

令和2年度地方創生推進交付金事業に関する資料

事業名	地域の可能性を拓く実践型人材育成(おとな・学生インターンシップ)が支えるローカルサービス生産性向上事業	
総合戦略記載箇所	基本目標4 地域で連携し、安心で魅力的なまちをつくる 3 地域資源循環の仕組みづくり	
交付金対象事業期間	平成29～令和3年度(5年間)、以降は自立自走	
総事業費(予定)	38,850,000円	
令和2年度事業費(実績)	5,069,192円	
【KPI】		
指標名	目標値	実績値
地域通貨流通数	2,700,000スター(令和2年度)	553,537スター(令和2年度)
インターンシップ受入人数	40人(令和2年度)	43人(令和2年度)
インターンシップ受入店舗・事業者等拠点数	100箇所(令和2年度)	97箇所(令和2年度)
店舗による地域通貨発行量	244,476スター(令和2年度)	163,554スター(令和2年度)
【事業効果】		
・地方創生に効果があった		
【事業概要】		
<p>ICT拠点である地域通貨の流通店舗や事業所の協力のもと、事業推進の担い手として、将来のまちづくり人材の育成、移住定住のきっかけづくりにもつなげるために、インターンシップ事業(企業研修を含む)を行う。インターンシップの業務内容としては、消費喚起にも市民活動支援財源にも活用できる本市の特長的地域通貨を活用し(1)地域通貨「すきくるスター」の拠点への取材とPR(2)地域通貨活用事業の開発(3)ファンディング実践などを想定。地域通貨流通拠点及びICTツールの整備も行う。法人化については自立運営を進めるための事業PR及び、企業版ふるさと納税の推進、ローカルサポーターの発掘を行う。事業推進に際し、組織プロデューサーを活用する。</p>		
【事業成果】		
<p>①インターンシップ受け入れ促進(4,673千円) 円卓会議がコーディネーターとなり、東京圏や地方在住の大学生を銚子市内の事業所が受け入れ、各事業所が作成したプロジェクトを大学生が一緒になって実践するインターンシップ(就業体験)を実施した。今年度は新型コロナウイルス感染症対策のため、オンラインを中心とした事業を行った。</p> <p>②中間支援体制の調査・検討(149千円) 円卓会議の開催及び円卓会議の法人化を視野に入れた組織体制や事業運営、資金調達の手法について調査・検討を行うための作業部会を開催した。</p> <p>③人材育成・多世代交流を進める市民参加型まちづくりワークショップの開催(248千円) NPO法人「6時の公共」が開発したボードゲーム型教材「ぼくらの基地がほしいんだ」を体験しながら、市民協働のまちづくりの推進、多様な地域資源がつながることによる新たな価値の創造、地域課題に当事者意識を持って解決にあたるまちづくり人材の発掘・育成を目指し、多世代が参加し共に学び、考える「まちづくりワークショップ」を開催した。</p>		

令和2年度地方創生推進交付金事業に関する資料

事業名	銚子人気質「てんでんしのぎ」を繋いだ新しい銚子観光まちづくり事業	
総合戦略記載箇所	基本目標2 新しいつながりを築き、ひとの流れをつくる 1 魅力ある観光地づくり	
交付金対象事業期間	平成29～令和2年度(4年間)、以降は自立自走	
総事業費(予定)	122,970,000円	
令和2年度事業費(実績)	19,088,846円	
【KPI】		
指標名	目標値	実績値
市内宿泊客数	延236千人(令和2年)	延138千人(令和2年)
旅行商品開発数	17件(令和2年度末)	12件(令和2年度末)
銚子電鉄乗客数	延397千人(令和2年度)	延272千人(令和2年度)
【事業効果】		
・地方創生に効果があった		
【事業概要】		
<p>本市は古くから団体客や家族などを中心として沢山の人が訪れる観光地として栄えてきた。近年は震災の影響や他の観光地の大型リゾート施設などの誘客力に押され、観光入込数は伸び悩んでいる状況である。市内では大小合わせて毎年多くのイベントを開催しているが、大規模イベントがある月以外は観光入込客数も少ない状況であり、震災前の観光入込客数(平成22年約280万人、平成30年は約246万人)が、回復できていない状況である。風光明媚な景色と一年を通して温暖な気候と豊富な食資源など、魅力的な資源が沢山あるにも関わらず、観光客数は伸び悩んでいる状態である。既に備わっている素材、環境を上手く活用して本市の魅力を引き出す観光振興に力を入れることが必要である。</p> <p>市内の観光資源(風光明媚な景色、食資源、銚子電鉄、犬吠埼灯台、屏風ヶ浦、初日の出、イルカなど)にはそれぞれ魅力があり誘客力がある。個々でも競争力のあるものを組み合わせることにより強い稼ぐ力を更に発揮できる。</p> <p>テーマである「てんでんしのぎ」は銚子に古くからある方言である。漁をする際に一家で同じ船には乗らず仲間間の船に分散して乗ることでリスクを回避するという意味であり、個を大事にし仲間と協力し合うことで、本来の銚子人気質を甦らせ銚子を活性化させる。</p>		
【事業成果】		
①着地型観光商品の開発・企画(8,693千円)		
<p>・本市の観光資源を活かした魅力ある観光地を発信するために、観光名所や風光明媚な景色を見て感動するといったこれまでの物見遊山的な鑑賞的観光も依然として一つの観光形態であるが、このような従来型の観光だけで観光客を呼び込むのではなく、本物を求めて体験したいという要求が高まりつつある中で、このような本市への旅行需要を創出するにあたり、テーマ別モニターツアーを実施し、新たな魅力を体験できるコンテンツを含んだ着地型旅行商品の開発の一つとして、キャンプ場を整備することによる新たな滞在型旅行商品の開発に向けて可能性を探った。</p> <p>・本市の弱みとして挙げられる一つに2次交通の欠如が挙げられる。地域住民や観光客が訪れたい目的地にスムーズに行くことができ、利便性も高くストレスを感じない持続的な移動環境の実現を図るためにモビリティサービス推進事業(MaaS)の取り組みについて、2次交通の開発に関するワークショップを開催するなど、本市のMaaSの実現性について協議した。具体的には、本市に電車等で訪れる観光客が地球の丸く見える丘展望館など主要な観光施設を目的地とした場合、電車であれば東京から特急電車から銚子まで到着した後、銚子電鉄に乗り換え犬吠駅まで来ることができるが、その先の輸送手段がなく、徒歩又はタクシーを呼ぶことにより行くしかない状況である。一方、高速バスにおいても東京駅から犬吠埼ホテルまで来ることができるが、その先は先述と同様に徒歩又はタクシーで行くしかない状況にある。このように本市における2次交通の欠如が本市に観光客を呼び込むことにおける弱みとなっている。これらの課題解決の方策について協議した。</p>		

・観光と医療を結ぶ高度医療ツアーの開発においては、中国、韓国、ベトナム、インド等からの医療患者をターゲットに、都内等で治療を受けた後に、本市において療養してもらう、本市での滞在時間の長期間化を目的とした、モニターツアーを実施した。

・本市は、風光明媚な風景等が多く存在している反面、雨天時の観光案内に弱みがある。このように雨天時にも本市の魅力をPRできるように、VRを活用した観光資源の情報発信や魅力向上を図り、観光における活用イメージを具体化し、効果的な観光コンテンツプランを推進するために、また、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点からも複数人が同時に視聴できるよう機器の増設とコンテンツの修正を実施した。

・旅行プランの作成及び販売においては、成田山表参道に本店を構える老舗和菓子メーカー「なごみの米屋」の元店長の職歴を持つ方とアドバイザー業務委託を締結し、オンラインショップにおける効率的な小売り手法のアドバイスを受けたほか、本市の魅力を市内外に発信していくための今後の課題と対策についての提言を受けた。

② 銚子ブランドの活用(2,654千円)

・令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、飲食店を中心に営業時間の時短要請などの影響により収益が大幅に落ち込んでいる状況が続く一方、テイクアウトやデリバリー事業を始めるきっかけとなった。このような状況下において、地元水産加工業者、農産物業者などの各事業者が連携を図り、「食」のまち銚子を広く発信するために地元名産品を一元化し、銚子の食のプラットフォームを確立することにより新たな商品開発として地元名産品を活用した「銚子市オリジナルおせち」を開発し、ふるさと納税制度による返礼品として銚子ブランドの魅力を広く発信した。

・オンラインの充実においては、先のふるさと納税制度返礼品の拡充と並んで、今後のDMO事業における収益の柱として挙げられ、通年型のオンラインショップの充実を図るために観光協会ホームページの拡充を図った。

③ インバウンド事業(2,728千円)

・令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響により当初の計画から変更を余儀なくされ、当初計画していたモニターツアーの開催(120万円)、観光施設、宿泊施設のキャッシュレス化の推進(60万円)及び首都圏及び海外への観光プロモーション(80万円)については、事業の実施を見送ることとし、多言語ツール及びキャッシュレス化の販売促進を予算額を減額した上で実施した。

具体的には、昨年度配備したタブレット4台に外国語翻訳システムを導入し、今後のインバウンド事業が活性化され、本市に訪れた外国人観光客への対応をスムーズに行えるよう備えるものとなった。

④ プロモーション経費(3,216千円)

・昨年度に銚子市観光協会オフィシャルサイトのデザイン及びページ構成を一新し、情報を発信する側、受ける側ともに使いやすいサイトを構築した。令和2年度においては、新型コロナウイルスの感染拡大で、4月に国が緊急事態宣言を発出したことにより、地元飲食業を中心とした事業者の売り上げに甚大な影響をもたらした。その対策として市が実施した、「銚子市テイクアウト応援こども食事券(銚子市内の中学生以下の子どもがいる世帯を対象に、地元飲食店でテイクアウトやデリバリー等に利用できる食事券)」事業に協力した。観光協会ホームページの「銚子市内の飲食店応援サイト！」に店舗が掲載されていることを条件とするなどしたため当該ホームページの閲覧数は令和元年度の約68万件から令和2年度は約370万件に増大するなど、閲覧数増加に寄与することができた。

・5月1日に新企画として「#ちょうしごはん」プロジェクトを立ち上げた。これは市内でテイクアウト・デリバリーグルメの写真をInstagramに投稿してもらうことにより、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、甚大な影響を受けている市内の飲食店等を応援しようとするもので、毎月投稿された写真の中から10点選出し、選ばれた方に市内の土産品を送付するもので、今年度の応募総数は603点にもおよび、市内飲食店等の事業者への売上の向上に寄与したものである。

・観光名刺の作成は、年間を通じて要望が多かった観光名刺の台紙を作成することにより、今後の収益事業の一つとしての確立を目指すものであり、本市の豊富な観光資源を市内外にPRすることも含め、継続的に事業を展開していくものである。

⑤ 国内旅行客の誘致(896千円)

・本市の魅力である食、温泉、自然等の地域資源を活かした観光コンテンツを様々なツーリズム(スポーツ、マリンスポーツ、防災、漁業、農業等)として提案し多様なニーズを求めている国内旅行客(修学旅行、企業社員旅行、各種団体旅行等)の誘致を図るための資料作成や旅行商品の開発を目指すものであった。

・先述にもあるとおり今年後は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、インバウンド事業は言うまでもなく、国内旅行においても新しい生活様式が求められている中で、そのあり方が問われた年度であり、緊急事態宣言が長期化する中において積極的なPRを打ち出すことができず、ウィズコロナ、アフターコロナを見据えた事業内容となった。

⑤その他事務所費・備品購入費(902千円)
その他事務所経費

国提出様式記載例を参考とした

○事業効果欄

- ・地方創生に非常に効果的であった …… 例：全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合
- ・地方創生に相当程度効果があった …… 例：一部のKPIが目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合
- ・地方創生に効果があった …… 例：KPI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場合
- ・地方創生に効果がなかった …… 例：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ような場合