

事務事業評価シート

(平成 23 年度実施事業)

事務事業名	盛岡広域フィルムコミッション事業			事業コード	1551
所属コード	132000	課等名	観光課	係名	観光推進担当
課長名	村山 悦男	担当者名	伊勢 賢二	内線番号	3728
評価分類	<input checked="" type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 公の施設 <input type="checkbox"/> 大規模公共事業 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> 内部管理				

1 事務事業の基本情報

(1) 概要

総合計画	施策の柱	活力ある産業の振興	コード	5
体系	施策	地域資源をいかした観光・物産の振興	コード	4
	基本事業	観光地づくりと観光客の誘致	コード	1
予算費目名	一般会計 7 款 1 項 3 目 観光客誘致宣伝事業 (002-01)			
特記事項				
事業期間	<input type="checkbox"/> 単年度 <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返 <input type="checkbox"/> 期間限定複数年度	開始年度	14 年度	
根拠法令等	なし			

(2) 事務事業の概要

盛岡広域フィルムコミッションが実施する事業に対する負担金の支出等

(3) この事務事業を開始したきっかけ (いつ頃どんな経緯で開始されたのか)

平成 13 年に全国各地でフィルムコミッション (以下、「FC」とする) が設立されはじめたが、FC のない地域では誘客に大きな効果があるテレビ番組や映画等の誘致が困難になることが想定されたため、平成 14 年に盛岡市及び広域町村で組織した。

(4) 事務事業を取り巻く現在の状況はどうか。(3)からどう変化したか。

全国各地に FC が設立され、地域間競争が激しくなり、今後は個性や特徴が求められる。
テレビや映画のロケは、直接的なロケ滞在費等の経済効果のみならず、映像による宣伝効果、ロケ協力によるコミュニティ効果があり、議会、市民からは更なる発展が求められている。

2 事務事業の実施状況 (Do)

(1) 対象 (誰が, 何が対象か)

- A 盛岡広域フィルムコミッション
- B 盛岡市民
- C 観光客

(2) 対象指標 (対象の大きさを示す指標)

指標項目	単位	21年度 実績	22年度 実績	23年度 計画	23年度 実績	26年度 見込み
A 加盟団体数	団体	24	24	24	24	24
B 盛岡市民	万人	30	30	30	30	30
C 観光客入込数	万人	459	444	472	466	490

(3) 23年度に実施した主な活動・手順

団体への負担金の交付及び指導・助言

(4) 活動指標 (事務事業の活動量を示す指標)

指標項目	単位	21年度 実績	22年度 実績	23年度 計画	23年度 実績	26年度 目標値
A プロモーション活動の回数	回	9	9	9	8	10
B ロケの照会件数	件	144	75	75	111	144
C						

(5) 意図 (対象をどのように変えるのか)

対象地域 (盛岡広域) が撮影され, 映像作品化されることにより知名度が向上し, また地域の魅力が広く宣伝されることにより, 観光客の入込数が増加し, 又は市への定住者が増加する。

(6) 成果指標（意図の達成度を示す指標）

指標項目	性格	単位	21年度実績	22年度実績	23年度計画	23年度実績	26年度目標値
A ロケの支援件数	<input checked="" type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持	件	63	76	39	38	76
B	<input type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持						
C	<input type="checkbox"/> 上げる <input type="checkbox"/> 下げる <input type="checkbox"/> 維持						

(7) 事業費

項目	財源内訳	単位	21年度実績	22年度実績	23年度計画	23年度実績
事業費	①国	千円	0	0	0	0
	②県	千円	0	0	0	0
	③地方債	千円	0	0	0	0
	④一般財源	千円	850	850	850	850
	⑤その他()	千円	0	0	0	0
	A 小計 ①～⑤	千円	850	850	850	850
人件費	⑥延べ業務時間数	時間	30	30	30	60
	B 職員人件費 ⑥×4,000円	千円	120	120	120	240
計	トータルコスト A+B	千円	970	970	970	1,090
備考						

3 事務事業の評価 (See)

(1) 必要性評価（評価区分が「内部管理」の事務事業は記入不要）

① 施策体系との整合性

観光客誘致及び豊かな市民生活実現に結びつくものである。

② 市の関与の妥当性

観光振興による市の活性化を目的としているため、構成自治体である市が負担金を支出し運営する必要がある。

③ 対象の妥当性

現状の対象に働きかけ、意図を達成することを目的に実施されている事業であることから、妥当である。

④ 廃止・休止の影響

ロケ支援事業そのものが実施困難となる。また、それに伴い映像化による地域の宣伝がなくなることにより、観光地の地域間競争に敗れ、観光客入込数の減少や地域の活力減少につながる恐れがある。

(2) 有効性評価（成果の向上余地）

プロモーション活動（内容、方法等）の見直しや、他の観光関連団体との連携による地域資源の発掘とPR

(3) 公平性評価（評価区分が「内部管理」の事務事業は記入不要）

映像制作者が受益者となるが、映像作品により市が活性化すれば最終的な受益者は市民となるため、公平・公正であると言える。映像制作者に費用等の負担を求めることも考えられるが、過度な負担はこの地域を避けられる原因ともなる。

(4) 効率性評価

負担金の削減は事業規模の低下に直結し、また最小限の人員で対応している現状で人件費の削減は困難であることから、費用削減による効率性の上昇は見込めない。

他の観光関連団体との連携により効果を高め合える可能性はある。

4 事務事業の改革案 (Plan)

(1) 改革改善の方向性

映像制作者への支援体制の強化、支援方法について検討する。また、これまで以上に地域（市）の観光素材や資源を発掘、管理し、それをPRする方法について研究する。

(2) 改革改善に向けて想定される問題点及びその克服方法

地域資源の発掘や育成は全庁を挙げて取り組むべき事項であることから、それぞれの部署において、それぞれの業務に関連したものをピックアップし、その情報の一元化を図ることで映像制作者等へのプロモーション活動がこれまで以上に有意義なものとなる。

5 課長意見

(1) 今後の方向性

- 現状維持（従来どおりで特に改革改善をしない）
- 改革改善を行う（事業の統廃合・連携を含む）
- 終了・廃止・休止

(2) 全体総括・今後の改革改善の内容

ロケーション支援活動や映像制作社プロモーション訪問活動を多く実施しているが、今後も誘致活動や支援活動を積極的に展開すべきである。