

≪総合戦略における各施策の KPI の達成状況等について（資料①参照）≫

※ 資料③「委員からのご意見一覧」の No1～7 について、担当課より順番に説明。

No1「資料① 1P『雇用創出プロジェクト』施策 1-①、②」

市街化調整区域における開発許可要件について

- ・ 都市計画で地区計画制度というものがあり、クレアパーク延岡工業団地が該当する。工場以外の施設とのお尋ねであるが、物流拠点について、地区計画制度では、工業系の用途と同等程度の用途と捉えられ、今後、新たな工業団地等の整備方針のなかでの検討となる。複合施設や飲食店などの商業施設については、地区計画では該当せず、都市計画の制度として緩和措置がないというのが現状である。

No2「資料① 3P『雇用創出プロジェクト』施策 1-⑤と 10P『移住・定住推進プロジェクト』施策 4-①の関連性について」

地元企業への就職に繋がった人数について

- ・ 10P の指標は再掲と記載。それぞれの指標について、国の委託を受けて雇用促進協議会が開催する就職説明会やセミナーは、事業の制度上、学生の新規採用をカウントしないと決められているので、10P の施策の数値には雇用促進協議会が実施した分を除いて掲載している。
- ・ 実績値は、主に市の就職説明会やセミナーを通して、就職された方などを把握しカウントしている。大卒の新卒の方は含まれているが、高卒の新卒の方は除いている。参加者数について、就職説明会においては、H27 年度が 365 名 3 回開催、H28 年度が 269 名 3 回開催、H29 年度が 302 名 4 回開催。各種セミナーは、雇用促進協議会が主催しており、H27 年度が 260 名 22 回開催、H28 年度が 147 名 11 回開催、H29 年度が 267 名 21 回開催。

No3「資料① 10P「移住・定住推進プロジェクト」施策 1-⑤」

祝子川地区の観光客数及び大崩山登山者数について

- ・ 観光客数は宮崎県観光動向調査に報告した数値で、国土交通省、観光庁が策定した観光入込客統計に関する共通基準というものに基づいて算出している。観光入込客は、日常生活圏以外の場所に旅行し、そこでの滞在が報酬を得ることを目的としないもので、観光地及び祭行事、イベントを訪れた方を観光入込客と定義されている。KPI は、この基準にあわせて把握。本数値については、祝子川美人の湯、祝子川キャンプ場、コテージ大崩、大崩山、祝子川溪谷、神さん山の観光客の合計数値となっている。
- ・ 登山客数の把握について、美人の湯、祝子川キャンプ場、コテージ大崩等の施設管理者等からの情報によるものと、登山者名簿の管理を地元の方々がやっているのので、こういった数値を参考に推計している。今後、他地域の事例を参考に推計精度を高めたい。
- ・ 増加の根拠について、H28 年度が熊本地震や、大雨による県道が通行止めや時間規制の影響を受け利用者が少なかったこともあり、昨年度は各施設の利用者が増加し、登山者も増えた。また、ユネスコエコパークにも登録され、それらの PR 効果も大きかったと考えている。

No4「資料① 10P「移住・定住推進プロジェクト」施策 1-⑤」

祖母傾山系ユネスコエコパークのボランティアガイド、周辺地での休憩場所や民泊導入について

- ・ 道の駅「北川はゆま」には、現在、北川案内隊という女性ボランティアが活動している。月 2 回、道の駅「北川はゆま」で活動して 6 年目になる。道の駅「北川はゆま」は、西郷隆盛宿陣跡資料館や北川湿原にも近く、ユネスコエコパークや大崩山への観光案内も実施している。
- ・ 大崩山までの道のりでの休憩所設置について、県道岩戸延岡線と国道 326 号線から林道下赤・祝子川線を利用した場合の 2 つのルートがあるが、それぞれ道が非常に狭く、運転者への負担は大きい。県道利用の場合は、浜砂ダムの近くには休憩できるスペースはあるが特に休憩所というものは設置していない。林道利用の場合は、昨年度、地域おこし協力隊が各施設までの距離数を示す看板を設置しているが、やはり休憩所は設置していない。途中、眺望が素晴らしい場所もあるので、道路管理者とも協議していきたい。民泊については、地元の方で希望されている方がいたが、水の問題などの課題もあり、実施までに至っていない。

No5「資料① 10 ページ『移住・定住推進プロジェクト』施策 1-⑥」

PR 動画の再生回数のメリット、地域住民の愛着度の形成や費用対効果について

- ・ 一般的に再生回数が多いほど、SNS やインターネット上の記事で取り上げられ、拡散される可能性が高くなり、動画の認知度も広がる傾向がある。本市においても、こうした認知度の広がりや、ヤフーニュースのトップ記事掲載をはじめ全国ネットのテレビ番組での取材や新聞記事掲載などにつながっており、単純なスポット CM の出稿や広告掲載による PR と比べて、本事業の大きな目的である「本市の知名度を高める」という点において大きなメリットとなっていると考えている。
- ・ 動画を通して多くの人に本市の自然の素晴らしさや観光資源・食の魅力を知っていただくとともに、県内でも多くのテレビ番組や新聞記事で紹介されたこともあり、改めて市民に本市の魅力を再評価いただいたと考えている。また、「河童と人魚の延岡移住計画」公開後は、「イベントに人魚を呼びたい」「衣装を借りたい」「続編は制作しないのか」「延岡が全国テレビで取り上げられてとてもうれしい」などのご意見も寄せられた。「筏の上のレストラン」については、市民を招待したレストランイベントを開催したほか、ゲストとして出演していただいた岸本シェフに本市の食材の素晴らしさはもとより、郷土料理や食文化の魅力なども動画の中や料理専門誌などで広く PR していただいた。
- ・ 2 つの動画以外にも、YouTube にて高速道路開通を PR するテレビ CM の映像や「のべおかタパス」の紹介 CM を公開してきたが、映像を使ったプロモーションに継続的に取り組むことによって、民間団体においても料理人と生産者が連携した農園バスツアーの映像が制作されるなど、市全体としてもプロモーションに対する意識が高まってきたことも本事業の成果の一つだと考えている。
- ・ プロモーション企画における効果の試算については、テレビや新聞等にて取り上げられた時間や記事の大きさを CM 出稿料や広告掲載料に換算し、その広告宣伝効果を出すのが一般的であるが、「河童と人魚の延岡移住計画」における広告宣伝効果は約 8,600 万円、「筏の上のレストラン」においては約 4,300 万円という実績となっており、事業費と比較しても 3 倍から 6 倍以上の大きな効果があったと評価している。

No6「資料①『移住・定住推進プロジェクト』」

若い世代の職の安定や雇用について

- ・ 若い世代が延岡で働くために、現在、国や県、関係機関と連携して、様々な取組を行っている。社会人講師である「よのなか先生」が各小中学校、高等学校に出向いて、働く喜びや苦勞、延岡の良さ等を語り伝えるなど、商工会議所に設置されたキャリア教育支援センターと連携して、地元定着につなげていくためのキャリア教育を実施している。H29年度で160名を超える講師の方々を登録。延べで31回、3,100名を超える児童生徒がこの授業を受けている。
- ・ このほか、県工業会県北地区部会と連携して、主に工業高校の2年生向けに市内の企業情報を紹介する県北地区企業説明会を、高校1年生向けに卒業生などが働く上での体験などを話す「教えて先輩」を実施。H28年度から市内高校の卒業生のうち、保護者に同意をいただいた方々をデータベース化し、市内企業の取組を若者の視点で編集した「就職応援マガジン」など、雇用や就職に関する情報を提供させていただいている。さらには、今年度から企業側の採用活動と学生の就職活動を双方向から支援するための専門スタッフの配置を予定している。

若い世代の地元定住について

- ・ 人口減少対策としては、若者の流出を抑制すること、進学等で市外に出て行った若者を呼び戻すことが重要であり、様々な取組を全庁的に取り組んでいる。一方で、県内各市町村において、地元就職率が低くなっており、県全体の人口社会減解消に歯止めがかかっていない状況である。県、各市町村間で、有効な施策を進めるための協議を行っている。今後、このような情報共有化やキャリア教育、ふるさと教育など、様々な取組を進めるための広域的な連携体制や仕組みをつくっていくことも重要と考えている。
- ・ このような取組を進めながら、都市部にはない住環境など、生活面における優位性や、通勤の負担が軽いこと、あるいは、子どもを生み育てやすい環境であること、宮崎県だから、延岡だからこそ実現できる「働きやすさ」や「暮らし方」など、地元で就職して生活していくメリットを、中高生に将来を考える中で、認識してもらいたいと考えている。なお、本市は商工会議所の仲立ちにより、延岡高校と延岡星雲高校とのキャリア教育に関する包括連携協定を結び、実践につなげようとしている。

No7「資料① 15 ページ『持続可能なまちづくりプロジェクト』施策 2-①、②」

エンクロスの来館者数、駅まちエリアの新規出店推進策について

- ・ 本年4月にオープンしたエンクロスの4月～6月までの来館者数は392,700人。
- ・ 「駅まちエリアの新規出店」について、5年間で20店という目標を掲げており、今年度に入って、4月に雑貨店、接骨院、美容室、飲食店の計4店がエリア内に新規出店している。これは、(株)まちづくり延岡が取り組んできた空き店舗ツアーや店舗誘致活動を実施してきた成果と考えている。今後も取組を継続し、駅西口再開発や、新たな出店支援策を検討、実施することによって、20店舗という目標を達成したい。

《平成 29 年度地方創生推進交付金事業の効果検証について（資料②参照）》

※ 資料①「委員からのご意見一覧」の No8～12 について、順番に説明。

○ 交付金事業：「食」と「連携」による東九州バスク化構想推進事業～海と大地を一皿に～

No8 佐伯市との連携推進、「バスク化構想」という名称の PR について

- ・ 昨年は、東九州バスク化構想延岡推進協議会の中に、料理人部会や生産者部会が設立され、料理人と生産者が連携・協力しながら「のべおか本わさび革命」や「のべおカタパス」といった取組のほか、地元食材の有効活用を図るための「食材見本市」等が開催され、本構想のテーマでもある「連携」が図られたとともに、地域の食材の豊かさの PR や料理人さんの創意工夫、挑戦するという意欲醸成にもつながる取組が数多く実施されたと考えている。
- ・ このほかにも、個々の連携を推奨しているが、「農園巡りバスツアー」や「ジビエフェア」の開催、北浦のブランド魚を使った五ヶ瀬町との食の交流事業等が行われており、今後も、このような取組への支援を重ねていくことが、「バスク化構想」という名称の浸透にもつながっていくものと考えている。
- ・ 昨年 11 月に開催された「のべおか国際食卓会議」においては、世界に名を馳せる一流の料理人やゲストの方々から、本市の食材やホスピタリティーを高く評価いただいた。こうした成果をさらに PR していくことが重要である。今後も、生産者と地元の料理人の方々との連携による様々な取組と併せて、魅力を PR していくための取組を関係団体と協議をしながら進めていきたい。

No9 知名度を高めるための今後のプロモーション、佐伯市との連携について

- ・ 知名度を上げる取組として、今後、本市の食材やタパス、人材など、本市が持っている「食」の魅力を、全国に向けて広く PR するために、これまでの成果を生かしながら、首都圏における情報発信や、水産物の知名度アップや販売強化に繋げる取組を進めることとしている。
- ・ 佐伯市との合同協議会においては、「食」をテーマとした観光旅行商品の造成等に取り組んでいるが、さらに、観光地としての知名度を高めていくために、今後、首都圏等から高千穂町等を訪れる観光客を延岡に呼び込むこと目的とした取組の実施が必要と考えている。また、これと併せてインバウンドを意識した取組も展開していきたいと考えている。
- ・ 佐伯市の「食」の取組として、佐伯市の独自の取り組みを紹介させていただくと、佐伯市を代表する加工品等を、さいきブランド「佐伯殿伝（でんでん）」として認定や認証を行い、ブランド力向上を図る取組を行っている。
- ・ 観光分野においては、寿司・ごまだしなどの食キャンペーン、福岡・大分での食と観光 PR、延岡からの参加者もある料理コンテスト「さいき食のスター誕生！」などの取組を実施。
- ・ 昨年、のべおか国際食卓会議と同時に開催した地産地活マルシェや日豊グルメフェスティバルにも、佐伯市からの出展ブースを設け、本市と連携して特産品の PR を行っている。
- ・ 延岡市と佐伯市の連携した事業について、1 つは観光旅行商品造成事業といって両市の共通の資源である「食」の魅力をからませた事業で、九州管内からバスを利用する大型団体バスツアーを誘致するための事業を実施し、もう 1 つは、東九州フードサービスエリア PR 事業といって、両市の食文化にスポットをあてたプロモーション展開により観光客を呼び込む事業を実施している。
- ・ まず、観光旅行商品事業の実績については、ツアーの行程で昼食を摂っていただくほか、ショッピング、宿泊といった経済効果をねらった事業で、昨年度は両市合計で 60 ツアー 2,045 名の観光の誘客に努めた。PR 事業については、昨年度はデジタルサイネージ広告を制作して、9 月～10 月の期間に JR 博多駅で PR を実施したほか、福岡県内にターゲットを絞って、スマートフォン版でウェブデジタル広告の掲載といった PR 事業を実施した。

No10 6月補正予算計上事業、ビジネス・マッチングについて

- ・ 6月補正予算には、市内の各地域で受け継がれている郷土料理や本市の特産品となる加工品の発掘・磨き上げを行う事業を計上しているほか、大都市圏での商談会への参加や専門家によるアドバイスを受けるなど、水産物の販売強化につなげる取組を支援する事業、あるいは、高千穂町等を訪れる観光客を本市に呼び込むこと目的とした事業などを予算計上している。
- ・ このほか、東九州バス化構想延岡推進協議会が、域外において、地元食材の情報発信を行う費用についても予算額を増額補正している。
- ・ 官民連携による「ビジネス・マッチング」については、先に申し上げた大都市圏での商談会への参加がまさしく「ビジネス・マッチング」の事業になると考えている。
- ・ バス化構想については、「食」のまちとして機運を高めるためのイベントや市外に向けたプロモーションのほか、料理人さんと生産者さんの連携した取組への支援など、さまざまな取組を行っている。これは、食関連産業や一次産業などを中心とした地域経済の活性化を促す、個々の売上を上げていくために必要な効果的な取組と考えている。また、外貨を獲得するためには、人を呼び込むための戦略も必要と考えており、こうしたことを念頭に、佐伯市と連携しながら取り組んでいるところである。今後、料理人の皆さん、生産者の皆さんと協議しながら、効果的な取組を展開していきたいと考えている。

○ 交付金事業：地域経済の活力とソーシャルキャピタルの同時実現による「自立・持続可能なまちづくり」プロジェクト

No11 駅まちエリアの活性化について

- ・ 駅西口の再開発については、事業推進主体である㈱まちづくり延岡の設立、国の交付金を活用しての「基本構想」策定支援などに取り組んできている。
- ・ 再開発については、市街地環境の整備はもとより、エンクロスの賑わいを駅まちエリアに波及させていくためにも重要な事業であることから、事業主体である㈱まちづくり延岡への国の交付金を活用した支援など、一体となって事業推進を図っていききたいと考えている。

No12 駅まちエリアの活性化に向けた若手グループの結成について

- ・ 具体的な施策を検討、実現する際に、男女を問わず、若い世代の意見を反映させるためのグループ、組織結成に取り組んでいる。
- ・ H29年度において、サンロード栄町の街並み景観のリノベーションを実施するに当たって、市内金融機関、駅まちエリアでの起業者、地元事業者など、若い世代を中心とした「景観リノベーションワークショップ」を結成している。構成員は16人、男性8人、女性8人。20代3人、30代4人、40代8人、50代1人。スポット的に新たな事業が生じた場合は、このようなグループを結成して取り組んでいただきたい。
- ・ 駅まちエリアのまちづくりの主体組織である商店会組織に関して、役員の高齢化が現実にあるので、「幸町商店街振興組合」及び「サンロード栄町商店会」が発展的解散する方向で、新たに「のべおか駅まちモール」がH30年4月12日に結成された。
- ・ これまで商店会組織に加入していなかった商業者など42会員でスタート。役員も若い世代で構成。役員数は7人、男性4人、女性3人。20代2人、30代3人、40代2人。駅西口の再開発については、事業推進主体である㈱まちづくり延岡の設立、国の交付金を活用しての「基本構想」策定支援などに取り組んできている。