

# 【戦略プロジェクト評価(令和元年度)】

## 戦略プロジェクトの概要

戦略プロジェクト名	2020あつまる・つながるまちプロジェクト
期待する効果	観光やスポーツを通して国内外から多くの人が訪れ、また訪れたくなるまちになる
重点取組期間	平成30～令和2年度
主管部名	市民部 ・ 商工観光部
戦略プロジェクト統括マネージャー	伊瀬谷 渉 市民部長 ・ 小笠原 千春 商工観光部長

戦略プロジェクトに取り組み背景	戦略プロジェクトの取組の内容
<p>まちの活力を維持していくため、定住人口の維持を図るとともに、恵まれた食や観光資源など、本市の魅力を生かした誘客の促進や若者の活躍の場の創出、スポーツを新たな機軸とするインバウンド獲得など、交流人口の増加を図り、まちに賑わいを生み出していくことが本市の重要課題となっている。</p>	<p>本市を訪れる旅行者が満足し、選ばれる観光地域となるため、歴史や自然、文化などの恵まれた観光資源を生かし、ブラッシュアップするとともに、国内外からの観光客受入態勢の整備を進めるほか、様々な媒体を通じ、本市の魅力を積極的にプロモーションする。</p> <p>また、ラグビーワールドカップ2019™や東京2020オリンピック・パラリンピックの機運を高め、ホストタウン事業などに取り組むとともに、MICE(マイス)の誘致や盛岡ファンづくりを推進するなど、交流人口を増やし、魅力があふれるまちづくりを推進する。</p>
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	盛岡に来てもらう(交流人口が増える)。 盛岡に愛着を持ってもらう。

## 目標指標の状況・評価(令和元年7月時点)

実績値の推移		実績の評価		今後の展開(評価時点～令和2年度)	
指標① 観光客入込数		「指標の目指す方向」に向けて特に寄与している点		評価を踏まえた今後の取組	
当初値(H25)	472	R2目標値	504		<p>☆1 MICE(マイス)のプロモーションについては、継続して(公財)盛岡観光コンベンション協会等関係団体、民間事業者と連携した誘致宣伝活動に取り組み、全国に向けて周知を図る。</p> <p>☆2 東北六市連携によるプロモーションについては、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を契機とした一層の誘客拡大を目指し、各市の夏祭りを軸としながら、東北の自然や文化、食の魅力などをテーマに広域観光ルートの提案を行い、周遊型・滞在型観光を促進していく。</p> <p>☆3 第2次盛岡ブランド推進計画が令和元年度までとなっていることから、それ以降の盛岡ブランドの展開について・市民のシビックプライド醸成と市外に向けたプロモーションの考え方を整理し、新たな方針・戦略を策定し、それに基づく事業の実施を検討する。</p> <p>☆4 関係人口を把握するための仕組みの構築、東京圏における盛岡コミュニティ等の情報発信の強化、盛岡の暮らしや仕事を体験・知ることができる環境整備等に取り組む。</p> <p>☆5 いしがきミュージックフェスティバル実行委員会への負担金による支援を継続するとともに、様々な機会に情報発信を行う。</p>
<p>目指す方向 ↗</p> <p>※平成25年度の実績値を基準に目標値を設定している</p>	<p>特に寄与している点の要因分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東北六魂祭から東北絆まつりへと続く東北六市の連携強化やプロモーション活動が、東北の認知度向上や目的地としての選択につながっている。各種祭りの主催団体への補助や開催支援等により、年間を通して祭り・イベントの充実を図っている。</li> <li>・MICE(マイス)制度は、催事の情報収集に努め、関係団体と連携したプロモーション活動を行ったほか、制度の要綱を改正し、参加者数の該当区分を細分化した内容とした。</li> <li>・情報発信は、それぞれの活動に対し、訴求する相手方(ターゲット)を設定した。</li> <li>・「盛岡という星で」プロジェクトは、民間事業者などと連携し、ターゲットを明確にしたプロモーションの方向性を構築したうえで事業を実施した。</li> <li>・いしがきミュージックフェスティバルは、天候に左右されるリスクはあるが、アクセシビリティに優れた街中での開催という特色があり、確実に来場者数が伸びている。</li> </ul>				
「指標の目指す方向」に向けた問題点		問題点の要因分析			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンベンションの開催件数が安定していない。</li> <li>・盛岡からの転出者や盛岡デーへの来訪者など、東京盛岡ふるさと会以外で盛岡と関わりがある人との継続的な連携が十分とは言えない。</li> <li>・いしがきミュージックフェスティバルは、近隣他市はもちろん、他県からも参加者が来場するイベントではあるが、安全性の確保や事業継続と誘客の拡大のため、資金確保が重要である。</li> </ul>		<p>問題点の要因分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・MICE(マイス)開催助成制度が東北の県庁所在地で最も遅く、コンベンションシティとしての情報発信が不足している。また、復興支援を目的とした震災被災地でのコンベンション開催が落ち着いたことも開催件数が伸び悩んでいる要因となっている。</li> <li>・盛岡デーの来訪者等と継続的な関係性を持つ手法が確立できていない。</li> <li>・広告宣伝や周知イベント等の回数や参加人数が限られており、大規模なプロモーションに繋がっていない。</li> <li>・いしがきミュージックフェスティバルは、実行委員会による、イベント開催前のホームページ開設等のPR活動に取り組んでいるが、更なる情報発信が必要である。また、石垣修復工事等の影響により会場利用に工夫が必要になる。</li> </ul>			
指標② 外国人観光客入込(宿泊客)数		「指標の目指す方向」に向けて特に寄与している点		<p>☆1 外国人観光客の更なる誘致拡大に向け、東北六市連携や盛岡・八幡平広域観光推進協議会など、広域連携によるプロモーション展開を強化する。</p> <p>☆2 台湾をはじめとする外国人観光客のリピーターを獲得する取組を研究する。</p> <p>☆3 Wi-Fi環境整備のほか、写真やピクトグラム等を活用した多言語対応の取組など、外国人観光客受入環境の整備を推進する。</p>	
当初値(H28)	23,649	R2目標値	50,000		
<p>目指す方向 ↗</p>	<p>特に寄与している点の要因分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・盛岡広域圏や東北六市の連携の強化及び海外プロモーション展開により「東北・岩手・盛岡」の認知度が向上してきている。</li> <li>・いわて花巻空港への国際定期便の就航 台北(桃園)空港 平成30年8月就航(週2便航行) 上海(浦唐)空港 平成31年1月就航(週2便航行)</li> </ul>				
「指標の目指す方向」に向けた問題点		問題点の要因分析			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・国の施策等により全国的に外国人観光客は増加傾向にあるものの、東日本大震災前と比較した増加率では、全国の地方ブロックの中で東北が最も低い。</li> <li>・2018(H30)年、盛岡の外国人観光客入込数は過去最高の53,432人となったが、訪日外客数の0.17%しか獲得できていない。</li> </ul>		<p>問題点の要因分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・主に大都市圏を訪れる訪日外国人に東北エリアの知名度・認知度が低いこと。</li> <li>・台湾に続く有力なマーケットとなり得る国・地域に向けたプロモーション活動が進捗途上にあること。</li> </ul>			
指標③ 地域ブランド調査「魅力度における盛岡市の順位」		「指標の目指す方向」に向けて特に寄与している点		<p>☆1 子どもたちに向けた郷土愛の醸成を図るため、小学校との連携を継続的に行えるよう、関係の構築に努める。</p> <p>☆2 第2次盛岡ブランド推進計画が令和元年度までとなっていることから、それ以降の盛岡ブランドの展開について・市民のシビックプライド醸成と市外に向けたプロモーションの考え方を整理し、新たな方針・戦略を策定し、それに基づく事業の実施を検討する。</p> <p>☆3 訴求する相手方(ターゲット)を設定したプロモーション素材の作成とプロモーション活動を引き続き実施する。</p> <p>☆4 舟運事業は、社会実験により得られた情報を基に舟運計画を策定し、関係組織団体の相互協力により必要な施設と運営組織を整備する。安定した運航環境を確保した上で、継続的にフェスタを実施し、舟運の認知度を上げる。</p>	
当初値(H28)	117	R2目標値	50		
<p>目指す方向 ↗</p>	<p>特に寄与している点の要因分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小学校との連携により授業参画を行った内容を、市内の小中学校にリーフレットとして周知したことで、出前事業の実施校を増加させた。</li> <li>・情報発信は、それぞれの活動に対し、訴求する相手方(ターゲット)を設定した。</li> <li>・舟運事業について、主体的に取り組んでいる地元団体に、国、県の関係機関も加わった実行委員会の設置により、導入実現に向けた組織強化が図られた。</li> <li>・公園の公募設置管理制度は、公園整備の新たな取り組みとして、他の自治体からも注目を集めており、一部機関紙等でも取り上げられている。</li> </ul>				
「指標の目指す方向」に向けた問題点		問題点の要因分析			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・盛岡の価値や魅力について、ターゲットを設定した訴求を行ったが、地域ブランド調査「魅力度における盛岡市の順位」が目標値に到達しなかった。</li> <li>・もりおか暮らし物語誌本の刊行を行えなかった。</li> <li>・盛岡ブランドに関する出前講座の要請が少なく、1件の実績に留まった。</li> <li>・舟運事業は、社会実験から得られた水深不足などの情報を基に、運航の安定性を確保できるよう課題解決に向けハード、ソフトの整備が必要である。</li> <li>・木伏緑地(公園)は、トイレや飲食店等の利便性の向上、賑わい創出に資する施設整備後に、居心地の良い魅力ある空間として持続的に活用される必要がある。</li> </ul>		<p>問題点の要因分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本指標は政令市や観光都市が上位を占める傾向にあるが、取組の成果が順位を押し上げるまでに至らなかった。</li> <li>・刊行する本の内容や費用負担の面で発行者との合意形成に時間を要した。</li> <li>・盛岡ブランドに関する出前講座について、地域への周知が不足した。</li> <li>・舟運事業は、安全に運航できるよう河川環境を含む関連施設の整備と継続的に運航運営できる事業者の確保が重要となる。</li> <li>・公園緑地空間の整備が、水辺環境を活かした取組や周辺エリアの活性化とエリア全体の魅力の向上につながるよう、地域や関係機関が連携して取り組むことが重要である。</li> </ul>			