

事業名 CD	0107010302	観光宣伝事業
細分化した事業名	0	
事業担当課室 CD	300400	商工観光課
		整理コード*

〈事務事業の位置づけ〉

第5次長期総合計画での目的体系	大項目	魅力あふれるまちづくり
	中項目	訪れる人に感動を与える観光業の振興
	小項目	魅力ある観光施策の充実
関連する個別計画等	0	根拠条例等 0
関連する事業	0	

〈事務事業の概要〉

事業の目的 (何のためにするのか)	韮崎市の観光地や施設をパンフレット・ポスター等を通して、より多くの方に PR する。
事業の対象 (誰・何を対象にするか)	観光客
これまでの改善経過	茅ヶ岳ハイキングマップ共同印刷。 20年度に新たな「武田の里」の表現手法として、「武田三代物語絵巻」65点を購入。
事業の手段 (どんなやり方(手法)で)	<p>〈実施・運営方法〉 ■市 □委託 □補助金 □その他()</p> <ul style="list-style-type: none"> 茅ヶ岳ハイキングガイド、甘利山ガイド等を作成し、観光客への配布及び県内外の観光案内所等へ掲出。 観光キャンペーンを年3回程度県外にて行なう。 県外に在住する韮崎市に興味のある方をふるさと大使に任命し、口コミで知人・友人に韮崎をPRしてもらい、誘客につなげる。 JR中央本線沿線の駅にポスターを掲示する。 イベント時などに「武田三代物語絵巻」を活用し、武田の里にらさきをPRする。
事業の成果 (どのような状態にしたいのか、どのような効果を得るのか)	観光客の増加。

〈投入費用及び従事職員の推移〉

		19年度	20年度	21年度
A	事業費 (千円)	3,580	6,624	3,524
財源内訳	国庫支出金			1,155
	県支出金			
	市債			
	その他	170	120	170
	一般財源	3,410	6,504	2,199
B	担当職員数(非常勤 職員 E) (人)	0.1	0.10	0.41
C	人件費(平均人件費 × E) (千円)	690	691	2,797
D	総事業費(A+C) (千円)	4,270	7,315	6,321
*参考	H21)市民1人当りの事業コスト	197 円	H21)市民1人当りの行政サービス費用	579,596 円

注 1)担当職員数には、1年間に当該事業に携わった職員数(職員と非常勤嘱託職員を区分)を他事業と按分して記載してあります。
 注 2)平均人件費は各年度決算額(職員給与費)から算出した、19年度(6,901千円)、20年度(6,909千円)、21年度(6,823千円)を使用しています。
 注 3)一般財源とは使途の制限のない財源で、市税(市民税・固定資産税など)、地方交付税(市町村均衡を図るための交付金)などを言います。

〈事業を数字で分析〉 この欄では、事業の目指すべき方向を分りやすく示すため、数値指標を設定し実績数値を記入しています

	指標名	指標の算出方法	実績値		
			19年度	20年度	21年度
活動指標	パンフレット等作成	(千円)	2,063	656	1,129
	観光ボランティア	(人)	4	4	4
	観光キャンペーン数	(回)	3	3	3
成果指標	観光客数	(人) 観光資源別推計値	431,000	422,000	621,500
効率指標	観光客一人当たりの宣伝コスト (算出式数値) 0	総事業費/観光客数(円) (6,321千円/621.5千人) 0	8.69	22.07	10.17

〈事業を自己評価〉

妥当性 (事業の手段・活動は妥当ですか)	<input type="checkbox"/> A 妥当である <input checked="" type="checkbox"/> B ほぼ妥当である <input type="checkbox"/> C 妥当でない 観光客の誘致、荊州市のPRには必要不可欠な事業である。		
成果 (意図した成果が上がっていますか)	<input type="checkbox"/> A 上がっている <input checked="" type="checkbox"/> B ほぼ上がっている <input type="checkbox"/> C 上がっていない 観光客入込数の算定(推計)方法を一部見直した結果、全体数は減少しているが一定の入込客は確保できており、ある程度の成果が得られている。		
効率性 (コストを見て効率的ですか)	<input type="checkbox"/> A 効率的である <input checked="" type="checkbox"/> B ほぼ効率的である <input type="checkbox"/> C 効率的でない 全体的には低コストである。		
総合評価	<input type="checkbox"/> A 期待以上に達成 <input checked="" type="checkbox"/> B 期待どおりに達成 <input type="checkbox"/> C 期待以下の達成		
今後の事業展開	<input type="checkbox"/> 重点化(コストを集中的に投入する) <input type="checkbox"/> 手段の改善(実施主体や実施の手段を代える) <input type="checkbox"/> 効率化(結果単位あたりのコストを下げる) <input type="checkbox"/> 簡素化(事業の規模や内容を縮小する) <input type="checkbox"/> 統廃合(他の事業と統合する、または廃止する) <input checked="" type="checkbox"/> 現行どおり		
改善・改革案	改善・改革の概要・方向性(いつまでに、どういう形で具体化するのか) (1) 中長期的 各種パンフレット及び観光ポスターの全面改訂	(2) 23年度 パンフレットの随時改訂	(3) 22年度 観光ポスターの随時改訂 イメージキャラクター「ニーラ」の活用 「ニーラ」の動画の制作、インターネットへの配信
	21年度の改善計画	JR 荊崎駅に観光看板設置	
	21年度の改善結果	JR 荊崎駅舎に観光看板を設置し、鉄道利用者に荊崎市をPRした。	
市民(地域)や民間、他官庁との役割分担(市民との協働の視点などから考えられること)			近隣市と協力してのパンフレット作成
課長所見	市の観光に役立つ魅力あるパンフレットや、ノベルティグッズなどを作成して荊崎市を県内外にアピールした。		