

事業番号	交付対象事業名	DMOを核とした健康の町かがみの好循環創出事業				担当部課名	産業観光課
1	メニュー例の分野	5	観光振興・対内直接投資			事業始期	平成29年4月
	政策5原則との関係					事業終期	平成32年3月

1. 事務事業の概要

事業の概要: 目的	事業の概要: 交付金を充当する経費内容
ひと・まち・自然という「健康のまち鏡野らしさ」に磨きをかけながら、“訪れてみたい、住んでみたい、住み続けたい魅力あふれるまち”として魅力を発信し、ひとの流れを呼び込み、交流人口拡大によるまちの賑わいを創出する。	戦略的な情報発信やPR・プロモーション、ファンクラブの運用により、「健康の町かがみの」のファンを創出する。会員制ファンクラブ「かがみの里山健康クラブ」制度の設立一年目として、会員制度の広報を強化しながらモニターツアーを実施するほか、受け入れ態勢を強化するため案内人の育成を行う。移住希望者には、お試し住宅を活用した個別ツアーを開催するほか、地域と連携して移住者の受け入れ態勢を構築していく。

2. 事務事業の対象・意図・活動・成果指標

①対象(誰、何を対象にしているのか)	③対象数の推移	単位	区分	27年度	28年度	29年度	30年度
ア 鏡野町の観光入込客	ア 観光入込客数	人	見込実績	957,782	984,953	994,000 999,165	1,020,000
イ 鏡野町の転入者数	イ 転入者数	人	見込実績	398	338	410 306	420
ウ 鏡野町のHPへのアクセス数	ウ ホームページアクセス数	件	見込実績	67,392	53,942	80,000 123,573	100,000

②意図(対象をどのような状態にしたいのか)	④成果指標(意図の達成度)	単位	区分	27年度	28年度	29年度	30年度
ア 多くの人に来町してもらい、交流人口を増やす	ア 観光入込客数	人	目標実績達成率	957,782	984,953	993,618 999,165	1,043,618
イ 移住・定住による転入人口を増やす	イ 転入者数	人	目標実績達成率	398	338	418 306	448
ウ 魅力を掲載し、多くの方に知ってもらう	ウ ホームページアクセス数	件	目標実績達成率	67,392	53,942	82,392 123,573	102,392

3. 事業の予算・コスト概要

予算科目	会計	1	一般会計	款	07	商工費	項	01	商工費	目	03	観光費	
内訳	国庫支出金		県支出金		町債		その他特財		一般財源			合計	
予算(千円)	12,753								12,753			25,506	
決算(千円)	10,431								10,433			20,864	
主な支出事業内容(予算)	情報発信・PR・プロモーション				7,743	千円	主な支出事業内容(決算)	情報発信・PR・プロモーション				8,252	千円
	着地型観光商品開発				5,800	千円		着地型観光商品開発				5,245	千円
	ファンクラブ運用				750	千円		ファンクラブ運用				724	千円
	移住促進				11,213	千円		移住促進				6,643	千円

4. 検証結果

①成果実績の目標達成度とその要因	②地方創生に対する事業効果
<input type="checkbox"/> 目標値以上 <input checked="" type="checkbox"/> 目標値どおり <input type="checkbox"/> 目標以下 鏡野町内の主要観光物産施設の入込客は減少傾向にあるが、着地型観光商品の充実によるバスツアー等の増加や、県外の個人に向けた一体的なPR・プロモーションが少しずつ浸透してきたこともあり、観光入込客数は目標以上となった。 移住定住による転入人口は目標値を下回るが、お試し住宅の設置や空き家活用による登録制度への問合せも増えている。また地元企業見学会等のツアー企画も行っており、引き続き事業の推進を図る。	<input type="checkbox"/> 地方創生に非常に効果的であった <input type="checkbox"/> 地方創生に相当程度効果があった <input checked="" type="checkbox"/> 地方創生に効果があった <input type="checkbox"/> 地方創生に効果がなかった
③今後の課題解決のための改革改善の方法	
着地型観光商品が充実し、旅行商品の企画・造成による団体バスツアー等の増加や、個人向けプランの販売実績により、交流人口の増加に寄与しているが、町内の主要観光物産施設における来場者は全体的に減少傾向が続いており、鏡野町の自然を楽しむ来町者は増えているものの、物産や温泉施設等の利用する人が減少し、観光消費に繋がっていない現状がある。消費者ニーズを捉えたサービスを提供できる観光施設を増加させるためにも、更なる着地型観光商品の充実はもちろん、「健康」をキーワードとした鏡野町を一体的にプロモーションしていく必要がある。移住定住相談支援を引き続き行うとともに、津山圏域定住自立圏として広域的に取り組みを強化する。	
④評価委員会の意見	⑤戦略KPIに対する事業効果
・DMOについて、現在地方創生推進交付金の事業で運営しているが、将来自立することが必要。 ・転入者増100人見込んでいるが、住む場所の確保が必要。 ・高校、大学を卒業する際、Uターンする際の雇用の場の確保が大切。町内の企業とのパイプ作りが必要。 ・鏡野町の南部のようにコンパクトシティの推進も必要。	<input checked="" type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった <input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない