

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	しまなみアートミュージアム魅力発信による誘客促進および地域活性化事業	地域再生事業の名称	しまなみアートミュージアム魅力発信による誘客促進および地域活性化事業	令和5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(上段は増加分、下段()内は総数)					達成度についての分析
				2023年 (令和5年)	2024年 (令和6年)	2025年 (令和7年)	最終年目標数値 2025年	
目標1	しまなみアートミュージアム(ミュージアム7館)の来館者数	52,208 人	目標	+2,500 人 (54,708 人)	+2,500 人 (57,208 人)	+3,000 人 (60,208 人)	+8,000 人 (60,208 人)	目標1および目標4については目標値(目標1:168.5% 目標4:215%)を大幅に達成することができた。 目標1については、目標2の島嶼部7館をめぐる「デジタルスタンプラリー」の運用を開始したことも、増加の要因となったと推察している。 デジタルスタンプラリーは、応募景品だけでなく、個数に応じて達成者全員が獲得できる景品を用意したことで、参加者数が増加したと推察している。各館の魅力、イベント等とあわせてPRをすることで、今後も増加が見込めるのではないかと考えている。 目標3については、絵本、クリアファイル2種、ポストカード5種、キーホルダー2種、LINEスタンプの計11種類を販売した。
			実績	+39,997 人 (92,205 人)	人 (人)	人 (人)	人 (人)	
			達成度	168.5%				
目標2	デジタルスタンプラリー利用者数	0 人	目標	+250 人 (250 人)	+250 人 (500 人)	+300 人 (800 人)	+800 人 (800 人)	
			実績	+356 人 (356 人)	人 (人)	人 (人)	人 (人)	
			達成度	142.4%				
目標3	村上海賊PRキャラクターを用いた商品開発数	0 種類	目標	+5 種類 (5 種類)	+5 種類 (10 種類)	+10 種類 (20 種類)	+60 種類 (60 種類)	
			実績	+11 種類 (11 種類)	種類 種類	種類 種類	種類 種類	
			達成度	220%				
目標4	地域の観光入込客数	1,212 千人	目標	+20 千人 (1,232 千人)	+22 千人 (1,254 千人)	+24 千人 (1,278 千人)	+66 千人 (1,278 千人)	
			実績	+1,437 千人 (2,649 千人)	千人 千人	千人 千人	千人 千人	
			達成度	215%				

評価年度において実施した事業

事業名	しまなみアートミュージアム魅力発信による誘客促進 および地域活性化事業	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形成 取組:①広域観光周遊ルート形成	事業費	7,039千円
事業概要					
①キャラクターコンテンツ価値の最大化 今治市大島出身のアニメーション作家である矢野ほなみ氏制作の村上海賊PRキャラクターを用いた作品として、絵本やLINE スタンプ企画・開発をおこない、コンテンツ価値を高めたうえで、さらにキャラクターグッズの企画・開発を拡大し、国内外市場に展開することで目覚めを図る。 ②しまなみアートミュージアムデジタルスタンプラリーの制作 しまなみアートミュージアムを巡るデジタルスタンプラリーを制作し、ゲーム性とインセンティブを付加することによって、各ミュージアムを周遊しながら来訪する動機付けをおこなう。 ③しまなみアートミュージアムFAM ツアーによる課題抽出と解決 観光旅行事業者等を招聘し1泊2日で巡るFAM ツアーを実施する。しまなみアートミュージアムおよび周辺の観光スポットについて、コンテンツ本来が持つ魅力とWEB サイト、VR、デジタルスタンプラリーなどを活用した状況について、多角的な視点によってコンテンツの持つ本質的な魅力掘り起こしと誘客・受け入れ態勢に対しての課題点を抽出してもらい、解決を図っていく。 ④で村上海賊PRキャラクターのコンテンツ力を強化し、効果的な情報発信により注目度を高めることによって、②③で連動するしまなみアートミュージアム全体に波及効果をもたらす。国内外からの誘客をいっそう促進し、地域に賑わいの創出と交流人口の拡大に繋げていく。					
事業効果					
①キャラクターコンテンツ価値の最大化 村上海賊PRキャラクターを用いた商品開発数については、絵本、クリアファイル2種、ポストカード5種、キーホルダー2種、LINEスタンプの11種類となっている。 令和5年度はPRキャラクターの着ぐるみ製作や広報番組オープニング、各種パンフレット、イベントなど様々なところで活用された。 ②しまなみアートミュージアムデジタルスタンプラリーの制作 令和5年10月より開始した、しまなみアートミュージアム(ミュージアム7館)デジタルスタンプラリーの利用者数は、356名となった。 令和5年度の最終的なしまなみアートミュージアム(ミュージアム7館)の来館者数は92,205名となり、本デジタルスタンプラリーが目標達成にも貢献することができた。特にデジタルスタンプラリー開催期間中(10月～3月)の来館者数は前年比103.4%となった。 ③しまなみアートミュージアムFAMツアーによる課題抽出と解決 令和6年1月、観光旅行事業者等を対象としたFAMツアーを実施。体験型コンテンツが豊富であることに対し高評価をいただいた一方、撮影禁止制限の緩和、各施設の受け入れ態勢等、課題も見えてきた。					

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
☒ 総合戦略のKPI達成に有効であった ☐ 総合戦略のKPI達成に有効とは言えない (主な意見) 今後新しいPRキャラクターなどについて磨きをかけていくために、地元出身のアニメーターなど積極的に活用してもらいたい。		特段の指摘なく了承された。	目標1、2、4を達成する為に、国内外の文化振興イベントでしまなみアートミュージアムで製作したコンテンツ(村上海賊VR、デジタルスタンプラリー、オンライン謎解きツアーホームページ)や島嶼部を中心とした今治市内ミュージアムの魅力を紹介し、SNSを活用した情報発信を行いながら、魅力発信向上に努める。目標3を達成する為に、村上海賊PRキャラクターコンテンツである絵本を活用してキャラクター価値をさらに高め、民間事業者と連携してグッズ展開を進めていく。FAMツアーで抽出した課題を改善して受入環境を整え、国内外からの誘客をいっそう促進し、地域に賑わいの創出と交流人口の拡大に繋げていく。