

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 | 令和元年度評価 |
|-----------|---------------|-----------|---------------|---------|

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<br>(平成28年)             | 2017年<br>(平成29年)             | 2018年<br>(平成30年)             | 2019年<br>(令和元年)              | 2020年<br>(令和2年)                | 最終年目標数値<br>2020年                |  |
| 目標1<br>観光消費額   | 53<br>億円<br>313  | 目標  | +1億円(54億円)<br>+6億円(319億円)    | +1億円(55億円)<br>+8億円(327億円)    | +1億円(56億円)<br>+8億円(335億円)    | +1億円(57億円)<br>+8億円(343億円)    | +1億円(58億円)<br>+10億円(353億円)     | +5億円(58億円)<br>+40億円(353億円)      | 目標1の観光消費額は昨年より4億円増加し58億円であった。これは、昨年は7月豪雨災害の影響を受けて減少したが、令和元年は施設入込客数が増加したことにより、観光消費額も増加したものである。                  |
|                |                  | 実績  | +4億円(57億円)<br>+16億円(329億円)   | +1億円(58億円)<br>+5億円(334億円)    | ▲4億円(54億円)<br>▲5億円(329億円)    | +4億円(58億円)<br>+26億円(355億円)   |                                | +5億円(58億円)<br>+42億円(355億円)      |  |
|                |                  | 達成度   | 400.0%<br>266.7%             | 100.0%<br>62.5%              | ▲400.0%<br>▲62.5%            | 400.0%<br>325.0%             |                                | 100.0%<br>105.0%                |  |
| 目標2<br>宿泊客数    | 415<br>千人<br>838 | 目標  | +16千人(431千人)<br>+33千人(871千人) | +17千人(448千人)<br>+35千人(906千人) | +17千人(465千人)<br>+35千人(941千人) | +17千人(482千人)<br>+35千人(976千人) | +17千人(499千人)<br>+35千人(1,011千人) | +84千人(499千人)<br>+173千人(1,011千人) | 目標2の宿泊客数は昨年より4千人増加し473千人であった。これは、昨年は7月豪雨災害の影響を受けて減少したが、令和元年は客数が回復したこと、新規の宿泊施設が整備されたことが増加理由と考えられる。              |
|                |                  | 実績  | +53千人(468千人)<br>+79千人(917千人) | +5千人(473千人)<br>+30千人(947千人)  | ▲4千人(469千人)<br>▲41千人(906千人)  | +4千人(473千人)<br>+60千人(966千人)  |                                | +58千人(473千人)<br>+128千人(966千人)   |  |
|                |                  | 達成度   | 331.3%<br>239.4%             | 29.4%<br>85.7%               | ▲23.5%<br>▲117.1%            | 23.5%<br>171.4%              |                                | 69.0%<br>74.0%                  |  |
| 目標3<br>外国人観光客数 | 15<br>千人<br>225  | 目標  | +1千人(16千人)<br>+22千人(247千人)   | +2千人(18千人)<br>+23千人(270千人)   | +2千人(20千人)<br>+55千人(325千人)   | +2千人(22千人)<br>+43千人(368千人)   | +2千人(24千人)<br>+50千人(418千人)     | +9千人(24千人)<br>+193千人(418千人)     | 目標3の外国人観光客数は昨年より5千人増加し33千人であった。これは、しまなみジャパンを含む様々な主体によるPRや、瀬戸内の風景やしまなみ海道サイクリングが欧米で紹介され、魅力的な旅行先として周知されたことが考えられる。 |
|                |                  | 実績  | +3千人(18千人)<br>+63千人(288千人)   | +3千人(21千人)<br>+19千人(307千人)   | +7千人(28千人)<br>+53千人(360千人)   | +5千人(33千人)<br>+15千人(375千人)   |                                | +18千人(33千人)<br>+150千人(375千人)    |  |
|                |                  | 達成度   | 300.0%<br>286.4%             | 150.0%<br>82.6%              | 350.0%<br>96.4%              | 250.0%<br>34.9%              |                                | 200.0%<br>77.7%                 |  |

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<br>具体的施策:(ウ)広域観光周遊ルートの形成<br>取組:①広域観光周遊ルートの形成 | 事業費 | 32,000千円 |
| 事業概要  |            |              |  |     |          |
| <p>1 プロモーション事業</p> <p>(1)観光・サイクリングPR事業<br/>観光パンフレット、サイクリングマップを作成し、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、観光情報や宿泊施設・体験メニュー予約システムのコンテンツを増やした。また、公式フェイスブック・インスタグラムにより、随時エリア内の最新情報を発信した。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・自転車イベントへの出展やサイクリング雑誌への取材協力により、しまなみ地域を広くPRした。</p> <p>(2)海外誘客促進事業<br/>台湾の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、せとうち観光推進機構と連携して海外の旅行会社のツアー造成、海外メディアの取材など現地視察の協力を行った。また、英語版フェイスブック、インスタグラムにより外国人向けの情報発信も行った。</p> <p>(3)マーケティング事業<br/>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の協力で販促キャンペーンを行った。しまなみ地域のブランド化を推進するための「しまなみブループロジェクト」商品開発事業では、「シャツ、タオルハンカチ、ポーチ、サコッシュのラインナップを充実した。また、観光分野の見識者を招聘して地方創生をテーマに観光セミナーを開催した。</p> <p>2 イベント事業<br/>しまなみ海道及びゆめしま海道を活用し、しまなみ・ゆめしまサイクリングフェス2019を開催した。</p> |            |              |  |     |          |
| 事業効果  |            |              |  |     |          |
| ウェブсайтやSNSによる積極的な情報発信により国内外への認知度が向上し、外国人観光客のさらなる誘客が図られた。また、サイクリングイベント開催によるサイクルツーリズムの推進や地域ブランディングの充実により、地域の魅力向上と交流人口拡大につながった。   |            |              |  |     |          |

評価及びそれを受けての市の方針

| 外部有識者による評価   | 議会からの意見                                       | 今後の方針、改善点など   |
|--|---|---|
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった<br/> <input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない</p> <p>(主な意見)<br/>           ・サイクリスト以外では、日本人の「しまなみ」認知度は実はまだまだ低い。非サイクリストへのPRに工夫が必要。<br/>           ・滞在型の観光行動をとるターゲット層(サイクリスト、インバウンド等)の集客に力点を置きたい。<br/>           ・インバウンドを含む、サイクリストへの誘客促進について、小グループや個人の来訪へ訴求するコンテンツづくりも必要。<br/>           ・外国人観光客だけでなく、日本人観光客も今治市を訪れるような仕組みづくりを考えることが必要。<br/>           ・近郊からの来訪者が日帰りで楽しめるイベントばかりでなく、必ず宿泊を伴うイベント開催を検討するなど、通過型から滞在型への転換へつながる事業面での強化が必要と思われる。<br/>           ・しまなみ食のブランディング&lt;海賊むすび&gt;に参加している今治市の団体、店舗が少ないように思う。地元の加盟店を増やして地域住民にもアピールし、誰もが気軽に購入できるようにしてほしい。<br/>           ・商品開発について、食に関しては、一過性に終わらず文化的背景を意識し、土産に関しては、ターゲットを意識しながら、地元の事業者等との連携の元に本物志向での取り組みを期待する。<br/>           ・しまなみDMOがリーダーシップをとり、域内のプレイヤーを育てる取り組みが必要。</p> | <p>KPI数値、特に観光消費額の算定方法を構成市町で統一できないか検討されたい。</p> | <p>しまなみ地域の持つ多様なコンテンツからターゲットごとの動向、好みを把握したうえで、①ターゲットに応じた情報発信を計画的に反復して行い、また、②コンテンツを磨き上げることで地域の魅力をさらに向上させ、観光入込客数の増加、滞在時間の延長、通過型観光から滞在型観光への転換へとつながるよう、新型コロナウイルス感染症等の外部要因を踏まえながら、適宜事業を見直しながら実施していく。<br/>           KPIの算定方法の構成市町での統一については、統計の考え方がそれぞれで異なるため、ハードルが高いが、構成市町で考え方を合わせるべく協議を進めていく。</p> |