

南あわじ市 平成 20 年度 事務事業評価シート  新規  継続  
( 事業 委託 補助用 )

## I 基本事項

整理番号 859

事業名	観光客誘致支援事業		予算科目	会計	一般会計・1
担当部課名	産業振興部	商工観光課		款	商工費・7款
電話	0799 - 37 - 3012			項	商工費・1項
事業分類	<input type="checkbox"/> 義務的(法定)事務 <input checked="" type="checkbox"/> 任意的(自治)事務	法的根拠 (法令、条例、要綱等)		目	観光振興費・3目
南あわじ市総合計画 施策体系	まちづくりの柱	職 食 づくり 夢あふれ 働く場を生み出すまちづくり			
	まちづくりの目標	行って楽しい交流・感動の舞台【観光・交流】			
	施策目標	魅力あるふるさと資源を最大活用し、滞在性とアクセス性を高める			
該当する事業について「 」を選択		施策的事業	業務委託	負担金補助	

## II Plan (計画、事業内容、事業背景)

事業概要	目的	対象(誰を・どのような状況の人に)	
		30人以上宿泊可能な宿泊施設	対象人数(人) 42
		意図(どのような状態になってもらいたいのか、事業を実施する「本来の目的」を記入) 市の観光振興を図るため、市民の外客誘致活動を促進するとともに、外客の受け入れと郷土文化のPRを目的とする。	
	実施内容	(何をどのような手段・内容・手順により目的を達成させるのか) 宿泊施設の営業マンや市民、市職員、観光協会員などが、淡路形座の出前公演「戎舞」をセールスポイントに各種大会を誘致し、概ね30名以上の方に市内の宿泊施設で泊まっていただき、観光振興を図る。 出前公演については、当該事業に当てはまるものについては、実施費用90千円を市と淡路形座、宿泊施設の代表者で、それぞれ1/3ずつ負担する。補助金の交付という形をとっているため、実際は市が宿泊施設の代表者に対し、30千円の補助金を交付している。	
	背景	(どのような現状・課題・要望によって事業が実施されるに至ったか、他の自治体の動向など) 大鳴門海峡大橋・明石海峡大橋の開通を契機として淡路島内にも比較的大規模な観光施設が誕生し、多くの観光客をお迎えしたものの最近では300万人前後で推移している。 そのような状況下で数多くの宿泊施設を有する当市の観光振興策、外客誘致施策として平成19年度から実施することとなった。	
	事業実施主体	<input checked="" type="checkbox"/> 市直営 <input type="checkbox"/> 民間・その他 ( )	
	事業期間	<input type="checkbox"/> 平成 年度 ~ 平成 年度 <input checked="" type="checkbox"/> 設定なし	
合併協議事務調整内容	(合併前における事業実施団体と合併時における事務調整経緯) <input type="checkbox"/> 旧緑町 <input type="checkbox"/> 旧西淡町 <input type="checkbox"/> 旧三原町 <input type="checkbox"/> 旧南淡町 <input type="checkbox"/> 旧広域事務組合 <input checked="" type="checkbox"/> 新市から 平成19年3月16日に南あわじ市観光客誘致支援事業補助金交付要綱を立ち上げ(平成19年4月1日施行)、平成19年3月28日に観光協会に属する40名以上宿泊可能な宿泊施設59施設を対象に事業実施説明会を開催し、現在に至る。		

## Ⅲ Do (事業活動・成果、投入資源・コスト)

「実施内容」により得られる活動結果指標 (アウトプット)	指標名	補助金交付件数				指標単位 件
	指標説明 (指標算出方法等)	宿泊施設の代表者に対して、補助金を交付した件数を指標とする。				
		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	
	目標値	-	20	3		
	実績値	-	3			
	達成度 (%)	-	15.0	-	-	
目標値設定の考え方	実施当初である平成19年度は、どれほどの需要があるのか把握が困難であったため予算額を1件当たりの実施額(30千円)で割ったものとしている。平成20年度以降は前年度実績を目標値とする。					
アウトプットにより達成される「目的」に対する事業の成果指標 (アウトカム)	指標名	観光客動態調査による宿泊客の増減率				指標単位 千人
	指標説明 (指標算出方法等)	外客の誘致を考え、どれだけの方が南あわじ市に宿泊したかを指標とする。				
		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	
	目標値		555	555		
	実績値	646	727			
	達成度 (%)	-	131.0	-	-	
目標値設定の考え方	過去3年間の宿泊客数の平均人数を目標値とする。					
資源配分 (インプット)		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	
	直接事業費 (千円)	0	600	300	0	
	補助金		600	300	0	
	財源 (千円)					
	国					
	県					
	起債					
	その他					
	一般財源[A]	0	600	300	0	
	人件費(正規職員)[B] (千円)	0	90	84	0	
	平均人件費(1日当り)	29.9	30.1	27.9	27.9	
	事業量1(事業に要した日数)		3	3		
	事業量2(事業に要した人数)		1	1		
	年間経費([A]+[B])	0	690	384	0	
	「目的」対象人数1人当り経費 (千円)	0.0	16.4	9.1	0.0	
受益者人数(42)1人当り経費(千円)	0.0	16.4	9.1	0.0		
経費に関する補足説明						

## IV Check (事業の自己評価・一次評価)

	単位	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	
達成度	活動結果指標目標達成度	%	-	15.0	-	-
	(アウトプットの達成度分析、問題点・課題などを記入。) 平成19年度にいたっては、実績がないためどれほど補助金を交付するか見込みが立たなかったため。					自己評価 (5点評価)
						1
有効性	成果指標目標達成度	%	-	131.0	-	-
	成果向上率	%	-	12.5	-	-
	(事業実施による目的に対しての有効性分析、問題点・課題などを記入。) 平成20年4月1日から要綱を緩和し門戸を広げたことにより昨年以上の実績が期待できる。					自己評価 (5点評価)
						4
効率性	活動実績1単位当り経費	千円	-	230.1	-	-
	効率性増減率	%	-	-	-	-
	(効率性・コストの分析、問題点・課題などを記入。) さらに成果を上げるために宿泊施設等にさらなるPRをお願いする。					自己評価 (5点評価)
						3
必要性	公共性の高低	<input type="checkbox"/> 高	<input checked="" type="checkbox"/> 中	<input type="checkbox"/> 低		
	(公共性、市民ニーズ、緊急性などを分析、問題点・課題などを記入。) 南あわじ市では依然不況が続いており、燃料費等の高騰もあり、宿泊客を初め観光客も伸び悩んでいる状況である。官民一体となって少しでも南あわじ市に外客誘致を図る必要がある。					自己評価 (5点評価)
						4
総合評価	自己評価をふまえた現状分析 なかなか実績を作れないのが現状である。 補助金という形を取っているため、申請がなければ、市としても動くすべがないため、どうしても受け身になってしまう。					<div data-bbox="821 1541 1388 2116"> <p>評価グラフ</p> </div>

## V Action&amp;Plan (改善の内容及び次年度以降の計画)

	平成21年度にできる改善・改革	平成22年度以降にできる中期的な改善・改革
今後の方向性とその理由	<input type="checkbox"/> 現状維持 <input checked="" type="checkbox"/> 休止・廃止 <input type="checkbox"/> 事業統廃合 <input type="checkbox"/> 予算充実 <input type="checkbox"/> 予算削減 <input type="checkbox"/> 手法見直し	<input type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 休止・廃止 <input type="checkbox"/> 事業統廃合 <input type="checkbox"/> 予算充実 <input type="checkbox"/> 予算削減 <input type="checkbox"/> 手法見直し
	2年間の実績から勘案して当事業は休止することとし、文化・スポ - ツ合宿誘致支援事業補助金を重点的に実施していく。	
(現状維持以外の改善方法)		
改善によって期待される効果	効果(アウトカム)面	効果(アウトカム)面
	コスト面	コスト面
(現状維持の場合も記入)	<b>仮に</b> 事業を中止、統廃合した場合に予測される影響(プラス面、マイナス面) (プラス面) 予算の削減を図ることができる。 (マイナス面) 郷土文化のPRの場が少なくなること。 定着前に事業廃止となると市のイメージダウンにもつながる可能性もある。	