

平成31年度 基本施策評価シート (部別)

基本目標	魅力ある産業を維持・創造するまち
基本方針	商工観光業を振興するまち
基本施策名	観光の振興

	所属	職名	氏名
作成者	観光交流促進課	課長	大竹 範彦
評価者	商工観光部	部長	鎌崎 孝善

1 基本施策に対する基本姿勢

現状	北アルプスの麓に広がり、緑豊かな自然や清らかな水に恵まれ、北アルプスの山々と田園が織りなす景観は、全国に誇れる本市の大きな魅力です。本市は魅力的な観光地だと思われ市民の割合が約8割と高いことから、観光産業の振興を図るため、観光関連事業者や農林水産業者など、多くの産業の事業者が、市民とともに地域の観光素材を掘り起こし、既存の観光資源と効果的に組み合わせることや、国内外に情報発信し、交流人口の拡大に取組む必要があります。 また、外国人の宿泊延人数においても約23,000人を超え過去最高の数値となっております。 また、外国人の宿泊延人数においても約23,000人を超え過去最高の数値となっております。 いづれの数値も年々上昇傾向にある要因として、信州安曇野ハーフマラソンなどの大きなイベント開催や雑誌・TV・SNSなどを通じた市内観光資源情報発信、海外プロモーションなどによる誘客活動が考えられます。
基本方針 (目指すべき方向性)	新たな素材の掘り起こしと既存観光資源の連携などにより、観光産業の振興を図るとともに、外国人旅行者に対応した受入体制の整備を進めます。

2 施策指標

指標	単位	(設定時)	目標値	H29	H30	H31	達成率	進捗状況	所管課
観光消費額	億円	113	188			126	67	停滞	観光交流促進課
外国人宿泊者数	人	15,000	25,000			23,374	93.5	順調	観光交流促進課

施策指標の進捗状況と分析	安曇野市へ多くの来訪者に訪れてもらうことと、長時間滞在いただくことなどで、安曇野市の良さを知ってもらい、再来、または、将来の移住定住にも繋がることなどを目標に、市内の観光協会や市商工会と連携して取り組んでおります。 令和元年度の市内の大型イベントでは、これまでも開催していた「信州安曇野ハーフマラソン大会」「安曇野火花」「新そばと食の感謝祭」に加え、初めてのロングランイベントとなる、「信州安曇野田んぼアート」の開催を実現させ、6万人余の来場者がありました。イベントの他では、多くの観光客に訪れたるよう市内観光資源の情報発信を、雑誌、テレビ、ラジオなどを通じた宣伝や、SNSや動画などのツールを活用した情報発信、そして観光キャンペーン・旅行商談会などによる誘客活動に努めております。また、増加する個人旅行者や外国人旅行者など多様化する旅行ニーズに対応するため広域(近隣自治体等)での観光振興に取り組んでおります。長野県の観光地利用者統計調査結果では、過去最高となる、年間520万人の来訪者と126億円余りの観光消費額となっております。(それぞれ前年比102.2%・100.6%の増加率)
--------------	--

3 基本施策を構成する事務事業の評価

No	コード	事務事業名	所管課	事業費					事務事業の状況					重点化	
				H29	H30	H31	R 2	R 3	合計	事業区分	新/継	終期	方向性		正規職員数
1	0107230	来訪者受入環境整備事業	観光交流促進担当	8,970,316	6,872,778	9,135,003	6,294,000	6,294,000	37,566,097	政策的業務	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	1.1	
2	0107240	観光推進組織支援等事業	観光交流促進担当	53,964,852	51,819,050	53,903,433	53,196,000	43,396,000	256,279,335	政策的業務	継続	期限なし	事業効果を高めるための方策を検討	0.6	○
3	0107270	観光イベント事業	観光交流促進担当	35,704,332	40,669,254	39,837,143	42,126,000	42,126,000	200,462,729	政策的業務	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	5.03	
4	0107300	温泉施設経営管理等事業	拠点維持整備係	5,997,351	6,224,839	6,603,814			18,826,004	施設の管理運営	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.5	
5	0107310	廃線敷施設維持点検管理事業	拠点維持整備係	2,299,607	2,399,618	3,025,340			7,724,565	施設の管理運営	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.1	
6	0107320	登山道等整備事業	拠点維持整備係	16,514,922	15,767,049	16,199,606			48,481,577	施設の管理運営	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.2	
7	0107330	観光施設公園管理事業	拠点維持整備係	30,658,596	37,358,810	22,679,939			90,697,345	施設の管理運営	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.5	
8	0107410	自然交流センター「せせらぎ」の運営管理事業	拠点維持整備係	5,181,840	3,423,600	3,506,640			12,112,080	施設の管理運営	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.2	
9	0108290	御宝田水のふるさと公園の管理事業	拠点維持整備係	1,610,106	731,910	995,169			3,337,185	施設の管理運営	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.2	
10	7101010	有明荘運営管理事業	拠点維持整備係	14,069,711	18,903,993	8,023,185			40,996,889	施設の管理運営	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.5	
合計				174,971,633	184,170,901	163,909,272	101,616,000	91,816,000	716,483,806						

事務事業量とコスト(費用対効果)の分析	長野県観光地利用者統計調査によると平成26年～平成30年に安曇野市を訪れた利用者は年々上昇傾向にあり、市内の大型イベント(信州安曇野ハーフマラソン・信州安曇野田んぼアート・安曇野火花・新そばと食の感謝祭など)の実施や観光情報(各種メディアや来訪者発信によるSNSなど)の発信によるところが多いと考えております。ただ、観光消費額は、第2次安曇野市総合計画に掲げた数値目標では令和4年度末において188億円を掲げているところですが、平成30年の数値で126億円と目標値に遠い値となっております。この課題に対処しようと平成30年度から「シェアサイクルシステム」を試験導入し、来訪者がゆっくりと滞在でき、通過型の観光スタイルから脱却できる一つの方法として検証しております。 もう一つの数値目標に掲げている外国人宿泊者数では、令和4年度末に25,000人を目標値にしておりますが、30年には23,000と目標値に近づいてきております。これらのことから各事業が概ね費用対効果が見込めるとしては、市観光協会の在り方については、事業効果を高める組織づくりについて検討をしているところであります。
---------------------	--

平成31年度 基本施策評価シート（部別）

基本目標	魅力ある産業を維持・創造するまち
基本方針	商工観光業を振興するまち
基本施策名	観光の振興

	所属	職名	氏名
作成者	観光交流促進課	課長	大竹 範彦
評価者	商工観光部	部長	鎌崎 孝善

重点化事務事業の考え方	<p>観光客の受け入れ体制の整備では、平成26年度に発足した一般社団法人安曇野市観光協会をベースに観光客への案内や地域資源を活かした着地型旅行商品の造成などに取組み、観光振興を図っております。</p> <p>しかし、これまでの事業が効果的に取組んでいたのかなど、ここで内部の体制を含め見直す時期に来ていると考えており、課題をピックアップしてもらっている状況です。当協会の設置目的には、観光産業の振興を掲げ、産業経済の活性化を図るとしていることから、特に当協会の協会員が協力し合って所得の向上等を図ることにあります。今後、個々の会員が協力し合って取組む姿勢が大事だと考えております。いづれにしましても、松本地域や大北地域なども連携しながら中長期的戦略と人員体制の見直しなど、取組んでいただいておりますので、市としても連携しながら検討して行く重要な課題だと考えております。</p>
縮減・廃止事務事業の考え方	なし
総合評価 (次年度へ向けた課題の抽出含)	<p>長野県観光地利用者統計調査によると平成26年～平成30年に安曇野市を来訪された利用者は年々上昇傾向にあり、概ね良好であったと評価しております。その要因の一つとして市内の大型イベントの実施や観光情報の発信によるところが多い分析しております。</p> <p>ただ、観光消費額では、第2次安曇野市総合計画に掲げた数値目標では令和4年度末において188億円を掲げているところですが、平成30年の数値で126億円と目標値に遠い値となっていることから、いかに通過型の観光スタイルから脱却できるかがカギだと考えております。</p> <p>そこで、どうやってこの課題を乗り越えていくのか市観光協会と連携を密にし、観光協会の会員の皆様ともベクトルを一つに取組む必要があると考えますし、その先に「地域DMO」が必要であれば地域DMOへの移行も視野に入れながら検討していかなくてはならないと考えます。</p>

平成31年度 基本施策評価シート (部別)

基本目標	魅力ある産業を維持・創造するまち
基本方針	ブランドの創出に取り組むまち
基本施策名	戦略的な地域ブランドの創出

	所属	職名	氏名
作成者	観光交流促進課	課長	大竹 範彦
評価者	商工観光部	部長	鎌崎 孝善

1 基本施策に対する基本姿勢

現状	<p>地域ブランド化構築に向け5つのプロジェクト事業（安曇野まちなかにぎわいプロジェクト・安曇野百選プロジェクト・三角島ふるさとの森プロジェクト・屋敷林と歴史的まちなみプロジェクト・拾ヶ堰景観形成プロジェクト）を市民と取り組んできました。観光プロモーション事業と連携し、観光協会と共催でインスタグラムフォトコンテストを実施し、ビジュアルアイデンティティの向上を図りました。「安曇野林檎ナポリタン」などの食の魅力発信に繋がるイベントを開催するほか、映画等のロケ支援を実施し市の魅力発信に繋げてきました。</p> <p>天蚕振興では、天蚕の歴史、飼育作業等の工程、天蚕製品等の展示を行い広く一般に公開し、安曇野市図書館で一部の収蔵資料の複製を閲覧開始や、一部資料の多言語化に取り組めました。振興団体である「安曇野市天蚕振興会」による生産・販売、後継者育成事業やワークショップなど各種教室を行いました。製品増産のため県内市町村などで構成する「信州シルクロード連携協議会」などに加盟し、天蚕業の周知を図りました。</p>
基本方針 (目指すべき方向性)	異業種間の連携を深めながら情報共有を進めるとともに、安曇野のブランドイメージを商品の高付加価値化に繋げ、地域ブランドの創出を図ります。

2 施策指標

指標	単位	(設定時)	目標値	H29	H30	H31	達成率	進捗状況	所管課
異業種連携による起業数 (商品数)	件 (累計)		4	10	15				商工労政課

施策指標の進捗状況と分析	<p>市の認知度向上のため、安曇野の食、美しい景観や自然などをメディアへの情報提供、SNSを活用したビジュアルアイデンティティ事業を通じ、市のイメージアップに取り組めました。特に林檎ナポリタンの学校給食での提供開始や、インスタグラムフォロワー数の獲得などについては、地域の魅力を市民に向けて伝えることにもつながりました。</p> <p>安曇野市の貴重な地域資源の一つである天蚕については、中心となる安曇野市天蚕振興会への支援を通じ、飼育林拡大による生産量の確保や後継者の育成などに取り組めました。今後も市商工会や調理師会、天蚕振興会などの市内関係団体、「信州シルクロード連携協議会」など広域関係団体と連携し、新たな食の魅力の創出や、日本固有の伝統産業である天蚕の振興などに取り組み、地域ブランドの構築に取り組めます。</p> <p>また、ロケ支援やSNS、動画等活用したビジュアルアイデンティティ構築事業を通じ、各種情報媒体への掲出を図り、「安曇野」のイメージ向上の取組を更に進めたいと考えております。</p>
--------------	---

3 基本施策を構成する事務事業の評価

(単位：円)

No	コード	事務事業名	所管課	事業費					事務事業の状況					重点化	
				H29	H30	H31	R 2	R 3	合計	事業区分	新/継	終期	方向性		正規職員数
1	0107190	安曇野ブランド創出事業	観光交流促進担当	3,412,906	2,449,072	1,914,472	2,546,000	2,546,000	12,868,450	政策的業務	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	1.1	
2	0107210	天蚕センター維持管理事業	観光交流促進担当	4,247,296	4,023,840	5,714,720			13,985,856	施設の管理運営	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.1	
3	0107220	天蚕振興事業	観光交流促進担当	2,146,485	2,251,252	2,046,936	1,125,000	1,051,000	8,620,673	政策的業務	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.1	
合計				9,806,687	8,724,164	9,676,128	3,671,000	3,597,000	35,474,979						

事務事業量とコスト (費用対効果)の分析	安曇野ブランド創出事業（5つのプロジェクト事業）では、地域資源の掘り起こしを市民、関係団体との協働により実現されており効率性が高いと考えており、天蚕振興事業においても地元の天蚕団体「安曇野市天蚕振興会」を指定管理者として施設の管理運営に携わって頂いていることから、効率性が高い事業だと考えております。
重点化事務事業の考え方	なし
縮減・廃止事務事業の考え方	なし
総合評価 (次年度へ向けた課題の抽出)	<p>今後は、地域おこし協力隊員等にも協力いただき、地域ブランドの特色を整理し、他地域との差別化を図り、また、ロケ等によるメディア掲出、webやインスタグラムなどのSNSなど、媒体を組み合わせ、観光プロモーション事業と連携した情報発信で、市民、来訪者に安曇野ブランドの認知度向上と観光誘客を図っていきたくと考えております。</p> <p>天蚕関係では、天蚕振興会の飼育、後継者育成等の各種事業のほか、生産安定化及び販路開拓に必要な支援を継続したいと考えておりますし、希少性が高い天蚕のブランド化と振興に向けた中長期戦略の策定や、認知度向上のための市民や来訪者向けの体験プログラムの開発、交流・関係人口拡大に向け、絹関係団体事業や首都圏の施設を活用しPR活動に取り組んでいきたいと考えております。</p>

平成31年度 基本施策評価シート (部別)

基本目標	魅力ある産業を維持・創造するまち
基本方針	ブランドの創出に取り組むまち
基本施策名	安曇野ブランド発信の強化

	所属	職名	氏名
作成者	観光交流促進課	課長	大竹 範彦
評価者	商工観光部	部長	鎌崎 孝善

1 基本施策に対する基本姿勢

現状	安曇野ブランドの強化では、市の総合パンフレット、webも含めた旅行雑誌、ラッピングバス、松本山雅ホームページ等、多方面で効果的な広告掲出を行い市の情報接触者の獲得に繋がりました。特にweb、SNSの活用では、新たにSNS広告を導入し、2年目のInstagramフォトコンテストでは、フォロワー数が2,000から6,500と更に増加しました。周辺市町村で組織する広域団体との連携事業では、観光キャラバンやパンフレットの作成を行い、首都圏を中心に安曇野市や周辺地域を幅広くPRしました。
基本方針 (目指すべき方向性)	ブランド力の向上に努め、地域の活性化に繋がる安曇野ブランドの効果的な発信に取り組みます。

2 施策指標

施策指標の進捗状況と分析	安曇野ブランドの強化では、市の総合パンフレット、webも含めた旅行雑誌、ラッピングバス、松本山雅ホームページ等、多方面で効果的な広告掲出を行い市の情報接触者の獲得に繋がりました。web、SNSの活用では、新たにSNS広告を導入し、2年目のInstagramフォトコンテストでは、フォロワー数が更に増加しました。周辺市町村で組織する広域団体との連携事業では、観光キャラバンやパンフレットの作成を行い、首都圏を中心に安曇野市や周辺地域を幅広くPRでき、市単独ではできない誘客に繋げることができました。
--------------	--

3 基本施策を構成する事務事業の評価

(単位：円)

No	コード	事務事業名	所管課	事業費					事務事業の状況					重点化	
				H29	H30	H31	R 2	R 3	合計	事業区分	新/継	終期	方向性		正規職員数
1	0107250	観光プロモーション事業	観光交流促進担当	26,065,730	24,699,174	26,908,257	27,046,000	9,046,000	113,765,161	政策的業務	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	1.2	
2	0107260	広域団体連携事業	観光交流促進担当	8,021,700	6,732,800	8,287,400			23,041,900	定型業務	継続	期限なし	現状のまま事業を実施することが適当	0.38	
合計				34,087,430	31,431,974	35,195,657	27,046,000	9,046,000	136,807,061						

事務事業量とコスト (費用対効果)の分析	各種取組の経済効果等の数値化がしにくく、事業検証が難しいと考えておりますが、宣伝戦略を立案し、より効果的なプロモーション活動を行っていく必要があると考えます。また、観光キャラバン等への動員負担や、毎年支払う負担金の精査などが課題であり、市単独で決定できない加盟団体の整理や、PR効果の検証も並行して行っていきたいと考えます。
重点化事務事業の考え方	なし
縮減・廃止事務事業の考え方	なし
総合評価 (次年度へ向けた課題の抽出)	観光誘客に向け、関係団体と協力し情報発信に取り組んでおります。県観光機構等の分析データを活用し、他地域との差別化や、市の特色を明確にしなが、webやSNSなどの媒体を活用し、年代や国籍ごとに訴求力のある情報発信を行ってまいります。また、総合パンフ等の刷新、公募型提案方式による広告宣伝の導入、宣伝戦略策定などを検討してまいります。広域団体による連携事業では、各団体の設置目的・事業効果を精査しながら、県や周辺市町村、民間団体等と連携し、訪日外国人も含めた観光PR事業を行っていき、効果検証などは、県観光機構やJNTO(日本政府観光局)のデータ等を活用したいと考えております。市単独では難しい国外への情報発信は、JNTO、県インバウンド推進協議会事業を活用し、効果的な発信をしていきたいと考えております。