

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2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。						
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(R3.3末) ()内は増加分	実績値(R3.3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	①2,960,872人 (451,659) ②135,207人 ③9,439円 ④5,400千円	①2,218,419人(▲ 290,794) ②78,383人(▲36,200) ③11,494円(3,285) ④0千円(0)	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	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	2,299,999
	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	2,061,860
	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		14,861,858

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2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	①地域資源を活用したコンテンツ体験と魅力の発信(イベント) ワンコインで体験! 知らなかった橋本市の魅力を発見: 8回 ワンコインで体験! 知らなかった高野山麓の魅力を発見: 5回 13回実施 コンテンツ体験メニュー(老舗和菓子づくり体験、紀州ヘラブナ釣り体験、伝統産業再織体験、柿の葉寿司づくり体験、ぬいぐるみ体験など8種類造成) 開催期間: ; 令和2年11月～令和3年3月までの期間 参加者: 250名 ②地域の稼ぐ力を引き出すためのビジョン及び戦略等 ③観光庁、JNTO等観光関連機関へのセミナー参加による情報収集	3
	2	観光案内及び地域特産品販売促進事業委託	①地場製品の販売促進 案内所での販売実績: 632,284円/年 ②観光客の誘致促進 パンフレット類の送付、電話対応等 橋本駅前観光案内所において、観光情報等の発信を行う 観光案内所来訪者数: 2,478人(うち外国人: 1人) 電話問い合わせ: 431件 ③観光施設等の広告宣伝 フリーペーパーやWEBサイト等による情報発信 ④観光スポット等の情報収集 来訪者情報、報道等での情報収集 ⑤橋本駅前電光掲示板の管理及び情報発信 橋本駅前での情報発信 ⑥展示資料館の管理	3
	3	観光プロモーション等事業委託	①HP及びSNS等での発信 高野山麓の魅力を発信する フォロワー数: フェイスブック: 331 インスタ: 1151 ②修学旅行の誘致 修学旅行の体験コンテンツとして地元の事業者と連携し9プランを造成。教育委員会及び旅行会社へ体験コンテンツとしてのプロモーションを実施した。 9月から12月にかけて県内3中学校(みなべ、田辺、高野口)県外2高校(大阪、兵庫)に対しヘラブナ体験等を実施 ③やる気観光地魅力アップセミナー ・コロナ収束後に備えたインバウンドセミナーの実施 講師: 観光庁認定、観光まちづくりプロデューサーなど 参加者40名(観光、宿泊、製造、飲食、農業、観光行政等) ④ファムツアー 11月に3回にわけて観光カリスマ、インバウンド推進事業部、イタリア人などに対して伝統的工芸品のへら竿実演見学、ぬいぐるみ体験や高野口まち歩きツアーとして歴史的建造物の文化体験等を実施 ⑤体験コンテンツのプロモーション動画作成	3
	4	観光客動態・ニーズ調査委託	①橋本市及びかつらぎ町を訪れた観光客に調査実施 (留置き調査およびインターネット調査) 8月から12月までの期間での調査。 サンプル数: 563件(インターネット調査含む) 在日外国人向けインターネット調査サンプル数: 104件 調査内容: 訪れた場所、旅行消費額、旅行満足度、移動手段等 ②留置き調査 ③インターネット調査(観光施設、宿泊施設インバウンド: 在日外国人)	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2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	
	3 本事業は地方創生に効果があった	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の影響がある中で、新しい生活様式に対応したコンテンツを開発することで、地方創生に一定の効果があった考える。	
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	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、今後新型コロナウイルス感染症が収束した時期を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、ファミツアーやsns等およびyou tubeでの動画配信など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。 ②gotoキャンペーン、県民リフレッシュプラン等の実施により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の影響が非常に大きい。 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販売サイトの構築が完了したが実際の売り上げは令和3年度に入ってからであったため実績なしとなっている。	
今後の取 り組み	①各々の体験コンテンツについて高い評価を得たことから次年度も体験コンテンツ商品を軸に旅行会社や教育委員会などに売り出すとともに、ターゲットを明確にしWEBやSNS等による広報や動画などを活用した情報発信を行い本市へ知名度向上を図る取り組みを行う。また、魅力的な体験コンテンツとしての商品造成を行ううえで引き続き地場産業事業者、飲食事業者、宿泊事業者等と連携を図り、様々な観光ニーズに答えるために商品を増やす取り組みを行うことが必要。 ②宿泊者増加に繋げるよう報道や観光庁、県などのHP等で観光施策(プラン)について情報収集を行うとともにターゲットを明確化して宿泊プラン等の旅行商品をDMOや地元事業者、宿泊事業者と連携し旅行会社などに情報発信を行う ③域内旅行消費額の調査について、時期、内容、場所やデータ収集の方法等を検討し検証する ④EC販売サイトが構築できたので、サイトに訪れてくれる人を増やすためにインスタグラマーなどの人物と連携し情報発信することで魅力を拡散していく。また、EC販売サイトの利便性向上として域内消費額を増加するため引き続き地場産業事業者等と連携して新規の販売事業者を増やす必要がある		
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

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)	<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>コロナ禍の中においても、事業内容を見直し取組みを進めており、KPIの1つを達成したことから、事業が総合戦略に掲げるKPIの達成に有効であったと評価する。</p> <p>ただし、観光動態・ニーズ調査を十分に活用できておらず、しっかりとした分析ができていないのではないか。</p> <p>また、プロモーションを行うターゲットについても明確にはなっていないと考える。</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>本事業はDMOの自立化をめざしているとのことだが、単独で自立化するというのは明らかに無理であると判断するので、登録DMOになったからといって行政が何もしなくてもいいというわけではないところに注意が必要である。</p> <p>アンケート調査についても分析的、選択的になっているのかという見直しが必要である。</p> <p>また、これまでの事業を振り返っても、事業を回すことに精一杯で、人材育成が不足していると考えるので今後さらなる担い手の確保が必要であると判断する。</p> <p>今後は将来を見据え、地域から人を育てるという視点をもって事業を実施すること。</p> <p>なお、本事業の見直し内容の反映については、本事業内だけでなく、総合計画等にも反映する形での検討を行う必要があると考える。</p>