

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

2 基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード）				指標数	16	16	16	16	16	※ 基本的な取組・主な内容の達成状況	
				達成数	11	10	10	4	0		
				達成率	68.8%	62.5%	62.5%	25.0%	0.0%		
O1 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
O101	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	観光課
				実績値	805	928	1,248	1,168			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成			
O102	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	観光課
				実績値	3,453	7,408	34,510	30,871			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成			
O103	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	観光課
				実績値	0	9	7	5			
				評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成			
R3	O101 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。										
	O102 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。										
	O103 当該事業での促進施策は実施できなかった。										
R4	O101 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。										
	O102 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。については、効果的な情報発信ができたと判断できる。										
	O103 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	O101 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。										
	O102 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。については、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。										
	O103 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。										
R6	O101 年間を通じて適切なタイミングで効果的な情報発信を行ったが、上方修正した目標値の達成には至らなかった。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。										
	O102 本市の観光イベントの認知度が上がっていることから、拡散率も向上し、広告換算費へと大きく寄与したが、上方修正した目標値の達成には至らなかった。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。										
	O103 年間を通じて計画的に着手できず、目標を達成することができなかった。今後、登録の支援体制を整えるなど、民間施設の登録を増やすための環境整備を図っていく。										

O2 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
O201	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	目標値	8,000	30,000	31,000	35,000 (32,000)	36,000 (33,000)	人	観光課
			6,990人	実績値	24,800	32,325	34,243	34,720			
O202	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	目標値	52.0	54.0	56.0	58.0	60.0	%	観光課
			46.5%	実績値	47.9	49.1	47.9	50.3			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成		以上	
					× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		以上	
R3	O201	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。									
	O202	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	O201	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。									
	O202	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	O201	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。									
	O202	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。									
R6	O201	令和6年度は前年度同様、過去に制作した動画を活用し、効果の高い地域に限定して広告配信を行い、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が、上方修正した目標値の達成には至らなかった。引き続き、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。									
	O202	観光施策への満足度が目標を下回った主な原因は来遊客が増加していないことだと考えられるため、来遊客の増加や地域の活性化を図る施策を実施し、誘客促進を図る。									

O3 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	1	0		
				達成率	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%		
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	担当課
O301	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	ターゲットを絞ったプ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	7			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
年度評価	R3	O301 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	O301 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	O301 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。									
	R6	O301 みかん狩りや教育旅行に加え、観光施設協議会や伊豆急行などと連携したプロモーションを実施し、一層の誘客促進及びブランドイメージのPRを図った。									

O4 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	1	0			
			達成率	50.0%	75.0%	50.0%	25.0%	0.0%			
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	担当課
O401 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	観光課	
			実績値	32	34	30	20				
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成	以上			
O402 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	観光課	
			実績値	878	3,348	16,691	20,478				
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成	以上			
O403 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	観光課	
			実績値	2	2	2	2				
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成	以上			
O404 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	観光課	
			実績値	1	3	1	0				
			評価	× 未達成	○ 達成	× 未達成	× 未達成	以上			
R3	O401 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。										
	O402 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。										
	O403 「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。										
	O404 「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	O401 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。										
	O402 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。については、効果的な情報発信が出来たと判断できる。										
	O403 「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。										
	O404 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	O401 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。										
	O402 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。については、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。										
	O403 「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。										
	O404 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。										
R6	O401 誘客促進を図るために事業の見直しを行ったが、効果が高い事業については継続して実施しており、見直し件数は目標値に達しなかった。今後も観光動向を注視し、効果的な見直しを図っていく。										
	O402 本市の観光イベントの認知度が上がっており、拡散率も向上し、広告換算費へと大きく寄与したことから、目標を達成できた。										
	O403 「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。										
	O404 商店街と連携した事業を実施できなかったため、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、市街地の活性化を図っていく。										

O5 観光施設の高付加価値化			達成状況	指標数	3	3	3	3			
				達成数	3	1	1	2	0		
				達成率	100.0%	33.3%	33.3%	66.7%	0.0%		
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	担当課
O501	観光施設の計画的な整備と維持管理	施設整備事業数 4事業	R2	目標値	5	8	8	8	8	事業 以上	観光課
			実績値	5	4	6	9				
			評価	○ 達成	× 未達成	× 未達成	○ 達成				
O502	観光施設花壇の魅力向上	植木花壇の剪定回数 6回	R1	目標値	6	8	8	8	8	回 以上	観光課
			実績値	16	9	9	9				
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成				
O503	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 4件	R1	目標値	8	10	12	12	12	件 以上	観光課
			実績値	8	5	10	9				
			評価	○ 達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成				
R3	O501 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切に把握し、必要な施設整備を計画していく。										
	O502 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。										
	O503 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	O501 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。										
	O502 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。										
	O503 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	O501 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。										
	O502 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。										
	O503 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。										
R6	O501 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や一碧湖遊歩道整備工事を引き続き実施するとともに、令和7年度建築予定の小室山公園観光トイレの設計を行うなど、計画的な整備と維持管理を進めることができた。										
	O502 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、移植等を実施したほか、市民団体と連携してオレンジビーチ沿い花壇へのハイスカス新規植栽等を実施した。										
	O503 ほたる観賞会の開催案内や工事等による遊歩道通行止め、海水浴場の水質検査結果など、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。										

2 基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード）				指標数	14	14	14	14	14	※ 基本的な取組・主な内容の達成状況	
				達成数	6	5	7	3	0		
				達成率	42.9%	35.7%	50.0%	21.4%	0.0%		
O1 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
O101	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	観光課
				実績値	805	928	1,248	1,168			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成			
O102	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	観光課
				実績値	3,453	7,408	34,510	30,871			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成			
O103	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	観光課
				実績値	0	9	7	5			
				評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成			
R3	O101 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。										
	O102 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。については、効果的な情報発信ができたと判断できる。										
	O103 当該事業での促進施策は実施できなかった。										
年4	O101 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。										
	O102 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。については、効果的な情報発信ができたと判断できる。										
	O103 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。										
度5	O101 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。										
	O102 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。については、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。										
	O103 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。										
価R6	O101 年間を通じて適切なタイミングで効果的な情報発信を行ったが、上方修正した目標の達成には至らなかった。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。										
	O102 本市の観光イベントの認知度が上がっていることから、拡散率も向上し、広告換算費へと大きく寄与したが、上方修正した目標値の達成には至らなかった。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。										
	O103 年間を通じて計画的に着手できず、目標を達成することができなかった。今後、登録の支援体制を整えるなど、民間施設の登録を増やすための環境整備を図っていく。										

O2 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
O201	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	目標値	8,000	30,000	31,000	35,000 (32,000)	36,000 (33,000)	人	観光課
			6,990人	実績値	24,800	32,325	34,243	34,720			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成		以上	
O202	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	目標値	52.0	54.0	56.0	58.0	60.0	%	観光課
			46.5%	実績値	47.9	49.1	47.9	50.3			
				評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		以上	
R3	O201	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。									
	O202	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	O201	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。									
	O202	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	O201	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。									
	O202	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									
R6	O201	令和6年度は、前年度同様、過去に制作した動画を活用し、効果の高い地域に限定して広告配信を行い、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が、上方修正した目標値の達成には至らなかった。引き続き、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。									
	O202	観光施策への満足度が目標を下回った主な原因は来遊客が増加していないことだと考えられるため、来遊客の増加や地域の活性化を図る施策を実施し、誘客促進を図る。									

O3 ロケツーリズムの推進			達成状況	指標数	2	2	2	2	2	単位	担当課
主な内容		管理指標	基準値	達成数	0	0	0	1	0		
				達成率	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%		
O301	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	目標値	90	105	120	135	150	件	観光課
			74件	実績値	75	101	92	109			
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成				
O302	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	目標値	16.5	18.0	—	—	—	%	観光課
			13.6%	実績値	14.1	4.1	—	—	—		
			評価	× 未達成	× 未達成	—	—	—	—		
O303	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	目標値	—	—	10,000千円	12,500千円	12,500千円	円	観光課
			954千円	実績値	—	—	9,594千円	15,625千円			
			評価	—	—	× 未達成	○ 達成				
R3	O301 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。										
	O302 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	O301 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。										
	O302 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O303を設けた。										
	O303 管理指標O302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	O301 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。										
	O303 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。										
R6	O301 目標値は下回ったものの問合せ件数は増えており、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。										
	O303 制作会社等に補助金の周知が図られており、比較的な大きな番組作成などがあったことから目標を達成することができた。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。										

O4	まぐろ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	単位	担当課	
			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
O4O1	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 O社	目標値	2	4	6	8	10	社	観光課	
				実績値	0	3	3	3				
				評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成				
				以上								
年度評価	R3	O4O1 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	O4O1	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	O4O1	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。									
	R6	O4O1	教育旅行での体験コンテンツや企業研修等におけるコンテンツとして、継続して旅行会社等から問合せがあることから、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。									

O5 健康保養地づくり事業の推進			達成状況	指標数	3	3	3	3	3		
				達成数	1	1	2	1	0		
				達成率	33.3%	33.3%	66.7%	33.3%	0.0%		
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	担当課
O501	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)	%	観光課
				実績値	18	27.3	28.3	27.8			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成			
O502	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 2,427人	R1 2,427人	目標値	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	人	生涯学習課
				実績値	0	1,535	1,861	2,091			
				評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成			
O503	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 125記事	R1 125記事	目標値	140	155	170	185	200	記事	観光課
				実績値	136	140	234	233			
				評価	× 未達成	× 未達成	○ 達成	○ 達成			
R3	O501 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。										
	O502 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。										
	O503 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	O501 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。										
	O502 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。										
	O503 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	O501 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。										
	O502 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えている中、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。										
	O503 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。										
R6	O501 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の割合は高かったが、上方修正した目標の達成には至らなかった。引き続き、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。										
	O502 申込者数は前回大会比230人増の2,091人となり、久しぶりに2,000人の大台を突破し、コロナ禍以前の申込者数へ戻りつつある。次回大会以降も目標達成に向け、大会の魅力向上に努めたい。										
	O503 「伊豆伊東観光ガイド」にて体験プログラムの情報発信を行っており、最新の情報を掲載することで、市内消費の拡大を図った。										

06 マイクロツーリズムの推進			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
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	%	観光課
				実績値	13.0	9.6	14.3	11.8			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成			
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。									
	R6	0601 観光需要が回復し、県外への観光も増えていることから、目標を達成することができなかった。引き続き、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 ワークーションの推進			達成状況		指標数					単位	担当課
			達成数	2	0	1	2	2			
			達成率	50.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%			
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7		
0701	ワーク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	8			
				評価	× 未達成	× 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	38			
				評価	○ 達成	× 未達成	○ 達成	○ 達成			
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、伊東ワーク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ク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 伊東市観光地ワーク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ク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。										
R6	0701 ワークーションやリモートワークの需要が減少したことにより未達成となった。今後は、企業研修などの情報発信の強化を図る。										
	0702 リモートワークや企業研修等の需要を取り組もうとする民間企業が受入れ体制を整えたことにより目標達成することができた。										

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	5	0		
				達成率	33.3%	50.0%	58.3%	41.7%	0.0%		
O1 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	3	0		
				達成率	75.0%	75.0%	75.0%	75.0%	0.0%		
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	担当課
O101	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	観光課
				実績値	4	8	4	3			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
O102	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	観光課
				実績値	34,284	29,063	28,932	34,581			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
O103	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	観光課
				実績値	10	11	17	13			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
O104	海外プロモーションの実施	ファミトリップ対応、海外商談会等参加件数	R1 39件	目標値	45	50	55	60	65	件	観光課
				実績値	14	25	22	14			
				評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成			
R3	O101 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。										
	O102 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。										
	O103 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。										
	O104 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	O101 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。										
	O102 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。										
	O103 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。										
	O104 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	O101 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。										
	O102 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。										
	O103 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。										
	O104 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。										
R6	O101 静岡県観光協会・交通事業者等と連携した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。										
	O102 InstagramやX（旧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。										
	O103 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や観光展に出店し、地域外へ伊豆の魅力をPRした。										
	O104 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・シンガポール・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。										

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	目標値	230	265	300	335	370	人	観光課
			実績値	194	193	183	175				
			評価	× 未達成	× 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	目標値	20	22	24	26	28	回	観光課
			実績値	11	23	32	22				
			評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成				
0203	ジオツーリズムの推進	ジオリア入館者数	R1	目標値	21,000	22,000	23,000	24,000	25,000	人	観光課
			実績値	7,135	12,530	12,937	16,598				
			評価	× 未達成	× 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	目標値	3	4	—	—	—	件	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	目標値	—	—	6	6	6	件	観光課
			実績値	—	—	5	2				
			評価	—	—	× 未達成	× 未達成				
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ではできなかった。										
	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ができなかったが、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。										
R5	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。										
	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ができなかったが、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。										
R6	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。										
	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 目標を達成することはできなかったが、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し、伊豆半島ジオパークの普及を図った。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 目標値を上回ることができなかったが、観光需要の回復や伊豆半島ジオパークの周知活動等により、昨年度比28%増となった。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の魅力を発信することで来館者の増加を図る。										
R6	0205 インドネシア西ジャワ州との連携協定やキルギスからの研修を受入れたが、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・研修等の受け入れ増を目指していく。										

※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。

1 成果指標（KPI）		指標数	2	2	2	2	2			
		達成数	1	2	1	2	0			
		達成率	50.0%	100.0%	50.0%	100.0%	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
		実績値	1.12	1.43	1.46	1.75				
		1.22倍	評価	○ 達成	○ 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	18			
		評価	× 未達成	○ 達成	× 未達成	○ 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。									
R6年度	1（実績評価）・目標値を達成しているが、サービス業や介護関連を中心とした特定の業種においては、多くの求人数に対して、人手が足りていない状況にあることが課題となっている。 （次年度修正点）・リクルートのセミナーや伊東マッチボックス等を活用するとともに、ハローワークやしずおかジョブステーション等の関係団体と連携し、市内人材の掘り起こしや市外から労働力を確保していく必要がある。									
	2（実績評価）・目標値を達成しているが、創業時に見込んでいる売上高を大幅に下回る創業者がいることから、創業時の最適なビジネスモデルの選定と創業後のフォローが課題となっている。 （次年度修正点）・伊東商工会議所と連携し、創業前・創業後の相談を充実させることで、創業時の計画との相違をなくしていく。									

O5 雇用の促進			達成状況	指標数								
				達成数	3	0	3	2	2			
				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	
O501	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	有益情報提供回数	R1	目標値	2	2	2	2	2	回	産業課	
			2回	実績値	1	1	1	1				
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成					
O502	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	-	-	-	-			
			評価	○ 達成	× 未達成	× 未達成	-					
O503	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回数	R1	目標値	2	2	2	2	2	回	産業課	
			2回	実績値	1	1	1	1				
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成					
R3	O501	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。										
	O502	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。										
	O503	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	O501	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。										
	O502	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。										
	O503	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。										
年度評価	R5	O501	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。									
	O502	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。										
	O503	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。										
R6	O501	目標値を達成することはできなかったが、伊東市雇用問題対策会議において市内の雇用情勢の実態を市、ハローワーク、経営者の間で情報の共有を図ることができた。令和7年度には、人手不足が続く雇用情勢に対し、中小企業等採用力強化事業補助金制度を創設し、事業者の採用活動を支援していく。										
	O503	目標値を達成することはできなかったが、伊東市雇用問題対策会議において市内の雇用情勢の実態を市、ハローワーク、経営者の間で情報の共有を図ることができた。令和7年度には、人手不足が続く雇用情勢に対し、中小企業等採用力強化事業補助金制度を創設し、事業者の採用活動を支援していく。										

O6 企業誘致の推進			達成状況	指標数	3	3	3	3	3	単位	担当課
				達成数	1	2	3	3	0		
				達成率	33.3%	66.7%	100.0%	100.0%	0.0%		
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7		
O601	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 0回	目標値	1	2	—	—	—	回 以上	企画課
				実績値	0	0	—	—	—		
				評価	× 未達成	× 未達成	—	—	—		
O602	調査・情報収集	県や民間団体等との意見交換の回数	R1 2回	目標値	4	70	80	200 (90)	200 (100)	回 以上	企画課
				実績値	68	131	196	331			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
O603	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 1件	目標値	1	1	1	2	2	件 以上	企画課
				実績値	0	2	2	3			
				評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
O604	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 0件	目標値	—	—	3	4	5	件 以上	企画課
				実績値	—	—	4	4			
				評価	—	—	○ 達成	○ 達成			
年度評価	R3	O601 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。									
		O602 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。									
		O603 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	O601 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。									
		O602 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。									
		O603 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。									
		O604 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	O602 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。									
		O603 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。									
		O604 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。									
	R6	O602 共同イベントやビジネスプランコンテス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。									
		O603 県市の補助金を活用したICT企業等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。									
O604 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。											

※4 管理指標O601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O601を見直し、令和5年度以降は国県等と連携した広報を主要内容として、管理指標O604を新設した。

担当課	産業課・農業委員会事務局	施策５－５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	5 農林業の振興	指標数	15	15	15	15	15
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	達成数	9	6	11	10	0
		達成率	60.0%	40.0%	73.3%	66.7%	0.0%

1 成果指標（KPI）				指標数	2	2	2	2	2		
				達成数	2	2	2	2	0		
				達成率	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	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	79				
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成				
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	105				
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成				
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。										
R4 年度	（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。										
	1（実績評価）・伊東市農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。										
R5 年度	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。										
	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。										
R6 年度	（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。										

O2 担い手の育成・確保			達成状況	指標数	2	2	2	2			
				達成数	1	2	1	1	0		
				達成率	50.0%	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%		
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	担当課
O201 漁業者等への経営支援	漁業近代化資金利子補給件数	R1 4人	目標値	4	4	4	4	4	人	産業課	
			実績値	4	8	6	5				
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成				
O202 青年漁業者等の育成	新規認定漁業士数	R1 1人	目標値	1	1	1	1	1	人	産業課	
			実績値	0	3	0	0				
			評価	× 未達成	○ 達成	× 未達成	× 未達成				
年度評価	R3	O201 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。									
		O202 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	O201 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。									
		O202 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	O201 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。									
		O202 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。									
R6	O201 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。										
	O202 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。										

O3 魚食の普及			達成状況	指標数	5	5	5	5	5		
			達成数	達成率	0	3	3	2	0		
			達成率		0.0%	60.0%	60.0%	40.0%	0.0%		
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	担当課
O301 魚のおろし方教室の開催	教室参加者数	R1	目標値	170	170	170	170	170	170	人	産業課
		170人	実績値	120	200	215	195				
			評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成				
O302 学校給食の活用	納品数量	R1	目標値	63,000	63,000	4,500	4,700	5,000		kg	産業課
		63,000個	実績値	41,942	335	4,373	4,112				
		R4 4,365kg	評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成				
O303 各種イベントへの参加	回数	R1	目標値	8	8	8	8	8	8	回	産業課
		8回	実績値	0	2	4	2				
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成				
O304 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	1	回	産業課
		※5	実績値	0	1	1	1				
			評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成				
O305 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ー数	R2	目標値	180	240	300	360	420		人	産業課
		120人	実績値	118	240	304	351				
			評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成				
R3	O301	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。									
	O302	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。									
	O303	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。									
	O304	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。									
	O305	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	O301	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。									
	O302	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。									
	O303	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。									
	O304	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。									
	O305	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	O301	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。									
	O302	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。									
	O303	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。									
	O304	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。									
	O305	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。									
R6	O301	令和6年度については、魚のおろし方教室を4か所で実施し、新たに市内4保育園で教室を開催する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。									
	O302	令和5年度から、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。									
	O303	令和6年度は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。									
	O304	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、伊豆・いとう地魚王国加盟店向けのPRポスターを作成し、王国のPRに努めた。※情報誌を作ることは当初計画段階だったため、基準値を定められなかった。									
	O305	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。									

※5 令和3年度からの新規事業のため、基準値を一とした。

O4 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	1	0		
					達成率	33.3%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%		
主な内容			管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	担当課
O401	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	目標値	2	3	4	5	6	回	以上	企画課
			0回	実績値	1	3	3	6				
				評価	× 未達成	○ 達成	× 未達成	○ 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	目標値	1	1	1	2	2	件	以上	企画課
			0件	実績値	1	2	0	0				
				評価	○ 達成	○ 達成	× 未達成	× 未達成				
O402 ワークেশョンの推進	ワンストップ窓口問い合わせ件数（単年）	R1	目標値	25	50	60	70	80	件	以上	観光課	
		0件	実績値	11	14	9	8					
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成					
年度評価	R3	O401	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がつするため、民間事業者等と連携し、関係人口の増大を図る。									
		O402	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、伊東ワークেশ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	O401	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。									
		O402	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	O401	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。									
		O402	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。									
R6	O401	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たが、コワーキングスペース設置は、相談はあるものの実現までつなげることができなかった。引き続き両事業の実現に向けて支援を進めたい。										
	O402	ワークেশョンやリモートワークの需要が減少したことにより未達成となった。今後は、企業研修などの情報発信の強化を図る。										

2 基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード）				指標数	8	8	8	8	8	※ 基本的な取組・主な内容の達成状況	
				達成数	2	2	4	2	0		
				達成率	25.0%	25.0%	50.0%	25.0%	0.0%		
O1 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	
O101	国際交流フェスタ等の開催	入場者数	R1	目標値	900	925	950	975	1,000	人	秘書広報課
			900人	実績値	0	800	800	800			
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成				
O102	友好（交流）都市との交流	交流回数	R1	目標値	6	6	6	6	6	回	秘書広報課
			6回	実績値	0	0	8	4			
			評価	× 未達成	× 未達成	○ 達成	× 未達成				
O103	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	目標値	360・31	370・31	380・31	390・31	400・31	人・団体	秘書広報課
			349人 31団体	実績値	286・26	278・27	278・25	271・30			
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成				
R3	O101 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止とした。										
	O102 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。										
	O103 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	O101 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。										
	O102 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。										
	O103 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	O101 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。										
	O102 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。										
	O103 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。										
R6	O101 令和6年度も継続して実施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。										
	O102 令和6年度も継続して友好都市との学生交換プログラムを実施することができたものの、市民団等の来訪がなかったため、目標値を達成できなかった。引き続き、交流事業を継続していく。										
	O103 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。										

O2 国際理解の啓発				達成状況		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
O201	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	— ※6	目標値	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	%	秘書広報課
				実績値	0	53.0	—	55.6			
				評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成			
O202	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 3回	目標値	3	3	3	3	3	回	秘書広報課
				実績値	0	1	3	2			
				評価	× 未達成	× 未達成	○ 達成	× 未達成			
R3	O201 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止とした。										
	O202 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	O201 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。										
	O202 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	O201 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。										
	O202 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。										
R6	O201 参加者（63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（35人）は55.6%となり、目標値を達成できなかった（アンケート回答者は40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。										
	O202 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、講師の派遣を行ったものの、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。										

※6 基準値については、R3から調査を実施するため、一とした。

O3 外国人市民の日常生活環境の支援			達成状況	指標数	2	2	2	2	2		
				達成数	2	2	2	2	0		
				達成率	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%		
主な内容		管理指標	基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	担当課
O301	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	目標値	4	4	4	4	4	言語	各課 (秘書広報課)
			4言語	実績値	4	4	4	8			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
O302	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 毎日5回	目標値	5/日	5/日	5/日	5/日	5/日	回	秘書広報課
				実績値	5/日	5/日	5/日	5/日			
				評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
年度評価	R3	O301 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。									
	R3	O302 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	O301 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	O302 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	O301 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	O302 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。									
	R6	O301 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。									
	R6	O302 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。									

O4 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		
O401	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	秘書広報課		
				実績値	2	1	2	2					
				評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成	以上				
年度評価	R3	O401 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	O401 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	O401 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。											
	R6	O401 令和6年度も継続して実施することができたものの、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。											

※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