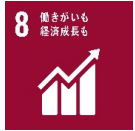


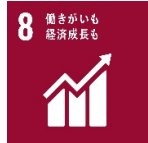
令和5年度鳴門市部長実行宣言【年度末達成状況報告】



産業振興部	商工政策課・観光振興課・農林水産課・水産振興室
阿部 聡	

視 点 （該当する視点を選択）	
<input type="checkbox"/> 最重要課題	<input checked="" type="checkbox"/> チャレンジ <input checked="" type="checkbox"/> SDGs取組推進
宣 言 項 目	
移住交流の促進	
令和5年度目標	目標達成及び課題解決に向けた具体的取組
<p>①「半農半X」「移住起業」をテーマに移住交流促進に向けたブランディングをすすめる。</p> <p>②「半農半X」の推進により、農業の人手不足解消を図るとともに、「移住起業」を推進し、起業・創業件数の増、社会起業家の育成・活動など地域イノベーションの創出につなげる。</p> <p>③移住専用Instagramのフォロワー数2,000を目標にWEBメディアでの情報発信を強化する。</p>	<p>①2週間の農業アルバイトを体験する「半農半X」推進シェアハウス事業を5月～6月（らっきょう）、7月～9月（なると金時）に実施する。</p> <p>②6月～9月のオンライン講座（9回）、5日間の短期合宿など、移住起業アカデミー事業「NARUTO BOOT CAMP」を実施する。</p> <p>③定期的な画像投稿に加え、ショート動画などInstagramへの注目度を高めるとともに、移住系民間サイトへの記事投稿などにより「NARUTO.3RD」への誘引を図る。</p>
達成度	具体的取組の成果・今後の課題
<p>(◎：達成（100%以上）○：おおむね達成（70%以上100%未満） △：あまり達成できなかった（50%以上70%未満）×：未達成（50%未満））</p>	
<p>○</p> <ul style="list-style-type: none"> 「半農半X」推進シェアハウス参加者24名 「NARUTO BOOT CAMP」参加者42名 移住専用Instagramフォロワー数 約1,780 	<p>①「半農半X」推進シェアハウス事業は、らっきょう・なると金時の収穫期に実施し、全国から24名が参加。参加者・受入農家からも好評であり、今後、だいこんなど他の農産品も含め、年間を通した事業展開を図る。</p> <p>②移住起業アカデミー事業「NARUTO BOOT CAMP」は、全国から42名が参加。2か月のオンライン講座を通して創業計画により選考された7名が来鳴し、短期合宿を実施。大学生の参加が多かったため、今後、より起業へとつながりやすい社会人の参加を促進する。</p> <p>③移住専用Instagramのフォロワー数は目標達成に至らなかったが、定期的な記事投稿により、着実に伸びている。今後も移住系情報サイト等とのメディアミックスによりさらに情報発信力を高める。</p>

令和5年度鳴門市部長実行宣言【年度末達成状況報告】



産業振興部
阿部 聡

商工政策課・観光振興課・農林水産課・水産振興室

視 点 (該当する視点を選択)	
<input type="checkbox"/> 最重要課題	<input type="checkbox"/> チャレンジ <input checked="" type="checkbox"/> SDGs取組推進
宣 言 項 目	
ポストコロナ時代を見据えた観光誘客施策の推進	
令和5年度目標	目標達成及び課題解決に向けた具体的取組
鳴門市の観光入込客数を、2,000,000人(道の駅くるくるなると除く)とする。 【参考】 鳴門市観光客入込数 (道の駅くるくるなると除く) 令和元年 2,333,625人 令和2年 1,151,348人 令和3年 1,162,047人 令和4年 1,576,135人 ※参考 令和4年は道の駅くるくるなるとの入込客約90万人。	①県や関連団体・機関などとも連携しSNS等を活用した情報発信及びメディア向け情報発信の強化を図る。 ②『鳴門の渦潮』を中心とした広域観光ブランディング事業として地域事業者と連携したグルメ開発、ブランド力の向上を図る。 ③市内事業者による観光客受入環境整備や観光誘客への新たな取組を促進するため補助金を交付する。
達成度	具体的取組の成果・今後の課題
(◎：達成 (100%以上) ○：おおむね達成 (70%以上100%未満) △：あまり達成できなかった (50%以上70%未満) ×：未達成 (50%未満)	
○ 令和5年鳴門市観光入込客数1,929,777人 (道の駅くるくるなると除く) ※参考 令和5年道の駅くるくるなると入込客 約127万人	①市の観光公式インスタグラムや、県、関連団体のSNS等を活用した情報発信に加え、ロケ誘致を目的にメディア向けの専用サイト等を制作。今後、公式観光サイトをスマホ等で閲覧しやすく改修するとともに、サイト内容を充実させ、「手に収まる観光案内所」を目指す。 ②広域観光ブランディング事業として「うずの幸グルメ、カップイングルメ」の開発、情報発信を実施。今後も民間主導で継続実施する。 ③観光客の受入環境整備等の補助や、ナイトタイムコンテンツを推進する事業の実施により、観光客の受入環境整備強化を図った。来年度は、大阪・関西万博の前年度となることから、引き続き観光客の受入環境整備強化を図る。

令和5年度鳴門市部長実行宣言【年度末達成状況報告】



産業振興部
阿部 聡

商工政策課・観光振興課・農林水産課・水産振興室

視 点 (該当する視点を選択)	
<input type="checkbox"/> 最重要課題	<input type="checkbox"/> チャレンジ <input checked="" type="checkbox"/> SDGs取組推進
宣 言 項 目	
アフターコロナにおける農漁業の持続的振興	
令和5年度目標	目標達成及び課題解決に向けた具体的取組
① 県内外の量販店や市場、観光施設等においてPR活動を実施する。 (トップセールス1回、キャンペーン等1回) ② 生産・流通・販売に対する国等の支援策の活用や市補助制度の拡充の検討を進める。 ③ 「共同利用設備の整備」により生産コスト増への対策を行う。	① 県、農協、漁協、観光協会等と連携し、県内外へのトップセールス等のPR活動を実施する。(11月～3月) ② 市内農協・漁協への聞き取り調査や他市町の状況を調査し、補助制度の拡充及び見直しを検討をする。(通年) ③ 共同利用設備の整備に対し支援を継続する。(通年)
達成度	具体的取組の成果・今後の課題
(◎：達成(100%以上) ○：おおむね達成(70%以上100%未満) △：あまり達成できなかった(50%以上70%未満) ×：未達成(50%未満)	
◎ ① PR活動実施回数：4回 ② 「鳴門市農業経営基盤強化支援事業補助金」及び「鳴門市水産業生産基盤整備事業補助金」の拡充 ③ 共同利用設備の整備に対する支援：2件	① 関西圏の市場、量販店でのトップセールスとともに、桐生市において「鳴門わかめ」のPRを行った。 ② 農業者アンケートの結果により、「機械の導入や施設の整備等に対する補助制度の拡充」、市内漁協からの聞き取りの結果、要望が多かった「共同利用設備の整備に対する補助制度の拡充」を行った。 ③ 市内漁協が実施した共同利用設備の整備に支援を行った。