

デジタル田園都市国家交付金【拠点整備タイプ(旧地方創生拠点整備交付金)】 令和4年度事業 実績検証シート

No	① 交付対象事業の名称	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(R4.3)	実績値(R4.3)	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 【事業期間: 令和元年度】 【地域再生計画: 令和元年度～令和5年度】	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)	84.0千人	114.7千人	地方創生に相当程度効果があった	事業の継続	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、他の主要観光地が伸び悩む中、昨年に引き続き、多くの入込客数を記録した。しかし、新設小型宿泊施設及びサウナ施設利用収入については、サウナ施設がコロナ禍で敬遠されたこと、また宿泊料金を引き上げたことにより、目標値には届かなかった。今後は、ウイズコロナを前提に、感染予防対策を徹底した上で引き続き、情報発信を強化するとともに、誘客イベント等ソフト事業を絡めることにより、入込客数、稼働率の向上を図る。	地方創生に相当程度効果があった	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%)	55.8%	69.0%					
							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)	29,690千円	11,323千円					
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、一年中立ち寄ってみたいと思える魅力的な場所にする。 【事業期間: 令和元年度】 【地域再生計画: 令和元年度～令和5年度】	①実勢設計委託費 13,634,000円 ②建築主体工事 89,479,800円 ③電気設備工事 24,516,760円 ④空調設備工事 13,200,000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)	15.8千人	4.1千人	地方創生に効果があった	事業の継続	新型コロナウイルスの影響により、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。昨年度、デジタルアートギャラリーの一作品が文化庁メディア芸術祭で大賞を受賞した。これを契機として、さらなる情報発信に努めるとともに、他のデジタルアートギャラリーや長崎鼻アートを組み合わせたアートツアーや、ギャラリーを活用した音楽イベントの実施など、ソフト事業を充実させることにより、誘客促進に向けた取り組みを強化する。	地方創生に効果があった	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)	19,814千円	11,602千円					
							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)	78.6千人	50.6千人					
3	海べでつなぎ太陽を愛でる日本一の聖地づくりプロジェクト (基本目標: IIIひとを呼び込み活力創生)	本事業では、真玉海岸における狭隘で老朽化し、観光客ニーズに即していない現施設を除却し、それに代わる新たな観光交流拠点施設(以下、「新施設」)を以下5つの基本コンセプト(施設の目的)により整備し、「真玉海岸」、「恋人の聖地関連観光地」、及び「本市全体」の活性化の拠点とする。 特に真玉海岸では夕陽鑑賞や潮干狩り以外の集客力が大きな課題となっているため、新施設において、AR(拡張現実)技術を活用した夕陽鑑賞や、オンラインでのヨガ講座、ミーティング開催を可能とするなど、デジタル技術を活用したコンテンツ造成を行い、周年で観光客に施設利用を訴求できる魅力を付加する。 【事業期間: 令和4年度】 【地域再生計画: 令和4年度～令和8年度】	①建築主体工事 150,511,900円 ②機械設備工事 43,899,900円 ③電気工事 27,174,400円 ④下水道工事 28,963,000円 ⑤太陽光発電設置工事 14,510,100円 ⑥施工監理委託 5,236,000円 ⑦解体工事費 6,014,800円 ⑧駐車場工事 27,415,300円 ⑨上下水道接続工事 1,298,990円 ⑩観光サイン設置 620,400円	拠点	305,644,790円	152,822,395円	指標①	真玉海岸観光交流拠点施設の年間売上額(事業開始前: 15,400千円)	-	-	令和2年3月に完了したため、事業効果の検証は次年度以降となる	事業の継続	本施設については、令和5年3月に完成し、同年4月28日にオープンした。マスク等への積極的な情報発信などの効果もあり、9月末時点の入込客数は、約4万4千人となっており、KPI基準値である令和2年の同期間(4-9月)と比較し、142%と高い数値となっている。今後も、情報発信に力を入れるとともに、恋叶ロード全体の回遊性の向上を図るため、誘客イベント等ソフト事業を絡めた誘客事業を推進していく。	令和2年3月に完了したため、事業効果の検証は次年度以降となる	商工観光課
							指標②	真玉海岸の観光入込客数(事業開始前: 57,600人)	-	-					
							指標③	恋叶ロード関連観光施設の入込客数(粟嶋公園・長崎鼻リゾートキャンプ場)(事業開始前: 124,500)	-	-					