

平成23年度 事務事業評価表(平成22年度分に係る報告)

評価対象事務事業名	盛岡ブランド広告宣伝事業			事業コード	2397
担当課等	所属名	商工観光部 ブランド推進課	担当係名		
	課長名	商工観光部 ブランド推進課	担当者名	菊池 郁	電話番号

1. 事務事業の基本情報

総合計画体系	施策の柱	活力ある産業の振興	コード 5	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	関連予算 費目名	一般会計 7款 1項 3目 盛岡ブランド推進事業(010-01)	
	特記事項					
事業期間	<input type="radio"/> 単年度 <input checked="" type="radio"/> 単年度繰返 <input type="radio"/> 期間限定複数年度 ⇒(開始年度 17年度～)					
事務事業の概要	盛岡ブランドを市外・県外に宣伝し、また市民に対して盛岡ブランドについての周知を図る。					
根拠法令等						
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17年度の盛岡ブランド推進計画策定時に、それまで分野ごとに行ってきたプロモーションを連携させ、プロモーションコストの効率化を図るため開始したもの。						
この事務事業に対して関係者(市民、議会、事業対象者、利害関係等)からどのような意見・要望が寄せられているか						
県外へのアピールも大切だが、市民がもっと盛岡のブランドについて理解するようにすべきとの意見がある。						
事務事業を取り巻く状況(対象者や根拠法令)はどう変化したか。今後の見通しはどうか						
盛岡ブランドについて認知されつつあるが、未だ十分とは言えず、さらなる周知活動が必要である。						

2. 事務事業の実施状況(Do)

①対象 (誰を、何を対象としているのか)	盛岡市民、首都圏在住者	⇒	②対象指標 (対象の大きさを示す指標)	A. 盛岡市人口	単位	万人
				B. 首都圏人口	単位	万人
				C.	単位	
③手段 (事務事業の内容、やり方、手順)	22年度実績(22年度に行った主な活動) ポスター制作、テレビ放送 23年度計画(23年度に計画している主な活動) テレビ放送、雑誌掲載	⇒	④活動指標 (事務事業の活動量を示す指標)	A. ポスター制作枚数	単位	枚
				B.	単位	
				C.	単位	
⑤意図 (この事業により対象をどのように変えるのか)	盛岡ブランド(盛岡のよさ)について認識を深めてもらう。	⇒	⑥成果指標 (意図の達成度を示す指標)	A. 観光客入込数 【指標の性格: <input checked="" type="radio"/> 上げる <input type="radio"/> 下げる <input type="radio"/> 維持する】	単位	万人回
				B. 【指標の性格: <input type="radio"/> 上げる <input type="radio"/> 下げる <input type="radio"/> 維持する】	単位	
				C. 【指標の性格: <input type="radio"/> 上げる <input type="radio"/> 下げる <input type="radio"/> 維持する】	単位	
⑦結果 (上位基本事業の意図: 上位の基本事業にどのように貢献するか)	訪れてみたいと思ってもらう	⇒	⑧上位成果指標 (上位基本事業の成果指標)	アンケート調査「盛岡に行って見たい、訪れてみたい」と思う割合(単位: %)		

2. 事務事業の実施状況(続き)

⑨事務事業の各種指標の実績及び目標値

区分	指標名	単位	20 年度実績	21 年度実績	22 年度計画	22 年度実績	23 年度計画	24 年度計画	目標年度 目標値
対象 指標A	盛岡市人口	万人	30	30	30	30	30	30	27年度 30
対象 指標B	首都圏人口	万人	4000	4000	4000	4000	4000	4000	24年度 4000
対象 指標C									年度
活動 指標A	ポスター制作枚数	枚	300	2500	1000	600	300	300	24年度 300
活動 指標B									年度
活動 指標C									年度
成果 指標A	観光客入込数	万人回	472	458	460	444	472	478	26年度 490
成果 指標B									年度
成果 指標C									年度

⑩事務事業に係る事業費

区分	指標名	単位	20 年度実績	21 年度実績	22 年度計画	22 年度実績	23 年度計画	24 年度計画	*****
事業費	A	千円	4,200	4,200	4,200	4,200	2,100	2,100	*****
財源 内訳	④国	千円							*****
	⑤県	千円	4,200	4,200	4,200	4,200			*****
	⑥地方債	千円							*****
	⑦一般財源	千円	0	0	0	0	2,100	2,100	*****
	⑧その他	千円							*****
	合計(④~⑧)(=A)	千円	4,200	4,200	4,200	4,200	2,100	2,100	*****
	延べ業務時間数	時間	400	400	400	400	200	200	*****
	職員人件費(B)(臨時職員賃金は、事務費に含む)	千円	1,600	1,600	1,600	1,600	800	800	*****
	トータルコスト(A)+(B)	千円	5,800	5,800	5,800	5,800	2,900	2,900	*****


3. 事務事業の評価(See)

必要性評価	① 施策体系との整合性 この事務事業の意図は、結果(政策体系)に結びついていますか？	<input type="radio"/> 見直す余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 結びついている	理由: 盛岡のイメージアップと周知を図り、観光客の誘致に結びついている。
	② 公共関与の妥当性 市がやるべき事業ですか？ 税金を使って達成する目的ですか？	<input type="radio"/> 見直す余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 妥当である	↳ 「妥当」とする理由: <input type="radio"/> 法定事務である <input type="radio"/> 内部管理事務である <input checked="" type="radio"/> その他 理由: 盛岡全体のイメージアップは市が行うべき事業である。
	③ 対象の妥当性 対象の設定は現状のままでもいいですか？ 広げられませんか？ また絞らなくてよいですか？	<input checked="" type="radio"/> 拡大または絞る余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> 現状で妥当である	↳ 「妥当」とする理由: <input type="radio"/> 法定事務である <input type="radio"/> 内部管理事務である <input type="radio"/> その他 理由: 対象を盛岡市民に絞ることで、効果的なPRIにつなげる。
	④ 意図の妥当性 意図(何を狙っているのか)を絞ったり拡大したりして、成果向上できませんか？	<input type="radio"/> 拡大または絞ることができる ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 現状で妥当である	↳ 「妥当」とする理由: <input type="radio"/> 法定事務である <input checked="" type="radio"/> その他 理由: 盛岡ブランドについての認識を深めてもらうことにより、成果向上を目指す事業である。
有効性評価	⑤ 成果の向上余地 成果がもっと向上する余地はありますか？	<input checked="" type="radio"/> 向上余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> 向上余地がない	その内容: メディア等をさらに活用し効果的な広告宣伝を行う。
	⑥ 廃止・休止の影響 事業を廃止・休止した場合、施策の成果に及ぼす影響はありますか？	<input type="radio"/> 影響がない ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 影響がある	その内容: 盛岡のイメージアップが図られず観光客誘致にマイナスとなる。
	⑦ 類似事務事業との関係 類似の事務事業(国, 県, 市の内部, 民間)はありますか？	<input type="radio"/> 類似事業がある <input checked="" type="radio"/> 類似事業がない	事業名: _____ ※類似事業がある場合、その事務事業と統廃合又は連携を図ることにより成果向上はできませんか？ 統廃合・連携検討 <input type="radio"/> できる ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> できない 理由: _____
効率性評価	⑧ 事業費の削減余地 成果を下げずに事業費を節減できる余地はありますか？	<input checked="" type="radio"/> 削減余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> 削減できない	その内容: 対象を盛岡市民に絞ることで、事業費を削減する。
	⑨ 人件費の削減余地 成果を下げずに人件費(延べ業務時間数)を削減する余地はありますか？	<input type="radio"/> 削減余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input checked="" type="radio"/> 削減できない	理由: 広告宣伝事業は委託しているが、委託に係る事務作業や事業内容の検討については削減する余地がない。
公平性評価	⑩ 受益機会の適正化余地 受益機会の適正化余地はありますか？	<input type="radio"/> 適正化余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> 公平・公正である <input checked="" type="radio"/> 特定の受益者はいない	理由: _____
	⑪ 費用負担の適正化余地 受益者の費用負担の適正化余地はありますか？	<input type="radio"/> 適正化余地がある ⇒ 4. 事務事業の改革案へ <input type="radio"/> 公平・公正である <input checked="" type="radio"/> 特定の受益者はいない	理由: _____

4. 事務事業の改革案(Plan)

改革／改善方向	<p>①改善の方向性(この事務事業をどう変えていくか、廃止や拡充、事業方式改善など) ※複数ある場合は、代替案その1, 代替案その2とすること 盛岡ブランドについてさらに周知するため、メディア等をさらに活用する。</p> <p>②改革, 改善を実現していく際に想定される問題点は何ですか? それをどう克服していきますか? (関連部門や全庁的な調整の必要性, トップへの要望も含む) 限られた事業費の中で効果的に広告を行うため、事業内容について精査する。</p>
---------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5. 課長意見

一次評価	<p>(1)一次評価者としての評価結果</p> <p>① 必要性 ● 妥当 ○ 見直し余地あり ② 有効性 ○ 妥当 ● 見直し余地あり ③ 効率性 ○ 妥当 ● 見直し余地あり ④ 公平性 ● 妥当 ○ 見直し余地あり</p>	<p>(2)全体総括(振り返り, 反省点)</p> <p>話題、情報の発信を強化することで費用をかけずに報道し周知してもらおうことが盛岡ブランドの周知・宣伝につながる。盛岡市民自体が盛岡ブランドを理解し市民一人ひとりがブランド情報の発信者になる必要がある。</p>							
今後の方向性と改革改善案	<p>(3)今後の事務の方向性(改革改善案)</p> <table border="1"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 終了</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> 継続</td> <td rowspan="3"> <input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない) <input checked="" type="checkbox"/> 改革改善を行う <input type="checkbox"/> 事業統廃合・連携 </td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 廃止</td> <td><input type="checkbox"/> 休止</td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> </tr> </table>		<input type="checkbox"/> 終了	<input checked="" type="checkbox"/> 継続	<input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない) <input checked="" type="checkbox"/> 改革改善を行う <input type="checkbox"/> 事業統廃合・連携	<input type="checkbox"/> 廃止	<input type="checkbox"/> 休止		
<input type="checkbox"/> 終了	<input checked="" type="checkbox"/> 継続	<input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない) <input checked="" type="checkbox"/> 改革改善を行う <input type="checkbox"/> 事業統廃合・連携							
<input type="checkbox"/> 廃止	<input type="checkbox"/> 休止								
									
<p>方向付けの理由と改革改善の内容</p> <p>多くの市民が発信源となって盛岡ブランドを宣伝してもらおうことが最大の宣伝につながることから、市民にブランドを理解してもらうためのフォーラムの開催方法を再構築する。</p>									