

地方創生交付金に係る事業実施結果

	交付対象事業の名称	実績額	本事業における重要業績評価指標(KPI)			本事業終了後における実績値		実績値を踏まえた事業の今後について		外部有識者からの評価		
		単位:円	指標	指標値	目標年月	実績値	事業効果	今後の方針	今後の方針の理由	事業の評価	外部有識者からの意見	
1	近江「美食都市(ガストロノミック・シティ)」推進事業	16,852,700	観光入込客数	3,525,000人/年	平成31年3月	平成30年観光入込客数 3,073,300人	<p>KPIである観光入込客数については、目標を下回る結果となったが、各取組による効果は以下のとおりとなった。</p> <p>□地域産品の調査・発掘・評価 平成30年度までに彦根市周辺地域の食材の調査研究および食材提供等による新規マーケットの開発、トマトやごぼう、やまいもやニンジンなど地域産品の調査研究を行い、平成30年度は、近江食材として①ふなずし②地酒③近江茶の3種の調査研究を行った。また、同時に飲食業界へのプロモーションや新規マーケットを開発するための条件整理を行った。さらに、毎年更新している「近江ガストロノミー食文化マップ&amp;カレンダー」を観光ツールとして市内各ホテルや飲食店に配置して彦根地域の食のPRを行った。</p> <p>□地域の料理人のための美食料理セミナーの開催 「近江食材」の調査開発と地域料理人育成のための料理セミナーを今まで和食・中華・フレンチなど5ジャンル開催した。平成30年度は①洋菓子②イタリアン③中華を取り上げ、それぞれ15名、8名、16名の参加があり、参加者からの感想は好評であった。参加者は、その成果を発揮するべく、近江食材を使用した新たなメニュー開発に取組んでおり、彦根の食文化の発信につなげている。</p> <p>□地域産物の料理グランプリの開催 新メニューの披露の場として、平成29年度に引き続き、平成30年度も「井伊枳グランプリ」を実施し、12店舗13メニューの応募があり、約2か月間参加店舗で料理を提供し、近江食材のPRにつながった。</p> <p>□DMOによる広報プロモーション 本事業において実施する各事業の情報発信を行った。各事業のチラシ作成配布、ここ滋賀でのPRイベント開催、ラジオによるPRのほか、「井伊枳グランプリ」のfacebookを活用し、総いいね数は前年比1.6倍の3,554件となり「彦根の食」のPRにつながった。</p> <p>□地域産品を使用するフードカーの活用および新たなビジネスモデルの構築 平成30年度は、地元の企業の長期レンタル、滋賀県の大型観光キャンペーン出店や日本で初開催のICOFORT国際会議の休憩時のフードカー出店など幅広い稼働で、前年度と比べ15倍以上の延べ646台の稼働となった。</p> <p>□地域産品による食企画での集客 近江食材を使用した地元料理人の成果発表の場として、ここでしか食べれない近江食材料理を提供するフードイベント「近江美食ガーデン」を9月に開催し、約800名の来場者があった。また3月21日から24日までの4日間、彦根城内の「梅林」をテーマとした食とライトアップを組み合わせた「ひこね梅あかり」を開催し、フードカーによる近江食材を使用した食の提供を行い、対前年比1.35倍の1,790名の来場者があった。</p> <p>以上の事業実績を考慮し、本市としては、本事業はKPI実績値が目標値に達しなかったものの、本事業の直接効果および波及効果を考慮すると、本事業によるKPI観光入込客数の増加効果は相当あったものと考えている。</p>	「近江美食都市」プロジェクトに関連する事業の支援を継続する	<p>本事業のKPIである観光入込客数については、平成28年度325万8700人、平成29年度341万7600人と増加したが、平成30年度は307万3300人と大幅減となった。</p> <p>観光入込客数については、本事業以外にも変動要因があり、特に平成30年度の主な減少要因を挙げると、前年度に開催された「国宝・彦根城築城410年祭」やNHK大河ドラマ「おんな城主直虎」終了による反動減、および台風などによる7月の天候不順などが考えられる。</p> <p>上述のような減少要因が非常に強かったため平成30年度のKPI実績値は目標値である352万5千人には届かなかったものの、本事業を通じて左記のとおり「食」のコンテンツの強化を図ることができたため、本事業の直接効果および波及効果を考慮すると、本事業の実施は確実に観光入込客数の増加要因となっていると思われる。</p> <p>また、本事業については、単発のイベントを開催するのではなく、「食」のコンテンツそのものの開発やレベルアップを図っていくことで、本市の観光の魅力向上を図ろうとするものであり、本事業が最大の効果を発揮していくまでには、比較的長い時間が必要と思われる。</p> <p>したがって、平成30年度についてはKPI目標値を満たすことはできなかったものの、そのことをもって直ちに事業を中止するべきものではなく、むしろこれまでの交付金事業を通じた投資を確実に活かしていくためには、今後も地道な取組を継続することが必要である。</p> <p>こうしたことから、今後については、近江ツーリズムボードが、彦根の食に魅力を感じて観光客に来てもらえるよう「近江の食」に特化した部会を設け近江美食都市プロジェクトの継続・推進を計画していることから、本市としても「近江の食」を広め誘客につながるようホームページや広報ひこねへの掲載などPR等を行い支援を継続することで、本事業の効果を最大限発揮していくよう取組を継続していく。</p>	<p>本事業については、本事業以外の観光入込客数の減少要因である、「国宝・彦根城築城410年祭」やNHK大河ドラマ「おんな城主直虎」の終了による反動減、および台風など天候不順による減少を打ち消すほどの強い増加効果はなかったものの、観光入込客数を増加させる効果があった。</p> <p>今後の取組の方向性としては、特にPRを強化することや他の観光事業との連携を高めることで、より効果を発揮することができる可能性がある。</p> <p>これまでの交付金事業を通じた投資を確実に活かしていくためには、今後も地道な取組を継続することが必要であり、地域経済振興課をはじめとした市関係部局と近江ツーリズムボードが連携し、「食」を通じた観光魅力度の更なる向上に取り組むことを期待する。</p>	<p>本事業については、本事業以外の観光入込客数の減少要因である、「国宝・彦根城築城410年祭」やNHK大河ドラマ「おんな城主直虎」の終了による反動減、および台風など天候不順による減少を打ち消すほどの強い増加効果はなかったものの、観光入込客数を増加させる効果があった。</p> <p>今後の取組の方向性としては、特にPRを強化することや他の観光事業との連携を高めることで、より効果を発揮することができる可能性がある。</p> <p>これまでの交付金事業を通じた投資を確実に活かしていくためには、今後も地道な取組を継続することが必要であり、地域経済振興課をはじめとした市関係部局と近江ツーリズムボードが連携し、「食」を通じた観光魅力度の更なる向上に取り組むことを期待する。</p>	<p>今後の方針で示されているように、他の事業が本事業に与える影響が大きいことから、他の事業との相乗効果による観光客数増のため、観光事業全体が今以上に官民の枠を超えて一丸となって取り組みを進めることが重要だと思ふ。</p> <p>・各種取組について、それぞれが工夫をし、実施したことについては一定の評価できるが、まだまだPRが不足している。</p> <p>・「近江ガストロノミー食文化マップ&amp;カレンダー」を、例えば京都市内等の観光協会に依頼し京都市内のホテル・旅館にも広報協力を依頼。また、美食料理セミナーに参加された料理人や近江食材の取引先にも協力してもらうような働きかけを工夫していくことが必要ではないか。</p> <p>・食企画の発表の場(フードイベント)を、年2回とし、うち1回目を京都などの会場としたイベントに仕立て、近江食材料理を提供。そして、第2回目の“告知PR”も同時にするようにし、集客をアップさせるようなもう一工夫(エッセンス)が必要ではないか。</p> <p>・KPI自体は達成とならなかったものの、事業の実績内容は将来的な観光入込客数を増加させる有意義な活動が多数実施されている。</p> <p>・食は「食文化」という言葉があるように、その土地の風土の中で受け継がれてきたものである。その意味で、文化財や歴史と違わぬ価値を有しており、観光コンテンツとして、時間はかかるが、育て深めていく必要がある。</p> <p>・本事業は食の魅力による観光入込客数を増やす取組であり、この事業としては基盤を固め着実に成果を上げている。</p>