

IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて (魅力・交流・文化 分野)

令和元年度 行政評価 施策カルテ

施策名	1 都市ブランド戦略の推進
-----	---------------

施策主管課	広報広聴課	総合計画 記載頁	139ページ
-------	-------	-------------	--------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13 都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	基本施策目標	石の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けていいたいと考える人が増えています。
------	--------------------------	-------	-------------------------	--------	---

2 施策の取組状況

施策目標	宇都宮の都市イメージが高まり、市民が愛着と誇りを持って宇都宮をPRすることで、国内外からの憧れと注目を集める都市になっています。
------	--

① 施策指標	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移	指標名(単位)		満足	やや満足	満足度 (計)	やや不満	不満	わからない	評価
	産出指標	SNS等を活用した魅力発信件数(件)	単年度目標値	220件	240件	260件	280件	300件		A		施策の満足度(%) 〔「満足」と「やや満足」の合計〕	基準値 (H29)	5.2%	25.0%	30.2%	21.5%	9.7%
基準値(H28)		実績値	221件					H30	2.5%			26.6%	29.1%	24.9%	9.1%	31.5%		
目標値(R4)		単年度の達成度	100.5%					R1										
単年度目標値								R2										
成果指標	宇都宮に良いイメージがあると感じている人の割合(%)	単年度目標値	市内 87% 市外 67%	市内 88% 市外 68%	市内 89% 市外 69%	市内 90% 市外 70%	市内 91% 市外 71%	-	<p>③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照</p>	B								
	基準値(H29)	実績値	-															
	目標値(R4)	単年度の達成度	-															
	単年度目標値																	
中核市水準比較	※宇都宮が好きな人の割合(市政世論調査より)(%)	単年度目標値	90.5%	91.0%	91.5%	92.0%	92.5%	A	<p>【参考指標】</p> <p>中核市水準比較</p> <p>「地域ブランド調査」(㈱ブランド総合研究所が実施)における「魅力度」</p> <p>※「どの程度魅力を感じるか」との問いに対し、「魅力的」と回答した人の割合により、スコアを算出</p>	<p>中核市平均 15.1</p> <p>本市実績 13.8</p> <p>本市順位 24位/54市中</p>	<p>評価の 組合せ</p> <p>指標 評価</p>							
	基準値(H29)	実績値	92.1%															
	目標値(R4)	単年度の達成度	101.8%															
※評価の考え方	※当初「成果指標」に設定した「宇都宮に良いイメージがあると感じている人の割合」については、中間年(H32)及び最終年(H34)においてのみ数字を取る予定であることから、H30の評価においては、「宇都宮が好きな人の割合」を成果指標として代用し、評価することとする。							<p>① 施策指標 (産出指標) (成果指標)</p> <p>② 市民意識 調査結果 (満足度)</p> <p>③ 主要な構成事業の 進捗状況</p> <p>総合評価</p>	<p>A: 達成度100%以上 [25点]</p> <p>B: 達成度70%以上100%未満 [20点]</p> <p>C: 達成度70%未満 [15点]</p>	<p>A</p>								
	※『① 施策指標』の単年度の達成度の計算について										<p>A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]</p> <p>B: 基準値同水準(±5pt未満) [20点]</p> <p>C: 基準値より低下(-5pt以下) [15点]</p>	<p>A</p>						
	★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	実績値 目標値	× 100 (%)										<p>A: 計画以上 (構成事業2事業以上が計画以上) [25点]</p> <p>B: 計画どおり (主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]</p> <p>C: 計画より遅れ (構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]</p>	<p>B</p>				
	★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	目標値 実績値	× 100 (%)												<p>順調: A評価が2つ以上 (C評価がある場合を除く) [90点以上]</p> <p>概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]</p> <p>やや遅れ: C評価が2つ以上 (A評価が2つある場合を除く) [75点未満]</p>	<p>B</p>		

施策の評価・分析		総合評価
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 餃子、ジャズ、カクテル、プロスポーツなどのほかにも、LRTの開業、JR宇都宮駅東口地区の整備、大谷周辺地域の魅力づくり、住み良さ度ランキング5年連続1位、共働き子育てしやすい街ランキング全国1位などの本市の地域資源等の魅力が全国から注目されつつある。 本市においては東京圏への転出超過や大学進学等による10代後半の転出が顕著となる状況を踏まえ、市が移住定住や企業誘致・U・Jターン就職促進策を拡大推進している。 情報媒体がテレビよりもモバイルに転換し、若い世代はSNSの情報接触度が高い傾向になってきている。 	90点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> ブランド推進協議会公式ツイッターや公式フェイスブックにおける着実な情報発信のほか、新たなコンテンツを活用することにより、SNS等を通じた魅力発信件数は増えている。 本市の都市ブランド戦略の取組が市内に向けても着実に進められてきた結果、宇都宮市を「好き」又は「どちらかといえば好き」と答えた人の割合は、平成30年度を含めて5年連続で90%を超えている。 	市民満足度
<p>本市における都市ブランド戦略は、市民や事業者等がブランド戦略の自分ゴト化を促す仕組みとなっており、多くの人や事業者等が一体となって取り組んできているところであるとともに、メディア露出件数も増加してきているところであるが、その取組によって本市のブランド力が高まっているという意識にまでは結びついていないことから、おおむね同水準で推移しているものと考えられる。</p>		順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業	事業の目的	事業内容		事業の進捗	H30概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「昨年度の成果や課題」と「今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	宇都宮ブランド戦略の推進	好循環P戦略事業	<ul style="list-style-type: none"> 官民連携による都市ブランド戦略の推進 都市ブランド戦略への参画促進 広報媒体の戦略的な活用 地域資源を活用したブランディングの推進 	市・内外の人、企業等	「ブランド・メッセージ」をもとにした、情報発信	計画どおり	53,842(見込)	H20	先駆的	<p>①【効果的な情報発信とブランド戦略の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「オリジナル愉快ロゴ事業」や「宇都宮市民シティプロモーション支援事業」など、市民参加型の取組の着実な実施により、市民の愛着度が高まり、企業や団体自ら街を盛り上げようとする機運が醸成された。また、国内最大規模のメディア向け情報配信サイトなどを活用し、幅広く情報発信を行ったことにより、市外メディアへ本市の地域資源などが多く露出するようになった。 <p>②【企業等と一体となった戦略的な取組の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> 今後は、より効果的な情報発信ができるよう、企業が持つ発信力の活用のほか、受け手目線に立ち、ターゲットに応じた適切なツールを選択することにより、戦略的な情報発信に取り組むとともに、市民・企業・団体が一体となった取組を着実に展開することにより、さらなる宇都宮ブランド戦略の充実を図る。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<ul style="list-style-type: none"> オリジナル愉快ロゴ事業や市民シティプロモーション支援事業など、市民参加型の取組の着実な実施により、市民の愛着度が高まり、企業や団体自ら街を盛り上げようとする機運が醸成されたが、今後は、市内で醸成された自ら街を盛り上げようとする機運を、市外への発信力強化につなげていく必要がある。 国内最大規模のメディア向け情報配信サイトなどを活用し幅広く情報発信を実施した結果、市外メディアへ本市の地域資源などが多く露出するようになったが、メディアに取り上げられたあとの追加取材や問合せなどは、まだ少ない状況であるため、今後は、受け手目線に立ち、広告媒体の特性を考慮しながら、適切なツールを選択することにより、効果的な情報の発信が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> (市外への発信力の強化) 企業が持つ媒体やネットワークを活用し、連携して情報発信を行うほか、在住外国人の協力を得るなどして、国内外に向けた情報発信の強化を行う。 (受けて側の目線に立った発信) ブランド力向上を図る上で効果的なターゲットを選定し、共働き子育てしやすい街ランキングなどの各種ランキングや、本市開催の国際スポーツ大会などの地域資源などの情報を、年代や国籍、嗜好などターゲットの属性に応じて組み合わせ、受け手それぞれの目線に立った戦略的な情報発信を行う。

令和元年度 行政評価 施策カルテ

施策名	② 移住・定住の促進
-----	------------

施策主管課	政策審議室	総合計画 記載頁	139ページ
-------	-------	-------------	--------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13	都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	基本施策目標	石の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けたいと考える人が増えています。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	--

2 施策の取組状況

施策目標	本市の魅力や実力が高まることで、東京圏からの移住・定住が増加しています。
------	--------------------------------------

① 施策指標	指標名(単位)		H30	H31	H32	H33	H34 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移	指標名(単位)		満足	やや満足	満足度 (計)	やや不満	不満	わからない	評価		
	産出指標	移住・定住に関する相談件数(累計)	単年度 目標値	160	270	380	490	600		B		施策の満足度(%) ("満足"と"やや満足"の合計)	基準値 (H29)	3.4%	17.9%	21.3%	20.3%	7.4%	44.1%	B
基準値 (H29)		55件 (単年度)	実績値	135 (80)					H30			3.7%	19.5%	23.2%	20.0%	7.9%	44.1%			
目標値 (H34)		600件	単年度の 達成度	84.4%					H31											
			単年度 目標値						H32											
成果指標	東京圏から本市への転入者数(累計)	単年度 目標値	11,178	16,833	22,545	28,325	34,173	B	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照	B										
	基準値 (H29)	5,567人 (単年度)	実績値	10,948 (5,381)																
	目標値 (H34)	34,173人	単年度の 達成度	97.9%																
			単年度 目標値																	
	基準値 (H29)		実績値						【参考指標】 中核市水準比較	指標名(単位)					H30	H31	H32	H33	H34	評価の 組合せ
	目標値 (H34)		単年度の 達成度							中核市平均										
										本市実績										
										本市順位								指標	評価	

※『①施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

① 施策指標 (産出指標) (成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出 指標	B	
② 市民意識 調査結果 (満足度)	A: 前年度より向上(+5pt以上) [25点]	B: 前年度同水準(±5pt未満) [20点]	C: 前年度より低下(-5pt以下) [15点]	成果 指標	B	
③ 主要な構成事業の 進捗状況	A: 計画以上 (構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり (主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ (構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民 満足	B	
総合評価	順調: A評価が2つ以上 (C評価がある場合を除く) [90点以上]		概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上 (A評価がある場合を除く) [75点未満]	構成 事業	B

施策の評価・分析		総合評価
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 東京圏への一極集中は正に向けた取組の効果の発現には時間を要しており、国においては、引き続き、取組を継続しながら、その詳細な分析に取り組んでいくこととしていることから、国や県の動向も踏まえながら、人や企業の定着・流出抑制方策を検討する必要がある。 平成30年12月に、東京一極集中の是正等の観点から、活力ある地域社会を維持するための中心・拠点となる「中核中核都市」に選定され、人口減少が進む周辺自治体も含めた圏域からの東京圏への人口流出を抑制する機能の発揮などが期待されている。 本市のみならず、周辺自治体においても東京圏に対しての転出超過の状態が続いており、周辺自治体も含めた圏域における活力低下が懸念されることから、広域的な取組の必要性が高まっている。 	80点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> 総合相談窓口での対応のほか、東京で開催される各種セミナー等での相談対応を積極的に行ったことなどにより、相談件数は増加したが、目標値には届かなかったため、相談窓口の周知など、相談件数の増加に資する取組強化が求められる。 これまでの事業に加え、移住・定住検討者に宇都宮の魅力や暮らしやすさを具体的に体験できる「みや暮らし体験事業」を実施したが、転入者数は目標値には届かなかったため、引き続き、これまでの事業を継続するとともに、本市の持つ魅力を最大限PRする必要がある。 	概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業	事業の目的	事業内容		事業の進捗	H30概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「昨年度の成果や課題」と「今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	本市への定住と東京圏からの移住等の促進	好循環P戦略事業	東京圏在住者に本市の魅力を知ってもらい、本市へ移住・定住する人口を増加する。	・本市の魅力・情報の発信 ・ワンストップ窓口による相談受付 ・本市での生活を体験できる機会としてのみや暮らし体験の実施	・移住定住アプリダウンロード件数(累計947件) ・相談窓口での受付件数(49件) ・イベントでの相談件数(21件) ・みや暮らし体験事業参加者件数(6件13人)	計画どおり	4,503	H28	独自性先駆的	<p>①【事業の実施効果に基づく情報発信手法の精査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「宇都宮市 移住・定住相談窓口」において、移住・定住アプリ、パンフレットを活用しながら、東京圏在住者に対して移住・定住に関する情報を発信したことなどにより、相談件数は増加した。 ・また、新たに本市の住みよさや魅力を体験する「みや暮らし体験事業」を実施したことで、実際の移住につながるなど一定の効果を得ることができた。今後は、発信する情報の精査や、相談後のフォローアップを一層強化していく必要がある。 <p>②【東京圏への情報発信の強化と移住体験事業の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住検討者が移住先を選定する際に大きな判断要素となる「働く」「住まう」に関する情報をより効果的に取得できるよう、移住・定住アプリの配信情報の更新や内容充実を図るとともに、「みや暮らし体験事業」については取組期間の拡大など内容の充実を図りながら、更なる移住・定住の促進に努めていく。
2	宇都宮ブランド戦略の推進(再掲)	好循環P戦略事業	・官民連携による都市ブランド戦略の推進 ・都市ブランド戦略への参画促進 ・広報媒体の戦略的な活用 ・地域資源を活用したブランディングの推進	「ブランド・メッセージ」をもとにした、情報発信	○アンテナショップ「宮カフェ」利用者 ・176,345人/年 ○愉快市民 ・8,254人 ○オリジナル愉快ロゴ ・978件 ○宇都宮愉快ショップ ・103件	計画どおり	53,834	H20	先駆的	<p>①【効果的な情報発信とブランド戦略の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「オリジナル愉快ロゴ事業」や「宇都宮市民シティブロモーション支援事業」など、市民参加型の取組の着実な実施により、市民の愛着度が高まり、企業や団体自ら街を盛り上げようとする機運が醸成された。また、国内最大規模のメディア向け情報発信サイトなどを活用し、幅広く情報発信を行ったことにより、市外メディアへ本市の地域資源などが多く露出するようになった。 <p>②【企業等と一体となった戦略的な取組の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後は、より効果的な情報発信ができるよう、企業が持つ発信力の活用のほか、受け手目線に立ち、ターゲットに応じた適切なツールを選択することにより、戦略的な情報発信に取り組むとともに、市民・企業・団体が一体となった取組を着実に展開することにより、更なる宇都宮ブランド戦略の充実を図る。
3	本社機能・オフィス企業立地支援補助金(再掲)	好循環P戦略事業	・企業の本社機能の本市への移転及び拡充の促進 ・女性雇用の受け皿となるオフィス企業の立地の促進	・認定された計画に従って、整備した本社機能の改修費、賃借料、新規雇用等に対して補助 ・法人市民税、固定資産税及び事業所税について3年間減税 ・新增設したオフィスの改修費、賃借料、新規雇用等に対して補助	・本社機能交付実績(1件(法人市民税減税)) ※本制度を活用せずに本社移転した企業(1社) ・オフィス交付実績(1件) 事前相談件数(1件)	計画どおり	411	H29		<p>①【支援制度の活用による本社機能・オフィス企業の立地】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本社機能関係については、支援制度の拡充に伴い、栃木県から計画の認定を受けた企業が着実に増加しているため、本市への本社機能移転・拡充が堅調に進んでいる状況にある。 ・オフィスについては、50件程度の問い合わせを受けているものの、立地を希望した企業の対象者要件が合わず、対象外となった事例があったことから、オフィス企業の立地動向に即して、制度を見直す必要がある。 <p>②【支援制度の更なる活用による立地促進に向けた制度見直し】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、本市への本社機能の移転・拡充及びオフィス企業の立地を促進するため、改修費や賃借料、新規雇用等に対して支援していくとともに、法人市民税、固定資産税及び事業所税の軽減に関する支援を行う。 ・本社機能及びオフィス企業の立地促進に向け、オフィス企業の立地動向に即した制度の見直しを行う。
4	起業家創出事業(UJターン補助金)(再掲)	好循環P	本市における起業・創業の促進	法人設立費用、事業拠点費用、生活拠点費用の一部を補助	・新規件数(3件) ・継続件数(6件)	計画どおり	3,338	H20		<p>①【UJI起業家交流サロンの開催により、過年度採択者へのフォローアップを実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成30年度は新規3件の事業者を採択した。また、初の取組である「UJI起業家交流サロン」を開催し、過年度採択者の近況を確認するとともに、現状の課題点を共有することで更なる成長に向けたフォローアップを行い、成長の促進を図った。 ・補助金の創設から10年が経過する中、国等の類似事業との差別化や人口減少など時代の変化に合った制度への見直しなどを検討する必要がある。 <p>②【UJIターン起業促進補助金制度の抜本的な見直し】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国の政策パッケージ(わくわく地方生活応援事業)の実施内容や、これまでの実績や起業家ニーズを十分に踏まえ、「産業振興」や「移住・定住促進」の観点から、当該補助制度による支援内容の見直しを行う。
5	担い手育成総合支援事業補助金(再掲)	好循環P戦略事業	・新規就農者の確保・育成 ・農業者の経営力の向上	・当協議会が実施する地域の担い手の確保・育成支援事業に要する経費の一部補助	[再生協議会事業として] ・新・農業者フェアへの出席(2回) ・農コン事業の実施(2回・参加者延べ47人) ・新たに設立された集落営農組織への助成(1件) ・農地中間管理機構を通じた農地の受け手に対する助成件数(54件)	計画どおり	6,918	H17		<p>①【再生協議会への継続した活動支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・再生協議会の活動に対する助成を実施し、円滑に事業を推進した。農業経営の安定・向上を図るため、新規就農者の確保・育成はもとより、担い手への農地集積や地域ぐるみ体制構築等による稼げる農業経営体の育成に取り組む必要がある。 <p>②【継続した活動支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市農業担い手のさらなる確保・育成に向け、市やJAなど関係機関が連携した事業実施が有効であることから、引き続き、市、農業公社、県、JA等の関係機関・関係団体で構成される農業再生協議会の活動に対する助成を行う。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・相談件数の増加に向けて、「情報収集の段階」、「興味・関心・欲求の段階」、「具体的な移住行動の段階」といった移住・定住検討者が実際に移住・定住に至るまでの熟度に応じた、きめ細やかな情報提供とターゲットに応じた効果的な情報発信手法を検討する必要がある。</p> <p>・移住・定住総合相談窓口などにおける相談者の生の声などを踏まえ、移住検討者が移住先を選定する際に大きな判断要素となると考えられる「働く」「住まう」に関する情報を効果的に情報提供できるよう、配信情報の充実・強化策を検討するとともに、全庁的な連携のもと、相談後のフォローアップの強化などの取組を推進する必要がある。</p> <p>・本市にゆかりのある東京圏在住者、大学進学を契機に転出した学生など、ターゲットを明確にし、その対象者に係るニーズの把握を行い、効果的な移住・定住促進策を検討する必要がある。</p> <p>・国における地方創生に関する動向を踏まえた事業の実施が必要である。</p> <p>・中核中核都市として、人口流出を食い止めるダム機能の発揮など、周辺自治体を含めた圏域全体への波及効果が期待されている。また、本市のみならず、人口減少が進む周辺自治体も含めた圏域全体における取組を実施するなど、スケールメリットの高い、効果的な移住・定住促進策の導出を図る必要がある。</p>	<p>・栃木県、県内自治体と連携した東京圏における移住相談会(とちぎ暮らしセミナー等)に出席し、移住検討者の掘り起しするとともに、移住検討熟度に応じたフォローアップを強化する。また、セミナー参加者が、本市の魅力を実体験できるよう、地域政策室に移管した「みや暮らし体験事業」と連携し、本市への移住・定住の促進を図る。</p> <p>・移住・定住アプリのリンク先に「空き家連絡会議」(facebook)、「ハローワークインターネットサービス」、「県登録企業登録サイト(わくわくパッケージ関連サイト)」を追加するなど、移住検討者に対し効果的な情報発信を図る。</p> <p>・若者に訴求力のPR手法の検討を行うとともに、本市の魅力や、UJIターンのメリットなどの移住・定住に係る情報を、大学進学を契機に本市から転出する学生や、その親に定期的に提供するなど、効果的な情報発信手法を検討する。</p> <p>・商工振興課や高齢福祉課、保育課などの関係各課と連携し、国の政策パッケージ(わくわく地方生活応援事業)の活用を図り、本市への移住・定住を促進する。</p> <p>・周辺自治体も含めた圏域全体で若者の地元定着を図り、圏域の活力向上につなげるため、大学等と連携しながら、圏域の効果的な連携に資する取組の検討を行う。</p>

令和元年度 行政評価 施策カルテ

施策名	③ 都市の魅力の発掘・創出・ブラッシュアップ
-----	------------------------

施策主管課	都市魅力創造課	総合計画記載頁	140ページ
-------	---------	---------	--------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13 都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	基本施策目標	石の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けていきたいと考える人が増えています。
------	--------------------------	-------	-------------------------	--------	---

2 施策の取組状況

施策目標	本市の様々な地域資源が広く認知されるとともに、宇都宮ブランドとして活用され、地域経済の発展に大きく寄与しています。
------	---

① 施策指標	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移		③ 主要な構成事業の進捗状況 ※各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照																																																														
	単年度目標値	実績値	達成度	満足度(計)	やや満足	満足	やや不満		不満	わからない	評価																																																														
産出指標	サイクルレースの開催回数(レース)	単年度目標値	7	9	10	11	12	A		<table border="1"> <tr> <th>指標名(単位)</th> <th>満足</th> <th>やや満足</th> <th>満足度(計)</th> <th>やや不満</th> <th>不満</th> <th>わからない</th> <th>評価</th> </tr> <tr> <td>施策の満足度(「満足」と「やや満足」の合計)</td> <td>9.9%</td> <td>25.6%</td> <td>35.6%</td> <td>20.1%</td> <td>6.0%</td> <td>31.2%</td> <td rowspan="5">B</td> </tr> <tr> <td>基準値(H29)</td> <td>9.9%</td> <td>25.6%</td> <td>35.6%</td> <td>20.1%</td> <td>6.0%</td> <td>31.2%</td> </tr> <tr> <td>H30</td> <td>5.9%</td> <td>32.0%</td> <td>37.9%</td> <td>20.4%</td> <td>8.1%</td> <td>28.6%</td> </tr> <tr> <td>R1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>R2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>R3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>R4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>						指標名(単位)	満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない	評価	施策の満足度(「満足」と「やや満足」の合計)	9.9%	25.6%	35.6%	20.1%	6.0%	31.2%	B	基準値(H29)	9.9%	25.6%	35.6%	20.1%	6.0%	31.2%	H30	5.9%	32.0%	37.9%	20.4%	8.1%	28.6%	R1							R2							R3							R4						
	指標名(単位)	満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない			評価																																																															
	施策の満足度(「満足」と「やや満足」の合計)	9.9%	25.6%	35.6%	20.1%	6.0%	31.2%			B																																																															
	基準値(H29)	9.9%	25.6%	35.6%	20.1%	6.0%	31.2%																																																																		
H30	5.9%	32.0%	37.9%	20.4%	8.1%	28.6%																																																																			
R1																																																																									
R2																																																																									
R3																																																																									
R4																																																																									
成果指標	国際的スポーツイベントによる経済波及効果(億円)	単年度目標値	32.0	34.0	35.0	36.0	37.0	A	<table border="1"> <tr> <th>指標名(単位)</th> <th>H30</th> <th>R1</th> <th>R2</th> <th>R3</th> <th>R4</th> <th rowspan="2">評価の組合せ</th> </tr> <tr> <td>中核市水準比較</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">指標 評価</td> </tr> <tr> <td>観光入込客数/市民1人</td> <td>中核市平均 22.2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>本市実績 28.4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>本市順位 9位/54市中</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>						指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	評価の組合せ	中核市水準比較						指標 評価	観光入込客数/市民1人	中核市平均 22.2						本市実績 28.4						本市順位 9位/54市中																															
	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	評価の組合せ																																																																		
	中核市水準比較								指標 評価																																																																
	観光入込客数/市民1人	中核市平均 22.2																																																																							
	本市実績 28.4																																																																								
	本市順位 9位/54市中																																																																								
基準値(H28)	31	実績値	32.4					A	<table border="1"> <tr> <th>評価の考え方</th> <th>① 施策指標(産出指標)(成果指標)</th> <th>② 市民意識調査結果(満足度)</th> <th>③ 主要な構成事業の進捗状況</th> <th>総合評価</th> <th>産出指標</th> <th>成果指標</th> <th>市民満足</th> <th>構成事業</th> </tr> <tr> <td>A: 達成度100%以上 [25点]</td> <td>A: 前年度より向上(+5pt以上) [25点]</td> <td>A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]</td> <td>順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]</td> <td>A</td> <td>A</td> <td>B</td> <td>B</td> </tr> <tr> <td>B: 達成度70%以上100%未満 [20点]</td> <td>B: 前年度同水準(±5pt未満) [20点]</td> <td>B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]</td> <td>概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]</td> <td>B</td> <td>B</td> <td>B</td> <td>B</td> </tr> <tr> <td>C: 達成度70%未満 [15点]</td> <td>C: 前年度より低下(-5pt以下) [15点]</td> <td>C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]</td> <td>やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]</td> <td>C</td> <td>C</td> <td>C</td> <td>C</td> </tr> </table>						評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	② 市民意識調査結果(満足度)	③ 主要な構成事業の進捗状況	総合評価	産出指標	成果指標	市民満足	構成事業	A: 達成度100%以上 [25点]	A: 前年度より向上(+5pt以上) [25点]	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	A	A	B	B	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	B: 前年度同水準(±5pt未満) [20点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	B	B	B	B	C: 達成度70%未満 [15点]	C: 前年度より低下(-5pt以下) [15点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	C	C	C	C																										
評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	② 市民意識調査結果(満足度)	③ 主要な構成事業の進捗状況	総合評価	産出指標	成果指標	市民満足		構成事業																																																																
A: 達成度100%以上 [25点]	A: 前年度より向上(+5pt以上) [25点]	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	A	A	B	B																																																																		
B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	B: 前年度同水準(±5pt未満) [20点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	B	B	B	B																																																																		
C: 達成度70%未満 [15点]	C: 前年度より低下(-5pt以下) [15点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	C	C	C	C																																																																		
基準値(H29)		実績値						A																																																																	
目標値(R4)	37	単年度の達成度	101.3%																																																																						
基準値(H28)	31	実績値	32.4					A																																																																	
目標値(R4)	37	単年度の達成度	101.3%																																																																						
基準値(H29)		実績値						A																																																																	
目標値(R4)		単年度の達成度																																																																							

※『① 施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	実績値 / 目標値 × 100 (%)
★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	目標値 / 実績値 × 100 (%)

施策の評価・分析		総合評価
<p>施策を取り巻く環境等</p> <ul style="list-style-type: none"> 国が「日本再興戦略2016(平成28年6月閣議決定)」において、スポーツ市場規模を2025年に15兆円まで拡大する方向性を示すなど、スポーツ産業の活性化を図り、基幹産業へ成長させることとしている。また、3人制バスケットボール「3x3」や自転車BMXフリースタイル等、都市型スポーツ(アーバンスポーツ)が2020年東京五輪の正式種目になるなど、新たなスポーツコンテンツが盛り上がりを見せつつあることから、引き続き、スポーツを取り巻く国内外の動向も注視しながら、本市の施策を検討する必要がある。 スポーツを地域資源として交流人口の増加や地域経済の活性化に力を入れる自治体が増えており、本市においても他自治体との更なる差別化を図り、本市の優位性を高める施策に取り組む必要がある。 	<p>市民満足度</p> <ul style="list-style-type: none"> ジャパンカップにおいて、UCI(国際自転車競技連合)競技規則改定に伴う出場選手数の大幅な増加により、過去2番目となる13万2千人もの観戦者数を記録し、飲食や宿泊等市内の消費活動が活発になったことで、経済波及効果をさらに高めることができた。 「自転車のまち」のブランド力向上や自転車競技に親しむ裾野拡大を目的に、未就学児対象のキックバイク大会等を開催し、サイクルレース数が増加したことにより、参加者からも高い評価を得ることができた。 	<p>90点</p>
		<p>順調</p>

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

改訂	事業名	好循環P 戦略事業	事業の目的	事業内容		事業の 進捗	H30 概算 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「昨年度の成果や課題」と「今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	ジャパンカップサイクルロードレースの開催	好循環P 戦略事業	交流人口の拡大、地域経済の活性化、ブランド力の向上、市民プライドの醸成、サイクルスポーツの振興	NPO法人ジャパンカップサイクルロードレース協会	ジャパンカップサイクルロードレースの開催に係る費用の一部を交付	計画どおり	163,200	H4	トップクラス	①【出場選手数の増による交流人口の拡大と地域経済の活性化】 UCI(国際自転車競技連合)が定める「オークラス」の出場選手数120名以上を招聘し、安全かつ円滑な運営を行い、迫力あるレースを展開されたことでクリテリウムに5万人、ロードレースに8万2千人、合計13万2千人と過去2番目に多い来場者数を記録し、交流人口の拡大や地域経済の活性化等、大会開催に伴う効果をさらに引き上げることができた。 ②【クリテリウム10回記念レースの開催と大会のさらなる魅力向上】 令和元年度はクリテリウムが節目の10回目の開催となることから、世界で活躍する有名チーム、選手を招聘することはもちろんのこと、多彩な付帯イベントを実施し、メモリアルレースに相応しい盛り上がりを作り出す。また、令和2年度にレースカテゴリーの改定が予定されることから、大会の魅力の維持、向上のための調査、研究を行う。
2	都市魅力創造事業 (FIBA3x3ワールドツアー宇都宮マスターズの開催及び3x3の普及促進)		交流人口の拡大、地域経済の活性化、ブランド力の向上、市民プライドの醸成	・2018 FIBA 3x3 World Tour Utsunomiya Masters実行委員会 ・全市民	・宇都宮マスターズの開催に係る費用の一部を交付 ・市内全小学校へ3x3専用ボールの配布や学校や公園へのバスケットゴールの設置	計画どおり	67,311	H28	トップクラス	①【街なか全体の盛り上げによる交流人口の拡大と地域経済の活性化】 『街なかを巨大アリーナに』をコンセプトに、中心商店街や関係団体と連携したパブリックビューイングの実施や飲食ブースの出店、バスケットボールミュージアムの開設、スタンプラリーの実施、市内小学生(12歳以下)を対象とした3x3大会の開催等の関連イベントを展開し、猛暑や台風の接近といった状況にもかかわらず、2日間で67,000人(対前年比約10%増)が街なかを訪れ、4億5,700万円(対前年比約12%増)の経済効果を生み出し、交流人口の拡大や地域経済の活性化等、大会開催に伴う効果をさらに引き上げることができた。 ②【ワールドツアーファイナルの開催と3x3の普及促進】 令和元年度は、3x3クラブ世界一を決める「ワールドツアーファイナル」を開催するとともに、「宇都宮餃子祭り」、「MIYA JAZZ INN」、「宮の市」といった本市を代表する観光イベントも同日開催し、一体的に連携しながら、宇都宮史上最大の賑わいを創出する。また、引き続き実施する市内小中学校へのバスケットゴール設置など、広く市民に対して「3x3のまち宇都宮」の普及促進を図る。
3	宇都宮サイクルスポーツ推進事業	好循環P 戦略事業	サイクルスポーツの振興による交流人口の拡大や地域経済の活性化	宇都宮サイクルスポーツ推進委員会	宇都宮シクロクロス開催に係る費用の一部を交付	計画どおり	9,681	H27		①【UCIレースによるサイクルスポーツの振興と魅力的な付帯イベントによる誘客促進】 UCI(国際自転車競技連合)公認レースの開催を2日間に拡大し、海外選手をはじめ、国内のトップ選手による迫力ある高質なレースを展開することで、サイクルスポーツの振興を図るとともに、クリスマスの装飾や多彩な出展ブース、スタンプラリーの実施など、魅力的な付帯イベントを実施することで、2日間で25,000人の誘客を図ることができた。 ②【大会のさらなる魅力向上】 市内飲食店におけるシクロクロス映像の放映や、子どもたちがシクロクロスを体験できるスクールなど、イベントの開催により、シクロクロスの認知度向上を図るとともに、大会当日もUCI公認レースの2日間開催を継続し、シクロクロスと親和性の高いアウトドアの雰囲気にあった会場づくりや魅力的なイベントを開催することで、更なる賑わいを創出する。
4	自転車を活用した誘客促進事業	好循環P 戦略事業	森林公園の恒常的な利用促進とジャパンカップ開催環境の向上	市民及び本市来訪者	森林公園の機能向上とジャパンカップの開催環境の向上に係る方針の策定	計画どおり	78,215	H29		①【森林公園の機能向上に向けた調査の実施】 ・大谷周辺地域における森林公園の役割と必要な機能を明確化するとともに、ジャパンカップや古賀志地域の豊かな自然といった地域資源を生かしながら、大谷地域との連携を図ることで、特色ある地域空間を創出できるよう調査を実施した。 ・UCI(国際自転車競技連合)競技規則の変更による参加選手の増加に対応できるよう、オフィシャルエリアや観戦エリアが集中するスタートフィニッシュ地点の森林公園駐車場を拡張した。 ②【森林公園の機能向上に向けた取組】 平成30年度の調査を基に、森林公園の恒常的な利用促進とジャパンカップの開催環境の向上を図れるよう方針を策定する。 ・ジャパンカップにおける観戦環境の充実や、レースの走行環境の向上に取り組む。 ・大谷地域におけるアクティビティの事業化支援により、相乗効果の創出に取り組む。
5	プロスポーツチーム支援事業		・プロスポーツチームへの支援と連携	・本市を拠点に活動する3プロスポーツチーム ・市民及び本市来訪者	・公式戦や練習等に関する活動環境への支援 ・ファン層拡大のための広報活動への支援 ・ホームゲームを活用した本市の魅力のPR	計画どおり	0	H26		①【プロスポーツチームへの支援と連携】 公式戦や練習等における市有施設の優先使用のほか、観戦環境の向上や広報活動、宇都宮愉快デーの実施等、プロスポーツチームへの支援と連携を引き続き実施した。 ②【プロスポーツチームへの支援と連携の継続】 プロスポーツチームは、経済的、社会的、教育的効果を地域にもたらすなど、本市の優れた地域資源のひとつであることから、これらの効果を最大限に引き上げられるよう、各チームの方針や課題等を把握しながら、引き続き、支援と連携に取り組む。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・スポーツを地域資源として交流人口の増加や地域経済の活性化に力を入れる自治体が増えている中、ジャパンカップサイクルロードレースや3x3等国際的スポーツイベントの充実を図り、全国に誇れる宇都宮ブランドとして確立する必要がある。</p> <p>・国がスポーツ産業の活性化を図り、基幹産業へ成長させることとしている中、2020年東京五輪を契機に、新たなスポーツコンテンツとして都市型スポーツ(アーバンスポーツ)が盛り上がりを見せつつあることから、引き続き、スポーツを取り巻く国内外の動向も注視しながら、本市ならではの魅力的な施策を検討する必要がある。</p>	<p>・「自転車のまち」としての本市の優位性をさらに高めるため、ジャパンカップサイクルロードレースにおいては、「アジア最高位のワンデイロードレース」としての地位の維持・向上を図り、3x3においては、今年度クラブ世界一を決める「ワールドツアーファイナル」を開催するとともに、オリンピックイヤー以降においても注目度が高まる国際大会の開催を検討する。</p> <p>・都市型スポーツについては、国際大会である「FISE HIROSHIMA 2019」の視察等を通して、開催効果の調査研究を行うとともに、会場等の実施上の課題を整理し、本市の新たな資源としての活用の可能性を探る。</p>

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

区分	事業名	好循環P・戦略事業	事業の目的	事業内容		事業の進捗	H30概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「昨年度の成果や課題」と「今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	大谷観光景観形成事業	好循環P	大谷地域観光の推進	城山地区総合開発推進協議会	大谷・多気地区の美観維持に係る費用(岩肌のつた、雑草除去及び奇岩景観の保全)の一部を補助	計画どおり	3,000	H15		①【景観形成の取組効果の向上】 地元団体と連携を図りながら、日本遺産の構成文化財でもある越路岩の岩だしなど、高所箇所 の景観向上を図った。 ②【大谷地域の景観形成に向けた機運醸成】 大谷地域の観光を推進するため、周遊性の向上や景観形成重点地区の指定に向けた機運の 高まりに繋がるよう、引き続き、地元団体との連携を図りながら、大谷の魅力ある景観形成に引き 続き取り組む。
2	大谷特性活用支援事業	好循環P	大谷地域の特性を活用した産業の創出	・市内に事務所又は事業拠点を有する法人、LLP ・国内の高等教育機関、又は当該高等教育機関に所属する教職員を代表とする研究グループ	大谷地域の貴重な地域資源を活用した新たな地域産業等の創出や、地域資源について学術的視点から調査研究を行う取組に係る経費の一部を補助	計画どおり	4,452	H23		①【新たな地域産業等の創出】 稼働中の大谷石採取場で石産業の工程等の見学を行う産業観光事業や未利用資源である大谷石の粉を活用した「大谷焼」事業などの具体化を図った。 ②【地域資源等の活用促進】 大谷地域の特性や地域資源の有効活用、地域産業の創出に資する取組に関する機運が醸成されてきたところであり、これらの動きを促進するため引き続き、支援を行っていく。
3	大谷観光推進事業	好循環P	大谷地域の観光・周遊の促進	大谷周辺地域で低未利用となっている資源のフル活用及び観光周遊の拠点となる機能・施設の検討・整理	・観光入込客数120万人に向け必要となる交通インフラのあり方、拠点機能の形成に係る調査の実施	計画どおり	23,145	H29		①【交通インフラのあり方等の整理】 ・観光入込客数120万人に向け必要となる交通インフラのあり方、拠点機能の優先候補地及び必要となる機能等を整理した。 ・赤川ダム湖面を活用した水上アクティビティの事業可能性を確認することができた。 ②【交通インフラ及び拠点機能の整備】 ・周辺道路の開発状況及び観光交通社会実験の実施・分析等を踏まえ、望ましい交通インフラ計画について検討・整理するとともに、周遊環境の向上に向けた道路機能の最適な維持・管理の手法について検討を行う。 ・地元意見を伺いながら、大谷公会堂を含めた拠点機能の整備場所を確定するとともに、周辺地域の開発状況等の動きを注視しながら、基本計画を取りまとめる。
4	大谷地域資源活用事業(冷熱エネルギーを活用した大谷地域の振興)	好循環P	冷熱エネルギーを活用した、大谷地域の振興	大谷地域における冷熱エネルギーの持続的活用に繋がる利用方を整理するとともに、冷熱利用の本格化に向けた民間の取組を支援	跡地内の熱賦存状況等をモニタリング調査、熱利用事業の拡大に向けた企業誘致等を実施	計画どおり	15,416	H24	独自性	①【事業具体化に向けた民間の取組等の支援】 ・冷熱エネルギーの供給・管理事業を行う民間事業者が主体となり、駒生地区に熱供給拠点を整備するとともに、大谷夏いちごの生産者への熱供給事業を開始した。また、駒生地区において1者が新規参入に向けた準備を開始するなど、民間事業者の参画が広がっている。 ・冷熱エネルギーを活用した新たな事業の具体化に向け、保冷倉庫事業及びデータセンター事業への冷熱エネルギー活用に興味を示す民間事業者と継続的に協議を行った。 ②【事業具体化に向けた継続的調査等の実施】 夏秋いちご栽培の栽培面積・生産量の拡大、新たな冷熱利用事業の具体化に向け、関係機関と連携した企業誘致や環境整備を促進させるとともに、冷熱エネルギーを持続的かつ安全に活用・管理する仕組みの構築に向け、熱供給事業が始動する駒生地区において利用状況等にかかわるモニタリング調査を継続的(平成29年～令和元年の3か年予定)に実施する。
5	大谷石利用促進事業		大谷石需要の拡大及び大谷石産業の振興	市内で新築・増改築を行う際、内外装の材料として、大谷石を活用する建築主	市内で居宅・店舗等の内外装等の材料として、大谷石を利用した者への経費の一部を補助	計画どおり	4,723	H22		①【大谷石産業の振興】 大谷石が居宅・店舗等の内外装材として、安定的な利用が図られるなど、大谷石の需要拡大、大谷石産業の振興に繋がっている。 ②【大谷石産業の持続的振興】 大谷石のブランド力向上による大谷石需要の拡大及び大谷石産業の活性化を図るため、引き続き、居宅・店舗等の内外装材として大谷石を利用する建築事業者等の支援を行っていく。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・大谷地域を訪れる観光客は年々増加しており、日本遺産の認定などにより益々注目が高まりつつあることから、安全・安心に楽しみながら回遊できる移動環境の充実に向け、多様な移動手段や回遊空間の確保、さらにはアクセス性の向上などを図る必要がある。</p> <p>・観光地・大谷の持続的な活性化に向けては、安全・安心に楽しみながら回遊できる移動環境と合わせ、「観る」「食べる」「遊ぶ」といった滞在時間の延長に繋がる機能の充実などを図る必要がある。</p> <p>・冷熱エネルギーを活用した大谷夏いちごの生産拡大及びブランド力の向上等により、宇都宮や沖縄での需要が高まりつつあるとともに、首都圏の一流ホテルへの販売など、新たな需要の創出も図られていることから、さらなる生産拡大・品質向上等を図る必要がある。</p>	<p>・「大谷地域振興方針」の目標年次である概ね10年後(2028年)の観光地・大谷の状況を見据え、交通ネットワーク向上に向けた観光交通社会実験などの取組や望ましい交通ネットワークのあり方の調査等を踏まえた交通インフラの検討・整備などを行い、安全・安心に回遊できる移動環境の実現に取り組んでいく。</p> <p>・「大谷石文化」の魅力発信機能を備えた観光周遊拠点の形成に向け、大谷公会堂を含めた拠点機能の整備場所を確定するとともに、開発許可基準の緩和や観光施設の立地に係る補助制度の周知などを図り、民間事業者の参入が促進される環境づくりに取り組んでいく。</p> <p>・「大谷夏いちご」の生産者部会の体制を強化するとともに、参入企業の確保に向けたPR活動と合わせ参入企業の農地の確保、技術の習得、施設整備等を総合的に支援するなど、参入しやすい環境の構築に取り組んでいく。</p>

令和元年度 行政評価 施策カルテ

施策名	① 戦略的観光の推進
-----	------------

施策主管課	観光交流課	総合計画記載頁	142ページ
-------	-------	---------	--------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	14	個性豊かな観光と交流を創出する	基本施策目標	多彩な地域資源が発掘、活用されるとともに、おもてなしの充実が図られ、国内外からの多くの来訪者が個性豊かな観光を満喫し、交流が創出されています。
------	--------------------------	-------	----	-----------------	--------	---

2 施策の取組状況

施策目標	多彩な地域資源を活用した戦略的な観光が推進され、本市の魅力が高まり、国内外からの多くの観光客が訪れています。
------	--

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移	指標名(単位)						評価				
									満足	やや満足	満足度(計)	やや不満	不満	わからない					
産出指標	観光誘客イベントの来場者数	単年度目標値	140.2万人	141.4万人	142.6万人	143.8万人	145万人	B		施策の満足度(%) ('満足'と'やや満足'の合計)		基準値(H29)	5.0%	19.5%	24.5%	22.1%	8.9%	37.8%	B
	基準値(H28)	139万人	実績値	136万人						H30	2.0%	22.7%	24.7%	24.6%	11.1%	35.0%			
	目標値(R4)	145万人	単年度の達成度	97%						R1									
	単年度の目標値									R2									
成果指標	年間の外国人宿泊者数	単年度目標値	90,000人	95,000人	100,000人	105,000人	110,000人	B	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照								B		
	基準値(H28)	83,000人	実績値	80,718人															
	目標値(R4)	110,000人	単年度の達成度	89.6%															
	単年度の目標値																		
【参考指標】	観光入込客数/市民1人	指標名(単位)						中核市水準比較 中核市平均 22.19 本市実績 28.43 本市順位 9位/54市中	① 施策指標(産出指標)(成果指標) A: 達成度100%以上 [25点] B: 達成度70%以上100%未満 [20点] C: 達成度70%未満 [15点]	② 市民意識調査結果(満足度) A: 前年度より向上(+5pt以上) [25点] B: 前年度同水準(±5pt未満) [20点] C: 前年度より低下(-5pt以下) [15点]	③ 主要な構成事業の進捗状況 A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点] B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点] C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	評価の組合せ 指標 評価							
		H30	R1	R2	R3	R4	産出指標 B 成果指標 B 市民満足 B 構成事業 B												
		単年度目標値																	
		基準値(H29)	実績値																
目標値(R4)	単年度の達成度																		

※『① 施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	実績値 / 目標値 × 100 (%)
★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	目標値 / 実績値 × 100 (%)

施策の評価・分析		総合評価
施策を取り巻く環境等 <ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人旅行者が急速に増加している中、国は、2020年の訪日外国人旅行者数の目標を4,000万人に設定するとともに、東京オリンピック・パラリンピックを見据えた国際観光振興の取組を進めている。 観光のトレンドとしては、国内外ともに、物見遊山的な観光から体験価値を見出すものにシフトしており、新たな体験型コンテンツを観光資源として掘り起こすなど、魅力ある観光地づくりが求められている。 宇都宮市観光動態調査による平成30年の本市への観光入込客数は、デスティネーションキャンペーンの開催のほか、餃子通りの整備や新規イベントの実施、大谷石文化の日本遺産認定などにより、約1,513万人と過去最多を更新した。 		80点
施策指標 <ul style="list-style-type: none"> 首都圏等における観光キャンペーンや、SNSなどの各種媒体を活用した情報発信に取り組んだことにより、多くのイベントでは来場者数が増加しているものの、猛暑の影響により「宮まつり」の来場者数が減少したことから、観光誘客イベントの来場者数は目標値を下回っている。 栃木県と関係団体との連携により誘客プロモーションを実施した台湾やタイ等の宿泊者数は増加したものの、長期滞在型のビジネス客が減少したことなどから、外国人宿泊者数は目標値を下回っている。 	市民満足度	概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業	事業の目的	事業内容		事業の通捗	H30概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「昨年度の成果や課題」と「今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	観光宣伝事業		本市の魅力ある観光情報の発信を行うことで、本市知名度の向上及び、本市への誘客を図る	首都圏及び新幹線沿線都市を中心とした、本市外に在住する方	・観光パンフレット(ふるまふ宇都宮)作製、配布 ・観光パンフレット(ミニふるまふ)新規作成、配布 ・餃子、ジャズ、カクテルマップの配布 ・HPやSNSによる情報発信	計画どおり	8,409	S59		①【効果的な観光宣伝事業の実施】 観光施設や首都圏等における観光キャンペーンの際に積極的に観光パンフレットを配布するなど、本市の魅力ある観光情報を伝えることで、平成30年の観光入込客数は1,512万人と過去最高を更新した。 ②【戦略的な観光PRの推進】 今後も、観光動向調査などの分析結果をもとに、年齢層や場所などのターゲットを捉えながら、キャンペーンやイベント等を実施するとともに、宇都宮観光コンベンション協会のSNSなどを活用しながら、鮮度の高い情報発信に取り組んでいく。
2	外国人の誘客促進事業		外国人観光客の誘客促進に取り組むことで、市内経済の活性化を図る	外国人観光客	・海外での本市プロモーション ・外国語版パンフレットの製作・配布・PR	計画どおり	5,558	H27		①【台湾、タイなどからの市内宿泊数が増加】 多様化する外国人旅行者のニーズや旅行トレンドなどを捉えた誘客プロモーションを実施したことから、ターゲットとした台湾やタイの本市への宿泊数が増加した。 ②【新たなターゲット国の検討】 今後は、海外での観光情報発信と、現地旅行会社によるツアー造成依頼等を行うとともに、更なる外国人観光客に来訪してもらえるよう、ビッグデータ等を活用した分析を行うなど、更なるインバウンドの拡大を図っていく。
3	観光拠点創出事業		本市の特色を活かした観光拠点を整備することで、メディア等への露出を促し、市外からの誘客促進を図る。	餃子通り(宮島町通り)	・餃子をテーマとした様々な装飾 ・マスメディア等を活用した情報発信	計画どおり	2,000	H13		①【官民一体となった観光拠点の整備】 宇都宮市DC推進委員会を中心としながら、4月に「餃子通り」をオープンさせ、餃子をモチーフとした様々なアイテムを整備し、餃子通りの知名度、ブランド力の向上を図ることができた。 ②【観光拠点の更なる磨き上げ】 今後は、観光客に目的地として訪れてもらえるよう、新たなアイテムを設置するなど集客性や話題性の向上を図るとともに、民間事業者等と連携しながら、餃子通りの更なる磨き上げに取り組んでいく。
4	デスティネーションキャンペーン事業(交付金等)		国内最大級の観光キャンペーンであるデスティネーションキャンペーンを契機捉え、観光客の本市への誘客促進を図る	宇都宮市DC推進委員会	事業実施に係る経費を補助	計画どおり	12,000	H28		①【デスティネーションキャンペーンを活用した誘客促進】 交通事業者や観光関連団体などで構成される「宇都宮市DC推進委員会」において、官民連携を図りながら、餃子通りのオープンや宮のSAKEフェスなどの新規イベントなどを開催し、前年同期よりも入込客数及び宿泊者数が増加した。 ②【官民一体となった観光振興】 今後は宇都宮市DC推進委員会などの構成団体と連携し、デスティネーションキャンペーンで整備した「餃子通り」の更なる磨き上げをはじめ、「日本遺産」に認定された大谷石文化の活用、「夜の観光」の充実・強化を図りながら、観光誘客に取り組んでいく。
5	農林公園整備事業		農林業観光交流施設の充実	指定管理者	施設の維持保全、魅力向上に伴う整備等	計画どおり	17,548	H8		①【観光施設の維持管理】 来園者のニーズに対応した公園整備(新規施設整備、既存施設の改修・修繕)を行うとともに、「道の駅ろまんちっく村」の持つ知名度と情報発信力を活かし、市外・県外からの集客力の向上と北西部地域の活性化を図った。 開館から20年を迎え、施設の経年劣化が進行していることから、農林公園施設点検調査業務報告書に基づき、指定管理者との役割分担による計画的な改修・修繕を実施するとともに、今後の整備計画を作成する必要がある。 ②【適切な管理運営】 適切な管理運営を行っていくことが重要であることから、引き続き、指定管理者と連携を強化しながら、施設の維持修繕工事を計画的に実施していく。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<ul style="list-style-type: none"> ・多様化する観光客のニーズに対応するため、餃子をはじめとした既存の観光資源に、歴史や文化・産業・スポーツ・農業等の観光資源を組み合わせるなど新たな魅力を創出し、市内周遊の促進や、滞在時間の延長を図る必要がある。 ・宿泊の促進を図るため、ジャズやカクテルなど本市の夜の観光の充実を図るとともに、市場や農産物などを活用した朝のコンテンツの創出に取り組む必要がある。 ・デスティネーションキャンペーンをきっかけとして始まった事業や高まった気運が一過性のものとならないよう、事業者などとの連携を一層深めながら観光事業に取り組むとともに、官民連携による継続的な観光振興を図る必要がある。 ・更なるインバウンドの拡大を図るため、本市の多彩な観光資源のPRはもとより、外国人に訴求力の高い歴史・文化・伝統・食などの磨き上げや発掘を行う必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光関係事業者と連携を図りながら、観光拠点として整備した餃子通りや、大谷石文化が日本遺産に認定された大谷、様々な農業体験を実施しているまんちっく村などの観光資源の磨き上げに取り組むとともに、それらを一体的にPRすることで、観光客の周遊促進、滞在時間の延長に取り組んでいく。 ・本市ならではの夜の魅力を発信するため、ジャズ協会やカクテル倶楽部、ホテル旅館協同組合などと意見交換を行いながら誘客に取り組むことで、更なる宿泊促進に取り組んでいく。 ・宇都宮市DC推進委員会を中心とする関係団体と意見交換を行いながら、継続的な観光振興の仕組みづくりについて検討するなど、官民一体となった継続的な観光振興に取り組んでいく。 ・外国人の周遊行動を把握するため、ビッグデータを活用した分析調査を実施するとともに、それらをもとに、外国人の好みや嗜好にあわせた観光資源の発掘や磨き上げ、観光地との連携強化により、インバウンドの拡大に取り組んでいく。

令和元年度 行政評価 施策カルテ

施策名	② おもてなしの充実
-----	------------

施策主管課	観光交流課	総合計画記載頁	142ページ
-------	-------	---------	--------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	14	個性豊かな観光と交流を創出する	基本施策目標	多彩な地域資源が発掘、活用されるとともに、おもてなしの充実が図られ、国内外からの多くの来訪者が個性豊かな観光を満喫し、交流が創出されています。
------	--------------------------	-------	----	-----------------	--------	---

2 施策の取組状況

施策目標	本市への来訪者が「訪問して満足した」と感じられるよう、様々なおもてなしの充実が図られています。
------	---

① 施策指標	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移							評価
	単年度目標値	実績値	達成度	満足	やや満足	満足度(計)	やや不満		不満	わからない						
産出指標	観光ボランティアガイド養成講座の累計受講者数	単年度目標値	270名	290名	310名	330名	350名	B								B
	基準値(H28)	244名	実績値	265名												
	目標値(R4)	350名	単年度の達成度	98.1%												
	基準値(H29)		実績値													
成果指標	「訪問して満足した」と感じている来訪者の割合	単年度目標値	81%	82%	83%	84%	85%	B	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照							B
	基準値(H28)	79.8%	実績値	78.2%												
	目標値(R4)	85%	単年度の達成度	96.5%												
	基準値(H29)		実績値													
		目標値(R4)														

※『① 施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	実績値 / 目標値 × 100 (%)
★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	目標値 / 実績値 × 100 (%)

① 施策指標(産出指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出指標	B
② 市民意識調査結果(満足度)	A: 前年度より向上(+5pt以上) [25点]	B: 前年度同水準(±5pt未満) [20点]	C: 前年度より低下(-5pt以下) [15点]	成果指標	B
③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民満足	B
総合評価	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成事業	B

施策の評価・分析		総合評価
<p>施策を取り巻く環境等</p> <ul style="list-style-type: none"> 近年増加傾向にある訪日外国人旅行者や国内旅行者に対応するため、観光客のニーズに対応した観光案内や観光情報の提供を行うなど、「おもてなしの心」をもって迎えることが求められている。 平成29年に閣議決定された「観光立国推進基本計画」において訪日外国人旅行者及び国内旅行者の満足度を目標値に定めるなど、観光客に対する受入環境の整備が求められている。 		80点
<p>施策指標</p> <ul style="list-style-type: none"> 「官民一体となり設立した、おもてなし推進委員会を活用し、おもてなしセミナーの実施や観光ボランティア養成講座の開催など、本市への再訪意欲を持っていただくための来訪者へのおもてなし事業を積極的に実施したことから、訪問して満足したと感じている来訪者の割合は、目標値を下回っているもの、約8割と高い水準となっている。 	市民満足度	概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業	事業の目的	事業内容		事業の通捗	H30概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「昨年度の成果や課題」と「今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	おもてなし推進委員会運営事業(負担金)		市民や事業者のおもてなし能力の向上させ、本市を訪れた観光客に、「来てよかった」、「また訪れたい」と感じていただき、本市への再訪につなげる	おもてなし推進委員会	観光ボランティアの育成やおもてなしの向上に要する経費の一部を負担	計画どおり	400	H20	独自性	①【官民が連携したおもてなし体制の構築】 市民や事業所の全体的なおもてなし能力を向上させるため、官民協同で設置した「おもてなし推進委員会」において、セミナーや出前講座などのおもてなし運動を推進することで、市民や事業者の「おもてなし」能力の向上が図られた。 ②【更なるおもてなしの充実】 今後も、更なる「おもてなし力」の向上と充実を図るため、引き続き、「おもてなし推進委員会」を活用し、講座やセミナーの開催などを行い、おもてなし日本一のまちづくりを推進していく。
2	観光コンベンション協会事業(負担金)		本市の玄関口でもあるJR宇都宮駅観光案内所において、来訪者へ丁寧でわかりやすい観光案内を行うことで、おもてなしの向上を目指す	宇都宮観光コンベンション協会	観光案内所などの維持管理及び運営事業に要する経費を負担	計画どおり	9,020	H12		①【観光客への案内充実】 翻訳機能付きタブレットの導入など、観光客の受入態勢の強化により、JR宇都宮駅観光案内所が、日本政府観光局が認定するカテゴリーIIに昇格するなど、案内機能の強化が図られた。 ②【案内機能の更なる充実】 今後は、観光案内所の更なる機能強化を図るため、広域案内の提供や多言語対応の強化に取り組み、観光客のニーズを踏まえながら、更なるおもてなしの向上を図っていく。
3	観光振興促進事業(補助金)		事業者が行う、観光施設の改築や備品の購入等を支援することで、本市の更なる観光振興を図る	・本市に体験型観光施設を設置しようとする事業者、工場、伝統工芸品店その他商店等 ・大谷エリアでの新たな飲食店出店希望者	整備に要する経費の一部を補助	計画どおり	8,000	H18		①【観光施設・事業所出店への支援】 大谷エリアへの新たな出店事業者等を支援することにより、飲食店等の整備が促進され、観光客へのアメニティの向上が図られた。 ②【補助金の活用促進】 今後も、ものづくり等の体験施設や飲食・土産品販売の施設を整備する事業者への支援を行い、観光客へのおもてなしの充実に取り組みしていく。
4	観光情報発信強化事業		宇都宮観光アプリによる本市の観光情報の発信を行うことで、快適な市内観光を提供する。	国内外からの本市来訪者	・アプリ運用維持管理 ・観光プロモーション映像の活用	計画どおり	4,882	H27		①【誘客促進と市内観光案内の充実】 宇都宮観光アプリによる観光情報、飲食店情報等の発信を、日本人はもとより、外国人に対しても行うことで、観光客の受入体制やおもてなしの充実が図られた。一方で、近年、ダウンロードの件数が伸び悩んでいることから、アプリ内コンテンツを充実させる必要がある。 ②【観光アプリの利用促進】 アプリ機能のひとつである周遊スタンプラリーの活用や、市内観光施設等のより細かな情報の掲載などにより、アプリの更なる利用促進に取り組みしていく。
5	外国人観光客受入体制の整備		外国人観光客が快適に市内旅行をしてもらえるよう、市内の受入環境を整備する。	市・民間団体等	・外国人観光客向け公衆無線LANの整備、運用維持管理 ・観光施設等における案内看板やホームページ、メニューなどの多言語化に係る費用の一部を交付	計画どおり	2,500	H29		①【外国人観光客の受入環境の充実】 公衆無線LANの設置や、民間の観光施設における多言語対応などを促進することで、本市の受入体制の充実を図った。一方で、外国人受入体制補助金の申請件数が前年を下回った。 ②【補助制度の利用促進】 今後は、公衆無線LANの設置をはじめとした環境整備やパンフレットやアプリ、タブレット等を活用した多言語による情報発信や観光案内の充実を図るとともに、積極的に民間事業者に働きかけを行うなど、補助制度の利用促進に取り組む。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・更なる「おもてなし力」の向上と充実を図るため、引き続き、おもてなし推進委員会を活用した講座やセミナー、ボランティア養成講座などの開催、宇都宮観光コンベンション協会などの観光関係事業者等との連携により、官民一体となったおもてなしのある受入体制の充実を図る必要がある。</p> <p>・今後、更に国内外からの観光客の増加が見込まれることから、観光客に快適に本市観光を満喫してもらうため、官民連携を図りながら、観光施設等における多言語案内看板の充実や、ICTを活用したおもてなしの推進など、受入環境の充実を図る必要がある。</p>	<p>・市民のおもてなし意識の醸成を強化するため、おもてなし推進委員会と連携を図りながら事業の更なる充実を行うとともに、ホームページや広報紙等により積極的な周知啓発に取り組んでいく。</p> <p>・観光客が安全・安心に本市を観光できるよう、公共施設における案内看板の多言語化や、民間事業者が行う受入環境への支援の充実に取り組んでいく。</p>

令和元年度 行政評価 施策カルテ

施策名	① 文化活動の充実
-----	-----------

施策主管課	文化課	総合計画 記載頁	145ページ
-------	-----	-------------	--------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	15	暮らしに息づく文化の創造・活用を推進する	基本施策目標	市民が主体的に文化活動に取り組み、次代を担う人材・団体が育まれるとともに、市民が郷土の歴史に誇りや愛着を持ち、魅力的な宇都宮文化が創造・発信されています。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	---

2 施策の取組状況

施策目標	市民が主体的に文化活動に取り組めるよう、文化鑑賞や活動ができる環境や人材・団体育成の支援体制が整っています。
------	--

① 施策指標	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移	指標名(単位)		満足	やや満足	満足度 (計)	やや不満	不満	わからない	評価																	
	産出指標	文化芸術事業の参加者・観覧者数(人)	単年度目標値	348,000	350,000	352,000	356,000			360,000	B		施策の満足度(%) ("満足"と"やや満足"の合計)	基準値 (H29)	7.8%	27.6%	35.4%		17.9%	7.6%	32.0%	B													
基準値(H28)		342,725	実績値	335,465																															
目標値(R4)		360,000	単年度の達成度	96.4%																															
基準値(H29)			実績値																																
目標値(R4)			単年度の達成度																																
単年度目標値																																			
成果指標	文化会館の施設稼働率(%)	単年度目標値	81.0	82.0	83.0	84.0	85.0	A	<p>③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照</p>	<table border="1"> <tr> <th>指標名(単位)</th> <th>H30</th> <th>R1</th> <th>R2</th> <th>R3</th> <th>R4</th> </tr> <tr> <td>中核市水準比較</td> <td>43.5</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>市立美術館入場者数/市民100人</td> <td>23.8</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>本市順位</td> <td>17位/54市中</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	中核市水準比較	43.5					市立美術館入場者数/市民100人	23.8					本市順位	17位/54市中					B
	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4																													
	中核市水準比較	43.5																																	
	市立美術館入場者数/市民100人	23.8																																	
	本市順位	17位/54市中																																	
	基準値(H26)	78.6	実績値	82.8																															
目標値(R4)	85.0	単年度の達成度	102.2%																																
基準値(H29)		実績値																																	
目標値(R4)		単年度の達成度																																	
単年度目標値																																			

※『①施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出指標	B
	② 市民意識調査結果(満足度)	A: 前年度より向上(+5pt以上) [25点]	B: 前年度同水準(±5pt未満) [20点]	C: 前年度より低下(-5pt以下) [15点]	成果指標	A
	③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上(構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり(主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ(構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民満足	B
	総合評価	順調: A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 [75点以上90点未満]	やや遅れ: C評価が2つ以上(A評価が2つある場合を除く) [75点未満]	構成事業	B

施策の評価・分析				総合評価
施策を取り巻く環境等	<p>・国は平成30年6月に「文化芸術推進基本計画」を策定し、あらゆる人々が文化芸術を通して社会に参画することで心豊かで多様性のある社会の形成や、文化芸術への効果的な投資や交流・発信が行われることで創造的で活力ある社会の形成を目指していく方針を打ち出しており、本市においても文化芸術拠点施設を核とした市民の文化活動の一層の促進と次代を担う人材の育成・支援の充実を図る必要がある。</p>			85点
施策指標	市民満足度	<p>近年の価値観の多様化等に伴い市民の文化芸術に対する関心が向けられにくい現状や、文化芸術の鑑賞や活動に関する効果的な情報発信が十分ではなく市民に行き届いていないことなどにより、市民満足度は横ばいとなっている。</p>		概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

№	事業名	好循環P・戦略事業	事業の目的	事業内容		事業の進捗	H30概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の成果や課題」と「②今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	市民芸術祭共催事業負担金	戦略事業	市民の芸術文化活動の発表・鑑賞機会を創出する。	宇都宮市民芸術祭実行委員会	宇都宮市民芸術祭の開催、40周年記念事業計画の作成	計画どおり	7,248	S55		【40周年に向けた記念事業計画の作成・事業化の推進】 令和元年度の40周年に向けて、実行委員会において節目に相応しい多彩な記念事業を企画したほか、新たにメディア芸術部門を立ち上げた。また、記念事業の開催にあたり民間等助成を獲得し自主財源の確保に努めた。 【40周年記念事業の開催を契機とした市民芸術祭の更なる活性化】 記念事業を円滑かつ効果的に実施するとともに、記念事業の取組で狭くジャンルを超えた繋がりが盛り上がりを生かし、メディア芸術の充実や情報発信の強化など広く市民にアピールするとともに、若い世代の一層の参加を呼び込み裾野を広げるなど、市民芸術祭の更なる飛躍に向けた新たなステージへの第一歩にしている。
2	ジュニア芸術祭共催事業負担金	戦略事業	小中高校生の芸術文化活動の発表・鑑賞機会を創出する。	うつのみやジュニア芸術祭実行委員会	うつのみやジュニア芸術祭の開催	計画どおり	3,889	H11		①【20周年記念事業の円滑かつ効果的な開催】 記念事業の開催を通じて、市民の認知度が一層高まることにも、各ジャンルの垣根を超えた子どもたちの交流の場を創出することで芸術文化に対する意識の高揚を図ることができた。また記念事業の開催にあたり県の助成を獲得し自主財源の確保に努めた。 ②【20周年記念事業の開催を契機としたジュニア芸術祭の更なる活性化】 記念事業の取組で狭くジャンルを超えた繋がりが盛り上がりを生かし、芸術文化の魅力を伝えるなど広く子どもたちにジュニア芸術祭への参加をアピールするとともに、市民に子どもたちの活動や成長を一層感じてもらえる機会を創出するなど創意工夫を図っている。
3	宇都宮エスペール文化振興事業	戦略事業	次代を担う芸術家の育成・支援を図り、本市の文化振興に寄与する。	今後の活躍が期待できる本市ゆかりの優れた芸術家	宇都宮エスペール賞の選考、受賞者に育成金(20万円)を贈呈	計画どおり	2,971	H13	独自性	【宇都宮エスペール賞の選考による本市ゆかりの芸術家の育成・支援】 地元の若手芸術家を育成・支援する取組は全国的にも稀有であり、昨年度はホール部門の選考・宇都宮エスペール賞に選出を通じて、優れた芸術家を発掘することができた。 【質の高い芸術文化に市民が触れる機会の提供】 今年度は、これまでの受賞者が活動成果を発表する「プロボート事業」を開催し、市民が質の高い芸術文化に触れる機会を創出し、本市文化のより一層の振興に繋げている。
4	文化会館管理運営事業	戦略事業	文化会館の円滑かつ適切な管理運営と効果的な事業実施により本市の文化振興を図る。	文化会館の管理運営に係る指定管理料	・受託事業：演劇ワークショップ、オーケストラ鑑賞講座、学生邦楽フェスティバル、フロムナードコンサート等 ・参加者：107,434人 ・施設利用者(大小ホール、会議室等)：517,089人	計画どおり	339,125	S54		【様々な舞台芸術事業を通じた文化振興の推進】 クラシックや邦楽、ジャズ、演劇など幅広いジャンルの舞台芸術事業を展開したほか、子どもたちへの教育普及事業を実施し芸術文化の振興を図った。 【文化団体等との連携及び情報発信力の強化】 会館の持つ舞台技術や事業実施の専門スキルを生かし、教育普及事業をはじめ、良質かつ魅力的な舞台芸術事業を企画するほか、地域や団体が行う文化芸術活動の支援や民間の文化活動を含めた幅広い情報の収集・発信に積極的に取り組んでいる。
5	美術館訪問鑑賞会事業	戦略事業	子どもたちが質の高い芸術に親しむ機会を提供する。	市内小中学生	市有バス等を活用して美術館を訪問し、展覧会の鑑賞等を行う。	計画どおり	193	H30		【子どもたちが優れたアートに触れる機会の提供】 新規事業として実施し、参加した児童生徒や教職員の満足度も高く、子どもたちの豊かな感性や人間力の育成に寄与した。 【ニーズに対応した事業の拡充】 学校から定員を超える申込があったことから、日数を増やし、より多くの子どもたちに優れたアートに触れる機会を提供している。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・市民や子どもたちが日々の暮らしの中に文化芸術を取り入れ、より豊かで充実した生活を送ることができるようにするため、文化芸術に気軽に触れる場や発表・活動の機会の充実を図るとともに、文化芸術に関する様々な情報を市民が容易に得ることができるようにするため、情報発信の充実を図っていく必要がある。</p> <p>・本市の文化芸術の創造と発展を図り次世代に継承していくため、文化芸術に取り組む人材や団体の育成・支援の充実を図っていく必要がある。</p>	<p>・「第2次宇都宮市文化振興基本計画」に基づき、「文化を身近に感じ、活動できる環境づくりの推進」に向け、「市民芸術祭」や「ジュニア芸術祭」の一層の活性化を図るほか、文化会館・美術館を拠点とした質の高い芸術文化の鑑賞機会や子どもたちへの教育普及事業を積極的に展開する。また、うつのみや文化創造財団を核とした民間を含めた文化芸術に関する幅広い情報の収集・発信の充実を図る。</p> <p>・「文化をつなぐ人材育成の推進」に向け、「宇都宮エスペール賞」の選考による次代を担う優れた芸術家の発掘や、「宇都宮市文化協会」や「うつのみやジャズのまち委員会」等と連携し市民主体による文化芸術活動の一層の促進を図る。</p>

令和元年度 行政評価 施策カルテ

施策名	② 文化の創造・継承, 保存・活用
-----	-------------------

施策主管課	文化課	総合計画 記載頁	145ページ
-------	-----	-------------	--------

1 施策の位置付け

政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	15	暮らしに息づく文化の創造・活用を推進する	基本施策目標	市民が主体的に文化活動に取り組み、次代を担う人材・団体が育まれるとともに、市民が郷土の歴史に誇りや愛着を持ち、魅力的な宇都宮文化が創造・発信されています。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	---

2 施策の取組状況

施策目標	市民が郷土に誇りや愛着を感じ、地域の魅力づくりや絆づくりに生かすことができるよう、文化資源が保存・活用されています。
------	--

① 施策指標	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	② 市民満足度の推移	指標名(単位)		満足	やや満足	満足度 (計)	やや不満	不満	わからない	評価
	産出指標	文化資源の周知啓発事業参加者数(人)	単年度目標値	37,500	38,000	38,500	39,000	40,000		A		施策の満足度(%) 〔「満足」と「やや満足」の合計〕	基準値 (H29)	7.6%	21.9%	29.4%	20.9%	7.0%
基準値 (H27)		36,117	実績値	39,820				H30	2.7%			24.1%	26.8%	24.4%	7.4%	36.0%		
目標値 (R4)		40,000	単年度の達成度	106.2%				R1										
			単年度目標値					R2										
成果指標	文化財展示施設利用者数(人)	単年度目標値	154,300	155,200	156,100	157,000	178,000	A	③ 主要な構成事業の進捗状況 ※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照	B								
	基準値 (H27)	152,001	実績値	169,402														
	目標値 (R4)	178,000	単年度の達成度	109.8%														
			単年度目標値															
【参考指標】	中核市水準比較	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4	評価の 組合せ									
		市立文化財展示施設等の延べ床面積(m ²)／市民10万人		中核市平均	2345.5						指標							
				本市実績	244.9					評価								
				本市順位	38位/54市中													

※『①施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

① 施策指標 (産出指標) (成果指標)	A: 達成度100%以上 [25点]	B: 達成度70%以上100%未満 [20点]	C: 達成度70%未満 [15点]	産出 指標	A
② 市民意識 調査結果 (満足度)	A: 前年度より向上(+5pt以上) [25点]	B: 前年度同水準(±5pt未満) [20点]	C: 前年度より低下(-5pt以下) [15点]	成果 指標	A
③ 主要な構成事業の 進捗状況	A: 計画以上 (構成事業2事業以上が計画以上) [25点]	B: 計画どおり (主に構成事業4事業以上が計画どおり) [20点]	C: 計画より遅れ (構成事業2事業以上が計画より遅れ) [15点]	市民 満足	B
総合評価	順調: A評価が2つ以上 (C評価がある場合を除く) [90点以上]	概ね順調: 主にB評価が3つ以上 (75点以上90点未満)	やや遅れ: C評価が2つ以上 (A評価がある場合を除く) [75点未満]	構成 事業	B

施策の評価・分析		総合評価
施策を取り巻く環境等	<p>国は平成31年4月に「文化財保護法」を改正施行し、過疎化や少子高齢化等の社会状況の変化を背景とした文化財の滅失や散逸の防止が緊急の課題であるとの認識のもと、未指定を含めた文化財をまちづくりに生かしつつ、担い手を確保し、社会総がかりでその継承に取り組むことができる体制づくりを整備する方針を打ち出した。また、東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機に、日本の歴史文化の魅力を世界に発信する文化プログラムの取組が国において積極的に展開されるなど歴史文化資源を活用していくとする機運が高まりをみせており、本市においても地域固有の歴史文化資源の価値や魅力を再認識し、社会全体で保存・活用を図る仕組みづくりや、関連部局や団体等と連携しながら観光振興や地域活性化に生かしていく取組を推進する必要がある。</p>	90点
施策指標	<p>市民満足度</p> <p>文化資源の周知啓発事業参加者数については、本市を代表する文化資源である百人一首の認知度の高まりに伴い、百人一首市民大会・全国大会の参加者が過去最多を更新したことなどにより、参加者数が増えた。</p> <p>文化財展示施設利用者数については、歴史文化に対する意識の高まりに伴い、宇都宮城址公園ガイダンス施設やうつのみや遺跡の広場などの来園者が増えたことにより、利用者数が増えた。</p> <p>少子高齢化に伴う担い手不足により、歴史文化資源を守っていくことが地域によっては困難になりつつある現状や、地域において「まちづくりビジョン」の策定を契機に、文化財を地域の活性化に活かしていくとする機運や支援の充実を求める声が高まっていることなどにより、市民満足度は横ばいとなっている。</p>	順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

№	事業名	好循環P・戦略事業	事業の目的	事業内容		事業の進捗	H30概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「昨年度の成果や課題」と「今後の取組方針」
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	宇都宮伝統(ふるさと)文化継承事業	戦略事業	市民協働により本市に伝わる伝統文化・芸能・食等の保存と継承を図る。	宇都宮伝統文化連絡協議会	伝統文化フェスティバル・宮っ子伝統文化体験教室・伝統文化講座・ふるさと料理講座等の実施	計画どおり	3,368	H20		【各種事業の実施を通じた歴史文化に対する意識の高揚】 伝統文化連絡協議会会員が講師となり小中学校において獅子舞等の伝統芸能や黄ふな絵付け等の伝統工芸、地域に伝わる民話等の体験機会を提供している「宮っ子伝統文化体験教室」は、子どもたちの郷土に対する誇りや愛着の醸成に大きく寄与している。 【市民主体による伝統文化の継承活動への支援】 宇都宮伝統文化連絡協議会は本市の伝統文化を振興し、次世代に継承していくため全国に先駆け本市において立ち上げられた団体であり、今後とも連携を強化しながら「宮っ子伝統文化体験教室」や「伝統文化フェスティバル」等を通じて、伝統文化に身近に触れる機会を創出するとともに、地域における継承活動の環境づくりや人材育成への支援を図っていく。
2	文化遺産を活用した地域活性化事業	戦略事業	・歴史文化基本構想に基づき、本市の歴史文化資源に対する理解促進と認知度向上を図る。 ・大谷地域の重要文化的景観選定に向けた取組を推進する。	・宇都宮市歴史文化資源活用推進協議会 ・人々の生活や生業などにより作られた大谷地域の文化的な景観	・本市の歴史文化を紐解く「エイト・ストーリー」の普及啓発の実施 ・大谷地域の重要文化的景観選定に向けた調査検討の実施	計画どおり	3,980	H28		【本市の歴史文化資源の普及啓発及び保存・活用の推進】 本市の歴史文化の魅力や特色を紐解く「エイト・ストーリー」の普及啓発資料等の作成に取り組んだほか、大谷地域の文化的景観を将来にわたって保存するため、国の重要文化的景観選定に向けた調査検討業務を実施した。 【本市の歴史文化資源の普及啓発及び保存・活用の推進】 「エイト・ストーリー」の更なる普及啓発に向け映像資料を制作するほか、「歴史と文化財ホームページ」のリニューアルに取り組み効果的な情報発信を推進する。また、大谷地域の重要文化的景観選定に向け、選定申出に必要な文化的景観保存計画の策定に取り組んでいく。
3	日本遺産を通じた大谷石文化の保存・活用事業	戦略事業	「日本遺産 大谷石文化」の理解促進と認知度向上、保存活用を図る。	宇都宮市大谷石文化推進協議会	調査研究・情報発信・普及啓発・人材育成に係る事業の実施	計画どおり	40,624	H30	先駆的	【宇都宮市大谷石文化推進協議会を核とした魅力発信事業の推進】 本市が申請した「地下迷宮の秘密を探る旅～大谷石文化が息づくまち宇都宮～」のストーリーが国の日本遺産に認定され、官民連携の宇都宮市大谷石文化推進協議会を設置し、大谷石文化の保存や活用に向け、調査研究・情報発信・普及啓発・人材育成に係る様々な事業を実施した。 【大谷石文化に係る市民理解の促進と認知度向上】 様々な機会や媒体を通じて大谷石文化の価値や魅力の情報発信や普及啓発の充実を図り、地域の活性化につなげるほか、官民連携により大谷石文化を活かした観光メニューの創出などの取組を推進するとともに、協議会が持続的に活動できる組織体制づくりに取り組んでいく。
4	うつのみや百人一首市民大会交付金	戦略事業	本市ゆかりの百人一首に触れ親しむ機会の創出を通じて、郷土愛の醸成と本市のブランド化に寄与する。	うつのみや百人一首市民大会実行委員会	うつのみや百人一首市民大会の開催、運送記念全国競技かるた宇都宮大会の開催、百人一首普及啓発事業の実施	計画以上	2,372	H8	独自性トップクラス	【百人一首のまちとしての認知度の向上】 市民大会では小学生部門・個人戦部門でレベル分けを行ったことでより楽しみやすくなり、市民大会・全国大会ともに参加者が過去最多を更新するなど「百人一首のまち」としての市内外の認知度が高まってきている。 【大会の円滑な運営及びブランド力の向上】 大会参加者の増加に伴い、会場のプレックスアリーナ宇都宮において安全かつ円滑な運営を確保するための適正な事業規模や運営スタッフの確保について検討していく。また、市内外に効果的なPRを行い「百人一首のまち」としてブランド力の更なる向上を図っていく。
5	ジャズのまち普及事業補助金	戦略事業	ジャズを核とした幅広い音楽の振興を通じて、郷土愛の醸成と地域の活性化に寄与する。	うつのみやジャズのまち委員会	ふれあい文化教室・ジャズセミナー・学校普及ジャズ等の実施	計画どおり	1,444	H22		【子どもたちへのジャズの普及の充実】 子どもたちが本市ゆかりのジャズに親しむ機会を増やすため、学校に専門講師を派遣する「ふれあい文化教室」の回数を12回から15回に増やすなど、ジャズを核とした音楽の振興に努めた。 【教育普及事業の充実及びブランド力の向上】 「うつのみやジャズのまち委員会」や事務局を担う観光交流課との連携を強化し、教育普及事業やジャズライブ事業などを効果的に推進し、「ジャズのまち」としてブランド力の更なる向上を図っていく。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<p>・市民や来訪者が本市の歴史文化について理解を深め興味関心を喚起するとともに、郷土への誇りや愛着の醸成や、認知度・来訪意欲を高めていくため、歴史文化資源に関する把握・整理や調査研究を進め、その価値や魅力を導出するとともに、保存・活用や普及啓発、情報発信などの取組を推進していく必要がある。</p> <p>・地域固有の歴史文化の価値や魅力を地域の絆づくりや活性化に生かしていくため、地域で育まれた伝統や生活文化を守り伝える団体の育成・支援を推進するほか、本市にゆかりのある歴史文化資源を活かした地域活性化の取組を推進していく必要がある。</p>	<p>・「第2次宇都宮市文化振興基本計画」に基づき、「宇都宮文化の創造・継承」に向け、本市の歴史文化の価値や魅力を紐解く「エイト・ストーリー」の普及啓発や官民連携で構成する「宇都宮市大谷石文化推進協議会」を核として「日本遺産 大谷石文化」の魅力発信の取組を推進する。 また、地域において大切に守り継がれてきた歴史文化資源を市民共有の財産として保存・活用を図るため「(仮称)宇都宮市民遺産制度」の創設に取り組むとともに、市民や子どもたちが本市の歴史文化について理解を深めるため、「宮っ子伝統文化体験教室」や地域への出前講座、生涯学習センター等における歴史文化講座を実施する。</p> <p>・「文化を活かしたまちづくりの推進」に向け、「宇都宮伝統文化連絡協議会」や「宇都宮市文化財ボランティア協議会」と連携し市民主体による歴史文化資源の保存・活用の取組を推進する。 また、本市ゆかりの文化資源である「百人一首」を活かした「百人一首市民大会」などの開催のほか、「ジャズ」を核とした音楽の振興を図るため「学校普及ジャズ」などを開催するとともに、全国的にも稀有な「うつのみや妖精ミュージアム」において妖精資料を活用した企画展等を実施する。</p>