

地方創生関係交付金を活用した事業について

内閣府が地方版総合戦略に基づく自主的・主体的な事業を支援する「地方創生関連交付金」を活用して事業を実施しました。本交付金を活用した事業につきましては、まち・ひと・しごと総合戦略推進会議にて事業の進捗を確認し、検証を行う必要があります。

交付金名：デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）

事業名：地域資源を活用したラーニング推進による市内事業者活性化事業（担当 観光商工課）

事業計画期間：令和6年度～令和8年度

1 事業概要

愛知県の「ラーニングの日」を契機に、校外学習需要を市内に呼び込み、市内事業者主体の体験プログラム整備を市が支援することで、関係人口の増加や消費・観光の活性化を図る事業に活用しました。具体的な内容については下記のとおりです。なお、本事業は令和6年度から令和8年度まで継続的に交付金を活用する事業になります。

【令和6年度（1年目）の取組内容】

○ ラーニングに関する調査

ラーニングの切り口による観光の活性化を図る戦略策定の基礎調査を実施した。主な内容として、長久手市へ訪れる人の性別、年代、家族構成、居住地などを確認するインターネットアンケート調査や動態調査等を実施し、客観的なデータによる現状把握を行った。その結果、長久手市への来訪者構成は愛知県民が来訪者割合の半数以上を占めることや、中学生以下のファミリー層が最も訪れていることがわかるなど、データの観点からも、ラーニングを切り口とした観光振興を進めていくまちとして適していることを確認した。また、市職員や市民へ調査データを共有しつつ、長久手市に住む魅力（「住んでよし」の要素）、訪れる魅力（「訪れてよし」の要素）を引き出すワークショップを実施し、データだけによらない定性的な調査も併せて実施した。そこから出てきた意見を分析した結果、「住環境と調和の取れた観光」が職員も市民も理想とする観光であることを確認した。



○ 市内事業者による体験プログラム造成事業

上記「ラーニングに関する調査」事業で得られた調査データを基に、長久手市におけるマーケットの傾向や参考事例を共有するとともに、子ども向けおよび親子で楽しめるラーニング体験プログラムへの協力や、同プログラムを軸とした観光活性化の方向性について、市内事業者18者と意見交換を行った。その結果、体験プログラム造成に向けた意識醸成および具体的な協議へと発展した。

2 重要業績評価指標（KPI）

①地域における観光消費額

事業開始前		R6年度	R7年度	R8年度	増加分
125億	KPI	127.5億	130億	132.5億	7.5億
	実績	180億	—	—	55億

②市内事業者（観光交流協会会員）による、新規体験プログラム数

事業開始前		R6年度	R7年度	R8年度	増加分
0件	KPI	5件	10件	15件	15件
	実績	0件	—	—	0件

③市内事業者（観光交流協会会員）による、新規体験プログラム参加者数

事業開始前		R6年度	R7年度	R8年度	増加分
0人	KPI	100人	200人	300人	300人
	実績	0人	—	—	0人

④観光交流協会 HP閲覧数

事業開始前		R6年度	R7年度	R8年度	増加分
60,000回	KPI	65,000回	75,000回	85,000回	25,000回
	実績	91,144回	—	—	31,144回

【KPI②、③について】

R6年度については、ラーニング体験プログラムを提供する担い手（観光ビジネス提供者）がほぼいない中で、実施した基礎調査結果（長久手市でのラーニング体験プログラムを推進するにあたってのマーケット感の把握、事例調査など）を地域事業者へ共有するとともに、参考事例などを提示しながらラーニング体験プログラムへの協力を呼びかけるための交渉を重ねた。

結果として、R6年度中でのラーニング体験プログラムの増加は見込めなかったものの、当該取り組みへ協力してもらう事業者も数社と交渉完了し、R7年度には提供できる状況となっている。

3 本事業による効果

長久手市においては、観光ビジネスの担い手がほぼいない中で、地域事業者が既存事業を観光体験化できることや収益の一つとできるという気付きを得たことや事業者が興味を示すなど、新しい魅力づくりや地域経済に繋がる取り組みへの巻き込みがしていけるようになっています。次年度以降は、戦略内容の策定や体験プログラムの提供を中心とした実行に向けて、（一社）長久手市観光交流協会と連携した事業実施をしていきます。

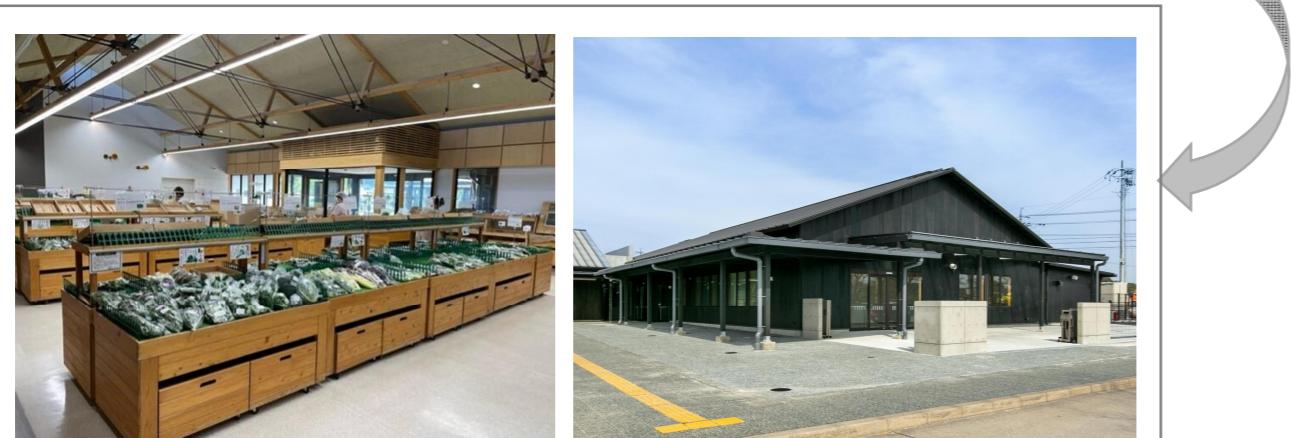
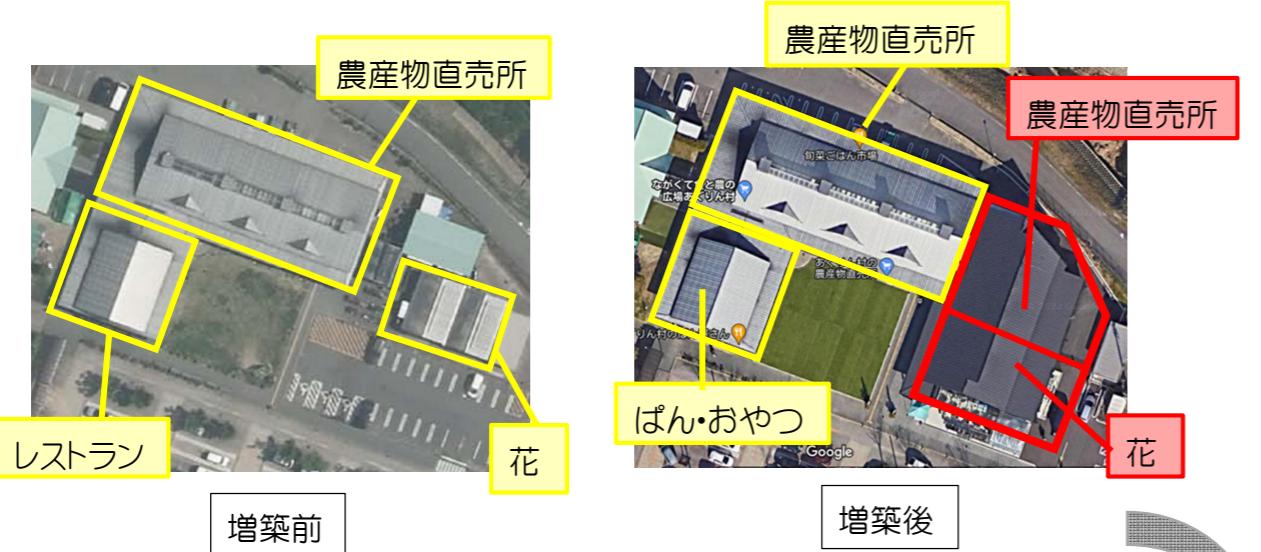
交付金名：地方創生拠点整備交付金

事業名：田園バレー交流施設あぐりん村再整備事業（担当：みどりの推進課）

事業計画期間：令和2年度

1 事業概要

あぐりん村の産直市場について、来場者や出荷者数の増加に伴い、既存の施設が手狭となつたため、生産者の出荷意欲の向上、来場者の利便性の向上、あぐりん村の魅力の向上を目的とし、あぐりん村の売り場面積を拡大するため、増築棟を建築しました。令和3年12月に既存棟も含め、全面オープンしております。



2 重要業績評価指標 (KPI)

① 売上点数 (年間)

事業開始前		R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	増加分
1,548,200 点	KPI	1,548,200 点	1,574,110 点	1,600,020 点	1,625,930 点	77,730 点
	実績	1,503,324 点	1,607,854 点	1,651,235 点	1,576,728 点	28,528 点

② 新規出荷者数 (年間)

事業開始前		R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	増加分 (累計)
—	KPI	3 人	10 人	10 人	12 人	35 人
	実績	4 人	8 人	20 人	16 人	48 人

③ レジ通過者数 (年間)

事業開始前		R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	増加分
240,000 人	KPI	240,000 人	259,800 人	279,600 人	299,400 人	59,400 人
	実績	258,152 人	287,149 人	298,987 人	297,800 人	57,800 人

3 本事業による効果

増築により売り場面積が1.6倍増加したことにより販売品数が増加しました。また、以前より多く出荷することができるため、新規出荷者が増加している。それにより多くの来場者を集客することができており、増築による相乗効果が生まれています。