

函館市活性化総合戦略評価対象事業調査（地方創生交付金対象 22事業）

【内部評価の区分】
 A…非常に効果的であった
 B…相当程度効果があった
 C…効果があった
 D…効果がなかった

【外部評価の区分】
 ・K P I 達成に有効であった
 ・K P I 達成に有効とはいえない

H28.10.3 企画部新計画策定担当調製

No.	活性化総合戦略における基本目標および施策	事業名	事業の概要	H27実績額(単位:円)		本事業における重要業績評価指標(KPI)					内部評価		外部評価		今後の方向性		所管部局		
				総額	交付金充当額	指標		指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	今後の方針の理由			
1		函館市総合戦略策定事業	喫緊の課題である人口減少対策に取り組むため「函館市人口ビジョン」および今後5年間の基本目標や施策の基本的方向性、具体的施策を示す「函館市活性化総合戦略」を策定した。 [主な内容] ・市民等アンケートの実施 ・社会経済指標等による基礎調査 など	9,999,999	9,999,999	指標①						H27.10 戦略策定	B			予定通り事業終了	総合戦略が完成したため。	企画部	
						指標②													
						指標③													
						指標④													
						指標⑤													
2	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 国内プロモーション活動の強化	国内観光客誘致強化 宣伝広告事業	北海道新幹線開業に向けたキャンペーンや、航空路線の函館～名古屋便の利用促進など、国内観光客を誘致するための様々なキャンペーン等を実施した。 [主な内容] ・函館キャンペーン ・函館～名古屋線利用促進プロモーション ・ふるさとまつり東京2016への出展 など	76,994,768	76,849,688	指標①	函館キャンペーンでのプロモーションブース出展件数	10	件	H28.3	8	C			事業内容の見直し(改善)	より効果的な事業になるよう見直しを図るため。	観光部		
						指標②	名古屋でのプロモーション回数	2	回	H28.3	2								
						指標③	トク旅北海道実施期間	9	ヶ月	H28.3	9								
						指標④	ふるさと祭り東京2016でのプロモーション実施日数	10	日間	H28.3	10								
						指標⑤	ふるさと祭り東京2016来場者数	42	万人	H28.3	43								
3	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 国内プロモーション活動の強化	観光客誘致宣伝事業	函館観光PRのための各種キャンペーンやポータルサイト「はこぶら」の運営等を実施した。また、コンベンションを誘致するため、企画・運営する専門業者(PCO)の招へい事業等を実施した。 [主な内容] ・東北地区観光キャンペーン ・教育旅行誘致事業 ・PCO招へい事業 など	24,711,982	20,159,437	指標①	観光キャンペーン実施回数	4	回	H28.3	16	B			事業の継続	指標①②一定程度継続実施したものは、事業効果を勘案し内容の見直しを図る。指標③⑦当市を訪れるきっかけづくりとなるため。指標④⑤⑥MICEの更なる誘致に向けて、積極的に取り組んでいくため。	観光部		
						指標②	教育旅行誘致活動実施回数	2	回	H28.3	1								
						指標③	ミスはこだて活動日数	150	日	H28.3	260								
						指標④	コンベンション誘致活動回数	60	回	H28.3	50								
						指標⑤	PCO招へい数	5	社	H28.3	7								
						指標⑥	インセンティブツアー開催歓迎事業の実施	4	件	H28.3	2								
						指標⑦	函館市公式観光情報サイト閲覧件数	900	万PV	H28.3	1,257								
4	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 海外プロモーション活動の強化	海外観光プロモーション 実施事業	本市から直行便のある台湾や中国など、海外からの観光客を誘致するために様々なプロモーション等を実施した。 [主な事業] ・中国プロモーション ・台湾プロモーション ・タイプロモーション など	6,926,906	6,831,562	指標①	プロモーション実施件数	9	件	H28.3	8	C			事業の継続	継続的なプロモーションを実施し、更なる外国人観光客の誘致を図るため。	観光部		
						指標②	招請事業実施件数	2	件	H28.3	2								
						指標③													
						指標④													
						指標⑤													

函館市活性化総合戦略評価対象事業調査（地方創生交付金対象 22事業）

【内部評価の区分】
 A…非常に効果的であった
 B…相当程度効果があった
 C…効果があった
 D…効果がなかった

【外部評価の区分】
 ・K P I 達成に有効であった
 ・K P I 達成に有効とはいえない

H28.10.3 企画部新計画策定担当調製

No.	活性化総合戦略における基本目標および施策	事業名	事業の概要	H27実績額(単位:円)		本事業における重要業績評価指標(KPI)				内部評価		外部評価		今後の方向性		所管部局
				総額	交付金充当額	指標	指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	今後の方針の理由	
5	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 地場産業の活性化	農林水産物販路開拓等推進事業	市内農林水産物の消費が減少していることから、高付加価値化および販路の拡大・確保を図るため、函館産農水産物のプロモーション活動やイメージポスターの作成を行った。 【主な内容】 ・プロモーション活動 ・イメージポスターの作成	1,144,354	1,144,354	指標① 首都圏企業等へのプロモーション活動	2	回	H28.3	5	B			事業の継続	地域ならではのクオリティーの高い農林水産物の販路開拓による他産地との差別化(ブランド化)を図るため。	農林水産部
指標② 消費拡大のためのレシピカードの作成、配布	45,000	部	H28.3	0												
指標③ 消費拡大のためのイメージポスター作成、配布(農産物)	1,000	枚	H28.3	2,000												
指標④ 消費拡大のためのイメージポスター作成、配布(水産物)	1,000	枚	H28.3	2,000												
指標⑤																
6	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 地場産業の活性化	アンテナショップ運営事業	(株)ローソンと連携し、首都圏のローソン店舗内に「函館市アンテナショップ」を設置し、地元特産品の販売や観光情報の発信を行った。 【主な内容】 ・運営業務委託料 ・関係イベント参加経費	2,542,096	2,542,096	指標① 年間販売アイテム数	160	種類	H28.3	230	B		事業の継続	新商品テスト販売、首都圏における消費者ニーズの把握により、特産品の磨き上げを図るため。	経済部	
指標②																
指標③																
指標④																
指標⑤																
7	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 地場産業の活性化	函館スイーツ販路拡大推進事業	函館スイーツを全国に発信し、認知度向上および消費拡大を図るためのイベント等を実施した。 【主な内容】 ・函館スイーツ推進協議会への負担金	1,103,100	1,103,100	指標① はこだてスイーツフェスタへの出展	20	社	H28.3	22	C		事業の継続	「函館スイーツ」を全国に発信し、認知度向上や消費拡大により、ブランドの確立を図るため。	経済部	
指標② 首都圏等でのイベント出店	3	社	H28.3	3												
指標③																
指標④																
指標⑤																
8	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 地場産業の活性化	元気いっぱい商店街等支援事業	市民に日常生活を支える地域の商店街等の魅力を再認識してもらい、その活性化を推進するため、商店街団体等が実施するにぎわいの創出に資する事業へ補助金を交付した。 【主な内容】 ・商店街団体等への補助金	34,816,000	33,000,000	指標① 各団体のイベント等の開催による集客数総合計	10	万人	H28.3	5	C		事業の継続	事業の実施が、商店街のにぎわい創出や、各商店街の魅力の再発見とその活性化につながるため。	経済部	
指標②																
指標③																
指標④																
指標⑤																

函館市活性化総合戦略評価対象事業調書（地方創生交付金対象 22事業）

【内部評価の区分】
 A…非常に効果的であった
 B…相当程度効果があった
 C…効果があった
 D…効果がなかった

【外部評価の区分】
 ・K P I 達成に有効であった
 ・K P I 達成に有効とはいえない

H28.10.3 企画部新計画策定担当調製

No.	活性化総合戦略における基本目標および施策	事業名	事業の概要	H27実績額(単位:円)		本事業における重要業績評価指標(KPI)				内部評価		外部評価		今後の方向性		所管部局
				総額	交付金充当額	指標		指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	
9	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 地場産業の活性化	食品産業販路拡大等支援事業	食品の販路拡大を図るため、「インフォメーションバザールin Tokyo」への出展について、公業により選定した市内食品加工企業5社のブース借上料を支援した。 【主な内容】 ・出展支援経費	872,766	872,766	指標①	商談件数	100	件	H27.9	297	B		事業の継続	本市においては人口減少によるマーケットの縮小が著しく、積極的な市外への販路拡大の重要性が増しているため。	経済部
10	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 地場産業の活性化	国内販路拡大促進事業	地域企業の商品等の販路拡大を促進するため、道内外で開催される「函館フェア」において、販売促進イベントの開催および協賛を行った。 【主な内容】 ・ダイエーフェア ・マックスバリュフェア など	2,814,527	2,814,527	指標①	出店企業数	20	社	H28.3	40	B		事業の継続	本市においては人口減少によるマーケットの縮小が著しく、積極的な市外への販路拡大の重要性が増しているため。	経済部
11	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 地場産業の活性化	海外販路拡大促進事業	地域企業の海外への販路拡大を促進するため、専門機関をはじめ、北海道や北海道開発局などの官公庁などを活用し、海外のバイヤーへの商談会を開催する企業を支援したほか、海外百貨店が実施する販促活動に協力した。 【主な内容】 ・食品輸出商談会 ・ジェトロ(日本貿易振興機構)主催事業の共催 など	1,189,386	1,062,856	指標①	新規の海外との取り引き開始企業	5	社	H28.3	4	C		事業の継続	本市においては人口減少によるマーケットの縮小が著しく、積極的な海外への販路拡大の重要性が増しているため。	経済部
12	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 新産業の創出	水産海洋GIS活用事業	近年、海洋環境の変化等により養殖コンブの芽落ちや脱落などの被害が発生しているため、漁業生産現場における適切な生産管理や、研究機関が技術改良等に活用可能な海洋基礎データとして利用可能な多層水温、塩分濃度、潮流の水産海洋基礎データ観測網を整備した。 【主な内容】 ・ユビキタスPIの設置 ・水産海洋に関する基礎データの収集 など	7,698,688	7,698,688	指標①	ユビキタスPIの設置、運用	2	基	H28.3	2	C		事業の継続	マリンITを活用した水産業の振興を図るため。	農林水産部

函館市活性化総合戦略評価対象事業調査（地方創生交付金対象 22事業）

【内部評価の区分】
 A…非常に効果的であった
 B…相当程度効果があった
 C…効果があった
 D…効果がなかった

【外部評価の区分】
 ・K P I 達成に有効であった
 ・K P I 達成に有効とはいえない

H28.10.3 企画部新計画策定担当調製

No.	活性化総合戦略における基本目標および施策	事業名	事業の概要	H27実績額(単位:円)		本事業における重要業績評価指標(KPI)					内部評価		外部評価		今後の方向性		所管部局	
				総額	交付金充当額	指標	指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	今後の方針の理由			
13	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 起業化支援	創業支援事業	公益財団法人函館地域産業振興財団と協働で、函館地域の起業等の相談窓口や創業支援セミナーなどの創業支援事業を共催したほか、開業資金の援助を行った。 【主な内容】 ・創業支援事業負担金 ・創業バックアップ助成金	9,000,000	9,000,000	指標①	ビジネスプラン作成スクール受講者	30	名	H28.3	18	C			事業内容の見直し(改善)	周知方法を見直すほか、スクール等の内容が受講者のニーズに合ったものなのかアンケート調査を行い、事業の改善を図っていく。	経済部	
指標②	実践創業塾受講者	15	名	H28.3	7													
指標③																		
指標④																		
指標⑤																		
14	【基本目標】 1 経済を元気にする 【具体的な施策】 企業誘致	企業誘致促進事業	産学官金が連携し、地域の産業・技術・素材等と首都圏等の企業ニーズを結びつけ、地域産業の活性化や企業誘致の実現を図るため、ビジネス意見交換会や視察研修受入事業等を実施した。 【主な内容】 ・ビジネス意見交換会 ・視察研修会受入事業 など	1,416,915	1,343,395	指標①	ビジネス意見交換会での当市のPR実施	15	社	H28.3	36	B			事業の継続	企業誘致には相応の時間を要することから、事業を継続的に行うことが必要であるため。	経済部	
指標②	函館視察研修受入事業での受入回数	2	回	H28.3	1													
指標③	函館視察研修受入事業での当市のPR実施	30	社	H28.3	18													
指標④	メッセナゴヤ2015出展事業での、来場企業との面談	50	社	H28.3	354													
指標⑤																		
15	【基本目標】 2 子どもたちと若者の未来を拓く 【具体的な施策】 大学の魅力向上	「キャンパス都市函館」の魅力発信事業	少子化の進行に伴い、全国的に大学間競争が激化しているなか、定員割れの影響を最小限に食い止めるため、函館のブランド力を生かし、函館で学び、生活する魅力をインターネットにより全国へ発信し、函館への進学者数の増を目指すため、ホームページのリニューアルを行った。 【主な内容】 ・ホームページリニューアル経費	1,000,000	1,000,000	指標①	それぞれの大学等の収容定員内での充足率増加	10	%	H32.3	評価不能	ホームページのリニューアルが年度末であったため、評価の開始年度は平成28年度からとなる。			予定通り事業終了	単年度事業であり、予定どおり終了した。28年度以降は充足率の推移を確認する。	企画部	
指標②																		
指標③																		
指標④																		
指標⑤																		
16	【基本目標】 3 市民の安全・安心を守る 【具体的な施策】 健康増進・生きがいづくりの推進	(仮称)函館マラソン大会準備事業	北海道新幹線開業記念として、市民の健康増進と地域経済の活性化を図るため、平成28年度に初のフルマラソン大会を開催した。 【主な内容】 ・フルマラソンコース管理用GISシステム導入業務 ・フルマラソンコース警備計画策定業務 など	5,112,300	5,112,300	指標①	新コース策定および公認検定			H28.3	検定終了済	B				予定通り事業終了	当該事業により、2016函館マラソンのコース策定、日本陸連の公認検定、警備計画策定が終了したため。なお、その成果は、今後の大会開催に活用する。	教育委員会生涯学習部
指標②	新コース警備計画策定			H28.3	計画策定済													
指標③																		
指標④																		
指標⑤																		

函館市活性化総合戦略評価対象事業調書（地方創生交付金対象 22事業）

【内部評価の区分】

- A…非常に効果的であった
- B…相当程度効果があった
- C…効果があった
- D…効果がなかった

【外部評価の区分】

- ・K P I 達成に有効であった
- ・K P I 達成に有効とはいえない

H28.10.3 企画部新計画策定担当調製

No.	活性化総合戦略における基本目標および施策	事業名	事業の概要	H27実績額(単位:円)		本事業における重要業績評価指標(KPI)					内部評価		外部評価		今後の方向性		所管部局
				総額	交付金充当額	指標		指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	今後の方針の理由	
17	【基本目標】 3 市民の安全・安心を守る 【具体的な施策】 健康増進・生きがいづくりの推進	函館ハーフマラソン大会開催事業	市民の体力増進、健康の維持を促進し、スポーツへの参加意欲の向上を図ることを目的に、平成3年度から開催している。 【主な内容】 ・ハーフマラソン大会開催負担金	22,000,000	22,000,000	指標①	2015函館ハーフマラソン大会エントリー人数	4,000	名	H27.6	4,543	B			追加等更に発展させる	函館ハーフマラソン大会へのニーズが高いことが確認され、2016大会では、フルマラソンとの同時開催として規模を拡大して開催することとなった。	教育委員会生涯学習部
指標②																	
指標③																	
指標④																	
指標⑤																	
18	【基本目標】 4 まちの魅力をさらに高める 【施策】 観光ブランド力の強化	地域ブランド形成推進事業	「函館」ブランドのさらなる向上を図るため、従来から実施してきたイベントのほか、本市固有の魅力的な観光資源である歴史、景観・街並み、食にスポットをあてた各種施策を実施した。 【主な内容】 ・はこだてMOMI-Gフェスタ ・航空会社とのタイアップによるブランドPR など	55,103,280	55,095,180	指標①	秋のイベント開催日数(MOMI-Gフェスタ)	23	日	H28.3	23	B			事業内容の見直し(改善)	より効果的に地域ブランドを向上させるため。	観光部
指標②	秋のイベント来場者数(MOMI-Gフェスタ)	37,000	人	H28.3	37,329												
指標③	航空会社での広告宣伝日数	通年		H28.3	通年												
指標④	航空機での函館への旅客数	713,000	人	H28.3	756,848												
指標⑤	函館ロゴマークの民間活用件数	80	件	H28.3	48												
指標⑥	イルミネーション実施期間(12～3月)	4	ヶ月	H28.3	3.5												
19	【基本目標】 4 まちの魅力をさらに高める 【具体的な施策】 観光客受入体制の整備	新幹線開業おもてなし事業	北海道新幹線開業日に函館で行われる記念行事など、来函者の思い出に残る事業を、観光ボランティアや記念撮影等を行うため箱館戦争時の衣装をした「幕末衣装隊」を活用するなどして実施した。 【主な内容】 ・おもてなし隊設置 ・フラッグ掲出経費 など	7,123,429	7,100,420	指標①	おもてなし隊活動日数	11	日	H28.3	6	B			予定通り事業終了	新幹線開業時の事業であるため。	観光部
指標②	フラッグ掲出数	222	枚	H28.3	344												
指標③																	
指標④																	
指標⑤																	
20	【基本目標】 4 まちの魅力をさらに高める 【具体的な施策】 観光客受入体制の整備	海外観光プロモーションおよびWi-Fi環境拡大促進事業	外国人観光客誘致のため、トッププロモーションを実施したほか、近年の外国人観光客数の急増加に対応するため、Wi-Fi環境を整備し、利便性を向上することで、誘致・受入のさらなる強化を図った。 【主な内容】 ・トッププロモーションの実施(中国、台湾、タイ) ・Wi-Fi環境整備(西部地区、ベイエリア)	14,782,981	8,000,000	指標①	プロモーション実施回数	3	回	H28.3	3	C			事業の継続	今後更なる外国人観光客の誘致に向けて、継続的なプロモーションを実施していくとともに、外国人観光客の受入環境整備も実施するため。	観光部
指標②	主要観光エリアでのWi-Fi環境の整備	4	エリア	H29.3	1												
指標③																	
指標④																	
指標⑤																	

函館市活性化総合戦略評価対象事業調査（地方創生交付金対象 22事業）

【内部評価の区分】
 A…非常に効果的であった
 B…相当程度効果があった
 C…効果があった
 D…効果がなかった

【外部評価の区分】
 ・K P I 達成に有効であった
 ・K P I 達成に有効とはいえない

H28.10.3 企画部新計画策定担当調製

No.	活性化総合戦略における 基本目標および施策	事業名	事業の概要	H27実績額(単位:円)		本事業における重要業績評価指標(KPI)				内部評価		外部評価		今後の方向性		所管部局		
				総額	交付金充当額	指標	指標値	単位	目標年月	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	今後の方針の理由			
21	【基本目標】 4 まちの魅力をさらに高める 【具体的な施策】 移住者・定住者の誘致	移住者・定住者誘致事業	近年の首都圏からの移住希望者の増加傾向を踏まえ、新たに東京(有楽町駅前)のふるさと回帰支援センターにおいて本市の情報を発信し、移住者・定住者の誘致を図った。 ※H27相談件数200件 [主な内容] ・ふるさと回帰支援センターブース設置 ・「函館暮らしガイド」の増刷	1,044,528	1,000,000	指標①	移住件数(累計)	90	組以上	H32.3	2	C			事業の継続	東京都の「ふるさと回帰支援センター」に展示パネルブースを設置するとともに、当該センターの相談員を活用することにより首都圏での移住検討者の相談件数が新たに増えたため、引き続き首都圏での情報提供に努める。	企画部	
						指標②												
						指標③												
						指標④												
						指標⑤												
22	【基本目標】 5 広域連携を強化する 【具体的な施策】 広域連携の強化	青森県・函館デスティネーションキャンペーン実施事業	北海道新幹線開業後に全国のJRグループ6社の協力のもとに実施するデスティネーションキャンペーンに先立ち、平成27年度は開業前のプレデスティネーションキャンペーン事業(プレDC)を実施した。 [主な内容] ・青森県・函館デスティネーションキャンペーン事業	1,592,320	1,592,320	指標①	プレDC実施期間	3	ヶ月	H28.3	3	B			事業の継続	平成28年3月26日の新幹線開業に向けたプレキャンペーンであり、平成28年度に本格実施するため。	観光部	
						指標②	販売促進会議旅行エージェント等参加者数	800	名	H28.3								1,042
						指標③												
						指標④												
						指標⑤												

計 288,990,325 275,322,688