

## 事業評価シート

## &lt;事業内容&gt;

No.	1	担当課名			
区分	加速化1	実施課 (H28)	商工観光課	回答課 (H29)	商工観光課
名称	地域の宝“海”の魅力アップによる館山賑わい創出事業				
目的	「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。				
事業概要	詳細事業名 ・ 海岸活性化プロジェクトの推進				
	<p>●館山市の海岸の利活用による観光振興を目指し、館山への「ひと」の流れを創出するため、「館山市海岸活性化プロジェクト推進協議会」に委託し、以下の取組を実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北条海岸BEACHマーケットの定期開催</li> <li>・体験予約サイトの立上げ・運営による全国発信・PR</li> </ul>				
期間	平成28年3月 ～ 平成29年3月				

## &lt;事業に関する経費&gt;

計画事業費	2,686,000 円	執行（実績）額	2,435,780 円
		交付金充当額	2,435,780 円

## &lt;総合戦略での位置づけ&gt;

基本目標	“海”の魅力に磨きをかける～海の魅力アップ～
目指す方向性 (政策分野)	館山市への「ひと」の流れをつくる
講ずべき施策	個性豊かな海の魅力を活かした観光振興

## &lt;本事業における重要業績評価指標（KPI）【加速化1】&gt;

KPI	事業開始前 (H27年度) ※基準値	H28年度				
		目標値		達成率		
		実績値				
1 BEACHマーケット 年間開催回数【回】 平均来場者数【人】	《開催回数》	《来場者数》	《開催回数》	《来場者数》	《開催回数》	《来場者数》
	4	300	6 5	500 640		
2 市内海水浴場（8カ所） 入込客数【人】	78,769		90,000		79.4%	
			71,491			
3 観光入込客数 【人】	1,630,000		1,700,000		109.7%	
			1,865,000			
4 移住世帯数【世帯】 ・移住者数【人】	《移住世帯数》	《移住者数》	《移住世帯数》	《移住者数》	《移住世帯数》	《移住者数》
	23	58	20 19	60 30		

<事業の実施状況>

- ・北条海岸を中心とした海浜エリアにて『北条海岸BEACHマーケット』を5/1、6/5、9/4、10/2、11/6の年5回開催（7/3は、荒天のため中止）
- ・毎年、沖ノ島と海上自衛隊館山航空基地内を特設会場とし、参加者1,000人を超すトライアスロン大会『館山わかしおトライアスロン大会』とのコラボが実現
- ・ホームページを作成し、体験メニューの予約を可能にしたほか、館山の魅力を発信



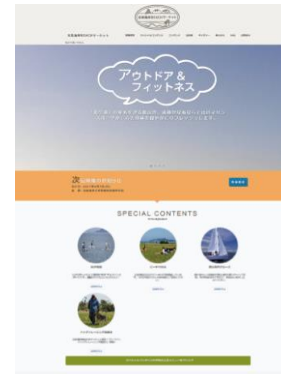
開催風景



開催チラシ



ホームページトップ画面



<実績値等を踏まえた事業の評価>

- ・相当程度有効であった

【理由・説明】

- ・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つ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、北条海岸の魅力をより引き立たせることができた。
- ・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る中、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。

<実績値等を踏まえた今後の方針>

- ・事業の継続

【理由・説明】

- ・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、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。

<戦略の見直し等の必要性>

特になし

## 事業評価シート

## &lt;事業内容&gt;

No.	2				
区分	加速化1	実施課 (H28)	商工観光課	回答課 (H29)	商工観光課
名称	地域の宝“海”の魅力アップによる館山賑わい創出事業				
目的	「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。				
事業概要	詳細事業名 ・ 沖ノ島の環境整備				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●館山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。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・夏期混雑期の警備業務</li> <li>・進入路の整地、駐車区画の設置工事</li> </ul> </li> </ul>				
期間	平成28年3月 ～ 平成29年3月				

## &lt;事業に関する経費&gt;

計画事業費	7,409,000 円	執行（実績）額	7,219,800 円
		交付金充当額	7,219,800 円

## &lt;総合戦略での位置づけ&gt;

基本目標	“海”の魅力に磨きをかける～海の魅力アップ～
目指す方向性 (政策分野)	館山市への「ひと」の流れをつくる
講ずべき施策	安心して楽しめる海の魅力の向上

## &lt;本事業における重要業績評価指標（KPI）【加速化1】&gt;

KPI	事業開始前 (H27年度) ※基準値	H28年度				
		目標値		達成率		
		実績値				
	《開催回数》	《来場者数》	《開催回数》	《来場者数》	《開催回数》	《来場者数》
1 BEACHマーケット 年間開催回数【回】 平均来場者数【人】	4	300	6	500	83.3%	128.0%
			5	640		
2 市内海水浴場（8カ所） 入込客数【人】	78,769		90,000	71,491	79.4%	
3 観光入込客数 【人】	1,630,000		1,700,000	1,865,000	109.7%	
4 移住世帯数【世帯】 ・移住者数【人】	23	58	《移住世帯数》	《移住者数》	95.0%	50.0%
			20	60		
			19	30		

### <事業の実施状況>

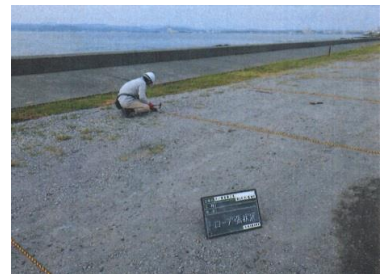
館山湾の南側に位置する沖ノ島は「サンゴの北限域」として知られており、近年、多くのメディアで紹介されるようになったこともあり、夏季の海水浴場開設期間中は駐車場のキャパシティを超える来訪者があり、進入路入口の手前から渋滞を起こしている状況である。  
本事業により、来場者の利便性向上を図るものである。

- ・ 夏季の繁忙期における混雑の緩和を図るため、交通誘導員の設置
- ・ 進入路のわだち掘れの改善や駐車柵の設置により、よりスムーズに駐車できる環境を整備

#### 交通誘導員配置状況



#### 整地・駐車柵設置状況



### <実績値等を踏まえた事業の評価>

- ・ 非常に有効であった

#### 【理由・説明】

- ・ 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、交通誘導員が状況に応じて車両入場制限を行うことにより、混雑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。

### <実績値等を踏まえた今後の方針>

- ・ 追加等、更に発展させる

#### 【理由・説明】

- ・ 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。

### <戦略の見直し等の必要性>

特になし

## 事業評価シート

## &lt;事業内容&gt;

No.	3				
区分	加速化1	実施課 (H28)	商工観光課	回答課 (H29)	商工観光課
名称	地域の宝“海”の魅力アップによる館山賑わい創出事業				
目的	「海に育まれてきたまち」館山として、今一度「海」を利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。				
事業概要	詳細事業名 ・ 良好な海岸環境の保全				
	●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持するため、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。				
期間	平成28年3月 ～ 平成29年3月				

## &lt;事業に関する経費&gt;

計画事業費	7,401,000 円	執行（実績）額	7,304,416 円
		交付金充当額	7,304,416 円

## &lt;総合戦略での位置づけ&gt;

基本目標	“海”の魅力に磨きをかける～海の魅力アップ～
目指す方向性 (政策分野)	館山市への「ひと」の流れをつくる
講ずべき施策	個性豊かな海の魅力を活かした観光振興

## &lt;本事業における重要業績評価指標（KPI）【加速化1】&gt;

KPI	事業開始前 (H27年度) ※基準値	H28年度				
		目標値		達成率		
		実績値				
1 BEACHマーケット 年間開催回数【回】 平均来場者数【人】	《開催回数》	《来場者数》	《開催回数》	《来場者数》	《開催回数》	《来場者数》
	4	300	6 5	500 640		
2 市内海水浴場（8カ所） 入込客数【人】	78,769		90,000		79.4%	
			71,491			
3 観光入込客数 【人】	1,630,000		1,700,000		109.7%	
			1,865,000			
4 移住世帯数【世帯】 ・移住者数【人】	《移住世帯数》	《移住者数》	《移住世帯数》	《移住者数》	《移住世帯数》	《移住者数》
	23	58	20 19	60 30		

### <事業の実施状況>

- ・ 通年、非常勤職員による手作業もしくは海岸清掃機械（ビーチクリーナーおよび小型バックホウ）により、波打ち際に打ち上げられた海藻や流竹木、ゴミを処分し、来訪者が気持ち良く利用できる海岸環境を維持
- ・ 海岸周辺の付帯施設である駐車場の飛砂の撤去や緑化施設の植栽・除草などの環境整備を実施



### <実績値等を踏まえた事業の評価>

- ・ 非常に有効であった

#### 【理由・説明】

- ・ 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。

### <実績値等を踏まえた今後の方針>

- ・ 事業の継続

#### 【理由・説明】

- ・ 南房総国立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ていく。

### <戦略の見直し等の必要性>

特になし

## 事業評価シート

## &lt;事業内容&gt;

No.	4	担当課名			
区分	加速化1	実施課 (H28)	みなと課	回答課 (H29)	みなと課
名称	地域の宝“海”の魅力アップによる館山賑わい創出事業				
目的	「海に育まれてきたまち」館山として、今一度「海」を利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。				
事業概要	詳細事業名 ・ 海の魅力発信事業				
	●館山ふるさと大使・「渚の駅”たてやま”」名誉駅長の「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テレビを購入する。				
期間	平成28年3月 ～ 平成29年3月				

## &lt;事業に関する経費&gt;

計画事業費	5,400,000 円	執行（実績）額	5,391,200 円
		交付金充当額	5,367,760 円

## &lt;総合戦略での位置づけ&gt;

基本目標	“海”の魅力に磨きをかける～海の魅力アップ～
目指す方向性 (政策分野)	館山市への「ひと」の流れをつくる
講ずべき施策	海の魅力を活かしたシティセールス

## &lt;本事業における重要業績評価指標（KPI）【加速化1】&gt;

KPI	事業開始前 (H27年度) ※基準値	H28年度				
		目標値		達成率		
		実績値				
《開催回数》	《来場者数》	《開催回数》	《来場者数》	《開催回数》	《来場者数》	
1 BEACHマーケット 年間開催回数【回】 平均来場者数【人】	《開催回数》 4	《来場者数》 300	《開催回数》 6	《来場者数》 500	83.3%	128.0%
			5	640		
2 市内海水浴場（8カ所） 入込客数【人】	78,769		90,000		79.4%	
			71,491			
3 観光入込客数 【人】	1,630,000		1,700,000		109.7%	
			1,865,000			
4 移住世帯数【世帯】 ・移住者数【人】	《移住世帯数》 23	《移住者数》 58	《移住世帯数》 20	《移住者数》 60	95.0%	50.0%
			19	30		

### <事業の実施状況>

- ・館山市の魅力を紹介するため、本市の豊かな自然や観光資源について、館山おさかな大使である「さかなくん」が紹介する動画（5分版、30秒版）を制作した。
- ・制作した30秒版動画を東京駅丸の内南北通路（2月）、京葉通路（3月）や恵比寿駅西口（2月）のデジタルサイネージ（電子看板）で放映した。
- ・4Kテレビ及びブルーレイディスクプレイヤーを購入し、5分版の動画を“渚の駅”たてやまの休憩室で放映している。
- ・また、市のHPにおいて各動画の視聴ができるようにした。



<東京駅丸の内南北通路>



<恵比寿駅西口>



<“渚の駅”たてやま休憩室>

### <実績値等を踏まえた事業の評価>

- ・相当程度有効であった

#### 【理由・説明】

- ・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「さかなくん」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。
- ・“渚の駅”たてやまでの放映では、訪れた人に館山の魅力を紹介することができた。
- ・“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。

### <実績値等を踏まえた今後の方針>

- ・追加等、更に発展させる

#### 【理由・説明】

- ・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。

### <戦略の見直し等の必要性>

- ・現時点では見直しの必要性はない。



## 事業評価シート

## &lt;事業内容&gt;

No.	5	担当課名			
区分	加速化2	実施課 (H28)	建築施設課	回答課 (H29)	建築施設課
名称	人口5万人総活躍都市実現事業				
目的	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。				
事業概要	詳細事業名 ・ 空き家実態調査事業				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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。</li> <li>●市内全域の空き家の実態把握調査（詳細）を実施する。</li> <li>●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。</li> <li>●「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。</li> </ul>				
期間	平成28年3月 ～ 平成29年3月				

## &lt;事業に関する経費&gt;

計画事業費	16,600,000 円	執行（実績）額	11,072,719 円
		交付金充当額	11,072,719 円

## &lt;総合戦略での位置づけ&gt;

基本目標	未来に誇れる“ふるさと愛”をはぐくむ
目指す方向性 (政策分野)	安全・安心で、持続可能な「まち」づくり
講ずべき施策	安全・安心なまちづくりの推進

## &lt;本事業における重要業績評価指標（KPI）【加速化2】&gt;

KPI	事業開始前 (H27年度) ※基準値	H28年度			
		目標値		達成率	
		実績値			
1 企業誘致件数【件】	0	2	0	0.0%	
2 起業・創業者数【人】	0	6	7	116.7%	
3 移住世帯数【世帯】 ・ 移住者数【人】	《移住世帯数》 23 《移住者数》 58	《移住世帯数》 20	《移住者数》 60	95.0%	50.0%
		19	30		
4 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の空き家管理ビジネス）【件】	0	5		0.0%	
		0			

## <事業の実施状況>

### <空き家実態調査>

・市内全域にある建物のうち、地図作成業者の情報や、町内会長などの情報提供から、長期間利用されていないと思われる空き家・空き店舗・空き事務所等を抽出し、これらの建物についてシルバー人材センターによる現地調査を実施。

調査対象件数 約2,000件

・現地調査の結果、活用が見込める空き家等を選別し、その所有者に対し、今後の利活用の意向についてアンケート調査を実施。

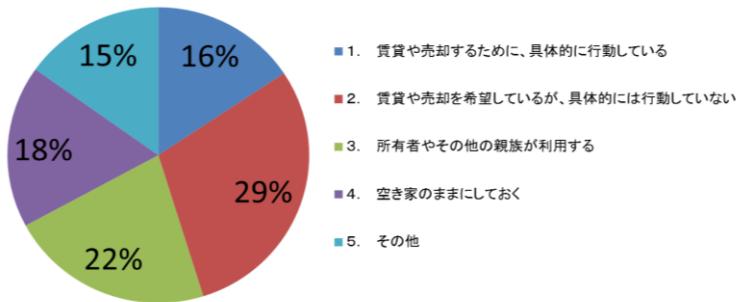
アンケート送付件数 923件

アンケート回答数 414件

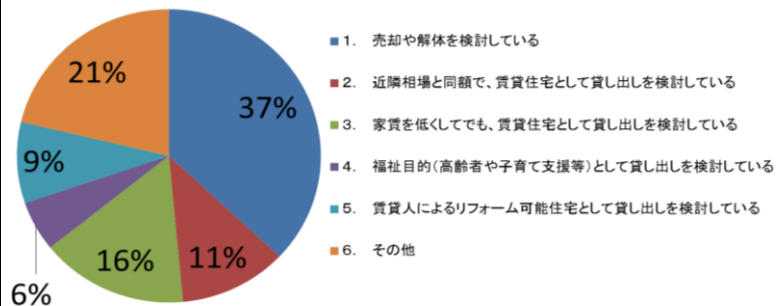
アンケート回収率 44.8%

### アンケート結果（抜粋）

今後、空き家をどのようにする予定ですか？



空き家の利活用等について、どのような検討をしていますか？



### （考察）

i) 実施したアンケートの傾向から、空き家の所有者の半数は自身での活用はあまり考えず、売却や賃貸など他者による利用を望んでいる傾向が見られた。

ii) 活用方法としては一般的な売買や賃貸の他、低額家賃での賃貸や福祉施設への活用など、福祉施策での活用も見込める。

iii) 本施策の目的である、企業誘致や移住促進のために活用できる空き家等について、潜在的な供給量は十分あり、これらを市場に流通させるための施策を官民協働で実施していくことが次の課題である。

また、一般的な流通のみならず、福祉施策での活用も含めた展開も併せて検討していく必要がある。

## <実績値等を踏まえた事業の評価>

- ・ 相当程度有効であった

### 【理由・説明】

・ 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。

## <実績値等を踏まえた今後の方針>

- ・ 事業の終了

### 【理由・説明】

・ 今回収集した情報を、企業誘致や起業促進施策を行う事業No.6で活用することとし、本事業は完了とする。ただし、変動する空き家等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。

## <戦略の見直し等の必要性>

特になし

## 事業評価シート

## &lt;事業内容&gt;

No.	6	担当課名			
区分	加速化2	実施課 (H28)	商工観光課（雇用定住）	回答課 (H29)	商工観光課（雇用定住）
名称	人口5万人総活躍都市実現事業				
目的	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。				
事業概要	詳細事業名 ・ 空き保養所実態調査・利活用方策検討事業				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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。</li> <li>●「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。</li> </ul>				
期間	平成28年3月 ～ 平成29年3月				

## &lt;事業に関する経費&gt;

計画事業費	4,500,000 円	執行（実績）額	738,821 円
		交付金充当額	738,821 円

## &lt;総合戦略での位置づけ&gt;

基本目標	“海”の魅力を磨きをかける～海の魅力アップ～
目指す方向性 (政策分野)	館山市への「ひと」の流れをつくる
講ずべき施策	海と暮らすライフスタイルの提供による移住・定住促進

## &lt;本事業における重要業績評価指標（KPI）【加速化2】&gt;

KPI	事業開始前 (H27年度) ※基準値	H28年度			
		目標値		達成率	
		実績値			
1 企業誘致件数【件】	0	2	0	0.0%	
2 起業・創業者数【人】	0	6	7	116.7%	
3 移住世帯数【世帯】 ・移住者数【人】	《移住世帯数》 23 《移住者数》 58	《移住世帯数》 20	《移住者数》 60	95.0%	50.0%
		19	30		
4 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）【件】	0	5	0	0.0%	

### <事業の実施状況>

●建築施設課が実施した空き家調査のデータを基に、市内の空き店舗等の情報（建物の規模、所有者など）約170件の情報を取りまとめた。

●非常勤職員2名を雇用し、空き家調査の結果を用いて情報の収集を行う予定だったが、当初の予定より調査が遅れたことにより、雇用期間が短縮したことと、雇用人数が1名となったため、執行残が生じた。

#### ●主な収集情報

所有者、所有者住所、抵当権の有無、建築年月、建物種類、建物構造、建物回数、床面積

#### 空き店舗(イメージ)



### <実績値等を踏まえた事業の評価>

- ・ある程度有効であった

#### 【理由・説明】

・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。

### <実績値等を踏まえた今後の方針>

- ・事業の継続

#### 【理由・説明】

・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。  
・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。

### <戦略の見直し等の必要性>

特になし

## 事業評価シート

## &lt;事業内容&gt;

No.	7	担当課名			
区分	加速化2	実施課 (H28)	秘書広報課	回答課 (H29)	秘書広報課
名称	人口5万人総活躍都市実現事業				
目的	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。				
事業概要	詳細事業名 ・ シティセールス魅力発信事業				
	<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>				
期間	平成28年3月 ～ 平成29年3月				

## &lt;事業に関する経費&gt;

計画事業費	2,000,000円	執行（実績）額	1,987,200円
		交付金充当額	1,987,200円

## &lt;総合戦略での位置づけ&gt;

基本目標	未来に誇れる“ふるさと愛”をはぐくむ
目指す方向性 (政策分野)	館山市への「ひと」の流れをつくる
講ずべき施策	シティプロモーションによる館山の魅力向上

## &lt;本事業における重要業績評価指標（KPI）【加速化2】&gt;

KPI	事業開始前 (H27年度) ※基準値	H28年度			
		目標値		達成率	
		実績値			
1 企業誘致件数【件】	0	2	0	0.0%	
2 起業・創業者数【人】	0	6	7	116.7%	
3 移住世帯数【世帯】 ・移住者数【人】	《移住世帯数》 23 《移住者数》 58	《移住世帯数》 20 《移住者数》 60	《移住世帯数》 19 《移住者数》 30	95.0%	50.0%
		《移住世帯数》 20 《移住者数》 60			
4 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）【件】	0	5	0	0.0%	

### <事業の実施状況>

市の認知度とイメージをさらに向上させ、交流人口の拡大を図るとともに、移住定住、インバウンド等の促進につなげるためのトップセールス及び、各課のシティセールスで活用することを目的として、館山市の多種多様な地域資源の“魅力”を“見てわかる”1冊にまとめたPR冊子を作成した。

事業者選定にあつては、プロポーザル方式を採用。選定事業者の提案にあつた、国内PR用とインバウンド用の2種類のPR冊子を作成した。

#### ① 日本語+英語版 16,000部

(目的) 観光プロモーション、移住定住、ポートセールス、企業誘致等

(特徴) 館山市の魅力の「み」の字を、「見・観・海・美・味・実・南・み」の8つのキーワードに置き換える。“8つのキーワード”とは、館山市の礎となった里見氏の歴史を題材にした「南総里見八犬伝」で、伏姫ゆかりの「仁義礼智忠信孝悌」の8つの霊玉をもつ八犬士の魅力と活躍が描かれている。この八犬士の魅力と活躍にちなみ、館山市を8つの魅力で紹介するもの。

#### ② 多言語併記版(英字+繁体字+簡体字+ハングル文字) 4,000部

(目的) インバウンド誘致

(特徴) 主にインバウンド促進用として活用するため、外国人でも理解しやすい分類として、“四季”と“色彩”で館山の魅力を紹介している。

#### ■ 成果品の活用

・ 完成後間もない2月中旬の台湾での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。

・ 国内でも、ポートセールスや都心での観光プロモーションで活用している。



### <実績値等を踏まえた事業の評価>

- ・ 相当程度有効であった

#### 【理由・説明】

・ 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。

・ 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。

・ 今後の観光客等誘致に期待される。

### <実績値等を踏まえた今後の方針>

- ・ 事業の継続

#### 【理由・説明】

・ 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。

### <戦略の見直し等の必要性>

特になし

# 事業評価シート

## <事業内容>

No.	8	担当課名			
区分	加速化2	実施課 (H28)	商工観光課（雇用定住）	回答課 (H29)	商工観光課（雇用定住）
名称	人口5万人総活躍都市実現事業				
目的	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。				
事業概要	詳細事業名 ・ 移住・定住促進事業				
	<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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・首都圏での移住相談会の実施</li> <li>・移住者向けのPR動画の制作</li> </ul>				
期間	平成28年3月 ～ 平成29年3月				

## <事業に関する経費>

計画事業費	6,060,000 円	執行（実績）額	6,047,200 円
		交付金充当額	6,047,200 円

## <総合戦略での位置づけ>

基本目標	“海”の魅力に磨きをかける～海の魅力アップ～
目指す方向性 (政策分野)	館山市への「ひと」の流れをつくる
講ずべき施策	海と暮らすライフスタイルの提供による移住・定住促進

## <本事業における重要業績評価指標（KPI）【加速化2】>

KPI	事業開始前 (H27年度) ※基準値	H28年度			
		目標値		達成率	
		実績値			
1 企業誘致件数【件】	0	2	0	0.0%	
2 起業・創業者数【人】	0	6	7	116.7%	
3 移住世帯数【世帯】 ・移住者数【人】	《移住世帯数》 23 《移住者数》 58	《移住世帯数》 20 《移住者数》 60	95.0%	50.0%	
		《移住世帯数》 19 《移住者数》 30			
4 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）【件】	0	5	0	0.0%	

## <事業の実施状況>

### 《移住・定住促進事業》

移住定住者の増加により、人口減少対策及び地域活性化を図る。

#### ●移住相談業務委託（委託先：NPO法人おせっ会）

- ・移住希望者への相談業務等の移住支援を実施…相談場所：“渚の駅” たてやま（相談件数：150件）
- ・首都圏での移住相談会開催、参加（6回 相談件数：121件）
- ・チラシ、パンフレットの増刷



#### ●移住プロモーション動画制作

- ・館山市の様々な魅力を広く発信することにより、本市の認知度の向上や市外からの移住及び市民の定住を促進するため、館山市移住プロモーション動画「館山暮らしのその先に」を制作
- ・「住む」「暮らす」「働く」という側面をしっかりと伝えたいという考えのもと、本市にすでに定住された方々へのインタビューを中心とし、「今、暮らしていて、どうか」を伝える構成
- ・「館山市公式チャンネル」（YouTube）や、全国移住ナビに掲載



## <実績値等を踏まえた事業の評価>

- ・相当程度有効であった

### 【理由・説明】

- ・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）
- ・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。

## <実績値等を踏まえた今後の方針>

- ・追加等、更に発展させる

### 【理由・説明】

- ・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。
- ・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。

## <戦略の見直し等の必要性>

特になし



# 事業評価シート

## <事業内容>

No.	9	担当課名			
区分	推進1	実施課 (H28)	みなと課	回答課 (H29)	みなと課
名称	“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～				
目的	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、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。				
事業概要	詳細事業名 ・ 海路利用促進事業				
	<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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・客船等歓迎委員会委託 ⇒着地型旅行商品の造成 ファミトリップ、「さかなクン」起用による首都圏PR等</li> <li>・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</li> </ul>				
期間	平成28年10月～平成29年3月				

## <事業に関する経費>

計画事業費	7,100,000円	執行（実績）額	6,202,024円
		交付金充当額	3,101,012円

## <総合戦略での位置づけ>

基本目標	“海”の魅力に磨きをかける～海の魅力アップ～
目指す方向性（政策分野）	館山市への「ひと」の流れをつくる
講ずべき施策	個性豊かな海の魅力を活かした観光振興

## <本事業における重要業績評価指標（KPI）【推進1】>

※数値は増加分

KPI	事業開始前 (H27年度)	H28年度 (1年目)	H29年度 (2年目)	H30年度 (3年目)	H31年度 (4年目)	H32年度 (5年目)	KPI増加分の累計
		目標値	目標値	目標値	目標値	目標値	
1 観光入込客数【人】	1,630,000	74,000	74,000	74,000	74,000	74,000	370,000
		235,000					235,000
		317.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	63.5%
2 企業誘致件数【件】	0	2	2	2	2	2	10
		0					0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
3 移住者数【人】	58	60	60	60	60	60	300
		30					30
		50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%

## <事業の実施状況>

### 1 東京～館山航路PR事業

毎年2月～3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地域の活性化を図る。

#### (1) ファムトリップ

期日：平成29年2月9日（木）／対象：主婦ブLOGGER（9名）

概要：～主婦たちの たてやま シンデレラ ツアー～

女性に人気の高いフォロワー数が多いブLOGGERを招待し、高速ジェット船を使って館山を旅してもらい、各自のブログにその様子を掲載することにより、インターネット・SNSを活用した情報発信を図る。

#### (2) モニターツアー

期日：平成29年2月17日（金）～18日（土）

対象：アクティブ富裕シニア層（34名）／・60～70代の男女

概要：～南房総 たてやまを ゆったりとおもいきり楽しもう～



▲レタス巻き寿司体験



▲レタス収穫体験

#### (3) 旅行商品の造成

・海上自衛隊館山航空基地と南房総戦跡紀行3/23（23名）

・レンタサイクルで巡る 館山日帰りフリーきっぷ

（期間中毎日）（54名）

#### (4) 高速ジェット船でレッツ・ギョー！さかなクンに会える南房総館山満喫ツアー

「館山おさかな大使」兼「“渚の駅”たてやま名誉駅長」でもあるさかなクンによる講演会を“渚の駅”たてやま「さかなクンギャラリー」で開催。講演会後は、貸切バスで館山の早春を巡る。

期日：平成29年2月4日（土）／参加者：46名（実人員50名）



▲海上自衛隊館山航空基地と  
南房総戦跡紀行



▲さかなクン講演会

## 2 情報提供

### (1) 都内マスコミセールス【平成28年12月15日（木）】

館山市観光協会・休暇村協会事務局・館山市・伏姫で都内の主要なマスコミ先を訪問し、観光PRを行った。

① 旅行読売／「旅行読売3月号（2/2発売：たびよみ目線）」1頁分

～渋滞知らずの高速ジェット船 早春の南房総へ1時間15分～

② 文化放送／（伏姫 館山市の観光PR）

③ 旅の手帖／「旅の手帖3月号（2/10発売）」東日本News&Topics 2/5頁分～高速ジェット船で行く 早春の南房総館山へ～

④ 東京新聞／1/19 夕刊「旅 耳寄り」～“渚の駅”たてやま レンタサイクル～

⑤ 日刊ゲンダイ／（伏姫 館山ファミリーパーク・アロハガーデンの紹介）

### (2) 東京スカイツリー観光PR【平成28年12月16日～12月22日】

会 場：東京スカイツリー5階出口フロア

テ ー マ：早春の南房総

内 容：各種パンフレットの配布

### (3) 東京都庁観光PR【平成28年12月21日～12月27日】

会 場：東京都庁第一本庁舎2階北側

テ ー マ：東京湾フェリーで行く南房総

内 容：広域連携（宿泊滞在）事業として実施、物販及び観光PR

### (4) 大島キャラバン隊【平成29年1月12日（木）】

大島町長、大島観光協会長、ミス大島、椿の女王、客船等歓迎委員会会長、伏姫とともに市内の関係機関及び諸橋副知事等を訪問し、高速ジェット船の春の季節運航のPRを行った。

- ① 館山市内（館山日東バス、館山日東交通、房日新聞社、JRバス関東館山支店、JR館山駅、館山市観光協会）
- ② 千葉県等（千葉県庁（諸橋副知事、観光企画課・商工労働部長・県政記者室・港湾課・県土整備部長・秘書課）、NHK千葉放送局・千葉日报社）、チバテレビ

1/12 「NWE Sチバ930」放送  
 1/13 房日新聞、読売新聞、千葉日報  
 1/18 毎日新聞

- (5) 関東ブロック物産観光連絡協議会定例記者会見【平成29年1月17日（火）】  
 関東甲信越静各県の新聞・ラジオ・旅行雑誌等の記者にジェット船の情報提供を行った。

### 3 渚の駅レンタサイクル事業（なぎちゃり）

海路を通じて館山に来訪された方の2次交通対策として、  
 「渚の駅“たてやま”において2月1日からレンタサイクル事業を実施。

料金：1日1,000円 半日500円

実績：フリーきっぷ 44台／一般29台（半日27台・1日2台） 計73台

- (1) 電動アシスト自転車の購入 10台
- (2) 自転車の装飾等（さかなクン ハコフグカラーをモチーフとし、イラストを施した仕様）
- (3) 「渚の駅“たてやま”を中心としたサイクリングマップの作製



▲なぎちゃり

### <実績値等を踏まえた事業の評価>

- ・非常に有効であった

#### 【理由・説明】

・ファミトリップ・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。  
 ・“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2次交通の推進を図った。

### <実績値等を踏まえた今後の方針>

- ・追加等、更に発展させる

#### 【理由・説明】

・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”たてやまを核とした地域の活性化を図っていく。  
 ・平成29年度の事業として、平成28年度と同様に、ファミトリップ、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。

### <戦略の見直し等の必要性>

特になし

# 事業評価シート

<事業内容>

No.	10	担当課名			
区分	推進1	実施課 (H28)	企画課	回答課 (H29)	企画課
名称	“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～				
目的	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、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。				
事業概要	詳細事業名 ・ 恋人の聖地事業				
	●NPO法人地域活性化支援センターの認定を受けた「恋人の聖地／鏡ヶ浦から富士の見えるまち 館山」として、市内外に周知・PRするとともに、「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。				
期間	平成28年10月～平成29年3月				

<事業に関する経費>

計画事業費	1,200,000円	執行（実績）額	778,242円
		交付金充当額	389,121円

<総合戦略での位置づけ>

基本目標	“若者”の夢と希望をかなえる～若者の元気アップ～
目指す方向性 (政策分野)	結婚・出産・子育てのしやすい「まち」づくり
講ずべき施策	出会い・婚活支援

<本事業における重要業績評価指標（KPI）【推進1】>

※数値は増加分

KPI	事業開始前 (H27年度)	H28年度 (1年目)	H29年度 (2年目)	H30年度 (3年目)	H31年度 (4年目)	H32年度 (5年目)	KPI増加 分の累計
		目標値	目標値	目標値	目標値	目標値	目標値
1 観光入込客数 【人】	1,630,000	実績値	実績値	実績値	実績値	実績値	実績値
		74,000	74,000	74,000	74,000	74,000	370,000
		235,000					235,000
2 企業誘致件数 【件】	0	達成率	達成率	達成率	達成率	達成率	達成率
		317.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	63.5%
		0					0
3 移住者数 【人】	58	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
		60	60	60	60	60	300
		30					30
		50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%

**<事業の実施状況>**

- ・平成29年2月16日(木)に、「恋人の聖地」提携事業者説明会を開催。約30の事業者が参加
- ・館山夕日栈橋上のモニュメント「ブルーフレーム」に恋人の聖地サブプレート及び説明看板を設置
- ・横浜市在住の男性からの依頼に応え、沖ノ島でのプロポーズ計画をサポート。島内のテーブルセッティングや、竹灯笼による砂州のライトアップ等を演出
- ・「恋人の聖地WORLD」の運用開始に伴い、館山オリジナル特別優待パスポート(2万部)を作製
- ・洲崎灯台周辺で花の植栽活動をしている「洲崎マーガレット岬の会」によるカップル向け絵馬プロジェクトを支援。平成29年2月11日(土・祝)に、同会との協働により、洲崎灯台で絵馬とバレンタインフォトコンテストのPRを展開
- ・平成29年3月に、城山公園にカップルで利用できる「顔はめ看板」を設置
- ・立教大学キャンブストア(海の家)が、夏期限定で協力店舗に参加



事業者説明会の開催



沖ノ島での  
プロポーズサポート



館山版オリジナルパスポート

城山公園顔はめ看板



ブルーフレーム説明看板



**<実績値等を踏まえた事業の評価>**

- ・非常に有効であった

**【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、北条栈橋た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。

**<実績値等を踏まえた今後の方針>**

- ・追加等、更に発展させる

**【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。

**<戦略の見直し等の必要性>**

特になし