

平成21年度実績事務事業評価シート (Aシート)

作成日：平成22年6月15日

整理番号	01-070103001-02		事業種別	一 般		事業態様	継続	
事務事業名	観光案内・宣伝事業			区分	コード	名 称		
総合計画体系	前期基本計画	基本目標	4	活力あるふるさとのまちづくり	会計	1	一般会計	
		施策	5	旅人を癒す観光資源の活用と物産振興	款	7	商工費	
					項	1	商工費	
		基本事業	2	観光案内・宣伝の充実	目	3	観光費	
					細目	1	観光振興事業	
細々目	2	観光案内・宣伝事業		事務事業の根拠法令等	<input type="checkbox"/> 有	<input checked="" type="checkbox"/> 無		
事業期間	<input type="checkbox"/> 単年度	<input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返し	<input type="checkbox"/> 期間限定複数年度	(年度 ~ 年度)				
事業概要 (事業のあらまし)	観光資源としての「本宮産品」を市内外に紹介するイベント等に参加するとともに、観光地の広報活動を行なう。							
計画等での位置付け	<input checked="" type="checkbox"/>	総合計画 前期基本計画主要事業			担当部課等	産業建設部		商工労政課
	<input type="checkbox"/>	自主的財政健全化計画 基本計画・構想・新規事業			担当係	観光物産係		記入者 川名隆之
	<input type="checkbox"/>	平成21年度重点事業			一次評価者 (課長等名)		渡辺正博	

1 行動方針 (PLAN)

事業目的	対象 (誰を、何を)	観光客			
	意図→目指す成果 (対象をどのような状態にしたいのか)	交流人口の拡大と地域経済の活性化を図る。	⇒	区分	指標名
手段 (事業の具体的な内容、手順等)	観光資源やイベントなどの情報を県内外に周知するため、ホームページの充実や観光パンフレットを整備し、各種マスメディアや観光関連団体に参加しながら積極的な情報発信を展開する。	⇒	区分	指標名	単位
			活動指標	P R活動に参加した事業数	件

2 実施 (DO)

○事業費と財源の推移

区分	平成20年度 (決算)		平成21年度 (決算)		平成22年度 (決算)	
	経費	金額	経費	金額	経費	金額
直接事業費	旅費	53	報償費	64		
	負担金	176	旅費	54		
			需用費	18		
			役務費	40		
			使用料及び手数料	42		
			工事請負費	1,110		
			負担金・補助及び交付金	176		
			①事業費計	229	①事業費計	1,504
人件費	②人数 (年)	0.30	②人数 (年)	0.30	②人数 (年)	
	③平均人件費	8,608	③平均人件費	8,375	③平均人件費	
	④=②×③	2,582	④=②×③	2,513	④=②×③	
	総事業費 ①+④	2,811		4,017		
財源内訳	国庫支出金		国庫支出金			
	県支出金		県支出金			
	使用料及び手数料		使用料及び手数料			
	地方債		地方債			
	その他		その他			
	一般財源	2,811	一般財源	4,017		

○事務事業の実績

区分	指標名	単位	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成25年度
			(実績)	(実績)		(目標年度)
活動指標	P R活動に参加した事業数	件	3	4	3	3

○事務事業の成果

	指標名	単位	平成20年度 (実績)	平成21年度 (実績)	平成22年度	平成25年度 (目標年度)
成果指標	観光客数	人	254,249	241,460	260,000	290,000

3 評価 (CHECK)

【1次評価】

項目	区分	選択理由の説明	項目評価	
目的 妥当性	1 意図が政策・施策体系と結びついているか？	<input type="checkbox"/> 結びつかない <input checked="" type="checkbox"/> 結びついている	→ 市の特産品や観光地をPRすることで、市内に訪れる観光客を増やすことができる。	<input checked="" type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> やや不適切 <input type="checkbox"/> 不適切
	2 市が行うべき（関与すべき）事業か？	<input checked="" type="checkbox"/> 行う必要がある <input type="checkbox"/> 行う必要がない	→ 地域の活性化や経済の振興を図るためにも取り組む必要がある。	<input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> やや不適切 <input type="checkbox"/> 不適切
有効性	1 目的を達成するための手段（実施方法）は有効か？	<input checked="" type="checkbox"/> 有効である <input type="checkbox"/> やや有効でない <input type="checkbox"/> 有効でない	→ イベント等に参加することで、県内外に特産品や観光地をPRすることができ有効である。	<input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> やや不適切 <input type="checkbox"/> 不適切
	2 成果指標の目標値の達成状況は？	<input type="checkbox"/> 順調である <input checked="" type="checkbox"/> やや順調でない <input type="checkbox"/> 順調でない	→ 昨今の厳しい経済状況の影響により、観光客数が減少したため目標値を下回ってしまった。	
効率性	1 投入した事業費又は人員に見合った効果は得られているか？	<input checked="" type="checkbox"/> 得られている <input type="checkbox"/> やや得られていない <input type="checkbox"/> 得られていない	→ イベント等に参加したことで、特産品や観光地をPRすることができた。	<input checked="" type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> やや不適切 <input type="checkbox"/> 不適切
	2 効率的な方法で実施されているか？	<input checked="" type="checkbox"/> 実施されている <input type="checkbox"/> やや実施されていない <input type="checkbox"/> 実施されていない	→ 各種マスメディアを利用し、また観光関連団体に加入しながら効率的にPRしている。	
公平性	1 受益者の負担が適正かつ特定の個人や団体に偏っていないか？	<input type="checkbox"/> 馴染まない <input checked="" type="checkbox"/> 適正である <input type="checkbox"/> やや適正でない <input type="checkbox"/> 適正でない	→ 地域の活性化や経済の振興が地域社会の活力となるため適正である。	<input checked="" type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> やや不適切 <input type="checkbox"/> 不適切

【2次評価】

全体評価	意見
<input type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> やや不適切 <input type="checkbox"/> 不適切	

4 評価による行動 (ACTION)

	【1次評価】		【2次評価】	
	今後の方向性	方向性に対する取り組み (課題と解決方法等)	今後の方向性	方向性に対する取り組み (方針の指示)
20年度	<input type="checkbox"/> 拡大・重点化 <input type="checkbox"/> 手段等の見直し <input checked="" type="checkbox"/> 現状継続 <input type="checkbox"/> 廃止・休止 <input type="checkbox"/> 完了・終了	参加イベントの内容は常にリニューアルしないとお客様に飽きられてしまう。	<input type="checkbox"/> 拡大・重点化 <input type="checkbox"/> 手段等の見直し <input type="checkbox"/> 現状継続 <input type="checkbox"/> 廃止・休止 <input type="checkbox"/> 完了・終了	
21年度	<input type="checkbox"/> 拡大・重点化 <input checked="" type="checkbox"/> 手段等の見直し <input type="checkbox"/> 現状継続 <input type="checkbox"/> 廃止・休止 <input type="checkbox"/> 完了・終了	更なる特産品や観光地のPRに合わせ、今後は、観光客のニーズに合った観光資源の掘り起こしが必要である。	<input type="checkbox"/> 拡大・重点化 <input type="checkbox"/> 手段等の見直し <input type="checkbox"/> 現状継続 <input type="checkbox"/> 廃止・休止 <input type="checkbox"/> 完了・終了	
22年度	<input type="checkbox"/> 拡大・重点化 <input type="checkbox"/> 手段等の見直し <input type="checkbox"/> 現状継続 <input type="checkbox"/> 廃止・休止 <input type="checkbox"/> 完了・終了		<input type="checkbox"/> 拡大・重点化 <input type="checkbox"/> 手段等の見直し <input type="checkbox"/> 現状継続 <input type="checkbox"/> 廃止・休止 <input type="checkbox"/> 完了・終了	