

令和3年度地方創生推進交付金 事業実施報告（効果検証）

1 地方創生推進交付金交付金の目的

同交付金は、地方版総合戦略に位置付けられ、かつ地域再生法に基づく地域再生計画に記載された自主的・主体的で先導的な事業を、地方公共団体が実施するために、国が交付するものであり、それぞれの地域の実情に応じた、まち・ひと・しごと創生に資する事業の効率的かつ効果的な実施を図ることを目的とする。

2 対象事業

地方公共団体において、それぞれの地方版総合戦略に位置づけられた（又は位置づけられる予定である）事業であって、観光の振興、農林水産業の振興その他の産業の振興に資する事業。

3 本市事業の概要

(1) 事業名

男鹿版DMOを核とした地域ブランドづくり推進事業

(2) 担当部課

観光文化スポーツ部 観光課

(3) 実施期間

令和3年4月～令和4年3月

(4) 事業費（実績額）

29,823,087 円（うち地方創生推進交付金 14,648,400 円）

(5) 全体事業の概要

DMOである一般社団法人男鹿市観光協会を中心に、行政と市内の多様な分野の事業者が連携し、地域ブランド力の向上と稼ぐ（稼げる）地域づくりの推進を図るため、観光振興に関する方針や男鹿の将来像の共有、各産業が連携した地域素材の磨き上げと商品化、継続的なマーケティング調査、一元的な情報発信・プロモーション、受入環境の整備などを行うものである。

具体的には、ユネスコ無形文化遺産に登録された「男鹿のナマハゲ」や続日本100名城に選定された「脇本城跡」などに代表される「文化」や、未来に残したい草原の里100選に選定された寒風山をはじめとする豊富な自然・アクティビティ・海山の食材を活用した「体験」をテーマとした旅行商品の造成と売込を国内外に向けて実施することにより、誘客及び消費拡大を進める。

また、国内からの観光需要に加え、インバウンド需要にも対応すべく、HPの多言語化や情報共有・発信のプラットフォームの整備を進めるとともに、外部専門家を招聘して事業者・住民向け研修会を実施し地域機運の醸成を図る。

事業の実施に際しては、民間企業からDMOへ派遣された専門人材が各事業の進捗を管理するとともに、販路の拡大やモニターツアーの実施などを担うことにより地域産業の連携、資源の価値を高め、ノウハウの提供を通じて地域の人材育成も図ることで、男鹿市の目指す将来像を実現する。

(6) 事業内容（令和3年度分）

＜男鹿市執行分＞

- スポーツツーリズム【実績額：497,000円／計画額：500,000円】
 - ・サイクリングコースマップの作成と配布（ペーパー版・WEB版）
 - ・サイクリングイベント補助（男鹿サイクリングフォトコン開催の支援）
- なまはげ文化ツーリズム【実績額：1,600,800円／計画額：1,601,000円】
 - ・歴史文化遺産を活用した地域づくり推進事業（歴史文化遺産の周知・活用の推進）
- インバウンド誘客促進【実績額：1,199,000円／計画額：1,200,000円】
 - ・誘客促進プロモーション（台湾向けWEB広告の配信）

＜DMO執行分＞

- スポーツツーリズム（ソフト）【実績額：2,108,408円／計画額：1,860,000円】
 - ・アウトドアプログラムの実施等による受入体制の拡充とプロモーション
 - ・e-Bike（スポーツタイプの電動アシスト付自転車）を核としたレンタサイクル事業の展開とプロモーション
- スポーツツーリズム（ハード）【実績額：572,000円／計画額：540,000円】
 - ・レンタサイクル事業実施のためのe-Bike購入
- なまはげ文化ツーリズム【実績額：3,693,990円／計画額：3,500,000円】
 - ・歴史文化ツーリズムのブラッシュアップと商品造成
- インバウンド誘客促進【実績額：1,416,360円／計画額：1,400,000円】
 - ・インバウンド誘客促進の強化（台湾向け冬季誘客動画の作成）
- 共通事項【実績額：18,735,529円／計画額：18,700,000円】
 - ・専門職員雇用
 - ・マーケティング調査
 - ・新たなツアー企画
 - ・国内での誘客促進
 - ・地域機運の醸成

4 重要業績評価指標及び実績（各項目上段が目標、下段が実績（※カッコ内は前年度比））

	項 目	事業 開始前	K P I	1 年 目	2 年 目	3 年 目	4 年 目	5 年 目
				平成 30 年 度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
1	男鹿版 DMO における旅行商品等売上収入額（千円）	2,433	目 標	2,933 (500)	3,433 (500)	4,433 (1,000)	5,933 (1,500)	7,933 (2,000)
			実 績	3,364 (931)	4,488 (1,124)	2,966 (▲1,522)	5,253 (2,287)	—
2	男鹿版 DMO が造成する旅行プラン延参加者数（人）	0	目 標	300 (300)	600 (300)	1,100 (500)	1,800 (700)	2,800 (1,000)
			実 績	405 (405)	813 (408)	384 (▲429)	943 (559)	—
3	文化・自然を題材とした体験プラン商品造成数（個）	0	目 標	3 (3)	6 (3)	11 (5)	18 (7)	25 (7)
			実 績	4 (4)	7 (3)	8 (1)	10 (2)	—

4	男鹿版 DMO が造成する旅行プランによる市内延宿泊者数（人）	0	目 標	100 (100)	200 (100)	350 (150)	550 (200)	850 (300)
			実 績	144 (144)	445 (301)	148 (▲297)	48 (▲100)	—

5 事業経費の内訳

	事業内容	実績額 (計画額)	経費内訳
男鹿市執行分	▼スポーツツーリズム	497,000 (500,000)	○サイクリングコースマップ作成 297,000 ○サイクリングイベント補助金 200,000 (1)男鹿半島ナマハゲライド補助金 (0) (2)サイクリングイベント補助金 (200,000)
	▼なまはげ文化ツーリズム	1,600,800 (1,601,000)	○歴史文化遺産を活用した地域づくり推進事業 1,600,800 歴史文化遺産周知活用推進 (1,600,800)
	インバウンド	1,199,000 (1,200,000)	○誘客促進プロモーション 1,199,000 ○外国人観光誘客促進補助金 0
男鹿版 DMO 執行分	▼スポーツツーリズム (ハード)	572,000 (540,000)	○e-Bike 購入 572,000
	▼スポーツツーリズム (ソフト)	2,108,408 (1,860,000)	○アウトドアプログラム等の受入体制の拡充とプロモーション 719,524 ○e-Bike を核としたレンタサイクル事業とプロモーション 1,388,884
	▼なまはげ文化ツーリズム	3,693,990 (3,500,000)	○歴史文化遺産ツーリズムのブラッシュアップと商品造成 3,693,990
	▼インバウンド向け誘客	1,416,360 (1,400,000)	○インバウンド誘客促進の強化 1,416,360
	▼共通事項	18,735,529 (18,700,000)	○専門職員の雇用 15,065,876 ○マーケティング 2,178,000 ○モニターツアー 886,283 ○国内誘客の促進 550,980 ○地域気運の醸成 54,390
	総事業費（実績） 交付金計画事業費	29,823,087 (29,301,000)	
	交付金対象経費総額（実績） 交付金額の確定額	29,296,800 14,648,400	

6 事業の効果

(1) 概要

当市への観光客数は、平成 30 年度の「男鹿のナマハゲ」のユネスコ無形文化遺産登録や北前船の日本遺産登録などを追い風に増加傾向にあったが、令和 2 年度から新型コロナウイルス感染症の影響を受けて大きく落ち込んでおり、令和 3 年度には若干の回復はみられたものの、影響が続いている。

この結果、事業の K P I もコロナ禍前の令和元年度までは充足していたが、令和 2 年度以降

は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を大きく受け、令和3年度もK P I の達成には至っていない。

(2) 具体的内容（事業効果の説明）

こうした状況を踏まえ、ウィズコロナに配慮しつつ、アフターコロナを見据えた取組を継続しており、目的である地域ブランドの確立と地域経済の活性化に向けて、下記の取り組みを行った。

●スポーツツーリズムの推進

- ・男鹿国定公園が所在し、日本ジオパークの認定も受けている当市では、景観を体感しながら健康増進にも資する移動手段として、e-Bike を核としたレンタサイクル事業を男鹿駅前及び男鹿温泉郷で継続的に展開しているほか、手軽に利用できる高品質なキャンプなど体験型コンテンツを充実させている。特に男鹿駅前からは、門前漁港発着の観光遊覧船と連携して西海岸の魅力をアピールし、ライトユーザーを中心とした利用者の増加に繋げるなど、コロナ禍を踏まえたマイクロツーリズム需要にも対応している。
- ・サイクリングに関しては、男鹿半島のコースや見どころを紹介するウェブサイトである「OGA BICYCLE PENINSULA !」の運用を継続するとともに、新たに若年層をターゲットとして、少人数制のサイクリングイベントを実施するなど、ウィズコロナの取組を進めている。
- ・アウトドア体験としては、手ぶらで訪れることができる高品質なキャンプ体験を「Fine Camp Service Scelto(シェルト)」として、期間を拡大して実施することで好評を得た。
- ・観光客の利便性向上のため、キャンプ商品や市内のアウトドア体験プログラムを集約し、オンライン予約や決済ができるサイト「エリアゲート」も、DMOの収益の一助となっている。

●なまはげ文化ツーリズムの推進

- ・ユネスコ無形文化遺産にも登録されている「男鹿のナマハゲ」を核とした伝統文化等の体験に加え、市内に所在する文化遺産を活用することで、誘客の推進を進めている。
- ・当市観光の弱点である冬季の宿泊増に向けて、なまはげ太鼓やなまはげ柴灯(せど)まつりを活用した着地型旅行商品のブラッシュアップと造成を実施した。
- ・コロナ禍により旅行商品の不催行が増加している中、将来的な誘客と関係人口の創出を目的としてオンラインツアーを複数回実施しており、合計で900名以上の参加があった。参加者のなかには2月に開催されたなまはげ柴灯まつりに来場するなど、実際の誘客に繋げることができた。
- ・年々注目度が高まっている雲昌寺のあじさいについても、DMOを中心に受入体制の整備に協力し、新型コロナウイルス対策を講じながら当該年の期間中で3万7千人以上の有料観覧者の受入れにつながった。

●インバウンドの推進

- ・コロナ禍の影響によって観光目的での入国が認められず、年度内のインバウンド入込は見込めなかったが、アフターコロナを見据えて、海外向けにWEBやSNSを活用した動画配信プロモーションを実施した。併せて、観光事業者等が宣材資料として活用できる観光素材や施設の動画制作及びWEBでの公開を行った。

●その他

- ・DMOで実施したマーケティング調査から、当地域の観光について高い満足度を維持していることが確認できた。

7 今後の方針

(1) 今後の方針

事業の継続

※本事業に関する地方創生推進交付金は、秋田県及び秋田市と連携した取組として、新たに令和6年度まで事業採択を受けた

(2) 今後の方針の理由

アフターコロナを見据えた計画的な観光振興の取組が求められていることもあり、改めて各事業者のターゲットを見直して、取組を整理することで効果的な誘客を図るためには、DMOを中心に、市と観光関連事業者全体で今後の男鹿半島の観光振興の在り方を考えつつ、地域ならではの商品造成、ブランディング、プロモーションなどの事業を継続的に展開していく必要がある。

コロナ禍にあっても、男鹿のブランディングと地域全体で稼ぐ仕組みを構築という事業の目的を実現するため、観光事業者のみならず、農業・漁業従事者や製造事業者など、観光に関わるプレイヤーの増加とネットワークの強化を進めていく。