

橋本創生総合戦略 事業評価シート(総事業費ベース)

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	平成30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～平成30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(H28.4)	目標値(H31.3末)	実績値(H31.3末)	達成状況	備考		
	①2,509,213人 ②114,583人 ③設定無し ④設定無し	①2,709,950人 ②123,749人 ③8,619円 ④600千円	①2,837,368人 ②108,727人 ③10,102円 ④0千円	①達成 ②未達成 ③達成 ④未達成			
予算(計画)	項目		予算金額(円)		決算(実績)		
	1	地域活性化事業委託	2,300,000			① 市内各地域で集客イベントの実施	2,300,000
						② 地元農産品の軽トラによる出張販売	
						③ 集客プロモーション実施	
	2	観光案内及び地域特産品販売促進事業委託	5,900,000			④ DMO近隣エリア内での観光・イベント情報提供・案内	5,900,000
						⑤ 地域特産品の販売促進及び商品管理	
						⑥ 大型ショッピングモール等での出張販売	
	3	観光プロモーション等事業委託	3,500,000			⑦ 地域特産品の開発にかかる調査・支援	3,500,000
			⑧ 着地方観光商品の企画・宣伝				
4	観光客動態・ニーズ調査委託	2,100,000		⑨ 地域内の伝統郷土料理などの調査および商品化のための磨き上げ	2,099,978		
				⑩ 事業評価およびニーズ調査・満足度調査			
5	広域観光促進にかかる負担金	100,000		⑪ 会の運営に参画する為の費用	100,000		
総事業費額計		13,900,000		総支出額計	13,899,978		

	事業名		実績概要	評価
	事業の実績	1	地域活性化事業委託	・駅前にぎわいパフォーマンス (5、6月実施、7月は台風のため中止) 橋本駅前にて歌やダンスのパフォーマンスの披露。 合わせて軽トラ朝市を開催。新鮮な野菜を販売 9月には18時から模擬店を開催。9店が出店。 ・橋本駅構内にて物産販売(11月～2月 計9回) 柿をはじめと地域特産品を販売。
2		観光案内及び地域特産品販売促進事業委託	橋本駅前の観光案内所において、観光案内及び特産品の販売を行った。また、フェイスブック等を通じて観光情報を発信した。 観光案内所来訪者数:4,055人(うち外国人330人) 電話問い合わせ:494件 桜まつりやサマーボール等のイベントに出張販売を行った。 物販の実績は年間1,630,814円	3
3		観光プロモーション等事業委託	①橋本市の観光資源にかかる広告の出稿(4メディア(SNS含む))及び閑空等でのプロモーションに参加。 ②橋本市の観光資源等を活用した着地型旅行商品の催行: 1商品 ③教育、研修旅行の企画調整:2団体(海外) ④誘客促進事業の実現可能性調査:1か所 ⑤地域資源の観光資源化可能性調査:9か所	3
4		観光客動態・ニーズ調査委託	橋本市及びかつらぎ町を訪れた観光客について調査実施。 7～9月、10月～12月の2期に分けて調査。サンプル数計497。 対面、施設留置及びインターネットによる調査。 来訪場所、年齢層、満足度、消費額等の項目について調査	3
5		広域観光促進にかかる負担金	特別会費	3
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	DMO本格稼働1年目であり、事業効果としては小さいものであるが、地域の素材を観光商品として売り出したことは地方創生に効果があった。	
必要性についての評価	評価		評価理由	
	3	このまま継続	観光は地道な取り組みを継続することが肝要であり、DMOに対する事業を通じて地域の観光素材を商品化していく。	
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 ②未達成 ③達成 ④未達成		DMOによる取り組みによるものもあるが、各市町の取り組みや広域観光協議会及び、各事業者の取り組みによるものなど複合的な要因による結果と考えられる。 なお、④についてはシステムの課題もあり着手できていない。	
今後の取り組み	DMOや行政、事業者の取り組みが効果的に結果を出せるように、各事業の成果を精査して発注内容及び方法を検討していく。			
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)	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 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	<ul style="list-style-type: none"> ・設定したKPIを一部しか達成できていないため有効であったとはいえない。 ・実施している事業がKPI達成のための手段でないものや関連性が不明なものもある。 ・調査関係の事業が多く、その結果がどうなっているのかわかりにくい。
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 ① 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	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客動態・ニーズ調査委託について、橋本市での回遊性を高めるため、そのアンケートによって橋本市に何が活かせるのかを考えるべきである。例えば、市内の立ち寄り場所をアンケート項目として充実させるといったことが考えられる。 ・現在の連携内容では、DMOとして最終目的地としての魅力あるようなことができているとは言えない。今後は高野町を含めた広域DMOとして高野山の精進料理を山麓で支えて国産化していくといった、人の関心の集まる事業をするとよいのではないか。