

政策整理番号 16

### 評価シート(B)

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部観光課	関係部課室	
------	-----	-------	----------	-------	--

政策番号	2 - 5 - 1	政策名	産業間の連携と地域資源の活用による産業活力の創出
------	-----------	-----	--------------------------

施策番号	3	施策名	地域資源を活用した観光産業の振興
------	---	-----	------------------

A - 3 - 1 施策の有効性:規則 § 6 3号

有効
概ね有効
課題有

【政策評価指標達成状況から】有効  
 ・指標名:観光客入込数 達成度 A  
 ・(達成状況の背景)過年度の国体、W杯等の大規模なイベントに合わせた施策による効果、また、プロ野球新球団楽天ゴールデンイーグルスの参入等に加え、官民一体となったキャンペーン等の実施により、観光客入込数は伸びていると考えられる。  
 ・(達成度から見た有効性)観光客入込数は、目標を達成しており、施策の効果を確認することができる。  
 【県民満足度(政策)の推移から】課題有  
 ・県民満足度は決して高くないが、施策の主な内容が県外の旅行者に対するものであり、県民に直接アピールできないことが原因となっている可能性が非常に高いことを考慮すべきである。  
 【社会経済情勢を示すデータの推移から】有効  
 ・県内における観光消費額(推計)では、宿泊費、飲食費等の直接消費額が、H15年4,872億円からH16年5,086億円と214億円の伸びを示している。また、観光消費額がもたらす各種産業の誘発効果(推計)においてもH15年3,265億円からH16年3,618億円と353億円の効果を表しており(以上:観光統計概要より)、施策の効果があったものと判断できる。

【総括】  
 ・政策満足度は決して高くないが、政策評価指標達成度(A)や社会経済情勢等の状況から有効性が確認できる。

### 施策を構成する事業の事業番号と種別

事業番号	種別	事業名	事業番号	種別	事業名
1	主	観光立県行動計画推進プロジェクト事業	6		
2	主	地域資源観光化事業(再掲)	7		
3			8		
4			9		
5			10		

主:宮城県総合計画第 期実施計画に掲載されている「主要事業」 重:重点事業のうち主要事業以外の事業

B - 1 施策実現にむけた県関与の適切性と事業群設定の妥当性:規則 § 6 1号, 4号

適切
概ね適切
課題有

【国、市町村、民間団体との役割分担】概ね適切  
 ・(国)観光地整備に関する各種事業の立案・実施  
 ・(県)国、市町村、民間団体と連携を図り、観光立県行動計画推進プロジェクト事業の実施  
 ・(市町村)市町村関連事業の実施  
 ・(民間団体)観光関連団体の関連事業の実施  
 【施策目的を踏まえた事業か】適切  
 ・観光立県行動計画において、観光振興の4つの基本的方向を示し、これに基づく事業群を5か年戦略プロジェクトにおいて内容・バランスとも十分検討・実施しており、全て施策目的を達成するために必要な事業である。  
 【事業間で重複や矛盾がないか】適切  
 ・目的、対象者に応じ事業が適正に設定されており、重複や目的が矛盾する事業はない。  
 【社会経済情勢に適応した事業か】適切  
 ・観光産業のみならず経済波及効果は高く、食材など地域資源の活用による観光振興は、地域産業全体の振興の起点となり得るものであり、強靱な観光需要の形成のため、必要な事業である。  
 【施策重視度と満足度のかい離が大きいか】(事業の必要性)適切  
 ・かい離幅が2.0と大きいですが、観光産業がもたらす経済効果はもとより、地域住民の地域力等の向上も効果のひとつであるので、県民満足度向上のため、さらなる効果的・効率的な事業推進が必要である。

【総括】  
 ・施策目的、県の役割分担、事業体系、社会経済情勢、県民満足度調査の推移から判断して、本施策の事業設定は概ね適切と判断できる。

施策番号	3	施策名	地域資源を活用した観光産業の振興
------	---	-----	------------------

B - 2 事業群の有効性:規則 § 6 2号

有効	概ね有効	課題有
----	------	-----

【施策満足度から】概ね有効  
 ・施策満足度(中央値)は、50点であり概ね良好である。  
 【政策評価指標達成状況から】有効 「政策評価指標分析カード(4)ア」から抜粋  
 ・政策評価指標「観光客入込数」は、目標値に達成しているため、各事業は効果があったと判断する。  
 【社会経済情勢を示すデータの推移から】有効  
 ・一つの目安として、県内における観光消費額(推計)では、宿泊費、飲食費等の直接消費額が、H15年4,872億円からH16年5,086億円と214億円の伸びを示している。また、観光消費額がもたらす各種産業の誘発効果(推計)においてもH15年3,265億円からH16年3,618億円と353億円の効果を表しており(以上:観光統計概要より)、施策の効果があったものと判断できる。  
 ・以上から、当該データにおいても好調に推移していることから、有効と言える。  
 【業績指標推移から】概ね有効  
 ・全体的に事業費は減少傾向にあるものの、寿司店指定件数・スマイルあったか宮城観光案内所指定件数や地域資源観光化事業等が前年とほぼ同じ指標を示していることから、概ね有効と判断する。  
 【成果指標推移から】概ね有効  
 ・政策評価指標である「観光客入込数」は、目標値を達成している。  
 ・海外からの観光客入込数では、中国、台湾、韓国等アジアからの入込数が減少しているが、外国人誘客に力を入れていたホテルの閉鎖や「愛・地球博」等により、外国人宿泊客が県外に流失したことが原因のひとつと推察される。  
 ・国内においては、「宮城の好感度イメージ定着推進 誘客宣伝キャンペーン事業」(寿司街道)を実施している塩釜、石巻、気仙沼で入込客数が増加している。  
 ・以上から、成果指標は概ね有効と判断する。

【総括】  
 ・施策満足度は高くないが、官民が一体となって観光客誘致対策事業を宮城独特のオリジナリティあふれる地域資源を活かすという施策を継続的に事業展開してきた実績があり、事業の有効性は図りしれない。  
 ・施策の主な内容が県外の旅行者に対するものであり、県民に直接アピールできないことが原因となっている可能性が非常に高いことを考慮する必要がある。  
 ・観光施策が効果を発揮するためには、継続的な取組が必要である。

B - 3 事業群の効率性:規則 § 6 3号

効率的	概ね効率的	課題有
-----	-------	-----

【政策評価指標達成度 業績指標・成果指標】概ね効率的  
 ・指標の一部が道路の延長であるなど、一概にその増減で判断することはできないが、政策評価指標は、目標を達成しており、概ね効率的と判断する。  
 【社会経済情勢データ 業績指標・成果指標】概ね効率的  
 ・一つの目安として、県内における観光消費額(推計)では、宿泊費、飲食費等の直接消費額が、H14年3,970億円からH15年4,872億円と902億円の伸びを示している。また、観光消費額がもたらす各種産業の誘発効果(推計)においてもH14年2,723億円からH15年3,265億円と542億円の効果を表していることは、概ね有効と言える(以上:観光統計概要より)。  
 ・以上から、当該データにおいても好調に推移していることから、概ね有効と判断する。  
 【事業費に対する業績指標の割合(効率性指標)が適切か】概ね効率的  
 ・対前年比で事業費が減少している状況で、業績指標がほぼ横ばい傾向を示していることは、概ね効率的と言える。

【総括】  
 ・施策満足度は決して高くないが、政策評価指標は目標を達成しており、また、全般的に業績指標・成果指標とも概ね効率的と判断できる。

B 施策評価(総括):規則 § 6

適切	概ね適切	課題有
----	------	-----

・B-1 施策重視度と施策満足度のかい離は大きいですが、施策目標達成のための事業設定は、役割分担に応じた事業を展開しており、概ね適切と判断する。  
 ・B-2 施策満足度は決して高くないが、政策評価指標は目標を達成しており、施策は概ね有効と判断する。  
 ・B-3 業績指標及び成果指標が前回と比して、ほぼ横ばいに推移していることから、概ね効率的と判断する。  
 ・B-1～3の各項目を総合的に判断し、「概ね適切」と判断した。

事業分析カード(業績)

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部観光課	関係部課室	
------	-----	-------	----------	-------	--

政策番号	2 - 5 - 1	政策名	産業間の連携と地域資源の活用による産業活力の創出		
------	-----------	-----	--------------------------	--	--

施策番号	3	施策名	地域資源を活用した観光産業の振興		
------	---	-----	------------------	--	--

活動(事業) / 活動(事業)によりもたらされた結果								
事業番号	事業名 【担当課室名】	H17 事業費 (千円)	事業の対象 (誰・何を対象として、具体的に)	事業の手段(内容) (何をしたのか、具体的に)	業績指標名 (事業の活動量。「事業の手段」に対応)	H15	H16	H17
						事業費(千円)		
						効率性指標 (3.5E-02は3.5 × 10 <sup>-2</sup> )		
1	観光立県行動計画推進プロジェクト事業(宮城の好感度イメージ定着推進・誘客宣伝キャンペーン事業)【観光課】	2,000	JR駅 塩竈・石巻・気仙沼の寿司店	本県の有力な地域資源である寿司を用いたキャンペーンを展開するとともにポスター・パンフレットを制作・配布した。	寿司店指定件数	54 8,000 6.8E-03	61 2,500 2.4E-02	60 2,000 3.0E-02
1	観光立県行動計画推進プロジェクト事業(外国人観光客誘致促進事業)【観光課】	4,272	台湾・韓国の旅行エージェント	・現地旅行関係者等へ本県の観光資源を紹介するためにミッション団を派遣 ・現地マスコミ、旅行AGTを招請し、本県の観光資源を取材させ、観光旅行への動機付けを図った。		5,138 0.0E+00	5,017 0.0E+00	4,272 0.0E+00
1	観光立県行動計画推進プロジェクト事業(中国観光客誘致対策事業)【観光課】	3,000	中国(広州・香港)の旅行エージェント	・現地旅行関係者等へ本県の観光資源を紹介するためにミッション団を派遣 ・現地マスコミ、旅行AGTを招請し、本県の観光資源を取材させ、観光旅行への動機付けを図った。		4,000 0.0E+00	3,107 0.0E+00	3,000 0.0E+00
1	観光立県行動計画推進プロジェクト事業(国内観光客誘致対策事業)【観光課】	4,175	国内の旅行エージェント	国内の主要な市場である首都圏・関西・中京を中心に民間と共同で観光キャラバンを展開した。		5,200 0.0E+00	4,671 0.0E+00	4,175 0.0E+00
1	観光立県行動計画推進プロジェクト事業(スマイルあったか宮城観光案内所の指定等)【観光課】	782	県内のガソリンスタンド・観光情報案内所等	・観光情報案内用パンフレット(計8000部)を作成した。 ・パンフレット、みやぎ観光マップを「スマイルあったか宮城ミニ観光案内所」に設置、配布した。	案内所指定件数	100 1,059 9.4E-02	99 941 1.1E-01	98 782 1.3E-01
1	観光立県行動計画推進プロジェクト事業(インターネット観光情報提供事業)【観光課】	4,074	インターネットにより観光情報を求める旅行予定者	インターネットにより、宮城の観光情報発信や観光データブックを更新することにより、タイムリーな情報提供に努めた。		4,147 0.0E+00	4,053 0.0E+00	4,074 0.0E+00
1	観光立県行動計画推進プロジェクト事業(面白山・刈田岳・硯石線登山道整備事業)【観光課】	20,000	南蔵王を目的地とする旅行者	荒廃した登山道において、植工や階段工による整備を実施した。	歩道延長(m)	811 20,000 4.1E-02	334 10,000 3.3E-02	291 20,000 1.5E-02
2	地域資源観光化事業(再掲)【観光課】	777	テレビ局, ラジオ局, 新聞, 雑誌等の媒体	県内各圏域のイベント情報を取りまとめ、マスコミ等に提供した。	観光情報提供量(月)	12 1,049 1.1E-02	12 944 1.3E-02	12 777 1.5E-02
事業費合計		39,080						

# 事業分析カード(成果)

政策整理番号 16

施策番号	3	施策名	地域資源を活用した観光産業の振興
施策概要	地域の歴史や文化、豊富な食材、祭り、イベントなどの地域資源を活用した観光産業の振興を目指します。		

活動(事業)によりもたらされた成果					
事業の目的(意図) (対象をどういう状態にしたのか)	成果指標名 (事業の成果。「事業の目的」に対応)	成果			施策実現までの道筋 (施策の実現にどのように結びついたか)
		H15	H16	H17	
⇒ 「寿司」と観光を結びつけ、「食材王国みやぎ」の魅力を効果的に印象づけた。	観光客入込数 〔塩釜・石巻・気仙沼〕 〔単位:万人〕	507	560	650	⇒ 「みやぎ」=「寿司」のイメージが広がり、観光客の誘客に繋がった。
⇒ 本県の観光資源についての理解が深められた。	観光客入込数 〔台湾・韓国〕 〔単位:人〕	33,964	38,786	32,515	⇒ ・現地での旅行商品造成に繋がった。 ・現地での新聞・旅行雑誌に本県情報が掲載され、効果的な情報発信ができた。
⇒ 本県の観光資源についての理解が深められた。	観光客入込数 〔中国・香港〕 〔単位:人〕	14,303	18,816	16,721	⇒ ・市場開拓がこれからの中国市場において、効果的なPRができた。
⇒ 旅行エージェントに対し、みやぎの魅力を効果的に印象づけた。	観光客入込数 〔単位:万人〕	4,866	5,099	5,441	⇒ みやぎの魅力を存分に伝えることにより、観光客の誘客に繋がった。
⇒ 県内各所のガソリンスタンドや観光情報案内所等の県内観光への理解が深まり、県内におけるホスピタリティーが向上した。					⇒ 県内各所のガソリンスタンドや観光情報案内所等を「スマイルあったか宮城観光案内所」として指定し、観光マップ、パンフレット等の観光情報を提供する等によりホスピタリティーが向上した。
⇒ インターネットのデータベース情報やデジタルフォトライブリーの更新により、旅行者の利便性を向上させた。	観光客入込数 〔単位:万人〕	4,866	5,099	5,441	⇒ インターネットによる観光情報を求める旅行予定者への情報提供が充実した。
⇒ 登山道の安全性、快適性を確保し、利用者の利便性を図るとともに荒廃による環境悪化を防止した。	観光客入込数 〔南蔵王〕 〔単位:万人〕	301	311	307	⇒ 観光資源としての自然環境が保全され、また、観光客の利便性が向上した。
⇒ タイムリーなイベント情報の提供により、マスコミ等が、県内観光情報を県民等に報道・情報発信した。	観光客入込数 〔単位:万人〕	4,866	5,099	5,441	⇒ 県内各圏域の観光資源の掘り起こしが促進され、かつ、観光客への情報提供が充実した。
⇒					⇒

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部観光課	関係部課室	
------	-----	-------	----------	-------	--

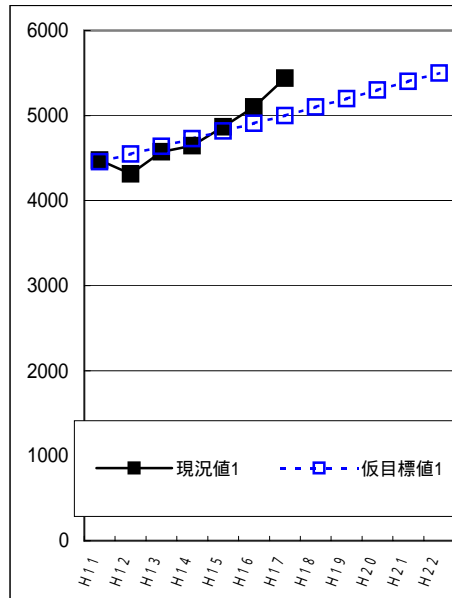
政策番号	2 - 5 - 1	政策名	産業間の連携と地域資源の活用による産業活力の創出
------	-----------	-----	--------------------------

施策番号	3	施策名	地域資源を活用した観光産業の振興
------	---	-----	------------------

(1) 政策評価指標の推移

政策評価指標名		単位							
観光客入込数		万人							
目標値	難易度	H17	5,000	H22	5,500				
評価年	初期値	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	
測定年	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	
現況値 (達成度判定値)	4,367	4,475	4,314	4,575	4,645	4,866	5,099	5,441	
仮目標値		4,457	4,547	4,638	4,728	4,819	4,909	5,000	
達成度		A	C	B	B	A	A	A	

政策評価指標値の推移(グラフ)



難易度: (トレンド型目標 実現が可能), (中間型目標 実現が困難), (チャレンジ型目標 実現がかなり困難)

(2) 指標の選定理由

・地域の産業全般に対する波及効果が高く、新たな展開を図る上で大きな原動力である観光産業の振興度を示す目安として適当と考え当指標を選定した。

(3) 施策満足度の推移

年度	H17	参考:第2~4回の推移	H16	H15	H14			
施策重視度(中央値、点)A	70	施策重視度 A	70	70	70			
施策満足度(中央値、点)B	50	施策満足度 B	60	55	60			
かい離 A-B	20	かい離 A-B	10	15	10			
満足度60点以上の回答者割合(%)	42.5	満足度60点以上の回答者割合	53.4	46.0	50.2			

第5回県民満足度調査は調査票の様式を見直して実施しました。第2~4回の調査結果は第5回の調査結果と同列に扱うことができないため、参考記載としています。

(4) 政策評価指標の妥当性分析

ア 達成状況の背景(未達成の場合はその理由等)・今後の見通し

達成度:A

- ・過年度の国体・障害者スポーツ大会、W杯などの大規模なイベントに合わせた施策効果、また、プロ野球新球団楽天ゴールデンイーグルスの参入等に加え、NHK大河ドラマ「義経」等を活用した官民一体となったキャンペーン等の実施により、観光客入込数は伸びていると推定される。
- ・一方、景気の低迷や旅行形態の変化等により、日帰り観光客は増加傾向にあるが、宿泊を伴った観光需要は、横ばい傾向になっている。
- ・県内の観光客入込数は、各圏域とも増加している。
- ・今後も官民一体となり、社会経済情勢に対応した適切な施策をさらに展開する必要がある。

(5) 政策評価指標の妥当性の検証(総括)

存続

要検討

【施策の有効性を評価する上で適切な指標か】

- ・観光産業の繁栄の源泉となるのは、現地を訪れる観光客であり、観光施策を評価するには、観光客入込数を用いるのが妥当である。
  - ・目標値に対する実績は、3年連続で達成しており、適正な目標設定であったと思料される。
  - ・ただし、現況値が仮目標値を大きく上回り、H22年目標値の5,500万人が近年達成可能な値となっていることから、目標値の再設定等については、社会経済情勢の変化等を踏まえ、今後検討することとする。
- (目標値は、総合計画策定時の経済成長率見込みと同程度の2%で増加するとして算定している。)



# 施策・事業展開シート(C)

政策整理番号 16

対象年度	H17	作成部課室	産業経済部観光課	関係部課室	
政策番号	2 - 5 - 1	政策名	産業間の連携と地域資源の活用による産業活力の創出		
施策番号	3	施策名	地域資源を活用した観光産業の振興		

## C - 1 評価結果から抽出される課題と対応策

【政策評価】施策群設定の妥当性, 施策群の有効性  
 ・今後とも経済波及効果が高い観光産業の振興に関する事業の展開を図ることが有効であることから, 引き続き重点的に実施する必要がある。  
 【施策評価】事業群設定の妥当性, 事業群の有効性, 効率性  
 ・観光産業のみならず経済波及効果は高く, 食材など地域資源の活用による観光振興は, 地域産業全体の振興の起点となり得るものである。  
 ・政策評価指標の目標値に達したものの, 施策に対する県民満足度が高くないが, 施策の主な内容が県外の旅行者に対するものであり, 県民に直接アピールできないことが原因となっている可能性が非常に高いことを考慮すべきである。  
 ・観光立県行動計画の基本理念に基づき, 社会情勢の変化に即応可能な観光需要の形成のため, みやぎ観光戦略プラン(アクションプラン)を平成18年度策定し, 的確に事業を展開する必要がある。

## C - 2 施策・事業の方向性

### 施策の次年度(H19年度)の方向性とその説明

方向性	拡充	維持	縮小
-----	----	----	----

【方向性の理由】  
 ・今後とも経済波及効果が高い観光産業の振興に関する事業の展開を図ることが有効であることから, 引き続き重点的に実施する必要がある。  
 【次年度の方向性】  
 ・観光産業のみならず経済波及効果は高く, 自然, 歴史・文化, 温泉, 食など地域資源の活用による観光振興は, 地域産業全体の振興の起点となり得るものである。  
 ・観光立県行動計画の基本理念に基づき, 社会情勢や観光客のニーズの変化に対応すべく策定する「みやぎ観光戦略プラン」により的確に観光産業の振興を図る。  
 ・また, 県内各地への誘客には, 観光基盤の整備は勿論のこと, その地域に住む人が自分の地域に誇りと愛着を持ち, 自信を持って紹介できる魅力的な地域となることが重要である。  
 ・したがって, 県内の交流人口を増やすこと, 特に仙台圏域の県内各地への誘客により, 宮城の良さを再認識するなど「地域力」や県全体の観光地のレベルアップ(観光力)の向上を図る。  
 ・併せて, 平成20年度に開催されるデスティネーションキャンペーンを核とした国内外からの観光客の誘致を積極的に進める。

### 主要事業・重点事業の次年度(H19年度)の方向性とその説明

事業番号	種別	事業名	H17決算見込額(千円)	方向性	方向性に関する説明
1	主	観光立県行動計画推進プロジェクト事業 (新世紀・夢キャンペーン事業(宮城の好感度イメージ定着推進・誘客宣伝キャンペーン事業))	2,000	拡充	宮城の観光情報・観光資源を, 旅行者・旅行予定者や商品化する可能性のある相手方に幅広く発信していくものであり, 観光産業に与えるインパクトが大きいことから, デスティネーションキャンペーンを核として, 重点的に実施する必要がある。
1	主	観光立県行動計画推進プロジェクト事業 (新世紀・夢キャンペーン事業(外国人観光客誘致促進事業))	4,272	拡充	宮城の観光情報・観光資源を, 今後一層の誘客が期待できる台湾, 韓国等において商品化する可能性のある相手方に発信していくものであり, 観光産業に与えるインパクトが大きいことから, 重点的に実施する必要がある。
1	主	観光立県行動計画推進プロジェクト事業 (新世紀・夢キャンペーン事業(中国人観光客誘致促進))	3,000	拡充	宮城の観光情報・観光資源を, 訪日観光客の急増が予想される中国において商品化する可能性のある相手方に発信していくものであり, 観光産業に与えるインパクトが大きいことから, 重点的に実施する必要がある。
1	主	観光立県行動計画推進プロジェクト事業 (新世紀・夢キャンペーン事業(国内観光客誘致対策事業))	4,175	拡充	宮城の観光情報・観光資源を, 商品化する可能性のある相手方に発信していくものであり, 観光産業に与えるインパクトが大きいことから, デスティネーションキャンペーンを核として, 継続的に実施する必要がある。
1	主	観光立県行動計画推進プロジェクト事業 (観光情報案内システム整備事業(スマイルあったか宮城観光案内所の指定等))	782	維持	宮城県内の観光地において観光情報・観光資源を発信する, 観光宣伝とホスピタリティを兼ねた重要な事業であり, 継続的に実施する必要がある。
1	主	観光立県行動計画推進プロジェクト事業 (観光情報案内システム整備事業(インターネット観光情報提供事業))	4,074	拡充	宮城の観光情報・観光資源を, 旅行予定者や商品化する可能性のある相手方に広く発信していくものであり, 多様な旅行情報需要や旅行形態に対応するためにも, 継続的に内容の充実を図る必要がある。
1	主	観光立県行動計画推進プロジェクト事業 (観光施設整備事業(南蔵王歩道整備事業))	20,000	維持	快適な観光体験を支援するものであり, 受け入れ体制整備のハード面の主柱として必要不可欠である。
2	主	地域資源観光化事業(再掲)	777	維持	宮城の観光情報・観光資源をマスコミ等を利用して広く発信していくものであり, 継続的に実施するとともに, 商品化する可能性のある相手方に直接発信するなど, 多様な取り組みを行う必要がある。
合計			39,080		