

## 成果検証報告書

## 【成果指標の達成状況】

成果検証実施年度 令和3年度

市町村名	秩父市					
提案事業名	秩父市移住推進事業					
事業期間	令和2年度		～	令和2年度		
成果指標	(成果を検証する指標) 秩父ファンクラブ会員数					
	(成果検証の具体的な方法) 情報発信やイベント等を通してファン会員を募集し、コアな関係人口会員情報を管理。					
	(成果の目標値に対する実績)				達成度	A
	従前値 (R2年1月時点)	0人	目標値 (R3年4月時点)	50人	実績値 (R3年3月時点)	118人
	(施設建設等の場合の実績)					
	年間利用者数 (人)	(目標) (実績)		稼働率 (%)	(目標) (実績)	
住民への公表状況 及び特記事項						

## 【事業効果の整理・原因分析】

令和2年度 構成事業

構成事業名	事業効果	事業効果の概要及び原因分析
① 移住推進イベント企画運営事業	○	コロナ禍の影響によりクラブ創設が10月下旬となったが、窓口での説明やSNSの活用により目標値を大きく超える会員数を獲得し、複数開催したイベントも好評であった。
② 移住PR事業	○	複数のインフルエンサーを活用することにより、外から目線・異なる視点から秩父の魅力を発信してもらうことにより、関係人口及び移住人口の増加を図った。
③ パンフレット等作成事業	○	パンフレットは、作成後2年が経過し事実と異なる部分が散見された情報を刷新するとともに、市の魅力や移住のメリットをより訴求するイメージをコンセプトとして作成したことにより、窓口や配布先での評価は良好である。また、複数のデザインのポスターを作成し、掲示場所によって使い分けている。
④	○ △ ×	
⑤	○ △ ×	
⑥	○ △ ×	

## 【成果検証の総括・改善策の検討】

実施事業について 十分に成果が認められた点	ファンクラブ会員数は目標値を大きく超過して獲得でき、開催したイベントも参加者に好評であったため、今後の関係人口及び移住人口の増加に期待できる結果となった。パンフレット及びポスターに関しては、コンセプトを共有するものを作成し、多くの施設等に配布や掲示の協力を仰ぎ、市や移住に関する認知度向上及びイメージアップに貢献している。
実施事業について 成果が不十分である点	移住PR事業のインフルエンサーの活用に関しては、関係人口及び移住人口の増加への貢献度を明確には把握できていない。
成果検証を踏まえた 今後の改善策	ファンクラブ会員を増加させることと並行し、会員の活動状況や移住への関心度を分析してデータ化することにより、会員のニーズに応じた効果的・効率的な情報発信を行うことで、さらなる関係人口及び移住人口の増加を図りたい。