

区分	事業名	目的	事業No.	事業概要	H28担当課	H29担当課	事業始期	事業終期	事業費	KPI (重要業績評価指標)	事務局案		総合計画審議会委員による意見 (事務局案について)
											事業の評価 (実績値等を踏まえた事業の評価)	今後の方針	
加速化1	地域の宝“海”の魅力アップによる館山賑わい創出事業	「海に育まれてきたまち」館山として、今一度「海」を活用したまちづくりを推進し、海と共に生きる館山のライフスタイル（本取組における「美と健康のライフスタイル化」＝「館山スタイル」）を確立し、この館山の魅力を広く全国にアピールすることで、新たな観光需要の開拓や移住定住の促進を図り、海辺のまち館山の賑わいを再創出する。	1	<p>《①海岸活性化プロジェクトの推進》</p> <p>●館山市の海岸の利活用による観光振興を目指し、観光外貨獲得のため施策を、「館山市海岸活性化プロジェクト推進協議会」への委託により実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 北条海岸BEACHマーケットの定期開催 体験予約サイトの立上げ・運営による全国発信・PR 	商工観光課	商工観光課	平成28年3月	平成29年3月	<p>【執行額】</p> <p>①2,435,780円 ②7,219,800円 ③7,304,416円 ④5,391,200円 (合計) 22,351,196円</p> <p>【補助対象額】 22,327,756円</p> <p>【交付金充当額】 22,327,756円</p>	<p>《KPI①》</p> <p>「BEACHマーケット」開催回数・来場者数</p> <p>【基準値】(H27) 4回/年 300人/回</p> <p>【目標値】 6回/年 500人/回</p> <p>【実績値】 5回/年 640人/回</p> <p>【達成率】(実績/目標) 83.3% 128.0%</p> <p>《KPI②》</p> <p>市内海水浴場(8カ所)入込客数</p> <p>【基準値】(H27) 78,769人</p> <p>【目標値】 90,000人</p> <p>【実績値】 71,491人</p> <p>【達成率】(実績/目標) 79.4%</p> <p>《KPI③》</p> <p>観光入込客数</p> <p>【基準値】(H27) 163万人</p> <p>【目標値】 170万人</p> <p>【実績値】 186.5万人</p> <p>【達成率】(実績/目標) 109.7%</p> <p>《KPI④》</p> <p>移住世帯数・移住者数</p> <p>【基準値】(H27) 23世帯・58人</p> <p>【目標値】 20世帯・60人</p> <p>【実績値】 19世帯・30人</p> <p>【達成率】(実績/目標) 95.0%・50.0%</p>	<p>【KPIによる評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> 相当程度有効であった <p>【理由・説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> 海岸線に魅力的な店舗があることで、観光客の誘致と滞在時間の拡大に結び付くことが見込まれることから、本事業でのイベントが地域外の集客を目的としたカフェやお店のPRの場として期待される。 マリンスポーツとカフェ・お店が同じコンセプトで、情報を発信しブランディングしていくことで、より集客力が強まり、北条海岸の魅力を引き立てることができた。 現状より一層の交流人口を目指すには、景色・景観に加え、何らかの訪れる目的が必要であると考え、SUP(スタンドアップパドル)など、穏やかな海でしかできないマリンスポーツを普及させることで、北条海岸における日常の交流人口の増加が見込まれる。 	<p>【今後の方針】</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業の継続 <p>【理由・説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> 本事業で開催している『北条海岸BEACHマーケット』は、海に囲まれた南房総の開放的な空間、そして自然の癒しという独自性を「美と健康」という観点から追求する「観光」イベントであり、地域内だけではなく地域外からの来訪者の増加を目指していく。 本事業によるイベントを定着させ、コンセプトである「美しく健康的なライフスタイル」を北条海岸一帯から発信できるように、地域外への発信力の強化や観光業者とのコラボレーションが推進していく。 平成29年度も引き続き本イベントを継続し、海岸線の賑わいを創出する。 	<p>○事務局案に賛成</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き、開催に賛成 魅力的な店舗は、魅力的なまちづくりに必須となると思う。重要な事業であるので、ぜひ引き続き取り組んでいただきたい。 簡単に誰でも参加できるようにする。 沖ノ島や波左間海水浴場だけではなく、ある指定した1週間において、海水浴場スタンブラリーをして、多くの海水浴場で楽しんでもらい、また、館山を知ってもらおう。 ●BEACHマーケットは、定着しているように感じるが、開催時期により、大きな波がある。鏡ヶ浦通りを走っていると、何かやっているのはわかるが、何をやっているか不明である。
			2	<p>《②沖ノ島の環境整備》</p> <p>●館山市の海のシンボルである「沖ノ島」の自然資源保護、来島者の利便性向上のための環境整備を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> 夏期混雑期の警備業務 進入路の整地、駐車区画の設置工事 	商工観光課	商工観光課					<p>【KPIによる評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> 非常に有効であった <p>【理由・説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> 夏季の海水浴場開設期間中は、早い時間帯に駐車場がほぼ満車となり、来場者も飽和状態となるが、交通誘導員の配置及び駐車柵の設置により駐車方法のマナーの向上と歩行者の安全が確保された。 飽和状態となった際には、交通誘導員により状況に応じて車両入場制限を行うことにより、混乱を回避することができた。 交通誘導員による清掃活動も実施し、来場者が快適に過ごせるよう周辺環境美化にも努めた。 	<p>【今後の方針】</p> <ul style="list-style-type: none"> 追加等、更に発展させる <p>【理由・説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> 沖ノ島は、海の生き物と身近に触れ合うことができ、貴重な自然が残る館山市の「宝」とも言える場所であり、地域外からも多くの来訪がある人気スポットに急成長した反面、駐車場不足やごみの放置などの問題が発生していることから、本事業により来訪者のマナー向上を図っていく。 平成29年度も引き続き来訪者の利便性の向上に努め、来訪者数の増加を目指していくとともに、海水浴場開設期間中において、来訪者より沖ノ島の環境保全に活用するための「沖ノ島環境保全協力金」を、趣旨に賛同していただける方から任意で受け付ける取組を始める。 	<p>○事務局案に賛成</p> <ul style="list-style-type: none"> 交通誘導員の設置、進入路の整地、駐車場(柵)の設置は良かった。 館山の貴重な宝である沖ノ島は、手遅れにならないようにぜひ力を入れて環境保全に取り組んでいただきたい。 沖ノ島も市に移管されたことと聞いているが、館山市の重要な観光資源であるので、最大限活用していただきたい。その反面、沖ノ島のごみ問題、環境保全も深刻な面では、両輪で進めていただきたい。 ○追加案として、自衛隊機橋付近に駐車場を設けると、沖ノ島海水浴場の第2駐車場の役割と、通年で釣り客の増加も図れるのではないかと。 ●駐車場の舗装は行うのか。 ●トイレの充実・美化(モダンなものにする) ●「沖ノ島環境保全協力金」はなぜ任意なのか。来訪者すべてに課したほうが良いのではないかと。また、教育的・学術的目的の利用者に対して、駐車場を確保する等の利便性を図ってほしい。
			3	<p>《③良好な海岸環境の保全》</p> <p>●ビーチスポーツ、夏の海水浴の適地となっている館山市の良好な海岸環境を保つため、非常勤職員(5名)を雇用し、通年の海岸清掃活動に取り組む。</p>	商工観光課	商工観光課					<p>【KPIによる評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> 非常に有効であった <p>【理由・説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> 本事業は、館山市の魅力の一つである海岸線一帯を美しく維持することにより観光振興、地域活性化が図られた。 市内の8ヶ所で開設している海水浴場において、利用者が素足になっても安心・安全に楽しんでいただけるような海岸環境が保たれた。 	<p>【今後の方針】</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業の継続 <p>【理由・説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> 南房総国定公園にも指定される34.3kmの変化に富んだ海岸線は、マリンスポーツや海水浴の適地とされ、館山市の重要な観光資源の一つである。この観光資源を本事業により適切に維持管理することにより、来訪者の増加に繋げていく。 平成29年度も引き続き海岸清掃活動を実施することで、館山市の魅力を高めたい。 	<p>○事務局案に賛成</p> <ul style="list-style-type: none"> 海岸清掃活動は良かった。 ○こちらも同様に、引き続きお願いしたい。 ○「安心・安全な館山の海水浴場の確保に関する条例」をわかりやすく、大きく掲示する。 ○埋め立てを行い、ビーチバレーの砂場のエリアを広くする。

【館山市】平成28年度地方創生関連交付金事業 効果検証データシート

資料2-3

区分	事業名	目的	事業No.	事業概要	H28 担当課	H29 担当課	事業 始期	事業 終期	事業費	KPI (重要業績評価指標)	事務局案		総合計画審議会委員による意見 (事務局案について)
											事業の評価 (実績値等を踏まえた事業の評価)	今後の方針	
			4	<p>《④海の魅力発信事業》</p> <p>●館山ふるさと大使・「渚の駅”たてやま”」名譽駅長の「さかなクン」起用によるPR動画を制作し、東京駅丸の内大型LEDビジョンで放映するとともに、PR動画放映用の4Kテレビを購入した。</p>	みなと課	みなと課				<p>【KPIによる評価】</p> <p>・相当程度有効であった</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・駅利用者の高い注目率を集めるデジタルサイネージに著名人である「さかなクン」を起用した動画を放映したことにより、不特定多数の人たちの目にアピール度の高い動画を触れさせることができた。</p> <p>・“渚の駅”たてやままでの放映では、訪れた人に館山の魅力を紹介することができた。</p> <p>・“渚の駅”たてやまの来館者数は、対前年度比約14%増の35.6万人(H27年度:31.2万人)となった。</p>	<p>【今後の方針】</p> <p>・追加等、更に発展させる</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・作成したPR動画を様々な場面で活用し、本市の魅力を広く発信し、知名度・認知度の向上を図り、交流人口の増加等による地域活性化につなげていく。</p>	<p>○事務局案に賛成</p> <p>○PRすることも重要なので、推進していただきたいが、話題性のあるようなことも取り組んでみてはどうか。夏の期間、渚の駅の壁面でプロジェクション・マッピング等の話題作りや、SNS等で勝手に拡がる発信方法もあるのでは。</p> <p>○全国的に知名度の高いさかなクンの起用はとて効果的だと思う。館山の海の良さや環境保全両方の観点からPRできるのでは。また、ダイビングスポットとしての館山をもっと紹介しても良いと思う。</p> <p>●こじんまりして魅力に欠ける。グッズの多様化販売。新しいグッズの促進。</p>	
加速化2	人口5万人総活躍都市実現事業	人口減少、地域経済の縮小とともに増加している空き家・空き保養所の実態把握、データベース化を行うとともに、市外の企業・起業家誘致に繋げるための市のPR冊子の制作、移住促進に繋げるための市のPR動画を制作する。	5	<p>《①空き家実態調査事業》</p> <p>●シルバー人材センターに業務の一部を委託し、市内全域の空き家の実態把握調査(1次)を実施する。</p> <p>●市内全域の空き家の実態把握調査(詳細)を実施する。</p> <p>●活用見込みのある空き家の所有者に対する活用意向調査を実施する。</p> <p>●「空き家情報管理システム」を導入し、データベース化を図る。</p>	建築施設課	建築施設課	平成28年3月	平成29年3月	<p>【執行額】</p> <p>①11,072,719円</p> <p>②738,821円</p> <p>③1,987,200円</p> <p>④6,047,200円(合計)</p> <p>19,845,940円</p> <p>【補助対象額】</p> <p>19,845,940円</p> <p>【交付金充当額】</p> <p>19,845,940円</p>	<p>《KPI①》</p> <p>企業誘致件数</p> <p>【基準値】(H27)</p> <p>0件</p> <p>【目標値】</p> <p>2件</p> <p>【実績値】</p> <p>0件</p> <p>【達成率】(実績/目標)</p> <p>0.0%</p> <p>《KPI②》</p> <p>起業・創業者数</p> <p>【基準値】(H27)</p> <p>0人</p> <p>【目標値】</p> <p>6人</p> <p>【実績値】</p> <p>7人</p> <p>【達成率】(実績/目標)</p> <p>116.7%</p> <p>《KPI③》</p> <p>移住世帯数・移住者数</p> <p>【基準値】(H27)</p> <p>23世帯・58人</p> <p>【目標値】</p> <p>20世帯・60人</p> <p>【実績値】</p> <p>19世帯・30人</p> <p>【達成率】(実績/目標)</p> <p>95.0%・50.0%</p>	<p>【KPIによる評価】</p> <p>・相当程度有効であった</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・本事業はKPIの評価に直結するものではないが、今回収集した情報を、今後推進していく誘致する企業の事務所や移住者の住居等に活用していくための基礎資料として大いに利用できるものとなった。</p>	<p>【今後の方針】</p> <p>・事業の終了</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・今回収集した情報を、企業誘致や起業促進策を行う事業No.6で活用することとし、本事業は完了とする。ただし、変動する空き家の動向については継続して情報を収集し、逐次データベースを更新していく。</p>	<p>○事務局案に賛成</p> <p>○調査があつての有効活用と思うので、必要な事業だと思う。</p> <p>●今後、相続等、所有者の変更もありうる。各空き家に対して、その煩雑性をアドバイスしていくサービスも行ったらどうか。</p> <p>●空き家所有者の意思確認が重要である。JCでも、7/13に空き家をテーマに、先進地である広島市の空き家再生プロジェクトの方にお越しいただき、講演を行う。所有者に活用の意思があれば別だが、場所により、空き家は地域にとってマイナス要素。</p>
			6	<p>《②空き保養所実態調査・利活用方策検討事業》</p> <p>●市内全域の空き保養所等の実態把握調査を実施するとともに、その利活用方策を検討する。</p> <p>●①の「空き家情報管理システム」を活用し、データベース化を図る。</p>	商工観光課(雇用定住)	商工観光課(雇用定住)				<p>【KPIによる評価】</p> <p>・ある程度有効であった</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・企業誘致にも活用できる情報をストックすることができたが、所有者の意向確認まで至らなかったため、年度内の情報活用ができなかった。</p>	<p>【今後の方針】</p> <p>・事業の継続</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・所有者の意向を確認しながら、収集した情報を企業誘致活動に活用し、企業とのマッチングを図ることにより、多様な雇用の創出、空き店舗等の解消に繋げていく。</p> <p>・空き家等の利活用や情報共有を行う場づくりを検討していく。</p>	<p>○事務局案に賛成</p> <p>○ぜひ活用されるよう願っている。</p> <p>●当初より遅れた理由と、雇用人数が1名となった理由を伺いたい。執行残は使えずに終わってしまうのか。</p> <p>●計画の16%の実績(額)では、まだ評価できない。空き家利活用には、片付け・改修が必要なために、何ら行動を起こせない人が多いのではないかと。雲南市などの事例(片付け・改修に補助)も研究し、具体的な利活用につなげる方策を考えるべき。</p> <p>●空き家所有者の意思確認が重要である。JCでも、7/13に空き家をテーマに、先進地である広島市の空き家再生プロジェクトの方にお越しいただき、講演を行う。所有者に活用の意思があれば別だが、場所により、空き家は地域にとってマイナス要素。</p> <p>●なぜ空き店舗になったのか、その原因を調査し、改善することが必要ではないか。</p>	

区分	事業名	目的	事業No.	事業概要	H28 担当課	H29 担当課	事業 始期	事業 終期	事業費	KPI (重要業績評価指標)	事務局案		総合計画審議会委員による意見 (事務局案について)
											事業の評価 (実績値等を踏まえた事業の評価)	今後の方針	
			7	<p>《③シティセールス魅力発信事業》</p> <p>●館山の多種多様な魅力を写真で紹介するPR冊子を作成し、シティセールスに活用すること等により、市の認知度とイメージの更なる向上、交流人口の拡大、企業・起業家誘致、移住定住、インバウンドの促進を図る。</p> <p>・作成部数：20,000部</p>	秘書広報課	秘書広報課				<p>《KPI④》</p> <p>雇用の需要と供給のマッチング強化（シルバー人材センター内での空き家管理ビジネス）</p> <p>【基準値】（H27） 0件 【目標値】 5件 【実績値】 0件 【達成率】（実績/目標） 0.0%</p>	<p>【KPIによる評価】</p> <p>・相当程度有効であった</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・PR冊子完成後、台湾を訪れ、現地で観光プロモーションに活用。4月にはPR冊子を見た台湾人が館山市を訪問するなど、早くも成果を上げている。</p> <p>・国内でも、ポートセールスや観光プロモーションの他、スポーツ合宿、移住定住イベント等、多方面で活用している。</p> <p>・今後の観光客等誘致に期待される。</p>	<p>【今後の方針】</p> <p>・事業の継続</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・本事業は、市の重要施策である国内・インバウンド、スポーツ観光、移住定住、ポートセールス等の各種プロモーション活動に活用するものであることから事業を継続する。</p>	<p>○事務局案に賛成</p> <p>○冊子を拝見したところ、とても良かった。作るだけで終わらず、引き続きお願いしたい。</p> <p>○言語によるパンフレットの多言語併記版はとも良い。食事の多種多様なおもてなし、外国人に対する付度（そんたく）もあって良いのではないかと。</p> <p>●外国人宿泊者が平成28年度実績では1,900人であり、かなり増えているが、急増により、言語・マナー等の問題は生じていないのか。</p> <p>●以前、館山を訪れた外国人に、市役所からいただいたPR冊子を見せたら好評だった。英語版が欲しかったが、すでになくなっていった。また、どこに外国人向けのパンフレットが置いてあるのかわからなかった。</p> <p>●PR冊子も大事だが、ぜひホームページ整備を健闘してほしい。</p>
			8	<p>《④移住・定住促進事業》</p> <p>●都市部からの移住希望者に対し相談業務などの移住支援を行い、定住者を増加させることで地域の活性化を図る。</p> <p>・移住希望者への相談業務などの移住支援 ⇒「NPO法人 おせっ会」への委託</p> <p>・首都圏での移住相談会の実施</p> <p>・移住者向けのPR動画の制作</p>	商工観光課 (雇用定住)	商工観光課 (雇用定住)				<p>【KPIによる評価】</p> <p>・相当程度有効であった</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・移住相談業務を実施することにより、271件（窓口：150件、イベント：121件）の相談を受け付けた。また、目標値には届かなかったが、19世帯、30名の移住が実現した。（NPO法人おせっ会把握分）</p> <p>・移住相談会では、市内の企業にも参加していただき、移住後の就職について相談ができる機会を設け、参加者、企業側から大変好評だった。</p>	<p>【今後の方針】</p> <p>・追加等、更に発展させる</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・平成27年度と比較し、相談件数は増えたものの、移住者数は減となった。また、移住者の平均年齢が高くなってきていることから、若年世代に対し、移住先としてのPRをしていきたい。</p> <p>・平成29年度も引き続き移住相談業務を実施するとともに、移住ツアー、イベント等の拡充を図っていく。</p>	<p>○事務局案に賛成</p> <p>○ぜひ継続していただき、館山の人口増につなげたい。移住や田舎暮らしの雑誌等でも取り上げられると効果が大きいのでは。</p> <p>●空き家バンクを機能させるべき。登録件数が少なすぎる。NPOに任せるだけでなく、不動産会社を巻き込む工夫が必要ではないか。移住者数が大幅未達どころか前年比半減。この結果数値に対する評価が、目標値自体も低いに甘い。</p> <p>●所有者に活用する意思があれば別だが、場所により、空き家は地域にとってマイナス要素。</p> <p>●相談された方で移住に踏み切れなかった理由を検証し、対策を考える必要がある。また、平均年齢が高くて、まず、人口増加を図るべきではないか。</p>	
推進1	“海辺エリア”への人と資源の集約化によるまちづくり～コンパクトシティによるまちづくり～	地域資源である“海”を活かし、海辺エリア（海の玄関口＝交流拠点“渚の駅”たてやまから半径3km圏内）への資源の集約を進め、海辺エリアをまちの陸路・海路の拠点とし、『海辺エリアのさらなる魅力向上』⇒『交流人口の増加』⇒『まちの賑わい創出』⇒『しごとの創出』⇒『人の流れ』の好循環の流れを生み、	9	<p>《①海路利用促進事業》</p> <p>●交流人口の増加による地域活性化を図るため、東京～館山航路の利用者増加に繋がる施策を展開する。</p> <p>・客船等歓迎委員会委託 ⇒着地型旅行商品の造成 ファムトリップ 「さかなクン」起用による首都圏PR</p> <p>・レンタサイクル事業 (館山港での下船後の2次交通対策) ⇒電動自転車の購入：10台 ※「さかなクン」ペイント仕様</p>	みなと課	みなと課	平成28年10月	平成29年3月	<p>【執行額】</p> <p>①6,202,024円 ②778,242円 (合計) 6,980,266円</p> <p>【補助対象額】 3,490,133円 (補助率：1/2)</p> <p>【交付金充当額】 3,490,133円</p>	<p>《KPI①》</p> <p>観光入込客数</p> <p>【基準値】（H27） 163万人 【目標値】 170.4万人 (+74,000人) 【実績値】 186.5万人 (+235,000人) 【達成率】（実績/目標） 109.4% (+317.6%)</p> <p>《KPI②》</p> <p>企業誘致件数</p> <p>【基準値】（H27） 0件</p>	<p>【KPIによる評価】</p> <p>・非常に有効であった</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・ファムトリップ・モニターツアー・さかなクンに会える南房総満喫ツアーの実施や、様々なメディアを通して館山航路のPRを行った結果、東京～館山航路の乗下船の人数が131人（H28集計）から520人（H29集計）となり、対前年比396%となった。</p> <p>・“渚の駅”たてやまでレンタサイクル事業を実施することにより、海路を通じて来訪された方の二次交通の推進を図った。</p>	<p>【今後の方針】</p> <p>・追加等、更に発展させる</p> <p>【理由・説明】</p> <p>・本事業は、館山の海の魅力を活かした観光施策の一つであり、毎年2月～4月にかけて東海汽船が運航する高速ジェット船の季節運航において、東京～館山間の利用者の増大を図り、海路を活用した交流人口の拡大と、渚の駅を核とした地域の活性化を図っていく。</p> <p>・平成29年度の事業として、平成28年度と同様に、ファムトリップ、モニターツアーを実施、また、館山おさかな大使である「さかなクン」を活用したPR事業を展開していく。</p>	<p>○事務局案に賛成</p> <p>○将来性のある事業だと思う。週末の定期便等ができれば渋滞知らずの魅力な交通手段に。館山に到着してからの移動手段の確保が必要となるだろう。</p> <p>○海路から眺める館山、房総半島を市民に改めて見てもらう。また、来館者に対しても、首都圏の新たな見所として、マスコミ等を通じて広めていく。</p> <p>●自転車以外の2次交通の整備や、バスで巡る現地ツアーの拡充等が必要。</p>

区分	事業名	目的	事業No.	事業概要	H28 担当課	H29 担当課	事業 始期	事業 終期	事業費	KPI (重要業績評価指標)	事務局案		総合計画審議会委員による意見 (事務局案について)
											事業の評価 (実績値等を踏まえた事業の評価)	今後の方針	事務局案 (【KPIに対する評価】【今後の方針】) について、ご意見・ご提案等ありましたら、ご記入ください。 ・賛成、反対 ・良かった点、課題、改善策など
		地域の稼ぐ力と地域価値の向上を図り、地域の再生・経済活性化により、人口減少の歯止めを目指す。	10	<p>《②恋人の聖地事業》</p> <p>●NPO法人地域活性化支援センターの認定を受けた市内3カ所の「恋人の聖地」を題材に、市内外に対するPRを行うとともに、「恋人の聖地」を活用したビジネス展開につなげるため、外部より専門人材を招へいし、事業者説明会を開催する。</p>	企画課	企画課				<p>【目標値】 2件 (+2件)</p> <p>【実績値】 0件</p> <p>【達成率】(実績/目標) 0.0%</p> <p>《KPI③》 移住者数</p> <p>【基準値】(H27) 58人</p> <p>【目標値】 118人 (+60人)</p> <p>【実績値】 88人 (+30人)</p> <p>【達成率】(実績/目標) 50.0%</p>	<p>【KPIによる評価】 ・非常に有効であった</p> <p>【理由・説明】 ・本取組に呼応する形で、館山ロータリークラブ創立60周年記念事業として、北条棧橋もと付近にカップルベンチ3基が寄贈され、観光スポットのブラッシュアップに関する官民連携の展開が図られた。 ・「恋人の聖地」提携事業者説明会は、幅広い事業者に興味を持ってもらうため、ふるさと納税返礼品事業者説明会との合同開催により実施し、取組の周知・PRや情報交換を行った。参加者からは「恋人の聖地」を観光PRに活かすための積極的なアイデアも出され、将来に向けて、各事業者や相互連携による取組の下地が整いつつある。 ・平成29年3月末現在、市内の6店舗が「恋人の聖地WORLD」パスポート優待特典店舗に登録しており、今後さらなる参加事業者数の増も期待される。</p>	<p>【今後の方針】 ・追加等、更に発展させる</p> <p>【理由・説明】 ・本事業は、館山市の魅力を活かしながら、若者の思い出の場、出会いの場づくりを通じた魅力的なまちづくりに有効な施策であると考えており、観光を切り口とした少子化対策、既存の観光資源を有効活用した新たな魅力ある観光拠点づくり、効果的な情報発信等による取組を継続し、交流人口の増加を目指していく。 ・平成29年度は、年度内に2回程度、「恋人の聖地」のブランド力や地域資源を活用した商品化・ビジネス化の取組をテーマとした情報交換会を開催するとともに、取組の周知・PRを図るため、恋人の聖地ガイドブックやポストカードの作成、聖地活用イベント等の実施を予定している。</p>	<p>○事務局案に賛成 ○周辺の土地を活用し、時季時季の花等を植え、美化を促進</p>