

担当課 商工観光課

県内12市町村と広域連携

単位:円

A	No.	交付金事業の名称	総事業費	うち国費	うち市費			
	3	中越文化・観光産業支援機構による歴史資源・行政視察を活用した広域観光	1,710,000	855,000	855,000			
		単独事業と広域事業の別	しごと創生	事業タイプ	先駆			
B	事業概要(目的)							
<p>地方創生加速化交付金を活用し、中越地域の近隣の12市町村が連携し、移動、食事、宿泊までを総合的にプロデュースする「中越文化・観光産業支援機構(以下、「機構」という。)」を立ち上げたところである。</p> <p>この機構と近隣の自治体、観光業界、金融機関、大学、関係団体等の協力によって、季節観光から通年観光、日帰り・単発イベント観光から滞在型観光に転換することで、観光を一大産業として成長させ、観光による外需から新たな産業の振興及び雇用の確保につなげ、人口減少に歯止めをかける。</p> <p>地域の豊富な文化資源の価値を、訪れる人それぞれの目的、テーマに応じて的確に伝えるコンテンツを整備するものである。</p> <p>また、新たな観光商品としての芽が出つつある行政視察にも取り組み、地方公共団体・議会・中央省庁、さらには全国の金融機関、大学等をターゲットに、地方創生の全国モデルとなりうる事業の紹介や事業推進のほか、機構と連携し事業のPRと行政視察の案内を全国に向けて実施し、来訪者の増加を図るものである。そして、将来的には総合的なマネジメント及びプロデュースを機構が行う。</p>								
C	本事業における重要業績評価指標 (KPI)		目標値					
		事業開始前 (基準年:H26)	平成28年度 (1年目)	平成29年度 (2年目)	平成30年度 (3年目)	平成31年度 (4年目)	平成32年度 (5年目)	KPI増加分の累計
	連携市町村への観光客入込客数 H26年度比15%増26,413千人(H26年度) → 30,851千人(H32年度)	26,412,549	1,320,624	528,248	528,251	697,447	1,363,503	4,438,073
	連携市町村内の観光消費額RESASとの連携等による「観光地域経済の見える化調査を活用し、観光消費額の上昇を目指す(12市町村従前値なし)	—	—	—	—	—	—	—
D	本事業における重要業績評価指標 (KPI)		実績値					
	連携市町村への観光客入込客数 H26年度比15%増26,413千人(H26年度) → 30,851千人(H32年度)	26,412,549	585,898	-854,910	(未集計) ※R1年7月の県公表値を元に長岡市が取りまとめのうえに報告します			
E	交付金充当経費の内容 (補助率1/2)						金額(単位:円)	
特徴ある施策を活用した行政視察・観光PR事業								
<p>【事業の概要】</p> <p>①南魚沼市・魚沼市内の民宿マップ「雪国御宿名鑑」を作成し、民宿のほか主な観光拠点施設に設置した。(2万部作成し、両市、十日町、高速道路、ネスパス等に設置)</p> <p>民宿の紹介にあわせ両市内の雪や里山、独特な食生活などに特化した宿をクローズアップして掲載することで、当地域での滞在型観光(宿泊)の魅力向上をはかった。</p> <p>②国内大手旅行会社を招き、モニターツアーと商談会を実施するとともに、関西でのラジオ放送で当地域の観光PRを行った。</p>							1,710,000	
F	実施計画に記載された自立化の見込み ※右欄から選択	②	①あり(自主財源による自立) ②あり(地方公共団体の一般財源による負担) ③なし					
G	自立化の進捗状況(当初見込みどおりに進捗しているか) ※右欄から選択	③	①見込みを上回って自主財源等確保 ②見込みどおり自主財源等確保 ③見込みを下回って自主財源等確保 ④自主財源等確保の目途は立っていない					
H	取組の自立化に向けて課題として感じていること (「収入・財源確保」「ビジネスモデル」「事業推進体制」「技術・ノウハウを有する人材」などを観点に具体的に)	当地域の観光資源やツアーを旅行会社窓口やオンライン販売を通じていかに継続して掲載し、販売できるかが観光収入増加へのカギとなるが、大手旅行会社との提携には多額の財源を必要とすることから、その確保が課題である。						
I	平成30年度の事業を進める中での課題・苦労について ※右欄から選択	①	①苦労があった ②課題・苦労はほとんどなかった ③課題・苦労はまったくなかった					
J	特に苦労したこと ※右欄から3つまで選択	⑧ ⑨	①事業推進体制 ②事業経営や技術ノウハウを有する人材の確保・育成 ③ビジネスモデル・資金繰りの検討 ④事業実施場所(施設・設備)の検討 ⑤規制・許認可への対応 ⑥庁内・組織内(幹部、原課、財政課等)との調整・合意形成 ⑦庁外・組織外(地域内・地域外の事業者、住民)との調整・合意形成 ⑧連携先の地方公共団体との調整・合意形成 ⑨その他(例:予期せぬ外部環境変化が起こった等)					
	上記で「⑨その他」を選んだ場合、具体的な内容	「雪国」特有の歴史、文化、風土の素晴らしさを表現した観光コンテンツを少ない費用でどう効果的に発信するか、旅行商品販売会社との間で価格やスケジュールなどの調整を行うのが大変であった。						
K	上記の課題・苦労に対応して、取組を進めながら修正・改善を行った場合、その内容を具体的に記入 (事業実施計画の申請時点の想定との相違点に対し、平成30年度中に修正・改善により取組を前進させた点)	情報量が多いとオンライン販売やWEBサイトでの宣伝費用も多くなることから、今回は雪・食などの地域資源と、それを体感できる民宿に情報を限定した。						
L	平成30年度の事業実施・成果を踏まえて、令和元年度以降における取組の修正・改善の予定について記入 (事業実施計画の申請時点での対比で、平成30年度事業成果を踏まえたPDCAによる事業改善の観点から、取組を修正・改善させる点)	今回作成した民宿マップの情報を多言語化し、インバウンド観光誘客にも利用していきたい。						
M	■交付金事業の地方創生への効果 事業効果 ※下記から選択		③	KPIに対する実績値(目標に対する達成度合い)を踏まえて、地方創生に対する事業効果を4段階で評価する				
①地方創生に非常に効果的であった(すべてのKPIが目標値を達成するなど大いに成果が得られた) ②地方創生に相当程度効果があった(一部のKPIが目標値に達しなかったものの、おおむね成果が得られたとみなせる) ③地方創生に効果があった(KPIの達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる) ④地方創生に効果がなかった(KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難い)								
N	今後の事業展開方針 ※下記から選択	③						
①事業の継続(計画どおりに事業を継続する) ②事業の発展(事業が効果的であったことから取組の追加等さらに発展させる) ③事業の改善(事業の効果が不十分であったことから見直し(改善)を行う(または、行った)) ④事業の中止(継続的な事業実施を予定していたが中止する(または、した)) ⑤事業の終了(当初の予定通り事業を終了する(または、した))								
O	今後の方針(上記)の理由や特記事項	広域で連携して観光振興に取り組める強みを活かし、引き続き他自治体や観光事業者との共同事業を進めるとともに、新たな観光コンテンツの掘り起こしを行い、経費負担の軽減と多様化する観光ニーズへの対応を進めていきたい。						
P	「M 事業効果」、「N 今後の事業展開方針」に対する外部有識者からの意見		1/2					

【2】地方創生交付金事業のまち・ひと・しごと創生総合戦略における位置づけと事業評価シート

【政策分野2】 地域資源を活用し、新しいひとの流れをつくる

【基本的施策】 2-3 地域資源を活かした質の高い観光交流の推進

■地域資源の「南魚沼ブランド」化による観光交流を推進する

まち・ひと・しごと総合戦略における位置づけ

指標No.	重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (基準年)	H31目標値	実績値				
				平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
2-3①	観光入込客数	401万人 (H26)	420万人	3,784,548人	3,762,470人	3,810,670人	3,904,684人	
2-3②	食によるまちおこしイベントの域外からのエントリー数	3,371人 (H26)	10,000人	5,707人	5,987人	6,058人	5,958人	
KPI実績についての評価 ※交付金事業の実施状況を踏まえて、KPIの目標達成に有効であったか右欄から選択		③	①非常に有効であった(すべてのKPIが目標値を達成するなど大いに成果が得られた) ②相当程度有効であった(一部のKPIが目標値に達しなかったものの、おおむね成果が得られたとみなせる) ③有効であった(KPIの達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる) ④有効ではなかった(KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難い)					
実績値を踏まえた今後の方針、見通し ※右欄から選択		③	①事業の継続 ②事業の発展(取組の追加、拡充など) ③事業内容の見直し、改善 ④事業の終了					
今後の方針(上記)の理由や特記事項		令和元年度に実施される新潟・庄内DCキャンペーンでは、テーマが「日本海美食旅(ローカルガストロノミー)」であることから、当市の強みである「食」のPRをDCキャンペーンに絡めて進めることにより、食によるまちおこしイベントへの参加者と観光客の増加を図る。						

■【1】及び【2】の評価結果を踏まえた本事業の効果の検証

総合戦略のKPI達成に対する交付金事業の有効性 ※下記から選択	③	←本部会議での評価結果
①非常に有効であった(すべてのKPIが目標値を達成するなど大いに成果が得られた) ②相当程度有効であった(一部のKPIが目標値に達しなかったものの、おおむね成果が得られたとみなせる) ③有効であった(KPIの達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる) ④有効ではなかった(KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難い)		
外部有識者からの意見		