

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6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(しまなみアートミュージアム来館者数)は、前年の大幅な増加の反動を受け、達成率は-32.2%にとどまり、目標未達となった。設定した単年度目標には届かず、今後もイベントとの連動やPR強化が課題である。
		実績	+39,997 人 (92,205 人)	△805 人 (91,400 人)	△3,788 人 (87,612 人)	+35,404 人 (87,612 人)	
		達成度	1,599.9% (168.5%)	△32.2% (159.8%)	△126.3% (145.5%)	442.6% (145.5%)	
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)	目標2(デジタルスタンプラリー利用者数)は、累計利用者数は507人に達し、最終年目標を上回ったものの、単年度目標の達成率は60.4%にとどまった。周知方法や企画内容の工夫が次年度の課題である。
		実績	+356 人 (356 人)	+151 人 (507 人)	+31 人 (538 人)	+538 人 (538 人)	
		達成度	142.4% (142.4%)	60.4% (101.4%)	10.3% (67.3%)	67.3% (67.3%)	
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)	+20 種類 (20 種類)	目標3(キャラクター商品開発数)は、1種類追加にとどまり、達成率20.0%。新商品の展開強化が求められる。
		実績	+11 種類 (11 種類)	+1 種類 (12 種類)	+5 種類 (17 種類)	+17 種類 (17 種類)	
		達成度	220.0% (220.0%)	20.0% (120.0%)	50.0% (85.0%)	85.0% (85.0%)	
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)	総じて、観光客数は好調を維持した一方、施設誘客やデジタルグッズ分野では課題が残る結果となった。
		実績	+1,437 千人 (2,649 千人)	+28 千人 (2,677 千人)	+85 千人 (2,762 千人)	+1,550 千人 (2,762 千人)	
		達成度	7,185.0% (215.0%)	127.3% (213.5%)	354.2% (216.1%)	2,348.5% (216.1%)	

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	4,694千円
事業概要	<p>村上海賊PRキャラクターの情報発信力向上を目的に、令和5年度に制作したPR用絵本『タイ長とピグと雲の上の村上海賊』の英語版(1,000部)を制作し、多言語対応することで発信力を強化した。</p> <p>あわせて、PR TIMESでのプレスリリース発信、オンラインショップや村上海賊ミュージアム等を通じて、市内外での販路を確保した。</p>				
事業効果	<p>英語版絵本の制作により、市外や国外に向けた情報発信の幅が広がり、キャラクターと地域の魅力の浸透に弾みがついた。</p> <p>販路の確保に加え、PR TIMESによる全国発信、広報番組やパンフレット等での露出増加により、キャラクターの認知度が一層向上。観光客の関心喚起や地域ブランド力の向上にも寄与した。</p> <p>さらに、こうしたキャラクターの活用による発信強化は、「しまなみアートミュージアム」全体への来館促進を促すとともに、地域経済の活性化や交流人口の拡大にも寄与するなど、一定の成果を上げた。</p>				

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) 今後の方針のとおり事業を進めることで承した。	特段の指摘なく承された。	施設誘客・周遊促進(目標1・2・4) 国内外イベントやSNS等を通じて、VR、スタンプラリー、謎解きWebなどのデジタルコンテンツのPRを強化し、来館の動機づけを高める。加えて、イベント連動企画の実施や景品の見直し、効果的な情報発信により参加促進を図る。 また、「しまなみアートミュージアム」の魅力を短時間で伝えるPR動画を新たに制作・展開し、認知拡大と周遊促進をさらに推進する。 キャラクター商品開発(目標3) 新商品の開発・展開を促進。民間事業者との連携体制を強化し、製造・販売のスピードとバリエーションを拡大する。