

地方創生推進交付金 実施状況評価書

目次

かつうら観光ぷらっとフォーム事業説明 . . .	1
かつうら観光ぷらっとフォーム事業評価 . . .	4
企業立地推進事業説明	5
企業立地推進事業評価	7

かつうら観光ぷらっとフォーム事業 【評価 C】

担当課：観光商工課

実績額37,676,694円（うち交付金18,838,347円）

1. 事業の目的・概要

一般社団法人勝浦市観光協会を基軸とした日本版DMO(かつうら観光まちづくりコンソーシアム)の設立目標に向け、平成29年3月に作成した「勝浦市 観光地再生戦略書」の戦略を、目的をもって戦術として効果的に実行しながら、検証を行っていく必要があり、マーケティング、情報発信、商品造成に係る知識を有し、組織を運営・経営する専門人材を招聘し、組織内の意識や行動の目標を統一化し、浸透させながら人材の育成に努め、統一された目標を観光商品として体現化し、継続的に旅行者に選ばれ、満足度を高めていき、基幹産業の活性化を図る。また、南房総というゾーンを目的に観光をする者に対応していくために広域連携によるツアー観光の実施、安定的な財源の確保と観光ビジネスを確立させるため、空き店舗を貸借し、開発したお土産品の販売・検証、体験商品を紹介していく。

2. 事業の内容

○かつうら観光まちづくり運営事業 21,960,000 円

■観光情報のワンストップサービス、ポータルサイト管理／観光情報発信

コンソーシアムの運営事業を実施し、観光情報のワンストップを実現した。

ポータルサイトでは朝市のリアルタイム情報を発信した。また、観光地としての認知度の向上を目的として自然風景や旬のグルメ等画像の充実を図り、SNSと連動した情報発信を実施。

■着地型観光商品の紹介

地元酒蔵の吉野酒造（株）と東灘醸造（株）の協力により地酒の試飲や即売会を『勝浦酒ツーリズム』と称し5月の大型連休に併せ実施。

■地元商品の宣伝・販売

シイラやカツオといった地場産品を利用した「マリンメンチ」や「勝運カツ」などをかつうら商店や各種イベントで宣伝・販売を実施。

■観光地としてのイメージ構築

海のブランドイメージを利用し釣りやサーフィン、SUPなどマリンレジャーの宣伝強化を実施。

■コンソーシアム運営員の雇用（観光に関する専門員としての人材教育を内部で行う）

日本版DMO法人の形成・確立による観光地経営を実現するために、産官学が一体となっ

て目標達成のための戦略構築、事業の展開を推進するため事務運営員を雇用した。

○広域連携推進事業 1,000,000 円

■広域観光モデルコース作成に関する効果測定

レンタサイクル事業を実施し、近隣への広域移動・広域観光強化を図った。

ツアー企画として、ホタル狩りバスツアーの企画立案。

かつうらビッグひな祭りのツアー企画立案。

○空き店舗活用事業 2,000,000 円

■空き店舗を活用したパイロット店舗（かつうら商店）の活用

朝市に近い場所に開設した「かつうら商店」を営業し、観光に訪れたお客様へ土産屋としての利用だけではなく、通年の観光スポットやイベント情報の発信を行い観光地として多くのお客様を誘致、案内し素敵な旅を提案する場所として活用した。

朝市の運営日時とかつうら商店を連動し営業することで、来訪増加に努め、かつうら商店の店内に通年で、ダイビング等の海のブランド向上を図る写真の掲載、また、かつうらビッグひなまつりの時期には人形を飾るなど、勝浦の観光イメージの構築を図った。

○外部から専門人材雇用 9,790,694 円

■戦略の実行・検証、マーケティング、情報発信、商品造成に係る知識及び能力を有するなど組織を運営・経営する専門人材の雇用

観光地再生戦略の実行・日本版 DMO 構築に向けた組織を運営・経営する専門人材を雇用した。

○観光商品ブランド強化委託 2,926,000 円

■滞在型交流観光の推進

勝浦市の観光資源である朝市、自然景観、各種イベント、豊富な農産物・海産物を素材としたグルメなどを楽しむ従来型観光をブラッシュアップし、近隣地域を周遊する広域的なツアー商品を開発し、外房エリアへの誘客を目指した。そして、滞在時間を増やす為、地元のグルメを楽しめる飲食の利用や「自然景観」「保養・休養」「海水浴・マリンレジャー」を活かしたコンテンツの開発を行った。

ツアー例として、勝浦海中公園センター、鵜原理想郷、朝市、SUP、サーフィン等のマリンレジャーを活用し、広域周遊として御宿ビーチや鴨川シーワールドを組み合わせるなど、外房エリアを観光できるプランニングとした。

■インバウンド拡大策の実施

訪日外国人（在日外国人を含む）の、本市への入域拡大に結びつけるための現況情報の整理、市内飲食店に写真や英語表記によるインバウンド対応メニュー作成を実施した。

3. 本事業における重要業績評価指標（K P I）

	指標名	H31目標値 (H31実績値)	R2目標値
KPI-1	交流人口(観光入込客数)	1,300千人 (900千人)	1,405千人
KPI-2	観光関連雇用創出者数(延べ、飲食・宿泊業含む)	170人 (487人)	250人
KPI-3	住民主導型まちづくり活動の実績(延べ)	13団体 (13団体)	17団体
KPI-4	市内宿泊客数	310千人 (312千人)	317千人

目標の達成等を阻害する要因及び状況の変化・目標達成に必要なこと(要因・課題)

【交流人口が減少している要因と課題】

観光入込客数は、2019年度は900,383人(2018年度1,074,268人前年比173,885人減)となり、KPIは未達成である。

2019年度の海水浴場については、メディアへの露出等、情報発信を強化したが、天候に左右されやすいなどの弱点もあり、安定した入客に繋がれなかったことが減少の要因と分析している。

このような中、勝浦中央海水浴場に勝浦ウォーターアイランド(2019年度28,714人)と称した海上・砂浜のアスレチック施設が開設されたことにより、全体の海水浴客が減少する中、当該海水浴場においては増加を果たし、今後の海水浴場運営に活用できる結果が導き出せたが、今後のインフラなど環境整備や施設の変化が課題である。

また、大型の台風や新型コロナウイルスの影響により観光への意欲がなくなり観光業全体が落ち込んだことも要因であり、今後、社会の状況を見据えながら、どのように対応していくかが課題である。

【市内宿泊客数が伸びなかった要因と課題】

2017年度(318千人)、2018年度(329千人)は目標を上回る伸びを示したため、両年度同様に宿泊客増加に繋げる施策の積み上げを行ったが伸びがみられなかった。

南房総エリアに大きなダメージを残した台風や大雨被害により南房総エリア全体の観光業が落ち込み、比較的、台風被害の少なかった勝浦市においても、その影響が大きく、宿泊客数が伸びなかった要因と分析している。

このような状況下では、被災地としてのイメージを払拭することが困難であり、予約の敬遠やキャンセルが多く発生してしまうことから、今後は、正確な情報を広く提供することが課題である。

要因・課題を踏まえた具体的な取組(改善策・取組方針)

【交流人口及び市内宿泊客数の減少に対する改善策】

海水浴場に勝浦ウォーターアイランドを立ち上げたことによる全体の海水浴客減少の歯止めとなったことから、今後も夏期観光の大きな魅力のひとつとして、海水浴場と連動し宣伝強化を図る。天候に左右される海水浴やイベントの開催については、情報案内や全天候で行える施設でのイベントを企画するなどの内容の見直しを行う。朝市の定期イベントの継続・ブラッシュアップにより、新しい出店者を増やし、朝市全体の活気や賑わいを取り戻すことで朝

市を核にした朝型観光の魅力アップに繋げる。これに加えインバウンド対策強化、スポーツヘルスツーリズムを推進し、本市の持つ優位性を伸ばした施策の展開を図る。

また、災害や急速な社会の変化に対応し誤った情報や、それに伴うマイナスイメージが流布されないよう観光情報をホームページ、SNS を活用していくことで、より早く正確な情報を広く提供する。

委員意見

委 員 評 価	【評価等に対する意見】
	担当課の評価のとおりとし、令和2年度以降も改善を図り、事業を継続されたい。
C	なお、レンタサイクル事業の利用実績を把握するなど、観光客ニーズの分析に努めるとともに、地元商品の宣伝・販売の今後の展開を検討されたい。

企業立地推進事業 【評価 B】

担当課：観光商工課

実績額 2, 992, 000円（うち交付金 1, 496, 000円）

1. 事業の目的・概要

人口減少、少子高齢化が進む本市において、雇用の創出、働く場の創出は、重要な課題である。一方、少子化に伴う小中学校の統合により生じた空き校舎等を、新たな地域活性化の拠点として有効に活用することが求められている。

そこで、千葉県と県内5市町村との広域連携事業である【新しい「人の流れ」から「しごとの場」まで地域一体で創造する千葉創生事業】として、平成29年度から千葉県と連携しながら、本市ならではの豊富な地域資源を活用し、空き公共施設等を受け皿としたIT・ベンチャー企業等を対象に、サテライトオフィス等の誘致を中心に多様な働く場の創出に取り組んだ。

2. 事業の内容

○企業誘致等促進ツアー開催 2, 992, 000円

近年、ライフスタイルや多様な働き方が進む中、課題解決の有効な手立てとして、地域資源を活用した企業誘致による雇用の創出及び関係人口の増加、移住・定住の促進を図ることを目的にツアーを開催した。

<企業等誘致ツアー>

働き方改革の1つの特徴として、ワーク（仕事）とバケーション（休暇）を掛け合わせたワーケーションという働き方が浸透しつつある。この働き方は、自然環境豊かな勝浦市には最適であることから、インターネット環境があれば、仕事の場所を問わない業種をターゲットに、ツアーを開催した（日帰りツアー2回開催）。

具体的な内容としては、起業家を中心に移動時間中も仕事が可能なコワーキングバスの利用による移動後、市内企業等の視察による地域課題の認識やインターネット環境の整った施設での仕事体験等を実施した。

参加者：1回目＝17名 2回目＝16名

<移住・定住促進ツアー>

移住のきっかけとしては、仕事の有無が重要である一方、趣味を満喫できるかも選択肢になりうることから、釣りを趣味とする方を対象に1泊2日の体験ツアーを実施した。

具体的には、東京から電車の利用、また、市内を徒歩で視察するなど利便性とアクセス性を感じてもらいつつ、インターネット環境の整った施設での仕事体験や漁港などでの釣り等、仕事と趣味の両立が可能な地域として認識が深まる体験を実施した。

参加者：11名

3. 本事業における重要業績評価指標（KPI） 【千葉県が設定したKPI】

	指標名	H31 目標値 (H31 実績値)
KPI-1	地域しごと支援事業の利用者数	200人
KPI-2	空き公共施設等への進出企業数	5社 (1社:勝浦市実績)
KPI-3	起業家応援イベントの参加者数	2,000人
KPI-4	企業と市町村とのマッチング件数	100件

目標の達成等を阻害する要因及び状況の変化・目標達成に必要なこと(要因・課題)

勝浦市は、東京圏ではあるものの、半島地域に位置し、最寄りのICからも20km以上離れていて、平坦地も少ないことから、大規模な企業の進出は難しい。特に、縁もゆかりも無い地に企業が進出を決定することは、商圈としての魅力や可能性がないかぎり非常に難しい。

また、平成31年度の実績は1社であるが、新設法人であり、雇用を創出させるにはいたっていないことから、雇用機会をどのように創出できるかが課題である。

要因・課題を踏まえた具体的な取組(改善策・取組方針)

近年は、働き方改革が推進され、多様な就業形態を展開しつつ、従業員の確保に努める企業が増えつつある。また、若い世代には、個人で起業するいわゆるフリーランスとして独立する傾向も強く、このような層は、IT系を始めとして、インターネット環境が整えば仕事が可能となる。

本市は観光地であり豊かな地域資源を有していることから、単に働く場としてのイメージだけでなく、観光・食・マリンアクティビティ・住環境等の総合的な組み合わせを具体的に提案・訴求し、「しごと」×「趣味」の地として、フリーランスや企業へPRする。また、実施したツアーアンケートからも距離や移動時間などのいくつか課題があった一方、宿泊や食事を組み合わせることを希望する内容もあったことから、宿泊・飲食事業者等との連携により、経済効果を高めつつ関係地づくりを進め、最終的には移住や企業進出につなげる。

ツアーの様子



委員意見

委員 評価	【評価等に対する意見】
	担当課の評価のとおりとする。
B	