

地方創生加速化交付金に係る事業実施結果

[北斗市総合戦略検討・推進会議 評価用シート]

【交付金対象事業名】

北海道新幹線開業効果促進事業(駅周辺の賑わい創出・観光資源の魅力発信とブランド化)

本事業における重要業績評価指標(KPI)				内部評価		外部評価		実績値を踏まえた事業の今後について	
指標	計画策定時	指標値	単位	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	今後の方針の理由
① 観光入込客数	(H27.3) 971,019	(H29.3) 1,300,000	人	(H29.3) 1,237,700	地方創生に効果があった	※8/22総合戦略検討・推進会議での審議結果 総合戦略のKPI達成に有効であった	特になし	事業の継続	誘客促進や広域的なプロモーションは、今後も継続していく必要があるため。
② 一次産品直販施設販売額	(H27.3) 137,250	(H29.3) 200,000	千円	(H29.3) 209,033					
事業名称	事業の目的・概要			事業の進捗成果				決算額 単位:円	
1 ＜新函館北斗駅周辺賑わい創出＞ 賑わい創出イベント事業	市外からの誘客を図る北海道新幹線開業後における新函館北斗駅周辺の賑わいを創出するため、北斗市の食や観光、文化を発信し、北斗市を訪れるお客様へのおもてなしと、市内を周遊していただくためのイベントを4月～11月まで新函館北斗駅前にて北海道と共同でイベントを開催。			4月29日から11月6日まで毎週末(計71日間)、新函館北斗駅西側公園を会場におもてなしイベントを開催。 来場者数のべ242,700人(1日最高16,500人)来場し、屋台(北斗市内、市外の計44店、延べ617店)の出店やステージイベントを行った。 市内への誘客として、桜回廊の時期に乗り合いタクシーの運行を実施し(130人利用)、また、夏から秋にかけては市内を周遊していただくためのサービス付きクーポン券の付いたパスポートを発行(飲食関係29店、その他4店、計33店舗参加、冊子利用1,234件、新聞切り抜き利用293件、計1,527件の利用)。 夏には地元イベント(夏祭り)を合同開催し、その中での農協・漁協による地場(一次)産品のPRも実施することができた。				54,000,000	
2 ＜北斗市観光資源の魅力発信＞ 観光情報ホームページ作成(観光協会補助金)	観光協会ホームページの時点修正を行なうとともに、多言語対応ページ(英語・繁体字、簡体字・韓国語)を作成する。			観光協会ホームページトップに、多言語対応ページを設置し、インバウンド向けの観光情報を発信することができた。				2,675,520	
3 ＜北斗市観光資源の魅力発信＞ 観光PR事業(観光協会補助金)	ノベルティグッズやミニリーフレットを作成し、首都圏・東北などで観光プロモーションを実施する。			観光プロモーションで使用するノベルティ(ふっくりんこなど)の購入やミニリーフレット(スイーツなど)を作成し、北海道・東北新幹線沿線となる東京、埼玉、仙台、盛岡、青森などで観光プロモーションを実施した。				3,190,124	

	事業名称	事業の目的・概要	事業の進捗成果	決算額 単位:円
4	<北斗市観光資源の魅力発信> 開業・観光プロモーション事業	北海道新幹線開業のターゲットとなる首都圏(東京都北区、埼玉県さいたま市)・東北(青森県青森市、青森県五所川原市、宮城県仙台市)において、4月から11月にかけて観光プロモーションを実施。(8イベント) その際、おがーるで1,000円分の商品と交換可能なクーポン券を配布し、誘客促進及び動態分析に繋げた。	4月から11月にかけて8つの観光プロモーションにおいて、北斗市の「観光」や「食」をPRすると同時に、ほっとマルシェおがーるのクーポン券(24,000枚)を配布。当初想定していた回収率300枚、1.25%を超える372枚、1.55%を回収。回収の内訳として、東京都32.3%、埼玉県31.2%と首都圏が6割を占め、青森県・宮城県の15.6%を含めると約8割となる。 本事業により、観光拠点となる北斗市観光交流センターへの誘客を促進し、また、旅行者の動態を分析し、観光振興に資するための基礎資料とすることができた。	1,322,520
5	<北斗市観光資源のブランド化> 田んぼアート実行委員会補助金	田んぼアートの取り組みを通じ、北斗市の地域のPR、農業観光の推進、米の消費拡大等の推進、地域貢献に資することを目的に実施。	2月よりデザインの選定で動き始め、5月31日から2日間、函館高専のGPS機器を使用し、絵柄の座標を定める。 6月2日～11日に市民や小中高生、各種団体の協力で田植えを実施。総計482名参加。 その後、順調に生育し9月には5色の稲が実り、初期とはまた違った見え方となった。 10月より、稲の収穫体験で活用され、10月16日に機械で一気に刈り取りを行った。 期間中に実施したアンケートの結果、回答者が1万人、同行者を含めると約4万人の観光客や市民が観覧し、北斗市のPR等、事業の目的は十分発揮されたと考える。しかし、平成29年度については、地権者の意向により中止となった。	1,000,000
6	<北斗市観光資源のブランド化> 観光施設誘導看板設置事業【交付金対象外経費】	きじひき高原などへの誘客促進を図るため、新函館北斗駅からトラピスト修道院までの国道227号、228号・道道96号線(上磯峠下線)沿いの主要地点に誘導看板を設置するもの。	レンタカーを利用する個人旅行者向けに、主要地点5か所に誘導看板を設置したことで、「きじひき高原」や「松前藩戸切地陣屋跡」、「トラピスト修道院」など、主要観光スポットの周遊が容易となった。	14,688,000
7	<北斗市観光資源のブランド化> 体験観光推進事業(観光協会補助金)	一次産業などと連携した体験メニューを造成し、体験型観光の推進を図る。	6月に八郎沼などをフィールドとした野鳥撮影ツアーを実施し、19名が参加。 8月の野菜収穫体験では66名(2日催行)、7月～9月のほっき剥き体験では137名(21日催行)の参加があった。	182,337
8	<北斗市観光資源のブランド化> 桜回廊誘客拡大事業(観光協会補助金)	「桜回廊」、「きじひき高原」、「北斗の海と大地の恵み」の3テーマでフォトコンテストを開催することで、誘客促進を図る。	「桜回廊」は92件、「きじひき高原」は17件、「海と大地と北斗市」は24件と、通年でフォトコンテストを開催することで、市内観光地の魅力を発信し、特に「桜回廊」「きじひき高原パノラマ展望台」においては、いずれも約10万人の入込があり、誘客の促進を図ることができた。	837,512

※評価等の区分について

【内部評価の区分】

【外部評価の区分】

【今後の方針の区分】

- ・地方創生に非常に効果的であった
- ・地方創生に相当程度効果があった
- ・地方創生に効果があった
- ・地方創生に効果がなかった
- ・総合戦略のKPI達成に有効であった
- ・総合戦略のKPI達成に有効とは言えない
- ・追加等更に発展させる
- ・事業内容の見直し(改善)
- ・事業の継続
- ・事業の中止
- ・予定通り事業終了