

平成28年度 第2回江東区外部評価委員会

平成28年7月3日（日）午後6時30分
江東区役所 7階 第71会議室

《 会 議 次 第 》

1. 開会
2. 施策15「環境変化に対応した商店街振興」ヒアリング
— 休憩（5分程度） —
3. 施策21「地域資源を活用した観光振興」ヒアリング
4. その他
5. 閉会

【配付資料】

- ・ 委員名簿
- ・ 意見シート（施策15・21） ※外部評価モニターのみ
- ・ 出席職員名簿（施策15・21）
- ・ 席次表（施策15・21）
- ・ 施策実現に関する指標に係る現状値の推移（施策15・21）
- ・ 事業概要一覧（施策15・21）
- ・ 施策評価シート（施策15・21）
- ・ 行政評価（二次評価）結果への取り組み状況説明シート（施策15・21）

平成28年度外部評価委員会委員名簿(A班)

氏名	所属	分野
つかもと ひさお ◎ 塚本 壽雄	早稲田大学政治経済学術院長補佐 公共経営大学院専攻主任 教授	行政学 政策評価論
うえだ みどり 植田 みどり	国立教育政策研究所 教育政策・評価研究部 総括研究官	教育 福祉
みやざわ まさやす 宮澤 正泰	習志野市会計管理者	公会計 行政全般

◎ : A班班長

外部評価モニター 《意見シート》

会議終了後、必要事項をご記入いただき、お帰りの際に係員にご提出ください。(当日の提出が難しい場合は、後日、メールやFAX等でご提出いただいても構いません。ただし、ご意見を事務局で取りまとめますので、委員会の翌日までにご提出願います。)

〔FAX〕 03-3699-8771
〔Eメール〕 kikaku@city.koto.lg.jp

氏名

施策番号

15

外部評価委員会のヒアリングをお聞きいただき、施策に対する区の実践についてどのような感想をもたれましたか？

S～Cのいずれかに「O」をし、評価の理由等を記入願います。

S	A	B	C
優れていると高く評価できる	良好である	やや不十分である	不十分であり、改善を要する

〔評価の理由、改善提案、一言コメントなど〕

自由意見 (その他ご意見などございましたらご記入ください。)

第2回江東区外部評価委員会（B班ヒアリング①） 出席職員名簿

平成28年7月3日開催

【施策15】

	職 名	氏 名
◎	地域振興部長	谷 口 昭 生
○	地域振興部 経済課長	老 川 和 宏
	地域振興部 経済課 商業振興係長	大 隈 和 義

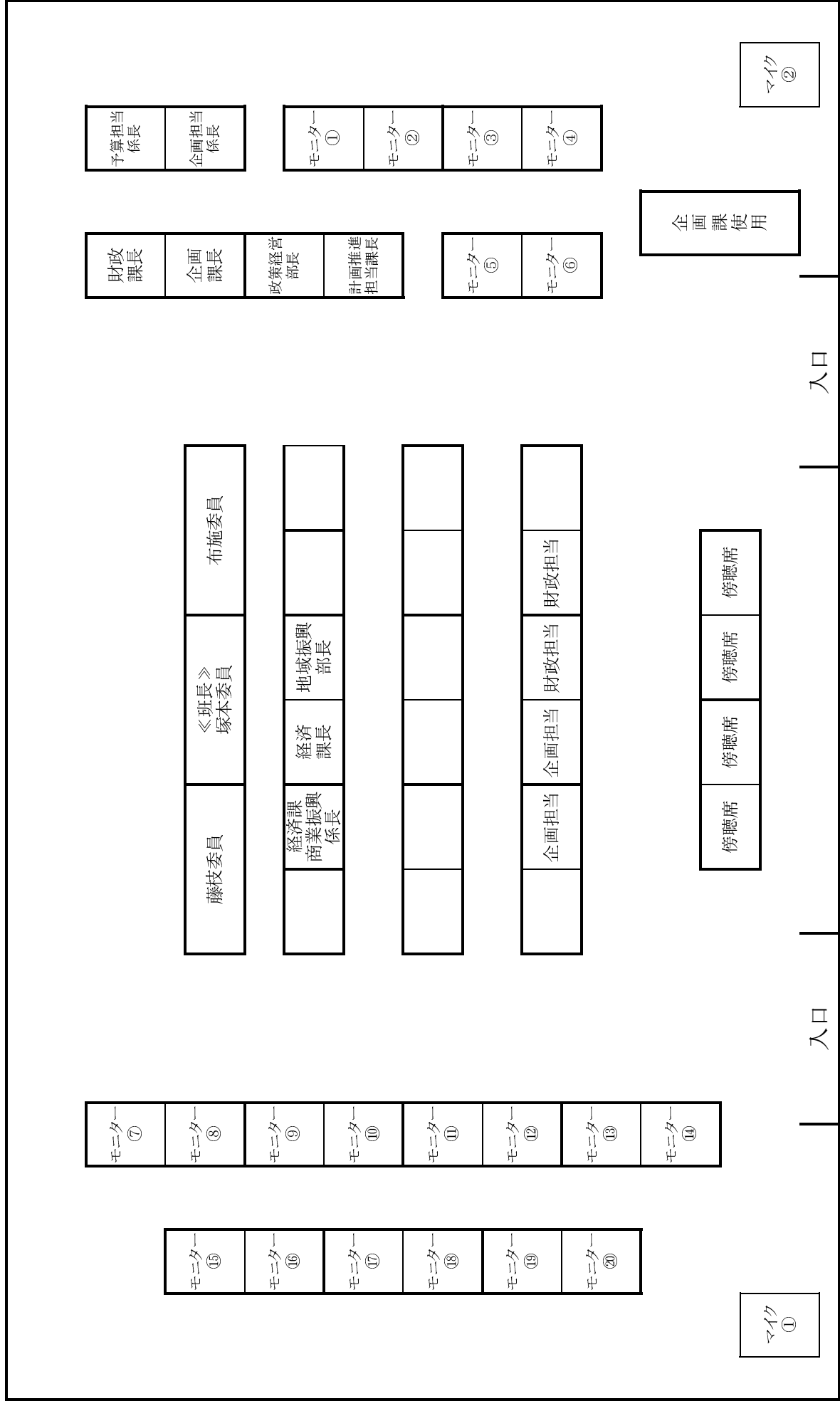
◎は主管部長、○は主管課長

【事務局】

	職 名	氏 名
—	政策経営部長	押 田 文 子
—	政策経営部 企画課長	武 田 正 孝
—	政策経営部 財政課長	武 越 信 昭
—	政策経営部 計画推進担当課長	日 野 幸 男

〔席次表〕 施策15

平成28年7月3日(日)
江東区役所7階 第71会議室



施策実現に関する指標に係る現状値の推移（平成22～26年度）

※平成22～26年度の現状値は、長期計画（後期）策定時（平成27年3月）に判明していた数値

	長期計画（後期）における「施策実現に関する指標」	新規変更	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	目標値（26年度）	達成状況	目標値（31年度）	数値取得方法	指標担当課
			55	1週間のうち、商店街を利用した買い物物の日数	2.1	2.1	1.9	1.9	1.7日	3.5日		2.5日
56	魅力ある商店街が身近にあると思う区民の割合		41.8	40.2	39.2	36.7%	50%		45%	区民アンケート	経済課	
57	商店街イベントへの来街者数	○	—	—	—	—	—		2,100人	業務取得	経済課	

事業概要一覧（平成28年度 施策別）

※◆は主要ハード、♥は主要ソフト事業を表す

実施の細目	取す施 りの策 細たを 策実 みの現	事務事業名称	28年度 予算額 (千円)	27年度 予算額 (千円)	前年比 増減	改善方向	事業概要
03区民の力で築く元気に輝くまち	◆	06健全で活力ある地域産業の育成	11,699,495	8,978,218	30.3%		
15環境変化に対応した商店街振興	◆	1501利用しやすい商店街の拡充	1,208,338	1,167,790	3.5%		
			235,309	174,370	34.9%		
			126,829	60,577	109.4%		
		1 商店街連合会支援事業	12,485	12,882	△ 3.1%	維持	組織強化と所属する商店街の活性化を図るためのイベント、研修会及び区内共通商品券事業に対する補助。 イベント事業補助限度額：1事業あたり600万円
		2 商店街活性化総合支援事業	77,158	8,712	785.7%	維持	商店街の環境整備や情報システム化並びに空き店舗を活用したコミュニティスペース運営等の、商店会が実施する共同事業に対する補助。 環境整備事業等：補助限度額 事業内容により100万円～5,000万円 コミュニティスペース運営支援事業：補助限度額 改修250万円、賃料月額20万円 補助件数：6件
		3 江東お店の魅力発掘発信事業	37,186	38,983	△ 4.6%	維持	登録店がクーポン利用者に対して各種特典を提供する一方、区は事務局を設置し、登録店の隠れた魅力を発掘するなど日常的な取材による、情報誌「ことみせ」の発行やホームページでの情報発信。
		1502商店街イメージの改革	108,480	113,793	△ 4.7%		
		1 地域商業活性化事業	1,000	1,000	0.0%	維持	地域商業の活性化のための取り組みとして開催されるイベント事業に対する補助。 補助限度額：50万円
		2 商店街イベント補助事業	66,141	70,191	△ 5.8%	維持	集客力を高めるためのイベント事業等に対する補助。 補助限度額：1事業あたり600万円 補助件数：48件
		3 商店街装飾灯補助事業	13,442	15,455	△ 13.0%	維持	装飾灯・アーケードの電気料金及び補修・再塗装・撤去に対する補助。 補助限度額：装飾灯改修 1商店街あたり200万円 アーケード改修 1商店街あたり1,000万円 補助件数：電気料金補助 42件 装飾灯改修補助 2件
		4 魅力ある商店街創出事業	27,897	27,147	2.8%	維持	商店会が実施する独自の魅力を伝えるイベントや、個人や中小企業等が商店街の空き店舗で開業等をす る場合の賃料、生鮮三品取扱店の改装費・設備購入費、店舗の多言語化に係る費用に対し、一部補助。 イベント支援：補助限度額 300万円 空き店舗活用支援：補助限度額 賃料の1/3以内 月額5万円 生鮮三品支援補助：補助率1/2(上限額200万円) 多言語表記補助：補助率2/3(商店会会員)、1/2(ことみせ登録店)

施策 15	環境変化に対応した商店街振興	主管部長(課)	地域振興部長(経済課)
		関係部長(課)	

1 施策が目指す江東区の姿
特色あるまちづくりの中心となる、魅力ある商店街が形成されています。

2 施策を実現するための取り組み	
①利用しやすい商店街の拡充	今後開催されるオリンピック・パラリンピックを見据え、外国人を含む観光客への案内や、商店街の基礎を支える商店に対する支援を充実させ、区内外問わず来街者が楽しんで買い物ができる快適な商店街を目指します。
②商店街イメージの改革	商店街の魅力や活気を伝えるための、商店街独自のイベントの実施や空き店舗の活用等に対して、積極的な支援を行います。

3-1 施策に影響を及ぼす環境変化(法改正・規制緩和・社会状況等)・区民要望・ニーズの変化	
5年前から現在まで	今後5年間の予測(このままだとどうなるか)
<ul style="list-style-type: none"> ・マンション建設による人口増加で市場は拡大傾向であるが、区内では商圏の広い大型店や専門店、利便性の高いコンビニやチェーン店など多様な店舗が増加するとともに、ネットショップも普及している。また、消費者ニーズの多様化やライフスタイルの変化により、商店や商店街の利用頻度は低迷が続き、多くの商店街では活気が失われつつある。 ・平成25年度の産業実態調査では、区内商店街の恵まれた立地環境が確認されており、同調査の区民アンケートでは、まちに活気をもたらす商店街に期待する声が7割を超えている。また、27年度に発行したプレミアム付き商品券の人気は高く、地域の商店での買い物への関心や期待がうかがえる。 ・これまでの地域の安全や安心、子育て世帯や高齢者への支援などの商店街に対する要望に加え、魅力ある店舗の情報発信に関する要望もありニーズは多様化している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街では、店主の高齢化・後継者不足等による商店の減少や役員などの人材不足、商店街活動の資金不足等により、商店街機能を維持することが困難となる。 ・商店街では、商店の業種構成が不足し、身近な商品やサービスの提供が限定されることにより、商店街の魅力が損なわれるとともに、高齢者を中心とした近隣住民の徒歩による買い物の場が減少する。 ・商店街の組織力の低下により、多様化する区民や時代のニーズに応えることや、地域コミュニティの担い手として、まちの賑わいの創出や地域ぐるみの安全・安心への取り組み等の機能を維持することが困難となる。

3-2 国・都などの方針・基準等に基づき実施するため区の権限が限定的な事業

4 施策実現に関する指標	単位	現状値 26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	目標値 31年度	指標 担当課
55 1週間のうち、商店街を利用した買い物の日数	日	1.7	1.7					2.5	経済課
56 魅力ある商店街が身近にあると思う区民の割合	%	36.7	37.5					45	経済課
57 商店会イベントへの来街者数	人	1,962 (25年度)	1,958					2,100	経済課

※指標のうち、網掛けは長期計画(後期)から新たに追加、もしくは内容を変更したもの
【参考】26年度の指標値 指標57:1,872

5 施策コストの状況

	27年度予算	27年度決算(速報値)	28年度予算	29年度予算
トータルコスト	216,620千円	365,172千円	278,913千円	0千円
事業費	174,370千円	326,782千円	235,309千円	
人件費	42,250千円	38,390千円	43,604千円	

6 一次評価《主管部長による評価》

(1) 施策実現に関する指標の進展状況

【指標55】「1週間のうち、商店街を利用した買い物の日数」は、横ばいで推移しているため、これまでの商店会への支援に加えて、平成26年度から開始した「江東お店の魅力発掘発信事業」での店舗に対する支援策及び商店街の空き店舗を活用した商店街活性化にも取り組んでいる。さらに、商店街の利用者増加のため、平成27年度から生鮮三品小売店の継続支援策やメニュー等への多言語表記促進に向けた取り組みを開始している。

【指標56】「魅力ある商店街が身近にあると思う区民の割合」はほぼ横ばいで推移しているため、平成26年度から商店会への新たな支援策として「魅力ある商店街創出事業」を開始し、この事業を活用して商店街独自の魅力を伝えるイベントが実施されている。また、店舗向けの支援策として「江東お店の魅力発掘発信事業」を開始し、店舗の魅力を積極的に発信していることなどにより指標は進展が見込まれる。

【指標57】商店街連合会でのイベント企画の検討に際して、アドバイザー派遣等の支援策を講じているものの、指標の数値はほぼ横ばいで推移しているため、これまでの商店街補助事業に加え、新たなイベントでの来街者数増加に向けた支援策として「魅力ある商店街創出事業」を開始している。

(2) 施策における現状と課題

◆消費者ニーズの多様化や大型店舗の出店、他業態小売業との競争激化、インターネット等による商取引の増加などの環境の変化に加え、商店経営者の高齢化や後継者不足など、商店街をとりまく状況は非常に厳しいものとなり、廃業等による空き店舗も目立っている。さらに、新規出店では、チェーン店など商店街組織に加入しない店舗も増えている。商店街組織を維持していくためには、各商店の商店街組織加入促進や、商店街連合会への支援を強化し、組織の安定化を図る必要がある。◆その一方で、商店街は、身近な商品・サービスを提供するだけでなく、まちの活気を創り出し、防犯・防災活動、子育て支援、高齢者対策等、地域コミュニティの核としての役割を担うことも期待されていることが、平成25年度に実施した産業実態調査の区民アンケートで明らかになっている。また、平成27年度に発行したプレミアム付き商品券の人気は高く、地域の商店での買い物への関心や期待がうかがえる。多様化する区民や時代のニーズに応えることのできる役割を商店街が担えるよう、様々な角度から商店会を支援していく。

(3) 今後5年間の施策の取り組みの方向性

◆商店街の基盤である商店について、大型店舗にはない個性的な品揃えや付加価値の高い商品、消費者一人一人に合わせた細やかなサービスの提供ができる個人商店ならではの独自の魅力を積極的に情報発信し、地域商業の活性化を図る。◆空き店舗の積極活用により、やさしいおもてなしなど特徴ある商店街の実現を目指す。◆商店会が自ら企画し実施するイベント事業への助成や、商店街連合会が行う区内共通商品券発行事業を補助することにより、地域に根ざした商店街機能の活性化を図る。◆商店会が設置している装飾灯及びアーケードの補修等に係る費用や電気料金の一部を補助することにより、道路交通の安全、犯罪の防止及び都市美化を図り商店街振興に寄与する。◆商店会が設置している装飾灯のLED化に係る費用を補助することにより、地球にやさしい環境対応型商店街への移行を推進し、環境に配慮する商店街をアピールすることにより一層の集客を図る。◆2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた商業振興施策として、外国人も含めたより多くの観光客を、区内商店街へ誘導するため新たな施策を推進する。◆産業実態調査により得た商店街を取り巻く環境等の基礎資料や、繁盛している各商店街が取り組んでいる事業や商店の活性化策などを基に、区民及び商店街のニーズを踏まえたきめ細かな支援策等、魅力ある商店街の形成に向けた新たな施策を推進する。

施策 15	環境変化に対応した商店街振興	主管部長(課)	地域振興部長(経済課)
		関係部長(課)	

平成27年度 行政評価(二次評価)結果

- ・産業実態調査の結果を分析し、必要な情報を商店街と共有しながら、個性的で魅力ある商店街の実現に向けて、今後の施策展開を検討する。【地域振興部】
- ・観光事業と連携した商店街の活性化方策及び効果的なPR方法について検討するとともに、オリンピック・パラリンピックを見据え、外国人にとっても利用しやすい商店街の実現を目指す。【地域振興部】

《参考》 平成26年度 行政評価(二次評価)結果

- ・産業実態調査の結果を分析し、必要な情報を商店街と共有しながら、今後の施策展開を検討する。【地域振興部】
- ・観光事業と連携した商店街の活性化方策について検討するとともに、オリンピック・パラリンピックを見据え、外国人にとっても利用しやすい商店街の実現を目指す。【地域振興部】

これまでの取り組み状況		
① 産業実態調査の結果を分析した、魅力ある商店街の実現に向けた施策展開の検討		
取り組み	産業実態調査の結果を分析し、魅力ある商店街の実現に向けた施策の展開を検討していく。平成26年度から、空き店舗有効活用に向けて商店街での開業等に対する事業者へ賃料の一部補助を開始し、平成27年度からは、生鮮三品を取り扱う店舗の改修費等の一部を補助することで継続的な営業に向けた支援を行うなどの施策を展開している。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
	魅力ある商店街創出事業	
② 観光事業と連携した商店街の活性化方策及び効果的なPR方法の検討		
取り組み	情報誌「ことみせ」で商店街の魅力を紹介する記事を掲載するとともに、効率的なPR方法の検討を開始した。また、商店街連合会の若手リーダーと合同で、イベント企画の勉強会等を実施し、観光事業と連携した商店街の活性化方策の検討を開始した。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
③ オリンピック・パラリンピックを見据えた、外国人にとっても利用しやすい商店街の実現		
取り組み	外国人観光客の受入環境を整備するため、商店でのメニューやホームページの多言語化導入等に関して支援を開始するとともに、商店街が行う多言語化対応の環境整備に対して補助率を高めるなど支援策を拡充している。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】
	魅力ある商店街創出事業	

外部評価モニター 《意見シート》

会議終了後、必要事項をご記入いただき、お帰りの際に係員にご提出ください。(当日の提出が難しい場合は、後日、メールやFAX等でご提出いただいても構いません。ただし、ご意見を事務局で取りまとめますので、委員会の翌日までにご提出願います。)

〔FAX〕 03-3699-8771
〔Eメール〕 kikaku@city.koto.lg.jp

氏名

施策番号

21

外部評価委員会のヒアリングをお聞きいただき、施策に対する区の様子についてどのような感想をもたれましたか？

S～Cのいずれかに「O」をし、評価の理由等を記入願います。

S	A	B	C
優れていると高く評価できる	良好である	やや不十分である	不十分であり、改善を要する

〔評価の理由、改善提案、一言コメントなど〕

自由意見 (その他ご意見などございましたらご記入ください。)

第2回江東区外部評価委員会（B班ヒアリング①） 出席職員名簿

平成28年7月3日開催

【施策21】

	職 名	氏 名
◎	地域振興部長	谷 口 昭 生
○	地域振興部 文化観光課長	伊 藤 裕 之
	地域振興部 副参事	田 中 洋 二
	地域振興部 文化観光課観光推進係長	佐 藤 裕 司

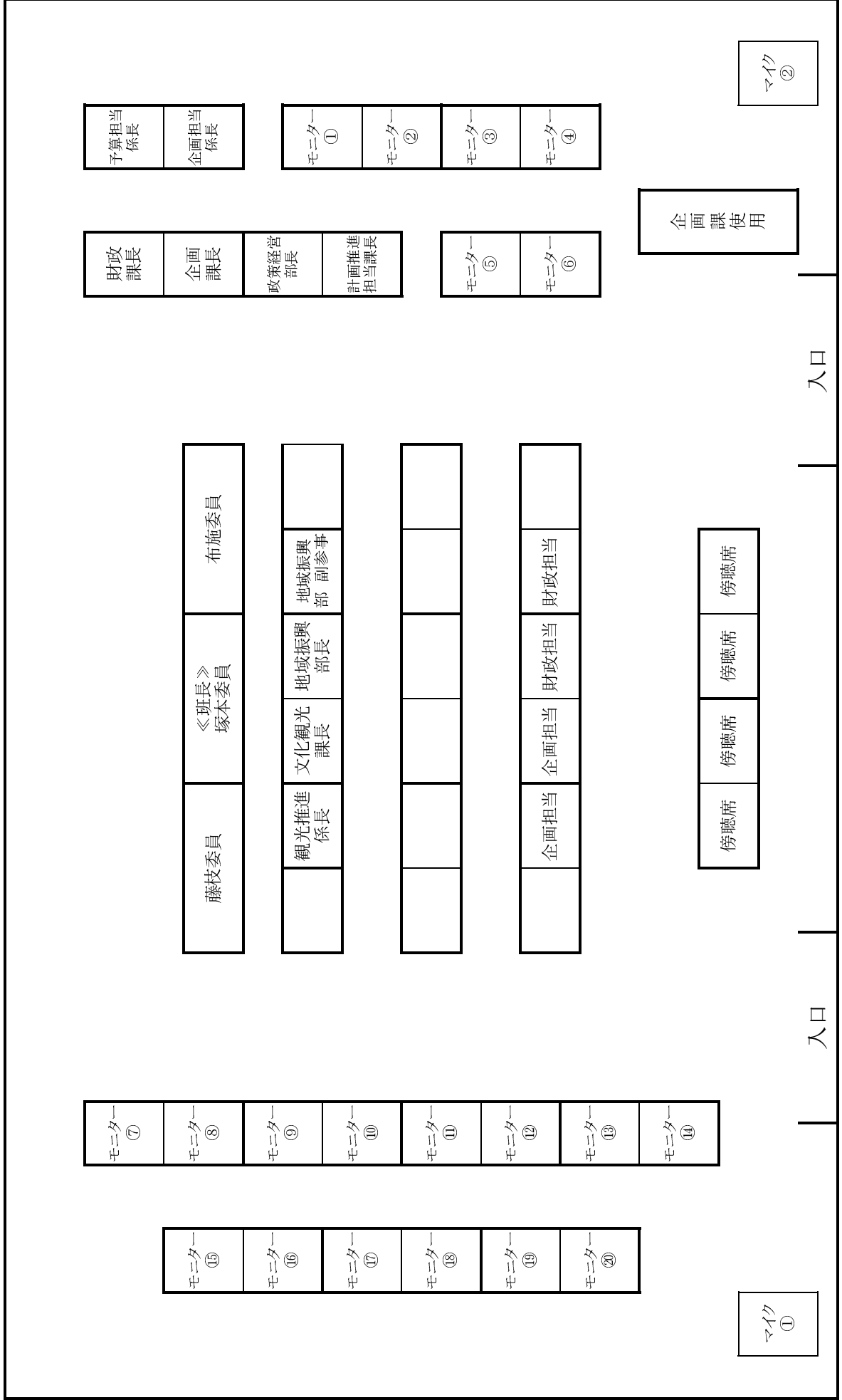
◎は主管部長、○は主管課長

【事務局】

	職 名	氏 名
—	政策経営部長	押 田 文 子
—	政策経営部 企画課長	武 田 正 孝
—	政策経営部 財政課長	武 越 信 昭
—	政策経営部 計画推進担当課長	日 野 幸 男

〔席次表〕 施策21

平成28年7月3日(日)
江東区役所7階 第71会議室



施策実現に関する指標に係る現状値の推移（平成22～26年度）

※平成22～26年度の現状値は、長期計画（後期）策定時（平成27年3月）に判明していた数値

	長期計画（後期）における「施策実現に関する指標」	新規変更	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	目標値（26年度）	達成状況	目標値（31年度）	数値取得方法	指標担当課
79	魅力的な観光資源があると思う区民の割合	○	—	—	—	—	71.6%	—	△	75%	区民アンケート	文化観光課
80	江東区内の主要な観光・文化施設への来場者数		1,824	1,081	1,535	1,442	—	2,000千人		2,000千人	業務取得	文化観光課
81	観光情報ホームページへのアクセス件数		31,703	28,121	29,033	96,472	—	45,000件	○	300,000件	業務取得	文化観光課
82	観光ガイドの案内者数		2,169	3,532	4,914	3,686	—	2,000人	○	6,000人	業務取得	文化観光課
83	地域や他の観光関係団体等と連携して展開した事業数	○	—	—	—	34	—	—	△	50件	業務取得	文化観光課

事業概要一覧（平成28年度 施策別）

※◆は主要ハード、♥は主要ソフト事業を表す

実施の基 本的大綱	取す施 りの策 細たを みめ実 の現	事務事業名称	28年度 予算額 (千円)	27年度 予算額 (千円)	前年比 増減	改善方向	事業概要
03	区民の力で築く元気に輝くまち	08地域文化の活用と観光振興	11,699,495	8,978,218	30.3%		
08	地域文化の活用と観光振興	21地域資源を活用した観光振興	1,339,062	884,020	51.5%		
		2101観光資源の開発と発信	153,224	165,948	△7.7%		
		2101観光資源の開発と発信	95,677	111,355	△14.1%		
		♥1 観光PR事業	8,930	10,898	△18.1%	維持	区の観光をPRする各種マップ・冊子等作成。
		2 観光推進事業	19,970	19,885	0.4%	維持	観光推進プランに基づく観光事業を推進するほか、観光に関する問い合わせへの対応等。また、亀戸梅屋敷における観光案内の実施。
		3 江東区観光協会運営補助事業	48,225	49,288	△2.2%	維持	区の観光振興と地域活性化を図るため、観光関連団体との連携を主眼に置いた全区的な観光推進組織の運営に対する補助。
		4 観光イベント事業	18,552	18,473	0.4%	維持	観光客の誘致と新たな観光資源づくりに繋げるために、区の特性を生かした特色あるイベントを開催。また、各種団体が実施する観光イベントにかかる経費の一部を補助。
		5 観光推進プラン改定事業	0	12,811	皆減	廃止(単年度)	
		2102観光客の受け入れ態勢の整備	54,568	51,644	5.7%		
		♥1 シャトルバス運行事業	34,131	31,323	9.0%	維持	区内観光の利便性の向上を図るため、深川地区と臨海部を結ぶ直通バス(深川シャトル)を運行。
		2 観光拠点運営補助事業	20,437	20,321	0.6%	維持	区民や観光客が利用できる観光拠点施設の管理運営に対する補助。 対象施設: 深川東京王将館
		2103他団体との連携による観光推進	2,979	2,949	1.0%		
		1 東京マラソンイベント参加事業	2,979	2,949	1.0%	維持	東京都が主催する東京マラソン関連イベントへの参加、会場への無料バスの運行。

施策 21	地域資源を活用した観光振興	主管部長(課)	地域振興部長(文化観光課)
		関係部長(課)	

1 施策が目指す江東区の姿

江東区の魅力が十分に発信され、区内外からの観光客で賑わっています。また、区民におもてなしの心が醸成され、観光客が満足して何度も訪れ、商店街など地域経済が活性化しています。

2 施策を実現するための取り組み

①観光資源の開発と発信	地域が持っている魅力を活かしながら、水辺を活用した観光を推進するなど、新たな観光資源の開発に取り組みます。また、ホームページなどあらゆる媒体を活用し、区と区民一体となって区の魅力をPRします。
②観光客の受け入れ態勢の整備	観光拠点施設等の整備や交通利便性の向上及び観光バリアフリー化の推進に取り組みます。また、おもてなしの心を持つ観光ガイドを養成するなど、人材の育成に取り組みます。
③他団体との連携による観光推進	他自治体・観光関連団体などとの連携により、新たな観光メニューづくりやシティプロモーションなど観光施策を幅広く推進します。

3-1 施策に影響を及ぼす環境変化(法改正・規制緩和・社会状況等)・区民要望・ニーズの変化

5年前から現在まで	今後5年間の予測(このままだとどうなるか)
<ul style="list-style-type: none"> 「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」(平成26年6月)では、2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人を目指すこととしていたが、平成27年中の訪日外国人旅行者数が1,974万人に達し、平成28年3月には「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において2020年の訪日外国人旅行者数の目標を年間4,000万人とすることを決定した。都の策定している「観光産業振興プラン」(平成25年5月)や「東京都長期ビジョン」(平成26年12月)においても観光振興に対する取り組みの強化が謳われている。 区においても、平成23年3月に策定した「江東区観光推進プラン」を見直し、観光を取り巻く社会情勢の変化等を反映させた「江東区観光推進プラン(後期)」を平成28年3月に策定した。 臨海部においては、集客力の高い商業・アミューズメント施設や東京ゲートブリッジなどランドマーク性の高い建物が建設され、本区への観光客の増加が見込まれる。 「東京スカイツリー」が平成24年5月に、「亀戸梅屋敷」が平成25年3月に開業した。また、全区的な観光推進組織としての役割を担う一般社団法人江東区観光協会を平成25年2月に設立した。 2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催都市が東京に決定した。 観光による地域経済活性化の期待が高まっており、本区観光資源の有効活用が求められている。また、内外に向けた効果的な観光情報の発信とPRが求められている。 	<ul style="list-style-type: none"> 観光客誘致による地域経済の更なる活性化が求められる。 観光資源の効果的な活用と、区内外に対する積極的なPRが求められる。 新たな観光スポットを活かし本区観光行政の充実を図る必要性が高まる。 2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催に向け、海外からの観光客の増加が見込まれ、その対応が求められる。 臨海部開発の進捗により、今まで以上に臨海部と内陸部との観光資源を結んだ周遊性と東京スカイツリー等からの観光客の区内への誘客が強く求められる。 区内外に向けた情報発信として、区の魅力を分かりやすく紹介する観光案内マップ、観光ホームページ等PRツールの充実、整備が必要とされる。 都や中央区などの東京湾隣接区では、観光資源としてだけでなく交通戦略の一環として水辺空間の活用、舟運の活性化、新規航路の設定の検討が進み、運航が開始されていく。

3-2 国・都などの方針・基準等に基づき実施するため区の権限が限定的な事業

区内のオリンピック競技施設等に関する情報は、観光情報として、内外の観光事業者やメディア関係者から区の発信が求められていくことが予想されるが、エンブレム・デザイン同様、IOC及びJOCの情報管理により、区独自の観光情報の一部として発信することには厳格な規制がかかることが懸念される。

4 施策実現に関する指標

	単位	現状値 26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	目標値 31年度	指標 担当課
79	魅力的な観光資源があると思う区民の割合	%	71.6	73.8				75	文化観光課
80	江東区内の主要な観光・文化施設への来場者数	千人	1,442 (25年度)	1,988				2,000	文化観光課

81	観光情報ホームページへのアクセス件数	件	96,472 (25年度)	242,519					300,000	文化観光課
82	観光ガイドの案内者数	人	3,686 (25年度)	5,268					6,000	文化観光課
83	地域や他の観光関係団体等と連携して展開した事業数	件	34 (25年度)	42					50	文化観光課

※指標のうち、網掛けは長期計画（後期）から新たに追加、もしくは内容を変更したもの

【参考】26年度の指標値 指標80：2,161 指標81：252,808 指標82：3,547 指標83：43

5 施策コストの状況

	27年度予算	27年度決算(速報値)	28年度予算	29年度予算
トータルコスト	216,850千円	192,903千円	201,677千円	0千円
事業費	165,948千円	146,579千円	153,224千円	
人件費	50,902千円	46,324千円	48,453千円	

6 一次評価《主管部長による評価》

(1) 施策実現に関する指標の進展状況

【指標79】平成26年度から平成27年度は増加している。今後も、神社・仏閣等の史跡や、臨海部を中心とした大規模娯楽施設など、多様で魅力のある観光資源を、区内外に向け情報発信していく。

【指標80】平成26年度は2,161千人と目標値に達したが、平成27年度は若干減少した。来場者の増に向けては、新規の来館者と同様にリピーターの確保も重要であり、各施設とも、常設展示のほかイベントや企画展などにより来場者の確保に取り組んでいる。

【指標81】ホームページへのアクセス件数は、平成25年度に江東区観光協会のホームページが開設されたことにより大幅に増加した。平成27年度は、平成26年度の252,808件に対し若干減少したが、今後も江東区観光協会ならではの魅力的な情報発信を行い、目標値の達成に向けて取り組んでいく。

【指標82】観光ガイドの案内者数は、平成26年度の3,547人から順調な伸びを示している。これは、平成27年度から江東区観光協会が事業の推進主体となりPR等に努めた結果と考えられる。観光ガイドについては、区民団体との協働事業であり、観光ガイドの養成は区及び文化コミュニティ財団が行っており、それぞれの役割のもと観光ガイド事業の充実に取り組んでいる。

【指標83】平成25年度から平成26年度は43件と増加したが、平成27年度はほぼ横ばい傾向である。今後も、区と江東区観光協会はそれぞれの役割のもと、各関連団体と連携して事業に取り組んでいく。

(2) 施策における現状と課題

◆区は、神社・仏閣等の史跡や、臨海部を中心とした大規模娯楽施設など、多様な観光資源に恵まれ、観光地としての魅力を十分に備えており、その資源を十分に活かす体制を構築する必要がある。今後、観光客の総合的な受け入れ態勢の整備や一体的な情報発信の強化など、観光事業に対する戦略的、体系的な施策の推進が求められている。◆東京スカイツリーや豊洲市場の開場など、全国からの観光客に対し本区の魅力を伝え、区内へ誘客することにより地域経済の活性化を図るとともに、区民の区への愛着を高め、持続的な地域振興につながる観光事業の推進が求められている。◆観光振興による地域経済の活性化には、新たに整備された観光拠点の活用とともに、既存の観光施設などの物的資源や文化観光ガイドなどの人的資源を有効に活用した施策の展開が求められる。そのためには、観光施策全体の中で、各事業の役割・位置付けを明確にし、目的の達成に向けて総合的かつ計画的に事業を実施する必要がある。◆平成25年に設立した江東区観光協会については、観光振興について区との役割分担・連携を明確にし、更なる観光推進の充実が求められている。◆ご当地キャラクターブームの追い風もあり、観光キャラクターを利用したマスメディアへの露出や観光PRブースの出展の機会も増えているが、観光PR及び区の知名度・イメージ向上に資する取り組みとなっているか、その効果測定が求められる。◆東京都主導による東京湾岸における舟運事業の活性化がすすめられており、都内随一の水辺空間を誇る本区として、水辺の活用、舟運航路の事業化可能性について主体的に具体的なビジョンを描き、発信していく必要に迫られている。

(3) 今後5年間の施策の取り組みの方向性

◆観光推進プランに基づき、区が持つ多様な物的・人的資源や水辺などの地域特性を生かした総合的かつ計画的な観光施策の展開を図る。◆水辺の活用、舟運航路の事業化可能性の検討については、河川管理等行政の関係機関、舟運事業者、水辺利用関係NPOなど多様な関係者間の協働により、実現性継続性のあるビジョンを策定する。◆観光振興には地域活力が重要であるため、観光協会・NPOなどの観光関係団体の支援・育成の充実を図るとともに、これらの団体や企業との連携・協働による観光推進体制の強化に取り組む。◆観光振興には、経済活性化に加え、区民の地域に対する愛着と誇りを醸成することに大きな意義があると考えられるので、区民が地域の魅力、資源を再評価し、地域の文化をより理解できるよう施策に取り組む。◆区内には全国的にも有名な観光地域が点在するが、区としての知名度はあまり高いとは言いがたい。戦略的・総合的な観光事業の推進により、区の知名度向上を図り、各地域のイメージやブランド力を高めていく必要がある。これらの地域イメージ・ブランド力の向上は、リピーターによる継続的な来訪が期待されるばかりでなく、本区への転入の志向が高まることも期待される。◆豊洲市場や2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催など、臨海部に多く来訪する観光客に対し、東京都及び関係部署、江東区観光協会との連携のもと、インバウンド（外国人観光客）への対応、区内を周遊させる観光メニュー作りと、交通手段の確保・充実に取り組む。◆東京スカイツリーや豊洲市場の開場など東京の東部地区への関心の高まりに対し、近隣区と連携した観光客の誘客に取り組む。

施策 21	地域資源を活用した観光振興	主管部長(課)	地域振興部長(文化観光課)
		関係部長(課)	

平成27年度 行政評価(二次評価)結果

- ・江東区観光推進プランにおける前期5カ年の行動計画の検証結果を踏まえつつ、2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据えた観光推進の展開を図る。【地域振興部】
- ・区と江東区観光協会の役割分担を明確にし、さらなる観光振興に資するべく、互いが連携し、機能的に事業を実施する。【地域振興部】
- ・区民の地元への愛着心を醸成することで、観光事業をより盛り上げていく方法を検討する。【地域振興部】

《参考》 平成26年度 行政評価(二次評価)結果

- ・江東区観光推進プランを、前期5カ年の行動計画を検証しつつ改定し、2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据えた観光推進の展開を図る。【地域振興部】
- ・区と江東区観光協会の役割分担を明確にし、観光振興に資するべく、互いが機能的に事業を実施する。【地域振興部】
- ・区民の地元への愛着心を醸成することで、観光事業をより盛り上げていく方法を検討する。【地域振興部】

これまでの取り組み状況

① 2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据えた観光推進の展開

取 り 組 み	江東区観光推進プラン(平成22年度策定)については、平成27年度に見直しを行い、国における観光立国の推進、2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催等への対応など、観光を取り巻く社会情勢の変化等を反映させた後期5年間の計画を策定した。今後は、後期計画に基づき、2020年東京オリンピック・パラリンピックを見据え事業を展開していく。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】

② 区と江東区観光協会の役割分担を明確にし、機能的に事業を実施

取 り 組 み	区と江東区観光協会の役割分担については、江東区観光推進プラン(後期)の中で、観光推進方針の策定やプランの進行管理などは区が、プラン実現に向けた事業実施や地域活動団体の活動支援などを江東区観光協会が行うこととした。今後もお互いの役割分担の下、連携し事業を展開していく。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】

③ 区民の地元への愛着心を醸成し、観光事業をより盛り上げていく方法の検討

取 り 組 み	江東区観光推進プラン(後期)では、「地域住民自ら日々の暮らしを楽しみ・満足することで、江東区に愛着や誇りの持てるまち」という視点を取り入れている。区民が地域に対して愛着と誇りを持って、来訪者へ紹介したくなるような地域を作り上げることで、双方の満足度が高まるといった相乗効果がもたらされると考えている。江東区観光協会が行っている観光ガイド事業では、地元の観光ガイドが案内をしているほか、区民もガイドツアーに多数参加している。	
	【新たな取り組みを行った事業】	【見直した事業】