

平成30年度 事務事業評価シート

事務事業名		観光プロモーションの推進				所管	文化産業観光部 観光課			
事務事業の概要	行政計画	事業NO.	37	計画事業名	観光プロモーションの推進		事業の開始・終了年度			
	長期総合計画体系	[基本目標] I-2. まちの魅力の創出					[事業開始] 平成15年度			
		[小 柱] (1)観光資源の再発見と活用の推進					[終了予定] - 年度			
		[施 策] ②観光案内と情報発信の充実								
	根拠法令等	その他		[法令等名]	要綱等なし					
	事業対象	直接の対象 : 国内外の観光客及び旅行代理店等 最終的な対象 : 国内外の観光客								
	事業目的	豊富な観光資源を有する台東区の魅力を様々な広報媒体を活用して積極的に発信するとともに、シティセールスを通して他の自治体住民や旅行エージェントをはじめとした企業等に効果的なアピールをすることにより、国内外観光客の一層の誘致を図る。								
事業内容 [29年度]	①国内外シティセールス:国内(資料参加含む)12件、海外(資料参加含む)40件(12か国) ②東アジア向けフリーペーパー等、海外の雑誌媒体を活用した広告掲載:2誌4回掲載 ③地方と連携し、モデルルートの造成及び情報発信: ・北陸新幹線を活用した富山・首都圏ルートの魅力情報発信事業(連携先:富山県、墨田区)、実施時期:9~3月 ・東京を起点とした日光・会津ルートへのFITリピーター誘致事業(連携先:日光・会津観光軸活性化推進検討会、墨田区)、実施時期:9~3月									
	委託の有無	一部委託		委託内容	・雑誌媒体等への広告掲載、広告制作委託 ・地方連携事業実施委託					
補助金の有無	なし									
事務事業の実績	種 別	指標の名称		単位	31年度 目標値	27年度 実績	28年度 実績	29年度 実績		
	活動指標	各種媒体を活用した広告掲載		回	10	5	5	5	10	50.0%
		シティセールス回数		回	10	8	9	11	10	110.0%
	成果指標	年間観光客数		人	-	-	50,610,000	-	-	-
	決算額 (単位:千円)					27年度		28年度		29年度
	事務事業コスト (単位:千円)	人にかかるコスト(人件費など)				17,973		19,340		21,840
		物にかかるコスト(物件費・維持補修費)				10,030		11,138		7,176
		その他のコスト(扶助費・補助費など)				16,954		18,153		20,299
		総経費				1,019		1,188		1,542
財源項目 (単位:千円)	受益者負担額(使用料・手数料・負担金など)				0		0		0	
	その他特定財源(国や都の支出金・財産収入など)				3,364		2,926		2,324	
	一般財源(区負担額)				24,639		27,553		26,693	
前回評価から29年度に改善した事項	なし									
評価の視点	評価	評価の理由								
	必要性	4	東南アジアを中心としたインバウンドの増加など観光情報需要の高まりに対応し、本区の魅力を発信している。2020年開催の東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、更なる観光客誘致を図るため、引き続き積極的なシティセールスや宣伝活動を展開する必要がある。							
	効率性	3	国や都が自治体向けに海外プロモーション事業をサポートする事業を行っている。本事業実施にあたっては、費用対効果を踏まえ、このような枠組みを活用するとともに、民間運営の観光案内所へ協力を依頼しパンフレットを設置してもらう等、経費をかけず効果が得られるよう積極的に取り組んでいる。							
	手段の適切性	3	対象国により訴求力のあるメディアや広告内容が異なるため、各広告媒体によるアンケート結果や海外旅行博での直接のヒアリング等で情報収集を行っており、対象国ごとに、より効果が期待できる手段でプロモーションを行っている。							
目的達成度	4	平成28年度の観光統計・マーケティング調査では、台東区への入込観光客数は、約5,061万人と前回調査から557万人増加している。また、外国人観光客については830万人と前回調査から57.8%の増となった。								
[総合評価] ※上記4つの視点を踏まえ、事業全体を評価。区民生活への影響を十分考慮すること。						今後の方向性				
平成28年度の観光マーケティング調査では、観光客数は国内外ともに増加しており、観光客のニーズを的確に捉え、本区の観光資源の最新情報を効果的に発信できている。新規の観光客とリピーターの獲得のため、他都市と連携したモデルルートを作成し、新たな魅力を発信するなど、引き続きプロモーション活動を推進していく。						維持		拡大 改善 維持 縮小 廃止・終了		