

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

SDGs先進地域「にし阿波」における農泊観光推進プロジェクト

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

徳島県、徳島県美馬市、徳島県三好市、徳島県つるぎ町、徳島県東みよし町

### 3 地域再生計画の区域

徳島県美馬市、三好市、美馬郡つるぎ町、三好郡東みよし町の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

##### ■延べ宿泊者数の低迷

徳島県全体では、H27からR2まで6年連続で延べ宿泊者数が全国最下位となっている（観光庁「宿泊旅行統計調査」）。

にし阿波でもインバウンドの好調に支えられて増加傾向にあったものの、国内旅行者はH27からR1までは19万人台で頭打ちとなっており、R1は、対H27比で約6千人、3.2%の微増となっている。全国平均では、対27年比で9.3%の伸びであり、その1/3の伸びにとどまっており、当地域における国内旅行者の誘客が進んでいなかったことが改めて浮き彫りとなった。

また、にし阿波を含む全国の13観光圏で調査している「来訪者満足度調査」によると日帰り旅行者が38%と、13観光圏比較平均23.1%よりも1.5倍以上日帰り客が多く、隣県の香川県（4.3%）の8.8倍という、日帰り率が非常に高い状況であり、折角の来訪が宿泊を伴う長時間の滞在につなげられていないことが課題である。そこには、県西部では宿泊施設の絶対数が少ないという状況がある。全県レベルでも、ホテル・旅館数は全国40位の少なさの中、一般的に大型ホテルといわれる80室以上の客室数を持つ施設は圏域内には皆無で、その半数規模である40室以上の施設もわずか3施設、また10室以上の施設についても22施設しかない現状である。今後も大規模な宿泊施設の建設が見込まれない状況では、たとえ民宿やゲストハウスのように小規模であっても、1軒でも多くの新たな宿泊施設が必要と考えられる。

##### ■旅行消費額の低さ

観光庁の「旅行・観光消費動向調査2019」によれば、本県の1人当たり旅行消費額は、四国の他3県と比較すると、①高知（3.1万円/人）②愛媛（2.4万円/人）、③香川（2.2万円/人）、④徳島（1.5万円/人）であり、高知の半額以下。訪問者数では、①香川（430万人）、②愛媛（376万人）、③徳島（328万人）、④高知（218万人）と、高知の1.5倍の来訪があるものの、消費単価が低いため、旅行消費額では、①香川（929億円）、②愛媛（917億円）、③高知（672億円）、④徳島（480億円）と、高知の7割しか獲得できていない状況にある。

また、「来訪者満足度調査」においても、圏域内での1人当たり消費額は1.3万円と本県平均よりもさらに2千円低く、同じ調査項目で比較できる「全国観光圏来訪者満足度調査」による全国13地域の比較においても、平均3.2万円のわずか4割の消費単価にとどまっている。なお、来訪者の満足度（7段階評価の最高評価の割合）においては、全体平均29.6%を上回る39.5%の評価を得られているにもかかわらず、その評価に見合う消費額を獲得できていないという現状がみられる。

##### ○消費額が低い原因

<宿泊>隣県香川と比較すると、四国内からの来訪者が、にし阿波60.9%、香川40.9%と、にし阿波は近場からの来訪が多い。

また、来訪者に比した宿泊施設のキャパシティが小さいことが挙げられる。そのため、関西

からの来訪者も14.4%を占めるものの、にし阿波で宿泊せず、近隣県の宿泊施設に宿泊客が流れていることが挙げられる。隣県香川と比較すると、香川は宿泊割合が92.8%と非常に高い（にし阿波の宿泊割合59.8%）。

<娯楽サービス>体験プログラムを開発してきたものの、にし阿波を旅行先として選ぶ際やにし阿波に実際に来訪した際における情報提供が不十分で、来訪者に認知されていないことが挙げられる。

「来訪者満足度調査」では、未体験＋無回答が65%を越える（他の設問では高くても30%）。上記のような状況により、消費額について、四国内はおろか、全国最下位レベルとなっている。

#### ■若い人たちの多くが地域に誇りや愛着を持っていない

独自に調査している「にし阿波観光地域づくりについての意識調査2020」によれば、地域への誇りを聞いたところ、60歳代以上：66.2% 40～50歳代：57.8% 30歳代以下：54.5% と年代別にみると若い人ほど低い。

また、地域での暮らしの満足度も、60歳代以上：79.5% 40～50歳代：70.0% 30歳代以下：56.8% と若い人が極端に低い。

地域に誇りや愛着を持っていないことや、地域への満足を感じないという人の中には、

- ・「住んでいる地域に対して魅力を感じられない。また興味も持てない」
- ・「他のエリアと比べていいところはない」
- ・「住んでいる地域のことをあまりよく知らない」

といった意見が多く、こうした地域への関心の低下は、次世代の担い手減少を招き、将来的な地域の活力低下に繋がる恐れが高い。

#### <前身事業から得られた気づき・新たなニーズ>

##### 【1. 国内教育旅行】

にし阿波への旅行者を増やすため、前身事業においては、にし阿波の豊かな自然を活かし、観光地域づくり法人（DMO）そらの郷を中心に農村家庭など地域住民も一体となって、農山村体験型教育旅行に取り組み、都市部の高等学校、中学校、小学校の生徒の受け入れを進めたところ、平成27年度には、25校から2,939人、令和元年度には25校と同数であるが、受入人数は、3,319人まで着実に伸びた。

そのような中で、教育旅行を実施した学校からは、引率教諭、生徒どちらからも、

- ・「まさに『SDGs』を体感できる地域であり、もっと深く学びたい。」
  - ・「SDGsを学べる機会を増やしてほしい。」
- などの声が多数あり、にし阿波での農泊を通じた「SDGs」によるさらなる学びを期待されている。

##### 【2. 価値が認められたにし阿波の農業文化・生活様式】

平成28年に、にし阿波の雑穀文化（そば米雑炊など）が認められ、「食と農の景勝地（現在は「SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）」）」に認定されるとともに、にし阿波で古くから営まれている農山村部で段々畑を作らずに傾斜地のままにカヤをすき込んで耕作する伝統的な農法が「傾斜地農耕システム」として、平成30年3月に「世界農業遺産」に認定されるなど、持続的で自然に近い形の農業に取り組んでいるにし阿波の伝統的な農業文化や生活様式について世界的な価値があることが認められた。

これを契機に、地元の小中高校生を対象に、世界農業遺産について学ぶ出前授業やフィールドワーク等を実施してきたが、

- その際の小中高校生へのアンケートでは、
- ・「地域で古くからやってきたことが、SDGsの目標に合っていて、環境を守ることに繋がっていることが初めて分かった。」
  - ・「世界農業遺産になった地域の文化は、SDGsにも合っているのだから、守り伝えていくべきだ。」
  - ・「SDGsは、世界的に掲げられている目標で、幸せな暮らしのためにあるから、それに私たちの住んでいる地域が期待されているのは、本当にすごく誇らしい。」

などの意見があり、何気なく過ごしてきた日常生活そのものが、SDGsに繋がるものであったという気付きは、地域の人々にとって非常に重要な気付きであった。

##### 【3. 訪日団体旅行】

前身事業においては、「インバウンド向け観光誘客」として、国内外で価値が広く認められるようになつてきた、「にし阿波での伝統的な生活様式や地域住民による農村生活を紹介するコンテンツ」が、「ナショナルジオグラフィック・エクスペディション・ジャパン（米）」、「アジア・ハボン・アンティミストツアー（仏）」、「ジャパン・バイ・シー（英）」、「ワイルダーネス・ツアー（英）」の各旅行行程の一部に次々と取り上げられることとなり、平成30年には、合計25団（参加者合計461名）が催行され、その後も、年間30団以上（募集定員：1団あたり20名以上）のツアー催行が計画されるまでに至った。

当該ツアーに参加した外国人旅行者から寄せられた意見として、

- ・「先進国日本において、いまだにこのような日本の原風景ともいえる伝統的な農業や生活を守

り続けていることは非常に興味深い」

・「どうかしてこのような貴重な文化を後代に守り伝えて欲しい。そのためなら寄付を申し出たい。」

・「東京、大阪、京都など、日本のゴールデンルートを旅行するのも楽しかったが、最も印象に残った出来事は、日本の現地住民と触れ合うことができたにし阿波での1日だった」と高い評価が得られるとともに、フランスからの当該ツアーは企画された16団が100%全て催行されるほどの人気商品であり、にし阿波を含め、東京・大阪・京都など日本全国を周遊する当該旅行商品のフランスでの予約サイトの見出し写真は、英国旅行雑誌「ロンリープラネット」の2022年訪れるべき旅行先ベスト10の6位に日本で唯一選ばれた「四国」の紹介で見出し写真に使用された『祖谷(いや)のかずら橋』の写真が採用されていることから、外国人からの評価が高く、非常に期待されている旅行先であることが裏付けられている。

#### 【4. SDGs実践の地】

平成30年には、アメリカ・ニューヨーク州の教育委員会から訪日教育旅行視察団を受け入れ、令和2～3年には、あいにく新型コロナウイルスの影響で叶わなかったが、プリンストン大学(米)から、「傾斜地農耕に基づいたにし阿波の生活文化」を視察・観光したいという手配依頼が届くようになった。(令和4年10月25日に再び催行予定)

このように、にし阿波の傾斜地農耕システムとその生活様式は、SDGsの機運の高まりを受け、海外からも高い評価と注目を集めていたところであり、にし阿波地域は、まさに「SDGs実践の地」であることが認識できた。

## 4-2 地方創生として目指す将来像

### 【概要】

#### ■これまでの取組み

本県西部圏域(以下、にし阿波)は、「剣山」や「吉野川」の美しく豊かな自然や「かずら橋」・「大歩危・小歩危」といった県内有数の観光スポットなどの豊富な地域資源を有することから、重要な収益産業として、観光業に着目し、前身事業においては、「にし阿波～剣山・吉野川観光圏」による連携の枠組みをベースに、観光地域づくり法人(DMO)そらの郷を中核組織として、官民・広域・異業種間の3つの連携を進め、インバウンド誘客を重点事項とし、国内外からの観光誘客を図った。

その結果、にし阿波全体の延べ宿泊者数は、平成27年の207千人泊から、ピークの令和元年には230千人泊と1割以上増加し、特にインバウンドは、香港・台湾の東アジアを中心に、平成27年の15千人泊から令和元年には32千人泊と2.1倍と大きな伸びとなった。

一方で、国内延べ宿泊者数は、平成27年の192千人泊から令和元年に198千人と1.03倍の伸びにとどまるとともに、平成30年には、にし阿波での外国人宿泊者数が6年間トップだった香港の政情が悪化したことにより、香港からの宿泊者数が前年から1/6程度(1,500人)減少した。また、平成29年に外国人宿泊者数が上位6位だった韓国においても、日本への政治的問題から平成29年以降減少傾向が続くなど、相手国の事情によって来訪者が大きく変動するという状況に直面し、インバウンドに依存することのリスクが浮き彫りになった。

さらに、コロナ禍において、インバウンドの来訪がほぼなくなり、マイクロツーリズムなど国内旅行誘客の重要性が、地域においても改めて認識された。

#### ■新たなニーズへの気づき

にし阿波では、観光誘客の一環として、教育旅行(※)や農泊の推進に取り組んできたところ。

(※「教育旅行」とは、一般的には、学校で行われる旅行のことで、「修学旅行」「遠足」「校外学習」「キャンプなどの野外活動」などを言い、特に、にし阿波で行う教育旅行は、傾斜地にある農家での体験(茶摘み・野菜や果物収穫～出荷作業・山菜採り・そば打ちやうどん打ち・こんにゃくや豆腐作りなど)や、自然と共生して生きる山の暮らしの知恵や家人との交流を通して、都会の学校の生徒たちが学びを得る事業として高い評価を得ている。)

にし阿波地域に古くから伝わる「伝統的な食」や「昔ながらの生活」、「傾斜地での農法」などが、平成28年度に「食と農の景勝地(SAVOR JAPAN)」に、また、平成29年度に「世界

農業遺産」に認定されたことを契機に、農泊等を体験した国内外の観光客から、「にし阿波は、SDGs先進地域である。」との声があるほか、「にし阿波での農泊体験を通し、今後もSDGsをしっかりと学びたい。」とにし阿波を下見に訪れた学校関係者のうち83.3%が来訪後に翌年度の来訪意向を示すなど、にし阿波のSDGsに対する新たなニーズが顕著となっている。

また、JTB総合研究所が直近1年以内に旅行した人を対象に実施した意識調査（※）によると、「SDGs達成に貢献する旅行の必要性」についての質問に対し、日本人でも75.2%、外国人に至っては96.7%が「社会問題や環境問題について知る、解決につなげたいから」などの理由から、旅行に対してもSDGsを必要としているという調査結果も出ている。

#### ※R1.10 JTB総合研究所「旅行者のSDGsに対する意識調査」より

さらには、農林水産省が東京、大阪、名古屋の在住者を対象に行ったアンケート（※）によると、コロナ禍において、60%の人が、三密を避け、開放的な農山漁村への旅行を希望し、また、その目的としては、マイクロツーリズム（62.4%）やワーケーション先としての滞在（30.2%）などが多くを占めている。そして、「農山漁村地域で泊まりたい宿泊施設」は、「古民家・一棟貸しなど」が41.6%、「農林漁家民宿・廃校活用リノベ施設・ゲストハウス・民泊など」の需要が43.2%もある。

※R3.9.3農林水産省農村振興局都市農村交流課「農泊におけるワーケーションについて」のうち、新型コロナを踏まえた農泊へのニーズ（農泊関係アンケート）より

#### ■将来像

##### 【SDGs実践を契機とした新たな交流人口・関係人口の創出】

コロナ禍を経験し、社会情勢が大きな変革期を迎えたことにより、にし阿波でこれまで取り組んできた農業体験など地域資源を活かし、「教育旅行」で培われたSDGsに繋がる教育体系を、上に記載した時代の新たなニーズを踏まえた農泊エリアへの観光誘客に活用することとし、「SDGs先進地、にし阿波での観光」に発展させることで観光客・宿泊者の増加につなげる。まずは国内の観光客をターゲットとし、国内延べ宿泊者数を着実に増加させる。さらに、コロナ後のインバウンド復活に向けた基盤整備も進め、将来的には国内外からの交流人口・関係人口の増加を図る。

##### 【自地域の魅力再発見によるシビックプライドの醸成】

また、これまで観光産業に主体的に参加することがなかった人たちに、観光関連の事業への参画などをきっかけとして、地域の魅力を再認識し、地域への誇りや愛着を持つことができる仕組みづくりを構築することにより、持続可能な地域を目指す。

##### 【より深い関係人口の創出による移住・定住への発展】

さらに、来訪者が、にし阿波でのSDGsを理解する過程で、地域の魅力に加えて農泊関係者の人間的な魅力に触れることにより、にし阿波ファンの獲得につなげ、ファン拡大やリピーターを創出する。受入側となる地域住民自らが実践してきたSDGsの行動を来訪者にわかりやすく伝え、地域の理解とSDGsの取り組みの重要性を理解することによって、通常の観光や教育旅行よりも深い関係人口の創出につながり、その結果、地域の魅力的なライフスタイルや人そのものへの愛着に発展し、その先にある、より深い関係性を求めた移住や定住が促進される。

その結果、本県がSDGs達成の大きな目標とする「未来を担うひとの流れ」づくりに大きく寄与することにつながる。

【数値目標】

K P I ①	にし阿波における農泊施設の延べ利用者数（暦年）							単位	人
K P I ②	にし阿波における国内延べ宿泊者数（暦年）							単位	人
K P I ③	にし阿波への移住者数（年度）							単位	人
K P I ④	-							単位	-
	事業開始前 （現時点）	2022年度 増加分 （1年目）	2023年度 増加分 （2年目）	2024年度 増加分 （3年目）	2025年度 増加分 （4年目）	2026年度 増加分 （5年目）	2027年度 増加分 （6年目）	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	2,600.00	400.00	1,000.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	-	4,700.00	
K P I ②	138,000.00	2,000.00	4,000.00	50,000.00	30,000.00	5,000.00	-	91,000.00	
K P I ③	240.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	-	100.00	
K P I ④	-	-	-	-	-	-	-	0.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

SDG s 先進地域「にし阿波」における農泊観光推進プロジェクト

③ 事業の内容

SDG s の観点を、これまで取り組んできた教育旅行や世界農業遺産の学習のみならず、にし阿波地域のひとつの大きな魅力と位置づけ、観光地域づくり法人（DMO）そらの郷を中心に、にし阿波を「SDG s 先進地域」として一般向けの観光全体へ広げるため、SDG s 実践の場である農泊の拡大と充実を図るとともに、SDG s を活用した新たな旅行商品による消費拡大を図り、ひいては地域住民の参画や関与を深めることでシビックプライドの醸成につなげ、さらに、「SDG s 先進地域」の重要な要素である「世界農業遺産」の保全・継承を図る4本の柱を軸に事業を展開する。

■SDG s を観光全体への取組に展開するための重要な受け皿としての「農泊」の拡大

SDG s 需要の受け皿の重要な役割を果たすのが「農泊」であり、農村フィールドでの農業体験や近隣での伝統的な文化体験等の「SDGsを学べる宿泊施設」として、「農林漁家民宿」「廃校活用宿泊施設」「ゲストハウス」など「農泊施設」の開設に向けた支援を行うとともに、小規模な「農泊」は、ホテルや旅館などと比べて、宿泊者一人一人にきめ細かなおもてなしができることから、「宿泊者のニーズに応じたサービスの向上・充実」に向けた研修等の支援を行うなど、「農泊」コンテンツの更なる拡大と充実を図り、満足度の向上による滞在期間の延長やリピーターの獲得及び国内宿泊客数の増加に繋げる。

■SDG s を活用した新たな「旅行商品」の造成による消費単価の底上げ

これまで一部のターゲット（教育旅行）に向けて造成してきた旅行商品を 通常の通過

■ SDG s を活用した新たな「旅行商品」の造成による消費単価の底上げ  
これまで一部のターゲット（教育旅行）に向けて造成してきた旅行商品を、通常の通過型の観光旅行とは異なる、農泊エリアでの農業体験やSDG s 教育といった付加価値を加えた「新たな一般旅行者向けのSDG s 旅行商品」として造成するとともに、重点的に戦略的なプロモーションを行うことで、SDG s に関心の高い国内外の新規顧客開拓を進め、新たな観光誘客やリピーター獲得及び消費単価の底上げに繋げる。

■ シビックプライドの醸成による次世代のにし阿波観光を支えるサステナブル人材育成  
観光庁が認定する「観光地域づくりマネージャー」や、地域の民間事業者の中から積極的に地域の観光誘客に携わる「あわこいサポーター」といった地域観光の中核となる専門人材による管内高校等への出前講座や体験教育プログラム等を実施することで、これまで行ってきた教育旅行の受入や世界農業遺産での学習を通して得ることができた地域への誇り（住んでいる地域がSDG s に貢献しているという自覚）を、さらに多くの地域住民と共有し、にし阿波地域でのシビックプライドを醸成することにより、地域に定着し、将来的なにし阿波観光を支えるサステナブル人材を育成する。

■ 「世界農業遺産」である「SDG s 実践の地・にし阿波」の保全と継承  
急傾斜地という厳しい条件下で、自然環境や社会情勢の変化にシなやかに対応し、人々が農耕により豊かに暮らし続けるための英知が詰まった「にし阿波の傾斜地農耕システム」は、まさに持続可能な社会の実現に貢献するものであり、SDG s 実践の地として、本システムを保全するため、その価値や魅力の国内外に向けた「情報発信」や、インターネット販売等による「農業者の所得向上」を図るとともに、地域に誇りと愛着をもった若者を育成するため、学生に対する学習機会の提供や地域住民に対する保全活動等への参加を推進し、シビックプライドの更なる醸成を図り、本システムの継承に繋げる。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

推進主体となる組織は、管内2市2町や関係機関からなる「にし阿波～剣山・吉野川観光圏協議会」、「徳島剣山世界農業遺産推進協議会」や重点支援DMO「一般社団法人そらの郷」であり、それぞれ県・各市町からの負担金や、事業収入により事業を展開している。  
地域全体の自立性としては、事業実施によって観光を切り口とした地域産業に幅広く経済効果を及ぼし、圏域の事業者や生産者等の生産性・業績向上による法人税収の増加も見込まれる。

##### 【官民協働】

重点支援DMO「そらの郷」や「にし阿波～剣山・吉野川観光圏協議会」、「徳島剣山世界農業遺産推進協議会」、など、それぞれの分野において、県、管内2市2町と関係団体（観光協会、商工団体、JA、地元交通事業者、JR四国、地元観光関係団体、農研機構、徳島大学、阿波ふうど、JC等）からなる組織によって、協働して事業を進めるとともに、市町の行政区域や業種を超えた異業種間でも連携し、西部圏域（にし阿波）の観光誘客、人材育成、傾斜地農業の継承などに取り組んでいる。

##### 【地域間連携】

県と管内2市2町は、全ての事業において連携・協働し進めている。  
にし阿波でのSDG s の根幹となる「世界農業遺産」関係のコンテンツや観光資源については、2市2町それぞれに特徴を持っているため、相互で補完し合い、各者の長所が活かされるよう連携を図っている。

##### 【政策・施策間連携】

観光振興のプラットフォームであるDMOそらの郷がSDG s を軸とした農泊コンテンツやそれに関わる多様な事業者の取り組みを旅行商品として取り扱うことにより、農泊を契機とした農業と観光業の垣根を越えた連携が進む。また、DMOがワンストップで消費者と事業者を結びつけることで、利用者相互の利便性が高まる。

## 【デジタル社会の形成への寄与】

### 取組①

DMOによる旅行商品の開発支援とともに、開発後の販売に際して大手OTA（オンライン・トラベル・エージェント）の支援により、web上で旅行手配（予約・決済）ができるwebサイトをDMOのホームページ内に構築し、農泊コンテンツの宣伝から販売までをICT化することによって地元農泊事業者の手間や経費を一定程度軽減する。また、農泊コンテンツを順次デジタル化し、SNS等での拡散やリアル／オンライン営業でのツールとして効率的に活用し、より一層の販売促進につなげる。

### 理由①

DMOの支援により、高齢者やデジタルに不得手な事業者の体験プログラムを市場に流通させ、アナログの観光素材をデジタルの流通に乗せるDX化の推進を進めるとともに、地域事業者の所得向上につなげる。

### 取組②

該当なし。

### 理由②

### 取組③

該当なし。

### 理由③

## ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【地方公共団体名】	【外部組織による検証】			
	【検証時期】	【検証方法】	【外部組織の参画者】	【検証結果の公表の方法】
徳島県	毎年度 8月	総合戦略に位置づけられた事業として、設定したKPIをもとに、事業担当課において自己点検・自己評価を行うとともに、外部有識者で構成される評価検証機関「県政運営評価戦略会議」において第三者評価を実施、その結果を踏まえて事業の見直しを図る。	【学】徳島文理大学 名誉教授、関西大学教授、阿南工業高等専門学校准教授、四国大学准教授、徳島大学大学院 講師、徳島大学理事・副学長、共立女子大学教授 【産】つるぎ木材加工協同組合理事、徳島女性農業経営者ネットワーク会長、和田島漁業協同組合女性部部長、親子ふれあい教室みきはうす経営者、(株)もちもちデザイン コピーライター 【労】徳島県労働者福祉協議会顧問 【士】税理士	会議は公開とし、検証後速やかに県HPで公表。
徳島県美馬市	毎年度 7月	外部有識者による「美馬市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会」を設置し、個々の施策・事業についてPDCAサイクルによる検証を7月に実施する。この検証結果について、9月議会での説明、議論を踏まえ、11月に開催予定の産官学金に住民代表を加えたメンバーで組織する「美馬市まち・ひと・しごと創生会議」に報告。総合戦略の改訂に反映させる。	「検証委員会」は、県内大学・短期大学関係者2名、公認会計士1名、行政経験者1名、の計4名で構成。検証結果を踏まえ、総合戦略の改訂について議論する。「創生会議」は、産官学金に住民代表を加えたメンバーで組織している。	市HPに検証結果を掲載して公表。
徳島県三好市	毎年度 6月	地方版総合戦略検証組織である「三好市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進委員会」へ報告する。	○産：みよし地域商工団体連合会、大歩危祖谷いってみる会、○官：三好市、○学：徳島大学、○金：阿波銀行、○労：徳島西部ライフサポートセンター、○言：徳島新聞社、○市民代表者	市HPに検証結果を掲載して公表。

徳島県つるぎ町	毎 年 度 3 月	地方版総合戦略検証組織である「つるぎ町まち・ひと・しごと創生推進会議」へ報告する。	○産：商工会、半田手延べそうめん協同組合、つるぎ町農業委員会、JA美馬、○官：徳島県西部総合県民局、町議会、○学：徳島文理大学、つるぎ高等学校、○金：阿波銀行、徳島大正銀行、○労：美馬公共職業安定所、○町民代表、○アドバイザー：美馬警察署	町HPにて公表。
徳島県東みよし	毎 年 度 9 月	地方版総合戦略検証組織である「東みよし町まち・ひと・しごと創生総合戦略推進委員会」へ報告する。	○産：商工会、○官：徳島県、○学：関西大学、○地域団体：体育協会、婦人団体連合会、文化協会など○議会	町HPにて公表。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 379,672 千円

⑧ 事業実施期間

2022年4月1日 から 2027 年 3 月 31 日 まで

※企業版ふるさと納税との併用による事業実施期間延長適用

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで  
(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

**6 計画期間**

地域再生計画の認定の日から 2027 年 3 月 31 日 まで

**7 目標の達成状況に係る評価に関する事項**

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に  
7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。