

小施策評価シート (平成 28 年度実績評価)

施策コード	24	施策名	観光の振興	
小施策コード	24-1	小施策名	観光情報の発進と観光客誘致の推進	
小施策 主管課等コード	137000	小施策 主管課等名	観光交流課	
評価責任者名	小笠原 千春		内線番号	3720
評価シート作成者名	立花 恵史		内線番号	3721

Step 1 施策目標の達成状況

まちづくり指標	目指す 方向	単位	25年度 実績 (当初値)	27年度 実績	28年度 実績	31年度 目標値	36年度 目標値
観光客入込数	↑	万人回	472	509	500	500	520

(↑：数値を上げていくことを目標とする指標， ↓：数値を下げていくことを目標とする指標， →：数値を維持することを目標とする指標)

Step 2 小施策の全体像

小施策の概要等 (構成事業は別紙ロジックモデルシートのとおり)

対象 (誰 (何) を対象として行うのか)	意図 (対象をどのようにしたいのか)
国内外の人, 市民	盛岡の魅力を多くの人に知ってもらう。
現状と課題	旅行情報の取得手段が多様化しているほか, 個人旅行の増加や本物志向など, 旅行ニーズが変化する中で, 多くの観光客に選ばれるよう, ターゲットを意識した効果的な情報発信や祭り・イベントの充実などの取組が必要である。また, 教育旅行などで盛岡を訪れた方に再訪していただけるような仕組みづくりが必要である。
取組の方向性	盛岡の魅力を多くの人に知ってもらえるよう, ホームページやSNSなど, 多様な手段による観光情報の発信を強化するとともに, より多くの人に盛岡を訪れてもらえるよう, 祭り・イベントの充実や盛岡デーなどを通じた誘客宣伝・特産品PRなどにより, 観光客誘致活動を積極的に展開する。

Step 3 小施策指標の推移

小施策の指標	目指す方向	単位	25年度実績 (当初値)	27年度実績	28年度実績	31年度目標値	36年度目標値
観光客入込数	↑	万人回	472	509	500	500	520
まちづくり評価アンケート調査「盛岡が好き」と答えた市民の割合	↑	%	78.0	77.7	78.5	80.0	80.0

(↑：数値を上げていくことを目標とする指標，↓：数値を下げていくことを目標とする指標，→：数値を維持することを目標とする指標)

Step 4 市民ニーズの把握

盛岡市まちづくり評価アンケート集計結果によると、「観光地として魅力があふれるための取組について」という設問に対し、「とても重要である」または「やや重要である」と答えた人の割合は、67.4パーセントであることから、より一層の施策の推進が求められている。

Step 5 役割分担分析

1 各主体の役割の状況

		役割の内容	役割分担比率 (%)
各主体の 役割の状況	市	関係機関と共通認識のもとに、主体的に施策をすすめる必要がある。	20
	国・県・ 他自治体	関係機関と共通認識のもとに、協力しながら進める必要がある。	20
	市民・ NPO	(公財)盛岡観光コンベンション協会、盛岡商工会議所等公共団体と共通認識のもとに、協力しながら進める必要がある。	10
	企業・ その他	魅力ある旅行商品の企画・造成、質の高いサービスの提供、観光ニーズに対応した新たなビジネスなど、観光産業の底上げを図る必要がある。	50

2 今後の市の役割の比重の方向性とその理由

- 市の役割の比重を拡大していくことを検討する
- 現状維持（現在の市の役割の比重を維持する）
- 市の役割の比重を縮小していくことを検討する

（理由）

市が中心的な役割を担うこととなるが、盛岡広域圏の他自治体等関係機関と連携を深め、共通認識のもと、観光情報の発信を強化するとともに、より多くの人に盛岡を訪れてもらえるよう、祭り・イベントの充実を図る必要があるため、現状維持とするもの。

Step 6 前年度に分析した課題・改革改善案に対するアクション

1 平成28年度に分析した問題点・課題に対する改革改善案

もりおか雪あかり開催事業は市民一人ひとりが参加できる手作りイベントであることから、参加者の顔が見えるのがこのイベント最大の強みであり、参加する楽しみをもっとPRする必要がある。SNS等新たな手段による観光情報の発信が望まれる。

2 1の改革改善案の実施状況

（A：着手済，B：平成29年度に着手（予定含む），C：未着手または見送り）

改革改善案	具体的な取組（予定）内容	状況
SNS等による情報発信の強化	イベント開催期間中の発信を充実させる。	A

3 2で挙げた取組状況がCの場合、その原因

Step 7 成果・問題点の把握

1 成果の把握と要因分析及び課題の設定

(1) 小施策の中で成果をあげた点

- ・ 盛岡デー開催事業において、東京、沖縄とも開催による売上げが大きく伸び、一定の成果があげられたものと推測する。
- ・ まつり・イベントの参加者が増加し、一定の成果があげられたものと推測する。

(2) 成果をあげた要因

- ・ 盛岡デー開催事業については、これまでの継続した開催により、イベント開催が地域に定着したものと推測される。
- ・ まつり・イベントの参加者の増加は、積極的なPRによるものと推測される。

(3) さらなる成果向上に向けた課題（課題がある場合に記載）

2 問題点の把握と原因分析及び課題の設定

(1) 小施策における現状の問題点

もりおか雪あかり開催事業において、参加者数が伸び悩んでいる。

(2) 現状の問題点が生じている原因

もりおか雪あかり開催事業の市内における認知度が高まっていないものと推測される。

(3) 分析した原因の解決に向けた課題

もりおか雪あかり開催事業を、冬季における市内最大のイベントとして周知を強化する。

Step 8 小施策と構成事業の関係性

1 小施策との結び付きが弱い、もしくは他の事業と重複していると考えられる事業

東北六市連携による誘客・地域産品プロモーション事業

2 1で記載した事業についてその理由

東北六市連携による誘客・地域産品プロモーション事業において負担金支出先である東北六都市誘客ネットワークの平成28年度の活動は、アメリカ合衆国での物産展とタイ国での誘客プロモーションが中心であり、「小施策24-3 国際観光の推進」への位置付けの変更が検討されるため。

3 1で記載した事業の今後の方向性（案）（縮小・廃止・統廃合等）

東北六都市誘客ネットワークの活動内容については、国内での活動も予定されていることから、位置付けは「小施策24-1 観光情報の発信と観光客誘致の推進」のままとし、現時点では、「小施策24-3 国際観光の推進」への変更は行わないこととする。

Step 9 Step7, 8を踏まえた改革改善案

もりおか雪あかり開催事業は、冬季における市内最大のイベントであることから、SNS等を活用した積極的・効果的な情報発信を継続して行い、冬期間の誘客につなげる。