

事業名 CD	0107010303	観光振興事業
細分化した事業名		韮崎市観光協会
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	韮崎市観光協会補助	

〈事務事業の概要〉

事業の目的 (何のためにするのか)	韮崎市の観光をPRするための中心的な役割を担う団体として、官民(会員)一体となった事業を展開する。
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	観光協会主催の新規事業の立ち上げやオリジナルグッズの製作。 総合パンフレットの全面改訂。
事業の手段 (どんなやり方(手法)で)	〈実施・運営方法〉 <input type="checkbox"/> 市 <input type="checkbox"/> 委託 <input checked="" type="checkbox"/> 補助金 <input checked="" type="checkbox"/> その他() ・観光パンフレットにて、個々の店をPR。 ・「駅からハイク」(JR東日本と提携し駅からハイキングで名所を廻るツアー)にて首都圏からの来訪者にPR・お祭りに参加してもらう。 ・ホームページにて韮崎観光PR。 ・各種イベントの実施。
事業の成果 (どのような状態にしたのか、どのような効果を得るのか)	観光客の増加・観光に携わる人の所得増加。

〈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)	5,928	5,572	9,637
財源内訳	国庫支出金			
	県支出金			
	市債			
	その他	1,486	1,272	3,586
	一般財源	4,442	4,300	6,051
B	担当職員数(非常勤 職員E) (人)	0.9	0.93	0.71
C	人件費(平均人件費×E) (千円)	6,418	6,425	4,844
D	総事業費(A+C) (千円)	12,346	11,997	14,481
*参考	H21)市民1人当りの事業コスト	452 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)一般財源とは用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	イベント経費		3,205	3,406	3,852
	宣伝費		993	991	4,079
	レンタサイクル貸出数	(件)	0	21	21
成果指標	観光客数	(人)	491,000	422,000	621,500
	アユ釣り大会参加者数	(人)			45
	アユのつかみ取り大会参加者数	(人)			107
	観光客伸び率	21年度観光客数/20年度観光客数	1.87	0.86	1.47
効率指標	観光客一人当たりコスト (算出式数値)	総事業費/観光客数(円) 14,481千円/621.5千人	25.14	28.43	23.3

〈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 韮崎市のPRのため、イベントや宣伝は必要である。		
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 総合パンフレットに高評価を貰い3万部完配し、観光客数の増加に寄与した。 新規イベントのアユ釣り大会は、前日の雨で河川が濁り参加者が少なくなったが、アユのつかみ取り大会は好評だった。		
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 単位コストの低減。		
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 会員の拡大と事業の充実を図る。	(2) 23年度 観光協会組織・事業の充実を図る。	(3) 22年度 総合パンフレットの随時改訂。 観光キャンペーンの充実や観光客の増加を図る。
	21年度の改善計画 総合パンフレットの全面改訂。 釣り関係の新規イベントの実施。		
21年度の改善結果 総合パンフレットの全面改訂をした。 アユ釣り・アユのつかみ取り大会を実施した。			
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) 観光協会会員との協働により、観光PRの充実を図る。			
課長所見	各種観光事業を開催し、特にわに塚のさくらがライトアップなどの効果で集客数が増え、また、茅ヶ岳の登山客数が増加し、地域の活性化に貢献できた。		