

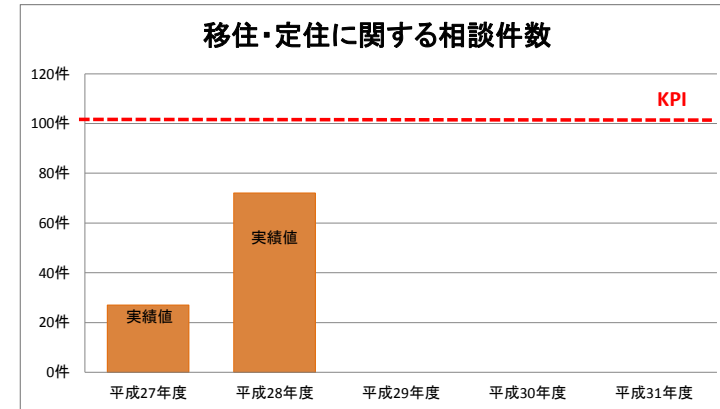
1 総合戦略効果検証シート					
2-1-1		①	移住・定住に関する総合相談窓口の設置		
担当課		重要業績評価指標 (KPI) ※2019 (H31) 年度目標値			基準値 ※2014 (H26) 年度
がんばる羽咋創生推進室		移住・定住に関する相談件数	100件(累計)		11件(H27)
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
目標値	15件	30件	50件		
実績値	27件	45件(累計72件)			
年度目標に対する達成率	180.0%	150.0%			
基準値に対する増減率	145.5%	309.0%			
評価	◎	◎			
取組内容	移住定住ワンストップ窓口の設置				
PLAN					
実績(具体的例:いつ、誰が、どこで、何を…)	平成27年度に、これまで各課で対応していた移住者対応を取りまとめるワンストップ窓口を設置し、職員1名(企画財政課兼務)体制で、移住者対応を行った。 平成28年度からは、職員を2名(ふるさと納税と兼務)に増員し対応を行った。 主な業務内容は次のとおり。 ①移住相談受付45件、移住フェア47件、アンテナショップ7件 合計99件 ②移住体験住宅運用(酒井町チャレンジハウス、粟生町体験住宅) ③空き家情報バンク登録物件の内見・案内 ④移住体験ツアー実施(中京:5名・関東:規定人数未満のため中止)				
DO					
分析	移住を希望する人たちからの羽咋市の移住等に関する取り組みへの認知度が低く、羽咋市の施策を知ってもらうPRが必要である。また、移住希望者は移住を考え始めてから5~10年後に移住するケースが多く、地域のPR活動を継続して行っていくことが重要である。				
Check					
対応方向	移住者への積極的な情報発信(移住フェア、HP、専門雑誌等)を継続して行うことにより移住先としての認知度を高め、将来的な移住につなげることで次の取り組みを実施する。				
Action	①複数の移住フェアに出展し、移住希望者に向けた積極的な情報発信 ②移住関連情報をHPやガイドブック等で発信 ③移住専門誌等への広告掲載による認知度のアップ				

評価項目

◎	目標値以上
○	基準値と同等
△	基準値未満
×	進捗なしor事業終了

総合評価項目

◎	取組内容の深化・発展
○	取組内容の継続
△	取組内容の見直し
×	取組の中止・終了



有識者会議による検証評価

意見	平成27年度 ①移住希望者に魅力ある施策を実施することが必要。例えば、自然栽培ならそれで生活できるような支援が必要であると思う。
	平成28年度 ①北陸新幹線などの影響もあり、石川県の認知度も高まると思われる。今後も継続していく必要がある。
H27 総合評価	◎ 取組内容の深化・発展
H28 総合評価	◎ 取組内容の深化・発展

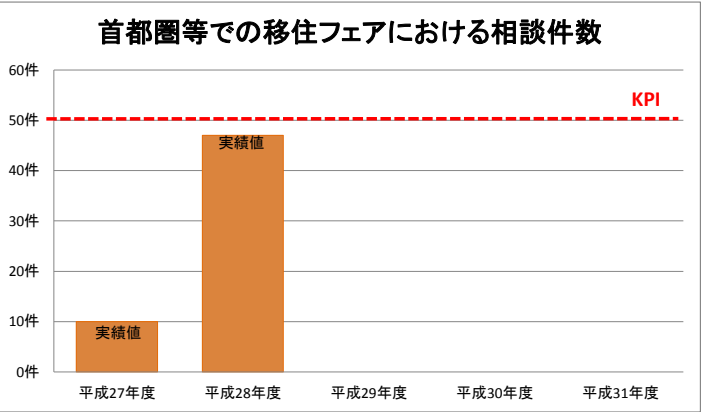
2		総合戦略効果検証シート			
2-1-1	②	移住・定住に関する情報発信と支援制度の充実			
担当課		重要業績評価指標 (KPI) ※2019 (H31) 年度目標値		基準値 ※2014 (H26) 年度	
がんばる羽咋創生推進室		首都圏等での移住フェアにおける相談件数	50件	7件 (H27)	
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
目標値	7件	10件	70件		
実績値	10件	47件			
年度目標に対する達成率	142.9%	470.0%			
基準値に対する増減率	42.9%	571.4%			
評価	○	◎			
取組内容 PLAN	移住フェア等での移住・定住に関する情報発信及び相談受付等				
実績 (具体的例: いつ、誰が、どこで、何を...)	[平成28年4月～平成29年3月] 移住フェア 5回・羽咋会 3回 6/26 関東羽咋会総会 (移住者支援制度・空き家情報バンク説明) (相談11件) 8/5～8/6 おいでや田舎暮らしフェア (大阪) (相談5件) 10/21～10/22 ふるさと回帰フェア (東京) (相談11件) 11/5 関西羽咋会総会 (移住者支援制度・空き家情報バンク説明) (相談11件) 1/15 JOIN移住・交流&地域おこしフェア (東京) (相談3件) 1/28 石川・長野合同移住フェア (東京) (相談17件) 2/18 中京羽咋会総会 (移住者支援制度・空き家情報バンク説明) 3/12 いい街発見! 地方の暮らしフェア (愛知) (相談17件)				
分析	移住フェアにおける羽咋市の知名度は、移住に関する取り組みが後発であることもあり低く、相談件数が前年よりは多くなったが今後さらなる増に向けた取り組みをする必要がある。				
Check	全国的に移住先進地と呼ばれるところは10年以上前から継続した取り組みを行っており、補助等の内容についても力を入れている市町が多かった。 (例: 市が空き家を10年契約で借り、整備後に移住者に安価に貸し出す等)				
対応方向	移住フェア等に合わせて、移住専門誌等に羽咋市のPR広告を掲載し認知度の向上を図る。 また、1市単独ではセミナー等を開催しても人が集まらないので、石川県が東京都で開設した「いしかわ就職・定住総合サポートセンター (ILAC) との連携して取り組みを行う必要がある。				
Action	そのほか、これまでで自然栽培のアンテナショップであった未来農業はくい放送局と連携し、移住に関する情報発信を行う。				

評価項目

◎	目標値以上
○	基準値と同等
△	基準値未満
×	進捗なしor事業終了

総合評価項目

◎	取組内容の深化・発展
○	取組内容の継続
△	取組内容の見直し
×	取組の中止・終了

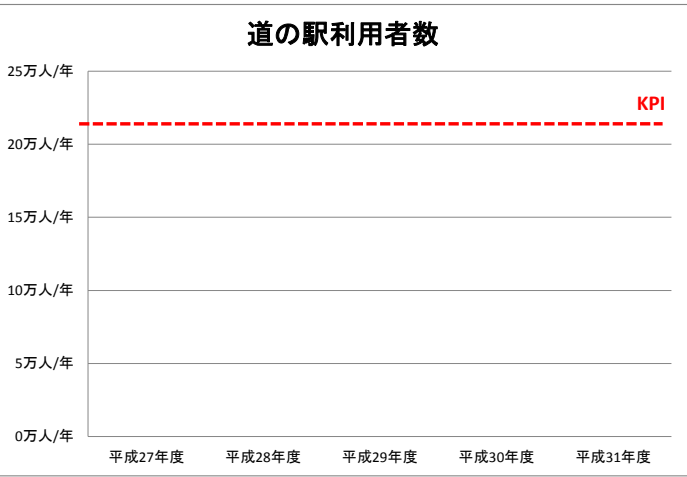


有識者会議による検証評価

意見	平成27年度 ①羽咋の認知度を上げるためロゴマークを作ってはどうか (喰の字・怪鳥の羽・くろう犬をイメージ化した)。 ②幅広く情報発信する手段を模索することも大事ですが支援内容の差別化も必要。
	平成28年度 ①1と2の情報発信をまとめて、支援制度は支援制度と分けて効果検証したらいいのではないかと。
H27 総合評価	○ 取組内容の継続
H28 総合評価	○ 取組内容の継続

3						総合戦略効果検証シート					
2-2-1		①		『道の駅のと千里浜』を核とした交流人口の拡大							
担当課		重要業績評価指標 (KPI) ※2019 (H31) 年度目標値				基準値 ※2014 (H26) 年度					
6次産業創生室		道の駅利用者数				21万人/年		0万人/年※2017(H29)年度開業予定			
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度						
目標値	0万人/年	0万人/年	16万人/年								
実績値	開業前のため未記入	※H29.7.7オープン									
年度目標に対する達成率	—	—									
基準値に対する達成率	—	—									
評価	○	○									
取組内容 PLAN	平成28年7月1日に、道の駅の運営母体である「羽咋まちづくり株式会社」を設立。お米販売用のWebサイトの構築、ふるさと納税への出店、市内・県内外への営業活動、市民ワークショップの開催、道の駅新聞「のと千里浜だより」の発行を通して、道の駅オープンに向けたPR活動を実施。										
実績(具体的例:いつ、誰が、どこで、何を…)	道の駅オープンに向けたPR活動 ①Webサイト構築の構築 (平成28.12) ②ふるさと納税 (ふるさとチョイス) に出店 (平成28.12) ③ふるさと納税 (さとふる) に出店 (平成29.3) ④市内・県内外への営業活動 ⑤各種イベントに出店 ⑥市民ワークショップの開催 (第5回) ⑦道の駅新聞「のと千里浜だより」発行 (準備号、第1号)										
分析 Check	道の駅のと千里浜を核とした交流人口の拡大に向け、PR活動を積極的に行った。										
対応方向 Action	①平成29年7月7日グラウンドオープンに向け、ポスターやパンフレット制作等、更なるPR活動を行う。 ②自然栽培農産物を核にした品ぞろえや食事メニューに最もビビッドに反応する近郊都市部の30~40代子育て中女性層に的を絞った重点的な来店促進策 (広告・広報・ネット情報発信) を徹底させる。 ③地元客来店促進のための「お得情報・旬の商品情報」などをコストをかけずにネットを活用してこまめに発信していく。										

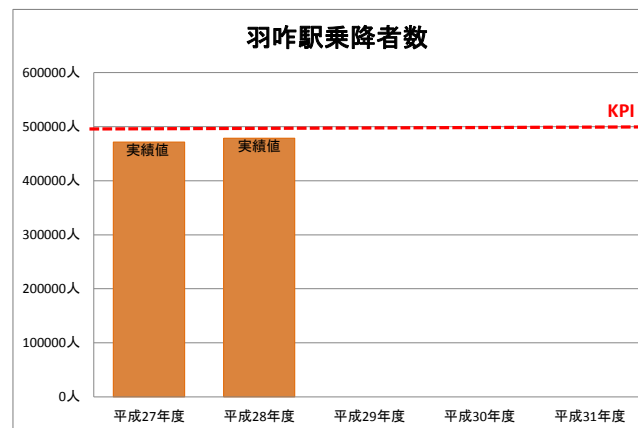
評価項目		総合評価項目	
◎	目標値以上	◎	取組内容の深化・発展
○	基準値と同等	○	取組内容の継続
△	基準値未満	△	取組内容の見直し
×	進捗なしor事業終了	×	取組の中止・終了



有識者会議による検証評価	
意見	平成27年度 ①道の駅運営には採算 (運営会社単体の損益ではなく、土地建物合算ベースの経常利益) を最大限重視し、市民の追加負担が出ないような運営を期待したい。 ②期待しています。
	平成28年度 ①神子原米と同じような勢いで、自然栽培米も売れてほしい。 ②Webサイトのアクセス数も効果検証に使えるのでデータを出してほしい。 ③まずは道の駅がオープンしてみないことには、何もわからない。
H27 総合評価	○ 取組内容の継続
H28 総合評価	○ 取組内容の継続

4 総合戦略効果検証シート				
2-2-1	②	羽咋駅周辺の整備【再掲】		
担当課	重要業績評価指標 (KPI) ※2019 (H31) 年度目標値		基準値 ※2014 (H26) 年度	
地域整備課	羽咋駅乗降者数	49万人/年	47万人/年	
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
目標値	475,000 人/年	475,000 人/年	475,000 人/年	
実績値	471,600 人/年	478,936 人/年		
年度目標に対する達成率	99.3%	100.8%		
基準値に対する増減率	0.3%	1.9%		
評価	○	○		
取組内容 PLAN	<ul style="list-style-type: none"> 羽咋駅東口ロータリーの整備 羽咋駅西歩行空間の整備 羽咋市の玄関口にふさわしい駅前広場やトイレ等の整備 			
実績(具体的例:いつ、誰が、どこで、何を……)	<p>①羽咋駅東口 総事業費 23,903千円</p> <ul style="list-style-type: none"> 駅東広場舗装 事業費 4,428千円 駅東広場照明 事業費 9,324千円 広場修景施設 事業費 5,648千円 広場休憩施設 事業費 4,503千円 <p>②羽咋駅西口 総事業費 62,580千円</p> <ul style="list-style-type: none"> 駅西広場整備 事業費 24,181千円 駅西広場照明 事業費 7,819千円 駅西歩道整備 事業費 8,640千円 駅西トイレ改修 事業費 21,940千円 			
分析 Check	<p>駅東広場については、平成27年度内で整備をほぼ終えて、駅東宅地分譲との相乗効果を誘導することができた。</p> <p>駅西広場は、平成28年度からトイレ改修をはじめ、広場整備等を実施し利便性の向上を図った。</p>			
対応方向 Action	H29年度は、アーケード改修や多目的トイレ設置の実施により、魅力向上に寄与する。			

評価項目	総合評価項目
◎	目標値以上
○	基準値と同等
△	基準値未満
×	進捗なしor事業終了
◎	取組内容の深化・発展
○	取組内容の継続
△	取組内容の見直し
×	取組の中止・終了



有識者会議による検証評価

意見	平成27年度 ①車で羽咋市を訪れる方の割合が圧倒的に多いので、駅以外の整備に予算を回した方がよい。 ②△に近い。
	平成28年度 ①今後、高齢者による鉄道利用もあると思うので整備は大切。 ②観光に関して、タクシーやレンタサイクルなどの利用状況もデータとして必要なのではないだろうか。
H27 総合評価	○ 取組内容の継続
H28 総合評価	○ 取組内容の継続

5 総合戦略効果検証シート					
2-2-1	③	めぐまれた自然・歴史文化財の保存と利活用			
担当課	重要業績評価指標 (KPI) ※2019 (H31) 年度目標値		基準値 ※2014 (H26) 年度		
商工観光課	千里浜、柴垣海岸でのイベント参加者数	2,500人	1,928人		
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
目標値	1,940人	2,100人	3,000人		
実績値	1,772人	2,634人			
年度目標に対する達成率	91.3%	125.4%			
基準値に対する増減率	-8.1%	36.6%			
評価	△	◎			
取組内容 PLAN	「日本で唯一車で走れる」という特徴を活かし、千里浜海岸を会場とするイベントを実施する。				
実績(具体的例:いつ、誰が、どこで、何を…)	平成28年度イベント 千里浜ちびっこ駅伝、ジェットスキー、SSTR、砂像体験コーナー、CHRIHAMA SAND FLATS				
分析 Check	オートバイイベントについては、年々参加者が増加している。				
対応方向 Action	千里浜海岸のPRを行い、イベントの持続、新規誘致を検討しながら、交流人口の増加を図っていきたい。				

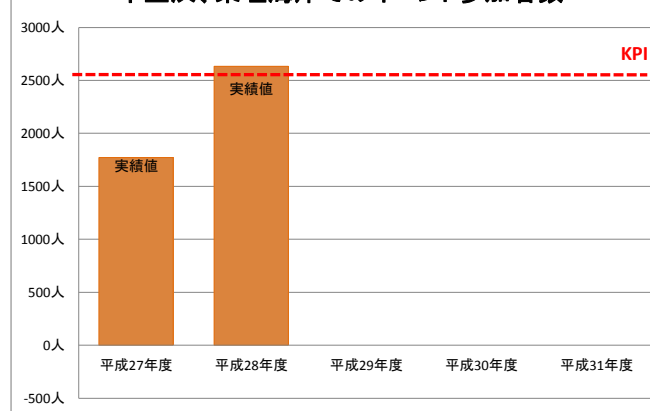
評価項目

◎	目標値以上
○	基準値と同等
△	基準値未満
×	進捗なしor事業終了

総合評価項目

◎	取組内容の深化・発展
○	取組内容の継続
△	取組内容の見直し
×	取組の中止・終了

千里浜、柴垣海岸でのイベント参加者数



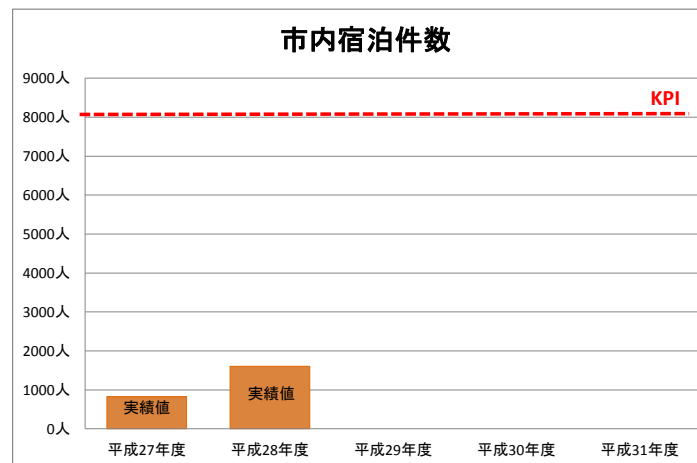
有識者会議による検証評価

意見	<p>平成27年度</p> <p>①千里浜を「日本で唯一車で走れる」だけでなく「世界で数カ所しかない」をアピール（年配者では羽咋市民でも知らない人が多い）。</p> <p>②保護活動が必要。「活動する人求む」という点でもアピール。</p> <p>③新たな砂浜イベントの企画、歴史文化財の利活用を検討しては。また、幅の広い年齢層を対象としたイベントを実施できないか検討しては。</p>
	<p>平成28年度</p> <p>①新たなイベントを考えてみるのも手ではないか。</p> <p>②歴史文化財を活用したイベント等（グループは違うが婚活等）</p>
H27 総合評価	◎ 取組内容の深化・発展
H28 総合評価	○ 取組内容の継続

6 総合戦略効果検証シート					
2-2-2		① 合宿・修学旅行の積極的誘致			
担当課		重要業績評価指標 (KPI) ※2019 (H31) 年度目標値			基準値 ※2014 (H26) 年度
商工観光課		市内宿泊件数		8,000人泊 (累計)	1,493人泊
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
目標値	1,500人泊	1,500人泊	1,500人泊		
実績値	827人泊	775人泊(累計)1,602人泊			
年度目標に対する達成率	55.1%	51.6%			
基準値に対する増減率	-44.6%	-48.1%			
評価	△	△			
取組内容 PLAN	市外の学校等が、合宿及び修学旅行を目的に市内の宿泊施設に宿泊した場合、助成金を交付する。 助成金額：1,000円×人泊数（上限20万円）				
実績(具体的例:いつ、誰が、どこで、何を・・・) DO	平成28年度実績 12件（775人泊）				
分析 Check	15人泊未満の合宿等については、補助対象外であることから、補助対象外となっている小規模な団体が存在すると推測される。また、大規模な宿泊団体として、部活等のスポーツ団等体の合宿があるが、体育施設等確保の関係から教育研修施設である青少年交流の家を利用しており、大規模なスポーツ団体が補助対象の宿泊施設を利用するようPRしていくことが必要と思われる。				
対応方向 Action	例えば、「合宿最終日の宿泊を市内の宿泊施設を利用して行う」というような提案ができるよう、より制度を利用し市内の宿泊施設の利用が増えるようPRしていきたい。				

評価項目	
◎	目標値以上
○	基準値と同等
△	基準値未満
×	進捗なしor事業終了

総合評価項目	
◎	取組内容の深化・発展
○	取組内容の継続
△	取組内容の見直し
×	取組の中止・終了



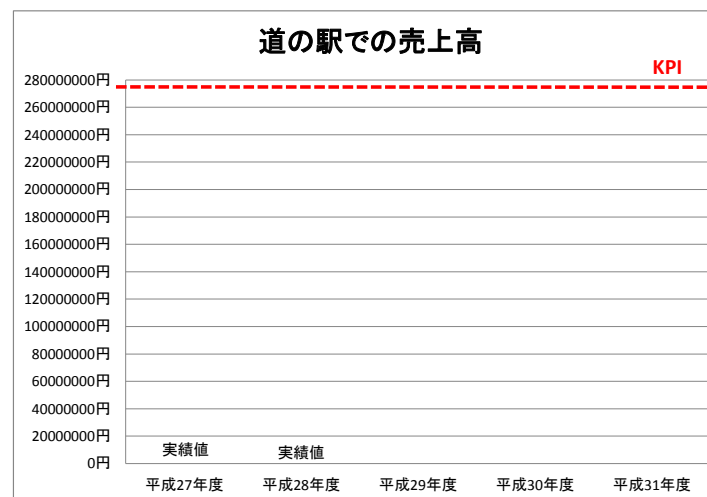
有識者会議による検証評価

意見	平成27年度 ①今市内で宿泊できる施設の中で、誰や何を目的（ターゲット）とした誘致をPRしていくのかを明確にした方がよい。
	平成28年度 ①何を目的とした合宿を誘致するのか定まっていないとPRも難しい。追加のアイデアがあればよい。
H27 総合評価	△ 取組内容の見直し
H28 総合評価	△ 取組内容の見直し

7 総合戦略効果検証シート					
2-2-2		②	官民協働による特産品・名産品等の開発及び販売促進		
担当課		重要業績評価指標 (KPI) ※2019 (H31) 年度目標値			基準値 ※2014 (H26) 年度
6次産業創生室		道の駅での売上高		2億730万円	0円※2017(H29)年度開業予定
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
目標値	0円	0円	1億3860万円		
実績値	—	※H29.7.7 開 オープン			
年度目標に対する達成率	—	—			
基準値に対する増減率	—	—			
評価	○	○			
取組内容 PLAN	<p>①菓子製造業者及び農業従事者による農菓マッチング事業を行い、新商品の開発に取り組む。</p> <p>②販売促進のためデザイナーによる新商品のパッケージ造成を行う。</p> <p>③道の駅に対する市民ニーズを把握するため、市民ワークショップを開催し、販売促進につなげる。</p> <p>④道の駅オープン前にWebサイトでの販売、ふるさと納税、イベント等で事前販売を行い、今後の売上につなげる。</p>				
実績(具体的例:いつ、誰が、どこで、何を…)	<p>①農菓マッチング事業 平成28.7/25、9/5、11/7の計3回開催</p> <p>②パッケージデザイン造成 平成28.8/5、11/17、11/25、11/30、12/15の計5回開催</p> <p>③市民ワークショップ 平成29.1/19、2/17、2/28、3/9、3/22の計5回開催</p> <p>④Webサイトでの販売、ふるさと納税、イベント等での販売 4,529千円</p>				
DO					
分析 Check	<p>①農菓マッチング事業により8品目の新商品を開発し、特産品が増加した。</p> <p>②Webサイトでの販売、ふるさと納税、イベント等で販売の実績はあるものの、更なる販売に向けて、PRが必要である。</p>				
対応方向 Action	<p>①自然栽培農産物を核にした品ぞろえや食事メニューに最もビビッドに反応する近郊都市部の30～40代子育て中女性層に的を絞った重点的な来店促進策(広告・広報・ネット情報発信)を徹底させ、売上拡大につなげる。</p>				

評価項目	
◎	目標値以上
○	基準値と同等
△	基準値未満
×	進捗なしor事業終了

総合評価項目	
◎	取組内容の深化・発展
○	取組内容の継続
△	取組内容の見直し
×	取組の中止・終了



有識者会議による検証評価

意見	平成27年度 ①「はねくう羽咋」はパッケージの工夫がよく、おもしろい形のお菓子でよいが、使い勝手がよくなかった。しかし、最近、1枚入りの袋が発売されていたので、日々研究していると感じた。 ②特産品・名産品の開発・販売をすすめてほしい。
	平成28年度 ①道の駅がオープンしてからどうなるか。
H27 総合評価	○ 取組内容の継続
H28 総合評価	○ 取組内容の継続

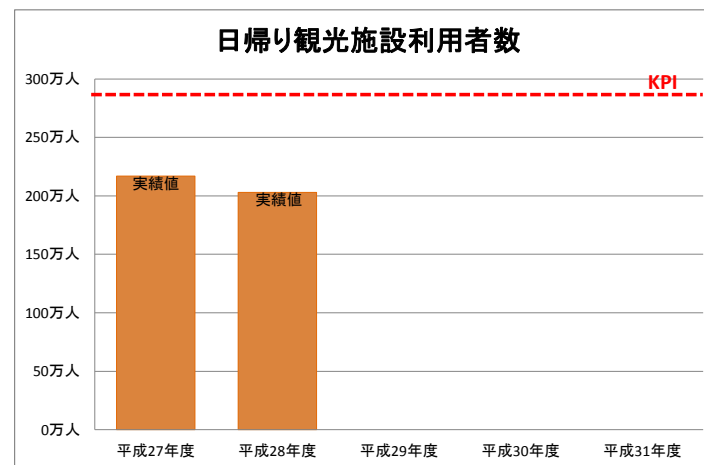
8 総合戦略効果検証シート					
2-2-3	①	観光資源の発掘、磨き上げの促進			
担当課	重要業績評価指標 (KPI) ※2019 (H31) 年度目標値			基準値 ※2014 (H26) 年度	
商工観光課	日帰り観光施設利用者数	285万人	202万人		
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
目標値	204万人	225万人	225万人		
実績値	217万人	203万人			
年度目標に対する達成率	106.4%	90.2%			
基準値に対する増減率	7.4%	0.5%			
評価	◎	○			
取組内容 PLAN	金沢駅の観光情報センターや観光列車「花嫁のれん」、首都圏等への出向宣伝を行い、観光誘客の促進を図っている。また、県や近隣市町と連携しながら、旅行会社等のアドバイスも取り入れ、周遊ルート等の作成を行っている。				
実績(具体的例:いつ、誰が、どこで、何を…)	平成28年度日帰り観光施設利用者数203万人 日帰り観光客のうち、知名度の高い千里浜なぎさドライブウェイと気多大社が大部分を占めている。				
分析 Check	新幹線効果が薄れてきているためか、主要観光施設の多くが平成26年度並みに減少している。				
対応方向 Action	平成29年7月に開業する道の駅のと千里浜の観光拠点施設としての機能を活用しながら、市内観光施設、県、近隣市町と連携を図り、誘客の促進を図る。				

評価項目

◎	目標値以上
○	基準値と同等
△	基準値未満
×	進捗なしor事業終了

総合評価項目

◎	取組内容の深化・発展
○	取組内容の継続
△	取組内容の見直し
×	取組の中止・終了



有識者会議による検証評価

意見	平成27年度 ①「はくい」と読める人が少ないので、その部分でストーリーのあるPRをもっとした方がよい。 ②まず観光地としての人気2本柱として千里浜なぎさドライブウェイと気多大社をさらにイベント等を交えてPRすべきである。その波及効果により、他の観光資源の発掘、磨き上げを行うことが必要である。
	平成28年度 ①道の駅には観光案内などがあるので波及効果が出てくるだろう。その結果次第で今後評価していく。
H27 総合評価	○ 取組内容の継続
H28 総合評価	○ 取組内容の継続

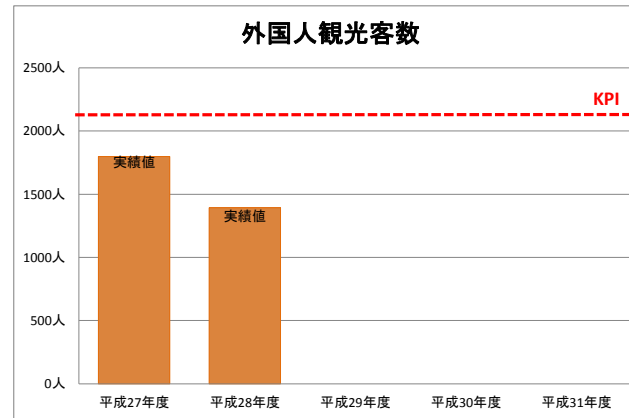
9 総合戦略効果検証シート					
2-2-3		⑤ インバウンド観光の推進・充実			
担当課		重要業績評価指標 (KPI) ※2019 (H31) 年度目標値			基準値 ※2014 (H26) 年度
商工観光課		外国人観光客数		2,100人	1,412人
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度
目標値	1,450人	1,900人	1,900人		
実績値	1,798人	1,394人			
年度目標に対する達成率	124.0%	73.4%			
基準値に対する増減率	27.3%	-1.3%			
評価	◎	△			
取組内容 PLAN	平成27年度に羽咋工業高校が設置した看板を改修し、外国人観光客に対し、千里浜なぎさドライブウェイのPRを行った。				
実績(具体的例:いつ、誰が、どこで、何を...)	平成28年度: 1,394人 千里浜レストハウスへの入込みが多数を占めている。				
分析 Check	団体バスツアーで訪れる外国人旅行者が多く、個人旅行者が少ない傾向にある。				
対応方向 Action	県や近隣市町、観光協会、旅行会社等関係機関と連携し、情報発信に努める。				

評価項目

◎	目標値以上
○	基準値と同等
△	基準値未満
×	進捗なしor事業終了

総合評価項目

◎	取組内容の深化・発展
○	取組内容の継続
△	取組内容の見直し
×	取組の中止・終了



有識者会議による検証評価

意見	<p>平成27年度</p> <p>①インバウンド観光が団体旅行から個人旅行に、大都市観光から地方都市観光、短期滞在から長期滞在に、買物施設観光から文化生活体験に移りつつあるなか、2020年に向けて民泊の規制緩和が見込まれており、羽咋市でも民泊条例について少しずつ検討してはどうか。</p> <p>②外国人へのアピールになるもの (1)世界で3ヶ所しかない車で走れる浜 (2)ローマ法王が食べている米 (3)ほんもののロケットがある宇宙博物館</p> <p>③滞在・滞留してもらえるような施策があるとよい。</p>
	<p>平成28年度</p> <p>①ほとんどが携帯で情報を得ている。</p> <p>②今後、宗教による食べ物の対応ができるか。</p> <p>③QRコードなどの利用の有効性、ホームページなどで多言語対応していけるか考える。</p>
H27 総合評価	○ 取組内容の継続
H28 総合評価	○ 取組内容の継続