

種別	交付対象事業名称	重要業績評価指標 (KPI)	構成事業名称 [担当課]	事業概要	交付金実績額	総合戦略位置付け		内部評価 (尾道市)		外部評価 (総合戦略評価委員)		【尾道市】事業の今後の方針について																
						基本目標	施策	地方創生に対する効果の有無	理由	地方創生に対する効果の有無	意見																	
地方創生推進交付金	しまなみDMO形成推進事業【H28～R2】	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>基準値(H26)</th> <th>実績値(H30)</th> <th>目標値(R2)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>観光消費額</td> <td>313億円</td> <td>329億円</td> <td>351億円</td> </tr> <tr> <td>宿泊客数</td> <td>838千人</td> <td>906千人</td> <td>1,011千人</td> </tr> <tr> <td>外国人観光客数</td> <td>225千人</td> <td>360千人</td> <td>418千人</td> </tr> </tbody> </table>	項目	基準値(H26)	実績値(H30)	目標値(R2)	観光消費額	313億円	329億円	351億円	宿泊客数	838千人	906千人	1,011千人	外国人観光客数	225千人	360千人	418千人	③しまなみDMO形成推進事業【観光課】	今治市、上島町と連携した取組。地域の合意形成、エリアのマーケティング調査等を行い、事業計画を策定する。	14,142,000	1 地域の特徴を最大限活用した尾道ブランドをさらに強化し、安定した仕事の場を創出する。	観光DMO機能を有する組織構築の検討	○	<p>平成30年は西日本豪雨災害の影響により、観光消費額及び宿泊客数の指標については前年度を下回っているが、(一社)しまなみジャパンによる海外へのPR活動がしまなみ地域の認知度向上に寄与し、外国人観光客数の指標が増加したと考えられる。</p> <p>官民の様々な団体が参画し、地域が主体となった推進母体(プラットフォーム)として(一社)しまなみジャパンが機能し、各事業を実施したことにより、国内外からの誘客促進が図られ、地元事業者の収益向上及び雇用創出に寄与したと考え、地方創生に対して効果があったと考える。</p>	○ (5名)	<p>地方創生に対して効果があったと評価できる。</p> <p>① 昨年の豪雨災害により政策効果は数値目標のみからは判断しにくい。しかし、指標1、指標2の観光消費額、宿泊客数が昨年より減少しているにもかかわらず、外国人観光客数は増加していることから、尾道の地方創生に対して外国人観光客は大きな推進要因となっていることが読み取れる。 しまなみジャパンによる海外PR活動がしまなみ地域の認知度の向上に役立ったと評価できるが、それが地元事業者の収益や雇用創出にどう結びついているかについての具体的な分析が必要と思う。 尾道のSDGs(持続可能な開発目標)として「しまなみDMO」に加えて、尾道の特徴を生かした芸術文化面での魅力を柱の一つに位置づけたい。芸術は地域創生の柱であると言われるが、尾道はその先進モデルになり得る。「しまなみDMO」の中で尾道はサイクリング、しまなみ絶景、せとうちグルメだけでなく、文化・芸術の拠点として存在価値を主張できる街である。</p> <p>② 日常的にサイクリングやレモンの産地として瀬戸内ブランドが定着してきていることを実感している。 災害の影響は大きかったが、その中でも外国人観光客の増加はこれまでの海外への発信、PRが着実に成果を上げている証拠かと。 今後は島ごとに民間の魅力あるコンテンツが1つでも多く増えればより効果的であると思われる。 自然災害だけでなく、夏の暑さが常態化してきた昨今、夏場のサイクリングは厳しくなってくるかもしれないので、夏の他の楽しみ方など、何か対策が必要になってくるかもしれない。</p> <p>③ 観光資源を深掘りする為にプラットフォームは必要である。特にプロモーション事業においてはPDCAを回すとき、Checkが重要である。</p> <p>④ 本事業の海外プロモーション事業等が外国人観光客の増加に寄与し、事業自体は効果があると評価するが、一つ一つの事業についてどういった効果があったのかを検証する必要があるのではないか。 認知度向上という当初の目的は達成されており、今後は観光消費額増加に向けた事業へ移行するよう取組継続を期待する。</p> <p>⑤ 外国人観光客の誘客に係る海外プロモーション事業に関しては、事業の具体化やターゲット層を明確化したことにより、誘客に繋がっており、一定の効果があったと認められる。 一方で、尾道・今治・上島全体の観光消費額、宿泊客数は、年次傾向として順調に増加しているが、国内向けプロモーション以外での効果(例:尾道市立美術館)での増加もあり、本事業だけの増加分とは言い切れない面もある。従って、評価欄は地方創生に対して効果があったとしているが、KPIを達成するためにも、今年度の事業実施に当たっては、昨年度調査した「マーケティング事業」によるマーケティング調査結果を分析・評価した上で、調査結果に基づきターゲット層や地域の“売り”を明確にした打ち手(プロダクト、プライス、プレイス、プロモーション)を本事業で推進していくことが重要と考える。</p>	引き続き、官民一体となって、国内外からの観光客の誘客と経済効果の拡大を図る。本事業は令和2年度までの事業であり、継続して取り組む。
項目	基準値(H26)	実績値(H30)	目標値(R2)																									
観光消費額	313億円	329億円	351億円																									
宿泊客数	838千人	906千人	1,011千人																									
外国人観光客数	225千人	360千人	418千人																									