

事務事業名		観光宣伝事業		所属部	産業観光部	所属課	観光振興課
総合計画体系	政策名	(V)挑戦し活力を産みだすまち<<産業>>		所属G	観光振興グループ	課長名	落合 正成
	施策名	(38)観光の振興		担当者名	鶴原 隆	電話番号	0854-40-1054
	目的対象	市外の人・市民	意図	市内観光地を訪れ、市内で消費してもらう。	(内線)	2432	
	基本事業名	(114)観光情報の発信		予算科目	会計 款 大事業 大事業名	観光宣伝事業	
目的対象	市内外の人	意図	観光情報を得てもらう。	0 1 3 5 0 2	中事業	観光宣伝事業	
				0 5 1 5 0 1	中事業	観光宣伝事業	

1 現状把握【DO】

(1)事業概要

① 事業期間
<input type="checkbox"/> 単年度のみ <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返 (16 年度～)
<input type="checkbox"/> 期間限定複数年度 ( 年度～ 年度 )
② 事業内容 (期間限定複数年度事業は全体像を記述)
雲南市の観光情報、イベント情報を様々なマスメディアを利用して宣伝広告を行うとともに、観光パンフレット等を作成し広域的に配布することで観光客の誘致を図る。平成24年度からは、特に中国横断自動車道尾道松江線開通に合わせて、広島県域をターゲットに、ラジオ、テレビCM・県外誘客用ポスター制作やラジオ番組出演等を企画しPR強化を図るほか、雲南市に住民票を持つアニメキャラクター「吉田くん」を活用した観光PR施策の展開も行う。平成29年度からは、松江出雲など県内へのPRも行う。

(2)事務事業の手段・指標

手段	① 主な活動					
	28年度実績(28年度に行った主な活動) 観光パンフレットの作成、様々なマスメディアを活用した観光情報の発信等	29年度計画(29年度に計画する主な活動) ・パンフレット作成(増刷) ・山陽向けPR ・山陰向けPR ・全国誌への広告				
	② 活動指標	単位	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(計画)
	ア 観光パンフレット作成部数	部	100,000	50,000	50,000	50,000
	イ 観光情報発信回数	回	545	500	500	500
	ウ テレビ・ラジオCM放映	回	160	150	80	20
	エ 雑誌等への広告	回	1	5	10	10

(3)事務事業の目的・指標

目的	① 対象(誰、何を対象にしているのか)	③ 対象指標	単位	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(計画)
	観光客	ア 日本の人口	千人	127,083	127,110	126,193	126,193
	② 意図(対象がどのような状態になるのか)	④ 成果指標	単位	26年度(実績)	27年度(実績)	28年度(実績)	29年度(計画)
	雲南市に観光を訪れてもらう	ア 観光入込客数	千人	1,376.8	1,482.9	1,529.6	1,530.0
		イ 観光消費額推計	百万円	3,852	4,023	未定	4,100

(4)事務事業のコスト

① 事業費の内訳 (28年度決算)	② コストの推移	単位	26年度(決算)	27年度(決算)	28年度(決算)	29年度(計画)	
●観光宣伝事業 5,339千円	財源内訳	国庫支出金	千円				
●観光振興総務管理事業 3,031千円 (除く観光協会、観光振興計画)		県支出金	千円				
		地方債	千円				
		その他	千円			1,000	
		一般財源	千円	11,855	8,791	8,370	4,661
		事業費計(A)	千円	11,855	8,791	8,370	5,661
	人件費	正規職員従事人数	人	5	5	5	
		延べ業務時間	時間	550	544	544	
		人件費計(B)	千円	2,138	2,129	2,158	
		トータルコスト(A)+(B)	千円	13,993	10,920	10,528	

(5)事務事業の環境変化、住民意見等

① 環境変化 (この事務事業を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)はどう変化しているか? 開始時期あるいは5年前と比べてどう変わったのか?)	② 改革改善の経緯 (この事務事業に関してこれまでどのような改革改善をしているか?)	③ 関係者からの意見・要望 (この事務事業に対して市民、議会、事業対象者、利害関係者等からどんな意見や要望が寄せられているか?)
中国横断自動車道尾道松江線開通に伴い、広島県域から島根県への観光入込客が増加し、雲南市の認知度向上、周遊地化が課題となっている。また、道の駅「たたらば壱番地」を活用した情報発信が可能となり、強みとなった。	平成24年度以降、広島県域を中心にマスコミを活用したPR強化やアニメキャラクター「吉田くん」のオリジナル動画を制作し、雲南市の認知度や魅力アップを図った。	中国横断自動車道尾道松江線全線開通を活かし、市民及び議会等から更なる観光情報発信による観光入込客の増加が求められている。

事務事業名	観光宣伝事業	所属部	産業観光部	所属課	観光振興課
-------	--------	-----	-------	-----	-------

## 2 事後評価【SEE】

A 目的 妥当性	① 政策体系との整合性 この事務事業の目的は市の政策体系に結びつくか？ 意図することが結びついているか？		見直し余地があるとする理由	
	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある	<input checked="" type="checkbox"/> 結びついている * 余地がある場合⇒		
	② 公共関与の妥当性 なぜこの事業を市が行わなければならないのか？ 税金を投入して達成する目的か？			
B 有効性	③ 対象・意図の妥当性 対象を限定・追加する必要はないか？ 意図を限定・拡充する必要はないか？			
	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある	<input checked="" type="checkbox"/> 適切である * 余地がある場合⇒		
	④ 成果の向上余地 成果を向上させる余地はあるか？ 成果を向上させるため現在より良いやり方はあるか？ 何が原因で成果向上が期待できないのか？			
C 効率性	<input checked="" type="checkbox"/> 向上余地がある	理由	観光客が観光情報入手する方法を的確に把握し、マンネリ化とならないよう、より効果の高い宣伝方法を選択する必要がある。また、観光動態について注視し、観光の目的地化がはかれるよう内容についても工夫が必要。	
	<input type="checkbox"/> 向上余地がない			
	⑤ 廃止・休止の成果への影響 この事務事業を廃止・休止した場合の影響の有無とその内容は？		理由	観光振興する上で、パンフレット作成等による情報発信は必要不可欠。情報発信をやめれば、観光客は観光情報入手することが困難になり、観光入り込み客数の減少に繋がる。
<input type="checkbox"/> 影響無	<input checked="" type="checkbox"/> 影響有			
D 公平性	⑥ 類似事業との統廃合・連携の可能性 目的達成には、この事務事業以外の手段(類似事業)はないか？ ある場合、その類似事業との統廃合・連携ができるか？		観光客誘致のためには、観光情報の発信が必要不可欠である。	
	<input type="checkbox"/> 他に手段がある * ある場合⇒	(具体的な手段や類似事業名)		
	<input checked="" type="checkbox"/> 他に手段がない			
C 効率性	⑦ 事業費の削減余地 成果を下げずに事業費を削減できないか？(仕様や工法の適正化、住民の協力など)		理由	
	<input type="checkbox"/> 削減余地がある	理由		観光客のニーズの多様化に伴い、ターゲットの明確化と、より効果のある観光情報の発信を検討する必要があるが、観光誘客を進める上ではある程度の宣伝経費が必要。
	<input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がない			
D 公平性	⑧ 人件費(延べ業務時間)の削減余地 成果を下げずにやり方の工夫で延べ業務時間を削減できないか？ 正職員以外や外部委託ができないか？		理由	
	<input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がある	理由		観光客のニーズの多様化に伴う、よりの確で、効果のある観光情報の発信を検討した結果、その方法によっては人件費の削減に繋がる可能性はある。
	<input type="checkbox"/> 削減余地がない			
D 公平性	⑨ 受益機会・費用負担の適正化余地 事業内容が一部の受益者に偏っていて不公平ではないか？ 受益者負担が公平・公正か？		理由	
	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある	理由		受益者は観光客、市民であり、公平と言える。
	<input checked="" type="checkbox"/> 公平・公正である			
評価 の 総 括	① 1次評価者としての評価結果		② 1次評価結果の総括(根拠と理由) 観光客の視点に立った観光情報の提供が必要不可欠。より効果的な観光情報発信方法を検討する必要があると考える。	
	A 目的妥当性	<input checked="" type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり		
		B 有効性	<input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり	
		C 効率性	<input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり	
		D 公平性	<input checked="" type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり	

## 3 今後の方向性【PLAN】

① 1次評価者としての事務事業の方向性(改革改善案)・・・複数選択可	② 改革・改善による期待成果																		
<input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 目的再設定 <input type="checkbox"/> 事業統廃合・連携 <input checked="" type="checkbox"/> 事業のやり方改善(有効性改善) <input checked="" type="checkbox"/> 事業のやり方改善(効率性改善) <input type="checkbox"/> 事業のやり方改善(公平性改善) <input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない)	<table border="1"> <tr> <td></td> <td colspan="3">コスト</td> </tr> <tr> <td></td> <td>削減</td> <td>維持</td> <td>増加</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">成果</td> <td>向上</td> <td>●</td> <td></td> </tr> <tr> <td>維持</td> <td></td> <td>×</td> </tr> <tr> <td>低下</td> <td>×</td> <td>×</td> </tr> </table>		コスト				削減	維持	増加	成果	向上	●		維持		×	低下	×	×
		コスト																	
	削減	維持	増加																
成果	向上	●																	
	維持		×																
	低下	×	×																
観光パンフレット等の印刷物にあわせ、インターネット等によるタイムリーな情報発信を充実させる必要がある。 雑誌の内容(読者ターゲット)に合わせることで、効果的な広告を出す。	廃止・休止の場合は記入不要。 コストが増加(新たに費やし)で成果が向上しない、もしくはコスト維持で成果低下では改革・改善とはならない。																		