

地域再生計画

- 1 地域再生計画の名称
ひとが輝く・地域が輝くシティプロモーション事業
- 2 地域再生計画の作成主体の名称
伊賀市
- 3 地域再生計画の区域
伊賀市の全域

4 地域再生計画の目標

本市は、伊賀流忍術発祥の地として、これまで忍者を核とした観光プロモーションに力を入れてきた。加えて、2015（平成 27）年には、本市も参画する日本忍者協議会が設立されるなど、近年、忍者コンテンツは全国的なVJ・CJ戦略にも乗り、世界的な認知度を獲得しつつある。

一方で、忍者をテーマとした観光を打ち出す地域も全国的にも増加しており、今後、本市が観光客に選ばれる観光地になるためには、マーケティング戦略やブランディング戦略に基づく、地域全体によるプロモーションによる他地域との差別化が必要である。

今後は、「伊賀＝忍者」を観光戦略の入り口としながら、地域産品や歴史文化遺産などの、本市が有する魅力的な地元資源を生かした、一体的かつ効果的なプロモーションと受入体制の充実を図ることにより、高い知名度を交流人口の増加につなげ、さらに交流人口の増加が商工業や農林畜産業の活性化など地域経済の底上げ、ひいては地域産業における新たな担い手の確保につながる好循環を創出する。

【数値目標】

	平成 29 年 3 月末	平成 30 年 3 月末	平成 31 年 3 月末
伊賀地域の観光客消費単価 （宿泊・日帰りの平均） （H27 年度比増加率） 現状値：12,988 円	13,248 円 （+2%）	13,897 円 （+7%）	14,546 円 （+12%）
「伊賀ぶらり体験博覧会 いがぶら」実施プログラム数	80	100	120
伊賀市の全国的なブランド力 （H27 年度比増加率） 現状値：258 位	253 位 （+5ポイント）	243 位 （+15ポイント）	228 位 （+30ポイント）

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

地域全体で稼ぐ力を発揮し、観光プロモーションによる交流人口の増加がもたらす地域への恩恵を、これまでの観光産業（小売・飲食・宿泊業など）だけでなく、あらゆる産業分野に波及させる。それにより、各産業での雇用創出や世代交代を促進させ、持続可能な観光立市を形成する。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金（内閣府）【A3007】

① 事業主体

伊賀市

② 事業の名称

ひとが輝く地域が輝くためのシティプロモーション事業

③ 事業の内容

持続可能な観光立市を形成するため、以下の事業を実施する。

(1) シティプロモーション（CP）戦略の策定

- 本市の潜在的な魅力を最大限引き出し、官民一体となりそれらを活用しながら効果的に発信していくことにより、本市が誇れる・選ばれる地域となるため、以下の手順でCP戦略を策定する。

ア. 組織化と観光資源の棚卸

担い手不足、インバウンド対応、情報発信などの各分野における課題やシティプロモーションに取り組む必要性などについて、地域の各主体と共有し、官民連携によるシティプロモーション推進体制を組織するとともに、ワークショップやWEB調査により現状に捉われない地域のポテンシャル（新たな観光資源、本市として他と差別化できる事業等）を発掘する。

イ. 地域経済シミュレーション

地域産業・経済循環分析、観光市場調査などにより、観光客など交流人口の増加が地域全体に及ぼす効果や、首都圏等をはじめとする3大都市圏等におけるPR事業の費用対効果（客数、税収等）のシミュレーション分析を行う。

ウ. シティプロモーション戦略策定

調査・分析等に基づき、本市が目指す目標及びターゲットの設定、訴求ポイントやストーリーの設定、情報発信・コミュニケーションツールの検討など、限られた予算の中で最も効果的なプロモーションが期待できる戦略を策定する。

(2) CP事業の検証（インプットとアウトカムの紐付け、エビデンスの立証）

- CP戦略に基づき、毎年度実施する事業の効果検証・分析を詳細に行う。それぞれのCP事業が、実際のヒト・モノ・カネの流れにどのくらい効果があったかを分析することで、時代の流れや嗜好の変化に対応した施策を実践するとともに、地域の各主体と情報を共有することで事業者へのフィードバックを行う。

(3) 着地型観光事業・サービスの創出

- 着地型観光おもてなし体験プログラム「伊賀ぶらり体験博覧会 いがぶら」を新たな事業・サービス創出に向けたインキュベーション（孵化）事業として、市内事業者が、年間を通じ高い集客力・収益力が見込める新たな事業・サービスをより多く創出する環境をつくる。
- 平成28年1月に第1回目の認定を行った、伊賀ブランド「IGAMONO」の認定品の拡大及び分野別販売戦略の企画立案等により、ブランド製品の生産額増加と担い手の確保をめざす。

(4) 観光産業を支える農林畜産業の強化（組織化・集約化）

- 本市の観光資源の中で特に重要な「食」の分野を支える農林畜産業において、高齢化や担い手不足が深刻な問題となっていることから、原因とされる就労環境の改善と所得向上に向け、公社化・集団営農化を推進する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

- ターゲットを絞った効果的な事業の展開により、既存事業よりも費用対効果に優れたプロモーション活動を実施する。また、地域内産業の活性化により、事業従事者の増収とそれらによる市税収入の増加をめざす。

【官民協働】

- 行政が担う統計資料や各種分野にわたる動態調査、効果検証及びそれらを活用した民間事業者による事業実施が、新たな産業創出につながり、地域でお金が落ちるしくみづくりを進める。

【政策間連携】

- 地域全体で稼ぐ力を発揮し、観光プロモーションによる交流人口の増加がもたらす地域への恩恵を、これまでの観光産業（小売・飲食・宿

泊業など)だけでなく、農林畜産業や地域伝統産業などあらゆる産業分野に波及させる。それにより、各産業での雇用創出や各地域での世代交代を促進させ、持続可能な観光立市を形成する。

【地域間連携】

- 本市は、伊賀市・甲賀市（日本忍者協議会）、伊賀市・名張市（広域事務組合及び伊賀流忍者観光）、伊賀市・甲賀市・亀山市（いこか連携）、伊賀市・笠置町・南山城村（定住自立圏）など、近隣自治体と目的や地域ごとに多くの連携を進めている。今後は、日本忍者協議会の参画自治体等と連携した忍者コンテンツの底上げを図るとともに、近隣市町村と連携し、観光振興による交流人口の増加を地域経済の活性化につながる好循環につなげていく。

【その他の先導性】

- 特になし

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

	平成 29 年 3 月末	平成 30 年 3 月末	平成 31 年 3 月末
伊賀地域の観光客消費単価 （宿泊・日帰りの平均） （H27 年度比増加率） 現状値：12,988 円	13,248 円 （+2%）	13,897 円 （+7%）	14,546 円 （+12%）
「伊賀ぶらり体験博覧会 いがぶら」実施プログラム数	80	100	120
伊賀市の全国的なブランド力 （H27 年度比増加率） 現状値：258 位	253 位 （+5ポイント）	243 位 （+15ポイント）	228 位 （+30ポイント）

⑥ 評価の方法、時期及び体制

毎年度、3月末時点の KPI の達成状況を総合政策課が取りまとめ、総合計画審議会において事業の効果検証を行う。また、事業を構成する個別の補助事業については、各事業主体からの実績報告に基づき、事務事業評価等による庁内での効果検証を行った後、議会や市民に公表する。さらに、必要に応じて伊賀市まち・ひと・しごと創生総合戦略や今後の事業経営方針に反映させる。

⑦ 交付対象事業に要する経費

① 法第 5 条第 4 項第 1 号イに関する事業【A3007】

- 総事業費 111,780 千円

⑧ 事業実施期間
地域再生計画認定の日から、平成 31 年 3 月 31 日（3 カ年度）

⑨ その他必要な事項
特になし

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置
該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組
観光振興ビジョン詳細計画策定事業

- 事業概要

本市は、平成 24 年 3 月に策定した「伊賀市観光振興ビジョン（計画期間：本編 10 年、推進計画 3 年）」に基づいて観光施策を実施していくこととしているが、今般の観光産業の変化は著しく、また観光立市を掲げる本市にとって、より効果的な観光施策を実施していくためには、総花的な計画ではなく、具体的かつ戦略的な視点が必要であることから、連携する大学（近畿大学）により、本市の観光分野における現状の市場分析を行うもの。

- 事業実施主体

伊賀市

- 事業期間

平成 28 年度

忍者のマーケティング・セールス事業

- 事業概要

忍者にゆかりのある 5 県 5 市（神奈川県・長野県・三重県・滋賀県・佐賀県・小田原市・上田市・伊賀市・甲賀市・嬉野市）が連携し設立した、日本忍者協議会を主体として、以下の事業を実施するもの

① インターネットを活用した大規模なマーケティング調査

② 広域周遊ルートの旅行商品化促進

③ 日本忍者協議会ホームページへの通信販売サイト開設

- 事業実施主体

日本忍者協議会（神奈川県・長野県・三重県・滋賀県・佐賀県・小田原市・上田市・伊賀市・甲賀市・嬉野市により構成）

- 事業期間
平成 28 年度～

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成 31 年 3 月 31 日

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

- 住民、学識経験者及び各団体の代表者等で構成する「伊賀市総合計画審議会」において、基本目標にかかる数値目標や基本的な取組方向にかかる重要業績評価指標（KPI）の達成度により、取組の進捗状況を把握するとともに、効果の検証を行い、結果を市議会及び市民に対し公表する。
- 効果検証の結果等を踏まえ、ファクト（事実）とロジック（論理）に基づき、取組のブラッシュアップを図る。

（目標 1）

伊賀地域の観光客消費単価については、三重県観光レクリエーション入込客数推計書・観光客実態調査報告書により把握する。

（目標 2）

「伊賀ぶらり体験博覧会 いがぶら」実施プログラム数については、いがぶら実行委員会からの報告により把握する。

（目標 3）

伊賀市の全国的なブランド力については、「地域ブランド調査（㈱ブランド総合研究所）」における各指標により把握する。（認知度・情報接触度・魅力度・観光意欲度・居留意欲度・産品購入意欲度）の平均値により把握する。

7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

【実施状況に関する客観的な指標】

	平成 29 年 3 月末	平成 30 年 3 月末	平成 31 年 3 月末
（目標 1） 伊賀地域の観光客消費単価 （宿泊・日帰りの平均） （H27 年度比増加率） 現状値：12,988 円	13,248 円 （+2%）	13,897 円 （+7%）	14,546 円 （+12%）
（目標 2）	80	100	120

「伊賀ぶらり体験博覧会 いがぶら」実施プログラム数			
(目標3) 伊賀市の全国的なブランド力 (H27年度比増加率) 現状値：258位	253位 (+5ポイント)	243位 (+15ポイント)	228位 (+30ポイント)

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

毎年度、9月定例会にて実施されている決算審議にあわせ、本事業についての取組の状況及び成果について市の広報及びホームページにて公表する。