

b : 実施体制

名称（団体・事業者名）	団体・事業者概要	事業における役割
株式会社ギフトイ		本事業に係るシステムの構築、連携 ふるさと納税や域内共通ポイントサービスの提供 デジタルチケットの販売、精算
県内市町		ふるさと納税の寄附受入 返礼品としてしず旅コインを 発行
（一社）ふじさん駿河湾フェリー		当該事業と連携した駿河湾フェリーの利活用促進 ポイント利用対象への加盟
地域の事業者		ポイント利用加盟店への登録、決済対応
株式会社Geolocation Technology		県公式観光アプリ「TIPS」の運用 ふるさと納税寄附ページ、ポイント決済、加盟店管理における各種サービスとの連携
DMO		広報協力 当該事業と連携した周遊施策の実施
海の京都観光圏市町※将来的な連携を想定		ふるさと納税の寄附受入 返礼品としてしず旅コインを 発行
静岡県		事業管理 各関係者との調整 事務局業務

c : 効果検証の結果

c-1 KPIの達成状況

KPI①		種別	単位	性質	基準年度	基準値	
しず旅コイン発行額		アウトプット	円	増加KPI	なし	なし	
					1年目 目標値	1年目 実績値	達成状況
					2,000,000	105,000	未達成
					2年目 目標値	2年目 実績値	達成状況
					20,000,000		
					3年目 目標値	3年目 実績値	達成状況
					35,000,000		
基準値なしの理由		導入を予定しているしず旅コインの発行額を K P I として設定しており、基準となる数値がないため。					
「KPI達成」 の場合	達成のための取組内容や工夫						
	今後に向けた取組						
「KPI未達成」 の場合	達成できなかった理由	選択 (全て)	<input checked="" type="checkbox"/> ①：サービス運用期間が短い、もしくは、サービス運用範囲が狭いなど、想定通りのサービスが提供できていないため <input type="checkbox"/> ②：サービスの認知やサービスへの理解が広がらないなど、利用ニーズが想定を下回っているため <input type="checkbox"/> ③：サービスの利用を妨げるような、自然災害などの突発的な外部要因が生じたため <input type="checkbox"/> ④：その他				
		詳細	令和7年11月の開始予定が、実装の遅れにより2か月後ろ倒しとなった影響で、ふるさと納税の需要のピーク時期を取り逃がしたことや、加盟店に高額の寄附が期待できる宿泊施設が少なかつたことが要因と考える。				
	今後に向けた取組		高額の寄附が期待できる宿泊施設を中心に加盟店の拡大を図るとともに、既存の施策と連携したプロモーションを強化する。				
「KPI未計測」 の場合	計測できなかった理由	選択 (全て)	<input type="checkbox"/> ①サービス実装の遅れにより実装直後であり、事業実施報告提出までにKPIを計測できる状況ではなかつたため <input type="checkbox"/> ②機能的な問題でKPIを測定することができない状況であるため <input type="checkbox"/> ③自然災害など突発的な外部要因により、予定していた計測が実施できなかったため <input type="checkbox"/> ④計測機会がなかつたため（例：災害発生時にしか計測できないKPIを設定しているが、そもそも災害が発生しておらず、計測機会がなかつたなど） <input type="checkbox"/> ⑤その他				
		詳細					
	今後の計測見込み (当てはまる方を選択)		計測見込みが立っている	計測見込み時期			
			計測見込みが立っていない	見込みが立っていない理由			
今後に向けた取組							
初年度未設定の場合	今後に向けた取組						

KPI②		種別	単位	性質	基準年度	基準値	
しず旅コインを利用した満足度		アウトカム	%	増加KPI	なし	なし	
					1年目 目標値	1年目 実績値	達成状況
					95	100	達成
					2年目 目標値	2年目 実績値	達成状況
					95		
					3年目 目標値	3年目 実績値	達成状況
基準値なしの理由		導入を予定しているしず旅コインを利用した満足度をK P Iとして設定しており、基準となる数値がないため。					
「KPI達成」 の場合	達成のための取組内容や工夫	しず旅コインの使い方や使える場所などを分かりやすくホームページに記載するよう心がけた。					
	今後に向けた取組	引き続き、利用しやすい環境作りに努める。					
「KPI未達成」 の場合	達成できなかった理由	選択 (全て)	①：サービス運用期間が短い、もしくは、サービス運用範囲が狭いなど、想定通りのサービスが提供できていないため				
			②：サービスの認知やサービスへの理解が広がらないなど、利用ニーズが想定を下回っているため				
	③：サービスの利用を妨げるような、自然災害などの突発的な外部要因が生じたため						
	④：その他						
今後に向けた取組							
「KPI未計測」 の場合	計測できなかった理由	選択 (全て)	①サービス実装の遅れにより実装直後であり、事業実施報告提出までにKPIを計測できる状況ではなかったため				
			②機能的な問題でKPIを測定することができない状況であるため				
	③自然災害など突発的な外部要因により、予定していた計測が実施できなかったため						
	④計測機会がなかったため（例：災害発生時にしか計測できないKPIを設定しているが、そもそも災害が発生しておらず、計測機会がなかったなど）						
	⑤その他						
今後の計測見込み (当てはまる方を選択)		計測見込みが立っている	計測見込み時期				
		計測見込みが立っていない	見込みが立っていない理由				
今後に向けた取組							
初年度未設定の場合	今後に向けた取組						

KPI③		種別	単位	性質	基準年度	基準値	
静岡県公式観光アプリ「TIPS」累計ダウンロード数		アウトプット	件	増加KPI	2024	84,000	
					1年目 目標値	1年目 実績値	達成状況
					120,000	118,030	未達成
					2年目 目標値	2年目 実績値	達成状況
					150,000		
					3年目 目標値	3年目 実績値	達成状況
					180,000		
基準値なしの理由							
「KPI達成」 の場合	達成のための取組内容や工夫						
	今後に向けた取組						
「KPI未達成」 の場合	達成できなかった理由	選択 (全て)	<input checked="" type="checkbox"/> ①：サービス運用期間が短い、もしくは、サービス運用範囲が狭いなど、想定通りのサービスが提供できていないため <input type="checkbox"/> ②：サービスの認知やサービスへの理解が広がらないなど、利用ニーズが想定を下回っているため <input type="checkbox"/> ③：サービスの利用を妨げるような、自然災害などの突発的な外部要因が生じたため <input type="checkbox"/> ④：その他				
		詳細	達成率98%と、ほぼ目標達成となったが、TIPSとしず旅コイン寄附サイトとの連携の実装が、当初予定していた時期よりも後ろ倒しとなったことから、連携による相乗効果が十分に発揮できなかったことが要因と考える。				
	今後に向けた取組		TIPSスタンプラリーイベントと連携したしず旅コインのPR、しず旅コインのPRと連携したTIPSアプリのPRの実施				
「KPI未計測」 の場合	計測できなかった理由	選択 (全て)	<input type="checkbox"/> ①サービス実装の遅れにより実装直後であり、事業実施報告提出までにKPIを計測できる状況ではなかったため <input type="checkbox"/> ②機能的な問題でKPIを測定することができない状況であるため <input type="checkbox"/> ③自然災害など突発的な外部要因により、予定していた計測が実施できなかったため <input type="checkbox"/> ④計測機会がなかったため（例：災害発生時にしか計測できないKPIを設定しているが、そもそも災害が発生しておらず、計測機会がなかったなど） <input type="checkbox"/> ⑤その他				
		詳細					
	今後の計測見込み (当てはまる方を選択)		計測見込みが立っている	計測見込み時期			
			計測見込みが立っていない	見込みが立っていない理由			
	今後に向けた取組						
初年度未設定の場合	今後に向けた取組						

KPI④		種別	単位	性質	基準年度	基準値	
静岡県内旅行消費額		アウトカム	億円	増加KPI	2024	7,994	
					1年目 目標値	1年目 実績値	達成状況
					8,796	未計測	
					2年目 目標値	2年目 実績値	達成状況
					9,198		
					3年目 目標値	3年目 実績値	達成状況
					9,599		
基準値なしの理由							
「KPI達成」 の場合	達成のための取組内容や工夫						
	今後に向けた取組						
「KPI未達成」 の場合	達成できなかった理由	選択 (全て)	①：サービス運用期間が短い、もしくは、サービス運用範囲が狭いなど、想定通りのサービスが提供できていないため				
			②：サービスの認知やサービスへの理解が広がらないなど、利用ニーズが想定を下回っているため				
	③：サービスの利用を妨げるような、自然災害などの突発的な外部要因が生じたため						
	④：その他						
		詳細					
		今後に向けた取組					
「KPI未計測」 の場合	計測できなかった理由	選択 (全て)	①サービス実装の遅れにより実装直後であり、事業実施報告提出までにKPIを計測できる状況ではなかったため				
			②機能的な問題でKPIを測定することができない状況であるため				
			③自然災害など突発的な外部要因により、予定していた計測が実施できなかったため				
			④計測機会がなかったため（例：災害発生時にしか計測できないKPIを設定しているが、そもそも災害が発生しておらず、計測機会がなかったなど）				
			✓	⑤その他			
			詳細	2025年度の旅行消費額は、2026年6月頃公表される予定のため。			
	今後の計測見込み (当てはまる方を選択)	✓	計測見込みが立っている	計測見込み時期	2026年6月		
			計測見込みが立っていない	見込みが立っていない理由			
	今後に向けた取組						
初年度未設定の場合	今後に向けた取組						

KPI⑤		種別	単位	性質	基準年度	基準値	
駿河湾フェリーデジタルチケット発行枚数		アウトプット	枚	増加KPI	なし	なし	
					1年目 目標値	1年目 実績値	達成状況
					850	30	未達成
					2年目 目標値	2年目 実績値	達成状況
					6,200		
					3年目 目標値	3年目 実績値	達成状況
					6,700		
基準値なしの理由		導入を予定している駿河湾フェリーデジタルチケットの発行枚数をKPIとして設定しており、基準となる数値がないため。					
「KPI達成」 の場合	達成のための取組内容や工夫						
	今後に向けた取組						
「KPI未達成」 の場合	達成できなかった理由	選択 (全て)	✓	①：サービス運用期間が短い、もしくは、サービス運用範囲が狭いなど、想定通りのサービスが提供できていないため			
				②：サービスの認知やサービスへの理解が広がらないなど、利用ニーズが想定を下回っているため			
		③：サービスの利用を妨げるような、自然災害などの突発的な外部要因が生じたため					
		④：その他					
	詳細	関係事業者との調整に想定以上の時間がかかり、当初想定していたチケット発行開始時期から、大幅に後ろ倒しになったため、販売期間を十分に確保できなかったことが要因と考える。					
	今後に向けた取組	駿河湾フェリー乗船券と、様々な観光関連施設とのセット券をデジタルチケットとして発行することを検討するとともに、既存の施策と連携したプロモーションを強化していく。					
「KPI未計測」 の場合	計測できなかった理由	選択 (全て)		①サービス実装の遅れにより実装直後であり、事業実施報告提出までにKPIを計測できる状況ではなかったため			
				②機能的な問題でKPIを測定することができない状況であるため			
		③自然災害など突発的な外部要因により、予定していた計測が実施できなかったため					
		④計測機会がなかったため（例：災害発生時にしか計測できないKPIを設定しているが、そもそも災害が発生しておらず、計測機会がなかったなど）					
		⑤その他					
	今後の計測見込み (当てはまる方を選択)		計測見込みが立っている	計測見込み時期			
		計測見込みが立っていない	見込みが立っていない理由				
	今後に向けた取組						
初年度未設定の場合	今後に向けた取組						

KPI⑥		種別	単位	性質	基準年度	基準値	
駿河湾フェリーデジタルチケットを利用した満足度		アウトカム	%	増加KPI	なし	なし	
					1年目 目標値	1年目 実績値	達成状況
					89	未計測	
					2年目 目標値	2年目 実績値	達成状況
					92		
					3年目 目標値	3年目 実績値	達成状況
					95		
基準値なしの理由		導入を予定している駿河湾フェリーデジタルチケットを利用した満足度をKPIとして設定しており、基準となる数値がないため。					
「KPI達成」 の場合	達成のための取組内容や工夫						
	今後に向けた取組						
「KPI未達成」 の場合	達成できなかった理由	選択 (全て)	①：サービス運用期間が短い、もしくは、サービス運用範囲が狭いなど、想定通りのサービスが提供できていないため				
			②：サービスの認知やサービスへの理解が広がらないなど、利用ニーズが想定を下回っているため				
	③：サービスの利用を妨げるような、自然災害などの突発的な外部要因が生じたため						
	④：その他						
		詳細					
		今後に向けた取組					
「KPI未計測」 の場合	計測できなかった理由	選択 (全て)	①サービス実装の遅れにより実装直後であり、事業実施報告提出までにKPIを計測できる状況ではなかったため				
			②機能的な問題でKPIを測定することができない状況であるため				
			③自然災害など突発的な外部要因により、予定していた計測が実施できなかったため				
	④計測機会がなかったため（例：災害発生時にしか計測できないKPIを設定しているが、そもそも災害が発生しておらず、計測機会がなかったなど）						
	✓ ⑤その他						
		詳細	デジタルチケットの発行開始が3月17日であったため、令和7年度中にアンケート調査を実施できていない。令和8年度からは継続的にアンケート調査を実施し、年度別の満足度を計測していく。				
		今後の計測見込み (当てはまる方を選択)	計測見込みが立っている	計測見込み時期	2027年3月		
			計測見込みが立っていない	見込みが立っていない理由			
		今後に向けた取組					
初年度未設定の場合	今後に向けた取組						

c-2 評価の結果と次年度以降に向けた見直し

・推進体制

実際に取り組んだ内容や工夫

定期的に情報共有を行うことにより、サービス提供開始に向けた課題の把握や解決策の提案などをスピード感をもって行うことができた。また、事業者の提案でサービス提供開始時の共同記者発表を大々的に実施することができ、県内外のマスコミに取り上げていただけたことで、本事業の知名度向上に寄与する取組となった。

どのように今後取り組むか

連携団体との連携体制については、事業開始当初に連携団体間の意見集約に時間がかかった反省を踏まえ、今後は、全体会議等の場で、担当者が本事業のビジョンを明確に示し、事業への協力を呼びかけていく。また、加盟店の増加に向け、地域のステークホルダー（観光協会や商工会）からの働きかけは大きな影響を持つものであるため、連携団体の協力を得ながら、観光協会・商工会の理事会等の場において、本事業への協力を呼びかけていく。

・サービス実装

実際に取り組んだ内容や工夫

サービス実装後に、しず旅コインの利用者及び加盟店に対してアンケートを行った。加盟店からは、もっとPRをして認知度を上げて利用者を増やしてほしいといった声が、利用者からも加盟店を増やしてほしい、店舗店頭でしず旅コインが使えるかわかりづらい、といった声があり、今後のサービス向上につなげていきたい。

どのように今後取り組むか

本サービスは、ふるさと納税を活用したサービスであるため、観光政策課の職員が本来担当していないふるさと納税制度の理解と、連携する市町のふるさと納税担当者との合意形成が必要となる。ふるさと納税制度は毎年見直しが行われるため、連携する市町や県のふるさと納税担当課、事業者とも常に情報を共有しながら、必要な対応（具体的には、経費率の削減等）をしていきたい。

・サービス運用

実際に取り組んだ内容や工夫

サービス実装後に、しず旅コインの利用者及び加盟店に対してアンケートを行った。加盟店からは、もっとPRをして認知度を上げて利用者を増やしてほしいといった声が、利用者からも加盟店を増やしてほしい、店舗店頭でしず旅コインが使えるかわかりづらい、といった声があり、今後のサービス向上につなげていきたい。

どのように今後取り組むか

本サービスは、ふるさと納税を活用したサービスであるため、観光政策課の職員が本来担当していないふるさと納税制度の理解と、連携する市町のふるさと納税担当者との合意形成が必要となる。ふるさと納税制度は毎年見直しが行われるため、連携する市町や県のふるさと納税担当課、事業者とも常に情報を共有しながら、必要な対応（具体的には、経費率の削減等）をしていきたい。

・周知・広報

実際に取り組んだ内容や工夫

株式会社まちのプロデューサーズに委託した事務局において、しず旅コインの公式SNSを運営し、しず旅コインの制度紹介及び加盟店の魅力発信を実施した。加盟店の魅力を発信した効果もあり、3月末時点で約1,600フォロワーを獲得し、寄附額向上のためのプロモーションのターゲットが明確になった。

どのように今後取り組むか

旅マエ、旅ナカでの周知や、ふるさと納税ボリューム層への周知など、ターゲットを明確にしたプロモーションを実施できたが、サービス実装が1月であったため、プロモーションの期間が十分にとれなかった。R8年度は、ふるさと納税が最も利用される年末にかけて、加盟店の拡大や様々な広報媒体によるプロモーションを強化し、KPIの達成を目指していく。

・評価・改善

実際に取り組んだ内容や工夫

KPIであるしず旅コイン発行額を毎月、連携市町と共有し、KPI達成に向けて加盟店拡大やプロモーション強化の方向性について、認識を共有した。また、先行事例である海の京都コインの取組を踏まえ、KPI達成のための今後の取組について、委託事業者を含め検討を行った。

どのように今後取り組むか

サービス開始が1月であったため、年度内に連携する市町や事業者を含めた定期的な事業評価は実施できなかった。KPI達成のためには定期的な取組を振り返り、改善するサイクルをまわしていくことが重要であるため、四半期に1回程度、連携する市町、事業者を集めた会議を開催し、KPI達成に向け一丸となって取り組んでいきたい。