

平成25年度 施策達成度評価シート (24年度実績評価)

施策の柱		施策	
コード	名称	コード	名称
5	活力ある産業の振興	54	地域資源をいかした観光・物産の振興

評価責任者名	商工観光部長 村井 淳
評価シート作成者名	商工観光部次長 佐々木 東

1 施策の目的(目指す姿)

対象 (誰を,何を対象としているのか)	意図 (この施策により対象をどのように変えるのか)
国内外の人,市民	より多くの人に盛岡を訪れてもらう

2 達成度

(1)成果指標

指標名	単位	指標の性格	H23実績値	H24計画 (年度目標値)	H24実績値	H25計画 (年度目標値)	H26計画 (最終目標値)
観光客入込数	万人回	↗	466	478	471	480	490

(2)近隣自治体との成果水準比較

指標名	他自治体の状況等					
観光客入込数	(市名)	(平成22年度)	(平成23年度)	(増減)	(増減比)	(摘要)
	青森市	4,999 千人	5,020 千人	21 千人	0.4 %	暦年(1～12月分)
	秋田市	7,633 千人	5,436 千人	△ 2,197 千人	△ 28.8 %	暦年(1～12月分)
	仙台市	19,790 千人	16,208 千人	△ 3,582 千人	△ 18.1 %	暦年(1～12月分)
	山形市	4,940 千人	4,364 千人	△ 576 千人	△ 11.7 %	年度
	福島市	6,617 千人	5,482 千人	△ 1,135 千人	△ 17.2 %	暦年(1～12月分)
	盛岡市(年度)	3,244 千人	3,573 千人	329 千人	10.1 %	年度
	盛岡市(暦年)	3,283 千人	3,444 千人	161 千人	4.9 %	基データから暦年分を集計
	※ 国の共通基準に基づく観光入込客数(各県公表資料)。平成24年(年度)分はまだ各県から公表されていない。					
	(注) 国の共通基準に基づく観光入込客数(観光地点等入込客数調査)は、都道府県内の観光地点・行祭事・イベントの訪問者数を集計した数値で、各都道府県が公表することになっている。本県では平成22年度より導入され、本市の観光地点等は25施設、8イベント等となっている。従来の観光統計(県観光協会の基準に基づく統計)では、市内の地区別(市街地,つなぎ,都南,玉山区)の日帰り客数と宿泊客数を推計し、これを合算して全体の入込数を算出していた。国の共通基準による統計では、過去データとの比較ができず、総合計画の将来目標と整合しないため、施策達成度評価には従来の観光統計の数値を用いる。					

3 達成度評価結果

取組内容と成果	東日本大震災からの復興元年に位置付けられた平成24年度は、震災復興と震災で疲弊した地域経済の活性化に向けて、地域資源を活用した観光地づくりを推進するとともに、観光交流人口の増加に向けて、誘客宣伝や「盛岡さんさ踊り」「チャグチャグ馬コ」「盛岡秋まつり・山車」など祭り・イベントの充実、広域連携による滞在型観光の促進、コンベンション誘致活動などの取組を推進した。また、盛岡ブランドの推進、石川啄木没後百年記念事業などの先人顕彰や盛岡特産品ブランド認証商品の情報発信、特産品の販路拡大や競争力強化に向けた取組を推進した。 このほか、本県単独では32年振りの開催となった「いわてデスティネーションキャンペーン」では、関連イベントとして「盛岡三大麺フェスティバル」「盛岡麺くいラリー」を開催し、盛岡駅前広場や駅構内でチャグチャグ馬コや盛岡さんさ踊りのお出迎え、ふるさとガイドのお出迎えなどの「おもてなし」事業を展開した。5月には東北を代表する六つの夏祭りが集結する「東北六魂祭2012盛岡」を開催し、東北の復興と元気を内外に発信した。また、盛岡東北全体を博覧会場に見立てた「東北観光博」では、「盛岡・雫石ゾーン」として広域観光の情報発信を行ったほか、世界遺産登録された平泉の誘客効果を全県に波及させるため、県や平泉町との観光連携の取組を推進した。 これらの取組により、平成24年の観光客入込数は、震災復興関係者の入込や宿泊需要が顕著であった前年を上回り、震災前の平成22年比で6%増となる471万人回となった。
成果を押し上げた要因	上半期については、「東北観光博」(平成24年1月～25年3月)、「いわてデスティネーションキャンペーン」(平成24年4月～6月)、「東北六魂祭」(平成24年5月)と大規模観光キャンペーンやビッグイベントが連続し、世界遺産・平泉の誘客波及効果もあって多くの観光客が来訪し、成果の向上につながった。 特に「いわてDC」期間中の平成24年4月～6月期の入込客数は、期間中に東北六魂祭が開催されたこともあって、震災前の平成22年同期比で約31万7,000人増(153.3%)となる約90万1,000人を記録した。
目標と成果とにギャップがある場合、その要因	平成24年の入込数の目標を平成23実績466万人の2.5%増となる478万人に設定し、目標達成を目指したが、上半期是好調であったものの、下半期はやや伸び悩み、年トータルでは前年比1.1%増の471万人となった。 要因としては、上半期は大規模観光キャンペーンやビッグイベントが集中し、下半期は大きなイベント等が予定されていなかったため、効果の持続が図られなかったものと考えられる。
これからの課題	ア 教育旅行の誘致促進 平成24年の来訪校数は教育旅行統計開始以降で最多となったが、全体の9割が東北からの来訪で、震災前に全体の半数近くを占めた北海道からの来訪は学校数4割弱、生徒数2割強の回復にとどまっている。 イ 外国人観光客の回復 震災前は年1万人が来訪(宿泊)していたが震災で半減し、平成24年は回復の兆しはあるが動きは鈍く、回復に向けた取組が急務となっている。 ウ 宿泊客の増加策と冬季観光の振興 宿泊客数は震災の復興需要で平成23、24年は増加したが、長期的には減少傾向にあるほか、冬は他シーズンに比べて観光客の入込が少ないことから、宿泊客の増加策と冬季観光の振興に向けた取組が必要である。 エ 選ばれる訪問先となるための取組 平成26年度に北陸新幹線の長野・金沢間、27年度に北海道新幹線の新青森・新函館間の開業を控え、観光客から選ばれる訪問先となるため、一層の魅力向上が必要である。

4 各主体に期待する役割

	役割の内容
市	・情報発信・広報宣伝活動 ・北東北広域観光推進のための組織づくり, 県境を越えた関係市町村とのネットワークづくり ・観光関係団体のコーディネーター機能 ・市民グループやNPO団体, ボランティア団体などとの連携・協働 ・観光推進計画の管理, 計画のフォローアップ
国・県・ 他自治体	・観光振興のための総合支援・調整 ・観光振興に係る広域連携, 広域観光の推進 ・県境を越えた東北エリアの観光推進・共同事業
市民・NPO	・ボランティア・NPO活動 ・「おもてなし」の向上 ・郷土の理解と意識の向上
企業・その他	・広報宣伝・誘客活動の共同展開, 旅行商品などの共同開発 ・各種コンベンションやイベントの企画運営への参画 ・産業間の連携協力, 行政と民間のコーディネート ・地域のキーマンとなる人材の発掘育成 ・観光推進のための連携・組織づくり

5 成果達成への基本事業の貢献度

コード	基本事業	比重
	名称	
541	観光地づくりと観光客の誘致	40
542	観光交流の推進	30
543	魅力あふれる物産の振興	30

平成25年度 施策達成度評価シート (24年度実績評価・基本事業の状況)

施策の柱		施策	
コード	名称	コード	名称
5	活力ある産業の振興	54	地域資源をいかした観光・物産の振興
基本事業			
コード	名称		
541	観光地づくりと観光客の誘致		

評価シート作成者名	商工観光部次長 佐々木 東
-----------	---------------

1 基本事業の目的(目指す姿)

対象 (誰を, 何を対象としているのか)	意図 (この施策により対象をどのように変えるのか)
国内外の人, 市民	より多くの人に盛岡を訪れてもらう

2 成果指標

指標名	単位	指標の性格	H23実績値	H24計画 (年度目標値)	H24実績値	H25計画 (年度目標値)	H26計画 (最終目標値)
観光客入込数	万人回	↗	466	478	471	480	490

3 役割分担分析

		役割の内容	役割分担 比率(%)
各主体の 役割の状況	市	・情報発信・広報宣伝活動 ・北東北広域観光推進のための組織づくり, 県境を越えた関係市町村とのネットワークづくり ・観光関係団体のコーディネーター機能 ・市民グループやNPO団体, ボランティア団体などとの連携・協働 ・観光推進計画の管理, 計画のフォローアップ	30
	国・県・ 他自治体	・観光振興のための総合支援・調整 ・観光振興に係る広域連携, 広域観光の推進 ・県境を越えた東北エリアの観光推進・共同事業	20
	市民・NPO	・ボランティア・NPO活動 ・「おもてなし」の向上 ・郷土の理解と意識の向上	20
	企業・その他	・広報宣伝・誘客活動の共同展開, 旅行商品などの共同開発 ・各種コンベンションやイベントの企画運営への参画 ・産業間の連携協力, 行政と民間のコーディネート ・地域のキーマンとなる人材の発掘育成 ・観光推進のための連携・組織づくり	30

平成25年度 施策達成度評価シート（24年度実績評価・基本事業の状況）

施策の柱		施策	
コード	名称	コード	名称
5	活力ある産業の振興	54	地域資源をいかした観光・物産の振興
基本事業			
コード	名称		
542	観光交流の推進		

評価シート作成者名	商工観光部次長 佐々木 東
-----------	---------------

1 基本事業の目的（目指す姿）

対象 （誰を、何を対象としているのか）	意図 （この施策により対象をどのように変えるのか）
国内外の人、市民	より多くの人に盛岡を訪れてもらう

2 成果指標

指標名	単位	指標の性格	H23実績値	H24計画 (年度目標値)	H24実績値	H25計画 (年度目標値)	H26計画 (最終目標値)
観光客入込数	万人回	↗	466	478	471	480	490

3 役割分担分析

		役割の内容	役割分担 比率(%)
各主体の 役割の状況	市	・情報発信・広報宣伝活動 ・北東北広域観光推進のための組織づくり、県境を越えた関係市町村とのネットワークづくり ・観光関係団体のコーディネーター機能 ・市民グループやNPO団体、ボランティア団体などとの連携・協働 ・観光推進計画の管理、計画のフォローアップ	30
	国・県・ 他自治体	・観光振興のための総合支援・調整 ・観光振興に係る広域連携、広域観光の推進 ・県境を越えた東北エリアの観光推進・共同事業	10
	市民・NPO	・ボランティア・NPO活動 ・「おもてなし」の向上 ・郷土の理解と意識の向上	40
	企業・その他	・広報宣伝・誘客活動の共同展開、旅行商品などの共同開発 ・各種コンベンションやイベントの企画運営への参画 ・産業間の連携協力、行政と民間のコーディネート ・地域のキーマンとなる人材の発掘育成 ・観光推進のための連携・組織づくり	20

平成25年度 施策達成度評価シート (24年度実績評価・基本事業の状況)

施策の柱		施策	
コード	名称	コード	名称
5	活力ある産業の振興	54	地域資源をいかした観光・物産の振興
基本事業			
コード	名称		
543	魅力あふれる物産の振興		

評価シート作成者名	商工観光部次長 佐々木 東
-----------	---------------

1 基本事業の目的(目指す姿)

対象 (誰を、何を対象としているのか)	意図 (この施策により対象をどのように変えるのか)
国内外の人、市民	より多くの人に盛岡を訪れてもらう

2 成果指標

指標名	単位	指標の性格	H23実績値	H24計画 (年度目標値)	H24実績値	H25計画 (年度目標値)	H26計画 (最終目標値)
観光客入込数	万人回	↗	466	478	471	480	490

3 役割分担分析

		役割の内容	役割分担 比率(%)
各主体の 役割の状況	市	・情報発信・広報宣伝活動 ・北東北広域観光推進のための組織づくり、県境を越えた関係市町村とのネットワークづくり ・観光関係団体のコーディネーター機能 ・市民グループやNPO団体、ボランティア団体などとの連携・協働 ・観光推進計画の管理、計画のフォローアップ	30
	国・県・ 他自治体	・観光振興のための総合支援・調整 ・観光振興に係る広域連携、広域観光の推進 ・県境を越えた東北エリアの観光推進・共同事業	20
	市民・NPO	・ボランティア・NPO活動 ・「おもてなし」の向上 ・郷土の理解と意識の向上	20
	企業・その他	・広報宣伝・誘客活動の共同展開、旅行商品などの共同開発 ・各種コンベンションやイベントの企画運営への参画 ・産業間の連携協力、行政と民間のコーディネート ・地域のキーマンとなる人材の発掘育成 ・観光推進のための連携・組織づくり	30