

# 主要事業評価シート(第1次実施計画/H29・30・31年度)

① 基本事項	計画コード	事業名	部名	生活文化部
	17064	観光プロモーション推進事業	課名	地域観光課 観光交流G
	施策の大綱	03:交通拠点性を生かした都市活力の向上	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 ~ H - 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の魅力を紹介する観光PRを中心とした観光プロモーションを展開する。	

③ 事業の計画・実績	年度計画	平成29年度	平成30年度	平成31年度	
		○PR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観光推進会議と連携した観光PR ○地域の特色を活かした体験型講座の実施 ○各種団体等との連携による観光資源を活用したウォーキングやまち歩きイベント等の開催	○PR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観光推進会議と連携した観光PR ○地域の特色を活かした体験型講座の実施 ○各種団体等との連携による観光資源を活用したウォーキングやまち歩きイベント等の開催	○PR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観光推進会議と連携した観光PR ○地域の特色を活かした体験型講座の実施 ○各種団体等との連携による観光資源を活用したウォーキングやまち歩きイベント等の開催	
年度実績	○県内及び近隣県での観光PR ・お伊勢さん菓子博などでのチラシ配布 (計3,200部) ・新名神土山SAでのパンフレット設置 (1,000部/月配布) ○北伊勢広域観光推進会議との連携 ・美し国グルメフェアでのチラシ配布100部 ○観光協会により市内団体と連携したモデルツアーの開催 (全2回 参加者28名)				
事業費	計画額	事業費	1,100千円	1,100千円	1,100千円
		国庫支出金	550千円	550千円	550千円
		県支出金			
		地方債			
		その他			
事業費	予算額	事業費	1,066千円	1,000千円	
		国庫支出金			
		県支出金			
		地方債			
		その他			
事業費	決算額	事業費 ①	937千円		
		国庫支出金			
		県支出金			
		地方債			
		その他			
人件費	決算額	一般財源	937千円	0千円	0千円
		総人件費 ②	2,304千円		
		一般職員	2,304千円		
		所要人員	0.30		
事業費	決算額	臨時職員等	0千円		
		総コスト(①+②)	3,241千円		
事業費	決算額	受益者負担率	0.0%		

				平成29年度	平成30年度	平成31年度	
④ 指標	①	名称	観光プロモーション実施回数	計画値	9	10	10
			開催した観光プロモーション数	実績値	8		
				単位	回	回	回
	②	名称	アンケート回収数	計画値	900	1,000	1,000
			開催した観光プロモーションでのアンケート等回収数	実績値	101		
				単位	人	人	人
	③	名称	体験講座参加者数	計画値	300	300	300
			イベントでの体験講座参加者数	実績値	28		
				単位	人	人	人

⑤ 事業の改善	前回評価	【前回評価の対応方針の概要を記入】 首都圏や関西圏でのシティプロモーションイベントでは、集客は可能であるが、イベントへのリピーターの確保に繋がっていない。観光プロモーションでは、広域圏ではない近隣県または市外周辺の高速道路のサービスエリア(道の駅)等より効果的に魅力発信を行う。
	改善行動	【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】 亀山への訪問客は、近隣県から日帰りが6割を占める。このことから高速道路のSA(土山SA)のパンフレットスタンドに観光パンフレットを配布した。また、観光プロモーションは近隣県、県内で開催されるイベントに参加して実施することとした。

		評価	(判定)
⑥ 事業の評価	活動	【計画どおりに実施できたか】 県内又は近隣県におけるイベントにて観光プロモーションを実施し、関宿を中心としたPRを行った。また、北伊勢広域観光推進会議との連携してイベントに参加したほか、教育旅行の誘致等、今後の広域観光としての企画の検討を行った。	B まずまず実施できた
	成果	【成果は順調に上がったか】 観光PRはすぐさま数値的効果が得られないものであるが、土山SAのパンフレットスタンドで10,000部/年の観光パンフレットを配布するなど、多くの方から市の観光資源に興味をいただいており、本市の観光の魅力発信については一定の成果を得た。	B まずまず成果を得た

⑦ 今後の対応方針	課題	【課題は何か】 今後の観光プロモーションは、既存の観光資源だけでは訪問客増は望めなくなっているため、新たな観光資源を開発して集客を図る必要がある。また、関係団体と連携し、物販を含めた観光プロモーションが必要である。	今後の方向性 <input type="checkbox"/> 拡大 <input checked="" type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> その他 【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】 様々な機会を通じて、新たな観光資源の発掘を図る。平成30年度は亀山7座トレイル事業により自然の観光資源を開発する取組を行っていく。	
	効果	【対応することで、どのような効果が期待できるか】 歴史的な建物の魅力による集客に加えて、登山、トレッキング客など、新たな訪問客の来訪が期待できる。	
対応時期		平成30年度	

【1次評価者】	生活文化部 地域観光課 観光交流グループリーダー 木田 博人
【最終評価者】	生活文化部 地域観光課長 木田 博人