

令和5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	人口対策・移住定住推進室	総合計画 記載頁	139
-------	--------------	-------------	-----

関連するSDGs目標



1 施策の位置付け

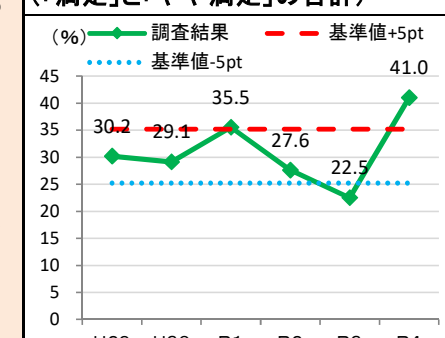
政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13	都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	基本施策目標	石の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けたいと考える人が増えています。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	--

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		300
基準値(H28)		189	実績値	221	242	287	295	303	
目標値(R4)		300	単年度の達成度	100.5%	100.8%	110.4%	105.4%	101.0%	
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)	市内 86.1 市外 65.6	実績値	—	—	市内 84.6 市外 62.5	—		市内 86.1 市外 64.8
	目標値(R4)	市内 91 市外 71	単年度の達成度	—	—	市内 95.1 市外 90.6	—		市内 94.6 市外 91.2
	※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)	90.3	実績値	92.1	91.8	92.4	91.3	92.5		
目標値(R4)	92.5	単年度の達成度	101.8%	100.9%	101.0%	99.2%	100.0%		

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	2.3%	25.3%	27.6%	25.1%	11.7%	29.0%		
	R3	2.4%	20.0%	22.5%	28.1%	12.5%	28.9%		
	R4	6.0%	35.1%	41.0%	25.1%	10.0%	19.7%		

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	17.0	21.0	21.6	
※「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	19.3	22.1	24.4		
本市順位	24位/54市中	20位/58市中	19位/60市中	24位/62市中	22位/62市中	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)・・・(実績値/目標値)×100(%)  
 ★ 減退型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)・・・(目標値/実績値)×100(%)

【参考】新型コロナウイルス感染症の影響を受けた施策に係る取組の実施状況	→ →
-------------------------------------	--------

※ 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	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	A

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	・JR宇都宮駅東口地区のまちひらきやLRTの開業など、本市が目指すまちの姿である「スーパースマートシティ」の実現に向け、まちと暮らしが大きく変わる節目を迎えている。 ・本市の社会動態において東京圏への転出超過が続いている中、全国的には新型コロナウイルス感染症拡大を契機とした地方分散・回帰に対する関心が高まっている。 ・「共働き子育てしやすい街ランキング」や「住みよさランキング」などの民間調査でトップクラスに位置するなど、本市のまちづくりが高く評価されている。 ・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磨き上げが進められ、本市への愛着の獲得につながる一方、「暮らしやすさ」や「子育てのしやすさ」、「先進性」など本市の都市の実力などについて、更なる認知度向上が必要となっている。			95点 順調
施策指標	・魅力発信件数については、宇都宮ブランド推進協議会やマイラーの公式SNS、国内最大規模のメディア向け配信サイトなどの活用に加え、在京キー局におけるテレビCM放映や鉄道広告、市内外のサイネージ等での動画配信など、多様な媒体を効果的に活用した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。 ・「宇都宮が好きな人の割合」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9年連続で9割を超えており、目標値を達成している(令和4年度は過去最高値の92.5%)。	市民満足度	本市の「居住地」としての認知度向上に向け、移住定住の促進につながる施策の重点化を図り、目的やターゲットを明確化した戦略的な情報発信に取り組んだことにより、施策目的等に対する理解が進んだことに加え、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえた行動制限の緩和等を受け、本市の魅力に直接触れる参加・体験型事業の充実・強化を図ったことにより、魅力を実感する機会が増加し、本市への「誇り」や「愛着」がより一層醸成されたことから、施策の満足度が向上したのと考えられる。	

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	R4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り、市民の誇りや市外からの憧れなど愛着を獲得する	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」の取組の推進	計画どおり	137,910	H20	先駆的	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:多様な媒体を活用したプロモーションの展開</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・テレビCMやインターネット広告、鉄道広告など多様な媒体を活用し、本市の住みよさについて訴求するための集中的なプロモーションを展開したことにより、市内外において「居住地としての宇都宮」をはじめとした本市ブランドの認知度向上が図られ、移住相談件数の増加にもつながった。(移住相談件数 R3:166件⇒R4:448件 ※約2.7倍)</li> <li>・次年度については、さらなる本市認知度の向上やシビックプライドの醸成による、交流・関係人口の創出拡大、移住定住の促進に繋げていくため、令和4年度の移住定住プロモーション等で蓄積したノウハウなどを最大限に生かすとともに、LRTの開業をはじめ、国際的なスポーツイベントやMICE開催など本市への注目が高まる機会等を捉えながら、戦略的に本市ブランドプロモーションを展開していく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針】:移住定住の促進につながるプロモーション等の充実・強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年度築いた「居住地としての宇都宮」の認知・関心をさらに高め、特設ホームページへの来訪や移住相談、その先の本市への来訪や移住・定住などの実際の行動変容につなげるため、LRT開業などの本市に注目が集まる時期等を捉えながら、引き続き、特に東京圏の子育て世代や若者をターゲットとした集中的なプロモーションを展開していく。</li> <li>・また、本市の魅力を五感で体感することができる移住体験事業等の充実・強化を図り、交流人口や関係人口の創出・拡大、移住定住の促進につなげる。</li> </ul>
2	東京圏から本市への移住・定住等の促進(再掲)	好循環P戦略事業	本市へ移住・定住する人の増加	東京圏を中心とした、本市外に在住する方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京圏における移住定住プロモーションを通じた本市の魅力や情報の発信</li> <li>・本市での生活等について理解を深められる体験事業の実施</li> <li>・移住定住相談窓口「miyacome」における相談受付</li> <li>・本市における各種支援制度の利用促進</li> </ul>	計画どおり	62,756	H28		<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や施策事業の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年度は、県と連携したオンライン移住セミナーや県内全市町による移住セミナー、ふるさと帰郷支援センター主催の全国自治体と連携した移住セミナー等を通じた情報発信を実施するとともに、地方への移住を検討する方を対象に、お試し宿泊体験等を行うみや暮らし体験を実施した。</li> <li>・また、引き続き、子育て世代等をターゲットとしたデジタルマーケティングに取り組むとともに、新たにJR宇都宮駅直結の複合施設「Utsunomiya Terrace」に「移住定住相談窓口miyacome」を開設し、相談体制の充実を図るほか、市公式LINE「教えてミヤリー」を活用した情報発信を行った。</li> <li>・移住定住相談窓口での相談延べ件数については、前年度と比較し、2.7倍(R3:166件 ⇒ R4:448件)に増加しており、テレワークの普及による通勤頻度の減少など、就業環境の変化による地方移住に対する機運が高まっていることから、着実な情報発信を行うとともに、移住の検討熟度に応じた効果的な促進策に取り組む必要がある。</li> </ul> <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"> <li>・地方移住の機運を捉えながら、引き続き、効果的な情報発信を行うとともに、体験事業や相談体制の充実を図るなど、移住の検討熟度に応じた支援を強化し、移住定住の更なる促進を図る。</li> <li>・また、移住者や市内在住の若年層の転入転出理由などの把握に努めるとともに、特に進学・就職を契機とした本市からの転出防止や移住者の定住促進に向けて、東京圏への通勤・通学を支援するほか、本市との関係性強化を図る取組を検討するなど、取組の強化を図っていく。</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>・移住定住促進につながるプロモーションのさらなる強化 出生数の減少や若い世代の東京圏への転出超過が続くことにより、本市の活力や賑わい、地域コミュニティの低下など、まちづくりのあらゆる分野に影響を及ぼすことが懸念されることから、本市が将来にわたり持続的に発展していくため、移住定住の拡大につながる戦略的なプロモーションのさらなる強化を図る必要がある。</p> <p>・時機を捉えた魅力発信・体験機会の充実 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う行動制限等が緩和され、人や企業等の動きが活発化するとともに、令和5年度においては、JR宇都宮駅東側においてLRTが開業するなど、全国から本市が注目を集めるタイミングであることから、このような時機を的確に捉え、さらなる本市の認知度向上やシビックプライドの醸成、交流人口・関係人口の創出・拡大につなげていくため、ターゲットの属性に応じた情報と手法を組み合わせた魅力発信や本市の魅力を実際に感じることができる参加・体験型事業等の充実を図る必要がある。</p> <p>・本市ブランド戦略のあり方等の検討 「宇都宮ブランド戦略指針」の策定から15年が経過する中、官民を挙げたブランド戦略の推進により、市内外からの「誇り」や「憧れ」が醸成されるなど、取組の効果が発現する一方、本市においては、平成29年の人口約52万人をピークに人口減少社会へ転換するなど、本市ブランド戦略を取り巻く環境は大きく変化していることから、これまでのブランド戦略の取組の評価や環境変化に伴う新たな課題等を整理し、それらを踏まえた今後のブランド戦略にふさわしい指針へ更新する必要がある。</p>	<p>・移住定住促進につながるプロモーションの更なる強化 令和4年度に実施した移住定住・宇都宮ブランドプロモーションで築き上げた「居住地としての宇都宮」のさらなる認知度向上を図るとともに、特設ホームページの検索や移住相談などの実際の行動変容につなげるなど、さらなる移住定住の促進に向け、令和4年度と同プロモーション等で蓄積した素材やノウハウ等を生かしながら、引き続き、特に東京圏の子育て世代や若者を対象に本市の「充実した子育て環境」や「豊かな住環境」などの本市の強みを訴求宣伝するため、テレビCMやインターネット広告など様々なメディアを連動させた移住定住プロモーションを展開していく。</p> <p>・時機を捉えた魅力発信・体験機会の充実・強化 LRTの開業をはじめ国際的なスポーツイベント、MICE事業などを通じ本市に注目が集まる時期を的確に捉えながら、「餃子」や「大谷石」など本市が全国に誇る地域資源や、「まちの先進性」や「豊かな住環境」、「充実した子育て環境」などの都市の実力をSNSやメディア等の多様な媒体を効果的に活用しながら発信し、本市への関心を高めるとともに、アンテナショップ事業をはじめ、本市の魅力を実際に体感できる参加・体験型事業等の充実・強化を図り、さらなるシビックプライドの醸成や交流人口・関係人口の創出・拡大へとつなげていく。</p> <p>・本市ブランド戦略のあり方等の検討 これまでのブランド戦略における取組の評価や本市を取り巻く環境変化等に伴う課題などについて、有識者や企業代表者、市議会議員、市民等で構成される「宇都宮ブランド推進協議会」からの意見を聴取しながら、庁内検討組織である「宇都宮ブランド統括本部会議」や「宇都宮ブランド調整会議」において整理・検討を進め、それらを踏まえた今後のブランド戦略の方向性等を示す新たな指針(仮称)宇都宮ブランド基本方針を令和5年度中に策定・公表する。</p>

令和5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	人口対策・移住定住推進室	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	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。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	--

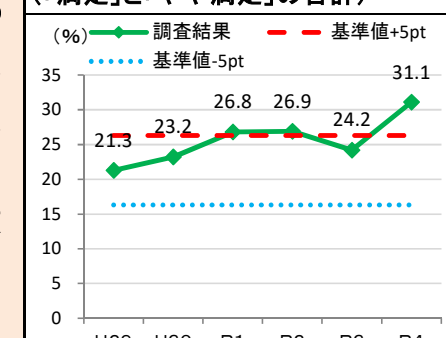
2 施策の取組状況

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	
								単年度目標値
産出指標	移住・定住に関する相談件数(件)(累計)	160	270	380	490	600	A	
	基準値(H29)	55	135	207	262	428		876
	目標値(R4)	600	(80)	(72)	(55)	(166)		(448)
成果指標	東京圏から本市への転入者数(人)(累計)	11,178	16,833	22,545	28,325	34,173	B	
	基準値(H29)	5,567	10,948	16,421	21,932	27,276		32,933
	目標値(R4)	34,173	(5,381)	(5,473)	(5,511)	(5,344)		(5,657)

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
【参考指標】	施策の満足度(%) (「満足」と「やや満足」の合計)	3.4%	17.9%	21.3%	20.3%	7.4%	44.1%	A
	(%)	3.7%	19.5%	23.2%	20.0%	7.9%	44.1%	
	H30	4.7%	22.1%	26.8%	21.1%	6.0%	42.2%	
	R1	3.0%	23.9%	26.9%	17.5%	6.4%	43.7%	
	R2	2.9%	21.3%	24.2%	19.1%	7.8%	41.8%	
R3	4.7%	26.4%	31.1%	21.9%	7.0%	36.1%	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	
								指標	評価
※ 評価の考え方	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  
 ★ 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)・・・(実績値/目標値)×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)・・・(目標値/実績値)×100(%)

【参考】新型コロナウイルス感染症の影響を受けた施策に係る取組の実施状況	
-------------------------------------	--

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	・テレワークの急速な普及に伴い、仕事よりも生活を重視する意識の高まりや、「転職なき移住」の選択が可能になるなど、仕事や生活環境に対する意識が変化している傾向にあり、東京圏在住の20～30歳代を中心とした若年層において、地方移住への関心が高まっており、特に東京圏在住者のうち、地方圏出身者が高い状況にある。【東京23区におけるテレワーク実施率…令和元年12月:17.8%から令和5年3月:51.6%に増加、東京圏在住者の地方移住への関心…令和元年12月:25.1%から令和5年3月:35.1%に増加、東京23区在住者における地方移住への関心…令和元年12月:全年齢28.0%・20代38.9%から令和5年3月:全年齢35.7%・20代43.0%に増加(内閣府『第6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、特に20歳代を中心とした若年層の転出が多い状況にある。【東京圏への転入・転出…令和4年転入:5,657人、転出6,810人(1,153人転出超過)、年齢別東京圏の転入・転出…20歳代:令和4年転入:2,420人、転出3,114人(694人転出超過)(宇都宮市『推計人口』)】	90点 順調
施策指標	・子育て世帯などを対象に、インターネット広告等を活用した情報発信を行うデジタルマーケティングを実施したほか、新たにJR宇都宮駅直結の複合施設「Utsunomiya Terrace」に「移住定住相談窓口miyacome(ミヤカム)」を開設し、相談体制の充実を図ったことなどにより、産出指標である相談件数について、昨年の2.7倍となる実績につなげることができた。 ・全国の自治体において、地方移住に向けた強化されていることなどに伴い、東京圏から本市への転入者数の目標値の達成には至らなかったものの、移住への検討熟度に応じた様々な取組の拡充・実施などにより、成果指標の単年度実績が初めて基準値を上回るなど、転入者数の確保につなげることができた。	

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	R4 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	東京圏から本市への移住・定住等の促進	好循環P 戦略事業	本市へ移住・定住する人の増加	東京圏を中心とした、本市外に在住する方	・東京圏における移住定住プロモーションを通じた本市の魅力や情報の発信 ・本市での生活等について理解を深められる体験事業の実施 ・移住定住相談窓口「miyaacome」における相談受付 ・本市における各種支援制度の利用促進	計画どおり	62,756	H28	独自性	【①昨年度の評価(成果や課題)】: 移住定住に関する情報発信や施策事業の充実 ・令和4年度は、県と連携したオンライン移住セミナーや県内全庁による移住セミナー、ふるさと回帰支援センター主催の全国自治体と連携した移住セミナー等を通じた情報発信を実施するとともに、地方への移住を検討する方を対象に、お試し宿泊体験等を行うみや暮らし体験を実施した。 ・また、引き続き、子育て世代等をターゲットとしたデジタルマーケティングに取り組むとともに、新たにJR宇都宮駅直結の複合施設「Utsunomiya Terrace」に「移住定住相談窓口miyaacome」を開設し、相談体制の充実を図るほか、市公式LINE「教えてミヤラー」を活用した情報発信を行った。 ・移住定住相談窓口での相談延べ件数については、前年度と比較し、2.7倍(R3:166件⇒R4:448件)に増加しており、テレワークの普及による通勤頻度の減少など、就業環境の変化による地方移住に対する機運が高まっていることから、着実な情報発信を行うとともに、移住の検討熟度に応じた効果的な促進策に取り組む必要がある。  【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 ・地方移住の機運を捉えながら、引き続き、効果的な情報発信を行うとともに、体験事業や相談体制の充実を図るなど、移住の検討熟度に応じた支援を強化し、移住定住の更なる促進を図る。 ・また、移住者や市内在住の若年層の転入転出理由などの把握に努めるとともに、特に進学・就職を契機とした本市からの転出防止や移住者の定住促進に向けて、東京圏への通勤・通学を支援するほか、本市との関係性強化を図る取組を検討するなど、取組の強化を図っていく。
2	宇都宮ブランド戦略の推進(再掲)	好循環P 戦略事業	本市の魅力や都市イメージの向上により、市民の誇りや市外からの憧れなど愛着を獲得する	市内の人、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」の取組の推進	計画どおり	137,910	H20	先駆的	【①昨年度の評価(成果や課題)】: 多様な媒体を活用したプロモーションの展開 ・テレビCMやインターネット広告、鉄道広告など多様な媒体を活用し、本市の住みよさについて訴求するための集中的なプロモーションを展開したことにより、市内外において「居住地としての宇都宮」をはじめとした本市ブランドの認知度が向上が図られ、移住相談件数の増加にもつながった。(移住相談件数 R3:166件⇒R4:448件 ※約2.7倍) ・次年度については、さらなる本市認知度の向上やシビックプライドの醸成による、交流・関係人口の創出拡大、移住定住の促進に繋げていくため、令和4年度の移住定住プロモーション等で蓄積したノウハウなどを最大限に生かすとともに、LRTの開業をはじめ、国際的なスポーツイベントやMICE開催など本市への注目が高まる機会等を捉えながら、戦略的に本市ブランドプロモーションを展開していく必要がある。  【②今後の取組方針】: 移住定住の促進につながるプロモーション等の充実・強化 ・昨年度築いた「居住地としての宇都宮」の認知・関心をさらに高め、特設ホームページへの来訪や移住相談、その先の本市への来訪や移住・定住などの実際の行動変容につなげるため、LRT開業などの本市に注目が集まる時期等を捉えながら、引き続き、特に東京圏の子育て世代や若者をターゲットとした集中的なプロモーションを展開していく。 ・また、本市の魅力や五感を五感で体感することができる移住体験事業等の充実・強化を図り、交流人口や関係人口の創出・拡大、移住定住の促進につなげる。
3	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	①「宇都宮市のお仕事ガイド(旧:UJIターン就職ガイド)」による情報発信 ②東京圏の若者と市内企業との交流会	計画どおり	111	①H28 ②R4		【①昨年度の評価(成果や課題)】: 宇都宮市お仕事ガイド(旧:UJIターン就職ガイド)での情報発信 市内企業の情報や市の魅力等を掲載したガイドを、しもつけ就活NAVIサイトのバナーに掲載したほか、国・県の関係機関や大学・高校等にガイドの配布を行い、広く市内企業の魅力を発信した。また、東京圏の若者と市内企業との交流会を試行的に実施し、参加者から高評価を得たことから、東京圏の若者に市内企業の魅力を発信することができた。引き続き、ガイドの効果的な周知や活用について検討するとともに、効果的な事業を検討し、UJIターン就職を促進していく必要がある。  【②今後の取組方針】: 効果的な情報発信及び参加者の確保 引き続き、ガイド等による情報発信を行い、大学進学前の高校生や、県外の大学に進学した大学生などに対して、市内企業等の魅力を効果的に発信するとともに、東京圏の若者と市内企業の交流会については、東京圏の関係機関が実施するイベント等も活用しながら、対象者に効果的な周知を行い、参加者の確保に努め、若者等の市内へのUJIターン就職を促進する。
4	UJIターン人材確保支援補助金(再掲)		県外大学生等の市内中小企業の魅力に対する理解を促進するとともに、UJIターン就職の意識を醸成する	市内中小企業者	県外大学生等のインターンシップ受け入れに際し、中小企業が負担した大学生等の交通費・宿泊費を一部補助	計画どおり	38	H29		【①昨年度の評価(成果や課題)】: インターンシップ受け入れ企業に対する補助支援 県外大学生等のインターンシップ受け入れ企業に対する補助事業について、ホームページやチラシ等で周知を行い、4社が登録し、そのうち2社で4人のインターンシップ受入に当たり補助が活用されるなど、市内中小企業への県外大学生等のUJIターン就職に向けた取組を支援した。国では、令和6年度以降に卒業する学生を対象に、選考前のインターンシップで企業が得た学生の評価などの情報を、採用活動に活用できるよう、指針を見直すことを決定したことから、今後ますますインターンシップの重要性が高まると考えられるため、状況の変化等を考慮しながら事業を実施する必要がある。  【②今後の取組方針】: 県外大学生等の参加促進 今後のインターンシップの重要性の高まりに応じて、より効果的に事業を実施できるよう、都内の「宇都宮サテライトオフィス」や「とちぎUJIターン就職サポートセンター」との連携により東京圏等の大学生等への情報発信を強化する。また、市内中小企業への利用促進のため、UJIターン就職やインターンシップ受け入れに関心の高い企業へ周知啓発を図る。
5	オフィス企業立地支援補助金(再掲)	SDGs 好循環P 戦略事業	女性や若者の雇用の受け皿となるオフィス企業の立地の促進	・市内にオフィスを新増設する企業 ・市内に新たにサテライトオフィスを設置する市外企業	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	2,623	H30		【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 ・関係機関と連携した積極的な制度のPRや制度の認知度向上により、市内企業9件の事前相談につながった。 ・申請件数が増加傾向にある中で、更なるオフィス系企業の誘致推進に向け、企業にとって活用しやすい制度となるよう見直しを図る必要がある。  【②今後の取組方針】: 制度の効果的なPRとより活用しやすい支援制度の検討 ・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、オフィス企業の更なる立地促進を図る。 ・企業にとってより活用しやすく、実効性のある制度への見直しを検討していく。

4 今後の施策の取組方針

①課題	②取組の方向性(課題への対応)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・地方移住の機運等を捉えた東京圏に対する戦略的なプロモーションの実施 地方移住を検討している方をはじめ、子どもの成長などに合わせて住宅の取得を検討する東京圏の「住み替え」検討世帯に対し、本市を居住地として選択いただけるよう、効果的な情報発信を実施していく必要がある。</li> <li>・移住を希望する方の検討熟度に応じた支援の実施 移住後の「働き方」や「暮らし方」などに対する考え方を的確に捉え、本市を移住先として認知してもらい、着実に検討を深めていただけるよう、移住の検討熟度に応じ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。</li> <li>・若年層を中心とした移住定住の更なる促進 東京圏在住者や進学を機に本市から転出した学生に対し、本市への移住を促進する取組を進めるとともに、若年層を中心とした本市在住者の定住を促進できるよう、効果的な施策を検討・実施していく必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地方移住の機運等を捉えた東京圏に対する戦略的なプロモーションの実施 「就職・転職」、「結婚・出産」、「子育て」などのライフステージのイベントが多く、移住意思も高い、東京圏在住20代～30代をターゲットとし、引き続き、ターゲットに対してピンポイントにPRを行うデジタルマーケティングを実施するほか、テレビCMをはじめ、SNSやウェブなど、様々なメディアを活用した戦略的な移住プロモーションを引き続き実施していく。</li> <li>・検討熟度に応じた的確な情報提供やフォローアップの実施 本市を移住先として認知してもらい、着実に検討を深めていただけるよう、移住セミナーやみや暮らし体験事業への参加促進を図るとともに、「移住定住相談窓口miyaacome」において、ライフプランに応じたきめ細かな相談対応を実施するなど、検討熟度に応じた的確な情報提供やフォローアップを実施していく。</li> <li>・仕事や学びの実現に向けた支援を通じた移住定住促進 移住者や市内在住の若年層の転入転出理由などの把握に努めるとともに、特に進学や就職のタイミングにおける本市からの転出防止や、本市に住みながら、様々なライフスタイルやライフデザインに合った仕事や学びを実現できるよう、東京圏への通勤や通学に係る交通費を助成するほか、本市との関係性強化を図る取組を検討するなど、強化を図っていく。</li> </ul>

令和5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

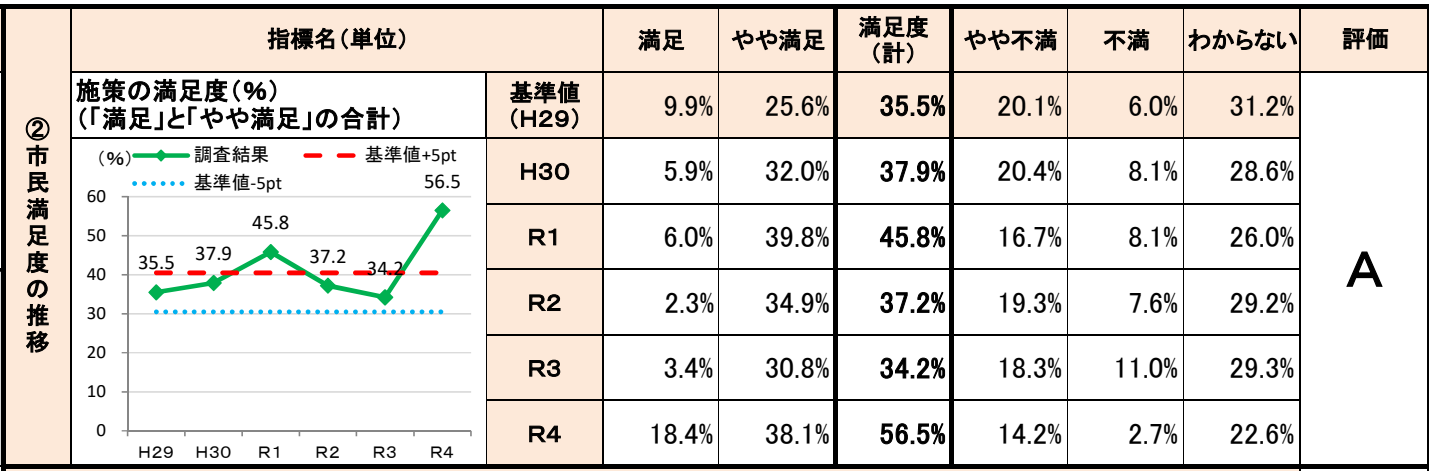
政策の柱	IV 「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて	基本施策名	13	都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	基本施策目標	石の里大谷を始めとする、本市の様々な地域資源が広く認知され、宇都宮ブランドとして活用されるとともに、市民としてのプライドも更に高まり、訪れてみたい、住んでみたい、住み続けていたいと考えている人が増えています。
------	--------------------------	-------	----	----------------------	--------	--

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		
								単年度 目標値	単年度 実績値
産出指標	サイクルレースの開催回数(レース)	7	9	10	11	12	B		
	基準値(H28)	6	実績値	8	9	2		2	9
	目標値(R4)	12	単年度の達成度	114.3%	100.0%	20.0%		18.2%	75.0%
	単年度目標値								
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)	32.0	34.0	35.0	36.0	37.0	B		
	基準値(H28)	31	実績値	32.4	33.7	—		—	31.2
	目標値(R4)	37	単年度の達成度	101.3%	99.1%	—		—	84.3%
	単年度目標値								
② 市民満足度の推移	基準値(H29)		実績値						
	目標値(R4)		単年度の達成度						
	単年度目標値								
	単年度実績値								



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
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	中核市平均	22.2	22.2	22.3	22.5	12.8	
	本市実績	28.4	29.0	28.4	28.4	14.4	

※『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)・・・(実績値/目標値)×100(%)  
 ★ 逓減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)・・・(目標値/実績値)×100(%)

【参考】新型コロナウイルス感染症の影響を受けた施策に係る取組の実施状況	
→	
→	

【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
※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)	観光客入込客数/市民1人	22.2	22.2	22.3	22.5	12.8	産出指標 B
	② 市民意識調査結果(満足度)		28.4	29.0	28.4	28.4	14.4	成果指標 B
	③ 主要な構成事業の進捗状況		9位/54市中	8位/58市中	9位/60市中	9位/62市中	13位/62市中	市民満足 A
	総合評価		90点以上	75点以上90点未満	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>国が「第3期スポーツ基本計画(R4.3)」に基づき、「スポーツの成長産業化」や「スポーツによる地方創生、まちづくり」を積極的に推進している。</li> <li>国の動向を踏まえ、スポーツを地域資源として交流人口の増加や経済の活性化に取り組み自治体が全国的に増えている。</li> <li>本市においても、上記の動向を踏まえながら、「宇都宮市経済・地域の活性化に向けたスポーツ都市戦略」(R4.3)に基づき、本市の魅力あるスポーツ資源の更なる活用促進や、新たなスポーツ資源の創出等に取り組んでいる。</li> </ul>	85点
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の影響による2年間の中止を経て、「ジャパンカップサイクルロードレース」を3年ぶりに開催し、トッププロ選手によるハイレベルなレースや幅広い世代が参加できるレースを実施したことにより、サイクルレース数は目標を下回ったものの、コロナ禍前となる令和元年度の実績値まで引き戻すことができた。</li> <li>また、ジャパンカップの開催を通じて、12万6千人が来場し、26億3,400万円の経済波及効果を創出できた。さらに、「3x3ワールドツアー」について、ワールドツアーの開幕戦を「うつのみやオープナー」として新たに誘致開催したことにより、コロナ禍での開催にもかかわらず、4万8千人が来場し、4億8,200万円の経済効果を創出できた。こうした国際的スポーツイベントを通して、開催による経済波及効果は目標を下回ったものの、本市に大きな賑わいを創出することができた。</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	R4 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ードレースの開催	SDGs 好循環P 戦略事業	UCI(国際自転車競技連合)が公認するアジア最高位の自転車ワンデイロードレースの開催を通して、交流人口の増加による地域経済の活性化のほか、「自転車のまち」としての都市ブランド力の向上や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 ・大会出場選手及び市民を含む大会観戦者	・「ジャパンカップサイクルードレース」の開催に係る費用の一部を交付 ・安全安心な大会運営に向けたコース整備等を実施	計画どおり	194,873	H4	トックラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:3年ぶりの大会開催と大会を通じた地域経済の活性化】 ・新型コロナウイルス感染症の影響による2年間の中止を経て、感染症対策の徹底のもと、3年ぶりに大会を開催することができた。大会開催を通じて、クリテリウムに5万人、ロードレースに7万6千人、合計12万6千人が来場し、経済波及効果が26億3,400万円にのぼるなど、大きな賑わいを創出することができた。 ・UCIから日本で唯一認定されている世界シリーズ戦「UCIプロシリーズ」として初開催となったことにより、YouTubeでの大会映像視聴回数が約70万回を記録し、「自転車のまち」としての本市の魅力を幅広く発信することができた。 ・令和5年度においては、節目の30回を迎えることから、市民をはじめ多くの方々から注目を集め、大会開催による効果を更に向上できるよう、様々な取組の展開により、記念大会を盛大に開催する必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針】:記念大会に相応しい盛り上げの創出と開催効果の更なる向上】 ・大会主管であるNPO法人ジャパンカップサイクルードレース協会及び大会実行委員会と連携しながら、世界トップカテゴリーの「ワールドチーム」を過去最多となる8チーム招聘し、これまで以上にハイレベルなレースにするなど、記念大会に相応しい盛り上げを創出することにより、地域経済の活性化をはじめ、「自転車のまち」としての都市ブランド力の向上や、国際大会の開催地としてのシビックプライドの醸成を図る。</p>
2	「3x3のまち」推進による都市魅力向上事業	SDGs 好循環P	FIBA(国際バスケットボール連盟)が主催する3人制バスケットボール「3x3」の国際大会の開催を通して、交流人口の増加による地域経済の活性化のほか、「3x3のまち」としての都市ブランド力の向上やシビックプライドの醸成を図る。また、多くの市民が3x3に触れられる機会を創出し、「3x3のまち宇都宮」を推進する	・FIBA3x3ワールドツアー「うつのみや実行委員会」 ・全市民	・本市で開催する「FIBA3x3ワールドツアー」に係る費用の一部を交付 ・小学生対象の「宇都宮市長杯」の開催 ・市内小中学校対象の3x3教室の実施 ・国内トップリーグ「3x3. EXE PREMIER」の誘致開催	計画どおり	181,347	H28	トックラス	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:3年ぶりの大会の誘致開催と大会を通じた地域経済の活性化】 ・新型コロナウイルス感染症の影響による2年間の中止を経て、感染症対策の徹底のもと、3年ぶりとなる大会をワールドツアーの開幕戦「オープナー」として誘致開催することができた。大会開催を通して、4万8千人が来場し、経済効果が4億8,200万円にのぼるなど、街なかに賑わいを創出することができた。また、YouTubeでの大会映像の視聴回数が約200万回を記録し、「3x3のまち」としての本市の魅力を幅広く発信することができた。 ・令和5年4月の「うつのみやオープナー2023」の開催に向け、FIBAをはじめとする関係団体との調整のほか、幅広い業種の企業への協賛活動などの準備を進めることができた。 ・引き続き、大会開催に向けた準備を着実に進め、2回目となる「うつのみやオープナー」を盛大に開催し、開催効果の更なる向上を図るとともに、多くの市民が3x3に触れられる取組を充実し、「3x3のまち宇都宮」の更なる推進を図る必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針】:大会開催効果の更なる向上と「3x3のまち宇都宮」の推進】 ・大会主管である大会実行委員会と連携しながら、「うつのみやオープナー2023」をはじめ、新たな取組として、JR宇都宮駅東口地区の「宮みらいライトヒル」ライトキューブ宇都宮」において国内外の女子プロ選手によるエキシビジョンゲームや、関東地区の小学生代表チームによる「3x3 KANTO jr.CUP」などの付帯イベントを実施することにより、まち全体で3x3を盛り上げ、地域経済の活性化をはじめ、「3x3のまち」としての都市ブランド力の向上や、国際大会の開催地としてのシビックプライドの醸成を図る。 ・「3x3のまち宇都宮」の更なる推進に向けて、本市小学生代表チームのスイス派遣事業を新たに実施することから、関係機関と連携しながら、安全かつ円滑に実施し、「3x3」による国際交流を通じた本市小学生の人間力の向上を図る。</p>
3	宇都宮シクロクロスの開催	SDGs 好循環P 戦略事業	UCI(国際自転車競技連合)が公認するシクロクロスレースの開催を通して、交流人口の拡大のほか、「自転車のまち」としての都市ブランド力の向上やサイクリススポーツの振興等を図る	宇都宮サイクリススポーツ推進委員会	「宇都宮シクロクロス」の開催に係る費用の一部を交付	計画どおり	9,543	H27		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】:3年ぶりの大会開催と大会を通じた交流人口の拡大】 ・新型コロナウイルス感染症の影響による2年間の中止を経て、感染症対策の徹底のもと、3年ぶりに大会を開催することができた。大会を通じて、UCI公認レースとして国内外の有力選手によるレースを開催するとともに、一般レースについても様々なカテゴリーのレースを開催したことにより、国内のシクロクロス大会ではトックラスとなる1万8千人の観戦者、510人のレース参加者を集め、賑わいを創出することができた。 ・大会開催による効果を更に向上できるよう、「宇都宮シクロクロス」を主催する宇都宮サイクリススポーツ委員会と連携しながら、令和5年度の大会を、日本一のシクロクロス選手を決める全日本選手権として開催するための誘致活動を行った。 ・全日本選手権を主催するJCF(日本自転車競技連盟)が、これまでの「宇都宮シクロクロス」開催実績を踏まえ、宇都宮市を開催地とする予定であることから、多くの市民を巻き込みながら、全日本選手権を盛大に開催し、「自転車のまち宇都宮」の更なる推進を図る必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針】:日本ナンバーワンを決定する大会開催を通じた地域経済の活性化】 ・JCFや宇都宮サイクリススポーツ推進委員会と連携しながら、全日本選手権を成功に収めるとともに、市民をはじめ多くの方々様が様々なサイクリススポーツに親しめる付帯イベントの展開などにより、市民の認知度向上につなげ、さらに、地域経済の活性化や、「自転車のまち」としての都市ブランド力の向上、全日本選手権の開催地としてのシビックプライドの醸成を図る。</p>
4	プロスポーツチーム支援事業		本市をホームタウンとする「栃木SC」「宇都宮フレックス」「宇都宮ブリッツェン」の3つのプロスポーツチームと、まちづくりのパートナーとして緊密に連携することにより、経済・地域の活性化や都市ブランド力の向上、シビックプライドの醸成を図る	3つのプロスポーツチーム ・全市民	・地域の盛り上げの創出に向けた連携(ファン層拡大に向けた広報活動、公式戦や練習等活動環境の向上など) ・地域密着型チームの確立に向けた連携(市民がプロスポーツチームに触れられる機会の拡大など) ・プロスポーツチームと連携した誘客促進(アウェイツーリズムなど) ・プロスポーツチームの活動拠点の整備に対する連携・支援(フレックスアリーナなど)	計画どおり	2,200	H18		<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】 ・市有施設へのポスター掲出や市広報紙への試合情報の掲載など、プロスポーツチームのファン層拡大に向けた広報活動を実施したほか、各チームのホームゲーム等を活用し、市内飲食店や観光地のほか、ジャパンカップや3x3の情報幅広く発信することができた。 ・宇都宮フレックスが進める新アリーナ整備に係る定期的な意見交換を行い、アリーナ整備の進捗状況を確認した。 ・本市とプロスポーツチームが有するノウハウや情報、人材等を活用し、相互効果を発揮しながら、本市施策事業における幅広い分野において、緊密に連携・協力し、経済・地域の更なる活性化を図るため、各プロスポーツチームとの包括連携協定を締結することができた。 ・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、プロスポーツチームとの連携を強化する必要がある。</p> <p>【②今後の取組方針】:プロスポーツチームがもたらす効果の拡大】 ・プロスポーツチームが本市にもたらす効果の拡大を図るため、更なるファン層拡大によるシビックプライドの醸成のほか、アウェイツーリズム等年間を通して賑わいの創出につながる事業を推進する。また、宇都宮フレックスが進める新アリーナ整備の進捗に合わせて、支援策を検討するなど、プロスポーツチームの活動拠点の整備に対する連携・支援に取り組む。</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>・本市独自の国際的スポーツイベントの磨き上げによる開催効果の最大化 これまで本市が築き上げてきたジャパンカップサイクルードレースやFIBA3x3ワールドツアー等の国際的スポーツイベントの開催について、国際競技連盟をはじめとする関係団体や地元等との連携のもと、更なる充実に取り組み、認知度の向上を図りながら、本市の魅力を世界に発信することによる都市ブランド力の向上や、国内外から多くの方々を本市を訪れることによる地域経済の活性化、国際大会の開催地としてのシビックプライドの醸成など、開催効果の最大化を図る必要がある。</p> <p>・スポーツによる年間を通じた経済・地域の活性化の推進 国の動向や社会情勢の変化を的確に捉えながら、国際的スポーツイベントの開催などスポーツを活用したこれまでの成果を活かし、新たなスポーツ資源の創出のほか、「みる」スポーツの強化や、本市独自のスポーツ資源を活用した誘客促進策に取り組むなど、スポーツによる年間を通じた経済・地域の活性化を推進する必要がある。</p>	<p>・本市独自の国際的スポーツイベントの磨き上げによる開催効果の最大化 ジャパンカップサイクルードレースについて、節目の30回大会を迎えることから、世界トップカテゴリーの「ワールドチーム」を過去最多となる8チーム招聘し、これまで以上にハイレベルなレースにするなど、記念大会に相応しい盛り上げを創出するとともに、FIBA3x3ワールドツアーの開幕戦「うつのみやオープナー」について、JR宇都宮駅東口の宮みらいライトヒル等も活用しながら開催することにより、認知度の向上や更なる賑わい創出を図る。</p> <p>・スポーツによる年間を通じた経済・地域の活性化の推進 今後、本市において、東部総合公園などアーバンスポーツを楽しめる環境整備が進むことを見据え、ジャパンカップや3x3ワールドツアーのエキシビジョンとしてBMXやスケートボード等を実施することにより、アーバンスポーツへの市民等の関心を高め、新たなスポーツ資源として創出するほか、プロスポーツチームと連携した観戦環境の充実に取り組む。また、シクロクロスの全日本選手権としての開催や、プロスポーツチームとの連携によるアウェイツーリズムの実施など、本市ならではの魅力あるスポーツ資源を活用したツーリズムの展開に取り組むとともに、スポーツツーリズムを持続的に展開できる体制を導出する。</p>

令和5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	観光交流課	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	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		
								産出指標	観光振興促進事業補助金の年平均交付件数(件)
基準値(H29)	1.4	実績値	2	3	3	1			
目標値(R4)	3	単年度の達成度	66.7%	100.0%	100.0%	66.7%	33.3%		
単年度の目標値	1	1	1	1	1	1			
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	C		
	基準値(H29)	1	実績値	1	0	2		0	
	目標値(R4)	1	単年度の達成度	100.0%	100.0%	0.0%		200.0%	0.0%
	単年度の目標値	113	117	121	125	130		B	
基準値(H26)	109	実績値	102	102	102	102			
目標値(R4)	130	単年度の達成度	90.3%	87.2%	84.3%	81.6%	78.5%		
単年度の目標値									

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
(%)	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	7.1%	34.0%	41.1%	17.6%	7.8%	26.7%		
R4	11.2%	36.1%	47.3%	17.9%	5.5%	25.6%		

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
	本市実績	28.4	29.0	28.4	28.4	14.4			
	本市順位	9位/54市中	8位/58市中	9位/60市中	9位/56市中	13位/56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)・・・(実績値/目標値)×100(%)  
 ★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)・・・(目標値/実績値)×100(%)

【参考】新型コロナウイルス感染症の影響を受けた施策に係る取組の実施状況  
 ・観光振興促進事業補助金  
 ⇒新型コロナウイルス感染症の影響により新規出店や事業拡大が困難な中でも、大谷への出店を検討する飲食・物販事業者等に対し、補助事業の案内や関係機関の紹介を行うなど総合的な相談・支援を行うとともに、本補助事業や開発許可基準の緩和による大谷への立地誘導について情報発信を行った。  
 ・大谷地域資源活用事業(大谷石採取場跡地内賦存エネルギー活用機器導入支援事業補助金)  
 ⇒新型コロナウイルス感染症の影響により新規出店や事業拡大が困難な中でも、大谷夏いちご栽培事業への新規参入に向けた事業者誘致のほか、既存事業者の定着を図るため、栽培の効率化に向けた支援を行った。

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	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	・国においては令和5年3月に策定した「観光立国推進基本計画」に基づき、「持続可能な観光地域づくり」として観光地・観光産業の高付加価値化、「インバウンドの回復」として文化、自然、食、スポーツなどの地域資源を活用し、体験型観光による「コト消費」につながる効果の高い観光コンテンツの整備や、「国内交流拡大戦略」として国内旅行需要の喚起などに取り組むこととしている。 ・県においては令和3年3月に策定した「新とちぎ観光立県戦略」に基づき、選ばれる観光地づくりの推進、観光客受入体制の整備、国内観光客の誘客強化、外国人観光客の誘客強化を掲げている。 ・本市においては、令和5年2月に「第3次宇都宮市観光振興プラン」を策定したところであり、エリアごとのブランディングによる観光資源の発掘・磨き上げや観光プロモーションに取り組むこととしている。 ・大谷地域においては、平成30年以降新たに10件以上の飲食店・物販店が出店するなど官民連携での地域の活性化を推進しているところであり、大谷観光周遊拠点施設や道路などの観光インフラの整備のほか、周遊拠点施設の供用開始を契機とした多くのヒトやモノの交流による更なる賑わい創出など、持続可能な地域振興に向けて各種施策・事業に取り組んでいるところである。	80点	
施策指標	・市内関係団体をはじめ、東京圏における交流・活動拠点である「宇都宮サテライトオフィス」を通じた大谷地域の魅力発信や、「観光振興促進事業補助金」の活用などにより、飲食店等の立地促進に取り組んだことから、観光施設の新たな立地(1件)に繋がったものの、補助金交付件数は目標値を下回っている。 ・冷熱エネルギーについて、これまで大谷夏いちご栽培事業に参入した事業者の定着に向けた調整を行い、更なる栽培の効率化に向けた支援(1件)を行ったが、新規参入件数は目標値を下回っている。	市民満足度	概ね順調

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R4 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	大谷・多気地区の美観維持(奇岩の雑草等除去、樹木剪定など)に係る費用の一部を補助	計画どおり	3,000	H15		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):地元団体の主導による観光景観の向上】</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活動への支援を行い、観光景観の向上を図った。</li> <li>観光入込客数の回復等に併い、大谷周辺地域ならではの資源の一つである景観の重要性が高まっていることから、活動主体である地域団体と連携し、景観の維持・向上に取り組む必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:大谷ならではの景観を活用した観光振興の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大谷ならではの景観をはじめとした地域資源を活用し、地元団体と連携のもと奇岩群などのスポットや周遊ルートなどの景観づくり等に取り組み、地域の観光振興を推進する。</li> </ul>
2	大谷特性活用支援事業(補助金)	好循環P戦略事業	大谷の地域資源を活用した事業開発や学術研究等を支援し、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事業開発や学術研究等の取組に係る経費の一部を補助	計画どおり	2,850	H23		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):新たな観光資源の創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大谷石採取場跡地でのアートを取り入れた体験型観光コンテンツ創出への支援により、地域資源の価値向上や新たな目玉となる可能性のある観光資源の創出を図った。</li> <li>大谷石の工学的特性や、大谷石採取場跡地での飲料の熟成効果などの研究への支援により、大谷石の風化や、飲料の長期間熟成の方法などについて検討が促進された。</li> <li>地域資源の更なる有効活用を図りながら、地域の新たな魅力などに繋がる事業創出を図っていく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:地域資源を活用した新事業創出の促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>これまで支援を行ってきたコンテンツが持続可能な事業として地域に定着するよう、大谷エリアの観光周遊などの取組とも連動しながら支援等を行う。</li> <li>地域資源の更なる活用や価値の向上、並びに地域産業の振興等に向け、引き続き地域資源に関する学術研究に対する支援に取り組み、新事業創出の促進を図る。</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	冷熱エネルギー活用機器を導入し、継続して冷熱エネルギー活用事業を行う事業者	冷熱エネルギー活用機器の導入に係る経費の一部を補助	計画どおり	296	H24	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題):大谷夏いちごの産地化の促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>立岩地区において大谷夏いちご栽培に取り組んでいる事業者の冷熱エネルギー活用機器の改良への支援により、大谷夏いちご栽培の効率化を促進した。</li> <li>大谷夏いちご栽培への新規参入の誘導や栽培面積の拡大などにより、大谷夏いちごの産地化を一層促進していく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:冷熱エネルギーの利用促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域ならではの資源である冷熱エネルギーについて、SDGsや脱炭素化の推進に効果が期待できることから、冷熱エネルギーを活用した事業や効果について事業者等へ積極的に周知を図り、利用促進を図る。</li> </ul>
4	観光地インフラ整備事業 ※大谷魅力発信事業を含む	SDGs	グリーンスローモビリティやワンデーパスポートの運用などにより、観光交通環境の向上を図る	市民、本市来訪者	・交通混雑の緩和や周遊性の向上などに向けてグリーンスローモビリティの運行等を実施 ・地域内の周遊の魅力向上や滞在時間の延伸などに向けてワンデーパスポートの運用等を実施	計画どおり	28,479	R1		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):周遊促進策を通じた滞在時間などの拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>観光施設の入場料や飲食店のクーポン、並びにグリーンスローモビリティでの周遊をセットにしたワンデーパスポートの造成や、運行期間を拡充したモビリティの運用などを通じ、地域内の滞在時間や消費額の拡大を図った。</li> <li>グリーンスローモビリティの運行体制の最適化に向けて、委託事業者やツアーガイド、地域内ボランティア等と連携し、地域主体での運行が可能となるよう改善を行った。</li> <li>目標とする120万人の観光入込客数を見据え、ろまんちっく村や森林公園など北西部が連携した誘客・周遊の取組や、大谷の交通環境向上に向けた適切な対策検討などに取り組む必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:大谷地域の観光交通の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>タクシー等を活用した北西部周遊促進の取組と連携を図るとともに、令和4年度末に組織した「大谷地域観光交通対策推進会議」での意見等を踏まえながら、グリーンスローモビリティ運行の早期運行やクーポン対象施設の拡大、グリーンスローモビリティの運行と組み合わせた改善策の検討等を行い、交通環境の向上を図る。</li> </ul>
5	大谷観光周遊拠点施設建設 継続事業 ※拠点性向上事業を含む	好循環P戦略事業	観光周遊拠点施設の整備及び適切な管理等により、拠点性の向上を図る。	市民、本市来訪者	・観光周遊拠点施設の用地等の確保 ・観光周遊拠点施設の整備工事	計画どおり	128,022	H30		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):整備工事等の実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大谷観光周遊拠点施設の令和5年11月の供用開始に向け、旧大谷公会堂やビジターセンター等の整備工事を実施するとともに、指定管理者の公募や施設の設置に係る条例制定を行った。</li> <li>大谷地域の観光振興や地域活性化に資する施設としていくため、指定管理者等と連携し、施設の恒常的な利用促進に向けた企画・立案や、グリーンスローモビリティ等を活用した周遊促進等に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:着実な整備工事の推進や賑わい創出に向けた運営】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>周辺施設も含めた拠点性向上に向け、拠点施設の整備工事を着実に推進し、賑わい創出に向けた指定管理者による運営等について整理するとともに、グリーンスローモビリティをはじめとした周遊手段による観光発着点としての機能向上や、大谷公園なども含めたウォーカーブルな回遊空間の創出などに取り組む。</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・滞在環境の整備 大谷地域への来訪手段の大半を占める自家用車の円滑なアクセスや、徒歩・グリーンスローモビリティなどによる地域内での快適な周遊、さらには観光施設での滞在の充実に向け、各種インフラ整備を進めていく必要がある。</p> <p>・賑わいづくりに向けた観光振興 多様な世代・属性の来訪者が大谷地域での観光を楽しめるよう、地域の特性を活かした体験型の観光メニューや、大谷観光周遊拠点施設の機能を活かしたイベントの誘致など、新たな魅力となる観光コンテンツを創出していく必要がある。</p> <p>・地域資源を活用した産業振興 持続可能な観光地域づくりに向けて、地域の特徴的な産業である大谷石産業の振興や、大谷石採取場跡地に賦存する冷熱エネルギーを活用した新産業創出に取り組む必要がある。</p> <p>・地域活性化に向けた推進体制づくり 持続可能な観光地域づくりに向けて、地域の住民・事業者が主体となって効果的にまちづくりを進めることができるよう、行政の支援と合わせた官民連携の体制を整える必要がある。</p>	<p>・周遊・滞在環境の整備 栃木県などの関係機関との連携のもと主要なアクセス・回遊動線となる道路の整備を進め周遊環境を充実させるとともに、大谷観光周遊拠点施設や大谷公園などの滞在機能を持った観光インフラの整備を進め、大谷ならではの環境・景観を楽しみながら滞在できる空間の高質化を図る。</p> <p>・賑わいづくりに向けた観光振興 エリアマネジメントの手法を取り入れながら「見る」「食べる」「遊ぶ」といった観光機能の積極的な誘致を図るとともに、民間事業者によるアート・芸術系のコンテンツの創出支援や拠点施設での映画イベントの開催により、新たな来訪者層の誘致に官民連携で取り組む。</p> <p>・地域資源を活用した産業振興 大谷地域の産業・文化の根幹をなす大谷石産業の事業者と意見交換を行い、石材の需要・販路拡大や技術伝承・後継者育成などに資する新たな施策を検討するとともに、大谷夏いちご栽培や保冷倉庫など冷熱エネルギーを活用した産業のPRを行い、誘致を図る。</p> <p>・地域活性化に向けた推進体制づくり 主要な地域団体・商工団体との連携を深め、観光周遊拠点施設の運営やグリーンスローモビリティの運行を含め、持続可能な観光地域づくりに向けて地元主体による推進体制を構築する。</p>



令和5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						
成果						

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価
	単年度目標値						
	実績値	136	139	-	-	-	
	単年度の達成度	97.0%	98.0%	-	-	-	
	単年度目標値						
	実績値						
	単年度の達成度						
成果指標	年間の外国人宿泊者数(人)	90,000	95,000	100,000	105,000	110,000	—
	単年度目標値						
	実績値	80,718	75,133	10,300	5,869	19,119	
	単年度の達成度	89.6%	79.1%	10.3%	5.6%	17.4%	
	単年度目標値						
	実績値						
	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(%)	5.0%	19.5%	24.5%	22.1%	8.9%	37.8%	A
基準値(H29)	2.0%	22.7%	24.7%	24.6%	11.1%	35.0%	
R1	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%	
R3	2.9%	17.6%	20.5%	24.2%	14.4%	34.2%	
R4	5.5%	25.1%	30.6%	27.4%	6.5%	31.8%	

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

【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	22.2	22.2	22.3	22.5	
本市実績	22.3	29.0	28.4	28.4	14.4			
本市順位	9位/50市中	8位/53市中	9位/60市中	9位/56市中	13位/56市中			

※『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) … (実績値/目標値) × 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) … (目標値/実績値) × 100 (%)

【参考】新型コロナウイルス感染症の影響を受けた産業に係る取組の実況  
 ・ふるさと宮まつり事業(補助金)  
 ⇒ 新型コロナウイルス感染症対策を行った上で通常開催を行う方向で準備を進めていたが、「BA.5対策強化宣言」の発令により、直前に中止を判断した。集客力が高く、本市の知名度向上およびイメージアップを図るうえで効果的であることから、アフターコロナの時代に対応し「ふるさと宮まつり開催委員会」を支援していく。  
 ・うつつのみや花火大会事業(補助金)  
 ⇒ 感染症の感染拡大防止の観点から完全チケット制の実施や酒類販売の禁止等を行ったうえで「うつつのみや花火大会」の開催となったが、多くの観光客が本市を訪れ本市の知名度向上などに繋がることができた(来場者数12万人)。今後も、全国に誇れる花火大会であるうつつのみや花火大会の支援を通じ、本市の知名度向上や誘客促進を図っていく。  
 ・外国人の誘客促進事業  
 ⇒ 感染症の影響により、国の入国制限があったことから、目標値には届かなかったが、感染症の収束を見据え、外国人旅行者に速やかに観光プロモーションが展開できるように構築したポータルサイトへのコンテンツ追加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の発信に取り組んだ。引き続きアフターコロナにおける外国人の誘客促進に戦略的に取り組んでいく。

※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)(成果指標)	② 市民意識調査結果(満足度)	③ 主要な構成事業の進捗状況	総合評価
産出指標	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]	—
成果指標	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]	—
市民満足	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]	A
構成事業	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]	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、令和5年3月に、「観光立国推進基本計画」を策定したところであり、持続可能な形で観光立国の復活に向け、「訪日外国人旅行消費額5兆円」や「国内旅行消費額20兆円」等の目標を掲げ、持続可能な観光地域づくりやインバウンド回復、国内交流拡大に取り組んでいる。</li> <li>令和4年度は、感染症の影響により、外国人や日本人の観光需要が低迷していたところであるが、感染症の感染状況が落ち着き始めたことと令和4年10月からの入国制限が緩和されたことにより、観光需要が回復し始め、コロナ禍前の状況に戻つつある。</li> <li>本市においては、新たな観光資源となり得るLRTの開業や大谷観光周遊拠点施設の供用開始が予定されている。</li> <li>国際会議に関して、人々が対面で集まる意義や価値観が再評価され、世界的に実地開催の再開が進む中、「観光立国推進基本計画」において、大阪・関西万博が開催される令和7年までに日本がアジア主要国における最大の国際会議開催地の地位を奪還することが目標として示されている。また、令和5年5月には、広島県においてG7サミットが開催されるとともに、6月には日光市において男女共同参画・女性活躍担当大臣会合が開催される。</li> <li>本市においては、令和4年3月に「宇都宮MICE戦略」を策定し全体的なMICE誘致等を進めるとともに、令和4年11月に「ライトキューブ宇都宮」の供用開始、令和5年3月に「宇都宮MICEネットワーク」の立ち上げを行うなど、オール宇都宮でMICEを推進する環境整備に取り組んでいる。</li> </ul>	市民満足度	<p>感染症による行動制限があった中でも、様々な観光誘客に取り組み、特に、宇都宮観光推進委員会などの関係団体や観光事業者と連携し、観光スポットである餃子通り新たな魅力・フォトスポットとして、GYOZAモニュメントを作成し、ターゲットである若年層に向けた餃子をきっかけとした来訪意欲の醸成につなげるとともに、夜の滞在時間の延長を目的とした中心市街地でのホッピングイベントの開催などのナイトタイムコンテンツの充実や多くの観光客が訪れる行楽シーズンにおいて、SNSを活用したスタンプラリーやハッシュタグキャンペーン、フィルムコミッションによる撮影誘致・支援、宇都宮駅東口地区のまちびらきに取り組んだことで、話題性の獲得や本市の魅力向上、観光誘客にもつながったことから、市民満足度が高まったものと考えられる。</p>	85点
施策指標	<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、イベントが中止となったことから、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、旅行者の国内受入規制などがあったことから、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	R4 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 観光セールス強化事業		各種媒体を活用しながら本市の魅力ある観光情報の発信を行うとともに、自治体や観光関係団体と連携しながら、時期を捉えた首都圏や新幹線沿線都市等でプロモーション等により情報発信を行うことで、本市への誘客促進を図る	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・ミニるるぶ等)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 ・本市来訪の契機とするためのトップセールス、メディアの活用、キャンペーンやキャラバンの実施 ・各団体と連携した国内外での観光PRの実施や広域周遊ルートの作成 ・SNSフォローキャンペーンの実施	計画どおり	5,649	H23		<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"> <li>・感染症の収束や渡航制限の緩和等による観光需要の回復を見据え、首都圏の駅や商業施設・市内外イベントでの観光パンフレットの配布や観光PR動画の放映、SNSフォローキャンペーンを実施し、若年層を中心に拡散力も活かした観光宣伝による誘客促進が図られた。</li> <li>・また、栃木県や県内県央エリアで構成される「県央地域分科会」に参画し、県央エリアにおける周遊促進に向けた事業の実施を行うとともに、東日本の新幹線沿線都市等で構成される「東日本連携・創生フォーラム」や「東日本連携広域周遊ルート策定研究会」といった広域的な枠組みにも参画し、東日本ウェブプロモーションや広報紙連携など、スケールメリットを活かした誘客宣伝活動を行った。特に東日本連携創生フォーラムにおけるYouTubeを活用した情報発信においては再生回数が約4万回を達成するなど、東日本エリアを中心とした多くの若年層の誘客促進につながった。</li> <li>・LRT開業や大谷観光周遊拠点施設の供用開始など、本市観光を取り巻く環境の変化を的確に捉えながら、観光振興プランで定める「首都圏の若者」に訴求する媒体により、本市の魅力発信していく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:デジタルデータの活用等による戦略的な観光PRの推進】</p> <p>デジタルサイネージや人流動態システム等の観光DXにより収集されるデジタルデータを活用し、来訪者等の属性等を捉えた情報発信やターゲットである「首都圏在住の若者」に訴求するよう、SNS等の様々な媒体を活用した観光プロモーションに取り組むとともに、栃木県や宇都宮観光コンベンション協会をはじめとした関係団体、事業者等と連携し、「移住定住」分野とも運動させながら、首都圏等での観光PRの推進にも取り組んでいく。</p>
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	・海外に向けた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	3,034	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"> <li>・新型コロナウイルス感染症の収束を見据え、外国人旅行者に速やかに観光プロモーションが展開できるように構築したポータルサイトへのコンテンツ追加や来訪意欲を高めるためのFTT(海外個人旅行)向けの体験型コンテンツの発信に取り組んだ。</li> <li>・引き続き、アフターコロナにおける外国人の誘客促進事業に戦略的に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:更なるインバウンドの推進】</p> <p>より効果的に外国人観光客等の本市への誘客を促進するため、宇都宮観光コンベンション協会や国外向け旅行会社等と連携し、アジア圏などでの観光情報を発信するほか、アフターコロナにおける現状の分析調査をしながら、効果的な誘客プロモーションを実施する。また、本市からの周遊先となる県内外の自治体との連携を強化し、広域連携を活用した観光プロモーションを展開することで、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	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 ・餃子や大谷石など本市の観光資源をモチーフにしたグッズの配布	計画どおり	322	H13	独自性	<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"> <li>・餃子通りにおいて、新たな写真映えスポットとなる「GYOZAモニュメント」を設置し、新たな魅力の創出につなげるとともに、SNSを活用したキャンペーンを併せて展開することで若年層における情報の拡散による誘客を促した。</li> <li>・県外での観光PR活動時に餃子通りをはじめとした観光拠点のPRを行いながら、餃子・カクテル・ジャズ・大谷石などのグッズを配布するなど、餃子をきっかけとした本市全体の観光資源の魅力発信を行うことで、餃子と餃子以外の観光資源も絡めた市内複数のスポットの周遊促進につなげた。</li> <li>・引き続き、関係事業者等と連携しながら、観光客のニーズやターゲット層を捉えながら、新たな観光スポット等の磨き上げに取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:観光拠点の更なる磨き上げ】</p> <p>情報発信力が高く旅行にもアクティブである若年層をターゲットにし、より一層観光客が餃子通りを楽しみ、満喫できるようなコンテンツの検討や、餃子通りを拠点とした北西部等の観光施設のPRなど、民間事業者等と連携しながら、餃子をきっかけとした誘客促進につながるよう観光資源の更なる磨き上げや周遊促進に取り組んでいく。</p>
4	宇都宮観光推進委員会事業(交付金等)		デスティネーション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	10,000	H28		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):官民連携による観光振興】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光資源の更なる磨き上げとして、市内の専門学校生と連携しながら観光スポットである餃子通りに新たな魅力・フォトスポットとして、GYOZAモニュメントを作成し、ターゲットである若年層に向けた餃子をきっかけとした来訪意欲の醸成につなげた。</li> <li>・また、周遊促進等による滞在時間の延長を図るため、夜の滞在時間の延長を目的とした中心市街地でのホッピングイベントの開催やホッピングメニューの提供等を実施し、ナイトタイムコンテンツの充実に取り組むとともに、多くの観光客が訪れる行楽シーズンにおいて、SNSを活用したスタンプラリーやハッシュタグキャンペーンを実施した。</li> <li>・引き続き、官民連携による新たな魅力の創出・磨き上げ等を行い、観光振興策に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:市内の動きと連動した観光振興】</p> <p>LRT開業や大谷観光周遊拠点施設の供用開始など多くの人が来訪する機会も的確に捉えながら、官民が一体となって来訪者の属性等も踏まえ、観光資源の発掘や磨き上げ等の誘客促進と周遊促進に取り組んでいく。</p>
5	MICE推進事業	SDGs 好循環P 戦略事業	宇都宮駅東口交流拠点施設をはじめとした本市全域にMICEを誘致し、地域経済の活性化を図る。	・主催者をはじめとするMICE関係団体・事業者など ・MICEに参加する市民・事業者	・主催者に対する訪問営業の実施 ・本市の魅力を活用した体験プログラム等の作成 ・官民連携による推進体制の構築	計画どおり	132,531	R1		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):ハード・ソフト両面からのMICE推進環境等の整備】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・主催者への訪問営業や商談会への出展、主催者を対象としたfamツアーの実施など、多彩な手法による誘致活動の実施により、開催地としての認知度を向上させ、交流拠点施設をはじめ、市内各施設を活用し、医療系学会や各種全国大会など、魅力的なMICEを誘致することができた。</li> <li>・市内企業等と連携し、本市の独自の地域資源を活かしたテクニカルビジットや各種体験プランの作成などにより、MICE開催に係る本市の優位性を高めることができた。</li> <li>・市内の大学や産業団体等で構成される「宇都宮MICEネットワーク」を設立するなど、オール宇都宮でのMICE推進に向けた体制を構築することができた。</li> <li>・更なるMICE誘致に向けては、主催者ニーズに対応した施策の実施のほか、「宇都宮MICEネットワーク」や県内自治体等との連携など、戦略的なMICE推進に取り組む必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:官民・広域連携による戦略的なMICEの推進】</p> <p>主催者への訪問営業や交流拠点施設の利用者アンケートを通じ、開催地決定の有効打となる条件など、主催者等が求める具体的なニーズを把握し、コンテンツの作成や支援メニューの充実など、ニーズに的確に対応するとともに、本市ならではの地域資源や特徴等を活かしながら、実効性のある誘致活動に取り組む。</p> <p>・国際会議や全国会議等の大規模MICEの獲得に向け、著名な観光地を有する日光や那須など近隣自治体との連携を強化するとともに、「宇都宮MICEネットワーク」における構成員の人的ネットワークを活かした更なるMICEの誘致推進に取り組む。</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>・官民連携した観光振興 新型コロナウイルス感染症の5類への引き下げ等により、観光需要が急速に回復し、コロナ禍前である令和元年に迫る状況であることや、LRTの開業や大谷観光周遊拠点施設など、来訪者増加の好機を捉え、これまで以上に緊密に観光事業者や交通事業者と連携を図りながら、観光による地域経済の活性化や交流人口の拡大が図られるよう、更なる誘客促進や滞在時間の延長に取り組んでいく必要がある。</p> <p>・インバウンドの推進 昨年10月の入国制限の緩和を契機に多くの外国人が日本に来訪することが予想されることから、「第3次宇都宮市観光振興プラン」でターゲットとして定めるアジア圏の外国人に訴求する観光施策に取り組む、本市への誘客につなげていく必要がある。</p> <p>・官民・広域連携による戦略的なMICEの推進 世界的なMICE開催意欲の回復に伴い、国内におけるMICE誘致に対する都市間の更なる競争激化が予想される中、国内外に対する本市の存在感を高め、MICE開催地として選ばれる都市となるため、主催者のニーズを的確に捉えた支援の充実や、近隣自治体と連携した国内外に訴求力のあるコンテンツの充実、官民が一体となったオール宇都宮による主催者支援の強化、参加者へのおもてなしの充実などに取り組む必要がある。</p>	<p>・官民連携した観光振興 本市の交流人口の拡大と地域経済の活性化がより一層求められていることから、LRTの開業や大谷観光周遊拠点施設の供用開始、来訪者の動向を的確に捉えながら、宇都宮観光コンベンション協会や観光事業者が参画する宇都宮観光推進委員会と連携し、「第3次観光振興プラン」の基本戦略に基づき、エリア毎のブランディングによる観光資源の発掘や磨き上げ、デジタルを活用した観光プロモーションなどの取組を官民一体となって重点的に取り組んでいく。</p> <p>・インバウンドの推進 外国人観光客のニーズを的確に把握しながら、デジタルも積極的に活用し、観光資源の磨き上げ・発掘や現地へ向けた観光プロモーション、本市を訪れる外国人観光客が快適に本市観光を満喫できるよう受入体制を強化するとともに、栃木県内で多くの外国人が訪れる日光市や足利市などと連携したインバウンドプロモーションについて検討するなど、本格的なインバウンド回復に向け、戦略的に観光施策に取り組んでいく。</p> <p>・官民・広域連携による戦略的なMICEの推進 主催者への訪問営業や交流拠点施設の利用者アンケートを通じ、開催地決定の有効打となる条件などの主催者等が求める具体的なニーズを把握し、新たなコンテンツの作成や支援メニューの充実に取り組む。また、国際会議や全国会議等の大規模MICEの獲得に向け、国や県のほか、日光、那須などの近隣自治体との連携強化を図るとともに、「宇都宮MICEネットワーク」を最大限に活用したMICEの誘致推進や、会員が一体となったMICE参加者の受入環境向上などに取り組む。</p>

令和5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



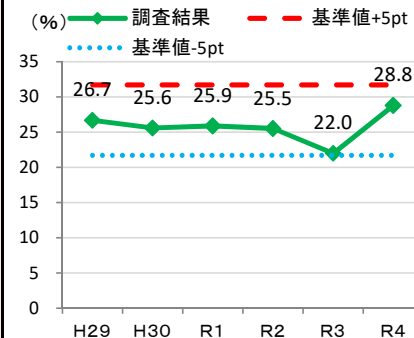

1 施策の位置付け

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	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(名)	単年度目標値	270	290	310	330			350	B		基準値(H29)	4.8%	21.9%	26.7%	20.5%		9.1%	37.6%
実績値			265	277	277	290	297	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%	87.9%	84.9%	R1			5.0%	20.9%	25.9%	28.2%	11.5%	31.1%		
「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	B	R2	3.4%			22.1%	25.5%	24.8%	10.8%	33.3%			
		実績値	78.0	64.5	84.1	78.6	81.4		R3	2.7%			19.3%	22.0%	24.2%	12.0%	35.2%			
		目標値(R4)	85	単年度の達成度	96.5%	78.7%	101.3%		93.6%	95.8%			R4	4.7%	24.1%	28.8%	24.9%	9.2%	33.3%	
【参考】新型コロナウイルス感染症の影響を受けた施策に係る取組の実施状況	単年度目標値						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											
	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)									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)・・・(実績値/目標値)×100(%)  
 ★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)・・・(目標値/実績値)×100(%)

【参考】新型コロナウイルス感染症の影響を受けた施策に係る取組の実施状況

→

→

※ 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>国においては、令和5年3月に策定された「観光立国推進基本計画」などにおいて、デジタルを活用した観光客の利便性向上に向けた施策や訪日外国人旅行者の満足度の高い旅行を支える通訳ガイドの質・量の充実をはじめとした観光人材の育成・確保がこれまで以上に重要であると提言している。</li> <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とともに本市への再訪に結び付けるため、観光客のニーズに対応した観光案内の充実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> </ul>			80点
施策目標	<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、感染症対策を取りつつ、関係団体の協力も得ながら講座を実施したことにより、コロナ禍前と同等の受講者数を確保することができた。</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、観光客を迎える最前線となる宿泊施設や飲食店における良質なおもてなしを提供したことにより、実績値は昨年度より増加した。</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小中学生や一般事業者を対象とした「おもてなし出前講座」やタクシー乗務員を対象とした「おもてなし勉強会」の開催をはじめ、「おもてなしスポット」の登録数増加やイベントでの普及・啓発活動により、おもてなしの取組が認識されるようになったことで、市民のおもてなし意識が浸透し、市民満足度が前年度を上回ったと思われる。</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。

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	R4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	8,817	H12		<p>【①昨年度の評価(成果や課題):観光客への案内充実】</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といったおもてなし推進に取り組むなど、観光需要の回復と併せて本市の魅力発信にも努め、観光誘客に取り組んだ。</li> <li>今後も、MICEの開催をはじめ、LRT開業や大谷観光周遊拠点施設の供用開始などにより、多くの来訪者が予想されることから、引き続き本市の観光を満喫できるようおもてなしの推進に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:案内機能の更なる充実】</p> <p>今後とも、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など、協会や市内観光事業者と連携を図りながら、観光客が快適に本市を観光してもらえるよう更なるおもてなしの向上に取り組んでいく。</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	4,000	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> <ul style="list-style-type: none"> <li>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、大谷地域への立地誘導が促進され、体験型観光や観光客へのおもてなしの向上が図られた。</li> <li>引き続き、更なる本市の観光振興を図るため、当該補助金を活用した事業者への支援を継続していく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:補助金の活用促進】</p> <p>引き続き、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、体験型観光の更なる推進と飲食店舗等の出店をはじめとしたおもてなしの充実に取り組んでいく。</p>
3	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	5,105	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> <ul style="list-style-type: none"> <li>公衆無線LANの機器更新を含めた維持管理や外国人観光客受入体制整備事業補助金の制度の周知、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運営することで、民間の観光施設における多言語対応の促進や、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> <li>引き続き、補助金の活用につながるよう制度の周知を実施するなど、外国人の受入環境の整備促進に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:補助制度の利用促進】</p> <p>今後は、引き続き、公衆無線LANの継続運用及び機器更新、パンフレットやポータルサイト、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、アフターコロナにおけるインバウンド需要の回復に伴い、受入環境の整備を検討している民間事業者に対し、積極的に補助制度の周知を行うことで、制度の利用促進に取り組んでいく。</p>
4	おもてなし推進委員会運営事業(負担金)		市民や事業者のおもてなし能力の向上させ、本市を訪れた観光客に、「来てよかった」、「また訪れたい」と感じていただき、本市への再訪につなげる	おもてなし推進委員会	観光ボランティアの育成やおもてなしの向上に要する経費の一部を負担	計画どおり	400	H20	独自性	<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> <ul style="list-style-type: none"> <li>市民や事業所など全市民的なおもてなし能力を向上させるため、官民協同で組織された「おもてなし推進委員会」において、多くの人々が来訪するいちご一会とちぎ国体開催を見据えたおもてなしセミナーの実施やおもてなし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「おもてなし力」の向上が図られた。</li> <li>引き続き、本市を訪れて良かったと観光客が満足してもらえるよう、観光客のおもてなしの強化に取り組んでいく必要がある。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針:更なるおもてなしの充実】</p> <p>引き続き、本市での観光の満足度を高め再訪につながるよう、更なる「おもてなし力」の向上と充実を図るため、「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む、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>・官民が連携したおもてなし体制の構築 更なる再訪につなげるため、快適に本市観光を満喫してもらえるよう、官民が一体となったおもてなしの推進など、より一層の受入環境の充実を図る必要がある。</p> <p>・更なるおもてなしの充実 市民や事業者の「おもてなし」能力を向上させるため、官民協働の組織である「おもてなし推進委員会」において、「おもてなしアクションプラン」に基づき、更なるおもてなし能力向上に資する取組を展開する必要がある。</p>	<p>・官民が連携したおもてなし体制の構築 来訪者が快適に本市を観光し、満足感を得ることができるよう、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、飲食店舗の出店などの受入環境の整備や外国人観光客の受入体制の向上に資する民間事業者への支援のほか、デジタルを活用した観光案内の更なる充実など、官民連携による更なるおもてなしの充実を図っていく。</p> <p>・更なるおもてなしの充実 おもてなし推進委員会において、「おもてなしアクションプラン」に基づき、「観光ボランティア養成講座」や「おもてなし勉強会」の内容充実や対象者の拡大を図るほか、「おもてなしスポット」の更なる増加や「宮のもの知り達人検定」などの継続的な実施により、観光関連産業の従事者や市民のおもてなしのスキルや魅力の発信力の向上につなげ、観光客が本市の観光を満喫し、「来て良かった、また来たい」と思ってもらえるよう、より一層おもてなしのある受入体制の充実につながる取組を実施していく。</p>

令和5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		
								産出指標	文化芸術事業の参加者・観覧者数(人)
基準値(H28)	342,725	実績値	335,465	370,960	97,894	154,719	194,111		
目標値(R4)	360,000	単年度の達成度	96.3%	105.9%	27.8%	43.5%	53.9%		
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	文化会館施設稼働率(%)	81.0	82.0	83.0	84.0	85.0	B		
	基準値(H28)	78.6	実績値	82.8	76.0	32.4		64.4	75.7
	目標値(R4)	85.0	単年度の達成度	102.2%	92.6%	39.0%		76.7%	89.0%
	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%	30.8%	34.5%	25.6%	9.1%	25.6%	
R1	6.3%	27.6%	33.9%	27.9%	9.4%	26.0%		
R2	4.1%	29.4%	33.5%	20.2%	9.4%	29.7%		
R3	4.4%	27.4%	31.8%	19.6%	9.5%	31.8%		
R4	5.5%	32.1%	37.6%	20.9%	8.2%	28.9%		

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	
			中核市平均	43.5	44.4	48.3	40.7		19.6
			本市実績	23.6	15.5	22.6	26.9		14.5
	本市順位	17位/54市中	21位/58市中	19位/60市中	15位/62市中	16位/62市中	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) … (実績値/目標値) × 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) … (目標値/実績値) × 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	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	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	・国は令和5年3月に「第2期文化芸術推進基本計画」を閣議決定し、心豊かで多様性のある社会を形成するために、「文化芸術と経済の好循環」を実現するための取組を推進していく方針を打ち出し、ポストコロナの創造的な文化芸術活動の推進に向けて取り組むとともに、文化芸術における多様性の尊重やグローバル化、デジタル技術の活用、次代を担う子どもたちの育成、また、文化芸術を通じた地方創生の推進に重点的に取り組むこととしている。			75点
施策指標	市民満足度	・文化芸術事業の参加者・観覧者数について、市民芸術祭やジュニア芸術祭では、部会ごとに必要な感染防止対策を協議しながら進め、一部観覧者の制限を行いつつも、日々の活動成果の発表機会の確保に努めた。また、美術館については、前年度より9月下旬まで、施設空調設備及び照明のLED化等工事のために休館となったことから、大幅に目標値を下回った。 ・文化会館の施設稼働率については、コロナ禍前の水準には届かないものの、感染拡大防止策との両立を図りながらの利用が戻りつつある。	概ね順調	

3 主要な構成事業の状況

※ その他の事業の評価結果については、別途「事業評価一覧」を参照ください。

No.	事業名	好循環P・戦略事業・SDGs	事業の目的	事業内容		事業の進捗	R4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	計画どおり	7,053	S55		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 感染対策を講じて全部門開催、より多くの市民への参加の呼びかけ】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ホール」部門については、出演者の健康観察や来場者の消毒・検温などの感染対策を講じ、ほとんどの部会で3年ぶりの有観客公演を行い、「合唱」では参加団体・来場者ともに史上最高数を更新するなど、好評のうちに無事実施することができた。一部、積極的な広報を控えたり、関係者のみの来場とする部門もあった。また、「ギャラリー」や「文芸」部門については令和3年度同様通常開催したものの、若年層をはじめより多くの市民の参加や出品の呼びかけが課題として挙げられた。</li> <li>・11月に第2回実行委員会を開催し、令和5年度の開催に向けて、部会ごとに感染対策を十分に講じて準備していくこととした。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針: 若年層をはじめとする、より多くの市民の参加促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各部門において創意工夫を図り、若い世代をはじめ、より多くの市民の参加促進に努めるほか、運営側にも若い人材の取り込みを図る。</li> <li>・各部門が感染症の影響により減少した参加者増に向けた方策を検討し実施していく。</li> </ul>
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	4,572	H11		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 感染対策を講じながら全部門実施】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「学校音楽祭」「学校演劇祭」は関係者のみの観覧として開催したが、そのほかの部門については感染対策を講じながら、例年同様の開催をすることができた。しかし、出品数や参加者数、観覧者は、コロナ禍以前の水準に戻っていないことから、引き続き、より広く市民への認知度向上を図るとともに、小・中学校と連携し、出品数や参加者数の増加に努める必要がある。</li> <li>・3月上旬に書面による実行委員会を開催し、令和5年度についても感染対策を十分に講じ、開催に向け検討していくこととした。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針: 参加者や出品数、参加団体の増加など、事業の活性化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・より広く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ため、ジュニア芸術祭の認知度向上に向けた取組の検討、また受賞作品の情報発信などに努めていく。</li> </ul>
3	宇都宮エスペール文化振興事業	戦略事業	次代を担う芸術家の育成・支援を図り、本市の文化振興に寄与する。	今後の活躍が期待できる本市ゆかりの優れた芸術家	・隔年で宇都宮エスペール賞の選考、受賞者に育成金(200万円)を贈呈 ・エスペール賞の選考を行わない年は、プロポート事業(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	2,880	H13	独自性	<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 本市の文化振興に寄与する次代を担う芸術家の育成・支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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4年度は、ホール部門の選考年として、7月から募集要項を配布し10月に募集を締め切り、6名からの応募があった。第1次、第2次選考委員会を立ち上げ、書類審査や面接、音源・映像資料などを基に厳正な審査を行い、選考委員会の推薦に基づき市が受賞者を決定し授与した。今後も受賞者のより一層の活躍を支援し、市民がより質の高い文化芸術に触れる機会を創出し、本市文化振興に向けて取り組む。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針: エスペール賞受賞者による市民が質の高い文化芸術に触れる機会の創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和5年度は、プロポート事業の実施の年次であることから、コンサートやギャラリー展、学校への派遣事業など、受賞者の発表機会の創出に努める。また、令和2年度の受賞者(ギャラリー)藤原彩人氏による成果発表となる個展が美術館で開催されることから、より多くの市民に本市ゆかりの芸術家の活動に触れていただく機会となるよう、周知啓発に努める。</li> </ul>
4	美術館管理運営事業	戦略事業	美術館及び文化の森の円滑かつ適切な管理運営と効果的な事業実施により本市の文化振興を図る。	(公財)うつのみや文化創造財団	指定管理者を運営主体とした美術館の管理運営と企画展などの事業の実施	計画どおり	391,838	H9		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 魅力ある企画展の開催と施設利用の安全確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年8月から実施していた空調等設備の改修工事の休館期間を無事終えて、9月にリニューアルオープンし、開館25周年事業となる全館コレクション展「これらの時間についての夢」を開催した。また、2月からは、第2弾となる開館25周年記念事業となる企画展「二つの教会をめぐる石の物語」と「陽成二」展を開催し、これまでの学芸員の調査研究の成果による魅力的な展示が好評を得た。施設利用にあたっては、入館時の検温や消毒液の設置など、感染対策を十分に行いながら開館し、文化芸術の振興を図った。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針: 魅力ある企画展の継続開催と学芸員の専門スキルの向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年度をもって、2名の学芸員が定年退職を迎え、新規採用の学芸員を迎えたことから、本市の特色となるデザイン分野の専門知識や幅広いスキルの継承に努める。引き続き、6,900点を超えるコレクションや、本市の資源を活かした魅力的な企画展の開催に向けて取り組んでいく。</li> <li>・また、本市の新たな魅力となる看板作品の購入に向けて検討を進めていく。</li> </ul>
5	文化会館管理運営事業	戦略事業	文化会館の円滑かつ適切な管理運営と効果的な事業実施により本市の文化振興を図る。	(公財)うつのみや文化創造財団	指定管理者を運営主体とした文化会館の管理運営と文化振興事業の実施	計画どおり	252,287	S54		<p>【①昨年度の評価(成果や課題)】: 各種ホール事業の開催、施設利用の安全確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・夏及び冬の感染拡大期においても、感染防止対策を講じた上で開館し、利用率、利用料金はコロナ禍前の水準に近づくことができた。</li> <li>・大・小ホールの事業はすべて実施することができ、サーマルカメラや消毒液の設置など、感染防止対策を講じ、市民が文化芸術活動に触れる機会の創出に取り組んだ。</li> </ul> <p>【②今後の取組方針: 施設利用の安全確保と文化団体等との連携及び情報発信力の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・感染症防止対策を講じながら、会館の持つ舞台技術や事業実施の専門スキルを生かし、良質かつ魅力的な文化芸術事業を企画するとともに、地域や団体が行う文化芸術活動の支援や民間の文化活動を含めた幅広い情報の収集・発信に取り組んでいく。</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>・文化を身近に感じ、触れることのできる機会の充実 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>・文化芸術に取り組む人材・団体の育成・支援の充実 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>・文化芸術活動拠点の適切な管理・維持 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いることから、計画的な改修等に取り組んでいく必要がある。</p>	<p>・文化を身近に感じ、触れることのできる機会の充実 「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」の開催に向けて取り組むほか、文化会館・美術館においても、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>・文化芸術に取り組む人材・団体の育成・支援の充実 「文化をつなぐ人材育成の推進」に向け、「宇都宮エスペール賞」受賞者による質の高い芸術文化に触れる機会を創出するため、市民や次代を担う子どもたちを対象としたコンサートや学校派遣事業などを行う。また「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>・文化芸術活動拠点の適切な管理・維持 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、計画的に施設整備を進める。特に文化会館においては、機器設備の更新など、優先順位を適切に見極めて今後の整備・修繕スケジュールを検討する。</p>

令和5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	
成果	

① 施策指標	指標名(単位)	H30	R1	R2	R3	R4 (目標年)	評価
単年度目標値	37,500	38,000	38,500	39,000	40,000		
基準値(H27)	36,117	34,773	4,153	5,849	12,659		
実績値	39,820	34,773	4,153	5,849	12,659		
目標値(R4)	40,000	106.1%	91.5%	10.8%	15.0%	31.6%	B
単年度目標値							
基準値(H29)							
実績値							
目標値(R4)							B
単年度目標値							
基準値(H29)							
実績値							
目標値(R4)							B
単年度目標値							
基準値(H29)							
実績値							
目標値(R4)							B
単年度目標値							
基準値(H29)							
実績値							
目標値(R4)							B
単年度目標値							
基準値(H29)							
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
29.5	26.8	27.6	29.2	24.5	34.6			
29.5	26.8	27.6	29.2	24.5	34.6			
29.5	26.8	27.6	29.2	24.5	34.6			
29.5	26.8	27.6	29.2	24.5	34.6			
29.5	26.8	27.6	29.2	24.5	34.6			

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
			中核市平均	2345.5	1815.3	1820.6	1725.2	
本市実績	224.9	245.0	245.3	245.5	245.8			
本市順位	38位/54市中	40位/58市中	41位/60市中	41位/62市中	42位/62市中			

※『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)・・・(実績値/目標値)×100(%)  
 ★ 逓減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)・・・(目標値/実績値)×100(%)

【参考】新型コロナウイルス感染症の影響を受けた施策に係る取組の実施状況  
 ・伝統文化フェスティバル  
 ⇒令和元年度は宇都宮城址まつりと合同開催したが、令和2年度は中止。令和3年度からは感染防止対策を講じ、規模を縮小することで事業を継続して実施している。(参加者数 R1 18,000人, R2 0人, R3 200人, R4 500人)  
 ・うつつのみや百人一首事業  
 ⇒令和元年度には、「同時にかかるた遊びをした最多人数」のギネス世界記録を達成した市民大会について、令和2、3年と中止を余儀なくされていたが、令和4年度は、参加者数の制限や検温・消毒など、適切な感染防止の対策を講じ、無事開催することができた。(参加者数 R1 721人, R4 284人)

※ 評価の考え方	① 施策指標(産出指標)	達成度			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]	
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	国は平成31年4月に「文化財保護法」を改正施行し、過疎化や少子高齢化等の社会状況の変化を背景とした文化財の滅失や散逸の防止が緊急の課題であるとの認識のもと、未指定を含めた文化財をまちづくりに生かしつつ、担い手を確保し、社会総がかりでその継承に取り組むことができる体制づくりを整備する方針を打ち出した。また、VRや3DCGなどのICTの大衆化が進んでおり、歴史文化の普及啓発の取組においてもICTを活用した先駆的な取組みが進んでいる。こうしたなか、平成31年の文化財保護法改正に伴い、文化財保存活用地域計画の策定が法制化された。			87点
施策指標	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長引く感染拡大により、目標値を下回る結果となったが、行動規制の緩和などに伴い、感染症対策を講じることで、事業の再開や、参加人数を緩和した事業実施により、前年度実績を上回る結果となった。	市民満足度	周知啓発事業の開催などにおいて、依然として新型コロナウイルス感染症の影響を受けているものの、感染症対策を講じた上での事業再開や、受け入れ人数拡大などのほか、各種ポスター作成やホームページのリニューアル、SNSを通じた地道な情報発信等に加え、本市独自の宇都宮市民遺産(「みや遺産」)制度の運用による本市の歴史文化資源を継承する取組や、「宇都宮学」として小中学生が体系的に本市の歴史文化や地域の魅力を学ぶ取組から、市民満足度が前年度より10ポイント近く伸びる結果になったと考えられる。	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	R4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	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を図る。	・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	6,724	H28	独自性	【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 令和2年度に制作した「宇都宮城映像コンテンツ」の運用のほか、「宇都宮の歴史と文化財」ホームページに「宇都宮学」のページを追加し、市内小中学生や市民、来訪者に情報発信を行った。「宇都宮市民遺産制度」については、令和4年度は5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。  【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 地域の文化財の保存・活用を計画的、継続的に取り組むため、歴史文化基本構想のアクションプランとなる「宇都宮市文化財保存活用地域計画」を2か年かけて策定する。「歴史と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、市民や地域団体の関心を高めるとともに既認定団体への支援に努めていく。
2	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の重要な構成要素の所有者同意	計画どおり	9,587	H30	独自性 先駆的	【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。いちご一会とちぎ国体にあわせ、利用者増加が見込まれる東武鉄道西川田駅舎での日本遺産PRポスターの掲示や、大谷石文化サポーター制度を立ち上げるなど、新たな普及啓発の取り組みを実施した。 ・大谷地域の石切りや奇岩の景観を国の重要な文化的景観に選定してもらうため、大多数の重要な構成要素の所有者からの同意を得ることができた。  【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、同意を得られていない所有者に対して丁寧な説明を行う。
3	文化財調査事業	戦略事業	・文化財保護法に基づき、開発行為に伴う埋蔵文化財の適切な保護を図る。 ・市民協働により指定文化財の適切な保護を図る。	・市内の埋蔵文化財包蔵地 ・市内の指定文化財等	・埋蔵文化財包蔵地における開発行為に伴う発掘調査等の実施 ・宇都宮市文化財調査員活動の実施	計画どおり	2,050	S42		【①昨年度の評価(成果や課題)】埋蔵文化財及び指定文化財の適切な保護 文化財保護法に基づき、適切に遺跡の保護を図った。また、宇都宮市文化財調査員と連携し埋蔵文化財包蔵地の現況を調査し、問題のある遺跡の把握に努めた。  【②今後の取組方針】民間事業者の法令遵守意識の高揚による埋蔵文化財の適切な保護の推進 ・文化財保護法に基づく届出を行わず埋蔵文化財包蔵地において開発行為等を行う事業が年数件発生していることから、ホームページでの情報発信や庁内他課の開発許認可窓口へ周知文書を備え付けるなど、民間事業者に対する法令遵守や文化財の適切な保護に対する意識高揚や指導の徹底を図っていく。 ・また、引き続き民間事業者による大規模開発に伴う確認調査が見込まれることから、埋蔵文化財の適切な調査ができるよう職員のスキルアップに努める。
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、蓮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	感染症の影響による変更	2,394	H8	独自性 トップクラス	【①昨年度の評価(成果や課題)】感染防止対策を講じて、市民大会及び全国競技かるた宇都宮大会を実施 ・令和2、3年度は万全の感染防止対策が困難として、市民大会及び蓮生記念全国競技かるた宇都宮大会を中止したが、令和4年度は、適切な感染防止対策が可能と判断し、参加者の制限や検温・消毒などの対策を講じて、両大会を無事に開催した。 ・3月に書面による実行委員会を開催し、令和5年度は、感染症対策を十分に講じつつ、参加者数を制限しない通常開催に向けて検討していくこととした。  【②今後の取組方針】感染防止対策を講じながら、コロナ禍前の運用による市民大会の実施と普及啓発活動の充実 ・まずは、安全・安心な市民大会をコロナ禍前の規模で開催するとともに、全国から参加者が参集する全国競技かるた宇都宮大会が第10回大会となることから、本市と百人一首の関わりを広く周知する「百人一首のまち宇都宮」の普及啓発活動の充実を図る。
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	計画どおり	885	H22		【①昨年度の評価(成果や課題)】子供から観光客まで、市内外に広くジャズのまちを周知するための各種事業の開催 ・令和2年度より中止してきたほとんどの事業で、適切な感染防止対策を講じながら事業が実施できた。主な事業として、子どもたちが本市ゆかりのジャズに親しむ機会を増やすため、学校に専門講師を派遣する「ふれあい文化教室」の実施、また、一般公募で参加者を募った「ふれあいジャズセミナー」については、全8回を開催し、今年是有観客での終了コンサートが実施できた。また、設置場所に課題があり、なかなか実現ができなかった「まちかどピアノ」について、駅東口の商業施設『ウツノミヤテラス』の協力を得て、12月末より実施できるようになり、多くの市民から継続希望の声が多く寄せられている。令和3年度から20周年事業としてジャズ史の編纂に着手して取材・紙面編集に取り組んでいる。  【②今後の取組方針】市内外に向けた『ジャズのまち宇都宮』推進のための各種事業の実施 ・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、各種事業の魅力の向上・発信に努める。 ・「まちかどピアノ」の継続設置と他楽器とのセッションやミニコンサート等の新たな展開に向けて、施設管理者をはじめとする関係者と十分な連携を図る。 ・20周年記念事業であるジャズ史の刊行に向けて取り組む。

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>・歴史文化に対する理解促進や郷土愛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、「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愛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。また、令和5～6年度に、地域資源となる文化財の保存・活用をより一層推進するための基本的なアクション・プランとなる「宇都宮市文化財保存活用地域計画」の策定を、文化庁と連携しながら進めていく。 さらに、市民や子どもたちが本市の歴史文化について理解を深めるため、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や魅力を発信する様々な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・活用の取組を推進する。 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、今後も、市民大会やジャズライブなどの事業を積極的に開催していくほか、「宇都宮学」など、様々な機会を捉え普及啓発に係る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>