

令和元年度 地方創生関連事業の効果検証議事概要

検証期間:令和2年7月14日(火)～8月11日(火)

実施場所:書面開催

(1)村民とサイクリスト等が集う村の小さな拠点集約事業

○概要:実施設計・施工事業者との協議にあたり、技術的な助言を行った。また、開業に向け、宿泊予約款・予約マニュアル・広報ツールの製作・支配人やスタッフ採用の支援を行った。

■ブランディングブックについては敬服するばかりです。昨年までの資料とは違い対外的に「上北山村」の持つ魅力が非常に分かり易くまとめられており、ひとつひとつにブランド力を感じる内容です。私も関わる旅行会社の企画担当に紹介したいと思いました。ロゴもコンセプトデザイン良くできています。あらゆる GOODS に使用しても恥ずかしくないというか、むしろ好イメージを創出できる仕上がりだと評価します。WEB サイトもデザイン・コンテンツ共に合格点を出せる内容です。食事方針は内容、価格含め近隣にエリアにあまりない形式で良いと思います。少し物足りないとすれば「田舎臭さ」である。追加メニューで1～2品「ド田舎」感じる品があっても面白いかも知れません。キレイにまとまり過ぎている印象です。(コロナの今は清潔感重視でこれで良いと思います)

■実施設計・施工事業管理支援業務は、会議一覧を見ると極めて頻繁に実施している。又、開業支援についても熱意をもって取り組んでおり、各種マニュアル、営業計画も丁寧に作られている。

しかし、これらはすべて開業後の営業実績により、その成果が評価されるものである。開業後の営業成績、顧客の評価、従業員の働きぶりなど、データと観察、関係者の協議等により、今後の「フォレストかみきた」の発展をめざすことが望まれる。(一社) ツーリズムかみきたとホテル従業員の努力、役場の指導・協力、村民の積極的協力・支援がかかせない。これまで一部で見られた「つくってしまったらおしまい」にならないことを望む。

なお、「CIに基づいたフォレストかみきた方針～食事編～」の内容はよいが、名称「奥大和山のばんごはんセット」は良くない。あくまで「かみきた」で一貫すべきである。

開業後の適切なフォローとチェックを実行し、未達の場合の改善策(行動プラン)を毎年つくるべき。

■開業支援については必要十分で合理的な支援を行ってきたと考える。ただ、新型コロナウイルスの感染拡大で宿泊事業をめぐる環境は激変しており、今後も村として手厚い支援をお願いしたい。また、未知の事態に直面しているため、村職員だけの知恵では今後十分な支援ができるかわからない。国や県、民間事業者など含めて幅広くアドバイスを求めた上で支援を行う必要があるのではないか。

大阪などの商談会に出展するなど、外部への訴求は是非必要。幸か不幸か、新型コロナ感染拡大でウェブ会議システムを活用したオンライン商談会が活況で、距離の問題でこれまで接触できなかった相手にも売り込むことができる。活用していいのでは。

人材確保も達成した。今後はスタッフへの感染拡大防止の指導なども必要と考える。感染対策をしっかりと行っている企業ほど業績の回復が早い傾向にあるようだ。

同上の理由から HP など観光客向けの広報媒体では感染防止対策に取り組んでいることを明確化した方がよい。

新型コロナウイルス感染拡大で宿泊事業一般は苦境を強いられ、集客目標値の合理的な設定が難しい。一方で上北山村は立地上人が少なく、感染の可能性も都心部に比べれば低い。来村者の感染の有無を調べることが前提だが、「コロナ疎開」のような活用を促すことで集客につなげることも可能では。また、「密」を避けられるとの観測からキャンプなどアウトドア需要も増えていると聞く。特に都市近郊のエリアが選ばれるようで、奈良市内・大阪からの観光客誘客が可能では。

フォレスト上北のロゴマークは良いデザインと考える。一目で上北村を象徴する「山」のイメージが伝わる他、村の価値を示した各色が視覚的に多様性を表すように見える。

■（一社）ツーリズムかみきたの運営主体のもと、現在支配人以下 9 名がスタッフとして雇用され、そのうち 8 名が村外からの移住者で、長く定住されることを望んでいます。小さな拠点集約事業が大きな発展基盤施設となることを期待するところであります。

■ホテル開業に向け、専門家を交えた打ち合わせや会議、研修への参加等しっかりと準備されていたと思います。

村民の方の意見集約もアンケートの実施等を活用しながらなされていたと思います。

これからが本番であり、スタッフ含め経験を積みながら、観光立地を存分に活かして「フォレストかみきた」の魅力やリピーターの増強に繋げて下さい。

村外からお客様を迎えるということはどういうことか。お客様目線で考えられているか。最低限の利便性の確保は出来ているか。観光客のマナーの改善に取り組むことが出来るか。押しつけとならないルール作りと、実践ができるか。村・村民全体で継続して取組んでいく必要があるものと考えます。

コロナ禍におけるホテル運営は非常に厳しい船出となったことと思いますが、前向きにとらえると、お客様をお迎えする体制整備や最低限の稼働率の見極めなど、今後のホテル運営において良い経験となることと思います。

(2)・(3)村の新たな働き場とユネスコエコパーク・日本遺産へ誘う拠点整備（地方創生拠点整備交付金・地方創生推進交付金（効果促進事業））

○概要：平成 29 年度に「上北“山”の拠点と仕事づくり実行委員会」にて作成した基本計画を基に平成 30 年度にホテル運営者等の専門家も交え基本設計を作成した。令和元年度は、8

月より実施設計・施工し、令和2年3月「フォレストかみきた」としてリニューアルした。

有識者意見

■ 昨年7月29日～30日のブランディング合宿を皮切りに実施された～昨年度内の研修は後半のホテル・アジールさん等を使つてのOJT、最終の厨房業務現場研修までどれもクオリティーの高い内容で研修者の感想、現場指導者の感想から有意義な研修であったことが感じられる。特に別紙資料の2日間の協働WORKの報告書では、今後観光産業で注目される「着地型商品」のコンテンツが充分詰まっており、市場が反応して行く内容だと思う。特に研修手法としてはお客様の前にまず研修者自身が現場へ赴き、まず自分自身が「上北山村ファン」になった経過が伝わり、今後「生きた商品」の登場が期待できた。

■ 2日間の協働ワークで体験型ツアー商品をつくる協働ワークを行っている。上北の歴史と自然の価値をふまえたツアー商品企画とペルソナづくりに取り組んでいることは評価できる。「フォレストかみきた」のペーパー及びホテルパンフレットの原案風のものもよい。

7/29-30の研修、10/3-4の合宿は、メンバーが事業者、役場、存民グループから構成されていること。内容が実践的、具体的な点が評価できる。但し「新たな特産品創出と交流拠点整備業務報告書」の中の「上北山村特産品加工開発室」のプランは内容不十分。それで特産品が生まれるとは考えにくい。

■ 5月の温泉入浴開始やグランドオープンが、コロナ禍の影響で先延ばしとなり、6月1日の開業となったが、感染症対策をねりながら、村民の理解と協力を得ながらの営業も縮小気味にせざるをえずに思われ、ヒルクライムなどのイベント中止による参加者等の来客の望めない中、快適性ある客室等のPRが広く行きわたらせない状況が残念である。

今後、フォレストかみきたを利用或いは、宿泊時村内での1泊2日等のお楽しみのコースの設定やガイド役の確保が望まれる。

地元での原材料の調達や生産化による村内特産品の商品化が待望される場所であるが、併せて加工室の継続的な運用が大切となる。

■ 先行事例を学ぶため、村外のホテルで従業員に対して行った研修は有効的と考える。おもてなしや集客のマインドやマナーは実際に体験しないと身につかないものだと思うし、従業員が体感で学んだ知識を持ち帰ることが可能だ。今後も別の研修先を開拓しつつ継続していただきたい。

「国内観光客が多いホテル」「外国人観光客が多いホテル」など施設に寄って特徴があるので、多様な施設で研修を行えるとよりよい。

特産品加工開発について、衛生管理や保健所への申請、納税、法的妥当性などは村民には難しい。今回の事業内でも支援を行っているが、それらの面については村が一括してフォローアップまで支援し、村民は生産やアイデアを出すことに専念できる環境を作ることが重要だと考える。

合宿型ワークショップも、アンケート結果を見ると参加者に良い影響を与えているようだ。上北山村の魅力を再認識したり、スイスの事例を見ることで自分達にもできるんじゃないかという期待を持っている。今後も様々な人材を招いて多様な角度から研修を行う価値があると思う。

(4)上北山村の住民力で育むヒト・モノの交流による未来の村づくり事業

○概要：平成28年度の「協働・連携による“かみきた”魅力創出・発信プロジェクト」で生まれた住民グループ「がんばろらえ・かみきた」を実施主体とし、地方創生推進交付金事業とし、平成29年度から令和元年度までの3年間、交流イベント企画開催や地域資源を活用したインターネット販売・定期市企画開催等の実施に向けた支援を行い、令和元年度は、昨年度に引き続き村からの委託事業として下記の事業を実施した。

令和元年度は、村の委託事業が最終年度となることから、事業をより効果的に実施し、令和2年度以降、住民グループが自立自走を進めるため必要となる知識や技術を習得するための研修等を外部業者と共に実施し支援を行った。

有識者意見

■古来「仏作って魂入らず」と言う、ことわざがありますが、いわば上記3つの課題は上北山村に「仏」を作ったようなもので、では「魂」は何かといふとこの村の住民の方々が創意をもって村内で日々、生活が出来るか？平たく言うと「毎日楽しく暮らせるか？」が決め手だと思われます。「フォレストかみきた」は村内の最新鋭の素敵な施設だと思いますが、その恩恵を住民の方々が感じる為には一つは一般社団法人がんばろらえ・かみきたの皆さんの様な地域内での地道な地域づくりの活動である。

■交流事業として「やまんなかマルシェかみきた」を2回実施し、各々、400名、300名の参加者を村内と県内、大阪から集客している。2年前ゼロから出発したメンバーとしては見事な成果である。又、吉野郡内5町村の小学生と保護者四十余名を集めた「G8かみきたちびっこサミット」は好企画であった。参加した小学生が初対面にもかかわらず、終了時に友人になっていた。保護者からも好評であった。

また、野菜販売も定期的実施し、野菜出荷者の高齢の生きがい創出にもなっている。

村の発展は、個々の事業者（企業）と役場、そして村民の3者の努力と相互支援が不可欠である。その意味で、彼等に対して安易に補助するよりも、彼等の活力を引き出すような政策展開が望まれる。

■やまんなかマルシェは村外からの観光客も割合上多数来ている他、村外からの出店もある。また、写真や出展の状況、アンケート結果を見ると、村民の集う場にもなっているようで、村内の活性化に寄与していると考え。さらに実施経費が30万円台半ばと村の事業としては安く、「コストパフォーマンス」の良い事業となっていると考え。今後は新しい宿泊施設もできたことから、そこへの宿泊につなげる仕組みも検討していいのでは。

インターネット販売に関しては生産の都合で商品を確保できなかったことなどから赤字となっている。新型コロナ拡大でネット通販の利用の伸びが期待される中、この分野は伸びる可能性があるため、工夫を加えながら引き続き実施する必要があると考える。特に購入者の割合が奈良県以外の県外で74%となっていることから、ふるさと納税などの媒体で知ったと考えられ、伸びる素地はあると思う。今後は特にネットを通じた広報の更なるテコ入れと、訴求力があり単価の高い商品の開発が必要と考える。

村の活性化のためには村民の協力が欠かせない。やまんなかマルシェや野菜市場など、村民が参加し楽しめるイベントを打っていくことは、村民が活性化の取り組みに参加する意識を高めてくれる。既存のイベントの他にも、村民同士の交流会や、村民と村役場の交流・コミュニケーションの場などをさらに設けていくことも有効ではないか。

■3年間の受託事業を主たる業務としての成果をふまえ、令和2年度以降の自立・自走が期待されるが、人員・資金・企画また他団体との協力・協調等、長期の運営のため、課題が多くあるのではないかと心配する。

■同事業におけるKPIの実績値から、各指標を概ね上回る結果となっており、継続実施されている効果が出てきているものと考えます。

(5)旧上北山小学校跡地を利活用した活性化拠点と住民主役の村づくり推進事業

○概要：地域社会の資源として、平成26年4月に閉校した上北山小学校の跡地の利活用については、同年5年より地域住民や有識者による「上北山小学校跡地利活用検討協議会」を立ち上げ、協議を重ねてきたところである。その検討内容を基本に地域外住民との交流及び地域住民間の交流を目的とした施設の環境整備を実施する。

有識者意見

■地域内での地道な地域づくりの活動の拠点として「旧小学校」の利活用だと思います。

「フォレストかみきた」の宿泊者へ滞在プランと連動して行く取り組みを期待したい。

■村外からの活用を促進すべき。

■記載している資料からは仔細には分からないが、年間収入や施設利用者数などが目標値を上回っているのはいいこと。利用状況を見ると体験教室や意見交換など村民が集う場になっている他、登山関係者や運動部の合宿などにも活用されており、良い傾向だ。カフェの売上げがゼロであることは残念で、ここから見るに外部の観光客やシェアオフィスとしての活用はまだまだだという印象。今後、周知広報や環境整備を行っていく必要があると考える。

■3階部分の利用は、高齢者にとって、現状の階段のままでは利用しづらいと思われる。また、グラウンドについては駐車場と広場としての利用等、区分けが必要となっている。

体力づくりの為にトレーニング器具の利用は、インストラクターの指導の活用を図りつつ定期的な日程調整も決めて、正確な利活用を進めていくことが、体を壊すことなく体力の向上に期すると思う。

(6)プレミアム付商品券販売事業

○概要：上北山村プレミアム付商品券を発行することにより、地元消費の喚起を図ると共に村民の日常生活に係る生活費への支援を目的に実施する。

有識者意見

■お金の域内循環を高める施策であり、地味であるが有益。

■販売実績がほぼ100%近くになっているのは驚いた。人口の少ない村だからかもしれないが、基礎自治体の中でも高い販売率なのでは。推測だが村役場の村民に対する広報が効果を出しているのでは。今後も続けていただきたい。

■地元消費の喚起と村民の生活支援に貢献している。

■KPIの実績値から各指標を概ね上回る結果となっており、2年度目標達成に向け取り組んでいただきたい。

少子高齢化、人口減少の中ではあるが、村内の経済の好循環につながっているものと考えます。

(7)子ども子育て支援事業

○概要：上北山村の住民がよりよく上北山村で子育てするための環境整備であり、1歳から18歳まで年間100千円の子育て支援助成、及び小学校・中学校卒業支援を目的とする。

有識者意見

■最近子供がふえている。よろこばしい。

■子育てがしやすい村を目指すため、金銭面での支援は重要。ただ、各世帯に10万円を配るだけでは効果がどの程度あるのか見えにくい。各世帯に配るのではなく、この財源を別の子育て支援策に充てた方が効果的ではないか、という指摘も想定できる。給付対象の世帯に、(もちろん任意で)アンケートを行い、この10万円をどのような用途に使っているかや、子育て・教育関係でどのような出費が家計の負担となっているのか、金銭面以外でもどのような支援を村に期待するかなどの実態調査をしてもいいのでは。村は子どもが少ない関係上、教員が日頃から密接に親子を支援していると推測するが、そういった家計面でのフォローアップはこれまでなかったのではないかと考える。

■子育て支援金の支給は、十分に貢献している。

子どもそのものの人数の増加に寄与する施策を実施していかなければならない。

■子育て世代が安心して暮らせる村として、必要な事業であると考えます。

(8)空き家バンク事業

○概要：平成 27 年度に実施した上北山村空き家実態調査業務により作成された「上北山村空家等対策計画・上北山村空家実態調査業務」をもとに、空き家入居希望者との相談や、新たな空き家物件の更新を行い、上北山村空き家バンクを円滑に運営することで、移住・定住促進を図る。

有識者意見

■空き家バンク事業を単独で考えるのではなく、(1)～(7)の事業を上北山村の「関係人口」づくりとしてとらえ、これらと(8)をむすびつけることが必要。

■初年度の売買契約は 1 件に留まったが、7 件の登録があったことの方を評価すべきだと考える。今後も村民への周知を図り、まずは村内にある空き家の多くを把握・登録することで、売買や他の用途への転用、もしくは安全性や所有者の負担も考えて取り壊しなどその先の支援につなげることができる。

■空き家バンクへの登録物件数も伸びないうえ、移住・定住を考える者にとって、魅力ある物件になっていないのではないかと懸念。

空き家・空き地の所有者に対し、今後の利用等について再度とも思われるが、希望等のアンケート調査を実施することが必要と思われる。

■定住目的以外の活用方法として、コロナ禍におけるテレワークの広がりや、首都圏からの移住など空き家の利活用ニーズが高まっている。ある程度の改修も必要であると思うが、幅広で受け入れる体制整備は引き続き必要であると考えます。