

地方創生加速化交付金 実績報告書

交付対象事業の名称		
まちづくり会社を中心としたDMOの構築支援事業		
担当所属名	観光誘客課、観光振興課	
総事業費 ※交付金以外含む	43,704,029円	
交付金実績額	33,000,000円	
重要業績評価指標(KPI)		
指標名	指標値	実績値
①神宮参拝者数 (平成28年実績)	900万人/年	873.9万人/年
②取扱旅行商品数(平成28年度実績)	5件	14件
事業効果	地方創生に相当程度効果があった	
事業内容 ※交付金以外含む		
<p>①観光地魅力創造事業【事業費：28,740,000円（うち交付金19,000,000円）】                      若年層旅行者の誘客促進と滞在時間延伸及び消費額増加を図るため、若年層にとって魅力的な体験メニューを造成し、クーポンを活用して体験と宿泊を促進する「コト旅in伊勢」キャンペーンを実施した。キャンペーンのPRには、Web、雑誌媒体、イベント等を活用し、長距離バス会社やレンタカー会社、大手百貨店とのコラボレーションも実施した。                      （造成メニュー数：42事業者・164プラン、販売数：341件、宿泊数：7,733件・17,136人泊、高速バス利用数：176組・213名）</p> <p>②DMO構築支援事業【事業費：14,964,029円（うち交付金14,000,000円）】                      観光客の滞在時間延伸と消費額増加及び中心市街地を始めとする市内の活性化を目的に、伊勢まちづくり株式会社（注）が主体となって、観光客向け体験メニューの造成・PR・販売のための体制整備を行った。平成28年8月31日には、観光庁等が推進する「日本版DMO」（Destination Management/Marketing Organization）の候補法人として伊勢まちづくり株式会社が登録された。平成29年度は「①観光地魅力創造事業」で造成した体験メニューも合わせて販売を行っており、今後もその磨き上げや新規追加等を行う予定としている。                      （Webアンケート：回答4,787サンプル、モニターツアー実施：1回、セミナー開催：2回、体験メニュー：14プラン造成（販売数：2件）、特設サイト開設、販売ページ作成・アクセス分析、Web媒体記事掲載：3件、PR動画作成、メールマガジン配信：27万通、地元タウン誌記事掲載：1回、チラシ作成：50,000部）</p> <p>（注）「伊勢まちづくり株式会社」について                      中心市街地の空洞化が進み、人口減少社会に関連する様々な課題が顕在化している昨今、「常若の精神」を基礎として、地域経済の発展を促進し、元気なまち「住んでいる人にも、訪れる人にもいいまち」を実現するため、平成27年2月2日設立。</p>		
総合戦略区分	基本目標	②伊勢への新しいひとの流れをつくる
	指標名	神宮参拝者数
	目標値	8,000,000人(平成29年実績)
	基本的方向	①観光誘客の推進
	具体的施策	A ターゲット別PRの推進
	KPI	指標名 外国人神宮参拝者数 目標値 160,000人/年(平成29年実績)
	KPI	具体的施策 イ 受入基盤・環境の整備 指標名 車いす利用神宮参拝者数 目標値 32,000人/年(平成29年実績)
外部有識者からの事業の評価		
KPIへの効果		総合戦略のKPI達成に有効である。
		総合戦略のKPI達成に有効であるとは言えない。