

令和4年度 行政評価 施策カルテ

施策名	① 都市ブランド戦略の推進
-----	---------------

施策主管課	人口対策・移住定住推進室	総合計画 記載頁	139
-------	--------------	-------------	-----

関連するSDGs目標

1 施策の位置付け

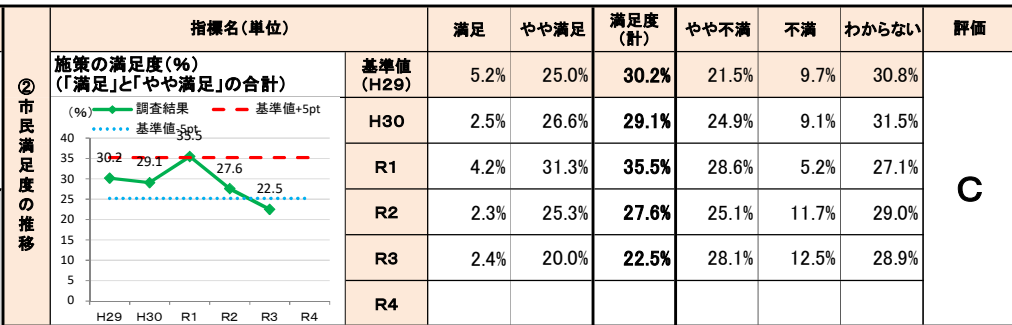
政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13	都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	基本施策目標	石の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けたいと考えられる人が増えています。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	--

2 施策の取組状況

施策目標	宇都宮の都市イメージが高まり、市民が愛着と誇りを持って宇都宮をPRすることで、国内外からの憧れと注目を集める都市になっています。
------	--

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略					
産出	基本目標Ⅱ	本市への移住を希望する住民を積極的に受け入れる体制づくりなど、特に若い世代の女性の東京圏からの流入人口の増加を図るとともに、東京圏の住民や企業に対し、本市と多様な形で関わりを持ち、将来的な移住等に繋げる「関係人口」の創出・拡大を図る。				
成果	基本目標Ⅱ	本市への移住を希望する住民を積極的に受け入れる体制づくりなど、特に若い世代の女性の東京圏からの流入人口の増加を図るとともに、東京圏の住民や企業に対し、本市と多様な形で関わりを持ち、将来的な移住等に繋げる「関係人口」の創出・拡大を図る。				

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価
産出指標	SNS等を活用した魅力発信件数(件)	220	240	260	280	300	A
	基準値(H28)	189	221	242	287	295	
	目標値(R4)	300	100.5%	100.8%	110.4%	105.4%	
	単年度目標値						
成果指標	宇都宮に良いイメージがあると感じている人の割合(%)	市内 87 市外 67	市内 88 市外 68	市内 89 市外 69	市内 90 市外 70	市内 91 市外 71	B
	基準値(H29)	市内 86.1 市外 65.6	—	市内 84.6 市外 62.5	—	—	
	目標値(R4)	市内 91 市外 71	—	市内 95.1% 市外 90.6%	—	—	
	単年度目標値						
市民満足度の推移	宇都宮が好きな人の割合(%) (市政世論調査より)	90.5	91.0	91.5	92.0	92.5	B
	基準値(H29)	90.3	92.1	91.8	92.4	91.3	
	目標値(R4)	93	101.8%	100.9%	101.0%	99.2%	
	単年度目標値						



③ 主要な構成事業の進捗状況	※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照					
----------------	----------------------------	--	--	--	--	--

【参考指標】 中核市水準比較	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	評価の 組合せ	
	「地域ブランド調査」(㈱ブランド総合研究所が実施)における「魅力度」	中核市平均	15.1	17.3	17.0	21.0		指標
	※「どの程度魅力を感じるか」との問いに対し、「魅力的」と回答した人の割合により、スコアを算出	本市実績	13.8	18.9	19.3	22.1		

※成果指標「宇都宮に良いイメージがあると感じている人の割合」については、「宇都宮ブランド戦略第3期アクションプラン」の中間年(R2)及び最終年(R4)に把握することから、R3においては、市政世論調査の「宇都宮が好きな人の割合」により評価する。

※『①施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

※評価の 考え方	① 施策指標 (産出指標) (成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出 指標	A
	② 市民意識 調査結果 (満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果 指標	B
	③ 主要な構成事業 の進捗状況	A: 計画以上 (構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり (主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ (構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民 満足	C
	総合評価	順調: A評価が2つ以上 (C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上 (A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成 事業	B

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)

施策を取り 巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JR宇都宮駅東口地区のまちびらきやLRTの開業など、本市が目指すまちの姿である「スーパースマートシティ」の実現に向け、まちと暮らしが大きく変わる節目を迎えている。</li> <li>・本市の社会動態において東京圏への転出超過が続いている中、新型コロナウイルス感染症の拡大を契機とした地方分散・回帰に対する意識が高まっている。</li> <li>・「共働き子育てしやすい街ランキング」や「住みよさランキング」などの民間調査で本市の順位がトップクラスに位置するなど、本市のまちづくりが高く評価されている。</li> <li>・餃子、ジャズ、カクテル、プロスポーツ、大谷地域(大谷石文化)など既存の地域資源について、産学官民連携による魅力のブラッシュアップが進められており、本市への愛着の獲得につながるブランド戦略の「自分ゴト化」を促進する要素としての役割が高まっている。</li> </ul>	総合評価	80点
----------------	--	------	-----

施策指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・魅力発信件数については、新型コロナウイルス感染症の影響下において宇都宮ブランド推進協議会やミヤリーの公式SNSなどオンラインによる情報発信を強化したほか、国内最大規模のメディア向け配信サイトを積極的に活用し情報発信に取り組んだことにより、目標値を上回っている。</li> <li>・「宇都宮が好きな人の割合」については、市民の本市に対する「愛着」の獲得に向けてブランド戦略を着実に継続してきたことにより、令和3年度を含め、直近8年連続で9割を超えており、概ね目標通りの成果となっている。</li> </ul>	市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、集合型のイベントの開催やプロモーション活動が制限される中、SNSや各種メディアを活用した情報発信など、創意工夫を図りながら取組を進めたところであるが、コロナ禍における外出自粛に伴い、本市の地域資源に実際に触れたり、参加・体験する機会が減ったことなどにより、施策の満足度が減少したものと考えられる。</li> </ul>	概ね順調
------	--	-------	--	------

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P ・ 戦略事業 ・ SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R3 概算 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	宇都宮ブランド戦略の推進	好循環P 戦略事業	本市の魅力や都市イメージの向上による、市民の誇りや市外からの憧れなど愛着の獲得	市内外の人、企業等	本市の魅力を知ってもらい「認知」の取組と好きになってもらう「信頼」の取組を推進	計画どおり	50,351	H20	先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:ターゲットに応じた情報接触機会の増加、魅力の体験・参加・発信機会の増加</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メディア向け情報発信サイトの活用や、東京圏の若者に対するSNS動画広告の配信、地域のライフスタイルに興味関心が高い層に訴求できるWEBマガジンへの記事掲載など、ターゲットに応じた最適なチャンネルを選択し、情報発信を行ったことにより、情報接触機会の着実な増加が図られた(メディア露出回数 R2:796件⇒R3:911件)。</li> <li>・また、知名度や発信力の高い「誇れる宇都宮愉快市民」と連携したフォトコンテストや、プロスポーツチームと連携したSNSキャンペーン、転入者による本市の魅力発信などを実施したことにより、体験や参加、発信を通じた新たな宇都宮ファンを獲得及びサポーターの強化が図られた。</li> <li>・東京圏への転出超過が続いている状況などを踏まえ、これまでの都市ブランド戦略の多様な取組の蓄積を活かし、関係人口や移住・定住人口の増加につながる情報発信の充実・強化を図る必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針】:移住・定住促進につながる集中的なプロモーションの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本市のまちと暮らしが大きく変わる節目を捉え、特に、東京圏の子育て世代や若者に対し、本市の住みよさや魅力・実力などの認知度を高めるため、集中的なプロモーションを展開し、移住・定住の促進につなげる。</li> </ul>
2	東京圏から本市への移住・定住等の促進(再掲)	好循環P 戦略事業	本市へ移住・定住する人の増加	東京圏を中心とした、本市外に在住する方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住・定住アプリなどによる本市の魅力や情報の発信</li> <li>・本市での生活等について理解を深められる体験事業の実施</li> <li>・ワンストップ窓口による相談受付</li> <li>・本市における各種支援制度の利用促進</li> </ul>	計画どおり	27,320	H28	独自性 先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:移住・定住に関する情報発信や施策事業の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年度は、引き続き、移住・定住アプリや県と連携したオンライン移住セミナーによる情報発信を実施するとともに、地方への移住を検討する方を対象に、お試し宿泊体験等を行うみや暮らし体験を実施した。</li> <li>・また、新たにYouTube等を活用したデジタルマーケティングや、市内でテレワークとプロスポーツ観戦などの余暇活動を体験できるプランを提供するみやテレワークセッションに取り組みむなど、新型コロナウイルス感染症の影響下においても、実施可能な取組の充実を図った。</li> <li>・移住・定住相談窓口での相談延べ件数については、前年度と比較し、約3倍(R2:55件⇒R3:166件)に増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響や就業環境の変化による地方移住に対する機運が高まっていることから、移住の検討熟度に応じた施策・事業の導出と着実な実施が必要である。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針】:移住・定住の更なる促進と関係人口の創出</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響等による地方移住の機運を捉えながら、引き続き、効果的な情報発信を行うほか、体験事業や相談体制の充実を図るなど、移住に向けた検討熟度に応じた支援を強化し、移住・定住の更なる促進を図るとともに、本市と継続的な関わりを持つ関係人口の創出、東京圏に転出した本市出身の若者等をターゲットとした取組の強化を図っていく。</p>

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源の魅力に触れる機会の増加</li> <li>・新型コロナウイルス感染症の影響下における外出自粛に伴い、参加や体験などを通じて本市の地域資源に実際に触れる機会が減ったことなどを踏まえ、オンラインとリアルを効果的に活用して本市の魅力や良さを体験・発信する機会を増やし、ブランド戦略への市民参加を一層促進することにより、さらなるシビックプライドの醸成を図るとともに、市外における認知度やイメージの向上を図る必要がある。</li> <li>・移住定住・関係人口の拡大につながるプロモーションの強化</li> <li>・本市では、平成29年をピークに人口減少社会に突入し、出生数の減少や若い世代の東京圏への転出超過が続いている状況にあり、都市の活力や賑わい、地域コミュニティの低下など、まちづくりのあらゆる分野に影響を及ぼすことが懸念されることから、本市が将来にわたり持続的に発展していくため、これまでのブランド戦略における情報発信や関係団体との連携など多様な蓄積を生かし、移住定住・関係人口の拡大につながるプロモーションを強化する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源の魅力に触れる機会の増加</li> <li>・新型コロナウイルス感染症拡大に伴う社会情勢の変化に的確に対応しながら、引き続き、オンラインとリアルを効果的に活用して体験や参加、発信を通じたブランド戦略の「自分ゴト化」を促すほか、移住定住の相談体制と併せて情報発信を強化し、本市の価値や実力など良質な情報を確実に伝えるなど、市内外の人が本市の魅力や良さを実感し、さらに愛着を高めてもらえるよう、宇都宮ブランド推進協議会をはじめとした関係団体と連携しながら、官民を挙げたブランドプロモーションに継続的に取り組む。</li> <li>・移住定住・関係人口の拡大につながるプロモーションの強化</li> <li>・本市のまちと暮らしが大きく変わる節目を捉え、特に、東京圏の子育て世代や若者に対し、テレビCMやSNS・ウェブなど、様々なメディアを活用した戦略的なプロモーションを展開し、充実した子育て環境等の住みよさをはじめ、本市の有するまちの優位性や先進性などの認知度を高め、移住定住・関係人口の拡大につなげる。</li> </ul>

令和4年度 行政評価 施策カルテ

施策名	② 移住・定住の促進
-----	------------

施策主管課	人口対策・移住定住推進室	総合計画記載頁	139
-------	--------------	---------	-----

関連するSDGs目標

1 施策の位置付け

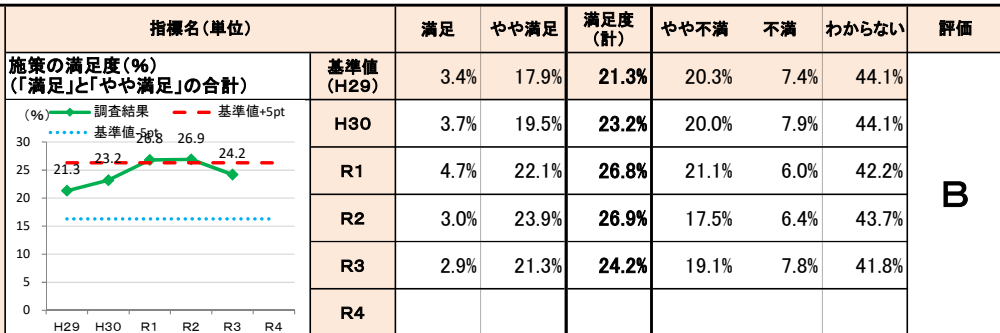
政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13	都市ブランドの魅力と更なる魅力を創出する	基本施策目標	右の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして広く活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けたいと考える人が増えています。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	--

2 施策の取組状況

施策目標	本市の魅力や実力が高まることで、東京圏からの移住・定住が増加しています。
------	--------------------------------------

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略					
産出	基本目標Ⅱ	本市への移住を希望する住民を積極的に受け入れる体制づくりなど、特に若い世代の女性の東京圏からの流入人口の増加を図るとともに、東京圏の住民や企業に対し、本市と多様な形で関わりを持ち、将来的な移住等に繋げる「関係人口」の創出・拡大を図る。				
成果						

① 施策指標	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	指標名(単位)		満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない	評価							
	産出指標	移住・定住に関する相談件数(件)(累計)	単年度目標値	160	270	380	490		600	B	② 市民満足度の推移	施策の満足度(%)	基準値(H29)	3.4%	17.9%	21.3%		20.3%	7.4%	44.1%	B			
基準値(H29)		55 (単年度)	実績値	135 (80)	207 (72)	262 (55)	428 (166)	調査結果	基準値+5pt		H30	3.7%	19.5%	23.2%	20.0%	7.9%	44.1%							
目標値(R4)		600	単年度の達成度	84.4%	76.7%	68.9%	87.3%	R1	4.7%		22.1%	26.8%	21.1%	6.0%	42.2%									
単年度目標値								R2	3.0%		23.9%	26.9%	17.5%	6.4%	43.7%									
成果指標	東京圏から本市への転入者数(人)(累計)	単年度目標値	11,178	16,833	22,545	28,325	34,173	B	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照	R3	2.9%	21.3%	24.2%	19.1%	7.8%	41.8%								
	基準値(H29)	5,567 (単年度)	実績値	10,948 (5,381)	16,421 (5,473)	21,932 (5,511)	27,276 (5,344)										R4							
	目標値(R4)	34,173	単年度の達成度	97.9%	97.6%	97.3%	96.3%																	
	単年度目標値																							



※【①施策指標】の単年度の達成度の計算について	
★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

【参考指標】 中核市水準比較	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	評価の 組合せ		
	中核市平均								
	本市実績								
	本市順位								
※ 評価の 考え方	① 施策指標 (産出指標) (成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]		B: 達成度70%以上100%未満 [20点]		C: 達成度70%未満 [15点]		産出 指標	B
	② 市民意識 調査結果 (満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]		B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]		C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]		成果 指標	B
	③ 主要な構成事業の 進捗状況	A: 計画以上 (構成事業2事業以上が計画以上) [25点]		B: 計画どおり (主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]		C: 計画より遅れ (構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]		市民 満足	B
	総合評価	順調: A評価が2つ以上 (C評価がある場合を除く) [90点以上]		概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]		やや遅れ: C評価が2つ以上 (A評価が2つある場合を除く) [75点未満]		構成 事業	B

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	<p>・テレワークの急速な普及に伴い、仕事よりも生活を重視する意識の高まりや、「転職なき移住」の選択が可能になるなど、仕事や生活環境に対する意識が変化している傾向にあり、東京圏在住の20～30歳代を中心とした若年層において、地方移住への関心が高まっており、特に東京圏在住者のうち、地方圏出身者が高い状況にある。【東京23区におけるテレワーク実施率…令和元年12月:17.8%から令和3年10月:55.2%に増加、東京圏在住者の地方移住への関心…令和元年12月:25.1%から令和3年10月:34.0%に増加、東京23区在住者における地方移住への関心…令和元年12月:全年齢28.0%・20代38.9%から令和3年10月:全年齢37.3%・20代49.1%に増加(内閣府「第4回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」)】</p> <p>・本市においては、東京圏に対する転出超過が続いており、特に20歳代を中心とした若年層の転出が多い状況にある。【東京圏への転入・転出…令和3年転入:5,344人、転出6,410人(1,066人転出超過)、年齢別東京圏の転出…20歳代:679人転出(宇都宮市「推計人口」)】</p>	80点
施策指標	<p>・移住・定住相談窓口での対応のほか、新たにテレワーク就労者を対象とした移住支援や、インターネット広告等を活用した情報発信を行うデジタルマーケティングの実施などにより、算出指標である相談件数単年度実績値を例年の約3倍となる相談件数の獲得につなげることができた。</p> <p>・全国の自治体において、地方移住に向けた強化されていることなどに伴い、目標値の達成には至らなかったものの、移住への検討熱度に応じた様々な取組の拡充・実施などにより、成果指標の単年度実績は着実に増加し、目標値と同水準となる東京圏から本市への転入者数の確保につなげることができた。</p>	概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R3概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	東京圏から本市への移住・定住等の促進	好循環P 戦略事業	本市へ移住・定住する人の増加	東京圏を中心とした、本市外に在住する方	・移住・定住アプリなどによる本市の魅力や情報の発信 ・本市での生活等について理解を深められる体験事業の実施 ・ワンストップ窓口による相談受付 ・本市における各種支援制度の利用促進	計画どおり	27,320	H28	独自性 先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:移住・定住に関する情報発信や施策事業の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年度は、引き続き、移住・定住アプリや県と連携したオンライン移住セミナーによる情報発信を実施するとともに、地方への移住を検討する方を対象に、お試し宿泊体験等を行うみや暮らし体験を実施した。</li> <li>・また、新たにYouTube等を活用したデジタルマーケティングや、市内でテレワークとプロスポーツ観戦などの余暇活動を体験できるプランを提供するみやテレワークセッションに取り組みむなど、新型コロナウイルス感染症の影響下においても、実施可能な取組の充実を図った。</li> <li>・移住・定住相談窓口での相談延べ件数については、前年度と比較し、約3倍(R2:55件⇒R3:166件)に増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響や就業環境の変化による地方移住に対する機運が高まっていることから、移住の検討熟度に応じた施策・事業の導出と着実な実施が必要である。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針】:移住・定住の更なる促進と関係人口の創出</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響等による地方移住の機運を捉えながら、引き続き、効果的な情報発信を行うほか、体験事業や相談体制の充実を図るなど、移住に向けた検討熟度に応じた支援を強化し、移住・定住の更なる促進を図るとともに、本市と継続的な関わりを持つ関係人口の創出、東京圏に転出した本市出身の若者等をターゲットとした取組の強化を図っていく。</p>
2	宇都宮ブランド戦略の推進(再掲)	好循環P 戦略事業	本市の魅力や都市イメージの向上により、市民の誇りや市外からの憧れなど愛着を獲得する	市内外の人、企業等	本市の魅力を知ってもらい「認知」の取組と好きになってもらう「信頼」の取組の推進	計画どおり		H20	先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:ターゲットに応じた情報接触機会の増加、魅力の体験・参加・発信機会の増加</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メディア向け情報発信サイトの活用や、東京圏の若者に対するSNS動画広告の配信、地域のライフスタイルに興味関心が高い層に訴求できるWEBマガジンへの記事掲載など、ターゲットに応じた最適なチャンネルを選択し、情報発信を行ったことにより、情報接触機会の着実な増加が図られた(メディア露出回数 R2:796件⇒R3:911件)。</li> <li>・また、知名度や発信力の高い「誇れる宇都宮愉快市民」と連携したフォトコンテストや、プロスポーツチームと連携したSNSキャンペーン、転入者による本市の魅力発信などを実施したことにより、体験や参加、発信を通じた新たな宇都宮ファンの獲得及びサポーターの強化が図られた。</li> <li>・東京圏への転出超過が続いている状況などを踏まえ、これまでの都市ブランド戦略の多様な取組の蓄積を活かし、関係人口や移住・定住人口の増加につながる情報発信の充実・強化を図る必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針】:移住・定住促進につながる集中的なプロモーションの実施</p> <p>・本市のまちと暮らしが大きく変わる節目を捉え、特に、東京圏の子育て世代や若者に対し、本市の住みよさや魅力・実力などの認知度を高めるため、集中的なプロモーションを展開し、移住・定住の促進につなげる。</p>
3	UJIターン就職促進事業(再掲)	好循環P	東京圏の若者等の市内へのUJIターン就職を促進する	県外在住の大学生、若年求職者	UJIターン就職ガイドによる情報発信	感染症の影響による変更	56	H28		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:UJIターン就職ガイドでの情報発信</p> <p>「じぶん×未来フェア」に参加予定であった企業の情報を掲載したUJIターン就職ガイドを作成し、しもつけ就活NAVIサイトのバナーへの掲載や、しもつけ就活NAVI「学生就活応援メルマガ」への配信をするほか、国・県の関係機関や大学・高校等にガイドの配布を行い、広く情報発信を行った。引き続き、ガイドの効果的な周知や活用について検討する必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針】:効果的な情報発信</p> <p>引き続きガイド等による情報発信を行い、大学進学前の高校生や、県外の大学に進学した大学生などに対して、市内企業等の魅力の理解促進を図る事業を実施する。また、事業の実施にあたり、新型コロナウイルス感染症の状況を注視し、実施時期等について慎重に判断していく。</p>
4	UJIターン人材確保支援補助金(再掲)		県外大学生等の市内中小企業の魅力に対する理解を促進するとともに、UJIターン就職の意識を醸成する	市内中小企業者	県外大学生等のインターンシップ受け入れに際し、中小企業が負担した大学生等の交通費・宿泊費を一部補助	感染症の影響による変更	1	H29		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:インターンシップ受け入れ企業に対する補助支援</p> <p>県外大学生等のインターンシップ受け入れ企業に対する補助事業に取り組んだことで、市内中小企業の魅力の理解促進や、UJIターン就職の意識醸成に寄与した。新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、インターンシップが実施されず、補助金の交付実績は無かったが、意識醸成の効果もあり、登録事業者数は増加した。国では、令和6年度以降に卒業する学生を対象に、選考前のインターンシップで企業が得た学生の評価などの情報を、採用活動に活用できるよう、指針を見直すことを決定したことから、今後ますますインターンシップの重要性が高まると考えられるため、状況の変化等を考慮しながら事業を実施する必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針】:県外大学生等の参加促進</p> <p>今後のインターンシップの重要性の高まりに応じて、より効果的に事業を実施できるよう、都内の「宇都宮サテライトオフィス」や「とちぎUJIターン就職サポートセンター」との連携により東京圏等の大学生等への情報発信を強化する。ただし、事業実施においては、新型コロナウイルス感染症の状況を注視し、実施時期等について慎重に判断するとともに、新型コロナウイルス感染症の感染対策を徹底する。</p>
5	オフィス企業立地支援補助金(再掲)	SDGs 好循環P 戦略事業	女性や若者の雇用の受け皿となるオフィス企業の立地の促進	・市内にオフィスを新増設する企業 ・市内に新たにサテライトオフィスを設置する市外企業	新増設したオフィスの改修費、賃借料、シェアオフィス等使用料、新規雇用等に対して補助	計画どおり	3,906	H30		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:補助制度等を活用した立地の進展とニーズの変化に対応した制度の見直し</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・補助金の活用実績は、堅調に推移しており、新型コロナウイルス感染症の影響下においても、市の支援制度を通じたオフィス企業の集積が進展している。</li> <li>・新型コロナウイルス感染症を契機として、首都圏を中心に働き方やオフィスニーズが変容する中、それらのニーズの変化を捉えたオフィス企業の立地促進を図る必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針】:制度の効果的なPRとより活用しやすい支援制度の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・都内に設置した宇都宮サテライトオフィスを活用しながら、本市の優れたビジネス環境や充実した補助制度を効果的にPRすることで、オフィス企業の更なる立地促進を図る。</li> <li>・企業にとってより活用しやすく、実効性のある制度への見直しを図る。</li> </ul>

#### 4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・地方移住の機運等を捉えた東京圏に対する戦略的なプロモーションの実施 地方移住を検討している方をはじめ、子どもの成長などに合わせて住宅の取得を検討する東京圏の「住み替え」検討世帯に対し、本市を居住地として選択いただけるよう、効果的な情報発信を実施していく必要がある。</p> <p>・移住を希望する方の検討熟度や「働き方」・「暮らし方」の変容に対応した取組の実施 新型コロナウイルス感染症の影響によりテレワークの普及や生活意識の変化など、「働き方」や「暮らし方」に対する考え方の変容に対応した移住・定住を後押しする取組を実施していく必要がある。</p>	<p>・地方移住の機運等を捉えた東京圏に対する戦略的なプロモーションの実施 「就職・転職」、「結婚・出産」、「子育て」などのライフステージのイベントが多く、移住意思も高い、東京圏在住20代～30代をターゲットとし、引き続き、ターゲットに対してピンポイントにPRを行うデジタルマーケティングを実施するほか、テレビCMをはじめ、SNSやウェブなど、様々なメディアを活用した戦略的な移住プロモーションを実施していく。</p> <p>また、移住を希望する方の「働き方」や「暮らし方」などの変容を捉え、本市を移住先として認知してもらい、着実に検討を深めていただけるよう、移住・定住相談窓口の機能強化を図ることで、検討熟度に応じた的確な情報提供やフォローアップを実施するとともに、移住に向けた施策の更なる充実・強化を検討していく。</p> <p>・移住を希望する方の検討熟度や「働き方」・「暮らし方」の変容に対応した取組の実施 引き続き、お試し居住及び生活体験ツアーを通じ、本市の魅力や生活環境を知ってもらい、参加者の移住・定住の検討熟度を高める「みや暮らし体験」を実施するほか、市内でのテレワークとプロスポーツ観戦などの余暇活動を体験できるプランを提供する「みやテレワークーション」を実施することで、本市への移住やダブルプレイスの実施に向けた検討熟度を高め、移住・定住を後押ししていく。</p>



令和4年度 行政評価 施策カルテ

施策名	③ 都市の魅力の発掘・創出・ブラッシュアップ
-----	------------------------

施策主管課	都市魅力創造課	総合計画記載頁	140
-------	---------	---------	-----

関連するSDGs目標

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13 都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	基本施策目標	石の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けていたいと考える人が増えています。
------	--------------------------	-------	-------------------------	--------	--

2 施策の取組状況

施策目標	本市の様々な地域資源が広く認知されるとともに、宇都宮ブランドとして活用され、地域経済の発展に大きく寄与しています。
------	---

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略
産出	
成果	

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移	指標名(単位)						評価			
									満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない				
産出指標	サイクルレースの開催回数(レース)	単年度目標値	7	9	10	11	12		施策の満足度(%) ('満足'と'やや満足'の合計)		基準値(H29)	9.9%	25.6%	35.6%	20.1%	6.0%	31.2%	B
	基準値(H28)	6	実績値	8	9	2	2		H30	5.9%	32.0%	37.9%	20.4%	8.1%	28.6%			
	目標値(R4)	12	単年度の達成度	114.3%	100.0%	20.0%	18.2%		R1	6.0%	39.8%	45.8%	16.7%	8.1%	26.0%			
	単年度目標値								R2	2.3%	34.9%	37.2%	19.3%	7.6%	29.2%			
基準値(H29)		実績値					R3		3.4%	30.8%	34.2%	18.3%	11.0%	29.3%				
目標値(R4)		単年度の達成度					R4											
成果指標	国際的スポーツイベントによる経済波及効果(億円)	単年度目標値	32.0	34.0	35.0	36.0	37.0		③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照								B	
	基準値(H28)	31	実績値	32.4	33.7	—	—		【参考指標】						評価の 組合せ			
	目標値(R4)	37	単年度の達成度	101.3%	99.1%	—	—		中核市水準比較	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3		R4		
	単年度目標値								観光客入込客数/市民1人	中核市平均	22.2	22.2	22.3	22.5				
基準値(H29)		実績値							本市実績	28.4	29.0	28.4	28.4		指標 評価			
目標値(R4)		単年度の達成度							本市順位	9位/54市中	8位/58市中	9位/60市中	9位/62市中					

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定した基準により定量的に評価することが適当でない施策指標は、「—」と表記(総合評価は、他の指標をもとに実施)

※【①施策指標】の単年度の達成度の計算について

★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 減進型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

① 施策指標(産出指標)(成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出指標	—
② 市民意識調査結果(満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果指標	—
③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民満足	B
総合評価	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成事業	B

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)			総合評価
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> <li>国が「スポーツの成長産業化」や「スポーツを通じた地域活性化」を推進している中、多くの自治体でスポーツを地域資源として交流人口の増加や経済の活性化に取り組んでいることを踏まえ、本市の魅力あるスポーツ資源の更なる活用促進や、新たなスポーツ資源の創出等に取り組み、スポーツによる本市経済・地域の活性化や本市ブランド力の向上を図る必要がある。</li> <li>新型コロナウイルス感染症が、地域経済の活性化や本市ブランド力の向上など国際的スポーツイベントの誘致開催等による成果に影響を及ぼしていることを踏まえ、これらの効果の維持・向上に向けて、感染症対策を講じながらスポーツ関連施策に取り組む必要がある。</li> </ul>		80点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>サイクルレースの開催回数については、オンラインで国内外の有力選手等が出場するレースを開催したものの、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、ジャパンカップサイクルロードレースが中止となったことから、評価対象から除外する。</li> <li>国際的スポーツイベントによる経済波及効果については、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、ジャパンカップサイクルロードレース及びFIBA3x3ワールドツアーアマスターズが中止となったことから、評価対象から除外する。</li> </ul>	市民満足度	概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業 SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R3 概算 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	ジャパンカップサイクルロードレースの開催	SDGs 好循環P 戦略事業	アジア最高位の自転車ワールドロードレースの開催を通して、交流人口の増加による地域経済の活性化のほか、「自転車のまち」としての都市ブランド力の向上やシビックプライドの醸成を図る	NPO法人ジャパンカップサイクルロードレース協会	「ジャパンカップサイクルロードレース」の開催に係る費用の一部交付 ※新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ大会を中止したことから、代替事業実施に伴う費用の一部交付	感染症の影響による変更	28,290	H4	トップクラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):大会のブランド力の維持と令和4年度の開催に向けた準備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、大会が中止となったことでの代替事業として、オンラインで国内外の有力選手等がレースを行う「デジタルジャパンカップ」を開催したほか、新たにデジタルマーケティングを実施し、幅広くジャパンカップをPRしたことにより、大会のブランド力の維持を図ることができた。</li> <li>令和4年度の開催に向け、ワールドチームへの出場交渉や、これまでの大会スポンサーを中心とした協賛意向の確認を行ったほか、森林公園通りの樹木伐採や、安定的なレース映像のライブ配信に必要となる光回線や電源の古賀志林道山頂までの整備を完了することができた。</li> <li>引き続き、新型コロナウイルス感染症対策を行いながら、チーム・選手の出場交渉や協賛活動など、3年ぶりとなる大会開催に向けた準備を進めていく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:安全・安心な大会運営と大会開催を通じた地域経済の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大会主管であるNPO法人ジャパンカップサイクルロードレース協会及び大会実行委員会と連携しながら、新型コロナウイルス感染症対策の徹底のもと、日本で唯一認定されている「UCIプロシリーズ」に相応しい大会を開催し、地域経済の活性化を図るとともに、国内外に「自転車のまち」としての本市の魅力を発信する。</li> </ul>
2	「3x3のまち」推進による都市魅力向上事業	SDGs 好循環P	FIBA(国際バスケットボール連盟)が主催する3人制バスケットボール「3x3」の国際大会の開催を通して、交流人口の拡大による地域経済の活性化のほか、「3x3のまち」としての都市ブランド力の向上やシビックプライドの醸成を図る。また、多くの市民が3x3に触れられる機会を創出し、「3x3のまち宇都宮」を推進する	・FIBA3x3ワールドツアー「うつのみや実行委員会」 ・全市民	・本市で開催する「FIBA3x3ワールドツアー」に係る費用の一部を交付 ・国内トップリーグ「3x3 EXE PREMIER」の誘致開催をはじめとした「3x3のまち宇都宮」のプロモーション	感染症の影響による変更	40,767	H28	トップクラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):「うつのみやオープナー」の誘致開催決定と開催に向けた準備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の影響による大会の中止を踏まえ、令和4年度以降の大会についてFIBAと協議を重ねてきた結果、ワールドツアーの開幕戦を「オープナー」として新たにブランディングし、「3x3のまち」としての都市ブランド力の更なる向上に向けて、「うつのみやオープナー」の誘致開催を決定することができた。</li> <li>令和4年5月の「うつのみやオープナー」の開催に向け、新型コロナウイルス感染症の影響により外国人の入国が制限される中、海外選手の入国に係るスポーツ庁との調整を行ったほか、既存スポンサーを含め、幅広い業種の企業に対して協賛活動を行うなど、準備を進めることができた。</li> <li>引き続き、新型コロナウイルス感染症対策を行いながら、関係団体との調整など、大会開催に向けた準備を進めていく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:安全・安心な大会運営と大会開催を通じた地域経済の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大会主管である大会実行委員会と連携しながら、新型コロナウイルス感染症対策の徹底のもと、「うつのみやオープナー」を開催し、地域経済の活性化を図るとともに、国内外に「3x3のまち」としての本市の魅力を発信する。</li> </ul>
3	宇都宮シクロクロスの開催	SDGs 好循環P 戦略事業	シクロクロスの国際大会の開催を通して、交流人口の拡大のほか、「自転車のまち」としての都市ブランド力の向上やサイクルスポーツの振興等を図る	宇都宮サイクルスポーツ推進委員会	「宇都宮シクロクロス」の開催に係る費用の一部を交付	感染症の影響による変更	800	H27		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):大会のブランド力の維持と令和4年度の開催に向けた準備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の影響に伴い大会が中止となったことでの代替事業として、来年度以降の大会の来場者数や競技人口の増加につなげるため、大会の魅力発信を含むシクロクロスのHow to動画を制作し、大会公式YouTubeチャンネルやSNSにおいて幅広く宇都宮シクロクロスをPRしたことにより、大会のブランド力の維持を図ることができた。</li> <li>令和4年度の開催に向け、海外選手への出場交渉のほか、これまでの大会スポンサーを中心とした協賛意向の確認を行うなど、準備を進めることができた。</li> <li>引き続き、新型コロナウイルス感染症対策を行いながら、海外選手の出場交渉や協賛活動など3年ぶりとなる大会開催に向けた準備を進めていく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:安全・安心な大会運営と大会開催を通じた地域経済の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大会主催である宇都宮サイクルスポーツ推進委員会と連携しながら、新型コロナウイルス感染症対策の徹底のもと、UCI公認のシクロクロスを2日間開催し、地域経済の活性化を図るとともに、「自転車のまち」としての本市の魅力を発信する。</li> </ul>
4	プロスポーツチーム支援事業		本市をホームタウンとする「栃木SC」「宇都宮ブレックス」「宇都宮プリンセス」に対して、支援・連携策を実施することにより、経済・地域の活性化やシビックプライドの醸成を図る	・3つのプロスポーツチーム ・全市民	・ファン層拡大に向けた広報支援 ・公式戦や練習等、活動環境の向上に向けた支援 ・新型コロナウイルス感染症のプロスポーツチームへの影響を踏まえた本市の魅力発信に係る支援連携	計画どおり	9,680	H18	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):ホームタウン自治体としての支援連携策の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市有施設へのポスター掲出や市広報紙への試合情報の掲載など、プロスポーツチームのファン層拡大に向けた広報活動を実施したほか、各チームのホームゲーム等を活用し、市内飲食店や観光地のほか、ジャパンカップや3x3の情報を幅広く発信することができた。</li> <li>プロスポーツチームの活動環境の向上に向けて、試合会場等の確保に対する定期的な意見交換を行うことができた。</li> <li>引き続き、プロスポーツチームがもたらす効果を高められるよう、ホームタウン自治体として各チームへの適切な連携支援策を実施する必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:プロスポーツチームとの更なる連携強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>プロスポーツチームが本市にもたらす効果の拡大を図るため、3つのプロスポーツチームとの緊密な連携体制を構築し、更なるファン層拡大によるシビックプライドの醸成のほか、アウェイツーリズム等年間を通して賑わいの創出につながる事業を推進する。</li> </ul>

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・本市独自の国際的スポーツイベント開催による地域経済の活性化や都市ブランド力の向上 これまで本市が取り組んできたジャパンカップサイクルロードレースやFIBA3x3ワールドツアーなどの国際的スポーツイベントの開催について、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い令和2年度から大会中止となっているが、3年ぶりに大会を開催することにより、地域経済の活性化や都市ブランド力の向上など、これまで得られてきた成果の更なる向上を図る必要がある。</p> <p>・スポーツによる年間を通じた経済・地域の活性化の推進 国の動向や社会情勢の変化を的確に捉えながら、本市のこれまでの国際的スポーツイベントの開催等の成果を活かし、新たなスポーツ資源の創出のほか、本市独自のスポーツ資源を活用した誘客促進策に取り組むことにより、スポーツによる年間を通じた経済・地域の活性化を推進する必要がある。</p>	<p>・本市独自の国際的スポーツイベント開催による地域経済の活性化や都市ブランド力の向上 新型コロナウイルス感染症対策の徹底のもと、地元や関係団体と連携しながら、ジャパンカップサイクルロードレースを日本で唯一認定されている「UCIプロシリーズ」として初開催するほか、FIBA3x3ワールドツアーの開幕戦を「うつのみやオープナー」としてブランディングして開催することにより、地域経済の活性化を図るとともに、「自転車のまち」としての本市の魅力を国内外に発信する。</p> <p>・スポーツによる年間を通じた経済・地域の活性化の推進 人気の高いBMXやスケートボード等のアーバンスポーツを本市の資源として創出できるよう、ジャパンカップや3x3ワールドツアーにおけるエキシビジョンの実施等を通して、アーバンスポーツを中心とした新たなスポーツ資源の創出を検討する。また、国際的スポーツイベントや3つのプロスポーツチーム等の既存のスポーツ資源のほか、アーバンスポーツやアウトドアスポーツをはじめとする新たなスポーツ資源を活用することにより、アウェイツーリズムや合宿等のスポーツツーリズムの創出を検討する。</p>



令和4年度 行政評価 施策カルテ

施策名	④ 観光地・大谷の地域活性化の推進
-----	-------------------

施策主管課	観光交流課	総合計画記載頁	140
-------	-------	---------	-----

関連するSDGs目標

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13 都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	基本施策目標	右の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けていたいと考える人が増えています。
------	--------------------------	-------	-------------------------	--------	--

2 施策の取組状況

施策目標	多様な主体が地域資源を活用して経済活動を活発に行うとともに産業間が連携し、持続可能な大谷地域が形成されています。
------	--

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略					
産出	基本目標Ⅲ	本市の特性を生かした産業・観光を維持・発展させる都市を実現する。				
成果	基本目標Ⅲ	本市の特性を生かした産業・観光を維持・発展させる都市を実現する。				

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価
基準値(H29)	1.4	実績値	2	3	3	2	
目標値(R4)	3	単年度の達成度	66.7%	100.0%	100.0%	66.7%	
冷熱エネルギー関連事業への平均新規参入事業所数(件)	単年度目標値	1	1	1	1	1	A
基準値(H29)	1	実績値	1	1	0	2	
目標値(R4)	1	単年度の達成度	100.0%	100.0%	0.0%	200.0%	
大谷地域内の事業所数(事業所)	単年度目標値	113	117	121	125	130	
基準値(H26)	109	実績値	102	102	102	102	
目標値(R4)	130	単年度の達成度	90.3%	87.2%	84.3%	81.6%	
単年度目標値							
基準値(H29)							
目標値(R4)							

② 市民満足度の推移	指標名(単位)	満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない	評価
(%)	H30	8.9%	33.0%	41.9%	20.2%	8.1%	25.1%	
R1	8.1%	37.8%	45.9%	20.8%	7.6%	22.9%		
R2	6.0%	37.0%	43.0%	19.5%	6.0%	26.7%		
R3	7.1%	34.0%	41.1%	17.6%	7.8%	26.7%		
R4								

③ 主要な構成事業の進捗状況	※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照						B
----------------	----------------------------	--	--	--	--	--	---

【参考指標】 中核市水準比較	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	評価の 組合せ
	観光客入込客数/市民1人	中核市平均	22.2	22.2	22.3	22.5	
	本市実績	28.4	29.0	28.4	28.4		
	本市順位	9位/54市中	8位/58市中	9位/60市中	9位/56市中		指標 評価

※【① 施策指標】の単年度の達成度の計算について

★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)

$$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$$

★ 減進型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)

$$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$$

※ 評価の 考え方	① 施策指標 (産出指標) (成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出 指標	B
	② 市民意識 調査結果 (満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果 指標	B
	③ 主要な構成事業の 進捗状況	A: 計画以上 (構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり (主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ (構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民 満足	B
	総合評価	順調: A評価が2つ以上 (C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上 (A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成 事業	B

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価		
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> <li>国や地方自治体においては、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う観光需要の落ち込みからの回復に向け、Go Toトラベルをはじめとした各種支援事業等に取り組んできたところであり、今後も感染状況を注視するとともに、観光振興に向けた支援等に取り組む必要がある。</li> <li>このような中、国においては「自然」「アクティビティ」「文化体験」を通じたストーリー性のある滞在を楽しむ「アドベンチャーツーリズム」などの新たな観光コンテンツの創出支援に取り組むとともに、栃木県においては滞在時間の長期化や宿泊数の増加などに向けた滞在型コンテンツの造成支援に取り組んでいることから、大谷周辺地域においても、地域団体や民間事業者等と連携を図りながら、体験・滞在型コンテンツの創出などにより滞在時間の延伸や賑わいの創出を推進する必要がある。</li> <li>また、国においては、カーボンニュートラルなどを含めた持続可能な観光(サステナブルツーリズム)や、DXの観光分野での活用、さらにはスマートシティや日本版MaaSの実現などを推進しており、大谷地域においても、持続可能な観光地域づくりに向け、主要回遊動線を中心とした交通環境の向上や、環境に配慮したグリーンズローモビリティによる快適な移動・周遊手段の充実など、ハード・ソフトの両面から取組を進めて行く必要がある。</li> </ul>	80点		
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>市内関係団体をはじめ、東京圏における交流・活動拠点である「宇都宮サテライトオフィス」を通じた大谷地域の魅力発信や、「観光振興促進事業補助金」の活用などにより、飲食店等の立地促進に取り組んだことから、飲食・物販店の新たな立地(1件)や既存施設の魅力向上(1件)に繋がったものの、補助金交付件数は目標値を下回っている。</li> <li>冷熱エネルギーについて、これまで大谷夏いちご栽培事業への参入に向け調整を行ってきたこと等から、新規参入件数は目標値を上回っており、大谷夏いちごの栽培面積拡大に繋がった。</li> </ul>	市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>大谷周辺地域の景観維持活動や大谷夏いちごの産地化・販路拡大、飲食店等の新規出店など、官民連携による地域全体の魅力の高まりに加え、大谷地域ポータルサイトやSNS等での情報発信により、大谷地域の活性化に向けた取組の市民への周知が広がっているが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い各種イベント等が縮小されたこと等から市民満足度は前年度よりやや低下し、4割程度で推移している。</li> </ul>	概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P 戦略事業 SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R3 概算 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	大谷観光景観形成事業(補助金)	好循環P 戦略事業	地域団体が実施する観光景観形成を支援し、大谷地域の観光振興を推進する	大谷地区総合開発推進協議会	大谷・多気地区の美観維持に係る費用(岩肌のつた、雑草除去及び奇岩景観の保全)の一部を補助	計画どおり	3,000	H15		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:地元団体が主体となった観光景観の向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大谷・多気地区の良好な景観づくりに向け、地元団体による岩だしや下草刈り等の景観形成・維持活動への支援を行い、観光景観の向上を図った。</li> <li>・大谷周辺地域の観光客増加等に伴い、地域の景観の重要性が高まっていることから、今後も活動の主体となる地域団体との連携により、景観形成事業に取り組む必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:大谷地域の観光振興の推進】</p> <p>景観形成重点地区における良好な景観づくりに向け、引き続き地元団体と連携を図りながら、主要な回遊動線などにおける地元団体による景観維持活動の支援を行い、奇岩群など魅力的な景観スポットへの周遊促進などを含めた大谷地域の観光振興を図る。</p>
2	大谷特性活用支援事業(補助金)	好循環P 戦略事業	大谷地域の特性を活用した事業の開発等を支援し、新たな魅力となる地域産業の創出を推進する	・市内に事務所又は事業拠点を有する法人、LLP ・国内の高等教育機関、又は当該高等教育機関に所属する教職員を代表とする研究グループ	大谷の地域資源を活用した新たな地域産業等の創出や、学術的視点から調査研究を行う取組に係る経費の一部を補助	計画どおり	2,500	H23		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:新たな体験型コンテンツの創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大谷石採取場跡地でのアートを取り入れた体験型コンテンツの取組への支援により、周遊エリアの拡大や回遊性の向上等に繋がるとともに、大谷石とアートの親和性の高さを評価する声など、地域資源の新たな可能性を確認することができた。</li> <li>・大谷石の工学的特性に係る研究への支援により、大谷石の風化に係る検討等が行われ、防水材を浸透させることによりその抑制に効果があることが示された。</li> <li>・更なる地域活性化に向け、地域資源を有効活用しながら、地域の新たな魅力となる地域産業等を創出していく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:地域資源等の活用促進】</p> <p>これまで支援を行ってきた事業が継続的な事業として地域に根付くよう、円滑な事業化を推進するとともに、地域資源とアートの組み合わせなど新たな観光コンテンツの創出に向け、さらなる資源の掘り起こしや事業者への支援等を行う。</p> <p>・地域資源の更なる活用や価値の向上、並びに地域産業に振興等に向け、引き続き大谷石などをはじめとした地域資源の学術的視点からの研究活動に対して支援を行う。</p>
3	大谷地域資源活用事業(冷熱エネルギーを活用した大谷地域の振興)	SDGs 好循環P 戦略事業	冷熱エネルギーを活用した事業を推進し、大谷地域の振興を図る	冷熱エネルギー活用事業に参入する事業者	冷熱エネルギー活用事業への参入促進に向け、冷熱利用機器の導入に係る経費の一部を補助	計画どおり	4,000	H24	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:冷熱を活用した大谷夏いちごの生産拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上駒生地区における新規参入事業者2者に対し、冷熱利用機器の導入に係る支援等を行い、令和4年4月から大谷夏いちごの栽培が開始され、5月下旬頃から熱供給会社からの供給開始により、冷熱エネルギーの本格利用が開始される予定。</li> <li>・上駒生地区における更なる栽培面積の拡大に向け、引き続き、冷熱利用の円滑な推進や、栽培事業者への支援等に、庁内関係課と連携のもと取り組む必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:冷熱エネルギーの利用促進】</p> <p>これまでの調査の結果や「冷熱エネルギー利用ガイドライン」を活用し、冷熱エネルギーの活用方法とその効果について事業者への共有を図り、積極的な熱利用の促進を図る。</p>
4	観光地インフラ整備事業	SDGs	120万人の観光入込客を見据えた将来の最適な交通ネットワークの形成に向け、観光交通社会実験や道路改良等により、交通環境の向上を図る	市民、本市来訪者	交通混雑の緩和や滞在時間の延伸、回遊性の向上等に向けた観光交通社会実験の実施	計画どおり	14,993	R1		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:回遊性の向上や滞在時間の延伸】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グリーンズローモビリティを活用した観光スポット等の周遊サービスの提供や、民間事業者が提供するワンデイベースの取組との連携等により、大谷地域内の回遊性の向上や滞在時間の延伸を図った。</li> <li>・周遊サービスを継続的に運用していくため、多様なニーズに合ったパスポートの仕組を検討するとともに、観光関連施設等からの協賛や利用者からの料金収受の仕組の改善等に向け検討していく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:グリーンズローモビリティの本格運行に向けた体制整備】</p> <p>グリーンズローモビリティの令和5年度からの本格運行に向け、運行期間の拡充を図りながら、地域団体や民間事業者と連携した運行体制の構築や、事業性を高めるための最適なサービス提供方法等について整理する。</p>
5	大谷観光周遊拠点施設建設 継続事業 ※拠点性向上事業を含む	好循環P 戦略事業	観光周遊拠点施設の整備等により、大谷の観光拠点性の向上を図る	市民、本市来訪者	・観光周遊拠点施設の用地等の確保 ・観光周遊拠点施設の整備に向けた設計 ・観光周遊拠点施設の整備工事	計画どおり	77,214	H30		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:実施設計や整備工事の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・(仮称)大谷観光周遊拠点施設の整備に向け、必要となる用地を確保するとともに、整備工事に係る実施設計や、敷地造成などの整備工事に着手した。</li> <li>・大谷地域の観光振興や地域活性化に資する施設としていくため、大谷への誘客促進や回遊性向上等に向けた最適な管理運営に係る管理方針等の整理が必要である。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:着実な整備工事の推進や指定管理者の選定】</p> <p>令和5年11月の供用開始に向け、工事担当課と緊密に連携を図りながら整備工事を着実に推進するとともに、民間活力を活用した効果的な管理・運営に向けた指定管理者の選定を行う。</p>

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・周遊環境の充実 新型コロナウイルス感染症の収束後の観光の回復を見据え、脱炭素化にも貢献しながら地域内の快適な周遊環境を創出していくため、多様な移動手段や回遊空間の確保、アクセス性の向上などを図る必要がある。</p> <p>・賑わいの創出 モノやヒトの活発な交流や賑わいの創出に向けて、特異な景観などの大谷の特性を活かしながら、「観る」「食べる」「遊ぶ」といった滞在時間の延伸に繋がる観光コンテンツの充実などにより、地域経済の更なる循環を図る必要がある。</p> <p>・地域資源の活用 持続可能な観光地域づくりに向けて、大谷ならではの自然・景観の保全や、地域資源を活用した新産業の創出などに取り組み、大谷地域の魅力の磨き上げを図っていく必要がある。</p>	<p>・周遊環境の充実 安全で快適な周遊環境等の実現に向け、栃木県などの関係機関とも連携しながら交通インフラ等の整備を推進するとともに、地域団体や民間事業者等との連携のもと、環境に配慮したグリーンズローモビリティによる周遊の実装に向けた取組を進める。</p> <p>・賑わいの創出 大谷地域の更なる活性化に向け、令和5年11月の供用開始を目指し(仮称)大谷観光周遊拠点施設の整備を進めるとともに、魅力的な飲食店・物販店などの観光施設の積極的な立地誘導や、文化・芸術などと地域資源を組み合わせた新たな体験・滞在型の観光コンテンツの創出に向けた支援等に取り組む。</p> <p>・地域資源の活用 大谷ならではの地域資源の魅力向上や新産業創出に向け、冷熱エネルギーを活用した大谷夏いちごの産地拡大に向けた事業者等との調整や、大谷の自然や奇岩群など魅力的な景観スポットへの周遊促進などを含めた大谷地域の効果的なPR等に取り組む。</p>

令和4年度 行政評価 施策カルテ

施策名	① 戦略的観光の推進
-----	------------

施策主管課	観光交流課	総合計画 記載頁	142
-------	-------	-------------	-----

関連するSDGs目標

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	14	個性豊かな観光と交流を創出する	基本施策目標	多彩な地域資源が発掘、活用されるとともに、おもてなしの充実が図られ、国内外から多くの来訪者が個性豊かな観光を満喫し、交流が創出されています。
------	--------------------------	-------	----	-----------------	--------	--

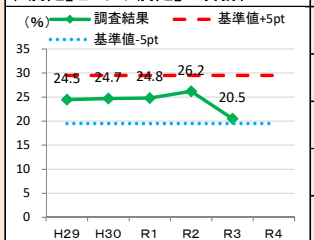
2 施策の取組状況

施策目標	多彩な地域資源を活用した戦略的な観光が推進され、本市の魅力が高まり、国内外からの多くの観光客が訪れています。
------	--

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略					
産出	基本目標Ⅱ	本市の魅力を広く国内外に発信することで、来訪者の増加を図るとともに、本市での定住を促進する。				
成果	基本目標Ⅱ	本市の魅力を広く国内外に発信することで、来訪者の増加を図るとともに、本市での定住を促進する。				

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	
								評価
産出指標	観光誘客イベントの来場者数(万人)	単年度目標値	140.2	141.4	142.6	143.8	145.0	—
	基準値(H28)	139	実績値	136	139	-	-	
	目標値(R4)	145	単年度の達成度	97.0%	98.0%	-	-	
	単年度目標値							
成果指標	年間の外国人宿泊者数(人)	単年度目標値	90,000	95,000	100,000	105,000	110,000	—
	基準値(H28)	83,000	実績値	80,718	75,133	10,300	5,869	
	目標値(R4)	110,000	単年度の達成度	89.6%	79.1%	10.3%	5.6%	
	単年度目標値							
	基準値(H28)		実績値					
	目標値(R4)		単年度の達成度					

② 市民満足度の推移	指標名(単位)	満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない	評価
③ 主要な構成事業の進捗状況	施策の満足度(%) (「満足」と「やや満足」の合計)	基準値(H29)	5.0%	19.5%	24.5%	22.1%	8.9%	37.8%
	(%)	H30	2.0%	22.7%	24.7%	24.6%	11.1%	35.0%
	R1	3.4%	21.4%	24.8%	29.4%	9.6%	32.3%	
	R2	2.3%	23.9%	26.2%	22.3%	10.6%	34.7%	
	R3	2.9%	17.6%	20.5%	24.2%	14.4%	34.2%	
R4								



※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定した基準により定量的に評価することが適当でない施策指標は、「—」と表記(総合評価は、他の指標をもとに実施)

※『①施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 減進型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

【参考指標】 中核市水準比較	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	評価の 組合せ	
	観光客入込客数/市民1人	中核市平均	22.2	22.2	22.3	22.5		
	本市実績	22.3	29.0	28.4	28.4			
		本市順位	9位/50市中	8位/53市中	9位/60市中	9位/56市中	指標	評価

※ 評価の 考え方	① 施策指標 (産出指標) (成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出 指標	—
	② 市民意識 調査結果 (満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果 指標	—
	③ 主要な構成事業の 進捗状況	A: 計画以上 (構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり (主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ (構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民 満足	B
	総合評価	順調: A評価が2つ以上 (C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上 (A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成 事業	B

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> <li>国は、訪日外国人旅行者数の目標を、2030年6,000万人に設定しており、『世界が訪れたい日本』を目指し、観光ビジョンの施策に取り組んでいる。</li> <li>令和3年度は、昨年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響により、外国人の入国規制や緊急事態宣言等により、外国人や日本人の観光需要が低迷していたところであるが、令和4年5月時点においては、国においてポストコロナにおける観光振興について議論がなされたところである。</li> <li>このため、本市においても、ポストコロナを見据えた観光需要の回復に資する取組やこれまで以上に本市を訪れてもらえるよう観光資源の更なる魅力向上に取り組んでいく必要がある。</li> <li>また、本年11月以降、宇都宮駅東口交流拠点施設やLRTの開業が予定されているところであり、駅東口エリアをはじめ、全市的にMICEを活用した観光施策に取り組んでいく必要がある。</li> </ul>	80点
施策目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光誘客イベントの来場者数については、新型コロナウイルス感染症の影響により、イベントが中止となったことから、評価対象から除外する。</li> <li>年間の外国人宿泊者数については、新型コロナウイルス感染症の影響により、旅行者の国内受入規制など、外国人宿泊者数が著しく低下したことから、評価対象から除外する。</li> </ul>	市民満足度 概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

№	事業名	好循環P 戦略事業 ・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の 進捗	R3 概算 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	観光宣伝事業 観光セールス強化事業		各種媒体を活用しながら本市の魅力ある観光情報の発信を行うとともに、自治体や観光関係団体と連携しながら、時期を捉えた首都圏や新幹線沿線都市等でプロモーション等により情報発信を行うことで、本市への誘客促進を図る	首都圏及び新幹線沿線都市を中心とした、本市外に在住する方	・観光パンフレット(るるぶ宇都宮・ミニるるぶ等)の作成及び配布 ・餃子、ジャズ、カクテルマップの配布 ・HPやSNSを活用した情報発信 ・本市来訪の契機とするためのトップセールス、メディアの活用、キャンベーンキャラバンを実施 ・各団体と連携した国内外での観光PRの実施や広域周遊ルートの作成	感染症の影響による変更	9,455	H23		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：効果的な観光宣伝事業の実施】 ・栃木県等で主催される観光キャラバン等が中止となり、例年よりも観光PRの機会が減少したところであるが、新型コロナウイルス感染症収束後の観光需要の回復を見据え、効果的な観光宣伝を行うため、感染症の状況を注視し、市独自に首都圏の観光施設や主要駅等で職員による観光セールスのほか観光パンフレットの配布や観光PR動画の放映を実施した。 ・また、栃木県や県内県央エリアで構成される「県央地域分科会」に参画し、県央エリアの冬のコンテンツを「とちぎ旅ネット」に特集ページを作成し本市の魅力発信を行うとともに、東日本の新幹線沿線都市等で構成される「東日本連携・創生フォーラム」や「東日本連携広域周遊ルート策定研究会」といった広域的な枠組みにも参画し、東日本ウェブプロモーションを展開するなど、感染症収束後に向けた誘客宣伝活動を行った。 ・駅東交流拠点施設やLRTの開業など本市の観光を取り巻く環境の変化にも対応しながら、戦略的に首都圏等で観光セールス等を行うほか、栃木県や他自治体と連携した観光PRを展開していく必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針：戦略的な観光PRの推進】 引き続き、感染症の状況を注視しながら、観光動向調査等のマーケティングによる市場分析を実施・活用することで、本市の環境の変化や来訪者の観光動向、新型コロナウイルス感染症等による旅行形態の変化を的確に捉え、戦略的に首都圏などにおいて様々な媒体を活用して観光セールスに取り組むとともに、栃木県や(一社)宇都宮観光コンベンション協会、宇都宮観光推進委員会などと連携を図り、国内での観光キャラバンや商談会・旅行博への参加、新たな観光ルートの創出などに取り組むなど、広域連携による観光PRの推進にも取り組んでいく。</p>
2	外国人の誘客促進事業		外国人観光客の誘客促進に取り組むことで、市内経済の活性化を図る	外国人観光客	・海外での観光プロモーション ・外国語版パンフレットの作成・配布・PR	感染症の影響による変更	440	H27		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：インバウンドプロモーションの実施】 ・令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、外国人旅行者の国内の受入規制などにより、積極的なインバウンドプロモーションが実施できなかった。 ・新型コロナウイルス感染症の収束を見据え、外国人旅行者に速やかに観光プロモーションが展開できるよう、昨年度構築したポータルサイトのコンテンツの追加や来訪意欲を高めるためのFIT(海外個人旅行)向けの体験型コンテンツの作成に取り組んだ。 ・引き続き、感染症の状況や渡航制限等に注視しながら、戦略的に外国人の誘客促進事業に取り組んでいく必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針：更なるインバウンドの推進】 引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響を見極めながら、海外での観光情報発信のほか、国外向け旅行会社と連携した取組や分析調査を踏まえた効果的な誘客プロモーションの実施により、更なるインバウンドの拡大を図る。</p>
3	観光拠点創出事業	戦略事業	本市の特色を活かした観光拠点を整備することで、メディア等への露出を促し、市外からの誘客促進を図る。	餃子通り(宮島町通り)	・餃子をテーマとした様々な店舗 ・マスメディア等を活用した情報発信 ・餃子や大谷石など本市の観光資源をモチーフにしたグッズの配布	計画どおり	179	H13	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：官民一体となった観光拠点の整備】 ・観光客の受入整備として、観光PR活動時に餃子通りをはじめとした観光拠点のPRを行いながら、餃子・カクテル・ジャズ・大谷石などのグッズを配布するなど、餃子通りの知名度や本市観光資源のブランド力向上を図った。 ・引き続き、関係事業者等と連携しながら、観光客のニーズを捉えて新たな観光スポット等の磨き上げに取り組んでいく必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針：観光拠点の更なる磨き上げ】 引き続き、情報発信力の高い層をターゲットにした話題性のある新たなアイテムの設置など、集客性や認知度の向上を図るとともに、民間事業者等と連携しながら、観光資源の更なる磨き上げに取り組んでいく。</p>
4	宇都宮観光推進委員会事業(交付金等)		デスティネーションキャンペーンをきっかけに発足した「宇都宮市DC推進委員会」での取組を継承し、観光事業者等との連携をしながら観光事業に取り組み、官民一体となって本市観光を推進し、地域経済の活性化に寄与する。	宇都宮観光推進委員会	事業実施に係る経費を補助	計画どおり	48,000	H28		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：観光需要回復策の展開】 ・官民が連携しながら、栃木県補助金を活用した「三密回避旅行商品」の達成のほか、「プレミアム観光クーポン宇都宮」の販売とSNS等を活用した誘客プロモーションを一体的に展開するなど、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ観光需要回復策に取り組む、誘客促進や周遊促進、滞在時間の延長を図った。 ・引き続き感染症の影響を受けている市内観光事業者の支援につながるよう観光振興に取り組むとともに、ポストコロナを見据えた観光振興策にも取り組んでいく必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針：官民連携した観光振興】 引き続き、感染症の状況を注視するとともに、委員の意見を踏まえながら、ポストコロナを見据え、観光資源の創出や磨き上げなどについて、官民が連携して取り組んでいく。</p>
5	MICE推進事業	SDGs 好循環P 戦略事業	令和4年11月に供用開始を迎える宇都宮駅東口交流拠点施設をはじめとした本市全域にMICEを誘致し、地域経済の活性化を図る。	MICE開催主催者やPCO	・MICE推進の目指す姿や取組等を取りまとめた戦略の策定 ・本市の魅力を訴求するためのプロモーションツール等の開発 ・主催者に対する訪問営業の実施 ・交流拠点施設等の供用開始に向けた準備	計画どおり	41,509	R1		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：MICE推進における基盤整備】 ・本市MICE推進の目指す姿や取組の方向性を取りまとめた「宇都宮市MICE戦略」を策定し、関係団体や事業者等の共通認識を図るとともに、本市MICE開催における優位性を高めるため、開催支援補助制度の新設や市内企業等と連携したテクニカルビジット、事業者と連携した各種体験プランの達成などに取り組みながら、主催者に対する効果的な誘致活動を実施し、新規MICEの予約獲得及び開催地としての知名度向上を図ることができた。 ・宇都宮駅東口交流拠点施設と交流広場の整備を市民等の投票により決定し(交流拠点施設：ライトキューブ宇都宮、交流広場：宮みらいライヒル)、これらの施設等に対する市民の親しみや愛着の醸成を図ることができた。 ・都市間競争が激化する中、本市が開催地として選ばれるためには、コンベンション施設の魅力向上や会議終了後のアフターコンベンションの充実など、本市でのMICE開催における優位性を高める必要がある。 ・令和4年11月の宇都宮駅東口交流拠点施設の供用開始に併せて、新たな都市拠点の完成イベントを盛大に開催できるよう、指定管理者や関係団体等と連携を図りながら、計画的に準備を進める必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針：MICE誘致のさらなる強化】 今後は、「宇都宮市MICE戦略」に基づき、(一社)宇都宮観光コンベンション協会や指定管理者等と連携を図りながら、引き続き、戦略的な誘致活動を推進するとともに、関係団体や事業者等と協働で(仮称)宇都宮MICEネットワークを設立し、本市が丸ごととなりながら、MICE誘致のさらなる強化に取り組む。 また、関係団体や事業者等と連携を図りながら、宇都宮ならではの強みや資源を活用し、主催者にとって魅力的なコンテンツやプロモーションツールの更なる充実に取り組むとともに、これらの活用を図りながら、積極的な誘致活動に取り組む。 ・令和4年11月の交流拠点施設の供用開始をもって、宇都宮駅東口地区のまちびらきを迎えるため、うつのみやシンフォニーをはじめとした関係事業者等と一体となった盛大なイベントを開催するとともに、まちびらき後の恒常的な賑わいの創出に取り組む。</p>

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・官民連携した観光振興 ポストコロナに向け、観光需要の早期回復を図ることができるよう、引き続きこれまで以上に緊密に観光事業者や交通事業者と連携を図りながら、周遊促進や宿泊促進といった滞在時間の延長などの観光施策に取り組んでいく必要がある。</li> <li>・インバウンドの推進 今後外国人観光客の入国制限が段階的に緩和されることが予測されることから、外国人旅行者に本市を訪れてもらえるよう観光プロモーションに取り組むとともに、外国人に訴求力が高い歴史・文化・伝統・食などの磨き上げや発信を行う必要がある。</li> <li>・MICE推進のさらなる強化 本市がMICE誘致競争に打ち勝ち、開催地として選ばれるためには、コンベンション施設の魅力向上や会議終了後のアフターコンベンションの充実など、本市でのMICE開催における優位性を高める必要がある。</li> <li>・宇都宮駅東口地区まちびらきを契機とした賑わいの創出 交流拠点施設や交流広場の特徴や機能等を披露するとともに、記念式典や記念コンサート、オープニングイベント等の催しの実施など、多くの来街者等に利用してもらえるよう、関係団体等と連携を図りながら取り組む必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・官民連携した観光振興 宇都宮観光コンベンション協会や観光事業者が参画する宇都宮観光推進委員会が中心となりながら、依然として厳しい経営状況におかれている観光事業者を支援し、観光による地域経済の早期回復につなげるとともに、ポストコロナにおける観光客の流入や旅行形態の変化を的確に捉え、宇都宮駅東口交流拠点施設やLRTの開業などは本市の観光振興にとって好機であることから、これまで以上に観光関係事業者と連携を図り、戦略的に観光資源の創出や磨き上げ、魅力の発信に取り組んでいく。</li> <li>・インバウンドの推進 海外の感染症の状況や入国制限の状況を注視しつつ、外国人観光客の変化する旅行ニーズを把握しながら、観光資源の磨き上げ・発信や衛生対策等を含む安心安全な情報発信、旅行会社等と連携した誘客プロモーションに取り組むとともに、インバウンド回復に向け、戦略的に様々な施策に取り組んでいく。</li> <li>・MICE推進のさらなる強化 関係団体や事業者等と連携を図りながら、宇都宮ならではの強みや資源を活用し、会議主催者にとって魅力的なコンテンツやプロモーションツールの開発に取り組むとともに、これらの活用を図りながら、積極的な誘致活動に取り組むこと、交流人口の拡大や本市経済の活性化に取り組む。</li> <li>・宇都宮駅東口地区まちびらきを契機とした賑わいの創出 当地区で実施する取組がスーパースマートシティの実現に大きく関わることを認識していただくとともに、多くの来街者等に利用してもらえるよう、官民が一体となって盛大なイベントを実施する。また、まちびらきイベントを一過性のものとするず、恒常的な賑わいの創出に向けて、交流拠点施設の指定管理者等と連携しながら、民間事業者等にイベント開催の働きかけを行うとともに、庁内関係部局とも連携・調整し、交流広場等の活用促進に取り組んでいく。</li> </ul>

令和4年度 行政評価 施策カルテ

施策名	② おもてなしの充実
-----	------------

施策主管課	観光交流課	総合計画記載頁	142
-------	-------	---------	-----

関連するSDGs目標	8 働きがいも経済成長も	17 パートナリシップで目標を達成しよう
------------	--------------	----------------------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	14	個性豊かな観光と交流を創出する	基本施策目標	多彩な地域資源が発掘、活用されるとともに、おもてなしの充実が図られ、国内外からの多くの来訪者が個性豊かな観光を満喫し、交流が創出されています。
------	--------------------------	-------	----	-----------------	--------	---

2 施策の取組状況

施策目標	本市への来訪者が「訪問して満足した」と感じられるよう、様々なおもてなしの充実が図られています。
------	---

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略
産出	
成果	

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移							評価
								満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない		
産出指標	観光ボランティアガイド養成講座の累計受講者数(名)	270	290	310	330	350	B	② 市民満足度の推移 施策の満足度(%) (「満足」と「やや満足」の合計) (%) 調査結果 基準値+5pt 35 26.7 25.6 25.9 25.5 22.0 30 26.7 25.6 25.9 25.5 22.0 25 26.7 25.6 25.9 25.5 22.0 20 26.7 25.6 25.9 25.5 22.0 15 26.7 25.6 25.9 25.5 22.0 10 26.7 25.6 25.9 25.5 22.0 5 26.7 25.6 25.9 25.5 22.0 0 26.7 25.6 25.9 25.5 22.0 H29 H30 R1 R2 R3 R4							B
	基準値(H28)	244	265	277	290	310		H30	4.8%	21.9%	26.7%	20.5%	9.1%	37.6%	
	実績値	265	277	290	310	330		R1	5.0%	20.9%	25.9%	28.2%	11.5%	31.1%	
	目標値(R4)	350	98.1%	95.5%	89.4%	87.9%		R2	3.4%	22.1%	25.5%	24.8%	10.8%	33.3%	
成果指標	「訪問して満足した」と感じている来訪者の割合(%)	81.0	82.0	83.0	84.0	85.0	B	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照							B
	基準値(H28)	79.8	78.0	64.5	84.1	78.6		H30	2.2%	23.4%	25.6%	25.9%	10.1%	33.5%	
	実績値	78.0	64.5	84.1	78.6	81.0		R1	5.0%	20.9%	25.9%	28.2%	11.5%	31.1%	
	目標値(R4)	85.0	96.5%	78.7%	101.3%	93.6%		R2	3.4%	22.1%	25.5%	24.8%	10.8%	33.3%	

※【①施策指標】の単年度の達成度の計算について	
★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 減進型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

【参考指標】	中核市水準比較	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	評価の組合せ
	中核市平均							
	本市実績							
	本市順位							
※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出指標	B		
	② 市民意識調査結果(満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果指標	B		
	③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民満足	B		
	総合評価	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成事業	B		

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> <li>国においては、令和4年5月に、感染症や自然災害といった非常時における旅行者等の安全・安心の確保のための施策やデジタル技術を活用した旅行者にとっての利便性の向上に向けた施策がこれまで以上に重要であると提言している。</li> <li>本市を訪れた訪日外国人旅行者や国内旅行者に本市観光を満喫していただくため、観光客のニーズに対応した観光案内や観光情報の提供を行うなど、「おもてなしの心」をもって迎えることが求められる。</li> <li>新型コロナウイルス感染症の感染状況を注視しながら、コロナ禍での観光客の旅行スタイルの変化を的確に捉えたアフターコロナにおける受入環境の整備が求められる。</li> </ul>	80点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光ボランティアガイド養成講座の累計受講者数については、感染症対策を取りつつ、関係団体の協力も得ながら講座を実施することができ、コロナ禍前と同等の受講者数を確保することができたことから、前年度よりは水準は下がったが、コロナ禍前の水準を維持することができている。</li> <li>「訪問して満足した」と感じている来訪者の割合については、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として本市への観光客入込客数は減少しているが、観光客が安心・安全に観光ができるよう受入体制の整備に努めたため、実績値は前年度よりは減少したが、コロナ禍前の水準を維持している。</li> </ul>	概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P 戦略事業 SDGs	事業の目的	事業内容		事業の 進捗	R3 概算 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	観光コンベンション協会事業(負担金)		本市の玄関口でもあるJR宇都宮駅観光案内所において、来訪者へ丁寧でわかりやすい観光案内を行うことで、おもてなしの向上を目指す	宇都宮観光コンベンション協会	観光案内所などの維持管理及び運営事業に要する経費を負担	計画どおり	10,715	H12		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：観光客への案内充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年度は、観光客が快適に市内を周遊できるよう、JR宇都宮駅観光案内所において、各種パンフレットの配布や本市観光情報の提供などのおもてなし推進に取り組みとともに、プレミアム観光クーポン宇都宮事業と連動しながら観光需要の回復と併せて本市の魅力発信にも努め、観光誘客に取り組んだ。</li> <li>団体の開催等により、多くの来訪者が予想されることから、引き続き本市の観光を満喫できるようおもてなしの推進に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針：案内機能の更なる充実】</p> <p>今後は、観光客が快適に観光できるよう、観光案内所における情報発信機能の向上を図るなど、協会や市内観光事業者と連携を図りながら、観光客が快適に本市を観光してもらえるよう更なるおもてなしの向上に努めていく。</p>
2	観光振興促進事業(補助金)		事業者が行う、観光施設の改築や備品の購入等を支援することで、本市の更なる観光振興を図る	・本市に体験型観光施設を設置しようとする事業者、工場、伝統工芸品店その他商店等 ・大谷エリア等での新たな飲食店出店希望者	整備に要する経費の一部を補助	計画どおり	8,000	H18		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：観光施設・事業所出店への支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年度は、大谷エリアへの新たな出店事業者等を支援することにより、大谷地域への立地誘導が促進され、観光客へのおもてなしの向上が図られた。</li> <li>引き続き更なる本市の観光振興を図るため、当該補助金を活用した事業者への支援を継続していく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針：補助金の活用促進】</p> <p>今後は、ものづくり等の体験施設や飲食・土産品販売の施設を整備する事業者への支援を行い、観光客へのおもてなしの充実に取り組んでいく。</p>
3	外国人観光客受入体制の整備		外国人観光客が快適に市内旅行をしてもらえるよう、市内の受入環境を整備する。	市・民間団体等	・外国人観光客向け公衆無線LANの整備、運用維持管理 ・観光施設等における案内看板やホームページ、メニューなどの多言語化に係る費用の一部を交付	計画どおり	1,779	H29		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：外国人観光客の受入環境の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年度は、公衆無線LANの運用や外国人観光客受入体制整備事業補助金の周知、外国語による本市の魅力ある観光資源の情報を盛り込んだ外国人向けポータルサイトを運営することで、民間の観光施設における多言語対応の促進や、本市を訪れる外国人観光客の受入体制の整備に取り組んだ。</li> <li>引き続き、補助金の活用につながるよう制度の周知を実施するなど、外国人の受入環境の整備促進に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針：補助制度の利用促進】</p> <p>今後は、公衆無線LANの継続運用及び機器更新、パンフレットやポータルサイト、アプリ、タブレット等を活用した多言語による情報発信や観光案内の充実を図るとともに、民間事業者に対し、補助制度に係る周知や働きかけを行うなど、制度の利用促進に取り組む。</p>
4	おもてなし推進委員会運営事業(負担金)		市民や事業者のおもてなし能力の向上させ、本市を訪れた観光客に、「来てよかった」、「また訪れたい」と感じていただき、本市への再訪につなげる	おもてなし推進委員会	観光ボランティアの育成やおもてなしの向上に要する経費の一部を負担	計画どおり	320	H20	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：官民が連携したおもてなし体制の構築】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市民や事業所の全体的におもてなし能力を向上させるため、官民協同で組織された「おもてなし推進委員会」において、セミナーや出前講座などのおもてなし運動を推進することにより、市民や事業者の「おもてなし」能力の向上が図られた。</li> <li>引き続き、本市を訪れて良かった観光客が満足してもらえるよう、観光客のおもてなしの強化に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針：更なるおもてなしの充実】</p> <p>今後は、本市の観光を取りまく環境が変化し、来訪者が増えることから、更なる「おもてなし力」の向上と充実を図るため、引き続き、「おもてなし推進委員会」を活用し、講座やセミナーの開催などに取り組み、市域一丸となって「おもてなし日本一」のまちづくりを推進していく。</p>

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<ul style="list-style-type: none"> <li>官民が連携したおもてなし体制の構築</li> <li>ポストコロナにおける観光客の意識の変化を捉えつつ、快適に本市観光を満喫してもらうため、官民が一体となったおもてなしの推進など、受入環境の充実を図る必要がある。</li> <li>更なるおもてなしの充実</li> <li>官民協働の組織である「おもてなし推進委員会」において、市民や事業者の「おもてなし」能力を向上させる取組を展開しているが、コロナ禍で浸透した新しい生活様式に対応するなど、「おもてなし」の更なる向上を図っていく必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>官民が連携したおもてなし体制の構築</li> <li>観光客が安全・安心して本市を観光できるよう、宇都宮観光コンベンション協会や宇都宮観光推進委員会などの民間団体と連携を図り、快適かつ安心して本市の観光を楽しんでもらえるよう、民間事業者が行う受入環境の整備に対する支援のほか、ICTを取り入れた観光情報の発信手法の更なる充実を図るなど、官民が緊密に連携しておもてなしの充実を図っていく。</li> <li>更なるおもてなしの充実</li> <li>おもてなし推進委員会においては、今後、更なるおもてなし力の向上に向け、「おもてなしアクションプラン」に基づき、「観光ボランティア養成講座」や「おもてなし勉強会」、「宮のもの知り達人検定」などを継続的に実施することで、観光関連産業の従事者や市民のおもてなしのスキルや魅力の発信力の向上につなげ、観光客が本市の観光を満喫して良かったと思ってもらえるよう、市民と一体となりながらより一層おもてなしのある受入体制強化につながる取組を実施していく。</li> </ul>

令和4年度 行政評価 施策カルテ

施策名	① 文化活動の充実
-----	-----------

施策主管課	文化課	総合計画 記載頁	145
-------	-----	-------------	-----

関連する SDGs目標	4 質の高い教育を みんなに	17 パートナーシップで 目標を達成しよう
----------------	----------------------	-----------------------------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	15	暮らしに息づく文化の創造・活用を推進する	基本施策目標	市民が主体的に文化活動に取り組み、次代を担う人材・団体が育まれるとともに、市民が郷土の歴史に誇りや愛着を持ち、魅力的な宇都宮文化が創造・発信されています。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	---

2 施策の取組状況

施策目標	市民が主体的に文化活動に取り組めるよう、文化鑑賞や活動ができる環境や人材・団体育成の支援体制が整っています。
------	--

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略
産出	
成果	

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移							評価							
								満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない									
産出指標	文化芸術事業の参加者・観覧者数(人)	単年度目標値	348,000	350,000	352,000	356,000	360,000	— (※)	施策の満足度(%) (「満足」と「やや満足」の合計)		基準値(H29)	7.8%	27.6%	35.4%	17.9%	7.6%	32.0%	B				
	基準値(H28)	342,725	実績値	335,465	370,960	97,894	154,719		(%)	調査結果	基準値+5pt	H30	3.7%	30.8%	34.5%	25.6%	9.1%		25.6%			
	目標値(R4)	360,000	単年度の達成度	96.3%	105.9%	27.8%	43.5%		45	35.4	34.5	33.9	33.6	31.8	R1	6.3%	27.6%		33.9%	27.9%	9.4%	26.0%
	単年度の目標値								30						R2	4.1%	29.4%		33.6%	20.2%	9.4%	29.7%
成果指標	文化会館施設稼働率(%)	単年度目標値	81.0	82.0	83.0	84.0	85.0	— (※)	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照							B						
	基準値(H26)	78.6	実績値	82.8	76.0	32.4	64.4		【参考指標】	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4		評価の 組合せ					
	目標値(R4)	85.0	単年度の達成度	102.2%	92.6%	39.0%	76.7%		中核市水準比較	中核市平均	43.5	44.4	48.3	40.7								
	単年度の目標値								市立美術館入場者数/市民100人	本市実績	23.8	15.5	22.6	26.9								
基準値(H29)		実績値						本市順位	17位/54市中	21位/58市中	19位/80市中	15位/62市中		指標	評価							
目標値(R4)		単年度の達成度																				

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定した基準により定量的に評価することが適当でない施策指標は、「—」と表記(総合評価は、他の指標をもとに実施)

※【①施策指標】の単年度の達成度の計算について

★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)

$$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$$

★ 減退型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)

$$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$$

① 施策指標 (産出指標) (成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出 指標	—
② 市民意識 調査結果 (満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果 指標	—
③ 主要な構成事業の 進捗状況	A: 計画以上 (構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり (主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ (構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民 満足	B
総合評価	順調: A評価が2つ以上 (C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上 (A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成 事業	B

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	国は平成30年6月に「文化芸術推進基本計画」を策定し、あらゆる人々が文化芸術を通して社会に参画することで心豊かで多様性のある社会の形成や、文化芸術への効果的な投資や交流・発信が行われることで創造的で活力ある社会の形成を目指していく方針を打ち出しており、本市においても文化芸術拠点施設を核とした市民の文化活動の一層の促進や次代を担う人材の育成・支援の充実を図る必要がある。 長引く新型コロナウイルス感染症の影響により、文化芸術活動に携わる団体を取り巻く厳しい環境が続いていることから、文化庁等関係省庁や本市の各種支援策の活用など文化芸術活動の継続・発展に向けた取組が求められている。	80点
施策指標	文化芸術事業の参加者・観覧者数について、市民芸術祭やジュニア芸術祭は、部会ごとに開催可否を協議しながら進め、中止としたものもあったが、無観客での開催や収録済み音源での審査など、感染拡大防止策との両立を図りながら、日々の活動成果の発表機会の確保に努めた。また、美術館については、8月以降、施設空調設備及び照明のLED化等工事のため、休館となったことから、目標値を下回ったものの、前年度実績は上回った。 文化会館の施設稼働率については、今年度も新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、コンサート等の公演中止や会議室等の利用機会の減少が続いているものの、オンライン配信を併用した公演が行われるなど、感染拡大防止策との両立を図りながらの利用が戻りつつある。	市民満足度 概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R3概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(成果や課題)」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	市民芸術祭共催事業負担金	戦略事業	市民の芸術文化活動の発表・鑑賞機会を創出する。	宇都宮市民芸術祭実行委員会	宇都宮市民芸術祭の開催	感染症の影響による変更	6,853	S55		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):感染症の影響により一部中止・縮小、無観客開催にて実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス感染症の影響により、「ホール」部門の邦楽、合唱、オーケストラ、オペラについては中止、民謡民舞、謡曲、吟詠剣詩舞は無観客開催となった。その他のホール部門の日本舞踊祭や市民歌謡祭、軽音楽祭(ミヤストリートギグ)等、また、茶華道、ギャラリー、文芸、メディアの各部門については、感染症対策を講じながら実施した。</li> <li>・11月に第2回実行委員会を開催し、令和4年度の事業実施に向けて、部会ごとに新型コロナウイルス感染症対策を十分に講じて開催に向けて準備していくこととした。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:感染症防止対策に十分配慮した事業の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催に向けて、国・県の方針や、本市の感染状況を踏まえ、随時、事業ごとに開催可否について検討を行いながら準備を進めていく。</li> <li>・また、各部門において創意工夫を図りながら若い世代の参加促進に努めるほか、運営側にも若い世代の取り込みを図っていく。</li> </ul>
2	ジュニア芸術祭共催事業負担金	戦略事業	小中高校生の芸術文化活動の発表・鑑賞機会を創出する。	うつのみやジュニア芸術祭実行委員会	うつのみやジュニア芸術祭の開催	感染症の影響による変更	2,435	H11		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):感染症の影響により開催方法を変更して実施、ジュニア音楽祭のみ中止】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「学校音楽祭」では、小学校の合奏・合唱は緊急事態宣言の発出を受け中止としたが、中学校の合奏・合唱については、予定を変更して初めて音源審査により実施した。ギャラリー展示では「ポスター原画展・学校美術展」は立体作品を除いて展示したが、「学校書道」については、展覧会を行わず、特賞作品のみ、市ホームページへの掲載を行った。また、「学校演劇祭」については、小・中学校は、緊急事態宣言下の開催がかなわなかったため、参加校すべてを県大会へ推薦することとして県大会との合同開催とし、高等学校は、来場者を関係者に絞るなど感染対策を講じながら開催した。</li> <li>・3月上旬に書面による実行委員会を開催し、令和4年度についても感染症対策を十分に講じ、開催に向け検討していくこととした。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:感染症防止対策に十分配慮した事業の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催に向け、本市の感染状況や、県や市教育委員会における学校活動に関する対応方針などを踏まえ、随時、事業ごとに開催可否の検討を行いながら準備を進めていく。</li> <li>・また、広く市民に子どもたちの活動や、成長を一層感じてもらえる機会を創出するため、受賞作品の情報発信など創意工夫に努めていく。</li> </ul>
3	宇都宮エスぺール文化振興事業	戦略事業	次代を担う芸術家の育成・支援を図り、本市の文化振興に寄与する。	今後の活躍が期待できる本市ゆかりの優れた芸術家	・隔年で宇都宮エスぺール賞の選考、受賞者に育成金(200万円)を贈呈・エスぺール賞の選考を行わない年は、プロボート事業(受賞者の発表機会提供事業・受賞者学校派遣事業)を実施など	計画どおり	1,066	H13	独自性先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):質の高い芸術文化に市民が触れる機会の創出】</p> <p>令和3年度は、これまでの受賞者の協力を得て市民に質の高い芸術文化に触れる機会を創出する「プロボート事業」を開催する年度であり、第13回ギャラリー部門の受賞者の成果発表を行う美術館を会場として、過去のホール部門受賞者によるコンサートを行った。また、コロナ禍において校外の活動が制限されているなか、市内小・中学校に募集をかけたところ、15校から応募があり、14校に5名の受賞者を派遣した。また、国の重要文化財である旧藤原家住宅においてギャラリー部門受賞者による作品展示を行い、本市文化芸術のより一層の振興に取り組んだ。</p> <p>【②今後の取組方針:エスぺール賞の選考による本市ゆかりの芸術家の育成・支援】</p> <p>地元の若手芸術家を育成・支援する取組は全国的にも稀有であり、令和4年度はホール部門の選考を実施し、優れた芸術家を発掘していく。</p>
4	文化会館整備事業	戦略事業	利用者に安全で快適な施設サービスを提供する。	宇都宮市文化会館(利用者)	文化会館の施設・設備の計画保全や緊急対応	計画どおり	27,108	S54		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):計画的な保全整備による安全かつ快適な施設環境の維持と第2期大規模改修工事に向けた改修手法等調査の実施】</p> <p>開館から40年以上が経過していることから、施設・設備の劣化等に伴う保全整備に計画的に取り組んだ。また、第2期大規模改修工事の実施に向けて、改修箇所やスケジュールなどを再整理するため改修手法等調査業務委託を実施した。</p> <p>【②今後の取組方針:第2期大規模改修工事における改修箇所や休館期間などの決定、計画的な施設維持・修繕】</p> <p>令和3年度に実施した第2期改修工事改修手法等調査を踏まえ、工事の改修箇所やスケジュール等を検討し、令和5年度の実施設計に向けて庁内合意を図る。また、経年劣化等に伴う施設・設備の故障や不具合が散見されることから、計画修繕を適切に行っていく。</p>
5	美術館整備事業	戦略事業	利用者に安全で快適な施設サービスを提供するとともに、美術品の適切な保護を図る。	宇都宮美術館(利用者、美術品)	美術館の施設・設備の計画的保全や緊急対応	計画どおり	16,645	H9		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):計画的な保全整備のための改修工事の実施】</p> <p>開館から25年が経過しており、平成29年度に実施した「施設劣化診断及び改修手法等調査」を踏まえ、施設・設備の劣化等に伴う保全整備に計画的に取り組むため、8月から休館を伴う大規模改修に着手し、定期的な打ち合わせなどを行いながら、円滑に工事を実施した。また、収蔵庫の改修工事に伴う美術作品の適切な移動・保管のために、仮の収蔵庫となる展示室の環境整備を行った。</p> <p>【②今後の取組方針:大規模改修工事の円滑な実施と工事期間中の美術作品の適切な保管】</p> <p>令和4年秋のリニューアルオープンに向け、随時必要な協議を行いながら工事の進捗確認を行う。また、工事期間中の美術作品の移動・保管のため、関係者と綿密に連携を図りながら適切な管理を行う。</p>



#### 4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・文化を身近に感じ、触れることのできる機会の充実 市民や子どもたちが日々の暮らしの中に文化芸術を取り入れ、より豊かで充実した生活を送ることができるようにするため、文化芸術に気軽に触れる場や発表・活動の機会の充実を図るとともに、文化芸術に関する様々な情報を市民が容易に得ることができるようにするため、情報発信の充実を図っていく必要がある。</p> <p>・文化芸術に取り組む人材・団体の育成・支援の充実 本市の文化芸術の創造と発展を図り次世代に継承していくため、文化芸術に取り組む人材や団体の育成・支援の充実を図っていく必要がある。</p> <p>・文化芸術活動拠点の適切な管理・維持 文化芸術活動の拠点施設である宇都宮美術館は、開館から20年以上、また、宇都宮市文化会館は40年が経過し、各施設の経年劣化や老朽化が進んでおり、文化会館については、平成27～28年にかけて第1期大規模改修を実施したが、空調設備など残りの設備の次期の改修に向け計画的に取り組んでいく必要がある。</p> <p>・コロナ禍における文化芸術活動の維持・充実 新型コロナウイルス感染症の感染防止に係る各種指針に沿った取組を進め、安心して文化芸術活動が行える環境を整え、文化活動の充実を図る必要がある。</p>	<p>・文化を身近に感じ、触れることのできる機会の充実 「第2次宇都宮市文化振興基本計画」に基づき、「文化を身近に感じ、活動できる環境づくりの推進」に向け、新型コロナウイルス感染症防止対策を取りながら、「市民芸術祭」や「ジュニア芸術祭」の開催に向けて取り組むほか、文化会館・美術館においても、施設内における感染防止対策を講じながら質の高い芸術文化の鑑賞機会や子どもたちへの教育普及事業を展開する。また、うつのみや文化創造財団を核とした民間を含めた文化芸術に関する幅広い情報の収集・発信の充実を図る。</p> <p>・文化芸術に取り組む人材・団体の育成・支援の充実 「文化をつなぐ人材育成の推進」に向け、「宇都宮エスペール賞」の選考による次代を担う優れた芸術家の発掘や、「宇都宮市文化協会」や「うつのみやジャズのまち委員会」等と連携した市民主体による文化芸術活動の一層の促進を図る。</p> <p>・文化芸術活動拠点の適切な管理・維持 文化芸術活動の拠点施設である美術館や文化会館においては、安全かつ快適な施設環境の維持・向上を図るため、実施計画等に基づき、計画的に施設整備を進める。特に、文化会館においては、今後の改修工事に向けてスケジュールや改修箇所の検討を進める。</p> <p>・コロナ禍における文化芸術活動の維持・充実 本市の文化振興の推進や文化施設の安定的な経営を確保していくため、新型コロナウイルス感染症防止対策を講じながら文化芸術事業の実施や文化施設の管理・運営等に取り組んでいく。</p>



令和4年度 行政評価 施策カルテ

施策名	② 文化の創造・継承、保存・活用
-----	------------------

施策主管課	文化課	総合計画 記載頁	145
-------	-----	-------------	-----

関連するSDGs目標

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	15	暮らしに息づく文化の創造・活用を推進する	基本施策目標	市民が主体的に文化活動に取り組み、次代を担う人材・団体が育まれるとともに、市民が郷土の歴史に誇りや愛着を持ち、魅力的な宇都宮文化が創造・発信されています。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	---

2 施策の取組状況

施策目標	市民が郷土に誇りや愛着を感じ、地域の魅力づくりやきずなづくりに生かすことができるよう、文化資源が保存活用されています。
------	---

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略					
産出	基本目標II	本市の魅力を広く国内外に発信することで、来訪者の増加を図るとともに、本市での定住を促進する。				
成果	基本目標II	本市の魅力を広く国内外に発信することで、来訪者の増加を図るとともに、本市での定住を促進する。				

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	
								文化資源の周知啓発事業参加者数(人)
基準値(H27)	実績値	39,820	34,773	4,153	5,849			
目標値(R4)	単年度の達成度	106.1%	91.5%	10.8%	15.0%			
単年度目標値	単年度目標値							
成果指標	文化財展示施設利用者数(人)	単年度目標値	154,300	155,200	156,100	157,000	178,000	— (※)
	基準値(H27)	実績値	169,402	167,069	104,947	108,943		
	目標値(R4)	単年度の達成度	109.8%	107.6%	67.2%	69.4%		
	単年度目標値	単年度目標値						
	基準値(H29)	実績値						
	目標値(R4)	単年度の達成度						

② 市民満足度の推移	指標名(単位)	満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない	評価
(%)	H30	2.7%	24.1%	26.8%	24.4%	7.4%	36.0%	
調査結果	R1	5.5%	22.1%	27.6%	28.4%	8.3%	32.0%	
基準値+5pt	R2	4.8%	24.4%	29.2%	21.6%	7.1%	35.4%	
基準値-5pt	R3	3.2%	21.3%	24.5%	20.5%	10.3%	38.1%	
	R4							

③ 主要な構成事業の進捗状況		※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照					B	
【参考指標】 中核市水準比較	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4		
	市立文化財展示施設等の延べ床面積(m <sup>2</sup> ) / 市民10万人	中核市平均	2345.5	1815.3	1820.6	1725.3		
	本市実績	224.9	245.0	245.3	245.6			
本市順位	38位/54市中	40位/58市中	41位/80市中	41位/62市中				
		指標	評価					

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定した基準により定量的に評価することが適当でない施策指標は、「—」と表記(総合評価は、他の指標をもとに実施)

※【① 施策指標】の単年度の達成度の計算について

★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 減退型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出指標	—
	② 市民意識調査結果(満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]	成果指標	—
	③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民満足	B
	総合評価	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成事業	B

施策の評価・分析(現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	<p>・国は平成31年4月に「文化財保護法」を改正施行し、過疎化や少子高齢化等の社会状況の変化を背景とした文化財の滅失や散逸の防止が緊急の課題であるとの認識のもと、未指定を含めた文化財をまちづくりに生かすにつれ、担い手を確保し、社会総がかりでその継承に取り組むことができる体制づくりを整備する方針を打ち出した。また、いちご一会とちぎ国体・とちぎ大会の開催を契機に、本県の歴史文化の魅力をも国内に発信する文化プログラムの取組が県において積極的に展開されるなど歴史文化資源を活用していくとする機運が高まりをみせている。さらに、VRや3DCGなどのICTの大衆化が進んでおり、歴史文化の普及啓発の取組においてもICTを活用した先駆的な取組が進んでいる。本市においても地域固有の歴史文化資源の価値や魅力をわかりやすい形で発信するとともに、社会全体で保存・活用を図る仕組みづくりや、関連部局や団体等と連携しながら観光振興や地域活性化に生かしていく取組を推進する必要がある。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、各種の感染防止に係る指針や「新たな生活様式」などに対応した施策の展開が求められる。</p>	80点
施策目標	<p>文化資源の周知啓発事業参加者数及び文化財展示施設利用者数については、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う事業中止や規模縮小により、目標値は下回る結果となったが、新型コロナウイルス感染症対策を徹底して実施したことにより前年度実績値を上回る結果となった。</p> <p>市民満足度</p> <p>周知啓発事業の開催などにおいて、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けているものの、地域において「まちづくりビジョン」の策定を契機に、文化財を地域の活性化に活かしていくとする機運や支援の充実を求める声が高まっていることなどにより、市民満足度は横ばいとなっている。</p>	概ね順調

3 主要な構成事業の状況 ※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R3 概算事業費(千円)	開始年度	日本一実施事業	①昨年度の評価(成果や課題)と②今後の取組方針
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	文化遺産を活用した地域活性化事業	戦略事業	・歴史文化基本構想に基づき、本市の歴史文化資源に対する理解促進と認知度向上を図る。 ・地域ぐるみでの歴史文化資源の保存活用	・宇都宮市歴史文化資源活用推進協議会 ・指定・未指定の歴史文化資源	・本市の歴史文化を紐解くエイト・ストーリーの普及啓発の実施 ・「宇都宮市民遺産制度」の普及啓発及び認定団体への活動、補助金活用等の指導・助言	計画どおり	1,562	H28	独自性	【①昨年度の評価(成果や課題)】本市の歴史文化資源の普及啓発及び保存・活用の推進 令和2年度に制作した「宇都宮城映像コンテンツ」の運用と市民・来訪者への情報発信を実施した。また、本市の歴史文化の魅力や特色を紐解くエイト・ストーリーの増刷・配付を行った。「宇都宮市民遺産制度」については、令和3年度は4団体を認定するなど、文化遺産を活用した地域の活性化を着実に推進した。 【②今後の取組方針】本市の歴史文化資源の普及啓発及び保存・活用の推進 「歴史と文化財ホームページ」やSNSなどの視覚的な情報ツールを用いてエイト・ストーリーの更なる普及啓発を進めるとともに、宇都宮城映像コンテンツを活用して宇都宮城の情報発信を推進する。また、「宇都宮市民遺産制度」について、引き続き制度の周知を図り、市民や地域団体の公募への関心を高めるとともに既認定団体への支援に努めている。
2	日本遺産を通じた大谷石文化の保存・活用事業	戦略事業	・「日本遺産 大谷石文化」の理解促進と認知度向上、保存活用を図る。 ・大谷地域の重要な文化的景観選定に向けた取組を推進する。	・宇都宮市大谷石文化推進協議会 ・人々の生活や産業などにより作られた大谷地域の文化的景観	・調査研究・情報発信・普及啓発・人材育成に係る事業の実施 ・大谷地域の重要な文化的景観選定申請範囲内の自治会同意	計画どおり	2,695	H30	独自性 先駆的	【①昨年度の評価(成果や課題)】宇都宮市大谷石文化推進協議会を核とした魅力発信事業の推進 ・官民連携で設立した宇都宮市大谷石文化推進協議会を核として、大谷石文化の保存や活用に向け、情報発信・普及啓発・人材育成に係る様々な事業を実施した。大谷石文化市民講座は、新型コロナウイルス感染症の影響により中止となったが、新しく大谷地域でオープンした「ベルテラシェ大谷」での日本遺産PRポスターの掲示や、ガイド養成講座内で過去に認定したガイド(OVA ESCORTER)を実地研修の講師として採用するなど、新たな取り組みとして実施した。 ・また、大谷地域の石切りや奇岩の景観を国の重要な文化的景観に選定してもらうために、地元自治会長会議において文化的景観の概要説明を行い、選定申請範囲内の自治会からの同意を得ることができた。 【②今後の取組方針】大谷石文化に係る市民理解の促進と認知度向上 様々な機会や媒体を通じて大谷石文化の価値や魅力の情報発信や普及啓発の充実を図り、地域の活性化につなげるほか、官民連携により大谷石文化を保存活用する取組を推進するとともに、協議会が特設的に活動できる組織体制づくりに取り組んでいく。また、大谷地域の重要な文化的景観選定に向け、申請書類の作成を行い、文化庁に提出を行う。
3	文化財調査事業	戦略事業	・文化財保護法に基づき、開発行為に伴う埋蔵文化財の適切な保護を図る。 ・市民協働により指定文化財の適切な保護を図る。	・市内の埋蔵文化財包蔵地 ・市内の指定文化財等	・埋蔵文化財包蔵地における開発行為に伴う発掘調査等の実施 ・宇都宮市文化財調査員活動の実施	計画どおり	4,960	S42		【①昨年度の評価(成果や課題)】埋蔵文化財及び指定文化財の適切な保護 文化財保護法に基づき、適切な保護を図った。市HPで町内に埋蔵文化財包蔵地(遺跡)がない町名リストを公開し、事業者への周知を行った。また、宇都宮市文化財調査員と連携し指定文化財の現況を調査・把握し、修繕を行うなど適切な保護を図った。 【②今後の取組方針】民間事業者の法令遵守意識の高揚による埋蔵文化財の適切な保護の推進 文化財保護法に基づく届出を行わず埋蔵文化財包蔵地において開発行為等を行う事業が年数件発生していることから、庁内他課の開発許可窓口所周知文書を備え付けるなど、民間事業者に対する法令遵守や文化財の適切な保護に対する意識高揚や指導の徹底を図っていく。 ・また、引き続き民間事業者による大規模開発に係る大規模確認調査が見込まれることから、埋蔵文化財の適切な保護に努める。
4	史跡等整備事業	戦略事業	市内の文化財や史跡、天然記念物等の適切な保存と活用を図る。	市内の文化財や史跡、天然記念物等	施設・設備の整備・維持管理	計画どおり	8,759	H20		【①昨年度の評価(成果や課題)】 ・重要文化財である旧徳原家住宅主屋の耐震基礎診断および耐震補強の実施が必要であるため業務委託を行った。 ・文化財表示板の現状を調査し、既存の表示板の修繕や、破損している表示板の新設等の業務委託を行った。 【②今後の取組方針】貴重な史跡等の保存・継承の推進 ・旧徳原家住宅については、耐震診断結果に基づき耐震補強工事の実施設計を行い、建物の保全を図っていく。 ・表示板の維持・管理については、文化財調査員とも連携を図りながら、定期的に現状を把握し、適切に対応していく。
5	文化財周知啓発事業	戦略事業	本市の歴史文化や文化財に対する理解促進や認知度向上を図る。	市民、来訪者	文化財めぐり・普及啓発資料の作成等の実施	計画どおり	567	H3		【①昨年度の評価(成果や課題)】各種事業の実施を通じた歴史文化に対する意識の高揚 テーマに応じた文化財に触れる機会の創出や学校教育と連携し宇都宮空襲体験パンフレット配布に取り組み、市民や子どもたちの郷土の歴史に対する理解を深めた。 ・文化財めぐりについては、参加者を10人以下のグループに分け、マスク着用、検温などの感染予防策を講じて実施した。 【②今後の取組方針】多様なツールを使った普及啓発の推進 宇都宮の歴史や伝統文化の理解促進や認知度向上のため、文化財めぐりや「歴史と文化財ホームページ」、「宇都宮学」などの多様なツールによる普及啓発に取り組んでいる。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・歴史文化に対する理解促進や郷土への愛着の醸成に向けた調査研究及び普及啓発・情報発信等の促進 市民や来訪者が本市の歴史文化について理解を深め興味関心を喚起するとともに、郷土への誇り・愛着の醸成や、認知度・来訪意欲を高めていくため、歴史文化資源に関する把握・整理や調査研究を進め、その価値や魅力を導出するとともに、各種の感染防止に係る指針や「新たな生活様式」などに対応しながら、普及啓発・情報発信などの取組を推進していく必要がある。</p> <p>・地域固有の歴史文化資源を活用した地域活性化の推進 地域固有の歴史文化の価値や魅力を地域の絆づくりや活性化に生かしていくため、地域で育まれた伝統や生活文化を守り伝える団体の育成・支援を推進するほか、本市にゆかりのある歴史文化資源を活かした地域活性化の取組を推進していく必要がある。</p>	<p>・歴史文化に対する理解促進や郷土への愛着の醸成に向けた調査研究及び普及啓発・情報発信等の促進 「宇都宮市歴史文化基本構想」及び「第2次宇都宮市文化振興基本計画」に基づき、「宇都宮文化の創造・継承」に向け、本市の歴史文化の価値や魅力を紐解くエイト・ストーリーの普及啓発や官民連携で構成する「宇都宮市大谷石文化推進協議会」を核として「日本遺産 大谷石文化」の魅力発信の取組を推進するとともに、地域において大切に守り継がれてきた歴史文化資源を市民共有の財産として保存・活用を図るため「みや遺産」制度を運用していく。 また、市民や子どもたちが本市の歴史文化について理解を深めるため、感染症対策や「新たな生活様式」への対応について検討を重ねながら「伝統文化フェスティバル」や「宮っ子伝統文化体験教室」などの普及啓発を行うとともに、本市の歴史文化の魅力や発信するまちなか情報交流機能に検討を進める。 さらに、市内に所在する国指定史跡について、その本質的価値や魅力を高めることにより、郷土への誇りや愛着を醸成し、史跡等を核とするまちづくり・地域づくりを進めていくため、ICTの活用も視野に入れながら、それぞれの状況に応じた整備等を進める。</p> <p>・地域固有の歴史文化資源を活用した地域活性化の推進 「文化を活かしたまちづくりの推進」に向け、「宇都宮伝統文化連絡協議会」や「宇都宮市文化財ボランティア協議会」と連携し市民主体による歴史文化資源の保存・活用の取組を推進する。 本市ゆかりの「百人一首」「ジャズ」「妖精」といった文化資源を活かした地域活性化の取組については、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて「百人一首市民大会」の開催が困難となっている中においても、感染防止対策を講じた上での開催について検討をすすつつ、「宇都宮学」など、様々な機会を捉えた普及啓発の取組を継続していく。また、「ジャズ」を核とした音楽の振興を図るため「学校普及ジャズ」などの開催のほか、全国的にも稀有な「うつつのみや妖精ミュージアム」において妖精資料を活用した企画展等を実施する。</p>