# 第十一次基本計画　実施計画（目的指向体系表）

## 政策目標５　「活力にあふれ交流でにぎわうまち」

施策５－１　地域資源の魅力向上

施策５－２　新たな観光形態の構築・推進

施策５－３　広域連携による誘客の拡充

施策５－４　商工業の振興

施策５－５　農林業の振興

施策５－６　水産業の振興

施策５－７　移住定住の促進・関係人口の拡大

施策５－８　国際交流の推進・都市交流の促進

| 担当課 | | 観光課・企画課 |
|---|---|---|
| 政策目標 | 5 | 活力にあふれ交流でにぎわうまち |
| 施策分野 | 1 | 地域資源の魅力向上 |
| 目指す姿 | | 観光客が地域資源に魅力を感じ来訪する |
| | | 市内観光関連事業者が地域資源の魅力を広く発信し、誘客につなげる |

| 施策５－１の全指標達成率 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 年度 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 指標数 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| 達成数 | 11 | 10 | 10 | 0 | 0 |
| 達成率 | 61.1% | 55.6% | 55.6% | 0.0% | 0.0% |

## 1　成果指標（ＫＰＩ）

| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 達成数 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 達成率 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

### 成果指標1　年間来遊客数

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 | 目標値 | 700 | 710 | 720 | 725 | 730 | 万人 | 観光課 |
| 662万人 | 実績値 | 461 | 551 | 603 | | | | |
| | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | 以上 | |

**目標値の考え方**：本市への年間来遊客数については、平成29年度665万人、平成30年度656万人、令和元年度662万人と660万人前後を推移している。本指標については社会情勢に大きく影響を受けるものであるが、第３次観光基本計画の目標値としている令和５年度の720万人達成を通過点とし、本計画の最終年度には730万人となるよう毎年５～10万人の増加を見込んでいく。

### 成果指標2　観光客の満足度（伊東温泉観光客実態調査）

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 | 目標値 | 85.0 | 87.5 | 90.0 | 92.5 | 95.0 | % | 観光課 |
| 62.3% | 実績値 | 70.1 | 86.9 | 86.1 | | | | |
| | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | 以上 | |

**目標値の考え方**：本市が実施する伊東温泉観光客実態調査で本市全体の印象を満足度と捉え、「非常に良い」「良い」の回答の割合の合計を指標とする。基準値に設定した令和元年度の前年が80%だったことを考慮し、最終年度には95%となるよう毎年2.5%ずつ増加を見込んでいく。

### R３年度

1（実績評価）・令和2年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響により年間来遊客数は減少した。繁忙期である夏季に緊急事態宣言が発出され8-9月は前年比を下回った。宿泊客は前年比9%減、日帰り客についても２%減となり厳しい状況が続いている。

（次年度修正点）・withコロナに則した誘客促進施策の展開及び安心・安全な滞在を提供する本市の効果的な情報発信を行う。

2（実績評価）・令和元年度と比較すると満足度の向上が見られることから、引き続き観光振興施策の推進を図る。

（次年度修正点）・満足度調査による本市全体への印象として「普通」と回答した方が24.5%であった層を「良い」へ移行するための観光コンテンツの磨き上げや、おもてなしの改善を図りたい。また、調査手法を見直し、デジタルを活用し調査精度の向上を図ることも進めていく。

### R４年度

1（実績評価）・全国的な行動制限の解除や全国旅行支援など観光需要の高まりが見受けられたことから、3年ぶりに対前年を上回った。しかしながら、コロナ禍前の令和元年と比較すると8割程度であることから、未だ完全な回復には至っていない。

（次年度修正点）・本市に存在する観光コンテンツの魅力向上を図り、国内外へ発信するとともに、本市の知名度と顧客満足度の向上を目指すための新たな施策を創出する。

2（実績評価）・令和4年度から従来の対面での調査から、WEBを中心とした調査方法に切り替え、より幅広い世代から回答を得た中で対前年と比較して満足度が大きく向上したことから、引き続き観光振興施策の推進を図る。

（次年度修正点）・満足度調査による本市全体への印象として「普通」と回答した12.2%の層を「非常に良い」・「良い」へ移行するための観光コンテンツの磨き上げや、おもてなしの改善を図りたい。

### R５年度

1（実績評価）・令和4年度に引き続き観光需要の高まりが見受けられ、前年度比109%と上回った。しかしながら、円安や物価高騰及び受け入れ施設側の従業員不足などの影響もあり、令和元年度比91%に留まった。

（次年度修正点）・多様化する来遊客のニーズを的確に把握し、来遊客の誘致を推進するとともに、増加傾向にあるインバウンドに係る施策についても一層の誘客を図りたい。

2（実績評価）・令和3年度と比較すると大幅に増加したが、昨年度から0.8ポイントの微減であった。目標値達成に向けて引き続き観光振興施策の推進を図りたい。

（次年度修正点）・満足度調査による本市全体への印象として「普通」と回答した13.1%の層を「良い」へ移行するための観光コンテンツの磨き上げや、おもてなしの改善を図りたい。

### 中間評価

1（達成状況）**D**

（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の影響により令和３年度の来遊客数は大幅に減少した。その後は回復傾向にあるが、令和５年度の年間来遊数はコロナ禍前（令和元年度）の９割程度に留まっており、コロナ禍等の影響により目標を達成できた年度はなかった。

（今後の対応）・コロナ禍、円安・物価高騰、従業員不足等の影響もあるが、観光動向の分析、情報発信の強化、新しい観光スタイルへの対応や増加傾向にあるインバウンド対応を的確に実施し、一層の誘客を図っていく。

2（達成状況）**B−**

（実績評価）・令和３年度から令和４年度にかけて満足度は大きく上昇しているが令和５年度はほぼ横ばいとなっている。令和４年度は直近１０年で最も高い数値であり、令和５年度も２番目に高い数値であることから、目標を達成するためには、これまで以上に観光振興施策を推進していく必要がある。

（今後の対応）・令和４年度・令和５年度は直近10年間で１・２番目に高い満足度であったことから、引き続き観光振興施策を推進していくとともに、観光客のニーズを把握し、「普通」と回答した層を「良い」へ移行するための観光コンテンツの磨き上げや、おもてなしの改善を図っていく。

| 2　基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード） | | | | | | | | | ※ 基本的な取組・主な内容の達成状況 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 指標数 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | |
| | | | 達成数 | 11 | 10 | 10 | 0 | 0 | |
| | | | 達成率 | 68.8% | 62.5% | 62.5% | 0.0% | 0.0% | |
| 01　情報発信の強化 | | 達成状況 | 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| | | | 達成数 | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 | |
| | | | 達成率 | 66.7% | 66.7% | 66.7% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0101 | 公式HP・SNS等を活用した情報発信 | 公式サイト等の更新件数（HP,各種SNSの合計） | R2 792件 | 目標値 | 800 | 850 | 900 | 1,250 (950) | 1,300 (1,000) | 件 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 805 | 928 | 1,248 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0102 | 有料プレスリリースを活用したメディアへの情報発信 | 広告換算費 | R1 1,256万円 | 目標値 | 2,500 | 3,000 | 3,500 | 32,000 (4,000) | 35,000 (4,500) | 万円 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 3,453 | 7,408 | 34,510 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0103 | 旅行者の利便性向上及び市内消費拡大に向けた事業者による検索エンジンへの登録促進 | 登録施設･店舗数（単年） | R1 0件 | 目標値 | 10 | 20 | 30 | 40 | 50 | 件 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 0 | 9 | 7 | | | | |
| | | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |

**年度評価**

**R3**

0101 目標値を達成できたが、SNS関連の投稿回数・更新頻度に課題があったため次年度は改善したい。

0102 有料プレスリリースを継続利用することで、拡散率も向上したため広告換算費へと寄与したため、効果的な情報発信ができたと判断できる。

0103 当該事業での促進施策は実施できなかった。

**R4**

0101 目標値を継続して上回るとともに、課題であったSNS関連の投稿回数・更新頻度についても大きく改善できたことから、年間を通じて効果的な情報発信ができたと判断できる。

0102 本市の観光イベントが年間を通じて開催できたことから、拡散率も向上したため広告換算費へと大きく寄与した。ついては、効果的な情報発信ができたと判断できる。

0103 年間を通じて計画的に着手できなかったことから目標を下回る結果となった。今後においては、主要な観光施設は既に登録したことから、民間施設等の登録を促進することで旅行者の利便性向上を図る。

**R5**

0101 令和4年度に引き続き目標値を継続して上回るとともに、SNS関連の投稿回数についても大幅に増加したことから、年間を通じて効果的な情報発信ができたと判断できる。目標値を大幅に上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。

0102 本市の観光イベントが年間を通じて開催できたことから、拡散率も向上したため広告換算費へと大きく寄与した。ついては、効果的な情報発信ができたと判断できる。目標値を大幅に上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。

0103 年間を通じて計画的に着手できなかった。今後においてはアカウント情報の変更などを検討し登録し易い環境整備を図っていきたい。

**中間評価**

0101（達成状況）**A**

（実績評価）・令和３年度から令和５年度まで継続して目標値を上回り、更新件数も年々増加しており、効果的に情報を発信できた。

（今後の対応）・引き続き公式サイトの更新を定期的に行うとともに、SNS関連の投稿回数・更新頻度を増加させていく。また、発信する内容についても、多くの方に関心を持ってもらえるよう質の向上を図っていく。

0102（達成状況）**A**

（実績評価）・令和３年度から令和５年度まで継続して目標値を上回っており、効果的に情報を発信することができた。

（今後の対応）・引き続き多くのメディアで取り上げてもらえるよう発信する情報の質の向上も図っていく。

0103（達成状況）**D**

（実績評価）・計画的に着手できなかったことから目標を下回る結果となった。

（今後の対応）・アカウント運用の簡易化や民間施設の登録等を推進し情報発信の向上を図る。

## 02　旅行形態、観光客ニーズの把握

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 50.0% | 50.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0201 | デジタルマーケティングによる情報発信及び調査・分析 | YouTubeﾁｬﾝﾈﾙ登録者数 | R2 6,990人 | 目標値 | 8,000 | 30,000 | 31,000 | 35,000 (32,000) | 36,000 (33,000) | 人 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 24,800 | 32,325 | 34,243 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0202 | 伊東温泉観光客実態調査による調査・分析 | 市民満足度調査の観光施策への満足度 | R1 46.5% | 目標値 | 52.0 | 54.0 | 56.0 | 58.0 | 60.0 | % 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 47.9 | 49.1 | 47.9 | | | | |
| | | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |

**年度評価**

| | | |
|---|---|---|
| R3 | 0201 | 令和２・３年度と、デジタルマーケティング事業で制作した動画に対し、各種広告手法を講じることで、国内の観光地としては圧倒的に高い再生回数により当該チャンネルとそのコンテンツのＰＲを行うことができたため、R4年度以降の目標値を変更した。 |
| | 0202 | ２年超の感染拡大防止対策が続く中、通常の観光イベントやキャンペーン等の中止・延期・規模縮小が続いたほか、国の需要喚起施策（Go Toキャンペーン）の実施も不明瞭な中、それらと合わせた効果的な誘客施策を行うことができなかった。 |
| R4 | 0201 | 令和２年度から４年度にかけてデジタルマーケティング事業で制作した動画に対し、各種広告手法を講じることで、国内の観光地としては圧倒的に高い再生回数により当該チャンネルとそのコンテンツのＰＲを行うことができた。 |
| | 0202 | 年間を通じて従来の観光イベントを開催することができたが、コロナ禍前の集客には及ばない結果であったことや、全国旅行支援の実施により観光需要が高まりを見せた中で、同事業と合わせた効果的な誘客施策を行うことができなかった。「観光地伊東」としての姿を提示し、観光地としてのブランディングの更なる推進、統一的なイメージを持ったプロモーションを展開することで、誘客促進を図る。 |
| R5 | 0201 | 令和5年度は令和２年度から４年度にかけて制作した動画を活用し、各種広告手法を講じることで、高い再生回数により当該チャンネルとそのコンテンツのＰＲを行うことができた。令和７年度の目標値を上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。 |
| | 0202 | 年間を通じて従来の観光イベントを開催し、昨年度を上回る来遊客の誘致を行うことができたが、コロナ禍前の集客には及ばなかったため、観光施策への満足度が目標を下回ったと考えられる。今後は、各種事業を的確に実施し、更なる誘客促進を図る。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0201（達成状況） | A |
| （実績評価） | ・デジタルマーケティング事業で作成した動画を活用し、各種広告手法を講じることで再生回数が増加し、多くの登録者を獲得することができた。 |
| （今後の対応） | ・目標は達成していることから、今後は、より詳細にターゲットを絞って効果的な広告配信等を実施し、来遊客の増加につなげていく。 |
| 0202（達成状況） | D |
| （実績評価） | ・観光イベント等を従来どおり開催できるようになり、来遊客数は年々増加しているが、コロナ禍前の水準には戻っておらず、集客に向けた効果的な施策を行えてないことから、満足度が低かったと思われる。 |
| （今後の対応） | ・「観光地伊東」としての姿を提示し、観光地としてのブランディングの更なる推進や統一的なイメージを持ったプロモーションを展開することで、誘客促進を図り、市民の観光施策への満足度を向上させる。 |

## 03　ブランドイメージの確立

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0301 | 本市の魅力や価値あるものの明確化と観光プロモーションによるブランドイメージの浸透 | ﾀｰｹﾞｯﾄを絞ったﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝの実施 | R1 ３事業 | 目標値 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 事業 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 4 | 6 | 6 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |

**年度評価**

| | | |
|---|---|---|
| R3 | 0301 | 教育旅行やみかん狩り等のコンテンツ毎のターゲットに対するプロモーションを実施した。 |
| R4 | 0301 | 継続して実施している南部地域の観光事業者を中心とした教育旅行誘致・ミカン狩りやダイビングなどのプロモーションのほか、企業や団体旅行を誘致するためのコンテンツとしてまくら投げ・ポッチャをテーマとしたプロモーションを行った。 |
| R5 | 0301 | 例年実施してきたみかん狩りや教育旅行のプロモーションに加え、マリンダイビングフェアに初出展し、一層の誘客促進及びブランドイメージのPRを図った。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0301（達成状況） | A |
| （実績評価） | ・各年度とも、教育旅行・みかん狩り・ダイビングなど、本市への関心の高い層をターゲットとしたプロモーションを実施できた。 |
| （今後の対応） | ・これまでターゲットとしてきた教育旅行・みかん狩りの他に、本市に高い関心をもっている層を調査し、適切なプロモーションを実施していく。 |

## 04　イベント等の磨き上げ

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 達成数 | 2 | 3 | 2 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 50.0% | 75.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0401 既存イベントの見直し | サマーレビュー事業見直し件数（重拡・廃止・見直し） | R2 38件 | 目標値 | 40 | 40 | 45 | 45 | 50 | 件以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 32 | 34 | 30 | | | | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |
| 0402 情報発信 | イベント告知用プレスリリースの広告換算費 | R1 701万円 | 目標値 | 750 | 800 | 1,000 | 12,800 (1,200) | 14,000 (1,500) | 万円以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 878 | 3,348 | 16,691 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0403 中心市街地における回遊の仕組みづくり | 回遊施策実施数（単年） | R2 1事業 | 目標値 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 事業以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 2 | 2 | 2 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0404 商店街等との連携 | 連携事業数 | R2 2事業 | 目標値 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 事業以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 1 | 3 | 1 | | | | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ○　達成 | ×　未達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

- 0401 コロナ禍にて適切に事業を実施するために既存事業について見直した。
- 0402 令和3年度においては6件のイベントに関するプレスリリースを実施し、目標値を達成することができたため、効果的な情報発信ができたものと評価できる。
- 0403 「伊東温泉竹あかり」では継続事業として松川遊歩道沿いに竹あかりを年間を通じて設置することで夜の街歩きを促進したほか、「伊東温泉浴衣レンタルスペース“ゆかたび”」の利用者に対し市街地の指定店舗で受け取れるインセンティブを付与し、市街地の回遊を促進した。
- 0404 「伊東商店街スクラッチまつり」を実施し、魅力ある商店街の賑わいづくりを演出したが、次年度については観光客に対するインセンティブを検討した上で施策を展開したい。

**R4**

- 0401 新型コロナウイルス感染症の収束を視野に入れ、市内経済の早期回復を後押しする効果的施策を実現するために既存事業を見直した。今後においても観光動向を注視する中で、効果的な事業が実施できるよう事業の見直し等を行う。
- 0402 本市の観光イベントが年間を通じて開催できたことから、拡散率も向上したため広告換算費へと大きく寄与した。ついては、効果的な情報発信が出来たと判断できる。
- 0403 「伊東温泉竹あかり」では継続事業として松川遊歩道沿いに竹あかりを年間を通じて設置することで夜の街歩きを促進したほか、「伊東温泉浴衣レンタルスペース“ゆかたび”」の利用者に対し市街地の指定店舗で受け取れるインセンティブを付与し、市街地の回遊を促進した。
- 0404 按針祭事業において、商店街と連携した取組を実施するとともに、商店街主催事業に協力したことで、商店街等との連携強化を図ることができた。

**R5**

- 0401 新型コロナウイルス感染症の分類引き下げを受けた観光需要の回復や水際対策の緩和によるインバウンド需要の活性化を踏まえ、市内経済の早期回復を後押しする効果的施策を実現するために既存事業を見直した。今後においても観光動向を注視する中で、効果的な事業が実施できるよう事業の見直し等を行う。
- 0402 本市の観光イベントについての有料プレスリリースを17件実施し、拡散率も向上したため広告換算費へと大きく寄与した。ついては、効果的な情報発信が出来たと判断できる。令和６年度以降の目標値を上方修正し、令和５年度実績が大きく伸びた要因について分析を続けていく。
- 0403 「伊東温泉竹あかり」では継続事業として松川遊歩道沿いに竹あかりを年間を通じて設置することで夜の街歩きを促進したほか、「伊東温泉浴衣レンタルスペース“ゆかたび”」の利用者に対し市街地の指定店舗で受け取れるインセンティブを付与し、市街地の回遊を促進した。
- 0404 商店街が主催するイベントへの協力を行い、連携強化を図ることができたが、連携した事業が１件だけだったため、今後は、市主催のイベントと連携した事業を実施するなど、連携事業を増加させたい。

### 中間評価

**0401（達成状況）** D

| | |
|---|---|
| （実績評価） | ・市内経済の早期回復を後押しする効果的な施策を実施するよう既存事業の見直しを行ったが、見直し結果の評価等に時間がかかり目標を達成することができなかった。 |
| （今後の対応） | ・コロナ禍からの観光需要の回復やインバウンド需要の活性化を踏まえ、市内経済の早期回復を後押しする効果的な事業が実施できるよう、引き続き、既存事業の意義・効果等を意識し、見直しを行っていく。 |

**0402（達成状況）** A

| | |
|---|---|
| （実績評価） | ・毎年度、有料プレスリリースを定期的に実施しており、拡散率も向上してきたため、広告換算費へ大きく寄与したことから目標を達成することができた。 |
| （今後の対応） | ・引き続き、定期的に有料プレスリリースを実施するとともに、内容も精査し、拡散率の向上に努める。 |

**0403（達成状況）** B

| | |
|---|---|
| （実績評価） | ・「伊東温泉竹あかり」と「伊東温泉浴衣レンタルスペース“ゆかたび”」の2事業を実施し、市街地を回遊する仕組みづくりを促進した。 |
| （今後の対応） | ・「伊東温泉竹あかり」と「伊東温泉浴衣レンタルスペース“ゆかたび”」の2事業に加え、市街地の回遊を促進する効果的な施策を検討、実施していく。 |

**0404（達成状況）** C

| | |
|---|---|
| （実績評価） | ・令和４年度は令和７年度目標を達成することができたが、他の年度は目標に達成することができなかった。商店街主催の事業に市が協力する形での連携が多いため、市主導で連携事業数を増やすことができなかった。 |
| （今後の対応） | ・商店街が主催するイベントへの協力を行い、連携強化を図るとともに、今後は、市主催イベントに商店街の協力を得るなど、連携事業を増加させ、市街地の活性化を図っていく。 |

| 05　観光施設の高付加価値化 | 達成状況 | 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 達成数 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | | 達成率 | 100.0% | 33.3% | 33.3% | 0.0% | 0.0% |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0501 | 観光施設の計画的な整備と維持管理 | 施設整備事業数 | R2 | 目標値 | 5 | 8 | 8 | 8 | 8 | 事業以上 | 観光課 |
| | | | ４事業 | 実績値 | 5 | 4 | 6 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |
| 0502 | 観光施設花壇の魅力向上 | 植木花壇の剪定回数 | R1 | 目標値 | 6 | 8 | 8 | 8 | 8 | 回以上 | 観光課 |
| | | | ６回 | 実績値 | 16 | 9 | 9 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0503 | 施設情報（花の開花時期等）の積極的な情報発信 | HP(「観光行政情報」)の更新件数 | R1 | 目標値 | 8 | 10 | 12 | 12 | 12 | 件以上 | 観光課 |
| | | | ４件 | 実績値 | 8 | 5 | 10 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |

**年度評価**

| | | |
|---|---|---|
| R3 | 0501 | 令和３年度は老朽化した施設の改修を中心に実施した。既存施設については、利用頻度や施設の状態を考慮し、優先順位を付け引き続き長寿命化を図っていく。また、観光客や市民のニーズを適格に把握し、必要な施設整備を計画していく。 |
| | 0502 | 川口公園、留田海浜公園に植栽しているブーゲンビリアはトゲがあるため、特に注意を払って維持管理を行ったことから、目標を上回る回数の剪定を行った。また、市内観光花壇では多年草を植栽し、少ない経費で長い期間花が楽しめるよう磨き上げを行った。 |
| | 0503 | 観光施設情報を様々な目線から特集記事として発信したことにより、各施設の魅力をPRした。 |
| R4 | 0501 | 観光施設は老朽化が進んでいる施設が多く、利用頻度や施設の状態を考慮し、優先順位の高い施設から改修を行った。今後も観光客や市民のニーズを的確に把握し、必要な施設整備や長寿命化を計画的に実施していく。 |
| | 0502 | 伊東駅前ロータリー、国道135号バイパス、川口公園や留田海浜公園などの花壇の剪定、刈込や除草などの作業を行い、適切な維持管理に努めた。また、小室山公園のつつじについても、樹勢が良好になるよう剪定等を行った。 |
| | 0503 | 小室山公園など既存施設の情報更新や観光施設の改修工事の情報など、市民や観光客が必要とする情報の発信は行ったが、今後は花の開花時期や施設の魅力などの情報発信を更に強化していく。 |
| R5 | 0501 | 令和４年度から順次実施している城ヶ崎ピクニカルコースの整備工事を引き続き実施するなど、目標には至らなかったが、計画的な整備を進めることができた。令和５年度からは一碧湖遊歩道整備工事を開始するなど目標達成に向け計画的整備と維持管理を進めていく。 |
| | 0502 | 伊東駅前ロータリーのつつじの剪定や国道１３５号バイパス中央分離帯のアロエやカンナの剪定を重点的に実施し、観光施設花壇の魅力向上に努めた。また小室山公園のつつじの樹勢回復のため、移植等を実施した。 |
| | 0503 | 小室山公園やさくらの里などの花の開花情報や海水浴場の開設期間など、市民や観光客が必要とする情報の発信を行ったが、更新件数としては目標達成には至らなかった。今後はよりきめ細かな情報発信に努めていく。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0501（達成状況） | C |
| （実績評価） | ・観光施設は老朽化が進んでいる施設が多く、利用頻度や施設の状態を考慮し、優先順位の高い施設から改修を行ったが、整備事業数としては目標には至っていない状況である。 |
| （今後の対応） | ・観光客や市民のニーズを的確に把握し、必要な施設整備や長寿命化を計画的に実施していく。 |
| 0502（達成状況） | A |
| （実績評価） | ・目標を上回る回数の剪定が実施できたことから適切な維持管理が行えたものと考える。また花壇に植栽する花の品種更新など観光施設花壇の魅力向上を図ることができた。 |
| （今後の対応） | ・観光施設花壇については、引き続き適切な維持管理を実施するとともに、花木の老木化が進んでいる小室山公園のつつじの更新を重点的に進めていく。 |
| 0503（達成状況） | C |
| （実績評価） | ・観光施設情報や花の開花情報など、市民や観光客が必要とする情報の発信を行ったが、更新件数としては目標達成には至らなかった。 |
| （今後の対応） | ・今後は定期的に施設情報の更新を行ったり、花の開花情報だけでなく花の特集記事を発信するなど、よりきめ細かな情報発信に努めていく。 |

## 06　外国人観光客の誘致

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 50.0% | 50.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0601 | デジタルマーケティングによる海外への情報発信及び調査・分析 | YouTubeﾁｬﾝﾈﾙ国外登録者数 | R2 | 目標値 | 7,000 | 15,000 | 15,500 | 35,000<br>(16,000) | 36,000<br>(16,500) | 人 | 観光課 |
| | | | 6,434人 | 実績値 | 12,826 | 29,589 | 31,298 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |
| 0602 | 観光案内板・パンフレット等の多言語化 | 多言語施策実施件数(単年) | R1 | 目標値 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 件 | 観光課 |
| | | | 2件 | 実績値 | 0 | 0 | 2 | | | | |
| | | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ○　達成 | | | 以上 | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0601　令和3年度の当該事業において6,392人の外国人視聴者が本市YouTubeチャンネルを登録した。また、海外での視聴回数は約5,691,000回であった。R3実績値が目標値を大幅に上回ったため、R4以降の目標値を変更した。 |
| | 0602　新型コロナウイルス感染症拡大の影響による外国人観光客の入国規制に伴い未実施。 |
| R4 | 0601　令和4年度の当該事業において16,763人の外国人視聴者が本市YouTubeチャンネルを登録した。また、海外での視聴回数は約7,040,000回であった。 |
| | 0602　昨年同様に外国人観光客の入国規制により旅行動向が不透明であったことから未実施となった。今後については、インバウンドの旅行動向を注視しつつ、効果的なタイミングで事業を実施する。 |
| R5 | 0601　令和5年度の当該事業において1,709人の外国人視聴者が本市YouTubeチャンネルを登録した。また、海外での視聴回数は約6,141,000回であった。令和７年度の目標値を上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。 |
| | 0602　インバウンドの需要が回復傾向にあるため、インバウンド向けの本市総合パンフレットのリニューアルを実施した。また、一碧湖の案内看板の多言語化を図るなど旅マエ・旅ナカでの利便性の向上を図った。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0601（達成状況） | A |
| （実績評価） | ・デジタルマーケティング事業で作成した動画を活用し、各種広告手法を講じることで再生回数が増加し、多くの登録者を獲得することができた。 |
| （今後の対応） | ・目標は達成していることから、今後は、より詳細にターゲットを絞って効果的な広告配信等を実施し、来遊客の増加につなげていく。 |
| 0602（達成状況） | B+ |
| （実績評価） | ・インバウンドの需要が回復傾向にあるため、インバウンド向けの本市総合パンフレットの英語版のリニューアルや案内看板の多言語化を実施した。 |
| （今後の対応） | ・インバウンドの需要が回復傾向にあることから、今後は、インバウンド向けの本市総合パンフレットのハングル・繁体・簡体版を作成し、インバウンド受入体制の更なる充実を図る。 |

## 07　ふるさと納税制度を活用した地域振興の推進

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0701 | ふるさと納税制度の市内事業者への周知に向けた取組 | ふるさと納税の寄付件数 | R1 | 目標値 | 6,600 | 7,700 | 8,800 | 30,700<br>(9,900) | 38,400<br>(11,000) | 件 | 企画課 |
| | | | 5,477件 | 実績値 | 7,964 | 13,082 | 22,918 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0701　多様な寄附者ニーズに対応するため、定期便や市内宿泊施設共通割引クーポン等の新規返礼品の開発を進めたことで、目標値を達成することができた。 |
| R4 | 0701　新たな寄附の手段として、伊東マリンタウンにおける「伊東市ふるさと納税応援感謝券」を返礼品とした寄附の受付を開始するとともに、期間限定で返礼品内容量を増量するなど、寄附者にとって魅力的な返礼品の提供に努めたことで目標値を達成することができた。 |
| R5 | 0701　ふるさと納税ポータルサイト「さとふる」、「楽天」に加えて、「ふるさとチョイス」、「ふるなび」を導入し、ふるさと納税４大ポータルサイトによる寄附環境を整えたことで目標値を大幅に上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0701（達成状況） | A |
| （実績評価） | ・令和３年度以降、新規ポータルサイトを順次開設することで順調に寄附件数が増加し、当初の目標値を大幅に上回ることができた。 |
| （今後の対応） | ・令和６年度は市内経済三団体等へ返礼品提供事業者への登録を働きかけるとともに、新たなポータルサイト「一休.comふるさと納税」を導入し、「さとふる」、「楽天」、「ふるさとチョイス」、「ふるなび」、「伊東マリンタウン」における寄附と合わせて、年間８億円以上の寄附を目指していく。 |

| 担当課 | | 観光課・生涯学習課 |
|---|---|---|
| 政策目標 | 5 | 活力にあふれ交流でにぎわうまち |
| 施策分野 | 2 | 新たな観光形態の構築・推進 |
| 目指す姿 | | 観光客が本市を訪れる目的を多種多様な中から選択することができ、滞在型（２泊以上）の観光地として訪れる |

| 施策５－２の全指標達成率 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 年度 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 指標数 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| 達成数 | 12 | 12 | 12 | 7 | 7 |
| 達成率 | 133.3% | 133.3% | 133.3% | 77.8% | 77.8% |

## 1　成果指標（ＫＰＩ）

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 達成数 | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 |
| 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% |

### 成果指標1　伊豆・伊東観光ガイドのＰＶ数

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 | 目標値 | 2,400,000 | 2,800,000 | 3,200,000 | 4,400,000 (3,600,000) | 4,500,000 (4,000,000) | ｱｸｾｽ | 観光課 |
| 2,327,820 | 実績値 | 3,361,644 | 4,082,154 | 4,317,817 | | | | |
| ｱｸｾｽ | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |

**目標値の考え方**：本市の観光情報を得る手段として、毎年実施している「伊東温泉観光客実態調査」では４割強がインターネットを活用していることが分かっている。令和元年度については約230万アクセス、新型コロナウイルスの影響で客足が遠のいていた令和２年度についても、アクセス状況は良好で9月以降は前年比プラスとなっていることを考慮し、令和３年度を240万アクセス、毎年40万アクセスをプラスし、令和７年度に400万アクセスを見込んでいく。

### 成果指標2　伊東での滞在日数（２泊以上の割合）※伊東温泉観光客実態調査より

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 | 目標値 | 15 | 17.5 | 20 | 29 (22.5) | 30 (25) | % | 観光課 |
| 19% | 実績値 | 18 | 27.3 | 28.3 | | | | |
| | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |

**目標値の考え方**：本市への滞在日数が２泊以上の割合については、基準値とした令和元年は19%となっているが、平成30年、平成29年と15%に満たない数値となっている。滞在型観光へシフトしたい本市の方向性を図る指標として設定し、コンスタントに15%以上の数値となるよう令和３年度より2.5%ずつの増加を見込み、令和７年度には25%を目指していく。令和7年度の目標値を上回ることができたため、令和6年度以降の目標値を変更する。

**R３年度**

1（実績評価）・コロナ禍にて人流制限がかかる中ではあったが、特集記事の更新等により閲覧者の旅行意欲にアプローチすることができ、ＰＶ数のみならずセッション数や閲覧時間の向上を図ることができた。

（次年度修正）・季節にあわせた特集記事の更新を行い、ＳＥＯ対策を図りつつ「伊豆・伊東」としての情報発信を強化したい。

2（実績評価）・目標値は達成しているものの、令和元年の数値と比較すると下回っていることから一層の滞在時間の延長促進施策の継続実施が必要と考える。

（次年度修正）・滞在型リフレッシュリゾートとしての南部地区の仕組み作りの強化及び誘客促進を図る。

**R４年度**

1（実績評価）・観光イベント等の情報発信強化や特集記事の更新等により閲覧者の旅行意欲にアプローチすることができ、ＰＶ数のみならずセッション数や閲覧時間の向上を図る事ができた。

（次年度修正）・「伊豆・伊東」の観光サイトとしての情報量の拡充を図るとともに、ＳＥＯ対策を行い情報発信の更なる強化に努める。

2（実績評価）・国外への渡航規制や県や国の宿泊支援施策により国内旅行における長期滞在の需要が高かったことから、目標を大きく達成することができた。

（次年度修正）・旅行業界を取り巻く環境が通常時に戻った際には、旅行需要の低下が予想されるので、本市南部地域を中心に推進している滞在型観光誘致に向けた取組を強化することで継続的に滞在時間の延長を図る。

**R５年度**

1（実績評価）・観光需要の回復にあわせ、イベント等の情報発信強化や特集記事の更新等により閲覧者の旅行意欲にアプローチすることができた。また、検索にかかり易いワードの使用など工夫をすることでＰＶ数のみならずセッション数や閲覧時間の向上を図る事ができた。

（次年度修正）・「伊豆・伊東」の観光サイトとしての情報量の拡充を図るとともに、需要に合致するタイミングでの特集記事の作成・更新を行い、ＳＥＯ対策を図りつつ情報発信の更なる強化に努める。

2（実績評価）・本市独自の宿泊支援施策や市内周遊促進施策及び南部地区の滞在型リフレッシュリゾートとしての誘客促進施策の効果として連泊需要が高まったことから、目標を大きく達成することができた。

（次年度修正）・インバウンド需要も意識した中で、引き続き南部地区の滞在型リフレッシュリゾートとしての情報発信及び受け入れ環境の整備を図る。令和７年度の目標値を上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。

**中間評価**

1（達成状況）**A**

（実績評価）・観光需要の回復にあわせ、情報発信を強化するなど閲覧者の旅行意欲にアプローチしたこと、また、検索にかかり易いワードの使用など工夫をすることでＰＶ数のみならずセッション数や閲覧時間が向上し、目標を達成することができた。

（今後の対応）・引き続き、「伊豆・伊東」の観光サイトとしての情報量の拡充を図るとともに、需要に合致するタイミングでの特集記事の作成・更新を行い、ＳＥＯ対策を図りつつ情報発信の更なる強化に努める。
・サイトの更新頻度を上げるなどの対応により、令和５年度の実績値において、令和７年度目標値を大幅に上回っている。現在、一定のアクセス数があり、今後はアクセス数の伸びの鈍化も見込まれることから、令和５年度の実績値から毎年約１０万アクセスをプラスし、令和７年度の目標値を4,500,000アクセスに上方修正する。

2（達成状況）**A**

（実績評価）・宿泊支援施策の実施や市内周遊促進施策及び南部地区の滞在型リフレッシュリゾートとしての誘客促進施策の効果として連泊需要が高まったことから、目標を達成することができた。

（今後の対応）・インバウンド需要も意識した中で、引き続き南部地区の滞在型リフレッシュリゾートとしての情報発信及び受け入れ環境の整備を図る。

## 2　基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード）

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | ※ 基本的な取組・主な内容の達成状況 |
| 達成数 | 10 | 10 | 10 | 7 | 7 | |
| 達成率 | 142.9% | 142.9% | 142.9% | 100.0% | 100.0% | |

### 01　情報発信の強化

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 達成数 | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 66.7% | 66.7% | 66.7% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0101 公式HP・SNS等を活用した情報発信 | 公式サイト等の更新回数（HP,各種SNSの合計） | R2 792回 | 目標値 | 800 | 850 | 900 | 1,250 (950) | 1,300 (1,000) | 回 以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 805 | 928 | 1,248 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0102 有料プレスリリースを活用したメディアへの情報発信 | 広告換算費 | R1 1,256万円 | 目標値 | 2,500 | 3,000 | 3,500 | 32,000 (4,000) | 35,000 (4,500) | 万円 以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 3,453 | 7,408 | 34,510 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0103 旅行者の利便性向上及び市内消費拡大に向けた事業者による検索エンジンへの登録促進 | 登録施設･店舗数（単年） | R1 0件 | 目標値 | 10 | 20 | 30 | 40 | 50 | 件 以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 0 | 9 | 7 | | | | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

0101 目標値を達成できたが、SNS関連の投稿回数・更新頻度に課題があったため次年度は改善したい。

0102 有料プレスリリースを継続利用することで、拡散率も向上したため広告換算費へと寄与した。ついては、効果的な情報発信ができたと判断できる。

0103 当該事業での促進施策は実施できなかった。

**R4**

0101 目標値を継続して上回るとともに、課題であったSNS関連の投稿回数・更新頻度についても大きく改善できたことから、年間を通じて効果的な情報発信ができたと判断できる。

0102 本市の観光イベントが年間を通じて開催できたことから、拡散率も向上したため広告換算費へと大きく寄与した。ついては、効果的な情報発信ができたと判断できる。

0103 年間を通じて計画的に着手できなかったことから目標を下回る結果となった。今後においては、主要な観光施設等は既に登録したことから、民間施設等の登録を促進することで旅行者の利便性向上を図る。

**R5**

0101 令和4年度に引き続き目標値を継続して上回るとともに、SNS関連の投稿回数についても大幅に増加したことから、年間を通じて効果的な情報発信ができたと判断できる。目標値を大幅に上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。

0102 本市の観光イベントが年間を通じて開催できたことから、拡散率も向上したため広告換算費へと大きく寄与した。ついては、効果的な情報発信ができたと判断できる。目標値を大幅に上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。

0103 年間を通じて計画的に着手できなかった。今後においてはアカウント情報の変更などを検討し登録し易い環境整備を図っていきたい。

### 中間評価

0101（達成状況）**A**

（実績評価）・令和３年度から令和５年度まで継続して目標値を上回り、更新件数も年々増加しており、効果的に情報を発信できた。

（今後の対応）・引き続き公式サイトの更新を定期的に行うとともに、SNS関連の投稿回数・更新頻度を増加させていく。また、発信する内容についても、多くの方に関心を持ってもらえるよう質の向上を図っていく。

0102（達成状況）**A**

（実績評価）・令和３年度から令和５年度まで継続して目標値を上回っており、効果的に情報を発信することができた。

（今後の対応）・引き続き多くのメディアで取り上げてもらえるよう発信する情報の質の向上も図っていく。

0103（達成状況）**D**

（実績評価）・計画的に着手できなかったことから目標を下回る結果となった。

（今後の対応）・アカウント運用の簡易化や民間施設の登録等を推進し情報発信の向上を図る。

## 02　旅行形態、観光客ニーズの把握

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 50.0% | 50.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0201 | デジタルマーケティングによる情報発信及び調査・分析 | YouTubeﾁｬﾝﾈﾙ登録者数 | R2 6,990人 | 目標値 | 8,000 | 30,000 | 31,000 | 35,000 (32,000) | 36,000 (33,000) | 人 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 24,800 | 32,325 | 34,243 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0202 | 伊東温泉観光客実態調査による調査・分析 | 市民満足度調査の観光施策への満足度 | R1 46.5% | 目標値 | 52.0 | 54.0 | 56.0 | 58.0 | 60.0 | % 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 47.9 | 49.1 | 47.9 | | | | |
| | | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

- 0201　令和２・３年度と、デジタルマーケティング事業で制作した動画に対し、各種広告手法を講じることで、国内の観光地としては圧倒的に高い再生回数により当該チャンネルとそのコンテンツのＰＲを行うことができたため、R4年度以降の目標値を変更した。
- 0202　２年超の感染拡大防止対策が続く中、通常の観光イベントやキャンペーン等の中止・延期・規模縮小が続いたほか、国の需要喚起施策（Go Toキャンペーン）の実施も不明瞭な中、それらと合わせた効果的な誘客施策を行うことができなかった。

**R4**

- 0201　令和２年度から４年度にかけてデジタルマーケティング事業で制作した動画に対し、各種広告手法を講じることで、国内の観光地としては圧倒的に高い再生回数により当該チャンネルとそのコンテンツのＰＲを行うことができた。
- 0202　年間を通じて従来の観光イベントを開催することができたが、コロナ禍前の集客には及ばない結果であったことや、全国旅行支援の実施により観光需要が高まりを見せた中で、同事業と合わせた効果的な誘客施策を行うことができなかった。「観光地伊東」としての姿を提示し、観光地としてのブランディングの更なる推進、統一的なイメージを持ったプロモーションを展開することで、誘客促進を図る。

**R5**

- 0201　令和5年度は令和２年度から４年度にかけて制作した動画を活用し、各種広告手法を講じることで、高い再生回数により当該チャンネルとそのコンテンツのＰＲを行うことができた。令和７年度の目標値を上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。
- 0202　年間を通じて従来の観光イベントを開催し、昨年度を上回る来遊客の誘致を行うことができたが、コロナ禍前の集客には及ばなかったため

### 中間評価

0201（達成状況）**A**

（実績評価）・デジタルマーケティング事業で作成した動画を活用し、各種広告手法を講じることで再生回数が増加し、多くの登録者を獲得することができた。

（今後の対応）・目標は達成していることから、今後は、より詳細にターゲットを絞って効果的な広告配信等を実施し、来遊客の増加につなげていく。

0202（達成状況）**D**

（実績評価）・観光イベント等を従来どおり開催できるようになり、来遊客数は年々増加しているが、コロナ禍前の水準には戻っておらず、集客に向けた効果的な施策が行えていないことから、満足度が低かったと思われる。

（今後の対応）・「観光地伊東」としての姿を提示し、観光地としてのブランディングの更なる推進、統一的なイメージを持ったプロモーションを展開することで、誘客促進を図る。

## 03　ロケツーリズムの推進

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0301 積極的なロケ誘致・受け入れ支援 | ロケ及びロケハン実施数 | R1 74件 | 目標値 | 90 | 105 | 120 | 135 | 150 | 件以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 75 | 101 | 92 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0302 ロケ実績を活用した誘客施策の展開 | 伊東市の観光の情報元としてTVを選んだ人の割合　※1 | R1 13.6% | 目標値 | 16.5 | 18.0 | ― | ― | ― | %以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 14.1 | 4.1 | ― | ― | ― | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | ― | ― | ― | | |
| 0303 ロケ誘致・受け入れ支援による経済効果 | 伊東市映像作品撮影事業費補助金を活用した作品に係る直接的経済効果　※1 | R1 954千円 | 目標値 | ― | ― | 10,000千円 | 12,500千円 | 12,500千円 | 円以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | ― | ― | 9,594千円 | | | | |
| | | | 評　価 | ― | ― | × 未達成 | | | | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0301 令和３年度のロケに係る問い合わせ件数は136件であり、全国放送のドラマやバラエティ及び映画等の大きな作品の撮影も実施されるとともに撮影実績について本市SNS等にてPRを行うことでロケツーリズムの推進を図った。 |
| | 0302 令和元年度と比較すると上回ったが、目標達成には至らなかったため、引き続きロケ誘致の取組及び、その資産等を活かしたツーリズムの推進を図る。 |
| R4 | 0301 目標値は下回ったもののロケに関する問い合わせ・誘致件数は着実に増加していることから、制作会社等に積極的に受入窓口である官民連携で組織した伊東ロケーションサービスや補助金制度を周知することで、誘致件数の増加を図る。 |
| | 0302 県や国の旅行支援の実施により、インターネットや旅行代理店等からの旅行予約が主流となり各種ＨＰや旅行サイトを契機とした情報収集が大きく上昇したため、目標を大きく下回った。TVによる情報収集が減少傾向にあることから、管理指標を修正し、新たに管理指標0303を設けた。 |
| | 0303 管理指標0302を修正し、ロケ誘致・受け入れ支援による経済効果を指標として設定した。近年のロケ支援・誘致の成果により、誘致件数が増加している中で当該補助金の申請件数も併せて増加したことから、市内にて消費される金額も比例して増加傾向である。 |
| R5 | 0301 目標値は下回ったものの有名な作品や認知度の高い情報番組等の受入れもできており、着実に本市のPRへと寄与している。引き続き制作会社等に受入窓口である官民連携で組織した伊東ロケーションサービスや補助金制度を周知することで、誘致件数の増加を図る。 |
| | 0303 目標値は下回ったが、目標の約96%は達成した状況である。引き続き年々増加しているロケ隊の市内消費を喚起することで一層の市内経済の活性化を図る。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0301（達成状況） | **D** |
| （実績評価） | ・有名な作品や認知度の高い情報番組等の受入れができており、着実に本市のPRへと寄与しているが、目標値を達成することができなかった。 |
| （今後の対応） | ・引き続き制作会社等に受入窓口である官民連携で組織した伊東ロケーションサービスや補助金制度を周知することで、誘致件数の増加を図る。 |
| 0303（達成状況） | **B−** |
| （実績評価） | ・令和５年度は目標値の約96%となったが、補助金を活用しなかった作品も含めると約17,700千円の直接的経済効果があった。 |
| （今後の対応） | ・引き続き補助事業の周知を図り、ロケ誘致を推進するとともに、年々増加しているロケ隊の市内消費を喚起することで一層の市内経済の活性化を図る。 |

※１県や国の旅行支援の実施により、インターネットや旅行代理店等からの旅行予約が主流となり各種ＨＰや旅行サイトを契機とした情報収集が大きく上昇した一方、TVによる情報収集が減少傾向にあることから、管理指標0302を修正し、管理指標0303を新設した。

## 04　まくら投げ競技を活用した団体旅行の誘致

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| 達成数 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0401 キービジュアルを活用した企業・団体等にターゲットを絞った情報発信 | 団体旅行で訪れた企業数 | R1 0社 | 目標値 | 2 | 4 | 6 | 8 | 10 | 社以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 0 | 3 | 3 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0401 数団体からのお問い合わせはあったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止となった。 |
| R4 | 0401 目標値は下回ったものの、教育旅行での体験コンテンツや企業研修等でのチームビルディングなどのコンテンツとして旅行会社等から問合せが増えていることから、地域内の宿泊施設と連携するなど実際の誘致に結びつくような受入態勢の強化を図る。 |
| R5 | 0401 目標値は下回ったものの、教育旅行での体験コンテンツや企業研修等でのチームビルディングなどのコンテンツとして旅行会社等から問合せが増えていることから、地域内の宿泊施設と連携するなど実際の誘致に結びつくような受入態勢の強化を図る。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0401（達成状況） | **D** |
| （実績評価） | ・実績としては目標値を下回っているが、教育旅行での体験コンテンツや企業研修等でのチームビルディングなどのコンテンツとして旅行会社等から問合せが増えている。 |
| （今後の対応） | ・教育旅行での体験コンテンツや企業研修等でのチームビルディングなどのコンテンツとして旅行会社等から問合せが増えていることから、事業の周知と、地域内の宿泊施設と連携するなど実際の誘致に結びつくような受入態勢の強化を図る。 |

## 05　健康保養地づくり事業の推進

| 達成状況 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| | 達成数 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| | 達成率 | 33.3% | 33.3% | 66.7% | 0.0% | 0.0% |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0501 | 滞在型観光の推進（滞在型リフレッシュリゾート地の確立） | 2泊以上の割合 | R1 19% | 目標値 | 15 | 17.5 | 20 | 29 (22.5) | 30 (25) | % 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 18 | 27.3 | 28.3 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0502 | オレンジビーチマラソンの実施 | オレンジビーチマラソン申込者数 | R1 2,427人 | 目標値 | 2,400 | 2,400 | 2,400 | 2,400 | 2,400 | 人 以上 | 生涯学習課 |
| | | | | 実績値 | 0 | 1,535 | 1,861 | | | | |
| | | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |
| 0503 | 体験プログラムの造成及び情報発信 | 体験サイトの記事投稿数 | R1 125記事 | 目標値 | 140 | 155 | 170 | 185 | 200 | 記事 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 136 | 140 | 234 | | | | |
| | | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ○　達成 | | | | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0501 目標値は達成しているものの、令和元年の数値と比較すると下回っていることから南部地区のペットツーリズムの推進やブランドイメージの構築等を強化し、一層の滞在時間の延長を図る。 |
| | 0502 令和3年度は新型コロナウイルス感染症対策により事業を中止とした。令和4年度以降はコロナ禍においても実施ができる方策を模索していく。 |
| | 0503 新規体験施設として11件を掲載した。目標値には未達であったが、引き続き市内体験コンテンツのPRを図り、観光客の情報獲得の一助となるよう努めたい。 |
| R4 | 0501 国外への渡航規制や県や国の宿泊支援施策により国内旅行における長期滞在の需要が高かったことから、目標を大きく達成することができたが、旅行業界を取り巻く環境が通常時に戻った際には、旅行需要の低下が予想されるので、ペットツーリズムを核とした伊豆高原のブランドイメージ向上に向けた取組を戦略的に進め継続的に滞在時間の延長を図る。 |
| | 0502 コロナ禍における大会運営について検討し、令和元年度以来3年ぶりにオレンジビーチマラソンを開催することができた。申込者数は目標値に至らなかったが、令和５年度以降は参加者数の段階的な回復を目指し、魅力ある大会を構築していく。 |
| | 0503 継続して目標値を下回っていることから、HP内の特集記事作成時における市内観光事業者への取材や定期的に新規施設を注視することで、記事更新の頻度を増やすとともに、情報量の拡充に努める。 |
| R5 | 0501 本市独自の宿泊支援施策や市内周遊促進施策及び南部地区の滞在型リフレッシュリゾートとしての誘客促進施策の効果として連泊需要が高まったことから、目標を大きく達成することができた。そのため、令和６年度以降の目標値を変更する。 |
| | 0502 新型コロナウイルス感染症の感染症法上の扱いが５類となったことを契機に、様々なスポーツイベントが盛り上がりを見せている中、本大会においても申込者数の増加が見られたが、以前の水準までは回復していない。今後も申込者数の回復を目指し、魅力ある大会の構築を進めていく。 |
| | 0503 体験プログラムの情報発信強化を図るため、体験サイトのコンテンツを閲覧数が多い本市観光サイトである「伊豆伊東観光ガイド」へ完全移行するとともに、市内消費の拡大を図った。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0501（達成状況） | A |
| （実績評価） | ・旅行需要の高まり、自治体による宿泊支援施策や市内周遊促進施策及び南部地区の滞在型リフレッシュリゾートとしての誘客促進施策の効果で連泊需要が高まったことから、目標を達成することができた。 |
| （今後の対応） | ・宿泊支援施策の終了による影響や今後の旅行需要の低下が予想されることから、ペットツーリズムを核とした伊豆高原のブランドイメージ向上に向けた取組を戦略的に進め継続的に滞在時間の延長を図る。 |
| 0502（達成状況） | D |
| （実績評価） | ・令和4年度から事業を再開し、令和5年度は前年度実績値を上回ったものの、コロナ禍以前の状況への回復には至らなかった。 |
| （今後の対応） | ・コロナ禍以前の状況への回復を目指し、今まで以上に魅力ある大会の構築を目指し、関係各所との調整・連携を行うとともに、大会自体の効果的な周知方法についても検討を進めていく。 |
| 0503（達成状況） | B+ |
| （実績評価） | ・体験サイトのコンテンツを、閲覧数が多い本市観光サイトである「伊豆伊東観光ガイド」へ完全移行し、情報発信の強化を図り、目標を達成することができた。 |
| （今後の対応） | ・引き続き体験サイトのコンテンツにおいて、閲覧数が多い本市観光サイトである「伊豆伊東観光ガイド」で効果的な情報発信を行うとともに、魅力的なプログラムの造成を図っていく。 |

## 06　マイクロツーリズムの推進

| 達成状況 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0601 | 県民をターゲットにした誘客施策の展開 | 県内観光客の割合 | R1 7.9% | 目標値 | 7.0 | 9.0 | 11.0 | 13.0 | 15.0 | % 以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 13.0 | 9.6 | 14.3 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0601 新型コロナウイルス感染症の影響や県民を対象とした宿泊促進施策の効果もあり、県内から例年より多くの観光客を誘致することができた。 |
| R4 | 0601 県民を対象とした宿泊支援の効果もあり、継続して目標値を上回ることができた。 |
| R5 | 0601 SNSやメディア等の情報発信の効果もあり、継続して県内からの来遊客の誘致を図ることができた。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0601（達成状況） | B+ |
| （実績評価） | ・県民を対象とした宿泊支援事業の効果や、SNSや県内メディアを通じた情報発信の効果もあり年度ごとの目標は達成できた。 |
| （今後の対応） | ・県民を対象とした宿泊支援事業の終了による影響が予測されることから、SNSやメディア等の情報発信を強化し、継続して県内からの来遊客の誘致を図る。 |

## 07　ワーケーションの推進

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 50.0% | 0.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0701 | ワーケーション対応施設等の情報発信 | ワンストップ窓口問い合わせ件数（単年） | R1 0件 | 目標値 | 25 | 50 | 60 | 70 | 80 | 件以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 11 | 14 | 9 | | | | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0702 | ワーキングスペース等のハード整備の検討 | テレワーク受入対応施設数（累計） | R1 0施設 | 目標値 | 5 | 20 | 25 | 30 | 35 | 施設以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 14 | 17 | 38 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○ 達成 | × 未達成 | ○ 達成 | | | | |

### 年度評価

| | | |
|---|---|---|
| R3 | 0701 | ニーズとして、年度半ばは感染状況が落ち着いたことで、出社による勤務が回復しリモートワークが相対的に減少した。また、伊東ワーケーションサイトの開始が年度末になったこともあり、潜在ニーズ層へのリーチが伸びなかった。 |
| | 0702 | 静岡県の補助金を活用し、市内宿泊施設におけるワーケーション受入に必要な環境整備を促進した。 |
| R4 | 0701 | 全国的な行動制限の解除等により、出社による勤務が回復しリモートワークが相対的に減少したことにより未達成となった。しかしながら、首都圏の企業では未だ関心が高い取組であることから、企業向けの情報発信を強化していきたい。 |
| | 0702 | 伊東市観光地ワーケーション受入環境整備促進事業費補助金の申請施設が予定より減少したことにより未達成となった。今後においては、国・県の補助制度を注視し、その情報を関係施設に周知することでワーケーション需要を取り込むための施設整備を促す。 |
| R5 | 0701 | 新型コロナウイルス感染症の分類引き下げ等により、出社による勤務が回復しリモートワークが減少したことにより未達成となった。しかしながら、働き方改革を含めた首都圏の大手企業では関心が高い取組であることから、引き続き企業向けの情報発信の強化を図る。 |
| | 0702 | 大手企業のリモートワークの推進も追い風となり需要を取り組もうとする民間企業が受入れ体制を積極的に整えたことにより目標達成することができた。 |

### 中間評価

| | |
|---|---|
| 0701（達成状況） | D |
| （実績評価） | ・多くの企業で出社による勤務が回復し、リモートワークが減少したことにより未達成となった。 |
| （今後の対応） | ・今後、通常勤務としてのリモートワークが増加する可能性は低いものの、働き方改革を含めた首都圏の大手企業では関心が高い取組であることから、引き続き企業向けの情報発信の強化を図る。 |
| 0702（達成状況） | B+ |
| （実績評価） | ・首都圏の大手企業ではリモートワークに対する関心が高いことから、需要を取り組もうとする民間企業が受入れ体制を積極的に整えたことにより目標達成することができた。 |
| （今後の対応） | ・リモートワークの需要を取り込もうとする民間企業が積極的に受け入れ体制を整えていることから、本市としても企業向けの情報発信の強化を図り、ワーケーションを推進していく。 |

| 担当課 | | 観光課 | 施策５－３の全指標達成率 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 政策目標 | 5 | 活力にあふれ交流でにぎわうまち | 年度 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 施策分野 | 3 | 広域連携による誘客の拡充 | 指標数 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| 目指す姿 | | 観光客が伊豆半島へ長く滞在し、連携市町を回遊する | 達成数 | 4 | 6 | 7 | 0 | 0 |
| | | | 達成率 | 28.6% | 42.9% | 50.0% | 0.0% | 0.0% |

## 1　成果指標（ＫＰＩ）

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 達成数 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 達成率 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

| 成果指標1 | 伊豆半島７市６町の観光交流客数 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | R1 | 目標値 | 30,000,000 | 44,000,000 | 46,000,000 | 48,000,000 | 50,000,000 | 人 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 26,168,435 | 36,930,551 | 39,003,247 | | | | |
| | | 43,859,475人 | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | 以上 | |
| 目標値の考え方 | 広域連携による誘客については、市単位ではなく連携する市町による面での施策の結果を指標とし管理していく。令和元年度には約4,400万人となっているが、令和2年度、令和3年度については新型コロナウイルスの影響により大きく数値が落ちることが予測されるため、それらを考慮して目標値を設定、令和4年度からは毎年200万人をプラスし、令和7年度には5,000万人を目指していく。 | | | | | | | | | |

| 成果指標2 | 伊豆半島７市６町の外国人宿泊客数 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | R1 | 目標値 | 400,000 | 630,000 | 645,000 | 660,000 | 675,000 | 人 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 24,540 | 98,943 | 301,313 | | | | |
| | | 646,530人 | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | 以上 | |
| 目標値の考え方 | 広域連携のインバウンド施策の結果を管理する指標として伊豆半島7市6町の外国人宿泊客数を設定する。令和元年度は約65万人となっているが、令和2年度、令和3年度については新型コロナウイルスの影響により大きく数値が落ちることが予測されるため、それらを考慮して目標値を設定、令和4年度からは毎年1万5,000人をプラスし、令和7年度には67万5,000人を目指していく。 | | | | | | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| R３年度 | 1（実績評価） | ・令和2年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響により観光交流客数は減少している。繁忙期である夏季に緊急事態宣言が発出されるなど苦境もあったが、令和２年度比では113%と回復基調を示している。 |
| | （次年度修正） | ・国県が実施する旅行支援施策の実施動向を注視するとともに、ジオパーク等の広域での取組等、当地区の特徴を活かした滞在、周遊施策を促進するため、美しい伊豆創造センターと協調した施策を進めていく。 |
| | 2（実績評価） | ・令和2年度から新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から厳格な入国制限（水際対策）が継続しており、令和３年度も観光による入国を原則緩和しない状況が続いたことから、外国人観光客の激減傾向は全国的なものであった。 |
| | （次年度修正） | ・現在、首都圏で回復の兆しがあるインバウンドであるが、コロナ禍前の水準に回復するのは、航空需要予測などから、2023年後半から2024年とも言われていることから、中期的な見通しを持った取組を推進したい。 |
| R４年度 | 1（実績評価） | ・未だ基準値を下回る数値だが、全国的な行動制限の解除や全国旅行支援など観光需要の高まりが見受けられたことから、対前年比では141%と回復基調を示している。 |
| | （次年度修正） | ・当地区への誘客を図るため、各種協議会が積極的に事業を推進していることから、広域周遊・誘客宣伝等の事業効果を享受できるよう積極的に働きかける。 |
| | 2（実績評価） | ・未だ基準値を下回る数値だが、渡航制限や水際対策の緩和により、対前年比では403%と回復基調を示している。 |
| | （次年度修正） | ・インバウンドについては、当初の推測より回復が顕著であることから、当地区の特徴を活かした滞在・周遊施策を促進するため、美しい伊豆創造センターと協調したインバウンド施策を進めていく。 |
| R５年度 | 1（実績評価） | ・令和元年度の８９%に留まっているが、コロナ禍が明け、本格的な観光需要の高まりが見受けられたことから、対前年比では１０６%と引き続き回復基調を示している。 |
| | （次年度修正） | ・コロナ禍の本格的な終了を受け、各市町や団体等が積極的に誘客対策事業を推進していることから、広域周遊・誘客宣伝等の事業効果が最大限に発揮できるよう本市としても積極的に誘客対策を実施していく。 |
| | 2（実績評価） | ・令和元年度の４７%に留まっているが、渡航制限や水際対策の緩和により、対前年比では３０５%と、引き続き回復基調を示している。 |
| | （次年度修正） | ・令和５年の訪日外国人旅行者数は2,507万人と、前年の３８３万人から大幅に増加していることから、更なる誘客が図れるよう、美しい伊豆創造センターや他自治体等と連携を図りインバウンド施策を進めていく。 |
| 中間評価 | 1（達成状況） | **D** |
| | （実績評価） | ・コロナ禍の影響により、誘客対策事業が計画どおり実施できず、令和３年度から令和５年度まで基準値を超えた年度はないが、コロナ禍明けからは、誘客対策事業も従来どおり実施できており、回復傾向にある。 |
| | （今後の対応） | ・コロナ禍の本格的な終了を受け、国内外の観光需要も高まっていることから、引き続き各市町や団体等と連携して、積極的に誘客対策事業を実施していく。 |
| | 2（達成状況） | **D** |
| | （実績評価） | ・コロナ禍の影響により、入国制限などがあったことから、令和３年度から令和５年度まで基準値を超えた年度はないが、コロナ禍明けからは誘客対策事業も従来どおり実施できており、外国人観光客は大幅に増えている。 |
| | （今後の対応） | ・日本を訪れる訪日外国人旅行者数は大幅に増えており、今後、コロナ禍前の水準を上回ることも予想されていることから、各市町や団体等と連携し、伊豆半島地域ならではの魅力を発信することで、更なる誘客を図っていく。 |

## 2　基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード）

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | ※ 基本的な取組・主な内容の達成状況 |
| 達成数 | 4 | 6 | 7 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 33.3% | 50.0% | 58.3% | 0.0% | 0.0% | |

### 01　美しい伊豆創造センターとの連携

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 達成数 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 75.0% | 75.0% | 75.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0101 主要都市へのキャラバンの実施 | 主要都市へのキャラバン実施件数 | R1 2件 | 目標値 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 件以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 4 | 8 | 4 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0102 ＳＮＳ等を使った情報発信の強化 | SNSフォロワー合計数 | R2 14,700人 | 目標値 | 16,000 | 18,000 | 20,000 | 22,000 | 24,000 | 人以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 34,284 | 29,063 | 28,932 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0103 国内観光キャンペーンの実施 | 国内観光キャンペーン実施・参加件数 | R1 7件 | 目標値 | 8 | 8 | 9 | 9 | 10 | 件以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 10 | 11 | 17 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0104 海外プロモーションの実施 | ファムトリップ対応、海外商談会等参加件数 | R1 39件 | 目標値 | 45 | 50 | 55 | 60 | 65 | 件以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 14 | 25 | 22 | | | | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

- 0101 大型ショッピングモールでの観光物産展事業の推進により、伊豆半島の魅力と観光情報をPRした。
- 0102 InstagramやTwitterなどのSNSを活用し、F1層（２０～３４歳女性）をターゲットとした効果的な情報発信を実施した。
- 0103 伊豆半島域内の市町、観光協会、交通事業者等と連携し、伊豆主要のマーケットである首都圏等の観光キャンペーンに出店し、地域外へ伊豆の魅力をPRした。
- 0104 海外に向けた伊豆半島情報発信や東京2020オリンピック・パラリンピックに合わせた誘客、海外旅行会社等を招聘しての旅行商品開発などを予定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、一部事業について中止又は延期したため、目的達成とはならなかった。

**R4**

- 0101 静岡県観光協会と連携し、各市町のPR及び造成した観光商品を紹介するためのエージェントセールスを首都圏、名古屋、大阪などの全国主要都市において実施した。
- 0102 プレゼントキャンペーンを実施した昨年と比較すると全体的なフォロー数は減少したが、若い世代に関心が高いInstagramではF１層をターゲットとした情報発信、TwitterやFacebookでは、会員が発信した観光情報のリツイートやシェアを中心に情報の拡散を行うなど、効果的に情報発信を行うことができた。
- 0103 伊豆半島域内の市町、観光協会、交通事業者等と連携し、伊豆主要のマーケットである首都圏等の観光キャンペーンに出店し、地域外へ伊豆の魅力をPRした。
- 0104 新型コロナウイルス感染拡大を理由にした渡航制限により、現地での観光プロモーションが年間を通じて実施できなかったため、目標値を下回ったが、台湾OTA（オンライン上にのみある旅行代理店）や近年注目が集まるインフルエンサーを活用した取組等にて伊豆のPRを実施した。今後においては、年間を通じた現地でのプロモーションやターゲットとする国や地域を拡大することで、伊豆の魅力を広く情報発信していく。

**R5**

- 0101 静岡県観光協会及び交通事業者等と連携し、各市町のPR及び造成した観光商品を紹介するためのエージェントセールスを首都圏、関西圏などの全国主要都市において実施した。
- 0102 InstagramやTwitterなどのSNSを活用し、F1層（２０～３４歳女性）をターゲットとした効果的な情報発信を実施した。また、アルゴリズムへの影響力の強い「保存」件数を増加させ、より多くのターゲットに情報が届くように努めた。
- 0103 伊豆半島域内の市町、観光協会、交通事業者等と連携し、伊豆主要のマーケットである首都圏等の観光キャンペーンに出展し、伊豆の魅力をPRした。
- 0104 インバウンド需要の高まりが見える中で台湾を中心にタイやオーストラリア・イタリア・ベトナム等、様々な地域にプロモーションを実施し伊豆の情報を発信したが、目標件数には届かなかった。今後においても、引き続き現地でのプロモーションやターゲットとする国や地域を拡大することで、伊豆の魅力を広く情報発信していく。

### 中間評価

**0101（達成状況）** A

（実績評価）・静岡県観光協会及び交通事業者等と連携し、大型ショッピングモールでの観光物産展や、各市町のPR及び造成した観光商品を紹介するためのエージェントセールスを、首都圏・関西圏などの全国主要都市において実施した。

（今後の対応）・引き続き、観光物産展の実施や、旅行エージェントに対し伊豆半島の魅力や観光商品の情報をタイムリーに届けることで誘客促進を図る。

**0102（達成状況）** A

（実績評価）・InstagramやTwitterなどのSNSを活用し、F1層（２０～３４歳女性）をターゲットとした効果的な情報発信を実施した。また、アルゴリズムへの影響力の強い「保存」件数を増加させ、より多くのターゲットに情報が届くように努めた。

（今後の対応）・フォロワー数が減少傾向にあることから、今後は定期的かつ継続的な情報発信を行い、フォロワーの獲得及び保存数の増加を図ることで伊豆半島ファンを増やしていく。

**0103（達成状況）** A

（実績評価）・伊豆半島域内の市町、観光協会、交通事業者等と連携し、伊豆主要のマーケットである首都圏等の観光キャンペーンに出展し、伊豆の魅力をPRできた。

（今後の対応）・引き続き、メインターゲットである首都圏を中心にしつつ、全国各地の観光展等に出展し新規顧客の獲得を図る。

**0104（達成状況）** D

（実績評価）・新型コロナウイルス感染拡大を理由にした渡航制限により、現地でのプロモーションを十分に実施できない時期もあったが、OTA（オンライン上にのみある旅行代理店）や近年注目が集まるインフルエンサーを活用した取組等にて伊豆のPRを実施した。

（今後の対応）・今後においても、引き続き現地でのプロモーションやターゲットとする国や地域を拡大することで、伊豆の魅力を広く情報発信していく。

## 02 伊豆半島ジオパーク推進協議会との連携

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 達成数 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 0.0% | 25.0% | 25.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0201 再認定（日本・世界）に向けた整備 | ジオガイド累計人数 | R1 195人 | 目標値 | 230 | 265 | 300 | 335 | 370 | 人以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 194 | 193 | 183 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0202 イベント等の実施 | イベント等実施回数 | R1 18回 | 目標値 | 20 | 22 | 24 | 26 | 28 | 回以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 11 | 23 | 32 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0203 ジオツーリズムの推進 | ジオリア入館者数 | R1 19,424人 | 目標値 | 21,000 | 22,000 | 23,000 | 24,000 | 25,000 | 人以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 7,135 | 12,530 | 12,937 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0204 ジオサイト及び誘導サイン等の整備 | ジオサイト及び誘導サイン等の整備件数　※2 | R1 3件 | 目標値 | 3 | 4 | — | — | — | 件以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 2 | 0 | — | — | — | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | — | — | — | | |
| 0205 ジオパーク間の相互交流及び情報共有 | 国内外から視察・研修等の受入件数※2 | R1 12件 | 目標値 | — | — | 6 | 6 | 6 | 件以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | — | — | 5 | | | | |
| | | | 評　価 | — | — | × 未達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

- 0201 ジオ検定のみを受験する方や、高齢化に伴いジオガイドを引退された方が多かったため、目的達成とはならなかった。
- 0202 新型コロナウイルス感染症の影響によりイベント等の中止をしたため、目的達成とはならなかった。
- 0203 新型コロナウイルス感染症の影響によりジオリアの臨時休館を行ったため、目的達成とはならなかった。
- 0204 新型コロナウイルス感染症の影響で実施を中止した事業もあり、目標達成とはならなかった。

**R4**

- 0201 新型コロナウイルス感染拡大を理由に延期を余儀なくされた認定講座を3年ぶりに再開したが、年齢を理由にジオガイドを引退する方も多かったため、目標値を上回ることはできなかった。
- 0202 新型コロナウイルス感染対応のため、事前予約による少人数開催のイベントもあったが、地域の資源とジオパークの視点を通じて楽しく学び、交流の場となるような取組を再開したことにより目標値を達成することができた。
- 0203 目標値を上回ることはできなかったが、団体の受け入れを再開し、コロナ禍により開催頻度を減らしていたワークショップをコロナ禍前の年間6回に戻すなどの取組により、３年ぶりに入館者数が１万人を上回った。引き続き、美しい伊豆創造センターと連携し、ジオリアをPRしていく。
- 0204 設置に向けた相談等はあったものの、実際の設置には至らなかった。※２の理由により、新たに管理指標を設定した。
- 0205 国内外のネットワーク活動を通じて、伊豆半島ジオパークを積極的に情報発信することで、視察・研修等を受け入れる。なお、基準値である令和元年度については、ユネスコ世界ジオパーク加盟認定の翌年であったことから、多くの視察等の受け入れ要請があった。

**R5**

- 0201 認定ジオガイドのスキルアップ講習や資格更新講習等の事業を展開しガイドの養成を図ったが、目標達成とはならなかった。引き続き、伊豆半島ジオパーク推進協議会と連携し、伊豆半島ジオパークに対する興味関心を喚起する事業を展開し、ガイドを目指す人材の増加を図る。
- 0202 地域の資源とジオパークの視点を通じて楽しく学び、交流の場となるようなイベントを実施し、伊豆半島ジオパークの普及に寄与することができた。
- 0203 目標値を上回ることはできなかったが、新型コロナウイルスの5類感染症移行の影響もあり、昨年度の数値を上回ることができた。
- 0205 県外の市議会の研修等を受入れ伊豆半島ジオパークの普及を図ったが、目標達成とはならなかった。引き続き国内外のネットワーク活動を通じて、伊豆半島ジオパークを積極的に情報発信することで、視察・研修等を受け入れる。

### 中間評価

0201（達成状況） **D**

（実績評価）・新型コロナウイルス感染拡大を理由に認定講座が開催できなかった年があり、また、年齢を理由にジオガイドを引退する方も多かったため、目標達成とはならなかった。

（今後の対応）・引き続き、伊豆半島ジオパーク推進協議会と連携し、伊豆半島ジオパークに対する興味関心を喚起する事業を展開し、ガイドを目指す人材の増加を図る。

0202（達成状況） **B+**

（実績評価）・コロナ禍によりイベントが予定どおり実施できなかった時期もあったが、地域の資源とジオパークの視点を通じて楽しく学び、交流の場となるようなイベントを実施できるようになり伊豆半島ジオパークの普及に寄与することができた。

（今後の対応）・引き続き、伊豆半島ジオパーク推進協議会と連携し、各種イベントを実施しジオパークの魅力を広く発信する。

0203（達成状況） **D**

（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の影響によりジオリアの臨時休館や旅行需要の低下が顕著である時期もあり、目的達成とはならなかった。

（今後の対応）・引き続き、伊豆半島ジオパーク推進協議会と連携し、伊豆半島ジオパークの魅力を発信することで来館者の増加を図る。

0205（達成状況） **D**

（実績評価）・県外の市議会の研修等を受入れ伊豆半島ジオパークの普及を図ったが、わずかに目標達成とはならなかった。

（今後の対応）・伊豆半島ジオパーク推進協議会と連携し、伊豆半島ジオパーク推進協議会の活動について広く発信し、積極的に研修の受けれや他地域のジオパーク関連事業者との交流を図る。

※２　ジオサイト及び誘導サイン等の整備については、ジオパーク推進協議会にてその内容やデザインなど相談を受けることはあるが、相談を経ずに整備されるケースについては把握をしていないため、管理指標0204を見直し、新たに管理指標0205を設定した。

| 03 | 県観光協会との連携（大型キャンペーン推進協議会） | 達成状況 | 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 達成数 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | | |
| | | | 達成率 | 50.0% | 50.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | | |

| 主な内容 | | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0301 | 全国宣伝販売促進会議の開催　※3 | エージェントセールス実施回数　※3 | R1 3回 | 目標値 | 3 | 3 | ― | ― | ― | 回以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 15 | 0 | ― | ― | ― | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ×　未達成 | ― | ― | ― | | |
| 0302 | 観光商談会の開催 | 商談会の開催回数 | R1 3回 | 目標値 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 回以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | 0 | 4 | 3 | | | | |
| | | | | 評　価 | ×　未達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0303 | 観光商品開発 | 各自治体と連携して開発した地域独自の観光商品数　※3 | R1 358件 | 目標値 | ― | ― | 500 | 500 | 550 | 商品以上 | 観光課 |
| | | | | 実績値 | ― | ― | 591 | | | | |
| | | | | 評　価 | ― | ― | ○　達成 | | | | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0301 東京・大阪・名古屋等への訪問セールスを実施した。 |
| | 0302 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により延期となった。 |
| R4 | 0301 大型キャンペーン推進協議会では、広報事業やデータを活用した市場トレンドマーケティングへの取組を強化しているため、直接的なエージェントへの訪問等は行っていない。※3の理由により、新たに管理指標を設定した。 |
| | 0302 静岡県を目的地とした旅行商品の造成並びに各種媒体での露出を目的に東京・大阪にて、旅行会社・メディア等を招聘し、県内観光事業者・団体との商談会を開催した。 |
| | 0303 静岡県を目的地とした旅行商品の造成を促すための宣伝コンテンツとして、地域の特色ある観光資源を活用した観光商品の開発を推進する。 |
| R5 | 0302 静岡県を目的地とした旅行商品の造成並びに各種媒体での露出を目的に東京・大阪にて、旅行会社・メディア等を招聘し、県内観光事業者・団体との商談会を開催した。 |
| | 0303 旅行会社・メディアへのプロモーションを目的に地域独自の観光商品として開発された商品数が目標を上回った。引き続き各自治体と連携し静岡県の魅力を発信したい。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0302（達成状況） | **B** |
| （実績評価） | ・静岡県を目的地とした旅行商品の造成並びに各種媒体での露出を目的に、東京・大阪にて旅行会社・メディア等を招聘し、県内観光事業者・団体との商談会が定期的された。 |
| （今後の対応） | ・引き続き大型キャンペーン推進協議会と連携し、旅行会社・メディア等との商談会に情報を提供していく。 |
| 0303（達成状況） | **B+** |
| （実績評価） | ・旅行会社・メディアへのプロモーションを目的とした地域独自の観光商品を開発し、目標を上回る数を開発できた。 |
| （今後の対応） | ・引き続き各自治体と連携し、魅力的な観光商品を開発するとともに静岡県の魅力を発信していく。 |

※3　全国宣伝販売促進会議については、静岡デスティネーションキャンペーン（平成30年～令和元年）にて実施した際の取組であり、継続的に実施していない。また、管理指標であるエージェントセールスについても、近年においてはデータを活用した市場トレンドマーケティングを強化するとともに、商談会等への参加に注力していることから、管理指標0301を見直し、管理指標0303を新設した。

## 04　その他広域連携団体・組織との連携

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 0.0% | 50.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0401 富士箱根伊豆テーマ地区推進協議会 | 構成18市8町3村年間観光交流客数 | R1 167,138千人 | 目標値 | 168,000 | 170,000 | 172,000 | 174,000 | 176,000 | 千人以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 128,095 | 183,609 | 206,151 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0402 静岡県東部スポーツ産業振興協議会 | 東部11市9町年間観光交流客数 | R1 76,220千人 | 目標値 | 78,000 | 80,000 | 82,000 | 84,000 | 86,000 | 千人以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 51,604 | 66,874 | 71,434 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

0401 長期化したコロナ禍により、富士箱根伊豆地区においても国内観光客はもとより、インバウンドが全く見込めない状況であったことから、目標達成に至らなかった。

0402 対象市町の観光交流客数は令和２年度比で約110%と若干の回復基調を示しているが、新型コロナウイルス感染症の影響により各種団体のスポーツ大会や合宿等のニーズが停滞していたことからも目標達成に至らなかった。

**R4**

0401 日本を代表する観光コンテンツ「富士山」を中心とした富士箱根伊豆地域を海外に向けてPRするなど、将来的に当地域を訪れる外国人観光客の誘致を促進し、地域経済の活性化に寄与する事業を実施することで地域内の交流人口増加を図った。

0402 目標値を上回ることはできなかったが、コロナにおける感染症の分類が見直されたことにより、アウトドアスポーツへの関心の高まりが見受けられたことから、スポーツイベントやスポーツ関連施設などの情報発信事業を強化するとともに、スポーツ合宿の誘致を図った。今後においてもスポーツを起因とした誘致を実施、支援することで地域内の交流人口増加を図る。

**R5**

0401 コロナ禍が明け、国の観光需要の高まりや外国人観光客の増加により、富士箱根伊豆地域への観光交流客数が増加した。協議会では「富士山」を中心に外国人観光客の誘致を促進する事業を広域的に実施しており、地域内の交流人口増加を図った。

0402 コロナ禍が明け、アウトドアスポーツを中心にスポーツに対する関心が高まっており、スポーツイベントやスポーツ関連施設などの情報発信事業を強化するとともに、スポーツを主とした誘致を実施、支援することで交流人口増加を図った。

### 中間評価

0401（達成状況） **B+**

（実績評価）・コロナ禍が明け、協議会が誘客促進事業を実施している外国人観光客を中心に、富士箱根伊豆地域への観光交流客数が増加し、目標値を達成することができた。

（今後の対応）・今後も外国人観光客は増加することが見込まれており、「富士山」を中心とした富士箱根伊豆地域への観光交流客数も増加していくことが見込まれる。構成市町村や団体と連携し、更なる誘客促進を図るとともに、伊豆地域への誘客を増やすための施策を、伊豆半島地域の市町と連携して取り組んでいく。

0402（達成状況） **D**

（実績評価）・コロナ禍が明け、観光需要の高まりとともに、サイクリングなどアウトドアスポーツの関心も高まっており、スポーツイベントやスポーツ関連施設の情報発信やスポーツに関連した誘致事業を行うことにより、交流客数が増加している。

（今後の対応）・今後も、高い人気を誇るサイクリングなどアウトドアスポーツや、スポーツイベント・スポーツ関連施設の情報発信・誘致事業を、構成市町・団体と連携して実施することで、交流客数の増加を図っていく。

| 担当課 | | 産業課・企画課 |
|---|---|---|
| 政策目標 | 5 | 活力にあふれ交流でにぎわうまち |
| 施策分野 | 4 | 商工業の振興 |
| 目指す姿 | | 商工業者において経営・雇用が安定し、地域経済の発展に貢献している |

| 施策５－４の全指標達成率 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 年度 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 指標数 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| 達成数 | 9 | 12 | 10 | 0 | 0 |
| 達成率 | 47.4% | 63.2% | 52.6% | 0.0% | 0.0% |

## 1　成果指標（ＫＰＩ）

| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 達成数 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 |
| 達成率 | 50.0% | 100.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% |

### 成果指標1　有効求人倍率

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R2.3時点 | 目標値 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 倍 | 産業課 |
| 1.22倍 | 実績値 | 1.12 | 1.43 | 1.46 | | | | |
| | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |

**目標値の考え方**：有効求人倍率は重要な経済指標の一つであり、一般的に求人倍率が高い社会は労働力が多く求められており、経済が活発とされている。企業が積極的に求人を募集し、求職者1人に対して１件以上の求人があることを示す1.00倍以上を維持することを目標値とした。

### 成果指標2　新規創業件数

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 | 目標値 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 件 | 産業課 |
| 12件 | 実績値 | 13 | 18 | 14 | | | | |
| | 評　価 | ×　未達成 | ○　達成 | ×　未達成 | | | 以上 | |

**目標値の考え方**：伊東市起業支援及び空き店舗対策事業補助金の平成29年度実績16件、平成30年度実績16件、令和元年度12件を参照し、その平均を超える15件以上の起業を維持することを目標とした。

### R３年度

1（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の影響が残る中、一時期は1.00（目標値）を割りこむ時もあったが、現在は1.00を超える数値で推移しているため概ね良好である。

（次年度修正点）・現在も、新型コロナウイルス感染症がゼロになっているわけではなく、今後の経済がどうなるか読めないため、本指標の推移に注視していきたい。

2（実績評価）・創業の相談は目標値をはるかに超える件数はあるが、全国的に各種製品の供給が滞り起業に至らなかったケースもあったため、結果目標値には若干届かなかった。

（次年度修正点）・目標未達成は外的要因もあったため、再度同じ値を目標とし引き続き様子を見ていきたい。

### R４年度

1（実績評価）・２年前は1.00を割り込むことが続いていたが、今年度は1.00を超え続け目標値も達成しているため、良好である。

（次年度修正点）・目標値を大きく超えているが、求人が福祉・医療、観光関連サービスなど業種によって偏っており、人手が足りていないという見方もあるため、数字にとらわれず雇用に結び付くよう検討していく必要がある。

2（実績評価）・目標値を達成しているため、新規創業に対する意識は高いと考える

（次年度修正点）・目標値を達成していることは評価できるが、当初の売り上げ目標に到達していない事業者がかなり見られるため、アフターフォローに注力する必要がある。

### R５年度

1（実績評価）・目標値を達成できた。

（次年度修正点）・目標値は達成しているが、全国の有効求人倍率は１.２８倍であり、大きな乖離がある。高い有効求人倍率の場合、人材不足が生じているため、今後は人材不足に対応するための施策を行っていく必要がある。

2（実績評価）・相談件数は多かったが、物価高騰の影響から、創業まで至らなかったケースがあり、目標値に若干届かなかった。

（次年度修正点）・目標未達成は外的要因もあったため、引き続き創業支援を行う中で、様子を見ていきたい。

### 中間評価

1（達成状況）**A**

（実績評価）・一時期は1.00（目標値）を割りこむ時もあったが、現在は1.00を超える数値で推移し、企業への利子補給や商品券等の経済対策を実施したことにより、雇用が回復傾向にある。

（今後の対応）・目標値は達成しているが、高い有効求人倍率が続いており、人材不足が生じていると考えられる。今後は人材不足に対応するための施策を行っていく必要がある。

2（達成状況）**C**

（実績評価）・新型コロナウイルスや物価高騰などの外的要因もあり、目標を達成できない年度があった。

（今後の対応）・相談件数は増加傾向にあるが、当該補助金制度を認知していない方もいるので、今後は、移住相談会等でも制度周知を行い、広く広報を実施したい。

## 2　基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード）

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | ※ 基本的な取組・主な内容の達成状況 |
| 達成数 | 8 | 10 | 9 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 47.1% | 58.8% | 52.9% | 0.0% | 0.0% | |

### 01　経営の安定を図る支援

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 達成数 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 66.7% | 66.7% | 33.3% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0101　商工団体等への支援 | 支援団体数 | R1 | 目標値 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 団体 | 産業課 |
| | | 9団体 | 実績値 | 8 | 9 | 8 | | | | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ○　達成 | ×　未達成 | | | 以上 | |
| 0102　小口資金融資制度の運営及び各種利子補給 | 小口資金融資取扱件数 | R1 | 目標値 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 件 | 産業課 |
| | | 100件 | 実績値 | 103 | 189 | 302 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |
| | 小規模事業者経営改善資金への利子補給件数 | R1 | 目標値 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 件 | 産業課 |
| | | 50件 | 実績値 | 68 | 7 | 11 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | 以上 | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0101　市として支援（補助）する準備はできていたものの、コロナ禍で活動ができないため支援（補助）を辞退する団体があり目標達成とはならなかった。次年度も目標団体数は支援できる準備は続けていく。 |
| | 0102　新型コロナウイルス感染症の影響を受け制度を拡充したため、多くの需要があり件数は伸びている。拡充が続いている間は安定するが、拡充が終了した後が課題である。 |
| R4 | 0101　目標達成のため、次年度も継続していきたい。（目標値は、想定総支援団体数（１００%）としている） |
| | 0102　新型コロナウイルス感染症対応枠が優遇（全額利子補給）されている制度が多いため、小規模事業者経営改善資金の件数が伸びていないが、事業者の支援はできていることから、引き続き様子を見ていきたい。 |
| R5 | 0101　市として支援（補助）する予定でいた団体が解散したため、目標達成とはならなかった。次年度も目標団体数は、支援できる準備を継続する。 |
| | 0102　今年度も継続して、新型コロナウイルス感染症対応枠（借換制度）が優遇されている制度が多いため、小規模事業者経営改善資金の件数が伸びていないが、事業者への支援はできていることから、引き続き様子を見ていきたい。 |

**中間評価**

0101（達成状況）**C**

| | |
|---|---|
| （実績評価） | ・市として支援を行う準備はできていたものの、辞退や解散により支援を行うことができない年度があった。 |
| （今後の対応） | ・今後も、目標団体数は支援できるようよう、準備を継続していく。 |

0102（達成状況）**C**

| | |
|---|---|
| （実績評価） | ・小口資金融資取扱件数については、目標を達成することができた。小規模事業者経営改善資金への利子補給については、新型コロナウイルス感染症対応枠が優遇されている融資制度が多かったため、当該資金制度の利用件数が少なく、目標を達成できない年度があった。 |
| （今後の対応） | ・小口資金融資取扱件数については、今後も目標を達成できるよう支援を継続する。小規模事業者経営改善資金への利子補給については、今後、新型コロナウイルス感染症対応枠の優遇が縮小されていることから、事業者の経営の安定を図るため、当該資金制度の利子補給を継続して実施していく。 |

### 02　地域産品の付加価値の向上

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| 達成数 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 0.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0201　「伊東ブランド」の価値の向上及び認定並びに情報発信 | 伊東ブランド商品認定数 | R1 | 目標値 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 品目 | 産業課 |
| | | 3品目 | 実績値 | 2 | 7 | 0 | | | | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ○　達成 | ×　未達成 | | | 以上 | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0201　ブランドの価値を高めるため、一事業所一品目に絞ったこともあり、新規のブランド認定数が少なかった。今後は情報発信に力を入れブランドを広めることで、新規参入につなげていきたい。 |
| R4 | 0201　目標値を達成できていることは評価できるが、ブランドの価値を高めるため一事業所一品目に絞っているため、今後は件数が伸びないことも考えられるため、件数と価値をバランスよく伸ばしていくことを意識したい。 |
| R5 | 0201　今年度は、商品の認定を行わず、「伊東ブランド」のブランド力を向上するために伊東ブランド創生事業の実施方法などについて、専門家とともに再検討を行った。次年度以降、今年度検討した結果をもとに、伊東ブランドの価値の向上を図る。 |

**中間評価**

0201（達成状況）**C**

| | |
|---|---|
| （実績評価） | ・「伊東ブランド」の価値を向上するため、「いとうのいいもの」への商品認定を実施した。しかし、認定数に届かない年度もあり、令和５年度は、さらに伊東ブランドの価値を向上するための、専門家と一緒に事業者を訪問し、当該事業の課題を抽出するなどの事業を実施した。 |
| （今後の対応） | ・伊東ブランドの価値を向上するため、地域の特色ある資源を活用し、商品やサービスの付加価値を高め、ECサイトを利用しながら販路の開拓を行い、今後さらにSNS等を利用し情報発信にも力を入れていく。 |

## 03　創業支援

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 1 | 2 | 2 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 50.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0301 創業に関する相談窓口の設置 | 創業相談件数 | R1 65件 | 目標値 | 65 | 65 | 65 | 65 | 65 | 件以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 61 | 75 | 83 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0302 創業塾の開催 | 受講者の満足割合 | R1 96% | 目標値 | 95.0 | 95.0 | 95.0 | 95.0 | 95.0 | %以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 100.0 | 100.0 | 96.7 | | | | |
| | | | 評　価 | ○ 達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |

**年度評価**

**R3**
- 0301 相談件数は目標値に届かなかったため、商工会議所と連携することで、各種制度の周知を図り、件数の増加につなげていきたい。
- 0302 受講者の満足割合は１００％であったため、引き続き、商工会議所と連携して満足度の高い講義を継続していく。

**R4**
- 0301 創業に向けての相談件数という点では目標値に達しているが、創業後に不安定となる事業所が多いため、創業後のフォローアップも必要である。
- 0302 受講者の満足割合は１００％であったため、引き続き、商工会議所と連携して満足度の高い講義を継続していく。

**R5**
- 0301 創業に向けての相談件数という点では目標値に達しているが、創業後に不安定となる事業所が多いため、創業後のフォローアップも必要である。
- 0302 目標を達成しており、引き続き、商工会議所と連携して満足度の高い講義を継続していく。

**中間評価**

0301（達成状況）**B+**

（実績評価）・商工会議所と連携し、各種支援制度の周知を実施している成果が、年々相談件数の増加につながっている。

（今後の対応）・今後も、各種支援制度の周知を実施していくのと同時に、創業後のフォローアップについても、商工会議所と連携を図っていく。

0302（達成状況）**A**

（実績評価）・３年間において、目標を達成することができた。

（今後の対応）・引き続き、商工会議所と連携して満足度の高い講義を継続していく。

## 04　中心市街地の活性化

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 50.0% | 50.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0401 中心市街地活性化イベントへの支援 | 伊東市商業パワー全開事業補助件数 | R1 4件 | 目標値 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 件以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 3 | 3 | 3 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0402 創業の促進による空き店舗対策の推進 | 伊東市起業支援及び空き店舗対策事業における空き店舗利用件数 | R1 2件 | 目標値 | 2 | 2 | 2 | 9 (2) | 9 (2) | 件以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 6 | 12 | 7 | | | | |
| | | | 評　価 | ○ 達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |

**年度評価**

**R3**
- 0401 ３件の補助であったが、例年同じような団体への補助であるため、更なる制度の周知を図り、なるべく新しい団体にも補助制度を利用していただけるよう働きかけていきたい。
- 0402 目標以上の空き店舗が利用されているため、今後も補助事業の充実を図ることで空き店舗対策を充実させていきたい。

**R4**
- 0401 ３件の補助であったが、例年同じような団体への補助であるため、更なる制度の周知を図り、なるべく新しい団体にも補助制度を利用していただけるよう働きかけていきたい。
- 0402 目標以上の空き店舗が利用されているため、今後も補助事業の充実を図ることで空き店舗対策を充実させていきたい。

**R5**
- 0401 ３件の補助であったが、例年同じような団体への補助であるため、更なる制度の周知を図り、なるべく新しい団体にも補助制度を利用していただけるよう働きかけていきたい。
- 0402 目標以上の空き店舗が利用されているため、今後も補助事業の充実を図ることで空き店舗対策を充実させていきたい。令和７年度の目標値を上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。

**中間評価**

0401（達成状況）**D**

（実績評価）・３年間において、目標を達成することができなかった。例年、同じような団体への補助となり、新しい団体にも制度周知を行ったが、利用するまでに至らなかった。

（今後の対応）・当該補助金の制度について、課題を抽出するとともに制度周知を図り、新しい団体にも補助制度を利用してもらうことで、中心市街地の活性化を図っていく。

0402（達成状況）**A**

（実績評価）・３年間において、目標を達成することができた。

（今後の対応）・今後も補助事業の充実を図ることで空き店舗対策を充実させていきたい。

## 05　雇用の促進

| 達成状況 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| | 達成数 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 達成率 | 33.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0501 | 労働関係団体や経営者との市内雇用情勢に係る情報共有 | 有益情報提供数 | R1 | 目標値 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 回 | 産業課 |
| | | | 2回 | 実績値 | 1 | 1 | 1 | | | 以上 | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0502 | 産業を牽引するための人材の育成 | ビジネススクール受講者の満足割合 | R1 | 目標値 | 55.0 | 60.0 | 65.0 | - | - | % | 産業課 |
| | | | 50% | 実績値 | 85.0 | - | - | - | - | 以上 | |
| | | | | 評　価 | ○ 達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0503 | 魅力的な企業づくりの支援 | 伊東市雇用問題対策会議開催数 | R1 | 目標値 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 回 | 産業課 |
| | | | 2回 | 実績値 | 1 | 1 | 1 | | | 以上 | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

- 0501 新型コロナウイルス感染症の影響により書面での開催となったため、今後は対面での会議の開催を検討し、活発な意見交換がされるよう努力していきたい。
- 0502 ビジネススクールは、コロナ禍でオンライン開催への変更など、当初の予定どおり進めることができなかったにも関わらず高い満足度であったため、今後も内容をブラッシュアップして継続実施していきたい。
- 0503 新型コロナウイルス感染症の影響により書面での開催となったため、今後は対面での会議の開催を検討し、活発な意見交換がされるよう努力していきたい。

**R4**

- 0501 コロナ影響後３年ぶりに対面で会議を開催できたため、今後は社会情勢に敏感に反応し積極的に意見交換をする機会を設けることで、効果的な雇用につなげていきたい。
- 0502 受講者を募集したが、定員に達しなかったため、令和４年度はビジネススクールを未実施とした。今後は、当事業の実施の可否について検討を行うとともに、実施する際には、実施内容についても見直しを図り、受講者が求めるビジネススクールを開催するよう努める。
- 0503 コロナ影響後３年ぶりに対面で会議を開催することができたが、魅力的な企業づくりというより、現状はコロナ影響後の回復についてがメインのテーマとなっているため、いち早く回復しプラスの意見交換ができるように進めていきたい。

**R5**

- 0501 令和５年度は１回のみの開催となったが、リクルートと包括連携を協定し市内事業者に向けて雇用に関するセミナー等を実施し、雇用問題対策会議の開催以外の手法で魅力的な企業づくりの支援を行った。今後はセミナー等の実績を踏まえ、意見交換を行い、効果的な雇用につなげていきたい。
- 0502 令和５年度は、当事業の可否について検討を行い、事業所から継続の声もなかったことから、当面の間は開催しないこととする。事業所の人手不足によりビジネススクールを受講できない等の理由もあることから、まずは雇用対策について力をいれていきたい。※当指標に変わる指標がないことから、令和６年度以降は削除する。
- 0503 令和５年度は１回のみの開催となったが、リクルートと包括連携を協定し市内事業者に向けて雇用に関するセミナー等を実施し、雇用問題対策会議の開催以外の手法で魅力的な企業づくりの支援を行った。今後は、セミナー等の実績を踏まえ、意見交換を行い、効果的な雇用につなげていきたい。

### 中間評価

0501（達成状況）**D**

（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の影響により、開催ができない年度もあったことから、目標を達成することができなかった。

（今後の対応）・リクルートと協定を締結したことから、市内事業者に向けて雇用に関するセミナー等を実施し、セミナー等での実績を踏まえ、意見交換を行い、効果的な雇用につなげていきたい。

0502（達成状況）**—**

（実績評価）・令和３年度はビジネススクールを開催し目標を達成することができたが、令和４年度は募集しても定員に達することができず、令和５年度に事業継続の可否について検討し、事業者から継続の声もなかったことから、当面の間は開催しないこととする。

（今後の対応）・事業所の人手不足により、ビジネススクールを受講できない等の理由もあることから、まずは雇用対策について力をいれ、人手不足の問題が解消できた際には、改めて、ビジネススクールの実施の可否を検討する。

0503（達成状況）**D**

（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の影響により、開催ができない年度もあったことから、目標を達成することができなかった。

（今後の対応）・今後は、リクルートと協定を締結したことから、市内事業者に向けて雇用に関するセミナー等を実施し、セミナー等での実績を踏まえ、意見交換を行い、効果的な雇用につなげていきたい。

## 06　企業誘致の推進

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 達成数 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 33.3% | 66.7% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0601 | 静岡県企業立地市町推進連絡会と連携した広報　※4 | 連絡会加盟団体と連携した広報の回数　※4 | R1 | 目標値 | 1 | 2 | — | — | — | 回 | 企画課 |
| | | | 0回 | 実績値 | 0 | 0 | — | — | — | 以上 | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | — | — | — | | |
| 0602 | 調査・情報収集 | 県や民間団体等との意見交換の回数 | R1 | 目標値 | 4 | 70 | 80 | 200（90） | 200（100） | 回 | 企画課 |
| | | | 2回 | 実績値 | 68 | 131 | 196 | | | 以上 | |
| | | | | 評　価 | ○ 達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0603 | サテライトオフィス等を設置する事業者への支援 | 担当部課に相談の上、企業立地が行われた件数 | R1 | 目標値 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 件 | 企画課 |
| | | | 1件 | 実績値 | 0 | 2 | 2 | | | 以上 | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0604 | 国県等と連携した広報 ※4 | 国県等と連携した広報の回数 ※4 | R1 | 目標値 | — | — | 3 | 4 | 5 | 件 | 企画課 |
| | | | 0件 | 実績値 | — | — | 4 | | | 以上 | |
| | | | | 評　価 | — | — | ○ 達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

- 0601 静岡県企業立地市町推進連絡会加盟団体と連携した広報の機会はなく、目標値を下回った。一方で、総務省や静岡県地域外交課と連携した情報発信をすることができた。
- 0602 企業誘致に向けた委託事業を新規に開始したことや、静岡県東京事務所との連携を深めたことで、目標値を大幅に上回った。想定を上回るペースで県や民間団体等との意見交換を実施することができたので、令和４年度以降の目標値を上方修正する。
- 0603 市の補助金を活用した企業立地はなく、目標値を下回った。一方で、都内企業が市内にワーケーション施設を開設したことを始め、企業誘致につながる取組が市内で複数発生している。

**R4**

- 0601 静岡県企業立地市町推進連絡会加盟団体と連携した広報の回数を管理指標としていたが、これまでに当連絡会と連携した広報の機会がなかったため、今後は、国の「地方創生テレワーク」や県が運営する情報サイト「サテライトオフィスしずおか」等で情報発信をしていく。
- 0602 前年度までの取組に加え、イベント等で本市の企業誘致を紹介する機会が増えたことにより、目標値を大幅に上回った。想定を上回るペースで県や民間団体等との意見交換を実施することができたため、令和５年度以降の目標値を再検討する。
- 0603 県の補助金を活用したICT企業や小規模製造工場の誘致をすることができた。なお、令和３年度までは管理指標を「市補助金を活用した新規企業立地件数」としていたが条件によっては活用なしでの立地もあるため、令和４年度から内容を変更した。
- 0604 静岡県企業立地市町推進連絡会加盟団体と連携した広報の回数を管理指標としていたが、これまでに当連絡会と連携した広報の機会がなかったため、新たに管理指標を新設した。

**R5**

- 0602 共同イベントの開催等に向けて意見交換をする機会や視察対応が増加したことにより、目標値を大幅に上回った。引き続き、意見交換を活発に行うため、令和６年度以降の目標値を上方修正する。
- 0603 県市の補助金を活用したICT企業の誘致をすることができた。誘致につながるよう丁寧な支援を継続する。
- 0604 セミナーや誘致関連のHPへの掲載等、連携した情報発信を行い目標値を達成することができた。引き続き、広報に取り組む。

### 中間評価

0602（達成状況） **A**

（実績評価）・県や民間団体等との意見交換の回数は目標値を大きく上回る実績となっている。

（今後の対応）・引き続き、意見交換の機会を多く設けるよう、県や民間団体等と接触を図っていく。

0603（達成状況） **B+**

（実績評価）・ICT企業を中心に令和3年度から５年度までの目標値の累計件数を超える企業誘致を達成することができた。

（今後の対応）・県等と連携しながら、誘致候補企業等への丁寧な対応、支援を継続することで本市への誘致につなげていく。

0604（達成状況） **B+**

（実績評価）・国県等と連携した広報に取り組むことができている。

（今後の対応）・引き続き国県等と連携しつつ、効果的な広報に取り組み、本市の企業誘致につながる情報発信を進めていく。

※4　管理指標0601にて設定していた静岡県企業立地市町推進連絡会と連携した広報については、効果的に首都圏に向けた情報発信の機会がないため、管理指標0601を見直し、令和５年度以降は国県等と連携した広報を主な内容として、管理指標0604を新設した。

## 07　消費者の利便性向上啓発の促進

| 達成状況 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | | |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | | |
| 達成率 | 50.0% | 50.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | | |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0701 | 商工団体との連携によるキャッシュレス決済等の導入啓発の促進 | 商店街アンケートによるキャッシュレス決済等導入率 | R1 | 目標値 | 66.0 | 67.0 | 68.0 | 76.4 (69.0) | 76.4 (70.0) | % | 産業課 |
| | | | 65% | 実績値 | 78.8 | 76.4 | 76.4 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |
| 0702 | 消費者の利便性向上策への取組支援 | ぬくもーるECサイトの閲覧数 | R1 | 目標値 | 20,500 | 23,000 | 25,500 | 28,000 | 30,500 | 回 | 産業課 |
| | | | 18,000回 | 実績値 | 17,500 | 14,500 | 23,000 | | | | |
| | | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | 以上 | |

**年度評価**

| | | |
|---|---|---|
| R3 | 0701 | 新型コロナウイルス感染症の影響により、距離を保つために非接触の決済が推奨されたことが、キャッシュレス決済の普及につながった。 |
| | 0702 | ぬくもーるの発売商品は、伊東ブランド認定商品が大半を占めるため、ブランドの情報発信に力を入れることでECサイトの閲覧数の増加につなげていく。 |
| R4 | 0701 | 新型コロナウイルス感染症の影響が、結果としてキャッシュレス決済の普及につながっているが、現金と比較して手数料が発生することに理解が得られず、キャッシュレスを止める事業者もあることも課題である。 |
| | 0702 | ぬくもーるの発売商品は、伊東ブランド認定商品が大半を占めるため、ブランドにおける品目ごとの広報戦略（市外向け or 市内向け）を明確にすることでECサイトの閲覧数の増加につなげていく。 |
| R5 | 0701 | 目標は達成し、キャッシュレス決済ポイント還元キャンペーンを行い、普及促進に努めているが、事業者の高齢化や現金と比較して手数料が発生することを負担に感じる事業者がいるため、導入率の増加につながっていないことが課題である。令和７年度の目標値を上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を上方修正する。 |
| | 0702 | ぬくもーるのサイトの販売商品は、伊東ブランド認定商品が大半を占めるため、伊東ブランドの認知や商品の魅力向上が不足していたことにより、ECサイトの観覧数増加につながらなかったものと考える。今後は、SNS等を利用し、商品を紹介することで、ECサイトに誘導し、閲覧の増加につなげていく。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0701（達成状況） | A |
| （実績評価） | ・３年間において、目標を達成することができた。 |
| （今後の対応） | ・今後も、キャッシュレス決済導入の促進を図るが、決済手数料を負担に感じている事業者に対して、どうすれば導入をしてもらえるかが課題である。令和７年度の目標値を上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を上方修正する。 |
| 0702（達成状況） | D |
| （実績評価） | ・３年間において、目標を達成することができなかった。ぬくもーるのサイトの販売商品は、伊東ブランド認定商品が大半を占めるため、伊東ブランドの認知や商品の魅力向上が不足していたことにより、ECサイトの観覧数増加につながらなかったものと考える。 |
| （今後の対応） | ・今後は、ブランドにおける品目ごとの広報戦略（市外向け or 市内向け）を明確にすることやSNSを活用し商品を紹介することで、ECサイトに誘導し、閲覧数の増加につなげていく。 |

## 08　ふるさと納税制度を活用した地域振興の推進

| 達成状況 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | | |
| 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | | |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0801 | ふるさと納税制度の市内事業者への周知に向けた取組 | ふるさと納税の寄附件数 | R1 | 目標値 | 6,600 | 7,700 | 8,800 | 30,700 (9,900) | 38,400 (11,000) | 件 | 企画課 |
| | | | 5,477件 | 実績値 | 7,964 | 13,082 | 22,918 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |

**年度評価**

| | | |
|---|---|---|
| R3 | 0801 | 多様な寄附者ニーズに対応するため、定期便や市内宿泊施設共通割引クーポン等の新規返礼品の開発を進めたことで、目標値を達成することができた。 |
| R4 | 0801 | 新たな寄附の手段として、伊東マリンタウンにおける「伊東市ふるさと納税応援感謝券」を返礼品とした寄附の受付を開始するとともに、期間限定で返礼品内容量を増量するなど、寄附者にとって魅力的な返礼品の提供に努めたことで目標値を達成することができた。 |
| R5 | 0801 | ふるさと納税ポータルサイト「さとふる」、「楽天」に加えて、「ふるさとチョイス」、「ふるなび」を導入し、ふるさと納税４大ポータルサイトによる寄附環境を整えたことで目標値を大幅に上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0801（達成状況） | A |
| （実績評価） | 令和３年度以降、新規ポータルサイトを順次開設することで順調に寄附件数が増加し、当初の目標値を大幅に上回ることができた。 |
| （今後の対応） | 令和６年度は市内経済三団体等へ返礼品提供事業者への登録を働きかけるとともに、新たなポータルサイト「一休.com ふるさと納税」を導入し、「さとふる」、「楽天」、「ふるさとチョイス」、「ふるなび」、「伊東マリンタウン」における寄附と合わせて、年間８億円以上の寄附を目指していく。 |

| 担当課 | | 産業課・農業委員会事務局 |
|---|---|---|
| 政策目標 | 5 | 活力にあふれ交流でにぎわうまち |
| 施策分野 | 5 | 農林業の振興 |
| 目指す姿 | | 農林業者において、意欲ある担い手が育成確保され、地域経済の発展に貢献している |

| 施策５－５の全指標達成率 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 年度 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 指標数 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| 達成数 | 9 | 6 | 11 | 0 | 0 |
| 達成率 | 60.0% | 40.0% | 73.3% | 0.0% | 0.0% |

## 1　成果指標（ＫＰＩ）

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 達成数 | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 |
| 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% |

| 成果指標1 | 担い手農業者数（年度末の総数） | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | R1 | 目標値 | 62 | 64 | 66 | 68 | 70 | 人 | 産業課 |
| | | 58人 | 実績値 | 62 | 66 | 74 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |
| 目標値の考え方 | 担い手農業者数については、過去の傾向から年間2人増加するものとして算定 | | | | | | | | | |

| 成果指標2 | 担い手への農地利用集積面積 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | R1 | 目標値 | 74.4 | 76.8 | 79.2 | 81.6 | 84.0 | ha | 産業課 |
| | | 69.1ha | 実績値 | 80.4 | 93 | 100 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |
| 目標値の考え方 | 担い手への農地利用集積面積については、令和元年度における農業者１人あたりの利用面積（約1.2ha）を担い手農業者数に乗じて算定 | | | | | | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| R3年度 | 1（実績評価） | ・認定農業者の新規認定事案などにより、担い手数が増加し、目標値を達成することができた。 |
| | （次年度修正点） | ・認定農業者制度について、ＪＡふじ伊豆あいら伊豆地区本部など関係機関と連携し引き続き周知を図ることにより、今後育成すべき担い手の増加に向けた取組を行う。 |
| | 2（実績評価） | ・認定農業者の増加により集積面積が増加した。また、担い手への新規の利用権設定によって、目標値を達成することができた。 |
| | （次年度修正点） | ・担い手の育成を図るとともに、農業委員や農地利用最適化推進委員などと協力し、引き続き、担い手への農地集積を推進する。 |
| R4年度 | 1（実績評価） | ・伊東市農業業経営基盤の強化に関する基本的な構想を見直したことにより、担い手と見なすことのできる経営体の数が増加した。 |
| | （次年度修正点） | ・認定農業者制度等について、ＪＡふじ伊豆あいら伊豆地区本部など関係機関と連携し引き続き周知を図ることにより、今後育成すべき担い手の増加に向けた取組を行う。 |
| | 2（実績評価） | ・担い手とみなすことのできる経営体の増加により集積面積が増加した。 |
| | （次年度修正点） | ・担い手の育成を図るとともに、農業委員や農地利用最適化推進委員などと協力し、引き続き、担い手への農地集積を推進する。 |
| R5年度 | 1（実績評価） | ・担い手農業者のうち、基本構想水準到達者が増加し、目標値を達成することができた。 |
| | （次年度修正点） | ・認定農業者制度等について、ＪＡふじ伊豆あいら伊豆地区本部など関係機関と連携し引き続き周知を図ることにより、今後育成すべき担い手の増加に向けた取組を行う。 |
| | 2（実績評価） | ・担い手農業者数の増加により、集積面積が増加した。 |
| | （次年度修正点） | ・担い手の育成を図るとともに、農業委員や農地利用最適化推進委員などと協力し、引き続き、担い手への農地集積を推進する。 |
| 中間評価 | 1（達成状況） | A |
| | （実績評価） | ・伊東市農業業経営基盤の強化に関する基本的な構想を見直したことにより、担い手と見なすことのできる経営体の数が増加し、目標値を達成することができた。 |
| | （今後の対応） | ・認定農業者制度等について、ＪＡふじ伊豆あいら伊豆地区本部など関係機関と連携し引き続き周知を図ることにより、今後育成すべき担い手の増加に向けた取組を行う。 |
| | 2（達成状況） | A |
| | （実績評価） | ・担い手農業者数の増加により、集積面積が増加し、目標値を達成することができた。 |
| | （今後の対応） | ・担い手の育成を図るとともに、農業委員や農地利用最適化推進委員などと協力し、引き続き、担い手への農地集積を推進する。 |

## 2　基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード）

| | | | | | | | ※ 基本的な取組・主な内容の達成状況 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | | |
| 達成数 | 7 | 4 | 9 | 0 | 0 | | |
| 達成率 | 53.8% | 30.8% | 69.2% | 0.0% | 0.0% | | |

### 01　新規就農者の確保

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 100.0% | 0.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0101 就農時に必要となる資金の支援 | 伊東市新規就農者等支援事業新規就農者補助件数 | R1<br>1件 | 目標値 | 1 | 1 | 1 | 5<br>（1） | 5<br>（1） | 件<br>以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 1 | 0 | 9 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ×　未達成 | ○　達成 | | | | |
| 0102 農業施設の整備への支援 | 伊東市新規就農者等支援事業施設栽培補助件数 | R1<br>0件 | 目標値 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 件<br>以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 1 | 0 | 1 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ×　未達成 | ○　達成 | | | | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0101 伊東市において新規に利用権の設定を行った就農者に対し、資材導入の補助を行った。就農相談時に制度を紹介するとともに、ＪＡをはじめとする関係機関との連携も行い、引き続き就農に向けた支援に取り組む。 |
| | 0102 農業者の、農業施設の整備を図る取組に対して支援を行った。ＪＡをはじめとする関係機関と情報共有を行い、市内の施設栽培の振興に向け支援を行う。 |
| R4 | 0101 個人の新規就農者数が１件であり、例年に比べて少なかったことが影響し、補助件数が目標値に至らなかった。就農相談時に制度を紹介するとともに、ＪＡをはじめとする関係機関との連携も行い、引き続き就農に向けた支援に取組む。 |
| | 0102 農業施設の整備について、制度活用を望む農業者からの申請がなかったことから目標値を達成できなかった。引き続き制度の周知を図り、農業者の経営安定のために農業用施設の整備に向けて支援する。 |
| R5 | 0101 令和４年度に伊東市新規就農者等支援事業補助金交付要綱を改正し、対象の拡充を行った。補助対象が拡充されたため、目標値を達成することができた。目標値を大幅に上回ることができたため、令和６年度以降の目標値を変更する。 |
| | 0102 令和４年度に伊東市新規就農者等支援事業補助金交付要綱を改正し、対象の拡充を行った。補助対象が拡充されたため、目標値を達成することができた。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0101（達成状況） | B+ |
| （実績評価） | ・令和４年度に伊東市新規就農者等支援事業補助金交付要綱を改正し、対象の拡充を行った。補助対象が拡充されたため、目標値を達成することができた。 |
| （今後の対応） | ・ＪＡをはじめとする関係機関と情報共有を行い、新規就農者及び既存就農者への支援を行う。 |
| 0102（達成状況） | B |
| （実績評価） | ・令和４年度に伊東市新規就農者等支援事業補助金交付要綱を改正し、対象の拡充を行った。補助対象が拡充されたため、目標値を達成することができた。 |
| （今後の対応） | ・ＪＡをはじめとする関係機関と情報共有を行い、市内の施設栽培の振興に向け支援を行う。 |

### 02　担い手育成及び農地の集積・集約化

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 100.0% | 0.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0201 人・農地プラン（R5から「地域計画」へ変更）の策定推進 | アンケート実施区域 | R1<br>1件 | 目標値 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 件<br>以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 3 | 0 | 3 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ×　未達成 | ○　達成 | | | | |
| 0202 農地中間管理事業等の活用 | 利用権設定面積 | R1<br>3.1ha | 目標値 | 2.1ha | 2.1ha | 2.1ha | 2.1ha | 2.1ha | ha<br>以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 3.4ha | 0.9ha | 3.7ha | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ×　未達成 | ○　達成 | | | | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0201 アンケート結果については、地域の実情や農地の集積、集約化の難しさが浮き彫りとなったが、担い手への農地のあっせん等に努める。また、令和４年度には法改正による人・農地プランの法定化も予定されていることから今後の動きを注視していく。 |
| | 0202 農業委員会や、市内農業者と協力して、農地中間管理事業の活用を通した農地の集約や、新規就農者に対する農地のあっせんに取り組んだことにより、利用権設定面積が増加した。 |
| R4 | 0201 令和5年度から「人・農地プラン」が「地域計画」として制度改正がなされる。新制度の詳細が未確定である中で、令和４年度においては担い手への集積・集約化が見込める地域でのアンケートを実施することができなかった。「地域計画」制度実施地区以外においても、担い手への農地集積及び農用地の有効活用のために貸し手・借り手の意向把握を行っていく。 |
| | 0202 令和４年度においては、新規就農者が例年に比べて少なかったことにより、目標としていた2.1haを達成することができなかった。農用地所有者及び権利取得希望者の意向把握を行い、農用地の有効活用を促進する。 |
| R5 | 0201 令和５年度に制度改正が行われ、名称が「人・農地プラン」から「地域計画」に変更された。目標値は、「人・農地プラン」策定に向けて行うアンケート実施と「地域計画」策定に向けた協議の場を設けるものと同一と考えられるから、変更しないものとする。令和６年度末までの地域計画策定に向け、対象地域との協議の場を３回設けた。 |
| | 0202 令和５年度においては、新規就農者と営農継続者が多かったため、目標値を達成することができた。用地所有者及び権利取得希望者の意向把握を行い、農用地の有効活用を促進する。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0201（達成状況） | B+ |
| （実績評価） | ・対象地域と協議の場を重ねて、地域計画案の作成、目標地図の素案作成まで行った。 |
| （今後の対応） | ・令和６年度末までに、地域計画の策定及び公告を行う。 |
| 0202（達成状況） | B+ |
| （実績評価） | ・農業委員会や、市内農業者と協力して、農地中間管理事業の活用を通した農地の集約や、新規就農者に対する農地のあっせんに取り組んだことにより、利用権設定面積が増加した。 |
| （今後の対応） | ・用地所有者及び権利取得希望者の意向把握を行い、農用地の有効活用を促進する。 |

## 03　森林環境整備の促進

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 達成数 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 33.3% | 33.3% | 66.7% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0301　森林環境譲与税を活用した森林整備の促進 | 森林経営管理制度に基づく森林現地調査実施面積 | R2 23.8ha | 目標値 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | ha 以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 33.9 | 5 | 29.23 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ×　未達成 | ○　達成 | | | | |
| 0302　森林保全活動の支援 | 民間団体による森林整備面積 | R2 25.6ha | 目標値 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | ha 以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 11.7 | 9.9 | 9.9 | | | | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |
| 0303　森の力再生事業の促進 | 森の力再生事業整備面積 | R2 1.47ha | 目標値 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | ha 以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 0 | 1.86 | 18.72 | | | | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

0301　R3年度目標の25ｈａを上回る33.9ｈａを整備した。Ｒ４年度も継続して整備を行っていく。

0302　森林所有者や地域住民等が協力して森林の有する機能を発揮させるための保全活動の取組に対して支援したが目標達成には至らなかった。

0303　森の力再生事業を中心に整備を進める中で、地域住民や森林ボランティアと協働した市民参加の森づくりの推進に努めたが目標達成には至らなかった。

**R4**

0301　現地調査候補地を策定するうえで、観光施設、学校周辺の森林に絞って策定した結果、目標数値である25haを下回る結果となった、令和５年度は調査する森林を厳選し目標数値の達成を目指す。

0302　令和３年度以降、活動している民間団体が減少しているため目標数値に至らなかったが、今後も森林保全活動に取り組んでいる民間団体に対して支援していきたい。

0303　目標数値である1haを上回る1.86ｈａを整備し目標を達成、令和５年度も継続して行っていく。

**R5**

0301　令和6年度以降の森林整備箇所を策定するうえで、森林整備方針を更新し優先度の高い森林から整備することとした、令和６年度から３か年かけて整備する箇所の現地調査を行った結果、目標を達成した。

0302　昨年と同様活動団体が減少しているため目標数値に至らなかった。

0303　目標指数を大きく上回る18.72haを整備し目標達成。継続して行っていく。

### 中間評価

0301（達成状況）　**B+**

（実績評価）・令和6年度以降の森林整備箇所を策定するうえで、森林整備方針を更新し優先度の高い森林から整備することとした、令和６年度から３か年かけて整備する箇所の現地調査を行った結果、目標を達成した。

（今後の対応）・森林整備できる箇所の選択肢を増やすため、今後も引き続き目標指数を上回るよう候補地の策定を行う。

0302（達成状況）　**D**

（実績評価）・活動団体が減少しているため目標数値に至らなかった。

（今後の対応）・今後も森林保全活動に取り組んでいる民間団体に対して支援していきたい。

0303（達成状況）　**B+**

（実績評価）・目標指数を大きく上回る18.72haを整備し目標達成。継続して行っていく。

（今後の対応）・意欲のある企業に対し積極的に情報を提供し、森林整備を行ってもらうようにする。

## 04　鳥獣被害防止

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 50.0% | 50.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0401　狩猟者への支援 | わな実務研修参加者数 | R2 15人 | 目標値 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 人以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 12 | 0 | 12 | | | | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |
| 0402　関係団体と連携した駆除及び被害防止対策への取組 | 駆除頭数（市許可分） | R1 1,013頭 | 目標値 | 1,100 | 1,090 | 1,080 | 1,070 | 1,060 | 頭以下 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 929 | 801 | 984 | | | | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

0401　わな実務研修当日の天候が悪く、参加者が少なかった。令和４年度以降の実施日について、延長や複数回開催する等対応を検討し、わな設置に関する技術の向上を推進する。

0402　田方猟友会伊東分会及び伊東わなの会と連携し、市内の奥山、農地、民家付近での有害鳥獣駆除及び被害防止対策を推進した。

**R4**

0401　対象となる狩猟免許を新規取得しわなの会に入会した者がおらず、実務研修会が開催されなかったため目標未達成となった。令和5年度以降広報活動等を適正に行い、狩猟免許新規取得者及び捕獲従事者の育成を図る。

0402　田方猟友会伊東分会及び伊東わなの会と連携し、市内の奥山、農地、民家付近での有害鳥獣駆除及び被害防止対策を推進した。

**R5**

0401　わな実務研修は開催されたが、例年参加者が少なく目標数値を大きく下回った。令和6年度以降、効果的な広報活動を行い、狩猟免許新規取得者及び捕獲従事者の育成を図る。

0402　田方猟友会伊東分会及び伊東わなの会と連携し、市内の奥山、農地、民家付近での有害鳥獣駆除及び被害防止対策を推進した。

### 中間評価

0401（達成状況）**D**

（実績評価）・近年免許取得者数が減少しているため目標数を下回った。

（今後の対応）・新規わな免許取得者を中心に広報活動を強化していく。

0402（達成状況）**A**

（実績評価）・継続して目標数値を達成している。

（今後の対応）・増減があるものの、目標数値を達成しているので今後も継続して行っていく。

## 05　農林業所得の向上

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 33.3% | 33.3% | 33.3% | 0.0% | 0.0% | |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0501 | ６次産業化に向けた取組や新たな基幹となる作物振興への支援 | 伊東市6次産業化推進事業費補助金申請件数 | R1 4件 | 目標値 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 件以上 | 産業課 |
| | | | | 実績値 | 2 | 2 | 1 | | | | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0502 | 観光関係団体との連携や農林産物そのもののブランド化による高付加価値化の推進 | ダイダイ出荷者数 | R1 61人 | 目標値 | 61 | 62 | 63 | 64 | 65 | 人以上 | 産業課 |
| | | | | 実績値 | 58 | 53 | 49 | | | | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0503 | 有機農業の促進 | 自然農法普及講座参加者数 | R1 239人 | 目標値 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 人以上 | 産業課 |
| | | | | 実績値 | 200 | 423 | 330 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○ 達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

0501　農業者間で当該補助事業に関する情報共有があり、農作物の販路拡大を図る事業に対して補助を行った。補助事業について、市内各地域の農業者組織である部農会の会長会議の議題として周知を図った。

0502　令和４年度中にエコファーマー制度が廃止見込みであることから管理指標の見直しを行い、0503「有機農業の促進」に関する管理指標を「エコファーマー数」から「自然農法普及講座参加者数」へ変更した。
「自然農法普及講座参加者数」を管理指標としていた0502については、伊東市は国内有数のダイダイの産地であり、市の主要生産物として生産者の育成に取組む必要があることから、「ダイダイ出荷者数」を管理指標とした。
令和３年度は、伊東市において年間４０トンのダイダイが出荷されたものの、後継者不足による離農などの原因によって目標値に達しなかったため、JAと連携して生産振興を行っていく。

0503　目標策定時、「エコファーマー数」を有機農業の促進の管理指標として設定していたが、令和４年度中にエコファーマー制度が廃止される見込みであることから、「自然農法普及講座参加者数」を有機農業の促進に対する管理指標に変更した。令和3年度は、自然農法の普及に取り組むＮＰＯ法人と連携し、自然農法の普及に取り組んだ。引き続き、関係機関と連携しつつ農業生産振興に取り組む。

**R4**

0501　目標としていた３件の申請には至らなかった。一方、イベント出店に係る申請があったことから、市内イベントの増加を見込み、補助制度について引き続き周知を図る。

0502　農業者の高齢化により薬剤散布が難しくなったことなどにより、目標としていた出荷者数を達成できなかった。引き続きJAと情報共有し、地域作物として推進をしていく。

0503　関係団体において毎週開催している収穫体験・食農教室を中心に、目標を上回る参加者があった。引き続き、関係団体と協力して事業を実施する。

**R5**

0501　目標としていた３件の申請には至らなかった。一方、イベント出店に係る申請があったことから、市内イベントの増加を見込み、補助制度について引き続き周知を図る。

0502　農業者の高齢化により、目標としていた出荷者数を達成できなかった。引き続きJAと情報共有し、地域作物として推進をしていく。

0503　関係団体において毎週開催している収穫体験・食農教室を中心に、目標を上回る参加者があった。引き続き、関係団体と協力して事業を実施する。

### 中間評価

0501（達成状況）**D**

（実績評価）・目標としていた３件の申請には至らなかった。

（今後の対応）・JAや関係団体と連携し、周知を図っていく。

0502（達成状況）**D**

（実績評価）・農業者の高齢化により、目標としていた出荷者数を達成できなかった。

（今後の対応）・JAと連携して生産振興を行っていく。

0503（達成状況）**A**

（実績評価）・令和３年度に「自然農法普及講座参加者数」を有機農業の促進に対する管理指標に変更したが、目標を上回る参加者であった。

（今後の対応）・自然農法の普及に取り組むＮＰＯ法人と連携し、農業生産振興に取り組む。

## 06　広報活動の充実

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| 達成数 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 0.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0601 | 市民向け広報紙（農業委員会だより）の充実 | 広報紙発行回数 | R1 2回 | 目標値 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 回以上 | 農業委員会事務局 |
| | | | | 実績値 | 2 | 2 | 2 | | | | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

0601　新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、広報紙編集会議の開催及び取材数を縮小したため、目標達成には至らなかった。令和４年度以降も新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、記事内容の充実を図るため、R4以降の目標値を変更する。

**R4**

0601　市民向け広報紙（農業委員会だより）を目標である年2回発行したことによって、農業への関心度向上、地産地消の推進を図ることができた。

**R5**

0601　市民向け広報紙（農業委員会だより）を目標である年2回発行したことによって、農業への関心度向上、地産地消の推進を図ることができた。

### 中間評価

0601（達成状況）**B+**

（実績評価）・市民向け広報紙（農業委員会だより）を目標である年2回発行したことによって、農業への関心度向上、地産地消の推進を図ることができた。

（今後の対応）・わかりやすく、視覚に訴えるような広報誌（農業委員会だより）を目指し、年２回の発行を行っていく。

| 担当課 | 産業課 |
|---|---|
| 政策目標 5 | 活力にあふれ交流でにぎわうまち |
| 施策分野 6 | 水産業の振興 |
| 目指す姿 | 水産業者において、水産物の安定的な供給、活用により漁業経営の安定・向上化が図られ、地域経済の発展に貢献している |

| 施策５－６の全指標達成率 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 年度 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 指標数 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 |
| 達成数 | 2 | 7 | 5 | 0 | 0 |
| 達成率 | 18.2% | 63.6% | 45.5% | 0.0% | 0.0% |

## 1　成果指標（ＫＰＩ）

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 達成数 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 達成率 | 0.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

| 成果指標1 | 水揚数量 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | R1 | 目標値 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | 3,600 | t | 産業課 |
| | | 3,636 t | 実績値 | 2,833 | 3,808 | 3,174 | | | 以上 | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | × 未達成 | | | | |

| | |
|---|---|
| 目標値の考え方 | いとう漁協が算出した伊東魚市場水揚高統計を参照し、過去の傾向から現状維持を目標値とする。 |
| R3年度 | （実績評価）・天候不順による操業日数の減少、海況の変化、黒潮大蛇行などの自然的な要因が、水揚げに大きな影響を及ぼしたことから、目標値を大きく下回った。<br>（次年度修正点）・いとう漁業協同組合が実施する種苗放流（ヒラメ、アワビ）や魚礁設置（アオリイカ）事業及び伊豆地域栽培漁業推進協議会が取り組む種苗（マダイ）放流事業に対して支援を行い水産資源増大を図っていく。 |
| R4年度 | （実績評価）・地球温暖化、黒潮大蛇行等、自然的な要因によって水揚げに大きな影響が続いていたが、年頭よりイワシ、サバの豊漁に恵まれたことから、目標値を上回った。<br>（次年度修正点）・いとう漁業協同組合が実施する種苗放流（ヒラメ、アワビ）や魚礁設置（アオリイカ）事業及び伊豆地域栽培漁業推進協議会が取り組む種苗（マダイ）放流事業に対して、引き続き支援を行い水産資源増大を図っていく。 |
| R5年度 | （実績評価）・天候不順による操業日数の減少、海況の変化、黒潮大蛇行などの自然的な要因が、水揚げに大きな影響を及ぼしたことから、目標値を達成できなかった。<br>（次年度修正点）・いとう漁業協同組合が実施する種苗放流（ヒラメ、アワビ）や魚礁設置（アオリイカ）事業及び伊豆地域栽培漁業推進協議会が取り組む種苗（マダイ）放流事業に対して支援を行い水産資源増大を図っていく。 |
| 中間評価 | （達成状況）C |
| | （実績評価）・水揚数量の減少については、水産資源の減少及び天候不順による操業日数の減少、周辺海域の海況変化（黒潮大蛇行等）が主な要因と考えられ、目標値を達成することができなかった。 |
| | （今後の対応）・いとう漁業協同組合が実施する種苗放流（ヒラメ、アワビ）や魚礁設置（アオリイカ）事業及び伊豆地域栽培漁業推進協議会が取り組む種苗（マダイ）放流事業に対して、引き続き支援を行い水産資源増大を図っていく。 |

| 2　基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード） | | | | | | | | ※ 基本的な取組・主な内容の達成状況 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 指標数 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | |
| | | 達成数 | 2 | 6 | 5 | 0 | 0 | |
| | | 達成率 | 20.0% | 60.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | |
| 01　安定した漁業の推進 | 達成状況 | 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| | | 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| | | 達成率 | 33.3% | 33.3% | 33.3% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0101 | 沿岸漁場での資源拡大対策の推進 | 各種放流魚等水揚げ量 | R1 13ｔ | 目標値 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | t 以上 | 産業課 |
| | | | | 実績値 | 9 | 6 | 10 | | | | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0102 | ブランド化の推進と流通経路の拡大 | スーパー直販水揚げ量 | R1 5ｔ | 目標値 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | t 以上 | 産業課 |
| | | | | 実績値 | 5 | 9 | 9 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○ 達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0103 | ６次産業化に向けた漁業関係団体との連携による水産物の高付加価値化の推進 | 水産加工品売上高 | R1 3,900千円 | 目標値 | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 千円 以上 | 産業課 |
| | | | | 実績値 | 2,902 | 2,405 | 3,412 | | | | |
| | | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |

**年度評価**

| | | |
|---|---|---|
| R3 | 0101 | 伊豆地域の漁協、漁業関係団体及び行政機関等で構成される伊豆地域栽培漁業推進協議会が取り組む放流事業に対して支援を行い、効率よく高い効果が得られる方法を関係機関と協議する中で、つくり育てる栽培漁業を推進していく。 |
| | 0102 | サバ等のすり身を使った加工品が多く開発されているため、大手スーパーや大型店舗などへの流通経路や販路拡大に向けた取組みを展開し、魚価の安定・向上を確保していく。 |
| | 0103 | 伊豆・いとう地魚王国の取組、漁業関係団体の地魚の高付加価値化に向けた活動を支援し、水産業の6次産業化の取り組みが図れるよう連携し推進していく。 |
| R4 | 0101 | 伊豆地域栽培漁業推進協議会が取り組む放流事業に対して支援を行ったが、稚魚の育成状況が良くなく、目標値を達成できなかった。引き続き、効率よく高い効果が得られる方法を関係機関と協議し、つくり育てる栽培漁業を推進していく。 |
| | 0102 | サバ等のすり身を使った加工品が多く開発されているため、大手スーパーや大型店舗などへの流通経路や販路拡大に向けた取組を展開し、引き続き、魚価の安定・向上を確保していく。 |
| | 0103 | 水産加工従事者が減少したため目標値に達しなかったが、今後も伊豆・いとう地魚王国の取組、漁業関係団体の地魚の高付加価値化に向けた活動を支援し、水産業の6次産業化の取り組みが図れるよう連携し推進していく。 |
| R5 | 0101 | 伊豆地域栽培漁業推進協議会が取り組む放流事業に対して支援を行ったが、稚魚の育成状況が良くなく、目標値を達成できなかった。 |
| | 0102 | サバ等のすり身を使った加工品が多く開発されているため、大手スーパーや大型店舗などへの流通経路や販路拡大に向けた取組を展開し、引き続き、魚価の安定・向上を確保していく。 |
| | 0103 | 食品衛生法の改正により、規制が厳しくなったことで水産加工従事者が減少し目標値に達しなかったが、今後も伊豆・いとう地魚王国の取組、漁業関係団体の地魚の高付加価値化に向けた活動を支援し、6次産業化の取組が図れるよう推進していく。 |

**中間評価**

| | | |
|---|---|---|
| 0101 | （達成状況） | D |
| | （実績評価） | ・海況の変化、黒潮大蛇行などの自然的な要因により稚魚の育成状況が良くなく、目標値を達成できなかった。 |
| | （今後の対応） | ・伊豆地域栽培漁業推進協議会が取り組む放流事業に対して引き続き支援を行い、効率よく高い効果が得られる方法を関係機関と協議し、つくり育てる栽培漁業を推進していく。 |
| 0102 | （達成状況） | A |
| | （実績評価） | ・サバ等のすり身を使った加工品が多く開発されており、需要が高くなっていることから、目標を達成した。 |
| | （今後の対応） | ・加工品においても大手スーパーや大型店舗などへの流通経路や販路拡大に向けた取組を展開し、魚価の安定・向上を確保していく。 |
| 0103 | （達成状況） | D |
| | （実績評価） | ・令和３年度にて食品衛生法が改正され、水産加工業者には厳しい状況であったことから、目標を達成できなかった。 |
| | （今後の対応） | ・伊豆・いとう地魚王国の取組、漁業関係団体の地魚の高付加価値化に向けた活動を支援し、水産業の6次産業化の取組が図られるよう連携し推進していく。 |

## 02　担い手の育成・確保

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| 達成数 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 50.0% | 100.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0201　漁業者等への経営支援 | 漁業近代化資金利子補給件数 | R1 | 目標値 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 人 | 産業課 |
| | | 4人 | 実績値 | 4 | 8 | 6 | | | 以上 | |
| | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |
| 0202　青年漁業者等の育成 | 新規認定漁業士数 | R1 | 目標値 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 人 | 産業課 |
| | | 1人 | 実績値 | 0 | 3 | 0 | | | 以上 | |
| | | | 評　価 | ×　未達成 | ○　達成 | ×　未達成 | | | | |

| 年度評価 | | |
|---|---|---|
| R3 | 0201 | 漁業者等が漁船設備や漁具などの資本整備の高度化を図るため、金融機関（信漁連）から資金を借り受けて整備する場合に発生する利子に対して補助することで、漁業経営の安定化を後押ししていく。 |
| | 0202 | いとう漁協や静岡県水産技術研究所伊豆分場と連携し、認定漁業士や青年漁業士の掘り起こしを行い、地域漁業のリーダーを確保し、若手漁業者の育成を図っていく。 |
| R4 | 0201 | 漁業者等が漁船設備や漁具などの資本整備の高度化を図るため、金融機関（信漁連）から資金を借り受けて整備する場合に発生する利子に対して補助することで、漁業経営の安定化を後押ししていく。 |
| | 0202 | いとう漁業協同組合や静岡県水産技術研究所伊豆分場と連携し、認定漁業士や青年漁業士の掘り起こしを行い、地域漁業のリーダーを確保し、若手漁業者の育成を引き続き図っていく。 |
| R5 | 0201 | 金融機関（信漁連）から資金を借り受ける漁業者数が増加したことから、目標を達成した。 |
| | 0202 | いとう漁業協同組合や静岡県水産技術研究所伊豆分場と連携し、認定漁業士や青年漁業士の掘り起こしを行い、地域漁業のリーダーを確保し、若手漁業者の育成を引き続き図っていく。 |

| 中間評価 | | |
|---|---|---|
| 0201 | （達成状況） | A |
| | （実績評価） | ・漁業者等が漁船設備や漁具などの資本整備の高度化を図るため、金融機関（信漁連）から資金を借り受けて整備する場合に発生する利子に対して補助したことで目標を達成できた。 |
| | （今後の対応） | ・引き続き、金融機関（信漁連）から資金を借り受けて整備する場合に発生する利子に対して補助することで、漁業経営の安定化を後押ししていく。 |
| 0202 | （達成状況） | C |
| | （実績評価） | ・いとう漁業協同組合や静岡県水産技術研究所伊豆分場と連携し、認定漁業士や青年漁業士の掘り起こしを行ったが、目標値を達成できなかった。 |
| | （今後の対応） | ・地域漁業のリーダーを確保し育成していくことは、水産業にとって重要であることから、引き続き関係機関と連携し、若手漁業者の育成を推進していく。 |

## 03　魚食の普及

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 達成数 | 0 | 3 | 3 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 0.0% | 60.0% | 60.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0301 魚のおろし方教室の開催 | 教室参加者数 | R1 170人 | 目標値 | 170 | 170 | 170 | 170 | 170 | 人以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 120 | 200 | 215 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0302 学校給食の活用 | 納品数量 | R1 63,000個 R4 4,365kg | 目標値 | 63,000 | 63,000 | 4,500 | 4,700 | 5,000 | kg以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 41,942 | 335 | 4,373 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0303 各種イベントへの参加 | 回数 | R1 8回 | 目標値 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 回以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 0 | 2 | 4 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0304 観光との結びつきによる高付加価値化の推進 | 情報誌等の発行回数 | ― ※ | 目標値 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 回以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 0 | 1 | 1 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0305 地魚の価値向上のため取扱事業所の宣伝周知による広報 | 伊豆・いとう地魚王国オフィシャルフェイスブックのフォロワー数 | R2 120人 | 目標値 | 180 | 240 | 300 | 360 | 420 | 人以上 | 産業課 |
| | | | 実績値 | 118 | 240 | 304 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

- 0301 地元の高校生などを対象に、魚のおろし方教室を開催した。令和3年度については、新型コロナウイルス感染症の影響により、伊東商業高校のみの実施となり、目標参加者数には届かなかったが、今後も地魚と触れ合う機会を増やし、魚食普及に努めていく。
- 0302 いとう漁業協同組合が加工品として学校給食に納品しているが、サバの切身の加工に時間がかかることや、すり身の需要性が高くなっていることから、納品数量が減少した。
- 0303 新型コロナウイルス感染症の影響により、県内や首都圏で開催される物産展や商談会への支援事業が中止となってしまったため、目標達成には至らなかったが、コロナ収束後は伊東の地魚の認知度を向上させるために、各種イベントに積極的に参加していきたい。
- 0304 伊豆・いとう地魚王国の地域プロモーション事業により情報誌発行を計画していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により実施計画が変更となり、関東各地の駅にて地魚王国のプロモーション動画を1ヶ月間放映し、伊東の地魚のPRを行った。
- 0305 地域全体で地魚の価値向上のために、伊豆・いとう地魚王国加盟店の取組みをFacebookを使い積極的に周知してきたが、フォロワー数が思うように伸びず、目標達成には至らなかった。

**R4**

- 0301 令和4年度については、新型コロナウイルス感染症の影響が緩和してきたことに伴い、魚のおろし方教室を３か所で実施することができ、目標参加者数に届いた。今後も地魚と触れ合う機会を増やし、魚食普及に努めていく。
- 0302 いとう漁業協同組合が加工品として学校給食に納品しているサバの切身を管理指標としていたが、令和4年度にて納品を止める意向であるため、令和5年度以降の管理指標を魚のすり身に変更し、学校給食の活用を継続していく。
- 0303 令和4年度は、新型コロナウイルス感染症の影響が緩和されたが、未だに県内や首都圏で開催される物産展や商談会への支援事業が中止となっている状況のため、目標達成には至らなかった。コロナ収束後は伊東の地魚の認知度を向上させるために、各種イベントに積極的に参加していきたい。
- 0304 伊豆・いとう地魚王国の地域プロモーション事業により情報誌発行を計画していたが、新型コロナウイルス感染症の影響等により実施計画を変更し、有名YouTuberに依頼し伊豆・いとう地魚王国加盟店の商品PRを実施した。
- 0305 地域全体で地魚の価値向上のために、伊豆・いとう地魚王国加盟店の取組みをFacebook及びHPを使い積極的に周知した結果、フォロワー数が目標数に届いた。

**R5**

- 0301 令和5年度については、魚のおろし方教室を６か所で実施することができたことで、目標参加者数に届いた。今後も地魚と触れ合う機会を増やし、魚食普及に努めていく。
- 0302 令和5年度からは、管理指標を魚のすり身に変更したが、すり身を作る職員が減ったことにより、目標値を達成できなかった。いとう漁業協同組合に職員の増加を呼びかけるとともに、伊豆・いとう地魚王国でもすり身についてPRする活動を展開していく。
- 0303 令和５年度は、新型コロナウイルス感染症の影響も緩和され、県内や首都圏で開催される物産展や商談会が増加したが、出店費用の面もあり、積極的なイベント参加ができず、目標を達成できなかった。伊豆・いとう地魚王国で出店費用を補助する事業を展開していることから、幅広い利用を加盟店に呼びかけ、各種イベントに対し積極的な参加を促していく。
- 0304 伊豆・いとう地魚王国の地域プロモーション事業により情報誌発行を計画していたが、新型コロナウイルス感染症の影響等により実施計画を変更し、有名YouTuberに依頼し伊豆・いとう地魚王国加盟店の商品PRを実施した。
- 0305 地域全体で地魚の価値向上のために、伊豆・いとう地魚王国加盟店の取組みをFacebook及びHPを使い積極的に周知した結果、フォロワー数が目標数に届いた。

### 中間評価

**0301**（達成状況）**B+**

（実績評価）・地元の高校生など多くの方を対象に、魚のおろし方教室を開催したことで目標値を達成できた。

（今後の対応）・現在、伊東市内の４つの保育園で新しいお魚の教室を計画をしており、今後も地魚と触れ合う機会を増やしていく。

**0302**（達成状況）**D**

（実績評価）・いとう漁業協同組合が加工品として学校給食に納品しているサバの切身を管理指標としていたが、令和4年度にて納品を止め、令和5年度以降の管理指標を魚のすり身に変更したが、すり身を作る職員が減ったことにより、目標値を達成できなかった。

（今後の対応）・いとう漁業協同組合に職員の増加を呼びかけるとともに、伊豆・いとう地魚王国でもすり身についてPRする活動を展開していく。

**0303**（達成状況）**D**

（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の影響も緩和されており、県内や首都圏で開催される物産展や商談会が増加したが、出店費用の面もあり、積極的なイベント参加ができず、目標を達成できなかった。

（今後の対応）・伊豆・いとう地魚王国で出店費用を補助する事業を展開していることから、幅広い利用を加盟店に呼びかけ、各種イベントに対し積極的な参加を促していきたい。

**0304**（達成状況）**B**

（実績評価）・伊豆・いとう地魚王国の地域プロモーション事業により情報誌発行を計画していたが、新型コロナウイルス感染症の影響等により実施計画を変更し、有名YouTuberに依頼し伊豆・いとう地魚王国加盟店の商品PRを実施した。

（今後の対応）・引き続き有名YouTuberに依頼し、伊豆・いとう地魚王国加盟店の商品PRを実施していく。

**0305**（達成状況）**B+**

（実績評価）・地域全体で地魚の価値向上のために、伊豆・いとう地魚王国加盟店の取組をFacebook及びHPを使い積極的に周知した結果、フォロワー数が目標数に届いた。

（今後の対応）・引き続き、伊豆・いとう地魚王国加盟店の取組をSNSで積極的に周知していく。

※　令和３年度からの新規事業のため、基準値を―とした。

| 担当課 | | 企画課・観光課 |
|---|---|---|
| 政策目標 | 5 | 活力にあふれ交流でにぎわうまち |
| 施策分野 | 7 | 移住定住の促進・関係人口の拡大 |
| 目指す姿 | | 移住（希望）者が安心して移住し、定住することができる |

| 施策５－７の全指標達成率 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 年度 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 指標数 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 |
| 達成数 | 8 | 10 | 8 | 0 | 0 |
| 達成率 | 72.7% | 90.9% | 72.7% | 0.0% | 0.0% |

## 1　成果指標（ＫＰＩ）

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 達成数 | 2 | 3 | 3 | 0 | 0 |
| 達成率 | 66.7% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% |

### 成果指標1　移住者数（静岡県調査による。）

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 34人 | 目標値 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 人以上 | 企画課 |
| | 実績値 | 96 | 113 | 127 | | | | |
| | 評　価 | × 未達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |

目標値の考え方：全国的に地方移住への関心が高まっている背景も踏まえ、本市としても移住促進に積極的に取組み、毎年度100人を目標とした。

### 成果指標2　転入超過数

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 94人 | 目標値 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 人以上 | 企画課 |
| | 実績値 | 263 | 274 | 241 | | | | |
| | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |

目標値の考え方：伊東市総合戦略において令和42年度の本市の人口を36,600人程度確保することを目指しており、そのためには毎年度200人の転入超過を目指すことが必要と見込まれるため。

### 成果指標3　移住相談件数

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 140件 | 目標値 | 160 | 180 | 200 | 470 (220) | 500 (240) | 件以上 | 企画課 |
| | 実績値 | 210 | 400 | 444 | | | | |
| | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |

目標値の考え方：全国的に地方移住への関心が高まっている背景も踏まえ、本市としても移住促進に積極的に取組み、各年度20件の増加を見込み、240件とした。

### R3年度

1（実績評価）・目標値に届かなかったものの、移住相談件数や移住関連補助金申請件数は順調に推移しており、具体的に移住を検討している相談者の割合も多くなっていると感じている。

（次年度修正点）・新たな移住支援制度を整備するとともに、民間の移住促進団体との連携を強化し、更なる移住定住促進を図る。

2（実績評価）・テレワークの進展とともに地方移住の機運が高まる中で、本市が実施する移住・定住促進施策により、一定の効果があったものと考える。また、令和3年の転出者数が前年度に比べて大幅に減少したことも目標値達成の大きな要因と

（次年度修正点）・令和4年度から移住定住促進業務に従事する地域おこし協力隊を1名採用し、これまで開催することができなかった移住体験ツアーの開催や、移住セミナー・交流会等の企画、移住相談の対応及び情報発信業務を強化することで、移住者の増加を目指していく。

3（実績評価）・地方移住の機運が高まる中で、移住定住サイトを中心とした情報発信や静岡県移住相談センター相談員や民間移住促進団体との連携を深めたことで、一定の効果があったものと考える。

（次年度修正点）・引き続き静岡県や民間団体との連携を深めるとともに、移住検討者が求める情報を確実に発信できるよう務める。

### R4年度

1（実績評価）・移住相談件数はもとより、国の移住就業支援金が後押しとなり、支援金への問い合わせも増加傾向にある。令和４年度については、目標値を達成したため一定の成果があったものと評価できる。

（次年度修正点）・移住相談にあたっては、これまで通り丁寧な説明を行うとともに、国や市独自の支援制度について、的確な情報提供を心掛ける。

2（実績評価）・テレワークの進展とともに地方移住の機運が高まる中で、県及び本市が実施する移住・定住促進施策を利用して県外から本市に移住した人数も年々増加していることから、一定の効果があったものと考える。

（次年度修正点）・令和５年度から新たに移住者住宅資金貸付金利子補給事業を創設した。住宅取得に係る移住初期段階の経済的負担を軽減することで、移住者の増加及び定着を図り、目標値の達成を目指していく。

3（実績評価）・首都圏で開催される移住相談会に参加するとともに、静岡県移住相談センターの相談員や民間の移住促進団体と連携を図ったことで、目標値を大きく上回る成果があったものと考える。

（次年度修正点）・令和５年度についても、首都圏で開催される移住相談会へ積極的に参加するとともに、市移住定住サイトによる情報発信等を細目に行っていく。

| | | | |
|---|---|---|---|
| R５年度 | １（実績評価） | | ・テレワーク等の働き方が定着しつつある中、移住に伴う支援制度等の周知が浸透してきたことも相まって、目標値を達成できたものと考える。 |
| | （次年度修正点） | | ・本市への移住者のうち、首都圏からの移住が大半を占めるため、東京有楽町にある静岡県移住相談センターと連携を図り、対面方式による出張相談会を積極的に開催していく。 |
| | ２（実績評価） | | ・テレワークによる働き方が定着し、地方への移住を検討する人が多くなっている中、首都圏への交通アクセスの良さや自然豊かな環境に加え、各移住定住施策の積極的な展開を図った結果、目標値を達成できたものと考える。 |
| | （次年度修正点） | | ・これまでどおり、移住相談会への参加や情報発信に努めるとともに、令和６年度から新たに創設した住宅改修支援事業補助金等の周知に努め、目標値の達成へ向け、移住定住施策に取り組んでいく。 |
| | ３（実績評価） | | ・移住に伴う支援制度の拡充、首都圏で開催される移住相談会への参加、県移住相談センターや民間の移住促進団体と移住相談に関する連携を図ったことで、目標値を大きく上回ったと考える。なお、依然として地方移住への機運が高いと考えられるため、目標値を変更する。 |
| | （次年度修正点） | | ・相談の多くは、移住に伴う支援制度に関する内容であるため、様々な支援制度について正しく理解し、移住相談者に誤った情報を与えることがないように努めていく必要がある。 |
| 中間評価 | １（達成状況） | B+ | |
| | （実績評価） | | ・新型コロナウイルス感染症の拡大により、テレワーク等の普及による働き方の大きな変化によって、地方移住への機運が高まり、首都圏に近い本市への移住者が大幅に増加したものと考える。 |
| | （今後の対応） | | ・現在の移住相談体制を確保しつつ、首都圏で開催される移住相談会へ参加するとともに、移住に伴う支援制度のほか、市移住定住サイトを通じた情報発信に努めていく。 |
| | ２（達成状況） | A | |
| | （実績評価） | | ・新型コロナウイルス感染症の拡大により、テレワーク等の普及による働き方の大きな変化によって、地方移住への機運が高まり、首都圏への交通アクセスの良さや豊かな自然環境を求める方の転入が増加したものと考える。 |
| | （今後の対応） | | ・現在の移住相談体制を確保しつつ、首都圏で開催される移住相談会へ参加するとともに、移住に伴う支援制度のほか、市移住定住サイトを通じた情報発信に努めていく。 |
| | ３（達成状況） | A | |
| | （実績評価） | | ・新型コロナウイルス感染症の拡大により、テレワーク等の普及による働き方の大きな変化によって、地方移住への機運が高まり、首都圏に近い本市への移住相談件数が大幅に増加したものと考える。 |
| | （今後の対応） | | ・現在の移住相談体制を確保しつつ、首都圏で開催される移住相談会へ参加するとともに、移住に伴う支援制度のほか、市移住定住サイトを通じた情報発信に努めていく。 |

## 2　基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード）

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | ※ 基本的な取組・主な内容の達成状況 |
| 達成数 | 6 | 7 | 5 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 75.0% | 87.5% | 62.5% | 0.0% | 0.0% | |

### 01　移住定住の増大に向けた施策の促進

| 達成状況 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0101 | 「伊東市移住・定住促進プラン」による「就業、住宅、子育て・教育、医療・福祉、交流・体験、地域・市民団体との連携・情報発信」分野の総合的な施策の実施 | プラン掲載の施策の実施率 | R1<br>100% | 目標値 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | % | 企画課 |
| | | | | 実績値 | 100 | 100 | 100 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |

| 年度評価 | |
|---|---|
| R3 | 0101　伊東市移住定住促進プランに基づき、移住定住促進施策に全庁的に取り組むことができた。 |
| R4 | 0101　伊東市移住定住促進プランに基づき、本市における移住定住促進施策について、関係各課と連携し取り組むことができた。 |
| R5 | 0101　伊東市移住定住促進プランに基づき、本市における移住定住促進施策について、関係各課と連携し取り組むことができた。 |

| 中間評価 | |
|---|---|
| 0101　（達成状況）　A | |
| （実績評価） | ・関係各課と連携し、年度毎に伊東市移住定住促進プランを策定し、掲載した施策に取り組むことができた。 |
| （今後の対応） | ・移住の促進については、仕事や住まいだけでなく、子育て・医療・福祉、交流、体験などの様々な観点からの支援が必要であるため、今後においても、各課と連携し、移住促進のための具体的なプランである、移住・定住促進プランの策定に取り組んでいく。 |

### 02　情報発信の強化

| 達成状況 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 達成数 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0201 | 移住定住に必要な就業・住宅・子育て等に関する情報や移住支援策・先輩移住者の体験談の提供 | 移住ホームページの更新回数（5か年累計） | R1<br>0回 | 目標値 | 10 | 20 | 30 | 80<br>(40) | 100<br>(50) | 回<br>以上 | 企画課 |
| | | | | 実績値 | 17 | 40 | 64 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | | |

| 年度評価 | |
|---|---|
| R3 | 0201　移住関連イベントの情報発信や支援制度の周知等を効果的に実施することができた。今後、先輩移住者へのインタビューや移住関連コラムの更新も実施する。 |
| R4 | 0201　移住相談会の開催や移住に関連するイベント情報を発信するとともに移住支援制度等を更新するなど、細目に定期的に情報を発信することができた。 |
| R5 | 0201　移住相談会及び移住相談ツアーの開催告知のほか、支援制度の更新や移住担当者のコラム記事、地域の催事等の告知を行うなど、様々な観点から情報発信を行うことができた。 |

| 中間評価 | |
|---|---|
| 0201　（達成状況）　A | |
| （実績評価） | ・移住相談会や移住相談ツアーの開催告知はもとより、移住関連コラムや地域の話題に関する記事掲載など、多彩な情報を継続して発信することができた。 |
| （今後の対応） | ・引き続き、移住検討者に的確かつ最新の情報を提供できるよう、定期的な移住定住ホームページの更新に努めていく。また、令和７年度の目標値を達成したため、令和６、７年度の目標値を変更する。 |

## 03　相談体制の充実

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 達成数 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% | |

| | 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0301 | 市役所内のワンストップ窓口での移住相談の実施 | 電話・メール・窓口での相談件数 | R1 | 目標値 | 50 | 60 | 65 | 330 (70) | 350 (80) | 件 | 企画課 |
| | | | 45件 | 実績値 | 148 | 265 | 320 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |
| 0302 | 県や近隣自治体と連携した首都圏等での移住相談会の実施 | 移住相談会・セミナーへの参加回数 | R1 | 目標値 | 5 | 5 | 6 | 6 | 7 | 回 | 企画課 |
| | | | 4回 | 実績値 | 11 | 10 | 9 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |
| 0303 | 移住を検討している方に対する市内案内の実施 | 現地ナビゲート事業の案内件数 | R1 | 目標値 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 件 | 企画課 |
| | | | 9件 | 実績値 | 36 | 46 | 36 | | | | |
| | | | | 評　価 | ○　達成 | ○　達成 | ○　達成 | | | 以上 | |

### 年度評価

**R3**

- 0301　地方移住の機運が高まる中、多くの移住相談に対応することができた。より相談者に寄り添った相談対応ができるよう、移住相談対応の体制を強化する。
- 0302　全県の移住相談会への参加を始め、他市町と連携したセミナーや本市単独の移住相談会の開催等、積極的なイベント開催をすることができた。
- 0303　新型コロナウイルス感染症の影響から、対応できない期間があったものの、多くの現地案内を実施することができた。具体的な移住につながったケースもあるため、引き続き丁寧な現地案内を実施する。

**R4**

- 0301　昨年度の相談件数を大きく上回り、改めて地方移住の機運が高まっていることを再認識した。引き続き、相談者に寄り添った相談対応ができるよう課内の体制を強化していく。
- 0302　県主催の移住相談会への参加に加え、他市町と連携したセミナーや本市単独の移住相談会へ積極的に参加することができた。首都圏で開催される移住相談会では、本市ブースへの来場相談者も多いことから、継続して参加していく。
- 0303　現地ナビゲート事業によって案内を受けた移住相談者から高い評価を受けており、一定の成果があったと考える。

**R5**

- 0301　テレワーク等の働き方が定着しつつある中、移住に伴う支援制度等の周知が浸透してきたことも相まって、目標値を大きく達成できたものと考える。なお、依然として地方移住への機運が高いと考えられるため、目標値を変更する。
- 0302　今年度においても、首都圏で開催される県主催の移住相談会や県内他市町との共催による移住セミナーを開催したことで、目標値を達成することができた。
- 0303　令和４年度と比較すると、案内件数は下回ったものの、当該年度における目標値は達成できた。現地ナビゲート事業によって案内を受けた移住検討者からは、当該事業について高い評価を受けていることから、一定の効果があったと考える。

### 中間評価

0301　（達成状況）　**A**

（実績評価）　・新型コロナウイルス感染症の拡大により、テレワーク等の普及による働き方の大きな変化によって、地方移住への機運が高まり、首都圏に近い本市への移住相談件数が大幅に増加したものと考える。

（今後の対応）　・これまでどおりの移住相談体制を確保し、本市の魅力や強みについて情報発信するとともに、丁寧な相談を心掛け、一人でも多くの方に移住してもらえるように努めていく。

0302　（達成状況）　**A**

（実績評価）　・新型コロナウイルス感染症の拡大の影響もあり、対面によらない移住相談会の開催など、臨機応変な対応をすることにより、行動制限を強いられた中であっても、年度ごとの目標値を達成できたことは高く評価できる。

（今後の対応）　・県が主催し、首都圏で開催される移住相談会や移住セミナーへの参加は継続しつつ、他団体が主催する移住相談会への参加も検討していく。

0303　（達成状況）　**B+**

（実績評価）　・新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、臨機応変な対応をすることにより、行動制限を強いられた中であっても、年度ごとに設定された目標値をいずれも達成できた。また、当該事業の利用者からも高い評価を得ていることは大いに評価できる。

（今後の対応）　・移住の相談内容も多岐に渡るため、利用者のニーズに沿った現地案内に努めていく。

## 04　関係人口の増大に向けた施策の促進

| 達成状況 | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 達成数 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | |
| 達成率 | 33.3% | 66.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0401 本市とのつながりをもつ機会・きっかけにつながる環境の整備 | 市外の方が地域との関わりを持つことを目的としたイベント実施回数 | R1 0回 | 目標値 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 回以上 | 企画課 |
| | | | 実績値 | 1 | 3 | 3 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | ○ 達成 | × 未達成 | | | | |
| | 市補助金を活用して設置されたコワーキングスペース等の件数 | R1 0件 | 目標値 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 件以上 | 企画課 |
| | | | 実績値 | 1 | 2 | 0 | | | | |
| | | | 評　価 | ○ 達成 | ○ 達成 | × 未達成 | | | | |
| 0402 ワーケーションの推進 | ワンストップ窓口問い合わせ件数（単年） | R1 0件 | 目標値 | 25 | 50 | 60 | 70 | 80 | 件以上 | 観光課 |
| | | | 実績値 | 11 | 14 | 9 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |

### 年度評価

**R3**

0401　関係人口創出のためのイベントの実施回数については目標値を達成できなかったものの、伊豆高原地区に新規のコワーキングスペースが設置され、そこを起点とした関係人口創出の取組が広がりつつあるため、民間事業者等と連携し、関係人口の増大を図る。

0402　ニーズとして、年度半ばは感染状況が落ち着いたことで、出社による勤務が回復しリモートワークが相対的に減少した。また、伊東ワーケーションサイトの開始が年度末になったこともあり、潜在ニーズ層へのリーチが伸びなかった。

**R4**

0401　両指標について目標値を達成できた。またイベントの参加者との継続的な取組やコワーキングスペースを起点とした関係人口創出の取組を民間事業者等と連携することで、さらなる関係人口の増大を図る。

0402　全国的な行動制限の解除等により、出社による勤務が回復しリモートワークが相対的に減少したことにより未達成となった。しかしながら、首都圏の企業では未だ関心が高い取組であることから、企業向けの情報発信を強化していきたい。

**R5**

0401　イベント実施回数、コワーキングスペース設置件数ともに目標値は達成できなかったものの、イベントの開催やコワーキングスペース設置の相談は寄せられている状況のため、実現に向けて支援を進めたい。

0402　新型コロナウイルス感染症の分類引き下げ等により、出社による勤務が回復しリモートワークが減少したことにより未達成となった。しかしながら、働き方改革を含めた首都圏の大手企業では関心が高い取組であることから、引き続き企業向けの情報発信の強化を図る。

### 中間評価

0401　（達成状況）**C**

（実績評価）・イベント回数、コワーキングスペース設置件数ともに年度により差はあるものの、イベントをきっかけに、コワーキングスペースを拠点に伊東市内での活動を開始した団体が現れるなど、環境の整備は進みつつある。

（今後の対応）・コワーキングスペース設置の具体的な相談が寄せられている状況であるため、設置の実現に向けて企業への支援を進めながら、既存の施設との連携により関係人口増大を図っていく。

0402　（達成状況）**D**

（実績評価）・多くの企業で出社による勤務が回復し、リモートワークが減少したことにより未達成となった。

（今後の対応）・今後、通常勤務としてのリモートワークが増加する可能性は低いが、働き方改革を含めた首都圏の大手企業では関心が高い取組であることから、引き続き企業向けの情報発信の強化を図る。

| 担当課 | 秘書広報課 | 施策５－８の全指標達成率 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 政策目標 5 | 活力にあふれ交流でにぎわうまち | 年度 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
| 施策分野 8 | 国際交流の推進・都市交流の促進 | 指標数 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 |
| 目指す姿 | 市民が身近で国際交流が楽しめ、国際理解や都市間交流により相互の地域の理解が育まれている | 達成数 | 2 | 2 | 5 | 0 | 0 |
| | | 達成率 | 18.2% | 18.2% | 45.5% | 0.0% | 0.0% |

## 1　成果指標（ＫＰＩ）

| | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|---|---|---|---|---|---|
| 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 達成数 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 達成率 | 0.0% | 0.0% | 33.3% | 0.0% | 0.0% |

### 成果指標1　「国際交流機会の充実」に満足している市民の割合（市民満足度調査）

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R2 72.3% | 目標値 | 73.0 | 75.0 | 76.0 | 77.0 | 78.0 | % 以上 | 秘書広報課 |
| | 実績値 | 70.4 | 65.4 | 59.5 | | | | |
| | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |

目標値の考え方：「国際交流機会の充実」に満足している市民の割合は、令和元年度実績69.8%、令和２年度実績72.3%を参照し、各年度１%程度の上昇を見込む中で、78.0%以上とした。

### 成果指標2　日本語教室受講者数（延べ人数）

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 958人 | 目標値 | 1,072 | 1,129 | 1,186 | 1,243 | 1,300 | 人 以上 | 秘書広報課 |
| | 実績値 | 799 | 988 | 1,126 | | | | |
| | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ×　未達成 | | | | |

目標値の考え方：外国人人口は、平成28年３月末460人、令和２年３月末658人で、約1.4倍増加していることから、日本語教室受講者数（延べ人数）は、令和元年度実績958人から、外国人人口と同程度の増加を見込む中で、1,300人とした。

### 成果指標3　国内姉妹（友好）都市交流事業の実施回数

| 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| R1 6回 | 目標値 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 回 以上 | 秘書広報課 |
| | 実績値 | 2 | 5 | 7 | | | | |
| | 評　価 | ×　未達成 | ×　未達成 | ○　達成 | | | | |

目標値の考え方：国内姉妹（友好）都市交流事業の実施回数は、引き続き交流を深めていくことを目標とするため、基準値を維持することとした。

### Ｒ３年度

1（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、市民へ向けた交流事業が中止となったため、市民満足度の割合の目標値を達成できなかった。
（次年度修正点）・国際交流フェスタや異文化理解講座など例年行っている事業を開催し、国際交流に触れる場を作り、周知を図るとともに、国際交流に係る市民満足度を上げていく。

2（実績評価）・新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置実施区域となり８月～９月、１月～３月に休講の影響もあり受講者目標数を達成できなかった。
（次年度修正点）・コロナ禍においてもオンラインを利用するなどし、目標値に向け引き続き活動を行っていく。

3（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、都市交流事業が実施できず目標値を達成できなかった。
（次年度修正点）・例年行っている事業を開催し、交流を継続していく。

### Ｒ４年度

1（実績評価）・市民へ向けた交流事業は再開したが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、従来の規模ではなく縮小開催となったため、市民満足度の割合の目標値を達成できなかった。
（次年度修正点）・国際交流フェスタや異文化理解講座など例年行っている事業を開催するとともに、従来の規模に戻していく中で国際交流に触れる場作りや周知を図るとともに、国際交流に係る市民満足度を上げていく。

2（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、８月～９月に休講した影響もあり受講者目標数を達成できなかった。
（次年度修正点）・コロナ禍の令和３年度から令和４年度にかけて189人増加したため、目標値に向け引き続き活動を行っていく。

3（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、都市交流事業を一部しか再開できず、目標値を達成できなかった。
（次年度修正点）・例年行っている事業を開催し、交流を継続していく。

### Ｒ５年度

1（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の５類移行に伴い、令和２年度から中止や規模を縮小していたイベント等を再開することができたものの、この数年の間に認知度が低下してしまったために、満足度も低下してしまったと考えられる。
（次年度修正点）・多様な媒体でのイベント等の周知を検討・実施していく。

2（実績評価）・外国人従業員が多いホテルや旅館に募集チラシを配布するなどして周知を図った結果、受講者数が増加し、目標値に近づけることができた。
（次年度修正点）・引き続き、教室の周知を図っていく。

3（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の５類移行に伴い、令和２年度から中止や規模を縮小していた交流を再開することができ、目標値を達成することができた。
（次年度修正点）・引き続き、交流を継続していく。

### 中間評価

1（達成状況）**D**
（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の影響により、数年間交流イベント等が思うように実施できなかったため、認知度及び満足度が低下してしまい、目標値を達成することができなかった。
（今後の対応）・従来の交流イベント等を再開し、多様な媒体での周知を検討・実施していく。

2（達成状況）**D**
（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の影響により、教室を休講にせざるを得ない時期もあったが、募集チラシの配布などにより、目標値は下回っているものの、受講者は年々確実に増加している。
（今後の対応）・引き続き、教室の周知を図っていく。

3（達成状況）**B+**
（実績評価）・新型コロナウイルス感染症の影響により、思うような交流ができなかった時期があったものの、従来の交流を再開することができた。
（今後の対応）・引き続き、従来の交流を継続するとともに、令和７年度には諏訪市との姉妹都市提携が６０周年を迎えることから、記念事業を実施することで、自治体間交流を深めるとともに、民間交流も広がっていくよう努めていく。

| 2　基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード） | | | | | | | | ※ 基本的な取組・主な内容の達成状況 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 指標数 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | | |
| | 達成数 | 2 | 2 | 4 | 0 | 0 | | |
| | 達成率 | 25.0% | 25.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | | |

| 01　国際交流事業の推進 | 達成状況 | 指標数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 達成数 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | | |
| | | 達成率 | 0.0% | 0.0% | 33.3% | 0.0% | 0.0% | | |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0101 国際交流フェスタ等の開催 | 入場者数 | R1 900人 | 目標値 | 900 | 925 | 950 | 975 | 1,000 | 人以上 | 秘書広報課 |
| | | | 実績値 | 0 | 800 | 800 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0102 友好（交流）都市との交流 | 交流回数 | R1 6回 | 目標値 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 回以上 | 秘書広報課 |
| | | | 実績値 | 0 | 0 | 8 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0103 伊東国際交流協会の活動の促進 | 伊東国際交流協会会員数 | R1 349人 31団体 | 目標値 | 360・31 | 370・31 | 380・31 | 390・31 | 400・31 | 人・団体以上 | 秘書広報課 |
| | | | 実績値 | 286・26 | 278・27 | 278・25 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |

| 年度評価 | | |
|---|---|---|
| R3 | 0101 | 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止とした。 |
| | 0102 | 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、交流事業は中止とした。 |
| | 0103 | 会員数の減少や会員の高齢化が進んでいるため、各種イベントや教室の開催を通じて新規会員の取得に努める。 |
| R4 | 0101 | 新型コロナウイルス感染症の感染防止対策を講じながら、規模を縮小して開催したため、目標値を達成できなかった。引き続き、新型コロナウイルス感染症の基本的な感染防止対策に配慮しつつ、イベントの魅力向上及び周知に努めていく。 |
| | 0102 | 新型コロナウイルス感染症拡大のため、交流事業は中止とした。入国制限が解除されたことから、令和５年度は交流事業の再開に努めていく。 |
| | 0103 | 会員数の減少や会員の高齢化が進んでいるため、各種イベントや教室の開催を通じて新規会員の取得に努めていく。 |
| R5 | 0101 | 新型コロナウイルス感染症の５類移行に伴い、従来の規模で再開することができたものの、入場者数は横ばいとなり、目標値を達成できなかった。引き続き、周知に努めていく。 |
| | 0102 | 新型コロナウイルス感染症の５類移行に伴い、海外との行き来がスムーズにできるようになったことにより、友好都市との学生交換プログラムを再開することができた。また、市民団等の来訪も実現した。引き続き、交流事業を継続していく。 |
| | 0103 | 会員数の減少や会員の高齢化が進んでいるため、各種イベントや教室の開催を通じて新規会員の取得に努めていく。 |

| 中間評価 | | |
|---|---|---|
| 0101（達成状況） | D | |
| （実績評価） | ・新型コロナウイルス感染症の影響により、開催自体がままならない時期が続き、それによって認知度も低下し、入場数が伸び悩んでいる。 | |
| （今後の対応） | ・多様な媒体での周知を図っていく。 | |
| 0102（達成状況） | B+ | |
| （実績評価） | ・新型コロナウイルス感染症の影響により、交流事業が実施できない時期が続いたものの、従来の交流を再開することができた。 | |
| （今後の対応） | ・引き続き、従来の交流を継続するとともに、令和７年度にはイタリア・リエティ市との友好都市提携が４０周年を迎えることから、記念事業を実施することで、より関係性を強固なものにできるよう努めていく。 | |
| 0103（達成状況） | D | |
| （実績評価） | ・新型コロナウイルス感染症の影響により、海外との交流が制限されたことにより、市民の交流に対する意欲が低下し、また交流イベント等の実施もままならなかったため、協会の取組の認知度が低下し、会員数が減少したと考えられる。 | |
| （今後の対応） | ・引き続き、従来の活動を継続するとともに、多様な媒体での周知を図っていく。 | |

## 02　国際理解の啓発

| 達成状況 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | 達成数 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | 達成率 | 0.0% | 0.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0201 異文化理解講座等の開催 | 異文化理解講座等を通じて知識が深まったと感じた参加者の割合 | ―<br>※ | 目標値 | 80.0 | 80.0 | 80.0 | 80.0 | 80.0 | % 以上 | 秘書広報課 |
| | | | 実績値 | 0 | 53.0 | ― | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |
| 0202 次世代の人材育成 | 学校への国際理解友好都市紹介講座の派遣回数 | R1<br>3回 | 目標値 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 回 以上 | 秘書広報課 |
| | | | 実績値 | 0 | 1 | 3 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | ○ 達成 | | | | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0201 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止とした。 |
| | 0202 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止とした。 |
| R4 | 0201 参加者（49人）のうち実施後アンケートにおいて知識が深まったと答えた人（２６人）は53%となり、目標値を達成できなかった（アンケート回答者は34人）。アンケート結果を基に講座内容を研究するとともに、引き続き開催について周知していく。 |
| | 0202 新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、学校からの依頼が減ったため、目標値を達成できなかった。引き続き、学校へ周知していく。 |
| R5 | 0201 参加者は５８人と前回と比べて増加したが、アンケートを実施しなかったため個別の感想は確認できなかった。引き続き、より充実した講座内容を研究していく。 |
| | 0202 学校から国際交流や異文化についての講義の依頼を受け、講師の派遣を行い、目標値を達成することができた。引き続き、学校へ周知していく。 |

**中間評価**

| | |
|---|---|
| 0201（達成状況） | **D** |
| （実績評価） | ・新型コロナウイルス感染症の影響により、思うような開催ができず、また参加者にとって知識を深められるような内容の講座とならなかった。 |
| （今後の対応） | ・引き続き、講座の内容を研究するとともに、実施後アンケートを適切に行っていく。 |
| 0202（達成状況） | **B** |
| （実績評価） | ・新型コロナウイルス感染症の影響により、学校が外部講師の依頼を控えざるを得ない状況が続いたが、５類に移行したことにより従来の活動を再開することができた。 |
| （今後の対応） | ・引き続き、効果的な周知を行っていく。 |

※　基準値については、R3から調査を実施するため、ーとした。

## 03　外国人市民の日常生活環境の支援

| 達成状況 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 指標数 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | 達成数 | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 |
| | 達成率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 0.0% |

| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0301 行政・生活情報の多言語化 | 伊東市ホームページの外国語翻訳 | R2<br>４言語 | 目標値 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 言語 以上 | 各課（秘書広報課） |
| | | | 実績値 | 4 | 4 | 4 | | | | |
| | | | 評　価 | ○ 達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |
| 0302 情報発信の充実 | CATVによる外国人市民向け情報の英語放送回数 | R1<br>毎日５回 | 目標値 | 5/日 | 5/日 | 5/日 | 5/日 | 5/日 | 回 以上 | 秘書広報課 |
| | | | 実績値 | 5/日 | 5/日 | 5/日 | | | | |
| | | | 評　価 | ○ 達成 | ○ 達成 | ○ 達成 | | | | |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| R3 | 0301 目標値を達成しており、今後も継続して実施していく予定である。 |
| | 0302 目標値を達成しており、今後も継続して実施していく予定である。 |
| R4 | 0301 目標値を達成しており、今後も継続して実施していく予定である。 |
| | 0302 目標値を達成しており、今後も継続して実施していく予定である。 |
| R5 | 0301 目標値を達成しており、今後も継続して実施していく予定である。 |
| | 0302 目標値を達成しており、今後も継続して実施していく予定である。 |

**年度評価**

| | |
|---|---|
| 0301（達成状況） | **A** |
| （実績評価） | ・伊東市ホームページの英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語への翻訳機能を活用し、目標値を達成した。 |
| （今後の対応） | ・継続して実施していく予定である。 |
| 0302（達成状況） | **A** |
| （実績評価） | ・伊東国際交流協会会員のアナウンスによる英語の市政情報番組を１日５回放送し、目標値を達成した。 |
| （今後の対応） | ・継続して実施していく予定である。 |

| 04 | 国内姉妹（友好）都市交流事業の推進 | 達成状況 | 指標数 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | 達成数 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| | | | 達成率 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | | |
| 主な内容 | 管理指標 | 基準値 | | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | 単位 | 担当課 |
| 0401　市民交流活動の推進 | 民間自主交流数 | R1 3回 | 目標値 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 回以上 | 秘書広報課 |
| | | | 実績値 | 2 | 1 | 2 | | | | |
| | | | 評　価 | × 未達成 | × 未達成 | × 未達成 | | | | |

| 年度評価 | |
|---|---|
| R3 | 0401 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、交流ができない活動があった。 |
| R4 | 0401 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、交流ができない活動があった。今後は、国内提携姉妹（友好）都市の周知に努め、民間主体の交流の一層の推進を図っていく。 |
| R5 | 0401 新型コロナウイルス感染症の影響により、従来の交流を徐々に再開しつつあるが、目標値を達成することができなかった。今後も国内提携姉妹（友好）都市の周知に努め、民間主体の交流の一層の推進を図っていく。 |

| 中間評価 | |
|---|---|
| 0401（達成状況） | D |
| （実績評価） | ・新型コロナウイルス感染症の影響により、交流がままならない時期もあったが、５類への移行に伴い、従来の交流を徐々に再開しつつある。 |
| （今後の対応） | ・令和７年度には諏訪市との姉妹都市提携が６０周年を迎えるため、記念事業を実施することで、より民間交流が盛んになるよう努めていく。 |

※機構改革に伴う業務の見直しのため、～R4：秘書課、R5～：秘書広報課