

令和6年度「実施計画 兼 まちづくり達成状況報告書」（事務事業点検シート）

課等名： 商工観光課 シート No.： 111 作成日： 2025.5/13

① 総合計画上の位置付けと事務事業の背景・目的と目標

後 期 基 本 計 画	施策の大綱	Ⅵ産業振興	事務事業の背景・目的		事務事業の目標	
	施策の目標	3雇用を高め、賑わいをもたらす商工業・観光を振興する	【課題】 ・観光資源に乏しい ・社会情勢の変化に伴う観光ニーズの変化 ・観光物産協会の組織体制の強化 ・商業の衰退 ・地域のつながりが薄れている ・道の駅を活かした観光コンテンツ開発 【目的】 ・交流人口の増加 ・市の知名度向上 ・地域のつながりを再認識する ・地域愛を育む ・市民へ憩いの場所を提供する		【全体】 市内市外を問わず、多くの訪問者を呼び込むため、観光物産協会や旅行事業者等との連携を強化し、地域資源の磨き上げを行います。 【吉野公園】 子育て世代に訪れていただくために、施設の新たな整備方針を地域の皆さんと協議します。 【4大まつり】 観光ニーズが変化する中にもあっても伝統文化の継承は大切です。千姫・ふるさと・将門・花火といった市を代表するお祭りの開催には地域の皆様のご理解ご協力が欠かせないため、実行委員会を組織し、市民協働で事業を実施します。	
	施策	4 観光・交流				
	施策内容	観光振興の強化、観光資源の整備、観光商品の開発				
	その他、根拠法令及び分野別計画等	じょうそう未来創生プラン後期基本計画（R5～9年度）				
事務事業名		観光業の推進				

② アクティビティ（活動・事業）とアウトプット（結果）

③ インプット（投入）

アクティビティ（活動・事業）		アウトプット（結果）			R 6 予算額	R 6 決算額
活動名・事業名 （対象年）	R 6 活動・事業内容	指標（単位）	R 6 目標値	R 7 目標値		
			R 6 実績値	R 8 目標値		
地域資源の活用 （R 6・7・8）	市内周遊を促すため、アプリを使ったイベント企画、観光案内看板の多言語化、パンフレットを更新しました。	トリップアラウンド常総の参加者（人）	300	330	11,006 千円	11,006 千円
			325	330		
観光物産協会の事業PR活動 （R 6・7・8）	マスコットキャラクター、観光大使による観光情報の発信、市内外のイベントに出演をしました。	インスタグラムのフォロワー（人）	1,100	1,100	— 千円	— 千円
			1,033	1,200		
観光物産協会の事業千姫まつり （R 6・7・8）	誘致の会の構成自治体首長招待、ボンネットバスによる市内周遊、高校生の参加促進を行いました。	回遊申込数（人）	50	50	3,550 千円	4,057 千円
			38	50		
観光物産協会の事業将門まつり （R 6・7・8）	演目に初めて「水海道音頭」を取り入れ、市の一体感醸成に努めました。	練習会の開催（回）	8	8	1,800 千円	1,800 千円
			8	8		
観光物産協会の事業ふるさとまつり （R 6・7・8）	ステージイベントの開催方法を見直しました。また、地元企業に運営協力をしていただきました。	協力企業数（社）	12	13	2,500 千円	2,500 千円
			12	14		
観光物産協会の事業物産販売、PR （R 6・7・8）	他自治体や民間企業のイベント参加、千姫グッズの開発研究を行いました。	イベント出展数（回）	6	7	532 千円	532 千円
			7	7		
実行委員会の事業常総きぬ川花火大会 （R 6・7・8）	観覧有料エリアの拡大やクラウドファンディングを導入し、安全対策を行うための財源確保に努めました。	観覧席協賛金（千円）	17,000	19,000	9,000 千円	9,000 千円
			19,746	19,000		
吉野公園運営管理 （R 6・7・8）	へら鮎釣り場の入園管理や清掃を業務委託しています。	公園使用料（千円）	18,000	17,100	18,326 千円	12,841 千円
			12,841	17,100		
吉野公園新たな活用法の検討 （R 6・7・8）	地域住民との協議、中学生に意見聴取先進地視察を行いました。	釣り以外の新規イベント開催（日）	2	3	— 千円	千円
			3	3		
					千円	千円

④ アウトカム（成果）

指標名	目標値	R 6 実績値
吉野公園の来園者（人）	18,000	13,827
観光物産協会の会員数（人）	180	176

⑤ 点検・改善

業務の振り返り	改善の余地			
【道の駅との連携】 ・情報カウンターに設置した電子看板を使い、市内周遊を促しました。 ・道の駅を拠点とした周遊イベントでは市外からの参加者が少なく、周知方法等に課題が残りました。 【観光物産協会】 ・キッチンカー事業者などの会員数が増えています。 ・観光大使を6人態勢とすることで SNS を使った PR 回数が増えました。 【吉野公園】 ・釣り堀に藻が大量発生してへら鮒が釣れず、来園者が減少しました。	☒ コスト	☒ 活動	☒ 成果	☐ その他
	今後の方向性			
	【観光コンテンツ造成】 ・道の駅で取得した人流データを観光施策に活用します。 【財源確保】 ・イベントを開催するためには、市からの補助金以外に実行委員会名で協賛金を集める必要があります。多くの企業に賛同いただけるプログラムを検討していきます。 【吉野公園】 ・釣り堀の適正な維持管理に努めるほか、新たにこども向けの取組を企画します。			