

事業名 CD	0107010302	観光宣伝事業	
細分化した事業名			
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6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		根拠条例等
関連する事業		

〈事務事業の概要〉

事業の目的 (何のためにするのか)	<p>■ 事業の目的</p> <p>■ 事業の目的</p> <p>■ 事業の目的</p>
事業の対象 (誰・何を対象にするか)	<p>■ 事業の対象</p> <p>■ 事業の対象</p> <p>■ 事業の対象</p>
これまでの改善経過	<p>■ 改善経過</p> <p>■ 改善経過</p> <p>■ 改善経過</p>
事業の手段 (どんなやり方(手法)で)	<p>■ 事業の手段</p> <p>■ 事業の手段</p> <p>■ 事業の手段</p>
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)	<p>■ 事業の成果</p> <p>■ 事業の成果</p> <p>■ 事業の成果</p>

〈投入費用及び従事職員の推移〉

		20年度	21年度	22年度
A	事業費 (千円)	6,624	3,524	7,769
財源内訳	国庫支出金		1,155	
	県支出金			
	市債			
	その他	120	170	170
	一般財源	6,504	2,199	7,599
B	担当職員数(非常勤   職員 E) (人)	0.10	0.41	0.75
C	人件費(平均人件費 × E) (千円)	691	2,797	8,958
D	総事業費(A+C) (千円)	7,315	6,321	16,727
* 参考	H22)市民1人当りの事業コスト	400 円	H22)市民1人当りの行政サービス費用	599,027 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、20年度(6,909千円)、21年度(6,823千円)、22年度(6,719千円)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		
			20 年度	21 年度	22 年度
活動指標	パンフレット等作成	(千円)	656	1,129	1,281
	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	422,000	621,500	602,100
	ユーチューブアクセス件数				8,566
効率指標	観光客一人当たりの宣伝コスト (算出式数値)	総事業費/観光客数 (円) (16,727 千円/602.1 千人)	22.07	10.17	27.78

〈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、韮崎市の 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 checked="" type="checkbox"/> A 効率的である <input type="checkbox"/> B ほぼ効率的である <input type="checkbox"/> C 効率的でない 今回、「二ーラ」のノベルティグッズの作成や PR 用動画映像の作成を行ったためコスト面では費用がかかっているが、ネットによる動画配信により PR 効果は上がっている。		
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 checked="" 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 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) 24 年度 観光機構を紀塾をとした観光旅行(ハイキング等)を企画実施すると共にパンフレットや HP により観光 PR を積極的に展開する。	(3) 23 年度 パンフレットの随時改訂 自立式パネル板の作成
	22 年度の改善計画 パンフレットの随時改訂		
22 年度の改善結果 「二ーラ」のノベルティグッズや観光 PR 動画の作成により、PR の効果は上がっている。			
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	二ーラを使った観光用動画 8 作品を U チューブに配信し、ノベルティグッズの製作や観光キャンペーン実施などにより韮崎を県内外にアピールした。		