

独自戦略1 地域資源である食と観光の魅力に着眼した潟上経済活性化

施策8 潟上市の新たな観光スタイル「体験・滞在型観光」の促進

1 令和5年度 施策の方向性
 潟上市の新たな観光スタイルとして、佃煮・味噌・醤油の伝統的なものづくりや果樹もぎ取りなどを体験し、新たな価値を見出す「コト消費」を前面に打ち出した「体験・滞在型観光」を促進し、潟上経済の活性化を目指す。

2 事業概要 ※（ ）は活動目標値

- (1) **体験型観光コンテンツへの誘客事業**
 伝統産業や1次産業に新たに「コト消費」を充実させるため、“見る・学ぶ・体験する”を狙った体験型観光コンテンツへの参加者を誘客した。
 ■活動内容 ・体験観光コンテンツ促進のための助成金創設
 ■達成状況 ・体験型観光受入れ企業への助成：2回（3回）
 ・体験型観光への参加者数：103人（20人）
- (2) **体験型観光コンテンツPR支援事業**
 各事業者が観光客を誘客するために、ホームページやSNS等によるPRについて、より効果的な情報発信となるように支援するための方策を検討した。
 ■活動内容 ・専門家による支援
 ■達成状況 ・ホームページやSNS等によるPR支援件数：1件（5件）
- (3) **関係機関情報発信強化事業**
 観光拠点を管理する行政や1次産業を支援する団体、商工業者を支援する商工会など地域内関係機関が一体となったサイトにより情報発信を強化した。
 ■活動内容 ・潟上市一体型観光情報サイト設置に向けた構成内容の協議・検討
 ■達成状況 ・ホームページによる関係機関・団体情報の掲載：1回（5回）
- (4) **観光商品情報発信強化事業**
 観光情報サイトにより食や体験型観光コンテンツ、イベント情報など潟上の魅力を発信し、体験・滞在型観光を推進することで、観光客を誘客し地域内事業者の利益につなげた。
 ■活動内容 ・サイト構築のためのデザイン構成検討並びに整備
 ■達成状況 ・ホームページによる観光情報の発信：3回（5回）
 ・観光情報サイトの閲覧者数：2,044件（600件）

施策目標	実績値（目標値）				
	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
(1) 体験型観光への参加者数 体験型観光に参加した人数	— (—)	103人 (20人)	(40人)	(60人)	(80人)
達成状況	—	達成			
(2) 観光情報サイトの閲覧者数 ホームページ内の観光ページの閲覧者をカウント	1,788件 (500件)	2,044件 (600件)	(700件)	(800件)	(1,000件)
達成状況	達成	達成			

4 施策目標に関する検証

- (1) **体験型観光への参加者数**
 ≪効果があった事業及びその内容≫ 何が良かったのか
 ・体験型観光コンテンツへの誘客事業
 体験型観光受入れ企業への助成金を創設したことにより、体験型観光への誘客に結びつけたこと。

 ≪検討の余地がある事業及びその内容≫ 何が悪かったのか
 ・体験型観光コンテンツPR支援事業
 体験型観光コンテンツの整備が遅れたことにより、専門家派遣等によるPR支援に結び付けられなかったこと。
- (2) **観光情報サイトの閲覧者数**
 ≪効果があった事業及びその内容≫ 何が良かったのか
 ・観光商品情報発信強化事業
 観光情報サイトへの閲覧促進を図るため、販売会等実施時に周知チラシ配布に取り組んだことにより、観光情報サイト閲覧数が増加したこと。

 ≪検討の余地がある事業及びその内容≫ 何が悪かったのか
 ・関係機関情報発信強化事業
 サイト整備に時間を要し、本格的なサイトの稼働に至らなかったことで、関係機関・団体情報及び観光情報の発信につなげられなかったこと。

5 次年度への改善点

- (1) **体験型観光コンテンツへの誘客事業**
 食の情報発信を継続し、体験型観光コンテンツやイベント情報、団体情報等の観光情報サイトを本格的に稼働するため、情報の収集・発信に努める。併せて、施策目標について見直しを検討する。
- (2) **関係機関情報発信強化事業**
 観光情報サイトに随時新規情報を発信するため、関係団体及び各企業からの情報収集に努めるとともに、情報提供シートを活用した情報収集体制を確立する。