

地方創生基本目標評価シート(総括)

基本目標		2. 人の流れをつくり地域経済を創出										
具体的な施策	シティプロモーションの促進						No.	2	-	①	-	1
指標名	甲州市観光協会HP閲覧数							目標値				
KPI実績値	単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度					
	万件	38万件	34万件	36万件	37万件	38万件	年40万件					
指標名	市をPRするイベント数							目標値				
KPI実績値	単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度					
	件	61件	55件	58件	48件	45件	年50件					
具体的な施策	地域資源を活用した新たな魅力づくり						No.	2	-	②	-	1
指標名	JR各駅の乗降者数							目標値				
KPI実績値	単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度					
	万人	203万人	204万人	195万人	201万人	195万人	年220万人					
具体的な施策	来訪者に対する受け入れ体制の整備とネットワーク化						No.	2	-	③	-	1
指標名	観光案内所利用者数							目標値				
KPI実績値	単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度					
	人	22000人	22,000人	21,000人	16,742人	16,000人	年24,000人					
具体的な施策	移住情報等の発信						No.	2	-	④	-	1
指標名	ガイドブック発行数							目標値				
KPI実績値	単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度					
	部	20,000部	20,000部	20,000部	20,000部	10,000部	年20,000部					
具体的な施策	地域資源視察・観光巡回バスの運行						No.	2	-	⑤	-	1
指標名	巡回バス利用者数							目標値				
KPI実績値	単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度					
	人	0人	0人	21人	0人	0人	年1,500人					
具体的な施策	空き家を利用した移住の促進						No.	2	-	⑥	-	1
指標名	空き家バンク取引成立件数							目標値				
KPI実績値	単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度					
	件	2件	6件	4件	6件	6件	年5件					
備考	観光交流課、市民課、政策秘書課											

地方創生基本目標評価シート(総括)

基本目標		2. 人の流れをつくり地域経済を創出							
基本的方向	豊富な観光資源の磨き上げと発掘、フットパスコースの設定等、魅力ある観光ルートを開発し、観光情報・移住情報・子育て情報等の発信によるシティプロモーションを展開し、本市の魅力創出と効果的なPRを推進します。そして、来訪者が気軽に地域視察や周遊観光ができる環境を整備し、交流人口の増大から移住へと結びつけるようにします。また、空き家を利用したサテライトオフィスの誘致等による移住への可能性を検討していきます。								
	指標名	観光入込数						目標値	
数値目標	実績値	単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度	
		万人	360万人	352万人	363万人	373万人	360万人	年354万人	
数値目標	実績値	指標名	空き家の登録件数						目標値
		単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度	
数値目標	実績値	件	12件	10件	9件	6件	9件	年20件	
		指標名	移住希望者の相談件数						目標値
数値目標	実績値	単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度	
		件	77件	45件	85件	140件	70件	年120件	
数値目標	実績値	指標名							目標値
		単位	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	平成31年度	
数値目標	実績値								
		当該年度の評価・課題等							
基本目標の評価	<p>●基本目標に対する数値目標について</p> <p>観光入込数は目標を達成しており、360万人であった。空き家の登録件数は9件で目標に対して約45%の達成率である。移住希望者の相談件数は前年度を大きく下回り70件で約58%の達成率である。</p> <p>●具体的施策について</p> <p>①シティプロモーションの促進</p> <p>KPIは、甲州市観光協会HP閲覧数、市をPRするイベント数ともほぼ達成している。主な課題としては、シティプロモーションによる魅力発信事業では、豊富にある地域資源を活用するよう地域が主体となった「観光まちづくり」による取り組みが必要と思われる。情報発信と人的ネットワークの構築では、2020年の東京オリンピックにともない増加すると思われる、外国人旅行者の受入態勢の整備、国際化に対応した観光地づくりが課題となり、個々の事業者の認識向上と連携した体制づくりが必要となっている。</p> <p>②地域資源を活用した新たな魅力づくり</p> <p>KPIは、横ばいで推移しており未達成であった。主な課題としては、寺社仏閣・名勝・旧跡等のPR活動では、伝統文化や神社仏閣、史跡等と連携した観光メニューを、文化財課と連携してプラス@の魅力発信が必要である。街道型フットパスコースの設定では、コースの充実を図り満足度と市の魅力の向上を図る必要がある。</p> <p>③来訪者に対する受け入れ体制の整備とネットワーク化</p> <p>KPIは、減少傾向で推移し、未達成であった。ICTの進展（スマートフォンの普及とアプリの充実）による影響も考えられる。主な課題としては、観光案内所ネットワーク事業では、観光客の旅行動向の変化により、観光案内所の利用者数は減少傾向にあるが、求められる情報の詳細化や広域化等、役割が多様化している。来訪者に対する受け入れ体制の整備強化では、観光施設及び交流体験施設の老朽化対策、自然保全団体・組織の育成強化、インバウンド対策としてリニューアル整備の拡充、人的ネットワークの構築を促進する必要がある。観光拠点のネットワークでは、観光拠点の整備や観光情報の整理など、来訪者の受け入れ体制並びにネットワーク化を推進することにより、来訪者の様々なニーズに対応した快適な滞在の実現と魅力度アップを図る必要がある。歩くまちづくりの推進では、フットパスコースの案内看板等の環境整備やパンフレット等の充実などにより、来訪者の受け入れ体制を整えるとともに、「歩く」イベント情報を一元化し、多様化する来訪者のニーズに対応できる情報の発信が必要と考える。</p> <p>④移住情報等の発信</p> <p>KPIは、次期では指標の変更が必要と思われる。主な課題としては、移住情報の一括発信では、サイトの閲覧数は伸びているが、情報更新率が弱く、オンタイム情報としての魅力がアップしていかない。今後は更新の継続と内容の精査及び更新箇所のPR等をどのように実施していくかが課題である。情報の発信体制の整備では、毎年2回発行してきたが、今年度からは年1回とし、発行数は10,000部とした。内容を観光的なものから移住に特化した内容とし、年間を通じて使えるものとした。このためKPI発行数20,000部からは半減となったが、内容の充実を図っている。過去に発行した情報誌の在庫を抱えており、内容の充実とともに活用方法も課題である。</p> <p>⑤地域資源視察・観光巡回バスの運行</p> <p>KPIも含めて再検討が必要と思われる。未達成。主な課題としては、市内循環・巡回バスの運行については、市民向け、交流者向けそれぞれに必要性があるが、現在のところ市民向けのデマンドバス等の運行のみとなっている。交流者等に本市の資源や魅力を多くの方知ってもらおう実施形態の見直しが必要である。</p> <p>⑥空き家を利用した移住の促進</p> <p>KPIは、達成であった。主な課題としては、移住促進事業では、甲州市空き家情報バンクの運営について、登録物件の多種多様化と、利用者の重要な把握や両者のマッチング等専門的要素が増大しており、民間活力との連携を構築し、一括して相談を受け総合窓口等の設置によりスピーディーな対応をしていく必要がある。また、市内宅建協会との密な連携が必要となってくる。空き家対策の推進では、平成30年度から、空き家対策と空き家活用で分担組織構成となり、空き家の把握及びその後の対応への判断が課題となっている。また、㈱LIFULL、山梨中央銀行との連携協定及び市内宅建協会等の連携強化により、移住対策としての空き家情報バンクの役割が今後増大するので、本事業の重要性が増すことが考えられる。企業の地方移転促進等の仕組みづくりでは、昨年5月に開設した「シェアオフィス甲州」については、2階のコワーキングスペースの活用や1階部分のレンタルオフィス、サテライトオフィスについて活用方法を明確にしたうえで利用者の増加を図ることが重要である。</p>								

地方創生基本目標評価シート(総括)

計画の方向性

●具体的施策について

①シティプロモーションの促進

シティプロモーションによる魅力発信事業については、最近の旅行ニーズが参加型・体験型へと変化していることで、新しい体験型・参加型観光メニューの開発や新しいイベントの開発を行うことにより、年間を通じた本市の魅力を訴求し、常に新しい発想を導入することで本市の魅力アップを図る。情報発信と人的ネットワークの構築では、外国語パンフレットの活用推進、外国語対応のできるガイドのおもてなし養成講座や登録制度の推進を図るとともに、観光地としての品質を強化し、外国人旅行者のニーズに合わせて取組や通年を意識した観光PR、広域連携により、甲州市内及び峡東地域での滞在時間を増やす取組に努める。

②地域資源を活用した新たな魅力づくり

武田信玄公生誕500周年記念(2021)を活用した企画の実施。ぶどう栽培やワイン醸造を始めとした産業文化、武田家ゆかりの史跡を始めとする歴史的遺産など、本市の地域的特性を十分に活用し、更なる観光誘客促進を図る。

③来訪者に対する受け入れ体制の整備とネットワーク化

観光案内所ネットワーク事業については、観光案内機能を向上させるため、観光案内サービスのさらなる充実、観光案内機能がある施設と観光案内所における情報共有の強化により、タイムリーな情報の共通把握を行うシステム構築を図る。来訪者に対する受け入れ体制の整備強化では、施設の老朽化対策として、改善計画にもとづく優先的整備を図り、また、インバウンド対応として各施設等に多言語・ピクトグラム等の案内表示を設置し設備の充実を図っていく予定であるが、関連事業者と地域住民の主体的な迎え入れる施策に取り組みしていく。観光拠点のネットワークでは、観光拠点とフットパスコースの融合により、歴史遺産などの観光資源としての活用と、「歩いて巡る」ニューツーリズムによる通年型の観光地づくりの促進に繋げる。また、レンタサイクルとの融合により、より広範囲に周遊できる環境を作り出すなど、来訪者のニーズに対応するよう充実を図る。歩くまちづくりの推進では、観光の形態として体験型・交流型のニューツーリズムが注目されており、「ある〜く ころしゅう」の推進により、地域資源等を活かしたウォーキング・トレッキングを楽しみながら市民参加のまちづくり・健康づくりを進め、ひいては市外への甲州市の魅力の発信を図る。

④移住情報等の発信

移住情報の一括発信については、取材アップの内容と移住者の求める情報のマッチングさせ、移住希望者の興味が高い空き家バンクの情報発信の方法の検討を行いより充実したサイトへとする。冊子版とWEB版の情報の連携と区分をうまく行い、実際に移住希望者や関係人口となりうる人たちが魅力を感じる発信とする。継続的にタイムリーな情報発信に努めるとともに、情報更新の体制の構築及び冊子版とWeb版との連帯性の強化を行い、交流人口から関係人口に発展していくような人々をターゲットに、より充実した注目度の高い情報発信に努めていく。情報の発信体制の整備については、大学生による取材や編集による内容は、学生目線を大事にしながら若者世代への施策的な情報発信にも心がけるようにしていくとともに、ポータルサイトによるオンタイムな情報発信に赴きを置きながら、ペーパー媒体としての特徴や役割を十分に発揮するように検証を行いながら継続する。内容的には、移住に係るハイプルのなものとし、発行準備を進めており、令和2年1月下旬に発行予定。移住相談会やお試し住宅利用者での活用はもとより、市内においても本市の移住対策を紹介する機会として、市公共施設のほかに市内金融機関など市民の目の触れる場所での活用を目指している。

⑤地域資源視察・観光巡回バスの運行

市内の資源や魅力の発信を「甲州らいふ」やWEBサイト等で充実するとともに、受け入れ態勢の充実を図る。

定住まで結びつけるには個別にきめ細かな支援が必要のため、移住コンシェルジュの活用や空き家情報バンク、お試し住宅の充実が必要となってくる。施策の再検討が必要となっている。

⑥空き家を利用した移住の促進

移住促進事業については、民間組織の構築を目指し、移住者や関係人口の増加につながる空き家の活用について、空き家対策の利活用の推進として、空き家情報バンクによる空き家を含む流通促進につなげるための民間組織の構築を目指すため、㈱LIFULL、山梨中央銀行と連携協定を結び事業を展開している。空き家対策の推進については、甲州市空き家対策計画にのっとり、特定空き家等の指定の検討を行うと共に、利活用できる空き家の掘り起こしも継続して取り組んで行く。また、本事業により、空き家情報バンクによる空き家の活用を促進していく。企業の地方移転促進等の仕組みづくりについては、先進地視察を行うとともに、「ワーケーション」等時代に合った活用方法を確認したうえでPRしていく。