

仙台市インバウンド観光復興対策実施計画 平成29年度評価調書

別紙

都道府県名	仙台市	計画に包摂される市町村			
計画期間	平成28年度～平成30年度	評価責任者 文化観光局観光交流部誘客戦略推進課 高橋 みちる			
計画の成果目標(定量的指標)		平成28年度	平成29年度	平成30年度	備考
指標①	外国人延べ宿泊者数(単位:万人)	12.0	13.8	15.9	※ 宿泊者数目標値は、国目標達成に必要な年平均増加率(平成32年までに平成27年比約2倍)をH27年の本市外国人延べ宿泊者数実績に乗じて算定。ただし、平成27年の本市実績は第三回国連防災世界会議開催による特殊要因を除外している。 ※ 消費額目標値は、直近過去3年(平成24年～平成26年)の「共通基準による観光客入込客統計」(観光庁)による宮城県の観光消費額に、「宿泊旅行統計調査」(観光庁)によって得られた宮城県に占める仙台市の外国人宿泊者数割合(平成24年～平成26年)をそれぞれ乗じて平均額を算出し、年平均増加率(平成32年までに平成27年比約2倍)を乗じて算定。
指標②	外国人旅行消費額(単位:億円)	49.0	56.2	64.6	
指標③					

1 定量的指標に関連する交付金事業の効果の発現状況		<ul style="list-style-type: none"> <li>・仙台空港国際線の旅客数(H28年度 225,551人→H29年度 280,387人)</li> <li>・仙台駅観光情報センターの外国人利用者数(H28 13,471人→H29 14,517人)</li> </ul>			
2 定量的指標の達成状況	指標①	目標値	13.8	目標値の実現状況に関する評価	外国人延べ宿泊者数は168,632人と、3年連続で過去最高を更新し、昨年度に引き続き目標を達成することができた。
		実績値	16.9		
	指標②	目標値	56.2	目標値の実現状況に関する評価	宮城県における外国人旅行消費額は、観光・ビジネス目的共に観光入込客数が増加したことで、前年を大きく上回っており、外国人延べ宿泊者数について県全体に占める割合が高い本市においても目標を達成することができた。
		実績値	90.5		
	指標③	目標値		目標値の実現状況に関する評価	
		実績値			
3 事業の進捗状況	事業は順調に推移しており、計画の成果目標(定量的指標)を達成できている。				
4 評価方法	交流人口ビジネス活性化懇話会において外部有識者から本市インバウンド施策にかかる意見を聴収。KPIの達成状況に対するコメントは市独自評価による。				
5 中間評価の公表方法	市のホームページ及び担当課窓口にて公表する。				
6 計画全体の総合評価	本市の重点市場であるタイ及び台湾に対するプロモーションについては、現地有力メディアや影響力のあるブロガーによる情報発信等を行うことで、旅行関係者や一般消費者における本市及び東北の知名度向上を図ることができ、一定の成果を得ることができた。また、東北の観光案内所のネットワーク化事業や地域資源を活用した滞在コンテンツ強化事業等により、受入環境整備や観光コンテンツの充実など、本市における外国人観光客の満足度向上につながる取り組みについても、一定の成果を挙げることができた。				
7 今後の方針等	2020年における東北6県の外国人宿泊者数を150万人泊とする国の目標も見据え、引き続き東北6県・市等と連携しながら、外国人観光客に訴求力のある観光コンテンツの発掘・磨き上げを行うとともに、各国・地域の特性を踏まえたプロモーションや航空路線の誘致、受入環境整備など各般の施策を展開し、インバウンドによる経済効果が東北全体に行き渡るよう仙台・東北の交流人口拡大を目指していく。				

【仙台市 実施分】仙台市インバウンド観光復興対策実施計画 平成29年度個別事業評価調書

様式

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	外国人観光客動態等調査・分析事業	観光復興促進調査事業	調査結果を踏まえた次年度事業の計画数	4事業	4事業	台湾、中国、米国、タイ、韓国、ヨーロッパからの観光客やビジネス客の関心のある観光資源等を把握することができた。今後の効果的なインバウンド施策の展開にあたり、外国人観光客の行動経路や旅行動態、消費特性等について把握することができた。
2	航空路線誘致(再開)に向けた基礎調査事業	観光復興促進調査事業	次年度事業の計画数	5計画	5計画	仙台・東北の優位性や潜在能力を正しく把握し、航空会社に効果的な提案を行うことにより、仙台～バンコク便の就航・再開の可能性を高めることができた。年度末に予定していた航空会社幹部の招請については、先方の突然の怪我により中止となったことから、30年度以降に実施することとし、事業の効果をより強固なものとする。
3	外国人観光客対応力向上セミナー開催事業	地域取組体制構築事業	受講者の平均理解度(5段階)	3以上	4.55	受講者数は63名で目標80名に達しなかったものの、受講者の理解度は高く、地域における人材育成に資することができた。事業者の興味・関心が高いテーマ、来仙外国人観光客の傾向やトレンド等を踏まえ、今後もセミナーを開催する。
4	東北各都市の体験型観光ブース出展等による海外プロモーション事業	プロモーション強化事業	①造成ツアー数 ②ブース来場者の興味喚起率	①6件 ②60%	①22件 ②92%	単純な観光PRに留まることが無いよう計画的に施策を組み立て、商品造成と販売促進を展開した結果、数値目標はいずれも達成し、期待していた成果を得ることができた。
5	仙台・山形タイメディア招請事業	プロモーション強化事業	露出メディアへの媒体接触数	40,000人	324,317人	山形県と連携してタイにて影響力のあるメディアを夏・秋に招請することにより、目標を大きく上回る数値をあげることができた。引き続き両地域の魅力的なコンテンツの情報発信を行い、両地域の認知度向上及び誘客促進につなげる。
6	仙台・山形台湾メディア招請事業	プロモーション強化事業	メディアによる発信情報へのリーチ総数	400,000名	848,474名	山形県と連携して台湾にて影響力があるブロガーやユーチューバーを夏・秋に招請することにより、目標を大きく上回る数値をあげることができた。引き続き両地域の魅力的なコンテンツの情報発信を行い、両地域の認知度向上及び誘客促進につなげる。
7	航空キャリア提携旅行エージェント誘客促進事業	プロモーション強化事業	①国際線便数 ②旅行商品造成数 ③旅行商品販売数	①1,520便 ②30本 ③2,500人	①3,371便 ②788本 ③43,523人	6カ国(台湾、中国、香港、韓国、タイ、ベトナム)の航空キャリア及び旅行エージェントを計13回、延べ航空会社8社21名、延べ旅行エージェント126社128名、計134社149名を招請し、1,796件の商談を実施するとともに5件の空港視察を実施し、招請者との関係を構築した。また、招請した旅行会社での商品造成支援として関係WEBサイトの紹介等情報提供を行うとともに、造成された旅行商品の販売支援としてパンフレット作成や広告の支援を実施し、加えて2016年度に作成した東北各県空港情報を掲載したパンフレットの情報更新なども行い、招請した航空キャリア及び旅行エージェントへ支援を行った結果として目標値以上の旅行商品造成と送客に結びつけることができた。

8	南東北連携タイ向け観光情報発信事業	プロモーション強化事業	①視聴率 ②情報へのリーチ件数 ③前年同月比の宿泊予約数	①1% (約30万人) ②FB記事投稿:50万人(延べ)、FBライブ投稿:40万人(延べ) ③前年度同月比予約数150%アップ(Expediaグループ内比較)	①平均視聴率0.123% ②FB記事投稿:約245万人、FBライブ配信:約24万人 ③312%アップ(3県合計527人泊)	タイのアイドルグループ「BNK48」を起用したTV番組制作・放映やFB投稿を実施し、視聴率は苦戦したが、FBの記事投稿においては目標値を大きく上回ることができた。また、OTAと連携したプロモーションにより、OTAサイトを利用した南東北の宿泊者数が目標値を大きく上回るなど、南東北の認知度の向上において一定の効果を上げることができた。
9	西部地区インバウンド対応強化事業	受入環境整備事業	H29西部地区(秋保・作並)外国人宿泊者数(H28年同期比10%増)	9,802人	14,494人	サイクルコース5箇所を設定したマップ作成や多言語看板整備(3箇所)、セミナー開催(約50名参加)、台湾人ブローガー招請による体験型観光のSNS発信及び旅行会社向けPRツール作席等を実施し、西部地区のインバウンド強化を図ることができた。
10	「仙台まるごとパス」インバウンド向けサービス向上事業	受入環境整備事業	①多言語Web1か月あたりの訪問者数 ②本サービスの1か月あたりの販売枚数	①150人 ②75枚	①3,604人 ②425枚	訪日外国人観光客向けに販売を開始した「SENDAI AREA PASS」について、webやパンフレットによるプロモーションを強化した結果、目標値を大きく上回ることができた。今後も外国人観光客の周遊促進と滞在満足度向上のため、継続して情報発信していく。
11	東北の観光案内所のネットワーク化事業	受入環境整備事業	①調査結果を踏まえた研修等を含む事業計画(28年度設定) ②調査結果を踏まえた次年度のネットワーク構築に向けた計画(28年度設定) ③観光案内所を利用した外国人観光客の増加数(29年度設定)	①1件 ②1件 ③6,000名	①1件 ②1件 ③38,083名	東北を訪れる外国人観光客の増加もあり、目標値を大幅に上回る成果があった。平成30年度は更にネットワークを拡大し、連携を強化することで、東北を訪れる外国人観光客の周遊を促す。
12	外国人観光客消費拡大キャンペーン事業	滞在コンテンツ充実・強化事業	H29.10~12の海外発行クレジットカード決済額	前年同期比10%増	前年同期比34.0%増	アウトプット、アウトカムともに目標値を達成し、ショッピングというコンテンツの充実が図られるとともに、プロモーションや受入環境整備にも一定の成果をあげることができた。次年度以降の取組においては、地域経済団体との連携を深め、対象市場へのより効果的な手法を検討して実施する。
13	東北の祭りコンテンツを活用したイベント開催事業	プロモーション強化事業	①東北の祭りコンテンツを活用した外国人イベント参加者数	①500人	①502人	東北絆まつりについて、ウェブサイトが多言語対応として情報発信を行うとともに、開催前に海外メディアへの記事投稿を実施、期間中に海外メディアやインフルエンサーを招聘しての記事作成および自国メディアでの発信、加えて会場では他言語対応のパンフレット作成やサインの設置して外国人の誘客を行った。
14	東北太平洋沿岸等における受入整備事業	滞在コンテンツ充実・強化事業	①旅行会社等によるプラットフォーム活用数 ②語り部ガイド利用数 ③実証実験の外国人参加者数 ④国際会議等での外国人接触数 ⑤スタディーツアー・エクスカーション参加者数 ⑥ホームページ閲覧数 ⑦旅行商品造成数 ⑧海外メディア・SNS等による情報発信数	①20件 ②20件 ③40人 ④100人 ⑤100名 ⑥100,000件 ⑦10本 ⑧10件	①128件 ②118件 ③46人 ④969人 ⑤171名 ⑥14,941件 ⑦1件 ⑧23件	平成29年度のホームページの閲覧数については、ホームページ開設時期(開設時期:平成29年10月30日)が遅くなったことから14,941件に留まった。平成30年度は各国ごとの興味関心に応じたランディングページを作成し、WEB広告等の活用により発信することでホームページの認知度向上を図り、ホームページ閲覧数増加を目指す。 平成29年度のツアー造成数については風評被害の影響等もあり、1本に留まった。平成30年度は風評被害払拭に向けた事業も展開するとともに、昨年度の調査および招請事業等における意見やプロモーション成果等を最大限反映し、外国人目線で魅力的な素材を売り込むことでツアー造成数の増加を目指す。

15	インバウンド向け防災観光の基盤整備事業	滞在コンテンツ充実・強化事業	①教育旅行等での防災観光コンテンツ活用数 ②防災観光ツールの活用人数 ③教育旅行・防災関係者視察等の誘致件数	①20か所 ②500人 ③10件	①21か所 ②651人 ③8件	事業開始が昨年12月だったにもかかわらず、おおむねアウトカム目標数を達成できた。来年度以降もコンテンツの磨き上げ・プロモーションを継続強化することで、教育旅行等での防災観光コンテンツの活用実績を伸ばしていきたい。
16	地域資源を活用した滞在コンテンツ強化事業	滞在コンテンツ充実・強化事業	①改善したコンテンツ数 ②発掘コンテンツに関する動画等制作数 ③動画等閲覧数 ④ホームページ閲覧数	①8 ②20 ③2,000PV ④2,000PV	①4 ②21 ③7,902PV ④2,370PV	モニターツアーや動画制作等を通じ、外国人の視点から、魯迅、座禅、冬の仙台など複数の地域資源について滞在コンテンツとして発掘や改善を進めた。今後は、本事業で制作した動画やホームページコンテンツ、マップ等を活用し、プロモーションに努める。
17	ターゲット国際会議等リストアップ事業	国際会議等誘致・推進事業	H30年度の経済波及効果増加額	91,500千円	集計中	事業の成果物として25件の国際会議等をリストアップした。仙台開催に向けて誘致中であり、引き続きアウトカムの達成に努める。
18	海外PCO招請事業	国際会議誘致・促進事業	H30年度の経済波及効果増加額	91,500千円	集計中	仙台PRセミナーの開催や仙台視察ツアーの催行を通じて、仙台のPR及び会議運営会社との関係構築を図った。アウトカムについては集計中。会議開催促進を図るため、当該事業に参加した会議運営会社に対し、継続的な誘致セールスを実施し、アウトカムの達成に努める。
19	仙台国際センターアメニティ向上事業	国際会議誘致・推進事業	洋式化後の来訪者増加数	9,000名	集計中	仙台国際センターの和式便座34基を洋式化しアメニティ環境の向上を図ることにより、施設利用者の満足度向上につなげることができた。 平成30年3月に工事が完了しているためアウトカムの成果が確認できるのは平成31年4月以降になる。