

第六次総合計画 施策評価シート（令和3年度）

2-⑫

施策

倉敷の魅力を国内外に発信し、来訪者の増大を図る

担当部局

文化産業局，市長公室，企画財政局，市民局，建設局



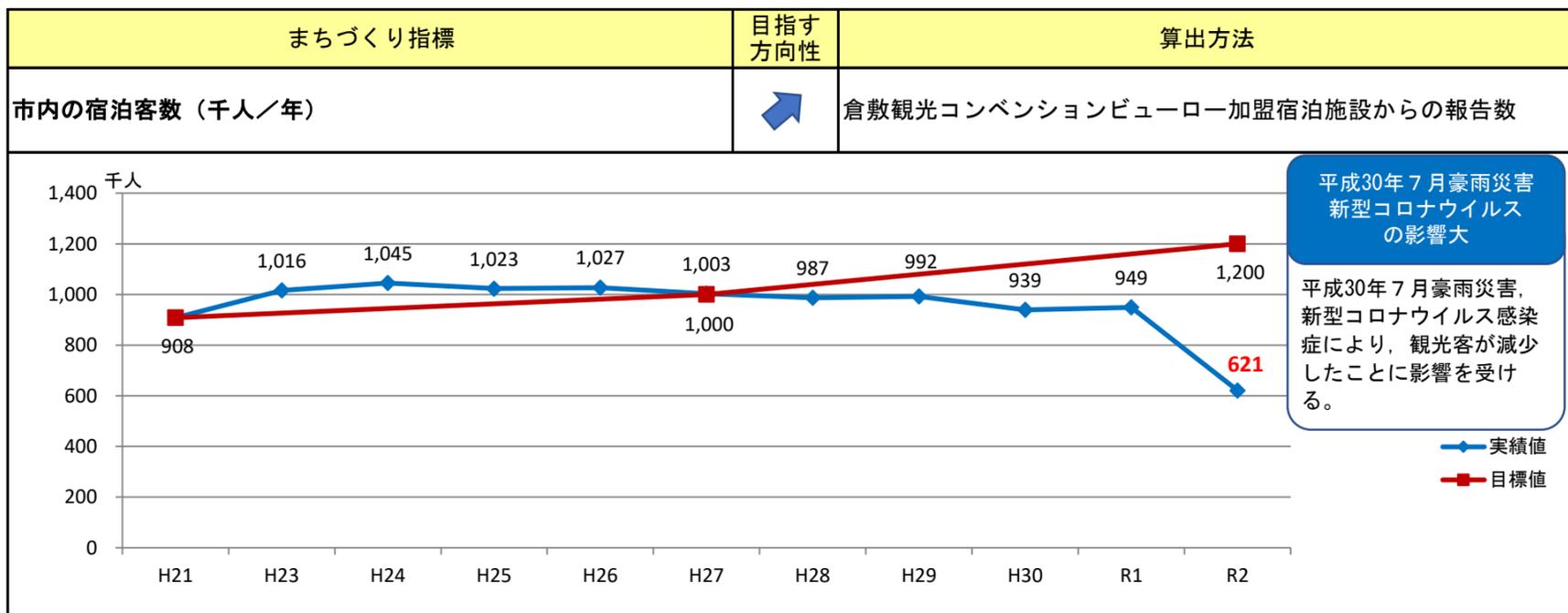
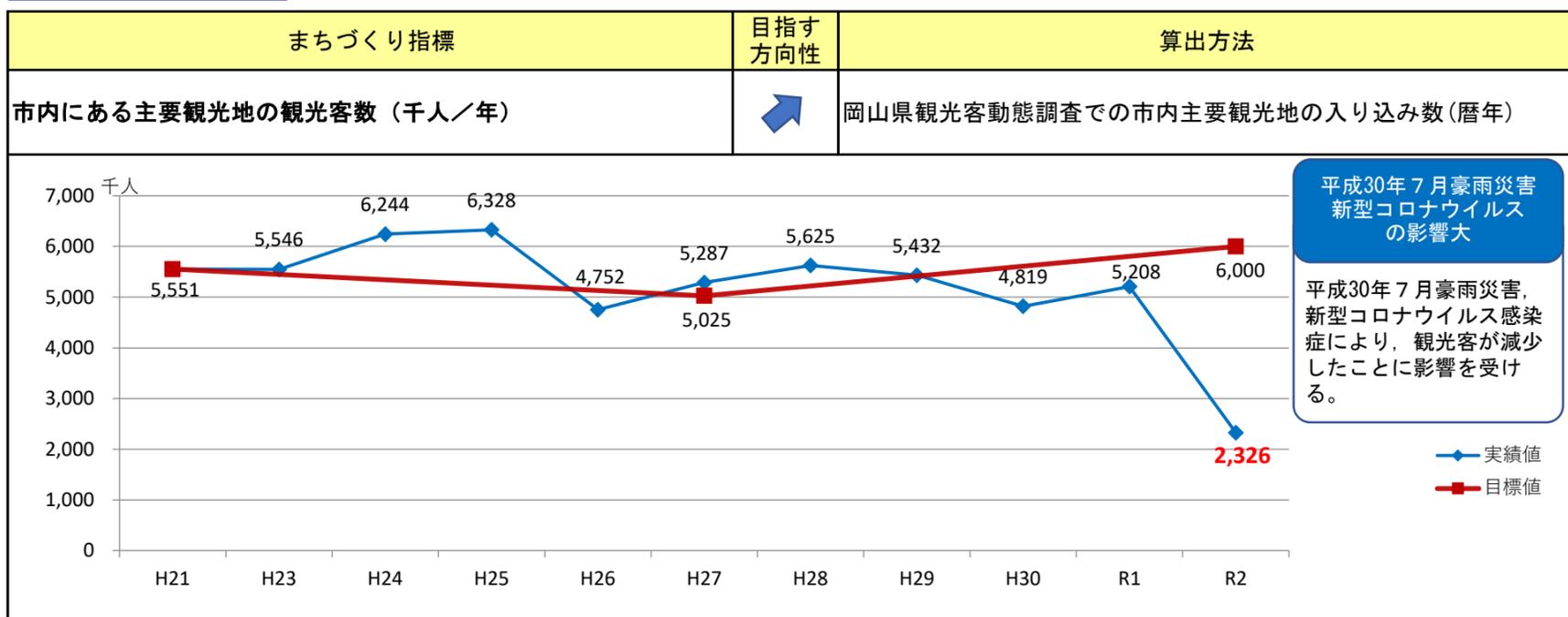
【躍 動】

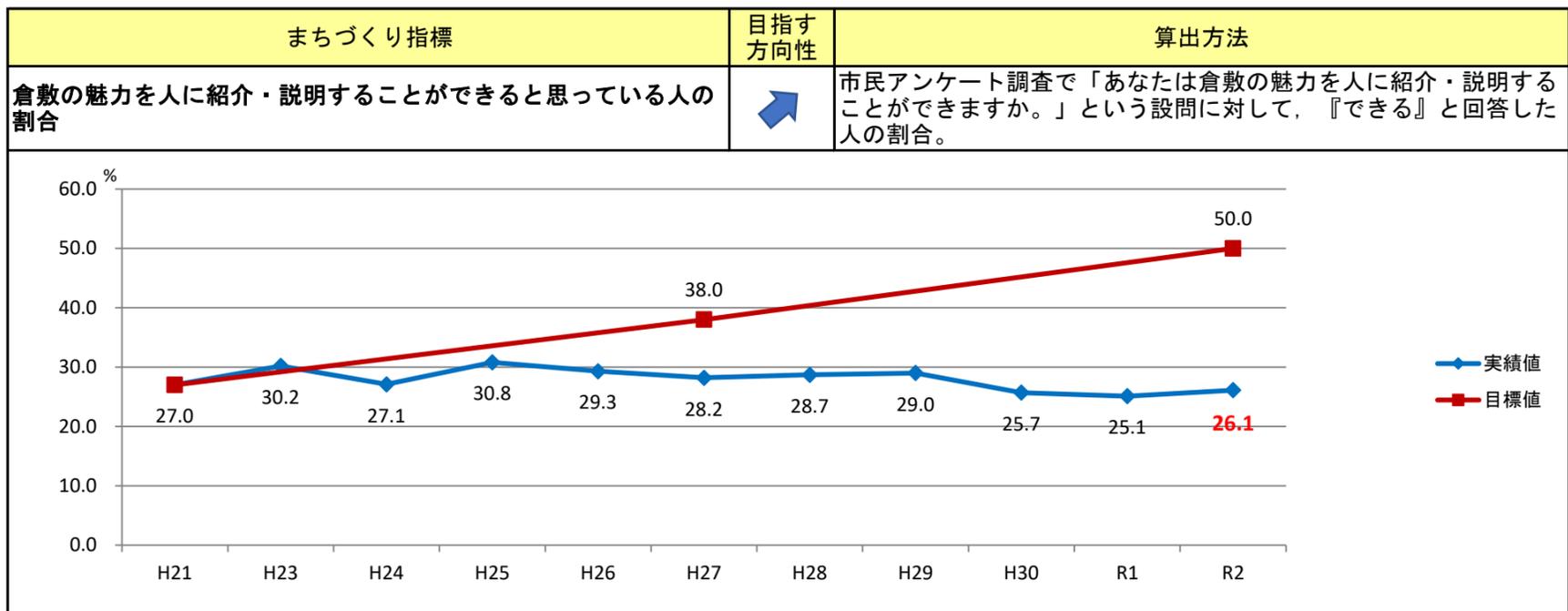
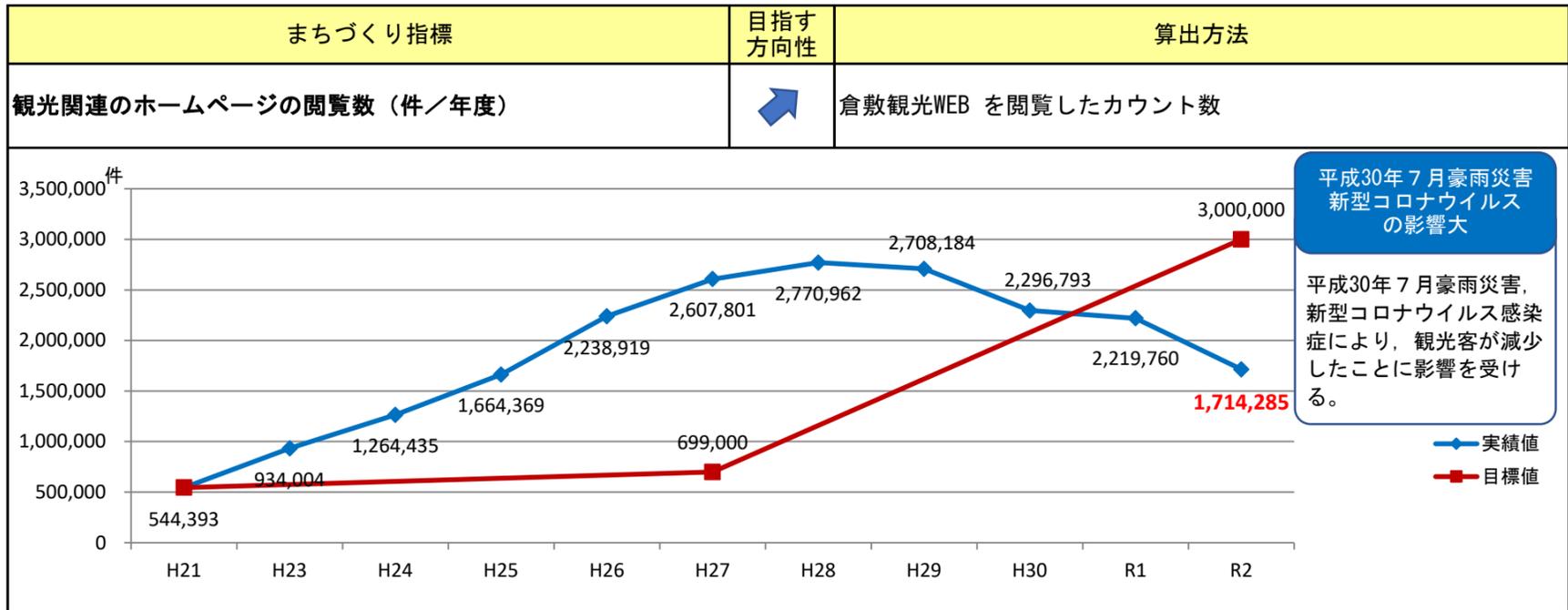
めざまちの姿 倉敷の魅力を積極的にPRし、たくさんの人が訪れるようになっている

市の基本方針

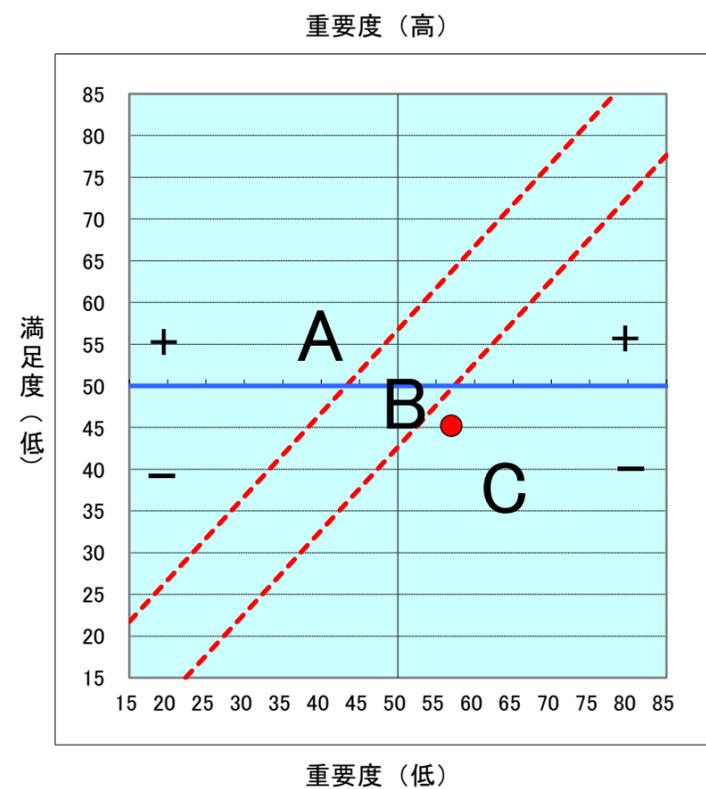
- 多様化する観光ニーズに対応するため、文化観光、産業観光、医療観光、環境観光など、多様な観光メニューが開発される中、本市の豊富な観光資源を効果的に情報提供できる取組を推進し、観光客の増加を図ります。また、外国人観光客の誘客に向け、東アジア圏等の現地において「倉敷市」の知名度を高めるための情報発信を強化します。
- 市内の大学、倉敷観光コンベンションビューローやコンベンション施設、宿泊施設、業界・諸団体、マスコミ等と連携を図り、学術会議、研究会やセミナーなどのコンベンション誘致やフィルムコミッション、修学旅行の誘致を積極的に進めます。
- 各地域や各分野の多様な魅力を、市民をはじめ行政、民間企業などが、マスメディアやインターネットなど情報媒体を効果的に活用し、国内外への情報発信に取り組み、都市イメージの向上を図ります。

数値目標





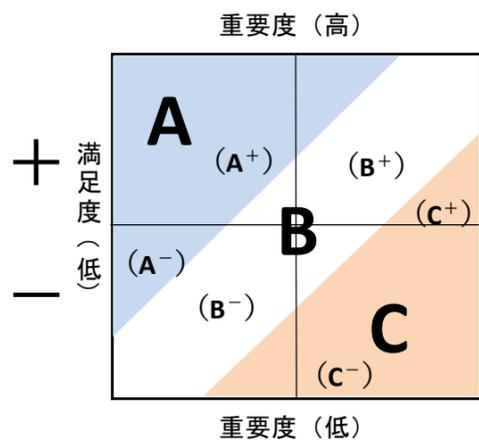
市民の重要度・満足度（R3.5アンケート調査結果）



領域	偏差値	
	重要度	満足度
C ⁻	45.20	56.96

- 重要度に見合う以上の満足度が得られている (C)
- 重要度が平均値より低い (-)

【グラフの見方】



A : 重要度に見合った満足度が得られていない領域
 B : 重要度に見合った満足度が得られている領域
 C : 重要度に見合う以上の満足度が得られている領域

※ 以上の3つの領域を、さらに2つに分割 (3×2領域)
 + : 重要度が平均値より高い部分
 - : 重要度が平均値より低い部分

A⁺, A⁻, B⁺, B⁻, C⁺, C⁻

A⁺ : 重要度が高く、その重要度に見合った満足度が得られていない領域

施策を推進する主な事業の評価

区分	事業名	目的(Ⅰ)／令和2年度の主な実績(Ⅱ)／今後の方向性(Ⅲ)	R2年度 決算額 (千円)
公創	日本遺産推進事業 (再掲)	(Ⅰ) 本市日本遺産の魅力発信により郷土愛と誇りを醸成し地域活性化に繋げた。 (Ⅱ) 日本遺産の普及啓発を目的としたシンポジウムの開催、地元高校生の探求活動支援や成果発表会の開催、小学校に配布するカルタ3,000組の制作、真備復興のためのサイクリングマップ3,000部の制作などに取り組んだ。 (Ⅲ) 今後は高梁川流域圏での連携を模索しながら継続して実施する。	17,836
創	高梁川流域観光誘客事業	(Ⅰ) 圏域の地域資源を活用し、圏域全体の観光振興を図る。 (Ⅱ) 「高梁川流域観光振興協議会」における、新規着地型旅行商品の開発や、観光プロモーション動画「ほとりが、ほっと高梁川流域」の制作を行った。 (Ⅲ) 高梁川流域圏域の市町村との連携を強化しつつ、継続して実施する。	10,290
公創	高梁川流域地域間観光連携事業	(Ⅰ) テーマ毎に魅力を活かした異なる観光施策を実施し、圏域内の周遊促進を図る。 (Ⅱ) 各テーマに沿った非接触型のイベントの実施と、チラシやグッズの製作、新聞掲載やテレビ等を活用した情報発信を行った。 (Ⅲ) 高梁川流域圏域の市町村との連携を強化しつつ、継続して実施する。	7,268
公創	高梁川流域誘客環境整備事業	(Ⅰ) 観光客の受入環境の基盤整備を行うことで、利便性と観光満足度の向上を図る。 (Ⅱ) 「倉敷FreeWi-Fi」サービスの提供と、これに係る維持管理、交流人口調査による事業の効果検証を行った。 (Ⅲ) 継続して実施する。	24,133
公創	備後圏域と連携した観光誘客事業	(Ⅰ) 広域な事業推進に取り組み、圏域間での観光交流人口の増加を図る。 (Ⅱ) 瀬戸内海と島の魅力を活用した着地型旅行商品を開発し、日帰り旅行商品と、宿泊を伴う旅行商品をそれぞれ1回催行した。(69人の参加) (Ⅲ) 備後圏域との連携を強化しつつ、継続して実施する。	999
創	観光イベント事業	(Ⅰ) 各種イベント・祭りを実施することで、観光客の誘致を図る。 (Ⅱ) 新型コロナウイルス感染症の影響により、多くのイベントが中止となる中、せいのり児島瀬戸大橋まつり(秋)はオンラインで開催し、倉敷春宵あかりには66千人の集客があった。 (Ⅲ) 事業内容の検討を行いながら、継続して実施する。	33,909
	観光コンベンションビューロー補助事業	(Ⅰ) 国内外からの多数の観光客やコンベンションの誘致を行うため、公益社団法人倉敷観光コンベンションビューローに補助を行う。 (Ⅱ) 地方創生臨時交付金を活用した市内宿泊促進事業に対する補助を行ったほか、観光案内マップ等印刷物の作成や観光案内所の管理運営に対する補助を行った。 (Ⅲ) 継続して実施する。	241,452
	マスメディア等によるPR事業	(Ⅰ) 多様な媒体を利用した情報発信により、本市への観光誘客の促進を図る。 (Ⅱ) 新聞広告をはじめ、SNSにおける広告掲載など、広く倉敷のPRを実施した。新聞・雑誌掲載7回、SNS・WEB広告掲載6回 (Ⅲ) 継続して実施する。	6,267
創	観光客誘致事業	(Ⅰ) 地域に根付いた歴史文化や教育旅行など様々な目的に応じて設立された協議会等を支援することで、観光客の誘致拡大を目指す。 (Ⅱ) 玉島におけるお茶席体験の実施やリーフレットデータの制作による情報発信や、修学旅行代替行事として近隣からの誘致のため、県内の学校に対し訪問等による誘致活動を行った。 (Ⅲ) 継続して実施する。	11,812
	観光ウェブサイト情報発信事業	(Ⅰ) 観光ウェブサイトを通じた、旬の素材や情報の発信により、本市への観光誘客の促進を図る。 (Ⅱ) 特集ページ「GoTo倉敷Day&Night」の制作、Instagramを開設した情報発信、新型コロナウイルスに対応する情報の発信等を実施した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	2,485
公創	ビジット・くらしき・キャンペーン事業	(Ⅰ) 外国人観光客を増加させるため、商談会参加や受入環境の整備を行う。 (Ⅱ) コロナ禍において、オンライン商談会やシンガポールでのオンラインツアーイベントに参加した。受入環境整備として1,129千円の補助金を交付した。 (Ⅲ) 新型コロナウイルス感染症により影響を受けた国際往來の回復具合を市場ごとに見極めつつ、継続して実施する。	14,447
創	国際おもてなし講座実施事業(再掲)	(Ⅰ) 市民や事業者を対象に英語対応力の向上とおもてなし機運の醸成を目的とした講座を開催する。 (Ⅱ) 新型コロナウイルス感染症拡大により規模を縮小し、市民向け講座を7回開催した。(参加者のべ77人) 美観地区など現地へも出向き、より実践的な英語講座を実施した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	295
創	東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会 ニューゼaland ホストタウン事業・事前キャンプ実施事業(再掲)	(Ⅰ) 大会の開催を通じ、市内のスポーツ振興や国際交流の更なる推進を図る。 (Ⅱ) 令和2年12月23日～30日に水球女子日本代表の東京2020オリンピック事前キャンプを実施した。ホストタウン事業は、SNSやオンライン交流、情報発信により、大会の機運醸成と国際交流の促進を図った。 (Ⅲ) 令和3年に延期となった大会の開催に向け、引き続きウエイトリフティング競技や水球競技の事前キャンプの誘致を行っていく。ホストタウン事業は大会終了後も交流を継続する。	4,835
	コンベンション誘致支援事業・フィルムコミッション事業	(Ⅰ) 地域経済の活性化と新たな交流人口の増加を目指し、コンベンション誘致事業を実施する。 (Ⅱ) コンベンション誘致については、令和2年度は、161件の開催実績があった。フィルムコミッション事業については、映画、ドラマ、旅番組やCMなどのロケ受け入れ支援の件数は9件であった。また、倉敷フィルムコミッションホームページで、情報提供を行った。 (Ⅲ) 継続して実施する。	7,962

区分	事業名	目的(Ⅰ)／令和2年度の主な実績(Ⅱ)／今後の方向性(Ⅲ)	R2年度 決算額 (千円)
	ぼっけえお得な「倉敷みらい旅」事業	(Ⅰ) 宿泊事業者支援として、特典等が付いた宿泊プランの販売助成を行う。 (Ⅱ) 第一弾 助成額 16,736千円 第二弾 助成額 4,671千円 第三弾 助成額 25,527千円 (R3.3月分) (Ⅲ) 継続して実施する。	66,929
公創	くらしき「個性と魅力」発信事業 (再掲)	(Ⅰ) 大都市圏において、くらしき地域資源のPRを行う。 (Ⅱ) 新型コロナの影響により、事業を中止した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	455
公創	くらしき地域資源活性化事業 (地域資源発信) (再掲)	(Ⅰ) 県内外の方々にくらしき地域資源の魅力を発信する。 (Ⅱ) 大正8年以前に創業した老舗企業5社に、市民ホールで感謝状プレートを贈呈した。また、日本遺産「一輪の綿花」のストーリーに沿って、SNS等を通じて老舗企業の情報は発信した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	3,848
公創	くらしき地域資源活性化事業 (国内販路開拓支援) (再掲)	(Ⅰ) 大都市圏商業施設等への出展支援を通じて、地場製品の販路拡大を図る。 (Ⅱ) 新型コロナの影響により、事業を中止した。 (Ⅲ) 継続して実施する。	-
公創	くらしき地域資源活性化事業 (海外販路開拓支援) (再掲)	(Ⅰ) 繊維産業の魅力発信と地域ブランド化を図る。 (Ⅱ) 新型コロナの影響により、事業を中止した。 (Ⅲ) 事業の見直しを行い令和2年度で終了とする。	-
創	ふるさと納税推進事業	(Ⅰ) 歳入を確保し、かつ本市の魅力発信及び地場産業の活性化を図る。 (Ⅱ) 寄附件数：2,475件 寄附実績：88,714,000円 協賛事業者23者と返礼品94品を新たに追加した。 (Ⅲ) 文化産業局等の関係各課と連携して新規協賛事業者の獲得に努めて返礼品を充実する。また、3つの寄附受付サイトを追加し、新規寄附者の獲得に努める。	41,731
	広報紙発行事業	(Ⅰ) 市の施策や事業等を市民に周知することで、市政への理解と協力を得る。 (Ⅱ) 毎月1回、A4判サイズの36ページで、約184,000部発行した。新型コロナウイルス感染症関連などの特に重要な市政情報ははじめ、防災・被災者支援などの特集記事、トピックス情報などを分かりやすく広報した。 (Ⅲ) 市の施策や事業等を広く市民に知らせることができると最も重要な媒体であることから、継続して実施する。	89,695
	マスメディアによる広報事業	(Ⅰ) 各メディアを活用し、本市の個性や魅力を市内外・海外へ広く発信する。 (Ⅱ) 新聞では市政情報の広告を30段分掲載した。テレビでは地元5局で番組を制作、全国で放送した他、CATV2局で市政情報を24時間放送した。FMでは、市長メッセージや各課のお知らせの他、60秒広報を年373回放送した。 (Ⅲ) 市域によらず広く周知できる媒体であり、本市の個性や魅力を視覚的に訴えることができるため、継続して実施する。	29,357
	シティセールス推進事業	(Ⅰ) 首都圏域に対するシティセールスを通じて、本市の個性や魅力を発信する。 (Ⅱ) 倉敷市の個性と魅力をPRするウェブサイト運営、特集記事を作成した。メディア向けのニュースレターを作成し、首都圏等のテレビ局・新聞社・雑誌社・ラジオ局等約300カ所に向け、年4回送付した。 (Ⅲ) 継続して実施しつつ、ニュースレターについては、プレスリリースサービスなど他の事業の実施に伴い、廃止を含めた見直しを行う。	2,360
	倉敷市情報発信事業	(Ⅰ) SNSを活用し、旬な情報など本市の個性や魅力を世界に向け発信する。 (Ⅱ) SNSやYouTubeを活用し、市政情報を随時発信した。 3月31日現在のフォロワー数等は、ツイッターが21,555件、フェイスブックが13,182件。インスタグラムが5,864件、LINEが4,001件 (Ⅲ) 即時性のある情報発信が行えるため、フォロワー数の拡大等に取り組みつつ、継続して実施する。	-
	児島のまちづくり (児島地域活性化事業)	(Ⅰ) 下津井地区 (下津井沖の松島を含む) における集客や消費が増進するようなエリアとしての魅力向上を図る。 (Ⅱ) アーティスト・イン・レジデンスとして、倉敷を拠点に活動する現代アート作家2名を誘致し、旧松島分校での滞在制作や発表会を開催した。 (Ⅲ) 鷲羽山・下津井まちづくり推進協議会が中心となり、更なる賑わいと活力を創出する取組を継続して実施する。	1,201
	観光看板多言語化事業	(Ⅰ) 外国人観光客の受入環境整備のため、観光案内看板を多言語化する。 (Ⅱ) 通仙園等看板修繕、下津井城跡看板設置 (Ⅲ) 継続して実施する。	888
	水島臨海鉄道補助事業 (案内放送設備多言語化事業)	(Ⅰ) 訪日外国人旅行者の受入環境整備を行う。 (Ⅱ) 車両 (1両) の案内放送設備多言語化工事に対して補助を行った。 (Ⅲ) 令和2年度で完了	795