

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)の効果検証

1. 交付金事業名	指宿版DMOをプラットフォームとしたデジタルマーケティングによる観光振興「ALOHAなまち指宿」再生プロジェクト			
2. 総事業費(円)	87,392,368円			
うち交付金額(1/2以内)	43,696,184円			
3. 事業概要 (交付金を充当した事業)	<p>【いぶすき観光デザインをコーディネーターとした統一的な取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> デジタルマーケティングや観光DXの推進 <p>【“食”と“体験”をフックとしたコンテンツの磨き上げと販売(誘客)推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地元食材を活用した食の磨き上げ及びテストマーケティング グーグルビジネスプロフィール拡充による周遊環境整備 周遊促進に向けたコンテンツガイド及びマップの制作 アウトドアコンテンツの高付加価値化・実装に向けたテストマーケティング 持続可能な体験受入体制基盤の強化 指宿市観光・経済戦略会議運営負担金 ロードバイク等の配備(ハード事業経費) <p>【国内外への情報発信の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> いぶすき観光デザインを核とした観光DXを実現するための基盤整備事業 デジタルマップを活用した観光DXによる周遊環境整備 ロゴ・動画を活用したイメージ戦略の強化 事業者に対するSNSプロモーション促進による情報発信の強化 WEBやSNSを軸としたプロモーション Wi-Fi整備(ハード事業経費) 			
4. R6事業終了時における目標値(KPI)に対する実績値	目標指標		目標値	実績値
	①	食と体験コンテンツの開発数	7件	21件
	②	食と体験コンテンツの販売事業者数	12件	21件
	③	新規作成動画年間視聴回数	2,400,000回	2,595,326回
	④	観光消費額 ※令和3年からの増額分	40億円	104.29億円
5. 数値以外の事業効果や実績	<ul style="list-style-type: none"> 8月及び10月に事業者向けのグーグルビジネスプロフィールセミナーを開催。さらに、オンラインにてアーカイブ映像を掲載。観光客にとって価値のある情報(鮮度, 正確性)を掲載する必要性等について学びました。 砂むし温泉の魅力さをさらに高め、観光客や市民の健康づくりに役立てるために、筑波大学や鹿屋体育大学と連携し検証試験を12月に実施。効果検証報告会を3月21日実施。砂むし温泉は、サウナや温浴と比べ、入浴中の息苦しさや不快感など体にかかるストレスが少なく、安全に血圧を下げる効果があることがわかりました。 観光客がインターネットを利用しやすくなるように市内8カ所にWi-Fi設置しました。 			

6. 地方創生への事業効果 (選択肢は国の報告書に同じ)	① 地方創生に非常に効果的であった 例: 全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合	該当番号 ①
	② 地方創生に相当程度効果があつた 例: 一部のKPIが目標値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	
	③ 地方創生に効果があつた 例: KPI達成状況は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	
	④ 地方創生に対して効果がなかつた 例: 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	
7. 今後の事業方針 (選択肢は国の報告書に同じ)	① 事業の継続 計画通りに事業を継続する	該当番号 ①
	② 事業の発展 事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる	
	③ 事業の改善 事業の効果が不十分であったことから見直し(改善)を行う(または、行った)	
	④ 事業の中止 継続的な事業実施を予定していたが中止する(または、した)	
	⑤ 事業の終了 例: 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当初予定通り事業を終了する(または、した)	
8. 上記「今後の事業方針」を選択した具体的な理由と、今後の事業方針の具体的な内容	<p>KPI①②: 指宿産地域食材を活用し、2023年度に決定したキャッチコピー「レトロピカル指宿」をテーマにした、レトロ感と南国のトロピカルな雰囲気を醸し出す新たなメニュー開発について、市内のホテル・飲食店など食事、軽食、スイーツ等を提供する事業者等を交えて意見交換を実施し、部会参加事業者を中心に、訪問による協力依頼を行い、賛同が得られたことからKPIを上回る実績となった。</p> <p>このほか、水上アクティビティや農業体験等を提供している事業者に対しても、専門家による戸別訪問指導等を継続して実施しており、OTA等での販売等商品化への支援について継続して支援を実施する。</p> <p>KPI②: 教育旅行等団体旅行者への体験コンテンツの販売、受入体制については、市内のNPO法人が主となって受け入れている状況が続いている。2024年度は、人員や採算性等運営体制について、専門家やDMO職員を交えて受け入れ体制の強化に向けた意見交換を行った。引き続き、効率的かつ採算性の向上に向けDMOが中心となった受け入れ体制の構築に向けて、協議を継続し、販売事業者数の増加に取り組む。</p> <p>KPI③: 2023年度に新たに作成した動画について、再生時間の異なる動画をWEBやSNSと連携したメディアミクスによるイメージ戦略を展開することで、KPIを上回る実績となった。</p> <p>引き続き、メディアミクスによる事業展開を図るとともに、2025年度は、新たに地元高校生等を活用したSNSプロモーションを計画しており、新たな年齢層への情報拡散を通じて、再生回数の増加を図る。</p> <p>KPI④: 2024年度の入込客数は、日帰り客2,877,819人、宿泊客450,853人となり、コロナ前の2019年度と比較し、宿泊客で約78%、日帰り客で約93%となっており、インバウンド誘客を含む観光客数の底上げが課題となっている。</p> <p>観光消費額については、2023年度の主要観光施設等における対面調査による結果を基に算出したところ、2024年度の観光消費額総額は、KPIを上回る約232億3,000万円となる見込みである。2023年3月に策定した「指宿市観光ビジョン」においては、2027年の観光消費額の目標値を2019年の20%増の458億円と定めており、動画等を活用した新たな年齢層をターゲットとした情報発信による入込客数の増加を図るとともに、CRMシステムやデジタルイラストマップ等の活用による周遊観光のための環境整備を継続して実施し、観光消費額の増加に取り組む。</p>	
9. 事業評価等を踏まえた指宿市版まち・ひと・しごと創生総合戦略の見直しの有無	なし	
10. 事業評価等を踏まえた指宿市版まち・ひと・しごと創生総合戦略の見直し(案)	なし	