

## 予 算 要 求 資 料

令和3年度当初予算 支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

## 事業名 中部山岳国立公園トレッキング・ツーリズム推進事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

商工労働部 観光企画課 政策企画係 電話番号：058-272-1111(内3058)

E-mail：c11334@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 4,000千円(前年度予算額：5,000千円)

&lt;財源内訳&gt;

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄 附 金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	5,000	0	0	0	0	0	0	0	5,000
要求額	4,000	0	0	0	0	0	0	0	4,000
決定額	4,000	0	0	0	0	0	0	0	4,000

## 2 要求内容

## (1) 要求の趣旨(現状と課題)

- ・飛騨地域におけるR1観光客入込数は約1,000万人。新型コロナウイルスの影響や令和2年7月豪雨災害の影響によりR2年については、観光客入込客数及び外国人宿泊者数は、大幅な減となる見込みである。
- ・GoToトラベルキャンペーンや県のキャンペーン等により効果はあるものの厳しい状況である。
- ・飛騨高山、白川郷など従来の観光資源(歴史・伝統・文化)のみではリピータの獲得が難しい状況。

## (2) 事業内容

## 【魅力発信事業】

## 自然・山岳専門メディアタイアップ事業

- ・大手自然・山岳専門メディアと連携し、中部山岳国立公園内の山岳資源の他、飛騨地域の自然資源と、周辺観光資源の魅力を合わせたプロモーションを図る。
  - ・また、新たに各ユーザーを対象としたツアー造成・販売による直接的な誘客を図る。(ユーザー限定：ビギナー向け山岳ツアー他)
- 活動費(職員旅費他)

## 【プレミアムガイド育成事業】

### 自然ガイド養成事業

- ・飛騨地域における日本山岳ガイド協会の公認団体である、「飛騨山岳ガイド協会」、「飛騨の森ガイド協会」、「白山・白川郷トレイルクラブ」の公認ガイドのレベル向上に向けたサポートを図る。
- ・付加価値の高いガイディングサービスの旅行商品化に向け、メディア、エージェント等を対象としたツアーも開催する（ゼロ予算）

### (3) 県負担・補助率の考え方

県負担

### (4) 類似事業の有無

無

## 3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
旅費	420	職員旅費
需用費	50	消耗品
委託料	3,478	事業委託
報償費	52	講師謝金
合計	4,000	

## 決定額の考え方

## 4 参考事項

### (1) 各種計画での位置づけ

- ・「岐阜県中部山岳国立公園活性化基本構想」
- ・「岐阜県観光振興プラン」

### (2) 国・他県の状況

- ・中部山岳国立公園は、環境省「国立公園満喫プロジェクト」の準モデル公園として位置付けられている

### (3) 後年度の財政負担

- ・新たな誘客対策の柱として継続的に取り組む必要があるため、後年度も継続

### (4) 事業主体及びその妥当性

- ・地域全域における事業であるため、県が事業主体となることは妥当である。

# 事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業
継続要求事業

## 1 事業の目標と成果

### （事業目標）

中部山岳国立公園（県内エリア）について、トレッキングの魅力とあわせて麓地域での楽しみ方を積極的かつ継続して提案することにより、宿泊・滞在観光の拡大につなげる。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	指標の推移		現在値 (前々年度末時点)	目標	達成率
観光消費の経済波及効果	億円 (H - )	4,601億円 (H28)	4,175億円 (H29)	4,172億円 (H30)	5,000億円 (R2)	83.4 %
観光入込客数（実数）	万人 (H - )	4,696万人 (H28)	4,556万人 (H29)	4,603万人 (H30)	4,600万人 (R2)	100.1 %
外国人延べ宿泊者数	万人 (H - )	101万人 (H28)	98万人 (H29)	102万人 (H30)	150万人 (R2)	68.0 %

### 指標を設定することができない場合の理由

### （前年度の取組）

・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）  
 大手山岳メディアやアウトドアメーカーのWEB等により、北アルプスや乗鞍岳に加え、周辺観光資源の魅力発信

### （前年度の成果）

・前年度の取組により得られた事業の成果、今後見込まれる成果  
 多様なプロモーションにより、多くの方に本県の山岳や周辺観光資源の魅力を発信し、国内外に広くトレッキング・ツーリズムの需要喚起を図ることができ、本県への観光入込客数も増加している。

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の必要性（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） ：必要性が高い                      ：必要性が低い</li> </ul>	
(評価) ○	（公社）日本生産性本部の「レジャー白書」によれば、近年、健康増進を目的とした登山者が増えており、また、「国民の祝日山の日」の施行により再び登山ブームが訪れている。こうした中、中部山岳国立公園が「国立公園満喫プロジェクト」の準モデル公園に位置付けられ、誘客拡大の絶好の機会を迎えており、集中的に魅力発信及び受入環境整備を進めることが効果的である。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の有効性（指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか） ：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている ：まだ期待どおりの成果が得られていない</li> </ul>	
(評価) ○	北アルプスの登山者数が増加するなど、一定の成果が上がっている。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の効率性（事業の実施方法の効率化は図られているか） ：効率化は図られている                      ：向上の余地がある</li> </ul>	
(評価) ○	山岳メディアやアウトドアメーカーと連携し、ターゲット層に直接PRを行うなど、効率化は図られている。

### (今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業が直面する課題や改善が必要な事項 中部山岳国立公園エリアの魅力のPRとあわせ、安全なトレッキングの楽しみ方を継続して提示していく必要がある。</li> </ul>
---

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか 中部山岳国立公園（県内エリア）及びその周辺地域への国内外からの誘客は継続的な取組みが大切であり、引き続き、当該資源のプロモーション等に取り組む。</li> </ul>
---

### (他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課	【 課 】
組み合わせて実施する理由や期待する効果 など	

# 予 算 要 求 資 料

令和3年度当初予算      支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

**事業名 「清流の国ぎふ」めぐる旅PR事業費**

（この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください）

商工労働部 観光国際局 観光企画課 国内誘客係 電話番号：058-272-1111（内 3076）

E-mail：[c11334@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11334@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費                      58,202 千円（前年度予算額：50,500 千円）

< 財源内訳 >

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	50,500	1,500	0	0	0	0	0	0	49,000
要求額	58,202	11,191	0	0	0	0	0	0	47,011
決定額	58,202	11,191	0	0	0	0	0	0	47,011

## 2 要求内容

### （1）要求の趣旨（現状と課題）

新型コロナウイルス感染症の影響により減少した観光消費額の回復、さらなる拡大を図っていくためには、旅行検討者に対して「ぎふの魅力」を着実に届け、誘客や周遊を促進する必要がある。そして、WEB等による情報発信とともに、イベントの実施や観光展への参加などによる対面でのPRをバランスよく実施するほか、TVや雑誌などの各種情報媒体を活用して露出強化を図ることも重要となる。

そこで、本事業では、県内市町村や観光協会のほか、JR東海や大阪県人会などとも連携し、対面を中心とした観光PRとTV等の各種メディアへのプロモーションの両輪で本県への観光誘客を促進することで、観光客の県内滞在時間の延長・観光消費額の拡大を図る。

### （2）事業内容

ツーリズムEXPOジャパン出展事業	8,948 千円
首都圏PR事業	1,980 千円
大阪岐阜県人会と連携した誘客PR事業	500 千円
JR東海連携PR事業	5,000 千円
観光PR・出展事業	10,000 千円
観光情報発信事業	11,372 千円
県観光季刊誌制作等事業	20,402 千円
（広報費の一部を統合）	

### （3）県負担・補助率の考え方

岐阜県全域をまたがる国内誘客の推進は県の事業であり、県負担は妥当。

### （4）類似事業の有無

無

### 3 事業費の積算内訳 ツーリズムEXPOジャパン出展事業

事業内容	金額	事業内容の詳細
委託料	4,988	ツーリズムEXPO「岐阜県ブース」企画・運営
使用料及び賃借料	3,960	ツーリズムEXPO出展費
合計	8,948	

#### 首都圏PR事業

事業内容	金額	事業内容の詳細
委託料	1,980	ゆかりの店PRチラシ作成、メディアPR
合計	1,980	

#### 大阪岐阜県人会と連携した誘客PR事業

事業内容	金額	事業内容の詳細
委託料	500	観光PRコーナーの設置
合計	500	

#### JR東海連携PR事業

事業内容	金額	事業内容の詳細
委託料	5,000	連携PRイベント開催、交通媒体によるPR
合計	5,000	

#### 観光PR・出展事業

事業内容	金額	事業内容の詳細
委託料	10,000	PRキャラバン隊
合計	10,000	

#### 観光情報発信事業

事業内容	金額	事業内容の詳細
旅費	550	業務旅費
消耗品費	1,350	PR用グッズの購入
役務費	120	通信運搬費
委託料	9,352	メディアツアー、TVタイアップ、PR冊子の作成
合計	11,372	

#### 県観光季刊誌制作事業

事業内容	金額	事業内容の詳細
委託料	20,402	県観光季刊誌「岐阜っぽ。」等の作成
合計	20,402	

### 決定額の考え方

#### 4 参考事項

##### (1) 各種計画での位置づけ

##### 岐阜県長期構想

ふるさと岐阜県の資源を活かした活力づくり

##### 3 地域の魅力を高め、観光交流を拡大し、消費を増やす

(人を呼び込み、地域の消費を拡大するために)

##### 岐阜県観光振興プラン

##### (2) 後年度の財政負担

関係機関との連携、あるいはメディア等への積極的な働きかけにより、本県の観光情報を効果的・継続的に発信する必要があるため、後年度も継続する。

# 事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業
継続要求事業

## 1 事業の目標と成果

### （事業目標）

- ・何をいつまでにどのような状態にしたいのか  
一つのエリアで複数泊（連泊）が楽しめる地域が県内に多く存在し、これらを周遊することで、本県の高品質かつ本物の魅力が満喫できる宿泊滞在型観光を定番化する。
- ・第1ステージ(H20-24)観光資源の掘り起こしとブランディング<点の拡大>
- ・第2ステージ(H25-29)宿泊滞在型観光の本格展開<点から線へ>
- ・第3ステージ(H30-)岐阜ならではの宿泊滞在型観光の定番化<線から面へ>

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	指標の推移		現在値 (前々年度末時点)	目標	達成率
観光消費の経済波及効果	億円 (H-)	4,601億円 (H28)	4,175億円 (H29)	4,172億円 (H30)	5,000億円 (R2)	83.4%
観光入込客数(実数)	万人 (H-)	4,696万人 (H28)	4,556万人 (H29)	4,603万人 (H30)	4,600万人 (R2)	100.1%
外国人延べ宿泊者数	万人 (H-)	101万人 (H28)	98万人 (H29)	102万人 (H30)	150万人 (R2)	68.0%

### 指標を設定することができない場合の理由

### （前年度の取組）

- ・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）  
様々なメディアを利用したプロモーションに加え、岐阜県観光展の開催や、旅の祭典「トラベルフェスタ」に出展し、県内各市町村と連携しながら岐阜県観光をPRした。また、関西圏の情報発信拠点である大阪岐阜県人連合会等においても、世界に誇る遺産を中心とした岐阜県の観光資源をPRした。

### （前年度の成果）

- ・前年度の取組により得られた事業の成果、今後見込まれる成果  
新型コロナウイルスの影響により、事業の範囲は限られたが、メディアの活用と観光展等の実施を両輪に、効果的に誘客を促進した。

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の必要性（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） ：必要性が高い                      ：必要性が低い</li> </ul>	
(評価)	観光客の県内周遊滞在を促進し、観光消費額を拡大させるため、市町村や観光協会などの関係機関と連携し、また、メディアを活用することによりボリューム層である三大都市圏を中心に観光PRを行い、岐阜県観光への興味を喚起する必要がある。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の有効性（指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか） ：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている ：まだ期待どおりの成果が得られていない</li> </ul>	
(評価)	旅行検討者に直接・間接に情報発信を行うことにより、岐阜県の魅力を認知させることができ、県内への観光誘客及び観光消費額の拡大に有効な事業である。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の効率性（事業の実施方法の効率化は図られているか） ：効率化は図られている                      ：向上の余地がある</li> </ul>	
(評価)	市町村など関係機関と連携し、メディアも活用してプロモーションを展開することにより、旅行検討者へ岐阜県の旬な観光情報を効果的・効率的に発信している。

### (今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業が直面する課題や改善が必要な事項 長期的な視点に立った首都圏、関西圏のプロモーション（新規顧客の獲得）と短期的な中京圏（リピーター獲得）を区別し、PRする内容も変えながら、PRすることが必要。さらに、新型コロナウイルスの感染状況にあわせて、実施方法を検討する必要がある。</li> </ul>
--

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか 岐阜県への誘客のためには、継続的なプロモーションが必要である。</li> </ul>
--

### (他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課	【 課 】
組み合わせて実施する理由や期待する効果 など	

# 予 算 要 求 資 料

令和3年度当初予算 支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

## 事業名 「清流の国ぎふ」誘客キャンペーン事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

商工労働部 観光国際局 観光企画課 国内誘客係 電話番号：058-272-1111(内 3075)

E-mail：[c11334@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11334@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費 18,036 千円 (前年度予算額：38,800 千円)

< 財源内訳 >

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄 附 金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	38,800	12,791	0	0	0	0	0	0	26,009
要求額	18,036	9,018	0	0	0	0	0	0	9,018
決定額	18,036	9,018	0	0	0	0	0	0	9,018

## 2 要求内容

### (1) 要求の趣旨(現状と課題)

新型コロナウイルスの影響により、2020年4月以降の入込客数及び宿泊客数とも大幅に減少し、非常に厳しい状況である。また、2020年度はGOTOトラベル事業により、週末を中心にある回復するが、GOTOトラベル事業終了後には、その反動が心配される。また、外国人宿泊客も新型コロナウイルスが終息するまで当面期待できないことから、国内誘客を強化する必要がある。

### (2) 事業内容

新型コロナウイルスにより、デジタルを中心としたプロモーションに特化するとともに、市町村や観光関係団体、事業者等との連携を強化し、参画意識を高める国内誘客キャンペーンを本格展開する。

オンライン旅行社(OTA)を活用した宿泊促進(14,956千円)

県内周遊ドライブキャンペーン(3,080千円)

### (3) 県負担・補助率の考え方

県内への誘客・宿泊促進は県の事業であり、県負担は妥当。

- ( 4 ) 類似事業の有無  
無

### 3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
委託料	18,036	( 1 ) 特別宿泊プランの造成・販売・プロモーション ( 2 ) 県内周遊ドライブキャンペーン
合計	18,036	

### 決定額の考え方

#### 4 参考事項

- ( 1 ) 各種計画での位置づけ

岐阜県長期構想

ふるさと岐阜県の資源を活かした活力づくり

- 3 地域の魅力を高め、観光交流を拡大し、消費を増やす

( 人を呼び込み、地域の消費を拡大するために )

岐阜県観光振興プラン

- ( 2 ) 後年度の財政負担

観光消費額拡大のためには、「世界に誇る遺産」を中心とした岐阜県の観光情報を効果的・継続的に発信する必要があるため、後年度も継続する。

# 事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業
継続要求事業

## 1 事業の目標と成果

### （事業目標）

- ・何をいつまでにどのような状態にしたいのか  
一つのエリアで複数泊（連泊）が楽しめる地域が県内に多く存在し、これらを周遊することで、本県の高品質かつ本物の魅力が満喫できる宿泊滞在型観光を定番化する。
- ・第1ステージ(H20-24)観光資源の掘り起こしとブランディング<点の拡大>
- ・第2ステージ(H25-29)宿泊滞在型観光の本格展開<点から線へ>
- ・第3ステージ(H30-)岐阜ならではの宿泊滞在型観光の定番化<線から面へ>

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	指標の推移		現在値 (前々年度末時点)	目標	達成率
観光消費の経済波及効果	億円 (H-)	4,601億円 (H28)	4,175億円 (H29)	4,172億円 (H30)	5,000億円 (R2)	83.4%
観光入込客数(実数)	万人 (H-)	4,696万人 (H28)	4,556万人 (H29)	4,603万人 (H30)	4,600万人 (R2)	100.1%
外国人延べ宿泊者数	万人 (H-)	101万人 (H28)	98万人 (H29)	102万人 (H30)	150万人 (R2)	68.0%

### 指標を設定することができない場合の理由

### （前年度の取組）

- ・事業の活動内容（会議の開催、研修の参加人数等）  
キャンペーン特設サイトを開設し、県内の市町村や観光事業者等と一体となった情報発信をおこなうとともに、大手宿泊予約サイトを活用し、キャンペーン宿泊プランの造成及び情報発信を実施した。

### （前年度の成果）

- ・前年度の取組により得られた事業の成果、今後見込まれる成果  
新型コロナウイルスの影響でインバウンドが見込めない中、10月以降の大手宿泊予約サイトの宿泊者数は対前年比プラスになっている。

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の必要性（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） ：必要性が高い                      ：必要性が低い</li> </ul>	
(評価)	観光客の県内周遊滞在を促進し、観光消費額を拡大させるため、旅行検討ツールとして主流であるインターネットを活用した宿泊・観光PRを行い、岐阜県への興味を喚起する必要がある。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の有効性（指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか） ：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている ：まだ期待どおりの成果が得られていない</li> </ul>	
(評価)	新型コロナウイルスの影響で、大手宿泊予約サイトにおける県内宿泊者数は大幅に減少していたが、9月以降は対前年比で増加しており、成果は得られている。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の効率性（事業の実施方法の効率化は図られているか） ：効率化は図られている                      ：向上の余地がある</li> </ul>	
(評価)	県内の市町村や観光事業者等と一体となった情報発信をおこなうことで、着実に旅行検討者へPRする手法で実施している。

### (今後の課題)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業が直面する課題や改善が必要な事項 新型コロナウイルスの影響により大幅に減少した入込客数や宿泊者数も、国のGOTOトラベル事業や県の「ほっと一息、ぎふの旅」キャンペーン等により回復傾向にあるが、キャンペーンが終了した後の反動が懸念される。</li> </ul>
---

### (次年度の方向性)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・継続すべき事業か。県民ニーズ、事業の評価、今後の課題を踏まえて、今後どのように取り組むのか インバウンドが見込めない中、県内宿泊事業者からは、インバウンドに頼ることなく、国内観光客を盤石とする必要があるとの声が大きくなっており、本事業を継続することは必須である。</li> </ul>
--

### (他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課	【 課 】
組み合わせる理由や期待する効果 など	

# 予 算 要 求 資 料

令和3年度当初予算 支出科目 款：商工費 項：観光費 目：観光開発費

## 事業名 旅館で働く魅力発信事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

商工労働部 観光国際局 観光企画課 政策企画係 電話番号：058-272-1111(内 3059)

E-mail：[c11334@pref.gifu.lg.jp](mailto:c11334@pref.gifu.lg.jp)

1 事業費 525 千円 (前年度予算額：9,400 千円)

<財源内訳>

区 分	事業費	財 源 内 訳							
		国 庫 支出金	分担金 負担金	使用料 手数料	財 産 収 入	寄附金	その他	県 債	一 般 財 源
前年度	9,400	4,437	0	0	0	0	0	0	4,963
要求額	525	0	0	0	0	0	0	0	525
決定額	525	0	0	0	0	0	0	0	525

## 2 要求内容

### (1) 要求の趣旨(現状と課題)

近年、外国人観光客が急増するなど観光振興による地域経済の活性化が期待される一方で、旅館・ホテルなどの宿泊業や飲食サービス業は従来から従業員の離職率が高く、また、宿泊業の高齢化が顕著となる中、観光産業の労働力確保は喫緊の課題となっている。

このため、本県が「世界に選ばれる観光地」としてさらなる成長を遂げるためには、本県観光産業の魅力を広く発信し、人材確保を進めることにより、サービスの安定化を図る必要がある。

### (2) 事業内容

本県観光産業を支える旅館・ホテルの主な業務内容や働くやりがい・魅力について、学生等に対して紹介・発信することにより、就職希望者と県内観光産業事業者とのマッチング、ひいては観光産業の人材確保につなげる。

出前講座・合同企業説明会の開催

観光分野を専門的に学ぶ県内外の学生等に対し、県内の旅館の女将などが直接、旅館での働き甲斐や地域の魅力を伝える「出前講座」や県内宿泊施設に特化した「合同企業説明会」を開催する。

## 観光業のイメージアップPR

県内の旅館・ホテルで働く魅力を紹介する動画等のPRツールを活用し、広く発信を行う。

### (3) 県負担・補助率の考え方

本事業は県内観光産業の振興を目的とする事業であり、県負担は妥当。

### (4) 類似事業の有無

無

## 3 事業費の積算内訳

事業内容	金額	事業内容の詳細
報償費	110	出前講座講師謝金
会議費	27	意見交換会実施
旅費	388	出前講座費用弁償、業務旅費
合計	525	

### 決定額の考え方

## 4 参考事項

### (1) 各種計画での位置づけ

「清流の国ぎふ」創生総合戦略

3 地域にあふれる魅力と活力づくり

### (2) 次世代を見据えた産業の振興

観光産業の基幹産業化

### (2) 国・他県の状況

観光産業人材の確保に向けて、近年、各県でも様々に取り組まれている。

### (3) 後年度の財政負担

短期的に解決できる問題ではなく、一定期間、継続して行う必要がある。

# 事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業
継続要求事業

## 1 事業の目標と成果

### （事業目標）

・何をいつまでにどのような状態にしたいのか  
 本事業の実施により、令和2年度末の時点で、「人材の職場定着化 サービスの向上、安定化 県の観光産業力アップ」というサイクルが実質的に機能し、下表のとおり観光消費額が増加することを目標とする。

### （目標の達成度を示す指標と実績）

指標名	事業開始前	指標の推移		現在値 (前々年度末時点)	目標	達成率
観光消費の経済波及効果	億円 (H - )	4,601億円 (H28)	4,175億円 (H29)	4,172億円 (H30)	5,000億円 (R2)	83.4%
観光入込客数(実数)	万人 (H - )	4,696万人 (H28)	4,556万人 (H29)	4,603万人 (H30)	4,600万人 (R2)	100.1%
外国人延べ宿泊者数	万人 (H - )	101万人 (H28)	98万人 (H29)	148万人 (H30)	150万人 (R2)	98.7%

指標を設定することができない場合の理由

### （前年度の取組）

学生や留学生、転職希望者を対象にシゴト体験会を実施するとともに、県内の宿泊施設で働く魅力を伝えるための出前講座や合同企業説明会を開催した。

### （前年度の成果）

シゴト体験会を通して、多くの方に宿泊施設で働く魅力や、その宿泊施設がある土地の魅力を体験していただくことができた。  
 また、出前講座や合同企業説明会の開催により、宿泊施設で働く魅力を直接PRし、学生とのマッチング機会を創出するとともに、宿泊施設と学校との間で顔の見える関係を構築することができた。

## 2 事業の評価と課題

### (事業の評価)

<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の必要性（社会経済情勢等に沿った事業か、県の関与は妥当か） ：必要性が高い                      ：必要性が低い</li> </ul>	
(評価)  ○	本事業は観光産業人材の確保を目的とする事業であり、県の関与は妥当。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の有効性（指標等の状況から見て事業の成果はあがっているか） ：概ね期待どおりまたはそれ以上の成果が得られている ：まだ期待どおりの成果が得られていない</li> </ul>	
(評価)  ○	本事業を通して県内観光産業で働く魅力は県内外の学生及び転職希望者等に着実に認知されており、概ね期待どおりの成果が得られている。
<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の効率性（事業の実施方法の効率化は図られているか） ：効率化は図られている                      ：向上の余地がある</li> </ul>	
(評価)  ○	大学との連携により、県内観光産業の魅力を学生へ発信するため、効率化は図られている。

### (今後の課題)

実際の就職に結びつく魅力発信の取組みを行う必要がある。
-----------------------------

### (次年度の方向性)

観光産業の人材確保は短期的に解決できる問題ではなく引き続き事業の継続が必要である。
---

### (他事業と組み合わせて実施する場合の事業効果)

組み合わせ予定のイベント又は事業名及び所管課	【    課   】
組み合わせる理由や期待する効果 など	