

地方創生推進交付金事業等効果検証一覧表
【文化資源を核とするインバンドマーケティング及び観光ブランディング事業（2020年度～2024年度）地方創生推進交付金・拠点タイプ】

■評価の基準

A 地方創生に非常に効果的であった	全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに効果が得られたとみなせる場合
B 地方創生に相当程度効果があった	一部のKPIが目標に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合
C 地方創生に効果があった	KPI達成状況が芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合
D 地方創生に効果がなかった	KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合

■各事業の評価

No.	交付対象事業の名称	実績（単位：千円）		事業概要	事業内容 （経費内訳）	関連KPI	重要業績評価指標（KPI） 【事業開始前からの増加数】		実績と効果		外部有識者の意見	担当課
		内交付金額					指標	目標	実績値	事業効果		
2021年度												
1	海外有識者を招いての「島の文化会議」事業	10,000	5,000	地域における潜在的な文化資源の見直しとインバンド向け事業の造成素材の発掘を狙いとす	・海外有識者招聘と、海外からの海士町文化についての研究事例の紹介 ・和歌、俳句・短歌・日本刀関係者、松江の献茶式関係者など、文化事業有識者の招致と島内文化資源についてのパネルディスカッションの実施（年6回程度）にかかる業務委託費：10,000千円	4						
2	インバンド対応となる地域資源のアーカイブ化事業	7,378	3,689	文化資源のWEBアーカイブ化を通じて地域の魅力についての情報発信を国内外へ向けて実施することで、交流人口の見込み顧客の獲得につなげる	1の各種文化関係者の海士町内資源についての研究成果や発表内容についてのWEBアーカイブ化の実施にかかるWEB制作、運用・コンテンツ制作委託費 ・報酬 350千円、動画制作委託料 1,800千円 ・印刷製本業務委託費（海士町誌300部）：3,030千円 ・タブレットを活用した文化資源のアーカイブ化に伴うウェブサイトツアー企画、インフルエンサーによる誘客業務委託費：2,228千円	3						
3	外国人観光客の誘客・滞在泊数増加に向けたブランディング・及びデジタルマーケティング事業	10,000	5,000	訪日外国人観光客向けの情報発信を戦略的に実施し、誘客・滞在泊数増加を狙う	・ジオ×ホテルを体感するホテルを軸とした各観光地への送客、交流人口の拡大につなげるためのツアー企画、情報発信（食をテーマに離島のすばらしさを感じてもらおう）、インバンド向けの中長期滞在、ワーケーションの推進等 ・インバンドマーケティング・及び観光事業全般のオートディレクション業務委託費 10,000千円	1	①外国人来島者数 ②関連事業者における雇用者数 ③関連WEBの年間閲覧ページビュー数 ④期間内における各種交流事業への累計参加交流数	①80 ②1 ③10,950 ④500	①20 ②1 ③10,720 ④200	C 地方創生に効果があった		
4	「後鳥羽院御遷幸800年」を節目とした各種イベント開催と、関連行事による文化資源の磨き上げ事業	4,650	2,325	誘客促進に向けたイベントを誘客・広報の起爆剤とするところまでを狙いとす	後鳥羽院御遷幸800年を節目として、後鳥羽天皇が親しまれていた牛付や刀鍛冶、和歌などに関する各種イベントの実施と、それに併せてのインバンド誘客事業委託費 ・需用費 500千円、船借り上げ料 200千円、イベント各種委託費 3,950千円	4						
5	中長期滞在を可能とする宿泊施設及びアクティビティ開発と、その実現のための人材育成事業	10,000	5,000	島内の観光コンテンツの魅力自体をアップさせることを狙う	・島内の担い手不足・後継者がいない小規模宿泊施設の運営マニュアルを整備。「島まるごとホテル」実現への取り組みの実施にかかる委託費 ・中長期滞在を可能とするための島コンシェルジュの配置と実践に伴う分析業務：10,000千円	2						
6	徳岐神社外苑広場整備	21,470	10,735	誘客促進に向けた魅力あるハード整備を行い受入体制の構築を狙いとす	文化資源の磨き上げによる魅力アップ（徳岐神社外苑広場の整備） ・工事請負費：20,000千円 ・設計監理費：1,470千円	4						

・全国及び世界的な感染拡大によりインバンド事業自体が困難となり、来島者がほとんどいなかった。オンライン配信等を積極的に利用し、海士町にしかない文化や歴史を国内外へ発信し、行ってみたいが来ることができない層へのリーチを増加させ、全体としてのエンゲージメントを増加させていくべき。また、アフターコロナを見据え、事業開始当初より行ってきた人材育成や分析を活かし、昨今の旅行者動向に注視したアクティビティの開発を行い、将来的なインバンド誘客の体制を整備することが重要。
・本事業は、海士町に配流され海士町で没した後鳥羽院の歴史文化を後世に継承しながら、インバンド誘客を狙うものである。そのため引き続き、島内にて文化事業を展開し、対面でしかなしなかった現地体験や島民との交流を図ることにより、島民の文化意識を醸成し歴史理解を深化させ、文化継承の機運を高めるとともに、国内外の旅行者との交流における共通体験を作ること、より質の高い関係人口化を図り、島内における滞在日数の増加を期待する。

交流促進課

地方創生推進交付金事業等効果検証一覧表
【文化資源を核とするインバンドマーケティング及び観光ブランディング事業（2020年度～2024年度）地方創生推進交付金・拠点タイプ】

■評価の基準

A 地方創生に非常に効果的であった	全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに効果が得られたとみなせる場合
B 地方創生に相当程度効果があった	一部のKPIが目標に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合
C 地方創生に効果があった	KPI達成状況が芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合
D 地方創生に効果がなかった	KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合

■各事業の評価

No.	交付対象事業の名称	実績（単位：千円）		事業概要	事業内容 （経費内訳）	関連KPI	重要業績評価指標（KPI） 【事業開始前からの増加数】		実績と効果		外部有識者の意見	担当課
		内交付金額					指標	目標	実績値	事業効果		
2022年度												
1	海外有識者を招いての「島の文化会議」事業	10,000	5,000	地域における潜在的な文化資源の見直しとインバンド向け事業の造成素材の発掘を狙いとす	・海外有識者招聘と、海外からの海士町文化についての研究事例の紹介 ・和歌、俳句・短歌・日本刀関係者や、松江の献茶式関係者など、文化事業有識者の招致と、島内文化資源についてのパネルディスカッションの実施にかかる業務委託費:10,000千円	4						
2	インバンド対応となる地域資源のアーカイブ化事業	1,500	750	文化資源のWEBアーカイブ化を通じて地域の魅力についての情報発信を国内外へ向けて実施することで、交流人口の見込み顧客の獲得につなげる	1の各種文化関係者の海士町内資源についての研究成果や発表内容についてのWEBアーカイブ化の実施にかかるWEB運用・コンテンツ制作委託費：1,500千円	3	①外国人来島者数	①100	①26			
3	外国人観光客の誘客・滞在数増加に向けたブランディング・及びデジタルマーケティング事業	7,000	3,500	訪日外国人観光客向けの情報発信を戦略的に実施し、誘客・滞在泊数増加を狙う	・観光事業全般のブランディング及びマーケティングに係るディレクション業務委託費：4,000千円 ・インバンド対応のためのデジタル化を含む観光のブランディング業務委託費：3,000千円	1	②関連事業者における雇用者数	②3	②3			
4	「後鳥羽院御遷幸800年」を節目とした各種イベント開催と、関連行事による文化資源の磨き上げ事業	18,500	9,250	誘客促進に向けたイベントを誘客・広報の起爆剤とするところまでを狙いとす	後鳥羽院御遷幸800年を節目として、後鳥羽天皇が親しまれていた牛突や和歌などに関する各種イベントの実施並びに文化資源を活用したコンテンツの開発、それに併せてのインバンド誘客事業委託費：18,500千円	4	③関連WEBの年間閲覧ページビュー数	③22,500	③5,013	C 地方創生に効果があった		
5	中長期滞在を可能とする宿泊施設及びアクティビティ開発と、その実現のための人材育成事業	25,000	12,500	島内の観光コンテンツの魅力自体をアップさせることを狙う	・中長期滞在を可能とするための島コンシェルジュの検証と今後の展開に向けた体制整備業務委託費：5,000千円 ・中長期滞在及びアフターコロナを見据えた新たな宿泊施設及びアクティビティの開発業務委託費：20,000千円	2	④期間内における各種交流事業への累計参加交流数	④1,000	④3,620			

・2022年度はコロナ禍におけるイベント実施や観光の受け入れ方を検討し、最大限の努力をもって実施してきた点は評価できる。
 ・未達であったKPI①③においては外的要因が大きく、これまでの取組みの費用対効果を得るためにも、計画の継続実施が必要である。これまでの成果や課題、反省をもとに、感染症対策を行いながら、さらに積極的な誘客を見据えた取組に注力すべき。
 ・これまで行ってきた文化交流を通じた情報発信、ハード整備、イベント開催、マーケティング、人材育成やアクティビティ開発等のこれらの成果をもとに、より具体的なターゲットに対する滞在コンテンツの高付加価値化や誘客を行うことで、持続可能なまちづくりを促進し、外国人観光客を含めた海士ファン、観光リピーターの確保に努め、更なる関係人口の構築や地域経済の好循環を目指すことを期待する。

交流促進課