

橋本創生総合戦略 事業評価シート

事業名	高野山麓ツーリズムビューローDMO推進事業						
評価対象年度	令和3年度		橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標1 とともに創る 産業の振興と雇用を創出し定住できるまち			
事業実施年度	平成29年11月～令和3年度						
事業の目的	地域観光戦略の一体的推進に向けた中核的な役割を担う観光プラットフォームとなるDMOを設立することで、地域における観光施設やイベントなどの情報を一元的に発信し、観光客への利便性を向上させるとともに、地域が持つ魅力を磨き上げ、旅行商品化し販売することで、地域内での滞在時間及び日数の増加を図り、国内外からの観光客を継続的・安定的に呼び込み、エリア内の宿泊施設や観光関連事業者はもとより、食品・流通などの幅広い事業者の収入増加を目指す。旅行商品の販売による収益と会費収入による自主運営が出来る状況を目指す。さらなる観光客の誘客と地域内消費額の増加をめざし次期戦略を策定する。						
事業の内容	●広域の関係団体との連携強化を図り、観光・交流産業の発展に向けてのPR活動や誘客活動を推進し、新たな観光プログラムの開発に取り組む						
KPI(成果をはかる指標)	設定したKPI	①観光入込客数 ②宿泊者数 ③一人当たりの平均域内旅行消費額 ④EC販売およびネット販売等DMO会員の販売実績額					
	開始時値(H29.4)	目標値(R4.3末) ( )内は増加分	実績値(R4.3末) ( )内は増加分累計	達成状況 (増加目標に対して)	事業終了時の目標値 ( )内は増加分		
	①2,509,213人 ②114,583人 ③8,209円 ④設定無し	①3,086,333人 (577,120) ②140,936人(26,353) ③9,849円(1,640) ④9,000千円(9,000)	①2,217,915人(▲ 291,298) ②86,214人(▲28,369) ③12,428円(2,579) ④1,878千円(1,878)	①達成は5割未満 ②達成は5割未満 ③達成 ④達成は5割未満	①3,086,333人 (577,120) ②140,936人(26,353) ③9,849円(1,640) ④9,000千円(9,000)		
事業計画額	項目		金額(円)		事業実績額		
	1	地域活性化事業委託	2,300,000			① 地域活性化事業委託	1,828,528
	2	観光案内及び地域特産品販売促進事業委託	5,900,000			② 観光案内及び地域特産品販売促進事業委託	5,900,000
	3	観光プロモーション等事業委託	4,500,000			③ 観光プロモーション等事業委託	4,499,999
	4	観光客動態・ニーズ調査委託	2,100,000			④ 観光客動態・ニーズ調査委託	2,100,000
	5	広域観光促進にかかる負担金	100,000			⑤ 広域観光促進にかかる負担金	100,000
	交付決定額計		14,900,000			実績額計	14,428,527

橋本創生総合戦略 事業評価シート

事業名	高野山麓ツーリズムビューローDMO推進事業			
評価対象年度	令和3年度	橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標1 とともに創る 産業の振興と雇用を創出し定住できるまち	
事業実施年度	平成29年11月～令和3年度			
事業の実績	事業名	実績概要	評価	
	1	地域活性化事業委託	<ul style="list-style-type: none"> <li>・世界遺産高野山麓おもしろまち体験のPR</li> <li>・県民向けにはわかやまりフレッシュプランを活用した体験と食事のPR</li> <li>・周遊コンテンツの磨き上げとして橋本満喫E-bikeモニターツアーを実施</li> </ul> <p>【実績】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・教育旅行8校452名</li> <li>・わかやまりフレッシュプランの高野山麓の魅力発見特別プラン(22店舗)の利用人数、延べ7,725名</li> <li>・橋本カントリークラブでのゴルフ・お食事・お土産プランの利用人数、延べ172名</li> <li>・橋本市での観光コンテンツの磨き上げとして食事とセットの日帰り体験プランの利用人数64名</li> </ul>	3
	2	観光案内及び地域特産品販売促進事業委託	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光案内所での地場産品販売実績: 730,049円 (紀の国わかやま文化祭でのPR販売もあり97,765円増となる。)</li> <li>・EC又はチラシによる地場産品や柿のPRによる販売実績: 1,877,167円</li> <li>・橋本駅前の観光案内所来訪者数: 2,812人 (コロナ禍の中ではあったが行動制限緩和期間による訪問者が増え、昨年度より334人増となる。)</li> <li>・観光施設等の情報発信として「はしもと広域観光案内所」名のFacebookおよびTwitterアカウントで3回/週以上の情報発信を行っている。</li> </ul>	3
	3	観光プロモーション等事業委託	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市及び高野山麓地域の認知度向上、来訪需要の喚起により誘客、域内消費の増加に繋げるため、高野山等に来訪しようとする観光客に対し山麓地域のプロモーション活動</li> <li>・ホームページ、ECサイト及びSNSによる情報発信とともに、観光体験コンテンツの動画を制作、世界遺産高野山麓おもしろまち体験による旅行会社へのプロモーションを実施</li> <li>・サイクリングコース等を活用した観光PRマップの作成</li> <li>・コロナ禍の人流抑制の中、観光入込客数は平成29年度比減であるが、教育旅行については、令和2年度から始めたプロモーションにより関西圏及び県内からの誘客が平成29年度の0から8校452名となった</li> <li>・県と連携したメディア、旅行会社へのプロモーションでは神戸市、滋賀県、京都・大阪市の3回参加し、4社が体験コンテンツに興味を示した</li> <li>・ホームページECサイト及びSNS情報発信では、販売サイトのアクセス数は約10,000PVと目標の1,000PVを超えている</li> </ul>	3
	4	観光客動態・ニーズ調査委託	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本市を訪れる観光客に対しその来訪目的、予算などをアンケート調査やモバイル調査を活用し旅行指向や来訪意向度を検証し旅行商品を造成する。</li> <li>橋本市及びかつらぎ町を訪れた観光客に調査実施</li> <li>①アンケート票およびQRコード付きウェブ上調査(8月から12月まで) 観光施設14か所、宿泊施設10か所、キャンプ施設4か所で調査を実施。</li> <li>調査内容: 訪れた場所、旅行消費額、旅行満足度、移手段等</li> <li>②モバイルデータ調査</li> <li>NTTドコモのモバイルデータを利用し、8月1日～31日、10月15日～11月14日の2期間、通勤通学以外で指定した1km四方のエリアに1時間以上滞在した携帯電話端末のデータを計測</li> <li>【結果】</li> <li>・日帰り客一人当たりの平均域内旅行消費額4,300円(令和2年度比76円減)</li> <li>・宿泊客一人当たりの平均域内旅行消費額20,556円(令和2年度比1,943円)</li> <li>・来訪者満足度93.4%(目標比8.5%プラス)</li> <li>・リピーター率74.7%(目標比7.7%プラス)</li> <li>その他周遊に関するデータを把握</li> </ul>	3
5	広域観光促進にかかる負担金			

橋本創生総合戦略 事業評価シート

事業名	高野山麓ツーリズムビューローDMO推進事業		
評価対象年度	令和3年度	橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標1 とともに創る 産業の振興と雇用を創出し定住できるまち
事業実施年度	平成29年11月～令和3年度		
事業の効果 についての 評価	評価	評価理由	
	<b>3 本事業は地方創生に効果があった</b>	達成したKPIは一部であったが、新型コロナウイルス感染症に対応したコンテンツの開発やリフレッシュプラン等の活用により、地方創生に一定の効果があったと考える。	
必要性につ いての評価	評価	評価理由	
	<b>2 見直し・改善して実施</b>	開発したコンテンツの情報発信やターゲット設定について、今後さらにブラッシュアップすることが必要と考える。また新型コロナウイルス感染症との共生等も見据えた戦略を検討していく必要がある。	
目標 (KPI) 達成・未達 成の要因	達成状況	達成・未達成の要因分析	
	①達成は5割未満 ②達成は5割未満 ③達成 ④達成は5割未満	①DMOによる地域資源を活用した体験コンテンツとして修学旅行の誘致および橋本市の魅力発見としての商品を造成し、sns等で観光プロモーションを行ったことで、一定の観光入込客数の確保を図ることが出来たが、新型コロナウイルス感染症の影響で目標達成には至らなかった。 ②KPIは達成できなかったがgotoキャンペーン、県民リフレッシュプラン等の実施、高野山等に来訪しようとする観光客に対し山麓地域のプロモーション活動などにより、前年度より増加となっている。 ③一人当たりの平均域内旅行消費額については、目標を達成しており、宿泊客、日帰り客ともに過去の金額を上回った。本事業のみによる効果であるかどうかはわからないが、宿泊客が増加していることは一つの要因と思われる。 ④EC販売サイトの構築が完了し、稼働は開始したがDMO単体ではKPIの目標値には至らず。会員企業の集計を取っていない為、詳細がわからない。	
今後の取 り組み	<p>①観光交流人口を増やす機会を増やし、産品販売や飲食を含め経済の活性化を促進する。また観光地域づくりとして地元事業者及び住民向けにセミナーやワークショップを開催し、商品やサービスの情報発信を効果的に行い、地域の愛着と醸成に繋げていく。</p> <p>②まち歩き周遊コースの案内、イベント情報、宿泊施設、食事場所、本市へのアクセスとなる南海鉄道やJR和歌山線に関わる情報等を発信することで人を呼び込む。一方来訪者のリピーター確保のため、定番となるような地域らしいお土産や産品の購入情報を多く提供する。</p> <p>③県との共同プロモーションで興味を示した旅行会社へプラン提案を行い、体験観光を実施する。また、次年度以降の候補として、県の観光担当を通じ、教育旅行の体験観光の提案を行っていく。 事業者向けのSNSセミナーと、商品撮影講習会を開催する。 動画を主要な交通機関や首都圏の旅行会社が集まるレセプションで配信し、体験コンテンツ、地場産品の認知度向上に繋げる。 周辺地域と連携し、地域コンテンツを多面的に繋ぎ、観光交流による周遊を促す取り組みを検討する。</p> <p>④観光客数の減少が不可避な状況にあって、消費単価の向上による域内旅行消費額の増が重要となる。観光客の満足度を高いレベルで維持する為、観光資源のブラッシュアップとともに魅力の情報発信を強化する。</p>		
担当課	シティセールス推進課		

●事業効果についての評価

- 1 本事業は地方創生に非常に効果的であった
- 2 本事業は地方創生に相当程度効果があった
- 3 本事業は地方創生に効果があった
- 4 本事業は地方創生に対して効果がなかった

## 橋本創生総合戦略 外部評価シート

事業名	高野山麓ツーリズムビューローDMO推進事業
①事業の評価 (1か2に○を付けてください)	1 事業が総合戦略に掲げるKPI(重要業績評価指標)の達成に有効であった
	<input checked="" type="radio"/> 2 事業が総合戦略に掲げるKPI(重要業績評価指標)の達成に有効とは言えない
②評価の理由・意見	<p>事業が総合戦略に掲げるKPI(重要業績評価指標)の達成に有効とは言えない。</p> <p>4項目中1項目のみのKPI達成であり、加えて残り3項目が目標値の5割に満たない実績となっていることや、市との連携がうまく取れていないなど、DMOが十分機能しているとは言えず、事業が総合戦略に掲げるKPIの達成に有効とは言えないと評価する。</p>
③今後の方針 (ア～エのいずれかに○を付けてください)	ア 事業を更に発展・拡大させるべきである
	<input checked="" type="radio"/> イ 事業内容の見直し(改善)が必要である
	ウ 特に見直しの必要はなく、このまま継続すべきである
	エ 事業を中止すべきである
④③の理由	<p>市とDMOの連携が取れていないことが明確であり、個々の事業に関してコロナでできなかったという話で終わらせるのではなく、それを踏まえて今後何を見据えてどう動くのかという議論を行っていくべきである。</p> <p>またターゲットやツールを絞り切れていないPR方法となっており、情報発信力が弱いため、SNS等に強みのある若者を登用するなど、人的資源等の支援を市側主導で行っていくように改善すべきである。</p>