

精華町地域創生戦略の総括について ~KPI目標達成状況~

A：達成率110%以上の指標（大きく達成した指標）

- ・ ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)における総フォロワー数(累計)
- ・ 学研都市イベント参加者数(年間)
- ・ サブカルチャー関連イベント実施・参加件数(年間)
- ・ ホームページ(トップページ)年間アクセス件数(年間)
- ・ 研究開発型産業施設地元雇用者数(累計)
- ・ 歴史・文化財に関する講演会参加者数(年間)
- ・ 特産加工品の新規販売箇所数(累計)
- ・ 新規特産加工品の開発(累計)
- ・ ツアー・オブ・ジャパン京都ステージ開催による誘客数(年間)(精華町域)
- ・ 町の健康に係るスマートフォンアプリのダウンロード数(累計)

B：達成率90%から110%の指標

(達成又は概ね達成した指標)

- ・ 広報誌配布世帯率(累計)
- ・ 研究開発型産業施設立地数(累計)
- ・ 国民健康保険加入者の特定健診受診率(年間)
- ・ 乳幼児健康診査受診率(年間)
- ・ 観光入込客数
- ・ 外国人宿泊客数
- ※「お茶の京都構想」にもとづく拠点の設置(累計)

C：達成率50%から90%の指標

- ・ 滞在人口率(平日)(年間平均)
- ・ 学研立地企業等出前授業件数(年間)
- ・ 審議会等女性割合(年間)
- ・ 精華町の景観に満足している人の割合(年間)
- ・ クリーン・リサイクル運動参加者数(年間)
- ・ 民俗文化財展示会への参加者数(年間)
- ・ 農産物直売所年間販売額(年間)
- ・ 観光いちご園などの入園者数(年間)
- ・ 観光消費額
- ・ 小売業における人口一人当たり商品販売額(経済センサス)

D：達成率50%未満の指標

- ・ 施設予約手続き件数におけるオンライン数の割合(年間)
- ・ 公共的活動支援対象事業件数(年間)
- ・ デジタルミュージアム資料収蔵数(累計)
- ・ 京都府・学研都市京都府域三市町での連携イベント件数(年間)
- ・ 文化フェスティバル出展・出演者数(年間)
- ・ 特産加工品売り上げ個数(年間)
- ・ スポーツ事業等参加者数(年間)
- ・ 健康増進活動プロジェクト参加者数(年間)
- ※ クラウドファンディング実施件数(年間)
- ※ パソコン基礎相談1回あたり利用者数(年間)

(注)※が付いているものは第2期戦略では使用していない指標。

精華町地域創生戦略の総括について ～成果と課題～

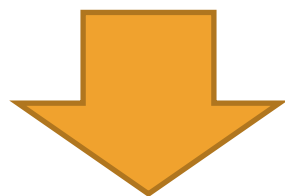
●指標から読み取れる成果と課題

- A及びBグループには、町が取り組んできた事業と直接関連している内容のものが多い。
特に、学研都市イベント参加者数やツアー・オブ・ジャパンによる誘客数、観光入込客数、外国人宿泊客数など、**交流人口の拡大については着実に成果**が上がっている。
- SNS総フォロワー数も大きく達成しており、**先進的に関係人口の創出にも取り組んできたことの成果**が表れている。
- C及びDの**未達成指標**では、町単独ではなく関係団体等との調整や町民の意識変容・行動変容などが**必要**となる指標が多い。
- 特に、Dグループでは、平常的な実施が難しい事業（クラウドファンディング実施件数）、実施形態の変更等により参加者数が大きく減少した事業（スポーツ事業等参加者数）、開催場所が確保できなかったことなどにより開催ができなかった事業（民俗文化財展示会への参加者数）が含まれている。
- 交流人口、関係人口が増加する一方で観光消費額等は伸び悩んでおり、**取り組みにより獲得した交流人口や関係人口を地域の経済循環に繋げる取り組みがより一層必要**である。
- 研究開発型産業施設の地元雇用者数や立地数は概ね目標を達成している一方で、平日の滞在人口率は大きく伸びてはならず、**引き続き企業誘致やそれに向けた環境づくりの取り組みも必要**。

精華町地域創生戦略の総括について ~今後の方向性~

●今後の方向性

- これまでの取り組みで得られた交流人口、関係人口の取り組みを継続しつつ、地域の経済循環により一層寄与できる方策に取り組む。一方で、限られた予算やマンパワーを有効に活用するため、事業の見直しも適宜行う。
- 町民や関係団体、企業等との協力関係づくりをより緊密に行い、町内の各種資源を地域創生に活用する。
- Withコロナ時代を見据え、学研都市の中心地としての先進性を効果的に発揮させる。
- 自立したまちの実現に向け、「しごと」づくりなど必要な環境整備を推進する。



**町の地域創生に向け、地域を取り巻く多様な主体との関係づくり
『パブリック・リレーションズ』を推進する**