

PDCAチェックシート

実施年度	令和3年度		
事務事業名	観光推進事業・シティプロモーション事業		担当課名 地域創生課
【Plan】計画	【Do】実施・実行	【Check】点検・評価	【Action】処置・改善
<p>■目的</p> <p>観光基本計画に基づく各種観光振興事業を実施することにより交流人口を拡大し、地域経済の活性化へとつなげる。また、地域活性化起業人プログラムを活用することによる観光推進体制の強化を図る。</p> <p>■成果指標(アウトカム・KPI) ※</p> <p>【目標値】 令和6年度末時点で 市内観光施設入込客 年間100万人</p> <p>【達成値(R3実績値)】 市内観光施設入込客 年間598,078人</p>	<p>■具体的取組</p> <p>観光マップや写真集の作成、バス停型看板の作成設置によるPR、インフルエンサーを活用したSNS広告、パンフレット類の設置場所の拡大、看板作成設置、津田SA案内コーナー設置</p> <p>市観光協会ほか、各種団体負担金・補助金交付。地域活性化起業人によるPR活動。</p> <p>観光協会と連携し、本市の魅力発信に努めた。</p> <p>■インプット(投入金額等) 事業費等</p> <p>観光一般費 24,466千円 ○パンフレット等印刷 1,982千円 ○インフルエンサーSNS広告 630千円 ○魅力発信事業委託料 1,446千円 ○観光PRコーナー使用料(津田の松原SA上り) 264千円 ○市観光協会補助金ほか負担金・補助金 13,290千円 ○地域活性化起業人 5,600千円</p> <p>■アウトプット(数量等) 実施回数等</p> <p>○パンフレット等印刷 田舎さんぽ印刷 12,500部 観光マップ作成 36,000部 東かがわ写真集作成 3,000部 ○インフルエンサーを活用したSNS広告 SNS広告の総閲覧数 1,123,082回 ○バス停型看板作成設置、PR封筒等作成 ○観光PRコーナー使用料(津田の松原SA上り) ○市観光協会補助金ほか負担金・補助金 ○地域活性化起業人によるPR活動 13回</p>	<p>■成果指標の具体的検証結果</p> <p>(インプット・アウトプットに対するアウトカムの達成状況はどうか、また、達成できていない場合の原因は何なのか等の検証結果を具体的に記載)</p> <p>人口減少に伴う本市観光施設の入込客数も減少傾向にある。 また、新型コロナウイルス感染症の影響で、引田ひなまつりの大型イベントが中止になったほか、各施設においても閉鎖や時短営業に追い込まれたり、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発出により不要不急の外出自粛となる等、多大なる影響があった。</p> <p>一方で、観光協会と連携して観光マップや写真集を作成したり、フォトコンテストを開催するなど、可能な限り市の魅力発信に努めたことにより市の魅力発信につなげることができた。</p> <p>一例として、市観光基本計画の重要な施設として位置づけている「しろとり動物園」は、インフルエンサーを活用したSNS広告やパンフレット等でピックアップして取り上げ、PRにつなげた。令和3年度とコロナ禍前の令和元年度の観光施設、観光地の入込客数を比較すると、市内の他の観光施設などではほとんどが減少している中、同園では3割ほど増えている。同園の卓越した運営手腕もさることながら、同園の魅力を内外に広く、かつ継続的に発信し続けてきたことが、この一助になったと考えている。</p> <p>地域活性化起業人の取組評価 関西の商業施設やフリーマーケットで計13回、来場者に観光マップを配布するなどして市の認知を深めるPR活動を行った。 また、SNS(Twitterやnote)でも市の魅力を発信し続け、発信回数は約70回。noteでは6万回を超える閲覧数があった。</p>	<p>■検証結果を受けての具体的対応</p> <p>引き続き観光協会と連携し情報発信の充実を心がける。市民や事業者向けにも魅力発信を行い、コロナ収束後の旅行客の受入体制強化を図る。 また、東かがわの魅力をも高めるプロジェクトや地域活性化起業人制度を活用し、さらなる市の魅力度アップや観光資源の磨き上げに繋げたい。</p>

※KPI…重要業績評価指標。Key Performance Indicatorの略。アウトカムの達成度を具体的に示す指標(数値)をいう。