

地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告(交付金対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等)

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	交付金を充てた事業の進捗状況	本事業における重要業績評価指標(KPI)		本事業終了後における実績値		事業担当課の評価		外部検証委員の評価
					指標	目標値 (H30.3)	実績値 (H30.3)	事業効果	事業の評価	評価の理由	外部検証委員からの意見
1 山形・上山・天童三市連携・DMO構築による観光客誘客事業	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おり、多様化したニーズに対応できない状況である。 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、ユーザー目線での旅行商品(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め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。	25,000,000	12,500,000	山形・上山・天童三市連携観光地域づくり推進協議会に負担金を支出し、以下の事業を実施。 (1)DMO運営事業 ア 観光地満足度等調査 イ インバウンド研修会・情報交換会の開催 (2)受入体制構築事業 ア 地域部会による旅行商品造成等の検討 イ 農親連携による農業体験と組み合わせた旅行商品の造成 ウ 医療ツーリズム講演会開催 エ 市民参加型観光情報発信SNSサイトの開設・運営 (3)観光客誘客事業 ア LCC機内誌掲載、(仮称)デジタル山形の構築・企画 イ 台北国際旅行博への出展 ウ 地域旅行商品販売促進 エ サイクリングルート等パンフレット作成 (4)山形ブランド育成販売支援事業 ア 地域の産業技術を生かしたワゴンの製作とテスト販売 イ 宿泊施設ホームページの多言語化及び海外価格比較サイト掲載の実証実験	指標① 宿泊客の増加数	14,400人増	3,900人増	地方創生に効果があった	KPI達成に有効であった	観光消費額は指標値を上回ったほか、宿泊客数、おもてなし山形売上額についても、指標値には到達しなかったが前年度を上回ることができたため。	【評価】 KPI達成に有効であった。 いずれの事業も長期的視点から効果を見ていく必要があり、短期的なKPI指標だけで効果測るのは難しいと思われる。いくつかの不可抗力的な事象が起こったことを考慮すれば、観光客誘客という点では着実に効果を上げていると判断してよからう。今後以下の点でさらに工夫していただきたい。 ① 個人旅行者に向けて魅力的な体験型プログラムを一元的に提供するプラットフォームを準備する。 ② そのプラットフォームと市民参加型SNSサイトを有機的につなぐ。さらに、外部者(他者)の視点を取り入れる。 ③ これまで行った様々な調査・研修・情報交換会・講演会等から得た知見を活かした商品を開発し、最新の情報技術を駆使して、山形の魅力を国内外に発信する。その際、女性とくに若い女性目線の商品開発、情報発信は有効だと思う。 ④ 宿泊者や観光客について、高齢者が多く中で若い世代からも魅力を感じてもらえるようなPRや情報発信に心がける。
2 東北6市連携による祭りコンテンツ等を活用した観光連携プロジェクト	東北の祭りコンテンツ、伝統芸能、豊かな食材を活かした東北ならではの食の魅力等を活用して、東北への大きな人の流れと東北周遊を促す仕組みづくりを目指し、東日本大震災後、鎮魂・震災への支援の感謝・復興の発信を目的に6市が持ち回りで開催してきた東北六魂祭の後継イベントとして、復興と更なるその先の未来へ前進することを目的とし、東北6市、6祭り団体、6商工会議所が連携して「東北絆まつり」を実施し、この新たな祭りコンテンツを活用した、首都圏や関西を対象とした観光PR事業などを実施し、東北ブランドの確立を図る。	4,098,070	2,049,035	○東北絆まつりへの花笠まつり踊り手派遣 ・開催日 6月10日(土)～11日(日) ・開催地 仙台市 ・入込客数 45.2万人 ・踊り手 総勢116名派遣 (内訳)ミス花笠4名、花笠舞踊団37名、山形県民踊協会30名、民俗文化サークル四方山会20名、山形大学花笠サークル四面楚歌20名、花笠太鼓5名	指標① 東北県庁所在地6市の観光客入込者増加数	2,630,000人増	2,641,755人増	地方創生に相当程度効果があった	KPI達成に有効であった	・観光客入込数については、ほぼ目標通りの増加が見られた。 ・夏祭り来場者については、仙台七夕まつりが天候不順のため約40万人減、秋田竿燈まつりが9万人減、盛岡さんさ踊りが5万人減となったものの、その他の祭りは横ばい又は微増のため、一定程度の効果があったものと見込めるため。 東北地方県庁所在地6市の観光客入込者増加数は目標値を上回ったものの、夏祭りへの来場者増加数は目標値を下回った。最大の原因は天候不順ということのようだが、目標達成にさらなる努力を要するものと思われる。 「東北絆まつり」(昔の六魂祭)は東北の6大祭りがあるが、本物を味わうということからいえば、問題はないとは言えない。絆まつりで済ませてしまえば、観光客は現地に赴かなくなってしまうことも考えられる。絆まつりを誘い水にして、東北各地の本物の祭りを鑑賞するように仕向けるための仕掛けが必要であろう。 いずれにせよ、東北地方県庁所在地6市の連携は東北地方全体の観光客を増やすのに欠かせない。これが東北地方6県観光地のネットワーク化の先駆けとなることを期待したい。	
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	(1)山形市が移住先として魅力的な土地であるという認識を持っていただけに、移住に関する各種情報を発信するとともに、相談受付体制の強化を図る。 ○移住促進サイトの構築 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。 ○移住コンシェルジュの設置 移住促進サイト「real local」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。 ○認定NPO法人ふるさと回帰支援センターへの入会 認定NPO法人ふるさと回帰支援センターの会員となり、同センター内に山形市のブースを設け、常時チラシ等の配布を行う。 (2)本市への移住促進を目的に、東北芸術工科大学を中心に組織された山形リノベーションまちづくり推進協議会の構成員となり、リノベーションまちづくりの推進により、移住の意思決定に必要な要素である「しごと」「住まい」「人とのつながり」を創出するとともに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っていく。 特に、本事業では、リノベーションまちづくりの推進のために、協力してくれる不動産オーナー及び事業を起こしてくれ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ことで、本市でのライフスタイルの選択肢を増やし、魅力を高めていくために必要な取組や事業を民間が実施する機運を高める。	12,913,000	6,456,000	(1)情報発信及び移住相談窓口の整備 リアルローカル山形による地域情報の発信の開始及び移住相談窓口を設置するなどの体制を整備し、実際に、リアルローカル山形に掲載した記事をきっかけに山形市に移住した事例もでてきている。 (2)リノベーションまちづくりの推進 移住・定住促進セミナーの開催 シネマ通りでは、本事業実施後3件の物件が再生され、民間主体でシネマ通りマルシェが開催されるなど、シネマ通りを中心にリノベーションまちづくりが進んでいる。 (3)トライアルステイ企画「ローカルラーニングツアー」の開催 カメラを通して、街とコミュニケーションをとり、山形市の豊かな日常を体感してもらうことで、山形市への移住・定住を促進することを目的に、街を歩き回りながらその魅力を写真に収めていく「ローカルラーニングツアー」を開催。東京や大阪をはじめとして県内外から約20名が参加。 やたら潰けや蔵山山岳インストラクター等の方々から街の歴史等についてお話を聞き通すことを通して、普通の観光ではなかなか触れることのできない山形暮らしの日常の魅力を体感していただいた。	指標① 転入者数-転出者数 ※住民基本台帳ベース	600人	-872人	地方創生に効果があった	KPI達成に有効であった	リアルローカル山形に掲載した記事をきっかけに山形市に移住した方がいること、シネマ通りで進むリノベーションまちづくりが移住をテーマとした雑誌や旅行情報誌に掲載され、山形市での新しい動きを全国に広めることができたとことから、一定の効果があった。 東北芸術工科大学の活動を中心に、リノベーションまちづくりを軸とした移住・定住の好循環が生まれつつある。今後は、「発展計画」の中で、リアルローカル山形のさらなる知名度向上に向けた効果的な施策に期待したい。 移住・定住に関しては、年齢層も様々で、このリノベーションまちづくりの推進事業により移住・定住される方は一部だと思われるので、他の自治体の取り組みについても研究し、より間口の広い取り組みを望みたい。 リアルローカル山形のサイトや雑誌への掲載は内容的には充実しているものの、チラシやパンフレット等があれば、それらを宿泊施設などを含む観光施設に置くことで、話題やそのきっかけづくりにつながるのではないと思う。この事業の基本は雇用と子育て環境を整えることである。これらの施策との連携も一層心がけていただきたい。	