

地方創生推進交付金事業の実施結果(3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		事業開始前		R1 増加分	R2 増加分	R3 増加分	増加分 の累計	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	<p>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。</p> <p>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を行い、販売促進を図る。</p> <p>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、案内するため、ブランディング計画を基にした看板を設置し、観光エリアとしてのイメージの定着や魅力を向上させる。</p>	R3 6,031,602 (交付金充当額 3,015,801)	<p>前年度に引き続き、和歌山大学観光学部教授と共同で、市民、事業者等が参加するプロジェクトチームによるワークショップを開催し、商品開発と食のメニュー開発に取り組んだ。</p> <p>商品開発については、ブランディングデザインをもとに既存の商品のパッケージの改良や、学生が考案したクッキーの商品化を行った。さらに、観光地の土産物として人気の「ステッカー」に注目し、ブランディングデザインに沿った根来ステッカーのデザインを公募し、今後、販売につなげていく。</p> <p>食のメニュー開発については、前年度に考案した試作品から試行錯誤を重ね、根来の四季をイメージした「根来ばふえ」を開発し、道の駅「ねごろ歴史の丘」花笑み館にて販売した。</p> <p>さらに、コロナ禍でバスツアー等による集団での観光が難しくなる中、個人旅行にも対応できるよう、ブランディングデザインを活用した観光案内サインの設置(14基)や旅行会社と共同で周辺散策マップを作成し、個人での周遊を可能にする仕組みを整えた。</p>	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	2. 有効であった。	<p>新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、団体旅行の誘客が困難になるなか、観光矢印サインの設置や、散策ガイドの作成などにより、誘客のターゲットを個人や少人数のグループ旅行に絞り、市民や事業者等の意見を反映させブランド化に取り組み、根来地域全体でのブランディングを強化することで、観光誘客を図るとともに、市民の郷土愛の醸成を図る。</p> <p>また、ブランディングデザインについてより広く事業者に活用してもらえるよう、デザインの周知等に取り組み、根来地域全体でのブランディングを強化することで、観光誘客を図るとともに、市民の郷土愛の醸成を図る。</p>	<p>ブランディングデザインを活用し、令和3年度に公募により選定したステッカーについては、令和4年度中に商品化し販売につなげる。</p>						
					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	▲371,330	▲46,178	▲31,913人
					指標	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	▲15	2	▲2件
					指標	産品開発事業者数	0件	目標値	0	2	1				3件	実績値	0	3	0	3件
					課題			<p>今後、観光関連事業者によるブランディングデザインの自主的な活用を求め、根来周辺観光において、デザインを浸透させる取り組みが必要となる。</p>												
				主な事業費 (単位:千円)	ブランディング事業 (6,032千円)															