

令和3年度 地方創生推進交付金活用事業

地方創生交付金の評価基準（4段階）

- ① 地方創生に非常に効果的であった 例：全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合
- ② 地方創生に相当程度効果があった 例：一部のKPIが目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合
- ③ 地方創生に効果があった 例：KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合
- ④ 地方創生に対して効果がなかった 例：KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合



MAIBARA CITY SALES

健康でエコなマイクロツーリズム推進プロジェクト (1/3年目)

横連携

県：事業連携

地方創生推進交付金 R3年度歳入予算：3,506千円(事業費7.013千円)

【目指す将来像】

- ・ピワイチやピワイチプラス等の人気の高まりにより、琵琶湖畔から内陸部への流れが生まれている。
- ・幅広い客層が県内でのサイクリングをゆっくり、長く楽しむことができ、その中で感じられた健康長寿を育む滋賀の暮らしや食、文化といった魅力の数々を旅人自らが拡散する好循環が生み出されている。
- ・旅行者自らの旅のスタイルに合わせて健康でエコな交通手段を選択できるように、サイクルステーションや二次交通基盤、雨天時のバックアップ等が整備されている。
- ・多くの人がサイクルツーリズムを選択することで環境負荷の低いサステナブルな観光への転換が進むとともに、サイクリングによる旅行者の健康維持にもつながっている。

令和3年度の取組

- 滞在型サイクリングイベント（びわ湖の素キャンプ&Eライド）
電動アシスト自転車によるサイクリングやテント泊を楽しむツアー
- ゲートウェイとしての米原駅西口円形広場のPRイベント
（近江美食フードカーマーケット・ペアリングの祭典 おつまみフェス）
- 伊吹山ライブカメラによる魅力発信
- ジャパンエコトラック普及啓発（パンフレット作製・マップ設置）



重要業績評価指標 (KPI)

※滋賀県全体のKPI (前年比から算出)		開始時点	R3年度	R4年度	R5年度
健康でエコなマイクロツーリズム による経済波及効果額	KPI(百万円)	0	400.0	279.0	134.0
	実績(百万円)	-	▲1,066.2	-	-
サイクルツーリズムの自転車利用に 伴うCO ₂ 削減量	KPI(t-CO ₂)	0	▲562.0	▲393.0	▲193.0
	実績(t-CO ₂)	-	▲343.0	-	-
女性・ファミリー向けサイクリング 体験イベント参加者数	KPI(人)	0	300	1150	400
	実績(人)	-	756	-	-

健康でエコなマイクロツーリズム推進プロジェクト

■最終KPI

- ・健康でエコなマイクロツーリズムによる経済波及効果額
目標:400百万円 実績:▲1066.2百万円 → **未達成**
- ・サイクルツーリズムの自転車利用に伴うCO₂削減量
目標:▲562.0t-CO₂ 実績:▲343.0t-CO₂ → **未達成**
- ・女性・ファミリー向けサイクリング体験イベント参加者数
目標:300人 実績:756人 → **達成**

■コロナ禍による影響

- ・コロナ禍の影響はあったものの、感染予防を徹底しながら事業を実施することができた。

自己評価:③地方創生に効果があった

【マイナス評価】

- ・コロナによる影響もあり、経済波及効果は目標値に届かなかった。

【プラス評価】

- ・コロナ禍でのアウトドアブームも踏まえ、キャンプとサイクリングを組み合わせた滞在型イベントを開催すると同時に、イベントの内容をYouTubeで発信、さらに米原駅(ゲートウェイ)周辺でのイベント開催により、健康でエコなマイクロツーリズムの推進、内陸部への誘客、様々な年代・多様な層への訴求、滞在時間の増加を図ることができた。

「戦国・琵琶湖」体感・体験ツーリズム深化プロジェクト (3/3年目)

横連携 県：事業連携

地方創生推進交付金 R3年度歳入予算：1,441千円(事業費2,882千円)

【目指す将来像】

- ・滋賀ならではの自然、文化芸術、食、歴史遺産などの観光資源や滋賀の生活スタイルの魅力が発信されることで、国内外から滋賀を訪れる人が増加している。
- ・観光客が長時間滞在し、宿泊することで滋賀の魅力をより深く体感するとともに、様々な食や名産品の購入や体験型観光が促進されることで地域内の消費が増え、地域経済が活性化している。
- ・地域全体が「おもてなし」の心で来訪者を受け入れ、交流が深まることで旅行者の満足度が高まることに加え、旅行者のみならず地域住民が自らの地域への誇りを新たにすることで、来訪者へのサービスの質が向上し、リピーターや口コミによる観光客が増加する好循環が生まれている。

令和3年度の取組

- 首都圏での戦国時代の観光コンテンツを中心としたPRイベント開催
- 本市の魅力発信のウェブサイトの新設
- 本市の魅力創出に向けた動画コンテストの開催
- 官民連携による滞在型観光コンテンツの構築支援



重要業績評価指標 (KPI)

※滋賀県全体のKPI (前年比から算出)		開始時点	R1年度	R2年度	R3年度
戦国にまつわる観光施設の観光入込客数	KPI(万人)	171	2.03	2.30	1.20
	実績(万人)	-	▲2.88	▲67.42	▲1.53
観光消費額	KPI(億円)	1,793	77	41	46
	実績(億円)	-	260	▲724	▲159
延べ宿泊者数	KPI(万人)	387	23	15	15
	実績(万人)	-	21	▲166	14

「戦国・琵琶湖」体感・体験ツーリズム深化プロジェクト

■最終KPI

①戦国にまつわる観光施設の観光入込客数増

R3年目標:176.5万人 R3実績:99.2万人(前年比▲1.5万人) → **未達成**

②観光消費額

R3目標:1,957億円 R3実績:1,170億円(前年比▲159億円) → **未達成**

③延べ宿泊者数

R3目標:440万人 R3実績:256万人(前年比14万人) → **未達成**

■コロナ禍による影響

・コロナの影響による米原駅東口まちづくり事業の遅延、事業の見直しがあり、当初計画していたイベントを見直し、ウェブ上での情報発信の強化や体験・体感型コンテンツの構成、受入体制の整備等を推進した。

自己評価:③地方創生に効果があった

【マイナス評価】

・コロナによる関連事業の遅延により、当初予定していた集客イベントが開催できず、誘客ができなかった。

【プラス評価】

・情報発信を強化するため、新たに動画コンテストを開始し、市民自らまちの魅力を発信することで、まちの情報発信力の向上・シビックプライドの醸成へのきっかけとなりました。また、感染症予防に配慮しながら、特産品やふるさと納税、移住をテーマにした首都圏でのPRを行い、本市の魅力を発信することができました。