

地方創生推進交付金事業の内容

担当課	主:商工観光課 副:U&Iときめき課	商工観光課	28,960,000		
		U&Iときめき課	8,002,418		
		合計	36,962,418	単位:円	
A	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	36,962,418	18,480,000	18,482,418
		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
				事業タイプ	横展開
B	事業概要(目的)				
	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。				
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:H28)	平成30年度増加分 (1年目)	令和元年度増加分 (2年目)	令和2年度増加分 (3年目)
	直近年度末時点の実数				(KPI増加分の累計)
	当市に訪れる観光交流人口(人)	3,762,470	80,000	160,000	241,000
	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	7,000
	市内でのインバウンド宿泊者数(宿)	3,585	2,000	4,000	8,000
	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
D	本事業における重要業績評価指標 (KPI)		実 績 値		
	当市に訪れる観光交流人口(人)		142,214	-503,040	
	食によるまちおこしキャンペーン参加者数(人)		11,262	1,720	
	市内でのインバウンド宿泊者数(宿)		6,017	836	
	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	-1,146	
E	交付金充当事業の内容及び事業実績額 (補助率1/2) (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				
	【事業の概要】 ①インバウンド受入体制整備に向けて2次交通実証実験のため、民間企業等と連携して域内周遊バスの運行を行った。 新幹線駅(浦佐駅、越後湯沢駅)を主な起点として周遊バス(おもてなしライナー)を試験運行。春・夏・秋・冬で計34日運行し、延べ1,782人が利用し、魚沼の里、六日町市外、牧之通り等の主要施設を訪れた。 ②昨年事業で作成したプロモーション動画「visit minamiuoma」の改善を行い、動画再生時の魅力向上をはかった。 プロモーション動画「visit minamiuoma」4作を、再生時、常時画面の右上に市名ロゴ、マークが表示されるように改良し、本市のPRだとわかりやすくし発信力の向上をはかった。 ③観光地域づくり法人(地域DMO)設立のための事前準備を行った。 すでに地域連携DMO「雪国観光圏」に加盟しているものの、本市の観光が将来持続するためにも、また観光庁の観光地支援事業対象となるためにも単独での観光地域づくり法人(地域DMO)の設立が必須であることから、他地域DMOの基礎資料の収集、組織の検討、申請業務準備などを進めた。				5,400,000
E-2	2 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				
	【事業の概要】 ①南魚沼地域インバウンド推進協議会で、観光デジタル音声ガイドを制作した。 新潟県(地域振興局)、南魚沼市、湯沢町、南魚沼市観光協会、湯沢町観光協会で開催する南魚沼地域連携インバウンド推進協議会で、当地域の観光資源を動画・音声・多言語・位置情報で紹介できるデジタル観光音声ガイド「VOIDER」(ヴォイダー)を作成し、国内外に向けて情報発信、紹介を行った。 ②市内宿泊施設の外国人受入体制整備のため、キャッシュレス決済の導入促進を進めた。2回講習会を開催(延べ51名参加)し、計34宿泊施設がキャッシュレス決済(PAY導入25、クレジット導入9)を導入した。 ③秋に行われた国民文化祭にあわせ、本市の観光資源・魅力を訴求するためのモニターツアーを実施した。(2回開催で31名が参加) ④インバウンド観光客が特に冬に多く湯沢を中心に訪れることから、隣接する塩沢地域の飲食店マップの英語化を行い、外国人夕食難民客の本市への誘導を進めた。(新型コロナのため成果に繋がらなかった。)				2,500,000
E-3	3 「南魚沼ブランド」の発掘と整備及び情報作成事業				
	【事業の概要】 ①2020東京オリンピック・パラリンピックを次年度に控えた中、当地域の酒や食を首都圏でPRするため、JTBアンテナレストランにおいて「南魚沼フェア」を開催し、オリパラ本番に向け本市の食資源をPRした。 「るるぶキッチン赤坂」において、本市の食材を活かした新メニューを開発し、地酒とともに1か月間(1/6~2/2)提供し南魚沼ブランドの首都圏での認知度向上と販路拡大を図るとともに、併せて観光資源やふるさと納税のPRを行い、関係人口の増加を進めた。(延べ884人来店)				4,320,000
E-4	4 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				
	【事業の概要】 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)				13,500,000
E-5	5 雪国観光圏と連携したインバウンド向けコンシェルジュの育成・案内実施事業				
	【事業の概要】 ①市内を訪れる外国人観光客の当市観光中のトラブル、困りごとに対応するため、外国語によるコールセンター機能の整備を進めた。 雪国観光舎、グローバルITパーク内企業、浦佐観光案内所で連携し、常時、外国人観光客の英語での問い合わせに対応できる体制整備を進めたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、実稼働に至らなかった。 ②今後市内にさらに多くの外国人スキー客(H30シーズンで3.2万人)を呼び込むため、湯沢町や塩沢地域のスキーシーズン外国人観光客のモバイルデータによる来訪者数や国籍、客層等の分析を行った。しかし、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、必要サンプル数を確保できなかった。				3,240,000
E-6	6 雪の魅力発信・雪利活用資源PR事業				
	【事業の概要】 首都圏在住者を対象としたイベント等で「雪の魅力」をPR ①6/2に津田塾大学(@渋谷)学園祭において、雪の滑り台(300人)、雪のクーラー(200人)、雪室食品の試食(750人)などを実施。 ②7/24-28にFIVBビーチバレーボールワールドツアー(@品川区潮風公園)において、雪による熱中症対策「スノーバック」を計6,000個配布(東京五輪の暑さ対策イベントであり、NHK、TBS、日テレ、フジテレビ等の各メディアで報道された。) ③8/5、9/9にJR東日本が企画する「四季島」の乗客を市内のJR六日町駅において迎え入れ、雪だるまや雪のクーラーによる魅力のPR ④8/25さいたまスーパーアリーナ周辺において、雪の滑り台(500人)、南魚沼市の新たな特産品のテスト販売を実施。				8,002,418

■実施事業及びKPI実績についての評価

F	事業実績についての評価 ※右欄から選択	②	①計画どおりに実施し、十分な成果が得られた ②おおむね計画どおりに実施したが、期待される成果には達しなかった ③計画どおりに実施できず、ほとんど成果が得られなかった
G	上記評価結果に対する特記事項 ※任意記載 (事業の成果や課題について特筆すべきことがあれば記載)		東京オリンピック・パラリンピックを見据えた中で、積極的にインバウンド受入のための各事業を進めたものの、異常少雪に続く新型コロナウイルス感染症拡大のため、期待される成果を得られない事業が多かった。
H	事業の修正・改善点 (令和元年度の事業実績や成果を踏まえて、PDCAによる事業改善の観点から、令和2年度の取組に反映させる修正・改善点)		インバウンド誘客の成果が上がるかについて当面の間は不透明であるため、長期的にはインバウンドの回復に備えた取り組みを行いながら、それと並行してまずは国が進める新型コロナウイルス感染症対策の観光政策に併せ、市でも国内観光の誘客キャンペーン等に取り組み、市内への観光客数の回復を進める。
I	KPIの目標達成状況 ※右欄から選択	④	①すべてのKPIで達成 ②一部のKPIで未達成 ③すべてのKPIで未達成 ④すべてのKPIで未達成かつ事業開始前より悪化した指標がある
J	目標未達成だった場合は、その理由 ※上記で①以外を選択した場合に記載		夏の猛暑、冬の異常少雪、また新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、各イベントへの参加者数や観光入込み者数が落ち込んでしまった。

■交付金事業の地方創生への効果

K	事業効果 ※下記から選択	③	
			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)
L	交付金事業実施の総括 (3年間の事業実績や効果(最終年度は見込み)を踏まえて、今後の取組にどのようにつなげていくかなどを記載)		本再生計画による交付金事業を2か年(3か年計画)実施し、インバウンド受入のための体制整備や地域ブランドの発信はある程度進んだものの、様々な要因によりその効果を持続させることが出来ていない。しかしながら、地域観光業が持続するためには、現在の状況をいかに乗り越えるかが大きな課題であるため、まずは観光消費冷え込みからの回復につなげる事業を優先して進める。
M	「K 事業効果」、「L 交付金事業実施の総括」に対する外部有識者からの意見		<ul style="list-style-type: none"> この地域にとって食を前面に出すことはすごく良いこと。自信を持って進めてほしい。 本気井というエース企画を全国的に有名にしようとするに対して、交付金を有効に使うべき。 インバウンドにこだわることなく、国内誘客を大事にするべき。 食を通じたイベントが盛り上がり注目されることで観光客も増える。市民も楽しんで、市外の人も呼び込めるようなイベントがたくさんあるとよい。 限りある予算の中で、一つ目玉を決めて力を集約する必要がある。特に小さい地域だからこそ、尖っていくことが大事。

【2】地方創生推進交付金事業のまち・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	まち・ひと・しごと総合戦略における位置づけ							
【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)	R1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	令和元年度
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	3,259,430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	6,620人
	KPIの目標達成状況 ※右欄から選択	④	①すべてのKPIで達成 ②一部のKPIで未達成 ③すべてのKPIで未達成 ④すべてのKPIで未達成かつ事業開始前より悪化した指標がある					
	目標未達成だった場合は、その理由 ※上記で①以外を選択した場合に記載		夏の猛暑、冬の異常少雪、また新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、各イベントへの参加者数や観光入込み者数が落ち込んでしまった。					
	KPI実績と交付金事業の関連性 (交付金事業の実施によりKPIの目標達成にどのような効果や影響があったか、事業実施前後で改善・前進した取組などを記載)		交付金事業の実施により、秋(10月)までは外国人宿泊者数も対前年比62%増(R元:2,304泊、H30:1,421泊)と好調であったが、最終的には54%減(R元:4,421泊、H30:9,602泊)となった。交付金を活用した各種事業の実施によりKPI実績の増につながってはいるが、その効果以上に上記要因による影響が甚大だった。					

■【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
		<p>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)</p> <p>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)</p> <p>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)</p> <p>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)</p>
外部有識者からの意見 (上記「本部会議での評価結果」についての妥当性)	③	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスがなければ、数値的にも良い結果が表れたのではないかと。これまでにない宣伝の仕方などもあり、このまま頑張っていたらいい。 取組や方向性としては、内容的にも前進できたという点で評価できる。 事業費を増額し意気込みもあったが、異常少雪と新型コロナウイルスの影響で数字が伸びなかったことは残念だった。 目標は達成できなかったが、100年に1度というような事態にもかかわらず、このような数値を出せたことは評価できる。 市民の団結やまちを売り出すことへの繋がりが深まり、共鳴した人々も増えたということで、事業としては非常に高く評価できる。 異常少雪等の外的要因がなければ目標達成できたという説明もできるのでは。一生懸命やった事業に対して、より評価をしやすくするには数字の見せ方の工夫も大事。