

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	令和元年度	橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標Ⅱ 橋本市への新しい人の流れをつくる				
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。						
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					
	現状値(H29.4)	目標値(R2.3末)	実績値(R2.3末)	達成状況	備考		
	①2,509,213人 ②114,583人 ③8,209円 ④設定無し	①2,835,411人 ②129,478人 ③9,029円 ④1,800千円	①2,791,127人 ②100,476人 ③10,451円 ④0千円	①7割以上達成 ②達成は5割未満 ③達成 ④達成は5割未満			
事業計画額	項目	金額(円)	事業実績額	項目	金額(円)		
	1	地域活性化事業委託		2,300,000	①	地域活性化事業委託	2,342,593
	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	6,009,259
	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	4,583,333
	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	2,099,944
	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		15,135,129

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	令和元年度	橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標Ⅱ 橋本市への新しい人の流れをつくる	
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"> ・橋本駅前イベント広場にて、地域の方に来ていただける交流のイベントとして地元事業者(10事業者)による夜店を地域団体と連携し実施し、300名の来場者数となった。 ・高野口駅周辺への降車を誘導し、周遊促進と認知度向上、消費の増加を図るため、地元の団体とデバ祭コラボレーションを実施し、1000人の来場者数となった。 ・橋本駅、高野口駅の両駅を中心に半径2km以内の観光資源を題材としてクイズ形式のスタンプラリーを実施し地元特産品等を活用した景品にすることで地元の特産品の認知度向上、消費促進に繋げた。また、南海電鉄が発行しているフリーペーパーに広告を出稿し、集客、周遊促進を図った。 		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"> ・橋本駅を活用した橋本ちょこっとウォークとして、9コース(うち1つ英語表記)策定 橋本駅前にある、はしもと広域観光案内所において、常時1名以上の職員を配置し、電話対応、観光案内、物販の販売を実施。また、大型イベントに参加することで地元特産品等の販売やPRを行った。 ※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、案内所での来場者が削減。 		3
	3 観光プロモーション等事業委託	<ul style="list-style-type: none"> ・令和元年5月「ヘラブナ釣り」と紀州ヘラブナの町橋本」として、インバウンドカテゴリとしてクールジャパンアワード2019を受賞した。また、ニューヨークやパリにおける展示等プロモーションのほか、160ヶ国・地域の配信網を有するNHK WORLDで特集が配信された。 ・中国・韓国及び北米のヘラブナ釣り関係団体や愛好家にファミトリップを実施。 ・本市の特産品である柿をつかった商品を地元生産者と連携し広告宣伝を実施 ・関西圏のファミリー層に玉川峡の四季を感じていただきたくため、自然体験を通じて情報発信を行うために地元宿泊事業者と連携し動画等を作成した。 ・万葉集、戦国時代などの歴史や世界かんがい施設遺産を活用した旅行商品の造成による地元関係団体等と連携を行う。 		3
	4 観光客動態・ニーズ調査委託	<ul style="list-style-type: none"> ・橋本市及びかつらぎ町を訪れた観光客に調査実施(聞き取りアンケート) 夏季(7月-9月)秋季(10月-12月)に分けて調査。サンプル数:464 調査内容:訪れた場所、旅行消費額、旅行満足度、移動手段等 ・20問程度の調査により観光客の動向やニーズを調査した。 対面聞き取り調査として、やっちゃん広場や丹生都比神社で実施 留置き調査として、道の駅、ゆの里などの宿泊施設等で実施 ・インバウンド向け調査として市内民泊事業者や観光農園で実施 		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	令和元年度	橋本創生総合戦略 該当箇所	基本目標Ⅱ 橋本市への新しい人の流れをつくる
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	
	3 本事業は地方創生に効果があった	本事業そのもののKPIについては大半が未達成ではあったが、本市が策定した橋本創生総合戦略におけるKPIである観光入込客数や駅前イベント観客数について達成をしており、本事業は地方創生に効果があったものとする。	
必要性につ いての評価	評価	評価理由	
	2 見直し・改善して実施	本事業は主に誘客を目的としていることから、今般の新型コロナウイルス感染症の影響が大きい。そのため、新しい生活様式に合わせた観光客へのアプローチやイベント等の実施を検討していく必要があるため見直し・改善して実施と評価した。	
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	
	①7割以上達成 ②達成は5割未満 ③達成 ④達成は5割未満	①DMOによる地域資源を用いた旅行商品の造成・ツアーの実施や地域団体との連携イベントの実施により、一定の観光入込客数の増加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もあり、目標の達成には至らなかった。 ②一定の観光入込客数があるにもかかわらず、宿泊者数が減少している。その要因としては、新型コロナウイルス感染症が話題となる以前から外国人宿泊客数が急減していることや、2度以上訪問している観光客のほとんどが日帰りとなっていることが本事業で実施している調査によりうかがえる。 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。しかし、本事業のみによる効果であるかどうかを確かめることはできていない。 ④EC販売およびネット販売等DMO会員の販売実績額については事業の実施がなかったためKPIの達成に至らなかった。	
今後の取 組み	<ul style="list-style-type: none"> ・地域団体との連携イベントに参加し、特産品などの商品販売実績を伸ばす手段として有効であるが、あくまで一過性での売上であると考えられるため、地元事業者にお金が落ちるよう販売促進に繋げる仕組み・体制づくりが必要である。また、クイズ形式でのスタンプラリーについても、一過性の仕掛けであるため、内容、連携する事業者、情報発信するターゲットの明確化し、周遊促進に繋げる必要がある。 ・橋本ちよこつとウォークは、橋本駅を活用したコースができていますので、外国人対応のために、コース全部を英語表記にし、滞在時間の増加、外国人の増加に繋げる。また、英語表記をSNSやHPなどで情報発信を行い活用する。 ・今年度の販売実績は、ねんりんピックなどの大型イベントがあったために売り上げが増加している。来年度から収益が見込めるイベントに参加し、情報発信や販売実績を上げるための取組が必要である。 ・クールジャパンアワードでの受賞を受けインバウンドに効果的な情報発信が行われたので、今後、紀州へら竿の町橋本として売り出すために、ターゲットとなる国、年齢層などを検証し旅行商品の造成を行う必要がある。 ・世界かんがい施設遺産や紀州へら竿、動画など、観光局等で受賞した旅行商品を活用し誘客、知名度向上、消費促進等を行う仕掛けづくり、販路開拓を進める必要がある。 ・新型コロナウイルス感染症の影響もあるので、情報発信方法、施策など検討する。 ・調査データに基づき、ターゲットの明確化を行い、観光プロモーション施策での立案に反映する必要がある。 ・また、調査時期、場所、内容等を検討するほか、SNS等の媒体を活用したアンケートの実施方法も検討する必要がある。 ・アンケートを実施する場合、新型コロナウイルス感染症対策も考慮する。 		
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

事業名	高野山麓ソ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)	<input checked="" type="radio"/> 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 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>・事業そのもののKPIの達成には至らなかったが、総合戦略に掲げるKPIの達成にはある面で有効であったのではないかと判断したい。</p> <p>・最終年度に向けた効果に期待をして、また、事業が地方創生に対して効果があったと評価されていることも考慮して有効であったと判断したい。</p>
③今後の方針 (ア～エのいずれかに○を付けてください)	<input type="radio"/> 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 <input type="radio"/> ウ 特に見直しの必要はなく、このまま継続すべきである <input type="radio"/> エ 事業を中止すべきである
④③の理由	<p>・アフター、ウィズコロナの時代を先取りした項目を再検討していただきたい。</p> <p>・コロナ禍の中でインターネットやSNSの進展もあるので、観光PRについても質の高いものをしっかりと作りこんでおく作業をしておくといいのではないか。</p> <p>・動画等のプロモーションを行うのであれば、物にフォーカスを当てるのではなく、人やストーリーにフォーカスを当てるように注意する事。</p> <p>・イベントの開催については、オンラインを活用するとか、外向けの広報ばかりではなく、地元を軸足を置いた事業を行うなど、地元の組織作りに力を注いでおくことが必要ではないか。</p>