

地方自治法（昭和22年法律第67号）第252条の37第5項の規定に基づき、包括外部監査人から監査の結果に関する報告があったので、同法第252条の38第3項の規定により、次のとおり公表する。

平成31年4月26日

新潟県監査委員 栗山 和 廣

新潟県監査委員 石塚 健

新潟県監査委員 長部 登

新潟県監査委員 高橋 猛

包括外部監査報告書 別冊のとおり

観光及びこれに関連する事業に係る事務の執行及び事業の管理について

平成30年度

包括外部監査の結果報告書

観光及びこれに関連する事業に係る事務の執行及び事業の管理について

平成31年3月

新潟県包括外部監査人

公認会計士 植 草 寛

目次

包括外部監査の結果報告書

I. 外部監査の概要	1
1. 監査の種類	1
2. 特定した事件	1
3. 事件を選定した理由	1
4. 包括外部監査の方法	1
(1) 監査対象	1
(2) 主な監査要点	1
(3) 監査対象期間	1
(4) 包括外部監査の実施期間	2
5. 包括外部監査人及び補助者	2
(1) 包括外部監査人	2
(2) 補助者	2
6. 利害関係	2
II. 監査の対象の概要	3
1. 国における観光の現状と観光戦略	3
(1) 概要	3
(2) 国の観光の状況	4
2. 新潟県における観光の現状と施策	6
(1) 新潟県のブランドイメージ	6
(2) 新潟県の観光入込客数の推移	6
(3) 新潟県を訪れる外国人観光客の推移	9
(4) 新潟県の主な観光資源	10
3. 新潟県の観光振興施策	15
(1) 新潟県観光の概要	15
(2) 新潟県観光の課題	16
(3) 新行動計画の概要	17
(4) 観光振興施策の推進体制	18
4. 新潟県の観光事業における主な観光関係団体	20
(1) 公益社団法人新潟県観光協会(以下「新潟県観光協会」)	20
(2) 新潟ふるさと村	22
(3) 株式会社新潟ふるさと村	26
II. 実施した監査手続の概要	28
1. 監査手続の概要	28

(1) 概要調査.....	28
(2) 監査対象とする事業の選定.....	28
III. 監査結果の概要.....	30
1. 監査結果に関する総論.....	30
2. 指摘及び意見の要約.....	32
IV. 観光事業(個別事業)について.....	47
1. 交流人口拡大推進事業.....	47
A. 宿泊施設経営改善モデル事業.....	47
B. 温泉地等魅力向上支援事業.....	52
C. ご当地グルメイベント開催費補助金.....	55
D. おもてなし支援事業.....	60
E. 宿泊交流人口拡大事業.....	62
2. スキー観光活性化促進事業.....	65
3. 着地型観光支援事業.....	67
4. 観光基盤整備事業補助金.....	71
5. 観光施設改善資金貸付金.....	74
6. 少雪対策設備整備資金貸付金.....	76
7. 新潟ふるさと村管理運営事業(アピール館).....	78
8. 新潟ふるさと村宣伝事業.....	87
9. 新潟ふるさと村経営改善資金貸付金(バザール館).....	92
10. 交通事業者との連携による誘客促進事業.....	97
11. 首都圏観光誘客強化事業.....	100
12. 大阪観光センター機能強化費.....	105
13. 観光団体育成指導費.....	108
14. コンベンション誘致推進事業.....	110
15. ウェルカムにいがた観光戦略事業.....	113
16. 外客誘致重点キャンペーン事業.....	120
17. 広域周遊ルート誘客促進事業.....	129
18. 関西圏戦略的情報発信事業.....	134
19. 県産品等認知度向上事業.....	137
20. 首都圏等に向けた積極的な情報発信事業.....	145
21. 新潟空港路線利便性向上事業.....	151
22. 国際線利用促進事業.....	159
23. 直行リムジンバス運行支援事業.....	162
24. 新潟空港直行ライナー支援事業.....	164
25. 国内線利用促進事業.....	167

26. 佐渡航路利用拡大支援事業	171
------------------------	-----

I. 外部監査の概要

1. 監査の種類

地方自治法第 252 条の 37 第 1 項に基づく包括外部監査

2. 特定した事件

観光及びこれに関連する事業に係る事務の執行及び事業の管理について

3. 事件を選定した理由

新潟県には豊かな自然や食、歴史文化など多種多様な観光資源があり、これらの資源を活かして地域の魅力を高めて、観光集客に努めるため、「新潟県観光立県推進条例」を定めている。本条例に基づき観光立県の実現に向けて県の観光振興施策を総合的かつ計画的に実施するために平成 29 年 3 月に「新潟県観光立県推進行動計画」（計画期間：平成 29 年度～32 年度）が策定され、具体的な政策目標とそれに向けてのアクションプランが定められた。また、「にいがた未来創造プラン」の実現に向けた重点的な取組の一つに、多様な地域資源を活かした観光振興と交流人口の拡大に取り組むことも挙げられている。

このように新潟県では近年、観光立県を目指して様々な施策を行っており、関連予算の規模も年々拡大している。そのような状況において過去に実施した観光振興施策が、効率的、かつ、効果的に実施されたかどうかを包括外部監査人の立場から検討を加えることは、今後の行政運営にとって有意義と考え本年度の包括外部監査のテーマとして選定した。

4. 包括外部監査の方法

(1) 監査対象

産業労働観光部観光局及びその他観光に関連する事業を行う部局

(2) 主な監査要点

- ①事業に係る事務が関係法令等に準拠し適正に行われているか
- ②事業に係る事務の遂行が経済的及び効率的に行われているか
- ③観光施設の運営管理が適切になされているか
- ④事業の効果測定が適切に行われているか
- ⑤その他

(3) 監査対象期間

原則として平成 29 年度とする。

ただし、必要に応じて他の年度についても監査の対象とした。

(4) 包括外部監査の実施期間

平成 30 年 8 月 3 日から平成 31 年 3 月 27 日まで

5. 包括外部監査人及び補助者

(1) 包括外部監査人

公認会計士	植草 寛
-------	------

(2) 補助者

公認会計士	小武賢二
公認会計士	長部勝洋
公認会計士	田中保隆
公認会計士	亀山義浩
日本公認会計士協会準会員	佐藤央宗
アシスタント	佐藤 愛

6. 利害関係

包括外部監査の対象とした事件につき、地方自治法第 252 条の 29 の規定により記載すべき利害関係はない。

Ⅱ. 監査の対象の概要

1. 国における観光の現状と観光戦略

(1) 概要

国においては、21世紀の経済社会の発展のためには観光立国の実現が極めて重要との認識の下、平成18年12月に観光立国推進基本法の制定、平成19年6月に観光立国推進基本計画の策定、平成20年10月に観光庁の発足等、観光立国を推進する体制整備がすすめられた。

平成28年3月には「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定され、以下の目標が掲げられている。

	平成32年	平成42年
訪日外国人旅行者数	4,000万人	6,000万人
訪日外国人旅行消費額	8兆円	15兆円
地方部での外国人延べ宿泊者数	7,000万人泊	1億3,000万人泊
外国人リピーター数	2,400万人	3,600万人
日本人国内旅行消費額	21兆円	22兆円

当該目標を達成するため、以下の3つの視点を柱とし、10の改革を取りまとめている。

3つの視点	10の改革
1. 「観光資源」の魅力を高め、地方創生の礎に	1. 「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放 2. 「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ 3. 「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ 4. 主な観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
2. 「観光産業」を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に	5. 古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ 6. あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現 7. 疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
3. 全ての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる「環境」に	8. ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現 9. 「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現 10. 「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

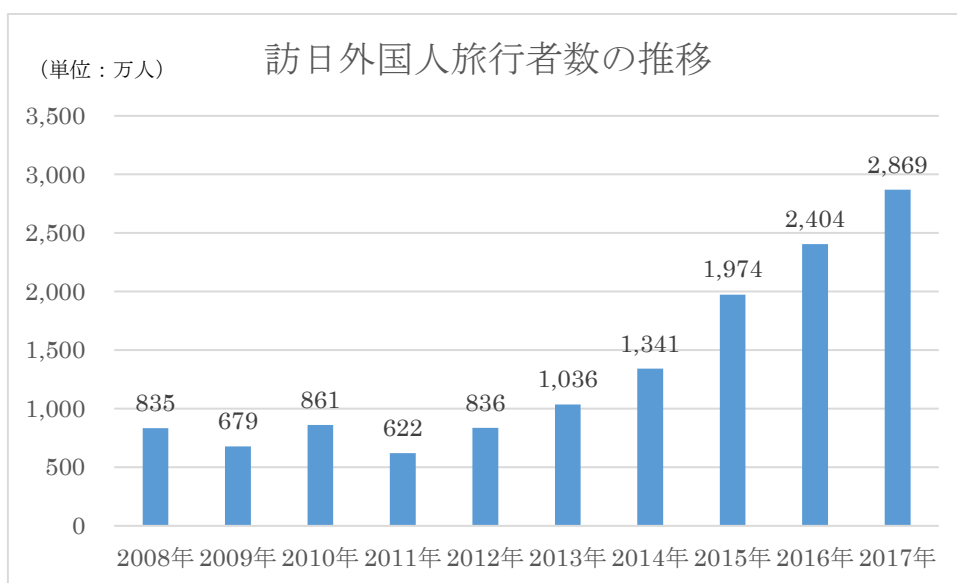
(2) 国の観光の状況

国土交通省観光庁が実施する、「観光白書」及び「宿泊旅行統計調査」によると、国の観光の動向は以下の通りである。

① 訪日旅行の状況

平成 29 年（2017 年）における訪日外国人旅行者数は、平成 28 年（2016 年）の 2,404 万人をさらに上回る 2,869 万人（対前年比 19.3%増）となった。

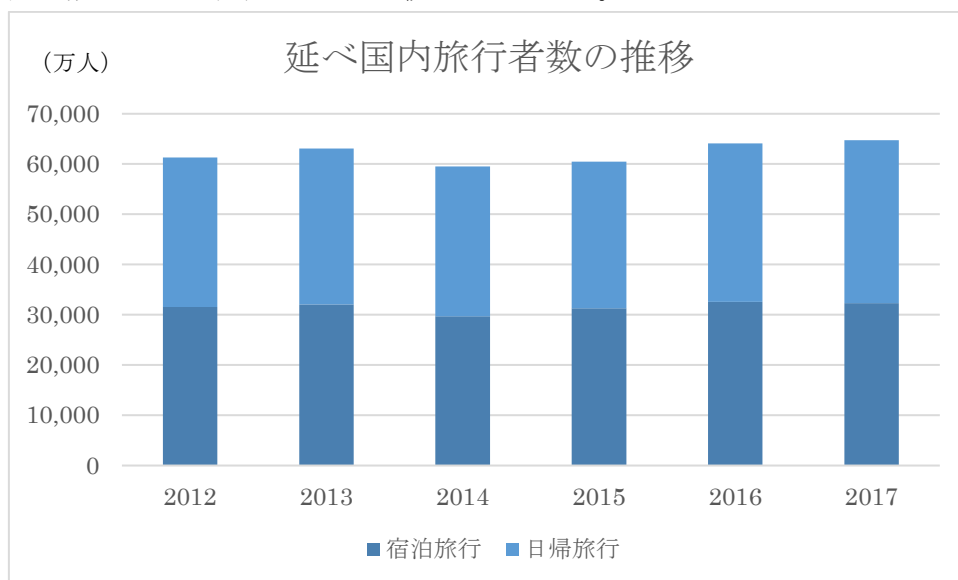
国の施策等も功を奏し、5 年連続で過去最高を更新し、平成 32 年（2020 年）の目標（4,000 万人）達成に向けて堅調に推移している。



② 国内旅行の状況

平成 29 年（2017 年）における国内宿泊旅行に行った人数は延べ 3 億 2,333 万人（前年比 0.7%減）、国内日帰り旅行は延べ 3 億 2,418 万人（前年比 2.8%増）となった。

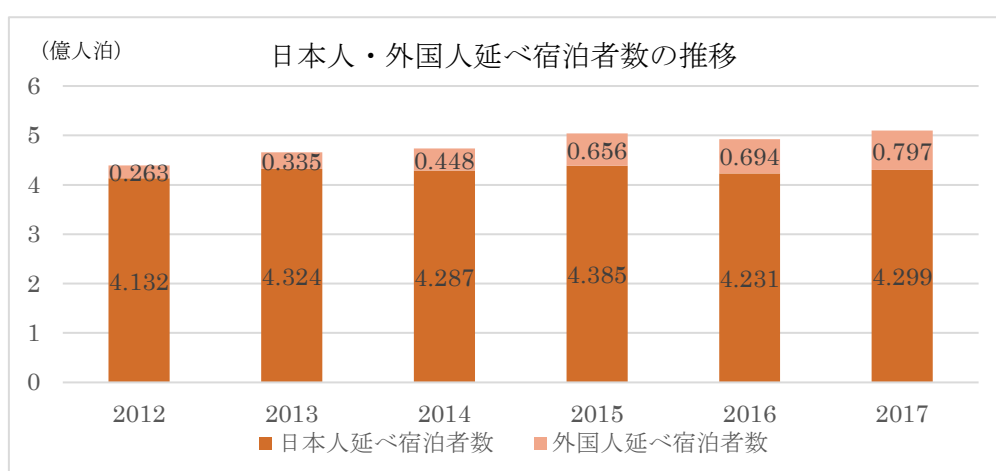
国内旅行については過去 5 年間でほぼ横並びで推移している。今後は少子高齢化に伴う人口減少により下落トレンドが続くと思われる。



③ 宿泊旅行の状況

日本国内のホテル・旅館等における延べ宿泊者数は、平成 29 年は 5 億 960 万人泊（前年比 3.5%増）であった。日本人延べ宿泊者数は 4 億 2,991 万人泊（前年比 1.6%増）であった一方、外国人延べ宿泊者数は 7,969 万人泊（前年比 14.8%増）であった。

外国人延べ宿泊者数は、訪日外国人旅行者数の増加に歩調を合わせて増加が続いており、2020 年の東京五輪に向けて増加トレンドが続くと思われる。



2. 新潟県における観光の現状と施策

(1) 新潟県のブランドイメージ

㈱ブランド総合研究所では、地域ブランド調査を毎年実施している。都道府県別の魅力度ランキングで、新潟県は「地域ブランド調査 2018_魅力度 47 都道府県ランキング」において、47 都道府県のうち 31 位であった。2015 年は、NGT48 誕生、北陸新幹線等の効果により、ランキングを 19 位まで上げたものの、その後はそれ以前の位置まで後戻りしている。

魅力度ランキングの概要

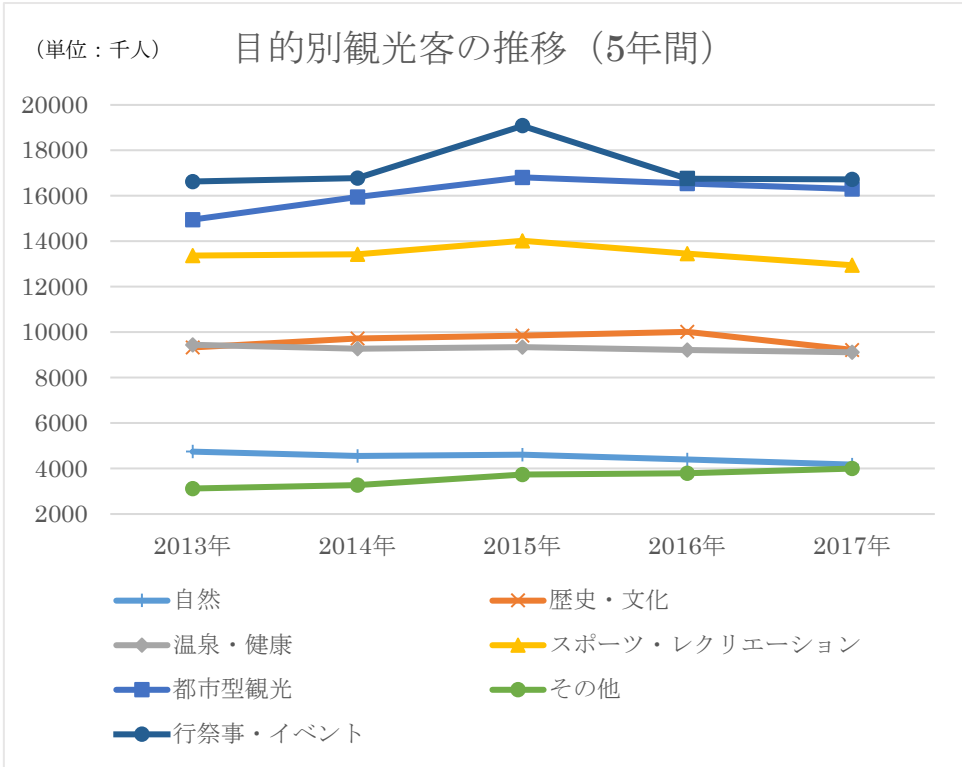
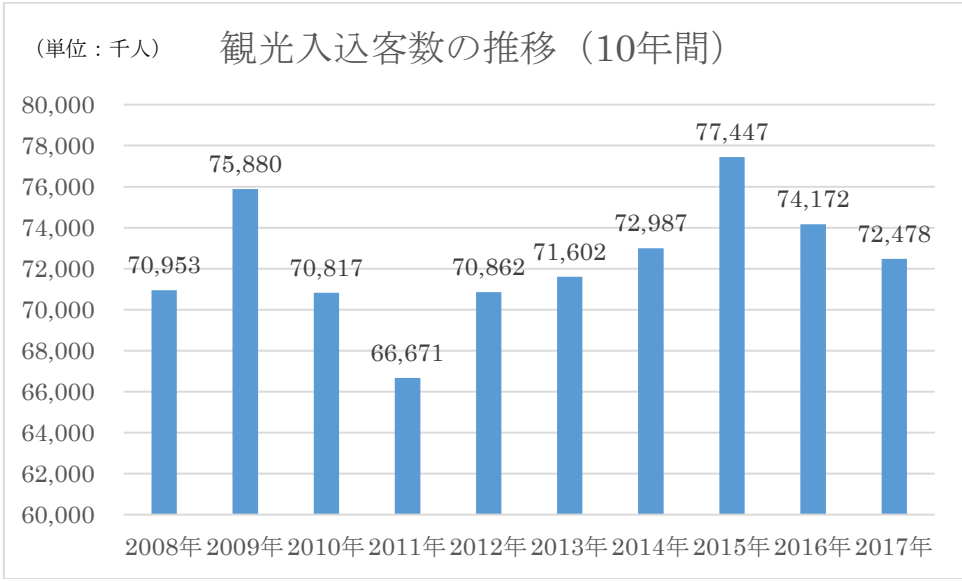
	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年
新潟県	30 位	35 位	19 位	35 位	26 位	31 位
(隣接県)						
長野県	9 位	9 位	10 位	8 位	10 位	9 位
富山県	21 位	23 位	32 位	18 位	23 位	22 位
福島県	29 位	29 位	42 位	39 位	34 位	27 位
山形県	28 位	28 位	22 位	37 位	38 位	30 位
群馬県	44 位	46 位	45 位	45 位	41 位	42 位

出典：「地域ブランド調査 2013-2018」（ブランド総合研究所）

(2) 新潟県の観光入込客数の推移

① 観光入込客数の過去 10 年間推移

観光入込客数の過去 10 年間の推移は下表のとおりである。平成 23 年度には東日本大震災等の影響等により 66,671 千人まで落ち込み、その後、平成 27 年度には大地の芸術祭、NGT48 誕生、北陸新幹線開業等の効果により 77,447 千人まで増加したものの、平成 29 年度には 72,478 千人まで落ち込んでいる。

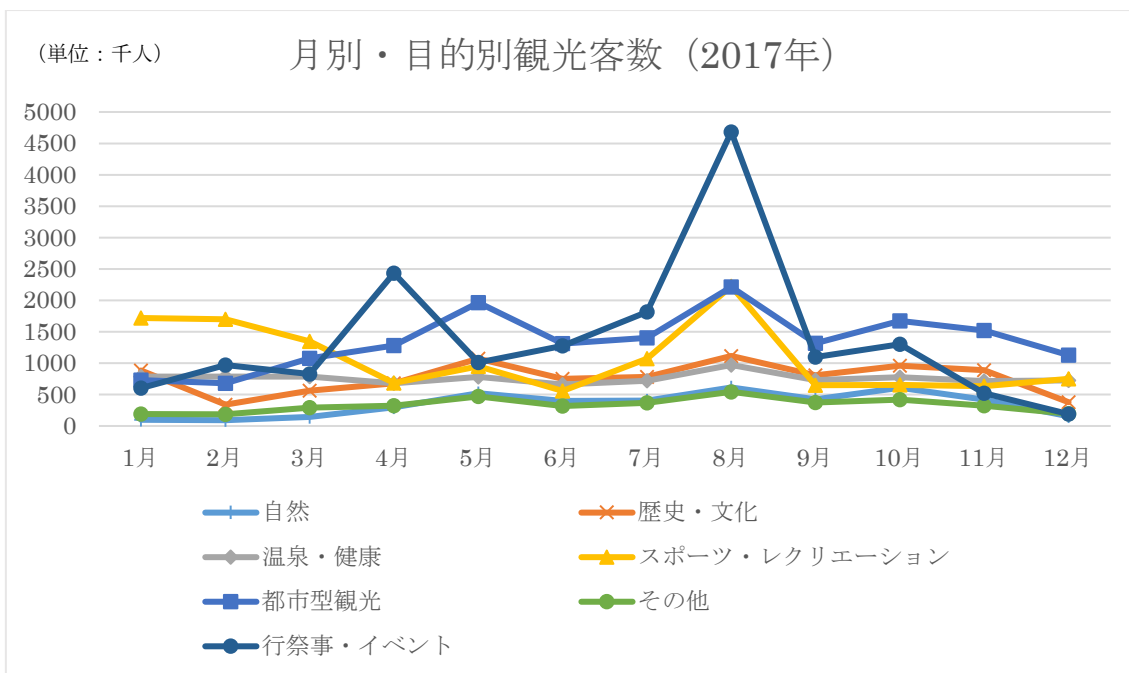
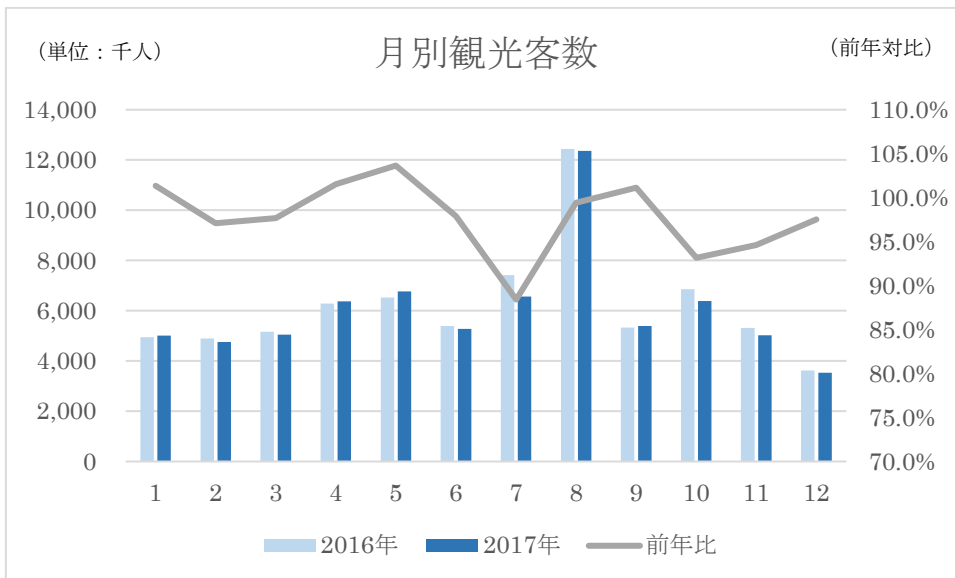


出典：平成 29 年 新潟県観光入込客数（新潟県産業労働観光部観光局観光企画課）

②平成 29 年度の観光入込客数の月次推移

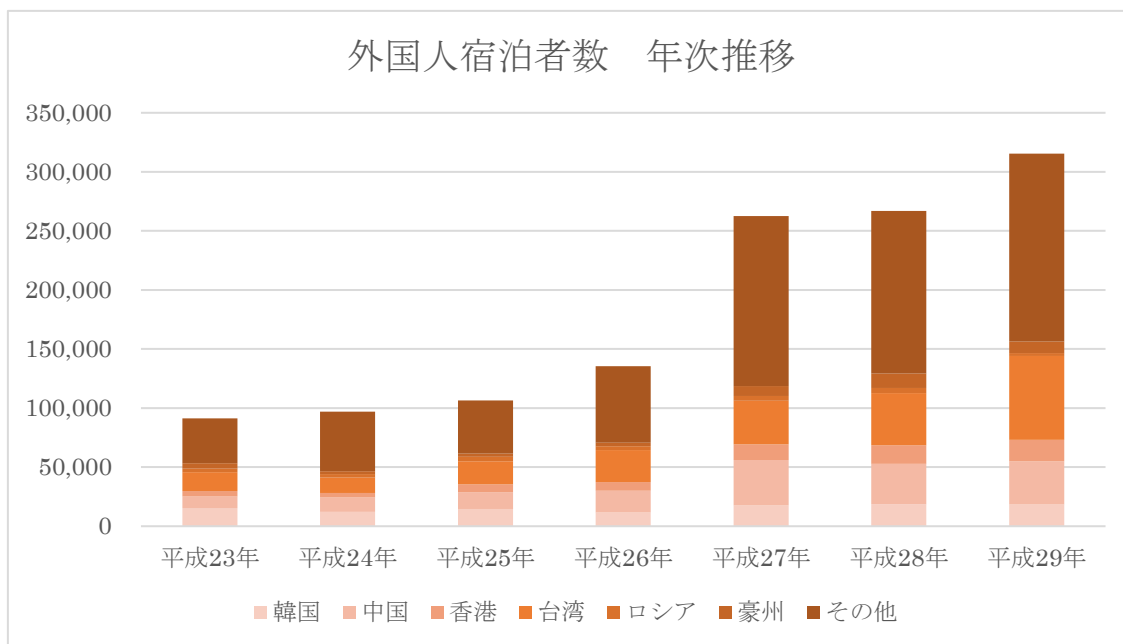
平成 29 年の観光入込客数の月別・目的別推移については、下表のとおりである。5 月の入込は、ゴールデンウィークの曜日配列が良く、5 連休となったことに加え、概ね好天に恵まれたため、各観光地やイベント、スキー場の入込が好調となり増加した一方、7 月の入込については、例年よりも梅雨明けが遅れ、天候不良の日が多かったことから、海水浴場や屋

外イベント等への入込が伸び悩み減少している。長岡まつり大花火大会等のイベントが開催される 8 月に観光入込客数が集中する傾向があり、その他の月について観光入込客数を底上げできていないのが現状である。

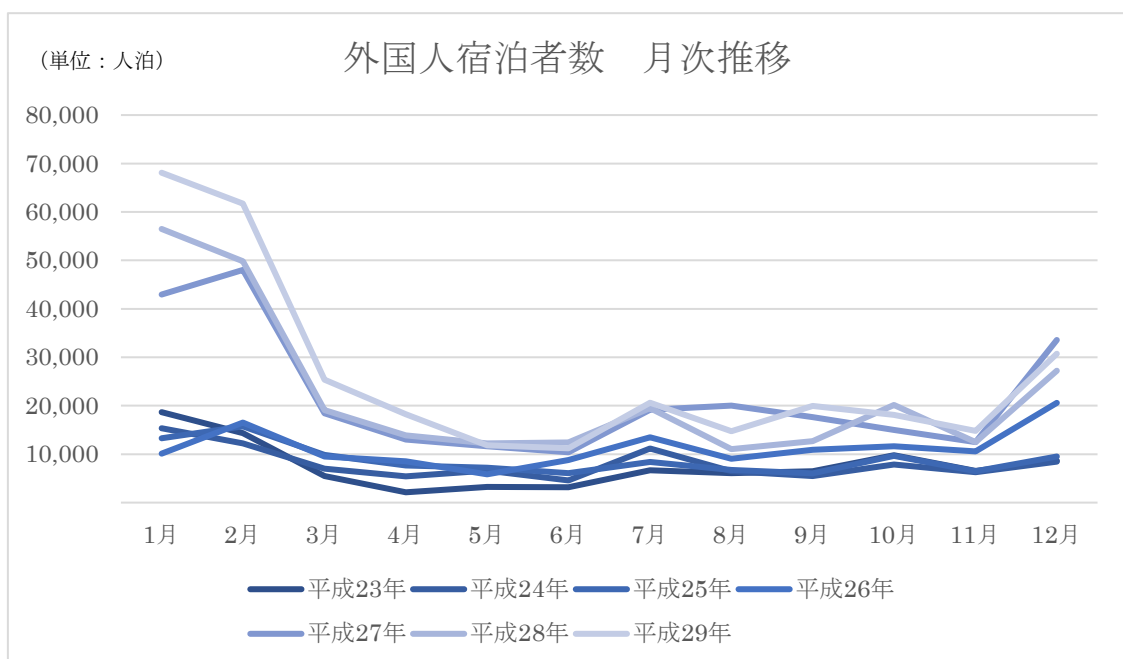


(3)新潟県を訪れる外国人観光客の推移

外国人宿泊者数は、平成27年から増加傾向である。訪日外国人観光客が増加し、ウインターシーズンのスキー観光の取込を行えたことによる増加である。また、新潟県の外国人観光客の約6割はアジアからの旅行者であることが特徴の一つである。



(出典：観光庁 宿泊旅行統計調査)



(出典：観光庁 宿泊旅行統計調査)

(4)新潟県の主な観光資源

公益社団法人新潟県観光協会が運営する「にいがた観光ナビ」の観光情報より、新潟県内の主な観光資源を抜粋したものは以下の通りである。

	村上・新発田エリア	月岡温泉、鮭料理、笹川流れなど
	新潟・阿賀エリア	朱鷺メッセ、北方文化博物館（豪農の館）、瓢湖など
	弥彦・三条エリア	彌彦神社、洋食器産業など
	長岡・柏崎エリア	寺泊、越後三大花火（柏崎・長岡・片貝）、海水浴（鯨波）など
	湯沢・魚沼エリア	大地の芸術祭、奥只見、スノーリゾート（苗場、GALA）など
	妙高・上越エリア	高田城観桜会、かにや横丁、スノーリゾート（赤倉、妙高）など
	佐渡エリア	佐渡金山、たらい舟、朱鷺



①村上・新発田エリア


	<p>月岡温泉</p> <p>新潟の奥座敷と呼ばれる月岡温泉は国内随一の成分含有量を誇る硫黄泉で、鮮やかなエメラルドグリーンの湯色が特徴。角質除去や漂白・殺菌作用でツルツルの美白肌になると、多くの女性から注目を集めている。</p>
	<p>笹川流れ</p> <p>県内屈指の透明度とも言われる澄み切った海と 11km も続く海岸。笹川集落の名にちなんで付けられた笹川流れは、国の名勝および天然記念物（県立自然公園）に指定されており、日本海の荒波の浸食によりできた奇岩、怪石などの岩礁や洞窟など、変化に富んだ風景が広がっている。</p>
	<p>村上の鮭料理</p> <p>「鮭のまち」としても知られる村上。昔から街の北側にある三面川には、秋になるとたくさんの鮭が遡上する。今では 100 種類以上もの料理が編み出され、氷頭なます、塩焼き、甘露煮、鮭の炊き込みご飯など、多種多様な鮭料理を地元の仕出し屋や割烹などで味わうことができる。</p>

②新潟・阿賀エリア

	<p>朱鷺メッセ Bisco ばかうけ展望室</p> <p>朱鷺メッセの31階の展望室は地上約125mに位置し、日本海側では随一の高さを誇る絶景スポット。日中は佐渡島や五頭連峰などが一望でき、夕方には刻々と色が変わる夕焼けを、夜は夜景を楽しむことができる。</p>
	<p>北方文化博物館（豪農の館）</p> <p>越後の大地主・伊藤文吉氏の旧日本邸を改修した博物館。8,800坪の敷地には、帳場や茶の間として使われていた主屋棟や書院造の大広間棟、茶室などが構えられ、明治期の豪農の暮らしや文化を感じることができる。</p>
	<p>瓢湖（ひょうこ）</p> <p>県北東部に位置する瓢湖には、10月上旬になると第一陣の白鳥が訪れ、ピーク時の11月下旬には、冬の到来を告げるかのように5,000羽もの白鳥が湖に降り立つ。故吉川重三郎氏が日本で初めて餌付けに成功し、国際的に重要な湿地を保護するラムサール条約にも登録されている。</p>

③弥彦・三条エリア


	<p>彌彦神社</p> <p>地元では「おやひこさま」の愛称で親しまれる彌彦神社は、万葉集に詠われるほど歴史のある古社。現在では、県内屈指のパワースポットとして注目を集め、特に縁結びにご利益があると全国からも多くの参拝者が訪れている。</p>
	<p>洋食器産業</p> <p>ナイフ、フォーク、スプーンなど金属製洋食器の製造が盛んな燕市。国内シェア90%を占め、デザイン性と機能性の高さから世界からも注目を集めている。その歴史は古く、江戸時代の和釘作りに端を発すると言われている。</p>

	<p>燕背脂ラーメン</p> <p>「新潟 5 大ラーメン」の一つに数えられる燕市の背脂ラーメン。濃い目の醤油味のスープに極太面、その麺を覆うようにトッピングされた背脂が特徴。</p>
---	---

④長岡・柏崎エリア

	<p>寺泊</p> <p>「魚のアメ横」とも呼ばれる寺泊魚の市場通りは、その名の通り海の幸を存分に楽しめるスポット。鮮魚店や土産物店など 11 店舗が軒を連ね、佐渡沖で獲れた紅ズワイ蟹や大振りのカキやホタテなどがズラリと並ぶ。</p>
	<p>越後三大花火</p> <p>新潟県には全国に誇る 3 つの花火大会がある。「川の長岡」「山の片貝」「海の柏崎」とも称され、それぞれに歴史と特徴があり、いずれも圧倒的なスケールで毎年多くの人を魅了する。</p>
	<p>鯨波海水浴場</p> <p>景観良し、水質良し、アクセス良し、設備良しで人気の高い海水浴場。「日本の渚百選」にも入選した風光明媚なビーチは広々と解放感があり、砂浜だけでなく岩場が点在し、変化に富んだ景観が特徴。</p>

⑤湯沢・魚沼エリア

	<p>大地の芸術祭</p> <p>日本有数の豪雪地・越後妻有（十日町市、津南町）で 3 年に一度開催される世界最大級のアートフェスティバル。「人間は自然に内包される」をコンセプトに、世界各国からアーティストが集結し、田畑や空き家、廃校など、屋内・屋外問わずさまざまな場所で作品やパフォーマンスが展開される。</p>
---	--

	<p>奥只見 豊かな自然と変化に富んだ地形で四季折々の景観とレジャーを楽しめる秘境・奥只見。国内最大級の人造湖である奥只見湖は、春は雪の残る越後三山を望み、まるで北欧を思わせるような風景に。紅葉の時期は赤や黄色に染まった山々が湖面に反射し、絵画のような光景が広がる。</p>
	<p>高原リゾート・スキー場 全国でもトップクラスのゲレンデ大国・新潟。湯沢・魚沼エリアには都心からのアクセスの良いスキー場もあり、冬のシーズンは多くの人で賑わう。スキー・スノーボードはもちろんのこと、スノーラフティングやスノーシューなどのウィンタースポーツも充実。</p>

⑥ 妙高・上越エリア

	<p>高田城観桜会 徳川家康の六男・松平忠輝公が築城した高田城。お堀周辺には約 4,000 本の桜が植えられており、開花時期には一帯が淡いピンク色に染まる。約 3,000 個のぼんぼりに照らされて浮かび上がる桜の姿は国内でも有数の美しさと称えられ、上野の恩賜公園、弘前城公園とともに日本三大夜桜の一つに数えられる。</p>
	<p>かにや横丁 道の駅マリンドリーム能生の一角にあるベニズワイガニの専門店街「かにや横丁」。地元・能生の漁師さんが営む 9 軒の直売所が軒を連ね、能生漁港で穫れた新鮮なベニズワイガニをその場で食べることができる。</p>
	<p>赤倉・妙高スノーリゾート 妙高エリアには大小さまざまな 9 つのスキー場がある。日本のスキーリゾートとして長い歴史を持つ名門・赤倉温泉スキー場は、バラエティに富んだコースでどのレベルのスキーヤー、スノーボーダーでも満足できると人気。</p>

⑦佐渡エリア

	<p>佐渡金山</p> <p>古くは「今昔物語集」にも記され、「黄金の島」としても知られた佐渡島。江戸時代から約 400 年にわたり採掘された金銀山は、時代とともに最先端技術が導入され、規模・産出量とも日本最大級と言われる。</p>
	<p>たらい舟</p> <p>今や佐渡の名物ともなっているたらい舟。女性の船頭さんが 1 本のサオを駆使し、巧みな船捌きで海を案内してくれるこの体験は、昔話に出てきそうな舟の形や、和装に笠をかぶった船頭さんの衣装がノスタルジックで旅情を誘うと人気を集めている。</p>
	<p>朱鷺（トキ）</p> <p>日本の空から姿を消し「野生絶滅」とされたトキが、佐渡の地で野生復帰の道を歩み始めている。1,000m 級の山々が連なる山脈と深い森林、豊かな湧き水と良質な餌などがトキを育むにふさわしい条件となり、さらに専門家や地元の方々の協力を得て、着実に生息数を増やしている。</p>

3. 新潟県の観光振興施策

(1) 新潟県観光の概要

新潟県においては、「新潟県観光立県推進条例」（平成 21 年 1 月施行）を定めている。また、本条例に基づき、観光立県の実現に向けて県の観光振興施策を総合的かつ計画的に実施するため、平成 25 年 11 月に「新潟県観光立県推進行動計画」（計画期間：平成 25 年度～28 年度）（以下「前行動計画」）、平成 29 年 3 月に「新潟県観光立県推進行動計画」（計画期間：平成 29 年度～32 年度）（以下「新行動計画」）を策定している。

新行動計画における具体的な数値目標については以下の通りである。

指標	直近実績	数値目標
県全体の満足度「大変満足」の割合（※1）	19.3% （平成 26 年秋～27 年夏）	40%以上 （平成 32 年）
新潟県リピート率（※2）	53.8% （平成 27 年）	58%以上 （平成 32 年）
観光入込客数（※3）	77,447 千人 （平成 27 年）	80,000 千人 （平成 32 年）
延べ宿泊者数（※4）	10,260 千人泊 （平成 27 年）	1,000 千人泊以上の増加 （平成 32 年）
1 人当たり平均宿泊数（※5）	1.30 泊 （平成 27 年）	全国平均値以上 （平成 32 年）
外国人宿泊数（全体）（※6）	188,624 人泊 （平成 27 年度）	500,000 人泊 （平成 32 年度）
大規模コンベンション（学会、大会、会議等の催し物）の開催件数（※7）	356 件 （平成 27 年度）	毎年度 345 件を上回り、かつ「大会、学会等」を毎年度 70 件以上開催する （平成 32 年度）
国際会議の開催件数（※8）	30 件 （平成 27 年）	34 件 （平成 32 年）

- ※1 新潟県観光地満足度調査（新潟県調査）「宿泊した温泉地等に対する総合評価で [大変満足] と答えた方の割合」による。
- ※2 新潟県観光地満足度調査（新潟県調査）「過去 2 回以上、同一温泉地等に宿泊した宿泊客の割合」による。
- ※3 新潟県観光入込客統計調査（新潟県調査）「観光客入込数」による。
- ※4 宿泊旅行統計調査（観光庁調査）「延べ宿泊者数」による。
- ※5 宿泊旅行統計調査（観光庁調査）「1 人当たり平均宿泊数（延べ宿泊者数/実宿泊者数）」による。
- ※6 外国人宿泊数調査（新潟県調査）「県内の宿泊施設に宿泊した外国人延べ宿泊数」による。
- ※7 新潟万代島総合企画㈱調査「朱鷺メッセでの大規模なコンベンション開催件数」による。
- ※8 国際会議統計（日本政府観光局（JNTO）調査）「国際会議開催件数」による。

(2)新潟県観光の課題

「新行動計画」によれば、新潟県の観光における課題は以下の通りである。

① 観光の魅力づくり

本県は四季折々の豊かな自然、おいしい食べ物、全国的に知名度の高い酒、多くの温泉、歴史、文化等の地域資源を有しており、こうした優良な地域資源を組み合わせた、観光の継続的な魅力づくりが必要となっている。また、レジャーの多様化等に伴い、スキーや海水浴など、本県の強みである観光素材の磨き上げや、子供やファミリー層をターゲットとした受入体制の充実など、魅力の向上に向けた取組も必要となっている。さらには、地域の観光資源とイベントを組み合わせたストーリー性のある観光資源の創造や、芸術文化と観光の融合、地域ならではの旅行を楽しむ着地型旅行や「体験する、交流する、学ぶ」といった要素を取り入れたニューツーリズムの提案等、観光ニーズの多様化、高度化に対応した新たな魅力づくりにも取り組んでいく必要がある。

【ニューツーリズムとは？】

ニューツーリズムは、従来の物見遊山的な観光旅行に対し、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しいタイプの旅行をいう。テーマとしては、グリーン・ツーリズム、ヘルスツーリズム、エコツーリズム、産業観光等がある。

② 観光旅行者の受入体制の充実

個人・グループ旅行の増加等に対応した宿泊サービスの提供や、ガイド等の観光旅行者の受入人材の確保及び育成、交通拠点と目的の観光地を結ぶ交通手段の確保等、受入体制の更なる充実が必要となっている。

③ 誘客宣伝活動の強化

本県観光の認知度やイメージの向上に向けた情報発信を進めるとともに、主な誘客対象の設定や、誘客対象の属性（旅行出発地、世代等）に応じたきめ細やかな観光情報の発信等による効果的な誘客宣伝活動の展開が必要となっている。

最大のマーケットである首都圏での情報発信に加え、北陸新幹線延伸によって時間的に近くなった関西圏においても、引き続き効果的な観光情報の発信に取り組んでいく必要がある。

④ 広域観光連携の推進

交通網整備の進展等による観光旅行者の移動の広域化、移動手段の多様化や移動時間の短縮に対応し、本県観光の魅力を生み出し誘客訴求力を高めることが重要である。このため、地域間や隣接県等との連携による広域的な観光情報の提供や魅力ある観光ルートの開発等を進める必要がある。

⑤ 観光情報の受発信環境の充実・活用

スマートフォンに代表される各種情報端末の普及に伴い、観光地で観光情報を直接入手する機会や、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）等を活用し観光客が自ら観光地情報を発信する機会が増えている。こうしたニーズに対応できるWi-Fi環境の充実に加え、旅行者の情報受発信の機会を高める取組が必要である。

⑥ 外国人旅行者、コンベンションを中心としたMICEの誘致

近年、訪日外国人観光客は大幅に増加したが、その多くはいわゆるゴールデンルートに集中している。一方で、外国人観光客のニーズを捉えながら、地域の魅力を発信することで、更なる誘導が見込める余地もある。

北東アジアとの交流の玄関口としての本県の拠点性を生かした、中国・韓国・ロシアや、台湾、豪州に加えて、訪日旅行者が増加傾向にあるタイ、シンガポールなど新規市場をターゲットとした外国人旅行者の誘致活動や、本県観光の認知度の向上、各国の言語や文化などに対応した受入体制の充実が必要となっている。

また、交流人口の増大や地域の活性化に寄与するコンベンションや国際会議などMICEの誘致も進めていく必要がある。

【MICE(マイス)とは？】

企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のこと。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

(3) 新行動計画の概要

【政策目標】

新行動計画の政策目標は以下の通りである。

【観光振興施策の実施に当たっての基本認識】

- ① 地域に対する誇りと愛着を持つことのできる地域づくりの促進
- ② リピーターの確保
- ③ 経済効果の追求

【重点方針】

県は、行動計画期間中、次の重点方針に基づいて観光振興施策を実施する。

- ① 2つの新幹線と高速道路網を有する本県の交通利便性や東京オリンピック・パラリンピックの開催など、様々な機会を活かした首都圏・関西圏からの誘客拡大

- ② 北東アジア・台湾・豪州に加え、東南アジアや欧米など新規市場を視野に入れた国（地域）別戦略に基づく外国人旅行者の誘客拡大
- ③ 他県や県内市町村間での広域連携によるスケールメリットを活かした誘客活動の推進
- ④ 市町村や観光関係者等と連携し、地域の観光戦略に基づいたストーリー性のある魅力的な観光地づくりによる、リピーターを含めた交流人口の拡大
- ⑤ 世界標準である Wi-Fi 環境の充実や、SNS 等を活用した情報発信の促進

【観光振興施策の構成】

1 観光立県の実現に向けた戦略的な施策

- (1) 観光旅行者の満足度の向上のための施策
- (2) 観光旅行の形態の多様化等に対応した戦略的な施策

2 観光立県の実現に向けた各種基盤整備のための施策

- (1) すべての人にやさしく魅力ある観光地づくりのための施策
- (2) 交通機能の充実、街並みの整備、良好な景観の保全その他の観光基盤の整備のための施策
- (3) 観光の振興に寄与する人材の育成、観光に関連する団体の組織の充実等のための施策
- (4) 観光に関する統計の整備のための施策

3 外国人旅行者、コンベンション誘致のための施策

- (1) 外国人旅行者の来訪促進のための施策
- (2) 国際会議その他のコンベンションの誘致のための施策

(4) 観光振興施策の推進体制

「新行動計画」においては、県は、広域的な自治体としてのコーディネート機能の発揮等を通じ、地域における市町村、県民、観光事業者、観光関係団体等の主体的な取組や相互の連携を促進する仕組みづくりや環境整備及び中長期的な観光振興の基本方針の検討などを主な役割として担い、新行動計画を踏まえた各主体の取組を促すものとしている。

新潟県における当該役割を果たす部局は、産業労働観光部の部内局である「観光局」である。観光局内には、観光企画課、国際観光推進課があり、前者には企画調整グループ、コンベンション推進グループ、誘客宣伝グループが、後者には国際戦略グループ、海外誘客第1グループ、海外誘客第2グループが存在する。各グループの役割は以下の通りである。

課名	グループ名	役割
観光企画課	企画調整グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・観光交流施策の総合調整 ・観光交流戦略の形成 ・観光交流に関する調整・企画（国際観光推進課所管を除く。） ・新潟ふるさと村の管理 ・旅行業の登録事務 ・観光施設の整備（自然公園に関する事項を除く。）
	コンベンション推進グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・コンベンションの誘致 ・総合保養地域の整備促進
	誘客宣伝グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・観光に関する宣伝・開発 ・観光事業団体の指導育成
国際観光推進課	国際戦略グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・県国際観光テーマ地区推進協議会の運営 ・広域観光の推進（東北観光推進機構、関東広域協議会） ・外国人宿泊統計調査
	海外誘客第1グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の誘致（韓国、台湾、中国（ハルビン等）） ・広域観光の推進（北関東磐越5県） ・外国人観光客の受入体制の整備 ・外国人観光案内所の整備促進、空港観光案内所の運営 ・通訳案内士の登録・研修
	海外誘客第2グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客の誘致（中国（上海等）、香港、ロシア、豪州、東南アジア、欧米） ・広域観光の推進（上信越、旧3県（山形、福島）、新3県（群馬、埼玉）、中央日本4県、北陸新幹線沿線、東京都連携） ・外国人観光客に対する情報発信

なお、新潟県は平成31年度より産業労働観光部の部局内にある「観光局」を、部制条例上の部局として独立させ、観光施策の推進体制を強化している。

4. 新潟県の観光事業における主な観光関係団体

(1) 公益社団法人新潟県観光協会(以下「新潟県観光協会」)

①概要

項目	内容
所在地	新潟市中央区新光町4番地1
目的	観光に関する調査研究、観光情報の提供、誘客宣伝活動等の観光振興に関する事業を行い、新潟県経済の持続的な発展と県民が誇りと愛着を持つことができる活力に満ちた地域社会づくりの実現に寄与すること
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・観光に関する調査研究 ・観光に関する啓蒙普及 ・観光地の紹介、宣伝等観光情報の提供及び誘客促進に関する事業 ・観光に関する事業の健全な育成 ・旅行業 ・その他この法人の目的を達成するために必要な事業
役員の状況	会長1名(元新潟県議会議長)、副会長2名、常務理事1名、理事23名、監事2名

②財務状況及び取引状況

(単位：千円)

項目	H25	H26	H27	H28	H29
経常収益	290,374	274,280	319,685	230,616	288,973
(うち受取県補助金)	(191,655)	(178,083)	(160,870)	(124,757)	(124,894)
(うち受取県委託金)	(3,105)	(3,200)	(92,771)	(24,801)	(26,441)
経常費用	294,688	275,585	304,155	222,029	240,045
当期経常増減額	△4,313	△1,304	15,530	8,586	48,928
当期経常外増減額	-	-	-	△270	△741
一般正味財産増減額	△4,313	△1,304	15,530	8,316	48,187
指定正味財産増減額	△32,520	△20,000	-	△7,200	△63,353
正味財産	98,050	76,745	92,275	93,392	78,226
総資産	114,641	163,180	114,641	131,402	127,865

出典：新潟県観光協会「平成25～29年度決算報告書」

④ 平成 29 年度の主な活動内容

監査対象年度となる平成 29 年度の予算及び実績額は以下の通りである。

(単位：千円)

事業名	当初予算額	実績額
新しい新潟県観光を考える事業	1,000	902
宿泊施設等魅力向上事業	8,000	8,000
DMO 等広域連携支援事業	1,000	839
空路を活用した誘客対策事業	2,500	1,818
商談会開催事業	9,000	9,846
旅行商品造成事業	11,500	9,067
エージェント現地視察等開催事業	1,000	1,320
エージェント・メディア等招へい事業	4,250	5,152
インバウンド推進事業	7,600	7,904
北陸新幹線沿線地域観光促進事業	10,000	6,000
着地型プラン誘客促進支援事業	10,000	7,620
新潟空港内観光案内所設置業務	7,070	7,068
東京観光センター機能強化事業	13,008	12,698
大阪観光センター機能強化事業	9,200	8,887
宿泊交流人口拡大事業	—	10,161
外国人観光誘客推進事業	—	2,463
観光地域づくり支援事業	1,000	500
子どもボランティアガイド育成支援事業	1,000	1,132
表彰事業	400	190
新潟カレッジ実施事業	—	2,000
観光情報発信強化事業	17,500	16,250
新潟県観光のつどい	2,000	2,916
マスメディア活用情報発信事業	7,000	6,830
温泉地活性化事業	4,000	4,000
キャリアとの連携による誘客促進事業	7,800	4,895
イベントキャンペーン事業	10,443	8,300
関西メディア連携事業	—	1,200
フィルムコミッション推進業務	—	7,046
にいがた観光特使活用等推進事業	—	559

(2)新潟ふるさと村

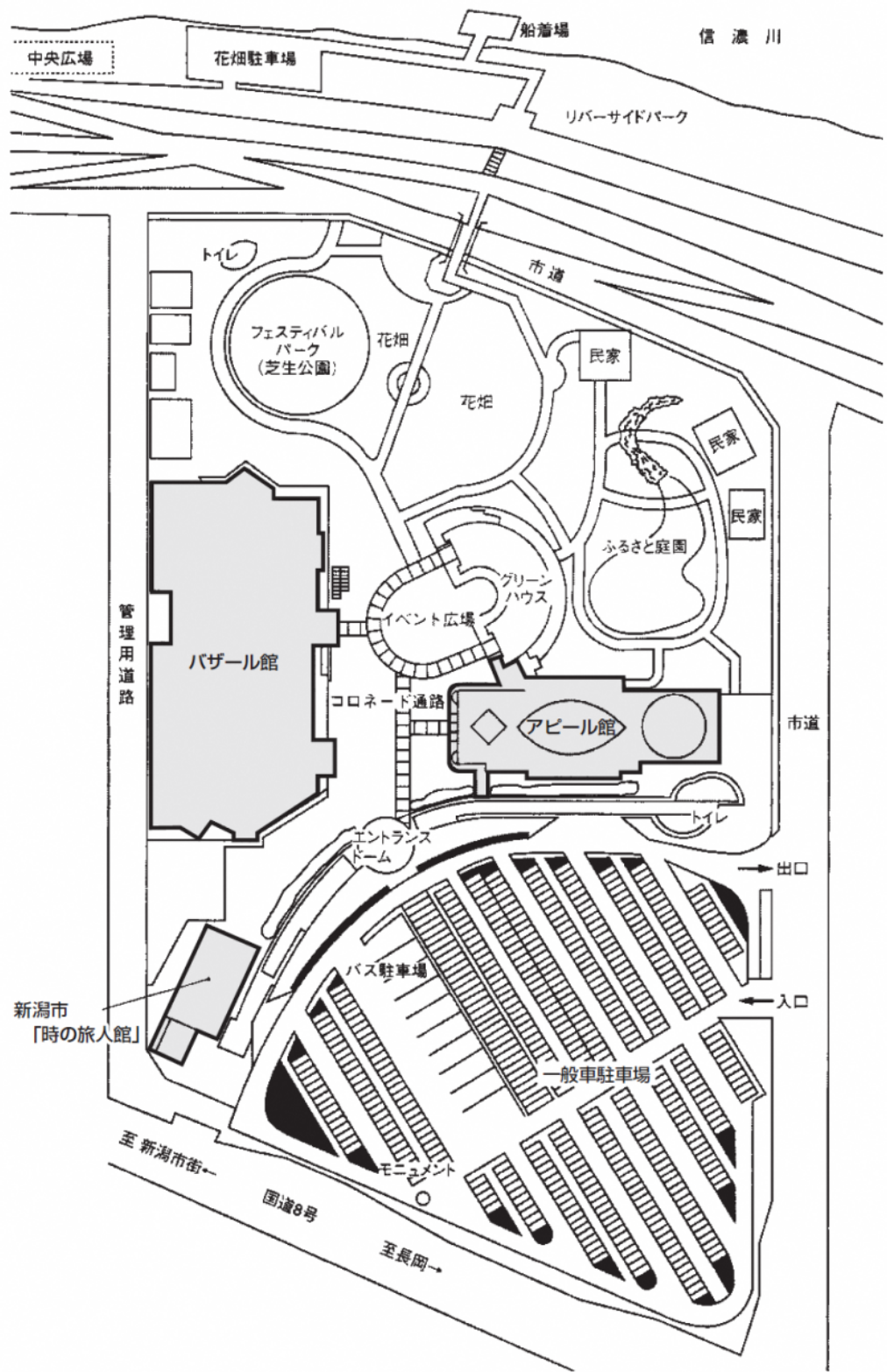
新潟ふるさと村は、平成3年7月に新潟県を象徴する観光拠点施設を「ふるさと新潟再発見」のテーマに基づき官民一体で整備し、本県の観光と物産の振興を図るとともに、“ふるさと”に対する県民の意識を高めることで地域の活性化を一層推進することを目的に開設された。

施設は、新潟市西区山田に所在し、アピール館とバザール館に区分されており、アピール館及び付帯施設敷地 42,403 m²については県有地であり、バザール館敷地他 6,984 m²については後述する(株)新潟ふるさと村の所有地である。

県所有のアピール館の管理・運営は、指定管理者(愛宕商事・グリーン産業共同体)に委託をしているが、アピール館の建物本体の他、隣接するグリーンハウス、花畑、日本庭園、駐車場及び信濃川におけるリバーサイドパーク等バザール館建物以外すべての施設の管理も含まれる。アピール館においては、常設展示の他、1階ホールやイベント広場等を活用しながら、県産品や生産者の魅力を発信するアンテナショップの運営、起業・商品開発を支援するチャレンジショップの運営、及び、体験教室を実施しており、アピール館の入館者数は年約 60 万人である。

バザール館は、平成3年7月にアピール館と同敷地内に設置され、1階部分は、5つのテナント及び(株)新潟ふるさと村による物産の販売施設、2階部分は、同社の運営による飲食施設となっている。バザール館は、以前は県の所有であり(株)新潟ふるさと村が県から使用許可を受けて営業を行っていたが、平成20年にバザール館の土地建物すべてを県から(株)新潟ふるさと村へ現物出資しており、現在は(株)新潟ふるさと村の資産となっている。バザール館の利用者は、年約 170 万人であり、観光バスによる観光客の飲食、買い物の他一般来場者が利用している。

(新潟ふるさと村全体図)



① 施設の概要

項目	内容
所在地	新潟市西区山田 2307 番地
所管部署	産業労働観光部観光局観光企画課
供用開始年月	平成 3 年 7 月
設置目的	新潟県を象徴する観光拠点を「ふるさと新潟再発見」のテーマに基づき官民一体で整備し、本県の観光と物産の振興を図るとともに、“ふるさと”に対する県民の意識を高めることで地域の活性化を一層推進する。
設置根拠条例	<ul style="list-style-type: none"> ・アピール館：新潟ふるさと村アピール館条例 (平成 3 年 7 月 12 日に公布 新潟県条例第 41 号) ・バザール館：なし
主な施設種類	<ul style="list-style-type: none"> ・アピール館 ・バザール館 ・その他付帯施設(グリーンハウス、ふるさと庭園、花畑、リバーサイドパーク、フェスティバルパーク、コロネード、駐車場など) ・新潟市「時の旅人館」
面積	(県有地) 42,403m ² (アピール館、付帯施設敷地) (株新潟ふるさと村所有地) 6,984m ² (バザール館敷地) (国有地) 9,810m ² (河川占用)
施設概要	アピール館 3,351m ² ：歴史、文化、観光情報の総合紹介施設 グリーンハウス 667m ² ：花に囲まれた遊びの施設 ふるさと庭園 5,800m ² ：錦鯉の池と植栽による日本庭園 花畑 2,742m ² ：四季の花畑 リバーサイドパーク 9,810m ² ：河川敷公園、花畑駐車場 1カ所 86 台 バザール館 5,881m ² ：本県特産品の販売と代表的味覚の提供施設 フェスティバルパーク（芝生公園）1,324m ² ：多目的広場 エントランスドーム 227m ² ：ふるさと村の玄関口 コロネード 2,237m ² ：雁木風連絡通路 駐車場 16,490m ² ：大型スペース 14 台、自家用車 300 台 思いやりスペース 9 台 屋外トイレ 325m ² ：2カ所 プラザ 745m ² ：イベント会場 その他 3,520m ² ：構内芝、植栽部分

	新潟市「時の旅人館」610m ² ：1階（一財）新潟県バスケットボール協会、2階（一社）新潟県サッカー協会
管理運営方法	・アピール館、付帯施設：指定管理者(愛宕商事・グリーン産業共同体)が管理運営 ・バザール館：(株)新潟ふるさと村が管理運営
開館時間	・アピール館：午前9時～午後5時(夏季は午後6時まで) ・バザール館：午前9時30分～午後5時30分(夏季時間延長あり)
休館日	年中無休
使用料	・アピール館：全館入場無料(平成3年度～5年度は1人500円) ・バザール館：全館入場無料

② 初期投資の状況

(単位：百万円)

		事業費合計	取得財源			
			一般財源	国庫補助金	県債	その他
ア ピ ール 館	用地費	22	—	—	22	—
	建設費	3,006	789	—	2,217	—
	合計	3,028	789	—	2,239	—
バ ザ ール 館	用地費	1,171	1,171	—	—	—
	建設費	1,905	1,905	—	—	—
	合計	3,076	3,076	—	—	—
総計		6,104	3,865	—	2,239	—

(注) 1 アピール館の用地費は民地取得の際に支払った交換に伴う付帯費用である。

2 バザール館は平成6年、(株)新潟ふるさと村より県が購入した価額による。

③ 施設の利用状況

項目		平成	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度
ア ピ ール 館	入込数 (人)		556,300	555,500	606,300	629,100	603,600
	1日当たり 入込数(人)		1,524	1,522	1,661	1,724	1,654
バ ザ ール 館	入込数 (人)		1,716,600	1,703,400	1,707,700	1,726,900	1,716,200
	1日当たり 入込数(人)		4,703	4,667	4,679	4,731	4,702
	売上高 (千円)		983,339	996,314	1,040,182	1,040,485	1,026,393
	1人当たり 売上高(円)		573	585	609	603	598

- (注) 1 入込数：アピール館、バザール館がカウンターで集計した人数×1/2（出と入があるため1/2で除する）
 2 1日当たり入込数＝入込数÷365日
 3 1人当たり売上高＝売上高÷入込数
 4 バザール館売上高は㈱新潟ふるさと村計算書類における損益計算書「売上高」

(3) 株式会社新潟ふるさと村

① 概要

項目	内容
所在地	新潟市西区山田 2307 番地
目的	新潟県の食（味覚）の提供、観光土産品、工芸品、農産物等の販売、観光に関する情報の発信、及び各種イベントの実施により県内観光地等の魅力を発信することを設立目的とする。
事業内容	①新潟の特産品の販売 ②県産食材を活用した新潟ならではの「食（味覚）」の提供 ③イベントの企画・運営、宣伝広告による誘客促進 ④本県観光情報の発信
役員の状況	役員 9 名（うち、常勤役員 2 名）
主な出資者	新潟県（79.4%）、新潟県観光物産㈱（4.9%）、新潟市（2.9%）、佐渡汽船㈱（1.6%）、その他（11.4%）

② 財務状況及び取引状況

(単位:千円)

項目	H25	H26	H27	H28	H29
損益計算書					
売上高	983,339	996,314	1,040,182	1,040,485	1,026,393
売上原価	574,611	567,104	598,904	589,885	586,379
売上総利益	408,728	429,210	441,278	450,599	440,014
販管費	441,242	425,043	427,758	434,626	425,264
営業利益	△32,514	4,167	13,519	15,972	14,750
経常利益	△27,235	7,944	19,902	21,191	18,916
税引前当期利益	3,645	14,078	18,949	25,492	20,781
当期利益	1,355	11,788	16,659	20,387	18,195
貸借対照表					
流動資産	183,431	213,696	236,782	308,453	297,580
固定資産	852,023	836,209	810,223	782,293	756,451
（内：建物）	(616,875)	(590,635)	(565,855)	(543,739)	(511,716)
（内：土地）	(193,792)	(193,792)	(193,792)	(193,792)	(193,792)
資産合計	1,035,455	1,049,906	1,047,006	1,090,747	1,054,032
流動負債	943,976	945,157	921,538	943,494	896,847
固定負債	59,718	61,200	65,260	66,658	58,395
負債合計	1,003,695	1,006,358	986,798	1,010,153	955,242
純資産	31,759	43,547	60,206	80,594	98,789
負債・純資産合計	1,035,455	1,049,906	1,047,006	1,090,747	1,054,032

③ 県の財政支出状況

(単位:千円)

項目	H25	H26	H27	H28	H29
補助金・負担金	—	—	—	36,042	21,676
貸付金	863,000	843,000	823,000	803,000	783,000

㈱新潟ふるさと村に対する県の貸付の経緯については「IV観光事業（個別事業）について」「9. 新潟ふるさと村経営改善資金貸付金（バザール館）」も参照されたい。

II. 実施した監査手続の概要

1. 監査手続の概要

今回の監査に当たって実施した手続の概要は以下の通りである。

(1) 概要調査

観光に関する全般事項として、県の取組方針、平成 29 年度観光関連予算の事業別内訳の概要について、担当部署に対する質問及び関連資料の閲覧を実施し、県の概況等を把握した。

(2) 監査対象とする事業の選定

平成 29 年度の観光関連予算の中から、個々の事業の金額的重要性を勘案し、予算が 10 百万円以上の事業を選定した。

(単位：千円)

	事業名	平成 29 年度予算	所管課
1	交流人口拡大推進事業	53,450	産業労働観光部
2	スキー観光活性化促進事業	35,000	観光局
3	着地型観光支援事業	40,446	観光企画課
4	観光基盤整備事業補助金	65,813	
5	観光施設改善資金貸付金	81,660	
6	少雪対策設備整備資金貸付金	187,110	
7	新潟ふるさと村管理運営事業	143,800	
8	新潟ふるさと村宣伝事業	24,493	
9	(株)新潟ふるさと村経営改善資金貸付金	783,000	
10	交通事業者との連携による誘客促進事業	24,103	
11	首都圏観光誘客強化事業	12,758	
12	大阪観光センター機能強化費	12,200	
13	観光団体育成指導費	70,865	
14	コンベンション誘致推進事業	84,289	
15	ウェルカムにいがた観光戦略事業	39,877	産業労働観光部
16	外客誘致重点キャンペーン事業	49,378	観光局
17	広域周遊ルート誘客促進事業	38,718	国際観光推進課
18	関西圏戦略的情報発信事業	11,900	産業労働観光部 産業政策課

	事業名	平成 29 年度予算	所管課
19	県産品等認知度向上事業	26,500	産業労働観光部 産業振興課 商業・ 地場産業振興課
20	首都圏等に向けた積極的な情報発信事業	56,000	知事政策局 広報広聴課
21	新潟空港路線利便性向上事業	85,211	交通政策局
22	国際線利用促進事業	48,400	空港課
23	直行リムジンバス運行支援事業	34,343	
24	新潟空港直行ライナー支援事業	14,982	
25	国内線利用促進事業	20,592	
26	佐渡航路利用拡大支援事業	34,134	交通政策局 交通政策課

III. 監査結果の概要

1. 監査結果に関する総論

本包括外部監査では「観光及びこれに関連する事業に係る事務の執行及び事業の管理について」をテーマとして、事業に係る事務が関係法令等に準拠し適正に行われているか、事務の遂行が経済的及び効率的に行われているか、観光施設の運営管理が適切になされているか及び事業の効果測定が適切に行われているかという観点で監査を実施した。

各事業において指摘すべき事項は少なく、各々の担当部署では総じて事務の執行や管理は適切に行われているという印象を持った。その一方で今後の成長が見込まれる分野である観光事業において県として取り組むべき課題もまだ多いと思われ、その点について本報告書では意見を述べている。

新潟県は食や歴史文化、スキーや佐渡金山など豊富な観光資源を持ち、地方国際空港や新幹線等による首都圏からのアクセスの良さも勘案すれば観光立県としての秘めたポテンシャルは大きいと考えている。今後、これらを生かすことで新潟県が観光立県として成長していくことを大いに期待したい。

個別事項に関しての指摘及び意見は次項より記載するが、総論としての所見を以下に記載する。

① ICT の活用による積極的な情報発信

現在社会においては ICT(情報通信技術)が欠かせないものとなっており、ICT を利用して観光振興を図ろうという動きは各地で広がっている。新潟県でも Web や SNS を利用した県観光施設の紹介や案内を積極的に行っていく方針であり実際に予算も割り当てられて実行されているが、まだまだ充実拡大させる余地はあると考える。

ICT を活用した情報発信はこれから益々観光における生命線となるであろう。新潟県としても今後も Web や SNS を積極的に活用し新潟の魅力を発信していくことを期待したい。

② 明確な効果測定方法の検討

個別の観光事業においてその事業目的に対する明確な効果の測定方法を持っていないものが散見された。地方公共団体が行う観光事業については支出に対しての効果の測定が難しいという面があることは十分に理解できる。ただし、県が政策として行う事業である以上、何らかの目的をもって実施しているのだから、そこで目標となる指標を設定しその結果を検証し、次回の予算策定の基礎とすることは行政として当然の責務だと考える。そのためには目標や効果の指標には成果を対象とする指標(成果指標)だけでなく、活動そのものを対象とする指標(活動指標)を用いて効果を測定することも可能であろう。また、活動指標を用いて効果測定をする場合、当該活動指標が成果に結びついているかの検証も必要であろう。各事業において成果指標や活動指標を明確に

したうえで事業を行い、その効果を測り、次年度以降の事業や予算の生かすサイクルを確立することが重要と考える。

③ 今後の新潟ふるさと村

新潟ふるさと村の建物は、県が所有するアピール館と㈱新潟ふるさと村が所有するバザール館により構成されているが、どちらの建物もオープン後既に25年が経過し老朽化がみられるため、大規模修繕が必要な時期に来ている。

また、バザール館を運営する㈱新潟ふるさと村に対する貸付金が763百万円ほど残っている。年20百万円ほど返済があるものの、今のままでは全額返済までに40年近くかかる予定である。㈱新潟ふるさと村は黒字化しているものの、駐車場やアクセスの悪さもあり来場者数は現在頭打ちとなっている。

このような状況の中で、新潟ふるさと村全体の大規模修繕にかかる資金や㈱新潟ふるさと村の貸付金の返済の原資をどう捻出するかは大きな課題である。新潟ふるさと村に対してはアピール館及びバザール館の全体において、今後の資金計画を含めた長期的な事業の計画が必要と考える。

2. 指摘及び意見の要約

包括外部監査の過程で発見された個別検出事項を「指摘」と「意見」に分けて記載している。なお、本報告書における「指摘」「意見」の定義は以下のとおりとする。

区分	定義
指摘	主に法令や規則等に違反しているか、又は著しく適切さを欠くと判断されたものであり、是正・改善が必要と認められた事項
意見	不当とまでは判断しないが、組織及び運営の合理化のために、是正・改善について検討を求める事項

<指摘及び意見の要約一覧表>

(1) 交流人口拡大推進事業

A. 宿泊施設経営改善モデル事業

① 業務委託先の選定について（意見）

(意見1)

本事業では、事業開始年度（平成26年度）以降、委託先の変更がなされておらず、また、年度ごとに委託先の業務実績を十分に検討評価した資料もない。委託先の業務実績について県として検討評価を行うプロセスを経ることで、他の委託先を選定する機会を設けることが望まれる。業務の効率化、効果を考えると、一定期間ごとに委託先を評価し、委託先の見直しを検討する仕組みを構築すべきと考える。

② 効果測定について（意見）

(意見2)

本事業は効果測定の指標として、観光客の満足度調査の結果及び観光入込客数を用いている。しかし、本事業の目的は「宿泊業者における経営の効率化・安定化により県内宿泊施設の経営改善促進すること」にあるので、宿泊者の増加や満足度の向上ではなく、宿泊業者の財政状態、経営成績の改善内容等を効果測定の指標とすべきであると思われる。

③ 事業成果の活用について（意見）

（意見 3）

本事業において経営改善を図った各施設の取り組みを他の宿泊事業者に普及させるためには、より具体的、かつ、詳細な内容を積極的に開示していく必要がある。また、県内宿泊施設事業者団体等に対し、宿泊施設運営における経営上の問題点などのアンケートを実施し、当該事業で過去に実施した案件に近似する事項があれば、過去事例を参考にして利用を検討するよう促す仕組みも構築することが望まれる。

B. 温泉地等魅力向上支援事業

① 事業成果の活用について（意見）

（意見 4）

当該支援事業は平成 28 年度から実施しているが、これまでの支援事業の成果を他の観光地へ普及・拡大した実績はなく、事業成果を県内他の温泉地等へ普及拡大するという横展開に関する事業計画はないとのことである。本事業の目的から、特定の観光地支援だけでなく、事業成果の横展開を図るべきである。

事業開始から 2 年しか経過していない点については、今後の事業実施主体に対する顧客満足度の推移を確認し、当該事業で得たアンケート結果を分析した上で、県内観光協会等の観光団体との事業成果を共有して、横展開を図る計画の策定が望まれる。

C. ご当地グルメイベント開催費補助金

① 効果測定について（意見）

（意見 5）

「新潟の食の魅力を県内外に発信し、食を活用した観光振興を図る」ことを目的としている本補助金事業の効果測定をする上で来場者からのアンケート結果は有用な指標であり、その内容の細分化をし、その事業目的に照らした分析をすることが必要である。平成 29 年度で本事業は終了しているものの、後続となる事業を開始しており、効果測定方法の改善が必要と考える。

D. おもてなし支援事業

① 効果測定について（意見）

（意見6）

効果測定の方法が事業目的に沿ったものではないと思われる。本事業の目的は「旅館・ホテル等の人材育成等、質の向上に関する事業の実施を支援する」ことにあるが、その目的に対して効果測定の方法は、研修受講者へのアンケートを実施、経営者向けとして研修毎に課題を提示、研修内容の実践を促す取り組みを行ったこととしている。本事業の目的から鑑みると、宿泊客等にアンケートを行い、ホスピタリティに関する満足度がどのように推移しているかを分析すべきと考えられる。なお、他事業で顧客満足度アンケートを実施しているのであれば、他事業で回答を得たアンケート結果を本事業の効果測定にも利用すべきことが考えられる。

E. 宿泊交流人口拡大事業

① 効果測定について（意見）

（意見7）

当該事業のうち「①宿泊交流人口拡大事業補助金」事業に関するアンケート調査において、満足属性（大変満足 39.2%、満足 38.6%、やや満足 10.1%の合計）の回答が8割を超えたことから県としては肯定的な評価が多かったと評価している。その一方で、「新潟県観光立県推進行動計画」においては県全体で平成32年度において、大変満足を4割以上とする数値目標を定めている。県の行動計画との関係から、効果測定は満足属性ではなく大変満足を焦点を当てるべきであると思われるが、現状の大変満足 39.2%という結果について改めて評価を行い、事業の内容をさらに検討することが望まれる。

なお、当該事業では予算額 30,000 千円に対して決算額が 21,711 千円に留まっていることから、補助金対象先となりうる事業者へ当該事業をアピールし、利用を促すことも必要ではないかと考える。

（2）スキー観光活性化促進事業

指摘及び意見事項なし。

(3) 着地型観光支援事業

① 事業選定基準について(意見)

(意見 8)

支援事業の選定基準に具体的な数値基準等は設けていないとしているが、本事業では地域ならではの観光コンテンツとして定着させ誘客につなげていくことが重要と考えることから、事業者からの公募時の提案書に観光客受入目標人数など具体的な指標についても含めることを検討すべきである。

② 予算と決算の乖離について(意見)

(意見 9)

当該事業のうち「着地型観光支援事業補助金」については、平成 29 年度の予算額 30,000 千円に対して決算額は半分以下の 12,341 千円のみしか使用されていない。現状の予算を大幅に余らせているという状況にあり、県の取り組みとして不十分な面があると思われる。支援先となりうる事業者への当該事業の存在、利用条件等を強力にアピールし、より多くの事業者に当該事業の利用を促すことが望まれる。

③ 効果測定について(意見)

(意見 10)

効果測定の方針において、県としては当該事業の実施を通じて、各地域で新たな観光コンテンツとして定着させ、誘客につなげていくことが重要としており、中長期的に事業効果や課題などについて検討する必要があると認識はしている。しかし、各支援事業において事業者側では具体的な数値を含む中長期的な事業計画(訪問客の目標数など)は作成していない。

地域での継続的な受入体制の充実を図るにはある程度の時間が必要となるため、県としても事業者側に中長期的な視点で事業計画の作成を促すとともに、県側で計画値と実績の対比形式の資料を作成することやアンケートを利用するなどして事業の効果を中長期的にモニタリングすることが望まれる。

(4) 観光基盤整備事業補助金

① 予算と決算の乖離について(意見)

(意見 11)

予算額が 65,813 千円であることと、実績額の直近 5 年度の平均が 25,428 千円と予算額の半分未満であること等を踏まえると、本事業に関しての予算は必要以上の金額が計上されているのではないかとも思われる。観光施設の災害復旧のために予算を柔軟に対応することを企図して予算額を残しているとしても、本事業の対象として計上すべき予算額が妥当であるかどうかの議論は必要と考える。本事業は観光政策のためには極めて

重要な位置づけの事業だと思われるので、事業目的に沿った適切な予算額を計上したうえでその執行を行うべきと考える。

② 効果測定について(意見)

(意見 12)

本事業では定量的な指標に基づいた効果測定を実施していない。観光施設（ハード）についてはその誘客効果は長期に渡って発生するものであるため、過年度に支出した建物等の観光入込客数の推移を一定期間モニタリングする等の中長期的な効果測定も実施し、事業目的の達成状況を確認することが望ましい。

(5) 観光施設改善資金貸付金

① 事業の有効性について(意見)

(意見 13)

本事業においては、少なくとも 10 年間は事前審査の申請すらない。そのような事業に対して毎年度同額の予算（平成 27 年度～平成 29 年度の各予算 81,660 千円）を割り当てることに疑問があり、また、この 10 年間、事業内容の見直しが全く実施されなかったことは問題ではないか。当該事業のニーズがないのであれば適時に事業内容の見直しを検討すべきであるし、使い勝手が悪いのならば、より県民にとって利用しやすい制度内容にするよう条件の緩和等を検討すべきである。

(6) 少雪対策設備整備資金貸付金

① 事業の有効性について(意見)

(意見 14)

本事業は予算額の増額や融資限度額の減額といった事業の見直しを実施しているにもかかわらず、20 年間以上利用実績がなく、このような事業に対して予算（平成 28 年度～平成 29 年度の各予算 187,110 千円）を割り当てることの妥当性に疑問が残る。なぜ、事業の見直しを実施したにも関わらず実績がないのか、その原因についての分析や検討を実施すべきであるし、使い勝手が悪いのならば、より県民にとって利用しやすい制度内容にするよう条件の緩和等を検討すべきである。

(7) 新潟ふるさと村管理運営事業（アピール館）

① 指定管理料の設定について(意見)

(意見 15)

アピール館施設利用者数が目標値に達しない場合に指定管理料を減額することとしているが、その目標値（年間 56 万人）は指定管理者選定時に定められ、その後毎年一定となっている。しかし、本県の観光拠点施設である新潟ふるさと村の観光入込数を増加させ、地域の活性化を推進することに寄与するためには年間目標を一定に置くのではなく、年度ごとに適切な目標値を定めることは極めて重要であるとする。

また、来館者数が目標値を下回った場合に指定管理料を減額するだけでなく、施設利用者が目標値を上回った場合には、相応の資金的な負担が生じているとも考えられるため、指定管理料を許容可能な範囲で増額することも施設利用者数の増加に寄与するものとする。指定管理料を減額するだけでなく、このようなインセンティブも検討すべきである。

② 新潟ふるさと村関係者との連携について(意見)

(意見 16)

新潟ふるさと村では、各種関係団体とより綿密で強固な連携体制の構築のため各会議体が組織されている。しかし、新潟ふるさと村連絡協議会及び新潟ふるさと村アドバイザー委員会については原則年に 1 回開催する会議を実施できていない。最低でも年に 1 回は情報交換の機会を設けることが必要である。

③ 『時の旅人館』の有効活用について(意見)

(意見 17)

新潟ふるさと村の敷地内にある『時の旅人館』は新潟市が所有する観光施設であったが、現在ではスポーツ団体の協会が入居しており、観光施設としては稼働していない。同施設は新潟市の所有物であり、その利用方法を考えるのは一義的には県ではなく新潟市であることは理解できる。ただし、新潟ふるさと村においては、観光客入込数が伸び悩んでいることや駐車場用地が不足していることを考えると、観光施設として機能していない同施設の有効活用を県としても新潟市と協議すべきとする。

④ 長期修繕計画について(意見)

(意見 18)

新潟ふるさと村はオープン以来 25 年以上経過しており、また、通年営業の影響もあり、設備の老朽化が顕著である。そのため設備の修繕は喫緊の課題となっている。適宜修繕を行うことで施設の維持に努めているが、今後より広範囲に及ぶ施設全体の改修や施設の建替え等の抜本的な対策が必要となる可能性が高い。同施設の観光拠点としての持続的

な施設運営のため、より長期的な視点で設備の修繕計画や資金的な手当ての方法について、具体的な検討を始めるべきである。

(8) 新潟ふるさと村宣伝事業

① 新潟県の費用負担額の取り決めについて(意見)

(意見 19)

本事業は新潟ふるさと村への誘客活動を推進するため、新潟ふるさと村推進本部に対し費用を負担している。当該費用負担額については、施設利用者数の目標値(年間170万人)を定め、目標値を下回った場合に県が負担した費用の返還を求める取り扱いが存在するが、施設利用者数が目標値を上回った場合には、次年度の予算額を増加する等、誘客促進につながるような取り決めがある方がより新潟県への誘客に寄与するものとする。単に予算を減額するだけでなく、このようなインセンティブも検討すべきである。加えて施設利用者数の増加のために駐車場の増加や交通網の整備等の施策についても併せて検討すべきとする。

② 効果測定について(意見)

(意見 20)

本事業の目的は、新潟県内外はもちろんのこと国外からの誘客促進を図ることにあるが、誘客活動がどのように実績につながっているかが明らかではない。今後もインバウンドの来場者を増やすため、外国人のニーズを把握し、その結果を分析した上で誘客活動の効果測定に活かすとともに、次の誘客活動にも反映させることは重要であるとする。

③ 情報発信ツールについて(意見)

(意見 21)

本事業における誘客宣伝ツールはリーフレット等の紙面媒体、ホームページによる情報発信、及び、ラジオ媒体が中心となっている。それに加えて、若年層やインバウンドについてはSNSによる情報発信を実施している。今後、国内外の幅広い誘客を促進するためには、SNSやホームページ等の情報発信がより重要なツールとなりうる。引き続き、費用対効果の観点から様々な情報発信方法を検討していくことが望まれる。

(9) 新潟ふるさと村経営改善資金貸付金（バザール館）

① 貸付金の目的について(意見)

(意見 22)

本事業の目的は、「㈱新潟ふるさと村に対して無利子融資を行うことにより経営基盤の強化を図り、同施設の活性化を推進する。」ことである。しかしながら、その実態は毎期20,000千円ずつ融資額を減少させ、県が過去に貸し付けた資金を段階的に回収する取引を毎年度繰り返しているにすぎず、事業目的を達成するに足る施策となっているかという点においては疑問が残る。事業目的達成のために本当に必要な資金であるならば、別途融資枠を適切に設定する必要があると考える。

② 中長期的な事業計画について(意見)

(意見 23)

㈱新潟ふるさと村への融資の返済資金や㈱新潟ふるさと村が保有するバザール館の大規模修繕や建替え費用にかかる資金を㈱新潟ふるさと村としてどう捻出するかは大きな課題である。㈱新潟ふるさと村に対しては、今後の資金計画を含めた長期的な事業計画が必要と考える。また、県としてもバザール館とアピール館を含めた新潟ふるさと村全体を重要な観光拠点と位置付けているならば、同施設の事業継続のために中長期的な支援が必要であり、㈱新潟ふるさと村と共に、今後の事業計画を検討すべきである。

(10) 交通事業者との連携による誘客促進事業

① 効果測定について(意見)

(意見 24)

当該事業については、個別の効果測定を行っていない。事業を行う以上は何らかの目標となる指標を定めて、それに基づいた効果の測定を行うべきである。

県交流企画課が実施した「首都圏・関西圏を対象とした本県観光に対する意識調査」によると、関西圏での本県への訪問意欲度は向上しているとのことであり、例えばこのような指標を効果測定のベースとして、より細分化した質問によるアンケート等により効果測定の方法を定めることもできるのではないだろうか。また、ラジオ聴取率やJR西日本車載誌掲載回数など事業目的と直接的ではないが一定の関連性を有する指標を活動指標として設定することも考えられる。いずれにせよ、何らかの効果の測定方法について定めることが望まれる。

(11) 首都圏観光誘客強化事業

① 送客増加に向けた取組について(意見)

(意見 25)

本事業の対象である東京観光センターは、年間入館者数 100 万人を超えるネスパス内 2 階に位置する。

ネスパスへの入館者数に対する東京観光センターから新潟県への送客人数の割合が過去 5 年間 0.2%程度にとどまっている状況を鑑みた場合、東京観光センターを 1 階に移転するなど、ネスパスへの入館者に東京観光センターへ来場してもらい本県への誘客促進につながるような施策や取り組みを検討することも望まれる。

(12) 大阪観光センター機能強化費

① 効果測定について(意見)

(意見 26)

本事業について個別の効果測定を行っていない。その理由は、本事業における個々の施策と本県への送客実績、旅行商品の販売実績等を個別直接結びつけることができないため、とのことである。しかし、観光センターの活動状況は確認できることから、最終的な県の観光事業の目標指標の 1 つである観光客入込数そのものではなくとも、旅行会社への訪問回数や商談会の開催数等の観光センターの活動状況そのものを活動指標として効果測定を行うことも考えられる。

② 事業成果の活用について(意見)

(意見 27)

本事業と事業目的に共通する点がある「交通事業者との連携による誘客促進事業」において、旅行エージェント招へい時に参加者アンケート等を実施しているが、当該アンケート結果が県内観光関係者等へフィードバックされておらず、具体的なフィードバックに関する計画も策定されていない。アンケート結果を県内観光業界で共有することでより魅力的な観光地づくりに結び付けることが望まれる。

(13) 観光団体育成指導費

指摘又は意見無し。

(14) コンベンション誘致推進事業

① 書類の不備について(指摘)

(指摘 1)

コンベンション開催費補助金は、審査委員の審査結果を踏まえ、知事が補助指定を行う手順となっているが、平成 27 年度の第 3 回補助金審査会(書面審査)において、審査委員が承認を行う書面に記載されている「県が各委員に審査を依頼した日付」が誤っていた。ただし、補助金審査会議事録を確認したところ、同審査会の開催は確認できており、また、回答書の手書の承認日付は正確な日付も記載されており、実質的に問題がないと思われる。

形式上の不備ではあるが、今後同様の状況が発生しないよう留意が必要である。

② 国際会議開催件数増加に向けた取組について(意見)

(意見 28)

県観光行動計画の国際会議開催件数の目標指標について、現在、未達の状況が継続している。県としては関係機関とともに JNTO の海外プロモーションを活用するなどにより、2020 年度に目標達成を目指す方針であるとのことであるが、それに加えて受入態勢としてユニークベニユーの積極的な活用や付随イベントの開催等の施策も検討し、目標を達成することが望まれる。

(15) ウェルカムにいがた観光戦略事業

① 目標値の設定について(意見)

(意見 29)

新潟県の外国人宿泊者数は増加傾向にあり、本事業において一定程度の効果は出ているように考えられる。しかし日本全体で増加傾向にあり、近県と比べて優位とは言えない状況である。インバウンドの観光客を増やすためには、県の外国人誘客目標に対して、例えば誘致国ごとに年間目標客数を設置するなど、全体目標をブレイクダウンする形でより具体的かつ精緻化した数値目標を定めることが必要である。その上でその目標を実現するための事業を計画し、予算を計上すべきではないだろうか。

② 訪日プロモーションの促進について(意見)

(意見 30)

継続的な訪日プロモーションにより、需要が拡大しつつあるものの、平成 29 の外国人県内宿泊延べ人数は全国 28 位となっており、外国人宿泊客の割合が多いとは言えないのが現状である。

このような現状を踏まえると、従来型の継続的な訪日プロモーションだけでなく、新たな切り口によるセールスプロモーション活動も必要と考える。

③ 外国人観光客の受入体制整備の促進について(意見)

(意見 31)

外国語対応観光情報 Web サイト作成、多言語版ホームページ作成、外国語マップ作成を補助している受入体制整備補助金は、外国人観光客の受入体制を整備する上で重要な事業であるため、セールスプロモーション活動と同様に継続的に補助し、さらに強化していくことが望まれる。

(16) 外客誘致重点キャンペーン事業

① 目標値の設定について(意見)

(意見 32)

県アカウントにおける SNS の情報発信については運用を外部に委託している。委託契約書等により SNS の更新頻度が定められているが、今後も SNS を活用し情報を発信する余地は大いにあると考える。「投稿回数・リーチ数＝外国人観光客の誘客促進」とは必ずしも言えないため、厳密な効果測定は困難な一面があることや費用増加の懸念もあるが、例えばアウトカムのリーチ目標数を業務契約書で定めるなど、具体的な数値目標を定めることも検討されたい。

② ホームページの活用について(意見)

(意見 33)

「Enjoy Niigata」のホームページは、観光情報、宿泊情報等が別々に掲載されており、実際に新潟へ行った場合の旅行イメージが沸きづらく、また、ホームページ上には旅行プランを立てられるページがあるが見つけづらくなっている。セールスプロモーションを積極的に実行していることから、連動して個人向けの旅行プラン「2日間宿泊モデルコース」などを考案・掲載するなど、さらに利便的なホームページになるよう継続的な情報発信が望まれる。

(17) 広域周遊ルート誘客促進事業

① 目標値の設定について(意見)

(意見 34)

本事業の中でも目標数値が設定されているものはあるが、目標数値が設定されていないものもあるため、効果測定としては十分とは言えない。本事業は平成 29 年度に新設された事業であり、過去実績もないことから効果測定が難しいことは理解できるものの、事業を行う以上は何らかの具体的な目標の設定と結果の測定は必要と考える。例えば、ホームページや SNS の情報発信についてはアクセス数、プロモーション活動に関しては訪問回数や広域周遊ルートの設計件数などを具体的な指標として設定し、効果測定を行うことが望まれる。

② 事業目的と執行の不整合について(意見)

(意見 35)

本事業においては一見、事業目的との整合性が不明瞭な実績も散見される。また、本事業の内容は、「15. ウェルカムにいがた観光戦略事業」や「16. 外客誘致重点キャンペーン事業」で行うべきものも含まれているような印象がある。本事業については、その目的に見合った支出なのか十分に検討し、その事業目的に沿った事業に資金を支出すべきである。仮に、他の事業目的に合致したものがあるならば、それは本事業ではなく、当該事業の予算で行うべきと考える。

(18) 関西圏戦略的情報発信事業

① 目標値の設定について(意見)

(意見 36)

本事業では来店者数、店舗販売額により事業効果の測定を行うとしているが、事業効果測定のための具体的な目標値が設定されていない。また、今後の目標値を設定する時期も明確にされておらず、事業展開に関する計画についても明確なものがない。来店者数や店舗販売額等の目標値を設定し、目標値を達成しているか否かの把握、達成に至らない場合はその原因を明確にするための分析が必要であり、その結果から今後実施する個々の施策を具体的に見直し検討することが望まれる。

(19) 県産品等認知度向上事業

① 目標値の設定について(意見)

(意見 37)

本事業においては効果測定に関する具体的な目標値を設定していない。関連する他の事業において新潟清酒の輸出量に関する具体的な目標値を定めているため、本事業においても当該目標値と実績値の比較等により、効果測定をすることが望ましいと考える。また、本事業の内容から鑑みて直接的な目標値で効果測定を行うことが困難なのであれば、イベントでのアンケート実施、イベント開催回数、参加人数など、関連する活動指標を目標値として設定し、効果測定に用いることも検討すべきである。

② 事業計画の策定について(意見)

(意見 38)

本事業において、平成 30 年度は新潟県内でのシンポジウム等を開催したところであるが、今のところ海外でシンポジウムやイベントを開催する計画はない。また、当事業については大まかな事業の構想はあるものの、どの時期に何を実施するかという具体的な計画までには落とし込めてはいない。

当該事業は事業期間を 5 年間で予定しているため、5 年間で事業目的を達成するための具体性のある中長期の計画を策定し、計画と実績の進捗を分析することが望まれる。

(20) 首都圏等に向けた積極的な情報発信事業

① 効果測定について(意見)

(意見 39)

本事業のうち、最も金額の多いラジオ番組を活用した情報発信事業における効果測定の方法は、Web や SNS の反応を数値評価するとともに、媒体効果として聴取率を使用している。ラジオは一般的には受動的媒体であり、聴取率を使用したとしても実際に新潟県の情報を認知しイメージの向上が図れたか否かは受動的媒体の性質上、直結はしない。より適切な効果測定を行うことを検討すべきである。

② 適切な情報発信媒体の選定について(意見)

(意見 40)

本事業における情報発信の主媒体としてラジオが選択されているが、平成 29 年度のアンケート結果では新潟に関する評価が頭打ちとなった印象を受ける。ラジオは、受動的媒体という性質上、その効果は番組リスナー層に限定されること、また、効果測定が行いづらいため、ラジオのような受動的媒体を主媒体とするよりも、平成 28 年度から取組を始めたように広範囲かつ効果的な媒体を主媒体として選択することが望まれる。

(21) 新潟空港路線利便性向上事業

① 「新潟空港の路線ネットワーク戦略 2017」への期待について(意見)

(意見 41)

本事業は「新潟空港の路線ネットワーク戦略 2017」においても重要な位置づけの事業だと思われる。台北路線の利用者拡大の好事例を分析・検討するとともに、出国率を上げるため関係各機関とのさらなる連携を期待したい。今後も「新潟空港の路線ネットワーク 2017」で掲げた目標の達成に向け、こうした対応を進めるなど、一層の努力を期待したい。

(22) 国際線利用促進事業

① 補助金交付要綱の運用について(意見)

(意見 42)

本事業の助成額は、事業の実施主体に応じて補助金の限度額が異なる旨が定められているため、事業の形式的な申請主体よりも実質的に費用負担をしている事業者を判断することがポイントと理解される。つまり、航空会社が他の事業者とタイアップした場合に、航空会社が事業をした場合の補助限度額が適用されてしまうと要綱が形骸化するリスクがあるため、補助金交付要綱の運用及び事業報告書の作成は慎重に行うことが望まれる。

(23) 直行リムジンバス運行支援事業

指摘又は意見なし。

(24) 新潟空港直行ライナー支援事業

① 費用対効果について(意見)

(意見 43)

新潟空港利用者が年間 1,022,000 人もいる中で、本事業を利用しているのはわずか 1,221 人であり、そのために 14,456 千円が使われている。県の事業である以上、経済性のみをもって事業を評価することはもちろんできないが、より効果的な事業とするための工夫をする余地はあると思われる。上越地区の住民だけでなく訪日外国人旅行客の需要取り込みも意識しながら、直行ライナーを出す地域の自治体や補助事業者を巻き込むことで、より効果的効率的に施策を進めていくことを期待したい。

(25) 国内線利用促進事業

① 補助金実績報告書の記載について(意見)

(意見 44)

本事業では補助事業者から事業報告書の提出を求めているが、事業の効果測定方法は既存路線の利用者数等の対前年比較であることに鑑みると、事業報告書の説明は定性的なコメントによる説明ではなく、L/F(有償座席利用率)や旅客数といった客観的な数値による分析の方がより事業の効果을適切に把握できるのではないだろうか。県は実績報告書の書類審査の段階で航空会社から別途 L/F の報告を求めているとの事であるが、実績報告書の書面において客観的に事業効果が判断できるよう、事業者に対する周知徹底が望まれる。

(26) 佐渡航路利用拡大支援事業

① より効果的な支援の実施について(意見)

(意見 45)

本事業の効果測定方法は佐渡航路の輸送人員であるが、特に佐渡の人口が減少しているなかで、佐渡航路の利用者を伸ばしていくためには、本土からの誘客が重要と思われる。県として現在の施策を進めているものの、佐渡航路の利用者は年々減少している状況は続いている。本事業は開始して2年しか経過していないが、その成果が今後出てくるには、一定の期間を要すると思われるため、引き続き佐渡市や関係団体との連携に努め、必要に応じて柔軟に施策を見直していくことを期待する。

IV. 観光事業(個別事業)について

1. 交流人口拡大推進事業

A. 宿泊施設経営改善モデル事業

(1) 事業の概要

事業目的	宿泊事業者における経営の効率化・安定化に向けたモデルとなる取組を支援し、その取組を県内に普及拡大することにより、県内宿泊施設の経営改善を促進する。
事業内容	財務体質の改善等に取り組む宿泊施設を公募し、選定された宿泊施設へ経営コンサルタントを派遣することで改善に向けた取組を支援する（費用負担割合 県：宿泊施設＝2：1）。 <ul style="list-style-type: none"> ・財務体質の改善（販管費、原材料費削減 等） ・収益構造の改善（社員育成、業務内製化、客室稼働率向上 等） ・経費管理と適正化（管理ノウハウの指導 等）
効果測定方法	<ul style="list-style-type: none"> ・「新潟県観光地満足度調査」の「大変満足」の割合 40%以上 ・「新潟県観光地入込客統計調査」の入込客数 80,000 千人 ※上記は「にいがた未来創造プラン」、「新潟県観光立県推進行動計画」の指標（H32 数値目標） 県では、指標に基づき事業効果を測定している。
事業開始年度	平成 26 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	㈱リョケン（静岡県熱海市）への委託料

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	—	—	
平成 26 年度	3,500	2,546	
平成 27 年度	2,625	2,524	
平成 28 年度	2,625	2,566	
平成 29 年度	1,750	1,744	

(3) 平成 29 年度の実績内容

(単位：千円)

施設	地域	事業概要	事業費	助成額
A	長岡市	収益構造の改善、経費管理の適正化・効率化	1,324	875
B	糸魚川市	財政体質の改善、売上向上を目指す改善	1,303	869

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

施設 A：従業員の作業のムリ、ムダ、ムラの削減、情報共有に係るコミュニケーション手段の変更、従業員のマルチタスクを推進し、生産性の向上を図った。

施設 B：年間販売促進計画の見える化や改善案の洗い出し・取組などを行い、集客力・売上の向上を図り財務体質の改善を進めた。

(5) 指摘又は意見

①業務委託先の選定について（意見）

本事業では、事業開始年度（平成 26 年度）に公募により業務委託先の選定を行っているが、その後は、委託先の見直しや公募は実施していない。その結果、事業開始以来、平成 30 年度まで一度も業務委託先に変更がなく、この間(株)リョケン（静岡県熱海市）に継続して業務委託している。

業務委託先からは毎年、実施した事項について報告書による報告を受けているものの、県としてその業務内容を十分に評価検討した資料はなかった。

その報告書の内容が事業目的である宿泊事業者の経営の効率化・安定化に資するものであったか、県として検討・評価を行うプロセスを経ることで、他の委託先を選定する機会を設けることが望まれる。業務の効率化、効果を考えると、一定期間ごとに委託先の見直しを検討する仕組みを構築すべきと考える。

(意見 1)

本事業では、事業開始年度（平成 26 年度）以降、委託先の変更がなされておらず、また、年度ごとに委託先の業務実績を十分に検討評価した資料もない。委託先の業務実績について県として検討評価を行うプロセスを経ることで、他の委託先を選定する機会を設けることが望まれる。業務の効率化、効果を考えると、一定期間ごとに委託先を評価し、委託先の見直しを検討する仕組みを構築すべきと考える。

②効果測定について（意見）

本事業は効果測定の指標として、観光客の満足度調査の結果及び観光入込客数を用いている。しかし、本事業の目的は「宿泊業者における経営の効率化・安定化により県内宿泊施設の経営改善を促進すること」にあるので、宿泊者の増加や満足度の向上ではなく、宿泊業者の財政状態、経営成績の改善内容等を効果測定の指標とすべきであると思われる。

財務状態等は個々の案件により状況は様々であり、指標を一律に定めることは難しく、また、個々の案件ごとに指標を定めることも、案件間の成果評価の公平性を保つ観点から難しいかもしれないが、その場合であっても、他の個々の案件間の比較ではなく、個々の案件について業務実施前後で財政状態、経営成績がどのように変化したか分析することにより事業目標に沿った効果測定方法を定めることが可能であると考えられる。

（意見 2）

本事業は効果測定の指標として、観光客の満足度調査の結果及び観光入込客数を用いている。しかし、本事業の目的は「宿泊業者における経営の効率化・安定化により県内宿泊施設の経営改善促進すること」にあるので、宿泊者の増加や満足度の向上ではなく、宿泊業者の財政状態、経営成績の改善内容等を効果測定の指標とすべきであると思われる。

③事業成果の活用について（意見）

当該事業は財務体質の改善等に取り組む宿泊施設を公募し、選定された宿泊施設へ経営コンサルタントを派遣し、その取組を県内宿泊施設に普及拡大することにより、県内宿泊施設の経営改善を促進することを目的にしている。そのための方策として、実際の取組事例（課題、取組、成果）を県のホームページ上で開示しているが、その記載内容は具体性が欠けるため、これを見ただけでは他の県内施設が同様の取り組みを実施するのは困難だと思われる（下記参照）。また、県は、当該事業成果を他の宿泊事業者が利用した事実の有無を把握しておらず、他の宿泊事業者が利用するような横展開に関する事業計画もなく、当該事業成果を他の宿泊事業者が利用した事実の有無も把握していないとのことである。

平成 28 年度は本事業を通じ 3 施設が改善に取り組みました。

施設	課題	取組	成果
宿泊施設 G	<ul style="list-style-type: none"> ◆予約受付を含めたシステムの管理や、申込客数やプランによる振り分け ◆ネット予約販売等による客室稼働率の向上 ◆財務体質、収益構造の改善 	<ul style="list-style-type: none"> ◆アクションプランの設定と改善活動：現状分析を行うとともに改善すべき項目の洗い出しを実施し、改善対策について検討、社員で意識を共有 ◆旅館フロントシステムの導入：予約管理、部屋割り、当日手配表、会計処理、顧客管理をコンピュータ上で一元管理 ◆料理商品の見直し：料理献立の見直しを行い、販売促進ツールも刷新し、需要を喚起 	<ul style="list-style-type: none"> ◆アクションプランの策定により、個別の課題やそれに対する具体的な対応について、社員で共有・実行できるようになった ◆システムの導入により、事務処理のスピードアップが図られるとともに、人為的なミスロスの抑制ができた
宿泊施設 H	<ul style="list-style-type: none"> ◆オンシーズンの売上向上とオフシーズンの売上確保 ◆利益が確保できる企業体質への改善 	<ul style="list-style-type: none"> ◆経営計画表の作成・実績管理：月別の目標管理と問題点の抽出を行い、販売促進対策を検討・実施 ◆内部運営の改善：社員勉強会を実施し、目標等の数値を認識することで、意識の向上を図り、ムリやムダを排除 ◆将来ビジョンの明確化：目標に対するロードマップの作成や商品整備、設備更新の方向性を定めた 	<ul style="list-style-type: none"> ◆経営計画の策定により、問題点の早期把握が可能となり、さらに自社の強みを活かした適切な売上確保のための対策を講ずることができた ◆原価・人件費・諸経費面で売上とのバランスを考慮した費用管理が実践できるようになった
宿泊施設 I	<ul style="list-style-type: none"> ◆宿泊客数の増加対策 ◆売上原価のコントロール ◆販売費・一般管理費の見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ◆現状・課題の把握：簡易損益分析と目標損益構造案の作成等により取り組むべき課題を認識 ◆社員全体会議の改善：社員全体で取り組むべき課題毎の進捗状況をチェックできる場とした ◆客室の付加価値づくり：年間料金カレンダーの作成や社員主導型のプロジェクトを実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆課題の洗い出しにより、経営者や社員が目標や取組の方向性の認識を共有することができ、具体的な対応を検討・実施できるようになった ◆光熱水費の圧縮や料理原価の管理、年間スケジュールに沿った販売促進の実施など、具体的に課題に取り組むべき体制が整った ◆これまで料金に季節性がほとんど反映されていなかったが、年間料金カレンダーを策定することにより、料金の全体的な引き上げを実現

(新潟県のホームページより抜粋)

事業目的の趣旨は、事業の成果を他の宿泊事業者が自己の事業に応用し、県内宿泊施設の経営改善を促進するというものである。その事業成果である取り組みを県内他の宿泊事業者に普及させるためには、より具体的、かつ、詳細な内容を積極的に開示していく必要があると考える。

なお、一般の人が誰でも確認できる県のホームページ上で、当該事業における具体性のある経営改善の取り組み内容を公表することは、情報利用者に対する有用性等の観点からその意義に乏しいかもしれない。その場合には、より具体的改善内容について

ては、県内宿泊施設事業者団体等の会員限定での情報開示を検討することもできるのではないだろうか。

また、県内他の宿泊施設への普及をさせるといった観点からは、県内宿泊施設事業者団体、観光協会等に対し、宿泊施設運営における経営上の問題点などのアンケートを実施し、当該事業で過去に実施した案件に近似する事項があれば、過去事例を参考にし、利用を検討するよう促す仕組みを構築することが望まれる。

(意見3)

本事業において経営改善を図った各施設の取り組みを他の宿泊事業者に普及させるためには、より具体的、かつ、詳細な内容を積極的に開示していく必要がある。また、県内宿泊施設事業者団体等に対し、宿泊施設運営における経営上の問題点などのアンケートを実施し、当該事業で過去に実施した案件に近似する事項があれば、過去事例を参考にして利用を検討するよう促す仕組みも構築することが望まれる。

B. 温泉地等魅力向上支援事業

(1) 事業の概要

事業目的	観光地の満足度調査結果を踏まえた宿泊施設や温泉地の魅力向上のモデルとなる取組を支援し、取組を全体に普及拡大することにより、満足度の高い選ばれる観光地づくりを目指す。											
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・満足度調査の協力宿泊施設及び該当温泉地内の飲食店、観光物産店等の取り組みを対象として、公募の上、支援地域を選定 ・各地域において、満足度の向上を目的とした温泉地の雰囲気づくりやおもてなしの向上等施設・地域の魅力をつくる取組を実施 ・取組内容を公表し、他施設等の参考事例とする。 ・総事業費の 1/2 支援、上限 500 千円 											
効果測定方法	<p>「新潟県観光立県推進行動計画」の政策目標指標（平成 32 年度数値目標）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「新潟県観光地満足度調査」の「大変満足」の割合 40%以上 ・「新潟県観光地入込客統計調査」の入込客数 80,000 千人 <p>※新潟県では、観光に関する事業について、「新潟県観光立県推進行動計画」の指標に基づき事業効果を測定している。本事業は直接指標と比較することはできないが、事業を通して顧客の満足度を高め、リピート率の向上を図ることで入込客数にも貢献するものである。</p>											
事業開始年度	平成 28 年度											
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課											
支出先	<table border="1"> <thead> <tr> <th>実施主体</th> <th>委託先</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ひなの宿ちとせ</td> <td>4 CYCLE（東京都港区青山）</td> </tr> <tr> <td>大湯温泉旅館組合</td> <td>株滝沢印刷（魚沼市佐梨）</td> </tr> <tr> <td>阿賀のめぐみ望川閣</td> <td>株エイエイピー新潟支店（新潟市中央区東大通）</td> </tr> <tr> <td>お宿ふるや</td> <td>有スイッチ（妙高市大字二俣）</td> </tr> </tbody> </table>		実施主体	委託先	ひなの宿ちとせ	4 CYCLE（東京都港区青山）	大湯温泉旅館組合	株滝沢印刷（魚沼市佐梨）	阿賀のめぐみ望川閣	株エイエイピー新潟支店（新潟市中央区東大通）	お宿ふるや	有スイッチ（妙高市大字二俣）
実施主体	委託先											
ひなの宿ちとせ	4 CYCLE（東京都港区青山）											
大湯温泉旅館組合	株滝沢印刷（魚沼市佐梨）											
阿賀のめぐみ望川閣	株エイエイピー新潟支店（新潟市中央区東大通）											
お宿ふるや	有スイッチ（妙高市大字二俣）											

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	—	—	
平成 26 年度	—	—	
平成 27 年度	—	—	
平成 28 年度	2,000	1,581	
平成 29 年度	2,000	2,000	

(3) 平成 29 年度の実績内容

事業概要

(単位：千円)

実施主体	温泉地名	事業概要	事業費	助成額
ひなの宿 ちとせ	松之山温泉	里山ガストロノミー体験プログラムの開発等	1,083	500
大湯温泉旅館 組合	大湯温泉	パンフレット、ホームページの作成等	1,080	500
阿賀のめぐみ 望川閣	咲花温泉	景観改善のための周辺環境の整備等	1,000	500
お宿ふるや	赤倉温泉	モニター調査の実施や体験プログラムの開発等	1,080	500
計 (4 件)				2,000

事業成果

実施主体	事業成果
ひなの宿ちとせ	自然体験プログラムをサービス化し、ターゲットを絞ったブランディングを実施 (着地型体験プログラムの開発・販売手法、勉強会等)
大湯温泉旅館組合	大湯温泉の景観等の魅力向上に向けた沿道の美化や顧客満足度向上に向けた情報発信 (パンフ、ホームページ等) を実施
阿賀のめぐみ望川閣	咲花温泉の景観等の魅力を向上に向け、関係者がワークショップを重ね、事業計画「咲花庭園構想」を策定
お宿ふるや	自然体験プログラム (トレッキング等) の開発・販売等を実施

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

当該事業の効果は、平成 30 年度以降の調査結果で測定されるため、現時点では不明である。参考までに、平成 29 年調査結果は以下のとおり。

・入込客数（平成 28 年）と「大変満足」の割合（平成 28 年秋～平成 29 年夏）

実施主体	温泉地域	地域入込客数 (対前年比)	地域別「大変満足」 割合（前回比）
ひなの宿ちとせ	松之山温泉	56,758人 (90.8%)	21.6% (+3.4)
大湯温泉旅館組合	湯之谷温泉郷	123,951人 (130.8%)	10.8% (△4.6)
阿賀のめぐみ望川閣	咲花温泉	52,155人 (94.6%)	16.0% (+1.6)
お宿ふるや	妙高高原地域	583,820人 (96.9%)	23.7% (+6.1)

(5) 指摘又は意見

① 事業成果の活用について(意見)

当該事業は平成 28 年度から実施しているが、これまで当該支援事業を行った実施主体の成果を他の観光地へ普及拡大した実績はないし、事業成果を県内他の温泉地等へ普及拡大するという横展開に関する事業計画はないとのことである。しかし、本事業の目的は、「特定の施設モデルとなる取組を支援し取組を全体に普及拡大することにより、満足度の高い選ばれる観光地づくりを目指す」ことにある以上、特定の観光地への支援だけでなく、事業成果の横展開を図るべきである。

平成 28 年度から実施した事業であり、事業開始から 2 年しか経過していない点については、今後の事業実施主体に対する顧客満足度の推移を確認するとともに、当該事業で得たアンケート結果を分析すること、県内観光協会等の観光団体との事業成果の共有など実施し、それを踏まえた横展開を図る計画の策定が望まれる。

(意見 4)

当該支援事業は平成 28 年度から実施しているが、これまでの支援事業の成果を他の観光地へ普及・拡大した実績はなく、事業成果を県内他の温泉地等へ普及拡大するという横展開に関する事業計画はないとのことである。本事業の目的から、特定の観光地支援だけでなく、事業成果の横展開を図るべきである。

事業開始から 2 年しか経過していない点については、今後の事業実施主体に対する顧客満足度の推移を確認し、当該事業で得たアンケート結果を分析した上で、県内観光協会等の観光団体との事業成果を共有して、横展開を図る計画の策定が望まれる。

C. ご当地グルメイベント開催費補助金

(1) 事業の概要

事業目的	県内のご当地グルメを一同に集めたイベントを開催することにより、ご当地グルメのレベルアップを図るとともに、新潟の食の魅力を県内外に発信し、食を活用した観光振興を図る。
事業内容	「国際ご当地グルメグランプリ」の開催を支援する。 ※平成 29 年度で事業終了している。
効果測定方法	業務委託先からの実施報告書による（来場者アンケート等）
事業開始年度	平成 23 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会への負担金

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	6,000	6,000	
平成 26 年度	6,000	6,000	
平成 27 年度	10,000	10,000	※ 1
平成 28 年度	6,000	6,000	
平成 29 年度	3,000	3,000	※ 2

(※ 1) 年 2 回開催しており、前年度比で予算額増加

(※ 2) 「新潟うまさぎっしり博」との合同イベント開催のため、前年度比で予算額減少

(3) 平成 29 年度の実績内容

① 「新潟うまさぎっしり博」への負担金の支出(3,000 千円)

本件事業は「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会を負担金支出先とし、デステイネーションキャンペーンのシンボルイベントとしてスタートした「新潟うまさぎっしり博」と「国際ご当地グルメグランプリ」を同時に開催し、オール新潟の食・物産の魅力を県内外からの入場者に発信するものである。

平成 29 年度の「うまさぎっしり新潟博」の概要は以下の通りである。

「新潟うまさぎっしり博 2017inJRA 新潟競馬場～国際ご当地グルメグランプリ選抜特別大会 同時開催！」イベント概要

- ◇ 会 場: JRA 新潟競馬場(新潟市北区)
- ◇ 主 催: 新潟うまさぎっしり博実行委員会
- ◇ 共 催: 日本中央競馬会新潟競馬場

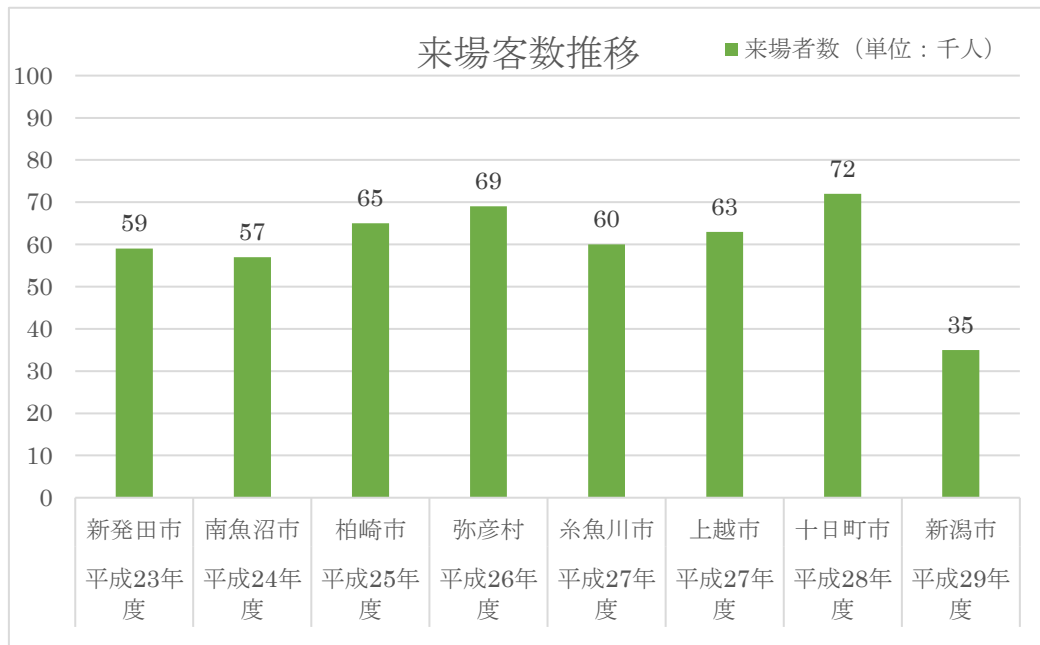
<p>◇ 来場者数:2017年9月30日(土曜日)12,974名 2017年10月1日(日曜日)22,924名</p> <p>◇ グルメグランプリ: 第1位 NAPA ニイガタバル 極上にいがた和牛炭火焼き(新潟市) 第2位 メトロポリタン松島 柏崎鯛茶漬け(柏崎市) 第3位 志布志いい肉食べさせ隊 黒豚角煮まんじゅう(鹿児島県)</p> <p>◇ ツアー実績:JR びゅう商品 2名</p>

(4) 平成29年度の効果測定結果

「うまさぎっしり新潟」観光推進協議会が提出した実施報告書の閲覧、及びイベント当日に来場者1,800人に対しアンケートを実施しており、主要な回答集計結果は以下の通りである。

① 開催地及び来場者数

開催年度	開催地	出展数	来場者数
平成23年度	新発田市	39	59千人
平成24年度	南魚沼市	40	57千人
平成25年度	柏崎市	51	65千人
平成26年度	弥彦村	51	69千人
平成27年度	糸魚川市	56	60千人
	上越市	30	63千人
平成28年度	十日町市	64	72千人
平成29年度	新潟市	48	35千人



② アンケート数

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
県内	1,414 人	1,596 人	1,701 人
県外	82 人	204 人	78 人
無回答	4 人	0 人	21 人
合計	1,500 人	1,800 人	1,800 人

③ イベントを知ったきっかけ

平成 28 年度	計
新聞	315
テレビ	894
ラジオ	159
雑誌	42
観光パンフレット	75
ポスター・チラシ	135
ホームページ	270
知人・家族などの口コミ	159
SNS	15
競技場に来てしまった	33
合計	2,097

※複数回答可

平成 29 年度	計
新聞	195
テレビ	818
ラジオ	124
雑誌	75
観光パンフレット	78
ポスター・チラシ	245
ホームページ	126
知人・家族などの口コミ	120
その他	14
無回答	5
合計	1,800

※単一回答

(4) 指摘又は意見

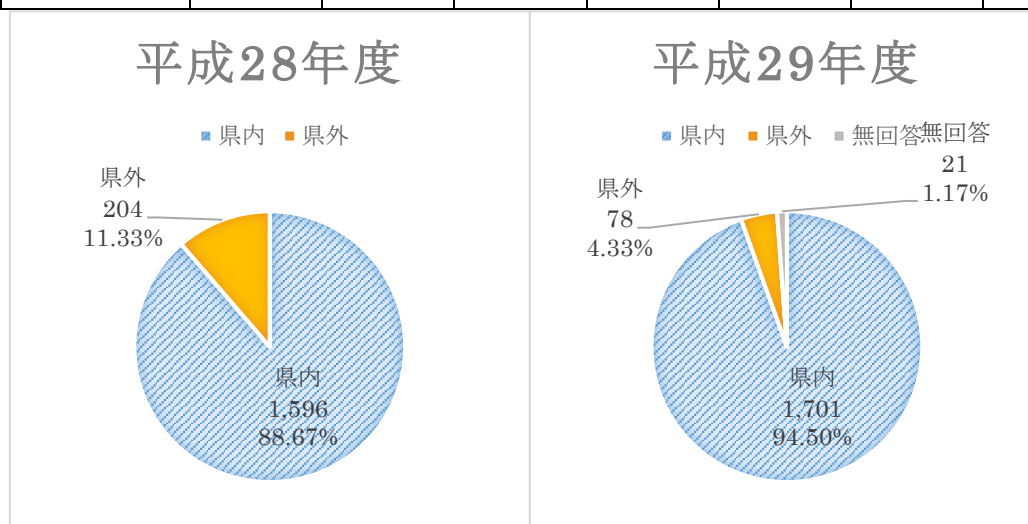
② 効果測定について(意見)

ご当地グルメイベント開催費補助金において、「県内のご当地グルメを一堂に集めたイベントを開催することにより、ご当地グルメのレベルアップを図るとともに、新潟の食の魅力を県内外に発信し、食を活用した観光振興を図る」ことを目的としている。

同イベントの開催はすべて新潟県内で行われていることもあり、県外来場者は下記の表の通りの割合に留まっている。

(イベント参加者における県外者の割合)

年度	平成 24 年	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年
場所	南魚沼	柏崎	弥彦	上越	糸魚川	十日町	新潟
県外者割合 (%)	15.8	2.5	5.4	12.3	13.7	11.4	4.3



県としては「首都圏・県外向けとして、首都圏 JR 駅構内でのポスター掲示や、首都圏ラジオでの広報、旅行商品の造成などにより誘客を図ってきた」とのことである。「新潟うまさぎっしり博 2017」収支決算書によると、支出決算額 20,962,746 円の内広報費が 9,178,920 円と 43.8%と半分近くを占めていることから、県外への広告、宣伝を重視している点は伺える。

しかしながら、上述の通り、県外来場者数は増加した年もあるが、平成 29 年度に関しては 4.3%に留まっている。また、業務委託先提出の実施報告書を確認したところ、県外来場者の情報源がアンケート項目からは明確化されておらず、来場したきっかけが把握できない。

「新潟の食の魅力を県内外に発信し、食を活用した観光振興を図る」ことを目的としている本補助金事業の効果測定をする上で来場者からのアンケート結果は有用な指標であり、その内容の細分化をし、分析することが必要である。

また、アンケートをフィードバックすることによって翌年度以降の予算に織込むことやアンケート結果によっては利用頻度の少ない宣伝方法の削減を考慮することで経費削減が可能となり補助金の有効性を図ることが可能であると考えます。

本事業は平成 29 年度で終了しているものの、現在では当事業に続くかたちで「日本海美食旅（ガストロノミー）」を新潟県として進行しており、今後のアンケートの取り方、効果測定の間では改善されることが望ましい。

(意見 5)

「新潟の食の魅力を県内外に発信し、食を活用した観光振興を図る」ことを目的としている本補助金事業の効果測定をする上で来場者からのアンケート結果は有用な指標であり、その内容の細分化をし、その事業目的に照らした分析をすることが必要である。平成 29 年度で本事業は終了しているものの、後続となる事業を開始しており、効果測定方法の改善が必要と考える。

D. おもてなし支援事業

(1) 事業の概要

事業目的	新潟県の観光振興を推進するため、宿泊業界団体の中核的役割を担う新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合が行う、旅館・ホテル等の人材育成等、質の向上に関する事業の実施を支援する。
事業内容	新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合が行う人材育成等の取組を支援
効果測定方法	研修毎に受講者アンケートを実施
事業開始年度	平成 27 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合への補助金

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	—	—	
平成 26 年度	—	—	
平成 27 年度	1,200	1,200	
平成 28 年度	1,700	1,650	
平成 29 年度	1,700	1,550	

(3) 平成 29 年度の実績内容

- ・ 経営者向け研修 (5 回、延べ 82 名参加)
- ・ 従業員向け研修 (2 回、延べ 68 名参加)

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

各回の研修毎に受講者アンケートを行ったほか、経営者向け研修では、受講者の意識付けを図るため、研修毎の課題を提示し、研修内容を踏まえた各施設での実践を促す等の取組も行った。

(5) 指摘又は意見

①効果測定について (意見)

効果測定の方法が事業目的に沿ったものではないと思われる。本事業の目的は「新潟県の観光振興を推進するため、新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合が行う、旅館・ホテル等の人材育成等、質の向上に関する事業の実施を支援する」ことにあるが、そ

の目的に対して効果測定の方法は、研修受講者へのアンケートを実施、経営者向けとして研修毎に課題を提示、研修内容の実践を促す取り組みを行ったこととしている。

確かに、受講者へのアンケート実施は、受講者の意識の変化を知ることや研修の内容を検討する際には役に立つかもしれない。しかしながら、本事業の目的から鑑みると、宿泊施設を利用した宿泊客等にもアンケートを行い、特におもてなし、ホスピタリティに関する満足度がどのように推移しているかを分析すべきと考えられる。

なお、他の事業で宿泊施設ごとの顧客満足度アンケートを実施しているのであれば、当事業において改めて宿泊客へアンケートを実施する必要はなく、他事業で回答を得たアンケート結果を本件事業の効果測定にも利用すべきことが考えられる。

(意見6)

効果測定の方法が事業目的に沿ったものではないと思われる。本事業の目的は「旅館・ホテル等の人材育成等、質の向上に関する事業の実施を支援する」ことにあるが、その目的に対して効果測定の方法は、研修受講者へのアンケートを実施、経営者向けとして研修毎に課題を提示、研修内容の実践を促す取り組みを行ったこととしている。本事業の目的から鑑みると、宿泊客等にアンケートを行い、ホスピタリティに関する満足度がどのように推移しているかを分析すべきと考えられる。なお、他事業で顧客満足度アンケートを実施しているのであれば、他事業で回答を得たアンケート結果を本件事業の効果測定にも利用すべきことが考えられる。

E. 宿泊交流人口拡大事業

(1) 事業の概要

事業目的	滞在型・着地型観光を推進するため、宿泊施設と地域の多様な関係者の連携のもと、地域固有の観光資源を活用し、旅行者のニーズを捉えた宿泊プラン等の造成・販売促進を支援する。
事業内容	<p>①宿泊交流人口拡大事業補助金 県内宿泊者を対象とした着地型観光プログラム付き宿泊プラン(宿泊モニター企画)を公募し、採択した宿泊モニター企画の旅行者への提案・販売促進を支援する。</p> <p>②宿泊交流人口拡大事業 上記①の宿泊モニター企画の情報発信等を通じ、誘客強化に取り組むとともに、OTA(Online Travel Agent)を活用したスキー等の冬季誘客の拡大を図る取組を実施する。</p>
効果測定方法	<p>①宿泊交流人口拡大事業補助金 利用者を対象に、アンケート調査を実施</p> <p>②宿泊交流人口拡大事業 OTAを利用した宿泊予約人泊数</p>
事業開始年度	平成28年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	<p>① 宿泊交流人口拡大事業補助金 (株)津南高原開発、親不知観光ホテル、松之山温泉合同会社まんま、ほか44事業者への補助金</p> <p>② 宿泊交流人口拡大事業 新潟県観光協会への委託料</p>

(2) 平成25年度から平成29年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成25年度	—	—	
平成26年度	—	—	
平成27年度	—	—	
平成28年度	40,000	23,983	
平成29年度	45,000	29,726	

(3) 平成 29 年度の実績内容

①宿泊交流人口拡大事業補助金（予算 30,000 千円、実績 21,711 千円）

宿泊モニター企画採択数：47 企画、誘客実績：3,656 人

②宿泊交流人口拡大事業（予算 15,000 千円、実績 8,015 千円）

OTA によるスキー観光誘客実績：1,331 人

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

①宿泊交流人口拡大事業補助金

「宿泊モニター企画」では、利用者を対象に、アンケート調査を行い、事業効果の測定を行った。モニター企画について、8 割を超える利用者が満足を感じるとともに、企画の内容についても、これまでの取組との違いを感じることができたなど、肯定的な評価が多かった。

《参考》アンケート項目抜粋

○今回の体験の感想と理由をお聞かせください。

満足属性：87.9%（大変満足 39.2%、満足 38.6%、やや満足 10.1%）

○これまでの旅行にない「新しさ」や「違い」を感じたか。

肯定属性：85.1%（大変感じた 25.5%、感じた 44.2%、やや感じた 15.4%）

②宿泊交流人口拡大事業

「スキー等の冬季誘客」では、宿泊クーポンの発行（発行数 524 枚）等を通じ、冬季観光の情報発信、誘客促進に取り組み、当該 OTA を利用した宿泊予約人泊数が前年同期比+5.2%となるなど、誘客拡大につなげることができたところであり、引き続き、冬季の観光の誘客の促進に取り組むとのことである。

旅行者の関心が「モノ」から「コト」変化に対応するなか、旅先での体験や人々との交流等のニーズが高まっている。本事業を通じて、宿泊施設を中心に、地域の多様な関係者が連携し、地元の食文化を知る旅、絶景を観る旅、地元との交流を楽しむ旅の提案など、旅行者のニーズを踏まえた新たな取組の宿泊プランの造成が行われているとのことである。

こうした取組の実施を通じ、多様な関係者が連携し、地域が主体となって取組を進める新たな機運の醸成につながっており、2019 年秋の DC 開催に向け、より魅力的な宿泊プランの造成を促し、観光コンテンツとしての活用を進めるとのことである。

(5) 指摘又は意見

①効果測定について（意見）

当該事業のうち「①宿泊交流人口拡大事業補助金」事業に関するアンケート調査において、満足属性（大変満足 39.2%、満足 38.6%、やや満足 10.1%の合計）の回答が 8 割を超えたことから県としては肯定的な評価が多かったと評価している。その一方で、「新行動計画」においては県全体で平成 32 年度において、大変満足を 4 割以上とする数値目標を定めている。

県の行動計画との関係から、当該事業の効果測定は満足属性ではなく大変満足に焦点を当てるべきだと思われる。それを前提とした場合、県全体の大変満足の割合を 4 割以上と目標設定しているため、現状の当該事業の大変満足 39.2%となっている結果について改めて評価を行い、事業の内容をさらに検討することが望まれる。

なお、当該事業では予算額 30,000 千円に対して決算額が 21,711 千円に留まっている。大変満足を 4 割以上にするためにも、補助金対象先となりうる事業者への当該事業の存在、利用条件等を強力にアピールし、より多くの事業者に当該事業の利用を促すことも必要ではないかと考える。

（意見 7）

当該事業のうち「①宿泊交流人口拡大事業補助金」事業に関するアンケート調査において、満足属性（大変満足 39.2%、満足 38.6%、やや満足 10.1%の合計）の回答が 8 割を超えたことから県としては肯定的な評価が多かったと評価している。その一方で、「新潟県観光立県推進行動計画」においては県全体で平成 32 年度において、大変満足を 4 割以上とする数値目標を定めている。県の行動計画との関係から、効果測定は満足属性ではなく大変満足に焦点を当てるべきであると思われるが、現状の大変満足 39.2%という結果について改めて評価を行い、事業の内容をさらに検討することが望まれる。

なお、当該事業では予算額 30,000 千円に対して決算額が 21,711 千円に留まっていることから、補助金対象先となりうる事業者へ当該事業をアピールし、利用を促すことも必要ではないかと考える。

2. スキー観光活性化促進事業

(1) 事業の概要

事業目的	本県スキー観光活性化を図るため、索道事業者、市町村等から構成されるスキー観光関係者を中心とする推進主体を構築するとともに、併せて外国人旅行者ニーズを把握し、県内周遊を促進することで本県のスノーリゾートとしての魅力を高め、スキー客のさらなる増加を目指す。
事業内容	①スキー場関係者による勉強会の開催 ②インバウンド誘客と県内周遊の拡大 ③スキーマーケットの裾野拡大 ④新潟のスキーイメージの発信強化 ⑤受入体制の強化
効果測定方法	スキー場利用客数
事業開始年度	平成 28 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	㈱アイ・シー・オー、北陸信越山岳観光索道協会新潟地区部会、楽天㈱等への委託料 北陸信越山岳観光索道協会新潟地区部会への補助金 新潟県国際観光テーマ地区推進協議会への負担金

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	—	—	
平成 26 年度	—	—	
平成 27 年度	—	—	
平成 28 年度	13,830	9,428	
平成 29 年度	35,000	25,225	

(3) 平成 29 年度の実績内容

項目	実績内容	金額
① スキー場関係者による勉強会の開催等	県内 3 エリアで各 2 回開催 (延べ 105 名参加)	委託費 3,327 千円
② インバウンド誘客と県内周遊の拡大	外国人目線でインバウンド向けの体験コンテンツを開発 (3 体験)	委託費 3,508 千円 負担金 2,341 千円
③ スキーマーケットの裾野拡大	子ども等を対象としたスキーレッスントアールを 13 スキー場で催行。計 1,010 名参加 (県内 778 名、県外 232 名)	委託費 5,008 千円
④ 新潟のスキーイメージの発信強化	スキー場紹介ガイドブックの制作、多言語サイトの改善	委託費 8,920 千円
⑤ 受入体制の強化	県内 10 スキー場で子ども向けレッスン補助具を整備	補助金 144 千円
⑥ 運営費	旅費、賃金等	1,977 千円
	合計	25,225 千円

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

平成 29 年度は 1 月と 2 月に県内や首都圏等での大雪による交通機関の影響もあり、全体では対前年度から 1.5%減少したものの、外国人スキー場利用客数は過去最高を記録した。平成 30 年度は、国際観光推進課と連携し、29 年度に制作したガイドブックの多言語版を制作して、海外の旅行博などの場で本県スキー場の PR を実施することである。

【達成目標】

指標名	H28 (実績)	H29 (実績)	H29 (目標)	H30 (目標)
スキー場利用客数	478万人	470万人	530万人	560万人

(5) 指摘又は意見

指摘及び意見事項なし。

3. 着地型観光支援事業

(1) 事業の概要

事業目的	新たな観光資源の掘り起こしやコンテンツの磨き上げなど、地域での継続的な受入体制の充実を図るため、市町村、観光事業者等が取り組む着地型観光コンテンツの形成を図る取組を支援する。
事業内容	<p>① 着地型観光支援事業補助金（県が実施）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 魅力ある観光地づくり支援事業（補助率 4/10、1 件当たり予算上限 1,000 千円、合計予算 6,000 千円） ・ 新潟観光ブランド確立支援事業（補助率 4/10、1 件当たり予算上限 5,000 千円、合計予算 20,000 千円） ・ 観光関連施設情報環境整備事業（補助率 4/10、1 件当たり予算上限 1,000 千円、合計予算 4,000 千円） <p>② 北陸新幹線沿線地域観光促進事業（新潟県観光協会が実施）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 北陸新幹線沿線地域観光促進事業（補助率 4/10、上限 3,000 千円） <p>③ 着地型観光支援事業（事務費）</p>
効果測定方法	市町村、観光関係者等へのヒアリングなどを通じ、事業効果や課題・対応などについて、地元とともに検討する。
事業開始年度	平成 25 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	<p>下記事業者への補助金</p> <p>①着地型観光支援事業補助金</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 魅力ある観光地づくり支援事業 (特非) 六日町観光協会、ほか 6 事業者 ・ 新潟観光ブランド確立支援事業 越後妻有里山協同機構、雪国観光圏 ・ 観光関連施設情報環境整備事業 (一社) 湯沢町観光協会、ほか 2 事業者 <p>②北陸新幹線沿線地域観光促進事業 新潟県観光協会</p>

(2) 決算額の推移、平成 29 年度の予算額及び決算額

決算額の推移

(単位：千円)

	① 着地型観光支援事業補助金	②北陸新幹線沿線地域観光促進事業	③着地型観光支援事業	合計
平成 25 年度	10,844	—	—	10,844
平成 26 年度	15,138	5,020	—	20,158
平成 27 年度	16,341	9,150	—	25,491
平成 28 年度	9,837	8,700	—	18,537
平成 29 年度	12,341	6,000	109	18,450

平成 29 年度の予算額及び決算額

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
①着地型観光支援事業補助金	30,000	12,341	
②北陸新幹線沿線地域観光促進事業	10,000	6,000	
③着地型観光支援事業	446	109	
合計	40,446	18,450	

(3) 平成 29 年度の実績内容

細事業名	金額 (件数)	実績内容
魅力ある観光地づくり支援事業	4,708 千円 (7 件)	にいがた庭園街道、ONSEN ガストロノミーウォーキング等を支援
新潟観光ブランド確立支援事業	6,404 千円 (2 件)	雪国ならではの魅力を体験するプログラムの実施等を支援
観光関連施設情報環境整備促進事業	1,229 千円 (3 件)	湯沢町の宿泊施設等での情報環境整備等を支援
北陸新幹線沿線地域観光促進事業	6,000 千円 (2 件)	新幹線駅を起点とする妙高高原ライナーの運行などを支援

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

本事業では、補助対象事業の完了時に実施結果報告書の提出を求め、補助対象事業の実施状況等の確認を行っているが、事業実施を通じて、地域が主体となって取組を進め、地域ならではの観光コンテンツとして定着させ、誘客につなげていくことが重要と考えているとのことである。

このため、短期的な状況把握だけでなく、中長期的に地域及や当該取組への入込状況や市町村、観光関係者等へのヒアリングなどを通じ、事業効果や課題・対応などについて、地元とともに検討することとしているとのことである。

県としては、引き続き、地域が主体的に取り組む着地型観光の発掘・磨き上げなどの受入体制の充実を支援するとともに、観光商談会等を通じた旅行商品の造成促進や、パンフ、ホームページ、SNSなどの様々な手段を活用した魅力発信等に取り組むことで、地域への観光誘客の促進を図り、交流人口の拡大に取り組むとのことである。

(5) 指摘又は意見

① 事業選定基準について(意見)

本事業を選定する際の採用基準を県担当者に質問したところ、「補助事業の内容が多岐にわたるため、申請内容を個別に精査し、期待される効果等を踏まえ、採択の可否を検討しており、具体的な数値基準等は設けていない。」との回答を得た。

支援事業の選定基準に具体的な数値基準等は設けていないとしているが、効果測定結果に記載の通り本事業では地域ならではの観光コンテンツとして定着させ誘客につなげていくことが重要と考えているならば、事業者からの公募時の提案書に観光客受入目標人数など具体的な指標についても含めることを検討すべきである。

(意見8)

支援事業の選定基準に具体的な数値基準等は設けていないとしているが、本事業では地域ならではの観光コンテンツとして定着させ誘客につなげていくことが重要と考えることから、事業者からの公募時の提案書に観光客受入目標人数など具体的な指標についても含めることを検討すべきである。

② 予算と決算の乖離について(意見)

当該事業のうち「着地型観光支援事業補助金」については、平成29年度の予算額30,000千円に対して決算額は半分以下の12,341千円のみしか使用されていない。

事業目的である「新たな観光資源の掘り起こしやコンテンツの磨き上げ」を達成するには、県として積極的に取り組む必要があるが、現状の予算を大幅に余らせているという状況にあり、県の取り組みとして不十分な面があると思われる。

支援先となりうる事業者への当該事業の存在、利用条件等を強力にアピールし、より多くの事業者に当該事業の利用を促すことが望まれる。

(意見9)

当該事業のうち「着地型観光支援事業補助金」については、平成29年度の予算額30,000千円に対して決算額は半分以下の12,341千円のみしか使用されていない。現状の予算を

大幅に余らせているという状況にあり、県の取り組みとして不十分な面があると思われる。支援先となりうる事業者への当該事業の存在、利用条件等を強力にアピールし、より多くの事業者に当該事業の利用を促すことが望まれる。

③ 効果測定について(意見)

効果測定の方針において、県としては当該事業の実施を通じて、各地域で新たな観光コンテンツとして定着させ、誘客につなげていくことが重要としている。そのために短期的な状況把握だけでなく、中長期的に事業効果や課題などについて検討する必要があると認識はしているが、実際に各支援事業について事業者側では具体的な数値を含む中長期的な事業計画（訪問客の目標数など）は作成していない。それに対する県担当者の見解は以下の通りである。

- ・本事業は、地域でのコンテンツの創出に向けた新たな取組を後押しするため、初期リスク段階の支援を行い、事業者自らが取組実施後の見直し・改善等を継続して行うことで、着地型観光コンテンツの定着に繋げることを目指している。
- ・こうした個別事業の見直し（ニーズを踏まえた打ち切りも含む）等の検討は、事業実績や旅行ニーズの変化などを踏まえ、事業実施者（補助申請者）が主体的に行うべきものであり、県において、個別事業それぞれの中長期的な計画のモニタリングを行うことは事業目的と合致しないと考えている。

しかし、新たな観光資源の掘り起こしやコンテンツの磨き上げなど、地域での継続的な受入体制の充実を図るにはある程度の時間が必要となる面もあると思われる。着地型観光は観光に対しての高い効果が期待されており、県の重要な施策の一つに位置付けられていることから、県としても事業者側に中長期的な視点で事業計画の作成を促すとともに、県側で計画値と実績の対比形式の資料を作成することやアンケートを利用するなどして事業の効果を中長期的にモニタリングすることが望まれる。

(意見 10)

効果測定の方針において、県としては当該事業の実施を通じて、各地域で新たな観光コンテンツとして定着させ、誘客につなげていくことが重要としており、中長期的に事業効果や課題などについて検討する必要があると認識はしている。しかし、各支援事業において事業者側では具体的な数値を含む中長期的な事業計画（訪問客の目標数など）は作成していない。

地域での継続的な受入体制の充実を図るにはある程度の時間が必要となるため、県としても事業者側に中長期的な視点で事業計画の作成を促すとともに、県側で計画値と実績の対比形式の資料を作成することやアンケートを利用するなどして事業の効果を中長期的にモニタリングすることが望まれる。

4. 観光基盤整備事業補助金

(1) 事業の概要

事業目的	市町村などが行う観光施設整備事業（ハード事業）のうち、高い誘客効果が見込まれ、本県観光の魅力を向上させる主導的な事業に対し補助を行うことで、本県観光入込客数の増加と交流人口の拡大を促す。
事業内容	市町村等が行う地域の核となる先導的な施設整備を支援する。 補助率：4/10、上限額 30,000 千円
効果測定方法	中長期的に地域及び当該施設への入込客数や市町村、観光関係者等へのヒアリングなどを通じ、事業効果や課題・対応などについて、地元とともに検討する。
事業開始年度	平成 20 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	十日町市、妙高市、三条市への補助金

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	65,225	13,540	—
平成 26 年度	65,225	29,460	—
平成 27 年度	65,813	28,630	—
平成 28 年度	65,813	5,250	—
平成 29 年度	65,813	50,260	—

(3) 平成 29 年度の実績内容

① 清津溪谷整備事業(十日町市:補助額 30,000 千円)

本件事業は、清津峡溪谷への観光客が紅葉時期に集中しており、通年を通じた観光誘客を促進し、交流人口の拡大を図るため、単に景色を眺めるだけの施設にとどまらないデザイン性が高い施設を整備することで、地域への誘客拡大を図ることを目的とした事業である。

② 妙高高原駅前観光案内所整備事業(妙高市:補助額 15,000 千円)

本件事業は、スキーシーズンを中心とする欧米等からのインバウンド観光に加え、アウトドア・アクティビティを中心とした通年での観光誘客に取り組むため、単なる観光情報の案内だけではなく、サイクリング、トレッキングなど着地型アクティ

ビティの提供や各種予約サービス等を行うワンストップサービスを提供する施設整備を行うことを目的とした事業である。

③ 北五百川観光環境整備事業(三条市:補助額 5,260 千円)

本件事業は、日本の棚田百選である北五百川の棚田を中心に、棚田を観光資源として活用していくため、観光客の受入環境整備（トイレ等）を図ることを目的とした事業である。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

定量的かつ明確な効果測定は実施していないが、観光入込客統計を通じ、各市町村等への入込状況等を確認し、必要な助言を行っている。

観光施設はハード整備だけでなく、着地型観光コンテンツや周遊プランなどソフト事業との連動や情報発信により、効果を発揮するものであることから、中長期的に地域及び当該施設への入込客数や市町村、観光関係者等へのヒアリングなどを通じ、事業効果や課題・対応などについて、地元とともに検討することとしている。

なお、直近の状況としては平成 29 年度に整備を行った清津峡溪谷トンネルの施設は、大地の芸術祭の作品として、平成 30 年のゴールデンウィークにおける施設オープンにあわせ、新聞・テレビ等で紹介され、インバウンド誘客も含め、魅力的な観光施設として注目を集めているとのことである。

また、妙高高原駅での観光案内所では、単なる観光情報の案内だけではなく、サイクリング、トレッキングなど着地型アクティビティの提供や各種予約サービス等を行うワンストップサービスの提供を通じ、グリーンシーズンの観光コンテンツの発信等、地域への周遊観光の促進を図っているとのことである。

県としては、地域観光の核となる観光施設の充実を図ることに加え、パンフレット、ホームページ、メディアなど様々な手段を活用し、地域の魅力発信に取り組むことで、観光誘客の促進を図り、交流人口の拡大に取り組んでいるとのことである。

(5) 指摘又は意見

① 予算と決算の乖離について(意見)

本件事業は、平成 25 年度から平成 29 年度までに毎年度 65,813 千円を予算として割り当てている。その一方で実績額は平成 29 年度が 50,260 千円であったものの、それ以外の年度は 30,000 千円を下回っており、過去 5 年間の実績額の平均は 25,428 千円に留まっている。平成 28 年度に至っては実績額が 5,250 千円と予算額に比して極めて少額である。

実績額が低調に推移している理由について県の担当者に質問したところ、大規模な災害が発生した際の観光施設の災害復旧に備えて、補正予算よりも柔軟な対応が可能

な当該予算額をある程度残しているとのことであった。実際に平成 23、24 年度には観光施設の災害復旧支援の事業に対して当該補助金の支出を行っており、年度途中での対応も想定して予算管理を実施しているとのことであった。また、平成 28 年度が予算額に比して極めて少額となった理由は、補助金の申請にあたり市町村の予算措置が必要であるが、市町村での事業計画などの検討の結果、市町村の予算措置がなされなかったためであり、年度ごとの変動はやむを得ない旨伺っている。

当該事業に対する予算額が 65,813 千円であること、及び、直近 5 年度の実績額の平均が予算額の半分未満であること等を踏まえると、当該事業に関しての予算は必要以上の金額が計上されているのではないかとも思われる。観光施設の災害復旧のために予算を柔軟に対応することを企図して予算額を残しているとしても、本事業の対象として計上すべき予算額が妥当であるかどうかの議論は必要と考える。

本事業の目的は、「高い誘客効果が見込まれ、本県観光の魅力を向上させる先導的な事業に対し補助することで、本県観光入込客数の増加と交流人口の拡大を促す。」であり、観光政策のためには極めて重要な位置づけの事業だと思われるので、本来の事業目的に沿った適切な予算額を計上したうえでその執行を行うべきと考える。

(意見 11)

予算額が 65,813 千円であることと、実績額の直近 5 年度の平均が 25,428 千円と予算額の半分未満であること等を踏まえると、本事業に関しての予算は必要以上の金額が計上されているのではないかとも思われる。観光施設の災害復旧のために予算を柔軟に対応することを企図して予算額を残しているとしても、本事業の対象として計上すべき予算額が妥当であるかどうかの議論は必要と考える。本事業は観光政策のためには極めて重要な位置づけの事業だと思われるので、事業目的に沿った適切な予算額を計上したうえでその執行を行うべきと考える。

② 効果測定について(意見)

本事業では定量的な指標に基づいた効果測定を実施していない。観光施設(ハード)についてはその誘客効果は長期に渡って発生するものであるため、過年度に支出した建物等の観光入込客数の推移を一定期間モニタリングする等の中長期的な効果測定も実施し、事業目的の達成状況を確認することが望ましい。

(意見 12)

本事業では定量的な指標に基づいた効果測定を実施していない。観光施設(ハード)についてはその誘客効果は長期に渡って発生するものであるため、過年度に支出した建物等の観光入込客数の推移を一定期間モニタリングする等の中長期的な効果測定も実施し、事業目的の達成状況を確認することが望ましい。

5. 観光施設改善資金貸付金

(1) 事業の概要

事業目的	新潟県内の旅館、ホテル等の観光施設の新築、増改築等に要する資金を融資し、整備することで、本県観光入込客数の増加及び経済波及効果の拡大を図る。
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 助成対象者 <ul style="list-style-type: none"> ・新潟県内で2年以上の営業実績のあるもの ・季節旅館から普通旅館への移行を図るもの 2. 資金使途 <ul style="list-style-type: none"> ・旅館及びホテルの新築・増改築に要する経費 ・外国人観光客を受け入れる上で必要な施設及び備品 3. 融資限度額 70,000 千円（事業費の8割を限度） 4. 融資期間 7年以内（据え置き期間2年含む） 5. 融資利率 1.65%～2.15% 6. 事務手続 新潟県の事前審査を経て、新潟県が金融機関に推薦する。
効果測定方法	<ul style="list-style-type: none"> ・改修後の効果（客室稼働率、客単価等）のヒアリング ・「にいがた未来創造プラン」、「新潟県観光立県推進行動計画」の指標である満足度調査を当該施設へフィードバックしながら分析・評価を行う
事業開始年度	平成4年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課

(2) 平成25年度から平成29年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成25年度	84,180	—	
平成26年度	82,340	—	
平成27年度	81,660	—	
平成28年度	81,660	—	
平成29年度	81,660	—	

※直近実績は平成19年度の1件（既に償還済み）

(3) 平成 29 年度の実績内容

前述の通り、直近実績が平成 19 年に 1 件のみであり、平成 29 年度に至るまで使用実績はない。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

該当なし。

(5) 指摘又は意見

① 事業の有効性について(意見)

本事業において、毎年、予算額として 81,660 千円割り当てられているが、直近の実績としては平成 19 年度に 1 件のみであり、それ以降は事前審査の申請もないとのことである。

直近の実績がない理由として、本事業の資金使途として、旅館及びホテルの新築・増改築に要する経費や外国人観光客を受け入れる上で必要な施設及び備品となっているが、融資額が 70,000 千円とホテル等の修繕や建設に充てるには少額であり、また、融資利率も 1.65%から 2.15%と市場金利に比べて特段優遇された低い利率ではないため、利用されなかったのではないかと伺っている。また、県の担当者へ当該貸付金の必要性について質問したところ、近年の使用実績はないもののセーフティネットとしての貸付金は必要と認識しているとの回答であった。

ただし、少なくとも 10 年間も事前審査の申請しない事業に対して毎年度同額の予算を割り当てることに疑問があり、また、この 10 年間事業内容の見直しが全く実施されなかったことは問題ではないか。当該事業のニーズがないのであれば適時に事業内容の見直しを検討すべきであるし、使い勝手が悪いのならば、より県民にとって利用しやすい制度内容にするよう条件の緩和等を検討すべきである。

(意見 13)

本事業においては、少なくとも 10 年間は事前審査の申請しない。そのような事業に対して毎年度同額の予算（平成 27 年度～平成 29 年度の予算 81,660 千円）を割り当てることに疑問があり、また、この 10 年間、事業内容の見直しが全く実施されなかったことは問題ではないか。当該事業のニーズがないのであれば適時に事業内容の見直しを検討すべきであるし、使い勝手が悪いのならば、より県民にとって利用しやすい制度内容にするよう条件の緩和等を検討すべきである。

6. 少雪対策設備整備資金貸付金

(1) 事業の概要

事業目的	新潟県内スキー場のスノーマット及び人工降雪機を整備する索道事業者等に対し、整備に必要な資金を融資することで、安定した営業期間の確保によりスキー場入込客数の増加及び経済波及効果の拡大を図る。
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 助成対象者 <ul style="list-style-type: none"> ・ 関係法令の許可を受けて新潟県内で2年以上の営業実績のあるもの 2. 資金使途 <ul style="list-style-type: none"> ・ スキー場に設置するスノーマット、人工降雪機及びその付帯施設 3. 融資限度額 <p style="text-align: center;">50,000 千円以上</p> 4. 融資期間 <p style="text-align: center;">10 年以内（据え置き期間 2 年含む）</p> 5. 融資利率 <p style="text-align: center;">1.65%～2.35%</p> 6. 事務手続 <p style="text-align: center;">新潟県の事前審査を経て、新潟県が金融機関に推薦する。</p>
効果測定方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施設整備後の効果（入込客数、売上等）をヒアリング ・ 「にいがた未来創造プラン」、「新潟県観光立県推進行動計画」の指標である満足度調査を当該施設へフィードバックしながら分析・評価を行う
事業開始年度	平成3年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課

(2) 平成25年度から平成29年度までの予算額及び決算額の推移

（単位：千円）

	予算額	実績額	備考
平成25年度	31,110	—	
平成26年度	31,110	—	
平成27年度	31,110	—	
平成28年度	187,110	—	
平成29年度	187,110	—	

※直近実績は平成6年度の1件（既に償還済み）

(3) 平成 29 年度の実績内容

前述の通り、直近実績が平成 6 年に 1 件のみであり、平成 29 年度における実績はない。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

該当なし。

(5) 指摘又は意見

① 事業の有効性について(意見)

本事業において、予算額として平成 29 年度は 187,110 千円割り当てられているが、直近の実績としては平成 6 年度に 1 件のみとなっており、それ以降は事前審査の申請もないとのことである。

融資限度額については過去の事業会社の問い合わせ状況から事業会社が想定している融資額が実際には少なかったこともあり、融資限度額を平成 28 年度に 100,000 千円以上から 50,000 千円以上へ減額させている。その一方で、予算総額を平成 27 年度の 31,110 千円から 187,110 千円に引き上げているが、その理由について、県の担当者によれば、今後温暖少雪の可能性が高いことから、当時複数のスキー施設管理者にヒアリングを行ったところ、スノーマット等整備の設備投資の話があったため、と伺っている。また、県の担当者へ当該貸付金の必要性について質問したところ、近年の使用実績はないもののセーフティネットとしての貸付金は必要と認識している、との回答であった。

本事業について県としても複数の事業者に対しヒアリングを行い、予算額の増額や融資限度額の減額といった事業の見直しを実施しているにもかかわらず、20 年間以上利用実績がない。このような事業に対して予算を割り当てることの妥当性に疑問が残る。なぜ、予算額の増額や融資限度額の減額といった事業の見直しを実施したにもかかわらず実績がないのか、その原因についての分析や検討を実施すべきであるし、使い勝手が悪いのならば、より県民にとって利用しやすい制度内容にするよう条件の緩和等を検討すべきである。

(意見 14)

本事業は予算額の増額や融資限度額の減額といった事業の見直しを実施しているにもかかわらず、20 年間以上利用実績がなく、このような事業に対して予算（平成 28 年度～平成 29 年度の予算 187,110 千円）を割り当てることの妥当性に疑問が残る。なぜ、事業の見直しを実施したにもかかわらず実績がないのか、その原因についての分析や検討を実施すべきであるし、使い勝手が悪いのならば、より県民にとって利用しやすい制度内容にするよう条件の緩和等を検討すべきである。

7. 新潟ふるさと村管理運営事業(アピール館)

(1) 事業の概要

事業目的	新潟県の観光拠点施設である「新潟ふるさと村」(アピール館)の管理運営を通じ、本県の観光と物産の振興を図るとともに、ふるさとに対する県民意識の高揚を通じて地域の活性化を推進する。
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. アピール館の管理運営 <ul style="list-style-type: none"> ・指定管理者：愛宕商事・グリーン産業共同体（愛宕商事㈱、グリーン産業㈱） ・期間：平成28年度～平成34年度（7年間） 2. 新潟ふるさと村の誘客宣伝活動(指定管理者及び㈱新潟ふるさと村による宣伝活動) 3. アンテナショップ&カフェコーナーの運営 4. 新潟県の観光情報の収集及び提供 5. 道の駅に関する業務
効果測定方法	・アピール館施設利用者人数の目標値を年間560,000人に設定 目標値に達しない場合、減少率(※)に応じて指定管理料を減額(例外規定あり)
事業開始年度	平成18年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	愛宕商事・グリーン産業共同体(指定管理者)

(※) 減少率の計算方法について

【指定管理料】＝暫定の指定管理料×(100%－減額割合(0.4～2.0%))

目標値に対する実績値の減少率	適用する減額割合
減少なし	減額なし
0%超 ～2.50%以下	0.4%
2.50%超～5.00%以下	0.8%
5.00%超～7.75%以下	1.2%
7.75%超～10.00%以下	1.6%
10.00%超	2.0%

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	144,963	144,963	
平成 26 年度	144,963	144,963	
平成 27 年度	149,030	149,030	
平成 28 年度	144,356	143,800	
平成 29 年度	143,800	143,800	

(3) 平成 29 年度の実績内容

前述の通り、予算額 143,800 千円に対し、決算額も同額の 143,800 千円である。活動内容は以下の通りである。

①アンテナショップ (GATARIBA : ガタリバ)

GATARIBA は平成 23 年より運営しており、新潟県産、生産者の魅力を発信する場として、小ロット生産、中小企業の製品をメインに取り扱ってきたが、平成 29 年度においても県産品の新商品の展示販売、併設されたカフェにおいては県産食材を活用した米粉スイーツやフード、ドリンクメニューを展開した。また、新商品開発にも取り組んでおり、平成 29 年度は新たに 3 件の取引先を開拓し、新商品 22 件の販売を開始した。

②チャレンジショップ (企業・新商品開発の支援)

平成 29 年度は 12 店舗の出店、うち新規出店が 6 店舗であった。

なお、当該チャレンジショップは起業家や新商品の試験販売、市場調査を目的とする個人・団体について、あらかじめ調整された出店日において、アピール館内でチャレンジショップを出店することができるものである。

③体験教室の開催

平成 29 年度においては、体験教室の実施回数は延べ回数 297 回、延べ日数 157 日開催した。なお、新たな体験教室は 1 教室であった。団体ツアー客向けの団体体験教室も実施しており、平成 29 年度においては 40 回実施している。

④花畑の整備

平成 29 年度は春に「花火のアートガーデン」と題し、5 万本・31 種類のチューリップを植栽し、夏から秋にかけて「恵みのアートガーデン」と題して 120 種類の

ダリアの植栽を通じた季節ごとにテーマ性のあるデザイン植栽を実施した。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

平成 29 年度におけるアピール館施設利用者人数の実績値は年間 603,600 人であり、目標値（年間 560,000 人）を上回っているため、指定管理料は減額されていない。アピール館の施設利用者人数の推移は以下の通りである。

(単位：人)

	目標値	実績値
平成 25 年度	560,000	556,300
平成 26 年度	560,000	555,500
平成 27 年度	560,000	606,300
平成 28 年度	560,000	629,100
平成 29 年度	560,000	603,600

(5) 指摘又は意見

① 指定管理料の設定について(意見)

本事業において、新潟ふるさと村のアピール館は指定管理者制度を導入し、指定管理者に対し管理業務を委託している。当該委託管理業務について、指定管理者に対し指定管理料を支出しており、指定管理料の算出においてはアピール館施設利用者人数の目標値を過去より年間 560,000 人とし、一定の目標値に対する利用者実績人数の減少率で指定管理料を減額するものとしている。

指定管理者が県から委託された指定管理業務について、適切に実施しているかどうかを測る指標として、アピール館の施設利用者数の目標値を設定し、それに基づいて事業を評価することは否定しない。しかしながら、アピール館施設利用者数の目標値を指定管理者選定時に定め、その後毎年一定であることについて、事業目的に記載された地域の活性化を推進することに照らして妥当であるかは検証が必要であると考ええる。

当該事業は観光拠点施設である新潟ふるさと村の観光入込数を増加させることにより、地域の活性化を推進することに寄与するものと考ええる。そのため、目標値を適切に設定していない場合には事業を継続することの意義が薄れていくことになるのではないかと。よって、年間目標を一定に置くのではなく、年度ごとに適切な目標値を定めることは極めて重要であると考ええる。

また、来館者数が目標値を下回った場合に指定管理料を減額するだけの定めは、施設利用者を増加させるインセンティブに乏しい。施設利用者が目標値を上回った場合には、相応の資金的な負担が生じているとも考えられるため、指定管理料を許容可能な範囲で増額することも施設利用者数の増加に寄与するものと考ええる。指定管理料を減額するだけ

でなく、このようなインセンティブも検討すべきである。

(意見 15)

アピール館施設利用者数が目標値に達しない場合に指定管理料を減額することとしているが、その目標値（年間 56 万人）は指定管理者選定時に定められ、その後毎年一定となっている。しかし、本県の観光拠点施設である新潟ふるさと村の観光入込数を増加させ、地域の活性化を推進することに寄与するためには年間目標を一定に置くのではなく、年度ごとに適切な目標値を定めることは極めて重要であるとする。

また、来館者数が目標値を下回った場合に指定管理料を減額するだけでなく、施設利用者が目標値を上回った場合には、相応の資金的な負担が生じているとも考えられるため、指定管理料を許容可能な範囲で増額することも施設利用者数の増加に寄与するものとする。指定管理料を減額するだけでなく、このようなインセンティブも検討すべきである。

② 新潟ふるさと村関係者との連携について(意見)

新潟ふるさと村アピール館事業計画書では、各種関係団体とより綿密で強固な連携体制の構築のため、(ア) 新潟ふるさと村連絡協議会、(イ) 新潟ふるさと村推進本部会議、(ウ) 新潟ふるさと村アドバイザー委員会を組織している。

(ア) 新潟ふるさと村連絡協議会

平成 20 年 5 月に設立され、指定管理者が行った運営実績を検証し、新潟ふるさと村のさらなる発展を目指すべく組織された会議体である。構成員は、新潟県（産業労働観光部観光局交流企画課）、(株)新潟ふるさと村、公益社団法人新潟県観光協会、新潟市観光情報館「時の旅人館」（公益財団法人新潟観光コンベンション協会）、指定管理者（愛宕商事・グリーン産業共同体）の 5 団体並びに後述する「新潟ふるさと村アドバイザー委員会」やその他サポート団体（「新潟県内の各市町村の観光団体」、「クラフトマンクラブ」等）で組織されている。

(イ) 新潟ふるさと村推進本部会議

運営当初より、指定管理者と(株)新潟ふるさと村で組織されており、誘客宣伝活動の検討、実施評価、検証、改善案の策定や新潟ふるさと村全体の運営に係わる懸案事項を協議し、新潟ふるさと村の誘客並びに運営に活かすことを目的に組織されており、最低でも月に 1 度は実施し、必要に応じて月複数回開催している。

(ウ) 新潟ふるさと村アドバイザー委員会

平成 21 年 3 月に設立され、外部識者の客観的な評価を受けるべく、報道関係者、旅行業関係者、元コンベンション誘致関係者 3 名による組織を設立し、指定管理者における管理運営の実績や事業計画について忌憚のない意見交換を通じた、施設サービスの向上・改善を目的として組織されている。

「新潟ふるさと村アピール館指定管理者モニタリングシート（平成 29 年度分）」の「モニタリング項目 8：適切な事業評価と評価を活かした管理運営」において、上記組織における平成 29 年度の外部モニタリング実施状況が記載されているが、新潟ふるさと村推進本部会議は 1 回開催されているものの、新潟ふるさと村連絡協議会及び新潟ふるさと村アドバイザー委員会は開催されていないとのことであった。

それぞれの会議の実施頻度について、担当者へのヒアリングによれば、会則等による会議の開催頻度の定めはなく、原則年 1 回の開催を予定しているが、会議体を構成する団体の都合がつかず、実施されないこともあると伺っている。

新潟ふるさと村連絡協議会は透明な施設運営のための情報開示を積極的に行い、意見交換を通じて指定管理の運営に取り組むこと、並びに、新潟ふるさと村アドバイザー委員会は管理運営実績及び事業計画について、意見交換を行い施設サービスの向上・改善に反映させることとしている。これらの会議体は各種関係団体とより綿密で強固な連携体制の構築のために組織されている。しかしながら、年に原則 1 回開催する会議を実施できていない、新潟ふるさと村連絡協議会、新潟ふるさと村アドバイザー委員会については、指定管理運営に役立てるための適切な情報交換が実施されているか疑問である。

会議体の開催頻度を年に 1 回としていることから、最低でも年に 1 回は情報交換の機会を設けることが必要である。

(意見 16)

新潟ふるさと村では、各種関係団体とより綿密で強固な連携体制の構築のため各会議体が組織されている。しかし、新潟ふるさと村連絡協議会及び新潟ふるさと村アドバイザー委員会については原則年に 1 回開催する会議を実施できていない。最低でも年に 1 回は情報交換の機会を設けることが必要である。

③『時の旅人館』の有効活用について(意見)

新潟ふるさと村の敷地内にある『時の旅人館』(図1)について、敷地は新潟県が所有し、新潟市に賃貸している。また、建物は新潟市が所有し、『時の旅人館』の管理運営は公益財団法人新潟観光コンベンション協会が担っている。

『時の旅人館』は、もともと新潟市の観光案内や交通情報、催事コーナーなどの情報発信を行う施設として建てられたものであるが、その運営コストが負担となったため現在では新潟市の観光施設としては使用していない。現在、同施設には観光パンフレット等の展示はなく、一般財団法人新潟県バスケットボール協会と一般社団法人新潟県サッカー協会が建物に入居している。

県の担当者によれば、同施設は新潟市の所有であることからその運営に関しては新潟市が判断すべきと考えている、とのことであった。

新潟県は新潟ふるさと村を重要な観光拠点施設であるとしている。しかしながら、その敷地内にある新潟市の『時の旅人館』には観光パンフレットの展示もなく、また、入居している団体についても、あえて県の観光施設に所在することの意義は乏しい。『時の旅人館』については、新潟市の観光施設として県の観光施設である新潟ふるさと村との有機的な連携を考えて、土地を賃貸したものと思われるが、現時点でその存在意義は失われていると考えられる。また、『時の旅人館』は新潟ふるさと村の駐車場に隣接しており、入り口に近いため、入場者の目にも付きやすい。このような立地にある建物が観光施設としては閉鎖されており、かつ、外観も老朽化されたままであることは、観光客の印象として必ずしもよくない。

同施設は新潟市の所有物であり、その利用方法を考えるのは一義的には県ではなく新潟市であることは理解できる。ただし、新潟ふるさと村においては、観光客入込数が伸び悩んでいることや駐車場用地が不足していることを考えると、観光施設として機能していない同施設の有効活用を県としても新潟市と協議すべきと考える。

(意見 17)

新潟ふるさと村の敷地内にある『時の旅人館』は新潟市が所有する観光施設であったが、現在ではスポーツ団体の協会が入居しており、観光施設としては稼働していない。同施設は新潟市の所有物であり、その利用方法を考えるのは一義的には県ではなく新潟市であることは理解できる。ただし、新潟ふるさと村においては、観光客入込数が伸び悩んでいることや駐車場用地が不足していることを考えると、観光施設として機能していない同施設の有効活用を県としても新潟市と協議すべきと考える。



図1 時の旅人館

④ 長期修繕計画について(意見)

新潟ふるさと村は平成3年にオープンして25年以上経過しており、また、通年営業の影響もあって、設備に老朽化が顕著になっており、その修繕は喫緊の課題となっている。特に平成6年度に建設されたコロネード通路(図2)やエントランスドーム(図3)については錆が見られ、エントランスドームにおいては雨漏りが発生している。さらに正面入り口のガラススタイルも多数損傷している(図4)。



図2 コロネード通路内部



図3 エントランスドーム内部



図4 アピール館（ガラススタイルの破損）

県が作成した新潟ふるさと村アピール館大規模修繕計画によれば、平成27年度から平成33年度にわたり設備の修繕計画が予定されており、適宜修繕を行うことで施設の維持に努めている。しかしながら、当該大規模修繕として計画している修繕規模は施設の部分的な修繕にとどまっている。今後、施設の経年に伴い、現在修繕を実施している、もしくは、予定している修繕計画よりもより広範囲に及ぶ施設全体の改修や施設自体の建替え等の抜本的な対策が必要となる可能性が高い。新潟ふるさと村の観光拠点としての持続的な施設運営のため、より長期的な視点で設備の修繕計画や資金的な手当ての方法について、具体的な検討を始めるべきである。

（意見18）

新潟ふるさと村はオープン以来25年以上経過しており、また、通年営業の影響もあり、設備の老朽化が顕著である。そのため設備の修繕は喫緊の課題となっている。適宜修繕を行うことで施設の維持に努めているが、今後より広範囲に及ぶ施設全体の改修や施設の建替え等の抜本的な対策が必要となる可能性が高い。同施設の観光拠点としての持続的な施設運営のため、より長期的な視点で設備の修繕計画や資金的な手当ての方法について、具体的な検討を始めるべきである。

8. 新潟ふるさと村宣伝事業

(1) 事業の概要

事業目的	新潟県の観光拠点施設である「新潟ふるさと村」を通じ、本県観光と地域の情報発信等を行い、県内外はもちろんのこと国外からの誘客推進を図る。
事業内容	新潟ふるさと村への集客のため、同施設の誘客宣伝を行う「新潟ふるさと村推進本部」(アピール館指定管理者及び㈱新潟ふるさと村で構成)が、イベント、媒体等による宣伝を行う。 ・誘客宣伝及び市町村企画展等の開催 ・誘客宣伝活動組織による企画展等の開催
効果測定方法	・バザール館施設利用者人数の目標値を年間 1,700,000 人に設定 目標値に達しない場合、減少率(※)に応じて負担金を減額(例外規定あり)
事業開始年度	平成 18 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	新潟ふるさと村推進本部への負担金

(※) 返還額の計算方法について

$$\text{【返還金額】} = 24,492,109 \text{ 円} - \{24,492,109 \text{ 円} \times (100\% - \text{減額割合})\}$$

{ } 内の計算結果は、千円未満四捨五入

目標値に対する実績値の減少率	適用する減額割合
減少なし	減額なし
0%超 ～0.5%未満	2%
0.5%以上～1.0%未満	4%
1.0%以上～1.5%未満	6%
1.5%以上～2.0%未満	8%
2.0%以上	10%

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	24,493	24,493	
平成 26 年度	24,493	23,512	
平成 27 年度	24,493	24,493	
平成 28 年度	24,493	24,493	
平成 29 年度	24,493	24,493	

(3) 平成 29 年度の実績内容

前述の通り、予算額 24,493 千円に対し、決算額も同額の 24,493 千円である。
活動内容は以下の通りである。

① 誘客活動

季節に合ったイベントの展開、施設・商品の充実(駐車場、団体食堂、県産品の品揃え等)、交通網の利便性(高速道路、信濃川水上バス)等をセールスポイントとして、旅行会社等への営業活動等誘客活動を展開した。

- ・旅行会社、バス業者訪問(延べ訪問件数 309 件)

本施設での食事、立ち寄りのコース設定を依頼

- ・誘客宣伝ツールの配布(延べ配布件数約 520 件)

県内旅館・ホテル・観光施設、県外観光施設・旅行会社等にリーフレット、イベントチラシ・カレンダー等の情報提供及び案内を依頼

② イベント

新潟ふるさと村バザール館とアピール館の両施設の利用者数の増加に資するイベントを開催

区分(主催・企画)	催事件数	実施例
新潟ふるさと村	68 件	周年感謝祭、スイーツフェスタ等
広域・市町村	16 件	観光物産展、佐渡世界遺産 PR 等
その他団体	212 件	体験イベント(そば打ち、アクセサリ)

③ 広報

ラジオ媒体等を活用して、週末イベントの告知を実施。イベント情報や施設の魅力を発信するとともに、パブリシティの獲得や誘致に努めた(FM-NIGATA、BSN)。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

平成 29 年度におけるバザール館施設利用者人数の実績値は、年間 1,716,200 人であり、目標値（年間 1,700,000 人）を上回っているため、負担金は減額されていない。

バザール館の施設利用者人数の推移は以下の通りである。

(単位：人)

	目標値	実績値
平成 25 年度	1,700,000	1,716,600
平成 26 年度	1,700,000	1,703,400
平成 27 年度	1,700,000	1,707,700
平成 28 年度	1,700,000	1,726,900
平成 29 年度	1,700,000	1,716,200

(5) 指摘又は意見

① 新潟県の費用負担額の取り決めについて(意見)

本事業において、新潟県は新潟ふるさと村への誘客活動を推進するため、新潟ふるさと村推進本部（指定管理者である愛宕・グリーン産業共同体、(株)新潟ふるさと村で構成）に対して、費用を負担している。当該費用負担額に対して、施設利用者数の目標値を過去より年間 1,700,000 人の一定とし、それを下回った場合には、新潟県の負担額の返還に関する取扱いが存在する。

本事業の目的は、新潟県の観光拠点施設である新潟ふるさと村を通じ、本県観光と地域の情報発信等を行い、県内外はもちろんのこと国外からの誘客促進を図ることにある。当該事業に対して、効果測定の指標として年間の施設利用者数を設定することには一定の合理性がある。しかしながら、実際の施設利用者数は平成 25 年度以降毎年 1,700,000 人を超過している現状において、目標値を年間 1,700,000 人で毎年据え置いているのは、目標値の設定水準が消極的にみえる。加えて、負担金の金額設計において、目標値を下回ったときのみ新潟県への費用負担額の返還を求めるのは、「誘客促進を図る」という事業目的を鑑みると消極的にみえる。

県の担当者によれば、目標値が一定であり増加できない大きな理由として、新潟ふるさと村の現在の駐車スペース等の制約から現状では年間施設利用者数は 1,700,000 人程度が限度である旨を伺っているものの、ボトルネックとなっている理由が明確であるならば、それを解消するためのより具体的な方策の検討や実行が必要ではないだろうか。また、誘客促進を図る観点から目標値が一定であること、及び、目標値を下回った場合に費用負担額の減額を図ることは、現状維持を継続することを意味し、県の主要な観光施設としては消極的な印象がある。

したがって、施設利用者数が目標値を上回った場合には、次年度の予算額を増加する等、誘客促進につながるような取り決めがある方がより新潟県への誘客に寄与するものと考えられる。単に予算を減額するだけでなく、このようなインセンティブも検討すべきである。

加えて施設利用者数の増加のために駐車場の増加（『時の旅人館』の敷地の有効活用等）や交通網の整備等の施策についても併せて検討すべきと考える。

（意見 19）

本事業は新潟ふるさと村への誘客活動を推進するため、新潟ふるさと村推進本部に対し費用を負担している。当該費用負担額については、施設利用者数の目標値（年間 170 万人）を定め、目標値を下回った場合に県が負担した費用の返還を求める取扱いが存在するが、施設利用者数が目標値を上回った場合には、次年度の予算額を増加する等、誘客促進につながるような取り決めがある方がより新潟県への誘客に寄与するものと考えられる。単に予算を減額するだけでなく、このようなインセンティブも検討すべきである。加えて施設利用者数の増加のために駐車場の増加や交通網の整備等の施策についても併せて検討すべきと考える。

② 効果測定について（意見）

本事業における事業目的は、「新潟県の観光拠点施設である新潟ふるさと村を通じ、新潟県観光と地域の情報発信等を行い、新潟県内外はもちろんのこと国外からの誘客促進を図ること」にある。誘客活動実績として、施設利用者数を集計、旅行会社やバス業者への訪問活動、誘客宣伝ツールの配布、イベントの開催、及び、インバウンド誘致のためのセールスや海外への営業活動の実績があることは伺っているが、その活動実績がどのように誘客につながっているかが明らかでない。

本事業では新潟県内外及び国外からの誘客促進を図るため、国内外における誘致活動を実施している。その成果の測定として、バザール館の施設利用者数の計測をしているものの、その内訳として国内か海外かといった属性は分からない。団体客については事前に予約があることから国内と国外の属性別の施設利用者数は把握できると伺っているが、(株)新潟ふるさと村の内部資料によればバザール館入館者数の全体に占める団体客の割合は 6.4%であり、その中に占める外国人利用者割合は 0.9%とごく少数であることから、国内外の誘客の指標としては不十分である。また、一部施設利用者に対するアンケートを実施しているものの、外国人へのアンケートを実施していないことから、施設を利用した外国人がどのような感想を持ったかが分からず、誘客活動が結果としてどのように結びついたかが明らかでない。新潟ふるさと村はインバウンドの需要を取り込むうえでも重要な施設であり、本事業のようにその施策のための予算も多く取っている。今後もインバウンドの来場者を増やすためには、外国人のニーズを把握し、その結果を分析した上で誘客活動の効

果測定に活かすとともに、次の誘客活動にも反映させることは重要であるとする。

(意見 20)

本事業の目的は、新潟県内外はもちろんのこと国外からの誘客促進を図ることにあるが、誘客活動がどのように実績につながっているかが明らかではない。今後もインバウンドの来場者を増やすため、外国人のニーズを把握し、その結果を分析した上で誘客活動の効果測定に活かすとともに、次の誘客活動にも反映させることは重要であるとする。

③ 情報発信ツールについて(意見)

本事業においては、誘客宣伝ツールとして、新潟県内旅館・ホテル・観光施設、新潟県外観光施設・旅行会社等にリーフレット、イベントチラシ・カレンダー等による情報提供を実施している。また、イベント告知にはラジオ媒体等を活用しており、週末イベントの告知を実施している。ラジオ媒体を利用している理由を質問したところ、新潟ふるさと村は道の駅であり車での利用者が多いこと及び新潟ふるさと村を利用する年齢層は比較的高齢であること、との回答を得た。

スマートフォンの普及に伴い、情報発信ツールとしてホームページ以外にも、ソーシャルネットワークサービス(SNS)を用いた情報発信は非常に有効な手段である。特に若年層やインバウンドについてはSNSを重要な情報ツールとして利用しているため、上記に加えて新潟ふるさと村においてもSNSによる情報発信を実施している。

聴取者が限定されるラジオ媒体は告知方法として一定の有効性は認められるものの、SNSやホームページによる情報開示に比較してコストも多額にかかる上に視聴者も限定される。今後、国内外の幅広い誘客を促進するためには、SNSやホームページ等の情報発信がより重要なツールとなりうる。引き続き、費用対効果の観点から様々な情報発信方法を検討していくことが望まれる。

(意見 21)

本事業における誘客宣伝ツールはリーフレット等の紙面媒体、ホームページによる情報発信、及び、ラジオ媒体が中心となっている。それに加えて、若年層やインバウンドについてはSNSによる情報発信を実施している。今後、国内外の幅広い誘客を促進するためには、SNSやホームページ等の情報発信がより重要なツールとなりうる。引き続き、費用対効果の観点から様々な情報発信方法を検討していくことが望まれる。

9. 新潟ふるさと村経営改善資金貸付金(バザール館)

(1) 事業の概要

事業目的	㈱新潟ふるさと村に対して無利子融資を行うことにより経営基盤の強化を図り、同施設の活性化を推進する。
事業内容	<p>㈱新潟ふるさと村の経営基盤強化のため、経営資金の単年度無利子貸し付けを行う。</p> <p>取引スキームは以下の通り。同貸付の経緯については、後述する(※)。</p> <p>年度当初：新潟県が㈱新潟ふるさと村に貸与</p> <p>年度末：㈱新潟ふるさと村が民間金融機関より借入れ、同日に新潟県へ返済</p> <p>翌年度当初：新潟県から貸付を受けて民間金融機関へ返済</p>
効果測定方法	㈱新潟ふるさと村の財務数値(営業損益)、バザール館の入込数(バザール館の入込数を新潟ふるさと村全体の入込数としている)
事業開始年度	平成6年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	㈱新潟ふるさと村への貸付金

(※) 貸付の経緯について

昭和63年7月	㈱新潟ふるさと村設立(経営主体：新潟交通㈱)新潟県と民間企業の資金による第三セクターとしてスタート。設立直後は、民間企業より運転資金として10億円を無利子で借用。それ以外にもバザール館等の整備のため、金融機関から借入を実施
平成3年7月	新潟ふるさと村オープン
平成5年12月	<p>㈱新潟ふるさと村の経営悪化に対する新潟県の支援策を議会で議決。支援策の概要は以下の通りである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会社資産(土地・建物)の買い取り(取得時期は平成6年1月) ・10億円の無利子融資(会社は民間企業から運転資金として借用していた10億円を返済) ・民間企業が保有していた同社株式30,000千円の譲受
平成6年1月	<p>経営主体が佐渡汽船㈱に変更(経営悪化引責に伴う交代)</p> <p>新潟県が㈱新潟ふるさと村の土地・建物を取得</p>
平成18年	包括外部監査で融資の固定化を改善するよう指摘
平成19年	新潟ふるさと村への県融資の解消に向けた検討会で有識者の意見を聴取しながら、改善案を検討
平成20年	新潟県財産(バザール館建物、敷地等)を㈱新潟ふるさと村へ現物出資融資額の段階的な縮減(20,000千円/年度)を決定

(株)新潟ふるさと村に対する貸付金については過去に実施された平成 16、18 年度の包括外部監査において、融資の固定化を改善するよう指摘を受けている。

(8) 回収に懸念のある県の貸付金について

県は(株)新潟ふるさと村に対して平成 6 年から 10 億円の無利息貸付けを行っている。

(中略)

ちなみに平成 11 年度から平成 15 年度の同社の当期純利益の平均をベースに完済までの年数を算出すると 96 年 $(1,000,000 \text{ 千円} \div 10,404 \text{ 千円} = 96 \text{ 年})$ と、施設(バザール館)の残存年数 29 年を大幅に超える長期間にわたり、県の貸付金について回収に懸念がある。

【改善策】

早急に貸付金回収計画を策定することが必要であるとともに、(株)新潟ふるさと村に対して抜本的な収益改善対策を講じさせる必要がある。

(平成 16 年包括外部監査報告書より抜粋)

【意見②】

(株)新潟ふるさと村では、現在、資金計画が作成されておらず、営業に必要な資金残高は把握されていない。

(中略)

さらに、現在、経営改善計画及び借入金返済計画も作成されていない。

目標の設定がなければ経営改善が望めないため、早期に経営改善計画を作成するとともに、それに基づいた今後の借入金返済可能額の算定、返済計画の作成が必要である。

(平成 18 年包括外部監査報告書より抜粋)

上記の指摘を受けたことを契機に、平成 19 年に県では外部有識者による検討委員会が組成され、(株)新潟ふるさと村に対する貸付金の返済方法が検討された。検討会における協議の結果、(株)新潟ふるさと村に対し、新潟県所有の一部の財産(バザール館建物、敷地等)を現物出資し、平成 20 年度以降 10 億円の融資残高から毎年度段階的に 20,000 千円ずつ融資額を減額し返済を受けることが決まった。ただし、その検討会における各委員の発言において、当該施策を実施したとしても合理的な期間内に新潟県が(株)新潟ふるさと村に対する融資を回収できない点では現状と変わ

らないこと、また、いずれかの時点で「新潟ふるさと村のあり方」などを抜本的に検討せざるを得ないといった意見が出ている。

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	863,000	863,000	
平成 26 年度	843,000	843,000	
平成 27 年度	823,000	823,000	
平成 28 年度	803,000	803,000	
平成 29 年度	783,000	783,000	

(3) 平成 29 年度の実績内容

前述の通り、予算額 783,000 千円に対し、決算額も同額の 783,000 千円である。前述の通り、每期融資額を 20,000 千円減額している。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

㈱新潟ふるさと村が管理運営主体となっている施設はバザール館である。平成 29 年度におけるバザール館施設利用者人数の実績値は 1,716,200 人であり、目標値(年間 1,700,000 人)を上回っている(「8. ふるさと村宣伝事業」参照)。

(5) 指摘又は意見

① 貸付金の目的について(意見)

本事業については、その事業目的として「㈱新潟ふるさと村に対して無利子融資を行うことにより経営基盤の強化を図り、同施設の活性化を推進する。」としている。

事業目的には、新潟ふるさと村の経営基盤強化や同施設の活性化を謳っているが、その実態は每期 20,000 千円ずつ融資額を減少させることで、毎年度新潟県に 20,000 千円の歳入を生じさせ、結果として新潟県が過去に貸し付けた資金を段階的に回収する取引を毎年度繰り返しているにすぎない。当該措置は前述の平成 18 年度の包括外部監査における指摘の対応として、融資額の固定化を回避や㈱新潟ふるさと村に対しバザール館の土地建物を現物出資することで、経営基盤を維持する施策としては一定の効果があったが、事業目的に記載の経営基盤の強化や施設の活性化を推進することを達成するに足る施策となっているかという点においては疑問が残る。

事業目的である㈱新潟ふるさと村の経営基盤強化や同施設の活性化のための資金が本当に必要なのであれば、新潟ふるさと村運転資金として別途融資枠を適切に設定する必要があると考える。

(意見 22)

本事業の目的は、「(株)新潟ふるさと村に対して無利子融資を行うことにより経営基盤の強化を図り、同施設の活性化を推進する。」ことである。しかしながら、その実態は毎期 20,000 千円ずつ融資額を減少させ、県が過去に貸し付けた資金を段階的に回収する取引を毎年度繰り返しているにすぎず、事業目的を達成するに足る施策となっているかという点においては疑問が残る。事業目的達成のために本当に必要な資金であるならば、別途融資枠を適切に設定する必要があると考える。

② 中長期的な事業計画について(意見)

県からの融資については、前述の通り過去の包括外部監査において融資額の固定化を改善すべきとする指摘を受け、平成 20 年度において、「新潟ふるさと村への県融資の解消に向けた検討会（以降、検討会）」を経て、土地建物を現物出資するとともに年間 20,000 千円の返済を決めた。この方針に従って、県は毎年 20,000 千円ずつ融資額を減額しており、平成 29 年度末時点において融資額は 783,000 千円となっている。

しかし、今後も今まで通り年間 20,000 千円の融資額を減額できたとしても当該融資全額を完済するまでに、40 年近く（783,000 千円÷20,000 千円=39.15 年）掛かる計算となり、これはバザール館の建物の残存耐用年数 14 年（税法耐用年数 39 年－経過年数 25 年（平成 6 年度から平成 30 年度））を大幅に超える年数になっている。したがって、今のままで融資額の全額の返済を受けられるかは疑問である。この点について、上記の検討会においても、『現物出資により県融資の問題を少しでも改善に向かわせる方向性はつけたが、「県融資の解消にめどがついた」とはいえない』という認識であり、その状況は今も変わっていないといえる。

加えて、同施設は平成 3 年にオープンして 25 年を経過しており、施設の老朽化の対応のため、今後、大規模修繕が必要な時期となっている。さらに将来的にはバザール館の建て替えを検討せざる得ない可能性もある。これらの資金を全て(株)新潟ふるさと村で負担することは現状から考えて困難と考える。

このように、(株)新潟ふるさと村への融資の返済資金や(株)新潟ふるさと村が保有するバザール館の大規模修繕や建替え費用にかかる資金を(株)新潟ふるさと村としてどう捻出するかは大きな課題である。(株)新潟ふるさと村に対しては、今後の資金計画を含めた長期的な事業計画が必要と考える。また、県としてもバザール館とアピール館を含めた新潟ふるさと村全体を重要な観光拠点と位置付けているならば、同施設の事業継続のために中長期的な支援が必要であり、(株)新潟ふるさと村と共に、今後の事業計画を検討すべきである。

(意見 23)

(株)新潟ふるさと村への融資の返済資金や(株)新潟ふるさと村が保有するバザール館の大規模修繕や建替え費用にかかる資金を(株)新潟ふるさと村としてどう捻出するかは大きな課題である。(株)新潟ふるさと村に対しては、今後の資金計画を含めた長期的な事業計画が必要と考える。また、県としてもバザール館とアピール館を含めた新潟ふるさと村全体を重要な観光拠点と位置付けているならば、同施設の事業継続のために中長期的な支援が必要であり、(株)新潟ふるさと村と共に、今後の事業計画を検討すべきである。

10. 交通事業者との連携による誘客促進事業

(1) 事業の概要

事業目的	関西圏から北陸新幹線等を利用した本県への誘客を促進するため、交通事業者と連携した PR 事業を行い、本県のイメージ定着と足を運ぶきっかけを創造する。
事業内容	①媒体等による情報発信 ②旅行会社担当者向け現地研修会の開催 ③モニターツアーの実施 ④若年層向け旅行需要の喚起
効果測定方法	事業個別の効果測定は行っていない
事業開始年度	平成 27 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	新潟県観光協会、(株)JR 西日本コミュニケーションズ、(株)新潟放送への委託料

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	-	-	
平成 26 年度	-	-	
平成 27 年度	14,000	6,480	
平成 28 年度	16,688	15,629	
平成 29 年度	24,103	20,457	

(3) 平成 29 年度の実績内容

- ①媒体等による情報発信 (委託費 11,430 千円)
- ・ J R 西日本車載誌や在阪のラジオ局を活用した情報発信等
- ②旅行会社担当者向け現地研修会の開催 (委託費 1,801 千円)
- ・ 旅行会社招へい：4 回実施、64 名参加
- ③モニターツアーの実施 (委託費 4,895 千円)
- ・ 3 社 3 商品造成、703 名送客

④若年層向け旅行需要の喚起（委託費 2,000 千円）

- ・関西の大学生が本県の魅力を発信する「新潟カレッジ」の実施

実習参加者：3 大学、学生 18 名参加

成果報告会：旅行会社 4 社、24 名参加

⑤運営費（旅費、賃金等 331 千円）

（4）平成 29 年度の効果測定結果

関西圏からの誘客の取組について、個別の効果測定は行っていないが、北陸新幹線を活用した誘客拡大を図るため、J R 西日本を中心にした関西圏の旅行会社とのネットワークを活用し、関西圏での情報発信や旅行会社担当者向けの本県現地研修会、モニターツアー、大学生による本県の魅力発信等に取り組んでいるとのことである。

事業実施に当たっては、県、市町村、観光協会等と緊密に連携を行うとともに、J R 西日本等からの協力を得て、本県への誘客拡大の取組を進めているとのことである。

また、来年秋のデスティネーションキャンペーン（DC）開催を見据え、関西圏からの誘客拡大を図るため、J R 西日本から旅行エージェントとタイアップしたプレDC の実施など、連携強化の提案が出されるなど、今後も、こうした連携を活用し、関西圏での認知度向上、誘客拡大に取り組んでいくとのことである。

加えて平成 29 年度末に、新潟空港に新たにLCCが就航したところであり、気軽に本県に来訪できる機会が生まれ、若い女性層など今までにない新たな層の取り込みが期待できることから、航空会社とも連携し、旅行者ニーズに応じたきめ細かな情報発信の強化等にも取り組むとのことである。

【達成目標】※「にいがた未来創造プラン」

指標名	現状値	H29実績	中間目標値 (H32年度)	最終目標値 (H36年度)
県全体の満足度 「大変満足」の割合	19.1% (H27秋～H28夏)	19.4% (H28秋～H29夏)	40%以上	40%以上の水準を維持する。
観光入込客数	74,172千人 (H28)	72,478千人 (H29)	80,000千人	82,000千人
外国人延べ宿泊者数	267,020人泊 (H28)	278,620人泊	500,000人泊	800,000人泊

(5) 指摘又は意見

①効果測定について（意見）

当該事業については、個別の効果測定を行っていない。事業を行う以上は何らかの目標となる指標を定めて、それに基づいた効果の測定を行うべきである。

なお、県交流企画課が実施した「首都圏・関西圏を対象とした本県観光に対する意識調査」によると、関西圏での本県への訪問意欲度は平成 27 年度の 66.9%から平成 29 年度の 70.6%に向上しているとのことである。例えば、このような指標を効果測定の基本として、より細分化した質問によるアンケート等により効果測定の方法を定めることもできるのではないだろうか。また、本件事業で実施する個別事業について、ラジオ聴取率や JR 西日本車載誌掲載回数など事業目的と直接的ではないが一定の関連性を有する指標を活動指標として設定することも考えられる。いずれにせよ、何等か効果の測定方法について定めることが望まれる。

(意見 24)

当該事業については、個別の効果測定を行っていない。事業を行う以上は何らかの目標となる指標を定めて、それに基づいた効果の測定を行うべきである。

県交流企画課が実施した「首都圏・関西圏を対象とした本県観光に対する意識調査」によると、関西圏での本県への訪問意欲度は向上しているとのことであり、例えばこのような指標を効果測定の基本として、より細分化した質問によるアンケート等により効果測定の方法を定めることもできるのではないだろうか。また、ラジオ聴取率や JR 西日本車載誌掲載回数など事業目的と直接的ではないが一定の関連性を有する指標を活動指標として設定することも考えられる。いずれにせよ、何らかの効果の測定方法について定めることが望まれる。

11. 首都圏観光誘客強化事業

(1) 事業の概要

事業目的	首都圏において、アンテナショップを活用した旅行商品販売を行い、新潟の観光情報の発信と本県への誘客促進を図る。
事業内容	東京観光センターの運営を支援（職員 2 名の配置など） （運営主体の新潟県観光協会に補助金を交付）
効果測定方法	東京観光センターでの旅行商品の販売実績
事業開始年度	平成 22 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	新潟県観光協会への補助金

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	12,758	12,758	
平成 26 年度	12,758	12,474	
平成 27 年度	12,758	12,655	
平成 28 年度	12,758	12,265	
平成 29 年度	12,758	12,699	

(3) 平成 29 年度の実績内容

①新潟県観光協会への事業費補助（東京観光センター費分：12,699 千円）

県は東京の表参道に地下 1 階、地上 3 階建てのアンテナショップ表参道・新潟館（ネスパス）を開設している。本件事業は当アンテナショップの 2 階に位置する新潟県観光協会 東京観光センターに対するものであり、主に人件費が 8,000 千円から 9,000 千円を占めている。その他の 4,000 千円弱については東京観光センターの広告費である。現地の人員については、東京の人材派遣会社を通じて人員を配置している。

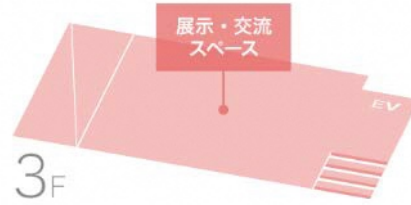
3F

● 展示・交流スペース

☎ 03-5771-7711

営業時間 10:30~18:30

定休日 年末年始（12月29日~1月3日）



2F

● 新潟県観光協会 東京観光センター

☎ 03-5771-7755

営業時間 10:30~18:30

定休日 年末年始

● にいがたUターン 情報センター

☎ 03-5771-7713

営業時間 10:30~18:30

定休日 火・祝・年末年始

● にいがた移住支援デスク ココスムにいがた

☎ 03-3479-1415

営業時間 10:30~18:30

定休日 火・祝・年末年始



1F

● 物産販売「新潟食楽園」

☎ 03-5775-4332

営業時間 10:30～19:30
定休日 年中無休

● 会席・和食「にいがたの味 静香庵」

☎ 03-5771-8500

営業時間 ランチ 11:30～14:30LO
ディナー 18:00～21:00LO
定休日 日・祝・お盆・年末年始

● イベントスペース



B1

● お食事処「新潟食楽園」

☎ 03-5775-4322

営業時間 ランチ
月～金 11:00～14:00LO
土・日・祝 11:00～15:00LO
ディナー
月～土 17:00～21:30LO
日・祝 17:00～20:30LO
定休日 年中無休



(4) 平成 29 年度の効果測定結果

平成 29 年度の旅行商品販売額は、旅行シーズンの天候不良（8 月、10 月）の影響や、過年度に実施していた宿泊助成の反動もあり、前年度実績を下回ったとのことである。

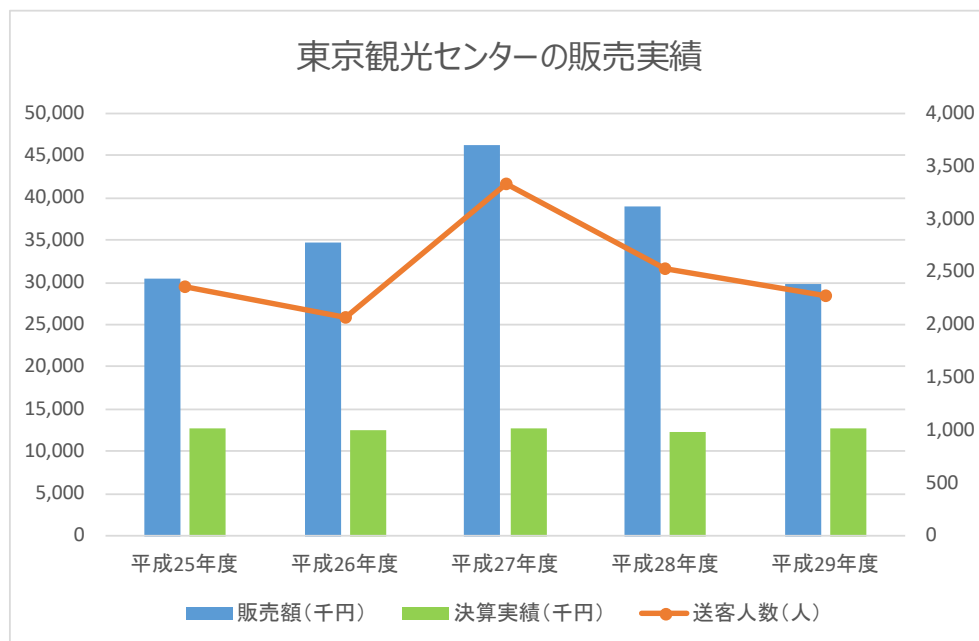
東京観光センターの利用者は、新潟県にゆかりのあるシニア層が中心であり、利用者のニーズ・要望を聞き、相談しながら旅行手配を行い、丁寧な接客を通じ、リピーターを獲得している。引き続き、県人会・郷人会等へのセールス強化や、ネスパス利用者へのダイレクトメール等を活用した情報発信等を通じて、旅行商品の販売促進に取り組んでいくとのことである。

東京観光センターにおける平成 29 年度の年間商談件数は 366 件であり、月平均の商談件数は 30.5 件、日毎は 1.0 件となる。東京観光センターの販売実績は下表の通りであり、送客人数は平成 29 年度 2,270 人、決算実績額と比較すると東京観光センターから 1 名を新潟県に送客するために 5,594 円を投資している状況である。

この点についての県の見解は、送客に至らなくともネスパスに来場した顧客が、新潟の旅行内容について相談をすることもあり、相談のみ窓口で行い、実際の予約は旅行サイトで行う顧客もいるとの事である。そのため、東京に新潟旅行の窓口を置く意味は下表の実績数値以上に存在するとの事である。

また、東京観光センターを有するネスパスへの入館者が100万人を超える一方で、送客人数は2千人程で過去5年間のネスパス来場者に占める新潟への送客人員の割合は過去5年間で0.2%程度となっている。

この点についての県の見解は、ネスパスへの来場者数については新潟県産品の購入を目的として立ち寄る人が多く来場の目的が異なるため、一概に東京観光センターへの送客人員とネスパス入館者との比較はできないとしているとのことである。



	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
① 販売額(千円)	30,388	34,782	46,312	39,033	29,807
② 送客人数(人)	2,363	2,074	3,340	2,528	2,270
③ 決算実績(千円)	12,758	12,474	12,655	12,265	12,699
④ = (決算実績) ÷ (送客人数)(円)	5,399	6,014	3,789	4,852	5,594
⑤ 派遣人数(人)	2	2	2	2	2
⑥ ネスパス入館者数(人)	1,053,276	1,062,756	1,070,851	1,030,474	1,013,001

(5) 指摘又は意見

①送客増加に向けた取組について(意見)

ネスパスへの年間入館者数が100万人を超える一方で送客人数は2千人強であり、ネスパスへの来場者に対する送客人員の割合は過去5年間で0.2%程度にとどまっている。ネスパスはアンテナショップを活用することで本県の観光情報の発信と誘客を図るための施設でもあることを考慮すれば、送客人員が0.2%程度にとどまっている状況は物足りない印象がある。

当該状況を鑑みた場合、東京観光センターを1階に移転するなど、ネスパスへの入館者に東京観光センターへ来場してもらい本県への誘客促進につながるような施策や取り組み

を検討することも望まれる。

(意見 25)

本事業の対象である東京観光センターは、年間入館者数 100 万人を超えるネスパス内 2 階に位置する。

ネスパスへの入館者数に対する東京観光センターから新潟県への送客人数の割合が過去 5 年間 0.2%程度にとどまっている状況を鑑みた場合、東京観光センターを 1 階に移転するなど、ネスパスへの入館者に東京観光センターへ来場してもらい本県への誘客促進につながるような施策や取り組みを検討することも望まれる。

12. 大阪観光センター機能強化費

(1) 事業の概要

事業目的	北陸新幹線開業により関西圏から本県への観光誘客を促進するため、大阪観光センターの観光機能を強化する。
事業内容	大阪観光センターの運営を支援（職員2名の配置など） （運営主体の新潟県観光協会に補助金を交付）
効果測定方法	個別の効果測定は行っていない。
事業開始年度	平成25年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	新潟県観光協会への補助金

※大阪観光センターの概要

運営主体は新潟県観光協会であるが、新潟県大阪事務所内（大阪市北区梅田 大阪駅前）に併設されている。関西圏での旅行会社等の訪問、旅行会社の招へい、観光商談会開催などを実施している。そのほか、大阪観光センター内において新潟県内各地の観光パンフレットを設置し、新潟の観光情報の発信、観光相談に対応している。

(2) 平成25年度から平成29年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成25年度	9,200	9,200	
平成26年度	9,200	8,689	
平成27年度	15,200	8,801	
平成28年度	15,200	7,811	
平成29年度	12,200	8,888	

(3) 平成29年度の実績内容

新潟県観光協会への事業費補助を実施している。新潟県観光協会が実施した当該事業に関連する主な活動は以下の通りである。

《主な活動状況》(※他事業予算で実施したものも含む)

- ・旅行会社等訪問：延べ49社(前年比53.1%増)、169件(同18.3%増)
- ・旅行会社招へい：5回実施、80名参加
- ・観光商談会開催：2回 等

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

大阪観光センターの取組みについて、個別の効果測定は行っていないが、北陸新幹線を活用した誘客拡大を図るため、J R 西日本と緊密に連携しており、J R 西日本を中心に、関西圏の旅行会社とのネットワークを構築しているとのことである。こうしたネットワークを活用し、県、市町村、観光協会等と一体となって、関西圏での商談会や旅行会社への個別訪問等を実施し、新潟への旅行商品の造成・送客促進を図っているとのことである。

また、旅行会社を招へいし、本県の魅力を直接 P R することを通じ、本県の認知度向上に取り組むとともに、新たな旅行商品の造成、販売促進につなげているとのことである。

加えて平成 29 年度末に、新潟空港に新たに L C C が就航したところであり、関西圏から本県に気軽に来訪できる機会が生まれ、若い女性層など今までにない新たな層の取り込みが期待できることから、航空会社とも連携し、旅行者ニーズに応じたきめ細かな情報発信の強化等を通じ、関西圏からの観光誘客の拡大に取り組んでいるとのことである。

【達成目標】※「にいがた未来創造プラン」

指標名	現状値	H29 実績	中間目標値 (H32 年度)	最終目標値 (H36 年度)
県全体の満足度 「大変満足の割合」	19.1% (H27 秋～H28 夏)	19.4% (H28 秋～H29 夏)	40%以上	40%以上の水準を維持する。
観光入込客数	74,172 千人 (H28)	72,478 千人 (H29)	80,000 千人	82,000 千人
外国人延べ宿泊者数	267,020 人泊 (H28)	278,620 人泊	500,000 人泊	800,000 人泊

(5) 指摘又は意見

①効果測定について（意見）

当該事業について個別の効果測定は行われていない。当該事業について、個別の効果測定を行っていない理由は、本事業における個々の施策と本県への送客実績、旅行商品の販売実績等を個別直接結びつけることができないとのことである。しかし、観光センターの活動状況は確認できることから、最終的な県の観光事業の目標指標の 1 つである観光客入込数そのものではなくとも、旅行会社への訪問回数や商談会の開催数等の観光センターの活動状況そのものを活動指標として効果測定を行うことも考えられる。

(意見 26)

本事業について個別の効果測定を行っていない。その理由は、本事業における個々の施策と本県への送客実績、旅行商品の販売実績等を個別直接結びつけることができないため、とのことである。しかし、観光センターの活動状況は確認できることから、最終的な県の観光事業の目標指標の1つである観光客入込数そのものではなくとも、旅行会社への訪問回数や商談会の開催数等の観光センターの活動状況そのものを活動指標として効果測定を行うことも考えられる。

② 事業成果の活用について(意見)

当該事業と事業目的に共通する点がある「交通事業者との連携による誘客促進事業」において、旅行エージェント招へい時に参加者アンケート等を実施しているが、当該アンケート結果が県内観光関係者等へフィードバックされておらず、具体的なフィードバックに関する計画も策定されていない。アンケート結果を県内観光業界で共有することでより魅力的な観光地づくりに結び付けることが望まれる。

(意見 27)

本事業と事業目的に共通する点がある「交通事業者との連携による誘客促進事業」において、旅行エージェント招へい時に参加者アンケート等を実施しているが、当該アンケート結果が県内観光関係者等へフィードバックされておらず、具体的なフィードバックに関する計画も策定されていない。アンケート結果を県内観光業界で共有することでより魅力的な観光地づくりに結び付けることが望まれる。

13. 観光団体育成指導費

(1) 事業の概要

事業目的	本県の観光振興を推進する上で、その一翼を担い、さらに民間活力の効果的な活用が期待できる中核的な観光関連団体の育成、指導を行い、団体の充実を図る。
事業内容	中核的な観光関連団体への事業実施を支援 (支出対象団体：新潟県観光協会、新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合)
効果測定方法	事業個別の効果測定は行っていない
事業開始年度	昭和 39 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	新潟県観光協会、新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合への補助金

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	70,865	68,590	
平成 26 年度	70,865	70,865	
平成 27 年度	70,865	65,742	
平成 28 年度	70,865	70,865	
平成 29 年度	70,865	70,865	

(3) 平成 29 年度の実績内容

① 新潟県観光協会補助金(新潟県観光協会：補助額 65,985 千円)

本件補助金は、新潟県観光協会への事業費にかかる補助金である。

② 観光振興事業補助金(新潟県観光協会：補助額 2,880 千円)

本件補助金は、新潟県観光協会の(公社)日本観光振興協会への拠出分の事業費に係る補助金である。

③ 新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合補助金(新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合：補助額 2,000 千円)

本件補助金は、新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合への事業費に係る補助金である。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

両団体は県と一体になって本県の観光振興を推進する団体であり、「にいがた未来創造プラン」や「新潟県観光立県推進行動計画」の数値目標の達成状況により評価を行うとともに、各団体の総会等での検討を踏まえ、事業見直し等を行っているとのことである。

新潟県観光協会は、観光振興の中核として、商談会開催や様々なメディア等を通じた情報発信等に取り組んでいるが、旅行者ニーズの変化、SNS の活用拡大等に対応した取り組みも行っている。特に、本県観光の魅力を明確に発信するため、デスティネーションキャンペーンを見据え、「食」を中心に、食を生み出した自然、伝統文化、人なども併せ、本県が誇る食文化を旅のキラーコンテンツとして発信する、新たな着地型観光の推進に取り組んでいるとのことである。

新潟県旅館ホテル生活衛生同業組合では、県が実施する観光地満足度調査の調査結果等を踏まえ、各温泉地の魅力向上等の取組を促進しており、県全体の宿泊施設への満足度の向上に取り組んでいる。同組合が継続実施している「朝ごはんプロジェクト」「地酒の宿」等のプロジェクトは平成 26 年に観光庁長官表彰を受賞するとともに、旅行者からも高く評価されているとのことである。

(5) 指摘又は意見

指摘又は意見無し。

14. コンベンション誘致推進事業

(1) 事業の概要

事業目的	コンベンション誘致活動に取り組むとともに、コンベンション主催者に対し開催を支援し、交流人口の拡大や県経済の活性化を図る。
事業内容	①コンベンションの誘致活動 ②コンベンション開催費補助金 ③新潟コンベンションセンター（朱鷺メッセ）の広報活動
効果測定方法	県観光立県行動計画の指標の達成状況
事業開始年度	平成 13 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 観光企画課
支出先	コンベンション主催者への補助金等

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	89,684	78,595	
平成 26 年度	84,180	79,249	
平成 27 年度	83,592	65,012	
平成 28 年度	84,195	82,293	
平成 29 年度	84,289	43,501	

※本表の予算額は当初予算額を記載している。

(3) 平成 29 年度の実績内容

- ① コンベンションの誘致活動(予算額:5,793 千円、決算額 2,811 千円)
 - ・主催者等への訪問活動 107 件(首都圏、関西圏、県内大学 等)
 - ・コンベンション主催者向けの商談会である「国際 MICE エキスポ(2/28)」へ出展(新潟観光 CB、万代島総合企画と合同)
 - ・コンベンション主催者向けセミナー(東京、年 3 回)
 - ・新潟県 MICE 推進協議会としての活動を通じ、MICE 受入環境を整備
- ② コンベンション開催費補助金(予算額:77,046 千円、決算額 39,240 千円)
 - ・補助指定件数 46 件
 - ・補助金交付件数 39 件
- ③ 新潟コンベンションセンター誘致広報事業(予算額:1,450 千円、決算額 1,450 千円)
 - ・新潟空港への PR 看板の設置
 - ・MICE 専門誌への情報掲載

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

下記の県観光行動計画の指標の達成状況により事業効果を測定している。

指標	目標
朱鷺メッセにおける大規模コンベンション（※1）開催件数	毎年度 345 件を上回り、かつ大規模コンベンションの内訳として「学会・大会等」を毎年 70 件以上開催する。
国際会議開催件数（全県）	34 件（平成 32 年までに）

※1：大規模コンベンションとは主要ホール（展示ホール、メインホール及び国際会議室）を利用したコンベンションと定義されている。

補助金を交付していない会議も含めた指標の推移は以下の通りである。

指標	目標値	H25	H26	H27	H28	H29
朱鷺メッセにおける大規模コンベンション開催件数	345	368	362	356	352	370
内) 学会・大会等の件数	70	78	65	67	77	76
国際会議開催件数（全県）	34	20	24	30	27	18

朱鷺メッセにおける大規模コンベンション開催件数については、目標指標を達成しているが、その一方で、国際会議開催件数の面では平成 25 年比較では増加傾向にあるものの現在は目標指標に未達である。

(5) 指摘又は意見

①書類の不備について（指摘）

コンベンション開催費補助金の申請について、補助金審査会の審査委員は補助要件の適格性について審査を行い書面にて承認、非承認の判定を行う。当該審査結果を踏まえ、知事が補助指定を行う手順となっている。

平成 29 年度及び監査対象外ではあるが過去 3 年分の補助金申請資料を閲覧したところ、平成 27 年度第 3 回補助金審査会において、審査委員が承認を行う書面について、審査対象の事案が実際に審査会で検討を行った事案と相違していた。平成 27 年度第 3 回補助金審査会（書面審査）は、平成 28 年 3 月 11 日に県が各委員に審査を依頼し、平成 28 年 3 月 22 日に各委員が県に審査結果を回答している。しかし、審査委員が承認を行う書面には、県が各委員に審査を依頼した日付が「平成 28 年 3 月 11 日」ではなく、「平成 27 年 3 月 11 日」と記載されていた。

前述の通り、補助金審査会の審査結果は知事が補助指定を行う際に利用する書面であり、形式上は平成 27 年度第 3 回補助金審査会について審査会が意見を表明してい

ない状況となっている。ただし、新潟県コンベンション開催費補助金審査会議事録を確認したところ、同審査会の開催は確認できており、また、回答書の手書の承認日付には正確な日付も記載されているため、実質的に問題がないと思われる。

形式上の不備ではあるが、今後同様の状況が発生しないよう留意が必要である。

(指摘 1)

コンベンション開催費補助金は、審査委員の審査結果を踏まえ、知事が補助指定を行う手順となっているが、平成 27 年度の第 3 回補助金審査会(書面審査)において、審査委員が承認を行う書面に記載されている「県が各委員に審査を依頼した日付」が誤っていた。ただし、補助金審査会議事録を確認したところ、同審査会の開催は確認できており、また、回答書の手書の承認日付は正確な日付も記載されており、実質的に問題がないと思われる。

形式上の不備ではあるが、今後同様の状況が発生しないよう留意が必要である。

②国際会議開催件数増加に向けた取組について (意見)

県観光行動計画の指標によれば、全県における国際会議開催件数を平成 32 年までに 34 件にすることとしている。これに対して数値の取れる直近の件数では、平成 29 年度で 18 件の開催にとどまっている。目標に対して未達となっている理由について県に確認したところ、直近では朱鷺メッセの稼働率が高く会期に 4、5 日を必要とする国際会議については希望日に会場が埋まっている事、及び、学会については大学職員の事務負担の多い国際会議は敬遠されていることが目標未達の要因として伺っている。

ただ、前述の通り朱鷺メッセの稼働が高く推移していることから、今後も朱鷺メッセにおいて国際会議を増やすことは難しいものと思われる。加えて、国際会議を含むコンベンションの誘致は他の地方公共団体も積極的に取り組んでいる分野であり今後も競争の激化が予想される。県としては関係機関とともに JNTO(日本政府観光局)の海外プロモーションを活用するなどにより、2020 年度に目標達成を目指す方針であるとのことであるが、それに加えて受入態勢としてユニークベニュー(歴史的建造物や文化施設などを利用して会議やレセプションを行うことで日本らしい情緒を味わえる会場)の積極的な活用や付随イベントの開催等の施策も検討し、目標を達成することが望まれる。

(意見 28)

県観光行動計画の国際会議開催件数の目標指標について、現在、未達の状況が継続している。県としては関係機関とともに JNTO の海外プロモーションを活用するなどにより、2020 年度に目標達成を目指す方針であるとのことであるが、それに加えて受入態勢としてユニークベニューの積極的な活用や付随イベントの開催等の施策も検討し、目標を達成することが望まれる。

15. ウェルカムにいがた観光戦略事業

(1) 事業の概要

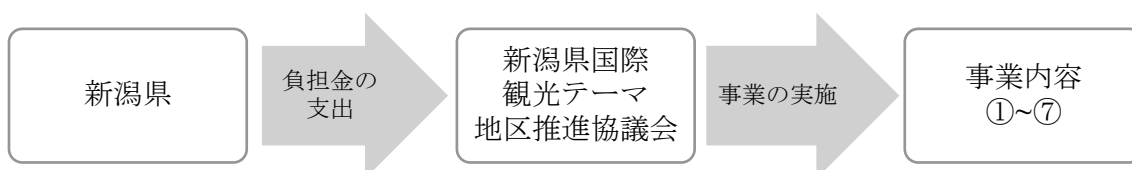
事業目的	新潟向けの旅行商品の造成・販売を促進するプロモーション活動や、地域における受入体制の整備を促進し、外国人観光客の誘客拡大を図る。
事業内容	①上信越国際観光テーマ地区推進協議会事業 ②長野ー新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会事業 ③セールスプロモーション活動（エージェント訪問、招聘） ④プロモーションツール作成 ⑤商品造成報奨金 ⑥受入体制整備補助金 ⑦通訳案内士・ボランティアガイド活用
効果測定方法	各事業の受託者からの実績報告等により、当該事業の効果（旅行商品造成数、利用者数等）を測定
事業開始年度	平成 18 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 国際観光推進課
支出先	新潟県国際観光テーマ地区推進協議会への負担金

本事業は、県から新潟県国際観光テーマ地区推進協議会に負担金として支出し、同協議会が事業を実施している。

(新潟県国際観光テーマ地区推進協議会概要)

目的	新潟県内への外国人観光客誘致に必要な事業を行う		
事業内容	① 新潟県内への外国人観光客誘致に関する事業（以下、事業という）に関する事 ② 事業に関する情報収集に関する事 ③ 事業に関する関係機関及び団体との連絡調整に関する事 ④ その他、事業目的を達成するために必要な事項に関する事		
会長	新潟県産業労働観光部観光局長		
会員	新潟県、県内 28 市町村、41 民間事業者・団体（H30. 11. 28 現在）		
収支 (平成 29 年度)	〈収入〉 (単位:千円)		
	科目	補正後予算額	決算額
	負担金	154,680	153,760
	(内：県負担金)	(136,525)	(136,525)
	繰越金	36,663	36,663
	雑入	51	27
	合計	191,395	190,450

〈支出〉		
(単位:千円)		
科目	補正後予算額	決算額
事業費	190,795	153,609
広域誘客活動推進事業	2,200	2,159
旅行商品造成事業	118,777	94,110
受入態勢整備事業	5,500	4,830
広域周遊ルート誘客推進事業	44,718	33,859
NIIGATA 開県プロジェクト	12,000	11,871
新潟空港旅行商品販売促進支援事業	7,600	6,777
事務費	600	411
合計	191,395	154,020
次年度繰越額	36,430	
(千円未満切捨て表示)		



(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位:千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	39,877	39,877	
平成 26 年度	39,877	39,877	
平成 27 年度	39,877	39,877	
平成 28 年度	39,877	39,877	
平成 29 年度	39,877	39,877	

(3) 平成 29 年度の実績内容

項目	実施内容
① 上信越国際観光テーマ地区推進協議会事業(決算額 1,001 千円) (※1)	・メディア招へい(香港、タイ) ・パンフレットの作成
② 長野—新潟スノーリゾートアライアンス実行委員会事業 (決算額 1,159 千円)	・スノー・トラベル・エキスポ展に出展(対象市場: オーストラリア) ・現地セールス展開
③ セールスプロモーション活動 (決算額 64,069 千円)	・エージェント訪問・招へい(韓国、台湾、中国・東北三省、中国・上海華東)
④ プロモーションツール作成 (決算額 5,117 千円)	・多言語パンフレットを作成・増刷し、旅行博での配付やエージェント訪問の際に活用
⑤ 商品造成報奨金 (決算額 24,924 千円)	・新潟への旅行商品を造成し、送客を行った旅行エージェントに対し、報奨金により支援を実行 (※2)
⑥ 受入体制整備補助金 (決算額 4,296 千円)	・国際観光推進を図るため、外国人観光客受入体制の整備に要する経費を補助(※3)
⑦ 通訳案内士・ボランティアガイド活用(決算額 534 千円)	・新潟県通訳案内士協会と連携のもと、県内各地域の観光情報を学び、外国人の視点に合わせたガイドの向上を図るため、通訳案内士・ボランティアガイド向けに地域観光情報研修会を3回実施

(※1) 上信越国際観光テーマ地区推進協議会とは、「外客来訪促進計画」に基づき、外国人観光客の誘客を促進すること等により国際観光の振興を図ること」を目的に平成 14 年に新潟県、群馬県、長野県が共同で設立した組織である。

(上信越国際観光テーマ地区推進協議会概要)

目的	新潟県、群馬県、長野県内への外国人観光客誘致に必要な事業を行う
事業内容	① 外国人観光客の誘客宣伝に関する事業。 ② 外国人観光客の受入態勢の整備に関する事業。 ③ 観光情報の収集、提供及び観光関係機関との連携に関する事業。 ④ その他協議会の目的を達成するために必要な事業。
会長	長野県観光部長
会員	新潟県、群馬県、長野県

(※2) 支援額の内訳は以下の通り

対象市場	社数	人泊	支援額
韓国	18 社	2,785 人泊	2,454 千円
台湾	24 社	15,399 人泊	14,169 千円
ハルビン・東北三省	12 社	7,387 人泊	6,939 千円
上海・華東	2 社	441 人泊	418 千円
香港	2 社	1,648 人泊	553 千円
ロシア	1 社	392 人泊	120 千円

(※3) 補助額の内訳は以下の通り

補助事業	補助金額
観光対応二次交通整備事業	1,425 千円
外国語対応観光情報 Web サイト作成事業	500 千円
PR 外国語デジタルコンテンツ（動画）作成事業	378 千円
外国人観光客向け観光案内の多言語版ホームページ制作事業	500 千円
指さしハンドブック作成事業	500 千円
外国語ガイドマップの作成	239 千円
糸魚川インバウンドホームページ制作事業	248 千円
外国人観光客受入推進事業	500 千円

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

新潟県は効果測定方法として各事業の受託者等からの実施報告書等により、当該事業の効果（旅行商品造成数、利用者数等については「(3) 平成 29 年度の実績内容」を参照）を測定しているとのことである。

平成 23 年以降、本県の外国人宿泊者数は増加しており、平成 29 年は 315,400 人泊（観光庁・確定値）と前年を 18.1%上回り、過去最高を記録している。

新潟県の見解としては「ウェルカムにいがた観光戦略事業」の実施により、外国人宿泊者数の増加を促進しているものと考えているとのことである。

新潟県の外国人宿泊者数の推移

		平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年
新潟県	宿泊者数(人泊)	106,510	135,520	262,500	267,020	315,400
	対前年比(%)	110.0%	127.2%	193.7%	101.7%	118.1%
(参考)						
石川県	宿泊者数(人泊)	326,380	348,290	517,430	623,460	777,240
	対前年比(%)	171.4%	106.7%	148.6%	120.5%	124.7%
長野県	宿泊者数(人泊)	543,090	660,480	947,450	1,134,940	1,289,960
	対前年比(%)	188.4%	121.6%	143.4%	119.8%	113.7%

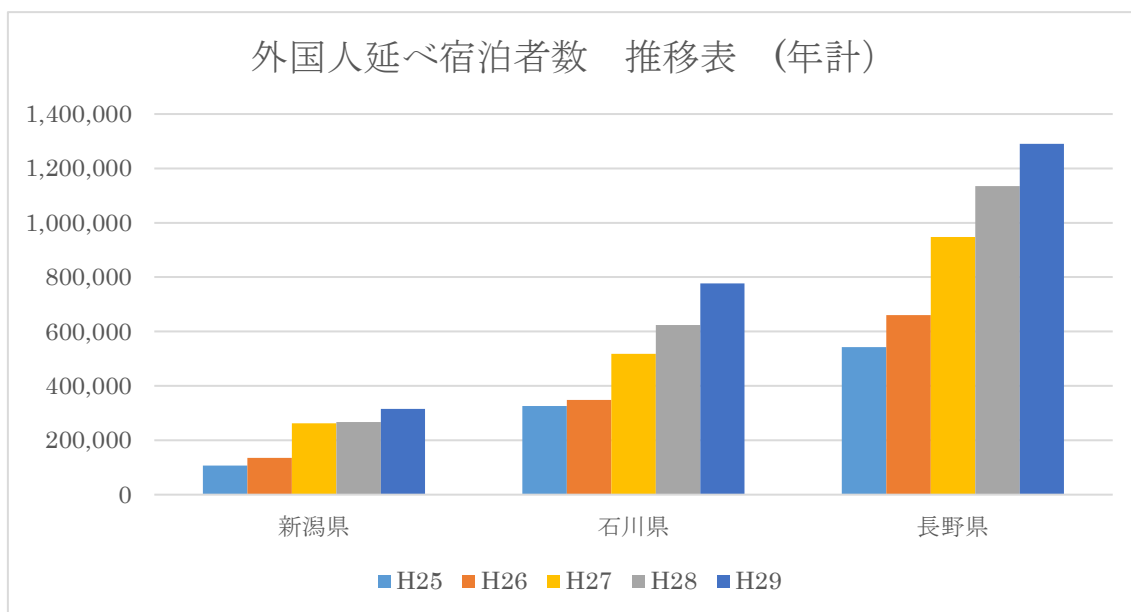
参加資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」データ

(5) 指摘又は意見

① 目標値の設定について（意見）

上述の通り、新潟県の外国人宿泊者数は増加傾向にあり、本事業において一定程度の効果は出ているように考えられる。

しかしながら、新潟県と近県の石川県、長野県の増加傾向を比較してみると以下のとおりである。



近県の推移と比較してみると、新潟県が増加傾向にあるわけではなく、日本国内全体で増加傾向にあることが判断できる。順調に増加傾向にあるものの、日本全体でも増加傾向にあり、宿泊者総数や増加率で見ると他県に比べて優位とも言えない。

県内の外国人観光客は年々増加している傾向にあるが、訪日外国人全体からすれば、必ずしも十分とは言えないものとする。しかしながら、今後の伸びしろはあると考える。国の『明日の日本を支える観光ビジョン』や他県の計画においても全体的な目標値だけを設定していることを勘案すれば難しい側面もあると思うが、インバウンドの観光客を増やすには全体的な目標値だけでなく、県の外国人誘客目標に対して、例えば誘致国ごとに年間目標客数を設置するなど、全体目標をブレイクダウンする形でより具体的かつ精緻化した数値目標を定めることが必要である。その上でその目標を実現するための事業を計画し、予算を計上すべきではないだろうか。

観光事業は一見効果測定が見えにくい面があるが、数値の可視化を進め、具体目標を個々に設定することが望ましい。

(意見 29)

新潟県の外国人宿泊者数は増加傾向にあり、本事業において一定程度の効果は出ているように考えられる。しかし日本全体で増加傾向にあり、近県と比べて優位とは言えない状況である。インバウンドの観光客を増やすためには、県の外国人誘客目標に対して、例えば誘致国ごとに年間目標客数を設置するなど、全体目標をブレイクダウンする形でより具体的かつ精緻化した数値目標を定めることが必要である。その上でその目標を実現するための事業を計画し、予算を計上すべきではないだろうか。

② 訪日プロモーションの促進について (意見)

セールスプロモーション活動は韓国、台湾、中国等を主要な対象国とし、外国旅行会社への新潟県の観光情報の提供等による旅行商品造成の促進や外国メディア招へい等を通じた外国における新潟県観光情報の発信等を実施している。継続的な訪日プロモーションにより、需要が拡大しつつあるものの、外国人県内宿泊延べ人数は全国 28 位 (平成 29 年確定値) となっており、外国人宿泊客の割合が多いとは言えないのが現状である。

このような現状を踏まえると、従来型の継続的な訪日プロモーションだけでなく、新たな切り口によるセールスプロモーション活動も必要と考える。例えば下記のような視点でターゲットを絞ったプロモーションも必要ではないだろうか。

・インバウンドを見据えたロケ誘致 (佐賀県の事例)

ロケ地を観光に活用したロケツーリズムに関してはそのインパクトも強いことから、その地域での持続的な観光振興の取り組みにつながる観光資源として有望である。インバウンドにおいても、例えば佐賀県では 2013 年のタイ人への訪日観光ビザ制度緩和を契機に観光誘客を狙って、タイの映画やドラマのロケ

誘致に成功し、タイにおける佐賀県の知名度が向上した（タイからの宿泊観光客数 2013 年 370 人泊⇒2016 年 5,830 人泊）。

※ロケツーリズム…映画やドラマの撮影に使われた場所への訪問を目的とした観光スタイル

・ラグビーワールドカップ 2019 に向けたプロモーション（神奈川県事例）

ラグビーワールドカップ2019TMの開催に向け、外国人観光客を誘致するため、ラグビー人気が高い国（英国、オーストラリア等）や東京を訪れている外国人をターゲットとしたプロモーション及び外国語観光情報Webサイトを活用した情報発信等を実施する。

（意見 30）

継続的な訪日プロモーションにより、需要が拡大しつつあるものの、平成 29 年の外国人県内宿泊延べ人数は全国 28 位となっており、外国人宿泊客の割合が多いとは言えないのが現状である。

このような現状を踏まえると、従来型の継続的な訪日プロモーションだけでなく、新たな切り口によるセールスプロモーション活動も必要と考える。

③ 外国人観光客の受入体制整備の促進について（意見）

前述のとおり、受入体制整備補助金は現在、主に観光対応二次交通整備事業、外国語対応観光情報 Web サイト作成事業、多言語版ホームページ作成事業、外国語マップ作製等、各国の言語に合わせた整備が中心に補助されている。また、現在、各地で無料 Wi-Fi を活用した情報提供が充実しており、交通情報や気象情報などに加え、医療や観光情報を発信している。

すでに外国語対応観光情報 Web サイト作成、多言語版ホームページ作成、外国語マップ作成を補助しているが、これらの事業は外国人観光客の受入体制を整備する上で重要な事業であるため、セールスプロモーション活動と同様に継続的に補助し、さらに強化していくことが望まれる。

（意見 31）

外国語対応観光情報 Web サイト作成、多言語版ホームページ作成、外国語マップ作成を補助している受入体制整備補助金は、外国人観光客の受入体制を整備する上で重要な事業であるため、セールスプロモーション活動と同様に継続的に補助し、さらに強化していくことが望まれる。

16. 外客誘致重点キャンペーン事業

(1) 事業の概要

事業目的	海外メディアや旅行博を活用した情報発信などに取り組み、台湾、中国、韓国等における本県の観光地としての知名度向上を図る。
事業内容	① セールスプロモーション活動(メディア招へい、観光展出展等) ② 情報発信事業
効果測定方法	各事業の受託者からの実績報告等により、当該事業の効果（旅行商品造成数、利用者数等）を測定
事業開始年度	平成 18 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 国際観光推進課
支出先	新潟県国際観光テーマ地区推進協議会への負担金

本事業は、県から新潟県国際観光テーマ地区推進協議会に負担金として支出し、同協議会が事業を実施している。同協議会の概要は「15. ウェルカムにいがた観光戦略事業」を参照。

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	41,000	39,463	
平成 26 年度	49,378	49,378	
平成 27 年度	49,378	49,378	
平成 28 年度	49,378	49,378	
平成 29 年度	49,378	49,378	

直近 5 年のセールスプロモーションの主な対象市場及び予算額は、以下のとおり。

(単位：千円)

対象 年度	対象市場								
	韓国	台湾	中国	香港	ロシア	豪州	シンガ ポール	タイ	欧米
H25	6,900	6,950	19,040	2,960	2,150	1,000	750	—	1,250
H26	10,075	12,278	13,015	3,060	2,150	1,000	1,600	2,400	3,826
H27	7,076	12,303	6,360	1,810	3,395	2,000	1,182	1,618	3,703
H28	7,076	11,823	6,960	1,810	2,835	2,000	764	2,036	3,703
H29	7,999	12,450	6,960	2,297	2,235	2,500	1,604	1,266	1,900

上記の通り、平成 26 年度以降はシンガポール、タイにも市場を拡大している。これは、平成 25 年度において、政府が東南アジア向けの査証（ビザ）の発行要件（タイ、マレーシアのビザ取得免除等）を緩和する方針を正式決定したことを契機として、東南アジアからの訪日客数が急増したことによるものである。当時、東南アジアの中では、タイ、シンガポールの順に訪日客数が多く、宗教上の対応におけるハードルが低かったこともあり、東南アジアの中心地であるシンガポール、成長著しいタイを誘客活動の対象市場として拡大したものであるとのことである。

なお、上記市場以外にも、全市場に関係するトラベルマート（旅行商談会）の出展等にも取り組んでいるとのことである。

（3）平成 29 年度の実績内容

① セールスプロモーション活動

対象市場	活動内容
韓国	観光展出演、商談会参加、メディア・インフルエンサー招へい、新潟スキーロコミキャンペーン、スキーリゾートガイドブック広告
台湾	観光展出演、商談会参加、メディア・インフルエンサー招へい、教育旅行誘致
中国・東北三省	教育旅行誘致
中国・上海華東	メディア・インフルエンサー招へい、教育旅行誘致
香港	エージェント訪問
ロシア	エージェント訪問、国際観光フォーラムの参加、航空会社訪問
豪州	メディア・インフルエンサー招へい
東南アジア・シンガポール	観光展出演・商談会参加、メディア・インフルエンサー招へい、エージェント訪問
東南アジア・タイ	観光展出演・商談会参加、メディア・インフルエンサー招へい、エージェント訪問
その他（欧米、クルーズ船等）	メディア・インフルエンサー招へい、英語版 FIT（※）向け北陸新幹線沿線情報誌の作成、観光展出演・商談会参加、トラベルマート参加 ※団体旅行やパッケージツアーを利用することなく個人で海外旅行に行くこと

② 情報発信

ア. ホームページ情報発信

海外向けの観光情報発信を目的に5カ国語対応で運用を実施。

訪問者数、訪問回数は以下の通りである。

・訪問者数:217,275

・訪問回数:287,935

・ページビュー:760,801

(※アクセスの6割はモバイル端末)



(「Enjoy Niigata」ホームページより)

【選択言語別に集計した過去5年のアクセス数】

言語	年度	H25	H26	H27	H28	H29
	合計	202,026	231,035	255,306	167,612	287,935
繁	台湾	22,533	27,353	40,585	44,093	77,556
			(4,820)	(13,232)	(3,508)	(33,463)
繁/英	香港	9,435	11,325	15,427	23,512	26,931
			(1,890)	(4,102)	(8,085)	(3,419)
英	アメリカ	8,398	9,196	10,785	10,053	12,398
			(798)	(1,589)	(▲732)	(2,345)
	豪州	3,359	3,475	3,891	4,424	5,626
			(116)	(416)	(533)	(1,202)
タイ	3,692	9,444	10,508	5,928	7,129	
		(5,752)	(1,064)	(▲4,580)	(1,201)	
シンガポール	3,451	5,801	8,708	9,158	11,872	
		(2,350)	(2,907)	(450)	(2,714)	
韓	韓国	11,308	13,275	13,829	5,906	8,875
			(1,967)	(554)	(▲7,923)	(2,969)
簡	中国	76,537	60,422	40,385	4,079	3,586
			(▲16,115)	(▲20,037)	(▲36,306)	(▲493)
露	ロシア	5,463	6,505	7,414	2,751	2,349
			(1,042)	(909)	(▲4,663)	(▲402)
その他		57,850	84,239	103,774	57,708	131,613
			(26,389)	(19,535)	(▲46,066)	(73,905)

※ () 内は、対前年度増減

イ. SNS 活用による情報発信

世界的に利用率の高い SNS 媒体 (Facebook、Instagram) を活用した情報発信を実施。



(「Facebook」 検索画面より)

【Facebook(英語)の投稿回数】

	投稿回数	月平均回数
平成 29 年度(4～3月)	33 回	2.75
平成 30 年度(4～10 月)	53 回	7.57

当初は県職員がのみで更新等を行っており、平成 29 年 10 月より業務委託開始

【平成 29 年度リーチ数】(H30.4)

Facebook いいね! 数 英 : 3,434、繁 : 1,877、韓 : 178

Instagram 登録者数 英 : 62、韓 : 32

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

県は効果測定方法として各事業の受託者等からの実施報告書等により、当該事業の効果(旅行商品造成数、利用者数等)を測定しているとのことである。

負担金支出先である新潟県国際観光テーマ地区推進協議会が県に提出している「平成 30 年度第 1 回総会」の議事を拝見したところ、実績(成果)について詳細な記載があり、また今後の課題についても検討されていた。また同総会で翌年度の取り組み方針を検討しており、継続性のある計画であることが確認できる。

本事業において、新潟空港への就航先である、韓国、台湾、中国・東北三省、中国・

上海華東、ロシアをはじめ、香港、東南アジア等市場にセールスプロモーション活動を実施しているとのことである。

新潟県国際観光テーマ地区推進協議会提出の「平成 29 年度事業報告（案）」等によると、各国別の外国人延べ宿泊数（従業員数 10 人以上の施設のみの集計調査）は以下のとおりであり、平成 29 年度において台湾以外の市場において伸び悩んでいる状況である。

（単位：延べ宿泊数）

対象市場		平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年
重点地域	台湾	27,220 (+7,690)	36,830 (+9,610)	44,100 (+7,270)	70,930 (+26,830)
	中国	18,460 (+4,350)	38,240 (+19,780)	33,910 (▲4,330)	36,480 (+2,570)
	韓国	11,710 (▲2,930)	17,720 (+6,010)	18,790 (+1,070)	18,500 (▲290)
	香港	7,090 (+390)	13,460 (+6,370)	15,970 (+2,510)	18,260 (+2,290)
	豪州	3,090 (+320)	8,340 (+5,250)	12,040 (+3,700)	9,880 (▲2,160)
	ロシア	3,210 (▲530)	4,000 (+790)	4,380 (+380)	2,300 (▲2,080)
準地域	タイ	3,420 (+1,470)	6,180 (+2,760)	7,200 (+1,020)	6,550 (▲650)
	シンガポール	3,170 (+1,380)	5,200 (+2,030)	5,380 (+180)	5,990 (+610)

※新潟県国際観光テーマ地区推進協議会 平成 29 年度事業報告（案）抜粋

※（ ）内は対前年度増減

（5）指摘又は意見

① 目標値の設定について（意見）

県アカウントにおける SNS 媒体での情報発信については、現在、世界的に利用率の高い SNS 媒体（Facebook、Instagram）を活用した「Enjoy Niigata」から情報発信を行っている。これらは重要な情報源であり、利用者が多いことから見ても、外客誘致重点キャンペーン事業が実施している SNS 媒体を活用した情報発信は極めて有効な施策であると考え。当初、県アカウントにおける SNS 媒体での情報発信については、県職員のみで更新等を行っていたが、平成 29 年 10 月より運用を外委託している。委託契約書、及び委託仕様書を閲覧したところ「週 1 回の投稿とし、

月当たり合計4回の投稿とすること。」と明記されており、実際に「Enjoy Niigata」のFacebookサイトにアクセスしたところ、月に10回前後の頻度で更新されている。主にイベントの案内や、新潟の四季折々の景色の魅力などを伝える内容であり、契約要件以上の効果があると考えられる。また新潟県の対応として完全委託ではなく、投稿については一部新潟県国際課でも情報を更新しており、更新頻度向上への努力がうかがえる。しかし、新潟県では大小様々なイベントが開催されており、今後もSNS媒体を活用し情報を発信する余地は大いにあると考える。

「投稿回数・リーチ数＝外国人観光客の誘客促進」とは必ずしも言えないため、厳密な効果測定は困難な一面があることや費用増加の懸念もあるが、県アカウントにおけるSNS媒体での情報発信についても、例えばアウトカムのリーチ目標数を業務契約書で定めるなど、具体的な数値目標を定めることも検討されたい。

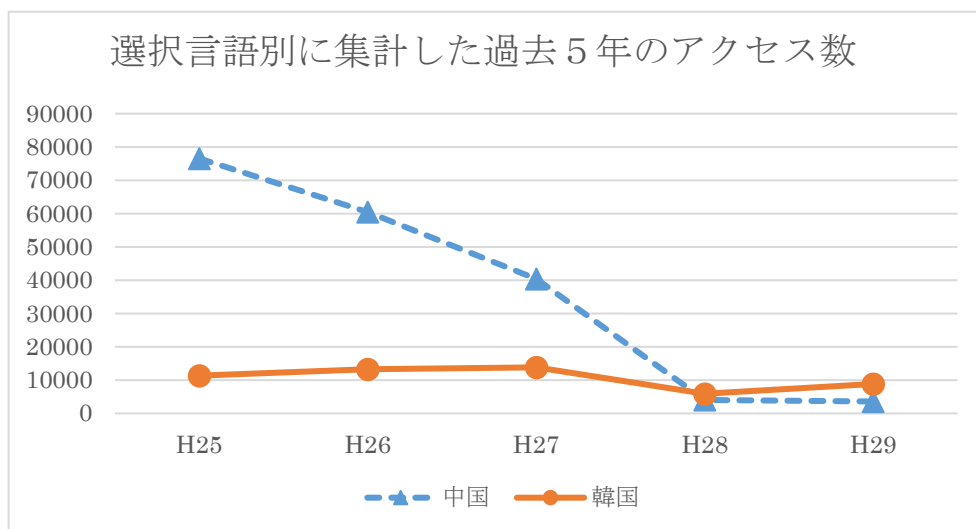
(意見 32)

県アカウントにおけるSNSの情報発信については運用を外部に委託している。委託契約書等によりSNSの更新頻度が定められているが、今後もSNSを活用し情報を発信する余地は大いにあると考える。「投稿回数・リーチ数＝外国人観光客の誘客促進」とは必ずしも言えないため、厳密な効果測定は困難な一面があることや費用増加の懸念もあるが、例えばアウトカムのリーチ目標数を業務契約書で定めるなど、具体的な数値目標を定めることも検討されたい。

② ホームページの活用について(意見)

現在、海外向けの観光情報発信を目的に英語、中国語(簡体、繁体)、韓国語、ロシア語の5言語で運用している。

平成28年度より中国、韓国のアクセス数が激減しており、当該要因及び対策について、県は以下のように分析している。



要因	対策
<p style="text-align: center;">(ホームページのリニューアル)</p> <p>平成27年度末にホームページの全面リニューアルをしておき、トップページのURLは変更していないが、グーグル等の検索サイトでは、リニューアル前のホームページに比べ、上位に現れなくなったこと、また、個々の観光スポットのサイトのURLが変更されたため、検索でヒットしにくい状態になったものと考えられる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・中国、韓国に対して平成29年度にSEO (Search Engine Optimization…検索エンジン最適化) 対策を実施。これは「niigata」など複数キーワードを入れた検索時に一番上の方に本県Webサイトが出てくるなどの対応である。 ・韓国に対して旅行博等でフォロワー獲得に向けてPRするなどSNSを活用した情報発信も並行実施。なお、H28、29中国の旅行博出展はなし。
<p style="text-align: center;">(中国側の規制)</p> <p>中国側の規制(通称:グレートファイヤーウォール)により、日本のサイトはアクセス制限が年々厳しくなっている。(他県も同じ傾向を確認)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・県大連事務所が運用する微博(Weibo)(※1)や、招へいしたブロガー等による旅行攻略サイト(※2)への記事投稿など、現地でのWeb媒体での情報発信を並行して実施している。

※1 中国版Twitter。中国では、Twitter、Facebook、YouTubeといった海外のソーシャルメディアが政府によって規制されている代わりに、国内企業による類似のサービスが展開されている。

※2 中国で、実際に旅行した人が自身の旅行体験記や最適なプランの情報などを投稿する口コミサイト。観光地や飲食店等も紹介している。

上記の通り、新潟県は詳細な効果測定を行っており、また対策も徹底している。しかしながら、ホームページを閲覧すると観光情報、宿泊情報等は別々に掲載されており、実際に新潟へ行った場合の旅行イメージが湧かない。また、ホームページ上には旅行プランを立てられるページがあるが、見つけづらいことが現状である。

セールスプロモーションを積極的に実行していることから、連動して個人向けの旅行プラン「2日間宿泊モデルコース」などを考案・掲載するなど、さらに利便的なホームページになるよう継続的な情報発信が望まれる。

(意見 33)

「Enjoy Niigata」のホームページは、観光情報、宿泊情報等が別々に掲載されており、実際に新潟へ行った場合の旅行イメージが沸きづらく、また、ホームページ上には旅行プランを立てられるページがあるが見つけづらくなっている。セールスプロモーションを積極的に実行していることから、連動して個人向けの旅行プラン「2日間宿泊モデルコース」などを考案・掲載するなど、さらに利便的なホームページになるよう継続的な情報発信が望まれる。

17. 広域周遊ルート誘客促進事業

(1) 事業の概要

事業目的	外国人観光客の誘客を拡大するため、他県と連携した広域周遊ルートの形成や商品造成等を促進する。
事業内容	① 周遊バスツアー造成促進事業 ② レンタカー周遊促進事業 ③ 新潟空港観光案内所の設置・運営 ④ 情報媒体を活用した知名度向上プロモーション ⑤ 広域周遊ルート形成促進事業 ア. 広域周遊ルート形成促進事業 イ. 広域周遊ルート拠点地区形成促進支援事業 ⑥ 観光案内所機能拡充・ネットワーク化
効果測定方法	各事業の受託者からの実績報告等により、当該事業の効果（旅行商品造成数、利用者数等）を測定
事業開始年度	平成 29 年度
所管課	産業労働観光部 観光局 国際観光推進課
支出先	新潟県国際観光テーマ地区推進協議会への負担金

本事業は、県から新潟県国際観光テーマ地区推進協議会に負担金として支出し、同協議会が事業を実施している。同協議会の概要は「15. ウェルカムにいがた観光戦略事業」を参照。

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	—	—	
平成 26 年度	—	—	
平成 27 年度	—	—	
平成 28 年度	—	—	
平成 29 年度	38,718	38,718	

(3) 平成 29 年度の実績内容

平成 29 年度収支決算

(単位：千円)

科目	予算額 (補正後)	決算額
広域周遊ルート形成促進事業	44,718	33,859
周遊バスツアー造成支援事業	16,000	12,313
レンタカー周遊促進事業	200	48
新潟空港観光案内所	7,070	7,068
知名度向上プロモーション	9,000	6,599
広域周遊ルート形成促進	9,000	4,381
観光案内所機能拡充・ネットワーク化	3,448	3,447

(千円未満切捨て表示)

① 周遊バスツアー造成促進事業(決算額 12,313 千円)

本事業は県内周遊の旅行商品の造成促進を図るため、海外エージェント等に対しバス料金の一部を助成するものである。実績は以下の通りである。

対象国	件数	送客数
韓国	8 件	272 人
台湾	106 件	3,597 人
中国	8 件	264 人
ロシア	1 件	27 人
計	123 件	4,160 人

※予算要求時助成見込 100 件

② レンタカー周遊促進事業(決算額 48 千円)

本事業は FIT 向けのレンタカー割引や、レンタカーを使った地域の観光施設等への誘導を促進させるため、海外エージェントに対しツアー造成料金の一部を助成するもの。実績は、「シンガポール 12 台 (予算要求時助成見込 68 台)」である。

③ 新潟空港観光案内所の設置・運営 (決算額 7,068 千円)

本事業は新潟空港に観光案内所を設置し、外国語での観光案内サービスを提供することにより、地域における外国人受入体制を整備し外国人観光客の増加を図るものである。実績は以下の通りである。

平成 29 年 4 月～平成 30 年 3 月

対象国	利用者数
韓国	556 人
中国	442 人
台湾	426 人
その他	231 人
計	1,655 人

④ 情報媒体を活用した知名度向上プロモーション（決算額 6,599 千円）

- ・香港向けの動画作成と情報発信
- ・外国人 YouTuber を活用した情報発信
- ・「JAPANI.CAN.com」とのタイアップ
- ・SIM カードを通じた情報発信

⑤ 広域周遊ルート形成促進事業

ア. 広域周遊ルート形成促進事業（決算額 1,375 千円）

- ・台湾 TV 番組招へい（福島県連携）
- ・香港トップセールス事業（東北観光推進機構連携）

イ. 広域周遊ルート拠点地区形成促進支援事業（決算額 3,006 千円）

- ・Japan Walker (台湾版) への紙面掲載費の支援(妙高市・新潟市・佐渡市連携)
- ・JAPAN RAIL CAFÉ での雪国観光圏 PR (対象国：シンガポール)
- ・新潟広域都市圏観光パンフレット作成事業

⑥ 観光案内所機能拡充・ネットワーク化（決算額 3,447 千円）

本事業は新潟県内の観光案内所の機能充実と TIC TOKYO を通じた情報発信の強化を図り、広域的な観光情報を紹介できる体制を整備し、国内外からの誘客拡大を図るとともに旅行者の利便性の向上を図っているものである。実績としては、平成 29 年 12 月から平成 30 年 3 月にかけて、県内観光案内所と TIC TOKYO をネットワーク化し、情報発信を強化するため、TIC TOKYO でパンフレットを配布する他、館内 PR 映像を放映した。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

新潟県は効果測定方法として各事業の受託者等からの実施報告書等により、当該事業の効果（「(3) 平成 29 年度の実績内容」を参照）を測定しているとのことである。負担金支出先である新潟県国際観光テーマ地区推進協議会が新潟県に提出している「平成 30 年度第 1 回総会」の議事を拝見したところ、実績（成果）について詳

細な記載があり、また今後の課題についても検討されていた。また同総会で翌年度の取り組み方針を検討しており、継続性のある計画であることが確認できるとのことである。

(5) 指摘又は意見

① 目標値の設定について（意見）

当事業は実績＝効果となり、結果は他の観光事業と違い可視化しやすいと考える。例えば、知名度向上プロモーション事業の外国人 **YouTuber** を活用した情報発信では動画再生総数目標を 34 万回と具体的な目標数値を設定しており、結果として動画再生総数（6 本合計）は 989, 574 回と目標の約 3 倍となり一定以上の効果があったことが伺える。

しかしながら、当該事業の中でも目標数値が設定されているものはあるが、目標数値が設定されていないものもあるため、効果測定としては十分とは言えない。

本事業は平成 29 年度に新設された事業であり、過去実績もないことから効果測定が難しいことは理解できるものの、事業を行う以上は何らかの具体的な目標の設定と結果の測定は必要と考える。例えば、ホームページ や SNS の情報発信についてはアクセス数、プロモーション活動に関しては訪問回数や広域周遊ルートの設定件数などを具体的な指標として設定し、効果測定を行うことが望まれる。

(意見 34)

本事業の中でも目標数値が設定されているものはあるが、目標数値が設定されていないものもあるため、効果測定としては十分とは言えない。本事業は平成 29 年度に新設された事業であり、過去実績もないことから効果測定が難しいことは理解できるものの、事業を行う以上は何らかの具体的な目標の設定と結果の測定は必要と考える。例えば、ホームページや SNS の情報発信についてはアクセス数、プロモーション活動に関しては訪問回数や広域周遊ルートの設定件数などを具体的な指標として設定し、効果測定を行うことが望まれる。

② 事業目的と執行の不整合について(意見)

本事業の目的は上述のとおり、「外国人観光客の誘客を拡大するため、他県と連携した広域周遊ルートの形成や商品造成等を促進する」ことである。しかしながら、首都圏空港（成田、羽田）を利用して来県する外国人旅行者を想定し、知名度向上プロモーション事業で香港向けの動画作成と情報発信や外国人 **YouTuber** を活用した情報発信など、一見事業目的との整合性が不明瞭な実績も散見される。また、本事業の内容は、「15. ウェルカムにいがた観光戦略事業」や「16. 外客誘致重点キャン

ペーン事業」で行うべきものも含まれているような印象がある。

本事業については、その目的に見合った支出なのか十分に検討し、その事業目的に沿った事業に資金を支出すべきである。仮に、他の事業目的に合致したものがあれば、それは本事業ではなく、当該事業の予算で行うべきと考える。

(意見 35)

本事業においては一見、事業目的との整合性が不明瞭な実績も散見される。また、本事業の内容は、「15. ウェルカムにいがた観光戦略事業」や「16. 外客誘致重点キャンペーン事業」で行うべきものも含まれているような印象がある。本事業については、その目的に見合った支出なのか十分に検討し、その事業目的に沿った事業に資金を支出すべきである。仮に、他の事業目的に合致したものがあれば、それは本事業ではなく、当該事業の予算で行うべきと考える。

18. 関西圏戦略的情報発信事業

(1) 事業の概要

事業目的	関西圏に設置する情報発信拠点（「じよんのび にいがた 食樂園」）と相乗効果のある積極的な情報発信に取り組むことにより、交流人口の拡大を図る。
事業内容	①情報発信拠点のPR ②関西圏での新潟情報の発信
効果測定方法	①拠点の来店者数、店舗販売額 ②関西圏における関係業界の事業者からの意見聴取
事業開始年度	平成 26 年度
所管課	産業労働観光部 産業政策課
支出先	㈱読売連合広告社、大阪放送㈱、㈱第一印刷所、㈱ネットへの委託料

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	—	—	
平成 26 年度	11,900	7,693	
平成 27 年度	11,900	8,709	
平成 28 年度	11,900	10,382	
平成 29 年度	11,900	10,855	

(3) 平成 29 年度の実績内容

①情報発信拠点のPR

項目	実績
メディアパブリシティ	<ul style="list-style-type: none"> ・メディア連動プロモーション（雑誌記事広告と連動した店頭での贈答品キャンペーン・Instagram 写真投稿キャンペーンの実施） ・広告記事の掲載（新聞、フリーペーパー、デジタルサイネージ） ・プレゼントパブリシティ（取材協力商品提供）
販促ツールの作成	<ul style="list-style-type: none"> ・パンフレット、リーフレットの作成 ・ノベルティ等の作成
ホームページの管理・運営	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ改修（Facebook タイムライン表示機能追加、スマホサイト下層ページ制作）

店内プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・店頭壁面を活用した情報発信（店舗防火扉に季節毎に観光PR等画像のシートを貼付） ・什器リース、マネキン活用 等
県内事業者出店助成	<ul style="list-style-type: none"> ・県産品を関西圏でPRするために店内等で実演販売を行う県内事業者に対して旅費を助成（18事業者）

②関西圏での新潟情報の発信

項目	実績
情報誌「じよんのびニュース」の発行	<ul style="list-style-type: none"> ・年4回発行（6月、10月、12月、2月） ・周辺地域へ新聞折り込み、店舗ポイントカード会員へのDM発送（発送先：5,000）
イベント出展	<ul style="list-style-type: none"> ・全国ふるさと観光物産展（H29.5.26～28） ・全国ふるさと観光物産展（H29.9.16）（※当初予定はH29.9.16～9.18の3日間であったが、台風の影響で1日に変更） ・全国ふるさと観光物産展（H30.3.23～25）
在阪事業者との意見交換会	<ul style="list-style-type: none"> ・関西圏におけるより効果的な新潟県の情報発信（観光・県産品PR）の方法を検討するための意見交換を実施（H30.2.16）

（4）平成29年度の効果測定結果

拠点の来店者数、店舗販売額により事業効果を測定しており、実績の維持・増加を目指すこととしている。また、関西圏における関係業界の事業者から、成果について意見聴取を実施しているとのことである。

なお、関西圏における自治体アンテナショップの事例が少なく、販売額等の実績値が乏しいことから、具体的な数値目標の設定にあたっては、これまでの実績を踏まえ、当面は推移を見極めていくとのことである。

平成29年度の測定結果は以下の通りである。

- ・ 来店者数：1,251,099人
- ・ 店舗販売額：114,445千円
- ・ 関西圏における関係業界の事業者からの主な意見
 - ✓ 関西圏では新潟の知名度が低い中、情報発信拠点を活用してキャンペーンやイベント実施しており、新潟は健闘しているという印象。
 - ✓ 新潟は観光、グルメで素晴らしい素材があるが、宣伝の効果がまだ十分に行き渡っていない。

【参考】販売額及び来店者数の推移

年度	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年
店舗販売額（千円）	95,017	111,061	112,424	114,445
前年比（%）	—	116.9	101.2	101.8
来店者（人）	858,958	948,898	1,255,618	1,251,099
前年比（%）	—	110.5	132.3	99.6

※H26.4.30 オープン

(5) 指摘又は意見

①目標値の設定について（意見）

本事業では来店者数、店舗販売額により事業効果の測定を行うとしているが、事業効果測定のための具体的な目標値が設定されていない。また、今後の目標値を設定する時期も明確にされておらず、長期的な観点でどのように事業を展開していくかについての計画についても明確なものがない。

それに対する県の見解は「販売額等の実績値が乏しい」と主張しているものの、過去4年の販売額等の実績情報を有していれば、通常、今後の事業活動における目標値を定めることは可能であると思われる。

来店者数や店舗販売額等の目標値を設定し、目標値を達成しているか否かの把握、達成に至らない場合はその原因を明確にするための分析が必要であり、その結果から今後実施する個々の施策を具体的に見直し検討することが望まれる。

(意見 36)

本事業では来店者数、店舗販売額により事業効果の測定を行うとしているが、事業効果測定のための具体的な目標値が設定されていない。また、今後の目標値を設定する時期も明確にされておらず、事業展開に関する計画についても明確なものがない。来店者数や店舗販売額等の目標値を設定し、目標値を達成しているか否かの把握、達成に至らない場合はその原因を明確にするための分析が必要であり、その結果から今後実施する個々の施策を具体的に見直し検討することが望まれる。

19. 県産品等認知度向上事業

A. プロジェクト名称：新潟清酒ブランド構築事業

(1) 事業の概要

事業目的	海外市場において、県産日本酒の輸出促進を図るため、新潟清酒のブランド力の強化や認知度の向上を図るもの
事業内容	<p>① 海外銘醸地との文化交流促進 海外銘醸地における産学連携等の取組を調査し、今後の本県における「日本酒学」の取組や本県が国際的な銘醸地として認知されるために必要な取組等を進める際の課題や海外銘醸地との連携方策等を調査するもの</p> <p>②海外向け新潟清酒ガイドブックの作成 新潟清酒の更なる輸出拡大を図るため、新潟清酒の特徴等を紹介する海外向けガイドブックを作成、在外公館等へ配布し、認知度の向上を図るもの</p> <p>③オンリーワン技術の研究開発 清酒製造に際し、ファインバブル（直径 100 μm程度以下の気泡）を有効活用し、長期品質保持や海外輸送等を可能にするための研究開発を行うもの</p>
効果測定方法	<p>①海外銘醸地との文化交流促進 ワインの世界的銘醸地であるフランス・ボルドーとの学術交流をはじめ、様々な連携を実現するための調査すること。</p> <p>②海外向け新潟清酒ガイドブックの作成 日本酒が知られていない国を含め、確実に新潟清酒を認知してもらうため、輸出拡大に向けた配付計画を策定し、配付を行うこと。</p> <p>③オンリーワン技術の研究開発 4年間（平成 29 年～平成 32 年）で行う研究開発計画であり、平成 33 年以降、効果測定等を行うこととする。</p>
事業開始年度	平成 28 年度
所管課	産業労働観光部 産業振興課
支出先	新潟県酒造組合、Global Communications CONNECT への委託料

(2) 平成 28 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 28 年度	3,000	2,696	(内訳) 2,003 千円 (産業振興課分) 693 千円 (商業・地場産業振興課)
平成 29 年度	26,500	26,171	(内訳) 8,497 千円 (産業振興課分) 17,674 千円 (商業・地場産業振興課)

(3) 平成 29 年度の実績内容

①海外銘醸地との文化交流促進 (決算額：1,907 千円)

ワインの世界的銘醸地であるフランス・ボルドーとの文化・学术交流促進に向けた現地調査を実施し、今後の日本酒学の拠点形成に向けた取組に必要な調査を行った。

②海外向け新潟清酒ガイドブックの作成 (決算額:5,917 千円)

新潟清酒の歴史や文化、技術等を掲載したガイドブックを多言語 (日、英、中、韓) で作成し、在外公館や在日外国大使館等に配布し、新潟清酒の認知度向上を図った。
(作成部数：60,000 部)

③オンリーワン技術の研究開発 (決算額：673 千円)

ファインバブルの発生試験の実施により、清酒中のファインバブル溶存寿命の延長に成功し、生酒等への応用に向けた研究を着実に進展させた。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

①海外銘醸地との文化交流促進

ボルドー大学と新潟大学が連携し、学部間 (又は大学間) の協定締結に向けた調整が行われることとなった。また、「日本酒学シンポジウム」(8月3日(金)開催。新潟大学、新潟県酒造組合及び県が主催)において、ボルドー大学ブドウ・ワイン科学研究所教授の招聘が実現し、今後の連携の強化に向けた取組が着実に進められている。

②海外向け新潟清酒ガイドブックの作成

効果的な認知度向上につなげるため、第一次配付計画として、在外公館 (166、大使

館や総領事館等)、駐日外国公館(42)及びジェトロ海外事務所(45)等に約43,000部を配付。第二次配付計画として、本県海外事務所や外国人向けイベント等で約10,000部を配布した。(計53,000部配付)

③オンリーワン技術の研究開発

4年間(平成29年～平成32年)で行う研究開発計画であり、平成33年以降、効果測定等を行うこととするとのことである。

(5) 指摘又は意見

①目標値の設定について(意見)

本事業では効果測定に関する具体的な目標値を設定していない。関連する事業(新潟清酒ブランド構築支援拠点施設整備事業)において「新潟清酒の輸出量を平成27年の2,216klから毎年10%増加させ、平成32年に2,535klとする」という具体的な目標値を定めているため、本事業においても当該目標値と実績値の比較等により効果測定をすることが望ましいと考える。また、本事業の内容から鑑みて直接的な目標値で効果測定を行うことが困難なのであれば、イベントでのアンケート実施、イベント開催回数、参加人数など、関連する活動指標を目標値として設定し、効果測定に用いることも検討すべきである。

(意見37)

本事業においては効果測定に関する具体的な目標値を設定していない。関連する他の事業において新潟清酒の輸出量に関する具体的な目標値を定めているため、本事業においても当該目標値と実績値の比較等により、効果測定をすることが望ましいと考える。また、本事業の内容から鑑みて直接的な目標値で効果測定を行うことが困難なのであれば、イベントでのアンケート実施、イベント開催回数、参加人数など、関連する活動指標を目標値として設定し、効果測定に用いることも検討すべきである。

②事業計画の策定について(意見)

県産日本酒の輸出促進を図るため、新潟清酒のブランド力の強化や認知度の向上を図るという事業目的であり、平成30年度は新潟県内でのシンポジウム等を開催したところであるが、今のところ海外でシンポジウムやイベントを開催する計画はない。

また、当該事業については大まかな事業の構想はあるものの、どの時期に何を実施するかという具体的な計画までには落とし込めてはいない。

当該事業は事業期間を5年間で予定しているため、5年間でどのように「新潟清酒

のブランド力の強化や認知度の向上」させるかという、海外でのシンポジウムやイベント開催、そこでのアンケート実施計画などを含めた中長期の計画を策定し、計画と実績の進捗を分析することが望まれる。

(意見 38)

本事業において、平成 30 年度は新潟県内でのシンポジウム等を開催したところであるが、今のところ海外でシンポジウムやイベントを開催する計画はない。また、当事業については大まかな事業の構想はあるものの、どの時期に何を実施するかという具体的な計画までには落とし込めてはいない。

当該事業は事業期間を 5 年間で予定しているため、5 年間で事業目的を達成するための具体性のある中長期の計画を策定し、計画と実績の進捗を分析することが望まれる。

B. プロジェクト名称「NIIGATA in 10」(ニイガタ イン テン)

(1) 事業の概要

事業目的	訪日外国人や首都圏生活者等を主な対象に、県産品の試用・体験・販売機会を創出し、県産品の知名度及び本県認知度向上を図るとともに、購買・来県促進の動機付けへとつなげる。
事業内容	<p>① NIIGATA in 10 Gallery 日常生活での使用シーンを想定し、一般消費者や外国人観光客向けに試用・体験してもらうことを主眼に置いた県産品認知度向上イベントの開催（新宿、表参道にて2回開催）</p> <p>② NIIGATA in 10 Cooking 外国人観光客を主に受け入れている料理教室と連携し、県産調理器具を使用した新潟の郷土料理づくり体験等による、県産品の認知度向上（3ヶ月間実施(京都・東京)）</p> <p>③ NIIGATA in 10 Camp 海外インフルエンサーを招聘し、キャンプ先での県産調理器具等の試用・体験による県産品の認知度向上（スノーピーク キャンプフィールド（三条市）で実施）</p> <p>④ Cool ファッション開発プロジェクト 県内繊維企業と大手アパレルとの連携による、訪日外国人を意識した商品の共同開発に向けたマッチング会の実施、アパレルとの連携による新商品開発支援</p>
効果測定方法	イベント来場者数、料理教室受講者数、イベント来場者アンケート
事業開始年度	平成 28 年度
所管課	産業労働観光部 商業・地場産業振興課
支出先	㈱新潟博報堂への委託料

(2) 平成 28 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 28 年度	3,000	2,696	(内訳) 693 千円 (商業・地場産業振興課) 2,003 千円 (産業振興課分)
平成 29 年度	26,500	26,171	(内訳) 17,674 千円 (商業・地場産業振興課) 8,497 千円 (産業振興課分)

(3) 平成 29 年度の実績内容

①②③NIIGATA in 10 プロジェクト

県産品の試用体験及び販売により、主なターゲットである外国人への、本県への認知度・関心度が向上したとのことである。

【主な実績】

- ①Gallery 来場数 (2ヶ所合計) : 18,972 人 (うち外国人 : 1,737 人)
- ②Cooking 受講者数 (外国人) : 1,200 人
- ③Camp 生中継視聴者数 : 153.5 万人 (主として上海向け)

④Cool ファッション開発プロジェクト

(株)ファイブフォックスと県内繊維企業 4 社による新商品の共同開発をサポートした。商品化が実現したものについては、店頭販売が行われるなど、企業の企画提案力の向上につながったとのことである。新たに(株)バーニーズジャパン及び(株)ヨネックスと、県内繊維企業 15 社とのマッチングを開催し、具体的な商品開発に向けた取組が図られたとのことである。

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

①NIIGATA in 10 Gallery

[新宿イベント]
来場者数 (3 日間) : 5,300 人 (うち外国人 1,325 人) (目標値は 8,000 人。初日の天候不順の影響により伸び悩んだが、外国人来場者数の目標値 (8,000 人×15%=1,200 人) は上回った) ※計測方法 : 担当スタッフによる実測値 ※目標値 : 会場運営事業者による通行量調査を基に設定

来場者アンケート結果抜粋（回収数：208 日本人 152 外国人 56）						
○満足度（回答数：179）						
	大変満足	やや満足	普通	やや不満	不満	合計
回答数	106	60	13	0	0	179
%	59.2	33.5	7.3	0.0	0.0	100.0
○新潟に興味を持ったか（外国人回答数：32）						
	はい	いいえ	どちらでもない	合計		
回答数	27	2	3	32		
%	84.4	6.3	9.4	100.0		

〔表参道（ネスパス）イベント〕						
来場者数（4日間）：13,672人（うち外国人412人）						
（目標値は例年並。前年と比較して300～400人/日の増加）						
※外国人数は1F物販での期間販売実績（外国人購入者は購入者の約3%）より算出した推計値（通年：約3%）						
来場者アンケート結果抜粋（回収数：428 日本人 383 外国人 45）						
○満足度（日本人・外国人回答数：362）						
	大変満足	やや満足	普通	やや不満	不満	合計
回答数	158	144	59	1	0	362
%	43.6	39.8	16.3	0.2	0.0	100.0
○新潟に興味を持ったか（外国人回答数：44）						
	はい	いいえ	どちらでもない	合計		
回答数	44	0	0	44		
%	100.0	0.0	0.0	100.0		
○また来場したいか（日本人回答数：314）						
	来場したい	内容による	どちらとも言えない	来場したくない	合計	
回答数	217	79	17	1	314	
%	68.0	24.8	5.3	0.3	100.0	

②NIIGATA in 10 Cooking

受講者数（3ヶ月間）：1,200人（全て外国人）

東京スタジオ：301人（4人/日） 京都スタジオ：899人（10人/日）

（目標値は700人。前年の教室受講者実績を参考）

③NIIGATA in 10 Camp

取組内容	成 果
<p>・Weibo ・ブログ などに よる 情報発信</p>	<p>○孫竹婷(発信媒体: Weibo) 【生中継】 視聴者:153.5万人 コメント数:2,956回 【記事配信(3件)】 リツイート:162人 コメント数:1,030回 「いいね」:673回</p> <p>○アリシア(発信媒体: ブログ、Facebook) 【ブログ】 「いいね」:213人 【Facebook】(5件) 「いいね」:1,273回</p>

④Cool ファッション開発プロジェクト

大手アパレルとのマッチング会で連携が図られた県内繊維企業については、訪日外国人を含め、消費者が望むニーズの把握と新商品開発が課題

(5) 指摘又は意見

指摘又は意見なし

20. 首都圏等に向けた積極的な情報発信事業

(1) 事業の概要

事業目的	食をはじめとする本県の多様な魅力を、主に首都圏を対象に、適切な媒体等を活用して効果的に発信し、認知度やイメージの向上を図る。
事業内容	<p>①首都圏等情報発信調整費</p> <ul style="list-style-type: none"> i. ラジオ番組を活用した情報発信 ii. 出版メディアを活用した情報発信 iii. パブリシティサポート iv. 情報リサーチ v. その他 <p>②首都圏イベントを通じた「にいがた魅力発信」事業</p>
効果測定方法	<p>①首都圏等情報発信調整費</p> <ul style="list-style-type: none"> i. ラジオ番組を活用した情報発信 →媒体効果、Web・SNS 媒体効果、リスナーアンケート ii. 出版メディアを活用した情報発信 →媒体効果、Web 媒体効果、フォトコンテストによる効果 iii. パブリシティサポート →露出実績による広告換算額 iv. 情報リサーチ →アンケート調査 v. その他 →露出実績による広告換算額 <p>②首都圏イベントを通じた「にいがた魅力発信」事業 →来場者数</p>
事業開始年度	平成 24 年度
所管課	知事政策局 広報広聴課
支出先	(株)電通東日本新潟支社、スターツ出版(株)、(株)プラップジャパン、(株)新潟放送への委託料

(2) 平成 25 年度から平成 29 年度までの予算額及び決算額の推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	37,906	32,821	
平成 26 年度	37,900	32,146	
平成 27 年度	41,900	35,618	
平成 28 年度	47,000	43,835	
平成 29 年度	56,000	53,442	

(3) 平成 29 年度の実績内容

① 首都圏等情報発信調整費(予算額:47,000 千円、決算額:44,870 千円)

i. ラジオ番組を活用した情報発信(予算額:22,000千円、決算額:22,000千円)

- ・文化放送コーナー買取り(週1回5分 年間49回放送)、同番組内での20秒 CM 年間194本
- ・コーナー連動 Web サイト運用(年間12本)
- ・コーナー連動 Facebook 運用
- ・リスナーアンケート(年1回)

ii. 出版メディアを活用した情報発信(予算額:9,000千円、決算額:9,000千円)

- ・「OZ magazine TRIP」紙面買取り(カラー特集2P、年4回)
- ・Web「OZmail」掲載(年18回)
- ・Instagram でのフォトコンテスト

iii. パブリシティサポート(予算額:9,500千円、決算額:9,459千円)

PR会社へ委託してメディアへの情報発信を行い、年間を通じた露出獲得

iv. 情報リサーチ(予算額:640千円、決算額:592千円)

首都圏向けアンケート調査(1回)

v. その他(予算額:5,860千円、決算額:3,819千円)

メディアへの働きかけ、取材協力、職員取材旅費等

② 首都圏イベントを通じた「にいがた魅力発信」事業(予算額:9,000 千円、決算額:8,572 千円)

横浜 DeNA ベイスターズ冠ゲームを開催。知事始球式、スタジアム内ビジョン、ブース等で新潟県 PR 実施

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

① 首都圏等情報発信調整費

i. ラジオ番組を活用した情報発信

・媒体効果→聴取率 1.4%～1.5%

・Web・SNS 媒体効果 → Web サイトセッション数 年間 約 6,500

Facebook「いいね！」数 約 7,300

・リスナーアンケート→ リスナー684人(男371人、女313人)から回答の Web 調査結果は以下の通り。

指標	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年
新潟に行ってみたくなった				92%	97%
ネスパスを知っている	36%	40%	43%	49%	45%
新潟へ行ったことがある	68%	65%	76%	79%	72%

なお、県では効果が番組リスナー層に限定されており、これ以上の効果が見込めない状況と考えている。

ii. 出版メディアを活用した情報発信

・媒体効果

→読者アンケートにおける年 4 回計「特集記事が面白かった」評価数 162 名、
回答者数 545 名(29.7%)が面白かったを選択。

なお、読者がどの特集記事を面白かったと評価したかは不明。

・Web 媒体効果

→PV 計 127,325、コメント数 計 3,655

・Instagram でのフォトコンテストによる効果

→Instagram 上での投稿件数 計 4,537

iii. バブリシティサポート

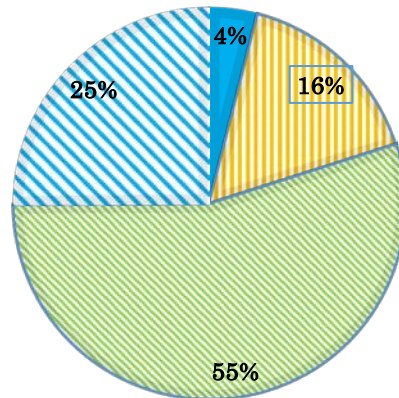
テレビ、新聞・雑誌、Web、インバウンド(Web)広告換算額 276,219 千円(283 件)

iv. 情報リサーチ

首都圏向けアンケート(平成 30 年 2 月、県実施)結果は以下の通り。

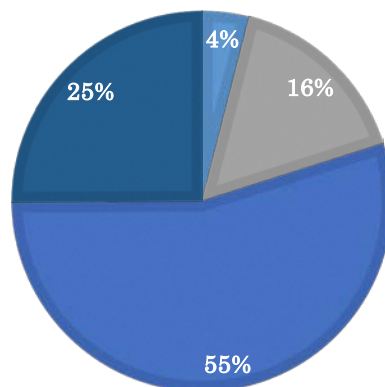
【新潟県について、どの程度ご存じですか？】

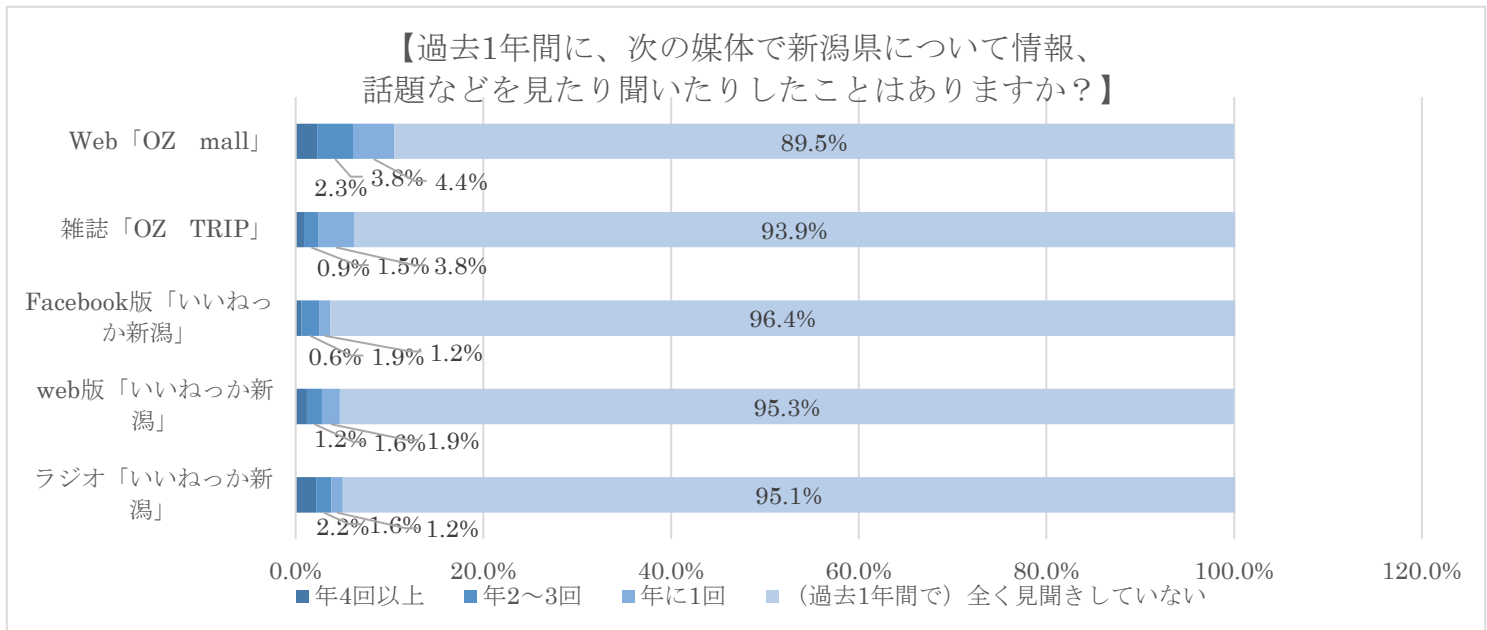
■ よく知っている ■ 知っている ■ 少しだけ知っている ■ 名前だけは知っている



【過去1年間に新潟県について情報、話題などを見たり聞いたりしたことはありますか？】

- 年に4回以上見聞きしたことがある
- 年に2～3回見聞きしたことがある
- 年に1回見聞きしたことがある
- (過去1年間には) 全く見聞きしていない





v. その他(予算額:5,860千円、決算額:3,819千円)

テレビ、雑誌、Web 広告換算額 147,320千円(26件) ※県試算額

② 首都圏イベントを通じた「にいがた魅力発信」事業

横浜 DeNA ベイスターズ冠ゲーム

→来場者数 28,466人、プレゼント 505名、県産食材使用メニュー 185食、メディアへの露出 テレビ1社、新聞1社等

(5) 指摘又は意見

① 効果測定について(意見)

本事業は首都圏の20~30代女性、50~60代男女を対象に、適切な媒体を活用して効果的に情報発信し認知度やイメージの向上を図ることを目的とする事業である。

本事業のうち、最も金額の多いラジオ番組を活用した情報発信事業(ラジオ事業)は、事業目的にある50~60代の男女をターゲットとした事業で平成24年度より開始した。事業開始当時はWeb、SNSが現在と比較して十分に認知されていなかったことから、テレビ、雑誌、新聞、ラジオの4つの媒体を検討対象として、当時最も費用対効果の高いラジオを媒体とすることとなったと伺っている。その後、Web、SNSの発展に対応するため、平成28年度から22百万円のラジオ事業の中で、6百万円程度を用いてWeb、SNSの整備を進めた。

このうち、最も金額の多いラジオ番組における効果測定の方法としては、WebやSNSの反応を数値評価するとともに、媒体効果として聴取率を使用している。ラジオは一般的には受動的媒体であり、当該媒体の聴取率を使用したとしても実際に

新潟県の情報を認知しイメージの向上が図れたか否かは受動的媒体の性質上、直結はしない。そのため、ラジオの聴取率を効果測定の方法として使用しているが、事業の目的を鑑みた場合、聴取率が適切な効果測定の方法であったか否かは疑念が生じる。事業として目的をもって予算配布をしている以上、より適切な効果測定を行うこと検討すべきである。

(意見 39)

本事業のうち、最も金額の多いラジオ番組を活用した情報発信事業における効果測定の方法は、Web や SNS の反応を数値評価するとともに、媒体効果として聴取率を使用している。ラジオは一般的には受動的媒体であり、聴取率を使用したとしても実際に新潟県の情報を認知しイメージの向上が図れたか否かは受動的媒体の性質上、直結はしない。より適切な効果測定を行うことを検討すべきである。

② 適切な情報発信媒体の選定について(意見)

前述の経緯で主媒体として選択されたラジオではあるが、媒体効果である聴取率は1.4%から1.5%ほどとなっている。また、ラジオのリスナーへのアンケートにおいて平成28年度までは新潟に関する評価が上昇傾向にあった中、平成29年度のアンケート結果では頭打ちとなった印象を受ける。

22百万円も予算配布を行っているラジオは、受動的媒体という性質上、その効果は番組リスナー層に限定されること、また、効果測定が行いづらいことから、22百万円も投じる主たる情報発信媒体として適切か否かに疑念が生じる。費用対効果の観点からはラジオのような受動的媒体を主媒体とするよりも、平成28年度から取組を始めたように広範囲かつ効果的な情報発信媒体を主媒体として選択することが望まれる。

(意見 40)

本事業における情報発信の主媒体としてラジオが選択されているが、平成29年度のアンケート結果では新潟に関する評価が頭打ちとなった印象を受ける。ラジオは受動的媒体という性質上、その効果は番組リスナー層に限定されること、また、効果測定が行いづらいため、ラジオのような受動的媒体を主媒体とするよりも、平成28年度から取組を始めたように広範囲かつ効果的な媒体を主媒体として選択することが望まれる。

21. 新潟空港路線利便性向上事業

(1) 事業の概要

新潟空港路線利便性向上事業は、細事業として新潟空港路線利便性向上事業、新潟空港路線利便性向上支援事業、新潟空港利便性向上活動費、ロシア線維持確保事業、チャーター運航支援事業、新規路線開設支援事業、新規路線開設活動費から構成されている。

① 新潟空港路線利便性向上事業

事業目的	路線ネットワークに関する総合調整
事業内容	新潟空港の利便性向上を図るため、LCC等の航空業界における新たな動向を的確に捉え、新規路線の開設、既存路線の増便に取り組む。
効果測定方法	計画策定
事業開始年度	平成 21 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先	(株)マンパワー、新潟交通(株)等

② 新潟空港路線利便性向上支援事業

事業目的	既存路線の維持・拡充
事業内容	国際情勢等の影響により利用が低迷している路線の維持を図るため、航空会社に対して着陸料等の一部を補助する。
効果測定方法	① 既存路線の利用率等の対前年比較 ② 既存路線の運航便数の対前年比較
事業開始年度	平成 24 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先	航空会社への補助金

③ 新潟空港利便性向上活動費

事業目的	既存路線の維持・拡充
事業内容	新潟空港の利便性向上のため、エアポートセールスや空港利用誘致活動により、既存路線の増便に取り組む。
効果測定方法	(ア) 既存路線の利用率等の対前年比較 (イ) 既存路線の運航便数の対前年比較
事業開始年度	平成 24 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先	(株)電通東日本、(株)新潟総合テレビ等

④ ロシア線維持確保事業

事業目的	ロシア線の既存路線の維持・拡充
事業内容	ロシア線（ハバロフスク線、ウラジオストク線）の維持・拡大に向けて、航空会社に対する着陸料補助等の取組を実施する。
効果測定方法	(ア) 既存路線の利用率等の対前年比較 (イ) 既存路線の運航便数の対前年比較
事業開始年度	平成 24 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先	新潟空港オンリーワン路線活性化実行委員会

※ 新潟空港オンリーワン路線活性化実行委員会は新潟空港発着のロシア便及びハルビン線の路線維持及び利用拡大に向けた活動を行うことを目的とした団体であり、新潟県知事が会長、新潟市長、新潟県商工会議所連合会会頭及び日本旅行業協会関東支部新潟県地区地区会会長が副会長である。

⑤ チャーター運航支援事業

事業目的	新規路線の開設等
事業内容	将来的な定期路線化を視野に入れた単発チャーターを対象として、着陸料の一部を補助する。
効果測定方法	① 新規路線の早期安定化（利用率、増便等） ② 新規路線の開設
事業開始年度	平成 29 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先	航空会社への補助金

⑥ 新規路線開設支援事業

事業目的	新規路線の開設等
事業内容	新規就航路線の早期安定化及び通年運航を図るため、航空会社に対して着陸料等の一部を補助する。
効果測定方法	(ア) 新規路線の早期安定化(利用率、増便等) (イ) 新規路線の開設
事業開始年度	平成 28 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先	新潟空港整備推進協議会への補助金

⑦ 新規路線開設活動費

事業目的	新規路線の開設等
事業内容	安定運航化に向けた機運醸成を図るため、情報発信や新規路線を利用した旅行商品造成のための支援を実施する。
効果測定方法	(ア) 新規路線の早期安定化(利用率、増便等) (イ) 新規路線の開設
事業開始年度	平成 28 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先	新潟・佐渡観光推進機構(株)、(株)新潟放送等

(2) 予算額及び決算額の 5 期間推移

①新潟空港路線利便性向上事業

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	12,200	12,095	
平成 26 年度	8,567	8,551	
平成 27 年度	8,592	8,514	
平成 28 年度	4,627	3,950	
平成 29 年度	3,827	2,657	

②新潟空港路線利便性向上支援事業

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	13,458	8,099	
平成 26 年度	7,560	7,560	
平成 27 年度	1,438	1,438	
平成 28 年度	2,000	2,000	
平成 29 年度	2,000	—	

③新潟空港利便性向上活動費

(単位:千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	1,954	1,597	
平成 26 年度	1,954	1,844	
平成 27 年度	2,355	2,293	
平成 28 年度	7,354	7,316	
平成 29 年度	12,562	11,394	

④ロシア線維持確保事業

(単位:千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	4,390	4,390	
平成 26 年度	10,290	10,290	
平成 27 年度	8,400	8,400	
平成 28 年度	9,806	9,617	
平成 29 年度	9,806	9,368	

⑤チャーター運航支援事業

(単位:千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度			
平成 26 年度			
平成 27 年度			
平成 28 年度	1,000	968	
平成 29 年度	546	—	

⑥新規路線開設支援事業

(単位:千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度			
平成 26 年度			
平成 27 年度			
平成 28 年度	15,819	15,818	
平成 29 年度	43,927	39,654	

⑦新規路線開設活動費

(単位:千円)

(単位:千円)	予算額	実績額	備考
平成 25 年度			
平成 26 年度			
平成 27 年度			
平成 28 年度	4,190	4,063	
平成 29 年度	12,543	11,623	

(3) 平成 29 年度に実施した実績内容

① 新潟空港路線利便性向上事業	<ul style="list-style-type: none"> ・空港政策アドバイザーの設置 ・新潟空港利用動向調査の実施 ・LCC情報収集
② 新潟空港路線利便性向上支援事業	<p>※H29年度 実績無し (補助条件を満たす路線無し)</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>[補助条件] 直近3ヶ月継続して利用率が50%を下回った場合等</p> </div>
③ 新潟空港路線利便性向上活動費	<ul style="list-style-type: none"> ・ソウル線の増便に伴い、安定運航に向けてテレビ、SNS 広報等の路線PR等を実施した。 ・トップセールスをはじめとするエアポートセールスにより、既存路線の増便要請を実施した。
④ ロシア線維持確保事業	<ul style="list-style-type: none"> ・県境を越えた広域的な集客強化を図るための県外セールス ・研修・交流団体旅行等の助成 ・訪問団の派遣(今後の運航要請) 等
⑤ チャーター運航支援事業	<p>※H29年度 実績無し (対象チャーターの該当無し)</p>
⑥ 新規路線開設支援事業	<p>H28.11月より定期チャーターにより運航していた台北線の安定運航を図るため着陸料等を補助した。(H29.11月より定期便化)</p> <p>※訪日誘客支援空港の支援メニュー(国際線着陸料1/2補助)を活用</p>

⑦ 新規路線開設活動費	<ul style="list-style-type: none"> ・ H29.11 月からの台北線の定期便化及び H30 年度からの増便に向けて、路線PRを実施した他、トップセールスをはじめとするエアポートセールスにより、増便要請を実施した。
-------------	--

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

新潟空港路線利便性向上事業の効果測定は計画策定の有無である。平成 29 年 12 月に新たな路線ネットワーク戦略、「新潟空港ネットワーク戦略 2017」を策定した。また、平成 30 年 3 月に新潟空港初となる L C C 線（関空線）の定期就航が実現したとのことである。

新潟空港路線利便性向上支援事業、新潟空港利便性向上活動費及びロシア線維持確保事業の効果測定の方法は既存路線の運航便数及び利用率等の対前年比較となっている。

新潟空港路線利便性向上支援事業では、当年度の使用実績はなかった。

新潟空港利便性向上活動費の効果測定の方法は既存路線の運航便数及び利用率等の対前年比較となっている。新潟空港利便性向上活動費では、ソウル線の増便を実現したとのことである。具体的には平成 29 年 10 月までは週 3 便だったのが、平成 29 年 11 月以降は週 4 便、平成 30 年 2 月以降は週 5 便と拡大している。また、利用率も目標としていた 70%の利用率を概ね達成したとのことである。

ロシア線維持確保事業の効果測定の方法は既存路線の運航便数及び利用率等の対前年比較である。平成 29 年度の極東ロシアチャーター便は平成 28 年度から便数が半減する厳しい状況であったが、平成 29 年度の取組（学生・県外利用者拡大）の結果、平成 30 年度も引き続きチャーター便の就航が実現した（平成 28 年度 24 便、平成 29 年度 11 便、平成 30 年度 12 便）。

チャーター運航支援事業の効果測定方法は新規路線の開設及び新規路線の早期安定化（利用率、増便等）であるが、当年度の実績はなかった。

新規路線開設支援事業及び新規路線開設活動費の効果測定方法は新規路線の開設及び新規路線の早期安定化（利用率、増便等）である。台北線の平成 29 年度の利用率は 80%を超えたとのことである。また、台北線の平成 29 年度の利用者数が大幅に増加したとのことである（平成 28 年度利用者数は 9,139 人、平成 29 年度利用者数：29,635 人（20,496 人増加））加えて、平成 30 年 4 月より増便（週 4 便）が実現したとのこと

である。ただし、機材の点検整備の強化により、平成 30 年 5 月より一時的に週 2 便に減便となったとのことである。

(5) 指摘又は意見

①「新潟空港の路線ネットワーク戦略 2017」への期待について（意見）

新潟県では平成 29 年 12 月に平成 29 年度から 32 年度までの 4 年間を計画期間とする新たな路線ネットワーク戦略として「新潟空港の路線ネットワーク戦略 2017」を定めている。その内容は以下の通りである。

○ 新潟空港をとりまく現状と課題

○ 目標

利便性が高く使いやすい空港づくりを推進し、新潟空港の更なる拠点性向上を図るため、路線ネットワークの拡充を目指す

利用者数：〔H28〕 99 万人→〔H32〕 135 万人（国内110 万人、国際25 万人）

航空便数：〔H28〕 171 便/週→〔H32〕 210 便/週（国内189 便、国際21 便）

○ 5つの戦略

① 北東アジアに対する日本海側の航空路の表玄関としての地位の確立

- ・ ハルビン線（週 2 ※→4）、極東ロシア線（11 便→24 便、夏季チャーター）
- ・ 北京線、大連線の誘致

北東アジア地域に対して地理的・時間的優位性があること等を踏まえ、ビジネスや観光の拠点として発展させ、日本海側の表玄関としての確固たる地位を確立する。

② 訪日外国人旅行者の増加が見込まれる地域への路線の拡充

- ・ 台北線（週 2 ※→4）
- ・ 香港線、高雄線、東南アジア方面からの路線・チャーター便の誘致
イン・アウト双方の需要が見込める新規路線の開設に取り組む。

③ 国内外の主要地域（都市）との同日到着を実現するための路線の充実

- ・ ソウル線（週 4 ※→7）、上海線（週 2 ※→4）、成田線（機材の大型化等）
- ・ 佐渡－新潟線の確保

ネットワークをさらに充実させ、利用者の一層の利便向上を図る。

④ 国内線利用者拡大による本州日本海側の基幹空港化の推進

- ・ 既存路線の需要拡大
- ・ ビジネス利用圏域の拡大、訪日外国人旅行者による国内線利用の拡大
本州日本海側随一の国内線ネットワークを有する強みを活かす。

⑤ 新たな利用者層獲得につながる L C C 路線の誘致と利用促進

- ・ 関西国際空港線利用促進、イン、アウト双方の需要が見込まれる路線誘致

従来航空機を利用しなかった層など新たな利用者獲得に向け誘致を進める。

- 戦略具現化に向けた取組の方向性
(既存路線の充実、新規の国際路線の誘致、LCC路線の誘致と利用促進)
- 利用者拡大・路線充実に向けた取組
(戦略的なエアポートセールスの実施、空港アクセスの改善、コンセッションの導入検討、ビジネスジェットの受入れ推進、利便性が高く魅力ある空港の実現、アウトバウンド需要の掘り起こし、空港周辺への産業誘致)

※ H29.12 現在の便数

本事業は「新潟空港の路線ネットワーク戦略 2017」においても重要な位置づけの事業だと思われる。例えば、本事業における台北路線の利用者拡大は好事例と思われる。当該路線の利用客にアンケートを行い、渡航目的、二次交通の利用状況、周辺観光などの情報を集めるのが有効と思われる。インバウンドであれば、本県や周辺地域に魅力を感じるものがあるわけであり、他の路線でなく本空港を利用している理由を把握することで強みがより分かるのではないだろうか。アウトバウンドであれば空港アクセスの課題はないか、といった検討を深められるのではないか。

また、県民の(新潟空港利用した)出国率を高めることも課題であるため、そのための施策の検討も望まれる。現状でも新潟空港ファンクラブを組織し、航空会社や新潟空港ビルディング(株)等と協力して、新潟空港売店での買い物や駐車場での利用に際しての割引券の配布や就航地の政府系観光機関とのタイアップキャンペーン(例:韓国観光公社のパスポートキャンペーン)などの取り組みがなされているが、関係機関と連携の上でより対応が期待される。

今後も「新潟空港の路線ネットワーク 2017」で掲げた目標の達成に向け、こうした対応を進めるなど、一層の努力を期待したい。

(意見 41)

本事業は「新潟空港の路線ネットワーク戦略 2017」においても重要な位置づけの事業だと思われる。台北路線の利用者拡大の好事例を分析・検討するとともに、出国率を上げるため関係各機関とのさらなる連携を期待したい。今後も「新潟空港の路線ネットワーク 2017」で掲げた目標の達成に向け、こうした対応を進めるなど、一層の努力を期待したい。

22. 国際線利用促進事業

(1) 事業の概要

事業目的	既存路線の維持・拡充
事業内容	航空会社等が行う新潟空港発着の国際線の誘客、送客の促進を図るための取組に対する助成
効果測定方法	① 既存路線の運航便数の対前年比較 ② 既存路線の利用者数等の対前年比較
事業開始年度	平成 21 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先等	航空会社、旅行会社等

(2) 予算額及び決算額の 5 期間推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	35,600	32,448	
平成 26 年度	35,600	35,600	
平成 27 年度	32,200	29,783	
平成 28 年度	41,600	41,294	
平成 29 年度	48,400	37,556	

(3) 平成 29 年度に実施した実績内容

- ① 旅行会社等が行う、新潟空港国際線に係る研修・団体交流旅行商品の造成に対する助成の実施
- ② 航空会社等が行う、新潟空港国際線に係る利用促進活動や旅行商品造成に係る経費への助成の実施
- ③ 新潟空港利用の訪日外国人(インバウンド)誘致促進のための助成の実施(新潟空港整備推進協議会)

相手先別の支出額の概要としては次のように集計される。支出のほとんどが旅行業又は航空会社向けのものであるといえる。

相手先	金額（単位：千円）
旅行業	19,710
航空会社	9,914
外国人観光客誘致を目的とした県、市町村、観光関係団体等からなる協議会	6,777
新潟空港の整備促進及び活性化を目的に、県、新潟市、県内商工会議所等経済団体等により構成される協議会	1,154
合計	37,556

（４）平成 29 年度の効果測定結果

国際線全体の利用者数については、台北線が平成 29 年 4 月から通年化、平成 29 年 1 1 月から定期便化したことにより、利用者が大幅増となったものの、ソウル線とハルビン線の減便の影響から、対前年度比で微減（713 人減、99.4%）となった。

なお、平成 30 年 4 月～7 月の利用者数は、対前年同期比 11,562 人増、134.2%となっており、好調に推移しているとのことである。

（５）指摘又は意見

① 補助金交付要綱の運用について(意見)

新潟空港国際線利用促進活動支援事業の事業報告書では値引き対象が航空会社と旅行会社とされている事案があった。「新潟空港国際線利用促進活動支援事業補助金交付要綱」では、以下の通り、航空会社とそれ以外で補助金の額が異なるため、どちらが適用されているのか判別できるように報告書等を記載する必要があると思われる。

(要綱抜粋)

- 1 航空会社が事業を実施する場合は、1 事業当たり 500,000 円以内とする
- 2 1 以外の団体等が事業を実施する場合は、1 事業当たり 100,000 円以内とする。

事業報告書を閲覧したところ、航空会社が航空料金の割引、旅行社が旅行商品から得られる収益の圧縮をしたと報告されているが、値引き総額のうち、どの部分が航空会社負担でどの部分が旅行社負担だったのか明確になっていない報告書があった。このような中で、航空会社が事業を実施した場合と同じ額が助成されている。このような状況に対し県の回答は次のとおりである。

- ・本件については、当該定期路線の予約が弱い日等に補助金という形で新潟県と航空会社が連携して、廉価な旅行商品（モニターツアー）等に申込みいただき、路線の利用率向上を図ることを目的としている。予約が弱い日は航空会社がダイレクトに把握しており、利用者が申込みしやすいように、航空会社は補助金を活用して廉価な航空券を旅行会社に提供し、旅行商品の造成を働きかける。そのため、本件については補助金の事業主体は航空会社になることとしている。
- ・航空会社が申請の場合、旅行会社の収益圧縮分は補助金の対象外としている。

県の見解を踏まえると、航空会社が関与する事業であれば要綱の1が適用されやすい仕組みであると理解されるが、大事なのは事業の申請主体よりも実質的に費用負担をしている事業者が航空会社かそれ以外かを判断することと思われる。つまり、航空会社が他の事業者とタイアップした場合に、航空会社が事業をした場合の補助限度額が適用されてしまうと要綱が形骸化するリスクがあるため、補助金交付要綱の運用及び事業報告書の作成は慎重に行うことが望まれる。

(意見 42)

本事業の助成額は、事業の実施主体に応じて補助金の限度額が異なる旨が定められているため、事業の形式的な申請主体よりも実質的に費用負担をしている事業者を判断することがポイントと理解される。つまり、航空会社が他の事業者とタイアップした場合に、航空会社が事業をした場合の補助限度額が適用されてしまうと要綱が形骸化するリスクがあるため、補助金交付要綱の運用及び事業報告書の作成は慎重に行うことが望まれる。

23. 直行リムジンバス運行支援事業

(1) 事業の概要

事業目的	新潟空港アクセスの改善
事業内容	新潟空港アクセスの短期的改善策として、新潟駅南口ー新潟空港直行リムジンバスを運行する事業者に対して、運行経費、車両調達経費及び利用促進を図るための経費を補助する。
効果測定方法	利用者数
事業開始年度	平成 24 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先等	新潟交通㈱への補助金

(2) 予算額及び決算額の 5 期間推移

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	56,940	42,659	
平成 26 年度	50,967	45,405	
平成 27 年度	38,087	33,642	
平成 28 年度	37,789	30,687	
平成 29 年度	34,343	21,977	

(3) 平成 29 年度に実施した実績内容

直行リムジンバス運行支援事業者である新潟交通㈱に対して、補助金(運行経費、車両調達経費、利用促進を図るための経費)を 21,977 千円支出

平成 29 年度の利用者数:242,836 人

利用者増により補助額減 (平成 25 年度 208,601 人)

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

利用促進等の取り組みにより、利用者数が増加

直行リムジンバス利用者数

年度	輸送人員	前年比
平成 28 年度	226,448 人	
平成 29 年度	242,836 人	(前年比+7.2%)

(5) 指摘又は意見

指摘又は意見はない。ただし、好事例としてコメントを記載したい。

事業の補助金の算出は「新潟駅南口空港バス運行支援事業補助金交付要綱」に基づいて行われており、この補助金には、実績（機関分担率）に応じてインセンティブが存在している。具体的には、事業者の自主努力を促し利用者数を増やすため、当年度の機関分担率が直近3年平均を上回った場合には、インセンティブとして下記の算式で計算された金額が補助額に加算される仕組みとなっている。

$$\text{補助金加算額} = A \times (b - B) \times C \times 1/2$$

A：基準空港利用者、B：基準バス機関分担率、b：(実績)バス機関分担率

C：基準運賃

※バス機関分担率は、バス利用者数を空港利用者数で除して算定する指標である。

参考までに過去の状況を示すと次のとおりである。

年度	バス利用者 A	空港利用者 B	リムジンバス 機関分担率 A/B
H21	184,186 人	953,503 人	19.3%
H22	177,555 人	920,652 人	19.2%
H23	175,551 人	858,876 人	20.4%
H24	200,794 人	985,906 人	20.3%
H25	208,601 人	1,016,771 人	20.5%
H26	227,355 人	1,008,172 人	22.5%
H27	219,419 人	980,753 人	22.3%
H28	226,448 人	991,347 人	22.8%
H29	242,836 人	1,022,656 人	23.7%

一般的に補助金の伴う事業ではモラルハザードの懸念なども一部にはあると思うが、当事業では事業者の自主努力を促すような仕組みづくりができており、そのような収支構造の中で決算額を抑えながらも利用者数を増やしており、事業として好循環にあるとみられる。本取組は適切な目標値を設定することで補助金事業者に自助努力を促すという面では、他の事業においても参考になる取組だと思われる。

24. 新潟空港直行ライナー支援事業

(1) 事業の概要

事業目的	新潟空港アクセスの改善
事業内容	上越地域からの空港アクセスを向上させ、空港利用圏域の拡大と他空港からの利用転換を図るため、新潟空港直行ライナーを運行する事業者に対して、運行経費を補助する。
効果測定方法	利用者数、運行便数
事業開始年度	平成 28 年度（平成 25～27 年度は新潟空港直行ライナー実証事業で事業を実施）
所管課	交通政策局 空港課
委託先等	上越市ハイヤー協会に属している事業者への補助金

(2) 予算額及び決算額の 5 期間推移

(単位:千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	20,000	17,603	
平成 26 年度	17,865	17,859	
平成 27 年度	16,837	14,997	
平成 28 年度	14,982	12,927	
平成 29 年度	14,982	14,456	

(3) 平成 29 年度に実施した実績内容

上越市ハイヤー協会に属している事業者会社に補助金(運行経費、広報経費)14,456 千円を支出した。新潟空港直行ライナー支援事業補助金交付要綱では次のように定められている。

補助金額は、運行経費から運賃収入を差し引いた額とする。但し、運行経費は別途定める1運行あたりの運行経費(基準運行経費)に実運行便数を乗じた額とし、運賃収入は実収入額(別途定め1運行あたりの運賃収入(基準料金収入)に実運行便数を乗じた額を上限)とする。

(新潟空港直行ライナー支援事業補助金交付要綱より抜粋)

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

利用促進等の取り組みにより、利用者数及び運行便数が前年度より増加している。

	平成 28 年度	平成 29 年度	前年度比
利用者数	1,062 人	1,221 人	+159 人、+14.9%
運行便数	378 便	434 便	+56 便、+14.8%

(5) 指摘又は意見

① 費用対効果について(意見)

平成 29 年度の決算額は 14,456 千円であり利用者数は 1,221 人となっていることから、単純な計算では空港利用者 1 人増やすために 11 千円以上使っている事になる。新潟空港利用者全体からみると、新潟空港利用者が年間 1,022,000 人もいる中で本事業を利用しているのはわずか 1,221 人であり、そのために 14,456 千円が使われている。この点に関し、コストをかけて上越地区の住民に新潟空港を使ってもらおうことの意義について県の見解は次のとおりである。

(県の見解)

上越市は、県内第三位の人口を抱える上越地域の中心都市であり、空港と直行する交通手段を確保することは重要であると考えている。本事業は上越地域からの公共交通による空港アクセスを確保し、空港利用圏域の拡大と他空港からの利用転換を図ることを目的としており、経済性のみで判断できるものではない。今後、運行経費補助の削減に向けて、増加傾向にある訪日外国人旅行客の需要を取り込む等して直行ライナーの利用促進を図りたい。

上記の県の見解は県の立場としてはある程度理解できるものであるが、交通政策局空港課の扱っている他の事業では、航空会社又は旅行社の値引きを助成しているものがあり、一人当たりの単価は本事業に比べると小さい。県の事業である以上、経済性のみをもって事業を評価することはもちろんできないが、より効果的な事業とするための工夫をする余地はあると思われる。

例えば、上越地域住民の利便性向上も目的としているのであれば、受益者負担の観点から、その地域自治体や補助事業者にも当事業の意義や必要性を説いて協力を仰ぐのが良いのではなかろうか。本事業に関しては、今後、上越地区の住民だけでなく訪日外国人旅行客の需要取り込みはもちろんであるし、直行ライナーを出す地域の自治体や補助事業者を巻き込むことで、より効果的効率的に施策を進めていくことを期待したい。

(意見 43)

新潟空港利用者が年間 1,022,000 人もいる中で、本事業を利用しているのはわずか 1,221 人であり、そのために 14,456 千円が使われている。県の事業である以上、経済性のみをもって事業を評価することはもちろんできないが、より効果的な事業とするための工夫をする余地はあると思われる。上越地区の住民だけでなく訪日外国人旅行客の需要取り込みも意識しながら、直行ライナーを出す地域の自治体や補助事業者を巻き込むことで、より効果的効率的に施策を進めていくことを期待したい。

25. 国内線利用促進事業

(1) 事業の概要

国内線利用促進事業は、細事業として国内線利用促進事業、国内線利用促進活動費、LCC新規就航 PR 事業から構成されている。

①国内線利用促進事業

事業目的	既存路線の維持・拡充
事業内容	航空会社等の行う新潟空港発着の国内線の誘客、送客の促進を図るための取組に対する助成
効果測定方法	既存路線の利用者数等の対前年比較
事業開始年度	平成 24 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先等	航空会社、新潟空港整備推進協議会等

②国内線利用促進活動費

事業目的	既存路線の維持・拡充
事業内容	新潟空港発着の国内線の利用促進のため、就航地との交流を促進する必要があることから、運航会社や観光協会等と連携し、就航地での新潟線の認知度向上に向けた情報発信・PR を行う。
効果測定方法	既存路線の利用者数等の対前年比較
事業開始年度	平成 22 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先等	新潟空港整備推進協議会等

③LCC 新規就航 PR 事業

事業目的	新規路線の開設等
事業内容	「新潟－関空線」の安定運航実現に向けた取組に対する助成
効果測定方法	・新規路線の開設 ・新規路線の早期安定化(利用率・増便等)
事業開始年度	平成 29 年度
所管課	交通政策局 空港課
委託先等	新潟空港整備推進協議会等

(2) 予算額及び決算額の5期間推移

①国内線利用促進事業

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	14,850	14,758	
平成 26 年度	14,417	14,397	
平成 27 年度	15,003	13,114	
平成 28 年度	15,003	15,003	
平成 29 年度	15,003	14,905	

②国内線利用促進活動費

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	759	682	
平成 26 年度	759	758	
平成 27 年度	759	758	
平成 28 年度	759	757	
平成 29 年度	759	759	

③LCC 新規就航 PR 事業

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成 25 年度	—	—	
平成 26 年度	—	—	
平成 27 年度	—	—	
平成 28 年度	—	—	
平成 29 年度	4,830	4,830	

(3) 平成 29 年度に実施した実績内容

細事業	内容	実績額
①国内線利用促進事業	・航空会社等が行う、新潟空港国内線に係るプロモーション活動や旅行商品の造成に係る経費への助成の実施	10,807 千円
	・新潟空港国内線の利用拡大のための新潟空港整備推進協議会による情報発信等を実施	4,098 千円
②国内線利用促進活動費	・新潟空港国内線の就航地先へのセールス活動の実施	759 千円
③LCC 新規就航 PR 事業	・「新潟－関空線」に係る航空会社と連携した利用者確保に向けた取組への助成の実施（新潟空港整備推進協議会） ・大阪市内における路線 PR ・モニターツアーの実施等	4,830 千円

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

国内線利用促進事業では、新潟空港国内線利用者数については、大阪線をはじめ全体的に好調に推移したため、利用者数が増加（対前年度比 21,823 人増、102.5%）した。（関空線除く）

国内線利用活動促進費では、新潟空港国内線利用者数（就航地先→新潟空港）については、大阪線をはじめ全体的に好調に推移したため、利用者数が増加（対前年度比 11,295 人の増、102.6%）した（関空線除く）。

LCC 新規就航 PR 事業では、平成 30 年 3 月 1 日から、「新潟－関空線」新規就航。3 月の関空線の就航実績は、航空会社の計画値（75%～80%）を上回る 90%以上の利用率であり、利用者数も 1 万人超となった。

(5) 指摘又は意見

① 補助金実績報告書の記載について(意見)

国内線利用促進事業における補助金の交付には事業報告書の提出が必要であり、事業報告書では事業の実施効果の記載を求めている。ただし、事業の実施効果の記載に関する具体的な内容は定められていないため、実施効果の記載は事業者により異なり、L/F(※)や旅客数の分析など客観性を持たせた説明もあれば、利用率向上といった程度の説明にとどまっているものもある。

事業者により実施効果の説明が異なること自体は理解できるところであるが、数値等による客観的な説明と定性的なコメントだけによる説明を比べると事業の実効性を検証するうえで前者の方が優れていると思われるし、事業者が県に報告すべき情報に一定の記載要件を求めることで事業者が構築する商品もより良いものが作られるのではないかとと思われる。

この点、県の見解は航空会社から別途 L/F の報告を求めているとの事であるが、県と航空会社の努力によっているものであり、補助金を申請する事業者にも相応の努力を求めても良いのではないかとと思われる。

当事業の効果測定方法は既存路線の利用者数等の対前年比較である。そういった意味では利用率向上という言葉による説明でも、目的に合致しているのかもしれないが、L/F や旅客数といった客観的な数値による分析の方がより事業の効果を適切に把握できるのではないだろうか。県としては実績報告書の書類審査の段階で航空会社から別途 L/F の報告を求めているとの事であるが、実績報告書の書面において客観的に事業効果が判断できるよう、事業者に対する周知徹底が望まれる。

※L/F（ロードファクター）とは、有償座席利用率のこと。航空機1機あたりのロードファクターは、総座席数に対し有償旅客の搭乗割合を示した数字で、座席の販売状況を計る指標となっている。

（意見 44）

本事業では補助事業者から事業報告書の提出を求めているが、事業の効果測定方法は既存路線の利用者数等の対前年比較であることに鑑みると、事業報告書の説明は定性的なコメントによる説明ではなく、L/F（有償座席利用率）や旅客数といった客観的な数値による分析の方がより事業の効果を適切に把握できるのではないだろうか。県は実績報告書の書類審査の段階で航空会社から別途 L/F の報告を求めているとの事であるが、実績報告書の書面において客観的に事業効果が判断できるよう、事業者に対する周知徹底が望まれる。

26. 佐渡航路利用拡大支援事業

(1) 事業の概要

佐渡航路利用拡大支援事業は、佐渡航路利用促進支援事業と佐渡航路環境整備支援事業の2つの細事業から構成されており、それぞれの事業の概要は次のとおりである。

① 佐渡航路利用促進支援事業

事業目的	佐渡航路の利用を促進し、航路の維持確保を図るため、以下の取組を支援
事業内容	ア. 乗用車航送運賃割引支援（補助率 10/10、1 台当たり片道 1,000 円上限） イ. 旅行商品販売支援（ジェットfoil利用促進（補助率 4/10）、あかね利用促進（補助率 1/3））
効果測定方法	佐渡航路輸送人員
事業開始年度	平成 28 年度
所管課	交通政策局 交通政策課
支出先	市町村、観光協会、交通事業者、旅行会社等への補助金

② 佐渡航路環境整備支援事業

事業目的	佐渡航路の利便性向上及び魅力向上により、航路の維持確保を図るため、以下の取組を支援
事業内容	ア. 船舶・ターミナル等の環境整備（補助率 2/3） イ. 佐渡汽船の情報発信力強化（補助率 1/3） ウ. 旅行商品開発支援（補助率 4/10、1 取組当たり 1,000 千円上限）
効果測定方法	佐渡航路輸送人員
事業開始年度	平成 28 年度
所管課	交通政策局 交通政策課
支出先	市町村、観光協会、交通事業者、旅行会社等への補助金

(2) 予算額及び決算額の5期間推移

①佐渡航路利用促進支援事業

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成25年度	—	—	
平成26年度	—	—	
平成27年度	—	—	
平成28年度	13,600	11,475	
平成29年度	14,000	10,437	

②佐渡航路環境整備支援事業

(単位：千円)

	予算額	実績額	備考
平成25年度	—	—	
平成26年度	—	—	
平成27年度	—	—	
平成28年度	36,400	33,731	
平成29年度	20,134	15,857	

(3) 平成29年度に実施した実績内容

①佐渡航路利用促進支援事業

項目	金額	実績
ア. 乗用車航送運賃割引支援	8,000 千円	支援台数 8,000 台 (利用実績 : 8,199 台)
イ. 旅行商品販売支援	2,437 千円	<ul style="list-style-type: none"> ・ジェットfoil利用促進 (クーポン券付与) 配布実績 2,619 人 ・あかね利用促進 (北陸新幹線利用商品の報奨制度) 送客実績 50,580 席
合計	10,437 千円	

②佐渡航路環境整備支援事業

項目	金額	実績
ア. 船舶・ターミナル等の環境整備支援	10,000 千円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 船内 Wi-Fi 環境の改善 ・ 多機能券売機のインバウンド化（多言語化） ・ デジタルサイネージ（運航情報表示）の設置
イ. 佐渡汽船の情報発信力強化支援	4,133 千円	<ul style="list-style-type: none"> ・ インターネット広告、SNS 等を活用した情報発信 ・ 首都圏等での情報発信
ウ. 旅行商品開発支援	1,724 千円	<ul style="list-style-type: none"> ・ 寺泊赤泊航路：あいびすパック造成 利用人数 6,966 人 ・ 小木直江津航路：関西エージェント招聘 参加者 27 人
合計	15,857 千円	

(4) 平成 29 年度の効果測定結果

①佐渡航路利用促進支援事業と②佐渡航路環境整備支援事業のいずれも効果測定方法として佐渡航路輸送人員を掲げており、県ではまとめて効果測定している事から以下の記載では両事業をまとめて記載している。

ア. 測定結果

平成 29 年の輸送人員は 1,472,144 人（前年比△2.2%、△33,692 人）となり、減少傾向が継続している。なお、平成 30 年の輸送人員は 1,480,352 人（前年比+0.6%、+8,208 人）となり、減少傾向に下げ止まりが見られた。

	輸送人員	前年比
平成 28 年	1,505,836 人	△3.3%、△51,353 人
平成 29 年	1,472,144 人	△2.2%、△33,692 人
平成 30 年	1,480,352 人	+0.6%、+8,208 人

イ. 事業効果

佐渡市の人口や観光客の減少等に伴い、佐渡航路輸送人員の減少が続く中、航路の利用促進や環境整備の取組への支援を通じて、輸送人員の確保を下支えしているとのことである。また、航路利用者の満足度アップや外国人旅行者等の利用促進につながる Wi-Fi 環境や多言語対応等の整備が進み、船内・ターミナル等の利便性が向上しているとのことである。なお、定量的に示すことのできる情報は次のとおりである。

- ・乗用車航送台数は微減にとどまる。

	輸送人員	前年比
平成 28 年	99,470 台	
平成 29 年	98,078 台	(前年比△1.4%)

- ・ジェットfoil団体利用者数は増加している。

	輸送人員	前年比
平成 28 年	43,546 人	
平成 29 年	51,800 人	(前年比+19.0%)

- ・小木直江津航路は主に団体利用者減少により利用者が減少している。

	輸送人員	前年比
平成 28 年	154,190 人	
平成 29 年	130,517 人	(前年比△15.4%)

- ・寺泊赤泊航路の個人利用者は微増したが、貸切船の運航減少等により団体利用者が減少している。

	輸送人員	前年比
平成 28 年	20,130 人	
平成 29 年	16,494 人	(前年比△18.1%)

(5) 指摘又は意見

①より効果的な支援の実施について（意見）

県は佐渡航路の利用促進の取組や、利便性向上のための環境整備、情報発信などを支援しているが、佐渡航路利用者は下表のとおり過去 5 年間減少を続けている。佐渡の人口が減少しているなかで、佐渡航路の利用者を伸ばしていくためには本土からの誘客が重要となる。

(単位：人)

	佐渡航路利用者数	佐渡市人口 (※)
平成 25 年	1,629,188	59,674
平成 26 年	1,580,013	58,545
平成 27 年	1,557,189	57,409
平成 28 年	1,505,836	56,466
平成 29 年	1,472,144	55,342

(※) 人口は各年度の 4 月 1 日時点

このような状況の中、佐渡市ではアンケートを行い利用者の声を聞いており、また、佐渡市や観光団体のほか佐渡汽船自身も観光 PR について積極的に取り組んでいるところである。県交通政策課ではこれらの情報を各団体と共有し、必要に応じて連携するとともに、佐渡汽船の経営状況や事業計画等を把握した上で支援策等を検討、実施してきているとのことである。また、観光客の増加については、航路の利用促進策だけでなく、島内観光素材の磨上げ、受入体制の整備、二次交通対策、宿泊施設対策等、関係者がそれぞれの役割に応じた取組を進めるとともに、連携して対応していくことが必要であるとの認識の下、関係者との役割分担を踏まえて航路の利用促進の観点から事業に取り組んでいるとのことである。

県として現在の施策を進めているものの、上記の表のとおり佐渡航路の利用者は年々減少している状況は続いている。本事業は開始して 2 年しか経過していないが、その成果が今後出てくるには、一定の期間を要すると思われるため、引き続き佐渡市や関係団体との連携に努め、必要に応じて柔軟に施策を見直していくことを期待する。

(意見 45)

本事業の効果測定方法は佐渡航路の輸送人員であるが、特に佐渡の人口が減少しているなかで、佐渡航路の利用者を伸ばしていくためには、本土からの誘客が重要と思われる。県として現在の施策を進めているものの、佐渡航路の利用者は年々減少している状況は続いている。本事業は開始して 2 年しか経過していないが、その成果が今後出てくるには、一定の期間を要すると思われるため、引き続き佐渡市や関係団体との連携に努め、必要に応じて柔軟に施策を見直していくことを期待する。

以上