

施策評価シート (平成24年度の振り返り、総括)

作成日 平成25年 07月 09日

施策 No.	35	施策名	観光の振興
主管課名	商工観光課	電話番号	0285-83-8135
関係課名	農政課、企画課		

施策の対象	市内を訪れる観光客 (首都圏住民が中心的なターゲット層)								
対象指標名	単位	18年度実績	19年度実績	20年度実績	21年度実績	22年度実績	23年度実績	24年度実績	26年度見込
観光客数	人				2,785,291	2,806,703	2,230,492	2,463,570	2,750,000
関東 1都6県の人口	人				42,420,000	42,594,981	42,589,054	42,603,000	

施策の意図	本市の魅力を中心に、市外から多くの人々に訪れてもらい、活力あるまちづくりをすすめる。								
成果指標設定の考え方及び指標の把握方法 (算定式など)	<ul style="list-style-type: none"> 入込客数は、県調査の観光客入込客数 (H.24.1~H.24.12) その他は、商工観光課で調査したデータ。 一人当たりの消費高の算出は、井頭温泉・チャットパレス・ゴルフ場・物産会館・道の駅 あく里っ娘の売上高を実人員で割出して算出。 平成24年度実績 (1,401,846,720円 ÷ 834,966人 1,678円)								
成果指標名	単位	18年度実績	19年度実績	20年度実績	21年度実績	22年度実績	23年度実績	24年度実績	26年度基本計画目標値
観光客入り込み客数	人				2,785,291	2,806,703	2,230,492	2,463,570	2,750,000
客一人当たりの消費高	円				1,625	1,610	1,699	1,678	1,800

施策の成果向上に向けての住民と行政との役割分担	<ul style="list-style-type: none"> 観光は市民と協働によって推進していくことが重要であり、行政はその支援をしていくことが役割となる。 観光協会が、行政と民間をつなぐ役割を果たしている。 								
-------------------------	---	--	--	--	--	--	--	--	--

1. 施策の成果水準とその背景（近隣他市や以前との比較、特徴、その要因と考えられること）

（1）施策成果の時系列比較（過去3年間の比較）

・観光客入込み数は、H22までは増加傾向にあったが、H23.3.11の大震災に伴い前年対比79.5%と大きく減少したが、H24は前年対比110.4%で233,078人の増員となり増加傾向に転じたが、大震災の前までには回復していない。

井頭公園587,856人（前年比較 123,882）

一万人プール44,960人（前年中止）

桜まつり60,000人（前年中止）

夏祭り花火大会250,000人（前年中止）

・北関東自動車道は、平成23年3月に全線開通となり、真岡ICの1日平均交通量は、22年度:5,009台、23年度:5,793台、24年度:6,022台と増加傾向にある。

（2）近隣他市との比較

・近隣他市も同様に、大震災に伴い観光客入込み数は大きく減少したが、H24の観光客は増加している。

宇都宮市13,144,500人（前年比103.2% 403,998人）

小山市 2,838,894人（前年比105.9% 157,260人）

益子町 1,967,236人（前年比124.6% 387,799人）

（3）住民期待水準との比較

・市民意向調査の「今後のまちづくりに力を入れて欲しい施策」の質問に対し、観光の振興を選んだ割合が、H22:9.7%、H23:12.5%、H24:12.5%と増加傾向にあり、大震災により被災した観光施設等の復旧や、観光まちづくりによる活性化への期待があるものと推測される。

24年度の
評価結果

2. 施策の成果実績に対してのこれまでの主な取り組み（事務事業）の総括

- ・観光協会のホームページやカレンダー作成等により、季節にあわせたイベントや祭事などの情報を発信しPRを図った。
- ・真岡の名所・イベントなどの観光PR案内板を、23年度までに5ヶ所、24年度に1ヶ所設置した。
- ・平成24年5月に東京スカイツリータウン内にオープンした、「とちまるショップ（栃木県アンテナショップ）」のイベントブースを利用して観光PRを行った。
- ・本市の観光資源等を市内外に向けて広くPRするために、とちぎテレビに番組の制作・放送を委託するとともに、イベント情報をとちぎテレビとFM栃木で放送するなど、マスメディアを利用した誘客活動を実施した。
- ・県やすらぎの栃木路、芳賀地域整備推進協議会と連携し、新宿駅、大宮駅等のイベントにおいて広域観光のPRを行った。また、市単独で、市内各施設、イベント等でのパンフレット配布や、県観光協会東京事務所にパンフレットを置くとともに、2月5日、6日の2日間、日本橋イベントスペースにおいて本市観光のPRを実施した。
- ・「真岡の一万本桜まつり」「もおか木綿ふれあいまつり」に、駅からハイキング事業をタイアップさせて市外から誘客を図った（351人）。
- ・「真岡の一万本桜まつり」「中村八幡宮流鏝馬」「もおか木綿ふれあいまつり」「大産業祭」の開催にあわせて、市内観光施設を巡る周遊バスを運行した（630人利用）
- ・第4回の「真岡浪漫ひな飾り」を久保講堂で実施した。（10,644人来場）
- ・「いい芳賀いちご夢街道」推進協議会に加盟し、いちごをテーマとした地域ブランドの確立に向け1市4町で広域連携を図るとともに、「いちご祭」や「あぐりっ娘でのいちご狩り」への誘客活動を実施して、いちご日本一のまちとしてのPRを図った。
- ・木綿の里もおか“ほっと”なまちづくり推進事業をきっかけに、門前地区の空き店舗対策を支援（現在12店舗出店）するとともに、天の織姫市の開催などにより、回遊性の向上や賑わいの創出を図った。
- ・真岡市観光ネットワーク検討委員会により検討された報告書（H22.9提出）を受け、「観光ネットワーク協議会」をH23.6に設立し、3ヵ年を重点推進期間として、市民と協働による観光まちづくりの計画・実践に取り組んでいる。
- ・新たな観光PR拠点及び物産会館の整備に向けて、荒町本通りに面する久保邸用地の取得並びに施設の設計業務を委託した。

24年度の
評価結果

3. 施策の課題認識と改革改善の方向

・真岡の魅力を発信し観光客の入れ込み数を増加させることや、市内の観光拠点の回遊性を向上させることで、観光客の満足度の向上を図り、リピーター化を推進することが課題であり、引き続き、観光拠点のPRとおもてなしの心で観光客を迎え入れるための事業を実施する必要性がある。

・真岡木綿会館、井頭温泉、SLキューロク館、あく里っ娘、道の駅にのみや、尊徳資料館等を観光情報の発信拠点と位置付けて、イベント情報や季節の祭事等の観光情報を提供して誘客活動を推進する。

・観光協会ホームページやバス広告（水戸、大宮）などを活用し、近隣県や首都圏等に本市の魅力を積極的に情報発信する。

・おもてなしの心で、四季折々の企画を考え、観光客のリピーター化を推進するための、観光案内人（観光コンシェルジュ）を育成する。

・H25に発足した芳賀地区観光協議会と連携して、広域観光の推進を図る。

・空き店舗対策により、門前地区をはじめ商店街の賑わいを創出し、市街地活性化の推進を図る。

・H23.6に設置した観光ネットワーク協議会による観光まちづくりを積極的に推進し、本市の魅力アップを図ることで、多くの観光客を誘客することでまちの活性化を図る。

・観光情報の発信拠点としての「久保邸」の整備を踏まえて、周辺の観光資源との連携を強化し回遊性の向上を図る。

・真岡の特産品や新商品の開発支援やPRを推進するとともに、「とちまるショップ（栃木県アンテナショップ）」をはじめとする、県内外の物販ブース等において真岡の観光PRを実施する。

・農（イチゴやナス狩り）と食（市内での食事）の連携による地域経済の活性化を図るとともに、食のガイドマップを活用し、誘客事業を推進する。

・市民と協働の観光まちづくりを推進するため、観光協会の組織体制の充実を図る。

・市民と協働の観光まちづくりを推進するため、コーディネーターの育成を図る。

・SLキューロク館等への誘客を図るとともに、街歩きのルートを開発し情報発信を強化する。

24年度の
評価結果

補足事項