

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ) 令和5年度効果検証

【推進交付金(単独)】

番号	課名	事業名	事業概要	決算額 (円)	交付金充当 (円)	一般財源 (円)	重要業績評価指標 (KPI)			効果検証 (委員会コメント)
							評価指標	累計 目標値 (増分)	累計 実績値 (増分)	
総合戦略 基本目標② 定住魅力の強化により泉佐野市への新しいひとの流れをつくる										
1	おもてなし課	eスポーツMICEコンテンツ実証計画 (R4開始)	●eスポーツ関係人材の育成を目的とした実践教育(大会・イベント等)の継続的实施 ●国際空港の玄関口である地域特性を活かして、国際交流大会(本市総合計画に掲げる国際都市にも寄与)の実施をめざす。 ●eスポーツ事業の実施に関係して本市に来訪される方々に、地域DMO(泉佐野シティプロモーション推進協議会)と連携し、当該DMOが造成を試みている市内ツアーへの参加を促進し、実際に市内の観光スポット等に足を運んでもらい再訪や情報発信に繋げることで、参加される方々と地域との関係の深化と更なる交流人口及び関係人口の増加を図る。	140,000,000	70,000,000	70,000,000	関係人口 (人)	130	1,491	特になし
							交流人口 (人)	12,000	23,115	
							eスポーツ大会・イベントの開催数 (回)	25	40	
		合 計(A)		140,000,000	70,000,000	70,000,000				

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ) 令和5年度効果検証

【推進交付金(広域)】

番号	課名	事業名	事業概要	決算額 (円)	交付金充当 (円)	一般財源 (円)	重要業績評価指標 (KPI)			効果検証 (委員会コメント)
							評価指標	累計 目標値 (増分)	累計 実績値 (増分)	
総合戦略 基本目標② 定住魅力の強化により泉佐野市への新しいひとの流れをつくる										
2	まちの 活性課	関空立国デスティ ネーション化推進 事業 (H31開始)	本市が関空利用者の目的地(Destination)化となるために下記の事業等に取り組む。 ●コト消費の拡大つなげる日本伝統芸能を核とした新たな文化を提供する施設の設置 ●LCC利用者も多い関空において消費効果を上げるため、夜間の時間帯の消費喚起につなげるナイトタイムエコノミー等による、インバウンド客の満足度の向上化 ●インバウンド客の利便性の向上を図るためのキャッシュレス化の推進と、防災の観点も含めた言葉のバリアフリー化を推進することによる安心・満足度の向上 ●2027年にオープン予定の大型MICE施設の利用促進につなげるため、MICEやアフターコンベンション等に利用されるによるユニークベニューコンテンツの磨き上げによる目的地(Destination)化 ●泉佐野市が目的地(Destination)化となるだけでなく、観光ハブとなるため、また連携している近隣・地方都市のそれぞれの地域の食材を通じて、それぞれの地域が持つ自然や歴史等の魅力に触れることで各地域の再訪・訪日意欲の高揚を図るためのガストロノミーツーリズム ●本交付金対象事業終了後も持続した効果を維持するため、グローバル的な発想を持った地域のけん引役となる人材の確保と育成	94, 270, 000	47, 135, 000	47, 135, 000	市内宿泊施設の インバウンド 宿泊者数 (人)	591,000	204,000	特になし
							(仮称)りんくう 野外文化音楽 堂の利用者 (人)	10,000	75,600	
							ガストロノミー ツーリズムの利 用者数 (人)	1,350	930	
							当該事業による 消費効果額 (千円)	1,816,000	354,000	
3	まちの 活性課 他	「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 (R4開始)	●バーチャルコンパクトシティ共同基盤事業 ・SNS等(市町村事業の各種コンテンツ紹介、コンテスト等実施、リモートイベントやスタンプラリーなどの現地回遊イベント、情報発信など)の開設、企画、制作、配信、運営などを行う。 ・参画市町村はバーチャルシティ搭載事業コンテンツの魅力向上を図り、事業部会や地元組織運営など14市町村が連携を図る機会を銘々が工夫し効果的に活用し、プラットフォームを形成する。これまでの主管だけの事業部会では無く、14市町村の関係主管が連絡を取り合える組織、事務局の運営を行う。 ・WEBによる地域事業者と人材のマッチングサポート・全国リモート会議・リモートワークショップなど実行組織の形成と人材の育成事業を行う。 ●観光交流促進強化連携事業 ・定住促進、子育て、結婚支援、テレワーク、ワーケーションその他事業のデジタル観光コンテンツ化 ・地域の特性を捉えたネイチャー・ペット・ヘルス・スポーツほかニューノーマル時代を見据えたマイクロツーリズムの開発とプロモーション告知事業 ・SNS等による全国に向けた市町村の魅力発信・UGCの生成〔地域人材・タレント・インフルエンサー等との連携〕事業 ●若者・子育て世代交流促進事業 ・若者・ファミリー層に対する魅力向上事業〔セミナー交流会開催・地域資源のPR事業等の実施〕 ・定住志向・シビックプライドの把握、プロモーション連携事業〔SNS配信・UGCの生成〕 ・参画市町村間による交流事業〔「関係人口」リモートワークショップ等の開催〕 ●関係人口の創出拡大事業 ・大都市居住者との接点構築事業〔SNS対応体験ツアー造成、協働セミナーイベント実施、地域産業のリモート見学会など〕 ・地域住民、事業者による〔「関係人口」セミナー開催、動画制作など〕 ・地域産業の活性化、ブランド化〔農産品のブランド化、市場開拓、就農セミナー等の開催など〕 ・商店、施設等によるSNS対応商品開発〔おもてなしメニュー開発、店舗経営セミナー、店舗回遊・コラボレーション情報交換会など〕 ●市町村の魅力強化・デジタル推進ハード事業	16, 890, 000	8, 445, 000	8, 445, 000	観光入込数 (人)	4,800,000	7,542,397	特になし
							仮想市民登録 数 (件)	4,200	4,414	
							地方志向者の 魅力度数 (%)	6	28	
		合 計(B)		111, 160, 000	55, 580, 000	55, 580, 000				
総合計【(A)単独＋(B)広域】				251, 160, 000	125, 580, 000	125, 580, 000				