

地方創生交付金【拠点整備交付金】【令和2年度】事業実績検証シート

豊後高田市

No	① 交付対象事業の名称 (創生プランでの分類)	② 事業の概要	③ 事業の概要(経費内容)	④ 交付金の種類	⑤ 事業費	⑥ 交付金充当額	⑦ 本事業における重要業績評価指標(KPI)		⑧ 本事業終了後における実績値		⑨ 実績値を踏まえた事業の今後について		⑩ 外部有識者からの評価	事業担当課
							指標	目標値(R3.3)	実績値(R3.3)	事業効果	今後の方針	今後の方針の理由		
1	長崎鼻リゾートキャンプ場施設整備計画「第2章 癒しの森へ」  (基本目標: I「訪れたい」「住みたい」を全力で応援するまちづくり) (基本目標: II「働きたい」を全力でかなえるまちづくり)	長崎鼻リゾートキャンプ場を滞在型保養リゾート地として確立させるため、魅力的な宿泊施設の整備と付加価値の高い場づくりを行い、さらなる誘客促進と観光消費額拡大を図る事業である。 花やアート鑑賞、そしてパーフェクトビーチの取組と合わせた相乗効果で、滞在型観光の促進を図る事業である。  ①キャンプ場内に、景観にマッチした周年使える「小型宿泊施設」を8棟新築 ②フィンランド式のサウナコテージを1棟整備 ③フィンランド式のイグルーサウナを3棟整備 ④老朽化したバンガローを解体撤去 ⑤キャンプ場内にコンテナシャワーを整備 ⑥海水浴場に海辺の付加価値向上のためトレーラーサウナを整備 ⑦アウトドアサウナ用に薪割場を設置	①小型宿泊施設の新築 143,820,710円 ②サウナコテージの新築 8,822,110円 ③イグルーサウナの新築 19,428,750円 ④既存施設解体事業 2,340,800円 ⑤コンテナシャワー一室設置事業 6,887,870円 ⑥トレーラーサウナ設置等事業 6,480,000円 ⑦薪割場設置事業 1,210,970円	拠点	188,991,210円	94,495,605円	指標① 長崎鼻リゾートキャンプ場の観光入込客数(事業開始前: 68,000人) 【R2増加分】	3.4千人	44.6千人	本年度の目標を達成できた	事業の継続	新型コロナウイルスの影響により年度当初からオープンできなかったが、指定管理者が6/1より小型宿泊施設(コテージ)を、9月からはサウナを本格稼働させた。コロナ禍の収束が見えない中で、3密が回避できる屋外観光施設ということもあり、長崎鼻リゾートキャンプ場の観光入込客数は過去最高を記録した。しかし、宿泊施設及びサウナ施設の稼働が遅れたこと、また宿泊料金を引き下げたことにより、指標③については、当初の目標値には届かなかった。コロナ禍の収束が見通せない中ではあるが、引き続き、情報発信を強化し、入込客数、稼働率等の向上を図る。	本年度の目標を達成できた	商工観光課
指標② 長崎鼻リゾートキャンプ場の宿泊施設稼働率(事業開始前: 41.4%)	4.4%	10.5%												
指標③ 新設小型宿泊施設及びサウナ施設利用収入(事業開始前: 0円) 【R2増加分】	20,675千円	8,929千円												
2	長崎鼻リゾートキャンプ場施設整備計画「デジタルアートを活用した新たな誘客促進事業」  (基本目標: I「訪れたい」「住みたい」を全力で応援するまちづくり) (基本目標: II「働きたい」を全力でかなえるまちづくり)	長崎鼻リゾートキャンプ場固有の資源である「花とアート」をテーマにした癒しの空間として通年型誘客の核となる「デジタルアートギャラリー」を整備し、誘客促進を図り、事業収益の向上を図る事業である。 長崎鼻リゾートキャンプ場を訪れた誰もが気軽にデジタルアートを通じて、いつでも長崎鼻の美しい花などを五感で体験できるなど、長崎鼻や豊後高田市の魅力を知り、体感できるデジタルコンテンツを提供することで、一年中立ち寄りてみたいと思える魅力的な場所にする。	デジタルアートギャラリー 140,830,560円	拠点	140,830,560円	70,415,280円	指標① デジタルアートギャラリー入館者数(事業開始前: 0人) 【R2増加分】	13.4千人	1.9千人	本年度の目標を達成できなかった	事業の継続	新型コロナウイルスの影響によりオープンが8/1にずれ込んだこと、秋以降もコロナ禍が収束せず、積極的な情報発信が困難な状況であったことなどから、入館者数は目標値を大きく下回った。コロナ禍の収束が見通せない中ではあるが、入込増を図るため、本年3月にはギャラリーに新たな作品を設置し魅力の付加を図るとともに、他のデジタルアートギャラリーとの共通入館券を導入するなどの対策を講じた。今後、さらに情報発信を強化するとともに、ギャラリーを拠点としたアートと観光を絡めたコンテンツを造成するなど、誘客促進に向けた取り組みを強化する。	本年度の目標を達成できなかった	商工観光課
指標② キャンプ場内売店兼レストランの販売額(事業開始前: 17,617千円) 【R2増加分】	528.51千円	△7,091千円												
指標③ 恋叶ロード沿線施設の観光入込客数(事業開始前: 66,000人) 【R2増加分】	3.3千人	△44.4千人												