

施策体系シート(行政経営Bシート)

作成者	組織	首都圏戦略課	職	課長	氏名	竹内 政則
評価者	組織	首都圏戦略課	職	課長	氏名	竹内 政則

	施策の目標	成果指標	単位	目標値 (年度)	現状値		評価
					(年度)	(年度)	
施策1	首都圏誘客500万人構想の推進	首都圏からの入込客数	千人	5,000 (H27)	2,338 (H24)	2,426 (H25)	B

施策の目標達成に向けて重点的に取り組むべき課題							課題に対する主な取り組み				評価		
施策	課題		成果指標	単位	目標値 (年度)	現状値		事務事業	対象	予算 (千円)	決算 (千円)	事業の有効性	今後の方向性
						(年度)	(年度)						
施策1	課題1	効果的な情報発信	首都圏からの入込客数	千人	5,000 (H27)	2,338 (H24)	2,426 (H25)	1 新幹線開業PR推進ファンド事業資金貸付金	首都圏観光客	63,000	63,000	A	拡大
								2 首都圏交通機関タイアップ情報発信事業費	首都圏観光客	8,800	8,800	A	見直し
	課題2	受け地での魅力づくり						千人	5,000 (H27)	2,338 (H24)	2,426 (H25)	再掲	新幹線開業PR推進ファンド事業資金貸付金

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 新幹線開業PR推進ファンド事業資金貸付金	事業開始年度 H25	事業終了予定年度	作 組 織 首都圏戦略課
	根拠法令・計画等	新幹線開業PR戦略実行プラン	成 職・氏名 専門員 真金 聖
			者 電話番号 076 - 225 - 1537 内線 3943

事業の背景・目的
 新幹線開業を見据え、来年度から、「新幹線開業PR戦略実行プラン」に基づき、首都圏からの誘客に本格的に着手することにしており、これら事業の円滑な実施のため、(公社)石川県観光連盟に対して資金繰りの支援を行う。

事業の概要
 (1) 貸付額
 63,000千円

(2) 貸付先
 (公社)石川県観光連盟

【参考】実施事業内容
 (1) 首都圏等キャンペーンの実施
 ① 首都圏での大規模イベントへの出展
 平成25年10月開催の「日本橋・京橋まつり」にプレ参加
 (パレード参加(キリコ祭り)、物産市への出店(食、観光PRブース))
 ② 東京駅周辺でのイベントの開催
 ○ 東京駅構内「エキュート」で石川の食材等を使用した「いしかわマルシェ」の開催
 ○ オーケストラアンサンブル金沢とのタイアップによる開業PRコンサート
 ③ 新幹線沿線等でのキャンペーンの展開
 都内及び長野県の商業施設での物産展、観光PR(伝統芸能等を披露するイベントを実施)
 ④ 「ひやくまんさん」を活用した県内外での開業PR

(2) 地域の観光情報センター機能の充実
 県全域の観光情報を的確に提供できる「コンシェルジュ」を観光情報センター(県内6カ所)に配置するための専門研修及び道の駅(県内22カ所)のスタッフの資質向上のための研修の実施

これまでの見直し状況

施策・課題の状況																		
施策	首都圏誘客500万人構想の推進				評価	B												
課題	効果的な情報発信																	
指標	首都圏からの入込客数				単位	千人												
目標値	現状値																	
平成27年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度													
5,000	2,265	2,427	2,320	2,338	2,426													
事業費																		
(単位:千円)	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度													
事業費	予算				63,000													
	決算				63,000													
財源	予算				0													
	決算				0													
事業費累計					63,000													
評価																		
項目	評価	左記の評価の理由																
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が課題解決に役立ったか)	A	列車名発表など新幹線に注目の集まるタイミングや旬の場所での情報発信を行った結果、北陸新幹線にかかる認知度は着実に向上している。 【北陸新幹線にかかる認知度調査】 <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">平成22年度</td> <td style="text-align: center;">平成25年度</td> </tr> <tr> <td>北陸新幹線の認知度</td> <td style="text-align: center;">60.6%</td> <td style="text-align: center;">74.1%</td> </tr> <tr> <td>開業時期</td> <td style="text-align: center;">4.4%</td> <td style="text-align: center;">13.2%</td> </tr> <tr> <td>所要時間</td> <td style="text-align: center;">7.6%</td> <td style="text-align: center;">17.1%</td> </tr> </table> 首都圏から本県への入込客数については、新幹線開業前にもかかわらず首都圏等での情報発信を行った結果、60年に一度の「出雲大社大遷宮」や20年に一度の「伊勢神宮式年遷宮」により、山陰や伊勢に注目が集まった中においても、対前年比約4%の増となり、東日本大震災以前の水準に回復した。						平成22年度	平成25年度	北陸新幹線の認知度	60.6%	74.1%	開業時期	4.4%	13.2%	所要時間	7.6%	17.1%
	平成22年度	平成25年度																
北陸新幹線の認知度	60.6%	74.1%																
開業時期	4.4%	13.2%																
所要時間	7.6%	17.1%																
今後の方向性 (県民ニーズ、緊急性、県間とのあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	拡大	北陸新幹線の開業年度である平成26年度は、開業準備の総仕上げの年となることから、首都圏向けの情報発信については、ダイヤ概要の発表など、新幹線に対する関心が高まる時期に合わせ、波動的に展開するとともに、地元においては、開業後の旅行商品化に向けた取り組みをはじめ、観光客のニーズや嗜好に応じたガイドブック作成など誘客に繋げる取り組みを実施する。																

事務事業シート(行政経営Cシート)

事務事業名 首都圏交通機関タイアップ情報発信事業	事業開始年度 H24	事業終了予定年度	作 組 織 首都圏戦略課
	根拠法令・計画等 新幹線開業PR戦略実行プラン		成 職・氏名 主事 宮本 隆希
			者 電話番号 076 - 225 - 1537 内線 3945

事業の背景・目的
北陸新幹線金沢開業を見据え、首都圏における認知度向上のため、交通事業者のネットワークを活用することにより、効率的かつ効果的な情報発信を行い、誘客促進を図る。

- 事業の概要**
- (1) 首都圏私鉄とのタイアップ
 ・首都圏私鉄(小田急電鉄・江ノ島電鉄・京浜急行電鉄・京王電鉄)と連携した観光PRの実施
 ① 電車内や駅構内でのポスターの掲出
 ② 観光PRイベントの開催(京浜急行電鉄グループの百貨店や小田急電鉄グループのホテル)
 ③ モニターツアーの実施(江ノ島電鉄の旅行会社と連携した旅行商品の造成)
- (2) JR東日本(びゅう事業部)とのタイアップ
 ・山手線群、京浜東北線群、中央線群など、首都圏主要路線における車内中吊りポスター掲出
- (3) 東京メトロとのタイアップ
 ・メロビジョン(車内ドア上モニター)における観光PR映像の放映
- (4) 事業費
 17,600千円(県8,800千円、その他市町等8,800千円)
- (5) 交付先
 (公社)石川県観光連盟

これまでの見直し状況

施策・課題の状況							
施策	首都圏誘客500万人構想の推進				評価	B	
課題	効果的な情報発信						
	指標	首都圏からの入込客数				単位	千人
	目標値	現状値					
	平成27年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	
	5,000	2,265	2,427	2,320	2,338	2,426	

事業費						
(単位:千円)		平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
事業費	予算				8,000	8,800
	決算				8,000	8,800
一般財源	予算				8,000	8,800
	決算				8,000	8,800
事業費累計					8,000	16,800

評価		
項目	評価	左記の評価の理由
事業の有効性 (費用対効果の観点も含め、この事業が課題解決に役立ったか)	A	首都圏から本県への入込客数については、新幹線開業前にもかかわらず首都圏等での情報発信を行った結果、60年に一度の「出雲大社大遷宮」や20年に一度の「伊勢神宮式年遷宮」により、山陰や伊勢に注目が集まった中においても、対前年比約4%の増となり、東日本大震災以前の水準に回復した。
今後の方向性 (県民ニーズ、緊急性、県関与のあり方等を踏まえ、今後どのように取り組むのか)	見直し	北陸新幹線の開業年度である平成26年度は、開業準備の総仕上げの年となることから、連携する私鉄の数を増やし、ほぼ全ての首都圏大手私鉄において、情報発信の取り組みを展開する。