

地方創生推進交付金事業の実施状況及びKPIについて

(1) 世界に発信する「HANABIのまち大仙」活性化プロジェクト **地方創生推進交付金**

①事業の概要

- 事業目的 「花火のまち大仙」を国内外に向け発信し、インバウンド誘客、国内誘客の強化による観光消費と交流人口拡大を図る。
- 事業期間 令和2年度～4年度
- 事業内容 ・「あなただけの花火」打上を主体とする観光商品造成
 - ・観光・花火イベント等の情報発信
 - ・国内外の観光客に向けた統一ブランドコンセプトによる商品開発
 - ・中国・台湾・タイ・韓国等への輸出を視野に入れた「大曲の花火」ブランド商品・観光のPR
 - ・世界に発信する「HANABIのまち」を支える人材の確保・育成

②令和2年度事業 **事業費 9,118,212円(交付金 4,559,106円)**

「あなただけの花火」打上を主体とする観光商品造成

→コロナ禍においても実施可能な「プライベート花火」や「模擬花火玉づくり体験」などをコンテンツとする誘客を行うため、「プライベート花火」を活用した観光商品に関する需要調査を行ったほか、通年型観光に対応するためのお土産品販売ブース(ピアムショップ)の試験設置、まち歩きを促進するための市内の案内表示の整備等を行っています。

観光・花火イベント等の情報発信

→新型コロナウイルスの感染拡大を受け、各団体等により行われた花火支援プロジェクトやサプライズ花火などの取り組みを紹介する特別番組を「FMIはなび」にて放送しているほか、ABS秋田放送と連携し、「あきた美の国ガールズ」に就任したアイドルグループが出演する花火・観光情報番組を制作・放送しています。

国内外の観光客に向けた統一ブランドコンセプトによる商品開発

→大仙市お土産商品ブランド「せんのぜん」の新商品となる、おかゆシリーズ「せんのかゆ」の販売を令和2年12月に開始するとともに、市内道の駅での「せんのぜん」シリーズ販売開始など販路拡大に関する取組を行っています。

中国・台湾・タイ・韓国等への輸出を視野に入れた「大曲の花火」ブランド商品・観光のPR

→新型コロナウイルス感染拡大の影響により、海外との往来を要する事業については、実施できませんでしたが、令和2年10月23日から25日まで、仙台駅イベントスペースを会場に、観光PRと物産展を行うPRイベントを実施しています。

世界に発信する「HANABIのまち」を支える人材の確保・育成

→火薬類製造及び取扱保安責任者の資格取得を支援するため、「乙種製造」「丙種製造」「甲種取扱」「乙種取扱」といった各試験区分に対応した講座を開催しています。日本煙火協会より専門の講師を招聘したことにより、より充実した内容での講座となったと受講者より好評を得ています。

③KPI(重要業績評価指標)の進捗状況

KPI① 観光入込客数(千人)

→新型コロナウイルス感染拡大により、全国花火競技大会「大曲の花火」をはじめとする四季の「大曲の花火」の開催が延期・中止を余儀なくされたことなどにより、観光入込客数が大幅減となっています。大規模花火イベントの安定的な開催が困難となっているため、新たな生活様式に対応したオーダーメイド方式で実施する「あなただけの花火(プライベート花火)」を中心とする取組を強化し、ウィズコロナにおける誘客を図っていきます。

KPI② 観光入込客の増加による経済波及効果額(百万円)

→「観光入込客数」、「観光客の属性(県内・県外、宿泊・日帰り)別の消費単価」等の統計値により観光消費に関する需要額を推計し、秋田県産業連関表を用いた経済波及効果分析ツールにより経済波及効果を算出しています。令和2年度の観光入込客数が大幅減になったことに伴い、経済波及効果額についても前年度比で大幅減となっています。

KPI③ 外国人宿泊者数(人)

→新型コロナウイルス感染拡大の影響による全国的な訪日外国人観光客の減少に伴い、本市の外国人宿泊者数も前年度比△96%の大幅減となっています。

KPI④ 大仙市観光物産協会のお土産品売上額(千円)

→新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、JR大曲駅に隣接している観光情報センター一等での売上が大幅減となっています。コロナ禍における取組として、ネットショッピング等の取組を重点的に強化していきます。

KPI(重要業績評価指標)		基準値	R2 増加分	R3 増加分	R4 増加分	増加分の 累計
観光入込客数(千人)	目標	2,631	54	54	54	162
	実績	2,521	△1,397			
観光入込客の増加による経済波及効果額(百万円)	目標	17,400	380	380	380	1,140
	実績	17,060	△8,688			
外国人宿泊者数(人)	目標	1,996	950	950	960	2,860
	実績	3,074	△2,951			
大仙市観光物産協会のお土産品売上額(千円)	目標	30,500	400	400	400	1,200
	実績	36,713	△11,782			

(2) 成長的農作物を活用した発酵食IBURIプロジェクト **地方創生推進交付金**

①事業の概要

- 事業目的 本市の特産品であるいぶりがっこを活用し、農業所得の向上や生産性の向上を図りながら、持続可能で自立した産業として確立する。
- 事業期間 平成30年度～令和2年度
- 取組内容
 - ・産地化に向けた気運の醸成
 - ・原料大根供給の体制づくり
 - ・大規模生産に向けた調査研究
 - ・大仙市産ブランドの確立推進
 - ・販路拡大の推進
 - ・いぶり文化の継承と観光活用

②令和2年度事業 **事業費 4,104千円(交付金 2,052千円)**

販売拡大に向けた活動

→東京ビッグサイトにおける地域産品展へブース出展し、大仙市産いぶりがっこ及びいぶりがっこ二次商品のPRを実施。また、台湾において、現地料理教室と連携し、現地バイヤーやインフルエンサーを招待したPRを実施しています。

いぶり文化の継承と観光体験

→いぶり文化の周知や観光体験に活用するため、いぶりがっこの製造工程や歴史等を記したパンフレットの作成し、前述のイベント等にて配布しています。

③KPI(重要業績評価指標)の進捗状況

KPI① 原料大根生産量

→令和元年度時点で目標を達成したものの、令和2年度は天候不順により市内全域で収量が低下したため、生産量は減少しています。作付面積は拡大しており、当事業の取り組みによる効果は得られていると判断されます。

KPI② 二次商品数

→いぶりがっこの二次商品アイデアコンクールにおける最優秀賞1点、優秀賞2点を選定し、市内道の駅等で販売開始。地域ブランドとして地域で共有、確立し発信することで、特産品としての認知度向上、付加価値創出による農業所得向上、生産・製造意欲向上による供給量の増加など好循環が期待されます。

KPI③ 二次商品売上金額

→令和元年度末から市内道の駅等で販売開始しましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により売り上げが想定を下回っています。オンライン販売等に取り組み、販売促進を図っています。

KPI(重要業績評価指標)		基準値	H30 増加分	R元 増加分	R2 増加分	増加分 の累計
大仙市産いぶりがっこ用原料大根生産量 (t、トン)	目標	47	0	0	50	50
	実績	47	35	29	-42	22
いぶりがっこを原材料とした二次的商品 数(個)	目標	0	0	2	1	3
	実績	0	0	3	0	3
いぶりがっこを原材料とした二次的商品 売上金額(千円)	目標	0	0	0	2,684	2,684
	実績	0	0	376	1,300	1,676

①事業の概要

○事業目的 自然公園を様々なアウトドア・アクティビティが展開できるエリアとしてアピールし、民間企業とも連携しながら活用していくことにより、国内各地や海外から、通年あるいは定期的に来訪者を獲得し、この自然公園の魅力や知名度を高めていきたい地域の賑わいの創出や地域経済の活性化などに繋がっていくことを目指していく

○事業期間 令和2～4年度

○取組内容 【大仙市】

- ・ 親子トレッキング&山登り教室の開催(令和2～4年度)
- ・ テーマ別ガイドマップ作成(令和2年度)

【秋田県】登山案内マップの作成

- ・ PR動画制作
- ・ 登山ルート情報の発信

【美郷町】

- ・ 案内人・インストラクターの養成
- ・ 受入態勢充実事業
- ・ 案内誘導標識等の整備
- ・ デジタルサイネージによる情報発信

※ 秋田県、美郷町との広域連携事業

②令和2年度事業 **事業費 14,417千円(交付金 7,208千円)**

(うち、大仙市事業費 1,110千円 (交付金 555千円))

親子トレッキング&山登り教室の開催

→大仙市や美郷町のほかエリア外の小学生以上の若年層も対象に、将来、案内人等を志すきっかけとなるよう、山登りやトレッキングなどに関する学習教室等を開催した。

【親子トレッキング教室】

- ① 川口溪谷親子トレッキング 開催日:令和2年10月10日(土)
一般参加者:10名
- ② 太田交流の森親子トレッキング 開催日:令和2年10月24日(土)
一般参加者:32名
- ③ 真木真昼県立自然公園ウインタートレッキング 開催日:令和3年3月7日(日)
一般参加者:16名

【山登り教室】

→令和2年度は座学を6回実施した。

実施回	実施日	内容	参加者数
第1回	令和2年11月1日(日)	登山をはじめるまえに	21名
第2回	11月15日(日)	登山の基礎知識	16名
第3回	12月13日(日)	地形図の読み方①	25名
第4回	令和3年1月17日(日)	地形図の読み方②	15名
第5回	2月21日(日)	気象と天気図	20名
第6回	3月14日(日)	安全対策と救急法	20名

テーマ別ガイドマップ作成

→自然公園内で特徴的な渓谷(真木、川口など)に焦点を当て、遊歩道を使ったトレッキングやノルディックウォークなどにも有用なガイドマップを作成した。

「真木真昼県立自然公園渓谷ガイドマップ 川口渓谷 真木渓谷」(A4判(A3紙 二つ折り)、両面カラー 1万部)

登山案内マップの作成

→真木真昼県立自然公園を中心として、登山コースや見どころを掲載した5万分の1の地図に、グレーディング、エリア内で楽しめるアクティビティ、リフレッシュ施設や温泉施設を掲載した「真木真昼県立自然公園ガイドマップ」を3万部制作し、県外事務所、県観光連盟・市町村観光協会等・観光案内所、県内道の駅、ビジターセンターなどに配布した。

PR動画制作

→ニコウキスゲが咲く薬師平、真昼山(真昼岳)赤倉ルート、真木渓谷での沢歩き、峰越林道でのマウンテンバイクなど、真木真昼エリアの景観やアクティビティを紹介する動画を作成した。秋田県公式 YouTube チャンネル「WebTV あきた」を通じて配信しているほか、道の駅美郷のデジタルサイネージを通じて発信する。

登山ルート情報の発信

→甘露水口～薬師岳、薬師岳～和賀岳、峰越口～真昼山(真昼岳)、赤倉口～真昼山(真昼岳)など、各登山コースの主要地点を360度カメラで撮影したパノラマ画像をgoogle ストリートビューにアップロードした。

案内人・インストラクターの養成

→自然公園や町内のフィールドに特化した案内人やインストラクターを育成するため、「美郷町ネイチャーガイド育成カリキュラム」を策定した。策定にあり一般社団法人白神コミュニケーションズへ業務を委託し、各フィールドの専門家を集めて4回会議を実施した。

受入態勢充実事業

→3月末に民泊等、宿泊事業に関するセミナーを横手市十文字のCAMOSIBAオー

ナーを講師に招き実施した。民泊の意識啓発を目的に、実体験・立ち上げ～運用・宿泊施設のジャンルをセミナー内で講座し、約20名が参加した。

案内誘導標識等の整備

→自然公園に隣接する七滝山エリアの登山ルート of 要所に案内誘導標識(老朽化したものの撤去・更新を含む)を整備した。また、登山ルート上で必要な箇所に階段やベンチを設置した。

デジタルサイネージによる情報発信

→エリアの観光情報等を発信するため、観光拠点3箇所にタッチパネル式デジタルサイネージ(DS)を設置した。

③KPI(重要業績評価指標)の進捗状況

KPI① 薬師連山・真木溪谷・川口溪谷への入り込み(入山)者数(人)

→新型コロナウイルスの感染拡大防止のために、トレイルランニング大会の中止や県外との往来の自粛が要請されたことなどによって大きく減少した。

KPI② 真木真昼県立自然公園エリアへの観光入り込み客数(県観光統計)(人)

→新型コロナウイルスの感染拡大防止のために、トレイルランニング大会の中止や県外との往来の自粛が要請されたことなどによって大きく減少した。

KPI③ 真木真昼県立自然公園の案内人等への新たな従事者(人)

→インストラクター候補者を県外で開催される専門講座等へ派遣することにより、1～2年程度で案内人を養成する予定であったが、新型コロナウイルスが感染拡大している首都圏等、県外で開催される専門講座等へ派遣することは感染リスクが高く、受講予定者からも不安の声があったことから、派遣をとり止めたため案内人を養成できなかった。

KPI(重要業績評価指標)		基準値	R2 増加分	R3 増加分	R4 増加分	増加分 の累計
薬師連山・真木溪谷・川口溪谷への入り込み(入山)者数(人)	目標	12,198	2,000	4,000	6,000	12,000
	実績		△2,300			
真木真昼県立自然公園エリアへの観光入り込み客数(県観光統計)(人)	目標	20,771	3,400	6,800	10,200	10,127
	実績		△6,873			
真木真昼県立自然公園の案内人等への新たな従事者(人)	目標	6	3	4	5	12
	実績		0			