

新しい地方経済・生活環境創生交付金活用事業に係る評価結果
【事業実施年度：令和7年度】

2 第2世代交付金

(1) 大阪・関西万博を契機とした地域連携による外国人旅行者の新規開拓プロジェクト

【観光戦略課】

＜効果検証委員の評価総括＞

重要業績評価指標（KPI）達成に有効であった。

R7 年度本事業で製作した VR 動画は旅行目的地としての認知度向上に資するものであり、KPI①の東北六県観光消費額の増額に寄与すべく、特に訪日旅行者の旅行消費単価が高い国に当該 VR 動画を活用した情報発信を行い認知拡大に取り組むべきである。

また、大阪・関西万博を契機に実施した外国人旅行者及び国内在住外国人向け観光・物産プロモーションは、インバウンド誘客に大きく寄与していることから、今後もターゲットや発信手法を工夫しながら、外国人旅行者及び国内在住外国人に向けた観光・物産プロモーションを一層強化していくことが求められる。

(2) 旧千歳館エリア・リノベーション事業【旧千歳館整備室】

＜効果検証委員の評価総括＞

重要業績評価指標（KPI）達成に有効であった。

本事業については、工事の進捗や景観の改善、旧千歳館のオープンに対し、高い期待感を持っている。その一方で、日々の営業や地域の感覚から見ると、昼夜の賑わいや滞留性の向上、花小路エリア全体の雰囲気づくり、周辺地域を巻き込んだ活性化にはまだ工夫の余地があり、課題であると考えている。今後は、国内外の観光客に足を運んでもらうために将来像を皆で共有し、タイムリーな情報発信を工夫しながら、持続的な活気へと繋げていくことを期待したい。

(3) 景観重点地区におけるまちなみ環境整備を通じた賑わい創出事業

【まちなみデザイン課・道路維持課】

＜効果検証委員の評価総括＞

重要業績評価指標（KPI）達成に有効であった。

山寺地区の景観まちづくり事業は、ワークショップを通じた専門家と住民のイメージ共有が進

み、補助制度の浸透や地元検討会主導による修景に成果が見られる。和風の門前町を目指した景観基準や一件審査の仕組みも適切に機能しており、色彩の制御や検討会の組織化が景観マネジメントへ寄与した初動期の取り組みとして高く評価できる。一方で、街全体の連続性や看板等の整序、店舗内部と一体となった改善が課題となっており、観光地としての魅力向上は道半ばである。今後は景観意識が地域全体に定着し、より高い目標を持った調和と創造性のある修景が進展することを期待する。

新しい地方経済・生活環境創生交付金に係る事業実施結果報告（第2世代交付金）【検証対象年度：令和7年度】

No.	1	活用交付金	新しい地方経済・生活環境創生交付金	担当課	観光戦略課
事業名	大阪・関西万博を契機とした地域連携による外国人旅行者の新規開拓プロジェクト 【青森市、盛岡市、秋田市、仙台市、福島市との広域連携事業】			総事業費：円 (R7実績額)	4,205,084
計画期間	令和7年4月～令和10年3月(1年目)			うち交付金充当経費 (R7交付額)：円	2,102,486

1. 事業の概要	3. 課題の把握、阻害要因の把握・分析・対応
東北地域一体となった訪日外国人旅行者向けプロモーション体制の新規構築を行い、令和7年度の大阪・関西万博への参加を契機とし、東北の持つ多様な観光資源（自然、文化、食、風土等）を活用したプロモーションを実施することで、旅マエ・旅ナカで旅行目的地としての東北を面でPRし誘客を図るとともに、デジタル技術を活用した観光情報発信の強化等により持続可能な観光地域づくりの推進を図る。	1 課題先進地としての地域活力の維持拡大 東日本大震災から13年が経過し復興は一定程度進んでいる一方、東北全体では人口減少と高齢化が急速に進み、2050年には総人口が600万人を下回る（対2020年比：約66.4%）などの想定が示されており（国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口（令和5（2023）年推計）』）、地域を担う人材の不足や地元中小企業の活性化などの課題を抱えている。人口減少が急速に進む東北地域において、地域活力を維持拡大するためには、地域外からの収入すなわち外貨の獲得が必要不可欠である。外貨の獲得には、さまざまな分野があるが、観光業は宿泊、飲食、交通、買い物など多岐にわたる分野での経済効果がうまれる。また、雇用創出や地域資源の有効活用にもつながることから、東北域内への誘客による交流人口を拡大することが必要である。
1 パーチャル技術を活用した観光素材制作事業 訪日外国人の情報源として動画サイトが最も活用されていること、また写真やパンフレット等のみでは伝えることの難しい地域の魅力を直接体感いただくため、東北の豊かな観光素材を用いて、VR動画等のパーチャル技術を活用した観光素材を制作する。制作した素材はプロモーションの場やオンライン上で体験機会を提供し、住み国や地域、年齢、心身の状態に関わらずその土地の魅力を楽しめるものとして活用する。	2 旅行目的地としての東北の抱える課題 2023年の外国人延べ宿泊者数は、1億1,775万人泊で、地方ブロック別では、関東地方5,124万人泊（全体の43.5%）、次いで近畿地方3,324万人泊（28.2%）、九州地方1,292万人泊（11.0%）に対して東北地方は、156万人泊（1.3%）と、東北を目的地とする外国人旅行者数の割合はとても低い数値となっている。コロナ前の、2019年については、1億1,565万人泊に対し、関東地方3,848万人泊（全体の33.3%）、次いで近畿地方3,293万人泊（28.5%）、九州地方1,643万人泊（14.2%）に対し、東北地方は185万人泊（全体の1.6%）となっている（「出展：観光庁宿泊旅行統計調査」、また、訪日外国人旅行者1人あたりの旅行支出額は、21.3万円（「出展：観光庁訪日外国人消費動向調査」）となり、日本人旅行者の1人あたり旅行支出額44,034円（「出展：観光庁旅行・観光消費動向調査」）と比較すると、4.5倍程度となる。東北地方における外国人旅行者の動向についてみると、桜シーズンである4月、紅葉シーズンをはじめとした10月～12月の平均が約18万人に対し、1月～3月の平均が8.8万人、5月～9月の平均が10.9万人と大きな偏りが見られる（「出展：R5年観光庁宿泊旅行統計調査」）。この点、冬季についてはスノーアクティビティや増氷等のコンテンツが、5月～9月のグリーンシーズンにおいては蔵王のお釜や奥入瀬渓流をはじめとする自然を活かしたアクティビティのほか、フルーツ等の豊かな食や祭り等の伝統行事があるなど、東北は魅力的な観光資源を多く有しているものの、多彩な魅力をうまく届けることができていないため、外国人旅行者が少ない。東京をはじめとする三大都市圏に70%近くの外国人旅行者が集まっている点（観光庁宿泊旅行統計調査）や上記内容を踏まえ、三大都市圏や国外において東北の魅力発信を行い、東北への人の流れを作り出す必要がある。東北の持つ歴史、風土や伝統文化といった他地域にはない独自の観光資源を活かした旅行目的地としての東北の認知拡大が重要な課題と考える。
2. 実施計画と比較した現況（令和8年3月末まで）	以上の課題を解決するため、東北の県庁所在地6市の連携によるインバウンド客向けプロモーション体制を構築し、令和7年の大阪・関西万博への参加を契機として東北への誘客を目的とした多言語での情報発信や国外及び国内主要都市における現地プロモーション等を実施することで、旅行目的地としての東北を面で発信し、観光客の掘り起こしを行う必要がある。
1 パーチャル技術を活用した観光素材制作事業 ・東北六市の夏祭りを活用したVR動画（360 度）を製作 ・「2025なかの東北絆まつり」において事業者支援によりVR動画体験会を実施	4. 地域の多様な主体の参画による効果検証の結果及び改善方策への反映 定期的に開催している東北絆まつり実行委員会観光プロモーション部会において、構成団体と事業の進捗状況を共有するとともに、併せて事業の効果検証を実施し、次年度以降に向けた実施計画の見直しを行った。
2 インバウンド向け情報発信事業 旅マエ及び旅ナカの外国人旅行者及び国内在住外国人等をターゲットとして、国外及び国内主要都市におけるプロモーションを実施する。外国人旅行者へ強い印象を与えて東北地方の認知度向上を目指すため、上記1において制作する体験型の観光素材や多言語パンフレット、DMO等のほか、工芸等を始めとした伝統文化に携わる演者等の地域住民や企業等の力を活用しながら、地域の魅力を一体として伝えることでプロモーション効果を訴求する。	【事業評価】 KPI①については、東北六県の観光消費額が公表されていないことから現在未定。 KPI②については、令和7年度は首都圏・関西圏でプロモーションを実施したが、天候にも恵まれず、目標値を下回った。 KPI③については、東北絆まつりの大阪・関西万博でのプロモーション、なかの東北絆まつり、SAKURAFESNIHONBASHIの計3回実施を行い、目標を達成した。 KPI④については、過年度実施していたデジタルスタンプラリーの終了に加え、インバウンド向けに発信対象を変更したことや、AI要約の浸透により目標値を下回った。
3 外国人旅行者及び国内在住外国人向け観光物産プロモーション事業 (1) 東北四季の彩り ・実施日 令和7 年6 月13 日（金） ・場 所 大阪・関西万博 EXPO アリーナ「MATSURI」 ・内 容 ステージイベントへの6まつり出演、観光PRブース (2) 2025 なかの東北絆まつり ・実施日 令和7 年10 月25 日（土）～令和7 年10 月26 日（日） ・場 所 東京都中野区 中野区役所周辺 ・内 容 東北絆まつりによる演舞披露（ステージ）、パレード参加、グルメ・観光PRブース・VR動画体験ブース、東北各地のPR展示ほか (3) SAKURA FES NIHONBASHI 2026 ・実施日 令和8年3月20日（金） ・場 所 東京都中央区 コレド室町 ・内 容 東北絆まつりによる演舞披露（定点）、観光PRブース出展	5. 次年度以降に向けた実施計画の見直し内容 これまで構築したWEBメディア及びプロモーションの内容を分析の上、国外のターゲット都市を選定し、来訪計測付きのWEB広告を含めた広報を実施すると共に、年間を越した誘客のため季節ごとのインバウンド向け観光情報の集約・紹介を行う。 また、観光物産プロモーションにより、旅マエの層に対して旅行目的地としての東北の周知広報を実施すると共に、長期滞在者など旅ナカの層に対して国内主要都市におけるプロモーションを実施することで東北への来訪を促す。特に2027年3月より横浜市にて開催される国際園芸博覧会に出展し、東北の県庁所在地6市が一体となったインバウンド向け観光プロモーションを行うことで、東北全体の認知度向上、誘客促進に資することを目指す。

4. 本事業における重要業績評価指標（KPI）の目標値と実績値												
指標①	東北六県観光消費額						指標③	インバウンド向けプロモーション実施回数				
目標値(百万円)	開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)	5年目 (増加分)	目標値(回)	開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)
		58,960	58,960	57,919				2	1	0		5年目 (増加分)
	実績値(百万円)	1,402,175	確定し次第記載					－	3			
指標②	プロモーション接触者数						指標④	WEBサイトPV数				
目標値(人)	開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)	5年目 (増加分)	目標値(人)	開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)
		240,000	40,000	40,000				7,576	9,848	10,341		5年目 (増加分)
	実績値(人)	－	155,500					189,400	▲ 53,284			

新しい地方経済・生活環境創生交付金に係る事業実施結果報告（第2世代交付金）【検証対象年度：令和7年度】

No.	2	活用交付金	新しい地方経済・生活環境創生交付金				担当課	旧千歳館整備室					
事業名	旧千歳館エリア・リノベーション事業						総事業費：円 （R7実績額）	14,706,090					
計画期間	令和7年4月1日～令和10年3月31日（1年目）						うち交付金充当経費 （R7交付額）：円	7,353,045					
1. 事業の概要							3. 課題の把握、阻害要因の把握・分析・対応						
本事業では、「伝統文化の継承と癒しの空間創造による賑わい創出及び交流人口の拡大」をコンセプトに、令和4年度に建物の寄付を受けた国登録有形文化財である元料亭・旧千歳館の活用を図る。国登録有形文化財としての価値を最大限に生かし、宿泊機能、飲食機能、カフェ機能を持たせることで、旧千歳館でしか体験することのできない特別な機会を提供し、中心市街地のみならず本市を代表する施設として整備する。また、100年以上もの長い期間、料亭として市民に親しまれ、やまがた舞子等の芸術文化や料亭文化の発展に大きく貢献し、近隣エリアでも中心的な役割を担ってきた存在として、次代にこれらの文化を継承していく拠点としての役割も担う。さらに、インバウンド観光客や国内観光客の需要を見込み、観光客内機能を持たせることで、旧千歳館を訪れた観光客が施設を楽しむだけでなく、本市の観光情報を得られ、更なる市内観光に誘導できる場として整備することで、市全体の魅力向上を図る。 令和7年度の取組みは下記のとおり。 （1）旧千歳館建築工事（建築工事（建築工事、解体工事、外構工事）、電気設備工事、機械設備工事、工事監理） 既存の建物を、宿泊施設や飲食施設等として模様替えをするための工事・工事監理を実施するもの。また、建物本体整備において不要な部分の解体及び、建物本体に付随する不可分な外構の整備を行う。							①旧千歳館は、140年の歴史を持つ旧料亭で国登録有形文化財に登録されているが、国登録有形文化財の大規模修繕という、本市でこれまで実施したことがない特殊な工事であり、関わる工事事業者も多いことから、綿密な下準備・打合せが必要となっている。さらには、工事を進めていく中で、古い建物であるがゆえに発生する問題に對して、慎重かつ安全な対応が必要不可欠となっており、令和7年度の目標出来形に達しなかった。市、工事事業者、工事監理事業者等の関係者間で定期的な打合せ、調整を行い、予定された工期に遅れが生じないように進めている。 ②旧千歳館が今後どんな機能を持ち、どんなことができるようになるのかわからない、との意見も寄せられており、事業の進捗や現状について情報発信を行う必要性があると考えられるため、令和8年度以降の取組みの中で情報発信を行っていくことを予定している。						
2. 実施計画と比較した現況（令和8年3月末まで）							4. 地域の多様な主体の参画による効果検証の結果及び改善方策への反映						
工事施工に伴い発生した建物特性（140年の歴史を持つ持国登録有形文化財）に係る工事間の調整及び対応によって、令和7年度の目標出来形には達しなかったが、市、工事事業者、工事監理事業者等の関係者間で定期的な打合せ、調整を行い、予定された工期に遅れが生じないよう対応を進めている。							・花小路振興会 飲食店経営者や利用者の本事業への関心は高く、工事による景観の改善を評価しつつも、花小路エリアへの滞留性の向上や、屋の賑わい創出が課題として挙げられた。今後はこの声を反映し、昼夜問わず多様な人が歩いて集う、持続可能な活気創出に繋げていきたい。 ・東北芸術工科大学 旧千歳館の整備の進捗に対する期待や、他事業と連動した景観ガイドラインの策定による、花小路エリア全体の雰囲気の一掃を望む意見が挙げられた。 ・山形伝統芸能振興株式会社 観光の目玉として「やまがた舞子に会える街」の認知向上や、イベント等での関与を望む声が挙がる一方、事業の進行状況をリアルタイムで把握できる情報発信の充実を求める意見が挙げられた。 ・周辺地域の自治会長 順調な工事進捗と旧千歳館のオープンへ期待が寄せられる一方、北花小路エリアの将来的な参画も含めた地域全体での活性化や、国内外の観光客を呼び込むための将来像の共有を求める意見が挙げられた。						
5. 次年度以降に向けた実施計画の見直し内容													
本事業への地域住民や周辺事業者の関心は非常に高く、工事の進捗による景観の改善を評価する声が挙がる一方、屋の賑わい創出や情報発信の不足といった課題も検証されました。今後はこれらの課題解決のため、運営事業者となるSPCと連動し、旧千歳館内への来館者を増やすコンテンツの創造はもとより、花小路エリア全体の一体感創出や、昼夜問わず回遊できる環境づくりのためのイベント等の実施を検討します。あわせて、「やまがた舞子に会える場所」としてのコンテンツの具体化を進めます。また、周辺の花小路エリアへの波及も見据えつつ、進捗状況をリアルタイムで共有する情報発信を強化することで、地域住民や周辺事業者と将来像を共有しながら、国内外の観光客を呼び込む持続可能な街の活気創出に繋げていきます。													
4. 本事業における重要業績評価指標（KPI）の目標値と実績値													
指標①	地域における観光消費額						指標③	旧千歳館利用者数					
	開始前	1年目 （増加分）	2年目 （増加分）	3年目 （増加分）	4年目 （増加分）	5年目 （増加分）		開始前	1年目 （増加分）	2年目 （増加分）	3年目 （増加分）	4年目 （増加分）	5年目 （増加分）
目標値（億円）	364	6	5	7	6	6	目標値（人）	0	0	0	15,200	600	500
実績値（億円）	364	▲26					実績値（人）	0	0				
指標②	観光入込客数						指標④	飲食・宿泊・カフェ事業売上高					
	開始前	1年目 （増加分）	2年目 （増加分）	3年目 （増加分）	4年目 （増加分）	5年目 （増加分）		開始前	1年目 （増加分）	2年目 （増加分）	3年目 （増加分）	4年目 （増加分）	5年目 （増加分）
目標値（人）	2,872,800	41,800	41,700	41,800	45,100	45,700	目標値（千円）	0	0	0	48,012	2,737	2,726
実績値（人）	2,872,800	176,300					実績値（千円）	0	0				

新しい地方経済・生活環境創生交付金に係る事業実施結果報告（第2世代交付金）【検証対象年度：令和7年度】

No.	3	活用交付金	新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)				担当課	まちなみデザイン課・道路維持課							
事業名	山形市景観重点地区における観光地活性化事業						総事業費：円 (R7実績額)	【住宅対策事業】0円（当初事業費：4,053,000円） 【道路整備事業】0円（当初事業費：45,700,000円）							
計画期間	令和7年11月～令和11年3月(1年目)						うち交付金充当経費 (R7交付額)：円	【住宅対策事業】0円(※R7交付決定分2,026,000円を全額R8に繰越) 【道路整備事業】0円(※R7交付決定分25,135,000円を全額R8に繰越)							
1. 事業の概要							3. 課題の把握、阻害要因の把握・分析・対応								
山寺地区では、「良好な景観形成による賑わい創出、交流人口の拡大」をコンセプトとして、同地区の持つ観光地としての魅力を最大限に生かし、ここでしか体験することのできない空間を提供することにより、本市を代表する観光拠点として更なる魅力の向上を図る。あわせて、東北を代表する霊山であり、1000年以上の間「修行と信仰」の史跡として親しまれてきた同地区に、観光地としての活力を取り戻し、さらに向上させていくことを目指している。 本事業では、ビッグデータを活用した観光客の観光動態調査により、見逃していた新たな需要の掘り起こしと、従来の取組みを融合した施策を展開していくことで、来訪者が「見て」楽しむ従来の観光に加え、特別な「体験」を楽しめるプログラムの企画・開発を行うなど、事業者や地域、行政が一体となって観光拠点としての魅力を創出し、活力ある観光地としての整備をすすめる。 また、令和3年3月に山寺地区を景観重点地区に指定したことにより、地域住民自らが景観形成基準を定め、地区内の修景に際して景観検討会を開催し適合審査を行うなど、自律的な景観まちづくりを進めることが可能となった。これを契機として、景観形成基準を遵守した建築物等の行為に対する補助、道路の無電柱化・消雪化整備を実施することにより、同地区の主な課題である景観形成と観光振興に加え、防災機能の向上を図る。 本事業を通して、山寺を年間を通して魅力ある観光地とするため、良好な景観形成を切り口として、来訪者のマーケティングを行いながら、修景への支援や賑わい創出事業、インバウンド受け入れ態勢の整備やマルシェ、歩行者天国などのイベント開催を「地域と行政」が一体となって地域経済の活性化を図る。							1 事業の成果 令和3年度からの取組み(令和7年度までは社会資本整備総合交付金を活用)を通して、大半の委員が地区景観、観光地としての魅力の向上を実感しており、同時に、住民・事業者への景観形成基準の浸透や、景観まちづくりへの意識の向上に大きく寄与している。 事業の実績としては、色彩修景(屋根や壁面の塗替え)が大半を占めており、まちなみの統一感の向上に寄与しているが、今後、新築や増改築の際に軒の高さや窓の形状などを合わせていくことができれば、より効果的な事業となる。 一方で、地区内の所々に存在する看板・駐車場サインに色彩・形状ともに統一感が乏しく、場所によっては景観を阻害しているケースもあり、今後の課題である。 2 事業の仕組み・運用について 景観検討会における修景事業の景観形成基準への適合審査、補助申請時の事務、共に適切に運用できている。 また、修景事業の適合審査時のアドバイザーによる助言・提案は、わかりやす的確であると好評であり、地区住民による自立的な景観まちづくりの大きな助けになっている。 今後は、景観形成基準を満たすことは当然として、周囲との調和やまちの連続性に繋がるより良い審査・提案ができるよう、旅行者、地域住民、アドバイザー、行政の連携を高めていくとともに、景観まちづくりの気運の醸成を高めるべく制度の周知に注力していく。 3 今後の方向性について 山寺景観重点地区では、地域における今後取り組むべき重点課題として修景事業を挙げる声が多い。 修景事業に関しては、これまでの取組みにより一定の成果が出始めており、特に山寺駅～宝珠橋～登山口のような主となる導線の沿線では順調に改善が進んでいるものの、全体的にはまだまだ十分とは言えず、これからの取組みがより重要になってくる。同時に進めている道路整備事業とあわせて、連続性・統一感のある、地域住民が目指す景観まちづくりの実現に努めている。								
2. 実施計画と比較した現況(令和8年3月末まで)							4. 地域の多様な主体の参画による効果検証の結果及び改善方策への反映								
計画期間の初年度である令和7年度は、景観形成基準に適合させるための建築物・工作物の新設・改修3件を実施する予定であった。当該年度事業については、年度途中での採択であったため限られた時間での対応となったものの、予定の3件全て年度中に交付決定までを行うことができた。 なお、これら3件の事業はそれぞれ順調に進捗しており、令和8年8月末日までに3件全て完了となる見込みである。 また、道路整備事業については、令和7年度3月末に無電柱化工事の契約を行い、令和8年度9月末までに市道千手院線(L=58m)が完了する予定である。							補助事業を通して修景の手法・要領が地域住民に徐々に浸透し、検討会委員の意識の高まりや社会的位置づけが安定し始めており、ボトムアップを主体とした修景が進みつつある。 屋根や壁面の色彩調和を図る修景補助がきっかけとなり、景観コントロールの考えが地域住民に受け入れられたことは、地域にとって重要な一歩となったと言える。また、アドバイザーを交えて修景事業の一件審査を実施していることは、地域の中心メンバーの景観意識の高揚につながり、景観まちづくりの初動期にある山寺地区にとって、より効果的な事業であると言える。 一方で、第三者から見た街の印象の変化という視点からは、街全体の景観が向上し魅力が高まったと無条件に意識できる段階までは至っていない。要因としては、連続感を高めるような修景や、インテリア・サービスとの一体的な改善に至る修景の例がないこと、重要な場所の景観を阻害している看板・駐車場サインの整序に手がつけられていないことが考えられるため、今後の課題として取り組んでいく。								
5. 次年度以降に向けた実施計画の見直し内容															
当該事業を通して、壁面の看板が撤去され、屋根や壁面の色彩が制御されること自体が観光地としての景観の質向上に寄与しており、そうしたデザインコントロールの核となる地元検討会が組織として成長し、信頼を得つつあること、そのメンバーの意識の高まりが見られることは、観光地としての景観マネジメントに寄与しつつあると考えられる。 さらにその先に、その他の地域住民や関係事業者も含め景観意識の向上がなされ、高い目標を持ち、調和と創造性を兼ね備えた修景例などが数うように出てくることが観光地としての景観の質向上にとって重要となってくるため、景観まちづくりの考え方が地域住民にとっての普通の意識として定着し、外部からの参入者も容易にこの景観まちづくりに感じられる状態となるよう、修景事業を通して景観まちづくりに係る制度の周知に努めていく。 道路整備事業における無電柱化については、早期に良好な景観形成と防災機能の向上が図れるよう工区毎に電柱撤去を進めていくことができないか、電線類管理者と協議を進めていく。															
4. 本事業における重要業績評価指標(KPI)の目標値と実績値															
指標①		観光消費額					指標③		修景補助件数						
		開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)	5年目 (増加分)			開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)	5年目 (増加分)
目標値(億円/年)			7	7	7	7	7	目標値(件/年)			3	5	5	5	5
実績値(億円/年)		312	27					実績値(件/年)		31	3				
指標②		観光入込客数					指標④		各種誘客イベントの開催数						
		開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)	5年目 (増加分)			開始前	1年目 (増加分)	2年目 (増加分)	3年目 (増加分)	4年目 (増加分)	5年目 (増加分)
目標値(人/年)			41,800	41,700	41,800	45,100	45,700	目標値(回/年)			0	2	3	5	10
実績値(人/年)		3,397,700	(348,600)					実績値(回/年)		0	0				