

仙台市インバウンド観光復興対策実施計画 平成28年度評価調書

別紙1

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"> ・仙台空港国際線の着陸回数、旅客数(H27年度 727回 160,169人→H28年度 940回 225,551人) ・仙台駅観光情報センターの外国人利用者数(H27 10,994人→H28 13,471人) 				
2 定量的指標の達成状況	指標①	目標値	12.0	目標値の実現状況に関する評価	本市の外国人延べ宿泊者数の推移は、平成26年が68,834人、平成27年が115,947人、平成28年が128,450人となっており、過去最高を更新し、目標を達成できた。
		実績値	12.8		
	指標②	目標値	49.0	目標値の実現状況に関する評価	外国人旅行消費額については目標値には届かなかった。来年度以降は、滞在コンテンツの発掘・磨き上げを行うとともに、データに基づくプロモーションや受入環境整備等を強化し、地域内消費額のさらなる増大を図る。
		実績値	43.4		
	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	別紙2の個別事業評価調書に記載してください。				
4 評価方法	H28東北観光復興対策交付金実績確認会議において外部から意見を聴取。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	タイのドラマを活用したプロモーションや台南市旅行代理店等の招請によるプロモーションなど、本市の重点市場に対するプロモーション事業については、ウェブやSNSなど各種媒体への露出により本市の知名度向上につなげることができ、目標値以上の成果が得られた。また、SENDAI free Wi-Fiサービスエリア拡大事業や中心部観光案内拠点運営事業等により、受入環境整備や滞在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事ができた。				
7 今後の方針等	平成30年に外国人延べ宿泊者数15万9千人という目標達成に向けて、年度ごとの目標設定と達成状況の評価を行いながら取り組みを進める。今後も、外国人観光客に訴求力のある滞在コンテンツの発掘・磨き上げを行うとともに、データに基づくプロモーションや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。				

仙台市インバウンド観光復興対策実施計画 平成28年度個別事業評価調査

別紙2

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	ビッグデータを活用した市場分析とインバウンド戦略の調査事業	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	3	4	当初計画を超えるサンプル数が得られ、台湾、中国、米国、タイ、韓国からの観光客の周遊性や関心のある観光資源等を把握することができた。また、外国人観光客の広域動態や訴求力のある観光コンテンツなど、今後のインバウンド施策立案のための基礎データを収集することができた。
2	日タイ修好130周年記念ドラマを活用したプロモーション事業	プロモーション強化事業	①ドラマ番組視聴者数 ②ドラマ関連番組視聴者数 ③露出メディアへの媒体接触者数 ④H28市内外国人宿泊者増加数 ⑤動画視聴者数 ⑥旅行博出展後のFacebookのフォロワー増加数	①200,000 ②100,000 ③2,000 ④4,000 ⑤9,000 ⑥250	①630,099 ②127,244 ③2,500 ④12,503 ⑤10,020 ⑥400	全ての指標において目標値を達成でき、ドラマ等の映像作品によるプロモーションがタイ市場において、一定の効果があることが再認識できた。一方、映像作品は制作から放送までにある程度の時間を要することから、事業の効果を高めるため、継続的なプロモーションを行い、長期的な視点で事業を実施していくことが必要である。
3	台南市旅行代理店等の招請を中心とした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招請メディアへの媒体接触者数 ③掲載紙購買者数 ④WEB広告閲覧者数 ⑤旅行協会会報誌発行部数 ⑥パフォーマンスを鑑賞した旅行会社数	① 5 ②1,500,000 ③1,600,000 ④800,000 ⑤1,000 ⑥100	①6 ②2,579,397 ③1,980,000 ④1,211,600 ⑤1,336 ⑥111	全ての指標において目標値を達成できたが、造成ツアー数が旅行代理店招請数に比べて低かった。一方、メディア招請や新聞掲載、WEB広告掲載などは大きな成果があり、また観光セミナーへの伊達武将隊派遣も新聞に取り上げられるなど大きな反響があった。
4	新規就航等エアラインと連携したプロモーション事業	プロモーション強化事業	①視聴加入件数(万件) ②モニターツアー結果を踏まえた次年度以降の事業数 ③機内誌接触者数 ④プロモーションサイト訪問者数 ⑤広告クリック数 ⑥紙媒体広告発行部数 ⑦延べ広告接触者数 ⑧動画接触者数 ⑨イベント来場者数	①2,000 ②3 ③3,000 ④60,000 ⑤107,729 ⑥520,000 ⑦4,530,000 ⑧50,000 ⑨20,000	①2,000 ②3 ③3,168 ④100,631 ⑤149,851 ⑥520,000 ⑦4,560,000 ⑧90,796 ⑨25,000	全ての指標において目標値を達成できた。事業期間が実質半年程度であったが、台湾・タイ・韓国の3カ国・地域に対し、ウェブやSNS、モニターツアー、機内誌への広告掲載など様々な手法により効果的なプロモーションを実施することができた。また、モニターツアー等では、仙台市と周辺自治体を周遊するコースを盛り込むなど、広域周遊観光を提案することができた。
5	東北の祭りコンテンツを活用した海外プロモーション事業	プロモーション強化事業	調査結果を踏まえた次年度事業のプロモーション戦略	1	1	国内の祭り団体の海外演舞実績、海外都市における日本国内の芸能団体の受け入れ実態を把握した上で、東北の祭りコンテンツとの親和性や、実現可能性について明らかにすることができた。さらに海外8都市の具体的なイベントを絞り込み、主催者へのヒアリングを行うことで、各イベントへの参加可能性について感触をつかむこともでき、調査の目的を達成できた。

6	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ブース来場者の興味喚起率(%) ②造成ツアー数	①50 ②6	①76.88 ②22	初年度の事業であったが、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。
7	仙台・山形在住留学生モニターツアー事業	プロモーション強化事業	①SNS等発信情報に対するいいね(Like)総数 ②露出メディアへの媒体接触者数 ③発信情報へのリーチ総数	①3,000 ②40,000 ③40,000	①3,020 ②102,748 ③186,578	アウトカムに関しては全て達成することはできたが、留学生をメインターゲットにしたため、SNSのリーチ数はメディアほど伸びなかった。一方で、山形県と連携できた点に関しては広域観光のPRの観点から、大きな成果であり、今後も発信力の強いメディアを招請するなど連携して取り組みを進めていく。
8	タイ有力メディア招請事業	プロモーション強化事業	露出メディアへの媒体接触者数	40,000	493,670	露出回数が当初想定よりも多くなるなど、目標を大きく上回る数値を達成することができ、効果的なプロモーションとなった。さらに効果的なものにするため今後はテーマ設定や動線を明確にし、旅行者が動きやすいようなルート、スケジュール設定を行っていく。
9	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	国際線便数	1,400	1,364	航空会社及び航空会社と提携している旅行会社を併せて招請し、空港視察や商談会を行程に含むファミトリップを実施し、定期便・チャーター便の誘致と旅行商品造成による東北への送客増に取り組んだ。今年度は招請期間が12月～2月と短い期間ではあったが、招請・商談ともに目標を大きく上回る回数を実施することができた。来年度は、陸路と空路の乗り継ぎ等により来訪者の増加が見込める国を対象とするとともに、国際線誘致や旅行商品造成に向けて招請者への継続的なフォローアップを実施する。
10	「手ぶらで観光便」サービス拡充事業	受入環境整備事業	①H29.1月～3月取扱個数 ②H29市内外国人宿泊者増加数 ③需要動向等を踏まえた利用促進策数	①30 ②18,000 ③2	①23 ②40,182 ③2	事業期間が3か月と短期になったことから、事業の周知が行きわたらず本業務委託対象期間での取扱い実績は目標を達成できなかった。
11	「SENDAI free Wi-Fi」サービスエリア拡大事業	受入環境整備事業	①H28市内外国人宿泊者増加数 ②キャンペーン期間中の新規登録者数	①4,000 ②30	①12,503 ②133	月によるばらつきはあるが、前年同時期と比較しアクセス数は増加しており、外国人旅行者の通信環境向上に繋がった。利用促進キャンペーンについては目標数を上回り、より多くの外国人旅行者に利便性の高い通信環境を利用頂くことができた。

12	西部地区インバウンド対応強化事業	受入環境整備事業	①H29秋保文化の里センター来訪外国人 数 ②H29西部地区(秋保、作並)外国人宿泊者 数 ③H29西部地区(秋保、作並)外国人宿泊者 数の増加割合(%)	①426 ②6,717 ③10	①1,150 ②14,494 ③63	アウトプット指標については全て達成できた。特に、秋保文化の里センターにユネスコ無形文化遺産「秋保の田植踊り」の展示コーナーを映像や多言語解説付きで整備し、訪日外国人観光客に訴求力の高い日本の伝統芸能を十分にPRできる体制を構築できた。
13	「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	多言語web訪問者数	150	2,155	訪日外国人観光客向けに平成29年4月1日に販売を開始した「SENDAI AREA PASS」のwebについて、PRを十分に行うことができ、目標値を大きく上回ることができた。今後は首都圏や海外に向けて「SENDAI AREA PASS」を活用した周遊コースを提案するなど、効果的なPRに努めていく。
14	中心部観光案内拠点等運営事業	滞在コンテンツ充実・強化事業	①H28市内外国人宿泊者増加数 ②1か月あたりの利用者数	①4,000 ②10	①12,503 ②38	全ての指標において目標値を達成することができた。仙台駅の観光案内所と違い、体験ツアー等の実施が可能であるという当観光案内所の強みを活かし、今後も様々なツアーやアクティビティを造成し、外国人観光客の満足度を高める取り組みを推進していく。
15	東北の祭りコンテンツを活用したイベント開催事業	滞在コンテンツ充実・強化事業	①調査結果を踏まえた次年度事業のインバウンド対応計画	1	1	国内の5つの祭りイベントにおけるインバウンド対応状況を調査した。イベント前・イベント当日の広報計画だけでなく、外国人の祭りへの受け入れ方法(機数確保の確保や参加型イベントの企画)などの工夫も把握することができ、主催者側からの情報発信だけでなく、参加した外国人にいかに情報を拡散してもらうかという視点が重要だということがわかり、より広がりのあるインバウンド計画が提案されたという点で、調査の目的を達成できた。
16	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モデルコースの作成数 ②旅行会社等へのリーチ数 ③語り部ガイドを活用した旅行商品(モデルルート)数 ④旅行会社招聘による造成ツアー数 ⑤ブローガー招聘による情報発信件数 ⑥国際会議等への外国人参加者数	①12 ②5 ③2 ④1 ⑤10 ⑥30	①26 ②5 ③6 ④1 ⑤23 ⑥32	基礎調査を実施し、外国人旅行者のニーズや沿岸地域の受入課題を把握した。また、モデルルートの作成、語り部ガイド研修会の開催や有事マニュアルの作成といった受入態勢整備を進めるとともに、プロモーションツールの作成やメディア招聘による情報発信を行った。来年度は、モデルルートの受入実証実験による磨き上げ、国際会議等における情報発信等により、復興ツーリズムの推進による対象地域の入込拡大を目指す。
17	仙台国際センターWi-Fi接続環境向上事業	国際会議等誘致・推進事業	H29年度国際センターの国際会議参加者数	41,200	59,680(本市算定による暫定値)	指標における目標値を達成できた。仙台国際センターにWi-Fiのアクセスポイントを新たに81カ所設置し、同時接続可能機器数を増強したことにより施設利用者の利便性の向上を図ることができた。今後の利用促進を図るため、必要に応じ利用者に対する周知に取り組む。