

地域再生計画評価調書（地方創生推進交付金事業効果検証調書）

地域再生計画の名称	しまなみDMO形成推進事業	地域再生事業の名称	しまなみDMO形成推進事業	平成30年度評価
-----------	---------------	-----------	---------------	----------

重要業績評価指標(KPI)の達成状況

評価指標		基準年数値	目標数値、実績値及び目標数値に対する達成度 ※上段:今治市のみ 下段:今治市・上島町・尾道市の合計							達成度についての分析
				2016年 (平成28年)	2017年 (平成29年)	2018年 (平成30年)	2019年 (平成31年)	2020年 (平成32年)	最終年目標数値 2020年	
目標1	観光消費額	53 313 億円	目標	+1億円(54億円) +6億円(319億円)	+1億円(55億円) +8億円(327億円)	+1億円(56億円) +8億円(335億円)	+1億円(57億円) +8億円(343億円)	+1億円(58億円) +8億円(351億円)	+5億円(58億円) +38億円(351億円)	目標1の観光消費額、目標2の宿泊客数は、それぞれ目標に対する達成度は△400%、△23.5%となり、昨年よりも減少した。 これは、10月は国際サイクリング2018もあり各施設への入込客数が昨年より増加したが、受刑者逃走により5月、7月豪雨災害により7月～9月は大幅に減少したことが原因と考えられる。
			実績	+4億円(57億円) +16億円(329億円)	+1億円(58億円) +5億円(334億円)	▲4億円(54億円) ▲5億円(329億円)			+1億円(54億円) +16億円(329億円)	
			達成度	400.0% 266.7%	100.0% 62.5%	▲400.0% ▲62.5%			20.0% 42.1%	
目標2	宿泊客数	415 838 千人	目標	+16千人(431千人) +33千人(871千人)	+17千人(448千人) +35千人(906千人)	+17千人(465千人) +35千人(941千人)	+17千人(482千人) +35千人(976千人)	+17千人(499千人) +35千人(1,011千人)	+84千人(499千人) +173千人(1,011千人)	一方、目標3の外国人観光客数の標に対する達成度は、+350%と大幅に伸張した。これは、しまなみジャパンによる海外へのPR活動がしまなみ地域の認知度向上に寄与したと考えられる他、特に10月に開催された国際サイクリングへの海外参加者が多かったことが主な原因と考えられる。
			実績	+53千人(468千人) +79千人(917千人)	+5千人(473千人) +30千人(947千人)	▲4千人(469千人) ▲41千人(906千人)			+54千人(469千人) +68千人(906千人)	
			達成度	331.3% 239.4%	29.4% 85.7%	▲23.5% ▲117.1%			64.3% 39.3%	
目標3	外国人観光客数	15 225 千人	目標	+1千人(16千人) +22千人(247千人)	+2千人(18千人) +23千人(270千人)	+2千人(20千人) +23千人(293千人)	+2千人(22千人) +23千人(316千人)	+2千人(24千人) +23千人(339千人)	+9千人(24千人) +114千人(339千人)	
			実績	+3千人(18千人) +63千人(288千人)	+3千人(21千人) +19千人(307千人)	+7千人(28千人) +53千人(360千人)			+13千人(28千人) +135千人(360千人)	
			達成度	300.0% 286.4%	150.0% 82.6%	350.0% 230.4%			144.4% 118.4%	

評価年度において実施した事業

事業名	しまなみDMO負担金	総合戦略における位置づけ	基本目標:3. だれもが訪れたいと感じる魅力あふれるふるさとを創る 具体的施策:(ウ)広域観光周遊ルートの形成 取組:①広域観光周遊ルートの形成	事業費	28,647千円
事業概要					
1 プロモーション事業					
(1)観光・サイクリングPR事業		観光パンフレットを7.5万部、サイクリングマップを5万部作成し道の駅などの観光関連施設に設置した。公式ホームページは、随時情報更新を行い、英語ページの情報量や宿泊施設・体験メニュー予約システムのコンテンツを随時増やした。また、フェイスブック、インスタグラムの公式ページを開設し、随時しまなみの旬の情報を発信した。ツーリズムEXPOジャパンやシマノ鈴鹿ロードレースなどの観光イベント・自転車イベントへ出展し、しまなみ地域を広くPRした。			
(2)海外誘客促進事業		台湾向けには日月潭サイクリングロードでのサイクリングイベントへ参加・出展や松江市と連携しWeb発信、SNSインフルエンサー招聘によるPR、その他、JNTO・せとうち観光推進機構と連携したフランス旅行雑誌へのPR掲載、FAMツアーの受入を実施。また、英語圏外国人向けガイドマップの作成、英語版フェイスブック、インスタグラムの公式ページを開設した。			
(3)マーケティング事業		食のブランディング調査事業として海賊むすびの加盟店を募集、販売拡大に向けた動画を作成しPRを行った。しまなみ地域をブランド化するため、「しまなみブループロジェクト」事業を立ち上げ、第1弾としてTシャツ、第2弾としてタオルハンカチ、ポーチ、サコッシュの商品開発を行った。地元観光事業者を対象とした観光情報共有のための観光ビジネスセミナーを開催した。			
事業効果					
		ウェブによる情報発信を強化したことで国内だけでなく海外における当地域の認知度が向上し、外国人観光客の増加につながった。また、海賊むすびのPRやしまなみブループロジェクトの実施によって、しまなみ地域を一体的にブランディングすることで、地域の魅力の向上につながった。			

外部有識者からの意見	
(意見) ・コンテンツと観光客のニーズとのマッチングには、観光客のニーズを把握する調査が必要。 ・外国人観光客について、認知度は上がってきているが、今後の展開として新規・リピーターの確保に向けたコンテンツのPR等の取組が必要。 ・観光事業を中心に、移住・定住の促進にもつながる取り組みをお願いしたい。	