

地方創生交付金活用事業に係る効果検証委員による令和3年度事業効果検証について

対象事業：光と食でおもてなし！見て、食して、体感する ～山形どまんなか冬季観光プロジェクト～

令和4年8月
寒河江市企画創成課

<概要>

令和3年度「光と食でおもてなし！見て、食して、体感する ～山形どまんなか冬季観光プロジェクト～」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。

※内容の近いコメントがありますが、統合せず併記しています。

<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 総括課 朝日 健一 上席課長代理（山形）

<意見>

[K P I]

- ◆ 資料12ページに各市町のKPIに関する記述があるが、各市町毎に個別のKPIを設定し、その積算が事業全体のKPIという考え方で良いか。
 - ➡事務局回答：その通り。
 - ➡であれば、朝日町のKPI①達成ということはコロナ禍であってもプロモーションが成功し、スキー場来場者数増に繋がったと考えられる。他市町も時勢やニーズを見ながら参考にすると良いのではないか。

- ◆ 朝日町のKPI①達成率が高いということが興味を引くが、町ごとにKPIを設定しているのか。また、KPI②道の駅観光者数について、全ての連携自治体に道の駅があるのか。
 - ➡事務局回答：どちらもその通り。その積み上げが全体のKPI。
 - ➡朝日町のりんごの販売数がどのようにKPI②に絡むのか。
 - ➡事務局回答：朝日町の主要な産物がりんごであり、道の駅もりんごをテーマにしている。コロナ禍により遠方からの観光客の回復が進まなかったほか、りんごの生産量、販売量が減ると道の駅としても積極的なPRができず、連

動して道の駅の来場者数も減るという考え。

⇒どこかはマイナスでも他方のプラスで全体としてKPI達成に至ったということがあると思う。全体の数値だけでなく、個別の数値とその要因を分析、事業に反映し、結果として全体の底上げとなるよう頑張ってもらいたい。

◆ 事業計画を立案したのはコロナ禍突入後という認識でよいか。KPIや事業内容は計画期間内のコロナ禍が収まる前提で設計しているのか。

⇒事務局回答：概ねその通りだが「With コロナ」の考え方の部分もある。「やまがた音と光のファンタジア」（以下：やまファン）の前身事業「やまがた雪フェスティバル」（以下：雪フェス）では、メインイベント三日間のみの集客を重視していたが、「密」を避けながら、およそ2カ月半の期間中、何時でも好きな時に足を運んでもらえるものとして、イルミネーションメインのイベント内容とした。

[観光振興(やまがた音と光のファンタジア関係)]

◆ 「やまファン」の誘客面で、県外、特に宮城県を明確にターゲットとして設計、実施していることがとても評価できると感じるが、その認識でよいか。

⇒事務局回答：概ねそうだ。隣県ということで、新潟県や福島県からも呼び込めればと考えている。

⇒広い範囲から誘客したい、来た方が良いのはもっともだが、そのためには手間とコストが大きくなる。そういう意味で、この事業は範囲を絞っていることによりコスト効率が良いと評価できる。

◆ メインターゲットの宮城県も人口密集地は仙台周辺で、そのエリアから寒河江へは高速道路もありアクセスが良く、やはり仙台を狙って行くのが良いのだろう。同じく隣県ではあるが、福島県や新潟県は距離・時間がかかり、アクセス面では少し厳しいのではないかと。

⇒事務局回答：近年、福島県からの高速道路の整備が進み、無料区間（福島大笹生ICから米沢北IC間）もあり、無料区間は片側1車線のため10分程度時間が多くかかるが、1,000円程度安くなったので、これを活かせればと考えている。ただし、やはりメインターゲットは仙台を中心とした宮城県とする方針。

◆ 来場者数について、前身の「雪フェス」では20万人前後だったが、今回は6万人超となっている。この数字はどの様に考えているか。

⇒事務局回答：開催方法の変更により、集計方法も以前と同一では無いので、一概に

大きく減少したとは言えないが、今回から新たに客数計測用カウンターを導入し、その計測値を基に集計しているので、前身事業時よりも実数に近い数値と考えている。

- ◆ 今回の来場客数はどう捉えているか、成功と見ているのか
 - ➡事務局回答：コロナ禍によりスペシャルデーを実施出来なかったことが全体の結果として影響したが、イルミネーション単体の来場客は想定よりも多く、最低限のラインはクリアしたと捉えている。

- ◆ 今回の来場客数はどう捉えているか。
 - ➡事務局回答：コロナ禍によりスペシャルデーを実施出来なかったことが全体の結果として影響したが、期間を通したイルミネーション単体の来場客は想定よりも多く、最低限のラインはクリアしたと捉えている。
 - ➡スペシャルデーが無いにも拘わらずこれだけの来場客数があったことは評価出来る。

- ◆ 昨年の効果検証時に本事業の構想をお聞きした。その際、前身の「雪フェス」では会期が数日だが、リニューアル後は数か月となるので全体の集客数は底上げされる見通しとあった。今回の客数はどう考えているか。
 - ➡事務局回答：コロナ禍によりスペシャルデーを実施出来なかったことが影響したと考えている。

- ◆ 「湯めぐり温泉企画」とはスタンプラリーのようなものか。イルミネーションとの関連性はどの様になっているのか。
 - ➡事務局回答：スタンプラリー形式で実施した。該当施設のうちいくつかはイルミネーション会場となっている。また、最も集客が望めるスペシャルデーに期間を併せており、本来はスペシャルデー来場客が、メイン会場の寒河江市だけでなく、各町を周遊するイメージだったが、結果としてスペシャルデーが中止となり、その点で関連性や効果は薄くなってしまった。

- ◆ 寒河江市以外の4町サブ会場は地元の人が行くイメージか。
 - ➡事務局回答：寒河江のメイン会場が起点でサブ会場を周るスタンプラリーを実施し、域外からの来場客を周遊させる設計。また、スタンプラリーはJAFの協力で行ったので、会員やJAFメディアを通じ知って来た方もいたかと思う。
 - ➡周遊手段は車の想定か。公共交通機関で周遊可能か。
 - ➡事務局回答：車を想定している。公共交通機関では非常に難しい。

- ◆ 現状、観光分野では、好機を逃さないように、with コロナ対応含め、様々に知恵を

絞る必要がある。その意味で、カウンター導入による実数計測や、満足度調査を行うなど、次に活かすための実情を把握する姿勢が評価出来る。満足度調査は以前からやっていたのか。

➡事務局回答：雪フェス時から満足度を含む来場者アンケート調査を行い、事業見直し等に活用していた。

➡ぜひ今後も継続し、積み重ねを大事にして活用してほしい。観光施策を行ううえで、消費と満足度を上げることが重要なので、その点を把握するために必要。

- ◆ アンケート意見に「暖かい飲み物や軽食等の屋台があればよかった」とある。会期中に地元の料理、食の提供等出来ていれば、地域性を出したり特産品のPR等にも繋がったのではないか。

➡事務局回答：会場である最上川ふるさと総合公園の管理棟センターハウスで限られたメニューではあるが飲食提供を行っていたが、より一層の周知や、そこ以外でも提供する場所を複数用意する等出来れば良かったかもしれない。また、スペシャルデー実施時にはキッチンカーエリア等を予定していたが、コロナ禍による中止のため実施出来なかった。

- ◆ アンケートで有料化に関する項目があるが、今後有料化するのか。

➡事務局回答：事業検討時から有料化の検討はしていたが、現時点では未定。ただし、事業費も少なくないので、納得感、特別感のある事業構築をしてお金を取れる形にしたい思いはある。また、地方創生推進交付金は対象事業の自走化を前提としているものなので、その点からも有料化は検討していきたい。

➡現状のイルミネーションだけでは有料化は難しいと感じるので、更に内容の充実を図るなど、知恵を絞って考えていただきたい。

- ◆ 「やまファン」のイルミネーション総数は前身の「雪フェス」より増やしたのか。

➡事務局回答：その通り。

- ◆ 「やまファン」のイルミネーション等はどういったものか。また、ネーミングはどのように決めたのか。

➡事務局回答：毎年冬に東京のカレッタ汐留でイルミネーションをしている事業者プロポーザルで決定し、同所で行っている内容を参考に制作した。ネーミングについては担当部署内でアイデア出しをして決定したもの。

➡音楽に合わせたイルミネーションとのことだが、ビーム照射などのイメージか。

➡事務局回答：ビームではなく、音楽に合わせて電飾の色が変わったり、強弱の変化をつけて明滅するもの。アンケート結果等を見るととても好評であった。

- ◆ イベントの事業費について「雪フェス」と比べ、増減はどうか。
 - ➡事務局回答：実施形態を変更したので単純比較は出来ないが、決して安いコストではない。ただし、今回は「雪フェス」での月山から大量の雪を運び込んで制作し、イベント後すぐ撤去していた大雪像などが無く、長期間楽しめるものとしたため、トータルでコストパフォーマンスが高いと考えている。【事務局追記：令和3年度やまファン事業費（負担金等）は約5,900万円で、令和2年度の雪フェスと同程度。ただし両年度共にコロナ禍により一部中止となったため、決算はそれよりも少ない額となっている。】
 - ➡初期投資はあるが、数年継続していけばコスパが良いと理解してよいか。
 - ➡事務局回答：そのように考えている。また、継続することでイメージ定着にもつながるので、冬季観光誘客の底上げとしていきたい。

- ◆ 仙台市「SENDAI 光のページェント」は木の負担やコスト面から2～3週間程度の実施である。対して「やまファン」の2カ月半という期間は非常に長く見える。コストや労力の面でも大きいものだと思うが、冬のメイン観光コンテンツ造成ということで、それぐらい力をかけているという認識でよろしいか。
 - ➡事務局回答：その通り。

- ◆ オンラインイベント化や、動画配信等は考えられるのか。
 - ➡事務局回答：実行委員会において、期間中盤の1月中旬から寒河江市の公式YouTubeチャンネルで動画2本を配信したが、今後については未定。今回、実行委員会で仕掛けたものではないが、イルミネーションを観客が撮影し、SNSで発信、拡散していた。
 - ➡広報宣伝の話になるが、今回実施したものの動画を次回の宣伝用に配信すれば効果的ではないか。

[起業支援ひとづくり事業]

- ◆ 今回のセミナー参加者のうち実際に起業した人はいるか？
 - ➡事務局回答：参加した方はほぼ起業したてか起業準備中の方だが、もちろんまだ起業を迷っている方もいると聞いている。

- ◆ 過去にセミナー受講した方で新たに起業した方はいるか、また起業した方が事業継続出来ているか調べてはいるか。
 - ➡事務局回答：継続状況について具体的な調査は行っていないが、閉業したという話は耳に入って来ていない。コロナ禍で開店休業状態の事業者はあるようだ。

- ◆ 創業支援は各年度の数値は少なく大きな成果に見えづらいが、前身事業から継続的に地道にやっていることが重要だと感じる。その点をアピールし「新規事業者を支援する街」と出来るように、参加事業者の現状等を調べ、対外的に情報発信 PR に取り組むと良いのではないか。

[その他]

- ◆ 観光庁の行っている支援メニューを何かしら活用しているか。
 - ➡事務局回答：令和3年度までの活用実績は無いが、令和4年度に市観光物産協会が行う地域資源を活用した「滞在型観光周遊コンテンツ」の開発に係る事業について申請中。
 - ➡観光庁では「観光地域づくりに対する支援メニュー」として、コロナ禍対応や、ポストコロナを見据えたもの等を含め、様々用意しているので、今後もさらに活用すると良いのではないか。これまで観光資源としていなかったものにスポットライトを当てたり、異業種間連携や、これまでと違うアプローチでの誘客など、新たな取組等については支援金額の大きいメニューがあるので、是非検討を。