

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	24-2	小施策名	観光地域づくりと滞在型観光の推進	
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体感してもらい, 満足してもらう。
現状と課題	北陸新幹線や北海道新幹線の開業による, 観光交流の一層の活発化が期待される中, 本市を訪れる多くの観光客に満足してもらえよう, 特産品や歴史文化などの地域資源を生かした観光地域づくりを行うとともに, 世界遺産の「平泉の文化遺産」や三陸復興国立公園など, 県内・広域の観光資源と連携した観光宣伝や滞在型・周遊型観光への取組を推進する必要がある。
取組の方向性	北東北の交通の結節点としての優位性を生かすとともに, 盛岡の歴史, 文化, 先人, まち並みなど, 地域資源を最大限に活用した観光地域づくりや特産品の販路拡大, おもてなしの向上を進めるほか, まちなか観光の充実やMICE (マイス) 誘致, 広域連携による滞在型・周遊型観光など, 盛岡ファンづくりに向けた取組を推進する。

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
宿泊観光客数	↑	万人回	98	96	98	110	120
コンベンション開催支援件数	↑	件	101	102	84	140	150

(↑：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」の設問に対し、「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、地域資源を最大限に活用した観光地域づくりや特産品の販路拡大、おもてなしの向上を進めるほか、県内・広域の観光資源と連携した観光宣伝や滞在型・周遊観光への取組を推進する必要があることから、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

盛岡ブランド認証商品の安全性と良質性の保証を前面に押し出した情報発信を全国へ展開し、ブランド力の向上を図ることにより、特産品ブランド認証によるメリットの創出につなげる。

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
盛岡ブランド認証商品の全国への情報発信	ブランド認証制度の見直しを行っており、具体的な取組には至っていない。	C

3 2で挙げた取組状況がCの場合、その原因

ブランド認証制度の見直しを行っているため。

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

M I C E 開催助成件数及び助成金交付額が増加した。

(2) 成果をあげた要因

M I C E 開催助成金制度の要件の見直しにより、M I C E 誘致の推進が図られたものと考えられる。

(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

特産品ブランド認証事業において、新規認証，更新の動きがなくブランド認証がうまく機能していない。

(2) 現状の問題点が生じている原因

事業者にとって特産品ブランド認証による明確なメリットが感じられないことによる。

(3) 分析した原因の解決に向けた課題

制度の見直しを行い，新たな認証制度を確立させる。

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

該当事業なし。

2 1で記載した事業についてその理由

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）

Step 9 Step7, 8を踏まえた改革改善案

新たなブランド認証制度を平成29年度末までに確立し，特産品ブランド認証によるメリットの創出につなげる。