

■ 成果指標

指標	単位	現状値		実績値				目標値
				R4	R5	R6	R7	
1	観光入込客数	人	183,001	R2	207,428			220,000
2	エコツーリズムのイベント参加者数	人	141	R2	98			270
3	観光協会ホームページ訪問者数	人	181,722	R2	224,617			235,000
4	まちづくり観光に関わる団体数	団体	84	R2	75			85
5								
6								
7								
8								

■ 市民アンケート調査

項目	現状値 [R2]	1次 [R5]	2次 [R6]	市民アンケートの考察
1 観光地としての魅力があり、観光施設が整っている	重要度 0.77 満足度 ▲ 0.91			— 令和5年度の市民アンケートの結果を踏まえて、次年度に考察します。
2	重要度 満足度			
3	重要度 満足度			
4	重要度 満足度			

■ 施策推進 [施策の方向]

施策の方向	施策推進に関する考察
① 地域資源を生かした持続可能な観光政策の推進	亀山7座でのトレッキングイベントにより、市内の自然観光の認知度は高まってきていることから、亀山版グリーンツーリズムとして今後の展開に繋げていく。
② 観光プロモーションの強化	本市の観光資源を「アートが生まれる街、亀山」をコンセプトにストーリー性のある一貫したプロモーションとしてスタートさせたことで、引き続き持続可能な観光施策を推進する。
③ まちづくり観光を支える人材と組織の育成・確保	きめ細かな情報発信や各種イベントの実施など観光協会の運営を支援した。今後も、市内観光地の活性化と観光協会の経営強化に結びつくよう支援を継続する。
④ 快適に滞在できる受け入れ環境の充実	適切な観光施設の運営、管理を行うとともに、回遊性を高めるため、地域住民と協働して案内機能の向上を図り、観光客がより快適に滞在できる環境を整えることができた。
⑤	
⑥	
⑦	

総合評価

<p>観光プロモーションの強化については、コロナ禍により観光のスタイルが変化している中、新たなニーズに対応するための観光施策など、3つの基本戦略と11の施策を掲げた第2次観光振興ビジョンを策定した。本ビジョンの基本戦略の一つである情報発信のクオリティアップでは、これまで個々に情報発信していた観光資源を、「アートが生まれる街、亀山」をコンセプトに、インフルエンサーや雑誌、ポスターなどを活用して、市内外へ観光プロモーションを展開した。この観光プロモーションの中で、関宿はもとより亀山7座や新スポットである新図書館を含めたJR亀山駅前など、地域資源を生かした持続可能な観光施策の推進に向けて、まずまず進んだ。また、コロナ禍の中で活動が制限されたことにより、まちづくり観光に関わる団体が減少したが、感染防止対策を講じながら関宿祇園夏まつり、街道まつりなどイベントが一部再開されたことで、まちづくり観光を支える人材と組織の育成・確保にも今後つながっていくと期待できる。快適に滞在できる受け入れ環境の充実については、民間の経験やノウハウも活用しながら適切な観光施設の運営、管理を行うとともに、地域住民と協働して案内看板の見直しや観音山への展望台設置など、観光客がより快適に滞在できる環境を整えることができた。全体としては、徐々に行動制限が緩和されたことで、コロナ禍前の水準には達しないものの、観光客数も大きく回復しており、基本施策の目指す姿に向けてまずまず進んだと考える。</p>	<p>B</p> <p>まずまず進んだ</p>
--	--------------------------------

今後の展開方針

観光プロモーションのコンセプトと年度ごとのテーマに沿って、関心層により市の魅力を伝えるとともに、非認知層へのアプローチを行うなどターゲットの拡大を図っていく。また、市の魅力を伝えるだけでなく、本市への観光誘客につなげるため、新たな観光資源の発掘や体験型観光コンテンツをつくり、それらを効果的に発信していく。特に、亀山7座を活用した体験型観光コンテンツについては、将来的に亀山版グリーンツーリズムの実現につながるよう観光協会や指定管理者、観光DMOと連携しながら進めて行く。さらに、地域ブランドと連動させ、市の知名度とイメージの向上に努めるとともに、市内観光地の活性化と観光協会の経営強化に結びつくよう支援を継続していく。