

事業コード	0050201	政策コード	01	政策名	産業経済基盤の再構築
事業名	”秋田で元気に！”大型観光キャンペーン推進事業	施策コード	05	施策名	人・モノの交流促進によるビジネスの拡大
部局名	産業労働部	指標コード	02	施策目標(指標)名	国内外からの観光・ビジネス客の誘客推進
課室名	観光振興課	班名	観光キャンペーン推進班	(tel) 2265	担当課長名 佐々木孝弘
					担当者名 飯澤主貴

評価対象事業の内容

事業年度 平成23年度 ~ 平成23年度

1-1. 事業実施の背景(施策目標の達成のためになぜこの事業が必要であったのか)
 東日本大震災以降、秋田県の観光は宿泊客数の減少に歯止めがかからないなど総じて厳しい状況にある。こうした中、平成23年10月から12月のJR東日本「重点販売地域」に本県が指定されたことから、これを観光誘客促進のための好機と捉え、県、市町村、観光関連団体及び民間事業者等が一体となって、JR東日本との連携による県を挙げた観光誘客キャンペーンを実施する。
 また、キャンペーンの効果を観光需要が落ち込む冬季にもつなげるために、冬季誘客キャンペーンも実施する。

1-2. 外部環境の変化及び事業推進上又は完了後に明らかになった問題点
 平成23年3月11日の東日本大震災以降、風評被害等により落込んだ秋田県の観光は回復傾向にあるものの厳しい状況が続いていて、誘客を強力に進めるにはさらなる効果的な事業執行や事業の追加執行が必要となり、当初予定していた10月から12月のキャンペーンのほか、冬季の誘客キャンペーンも実施した。
 また、平成25年度にデスティネーションキャンペーンの開催地域に指定されたことから、平成24年度から3年間にわたって大型観光キャンペーンをJRと協働で行う必要がある。

2. 住民満足度の状況(事業終了後に把握したもの)
 ①満足度を把握した対象 ■受益者 □一般県民 (時期: H24年 02月)
 ②満足度の把握方法
 ■アンケート調査 □各種委員会及び審議会 □ヒアリング □インターネット
 □その他の手法 (具体的に)
 ③満足度の状況
 アンケート調査の「宿泊補助券が旅行に行く決め手になったか」との問いに対しては、回答者の98%が動機づけになったと回答した。

3. 事業目的(どういう状態にしたかったのか)
 10月から12月のキャンペーンを、県の重点施策である「食農観連携」等を推進するための“エンジン”と位置づけ、キャンペーンに向けた地域の取組を促すとともに、キャンペーン期間中の観光客誘致につなげる。また、観光需要が落ち込む冬季間にもその効果を持続させる。

4. 目的達成のための方法
 ①事業の実施主体
 県、秋田県観光連盟等

②事業の対象者・団体
 旅行者、旅行予定者、観光関連事業者等

③達成のための手段
 首都圏を中心としたJRの駅媒体やインターネットでの情報発信、各種宣伝媒体への記事・広告の掲載、他課市町村等と連携した集中キャンペーンや着地型の誘客イベント等を積極的に展開するほか、秋田への誘客のインセンティブとして宿泊補助券をプレゼントする。

5. 前回評価における指摘事項等
 ①指摘事項
 ②指摘事項への対応

6. 事業の内容
 ①事業概要及び推進状況
 キャンペーンガイドブック・ポスターを作成し首都圏のJR東日本の駅等を中心とした掲出、専用のサイトの構築、旅行雑誌等への広告の掲載、JR有楽町駅周辺で秋田の食、民俗芸能、観光案内、小正月行事等を紹介するイベントを開催し情報発信を行うとともに、宿泊助成券をプレゼントし誘客に努めた。
 また、秋田へ来た観光客に秋田の魅力を体感していただくなど満足度向上等を図るため、秋田駅から川反地区において着地型誘客イベント等を実施した。

②事業費等 単位(千円)

内 訳		当初計画事業費	最終事業費
”秋田で元気に！”大型観光キャンペーン推進事業		97,806	93,647
事業費計		97,806	93,647
財源内訳	国庫補助金		
	県 債		
	そ の 他		
	一 般 財 源	97,806	93,647

③当初計画及び最終の事業費比較
 最終事業費/当初計画事業費 =(0.96)

7. 事業の効果及び課題の改善状況

震災直後の4月は県外宿泊客数が対前年比6割程度まで落ち込んだが、当事業及び「ニッポンの笑顔」秋田から推進事業を実施することにより、6月から12月の実績は対前年比9割超まで回復した。

8. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

指標名	県外客延べ宿泊者数	指標の種類
指標式	県内宿泊施設に宿泊した県外客延べ人数	●成果指標 ○業績指標

①年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 ○ 該当 ● 非該当

指標	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	全体
目標a							1,768,680	
実績b						2,210,850	1,877,750	
b/a							106.2%	

②データ等の出典 観光庁「宿泊旅行統計調査」

③把握する時期 ○ 当該年度中 月 ● 翌年度 07月 ○ 翌々年度 月

指標名		指標の種類
指標式		○成果指標 ○業績指標

①年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 ○ 該当 ○ 非該当

指標	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	最終年度
目標a								
実績b								
a/b								

②データ等の出典

③把握する時期 ○ 当該年度中 月 ○ 翌年度 月 ○ 翌々年度 月

◎指標を設定することができなかった場合の効果の把握方法

①指標を設定することが出来なかった理由

②成果（見込まれる効果）

所管課の評価

		評価結果
有効性の観点	住民満足度の状況 ●a ○b ○c 【b又はcの場合の分析】	●A ○B ○C
	事業の効果 適用の可否 ● 可 ○ 不可 ● a 達成率100%以上 ○ b 達成率80%以上100%未満 ○ c 達成率80%未満 【b又はcの場合の理由】	
	事業の経済性の妥当性 適用の可否 ● 可 ○ 不可 ● a 1.0~ ○ b 0.8~1.0 ○ c ~0.8 〔 $\frac{\text{事業終了後の効果}}{\text{最終事業費}}$ 〕 / 〔 $\frac{\text{当初計画時の効果}}{\text{当初計画事業費}}$ 〕 = 1.11 【評価への適用不可、又はb、cの場合の理由】 指標 I (1,877,750/93,647) / (1,768,680/97,806) =1.11	
効率性の観点	● A (妥当性が高い) ○ B (概ね妥当である) ○ C (妥当性が低い) 本事業の実施された10月以降東日本大震災の風評被害の影響が緩和され、宿泊実績においては、対前年比を上回る月もあった。これらの実績は、10月から12月はJ R東日本の重点販売地域の指定を受けたことに伴う観光キャンペーンの実施、翌1月から3月は冬季キャンペーンや宿泊助成券など本事業による効果に起因するものと考えられる。	
総合評価	評価結果の類似事業への反映状況等(対応方針)	
	政策評価委員会意見	

終了事業事後評価判定点検表

(様式5-1)

(1) 各評価項目の判定基準

観 点	評 価 項 目	判 定 基 準	配 点	1 次	2 次	評 価 結 果		
ア有効性	一 住民満足度等の状況	a 住民満足度等を的確に把握しており、満足度も高い	2	2	2	A: 有効性は高い (4点)	B: 有効性はある (1~3点)	
		b 住民満足度等を把握しているが、手法が的確でない又は満足度が低い	1					
		c 住民満足度等を把握していない	0					
	二 事業目的の達成状況	a 目標値に対する達成率が全て100%以上	2	2	2	C: 有効性は低い (0点)	1 次	2 次
		b a、c 以外の場合	1					
		c 目標値に対する達成率のいずれか一つが80%未満	0					
計			4	4	A	A		
イ効率性	一 事業の経済性の妥当性	a 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値(注)が全て1.0以上	2	2	2	A: 効率性は高い (2点)	B: 効率性はある (1点)	
		b a、c 以外の場合	1					
		c 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値のいずれか一つが0.8未満	0					
	計			2	2	A	A	

(注) 事業経済性の算定式

$$\left(\frac{\text{事業終了後の効果} / \text{最終事業費}}{\text{当初計画時の効果} / \text{当初計画時事業費}} \right)$$

上式で、効果とは事業の効果を把握するために設定した指標の実績値をいう。なお累積の実績値を設定している場合は、前年度からの差し引きによる「単年度増加分」を実績値として用います。

(2) 総合評価の判定基準

総合評価の区分	判 定 基 準	総 合 評 価	
A (妥当性が高い)	全ての観点の評価結果が「A」判定の場合	A	A
B (概ね妥当である)	総合評価結果が「A」又は「C」以外の場合		
C (妥当性が低い)	全ての観点の評価結果が「C」判定の場合		