

|                 |        |      |       |
|-----------------|--------|------|-------|
| 行政評価シート（事務事業評価） |        | 評価年度 | 26年度  |
| 事業名             | 観光宣伝事業 | 担当課  | 商工観光課 |
| 細分化した事業名        |        |      |       |

### 1 計画(PLAN):事務事業の計画的位置づけ

|                 |      |                   |
|-----------------|------|-------------------|
| 第6次長期総合計画での目的体系 | 基本方向 | 魅力あふれるまちづくり       |
|                 | 政策   | 訪れる人に感動を与える観光業の振興 |
|                 | 施策   | 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             |

### 2 計画(PLAN):事務事業の概要

|       |  |
|-------|--|
| 事業の目的 | 県内外に「葦崎市」をPRし、観光客の増加を図る。   |
| 事業の手段 | 観光資源を広くPRするため、ガイドブックやポスターを制作する。<br>イベント、観光スポットをPRするため、ノベルティグッズを制作する。<br>キャラクター「ニーラ」を広くPRするため、ゆるキャラサミットに参加する。<br>ニーラにより葦崎市をPRするため、ノベルティグッズを制作する。<br>葦崎市の知名度を上げるため、県外での観光キャンペーンを行う。<br>葦崎市の魅力や情報の積極的な発信、口コミを活用した情報提供など、葦崎を全国にPRするための協力をいただける県外に在住する方を「ふるさと大使」に任命し、誘客につなげる。<br>観光ボランティアガイドを育成し、観光客の受け入れ体制を強化する。 |
| 事業の対象 | 観光客  |

### 3 実施(DO):投入費用及び従事職員の推移(インプット=費用+作業)

|           |   | 23年度  | 24年度  | 25年度  |
|-----------|---|-------|-------|-------|
| A         | 事業費 (千円)  | 3,332 | 3,219 | 2,136 |
| 財源内訳      | 国・県支出金  |       |       |       |
|           | その他(使用料・借入金ほか)  | 150   | 150   | 150   |
|           | 一般財源  | 3,182 | 3,069 | 1,986 |
| B         | 担当職員数(職員E) (人)  | 0.45  | 0.45  | 0.45  |
| C         | 人件費(平均人件費×E) (千円)                                       | 3,068 | 3,009 | 2,920 |
| D         | 総事業費(A+C) (千円)  | 6,400 | 6,228 | 5,056 |
| 主な事業費用の説明 | 観光ポスター・茅ヶ岳ハイキングマップ・甘利山ガイドブックの作成。<br>キャンペーン・ノベルティグッズの作成。 |       |       |       |

注)平均人件費は各年度決算額(職員給与費)から算出した、23年度(6,819千円)、24年度(6,687千円)、25年度(6,491千円)を使用しています。

### 4 実施(DO):事業を数字で分析(アウトプット=事業量)

|               | 指標名         | 指標の算出方法   | 実績値   |       |       |
|---------------|-------------|---|-------|-------|-------|
|               |             |   | 23年度  | 24年度  | 25年度  |
| 活動指標          | 1 ポスター等作成   | (千円)  | 1,248 | 2,038 | 1,956 |
|               | 2 観光キャンペーン数 | (回)   | 4     | 5     | 5     |
|               | 3           |   |       |       |       |
| 妥当性           |             | <input checked="" type="checkbox"/> A 妥当である <input type="checkbox"/> B ほぼ妥当である <input type="checkbox"/> C 妥当でない |       |       |       |
| 上記活動指標と妥当性の説明 | 1           | 葦崎市をPRし、観光客を誘致するためには必要である。  |       |       |       |
|               | 2           | 葦崎市をPRし、観光客を誘致するためには必要である。  |       |       |       |
|               | 3           |   |       |       |       |

5 評価(CHECK): 事務事業評価 (アウトカム=成果・効果)

|                             | 指標名 | 指標の算出方法   | 実績値          |         |         |         |
|-----------------------------|-----|---|--------------|---------|---------|---------|
|                             |     |   | 23年度         | 24年度    | 25年度    |         |
| 成果指標<br>もしくは<br>まちづくり<br>指標 | 1   | 観光入込客数  | (人) 観光資源別推計値 | 571,833 | 598,624 | 599,718 |
|                             | 2   | 祭り、観光イベントの来場者数  | (人)          | 92,859  | 98,372  | 95,977  |
|                             | 3   | 観光ボランティアガイドの人数  | (人)          | 4       | 5       | 5       |
| 成果                          |     | <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 |              |         |         |         |
| 上記指標の妥当性と成果の内容説明            | 1   | 前年より増加した。<br>(ゴルフ場利用客、花火大会・ふるさとまつりなどの来場者数の増による。)  |              |         |         |         |
|                             | 2   | 天候などにより来場者数に影響があるが、例年並みである  |              |         |         |         |
|                             | 3   | H24は、前年より1名増加している。  |              |         |         |         |

|          |  |
|----------|--|
| 事務事業総合評価 | <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 |
|----------|--|

6 改善(ACTION): 今後の事務事業の展開

|          |  |
|----------|--|
| 今後の事業展開  | <input type="checkbox"/> 拡大 (コストを集中的に投入する) <input checked="" type="checkbox"/> 一部改善 (事務的な改善を実施する)<br><input type="checkbox"/> 全部改善 (内容・手段・コスト・実施主体等の見直しが必要) <input type="checkbox"/> 縮小 (規模・内容を縮小、又は他の事業と統合する)<br><input type="checkbox"/> 廃止 (廃止の検討が必要) |
| 事務事業の改善案 | 改善の概要・方向性 (いつまでに、どういう形で具体化するのか)  |
|          | 26年度の改善計画 (今後の事業展開説明)<br><br>韮崎市の観光資源を紹介する外国人向けの観光案内パンフレットを作成し、外国人誘客の促進と知名度のアップを図る。<br>「観光協会事業」<br>観光パンフレット (韮崎ムーヴ) の大幅改訂  |
| 過去の改善経過  | 茅ヶ岳ハイキングマップは、北杜市・甲斐市との共同印刷とした。<br>韮崎市のキャラクター「ニーラ」のノベルティグッズや動画配信によるPRを開始した。   |
| 課長所見     | 観光ボランティアガイドの養成やふるさと大使の積極的・効果的な活用を図ることにより、官民協働によるPRを強化する必要がある。  |