地域再生計画名称	総合戦略の位置づけ		事業目的・概要
きっと高萩を好きになる！Takahagiファンづくりのための魅力発信プロジェクト	基本目標１　稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする 基本目標２　高萩市への新しい人の流れをつくる		新たなひとの流れをつくるため、これまでの観光スタイルを見直し、魅力スポット（観光地・地域資源）の発掘と発信等を行う。取組のなかで交流人口から関係人口を創出し、移住に繋げる仕組みづくりとして、起業・創業に対する支援を行っていく。
交付金対象事業名称	事業開始	事業終期	
デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）	令和３年４月	令和６年３月	

		指標	数値	事業開始前	令和3年度 増加分	令和4年度 増加分	令和5年度 増加分	増加分累計	達成状況		最終目標値の実現状況に関する評価
①地域再生計画に記載した数値目標の実現状況	指標１	観光入込客数	（目標）	295,200人	20,800人 (316,000人)	21,000人 (337,000人)	21,000人 (358,000人)	62,800人	指標総数	達成数	当初値として設定した令和２年度数値296,200人は見込値であり、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴うイベント中止や観光地の閉鎖等により、実績値は134,100人であった。観光入込客については、新たな体験プログラムの実施やSNS等を活用した魅力の発信を実施し、着実な増加となっている。今後、花貫渓谷や海岸部の活用など観光スポットの更なる魅力向上を図り、年間をとおした観光客の増加を図る必要がある。
			（実績）	134,100人	123,300人 (257,400人)	56,800人 (314,200人)	1,000人 (315,200人)	181,100人	4	2	
	指標２	新規創業者数	（目標）	1人	2人 (3人)	2人 (5人)	2人 (7人)	6人			創業支援者数は目標値を達成している中で新規創業者については毎年出ているものの目標値には至っていない状況である。創業支援制度（起業塾等）の利用者数は一定数いるため、潜在的な創業希望者に対し、商工会と連携し引き続き起業にむけて支援をしていく。
			（実績）	1人	2人 (3人)	1人 (4人)	1人 (4人)	4人			
	指標３	アウトドア施設（キャンプ）の利用者数	（目標）	4,254人	1,396人 (5,650人)	1,250人 (6,900人)	1,250人 (8,150人)	3,896人			コロナの収束により、観光の形態がアウトドアから分散したことにより、減少傾向にある。公設キャンプ場の運営形態の見直しなど誘客拡大に向けた取り組みを推進する。
			（実績）	4,254人	6,138人 (10,392人)	▲2,370人 (8,022人)	▲505人 (7,517人)	3,263人			
	指標４	魅力スポット、歴史文化等を題材とした体験プログラムの件数	（目標）	0件	3件 (3件)	2件 (5件)	2件 (7件)	7件			新たな体験プログラムの実施により、新たな観光客の取り込みが可能となっていることから、事業の継続を図るとともに、新たな事業を展開することにより、年間をとおした観光客の誘客に努めていく。
			（実績）	0件	2件 (2件)	3件 (5件)	2件 (7件)	7件			

②実施事業		事業名	実施年度 R3	実施年度 R4	実施年度 R5	事業内容	事業の進捗状況に関する評価
きっと高萩を好きになる！Takahagiファンづくりのための魅力発信プロジェクト	特別措置を適用して行う事業	観光プロモーション事業	→			SNSを活用し、観光やイベントなど季節や時期に応じた情報を多言語にて発信	SNSを活用した情報発信のツールが拡充されるとともに、投稿に対する閲覧回数も直近1か月で見ると約2万回を超えるなど着実に情報の拡散が図られている。
		観光・移住プロモーション事業		→		観光及び移住の情報を一元化したパンフレットを作成するとともに、電子媒体による情報発信を実施	観光・移住パンフレットの作成により、観光の行程の検討や移住に係る支援策など観光のみならず、移住情報も一元的に確認出来ることから、観光客及び移住検討者の満足度向上が図られている。
		多言語対応型案内看板設置事業		→		コロナ後のインバウンド需要や在日外国人観光客の満足度向上を図るため、市内観光名所への案内誘導看板を設置	インバウンド需要や在日外国人観光客の満足度向上が図られている。
		地域資源利活用計画策定事業		→		本市で最も観光客が訪れる「花貫渓谷」の課題である通年型観光、滞在時間の伸長、更には観光消費額拡大を図るため、課題解決に向けた施策の検討を実施	観光課題の解決に必要な民間活力の活用が図られようとしており、新たな観光客の取り込みが期待出来る。
		高萩アウトドアフィールド事業	→	→	→	本市の魅力である自然環境を活かしたアウトドア事業の推進を図るため、観光客が楽しめるアウトドアフィールドやアクティビティの創出	新たなアウトドアフィールドやアクティビティの創出により、新たな観光客の取り込みが期待出来る。
		高萩アウトドア魅力発信事業	→	→	→	アウトドアへの関心が高い観光客をターゲットとし、本市アウトドアの魅力を認知してもらうため、アウトドア情報サイトでの情報発信を実施	ターゲットを明確化し情報発信することにより、より効果・質の高い情報発信が出来るとともに、新たな観光客及びリピーターが獲得出来た。
		高萩起業塾及び高萩創業プランコンテスト事業	→	→	→	高萩起業塾―創業に役立つ経営戦略の考え方や財務等の知識を学ぶ場を提供。（商工会主催、市共催） プランコンテスト―市内での創業者を支援するため、商工会が開催する「高萩起業塾」を卒塾した方を対象に創業プランコンテストを開催し、受賞者に補助金を交付し創業を支援する。	高萩起業塾については、多数の参加者（16名）があり、起業に向けた知識を取得することができた。 プランコンテストについては、申し込みがあったものの途中辞退となり、コンテストの開催はなかった。
		移住・二地域居住情報発信事業	→	→	→	本市との関係づくりを目的とした移住イベント等の開催や情報発信により、関係人口の創出を図る。	移住に関する構築したコンテンツを活用し、定住移住ホームページをはじめ、移住相談会などにおいて、移住検討者に本市の周知を図った。 関係人口創出事業として「高萩未来構想LAB」を立ち上げ、移住カレンダーや、ほおずきレシピを作成するなど、東京圏在住の方と地域の方々の交流の機会を設けた。
		高萩市定住・移住推進事業	→	→		移住検討者が高萩市の情報を収集する総合的な窓口サイトとして定住･移住ホームページを運用し、本市の知名度の向上を図る。	移住の検討材料となる環境や仕事について情報をまとめることで、移住検討者が本市の強みを知るサイトとして運用し、本市の知名度の向上を図った。
	支援措置によらない独自の事業	アウトドアシンポジウム事業	→			アウトドア事業の推進を図るとともに、本市の認知度向上、来訪へのきっかけ作りを行うため、アウトドアで人気を集める芸能人を誘致するとともに、アウトドア事業で活躍する事業者をパネラーに迎え、今後目指すべきアウトドア事業の方向性についてパネルディスカッションを実施。	アウトドアで人気を集める芸能人を誘致することにより、本市の認知度向上が図られたとともに、パネルディスカッションにより新たな視点による事業推進が図られ、アウトドア事業の拡充が図れた。
		住宅取得等支援補助事業	→	→	→	若年世帯・子育て世帯の住宅取得の一部を支援することで、移住・定住の推進を図る。	移住・定住世帯の支援策として一定の役割を果たしていると考える。引き続き制度の周知に努め、若年世帯・子育て世帯の移住・定住の促進を図る。
		奨学金返還支援補助事業	→	→	→	卒業後に本市に定住し就職した者に奨学金返還費の一部を支援することで、ＵＩＪターンを促進する。	新規学卒者への支援策として一定の役割を果たしていると考える。引き続き制度の周知に努め、若年層の移住・定住の促進を図る。

③評価方法	高萩市まち･ひと･しごと創生有識者会議にて、最終目標値の評価・検討を行い、結果を決定した。
④事後評価の公表方法	高萩市企画財政課のホームページに掲載
⑤計画全体の総合評価	交流人口に関しては取組成果が得られているが、関係人口および移住・定住には目に見える成果が得られなかったと感じる。高萩市まち・ひと・しごと創生有識者会議において、本市の性質上、交流人口・関係人口・移住定住を一体事業として実施することは成果が得られにくく、それぞれ単独の戦略が必要であると指摘があったため、今後、立案時においてその旨を踏まえ事業内容を検討していく。
⑥今後の方針等	【観光関連】 交流人口を増加させるため、花貫渓谷や海岸部の活用など観光スポットの更なる魅力向上を図る。 【起業・創業関連】 遠方（県外）の方でも起業塾を受講できるようオンライン等の環境を整え引続き広報に努める。 【移住・定住関連】 移住・定住を促進する支援策として一定の役割を果たしていると考える。今後は住む場所を決めるために情報収集や比較をしている段階の層にも制度の周知に努め、移住・定住の促進を図る。