

施策マネジメントシート

作成日 平成 28 年 8 月 23 日

施策	05 もてなしの心があふれる観光地づくり		
施策 主管課	観光商工課	氏名	菱山 一
施策 関係課	まちづくり整備課、生涯学習課、芦川支所地域住民課、		

1. 現状把握 Plan→Do

(1) 施策の目的と指標

① 対象 (誰、何を対象にしているのか) *人や自然資源等 ◇首都圏及び中部圏の住民 ◇笛吹市を訪れた観光客	③ 対象指標名称 (対象の大きさを表す指標) 数字は記入しない (単位)
	a 首都圏及び中部圏の人口 万人
	b 石和温泉・果実郷周辺年間観光客数 万人
	c
② 意図 (対象をどういう状態に変えるのか) ◇笛吹市を訪れる。 ◇再び笛吹市を訪れる。	④ 成果指標名称 (意図の達成度の指標) 数字は記入しない (単位)
	d 石和温泉・果実郷周辺年間観光客数 (延べ人数) 万人
	e 石和温泉郷年間宿泊客数(推計宿泊数) 万人
	f フィルムコミッションによる誘致件数 件
	g
	h
⑤ 成果指標設定の考え方 ◇笛吹市を訪れた観光客を石和温泉・果実郷周辺の年間観光客数と年間宿泊客数で捉える。 ◇観光地の情報発信、プロモーション活動をフィルムコミッションによる誘致件数で捉える。	⑥ 成果指標の取得方法 ◇観光客数は山梨県観光入込み客統計調査結果(石和温泉・果実郷周辺)のべ人数。 ◇石和温泉年間宿泊客数は、観光庁宿泊統計データによる推計値。 ◇フィルムコミッション誘致件数は観光商工課把握。

(2) 指標・事業費等の実績推移と目標値

			23年度 実績、決算	24年度 実績、決算	25年度 実績、決算	26年度 実績、決算	27年度 実績、決算	28年度 実績、見込み	29年度 最終目標	
対象 指標	a 首都圏及び中部圏の人口	万人	見込み値	6,500	6,500	6,500	6,500	6,500		
		実績値	6,755	6,743	6,737	6,739	6,540			
対象 指標	b 石和温泉・果実郷周辺年間観光客数	万人	見込み値	345	345	345	345	345		
		実績値	304	342	327	350	329			
対象 指標	c		見込み値							
			実績値							
成果 指標	d 石和温泉・果実郷周辺年間観光客数 (延べ人数)	万人	成り行き値	300	305	305	305	305	305	
		目標値	320	330	330	330	335	335	340	
		実績値	304	342	327	350	329			
	e 石和温泉郷年間宿泊客数(推計宿泊数)	万人	成り行き値	85	84	84	c	84	84	84
		目標値	100	100	86	87	88	89	90	
		実績値	84	92	93	103	154			
	f フィルムコミッションによる誘致件数	件	成り行き値	5	5	6	6	6	6	6
		目標値	10	10	15	16	17	18	19	
		実績値	14	22	20	20	16			
g		成り行き値								
		目標値								
		実績値								
h		成り行き値								
		目標値								
		実績値								
施策コスト	事務事業数		本			10	16	10		
	事業費 (A)		千円	197,247	196,822	233,673	208,894	393,014		
	うち一般財源 (A')		千円	142,457	164,995	176,379	171,908	171,038		
	人件費 (B)		千円	56,764	60,139	53,305	54,958	55,332		
	トータルコスト (A+B) (C)		千円	254,011	256,961	286,978	263,852	448,346		
うち一財 (A'+B) (C')		千円	199,221	225,134	229,684	226,866	226,370			

(3) 施策の目標設定の根拠 (水準の理由と前提条件)

<p>●後期基本計画策定に伴い成り行き値、目標値の再設定を行った。</p> <p>◇石和温泉・果実郷周辺観光客数:成り行き値は、H23年度を基に305万人に設定。目標値は、H23年度目標値を基にH29年度に340万人となるよう設定。</p> <p>※H23.3の東日本大震災の影響を考慮し、H26年度までは目標値を据え置いた。</p> <p>◇石和温泉宿泊客数:成り行き値は、H23年度実績値程度で設定。目標値は、H23年度実績値を基にH25年度を86万人に設定し、毎年1万人増とする。</p> <p>◇フィルムコミッションによる誘致件数: 成り行き値は、過去の実績を基に設定。目標値は、23年度実績を基に毎年1件増と設定。</p>
--

(4) 施策の役割分担 (住民と行政との役割分担)

<p>ア) 住民の役割 (住民・地域・団体・事業所が、自助・共助でやるべきこと)</p> <p>◇市民は、地域を知り、郷土愛を持って来訪者に接し温かくもてなす。また、観光情報を発信し、イベントや宣伝活動により誘客活動を行う。</p> <p>◇観光事業所は、観光情報を発信し、イベントや宣伝活動により誘客活動を行い、観光客にサービス(宿泊場所、温泉、果物狩、飲食)を提供する。</p>	<p>イ) 行政の役割 (市・県・国がやるべきこと)</p> <p>魅力ある観光地作りのため</p> <p>◇市は、イベントや宣伝活動により誘客活動を行う。</p> <p>◇市は、観光物産連盟と連携して事業展開を図る。</p> <p>◇市は、観光情報を発信、市の知名度アップに努める。</p> <p>◇県は、山梨県の観光情報を発信する。</p>
--	---

(5)環境変化 (対象者や根拠法令等は5年前と比べてどう変わったのか?)

◇経済情勢の低迷や国際情勢の悪化、東日本大震災等により観光客が減少した。◇合併により、モモとブドウの収穫量・出荷量・栽培面積ともに全国1位となり「桃ぶどう日本一の郷 笛吹市」を宣言するとともに、H25.4.10に「日本一桃源郷宣言」&「笛吹市桃源郷の日」を制定した。◇桃の花祭りが全国的に広がり、祭り参加者が増加した。◇H25年度に富士山が世界文化遺産になり誘客が期待される。◇ゆるきゃらグランプリにおいてフッキー305位であった。◇2027年東京・名古屋リニア営業開始が決定した。◇2020年東京オリンピック開催が決定した。

(6)関係者の意見・要望 (住民、議会、対象者、利害関係者等)

◇市民から、市の知名度を高め、イベントや宣伝活動に力を注ぎ、より多くの観光客の誘客に努めてほしいとの意見がある。
◇市民から、温泉とモモ・ブドウなどの多くの資源を活用した観光地づくりを望む意見がある。
◇観光関係者から着地型観光商品の創設を求める声がある。
◇富士五湖周辺に集中している観光客を、石和温泉・春日居温泉郷へも導きたい。

2. H27年度の施策の実績 Check

(1)施策の成果実績

Table with 2 columns: ① 目標達成度評価 (前年度目標値と実績値との比較), ② 時系列比較 (過去3カ年の比較), ③ 他自治体との成果実績値の比較. Includes checkboxes for target achievement and detailed background text for each item.

(2)施策のコスト実績 (対象1単位当たり又は住民一人当たりのコスト)

Table with 6 columns: 対象指標名称, (単位), 25年度, 26年度, 27年度, 効率性評価. Rows include観光客数, 事業費, 人件費, and total cost.

(3)施策の現状と課題の総括

◇H25年度山梨県観光客動態調査結果の観光客の満足度をみると、峡東圏域では県全域と比べて、「地元のおもてなし」を除く「自然景観」「文化・歴史」「観光施設」「食べもの」「公共交通」については県平均を上回っており、全体的な満足度も高い。一方「道路整備」、「案内標識・看板」の満足度は他の圏域に比較して最も低い状況である。◇富士山の世界文化遺産登録効果及び東日本大震災の影響からの復調傾向により、観光客は増加しつつあり、特に外国人の増加が著しい。◇大手旅行代理店に対する市長トップセールスや情報交換活動、新聞・雑誌への広告掲載、海外向けパンフレット作成等実施している。(観光宣伝事業)◇県外の人に笛吹市の名称が定着していない。桃・ブドウ日本一を活かした観光振興策を検討していく必要がある。(観光イベント事業)◇観光の形態が「団体」から「個人」へ変化し、観光客のニーズが「観て歩き」から「個人」「体験」「食」と多様化している。ターゲットを明確にした観光地づくり及び地域資源を活かした観光メニューづくりや、もてなしの心をもった人材育成に力を入れていく必要がある。◇首都圏及び中部圏の観光業者への市長トップセールスに力を入れていく必要がある。(観光宣伝事業)◇桃源郷春まつりについて、メイン会場を設け全市的に展開を行った。また、PRを一体的に行い、期間も各地の花どころを紹介するため長く設定したことで、参加者数が増えている。◇すずらんの里祭り会場にて継続的に行っているアンケート調査では、「また来たい」と答えた割合はH25年度97%と高い割合だった。◇県おもてなし条例や、市観光アクションプランに基づき、笛吹市の知名度アップに努め、観光客の誘客や、宿泊観光客の増加に結びつける、効果的な施策展開に努める必要がある。◇リニア展望スポットとして八代ふるさと公園に仮設展望台を設置し、H27年度に建設する展望台の設計を行なったが、リニアの走行時刻が明示されないため、PRしづらい。◇すずらんの群生地面積が減少している。

3. 後期基本計画の取り組み方針(29年度) Action

(1)現状と課題から導き出した次年度の取り組み方針

◇外国人観光客の増加が顕著であることを鑑み、インバウンドへの対応を早急に整える。
◇世界文化遺産の富士山に係る誘客活動を強化する。
◇市長トップセールスや情報交換活動及びパンフレット作成や広告媒体活用等による観光宣伝を図る。
◇桃・ブドウ日本一を活かしたイベントなどの事業展開を図る。
◇多様化する観光客ニーズの研究とターゲットを明確にした観光地づくりを進める。
◇新たな観光メニューづくりや、もてなしの心をもった人材育成を図る。
◇走行中リニアのビュースポットの活用を図る。
◇峡東ワインリゾート構想に基く受入れ体制の強化を図る。

(2)施策の対象を、目標に導くための次年度の手段

◇外国人観光客受入れ強化に係る各種ツールの多言語化や利便性の向上に係る事業を実施する。
◇首都圏を中心に、笛吹市の知名度アップ宣伝と、旬のフルーツや各種イベントの開催PR等に力を入れ、早い時点での観光情報の発信に努め、日本一の桃・ぶどうの生産地であること、石和・春日居温泉を始めとする温泉資源をつなぎ合わせた宣伝活動の展開と事業実施に努めて行く。
◇世界文化遺産の富士山に係る誘客事業を、関係自治体や観光団体と連携し展開する。
◇リニアビュースポットの整備と周知宣伝を強化する。
◇峡東ワインリゾート構想の具現化と絡めた広域連携による誘客宣伝を強化する。