

令和4年度（令和5年度実施）事務事業評価表

事業整理番号 0503 政08

事務事業名	インバウンド推進事業	担当組織	文化商工部	文化観光課
-------	------------	------	-------	-------

事業特性										
事業を構成する予算事業	事業開始年度	30年度以前	事業終了年度		計画／一般	計画	計画事業No.	7	2	4
	単独／補助	区単独事業	運営形態	全部業務委託	関連するSDGsのゴール		10	11	17	
①	インバウンド推進事業経費				②					

政策体系（令和4年度基本計画）									
地域づくりの方向	魅力と活力にあふれるにぎわいのまち			政策	観光によるにぎわいの創出				
施策	魅力的な観光情報の発信【重点】			政策番号	7-2-2				
関連する個別計画	豊島区観光振興プラン			計画策定年度	平成30年度	計画期間	5年		

1. 事業の概要・指標の達成状況

(1)実施の対象（具体的に記載）	豊島区に訪問している/する予定・または興味を持っている外国人								
(2)事業の目的・期待する効果	訪日外国人に向けて、豊島区に興味を持ってもらい、実際に来街してもらうこと。街なかを回遊し、区内の魅力的な観光資源に触れてもらうこと。								
(3)事業概要	訪日外国人に対するおもてなし環境を整備し、豊島区の魅力を多様な媒体を活用して情報発信することにより、外国人観光客の増加と滞在満足度の向上を図る。								

(4) 目標の達成状況	4年度の取組内容（4年度に実施した具体的な業務内容）	<ul style="list-style-type: none"> ・世界108都市39カ国で発行実績のある外国人目線に即したインバウンド冊子（Time Out）をWEB版で発行。 ・令和4年6月10日より再開となったインバウンドへの訪日プロモーションとして、日本に関心が高い台湾へ向けたPRを行った。 ・池袋を中心とした民間企業と協働した「池袋インバウンド推進協力会」にオブザーバーとして参加し、企業と連携してインバウンド誘致を図っていく。 ・アフターコロナ、インバウンド再開への対応を行い、デジタル化、SNSの活用等を踏まえた観光情報の提供を検討。 								
	成果指標（事業目標の達成度）	成果指標	目指す方向性	単位	3年度（実績）	4年度（計画）	4年度（実績）	（達成率）	5年度（計画値）	
	①	TOSHIMA Free Wi-Fiの外国語アクセス状況	→	件	157,350	160,000	142,440	89.00%	160,000	
	②									
指標の説明	①当該年度に外国語でTOSHIMA Free Wi-Fiを利用した総件数。									
未達成の状況	未達成	未達成または一部未達成の理由	令和4(2022)年10月以降、入国制限が緩和され、外国人観光客の来街者は増加傾向にあるが、コロナ禍前の水準には戻っていないため。							

(5) 取組実績	活動指標（事業の実施状況）	活動指標	目指す方向性	単位	3年度（実績）	4年度（計画）	4年度（実績）	（達成率）	5年度（計画値）
	①	外国語観光冊子の作成部数	↗	部	0	0	0	0	0
	②	インバウンド推進協力会開催回数	→	回	0	5	6	120.0%	10
	③	文化観光課整備によるTOSHIMA Free Wi-Fiのアクセスポイント数	→	箇所	35	35	35	100.0%	35
指標の説明	①当該年度に発行した外国語観光冊子の総数 ②宿泊事業者、百貨店等民間事業者によるインバウンド推進のための協力組織、区はオブザーバー参加している。 ③区公共施設、駅周辺等街なかで文化観光課が整備を行っているTOSHIMA Free Wi-Fiのアクセスポイント数								
未達成の状況	一部未達成	未達成または一部未達成の理由	コロナ禍でweb版のみ保守運用を行っていたため、冊子としては新規発行を中止している。今後は、順次発行を再開していく必要がある。						

2. 事業費の推移

単位 （金額の項目：千円 人数の項目：人）	3年度		4年度			5年度		
	予算	決算	予算	決算	執行率	予算	増減（R4決算比）	
事業費	A	550	550	550	990	180.0%	550	-440
人件費	【正規（人数）】	—	(0.50)	—	(0.50)		(0.50)	—
	【会計年度任用職員等（人数）】	—	(0.00)	—	(0.00)		(0.00)	—
	人件費 B	B	—	4,250	—	4,250		4,250
事業費（人件費含む）	C=A+B	—	4,800	—	5,240		4,800	-440
財源内訳	国、都支出金		0	0	0		0	0
	使用料・手数料	D	0	0	0		0	0
	地方債・その他		0	0	0		0	0
一般財源	E=C-D	—	4,800	—	5,240		4,800	-440

3. 総合評価及びR5年度以降に向けての対応・改善策

(1)令和4年度成果と課題	【指標の達成状況(a)】 →S、A、B、C、Dの5段階で評価	B	根拠	コロナ禍の影響により訪日外国客数が少なかったことによる。																														
	※上記の達成状況を踏まえ、評価及びその根拠を記載してください。 ※以下の欄には、①目標に対する成果結果の課題、②指標以外の数値では測れない効果について記載してください。																																	
①目標に対する成果状況を踏まえた課題																																		
コロナ禍を経て再びインバウンド需要が増加しており、区内の魅力を発信する手段として、早急に外国語観光案内冊子の発行、SNS等を活用した観光PR等を検討していく必要がある。																																		
②指標に表れない事業の成果(指標以外の成果)																																		
(2)業務(事務)改善にむけての取組み	【業務(事務)改善に向けての取組み(b)】 S、A、B、Cの4段階で評価 ⇒	B	根拠	web版のみ運用の英語版観光案内冊子を、再度、旅ナカでの需要が多い紙媒体でも発行する必要がある。																														
	※下の確認事項の内容を踏まえ、齟齬がないよう評価及び根拠欄を記載してください。 ※昨年度に何らかの対応、改善を行い、事業を大きく前進させる成果があった場合のみ「S」評価としてください。																																	
	①目標に対する成果状況を踏まえた課題(再掲)																																	
	コロナ禍を経て再びインバウンド需要が増加しており、区内の魅力を発信する手段として、早急に外国語観光案内冊子の発行、SNS等を活用した観光PR等を検討していく必要がある。																																	
	②現状の実施状況における所管課の認識																																	
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">事業の中に環境変化に合わなくなったものはあるか。</td> <td style="width: 10%;">有</td> <td style="width: 10%;">選択の理由</td> <td style="width: 50%;">来街者に向けた観光情報発信媒体を強化する必要がある。</td> </tr> <tr> <td>直営や委託等の様々な手法を比較検討しているか。</td> <td>有</td> <td>選択の理由</td> <td>他区の観光発信情報についてヒアリングを行い、委託と直営の比較を行っている。</td> </tr> <tr> <td>サービスに係るコストは適正か</td> <td>適正</td> <td>選択の理由</td> <td>対象となる外国人に訴求する情報を発信する必要がある、専門業者に委託する必要がある。</td> </tr> <tr> <td>統合した方が効率的にできる可能性のある事業はあるか。</td> <td>無</td> <td>(有の場合)事業名</td> <td></td> </tr> </table>					事業の中に環境変化に合わなくなったものはあるか。	有	選択の理由	来街者に向けた観光情報発信媒体を強化する必要がある。	直営や委託等の様々な手法を比較検討しているか。	有	選択の理由	他区の観光発信情報についてヒアリングを行い、委託と直営の比較を行っている。	サービスに係るコストは適正か	適正	選択の理由	対象となる外国人に訴求する情報を発信する必要がある、専門業者に委託する必要がある。	統合した方が効率的にできる可能性のある事業はあるか。	無	(有の場合)事業名															
事業の中に環境変化に合わなくなったものはあるか。	有	選択の理由	来街者に向けた観光情報発信媒体を強化する必要がある。																															
直営や委託等の様々な手法を比較検討しているか。	有	選択の理由	他区の観光発信情報についてヒアリングを行い、委託と直営の比較を行っている。																															
サービスに係るコストは適正か	適正	選択の理由	対象となる外国人に訴求する情報を発信する必要がある、専門業者に委託する必要がある。																															
統合した方が効率的にできる可能性のある事業はあるか。	無	(有の場合)事業名																																
③上記①、②を踏まえた所管課の対応実施状況																																		
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">対応、改善を既にを行った</td> <td style="width: 15%;">いいえ</td> <td style="width: 10%;">はい</td> <td style="width: 40%;">取組内容及び効果</td> <td style="width: 10%;">予算措置</td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>対応・改善予定(上記ではい場合は更なる)</td> <td>有</td> <td>無</td> <td>対応、改善の予定がない理由</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>選択肢に関わらず</td> <td>有</td> <td>有</td> <td>日本語・外国語の観光冊子の発行・SNSを活用した情報発信・民間と連携したインバウンド向け情報発信</td> <td>予算措置を伴わない実施との比較検討</td> <td>有</td> </tr> <tr> <td></td> <td>有</td> <td>有</td> <td>予算措置を伴う理由</td> <td>コロナ禍で縮小した経費を拡充する必要があるため</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>予定時期</td> <td></td> <td>令和6年度</td> </tr> </table>					対応、改善を既にを行った	いいえ	はい	取組内容及び効果	予算措置		対応・改善予定(上記ではい場合は更なる)	有	無	対応、改善の予定がない理由			選択肢に関わらず	有	有	日本語・外国語の観光冊子の発行・SNSを活用した情報発信・民間と連携したインバウンド向け情報発信	予算措置を伴わない実施との比較検討	有		有	有	予算措置を伴う理由	コロナ禍で縮小した経費を拡充する必要があるため					予定時期		令和6年度
対応、改善を既にを行った	いいえ	はい	取組内容及び効果	予算措置																														
対応・改善予定(上記ではい場合は更なる)	有	無	対応、改善の予定がない理由																															
選択肢に関わらず	有	有	日本語・外国語の観光冊子の発行・SNSを活用した情報発信・民間と連携したインバウンド向け情報発信	予算措置を伴わない実施との比較検討	有																													
	有	有	予算措置を伴う理由	コロナ禍で縮小した経費を拡充する必要があるため																														
			予定時期		令和6年度																													
(3)必要性/優先度	【区が実施する必要性(c)】 S、A、B、Cの4段階で評価 ⇒	A	根拠	行政が先導することにより、区内を総合した観光PRを実施することが可能となるため。																														
	※下の確認事項を踏まえ、齟齬がないよう評価及び根拠欄を記載してください。 ※「区の他の事業より注力すべき事業」または「区民ニーズが大幅に増加している」の場合のみ「S」評価としてください。																																	
	①区が実施する理由(複数選択可)																																	
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"> 区他の事業より注力すべき事業である。 ※部の主要課題のうち、特に優先すべき事業の場合チェック </td> <td style="width: 50%;"> <input checked="" type="checkbox"/> 法律の要請を受けて行う事業である。 </td> </tr> <tr> <td> <input checked="" type="checkbox"/> 民間事業者等に同様のサービスがない。 </td> <td> <input type="checkbox"/> その他(理由) 行政が先導することにより、区内を総合した観光PRを実施することが可能となるため。 </td> </tr> </table>					区他の事業より注力すべき事業である。 ※部の主要課題のうち、特に優先すべき事業の場合チェック	<input checked="" type="checkbox"/> 法律の要請を受けて行う事業である。	<input checked="" type="checkbox"/> 民間事業者等に同様のサービスがない。	<input type="checkbox"/> その他(理由) 行政が先導することにより、区内を総合した観光PRを実施することが可能となるため。																										
区他の事業より注力すべき事業である。 ※部の主要課題のうち、特に優先すべき事業の場合チェック	<input checked="" type="checkbox"/> 法律の要請を受けて行う事業である。																																	
<input checked="" type="checkbox"/> 民間事業者等に同様のサービスがない。	<input type="checkbox"/> その他(理由) 行政が先導することにより、区内を総合した観光PRを実施することが可能となるため。																																	
②区民ニーズ																																		
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">区民ニーズを表す指標</td> <td style="width: 10%;">有</td> <td style="width: 10%;">有</td> <td style="width: 15%;">指標番号(活動)</td> <td style="width: 15%;">指標番号(成果)</td> <td style="width: 10%;">①</td> <td style="width: 10%;">サービス利用者数</td> <td style="width: 15%;">50名以上</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>推移</td> <td>推移</td> <td>→</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="8"> 「有」「無」ともに記入 区民ニーズに対する認識 外国人を含む来街者の増加により間接的に恩恵を受ける区内事業者は多いと推察される。 </td> </tr> </table>					区民ニーズを表す指標	有	有	指標番号(活動)	指標番号(成果)	①	サービス利用者数	50名以上				推移	推移	→			「有」「無」ともに記入 区民ニーズに対する認識 外国人を含む来街者の増加により間接的に恩恵を受ける区内事業者は多いと推察される。													
区民ニーズを表す指標	有	有	指標番号(活動)	指標番号(成果)	①	サービス利用者数	50名以上																											
			推移	推移	→																													
「有」「無」ともに記入 区民ニーズに対する認識 外国人を含む来街者の増加により間接的に恩恵を受ける区内事業者は多いと推察される。																																		
総合評価(d=a+b+c)		ランク3																																

4. R5年6月末時点の状況

①令和5年度当初の課題・ニーズ	コロナ禍を経て再びインバウンド需要が増加しており、区内の魅力を発信する手段として、web上での英語による運用だけでなく、早急に英語による観光冊子発行の再開、観光PR等を検討していく必要がある。旅ナカの旅行者には、電子化された情報だけでなく、紙媒体での需要がある。行政が先導することにより、区内を総合した観光PRを実施することが可能となる。また、紙で発行している観光冊子についても、web上でも閲覧できるように電子化を図っていく。現在、日本人向けには、若年層にユーザーの多いInstagramを活用した情報発信に力を入れているが、訪日外国人を対象としたSNS等による旬の情報発信については、ターゲット毎に有効な情報発信の方策があるため、区直営による情報発信は難しいと考えており、委託等を踏まえた予算措置については、費用対効果等を十分に検証した上で検討していく。
②国・都の動き(関係法令の改正・補助金の創設・方針の変更など)	平成19年1月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定された(令和5年3月31日閣議決定)。この基本計画においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしている。
③令和5年度の方向性・取組方針(事業展開)	効果的効率的なインバウンド対応として、最優先で拡充すべき内容を見極めるため、他区の情報を収集し、令和6年度予算要求に反映させる。
④令和5年度の事業進捗状況(6月末時点)	引き続きweb版Time Out誌の保守運営を継続するとともに、再度紙媒体での発行を検討すべく、現行の情報発信媒体の整理や、他区の観光情報発信事業について現状調査を行っている。コロナ禍前の2019年と比較して、欧米系の訪日外国人が増加しており、中国富裕層が戻っていない。アジア系の訪日外国人においても英語を使用する方は多く、最優先課題として、令和6年度新規拡充事業にて予算を確保した上で、英語版観光ガイドマップを発行し、令和7年度以降に中国語(簡体字・繁体字)での発行を検討していく。
⑤区民等からの事業に対する意見・要望	区内宿泊事業者、百貨店で構成するインバウンド推進協力会において、各事業者がターゲットとする外国人にSNSで情報発信するため、区のイベント情報を提供いただきたい旨要望があった。
⑥上記⑤に対する対応	令和5年度は、コロナ禍で休止していたイベントカレンダーを作成し、区ホームページにて公開した。

今後の事業費予算要望(e)	増額	根拠	回復してきたインバウンド需要に対応するため、まずは、コロナ禍で休止していた英語での観光案内冊子を発行する必要があるため。
---------------	----	----	--

今後の事業の方向性(d+e) (現状の評価および施策評価を踏まえた評価)	B:改善・見直し
---	----------

《上記判断を踏まえた所管課の認識・R5年度以降に向けての対応》

回復してきたインバウンド需要に対応するため、まずは、コロナ禍で休止していた英語での観光案内冊子の発行、及び観光情報の電子データを区ホームページへ掲載する必要がある。豊島区を「マンガ・アニメ・コスプレの聖地」としてブランド化していくために、海外旅行博等でのPR媒体にもなる。また、メタバース等最新技術の活用についても、費用対効果及び最新の動向を踏まえ、十分に検証を行っていく。訪日外国人を対象としたSNS等による旬の情報発信については、ターゲット毎に有効な情報発信の方策があるため、区直営による情報発信は難しいと考えており、委託等を踏まえた予算措置については、費用対効果等を十分に検証した上で検討していく。