別紙1

公益財団法人するが企画観光局　DMO事業評価シート

氏名＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

	項目	評価論点	指標	2018		2019		評価 A（とてもよい） B（良くやっている） C（あまりよくない） D（よくない）	コメント
				目標値	実績値	目標値	実績値 ※7月末時点		
KGI	ブランド価値向上	地域のデスティネーションブランド価値は高まっているか？	純粋想起	0.05%	0.04% ※数値精査中	0.055%	期末調査		
			来訪意向（TOP2BOX）	-	31.0pts	35.0pts	期末調査		
KPI	マーケティング費用効果	マーケティング効率は向上しているか？	露出広告換算額/DMO事業費	-	528/130 （百万円）	580/130 （百万円）	654/130 （百万円） ※2019.8月末時点		
事業進捗KPI	Learn	事業者の参画は進んでいるか？	Learnサイト登録事業者数	-	-	40	40		
		事業の継続性は担保されているか？	MANAVIVAサイト利用者数	-	-	-	-		
	Tea	事業者の参画は進んでいるか？	茶氷参画店舗数	-	12	30	30		
			宵茶参画店舗数	-	-	30	10		
			茶の間設置数	-	-	7	5		
		事業の継続性は担保されているか？	茶氷食数全体	-	30,000	100,000	8,800		
			茶氷フェス食数	-	-	7,000	10,870		
			宵茶オーダー数	-	-	30,000	1,500		
			茶の間利用者数	-	-	100	27		
			GOGUMI体験人数	-	-	-	-		
	Sea	事業者の参画は進んでいるか？	鰹カツ参画店舗数	-	-	10	0		
		事業の継続性は担保されているか？	鰹カツ食数	-	400	1,000	520		
全体		-	-	-	-	-	-		