

施策	6302 観光ネットワークの形成							
区分	妥当性	妥当	コスト削減の余地	有	受益者負担	余地有		
	上位貢献度	有効	類似事業の有無	無	成果向上の余地	有		
対象	観光施設の利用者							
施策が目指す姿	観光資源をつなぐサイクリングロードの整備、アンテナショップの設置、観光情報提供体制の強化を図る。							
成果指標	観光施設の年間利用者数 現状値 255万人 H29年度目標値 270万人							
目 標 達 成 状 況		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度		
	成果指標1 [人/年]	予定	2,550,000.00	2,587,500.00	2,625,000.00	2,662,500.00	2,700,000.00	
		実績	2,163,645.00	2,209,841.00	2,603,218.00	2,644,405.00	2,650,853.00	
	成果指標2 []	予定						
		実績						
	成果指標3 []	単位コスト						
		予定						
	成果指標4 []	実績						
		単位コスト						
	トータルコスト (千円)	予定	72,069	52,413	43,510	42,599	50,715	
実績		68,444	88,946	57,782	47,084	50,683		
内 部 評 価	貢献度	上位施策の目標指標「観光客入込数」を向上させるため、観光資源を繋ぐ観光ルートの見直しや創出、他施策との連携、効果的な情報発信が重要であり本施策の貢献度は高い。						
	達成状況	サイクリング事業や外国人観光客の誘致促進のため受入環境の整備、定期的な宣伝活動を行い、利用者数は増えているものの、目標値に対する達成状況は未達であった。						
	課題	受け入れ体制は整えたものの、利用客が伸び悩んでいる。利用客の満足度は高い結果となっているため、様々な広報媒体・機会を活用した効果的な宣伝が必要である。						
	取組方針	受け入れ体制をさらに整備するとともに、これまでの広報媒体に加え、SNSなど新たな媒体も積極的に活用し、より多くの観光客に事業の周知を図る。						
外 部 評 価	<p>本施策の成果指標である観光施設の年間利用者数については、計画期間を通じて未達であった。来訪者が何を求めているかを把握していくことが重要であり、受入体制は整えたといっても不十分な点はないかという意識を持ちながら取組んでいくことが必要であると考えられる。</p> <p>また、効果的な情報発信や宣伝は必要であるが、交通機関との連携やレジャー客（ゴルフやトレッキング客）の回遊についても一歩踏み込んだ取組みを期待したい。</p> <p>さらに、自転車活用による観光振興は、注目度も高く集客も良好とのことであり、引き続き取組んでいくよう期待したい。</p>							
単 位 施 策 達 成 の た め の 事 務 事 業	事業コード	名 称				トータルコスト(千円)	達成度	
	313201	観光振興宣伝事業費（栃木）				21,656	100	
	313202	観光振興宣伝事業費（大平）				2,250	100	
	313203	観光振興宣伝事業費（藤岡）				8,717	100	
	313204	観光振興宣伝事業費（都賀）				2,408	100	
	313205	観光振興宣伝事業費（西方）				916	100	
	313206	観光振興宣伝事業費（岩舟）				2,339	100	
	314401	栃木県東京スカイツリーアンテナショップ事業費				2,409	100	
	711101	観光ネットワーク サイクリング事業費				4,214	100	
	724401	国際観光まちづくり事業費				3,024	100	
725701	サイクル・フルーツ・ライド事業費				2,750	100		

平成29年度 単位 施策評価表 補表

施策	6302 観光ネットワークの形成		
区分	妥当性	妥当	観光資源間の連携による取り組みに繋げるため必要な事業であり、実施は妥当である。
	コスト削減の余地	有	事業実施における効果を検証することでコストの再確認を行い、引き続き適正な執行に努める。
	受益者負担	余地あり	一部負担による事業実施のほか、パンフレットの種類によっては、広告掲載による料金収入などを研究する余地はある。
	上位貢献度	有効	「観光客入込数」向上のための貢献度は有効である。
	類似事業の有無	無	他に類する事業はなく、代替は困難である。
	成果向上の余地	有	広報媒体を工夫することにより、成果向上の余地はある。
内部評価 【H29年度分】	貢献度	上位施策「観光レクリエーションの振興」の目標指数である「観光客入込数」を向上させるためには、点在する観光資源を繋ぐ観光ルートの創出・見直しや、他の施策との連携、また効果的な観光情報の発信が重要となるため、本単位施策の貢献度は高い。	
	達成状況	各地域資源を活かしたサイクリング事業や外国人観光客の誘致促進のため受入環境の整備を実施した他、PRイベントへの参加などに定期的に本市の宣伝活動を行っており、年々数値は増加傾向にあるものの、目標値に対する達成状況は未達であった。	
	課題	サイクリング事業など、観光ネットワークを形成し、受入体制を整備したものの、参加者数、利用者数が目標値を下回る事業があった。事業自体の満足度は高かったため、現在の事業を継続するとともに、事業の検証を行い、内容の充実化を図ることに加え、様々な広報媒体を活用し、より効果的な宣伝を行っていく必要がある。	
	取組方針	受け入れ体制をさらに充実化するとともに、従来のパンフレット・チラシの配布による広報に加え、フェイスブックやインスタグラム等のSNSを活用し、多くの観光客に対し旬の情報を発信していく。	
内部評価 【前期5年分】	貢献度	上位施策「観光レクリエーションの振興」の目標指数である「観光客入込数」を向上させるためには、点在する観光資源を繋ぐ観光ルートの創出・見直しや、他の施策との連携、また効果的な観光情報の発信が重要となるため、本単位施策の貢献度は高い。	
	達成状況	各地域資源を活かしたサイクリング事業や外国人観光客の誘致促進のため受入環境の整備を実施した他、PRイベントへの参加などに定期的に本市の宣伝活動を行っており、年々数値は増加傾向にあるものの、目標値に対する達成状況は未達であった。	
	課題	サイクリング事業など、観光ネットワークを形成し、受入体制を整備したものの、参加者数、利用者数が目標値を下回る事業があった。事業自体の満足度は高かったため、現在の事業を継続するとともに、内容の充実化を図るとともに、様々な広報媒体を活用し、より効果的な宣伝を行っていく必要がある。	
	取組方針	従来のパンフレット・チラシの配布による広報に加え、フェイスブックやインスタグラム等のSNSを活用するなど、新たな広報媒体も積極的に活用し、より多くの観光客に周知を図る。	