

地方創生推進交付金事業 評価資料

目次

かつうら観光ぷらっとフォーム事業 . . .	2
企業立地推進事業	6

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 34,016,454円（うち交付金 17,008,227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

○かつうら観光ぷらっとフォーム整備事業業務委託 5,931,863 円

■かつうら観光まちづくり運営事業

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で提供するなどした。

■広域連携推進事業

（一社）勝浦市観光協会が地域限定旅行業を取得し広域連携を活かした商品を提供した。

■空き店舗活用事業

空き店舗を活用したパイロット店舗（かつうら商店）の開設をした。

○外部から専門人材雇用 5,231,391 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の有し組織を運営・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

○朝市ブランド強化委託 2,993,760 円

■朝市ブランド醸成のための研修の実施

朝市出店者に対して「おもてなし」「SNS 活用」「インバウンド対応」に関する講座を実施した。

■フリーマーケットの開催

朝市への新たな出店者の確保を目的とした「勝浦マルシェ」を開催した。

■朝市ロゴの活用

平成 28 年度に作成した勝浦朝市ロゴを活用して黒板立て看板、サコッシュバッグを作成した。

○人材育成事業（ビジネス交流会及び創業塾） 600,000 円

■商工業の発展に寄与するビジネス交流会の実施

中小企業診断士による基調講演を開催するとともに商工業者による交流会を実施した。
12 企業の参加であった。

■創業塾の開催

「勝浦市創業支援事業計画」に則り創業者及び創業希望者を対象とした創業塾を開催した。
2 名の参加であった。

○人材育成事業（インバウンドセミナーの開催） 299,440 円

■インバウンドセミナー企画・運営

今後より多くの外国人観光客が見込まれることからインバウンドに係る知識やノウハウを学習することを目的としたセミナーを開催した。

○観光交流施設管理運営業務 12,412,000 円

■勝浦市観光交流施設設置管理条例並びに勝浦市観光交流施設設置管理条例施行規則を遵守した施設運用

KAPPY ビジターセンターの運営管理

○観光案内所管理運営業務 6,548,000 円

■勝浦市観光案内所設置及び管理に関する条例を遵守した施設運用

勝浦駅前観光案内所、鵜原駅前観光案内所、興津駅興津・守谷観光案内所の運営管理

3. 本事業における重要業績評価指標（K P I）

	指標名	H30 目標値 (H30 実績値)	H31 目標値
KPI-1	交流人口(観光入込客数)	1,200千人 (1,097千人)	1,300千人
KPI-2	観光関連雇用創出者数(延べ、飲食・宿泊業含む)	95人 (13人)	150人
KPI-3	住民主導型まちづくり活動の実績(延べ)	9団体 (6団体)	13団体
KPI-4	市内宿泊客数	303千人 (329千人)	310千人

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)

【交流人口及び市内宿泊客数が減少している要因と課題】

観光入込客数は、入込客数 2018 年度見込み 1,097,000 人(2017 年度 990,860 人前年比 106.140 人増)であるが、昨年度に続きKPIの見込みは未達成になる見込み。交流人口は海水浴場、イベントの来場者、常設レクリエーション施設が各々30%で構成してされており、海水浴場客は、メディアへの露出の強化とあわせ駐車場空き情報の発信強化が利用者のニーズに応えたことによる 10 年間では最高の入込実績である 322,000 人となったが、他のイベント来場者及び常設レクリエーション施設の来場者が伸び悩んだことが原因となっている。

【観光関連雇用創出者数が伸びなかった要因と課題】

観光関連雇用創出者については、商工会などと連携し、起業・創業を希望するものが、企業・創業に至っていない状況であること。また、市内のレジャー施設の跡地(元行川アイランド)に、大型複合リゾート施設整備計画が未着の状態となっており、雇用増加に繋がっていない状態にある。2018 年度現在では目標は下回るものの、強く事業者側へ早期整備を進めるよう協議している。

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】

交流人口を大きく分類した海水浴場、イベントの来場者、常設レクリエーション施設のうち、海水浴場の誘客策については、引き続きメディアへの露出、情報発信の強化を図るとともに入り込み数の少ない海水浴場については新たな施設等を導入することによる入り込み客増を目指す。

また、イベント来場者については、多くの来場者が見込まれる「かつうらビッグひな祭り」のマスコミ、観光誌、ポスター等でPRを強化、会場のライトアップやイルミネーションによる演出をするなど滞在時間の延長、来場者増進に繋がる新たな企画を行います。常設レクリエーション施設の朝市については、ブラッシュアップを目的に運営組織の見直しに着手し、新たな出店者の創出につなげるためのイベント「勝浦マルシェ」などの継続、組織活性化への取組み強化を行う。

【観光関連雇用創出者数を増加させるための改善策】

観光関連雇用創出者については、引き続き勝浦市商工会との連携による就業者の拡大策を展開すると共に、大型複合リゾート施設整備計画の早期実現に向けて事業に協議を進める。

企業立地推進事業 【評価 B】

担当課：企画課

実績額 4,968,000円（うち交付金 2,484,000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、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・セミナー開催 4,968,000円

近年、ライフスタイルや多様な働き方が進む中、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目的に、ツアーやセミナーを開催した。

【ツアー】

<企業誘致>

企業進出のきっかけ作りとして、まず勝浦市を知ってもらうことが重要であることから、企業研修合宿の実施場所として担当者を対象としたツアーを実施した。主に「キュステ」「日本武道館研修センター」「シェアキャンパス清海学園」「東急リゾートタウン」「ブルーベリーヒル勝浦」などの施設や「鵜原理想郷」などの自然景観を視察した。

<移住ツアー>

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、ハイキングや釣りを趣味とする方を対象に日帰りツアー及び1泊2日ツアーを実施した。主に、「かつうらビッグひな祭り」「鵜原理想郷」「釣り船体験」のほか「東急リゾートタウン」「ミレーニア勝浦」などの住環境を視察した。

【セミナー】

新宿駅近くの会議室を使用して、上記ツアーに結びつけることを目的にセミナーを開催し、動画や資料を使い、東京からのアクセスや豊かな自然環境などの勝浦市に魅力を紹介した。

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	H30 目標値 (H30 実績値)	H31目標値
KPI-1	地域しごと支援事業の利用者数	200人	600人
KPI-2	空き公共施設等への進出企業数	5社 (2社:勝浦市実績)	16社
KPI-3	起業家応援イベントの参加者数	2,000人	6,000人
KPI-4	企業と市町村とのマッチング件数	100件	200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)

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、本市においては、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以上離れていることから地理的条件も不利である。

一方、平成30年度の実績は2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するかが課題である。

要因・課題を踏まえた具体的な取組(改善策・取組方針)

本市は「観光地」のイメージが強いが、企業や大学の研修などを実施することが可能な施設も多い。研修合宿の地としてPRできれば、「ビジネス地」として進出のきっかけづくりとなる可能性がある。また、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」「あそび」というようにライフスタイルを確立できる魅力的な地として、PRを推進するとともに、ワンストップで対応できるよう体制を強化していく。

また、関係機関との連携を強化し、効果的なPRや視察のあった企業等へのフォローアップを継続していく。

ツアーの様子

