

平成29年度 施策評価シート

基本目標	I	「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々が「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	H31	H32	H33	H34	H35	H36	H37
目標					335,000人					350,000人
実績	230,000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	H31	H32	H33	H34	H35	H36	H37
目標					9,800,000人					10,000,000人
実績	9,175,663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月に開館予定の刀剣博物館の活用を中心として、更なる増加を目指す。	H28	53,766
	H29	53,091
	H30	

3 施策の評価及び判断理由

評価	理由
B	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。

4 今後の施策の運営方針

評価	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)	施策への関連性	目的に対する指標		直近の評価内容
				年度目標値	推移	評価結果
				年度実績値		評価対象年度
1	観光プロモーション	17,946	海外を含めた戦略的なプロモーション展開により、すみだの魅力を広く発信し、誘客及び回遊促進を図っていく。	9,100,000人	↗	改善・見直し
				9,175,663人		平成28年度
2	観光プロモーションの強化	9,626	海外を含めた戦略的なプロモーション展開により、すみだの魅力を広く発信し、誘客及び回遊促進を図っていく。	9,100,000人	↗	改善・見直し
				9,175,663人		平成28年度
3	外国人観光客受入整備事業	3,112	Wi-Fi環境の整備や多言語案内冊子等の制作を通じて、すみだの魅力を広く発信する。	8,000人	↗	改善・見直し
				8,614人		平成28年度
4	一般向け観光情報発信事業	21,104	区内の観光資源等の情報を効果的に発信し、訪れたいまちをつくる。	250,000人	↗	現状維持
				272,354人		平成28年度
5	外国人観光客向け案内冊子の制作	1,978	多言語観光案内冊子の制作等を通じて、外国人観光客にすみだの魅力を広く発信する。	13,000部	→	統合
				13,000部		平成28年度
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						

平成29年度 事務事業評価シート

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	部内優先順位					
事務事業	観光プロモーション事業					1		
事業概要	「国際観光都市すみだ」の実現に向け、本区の魅力を国内外へ発信し、誘客及び区内回遊を促進する。					主管課・係（担当）		
						観光課観光担当		
						03-5608-6500		
施策への 関連性	海外を含めた戦略的なプロモーション展開により、すみだの魅力を広く発信し、誘客及び回遊促進を図っていく。							
必要性・ 妥当性	区民のニーズ							
	観光客の増加による地域の賑わいの創出及び経済の活性化							
	代替可能性の状況（区が実施する必要性等）							
	一観光施設のみではなく、すみだの魅力を総合的・複合的に広く発信していく必要がある。また、行政が実施することで信頼性のあるプロモーション活動と見られるため、行政主体で実施する自治体が多い。本区では墨田区観光協会と連携し実施している。							
有効性・ 適格性	手段に 対する指標 (活動指標)	指 標	観光プロモーション及びエージェントセールスの実施回数				単 位	回
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		60	32	目標 実績	52 55	54	56	58
		H32	H33	H34	H35	H36	H37	
		目標	60					
		実績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	直接的なPR活動によって、観光客の動向、反応を収集することができ、それをさらに検証することにより効果的な誘客を推進できる。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指 標	区内を訪れる観光客数				単 位	人
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		10,000,000	H37	目標 実績	9,100,000 9,175,663	9,300,000	9,500,000	9,700,000
		H32	H33	H34	H35	H36	H37	
目標		9,800,000	9,800,000	9,850,000	9,900,000	9,950,000	10,000,000	
実績								
指標の選定理由及び目標値の理由								
墨田区基本計画にある「すみだの魅力を広く発信し、訪れたいまちをつくる」という施策の達成をはかる指標として掲げられている。								
財政面 (決算額) (単位：千円)	H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34	
	17,946							
	H35	H36	H37	〔予算の傾向〕 増加傾向にある。				

1 必要性・妥当性					
区民ニーズの有無	ある				
代替可能性の有無	増加傾向だが不十分				
区が実施すべき強い理由があるか	ある				
判断理由					
すみだの魅力を総合的・複合的に広く発信し、区内への誘客及び回遊促進を図る必要があるため、今後も墨田区観光協会と連携しながら実施していく。					
2 有効性・適格性					
事業の目的が施策に合致しているか	合致している				
指標は目標値を満たしているか	満たしている				
かけたコストに対し十分な成果があるか	ある				
判断理由		必要性 妥当性	有効性 適格性	効率的 経済性	評価結果
区内を訪れる観光客数が増加している。		4	5	4	4
3 効率性・経済性		改善・見直しの上継続			
目的・対象が類似する事務事業はないか	ない				
実工程やコストに改善の余地がないか	ある				
地域社会やその他住民への波及効果があるか	ある				
判断理由					
費用対効果を分析しながら実施していく必要がある。					
中間・最終年度の講評	江戸文化や本区の特徴を活かした各種イベントを開催して観光振興を図るとともに、国内外で行われる観光促進イベント等において、積極的に本区のプロモーション活動を行い、観光誘客につなげてきた。				
今後の方向性	観光協会及び周辺区、その他関係団体と連携して効果的なプロモーションを展開し、更なる誘客と区内回遊の促進を図っていく。				

平成29年度 事務事業評価シート

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	部内優先順位					
事務事業	観光プロモーションの強化					2		
事業概要	「国際観光都市すみだ」の実現に向け、本区の魅力を国内外へ発信し、誘客及び区内回遊を促進する。					主管課・係（担当）		
						観光課観光担当		
						03-5608-6500		
施策への 関連性	海外を含めた戦略的なプロモーション展開により、すみだの魅力を広く発信し、誘客及び回遊促進を図っていく。							
必要性・ 妥当性	区民のニーズ							
	観光客の増加による地域の賑わいの創出及び経済の活性化							
	代替可能性の状況（区が実施する必要性等）							
	一観光施設のみではなく、すみだの魅力を総合的・複合的に広く発信していく必要がある。また、行政が実施することで信頼性のあるプロモーション活動と見られるため、行政主体で実施する自治体が多い。本区では墨田区観光協会と連携し実施している。							
有効性・ 適格性	手段に 対する指標 (活動指標)	指 標	観光プロモーション及びエージェントセールスの実施回数				単 位	回
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		60	H32	目標 実績	52 55	54	56	58
		H32	H33	H34	H35	H36	H37	
		目標	60					
		実績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	直接的なPR活動によって、観光客の動向、反応を収集することができ、それを更に検証することにより効果的な誘客を推進できる。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指 標	区内を訪れる観光客数				単 位	人
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		10,000,000	H37	目標 実績	9,100,000 9,175,663	9,300,000	9,500,000	9,700,000
		H32	H33	H34	H35	H36	H37	
目標		9,800,000	9,800,000	9,850,000	9,900,000	9,950,000	10,000,000	
実績								
指標の選定理由及び目標値の理由								
墨田区基本計画にある「すみだの魅力を広く発信し、訪れたいまちをつくる」という施策の達成をはかる指標として掲げられているため。								
財政面 (決算額) (単位：千円)	H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34	
	9,626							
	H35	H36	H37	〔予算の傾向〕 増加傾向にある。				

1 必要性・妥当性					
区民ニーズの有無	ある				
代替可能性の有無	増加傾向だが不十分				
区が実施すべき強い理由があるか	ある				
判断理由					
すみだの魅力を総合的・複合的に広く発信し、区内への誘客及び回遊促進を図る必要があるため、今後も墨田区観光協会と連携しながら実施していく。					
2 有効性・適格性					
事業の目的が施策に合致しているか	合致している				
指標は目標値を満たしているか	満たしている				
かけたコストに対し十分な成果があるか	ある				
判断理由		必要性 妥当性	有効性 適格性	効率的 経済性	評価結果
区内を訪れる観光客数が増加している。		4	5	4	4
3 効率性・経済性		<p style="text-align: center;">改善・見直しの上継続</p>			
目的・対象が類似する事務事業はないか	ない				
実施工程やコストに改善の余地がないか	ある				
地域社会やその他住民への波及効果があるか	ある				
判断理由					
費用対効果を分析しながら実施していく必要がある。					
中間・最終年度の講評	国際観光都市を目指し、東京スカイツリーや北斎美術館などを中心としたプロモーション及びセールス活動を実施するとともに、広域連携事業として広く面的プロモーション等も行い、観光客の増加につなげてきた。				
今後の方向性	観光協会及び周辺区、その他関係団体と連携して効果的なプロモーションを展開し、更なる誘客と区内回遊の促進を図っていく。				

平成29年度 事務事業評価シート

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	部内優先順位					
事務事業	外国人観光客受入整備事業					3		
事業概要	東京スカイツリーの開業及び2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催決定により、外国人観光客は年々増加している。これらの外国人観光客をおもてなしのこころで迎えるための整備を行い、国際観光都市を目指す。					主管課・係 (担当)		
						観光課観光担当		
						03-5608-6500		
施策への関連性	Wi-Fi環境の整備や多言語案内冊子等の制作を通じて、すみだの魅力を広く発信する。							
必要性・妥当性	区民のニーズ							
	墨田区住民意識調査（第24回）における「区に対する気持ち」において「墨田区を人に勧めたいと思いますか」という質問に対し「そう思う」の回答が5割を超えており、産業観光部門における「推進すべき観光施策」においても「観光情報の発信」が3割を超える回答となっている（8項目中4位）。							
	代替可能性の状況（区が実施する必要性等）							
区内の各施設におけるPRはそれぞれが主体で行えるが、広い範囲に渡り、総括的なPRは区が主体でしか行えないものである。								
有効性・適格性	手段に 対する指標 (活動指標)	指 標	WiFiルーター貸出件数（SNSへの写真投稿件数）				単 位	件
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		1,000	H32	目 標	500	600	700	800
				実績	566			
			H32	H33	H34	H35	H36	H37
		目 標	1,000					
		実績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	貸出要件がSNSへの写真投稿であり、貸出件数と等しくなる。写真投稿を通じて本区の観光を広く外国人観光客へPRしている。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指 標	観光案内所における外国人来訪者数				単 位	人
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		10,000	H32	目 標	8,000	8,500	9,000	9,500
				実績	8,614			
			H32	H33	H34	H35	H36	H37
		目 標	10,000					
	実績							
指標の選定理由及び目標値の理由								
実際に墨田区を訪れている外国人観光客の参考値である。								
財政面 〔決算額〕 (単位：千円)	H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34	
	3,112							
	H35	H36	H37	〔予算の傾向〕				

1 必要性・妥当性					
区民ニーズの有無	ある				
代替可能性の有無	増加傾向だが不十分				
区が実施すべき強い理由があるか	必須だが裁量余地あり				
判断理由					
すみだの観光の魅力発信と外国人に対するおもてなしについては区が実施すべき内容であるが、Wi-Fiルーターの貸出という手段は、その需要を把握し十分に検討していく必要がある。					
2 有効性・適格性					
事業の目的が施策に合致しているか	合致している				
指標は目標値を満たしているか	満たしている				
かけたコストに対し十分な成果があるか	ある				
判断理由		必要性 妥当性	有効性 適格性	効率的 経済性	評価結果
貸出実績をのばし、区のPR効果を上げていく必要がある。		3	5	4	4
3 効率性・経済性		改善・見直しの上継続			
目的・対象が類似する事務事業はないか	ない				
実施工程やコストに改善の余地がないか	ある				
地域社会やその他住民への波及効果があるか	ある				
判断理由					
実施手法については検討の余地あり					
中間・最終年度の講評	Wi-fiモバイルルーターの無料貸出による情報の拡散を狙いとして実施してきたが、Wi-fiモバイルルーターそのもののニーズが高くはない。その手法については検討が必要				
今後の方向性	外国人観光客をおもてなしで迎えられよう引き続き受入整備を充実していくとともに、すみだのPR効果を上げられる事業を展開していく。				

平成29年度 事務事業評価シート

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	部内優先順位					
事務事業	一般向け観光情報発信事業					4		
事業概要	区内外からの観光客の誘致と利便性の向上を図るため、区内観光に役立つ情報発信を行う。					主管課・係（担当）		
						観光課観光担当		
						03-5608-6500		
施策への 関連性	区内の観光資源等の情報を効果的に発信し、訪れたいまちをつくる。							
必要性・ 妥当性	区民のニーズ							
	墨田区住民意識調査（第24回）における「推進すべき観光施策」において、「観光情報の発信（印刷物・ホームページ）」と答えた住民が31.9%（8項目中3位）あり、高い需要がある。							
	代替可能性の状況（区が実施する必要性等）							
	営利目的でない客観的な情報発信が求められるため、区による実施が妥当である。							
有効性・ 適格性	手段に 対する指標 (活動指標)	指 標	フィルムコミッション照会受付件数				単 位	件
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		775	H37	目 標 650	665	680	695	
				実 績 663				
			H32	H33	H34	H35	H36	H37
		目 標 710	725	740	755	760	775	
		実 績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	フィルムコミッション事業を通して、区の情報がマスメディアに取り上げられることにより、多くの観光客や区民の区内回遊につながることを期待できるため							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指 標	墨田区観光協会のフェイスブックアクセス数				単 位	件
		最終目標値	目標年度	基準年(H28)	H29	H30	H31	
		300,000	H37	目 標 250,000	260,000	265,000	270,000	
			実 績 272,354					
		H32	H33	H34	H35	H36	H37	
目 標 275,000		280,000	285,000	290,000	295,000	300,000		
	実 績							
指標の選定理由及び目標値の理由								
本区に興味をもち、SNSを通じて本区の観光情報を気軽に閲覧・発信する人を増やしていくことは、訪れたいまちの実現につながる要素となるものと考えため								
財 政 面 〔決算額〕 (単位：千円)	H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34	
	21,104							
	H35	H36	H37	〔予算の傾向〕 削減傾向にある。				

1 必要性・妥当性								
区民ニーズの有無	ある							
代替可能性の有無	ない							
区が実施すべき強い理由があるか	ある							
判断理由								
区民ニーズが高く、客観的・公平な情報発信の必要があるため								
2 有効性・適格性								
事業の目的が施策に合致しているか	合致している							
指標は目標値を満たしているか	満たしている							
かけたコストに対し十分な成果があるか	ある							
判断理由		必要性 妥当性	有効性 適格性	効率的 経済性	必要性 妥当性	有効性 適格性	効率的 経済性	評価結果
観光パンフレット・観光情報サイト・フィルムコミッションによって多面的な観光情報発信がなされている。		5	5	5	5	5	5	5
3 効率性・経済性		現状維持の上継続						
目的・対象が類似する事務事業はないか	ない							
実施工程やコストに改善の余地がないか	ない							
地域社会やその他住民への波及効果があるか	ある							
判断理由								
紙・メディア・ホームページを活用した観光情報発信は観光プロモーション等他の観光事業の土台となるものである。								
中間・最終年度の講評	外国人観光客等に対応したウェブサイト・パンフレット等を充実させる必要がある。							
今後の方向性	アプリ等を活用して、紙媒体と並行して情報発信していく必要がある。							

平成29年度 事務事業評価シート

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	部内優先順位					
事務事業	外国人観光客向け案内冊子の制作					5		
事業概要	東京スカイツリーの開業と2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催決定により、外国人観光客は年々増加している。訪れた外国人観光客への案内性及び区内回遊性の向上を図るため、多言語観光案内冊子の制作や海外メディアの招請事業等を実施する。					主管課・係 (担当)		
						観光課観光担当		
		03-5608-6500						
施策への 関連性	多言語観光案内冊子の制作等を通じて、外国人観光客にすみだの魅力を広く発信する。							
必要性・ 妥当性	区民のニーズ							
	墨田区住民意識調査（第24回）における「区に対する気持ち」において「墨田区を人に勧めたいと思いますか」という質問に対し「そう思う」の回答が5割を超えており、産業観光部門における「推進すべき観光施策」においても「観光情報の発信」が3割を超える回答となっている（8項目中4位）。							
	代替可能性の状況（区が実施する必要性等）							
	区内の各施設におけるPRはそれぞれが主体で行えるが、それらの情報を複合した総括的なPRは区が主体でしか行えないものである。							
有効性・ 適格性	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	H31	
		10	H32	目 標	5	6	7	8
				実 績	5			
			H32	H33	H34	H35	H36	H37
			目 標	10				
		実 績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	PRの手段が観光案内冊子の制作のため、制作種類を指標とし、目標値は必要部数としている。							
	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	H31	
		25,000	H32	目 標	13,000	16,000	18,000	20,000
			実 績	13,000				
		H32	H33	H34	H35	H36	H37	
		目 標	25,000					
	実 績							
指標の選定理由及び目標値の理由								
本事業の目的は、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であり、その基礎値としてはまず冊子が配布され情報が周知されていることが第一条件となるため								
財 政 面 (決算額) (単位：千円)	H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34	
	1,978							
	H35	H36	H37	〔予算の傾向〕				

1 必要性・妥当性					
区民ニーズの有無	ある				
代替可能性の有無	増加傾向だが不十分				
区が実施すべき強い理由があるか	必須だが裁量余地あり				
判断理由					
区内の観光コンテンツが、まだまだ外国人観光客に知られていない。現地にて観光情報を集めながら行動するという、着地型の活用は有効であると考え。					
2 有効性・適格性					
事業の目的が施策に合致しているか	合致している				
指標は目標値を満たしているか	満たしている				
かけたコストに対し十分な成果があるか	ある				
判断理由		必要性 妥当性	有効性 適格性	効率的 経済性	評価結果
観光案内冊子制作においては、配布実績の数値（アウトプット）はとれるが、その後区内をどの程度の人が回遊したか、どの程度経済的効果があったか等の数値（アウトカム）は測りかねる。		3	5	1	2
3 効率性・経済性		<p style="text-align: center;">類似事業との統合</p>			
目的・対象が類似する事務事業はないか	ある				
実工程やコストに改善の余地がないか	ある				
地域社会やその他住民への波及効果があるか	未測定				
判断理由					
別途実施している外国人観光客の受入整備事業や、観光プロモーション事業の中で、着地及び発地とともに代替施策が可能					
中間・最終年度の講評	インバウンド向けの観光案内や観光情報の発信方法については、広く速く正確にという観点から、費用対効果を加味し、より効果的な手法を検討していく必要がある。				
今後の方向性	別事業の中に統合することで、事務事業の効率化を図るとともに、更に効果的な施策の展開を図る。				