

種別	交付対象事業名称	重要業績評価指標 (KPI)	構成事業名称 [担当課]	事業概要	交付金実績額	第1期総合戦略位置付け		内部評価		外部評価		【尾道市】事業の今後の方針について															
						基本目標	施策	地方創生に対する効果の有無	理由	地方創生に対する効果の有無	意見																
地方創生推進交付金	しまなみDMO形成推進事業【H28～R2】	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>基準値(H27)</th> <th>実績値(R1)</th> <th>目標値(R2)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>観光消費額</td> <td>313億円</td> <td>355億円</td> <td>351億円</td> </tr> <tr> <td>宿泊客数</td> <td>838千人</td> <td>968千人</td> <td>1,011千人</td> </tr> <tr> <td>外国人観光客数</td> <td>225千人</td> <td>375千人</td> <td>418千人</td> </tr> </tbody> </table>	項目	基準値(H27)	実績値(R1)	目標値(R2)	観光消費額	313億円	355億円	351億円	宿泊客数	838千人	968千人	1,011千人	外国人観光客数	225千人	375千人	418千人	①しまなみDMO形成推進事業【観光課】	今治市、上島町と連携した取組。地域の合意形成、エリアのマーケティング調査等を行い、事業計画を策定する。	16,000,000	1 地域の特徴を最大限活用した尾道ブランドをさらに強化し、安定したしごとの場を創出する。	観光DMO機能を有する組織構築の検討	○	<p>令和元年は、西日本豪雨災害からの回復を主要因としてすべての指標が増加しているが、平成29年比でも大きく増加していることから、これまでの（一社）しまなみジャパンによる国内外への継続したPR活動がしまなみ地域の認知度向上に寄与したと考えられる。</p> <p>官民の様々な団体が参画し、地域が主体となった推進母体（プラットフォーム）として（一社）しまなみジャパンが機能し、各事業を実施したことにより、国内外からの誘客促進が図られ、地元事業者の収益向上及び雇用創出に寄与したと考え、地方創生に対して効果があったと考える。</p>	○ (5名)	<p>地方創生に対して効果があったと評価できる。</p> <p>① 一般社団法人しまなみジャパンを設立し、プロモーション、イベント、レンタサイクルの各事業を展開したことは、目標達成のために効果的であり、着実に成果を上げたことと考えられる。プロモーション事業においては、多くの取り組みを行い、特に外国人観光客向けの情報のSNS発信、外国人スタッフによるFacebookにおけるフォロワー数が激増していることは注目できる。SHIMAPやサイクリングマップの外国語版の増刷など、海外への発信、利用促進の点では実績をあげた。イベント事業においては、しまなみ・ゆめしまサイクリングフェスを開催したが、スタンブラリー形式やロゲイニング方式を取り入れることによって、サイクリスト以外の新たな顧客層の獲得に寄与したという面は高く評価できる。この姿勢はレンタサイクル事業でもとられてきたと考えられる。これらが飲食、土産、宿泊といった観光消費を拡大させていったことは、令和元年度の実績値（観光消費額、宿泊客数、外国人観光客数）の増加に顕れていると考えられる。</p> <p>② 内部評価は妥当と考える。組織的に国内外にPRできたのが評価できる。推進母体発の事業を地域が自主運営することで地域の創生につながると考える。</p> <p>③ 継続したPR活動と様々なイベントの開催の結果として、海外からも高い評価が受けられるようになり、実際に訪日外国人観光客が増えたことは、大きな効果があったと認められる。若年層や初心者など新たな顧客創出にも力を入れているのは大きく評価できる。また、相乗効果として様々な団体や地域が参画して、地元事業者の収益向上や雇用創出に繋がっていることは、今後長い目で見る上で、地方創生に大きな期待ももてる。現在、新型コロナウイルス感染症による影響をもちに受けていることと思うが、この機会に国内の需要を伸ばし、今後も続くであろう健康志向や屋外活動の需要に応えられたらと思う。</p> <p>④ 観光客の誘致、増加に寄与しており、一定の効果があったと認められる。各事業による情報発信を継続することにより、しまなみ地域の認知度は年々増しており、地元事業者の発展に寄与したと考えられる。ただし、特定の地元事業者のみではなく、年々その幅が広がりをみせているのか検証は必要。</p> <p>⑤ メインターゲット層（F1層）を意識したプロモーション活動が実を結んでいると言える。（レンタサイクル貸出数前年比115.5%）また、観光PR事業でも、特に英語での情報発信力の強化に取り組みされており、外国人観光客の獲得につながっている。事業効果を計測するためのマーケティング調査も継続して実施されており、PDCAサイクルを意識した事業展開が図られている。しまなみジャパンを核とした多彩できめ細かな情報発信と、参画する行政や民間事業者それぞれの地域資源が上手く活用された好事例であると認められる。</p> <p>ウイズコロナ、アフターコロナでのV字回復を図るため、継続して（一社）しまなみジャパンが、地域が主体となった推進母体として観光プロモーションやイベント実施などで国内外からの誘客促進を図り観光消費額を増加させる。また、観光消費額の増加による経済の活性化が地域全体へ波及するよう取り組む。</p>
項目	基準値(H27)	実績値(R1)	目標値(R2)																								
観光消費額	313億円	355億円	351億円																								
宿泊客数	838千人	968千人	1,011千人																								
外国人観光客数	225千人	375千人	418千人																								

種別	交付対象事業名称	重要業績評価指標 (KPI)	構成事業名称 [担当課]	事業概要	交付金実績額	第1期総合戦略位置付け		内部評価		外部評価		【尾道市】事業の今後の方針について															
						基本目標	施策	地方創生に対する効果の有無	理由	地方創生に対する効果の有無	意見																
地方創生推進交付金	SAVOR JAPAN (農泊食文化海外発信地域) 活動推進支援事業 [R1~R3]	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>基準値(H29)</th> <th>実績値(R1)</th> <th>目標値(R3)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>外国人観光客数</td> <td>286千人</td> <td>341千人</td> <td>396千人</td> </tr> <tr> <td>観光消費額</td> <td>272億円</td> <td>292億円</td> <td>291億円</td> </tr> <tr> <td>認定農業者数</td> <td>124人</td> <td>128人</td> <td>128人</td> </tr> </tbody> </table>	項目	基準値(H29)	実績値(R1)	目標値(R3)	外国人観光客数	286千人	341千人	396千人	観光消費額	272億円	292億円	291億円	認定農業者数	124人	128人	128人	②農泊推進事業 [農林水産課]	民間事業者が運営するLOG(ログ)を拠点にした、地域の「食」を地域資源として活用したインバウンドの増加を図る取組の初動を支援し、本市の新たな魅力発信、外国人を含む交流人口の増大、農水産物の利活用による生産者の所得向上等、地域の活性化を図る。	975,000	1 地域の特徴を最大限活用した尾道ブランドをさらに強化し、安定したしごとの場を創出する。	国際観光都市づくりの推進	○	国内外からしまなみ海道への注目度が高まっている中、ラグビーワールドカップの開催で訪日外国人観光客が押し上げられたことで、本市の外国人観光客数は前年に続いて過去最高を記録した。LOGは、海外で高い評価を受けているスタジオ・ムンバイのビジョイ・ジェイン氏が改築設計を手掛けた建築であり、著名な料理家の細川亜衣氏が監修する料理を提供していることから、訪日外国人を含む感度の高い旅行者から注目され、利用されている。とりわけ、建築では造形美だけではなく、土地の素材を再利用したり、環境との調和を図る取組があり、食事で素材の良さを活かし、限りなく使い切る廃棄物削減の取組や、動物性タンパク質を使用しないヴィーガンメニュー等がある。こうしたサステイナブルな取組を、訪日外国人対応の接客研修を受けたスタッフから解説を受けることで、訪日外国人を含む利用者から高い評価を受けており、またそうした情報はSNS等を介して海外も含めて広く発信されている。本市の食をはじめとする地域資源を、新しい魅力として発信できていることは、観光客や関係人口の増大に寄与するものであり、将来の移住定住にも繋がる。実際に、LOGのスタッフには、LOGの取組に賛同して移住してきた若者が少なくない。LOGでは、宿泊客に「この街に暮らすような滞在」を提案しており、滞在時間の延伸や、付加価値の高いサービスや飲食を提供できていることは、観光消費額の増加に寄与するものである。また、本市のブランド農産物の一つであるトマトを原材料にして、市内加工業者と開発した商品「とまとジンジャージャム」は、市内生産者と製造業者との連携による6次産業化商品としてLOGで販売できた。地域農産物に付加価値を付けて販売できたことで、生産者の所得と生産意欲の向上が図られ、製造業者にとっても利益が生まれる等、地域内経済の好循環が図られた。これらに加えて、瀬戸田地域における関係各位と有識者を交えたワークショップの開催では、「食」をはじめとする地域資源を活用して地域活性を図る多彩なアイデア出しや、具体的な空き店舗活用に対するブラッシュアップが出来たことで、地域の自立に向けた機運が醸成された。地域内では、民間投資による訪日外国人を含む高単価の客層をターゲットにする宿泊施設の改修が進んでいるほか、新型観光クルーザーの瀬戸田港への寄港決定や、令和2年夏にはグリーンズローモビリティの実証事業等、新たな滞在型観光の拠点への取り組みに繋がっている。こうした取り組みが地域が稼ぐ力を発揮する土台となっているため、地方創生に効果があったと考える。	○ (5名)	地方創生に対して効果があったと評価できる。 ① 令和元年度の実績値はすべての指標において増加し、特に観光消費額と認定農業者数においては令和3年度の目標値に達している。外国人観光客数も順調な伸びを見せた。これらについては総合的に高く評価できる。農泊推進事業では、市内のトマトを使用したジャムの開発やヴィーガンメニューの開発等、着実に成果をあげ、海外メディアに注目されたこと、また、マルシェや朝食会の開催に多くの来場者や参加者を得たことは評価できる。外国人目線でのSNS発信も多くのフォロワーを得たという実績を上げた。食のコンセプトやメニューの英訳もなしたことを含め、海外へのアピールという面での効果は認められる。人材育成事業では、接客向上のための研修や語学研修を行い、今後の活動のための準備を行ったと思われる。地域資源活用推進支援事業では、統計や観光客からのアンケート結果をもとに、さまざまな検討が行われた。特に、3回のワークショップを通じて200人を超える参加があったこと、公開発表会でも約200人の参加があったことは評価できる。 ② 内部評価は妥当であると考えられる。食を通じて生産(農業)従事者に光を注ぐことは尾道の里山を守り、今失われつつある持続可能な生活と併せて国土を守ることに繋がる。食は生きていくことであり文化が生まれる事、そこで尾道を発信できていると考えられる。LOGはシンボリックになっているが実際の運営には物理的な難しさがあり、そこを尾道の日常に下してゆく作業が求められる。コストパフォーマンスに優れており、事業の継続性がうかがえる。 ③ LOGは旧市街地のご真ん中の斜面地に位置している建物なので、農山漁村に呼び込む農泊のイメージからは掛け離れるが、有名なスタジオ・ムンバイの手がけた建築ということやベジタリアンメニューなど、なかなか旧来の尾道にはない取り組みをすること、またその強い発信力で、外国人をはじめとする新たな層を呼び寄せていることは、非常に評価できる。そのデザイン性を活かし、今後も山間部などの尾道全体の地域資源の商品化や発信につながる拠点として継続してもらいたい。インバウンドに対応した教育研修は、農業や漁業従事者にとっては専門外なので非常に難しいと思われるが、今後、国内以上に日本食の価値が世界に認められる時代が来た折には、役に立つかもしれない。また、将来的に海外へ販路が広がる可能性も考慮して、やる気のある事業者にはこういう研修を継続していく意味があると思われる。瀬戸田のしおまち商店街を中心にした様々な試みは、地域が自ら稼ぐ力を身につけて自立していくことを目的に住みたい町を目指した活動となっており、地元に関心も高く、今後の展開に大きく期待できる。地域の空き店舗や空き家を使うことで、瀬戸田の歴史や町並みの継承と地域が抱えてきた課題解決にも繋がり、豊富な柑橘やジビエなどの地域資源を生かすことで、地元産業への広がりも期待できる。まだまだスタートラインだと思うが、これからの若い人たちが移住者の力も借り、多彩なアイデアを出し合って、より魅力的なエリアへと変化していくことに期待したい。尾道と一言で言っても、海あり山あり、島ありと地域色が豊かなので、それぞれの魅力を地域の人が理解し、それを活かしたまちづくりがさらに広がることで、尾道自体の受け皿が増え、今後、多様な移住者や就業者の増加により、地方創生に効果が期待できる。 ④ 観光消費額、認定農業者数の増加に向けた取組として効果があったと評価する。雇用創生、地域内経済の発展、移住者の増加が期待できる相乗効果のある事業であり、尾道の新しい観光資源として発展させていくべきと考えられる。本事業の継続的な取組と拡大が、新たな街の魅力を造りだすと考えられることから、今後の新たな事業展開を期待する。 ⑤ 【農泊推進事業】 それぞれの事業実施状況や結果についてはそれぞれ活況であり、情報発信効果も一定程度あったと認められる。一方で、事業実施後の民間事業者による新たな事業展開や、参加者以外への事業効果の市域全体への広がり、変化の兆しがあったのか。例えば交付金に頼らない自走型のイベント開催体制の整備など、交付金事業によって得たノウハウやスキームを今年度以降、どのように継続していくのが課題となっている。その点で言えば、「とまとジンジャージャム」の取組は、自走型へのシフトも明確で、とても良い取組と言える。モデル的な事業手法でもあるため、メニュー開発や商品開発の手法を、市内の他の事業者への横展開をどうしていくのか、地域全体で稼ぐ構造にどう転換していくのか、注視したい。【地域資源活用推進支援事業】 多くの地元住民が参加したワークショップや意見交換、「瀬戸田レポート」の作成と共有、新たな関係者の獲得など、事業効果欄にすっきりと整理・記述されている。地元住民との丁寧な取組であることがよく理解できた。今後も、瀬戸田町の住民が主体的に取り組みを進めることができるよう、サポート体制を強化するなど、市としての支援を積極的に行っていただきたい。
			項目	基準値(H29)	実績値(R1)	目標値(R3)																					
			外国人観光客数	286千人	341千人	396千人																					
観光消費額	272億円	292億円	291億円																								
認定農業者数	124人	128人	128人																								
③人材育成事業 [農林水産課]	訪日外国人への接客向上に向けて、英語の語学研修をはじめ、地域の歴史や文化、食についても分かり易く伝えていくための勉強会を開催し、スキルアップに取組む。	25,000	1 地域の特徴を最大限活用した尾道ブランドをさらに強化し、安定したしごとの場を創出する。	国際観光都市づくりの推進	○	引き続き、地域食材を活用した商品開発研究に取り組み、農山漁村地域の活性化を図る。ウィズコロナ・アフターコロナを意識した継続的な情報発信や人材育成に取り組み。瀬戸田地域の地域資源活用推進支援事業については、令和2年度から令和3年度までを計画期間とする新たな地方創生推進交付金事業採択に繋がっており、地域が主体となった稼ぐ力を身につけていくための支援を行う。																					
④地域資源活用推進支援事業 [商工課]	瀬戸田地域の、古民家再生拠点施設とその周辺地域を「食」や「文化財」等をテーマに再生し、自ら稼ぐ力を身につけて自立していく主体を確立するための調査研究に取組む。	1,000,000	1 地域の特徴を最大限活用した尾道ブランドをさらに強化し、安定したしごとの場を創出する。	国際観光都市づくりの推進																							