

包括外部監査結果に基づく措置状況の公表

平成30年度包括外部監査結果に基づく措置状況について、次のとおり新潟県知事から通知があったので、地方自治法（昭和22年法律第67号）第252条の38第6項の規定により、その内容を公表する。

令和元年9月27日

新潟県監査委員	栗	山	和	廣
新潟県監査委員	小	林	一	大
新潟県監査委員	高	倉		栄
新潟県監査委員	高	橋		猛

平成30年度 包括外部監査結果に基づく措置内容
 テーマ「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」

区分	事業名	項目	指摘・意見の内容	措置内容
意見1	宿泊施設 経営改善 モデル事 業	業 務 委 託 先 の 選 定 について	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。	当該事業は平成30年度で終了しているが、他の委託事業（温泉地等魅力向上支援事業など）では、委託先の評価・見直しを行うため、毎年度複数の業者から企画提案や見積書の提出を求めることとした。
意見2	宿泊施設 経営改善 モデル事 業	効 果 測 定 について	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。	当該事業は平成30年度で終了しているが、令和元年度新規事業（着地型旅行商品販売促進事業など）では、事業目的に即した指標の設定に努めている。
意見3	宿泊施設 経営改善 モデル事 業	事 業 成 果 の 活 用 に つ いて	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。	事業実施先から事業実施後の状況報告を受けるとともに、これまでの取組事例について、県ホームページ及び市町村観光担当者会議において周知した。 また、今後、類似の事業においては、アンケートや事例紹介などにより、事業成果が県内に波及する仕組みを検討する。
意見4	温泉地等 魅力向上 支援事業	事 業 成 果 の 活 用 に つ いて	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。	事業内容及びこれまでの取組事例について、県ホームページによる周知のほか、市町村観光担当者会議等でも周知を行ったところであり、今後事業成果の横展開に努める。

意見5	ご当地グルメイベント開催費補助金	効果測定について	「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。	食を活用した事業で、県内外からの来場を目的としたイベントについては、来場者アンケートを実施し、事業目的に照らした分析に取り組む。
意見6	おもてなし支援事業	効果測定について	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。	当該事業は平成29年度をもって、終了したが、県が令和元年度実施する観光人材育成セミナー等において、より事業目的に即したアンケートの実施など、効果測定の方法を工夫することとしている。
意見7	宿泊交流人口拡大事業	効果測定について	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。	当該事業は平成29年度で終了したが、後継となる「日本海美食旅モデル事業補助金」では、事業者が誘客目標人数など事業目的に照らした指標を設けることとし、明確に効果測定を行うこととした。また、満足度に関するアンケートも実施し、事業者による改善に役立てるとともに、県としても「大変満足」に焦点を当てながら、事業の評価を行うこととした。 あわせて、より多くの利用を促すため、関係団体とも連携しながら広報誌を活用するなど、機会を捉えた情報提供に努める。
意見8	着地型観光支援事業	事業選定基準について	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。	令和元年度の補助申請に当たっては事業者が誘客目標人数など事業目的に照らした指標を設けることとした。

意見9	着地型観光支援事業	予算と決算の乖離について	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。	より多くの事業者の利用を促すため、機会を捉え、事業の紹介、情報提供に努めている。
意見10	着地型観光支援事業	効果測定について	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。	KPIに関して、申請時には実施年度や最終年度の目標値や設定根拠を定めるとともに、実績報告時には実績値や評価を記載するよう補助金交付要綱を改正し、モニタリングすることとした。
意見11	観光基盤整備事業補助金	予算と決算の乖離について	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、本事業に関する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。	市町村等のニーズや事業計画を踏まえ、適切な予算額の計上に努める。
意見12	観光基盤整備事業補助金	効果測定について	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。	観光誘客の拡大には、施設整備に加え、地域が実施するイベント開催やガイド育成などのソフト事業等との連携が必要であることから、基本的には市町村が主体的にモニタリングを行うべきと考えるが、県としても、毎年度実施している観光入込客統計で状況を把握するなど、必要な確認や助言等を行っていく。

意見13	観光施設改善資金貸付金	事業の有効性について	<p>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。</p>	<p>旅館ホテル関係者から、利用が無い要因として事業の周知不足が指摘されたため、新潟県旅館ホテル組合の各種会議等で周知を強化することとした。その上で、利用実績が無い場合は、改めて制度内容の見直しを行う。</p>
意見14	少雪対策設備整備資金貸付金	事業の有効性について	<p>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。</p>	<p>スキー場関係者からの意見やニーズをもとに、令和2年度の制度設計において貸付下限額の変更や貸付対象内容など、より利用しやすくなるよう制度の見直しを行う。</p>
意見15	新潟ふるさと村管理運営事業（アピール館）	指定管理料の設定について	<p>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考えます。</p> <p>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考えます。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。</p>	<p>次回指定管理者選定（令和4年）までに、目標値を上回った場合に相応の負担が生じているか検証を踏まえた上で、目標値の設定方法やインセンティブの可否を検討する。</p>
意見16	新潟ふるさと村管理運営事業（アピール館）	新潟ふるさと村関係者との連携について	<p>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。</p>	<p>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会議を令和元年度開催したところであり、今年度以降も実施することを確認した。</p>

意見17	新潟ふるさと村管理運営事業（アピール館）	『時の旅人館』の有効活用について	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。	施設の有効活用に向け、所管する新潟市及び新潟観光コンベンション協会と今後の利用について協議している。
意見18	新潟ふるさと村管理運営事業（アピール館）	長期修繕計画について	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。	平成27年から7年間の計画を策定し、計画的な修繕を行っているが、今後10年で修繕が必要となる箇所の再確認を実施するなど、中長期的な視点での検討を開始した。 今後も、修繕等の必要性や緊急性を踏まえながら計画的な修繕に努めることとする。
意見19	新潟ふるさと村宣伝事業	新潟県の費用負担額の取り決めについて	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考え。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。	新潟ふるさと村宣伝事業に関する「誘客促進につながるような取り決め」については、ご意見を踏まえ、令和2年度に向けて要否も含め、仕組みを検討する。 また、駐車場や交通網の整備については、物理的な制約や費用対効果を踏まえながら、その必要性を含め検討していく。
意見20	新潟ふるさと村宣伝事業	効果測定について	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考え。	3か国語（英語、中国語（簡体・繁体）、韓国語）でアンケートを作成し、添乗員等へのアンケートを実施するとともに、誘客活動への反映を目指すこととした。

意見21	新潟ふるさと村宣伝事業	情報発信ツールについて	<p>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。</p>	<p>当施設は高齢者の来館も多いことから、テレビ・ラジオ等、既存PR媒体による宣伝は一定の効果があると考ええる。</p> <p>SNSについては、年々フォロワー数も増加しており、令和元年6月にはInstagramの運用も開始した。引き続きターゲット層や費用対効果の観点を踏まえながら、様々な発信方法を検討していく。</p>
意見22	新潟ふるさと村経営改善資金貸付金（バザール館）	貸付金の目的について	<p>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。</p>	<p>現在の融資方法は、経営状況を踏まえ安定的な経営基盤を築く上で適切と考えるが、今後、貸付金を更に圧縮できるよう、㈱新潟ふるさと村が進める収益向上の取組を県としても支援していく。</p>
意見23	新潟ふるさと村経営改善資金貸付金（バザール館）	中長期的な事業計画について	<p>㈱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。</p>	<p>㈱新潟ふるさと村では、バザール館の大規模改修等を踏まえ、今後の資金計画を含めた中長期的な事業計画を策定することとしており、県としても必要な助言を行う。</p>

意見24	交通事業者との連携による誘客促進事業	効果測定について	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>実施する事業ごとに適した効果測定を検討していくこととしており、令和元年度実施予定の広告媒体の活用については、活用する広告媒体で実現できる最大リーチ数、エージェント現地研修については、前年度以上の商品造成件数/予算、モニターツアーについては前年度以上の参加人数/予算を指標とする。</p>
意見25	首都圏観光誘客強化事業	送客増加に向けた取組について	<p>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。</p> <p>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、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。</p>	<p>引き続き、ネスパス利用者に対する東京観光センターへの誘導、利用促進に取り組んでいく。</p>
意見26	大阪観光センター機能強化費	効果測定について	<p>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。</p>	<p>観光センターでの旅行会社への訪問回数や商談会の開催数等を活動指標として設定した。</p>
意見27	大阪観光センター機能強化費	事業成果の活用について	<p>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。</p>	<p>アンケート結果は、各地域の宿泊施設やコンテンツへの評価が中心であるため、地域の観光関係者との情報共有を進める。</p>

指摘1	コンベンション誘致推進事業	書類の不備について	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>今後は、こうした事案が生じないように、書面の相互チェックを徹底し、適正化を図る。</p>
意見28	コンベンション誘致推進事業	国際会議開催件数増加に向けた取組について	<p>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。</p>	<p>国際会議の主催者や参加者に訴えるユニークベニューや体験プログラムの掘り起こし及びその発信に取り組む。</p>
意見29	ウェルカムにいがた観光戦略事業	目標値の設定について	<p>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。</p>	<p>令和2年度の「新潟県観光立県推進行動計画」の見直し作業に向けて、より具体的な目標設定について検討する。</p>
意見30	ウェルカムにいがた観光戦略事業	訪日プロモーションの促進について	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>従来型の団体旅行を扱う旅行会社に加え、インターネット型の旅行会社及びランドオペレーターへのセールスなど、新たな切り口によるプロモーション活動を展開する。</p>
意見31	ウェルカムにいがた観光戦略事業	外国人観光客の受入体制整備の促進について	<p>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。</p>	<p>引き続き、地域の受入体制整備を継続的に支援するほか、ムスリム対応やキャッシュレス決済に関するセミナー等を開催し、受入環境の改善を促進する。</p>

意見32	外客誘致重点キャンペーン事業	目標値の設定について	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。	県アカウントにおけるSNSでの情報発信について、アクセス件数など具体的な目標設定を定めた。
意見33	外客誘致重点キャンペーン事業	ホームページの活用について	「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。	県ホームページによる情報発信について、モデルコースの掲載など、継続的に利便性の向上を図る。
意見34	広域周遊ルート誘客促進事業	目標値の設定について	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。	これまでの事業実績を踏まえて、プロモーション活動や情報発信など個別の取組に応じた目標設定と効果測定を行う。
意見35	広域周遊ルート誘客促進事業	事業目的と執行の不整合について	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。	意見をいただいた取組については、平成30年度予算においては「外客誘致重点キャンペーン事業」に計上し、事業目的と事業内容との整合を図っている。

意見36	関西圏戦略的情報発信事業	目標値の設定について	<p>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。</p>	<p>現在、関西情報発信拠点のリニューアル移設を準備しており、運営事業者と協議の上、令和元年度内に目標値、事業計画を策定する。</p>
意見37	県産品等認知度向上事業	目標値の設定について	<p>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。</p>	<p>本事業は県酒造組合や新潟大学と連携して取り組むものであり、三者で定期的に意見交換を行っている。本事業の効果測定についても検討を行ったが、新潟清酒のブランド確立について数値化による目標設定は困難であることから、他の手法等による効果的な測定方法の令和元年度内の設定に向け、三者で引き続き協議する。</p>
意見38	県産品等認知度向上事業	事業計画の策定について	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>本事業は県酒造組合や新潟大学と連携して取り組むものであり、三者で定期的に意見交換を行っている。新潟大学が日本酒学センターの今後の取組方針等についてとりまとめを計画していることから、当該方針等を踏まえ、進捗状況等を分析することについて、三者で協議する。</p>
意見39	首都圏等に向けた積極的な情報発信事業	効果測定について	<p>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。</p>	<p>ラジオは広い範囲に安価に情報発信できるメリットがあるものの、情報の到達範囲が聴取者に限定され、また効果測定が難しいという課題があることから、平成30年度からはラジオ事業を廃止し、Web、SNSを中心とする情報発信事業を開始している。</p>

意見40	首都圏等に向けた積極的な情報発信事業	適切な情報発信媒体の選定について	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。	ラジオは広い範囲に安価に情報発信できるメリットがあるものの、情報の到達範囲が聴取者に限定され、また効果測定が難しいという課題があることから、平成30年度からはラジオ事業を廃止し、Web、SNSを中心とする情報発信事業を開始している。
意見41	新潟空港路線利便性向上事業	「新潟空港の路線ネットワーク戦略2017」への期待について	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。	インバウンド利用が好調な台北路線の好事例を分析するため、利用者を対象としたアンケート調査を実施することとした。 県民の出国率を上げるため、パスポート取得費用や海外研修旅行に対する助成を行っているが、特に鍵となる若年層対策について、講演会を実施するなど、関係各機関と連携した。
意見42	国際線利用促進事業	補助金交付要綱の運用について	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。	今年度事業の概要を事業者にお知らせした際、実質的な申請主体の考え方や補助金の性格等について、あらためて説明した。 今後も、補助金交付要綱の適切な運用に努めるとともに、事業者への指導を徹底することとする。
意見43	新潟空港直行ライナー支援事業	費用対効果について	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者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。	利用者増加や運行収支の改善等に向けて、地元自治体や補助事業者と一層の連携を図りながら、インバウンドも視野に入れたPRやインセンティブの付与による上越地域からの利用者拡大に取り組む等して、より効果的な事業となるよう努める。

意見44	国内線利用促進事業	補助金実績報告書の記載について	<p>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。</p>	<p>令和元年度事業の概要を事業者にお知らせした際、客観的な数値を用いて事業効果を分析するよう説明した。</p> <p>引き続き、事業者に周知徹底を図るとともに、事業者が事業効果を適切に把握できるよう、実績報告書の様式を修正する。</p>
意見45	佐渡航路利用拡大支援事業	より効果的な支援の実施について	<p>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。</p>	<p>佐渡航路の平成30年輸送人員は、近年続いていた減少に下げ止まりが見られたものの、引き続き、佐渡市をはじめ関係団体との連携に努めるとともに、必要に応じて施策を見直すなど効果的な利用促進施策について検討していく。</p>