

【CHECK・ACTION】

指標の推移・評価

活動指標 1（「手段」をもとに設定）	指標名：補助金額	指標の求め方：補助金額
成果指標 1（「成果」をもとに設定）	指標名：観光協会ホームページアクセス数	指標の求め方：観光協会ホームページにアクセスされた人数

			第1次実施3カ年計画				第2次実施3カ年計画				第3次実施4カ年計画					第7期 総合計画
			第1年次 (3年度)	第2年次 (4年度)	第3年次 (5年度)	実施3カ年 合計	第4年次 (6年度)	第5年次 (7年度)	第6年次 (8年度)	実施3カ年 合計	第7年次 (9年度)	第8年次 (10年度)	第9年次 (11年度)	第10年次 (12年度)	実施4カ年 合計	
事業 評価 内容	指標	活動指標1 (単位/千円)	計画値 11,127	11,127	11,127	11,127	11,127	11,127		11,127	11,127	11,127	11,127			
		実績値	7,081	7,047	8,729	9,806	15,011									
	成果指標1 (単位/件)	計画値	132,400	132,800	133,200	133,600	134,000	134,200		134,400	134,600	134,800	135,000			
		実績値	132,566	157,692	161,175	140,214	118,860									
	評価内容	事業の達成度 (活動指標をもとに評価)				あまり達成されていない				ほぼ達成されている						
		事業の成果 (成果指標をもとに評価)				少し上がっている				あまり上がっていない						
		事業の効率性 (事業費に対する成果)				変わらない				あまり上がっていない						
		総合評価				普通である				普通である						
	総合評価の判断理由または指標の実績値に関する自己分析	自己分析： 活動指標は、新型コロナウイルス感染症の影響により、各団体による事業が相次いで中止となり、補助金が未執行となったため計画値を下回った。 成果指標は計画値を満たしているが、今後も各観光関連団体や事業者と連携のうえ効果的な情報発信を実施し、砂川市のイメージアップと知名度向上を図り、観光振興につなげていく必要がある。	自己分析： 新型コロナウイルス感染症の影響によって、団体補助の交付を予定していた事業の一部が中止となり、補助金の未交付があったことから、活動指標は計画値を下回ったが、一方で再開されたイベントも多くあり、それらの情報発信によって成果指標は計画値を上回ったものと考えられる。 なお、本年4月より商工労働観光課副審議監が観光協会事務局長を担っており、人件費に対する補助金の交付は事務局員1名分となっている。	自己分析： 新型コロナウイルスが5類感染症へ移行し、各観光関連団体による事業が再開されることに伴い、雑誌やテレビ、SNS、観光協会ホームページなど各種メディアを活用し情報発信したことにより、目標値を上回ったものと考えられる。 また、令和5年度はほぼ全てのイベントが再開されており、賑わいの回復が見込めることに加え、市職員が観光協会事務局を兼務していることでより連携が図られていることを踏まえ、総合評価は「普通である」と判断した。	判断理由： 活動指標は、観光協会事務局職員を1名採用したことや、観光協会による事業の実施や各種情報発信によって、砂川に関心を持つ観光客が増え、観光協会ホームページアクセス件数は計画値を大きく上回ったものと考えられる。 また、令和5年度はほぼ全てのイベントが再開されており、賑わいの回復が見込めることに加え、市職員が観光協会事務局を兼務していることでより連携が図られていることを踏まえ、総合評価は「普通である」と判断した。	自己分析： 活動指標は、観光協会事務局職員を1名採用したことや、観光協会による事業の実施や各種情報発信によって、砂川に関心を持つ観光客が増え、観光協会ホームページアクセス件数は計画値を大きく上回ったものと考えられる。	自己分析： 活動指標は、観光協会事務局職員を1名採用したことや、観光協会による事業の実施や各種情報発信によって、砂川に関心を持つ観光客が増え、観光協会ホームページアクセス件数は計画値を大きく上回ったものと考えられる。 また、令和5年度はほぼ全てのイベントが再開されており、賑わいの回復が見込めることに加え、市職員が観光協会事務局を兼務していることでより連携が図られていることを踏まえ、総合評価は「普通である」と判断した。	自己分析： 活動指標は、観光協会事務局職員を1名採用したことや、観光協会による事業の実施や各種情報発信によって、砂川に関心を持つ観光客が増え、観光協会ホームページアクセス件数は計画値を大きく上回ったものと考えられる。 また、令和5年度はほぼ全てのイベントが再開されており、賑わいの回復が見込めることに加え、市職員が観光協会事務局を兼務していることでより連携が図られていることを踏まえ、総合評価は「普通である」と判断した。	判断理由： コロナ禍後、全国的に観光需要が回復し、令和7年の訪日外国人は過去最高を記録した。その一方で、物価や宿泊費の高騰等による国内の旅行控えという新たな課題も生じている。このような背景の中、当市では観光協会の[すなわち]を契機とした職員体制の増強をはじめ、観光の動機付けとなる魅力的なコンテンツの発信や、各種イベントの企画・運営による観光客の満足度向上に向けた取組が展開されており、これらは評価できると考える。 また、成果指標である「客単価」・「客数」の減少については、消費者の情報収集手段がSNSへ移行・代替したためと推測され、市場の変化への確に対応していることがうかがえ、外部環境の変化に合わせた施策展開が認められる一方、目標値が未達成となっている現状を踏まえ、総合評価は「普通である」と判断した。	自己分析： コロナ禍後、全国的に観光需要が回復し、令和7年の訪日外国人は過去最高を記録した。その一方で、物価や宿泊費の高騰等による国内の旅行控えという新たな課題も生じている。このような背景の中、当市では観光協会の[すなわち]を契機とした職員体制の増強をはじめ、観光の動機付けとなる魅力的なコンテンツの発信や、各種イベントの企画・運営による観光客の満足度向上に向けた取組が展開されており、これらは評価できると考える。	自己分析： コロナ禍後、全国的に観光需要が回復し、令和7年の訪日外国人は過去最高を記録した。その一方で、物価や宿泊費の高騰等による国内の旅行控えという新たな課題も生じている。このような背景の中、当市では観光協会の[すなわち]を契機とした職員体制の増強をはじめ、観光の動機付けとなる魅力的なコンテンツの発信や、各種イベントの企画・運営による観光客の満足度向上に向けた取組が展開されており、これらは評価できると考える。	自己分析： コロナ禍後、全国的に観光需要が回復し、令和7年の訪日外国人は過去最高を記録した。その一方で、物価や宿泊費の高騰等による国内の旅行控えという新たな課題も生じている。このような背景の中、当市では観光協会の[すなわち]を契機とした職員体制の増強をはじめ、観光の動機付けとなる魅力的なコンテンツの発信や、各種イベントの企画・運営による観光客の満足度向上に向けた取組が展開されており、これらは評価できると考える。	判断理由： コロナ禍後、全国的に観光需要が回復し、令和7年の訪日外国人は過去最高を記録した。その一方で、物価や宿泊費の高騰等による国内の旅行控えという新たな課題も生じている。このような背景の中、当市では観光協会の[すなわち]を契機とした職員体制の増強をはじめ、観光の動機付けとなる魅力的なコンテンツの発信や、各種イベントの企画・運営による観光客の満足度向上に向けた取組が展開されており、これらは評価できると考える。			
		今後の方向性				手段の見直し				現状のまま継続						
	方向性の判断理由改善、改革の内容 (R5、R8、R10)		R5： 令和5年5月より新型コロナウイルスが5類感染症に引き下げられたことで、ほぼ全てのイベントがコロナ禍前と同様に実施されており、今後においても、まちの賑わい創出や地域の活性化につながる取り組みは重要であると判断できることから、観光協会による自主事業、事務局事業及びその他団体に対する補助、観光PRなどの情報発信に対する支援として、適正な補助金の支出とともに必要な連携を行っていくものである。 なお、令和4年度において、観光協会に地域おこし協力隊1名を配置する検討が進められてきたところ、市職員が観光協会の事業や運営に携わることとなったことから見送り、令和5年度も同様の対応としているが、令和7年4月に開設を予定している駅前施設における観光協会の役割を考慮し、令和6年度以降、観光協会の業務を主とする地域おこし協力隊の採用を改めて検討するなど、「手段の見直し」を行っていくものである。				R8： 当市の観光入込客の多くを占める日本人客が、物価高騰等による旅行控えの傾向にあり、今後もその傾向は続き、[近場志向][穴場志向][回数より質][コスパ重視]の方向性へシフトしていくと考える。 こうした外部環境の変化を踏まえ、当市としては、『札幌圏や旭川圏に住む方々への効果的な情報発信』『近場でリフレッシュや非日常体験ができるコンテンツの造成』が有効と考え、令和7年度観光協会の体制を強化していく取組は「現状のまま継続」していくべきである。				R10： 当市の観光入込客の多くを占める日本人客が、物価高騰等による旅行控えの傾向にあり、今後もその傾向は続き、[近場志向][穴場志向][回数より質][コスパ重視]の方向性へシフトしていくと考える。 こうした外部環境の変化を踏まえ、当市としては、『札幌圏や旭川圏に住む方々への効果的な情報発信』『近場でリフレッシュや非日常体験ができるコンテンツの造成』が有効と考え、令和7年度観光協会の体制を強化していく取組は「現状のまま継続」していくべきである。					

【CHECK・ACTION】

指標の推移・評価

活動指標 1（「手段」をもとに設定）	指標名：観光協会ホームページアクセス数	指標の求め方：観光協会のホームページにアクセスされた人数
成果指標 1（「成果」をもとに設定）	指標名：市全体の観光入込客数	指標の求め方：市全体の観光入込客数

				第1次実施3カ年計画				第2次実施3カ年計画				第3次実施4カ年計画					第7期 総合計画	
				第1年次 (3年度)	第2年次 (4年度)	第3年次 (5年度)	実施3カ年 合計	第4年次 (6年度)	第5年次 (7年度)	第6年次 (8年度)	実施3カ年 合計	第7年次 (9年度)	第8年次 (10年度)	第9年次 (11年度)	第10年次 (12年度)	実施4カ年 合計		
事業 評価 内容	指標	活動指標1 (単位/件)	計画値	132,400	132,800	133,200		133,600	134,000	134,200		134,400	134,600	134,800	135,000			
		実績値	132,566	157,692	161,175		140,214	118,860										
	成果指標1 (単位/千人)	計画値	1,627.8	1,630.4	1,633.0		1,635.6	1,638.2	1,640.8		1,634.4	1,646.0	1,648.6	1,651.2				
		実績値	902.9	1,168.5	1,477.4		1,476.3	1,428.8										
	評価内容	事業の達成度 (活動指標をもとに評価)					達成されている					あまり達成されていない						
		事業の成果 (成果指標をもとに評価)					あまり上がっていない					あまり上がっていない						
		事業の効率性 (事業費に対する成果)					変わらない					変わらない						
		総合評価					普通である					普通である						
		総合評価の判断理由または指標の実績値に関する自己分析	自己分析： 活動指標は計画値を満たしている。成果指標が計画値を下回った主な理由は、新型コロナウイルス感染症に伴う不要不急の外出や往來の自粛などの感染拡大防止措置の影響によるものと考えられる。市のみを取り組みで計画値に近づけることは難しい側面もあるため、今後も各観光関連団体や事業者と連携のうえ効果的な情報発信を実施し、砂川市のイメージアップと知名度向上を図り、観光振興につなげていく必要がある。	自己分析： 新型コロナウイルス感染症の影響により、昨年度まで中止とされていたイベントの一部が再開されたことや、雑誌・テレビを活用した情報発信を「夏休み期間」や「わかさぎシーズン」など効果的な時期（7月、8月、1月）に行なった事で、砂川に関する観光客が増え、活動指標が計画値を上回ったものと判断される。また、上半期におけるコロナの影響が大きく、成果指標は計画値を下回ったが、各種取り組みによって、昨年度に比べ入込客数は3割ほど増加した。	自己分析： 新型コロナウイルスが5類感染症へ移行し、各観光関連団体による事業が再開されたことにより、コロナ禍前の状況に戻つつあるが、生活意識・行動の変化等の影響により、成果指標は計画値を下回ったものと考えられる。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光入込客数は伸び悩んだものの、令和5年度はほぼ全てのイベントや事業が再開されている状況に加え、昨年度同時期に比べ3割ほど増加していることを踏まえ、総合評価は「普通である」と判断した。	判断理由： 各団体が感染防止対策を講じながらイベントを実施したことや、観光パンフレットやホームページに加え、雑誌やテレビなどマスメディアを活用した魅力の発信を継続したこと、観光協会ホームページアクセス件数は計画値を上回ったものと考えられる。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光入込客数は伸び悩んだものの、令和5年度はほぼ全てのイベントや事業が再開されている状況に加え、昨年度同時期に比べ3割ほど増加していることを踏まえ、総合評価は「普通である」と判断した。	自己分析： 活動指標は、前年度よりもアクセス数減となったもののコロナ禍前の水準よりも上昇しており、これまでの継続的な地域情報発信の成果が、閲覧者の獲得に繋がっているものと考ええる。成果指標は、砂川オアシスパークや北海道コードの国への来訪が増加したが、小売店等への来訪が減少したため、通年では昨年度とほぼ同数の結果となった。日本人の国内旅行者数は、全国的にコロナ禍前の9割水準に留まる（R7年版観光白書）ことから、同様の傾向と考える。	自己分析： 活動指標は、観光協会によるイベント告知、店舗情報のHP更新を例年以上に行なったものの、結果的に目標値を下回る結果となった。一方、同協会では旅行動機付けの興味を喚起するSNS投稿の強化を進めており、フォロワー数も12月から3月末まで200以上大幅に伸びており、HP閲覧数減少の一部は閲覧媒体が代替されたとも考えられる。今後も、消費者の情報収集方法の変化に対応しながら、長期保存に優れた公式情報はHP、即時性・ビジュアル重視の旅行喚起をSNSで区別する等、情報発信が効果的になるよう、各観光関連団体や事業者と連携を図る。成果指標は、前年度比▲3%減となっているが、物価高騰等による日本人客の旅行控えによるものと考ええる。	自己分析： 活動指標であるホームページ閲覧数の減少は、消費者の情報収集手段がSNSへ代替されたとも考えられ、市場の変化に柔軟に対応していると考える。成果指標については、コロナ禍後、全国的に観光需要が回復し、令和7年の訪日外国人は過去最高を記録した一方、物価や宿泊費高騰などによる日本人客の旅行控え（道内のR7上期で前年同期比▲10%減）の傾向が現れ始めている背景下、当市では観光の動機付けのためTV広告や観光雑誌の記事掲載などPRの取組を進めており、減少幅を抑制できたとも考えられ、総合評価は「普通である」と判断した。	自己分析： 判断理由： 活動指標であるホームページ閲覧数の減少は、消費者の情報収集手段がSNSへ代替されたとも考えられ、市場の変化に柔軟に対応していると考える。成果指標については、コロナ禍後、全国的に観光需要が回復し、令和7年の訪日外国人は過去最高を記録した一方、物価や宿泊費高騰などによる日本人客の旅行控え（道内のR7上期で前年同期比▲10%減）の傾向が現れ始めている背景下、当市では観光の動機付けのためTV広告や観光雑誌の記事掲載などPRの取組を進めており、減少幅を抑制できたとも考えられ、総合評価は「普通である」と判断した。	判断理由： 活動指標であるホームページ閲覧数の減少は、消費者の情報収集手段がSNSへ代替されたとも考えられ、市場の変化に柔軟に対応していると考える。成果指標については、コロナ禍後、全国的に観光需要が回復し、令和7年の訪日外国人は過去最高を記録した一方、物価や宿泊費高騰などによる日本人客の旅行控え（道内のR7上期で前年同期比▲10%減）の傾向が現れ始めている背景下、当市では観光の動機付けのためTV広告や観光雑誌の記事掲載などPRの取組を進めており、減少幅を抑制できたとも考えられ、総合評価は「普通である」と判断した。							
	今後の方向性					手段の見直し					手段の見直し							
	方向性の判断理由改善、改革の内容（R5、R8、R10）	R5： コロナ禍において観光入込客数は大幅に落ち込んだものの、令和5年5月より新型コロナウイルス感染症が5類感染症に引き下げられ、これまで中止とされていた自主事業や各団体によるイベントが再開されている状況であること、また、情報発信について、観光パンフレットやホームページに加えて実施している、雑誌やテレビなどマスメディアを活用した観光PRが、飲食店等への聞き取りや観光協会ホームページアクセス件数の結果からも一定程度の効果が得られていると判断できることから、観光誘客に向けた事業を継続することとするが、より効果的な取り組みとなるよう、「手段の見直し」を行い、各団体や事業者との連携をさらに強化していくものである。						R8： 当市の観光入込客の多くを占める日本人客が、物価高騰等による旅行控えの傾向にあり、今後もその傾向は続き、[近場志向][穴場志向][回数より質][コスパ重視]の方向性へシフトしていくと考える。 こうした外部環境の変化を踏まえ、当市としては、『札幌圏や旭川圏に住む方々への効果的な情報発信』『近場でリフレッシュや非日常体験ができるコンテンツの造成』が有効と考え、これまでは前回のPRのみを行っていたが、「手段の見直し」を行い、今後は地域おこし協力隊や事業者と連携して体験型観光コンテンツの造成・事業化を推進していくことに注力していくことが効果的と考える。			R10： 当市の観光入込客の多くを占める日本人客が、物価高騰等による旅行控えの傾向にあり、今後もその傾向は続き、[近場志向][穴場志向][回数より質][コスパ重視]の方向性へシフトしていくと考える。							

第 7 期 総 合 計 画 事 務 事 業 進 行 管 理 調 書

【PLAN】

事務事業の目的と成果

総合戦略掲載	×	過疎計画掲載	○
--------	---	--------	---

事業名	スイートロード支援事業				事業期間	平成14年度 ～ 年度								
事業性質区分	新規・継続	継続	建設・建設外	建設外	第7期総合計画の位置付け	4-4-2	他に関連する基本事業	4-2-2	-	-	-	-	所管課係	商工労働観光課観光係
目的 (何のために実施するのか)	すながわスイートロード協議会の事業費の一部を補助し、協議会運営を促進することで、すながわスイーツの知名度及び魅力の向上を図る。							手段 (どのような方法で実現するのか)	すながわスイートロード協議会の事業費の一部を補助し、活動を支援する。					
対象 (誰・何を対象としているのか)	すながわスイートロード協議会。							成果 (どのような効果が得られるのか)	すながわスイーツの知名度及び魅力が向上することで、砂川市のイメージアップと交流人口の創出につながり、観光振興が図られる。					
事業開始時の状況・これまでの経緯	砂川市では、平成14年5月に「すながわスイートロード協議会」を設立、平成27年12月に「すながわスイーツ」で道内第1号のふるさと名物応援宣言を行い、お菓子の街として観光PRを行ってきた。													

【DO】

実績

(単位：円)

			第1次実施3カ年計画				第2次実施3カ年計画				第3次実施4カ年計画					第7期 総合計画 計
			第1年次 (3年度)	第2年次 (4年度)	第3年次 (5年度)	実施3カ年 合 計	第4年次 (6年度)	第5年次 (7年度)	第6年次 (8年度)	実施3カ年 合 計	第7年次 (9年度)	第8年次 (10年度)	第9年次 (11年度)	第10年次 (12年度)	実施4カ年 合 計	
投入された事業費の推移	国 費	計 画 額				0				0					0	0
		予算計上額				0			1,610,000	1,610,000					0	1,610,000
		実 績 額				0	1,537,564	570,472		2,108,036					0	2,108,036
	道 費	計 画 額				0				0					0	0
		予算計上額				0				0					0	0
		実 績 額				0				0					0	0
	地 方 債	計 画 額				0				0					0	0
		予算計上額				0				0					0	0
		実 績 額				0				0					0	0
	そ の 他	計 画 額				0				0					0	0
		予算計上額				0				0					0	0
		実 績 額				0				0					0	0
	一 般 財 源	計 画 額	812,000	897,000	530,000	2,239,000	446,000	446,000	446,000	1,338,000	446,000	446,000	446,000	446,000	1,784,000	5,361,000
		予算計上額	812,000	586,000	527,000	1,925,000	2,056,000	2,320,000	480,000	4,856,000					0	6,781,000
		実 績 額	812,000	586,000	527,000	1,925,000	446,000	1,578,176		2,024,176					0	3,949,176
	事業費合計	計 画 額	812,000	897,000	530,000	2,239,000	446,000	446,000	446,000	1,338,000	446,000	446,000	446,000	446,000	1,784,000	5,361,000
		予算計上額	812,000	586,000	527,000	1,925,000	2,056,000	2,320,000	2,090,000	6,466,000	0	0	0	0	0	8,391,000
		実 績 額	812,000	586,000	527,000	1,925,000	1,983,564	2,148,648	0	4,132,212	0	0	0	0	0	6,057,212
	事業費予算の内容		企画事業 14千円 PR事業 798千円	企画事業 24千円 PR事業 562千円	企画事業 11千円 PR事業 516千円		企画事業 11千円 PR事業 435千円	PR事業 2,320千円	PR事業 2,090千円							
	前年度予算との比較 (増減理由)		企画事業 24千円減 PR事業 122千円増	企画事業 10千円増 PR事業 236千円減	企画事業 13千円減 PR事業 46千円減		PR事業 81千円減	横断幕リニューアルに伴う事業費増	昨年度は備品購入で一時的に増加したが、本年度は経常分の支出に留まることによる減							
	実績との比較 (増減理由)		同額	同額	同額		デジタルスタンプラリー実施による増	デジタルスタンプラリー実績精算による減								

【CHECK・ACTION】

指標の推移・評価

活動指標 1（「手段」をもとに設定）				指標名：補助金額				指標の求め方：補助金額										
成果指標 1（「成果」をもとに設定）				指標名：スイートロード事業実施数				指標の求め方：スイートロード協議会が実施した各種事業の数										
				第 1 次実施 3 力年計画				第 2 次実施 3 力年計画				第 3 次実施 4 力年計画				第 7 期 総合計画		
				第 1 年次 (3年度)	第 2 年次 (4年度)	第 3 年次 (5年度)	実施 3 力年 合 計	第 4 年次 (6年度)	第 5 年次 (7年度)	第 6 年次 (8年度)	実施 3 力年 合 計	第 7 年次 (9年度)	第 8 年次 (10年度)	第 9 年次 (11年度)	第10年次 (12年度)		実施 4 力年 合 計	
事業 評価 内容	指標	活動指標 1 (単位/円)	計画値	812	897	530		943	863	995		1008	707	530	943			
			実績値	812	586	527		1,984	2,149									
		成果指標 1 (単位/回)	計画値	13	13	13		13	13	13		13	13	13	13			
			実績値	8	10	13		14	20									
	評価内容	事業の達成度 (活動指標をもとに評価)														達成されている		
		事業の成果 (成果指標をもとに評価)														少し上がっている		
		事業の効率性 (事業費に対する成果)														少し上がっている		
		総合評価														良好である		
		総合評価の判断理由または指標の実績値に関する自己分析	自己分析： 活動指標は、計画値を満たしている。 成果指標が計画値を下回った主な理由は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、開催を予定していた自主事業や各団体主催の関連事業が中止となったため、計画値を下回った。 事業の開催を判断するにあたっては、新型コロナウイルスの感染状況などを踏まえ、各主催者において検討・判断し、開催決定後であっても、状況によっては中止・延期を検討する必要がある。	自己分析： スイートロード協議会公式キャラクターを活用した観光PRとして計画していた「卓上のぼり」及び「スイートロードマップ」の作製を在庫の関係で見送ったこと、また、昨年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響により、計画していた事業が一部実施できなかったことから、活動指標、成果指標ともに計画値を下回ったが、スイートロード加盟店を訪れる観光客は、昨年度に比べ回復傾向にある。	自己分析： コロナ禍を経たことにより、社会情勢に合った事業が開催できるかを検討するため、事業の一部を実施しなかったが、新型コロナウイルスが5類感染症へ移行したことにより、他団体が主催の関連事業が多く開催されたことで、成果指標の実績は計画値を満たしている。 今後は引き続き、スイートロードに関する情報発信の時期や内容が効果的になるよう、各観光関連団体や事業者と連携を図る。	判断理由： PR用物品の計画見直しに伴う補助の減、また、新型コロナウイルス感染症の影響により、自主事業や各団体が行う関連事業が一部中止となったことから、活動指標、成果指標ともに伸び悩んだが、令和5年5月より新型コロナウイルス感染症が5類感染症に引き下げられ、スイートロード協議会による各種事業や「スイートロード」を活用した魅力発信を含めたPR事業が計画どおり実施されている状況から、総合評価は「普通である」と判断した。	自己分析： 活動指標は、PR事業においてデジタルスタンプラリーを実施していることから計画値よりも増となった。 成果指標は、砂川ハイウェイオアシス観光圏と連携したポケモンのスタンプラリーや、ボールスターでの出展を実施したこともあり、計画値よりも増となった。	自己分析： 活動指標は、PR事業においてデジタルスタンプラリーを実施していることから計画値よりも増となった。 成果指標は、スイーツ・パークチャップフェスタへの協力、講演、高校生の授業への協力、TV取材対応などにより、結果的に計画値よりも増となった。	自己分析： 活動指標は、デジタルスタンプラリーを毎年実施できており計画値よりも増である。 成果指標は、スイートロード協議会にお手伝いできる実働人数が限定的であるにも関わらず、他団体との連携・協力を通じてPR事業の数を増やしており、総合評価は「良好である」と判断した。	自己分析：	自己分析：	自己分析：	自己分析：	判断理由：				
			今後の方向性					手段の見直し				現状のまま継続						
	方向性の判断理由改善、改革の内容 (R5、R8、R10)		R5： スイートロード協議会は、平成14年度に官民連携組織として発足し、令和4年度をもって設立から20年が経過、この間の地道な取り組みによって「すながわスイートロード」は道内外に広く認知され、砂川のお菓子を求めて来砂する観光客は年々増加している。 また、現在においても、砂川市の知名度向上においては、スイートロードを素材とした取り組みが必要不可欠であり、観光PRはもちろんのこと、各種イベントやふるさと納税でも広く取り扱われている状況から、引き続き、協議会への支援を行っていくものであるが、「手段の見直し」を行い、より効果的・効率的な活動ができるよう、各団体や事業者との連携を強化していくものである。				R8： すながわスイートロード協議会は、平成14年度に官民連携組織として発足し、令和8年度をもって設立から24年が経過、この間の地道な取り組みによって「すながわスイートロード」は道内を中心に認知度が向上しており、令和7年に行った中間年市民意識調査における観光スポットの紹介(自慢)でも、市民の65%が「スイートロード、スイーツ、カフェ」を挙げていることから、当市の地域資源として認知されていることが伺える。 今後も「すながわスイートロード」の知名度向上と付加価値向上のためには、PRの取組の継続をはじめ、イベント開催も有効である。一方で、すながわスイートロード協議会単独ではマンパワーが限られるため、令和7年度に行ったように各団体のイベントと連携・協力しながらファン獲得を図っていくことが合理的であると考え。 以上を踏まえ、引き続き、同協議会への支援を行う「現状のまま継続」の方向性が妥当と考える。				R10：							