

令和3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

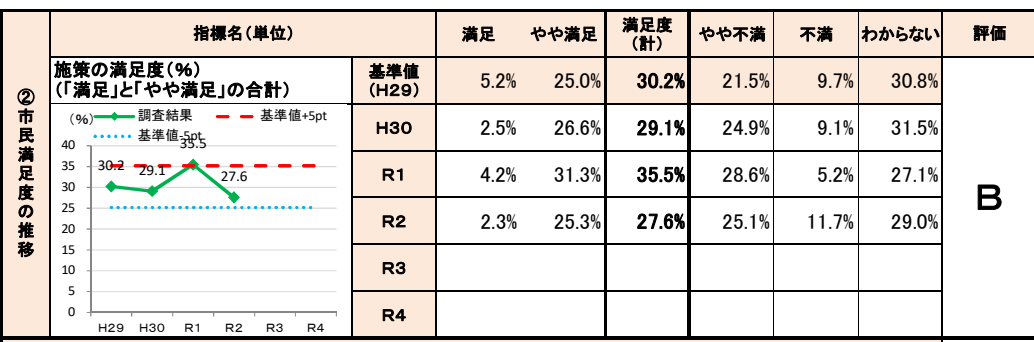
政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13 都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	基本施策目標	石の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けたいと考える人が増えています。
------	--------------------------	-------	-------------------------	--------	--

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	240	260	280	
基準値(H29)		実績値	189	221	242	287		
目標値(R4)		単年度の達成度	300	100.5%	100.8%	110.4%		
		単年度目標値						
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	B
	基準値(H29)	実績値	市内 86.1 市外 65.6	-	-	市内 84.6 市外 62.5		
	目標値(R4)	単年度の達成度	市内 91 市外 71	-	-	市内 95.1% 市外 90.6%		
		単年度目標値		90.5	91.0	91.5	92.0	
	【参考】宇都宮が好きなの割合(%) (市政世論調査より)	単年度目標値	90.5	91.0	91.5	92.0	92.5	B
	基準値(H29)	実績値	90.3	92.1	91.8	92.4		
	目標値(R4)	単年度の達成度	93	101.8%	100.9%	101.0%		
		単年度目標値						



② 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	17.0			指標	
		本市実績	13.8	18.9	19.3				評価
		本市順位	24位/54市	20位/58市	19位/60市				

『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)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

【参考指標】 ※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"> <li>LRTやJR宇都宮駅東口の整備をはじめ、SDGs未来都市(SDGs先進度3位)やスーパースマートシティ(国の先行モデルプロジェクト選定)など先駆的な取組は、本市の価値や魅力を高め、市民のシビックプライド醸成に繋がる新たな強みとなっている。</li> <li>餃子、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について、産学官民連携による魅力のブラッシュアップが進められており、ブランディングの「自分ゴト化」を促進する要素としての役割が高まっている。</li> <li>「宇都宮サテライトオフィス」の開設により、東京圏における人や企業との交流活動や情報発信の強化が期待されることに加え、新型コロナウイルスを契機とした働き方・暮らし方の変化や地方分散・回帰の流れ、ゆとり・つながりへの志向の高まりなどにより、関係人口の拡大や移住・定住の促進が期待される。</li> <li>東京オリンピックやとちぎ国体の開催を控え、機運の盛り上がりや本市出身者の活躍などを通じて、市外における本市の認知度の向上や、市内における本市の信頼度・愛着度の更なる醸成が期待される。</li> <li>ブランド戦略進捗状況調査(令和2年度実施)において、市内外ともに20~30代の本市の認知度・信頼度が低いほか、市外では本市の情報に触れる機会や来訪経験が少ない人の本市の認知度・信頼度が低いこと、また、年代や性別、居住地によって情報を入手するために利用する媒体が異なることが明らかとなっている。</li> </ul>	総合評価	85点	
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>魅力発信件数については、コロナ禍において宇都宮ブランド推進協議会やマイラーの公式SNSなどオンラインによる情報発信を強化したほか、国内最大規模のメディア向け配信サイトを積極的に活用し情報発信に取り組んだことにより、目標値を上回っている。</li> <li>宇都宮に良いイメージがあると感じる人の割合については、コロナ禍で参加・体験型の取組が実施できないなど、本市の魅力や地域資源に実際に触れる機会が減ったことにより、目標値をやや下回った。</li> <li>宇都宮が好きなの割合については、市民の本市に対する「愛着」の獲得に向けてブランド戦略を着実に継続してきたことにより、直近7年連続で9割を超え、令和2年度は過去最高となっている。</li> </ul>	市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍で市内外に向けたプロモーションを十分に行うことができない中、新たな魅力発信コンテンツの制作や市民参加イベントを集合型からオンラインに変更して実施するなど、創意工夫を図りながら取組を進めたところであるが、コロナ禍における外出自粛に伴い、本市の地域資源に実際に触れたり、参加・体験する機会が減ったことなどにより、概ね同水準となっている。</li> </ul>	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	R2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	宇都宮ブランド戦略の推進	好循環P戦略事業	本市の魅力や都市イメージの向上による、市民の誇りや市外からの憧れなど愛着の獲得	市内外の人、企業等	本市の魅力を知ってもらい「認知」の取組と好きになってもらう「信頼」の取組を推進	コロナの影響による変更	55,110	H20	先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】本市の情報に触れたり魅力を体験したりする機会の増加                      ・新型コロナの影響により事業の4割が中止又は一部中止となるなど、プロモーションを十分に行うことができなかったが、こうした中でも、新たな魅力発信コンテンツ(動画、パンフレット、キャッチコピーポスター)を制作したほか、市民参加イベントを集合型からオンラインに変更して実施するなど、コロナ禍でも創意工夫を図りながら取組を進めた。                      また、東京圏(JR池袋駅、JR新橋駅)での魅力発信やメディア向け情報配信サイトを活用した情報発信等に積極的に取り組んだ結果、メディアへの露出は前年比1.6倍に増えた。                      ・ブランド戦略進捗状況調査において、20～30代や本市の情報に触れていない人等の認知度・信頼度が低いことや、情報を入力する際に利用するメディアが年代によって異なることなどが分かったことから、ターゲットに応じて適切なメディアを選択するなどにより情報に触れる機会を更に増やす必要がある。                      また、体験や参加をすることがイメージ向上に繋がっていることから、本市の魅力や良さを体感・発信する機会を更に増やすほか、ブランド戦略への市民参加を一層促進する必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針】ターゲットに応じた情報接触機会の増加、魅力体験・参加・発信機会の増加                      ・20～30代をメインターゲットに据え、興味関心の度合いに応じて訴求できる効果的な媒体や情報を適切に選択するなどにより、本市の魅力や良さに触れ、認知してもらえる機会を増やしていく。                      ・オンラインとリアルを効果的に活用して体験や参加、発信を通じた「自分ゴト」を促すほか、本市の価値や実力など良質な情報を確実に伝えるなどにより、本市の魅力や良さを実感し、信頼してもらえる機会を増やしていく。</p>
2	本市への定住と東京圏からの移住等の促進(再掲)	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 ・フレ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	3,236	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                      ・令和2年度は、引き続き、「移住・定住アプリ」による情報発信や、県と連携した、東京圏からの移住者に対して支援金の給付、移住・定住相談窓口での移住相談を実施するとともに、新たにオンラインによる移住相談を実施するなど、新型コロナウイルス感染症の影響下においても、実施可能な取組を通じた情報発信や相談支援を行った。                      ・前年度と比較した移住・定住相談窓口での相談延べ件数については、上半期は件数が減少(R元:28件 ⇒ R2:20件)したものの、下半期は件数が増加(R元:22件 ⇒ R2:35件)し、通年の件数は微増したところであり、新型コロナウイルス感染症の影響による地方移住に対する機運の高まりを捉えた施策・事業の導出が求められている。</p> <p>【②今後の取組方針】移住・定住の更なる促進と時代潮流を捉えた事業の実施                      新型コロナウイルス感染症の影響による地方移住の機運を捉えながら、SNSを活用した効果的な情報発信や、本市でのテレワークと充実した余暇活動を体験できる機会の創出を図るなど、時代潮流を捉えた事業に取り組んで行く。</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)
・ターゲットに応じた情報接触機会の増加 ブランド戦略進捗状況調査において、20～30代や本市の情報に触れていない人等の認知度・信頼度が低いことや、情報を入力する際に利用するメディアが年代によって異なることなどが分かったことから、ターゲットに応じて適切なメディアを選択するなどにより情報に触れる機会を更に増やす必要がある。  ・魅力体験・参加・発信機会の増加 体験や参加をすることがイメージ向上に繋がっていることから、本市の魅力や良さを体感・発信する機会を更に増やすほか、ブランド戦略への市民参加を一層促進する必要がある。	・ターゲットに応じた情報接触機会の増加 20～30代をメインターゲットに据え、興味関心の度合いに応じて訴求できる効果的な媒体や情報を適切に選択するなどにより、本市の魅力や良さに触れ、認知してもらえる機会を増やしていく。  ・魅力体験・参加・発信機会の増加 オンラインとリアルを効果的に活用して体験や参加、発信を通じた「自分ゴト」を促すほか、本市の価値や実力など良質な情報を確実に伝えるなど、本市の魅力や良さを実感し、信頼してもらえる機会を増やしていく。

令和3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
-------	-------	-------------	-----

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	都市ブランドの魅力と更なる魅力を創出する	基本施策目標	右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広く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	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(件)(累計)	単年度目標値	160	270	380	490		600	C	② 市民満足度の推移	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%	A
基準値(H29)		55 (単年度)	実績値	135 (80)	207 (72)	262 (55)		(%)	調査結果		基準値+5pt	H30	3.7%	19.5%	23.2%	20.0%	7.9%	44.1%			
目標値(R4)		600	単年度の達成度	84.4%	76.7%	68.9%		R1	4.7%		22.1%	26.8%	21.1%	6.0%	42.2%						
単年度目標値								R2	3.0%		23.9%	26.9%	17.5%	6.4%	43.7%						
成果指標	東京圏から本市への転入者数(人)	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 (単年度)	実績値	10,948 (5,381)	16,421 (5,473)	21,932 (5,511)			【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
	目標値(R4)	34,173	単年度の達成度	97.9%	97.6%	97.3%				中核市平均											
	単年度目標値									本市実績											
基準値(H29)		実績値					本市順位														
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	
★ 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)	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	C
	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	・人口減少・少子超高齢社会の進行する中、国においては、第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、「地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる」目標を掲げており、新型コロナウイルス感染症による意識・行動変容を踏まえた地方移住の推進や、地方とのつながりの構築に向けた地方の魅力発信などによる関係人口の創出・拡大など、将来にわたって活力ある地域社会を実現するための戦略的な取組が求められている。【東京23区におけるテレワーク実施率 R1.12月:17.8%からR2.12月:42.8%に急増、東京圏在住者の地方移住への関心 R1.12月:25.1%からR2.12月:31.5%に増加(内閣府「第2回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」)】 ・本市においては、東京圏に対する転出超過が続いており、年齢別に見ると20歳代を中心とした若年層の転出が多いことから、年齢別などのターゲットに応じた移住・定住施策が求められる。【東京圏への転入・転出 R2転入:5,511人 転出6,547人(1,036人転出超過)、年齢別東京圏の転出 20歳代:588人転出(宇都宮市「推計人口」)】	80点
施策指標	・移住・定住相談窓口での対応のほか、新たにオンラインによる移住相談を行ったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、東京圏における移住セミナーが中止になるなど、相談機会が減少したことに伴い、相談件数が目標値に届かなかったことから、オンラインによる移住相談の強化や、インターネットやSNSを活用した、本市移住・定住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必要である。 ・移住への検討熟度に応じた様々な取組の実施などに伴い、成果指標の単年度実績は着実に増加しているが、全国の自治体において、地方移住に向けた取組が強化されていることに伴い、転入者数が目標値に届かなかったことから、引き続き、これまでの事業を継続するとともに、時代潮流を捉えた取組を実施していく必要がある。	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・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R2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	3,236	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2年度は、引き続き、「移住・定住アプリ」による情報発信や、県と連携した、東京圏からの移住者に対して支援金の給付、移住・定住相談窓口での移住相談を実施するとともに、新たにオンラインによる移住相談を実施するなど、新型コロナウイルス感染症の影響下においても、実施可能な取組を通じた情報発信や相談支援を行った。 ・前年度と比較した移住・定住相談窓口での相談延べ件数については、上半期は件数が減少(R元: 28件 ⇒ R2: 20件)したものの、下半期は件数が増加(R元: 22件 ⇒ R2: 35件)し、通年の件数は微増したところであり、新型コロナウイルス感染症の影響による地方移住に対する機運の高まりを捉えた施策・事業の導出が求められている。 【②今後の取組方針】: 移住・定住の更なる促進と時代潮流を捉えた事業の実施 新型コロナウイルス感染症の影響による地方移住の機運を捉えながら、SNSを活用した効果的な情報発信や、本市でのテレワークと充実した余暇活動を体験できる機会の創出を図るなど、時代潮流を捉えた事業に取り組んで行く。
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	コロナの影響による変更	92	H30		【①昨年度の評価(成果や課題)】: 移住検討者の多様なニーズへの対応 ・新型コロナウイルスの影響により、事業周知のための積極的なPRを行うことができなかったが、参加者が2件、問合せ件数が5件あり、短期間で一定の実績があった。 ・参加者については、有意義な体験になるよう、事前に移住後の暮らしや働き方についての希望や不明点を把握した上で、生活体験ツアーのプランの提示を行った。 ・問合せがあった5件については、いずれも首都圏在住のため、緊急事態宣言の発出により、参加を見送ったが、コロナ禍における移住のニーズ等を把握できた。 【②今後の取組方針】: 参加者・移住検討者への支援等 ・新型コロナウイルスの感染状況を踏まえつつ、対策を行いながら事業を実施する。 ・参加者に対しては参加後も、情報提供等を行い、定期的に移住検討状況を把握する。 ・新たなPR媒体の活用など、効果的な事業の実施方法等について検討する。
3	宇都宮ブランド戦略の推進	好循環P戦略事業	本市の魅力や都市イメージの向上による、市民の誇りや市外からの憧れなど愛着の獲得	市内外の人、企業等	本市の魅力を知ってもらう「認知」の取組と好きになってもらう「信頼」の取組を推進	コロナの影響による変更	55,110	H20	先駆的	【①昨年度の評価(成果や課題)】: 本市の情報に触れたり魅力を感じたりする機会の増加 ・新たな魅力発信コンテンツ(動画、パンフレット、キャッチコピーポスター)を制作したほか、オンラインによる市民参加イベント実施するなど、コロナ禍でも創意工夫を図りながら取組を進めた。 また、東京圏(JR池袋駅、JR新橋駅)での魅力発信やメディア向け情報配信サイトを活用した情報発信等に積極的に取り組んだ結果、メディアへの露出は前年比1.6倍に増えた。 ・ブランド戦略進捗状況調査において、20~30代や本市の情報に触れていない人等の認知度・信頼度が低いことや、情報を入力する際に利用するメディアが年代によって異なることなどが分かったことから、ターゲットに応じて適切なメディアを選択するなどにより情報に触れる機会を増やす必要がある。 また、体験や参加をすることがイメージ向上に繋がっていることから、本市の魅力や良さを体験・発信する機会を更に増やすほか、ブランド戦略への市民参加を一層促進する必要がある。 【②今後の取組方針】: ターゲットに応じた情報接触機会の増加、魅力体験・参加・発信機会の増加 ・20~30代をメインターゲットに据え、興味関心の度合いに応じて訴求できる効果的な媒体や情報を適切に選択するなどにより、本市の魅力や良さに触れ、認知してもらえる機会を増やしていく。 ・オンラインとリアルを効果的に活用して体験や参加、発信を通じた「自分ゴト」を促すほか、本市の価値や実力など良質な情報を確実に伝えるなど、本市の魅力や良さを実感し、信頼してもらえる機会を増やしていく。
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、シェアオフィス等使用料、新規雇用等に対して補助	計画どおり	4,337	H29		【①昨年度の評価(成果や課題)】: 補助制度等を活用した立地の進展とニーズの変化に対応した制度の見直し ・補助金の活用実績は、堅調に推移しており、新型コロナウイルス感染症の影響下においても、市の支援制度を通じた本社機能・オフィス企業の集積が進展している。 ・新型コロナウイルス感染症を契機として、首都圏を中心に働き方やオフィスニーズが変容する中、それらの変化に対応した本社機能・オフィス企業の立地促進が求められる。 【②今後の取組方針】: 補助制度のPR強化による立地促進 ・多様化するオフィスニーズに対応するため、令和3年度からオフィス企業立地支援補助金の対象にシェアオフィス等を拡大したところであり、都内に設置した宇都宮サテライトオフィスを活用しながら、本市の優れたビジネス環境や充実した補助制度を効果的にPRすることで、本社機能・オフィス企業の立地促進を図る。
5	UJIターン就職促進事業(再掲)	好循環P	東京圏の若者等の市内へのUJIターン就職を促進する	県外在住の大学生、若年求職者	UJIターン就職ガイドによる情報発信	コロナの影響による変更	0	H28		【①昨年度の評価(成果や課題)】: 新型コロナウイルス感染症の影響による事業中止 新型コロナウイルス感染症拡大により、ガイドに掲載する企業情報の収集が困難であったため、事業を中止した。 【②今後の取組方針】: 効果的な情報発信 引き続きガイド等による情報発信事業を行い、大学進学前の高校生段階で、市内企業等の魅力の理解促進を図る事業を実施する。また、事業の実施にあたり、新型コロナウイルス感染症の広がりを注視し、実施時期等について慎重に判断していく。

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>・情報発信力の強化 移住やテレワークに興味・関心のある人就職や結婚などの移住につながるようなターニングポイントを迎える人など、あらゆる機会を通じた情報発信を行うとともに、移住の可能性のある人に対して、検討熱度に応じ、内容の工夫を行いながら情報発信を行うことで、本市を認知し、移住等への興味関心を高めてもらう必要がある。 特に、東京圏に転出の多い若年層をターゲットとし、20代前半の就職のタイミングなどに合わせ、SNS等を活用した情報発信を行うなど、ターゲットに応じた戦略的かつ効果的な情報発信を実施していく必要がある。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の影響による地方移住の動きを捉えた施策の検討 新型コロナウイルス感染症の影響によるテレワークの普及や生活意識の変化など、「働き方」や「暮らし方」に対する考え方の変容に対応した移住・定住を後押しする取組を実施していく必要がある。</p>	<p>・SNS等を活用した情報発信 引き続き、東京圏における移住セミナーなどを通じた情報発信を行うほか、年齢や職業などの属性を捉えた情報発信や検索サイトにおいて「移住」等の検索を行った人に対する広告など、SNS等を活用しながら、ターゲットに応じた効果的な情報発信を実施する。</p> <p>・移住・定住を後押しする取組の実施 引き続き、お試し居住及び生活体験ツアーを通じ、本市の魅力や生活環境を知ってもらい、参加者の移住・定住の検討熱度を高める「みや暮らし体験事業」を実施するほか、職・住近接を体験できる宿泊体験や充実した余暇活動を体験できるプログラムを一体的に提供する「みやテレワークेशन」事業を実施することで、本市への移住やダブルプレスの実施に向けた検討熱度を高め、移住・定住を後押ししていく。</p>

令和3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	右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。
------	---

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	— (※)	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)	実績値	6	8	9	2											
	目標値(R4)	単年度の達成度	12	114.3%	100.0%	20%											
	単年度目標値	単年度の達成度															
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	— (※)	【参考指標】		B						
	基準値(H28)	実績値	31	32.4	33.7	—											
	目標値(R4)	単年度の達成度	37	101.3%	99.1%	—											
	単年度目標値	単年度の達成度															
【参考指標】	中核市水準比較	指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4	観光客入込客数/市民1人						評価の組合せ 指標 評価		
	中核市平均			22.2	22.2	22.3											
	本市実績			28.4	29.0	28.4											
	本市順位			9位/54市中	8位/58市中	9位/60市中											

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定した基準により定量的に評価することが適当でない施策指標は、「—」と表記(総合評価は、他の指標をもとに実施)

『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	—
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	—
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"> <li>国は「スポーツの成長産業化」や「スポーツを通じた地域活性化」に積極的に取り組むこととしており、多くの自治体でスポーツを地域資源とした交流人口の増加や地域経済の活性化に取り組んでいる。</li> <li>そのような中、令和3年度に開催される東京オリンピックを契機にスポーツ全体の盛り上がりも期待できることから、引き続き、他自治体との差別化を図りながら、本市の優位性を高められるスポーツ関連施策の充実に取り組み、地域経済の活性化や本市ブランド力の向上につなげていく必要がある。</li> <li>新型コロナウイルス感染症の感染拡大が、国際的スポーツイベントの誘致開催等に多大な影響を及ぼしていることを踏まえつつ、地域経済の活性化や本市ブランド力の維持・向上に向けて、感染症対策を講じながら施策に取り組む必要がある。</li> </ul>			80点
施策指標	市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>サイクルレースの開催回数については、オンラインで国内外の有力選手等のレースを開催したものの、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、令和2年度のジャパンカップが中止となったことから、評価対象から除外する。</li> <li>国際的スポーツイベントによる経済波及効果については、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、ジャパンカップ及びFIBA3x3ワールドツアーマスターズが中止となったことから、評価対象から除外する。</li> </ul>		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	R2 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	ジャパンカップサイクルロードレースの開催	SDGs 好循環P 戦略事業	国際大会の開催により、「自転車のまち」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ロードレース協会 ・市民を含む大会来訪者、選手ほかチーム関係者	・新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、令和2年度の大会が中止となったことから、オンラインレース「デジタルジャパンカップ」の開催など、代替事業実施に係る経費の一部交付	コロナの影響による変更	32,800	H4	トップクラス	<p>【①大会の魅力維持と令和3年度の開催に向けた準備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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での代替事業として、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」を開催したほか、ジャパンカップのPR動画の制作・配信や、ジャパンカップに出場経験のある有名選手等からのメッセージ動画の配信を実施したことにより、ジャパンカップのブランド力の維持を図ることができた。</li> <li>令和3年度の開催に向け、ワールドチームへの出場交渉や、これまでの大会スポンサーを中心とした協賛意向の確認、UCI(国際自転車競技連合)が示す「新型コロナウイルス感染症対策に係るガイドライン」の内容について、JCF(日本自転車競技連盟)へ詳細なヒアリングを行うなど、準備を進めることができた。</li> <li>引き続き、新型コロナウイルス感染症の状況を注視しながら、チーム・選手の出場交渉や、協賛活動、感染症対策など、令和3年度の開催に向けた準備を進めていく必要がある。</li> </ul> <p>【②安全・安心な大会運営と大会開催を通じた地域経済の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症対策を徹底しながら、日本で唯一認定されている「UCIプロシリーズ」に相応しい大会を開催し、地域経済の活性化を図るとともに、国内外に「自転車のまち」としての本市の魅力を発信する。</li> <li>開催に向けては、観客等の安全確保や選手の招聘、大会協賛金の確保など、大会開催に係る新型コロナウイルス感染症の影響を見極めながら、大会の開催可否や開催内容について検討していく。</li> </ul>
2	「3x3のまち」推進による都市魅力向上事業	SDGs 好循環P 戦略事業	国際大会の開催等により、「3x3のまち」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。	・FIBA 3x3 ワールドツアー うつのみやマスターズ 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	・新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、宇都宮マスターズの開催を中止したことから、3x3宇都宮大会のPR動画の制作・配信等、代替事業実施に係る経費の一部交付	コロナの影響による変更	24,200	H28	トップクラス	<p>【①大会の魅力維持と令和3年度の開催に向けた準備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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での代替事業として、過去の試合映像や本市の観光資源を組み合わせた動画等の制作・配信のほか、これまでの大会の軌跡や3x3のルール等、3x3の魅力を紹介する冊子の制作などにより、3x3のブランド力の維持を図ることができた。</li> <li>これまでの大会スポンサーを中心に令和3年度の大会に向けた営業活動を行ったとともに、FIBA(国際バスケットボール連盟)が示す新型コロナウイルス感染症対策ガイドラインをもとに、感染症対策マニュアル作成に着手するなど、令和3年度の大会に向けた準備を進めることができた。</li> <li>引き続き、新型コロナウイルス感染症の状況を注視しながら、協賛活動や感染症対策など、令和3年度の開催に向けた準備を進めていく必要がある。</li> </ul> <p>【②安全・安心な大会運営と大会開催を通じた地域経済の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症対策を徹底しながら、FIBA3x3ワールドツアーうつのみやマスターズを開催し、地域経済の活性化を図るとともに、国内外に「3x3のまち」としての本市の魅力を発信する。</li> <li>開催に向けては、観客等の安全確保や選手の受入、大会協賛金の確保など、大会開催に係る新型コロナウイルス感染症の影響を見極めながら、大会主催者であるFIBAと調整のうえ、大会の開催可否や開催内容について検討していく。</li> </ul>
3	東京2020オリンピック関連事業	好循環P 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	・令和3年度に開催される東京オリンピックに併せた本市独自の取組である3x3オリンピック出場国事前トレーニングキャンプやコミュニティライブサイトの実施に向けた準備 ・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オリンピックと運動したイベント実施に向けた準備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3x3オリンピック出場国事前トレーニングキャンプについては、誘致活動の結果、複数の国・チームからキャンプへの参加意向を得ることができた。</li> <li>コミュニティライブサイトについては基本計画書を大会組織委員会に提出したほか、新型コロナウイルス感染症対策に係るマニュアルの作成に着手するなど、令和3年度の実施に向けた準備を進めることができた。</li> <li>引き続き、FIBAと連携しながら事前トレーニングキャンプ参加国の決定に向けた調整を行うとともに、新型コロナウイルス感染症対策に係るマニュアルを作成するなど、令和3年度の実施に向けた準備を行う必要がある。</li> </ul> <p>【②安全・安心なイベント開催とオリンピックを契機とした3x3の盛り上げの創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>東京オリンピックの動向を注視しながら、新型コロナウイルス感染症対策の徹底のもと、3x3オリンピック出場国事前トレーニングキャンプやコミュニティライブサイトを実施することにより、市民に身近にオリンピックの雰囲気を感じてもらい、シビックプライドの向上を図る。</li> <li>栃木県が行うハンガリー選手団の事前トレーニングキャンプ等についても協力していく。</li> </ul>
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「自転車のまち」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	新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、令和2年度の宇都宮シクロクロスの開催を中止したことから、シクロクロスの体験コースの設置など代替事業実施に係る経費の一部交付	コロナの影響による変更	250	H27		<p>【①大会の魅力維持と令和3年度の開催に向けた準備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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での代替事業として、ろまんちっく村にシクロクロスの体験コースの設置などにより、シクロクロスを中心としたサイクルスポーツに親しむ機会を創出することができた。</li> <li>令和3年度の開催に向け、これまでの大会スポンサーを中心とした協賛意向の確認や、UCI(国際自転車競技連合)が示す「新型コロナウイルス感染症対策に係るガイドライン」の内容について、JCF(日本自転車競技連盟)へ詳細なヒアリングを行うなど、準備を進めることができた。</li> <li>引き続き、新型コロナウイルス感染症の状況を注視しながら、協賛活動や感染症対策など、令和3年度の開催に向けた準備を進めていく必要がある。</li> </ul> <p>【②安全・安心な大会運営と大会開催を通じた地域経済の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症対策を徹底しながら、UCI公認のシクロクロスを2日間開催し、地域経済の活性化を図るとともに、「自転車のまち」としての本市の魅力を発信する。</li> <li>開催に向けては、観客等の安全確保や選手の招聘、大会協賛金の獲得など、大会開催に係る新型コロナウイルス感染症の影響を見極めながら、大会の開催可否や開催内容について検討していく。</li> </ul>
5	プロスポーツチーム支援事業	SDGs	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 ・新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた本市の魅力発信に係る支援連携	計画どおり	7,480	H18	独自性	<p>【①ホームタウン自治体としての連携支援策の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、各チームと連携し、市内飲食店や観光地のほか、ジャパンカップや3x3の情報発信を行ったことにより、プロスポーツチームの活動機会や露出機会の増加を図ることができた。</li> <li>国内男子プロバスケットボールリーグ「Bリーグ」が示す基準の変更に伴い、宇都宮ブレックスが優先的に使用できるアリーナを確保する必要性が生じたことから、今後のアリーナの検討に当たり、宇都宮ブレックスとの意見交換を開始した。</li> <li>引き続き、プロスポーツチームがもたらす効果を高められるよう、ホームタウン自治体として各チームへの適切な連携支援策を実施する必要がある。</li> </ul> <p>【②連携支援策の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>プロスポーツチームが直面している課題を共有するため、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影響を踏まえた効果的な連携支援策を実施していく。</li> </ul>

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>・本市独自の国際的スポーツイベントの誘致開催 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ロードレースや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、令和3年度においては、新型コロナウイルス感染症の国内外の状況を注視しながら、大会開催に向けて取り組む必要がある。</p> <p>・新たな魅力の創出 国の動向や社会情勢の変化を的確に捉えつつ、他自治体との差別化を図ることで本市の優位性を保ちながら、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>・本市独自の国際的スポーツイベントの誘致開催 新型コロナウイルス感染症対策を徹底しながら、日本で唯一認定されている「UCIプロシリーズ」のジャパンカップや、FIBA3x3ワールドツアーうつのみやマスターズ等を開催することにより、地域経済の活性化につなげるとともに、国内外に「自転車のまち」「3x3のまち」としての本市の魅力を発信する。 なお、開催に向けては、観客等の安全確保や選手の招聘・受入、大会協賛金の確保など、大会開催に係る新型コロナウイルス感染症の影響を見極め、関係団体と連携しながら大会の開催可否や開催内容について検討していく。</p> <p>・新たな魅力の創出 東京オリンピックを契機にした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を検討していく。</p>



令和3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
-------	---------	---------	-----

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	右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	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
基準値(H29)	1.4	実績値	2	3	3		
目標値(R4)	3	単年度の達成度	66.7%	100.0%	100.0%		
成果指標	冷熱エネルギー関連事業への平均新規参入事業所数(件)	1	1	1	1	1	— (※)
基準値(H29)	1	実績値	1	1	0		
目標値(R4)	1	単年度の達成度	100.0%	100.0%	0.0%		
産出指標	大谷地域内の事業所数(事業所)	113	117	121	125	130	
基準値(H26)	109	実績値	102	102			
目標値(R4)	130	単年度の達成度	90.3%	87.2%	84.3%		
基準値		単年度の目標値					

② 市民満足度の推移	指標名(単位)	基準値(H29)	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)	9.5%	27.6%	37.2%	19.7%	7.8%	
(%)	H30	8.9%	33.0%	41.9%	20.2%	8.1%	25.1%		
R1	8.1%	37.8%	45.9%	20.8%	7.6%	22.9%			
R2	6.0%	37.0%	43.0%	19.5%	6.0%	26.7%			
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
----------------	----------------------------	--	--	--	--	--	---

※「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」を算出指標に追加

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定した基準により定量的に評価することが適当でない施策指標は、「—」と表記(総合評価は、他の指標をもとに実施)

『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)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

【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
	観光客入込客数/市民1人	中核市平均	22.2	22.2	22.3		
	本市実績	28.4	29.0	28.4			

※ 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	<p>新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により観光需要が大きく減少し、地域経済に大きな影響が生じていることから、感染拡大の収束の状況や、国・県などによる観光関連産業への支援施策の方向性などを見極める必要がある。</p> <p>このような中、国においては「自然」「アクティビティ」「文化体験」を通じたストーリー性のある滞在を楽しむ「アドベンチャーツーリズム」を推進するとともに、県では滞在時間の長期化や宿泊数の増加などに向けた滞在コンテンツの造成への支援を行うこととしているため、大谷周辺地域においても、地域団体や民間事業者と連携を図りながら、体験・滞在型の観光コンテンツの創出などにより滞在時間の延伸や賑わいの創出に取り組んでいく必要がある。</p> <p>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、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づくりに向け、主要回遊動線を中心とした交通環境の向上や、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。</p>	総合評価	90点	
施策指標	<p>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、大谷地域で新たに飲食店やものづくり体験カフェなどの観光施設の立地に繋がった。</p> <p>冷熱エネルギー関連事業について、令和2年度に新規参入に至った事業者はいなかったが、令和3年度からの大谷夏いちご栽培への参入に向け、2事業者と調整を図り参入の準備を行った。</p>	市民満足度	<p>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、大谷地域への飲食店等の新規出店など、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、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おり、市民満足度も基準値を上回る水準を維持している。</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。

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	R2 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)	SDGs 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(岩肌をつた。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"> <li>・大谷・多気地区の良好な景観づくりに向けた、地元団体による岩だしや下草刈り等の景観形成・維持活動への支援を行い、観光景観の向上を図った。</li> <li>・大谷周辺地域の観光客増加等に伴い、地域の景観の重要性が高まっていることから、今後も活動の主体となる地域団体との連携により、景観形成事業に取り組み必要がある。</li> </ul> <p>【②大谷地域の観光振興の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年1月に、大谷地域が景観形成重点地区となったことから、引き続き地元団体と連携を図りながら、主要な回遊動線などにおける地元団体による景観維持活動の支援を行い、奇岩群など魅力的な景観スポットへの周遊促進などを含めた大谷地域の観光振興を図る。</li> </ul>
2	大谷特性活用支援事業(補助金)	SDGs 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	4,551	H23		<p>【①新たな地域産業等の創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大谷周辺地域の自然や景観を活用したアウトドアアクティビティと宿泊体験を合わせた自然体験プログラムの事業化に向けた試行や、冷熱エネルギーを活用した保冷倉庫での温度・湿度環境構築の研究等の支援を行い、地域資源を活用した産業創出に向けた取組を推進した。</li> <li>・地域資源を活用しながら、新たな地域の魅力やさらなる地域活性化に繋がる地域産業等を創出していく必要がある。</li> </ul> <p>【②地域資源等の活用促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまで支援を行ってきた事業の円滑な事業化を推進するとともに、地域資源とアートの組み合わせなど新たな観光コンテンツの創出に向け、さらなる資源の掘り起こしや事業者への支援等を行う。</li> </ul>
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	コロナの影響による変更	2,970	H24	独自性	<p>【①最適な熱利用方策の整理】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・冷熱エネルギー活用事業の更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、最適な熱利用に係るガイドラインを整理した。</li> <li>・新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、令和2年度の冷熱エネルギー活用事業への参入予定事業者の事業計画に見直しがあったが、令和4年度から大谷夏いちご栽培事業へ新規参入(栽培開始)の意向がある事業者と調整等を行った。</li> <li>・冷熱エネルギー活用に係るこれまでの調査研究等をもとに、冷熱エネルギー活用事業の普及に向け更なるPR等に取り組み必要がある。</li> </ul> <p>【②冷熱エネルギーの活用促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・産学連携により、冷熱エネルギーを活用した熟成商品の開発等に試行的に利用できる保冷倉庫が竣工したことから、地元農業者や民間事業者等による熟成商品の開発・ブランド化に向けた利用を促進するとともに、様々な冷熱利用方策の周知などに取り組み、冷熱活用事業の具体化を推進する。</li> </ul>
4	拠点性向上事業(※建設事業を含む)	SDGs 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	14,092	H30		<p>【①施設整備に向けた設計やポータルサイトの機能追加】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「大谷観光周遊拠点施設(仮称)整備基本計画」を取りまとめるとともに、整備の具体化に向けた基本設計に着手し、整備イメージ等を作成した。</li> <li>・観光振興や地域活性化に資する施設としていくため、誘客促進や回遊性向上等に向けた最適な運営方針の整理に向けた検討が必要である。</li> <li>・ポータルサイトにおいて、観光情報等を追加するとともに、大谷周辺地域でのイベント情報等が一览できるカレンダー機能を新たに追加し、閲覧者の利便性向上を図った。</li> <li>・大谷周辺地域のブランド力向上や認知度向上のため、ポータルサイトを通じ更なる情報発信の強化を図る必要がある。</li> </ul> <p>【②施設の整備や運用方針の整理及びポータルサイトの認知度向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和5年3月の供用開始に向け拠点施設の実施設計や整備工事に着手するとともに、拠点施設を活用した滞在・交流の促進や賑わいの創出等に向け、ヒアリングなどを通して施設運用方針を整理する。</li> <li>・ポータルサイトの更なる認知度を向上させ、来訪者の利便性向上を推進するため、観光施設等のHPとのリンクやSNSでの更なる情報発信を行う。</li> </ul>
5	観光地インフラ整備事業	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	9,988	R1		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)：回遊性の向上や滞在時間の延伸】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グリーンスローモビリティや自転車等多様なモビリティを導入した社会実験を実施し、大谷周辺地域での回遊性の向上や滞在時間の延伸が図られた。</li> <li>・グリーンスローモビリティを効果的に活用しながら大谷地域内の周遊性向上を図っていくため、地域団体等と連携しながら運行体制を構築し、事業化に向けて取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針：グリーンスローモビリティの早期本格運行】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グリーンスローモビリティの早期本格運行に向け、地域団体や交通事業者と連携した運行体制の構築や、周遊性向上などの効果を維持しながら事業採算性を確保するための運行のあり方の具体化を図るため、運行期間を拡充した社会実験を実施する。</li> </ul>

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 これまで増加傾向にあった大谷地域への観光客は新型コロナウイルス感染症の影響により減少しているが、新型コロナウイルス感染症収束後の観光需要の回復に向け、快適に楽しみながら地域内を回遊できる移動環境を充実させるため、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、移動環境の充実とともに、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を推進することで、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た交通環境の向上を図るため、多様な交通手段と連携しながら、グリーンスローモビリティの早期実装に向けた取組を進めるとともに、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 令和5年3月の供用開始を目的に、大谷観光の発着点となる「(仮称)大谷観光周遊拠点施設」の整備を進めるほか、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た栽培事業者の誘致や農地の確保、ならびに冷熱エネルギーの更なる活用に向けた民間事業者・大学等による保冷倉庫での研究の取組と連携を図るとともに、大谷周辺地域の自然・景観などの地域資源を活用したアクティビティの事業化支援やそれらの効果的なPRに取り組んでいく。</p>



令和3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

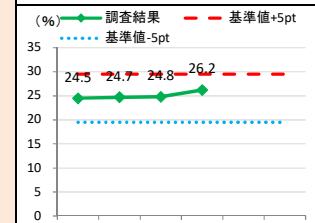
政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	14	個性豊かな観光と交流を創出する	基本施策目標	多彩な地域資源が発掘、活用されるとともに、おもてなしの充実が図られ、国内外からの多くの来訪者が個性豊かな観光を満喫し、交流が創出されています。
------	--------------------------	-------	----	-----------------	--------	---

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		
								産出指標	観光誘客イベントの来場者数(人)
基準値(H28)	139	実績値	136	139	-	-	-		
目標値(R4)	145	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(人)	単年度目標値	90,000	95,000	100,000	105,000	110,000	— (※)	
		基準値(H28)	83,000	実績値	80,718	75,133	10,300		-
		目標値(R4)	110,000	単年度の達成度	89.6%	79.1%	10.3%		-
		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
	施策の満足度(%) ('満足'と'やや満足'の合計)	5.0%	19.5%	24.5%	22.1%	8.9%	37.8%	B
	基準値(H28)	2.0%	22.7%	24.7%	24.6%	11.1%	35.0%	
	H30	3.4%	21.4%	24.8%	29.4%	9.6%	32.3%	
	R2	2.3%	23.9%	26.2%	22.3%	10.6%	34.7%	
	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】 中核市水準比較	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4	評価の組合せ	
	観光客入込客数/市民1人	中核市平均	22.2	22.2	22.3	-		-
		本市実績	22.3	29.0	28.4	-		-
本市順位		9位/50市中	8位/53市中	9位/60市中	-	-		

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定した基準により定量的に評価することが適当でない施策指標は、「-」と表記(総合評価は、他の指標をもとに実施)

『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	-
	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	-
	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"> <li>国は、訪日外国人旅行者数の目標を、2030年6,000万人に設定しており、『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。</li> <li>令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う外国人の入国規制や緊急事態宣言等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しており、観光関連産業に深刻な打撃を与えている。</li> <li>このため、これまで実施してきた、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、マイクロツーリズムなどの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る。</li> </ul>	80点
施策目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光誘客イベントの来場者数については、新型コロナウイルス感染症の影響により、イベント等が中止となったことから、実績値の算出が困難であるため評価対象から除外する。</li> <li>年間の外国人宿泊者数については、新型コロナウイルス感染症の影響により、外国人の入国規制などが行われたことから、外国人宿泊者数が著しく低下したため、評価対象から除外する。</li> </ul>	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・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R2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	SDGs	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(くるぶ宇都宮・ミニくるぶ等)の作成及び配布 ・餃子、ジャズ、カクテルマップの配布 ・HPやSNSを活用した情報発信	計画どおり	2,871	S59		<p>【①効果的な観光宣伝事業の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス感染症収束後に本市への来訪意欲を高めるため、観光施設や首都圏における観光キャンペーンの際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、本市の知名度及びブランド力の向上を図った。</li> <li>・新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、本市の観光振興に大きな影響を与えており、コロナ禍においても効果的な観光宣伝等を行うことで、新型コロナウイルス感染症の収束時期を見据えた観光戦略に取り組み必要がある。</li> </ul> <p>【②戦略的な観光PRの推進】</p> <p>今後も、観光動態調査等のマーケティングによる市場分析を実施し、新型コロナウイルス感染症等の影響による旅行形態の変化を的確に捉え、各種キャンペーンの実施やSNS・メディア等のICTを活用した各種プロモーションの実施など、実効性のある観光宣伝に取り組んでいく。</p>
2	外国人の誘客促進事業	SDGs	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作成・配布・PR	計画どおり	8,467	H27		<p>【①インバウンドプロモーションの実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、外国人旅行者の国内の受入規制などにより、積極的なインバウンドプロモーションが実施できなかった。</li> <li>・新型コロナウイルス感染症の収束を見据え、外国人旅行者に対し速やかに観光プロモーションを展開できるよう、ポータルサイトの構築や来訪意欲を高めるためのFIT(海外個人旅行)向けの体験型コンテンツ作成に取り組んだ。</li> </ul> <p>【②更なるインバウンドの推進】</p> <p>引き続き、新型コロナウイルス感染症の収束状況を見極めながら、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る。</p>
3	観光拠点創出事業	SDGs 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	2,108	H13	独自性	<p>【①官民一体となった観光拠点の整備】</p> <p>「餃子通り」に「餃子通り」ロゴ入りの宮袋めしを設置したほか、餃子通り内の餃子店で、飲食・お土産購入の方に限定ノベルティを配布するなど、餃子通りの知名度、ブランド力の向上を図った。</p> <p>【②観光拠点の更なる磨き上げ】</p> <p>今後も、観光客に目的地として訪れてもらえるよう、新たなアイテムの設置など、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。</p>
4	宇都宮観光推進委員会事業(交付金等)	SDGs	DESTINATIONキャンペーンをきっかけに発足した「宇都宮市DC推進委員会」での取組を継承し、観光事業者等との連携をしながら観光事業に取り組み、官民一体となって本市観光を推進し、地域経済の活性化に寄与する。	宇都宮観光推進委員会	事業実施に係る経費を補助	計画どおり	32,500	H28		<p>【①観光需要回復策の展開】</p> <p>官民連携を図りながら、栃木県補助金を活用した「三密回避旅行商品」の造成や「プレミアム観光クーポン宇都宮」の販売などの、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ観光需要回復策に取り組み、誘客促進や周遊促進、滞在時間の延長を図った。</p> <p>【②官民連携した観光振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ観光需要の回復を図るため、委員の意見を踏まえながら、観光資源の創出や磨き上げなどについて、官民が連携して取り組んでいく。</li> <li>・「プレミアム観光クーポン宇都宮」の販売については、令和2年度の実施効果を鑑みて、利用者の満足度を高めるサービスの充実を検討しながら、引き続き、実施していく。</li> </ul>
5	農林公園整備事業	SDGs	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	39,414	H8		<p>【①観光施設の維持管理】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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、開館から20年を超え、施設の経年劣化が進行していることから、施設の維持修繕工事を計画的に実施したところである。</li> <li>・今後も、適切な管理運営を行っていくことが重要である。</li> </ul> <p>【②適切な管理運営】</p> <p>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。</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>・観光振興の推進</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ観光需要の回復させるため、観光事業者や交通事業者とより一層の連携を図りながら、観光事業の支援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実施する必要がある。</p> <p>・交流人口の増加に向けた取組の実施</p> <p>コロナ下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、新たな魅力を創出することで、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>・外国人の誘客促進</p> <p>インバウンドについては、新型コロナウイルス感染症の収束状況を見極めながら、外国人旅行者に対し速やかに観光プロモーションを展開できるよう、特に外国人に対し訴求力が高い、歴史・文化・伝統・食などの磨き上げや発信を行う必要がある。</p>	<p>・観光振興の推進</p> <p>新型コロナウイルス感染症収束後の観光産業の早期回復を実現するため、引き続き、宇都宮観光コンベンション協会や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、新たな観光コンテンツの造成や観光スタイルの確立を行うなど、より一層の観光産業の振興に取り組んでいく。</p> <p>・交流人口の増加に向けた取組の実施</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密対策を講じた新たな観光資源の創出や磨き上げに取り組むとともに、本市の観光資源の効果的な発信を行うことで、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>・外国人の誘客促進</p> <p>新型コロナウイルス感染症の収束状況を見極めながら、速やかに観光プロモーションを開始するとともに、外国人の目線を取り入れた観光資源の発信や磨き上げ、受入体制の整備などに取り組んでいく。</p>

令和3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	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	観光ボランティアガイド養成講座の累計受講者数(人)	単年度目標値	270	290	310	330		350	B	② 市民満足度の推移	基準値(H29)	4.8%	21.9%	26.6%	20.5%		9.1%	37.6%
基準値(H28)		244	実績値	265	277			(%)	調査結果		基準値+5pt	H30	2.2%	23.4%	25.6%	25.9%	10.1%	33.5%	
目標値(R4)		350	単年度の達成度	98.1%	95.5%	89.4%			基準値-5pt		R1	5.0%	20.9%	25.9%	28.2%	11.5%	31.1%		
単年度目標値									R2		3.4%	22.1%	25.5%	24.8%	10.8%	33.3%			
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	81.0	82.0	83.0	84.0	85.0	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(H28)	79.8	実績値	78.2	64.5	84.1													
	目標値(R4)	85.0	単年度の達成度	96.5%	78.7%	101.3%													
	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	R1	R2	R3	R4	評価の組合せ		
	目標値(R4)		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

★ 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	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"> <li>本市を訪れ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る。</li> <li>世界的な新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外からの観光客が減少しているが、コロナ下及び新型コロナウイルス感染症の収束を見据えた、安心・安全な受入環境の整備が求められる。</li> </ul>	85点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光ボランティアガイド養成講座の累計受講者数については、新型コロナウイルス感染症の影響により、おもてなし推進委員会において開催している「おもてなしセミナー」や「おもてなし勉強会」等が中止になったため、昨年度と同数である。</li> <li>「訪問して満足した」と感じている来訪者の割合については、新型コロナウイルス感染症の影響により、本市への観光客入込客数は減少したものの、観光資源の磨き上げや受入体制の整備に努めたため、実績値は上昇し、目標値を上回った。</li> </ul>	市民満足度
	<ul style="list-style-type: none"> <li>おもてなし推進委員会による「おもてなしセミナー」や「おもてなし勉強会」の開催をはじめ、広報紙やホームページにおいてもおもてなしの推進などを行っているものの、市民に対するおもてなし意識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。</li> </ul>	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	R2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	28,901	H12		<p>【①観光客への案内充実と観光需要回復に資する観光プロモーションの実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>観光客が快適に市内を周遊できるよう、JR宇都宮駅観光案内所において、各種パンフレットの配布や本市観光情報の提供などのおもてなし推進に取り組んだ。</li> <li>新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ観光需要の回復につながるプロモーションの実施については、同時期に実施した観光需要回復策と連携を図りつつ、専用HPの開設やSNSを活用しながら、観光誘客に取り組んだ。</li> </ul> <p>【②案内機能の更なる充実】</p> <p>今後は、観光客が快適に観光できるよう、観光案内所における情報発信機能の向上を図るとともに、新しい旅行スタイルなどの観光客のニーズを踏まえながら、本市を快適に観光してもらえるよう更なるおもてなしの向上に努めていく。</p>
2	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	8,000	H18		<p>【①観光施設・事業所出店への支援】</p> <p>大谷エリアなどへの新たな出店事業者等を支援し、ものづくり等の体験施設の整備を促進することで、観光客へのおもてなしの向上を図った。</p> <p>【②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>
3	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	計画どおり	4,840	H27		<p>【①誘客促進と市内観光案内の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国内外の観光客に対して観光情報、飲食店情報等の発信を行うことで、観光客の受入体制の整備やおもてなしの充実を図った。</li> <li>一方で、近年、ICT分野の技術進歩は非常に速く、アプリ導入時と比べ、様々な情報発信の手法が増えていることから、令和2年度をもって、観光アプリを廃止し、維持費や利便性の観点から新規ICTツールの導入を検討した。</li> </ul> <p>【②観光アプリ廃止】</p> <p>今後、ICTツールを活用したより効果的な観光ツールである「デジタルマップ」の導入を進める。</p>
4	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	6,915	H29		<p>【①外国人観光客の受入環境の充実】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>公衆無線LANの運用や外国人受入体制補助金の周知、外国語による本市の魅力的な観光資源の情報を盛り込んだ外国人向けポータルサイトを構築、民間の観光施設における多言語対応の促進など、本市を訪れる外国人観光客の受入体制の整備に取り組んだ。</li> </ul> <p>【②補助制度の利用促進】</p> <p>今後は、公衆無線LANの継続運用、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、民間事業者に対し、補助制度に係る周知や働きかけを行うことで、制度の利用促進に取り組む。</p>
5	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	コロナの影響による変更	32	H20	独自性	<p>【①官民が連携したおもてなし体制の構築】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の影響により、おもてなし向上のため予定していた勉強会等は中止となった。</li> <li>市民や事業所など、全市的におもてなし力を向上させるため、官民協働で設置した「おもてなし推進委員会」において、「withコロナ・アフターコロナ」に対応した新しい形でのおもてなし運動を検討した。</li> </ul> <p>【②更なるおもてなしの充実】</p> <p>今後は、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>

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、コロナ下における新しい生活様式に対応した内容での実施の検討など、「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求められる。</p>	<p>・観光客が安全・安心して本市を観光できるよう、宇都宮観光コンベンション協会や宇都宮観光推進委員会などの民間団体と連携を図り、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に対する支援のほか、快適に本市の観光を楽しんでもらえるよう、ICT技術を取り入れた観光情報の発信手法の検討など、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向上に向け、街なかで観光情報の提供を行う「おもてなしスポット」の創設や、三密回避のためガイドレシーバーを用いた観光案内の拡大などを検討し、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施するなど、市民と一体となって、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3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

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、文化鑑賞や活動が身近にできる環境や人材・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		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						評価の組合せ	
	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(%)</b> (「満足」と「やや満足」の合計) (%) — 調査結果 — 基準値+5pt — 基準値-5pt 	基準値(H29)	7.8%	27.6%	35.4%	17.9%	7.6%	32.0%	B	
		実績値	342,725	335,465	370,960	97,894				H30	3.7%	30.8%	34.5%	25.6%	9.1%	25.6%		
	目標値(R4)	360,000	96.4%	106.0%	27.8%		R1		6.3%	27.6%	33.9%	27.9%	9.4%	26.0%				
	単年度の達成度						R2		4.1%	29.4%	33.5%	20.2%	9.4%	29.7%				
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	— (※)	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	
		実績値	78.6	82.8	76.0	32.4			中核市水準比較 市立美術館入場者数/市民100人	H30	43.5	44.4	48.3					指標
	目標値(R4)	85.0	102.2%	92.6%	39.0%		本市実績			23.8	15.5	22.6						
	単年度の達成度						本市順位		17位/54市中	21位/58市中	19位/60市中							
	基準値(H29)																	
	目標値(R4)																	

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定した基準により定量的に評価することが適当でない施策指標は、「—」と表記(総合評価は、他の指標をもとに実施)

『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	-
	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	-
	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	・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。 ・しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響により、文化芸術活動に携わる団体を取り巻く厳しい環境が続いており、文化庁や本市の各種支援策の活用など文化芸術活動の継続・発展に向けた取組が求められている。	80点
施策指標	・文化芸術事業の参加者・観覧者数については、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、市民芸術祭やジュニア芸術祭の各種事業が縮小・中止となったほか、美術館などの施設においても来館者が減少したことから、全体の参加者数は目標値を下回った。 ・文化会館の施設稼働率については、新型コロナウイルス感染症の影響により、コンサート等の公演が中止となったほか、会議室等も利用機会が減少したため、目標値を下回った。	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	R2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	宇都宮市民芸術祭の開催	コロナの影響による変更	2,367	S55		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):新型コロナウイルス感染症の影響により文芸部門のみ実施】                      ・新型コロナウイルス感染症の影響により、「茶華道」「ギャラリー」「ホール」「メディア芸術」の各部門と表形式は中止した。                      ・令和3年1月に書面による実行委員会を開催し、令和3年度の実業実施に向けて、部会ごとに新型コロナウイルス感染症対策を十分に講じて開催に向けて検討していくこととした。</p> <p>【②今後の取組方針:新型コロナウイルス感染症防止対策に十分配慮した事業の実施】                      ・国・県の方針や、本市の感染状況を踏まえ、随時、事業毎に開催可否について検討を行いながら、開催に向けた準備を進めていく。                      ・また、40周年記念事業の取組で築いた繋がりを盛り上がりを生かし、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る。</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	コロナの影響による変更	1,121	H11		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):新型コロナウイルス感染症の影響により2部門のみ実施】                      ・年度当初からの長期休校により、作品制作・練習時間の確保が困難であったこと、また、ステージ等での三密回避策が困難であることから、「学校美術」「学校音楽」「ジュニア文芸」「ジュニア音楽」、また表形式については中止を決定したが、「学校書道」「学校演劇」については、新型コロナウイルス感染症対策を十分に盛り込んだ開催方法へ変更して実施した。                      ・「学校書道」については、特賞作品を市ホームページで掲示・紹介することで、中止となった入賞展示会の代替措置を講じた。また、「学校演劇」については、上演終了ごとに十分な喚起を行い、他校との接触を避ける。無観客とするなど、新型コロナウイルス感染症防止対策を講じたうえで実施した。                      ・令和3年2月上旬に書面による実行委員会を開催し、令和3年度に向けて、新型コロナウイルス感染症対策を十分に講じて開催に向けて検討していくこととした。</p> <p>【②今後の取組方針:新型コロナウイルス感染症防止対策に十分配慮した事業の実施】                      学校における練習機会の確保などの課題も鑑みつつ、国・県の方針や、本市の感染状況を踏まえ、随時、事業ごとに開催可否について検討を行いながら準備を進め、今後も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る。</p>
3	宇都宮エスぺール文化振興事業	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	・隔年で宇都宮エスぺール賞の選考、受賞者に育成金(200万円)を贈呈 ・エスぺール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	2,690	H13	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):エスぺ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年度はギャラリー部門の選考を実施し、優れた芸術家を発掘することが出来た。</p> <p>【②今後の取組方針:質の高い芸術文化に市民が触れる機会の創出】                      令和3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」を開催する年度であり、美術館や文化会館などを会場としたコンサートや作品展示を行ない、市民が質の高い芸術に触れる機会を創出するほか、受賞者学校派遣事業を実施するなど、本市文化芸術のより一層の振興と取り組んでいく。</p>
4	文化会館整備事業		利用者に安全で快適な施設サービスを提供する。	宇都宮市文化会館(利用者)	文化会館の施設・設備の計画保全や緊急対応	計画どおり	8,924	S54		<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35年以上が経過していることから、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:第2期大規模改修工事に向けた改修手法等調査の実施】                      第2期改修工事に向けた課題をより明確にするために、令和3年度は「第2期改修工事改修手法等調査」を実施し、それを踏まえて第2期改修工事の改修箇所やスケジュール等を検討する。また、経年劣化等に伴う施設・設備の故障や不具合が散見されることから、適切な計画修繕を行っていく。</p>
5	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	46,635	H9		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):計画的な保全整備のための改修工事実施設計の委託】                      開館から20年以上が経過しており、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、施設・設備の劣化等に伴う保全整備に計画的に取り組むため、休館を伴う大規模改修に向けた実施設計業務を実施し、効率的な改修工事に向けた検討を行った。また、工事に伴う休館に係る条例改正などを行った。</p> <p>【②今後の取組方針:大規模改修工事の円滑な実施と工事期間中の美術作品の適切な保管】                      令和4年秋までの休館期間を予定しており、スケジュールに遅滞のないよう、円滑な実施に向けて、随時必要な協議を行いながら工事の進捗確認を行うとともに、工事期間中の美術作品の適切な移動・保管に向け、関係者と綿密に連携を図る。</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、また、宇都宮市文化会館は40年が経過し、各施設の経年劣化や老朽化が進んでおり、文化会館については、平成27～28年にかけて第1期大規模改修を実施しており、空調設備など残りの設備の次期の改修に向け計画的に取り組んでいく必要がある。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症の感染防止に係る各種指針に沿った取組を進め、安心して文化芸術活動が行える環境を整え、文化活動の充実を図る必要がある。</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、新型コロナウイルス感染症防止対策を取りながら、「市民芸術祭」や「ジュニア芸術祭」の開催に向けて取り組むほか、文化会館・美術館においても、施設内における感染防止対策を講じながら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、「宇都宮エスぺール賞」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。特に、文化会館においては、今後の改修工事に向けて手法等の検討を進める。</p> <p>・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、新型コロナウイルス感染症防止対策を講じながら文化芸術事業の実施や文化施設の管理・運営等に取り組んでいく。</p>



令和3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	市民が主體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きずな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							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	— (※)	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	4,153			(%)	調査結果	基準値+5pt	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%	10.8%			40	29.4	26.8	27.6	R1	5.5%	22.1%	27.6%	28.4%		8.3%	32.0%
	単年度の目標値								25	29.4	26.8	27.6	R2	4.8%	24.4%	29.2%	21.6%		7.1%	35.4%
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	— (※)	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	167,069	104,947			指標名(単位)		H30	R1	R2	R3	R4		評価の 組合せ			
	目標値(R4)	178,000	単年度の達成度	109.8%	107.6%	67.2%			中核市水準比較	中核市平均	2345.5	1815.3	1820.6					指標		
	単年度の目標値						市立文化財展示施設等の 延べ床面積(m <sup>2</sup> ) / 市民10万人		本市実績	224.9	245.0	245.3			評価					
基準値(H29)		実績値					本市順位	38位/54市中	40位/58市中	41位/60市中										
目標値(R4)		単年度の達成度																		

※ 新型コロナウイルス感染症の影響により、当初想定した基準により定量的に評価することが適当でない施策指標は、「—」と表記(総合評価は、他の指標をもとに実施)

『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	—
	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	—
	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2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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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すこと、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、いちご一会とちぎ国体・とちぎ大会の開催を契機に、本県の歴史文化の魅力や国内に発信する文化プログラムの取組が県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いる。さらに、VRや3DCGなどのICTの大衆化が進んでおり、歴史文化の普及や啓発の取組においてもICTを活用した先駆的な取組が進んでいる。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わかりやすい形で発信するとともに、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。</li> <li>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る。</li> </ul>	80点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>文化資源の周知啓発事業参加者数及び文化財展示施設利用者数については、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下回る結果となった。</li> </ul>	概ね順調
	市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>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であるが、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。</li> </ul>

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・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R2 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	コロナの影響による変更	1,617	H20	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:伝統文化に触れる機会の確保 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、ほぼ計画どおり実施することができた。 一方で、新型コロナウイルス感染症の影響により、伝統文化フェスティバル(10月)が中止となったほか、その他の講座の大半が中止となった。伝統文化・芸能・食等に触れる機会を確保していくことが求められる。</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 「伝統文化フェスティバル」や各種講座について、新しい生活様式に対応した開催方法を検討して実施するほか、「宮っ子伝統文化体験教室」を年30回実施することで、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(VR等の宇都宮城映像コンテンツ制作) ・令和元年度創設「宇都宮市民遺産制度」の普及啓発及び認定団体への活動、補助金活用等の指導・助言	計画どおり	27,743	H28	独自性	<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「宇都宮城映像コンテンツ制作」に取り組んだほか、令和元年度に創設した「宇都宮市民遺産制度」の運用をはじめ9団体を認定するなど、文化遺産を活用した地域の活性化を着実に推進した。</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・活用推進 「歴史文化財ホームページ」やSNSなどの視覚的な情報ツールを用いてエイト・ストーリーの更なる普及啓発を進めるとともに、宇都宮城映像コンテンツを活用して宇都宮城の情報発信を推進する。また、「宇都宮市民遺産制度」について、引き続き制度の周知を図り、市民や地域団体の公募への関心を高めるとともに補助対象となった団体への支援に努めている。</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 ・大谷地域の重要文化的景観選定に向けた調査検討の実施	計画どおり	9,728	H30	独自性	<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。大谷石文化市民講座では、新型コロナウイルス感染症対策としてZoomによるオンライン形式を導入するなど、新しい生活様式に対応した新たな取り組みを行った。 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、国の重要文化的景観選定申出に必要な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、大谷地域の重要文化的景観選定に向け、所有者及び地域の合意を得ていく。</p>
4	うつ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力の向上に寄与する。	うつつのみや百人一首市民大会実行委員会	うつ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	コロナの影響による変更	17	H8	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:新型コロナウイルス感染症の影響による大会と関連事業の中止 「新型コロナウイルス感染症の対策が困難であることから、市民大会及び連生記念全国競技かるた宇都宮大会を中止とした。また、市民大会と連動していた各種イベントにおけるブース出展や体験事業についても、出展イベントの中止に伴い中止となった。 令和3年2月に書面による実行委員会を開催し、令和3年度に向けて、新型コロナウイルス感染症対策を十分に講じながら開催に向けて検討していくこととした。</p> <p>【②今後の取組方針】:感染防止対策に十分配慮した事業の実施 国・県の方針や、本市の感染状況を十分に踏まえ、開催可否について検討を行いながら、開催に向けた準備を進めていく。</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	コロナの影響による変更	950	H22	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:新型コロナウイルス感染症の影響による各種イベントの中止 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」を実施した一方、新型コロナウイルス感染症の影響により、渡辺貞夫ライブやミヤ・サンセットジャズ、宮ふれあいステージジャズ等を中止することとなったが、代替事業としてジャズ等の音楽団体へ練習場所を提供する「オリオンスクエア公開練習」を実施したほか、うつつのみやジャズのまち委員会ホームページにおいて、おすすのジャズをリー形式で紹介するコラムを掲載するなど、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】:感染防止対策を講じた安全なイベントの開催と20周年事業の実施 うつつのみやジャズのまち委員会や観光交流課との連携を強化し、音楽のあふれるまちの更なる活性化に向け、新型コロナウイルス感染症対策を講じながら事業を展開していく。 令和3年度に委員会誕生20周年を迎えることから、記念コンサートの開催及びジャズ史の編纂に取り組む。</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>・歴史文化に対する理解促進や郷土への愛着の醸成に向けた調査研究及び普及啓発・情報発信等の促進 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・愛着の醸成や、認知度・来訪意欲を高めるため、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、各種の感染防止に係る指針や「新たな生活様式」などに対応しながら、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資源を活用した地域活性化の推進 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>・歴史文化に対する理解促進や郷土への愛着の醸成に向けた調査研究及び普及啓発・情報発信等の促進 「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「みや遺産」制度を運用していく。</p> <p>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、感染症対策や「新たな生活様式」への対応について検討を重ねながら「伝統文化フェスティバル」や「宮っ子伝統文化体験教室」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。</p> <p>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資源を活用した地域活性化の推進 「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・活用取組を推進する。また、本市ゆかりの「百人一首」「ジャズ」「妖精」といった文化資源を活かした地域活性化の取組については、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて「百人一首市民大会」の開催が困難となっている中においても、感染防止対策を講じた上で開催について検討を進めつつ、「宇都宮学」など、様々な機会を捉えた普及啓発の取組を継続していく。また、「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」などの開催のほか、全国的にも稀有な「うつ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>