

施策評価シート(平成23年度の振り返り、総括)

作成日 平成 24 年 6 月 8 日

施策	21	観光の振興	主管課	名称	観光課	関係課
				課長	真庭 敏	

施策の目的	対象 (誰、何を対象としているのか)	対象指標	単位	20年度実績	21年度実績	22年度実績	23年度実績	24年度見込み	把握方法
	①町に何度も訪れ、消費する。	①町外の人	A 関東甲信越静の人口	千人	→	→	51,759	→	
B									
C									
D									
意図 (対象がどのような状態になるのか)		成果指標 (意図の達成度を表す指標)	単位	20年度実績	21年度実績	22年度実績	23年度実績	24年度目標	設定の考え方と把握方法
①町に何度も訪れ、消費する。		A 観光客数(日帰り・宿泊)	千人	3,231 1,133	3,152 1,136	2,944 1,101	3,098 1,097		A) 直接的な設問であり、数値が高まれば目的が達成されているといえるため成果指標とした。 群馬県観光客数・消費額調査による B) 数値が高まれば町に多くの観光客が訪れているといえるため、成果指標とした。 課税状況調査による C) 直接的な設問であり、数値が高まれば目的が達成されているといえるため成果指標とした。 群馬県観光客数・消費額調査による
	B 入湯客数(入湯税申告)	千人	1,343	1,270	1,375	1,229			
	C 観光消費額	百万円	20,455	20,964	19,840	19,951			
	D								
	E								
	F								

住民と行政との役割分担	1. 住民の役割 (住民が自助でやるべきこと、地域やコミュニティが共助でやるべきこと、行政と協働でやるべきこと)	2. 行政の役割 (町がやるべきこと、県がやるべきこと、国がやるべきこと)
	<p><住民></p> <ul style="list-style-type: none"> ①観光地であることを認識し、自信や誇りを持ってもらう。 ②観光ボランティアなどに積極的に参加する。 ③地域をきれいにする。環境整備に協力する。(花植え、清掃活動等) ④観光客に親切な対応を心がけてもらう(観光案内など)。 <p><観光関係者></p> <ul style="list-style-type: none"> ⑤主体的な観光まちづくり(観光素材の発掘、企画、提案など) ⑥観光関係者・事業者同士の連携 ⑦情報の発信(PR、キャンペーン、イベント等) ⑧観光客に対して「もてなす」の気持ちを表現する。 	<p>1) 町がやるべきこと</p> <ul style="list-style-type: none"> ①観光資源の品質を管理する(整備、規制、保護など)。 ②観光関係団体との連携連絡調整、支援 ③観光施設の維持管理 ④観光振興策の企画立案 ⑤情報の発信(PR、キャンペーン、イベント等) ⑥国県との協力体制により観光振興を図る。 ⑦インバウンド(外国人観光客の誘客)を国、県と連携して推進する。 <p>2) 国・県がやるべきこと</p> <ul style="list-style-type: none"> ①補助金による支援 ②県と市町村の協働による施設整備等(広域観光の推進) ③インバウンド、観光キャンペーン等について主体的に推進 ④県内観光地の連携・ネットワーク作り ⑤観光振興に係る規制緩和

<p>1. 施策の成果水準とその背景・要因</p> <p>1)現状の成果水準と時系列比較（現状の水準は？以前からみて成果は向上したのか、低下したのか、その要因は？）</p> <p>① 日帰り観光客の推移 平成20年度3,231千人、21年度3,152千人、22年度2,944千人、23年度3,098千人と全体としては年々減少傾向にあったが、平成23年度は22年度を上回った。その要因は、景気の悪化による消費行動の縮小などの他、特に平成23年3月の東日本大震災の影響と原発事故による放射能汚染の風評被害により日帰り観光客が減少する要素はあったが、平成23年の7～9月に展開された「群馬DC」により、東日本大震災のマイナス要素を打ち消して22年度の実績を上回る結果となった。一方、スキー客の減少による日帰り温泉利用率低下する傾向にあったが、23年度の冬は降雪に恵まれ、町内のスキー場の入込客数は久しぶりに前年を19%上回る結果となった。</p> <p>② 宿泊観光客の推移 平成20年度1,133千人、21年度1,136千人、22年度1,101千人、23年度1,097千人と全体としてはわずかな減少傾向にあり、平成20年度を100とすると21年度は100.3、22年度は97.2、23年度97.0となっている。平成22年度では「プレ群馬DC」、23年度は本番の「群馬DC」と予算を増額して取り組んだが、プレDC、本番DCの期間中については、増客となったが年間をとおした場合には増加となったとは言えない。マイナス要素としては何とんでも平成23年3月の東日本大震災、原発事故の影響が大きいと考えられるが、平成23年5月から町単独で実施した「エンジョイみなかみ商品券プラン」、みなかみ町観光協会が実施した「ゴールデンウィーク町民感謝プラン」、群馬県が実施した「ぐんまの温泉宿泊割引プラン」、群馬県観光国際協会が実施した「がんばれ日本！ぐんまの温泉プラン」などにより一定の効果があつたと考えられる。また、他県との比較では、本県では平成23年7～9月に「群馬DC」が実施されたことにより、栃木県、茨城県、千葉県と比較すると群馬県の観光客の回復が格段に早かった。年間実績では東日本大震災等のマイナス要素を打ち消して平成22年度に近い結果となった。</p> <p>③ 観光消費額の推移 平成20年度20,624,618千円、21年度20,963,935千円、22年度19,840,129千円、23年度19,951,028千円（県未発表）であり、平成20年度を100とすると、21年度101.6、22年度96.2、23年度96.7で、平成23年度から徐々に回復しつつある。これらの観光消費額の推移については、②の観光宿泊客の推移と重なることから、記述については省略する。</p>	<p>2)他団体との比較（近隣市町村、県・国の平均と比べて成果水準は高いのか低いのか、その背景・要因は？）</p> <p>① 日帰り観光客数 群馬県の発表では、平成23年度の県全体での日帰り客数は51,620,800千人で対前年比1,034,200千人2.0%の減となっている。これは23年度の「群馬DC」の取り組みにより一定の増客効果はあったが、23年3月11日の東日本大震災と原発事故等による影響が大きかったと考えられる。</p> <p>② 観光入込客数(日帰り+宿泊) 県内9大温泉地の平成23年度の状況は、草津2,686千人1.18%の増、水上2,147千人6.8%の減、伊香保1,467千人4.7増、四方326千人3.8%の減、老神150千人5.1%の減、碓部197千人7.0%の減、やぶ塚38千人8.3%の減、猿ヶ京186千人17.5%の減、万座526千人2.3%の減となっている。水上温泉と猿ヶ京温泉が9大温泉地の中で占める割合は30.2%である。平成23年度の「群馬DC」が展開された7～9月における9大温泉地の入り込みデータ(対前年比)では、草津99.9%、伊香保105.3%、四方101.8%、水上105.3%、猿ヶ京93.6%であった。</p> <p>③ 観光消費額 県全体の平成23年度の観光消費額は、185,236百万円で対前年比3.3%の減となっている。日帰り客の消費総額は100,487百万円で4.0%の減となっている。また、宿泊客の消費額は84,749百万円で2.5%の減となっている。ちなみに、みなかみ町の日帰り客の消費総額は8,537百万円、宿泊客の消費額は11,414百万円で、消費総額は19,951百万円で、対前年比0.6%の増で、県全体の10.8%を占めている。</p> <p>④ 1人当たりの観光消費額 県全体の平成23年度の日帰り客消費額は1,947円で、前年より40円の減であり、1人当たり宿泊客消費額は11,908円で前年より235円の減となっている。観光消費額(日帰り+宿泊)が多い市町村は草津町11,870円、安中市6,042円、みなかみ町4,755円、嬭恋村4,556円となっている。一方消費額の少ない市町村は、吉岡町221円、邑楽町246円、明和町300円、千代田町335円、みどり市489円である。(観光消費額/観光入込客数)</p> <p>⑤ 日帰り客と宿泊客の割合 みなかみ町の日帰り客と宿泊客の割合は、日帰り73.9%に対して宿泊26.1%となっている。草津町の場合は、みなかみ町とは対照的に日帰り35.3%、宿泊64.7%となっている。</p>	<p>3)住民の期待水準との比較（住民の期待よりも高い水準なのか 同程度なのか、低いのか、その他の特徴は？）</p> <p>住民の期待というよりも、宿泊事業者あるいは観光客を主体とする飲食業・小売業事業者が、どう感じているかを記述するとすれば、バブル期の入り込みを基準にすれば、現在の観光客の入り込み状況では、関係者の期待よりも低いということになると思うが、行政で対応すべき範囲と事業者自ら実施すべき範囲の線引きができないことから、期待水準に対する評価については担当課としては判断がしにくい。また、観光振興については、入り込み結果が基本指標となることから、観光客が増えなければ期待水準を満たしているとは言えないのではないかと、入込実績が全てと言わざるを得ない。これらのことから、観光協会の意見を参考にして以下を記述する。観光協会としては、平成23年度における教育旅行の農家民泊を行っている農家が55軒となり、それに比例して受け入れ人数も増加していることから、農家が観光との連携に期待しているものと考えられる。また、月夜野地区のホテル観光では年間2万人が訪れており、ホテルを保護育成している住民にとっては、観光との連携について期待しているものと考えられる。更に観光協会の農園部会では、平成23年から「ゆうパック」でりんご3,000パックを販売したが、発売開始から数日で完売した。このようにみなかみ町の知名度とも相まっており、特に農家は観光と連携に期待していると考えられる。</p> <p>町民アンケートによると、自由記述欄には、観光施設の整備や名物やイベントの企画・開発、外国からの誘客や交通の利便性の活用などに関する意見が多数寄せられている。また、この施策に対する満足度は、満足5.2%、やや満足21.3%、やや不満16.2%、不満7.7%となっている。</p>
<p>2. 施策の成果実績に対してのこれまでの主な取り組み(事務事業)の総括</p> <p>①平成22年4月からDC推進室を設置してDC本番に対応した。DCのオープニングイベントとして「谷川岳ウィーク」の実施。「星の鑑賞会」では当初44日を計画したが、悪天候による中止が9日あり最終的に催行35日、延べ8,743人となった。また、JR東日本の協力を得て吉永小百合を起用したPRポスターが首都圏主要駅に掲出され注目を集めたことも要因として考えられる。</p> <p>②銀座「ぐんまちゃん家」に町職員を向かわせた(平成21～22年度)ことで、テレビ、ラジオ・雑誌等のメディアやエージェン等の取材も増え、みなかみ町を広く宣伝することができた。また、「ぐんまちゃん家」で年一回行う旅行エージェン、雑誌出版社、記者等を対象とした情報交換会である「サロンド・G」によって多くの情報発信、メディアへの露出に繋がったと考えられる。また、観光商工課、観光協会の負担としては職員の取材対応などで済むことから、費用もわずかであった。新企画商品の開発とも相まって平成23年度の観光商工課の取材対応日数は49日、首都圏などでのキャラバン・PRは84日行った。</p> <p>③JR東日本高崎支社との連携により蒸気機関車のD51、C61、C57の単独運行の他に、C61とD51の重連イベント、SL同士のすれ違いイベント、C61誕生記念号など計63本が運行され、およそ25,000人をみなかみ町へ運んだことになる。一方客車内では女将の姿による温泉まんじゅう、ブルーベリー、りんごなどのプレゼントの実施、転車台付近ではの物販、抽選会なども行った。特にSLの運行によって水上駅前は賑わった。町内でもイベントが多数開催されるとともにアウトドアスポーツと夏とみなかみ町がうまくマッチして、DC期間中の目標である5%の増客を達成できた。7月末の台風による豪雨の被害が無ければ更に増客となった。</p> <p>④3月11日に発生した東日本大震災と原発事故による電力不足、放射能汚染の風評被害により宿泊のキャンセルが相次いだため、県は県内温泉地と連携した「ぐんまの温泉地・観光地宿泊割引プラン」を展開して観光客の減少に対応したが、みなかみ町は県とは別に観光協会、商工会の会員がそれぞれ費用負担する形で「みなかみエンジョイ商品券プラン」を実施し、販売枚数20,542枚、額面2,054万円を発行した。この事業全体の決算額は2,082万円となった。利用者の数は計画を下回ったものの著しく入り込み客が減少していた時期においては一定の集客効果があった。</p> <p>⑤教育旅行への取り組みについては、ふるさと雇用再生特別基金事業として、教育旅行の取り組み、歴史を活かす取り組み、食をテーマにした新商品の開発など3分野の取り組みを行った。中でも教育旅行の受け入れについては、平成21年度は延べ226人(泊)、22年度は延べ3,007人(泊)、23年度は延べ10,839人(泊)と、福島県方面で農業体験等を行った学校が、放射性物質の影響により群馬県方面に変更した要因もあるが、受け入れ農家での対応が好評であったことから著しく増加している。今後は、更なる受入内容の充実と受け入れ体制(事務局)の整備が必要である。</p> <p>⑥赤沢スキー場については、降雪に恵まれたこともあるが、「赤沢スキー場活性化委員会」による取り組みがなされたこともあり、入込客数は対前年比170%、17年度8,098人に次ぐ7,377人となり、売り上げも17年度1,547万に次ぐ1,030万円を記録した。</p> <p>⑦22年度に「ぐんまちゃん家」をとおして「ミシュラン・グリーンガイド」の調査員がみなかみ町に入り、2011年版で谷川岳5つ星付、たくみの里、水上温泉が登録となったことから、タイ、シンガポールの旅行雑誌でも取り上げられた。なお、グリーンガイドは草津温泉のみの掲載であった。</p>	<p>3. 施策の課題認識と改革改善の方向</p> <p>① みなかみ町観光協会との連携・役割分担 みなかみ町観光協会は、観光関係事業者を代表する団体であり、引き続き観光協会と連携して観光振興を図る必要があるが、観光協会は以前にも増して主体的に観光施策を展開する必要がある。「群馬DC(H23)」をきっかけに、地元の観光関係団体や地域の有志が小規模ではあるが主体的にイベント等を開催して地域の魅力を発信するようになってきており、町としてはこれらの地域の活動を支援して定着させる必要がある。また、観光協会の人材育成と能力向上など、執行体制を強化する必要がある。</p> <p>② 着地型(反義語:発地型)へ転換 旅行会社が募集して観光地へ送り込む従来の発地型観光の魅力が弱まっている。今後、観光を推進するためには地元からの情報発信が重要となることから、地域自らがまだ知られていない地元の情報を発信して地域に訪れていただくようにすることが必要である。平成23年から着地型の「オンパワ」の開催に取り組み、小規模なイベントを数多く実施して参加者から好評を得ていることから、観光協会、商工会と連携してこのような取り組みを継続して支援する必要がある。</p> <p>③ 町有観光施設整備の必要性 最近の観光傾向としては、自然や環境に関心が高まっていることから、自然の中でのトレッキングや散策、自然体験などが注目されている。このようなことから、遊歩道等の整備、アメニティ環境の整備が求められている。また、当然の事であるが安全・安心に配慮した施設の維持管理も必要ではない。</p> <p>④ 「アフター群馬DC」である「ググっとぐんま観光キャンペーン」の取り組み みなかみ町では、東日本大震災の影響を受ける中「群馬DC」期間中の取り組み目標である「5%増」を達成できた。この取り組みを切っ掛けに地域住民自らが主体的に取り組む必要性を自覚し、徐々にではあるが自分たちでできることから連携して取り組み、地域ならではの魅力を向上させようとする活動が出てきた。群馬DCと同じ期間に「ググっとぐんま観光キャンペーン」が展開されることから、このキャンペーンを地域主体で取り組む意識変革の仕上げとして位置づける。</p> <p>⑤ インパウンドの取り組み 観光は、国の成長戦略の一つとして新たな「観光立国基本計画」を2012年3月30日閣議決定した。群馬県でも近年急速に経済成長する東アジアの活力を取り込むための「群馬県国際戦略」を策定(3月)。市町村と連携し資源の魅力等を総合的に発信し、群馬ブランドの確立をめざすとしている。少子高齢・人口減少社会を迎え、観光入込客の減少など、地域経済の閉塞状況を打破するため、外国人観光客を誘客するための体制の強化(インパウンド推進)は、これまで以上に重要性を増している。本町の立地条件(首都圏近接性)や温泉、フルーツ、アウトドア、スキー等の豊富な観光資源を海外にアピールする好時期であり、受入環境整備等の施策を積極的に進める必要がある。</p>	