

担当課 商工観光課

単位:円

No.	交付金事業の名称	総事業費	うち国費 (交付実績額)	うち市費			
2	雪の聖地「南魚沼」へこらっしやい！南魚沼ブランドで進める産業振興プロジェクト	26,920,000	13,460,000	13,460,000			
単独事業と広域事業の別		単独	事業実施計画(申請)段階テーマ	しごと創生			
事業概要(目的)		事業タイプ					
<p>平成29年11月28日に本市が参加している雪国観光圏が日本版DMOの認定を受けたことから、この活動と連携した中で、本市として2020年の東京オリパラに向け、停滞している市の主要産業である観光を復活させ、本市への観光客入れ込み数の年80,000人ずつの増加を目指すため、雪国の魅力と食をテーマとしたインバウンド観光を推進する。併せて地域の観光業関係者の意識改革を進め、雪国ならではのもてなす意識の醸成と受け入れ体制を整備する。また、市内の民間事業者と連携し、この世界有数の豪雪地帯である当地域の特色ある伝統野菜や保存食・食文化などを「南魚沼ブランド」として確立し、商品開発やキャンペーンの開催、情報発信することで、本市のブランドイメージを向上させるとともに地域経済の活性化を進める。</p>		横展開					
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30年度増加分 (1年目)	平成31年度増加分 (2年目)	平成32年度増加分 (3年目)	平成33年度増加分 (4年目)	平成34年度増加分 (5年目)	KPI増加分 の累計
本市に訪れる観光交流人口(人)	3,762,470	80,000	160,000	240,000			480,000
食によるまちおこしキャンペーン参加者数(人)	54,535	2,000	4,000	6,000			12,000
市内でのインバウンド宿泊者数(宿)	3,585	2,000	4,000	6,000			12,000
食をテーマにしたスポーツイベントの経済効果額(千円)	138,600	34,600	34,600	34,600			103,800
本事業における重要業績評価指標 (KPI)		実 績 値					
本市に訪れる観光交流人口(人)		142,214					
食によるまちおこしキャンペーン参加者数(人)		11,262					
市内でのインバウンド宿泊者数(宿)		6,017					
食をテーマにしたスポーツイベントの経済効果額(千円)		13,811					
E 交付金充当経費の内容 (補助率1/2)							金額(単位:円)
E-1	1 雪国へのインバウンドニーズ調査及び市内のインバウンド受入体制整備事業						
	<p>【事業の概要】</p> <p>①市内の旅館・民宿などの宿泊施設に対し、外国人観光客受け入れのための体制作りの支援を行った。 市内宿泊施設向けにクレジットや電子決済の導入、及び市観光協会で進めるインバウンド向けWEB宿泊予約システムへの登録についての説明会を開催した。</p> <p>②インバウンド向けWEBサイト「visit minamiuonuma」の整備を行った。 南魚沼の観光情報や風土や文化・食の魅力外国人目線で発信するため、外国語専用WEBサイトを開設した。(今後は、国際交流員(R元7月任用)を中心にSNSと併せて情報発信を行っていく。)</p> <p>③飲食店向けの外国人受入体制整備のため、メニューの英語化とwi-fi環境の普及促進を行った。(メニュー英語化30店舗)</p> <p>④六日町街歩きマップなどの英語化を行った。(今後、「visit minamiuonuma」等で発信を進める。)</p>						5,400,000
E-2	2 インバウンド受入商品の開発とPR推進事業						
	<p>【事業の概要】</p> <p>①海外のツアー会社が求める旅行ニーズを調べ、市内で遂行できるインバウンド向け旅行企画を市内旅行業者と共同で作成し、訪日観光業者に提案を行った。 7泊程度の中長期滞在型旅行商品(登山編、歴史・文化編、ウインタースポーツ編)を作り、欧米豪の旅行社に提案した。(催行については調整中)</p> <p>②外国人インフルエンサーを招聘し、市内でスキーやスノーボードを体験してもらうとともに、インスタグラム等での宣伝を行った。</p> <p>③インバウンド観光セミナーの開催(11月27日に市図書館で開催、60人参加)</p>						1,620,000
E-3	3 インバウンド向けSNSによる観光情報発信ツール作成事業						
	<p>【事業の概要】</p> <p>①南魚沼地域連携インバウンド推進協議会で、商談会などで使用する湯沢・南魚沼のインバウンド向けプロモーションムービーを作成した。 新潟県(地域振興局)、南魚沼市、湯沢町、南魚沼市観光協会、湯沢町観光協会で組織する南魚沼地域連携インバウンド推進協議会が作成、国内外で開催される観光博等の商談会で使用する。</p> <p>②大地の芸術祭にあわせweb版「本気丼」を作成し、アクセスユーザーの国や性別、年齢などの情報分析を行った。(来訪者数85,527人)</p>						1,000,000
E-4	4 「南魚沼ブランド」の発掘と整備及び情報作成事業						
	<p>【事業の概要】</p> <p>①本市の食文化・風土・歴史など固有の観光資源を「南魚沼ブランド」として、雪国観光舎を通じPRするとともに海外旅行サイトへの掲載、情報拡散を行った。 海外に訴求力を持ちそうな本市の観光資源を元に海外からの着地型商品を作り、欧米豪及び東南アジアの旅行サイトにプロモーションするとともに、商品登録や情報発信を行った。(WEBへの掲載や会員FB68万人への情報発信)</p> <p>②外国旅行会社を招聘し、市内でモニターツアーと商談会を開催するとともに、JNTO(日本政府観光局)への賛助会員登録準備を進めた。(JNTOは次年度登録予定)</p> <p>③市内の地域産品「南魚沼ブランド」の発掘や創生と事業者の販路拡大についてのレベルアップのため、「売り場」を取りに行くための企画講座を実施。(全5回で延べ78人参加) 商品開発をブランド化するためのコンセプトワークから、開発後東京での内見会、その後実施結果のフィードバックまで実施、次年度も継続予定</p>						4,320,000
E-5	5 ムスリムインバウンド推進事業						
	<p>【事業の概要】</p> <p>①ムスリム観光客を市内に受け入れられる体制整備に向け、ニーズ調査や先進地視察、国際大学を絡めた市内でのネットワーク作り、ハラールメニューの開発や指差し会話帳の作成を行った。 先進地視察は埼玉県川越市(10人参加)、指差し会話帳200部作成、ネットワーク作りセミナー(2回実施で延べ38人参加)</p>						1,080,000
E-6	6 雪国観光圏と連携した既存ツールのブラッシュアップ及び宣伝事業						
	<p>【事業の概要】</p> <p>①南魚沼市観光協会に委託し毎年進めている観光PR事業を、新たな観光ニーズに応じていくためにブラッシュアップしながら進めた。 雪国観光圏や有識者などからアドバイスをもらい、雪やスキー、温泉などの既存の観光資源をブラッシュアップしたイベント開催や宿泊手配などを行い、観光PR事業を進めた。また、新たなツアーや体験メニューの開発を行った。(次年度も継続)</p>						13,500,000

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	②	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)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地として生き残るため、地域ブランドの確立にあわせインバウンド誘客を進めているが、外国人観光客の受入れに対する抵抗感や戸惑い、また収支を不安視する宿泊事業者が多く、観光関係団体等への説明や理解を得ることに時間を費やしている。</li> <li>・外国人観光客受入れに必要と考えられるWi-Fi・キャッシュレス決済などの設備導入に係る事業者の負担が想定以上に高いことから、事業への取組や導入が思うように進まない状況が生じている。</li> <li>・広域連携による観光振興を進めようと周辺自治体や観光協会と協議を進めているが、地域の事情や過去の経過がそれぞれ違うことから、具体的な内容になると結論が出にくい状況が生じている。</li> </ul>
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課題・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	①	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)
		②	
	上記で「⑨その他」を選んだ場合、具体的な内容		-
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)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・当初は市内全域でインバウンド受入体制整備に取り組む予定だったが、インバウンドに対する意識に大きなばらつきがあったことから意識の比較的高い地域や業者から優先的に進め、成功例を示したのちに展開する方向へ転換した。</li> <li>・事業連携を進めるにあたって、観光事業者のみでなく、商工業や飲食業など他の業種の民間事業者も巻き込むよう取り組んだ。</li> <li>・広域連携で観光に取り組むうえで課題となる二次交通について、実証実験の実施年次を早めるため優先的に準備を進めた。</li> </ul>
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)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内観光事業者の本事業への理解と参加がより多く得られるよう、積極的に取り組む事業者への優先的支援を継続して行い、成功事例を示しながらの説明を進める。</li> <li>・昨年からの事業連携しているOTA(オンライントラベルエージェント)との連携を継続して進め、初めて当地を訪れる観光客の増加を図る。</li> <li>・受入体制整備のため新たな情報発信ツールの制作を進めるとともに、既存ツールのブラッシュアップ、プロモーション活動も実施し、観光情報の充実による販路開拓を進める。</li> </ul>
<b>■交付金事業の地方創生への効果</b>			
M	事業効果 ※下記から選択	②	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	①	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		今後も多様な観光ニーズへの対応、販路開拓、観光地域経営に必要な人材育成を軸に据え、観光地域経営の基盤強化を進めるべく、市内の観光業のみならず異業種との連携を進めながら、体制整備や情報発信、ブランド造成に取り組んでいく。
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		<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民や市内業者に不利益とならないように、業者との間に立つのが市の役割になるだろう</li> <li>・南魚沼ブランドの磨き上げに力を入れるべき</li> <li>・本気井の成果は相当出ている。南魚沼ブランドやコシヒカリに対するブランド効果の影響が大きい</li> <li>・観光入込数は一緒でも、ツアーの質や客単価という点で違いが出てきているはず。精査することで評価につながる</li> <li>・KPIのうち「食をテーマにしたスポーツイベントの経済効果額」のみ目標未達。見直しが必要ではないか</li> </ul>



【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

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		②	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、見直し ※右欄から選択		③ ②	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		実績値が鈍化していることから、イベントを主催する団体や観光業関係者と協議し集客力向上に繋がるよう、事業内容の工夫や見直しを行う。						

■【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	②	←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	②	<ul style="list-style-type: none"> <li>・KPIの目標値に対して数字が上がるだけがよいものではない。事業が安定的かつ事業者や市民にとって安心して取り組める持続性があることが大事</li> <li>・今後の方針については、内部評価が厳しい。安定的は集客はできている</li> <li>・順調に進んでいる。質の部分を見直してブランディングについて市民との合意形成が必要</li> <li>・国の流れに右往左往せず、腰を据えて確実にブランド力を高め、インバウンドが意味のある形で広がっていくことを期待</li> </ul>