

## 令和3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、安心して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3年度事業費(実績)	3,663,409円	
【KPI】		
指標名	目標値	実績値
地域通貨流通数	3,000,000スター(令和3年度)	573,089スター(令和3年度)
インターンシップ受入人数	50人(令和3年度)	42人(令和3年度)
インターンシップ受入店舗・事業者等拠点数	105箇所(令和3年度)	89箇所(令和3年度)
店舗による地域通貨発行量	274,476スター(令和3年度)	9,541スター(令和3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)ファンドレイジ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(3,036千円) 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。昨年度に引き続き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(216千円) 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(412千円) 地元税務署長や地元大学の教授を講師に迎え、災害時の支援の在り方や「健やかなまちづくり」をテーマとして、令和4年2月、3月の2回実施した。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3年度地方創生推進交付金事業に関する資料

事業名	長期滞在・交流型ワーケーションの推進による地域活性化事業	
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	令和3年度(1年間)、以降は自立自走	
総事業費(予定)	4,500,000円	
令和3年度事業費(実績)	4,477,000円	
<b>【KPI】</b>		
指標名	目標値	実績値
事業の長期滞在型商品宿泊人数	100人(令和3年度)	200(令和3年度)
観光入込客数	2,638千人(令和3年)	1,949千人(令和3年)
関係人口	14,544人(令和3年度)	14,319人(令和3年度)
<b>【事業効果】</b>		
・地方創生に効果があった		
<b>【事業概要】</b>		
<p>新型コロナウイルスの影響でテレワークが飛躍的に拡大するなか、魅力的な観光地で楽しみながら働くワーケーションを普及させることで、観光分野の新たな誘客方法として活用するとともに、長期滞在者を増加させることで、地域全体の消費拡大を図る。さらに、ワーケーションをきっかけとして来訪する都市部の人材を副業・プロフェッショナル人材として活用することで、市内事業所の生産性向上に向けた新たな取組のための人材確保につなげる。</p>		
<b>【事業成果】</b>		
<p>①プロモーション事業(400千円)          犬吠埼温泉協議会、銚子電鉄など、宿泊事業者や交通事業者にワーケーションに関する理解を深めてもらい、連携を構築することで、ワーケーションの受け入れ態勢を構築した。そのうえで、醤油づくりや農家民泊・収穫体験などを行えるメニューを組み入れたモデルツアーを実施した。合計6回、延100名、200泊の参加があった。その際に、インターネットやSNSによる発信を行うことで、都市部の人材向けにプロモーションを行うことができた。</p> <p>②ビジネスマッチング事業(50千円)          ワケーション(モニターツアー)をきっかけとして来訪する都市部の人材と市内の事業者との交流イベントを開催し、ビジネスマッチング促進するとともに、今後の副業・プロフェッショナル人材の確保に向けたつながりづくりを行うことが出来た。</p>		

令和4年度地方創生推進交付金事業に関する資料

事業名	銚子に学び、集う！歴史文化とジオパーク！銚子半島まるっぽ博物館化事業	
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	令和4年度～令和6年度(3年間)、以降は自立自走	
総事業費(予定)	75,000,000円	
令和3年度事業費(実績)	22,348,451円	
【KPI】		
指標名	目標値	実績値
造成したプログラムを使用した市内宿泊者	30人(令和4年度)	37人(令和4年度)
造成したプログラムによる誘客数	100人(令和4年)	147人(令和4年)
パートナーシップ構築したプレイヤー数	5人	7人
拠点施設への来館者数	1,475人(令和4年度)	3,666人(令和4年度)
【事業効果】		
・地方創生に効果があった		
【事業概要】		
<p>銚子資産を活用した体験プログラムの造成、ストーリーに沿った市内周遊型のツアーコースの開発・販売により、旅行者の滞在時間の延長を図り、日帰り客から宿泊客へのシフト、宿泊日程の延長、又は再訪につなげていく。文化財の一括管理とそれを活かした展示施設を整備し、ツアーコースの拠点として活用するほか、事業終了後、継続的に商品開発や販売を行うための組織を立ち上げ、地域内外でのPRや事業展開を強化するための連携体制の構築・強化を図るとともに、自立自走による事業の推進に向けた人材育成を図る。</p>		
【事業成果】		
【銚子資産とは】		
<p>「銚子市歴史文化基本構想」(平成29年度策定)において、文化財の類型や指定・未指定に関わらず、本市の歴史文化・自然に関連する全ての地域資源を「銚子資産」とし、銚子資産を取り巻く周辺環境を含めて総合的に把握し、保護していくものとした。また、「銚子資産」は「銚子らしさ」を現す財産でもあり、これらを観光資源として活用することで、本市の歴史文化・自然の魅力を発信することにより「銚子ブランド」の向上にも貢献していくと位置づけている。</p>		
1. 戦略立案事業(3,500千円)		
①銚子資産を活かした教育旅行等戦略提案事業		
<p>「教育旅行」は、教育上の目的で実施される旅行で、学校行事として行われる修学旅行や宿泊学習等であるが、本事業でいう「教育旅行」とは、その対象を児童・生徒に限らず、老若男女、各世代に応じた「学び」の視点を備えた「旅行」という意味で用いている。</p> <p>現在、本市の歴史文化・自然を「学び」の素材としてジオパークや日本遺産の仕組みを活用し、様々な教育活動に取り組んでいる中で、各世代に対応した「学び」のプログラムも構築されている。令和4年度に入り、コロナ禍で減少していた各事業参加者がそれ以前の水準にほぼ戻り、今後も利用者増が見込めると想定している。しかし、現時点でツーリズムとして地域振興への波及効果が見られず、地域内での連携体制の構築や強化が図れていない。そのため、これまでの経験や実績を踏まえ、観光及び教育旅行に関する調査により集められた客観的データを基に現状分析した上で、10年先を見据えた戦略として策定し、施策を展開していく必要があった。</p> <p>観光を軸とした銚子における銚子資産活用の方向性の考察を行うために、対象として想定している年代の一般顧客ないし顧客予備軍の嗜好、銚子資産に関連する資源を中心とした訴求力などを「Web調査」によって定量的な把握を行い、「学び旅」のDESTINATIONとして銚子を位置づける上での課題や今後の取組みポイントを需要側である学校に対して実施する「教育現場ニーズ調査」や企画側である旅行関係者に対する「教育旅行関係者等からの聞き取り調査」による定性的な把握、プログラムとして訴求しうる体験アクティビティや関連資源の現状把握のための「現地調査」を実施した。</p>		

各種調査及びヒアリングの総括として、20～30歳代を中心に旅の中で、子どもの「学び」を意識している層が一定存在すること、さらに「学び」の旅については、ニーズの高まりはあるが、対応できている地域や旅行会社等はまだまだそれほど多くない、「そこにしかない」資源の見出し、「物語」化、特別感や限定感のあるプログラムを構築することで関心を高める仕掛けとなり、日本遺産やジオパークの認定を持つ銚子は「物語＝ストーリー」を作りやすい地域であることなどが調査等で導き出された。

また、教育旅行では、学校への支援と提案、例えば指導要領への対応、ガイド育成、情報提供などが不足しており、これらに取り組むことで「選ばれる地域」となること、既に実績があるジオパーク活動の分野の拡大を図りつつ、歴史文化、SDGs関連などのコンテンツも訴求でき、「交流」といった観点も拡充していくことが有効に働くという意見も得られた。

このような調査結果を踏まえて、銚子が誇る「産業と食」「景観」をきっかけに、その歴史文化・自然に触れることにより、「学び」をキーワードに「拠点整備」「体験コンテンツ・教育旅行商品開発」「ブランディング・情報発信」「体制構築」の4つの分野の整備を行っていくことがより効果が高まるという提案も併せて受けた。

「学び」の旅へのプロモーション戦略としては、実績もあり、訴求効果と誘致する人数の向上が早期に期待できる学校現場向けの「教育旅行」とトレンドに沿った観光消費額の向上への寄与が期待でき、様々な整備も必要な「学びの旅」に分けて、3か年のスパンのプロモーション計画の提案を受け、関係者らと協議し、今後、提案に基づき戦略をまとめる。

## 2. 学び創出事業(9,026千円)

### ①事業企画業務(5,000千円)

本市の歴史文化・自然を「学び」の視点で教育及び地域活動に活かし、銚子市ジオパーク・芸術センターを「学びの拠点」として位置づけ、整備するための調査、基本構想及び計画の策定業務を行った。

展示素材となる収蔵資料の調査、「学びの拠点」施設整備の基本的な方向性を検討するための意見交換(オンライン会議を含む)、ジオパークや日本遺産のそれぞれのストーリーの把握といった基礎調査を行った上で、「地球を知り、地域を考え、未来へ行動する」を基本コンセプトとし、銚子の歴史文化・自然に関する包括的な情報や市域内への周遊を促す情報の提供、資料や歴史文化・自然に基づく「ストーリー」の紹介や銚子資産のつながりを伝える「地域の語り部」としての機能を有する博物館及びインフォメーションセンターとして整備を進める提案がなされた。

### ②商品開発業務(4,026千円)

銚子市の歴史文化、自然の特徴を総合的にわかりやすく学び、伝えることができ、市内周遊する際に活用できるストーリーブック「海×風×大地 ときどき私 銚子をかたち作る3つの物語」の冊子及び概要版パンフレットを制作した。

20～30歳代の女性をメインターゲット層として作成し、「学びの拠点」施設を訪問後、現地へ行くための道案内となるよう意識した。今後は、例えばマンガを活用するといった展開を図ることで、ターゲットごとに表現やデザインを変更することが可能となり、幅広く銚子の魅力の訴求が可能となった。

また、スマートホンのデジタルスタンプラリーなどと連携したイベント等を企画することで、より効果的な活用も想定し、制作した。

## 3. 拠点整備事業(9,805千円)

銚子市ジオパーク・芸術センター内に文化財等の資料の収蔵庫と展示室を整備するために必要な備品の購入及び調理室台等撤去工事を実施した。

文化財の一元管理とそれらを活かした展示施設を整備することで、地域内外の人に向けた銚子の歴史文化・自然の学びのゲートウェイと位置づけ、様々な市内周遊型ツアーを創出した際、各コースのスタート地点として拠点を活用するとともに、体験コンテンツの提供が可能となる整備を目標とした。

雨天時に長時間滞在できる施設が少ないことから、拠点施設を有することは重要であり、天候によるツアー中止のリスクを軽減し、雨天時であっても、誘客ができる旅行商品の開発につなげることが可能となる。

出張展示に対応できる組み立て式の展示ブースを製作し、旅行商品と連携した展示イベントの実施のほか、拠点施設での常設展示スペースの補完に活用する。これまで、市内小学校ではふるさと学習の対象が6年生のみとなっており、学校へ本物の資料を展示することで、全校児童が本市の歴史文化・自然に触れる機会を大幅に増やすことができ、インナーブランディングの醸成にもつながることができる。

## 4. 事務費(9千円)

事務用消耗品購入経費