

地方創生関連交付金等事業評価シート

資料4-1-1

事業名	美術館を核とした賑わい創出・交流人口拡大事業				事業期間	平成28年度～令和2年度			
					所管課	いずみアピール課			
交付金事業の概要	<p>○交通アクセス、利便性の向上を図るため、国道480号バイパスの開通を機に試験的に「和泉・かつらぎ連絡バス」を臨時運行する。</p> <p>○エリア内の周遊を魅力あるものとするため、周遊キャンペーンやモニタリングツアーを実施し、美術館周辺地域の賑わい創出に取り組みつつ、認知度向上のため、エリアマガジンを発行する。</p> <p>○美術館を中心としたエリア価値向上のため、活躍の場を求めるアーティストや地域住民、近隣店舗と協働、連携し、美術館所蔵品等に纏わるパブリックアートを制作し、まちなかに展示する。</p> <p>○新たな魅力創出のため、地元特産品の開発に取り組む。</p>								
事業の背景及び目的	<p>○和泉市久保惣記念美術館周辺地域は、古くからの街並と新たに形成された街並が混在する閑静な環境にあり、地域内には、市民活動拠点の複合施設である和泉シティプラザやカフェ、レストラン等が集積する地区がある。</p> <p>○また、桃山学院大学のほか、桜・紅葉の名所として知られる松尾寺などの景勝地が点在している。</p> <p>○こうした中、美術館を中心に他の魅力的なスポットを複合的にブランディングしていく「和泉・久保惣ミュージアムタウン構想」を推進し、新旧の魅力が融合する観光の振興を図る。</p>								
予算	内訳	金額(円)	内訳	金額(円)	決算	内訳	金額(円)	内訳	金額(円)
	報償費	220,000	委託料	33,700,000		報償費	46,000	委託料	33,408,277
	食料費	20,000	使用料	53,000		食料費	4,120	使用料	0
	印刷製本費	266,000	補助金	5,546,000		印刷製本費	249,938	補助金	3,767,282
						消耗品費	20,210		
	計 39,805,000					計 37,495,827			
取組①名称：和泉市・かつらぎ町広域観光路線実証実験バスの運行									
取組の内容	<p>○日曜日・祝日限定で「和泉市・かつらぎ町広域観光路線実証実験バス」を運行。</p> <p>○和泉市(南海バス)と和歌山県かつらぎ町(和歌山バス那賀)から各3便、計6便/日。</p> <p>※急行便を創設し、利用ニーズの変化を検証した。</p> <p><観光バスの概要></p> <ul style="list-style-type: none"> ・和泉市とかつらぎ町の観光地を巡る。 ・1日乗車券1,000円(小児500円) 				取組の意図・目的	<p>○和歌山県側からの来訪促進の実証実験として、広域観光路線バスを運行し、将来的な持続性について検証する。</p>			
					取組の実績・成果	<p>○4月から3月までのバス利用実績</p> <p>利用人数:1,423人(1.8人/便)</p> <p>うち、1日乗車券の購入者数443人</p> <p>○実証実験の利用実績を踏まえ、廃止することとした。</p>			
取組②名称：モニタリングツアー等の実施及びタウンマガジンの作成									
取組の内容	<p>○大学生向けのワークショップを開催し、学生からみたエリアの魅力掘り起こしやSNS等による魅力発信に取り組んだ。</p> <p>○エリア内の観光スポット等を巡るサイクリング、ウォーキング、バスツアーを実施した。</p> <p>○一般参加者向けのほか、メディアや旅行者向けにモニタリングツアーを実施した。</p> <p>○ミュージアムタウンをPRするタウンマガジン「コンコン」を2回(各2万部)発行した。</p>				取組の意図・目的	<p>ミュージアムタウンの魅力を知ってもらうとともに、その魅力を発信する。</p>			
					取組の実績・成果	<p>○モニタリングツアー等への参加者にタウンの魅力を感じてもらうことができ、SNS等での情報拡散効果が図られた。</p> <p><参加者数></p> <p>ワークショップ 15人</p> <p>各種ツアー 176人</p> <p>モニタリングツアー 459人</p>			
取組③名称：地元特産品の開発									
取組の内容	<p>○特産品の開発に要する費用の一部を事業者に助成することにより、特産品の商品化に取り組んだ。</p> <p><補助の概要></p> <ul style="list-style-type: none"> ・開発費用の2/3、60万円を上限とする <p><申請事業者></p> <ul style="list-style-type: none"> ・有限会社シビスおくむら ・カスタムデザインエアー ・株式会社フェリス ・他2社 				取組の意図・目的	<p>地元特産品を開発し、ミュージアムタウンに新たな魅力を加えることで、ミュージアムタウンのブランディング化を図る。</p>			
					取組の実績・成果	<p>○3点の特産品を開発し、エリアに新しい魅力を創出することができた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・和泉市産のお米を使用した日本酒 ・近畿産のすぎ材を使用した酒樽、和泉市産のひのき材「いずもく」を使用した一合榎 ・おおでき猫をモチーフにしたメダル 			

平成30年度の取組

取組④名称：パブリックアートの制作				
取組の内容	<p>○美術館収蔵品をリライト(再描画)した壁画アート30作品を制作し、和泉中央駅から美術館までの各所に設置した。また、立体造型物アート2作品を制作し、和泉中央駅に設置した。</p> <p>○リライトの元となった美術館収蔵品の一部とクリエイターが描いた作品を展示する予告展を美術館で開催した。(2月11日～16日)</p> <p>○パブリックアートの設置にあわせて、「ほろ酔いフェスタ」を3月21日(祝)に和泉中央駅アムゼモールで開催した。</p> <p><イベント内容></p> <p>・特産品紹介、漫才、歌・太鼓演奏、アートツアー、スタンプラリー</p>	取組の意図・目的	サイン機能を持ち、フォトスポットとして活用できるパブリックアートを設置で、美術館のあるまちとしてのブランディング化を図る。	
		取組の実績・成果	<p>○エリア内各所に32のパブリックアートを設置することで、ミュージアムタウンとしての個性や魅力を高めることができた。</p> <p>○また、著名なデザイナーによるアートを設置したことで、エリアの知名度向上につながった。</p> <p>○制作段階から地域住民を巻き込み、作品への愛着心を醸成できた。</p> <p>○予告展には、462名の参加があった。</p> <p>○「ほろ酔いフェスタ」のスタンプラリーには、129人に参加いただき、施設の周遊につなげることができた。</p>	
KPI(重要業績評価指標)	KPI①：エリア内主要施設への来訪者数			
	現状値 (平成27年度)	目標値 (平成30年度)	実績値	【参考】数年後の目標値 (令和2年度)
	413,220	531,900	432,266	612,000
	KPI②：和泉市久保栄記念美術館の年間来訪者数			
	現状値 (平成27年度)	目標値 (平成30年度)	実績値	【参考】数年後の目標値 (令和2年度)
	23,161	28,000	32,639	30,000
	KPI③：新規店舗等開業数			
	現状値 (平成28年度)	目標値 (平成30年度)	実績値	【参考】数年後の目標値 (令和2年度)
	0	0	1	3
総合戦略における位置付け	基本目標	年間観光客数		
	数値目標	H22 949,029人 → R1 1,600,000人		
所管課の評価	平成30年度における取組の効果	B 効果的だった	<p>○旅行事業者向けモニタリングツアーに参加された旅行事業者が、和泉市へのツアー企画を商品化していただき、市外からの来訪が促進された。</p> <p>○当初1回の発行予定であったタウンマガジンを2回発行し、英語併記を加え、インバウンドに向けた効果的な情報発信ができた。</p> <p>○美術館の収蔵品に由来するパブリックアートをエリア内の各所に配置できたことで、美術館とまちをつなげ、アートのまちとしてブランディング化を図ることができた。</p> <p>○地元特産品を複数開発でき、ミュージアムタウンに新たな魅力を加えることができた。</p>	
	目標値達成状況にかかる要因分析	3 未達成	<p>○エリアマガジン発行や、モニタリングツアー実施により、美術館の周知が促進され、来館者数が増加し、目標値を達成することができた。</p> <p>○しかし、来館者をエリア内の観光施設に誘導する仕組(交通手段の確保や施設同士連携)が十分に構築できていないため、エリアへの来訪者数は現状値より微増に留まり、目標値を達成することができなかった。</p> <p>○今後はパブリックアートを活用し、エリア全体の来訪者数の増加につなげることが必要である。</p> <p>○現在までの取り組みにより、エリアのブランディング化が図られ、1店舗の新規開業につながった。</p>	

交付金事業における各取組の総括(いずみアピール課)

資料4-1-2

和泉市・かつらぎ町広域観光路線実証実験バスの運行

取組年度	取組の内容	取組の実績	取組による成果	取組の課題や反省点
平成28年度	【バスチラシ等の作成】 ○和歌山県側からの来訪促進の実証実験として、平成29年から「和泉市・かつらぎ町広域観光路線実証実験バス」を運行するため、和泉市とかつらぎ町の観光スポットを紹介し、来訪促進を図るチラシや南海バス車内に掲示する広告を作成した。	○南海バスとの協議により、無料でバス車内へ広告を掲示した。 ○チラシを市内各所に配置した。	○南海バスの協力による広告掲示やチラシの配架により、一定の周知が図られ、バス利用による来訪促進に貢献した。	○チラシに市内施設の周遊につながるクーポンをつけるなど一層の工夫が必要であった。
平成29年度	【実証実験バスの運行】 ○平成29年4月29日から、日曜日・祝日限定で「和泉市・かつらぎ町広域観光路線実証実験バス」を運行。 ○和泉市(南海バス)と和歌山県かつらぎ町(和歌山バス那賀)から各3便、計6便/日。 <観光バスの概要> ・和泉市とかつらぎ町の観光地を巡る。 ・1日乗車券1,000円(小児500円)	○バス利用実績 <利用人数> ・合計3,229人(4.3人/便) ・うち、1日乗車券の購入者数1,057人	○一定の利用ニーズがあることがわかった。	○運行当初は、10人/便の利用があり、その後、減少傾向となった。 ○観光バスの利便性の向上や利用ニーズを喚起する仕組みが必要であった。
平成30年度	【実証実験バスの運行】 ○急行便を創設し、利用ニーズの変化を検証した。	○バス利用実績 <利用人数> ・合計1,423人(1.8人/便) ・うち、1日乗車券の購入者数443人	○利用ニーズを測定し、利用客が少ないことから、廃止することとした。	○スタンプラリー実施による利用機会の創出や急行便の創設を試みたが、バス利用者を増加させることができなかった。

タウンマガジンの作成

取組年度	取組の内容	取組の実績	取組による成果	取組の課題や反省点
平成29年度	○ミュージアムタウンを市内外に広くPRするタウンマガジン「こんこん」を発刊した。	○発行回数1回 20,000部	○京都国立近代美術館など、近畿圏の美術館等にタウンマガジンを配布し、久保惣記念美術館の魅力を広く周知できた。	○地域のこども達を案内役として紙面に起用し、地域住民の巻き込みを図ったが、企画段階から参画してもらえれば、ミュージアムタウンへの愛着を一層醸成することができた。
平成30年度	○ミュージアムタウンを市内外に広くPRするタウンマガジン「コンコン」を発刊した。	○発行回数2回 各20,000部	○タウンマガジンを2回発行し、英語併記を加え、インバウンドに向けた効果的な情報発信ができた。	○継続的な魅力情報発信を考えると、エリア内におけるアートに関する素材の掘り起こしが必要であった。

各種イベントの開催

取組年度	取組の内容	取組の実績	取組による成果	取組の課題や反省点
平成28年度	<p>【和泉・久保惣アート祭】</p> <p>○平成29年3月12日に久保惣記念美術館前の河川敷において、アートイベント「和泉・久保惣アート祭」を開催。</p> <p><イベント内容></p> <p>○地元書道家・イラストレーターといずみ太鼓「鼓聖泉」とのコラボレーション</p> <p>○地元アーティストの歌唱</p> <p>○桃山学院大学のチアリーディング など</p> <p>○8台のキッチンカーによる飲食ブースや、大阪芸大の似顔絵・作品販売などのブースを設置</p>	○約2,000人の来場者があった。	○多くの来場者を得て、久保惣ミュージアムタウンを「アートのみち」として周知することができた。	○イベントでの周知効果や盛り上げの効果を継続的な地域の活性化につなげることが難しかった。 ○地域を周遊してもらえる仕組みが必要であった。
平成28年度	<p>【国道480号鍋谷峠道路・父鬼バイパス開通記念イベント】</p> <p>○平成29年3月25日に国道480号鍋谷峠道路・父鬼バイパス開通記念イベントとして、開通前のトンネルを歩くことができる「記念ウォーキングイベント」を開催。</p> <p>○無料シャトルバス(美術館経由)を運行。</p>	○約1,500人の参加があった。	○バスを美術館経由にしたことで、美術館の認知度を向上することができた。 ○バスの利用ニーズの喚起につながった。	○本取組は単発の記念イベントであり、一定の周知効果等はあったと考えるが、継続的な来訪促進につながるものであったか、把握することが難しい。
平成29年度	<p>【久保惣”大でき”美術館】</p> <p>○平成30年3月21日にパブリックアートの設置に合わせて、「久保惣”大でき”美術館」を開催した。</p> <p><イベント内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・パブリックアートのお披露目(除幕式) ・大でき展 ・大でき市 ・その他(お茶席体験、陶芸体験) ・スタンプラリー 	○1,078人の参加があった。	○スタンプラリーで、エリア内の施設をポイントに設定し、スタンプ数で抽選会に参加できるなど、周遊につなげる取り組みができた。 ○地元小学校の協力による展示を行うなど、地域を巻き込むことで、美術館への愛着と誇りを醸成しつつ、美術館のあるまちとしてのブランディング化を図ることができた。	○イベントでの周知効果や盛り上げの効果を継続的な地域の活性化につなげることが難しかった。 ○イベント実施時における一時的な周遊にとどまらず、日常的に地域を周遊してもらえる仕組みが必要であった。
平成30年度	<p>【モニタリングツアー等の実施】</p> <p>○大学生向けのワークショップを開催し、学生からみたエリアの魅力掘り起こしやSNS等による魅力発信に取り組んだ。</p> <p>○エリア内の観光スポット等を巡るサイクリング、ウォーキング、バスツアーを実施した。</p> <p>○一般参加者向けのほか、メディアや旅行事業者向けのモニタリングツアーを実施した。</p>	○参加者数 ワークショップ 15人 各種ツアー 176人 モニタリングツアー 459人	○モニタリングツアー等への参加者にタウンの魅力を感じてもらえることができ、SNS等での情報拡散効果が図られた。	○ツアーのアンケートにより、駐車場や食事場所のインフラ整備に課題があると改めて浮き彫りになった。

パブリックアートの制作及び地元特産品の開発

取組年度	取組の内容	取組の実績	取組による成果	取組の課題や反省点
平成29年度	<p>【パブリックアートの制作】</p> <p>○サイン機能を持ち、フォトスポットとしても活用できるパブリックアートとして、「KUBOSO」のロゴと、歌川国芳の「荷宝蔵壁のむだ書」に描かれたネコを組み合わせたパブリックアートを制作した。</p>	<p>○パブリックアートを1基設置した。</p>	<p>○インパクトのあるパブリックアートを美術館に設置し、美術館の存在感を向上することができた。</p>	<p>○地域で愛されるパブリックアートにするために、制作段階から地域住民を巻き込んでいく必要があった。</p>
平成30年度	<p>【パブリックアートの制作】</p> <p>○美術館収蔵品をリライト(再描画)した壁画アート30作品を制作し、和泉中央駅から美術館までの各所に設置した。また、立体造型物アート2作品を制作し和泉中央駅に設置した。</p> <p>○リライトの元となった美術館収蔵品の一部とクリエイターが描いた作品を展示する予告展を美術館で開催した。(2月11日～16日)</p> <p>○パブリックアートの設置にあわせて、「ほろ酔いフェスタ」を3月21日(祝)に和泉中央駅アムゼモールで開催した。</p> <p><イベント内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・特産品紹介、漫才、歌・太鼓演奏、アートツアー、スタンプラリー 	<p>○エリア内の各所に32のパブリックアートを設置することができた。</p> <p>○予告展には、462名の参加があった。</p> <p>○「ほろ酔いフェスタ」のスタンプラリーには、129人に参加いただき、施設の周遊につなげることができた。</p>	<p>○ミュージアムタウンとしての個性や魅力を高めることができた。</p> <p>○また、著名なデザイナーによるアートを設置したことで、エリアの知名度向上につながった。</p> <p>○制作段階から地域住民を巻き込み、作品への愛着心を醸成できた。</p>	<p>○パブリックアートは、設置することが目的ではなく、地域住民や市内外の方々に関心を持ってもらうことが重要であり、今後の周知方法や活用方法が大きな課題である。</p>
平成30年度	<p>【地元特産品の開発】</p> <p>○特産品の開発に要する費用の一部を事業者に助成することにより、特産品の商品化に取り組んだ。</p> <p><補助の概要></p> <ul style="list-style-type: none"> ・開発費用の2/3、60万円を上限とする <p><申請事業者></p> <ul style="list-style-type: none"> ・有限会社シビスおくむら ・カスタムデザインエアー ・株式会社フェリス ・他2社 	<p>○3点の特産品を開発した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・和泉市産のお米を使用した日本酒 ・近畿産のすぎ材を使用した酒樽、和泉市産のひのき材「いずもく」を使用した一合枥 ・おおでき猫をモチーフにしたメダル 	<p>○特産品を開発し、エリアに新しい魅力を創出することができた。</p>	<p>○和泉市産のお米を使用した日本酒は、気候等により製造数に変化するものであり、安定した供給についての検討が必要であった。</p>

交付金事業の総括

KPIの達成状況を踏まえた取組の総括	<p>○平成28年度及び平成29年度に取り組んだイベントでは、美術館の周知が図られ、KPI②(美術館来館者数)の増加に寄与したが、参加者がエリア内を周遊する仕組み十分でなかったため、KPI①(エリア内主要施設への来訪者数)の向上に結びつけることができなかった。</p> <p>○和泉市・かつらぎ町広域観光路線実証実験バスの運行については、観光資源が乏しいことやバス利用のニーズを喚起する取組みができず、利用者が少ないため取りやめる。</p> <p>○美術館の収蔵品に由来するパブリックアートをエリア内の各所に配置できたことで、美術館とまちをつなげ、アートのまちとしてブランディング化を図ることができた。</p> <p>○地元特産品を複数開発でき、ミュージアムタウンに新たな魅力を加えることができた。</p>
交付金事業の成果を踏まえた今後の事業展開	<p>○久保惣記念美術館やいずみの国歴史館、和泉リサイクル環境公園、松尾寺などの観光スポットとエリア内に点在するパブリックアートを巡る周遊イベント開催するなど、エリアのブランディング化を推進する。</p> <p>○エリア内の観光客だけをターゲットとした交通手段の確保は、利用客が見込めず困難であるため、2025年に開催される国際博覧会を見据え、博覧会への参加を目的としたホテルルートイン大阪和泉の宿泊者をターゲットとして、エリア内を周遊してもらえる交通手段の確保等について検討を行う。</p>