

2021年度 戦略施策マネジメントシート【2020年度実績評価】 作成：2021年 6月 21日

施策番号 4-3	施策名 観光振興プロジェクト	基本的方向 まちの観光拠点である新嵐山を活用し個性を活かした観光地域をつくる
		基本目標 ひとが集い、誰もが安心して暮らすことができる魅力的なまちづくり
主管課 魅力創造課	課長名 西田昌樹	内線 231
施策関係課		

1. 施策の方針と成果指標

施策の方針		対象	意図				結果	
豊かな自然や地域のおもてなしを通じて、「芽室町の個性を体感できる場」をつくるとともに、地域資源を活用した観光まちづくりを推進し、まちのブランド力の戦略的な活用を図りながら、観光誘客を促進する		町民、観光客	・利用者数の増加 ・観光消費や物産購入につなげる				観光客の増による地域内経済の活性化及び魅力ある地域内資源の再発見による郷土愛の醸成	
重要業績評価指標(KPI)	説明	単位	策定時(基準値)	2020年度実績	2021年度実績	2022年度実績	2024年度(目標)	
① 新嵐山スカイパーク利用者数	実績数(年間)	人	488,100	281,257			513,000	
②								
③								
評価指標 設定の考え方	年1%増加を目標とし、30年度から34年度までの5年間につき5%増で設定							

2. 施策の事業費

	2020年度決算	2021年度決算	2022年度決算
施策事業費(千円)	111,026		
人工数(業務量)	0.5176		

3. 施策の達成状況

(1) 施策の達成度とその考察			
①2020年度の成果評価(策定時比較)	<input type="checkbox"/> 成果は向上した <input type="checkbox"/> 成果は変わらなかった <input checked="" type="checkbox"/> 成果は低下した	想定される理由 コロナ禍における移動自粛、施設の一部閉鎖等による影響と想定される。	
②2024年度の目標値達成見込み	<input type="checkbox"/> 現状の取り組みの延長で目標は達成できる <input checked="" type="checkbox"/> 現状の取り組みの延長で目標達成は難しいが、現行事業の見直しや新規事業の企画実施で目標達成は可能 <input type="checkbox"/> 事業の見直しや新規事業の企画実施をしても目標達成は難しい	根拠(理由) 観光振興にとって、現況下での移動自粛、制限は最も大きなマイナス要因となり、今後の新型コロナウイルス感染症の状況にもよるが、急激な回復は見込めない。しかしながら、来るべき回復状況を見込み、その時の素地となるべき対応準備を怠らず、遂行することで大幅なマイナスは回避できるものとする。そのために芽室町観光物産協会との連携、新嵐山のリニューアルの動きへの対応などと連動しながら観光資源と特産品の魅力を発信していく。	
(2) 施策の成果評価に対する第2期芽室町まち・ひと・しごと創生総合戦略の事務事業の総括			
①施策の成果向上に対して貢献度が高かった事務事業		②施策の成果向上に対して貢献度が低かった事務事業	新嵐山スカイパーク運営支援事業
③事務事業全体の振り返り(総括)	・「新嵐山スカイパーク運営支援事業」→新プランに基づく改革を断行したことにより管内をはじめとする新規利用者層を呼び込むことができたが、それを上回るコロナによる影響が大きく響き、人の流れの制限などにより、特に海外、道外、管外からの旅行・観光客が激減し、それに伴って利用者数が激減した。		

(3)「施策の方針」実現に対する進捗結果

進捗結果	A	B	C	D	E
					○

※該当に○印

- A: 実現した
- B: (総合戦略策定時と比較して)大きく前進した
- C: (総合戦略策定時と比較して)前進した
- D: (総合戦略策定時と比較して)変わらない又は維持した
- E: (総合戦略策定時と比較して)後退した

4. 施策を取り巻く状況変化・住民意見等

施策を取り巻く状況と今後の予測	<< 施策を取り巻く状況 >> ・新型コロナウイルス感染症で、短期的にはこの行く先により成果の成否が左右される。 << 今後の予測 >> ・人を呼び込めない現状であるが状況回復を想定した準備、回復後にスタートダッシュできる状況づくりが必要である。
この施策に対して住民や議会からどんな意見や要望が寄せられているか？	・新嵐山スカイパーク改革に関する関係機関、関係者への説明の徹底

5. 施策の成果向上のための具体的な取り組み(今後強化すべき取り組み、新たに実施すべき取り組み)

・新嵐山活用計画に基づいた施設整備、管理運営を進め、スカイパーク一帯の資源を活用した新しい魅力づくりに取り組み集客を図る。 ・SNSを活用した「魅力発信」や「特産品購入への誘導」を実施し、観光物産協会との連携、新嵐山のリニューアルの動きへの対応などと連動しながら観光資源と特産品の魅力を発信していく。

6. 経営戦略会議(庁内評価)

評価	成果指標はコロナ禍により減少しているが、その中でも新嵐山スカイパークに関する取組を進めており、総合的に考えて変わらないと評価する。		A	B	C	D	E
進捗結果						○	
今後の取組に対する意見	5に記載の取組を進めてください。	A: 実現した B: (総合戦略策定時と比較して)大きく前進した C: (総合戦略策定時と比較して)前進した D: (総合戦略策定時と比較して)変わらない又は維持した E: (総合戦略策定時と比較して)後退した					

7. 総合計画審議会(外部評価)

評価	庁内評価同様、変わらないと評価する。		A	B	C	D	E
進捗結果						○	
今後の取組に対する意見	新嵐山スカイパークの利用者数が減少しているが、新規事業を含めて色々な形で周知していただきたい。	A: 実現した B: (総合戦略策定時と比較して)大きく前進した C: (総合戦略策定時と比較して)前進した D: (総合戦略策定時と比較して)変わらない又は維持した E: (総合戦略策定時と比較して)後退した					