

事務事業評価シート 令和 1 年度事後評価・決算

令和 3 年 2 月 22 日時点

事務事業名		コード	27820	観光資源創出プロモーション事業	予算科目	会計	款	項	目	所管課	商工観光課	担当班	観光班
① (観光大使を除く)		1			一般	7	1	3				☒ 主な事業 (重点施策) Ⅱ	
基本施策		3		観光の振興	根拠法令							☐ 国土強靱化地域計画	
施策の展開		7		観光情報発信の推進	戦略事業	34						☒ 新市建設計画	
施策の展開					戦略事業							☒ 定住自立圏構想	
					戦略事業							☐ 主要事業	

(1) 事務事業の概要

① 事務事業の期間		② 事務事業の内容 ※何をどのようにする事務事業なのか、市民が理解できるように記述する、行政用語は使わない	
☒ 単年度繰返 ☒ 平成 26 年度～ ☐ 開始年度不詳 ☐ 期間限定複数年度 平成 年度～ 平成 年度まで		市の豊富な観光資源の魅力为全国へ向けてPRするとともに、新たな観光資源の創出と旅行者および地元の農水・商・工業者等、関係団体との連携による着地型(体験型)観光の提案・実施により、多くの観光客の誘致を実現し、観光産業の振興と地域経済の活性化を図る。	
③ 事務事業開始の経緯・事務事業の現状		④ 事務事業に関する課題・環境の変化	⑤ 事務事業に対する住民からの意見等
既存の事業では、対応できなかった市の観光資源を活かした事業の開発やPRを行う必要があると判断したため平成26年に事業を開始した。		観光物産協会や道の駅と連携して、宿泊や体験を伴う観光商品を開発していくことが可能となった。誘客に繋がる商品開発を積極的に行い、効果的で効率的なPRを行っていく必要がある。	観光物産協会が発行している「まっぷる旭」のような、具体的な店名や場所の情報を提供して欲しいという声が多い。また、もっとCMや番組のロケ誘致を行って、旭市をより広く、多くの人に知ってもらいたいという声もある。

(2) コスト・特定財源の状況

① 事業費の詳細(1年度の決算)		単位:千円
1.消耗品	665	PR用特産品購入
2.印刷製本	227	観光パンフレット増刷 キャンペーンポスター
3.広告料	3,456	旭市スポットCM放映料 雑誌への広告掲載料
4.旅費	76	普通旅費
5.その他	3,146	観光プロモーション支援業務委託料・負担金等
② 特定財源の内訳(1年度の決算)		単位:千円
1.国庫支出金		
2.都道府県支出金		
3.地方債		
4.その他	7,570	災害復興基金充当・地域振興基金充当

費目内訳	単位	28年度(決算)	29年度(決算)	30年度(決算)	1年度(決算)	2年度(予算)
1. 消耗品	千円	1,786	1,606	647	665	663
2. 印刷製本	千円	1,429	201	2,253	227	254
3. 広告料	千円	2,783	2,645	1,999	3,456	2,906
4. 旅費	千円	62	87	67	76	63
5. その他	千円	524	10,571	5,622	3,146	2,588
事業費計 (A)	千円	6,584	15,110	10,588	7,570	6,474
財源	単位	28年度(実績)	29年度(実績)	30年度(実績)	1年度(実績)	2年度(計画)
1. 国庫支出金	千円					
2. 都道府県支出金	千円	1,008				
3. 地方債	千円					
4. その他	千円	5,576	15,110	10,588	7,570	6,474
5. 一般財源	千円					

前年度増減理由	観光プロモーション支援業務委託の内容の変更及び、観光パンフレットの作成を行わなかったため。
---------	---

従事職員数 常時 2 人 最大 6 人 × 60 日 = 延べ 360 人

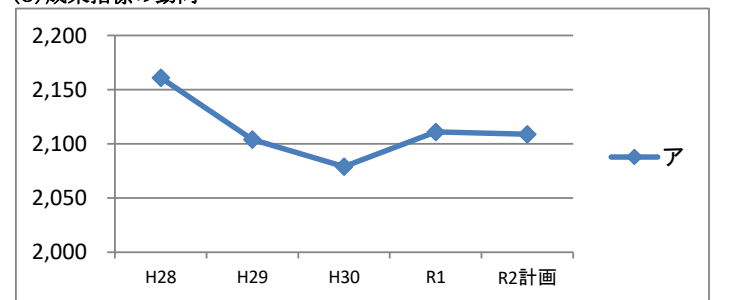
(3) 事務事業の手段・目的と対応する指標

手段	① 主な活動	③ 活動指標名	単位	28年度(実績)	29年度(実績)	30年度(実績)	1年度(実績)	2年度(計画)
	1年度実績(1年度に行った主な活動)							
目的	・JR東日本主催「駅からハイキング」への参加(10/5～11/30) ・県外でのPRイベントへの参加(5回) ・県主催観光商談会への参加(2回)	ア 参加した観光PRイベント数	件	13	16	18	36	20
	② 対象・意図(対象がどのような状態になるのか)	イ						
目的	対象意図	④ 成果指標名	単位	28年度(実績)	29年度(実績)	30年度(実績)	1年度(実績)	2年度(計画)
	対象意図							
目的	旭市を訪れる観光客	ア 観光入込数	千名	2,161	2,104	2,079	2,111	2,109
	PRやキャンペーンの効果で増加する	イ						

(4) 事務事業優先度評価の結果

① 成果優先度評価結果		② コスト削減優先度評価結果		
成果向上余地	評価結果	かなりある	ある程度ある	ほとんどない
		大きい	②	
施策貢献度	評価結果	普通	(2)	
		小さい		

(5) 成果指標の動向



(6) 事務事業に関する評価

① 進捗状況	☐ 完了 ☐ 順調 ☒ 概ね順調 ☐ 停滞 ☐ 実施困難
【コメント】 (停滞・未実施・実施困難の場合、その理由)	
② 成果の状況	成果指標ア 成果指標のタイプ 数値増＝成果向上 ☒ 向上 ☐ 横ばい ☐ 低下 成果指標イ 数値増＝成果向上 ☐ 向上 ☐ 横ばい ☐ 低下
【コメント】 (低下の場合、その理由)	
③ 今年度取組事項 (2年度に取り組む主な事項について記載)	時期 通年 内容 観光キャンペーンの実施・マスコミ等を利用した観光PR・観光誘致に結び付く特産品のPR・観光施設等の利用者に対する利用料、買い物助成 今後の方向性 拡大 ☐ 縮小 ☐ 現状維持 ☒ 廃止・休止 ☐ 見直し ☐ その他 ()
	参加できる県外イベントが限定されており、今後は雑誌やSNSなどを上手く利用し、効果的な観光誘致を行う。