

明和町総合戦略 重要業績評価指標効果検証シート

重要業績評価指標の効果検証

掲載頁	重要業績評価指標 (KPI) 名	平成26年度	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		目標値
		現状値	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	
P39	【数値目標】U Iターンの移住者	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	年間10人
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
実績に対するコメント (未達成の場合は理由など)		(KPIごとに理由を記入) Uターン、Iターンについては大都市圏に住んでいたという要件に加え、その前の居住についても確認する必要があるため把握が困難である。													
達成するための課題		(KPIごとに達成するために必要な取り組みなどを記入) コロナ禍の状況の中で、大都市圏での移住相談会及び対面での移住相談が難しくなっているため、WEB等オンラインでの移住相談についても行えるよう環境を整備していきたい。 同時に就学・就職で一度明和町を出たとしても戻ってくるよう、郷土愛の育成、働き先の充実および子育てしやすい環境等を整備のが課題である。 Uターン・Iターンかの判断を行うため、今後戸籍住民係と協力し、転入者にアンケートを記入してもらおうよう整備していく。													
今後の見直し (新規指標設定・廃止を含む)		新規KPI設定などを具体的に記入 第2期明和町総合戦略ではUターン、Iターンについて区別せず、移住としてひとくくりとしてKPIを設定した。													

重要業績評価指標の効果検証

掲載頁	重要業績評価指標 (KPI) 名	平成26年度	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		目標値
		現状値	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	
P39	空き家バンクの登録件数	0	0	0%	0	0%	0	0%	2	20%	0	0%	0	0%	10件(年間)
P39	空き家利活用件数	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1件(年間)
P39	趣旨に賛同し、協力空き家戸数	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5戸(年間)
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
実績に対するコメント (未達成の場合は理由など)		空き家については、対象となる建物の有無に加え、所有者の意向もあることから実績の計上が難しい面がある。													
達成するための課題		空き家バンクに2件の登録があるものの、利活用まで進むのが難しい現状にある。													
今後の見直し (新規指標設定・廃止を含む)		今後も空き家バンク等の住宅情報の提供体制の整備及びホームページを更新し相談窓口機能の強化を行っていく。また、空き家改修、再生費用、Wi-Fi環境等の整備費用助成を併せて行っていく。													

重要業績評価指標の効果検証

掲載頁	重要業績評価指標 (KPI) 名	平成26年度	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		目標値
		現状値	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	
P39	定住促進助成制度を活用したことによる、新築住宅数	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10件
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
実績に対するコメント (未達成の場合は理由など)		住宅の新築件数は、時点の経済状況や周囲のインフラ整備状況によって大きく変動し、現在は、施策を実施しない中で高水準を維持している。													
達成するための課題		住宅・開発助成は、直接的な事業者・建築主への支援として効果が期待できるものの、他の施策との二重投資となってしまう懸念や、外的要因(経済状況等)による効果の変動を検討する必要がある。													
今後の見直し (新規指標設定・廃止を含む)		住宅・開発助成は、現状では必要がないと考えるが、経済情勢等を見ながら必要に応じて検討をする。													

重要業績評価指標の効果検証

掲載頁	重要業績評価指標 (KPI) 名	平成26年度	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		目標値
		現状値	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	
P40	特産品(土産物)新規商品化数	—	1	%	0	%	1	%	1	%		%	6	%	毎年1品
P40	観光入込客数	179,761	208,817	87.0%	204,112	85.0%	220,268	91.8%	227,176	94.7%	275,326	114.7%	122,237	50.9%	24万人
P40	イベント来場者数 (斎王まつり、いつきのみや 観月会、追儺のまつり、梅まつり、日本遺産関連)	—	8,000	16.0%	42,750	85.5%	49,365	98.7%	45,542	91.1%	42,150	84.3%	1,500	3.0%	5万人
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
実績に対するコメント (未達成の場合は理由など)		<p>特産品登録数については、平成28年度から重要業績評価指標(KPI)を「特産品(土産物)新規商品化数」に変更し、毎年1品を目標値として事業を展開してきた。平成28年度については、地域住民生活等緊急支援交付金(地方創生先行型)事業にて実施した、特産品(お土産物)アイデア全国コンクールの入賞作品の商品化に取り組んだが、財源を予定していた中小企業庁の「ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業」が不採択になったため商品化に至らなかった。平成29年度は、斎宮でとれた古代米によって作られた黒酢「招健美 結びの皇女酢 紫(ゆかり)」、30年度は古代米を粉末利用した「まるでわらびもち」の特産品新規商品化を行った。</p> <p>観光入込客数については、平成28年度から重要業績評価指標(KPI)目標値を第5次明和町総合計画(後期基本計画)に合わせ平成31年度24万人に変更した。平成28年度までの観光入込客数は、約20万人前後でほぼ横ばいだったものの、平成29、30年度には22万人を超え、目標値24万人(平成31年度)に対して94.7%、令和元年度では24万人を超え達成率114%となったが、新型コロナウイルスの影響から令和2年度は12万人という実績になった。</p> <p>イベント来場者数についても、平成28年度から重要業績評価指標(KPI)を明和町で開催している主要なイベント来場者数に変更し、平成31年度の目標値を5万人と設定した。イベント来場者数ということで天候にも影響されるが、平成27年度の日本遺産認定から継続して斎宮跡地内でイベントを開催するとともに、29年度は歴史的風致維持向上計画事業にて整備された施設を活用した文化庁主催のイベントを誘致し、来場者数は49,365人であったが、30年度は通常のイベント開催となり、前年度と比較すると減少したが、28年度と比較すると、ほぼ横ばいとなっている。令和元年度の終盤から2年度は新型コロナウイルスの影響を受けイベントが軒並み中止となったが、withコロナとしてスタンプラリーを開催し3密になりにくいイベントとしてコロナ過ではあるものの多くの方に参加してもらえた。</p>													
達成するための課題		<p>住民の町内観光資源への関心が低い。観光客の町内滞在時間が短く消費できる環境が少ない。県内、近隣市町との連携を促進していく必要がある。情報発信力が不十分である。等の課題が上げられる。</p>													
今後の見直し (新規指標設定・廃止を含む)		<p>R3年度から新たな明和町観光振興計画に基づき、観光資源を最大限に有効に活用し、住民自身が観光資源の魅力を知ることができる機会を作り、歴史や文化に関心が低い方にもわかりやすく伝えていく。町内での滞在時間を拡大させることができる観光商品を提供し、ここだけでしか体験できないサービスを開発し、顧客満足度の向上をはかるおもてなしに努める。また、伊勢志摩へ訪れる方の立ち寄りを促進し、広域的な視点で滞在時間を増加させていく。</p> <p>さらに、特性に合う客層を絞り込むなど効果的な情報発信を行い、「オンリーワン」の魅力を発信する等、観光の動機づけの強化を図る。</p>													

重要業績評価指標の効果検証

掲載頁	重要業績評価指標 (KPI) 名	平成26年度	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		目標値
		現状値	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	
P41	案内板・説明板の新設・改修・更新数	—	9基 (9基)	30%	23基 (14基)	77%	30基 (7基)	100%	36基 (6基)	120%	36基 (0基)	120%	37基 (1基)	123%	30基
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
実績に対するコメント (未達成の場合は理由など)		案内板・説明板の新設・改修・更新数については、日本遺産魅力発信推進事業と明和町歴史的風致維持向上計画に基づく事業により、各種総合案内板、案内標識、説明看板を設置してきた結果、平成29年度には目標値である30基を達成している。平成30年度は、歴史的風致維持向上計画に基づく都市再生整備事業にて総合案内板5基を新設、町指定有形文化財である六地藏石幢の説明版の改修を実施し、令和元年度は新設・改修は行わなかったが、令和2年度には竹神社に新設をしている。													
達成するための課題															
今後の見直し (新規指標設定・廃止を含む)		今後は、町全域の案内板・説明板の計画的な更新を含め、令和2年12月に策定した文化財保存活用地域計画に基づき整理を行い事業化することで、新たな補助メニューなどで実施していきたい。													

重要業績評価指標の効果検証

掲載頁	重要業績評価指標 (KPI) 名	平成26年度	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		目標値
		現状値	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	
P42	年間観光消費額(千円)	481,939	559,838	53.4%	547,224	44.7%	590,538	74.4%	609,058	87.1%	738,149	175.5%	327,717	0.0%	146,000千円以上 (増加数)
P42	教育旅行ヘルスツーリズム・キャンプ場等受入数	4,287	4,606	14.5%	5,441	52.5%	5,338	47.8%	5,362	48.9%	6,700	109.7%	6,114	83.0%	2,200人以上(増加数)
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
実績に対するコメント (未達成の場合は理由など)		令和2年度は新型コロナウイルスの影響から目標値に達することはできなかった。しかし、新型コロナウイルスの影響を受ける前の令和元年度は目標を達成しており、通常であれば目標を達成していた可能性は高い。													
達成するための課題		住民の町内観光資源への関心が低い。観光客の町内滞在時間が短く消費できる環境が少ない。県内、近隣市町との連携を促進していく必要がある。情報発信力が不十分である。等の課題が上げられる。													
今後の見直し (新規指標設定・廃止を含む)		R3年度から新たな明和町観光振興計画に基づき、観光資源を最大限に有効に活用し、住民自身が観光資源の魅力を知ることができる機会を作り、歴史や文化に関心が低い方にもわかりやすく伝えていく。町内での滞在時間を拡大させることができる観光商品を提供し、ここだけでしか体験できないサービスを開発し、顧客満足度の向上をはかるおもてなしに努める。また、伊勢志摩へ訪れる方の立ち寄りを促進し、広域的な視点で滞在時間を増加させていく。 さらに、特性に合う客層を絞り込むなど効果的な情報発信を行い、「オンリーワン」の魅力を発信する等、観光の動機づけの強化を図る。													

重要業績評価指標の効果検証

掲載頁	重要業績評価指標 (KPI) 名	平成26年度	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		目標値
		現状値	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	
P42	健康プログラム開発件数 3件以上(年間)	0	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	4	133%	3	100%	3
P42	ヘルスケアビジネス参画事 業者数 3件以上(年間)	0	0	0%	0	0%	8	267%	11	100%	13	100%	15	100%	10
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
実績に対するコメント (未達成の場合は理由など)		海岸ウォーク(タラソテラピー)、齋宮跡を活用した社体験、大仏山森林ウォークの里山体験の健康プログラム内容はH30年度までに概ね決まり、モニターツアーでも参加者から高評価を得た。R1年度にはさらに、雅楽セラピー、和太鼓セラピー、アロマテラピー、レンタサイクルを追加した。R2年度にはお琴セラピー、SUP体験、テントサウナデトックス体験の3つを加え、計10プログラムとなった。各プログラムに対する専門の事業者や指導者が参画し、癒しからアクティビティな分野まで様々な体験が選べるようになった。													
達成するための課題		ここでヘルスツーリズム事業をさらに確実に進めるため人材育成に努め、DMO法人である観光商社を中心とした横のつながりを広め、健康づくりと観光分野が一体となって同時進行でヘルスツーリズム事業を具現化していく。													
今後の見直し (新規指標設定・廃止を含む)		対象者を観光客とする健康プログラムと町民の健康増進を目的とした健康プログラムとを別に考え、より具体的に地域住民、来訪者に合わせたプログラムを提供していく。様々な体験ができるツアー商品をそれぞれのターゲット層に合った情報発信の方法で広めていく。また、ツアーとして観光客を呼び込むためには費用対効果をしっかり検討し、様々な職種の人たちと横のつながりをしっかりもちながら進めていく。													

重要業績評価指標の効果検証

掲載頁	重要業績評価指標 (KPI) 名	平成26年度	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		目標値
		現状値	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	
P43	婚活推進事業における結婚成立件数	0	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	年間5件
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
	実績に対するコメント (未達成の場合は理由など)	婚活については伊勢志摩定住自立圏の事業としていせ出会いセンター事業を活用しており、商工会イベントとあわせて今後も協力していく。													
	達成するための課題	婚活については、より広域の取り組みが必要と思われる。いせ出会いセンター事業のより一層の周知が必要。													
	今後の見直し (新規指標設定・廃止を含む)	本KPIについては、結果としての結婚件数よりも若い人たちが子育てに安心を持てるための施策に重点を置き、第2期明和町総合戦略においてはを設定しなかった。ただし、今後もいせ出会いセンターとの連携は続けていく。													

重要業績評価指標の効果検証

掲載頁	重要業績評価指標 (KPI) 名	平成26年度	平成27年度		平成28年度		平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度		目標値
		現状値	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	実績値	達成状況	
P42	地域資源を活用した商品・サービス開発数	0	—	—	—	—	—	—	—	—	2	25%	6	75%	8件 (3年間)
P42	ECサイト等による特産品販売額	0	—	—	—	—	—	—	—	—	0	0%	2,495	16%	15,000千円 (3年間)
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
				%		%		%		%		%		%	
実績に対するコメント (未達成の場合は理由など)		<p>新型コロナウイルスの影響を受け思うように動けないのが実情である。しかし、そのような中でも松阪や伊勢・鳥羽志摩周辺と連携し、コロナ禍を意識した御祓え体験や茅の輪づくり体験等の開発を行った。名古屋方面の旅行会社に対し開発したツアーの商品を紹介し直接営業するなどし、10月秋ごろのモニターやGoToに合わせた新春ツアーを企画したが、コロナ禍のため断念せざるをえなかった。特産品開発・高付加価値化業務が進みECサイトも充実させ、ふるさと納税返礼品にもECサイト情報の案内を同封し、町内にも回覧、大型商業施設での展示、テスト販売などの取り組みは進めているものの目標の販売額には至らなかった。まだまだ特産品の魅力を伝えられていないと思われる。</p>													
達成するための課題		<p>コロナ禍でも周遊しやすい近隣市町と連携し、マイクロリズム商品の企画・営業・情報発信を行い、また、コロナ終息後の需要回復期を見据えたツアーの検討を行う等、新しい生活様式に応じた中で魅力</p>													
今後の見直し (新規指標設定・廃止を含む)		<p>伊勢の入り口明和町として魅力ある観光商品をさらに充実させ、旅行会社への営業を引き続き行い、また、商談会にも積極的に参加し特産品の販路拡大に努める。いまだ認知度の低い日本遺産をその他のイベントや体験プログラムと絡めコロナ終息後に向けた誘客を図る。</p>													