

2019年度 地方創生推進交付金事業検証シート

交付対象事業	道の駅・史跡公園を核とした町の魅力発見事業
--------	-----------------------

事業検証

事業内訳	当初計画事業費(円)	確定事業費(円)	交付金(円)
史跡公園魅力促進事業	2,893,000	2,277,394	1,138,697
チャレンジスペース利用者を対象とした事業自立支援事業	1,500,000	0	0
計	4,393,000	2,277,394	1,138,697

事業名	史跡公園魅力促進事業		担当課	文化財保存課
事業評価	進捗状況	11月16・17日に唐古・鍵遺跡史跡公園で「THE WAY CARNIVAL」の一部として「弥生のムラまつり IN 唐古・鍵」を開催した。また、平成30年度に開発したアプリ「AR唐古・鍵」については、来場者の満足度向上を目指し、チラシ等の配布やイベントでの周知、掲示の工夫等を行った。		
	事業効果	イベントへの来園者は2日間で19,032名となった。また、平成30年度に開発したアプリ「AR唐古・鍵」については、令和2年8月末現在で計678件のダウンロード数を数える。		
今後の方向性	今後も「弥生のムラまつり IN 唐古・鍵」を継続して開催するとともに、アプリ等により日常的な来場者の誘客及び来場者の満足度を高めることで、唐古・鍵遺跡史跡公園を中心としたエリアの魅力を発信し続けていく。			

事業名	チャレンジスペース利用者を対象とした事業自立支援事業		担当課	地域産業推進課
事業評価	進捗状況	前年を大きく上回る利用があったが、事業者による販促目的の利用や縁日の利用が多くを占めている。		
	事業効果	スペース利用者の町内での事業自立には結びついていない。		
今後の方向性	起業希望者の利用につなげるために事業周知を行っていく。			

KPI検証

KPI	事業開始前 (2017年度)	目標値 (2018年度)	実績値 (2018年度)	目標値 (2019年度)	実績値 (2019年度)
道の駅における一人あたり購入額(円)	0	800	1,127	1,000	1,070
イチジクの新たな作付面積(反)	0	5	0.5	10	0.5
道の駅チャレンジスペース 延べ利用日数(日)	0	100	280	150	385
観光客入込客数(人) (道の駅来場者数)	0	366,000	261,793	400,000	237,731

KPI	道の駅における一人あたり購入額(円)	担当課	地域産業推進課
評価	オープンしたH30年度と比べ、微減となったものの、1,000円/人の目標額は達成した。		
今後の方向性	客単価増となるよう、物販の取り扱い商品の見直しや、ベーカリー、2階カフェの新メニューの開発などを進める		

KPI	イチジクの新たな作付面積(反)	担当課	地域産業推進課
評価	今後勧奨することで作付面積が増えるものと見込んでいる。		
今後の方向性	作付から出荷までに期間を要するため、すぐに実績が出ず面積拡大出来るようなものではないので、町内での実績が出てから目標年度内に目標作付面積の達成を目指す。		

KPI	道の駅チャレンジスペース延べ利用日数(日)	担当課	地域産業推進課
評価	前年を大きく上回る利用があったが、事業者による販促目的の利用や縁日の利用が多くを占めて		
今後の方向性	起業希望者の利用につなげるために事業周知を行っていく。		

KPI	観光客入込客数(人)(道の駅来場者数)	担当課	地域産業推進課
評価	オープンしたH30年度と比べ、10%程度減となった。 オープンして1年を経過したこと、年度末に新型コロナウイルスが拡大しはじめたことなどが要因と考えられる。		
今後の方向性	客単価増の取り組みに加え、品ぞろえ増加や話題性の高いメニュー開発により、新規の来客増及びリピーター獲得に努める。		

2019年度 地方創生推進交付金事業検証シート

交付対象事業	地域の歴史文化資源を活用したインバウンド推進事業
--------	--------------------------

事業検証

事業内訳	当初計画事業費(円)	確定事業費(円)	交付金(円)
流鏝馬神事再現事業	6,754,000	3,907,444	1,953,722
能文化普及事業	403,000	400,000	200,000
唐古・鍵考古学ミュージアムの インバウンド向け広報強化	3,371,000	1,469,912	395,771
観光振興等普及啓発事業	1,000,000	474,000	237,000
計	11,528,000	6,251,356	2,786,493

事業名	流鏝馬神事再現事業		担当課	地域産業推進課
事業評価	進捗状況	12月1日に奈良田原本流鏝馬まつりを実施		
	事業効果	140人以上の多くの外国人を含む数千～一万人程度の来場者があり(主催者発表)、メディアやSNSにも多数取り上げられたことから、広く地域をPRすることができた		
今後の方向性	事業実施体制等について検討し、今後の開催につなげていく			

事業名	能文化普及事業		担当課	文化財保存課
事業評価	進捗状況	令和元年9月23日に、田原本・まちを好きになる会がフォーラム「田原本の能」を開催した。また、町はこれを後援した。		
	事業効果	約380名の来場者があり、来場者の能への理解が深まった。		
今後の方向性	今後も継続して事業を支援していきたい。			

事業名	唐古・鍵考古学ミュージアムの インバウンド向け広報強化		担当課	文化財保存課
事業評価	進捗状況	『唐古・鍵考古学ミュージアム常設展示図録』及び秋季企画展『ならの史跡に行こう(縄文-古墳時代)』を多言語化して刊行した。		
	事業効果	令和元年度は外国人42名を含む13,278名の来館者があった。		
今後の方向性	今後も出版物や動画配信、イベントの開催等を通して唐古・鍵考古学ミュージアムへの来館者増を図る。			

事業名	観光振興等普及啓発事業		担当課	地域産業推進課
事業評価	進捗状況	民間団体が行うイベント等、3件について支援を実施		
	事業効果	町の伝統文化の継承やイベントを行う団体の、町外にPRする意識を高めることができた。また、補助対象団体が行う能楽イベントでは、複数の外国人の参加も見られ、町のPRにもつなげることができた。		
今後の方向性	さまざまな団体の利用を促すため、事業周知に努める。			

KPI検証

KPI	事業開始前 (2018年度)	目標値 (2019年度)	実績値 (2019年度)	目標値 (2020年度)	目標値 (2021年度)
流鏝馬神事・能フォーラムにおける外国人観光客数 (人)	0	220	141	250	300
唐古・鍵遺跡史跡公園年間来場者数(人)	65,000	68,000	116,134	71,000	74,000
唐古・鍵考古学ミュージアム年間来場者数(人)	13,000	14,000	13,278	15,000	16,000

KPI	流鏝馬神事・能フォーラムにおける外国人観光客数(人)	担当課	地域産業推進課
評価	在関西の総領事他を来賓として迎え、留学生や外国機関職員のツアーを実施。141人の来場があった		
今後の方向性	事業実施体制等について検討し、今後の開催につなげていく		

KPI	唐古・鍵遺跡史跡公園年間来場者数(人)	担当課	文化財保存課
評価	指定管理者の自主事業を含めたイベント件数の増加により、唐古・鍵遺跡史跡公園の年間来場者数が前年度と比べて大きく増加した。		
今後の方向性	継続的なイベントの開催と、積極的な広報活動を行っていく。		

KPI	唐古・鍵考古学ミュージアム年間来場者数(人)	担当課	文化財保存課
評価	令和元年度目標来館者数14,000名に対し、実績値13,278名とやや下回った。常設展示のリニューアルがあった平成30年度と比べてトピックが少ない年度だったが、図録の多言語化や他館との共催展示としたことで、企画展来館者は3,309名と2年連続3,000人をこえた。		
今後の方向性	今後も出版物や動画配信、イベントの開催等を通して唐古・鍵考古学ミュージアムへの来館者増を図る。		

2019年度 地方創生推進交付金事業検証シート

交付対象事業	地域資源を活かした女性向け田原本ブランド化促進事業
--------	---------------------------

事業検証

事業内訳	当初計画事業費(円)	確定事業費(円)	交付金(円)
本町ブランドのメニュー及び土産品開発	4,010,000	0	0
道の駅で女性をターゲットとした賑わい創出事業	1,500,000	1,000,000	500,000
首都圏の女性をターゲットとした、より戦略的な広報	1,533,000	1,036,780	518,390
田原本駅前広場で女性をターゲットとした賑わい創出ライトアップ事業	7,000,000	2,751,840	1,375,920
計	14,043,000	4,788,620	2,394,310

事業名	本町ブランドのメニュー及び土産品開発		担当課	地域産業推進課
事業評価	進捗状況	本町ブランドの農産品開発事業については、味間イモ焼酎「里の香」「味間イモコロッケ」等味間イモを使ったメニュー、土産品開発が生産者により取り組まれているところ		
	事業効果	県内での販売を通じて町内外での知名度が高くなってきている		
今後の方向性		土産品の開発や、県内外での農産物PRイベントを通し、町の農作物だけではなく、町自体の知名度を上げていく		

事業名	道の駅で女性をターゲットとした賑わい創出事業		担当課	地域産業推進課
事業評価	進捗状況	唐古・鍵遺跡史跡公園と連携し、11月16, 17日にイベントを実施		
	事業効果	若年層や家族連れが多く訪れ、道の駅の来客・売上増につながった		
今後の方向性		イベントの実施だけではなく、SNS映えする商品開発などの集客増に向けた取り組みを行っていく		

事業名	首都圏の女性をターゲットとした、より戦略的な広報		担当課	秘書広報課
事業評価	進捗状況	業者と協力してのWEB記事および、その出演者(女性)のSNSによって、首都圏をはじめ、全国への町の魅力PRを行った。		
	事業効果	WEB記事公開2週間で8,000PVを超え、また出演者のSNSには、田原本町への興味を示すフォロワーからの返信コメントが集まっており、田原本町への理解を深め、来てみたいと思わせるきっかけになったと考える。		
今後の方向性	ターゲットは女性と定めているが、そのうえでどういったものを伝えたいのか。例えば、田原本町のもの(農産物、特産品など)を購入してほしいのか?定住してほしいのか?観光に来てほしいのか?目的を定かにしたうえで、広く周知できる方法(ホームページ、SNS)を駆使して発信方法を考えていきたい。			

事業名	田原本駅前広場で女性をターゲットとした賑わい創出ライトアップ事業		担当課	まちづくり建設課
事業評価	進捗状況	令和元年度にイルミネーションの設置が完了した。		
	事業効果	田原本町の玄関である田原本駅前広場にイルミネーションを設置したことにより、駅周辺交流人口が増加し、賑わいを創出している。また、SNS等での投稿も多くあり、町のPRにも繋がっている。		
今後の方向性	様々な活力を活用しながら、さらなる充実を図っていく。			

KPI検証

KPI	事業開始前 (2018年度)	目標値 (2019年度)	実績値 (2019年度)	目標値 (2020年度)	目標値 (2021年度)
道の駅の女性訪問客数(人)	130,897	170,000	118,866	200,000	250,000
観光ガイドブックや広報誌の田原本町土産品の年間掲載数(回)	1	11	30	31	61
ミシュランガイド他に掲載される田原本町のレストラン数(件)	1	3	7	5	7

※交付金事業は2020年度まで

KPI	道の駅の女性訪問客数(人)	担当課	地域産業推進課
評価	オープン2年目を迎え通年の来場者数は減となったが、下期は対前年15%増となり、商品ラインナップの見直しなどの効果が現れてきている。		
今後の方向性	道の駅を訪れる目的となるような魅力的な商品開発に取り組む		

KPI	観光ガイドブックや広報誌の田原本町土産品の年間掲載数(回)	担当課	秘書広報課
評価	フリーマガジンや、業者と協力してのWEB記事、広報紙など、複数の媒体を用いることで、町内にとどまらず、県内・県外への幅広い情報発信を行うことができた。		
今後の方向性	地域産業推進課、田原本まちづくり観光振興機構からの情報提供等により、連携をとりながら、広報紙やフリーマガジン、SNS等による媒体を活用していく		

KPI	ミシュランガイド他に掲載される田原本町のレストラン数(件)	担当課	秘書広報課
評価	民間業者や住民の力を借り、フリーマガジンやSNSによる発信などを行うことで、柔軟かつ、県内・県外への広範囲での情報発信ができた。		
今後の方向性	地域産業推進課、田原本まちづくり観光振興機構からの情報提供等により、連携をとりながら、広報紙やフリーマガジン、SNS等による媒体を活用していく		