

第1期一宮町総合戦略評価書：個票5
一宮版サーフォノミクス5つの柱

⑤シティープロモーション

総合定性評価	C
--------	---

総合定量評価	A
--------	---

基準日：令和3年3月31日

取り組み策	総合戦略策定時の取組予定内容	取組み結果	定性評価
①移住マーケティング	移住者を増加させるため、官民が連携してマーケティング戦略のためのプロジェクトを設置し、本町の情報戦略の中核として、情報発信を推進していきます。	<ul style="list-style-type: none"> ・転入者転出者アンケートを実施。 ・移住支援サイト「ichinomiya clip」を開設 ・様々な移住等雑誌やメディアの取材を受け入れ町の知名度を積極的に発信した。 ・一宮町サーフタウンプロモーションを行う為に、「サーフィンと生きる町」というサイトを作成し、動画やサーフィンに関連する方々との対談等を掲載している。 ・町公式HPの多言語化。 ・国際交流員配置H29～R3 ・駅前観光案内所と釣ヶ崎海岸観光案内所へWi-Fi設置。 	B
②メディアとの提携	サーフィン雑誌、移住系雑誌等の編集者の目を通して定期的な魅力の発信を行うことで、本町の認知度向上と、イメージアップを図ります。また、都内近郊市区町村のタウン誌等と提携し、移住情報を積極的かつ戦略的に発信し、移住者の増加を促進します。		A
③訪問者向けWi-Fi観光案内	訪問者がインターネット環境を利用できるよう、JR上総一宮駅周辺とサーフィンセンターの2拠点にWi-Fiを設置し、同時に多言語による観光案内を配信します。		B
④公的Webページの多言語化	本町のサーフポイントではサーフィンの国際大会が開かれるなど、海外からの来訪者も増えていることから、英語等の標記を加えることで、海外からの来訪者の一層の誘客を図ります。		B
⑤長生（ながいき）ブランドブランディング&マーケティング事業（広域連携）	長生郡市に共通して存在する自然、歴史・文化、食、観光地、特産品、産業などの地域資源を長生（ながいき）ブランドとして長生郡市で広域にブランド化することで「付加価値」を創出し、他の地域との差別化を図り、競争力を高めます。		D

重要業績評価指標(KPI)					
評価指標	計画時現状値	計画策定時目標値(H31)	再目標値	実績値(R3)	定量評価(R3)
移住相談の件数	30件	150件	150件	144件	A
公的ホームページの多言語率	0%	30%	100%	100%	A

評価の四段階の目安

- A：計画以上に進捗しており、継続して推進する
- B：ほぼ計画通り進捗しており、このまま継続して推進する
- C：目標をやや下回る見込みであり、要因の分析と見直しの要否を検討する
- D：目標を大きく下回る見込みであり、要因の分析と見直しを要する

定量評価の四段階の目安

- A：達成済みもしくは順調であれば達成する可能性が高い。(達成率80%以上)
- B：最終的に達成するか不明であるが、順調に数値としての成果が上がってきている。(達成率50%～80%)
- C：目標年次のデータは未確定であるものの、このままだと達成する見込みが薄い。(達成率50%未満)
- D：目標年次の目標値に対して未達成である。