

## 地方創生推進交付金を活用した事業

交付対象事業の名称	交付対象事業の総合戦略での位置付け	交付対象事業の全体概要										
観光マーケティング戦略に基づく、交流人口の拡大と稼ぐ力の向上による、地域経済活性化プロジェクト	・観光マーケティング戦略の推進 (赤穂総合戦略P15、P19掲載)	<p>・赤穂版DMOが司令塔となり、行政及び行政関連団体、観光関連事業者、農業・水産事業者等全てのプレイヤーがマーケティングについて理解を深めるとともに、事業者が自らの稼ぐ力を向上させられるよう、忠臣蔵だけでなく、歴史・文化、食、自然、温泉という多彩なコンテンツをフル活用したプロダクト開発やプロダクトのブラッシュアップ等に関する支援施策を推進する。</p> <p>・情報発信・プロモーションについては、イベントやチラシ・ポスターだけでなく、ICTの活用を中心とし、必要に応じて最適な手法を組み合わせ効果的に発信する。</p> <p>・地域の魅力やブランド力の向上により、市内の周遊や宿泊の促進、宿泊の長期化、市内での飲食の促進、みやげものの購入促進等、市内での消費拡大や地域産業間連携による価値の向上等を推進し、交流人口の拡大と併せ、地域経済活性化と雇用の拡大をめざす。</p> <p>【上記3点を踏まえて】</p> <p>重点ターゲットを、平成30年度に実施した赤穂市観光ギャップ調査に基づき下記のとおり設定する。</p> <p>(1) 情報発信・波及力が強く、自身のためにお金と時間を使える20代～30代日本人女性                  (2) 旅行好きで様々な場所に行く時間とお金に余裕のある50歳以上の日本人男女                  (3) 台湾等のアジアを中心とした外国人旅行者</p>										
担当所管	事業期間	事業費(円)	交付金充当額(円)									
・観光課	令和元年度～令和3年度	98,955,856	49,477,928									
重要業績評価指標(KPI)	事業開始前	令和元年度実績			令和2年度実績			令和3年度実績			KPI増加の累計	
		実績値	令和元年度 目標値(増加分)	達成状況	実績値	令和2年度 目標値(増加分)	達成状況	実績値	令和3年度 目標値(増加分)	達成状況	目標値	実績
観光消費額増加率(%)	0	—	0	/	2	0.5	達成	34	0.8	達成	1.3	36
宿泊者数(千人)	276	4	1	達成	0	3	未達成	0	5	未達成	9	4
観光ポータルサイト月間平均セッション数(回)	15,200	6,500	1,000	達成	13,700	2,000	達成	8,700	3,000	達成	6,000	28,900
自己評価(取組内容、事業効果など)							赤穂市総合戦略推進委員会の意見					
新型コロナウイルス感染症の影響により人の流れが抑制されたことで、宿泊者数においては、目標達成できなかったが、(一社)あこう魅力発信基地を設立し、赤穂市観光戦略(令和4～8年度)を策定したほか、赤穂産のいちごと柑橘を使った赤穂スイーツの開発及びPRに継続して取り組み、ICTを活用した情報発信を行ったことで、観光消費額及び観光ポータルサイト月間平均セッション数については目標を達成することができた。							新型コロナウイルス感染症の影響が大きかったことを鑑み、本事業は一部KPIの達成に至っていないが、一定の効果があつたものとする。					
事業実施所管による自己評価(○で選択)							赤穂市総合戦略推進委員会の評価(○で選択)					
(1) 地方創生に非常に効果があつた (2) 地方創生に概ね効果があつた (3) 地方創生に一定の効果があつた (4) 地方創生に余り効果がなかつた (5) 地方創生に効果がなかつた							(1) 地方創生に非常に効果があつた (2) 地方創生に概ね効果があつた (3) 地方創生に一定の効果があつた (4) 地方創生に余り効果がなかつた (5) 地方創生に効果がなかつた					