

平成25年度施策評価シート

基本施策	多くの人々に地域の魅力を知ってもらう		
総合計画での位置付け	政策	4	「にぎわい」にあるまちをめざして
	分野	1	観光
主要な計画	・産業振興計画		
基本施策を実施する背景や課題・目的	<p>・官民一体となったもてなしのこころの醸成やユニバーサルデザインに配慮した施設整備、東海北陸自動車道の全線開通、フランスのミシュラン・グリーンガイド・ジャポンにおける最高評価である三ツ星での紹介、積極的な誘客活動などにより、本市における観光客の入込み数は増加傾向にある。特に外国人観光客数の増加が顕著となっており、平成17年の89,500人から平成25年には151,000人となっている。しかし、経済情勢の変化などが今後の入込み数に影響を与えることが懸念される。</p> <p>・本施策は、豊かで安定した市民生活を営むことのできる基盤として、地域の資源や特性を活かした産業が活発な「にぎわい」のあるまちづくりをすすめるため、多くの人々に地域の魅力を知ってもらうことを目的としている。</p>		

1 概要

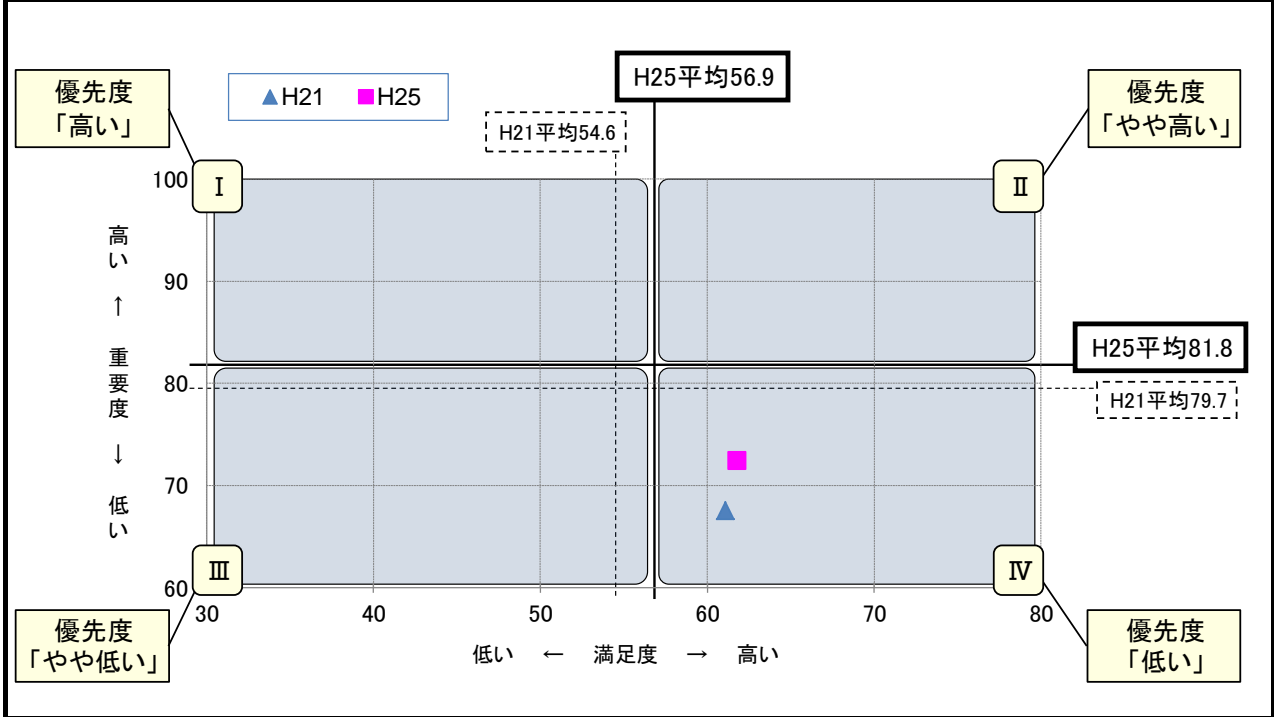
施策	目的	施策の内容	対象	施策の内容の目的	これまでの取り組み	担当部署
1 戦略的な誘客宣伝	関係機関と連携しながら、さまざまな媒体を活用して効果的に地域の魅力を発信し、国内外観光客の誘客につなげる。	効果的な地域の魅力の発信	観光客	・高山訪問の動機づけ及び周遊型、滞在型観光の魅力向上による観光客誘致。	<ul style="list-style-type: none"> ・観光ガイドブック、ポスター等の紙媒体やHPを活用し、飛騨高山の魅力やPRしている。 ・旅行博への出展、大都市圏の駅や物産展と連携したキャンペーン等の誘客事業を実施している。 ・高山市観光連絡協議会が行う観光客誘致推進事業(メディア事業、WEB事業、広告宣伝事業、地域誘客宣伝事業等)に対して助成を行っている。 	商工観光部
		外国人観光客の積極的な誘致	市内観光関連事業者 市民	年間の外国人観光客数を30万人にする。	<ul style="list-style-type: none"> ・周辺都市や関係機関と広域連携し、海外への積極的な誘客活動を展開している。 ・現在は、主に中国、韓国、香港、欧米豪などにおける旅行博でのブース出展や政府関係者、旅行代理店等へのセールススクールのほか、旅行代理店やメディアなど招聘を行い、高山市の魅力のPRを行っている。 	海外戦略室
		小中学校や高等学校の教育旅行の誘致	観光客(教育旅行関係)	・高山訪問の動機づけ及び周遊型、滞在型観光の魅力向上による教育旅行誘致。	<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨・高山観光コンベンション協会や飛騨高山旅館ホテル協同組合、バス事業者、グリーンツーリズム受入組織等、民間団体と連携した誘客事業により誘客を図っている。 ・体験型旅行パンフレットの作成やエージェンツ訪問、メディアによる宣伝等で教育旅行の誘致を図っている。 	商工観光部
		飛騨・高山コンベンションビューローと連携した国内外のコンベンションの誘致	コンベンション主催者	・交流人口の拡大、学術文化の振興及び地域経済の活性化。	<ul style="list-style-type: none"> ・高山市内で開催される国際会議等の主催者に対して助成を行い、コンベンション開催による地域経済の活性化と交流人口の拡大を図っている。 ・飛騨・高山観光コンベンション協会に対する助成を行い、コンベンション誘致活動を積極的に実施している。 	商工観光部
		飛越能経済観光都市懇談会や松本・高山・金沢・白川郷誘客協議会などと連携した広域的な誘客	観光客	・各種協議会などを活用した広域的な観光客誘致促進。	<ul style="list-style-type: none"> ・飛越能経済観光都市懇談会や越中・飛騨観光圏協議会、ぶり街道推進協議会、北陸飛騨3つ星街道誘客推進協議会、飛騨地域観光協議会等の広域的団体と連携し、広域的観光ルートのPRなどの誘客宣伝を実施している。 ・越中・飛騨観光圏協議会等の広域連携により、北陸新幹線開業を見据えた2次交通(バス路線)の実験運行を実施し、2次交通の充実を図っている。 	商工観光部

2 指標の推移

指標名	単位	関連 施策	好まし い 方向	H21	H22	H23	H24	目標	指標値の把握方法 目標値設定の考え方
観光客入込数(日帰り)	千人		↑	1,983	1,760	1,641	1,808	5,000 (日帰り+ 宿泊)	観光施設入込数、交通 量等より指標地把握。
観光客入込数(宿泊)	千人		↑	2,057	2,052	1,840	1,961	5,000 (日帰り+ 宿泊)	観光施設入込数、交通 量等より指標地把握。
外国人観光客数(宿泊者数)	人	1-イ	↑	148,000	187,000	95,000	151,000	300,000	H21(148,000)の倍増 市長公約
教育旅行入込数	人	1-ウ	↑	82,616	88,442	92,961	103,780		
コンベンション開催支援補助金実績	件	1-エ	↑	35	39	27	35		
担当部局	補足説明								
商工観光部	<ul style="list-style-type: none"> 観光客入込数は、H23に東日本大震災の影響で大きく落ち込んだものの、その後の誘客対策等の効果もあり、震災以前の水準まで回復し、増加傾向にある。 教育旅行については、H23の東日本大震災の影響により、行先を東北地方から関東以西にシフトしたと思われる。 								
海外戦略室	<ul style="list-style-type: none"> 平成22年に187,000人を記録した外国人観光客数が翌年の東日本大震災で半減(95,000人)している。 翌年(平成24年)には151,000人に回復している。 平成25年1月から6月までのサンプル調査の結果、平成22年同期比で16.4%の増加、平成24年同期比で47.9%の増加となっている。 この増加の要因は、東日本大震災以降、官民一体となった現地でのプロモーションや各種誘客活動、トップセールス、また、市民や事業者による受入れのための努力が奏功しているものと考えている。 また、平成24年秋から続いている円安も影響していると考えており、これに加え、東日本大震災から2年が経過し、その影響が小さくなったことなども考えられる。 								

3 市民アンケートの結果

		現在の「満足度」		今後の「重要度」		市民満足度を高めるために改善等を行う優先度	
H21 (前回)	点数	61.1	(平均) (54.6)	67.5	(平均) (79.7)	IV	低い
	順位	42施策中 10 番目		42施策中 39 番目			
H25 (今回)	点数	61.8	(平均) (56.9)	72.4	(平均) (81.8)	IV	低い
	順位	43施策中 10 番目		43施策中 40 番目			



※「満足度」、「重要度」・・・まちづくり市民アンケートに対する各項目の回答件数をもとに点数化した数値

$$\text{満足度} = \frac{(\text{満足}) \times (50) + (\text{やや満足}) \times (25) + (\text{やや不満}) \times (-25) + (\text{不満}) \times (-50)}{(\text{回答数}) - \{(\text{分からない}) + (\text{無回答})\}} + 50$$

$$\text{重要度} = \frac{(\text{重要}) \times (50) + (\text{やや重要}) \times (25) + (\text{あまり重要でない}) \times (-25) + (\text{重要でない}) \times (-50)}{(\text{回答数}) - \{(\text{分からない}) + (\text{無回答})\}} + 50$$

※市民満足度を高めるために改善等を行う優先度

「満足度」が平均未満で「重要度」が平均以上の施策	→	I 優先度が「高い」
「満足度」が平均以上で「重要度」が平均以上の施策	→	II 優先度が「やや高い」
「満足度」が平均未満で「重要度」が平均未満の施策	→	III 優先度が「やや低い」
「満足度」が平均以上で「重要度」が平均未満の施策	→	IV 優先度が「低い」

4 一次評価(担当部局による評価)

担当部局		海外戦略室	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
戦略的な誘客宣伝	外国人観光客の積極的な誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・行ってみたいと感じさせる情報発信として、効果的なトップセールの実施、国・地域のニーズにあったPR、誘客・送客双方の促進に努めている。 ・また来てみたいと感じさせる受入れ体制として、地域文化とのふれあいの場の提供やおもてなしの強化に努めている。 ・魅力あるエリアやルートの形成として、広域連携によるエリア形成とPRに努めている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後も増加が見込まれる地域に的確に当市の魅力を伝えるために効果的なPR活動を行う。 ・周辺都市と連携し、魅力あるエリアとするよう受入れ体制の強化に努めるとともに、PR活動を行う。 ・これまでの一般的な観光だけでなく、飛騨高山ウルトラマラソンへの外国人誘致等、文化鑑賞や体験を盛り込んだテーマ性、趣味性の高い観光(SIT=Special Interest Tours)にも着目し、滞在時間の長い観光客を誘致する。
総括		<ul style="list-style-type: none"> ・今後も物流・交流と一体となった外客誘致を推進し、地域の活性化を図る。 <p>外国人観光客の誘客及び受入時</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地場産品の魅力や特徴を伝え販売を促進 ・地域の伝統文化とのふれあいの場の提供 <p>国内外での地場産品の販売促進時</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地場産品を含めた地域の歴史・風土・文化などの紹介し誘客を促進 <p>海外との人や文化の交流時</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地場産品の魅力や特徴を伝え販売を促進 ・地域の魅力を伝え誘客を促進 	

担当部局		商工観光部	
施策	施策の内容	七次総合計画における検証(成果や課題)	今後の方向性
戦略的な誘客宣伝	効果的な地域の魅力の発信	<ul style="list-style-type: none"> ・急速に普及するスマートフォンへの対応等HPの強化が必要である。 ・角川書店と共同でTVアニメ「氷菓」の散策マップとポスターを作成し、新たな客層の取り込みに寄与することができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな観光資源の掘り起こしとそれらの情報発信を継続して行う。
	小中学校や高等学校の教育旅行の誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行は、比較的閑散期である6月、1月から2月に実施されることが多く、誘致効果大きい。 ・地域間競争の激化、少子化によるパイの縮小等への対応が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・体験等のソフト事業の充実と官民一体による誘致活動の推進により、さらなる誘致を図る。
	飛騨・高山コンベンションビューローと連携した国内外のコンベンションの誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・平成24年度より高山市内で開催されるスポーツ大会へのコンベンション開催支援補助金を新設し、対象を拡充した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・飛騨・高山コンベンションビューローと連携をとりながら、利用者ニーズの把握、情報発信の強化を行い、更なるコンベンション誘致を図る。
	飛越能経済観光都市懇談会や松本・高山・金沢・白川郷誘客協議会などと連携した広域的な誘客	<ul style="list-style-type: none"> ・広域的な協議会と連携し、各種パンフレットの作成・イベント・キャンペーン等を実施し、幅広く誘客することができた。 ・平成27年春の北陸新幹線金沢駅開業を見据え、観光客の流れの変化を見極めながら、これまで以上に効果的な誘客活動を行っていく必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、広域的に連携しながら観光PRを行っていくが、役割の一部が重複している協議会の統合などについて検討を行っていく必要がある。 ・平成27年春の北陸新幹線金沢駅開業にともない、これまで以上に連携の効果が現れるよう、PRや2次交通対策を強化する。
総括		<ul style="list-style-type: none"> ・市民アンケートにおいては、施策に対して比較的高い満足度が得られている一方、施策全体の中における重要度の順位は低位である。 ・このことは、今まで継続してきた観光宣伝事業等の方向性は、市民から一定の評価を得ているものと考えられる。 ・今後は、従前から実施している事業に継続して取り組むことを基本としつつも、社会経済情勢の変化や観光客ニーズの多様化への的確な対応、経営資源の効率的・効果的な投入の観点から、マーケティングによる戦略の方針にもとづいたプロモーション展開、個別事業の見直し、新規事業の立ち上げを検討していく必要がある。 	

5 二次評価(企画課、総務課、財政課評価)

課題	今後の方向性
<p>主な課題としては、 ・観光客数が伸び悩んでいる。 ということが上げられる。</p>	<p>市民アンケートの結果、施策に対する現在の満足度は高く、今後の重要度は低くなっているが、観光は市の主要産業であり、経済や雇用に大きな影響を及ぼすことを踏まえ、産業振興計画や海外戦略ビジョンに基づき、戦略的な誘客を行っていく必要がある。特に、マーケティングによる戦略的な方針を立て、観光客数の増加につながるようなプロモーションを展開していく必要がある。</p>

6 外部有識者の評価・意見

七次総合計画における検証に対する評価・意見
<p>・二次評価の課題は、本基本施策の目的である「・・・多くの人々に地域の魅力を知ってもらうことを目的としている」についての指摘が不十分である。 ・基本施策の目的「・・・多くの人々に地域の魅力を知ってもらうことを目的としている」に関する成果や状況を検証するための定量的なデータが無いことから、成果や課題を検証できない。現在の市の取り組みは、施策を実施しているが基本施策の目的にどの程度貢献しているのか否かが分からないにもかかわらず、観光客入込数の増減に一喜一憂している状態である。 ・「戦略的な誘客宣伝」という施策名と裏腹に戦略が見えてこない。抽象的な言葉がちりばめられているに止まり、何を売り込みたいのかマーケティングのメッセージが不明確である。</p>
今後の方向性に対する評価・意見
<p>・二次評価の「マーケティングによる戦略的な方針を立て、観光客数の増加につながるようなプロモーションを展開していく必要がある」は概ね妥当である。 ・現状の漠然とした網羅的な情報発信ではなく、ターゲットや戦略を明確にした上で、メリハリのある「多くの人々に地域の魅力を知ってもらう」ための施策や事務事業を検討する必要がある。情報発信であれば、発信した情報がどれだけ到達したのか、情報が到達した人にどれだけ地域の魅力を知ってもらえたのか、それらを含めて高山市の魅力はどの程度知ってもらえているのか、競合他地域と比較してどの程度魅力を知ってもらえているのかなどを定量的に分析の上、分析結果に基づき、有効で費用対効果の高い施策・事業を検討・実践すべきである。</p>
その他意見
<p>・観光関連産業は高山市にとって非常に重要な産業であると認識するが、予算・職員数・関連団体の体制などを考慮した場合、網羅的な施策・事業を幅広く展開することが良いのか、重要な施策・事業に集中して取り組むことで、必要な成果を確実に獲得していった方が良いのか、しっかりと検討する必要があると考える。 ・活動指標のレベルではなく、各種のマーケティングリサーチの手法を駆使して、高山のポジショニングを明らかにしたうえで政策の組み立てを行う必要がある。</p>

【参考】基本施策に関連する予算事業の分析・評価(平成25年度事業評価における担当課評価)

関連 施策	事業 コード	事業名	評価					点数	事業費決算額(千円)	
			市民ニ ズの確 認	市が実 施する必 要性	活動内 容の有 効性	執行方 法の効 率性	政策面 における 評価		H23年度	H24年度
1-ア	62100	観光宣伝推進事業費	A	A	B	B	B	70	19,695	15,672
1-ア、ウ	62130	飛騨高山観光客誘致推進協議会負担金	A	A	B	B	B	70	19,200	19,300
1-ア	62145	観光協会等補助金(コンベンションを)	A	A	B	B	B	70	95,317	108,405
1-ア	62155	旅フェア協賛事業費	A	B	B	B	A	70	1,519	2,883
1-イ	21526	海外戦略推進事務費	A	A	B	A	B	80	34,218	41,142
1-エ	62145-2	観光協会等補助金(コンベンションビューロー助成、コンベンション開催支援)	B	A	A	A	B	80	12,770	15,803
1-オ	62150	観光振興関係事務費	A	A	B	B	B	70	10,162	8,853

集計	区分	個数					平均点	H23年度	H24年度
	A	6	6	1	2	1	72.86	192,881	212,058
	B	1	1	6	5	6			
	C	0	0	0	0	0			
	-	0	0	0	0	0			