

地方創生加速化交付金・地方創生推進交付金に係る事業実施結果

交付対象事業の名称	事業の概要	対象事業費 単位:円	交付金充当額 単位:円	重要業績評価指標 (KPI)			本事業終了後における実績値		事業担当課の評価		外部有識者からの評価				
				指標	目標値 (H29.3)	実績値 (H29.3)	事業効果	事業の評価	評価の理由	事業の評価	意見	【総括】			
1 山形・上山・天童三市連携・DMO構築による観光客誘客事業	<p>旅行形態が団体旅行から個人旅行へ急速に変化しているが、当該地域では、旅行者の需要に対し、イベント中心の誘客事業や受入を行ってきても、多様化したニーズに対応できない状況である。</p> <p>そこで、個人旅行の様々なニーズに対応するために、三市が連携し、ユーザー目線の旅行商品(サービス)を開発し、観光客を集客する取り組みを行なうなど、地域自らの手でマーケティングやPR、旅行商品の品質管理や観光資源管理などを行う必要があるため、観光産業・農林水産業や様々な魅力ある地域資源等をまとも上げる事業を担うプラットフォーム、「山形版DMO」を構築し、観光地域・ブランド作り等の観光振興を戦略的かつ一体的に推進し、観光客の誘客を促進する。</p>	65,000,000	62,500,000	<p>指標① 増加宿泊客数</p> <p>指標② 増加入湯税額</p> <p>指標③ 増加観光消費額(宿泊客)</p> <p>※いずれもH27年度比</p>	<p>9,400人増</p> <p>1,486.7千円増</p> <p>800.326千円増</p>	<p>34,000人減</p> <p>1,678千円減</p> <p>4,014,058千円減</p>	地方創生に効果があつた	KPI達成に有効とは言えない	<p>観光客入込数では前年度を上回っていた(6,144千人⇒6,204千人)が、日帰りが多く、宿泊者数の増加に結びつけないことが出来なかった。滞在時間を延ばす方策が必要。</p> <p>また、平成27年度は国の交付金を活用した「まるごとプレミアムツアー」(宿泊費や交通費の助成事業)を実施していたため、宿泊者数が伸びていたことも要因と思われる。</p>	<p>重要行政評価指標(KPI)の実績値はすべて目標値を下回った。その限りにおいては、各種事業がKPI達成に有効であったとは言いがたいが、蔵王お釜の白濁、火山活動、上山の老舗村尾旅館の廃業など想定外の事態が引き起こり、数年単位の経年的傾向をもって評価することは困難である。また、DMO設立の効果も一朝一夕に得られるものではない。したがって、今回のKPIをもって、事業そのものの妥当性を評価することはできない。</p>	<p>蔵王山の火山活動や、「まるごとプレミアムツアー」、デザインセッションキャンペーンなどの影響が複合的に作用しており、数年単位の経年的傾向をもって評価することは困難である。また、DMO設立の効果も一朝一夕に得られるものではない。民間の知見を活用しつつ、宿泊・温泉以外の旅行者の情報収集も行って、事業効果の把握をするべきである。3市の一層の連携強化を望む。</p>	<p>交付対象事業の名称が「三市連携DMO構築による観光客誘致事業」であり、概要として、「多様化した個人旅行者のニーズに対応するため、指標に「宿泊客数」「入湯税額」というように「温泉」を対象にするのか理解できない。個人旅行者の場合、宿泊先を温泉に求める割合はどの位だろうか？個人旅行者が必要とするのは、「地元のみ細かい情報」であって、それは中央の旅行者業者ではなく、それぞれ三市の「民間の知見」を積極的に活用して、情報を集めて発信することが必要だと思ふ。今年度多額の交付金を活用して得た「調査」「おもてなし山形株式会社」の設立・「旅行申込・決済システム構築」運用が、次年度有効に活用され、結果を出してほしい。</p>	<p>六月からの実施ということで、結果を求めるにはまだ難しい事業だと思ひました。体験型・家族型・少人数傾向等これらの課題が多い事業であることを認識できたのは、成果だと感じました。</p>	<p>KPI達成に有効だったとはいえない。</p> <p>蔵王山の火山活動や、「まるごとプレミアムツアー」、デザインセッションキャンペーンなどの影響が複合的に作用しており、数年単位の経年的傾向をもって評価することは困難である。また、DMO設立の効果も一朝一夕に得られるものではない。民間の知見を活用しつつ、宿泊・温泉以外の旅行者の情報収集も行って、事業効果の把握をするべきである。3市の一層の連携強化を望む。</p>	
2 「大人の社会塾」を中心とした人材育成による地域活性化事業	<p>山形県高畠町の「熱中中学校」の枠組みの中で、山形市伝統的工芸品振興会が海外クラウドファンディングに関する知識と技術を習得するための人材育成を受け、本市の伝統工芸産業振興のための人材育成と伝統工芸品の海外販路開拓を目指した取り組みを行った。</p>	447,121	447,121	<p>指標① 海外販路開拓講座受講者数</p> <p>指標②</p> <p>指標③</p>	<p>20人</p> <p>10人</p>		地方創生に効果がなかった	KPI達成に有効とは言えない	<p>事業実施体制が整っていない参加団体の現状を考えると難易度が高く、事業中止となったが、海外販路開拓の可能性を認識することや、販売促進のための有効手段を学ぶことで、参加団体の活性化を推進していく意識化につながった。</p>	<p>海外クラウドファンディングの活用には早すぎた感がある。事業者たちの意識、グローバルなビジネスに対する知識・認識が不足していたと思われる。個人事業者にマーケティングまで含めてビジネスを習得させるのは至難の業であろう。個人事業者と海外市場・投資家とを仲介する商社機能を持ったビジネスを立ち上げることが有効と思われる。</p>	<p>10名の参加があつたことから、意欲がある団体が一定数存在することが分かる。単独団体ではなく、山形市伝統的工芸品振興会による取り組みを支援する方策を考えるべきではないか。</p>	<p>伝統的工芸品については、いきなり「海外販路開拓」に飛びつくよりも、現代のニーズにあったデザイン性の高い製品のブラッシュアップが必要なのではないだろうか？若い人たちにも手に取って貰えるようなおしゃれな製品が生み出されれば、おのずと販路も開拓されると思う。芸工大との連携で人材育成できないものだろうか？</p>	<p>伝統工芸品の振興には、クラウドファンディングは、若い後継者には有効と思ひました。これからの、課題・宿題みたくです。</p>	<p>22団体の中、10人という実績が出たことは評価すべき数値だと思ふ。(目標値が高すぎた?)</p> <p>事業概要が振興会としての動きとマッチしなかっただけで、手法を変えて山形の伝統工芸を後世に繋ぐために、経済的な発展が必要だと思ふ。</p> <p>全国でも多くの伝統工芸品がある中、山形の伝統工芸品の強みを分析し、広く内外に発信する必要があると思ふ。</p>	<p>KPI達成に有効だったとはいえない。</p> <p>海外クラウドファンディングの活用には早すぎた感がある。事業者たちの意識、グローバルなビジネスに対する知識・認識が不足していたと思われる。個人事業者にマーケティングまで含めてビジネスを習得させるのは至難の業であろう。個人事業者と海外市場・投資家とを仲介する商社機能を持ったビジネスを立ち上げることが有効と思われる。何れにせよ、山形の伝統工芸を後世に繋ぐために、事業の成長・発展が必要であり、全国でも多くの伝統工芸品を抱える山形の伝統工芸品の強みを分析し、広く内外に発信していく必要があると思ふ。</p>
3 リノベーションまちづくりの推進による移住・定住促進事業	<p>移住相談の受付体制及び情報発信体制の整備するため、移住促進サイト「real local」に山形のページを追加し、移住の意思決定に必要な「しごと」「住まい」「人とのつながり」に関する情報を発信するとともに、当該サイトで情報発信を行うための取材及び記事の作成並びに移住相談受付を行う移住コンシェルジュを設置する。</p> <p>また、リノベーションまちづくりを推進し、本市でのライフスタイルの選択肢を増やすことで、本市の魅力を高めていくための環境整備を行うため、協力してくれる不動産オーナー及び事業を起してくるプレーヤーの発掘・育成を目的として、先進的な取組等を行っている方をお招きしたセミナーの開催やワークショップを開催する。</p>	12,913,000	6,456,000	<p>指標① 転入者数-転出者数 ※住民基本台帳ベース</p> <p>指標② 移住相談件数</p> <p>指標③ リノベーションまちづくりの推進によって再生された物件数</p>	<p>400人</p> <p>150件</p> <p>1件</p>	<p>-696人</p> <p>40件</p> <p>1件</p>	地方創生に効果があつた	KPI達成に有効であった	<p>リアルローカル山形については、トップページのページビュー数が一番多く、多くの方に情報発信できていると思われる。</p> <p>一方で、移住相談件数が伸び悩んでいるため、移住相談窓口があることが浸透していない可能性もあるため、更なる周知が必要である。</p> <p>また、まちの魅力を高めるコンテンツ作りに関しては、本事業により実施した「マルシェをはじめよう」をきっかけに、民間事業者を中心にシネマ通りマルシェを開催するなど成果がでていく。</p>	<p>重要業績評価指標(KPI)のうち最も重要な指標は、指標②の移住相談件数であろう。この実績値が目標値をかなり下回っている。しかしながら、情報発信の事業開始から半年間での実績ということを考えれば、それほど小さな数字とは言えないかもしれない。移住促進サイト「real local yamagata」のコンテンツは、山形市らしさが出ていて好感を感じる。移住コンシェルジュの設置の効果もこれから出てくるであろう。今後の期待を含めて、これらの事業はKPI達成に有効であったと判断する。</p>	<p>リアルローカル山形、リノベーションまちづくりの取り組みについては、転入者数増の結果には結び付いていないが、中長期的にみれば成果が期待できる事業である。なお、リアルローカル山形のサイトには、移住相談の記事やリンクがない(少なくとも私には見つけれなかった)ので、対応してほしい。なお、大変細かい点だが、ページ上部にある「物件 この人に会いに行け」のリンクが分りづらく、ごちゃごちゃした印象を与え、リンクを空けるなりして、リンクであることをもっと分りやすくした方がよさそう。</p>	<p>人に関する目標値は達成できなかったが、情報発信ができており、リノベーションまちづくりの再生物件は達成できた。今後若い人々だけではなく、「第二の人生」のスタートを迎えるリタイアの年齢の方々に、山形市は医療・福祉の施設が整った、自然や食文化の豊かな都市であることをアピールする情報発信もして、転入・移住を促進してほしい。HPでは、アクティブで自分に自信があるキラキラした移住者だけが紹介されているが、そういう人は少数であると思ふ。普通の生活をしている人が普通の生活の中で山形へ移住を推進出来るようなページや行政としてのサポートもお願いしたい。</p>	<p>KPI達成に有効だった。</p> <p>人に関する目標値は達成できなかったが、情報発信ができており、リノベーションまちづくりの再生物件は達成できた。今後若い人々だけではなく、「第二の人生」のスタートを迎えるリタイアの年齢の方々に、山形市は医療・福祉の施設が整った、自然や食文化の豊かな都市であることをアピールする情報発信もして、転入・移住を促進してほしい。HPでは、アクティブで自分に自信があるキラキラした移住者だけが紹介されているが、そういう人は少数であると思ふ。普通の生活をしている人が普通の生活の中で山形へ移住を推進出来るようなページや行政としてのサポートもお願いしたい。</p>		