

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	施策5－1の全指標達成率					
政策目標	5	活力あふれ交流でにぎわうまち	年度	R3	R4	R5	R6	R7
施策分野	1	地域資源の魅力向上	指標数	18	18	18	18	18
目指す姿		観光客が地域資源に魅力を感じ来訪する	達成数	11	10	10	4	0
		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	達成率	61.1%	55.6%	55.6%	22.2%	0.0%

1 成果指標 (KPI)		指標数	2	2	2	2	2
成果指標 1	年間来遊客数	達成数	0	0	0	0	0
		達成率	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
		基準値	R3	R4	R5	R6	R7
目標値の考え方		R1 662万人	目標値 700 実績値 461 評価 × 未達成	R4 710 551 × 未達成	R5 720 603 × 未達成	R6 725 625 × 未達成	R7 730 × 未達成
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
		R1 62.3%	目標値 85.0 実績値 70.1 評価 × 未達成	R4 87.5 86.9 × 未達成	R5 90.0 86.1 × 未達成	R6 92.5 76.8 × 未達成	R7 95.0 × 未達成
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していく。						
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。						
R6年度	1(実績評価)・コロナ禍明けの観光需要の高まりが落ち着きつつある中で前年比3.6%増となった。前年度から引き続き、物価高騰や施設側の従業員不足などの影響があり、令和元年比94%となった。令和6年の日本人国内宿泊旅行延べ人數は、前年比3.5%増、令和元年比94%であり、日本人のみの統計となるが伊東市とほぼ同じ傾向となっている。「令和6年度観光の状況（観光白書）：観光庁より」 (次年度修正点)・宿泊業の生産性向上の支援など受入体制の整備を図るとともに、観光施設のバリアフリー化の促進や、引き続き増加傾向にあるインバウンドに係る施策を推進する。						
	2(実績評価)・前昨年度から9.3ポイントと大幅に減少した。「温泉街の雰囲気」「食事」などの7項目の全てで評価が下がっており、全体的に改善を図っていく必要がある。 (次年度修正点)・評価が低い項目においても、「悪い」「非常に悪い」と評価する人は多くなく、「普通」と評価する人が多い傾向にあるので、「普通」を「良い」「非常に良い」へ移行できるよう、観光施設等と連携し、観光コンテンツの周知・磨き上げや施設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）		達成状況	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		以上	
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 1,256万円	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		以上	
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		以上	
R3 O101 目標値を達成できましたが、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。										
R3 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。										
R3 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。										
R4 O102 本市の観光イベントが年間を通じて開催できることから、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。										
R4 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。										
R5 O102 本市の観光イベントが年間を通じて開催できることから、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。										
R5 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くたい。										
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。										
R6 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。										
R6 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	
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 6,990人	R2 6,990人	目標値	8,000	30,000	31,000	35,000 (32,000)	36,000 (33,000)	
O202 伊東温泉観光客実態調査による調査・分析			実績値	24,800	32,325	34,243	34,720		
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成		
R3 年度評価	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。	R1 46.5%	目標値	52.0	54.0	56.0	58.0	60.0	
	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。		実績値	47.9	49.1	47.9	50.3		
	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。		評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		
R4	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、観光地としてのプ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。	R2 46.5%	目標値	52.0	54.0	56.0	58.0	60.0	
	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。		実績値	47.9	49.1	47.9	50.3		
R5	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。	R1 46.5%	評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		
	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。		目標値	52.0	54.0	56.0	58.0	60.0	
R6	O202 観光施策への満足度が目標を下回った主な原因是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。	R1 46.5%	実績値	47.9	49.1	47.9	50.3		
	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。		評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		

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	件以上	観光課
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		実績値	32	34	30	20			
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)		評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成			
O404 商店街等との連携	連携事業数	R2 2事業	目標値	750	800	1,000	12,800 (1,200)	14,000 (1,500)	万円以上	観光課
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。			実績値	878	3,348	16,691	20,478			
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。			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
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。		R2 1事業	目標値	2	2	2	3	3	事業以上	観光課
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。			実績値	2	2	2	2			
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。			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成			
O402 本市の観光イベントが年間を通じて開催できることから、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。		R4	目標値	2	2	2	3	3	事業以上	観光課
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。			実績値	1	3	1	0			
O404 接針祭事業において、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の、商店街等との連携強化を図ることができた。			評価	× 未達成	○ 達成	× 未達成	× 未達成			
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。		R5	目標値	17	17	17	17	17	事業以上	観光課
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。			実績値	17	17	17	17	17		
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。			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成		
O404 商店街が主催するイベントへの協力を図り、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	目標値	1	1	1	1	1	事業以上	観光課
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。			実績値	1	1	1	1	1		
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。			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成		
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。		R6	目標値	1	1	1	1	1	事業以上	観光課
O404 商店街と連携した事業を実施できなかっただめ、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。			実績値	1	1	1	1	1		

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	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
0501 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 4事業	目標値	5	8	8	8	8
			実績値	5	4	6	9	
			評価	○達成	✗未達成	✗未達成	○達成	事業 以上 観光課
0502 観光施設花壇の魅力向上	植木花壇の剪定回数 6回	R1 6回	目標値	6	8	8	8	8
			実績値	16	9	9	9	回 以上 観光課
			評価	○達成	○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(「観光行政情報報」)の更新件数 4件	R1 4件	目標値	8	10	12	12	12
			実績値	8	5	10	9	
			評価	○達成	✗未達成	✗未達成	✗未達成	件 以上 観光課
年 度 評 価	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。							
	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、小室山公園のつづじについても、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。							
R 3	0501 令和4年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、目標には至らなかたが、計画的な整備を進めることができた。令和5年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していく。							
	0502 伊東駅前ロータリーのつづじの剪定や国道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づ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た。今後はよりきめ細かな情報発信に努めていく。							
R 4	0501 令和4年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。							
	0502 伊東駅前ロータリーのつづじの剪定や国道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、小室山公園のつづ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ビスカス新規植栽等を実施した。							
	0503 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た。今後はよりきめ細かな情報発信に努めていく。							
R 5	0501 令和4年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。							
	0502 伊東駅前ロータリーのつづじの剪定や国道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、小室山公園のつづ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ビスカス新規植栽等を実施した。							
	0503 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た。今後はよりきめ細かな情報発信に努めていく。							
R 6	0501 令和4年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。							
	0502 伊東駅前ロータリーのつづじの剪定や国道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、小室山公園のつづ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ビスカス新規植栽等を実施した。							
	0503 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た。今後は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
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 6,434人	R2	目標値	7,000	15,000	15,500	35,000 (16,000)
			実績値	12,826	29,589	31,298	31,775
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) 2件	R1	評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成
			目標値	1	1	2	2
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。	R3	実績値	0	0	2	1
			評価	× 未達成	× 未達成	○ 達成	× 未達成
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。	R4	目標値	1	1	2	2
			実績値	0	0	2	1
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。	R5	評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成
			目標値	1	1	2	2
R6	0601 令和6年度は外国人登録者が477人増加したが、新規の動画作成を行っていないため、登録者数が伸びず、上方修正した令和6年度の目標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。 0602 インバウンド向けの本市総合パンフレットの多言語化を実施するなど、利用者の利便性の向上を図った。	R6	実績値	0	0	2	1
			評価	× 未達成	× 未達成	○ 達成	× 未達成

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
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 5,477件	R1	目標値	6,600	7,700	8,800	30,700 (9,900)
			実績値	7,964	13,082	22,918	21,420
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。	R3	評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成
			目標値	6,600	7,700	8,800	30,700 (9,900)
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。	R4	実績値	7,964	13,082	22,918	21,420
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成
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。	R5	目標値	6,600	7,700	8,800	30,700 (9,900)
			実績値	7,964	13,082	22,918	21,420
R6	0701 新たにふるさと納税ポータルサイト「一休.COM」の導入や、伊東市観光案内所で「伊東市ふるさと納税応援感謝券」の取扱いを開始するなど、更なる寄附受付環境の整備を図った。寄附件数は微減したが、寄附額は昨年度を上回った。	R6	評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成
			目標値	6,600	7,700	8,800	30,700 (9,900)

担当課	観光課・生涯学習課	施策5－2の全指標達成率					
政策目標	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	新たな観光形態の構築・推進	指標数	16	16	16	16	16
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	達成数	8	7	9	4	0
		達成率	50.0%	43.8%	56.3%	25.0%	0.0%

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		
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 6,990人	R2 6,990人	目標値	8,000	30,000	31,000	35,000 (32,000)	36,000 (33,000)		
O202 伊東温泉観光客実態調査による調査・分析			実績値	24,800	32,325	34,243	34,720			
			評価	○達成	○達成	○達成	×未達成			
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ました 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。	市民満足度調査の観光施策への満足度 46.5%	R1 46.5%	目標値	52.0	54.0	56.0	58.0	60.0		
			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			
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。			目標値	52.0	54.0	56.0	58.0	60.0		
			実績値	47.9	49.1	47.9	50.3			
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			評価	×未達成	×未達成	×未達成	×未達成			
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是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。										

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	1	0		
			達成率	0.0%	0.0%	0.0%	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
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 74件	R1 74件	目標値	90	105	120	135	150	件以上	観光課
			実績値	75	101	92	109			
			評価	× 未達成	× 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	15,625千円			
			評価	—	—	× 未達成	○ 達成			
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つたため、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。								
年度評価	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。								
	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。								
R5	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。								
	0301	目標値は下回ったものの問い合わ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。								
R6	0303	制作会社等に補助金の周知が図られており、比較的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。								

※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O302を修正し、管理指標O303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	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%			
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	基準値	R3	R4	R5	R6	R7			
			R1	目標値 ○社	2 0	4 3	6 3	8 3	10	社 以上	観光課
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成			

担当課	観光課	施策5－3の全指標達成率					
政策目標	5 活力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	5	0
	達成率	28.6%	42.9%	50.0%	35.7%	0.0%	

1 成果指標（KPI）		指標数	2	2	2	2	2					
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 人 以上	担当課 観光課			
		R1	目標値 30,000,000	実績値 26,168,435	達成率 0.0%	目標値 44,000,000	実績値 36,930,551	達成率 0.0%	目標値 46,000,000	実績値 39,003,247	達成率 0.0%	
		43,859,475人	評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		
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 人 以上	担当課 観光課			
目標値 の 考え方		R1	目標値 400,000	実績値 24,540	達成率 646,530人	目標値 630,000	実績値 98,943	達成率 301,313	目標値 645,000	実績値 649,283	達成率 × 未達成	
		646,530人	評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		
		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。	1(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。							
R3年度		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なものであった。	2(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。							
		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。	1(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。							
R4年度		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。	2(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。							
		1(実績評価)	・インバウンドについても、当地区的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。	1(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。	1(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。	2(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等と連携を図りインバウンド施策を進めていく。							
R6年度		1(実績評価)	・令和元年度の90%、対前年比101%であり、引き続き回復基調にあるが、コロナ禍前の水準には戻っておらず、増加率が鈍化してきている。	1(次年度修正)	・増加率が鈍化してきていることから、各市町や団体等が積極的に行っている誘客対策事業について、事業効果が最大限に発揮できるよう、広域での連携・周遊・宣伝等を推進し、誘客対策を実施していく。							
		2(実績評価)	・前年比215%と大幅に増加しており、国全体の令和5年から令和6年の増加率（143%）を上回った。目標値は達成できなかったが、目標値に近い人数まで増加した。	2(次年度修正)	・国全体を上回る増加率となっていることから、引き続き、美しい伊豆創造センター等と連携を図りインバウンド施策を進めていく。							

O2	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	
O201	再認定（日本・世界）に向けた整備	ジオガイド累計人數	R1 195人	目標値 実績値 評価	230 194 × 未達成	265 193 × 未達成	300 183 × 未達成	335 175 × 未達成	370	人 観光課 以上
O202	イベント等の実施	イベント等実施回数	R1 18回	目標値 実績値 評価	20 11 × 未達成	22 23 ○ 達成	24 32 ○ 達成	26 22 × 未達成	28	回 観光課 以上
O203	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 実績値 評価	21,000 7,135 × 未達成	22,000 12,530 × 未達成	23,000 12,937 × 未達成	24,000 16,598 × 未達成	25,000	人 観光課 以上
O204	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	R1 ※2	目標値 実績値 評価	3 2 × 未達成	4 0 × 未達成	— — —	— — —	—	件 観光課 以上
O205	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	R1 ※2	目標値 実績値 評価	— — —	— — —	6 5 × 未達成	6 2 × 未達成	6	件 観光課 以上
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。								
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。								
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はできなかったが、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。								
	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O204を見直し、新たに管理指標O205を設定した。

※3 全国宣伝販売促進会議については、静岡テ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。

O4 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	1	0		
			達成率	0.0%	50.0%	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
O401 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
O402 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		実績値	128,095	183,609	206,151	222,142			
O401	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。		評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			
O402	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。								千人以上	観光課
R3	O401	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。	O402	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。						
R4	O401	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。	O402	コロナ禍が明け、アウトドアスポーツを中心に対応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。						
R5	O401	国内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ており、特に神奈川県が大きく増加した。また、令和6年度はアメリカ市場における訪日旅行プロモーション事業を行い、更なる誘客のための施策を行った。	O402	コロナ禍以降、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、地域のプロスポーツ団体、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、サイクリングなどのスポーツ大会を中心とした誘致を実施、支援することで交流人口増加を図った。						
R6	O401	国内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ており、特に神奈川県が大きく増加した。また、令和6年度はアメリカ市場における訪日旅行プロモーション事業を行い、更なる誘客のための施策を行った。	O402	コロナ禍以降、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、地域のプロスポーツ団体、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、サイクリングなどのスポーツ大会を中心とした誘致を実施、支援することで交流人口増加を図った。						

担当課	産業課・企画課	施策5－4の全指標達成率					
政策目標	5 活力あふれ交流でにぎわうまち	年度	R3	R4	R5	R6	R7
施策分野	4 商工業の振興	指標数	19	19	19	18	18
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	達成数	9	12	10	8	0
		達成率	47.4%	63.2%	52.6%	44.4%	0.0%

1 成果指標（KPI）		基準値	指標数	2	2	2	2	2	単位	担当課
			達成数	1	2	1	2	0		
成果指標 1 有効求人倍率		R2.3時点 1.22倍	達成率	50.0%	100.0%	50.0%	100.0%	0.0%	倍	産業課
			基準値	R3	R4	R5	R6	R7		
目標値 の 考え方	有効求人倍率	目標値	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00		以上	産業課
		実績値	1.12	1.43	1.46	1.75				
目標値 の 考え方	新規創業件数	評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成			件	産業課
		基準値	R3	R4	R5	R6	R7			
R3 年度		R1	目標値	15	15	15	15	15	件	産業課
		12件	実績値	13	18	14	18			
R4 年度		評価	× 未達成	○ 達成	× 未達成	○ 達成			以上	産業課
R5 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。						以上	産業課
		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。							
R6 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。						以上	産業課
		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。							
		1 (実績評価)	・目標値を達成できた。						以上	産業課
		(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。						以上	産業課
		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、ハローワークやしづ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。						以上	産業課

05 雇用の促進		達成状況	指標数	3	3	3	2	2	
			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	
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 2回	R1 2回	目標値	2	2	2	2	2	
			実績値	1	1	1	1		
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 50%	R1 50%	評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		
			目標値	55.0	60.0	65.0	-	-	
			実績値	85.0	-	-	-	-	
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 2回	R1 2回	評価	○ 達成	× 未達成	× 未達成	-		
			目標値	2	2	2	2	2	
			実績値	1	1	1	1		
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。								
	R3 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。								
	R3 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。								
	R4 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。								
	R4 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。								
	R5 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く。※当指標に変わるべき指標がないことから、令和6年度以降は削除する。								
	R5 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。								
R6	0501 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。								
	0503 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。								

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	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	単位 担当課	
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	—	—	—	
0602 調査・情報収集	県や民間団体等との意見交換の回数		実績値	0	0	—	—	—	
			評価	× 未達成	× 未達成	—	—	—	
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 1件	目標値	4	70	80	200(90)	200(100)	
			実績値	68	131	196	331	—	
			評価	○ 達成	○ 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 0件	目標値	—	—	3	4	5	
			実績値	—	—	4	4	—	
			評価	—	—	○ 達成	○ 達成	—	
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。								
年 度 評 価	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。								
	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。								
R6	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。								
	0602 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。								
	0603 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。								
	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。								

※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。

O7 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	1	0		
		達成率	50.0%	50.0%	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	
O701 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 65%	R1 65%	目標値 実績値 評価	66.0 78.8 ○ 達成	67.0 76.4 ○ 達成	68.0 76.4 ○ 達成	76.4 76.4 ○ 達成	% 以上 産業課	
O702 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 18,000回	R1 18,000回	目標値 実績値 評価	20,500 17,500 × 未達成	23,000 14,500 × 未達成	25,500 23,000 × 未達成	28,000 - -	回 以上 産業課	
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サイトの閲覧数増加につながらなかったものと考える。今後は、SNS等を利用して、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。							
	R6	0701 キャッシュレス決済ポイント還元事業を独自で実施する商店街もあるが、キャッシュレス媒体事業者への手数料の負担感から導入率が伸び悩んでいる。必要に応じて、市の経済対策を実施する際には、キャッシュレス決済ポイント還元事業の実施を検討し、導入率を高めていく。 0702 ぬくもーるのECサイトを運営していた事業者が破産手続を開始したことから、同サイトが閉鎖され、閲覧数の確認ができなくなった。※当指標に変わらざる指標がないため、令和7年度以降は削除とする。							
	O8	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 達成数 達成率	1 1 100.0%	1 1 100.0%	1 0 0.0%	1 0 0.0%	
	主な内容	管理指標	基準値	R3	R4	R5	R6	R7	単位 担当課
O801 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 5,477件	R1 5,477件	目標値 実績値 評価	6,600 7,964 ○ 達成	7,700 13,082 ○ 達成	8,800 22,918 ○ 達成	30,700 21,420 × 未達成	38,400 (11,000) -	件 以上 企画課
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。							
	R6	0801 新たにふるさと納税ポータルサイト「一休.COM」の導入や、伊東市観光案内所で「伊東市ふるさと納税応援感謝券」の取扱いを開始するなど、更なる寄附受付環境の整備を図った。寄附件数は微減したが、寄附額は昨年度を上回った。							

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%

2 基本的な取組（2桁コード）・主な内容（4桁コード）		達成状況	指標数	13	13	13	13	13	※ 基本的な取組・主な内容の達成状況	
			達成数	7	4	9	8	0		
			達成率	53.8%	30.8%	69.2%	61.5%	0.0%		
O1 新規就農者の確保		達成状況	指標数	2	2	2	2	2	※ 基本的な取組・主な内容の達成状況	
			達成数	2	0	2	2	0		
			達成率	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%		
主な内容		基準値		R3	R4	R5	R6	R7	単位	
O1O1 就農時に必要となる資金の支援		R1 1件	目標値	1	1	1	5 (1)	5 (1)	件	
			実績値	1	0	9	7		産業課	
O1O2 農業施設の整備への支援			評価	○ 達成	✗ 未達成	○ 達成	○ 達成		以上	
		R1 0件	目標値	1	1	1	1	1	件	
			実績値	1	0	1	1		産業課	
			評価	○ 達成	✗ 未達成	○ 達成	○ 達成		以上	
年度評価	R3	O1O1 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を行い、引き続き就農に向けた支援に取り組む。								
	R4	O1O2 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。								
	R5	O1O1 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を行い、引き続き就農に向けた支援に取り組む。								
	R6	O1O2 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。								
	R7	O1O1 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。								
	R8	O1O2 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。								
年次評価	R9	O1O1 補助対象の拡充を行ったため、目標値を達成することができた。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を行い、引き続き就農に向けた支援に取り組む。								
	R10	O1O2 補助対象の拡充を行ったため、目標値を達成することができた。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を行い、引き続き就農に向けた支援に取り組む。								

O2	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
			達成数	2	0	2	0
			達成率	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%
	主な内容	管理指標	基準値	R3	R4	R5	R6
O201	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 1件	R1	目標値	1	1	1
				実績値	3	0	3
				評価	○ 達成	✗ 未達成	○ 達成
O202	農地中間管理事業等の活用	利用権設定面積 3.1ha	R1	目標値	2.1ha	2.1ha	2.1ha
				実績値	3.4ha	0.9ha	3.7ha
				評価	○ 達成	✗ 未達成	○ 達成
年 度 評 価	O201	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。					
	O202	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じた農地の集約や、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。					
	O201	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。					
	O202	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。					
	O201	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。					
	O202	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。					
	O201	令和6年度においては、協議の場の結果を踏まえて「地域計画」案を作成した。「地域計画」案の説明会を1回実施し、対象地域及び関係者への意見聴取を行った。					
	O202	令和6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。また池地区基盤整備事業の工事実施状況により、段階的に農地中間管理事業の活用を進めていく。					

O4 鳥獣被害防止		達成状況	指標数	2	2	2	2	2	
			達成数	1	1	1	1	0	
			達成率	50.0%	50.0%	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
O401 獣害者への支援	わな実務研修参加者数 15人	R2 15人	目標値	16	17	18	19	20	人以上 産業課
			実績値	12	0	12	12		
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		
O402 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) 1,013頭	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	850		
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成		

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	1	0	
			達成率	33.3%	33.3%	33.3%	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	
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 産業課 以上
			実績値	2	2	1	1		
			評価	× 未達成	× 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 産業課 以上
			実績値	58	53	49	47		
			評価	× 未達成	× 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 産業課 以上
			実績値	200	423	330	359		
			評価	○ 達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成		
年度評価	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。								
	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 目標策定期、「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。								
	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。								
	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。								

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	1	0	
			達成率	0.0%	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	
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 農業委員会事務局 以上
			実績値	2	2	2	2		
			評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成		
年度評価	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に、R4以降の目標値を変更する。								
	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。								
	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。								
	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。								

O3 魚食の普及		達成状況	指標数	5	5	5	5	5
			達成数	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 170人	目標値	170	170	170	170	170	人 産業課 以上
O302 学校給食の活用		実績値	120	200	215	195		kg 産業課 以上
O303 各種イベントへの参加		評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成		回 産業課 以上
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 R1 8回	目標値	8	8	8	8	8	回 産業課 以上
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		実績値	0	2	4	2		回 産業課 以上
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。		評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		回 産業課 以上
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。	情報誌等の発行回数 R2 120人	目標値	1	1	1	1	1	回 産業課 以上
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く。		実績値	0	1	1	1		回 産業課 以上
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。		評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	○ 達成		人 産業課 以上
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。		目標値	180	240	300	360	420	
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。	R3	実績値	118	240	304	351		
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。		評価	× 未達成	○ 達成	○ 達成	× 未達成		
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。	R4							
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。								
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。	R5							
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るず、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。								
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。	R6							
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るず、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。								

※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	
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 〇回	目標値	2	3	4	5	6	
	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		実績値	1	3	3	6		
O402 ワークーションの推進	ワンストップ窓口問い合わせ件数(単年)	R1 〇件	評価	× 未達成	○ 達成	× 未達成	○ 達成		
			目標値	1	1	1	2	2	
年度評価	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。	R1 〇件	実績値	1	2	0	0		
	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。		評価	○ 達成	○ 達成	× 未達成	× 未達成		
R3	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。	R1 〇件	目標値	25	50	60	70	80	
	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。		実績値	11	14	9	8		
R4	O401 イベント実施回数、コワーキングスペース設置件数と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。	R1 〇件	評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		
	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。								
R5	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。	R1 〇件							
	O402 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。								
R6		R1 〇件							

担当課	秘書広報課	施策5－8の全指標達成率					
政策目標	5 活力あふれ交流でにぎわうまち	年度	R3	R4	R5	R6	R7
施策分野	8 國際交流の推進・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	4	0
		達成率	18.2%	18.2%	45.5%	36.4%	0.0%

1 成果指標（KPI）			指標数	3	3	3	3	3	
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 R2 72.3%	達成数	0	0	1	2	0	
			達成率	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	
			R3	R4	R5	R6	R7	単位 担当課	
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。	目標値 R2 72.3%	目標値	73.0	75.0	76.0	77.0	78.0	% 秘書広報課
			実績値	70.4	65.4	59.5	60.3		以上
			評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	× 未達成		
目標値 の 考え方	日本語教室受講者数（延べ人数）	基準値 R1 958人	R3	R4	R5	R6	R7	単位 担当課	
			目標値	1,072	1,129	1,186	1,243	1,300	人 秘書広報課
			実績値	799	988	1,126	1,531		以上
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。	評価	× 未達成	× 未達成	× 未達成	○ 達成	○ 達成		
R 3 年 度	国内姉妹（友好）都市交流事業の実施回数	基準値 R1 6回	R3	R4	R5	R6	R7	単位 担当課	
			目標値	6	6	6	6	6	回 秘書広報課
			実績値	2	5	7	7		以上
R 4 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つたため、市民満足度の割合の目標値を達成できなかつた。 (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つてゐる事業を開催し、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つた。 (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つていく。 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つた。 (次年度修正点) ・例年行つてゐる事業を開催し、交流を継続していく。	評価	× 未達成	× 未達成	○ 達成	○ 達成			
R 5 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つたため、市民満足度の割合の目標値を達成できなかつた。 (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つてゐ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つた。 (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つていく。 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つた。 (次年度修正点) ・例年行つてゐる事業を開催し、交流を継続していく。	評価							
R 6 年 度	1(実績評価) ・令和6年度も継続してイベント等を実施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つたため、目標値を達成できなかつた。 (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、目標値に近づくことができた。 (次年度修正点) ・引き続き、教室の周知を図つていく。 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。	評価							

O2 国際理解の啓発		達成状況	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
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つたと感じた参加者の割合	—	目標値 実績値 ※6	800 0 53.0	80.0 — 55.6	80.0 — 55.6	80.0	% 秘書広報課 以上
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 実績値 評価	3 0 × 未達成	3 1 × 未達成	3 2 × 未達成	3	回 秘書広報課 以上
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つたと答えた人（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つたと答えた人（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 4言語	目標値 実績値 評価	4 4 ○ 達成	4 4 ○ 達成	4 4 ○ 達成	4 8 ○ 達成	4 各課 以上 (秘書広報課)
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 実績値 評価	5/日 5/日 ○ 達成	5/日 5/日 ○ 達成	5/日 5/日 ○ 達成	5/日 5/日 ○ 達成	回 秘書広報課 以上
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。 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。 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。 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。 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 実績値 評価	3 2 × 未達成	3 1 × 未達成	3 2 × 未達成	3 2 × 未達成	回 秘書広報課 以上
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