

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	事業種別
		②	(観光大使)		一般	7	1	3	
施策体系	基本施策	17	交流の促進	根拠法令	旭市観光大使設置要綱				☒ 主な事業（重点施策）
	施策の展開	31	交流事業の促進	戦略事業	153	旭市観光大使の活用			☐ 国土強靱化地域計画
	施策の展開			戦略事業					☐ 新市建設計画
									☐ 定住自立圏構想
									☒ 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記述する、行政用語は使わない
☒ 単年度繰返 ☒ 平成 24 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	市の出身者であって、芸能等の分野において活躍している人や、市の発展に寄与している人に観光大使を委嘱する。市の観光・文化・産業等の宣伝や市が実施する各種行事への協力等を通して市の魅力を全国に広くPRしてもらい、イメージの高揚を図ることで、観光・文化・産業等の振興に貢献していただく。
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
市の魅力を全国に広く宣伝し、イメージの高揚を図り、観光・文化・産業等の振興を進展するために設置。活動内容は委嘱者に一任しており、観光大使使用名刺のみ提供。	活動内容を一任していることから、活動内容を把握できず、事業効果を適切に図ることが難しい。また、どの程度の人に委嘱すべきかの判断が難しい。
⑤ 事務事業に対する住民からの意見等	
・観光大使の活動を市でPRすべきである。	

(2) コスト・特定財源の状況

① 事業費の詳細 (30年度の決算)		単位	千円	27年度 (決算)	28年度 (決算)	29年度 (決算)	30年度 (決算)	31年度 (予算)
1. 需用費	35	特産品送付、名刺印刷	千円	5	41	11	35	44
2. 報償費	0		千円	0	50	0	0	20
3. 役務費	0		千円	0	0	0	0	0
② 特定財源の内訳 (30年度の決算)		単位	千円	27年度 (決算)	28年度 (決算)	29年度 (決算)	30年度 (決算)	31年度 (予算)
1. 国庫支出金	0		千円	5	91	11	35	64
2. 都道府県支出金	0		千円					
3. 地方債	0		千円					
4. その他	35	災害復興基金「がんばろう千葉」分充当	千円	5	91	0	0	0

前年度増減理由	特産物値上がりおよび名刺作成のため。
---------	--------------------

従事職員数 常時 1 人 最大 1 人 × 5 日 = 延べ 5 人

(3) 事務事業の手段・目的と対応する指標

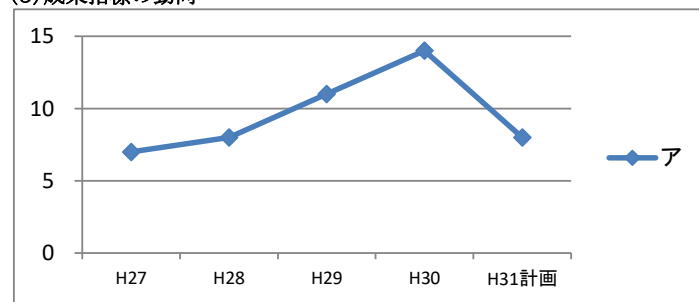
① 主な活動	③ 活動指標名	単位	27年度 (実績)	28年度 (実績)	29年度 (実績)	30年度 (実績)	31年度 (計画)
30年度実績 (30年度に行った主な活動)	ア 名刺提供数	枚	300	1,000	0	1,000	1,000
観光大使名刺の提供、市の情報提供等	イ 観光大使数	人	1	2	2	2	2
② 対象・意図 (対象がどのような状態になるのか)	④ 成果指標名	単位	27年度 (実績)	28年度 (実績)	29年度 (実績)	30年度 (実績)	31年度 (計画)
対象 観光大使	ア 市関連イベント参加回数 (延べ数) ※観光大使委嘱以前からイベント参加歴あり	回	7	8	11	14	8
意図 市関連イベントをPRし、旭市の魅力を発信する	イ						

(4) 事務事業優先度評価の結果

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

② コスト削減優先度評価結果		コスト比率		
		下位 1/3	中位 1/3	上位 1/3
評価結果	①			
	②			
	③	(2)		
	④⑤			
	⑥			
	⑦⑧			
	⑨			

(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 成果指標イ 成果指標のタイプ 数値増＝成果向上 ☒ 向上 ☐ 横ばい ☐ 低下 比較 26年度 27年度 28年度 29年度 30年度 27年度 28年度 29年度 30年度 31計画 ア 1 1 3 3 Δ6 イ
【コメント】 (低下の場合、その理由)	
③ 今年度取組事項 (31年度に取り組む主な事項について記載)	時期 内容 通年 イベントや観光大使自身のSNSなど利用して、市及び市特産品のPRを行ってもらうよう働きかける。
今後の方向性	☐ 拡大 ☒ 現状維持 ☐ 見直し ☐ 縮小 ☐ 廃止・休止 ☐ その他 () 通年 イベント、市特産品をPRしてもらう。