

令和2年度 亀岡市地方創生事業評価シート(令和元年度実施事業)

事業No.1

事業の名称 (活用した交付金)	大河ドラマ「麒麟がくる」を契機にした「城下町」レガシープロジェクト事業 (地方創生推進交付金)		事業期間	令和元～ 3年度	事業費(補助率)	47,828,827円(1/2補助)	
実施計画の作成主体 (広域連携対象)	京都府 (福知山市、舞鶴市、綾部市、亀岡市、長岡京市、京丹後市、大山崎町、南丹市、京丹波町、丹波市、丹波篠山市)						
事業担当課	市長公室秘書広報課、生涯学習部市民力推進課、産業観光部商工観光課、光秀大河推進課、まちづくり推進部都市整備課、まちづくり交通課、文化資料館						
事業概要	京都府及び関係市町において、2020年の大河ドラマ「麒麟がくる」の主人公明智光秀や細川幽斎などの活躍する舞台の多くが「中心市街地にある城跡、寺社」であることを活かし、大河ドラマ「麒麟がくる」推進協議会を中心に広域プロモーション事業を行い、大河ドラマによる集客効果を活かして各エリア間の周遊観光を促進するとともに、空き家・空き店舗や道の駅等を活用して起業・創業を支援することで各地域の「稼ぐ力」につなげる他、交流人口拡大とこれを契機にした地域特産品等の開発と各地域ブランドの定着による地域経済の活性化を図る。 亀岡市エリアでは、丹波亀山城を中心に手作り甲冑・着用体験など亀岡に来なければ体験できない観光を推進する。						
取組内容	大河ドラマが放送される機会を最大限に活用するため、各種団体が構成される「大河ドラマ『麒麟がくる』亀岡市実行委員会」の事業として、誘客宣伝・情報発信、商品開発、おもてなし態勢の整備などに取り組んだ。中でも、「麒麟がくる 京都大河ドラマ館」オープンに向けたカウントダウンイベント「戦国麒麟カフェ」(甲冑体験含む)、手づくり甲冑教室、ガイド養成講座やPR特別大使に任命したキャラクターを描いたラッピングタクシー・バスの運行などを通して、市内外に「光秀公のまち亀岡」のPRを行った。 亀岡市が行う事業として、誘客宣伝事業、光秀関連イベント事業、おもてなし態勢構築事業などを実施した。 誘客宣伝事業としては、大河ドラマの放送にあわせ、JR京都駅舎内での交通広告(デジタルサイネージ)を活用し、観光誘導につながる情報発信を行った他、亀岡駅から京都駅を運行する民間路線バス(京阪京都交通バス)に「光秀公のまち亀岡」をPRするラッピングを施し、市内外のバス利用者や路線沿線の住民等に対して広くPRを行った。 光秀関連イベント事業としては、第47回目の開催となる亀岡光秀まつりにて武者行列の充実と同時開催イベントの拡充等、大河ドラマ放送に向けた機運醸成を図った。また、「第2回 光秀公のまち亀岡 俳句大賞」を実施し、市内小中学校をはじめ、全国に対して事業をPRして作品を募り、受賞者に対して賞状と、副賞として亀岡市の特産物を贈呈した他、丹波亀山城跡にて「まちあるき俳句教室」を開催し、俳句の作り方やポイントを解説するとともに、明智光秀ゆかりの地に触れながら俳句を楽しむ講座を開催した。 おもてなし態勢構築事業としては、「桔梗苗等植付事業」として「麒麟がくる 京都大河ドラマ館」等の市内各地に花で彩られた鉢の設置や、「南郷池・南郷公園クリーン作戦事業」として丹波亀山城跡のほとりの南郷池・南郷公園及び公園周辺の清掃活動、「ネイチャーガイド事業」として森のステーションかめおか(亀岡市交流会館)から八木城跡までの山道を、八木城の歴史や光秀の丹波攻めについて学ぶトレッキング等を実施した。また、光秀ゆかりの観光地である、「ききょうの里」に多くの観光客が訪れることが予想されることから、「ききょうの里整備事業」として、「丹波／亀岡ききょうの里を作る会」に補助金を交付し、来園者にキキョウを楽しんでいただけるよう園の再整備を実施した。その他、歴史ファン等の観光客の増加が見込まれるため、光秀に関するパンフレットの制作とともに、ゆかりの地への誘客を進める多言語観光案内版の設置や、光秀関連の名所、旧跡、イベント等の情報発信、受け入れ態勢の充実を図った。 その他の事業として、文化資料館においてロビーの空調機の改修を行った他、第34回特別展「明智光秀と戦国丹波一丹波進攻前夜」を開催し、明智光秀の生涯について展示紹介した。また、市内事業者による大河ドラマに関連した新商品の開発及び販路開拓を支援するため、大河ドラマタイトルロゴ使用料の一部助成を行った。						
取組の成果	「大河ドラマ『麒麟がくる』亀岡市実行委員会」事業について、「戦国麒麟カフェ」(全4回)には各回約200人ほど来場があり、ラッピングタクシー・バスの運行などと合わせ、「麒麟がくる 京都大河ドラマ館」を市内外へアピールすることができた。また、手づくり甲冑教室(全7回)やガイド養成講座(全3回)の開催により、大河ドラマの放映やドラマ館の開設に向け、市民の機運醸成を図った。 亀岡市が行った事業として、誘客宣伝事業では年間を通じて、国内外からの利用客が多く行き交うJR京都駅で「丹波亀山城跡」などの城下町写真を用いた「光秀公のまち亀岡」「麒麟がくる 京都大河ドラマ館」などの広告を掲出した他、JR亀岡駅南口～京都駅前間でラッピングバスを2台運行(1,478便)し、亀岡の認知度の向上と観光誘客を図ることができた。 光秀関連イベント事業では、亀岡光秀まつりに全国から多くの観光客が訪れ、「明智光秀公のまち・亀岡」を市内外に広くPRすることが出来た。俳句大賞には明智光秀や亀岡に関する俳句など日本中から合計4,042句の応募があり、19名を表彰したことで、俳句という日本の文化を楽しみながら、明智光秀にゆかりがあるまちとしての亀岡市を知ってもらう機会を創出することができた。 おもてなし態勢構築事業では、「桔梗苗等植付事業」、「南郷池・南郷公園クリーン作戦事業」、「ネイチャーガイド事業」については、来訪する方を気持ちよく迎えるとともに、市民の機運を高めることに寄与した。また、大河ドラマの放送決定後に増加してきた観光客に対し、案内板の設置等の受け入れ態勢を整えるとともに、ゆかりの地の情報を伝えるパンフレットの制作を行うことで、周遊観光の促進につなげた他、「ききょうの里整備事業」については、京都府立農芸高等学校や市民との協働により再整備を行い、創意工夫を凝らした庭園の作庭と園路の拡充により、来園者に楽しんでいただく環境を整備できた。 その他の事業については、文化資料館ロビーの空調機改修の結果、来館者に快適な空間で見学いただけるようになりました。第34回特別展「明智光秀と戦国丹波一丹波進攻前夜」を開催し、明智光秀の前半生を対象とし、近年発見された新史料の展示やAR等の高度機能も活用し、新たな光秀像を提示することができた(会期中来館者数3,135人)。大河ドラマタイトルロゴ使用料の助成については、令和元年度中に計4件の利用があり、観光案内所や大河ドラマ館併設の物産店などで販売し、ドラマ館利用客に対する販売の促進につなげることが出来た。 上記事業の実施により、令和元年の丹波亀山城跡をはじめとする明智光秀関連観光スポットの入込客、消費額ともに例年より増加しており、大河ドラマ放送以降の観光振興、地域経済活性化の基盤が構築できた。						
重要業績評価指標(KPI)の達成状況、評価	内容		指標値(R2.3)	実績値(R2.3)	達成／不達成	評価(A～C)	事業の今後について
	KPI①	大河ドラマ「麒麟がくる」関連観光スポットの観光入込客数(関係市町合計)	441万人 (亀岡市8.1万人)	434万人 (亀岡市9.5万人)	不達成	【B:地方創生に効果があった。】 関係市町合計でのKPIは不達成となったが、亀岡市の指標は伸びており、観光振興施策として一定の効果はあった。	【事業を継続】 当事業は3か年の計画であり、ドラマ放映後1年間は観光誘客及び観光消費額増の効果が見込めるため、令和3年度まで継続して実施していく。
	KPI②	大河ドラマ「麒麟がくる」関連の観光スポットの観光消費額(関係市町合計)	210億円 (亀岡市0.15億円)	200億円 (亀岡市0.30億円)	不達成		
	KPI③	京都舞鶴港におけるクルーズ船の寄港数	28回	34回	達成		
	KPI④						
外部有識者会議 評価・意見 (亀岡市総合戦略推進会議)							

令和2年度 亀岡市地方創生事業評価シート(令和元年度実施事業)

事業No.1 別紙

事業の取組、成果に関する写真等



戦国麒麟カフェ



ラッピングタクシー出発式
(実行委員会事業)



麒麟がくる 京都大河ドラマ館
(参考・交付金対象外)



JR京都駅南北自由通路
デジタルサイネージ



ラッピングバス



亀岡光秀まつり 武者行列



光秀公のまち亀岡 俳句大賞
表彰式



ききょうの里 整備庭園



特別展「明智光秀と戦国丹波
-丹波進攻前夜-」

令和2年度 亀岡市地方創生事業評価シート(令和元年度実施事業)

事業No.2

事業の名称 (活用した交付金)	京都スタジアムを核とした賑わいづくり 推進事業 (地方創生推進交付金)	事業期間	令和元～ 3年度	事業費(補助率)	7,056,135円(1/2補助)		
実施計画の作成主体 (広域連携対象)	京都府 (亀岡市)						
事業担当課	まちづくり推進部まちづくり交通課						
事業概要	2020年春に京都スタジアムが開業することから、スタジアムの球技に限らない文化イベント等の多角的な利用を図るとともに、スタジアムを核として府域からの来訪者を呼び込みトロッコ列車、保津川下り、湯の花温泉等の観光資源との結節点として観光客を誘客し、更には京都府中北部へのゲートウェイとしての機能を果たすことにより、亀岡市の交流人口の増加、地域経済の活性化を図る。 亀岡市においては、市内飲食事業者等による「かめおかecoマルシェ」を立ち上げ、スタジアム周辺のかめきたサンガ広場や市内各イベント会場等で、魅力あるマルシェを開催する他、かめきたサンガ広場でイベント等を実施する。						
取組内容	マルシェ参画事業者の募集を実施し選考を行い、10月29日に「かめおかecoマルシェ」の設立総会、11月13日に第1回役員会を開催した。イベントについてはプロポーザルを実施し、11月13日に(株)京都放送と「令和元年度 京都スタジアムを核とした賑わいづくり推進事業 亀岡駅北地区駅前イベント実施業務委託契約」を締結した。 当初、京都サンガの令和元年度分のホームゲームが3/1、3/8、3/18、3/21に予定されており、全ての日程でマルシェを開催し、3/18を除く3ゲーム日にイベントを実施することとし、準備を進めていたが、新型コロナウイルスの影響により上記の全てのホームゲームが延期されたため、マルシェについては全て開催できず、必要消耗品及び備品を購入するのみとなった。 イベントについては、3/1にかめきたサンガ広場からのラジオ生放送の予定であったが、京都市のスタジオからのラジオ生放送に差し替えて実施し、桂川市長が亀岡市の観光PR、かめおかecoマルシェ理事長がマルシェのPRを行った。						
取組の成果	令和元年度は新型コロナウイルスの影響により、マルシェ、イベントを予定していた全ての試合が延期となったため開催はできなかったが、「かめおかecoマルシェ」には28事業者が登録しており、統一的な設えのテント、テーブル、椅子や、イベント会場を彩るエアゲートの購入、リユース食器を使用した環境にやさしい仕組みの構築を行い、定期的、継続的な開催に向けた準備ができた。令和2年度にはコロナウイルス収束後に、マルシェ及びイベントを実施する予定である。						
重要業績評価指標(KPI)の達成状況、評価	内容		指標値(R2.3)	実績値(R2.3)	達成/不達成	評価(A~C)	事業の今後について 【事業を継続】 令和3年度までは補助金を交付して、事業を継続実施し、令和4年度以降に自主運営ができるよう支援する。
	KPI①	亀岡市観光消費額	76.18億円	86.20億円	達成	【B: 地方創生に効果があった。】 京都スタジアムの開業直後に新型コロナウイルスの拡大がありマルシェ等の実施ができなかったが、組織、備品の準備が進んだことで、一定の成果はあった。	
	KPI②	シャトルバス・トウトウクの利用者数 (京都府実施事業)	4,000人	169人	不達成		
	KPI③	マルシェへの出店のべ事業者数	30事業者	0事業者 (未開催のため)	不達成		
	KPI④	マルシェ売上高	4,500千円	0円 (未開催のため)	不達成		
外部有識者会議 評価・意見 (亀岡市総合戦略推進会議)							

事業の取組、成果に関する写真等



チラシ(市内全戸へ配布)



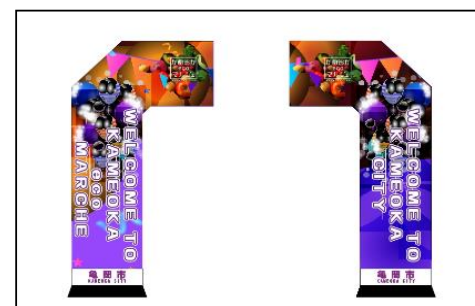
3月1日 ラジオ生放送



リユース食器
(専門業者からレンタル)



マルシェ用テント



マルシェ用エアゲート

令和2年度 亀岡市地方創生事業評価シート(令和元年度実施事業)

事業No.3

事業の名称 (活用した交付金)	今だけ、ここだけ、貴方だけ観光推進事業 (地方創生推進交付金)	事業期間	平成28～ 令和2年度	事業費(補助率)	59,378,507円(1/2補助)		
実施計画の作成主体 (広域連携対象)	京都府 (京都市、宇治市、亀岡市、城陽市、八幡市、長岡京市、木津川市、井手町、宇治田原町、京丹波町、南丹市、綾部市、精華町、南山城村、和束町、久御山町、京田辺市、福知山市、笠置町)						
事業担当課	生涯学習部生涯スポーツ課、市民力推進課、産業観光部商工観光課、農林振興課、文化資料館						
事業概要	ワールドベストシティランキングで2年連続1位に輝いた京都市を訪れる国内外の観光客を、京都府全域への周遊へつなげていくため、国際観光都市「京都市」、北部の「海」、中部の「森」、南部の「お茶」という地域ブランドの下にそれぞれDMOを設立し、圏域内の観光・交流・集客等に関する事業を一元的・総合的に実施できる体制整備を進めるとともに、各DMO間の周遊性の向上による観光滞在時間の長期化と観光消費額の増加を図り、観光産業が地域経済を循環させる社会の実現を目指す。						
取組内容	<p>「観光プロモーション・基盤整備事業」として、JR亀岡駅観光案内所及びトロッコ亀岡駅観光案内所における英語観光案内対応事業、トロッコ嵯峨駅におけるデジタルサイネージを活用した観光PR事業、築約100年の町家を活用した城下町観光案内所事業、夢コスモス園開園20周年を記念した事業への支援、本市観光マスコットキャラクターを活用した観光キャンペーンや各種イベントへの参加を実施した。</p> <p>「食農・観光等連携事業」として、亀岡産野菜等のブランド化を図り、農業者の所得向上と地域農業の活性化を図った。具体的には大学と連携した「亀岡カーボンマイナスプロジェクト」として、大学生と地域との交流や地域における考えや課題意識調査を目的としたスタディーツアーや、川東学園と南丹高校においてSDGsを題材とした域学連携教育プログラムの作成と実践を行った他、ソーラーパネル下での作物生育試験や、地元農家と協力してクルベジを利用した商品開発と試験販売を実施し、成果報告会を開催して有識者と意見を交換した。また、多くの人に「食」と「農」について理解を深めてもらい、地産地消をますます推進できるように「アグリフェスタ2019」等のイベントや、直売所関係者を対象とした研修を実施した。また、「ふるさと料理塾」による亀岡の「行事食」の周知の他、亀岡牛の周知ポスターの作成や、と畜頭数の増加による安定供給体制を強化し、更なるブランド振興と消費拡大を図っていくため、流通基盤である亀岡市食肉センターに対して支援を行った。その他、安全・安心な農産物を消費者に提供できるよう、農薬や化学肥料の低減による環境に配慮した農業への支援を進め、亀岡市内で製造された畜産堆肥を活用し、農業の根幹となる土づくりを通じて集落営農活動を促進することで、亀岡野菜ブランドの確立と販売力の強化に努めた。また、水田農業の将来を見据えた施策として、土地利用型農業による小豆の産地拡大を図るとともに、安定出荷できる新たな産地づくりを進めるため市内の小豆生産振興を行った他、京のブランド製品の丹波くりの産地育成を行った。</p> <p>「にぎわい誘客事業」として、明智光秀ゆかりの城下町を散策しながら協賛店でお得に食事、土産等を購入できる「宝さがしゲーム」、 「亀岡祭」山鉾行事に合わせて城下町における街角ギャラリー等のにぎわい創出事業を実施した。また、京都サンガ応援商店街づくり支援事業を実施し、サンガスタジアム by KYOCERAの運用開始を見据えてサンガ応援商店街を亀岡市内外にアピールし、集客の強化を図った他、魅力ある商店街等のにぎわい創出事業として第13回亀山城下ひなまつり事業を実施し、新型コロナウイルスの影響で一部事業の中止はあったものの、地域の活性化、新たなふれあいの創出等を図った。その他、第5回京都亀岡ハーフマラソン大会への補助や、文化資料館においては通年の常設展に加え、第66回企画展「かめおかの狛犬」を開催し、亀岡のPRを図った。</p> <p>その他の事業として、森の京都地域の連携とネットワークの強化を図り、観光地域づくり等の推進による交流人口の拡大等を図る(一社)森の京都地域振興社(森の京都DMO)の分担金を支出し、地域全体の活性化に資する事業を展開した。また、JR4駅に隣接する駐輪場を活用したレンタサイクル事業を実施し点在する観光資源のネットワーク化を図った他、ハイキングコース等の整備やききょうの里等における草刈り等の観光地の環境整備・美化を実施した。</p>						
取組の成果	<p>「観光プロモーション・基盤整備事業」については、JR亀岡駅及びトロッコ亀岡駅の観光案内所に英語のできるスタッフを常駐させ、求められる情報・サービスを適切に提供し、外国人を含めた観光入込客、外国人宿泊者数の増につなげた。三大観光のほか、霧のテラスや森のステーションかめおか等ここにしかない観光資源のPR、また、世界的観光都市である京都市からJR快速でわずか20分という認識を広めるため広域的なプロモーション等を実施し、観光入込客及び観光消費額の増につなげた。</p> <p>「食農・観光等連携事業」については、カーボンマイナスを核として学生が地域や学校に入ること、地域の実情や課題などの率直な声を聴くことができ、クルベジの商品開発と試験販売や成果報告会における意見交換により、協働社会づくりに必要な人材育成を実施することができた。「アグリフェスタ2019」には、約3,500人の来場があり、亀岡産農畜産物や加工品を食し、農業体験を通じて、「食」と「農」の理解促進、また「地産地消」の意識づけについて、一定の成果があった。その他、安全・安心な農産物を提供するため、亀岡市内で製造された畜産堆肥を活用して集落営農活動を推進する農家に対し助成を行い、環境にやさしい循環型農業への取り組みに貢献した。特産品振興については、106戸、77.4haの小豆が生産販売され、京都丹波ブランドの特産品である馬路大納言、丹波大納言小豆の生産拡大や品質向上、丹波くりにおいては、剪定研修会などによる技術向上及び情報波及により、例年と比べ3Lの果実の出荷割合が高まるなど、京都・丹波・亀岡ブランド推進とその魅力づくりによる地域の活性化を図ることができ、亀岡牛についてはと畜数が580頭から718頭に増加した他、2020年度に義務化される衛生管理手法であるHACCPについての会議及びその前提となる環境整備のための清掃活動などを定期的実施できた。</p> <p>「にぎわい誘客事業」については、にぎわいの創出を目指し関連団体等と協働で本市の歴史・文化に触れる取り組み、地域の特産品等をPRする取り組みを実施し、12月に開催した第5回京都亀岡ハーフマラソン大会では約9,000人の来場者(選手3,515人)で盛り上がった。また、京都サンガ応援商店街づくり支援事業では京都サンガの試合に合わせた西京極総合運動公園での商店街のPR、市内ポストへのラッピング装飾やのぼり・横断幕等の掲出による京都サンガ応援の機運を醸成し、商店街同士の連携や商工振興を図ることができた。亀山城下ひなまつり事業では新型コロナウイルスの影響によりスタンブラリー・着物着付け体験等一部事業は中止となったものの、市内の各個店や城下町在住者宅計40か所において所蔵のおひなさまを飾って公開し、滞在時間の延長、観光消費額の増につなげた。文化資料館においても常設展、企画展等で亀岡の歴史・文化を展示紹介することで、亀岡のにぎわい創出・魅力発信につながり、本殿に祀られ、普段はなかなか見ることができない狛犬を一堂に展示紹介することで、亀岡の奥深い魅力を発信できた。</p> <p>その他、地域の多様な事業者が参画する(一社)森の京都地域振興社による事業実施により、各地域の取り組みを横断的に調整し、地域資源のブラッシュアップ、地域の魅力発信、知名度の向上等を図り、地域全体で観光誘客等を推進する基礎を構築した。また、点在する観光資源や交通拠点を結ぶ「かめまる観光レンタサイクル」事業や、観光地やハイキングコース等の整備を実施することで、滞在時間の延長、外国人観光客を含めた観光入込客及び観光消費額の増を図った。</p>						
重要業績評価指標(KPI)の達成状況、評価	内容		指標値(R2.3)	実績値(R2.3)	達成/不達成	評価(A~C)	事業の今後について
	KPI①	観光消費額(京都府)	1兆1127.6億円	1兆3025.0億円 (亀岡市86.2億円)	達成	【A:地方創生に非常に効果があった。】 京都府全域で目標値を概ね達成しており、亀岡市でも指標が概ね伸びているため、広域連携による観光推進として十分な成果があった。	【事業を継続】 令和2年度で交付金は終了するが、観光誘客及び観光消費額増の効果が見込めるため、今後も継続して実施していく。
	KPI②	観光入込客数(京都府)	9624.8万人	8790.8万人 (亀岡市347.4万人)	不達成		
	KPI③	外国人宿泊者数(京都府)	371.95万人	389.7万人 (亀岡市0.69万人)	達成		
KPI④							
外部有識者会議 評価・意見 (亀岡市総合戦略推進会議)							

事業の取組、成果に関する写真等



城下町観光案内所



カーボンマイナスプロジェクト
クルベジ加工品試験販売



アグリフェスタ2019



亀岡牛周知ポスター



第5回京都亀岡ハーフマラソン大会



サンガ応援商店街
(ラッピングポスト)



企画展「かめおかの狛犬」



ハイキングコース整備事業

令和2年度 亀岡市地方創生事業評価シート(令和元年度実施事業)

事業No.4

事業の名称 (活用した交付金)	移住促進拠点活用事業 (地方創生推進交付金)	事業期間	平成29～ 令和元年度	事業費(補助率)	1,902,379円(1/2補助)		
実施計画の作成主体 (広域連携対象)	亀岡市						
事業担当課	市長公室ふるさと創生課						
事業概要	緩やかな人口減少が続く本市において移住・定住促進は地域活性化に必要な不可欠の要素である。旧城下町の一角にある古民家を改装し、平成29年度に地方創生拠点整備交付金を活用して整備した移住・定住促進施設「『離れ』にのうみ」を活用して、施設及びその周辺の魅力が伝わる移住体験ツアーやセミナー、本市に古くから伝わる郷土食を使ったケータリングサービスなどの開発に地元住民に積極的に参画いただき、取り組む。市外からの移住希望者や移住者だけではなく、これまで、本市の魅力に気が付かず、市外での生活に方向性が向いていた特に若者が、本市に誇りをもち、今後も住み続けたいと思えるシビックプライドを持つことで、若者世代にとって、「選ばれるまち」「住み続けたいまち」を目指す。						
取組内容	①「離れ」にのうみ及び周辺施設を使用し、多くの移住希望者が理想とするライフスタイルを実践する、タルマーリーの渡邊格さんによる講演会及び交流会を開催し、移住希望者や受入側となる市民に、移住後に実践できる暮らし方を提案した。 ②「離れ」にのうみを拠点として、今後の移住希望者の現地案内の増加を見据え、移住希望者を対象としたモデルツアーを開催した。 ③移住フェアやセミナー時の相談対応等で活用するため、移住希望者が必要とする情報に特化したマップを作成した。 ④亀岡市公式WEBサイト内の移住・定住促進ページのレイアウトを、見やすいものに修正・改善を行った。						
取組の成果	①令和元年6月29日(土)開催、講演会「地域の資源を活かす暮らし方～タルマーリーに学ぶ」参加者50人、交流会参加者20人 ②令和2年2月22日(土)～23日(日)開催、「まちの暮らしを知り、人と出会う2日間 京都・亀岡の暮らしを訪ねる移住体験ツアー」参加者3組8人、以降の現地案内において当該ツアーのコースを基本にした案内を実施。 ③「かめおか暮らしナビ」作成(1,000部) 移住問い合わせ者等へ配布し、現地案内等で活用。 ④公式WEBサイト内移住・定住促進ページの修正・改善(アクセス数H30 133,695 → R1 146,700) 上記の取り組み及びその他移住・定住促進の取り組みの結果、亀岡市移住・定住促進施設「離れ」にのうみの利用者は目標を達成した。また、施設利用者の移住決定者は目標にわずかに届かなかったが、令和元年度の移住者数は28組75名と過去最高となった。						
重要業績評価指標(KPI)の達成状況、評価	内容		指標値(R2.3)	実績値(R2.3)	達成/不達成	評価(A～C)	事業の今後について 【B:地方創生に効果があった。】 転出超過の抑制や移住者数は目標に達していないが、利用者数は目標を上回る実績であり、施設の活用促進施策として一定の効果はあった。 【事業を継続】 交付金は終了するが、今後も「離れ」にのうみを核としての移住希望者の現地案内等を通じて、移住者増加に向けた取り組みを継続実施する。
	KPI①	亀岡市の転出入の増減幅縮小(直近5年間合計)	△1,300人 (転出が転入を1,300人超過)	△1,990人 (転出が転入を1,990人超過)	不達成	【B:地方創生に効果があった。】 転出超過の抑制や移住者数は目標に達していないが、利用者数は目標を上回る実績であり、施設の活用促進施策として一定の効果はあった。	
	KPI②	本施設の移住相談窓口来訪者のうち、本市への移住決定者	9人 (H30、R1累計)	7人 (H30、R1累計)	不達成		
	KPI③	本施設の宿泊者数	1,050人 (H30、R1累計)	1,172人 (H30、R1累計)	達成		
KPI④							
外部有識者会議 評価・意見 (亀岡市総合戦略推進会議)							

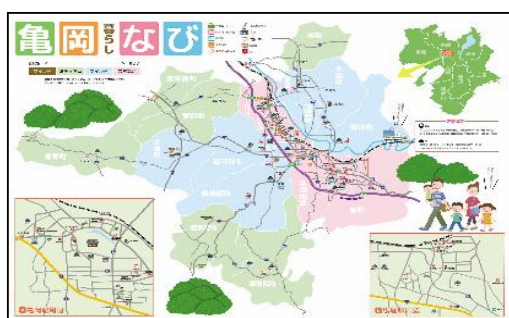
事業の取組、成果に関する写真等



6月29日 講演会チラシ



「離れ」にのうみ 外観



亀岡暮らしナビ



2月22日 移住体験ツアー



移住・定住促進ページ