

令和3年度地方創生推進交付金事業効果検証シート

No.	1	担当課	産業振興課
交付対象事業名	外国人観光客誘致のためのデジタルDMO推進事業（広域連携）		
総合戦略での位置付け	基本目標：2 本町への新しい人の流れをつくる (5) 観光業の振興による交流人口の拡大		
事業概要（実績）	<p>これまでの取組を継続し、レコメンド機能を主としたインバウンド専用ホームページ「VISIT AIZU」においてFacebookやGoogleへ広告出稿し、バナー訴求によるプロモーションを行ったほか、サイト閲覧者の反応や動向を分析し、構成市町村で協議しながらデータに基づいたインバウンド対策を図った。</p> <p>また、新たな観光コンテンツの追加によりホームページ内容を充実化した。</p> <p>加えて周辺自治体や地域の民間企業との連携を強化し、将来的な広域観光のあり方や進め方について意見交換するため、会津地域広域デジタルDMO加盟自治体、未加盟自治体、会津地域の民間事業者等を対象としたワークショップを開催した。</p>		
経費内容	<p>1、負担金 2,580,000円                  (内訳) (1) デジタルDMO事業費 1,793,000円                  (2) 定常プロモーション費 373,000円                  (3) 注力プロモーション費 414,000円</p>		
総事業費（実績額）	2,580,000円	交付金充当経費（実績額）	1,290,000円
重要業績評価指標①（KPI）	外国人観光客数	指標値	21,000
		実績値	793
		達成度(%)	3.8
重要業績評価指標②（KPI）	外国人宿泊者数	指標値	11,200
		実績値	789
		達成度(%)	7.0
重要業績評価指標③（KPI）	デジタルDMOサイトのページビュー	指標値	550,000
		実績値	109,649
		達成度(%)	19.9
事業効果（該当する番号に○）	<p>① 本事業は地方創生に非常に効果的であった      ② 本事業は地方創生に相当程度効果があった</p> <p>③ 本事業は地方創生に効果があった              ④ 本事業地方創生に対して効果がなかった</p>		
判断理由	<p>主にデジタルDMOプラットフォームサービス「VISIT AIZU」の提供及び外国（ターゲット国）へfacebookやGoogle等のインターネット広告を出稿することで「VISIT AIZU」への誘導や、サイトの掲載内容の充実（未掲載の観光情報の追加等）を行ってきたところだが、令和3年度についても新型コロナウイルス感染症の影響により、国を跨いだ旅行が困難になり、大幅に指標値を下回った。コロナ禍の中、訪日できない中でも、閲覧数は少ないながら、幅広い国からの閲覧があり、一定の効果を得ている。今後このデータを活かしていくことでアフターコロナへの期待値はあると判断する。</p>		
今後の方針（該当する番号に○）	<p>① 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      ② 事業内容の見直し（改善）を行う（または、行った）</p> <p>③ 特に見直しをせず事業を継続する              ④ 継続的な事業実施を予定していたが中止した</p> <p>⑤ 当初の予定通り事業を中止した</p>		
判断理由	<p>これまで国や県としてもそれぞれ数値目標を掲げてインバウンド施策に注力して来たが、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により観光を取り巻く状況が大きく変わり、インバウンドに関しては客足の回復に時間を要することやアフターコロナにおける観光ニーズおよび観光スタイルの変化などが想定される。各自治体のインバウンド受け入れ態勢にばらつきがあるため、状況に応じた「VISIT AIZU」へのかかわり方を模索していく必要がある。</p> <p>会津美里町の今後の取り組み方については、「VISIT AIZU」を原則継続していく予定であるが、今後のインバウンド情勢の変化によっては町独自路線を構築することも選択肢に加えていく。具体策としては、町観光サイトの多言語化及び効果が見込めるサイトへのリスティング広告（検索連動型広告）を出して、インバウンド情報の発信を図る。</p> <p>また、当町における今後のインバウンドの方向性により、他の施策と組み合わせしていくこととする。</p>		
有識者会議の評価	<p>[事業の評価] ① 本事業が地方版総合戦略のKPI達成に有効であった      ② 本事業が地方版総合戦略のKPI達成に有効とはいえなかった</p> <p>[意見]                  KPIのうち、①外国人観光客数と②外国人宿泊者数については、目標に対して非常に少ない数値であるが、このコロナ禍による入国制限や旅行控の影響である。一方、③デジタルDMOサイトへのページビューについては、令和2年度と変わらず10万回もの実績となっている。                  上記指標については、コロナが収束してから、インバウンドの誘致につながる可能性が大であり、ある程度の達成度であると考えられるため、総合戦略に資する事業である。</p>		