施。市外からの参加者など広く周知ができた。 ○アートコンクールの新たな広報手段として、インスタグラムの有料広告を活用し、市外からの参加申込が増加し、市外の方にも広く情報発信ができた。 ○自立自走を図れるよう運営体制の見直しに着手できた。 | ○アーティスト、クリエイター、ディレクターの情報発信を継続し、活動を支援する。 ○アートコンクールを継続開催し、文化芸術振興及び和泉・久保惣ミュージアムタウンの取組みに理解・共感を広める。 | |

(2) 開催経過・委員名簿・和泉市外部評価委員会規則・事務局

1 開催経過

| 回 | 日時 | 内容 |
|-----|---------------|---|
| 第1回 | 5月27日(月) 午後2時 | ・諮問、評価方法の決定等 ・評価対象2事業の担当課説明、質疑 応答及び評価 |

※答申は、委員長取りまとめの後、各委員が確認。

2 委員名簿（敬称略）

| 役職 | 所属 | 氏名 |
|------|--|--------|
| 委員長 | 桃山学院大学 経営学部 教授 | 辻本 法子 |
| 副委員長 | 和泉商工会議所 副会頭 | 中尾 達 |
| 委員 | 池田泉州銀行 和泉支店 支店長 | 大野 博和 |
| 委員 | 株式会社KADOKAWA デジタルコンテンツ局 事業開発部 WEBコンテンツ第2編集部 課長 兼 編集長 | 山田 孝一 |
| 委員 | 公募市民 | 多田 安美香 |

3 和泉市外部評価委員会規則（平成24年和泉市規則第53号）

（趣旨）

第1条 この規則は、和泉市附属機関に関する条例（昭和32年和泉市条例第43号）第2条の規定に基づき、和泉市外部評価委員会（以下「委員会」という。）の組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

（委員会の設置）

第2条 委員会は、別表に定めるところにより、行政外部の第三者視点からの評価、検証等を行う市の施策又は事業ごとに設置することができる。

（担当事務、組織等）

第3条 委員会の名称、担当事務、組織等は、別表に定めるとおりとする。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

(1) 学識経験者その他専門的な観点から評価を行う知識経験を有すると市長が認める者

(2) 公募による市民

（任期）

第4条 委員の任期は、委員の任期は、3年以内とする。ただし、再任を妨げない。

2 補欠により選任した委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長各1人を置き、委員の互選により定める。

2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるときはその職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議は、委員長が招集する。ただし、委員長が選任されていない場合その他委員長が招集できない場合は、市長が招集する。

2 委員会は、委員の定数の半数以上の委員が出席しなければ会議を開くことができない。

(関係者の出席)

第7条 委員長は、必要と認めるときは、委員以外の者を会議に出席させて意見を聴くことができる。

(庶務)

第8条 委員会の庶務は、行政評価担当部署において処理する。

(補則)

第9条 この規則に定めるもののほか、委員会の運営について必要な事項は、委員長が定める。

別表 (第2条関係)

| 委員会の名称 | 担当事務、組織等 |
|---|---|
| 和泉市まち・ひと・しごと創生総合戦略及び和泉市総合計画に係る事務事業の評価等に関する外部評価委員会 | (1) 担当事務 和泉市まち・ひと・しごと創生総合戦略及び和泉市総合計画に係る事務事業の評価、検証等に関すること。 (2) 委員定数 5人以内 |

4 事務局

市長公室 政策企画室