

予 算 要 求 資 料

令和5年度当初予算

支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

事業名 岐阜関ヶ原古戦場記念館展示資料デジタルコンテンツ制作費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

商工労働部 観光国際局 岐阜関ヶ原古戦場記念館 企画連携係

電話番号：0584-47-6070

E-mail：c23116@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 6,000 千円 (前年度予算額： 0 千円)

<財源内訳>

| 区 分 | 事業費 | 財 源 内 訳 | | | | | | | |
|-----|-------|------------|------------|------------|------------|-----|-----|-----|------------|
| | | 国 庫 支出金 | 分担金 負担金 | 使用料 手数料 | 財 産 収 入 | 寄附金 | その他 | 県 債 | 一 般 財 源 |
| 前年度 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 要求額 | 6,000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6,000 |
| 決定額 | | | | | | | | | |

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨 (現状と課題)

岐阜関ヶ原古戦場記念館のシンボリックな展示物「関ヶ原合戦図屏風」をデジタル技術でアニメーション映像に加工することで、誰からも分かりやすく親しみやすいコンテンツを制作する。

特に、関ヶ原合戦図屏風の全体図をアニメーション化することで、合戦に参戦した武将の位置関係や戦いの様子、時間軸の流れなど、リアルな動きで理解することができ、関ヶ原合戦への興味、関心をより深めてもらうことが期待できる。

なお、アニメーション映像をPC画面等で自由に拡大表示できるPRコンテンツも制作し、コロナ禍におけるプロモーションに活用することで、記念館を核とした広域・周遊観光をさらに促進し、アフターコロナの観光需要の喚起と観光消費の拡大を図る。

(2) 事業内容

○「関ヶ原合戦図屏風」のアニメーション化及びデジタルコンテンツ制作

令和4年度に実施した調査研究結果を踏まえ、「関ヶ原合戦図屏風」の全体図をアニメーション化し、6枚のモニター画面で構成する屏風型(約2m×約5m)のデジタルアート作品を制作する。

加えて、アニメーション映像を、PC等の出力画面で自由に拡大表示させ、館内解説や出張講座でのPR活動に活用するためのデジタルコンテンツを制作する。

(3) 県負担・補助率の考え方

県有施設で活用するコンテンツ制作であるため県の経費負担は妥当

(4) 類似事業の有無

なし

3 事業費の積算 内訳

| 事業内容 | 金額 | 事業内容の詳細 |
|------|-------|-------------------|
| 委託料 | 6,000 | デジタルコンテンツ制作業務委託経費 |
| 合計 | 6,000 | |

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

- 「清流の国ぎふ」創生総合戦略
 - Ⅱの3 地域にあふれる魅力と活力づくり
 - (2) 次世代を見据えた産業の振興
 - ④観光産業の基幹産業化
- 岐阜県デジタル・トランスフォーメーション推進計画
 - 第2章 目指す姿と政策の方向性
 - Ⅲ 各分野のDX
 - 11 観光

(2) 国・他県の状況

岐阜県独自事業

(3) 後年度の財政負担

なし

(4) 事業主体及びその妥当性

県有施設で活用するコンテンツ制作であるため県執行が妥当

事業評価調書（県単独補助金除く）

新規要求事業

継続要求事業

1 事業の目標と成果

（事業目標）

・何をいつまでにどのような状態にしたいのか

「関ヶ原合戦図屏風」をデジタル技術によりアニメーション映像に加工することで、歴史が苦手な子ども達や、関ヶ原合戦に詳しくない人も含め多くの方々に、関ヶ原合戦を理解してもらい、興味・関心を持ってもらう。

さらに、アニメーション映像をPC画面等で自由に拡大表示できるPRコンテンツを制作し、コロナ禍におけるプロモーションに活用することで、アフターコロナを見据えた観光誘客の促進を図る。

（目標の達成度を示す指標と実績）

| 指標名 | 事業開始前 (R) | R3年度 実績 | R4年度 目標 | R5年度 目標 | 終期目標 (R7) | |
|-----------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|-------|
| | | | | | 目標 | 達成率 |
| ①観光消費額 | | 1,721億円 | 2,400億円 | 2,900億円 | 3,300億円 | 52.2% |
| ②観光入込客数 (実数) | | 3,842万人 | 4,000万人 | 4,800万人 | 4,900万人 | 78.4% |

○指標を設定することができない場合の理由

（これまでの取組内容と成果）

| | |
|-------|---|
| 令和2年度 | 令和2年10月21日に開館し、50,418人の来館者があった。 |
| 令和3年度 | 緊急事態宣言を受け9月が休館となったものの、年間91,212人の来館者があった。 |
| 令和4年度 | 指標① 目標：1,900億円 実績：1,721億円 達成率：90.6 % 令和6年度当初予算にて追加 |
| 令和5年度 | 指標① 目標：____ 実績：____ 達成率：____ % |

2 事業の評価と課題

(事業の評価)

| | |
|---|--|
| <p>・ 事業の必要性(社会情勢等を踏まえ、前年度などに比べ判断) <small>3: 増加している 2: 横ばい 1: 減少している 0: ほとんどない</small></p> | |
| (評価) | <p>「関ヶ原合戦図屏風」をより分かりやすく理解し、興味・関心を持ってもらうためアニメーション化する。さらに、コロナ禍におけるプロモーションとして、出張講座等におけるPR教材に活用するため、自由に拡大表示できるデジタルコンテンツを制作する。</p> |
| 3 | |
| <p>・ 事業の有効性(指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか) <small>3: 期待以上の成果あり 2: 期待どおりの成果あり 1: 期待どおりの成果が得られていない 0: ほとんど成果が得られていない</small></p> | |
| (評価) | |
| <p>・ 事業の効率性(事業の実施方法の効率化は図られているか) <small>2: 上がっている 1: 横ばい 0: 下がっている</small></p> | |
| (評価) | |

(今後の課題)

| |
|--|
| <p>・ 事業が直面する課題や改善が必要な事項 来館者のニーズを踏まえながら、記念館の魅力を一層PRするとともに、更なる魅力向上に向けて、コンテンツの充実や広報が必要。</p> |
|--|

(次年度の方向性)

| |
|--|
| <p>・ 継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか 令和5年度でコンテンツ制作は完了し、その後は、実際に観覧した観客の声を踏まえながら、更なる有効的な活用やPR方法等を検討する。</p> |
|--|

(他事業と組み合わせる場合の事業効果)

| | |
|-------------------------------|-------|
| <p>組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課</p> | 【○○課】 |
| <p>組み合わせる理由や期待する効果 など</p> | |