

地域再生計画評価調査(地方創生推進交付金事業効果検証調査)

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2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 ()内は総数						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 (令和元年)	2020年 (令和2年)		最終年目標数値 2020年
目標1 観光消費額	53 億円	目標	+1億円(54億円)	+1億円(55億円)	+1億円(56億円)	+1億円(57億円)	+1億円(58億円)	+5億円(58億円)	目標1の観光消費額は昨年より20億円減少し38億円であった。 目標2の宿泊客数は昨年より154千人減少し319千人であった。 目標3の外国人観光客数は昨年より28千人減少し5千人であった。 今般の新型コロナウイルス感染症の発生・拡大により、多くの国において海外渡航の禁止など、世界的に旅行者の往来が制限され、インバウンドが減少したことと、国内においても旅行のキャンセルや予約控えが長期化したため、すべての目標値が未達となった。 最終年度目標においても、令和元年までは順調に目標数値を追っていたが、上記のとおり新型コロナウイルス感染症の拡大による最終年度の異常なまでの落ち込みによりどの目標も最終年度目標数値に届かない事態となっている。
		実績	+4億円(57億円)	+1億円(58億円)	▲4億円(54億円)	+4億円(58億円)	▲20億円(38億円)	▲15億円(38億円)	
		達成度	400.0%	100.0%	▲400.0%	400.0%	▲2,000.0%	▲300.0%	
目標2 宿泊客数	415 千人	目標	+16千人(431千人)	+17千人(448千人)	+17千人(465千人)	+17千人(482千人)	+17千人(499千人)	+84千人(499千人)	※KPI(数値目標)の評価について 地域再生計画(資料5-1、4ページ)におけるKPIは、共同申請した3市(今治市・尾道市・上島町)のKPIを合算した数値となっています。 本市のKPI検証においては、合算値のうち今治市単独の数値目標について、評価を実施します。
		実績	+53千人(468千人)	+5千人(473千人)	▲4千人(469千人)	+4千人(473千人)	▲154千人(319千人)	▲96千人(319千人)	
		達成度	331.3%	29.4%	▲23.5%	23.5%	▲905.9%	▲114.3%	
目標3 外国人観光客数	15 千人	目標	+1千人(16千人)	+2千人(18千人)	+2千人(20千人)	+2千人(22千人)	+2千人(24千人)	+9千人(24千人)	
		実績	+3千人(18千人)	+3千人(21千人)	+7千人(28千人)	+5千人(33千人)	▲28千人(5千人)	▲10千人(5千人)	
		達成度	300.0%	150.0%	350.0%	250.0%	▲1,400.0%	▲111.1%	

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	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 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。公式ホームページやSNSを活用し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すとともに、GOTOトラベルキャンペーンやコロナ禍が必要となる対策情報を発信した。また、公式フェイスブック・インスタグラムに加えて今期より公式Twitterも立ち上げ、最新情報を発信した。ツーリズムEXPOジャパン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、しまなみ海道の魅力あふれる情報発信を継続した。</p> <p>(2)海外誘客促進事業 台湾など東アジアをターゲットにしたデジタルマーケティングを進めることで、渡航が可能となればすぐにでも訪れたいと考えておられる海外来訪者の好奇心を維持継続することを目的にPRを進めた。また、日本好きのアジア人向けにデジタルマーケティング事業を展開するFun Japan Communications(以下FJ)と連携し、しまなみ海道の魅力をもっと日本好きの台湾人・香港人(FJの台湾・香港Facebookのフォロー)に対してライブ配信を実施。FJ社員がサイクリングをしながら、しまなみの風景、グルメ、アクティビティを自ら見て、食べて、体験する姿を撮影し、多々羅大橋をバックに大三島のWAKKAからライブ配信を行った。</p> <p>(3)マーケティング事業 本四高速網と連携した滞在型観光を促進するための「しまなみ絶景ウェディング」や、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、Tシャツ、タオルハンカチに加え、新商品ネックゲーター等のラインナップを充実した。また、アフターコロナ時代の観光をテーマにオンライン講演会を開催した。</p> <p>2 イベント事業 しまなみ海道及びゆめしま海道において、「サイクルゲイニング in しまなみ・ゆめしま海道」を開催。参加者は専用スマートフォンアプリ「Getterz」を活用し、約1か月という開催期間のなかで、エリア内に設定された241か所(うち村上海賊コースは40か所)のスポットを自由に巡ってポイントを競った。</p>					
事業効果					
ウェブサイトで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
<input checked="" type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効であった <input type="checkbox"/> 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない (主な意見) ・ウェブサイトや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ていることは評価できると思うが、一方でSNSのフォロワー数が伸び悩んでいるようにも思われるため、投稿内容の見直しなどが必要ではないか。また、それぞれのSNSが独立しており連携していないようなので、連動性を高めてはどうか。 ・新型コロナの収束が見通せない中であるが、インバウンド誘客については長期的な視野に立った体制づくりを継続してほしい。関係者の適切な連携を促すことで、潜在力が高い地域であることから、中四国の牽引都市としての存在感が創出されると思う。	特段の指摘なく了承された。	観光商品について、アフターコロナを見据えた企画開発を行い、インバウンドの回復に向けて、住民がインバウンドを受け入れることができるような配慮や、観光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、持続可能な観光への課題へ取り組んでいく。