

施策資料の見方について

1、資料の種類について

1つの施策につき「施策作成シート」、「施策内容チェックシート」、「指標設定に向けたチェックシート」の計3枚の会議資料があります。

2、「施策作成シート」について

後期基本計画に掲載する予定の内容です。以下のとおり、現計画と対応しています（下表参照）。

現計画	→	施策作成シート
① 施策の目標	→	(1) 目指すべきまちの姿
② 現状と課題	→	(2) 取組方針の1段落目（青字）
③ 主な取組内容の詳細	→	(3) 取組方針の2段落目、主な事業
④ 施策の達成度を測る指標	→	(4) 施策の進捗状況を測る参考指標

※ 「目標」を「目指すべきまちの姿」へ、「取組内容」を「取組方針」へ変更することで、個別の取組の詳細ではなく、取組内容の方向性を示しています。
個別の取組の詳細については、実施計画である未来戦略推進プランで示すものとします。

現計画

① 施策の目標

② 現状と課題

③ 主な取組内容の詳細

④ 施策の達成度を測る指標

施策作成シート

政策 7-2 観光による賑わいの創出

施策 7-2-2 魅力的な観光情報の発信強化

(1) 【目指すべきまちの姿】 SDGsを踏まえた2030年に実現するまちの姿

○豊島区の魅力的な観光情報が国内外に効果的に情報発信され、にぎわいが生まれるまち
○来街者の回遊性が高められ、世界中から多くの人々を惹きつける持続可能なまち。

【取組方針】

魅力的な観光情報の効果的な発信
観光情報の発信については、観光ガイドマップの発行やWEBサイトなど、様々な広報媒体により行っています。4つの公園やHareza池袋、トキワ荘マンガミュージアムなど、豊島区に多くの魅力的な観光資源が揃ったことで、国内外への発信力の強化が求められています。
今後はHP、文化・観光WEBサイト、SNS (Twitter, Instagram, Facebook) など様々な媒体を活用していくと同時に、観光プロモーション推進や国際的イベントの誘致 (MICE)も視野に入れ、発信力を強化します。
【主な事業】 インバウンド冊子作成/海外向け観光PR事業

回遊性の促進
Hareza池袋、4つの公園、魅力的な観光スポットが区民のエンターを増やすためには、民間事業者とも連携し、IKEBUSを使って観光スポットを結ぶ・エコノミーの活性化を図ることで、来街者の回遊性を促進し
【主な事業】 観光イベント支援事業/ナイトライブ観光推進事業

(2) 「目指すべきまちの姿」の実現に向けた取組内容の方向性を示しています。現計画と比較して重要な要素が加わった場合、赤字にしています。

(3) 青字は「現状と課題」を示しています。

(4) 現計画と比較して変更のある部分を赤字にしています。

【施策の達成度を測る参考指標】

指標名	平成26年度 (現状)	平成32年度 (前期目標)	平成37年度 (後期目標)
① 区ホームページ月平均アクセス件数 (観光)	238,000件	349,000件	508,000件
② イベント延べ来場者数	2,214,959人	2,280,000人	2,430,000人

【活動指標】

成果を測る参考指標	現状値 (2021年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
「豊島区を魅力的な観光地として他人に紹介できる」と思う区民の割合[%]	20.0	24.0	29.0

【活動指標】

活動指標	現状値 (2021年)	目標値 (2025年)	参考値 (2030年)
区ホームページ月平均アクセス件数 (観光)【件】	160,000	200,000	300,000

現計画と比較して重要な要素を追加した場合と施策の統合・新設があった場合は、施策名を赤字にしています。文言の変更のみの場合は、青字です。

最大で2つまで設定しています。語尾は「～まち。」で統一しています。現計画と比較して重要な要素が加わった場合、赤字にしています。

取組内容の方向性を端的に表す見出しを設定しています。現計画と比較して重要な要素が加わった場合、赤字にしています。

青字は「現状と課題」を示しています。

「目指すべきまちの姿」の実現に向けた取組内容の方向性を示しています。現計画と比較して重要な要素が加わった場合、赤字にしています。

現計画と比較して変更のある部分を赤字にしています。

3、「施策内容チェックシート」について

施策内容の検討プロセスを記載した資料です。

※本資料は後期基本計画には掲載いたしません。

7-2-2 施策内容チェックシート		
1. 施策名変更		
施策名	新 魅力的な観光情報の発信強化	旧 魅力的な観光情報の発信
【変更理由】 ◇多くの観光資源が豊ったが、それに磨きをかけ、ブランド化し「魅力的」かつ「持続可能な」価値をもつものとして発信を強化していく必要があるため、「強化」を付加した。		
2. 主な取組内容		
新見出し	旧見出し	
<ul style="list-style-type: none"> ●魅力的な観光情報の効果的な発信 <ul style="list-style-type: none"> ◇情報発信の強化と観光プロモーションの推進 ◇新たな情報発信手段の開拓 ◇国際的イベントの誘致 (MICE) ●回遊性の促進 <ul style="list-style-type: none"> ◇回遊性を促進するツアーの造成 ◇ナイトタイム・エコノミーの活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ◇新たな情報発信手段の開拓 ◇多様な観光案内の推進 ◇観光プロモーション 	
3. SDGsを意識した点		
◇目指すべきまちの姿として「世界中から多くの人々を惹きつける持続可能なまち」など、SDGsの視点を盛り込んだ。 ◇取り組み際には、民間事業者とも連携して行っていくことを明記した。		
意識したゴール	意識したターゲット	意識したローカル指標
	8.9 雇用創出、地方の文化振興・産品販売につながる持続可能な観光業を促進 9.1 全ての人が安全で公平なアクセスに恵まれた経済発展と人々の福祉を支えるために持続可能なかつ強靱なインフラを開発 11.3 包摂的かつ持続可能な都市化を促進 11.4 文化遺産及び自然遺産の保護・保存の努力を強化 11.7 人々に安全で包摂的かつ利便性が豊富な緑地や公共スペースへの高質的アクセスを提供	8.9.1 観光消費額
4. サステナブル・リカバリーを意識した点 (after/withコロナに向けた取組、DX (ICT活用) を意識した点)		
◇コロナ禍により新しい生活様式、感染防止対策を踏まえた事業展開が求められている。インバウンド需要が戻るまでは、民間事業者とも連携したマイクロツーリズムの推進により、回遊性向上を図っていく。		
5. 参画と協働を意識した点		
◇回遊性を高めるためには、ツアー作成など、民間事業者とも幅広く連携していく必要がある。 ◇国際的イベントの誘致には、産官学の連携が必須となる。		

現計画の施策名を「旧」の枠に、施策作成シートの施策名を「新」の枠に記載しています。
現計画と比較して重要な要素を追加した場合と施策の統合・新設があった場合は、施策名を赤字にしています。
文言の変更のみの場合は、黒字です。

◇の項目は「旧見出し」欄：現計画の「主な取組内容」を記載しています。
「新見出し」欄：旧見出し欄に対応する今後の主な「取組内容」を記載しています。
●の項目は、施策作成シートの取組方針の見出しを記載しています。これは、主な取組内容 (◇) の包括的な方向性を示したものです。
現計画と比較して重要な要素が加わった場合、赤字にしています。

横断的戦略である「SDGs」、「サステナブル・リカバリー」、「参画と協働」について、各施策で意識したうえで、「目指すべきまちの姿」と「取組方針」を設定しています。

4、「指標設定に向けたチェックシート」について

指標設定の検討プロセスを記載した資料です。

※本資料は後期基本計画には掲載いたしません。

指標設定に向けたチェックシート															
施策名	7-2-2 魅力的な観光情報の発信強化														
部課名	文化商工部 文化観光課														
【目指すべきまちの姿、取組方針と指標の対応関係】															
目指すべきまちの姿	成果を測る参考指標	数値目標では捉えられない/現状数値化できない評価の視点	取組方針(見出し)	活動指標											
豊島区の魅力的な観光情報が国内外に効果的に発信され、にぎわいが生まれるまち。	「区の観光情報を提供するための素材を簡単に手に入れられる」と思う区民の割合【%】	区内来街者数の増加													
副都庁市の「舞台」が十分に活用され、観光客にとっても来街者の回遊性が高められ、世界中から多くの人々を惹きつける持続可能なまち。	「豊島区を魅力ある観光地として他人に紹介できる」と思う区民の割合【%】														
【施策の進捗状況を測る参考指標】															
指標名	区分	指標種別	2018実績値	2019実績値	2020実績値	2021目標値	2022目標値	2023目標値	2024目標値	2025目標値	2026目標値	2027目標値	2028目標値	2029目標値	2030目標値
① 区の観光情報を提供するための素材を簡単に手に入れられる」と思う区民の割合【%】	新規	成果指標	-	-	21.9	23.0	24.0	25.0	26.0	27.0	28.0	29.0	30.0	31.0	32.0
② KEBUSアトカルツアー年間参加者数【人】	新規	活動指標	-	-	283	576	576	768	768	960	960	960	1,152	1,152	1,152
③ 区ホームページ月平均アクセス件数(観光)【件】	継続	活動指標	161,357	69,504	135,159	160,000	170,000	180,000	190,000	200,000	220,000	240,000	260,000	280,000	300,000
④ 「Tokyo Music Evening Yube」年間来場者数【人】	新規	活動指標	-	3,200	4,350	21,500	21,500	21,500	27,500	27,500	27,500	27,500	27,500	27,500	27,500
指標の算出方法															
指標①	区民意識調査の非商工・観光の問合わせ「どちらかというとそう思う」と回答した人の割合。			区民自らが区内の魅力的なコンテンツについて発信する体制の活動量を示す指標のため								区民意識調査報告書			
指標②	KEBUSアトカルツアー年間参加者数			区内の魅力的なコンテンツを回遊して楽しむ体制の活動量を示す指標のため								所管課データ			
指標③	区ホームページ月平均アクセス件数(観光)			区内の観光コンテンツに対する興味・関心を示す指標のため								所管課データ			
指標④	「Tokyo Music Evening Yube」年間来場者数			心地よいクラシック音楽が流れる空間創出の実現を示す指標のため								所管課データ			
【参考】現基本計画の「施策の達成度を測る指標」															
指標名	指標種別	区分	出典	2014実績値	2020実績値	2025目標値	設定理由								
区ホームページ月平均アクセス件数(観光)	活動指標	継続	所管課データ	238,000件	349,000件	506,000件	アクセス件数は、受け手にとって魅力的な情報が掲載、発信されているとともに、豊島区の魅力が認知されていることを示す指標であるため。								
イベント来場者数	活動指標	廃止	所管課データ	2,214,958人	2,280,000人	2,430,000人	イベント来場者数は、効果的な情報発信の成果を示すとともに、豊島区の魅力が認知されていることを示す指標であるため。								

『目指すべきまちの姿に対応した成果を測る参考指標』、『取組方針に対応した活動指標』を設定しています。

「成果を測る参考指標」の他に、現状では数値化できないが、本来は成果として捉えるべき視点を記載しています。

指標の各年の実績値・目標値、算出方法、設定理由、出典を記載しています。
これらの情報から総合的に判断して、最も施策の進捗状況を測るのにふさわしい指標2つを基本計画の指標として「施策作成シート」へ記載しています。
それ以外の指標は、経年の行政評価(施策評価)の補助指標として活用する予定です。

現計画の指標について、参考までに記載しています。
後期基本計画でも引き続き活用する場合は「継続」、他の指標に変更する場合は「廃止」としています。