

地方創生推進交付金事業の実施結果(1年目)

事業評価

1. 非常に有効であった。
2. 有効であった。
3. 有効とは言えない。

計画 (PLAN)			実施 (DO)		評価 (CHECK)								改善 (ACTION)			
No	事業名	事業内容	実績額	実施結果	本事業におけるKPI・課題・主な事業費 (単位: 千円)							外部有識者からの評価		今後の取組		
			単位: 円									事業評価	意見			
1	いわでもよいよい推進事業 ローカルブランディング計画	市民参加によるプロジェクトチームを結成し、行政・大学も参加するワークショップなどを通じて、観光地としてのイメージを統一するため、「ブランディング計画」を策定する。ブランディング計画策定後は、計画に沿ったデザインで商品パッケージ等を新たに検討し、商品に付加価値を加え、根来ブランドの商品として市外へプロモーションし販売促進を図る。 観光客を誘客し、観光消費を増加させるため、根来地域を周遊できるモデルルートを策定し、ツアー企画を造成、PRする。また、周遊エリア内に点在する観光ポイントを説明、案内する看板をブランディング計画を基にした統一したデザインにすることで、観光エリアとしてのイメージを定着させ、観光地としての魅力を向上させる。	R1 600,000 (交付金充当額 300,000)	和歌山大学の協力のもと、観光関連の講演会を2回開催し、この講演会の参加者の中から事業に賛同する有志を集めプロジェクトチームを結成した。プロジェクトチームによるワークショップを4回開催し、アンケート結果や消費者・地域の視点から根来地域の観光について話し合いを重ね、ワークショップでの意見を参考に、デザインを専門とする和歌山大学観光学部北村教授監修のもと「ブランディング計画」を作成した。また、食農を専門とする和歌山大学観光学部大浦教授もワークショップに参加し、「地域の特産品となる商品開発」に係る調査を行った。	本事業におけるKPI		事業開始前		R1 増加分	R2 増加分	R3 増加分	増加分 の累計	1. 非常に有効であった。	根来地域の観光について、産学官民が協働してブランディング計画を策定したことは評価できる。今後はこの計画を基に、根来のブランド化に取り組み、観光地としての知名度をあげるとともに、根来ブランドの商品、ツアー企画で観光消費を増加させるため、周遊モデルルートの策定とそのPRを行う。またモデルルート策定に伴い、エリア内に点在する歴史的建造物等を説明する看板を「ブランディング計画」を基に統一したデザインとすることで、根来一帯を観光地として認知していただき、根来地域の周遊を促進させる。	「ブランディング計画」を基に、新商品開発に向けたワークショップを開催。商品開発事業者だけでなく、市民や和歌山大学観光学部教授、旅行会社など専門家からも意見をいただき新デザインの商品を開発する。観光客を誘客し、観光消費を増加させるため、周遊モデルルートの策定とそのPRを行う。またモデルルート策定に伴い、エリア内に点在する歴史的建造物等を説明する看板を「ブランディング計画」を基に統一したデザインとすることで、根来一帯を観光地として認知していただき、根来地域の周遊を促進させる。	
					指標	根来地域の観光施設における入込客数	1,097,662人	目標値	2,338	200,000	200,000	402,338人				
								実績値	385,595			385,595人				
						道の駅ねごろ歴史の丘への年間バス立ち寄り数	10件	目標値	5	5	5	15件				
								実績値	11			11件				
					産品開発事業者数	0件	目標値	0	2	1	3件					
							実績値	0			0件					
					課題		どのように「ブランディング計画」を活用して根来ブランドを確立するか、行政主導から事業者による自立した活動につなげるかが課題である。									
					主な事業費 (単位: 千円)		ブランディング事業 (600千円)									