

施 策 カ ル テ

1 施策の位置付け

								担当課	観光交流課
総合計画 政策の柱	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)	魅力ある観光と交流を創出する	取組の 基本方向	「魅力ある観光と交流を創出する」ため、市民におもてなしの心を定着させていくための「おもてなしの向上」や、特色ある地域資源を観光に生かすための「観光資源の活用促進」に重点的に取り組みます。	政策目標 (基本施策目標)	本市の観光資源の価値がさらに高まり、市民自らも誇りを持つことで、多くの人に宇都宮に訪れてもらえるような、魅力ある観光と交流が創出されています。		

2 施策の現状と達成状況、課題の抽出

①施策名	おもてなしの向上		④ 施策の達成状況	施策指標(単位)		H19:基準	H20	H21	H22	H23	H24:目標	達成率 (%)					
						-----	目標値	目標値	目標値	目標値	目標値						
	② 施策目標			本市への来訪者が「来てよかった」、「また訪れたい」と感じています。				実績値	実績値	実績値	実績値	実績値	-----				
	③ 施策を 取巻く環境			国・県等の 動向 県において、平成21年度より県観光交流課、県内市町、関東運輸局栃木運輸支局、県内観光協会、交通事業団体及び観光団体による「とちぎ観光ホスピタリティ推進会議」を設置し、県内のホスピタリティ向上に向けた研修会を実施している。 東日本大震災による被害、自粛ムード、原発事故等の風評被害の影響により、来訪者の減少が懸念される。 外部意見 その他 来訪者から事業者の接遇に関しての意見も見受けられることから、来訪者に対するおもてなし向上の取組の充実・強化が必要である。		指標① (総合計画に基づく指標)		-----	46	47	48	49	50	92.4%			
				指標② 宿泊者数(人)		-----	1,010,000	1,015,000	1,020,000	1,025,000	1,030,000	104.6%					
				指標③		-----							#DIV/0!				
				指標④ (特記事項)		-----						-----					
⑤ 市民意識調査結果		市民の 施策満足 度 27.7% 市民の 施策重要 度 63.3%		⑥ 施策の評価		達成度 (単年度目標) ● 達成している (90%以上) 概ね達成 (70%~90%未満) 達成していない (70%未満) 説明 目標は概ね達成しているが、昨年より割合が下がっており、市民のおもてなし意識を高めていく必要がある。		必要性・緊急性 (住民・社会ニーズ) ● 増加している 横ばい 減少している 説明 観光動態調査より、来訪者の本市への再訪意識が高い反面、来訪者からは市民の親切度・サービス度の向上が期待されており、おもてなしの向上は不可欠である。		適切性 (適切な事務事業の選択、実施) ● 十分である 不十分な事業が一部ある 不十分な事業が複数ある 説明 各事業とも概ね達成しているが、目標達成に向けて各団体ごとの取り組みを充実させる必要がある。		有効性 (政策目標への効果) ● 十分である やや不十分である 不十分である 説明 おもてなし推進委員会の事業を通して市民や事業所のおもてなしの向上が図られており十分な成果を上げている。		⑦ 現状分析と課題の抽出 (③⑤⑥を踏まえた分析)		成果が見られる点 首都圏メディア活用事業やくちコミ特派員事業等の取組みは、本市への来訪のきっかけ作りに有効であり、引き続き誘客促進を図るとともに、こうした来訪者に対し、おもてなしをしっかりと行い、来訪者がリピーターとなるよう努めていく。 改善の必要な点 目標は概ね達成しているが、例年に比べ割合が低下してしまったので、効果的なおもてなし向上策の検討が必要である。	

3 今後の取組方針

⑧ 取組の 考え方	総論	各種事業において、市民自らが、自然に「おもてなしの向上」の意識を芽生えることができる魅力ある事業を展開し、市民のおもてなし意識の醸成に努めていく。また、くちコミ特派員やマスメディアによるPR活動を活用して誘客を図る。	➡	⑨ 政策評価 会議意見	・本市への来訪者の受け入れ態勢を強化するため、うつのみやシティガイド協会や宇都宮SGGクラブ(善意通訳者)とも連携を強化していく。また、くちコミ特派員を積極的に活用しおもてなしの向上を図る。 ・おもてなし推進委員会の実施事業において、市民や事業所のおもてなし醸成が推進できるよう事業を進めていく。 ・くちコミ特派員事業において、特派員を増加させる手法とともに、内容の充実を図るよう検討していく。
	重点事業	おもてなし推進委員会の実施事業において、市民や事業所のおもてなし醸成が推進できるよう事業を進めていく。			
	見直し事業	くちコミ特派員事業において、特派員の増加を図る手法について検討していく。			

4 施策を構成する事務事業一覧

No.	事業名	対象者	開始年度	活動指標等	H21	H22	H21	H22	重点度 (A~C) ※施策目標 に対する 寄与度	事業の 方向性	施策目標を達成するための取組方針
					目標値	目標値	事業費 (千円)	事業費 (千円)			
1	おもてなし推進委員会負担金 ※平成21年度より「観光ボランティア育成事業」、「宮のもの知り達人検定委員会負担金」を集約 担当課 観光交流課	おもてなし推進委員会	H20	おもてなし事業参加者数 (人、団体)	19	19	1,070	268	A	継続	より多くの方に参加していただけるような事業内容の提案をするなど委員会を支援し、関係団体と連携しながらおもてなし運動が浸透するよう努めていく。
					15	5					
2	観光コンベンション協会事業補助金 担当課 観光交流課	宇都宮観光コンベンション協会	H12	コンベンション開催数	160	160	52,860	51,876	A	継続	本市への誘客業務を担う重要な組織であるため、補助金等の支援体制は継続し、官民共同で積極的な誘客活動(イベントの開催や観光宣伝活動)を行い、本市観光の振興を図る。
					146	142					

様式 2

3	くちコミ特派員事業		首都圏在住者又は 通勤・通学者等	H13	くちコミ特派員数	20	20	522	508	B	継続	くちコミによる宣伝活動は、来訪の動機付けで非常に有効な取組みであることから、特派員数を増 加させる手法について検討していく。また、特派員のスキルアップに向けた意見交換できる機会の 提供など活動支援方法についても検討していく。
	担当課	観光交流課				17	18					
4	首都圏マスメディア活用事業		主に首都圏在住者	H21	旅行雑誌等掲載	2	2	2,160	1,680	B	見直し	マスメディア活用による戦略的な情報露出、観光資源や名産品等の本市の魅力を伝える観光セール スを一層強化するため、平成23年度から、首都圏キャンペーン事業と併せて、「観光セールス強 化事業」へと統合した。今後は、観光動態調査より、来訪のきっかけとなる情報源で旅行雑誌の割 合は高く、より効果的な観光資源のPRを行うため、対象エリアの拡大など事業の見直しを検討して いく。
	担当課	観光交流課				2	2					
施 策 事 業 費 合 計								56,612	54,332			