令和２年度地方創生交付金等　事業実施結果

（令和３年度第１回亀岡市総合戦略推進会議資料）

（1）令和2年度 地方創生交付金等事業一覧

No.	交付金	計画名
1	地方創生推進交付金	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
2	地方創生推進交付金	今だけ、ここだけ、貴方だけ観光推進事業
3	地方創生推進交付金	京都スタジアムを核とした賑わいづくり推進事業

（2）地方創生応援税制に係る寄附（企業版ふるさと納税）

No.	計画名	事業名
4	企業版ふるさと納税による亀岡市まち・ひと・しごと創生推進計画	こどものあそびば整備事業
5		桜の名所七谷川周辺整備事業
6		キャッシュレス・ポイント還元事業

令和3年度　亀岡市地方創生事業評価シート（令和2年度実施事業）

事業№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）	34,148,889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、宮津市、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	市長公室広報プロモーション課、生涯学習部市民力推進課、産業観光部商工観光課、まちづくり推進部都市整備課、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城の「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	大河ドラマが放映される機会を最大限に活用するため、地元経済団体を中心に組織した大河ドラマ「麒麟がくる」亀岡市実行委員会を中心に、大河ドラマ関連事業を推進し、大河ドラマ館を核とした光秀公のまち亀岡の発信、観光誘客及び地域経済活性化を図った。 具体的には、大河ドラマ館を設置したサンガスタジアムbyKYOCERA内ではドラマセットのVR体験や、サッカーの試合観戦者へのPRを実施する他、スタジアムに隣接するかめきたサンガ広場において「光秀公のまち亀岡チャンバラ合戦×水合戦」を行った。また、光秀公を掘り下げる歴史講演会や、大河ドラマの音響や映像デザイナーに係る公開講座の実施、亀岡光秀マップ等の媒体の更新、歴史雑誌や観光雑誌などへ効果的な広告の掲載を行った。緊急事態宣言期間中、WEB上でのPRのため、大河ドラマ館をヴァーチャル観覧できるPR動画の作成や動画配信を行う他、観光消費喚起施策として国が実施したGOTOトラベルの効果で人が動き出した秋口には、亀岡観光と密接に関わる嵐山観光との連携を図り、トロッコ嵯峨駅及び嵐電嵐山駅において、光秀公のまち亀岡をPRするブース展開や特別展示などを通じて、大河ドラマストーリも佳境を迎える中で、最終の誘客巻き返しを図り積極的にPR展開を実施した。 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等を実施した。 誘客宣伝事業においては、大河ドラマ「麒麟がくる」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、明智光秀公ゆかりのまちとしての観光誘導につながる情報発信を行った他、市観光情報誌等の媒体の更新を行った。 光秀関連イベント事業として「第3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、作品を募り、表彰を行った。 おもてなし態勢構築事業においては、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。また、明智光秀公が築城した丹波亀山城跡のほとりの南郷池・南郷公園及び亀岡駅北・南周辺の清掃活動を実施することで、「明智光秀公のまち・かめおか」に来訪する方を気持ちよく迎え、まちとしての機運を高める他、光秀公ゆかりの地に関する市内案内板や駒札設置により、観光客へのおもてなし態勢の充実を図った。 その他の事業として、文化資料館にて第35回特別展「丹波決戦と本能寺の変」（開催期間 令和2年10月24日（土）～12月13日（日））を開催し、明智光秀が織田信長の命で丹波に攻めてから、本能寺で織田信長を討つ迄の時期を対象として、展示紹介した。				
取組の成果	「大河ドラマ『麒麟がくる』亀岡市実行委員会」を中心に、大河ドラマ関連事業を推進し、新聞・雑誌等でのPR及びWEBを用いたPR広告、府内をはじめ、光秀ゆかりの地における相互PRなどを通じ、大河ドラマ館に101,260人の来館があり、その他にも、及び市内ゆかりの地への誘客が増加した。なお、新聞・雑誌等で35回以上、TVでも4回以上取り上げられるなど、メディアを通し、「光秀公のまち亀岡」の認知度向上に寄与した。また、新型コロナウイルス感染症の感染予防に細心の注意を払いながら、サンガスタジアム周辺での大河ドラマ関連イベント等の実施や、市民向けの歴史講演会等を開催し、約3000人に参加いただくなど、市内の盛り上がりの醸成及び光秀公のまち亀岡の一層の意識啓発を行うことができた。 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JR京都駅利用客が多く行き交う橋上改札口付近のデジタルサイネージで「丹波亀山城址」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　京都亀岡大河ドラマ館」などの広告を掲出するとともに、観光情報誌の更新を行い、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として実施した「第3回　光秀公のまち亀岡　俳句大賞」には日本全国だけでなく、海外からも応募があり明智光秀や亀岡に関する俳句など合計4,838句の中から22句を表彰した。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の「ききょうの里整備事業」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、来園に楽しんでいただく環境を整備できた。また、「南郷池・南郷公園クリーン作戦事業」には、約70名の方に清掃活動に参加いただき、来訪者を気持ちよく迎えることができた。 その他の事業関しては、文化資料館において明智光秀による丹波進攻から本能寺の変までの期間の光秀の活躍を、書状や絵画史料により展示紹介し、関係史料を多数収載した展示会図録を刊行した。さらに、大型スクリーンに投影した史料映像を手元のiPadで自由に拡大操作したり、ARを活用したVtuber明智光秀による資料解説映像を見ることができるようにしたり等、様々な手法を使って、亀岡地域の歴史文化を多くの人たちに知ってもらうことができた（会期中来館者数3,120人）。また、駒札、案内板整備による受け入れ態勢整備を実施し、市内観光客の満足度及び市内周遊への動機付けに寄与した。 上記事業の実施により、市内の盛り上がりの醸成及び光秀公のまち亀岡の一層の意識啓発へとつなげ、大河ドラマ放送以降の観光振興、地域経済活性化の基盤構築を行った。				

重要業績評価指標（KPI）の達成状況、評価	内容		指標値（R3.3）	実績値（R3.3）	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）	470万人	456万人 （亀岡市77万人）	不達成	【B：地方創生に効果があった。】 新型コロナウイルス感染症の影響により、実績に結びつかなかったものの、大河ドラマを契機とした光秀公のまち亀岡としてのPR施策や観光振興施策として一定の効果はあった。	【事業を継続】 令和3年度で交付金は終了するが、大河ドラマを契機に高まった明智光秀公への関心やイメージ変革を追い風に、更なる光秀公のまち亀岡のPRに務めつつ、ポストコロナにおけるイベント実施、観光誘客の巻き返しに向け準備を進める。
	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）	225億円	216億円 （亀岡市26億円）	不達成		
	KPI③	京都舞鶴港におけるクルーズ船の寄港数	33回	0回	不達成		
	KPI④						

外部有識者会議　評価・意見 （亀岡市総合戦略推進会議）	【地方創生に効果があった。】 ・大河ドラマ館等、コロナ禍に頑張って事業を行った印象を受ける。 ・ポストコロナに向けて誘客につなげてほしい。また、人流が復活した際に受け入れる体制づくりに取り組んでほしい。 ・YouTubeなどの動画のコンテンツを取り入れてほしい。

事業の取組、成果に関する写真等

VR体験

チャンバラ合戦

臨時休館中のWEB動画

トロッコ嵯峨駅でのPR

JR京都駅南北自由通路

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

南郷池・南郷公園クリーン作戦事業

第35回特別展「丹波決戦と本能寺の

令和3年度　亀岡市地方創生事業評価シート（令和2年度実施事業）

事業№2

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）	54,554,559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	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位に輝いた京都市に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	「観光プロモーション・基盤整備事業」については、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、本市観光パンフレットのデジタルブック作成事業、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等や京都サンガF.Cと連携した亀岡駅周辺のにぎわい基盤整備を実施した。 「食農・観光等連携事業」として、亀岡産農産物のブランド化の確立や、農業者の所得向上、地域農業の活性化を図った。具体的には、「安全・安心の農産物栽培支援事業」として、安全・安心な亀岡産農産物を消費者に提供し、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の推進や、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の促進を行った。また、亀岡産農産物のPRの場として実施していた「アグリフェスタ」はコロナ禍を踏まえ、スタンプラリー形式にて実施した。また、「畜産振興関係事業」として、亀岡牛の周知に努めるため、広報紙に亀岡牛の記事掲載を行った。また、亀岡牛のと畜頭数の増加による安定供給体制の強化を推進し、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。「特産品等振興事業」においては、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うとともに、京のブランド産品の丹波くりの産地育成を行った。「農業担い手づくり育成事業」においては、亀岡産農産物のブランド化を確立するため、その生産に携わる地域農業の担い手確保・育成を図り、認定農業者等が新規就農者に研修や指導する経費の一部を助成した。 「にぎわい誘客事業」として、新型コロナウイルス感染症対策を図りつつ、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」の実施、亀岡祭山鉾行事時期に合わせたグッズ作成によるコロナ後を見据えた魅力発信事業を実施した。また、文化資料館においては通年の常設展に加え、第67回企画展「人と動物たちのものがたり」及び第68回企画展「ハレルヤ　お釈迦さんー誕生から涅槃までー」を開催し、亀岡に関連する作品等のPRを図った。 その他、「レンタサイクル事業」として、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るとともに、ハイキングコースの整備や、ききょうの里等における草刈り等、観光地の環境整備・美化を実施した。また、「森のDMO事業」として、「もうひとつの京都観光周遊カーシェアリング」によるアクセス強化、二次交通充実による顧客促進、「オンラインバスツアー」や「森の京都オンラインプロモーションinタイ」等による認知度向上に向けた取り組み強化等を実施した。				
取組の成果	「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・サービスを観光案内所で適切に提供した他、各案内所において合計21,160人の利用があった。また各種イベント等のチラシ、パンフレット等の英訳作業を行い、コロナ後におけるインバウンド回復を見据えた受け入れ態勢の充実を図った。 「食農・観光等連携事業」においては、市内直売所を巡るスタンプラリーでは、225件もの応募があり、地元産農産物のPRや、直売所の活性化を図る事ができた。特産品振興については、91戸、76.7ha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、また、丹波くりにおいては、新たに400本の苗木が植樹され、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た。その他、安全・安心な亀岡産農産物を提供するため、市内で製造された畜産堆肥を活用し、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、観光資源の一つである亀岡産農産物のイメージアップを図ることができた。亀岡牛については、と畜頭数が694頭となり、令和3年6月から本格施行となる、食品の衛生管理手法である「HACCP」にかかる取組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に実施した。また、認定農業者等が新規就農者に研修や指導する経費の一部助成をとおし、亀岡産農産物の生産に携わる地域農業の担い手確保・育成を図ることができた。 「にぎわい誘客事業」については、関連団体等と協働で本市の歴史・文化に触れる取り組み、コロナ禍での接触を可能な限り避けた中で地域の特産品等をPRする取り組みを実施するとともに、各観光地やハイキングコース等の整備を実施することでにぎわいを創出し、コロナ後の観光誘客受入に向けた態勢の充実を図ることができた。文化資料館では、常設展・企画展の開催や展示会図録の刊行により、亀岡地域に伝わる文化財を多くの人たちに知っていただくとともに、涅槃図に関わる関連事業として、座談会や現地見学会等を実施し、奥深い亀岡の魅力を体感してもらうことができた。 その他、「森の京都DMO事業」については、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仕組みとして、事業者等と協力し「かめまる観光レンタサイクル」事業を実施し、1,213台の利用があった他、滞在時間の延長に努めた。				

重要業績評価指標（KPI）の達成状況、評価

	内容		指標値（R3.3）	実績値（R3.3）	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）		1兆2000億円	444億円 ※京都市を除いた数値 （亀岡市48.45億円）	不達成	【B：地方創生に効果があった。】 新型コロナウイルス感染症の影響により人の移動や交流が制限され、目標値に及ばなかったものの、今後を見据えた受け入れ態勢の構築など、広域連携による観光推進として一定の効果はあった。	【事業を継続】 令和2年度で交付金は終了するが、引き続き観光誘客及び観光消費額増加を目指し、事業に取り組む。
KPI②	観光入込客数（京都府）		10,000万人	2,139万人 ※京都市を除いた数値 （亀岡市178万人）	不達成		
KPI③	外国人宿泊者数（京都府）		426万人	46万人 （亀岡市0.08万人）	不達成		
KPI④							

外部有識者会議　評価・意見 （亀岡市総合戦略推進会議）	【地方創生に効果があった。】 ・コロナ禍でマイクロツーリズムが注目されたが、今後も暫く続くのではないか。また、マイクロツーリズムは実行主体が必要となるが、DMOで担っていくことも可能ではないか。 ・ポストコロナにおいて、海外や首都圏等の遠隔地からの誘客を図る場合は、市単体ではなく、各DMOと連携し、広範囲のプロモーションが必要になると考えられる。 ・各事業に応じた亀岡市の目標値があるとわかりやすいのではないか。 ・コロナ禍が過ぎた後に何が残っているのかに着目し、事業展開を考えてほしい。

事業の取組、成果に関する写真等

コスモス園の整備・美化

亀岡牛安定供給体制推進事業
（枝肉共励会）

レンタサイクル事業

アグリフェスタ2020スタンプラリー
ポスター

にぎわい誘客事業（宝探しゲーム）

ハイキングコース整備事業

企画展「人と動物たちのものがたり」

令和3年度　亀岡市地方創生事業評価シート（令和2年度実施事業）

事業№3

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）	6,855,965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	産業観光部商工観光課、政策企画部企画調整課				
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、スタジアム周辺の亀岡駅北駅前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、亀岡駅北駅前広場でイベント等を実施する。 加えて、京都スタジアムを活かしたまちづくりをテーマに市民が主体となって企画の実行を担う団体（後期シンボルプロジェクト実行委員会）へ補助金を交付し、活動のスタートアップを支援する。				
取組内容	市内各団体と連携し、市内飲食事業者等で構成する「かめおかecoマルシェ」を令和元年度に立ち上げ、京都サンガの試合時等に駅北広場においてマルシェを開催し、賑わいを創出する。令和2年度においては、総会、役員会を開催した。マルシェの開催は新型コロナウイルス感染症及び台風等の影響があり、10/18、11/1、11/21、12/20、3/7の開催のみにとどまった。上記マルシェと併せて、イベントを開催することにより、来場者の増加、スタジアム周辺エリアの土地活用の促進、シティプロモーションの機会等を目的とするものであるが、新型コロナウイルス感染症及び台風等の影響により11/21のみの開催となった。（3/21については、イベントを業務委託していたが、悪天候予報により、前日に中止を決定した。） 後期シンボルプロジェクト実行委員会において、亀岡駅北側「かめきたサンガ広場」の花壇の寄せ植え活動、スタジアム周辺や南郷公園などで清掃活動を行った。				
取組の成果	令和2年度の5回のマルシェ開催で3,562,350円の売り上げを上げるなど、地域経済活性化、にぎわいの創出に効果があった。 また、登録事業者が28事業者から32事業者に増加するなど、市民及び事業者に一定の認知がされている。				

重要業績評価指標（KPI）の達成状況、評価	内容		指標値（R3.3）	実績値（R3.3）	達成／不達成	評価（A～C）	事業の今後について
	KPI①	亀岡市観光消費額	77.7億円	48.45億円	不達成	【B：地方創生に効果があった。】 新型コロナウイルス感染症の感染拡大等があり、一部実施ができなかったが、地域の活性化、にぎわいの創出の基盤構築ができたため、一定の成果はあった。	【事業を継続】 令和3年度で交付金は終了するが、事業を継続して実施し、令和4年度以降は自主運営ができるよう支援する。
	KPI②	バス・シェアサイクルの利用者数	10,000人	3,540人	不達成		
	KPI③	マルシェ連合への出店のべ事業者数	150者	47者	不達成		
	KPI④	マルシェ連合売上高	25,500千円	3,562千円	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）	【地方創生に効果があった】 ・シティプロモーションや活性化に向け、他の事業と連携があればより良いと思う。 ・交付金終了後においても事業が継続できるようにしてほしい。

事業の取組、成果に関する写真等

マルシェ・イベントチラシ（11月21日）

マルシェ（11月1日）

マルシェ（11月1日）

マルシェ（11月1日）

マルシェ（11月1日）

令和3年度　企業版ふるさと納税活用事業評価シート（令和2年度実施事業）

事業№.4

事業の名称	こどものあそびば整備事業	事業期間	令和2年度	事業費 （内、地方創生応援税制の適用のある寄附額）	36,000,000円 （36,000,000円）
実施計画の作成主体	亀岡市				
事業担当課	こども未来部子育て支援課				
事業概要	イベントや講座の開催により幅広い層が集う場となっているガレリアかめおかにおいて、子供用の遊具を屋内に設置・整備し、市内の子育て世代の暮らしの質を向上させ定住促進に繋げるとともに、近隣地域から子育て世代を呼び込む拠点としての機能を高める。				
取組内容	子育て世代のニーズに応える施策として、第2期亀岡市子ども・子育て支援事業計画に基づき、子どものあそびば、居場所づくりの支援の一環として、世代間交流施設である「ガレリアかめおかエイジレスセンター」内に子どもたちが天候に左右されることなく、のびのびと遊ぶことができる環境を整え、保護者の育児不安を解消する場と機会づくりを提供することにより、本市の子育て支援インフラの充実を行った。				
取組の成果	○かめまるランド利用者数（単月集計） R2.12　1,452人、R3.1　3,823人、R3.2　3,264人、R3.3　5,299人 ○かめまるランド利用者累計数（令和2年度） 13,838人 上記の利用者人数の増加により、亀岡市が子育て支援に積極的にかかわり、子育てに関わる課題に取り組んでいる姿をPRすることにより、定住促進に繋げ、近隣地域から子育て世代を呼び込む拠点としての機能を高める役割を果たしたと考える。				

重要業績評価指標（KPI）の達成状況、評価	内容		指標値（R3.3）	実績値（R3.3）	達成／不達成	評価（A～C）	－
	KPI①	亀岡市への転出入の増減幅縮小(人)	-1,825	-1,782	達成	【B：地方創生に効果があった。】	－
	KPI②						
	KPI③						
	KPI④						

外部有識者会議　評価・意見 （亀岡市総合戦略推進会議）	【地方創生に効果があった】 ・施設ができたことは良いことであるが、既存施設と距離が近く、近隣でなくともよかったのではないか。 ・子育て環境を見て市に引っ越す展開もあり得るため、他市町村も利用できるのは良い。

事業の取組、成果に関する写真等

屋内遊具（その1）

屋内遊具（その2）

屋内遊具（その3）

かめまるランド
オープニングセレモニー（その1）

かめまるランド
オープニングセレモニー（その2）

かめまるランド
オープニングセレモニー（その3）

令和3年度　企業版ふるさと納税活用事業評価シート（令和2年度実施事業）

事業No.5

事業の名称	桜の名所七谷川周辺整備事業	事業期間	令和2年度	事業費 （内、地方創生応援税制の適用のある寄附額）	23,079,100円 （2,000,000円）
実施計画の作成主体	亀岡市				
事業担当課	まちづくり推進部桂川・道路交通課				
事業概要	七谷川周辺の、雑木林となっている区域の法面を整形して桜を植樹し、丹波地方随一の桜の名所となっている和らぎの道と一体的な景観として整備することで、良好な環境・景観を形成し、定住・転入の魅力を高める。				
取組内容	繋茂している雑木の撤去や、右岸堤防敷の盛土及び法面の整形、ソメイヨシノ54本の植樹を行うなど、約350mにわたる整備を行った。				
取組の成果	桜並木の整備により、景観的にも寄与することに加え、隣接する和らぎの道の桜並木との相乗効果により、更なる観光集客が期待できる環境の整備ができた。				

重要業績評価指標（KPI）の達成状況、評価	内容		指標値（R3.3）	実績値（R3.3）	達成／不達成	評価（A～C）	－
	KPI①	亀岡市への転出入の増減幅縮小(人)	-1,825	-1,782	達成	【B：地方創生に効果があった。】	－
	KPI②						
	KPI③						
	KPI④						

外部有識者会議　評価・意見 （亀岡市総合戦略推進会議）	【地方創生に効果があった】 ・PRを進めてほしい。

事業の取組、成果に関する写真等

完　了　全　景

整　備　前

整　備　後

令和3年度　企業版ふるさと納税活用事業評価シート（令和2年度実施事業）

事業№6

事業の名称	キャッシュレス・ポイント還元事業	事業期間	令和2年度	事業費 （内、地方創生応援税制の適用のある寄附額）	29,533,655円 （1,000,000円）
実施計画の作成主体	亀岡市				
事業担当課	産業観光部商工観光課				
事業概要	キャッシュレス決済サービス「PayPay」を利用して買い物などをした際に、最大10%のPayPayボーナスが戻ってくるキャンペーンを実施し、新型コロナウイルス感染症の影響により落込む市内経済の活性化を促すとともに、新しい生活様式に対応した非接触型のキャッシュレス決済の導入と利用を促進することで、にぎわいの創出に繋げる。				
取組内容	令和3年2月1日～令和3年2月28日の期間で、キャッシュレス決済事業者であるPayPay株式会社に業務委託を行い、支払金額の10%、期間中上限3,000円相当／1人当たり、上限1,000円相当／1会計当たり　という条件でキャッシュレスポイントの還元を実施した。 また、キャンペーン期間前、期間中に市役所1階エントランスにPayPayの利用開始をサポートする窓口を計5回設置した。				
取組の成果	令和3年2月1日～令和3年2月28日の期間中に28,808,144円相当のポイント還元を行った。 また、PayPay利用開始サポート窓口では計140名に来場いただき、PayPayの使い方を説明した。 キャンペーン対象店舗でのPayPay利用率はキャンペーン前月比で89%増加し、PayPayユーザー数もキャンペーン前月比で36%増加した。 この事業実施が市内キャッシュレス決済の普及に寄与したと考える。				

重要業績評価指標（KPI）の達成状況、評価	内容		指標値（R3.3）	実績値（R3.3）	達成／不達成	評価（A～C）	－
	KPI①	亀岡市への転出入の増減幅縮小(人)	-1,825	-1,782	達成	【B：地方創生に効果があった。】	－
	KPI②						
	KPI③						
	KPI④						

外部有識者会議　評価・意見 （亀岡市総合戦略推進会議）	【地方創生に効果があった】 ・市外在住者も利用でき、市内のお店を市外の方に知ってもらう機会になったのではないか。 ・本事業をきっかけとし、小規模事業者がキャッシュレス決済を導入した例があり、特に若い世代や海外の方にとって、亀岡の利便性が向上したのではないか。 ・金融機関の協力を得ながらキャッシュレス化の対応を進めてほしい。

事業の取組、成果に関する写真等

告知チラシ

店頭設置ポップ・ポスター

認定支援窓口

告知横断幕（ガレリア前）

駅前告知のぼり