

■ 令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金
(第2世代交付金)意見・質問への回答一覧

資料No.7

No.	事業名	担当課	意見・質問	回答
1	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	田村市のホームページを見ると「田村の美桜88景」の写真にたどり着くのが大変でした。桜の季節、田村のホームページを見た人が行ってみたいと思うようにしてほしい。	「田村の美桜88景」について、桜の時期はトップページに専用のバナーを付けるなどしておりますが、位置を工夫するなど、より情報にたどりつきやすく、行ってみたいと思っていただけるよう改良してまいります。
2	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	「参加者数を増やすこと」と「一人当たりの消費を増やすこと」を分けて考える必要がある。「参加しやすさ」と「消費につながる仕掛け」を分離するのがよいと思います。「情報発信事業」から一歩進めて、商品やサービスを創出するインバウンド事業へ	「参加しやすさ」と「消費につながる仕掛け」をそれぞれの視点から検証してまいります。そして、両者ともに向上するような施策を検討してまいります。 また、インバウンド向けの商品やサービスが提供できるよう事業者向けセミナー等を実施してまいります。
3	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	着眼点はいいと思うが、桜主体ということで一過性で終わってしまうのが残念。 通年で四季折々の誘客を意識しながら、秋冬の閑散期はあぶくま洞への誘客を絡められるのが理想だと思われる。毎月何らかのイベント(クリスマスやバレンタイン)などにあわせてみるとか、ハッシュタグ検索でヒットさせる工夫をしてみるなど。	市内で観光客が最も訪れるあぶくま洞では、毎月何らかのイベント開催を検討しているところです。 今後は桜の時期の企画はもとより、四季折々の全国的なイベントに合わせた企画も検討してまいります。
4	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	事業②(台湾インバウンドプロモーション事業)に関連して、受け入れ態勢の構築は進んでいるでしょうか。	台湾インバウンドプロモーションは、台湾向けの情報発信が中心でしたが、受け入れ態勢の構築のため、事業者向けセミナー等を実施してまいります。
5	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	まず、全体に関わることにについて教えてください。地方創生交付金は、事業費の2分の1を国が交付し、残り2分の1を自治体負担する仕組みであると理解していますが、その認識でよろしいでしょうか。「新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)」についても、同様の費用負担の仕組みとなっているのか、お聞かせください。 そのうえで、「桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業」及び「『恋人の聖地』広域市町村連携によるデジタルシティブロモーション事業」についてお伺いします。これらの事業は施設整備を伴うものではなく、広報・プロモーションが中心の事業のようですが、2事業の事業費は合わせて約6,000万円です。地方負担が半額となりますと、そのうち田村市の負担額は約3,000万円となります。一方で、KPIとして示されている観光消費額の実績は450万円となっており、事業費との比較すると、費用に見合う効果があるのか疑問を感じます。 また、このような広報・プロモーション事業は、地方創生関連の交付金が終了した場合でも、市単独の財源で継続していくお考えがあるのか、お聞かせください。	地方創生交付金の仕組みについてはお見込みのとおりです。「新しい地方経済・生活環境創生交付金(第2世代交付金)」についても、同様の仕組みです。 そのうえで、国の特別交付税措置がとられるため、実質的な自治体負担は1/4程度になります。 なお、単年度の観光消費額は450万円となりますが、広報・プロモーションの効果は複数年に及んだり、他事業へ波及したりすることから、将来にわたり全体的には費用に見合う効果があるものと考えております。 また、地方創生関連交付金が終了した場合においても、広報・プロモーション事業の継続的な取組みのため、財源を検討してまいります。
6	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	市中心部の大滝根川沿い桜は見事で距離も長く歩ける歩道も整備されていて良いと思いますが川の土手や川脇の草なども、もう少し川自体も整備すると、より良い環境が整うと思います。 また、宣伝は必要ですが期間限定で屋台などで田村市の名産品などを販売するのも良いと思います。夏井川や観音寺川の桜のようにイベント化して欲しいです。	大滝根川自体の整備については、将来的な河川改修も含めて県と連携しながら検討してまいります。 また、桜の時期の代表的なイベントとして桜ウォーク事業を実施し、物産販売を行っておりますが、誘客イベントについても検討してまいります。
7	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	田村美桜88景のイベントの広報はどのように配布・展開しましたか？	田村美桜88景デジタルスタンプラリー事業では、市の広報紙、ホームページ、SNS等で宣伝したほか、メディアへの情報発信を行うとともに、ポスターやチラシを市内の観光施設や人が集まる事業所に置いていただき周知をいたしました。
8	「恋人の聖地」広域市町村連携によるデジタルシティブロモーション	観光交流課	田村市のホームページより恋人の聖地の写真を検索することが出来ませんでした。恋人の聖地のホームページよりあぶくま洞を検索することが出来ましたが、田村市のホームページを変更してもらいたい。	恋人の聖地については、市のホームページからも検索できるように改良し、情報発信に努めてまいります。
9	「恋人の聖地」広域市町村連携によるデジタルシティブロモーション	観光交流課	「露出は増えたが、来訪への転換が十分ではなかった」ということだと思います。単純に「広報をさらに増やす」だけでは、同じ結果になる可能性があります。メディア掲載1件当たり、SNS投稿1件当たり、どれだけ公式サイトへのアクセスや観光施設への来訪が発生したかを検証すると、「効果の高い媒体」と「掲載されただけの媒体」を区別できます。	メディア掲載1件当たり、SNS投稿1件当たり、どれだけ公式サイトへのアクセスや観光施設への来訪が発生したかについては、検証を進めているところであり、引き続き情報を収集してまいります。
10	「恋人の聖地」広域市町村連携によるデジタルシティブロモーション	観光交流課	事業②(広域市町村連携シティブロモーション事業)について、「広域」的な取組の進捗状況を御教示ください。	広域市町村連携シティブロモーション事業については田村市を含む全国18市町村で実施しております。 内容は、タレントのIMALUさんと各市町村長が各地の物産をPRする動画制作や共同でのプロモーションホームページ運営等の事業を実施しました。
11	「恋人の聖地」広域市町村連携によるデジタルシティブロモーション	観光交流課	恋人の聖地としての場所のアピールや魅力の発信が少ないと思う。景観も魅力も誇れる場所なので、勿体ないと思う。	恋人の聖地については、市のホームページからも検索できるように改良し、情報発信に努めてまいります。
12	魅力発見。ふくしまローカル鉄道利活用事業	企画調整課	磐越東線を利用した企画、たとえば神保駅からあぶくま洞・仙台平・入水鍾乳洞・菅谷駅までのウォークイベント等、駅とその周辺地域の観光施設とのウォークイベント等を企画してみてもどうか。	磐越東線を利用し観光地を巡るウォークイベントは、磐越東線の利用促進や誘客に有効な施策と考えます。関係団体と連携し、駅を基点とした企画を検討してまいります。

■ 令和7年度新しい地方経済・生活環境創生交付金
(第2世代交付金)意見・質問への回答一覧

資料No.7

No.	事業名	担当課	意見・質問	回答
13	魅力発見。 ふくしま ローカル鉄 道利活用事 業	企画調整課	62人のうち何人が市内店舗を利用したか 一人平均いくら消費したか 再訪意向が何%あったか データは？	運行ダイヤの関係等により、停車時間が長く取れないことから、商店街の店舗へ行くことが困難であったため、市内3事業者の協力を得て、船引駅構内での販売を行いました。 また、アンケートにおける再訪意向については、回答者31名のうち30名(約97%)が再訪意向を示しました。
14	魅力発見。 ふくしま ローカル鉄 道利活用事 業	企画調整課	地元民の足としての利用を意識して、オンデマンドタクシーなどを活用し自宅と駅、駅間、駅から目的地までの動線を紹介し、磐越東線の利用を促してみては？	公共交通機関の時刻表等を記載した公共交通マップに公共交通を活用した移動動線の紹介を行っております。今後もダイヤ改正等に対応し公共交通マップの内容充実を図り、さらなる周知の徹底・利用促進に努めて参ります。
15	魅力発見。 ふくしま ローカル鉄 道利活用事 業	企画調整課	事業内容とKPI①(地域の人口・世帯数(人・世帯))がマッチするか疑問です。	本事業は、福島県の広域連携事業「魅力発見。ふくしまローカル鉄道利活用事業」であり、成果指標(KPI)の「地域の人口・世帯数」は、駅を中心とした地方創生により人口減少の抑制を目指す指標として、県が設定したものです。 団体臨時列車の運行は、鉄道の利用促進及びマイレール意識の醸成を図るとともに、商工会等と連携して地域経済の活性化を推進する施策です。 駅を起点としたにぎわいの創出や交流人口の拡大を進めることで、県が設定するKPIの達成に貢献できるものと考えております。
16	あぶくま洞 観光拠点整 備事業	観光交流課	実施設計時の課題は、リスク管理上の教訓として整理する方がよいと思います。完成後の来訪者の増加に期待します。	リスク管理上の教訓として整理するのが適切と考えます。 完成後の来訪者増加にもつながるよう、今後の企画検討を進めてまいります。
17	あぶくま洞 観光拠点整 備事業	観光交流課	地盤調査でのスケジュールの変更は仕方がない。観光拠点(ハブ)として例えば、道の駅的な「地元産野菜の販売」「個性的なハンドフードの販売」など、ここでしか買えないという価値観をつくりリピーターを増やすことを目指してはどうか？	「道の駅」のような、ここでしか買えないという価値づくりは、リピーター獲得に向けた有効な手法の一つと考えられます。 一方で、観光拠点としてのコンセプトとの調和も踏まえながら、「また来たい」と思ってもらえる価値づくりを検討してまいります。
18	あぶくま洞 観光拠点整 備事業	観光交流課	直近、近辺で熊の目撃情報が増えています。害獣対策及び観光客が少しでも安心して訪れる対策の検討はいかがなものでしょうか。	施設が広大であることから、熊を引き寄せる匂いの除去、ゴミ箱や食べ物の管理、環境整備による見通しの確保や熊スプレー、熊鈴の貸し出し等、基本的な対策から取り組んでまいります。また、熊が出没した際には、施設、担当課をはじめ警察等の関係機関と連携し対応します。