

平成27年度施策評価シート

基本情報	コード	名称	担当部署	コード	名称	連絡先
	政策名等	31	地域資源とおもてなしの心を活かした観光のまちづくり	160300	産業振興部観光戦略課	0595-22-9670
	施策	3101	観光・物産情報の発信と、市民ぐるみの誘客とPR	評価責任者・役職名	産業振興部 部長 尾登 誠	
	再生の視点(何を、どうする)	・観光客の増加や、物産販売を活発にするため、首都圏をはじめとした都市部で観光・物産の情報発信を積極的に行います。				
施策の方向	観光に訪れる人びとの目的や年齢等を把握した情報発信とともに、市民全体で観光都市として生きていく意識を共有できる施策を推進します。					

指標	成果指標名	指標の説明	現状値(平成25年度)	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	伊賀市観光ホームページへのアクセス数	伊賀市の観光に関心を持つ人数を示す	18,000	目標 20,000 実績 40,150	25,000	30,000

改善・取組方向	平成26年度		平成27年度	
	前年度の取組内容と残された課題	(平成25年度の取組内容と残された課題) 東京や大阪など都市圏の商業・観光団体と連携し、忍者などをテーマとしたイベントや、地域の特産物売り込むためのキャンペーンを実施しました。同時に車で90分圏内の日帰り観光客に対する細やかな情報発信や誘客活動に努めました。しかし、現段階では、誘客数や経済への波及効果がわかりにくい状況です。	(平成26年度の取組内容と残された課題) 全国的な情報発信として東京、大阪など大都市圏で「関係地作り」を重視した観光キャンペーンを実施しました。東京上野恩賜公園では3日間で約20万人を集客しました。大阪天神橋筋商店街では、地元商店街や大阪市北区役所等と経費を負担しあう形で現地の実行委員会を組織し、相互利益のPR体制を整えました。 関西国際空港、中部国際空港、大阪水上バスなどと連携した外国人観光客を対象にしたキャンペーンを実施しました。 「伊賀よりみち通信」を2回作成し、約150,000部販売し、市民ぐるみで伊賀市のPRを行いました。 今年度の課題は、ミラノ国際博覧会に出展し「伊賀市」を世界に発信すること及び国内では名古屋を中心とした中部圏や、奈良県、滋賀県などの近隣都市にもきめ細かくPR活動を行うことです。	
改善ポイントと具体的な取組	引き続き、市長のトップセールスなど情報発信に努め、受け入れ先との連携をさらに強め、双方にとって魅力のあるイベントを行います。当市への誘客や物産の振興に繋がる情報発信に努め、誘客数の増加や街中への波及に努めます。	観光キャンペーンや物産展は、参加条件を精査し、極力当市が主催する事業に経営資源(ヒト・モノ・カネ)を集中させます。「伊賀よりみち通信」は、トピックスに伊賀の物産を取り上げ、伝統文化や技能を前面に押し出すことで地域物産をPRします。		

平成27年度施策評価シート

基本情報	政策名等	31	地域資源とおもてなしの心を活かした観光のまちづくり	担当部署	160300	産業振興部観光戦略課	連絡先	0595-22-9670
	施策	3102	市内全域の魅力アップと「おもてなし」のしくみづくり	評価責任者・役職名	産業振興部 部長 尾登 誠			
	再生の視点(何を、どうする)	<ul style="list-style-type: none"> 市街地や周辺農村部に存在する地域資源を発掘すると同時に、観光商品に磨き上げていくよう努めます。 本市全体として観光客を受け入れる体制づくりを行います。 市民全体がおもてなしの心など、観光都市として生きていく意識を共有するためのしくみづくりに努めます。 						
	施策の方向	本市の風土や地域資源を活かした「着地型観光」のしくみを確立し、本市全体で誘客を促進するとともに、観光客の受け入れ態勢を整備します。同時に「着地型観光」の実施を通じて「ニューツーリズム」や「ミニ観光圏」などの施策を推進します。また、隣接する市町などの広域的観光事業を推進し、誘客に努めるとともに、「伊賀上野NINJAフェスタ」などの既存事業の充実を推進します。世界的に認知される「忍者」をコンテンツにした情報発信を、ホームページやSNSを利用して行います。						

指標	成果指標名	指標の説明	現状値 (平成25年度)	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	着地型観光の事業主体数(主体)	個人旅行者の受け入れ体制を示す	0	目標 70 実績 108	80	100

改善・取組方向	平成26年度		平成27年度	
	前年度の取組内容と残された課題	(平成25年度の取組内容と残された課題) 着地型観光実施のため、観光事業者だけでなく、商業者、農業者、NPO、自治会組織など、今まで直接観光業とかかわりのなかった方々にも参加いただき、視察、研修会、ワークショップを実施しました。 今後、市街地や周辺農村部など、本市全体として観光客を受け入れる体制づくりを行う必要があります。	(平成26年度の取組内容と残された課題) 着地型観光事業「いがぶら」を実施し、108のおもてなしメニューを創出するとともに、約1,500人に販売しました。また、異業種間のネットワークの構築のための研修会などを数回実施しました。 今年度の課題は、「いがぶら」のもてなし事業を洗練させ、募集したもてなし事業の催行率と集客力を向上させることです。また、異業種間のネットワーク構築によるハイブリットなもてなしメニューを創出することです。	参加・体験型メニューをカタログ形式にまとめて販売する事業を、試行的に実施します。 市民全体が「おもてなしの心」など、観光都市として生きていく意識の共有を行います。
改善ポイントと具体的な取組				

