

東温市 地方創生推進交付金事業 PDCA効果検証シート

(令和元年度当初予算事業)

1. どんな計画か？(Plan)

No.	交付金対象事業の全体事業名	事業開始	事業終期	全体事業費		
4	◆瀬戸内・松山観光ビジネス戦略事業 ～更なる観光戦略の深化と地域連携(東温市、砥部町)による活性化事業～	平成31年4月	令和2年3月	1,176,000円		
事業全体の概要						
<p>平成28～32年度の5ヶ年計画による広域連携事業(松山市・東温市・砥部町)として実施する。 今後進む人口減少社会の中において、地域活力を低下させることなく、松山圏域の多様な1次・2次産品や「道後温泉」「松山城」といった観光需要をうまく取り込むことが地域の活性化につながるため、観光交流人口の拡大を図り、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域密着型の観光地域づくりが必要となっている。 松山市が「広域観光連携推進協議会」を構成する東温市、砥部町で連携して観光エリアを拡大し、松山の先につながる観光周遊ルートの構築、「温泉」、「浴衣(着物)」、「俳句・文学」、「日本酒」、「四国遍路」「自然」「忽那諸島」などをテーマに、瀬戸内エリアや近隣市町の観光素材をつなぎ合わせた、テーマ型広域エリア周遊旅行商品の造成などに取り組み、交流人口の拡大や地域経済の活性化を図る。</p>						
交付金事業として採択されたポイント						
①自立性		②官民協働		③政策間連携		④地域間連携
参画する自治体や民間事業者からの負担金、事業や旅行商品に係る収入などの自主財源を確保する。		自治体間の地域連携DMOを設立し、大手旅行会社や航空会社など、多様な関係者で事業を展開する。		観光産業の振興と離島地域の活性化を融合させ、交流人口拡大、新産業創出、人材育成に繋げる。		関西から広島・そして松山の流れを →島しょ部→松山圏域→愛媛エリア→四国エリアへの拡大を図る。
事業を構成する個別事業名		事業費	対象経費	財源内訳		
				推進交付金	地方債	一般財源
1	瀬戸内・松山観光ビジネス戦略事業	1,176,000円	1,176,000円	345,528円	0円	830,472円
					0円	0円
					0円	0円
合 計		1,176,000円	1,176,000円	345,528円	0円	830,472円

2. どのように実行したか(Do)

個別事業の計画	個別事業計画の実施結果
<p>1 広域観光連携推進協議会負担金(決算額:1,176,000円)</p> <p>松山市・東温市・砥部町「広域観光連携推進協議会」による『松山圏域連携中枢都市圏での観光連携に向けた取組み』として、瀬戸内海エリアや近隣市町の観光素材をつなぎ合わせた旅行商品の開発などにより、交流人口の拡大や地域経済の活性化を図るため、市負担金を拠出。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 各市町の負担金内訳 松山市 3,710,000円 東温市 1,176,000円 砥部町 1,114,000円 計6,000,000円
<p>(1) 誘致宣伝事業</p> <ul style="list-style-type: none"> 2市1町への観光客の誘致宣伝を図るため、各市町の職員が県外に赴き、「道後温泉」「坊っちゃん劇場」「砥部焼き」など、地域の資源を活用しながらの誘致宣伝活動を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 東京都新宿区、広島市において誘致宣伝活動(イベント)に出展 各市町のパンフレットの配布、特産品の販売、特産品が当たるガラポン等による観光PRを行った。販売した物産品は、東温市産品(SAKURA select等)が中心となっており、魅力ある市の物産品のPRにも貢献している。
<p>(2) パンフレット等誘致宣伝物作成業務</p> <ul style="list-style-type: none"> 誘致宣伝活動における情報発信や誘客を図るため、パンフレットや、ノベルティグッズ等を作成。 「俳句」「レンタサイクル」「絵付け」体験をテーマとした名刺サイズの割引チケットを作成し、県外でのイベント等で配布。 	<ul style="list-style-type: none"> 2市1町の観光パンフレット『EMOTABI』の更新(5,000部) 『えひめ酒蔵タクシー』のチラシの更新(5,000部) イベント時に使用するアームバックの作成(20,000枚)
<p>(3) 周遊観光促進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> 広域観光周遊の促進を図るため、「魅力ある周遊観光モデルルートの検討」などを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 広島ホームテレビの旅番組に出演し、2市1町の旅行情報を発信 WEBサイト『広島ニュース 食ベタインジャー』への出稿 ファミトリップの実施 外国人インフルエンサーによる2市1町のファミトリップを実施し、訪日観光メディア『VOYAPON』に掲載。

3. 効果はどうであったか？(Check)

重要業績評価指標 (KPI) 1	事業開始前	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	増加の累計
松山市の観光入込客数	580 601 万人	10 万人	10 万人	0 万人	10 万人	0 万人	30 万人
		2.79 3 万人	18 万人	0 万人	14 万人	万人	21 万人
		30.0 %	180.0 %	100.0 %	140.0 %	%	70.0 %
重要業績評価指標 (KPI) 2	事業開始前	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度	増加の累計
松山市の外国人観光客延べ宿泊者数	130,000 96,100 人	20,000 人	20,000 人	30,000 人	30,000 人	30,000 人	130,000 人
		$57,500$ 38,600 人	5,600 人	15,900 人	7,700 人	人	67,800 人
		193.0 %	28.0 %	53.0 %	25.7 %	0.0 %	52.2 %

①事業成果に対する分析				
<p>【成果の上がった点及びその原因】 瀬戸内・松山構想を中核とした広域かつ官民連携による取り組みを継続し、共同でイベントに出展するなど、連携したPRが出来た。</p> <p>【成果の上がらなかった点及びその原因】 年度末に新型コロナウイルス感染症の影響を受け、圏域内の観光客数が減少した。</p>				
②委員のご意見				
市独自で取り組んでいる施策も絡めながら、有効なプロモーションを検討して欲しい。 新型コロナに対応した新たな手法の検討も必要ではないか。				
③事業評価及び今後の方針				
事業評価	地方創生に非常に効果があった	地方創生に効果があった	地方創生に一部効果がみられた	地方創生に効果がなかった
今後の方針	事業内容の追加又は変更を行い、発展的に実施する	事業内容の改善・見直しを図りながら継続する	事業の一部は継続、一部は廃止する	事業全体を廃止、又は中止する

4. 改善点、改善策は？(Action)

分析結果及び委員のご意見を踏まえた施策改善案
<p>【成果の上がった点に関する方針及び具体策】 ・市の豊かな食材やユニークな製品も活用し、周遊観光客の誘致促進に役立つ東温市独自の魅力ある観光資源のブラッシュアップや、受入体制の構築・強化を図る。</p> <p>【成果の上がらなかった点に関する方針及び改善策】 ・2市1町の魅力ある周遊観光モデルコースや紹介動画を作成し、SNS等を活用した情報発信による国内旅行客の誘客を図る。</p> <p>【事業全体としての改善点】 ・市で取り組んでいる「SAKURAsselect」や「ヘルスツーリズム」等の観光資源を活かして、新型コロナウイルス感染症に対応したマイクロツーリズム等の新しい広域周遊モデルコースの作成、ブラッシュアップを行い、デジタル技術を活用した効果的な誘客促進を図る。</p>