

# 【小施策評価(令和元年度実績評価)】

## 小施策の総合計画における位置付け

基本目標	4	人が集い活力を生むまちづくり	小施策 主管課等	観光課
施策	24	観光の振興	評価 責任者	曾根田 雅彦 内線 3720
小施策	24-2	観光地域づくりと滞在型観光の推進	評価 シート 作成者	杉田 博信 内線 3721

## 小施策の概要

現状と課題(総合計画実施計画から転記)	⇒	取組の方向性(総合計画実施計画から転記)
北海道新幹線や宮古・室蘭フェリーの開業などにより、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るよう、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とともに、世界遺産の「平泉の文化遺産」や「釜石・橋野鉄鉱山」、十和田八幡平国立公園、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。		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。
対象(誰(何)を対象として行うのか)	⇒	意図(具体的に対象をどのような状態にしたいのか/対象+成功状態)
国内外の人		多くの人が、盛岡の魅力を知る。盛岡を訪れる。

## 小施策の成果指標の達成状況・評価(令和元年度実績)

実績値の推移				実績の評価		
指標	単位	目指す方向	成果点	⇒	成果の要因分析	
指標① 宿泊観光客数	万人泊	↗	<p>・観光客入込数は令和元年度目標値(500万人回)を達成し、交流人口が拡大した。</p> <p>・外国人観光客入込数が1.2倍(前年度比)に増加した。</p>	⇒	<p>・盛岡デーや各種物産展等の開催を通じた誘客宣伝、特産品PRが、盛岡の認知度向上や目的地としての選択につながったことによるものと考えられる。</p> <p>・平成29年からの「東北絆まつり」の東北6県の県庁所在地での開催や首都圏プロモーションでの盛岡さんさ踊りによる誘客宣伝効果により、交流人口が増加したことによるものと考えられる。</p>	
当初値 (H25)	98	R1目標値	110		R6目標値	120
<p>問題点</p> <p>・前年比で宿泊客が微増したが、地域別の観光客入込数において、つなぎ地区の入込数が前年比で減少するなど、県外からの宿泊客数が伸び悩んでいる。</p>						
<p>問題の要因分析</p> <p>・つなぎ地区と市街地等の宿泊施設とを比較した場合、誘客への魅力が十分ではないこと。</p> <p>・観光客の動向として団体旅行が減少し、個人旅行が増加する傾向があること。</p>						
指標② コンベンション開催支援件数	件	↗	<p>・盛岡でのコンベンション開催に対し、87件(参加者数 50,792人)の支援を行った。</p> <p>・盛岡市内を主会場とする一定規模以上の国際会議や全国大会等に対し、開催費用の一部助成を行った。(22件 14,045,000円)</p>	⇒	<p>・関係団体や民間事業者等と連携した誘致推進の取組が、盛岡でのコンベンション開催につながったものと考えられる。</p>	
当初値 (H25)	101	R1目標値	140		R6目標値	150
<p>問題点</p> <p>・開催支援件数は前年比で増加しているが、他都市との誘致競争での優位性を図り、安定的な開催件数を維持していく必要がある。</p>						
<p>問題の要因分析</p> <p>・助成対象となる一定規模以上のコンベンション等については、開催年の5~6年前には開催地決定の準備が進められていることから、コンベンション会場の優先予約による早期確保が可能となれば、更なる誘致につながる可能性がある。</p>						

## 今後の方向性(令和2年度以降)

評価を踏まえた取組の方向性	★…R2年度着手済または着手予定 ☆…R3年度以降の着手を検討
<p>★ 個人旅行者を含めた、つなぎ温泉地域への誘客促進を図るため、独自の魅力向上に向けた取組を推進とともに、新型コロナウイルス感染症の影響により宿泊施設をはじめとする観光事業者への経済的な影響が大きいことから、観光基盤となる事業者への支援や国内旅行者向けの誘客促進につながる事業を優先して実施する必要がある。</p> <p>☆1 国内外からの観光客の更なる誘客促進に向けて、入込数の多い台湾や中国をターゲットにした海外、首都圏における国内でのプロモーションによる宣伝誘客の取組を推進する。</p>	
<p>★ 選ばれる都市として関係団体や民間事業者等と連携して誘致促進を推進していく。</p> <p>★ 都市の魅力や利便性をPRする宣伝誘致の取組を推進していく。</p>	