

令和7年度長久手市行政評価票（A票：事業評価票）					対象年度		令和6年度		
事業番号	115	事業名	観光PR事業		担当課		観光商工課		
					予算区分（款-項-目-中事業）		6-1-2-2 観光交流推進事業		
			(中事業名) 観光交流推進事業		決算書ページ		171 ~ 172	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	5	いつでも どこでも 誰とでも 広がる交流の輪			
		政策	2	観光交流まちづくりの推進	2	観光交流まちづくりの推進			
		施策	(1)	観光交流スタイルの確立	(2)	魅力が広がる情報発信			
	その他	開始年度	平成17年度						
		終了予定年度	年度	<input checked="" type="checkbox"/> 未定	市民・民間事業者との連携協働の可能性		両者と協働可		
		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	①事業概要 (どんな取組を行うのか)		アウトプット（詳細はⅡへ）		アウトカム（詳細はⅢへ）			
				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)	
		<b>【対象】</b> <input checked="" type="checkbox"/> 市民 <input checked="" type="checkbox"/> 事業者 <input checked="" type="checkbox"/> 職員 <input type="checkbox"/> その他 対象の数：      約60,000人 <b>【事業内容】</b> 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。		<b>【アクションプラン指標】</b> 観光交流協会HP閲覧数（回） <b>【その他の指標】</b>		・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		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）	活動指標	活動指標名		単位	基準値（2023年） 目標値（2028年） ※AP指標のみ		区分	R6(2024) 年度	R7(2025) 年度	R8(2026) 年度	R9(2027) 年度	R10(2028) 年度	
		1	【アクションプラン指標】 観光交流協会HP閲覧数	回	基準値	70,955	目標値	65,200	81,000	86,000	91,000	96,000	
					目標値	96,000	実績	93,030					
		2			基準値		目標値						
					目標値		実績						
		3			基準値		目標値						
					目標値		実績						
		4			基準値		目標値						
					目標値		実績						
	エピソード	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。										
		各年度の取組、改善したこと。目標が達成できなかった場合はその理由											
		R6	令和6年度は、ジブリパーク開園による観光客の増加を踏まえて、市民や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観光交流楓まつりの実施や、同日にジブリパーク社と連携した周年記念イベントの実施、中部国際空港ターミナルでの火縄銃発砲シーンのタペストリー掲載、Instagramによるコンスタントな観光情報発信など、様々な観光PR事業を展開した。				R7						
		R8					R9						

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	R4 年度		R5 年度		【現状】 R6 年度		R7 年度		R8 年度		
				2,798		3,727		4,006		4,951		5,457		
		成果達成状況						指標目標値の根拠						
		D	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						R5年度実績が3,727千人と大幅に増加したため、R3～R5年度の増加率140%からピークダウンを考慮した係数0.25をかけた前年比110%ずつの増加を毎年度観光客数から見込みながらアクションプラン指標との整合を図って設定した。					
		評価の理由、分析												
		モリコロパークへの流入は増加しているものの、市内観光施設への流入は横ばいとなっているため目標値を下回っている。モリコロパーク以外の観光施設への流入を促す観光情報の発信を強化する。												
	加える変化（ACTION）	今後の方向性		今後の方向性の理由										
		B	A. 拡充 B. 現状維持 C. 縮小 D. 廃止	令和7年度は、観光戦略を策定し、事業者・行政・協会の役割分担を明確化した事業展開をしていく予定である。効率的かつ効果的な観光PRのために、同戦略で定めるターゲット（長久手市観光客のマーケット感）を踏まえた観光情報発信を関係者間で連携して展開する。										
		改善ポイント												
		（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	<input type="checkbox"/> 拡充 <input checked="" type="checkbox"/> 改善 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止	観光交流協会へは、現在、地域ブランディングやプロモーション発信の内容で事業委託をしているが、令和7年度に改定する長久手市観光戦略策定によって、同協会の役割を明確化することから、戦略の推進として必要となる委託事業内容を検討する。							R7		
		2		<input type="checkbox"/> 拡充 <input type="checkbox"/> 改善 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止										
		3		<input type="checkbox"/> 拡充 <input type="checkbox"/> 改善 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止										

IV 費用	令和8年度予算の方向性（PLAN）	R8年度の費用（R7年度比）		3 年 間 の 推 移	(単位：千円)		R5(2023)年度		R6(2024)年度		R7(2025)年度
		B	A. 拡充 B. 現状維持		事業費	予算	決算	予算	決算	予算	
			C. 縮小 D. 廃止			4,665	4,626	5,647	5,635	5,669	
		理由			特定 財 源	合計額	2,245	2,245	1,500	1,496	1,950
		今後、縮減傾向にある財源確保などへの 解決策として、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)	2,245	2,245	1,500	1,496	1,950
						(内 県費)	0	0	0	0	0
						(内 諸収入)	0	0	0	0	0
						(内 その他)	0	0	0	0	0
		積算額			一般財源		2,420	2,420	4,147	4,139	3,719
		未定			R7年度予算の内訳 ＜細々節名、 予算額、（R6年度予算額）＞ 観光交流PR業務委託 1,500千円（2,500千円） 観光交流基本計画改訂委託 3,949千円（2,992千円） 普通旅費 20千円（11千円） 特別旅費 40千円（0千円） 消耗品費 25千円（8千円） 道路通行料 10千円（11千円） 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（55千円）						