

| | | | | | |
|-------|-----------------|-------|-------|------------|---------------------------------|
| 事業コード | 03010215 | 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 | 秋田のインバウンド誘客促進事業 | 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 | 誘客推進班 | (tel) 2265 | 担当課長名 益子和秀 |
| | | | | | 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28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)
 国全体では、訪日外国人が過去最高となる1973万人に達するなどインバウンド需要が拡大している一方、東北地方はようやく東日本大震災前の水準に回復した程度と、インバウンドの需要拡大に伴う恩恵を受入れずにいる。
 このような状況を踏まえ、重点市場である台湾やタイ、韓国を対象にした大規模誘客プロモーションの実施やセカンドデスティネーションとしての本県の認知度向上を図ることはもとより、北東北3県や東北地方が連携しながら、県際の観光地へのインバウンド誘客と地域活性化を目指すほか、受入態勢整備や文化や食等のテーマを絞ったプロモーションなどを複合的に展開する。

3. 事業目的(どういう状態にしたいのか)
 訪日外国人旅行者の総合的な受入環境の整備に向けた取組を進めるとともに、台湾やタイ、韓国等を対象にした大規模な誘客プロモーションや、文化による海外交流を促進するほか、東北各県との広域連携による取組を強化し、海外からの誘客促進を図る。
 (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: H28 年 03 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
 訪日外国人の旅行者の動向を見据え、台湾やタイ、韓国などの市場をターゲットにした誘客への取組を必要としている事業者が多い

4. 目的達成のための方法
 事業の実施主体 県、北東北3県、東北6県等
 事業の対象者・団体 一般消費者等
 達成のための手段
 ・外国人が一人でも安心して旅行できる受入態勢整備 ・台湾・タイ等の重点市場をターゲットにした観光誘客 ・セカンドデスティネーション戦略としての国内からのインバウンド誘客 ・北東北3県や東北6県の広域連携による取組

把握してない場合の理由及び今後の方針

比較した代替手段及び選択した手段の有効性
 予算的な制約等によりこれまで実施できなかったテレビ媒体等を活用して情報発信や中国等の新規市場の開拓、国内からのインバウンド誘客等、新規誘客を進める手段を実施することは、インバウンド誘客の拡大に必要不可欠である。

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 | 28年度 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 全体(最終)計画 |
|----|---------------------|---|---------|---------|---------|------|------|------|----------|
| 04 | 訪日外国人受入態勢整備事業 | 訪日外国人旅行者の受入態勢整備に向け、県内における受入環境の調査を行うとともに、ICTを活用した情報発信の強化を図る。 | 38,886 | 38,000 | 38,000 | | | | 114,886 |
| 05 | 秋田犬を活用したFIT誘客対策事業 | 外国人にも認知度の高い「秋田犬」を活用して、テレビ番組等によるPRを行うとともに、現地旅行会社とのタイアップにより、旅行商品の販売を促進する。 | 51,844 | 51,000 | 51,000 | | | | 153,844 |
| 06 | タイにおける秋田ブーム創出事業 | 現地旅行会社やテレビ局、映像制作会社等と連携しながら、テレビ番組と旅行商品販売を連動させた、総合的な誘客事業を実施する。 | 42,829 | 42,000 | 42,000 | | | | 126,829 |
| 07 | 「冬こそ秋田へ」イメージ戦略推進事業 | 台湾や香港等を対象に、冬の秋田商品を定番化させるための総合的なイメージ戦略と旅行商品の企画・販売を促進する。 | 93,552 | 93,000 | 93,000 | | | | 279,552 |
| 08 | テレビ番組等を活用した韓国誘客促進事業 | 秋田を旅行する旅番組の制作と旅行商品の販売を連動させながら、販売を促進する。 | 37,636 | 37,000 | 37,000 | | | | 11,636 |
| - | - | その他合計 | 231,418 | 227,000 | 227,000 | | | | 685,418 |

| 財源内訳 | 左の説明 | 28年度 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 33年度 | 全体(最終)計画 |
|-------|-------------|---------|---------|---------|------|------|------|-----------|
| 国庫補助金 | 東北観光復興対策交付金 | 496,165 | 488,000 | 488,000 | | | | 1,372,165 |
| 県債 | | 396,931 | 488,000 | 488,000 | | | | 1,272,931 |
| その他 | | | | | | | | |
| 一般財源 | | 99,234 | 0 | 0 | | | | 99,234 |

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 | | 秋田県外国人延べ宿泊者数（全施設）（人泊） | | | | | | | |
| 指標 | 指標名 | 秋田県外国人延べ宿泊者数（全施設） | | | | | 指標の種類 | | |
| | 指標式 | 秋田県外国人宿泊者数×泊数 | | | | | 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 | 26年度 | 27年度 | 28年度 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32年度 | 最終年度 |
| | 目標a | | 52,000 | 64,000 | 76,000 | 88,000 | 100,000 | 100,000 | 100000 |
| | 実績b | 41,510 | 49,810 | データ等の出典 | | | | | |
| | 東北 | 354,250 | 525,650 | 観光庁宿泊旅行統計調査 | | | | | |
| 全国 | 42,072,820 | 60,509,240 | | | | | | | |
| 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 | 26年度 | 27年度 | 28年度 | 29年度 | 30年度 | 31年度 | 32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
 交流人口の増加による県内経済の活性化を図るには、訪日意欲が旺盛で、長期的な成長が見込まれる東アジア・東南アジア訪日観光市場からの誘客に取り組む必要がある。

住民ニーズに照らした事業の必要性
 国内旅行市場が縮小するなか、訪日外国人旅行者に対する継続的なプロモーション等による誘客拡大のニーズは大きい。

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

海外からの誘客は、複数の県との広域的な連携による取組が必要であり、チャーター便誘致などの航空行政からのアプローチも必要であることから、県でなければ実施できない。

| | | | |
|--|--|-----------|-----------------------|
| | | 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 |