

第5次結城市総合計画実施計画策定及び行政評価シート

担当部署	部局名	産業経済部		
	課名	商工観光課		
	係名	観光係		
	記入者		電話(内線)	217

1. 事業の概要		(1) 事業種別 [新規又は継続]	継続	(2) 事務事業 の名称	観光振興事業	(3) 事業の 優先度	A
(4) 総合計画での位置づけ		(6) 事業主体		市			
① 事業の区分	事務事業	(7) 予算・ 財源等 の種別		事業の性質	一般事業費(ソフト事業)		
② 施策コード	34199 (総合計画掲載 ^ハ - ^ジ)	会計区分	一般会計				
基本目標(政策)	3歴史と自然を育む活力あるまちづくり(産業)	財源区分	市単独				
基本施策	3-4地域資源を活用してにぎわいと交流を促進する観光の振興(観光)	予算科目	款 7	項 1	目 5		
施策	①地域資源を活用した観光の振興	予算書上の 事業名称	観光振興事業費 (予算書 128 ^ハ - ^ジ に掲載)				
施策内容	その他	(8) 事務分類		自治事務			
(5) 事業期間	開始 <input type="text"/> 年 <input type="text"/> 月から	根拠法令					
	終了 <input type="text"/> 年 <input type="text"/> 月まで (<input type="text"/> カ年)						

2. 事業の目的及び内容	
(1) 対象 (だれに対して・何に対して行うのか)	(3) めざす姿 (意図・どのような状態になるのか)
一般市民, 観光客	観光キャンペーンを通して観光誘客及び市の知名度向上を目指す。観光客を増やすことで、市内の飲食店、物産店、観光施設の利用増につなげ、より高い経済効果を生み出し、市街地の活性化につなげる。市内へ外国語表記を加えたわかりやすい観光案内版等を設置し、観光客にとって安心して楽しめる環境を目指す。
(2) 手段 (事業内容・どのようなことを行うのか)	(4) 事業開始のきっかけや他市の状況など (※ 1-(8)事務分類が法定受託の場合は記入の必要なし)
県主催の観光キャンペーンや姉妹・友好都市へのキャンペーンへの参加により、市のPR活動を実施する。 写真パネル、パンフレット、観光案内版などの作成及び整備により観光情報を発信していく。 山川不動尊縁日に合わせ仮設トイレの設置する。	観光に関するパンフレットやポスターを作成し、観光キャンペーンをとおして、多くの観光客を呼び込むための取り組みをしている。 市の観光振興のために観光協会が設立され支援を行っている。

(5) 事業をとりまく環境の変化 (社会環境, 市民ニーズ等) や市民・議会の要望, 意見等とそれに対する対応

【環境の変化】フェイスブックやツイッターなどSNSが急速に普及し、常に最新の情報発信が求められている。国や県では、2020年の東京オリンピックに向けて、関東における外国人旅行者の受け入れ環境整備の推進と広域での観光周遊ルートの形成を推進している。

【対応】情報発信については、市や観光協会ホームページに掲載するほか、フェイスブックやツイッターを活用し、積極的な情報発信に努める。広域観光周遊ルートの形成については、県や他市の状況を鑑み、検討していく。

3. 事業コスト

行政評価 実績内容の評価 検討・改善 検討・改善内容を反映

● 予算内訳	事業内容	実績額 (千円)		計画額・見込額 (千円)		
		27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	31 年度
(1) 事務事業費	報償費	424	440			
	旅費	257	441			
	需用費	505	517			
	役務費	33	30			
	委託料	71	1,255			
	使用料及び賃借料	486	488			
	工事請負・備品購入費	16	0			
	負担金	462	462			
	合計	2,254	3,633			
	財源	国庫支出金 (千円)				
県支出金 (千円)			100			
地方債 (千円)						
その他特定財源 (千円)						
一般財源 (千円)		2,254	3,533			
合計 (千円)		2,254	3,633			
補助・起債制度名		駅からハイキング活動支援助成金				

4. 指標の検証（活動指標・成果指標）

指標の名称		単位	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
(1) 活動指標（実施した事業の内容）							
指標名	観光大使派遣回数	目標値		15	15	15	15
		実績(見込)値	日	17	15		
指標名		目標値					
		実績(見込)値					
(2) 成果指標（事業実施によるめざす姿の達成度）							
指標名	観光客数	目標値	人	180,000	190,000	200,000	210,000
		実績(見込)値		156,964			
		達成率		74.7 %	0.0 %		
指標名		目標値					
		実績(見込)値					
		達成率		%	%		

5. 事業評価

(1) 平成27年度の行政評価結果をうけて、平成27年度に取り組んだ改革改善点があれば記載してください。

平成27年度は、首都圏向けにJR東日本主催の観光キャンペーンを中心に観光PR活動を実施した。地方創生交付金事業を活用し、るるぶ結城を作成し、観光誘客に努めた。

(2) 項目別評価

評価項目・客観的評価				理由
必要性	事業の必要性	A	必要性は高い	観光PR他、観光振興に関する経費として必要である。
妥当性	実施主体の妥当性	A	妥当である	観光の振興を計画する面から行政主導で行うのが妥当である。
	手段の妥当性	B	どちらとも言えない	友好都市等の交流について、効果を見るのが難しい。
効率性	コスト効率 人員効率	C	改善の余地がある	観光パンフレットの統一化や、集客が見込めるイベントに特化した形で観光キャンペーンに参加する。
公平性	受益者の偏り	B	どちらとも言えない	企画内容やキャンペーン実施地によっては、受益者が限定されてしまう。
有効性	成果の向上	A	上がっている	イベント入込数や観光客数は、年々増加傾向である。
進捗度	事業の進捗	B	どちらとも言えない	地方創生交付金を活用し、平成27年度はるるぶ結城を作成したことで、首都圏へ広くPRをし効果が得られたが、あくまでも交付金を活用した一時的な特需とも考えられるため、どちらともいえないと考える。

(3) 総合評価 上記評価を踏まえて事業全体について評価し、問題点・課題等を指摘してください。

観光キャンペーンについては、首都圏など観光誘客につながる地域で重点的に実施するなど、ターゲットをしぼった形でPRを実施していくことが重要と考える。また、現在数種類ある観光パンフレットを一本化するなど、コスト面での削減も必要と考える。

(4) 対応策・提言等 この事業を今後どのように改善・改革をしていきますか？

結城紬等の地域資源を効果的にPRし、観光協会や商工会議所(TMO結城)等と連携を図り、地域資源を生かしたイベントを行うことにより、観光誘客及び地域経済の活性化に繋げていきたい。

6. 事業の方向性判断

評価主体	28年度以降の事業の方向性	評価理由・根拠
(1) 記入者評価 記入者が評価を行う	現状のまま継続 (改善・改革なし)	注) 記入者は「5. 事業評価」を記載するため、この欄は未記入で結構です。
(2) 一次評価 担当課長が評価を行う	現状のまま継続 (改善・改革なし)	キャンペーン等に積極的に参加し、結城紬をはじめとする地域資源を効果的にPRし、観光誘客に努め、活性化を図る。
(3) 最終評価 企画調整会議において評価を行う		上記評価のとおり。