

# 事務事業評価シート

(平成 25 年度実施事業)

事務事業名	観光客誘致宣伝事業			事業コード	1293
所属コード	132000	課等名	観光課	係名	企画宣伝担当
課長名	小笠原 千春	担当者名	佐々木 伸司	内線番号	3722
評価分類	<input checked="" type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 公の施設 <input type="checkbox"/> 大規模公共事業 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> 内部管理				

## 1 事務事業の基本情報

### (1) 概要

総合計画 体系	施策の柱	活力ある産業の振興	コード	5
	施策	地域資源をいかした観光・物産の振興	コード	4
	基本事業	観光地づくりと観光客の誘致	コード	1
予算費目名	一般会計 7 款 1 項 3 目 観光客誘致宣伝事業 (002-01)			
特記事項				
事業期間	<input type="checkbox"/> 単年度 <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返 <input type="checkbox"/> 期間限定複数年度	開始年度	不明	
根拠法令等	盛岡市観光推進計画, 盛岡市総合計画			

### (2) 事務事業の概要

観光ガイドブックやマップの作成・配布, 観光客誘致の P R 活動。

### (3) この事務事業を開始したきっかけ (いつ頃どんな経緯で開始されたのか)

観光振興が地域経済の活性化や雇用機会の増大に大きく貢献することから, 盛岡の魅力を内外に発信し, 観光客誘致に向けた P R 活動を行っている。平成 11 年 3 月に「盛岡市観光推進計画」を定め, 各種観光振興施策を推進していたが, 平成 18 年 1 月の玉山村との合併に伴い, 計画期間を前倒しし, 平成 20 年 3 月に新計画を定め, これに基づいて積極的な誘客宣伝活動を展開している。

### (4) 事務事業を取り巻く現在の状況はどうか。(3)からどう変化したか。

観光立国推進基本法が平成 19 年 1 月に施行され, 観光立国実現に向けて平成 20 年 1 月, 観光庁が設置された。

本市の観光客入込数は, 平成 19 年に過去最多の 473 万 5 千人回を記録し, 20 年は前年並みの水準を維持したが, 21 年 458 万 6 千人回・22 年 443 万 8 千人回と連続して落ち込んだ。23 年は, 東日本大震災の復旧・復興関係者の来訪や復興応援の機運などから 465 万 9 千人に増え, 24 年はいわて DC, 東北六魂祭の盛岡開催, 平泉との連携等により, 25 年はいわて DC のアフターキャンペーン, NHK 朝ドラ「あまちゃん」の波及効果などもあって, 3 年連続の増加となった。ただし, 近年はスキー客の減少と宿泊客の落ち込みが顕著で, 冬季観光の推進と宿泊客増加に向けた取組が課題となっている。また, 外国人観光客が増え, 国際観光が進展する一方, 国内マーケットは, 旅行者数の伸び悩み, 日帰り旅行の増加などにより低迷している。

## 2 事務事業の実施状況 (Do) . . . . .

### (1) 対象 (誰が, 何が対象か)

観光客。

### (2) 対象指標 (対象の大きさを示す指標)

指標項目	単位	23年度 実績	24年度 実績	25年度 計画	25年度 実績	26年度 見込み
A 観光客入込数	万人回	466	471	480	472	490
B						
C						

### (3) 24年度に実施した主な活動・手順

観光ガイドブックやマップの作成・配布, 各種キャンペーンでの活用。

### (4) 活動指標 (事務事業の活動量を示す指標)

指標項目	単位	23年度 実績	24年度 実績	25年度 計画	25年度 実績	26年度 目標値
A 観光ガイドブック作成数	千部	40	45	40	40	40
B 盛岡マップ作成数	千部	100	102	110	100	120
C 各種観光キャンペーン	回	5	5	5	5	5

### (5) 意図 (対象をどのように変えるのか)

盛岡のイメージアップによる観光客数増。

(6) 成果指標（意図の達成度を示す指標）

指標項目	性格	単位	23年度実績	24年度実績	25年度計画	25年度実績	26年度目標値
A 観光客入込数	<input checked="" type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持	万人回	466	471	480	472	490
B	<input type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持						
C	<input type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持						

(7) 事業費

項目	財源内訳	単位	23年度実績	24年度実績	25年度計画	25年度実績
事業費	①国	千円	0	0	0	0
	②県	千円	10,879	41,956	31,895	31,662
	③地方債	千円	0	0	0	0
	④一般財源	千円	14,946	15,003	16,390	16,855
	⑤その他(復興推進基金)	千円	0	2,652	0	0
	A 小計 ①～⑤	千円	25,825	59,611	48,285	48,517
人件費	⑥延べ業務時間数	時間	480	480	480	480
	B 職員人件費 ⑥×4,000円	千円	1,920	1,920	1,920	1,920
計	トータルコスト A+B	千円	27,756	61,531	50,205	50,437
備考						

3 事務事業の評価 (See) . . . . .

(1) 必要性評価（評価分類が「内部管理」の事務事業は記入不要）

① 施策体系との整合性

観光客の誘致に寄与しているため結びついている。

② 市の関与の妥当性

盛岡のイメージアップや知名度向上による観光客誘致拡大を図るもので、市や関係機関、観光関係団体、関連事業者の個々の取組を包括的に推進する必要がある。

③ 対象の妥当性

各種観光統計や民間の動向調査などを基に、特定の地域や階層などを重点化して誘客宣伝事業を展開している。

④ 廃止・休止の影響

観光客へのサービスの低下、イメージダウン、観光客の減少等。

(2) 有効性評価（成果の向上余地）

観光客の動向やニーズの的確な把握、それに対応した施策の展開等、向上余地がある。

(3) 公平性評価（評価分類が「内部管理」の事務事業は記入不要）

観光客の増加によってもたらされる効果は、市民や地域経済に還元されることから、受益機会は公平・公正である。

また、各種キャンペーンの実施に当たっては実行委員会を組織し、その費用は自治体や企業などが負担している。費用負担の考え方として、観光ガイドブックやマップなどの企画内容の充実、質の向上、作成部数拡大のための有料化は、今後の検討課題と考えられる。

(4) 効率性評価

観光客誘致に必要な他団体との連携のための経費は必要最小限としている。なお、事業費には緊急雇用対応の人件費が含まれており、目的達成の段階で見直しは可能と思われるが、観光客誘致のためのパンフレット類は引き合いが多く、削減は難しい。

平成 20 年にグループ制を導入し、効率的な組織運営に努めており、人件費・業務時間数の削減はできない。

**4 事務事業の改革案 (Plan) . . . . .**

(1) 改革改善の方向性

観光ガイドブックやマップなどの企画内容の充実、質の向上、有料化の検討。

(2) 改革改善に向けて想定される問題点及びその克服方法

観光客の動向やニーズの的確な把握、それに対応した施策の展開。ガイドブックなどの有料化に対する観光客の反応など。

## 5 課長意見・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

### (1) 今後の方向性

- 現状維持（従来どおりで特に改革改善をしない）
- 改革改善を行う（事業の統廃合・連携を含む）
- 終了・廃止・休止

### (2) 全体総括・今後の改革改善の内容

盛岡さんさ踊りを活用したPR活動や広域連携による観光キャンペーン，平泉との連携によるパンフレット作成や広域観光の情報発信など，広域のスケールメリットを活かした積極的な誘客宣伝活動を展開しているが，スマートフォンなどの活用策も視野に入れて取り組む必要がある。

また，平成26年度末に北陸新幹線，27年度末に北海道新幹線の開業を控え，観光客に選ばれる訪問先となるため，一層の情報発信が必要である。