

主要事業評価シート(第2次実施計画/R1・2・3年度)

① 基本事項	計画コード	事業名	部名	産業環境部	
	17064	観光プロモーション推進事業	課名	商工観光課 観光・地域ブランドG	
	施策の大綱	03:交通拠点性を生かした都市活力の向上	財務科目	会計	01:一般会計
	基本施策	04:まちづくり観光の推進		款	07:商工費
	施策の方向	02:観光地の魅力づくり		項	01:商工費
戦略プロジェクト	-	目		03:観光費	
事業予定期間	H 21 ~ R - 年度	主な根拠法令要綱等			

② 目的・概要	対象	亀山市内外の人々
	目的	より多くの方に亀山市を知ってもらい訪れてもらうため、本市が有する観光資源の掘り起こしや魅力の向上を図るとともに、様々な機会を通じて情報発信を図る。
概要		市内への観光誘客を図るため、様々な機会を捉え、地域資源を活用した体験型講座の実施を含む、地域の魅力を紹介する観光プロモーションを展開する。

		令和元年度	令和2年度	令和3年度	
③ 事業の計画・実績	年度計画	OPR効果の高い県内及び近隣県での観光PR ○県や北伊勢広域観光推進会議と連携した観光PR ○広域連携による大型クルーズ船の誘客に向けたPR ○地域資源を活かした体験型講座の実施	OPR効果の高い県内及び近隣県での観光PR ○三重テラス等を活用した東京オリンピック観戦客の誘客に向けたPR ○県や北伊勢広域観光推進会議と連携した観光PR ○広域連携による大型クルーズ船の誘客に向けたPR ○地域資源を活かした体験型講座の実施	OPR効果の高い県内及び近隣県での観光PR ○三重テラス等を活用した三重とこわか国体観戦客の誘客に向けたPR ○県や北伊勢広域観光推進会議と連携した観光PR ○広域連携による大型クルーズ船の誘客に向けたPR ○地域資源を活かした体験型講座の実施	
	年度実績	○県外交流市イベント参加による観光PR(神奈川県大和市) ○8耐、F1等の地域ブースで観光PRの実施 ○商工会議所、観光協会との連携による大型クルーズ船誘客 ○新名神土山SAでのパンフレット設置(1,000部/月配布) ○三重県観光連盟との連携強化	○三重県観光連盟との連携強化	○三重県観光連盟との連携強化 ・「観光三重」HPに亀山7座トレイルの特設サイトとレポート記事を製作	
事業の計画・実績	計画額	事業費	1,200千円	1,200千円	1,200千円
		国庫支出金			
		県支出金			
		地方債			
		その他			
	一般財源	1,200千円	1,200千円	1,200千円	
	予算額	事業費	930千円	102千円	760千円
		国庫支出金			
		県支出金			
		地方債			
		その他			
	一般財源	930千円	102千円	760千円	
決算額	事業費 ①	913千円	102千円	760千円	
	国庫支出金				
	県支出金				
	地方債				
	その他				
一般財源	913千円	102千円	760千円		
人件費	総人件費 ②	2,355千円	2,352千円	2,371千円	
	一般職員	2,355千円	2,352千円	2,371千円	
	所要人員	0.30	0.30	0千円	
	会計年度任用職員等	0千円	0千円	0千円	
総コスト(①+②)		3,268千円	2,454千円	3,131千円	
受益者負担率		0.0%	0.0%	0.0%	

			令和元年度	令和2年度	令和3年度
④ 指標	①	名称 観光プロモーション実施回数	計画値 10	10	10
		活動	実績値 8	0	0
			単位 回	回	回
	②	名称 観光案内パンフレット配布数	計画値 3,000	3,000	3,000
		活動	実績値 1,500	0	0
			単位 部	部	部
	③	名称 観光入込客数	計画値 125,000	130,000	135,000
		成果	実績値 125,112	96,573	94,139
			単位 人	人	人

⑤ 事業の改善	【前回評価の対応方針の概要を記入】	観光の質が、個人旅行へ移行すると、観光地はより一層の本物志向の整備が求められ、旅前のインターネット検索で安全な観光地として対象となるか、旅中で楽しめる内容があるかが問われていくと思われる。このことから、関宿では山車会館など見ごたえのある施設整備は行われてきているため、今後は、より一層の情報発信の重要性が増していくことが想定され、早急に対応していく必要がある。
	【前回評価の対応方針を踏まえ、どのような措置を講じたか】	前年度に引き続きコロナ禍により、クルーズ船の訪問客やイベント等を通じたプロモーション活動は実施できなかった。これまでバス旅行を主としたマストゥリズムから個人旅行へ移行していることから、旅前のインターネット検索で目的地として検索されやすいよう、全国的にアクセス数の多い三重県観光連盟のHP「観光三重」の市内観光コンテンツを更新した。また、「観光三重」のHPに亀山7座トレイルの特設サイトとレポート記事を製作し、亀山7座の知名度向上と市の観光振興を図った。

		評価	(判定)
⑥ 事業の評価	活動	【計画どおりに実施できたか】 昨年度に引き続き、コロナ禍により、クルーズ船の訪問客やイベント等を通じたプロモーション活動は実施できなかった。これまでのマストゥリズムから個人旅行へ移行していることから、旅前のインターネット検索で目的地として検索されやすいよう環境整備として、全国的にアクセス数の多い三重県観光連盟のHP「観光三重」の市内観光コンテンツを更新した。また、「観光三重」のHPに亀山7座トレイルの特設サイトとレポート記事を製作し、亀山7座の知名度向上と市の観光振興を図った。	C あまり実施できなかった
	成果	【成果は順調に上がったか】 新型コロナウイルスが拡大する前の観光プロモーションの事業内容が実施できず、十分なPRは実施できなかった。また、市内観光関連施設等への入込客数は、昨年度と比べ減少した。	C あまり成果を得られなかった

⑦ 今後の対応方針	課題	【課題は何か】 コロナ禍の影響を機にマストゥリズムから、「入込みは避ける、近隣の地方部でゆっくり魅力再発見、個人旅行」と観光の質の変化が加速しており、それに対応していく必要がある。また、個人旅行では観光地に本物志向が求められ、旅前のインターネット等による情報収集が鍵となるため、「訪れたい」「住みたい」を誘発するまちとなるよう、観光資源にストーリー性を持たせて地域ブランドを創り上げ、観光と地域ブランドが一体となった体制を最大限に活かして、プロモーションを推進していく必要がある。	次期実施計画への方向性 【その他の場合、その内容を記載】
	対応	【課題に対し、どのように対応するか】 本市の特徴でもある歴史・文化・自然等観光コンテンツの開発や磨き上げ、効果的、戦略的にコンセプトを開発して市のイメージブランディングを行い、観光プロモーションを推進していく。また、戦略的な観光プロモーションを展開及び浸透させるため、「観光三重」のドメインを活用して、ブランドイメージに沿ったPRが可能な特設サイトを製作する。更に、コンセプト・方向性に合った著名人や実力派クリエイター等のインフルエンサーを活用し、雑誌掲載や新図書館を利用したプロモーションを展開する。	
	効果	【対応することで、どのような効果が期待できるか】 本市の特徴である歴史・文化・自然などを包含したコンセプトを開発し、イメージブランディングを行うことにより、本市の真の魅力を感じていただける来訪者の増加と満足度を向上させることができる。	
	対応時期	令和4年度～令和7年度	

【1次評価者】	産業環境部 商工観光課 観光・地域ブランドグループリーダー 早川博人
【最終評価者】	産業環境部 商工観光課長 井上和哉

(参考:前期基本計画期間(H29-R3)における評価履歴)

		H29	H30	R1	R2	R3
判定	活動	B	B	B	C	C
	成果	B	B	B	C	C

■令和3年度予算額(事業費)の内訳

予算額(事業費)		760 千円
内訳	令和2年度からの繰越額	千円
	令和3年度の最終予算額	760 千円
	令和3年度への繰越額	千円