

地方創生関連交付金の検証について

事業名	観光おもてなしと地域ブランド情報発信拠点整備事業						
担当課	産業経済部商工観光課	事業開始年度	平成28年度				
事業の概要	市の玄関口であるJR氏家駅前に、市の観光情報等の発信及び市内観光施設への回遊促進に寄与し、また市民活動の活性化を図る観光拠点施設(さくらテラス)を整備する。	市戦略の基本目標	2 定住人口・交流人口を増やす				
		交付金の名称	地方創生拠点整備交付金				
		総事業費	令和2年度： - 円（平成29年度：160,682千円）				
		交付金額	令和2年度： - 円（平成29年度：70,501千円）				
重要業績成果指標 (KPI)	指標名称		基準値 (H28)	R1実績値	R2実績値	R2目標値	補足説明
	KPI①	地域特産品販売金額	0千円	5,392千円	3,761千円	10,000千円	さくらテラスでの販売額
	KPI②	年間観光入込客数	714千人	1,954千人	1,315千人	1,000千人	商工観光課調査
	KPI③	地域雇用数	0人	4人	5人	5人	さくらテラス従業員数
	KPI④						
活動状況	<p>○令和2年度に実施した主な事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・氏家納涼彩企画展 (7/31~8/15) ・F1カー&MotoGPマシン展示 (8/7~8/18) ・喜連川温泉展示 (10/20~11/8) ・さくらブランド展示 (11/12~11/23) ・氏家雑通り回遊券販売 (11/14~) …取扱中止。 ・クリスマスライティング (12/17~12/27) ・氏家雑めぐり (2/6~3/7) …開催中止。 ・F1マシン&パワーユニット特別展示 (3/16~4/7) 		主な効果	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度のさくらテラスの利用者数：18,910人 ※前年度比52.8%。(令和元年度利用者数：35,755人) ・新型コロナウイルス感染症の拡大により、イベント実施の見送りや入場制限等の大きな影響を受けたが、そのような中でも継続して事業を実施し、ウィズコロナ社会における観光PRを行うことができた。 			
今後の方針	<p>本事業に係る効果検証は、令和2年度をもって終了。 引き続き、新型コロナウイルス感染症の今後の感染の広がりや国や県の動向を見ながら、駅前交流拠点でのイベント実施や駅前交流拠点を中心とした人の動線を形成することについて検討するとともに、アフターコロナ社会における観光需要の高まりへの対応を行う。</p>						

地方創生関連交付金の検証について

事業名	商店街の周遊性の向上に資する観光拠点の整備事業						
担当課	教育委員会事務局生涯学習課	事業開始年度	平成30年度				
事業の概要	瀧澤家住宅の魅力を向上させ、来館者の増加を図るとともに、氏家駅から徒歩で来館するように誘導することで氏家駅から瀧澤家住宅までの間にある商店街の利用者の増加を図る。	市戦略の基本目標	2 定住人口・交流人口を増やす				
		交付金の名称	地方創生拠点整備交付金／地方創生推進交付金				
		総事業費	令和2年度： - 円（令和元年度：95,900千円／52千円）				
		交付金額	令和2年度： - 円（令和元年度：25,868千円／26千円）				
重要業績成果指標 (KPI)	指標名称	基準値 (H29)	R1実績値	R2実績値	R4目標値	補足説明	
	KPI①	施設の入館者数	4,768人	8,396人	1,669人	10,400人	生涯学習課調査
	KPI②	空き店舗への出店数	0店	2店	6店	8店	商工観光課調査
	KPI③	民間事業者による瀧澤家住宅を活用した旅行企画数	0件	1件	0件	8件	生涯学習課調査
	KPI④						
活動状況	<p>○令和2年度に実施した主な事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・陶芸展 さくら・桜・SAKURA (3/20~4/15) ・ギャラリートーク島田恭子氏 (4/5) ・企画展「時を息する形象の領域」 (7/23~9/6) ・「瀧澤家住宅×和装」PR動画&写真撮影(10/10, 11) ・繭玉工作体験 (12/13) ・企画展「UCLID4 EXHIBITION」 (1/22~1/31) ・ワークショップ七色土玉で自分だけのお皿を作ろう (2/23) ・企画展「祈りの中から生まれて」 (3/27~5/16) 	主な効果	<p>新型コロナウイルス感染症の拡大により、来館者は大きく減少したものの、瀧澤家住宅を活用した展示やイベント等を通じて、施設の魅力発信を行うことができた。</p>				
今後の方針	<p>新型コロナウイルス感染症の今後の感染の広がりや国や県の動向を見ながら、瀧澤家住宅設置の目的に沿った公演、講演会、ワークショップ、イベント等の事業実施の検討や貸し出しスペースの利用促進を行っていく。</p>						

地方創生関連交付金の検証について

事業名	「新たな魅力の発見と発信」交流人口倍增計画						
担当課	総合政策部総合政策課	事業開始年度	平成30年度				
事業の概要	道の駅きつれがわ・さくらテラスを観光の拠点とし、それぞれの周遊観光を強化するとともに両拠点を連動させることで市内全体の活性化に繋がる戦略的プロモーションを展開する。	市戦略の基本目標	2 定住人口・交流人口を増やす				
		交付金の名称	地方創生推進交付金				
		総事業費	令和2年度:14,497千円				
		交付金額	令和2年度:7,248千円				
重要業績成果指標 (KPI)	指標名称		基準値 (H29)	R1実績値	R2実績値	R2目標値	補足説明
	KPI①	新事業における駅前拠点及び隣接公共施設利用人数	0人	64,727人	23,886人	40,000人	さくらテラス・さくらスクエアの利用者数
	KPI②	道の駅きつれがわ年間利用者数	550千人	1,043千人	712千人	750千人	商業・温泉施設の来客数合計
	KPI③	駅前運営主体組織の売上高	0円	5,392千円	3,761千円	5,000千円	さくらテラスでの販売額
	KPI④	年間観光入込客数	780千人	1,954千人	1,315千人	1,560千人	商工観光課調査
活動状況	<p>○令和2年度に実施した主な事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シティプロモーション戦略に基づく情報発信（書籍「足利の血脈」全国出版） ・道の駅きつれがわ及びさくらテラスでのプロジェクトマップ投影。 ・SNSで市の魅力や情報発信（新型コロナウイルス感染状況や感染注意喚起含む） 		主な効果	<p>継続した魅力発信に努め、さくら市の知名度向上やシビックプライドの醸成などの地域活性化や本市への誘客を図ろうとしたが、新型コロナウイルス感染症の影響による外出自粛や各種イベントの中止により、観光施策は大きな落ち込みが見られた。</p>			
今後の方針	<p>本事業に係る効果検証は、令和2年度をもって終了。 ウィズコロナ社会におけるシティプロモーション戦略に基づく事業の実施、市外に向けた広告展開等の見直しを行っていくとともに、アフターコロナ社会における観光需要の高まりへの対応を検討する。</p>						

地方創生関連交付金の検証について

事業名	商店街の景観・ホスピタリティ向上事業						
担当課	産業経済部商工観光課	事業開始年度	令和元年度				
事業の概要	まちづくりの推進や市街地の魅力の向上の為に、商店等を利用する住民・市街地を周遊する観光客が気軽に休憩をとることができ、かつ、地域交流の場として活用できるような滞留空間を整備・活用することにより、商店街の景観や市内外の周遊者に対するホスピタリティを向上させ、「市街地そのものの魅力の向上」を図る。	市戦略の基本目標	2 定住人口・交流人口を増やす				
		交付金の名称	地方創生推進交付金				
		総事業費	令和2年度:19,262千円				
		交付金額	令和2年度:9,631千円				
重要業績成果指標 (KPI)	指標名称		基準値 (H30)	R1実績値	R2実績値	R5目標値	補足説明
	KPI①	店前景観整備事業を活用した商店等の売上げの向上率	0%	0%	0%	90%	
	KPI②	売上げアップ店内改修モデル事業を活用した商店等の売上げの向上率	0%	0%	0%	90%	
	KPI③	店前景観整備事業により作成した店前景観モデルデザインを利用した商店等の数	0件	0件	11件	30件	商工観光課調査
	KPI④	市街地に賑わいがあると思う市民の割合	11.1%	17.3%	12.8%	20.5%	アンケート調査
活動状況	<p>○令和2年度に実施した主な事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街の滞留空間を整備（テラス楽～座、参番館、さくらスクエア） ・店前景観整備推進事業、売上げアップ店内改修モデル事業 …店前・店内デザインモデル店舗の募集・決定・作成 ・立寄り率アップ研修会開催事業 …専門家委託による店舗経営者等の研修会 		主な効果	<p>まちの魅力を高めるため、滞留空間整備のハード施策の推進とともに、研修会開催等のソフト施策も同時に実施し、まちの活性化を図ることができた。</p>			
今後の方針	<ul style="list-style-type: none"> ・「モデル店舗」については、事業の実施後もモニタリングを継続するとともに、他の商店等の経営者の研修に活用する等、市街地の賑わい創出のための素材として、中・長期的に活用する。 ・滞留空間の整備を実施する。（氏家駅東周辺、琴平通り） 						