

令和6年度長久手市行政評価票（A票：事業評価票）										対象年度		令和5年度	
事業番号	12	事業名	観光PR事業					担当課		たつせがある課			
								予算区分（款-項-目-中事業）		6-1-2-1 観光PR事業			
			（大事業名） 観光交流推進事業					決算書ページ		173 ～		一般	
I 基本情報	総合計画	基本目標	5	いつでも どこでも 誰とでも 広がる交流の輪			事業開始の背景	愛知万博を契機に長久手市観光交流基本計画を策定し、本市の観光PRするために事業を始めた。					
		政策	2	観光交流まちづくりの推進									
		施策	(2)	魅力が広がる情報発信									市民・民間事業者との連携協働の可能性
	その他	開始年度		-									
		終了予定年度		☐	年度	☒						未定	
		根拠法令等		-									
		関連計画		第2次長久手市観光交流基本計画									
	事業の概要・目的	アウトプット（詳細はⅡへ）					アウトカム（詳細はⅢへ）						
		①事業概要 （どんな取組を行うのか）		②活動指標 （取組の進捗をはかるもの。 また、それがどうなるのか）			③中間成果 （①【対象】がどのような 状態に変わるのか）		④最終成果 （大事業の将来像）				
		【対象】 ☒ 市民 ☒ 事業者 ☒ 職員 ☐ その他 対象の数： 約60,000 【事業内容】 SNSをはじめとする様々な情報媒体を活用し、関係各課と連携しながら長久手市観光交流協会を主体とした事業を行い、観光交流情報を効果的かつ積極的に発信する。		【アクションプラン指標】 観光交流情報発信事業数【単年】 【その他の指標】			・本市の観光情報を発信することで市内へ来訪しようとする観光客の選択肢となる。 （成果指標名） 市内観光客数（千人）		大事業共通 ・観光客による消費が促進され、市内事業者の売上げが増加し、持続的な観光事業の仕組み作りができる。				

Ⅱ活動状況（アウトプットの詳細）

エピソード

活動指標名		単位	基準値（2018年） 目標値（2023年） ※AP指標のみ		区分	R5(2023) 年度	R6(2024) 年度	R7(2025) 年度	R8(2026) 年度	R9(2027) 年度	
活動指標	1	【アクションプラン事業】 観光交流情報発信事業数【単年】	事業	基準値	14	見込	22	23	24	25	26
				目標値	25	実績	17				
	2			基準値		見込					
				目標値		実績					
	3			基準値		見込					
				目標値		実績					
	4			基準値		見込					
				目標値		実績					
	事業開始からの経緯										
	愛知万博を契機に長久手市観光交流基本計画を策定し、本市の観光PRのために事業を開始した。その後、第2次観光交流基本計画において、長久手市（長久手町）観光交流推進会議から発展した長久手市観光交流協会（平成28年1月発足）が、平成31年4月に一般社団法人化し、現在も同協会を核に観光情報発信等の事業を行っている。										
	R5(2023)年度を取組、改善したこと。目標が達成できなかった場合はその理由										
	令和5年度は、ジブリパークの全面開園及びNHK大河ドラマ「どうする家康」の放映がトピックとして上げられていたため、これらの事象を踏まえて、市民を始め市内外の観光客へ長久手市の魅力を発信するための長久手楓まつりの実施、観光客へ市内観光情報を発信して周遊に結びつなげるための観光交流協会HP上での鮮度の高い情報発信、他団体と連携した観光PR事業（長久手古戦場公園と岩崎城を結ぶ周遊マップの作成／日進市と連携）、NHK大河ドラマどうする家康の出演者パネル展示（NHKと連携）を実施した。 指標の達成に関しては、同協会が対外的な発信事業にも従事する一方で、ジブリパークの開園と連動して増加した観光に寄与する事業者に対する観光振興の機運醸成などの啓発的な事業にも着手したこともあり、発信事業の件数が達成できなかった。ただし、令和6年度以降は、第3次長久手市観光交流基本計画の改定もあり、同協会の役割を明確化させ、事業実施に対する効果検証をしやすいアウトプットとアウトカムを意識した指標へ変更し、事業を推進していく。										

Ⅲ 事業の成果・課題分析（アウトカムの詳細）	成果指標（CHECK）	成果指標名（中間成果をはかるもの）	単位	成果指標の推移と目標									
		市内観光客数（千人）	千人	R3 年度		R4 年度		【現状】 R5 年度		R6 年度		R7 年度	
				1,833		2,798		3,727		4,472		5,366	
		成果達成状況						指標目標値の根拠					
		B A. 想定より良い B. 想定どおり C. どちらともいえない D. 想定を下回っている						観光PRを行った結果、増加すると思われる観光客数を成果指標とする。 その増加率は、ジブリパーク開園及びR3～R5の増加率140%からピークダウンも見据えた係数0.5をかけた、前年比120%で算出する。					
		評価の理由、分析											
		コロナ禍以降、観光客数は低下していたものの、新型コロナウイルス感染症の五類移行、ジブリパークの開園等の影響によりコロナ禍水準前まで観光客数まで回復してきている。											
	加える変化（ACTION）	今後の方向性（3年～5年先）		今後の方向性の理由									
		B A. 現状維持 B. 拡充 C. 縮小 D. 廃止		新型コロナウイルス感染症の規制緩和及びジブリパークの開園によって市内への来訪する観光客は増加してきている一方で同園への来場後市内を素通りしてしまっている現状があるため、国の交付金を活用しながらジブリパークからプラスワンで市内周遊、消費を促せるよう、観光動態等の客観的なデータを活用しながら本市への観光客の特性にマッチする効果的な情報発信を行うとともに、観光事業関係者が持続的に活躍できる環境・制度整備の検討等を行う。									
		改善ポイント ※今後の方向性がAの場合は記入不要 （成果指標を踏まえ、総合計画基本目標達成のため、必要性、有効性、効率性、公平性、歳入確保の観点等から見直しの余地のある取組を記入）											
		見直しの余地のある取組名		見直しの方向性	理由及び具体的な見直しの内容							見直し可能年度	
		1	観光PR委託事業	☐ 拡充 ☒ 改善 ☐ 縮小 ☐ 廃止	現在観光交流協会への地域ブランディングやプロモーション発信として委託事業をしているが、令和6年度に改定する第3次長久手市観光交流基本計画の検討段階で調査する観光客の観光動態等の根拠あるデータ分析して、マーケット（観光客）へより認知されるような委託事業への切替え等を検討する。							R6～R7	
		2		☐ 拡充 ☐ 改善 ☐ 縮小 ☐ 廃止									
		3		☐ 拡充 ☐ 改善 ☐ 縮小 ☐ 廃止									

IV 費用	令和7年度予算の方向性（PLAN）	R7年度の費用（R6年度比）		3年間の推移	(単位：千円)	R6(2024)年度	R5(2023)年度		R4(2022)年度		
		B	A. 現状維持 B. 拡充		事業費	予算	予算	決算	予算	決算	
			C. 縮小 D. 廃止			5,720	4,665	4,626	4,635	4,403	
		理由			特定財源	合計額	1,500	2,245	2,245	975	975
		今後、縮減傾向にある財源確保やそれに伴う他の行政サービス向上のため、現状はジブリパークから素通りしている観光客が市内を周遊し、消費へ結びつけるための観光資源を開発・発掘することが必要と考えるため。				(内 国費)	1,500	2,245	2,245		
						(内 県費)				975	975
						(内 諸収入)					
						(内 その他)					
		積算額			一般財源		4,220	2,420	2,420	3,660	3,660
		未定			R6年度予算の内訳 <細々節名、 予算額、（R5年度予算額）> 普通旅費 20千円（20千円） 特別旅費 40千円（40千円） 消耗品費 25千円（25千円） 観光交流基本計画改訂委託 3,000千円（0千円） 観光交流PR業務委託 2,500千円（4,500千円） 道路通行料 10千円（10千円） 観光事業負担金 70千円（70千円） 観光動態調査システム負担金 55千円（0千円）						