

山県市総合戦略
(平成28年6月8日改訂)

	<p>図るための空家の有効活用を検討していくことを通して、本市への移住・定住の促進を図ります。<u>また、移住希望者を対象に市内見学会を実施するとともに、移住の際の就職支援等に努めます。</u></p>
<p>■空家等対策（利活用）計画の策定【追加】</p>	<p><u>効果的で計画的に空家・空き店舗の利活用をはかるために連絡協議会を立ち上げ、計画を策定します。</u></p>
<p>■居住アメニティの向上【追加】</p>	<p><u>移住希望者の「田舎暮らしの希望を叶える」ために市民農園の整備を推進する等、安全・安心な暮らし、住宅地域アメニティの向上、山里を生かした暮らしの提供基盤について検討していきます。</u></p>

4 基本目標 4

みんなを呼び込む！

・【基本的方向】 地域の魅力発信と地域間連携

観光交流の振興、地域資源の有効活用を通じた特産品開発、ブランドづくり等を推進していくとともに、本市の魅力あるコンテンツを広くPRするため、シティプロモーションを展開し、加えて、周辺都市等とのネットワークを強化することにより、交流人口をさらに増やしていきます。

【数値目標】

交流人口（観光地点別入込客数） 340,000人

[基準値(H25) 284,920人]

(1) 交流人口の呼び込み

交流人口を呼び込み、さらに移住・定住に結び付けるためには、市民自らが本市の持つ本来の魅力を再認識し、心のよりどころとして誇りに思えるようにするとともに、その魅力を幅広く情報発信し認知度を向上させていくことが重要です。そのため、観光交流の振興、地域資源の有効活用を通じた特産品開発、ブランドづくり等を推進していくとともに、本市が誇れる魅力あるコンテンツをシティプロモーションにより広くPRしていきます。

① 地域資源の有効活用		
重要業績評価指標 (KPI)	基準値 (H25)	目標値 (H31)
山縣市への愛着感	60.4% (H24)	65%
結婚相談件数	—	120件 (H28.3実施計画)
休日滞在人口	1.49倍	1.64倍 (H28.3実施計画)
YouTube、Facebook等閲覧回数 〔「山県ブランド」事業〕	—	10,000回 (H28.3実施計画)
古田紹欽記念館来館者数	6,206人	6,300人

■DMO化の推進【追加】	交流人口増加に関わる多様な主体により、DMO法人を目指す協議会を立ち上げ、各主体の活動を有機的に繋げることにより、相乗効果による交流人口の増加を目指します。
■山県市観光プロモーション事業【追加】	山県市の持つ潜在的なポテンシャルを引き出せるよう近隣の女子大生等を巻き込んで、魅力を整理・再発見し、推奨観光ルートを創出して都市住民に発信しPRしていく。
■農山村体験（交流）の活性化【追加】	新たな体験型観光の創出と既存の体験型観光を体系的にメニュー化し、観光コンシェルジュを設置し、都会住民の多様なニーズに応え、交流人口・移住人口の増加を目指します。
■観光拠点等リノベーション【追加】	伊自良湖や香り会館等の既存の観光拠点において、近隣女子大生等のセンスを取り入れた改装等を行うことを進めます。

用語解説

用語	説明	該当ページ
DMO	DMOとは「Destination Management/Marketing Organization」の略称であり、観光地域づくりを持続的・戦略的に推進し、牽引する専門性の高い組織・機能のこと。	—

山県市まち・ひと・しごと創生会議



山県市観光親善大使
ナッチョルくん