

# 【戦略プロジェクト評価(令和2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、また訪れなくなるまちになる
重点取組期間	平成30～令和2年度
主管部名	交流推進部
戦略プロジェクト統括マネージャー	伊瀬谷 渉 交流推進部長

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
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。	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。 また、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。
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2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3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	特に寄与している点の要因分析	評価を踏まえた今後の取組	
当初値(H25)	472	R2目標値	504	目指す方向	
<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>		<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人など観光客の受入環境整備に向けて、市内5箇所(いわて・盛岡広域観光センター(盛岡駅2階南改札手前)、市役所本庁舎本館1階、もりおか歴史文化館、プラザおでって、もりおか町家物語館)に無料Wi-Fi(盛岡City Wi-Fi)を整備した。</li> <li>若者に人気の高いインフルエンサーを活用して、首都圏の若者をターゲットとした観光情報を発信できた。</li> <li>「盛岡という星で」プロジェクトの一環として、体験ツアーを実施することで、市への来訪のきっかけ作りを行うことが出来た。</li> <li>いしがきミュージックフェスティバルは、昨年に引き続き写真展の併設、花火の打ち上げを行い、雨天の中での開催であったが、過去2番目に多い来場者(86,316人)で賑わった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍において、観光需要の回復期に向けた受入環境が整った。</li> <li>それぞれの活動に対し、訴求する相手方(ターゲット)を設定したことで、効果的な訴求につながった。</li> <li>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、地元の若者が全国に向かってふるさと盛岡を誇れるマチナカフェスとして定着し、来場者数が伸びている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆1 国内の新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を踏まえ、都道府県をまたぐ移動に配慮しつつ、県内を中心とした域内の観光需要喚起につながる事業に取り組む。</li> <li>☆2 国内の感染状況に応じて、県内から東北5県、信越地方、関東圏などを視野にターゲットの検討を行い、観光需要喚起策としての実施可能な観光プロモーションを展開する。</li> <li>☆3 感染症収束後の観光需要の回復期と令和3年4月からの東北デスティネーションキャンペーンを見据えた観光プロモーションを検討し、実施に向けて取り組む。</li> <li>☆4 岩手もりおか復興フェスタは、これまで同時開催していた盛岡広域商工団体が主催する「もりおか広域まるごとフェア」の中止が決定したこと及び新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せず、万全な感染防止策を講ずることが困難なことから、今後実行委員会内で中止に向けた協議を行う。令和3年度については、開催時期、会場等の変更を含めて、継続開催に向けて関係団体等と協議、調整する。</li> <li>☆5 MICEについては、開催の可否判断は主催者側に委ねられるため、今年度中の開催の可否は不明であるが、開催の際の感染防止策について、万全を期する対策を講じるための受入側の準備を行うとともに、令和3年度以降の開催に向けて、三密の回避など、感染症収束後の新しい生活様式を取り入れた感染防止対策を講じた誘致宣伝活動に向けた取り組みを行う。</li> <li>☆6 つなぎ温泉の盛岡伝統芸能常設公演は、収束の時期や感染防止対策を講じた上で、令和2年度中の開催について検討し、実施に向けて取り組み、令和3年度以降の継続公演につなげる。</li> <li>☆7 「盛岡市シティプロモーション指針及び推進計画」に基づき、市外に向けたプロモーションの効果を高めるため、マーケティング手法を取り入れた情報発信を実施する。</li> <li>☆8 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。また、新型コロナウイルス感染症の影響で、大規模なイベントの取り扱いについて国や県の動きを注視していく必要がある。</li> </ul>	
当初値(H28)	23,649	R2目標値	50,000	目指す方向	
<p>※平成28年度の実績値を基準に目標値を設定している</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外における新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、指標の向上に向けた事業の延期または中止となっている。</li> <li>MICEについては、22件の申請中、既に12件が辞退している。</li> <li>東北六市連携による首都圏プロモーションは、東京2020オリンピック・パラリンピックの延期、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、令和2年度に予定していた全てのプロモーションが中止となった。</li> <li>つなぎ温泉の宿泊施設で6月実施予定としていた盛岡さんさ踊りなどの「盛岡伝統芸能常設公演」は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受け、延期となっており、現在のところ開始の時期は未定となっている。</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、メイン会場である盛岡城跡公園の使用制限や事業継続と誘客の拡大のため、資金確保が課題となっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光関連事業者については、3月くらいから新型コロナウイルス感染症の影響が出始め、現在も収束の見通しが立っていないことから、指標の向上に向けた誘客促進の取り組みが出来ない状況になっている。</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、史跡である盛岡城跡公園の石垣修復工事や発掘調査等の影響により、会場の設営や利用に工夫が必要になっている。また会場の設営の変更に伴い、事業費が増加しており、実行委員会においても新たな財源確保のためクラウドファンディングを実施している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆1 海外定期便の就航の再開時期や国内における外国人観光客の受入れ体制の整備などを注視しながら、令和3年4月からの東北デスティネーションキャンペーンや東京オリンピック・パラリンピックの開催を見据え、本市において入込数が多い台湾や中国をターゲットとした盛岡広域によるプロモーションについて検討し、実施に向けた取り組みを行う。</li> <li>☆2 Withコロナにおける観光地や宿泊施設などにおけるインバウンドの受入れにあたっての感染防止対策など、観光庁など国や関係団体等の動向を注視し、必要な環境整備に取り組む。</li> </ul>	
当初値(H28)	117	R2目標値	50	目指す方向	
<p>※平成28年度の実績値を基準に目標値を設定している</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>英語版フォトブックを企画制作し、ゲストハウスに架装することにより、外国人を中心に盛岡の認知度を向上させることができた。</li> <li>「地域おこし協力隊」の活動により、首都圏における写真展開催や、SNSを活用した情報発信、ウェブへの記事の提供などを行うことが出来た。</li> <li>関係人口を機軸とした移住・定住・交流人口対策事業として「盛岡という星で」プロジェクトを立ち上げ、情報発信や首都圏における盛岡コミュニティ形成を行うことが出来た。</li> <li>新型コロナウイルス感染症の感染拡大をきっかけに地元への移住ニーズが高まっている。</li> <li>新たな観光資源として、舟運に関するイベントの開催や社会実験を実施した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>それぞれの活動に対し、訴求する相手方(ターゲット)を設定したことで、効果的な訴求につながった。</li> <li>新型コロナウイルス感染症の感染拡大によりテレワークが実施されたことで、職住近接の考え方に変化が生じている。</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> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆1 「盛岡市シティプロモーション指針及び推進計画」に基づき市内外に向けたプロモーションの効果を高めるため、マーケティング手法を取り入れ、全庁的な視点で連携した情報発信を実施する。</li> <li>☆2 移住ニーズに対応するため、相談支援体制の強化を図る。</li> <li>☆3 関係人口が盛岡での具体的な取組にかかわるための機会を創出する。</li> <li>☆4 地元の高校生や大学生が地域課題を知る機会などを提供する。</li> <li>☆5 上記の取組を推進するための拠点を整備する。</li> <li>☆6 舟運事業は、社会実験により得られた情報を基に運航計画を策定し、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するとともに、運航回数を増やし、舟運の認知度を上げる。</li> </ul>	

