約束２-(2)　ひろさき農業・産業おこしに取り組みます【観光振興】

めざす姿

東北新幹線新青森駅開業や弘前城築城４００年祭などを契機に、交流人口が増加することによって、観光関連産業が活性化し、雇用拡大が図られます。

めざす姿の達成状況を示す指標（数値目標など）

	指標名	取得方法	単位	基準値	上段：年度別目標値 下段：年度別現状値 22	23	24	25	H24目標値に対する達成率	H25目標値に対する達成率
①	観光入込客数　500万人を目指します。（約10%増）	業務取得	万人	455.1	－ 455.1	－ 413.8	450.0 450.8	500.0	○	－
①	行祭事・イベント観光入込客数550万人を目指します。（約13%増）	業務取得	万人	485.3	－ 485.3	－ 459.1	490 437.5	550	×	－
②	宿泊者数42万人を目指します。（約27%増）	業務取得	万人	33	－ 33	－ 32.9	36 33.4	42	×	－
②	【参考】AP2013指標 宿泊者数65万人を目指します。（約27%増）	業務取得	万人	51	－ 51.4	－ 50.6	 52.5	65		
③	観光消費による経済波及効果額　530億円を目指します。(30%増)	業務取得	億円	408.07	－ －	480.00 －	480.00	530.00	－	－
④	外国人宿泊者数　6,400人を目指します。(約77%増) ※括弧書きは「東アジア圏（中国、韓国、台湾）宿泊者数」	業務取得	人	3,620	－ 3,620 ※(1,473)	－ 1,904 ※(1,070)	4,800 3,278 ※(1,708)	6,400	×	－
⑤	県内外物産展売上額　3億円を目指します。(29.3%増)	業務取得	億円	2.32	2.4 2.35	2.6 2.05	2.8 2.00	3	×	－

H24目標値に対する達成率　○:目標を達成済み　×:目標を達成できない　－:判断できない
H25目標値に対する達成率　○:目標を達成済み　－:目標を達成できない・判断できない

関連指標名	取得方法	単位	上段：数値取得時期　下段：取得数値 H19	H20	H21	H22	H23	H24
市独自の調査による宿泊者数（推計値）の推移 ※上記のAP2013指標と同じ	業務取得	万人	43.1	39.5	46.1	51.4	50.6	52.5

約束全体の評価

めざす姿の達成状況を示す５項目６指標のうち、現時点で実績値を取得できない「観光消費による経済波及効果額」を除き、注目指標である「観光客入込数」では目標を達成することができましたが、もう一つの注目指標である「行祭事・イベント観光入込客数」、「宿泊者数」、「外国人宿泊者数」、「県内外物産展売上額」の４項目では目標を達成できませんでした。しかしながら、「行祭事・イベント観光入込客数」については、新たに開催した「弘前りんご博覧会」等のイベントへの入込客数を加えると、観光入込客数は489万人とほぼ目標を達成しており、また、外国人宿泊者数については、重点地域として取組みを強化してきた東アジア圏からの宿泊者数は、東日本大震災前の水準を上回りました。

個別施策の実施状況については、「進捗率」ではすべての項目が「工程表どおり実施済み」で、施策全体として「工程表どおり実施済み」と評価できます。また、「達成率」は「判断できない」１項目を除き、7項目が「目標を達成済み」、4項目が「順調に推移」、1項目が「遅れている」と評価しました。

東日本大震災により当市の観光は大きな打撃を受けましたが、団体旅行から個人・グループの体験型旅行へという観光の形態の変化に対応し、「弘前感交劇場」をキーワードに、街歩きを中心とした着地型観光の充実、インバウンド対策の強化、広域観光の推進及び秋・冬観光の充実など年間を通じた観光客の誘客を図るための取組みを行ってきた結果、指標の多くは、目標とした数値には届かなかったものの東日本大震災前の水準に回復することができたことから、総体的には**概ね順調である**と考えます。

今後も社会状況の変化に的確に対応しながら、観光振興アクションプログラムに基づき効果的な施策を展開することで、観光関連産業の活性化及び雇用の創出を図っていきます。

個別施策の実施状況

項目	事務事業数	進捗率	達成率
【観光を起爆剤に“ひろさき産業（しごと）おこし”に取り組みます】			
○１　観光振興推進部局の設置、観光振興アクションプログラム策定と観光関連予算の増額	2	A	A
【「３つの世界一（りんご、さくら、白神山地）」と「四大まつり」などの魅力を国内外に発信して、世界中の人が訪れる“国際都市ＨＩＲＯＳＡＫＩ”をつくります】			
○２　首都圏で各種メディアに弘前を売り込む専任チーム（在東京）の設置	1	A	－
○３　世界自然遺産白神山地の玄関口としての発信強化	1	A	B
●４　国内外のマスコミや旅行エージェントのキーパーソンを招へいし効果的な誘客活動を展開	1	A	C
●５　近隣市町村との連携による首都圏での物産販売・観光ＰＲ機能の強化	4	A	A
●６　マーケットが急拡大している中国など東アジアからの誘客活動を本格展開	1	A	B
●７　映画、ドラマ、テレビＣＭの撮影誘致（フィルムコミッション）のトップセールス	1	A	A
●８　ねぷた祭りなどの更なる誘客や街全体への波及を促進	5	A	B
【受入態勢を整備して、“また来たい、住みたい弘前”をつくります】			
●９　農村“楽園づくり”による大都市圏在住者の移住支援や二地域居住を促進	2	A	A
●10　観光ホスピタリティ運動（交通事業者、市民など一体化）と観光資源市民研修の強化	1	A	B
●11　弘前観光情報の一元化（ポータルサイトの構築、中国語などの拡充）	1	A	A
●12　新幹線新青森駅からの誘客のための二次交通の充実	1	A	A
☆13　弘前シティプロモーション推進事業（都市の魅力度向上活動）	1	A	A

進捗率　A:工程表どおり実施済み　B:概ね工程表どおり　C:工程表より遅れている　－:未着手
達成率　A:目標を達成済み　B:順調に推移　C:遅れている　－:判断できない

上段：年度別概算所要額（単位：千円）／下段：年度別決算額（単位：千円）			
22年度	23年度	24年度	25年度
75,260	169,541	99,491	103,942
69,391	150,894	209,309	

No.	項目	自己評価	平成24年度実施内容
2-(2)-1	観光振興推進部局の設置、観光振興アクションプログラム策定と観光関連予算の増額	進捗率 A	施策を構成する2事業について、いずれも「工程表どおり実施済み」との評価になったことから、施策全体としても**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 A	施策を構成する2事業のうち、1事業については目標を設定していないことにより判断できず、1事業は「目標を達成済み」と評価したことから、施策全体として総合的に勘案し、**「目標を達成済み」**と評価した。

実施内容	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
(1)「観光局」を設置し、観光振興の充実を図る。	観光局設置	進捗率 A	平成22年7月に「観光局」を設置し、以降引き続き観光振興の充実に取り組んでいることから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 －	組織の設置であり、目標を設定していない。

目標	H22	H23	H24	H25
－	－	－	－	
決算額	0	0	0	

今後の課題	平成25年4月の市の機構改革により「観光振興部」となり、いっそうの観光振興の充実に取り組んでいる。

実施内容	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
(2)様々な観光振興策を戦略的に実行するために、アクションプログラムに基づいた取り組みを着実に実施する。	観光振興アクションプログラム推進事業	進捗率 A	「弘前市観光振興アクションプログラム」に基づいた55のプロジェクトは、すべて平成24年度までに取組みに着手したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 A	目標を「関係機関との検討会議開催24回/年」としているが、40回開催したことから、**「目標を達成済み」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
関係機関との検討会議開催 24回/年	24回	40回	40回	
決算額	473	0	0	

今後の課題	「弘前市観光振興アクションプログラム」は平成25年度が取組みの最終年度となることから、平成26年度以降の計画の策定について検討する。

No.	項目	実施内容	自己評価	平成24年度実施内容				
2-(2)-2	首都圏で各種メディアに弘前を売り込む専任チーム(在東京)の設置	首都圏で各種メディアに弘前を売り込む専任チーム(在東京)を設置し、国内外へのPRを強化する。	進捗率 A	平成22年10月1日付で観光物産課及び商工労政課に各1名増員し、青森県東京事務所内に在東京チームを派遣・設置し、以降引き続き国内外へのPR強化に取り組んでいることから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。				
			達成率 －	組織の設置であり、目標・活動指標を設定していない。				
			目標	H22	H23	H24	H25	
			－	－	－	－		
		事務事業名	決算額	4,520	5,815	5,428		
		在東京チーム設置	今後の課題	平成26年4月以降の派遣・設置について、県との調整が必要である。				

No.	項目	実施内容	自己評価	平成24年度実施内容				
2-(2)-3	世界自然遺産白神山地の玄関口としての発信強化	世界自然遺産白神山地を観光資源として活用するために、情報発信、受け入れ態勢の整備、環境観光の推進、交通対策、機運の醸成等の事業を実施する。 なお、事業実施にあたっては、県、関係市町村及び弘前大学等と連携して行う。	進捗率 A	環白神エコツーリズム推進協議会の準会員から正式会員となり、各種会議や環白神地域フォーラム、白神山地世界遺産登録20周年キックオフフォーラムを主催者と共同で実施したほか、青森県と連携し、観光案内板をリニューアルした。また、「環境配慮型シャトルバス運行実施に向けた調査・検討」等については、西目屋村におけるナビチャリの導入等を検討した。よって全体的には気運の醸成に積極的に取り組んだことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。				
			達成率 B	目標のうち、「白神山地ビジターセンター入館者数」については平成24年度は54,361人と目標を達成していないが、東日本大震災前の入館者数までほぼ回復していること、及び「フォーラム開催回数」は目標を達成していることから、**「概ね順調に推移」**と評価した。				
			目標	H22	H23	H24	H25	
			白神山地ビジターセンター入館者数 70,000人(H25) 60,000人(H22)、62,000人(H23)、65,000人(H24)	56,913人	39,847人	54,361人		
			フォーラム開催回数(H25) 1回	－	1回	2回		
			【参考】白神山地関連入込客数 810,000人(H25)	739,745人	570,967人	集計中		
		事務事業名	決算額	0	34	533		
		白神山地観光活用推進事業	今後の課題	平成25年12月に迎える世界遺産登録20周年を記念し、各種記念事業を関係団体と連携しながら実施することにより、白神山地の価値の創造と魅力の発信に努め、更なる白神山地のブランド化に取り組む。				

No.	項目	実施内容	自己評価	平成24年度実施内容
2-(2)-4	国内外のマスコミや旅行エージェントのキーパーソンを招へいし効果的な誘客活動を展開	在東京チームと連携しながら、キーパーソン・アドバイザーの招へいに加え、メディアや旅行エージェントを対象にしたモニターツアーを実施し、当市の観光旅行商品の造成や露出度向上を図る。	進捗率 A	平成24年度は、弘前感交劇場公開講座を2回開催したほか、キーパーソン、アドバイザーの招へいを行うとともにメディア、旅行エージェント対象のモニターツアーを実施していることから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
			達成率 C	目標を「キーパーソン、アドバイザーの招へい10人」、「メディア、旅行エージェント対象のモニターツアー実施20人」としたが、いずれも目標を達成できなかったことから、**「遅れている」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
キーパーソン、アドバイザーの招へい 10人/年	18人	2人	5人	
メディア、旅行エージェント対象のモニターツアー実施 20人/年	－	8人	11人	
決算額	412	486	1,176	

事務事業名	今後の課題
弘前感交劇場推進事業	引き続きキーパーソン等の招へい、旅行エージェント等を対象としたモニターツアーを実施するが、効果が見えづらい事業であることから、招へい者等の選定にあたって十分な検討が必要である。

No.	項目	自己評価	平成24年度実施内容
2-(2)-5	近隣市町村との連携による首都圏での物産販売・観光PR機能の強化	進捗率 A	施策を構成する4事業について、いずれも「工程表どおり実施済み」と評価したことから、施策全体としても**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 A	施策を構成する4事業について、いずれも「目標を達成済み」と評価したことから、施策全体としても**「目標を達成済み」**と評価した。

	H22	H23	H24	H25
決算額	5,479	54,296	27,122	

実施内容	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
近隣市町村との連携による広域での観光・物産の振興のために、物産展、特産品見本市、観光キャンペーンを拡充実施するとともに、新規市場開拓を積極的に進める。	(1)津軽広域観光圏協議会事業（津軽14市町村）	進捗率 A	圏域の魅力を発信するためのモニターツアーや写真コンテスト、他都市での観光PRを実施したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 A	目標を「圏域観光PR」としているが、モニターツアーを4回、写真コンテストを1回、観光PRを1回、合計6回実施したことから、**「目標を達成済み」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
圏域観光PR　4回/年	4回	4回	6回	
【参考】津軽広域観光圏域観光客入込客数　12,800千人（H25）	11,713千人	10,216千人	集計中	

今後の課題
広域連携への取り組みの先駆けとして存在する当協議会の再活性化を図り、重層的な広域観光施策の立案に向けたPRや調査などを様々な場面を捉えて行っていきたい。（H25　HPリニューアル予定）

実施内容	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容				
近隣市町村との連携による広域での観光・物産の振興のために、物産展、特産品見本市、観光キャンペーンを拡充実施するとともに、新規市場開拓を積極的に進める。	(2)物産と観光展事業(弘前・八戸物産協会共催、弘前市単独)	進捗率 A	平成24年度では、物産展県外催事15回、県内催事4回、友好都市催事4回の計23回（うち7か所が新規）開催したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。				
		達成率 A	「物産展開催回数20か所/年」を目標としたが、23か所で開催したことから、**「目標を達成済み」**と評価した。				
		目標		H22	H23	H24	H25
		物産展開催回数 20か所/年		21か所	22か所	23か所	
		【参考】内外物産展売上額　3億円/年		2.35億円	2.05億円	2.00億円	
		今後の課題	催事は会場の都合により開催の可否が左右されるため、今後さらに新規催事を開拓し、毎年20か所以上の催事開催に努めながら売り上げ増を目指していく。				
	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容				
	(3)広域連携観光キャンペーン事業（津軽南、秋田県北連携）	進捗率 A	事務事業を構成する「定住自立圏共生ビジョン」に基づいた事業、秋田内陸線・奥羽北線沿線連絡協議会、津軽広域観光プロモーション協議会、秋田プレDCの4事業のうち、「定住自立圏共生ビジョン」事業については弘前圏域定住自立圏協議会を設立し、他の3事業ではキャンペーンを実施していることから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。				
		達成率 A	目標を「キャンペーン実施」としているが、秋田内陸線・奥羽北線沿線連絡協議会、津軽広域観光プロモーション協議会、秋田プレDCにおいて、14か所でキャンペーンを実施したことから、**「目標を達成済み」**と評価した。				
		目標		H22	H23	H24	H25
		キャンペーン実施(H24～) 10か所/年		－	－	14か所	
		【参考】観光入込客数　5,000千人（H25）		4,551千人	4,138千人	4,508千人	
		今後の課題	当市のみならず、近隣市町村の観光入込客数の増加につながるよう広域連携事業に取り組んでいく。				
	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容				
	(4)函館との広域連携観光キャンペーン	進捗率 A	平成25年3月30日に函館市・弘前市に、青森市・八戸市を加え「青函圏観光都市会議」を設立し、青函圏の広域連携を図る体制をより一層強化したほか、JRによる函館・弘前間直通列車の運行や、民間レベルでの交流も活発化していることから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。				
		達成率 A	目標を「キャンペーン実施」としているが、函館グルメサーカス、はこだてクリスマスファンタジーひろさきナイトなど函館市関連イベントに4回参加し、PR等を実施したことから、**「目標を達成済み」**と評価した。				
		目標		H22	H23	H24	H25
		キャンペーン実施(H24～)　3回/年		－	4回	4回	
		【参考】観光入込客数　5,000千人（H25）		4,551千人	4,138千人	4,508千人	
		今後の課題	今後は商品造成等、具体的な誘客促進策が必要。				

No.	項目	項目	自己評価	平成24年度実施内容
2-(2)-6	マーケットが急拡大している中国など東アジアからの誘客活動を本格展開	外国人旅行者の誘客大幅拡大のために、県や関係事業者等と連携して、中国、韓国をはじめとする東アジアでのトップセールス等によるプロモーションや旅行代理店招へい事業、モニターツアーなど、誘客活動を実施する。 また、市内の施設の外国語表記を進めるなど、受入態勢の整備を推進する。	進捗率 A	次のとおり海外プロモーション及び受入環境整備を実施したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。 【海外プロモーション】 ・重点地域である中国・韓国・台湾においてプロモーションを実施したほか、旅行会社を訪問し商談会に参加した。 ・国・県などと連携し、旅行エージェントを招へいした。 ・中国に加え、台湾における観光物産コーディネーターを新たに委嘱した。 ・県・函館市などと連携し、当市を立寄先に含むモニターツアーを実施した。 ・中国・新華社運営のホームページ「日本大観」に当市のPR動画を4本掲載した。 ・韓国ドラマロケを実施した。 【受入環境整備】 ・民間事業者が行う受入環境整備事業に対し補助した。 ・観光パンフレットを増刷した。 ・外国人観光客受入れのためのおもてなしセミナーを県が開催した（3回）。 ・弘前感交劇場HP外国語版の運営を開始した。
			達成率 B	H24の外国人宿泊者数の目標値は4,800人であるのに対し、実績値は3,278人であり、目標値のおよそ7割だったが、重点地域である東アジア圏（中国・韓国・台湾）の宿泊者数に限ってみればH23比較では1.6倍となったことから、**「概ね順調に推移」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
東アジア圏(中・韓・台)観光客入込数 80,000人（H25） 25,000人（H23）、50,000人（H24） ※下記の宿泊者数に自動的に相関する指標であるため、AP2013からは採用せず。また、H24については、当該数値算出の基礎となる旧方式での観光入込客数が算出されていないため、取得不能。	21,674人	14,217人	－	
東アジア圏（中・韓・台）宿泊者数 5,000人（H25） 2,000人（H23）、3,500人（H24） ※「推計値」を含む数値であり、AP2013からは採用せず。	1,603人	1,114人	1,792人	
【参考】東アジア圏（中国・韓国・台湾）宿泊者数　2,300人(H25) 【推計値含まず】 ※2013からは「推計値」を含まない本指標のみ採用	1,473人 【基準値】	1,070人	1,708人	
事務事業名	決算額	1,520	9,071	23,504	
インバウンド対策事業	今後の課題	当市への更なる外国人観光客の宿泊促進に向け、官民一体となった取組みが求められている。		

<table>
<tr><th>No.</th><th>項目</th><th>項目</th><th>自己評価</th><th colspan="5">平成24年度実施内容</th></tr>
<tr><td rowspan="7">2-(2)-7</td><td rowspan="7">映画、ドラマ、テレビCMの撮影誘致（フィルムコミッション）のトップセールス</td><td rowspan="5">映画等の撮影を誘致し、各種メディアへの露出度向上による、誘客拡大のために、次の取り組みを行う。
・弘前が舞台である小説等の作品を選考のうえ映画化
・撮影補助制度の導入（TVドラマ、CM等の撮影経費を補助）</td><td>進捗率
A</td><td colspan="5">新たな作品（弘前が舞台である小説等）の映画化については候補作品の選考がなされていないが、映像作品撮影事業費等補助金を2件交付したほか、映画やドラマ、旅番組などのロケが多数行われたことから、<u>「工程表どおり実施済み」</u>と評価した。</td></tr>
<tr><td>達成率
A</td><td colspan="5">目標とした「映画誘致数」「ドラマ、CM撮影数」とも目標を達成したことから、<u>「目標を達成済み」</u>と評価した。</td></tr>
<tr><td colspan="2">目標</td><td>H22</td><td>H23</td><td>H24</td><td>H25</td></tr>
<tr><td colspan="2">映画誘致数（H25年度） 1本/年</td><td>4本</td><td>2本</td><td>2本</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">ドラマ、CM撮影数（H23～H25） 各5本/年</td><td>2本</td><td>8本</td><td>5本</td><td></td></tr>
<tr><td>事務事業名</td><td colspan="2">決算額</td><td>49</td><td>3,072</td><td>2,000</td><td></td></tr>
<tr><td>弘前フィルムコミッション推進事業</td><td>今後の課題</td><td colspan="5">現在決定している映像作品の撮影予定がないため、映画、ドラマ等の撮影誘致を積極的に行う必要がある。</td></tr>
</table>

No.	項目	自己評価	平成24年度実施内容
2-(2)-8	ねぷた祭りなどの更なる誘客や街全体への波及を促進	進捗率 A	施策を構成する5事業について、すべて「工程表どおり実施済み」となっていることから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 B	施策を構成する5事業について、すべて「概ね順調に推移」となっていることから、**「概ね順調に推移」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
観光入込客数（H25） 5,000千人 4,500千人（H24）	4,551千人	4,138千人	4,508千人	
行祭事・イベント観光入込客数（H25） 5,500千人 4,900千人（H24）	4,853千人	4,591千人	4,375千人	
【参考】まち歩き参加者数　1,200人	883人	992人	952人	
決算額	47,781	46,967	97,507	

実施内容	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
旅行エージェントへの商品造成に向けたキャラバンや首都圏を始めとしたキャンペーン等による全国へのPR活動を強化し、誘客に努める。 また、弘前城築城400年を機に、改めて地域のまつりとしての四大まつりに市民参加を呼びかけるほか、通年観光に向けた取り組みとして400年祭事業の一部継続を検討するほか、街歩き観光を推進する。	(1)宣伝広告事業	進捗率 A	首都圏等におけるPR強化については、県や県観光連盟と連携し、キャンペーンやキャラバン、旅行エージェント訪問など積極的に実施した。雑誌等への広告掲載についても、費用対効果を念頭に置きながら効果的に実施したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 B	目標のうち、「行祭事・イベント入込客数」は目標を達成できなかったが、「観光入込客数」は目標を達成したことから、**「概ね順調に推移」**と評価した。
		今後の課題	よりPR効果を高めるため、キャンペーン等の実施、広告等の掲載にあたっては、地域性、タイミングを考慮し、事業を進めていく。
	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
	(2)四大まつり事業	進捗率 A	四大まつりへの市民参加を呼びかけたほか、弘前城築城400年祭事業として実施したねぷたまつりのなぬか日スペシャル（平成24年度事業名：なぬかびおくり）、菊と紅葉まつりのデジタル掛け軸、雪燈籠まつりの津軽錦絵大回廊を継続して実施したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 B	目標のうち、「行祭事・イベント入込客数」は目標を達成できなかったが、「観光入込客数」は目標を達成したことから、**「概ね順調に推移」**と評価した。
		今後の課題	四大まつりについては、守るべき伝統は守りながら、時代に応じた変化を取り入れることでまつりの更なる振興を図るとともに、まつり運営に対する市の関わり方等を検討していく。

	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
旅行エージェントへの商品造成に向けたキャラバンや首都圏を始めとしたキャンペーン等による全国へのPR活動を強化し、誘客に努める。 また、弘前城築城400年を機に、改めて地域のまつりとしての四大まつりに市民参加を呼びかけるほか、通年観光に向けた取り組みとして400年祭事業の一部継続を検討するほか、街歩き観光を推進する。	(3)観光振興事業	進捗率 A	街歩きについては、第2回となる日本まちあるきフォーラムを当市で開催したほか、街歩きガイドツアー「弘前街歩き」を62コースで実施した。また、弘前駅にぎわい創出事業、ライトアップ推進事業（青森銀行記念館）等により通年観光の充実に向けた取組みを行ったことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 B	目標のうち、「行祭事・イベント入込客数」は目標を達成できなかったが、「観光入込客数」は目標を達成したことから、**「概ね順調に推移」**と評価した。
		今後の課題	着地型旅行商品の造成及び販売に向け、各観光施設や交通事業者エージェント等と調整を図っていく必要がある。
	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
	(4)（仮称）弘前りんご秋まつり	進捗率 A	弘前城菊と紅葉まつり、弘前・白神アップルマラソン、津軽の食と産業まつりなどの既存の事業に、りんご音楽祭、りんごハロウィン、まちなかりんご装飾などの新たな事業を加え、「弘前りんご博覧会」として実施し、秋期の誘客を図ったことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 B	目標のうち、「行祭事・イベント入込客数」は目標を達成できなかったが、「観光入込客数」は目標を達成したことから、**「概ね順調に推移」**と評価した。
		今後の課題	前年度の開催状況・結果をもとに事業内容の改善を図り、秋期の誘客、通年観光の充実につなげていく必要がある。また、次年度に向けて、民間主導でも開催可能な事業展開を検討していく。
	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
	(5)冬を彩る光のまちづくり事業	進捗率 A	従来のイルミネーションに加え、追手門広場の光のオブジェの設置、サーチライトによる光の御柱、カクテル光によるライティングベールなど新たな手法による演出で美しく楽しい冬の情景を創出し、冬期の誘客を図ったことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 B	目標のうち、「行祭事・イベント入込客数」は目標を達成できなかったが、「観光入込客数」は目標を達成したことから、**「概ね順調に推移」**と評価した。
		今後の課題	前年度の開催状況・結果をもとに事業内容の改善を図り、冬期の誘客、通年観光の充実につなげていく必要がある。

No.	項目	自己評価	平成24年度実施内容
2-(2)-9	農村“楽園づくり”による大都市圏在住者の移住支援や二地域居住(※8)を促進	進捗率 A	施策を構成する2事業について、どちらも「工程表どおり実施済み」との評価になっていることから、施策全体としても**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 A	施策を構成する2事業について、それぞれ「目標を達成済み」との評価になっていることから、施策全体としても**「目標を達成済み」**と評価した。

	H22	H23	H24	H25
決算額	0	3,619	3,673	

実施内容	事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
交流人口の拡大を図るために、団塊の世代の定年退職者等をターゲットに、農村地帯の良さを体感するモニターツアー等を実施する。 また、移住や居住に向けた就労や住居などの情報提供や相談対応を強化する。	(1)弘前まるごと体感事業	進捗率 A	平成24年度はモニターツアーを実施することとしており、交流人口の拡大や移住・就農の意識の醸成を図るため、平成24年10月に「まるっとひろさき体験ツアー」を実施したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
		達成率 A	目標を「体感事業参加者数」としており、目標を上回ったため、**「目標を達成済み」**と評価した。農業に対する様々な想いを持つツアー参加者は、農家民泊や農業体験を通じて農村生活を体感した。農業への理解を深めた参加者は、移住には至ってはいないものの、グリーンツーリズム受入農家との交流や首都圏での農産物販売を実践し、弘前の魅力を発信する取組みを継続して行っている。

目標	H22	H23	H24	H25
体感事業参加者数 20名	―	19名	21名	

今後の課題	ツアー参加者の中には単に観光や農村との交流を目的として参加していると思われる参加者も見受けられることから、参加者の意識が事業の趣旨に沿ったものであるのか判断できるような工夫が必要である。

事務事業名	自己評価	平成24年度実施内容
(2)空き家等情報提供事業	進捗率 A	平成24年3月に情報提供体制が完成し、以降は継続して運用していることから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
	達成率 A	平成24年3月に通年運用体制整備後は、これを継続して運用していることから、**「目標を達成済み」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
空き家等情報市ホームページ 通年運用	―	通年運用	通年運用	
【参考】空き家等情報発信件数　5件/年	―	―	0	

今後の課題	平成24年度は「農業ひろさき」に記事を掲載して希望者を募ったが、情報が寄せられなかったことから、細やかな情報収集と目に留まりやすい情報提供のための工夫が必要である。

No.	項目	実施内容	自己評価	平成24年度実施内容
2-(2)-10	観光ホスピタリティ運動（交通事業者、市民など一体化）と観光資源市民研修の強化	市民全体で観光振興を図るために、次の取り組みを行う。 (1)ホスピタリティ運動 ・広報等による市民意識の醸成（まち歩きコースの連載） ・関係者による情報共有、意見交換の定期的な開催（やわらかネット他） (2)市民研修 ・津軽ひろさき検定 ・出前講座等の実施	進捗率 A	毎月1回街歩きについて広報誌に掲載するとともに、弘前感交劇場推進委員会実務者会議（やわらかネット）の定期的開催、津軽ひろさき検定、出前講座等を実施したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
			達成率 B	目標のうち、「ホスピタリティ運動開催回数」は目標を達成できなかったが、「広報紙への連載」「津軽ひろさき検定実施回数」「出前講座等開催回数」についてはいずれも目標を達成したことから、**「概ね順調に推移」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
・広報紙への連載(H23～) 毎月	－	1回	12回	
・ホスピタリティ運動開催回数 100回/年	69回	78回	81回	
・津軽ひろさき検定実施回数 3回/年	2回	4回	3回	
・出前講座等開催回数 12回/年	23回	12回	18回	
事務事業名	決算額	0	0	0
弘前感交劇場推進事業	今後の課題	市民全体で観光振興を図る気運の醸成を図るため、やわらかネット等の開催によるホスピタリティ運動の継続、津軽ひろさき検定、出前講座等の市民に対する研修を継続していく必要がある。		

No.	項目	実施内容	自己評価	平成24年度実施内容
2-(2)-11	弘前観光情報の一元化（ポータルサイトの構築、中国語などの拡充）	観光物産情報の一元化を図るために、関係団体と連携し、「弘前感交劇場」をキーワードにした弘前の窓口的観光物産情報サイトを構築し、利用者が望む情報にたどりつきやすいようにする。また、外国人対応として、多言語化も図る。	進捗率 A	平成24年6月から地域ポータルサイト「弘前感交劇場」の供用を開始し、映像コンテンツの拡充、情報の整理、リンクの整備を行うとともに、弘前感交劇場HP外国語版（4か国語）を制作したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
			達成率 A	目標を「アクセス数」としているが、目標を達成したため、**「目標を達成済み」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
目標アクセス数（訪問者数） 120,000/年	8,304件	4,883件	138,471件	
【参考】アクセス数（トップページ含む5サイト訪問者数） 2,100,000/年	―	―	147,330件	
事務事業名	決算額	8,752	27,081	6,426
宣伝広告事業	今後の課題	必要に応じて随時情報の更新を行っていく。		

No.	項目	実施内容	自己評価	平成24年度実施内容
2-(2)-12	新幹線新青森駅からの誘客のための二次交通の充実	二次交通の充実のために、奥羽本線の高速化等による利便性向上や、新幹線とのスムーズな接続について、JR東日本等へ要望活動等を実施する。	進捗率 A	平成24年度は普通列車等への指定席車両追加編成に関する要望活動を実施することとしていたが、県への重点要望に反映した。また、JR東日本等への要望活動については、8月（2回）、10月、11月の計4回行っていることから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
			達成率 A	目標をすべて達成したことから**「目標を達成済み」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
全ての新幹線に対するアクセス列車の維持・確保	38便/38便	38便/38便	38便/38便	
新青森-弘前駅間を30分以内で結ぶ特急列車の運行（H25） 増加	6往復	6往復	6.5往復	
JR東日本等への要望活動回数 2回/年	5回	3回	4回	
事務事業名	決算額	405	487	68
奥羽本線高速化・機能強化等要望活動	今後の課題	新青森駅－弘前駅間の冬期間の安定的輸送及び優等列車の増便やジョイフルトレインの導入、普通列車のクロスシート化の実現に向けて、今後も要望活動を継続していきたい。		

No.	項目	実施内容	自己評価	平成24年度実施内容
☆ 2-(2)-13	弘前シティプロモーション（※9）推進事業（都市の魅力度向上活動）	弘前城築城400年祭の成果をステップに、弘前市の魅力度、認知度などの都市ブランド力を向上させ、交流人口の拡大や地元産品の販路拡大などの産業振興を図るために、より明確な都市イメージの確立、国内外へ向けての機動的・戦略的な情報発信を推進する。	進捗率 A	平成24年度は、「推進体制の構築（シティプロモーション担当設置等」及び「都市イメージの確立（ブランドセミナーやホームページ・フェイスブックページ制作等）」、「情報発信（各種メディアを活用した国内外への情報発信）」につながる各種取組みを実施したことから、**「工程表どおり実施済み」**と評価した。
			達成率 A	目標を「シティプロモーション情報発信件数180件としているが、目標を大きく上回ったことから、**「目標を達成済み」**と評価した。

目標	H22	H23	H24	H25
シティプロモーション情報発信件数　180件(H25)	－	－	1,088件	
【参考】全国メディア等に弘前情報が取り上げられた件数　200件			171件	
事務事業名	決算額	0	0	41,872
弘前シティプロモーション推進事業	今後の課題	プレスリリース専門業者の活用、シティプロモーションアドバイザーからの助言等を参考にしながら、より戦略的なプロモーション活動を実施し、メディアへの露出の増加につながる取組みを実施する。		