

局 施 策 評 価 票

平成 **21** 年度実施施策

A時点: -	B時点: -	C時点: 22. 7月

局名		産業経済局		
基本計画	柱	いきいきと働く		
	大項目	にぎわいづくりの推進		
	取組みの方針	ビジターズ・インダストリーの振興		
	担当局 / 総務担当課名	産業経済局	産業政策課	
	連絡先	582-2299		

21年度計画

-4-(3)-

施策名	国内外からの観光の推進
------------	--------------------

施策の概要	何(誰)をどのような状態にしたいのか。	観光プロモーション活動の充実や、旅行者に対する旅行商品造成の働きかけ、イベントやコンベンションの推進などにより、国内外からの観光客等を増加させます。
	その結果、実現を目指す取組みの方針名	ビジターズ・インダストリーの振興

成果指標 (上段:指標名、下段:指標設定の考え方)	現状値		計画	平成21年度	目標値	
	年度	平成20年			年度	平成25年
観光客数(うち宿泊観光客数)	年度	平成20年	実績	1179.6 (90.3) 万人	年度	平成25年
国内外からの観光客数の増加を目的としているので、観光客数(暦年)を指標に設定しました。	現状値	1174.7万人 (90.8万人)	達成度	%	目標値	2,000万人
外国人観光客数	年度	平成20年	計画		年度	平成25年
国内外からの観光客数の増加を目的としているので、外国人観光客数(暦年)を指標に設定しました。	現状値	12.6万人	実績	6.3 万人	目標値	20万人
			達成度	%		
大規模コンベンション参加者数及び開催件数(九州規模以上)	年度	平成20年度	計画		年度	平成25年度
集客交流の促進を図るうえで、コンベンションを開催し、より多くの方に本市を訪れていただくことは重要であると考え、大規模(九州規模以上)コンベンションの参加者数及び開催件数を指標に設定しました。	現状値	9.7万人 183件	実績	11.7 万人 192 件	目標値	16万人 180件
			達成度	%		
コスト	A時点 -	事業費		167,232 千円	構成事業にかかった人件費の目安(21年度)	
	B時点 -		うち一般財源	167,232 千円	37,125 千円	
	C時点 22.7月 [21年度:執行額]					

局施策に対する担当局の評価

局施策の評価	21年度評価	主な分析理由
成果指標の結果を踏まえ、構成事業の評価結果なども考慮し評価を行う。	C	観光客数について、前年と比べて増加していますが、世界的な経済不況や新型インフルエンザの影響により、微増(約5万人)に留まりました。また、コンベンションの開催件数及び参加者数は、平成20年度と比較して、いずれも増加しており、開催件数については、目標値(年間180件)を上回っています。これは、コンベンションを誘致するにあたり、コンベンション開催助成金を有効に活用した結果であると考えます。観光客数の増加は地域のにぎわいを創出するほか、地域経済の活性化につながるため、外国人観光客数増加への取組など、目標達成に向けて取組の強化が必要と考えます。
今後の局施策の方向性		多様化する観光客のニーズに対応し、また、中国や韓国などの東アジアをはじめとする海外からの観光客を取り込むため、他都市との連携を図りつつ、適時有効な対応を図っていきます。また、コンベンション開催助成金を有効に活用し、経済波及効果の期待できるコンベンション誘致を行い、本市の集客交流の促進を図ります。

【局施策評価】 A:大変良い状況にある B:概ね良い状況にある C:概ね良い状況とまでは言えない D:不十分な状況にある

担当局の評価に対する意見(財政局・企画文化局)

適切な評価 下記のとおり

高い目標値としていますが、その考え方を示すことが大切であると考えます。

施策名 国内外からの観光の推進

構成事業名	事業費		事業にかかった 人件費の目安 (21年度)	経費分類 裁量的経費 義務的経費 特別経費(重点) 特別経費(臨時)	今後の方向性			
	C時点[21年度:執行額]				21年度			21年度
観光客のニーズに対応するための広域連携の推進			23,871 千円	6,750 千円	裁量的経費			ア
事業費のうち一般財源			23,871 千円					
首都圏、東アジアからの集客促進			26,000 千円	21,375 千円	特別経費(重点)			ア
事業費のうち一般財源			26,000 千円					
イベント・コンベンションの振興			117,361 千円	9,000 千円	裁量的経費、義務的経費			ウ
事業費のうち一般財源			117,361 千円					
			千円	千円				
事業費のうち一般財源			千円					
			千円	千円				
事業費のうち一般財源			千円					
			千円	千円				
事業費のうち一般財源			千円					
			千円	千円				
事業費のうち一般財源			千円					
			千円	千円				
事業費のうち一般財源			千円					
			千円	千円				
事業費のうち一般財源			千円					

局施策全体のコスト	21年度	
	事業費	人件費(目安)
	167,232 千円	37,125 千円
施策全体の事業費のうち一般財源	167,232 千円	

局施策の 21年度評価
C

【局施策評価】
 A: 大変良い状況にある
 B: 概ね良い状況にある
 C: 概ね良い状況とまでは言えない
 D: 不十分な状況にある

【事業の今後の方向性】 ア: 事業の見直しを図ることが可能 イ: 休止・廃止を検討 ウ: 現状のまま進めることが適当 エ: 終了

事業評価票

平成21年度実施事業	新規	継続

A時点: -	B時点: -	C時点: 22.11月

担当局/課	産業経済局 観光・コンベンション課
連絡先	582-2054

基本計画	柱	いきいきと働く
	大項目	にぎわいづくりの推進
	取組みの方針	ビジターズ・インダストリーの振興
	主要施策	国内外からの観光の推進

関連計画	
事業期間	
経費区分	裁量的経費

-4-(3)-

事業名	観光客のニーズに対応するための広域連携の推進
-----	------------------------

事業の概要	何(誰)をどのような状態にしたいのか。	近年、国内観光客のニーズは風景、食、温泉など多様化しており、さらに最近急増している海外(特に中国、韓国をはじめとする東アジアから)の観光客の新たなニーズにも対応していく必要があります。こうした多様なニーズに対応するため、本市単体での活動展開はもとより、近隣都市等と連携し、本市にない温泉街や大自然などの魅力を持つ各都市と一体となって魅力あるエリアづくりを展開することで、エリアに足を運んでもらい、その中から本市への誘客を図ります。		
	その結果、実現を目指す施策名と成果	施策名	国内外からの観光の推進	成果

目的実現の為に実施する内容	実施工程	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	計画変更理由
		当初計画	・広域連携協議会の推進 ・新たな都市間連携の検討	・広域連携協議会の推進 ・新たな都市間連携によるセールスの実施			
現状	・広域連携協議会での連携事業実施 26事業実施 ・新たな都市間連携の検討 ・別府市と連携した旅行商品造成への協議	・広域連携協議会の推進 ・新たな都市間連携によるセールスの実施 ・関西・中国エリアからの旅行商品造成の働きかけ	・広域連携協議会の推進 ・新たな都市間連携によるセールスの実施 ・九州新幹線沿線都市との連携				
実施状況	成果・活動指標 (上段:指標名、下段:指標設定の考え方)					平成21年度	目標
	広域連携による国内外での共同事業の実施					計画	- - 年度 平成25年度
	広域連携協議会における共同PRツールの制作や共同セールス、共同PRキャンペーン等の共同事業の展開により、九州島外や海外からのインバウンド観光客誘致に努めます。さらに、国内に対しては、近隣都市間で連携しながら両市民にそれぞれの都市の魅力を浸透させることで各都市間での旅行活動の活発化を図ります。また、海外に対しては、インバウンド観光誘致を展開する各団体等との連携をさらに強化し、海外プロモーション活動を含むインバウンドマーケティングを積極的に展開していくとともに、本市の受地整備についても市内観光関連事業者と連携し、外国人観光客に対する本市独自の「おもてなし機能」の整備を図ります。					実績	26 事業 内容 35事業
						達成度	%
コスト	A時点 - B時点 - C時点 22.7月(21年度:執行額)				事業費	23,871 千円	事業にかかった人件費の目安(21年度) 6,750 千円
					うち一般財源	23,871 千円	
単年度計画							

【事業の実施結果・進捗状況の確認】

実施結果	21年度に実施した結果、当初計画(実施工程)に対する進捗状況はどうか。	関門海峡観光推進協議会・・・下関市・山口県との連携により、関門海峡エリアの集客施策の展開及びPR事業を実施しました。東・中九州観光ルート協議会・・・別府市・大分市・熊本市との連携により、九州東北部エリアへの観光客誘導策を実施しました。北九州地区観光協議会・・・北九州市周辺の9自治体連携により、エリアの観光宣伝及びPR活動を展開しました。西九州国際観光ルート協議会・・・長崎県、佐賀県、福岡県内の観光団体と連携し、北部九州への誘客促進事業を展開しました。シュガーロード連絡協議会・・・長崎から北九州までの長崎街道沿線都市と連携し、甘いものをキーとしたイベント及びPR事業を展開しました。
------	-------------------------------------	---

【事業の再検証】

評価	有効性 この事業は施策の実現に対し、効果があったのか。	3	対アジア、対北海道や関東、関西と考えた場合、九州の各都市が境にこだわって個々にPRやセールスを行うよりも、九州及び近隣都市が連携し、九州外からの誘客を促進させることは、本市観光振興にとっても一定の効果があると考えています。	
	経済性・効率性 同じ効果をより低いコストで得られないか、または、同じコストでより高い効果を得られないか。	4:高い 3:やや高い	3	人口比率や参加自治体数によって按分された負担金であるため、コストは一定です。*シュガーロード連絡協議会は負担金はありません。
	適時性 今実施しなかった場合、施策実現に対する影響はどうか。	2:やや低い 1:低い	3	旧態の自治体間関係に戻り、それぞれが自分の都市を単独でPRすることとなります。さらに本市以外で連携されれば本市は孤立することとなります。また、北九州エリア自体が、周辺自治体で連携している中国地方や関西地区、九州新幹線で連携する西九州都市、また連携してPR活動をしている大分沿岸部などに遅れを取る可能性も懸念されます。
	市の関与の必要性 実施主体として市が適切なのか、市の関与をなくすることはできないのか。		4	市の関わらない民間レベルの広域連携は、参加事業者の利潤のみを追求するものであり、総合的に連携するためには自治体が率先して旗振り役にしなければ進んでいけないと考えています。
今後の方向性	評価結果を検証した上で、今後の事業の方向性(いつから何をどうするのか)を決定する。	A	多様化する観光客のニーズに対応するため、また最近急増している海外(特に中国、韓国をはじめとする東アジアから)の観光客を取り込むためには、九州及び近隣都市と連携し、エリアに客を呼び込むことは重要であると考えています。	

事業評価票

平成21年度実施事業	新規	継続

A時点: -	B時点: -	C時点: 22.11月

担当局/課	産業経済局	観光・コンベンション課
連絡先	582-2054	

基本計画	柱	いきいきと働く
	大項目	にぎわいづくりの推進
	取組みの方針	ビジターズ・インダストリーの振興
	主要施策	国内外からの観光の推進

関連計画	
事業期間	
経費区分	特別経費(重点)

-4-(3)-

事業名	首都圏、東アジアからの集客促進
------------	------------------------

事業の概要	何(誰)をどのような状態にしたいのか。	北九州空港の利用促進のため、また市内宿泊事業者等の活力向上を含めた観光振興を図るため、大規模な人口集積・情報発信力を持つ首都圏の旅行エージェントへ旅行商品造成の働きかけを中心としたセールス活動を行います。また、東アジアのうち韓国は「済州航空」が就航しているソウル首都圏からの個人旅行者のさらなる増加を目指し、ランド社を中心にセールスを実施します。さらに、中国は集客の可能性の高い上海市をターゲットにセールスを展開します。		
	その結果、実現を目指す施策名と成果	施策名	国内外からの観光の推進	成果

目的実現の為に実施する内容	実施工程	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	計画変更理由
		当初計画	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏観光素材説明会への参加・セールス(春・秋) 修学旅行素材説明会への参加・個別セールス(夏) 旅行会社への個別セールス 海外旅行エージェント等へのセールス 海外旅行エージェント等の招請 国際観光展への出展 				
現状	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏説明会(5月)(10月)に参加し、延べ24社へ資料提供・プレゼンを実施。 修学旅行説明会(8月)にて延べ10社へ資料提供・プレゼンを実施。 旅行会社への個別セールスを17件実施した。 海外旅行エージェント等へのセールスを8回(のべ184社)実施 海外旅行エージェント等の招請を5回(のべ56社)実施 国際観光展へ3回出展 						
実施状況	成果・活動指標 (上段:指標名、下段:指標設定の考え方)					平成21年度	目標
	首都圏及び海外(韓国・中国・台湾など)の旅行エージェントへのセールス件数	計画	-	-	年度	平成25年度	
	首都圏における旅行会社の商品企画部門に対しセールスを行うことで、ダイレクトに本市観光素材をアピールすること、さらに先方のニーズにきめ細かく応えるため、即座に対応する多彩な地元情報を蓄き、関係を深めていくこと、またタイアップによる商品作りなどの手法などを用い、他都市よりも有利に本市旅行商品造成の実現を図ります。また、海外については、本市へのインバウンド観光客増を目的に海外の旅行エージェント等にセールスを行い、最新の済州航空に関する情報の提供や本市の観光スポット等についてPRを行い、現地旅行エージェントとタイアップした本市及び本市関連旅行商品のプロモーションを展開します。	実績	291	社	内容	330社	
		達成度	%		内容		
		計画	-	-	年度		
		実績			内容		
		達成度	%		内容		
コスト	A時点 - B時点 - C時点 22.7月[21年度・執行期]	事業費	26,000	千円	事業にかかった 人件費の目安(21年度)		
		うち一般財源	26,000	千円	21,375		千円
単年度計画							

【事業の実施結果・進捗状況の確認】

実施結果	21年度に実施した結果、当初計画(実施工程)に対する進捗状況はどうか。	旅行商品造成に関して、国内では(把握できただけでも)取り組み前の8商品から大幅に増加し、平成21年度には100商品を超える造成が実現しています。海外については、韓国からは平成21年3月から北九州空港に就航している「済州航空」を利用した個人旅行者を対象とする商品が多く旅行会社によって造成されています。中国については、世界一といわれる海外旅行需要に対して、本市及び周辺地域を含めたイメージをいだけてもらうための広報・宣伝活動をテレビなどのメディア媒体を通じて実施しています。
------	-------------------------------------	--

【事業の再検証】

評価	有効性 この事業は施策の実現に対し、効果があったのか。	4	市外からの観光客、特に宿泊客の増加を図るためには、直接的に宿泊等に導く「旅行商品」に本市を取り上げてもらうことが実利・PRの面で非常に効果的です。そのためには旅行業界に「北九州市」を常に存在させておくことが重要であり、継続的にセールスすることは関係構築、新商品造成に効果があると考えています。
	経済性・効率性 同じ効果もより低いコストで得られないか、または、同じコストでより高い効果を得られないか。	4	首都圏や東アジアで北九州市の観光客増加を図るセールス手法は様々あります(観光キャンペーン、TV/雑誌等メディアPR、イベント実施、ネットによるPR...)が、直接セールスという草の根的活動を行い、タイアップによる旅行商品造成というやり方が一番低コストであると考えています。
	適時性 今実施しなかった場合、施策実現に対する影響はどうか。	4	各都市が猛烈にセールスを展開する中、現在の商品造成活動を実施しなければ、これまで築いたコネクションが途切れ、「北九州市」は旅行業界・担当者との選択肢から遠ざかります。その結果、北九州を取り扱った旅行商品が減少し、観光客の減少へと繋がります。
	市の関与の必要性 実施主体として市が適切なものか、市の関与をなくすることはできないのか。	4	発売前の旅行商品に関することであるため、先方も営利色のない行政ということで信用していただけてやり取りしてもらっています。
今後の方向性	評価結果を検証した上で、今後の事業の方向性(いつから何をどうするのか)を決定する。	ア	九州新幹線沿線都市や近隣都市からの誘客と平行し、北九州空港の利用促進、また市内宿泊が見込め、旅行会社の中枢部門が存在する首都圏及び東アジアへのセールスは重要であると考えています。国内及び海外でも観光客誘致の活動は激化しており、本市としても情報発信力のある首都圏へ北九州市を継続的にアピールしていかなければなりません。さらに、首都圏及び東アジアの人々が喜び観光メニュー(着地型観光素材や北九州ならではの体験メニューなど)に磨きをかけることが必須です。

事業評価票

平成21年度実施事業	新規	継続

A時点: -	B時点: -	C時点: 22.7月

担当局/課	産業経済局 観光・コンベンション課
連絡先	582-2054

基本計画	柱	いきいきと働く
	大項目	にぎわいづくりの推進
	取組みの方針	ビジターズ・インダストリーの振興
	主要施策	集客交流の推進

関連計画	
事業期間	平成10年度～
経費区分	裁量的経費、義務的経費

-4-(3)-

事業名	イベント・コンベンションの振興
-----	-----------------

【事業の概要】	何(誰)をどのような状態にしたいのか。	本市を訪れるコンベンション参加者を増加させることにより、地域経済の活性化、都市のイメージアップ及び賑わいづくりを目的とします。具体的には、会議・学会・大会等の本市での開催を目指して、本市の優位性(アクセス・施設・助成金)のPRなどキーパーソン等への誘致活動を展開します。また、誘致決定後、本市で開催されるコンベンションの主催者に対し、業者等の紹介やパンフレット等の提供などの支援を行います。			
	その結果、実現を目指す施策名と成果	施策名	集客交流の推進	成果	大規模コンベンション開催件数(九州規模以上) 大規模コンベンション参加者数(九州規模以上)

【目的実現の為に実施する内容】	実施工程	当初計画	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	計画変更理由			
		現状	コンベンション開催助成金を用いて、コンベンション参加者数の増加を図る。	コンベンション開催助成金を用いて、コンベンション参加者数の増加を図る。							
	実施状況	成果・活動指標 (上段: 指標名、下段: 指標設定の考え方)						平成21年度	目標		
		大規模コンベンション開催件数(九州規模以上)						計画	-	年度	平成25年度
		コンベンションの開催件数は、本事業の成果を端的に示す指標です。						実績	192 件	内容	180件
								達成度	%		
大規模コンベンション参加者数(九州規模以上)						計画	-	年度	平成25年度		
コンベンションの開催人数は、本事業の成果を端的に示す指標です。						実績	11.7 万人	内容	16万人		
						達成度	%				
コスト	A時点 - B時点 - C時点 22.7月 [21年度: 執行額]						事業費	117,361 千円	事業にかかった人件費の目安(21年度)		
							うち一般財源	117,361 千円	9,000 千円		
単年度計画	(この欄は、単年度計画の進捗状況を確認するための欄です。)										

【事業の実施結果・進捗状況の確認】

実施結果	21年度に実施した結果、当初計画(実施工程)に対する進捗状況はどうか。	本事業を実施した結果、平成20年度に対し平成21年度は、コンベンションの開催件数(183件 192件)および参加者数(9.7万人 11.7万人)と増加しています。これは、21年度よりコンベンション助成金制度の拡充(最高額500万円 1,000万円)を実施したためと考えています。
------	-------------------------------------	---

【事業の再検証】

評価	有効性 この事業は施策の実現に対し、効果があったのか。	4	助成金制度を拡充した結果、平成21年度は、コンベンションの開催件数(183件 192件)および参加者数(9.7万人 11.7万人)が、平成20年度に対し増加しています。
	経済性・効率性 同じ効果をより低いコストで得られないか、または、同じコストでより高い効果を得られないか。	4	コンベンション助成金制度は、主催団体に対し直接交付しています。これは、他都市との競争を制するうえで最適かつ低コストの手法であると考えます。
	適時性 今実施しなかった場合、施策実現に対する影響はどうか。	4	現在、国や全国各都市が、経済効果の高さに着目し、MICE誘致に力を入れ都市間競争は激化しています。コンベンション誘致活動を実施しない場合、本市でのコンベンションの開催は激減するものと考えられます。
	市の関与の必要性 実施主体として市が適切なのか、市の関与をなくすることはできないのか。	4	コンベンション開催助成金の制度がなくなると、大規模なコンベンションの誘致が困難になると思われます。他の観光都市と比べると、観光資源が乏しい本市にとっては、地域経済の活性化等の目的達成するにあたって、この制度は必要不可欠であると考えます。
今後の方向性	評価結果を検証した上で、今後の事業の方向性(いつから何をどうするのか)を決定する。	ウ	今後も、即効的で経済波及効果の高いコンベンション誘致を推進していき、市内でのコンベンション開催の増加を図ります。