

みたけワクワクプロジェクト～発見・発信・発展の交流観光～

交付対象事業の背景・概要

<p>A. 地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)</p> <p>御嵩町は、古くは町の東西を横断する中山道の歴史文化とともに発展し、御宿宿や伏見宿、国重要文化財願興寺や国定亀岩公園など多くの地域資源を有している。また、東海地方の拠点都市である名古屋から電車・車で1時間程度と良好なアクセスを持つ位置にあり、周辺には魅力的な観光地も存在する。</p> <p>御嵩町では平成7年(1995年)のピークを境に年少人口、生産年齢人口が減少し、老年人口がしばらく増加していくことが推計されているが、上記の地理的優位性や豊富な地域資源を生かして地域の「ひと」と「こと」の「も」のつながり、町内外の盛んな交流を通じた活力ある地方創生を目指す。「定住・関係人口の創出」や「農産品等の資源を活かしたブランド開発・販路拡大」「畜地型・体験型の観光交流を推進」することを総合戦略の大きな施策の柱としている。御嵩町にしかない突出した魅力を発見、発信し、中山道はじの本町の歴史文化と豊かな自然を体感できる交流観光を通して、町民の誇りや愛着の醸成を目指すとともに、町のファンを増やし、外から選ばれる活力あるまちを目指す。</p>
<p>B. 地方創生の実現における構造的な課題</p> <p>① 観光資源が連動せず、周遊する仕組みが整っていないこと 当町には、歴史的資源(中山道や国重要文化財願興寺など)や豊かな自然環境(複数のゴルフ場や国定公園など)を利用した様々な観光資源が点在する。過去5年(令和元年～5年)の平均観光入込客数は428千人であるが、令和元年をピークに減少傾向にある。</p> <p>観光地別で見ると、ゴルフ場の利用者が全体の7割強(5年平均:約320千人)を占め、ゴルフ場が本町の有力な誘客コンテンツとして観光消費地であることは明らかであるが、町の魅力を発見、発信、発展するには他の地域と類似するものが多い点に在り、ゴルフ場を捉え直し、ゴルフ場を使って、散在する他の観光資源と連携、連動した誘客促進と観光消費拡大を図ると効果が生まれる。</p> <p>また、コロナ禍が収束したことにより中山道を通る外国人等が戻りつつある(令和5年の訪問外国人290人(令和4年67人)もの、コロナ禍以前と同様、踏破など単一の目的にとどまっているのが現状であり、散策を通じた地域との交流や消費拡大につながるストーリーが十分に形成されていない。御嵩町の魅力と価値を分かりやすく伝え、体感できる「目的+α」の周遊拡大を図ると効果が生まれる。</p> <p>② 御嵩町にしかない魅力が伝わり、消費拡大にむすびつく特産品がないこと 御嵩町では、平成24年度から地域の事業者等が作り出した食品等の申請を受け、「みたけのええもん」として認定し、町の特産品としてPRしており、現在33品目の食品と工芸品を認定している。しかしながら、認定品には他の地域と類似するものも多く、御嵩町にしかない魅力が広く伝えられる特産品が乏しいのが現状である。また、認定品のうち同じ生産者による重複が23件あって、新たなチャレンジ事業者による広がりや展開が乏しくなっている。町民が改めて気づき再発見、再認識できる、地域の歴史文化や生産原材料を使った、商品価値の高い特産品を開発し、その突出した魅力を町内外に広く発信できる機会を創り出すことは、町民が誇れるまちづくりと地域内の事業者の育成、意欲向上に効果が生まれる。</p> <p>③ 町の認知度・知名度が低いこと 御嵩町では、観光振興を通じた町外との交流の活性化を図るため、他から募集のあったイベント等に担当職員が出向いた小規模なPR機会を行っている。(令和5年度8件)しかしながら、認知度・知名度を有する他市町村に同レベルにあっては、持参した特産品の販売額が28,000円(令和5年度の平均)以下であったり、パンフレットを手に取り配布出来た人がごく少数であったりしたこともあり、本町が主催・企画した形のPR機会を創り出さないと、町の認知度・知名度は上がらないと痛感している。また、デジタル媒体を用いた御嵩町のファンづくりに向け令和5年10月より「みたけファンクラブtake+M」の運用を開始したところであり、現在約1,000人の会員登録はあるが、先行する他市では既に1万人の会員登録数がある状況であり、デジタル媒体・リアルを問わず、町のファンを増やし、外から選ばれる活力あるまちづくりに認知度・知名度の向上は欠かせない。</p> <p>なお、各市町村の公式動画配信サイトの視聴回数を確認すると、県内の類似団体の神戸町では44本の動画で視聴回数が79,710回、本町は80本の動画で半分(39,887回)にとどまっていることから、当町の認知度・知名度が低いことの課題が裏付けられる。</p>
<p>C. 交付対象事業の概要 (交付対象事業がどのように構造的な課題の解決に寄与するのかが分かるように記載すること。)</p> <p>当町の観光入込客数は、年々減少傾向にあり、ピーク時(H28年度)には、504千人を来訪していたが、R5年度には420千人まで落ち込んでおり、約▲16.7%も減少している。こういった減少のトレンドを変えていくために、観光入込客数を増加に向けた施策として、以下の事業を実施する。</p> <p>1 町内周遊のきっかけを創出する事業【寄与する構造的な課題:①】</p> <p>①効果的なタウンプロモーション実施のため、町内で誘客数が最も多いゴルフ場内で観光・特産品PRを実施。さらに、ゴルフ利用者をきっかけとした家族・友人等も何度か来訪してもらえるような仕組みづくりを実施。</p> <p>1年目:ゴルフ場との関係構築を目的とした複数の町内ゴルフ場と連携した町内周遊ゴルフコンペを開催し、観光客の増加を目指す。</p> <p>2年目:ゴルフ場に訪れた人に対し、町の特産品や観光地のPR活動の実施。また、ゴルフ場との関係構築を目的とした複数の町内ゴルフ場と連携した町内周遊ゴルフコンペを開催し、観光客の増加を目指す。</p> <p>3年目:ゴルフ場の豊かな自然資源を活かし、地域の学校等とも連携し、自然学習を実施するとともに、4 モニターツアー事業で構築した周遊ルートにゴルフ場を絡め、事業を展開していく</p> <p>②ゴルフ場の多様なポテンシャルを最大限活用していくための連携の構築 ゴルフ場と災害に係る協定の締結を推進している(既に1社締結済み)。さらに上記のとおり観光面や教育面からみても本町の事業との親和性が高いことから、災害対策に限らず包括的な協定締結に向けての協議を進めていく。</p> <p>2 町内事業者の連携し、新たな特産品開発等事業及び都市圏でのプロモーション【寄与する構造的な課題:②、③】</p> <p>学生×受託者×町内事業者×本町が連携し、新たな特産品開発や町内事業者が自定して自社商品の開発や既存商品のブラッシュアップができる体制整備を行い、本町の「これ！」といえる特産品の創出及び特産品開発を通じた新たな事業等を生み出すきっかけを創出する事業を実施しつつ、首都圏を中心とした都市圏で特産品・観光地プロモーションを実施する事業。首都圏でプロモーションすることで、本町に訪れてもらう新しい「ひと」の流れを創出する事業</p> <p>(ア)町内事業者と連携した新たな特産品の開発 (イ)特産品開発の手段・方法の学びの場の提供・情報共有の実施</p> <p>3 モニターツアー事業【寄与する構造的な課題:①】</p> <p>町の魅力を再発見するためのモニターツアーを実施し、地元との交流及び町(観光地等)との意見交換を実施し、観光における新たなビジネスへの気付きや観光客の受け入れ態勢の充実を図る</p> <p>(ア)本町の魅力を詰め込んだ町内周遊するプランの構築 (イ)ツアー参加者からの目録からみた本町の観光コンテンツ等に対する本音を事業者等にフィードバックし、自立的改善を促すことで、観光客の受け入れ態勢の充実を図る (ウ)周遊事業を実施することで、町民とツアー参加者が接する機会が生まれ、町に対する新たな気付きや魅力の再発見するきっかけづくり</p>

地域の多様な主体の参画

地方公共団体名	分類	産	官	学
岐阜県御嵩町	主体名	町内事業者(飲食店、ゴルフ場等)	御嵩町	町内高等学校
	主な役割、意見及び改善方策への反映	【役割】各事業の主体として事業を推進 【意見・改善方策】事業者との打合せ等の場において出た意見やアドバイスを取り入れながら、事業を構築・実施している。	【役割】各事業の全体調整役 【意見・改善方策】商品開発等における事業者のマッチングや参画する主体の連携を促進する	【役割】共同で商品開発に取り組む 【意見・改善方策】学生と共同し、地域の産品を活用した商品開発に取り組む。

全事業期間における本年の位置付け 観光客数の増加につながる事業を推進する。また、今後の町のPRの基礎となる特産品や動画を作り込み、次年度以降への町のPR盤づくりを実施していく。

事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2025 年 4 月	2026 年 3 月	2025 年 4 月	当初	年 月		年 月	

交付対象事業経費 6,520千円

交付対象事業におけるソフト事業経費 要素事業数 6 計 6,390千円

1 町内周遊のきっかけを創出する事業 関連するKPI ①、②
 本町で最も誘客が多いゴルフ場と連携し、タウンプロモーション及び更なる観光客増加を狙った町内ゴルフ周遊事業の実施するもの
 委託費:1,650千円
 企画・ディレクション費:825千円
 印刷製本費:297千円
 運営費:363千円
 予備費・雑費:165千円
 ・ゴルフ場の閑散期にも観光客を増やす事業として、町内ゴルフ場の周遊ゴルフコンペを開催。
 ・町のPRブースをゴルフ場内に設ける機会を創出し、ゴルフ来場者へのプロモーション活動及び特産品販売等を実施。
 ・町と町内ゴルフ場運営事業者が観光分野での連携強化を図っていくことを目的とした方針等についての協議実施

2 新たな特産品の開発事業 関連するKPI ③
 新たな町の魅力となり得る特産品開発を町内事業者と連携し、実施するもの
 委託費:2,900千円
 企画・プロデュース費:1,300千円
 メニュー開発・支援費:500千円
 交流会企画・運営費:450千円
 試食会企画・運営費:450千円
 デザイン費:200千円
 ・新たな特産品を町内事業者と連携して、商品開発を実施
 ・町内での特産品に関するイベントの実施

3 大都市圏でのタウンプロモーション事業 関連するKPI ④
 大都市圏(首都圏)での認知度・知名度向上及び特産品・観光地のPRイベントおよびトップセールスを行うもの
 委託費:0千円
 企画費:0千円
 デザイン費:0千円
 印刷製本費:0千円
 広告宣伝費:0千円
 賃借料:0千円
 ・新たな特産品及びみたびのええもん(町の特産品認定を受けた食品等)のPR
 ・観光地等をリアルに感じてもらえるよう、映像による観光プロモーションの実施。

4 モニターツアー事業 関連するKPI ⑤、⑥、⑦
 町の魅力を再発見するためのモニターツアーを実施し、地元との交流及び町(観光地等)との意見交換を実施し、観光における新たなビジネスへの気付きや観光客の受け入れ態勢の充実を図る(ツアー参加者の旅費・食費等は含みません)
 委託費:242千円
 賃借料(車両):99千円
 事務手数料:143千円
 ・本町の魅力を詰め込んだ町内周遊するプランの構築
 ・ツアー参加者からの目線からみた本町に対する本音をぶつける場を設ける
 ・周遊事業を実施することで、町長とツアー参加者が接する機会が生まれ、町に対する新たな気付きや魅力の再発見するきっかけづくり

5 町のPR動画作成 関連するKPI ⑧
 いつでも町のPRができるよう動画を作成し、イベント時の活用及びたれでもPR動画を見ることが出来る環境づくり事業
 委託費:1,078千円
 年間撮影費:858千円
 動画編集費:165千円
 撮影補助員費:55千円
 ・ドローンを用いた空撮で普段見ることができない角度からの本町の状況や観光地を撮影し、また、ドローンを用いることで普段見ることが難しい景観等を撮影することで、本町の魅力がより伝わる動画を作成する
 ・各種イベントでの放映(デジタルサイネージ等デジタル機材の活用)
 ・町のSNSや公式YouTubeへ動画を公開し、いつでも誰にでも本町の魅力を届けられるよう動画を投稿する

6 デジタル時代における情報発信・メディア活用戦略経費 関連するKPI ⑨
 より多くの人々に本町の魅力を伝えるためのメディア活用における戦略経費
 役員費:270千円
 ・SNSを活用した若年層や町外の関心層に向けた情報発信
 需要費:150千円
 ・メディア活用におけるスキル獲得のための専門家による職員向け講習実施
 報償費:100千円

交付対象事業における施設整備・事業設備・備品経費 要素事業数 1 計 130千円

1 デジタル時代における情報発信・メディア活用戦略経費 関連するKPI ⑩
 より多くの人々に本町の魅力を伝えるためのメディア活用における戦略経費
 備品費:130千円
 ・動画等コンテンツ作成ができる体制整備(動画編集用PC、マイク等)

経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)

< 2026年度(2年目) > ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。

事業延長期間

全事業期間における本年の位置付け	前年につくった基盤を活用しながら更なる観光客数の増加に寄与する事業の推進する。また、自走に向けた体制整備に関する協議等の実施						
------------------	--	--	--	--	--	--	--

事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2026年4月	2027年3月	2026年4月	当初	年月		年月	

交付対象事業経費							6,192千円
----------	--	--	--	--	--	--	---------

交付対象事業におけるソフト事業経費					要素事業数	3	計	6,192千円
-------------------	--	--	--	--	-------	---	---	---------

1	町内周遊のきっかけを創出する事業 ゴルフ場に訪れた人に対し、町の特産品や観光地のPR活動の実施。また、ゴルフ場との関係構築を目的とした複数の町内ゴルフ場と連携した町内周遊ゴルフコンペを開催し、観光客の増加を目指す。 委託費：1,950千円 企画費：550千円 印刷製本費：220千円 イベント運営費：1,002千円 予備費(雑費)：178千円	関連するKPI					1,950千円
---	---	---------	--	--	--	--	---------

2	新たな特産品の開発事業及び大都市圏タウンプロモーション事業 官民学で連携し、町の魅力となり得る特産品の開発等を実施しつつ、大都市圏での特産品プロモーション事業を実施していく。 委託費：4,000千円 1 地域連携商品開発支援業務(地域の高等学校生徒、町内事業者及び受託者が連携して地域の産品を使用した特産品開発) 企画運営費：400千円 人件費：600千円 旅費：720千円(受託予定事業者が東京のため、その移動経費) 2 商品お披露目会運営業務(上記1で開発した商品をお披露目する場を設け、PRをする) 会場設営・コーディネート費：100千円 消耗品費：60千円 旅費：120千円(受託事業者が東京のため、その移動経費) 3 首都圏711ツアー業務(東京で3日間、上記1も含め当町の特産品をPRするための事業) イベント企画運営費：300千円 賃借料：750千円 メニュー開発費：300千円 印刷製本費：200千円 広告費：120千円 撮影費：150千円 通信運搬費：80千円 4 諸経費：100千円 ・町内の高等学校と町内事業者と連携し、商品を開発を実施 ・商品開発にかかるノウハウや手段・方法を展開する場を設け、自走に向けた体制整備の強化	関連するKPI	◎、③				4,000千円
---	---	---------	-----	--	--	--	---------

3	大都市圏でのタウンプロモーション事業 大都市圏(東海圏を中心に)での認知度・知名度向上及び特産品・観光地のPRイベントおよびトップセールスを行うもの 委託費：0千円	関連するKPI	◎				0千円
---	--	---------	---	--	--	--	-----

4	モニターツアー事業 町の魅力を再発見するためのモニターツアーを実施し、地元との交流及び町(観光地等)との意見交換を実施し、観光における新たなビジネスへの気付きや観光客の受け入れ態勢の充実を図る(ツアー参加者の旅費・食費等は含みません) 委託費：242千円 賃借料(車両)：39千円(ツアー客を同時に町内観光地等へ輸送するために必要な経費) 事務手数料：143千円 ・前年の意見を盛り込み、町内周遊するプランの再構築 ・ツアー参加者からの目線からみた本町に対する本音をぶつける場を設ける ・周遊事業を実施することで、町民とツアー参加者が接する機会が生まれ、町に対する新たな気付きや魅力の再発見するきっかけづくり	関連するKPI	◎、③、④、⑤				242千円
---	---	---------	---------	--	--	--	-------

5	デジタル時代における情報発信・メディア活用戦略経費 より多くの人々に本町の魅力を伝えるためのメディア活用における戦略経費 役務費：0千円 ・SNSを活用した若年層や町外の関心層に向けた情報発信 報償費：0千円 ・メディア活用におけるスキル獲得のための専門家による講習実施	関連するKPI	◎				0千円
---	--	---------	---	--	--	--	-----

交付対象事業における施設整備・事業設備・備品経費					要素事業数		計	0千円
--------------------------	--	--	--	--	-------	--	---	-----

経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)

「新たな特産品の開発事業」については、地域の多様な主体である学校との連携をしていくうえで、学校側からの要望として、経験のあまりないことを民間事業者と行っていくことから、打合せ等の頻度を当初予定していた2か月に1回を1か月に1回は打合せ等を行うことを求められた。その意見を尊重し、打合せ等に必要経費を増額したことにより、事業費増となった。また、本事業に関わることを成果としてお披露目する場を設けていただきたいとの要望が学校側からあったため、その費用も当初から追加したため増加となった。「タウンプロモーション」を「東海圏」から「首都圏」へ変更した理由としては、当町へ訪れる80%強が東海圏であることから、そこへのアプローチとして当初実施する予定であった。ただ、地域の多様な主体である町内事業者から、訪れる観光客層へのアプローチは重要だが、これまで以上に新たな観光客層を増やしていくために、首都圏でのタウンプロモーションが必須ではないのかという意見があった。地域の多様な主体を尊重することとし、首都圏での事業を新たに追加したことによる事業費の増加とある。

< 2027年度(3年目) > ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。						事業延長期間	
全事業期間における本年の位置付け		観光客数増加に寄与する事業と自走に向けた更なる体制整備を図る					
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
2027年4月	2028年3月	2027年4月	当初	年月		年月	
交付対象事業経費							5,950千円
交付対象事業におけるソフト事業経費				要素事業数	2	計	5,950千円
1	町内周遊のきっかけを創出する事業			関連するKPI	①		1,950千円
	ゴルフ場に訪れた人に対し、町の特産品や観光地のPR活動の実施。また、ゴルフ場との関係構築を目的とした複数の町内ゴルフ場と連携した町内周遊ゴルフコンペを開催し、観光客の増加を目指す。 委託費:1,950千円 企画費:550千円 印刷製本費:220千円 イベント運営費:1,002千円 予備費・雑費:178千円						
2	旅行代理店との連携によるファミツーリズム事業			関連するKPI	①、②		4,000千円
	当町の魅力を発信・体験するファミツーリズム事業を立上げ、事業展開していく。 委託費:4,000千円 企画・プロデュース費:1,600千円 印刷製本費:300千円 広告費:300千円 人件費:600千円 旅費:720千円(受託予定事業者が東京のため、その移動経費) 消耗品費:200千円 予備費(雑費):280千円 旅行代理店との協働によるツアー開発 「食×歴史×体験」を軸としたファミツアーの造成 都市部居住者・インフルエンサー等の対象に御嵩町の魅力を体験いただくプログラム考案 持続的な観光誘致と関係人口の拡大を図る ※本事業に計上している経費は、個人給付等に類する経費には該当いたしません。						
3	大都市圏でのタウンプロモーション事業			関連するKPI	③、④、⑤		0千円
	大都市圏(関西圏を中心に)での認知度・知名度向上及び特産品・観光地のPRイベントおよびトップセールスを行うもの 委託費:0千円 ・新たな特産品及びみたまのええもん(町の特産品認定を受けた食品等)のPR ・観光地等をリアルに感じてもらえるよう、映像による観光プロモーションの実施。						
交付対象事業における施設整備・事業設備・備品経費				要素事業数		計	0千円
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)							
当町の観光の強みは、「中山道を中心とした歴史」に関することであることを認識しており、令和9年3月には中山道の門前にある国の重要文化財である「願興寺」の大規模修繕工事が完了し、その落成式も行われる予定をしている。そういった機運がある中で、地域の多様な主体である町内事業者から「多くの人に訪れてもらいたい機会であることから、人を呼び込める事業を実施してい欲しい」との意見が多数あった。本町としてもこの機運は逃してはいけないと考えており、地域の多様な主体の意見を踏まえ、受託予定者と協議を実施し、意見を踏まえた事業を実施していくこととし、その結果、事業費が増額となった。							