

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	令和2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。2年目となる会員制ファンクラブ「かがみの里山健康クラブ」の更なる会員拡充を進め、着地型観光素材の企画・作成や広報宣伝を強化、ツアーやプラン等の充実を図る。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体制を構築していく。

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	28年度	29年度	30年度	31年度
ア 鏡野町の観光入込客	→ ア 観光入込客数	人	見込実績	984,953	999,165	1,043,618 928,807	1,123,618
イ 鏡野町の転入者数	→ イ 転入者数	人	見込実績	338	306	448 386	498
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	53,942	123,573	102,392 93,602	132,392

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	28年度	29年度	30年度	31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	968,618 984,953 101.7%	993,618 999,165 100.6%	1,043,618 928,807 89.0%	1,123,618
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 84.9%	418 306 73.2%	448 386 86.2%	498
ウ 魅力を掲載し、多くの方にとってもらう	→ ウ ホームページアクセス数	件	目標 実績 達成率	67,392 53,942 80.0%	82,392 123,573 150.0%	102,392 93,602 91.4%	132,392

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)	12,517								12,517			25,034
決算(千円)	12,562								12,562			25,124
主な支出事業内容(予算)	情報発信・PR・プロモーション		6,200	千円	主な支出事業内容(決算)	情報発信・PR・プロモーション		6,173	千円			
	着地型観光商品開発		6,500	千円		着地型観光商品開発		6,500	千円			
	ファンクラブ運用		1,470	千円		ファンクラブ運用		1,470	千円			
	移住促進		10,864	千円		移住促進		10,980	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 type="checkbox"/> 目標値どおり <input checked="" type="checkbox"/> 目標以下 鏡野町内の主要観光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、県外の個人への一体的なPR・プロモーションによる効果が出始めていたが、平成30年7月に発生した豪雨災害による観光へのダメージは大きく、観光入込客数は目標を下回った。移住定住における空き家活用は、売家は多くあるが借家が少ないこと等、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登録制度への問合せ件数は増加傾向にある。	<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・作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は引き続き増加傾向にあり、交流人口の拡大に寄与している。しかし、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、観光施設や団体等との連携を強化し、「健康」をキーワードとした観光商品の充実を図ると共に、ファン創出に向けた取り組みを加速させていく必要がある。ワンストップの移住定住相談支援並びに借家希望ニーズを捉えた事業展開を引き続き行うとともに、津山圏域定住自立圏としての広域的な取り組みを強化し、滞在型観光や移住・定住の促進を図っていく。	
④評価委員会の意見	⑤戦略KPIに対する事業効果
個別ごとの成果もあったという説明もあったが、DMOの立ち上げ、自立性、KPIの目標数値に到達できていないということを捉えると、十分な成果が上がっていないと言わざるを得ない。これまでの取組みに対する反省点を整理し、例えば、企業経営の経験があり、指導力のある方を登用するなどし、新たなチャレンジをしてもらいたい。 地元観光事業者と密に連携し、事業を進めてもらいたい。	<input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった <input checked="" type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない