

令和4年度 主要事業評価シート

① 基本事項	計画コード	22069	事業名	観光プロモーション推進事業			
	事業手法	<input type="checkbox"/> 直営 <input type="checkbox"/> 一部委託 <input checked="" type="checkbox"/> 全部委託 <input type="checkbox"/> 補助等 <input type="checkbox"/> その他()					
	施策体系	施策の大綱	03:交通拠点性を生かした都市活力の向上		予算科目	会計	01:一般会計
		基本施策	04:まちづくり観光の活性化			款	07:商工費
		施策の方向	02:観光プロモーションの強化			項	01:商工費
		重点プロジェクト	03:「しなやか田園都市」プロジェクト			目	03:観光費
事業期間	H 22 年度 ~ R - 年度	主な根拠法令等		-			

評価分類	A1
------	----

担当部署	
部	産業環境部
課	商工観光課 観光・地域ブランドG

② 事業概要 (P)	事業の必要性(経緯・背景等)	事業の対象(誰に、何に対して)	事業の目的(どのような状態にしたいのか)	事業の内容(どのような取組を行うのか)
	本市が有する観光資源のブラッシュアップや新たな観光資源の掘り起こしを図り、観光地として選ばれるための魅力ある効果的な情報発信により、本市の知名度向上を図る必要がある。	亀山市内外の人	効果的な情報発信を行うことにより、観光地としての知名度が向上するとともに、本市のブランドイメージが醸成され、魅力ある観光地として来訪者が増加している。	情報発信拠点となる”観光三重”内サイトの制作・更新や、メディアとのタイアップやPRポスター作成など、広報ツールを作成するとともに、インフルエンサー等による情報発信など、プロモーション活動を展開する。また、近隣自治体等と連携した情報発信を行う。

年度		令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
③ 事業の実施状況 (P・D)	事業計画	○”観光三重”内のサイト制作 ○メディアタイアップ、PRポスター作成 ○インフルエンサー等による情報発信 ○近隣自治体と連携した情報発信	○”観光三重”内のサイト更新 ○メディアタイアップ、動画制作 ○インフルエンサー等による情報発信 ○近隣自治体と連携した情報発信	○”観光三重”内のサイト更新 ○メディアタイアップ ○インフルエンサー等による情報発信 ○近隣自治体と連携した情報発信	○”観光三重”内のサイト更新 ○メディアタイアップ ○インフルエンサー等による情報発信 ○近隣自治体と連携した情報発信
	活動実績 (計画通り実施できたか)	”観光三重”内に特設WEBサイトを制作した。また、ディスカバージャパン誌とタイアップし、インフルエンサーである菊池亜希子氏を起用した特集記事を掲載し、併せて菊池氏のInstagramで情報発信を行った。並びに、写真家浅田政志氏、モデル加藤遊海氏によるPRポスターを作成した。北伊勢広域推進協議会において近隣自治体と連携した情報発信を行った。			
計画額	事業費	13,200千円	13,200千円	11,900千円	9,200千円
		国・県支出金			
		地方債			
		その他			
決算額	事業費	13,200千円	13,200千円	11,900千円	9,200千円
		国・県支出金			
		地方債			
		その他			
①期間内事業費(R4-7)		43,500千円	②期間外事業費(R8-)	-	①+②総事業費

(令和4年度予算額の内訳)

前年度からの繰越額	0千円
当年度の最終予算額	13,200千円
次年度への繰越額	0千円

指標名	説明等	種別	単位	区分	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
④ 指標 (C)	「観光三重」内WEB内サイト訪問者数	成果	人	計画値	2,200,000	2,200,000	2,200,000	2,200,000
				実績値	260,069			
	観光入込客数	成果	人	計画値	205,000	210,000	215,000	220,000
				実績値	207,428			
				計画値				
				実績値				

⑤ 成果 (C)	事業実施により得られた成果(誰に(何に)対してどのような効果があったか)
B	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」をコンセプトにストーリー性を持たせ、インフルエンサーの活用やメディアとのタイアップ、PRポスターの作成、ウェブサイトの開設などにより、一貫したプロモーションをスタートさせることができた。情報発信が年度末になったことで、「観光三重」内に開設したウェブサイトへの訪問者数は26万人余りに留まった。
まずまず成果を得た	

事業の対象	事業の目的
亀山市内外の人	効果的な情報発信を行うことにより、観光地としての知名度が向上するとともに、本市のブランドイメージが醸成され、魅力ある観光地として来訪者が増加している。

(再掲)

⑥ 課題 (C)	事業の達成状況等を踏まえた課題事項
	設定した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る必要がある。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する必要がある。

⑦ 事業の展開 (A)	方向性
	継続(現状維持) 現状どおり事業を継続する
	改善・見直し内容
	令和5年度で対応する(した)もの 新たに観光PR動画を作成するとともに、観光誘客につなげるための体験型コンテンツづくりも並行して行う。

【履歴】	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
成果判定	B			
事業展開	継続(現状維持)			

1次評価者	産業環境部 商工観光課 観光・地域ブランドGL 早川 博人
最終評価者	産業環境部 商工観光課長 井上 和哉