

令和2年度 施策評価シート

基本目標		「すみだ」らしさの息づくまちをつくる
政策	120	すみだの多彩な魅力を内外に発信し、成熟した国際観光都市をつくる
施策	121	すみだの魅力を広く発信し、訪れたいまちをつくる
施策の目標	さまざまな媒体からすみだの魅力が発信され、これまで以上に国内外から多くの人が「国際観光都市すみだ」にあこがれ、訪れています。	

1 基本計画における成果指標の状況

指標名	墨田区観光協会のホームページ年間訪問者数									
	基準年(H28)	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
目標					335,000人					350,000人
実績	230,000人	290,365人	281,443人	246,985人						
指標名	区内を訪れる観光客数（観光関連施設入込客数及びイベント入込客数）									
	基準年(H28)	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
目標					9,800,000人					10,000,000人
実績	9,175,663人	8,020,055人	8,211,870人	7,468,410人						

2 目標と現状(実績)についての分析及び総事業費推移

指標の推移・施策の課題や問題点について記述	総事業費推移（千円）	
インターネットにおける情報発信については、平成28年4月に区の観光情報サイト(ウエルカムすみだ)を閉鎖して、墨田区観光協会のホームページに一本化することで、効率化及び利便性の改善が図られ、アクセス数が増加した。今後も利用者が必要な情報をすぐ取得できるよう見直しを随時行い、更なる利便性の向上を図る。 区内を訪れる観光客数については、平成28年11月に開館した北斎美術館、平成30年1月に開館した刀剣博物館の活用や近隣区との連携イベントを中心として、更なる増加を目指す。(令和元年度は、新型コロナウイルス感染症の影響もあり減少している。)	H29	48,464
	H30	51,102
	R1	40,016

3 施策の評価及び判断理由

評価	理由
C	区内の観光関連施設入込客数は、東京スカイツリー開館以降、高水準を保っているが、別事業との統合なども含め効果的な施策展開を検討していく必要がある。

4 今後の施策の運営方針

評価結果	施策の戦略的方向性
	(1) 優先的に資源投入を図る。
	(2) 現状維持とする。
	(3) 現状維持だが、より効率的な運営を図る。
	(4) 資源投入の縮小を図る。
【上記の判断理由】	
東京スカイツリーによる経済波及効果を区内全体の産業活性化に結び付ける上で、観光施策の推進は、本区における最重要テーマである。すみだの魅力を発信し、訪れたいまちをつくるために、より効率的な運営を図る必要がある。	
【今後の具体的な方針】	
平成27年4月に改定した観光振興プランに基づき、更なる観光プロモーションの推進を図るとともに、産業と観光の融合、水都すみだの再生及び東京オリンピック・パラリンピックを見据えた海外向けの情報発信の強化や受入体制の構築など、積極的に推進していく。	

5 この施策に係る事務事業（重要度・貢献度順）

番号	事務事業名	歳出 決算額 (千円)	人コスト (千円)	歳出 総額 (千円)	目的に対する指標	
					年度目標値	直近の評価内容
					年度実績値	評価結果 評価対象年度
1	一般向け観光情報発信事業	18,655	6,990	25,645	800,000	改善・見直しの上継続
					646,367	令和元年度
2	外国人観光客受入整備事業	6,129	2,621	8,750	18,000	改善・見直しの上継続
					18,000	令和元年度
3	広域連携事業 (台東区連携協定等)	14,350	3,495	17,845	9,500,000	改善・見直しの上継続
					8,211,870	令和元年度
4	教育旅行誘致事業	882	437	1,319	3,000	現状維持
					3,658	令和元年度
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						

事業の 成果	手段に 対する指標 (活動指標)	指標	フィルムコミッション撮影支援件数(作品数)				単位	件
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	H31
		50	R7	目標	35	35	40	40
				実績	65	32	39	39
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
	目標	40	45	45	45	50	50	
	実績							
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	撮影支援を行った件数を、情報発信の件数と捉え、指標を設定した。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指標	墨田区観光協会HPのページビュー数				単位	回
最終目標値		目標年度		基準年(H28)	H29	H30	H31	
1000000		R7	目標	700000	750000	750000	800000	
			実績	658381	731842	681842	646367	
		R2	R3	R4	R5	R6	R7	
目標	800000	850000	850000	900000	950000	1000000		
実績								
指標の選定理由及び目標値の理由								
情報発信の結果、墨田区に興味を持った人の数を成果指標と考え、指標を墨田区観光協会のHPのアクセス数に設定した。								

評価結果	評価についての説明・今後の方向性等
改善・見直しのうえ継続	観光客に来訪したいいただく為には、様々なニーズに沿った情報を、適当なアプローチで提供することで、まず観光客に観光情報を知っていただくことが重要であるため、今後も継続して情報発信に取り組んでいく必要がある。しかし、情報提供に当たっては、より発信力・拡散力の高い媒体・ツール等を検討する必要がある。

課題・問題点
観光客のニーズの変化に伴い、変化に応じた適切な情報発信の方法を模索し、今後の方向性を検討する必要がある。また、トレンドに合わせたサイトの改良や刷新も検討する。

事業の成果	手段に 対する指標 (活動指標)	指標	多言語冊子の種類				単位	種
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1
		10	R2	目標	5	6	7	8
				実績	5	6	7	3
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
	目標	10						
	実績							
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	外国人観光客向けのPRや観光情報の周知の手段として多言語観光案内冊子を制作しているため、冊子の種類を指標とした。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指標	多言語冊子の配布部数				単位	部
最終目標値		目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1	
25000		R2	目標	13000	16000	18000	20000	
			実績	13000	16000	18000	20000	
		R2	R3	R4	R5	R6	R7	
目標	25000							
実績								
指標の選定理由及び目標値の理由								
すみだの魅力を情報発信することで、訪れる外国人観光客の案内性を高め、回遊性を向上させることが目的であるため、冊子の配布部数を指標とした。								

評価結果	評価についての説明・今後の方向性等
改善・見直しのうえ継続	外国人観光客向けにすみだの魅力を発信するという冊子制作の目的は良いが、ターゲットやどのタイミングでのプロモーションなのか等を踏まえた内容に改善する余地がある。

課題・問題点
外国人観光客向けの観光案内や観光情報発信の効果指標について、多言語観光案内冊子の種類や配布部数という指標が適切かどうか検討の余地がある。 また、既述のとおり、冊子制作にあたり、ターゲットやアプローチのタイミング等も踏まえた内容になっているか内容を検討する必要がある。

事業の 成 果	手 段 に 対する指標 (活動指標)	指 標	連携事業の取組数				単 位	件
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1
		10	R7	目標			3	3
				実績			5	9
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
	目標	10	10	10	10	10	10	
	実績							
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	複数事業を実施し、さらなる観光誘客を図る必要があるため。							
	目 的 に 対する指標 (成果指標)	指 標	区内を訪れる観光客数 (観光関連施設入込客数及びイベント入客数)				単 位	人
最終目標値		目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1	
10,000,000		R7	目標	9,100,000	9,300,000	9,500,000	9,650,000	
			実績	9,175,663	8,142,160	8,211,870	7,468,410	
		R2	R3	R4	R5	R6	R7	
目標	9,800,000	9,800,000	9,900,000	9,900,000	9,900,000	10,000,000		
実績								
指標の選定理由及び目標値の理由								
観光誘客の指標となるため。								

評価結果	評価についての説明・今後の方向性等
改善・見直しのうえ継続	新型コロナウイルス感染症の影響を受けた観光需要を取り戻す為、広域連携のメリットを活かし、連携自治体の観光資源をフックに相互の誘客・回遊に取組んでいく。

課題・問題点
<p>本事業の取組が成果指標に直接的にどれだけ寄与しているかの把握が難しい状況になっており、成果の検証までを意識した事業の実施方法に見直す必要がある。</p> <p>また、東京オリンピックを目途とした連携協定であり、令和2年度末までが期限になっている。東京オリンピックの延長が発表されたところであるが、協定期間について、台東区と協議し、方向性を定めていく必要がある。</p>

事業の 成 果	手 段 に 対 する 指 標 (活動指標)	指 標	観光素材説明会への出席人数(1回あたりの平均人数)				単 位	人
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1
		40	R7	目標	40	40	40	40
				実績	175	0	84	40
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
	目標	40	40	40	40	40	40	
	実績							
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	より多くの中学・高等学校、旅行会社関係者に出席してもらうことで、墨田区のPRにつなげ、墨田区を修学旅行で訪れる回数が増えることが期待されるため。 目標値は1回あたりの出席人数。							
	目 的 に 対 する 指 標 (成果指標)	指 標	墨田区修学旅行受入人数				単 位	人
最終目標値		目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1	
3000		R7	目標			3000	3000	
			実績	2819	3410	3104	3658	
		R2	R3	R4	R5	R6	R7	
目標	3500	3500	3500	3500	3500	3500		
実績								
指標の選定理由及び目標値の理由								
修学旅行誘致事業の効果が顕在化するため。 修学旅行の入札時期は、修学旅行実施の2年ほど前とされているため、当年度の実績は2年前のPRの効果と推定される。								

評価結果	評価についての説明・今後の方向性等
現状維持	修学旅行の性質上、即効性のある事業ではないため、継続することに意味があると考えます。その時期に合ったPR手法を考え、説明会の開催地等工夫をしながら事業を進めます。

課題・問題点
<p>新型コロナウイルス感染症の影響により、修学旅行の在り方も変化すると推察される。 墨田区観光協会とともに、時代の先を見据えた修学旅行の提案を行っていく必要がある。</p>