

平成30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	290,365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	8,020,055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に見直しを随時行い、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（江戸東京博物館の休館の影響により、平成29年度は一時的に入込客数が減少した）。	H28	53,766
	H29	48,464
	H30	47,971

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

一次評価	最終評価	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)	人コスト (千円)	歳出 総額 (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	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 (観光プロモーションの強化含む)	24,883	17,762	42,645	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。	9,300,000人	改善・見直し
						8,142,160人	平成29年度
2	外国人観光客受入整備事業	3,152	5,329	8,481	外国人観光客のニーズに沿った効果的な情報発信を行い、訪れたいまちをつくる。	8,500人	現状維持
						9,547人	平成28年度
3	一般向け観光情報発信事業	20,429	5,329	25,758	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。	260,000件	現状維持
						309,930件	平成28年度
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							

平成30年度 事務事業評価シート

施策	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（観光プロモーション強化 含む）					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	52	54	56	58
				実績	55	42		
			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 (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	H31		
10,000,000		37	目 標	9,100,000	9,300,000	9,500,000	9,700,000	
			実績	9,175,663	8,142,160			
		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	
	27,572	24,883						
	H35	H36	H37	〔予算の傾向〕 減少傾向にある。				

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	満たしていない				
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
予算の削減により、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は減少している。 江戸東京博物館の休館により観光関連施設入込客数及びイベント入込客数は減少している。		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	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。				