

事業コード	03010209	政策コード	03	政策名	未来の交流を創り、支える観光・交通戦略
事業名	秋田の観光宣伝力強化事業	施策コード	01	施策名	ビジネスとして継続・成長していく総合戦略産業としての観光の推進
部局名	観光文化スポー	指標コード	02	施策目標(指標)名	お客様と秋田への観光を結び付けるネットワークづくり
課室名	観光振興課	班名	国内観光班	(tel)	2265
				担当課長名	舩屋 修美
				担当者名	安達誠昌

評価対象事業(計画)の内容

事業年度 平成26年度 ~ 平成30年度

1. 事業立案の背景(施策目標の達成のために今なぜこの事業が必要なのか)  
 北陸新幹線の開業や北海道新幹線の函館延伸など、本県観光を取り巻く環境の変化に対応するため、秋田DC等の成果や課題を踏まえ、官民一体となった誘客宣伝活動を一過性で終わらせないために、地域の主体的な取組と連動しながら、情報発信や誘客プロモーションを着実に推進するとともに、秋田県までの時間的に近距離かつ人口集中地域であるさいたま市や首都圏のJR駅「観光産直市」、大規模観光博覧会等において、効果的かつ効率的に誘客宣伝活動を実施することが必要である。

3. 事業目的(どという状態にしたいのか)  
 官民一体となった誘客宣伝活動を継続して、マーケットやターゲットを絞り込んだ、地域の主体的な取組と連携するとともに、県外での大規模観光博覧会等を活用しながら、情報発信や誘客プロモーションを着実に推進し、県外からの誘客を図る。  
 (重点施策推進方針との関係) 重点事業として要望 その他事業として要望

2. 住民ニーズの状況  
 ニーズを把握した対象  
 受益者 一般県民 (時期: H26年 11月)  
 ニーズの把握の方法  
 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)  
 ニーズの具体的内容  
 秋田県観光キャンペーン推進協議会の会員にヒアリングを実施したところ、ほとんどの会員が官民一体の組織を継続し、誘客事業を実施することを希望している。

4. 目的達成のための方法  
 事業の実施主体 県  
 事業の対象者・団体 旅行者、旅行予定者、観光事業者、県民  
 達成のための手段  
 秋田DC等の成果と課題を踏まえ、地域の観光資源の更なる磨き上げやテーマを絞り込んだキャンペーンの展開等により、県外からの誘客を図る。

比較した代替手段及び選択した手段の有効性  
 秋田県観光連盟は地域の観光地づくりなどいわゆる受入側の事業を実施する機関であり、県外でのプロモーション等を規模感をもって実施できるのは県のみである。

把握していない場合の理由及び今後の方針  
 理由  
 今後の方針

5. 事業の全体計画及び財源		単位(千円)								
順位	事業内訳	左の説明	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	全体(最終)計画	
01	秋田の観光創生推進協議会への負担金	本県への継続的な誘客促進を図るため「秋田の観光創生推進会議(仮称)」に負担金を支出する。	25,000		25,000	25,000				
02	食・農連携首都圏観光宣伝事業	秋田の認知度や観光力の向上による誘客促進を図るため、首都圏JR駅での観光産直市や大規模観光博覧会に出展する。	9,992		9,992	9,992				
財源内訳		左の説明	34,992		34,992	34,992				
国庫補助金	地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金	消費喚起型	29,334							
県債										
その他										
一般財源			5,658		34,992	34,992				

6. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

事業の期待される成果		宿泊客数の増加							
指標	指標名	本県における宿泊客数						指標の種類	
	指標式	なし						成果指標 業績指標	
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	最終年度
	目標a			3,530,000	3,600,000	3,700,000	3,850,000	3,850,000	3850000
	実績b		3,460,540	データ等の出典					
	東北 全国			宿泊旅行統計調査報告					
把握する時期		当該年度中		月	翌年度	07月	翌々年度	月	
指標	指標名							指標の種類	
	指標式							成果指標 業績指標	
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	最終年度
	目標a								
	実績b			データ等の出典					
	東北 全国								
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い場合の効果の把握方法									
指標を設定することが出来ない理由									
見込まれる効果及び具体的な把握方法(データの出典含む)									

事業の必要性	
現状の課題及び施策目的に照らした事業の必要性	平成24年度から3年間にわたりキャンペーンを展開してきたところであり、引き続き、官民一体となった誘客宣伝活動を通じて首都圏をはじめ近隣県等からの誘客を図る必要がある。
住民ニーズに照らした事業の必要性	イベント等でのアンケート結果や観光事業者へのヒアリング等から、当県の情報発信の強化が求められる。
事業の県関与の必要性	法令・条例上の義務 内部管理事務 県でなければ実施できないもの 民間・市町村で実施可能であるが、県が関与する必要性が認められるもの
新たな観光組織は挙県のなキャンペーンとして実施することから、市町村や民間企業等と連携を図りながら県が主体的に進める必要がある。	

政策評価委員会意見		重点事業の適合及び指標・目標値の適合性判定
		重点事業 その他