

事業概要：地域の魅力発信から未来へつなげる若者交流創出プロジェクト

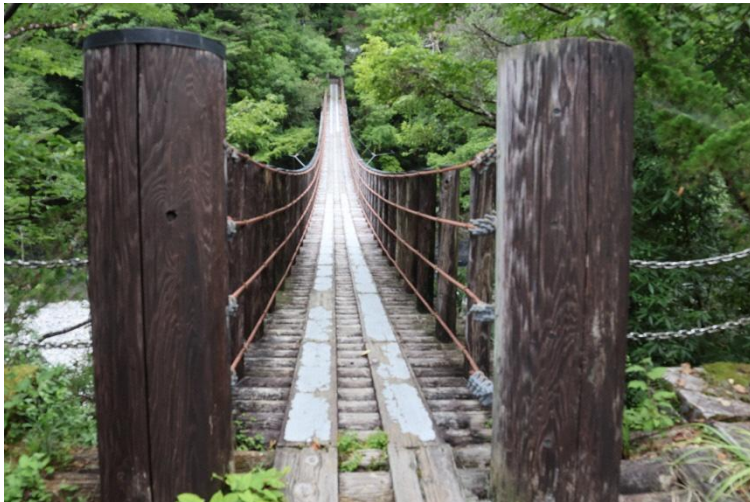
継続

申請者	和歌山県田辺市					初回採択回	令和7年度第1回募集
事業計画期間	R7-R9年度					期間中の総事業費 (カッコ内はR8年度事業費)	51,471千円 (7,400千円)
事業類型	ソフト事業	✓	拠点整備事業		インフラ整備事業		
目的・効果	市民と大学生が交流できる機会を創出し、関係人口の創出・拡大につなげるとともに、地域活動の実践者の増加を図る。 ヒト・コトにフォーカスしたプロモーションにより関係人口の拡大・創出・深化を図りつつ、市内の高校生などの若年層も関わることで相互の地域理解を深め、市内若年層の地元回帰向上も図る。						
事業概要・ 主な経費	【事業概要】 (1) 域学連携推進事業 ステークホルダーと連携し、地域特性を生かしたフィールドワークプランを作成・PRすることで、大学側の本市に対する関心を高め、関係人口の創出・拡大につなげる。 (2) シティプロモーション事業 首都圏・近畿圏在住者や本市にゆかりのある若者層等を対象とした関係人口創出講座を実施するとともに、より広く本市の魅力の情報発信を行う。						
	【R8年度事業 経費内訳】 (1) 域学連携推進事業 プラン作成、PR活動、フィールドワーク参加者へのサポートに係る経費（委託料）3,000千円 (2) シティプロモーション事業 講座の実施に係る経費（委託料）4,400千円						
主なKPI	①本市の転出超過数（▲146人） ②本事業で開発したフィールドワークプランを通じ、地域、事業者と関わった人数（+120人） ③本市が行う関係人口の施策を通じての地域活動の実践者（+270人）						

※カッコ内の数値は実施計画における「KPI増加分の累計」の目標値

事業概要：吊橋を活用した誘客促進及び全国木橋サミット誘致事業

新規

申請者	和歌山県田辺市					初回採択回	令和8年1月募集
事業計画期間	R8-R9年度					期間中の総事業費 (カッコ内はR8年度事業費)	2,000千円 (1,000千円)
事業類型	ソフト事業	✓	拠点整備事業		インフラ整備事業		
目的・効果	本市には全国最多となる63橋もの吊橋があり、特に龍神地域にはそのうちの34橋が集中している。吊橋と自然が一体となった景観は、他地域にはない独自性の高い地域資源となっており、近年では、「佐久間橋」など一部の吊橋がSNSやメディアで取り上げられ、吊橋そのものを目的とした来訪者が増加するなど、新たな観光需要の兆しが見られる。これら龍神地域に点在する吊橋の安全性確保と周遊ルートの磨き上げを一体的に行い、温泉・自然体験と連携させることで、観光客数及び滞在日数の増加、消費の拡大を目指すとともに、令和9年度の全国木橋サミット誘致を契機に全国に向けた情報発信を行い、地域経済の活性化を目指す。						
事業概要・ 主な経費	【事業概要】 龍神地域の吊橋群について安全性の確保と周遊ルート整備を一体的に進め、温泉や自然体験等と連携することで、観光客数や滞在時間の増加、消費拡大を図るものである。周遊ルートの明確化、パンフレット・WEBサイトの制作、SNSによる情報発信、全国木橋サミットの誘致等により、回遊性の向上と来訪意欲の喚起を促進し、交流人口の拡大と地域経済の活性化を目指す。また、これらの取組は事業終了後も持続的な誘客基盤として機能し、吊橋の活用と維持管理の両立を図りながら、中長期的な観光振興につなげるものである。						
	【R8年度事業 経費内訳】 ○吊橋活用誘客促進事業費負担金 ・（仮称）田辺市龍神村吊橋観光開発協議会に対する負担金 1,000千円 周遊情報整備（吊橋群の周遊ルート整理、安全性・利用条件の明確化）、広報・プロモーション（周遊マップ・WEBサイトの制作及び情報発信）等						
主なKPI	①龍神地域における観光消費額（年間）（+975,000千円） ②龍神地域への観光入込客数（+25,000人） ③HPへのアクセス数（+100,000件）						

※カッコ内の数値は実施計画における「KPI増加分の累計」の目標値

※カッコ内の数値は実施計画における「KPI増加分の累計」の目標値

事業概要：（仮称）首都圏シティプロモーション事業

新規

申請者	和歌山県田辺市					初回採択回	令和8年1月募集
事業計画期間	R8年度					期間中の総事業費 (カッコ内はR8年度事業費)	5,000千円 (5,000千円)
事業類型	ソフト事業	✓	拠点整備事業		インフラ整備事業		
目的・効果	田辺市が有する様々な地域資源を最大限に活用した、首都圏における効果的なシティプロモーションを実施することにより「田辺市のファンづくり」に取り組み、本市製品の購買意欲の向上につなげるとともに、地域の担い手確保の観点から、将来の「二地域居住」や「ふるさと住民登録」の選択肢としても、全国から選ばれる街「田辺市」の実現を目指す。また、「田辺市のファン」が増えることで市民のシビックプライドを醸成し、地域の活性化や地域経済の拡大につなげる。						
事業概要・ 主な経費	【事業概要】 高いPR効果が期待できる首都圏にターゲットを絞り、その中でも特に訴求力の高いエリアとして、経済的・時間的に余裕のある層が比較的多く在住する「世界で最もクールな街2024」（世界的シティガイドメディア「Time Out」主催）に選出された「学芸大学駅周辺エリア（東京都目黒区）」において、シティプロモーションを実施する。「梅」「梅酒」「観光」などの地域資源を活用した総合的なプロモーションを通じて"田辺市のファンづくり"に取り組み、将来の「二地域居住」や令和9年度から本格的にスタートする「ふるさと住民登録」の推進につなげる。						
	【R8年度事業 経費内訳】 ・首都圏シティプロモーションイベントの開催に係る経費 委託料（企画・運営、PR等一式）：4,400千円 消耗品費：400千円 運搬費：200千円						
主なKPI	①本市が行う関係人口の施策を通じた地域活動実践者数（関係人口）（+8人） ②移住定住に関する相談件数（+26件） ③移住ポータルサイト閲覧数（+660回）						

※カッコ内の数値は実施計画における「KPI増加分の累計」の目標値