

令和元年度 地方創生推進交付金に係る事業実施結果報告
(各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等)

⑥ 事業効果の判断基準

ア 本事業は地方創生に非常に効果的であった(指標が目標値を上回ったなどの場合)
イ 本事業は地方創生に相当程度効果があった(目標値を7割~8割達成したなどの場合)
ウ 本事業は地方創生に効果があった(事業開始前よりも改善したなどの場合)
エ 本事業は地方創生に対して効果がなかった(実績値が本事業開始前の数値よりも悪化しているなどの場合)

⑦ 外部有識者からの評価

ア まち・ひと・しごと創生総合戦略における数値目標に効果があった(⑥ア、イ又はウの場合)
イ まち・ひと・しごと創生総合戦略における数値目標に効果がなかった(⑥エの場合)

No	① 交付対象事業の名称	② 事業内容	③ 実績額 単位:円	④ まち・ひと・しごと創生総合戦略における数値目標(2020年)	⑤ 本事業における重要業績評価指標(KPI)					⑥ 本事業終了後における実績		⑦ 外部有識者からの評価		
					指標	担当課	指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	
1	【継続】 SUKIDESU日光推進事業 2017年度~2019年度	<p>【移住者増加に向けた推進組織の自走に向けた取組の加速化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●SUKIDESU日光体験事業(秘書広報課) 「働く場所」や「住む場所」としての日光の魅力を感じるツアー等を実施することで、参加者が日光市への移住を考えるきっかけづくりを実施した。 ●定住促進事業(移住セミナー、移住イベント参加分)(秘書広報課) 【地域との連携強化による移住関連の拠点や移住体験の家の定着化】 当市移住促進のため、都内等で移住促進セミナーを開催したほか、移住促進イベントに出展した。 ●定住促進事業(移住ポータル、空家バンク、移住体験の家分)(秘書広報課) 当市への移住促進のため、移住体験の家を運営した。また、移住体験の家の使用回数を緩和するなど要件を見直し、移住促進を図った。移住専用ポータルサイトを活用し、移住情報の発信に努めた。 <p>【地域に根ざしたしごとづくりの拠点の事業展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●しごとづくり推進事業費(商工課) 【自主的・自立的な取組の本格展開と更なるターゲットの絞り込み】 中心市街地の空き店舗を活用して起業・創業支援サロンを開設し、アドバイザーによる相談業務をはじめ、セミナーや座談会等を開催することにより、地域において起業等を目指す者や起業後間もない者等への育成及び支援を行った。 ●世代に合わせた参加型情報収集、発信業務<<シティプロモーション事業>>(秘書広報課) 首都圏在住者、若年層を対象に、当市の地域性、潜在的価値がある「鹿革」をテーマとして当市の魅力を発信する事業を実施した。 	10,040,516	基本目標② 地域の活力を創出する「ひとの流れ」をつくる ○観光入込客数1,160万人 ○転入者増加数500人増	指標①	転出超過の改善	総合政策課	48	人	令和2年3月	30 (外国人を含んだ実績値74人)	地方創生に相当程度効果があった	まち・ひと・しごと創生総合戦略における数値目標に効果があった	—
指標②	ツアー参加者数	秘書広報課	210	人	令和2年3月	229								
指標③	ツアー参加者のうち日光市への移住を意識できた人の割合	秘書広報課	50	%	令和2年3月	38								
指標④	市外在住者が空き家バンクを利用し、契約に至った件数(累計)	秘書広報課	10	件	令和2年3月	12								
指標⑤														
2	【継続】 ICTと日光のブランド力を活かした生産・加工・流通・販売の業種間連携による日光産木材需要拡大プロジェクト 2017年度~2019年度	<p>【日光の木の自走に向けた、事業の収入に向けた取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「日光の木」利用総合戦略事業(農林課) 首都圏や県内の木材イベントに出展し、日光市産木材の販路拡大、宣伝を行った。また、森林は守るものではなく「伐って、使って、植えて、育てる」循環を意識付けさせる映像を作成した。 ホームページを刷新し、建築・設計業者向けの情報を増やして閲覧数の増加を図った。 伝統工芸品「日光下駄」の技術を活かしてスギ材による下駄の商品化に向けた検証を行った。 	2,484,794	基本目標① 安心して働くことができ、安定した生活を支える「しごと」をつくる ○市内従業者数39,000人 ○市内事業所数4,600事業所	指標①	製品の売上額(累計)	農林課	5,000	千円	令和2年3月	4,045	地方創生に相当程度効果があった	まち・ひと・しごと創生総合戦略における数値目標に効果があった	—
指標②	認証事業体数(累計)	農林課	13	件	令和2年3月	32								
指標③	映像の閲覧件数(累計)	農林課	50,000	件	令和2年3月	65,525								
指標④	認証材素材生産量(累計)	農林課	12,000	m	令和2年3月	46,960								
指標⑤														

No	① 交付対象事業の名称	② 事業内容	③ 実績額 単位:円	④ まち・ひと・しごと 創生総合戦略に おける数値目標 (2020年)	⑤ 本事業における重要業績評価指標(KPI)				⑥ 本事業終了後における実績		⑦ 外部有識者からの評価		
					指標	担当課	指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者 からの意見
3	【継続】 農業と他産業を結 びつけるハブを中 心とした農商工観 連携による地域の 稼ぐ力・所得向上プ ロジェクト 2018年度～2020年 度	【地域の稼ぐ力・所得向上に向けた農商工観連携のハブ に向けたコンテンツの充実・発信強化等】 ●農業成長戦略推進事業(農林課) 農産物の消費拡大、地産地消、農業体験等の魅力発信 による市内の農村回遊促進のための情報整理、発信を行 い、交流客に回遊してもらうことで、地域経済の活性化に つなげることを目的として、プロモーションを実施した。 ●しごとづくり推進事業(商工課) 市内において食品関係製造及び販売業を営む事業者の 販路拡大や経営基盤の強化に向け、県内外の企業との 異業種間連携を促進するためのビジネス交流会を開催す るとともに、大都市圏等における展示会・商談会等に出席 した市内企業等への支援を行った。また、農林畜水産業、 商工業及び観光業を営む市内企業等が異業種連携によ り新たな商品やサービスを開発する事業への支援を行っ た。	4,352,366	基本目標① 安心して働くこと ができ、安定し た生活を支える 「しごと」をつくる ○市内従業者数 39,000人 ○市内事業所数 4,600事業所	指標① 市農産物直売所の 売上増加	農林課	90,000	千円	令和2年3月	19,155	地方創生 に効果が あった	まち・ひと・しごと創生 総合戦略における数 値目標に効果があっ た	—
指標② 産業と他産業を結び つける農商工観連携 の核となるハブホー ムページ閲覧件数	農林課	6,000	件	令和2年3月	7,802								
指標③ 異業種間のビジネス マッチング事業への 出展企業数	商工課	27	社	令和2年3月	25								
指標④ 農商工観連携による 商品開発数	商工課	2	件	令和2年3月	2								
4	【継続】 ※ 広域連携事業の ためKPIの指標値 も県全体の数値 ツール・ド・とちぎを 核とした地方創生 推進事業 2015年度～2019年 度	【「ツール・ド・とちぎ」実行委員会負担金】 ●まちづくり推進事業費(総合政策課) 県及び県内全ての市町が連携し、スポーツによる地方 創生を図ることを目的に県内各地域を縦断する「ツール ・ド・とちぎ」を令和2年3月に開催する予定で準備を進めて いた。しかし、新型コロナウイルス感染症拡大防止のた め、国際自転車競技連合UCIから、すべてのレースを中止 するよう要請があったため大会を中止した。	350,000	基本目標② 地域の活力を創 出する「ひとの 流れ」をつくる ○観光入込客数 1,160万人 ○転入者増加数 500人増	指標① 公営レンタサイクル 利用者数	総合政策課	60,000	人	令和2年3月	69,429	地方創生 に効果が あった	まち・ひと・しごと創生 総合戦略における数 値目標に効果があっ た	—
指標② ツール・ド・とちぎ公 式HP閲覧回数	総合政策課	31.33	万回	令和2年3月	26.1								
指標③ 栃木県 外国人宿泊者数	観光課	274	千人	令和2年3月	県外国人宿泊者数 247 [参考]日光市外国人宿泊数 H30 93千人 H31 119千人 ※ H30とH31比較 26千人増								
指標④ 栃木県 観光消費額	観光課	6,530	億円	令和2年3月	県観光消費額 7,054 [参考]日光市観光客宿泊数 H30 3,307千人 H31 3,294千人 ※ H30とH31比較 13千人減少								
5	【継続】 ※ 広域連携事業の ためKPIの指標値 も県全体の数値 観光立県とちぎづく り推進事業 2019年度～2023年 度	【観光地域のブランド力向上に向けたDMOの育成支援】 ●一般社団法人DMO日光において、「稼ぐ」観光地づくり の実現のため、「マーケティングデータの収集と分析」、 「具体的観光戦略」の検討を行うとともに、DMO日光のコン セプト(NIKKO RESORT LIFE)に基づき、日光市の課題 を解決するため、外国人観光客へのアンケート調査やガイ ド支援事業などを実施した。 【外国人観光誘客に向けた情報発信力及び受入態勢の強 化】 ●観光推進体制整備事業費(観光課) ●インバウンド推進事業費(観光課) ●エコツーリズム推進事業費(観光課) インバウンドの推進を図るため、欧米地域FIT旅行客向 けのインフルエンサー招請、台湾高雄での旅行博出展、ラ グビーワールドカップ時期に合わせた国際線機内での当市 PR映像上映を行った。また、多言語パンフレットについて も増刷し、誘客促進及び受入環境整備を行った。	6,841,600	基本目標② 地域の活力を創 出する「ひとの 流れ」をつくる ○観光入込客数 1,160万人 ○転入者増加数 500人増	指標① 栃木県 観光消費額	観光課	6,403	億円	令和2年3月	県観光消費額 7,054 [参考]日光市観光客宿泊数 H30 3,307千人 H31 3,294千人 ※ H30とH31比較 13千人減少	地方創生 に効果が あった	まち・ひと・しごと創生 総合戦略における数 値目標に効果があっ た	—
指標② WEB等へのインター ネット情報を見て本 県への観光を決めた 旅行者数	観光課	25,001	千人	令和2年3月	22,609								
指標③ 欧米圏からの外国 人宿泊者数	観光課	57,445	人	令和2年3月	欧米圏からの外国人宿泊者数 65,415 [参考]日光市外国人宿泊数 H30 93千人 H31 119千人 ※ H30とH31比較 26千人増								
指標④ 外国人入込客数	観光課	460.54	千人	令和2年3月	国未公表								