

平成30年度 行政評価 施策カルテ

施策名	1 おもてなしある受入体制の充実
-----	------------------

施策主管課	観光交流課	総合計画記載頁	134ページ
-------	-------	---------	--------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 市民の豊かな暮らしを支える活気と活力のある社会を築くために	政策名 (基本施策名)	20 魅力ある観光と交流を創出する	政策の達成目標 (基本施策目標)	新たな資源が発掘、活用され本市の観光資源の価値がさらに高まり、市民も自らの地域に誇りを持つことで、多くの人に宇都宮を訪れ楽しんでもらえるような、魅力ある観光と交流が創出されています。
------	----------------------------------	----------------	-------------------	---------------------	---

2 施策の取組状況

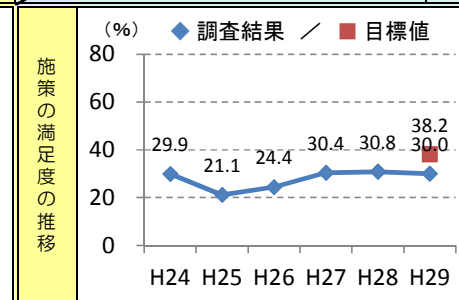
施策目標	本市への来訪者がさまざまなおもてなしに接し、「来てよかった」、「また訪れたい」と感じています。
------	---

① 施策指標	指標名(単位)		H24	H25	H26	H27	H28	H29 (目標年)	評価	② 市民意識調査結果	指標名(単位)		H24 (現状値)	H25	H26	H27	H28	H29	評価	
	指標1	「来てよかった」、「また訪れたい」と感じている来訪者の割合	単年度目標値	45%	46%	47%	48%	49%			50%	A	指標3	施策の満足度(%)	調査結果	29.9%	21.1%	24.4%		30.4%
	現状値	44.6%	実績値	45.5%	41.5%	74.7%	75.0%	88.4%	80.0%	目標値(H29)	38.2%			前年度からの増減	-8.8pt	3.3pt	6.0pt	0.4pt	-0.8pt	
	目標値(H29)	50.0%	単年度の達成度	101.1%	90.2%	158.9%	156.3%	180.4%	160.0%	③ 主要な構成事業の進捗状況 (主要な構成事業の個別の進捗状況は、「3 施策を構成する事業の状況」を参照)								B		
指標2		単年度目標値							【参考】 中核市等との水準比較	指標名(単位)		H24	H25	H26	H27	H28	H29			
	現状値	実績値								観光客入込客数/市民1人	中核市平均	16.3	15.4	15.9	16.0	16.0	16.71			
	目標値(H29)	単年度の達成度								実績値	26.34	24.73	25.45	26.53	27.25	28.21				
		単年度目標値								中核市での本市の順位	4位/41市中	6位/41市中	4位/42市中	4位/43市中	4位/45市中	7位/48市中				
	現状値	実績値								中核市平均										
	目標値(H29)	単年度の達成度								実績値										
		単年度目標値								中核市での本市の順位										
	現状値	実績値																		
	目標値(H29)	単年度の達成度																		

※本市観光動態調査における設問項目の見直しにより、平成26年度からは本市来訪者からの回答による実績値とする。

※『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	A: 達成度90%超 [33点]	B: 達成度70%~90% [25点]	C: 達成度70%未満 [15点]
	② 市民意識調査結果(満足度)	A: 前年度より向上 (+5pt超) [33点]	B: 前年度同水準 (±5pt以内) [25点]	C: 前年度より低下 (-5pt超) [15点]
	③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上 (主要な構成事業の2割超が計画以上) [33点]	B: 計画どおり (主要な構成事業の8割超が計画どおり) [25点]	C: 計画より遅れ (主要な構成事業の2割超が計画より遅れ) [15点]
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2つ以上) [65点以上90点未満]	やや遅れている: (C評価が2つ以上) [65点未満]

取組内容と成果・成果の要因、進捗の状況

施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 平成29年に閣議決定された観光立国推進基本計画において訪日外国人旅行者及び国内旅行者の満足度を目標値に定めるなど、観光客に対するおもてなしある受入体制の充実が求められている。 近年増加傾向にある訪日外国人旅行者や国内旅行者に対応するため、観光客のニーズに対応した観光案内や観光情報の提供等を推進し、観光客の受入体制の充実を図るとともに、国内外からの観光旅行者が快適かつ安全に観光を満喫することができるよう、「おもてなしの心」をもって迎えることが推進されている。 宇都宮市観光動態調査による本市への観光入込客数は、ブレステーションキャンペーンの開催のほか、ろまんちっく村や大谷への観光客が増加したことなどにより、過去最多を更新した。 	市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> 本市の魅力あふれる観光資源を再認識してもらい、市民一人ひとりの郷土愛や誇りを醸成するため、広報紙やホームページでの啓発などによるおもてなしに対する重要性の理解促進、また、おもてなし推進委員会によるセミナーやボランティアガイド養成講座の開催など、継続的な取組を行っているが、目標値には至らなかった。 	総合評価	83点 概ね順調
施策指標	「来てよかった」、「また訪れたい」と感じている来訪者の割合は80.0%となり、目標値を上回っている。				

3 施策を構成する事業の状況

※凡例 ○:「総合計画の戦略プロジェクト・主要事業」対象, ★:「③ 主要な構成事業の進捗状況」対象(5事業選択)

No.	事業名	戦略P・主要事業※	事業の目的	事業内容		事業の進捗状況	H29事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	施策目標を達成するための取組方針
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	くちコミ特派員事業	★	観光情報の発信	首都圏在住で本市出身又はゆかりのある人や本市在住で首都圏に通勤又は通学している人ほか	・「くちコミ特派員」の任命と研修会の開催 ・宇都宮市のPRと情報提供の依頼	計画どおり	140	H13		時代潮流の変化に伴い、近年はスマートフォンなどのSNSを活用した情報発信が主流となっていることから、今後はフェイスブックなどのSNSを通じて、効果的な情報発信を行っていくため、くちコミ特派員事業は平成30年5月で終了とする。
2	おもてなし推進委員会運営事業(負担金)	○★	観光ガイドの育成・確保及びおもてなしの向上	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	400	H20	独自性	更なる「おもてなし力」の向上と充実を図るため、宇都宮観光コンベンション協会等関係団体で構成する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を行う。
3	栃木県アンテナショップ運営事業(負担金)		・首都圏における本市観光情報発信強化	栃木県アンテナショップ「とちまるショップ」	本市加工品の販売や観光情報の発信など運営経費の一部を負担	計画どおり	2,761	H24		首都圏におけるアンテナショップを活用することで、本市の観光情報発信の強化が図れることから、引き続き、本市物産等の販売やイベントスペースにおける時期に応じた情報発信等を行う。
4	観光セールス強化事業	○★	観光誘客の促進	首都圏・近県・函館等在住者	本市来訪の契機とするため、トップセールス、メディア活用、キャンペーンキャラバンを実施	計画どおり	6,030	H23		更なる誘客を促進するため、引き続き、餃子祭りでのPR、首都圏や函館などでの観光プロモーションの実施、現在開催しているデスティネーションキャンペーンの活用等、効果的なPRを実施していく。
5	観光コンベンション協会事業負担金		・観光・コンベンション機能の充実	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	計画どおり	9,159	H12		本市を訪れる観光客等へ、観光情報はもとより、公共交通機関や公共施設等の位置など、様々な情報を提供する場となる観光案内所の役割は重要であることから、引き続き、案内体制を充実させ、おもてなしの向上を図る。
6	観光コンベンション協会事業補助金		・観光・コンベンション機能の充実	宇都宮観光コンベンション協会	観光推進事業やコンベンションの誘致、フィルムコミッションなどの事業運営に要する経費の一部を補助	計画どおり	53,730	H12		観光事業者や民間事業者と連携を図りながら、本市の観光事業を推進していくことは重要であることから、官民のコーディネート的な役割を果たす宇都宮観光コンベンション協会を支援し、本市への更なる誘客促進と観光振興を図っていく。
7	観光振興促進事業費補助金	★	体験施設等の整備・促進	・本市に体験型観光施設を設置しようとする事業所、工場、伝統工芸品店 ・大谷エリア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		伝統工芸、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うことで、観光客へのおもてなしの充実が図られることから、引き続き、観光客や事業者のニーズを踏まえた支援を行うとともに、平成30年度は、大谷地域における対象エリアの拡大を図る。
8	外国人の誘客促進事業	★	・台湾等からの外国人観光客	外国人観光客	・現地での本市プロモーション ・コンベンションガイドの作成 ・公衆無線LANの設置 ・外国語版パンフレットの製作・配布・PR	計画どおり	10,854	H27		H29年の外国人宿泊者数は過去最高の約8万4千人となるなど、継続的なプロモーション活動の効果が表れていることから、引き続き、海外での観光情報発信と、現地旅行会社によるツアー造成依頼を行うとともに、市内においては、外国人観光客向けの公衆無線LANの整備等、環境整備における受入体制の充実を図る。
9	観光情報発信強化事業		・観光情報の発信強化	国内外からの本市来訪者	・アプリの運用維持管理 ・観光プロモーション映像の活用	計画どおり	4,882	H27		アプリや映像コンテンツにより、本市を訪れる観光客へ様々な情報を提供することから、引き続き、積極的な発信を行うことで、国内外から本市への誘客促進及び市内観光案内の充実を図っていく。
10	デスティネーションキャンペーン受入体制推進事業(補助金)		・誘客促進に向けた取組を支援し、受入体制の充実を図る	企業または民間団体	企業または民間団体の行う企画・開発等に係る費用の一部を交付	計画どおり	924	H29		デスティネーションキャンペーンを最大の契機と捉え、観光事業者や関係団体などと様々な事業を展開することが必要であることから、引き続き、着地型観光素材の企画・開発事業や「おもてなし」を向上させる事業に対し補助金を交付することで、受入体制の充実を図っていく。
11	外国人観光客受入体制整備事業(補助金)		・民間施設等における外国人観光客の受入体制整備	民間団体等	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	1,050	H29		本市への外国人観光客が増加しており、民間の観光施設において多言語対応などの受け入れ態勢の充実を図る必要があることから、引き続き、制度の周知を行い、補助金の活用を促していく。

4 今後の施策の取組方針

今後の方向性	
課題	方向性
<p>◆本市を訪れた観光客の満足度や再訪意欲は年々向上してきており、おもてなしある受入体制は着実に進んでいることから、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た講座やセミナーの開催、観光関係事業者等との連携により、官民一体となったおもてなしある受入体制の充実を図る必要がある。</p> <p>◆本市の更なる観光の振興を図るため、宇都宮観光コンベンション協会や民間事業者と連携しながら、旅行会社等への積極的な観光セールスや、首都圏におけるイベントでの効果的なプロモーションを実施する必要がある。</p> <p>◆観光立国推進基本計画において訪日外国人旅行者数の目標値が定められ、更なるインバウンドの誘客強化が求められることから、引き続き、海外への観光情報発信、現地旅行会社によるツアー造成依頼を行うとともに、市内においては、外国人観光客向けの公衆無線LANの整備や案内看板等の多言語化の推進など、受入体制の充実を図る必要がある。</p>	<p>〈施策全般〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆観光事業者や民間事業者と一体となり本市の観光事業を推進していくため、観光コンベンション協会等の関係団体と連携を図り、おもてなしある受入体制の充実を図る。 ◆観光客のニーズに対応するため、観光関係事業者との連携により官民一体となった、観光振興事業の推進及び観光セールスの強化に取り組む。 <p>〈主要事業〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆おもてなし推進委員会運営事業 本市への再訪意欲を持っていただくため、市民や事業者の「おもてなし力」を向上していく必要があることから、「おもてなし推進委員会」による普及啓発活動など効果的な事業を支援することで、おもてなしある受入体制の充実を図る。 ◆観光セールス強化事業 国内外から本市への更なる誘客促進を図るため、台湾における観光プロモーションの実施など、インバウンドの誘客強化を図る。また、市外での観光キャンペーンや首都圏へのキャラバン等を活用した観光プロモーションの実施など、戦略的な観光セールスを行う。 <p>〈その他個別事業〉</p>