

# 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	24-3	小施策名	国際観光の推進	
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	盛岡ファンを国内外に広げ, 交流を拡大する。
現状と課題	東日本大震災で落ち込んだ外国人観光客入込数は回復基調にあり, 今後更なる増加が期待されることから, 積極的な海外プロモーション活動を行うとともに, 外国人観光客の受入環境の整備や日本文化などを体験できる仕組みづくりが必要である。
取組の方向性	観光案内板などの多言語表記など, 受入環境の整備を図るとともに, 積極的な海外プロモーションを行うほか, 外国人観光客や外国籍の市民が祭りや伝統芸能などを気軽に体験できる仕組みづくりを推進し, 盛岡ファンを国内外に広げる。

### 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
外国人観光客入込数	↑	万人回	0.7	1.4	2.4	2.0	3.0

(↑：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」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、積極的な海外プロモーション活動を行うとともに、外国人観光客の受入環境の整備や日本文化などを体験できる仕組みづくりが必要であることから、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

盛岡広域圏や東北六都市誘客ネットワーク等の連携の強化による海外プロモーションの展開やホームページの多言語化等を進める。

### 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
海外プロモーションの強化	広域連携によるタイ・台湾でのプロモーション	A
ホームページの多言語化	英語, 中国語(繁体字, 簡体字), 韓国語	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

台湾花蓮縣での盛岡山車の披露のほか, タイ旅行博でのプロモーションなどにより, 盛岡の知名度が高まった。

#### (2) 成果をあげた要因

盛岡広域振興局や広域市町との連携による情報発信により, より効果のあるPRができ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

外国人観光客に選ばれるまち・エリアになっていない。

#### (2) 現状の問題点が生じている原因

東北エリア全体の認知度が低い上, 海外プロモーションや多言語による情報発信が不足している。

#### (3) 分析した原因の解決に向けた課題

外国人観光客に選ばれるまち・エリアとして, 誘致活動の強化を図る。

## 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

外国人観光客のニーズを把握し、戦略を持って盛岡広域圏や東北六都市誘客ネットワーク等の連携による海外プロモーションの強化を進める。