

令和2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
-------	-------	-------------	-----

関連するSDGs目標

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	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。
------	--

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略						
産出	基本目標Ⅱ	本市への移住を希望する住民を積極的に受け入れる体制づくりなど、特に若い世代の女性の東京圏からの流入人口の増加を図るとともに、東京圏の住民や企業に対し、本市と多様な形で関わりを持ち、将来的な移住等に繋げる「関係人口」の創出・拡大を図る。					
成果	基本目標Ⅱ	本市への移住を希望する住民を積極的に受け入れる体制づくりなど、特に若い世代の女性の東京圏からの流入人口の増加を図るとともに、東京圏の住民や企業に対し、本市と多様な形で関わりを持ち、将来的な移住等に繋げる「関係人口」の創出・拡大を図る。					

① 施策指標	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	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	
基準値(H28)		実績値	189件	221件	242件			
目標値(R4)		単年度の達成度	300件	100.5%	100.8%			
単年度目標値		実績値						
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%	A
	基準値(H29)	実績値	市内 86.1% 市外 65.6%					
	目標値(R4)	単年度の達成度	市内 91% 市外 71%					
	単年度目標値	実績値						
※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
	基準値(H29)	実績値	90.3%	92.1%	91.8%			
	目標値(H34)	単年度の達成度	92.5%	101.8%	100.9%			
	単年度目標値	実績値						

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
	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%	30.8%	
(%)	H30	2.5%	26.6%	29.1%	24.9%	9.1%	31.5%		
	R1	4.2%	31.3%	35.5%	28.6%	5.2%	27.1%		
	R2								
	R3								

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
----------------	----------------------------	--	--	--	--	---

【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
	「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」	中核市平均	15.1	17.3				
※「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	本市実績	13.8	18.9					
	本市順位	24位/54市	20位/58市					

※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、宇都宮ブランド戦略第3期アクションプランの中間年(R2)及び最終年(R4)に把握予定であることから、R1の評価においては、市政世論調査の「宇都宮が好きな人の割合」を代用する。

※『①施策指標』の単年度の達成度の計算について	
★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値} - \text{目標値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 減進型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値} - \text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

※ 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	A
	② 市民意識 調査結果 (満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-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	A
	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 (現状とその要因の分析)		総合評価		
施策を取り 巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 餃子(ご当地グルメランキング1位)、ジャズ、カクテル、プロスポーツ、大谷地域(大谷石文化)など既存の地域資源の振興のほか、LRT整備やJR宇都宮駅東口整備など都市の風格を高めるまちづくりが推進されている。 住み良さランキング3位、共働き子育てしやすい街ランキング8位など、暮らしの豊かさが確保されている。 SDGs未来都市(SDGs先進度3位)やスマートシティ(国の先行モデルプロジェクトに選定)など先駆的な取組は、本市の価値や魅力を高める新たな強みになることが期待される。 東京圏に設置予定の新たな交流活動拠点を通じて、東京圏の人や企業に対して、本市の様々な魅力の発信強化が期待される。 新型コロナウイルスにより、大型イベントの中止や観光需要の低迷など大きな影響が出ているが、国・県・本市において様々な消費喚起策が計画されるなど、経済のV字回復に向けた動きの加速化が期待される。 新型コロナウイルスに伴うテレワークの普及など働き方の変化や、3密リスクの回避など新しい生活様式への転換は、東京圏の極集中から地方への移住・定住を促進する後押しとなることが期待される。 	95点		
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> 宇都宮ブランド推進協議会の公式ツイッター・フェイスブックや、ミヤラー公式ツイッター等による着実な情報発信のほか、国内最大規模のメディア向け配信サイトを活用し情報発信に取り組んだ結果、魅力発信件数は増えている。 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、本市を「好き」又は「どちらかといえば好き」と答えた人の割合は、令和元年度を含め6年連続で90%を超えている。 	市民満足度	SNS等を活用した魅力発信件数の増加や、オリジナル愉快ロゴ1,000個達成セレモニーや百人一首市民大会を活用したギネス記録の達成など、市民参加型の取組が多くのメディアに取り上げられ、市民への効果的なPRが行われたことなどにより、ブランド戦略に対する市民の理解がやや高まったものと考えられる。	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 ・ SDGs	事業の目的	事業内容		事業の 進捗	R1 概算 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(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	都市ブランド戦略の推進	好循環P 戦略事業	本市の魅力や認知度の向上による、市民の誇りや市外からの憧れの獲得	市・内外の人、企業等	「ブランド・メッセージ」を基に本市の魅力を発信	計画どおり	55,864	H20	先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:宇都宮の情報に触れる機会の創出、事業パートナーとの関係性の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内最大規模のメディア向け情報配信サイト等を活用し幅広く情報発信を行った結果、メディア(新聞、テレビ、ウェブ)への露出は前年比1.4倍になるなど確実に増えた。一方、東京圏イベント時のアンケートでは、本市の魅力が2つ以上知っている人の割合は5割弱であり、東京圏を中心に本市の情報に触れる機会や魅力的なコンテンツ(動画、パンフレット等)を更に増やしていくことが必要である。 ・特別区連携プロジェクトの一環で港区主催イベントへの参加を通じて、港区と良好な関係を築き、港区広報紙で宇都宮の魅力を紹介してもらうなど、新たな情報発信に繋がったところであり、こうした事業パートナーとの関係を一過性にせず、育んでいくことで更なる情報発信に取り組むことが必要である。 <p>【②今後の取組方針】:宇都宮の情報に触れる機会の増加、事業パートナーとの関係性の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京圏の新たな交流活動拠点を活用しながら、魅力的なコンテンツの作成やメディアの目に留まる工夫をするなどにより、宇都宮の情報に触れる機会や場を増やしていく。 ・港区との関係性を強化しながら、本市の魅力が東京圏に効果的に発信していくとともに、新たな特別区や東京圏の企業・団体との連携を図るなど、事業パートナーの獲得に努めていく。 ・今後の事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染症の状況を注視する必要があるが、感染症を契機とした地方への分散・回帰の機運の高まりを捉えるとともに、消費喚起策など経済のV字回復に向けた動きに合わせて、庁内関係部署や関係団体等と連携しながら本市の魅力発信に取り組んでいく。

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>・宇都宮の情報に触れる機会の創出 国内最大規模のメディア向け情報配信サイト等を活用し幅広く情報発信を行った結果、メディア(新聞、テレビ、ウェブ)への露出は前年比1.4倍になるなど確実に増えた。一方、東京圏イベント時のアンケートでは、本市の魅力が2つ以上知っている人の割合は5割弱であり、東京圏を中心に本市の情報に触れる機会や魅力的なコンテンツ(動画、パンフレット等)を更に増やしていくことが必要である。</p> <p>・事業パートナーとの関係性の強化 特別区連携プロジェクトの一環で港区主催イベントへの参加を通じて、港区と良好な関係を築き、港区広報紙で宇都宮の魅力を紹介してもらうなど、新たな情報発信に繋がったところであり、こうした事業パートナーとの関係を一過性にせず、育んでいくことで更なる情報発信に取り組むことが必要である。</p>	<p>・宇都宮の情報に触れる機会の増加 東京圏の新たな交流活動拠点を活用しながら、魅力的なコンテンツの作成やメディアの目に留まる工夫をするなどにより、宇都宮の情報に触れる機会や場を増やしていく。</p> <p>・事業パートナーとの関係性の強化 港区との関係性を強化しながら、本市の魅力が東京圏に効果的に発信していくとともに、新たな特別区や東京圏の企業・団体との連携を図るなど、事業パートナーの獲得に努めていく。</p> <p>・今後の事業実施にあたっては、新型コロナウイルス感染症の状況を注視する必要があるが、感染症を契機とした地方への分散・回帰の機運の高まりを捉えるとともに、消費喚起策など経済のV字回復に向けた動きに合わせて、庁内関係部署や関係団体等と連携しながら本市の魅力発信に取り組んでいく。</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。

No.	事業名	好循環P 戦略事業 SDGs	事業の目的	事業内容		事業の 進捗	R1 事業 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(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	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・定住する人を増やす。	東京圏を中心とした、本市外に在住する方	・移住定住アプリなどによる本市の魅力・情報の発信 ・ワンストップ窓口による相談受付 ・本市における各種支援制度の利用促進	計画どおり	3,565	H28	独自性 先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):移住・定住に関する情報発信の充実と支援制度の拡充】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和元年度は、「移住・定住アプリ」による情報発信を実施するとともに、県と連携して、東京圏からの移住者に対して支援金を給付する事業を実施した。 ・コロナの影響等により年度末の移住・定住相談窓口への相談件数が低調となり、昨年度と比較して全体件数は横ばいの結果となった。 ・また、大学進学を契機に多くの学生が東京圏に流出していることが課題となっており、移住・定住の促進だけでなく、本市にゆかりのある東京圏在住者や本市出身学生などに対して、本市の魅力を認識してもらい関係人口の創出やUターン就職を促進する必要がある。 <p>【②今後の取組方針:移住・定住の更なる促進と関係人口の創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、効果的な情報発信による移住・定住の促進を図るとともに、本市と継続的な関わりを持つ関係人口の創出や東京圏に在住した本市出身学生などの若者をターゲットとした取組の強化を図っていく。
2	みや暮らし体験事業	好循環P 戦略事業	地方への移住を検討する方などに、本市の魅力を知ってもらう体験の機会を提供し、本市への移住・定住人口の増加を図る。	東京圏を中心とした、本市外に在住する住民	・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	計画どおり	2,512	H30		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):事業の周知・PRの強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業手法を見直したことにより、事業実施期間を前年度よりも延長し、利用者数を増やすことができた。 ・利用者の声としては、宇都宮での生活や移住に当たっての公的支援、東京圏への通勤可否を確認することができたとあり、移住検討熱度の向上につながった。 ・また、県主催の移住促進イベントへの出展によるPRや電車内の広告、移住情報誌への記事掲載など、周知・PRを強化したことで、申込みや問合せにつながった。 <p>【②今後の取組方針:就労支援など他分野との連携による多様なニーズへの対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・移住希望者の様々なニーズに対応できるよう、農業体験プログラムの提供など他課や関係団体との連携方策等について検討する。 ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う生活意識や行動の変化により、首都圏をはじめとする在宅勤務経験者等において地方移住への関心の高まりがみられることから、こうした新たな需要に対応する事業内容等について検討を進める。
3	宇都宮ブランド戦略の推進	好循環P 戦略事業	本市の魅力や認知度の向上による、市民の誇りや市外からの憧れの獲得	市・内外人、企業等	「ブランド・メッセージ」を基に本市の魅力を発信	計画どおり	55,864	H20	先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):宇都宮の情報に触れる機会の創出、事業パートナーとの関係性の構築】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内最大規模のメディア向け情報配信サイト等を活用し幅広い情報発信を行った結果、メディア(新聞、テレビ、ウェブ)への露出は前年比1.4倍になるなど確実に増えた。一方、東京圏イベント時のアンケートでは、本市の魅力や2つ以上知っている人の割合は5割弱であり、東京圏を中心に本市の情報に触れる機会や魅力的なコンテンツ(動画、パンフレット等)を更に増やしていく必要がある。 ・特別区連携プロジェクトの一環で港区主催イベントへの参加を通じて、港区と良好な関係を築き、港区広報紙で宇都宮の魅力を紹介してもらったりなど、新たな情報発信に繋がったところもあり、こうした事業パートナーとの関係を一過性にせず、育んでいくことで更なる情報発信に取り組む必要がある。 <p>【②今後の取組方針:宇都宮の情報に触れる機会の増加、事業パートナーとの関係性の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京圏の新たな交流活動拠点を活用しながら、魅力的なコンテンツの作成やメディアの目に留まる工夫をするなどにより、宇都宮の情報に触れる機会や場を増やしていく。 ・港区との関係性を強化しながら、本市の魅力や東京圏に効果的に発信していくとともに、新たな特別区や東京圏の企業・団体との連携を図るなど、事業パートナーの獲得に努めていく。
4	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	・とちぎ本社機能立地促進プロジェクトに基づき、栃木県から計画の認定を受けた企業 ・市内にオフィスを新増設する企業	・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 ・新増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	計画どおり	4,806	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"> ・本社機能移転関係については、市内への本社機能の整備に向けた栃木県の認定が堅調に推移しており、本市への本社機能移転・拡充は着実に進んでいる状況にある。 ・オフィス企業立地関係については、市内でオフィスを増設する企業からの補助金の申請が堅調に伸びている。 <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補助していくとともに、法人市民税、固定資産税及び事業所税に関する不均一課税を行うため、「宇都宮市地方活力向上地域における市税の不均一課税」を改正し、適用期間を延長する。 ・今後の成長産業であり、雇用の受け皿となるICT関連企業の立地促進に向け、当該企業の立地動向を踏まえながら、オフィス企業立地の補助制度を拡充する。 ・更なる申請件数の増加や、東京圏を中心とした新規立地を促すため、都内での制度周知等を強化する。
5	起業家創出事業(Uターン補助金)(再掲)		本市における起業・創業の促進	Uターン、Jターン、ターンにより市内に移住し、新たに起業した(しようとする)方	法人設立費用、事業拠点費用、生活拠点費用の一部を補助	計画どおり	3,137	H20		<p>①【補助金制度の見直しと採択企業の経営支援の継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和元年度は、社会環境の変化や国が新たに創設した創業補助金の内容等を踏まえ、本制度の見直しを行うとともに、中小企業診断士による経営相談の実施により、事業のブラッシュアップが図られ、現在採択中の事業者のうち、2店舗目を開店予定の採択者が輩出された。 ・開業後思うように収益が上げられない採択者も見受けられることから、創業相談窓口の積極的な活用促進と、事業のブラッシュアップの支援が必要である。 <p>②【採択企業の確実な事業継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・補助採択者の事業活動を確実に軌道に乗せるため、中小企業診断士の経営診断の他、先輩起業家からの実践的なアドバイスを受けられる「ベンチャーズサポーター制度」の積極的な活用を促しながら、事業活動の安定と成長に取り組む。

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>・情報発信力の強化 本市の移住・定住にかかる情報を、より多く触れることができるよう、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。 また、東京圏に転出の多い若年層をターゲットとした効果的な情報発信を検討する必要がある。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の影響による人や企業の地方回帰の動きを捉えた施策の検討 「3密」の回避やテレワーク等の浸透により、人や企業の地方回帰の機運が高まっていると見込まれているが、地方回帰や移住ニーズを現状を分析したうえで、移住・定住施策を検討する必要がある。</p>	<p>・情報発信力の強化 アプリやパンフレットによる情報発信に加え、令和2年度設置予定の都内の交流・活動拠点において、都市と自然のバランスのとれた生活環境など本市の魅力や、東京圏からの移住者に対して支援金を給付する国の事業も含めた本市の支援策を効果的に発信することで、本市への移住・定住を促進する。 また、ターゲットに応じた情報発信、特に若年層に対する更なる情報発信手法について検討する。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の影響による人や企業の地方回帰の動きを捉えた施策の実施 オンライン移住相談の充実に加え、都内の交流・活動拠点において、本市の魅力や発信するとともに、東京圏における人や企業のニーズを把握し、移住・定住支援策の充実について検討する。</p>

令和2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
-------	-------	-------------	--------

関連する SDGs目標	8 働きがいも 経済成長も	17 パートナーシップで 目標を達成しよう
----------------	---------------------	-----------------------------

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	石の里天谷を始めとする、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。
------	--------------------------------------

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略					
産出	基本目標Ⅱ	本市への移住を希望する住民を積極的に受け入れる体制づくりなど、特に若い世代の女性の東京圏からの流入人口の増加を図るとともに、東京圏の住民や企業に対し、本市と多様な形で関わりを持ち、将来的な移住等に繋げる「関係人口」の創出・拡大を図る。				
成果						

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価	
								移住・定住に関する相談件数(累計)
基準値(H29)	55 (単年度)	実績値	135 (80)	207 (72)				
目標値(R4)	600	単年度の 達成度	84.4%	76.7%				
単年度 目標値								
基準値(H29)		実績値						
目標値(R4)		単年度の 達成度						
成果指標	東京圏から本市への転入者数	単年度 目標値	11,178	16,833	22,545	28,325	34,173	B
	基準値(H29)	5,567	実績値	10,948 (5,381)	16,421 (5,473)			
	目標値(R4)	34,173	単年度の 達成度	97.9%	97.6%			
	単年度 目標値							
	基準値(H29)		実績値					
	目標値(R4)		単年度の 達成度					

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
(%)	H30	3.7%	19.5%	23.2%	20.0%	7.9%	44.1%	
R1	4.7%	22.1%	26.8%	21.1%	6.0%	42.2%		
R2								
R3								
R4								

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
----------------	----------------------------	--	--	--	--	--	---

〔参考指標〕	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
							中核市平均		
本市実績									
本市順位									

※『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: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-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	A
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 (現状とその要因の分析)		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が進む中、本市においても、東京圏に対する転出超過が拡大しており、特に若年層の転出が多いことから、若年層をターゲットとした移住・定住施策が求められる。 内閣府の調査において、新型コロナウイルス感染症の影響として、勤務場所や時間に捉われないテレワークの浸透などにより、東京圏から地方への移住ニーズは今後ますます高まっていくものと見込まれている。 	85点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> 移住・定住相談窓口での対応のほか、東京圏での各種セミナー等での相談対応を積極的に行ったが、目標値には届かなかったため、相談窓口の更なる周知など、相談件数の増加に資する取組強化が求められる。 また、移住の熟度に応じた様々な取組を実施したが、各市町において同様の取組を実施しているところであり、「移住」における都市間競争が激しくなっていることから、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
市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> 「移住」について全国的にマスメディアによる報道が増え、移住に対する関心が高まる中、本市においては、移住・定住セミナーの開催や移住相談窓口の充実、みや暮らし体験事業など様々な移住・定住施策を実施しているところであり、これらの取組が評価され、市民満足度の向上につながったと考えられる。 「わからない」との回答が依然として高いことから、更なる移住・定住の促進により、転入者の増加につなげることで、市民における移住定住の取組に対する理解促進に努める。 	

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 SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R1 概算 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(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	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	東京圏に在住者に本市の魅力を知ってもらい、本市へ移住・定住する人を増やす。	東京圏を中心とした、本市外に在住する方	・移住定住アプリなどによる本市の魅力・情報の発信 ・ワンストップ窓口による相談受付 ・本市における各種支援制度の利用促進	計画どおり	3,565	H28	独自性 先駆的	【①昨年度の評価(成果や課題)】移住・定住に関する情報発信の充実と支援制度の拡充 ・令和元年度は、「移住・定住アプリ」による情報発信を実施するとともに、県と連携して、東京圏からの移住者に対して支援金を給付する事業を実施した。 コロナの影響等により年度末の移住・定住相談窓口への相談件数が低調となり、昨年度と比較して全体件数は横ばいの結果となった。 ・また、大学進学を契機に多くの学生が東京圏に流出していることが課題となっており、移住・定住の促進だけでなく、本市にゆかりのある東京圏に在住者や本市出身学生などに対して、本市の魅力を認識してもらい関係人口の創出やUターン就職を促進する必要がある。 【②今後の取組方針】移住・定住の更なる促進と関係人口の創出 引き続き、効果的な情報発信による移住・定住の促進を図るとともに、本市と継続的な関わりを持ち関係人口の創出や東京圏に在住した本市出身学生などの若者をターゲットとした取組の強化を図っていく。
2	みや暮らし体験事業	好循環P 戦略事業	地方への移住を検討する方などに、本市の魅力を知ってもらう体験の機会を提供し、本市への移住・定住人口の増加を図る。	東京圏を中心とした、本市外に在住する住民	・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	計画どおり	2,512	H30		【①昨年度の評価(成果や課題)】事業の周知・PRの強化 ・事業手法を見直したことにより、事業実施期間を前年度よりも延長し、利用者数を増やすことができた。 ・利用者の声としては、宇都宮での生活や移住に当たっての公的支援、東京圏への通勤可否を確認することができたことあり、移住検討熱度の向上につながった。 ・また、県主催の移住促進イベントへの出展によるPRや電車内の広告、移住情報誌への記事掲載など、周知・PRを強化したことで、申込みや問合せにつながった。 【②今後の取組方針】就労支援など他分野との連携による多様なニーズへの対応 ・移住希望者の様々なニーズに対応できるよう、農業体験プログラムの提供など他課や関係団体との連携方策等について検討する。 ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う生活意識や行動の変化により、首都圏をはじめとする在宅勤務経験者等において地方移住への関心の高まりがみられることから、こうした新たな需要に対応する事業内容等について検討を進める。
3	宇都宮ブランド戦略の推進	好循環P 戦略事業	本市の魅力や認知度の向上による、市民の誇りや市外からの憧れの獲得	市・内外の人、企業等	「ブランド・メッセージ」を基に本市の魅力を発信	計画どおり	55,864	H20	先駆的	【①昨年度の評価(成果や課題)】宇都宮の情報に触れる機会の創出、事業パートナーとの関係性の構築 ・国内最大規模のメディア向け情報配信サイト等を活用し幅広く情報発信を行った結果、メディア(新聞、テレビ、ウェブ)への露出は前年比1.4倍になるなど確実に増えた。一方、東京圏イベント時のアンケートでは、本市の魅力を知っている人の割合は5割弱であり、東京圏を中心に本市の情報に触れる機会の魅力的なコンテンツ(動画、パンフレット等)を更に増やしていく必要がある。 ・特別区連携プロジェクトの一環で港区主催イベントへの参加を通じて、港区と良好な関係を築き、港区広報紙で宇都宮の魅力を紹介してもらったなど、新たな情報発信に繋がったところであり、こうした事業パートナーとの関係を一過性にせず、育んでいくことで更なる情報発信に取り組む必要がある。 【②今後の取組方針】宇都宮の情報に触れる機会の増加、事業パートナーとの関係性の強化 ・東京圏の新たな交流活動拠点を活用しながら、魅力的なコンテンツの作成やメディアの目に留まる工夫をするなどにより、宇都宮の情報に触れる機会や場を増やしていく。 ・港区との関係性を強化しながら、本市の魅力を東京圏に効果的に発信していくとともに、新たな特別区や東京圏の企業・団体との連携を図るなど、事業パートナーの獲得に努めていく。
4	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	・とちぎ本社機能立地促進プロジェクトに基づき、栃木県から計画の認定を受けた企業 ・市内にオフィスを新増設する企業	・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 ・新増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	計画どおり	4,806	H29		①【支援制度の活用による本社機能・オフィス企業の立地】 ・本社機能移転関係については、市内への本社機能の整備に向けた栃木県の認定が堅調に推移しており、本市への本社機能移転・拡充は着実に進んでいる状況にある。 ・オフィス企業立地関係については、市内でオフィスを増設する企業からの補助金の申請が堅調に伸びている。 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】 ・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補助していくとともに、法人市民税、固定資産税及び事業所税に関する不均一課税を行うため、「宇都宮市地方活力向上地域における市税の不均一課税に関する条例」を改正し、適用期間を延長する。 ・今後の成長産業であり、雇用の受け皿となるICT関連企業の立地促進に向け、当該企業の立地動向を踏まえながら、オフィス企業立地の補助制度を拡充する。 ・更なる申請件数の増加や、東京圏を中心とした新規立地を促すため、都内での制度周知等を強化する。
5	起業家創出事業(Uターン補助金)(再掲)		本市における起業・創業の促進	Uターン、Jターン、Iターンにより市内に移住し、新たに起業した(しよとする)方	法人設立費用、事業拠点費用、生活拠点費用の一部を補助	計画どおり	3,137	H20		①【補助金制度の見直しと採択企業の経営支援の継続】 ・令和元年度は、社会環境の変化や国が新たに創設した創業補助金の内容等を踏まえ、本制度の見直しを行うとともに、中小企業診断士による経営相談の実施により、事業のブラッシュアップが図られ、現在採択中の事業者のうち、2店舗目を開店予定の採択者が輩出された。 ・開業後思うように収益が上がらない採択者も見受けられることから、創業相談窓口の積極的な活用促進と、事業のブラッシュアップの支援が必要である。 ②【採択企業の確実な事業継続】 ・補助採択者の事業活動を確実に軌道に乗せるため、中小企業診断士の経営診断の他、先輩起業家からの実践的なアドバイスを受けられる「ベンチャーズサポーター制度」の積極的な活用を促しながら、事業活動の安定と成長に取り組む。

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>・情報発信力の強化 本市の移住・定住にかかる情報を、より多く触れることができるよう、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。 また、東京圏に転出の多い若年層をターゲットとした効果的な情報発信を検討する必要がある。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の影響による人や企業の地方回帰の動きを捉えた施策の検討 「3密」の回避やテレワーク等の浸透により、人や企業の地方回帰の機運が高まっていると見込まれているが、地方回帰や移住ニーズを現状を分析したうえで、移住・定住施策を検討する必要がある。</p>	<p>・情報発信力の強化 アプリやパンフレットによる情報発信に加え、令和2年度設置予定の都内の交流・活動拠点において、都市と自然のバランスのとれた生活環境など本市の魅力や、東京圏からの移住者に対して支援金を給付する国の事業も含めた本市の支援策を効果的に発信することで、本市への移住・定住を促進する。 また、ターゲットに応じた情報発信、特に若年層に対する更なる情報発信手法について検討する。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の影響による人や企業の地方回帰の動きを捉えた施策の実施 オンライン移住相談の充実に加え、都内の交流・活動拠点において、本市の魅力を発信するとともに、東京圏における人や企業のニーズを把握し、移住・定住支援策の充実について検討する。</p>

令和2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
-------	---------	-------------	-----

関連するSDGs目標

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。
------	---

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略
産出	
成果	

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	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		施策の満足度(%) [「満足」と「やや満足」の合計]		基準値(H29)	9.9%	25.6%	35.6%	20.1%	6.0%	31.2%	A
	基準値(H29)	6	実績値	8	9				H30	5.9%	32.0%	37.9%	20.4%	8.1%	28.6%			
	目標値(R4)	12	単年度の達成度	114.2%	100.0%				R1	6.0%	39.8%	45.8%	16.7%	8.1%	26.0%			
	単年度目標値								R2									
基準値(H29)		実績値					R3											
目標値(R4)		単年度の達成度					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		※ 各事業の詳細は「3 主要な構成事業の状況」を参照	③ 主要な構成事業の進捗状況						A		
	基準値(H29)	31	実績値	32.4	33.7					中核市水準比較 観光客入れ込み客数/市民1人 中核市平均: 22.2, 22.2 本市実績: 28.4, 29.0 本市順位: 9位/54市中, 8位/58市中								
	目標値(R4)	37	単年度の達成度	101.3%	99.1%					評価の組合せ 指標 評価								
	単年度目標値									指標 評価								
基準値(H29)		実績値					指標 評価											
目標値(R4)		単年度の達成度					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)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 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を目標に掲げており、来年度の東京オリンピックを契機にスポーツ全体の更なる盛り上がりも期待できることから、本市ブランド力の更なる向上に向け、これまで本市が進めてきた国際的スポーツイベントの誘致開催をはじめとしたスポーツ関連施策の充実に取り組み必要がある。 人口減少による都市の活力低下を抑制するため、多くの自治体で地域資源を活用した交流人口の増加による地域経済の活性化に取り組んでいることから、他自治体との差別化を図り、本市の優位性を高める施策を検討する必要がある。 新型コロナウイルス感染症が東京2020オリンピックの延期などスポーツ界に大きな影響を及ぼし、本市においても令和2年度のジャパンカップサイクルロードレースと3x3ワールドツアー等が中止となったことから、令和3年度の開催に向けて、ブランド力や盛り上がりの維持を図る必要がある。 	95点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> ジャパンカップについて、トッププロ選手による高質なレースの提供や幅広い世代が参加できるレースの実施に加え、クリテリウム10回大会を記念し、女子選手によるウイメンズクリテリウムを初開催したことにより、サイクルレース数は目標を達成することができた。また、過去2番目となる13万2千人が来場し、28億1千万円の経済波及効果を創出することができた。 3x3について、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したとともに、東京オリンピック出場国発表セレモニーの実施や宇都宮餃子祭りなど街なかのイベントとの連携等により、過去最高となる7万8千人の来場を得た。また、経済効果についても過去最高の5億6千万円を創出することができ、ジャパンカップと3x3を併せた経済波及効果は目標を下回ったものの、過去最高を記録することができた。 	市民満足度
	<ul style="list-style-type: none"> ジャパンカップをクリテリウム10回記念として開催したとともに、3x3においてはワールドツアーファイナルを開催し、これまで以上に賑わいや盛り上がり創出できたほか、本市をホームタウンとする3つのプロスポーツチームにおけるリーグ戦での活躍や地域貢献活動の積極的な実施などにより、市民満足度が向上している。 	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・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R1 経費 事業費 (千円)	開始年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(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	ジャパンカップサイクルードレースの開催	SDGs 好循環P 戦略事業	国際大会の開催により、「自転車のみ」を推進し、交流人口の増加や地域経済の活性化、本市ブランド力の向上、シビックプライドの醸成を図る。	・NPO法人ジャパンカップサイクルードレース協会 ・市民を含む大会来訪者、選手ほかチーム関係者	・ジャパンカップサイクルードレースの開催に係る経費の一部を交付 ・安全安心な大会運営に向けたコース整備等を実施	計画以上	174,495	H4	トップクラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】安全かつ円滑な大会運営と地域経済の活性化、大会の更なる魅力向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大会1週間前の台風により、レースコース等に被害があったが、民間事業者等の協力のもと迅速な復旧により予定どおり大会を開催するとともに、安全かつ円滑な大会運営を行うことができた。 ・クリテリウム10回大会を記念し初開催したウィメンズクリテリウムや、ワールドチームの有名選手による優勝争いなど高質なレースが展開されたこともあり、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(前年同数)が来場し、28億1千万円(対前年比約1%増)の経済波及効果を創出した。 ・UCI(国際自転車競技連合)による2020シーズンからの新たなレースカテゴリー体系導入に対し、「UCIプロシリーズ」の承認を受けたとともに、ジャパンカップの更なる魅力向上に向けた調査研究を行った。 <p>【②今後の取組方針】大会の魅力維持・向上と次年度の開催に向けた準備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、令和2年度の大会が中止となったことから、ジャパンカップのブランド力や盛り上がり維持・向上につながる取組を実施するとともに、ワールドチームの招聘や協賛金の獲得に向けた取組、UCIの感染予防に係るガイドラインに沿った大会の準備を行うなど、来年度の大会に向けて魅力の維持・向上に取り組んでいく。
2	「3x3のまち」推進による都市魅力向上事業	SDGs 戦略事業	国際大会の開催をはじめとする「3x3のまち」の推進により、交流人口の増加や地域経済の活性化、本市ブランド力の向上、シビックプライドの醸成を図る。	・FIBA 3x3 World Tour Utsunomiya Final 2019実行委員会 ・市民を含む大会来訪者、選手ほかチーム関係者	・宇都宮ファイナルの開催に係る費用の一部を交付 ・宇都宮市長杯の初開催をはじめ、国内トップリーグの誘致や小中学校への屋外バスケットゴールの設置等	計画以上	96,116	H28	トップクラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】地域経済の活性化と本市の魅力発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宇都宮市長杯や東京オリンピック出場国発表セレモニーなどを通して大会の機運を醸成しながら、大会当日においては、宇都宮餃子祭りなど街なかのイベントとの連携や、顔認証技術による実証実験等スマートシティの実現に向けた取組の展開により、過去最高となる7万8千人(対前年比約17%増)が来場し、経済効果も過去最高の5億6千万円(対前年比約23%増)を創出した。 ・100ヶ国以上のテレビ局にて大会の様子が取り上げられたほか、FIBA(国際バスケットボール連盟)会長をはじめとした多くの大会関係者等を迎え、本市の魅力を発信したことにより、YouTubeで約1,300万viewを記録するなど、本市の知名度の向上につながった。 <p>【②今後の取組方針】大会の魅力維持・向上と次年度の開催に向けた準備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、令和2年度の大会が中止となったことから、3x3のブランド力や盛り上がり維持・向上につながる取組を実施するとともに、協賛金の獲得に向けた取組やFIBAの感染予防に係るガイドラインに沿った大会の準備を行うなど、来年度の大会に向けて魅力の維持・向上に取り組んでいく。
3	東京2020オリンピックキャンプ地誘致事業	SDGs 戦略事業	スポーツを通じた中心市街地の活性化や市民が世界の「本物」に触れる機会の拡大等を図る。	・FIBA(国際バスケットボール連盟) ・東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 ・栃木県	・オリンピックに合わせた本市独自の取組の推進 ・栃木県が進めるハンガリー選手団の事前トレーニングキャンプへの協力	計画どおり	0	H26		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】オリンピックに向けた本市独自の取組の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際競技団体であるFIBAと連携しながら、オリンピックの出場国に対し、3x3という競技での事前トレーニングキャンプを呼びかけられる本市独自の取組を行うことができた。また、コミュニティライブサイトについても、実施概要をまとめ、組織委員会に申請することができた。 <p>【②今後の取組方針】オリンピックと連動したイベント開催への準備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京オリンピックが令和3年度に延期されたことから、本市での事前トレーニングキャンプについて、FIBAと連携しながら、出場国との調整を進めていくとともに、コミュニティライブサイトについても、改めて組織委員会との調整を進めていく。 ・ハンガリー選手団の受け入れについては、トレーニングキャンプや交流事業など、引き続き、栃木県と連携しながら、取組を進めていく。
4	宇都宮サイクルスポーツ推進事業	SDGs 好循環P 戦略事業	国際大会の開催により「自転車のみ」を推進し、交流人口の増加やサイクルスポーツの振興を図る。	・宇都宮サイクルスポーツ推進委員会 ・市民を含む大会来訪者、選手ほかチーム関係者	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	9,860	H27		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】国際レースとしてのシクロクロスの開催と付帯イベントによる盛り上がり創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外選手が過去最多の出場となり、国内トップ選手との首位争いなど迫力ある高質なレースが展開されたとともに、キックバイク大会やアウトドア体験エリアの設置など多彩な付帯イベントを実施したことで、2日間で2万5千人(前年同数)が来場し、盛り上がり創出することができた。 <p>【②今後の取組方針】安心・安全な大会の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、令和2年度の大会が中止となったことから、引き続き、シクロクロスの認知度の向上や「自転車のみ」の推進に向け、シクロクロスを体験できる環境の創出に取り組んでいく。
5	プロスポーツチーム支援事業		・3つのプロスポーツチームのホームタウン自治体として、支援策を実施することにより、シビックプライドの醸成や地域の活性化を図る。	・本市を拠点に活動する3プロスポーツチーム ・全市民	・公式戦や練習等、活動環境の向上に向けた支援 ・ファン層拡大に向けた広報支援 ・地域貢献活動等の場(機会)の提供	計画どおり	0	H26		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】ホームタウン自治体としての支援連携策の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宇都宮ブリッツェンと連携し、「うのみやサイクリング」等において本市の魅力を発信したほか、栃木SCと宇都宮ブルックスのホームゲームにおける「宇都宮愉快デー」の開催や、JR宇都宮駅東西自由通路への歓迎ボスターの掲出を通して、アウェイサポーターのおもてなしを実施した。 ・プロスポーツチームの活動環境向上のため、市有施設の優先予約を行った。 <p>【②今後の取組方針】支援連携策の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロスポーツチームの課題を共有できるよう、チームとの連絡調整を積極的に行うとともに、新型コロナウイルス感染症のプロスポーツチームへの影響を踏まえた支援策を実施していく。

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)
<p>・本市が誘致開催する国際的スポーツイベントの魅力の維持・向上</p> <p>これまで本市が取り組んできたジャパンカップサイクルードレースや3x3ワールドツアー、シクロクロスといった国際的スポーツイベントの誘致開催について、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い令和2年度の大会が中止となったところであるが、全国に誇れる宇都宮ブランドとして確立できるよう、来年度の大会に向けて魅力の維持・向上に取り組む必要がある。</p> <p>・新たな魅力の創出</p> <p>多くの自治体で地域資源を活用した交流人口の増加による地域経済の活性化に取り組んでいることを踏まえ、他自治体との差別化を図り、本市の優位性を高められるよう、これまで国際的スポーツイベントの誘致開催に取り組んできた経験を活かした施策や本市ならではの地域資源を活用した施策を検討する必要がある。</p>	<p>・本市が誘致開催する国際的スポーツイベントの魅力の維持・向上</p> <p>今年度の取組として、ジャパンカップについては、これまで築き上げてきたブランド力の維持に向けて、オンラインで国内外の有力選手などがレースを行う「デジタルジャパンカップ」の開催等を通じて、ジャパンカップの魅力国内外に発信する。3x3については、東京オリンピックに向けた盛り上がり創出に向けて、国内トップリーグのチームが出場する大会や街なか複数のコートを設置して幅広い年代の方が参加できる大会の開催を通じて、市民へ「3x3のまち宇都宮」の更なる浸透や3x3の魅力発信に取り組む。シクロクロスについては、シクロクロスを体験できる環境を創出するなど、市民の認知度向上や普及促進に取り組む。</p> <p>また、来年度の大会を安心・安全に開催できるよう、UCI(国際自転車競技連合)やFIBA(国際バスケットボール連盟)と連携しながら、選手や観戦者、運営スタッフ等への感染予防に係る準備を進める。</p> <p>・新たな魅力の創出</p> <p>東京オリンピック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)の盛り上がり期待されることから、新たな資源としての活用の可能性を探るとともに、体験型観光ニーズの高まりなど社会環境の変化を注視し、地域経済の発展に寄与する可能性がある地域資源の発掘や活用方策等を検討していく。</p>

令和2年度 行政評価 施策カルテ

施策名	④ 観光地・大谷の地域活性化の推進
-----	-------------------

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

関連するSDGs目標

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	石の里大谷をはじめとする、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	多様な主体が地域資源を活用して経済活動を活発に行うとともに産業間が連携し、持続可能な大谷地域が形成されています。
------	--

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略					
産出	基本目標Ⅲ	本市の特性を生かした産業・観光を維持・発展させる都市を実現する。				
成果	基本目標Ⅲ	本市の特性を生かした産業・観光を維持・発展させる都市を実現する。				

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	観光振興促進事業費補助金の年平均交付件数(件)	単年度目標値	3	3	3	3	3		A		施策の満足度(%) ('満足')と('やや満足')の合計	基準値(H29)	9.5%	27.6%	37.2%	19.7%	7.8%
基準値(H29)		1.4件	実績値	2	3			H30	8.9%			33.0%	41.9%	20.2%	8.1%	25.1%		
目標値(R4)		3件	単年度の達成度	66.7%	100.0%			R1	8.1%			37.8%	45.9%	20.8%	7.6%	22.9%		
市県上レベルの関連事業への平均新規参入事業所数(件)		単年度目標値	1	1	1	1	1	R2										
成果指標	大谷地域内の事業所数(事業所)	単年度目標値	113	117	121	125	130	B	<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>	<p>【参考指標】 中核市水準比較</p>	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4	<p>評価の 組合せ</p>
	基準値(H29)	109事業所	実績値	102	102						中核市平均	22.00	22.17					
	目標値(R4)	130事業所	単年度の達成度	90.3%	87.2%						本市実績	28.40	29.00					
	単年度目標値										本市順位	9位/54市中	8位/53市中					
※ 評価の考え方	※ 産出指標の精度を高めるため、大谷地域の地域資源を活用する「冷熱エネルギー関連事業への平均新規参入事業所数」を産出指標に追加								<p>① 施策指標(産出指標)(成果指標)</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>② 市民意識調査結果(満足度)</p> <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>③ 主要な構成事業の進捗状況</p> <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>産出指標</p> <p>成果指標</p> <p>市民満足</p> <p>構成事業</p>						
	※『① 施策指標』の単年度の達成度の計算について												<p>総合評価</p> <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>					
	★ 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)																	
	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$																	

施策の評価・分析 (現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> ネットワーク型コンパクトシティ構想において大谷地域を含む北西部地域を「観光拠点」に位置づけ、官民連携による地域振興の取組などにより、観光動態調査においては本市観光で興味のあるものとして餃子に次いで大谷が挙げられるなど大谷地域の認知度が高まっており、大谷地域への観光入込客数は年々増加傾向にある。 国においては、新技術の活用などによる地域の課題解決や、移動手段・公共交通機関の維持・活性化等に向け、スマートシティや日本版MaaSの実現を推進しており、大谷地域においても、「大谷地域振興方針」で目標とする120万人の観光客受け入れを目指した持続可能な観光地域づくりに向け、連休日における主要回遊動線を中心とした交通環境の向上に向けた取組や、移動手段・回遊空間の充実など、ハード・ソフト両面からの取組が求められている。 国においては経済波及効果の大きい観光産業を基幹産業へ成長させていくこととしており、大谷地域振興方針においても地域振興の基礎として観光を位置付けている中、令和元年台風19号に伴う河川の溢水による甚大な被害や、新型コロナウイルス感染症の拡大により観光・経済へ大きな影響が及んでいることから、地域団体や民間事業者と連携しながらその回復に向け賑わいの創出や滞在時間の延伸などに取り組んでいく必要がある。 	90点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> 平成30年4月から実施している「立地基準の緩和」を含めた観光施設の積極的な立地誘導や、大谷地域ポータルサイトでの情報発信等を通じた大谷地域の注目の高まりにより、新たに3店の飲食店の立地に繋がった。 観光施設の新規出店が進んでいるとともに、地域資源を活かした事業化支援等により大谷周辺地域における体験型観光コンテンツの創出が図られたほか、大谷夏いちごの栽培事業者による栽培面積の拡大など、地域資源を活用した事業の創出・拡大に繋がっている。 	市民満足度
	<ul style="list-style-type: none"> 大谷地域の景観維持活動や大谷夏いちごの産地化・販路拡大、国立競技場や国立新美術館カルティエ展への大谷石の利用など、地域全体の魅力の高まりに加え、大谷地域ポータルサイトやSNS等での積極的な情報発信により、令和元年度市政世論調査では「大谷石文化の日本遺産認定」に関する認知度は前回約51%から約57%に上昇、大谷地域へ行ったことがある割合は前回約82%から約85%に上昇するなど、大谷の地域活性化に向けた取組の市民への周知が徐々に広がっている。 	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・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R1概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(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	大谷観光景観形成事業(補助金)	好循環P戦略事業	地域団体が実施する観光景観形成を支援し、大谷地域の観光振興を推進する	大谷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		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 地元団体が主体となった観光景観の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元団体と連携を図りながら、良好な景観づくりに向け、下草刈りや花の植え替え、日本遺産の構成文化財でもある越路岩の岩だしなどに加え、観光交通社会実験の実施に合わせ、グリーンスローモビリティの走行ルートの際草を行い、観光景観の向上を図った。 <p>【②今後の取組方針】: 大谷地域の景観形成に向けた機運醸成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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醸成を図り、引き続き地元団体との連携を図りながら、魅力ある景観形成に取り組む。
2	大谷特性活用支援事業(補助金)(※大谷石産業振興事業含む)	好循環P戦略事業	大谷地域の特性を活用した事業の開発等を支援し、新たな魅力となる地域産業の創出を推進する	・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	大谷の地域資源を活用した新たな地域産業等の創出や、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	1,571	H23		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 新たな地域産業等の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たな体験型観光コンテンツの本格事業化に向け事業効果を確認するとともに、大谷石陶芸の焼成の研究など、地域資源を活用した産業創出の具体化に向けた取組を推進した。 <p>【②今後の取組方針】: 地域資源等の活用促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまで支援を行ってきた民間事業者等の円滑な事業化を推進するとともに、新たな観光コンテンツ創出に向けた資源の掘り起こし等を行う。
3	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)	SDGs好循環P戦略事業	冷熱エネルギーを活用した事業を推進し、大谷地域の振興を図る	市内外の企業、地域住民	・大谷地域における冷熱エネルギーの持続的活用に向けたモニタリング調査 ・冷熱エネルギー活用事業への参入促進に向け、冷熱利用機器の導入に係る経費の一部を補助	計画どおり	8,950	H24	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 冷熱エネルギー活用事業の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大谷夏いちごの栽培事業者がハウスを増設し栽培面積を拡大するとともに、冷熱エネルギー等の研究のために民間事業者・大学等が大谷石等を利用した半地下型ハウスを新たに整備するなど、冷熱エネルギーを活用した事業の展開を支援した。 ・大谷夏いちごの産地化に向けて、新規参入事業者の誘致とあわせ、冷熱供給が可能な農地を確保していく必要がある。 <p>【②今後の取組方針】: 冷熱利用・管理方策の整理等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・冷熱エネルギーの安定的・持続的な供給の仕組みを確立し、冷熱エネルギー活用事業のさらなる拡大を図るため、3か年のモニタリング調査結果を取りまとめ最適な熱利用・管理方策を整理し、誘致に向けたPR資料等を作成するとともに、引き続き民間事業者が行う冷熱利用機器の導入を支援する ・大谷夏いちご栽培事業への新規参入に向けた企業誘致や環境整備を実施するとともに、民間事業者等による半地下型ハウスでの調査・研究が円滑に行われるよう連携・支援を行う。
4	拠点性向上事業(※建設事業を含む)	好循環P戦略事業	観光周遊拠点機能の形成や地域の情報発信等により、大谷の観光拠点性の向上を図る	市民、本市来訪者	・観光周遊拠点機能の形成に向けた候補地や機能・規模の検討並びに測量等の実施 ・大谷地域ポータルサイト等による情報の発信	計画どおり	5,852	H30		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 基本計画(案)の作成やサイト閲覧数等の増加</p> <ul style="list-style-type: none"> ・拠点機能の形成について、施設整備に向けた基本計画(案)の作成に着手し、拠点に導入する機能や施設の基本的な考え方を整理した。 ・ポータルサイトについて、大谷の魅力を伝えるストーリーやインバウンド需要に対応したSNSの活用や市民ライター(アメリカ人)による外国人目線での発信など、コンテンツの拡充を図った。 <p>【②今後の取組方針】: 施設整備の具体化やさらなる認知度向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・拠点機能の形成について、将来活用イメージ等を整理し基本計画を取りまとめるとともに、施設整備の具体化に向け基本設計・実施設計を行う。 ・ポータルサイトについて、アクセス解析に基づくサイトの見直しや、イベントカレンダー等により地域で行われる催し等を閲覧できる機能を検討するなど改善・運用を図るとともに、Uスマートシティとの連携などにより情報発信機会を拡大しさらなる認知度向上を図る。
5	観光地インフラ整備事業(※建設事業含む)	SDGs	120万人の観光入込客を見据えた将来の最適な交通ネットワークの形成に向け、観光交通社会実験や道路改良等により、交通環境の向上を図る	市民、本市来訪者	・観光交通社会実験の実施や交通インフラのあり方の検討等	計画どおり	41,440	R1		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 交通渋滞の緩和</p> <ul style="list-style-type: none"> ・検討調査を通し将来必要な交通インフラのあり方を整理するとともに、社会実験を実施し駐車場の運用改善やグリーンスローモビリティの運行等により概ねスムーズに車が流れるなど、観光交通の混雑緩和を図った。 ・グリーンスローモビリティ等を活用した周遊性の向上について、持続可能な事業体制の構築に向けた検討を行う必要があるとともに、ICTの活用等によりさらなる回遊性向上を図っていく必要がある。 <p>【②今後の取組方針】: Uスマートシティの取組や栃木県など関係機関との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Uスマートシティの取組と連携を図りながら、持続可能な事業体制の構築に向け、実験の実施主体について地域団体等への段階的な移行に向けた検討を行うなど、昨年度の実験結果を踏まえた改善等を加えた観光交通社会実験を実施する。 ・交通インフラのあり方検討結果を踏まえ、道路改良に向けた設計等を行うとともに、栃木県などの関係機関と連携のもと、主要回遊動線全体の交通環境向上に向けた取組を進める。

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>・周遊環境の充実 大谷地域への観光客が増加傾向にある中、快適に楽しみながら地域内を回遊できる移動環境の充実に向けて、多様な移動手段や回遊空間の確保、アクセシビリティの向上などを図る必要がある。</p> <p>・賑わいの創出 観光地・大谷のさらなる賑わい創出に向けて、移動環境の充実と合わせ、特異な景観などの大谷の特性を活かしながら、「観る」「食べる」「遊ぶ」といった滞在時間の延伸に繋がる機能の充実などにより上質な観光地域づくりを進める必要がある。</p> <p>・地域資源の活用 持続可能な大谷地域の活性化に向けて、大谷ならではの地域資源の有効利用に向けた検討や、地域資源を活用した新たな産業創出などに取り組み、大谷地域の魅力を向上させていく必要がある。</p>	<p>・周遊環境の充実 大谷地域振興方針で目標とする概ね10年後の観光地・大谷の状況を見据え、観光型MaaSをはじめとした多様な交通手段の活用可能性を検討するための交通社会実験や、交通インフラのあり方検討結果を踏まえた道路環境の整備、台風19号被害を踏まえた災害に強いインフラの構築など、栃木県などの関係機関とも連携しながら、安全・安心に周遊できる環境の実現に取り組んでいく。</p> <p>・賑わいの創出 「大谷石文化」の魅力発信機能を備え、大谷観光の発着点となる(仮称)大谷観光周遊拠点施設について、令和4年度の供用開始を目的に施設整備を進めるとともに、統一されたデザイン・色彩などによる観光地らしい景観づくりや、開発許可基準・補助制度の周知などによる観光施設の立地誘導、芸術・文化の要素を取り入れた新たな賑わいの創出などにより、上質な観光地域づくりに取り組んでいく。</p> <p>・地域資源の活用 大谷夏いちごの生産拡大に向け、栽培事業者の誘致や農地の確保に加え、冷熱エネルギーのさらなる活用やエネルギー効率の高い設備導入によるランニングコストの低減、夏いちごの品質安定等に向けた研究を行う「半地下型ハウス」での民間事業者・大学等の取組との連携を図るとともに、地域資源を活用したアクティビティの商品化の支援、ならびにそれらの取組の効果的なPRに取り組んでいく。</p>

令和2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
-------	-------	-------------	-----

関連する
SDGs目標



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。
------	--

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略						
産出	基本目標Ⅱ	本市の魅力を広く国内外に発信することで、来訪者の増加を図るとともに、本市での定住を促進する。					
成果	基本目標Ⅱ	本市の魅力を広く国内外に発信することで、来訪者の増加を図るとともに、本市での定住を促進する。					

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
								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(万人)	140.2	141.4	142.6	143.8	145	B								B
	基準値(H28)	139万人	実績値	136	139										
	目標値(R4)	145万人	単年度の達成度	97.0%	98.3%										
	単年度目標値														
成果指標	年間の外国人宿泊者数	90,000	95,000	100,000	105,000	110,000	B	<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(H28)	83,000人	実績値	80,718	75,133										
	目標値(R4)	110,000人	単年度の達成度	89.6%	79.1%										
	単年度目標値														
【参考指標】	中核市水準比較	観光客入込人数/市民1人													
	中核市平均	22.2	22.2												
	本市実績	22.3	29.0												
	本市順位	9位/50市中	8位/53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)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

※ 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: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-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(現状とその要因の分析)		総合評価	
施策を取り巻く環境等	<p>・国は、2020年の訪日外国人旅行者数の目標を4,000万人に設定しており、『世界が訪れたい日本』を目指し、観光ビジョンの施策に取り組んでいる。</p> <p>・そのような中、今般の新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う、国による外国人の入国規制や緊急事態宣言による外出自粛要請の影響により、国内外からの観光客が大幅に減少するとともに、これまでの体験価値を見出すための新たな体験型コンテンツの掘り起こしや観光資源の磨き上げといった魅力ある観光地づくりに加えて、新しい生活様式に対応した観光スタイルの構築が求められている。</p>	80点	
施策指標	<p>・3か年にわたるdestinationキャンペーンや首都圏等における観光キャンペーン、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で、来場者数が増加したイベントがあるものの、目標値に届かなかった。</p> <p>・インバウンドについては、栃木県や関係団体と連携しながら誘客プロモーションを実施したことにより、タイの宿泊者数は増加したものの、長期滞在型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。</p>	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・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R1概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(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	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(るるぶ宇都宮)作製、配布 ・観光パンフレット(ミニるるぶ)作製、配布 ・餃子、ジャズ、カクテルマップの配布 ・HPやSNS、アプリを活用した情報発信	計画どおり	8,875	S59	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):効果的な観光宣伝事業の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和元年度は、首都圏等における観光キャンペーンへの参画による観光パンフレットの配布をはじめ、旅行雑誌やSNS等を活用した観光情報の発信などを行い、本市の知名度及びブランド力の向上を図った。 <p>【②今後の取組方針:戦略的な観光PRの推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> 今後も、新型コロナウイルスの影響を見極めながら、観光動態調査等の分析結果をもとに、観光ニーズを的確に捉えた戦略的な各種キャンペーンなど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を活用した情報発信など、鮮度の高い観光宣伝に取り組んでいく。 	
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	・海外での観光プロモーション ・外国語版パンフレットの製作・配布・PR	計画どおり	8,000	H27	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):インバウンドプロモーションの実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和元年度は、台湾やタイなどでの継続的なプロモーションを実施するとともに、ビッグデータを活用しながら本市を来訪する外国人観光客の周遊行動の分析を行い、課題や施策の方向性等の導出を行った。 <p>【②今後の取組方針:更なるインバウンドの推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き、新型コロナウイルスの影響を見極めながら、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に取り組むとともに、分析調査を踏まえた効果的な誘客プロモーションの実施により、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	戦略事業	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	2,200	H13	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):官民一体となった観光拠点の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和元年度は、「餃子通り」に餃子型街灯のほか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。 <p>【②今後の取組方針:観光拠点の更なる磨き上げ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 今後も、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デスティネーションキャンペーンにおける最終年である3年目のアフターDCを契機に、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	7,456	H28	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):アフターデスティネーションキャンペーンを活用した誘客促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和元年度は、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、餃子通りにおける餃子型の防犯灯の設置やカクテルパーティーなどの新規イベントなどを開催し、DC開始前と比較して入込客数及び宿泊客数が増加した。 <p>【②今後の取組方針:官民一体となった観光振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> DC推進委員会の体制を引き継ぐ「宇都宮観光推進委員会」を設立。引き続き官民連携を図りながら、資源の磨き上げをはじめとした各種観光施策に取り組む。 	
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	35,532	H8	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):観光施設の維持管理】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和元年度は、来園者のニーズに対応した公園整備(既存施設の改修・修繕)を行うとともに、道の駅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。一方で、開館から20年を超え、施設の経年劣化が進行している。 <p>【②今後の取組方針:適切な管理運営】</p> <ul style="list-style-type: none"> 農林公園施設点検調査業務報告書に基づき、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するとともに、今後の整備計画を作成する必要がある。 	

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>・コロナ禍における新しい生活様式や新たな観光スタイルへの対応が求められているほか、餃子・ジャズ・カクテル・大谷などの既存の観光資源に、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、市内周遊や宿泊促進といった滞在時間の延長を図る必要がある。</p> <p>・デスティネーションキャンペーンをきっかけに始まった事業や高まった機運が一過性のものにならないよう、今後もより一層観光事業者や交通事業者と連携を図りながら、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。</p> <p>・インバウンドについては、各国の新型コロナウイルスの感染状況や航空便の状況を踏まえながら、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。</p>	<p>・新型コロナウイルス感染症の影響による旅行者の安心・安全に対する意識の高まりや観光のニーズを的確に捉えながら、観光関係事業者と連携を図り、3密対策を意識しつつ新たな観光資源の創出や磨き上げに取り組むとともに効果的な発信を行い、観光客の滞在時間の延長による交流人口の増加に取り組んでいく。</p> <p>・DCの事業や取組を継続するために新たに発足した、官民一体の組織である宇都宮観光推進委員会が中心となりながら、市域全体の観光のレベルアップを図るなど、より一層の観光産業の振興に取り組んでいく。</p> <p>・航空便の復活などの外国人旅行者の誘客が可能となる時を見据え、外国人の目線を取り入れて観光資源の発掘や磨き上げ、受入体制の整備などに取り組んでいく。</p>

令和2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
-------	-------	-------------	-----

関連するSDGs目標

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。
------	---

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略
産出	
成果	

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		
								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	270	290	310	330	350	B								B		
	基準値(H28)	244名	実績値	265	277												
	目標値(R4)	350名	単年度の達成度	98.1%	95.5%												
	単年度目標値																
成果指標	「訪問して満足した」と感じている来訪者の割合	81%	82%	83%	84%	85%	B	<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(H28)	79.8%	実績値	78.2%	64.5%												
	目標値(R4)	85%	単年度の達成度	96.5%	78.7%												
	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											
	中核市平均																
	本市実績																
	本市順位																
	評価の組合せ																
	指標																
	評価																

※『①施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 減進型の指標(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: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値と同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-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 (現状とその要因の分析)

施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症拡大前において増加傾向にあった訪日外国人旅行者や国内旅行者に本市観光を満喫していただくため、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。 令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、国内旅行だけでなくインバウンドも含めて観光需要は大きく減少しており、更に、コロナ禍における新しい生活様式に対応した受入環境の整備が求められている。 	総合評価	80点
------------	--	------	-----

施策指標	<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、来訪者に対し本市への再訪意欲を持たせるおもてなし事業を積極的に実施しているものの、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。 	市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> おもてなし推進委員会によるセミナーやボランティアガイド養成講座の開催をはじめ、市民に対しても広報紙やホームページでのおもてなしの重要性の啓発などを行っているものの、おもてなし意識の市民への浸透が十分でないことから、近年、市民満足度は概ね横ばいで推移している。 	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・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R1概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(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	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」と感じてもらい、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	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:官民が連携したおもてなし体制の構築</p> <p>・令和元年度は、市民や事業所の全体的に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により、市民や事業者の「おもてなし」能力の向上が図られた。</p> <p>【②今後の取組方針:更なるおもてなしの充実】</p> <p>・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に取り組み、市域一丸となって「おもてなし日本一」のまちづくりを推進していく。</p>
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	9,002	H12		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:観光客への案内充実</p> <p>・令和元年度は、本市来訪者が快適に市内観光を周遊できるよう、JR宇都宮駅観光案内所の「おもてなし」の充実に取り組みとともに、各種イベント等の案内の充実など、案内機能の充実に取り組んだ。</p> <p>【②今後の取組方針:案内機能の更なる充実】</p> <p>・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など、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。</p>
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 ・大谷エリア等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	8,456	H18		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:観光施設・事業所出店への支援</p> <p>・令和元年度は、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、観光客へのおもてなしの向上が図られた。</p> <p>【②今後の取組方針:補助金の活用促進】</p> <p>・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んでいく。</p>
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	4,926	H27		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:誘客促進と市内観光案内の充実</p> <p>令和元年度は、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、ICTの技術の進歩は目覚ましく、ICTによる情報発信の手法についても、アプリ導入時に比べると増えていることから、観光アプリの廃止も含め検討していく。</p> <p>【②今後の取組方針:観光アプリ廃止の検討】</p> <p>近年のICTの潮流を見極めながら、新たな情報発信の手法について検討していく。</p>
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	2,071	H29		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:外国人観光客の受入環境の充実</p> <p>令和元年度は、公衆無線LANの設置や外国人受入体制補助金の周知強化などにより、民間の観光施設における多言語対応などが促進されるなど、本市の受入体制の充実を図った。</p> <p>【②今後の取組方針:補助制度の利用促進】</p> <p>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。</p>

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>・コロナ禍における新しい生活様式を意識しながら、観光客に安全・安心にかつ快適に本市観光を満喫してもらうため、事業者や地域が一体となっ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>・官民協働の組織である「おもてなし推進委員会」において市民や事業者の「おもてなし」能力を向上させる取組を展開しているが、講習会や出前講座などの実施事業については例年同様の内容で実施しており、おもてなしの更なる向上を図るための取組の充実や見直しを求められている。</p>	<p>・観光客が安全・安心に本市を観光できるよう新しい生活様式に対応した民間事業者が行う受入環境の整備への支援のほか、快適に本市の観光を楽しむてもらえるようICT技術を取り入れた観光情報の発信手法についても検討するなど、官民一体となっておもてなしの充実を図っていく。</p> <p>・おもてなし推進委員会においては、更なるおもてなし力の上に向けて、新たに「おもてなしスポット」の創設などの新たな事業を検討するなど、引き続き観光客が訪れて良かったと感じてもらえるような取組を実践していくことで、おもてなしのある受入体制の充実に取り組んでいく。</p>

令和2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
-------	-----	-------------	-----

関連するSDGs目標	4 質の高い教育をみんなに	17 パートナシップで持続可能な発展を
------------	---------------	---------------------

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。
------	--

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略
産出	
成果	

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																																																			
								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	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	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> </tr> <tr> <td>施策の満足度(%) ("満足"と"やや満足"の合計)</td> <td>7.8%</td> <td>27.6%</td> <td>35.4%</td> <td>17.9%</td> <td>7.6%</td> <td>32.0%</td> </tr> <tr> <td>基準値(H29)</td> <td>H30</td> <td>3.7%</td> <td>30.8%</td> <td>34.5%</td> <td>25.6%</td> <td>9.1%</td> <td>25.6%</td> </tr> <tr> <td>R1</td> <td>6.3%</td> <td>27.6%</td> <td>33.9%</td> <td>27.9%</td> <td>9.4%</td> <td>26.0%</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	施策の満足度(%) ("満足"と"やや満足"の合計)	7.8%	27.6%	35.4%	17.9%	7.6%	32.0%	基準値(H29)	H30	3.7%	30.8%	34.5%	25.6%	9.1%	25.6%	R1	6.3%	27.6%	33.9%	27.9%	9.4%	26.0%	R2							R3							R4							B
	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																																																											
	施策の満足度(%) ("満足"と"やや満足"の合計)	7.8%	27.6%	35.4%	17.9%	7.6%	32.0%																																																											
	基準値(H29)	H30	3.7%	30.8%	34.5%	25.6%	9.1%		25.6%																																																									
R1	6.3%	27.6%	33.9%	27.9%	9.4%	26.0%																																																												
R2																																																																		
R3																																																																		
R4																																																																		
基準値(H28)	342,725	実績値	335,465	370,960																																																														
目標値(R4)	360,000	単年度の達成度	96.4%	106.0%																																																														
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	B	<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>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</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>中核市水準比較</td> <td>中核市平均</td> <td>43.5</td> <td>44.4</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>本市実績</td> <td>23.8</td> <td>15.5</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>本市順位</td> <td>17位/54市中</td> <td>21位/58市中</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>							指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	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						中核市水準比較	中核市平均	43.5	44.4				市立美術館入場者数/市民100人	本市実績	23.8	15.5					本市順位	17位/54市中	21位/58市中				B																	
	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4																																																												
	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																																																																	
	中核市水準比較	中核市平均	43.5	44.4																																																														
市立美術館入場者数/市民100人	本市実績	23.8	15.5																																																															
	本市順位	17位/54市中	21位/58市中																																																															
基準値(H26)	78.6	実績値	82.8	76.0																																																														
目標値(R4)	85.0	単年度の達成度	102.2%	92.7%																																																														
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

★ 増進型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 減進型の指標(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	A
	② 市民意識調査結果(満足度)	A: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-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(現状とその要因の分析)

施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 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や次代を担う人材の育成・支援の充実を図る必要がある。 今般の新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、文化事業の中止や延期、規模縮小などの影響が出ているとともに、各種の感染防止に係る指針や「新たな生活様式」などに対応した施策の展開が求められている。 	総合評価	85点
------------	--	------	-----

施策指標	<ul style="list-style-type: none"> 文化芸術事業の参加者・観覧者数については、毎年異なるテーマで開催している美術館展覧会の観覧者数が好調であったほか、市民芸術祭40周年記念事業の実施により、観覧者が大きく増加したことから、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けたものの、全体の参加者数は目標値を上回った。 文化会館の施設稼働率については、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、3月の予約の大半がキャンセルまたは延期となった影響で、全体として目標値を下回った。 	市民満足度	本市広報紙や各種ホームページへの掲載、ポスター等の配架などにより、文化芸術事業の開催について積極的な情報発信を行っているが、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、文化芸術の鑑賞機会や活動内容に関する効果的な情報発信については、十分には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。	総合評価	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・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R1 概算 事業費 (千円)	開始 年度	日本一 施策 事業	「①昨年度の評価(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40周年記念事業の開催	計画どおり	18,248	S55	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】40周年記念事業の効果的な開催 百人一首を統一テーマにすべての部門が参加し、各部門が工夫を凝らした演出や集客を模索することで、市民芸術祭全体としての一体感が醸成され、節目の年に相応しい記念事業が実施できた。今後も目的や対象などを明確にしたコンセプトを掲げることで、周年事業だけで終わらない継続性のある事業を計画するとともに、芸術祭全体として若い世代を取り込み、裾野を広げる必要がある。また、記念事業の開催にあたり文化振興団体などから助成を獲得し自主財源の確保に努めた。</p> <p>【②今後の取組方針】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 記念事業の取組で築いたジャンルを超えた繋がりや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を図るとともに、市民芸術祭50周年(2029年)を見据え、各部門において創意工夫を図りながら若い世代の参加促進に努めるほか、運営側にも若い世代の取り込みを図り、市民芸術祭の更なる飛躍につなげていく。</p>	
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	3,969	H11	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】ジュニア芸術祭の円滑かつ効果的な開催 ジュニア芸術祭の各部門の事業を円滑かつ計画的に実施し、市民の認知度が一層高まるとともに、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。</p> <p>【②今後の取組方針】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 平成30年度に開催した記念事業の取組で築いたジャンルを超えた繋がりや盛り上がりを生かし、引き続き、芸術文化の魅力を広げ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く。</p>	
3	宇都宮エスパー文化振興事業	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	・隔年で宇都宮エスパー賞の選考、受賞者に育成金(200万円)を贈呈 ・エスパー賞の選考を行わない年は、プロボート事業(受賞者の発表機会提供事業・受賞者学校派遣事業)を実施など	計画どおり	438	H13	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】質の高い芸術文化に市民が触れる機会の提供 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、旧篠原家住宅(国指定重要文化財)を会場としてコンサートや作品展示を行って、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がった。また、プロボート事業の一環として、受賞者学校派遣事業を新たに開始し、3校で行い、子どもたちに対しても質の高い文化芸術に触れる機会を創出した。</p> <p>【②今後の取組方針】宇都宮エスパー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、令和2年度は宇都宮エスパー賞(ギヤラリー部門)の選出を通じて、優れた芸術家を発掘する。また、令和元年度から開始した受賞者学校派遣事業を検証し、令和3年度のプロボート事業の効果的な実施に繋げていく。</p>
4	美術館整備事業	戦略事業	利用者に安全で快適な施設サービスを提供するとともに、美術品の適切な保護を図る。	宇都宮美術館(利用者、美術品)	美術館の施設・設備の計画的保全や緊急対応	計画どおり	7,435	H9		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】計画的な保全整備による安全かつ快適な施設環境の維持 開館から20年以上が経過しており、施設・設備の劣化等に伴う保全整備に計画的に取り組んだ。</p> <p>【②今後の取組方針】大規模改修工事に向けた取組の推進 平成29年度に実施した「施設劣化診断及び改修手法等調査」を踏まえ、早急に対応が必要な改修箇所について、令和2年度に実施設計を速やかに行うとともに、工事に伴う休館に係る条例改正など、必要となる準備を計画的に進め、令和3年度の改修工事の円滑な実施に努める。また、令和2年度に行う箇所以外の対応と合わせて、今後の美術館が備えるべき機能についても検討していく。</p>
5	美術館訪問鑑賞事業	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、展示会の鑑賞等を行う。	計画どおり	159	H30		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】子どもたちが優れたアートに触れる機会の提供 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。</p> <p>【②今後の取組方針】参加しやすく魅力的な事業内容の検討 多くの子どもたちに優れたアートに触れる機会を提供するため、参加者の声に耳を傾け、参加しやすく魅力的な事業内容を検討するなど、新規の学校の参加促進を図る。</p>

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>・文化芸術活動の拠点施設である宇都宮美術館は、開館から20年以上経過して施設の経年劣化や老朽化が進んでおり、特に空調設備等については、館内の温湿度を一定に保ち、展示作品や収蔵作品を安定した環境の下で維持管理するために必要不可欠な設備であるものの、平成29年度に実施した「施設劣化診断及び改修手法等調査」において早急な改修が必要な設備と診断されていることから、一刻も早い改修が必要である。また、文化会館についても、平成27～28年にかけて大規模改修を実施しているが、引き続き、計画的な施設整備が必要である。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の感染拡大を予防するため、感染防止に係る各種指針や「新しい生活様式」に沿った取組が求められている。</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、「宇都宮エスパー賞」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」等と連携した市民主体による文化芸術活動の一層の促進を図る。</p> <p>・文化芸術活動の拠点施設である美術館や文化会館においては、安全かつ快適な施設環境の維持・向上を図るため、実施計画等に基づき、計画的に施設整備を進める。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の感染防止を図りつつ、本市の文化振興の推進や文化施設の安定的な経営を確保していくため、アフターコロナも視野に入れ、文化芸術事業の実施手法や文化施設の管理・運営方法等について検討していく。</p>

令和2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
-------	-----	-------------	-----

関連するSDGs目標

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。
------	--

指標	まち・ひと・しごと創生総合戦略						
産出	基本目標II	本市の魅力を広く国内外に発信することで、来訪者の増加を図るとともに、本市での定住を促進する。					
成果	基本目標II	本市の魅力を広く国内外に発信することで、来訪者の増加を図るとともに、本市での定住を促進する。					

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	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	B		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%	36.0%	B
	基準値(H27)	36,117	実績値	39,820	34,773					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	106.1%	91.5%					R1	5.5%	22.1%	27.6%	28.4%	8.3%	32.0%			
	単年度目標値									R2									
基準値(H29)		実績値					R3												
目標値(R4)		単年度の達成度					R4												
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(H29)	152,001	実績値	169,402	167,069					【参考指標】 中核市水準比較 市立文化財展示施設等の延べ床面積(m) ² /市民10万人	H30	R1	R2	R3	R4	評価の 組合せ 指標 評価			
	目標値(R4)	178,000	単年度の達成度	109.8%	107.6%						中核市平均	2,345.49	1,815.31						
	単年度目標値										本市実績	244.87	245.04						
基準値(H29)		実績値					本市順位	38位/54市中	40位/57市中										
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)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 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: 基準値より向上(+5pt以上) [25点]	B: 基準値同水準(±5pt未満) [20点]	C: 基準値より低下(-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(現状とその要因の分析)		総合評価
施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 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よう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。 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、各種の感染防止に係る指針や「新たな生活様式」などに対応した施策の展開が求められている。 	85点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> 文化資源の周知啓発事業参加者数については、台風19号(10月)の影響によるイベント来場者の減少や年度末の新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う事業中止や規模縮小により、目標値及び前年度実績値を大きく下回る結果となった。 文化財展示施設利用者数については、台風19号(10月)の影響によるイベント来場者の減少や年度末の新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う事業中止・縮小及び移動自粛の影響から、前年度実績は下回ったものの、昨年度同様に単年度目標値を超える実績となった。 	市民満足度 少子高齢化等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よう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。
		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SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R1 概算事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	「①昨年度の評価(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	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		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: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給付け等の伝統工芸、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。</p> <p>【②今後の取組方針】: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る。今後は「伝統文化フェスティバル」の実施のほか、当該団体が実施する「宮っ子伝統文化体験教室」を年30回に拡充するなど連携を強化し、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。</p>
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。 ・地域ぐるみでの歴史文化資源の保存活用	・宇都宮市歴史文化資源活用推進協議会 ・指定・未指定の歴史文化資源	・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 ・「宇都宮市民遺産制度」の創設	計画どおり	13,830	H28		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: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んだ。また、市民や地域で愛され、親しまれてきた歴史文化資源を、地域ぐるみで保存継承していくために「宇都宮市民遺産制度」を創設した。</p> <p>【②今後の取組方針】: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、「歴史と文化財ホームページ」やSNSによる視覚的な情報発信のほか、VR(バーチャル・リアリティ)を用いた宇都宮城の復元に取り組み効果的な情報発信を推進する。また、「宇都宮市民遺産制度」について、制度の周知を図りながら、運用を開始していく。</p>
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。 ・大谷地域の重要な文化的景観選定に向けた取組を推進する。	・宇都宮市大谷石文化推進協議会 ・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	・調査研究、情報発信・普及啓発・人材育成に係る事業の実施 ・大谷地域の重要な文化的景観選定に向けた調査検討の実施	計画どおり	21,106	H30	独自性先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: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【官民連携で設立した宇都宮市大谷石文化推進協議会を核として、大谷石文化の保存や活用に向け、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。また、大谷地域の文化的景観を将来にわたって保存するため、国の重要な文化的景観選定申請に必要となる文化的景観保存計画の策定作業に取り組んだ。</p> <p>【②今後の取組方針】: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保存活用する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。また、大谷地域の重要な文化的景観選定に向け、選定申請に必要な文化的景観保存活用計画の策定に引き続き取り組んでいく。</p>
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、連生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	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:百人一首のまちとしての認知度の向上【市民大会においては、「同時にかるた遊びをした最大人数」のギネス世界記録を達成した。(記録:701人)。また、全国大会では参加者が過去最多を更新するなど「百人一首のまち」としての認知度が高まっている。</p> <p>【②今後の取組方針】: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、会場のフ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、ギネス世界記録達成など、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。</p>
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・渡辺貞夫ライブ・まちかどピアノ・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		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:「ジャズのまち」としてのブランド力向上【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、教育普及事業として学校に専門講師を派遣する「ふれあい文化教室」などを実施したほか、「ジャズのまち」としてのブランド力向上に向け、新たに「渡辺貞夫ライブ」や「まちかどピアノ」を実施するなど、ジャズを核とした音楽の振興に努めた。</p> <p>【②今後の取組方針】: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」や文化課と一緒に事務局を担う観光交流課との連携を強化し、音楽のあふれるまちのさらなる活性化に向け、令和元年度に試行実施し好評を博した「まちかどピアノ」の継続実施の検討など創意工夫を図りながら事業を展開していく。</p>

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>「宇都宮市歴史文化基本構想」及び「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とともに、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「宇都宮市民遺産制度」を運用していく。また、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などの普及啓発を行うとともに、本市の歴史文化の魅力を発信するまちなか情報交流機能について検討を進める。さらに、市内に所在する国指定史跡について、その本質的価値や魅力を高めることにより、郷土への誇りや愛着を醸成し、史跡等を核とするまちづくり・地域づくりを進めていくため、ICTの活用も視野に入れながら、それぞれの状況に応じた整備を進める。</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>「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>