

# 令和7年度 新しい地方経済・生活環境創生交付金（第2世代交付金）の効果検証について

## 事業1：持続可能な地域を育む人材育成事業（広域事業）

### (1) 事業概要

本事業は、令和5年度より令和7年度までの3年間、東紀州5市町が連携して実施する「持続可能な地域を育む人材育成事業」です。

子どもから大人まで幅広い世代が、地域の財産である地場産業や文化等を学べる機会を官民協働で創出し、整備・充実させることで地域への愛着を深め、「地元で根付く人材」を育成することを目指しております。また、地域の受け皿となる地場産業の強化も並行して進めます。これらの取り組みを都市部等へ積極的に発信することで、UIJ ターン希望者を増やし、若者定住促進と地域経済の活性化も目指します。

「取組①：地域での学び・体験の支援」

「取組②：子どもの学び・体験の支援」

「取組③：地域に根付く担い手の受け皿づくり」

「取組④：地域の魅力の情報発信」

### (2) 令和7年度 KPI（重要業績評価指標）達成状況（5市町全体）

| 交付対象事業名                | K P I<br>設定数 | K P I<br>達成数 | 備考                             |
|------------------------|--------------|--------------|--------------------------------|
| 持続可能な地域を育む人材育成事業（広域事業） | 3            | 2            | （連携自治体）<br>紀北町、尾鷲市、熊野市、御浜町、紀宝町 |

| KPI（重要成果指標） |                                 |        | 2023年<br>（令和5年度） | 2024年<br>（令和6年度） | 2025年<br>（令和7年度） |
|-------------|---------------------------------|--------|------------------|------------------|------------------|
| 1           | 東紀州地域内の高等学校等卒業後の地元就業率           | 単年度目標値 | 7.20%            | 7.75%            | 8.35%            |
|             |                                 | 単年度実績値 | 9.80%            | 9.50%            | 7.00%            |
| 2           | 移住に係る行政窓口を活用した東紀州地域への移住者数       | 単年度目標値 | 73人              | 81人              | 86人              |
|             |                                 | 単年度実績値 | 154人             | 121人             | 142人             |
| 3           | 第1次産業をはじめとする地元の産業及び伝統文化等の体験学習回数 | 単年度目標値 | 119回             | 119回             | 119回             |
|             |                                 | 単年度実績値 | 110回             | 154回             | 149回             |

うち 御浜町単体分

総事業費 9,367,000 円（うち交付金充当額 4,683,500 円）

《上記での御浜町の数値》

| KPI（重要成果指標） |                                 |        | 2023年<br>（令和5年度） | 2024年<br>（令和6年度） | 2025年<br>（令和7年度） |
|-------------|---------------------------------|--------|------------------|------------------|------------------|
| 2           | 移住に係る行政窓口を活用した東紀州地域への移住者数       | 単年度実績値 | 26人              | 26人              | 21人              |
| 3           | 第1次産業をはじめとする地元の産業及び伝統文化等の体験学習回数 | 単年度実績値 | 32回              | 67回              | 61回              |

※「東紀州地域内の高等学校等卒業後の地元就業率」は御浜町単独効果では評価できない。

## ○KPI の達成状況

KPI について、3 事業中 2 事業が達成した。

達成した事業については、地域での体験学習の機会創出や地場産業への関心喚起など、事業の基盤となる取り組みが順調に推移し、5 市町全体および御浜町単独においても計画通りの成果を上げることができた。

KPI 未達成だった「東紀州地域内の高等学校卒業後の地元就業率」については、令和 7 年度の卒業生数の減少およびそれに伴う地元就業希望者数の母数減少が主たる要因であると考えられる。本指標は人口動態に左右される性質が強く、外部要因の影響を大きく受けたものと分析する。

## (3) 事業の効果

5 市町全体での効果としては、2 つの KPI（重要業績評価）が年次目標を大きく上回るなど、順調に推移した。

未達成だった「東紀州地域内の高等学校卒業後の地元就業率」については、令和 7 年度の卒業生数の減少に伴う地元就業希望者数の母数減少が主たる要因であると考えられ、効果がなかったわけではない。

以上により、5 市町全体として、また御浜町単独としても一定以上の効果があったと考える。

## 事業２：観光ＤＸでかがやく、観光地域づくり事業（広域事業）

### (1) 事業概要

ポストコロナにおいて旅行者の観光に対する価値観が多様化する中、当地域に多くの旅行者を誘客し、観光消費額を拡大させるため、旅行者の多様なニーズを分析し、効果的な施策を講じることが求められています。

また、当地域の観光を取り巻く課題は、人口減少等により不足する担い手、宿泊客の低い消費額、不十分な観光資源の利活用、自立途上の観光地域マーケティング等山積しており、従来の手法のみでは解決が難しい状況にあります。

これらの解決を目指し、デジタル技術を取り入れた「ポストコロナにおける観光ＤＸを活用した新たな観光のカタチづくり事業」及び「持続的なヒトづくりに向けた観光ガイド整備事業」を一体的なプロジェクトとして実施することで、持続可能な担い手の育成、消費額の拡大、新たな観光コンテンツの創出による観光資源の魅力向上、持続可能な観光地域マーケティング等に取り組みました。

### (2) 令和７年度 KPI（重要業績評価指標）達成状況（５市町全体）

| 交付対象事業名                   | K P I<br>設定数 | K P I<br>達成数 | 備考                             |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------------------------|
| 観光ＤＸでかがやく、観光地域づくり事業（広域事業） | ４            | １            | （連携自治体）<br>紀北町、尾鷲市、熊野市、御浜町、紀宝町 |

| KPI（重要成果指標） |                          |        | 2023年<br>（令和５年度） | 2024年<br>（令和６年度） | 2025年<br>（令和７年度） |
|-------------|--------------------------|--------|------------------|------------------|------------------|
| １           | 東紀州地域における観光消費額           | 単年度目標値 | 14,100百万円        | 14,800百万円        | 15,500百万円        |
|             |                          | 単年度実績値 | 17,276百万円        | 19,540百万円        | 18,601百万円        |
| ２           | 観光コンテンツアクセス回数            | 単年度目標値 | 200回             | 1,400回           | 3,800回           |
|             |                          | 単年度実績値 | 168回             | 1,613回           | 2,901回           |
| ３           | デジタルマーケティング参画事業者による業務改善数 | 単年度目標値 | -                | ５回               | 15回              |
|             |                          | 単年度実績値 | -                | ５回               | 11回              |
| ４           | システム参入宿泊施設数              | 単年度目標値 | -                | -                | 20施設             |
|             |                          | 単年度実績値 | -                | -                | 2施設              |

内 御浜町単体分

総事業費 1,000,000 円（うち交付金充当額 500,000 円）

### ○KPI の達成状況

KPI については、４事業中１事業が達成した。

達成した事業１「東紀州地域における観光消費額」については、入込客数、宿泊率、日帰り観光客の平均消費額が下がってはいるが５市町全体の計画通りの成果を上げることができた。

KPI 未達成だった「観光コンテンツアクセス回数」「デジタルマーケティング参画事業者による業務改善数」「システム参入宿泊施設数」については、下記(4) KPI 未達成要因及び今後の方針に記載のとおり分析する。

### (3) 主な効果

東紀州地域振興公社を通じ、５市町広域で取組む事業であり、デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）を活用し、デジタルマーケティング運用支援事業、映像・音声ガイド整備

事業、インバウンド対応観光ガイド整備事業に取り組みました。

効果として、地域での滞在時間を延ばすことでの消費拡大、語り部を利用しないライト層への訴求力を高め新規顧客の裾野を広げる、満足度の向上による再来訪などが考えられます。

#### (4) KPI 未達成要因及び今後の方針

「2. 観光コンテンツアクセス回数」について、前年度は世界遺産登録 20 周年に伴う関連イベントが多かった一方、2025 年度（令和 7 年度）は大規模な誘客イベントが少なく、伊勢路全体としても来訪者数が減少した。また、全国的なクマ被害の報道により来訪を控える動きが見られたことも影響したと考えられる。

（今後の方針） 今後は、観光客が必ず立ち寄る拠点（道の駅、観光案内所、宿泊施設など）での PR を強化し、音声ガイドの認知度を再度高める取り組みを進める。

「3. デジタルマーケティング参画事業者による業務改善数」について、2024 年度の実施内容を踏まえて公社主体で、ウェブサイトの運用及び SNS マーケティングについてのセミナーを実施しましたが、目標数値を達成することはできませんでした。

（今後の方針） 今後も SNS を活用した情報発信について改めて啓発し、事業者が自ら取り組む意義を理解できるよう働きかける。また、必要に応じて個別相談や簡易サポートを行い、デジタル活用のハードルを下げることで、参画を促進する。

「4. システム参入宿泊施設数」について、推奨システムの選定に時間を要したことに加え、導入対象となる事業者の絞り込みが不十分で、広く浅いアプローチとなってしまった。その結果、説明の機会は設けられたものの、事業者側が導入判断に必要な時間を確保できず、参画施設が少ない状況となった。

（今後の方針） 今後は、導入メリットが大きく効果が期待できる事業者を優先的に抽出し、個別に丁寧なアプローチを行う。導入後の運用イメージや負担軽減効果を具体的に示すことで、事業者が導入判断をしやすい環境を整える。