

長久手市行政評価票 (A票：事業評価票)

事業番号	21	事業名	観光交流推進事業	担当部課	くらし文化部たつせがある課
基本情報	第6次総合計画・基本目標	5 いつでも どこでも 誰とでも 広がる交流の輪		決算書ページ	—
	行政改革指針・重点課題	—		会計区分	一般会計
	法定受託事務の有無	無		予算区分(款 - 項 - 目)	
	その他(関係計画、要綱等)	有	第2次長久手市観光交流基本計画	6-1-2 観光費	
	事業開始の背景、経緯等	愛知万博を契機に長久手市(長久手町)観光交流推進会議が発足し、平成28年1月に長久手市観光交流協会として独立した。			
市民・民間事業者との連携協働の可能性	両者と協働可		(両者と協働不可の場合はその理由)		

事業目的等	事業内容	(どのような事業なのか) 長久手市観光交流基本計画の理念にのっとり、観光交流資源の開発や観光交流施設及び行事等の紹介、宣伝を行い、観光交流人口の増加を図り、もって市の活性化に取り組む。
	事業対象	(誰、何を対象にしているか) 市内観光入り込み客数
	事業意図	(対象をどのような状態にしたいか) リノモを基軸としたネットワークで観光資源や歴史的・文化的資源を結び、新たな観光交流を推進し、魅力あるまちづくりを目指す。

コスト推移	項目	単位	区分	H28年度(2016)	H29年度(2017)	H30年度(2018)	R1年度(2019)	R2年度(2020)
	事業費(A)	千円	予算		18,695	22,031	22,031	22,061
決算				18,733	21,362	21,693	21,911	
人件費(B)	千円	決算		5,118	5,719	8,468	3,620	
総コスト(C)=(A+B)		千円	決算	23,851	27,081	30,161	25,531	
事業対象の数(D) (R2年度は想定数)		千人		2,841	2,863	2,880	2,950	3,000
対象あたりコスト(C/D)		千円		8	9	10	9	

成果推移	成果指標 (事業の意図を反映する指標)	単位	区分	H28年度(2016)	H29年度(2017)	H30年度(2018)	R1年度(2019)	R2年度(2020)
	市内観光者数	千人	目標		2,800	2,800	2,900	2,950
実績				2,841	2,863	2,880	2,566	
(指標の設定根拠)		(数値目標の根拠)						
観光PRを行った結果増加すると思われる観光者数を成果指標とした。		過去5年間の市内観光者数の実績は増加傾向にあるため、R1年度以降は毎年5万人ずつ増加する指標とした。						
(前年までと変更した場合はその理由)								

これまでの振り返り	目標達成状況・分析コメント	(成果指標等の目標に対する達成状況・分析状況や進捗状況など) 補助金を交付している市観光交流協会が、市内外での観光イベントでブースを設置し、観光ガイドブックや市内集客施設のパンフレットなどで市の観光PRや交流などを行ったが、令和元年度後半に発生した新型コロナウイルスの影響により、各施設が休館などの対応を行った結果、市内観光者数が減少した。
	活動エピソード	(活動のエピソード、コメント、特記事項など) 自主性・採算性を持つ事業の展開の幅を広げ、より市の観光交流を推進するため、平成31年4月に長久手市観光交流協会は法人化し、(一社)長久手市観光交流協会として独立した。
	改善ポイント	(改善が必要なこと、改善の方法など) 施設間や団体間の連携が弱く、観光資源を活用したPRが行えていない。R2年6月以降に観光交流センターをオープンさせ、関係団体等との強化とともに観光資源を活用したPR事業を実施する。

事業を構成する事務事業①	観光PR事業							
	活動指標 (事務事業の具体的な活動の指標)	単位	区分	R1年度(2019)	R2年度(2020)	R3年度(2021)	R4年度(2022)	R5年度(2023)
(1) 市民参加の延べ人数	人	見込						
			実績					
(2) 【アクションプラン】 新規事業の実施件数[累計]	件	見込		1	4	8	11	14
			実績	2				
(3) 【アクションプラン】 観光交流情報発信事業数[単年]	事業	見込		15	18	20	22	25
			実績	19				
(4) 【アクションプラン】 新規事業の実施件数(地域ブランディング事業)[累計]	件	見込		1	2	5	7	9
			実績	3				
<備考:活動の概要(R1年度(2019))> 長久手コレクション「長久手春まつり」「光の切り絵」、長久手ふるさとカルタ、ベルギーナイト等							今後の方向性	拡充

事業を構成する事務事業②	観光PR事業							
	活動指標 (事務事業の具体的な活動の指標)	単位	区分	R1年度(2019)	R2年度(2020)	R3年度(2021)	R4年度(2022)	R5年度(2023)
(1) 市民参加の延べ人数	人	見込						
			実績					
(2) 【アクションプラン(総合計画)の 指定の指標】		見込						
			実績					
(3)		見込						
			実績					
<備考:活動の概要(R1年度(2019))>							今後の方向性	

事業を構成する事務事業③	観光PR事業							
	活動指標 (事務事業の具体的な活動の指標)	単位	区分	R1年度(2019)	R2年度(2020)	R3年度(2021)	R4年度(2022)	R5年度(2023)
(1) 市民参加の延べ人数	人	見込						
			実績					
(2) 【アクションプラン(総合計画)の 指定の指標】		見込						
			実績					
(3)		見込						
			実績					
<備考:活動の概要(R1年度(2019))>							今後の方向性	

今後	今後の方向性	(事業の成果を高めるための事務事業の方向性) 観光施設や商工団体、住民団体などとの連携を強化して、既存の観光資源を最大限に生かしなが、長久手の新たな魅力を創出する人材の発掘、育成が必要。また、特産品になり得る資源の発掘が必要。 (いつごろまでに事業をどのような状態にしたいか)
	中長期の目標	H31年4月に(一社)観光交流協会が法人化したことにより、受託業務が可能となった。特産品やふるさと納税返礼品などの開発を行い、補助金以外の収益確保を目指す。

内部意見	総合計画担当、財政担当、行政改革担当による意見	・第6次長久手市総合計画の基本構想・基本計画を踏まえて、事業を進めてください。 ・中長期の目標にあるように、特産品やふるさと納税返礼品などの開発を行い、収益確保を目指してください。 ・オープンした観光交流サポートセンターで郷土資料館見学者向けの販促を強化し、収益確保を目指してください。 ・市民との連携協働の可能性が「有」のため、事務事業での市民参加について模索してください。
内部意見への回答		