

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

自転車で出かけたくなるまちづくり計画 ～「カーボン・マイナス・シティ」宣言をした山県市におけるサステナブル・サイクルツーリズム推進～

2 地域再生計画の作成主体の名称

岐阜県山県市

3 地域再生計画の区域

岐阜県山県市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

【現状】

山県市では、2015年の国勢調査の結果、大幅な人口減少問題に直面し、地方創生推進交付金などを活用しながら、さまざまな子育て支援施策や、企業支援施策、移住・定住促進施策など多様な取組を進めてきた。その結果、2015年から2020年までの人口減少率は、前の5年間と比較して、ややゆるやかな減少傾向が見られた。しかし、継続する人口減少・少子化の問題は、山県市にとって大きな課題である。あわせて、市内には、1,000社ほどの中小企業（概ね小規模事業者）があるが、大企業は存在しないという企業の状況や、ランドマークとなる観光名所や商業施設がないことが、平日・休日ともに滞在人口が少なくなる原因と考えられる。人口が減少するなか、通勤や通学のため、特に若い世代が市外へ流出することにより、地域経済の担い手が地域から失われ、それによって地域の商店・地場産業や、若者世代から発生する新たなニーズへの地域の対応力の衰退に拍車をかけている状況にあり、消費の縮小から、市内の経済活動も縮小していることがうかがえる。

山県市への観光入込客数は、10年前の2013年度には281,922人、10年後の2022年度には478,865人と1.7倍の伸びが見られる。これは、近年新設された施設の入場者数を統計数値に加えているからである。2019年には、昭和レトロブームで人気が続く「岐阜レトロミュージアム」、2020年には、いちご狩りが人気でカフェも併設する、県下最大級の「体験農園みとか」、更には、2021年には山県市の玄関口となる山県バスターミナルの隣に新規オープンした、岐阜県内の地場産品を活用した土産物の販売や地元食材などを提供する食堂を併設した「山県ばすけっと」といった、相次いで新設された3つの民間施設の人気に牽引されたものとなっている。仮に、この3施設がなかった場合、2022年度の観光入込客数は、229,935人で、10年前の8割程度まで減少することとなった。特に大幅な減少が見られるのが、2つの農産物直売所である。「ふれあいバザール」では、2013年度の67,688人が、2022年度には43,470人と約6割、「てんこもり農産物直売所」では、2013年度の155,000人が、2022年度には113,700人と約7割まで減少している。この2つの農産物直売所は、山県市が指定管理者などへ管理を委任するキャンプ場などの施設を上回る来場者があり、当市の観光を支える存在であるが、農家の高齢化による農産物の出荷意欲の低下や農産物直売所の従業者も高齢化していることから、担い手の確保は大きな課題である。

出典：岐阜県観光国際部観光国際政策課「岐阜県観光入込客統計調査」

（2018年度からゴルフ場の来場者数が集計に加わっているが、現時点で、市が直接的には観光誘客に関与していないため、今回の数値からは除外した。）

このような状況のもと、マイナス・カーボン・シティ宣言を契機としてサステイナブルな観光ツールである自転車に注目し、サイクルツーリズムと当市の歴史・自然・食などの観光資源をつなげることで地域活性化を目指す上で、各項目の現状について整理する。

①自転車

山県市の指定管理施設である四国山香りの森公園でレンタサイクル事業を実施している。近隣の鳥羽川サイクリングロードの桜が咲く頃に人気が高く、近隣の観光客を中心に、年間300人程度が利用している。

②観光コンテンツ開発__歴史

2020年のNHKの大河ドラマ「麒麟がくる」で注目されたことを契機に、山県市では、美濃国守護土岐氏最後の居城「大桑城」跡の国史跡指定を目指して発掘調査を実施した。今回が、斎藤道三に攻められ落城して以来、初めての発掘調査で、数々の遺構が発見された。同時に、守護大名が築いた美濃国最大級の山城が山県市に存在したことを広くPRするため、県内の山城イベントのほか、全国規模のイベントにも参加している。

②観光コンテンツ開発__自然

現在、山県市で観光分野の将来を見据えて展開しているのが、「PR強化事業」である。これは、「写真」を活用した観光資源化に向けた取組を進める事業である。100名ほどの観光協会の会員を対象に、研修や、資源化に向けたコンサルティングや意見交換を繰り返す中で、直近の参加者は観光協会の有志など20名程度まで減少している。このメンバーは、「映える・写真」スポットを観光資源化し、観光客を呼び込み、スポットの周辺事業者を巻き込みながら、地域に経済循環を生み出すことを目指している。また、この中の中核メンバーは、今後の観光協会など観光に関する取組の担い手、主力メンバーとして育成することを目的としている。

②観光コンテンツ開発__食

山県市には、豊かな自然を生かした農産物や木製品、地場産業の水栓バルブ製品など、さまざまな産品がある。なかでも、当市ならではの知恵と技が結集した物を「岐阜・やまがた逸品」として認定し、市の特産品としてPRしてきた。また、NHKの大河ドラマ麒麟がくるを契機として、歴史にちなんだコンセプトやストーリーをもつ土産物やサービスを「岐阜・やまがた逸品〔歴史モノ〕」として認定して情報発信することにより、当市の知名度向上とともに、市内中小企業の意欲向上を図ってきた。

③観光コンテンツ発信

山県市の従来のシティプロモーション事業は、名古屋圏域における認知度の向上を目指し、地方創生推進交付金等を活用しながら、2015年12月の名古屋市内への広報分室の設置に始まるメディアアプローチや、「写真」を切り口とした、魅力発信webサイト「YAMAGATA BASE」の開設・それに伴うSNSによる情報発信を中心に展開してきた。YAMAGATA BASEによる発信は、従来の観光情報の発信とは一線を画すものとして、山県市の「人」や「コト」の魅力をフォーカスし、将来的な移住・定住を促すことを目的とした発信を続けているもので、webサイトは、毎年、閲覧数が100万回を超えている。

近年の観光施策は、主に「写真」を活用した観光資源化に取り組んでいる。2020年度のコロナ禍において、人が密となる状況を避けたり、必要以上に会話をしたりしないPR方法として、山県市の風光明媚な自然を紹介する巡回写真展を開催した。市内や近隣市の14会場で15回開催した写真展では、約3,000部のパンフレットを配布することができたことことから、人出の少ないコロナ禍においても3,000人程の来場者があったものと考えている。

【課題】

岐阜県で唯一鉄道駅のない市である山県市にとって、2020年の東海環状自動車道山県ICの開通や、2021年の山県市の新たな玄関口となる山県バスターミナルの開設は、名古屋市や関西圏の都市部から自然豊かな山県市へ観光客をつなぐ入口となるものであった。交流人口の拡大には、ICの影響力を最大限に活用することが重要であり、交通の利便性・市内各地へのアクセスが向上する中で、カーボン・マイナス・シティ宣言により2050年脱炭素化を目指す当市の方向性に沿った新たな観光施策の展開が求められている。また、どのように風光明媚で自然豊かなロケーションのなかで過ごせる山県市の魅力を発信し、長時間滞在できる過ごし方の提案が求められている。

自転車は近年のアウトドアブームにより注目が高まったレジャーであり、移動手段として二酸化炭素を排出しないことからサステナブルな観光ツールとしても有力な手段である。サステナブルな観光ツールとして自転車によるまちづくりを一層推進するためにはさまざまな課題が浮かび上がる。

（課題①自転車を活用した取組）

現状、市内では市の指定管理施設である四国山香りの森公園でレンタサイクル事業を実施しているが、レンタサイクルの利用は、主に近隣の鳥羽川サイクリングロードの桜が咲く頃、春季に大きく偏っている。

集客が春に限られていること、またレンタルする車種がいわゆるママチャリと呼ばれるようなシティサイクルのみであることから、自転車での散策は公園の近隣に限られ、中長距離の移動は見込めないことから、飲食店や他の観光スポットと連携がとれていない状況にある。よって、中長距離の移動も可能なスポーツタイプの自転車の導入などのレンタサイクルの充実が必要となる。

（課題②観光コンテンツ開発）

歴史観光コンテンツの開発における課題は、大桑城跡のPRを進めることによる観光客の増と、史跡・文化財保護の両立であり、自然観光においては、観光客のマナーと環境保護との両立、迷惑駐車やごみの問題などに関する近隣住民の理解促進などであり、また、食に関することは、市の特産品を栽培する農家の高齢化による担い手不足が課題となっている。

（課題③観光コンテンツ発信）

従来は主に名古屋圏での主に若い世代の認知度向上を目指し、写真を切り口として当市の魅力を不特定多数を対象としたSNSなどで発信してきた。一方、レンタサイクルなどのレジャーを楽しむ層は若者に限らず、子どもを含めたファミリー世代や中高年世代も対象となる。ファミリー層や中高年層に向けて当市の観光コンテンツをPRするためには、大規模イベントでの対面PRや映像を使った周知などが必要となる。「写真」や「映像」によって、自転車で出かけてみたくなる山県市の魅力や情報を効率的にターゲットの伝えるには、SNSの発信に加え、例えば、岐阜駅前的大型ビジョンや東海地方にある大型ショッピングモール内のデジタルサイネージなどを活用して買い物客などのファミリー層に発信するなど、不特定多数を対象とした発信から、情報を必要としている層を対象として発信することも課題となる。

（総合的な課題）

縮小傾向にあった観光入込客数も、昭和レトロブームによる「岐阜レトロミュージアム」や、新たな体験・グルメスポットの「体験農園みとか」「山県ばすけっと」、また、コロナ禍におけるアウトドアブームにより「グリン・プラザみやま」のホリデーキャンプが注

倘にわけるノットノフォームにより「グリーンファミヤマ」のオートキャンプサイトが話題となったことから、観光入込客数は順調に推移している。しかし、これは個々の観光地の魅力によるもので、ピンポイントで個別の観光地を訪れるスポット型観光であり、キャンプは夏季、いちご狩りは春季など、季節限定の季節型観光であり、統計データには表れない

「円原川」「神崎川」などの山県市の風光明媚な自然景観も、景色を楽しむだけの通過型の観光となってしまう。農業の担い手育成といったこれまでの取り組みとも連携しつつ、季節型など一過性の観光とならぬよう市内各地の観光資源の魅力ある情報発信が必要となる。

各観光スポットのブラッシュアップと観光エリアの有機的なつながりによる新たな人の流れを創出し、人を呼び込むことで、更なる交流人口を生み出す必要がある。観光地をつなぎ、市内回遊観光をパッケージとしてPRすることで、好調な新施設から観光入込客数が低調な状況にある従来の施設への好影響が期待できる。

隣接する本巢市などを運行する樽見鉄道や関市などを運行する長良川鉄道など輪行可能な鉄道の利用も想定しながら、特に東海地方にターゲットを絞った情報の訴求により、交流人口を拡大させ観光に関する産業の創出につなぎ、地域を活性化させることが課題となる。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

【背景】

山口市は2022年6月、2050年までに二酸化炭素排出量を実質マイナスにすることを旨とする「山口市カーボン・マイナス・シティ宣言」に署名した。全国では約700の自治体が2050年二酸化炭素実質排出量ゼロに取り組むゼロカーボンシティ宣言を実施しているが、当市では国の目標を上回る取組を目指すものである。近年、国内各地で大規模な災害が多発しているが、地球温暖化の進行に伴い、今後、気象災害の更なる頻発化・激甚化などが予測されている。こうした状況下で、SDGsやカーボンニュートラルに注目が集まり、面積の8割を森林が占める山口市においても、二酸化炭素排出量削減と吸収量増加の取組を加速させる取組を開始することを宣言したものである。

当市のカーボン・マイナス・シティ宣言に先立ち、市内の中小企業が中心となって2022年6月に山口市脱炭素協議会が発足し、脱炭素社会の実現に向けた取組について協議が重ねられてきた。同協議会では脱炭素化に向けた啓発活動として、市民向けの脱炭素イベントの開催、市内中小企業向けのSDGsカードゲーム交流会、岐阜大学と連携した脱炭素社会リーダー育成短期研修プログラムなどに取組み、脱炭素に向けたまちづくりを進めてきた。そのような中、脱炭素協議会の有志により、2023年2月に一般社団法人オルタス山県が設立され、脱炭素社会実現に向けた普及啓発を一層推進する機運が醸成された。

また、2000年代初頭に提唱されたメタボリックシンドロームへの対策などから続くダイエット・健康ブームや、コロナ禍に広がったアウトドアブームなどを背景として、都市部近郊で自然豊かな山口市内では、ロードバイクなどの自転車に熱心な層を中心に、週末には多くのサイクリストが訪れる状況が続いている。

山口市の地理的情勢に目を向けると、当市は中核市である岐阜市に隣接しており、公共交通機関で名古屋市まで1時間足らず、東京へも2時間半程度で行くことができる位置にある。また、2020年には、市内初となる高速道路のインターチェンジ開通により「ひと・もの・情報」の流入が活発化し、更には建設されたバスターミナル隣接地の東海環状自動車道高架下につくられた無料のパークアンドバスライドにより、今後、市の経済や観光にも好影響をもたらすことが期待されている。

当市では、市内の魅力ある「歴史・自然・食」を中心にした観光コンテンツを名古屋圏等のメディアアプローチや魅力発信ウェブサイト「YAMAGATA BASE」による「写真」を切り口とした情報発信に取り組んできた。コロナ禍においては、いわゆる「3密」を避ける手段として写真展の開催やカレンダーの制作により、市内の「風光明媚」な自然を「写真」を活用して発信した結果、市民にとっては身近な場所の魅力を再発見すること、市外・県外の方には新たなスポットとして認識してもらうことにつながった。特に歴史に関しては、NHKの大河ドラマ「麒麟がくる」は、当市ゆかりの戦国武将・明智光秀が主人公であったことから、本市の歴史観光にも注目が集まり、これを契機とし、美濃国守護土岐氏最後の居城「大桑城」跡で初めて発掘調査を実施し、国指定史跡を目指して調査を進めているところである。

【将来像】

山口市カーボン・マイナス・シティ宣言を契機にサステイナブルな観光ツールである自転車に注目し、風光明媚な市内を自転車で周遊する仕組みづくりや市の魅力をデジタル技術の活用により発信することで、名古屋市や岐阜市といった都市部に近く、歴史や自然環境に恵まれた当市のポテンシャルを生かし、当市の「歴史」・「自然」・「食」といった観光資源が持つ魅力を自転車で有機的につなぐことにより、観光誘客の促進と交流人口の拡大を図ることで、地域活性化を目指す。

【数値目標】

K P I ①	観光入込客数							単位	人
K P I ②	地域資源を活用した新商品・新メニューの開発件数							単位	件
K P I ③	レンタサイクル利用者数							単位	人
K P I ④	-							単位	-
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)	2024年度 増加分 (2年目)	2025年度 増加分 (3年目)	2026年度 増加分 (4年目)	2027年度 増加分 (5年目)	2028年度 増加分 (6年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	593,254.00	28,746.00	16,000.00	16,000.00	-	-	-	60,746.00	
K P I ②	0.00	1.00	3.00	3.00	-	-	-	7.00	
K P I ③	303.00	7.00	10.00	450.00	-	-	-	467.00	
K P I ④	-	-	-	-	-	-	-	0.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

自転車で出かけたくなるまちづくり ～「カーボン・マイナス・シティ」宣言をした山
 縣市におけるサステイナブル・サイクルツーリズム推進事業～

③ 事業の内容

山口市が有する、歴史や自然環境などのポテンシャルや新たに生み出す地域の魅力を生かし、webサイトやSNSなどのデジタル技術も活用した自転車で出かけたくなるまちづくりや観光を進めることで、山口市が宣言したカーボン・マイナス・シティの推進や、サステイナブルな観光の推進により交流人口を拡大し、経済的な地域活性化を図る。

◎自転車が出かけたくなるまちづくり推進事業

山口市は、「カーボン・マイナス・シティ」宣言を表明した。風光明媚な自然環境を生かし、SDGsやカーボンニュートラルに配慮した、サステイナブルな発展可能な事業を行う。市内観光地を、自転車で周遊することで有機的につなぎ、観光客の市内滞在時間の延長を図る。周遊を促すため、個々の観光地はもちろんのこと、その点と点を結ぶアプローチロードそのものや、その周辺環境の魅力の向上や発信は不可欠であり、更には特産品を活用した新商品・新メニューの開発・プロモーションを実施することでサイクリングロードの付加価値を向上させる。また、市内の地域資源をトータルにプロモーションすることで山口市への周遊観光を促すと伴に、受け入れる体制を整える。持続可能なマネジメント体制のもとで、地域資源の観光利用と保全を両立し、旅行者に提供することで観光による経済・社会・環境への恩恵を地域に還元し、地域の持続可能性の向上に資する好循環の仕組みづくりにつなぐことを目指す。自転車が出かけたくなるまちづくりを推進することで交流人口を拡大させ、持続可能な観光地経営の進展につなげ、ひいては持続可能な地域づくりそのものに寄与することを目的とする。

【1年目】

●自転車が出かけたくなるまちづくりに関する調査・分析及び自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業

①自転車が出かけたくなるまちづくりに関する調査・分析事業

自転車に関する現状分析及び課題整理
(デジタル活用) WEBアンケートの実施など

②自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業「特産品開発PR事業」

山口市の特産品を活用した新商品・新メニューを民間事業者と協働開発し、首都圏や名古屋圏などの都市圏に向けたプロモーションを実施する。

1年目は、新メニューの開発を行い、都市圏にてテストマーケティングを兼ねたプロモーションを行う(予定)。

(デジタル活用) SNS等による情報発信 など

③自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業「歴史観光イベント実施事業」

従来、主に市外・県外へ向けて、美濃国守護土岐氏最後の居城「大桑城」跡のPRをしてきた。市では、2020年度から国史跡指定を目指して発掘調査を実施した。今回が、斎藤道三に攻められ落城して以来、初めての発掘調査で、数々の遺構が発見された。守護大名が築いた美濃国最大級の山城が郷土に存在したことを、広く市民と共有することで、シビックプライドの醸成につなぐ。また、自転車に関する特設ブースを設置するなど、サイクリストのイベントへの誘客を図るほか、山口市の歴史観光スポットの認知度を向上させ、サイクリングコースに取り入れられるよう、PRする。

1年目は、山口市単独のPRブースの出展及び近隣市の「城」に関するパンフレットを展示する(予定)。

(デジタル活用) SNS等による情報発信 など

【2年目】

●自転車が出かけたくなるまちづくりに関する計画策定及び自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業

①自転車が出かけたくなるまちづくりに関する計画策定及びサイクリングコースの提案・PR事業

- ・サイクルツーリズム計画の策定
 - ・魅力的なサイクリングコースの提案・PR等
- (デジタル活用) コースのPR (PR動画制作・SNS配信等) など

②自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業「特産品開発PR事業」

山県市の特産品を活用した新商品・新メニューを民間事業者と協働開発し、首都圏や名古屋圏などの都市圏に向けたプロモーションを実施する。

2年目は、都市圏のプロモーターと市内中小企業の連携により新商品等の開発を行い、都市圏でプロモーションを行う(予定)。
(デジタル活用) SNS等による情報発信 など。

③自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業「映像によるプロモーション事業」

山県市の風光明媚な自然などの観光コンテンツ等を収録した映像を制作し、山県市の観光を総合的に発信する事業。

2024年度は、季節の風景等の映像を制作する など。
(デジタル活用) 発信する方法として、SNS等を活用した配信をするほか、デジタル技術を活用した発信を行う など。

④自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業「歴史観光イベント実施事業」

従来、主に市外・県外へ向けて、美濃国守護土岐氏最後の居城「大桑城」跡のPRをしてきた。市では、2020年度から国史跡指定を目指して発掘調査を実施した。今回が、斎藤道三に攻められ落城して以来、初めての発掘調査で、数々の遺構が発見された。守護大名が築いた美濃国最大級の山城が郷土に存在したことを、広く市民と共有することで、シビックプライドの醸成につなぐ。また、自転車に関する特設ブースを設置するなど、サイクリストのイベントへの誘客を図るほか、山県市の歴史観光スポットの認知度を向上させ、サイクリングコースに取り入れられるよう、PRする。

2年目は、山県市のPRブースのほか、岐阜県に出展を依頼する(予定)。
(デジタル活用) SNS等による情報発信 など

【3年目】

●自転車が出かけたくなるまちづくりの推進及び自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業

①自転車が出かけたくなるまちづくり推進事業

- ・魅力的なサイクリングコースの提案・PR等
- (デジタル活用) コースのPR (PR動画制作・SNS配信等) など
- ・自転車が出かけたくなるまちづくり環境整備 (レンタサイクルステーションの整備)

②自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業「特産品開発PR事業」

山県市の特産品を活用した新商品・新メニューを民間事業者と協働開発し、首都圏や名古屋圏などの都市圏に向けたプロモーションを実施する。

3年目は、都市圏のプロモーターと市内中小企業の連携により新商品等の開発を行い、市内と都市圏でプロモーションを行う(予定)。
(デジタル活用) SNS等による情報発信 など。

③自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業「映像によるプロモーション事業」

山県市の風光明媚な自然などの観光コンテンツ等を収録した映像を制作し、山県市の観光を総合的に発信する事業。

2025年度は、市内の観光スポット等の映像を制作する など。
(デジタル活用) 発信する方法として、SNS等を活用した配信をするほか、デジタル技術を活用した発信を行う など。

④自転車が出かけたくなるサステイナブルな観光コンテンツの造成及びPR事業「歴史観光イベント実施事業」

元イベント「肥後争奪」

従来、主に市外・県外へ向けて、美濃国守護土岐氏最後の居城「大桑城」跡のPRをしてきた。市では、2020年度から国史跡指定を目指して発掘調査を実施した。今回が、斎藤道三に攻められ落城して以来、初めての発掘調査で、数々の遺構が発見された。守護大名が築いた美濃国最大級の山城が郷土に存在したことを、広く市民と共有することで、シビックプライドの醸成につなぐ。また、自転車に関する特設ブースを設置するなど、サイクリストのイベントへの誘客を図るほか、山県市の歴史観光スポットの認知度を向上させ、サイクリングコースに取り入れられるよう、PRする。

3年目は、山県市のPRブースのほか、岐阜県及び近隣市町等に出展を依頼する（予定）。

（デジタル活用）SNS等による情報発信 など

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

PR強化及びサステイナブルなサイクルツーリズムの推進により観光を活性化させ、交流人口が拡大することで、市内の経済衰退の緩和や人口流出の抑制が期待される。観光資源や新商品などの魅力向上に伴う、人口誘引効果等により、地域の雇用確保につながり、地場産業の事業拡張、場合によっては新たな起業も期待でき得る。地域経済の活性化により市税収入の増が期待されるが、当面は、市の一般財源による負担とレンタサイクルの収入により自走することとなる見通し。また、将来的な事業推進主体を想定する、山県市観光協会の理事会などでも、定期的に自転車を活用したまちづくりをテーマにするなど、事業主体としての意識を高めていく。

【官民協働】

山県市の魅力ある歴史資産や自然環境を活用して、より多くの観光客を呼び込み、交流人口を拡大させるためには、効果的な情報発信が必要となる。行政が、広報紙やホームページを使って発信するだけでは限界があり、経験や訴求力のある民間事業者の参入と、双方の創意工夫による地域にマッチした発信をすることで、有効な事業となり、地域の資産として根付かせることができる。また、市内事業者を中心に設立された一般社団法人オルタス山県と持続可能なまちづくりに係る包括連携協定を締結した。サステイナブルな観光を推進するという理念を共有し、連携しながら、自転車を活用したまちづくりを進めていく。

【地域間連携】

岐阜戦国武将観光推進連絡会、岐阜地域広域圏協議会、岐阜連携都市圏、自転車を活用したまちづくりを推進する全国市区町村長の会、恋人の聖地プロジェクトなど、さまざまな広域自治体間で情報を共有し、連携することで、協働で持続可能な自治体や圏域を目指す。

【政策・施策間連携】

本事業の実施は、「商工・観光」分野の観光振興や新商品開発、「企画・広報」分野のシティプロモーション、「生涯学習・文化財」分野の史跡PR、「総務・建設」分野の交通・安全、「健康」分野の健康増進、「環境」分野のカーボン・マイナス・シティ宣言など各事業と連携して、交流人口の拡大を目指して事業展開する。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

【WEBサイトやSNSを活用した情報発信】

デジタル環境として、世帯保有率86.8%（※）と広く普及しているスマートフォンを活用して、例えば、計画策定のためのWebアンケートの実施や、デジタルを活用したスタンプラリーなど簡単に参加できるイベントを実施することで、デジタルの活用と普及を図る。

※出典：総務省「情報通信白書 令和3年版」デジタル利用環境・サービス等の活用状況調べ

理由①

一般に認知度・利用率の高いスマートフォンを活用した、簡単に参加できるイベントを開催したり、SNSなどで、例えばサイクリングコースの「今」の状況を市民や観光事業者が気軽に発信することで、効率的にリアルタイムの情報を発信することができ、多くの人がデジタルに接する機会になり得る。

取組②

【デジタルディバイド（情報格差）の是正に寄与】

例えば、サイクリングマップのデジタル化や、デジタルを活用したスタンプラリーなどの周遊企画を実施し、イベント的に体験することによって、デジタルを身近なものであると感じることにつながり、デジタルの入り口のハードルを下げ、デジタルに関する情報格差の解消に寄与する。

理由②

デジタルを活用したイベントなどを実施することで、実体験から、よりデジタルを身近なものと感じることにより、デジタルディバイド（情報格差）の是正に寄与することができる。

取組③

該当なし。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 6 月

【検証方法】

- 毎年度、KPIの達成状況を取りまとめる。
- これを市長を本部長とする「まち・ひと・しごと創生本部」にて適宜検証する。
- さらに、産官学金労言士及び市民代表等で構成する「まち・ひと・しごと創生会議」にて適宜検証し、結果報告をまとめる。

【外部組織の参画者】

- 産・・・市商工会長、市内企業社長、農協支店長
- 官・・・中部経済産業局、市役所職員、元県部長
- 学・・・岐阜協立大学教授、岐阜女子大学教授
- 金・・・地銀の3支店長
- 労・・・ハローワーク職員、社会保険労務士
- 言・・・地元の2新聞記者（中日新聞・岐阜新聞）

【検証結果の公表の方法】

「まち・ひと・しごと創生会議」での会議資料・会議録・検証結果を市のホームページにて公表するとともに、ポイント等の概要を市の広報紙に掲載する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】
総事業費 97,402 千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日 から 2026 年 3 月 31 日 まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置
該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組
(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に
7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。