

## 1 ロケツーリズムを活かした商工観光振興事業 (R1年度実績)

## 1 事業の背景・目的

久慈市への観光客数は「あまちゃん」放送後の平成26年をピークに戻りつつあり、ブームを一過性にせず、交流人口の拡大につなげる取組が急務となっている。このような状況の中、アジア等10ヵ国では「あまちゃん」が放送されるなど、外国人観光客の認知も増加していることから、「あまちゃん」と久慈市を結びつけ、インバウンド人口の拡大を目指す。また、ロケ受入によって、効果的に久慈市の魅力を全国にPRするとともに、地場産品等へのふるさと納税者を増加させることで、産業振興につなげる。更に、教育旅行やヘルスツーリズム等の体験型観光を推進することで、観光客の滞在性を高め、交流人口の拡大を図る。これらの取組により、観光を基軸として地場産業の拡大、雇用の維持、移住促進を進めることで持続的に地域振興を目指す。

## 2 計画期間

令和元年度～令和3年度(3ヵ年)

## 3 令和元年度事業実績

事業内容	単位：円	
	事業費(A)	交付対象額(A)×1/2
(1) 「あまちゃん」を活用した誘客事業		
① ロケツーリズム推進事業 ◆ロケツーリズム推進協議会参加 観光庁が主催する標記協議会に参加し、先進的な取り組みなどを研修した他、映像制作者との商談会、情報交換を行った。 (5/17、7/18、9/26、11/14、1/16、2/20)	220,000	110,000
◆専門誌への掲載 ロケ専門誌「ロケーションジャパン」に久慈市のロケ誘致に関する情報を掲載し、映像制作者や全国のドラマ等の作品に興味のある一般読者に向けてPRを行った。 ・2019年8月号(7月15日発売開始) 制作者必見! おすすめエリアで紹介 ・2020年4月号(3月15日発売開始) 「星屑の町」のロケ地マップとヒロイン役のんさんのインタビューを紹介。	1,875,000	937,500
◆全国ふるさと甲子園参加 8/24に東京都秋葉原UDXで開催。来場者約3,000人が投票で「行きたい街! No.1」を決めるイベントに参加し「あまちゃん」、映画「星屑の町」のロケ地と、作品と連動シグルメとして新商品「まめぶるこパン」「フローズン山ぶどう」を開発しロケ地と合わせてPRを行った。	55,000	27,500
◆久慈市版ロケ地MAP作成 「あまちゃん」のロケ地を紹介したマップを作成し全国の施設や当市を訪れた観光客に配布した。(A32つ折り 3,000部)	378,000	189,000
◆観光ガイドブック作成 久慈市の観光施設と合わせて、ロケ地などの情報を盛り込んだガイドブックを作成し、観光客の周遊を促すことで、地域経済の推進を図った。また台湾からの観光客が増加傾向にあることから、繁体字版を作成した。(日本語版15,000部、繁体字版2,000部)	1,018,440	509,220
◆ロケセット等展示施設運営 久慈市観光物産協会に委託し「あまちゃん」のロケで使用されたセットや衣装を展示する施設を運営し、観光客の拠点を整備し誘客を図った。	6,500,000	3,250,000
◆交流イベント等開催 「あまちゃん」ファンや観光客に対し、ロケ地を活用したイベントやPRキャンペーン等を実施した。 ・あまちゃんオフ会: 「あまちゃん」ファンによる交流会(8月22日 久慈市内 21名) ・北三陸スタンプラリー: ロケ地や観光施設の周遊を促進するためにスタンプラリーを実施(7月～9月 99件) ・あまふおと: ロケ地や観光施設の写真をSNSに投稿促進(7～9月 24件) ・PRキャンペーン 「いわて洋野・久慈と横浜の絆フェスin八景島シーパラダイス」 (11月2日～4日 横浜・八景島シーパラダイス 約23,000名) 「東京湾大感謝祭2019」(10月26日～27日 横浜赤レンガ倉庫周辺 約2,000人)	500,000	250,000
◆あまちゃんマラソン大会開催 第4回久慈あまちゃんマラソン大会を開催した。 ・開催日 令和元年9月29日(日) ・参加者 1,367名【岩手県929名(久慈在住407名)、青森県289名、宮城県50名、東京都20名、秋田県16名等】 ・RUNNET評価 69.2点 ・大会の満足度 かなり満足61%、まあ満足37%、普通2%、やや不満0%、不満0%(参加者からのアンケートより)	1,250,000	625,000
◆CMや観光情報誌を活用したPR テレビやラジオ、雑誌等の媒体を活用しPRを行った。 IBCラジオ(久慈市観光特集)175,000円 テレビ岩手(5きげんキャラバンin久慈秋まつり)330,000円 IBCラジオ(映画「星屑の町」特集)165,000円 ほか	959,000	479,500
◆作品誘致費用 当市で撮影が行われる作品を誘致するため、撮影に係る費用の一部を負担した。 誘致作品: 映画「星屑の町」 出演: 小宮泰孝、ラサール石井、戸田恵子、のん他 令和2年3月6日全国映画館で公開	3,000,000	1,500,000
②外国人観光客誘客事業 台湾へのトップセールスを実施し、当市への観光客誘客を促進する予定であったが、台風19号の被害により渡航を断念した。すでにPRのために購入していたノベルティー(ポケットティッシュ3,000個)と、予約していた渡航券のキャンセル料の支出を行った。	184,800	92,400

(2) 体験型観光推進事業			
①自然体験推進事業 ◆教育旅行等受入推進事業（旅行代理店・学校等への誘致活動費） 教育旅行受入のため、以下のとおり事業を実施した。 …体験受入業務、誘致用資料作製（パンフレット、リーフレット各200部）、広告掲載、市内学校受入増に向けた委託業務実施 R元年度受入実績：61件 ◆体験観光受入体制構築（ふるさと体験学習協会） 都市住民との交流人口拡大、地域特性を生かした体験型観光推進及びヘルスツーリズム健康増進事業実施により更なる交流人口拡大等を目的として、（一社）久慈市ふるさと体験学習協会の運営に係る補助を実施。	10,481,186	5,240,593	
②自然体験メニュー拡充推進事業 ◆三陸ジオパーク推進協議事業 三陸ジオパーク推進協議会負担金 当市が所属する北部ブロックにおいて、ジオサイトを巡るツアーを実施したほか、中部・南部ブロックと合同での研修等により、三陸ジオパークの理解を深める活動を行った。なお、三陸ジオパークは令和元年12月、日本ジオパーク審査委員会から「再認定」の結果を受けたところである。 ◆みちのく潮風トレイル利用促進事業 みちのく潮風トレイル（八戸～普代間）利用促進協議会負担金 みちのく潮風トレイル利用促進協議会では、八戸～普代間の踏破認定制度や利用実態調査、情報発信事業、現地研修会等を実施し、利用促進に努めてきたところである。令和元年6月、みちのく潮風トレイル全線開通により、管理・利用促進について専門窓口により実施することとなったことから、本協議会を発展的に解散することとした。	759,000	379,500	
③体験型観光推進事業 ◆民泊整備事業 農林漁家民泊整備推進事業費補助金 3件 ◆体験観光ウオーキングコース整備 十二支巡りコース環境整備（草刈・砂利敷）	1,106,000	553,000	
	28,286,426	14,143,213	

◎重要業績評価指標

重要業績評価指標 (KPI)	R1目標値 実績値	R2目標値 実績値	R3目標値 実績値
主要観光施設来客数（道の駅くじやませ土風館） 【H30年度：60万人】	64万人 75万人	68万人	72万人
外国人観光客数（三陸鉄道久慈駅及び海女センターにおけるシール調査） 【H30年度：700人】	725人 813人	750人	775人
自然体験等受入団体（教育旅行団体＋一般旅行団体） 【H30年度：19団体 49（19+30）団体】 ※累計	21団体 53（21+32）団体	24団体 58（24+34）団体	27団体 63（27+36）団体
ふるさと納税件数 【H30年度：9,000件】	9,300件 29,980件	9,600件	9,900件

※R2年5月 自然体験等受入団体について、団体数のカウント対象の精査し、修正。

1 ロケツーリズムを活かした商工観光振興事業 (R2年度概要)

1 事業の背景・目的

久慈市への観光客数は「あまちゃん」放送後の平成26年をピークに戻りつつあり、ブームを一過性にせず、交流人口の拡大につなげる取組が急務となっている。このような状況の中、アジア等10カ国では「あまちゃん」が放送されるなど、外国人観光客の認知も増加していることから、「あまちゃん」と久慈市を結びつけ、インバウンド人口の拡大を目指す。また、ロケ受入によって、効果的に久慈市の魅力を全国にPRするとともに、地場産品等へのふるさと納税者を増加させることで、産業振興につなげる。更に、教育旅行やヘルスツーリズム等の体験型観光を推進することで、観光客の滞在性を高め、交流人口の拡大を図る。これらの取組により、観光を基軸として地場産業の拡大、雇用の維持、移住促進を進めることで持続的な地域振興を目指す。

2 計画期間

令和元年度～令和3年度(3ヵ年)

3 令和2年度事業計画

単位：千円

事業内容	計画額(A)	交付対象額(A)×1/2
<p>(1) 「あまちゃん」を活用した誘客事業</p> <p>「あまちゃん」「星屑のまち」に登場したロケ地を最大限活用した誘客を推進するため、ロケセット展示運営やPRイベント、ロケ地マップを作成する。また、ロケツーリズムに関するセミナー等に参加し、先進事例や受入、活用方法を産官連携して習得する。</p> <p>PR事業は「あまちゃん」の知名度を活用し、様々な媒体を活用した宣伝広告を行い、観光客の誘客を促進する。また、外国人の誘客増加を図るため、県内への来訪者が多い台湾へのプロモーションを行い、旅行会社等より誘致に向けた情報を収集し、関係団体と共有する。</p>		
<p>① ロケツーリズム推進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>先進地域と制作者によるセミナー、ロケツーリズム協議会参加(負担金) 220千円</li> <li>ロケ専門誌等での情報発信(委託料) 275千円</li> <li>全国のロケ地となった地域による全国ふるさと甲子園でのPR(参加料) 55千円</li> <li>新たに誘致した映画の久慈市版ロケ地マップ作製(委託料) 2,520千円</li> <li>ロケ地プロモーション費用(セット展示、ロケ地看板設置、PRイベント) 480千円</li> <li>観光ガイドブックの作成(委託料) 2,027千円</li> <li>ロケ地を活用した誘客イベント等の開催 1,400千円</li> <li>ロケセット等展示施設運営費(委託費) 2,400千円</li> <li>ロケ地巡り「ファン交流イベント」(協議会負担金) 500千円</li> <li>「あまちゃんマラソン大会」(開催費) 1,250千円</li> <li>CMや観光情報誌を活用したPR(広告料) 1,494千円</li> </ul>	12,621	6,311
<p>② 外国人観光客誘客事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>トップセールスによるプロモーション(委託料) 1,000千円</li> </ul>	1,000	500
<p>(2) 体験型観光推進事業</p> <p>体験型観光を推進するため、旅行代理店や学校関係者に対して誘致活動を行う。また、受入体制の充実のためインストラクターの養成や民泊農家等の施設整備に対して補助を行う。</p> <p>みちのく潮風トレイル・三陸ジオパークの利用者拡大のため、セミナーによる普及啓発、ガイド育成、ジオパーク授業の開催を行う。また、みちのく潮風トレイル全線開通に伴い、周辺市町村と連携したイベント等による普及啓発を行う。</p>		
<p>① 自然体験推進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>教育旅行等受入推進事業(旅行代理店・学校等への誘致活動費) 1,059千円</li> <li>体験観光受入体制構築(ふるさと体験学習協会補助金) 9,500千円</li> <li>シャワークライミング体験インストラクター養成(報償費) 51千円</li> <li>ヘルスツーリズムPR(新聞掲載料) 300千円</li> <li>ヘルスツーリズムコース管理(委託料) 100千円</li> </ul>	11,010	5,505
<p>② 自然体験メニュー拡充推進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三陸ジオパーク推進協事業(協議会負担金) 500千円</li> </ul>	500	250
<p>③ 体験型観光推進事業</p> <p>民泊受入農家に対して整備に係る補助を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>民泊整備事業(トイレ、内装等) 1,000千円</li> </ul>	1,000	500
	26,131	13,066

## 2 雇用と移住定住によるトータル人材獲得事業 (R1年度実績)

### 1 事業の背景・目的

久慈市の社会減は、10代後半～20代前半の市外への就学や就職が大きな割合を占めている。大学生や高校生を対象とした県調査によれば、「岩手県に本社がある企業を知らない、または知っている企業が5社以下」の回答が約9割にのぼり、地元企業を知る機会がないことや就職したい職種がないことが課題となっている。

このことから、久慈市で暮らすことを選択肢の一つとして捉えてもらうため、地元の企業や暮らしについてイメージを持ち、同年代同士での交流を深めながら、地域で活躍する人材を確保・育成を目指す。また、企業からは人材獲得や職場体験受入等のノウハウ不足を感じる声が多くあることから、企業向けセミナー等で人材獲得支援の強化を図る。また、地元就職の離職率は約3割であり、雇用のマッチングミスが生じていることから、企業の採用力強化及び定着に向けたフォローを実施し、企業間同士で情報を共有しながら一体となってノウハウを蓄積する。

移住定住については、進学等により市外へ転出した場合も、地元へ戻るきっかけや受入環境を整備するため、転出者への効果的な情報伝達によりUターン者を増加させる。

### 2 計画期間

令和元年度～令和3年度(3カ年)

### 3 令和元年度事業実績

単位：円

事業内容	事業費(A)	交付対象額 (A)×1/2
<b>(1) 新卒者定着支援フォローアップ事業</b> 就職後の離職防止やUターン就職者の雇用の受け皿の拡大、事業者の情報発信力の強化を図るため、次の事業を実施した。 ①人材定着支援事業 採用3か月研修会、採用6か月研修会 ②人材確保事業 情報共有会(6回)、就職ガイダンス(2回)、大学等訪問ツアー、他団体開催の就職イベントへの参加(3回) ③人材育成支援事業 育成計画作成研修会	1,761,872	880,936
<b>(2) 若者の雇用定着推進事業</b> 高卒新卒者の地元就職の推進を図るとともに、地元を離れて高等教育機関に進学する若者へも、地元就職する糸口となる意識付けを図り、地元の企業の魅力や地元での暮らし方のPRを進める事を目的に、中学校におけるキャリア教育の推進に資する事業を次のとおり実施した。 ・4月 キャリア教育ステッカー作成・配布 事業所向け出前事業・社会体験ハンドブックの作成・配布 ・6月20日 キャリア教育推進連携シンポジウム ・8月2日 学校向け社会体験事前事後学習マニュアル等の作成・配布 ・8月26日 キャリア教育研修会 ・8月27日 社会体験スキルアップセミナー ・8月27日 出前授業スキルアップセミナー ・9月20日 事業所PRパネルの作成 ・10月9日 キャリアオーケストラ ・11月11日～22日 社会体験WEEK	4,370,853	2,185,426
<b>(3) 関係人口の拡大と都市圏の移住定住促進</b> ①都市部における移住相談イベントに出展し、久慈市への移住をPRを行った。 ◆久慈企業発見!就職ガイダンスIII in アイーナ(盛岡市) 日時 令和元年6月29日 13:30～16:00 来場者 4名 ◆岩手県主催移住相談会「北いわて暮らしセミナー 海vs山!どっちのLIFEショー」(東京都) 日時 令和元年12月1日 12:30～15:40 来場者 16組19名(うち直接対話3組4名) ◆JOIN移住・交流&地域おこしフェア2020(東京都) 日時 令和2年1月26日 10:00～17:00 来場者 14組19名	246,940	123,470
<b>(4) 久慈の暮らしや仕事を体験できる環境整備</b> ①Uターン者向けに市内企業への就業体験と先輩移住者との交流ツアーを開催した。 就業体験+移住者との交流イベント 日時 令和元年8月19日～21日 受け入れ企業 12社 参加者 8名	474,746	237,373
	6,854,411	3,427,205

### ◎重要業績評価指標

重要業績評価指標 (KPI)	R1目標値 実績値	R2目標値 実績値	R3目標値 実績値
久慈管内新規高卒者の管内就職率 【H30年度：46%】	47.0% 42.8%	48.0%	49.0%
行政関与移住者(移住相談会、空き家バンク、住宅補助制度等の制度活用による移住者) 【H30年度：30人】	25人 16人	25人	25人
高等教育インターンシップ受入企業数 【H30年度：9社】 ※累計	10社 13社	11社	12社
北三陸久慈市ふるさと大使及び移住LINE@新規登録者 【H30年度：120人】	60人 81人	60人	60人

## 2 雇用と移住定住によるトータル人材獲得事業 (R2年度概要)

### 1 事業の背景・目的

久慈市の社会減は、10代後半～20代前半の市外への就学や就職が大きな割合を占めている。大学生や高校生を対象とした県調査によれば、「岩手県に本社がある企業を知らない、または知っている企業が5社以下」の回答が約9割にのぼり、地元企業を知る機会がないことや就職したい職種がないことが課題となっている。

このことから、久慈市で暮らすことを選択肢の一つとして捉えてもらうため、地元の企業や暮らしについてイメージを持ち、同年代同士での交流を深めながら、地域で活躍する人材を確保・育成を目指す。また、企業からは人材獲得や職場体験受入等のノウハウ不足を感じる声が多くあることから、企業向けセミナー等で人材獲得支援の強化を図る。また、地元就職の離職率は約3割であり、雇用のマッチングミスが生じていることから、企業の採用力強化及び定着に向けたフォローを実施し、企業間同士で情報を共有しながら一体となってノウハウを蓄積する。

移住定住については、進学等により市外へ転出した場合も、地元へ戻るきっかけや受入環境を整備するため、転出者への効果的な情報伝達によりUターン者を増加させる。

### 2 計画期間

令和元年度～令和3年度(3ヵ年)

### 3 令和2年度事業計画

事業内容	単位：千円	
	計画額(A)	交付対象額(A)×1/2
<b>(1) 新卒者定着支援フォローアップ事業</b> 就職後の離職防止やUターン就職者の雇用の受け皿の拡大、事業者の情報発信力の強化を図るため、次の事業を実施する。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・人材定着支援事業 採用3か月研修会、採用6か月研修会、内定者研修会</li> <li>・人材確保事業 情報共有会、就職ガイダンス、大学等訪問ツアー、他団体開催の就職イベントへの参加</li> <li>・人材育成支援事業 育成計画作成研修会</li> </ul>	2,500	1,250
<b>(2) 若者の雇用定着推進事業</b> 高卒新卒者の地元就職の推進を図るとともに、地元を離れて高等教育機関に進学する若者へも、地元就職する糸口となる意識付けを図り、地元の企業の魅力や地元での暮らし方のPRを進める事を目的に中学校におけるキャリア教育を推進する。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・キャリア教育ステッカー作成・配布</li> <li>・事業所向け出前事業・社会体験ハンドブックの作成・配布</li> <li>・キャリア教育推進連携シンポジウム</li> <li>・学校向け社会体験事前事後学習マニュアル等の作成・配布</li> <li>・キャリア教育研修会</li> <li>・社会体験スキルアップセミナー</li> <li>・出前授業スキルアップセミナー</li> <li>・事業所PRパネルの作成</li> <li>・キャリアオーケストラ</li> <li>・社会体験WEEK</li> </ul>	4,535	2,268
<b>(3) 関係人口の拡大と都市圏の移住定住促進</b> 久慈市を応援したい人や関係人口の拡大を目的としたイベントを開催し、都市部でも久慈市と繋がる環境を整備する。また、イベントに合わせて、ふるさと大使の募集や移住SNSのPRを行う。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・関係人口の拡大イベント開催</li> </ul>	400	200
<b>(4) 久慈の暮らしや仕事を体験できる環境整備</b> UIJターン者向けに久慈の特色ある産業の職業体験と合わせた生活や食文化を体験するツアーを整備し開催する。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・UIJターン者向けに体験ツアー開催</li> </ul>	500	250
	7,935	3,968

### 3 まちなか賑わい再生事業（R2年度概要）

#### 1 事業の背景と目的

中心市街地エリアは、大規模小売店舗の郊外出店等により人の流れが変わり、「やませ土風館」の建設や各種事業により、回復を図ってきたが、歩行者数等の賑わいは未だ道半ばの状態である。また、賑わいづくりの主体となる地元商店街では、店舗数の減少、経営者の高齢化、後継者問題等から地域コミュニティの維持が年々厳しくなっており、イベントの自主開催が困難になってきている。更に、小袖海女センターやもぐらんぴあなどの主要観光施設が郊外に点在するため、公共交通網のせい弱な本市においては、中心市街地への滞在時間が少なくなる傾向にある。

このため、令和2年7月の駅前複合施設「Yomunosu」オープンを好機とし、まちなかの賑わい再生を目指す。具体には、「Yomunosu」と「やませ土風館」の両拠点施設の魅力向上に資する各種連携イベント等の実施により、施設利用者の増加を目指す。また、両拠点施設の導線上にある商店街の魅力向上を図るため、空き店舗を活用した新規出店の増加及び創業支援並びに承継事業者への支援により、店舗数の増加に努める。また、拠点施設のイベント等に合わせ、商店街の自主企画等を支援することで、持続的な商店街の魅力形成を図り、交流人口の増に努める。その他、市街地エリアに当市の観光資源をテーマとした取り組みや、公共交通網のせい弱さを補完するため、公共交通機関やタクシー会社等が所属する「街なか連携観光誘客推進協議会」と連携した取り組みを展開し、郊外の観光施設から中心市街地への誘客を図る。

#### 2 計画期間

令和2年度～令和4年度（3ヵ年）

#### 3 令和2年度事業計画

単位：千円

事業内容	計画額(A)	交付対象額(A)×1/2
(1) 商店街の基盤づくりに対する支援 久慈市が推奨する観光コンセプト（あまちゃん、恐竜）に沿った商店街の設備等設置に対する支援。  ・中心市街地エリア魅力向上モデル事業 500千円	500	250
(2) 市街地イベント支援 中心市街地を主会場に、地元商店会、久慈商工会議所及び久慈市観光物産協会等が連携しながら下記事業を実施し、中心市街地の賑わいを創出する。情報交流センターのオープン年度であるため、誘客のための起爆剤となるオープニングイベントを開催。  ・街なか回遊性向上事業 1,260千円 農商工が連携し、中心市街地への屋台出店をメインとしたべっぴん夜市を開催。 ・賑わいづくりチャレンジャー事業 500千円 中心市街地エリアを主会場とし、団体又はグループが実施する新規イベントへ備品購入等を支援。 ・街なか拠点施設魅力向上事業 3,150千円 ①拠点施設（やませ土風館及び情報交流センター）の魅力向上を目的としたオープニングイベント、屋外イベント及び企画展の実施 ②情報交流センターのマスコットキャラクターの作成 ・まつり・イベントによる賑わいづくり事業 2,508千円 中心市街地エリアを主会場とし、団体又はグループが実施するイベントへの支援 （ヤマセあきんどまつり、春まつり、秋まつり、花火大会） ・街なか連携観光誘客事業 950千円 観光客を中心市街地に誘客するための事業を展開する「街なか連携観光誘客推進協議会」への負担金	8,368	4,184
(3) 空き店舗出店費補助 事業者が空き店舗に新規出店する際に要する改装費への支援	1,250	625
	10,118	5,059

#### ◎重要業績評価指標

重要業績評価指標 (KPI)	R1目標値 実績値	R2目標値 実績値	R3目標値 実績値
拠点施設来客数（道の駅くじやませ土風館及び情報交流センター）【R1年度1月時点：782,567人】	857,557人	967,557人	110,000人
歩行者・自転車通行量（久慈商工会議所調査）【R1年度1月時点：3,869人】	4,319人	4,919人	5,519人
中心市街地における年間新規出店件数【R1年度1月時点：4件】	5件	5件	5件
ふるさと納税件数【R1年度1月時点：26,000件】	26,500件	27,000件	27,500件

#### 4 北三陸の海・山・里・ひとつをつなぐ交流拠点施設整備事業 (R2年度概要)

##### 1 事業の背景と目的

令和3年の三陸沿岸道路全線開通により、沿岸部への交通のシフトが見込まれ、観光や地場産品に対する需要増加とそれに伴う雇用・販路の拡大が予想されるが、道路沿いにはそれらのサービスを提供する場がない。当地域は八戸市や宮古市といった大きな都市の間に位置することから、三陸沿岸道路の開通に伴うストロー効果により、観光目的などの道路利用者が通過する恐れがある。

ことから三陸沿岸道路の整備・開通に伴う経済・ストック効果による地域活性化への波及効果を十分に享受するための拠点・核となる久慈広域のゲートウェイ機能を持った久慈広域道の駅を令和4年度を目標に整備することとした。

当該施設を活用した農林水産物の生産・消費拡大や三陸ジオパークをはじめとする観光資源や農漁村での民泊の受け入れ等を通じた都市部との交流人口の拡大、施設を核とした広域管内での世代間交流、久慈広域圏への観光客等の誘導による経済活動の活性化の効果を久慈市のみならず久慈広域で最大限享受することで、第1次産業の振興や交流人口の拡大による既存施設の活性化などの地域課題の解決を目指し、高い経済波及効果と施設を拠点としたまち・ひと・しごとの創生と好循環を生み出そうとするものである。

##### 2 計画期間

令和2年度～令和4年度(3ヵ年)

##### 3 令和2年度事業計画

単位：千円

事業内容	計画額(A)	交付対象額(A)×1/2
<b>1 設計業務</b> 購買、休憩といった従来の道の駅機能はもとより、地域住民や子育て世代の利用頻度を高めるあらたなコミュニティを創出することで地域振興を図る道の駅として、「北三陸の魅力発信基地～子供が楽しく遊べる「秘密基地」」をテーマに、キッズスペースを含めた物販・加工・飲食施設等を備えた地域振興施設、久慈広域4市町村の地元・特産物・観光イベントなどの地域情報を広く発信する情報発信施設の建築に係る基本及び実施設計を行う。  ・建築基本設計 5,912千円 ・建築実施設計 8,868千円 ・測量調査 550千円 ・地質調査 1,100千円 ・道路予備設計 550千円	16,980	8,490
	16,980	8,490

##### ◎重要業績評価指標

重要業績評価指標 (KPI)	R2~4目標値 実績値	R5目標値 実績値	R6目標値 実績値
本施設の年間売上	0千円	263,948千円	263,948千円
本施設の利用者数	0千人	293千人	293千人
久慈広域における既存道の駅のレジカウント通過客数	0千人	31千人	21千人
本施設の物販施設において、農林水産品等の卸を新規に行う地域内の事業者及び個人事業者数	0者	8者	13者

