

地方創生交付金を活用した事業に係る効果検証委員による
平成 30 年度フルーツライン左沢線活用広域連携事業の効果検証について

令和元年8月
寒河江市企画創成課

<概要>

平成 30 年度フルーツライン左沢線活用広域連携事業について、観光的、経済的及び金融的な観点並びに山形県内、宮城県及び首都圏の視点から効果検証を依頼し、以下の意見をいただいた。

<効果検証委員>

亜細亜大学経営学部 久保田美穂子准教授(東京)
公益財団法人 東北活性化研究センター 宮曾根 隆 部長(東北)
日本政策金融公庫 山形支店 中小企業事業 大関 恒治 上席課長代理 (山形)

<意見>

- ・複数市町村、広域でまとめるのは大変だと思うが頑張っていたきたい。
- ・地域資源と人材は限られていると思うが、限られているからこそ戦略を練って頑張ってもらいたい。

[観光振興]

- ・雪フェスは事業費も抑え、事務局も変わった中で、来場者数は順調に伸ばしている。予算を抑えた中での集客という観点であれば、非常にいい形になっているのではないかと。
- ・県内での知名度、認知度はある程度上がっているが、県外からのお客さんをもっと取り込んで、宿泊を伴ってもっとお金を落としてもらうようにしなければならない。宿泊の数字は上がってきているとのことなので、今後の伸びに期待している。
- ・渋滞対策やシャトルバスなどお客様のニーズを掬っていくことで満足度向上、リピーター獲得に繋がっていくのではないかと。
- ・インバウンドについて、誘客獲得、目標達成できればよいと思う、山形の魅力を知ってもらうには良い機会。
- ・他イベントとの対比、特色として、地域密着型のイベントだと認識している。工夫次第でもっとお客を呼べる伸び代があるイベントではないかと。地元も楽しめ、外から人も呼び込めるようにアイデアを絞ってほしい。集客には天候などの要素もあるだろうが、高速道路（東北中央自動車道）が繋がったことなど外から呼び込める環境も整ってきているので頑張ってもらいたい。

- ・細かい改善を積み上げているのが良い。こういうことが大事。大きいことは難しいので、地道な改善がとても大切。
- ・インバウンド促進とあるが、どんなことを行っている？ターゲットや外国人の来場者数は？

→（事務局）

ウェブサイト・パンフレットの多言語化（英語・韓国語・中国語）、コンテンツとしての雪の活用・情報発信を行っている。ターゲットとしては台中韓および東南アジア（山形県として設定しているターゲットと同じ）。主催者側では数百人程度と把握している。県でチャーター便やツアー造成などをしており、そちらで100人ほど+係数の積算で数百人程度となっている。

- ・チャーター便を活用しているのはとても良い。来訪のきっかけづくりになっている。
- ・日本全体として観光・旅行業界が盛り上がっているが、日本の人口自体は減っているので、実際に底上げしているのは外国人観光客。外国人観光客を取り込めるような考え方は必須ではないか。
- ・各地で雪を売ると言っているところが多いが、関東以北だったら何処にでもあり、特徴が無いと自然に誘客を増やすことは難しい。
- ・例えばユニークな取組として青森に地吹雪体験ツアーというのが20数年前からあり、国内でも大阪などからたくさん来ている。何か強い特徴があるコンテンツを作れば、チャーター便というきっかけが無くても人が集まるのではないか。
- ・雪フェスの具体的な中身は？遊べる場所などは？

→（事務局）

楽しむ（見る）、遊ぶ、食べるというゾーニングをしており、「遊ぶ」ところで公園の広い敷地を活かし様々な雪遊びが出来る場所を作っている。

- ・雪フェスは寒河江会場のみ？県のイベントとしては他にない？

→（事務局）

寒河江のみでの開催で、県のイベントとしてはこれだけ。1月下旬から2月初旬の1番早い時期の開催で、県全体の雪まつりのスタートを切るイベントとして位置付けられている。

- ・事業やまちづくりに対し、住民はどんな関わり方をしているのか気になる。住民組織が頑張ると、良い動きに繋がるといえることがある。秋田内陸線（秋田内陸縦貫鉄道）でも、存廃について話題になった際には、住民自身が自主的に利用促進に取り組んでいったという事例があった。「自分たちの鉄道だ」という意識醸成、住民組織を巻き込む仕組みが大事なのかと思う。

→（事務局）

雪フェスに際して、メイン会場外でも市内で雪像を作る動きがあり、去年は町内会で雪像を作ったところがあった。新潟県十日町市のように住民が積極的に参加してくれ

る祭の形を狙っていきたい。

- ・住民の活動を盛り上げる支援の仕組みがあると良いのでは。住民組織の拠点、地域運営組織などについて、寒河江市ではどうなっている？

→（事務局）

田代地区（学びの里TASSHO）が寒河江市の地域づくりにおいて先進事例となっている。また、柴橋地区ではコミュニティセンター化をきっかけに地域づくりの話し合いを進めている。

- ・地域づくりには強いリーダーが必要、ただし一人ではなくチームで。川西町の「きらりよしじま」は、地域の顔役である5人ぐらいの飲み仲間がスタートしたものだった。住民組織が育っていくと、行政の補完的な役割を担ってくれる。
- ・CS調査を行っているが、結果の共有・活用とはどのように行っているのか？

→（事務局）

総会の際に資料としてまとめ、データを連携自治体間で共有している。その後の活用については各自治体で行っている。

→調査をやった意味・成果・発見をしっかりと出すことが重要。成功したイベント・事業についても「なぜ上手く行っているのか？」の共有が大事なので、そこまで繋がると良いのではないか。

- ・西川町の「雪旅籠の灯り」は東京圏から多く人が来ている。SNSなどでの広報が上手く行っているのかもしれないが、そういった点の分析をして共有出来ると良いのでは。特に広報は重要なので。
- ・宿泊状況、民泊などはどうなっているのか？

→（事務局）

エリア全体として宿泊定員が少ない施設が多く、宿泊施設が無い街もある。また、ピーク時にはすぐ宿泊施設が埋まってしまい、逆に閑散期は稼働率が低分低いところもあると聞いている。閑散期に如何に宿泊者数を伸ばせるかが課題と感じている。

民泊については、ほとんどない状況。廃校舎を活用した宿泊施設や、ゲストハウス開設など新しい動きはある。

→東京から見ても、山形県では天童温泉や上山温泉のネームバリューが大きい。山形に行くなら泊まるのはそこ！と全体行程の起点になるほど。せっかくイベント等で観光客が来ても、他の街に泊まるようでは中々お金が地域に落ちない。その街に泊まるのが必須のイベントを作るとか、施策を練ってみてはどうか。

[創業支援]

- ・創業支援のためには、既にある補助金一辺倒だけでなく、起業家に対する様々なアプローチ、コミュニケーションが重要。

- ・岩手県花巻市では「花巻市起業化支援センター」の事業として、工場や研究室などに使える空きスペースを起業家に安価で貸し出しており、一定の効果を上げているとのこと。参考にしてみてもどうか。
- ・日本政策金融公庫でも国民生活事業として創業支援を行っている、是非活用してもらいたい。
- ・創業実績件数を見てもなかなか件数が伸びていないようだが、抜本的な何かというのは難しいだろう。まずは、今の時点でやれることを粛々とやっていくことが大事なのかもしれない。

[公共交通ネットワーク]

- ・地元客の利用がメインとのことだが、観光客も周辺での行き来、域内周遊に使える公共交通の形になっていくと良いのではないかと。2次交通は重要なものなので、思案していただきたい。
- ・予算の制約がある中で、いかに効率的に運行していけるかを引き続き検討、実施していただきたい。各駅前で行っている事業についてもそれぞれ工夫しているようなので、今後も頑張ってもらいたい。フルーツラインPJの情報共有・伝達役として寒河江市に良く動いてもらえれば。
- ・メインとなる利用者は観光客と地元客どっち？

→（事務局）

ほぼ地元客がメインで、買い物や病院への通院などでの利用が多い。

- ・地元客のための整備をきちんとした上で、観光客も活用できる形になると良いのでは。
- ・仙台市営バスもほとんどが赤字路線と聞いている。仙台でさえ成り立たないので、大変なテーマだと思う。
- ・燃費などの面で、小型電気バスが今後流行ってくるかも。

[拠点整備]

- ・ATERAについて、まだ施設内を見られていない（近くに寄ったことはあったが、中に入らなかった）が、リノベーション後きれいになったので、そこにお客さん呼び込み、この場を活用してもらえらる仕組みづくりに取り組んでいただきたい。
- ・リピーターの獲得は難しいものではあるが、お客さんが新たなお客さん呼び込んでリピーターとなるようなアイデアを絞っていただければいいのではないかと（紹介による特典付与とか）。
- ・県外客へのアピールは？この施設は地元の人向け？

→（事務局）

マルシェなどのイベントを開催しており、どちらかと言えば地元密着型でやっているといえる。

[KPI・進捗等]

- ・実績値はまだ出ていないものが多いが、翌年度のKPIも既にあるので、最終年度の着地に向けて頑張っていたきたい。
- ・数字だけを見ると「未達」という所が目立ってしまうが、取組を続けているということが大切なこと。そこから見える新たな知恵、対応策を考えていくという地道な努力が大事になってくるのでは。
- ・創業者数は、目標設定値が高すぎるのではない？目標値に囚われすぎて、形式的な創業が増えてしまう恐れもある。
- ・創業者および支援の内容は？

→（事務局）

飲食業が多いようだ。支援としては空き店舗活用した際の補助金などを行っている。

- ・創業した中で辞めた件数は把握しているのか？飲食店は半年持たせるのが大変とか、3カ月で辞めました。という話もある。
- ・創業した事業者について、創業後も廃業しているところがないかを一定期間把握しておく必要があるのではないかな。
- ・無理をして数字を上げるために、持続可能でないものまで創業してしまい、投じられた資金が無駄になってしまうということが起きていないか注意が必要。
- ・創業支援のKPIに限らず、現実的な目標設定にした方が良いのではないかな。

[データ活用について]

- ・顧客データを取って戦略的に使っていくことが大事。観光客の求める情報を定期的に発信していくとか、どんな商品・サービスが売れているか、嗜好の分析など。対外的な大規模プロモーションよりも顧客データの収集と活用が重要。でないと、誰にどのような情報を出していったら良いかわからない。
- ・一回来たことがある人＝その土地に関心がある人、好きなところがある人。そういう人に情報を出して来訪、再来訪に繋げることが大事。
- ・気仙沼市で市内共通のポイントカード「気仙沼クルーカード」を作り、地元業者と連携している事例がある。地域経済に還元してもらおう仕組み作りを考えてみてはどうか。
- ・一つのきっかけとしてだが、ふるさと納税をされた方とのつながりを作ることも考えられるのではないかな。