

加速化交付金効果検証シート

		PLAN (計画)・DO (実施)			CHECK (評価)					ACTION (改善)		外部評価			
No.	交付対象事業の名称	事業名(担当課)	目的・手段	予算額(円)	実績額(円)	重要業績評価指標(KPI)		達成度合	事業効果(内部評価)	活動実績(経過等)(個別事業)	実績値と達成度に対する評価 事業全体を通した課題等	今後の方向性	取組状況及び今後の方針	外部評価	意見等
						申請時	実績時								
1	蔵のまち喜多方DMO推進事業	① 喜多方「農の交流」モニターツアー事業【農業振興課】	本市農畜産物の消費拡大と販売促進を図るため、これまでトップセールス等を実施してきた首都圏や関西、沖縄県等の卸売・小売業者との連携を図り、消費地の住民を対象に、本市における農畜産物の生産現場の視察と生産農家との交流機会を設け、安全・安心と魅力を実感してもらおうモニターツアーを実施する。	5,000,000	4,999,506					(1) 首都圏の消費者を対象としたモニターツアー 期日 平成28年8月27日～28日(1泊2日) 参加者数 15名 (2) 大阪府の消費者を対象としたモニターツアー 期日 平成28年11月12日～13日(1泊2日) 参加者数 15名 (3) 沖縄県の消費者を対象としたモニターツアー 期日 平成28年10月24日～26日(2泊3日) 参加者数 20名	首都圏や関西方面の消費者を対象としたモニターツアーの実施を通じて本市の安全性と魅力を実感いただいた。参加者からは豊富で美味しい本市農畜産物等について高評価をいただくなど、当事業により市内観光客入込数の増大にも寄与することができたものと思慮される。	2 現在の内容どおり継続実施	【平成29年度の取組】 首都圏や関西方面の消費者を対象としたモニターツアーの実施を通じて本市の安全性と魅力を実感いただき、本市農畜産物の消費拡大と販売促進だけでなく、市内観光客入込数の増大にもつなげていきたい。 【平成30年度実施に向けた検討】 様々な分野において風評による影響が依然として続いている中、風評の払拭に向けて本事業を継続して取り組んでいきたい。		
		② 喜多方おはようマルシェ(朝市)支援事業【商工課】	観光客の滞在時間の延長や消費金額の増加、地場産品等の消費拡大による所得の向上を図るため、観光客に人気の「朝市」と市内観光までの時間帯をつなぐ「朝市」の開催にかかる経費を支援する	500,000	500,000					○市共催として、人的支援、補助金を交付した。(組合団体等事業育成補助金 50万円) ○平成28年5月～11月まで計7回開催(毎月第3日曜日7月は第4日曜日) →登録店舗52店舗(内訳:農産物23店、加工食品13点、雑貨類等16店) ・平均出店者数 27.4店舗/回 ・1回あたりの平均来場者数371人/回 ・平均売上額11,246円/店	○誘客の実績に対する評価と課題 市民及び朝市等の観光客を来場者として想定し、報道等により初回は約600名の来場者を数えるなど、一定の集客力を発揮し、新たな賑わいが創出されたこと評価している。今後も、喜多方市の朝の名物イベントとして定着できるよう、さらに集客効果を発揮するためには、様々な集客イベントが必要と考える。 ○出店の実績に対する評価と課題 出店者は農業関係者が半数以上を占めており、農業者の所得向上に貢献できた。一定の出店者を確保するため、アンケートを通じ積極的に働きかけていく。	1 事業内容を拡充して継続実施	【平成29年度の取組】 平成29年5月～10月までの、毎月第4日曜日に実施予定。 来場者を増やすための施策として、抽選会やスタンプラリーの実施、会場内に子どもの遊具の設置、太極拳愛好者の練習スペースの設置などを実施する。 市は共催として、人的支援、補助金を交付する。(組合団体等事業育成補助金 50万円) 【平成30年度実施に向けた検討】 本市の良質な農作物や、本市ならではの物産を販売する店舗の出店を増やし、市民や朝市を目的として訪れる観光客の誘客を図る。市は共催として、人的支援、補助金を交付。(組合団体等事業育成補助金 50万円)		
		③ 喜多方産米及びそばの郷喜多方プロモーション事業【観光交流課】	喜多方産米など本市特産品の消費拡大及び「そばの郷喜多方」としてのブランド認知拡大を図るため、友好都市である東京都東大和市や、大手私鉄グループ、広告代理店といった民間事業者と連携し、首都圏などの消費地においてプロモーション活動を実施する。	956,000	947,106	指標値(H29.3) ①市内観光客入込数171万人(H26年度:169万人) ②市内宿泊者数69,000人(H26年度:68,000人) ③外国人観光客数1,000人(H26年度:765人)	実績値(H29.3) ①市内観光客入込数185万人 ②市内宿泊者数65,380人 ③外国人観光客数566人	①市内観光客入込数108.2% ②市内宿泊者数96.1% ③外国人観光客数56.6%	2 相当程度効果があった	1 喜多方産米のプロモーション(東京都東大和市) (1)うまかんべ〜祭で喜多方産米を使用する店舗に合せて、喜多方産米のPR及び喜多方産農産物(アスパラガス)の試食・PRを実施した。 (2)東京ユニオンガーデン 夏祭りに合せて、喜多方の観光物産PR及び喜多方米の試食(おにぎり)を実施した。(参加者数:約1,200名) (3)東やまと産業まつりに合せて喜多方産米の安全・安心・美味しさをPRするチラシを作成し、販売を行った。(参加者数:約41,000名) 2 そばの郷喜多方のプロモーション(宮城県仙台市・東京都東大和市) (1)仙台市内記者クラブ加盟の報道機関及びホテル関係者に対して山都そばの試食会、そば打ちの実演を実施した。(参加者数:約80名) (2)東大和市民に対して山都そばと喜多方産米の試食会及び喜多方の観光物産PR・お酒の試飲を実施した。(参加者数:約200名)	ラーメンやお酒のイメージが強く持たれる本市であるが、「そばの郷」であることの認知拡大、さらに喜多方産米など本市特産品の消費拡大を図るため、友好都市である東大和市を主に活動拠点として事業を実施した。 東大和市での事業の実施にあたっては、本市農協、酒蔵、東大和市政府所、BIGBOX東大和、東京ユニオンガーデン等と連携し、4万人規模の産業まつりなどの各種イベントで喜多方産米、農産物(アスパラガス)、そば、お酒のPRを実施するなど効果的に事業を実施し、本市観光客入込、宿泊の面で大きな効果を得られたものと考えられる。 また、仙台国際ホテル、(株)電通東日本と連携し、仙台市内記者クラブ加盟の報道機関に対してそばの試食会、そば打ちの実演、お酒の試飲を行うなど、そばの郷喜多方の認知拡大と中長期的なブランディングを図ることができた。 なお、平成28年度においては、プロモーションによる喜多方米の販売実績(直販、予約を含む)は約1トンである。(プロモーション活動、4、8、11月の3回の実績) ※上記販売以外にも平成27年度からBIGBOXとJAが喜多方産米の販売契約を締結し、200kg/月を販売している。	2 現在の内容どおり継続実施	【平成29年度の取組】 平成28年度に行った事業のブラッシュアップをしつつ、新たに連携可能となった他市関係団体との繋がりを活かし、各関係団体との綿密な調査、打合せを行い、更なる事業の展開をし、喜多方産米及びそばの郷喜多方としてのブランド認知拡大を図る。 【平成30年度実施に向けた検討】 喜多方産米やそばのみならず、本市特産品の消費拡大にも目を向け、プロモーション活動を実施する。		
		④ 観光まちづくり推進事業【観光交流課】	将来的な「喜多方DMO(仮称)」の組織づくりを見据え、蔵のまち喜多方のシンボリック的存在である甲斐本家蔵を取得するとともに、本市の観光拠点施設及び喜多方観光物産協会の事業・活動拠点として整備する。	3,153,000	1,641,702					平成28年12月1日に市が旧甲斐本家蔵住宅を取得し、その後冬期間等における施設の維持管理、機械整備等を実施した。 また、県立博物館職員の協力のもと、美術品等の所蔵品台帳の整備を行った。	本市の観光拠点として一般公開の実施や喜多方観光物産協会の事業・活動拠点として整備するには、建築基準法や消防法の規制に適合しなければならず、今後、歴史的建築物の専門家等の意見を聞きながら「保存・活用計画」の策定に取り組む必要がある。	2 現在の内容どおり継続実施	【平成29年度の取組】 法規制範囲内での一般公開を実施する。文化財としての価値を高めつつ、本市の観光拠点として保存・活用するための計画策定に取り組む。 【平成30年度実施に向けた検討】 引き続き、保存・活用計画の策定に取り組む。		

PLAN (計画)・DO (実施)				CHECK (評価)					ACTION (改善)		外部評価				
No.	交付対象事業の名称	事業名【担当課】	目的・手段	予算額 (円)	実績額 (円)	重要業績評価指標 (KPI)		達成度合	事業効果 (内部評価)	活動実績 (経過等) (個別事業)	実績値と達成度に対する評価 事業全体を通じた課題 等	今後の方向性	取組状況及び今後の方針	外部評価	意見等
						申請時	実績時								
1	蔵のまち喜多方DMO推進事業	⑤ 観光まちづくり人材育成・定着支援事業【観光交流課】	「喜多方DMO (仮称)」の組織づくりのため、喜多方観光物産協会において地域の若者等を雇用しOJTを行いながら、旅行業務取扱管理者の資格取得講座の受講を支援するなど、観光に関するプロフェッショナル人材の育成・確保を図る。	3,091,000	3,080,160					当該事業を喜多方観光物産協会に委託し、協会職員がOJTの一環として、日常的な業務のほか、蔵のまち観光写真コンテスト、抽選付きスタンプ蔵めぐり、蔵のまち喜多方夏まつり、蔵のまち喜多方冬まつり等、イベント等の運営業務に携わり、観光まちづくりに関する知識、技能、ノウハウ等の習得に努めた。旅行業務取扱管理者の資格取得については、テクノアカデミー会津の受験対策セミナー受講等の支援を行ったが、合格には至らなかった。	喜多方観光物産協会は、本市の観光まちづくりの中核的組織として自立化し、旅行業法に基づく旅行商品の企画販売や地場産品の販売等による経営基盤を確立しながら観光・物産の振興に取組む必要があり、そうした役割を担う観光に関するプロフェッショナルな人材育成の観点から、OJTとともに旅行業務取扱管理者の資格取得に向けた支援を行ってきたところである。しかしながら、旅行業務取扱管理者資格試験の合格率は毎年30%前後と狭き門であり、じっくりと腰を据えた取組が必要であることから、当該事業により合格を目指すことは困難なものとする。	3 事業内容を見直して継続実施	【平成29年度の取組】 本市の観光まちづくりの中核的機関である喜多方観光物産協会に事業を委託し、昨年度に引き続き協会への就労意欲の高い地域の若年者を雇入れ、業務に従事させながら訓練を行うとともに、9月に実施される国内旅行業務取扱管理者試験に向け、7月下旬には受験対策講座を受講させる等、就業につながる資格取得や技能習得に向けた支援を行っている。		
		⑥ 蔵のまち喜多方・蔵観光推進事業【観光交流課】	甲斐本家蔵の一般公開や観光案内(観光ボランティアガイド)にかかる費用を支援するほか、将来的な喜多方観光物産協会による管理運営を見据え、一般公開等に関するノウハウを学ぶため、観光物産協会の職員を配置し業務にあたらせる。	5,411,000	5,383,440	指標値 (H29.3) ①市内観光客入込数 171万人 (H26年度: 169万人)	実績値 (H29.3) ①市内観光客入込数 185万人	①市内観光客入込数 108.2%	2 相当程度効果があった	当該事業を喜多方観光物産協会に委託し、旧甲斐家蔵住宅の受付に協会職員2名をローテーションにより配置、運営主体である喜多方市ふるさと振興株式会社と連携を取りながら、入場者の受付、展示蔵の案内、施設の清掃等を実施した。また、観光ボランティアガイドを配置し、蔵座敷の案内業務を行うとともに、旧甲斐家蔵住宅から市内への回遊を促進する観光案内業務を実施した。	事業の受託先である喜多方観光物産協会が、旧甲斐家蔵住宅の運営のノウハウを学んだことで、29年度において、運営主体が喜多方市ふるさと振興株式会社から当該協会へスムーズな移行が可能になったものとする。また、当該事業により観光客と接することで学んだ観光に関する知識を活かし、本市の観光情報の発信や観光案内機能を有する観光拠点としての旧甲斐家蔵住宅の運営に寄与できるものとする。 【公開期間】 H28.4.9～11.27 【入場者数】 8,599人 (前年度: 8,472人)	2 現在の内容どおり継続実施	【平成29年度の取組】 喜多方観光物産協会に事業を委託し、3名をローテーションにより配置し、旧甲斐家蔵住宅の運営にあたる。また、観光ボランティアガイドを蔵座敷に配置し、案内業務を実施するとともに、観光客の市内への回遊を高める取組を実施する。		
		⑦ 「棚田といえは高郷」まちおこし事業【観光交流課】	交流人口の拡大による中山間地域の活性化を図るため、高郷町において四季折々に棚田ウォークを開催し、「棚田のまち」として広くPRすることで広く誘客を図るとともに、写真を活用した棚田マップを作成し、地域を回遊する仕組みをつくる	856,000	849,017	③外国人観光客数 1,000人 (H26年度: 765人)	③外国人観光客数 566人	③外国人観光客数 56.6%		1 たかさと棚田ウォークの実施 5/29 たかさと棚田ウォーク春(参加者数:111人) 7/24 たかさと棚田ウォーク夏(参加者数:101人) 9/25 たかさと棚田ウォーク秋(参加者数:136人) 2/26 たかさと棚田ウォーク冬(参加者数: 10人) 2 たかさと棚田マップの作成 高郷町の棚田や関連情報を紹介する「たかさと棚田マップ」を2,000部作成した。	高郷町小土山地区において、四季を通じ年4回たかさと棚田ウォークを実施したことで、イベント全体の参加者は、当初の見込みを上回る358人の参加があり、交流人口の拡大及び地域活性化、棚田のまちとしてPRが図られた。課題としては、今後、参加者を受け入れる地元集落の高齢化やイベントと農繁期の重複などで万全の協力体制が得にくくなることや景観保持が難しくなることが予想される。	2 現在の内容どおり継続実施	【平成29年度の取組】 交流人口の拡大による中山間地域の活性化を図るため、四季を通じ年4回たかさと棚田ウォークを開催する。併せて棚田の写真コンクール及び写真展を開催し、棚田のあるまちとして観光誘客を図る。		
⑧ 海外誘客促進観光整備事業【観光交流課】	今後一層の増加が見込まれる訪日外国人観光客の流れを本市にも引き寄せするため、市内に居住する外国人にSNS等を活用して本市の魅力や海外向けに発信してもらうほか、観光案内所等の市内公共施設を中心に、外国人観光客のニーズが高い無料公衆無線LAN環境を整備する。	1,301,000	167,904					①市内公共施設へのwifi設置 5か所 熱塩・高郷支所、西四ツ谷、小田付、新道観光案内所 ※新道観光案内所は3月末に廃止のため撤去 ②市内民間施設へのwifi設置に係る補助 2か所 喜多方観光物産協会、江川米菓店 ③SNSによる情報発信 外国人観光客の情報入手の手段として活用されているSNSにおいて、外国人目線、友達目線での情報発信を行った。 人数:2名 言語:英語 媒体:facebook 回数:13回	①市内公共施設へのwifi設置 当初7か所を予定していたが、塩川・山都支所が平成29年度に新築されることから28年度の設置は見送った。 ②市内民間施設へのwifi設置に係る補助 10件程度の需要を見込んでいたが、本市を訪れる外国人観光客の数が少ないこと、外国人観光客の間でポケットwifiや観光simが普及し始めたため、wifiの需要が減少している。 ③SNSによる情報発信 当初は3名体制で合計72回の発信を予定していたが、2名体制で13回の発信に終わった。	3 事業内容を見直して継続実施	【平成29年度の取組】 ①市内公共施設へのwifi設置 塩川・山都支所に加え、旧甲斐家蔵住宅や長床休憩所等の主要な観光スポットへ設置予定。 ②市内民間施設へのwifi設置に係る補助 28年度の実績・経過から需要が低いため、実施せず。 ③SNSによる情報発信 28年度に引き続き、外国人観光客の情報入手の手段として活用されているSNSにおいて、外国人目線、友達目線での情報発信を実施する。 人数:3名 言語:英語 媒体:facebook 回数:72回				

PLAN (計画)・DO (実施)				CHECK (評価)					ACTION (改善)		外部評価				
No.	交付対象事業の名称	事業名【担当課】	目的・手段	予算額(円)	実績額(円)	重要業績評価指標(KPI)		達成度合	事業効果(内部評価)	活動実績(経過等)(個別事業)	実績値と達成度に対する評価 事業全体を通した課題等	今後の方向性	取組状況及び今後の方針	外部評価	意見等
						申請時	実績時								
1	蔵のまち喜多方DMO推進事業	⑨ 花でもてなす観光交流推進事業【観光交流課】	「花でつながる観光交流宣言」を締結した新潟県新潟市とのつながりを踏まえ、両地域の特性を活かした広域観光の推進や相互交流の促進を図るため、新潟市等との合同による首都圏観光物産展や、新潟空港路線を活用した誘客プロモーション、新潟市内でのイベントへの出展等による本市の観光PRを実施する。	971,000	971,000	指標値(H29.3) ①市内観光客入込数 171万人 (H26年度:169万人) ②市内宿泊者数 69,000人 (H26年度:68,000人) ③外国人観光客数 1,000人 (H26年度:765人)	実績値(H29.3) ①市内観光客入込数 185万人 ②市内宿泊者数 65,380人 ③外国人観光客数 566人	①市内観光客入込数 108.2% ②市内宿泊者数 96.1% ③外国人観光客数 56.6%	2 相当程度効果があった	1 新潟市との国際・広域観光の推進 ①新潟市との連携による海外誘客プロモーションの実施 国際交通網や海外誘客にノウハウを有する新潟市と連携を図り、新潟・喜多方を含めた訪日旅行商品の造成を促すため、新潟市と合同により上海の航空会社や旅行エージェンツ等に対して両地域のPRを図った。 ②新潟市との連携による国内誘客プロモーションの実施 新潟市が持つ空路や航路等を活用した新潟・喜多方を含めた旅行商品の造成を促すため、新潟市と合同により北海道の旅行エージェンツ等に対して両地域のPRを図った。 2 新潟からの観光誘客や相互交流の促進 新潟からの観光誘客や相互交流の促進を図るため、8月の新潟まつり花火大会における三ノ倉高原ひまわり畑PRうちわの配布や新潟日報朝刊への喜多方さくらまつり等に関する広告掲載を図った。 1-① 平成28年8月31日～9月2日、上海の旅行エージェンツ等を対象に誘客プロモーションを行った結果、訪日外国人旅行者の25%を占める中国人の訪日旅行に対する志向等が把握でき、特に訪日リーダーを対象とする訪日旅行商品の造成に向け、本市の農産物をはじめとする田舎体験に高い関心が寄せられる等、本市の魅力や安全性への理解が図られた。 1-② 平成29年2月14日・15日、北海道の旅行エージェンツ等を対象に誘客プロモーションを行った結果、新潟・会津それぞれの両地域の魅力や地理的に近い等への理解が図られ、空路や航路等を活用した新潟・会津ルートの旅行商品の造成促進に寄与することができた。 2 8月の新潟まつり花火大会における三ノ倉高原ひまわり畑PRうちわの配布や新潟日報朝刊への喜多方さくらまつり等に関する広告掲載を通じて本市の魅力への理解が深められた。	1-① 平成28年8月31日～9月2日、上海の旅行エージェンツ等を対象に誘客プロモーションを行った結果、訪日外国人旅行者の25%を占める中国人の訪日旅行に対する志向等が把握でき、特に訪日リーダーを対象とする訪日旅行商品の造成に向け、本市の農産物をはじめとする田舎体験に高い関心が寄せられる等、本市の魅力や安全性への理解が図られた。 1-② 平成29年2月14日・15日、北海道の旅行エージェンツ等を対象に誘客プロモーションを行った結果、新潟・会津それぞれの両地域の魅力や地理的に近い等への理解が図られ、空路や航路等を活用した新潟・会津ルートの旅行商品の造成促進に寄与することができた。 2 8月の新潟まつり花火大会における三ノ倉高原ひまわり畑PRうちわの配布や新潟日報朝刊への喜多方さくらまつり等に関する広告掲載を通じて本市の魅力への理解が深められた。	3 事業内容を見直して継続実施	【平成29年度の取組】 1 新潟市との連携による国内誘客プロモーションの実施 新潟市が持つ空路や航路等を活用した両市を巡る新たな観光ルートの旅行商品の造成を促すため、(公財)新潟観光コンベンション協会と合同により北海道の旅行エージェンツ等に対して両地域のPRを図る。 2 新潟からの観光誘客や相互交流の促進 新潟からの観光誘客や相互交流の促進を図るため、8月の新潟まつり花火大会における三ノ倉高原ひまわり畑PRうちわの配布や新潟日報朝刊への喜多方さくらまつり等に関する広告掲載を行う。また、新潟からの観光誘客数を把握するため、日中線しだれ桜並木や三ノ倉高原の駐車場に駐車する車両のナンバーを集計し、観光客数の推計を行う。 3 両市の花でもてなす相互交流の推進 広報やホームページ等でお互いの花の名所の紹介や開花情報などの情報発信を行うとともに、花イベントなどのポスター掲示などを行い、両市の花による交流を促進する。 【平成30年度実施に向けた検討】 引き続き、新潟市との連携により国内誘客プロモーションを実施するとともに補助制度の創設などを検討する。また、両市の相互交流を促進し、新潟からの観光誘客に努める。		
2	「大人の社会塾」を中心とした人材育成による地域活性化事業	未来を拓く喜多方人育成プロジェクト事業【企画調整課】	都市部と地方との新たなひとの流れや異業種交流による新規事業の創出、地方創生を担う人材の育成などを図るため、県内外の市町村とも連携しながら、関係機関、団体、市が連携し、空き店舗等を拠点として整備し、起業・創業を含む様々な分野に関する知的好奇心を満たす講座を開催する。	11,308,000	10,967,400	指標値(H29.3) 延べ参加者数 150人	実績値(H29.3) 延べ参加者数 1,602人	1068.0%	1 非常に効果があった	1 将来を担う中核的人材の育成・確保 市内在住の女性(1名)を本事業の中核的人材に位置付け、市内各種団体へのヒアリング調査、状況の把握、人材育成講座等の企画、人材ネットワークづくり等を実施した。(H28.7～H29.3) 2 人材育成事業の実施 (1)市内各団体のニーズ調査及び課題解決型人材育成講座の開催 → ニーズ調査:14団体、講座開催数:9回(参加者数 143名) (2)市民等を対象とした人材育成講座の開催 → 3回開催(参加者数 1,213名) (3)人材ネットワーク・事業者間マッチング支援 → 3回開催(参加者数 76名) (4)広域連携による人材育成講座等の開催 → 3回開催(参加者数:140名(うち130名は市外の方)) (5)成果報告会 → 9団体(参加者数:30名)	本市の地方創生を推進する中核的人材の育成・確保を行うとともに、市中心部の賑わいを創出するため市内中心部の空き家を活動拠点として事業を実施した。 人材育成事業の実施にあたっては、会津喜多方商工会議所、きたかた商工会等と連携し、各商店街やまちづくり団体、農業、観光、介護福祉団体等と綿密な調査、打合せを行った後に講座を開催するなど、効果的に事業を実施し、目標を上回る実績(参加者数)を達成することができた。 また、山形県高島町(熱中塾)との連携により、他市町村の参加者が本市を訪れ、新宮熊野神社で講座を開催するなど、人材育成による交流と併せて本市の魅力PRすることができた。 さらに、参加団体のネットワークづくりにより、協働型地域づくりの実践など、地域特性や創意工夫を生かした新たな価値の創出へと発展することができた。	1 事業内容を見直して継続実施	【平成29年度の取組】 当事業は、知識や情報獲得型のカリキュラムのみでなく、総合戦略のKPI達成(雇用者数、売上額、交流人口等の増加)に向けた、実際の地域づくりに参加・挑戦する実践継続型を前提としたプロジェクトである。 今後も各団体が専門性を有する研修を継続的に実施し、地域活性化を図っていくためには、各団体の組織強化の取組や受講料収入等による自主財源の確保など、自主的な運営に向けた組織体制づくりが求められている。 このことから、平成29年度は、市内各団体の主体的な活動の展開、自主的な財政運営を進めることを目的に、補助金による支援を行うものとする。 【平成30年度実施に向けた検討】 継続実施団体については、自主的な財政運営を進めることを目的に、段階的に補助率を下げた支援を行う。		
3	広域連携による外国人観光客誘客のためのデジタルDMO整備推進事業	広域連携による外国人観光客誘客のためのデジタルDMO整備推進事業【観光交流課】	会津地方の市町村と連携しながら、ICT技術を活用し、会津地方が一体となって外国人観光客目線の効果的なプロモーションを実施する。インターネット上の「デジタルDMO」を構築し、外国人と連携した会津地方の情報発信や、データに基づいた外国人観光客の国籍や年齢等に応じた周遊モデルルートの提案、二次交通情報や放射線情報といった会津訪問に必要な情報のワンストップ提供などを実施する。	20,000,000	20,000,000	指標値(H29.3) ①観光ポータルサイトの整備及びデータに基づく観光立案体制の構築(定性指標) ②外国人観光客 1,000人	実績値(H29.3) ①観光ポータルサイトの整備及びデータに基づく観光立案体制の構築(定性指標) ②外国人観光客 566人	①観光ポータルサイトの整備及びデータに基づく観光立案体制の構築(定性指標) ②外国人観光客 56.6%	3 効果があった	参加自治体(7市町村) 会津若松市、喜多方市、会津美里町、湯川村、北塩原村、西会津町、下郷町 協議会開催数および観光ポータルサイト「Visit会津」公開日 ○副首長会議 1回 担当者会議 7回 ○観光ポータルサイト「Visit会津」公開日 平成28年10月21日 外国人の嗜好性調査 台湾:8月にプロガー2名が構成7市町村を巡るツアーを実施し、その様子をフェイスブックやブログに掲載。フェイスブックで5,400いいねを獲得した。台湾・アメリカ・オーストラリア:メディアを招き、ツアーを実施 台湾・アメリカ・オーストラリア・中国:動画プロガーを招いて注力プロモーションを実施した。 会津地域の潜在力調査 地域の歴史、自然(景観)、イベント、グルメの各調査項目に五色沼、飯豊山、雄国沼、三ノ倉ひまわり畑を追加し観光資源の調査を実施。 デジタルDMOプラットフォームの強化 外国人にも分かりやすいロゴを用い、コンテンツの量・質の強化、訪日を検討している外国人へアクションにつながる仕掛けの強化を行った。	これまでの外国人に対しての観光PRには「外国人の視点・嗜好性」が抜けていたことを踏まえ、台湾・中国・アメリカ・オーストラリアに的を絞って、自国で注目されているプロガーやメディアを招き外国人の目線で7市町村の観光地取材してもらい、自国のWEBやSNS等でPRを行った。 その結果、4か国におけるデジタルDMOサイトへのアクセス数が前年比1,000パーセント増加し、おおきな効果を上げることができた。 また、台湾・中国は具体的な観光スポットのページでの滞在時間が長く、今後観光コンテンツの強化を図ることで、会津地方への誘客につながるかと期待できる。4か国のWEBアクセス等の特徴を分析し、各国の嗜好に合わせたプロモーションを今後展開する。 なお、外国人が会津をツアーで巡った際に、①2次交通に対する不安②お土産の海外発送の体制が整っていない、以上二つの課題がでてきた。	3 事業内容を見直して継続実施	【平成29年度の取組】 台湾は、日本のリピータになりやすく、誰も行った経験のない場所に行きたがる傾向があり、会津地方に興味をもつ可能性が高いため、台湾に的を絞った観光プロモーションを実施する。 具体的には①台湾で著名な女性を起用し、秋の7市町村を観光する様子を動画にアップする。②台湾の日本旅行専門誌へ旅行記事を掲載するとともに、同誌が運営するSNSにコンテンツを提供し、台湾全土へ情報の拡散を図る。 台湾以外の3か国と、タイも新たにターゲットに加え各国の長期休暇約2か月前に集中的にWEB等でプロモーションを行う。 また、中国では特に新潟就航のある上海に的を絞る。 【平成30年度実施に向けた検討】 平成28年度からの事業を継続し、参加自治体や参加地域の増加を図るとともに、サイトの対象国を増やし、より効果的なインバウンド対応を行う。		