

## 観光振興ビジョンKPI

### 市民向けアンケートを踏まえての KPI の設定

番号	タイトル	指標
1	観光スポットの認知度（質問E：あなたは市内の観光スポットをどのくらい知っていますか。）	
	設定理由	指標（KPI）
	1人あたりの市内の観光スポット認知件数の変化によって市民からの観光スポットの認知度を把握することが出来る。	（市内） R2:1人あたり7件 R5:目標1人あたり10件
2	観光スポットの愛着度（質問N：市内の観光スポットを友人や知人に勧めたいと思いますか。）	
	設定理由	指標（KPI）
	「強く思う」、「思う」の割合の変化によって市内の観光スポットへの愛着度を把握することが出来る。	（市内） R2:割合 35%（2項目合計） R5:目標 50%（2項目合計）
3	市の観光施策の評価度（質問O：栗東市は観光PRが十分行われていると思いますか。）	
	設定理由	指標（KPI）
	「とても思う」「少し思う」の割合の変化によって市の観光施策への評価度を把握することが出来る。	（市内） R2:割合 13%（2項目合計） R5:目標 20%（2項目合計）

### 県外市外向けアンケート調査を踏まえての KPI の設定（案）

番号	タイトル	指標
4	栗東市の認知度（Q1：あなたは栗東市が何県にあるか知っていますか。）	
	設定理由	指標（KPI）
	「何県にあるか知っていて、県内の大体の場所も知っている。」の割合の変化によって栗東市の認知度を把握することができる。	R3:46.1% R5:50%
5	栗東市の誘因力（Q3：あなたは栗東市に行ったことがありますか。）	
	設定理由	指標（KPI）
	栗東市を1回でも訪れた人の合計の割合を把握することで栗東市の誘因力を把握することができる。	R3:53.6% R5:60%
6	栗東市への期待度（Q15：あなたは今後栗東市に行ってみたいですか。）	
	設定理由	指標（KPI）
	「とても行ってみたい」「やや行ってみたい」の合計の割合を把握することで栗東市への期待度を把握することができる。	R3:38.9% R5:40%

## KPI を達成するための事業などについて（参考）

### ■市内向け KPI、県外市外向け KPI の達成に向けて

#### ○市内向け KPI を達成するための具体的な施策

- ・「ぶらり栗東」や協会発行の「りっとうへ」を新規居住者に配布。

効果 新たに栗東市へ来られた方に対して観光スポットなどの周知を行い、訪問や愛着の醸成ができる。

- ・観光イラストマップを作成し、広報とともに配布。

効果 栗東市在住の方に観光スポットの広報をすることが可能になる。加えて、マップなので、手元に残り活用してもらえる。

- ・市民限定クーポンチラシもしくは冊子の配布

効果 市内のスポットを巡るきっかけとなり、訪問を促すことができる。

#### ○県外市外向け KPI を達成するための具体的な施策

- ・駅や高速道路 SA に「ぶらり栗東」や「りっとうへ」を設置。

効果 駅や SA 利用者に栗東市の広報をすることが可能。

- ・クーポン付きチラシの配布

効果 栗東市に、訪問を促すことが可能。また、観光業者への支援になる。

- ・県外市外での単独物産展の開催

効果 栗東市の特産品やスポットをアピールすることができる。

- ・市内観光看板・案内板の調査、設置

効果 市内市外関係なく、看板を把握し、必要な場所に看板を設置することで各スポットの PR をすることができる。

- ・ホテル等に栗東市の特産品の配布、設置

効果 域内調達の推進及び域内調達のきっかけ作り