

施策	6303 新たな付加価値の創造						
区分	妥当性	妥当	コスト削減の余地	有	受益者負担	適正	
	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	来客者						
施策が目指す姿	観光の付加価値を高め、より多くの来客者に魅力を感じてもらえるよう、とちぎ小江戸ブランドのリニューアル、地元農産物を活用した商品の開発、自然とのふれあい・食の楽しみ・アクティブスポーツ等の滞在・体験型観光の推進、新たな資源の掘り起こし等を図る。						
成果指標	来客者一人あたりの消費額：5年間で1,500円（現状値1,284円）						
目標達成状況			平成30年度	平成31年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	成果指標1 [円]	予定	1,320.00	1,365.00	1,410.00	1,455.00	1,500.00
		実績	1,116.00	1,241.00	1,290.00		
	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					
実績							
内部評価	貢献度	基本施策の目標指数である「観光客入込数」の増加をさせるためには、観光意欲の喚起に繋がる施策の展開が重要な要素であるため貢献度は高い。					
	達成状況	各事業で設定した目標については概ね達成することができた。特に「ヨシを活用した地域活性化事業」については、目標値を大きく上回ることができた。					
	課題	栃木市のブランドイメージの更なる確立のため、新たな資源の開発や磨き上げ及び効率的な情報発信を行って行く必要がある。					
	取組方針	本市特産品を活用した商品、体験コンテンツやスポーツツーリズムの開発を行い、効果的な情報発信を行う。					
外部評価							
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
	810501	ヨシを活用した地域活性化事業費				6,221	100
	314901	栃木市ブランド推進協議会交付金				3,200	70
	759201	とちぎ江戸料理誘客促進プロジェクト事業費				3,536	65
	837101	フィルムコミッション事業費					0

単位施策評価表 補表

施策	6303 新たな付加価値の創造		
区分	妥当性	妥当	資源のブランド化による情報発信や活用は、新たな資源の発掘や付加価値の創造につながる事業であり、実施は妥当である。
	コスト削減の余地	有	事業実施後の成果や効果を検証することで、適正なコストの再確認を行う必要がある。
	受益者負担	適正	小江戸ブランドシール、のぼり旗の購入において、受益者負担を求めており、適正である。
	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	観光客のニーズを取り入れることができる仕組みを作ること、成果向上の余地はある。
内部評価	貢献度	基本施策の目標指数である「観光客入込数」の増加をさせるためには、観光意欲の喚起に繋がる施策の展開が重要な要素であるため貢献度は高い。	
	達成状況	新型コロナウイルス感染症の影響で事業の見直しをせざるを得ない状況であったが、各事業で設定した目標については概ね達成することができた。特に「ヨシを活用した地域活性化事業」については、目標値を大きく上回ることができた。	
	課題	栃木市のブランドイメージの更なる確立のため、新たな特産品取扱い事業者の発掘や磨き上げを行うとともに、観光事業者のみならず多業種間の連携強化が必要である。	
	取組方針	観光事業者のみならず、多業種の連携体制の強化を図り、本市特産品を活用した商品、体験コンテンツやスポーツツーリズム等を開発し、効果的な情報発信を行い、本市の知名度向上による交流人口の増加を図る。	