

【鳴門市行政評価】

平成27年度事務事業評価シート(26年度実績)

◎基本情報

事務事業名		「橋を渡れば感動の国」セールスプロモーション事業		担当部署	経済建設部 観光振興課	
総合計画体系				根拠法令 計画など		
基本政策(大項目)	1	うきうき活力と魅力あふれるまちづくり		事業期間	開始	平成 25 年度
政策(中項目)	2	伝えたい 魅力あふれるまち なんと			終期	未定
(小項目)		観光				
施策	1	観光・交流のまちづくり				
基本事業	3	観光情報の発信強化				

◎事業概要(PLAN)

事業対象	誰(何)を対象にしているか	<input checked="" type="checkbox"/> 個人 <input type="checkbox"/> 世帯 <input type="checkbox"/> 団体 <input type="checkbox"/> その他 <input type="checkbox"/> 内部管理 観光客						
事業目標	対象をどのような状態にしたい(目指す)のか	平成26年度から導入される「本四高速への全国共通料金制度」を見据え、関西圏をターゲットにしたセールスプロモーションを実施することにより、観光客増を図る。						
事業計画	26年度に何を計画していたか	引き続き、「ロケ誘致事業」「走る広告塔事業」「交通広告事業」といったシティプロモーション事業の展開を図る。 平成26年度は、高速道路の全国共通料金制度の導入に加えて、3月に瀬戸内海国立公園が80周年を迎えることから、鳴門公園を中心としたセールスプロモーションを展開する。						
成果目標	事業目標の達成度合	指標名	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	単位
		観光入込客数	2,350,000	2,400,000	2,450,000	2,500,000	2,500,000	人

◎実施結果(DO)

事業実施内容	26年度は目標を達成するため、手段としてどのような活動を行っているのか	引き続き、高速バスへのラッピングにより観光PRを行う「走る広告塔事業」、テレビ番組のロケを誘致する「ロケ誘致事業」、ポスター・チラシ等をバスターミナルなどの交通拠点に掲出する「交通広告事業」を実施している。 「走る広告塔事業」では、観光資源をラッピングしたバス3台とアニメ「NARUTO」×阿波おどりのラッピングにより誘客を図った。「ロケ誘致事業」では、テレビ局等を訪問することにより、「せやねん！」などの番組で本市の観光資源をPRしている。「交通広告事業」では、梅田等の交通拠点に阿波おどりポスター・チラシ等を掲示することにより本市への誘客を図った。						
事業実施手法		<input checked="" type="checkbox"/> 市実施 <input type="checkbox"/> 一部委託 <input checked="" type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> その他						
	指標名	25年度実績	26年度実績	27年度目標	28年度目標	29年度目標	単位	
活動指標 実施した事業の活動量を示す指標	1	テレビ番組ロケ誘致数	4	3	4	4	4	回
	2							
成果指標 対象にどのような効果があったか示す指標		観光入込客数	1,843,242	1,945,431	—	—	—	人
		目標達成率(実績/目標)		81.1	—	—	—	%
今年度の進捗状況		ほぼ計画どおり		事業全体の進捗状況		計画どおり		

(千円)

財源内訳	平成26年度	年度	区分	国	県	地方債	その他特定財源	一般財源	事業費計
			当初予算額	0	0	0	0	3,584	3,584
			全体予算額	0	0	0	0	3,584	3,584
			決算額	0	0	0	0	3,037	3,037
			繰越額	0	0	0	0	0	0
		人件費	正規職員(6,878千円/人)	臨時職員(2,023千円/人)	総人件費		総事業費		
		0.3	0.0	2,063	5,100				

【鳴門市行政評価】

【事務事業名：「橋を渡れば感動の国」セールスプロモーション事業】  
(千円)

事業費推移	年度	25年度決算	26年度決算	27年度	28年度	29年度
	事業費	8,571	3,037	3,452	3,452	3,452
	うち一般財源	8,571	3,037	3,452	3,452	3,452
	人件費	1,955	2,063	2,063	2,063	2,063
	総事業費	10,526	5,100	5,515	5,515	5,515

◎項目別評価(CHECK)

評価項目		評価値		所見欄
①活動に対する評価	有効性	B:概ね有効性があった		本市の観光誘客にとって、最大のターゲットである関西圏に傾注した施策展開により、より効果的なセールスプロモーションを行った。
	効率性	B:概ね効率的だった		バス会社等交通機関の協力により、交通拠点にポスターを掲出してもらうなど、より効率的な事業展開を図った。
②成果に対する評価	指標名	観光入込客数		自然・文化・食など、優れた観光資源を有していながらここ数年観光入込客数が伸び悩んでいる。
	目標	2,400,000	人	
	実績	1,945,431	人	
	評価	B:概ね目標を達成できた		
③総合的な評価		B		目標を達成できていないことから、B評価とする。

◎今後の方向性(ACTION)

課題	<p>関西圏へのPRは、誘客を図るうえで非常に有効であると思われるが、移動距離が短く容易に日帰りができる地域であることから、いかにして滞在時間を延ばし、宿泊に繋げることができかが課題である。 PR・宣伝事業であることから、具体的な効果を測定することが困難である。 また、ロケ誘致事業はテレビ局等への売り込みを実施するものであるが、テレビ番組のロケ誘致に成功するかは不透明である。</p>				
今後の方向性	1.廃止	2.要改善	3.現状維持	4.拡充	3
↓今後の方向性を踏まえた上で、以下の欄に記入してください。					
実施内容	H27年度	<p>「走る広告塔事業」では、徳島～関西圏を走る高速バス3台に本市の観光資源をラッピングを施し運行しているが、本年は、2018年に100周年を迎える「第九」のラッピングバスを追加することによりPRを図る。「ロケ誘致事業」では、関西圏の番組だけでなく、全国放送の番組へのアプローチを積極的に行うことにより、PR効果を高める。「交通広告事業」では、吉本新喜劇とのタイアップによる阿波おどりや大鳴門橋開通30周年記念事業などのポスター・チラシを掲示することにより誘客を図る。</p>			
	H28年度	H27年度の反省点等を踏まえ、事業内容の見直し・検討を行う。			