

# 豊橋市行財政改革プラン

平成24年度 公開ヒアリング資料

番 号	2-2
対象項目	観光資源のPRに向けた関係団体との連携強化
担当課	産業部 観光振興課
会 場	第2会場（東86会議室）

豊 橋 市

対象項目：観光資源のPRに向けた関係団体との連携強化（その1）

番 号：2-2

所 管 課：産業部 観光振興課

説明シート

【取組の位置づけ】

基本方針	1 市民等の公益的な地域活動の推進
重点推進項目	③ 地域資源の発掘と積極的なプロモーション活動の推進
取組項目	観光資源の魅力とPRの促進に向けて豊橋観光コンベンション協会等との連携強化
効果目標等	観光イベント、コンベンション参加者数 現状（H21） 103万人 目標（H27） 115万人

【取組の概要】

取組の目的	豊橋観光コンベンション協会等との連携を強化することにより、観光イベント、コンベンション参加者数を増加させる。					
状況 (プラン策定時)	豊橋観光コンベンション協会への職員派遣をはじめ、各種イベントの実施組織への参画や開催支援を行うなど連携を深めながら観光資源の魅力化を図り、誘客増に努めている。					
平成23年度	取組内容 (H23年度計画)	目標	観光イベント、コンベンション参加者数 111万人			
		手法	豊橋観光コンベンション協会へ職員派遣、補助金支出をする中で、相互の特性を生かした観光誘致・PR活動、観光資源の活用等により豊橋の魅力を発信し、誘客に努める。 豊橋まつり、炎の祭典などにおいて多くの関係者との協働により、イベントの魅力増進に努める。			
	活動実績 (どのような活動を行い、結果どうなったか)	活動	特徴的なものとして、H22年度に豊橋観光コンベンション協会が主導して新たなご当地グルメとして開発した「豊橋カレーうどん」の普及活動に対し、引き続き支援を行った。			
		結果	多くのメディアに取り上げられるなど、豊橋の新たな顔として定着してきた。			
	事業実績 (成果を表す指標、実績の推移)	指標1	観光イベント、コンベンション参加者数	指標2		
		実績	H21	103万人	実績	
			H22	108万人		
H23	103万人					
予算・決算額	23 予算額	—	23 決算額	—		
内部評価 (達成度評価)	D	[理由] 東日本大震災やイベント開催時の悪天候等による影響を抑えることができず、全体として参加者数の減少という結果になってしまった。				
		(評価基準) A：計画を越える達成 B：計画達成 C：完了 D：未達成 E：中止・保留				
平成24年度	今後の展開 (H24年度に何をを行い、どのような状態にしたいのか)	豊橋観光コンベンション協会をはじめとした関係団体それぞれの特長を最大限に活かすことのできる形での連携を深めることにより、社会経済状況や自然条件の変化等に対応できる足腰の強い観光事業を展開する。				

※予算・決算額の状態については、必要に応じて記入すること。

対象項目：観光資源のPRに向けた関係団体との連携強化（その2）

番 号：2-2

所 管 課：産業部 観光振興課

説明シート

【取組の位置づけ】

基本方針	1 市民等の公益的な地域活動の推進
重点推進項目	③ 地域資源の発掘と積極的なプロモーション活動の推進
取組項目	首都圏活動や市内でのイベント開催など協働によるプロモーション活動の仕組づくりと推進
効果目標等	市外でのシティプロモーション活動回数 現状（H21） 6回 目標（H27） 15回

【取組の概要】

取組の目的	多くの国民に対する豊橋の認知度やイメージの向上を効率的・効果的に図るため、人口が集中する首都圏において、農産物・特産品等を活用したプロモーション活動を数多く展開する。				
状況 (プラン策定時)	H22 年度に開設した首都圏活動センターを活用しながら効果的なプロモーション適地を選定し、優れた農産物等の販売や観光資源の発信を通じたプロモーションを行うための観光物産展を開催する。				
平成23年度	取組内容 (H23年度計画)	目標	市外でのシティプロモーション活動回数 11回		
		手法	首都圏におけるプロモーション活動を効果的に行うため、豊橋観光コンベンション協会や農協、企業等と協働して、定期的・定点的な観光物産展の開催に努めた。		
	活動実績 (どのような活動を行い、結果どうなったか)	活動	主な活動として、東京都有楽町において2カ月ごとのマルシェ開催を行ったほか、江東区において手筒花火の放揚を行った。		
		結果	優れた農産物を産出するまち、勇壮な花火のあるまちとして、豊橋の名を印象付けることができたと考えている。		
	事業実績 (成果を表す指標、実績の推移)	実績	指標1	市外でのシティプロモーション活動回数	指標2
			H21	6回	実績
H22			10回		
H23	11回				
予算・決算額	23 予算額	(当初) 8,325,000 円	23 決算額	10,371,548 円	
内部評価 (達成度評価)	B	[理由] 開催回数もさることながら、定期的・定点的なプロモーション活動の一步を踏み出すことができた。			
		(評価基準) A：計画を越える達成 B：計画達成 C：完了 D：未達成 E：中止・保留			
平成24年度	今後の展開 (H24年度に何をを行い、どのような状態にしたいのか)	首都圏における定期的・定点的なプロモーション活動の拡充を図るとともに、首都圏以外、あるいは、新たな形態でのプロモーション活動を開拓し、豊橋の認知度・イメージのさらなる向上を図りたい。			

※予算・決算額の状況については、必要に応じて記入すること。(産業プロモーション推進活動費を記載)