

平成27年度

# 単位施策評価表

所属 25150000

産業振興部 観光振興課

施策	6303 新たな付加価値の創造							
区分	妥当性	妥当	コスト削減の余地	無	受益者負担	適正		
	上位貢献度	有効	類似事業の有無	無	成果向上の余地	有		
対象	来客者							
施策が目指す姿	新たな地域ブランドの認定、地元農産物を活用したグルメ商品の開発、滞在・体験型観光の推進等を図る。							
成果指標	来客者一人あたりの消費額 現状値 1,855円 H29年度目標値 2,055円							
目 標 達 成 状 況			平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	
	成果指標1 [円]	予定	1,855.00	1,905.00	1,955.00	2,005.00	2,055.00	
		実績	0.00	0.00	1,019.00			
	成果指標2 [ ]	予定						
		実績						
	成果指標3 [ ]	単位コスト						
		予定						
	成果指標4 [ ]	実績						
		単位コスト						
	トータルコスト (千円)	予定	20,973	25,178	38,400		0	
実績		20,973	25,745	41,744				
内 部 評 価	貢献度	上位施策の目標指標「観光客入込数」を向上させるためには、観光意欲の喚起に繋がる施策の展開が重要な要素となるため本単位施策の貢献度は高い。						
	達成状況	小江戸ブランドに新たな認定品を加え65品目とした。また、アンケート調査業務を実施したところであるが、中心部における個人消費額は目標値に対し未達であった。						
	課題	地産地消の推進や地元農産物を使った商品開発など、各産業連携による事業展開の検討にあたっては、個人消費額の増加に繋がるようテーマを絞った検討を行う必要がある。						
	取組方針	「コエド市場」を活用し、情報発信と収集に努めると共に付加価値の創造に繋がる仕組みを検討する。また、効果的な施策の展開に向け、調査結果に基づく課題等の精査を行う。						
外 部 評 価	<p>本施策の成果指標の実績を把握するため、調査を実施できたことは評価できる。毎年度できるように努力すべきである。また、実績は目標未達となっており、対策を講じるべきである。</p> <p>「とちぎ高校生 蔵部」といった若者の参画を図り、異業種・多世代交流の機会を設けることで、新たな特産品の開発やブランド化を推進して新たな付加価値の創造を図るべきである。</p> <p>本施策に紐づく事務事業は少ないため、無予算事業も含めて新たな事業の発掘や他の施策との再編を次期計画策定までに検討し反映させること。</p>							
単 位 施 策 達 成 の た め の 事 務 事 業	事業コード	名 称				トータルコスト(千円)	達成度	
	314901	栃木市ブランド推進協議会交付金				8,000	97	
	721301	観光情報物産館管理運営費				29,440	90	
	702101	渡良瀬遊水地ハートランド事業費				4,304	71	

平成27年度

単位 施策評価表 補表

施策	6303 新たな付加価値の創造		
区分	妥当性	妥当	資源のブランド化による情報発信や活用は、新たな資源の発掘や付加価値の創造につながる事業であり、実施は妥当である。
	コスト削減の余地	無	H27年4月にオープンした観光情報物産館については、年間を通じたコストの再確認を行い、適正な運営が確保できるように努める。
	受益者負担	適正	小江戸ブランドシール、のぼり旗の購入において、受益者負担を求めており、適正である。
	上位貢献度	有効	「観光客入込数」向上のための貢献度は有効である。
	類似事業の有無	無	他の類する事業はなく、代替は困難である。
	成果向上の余地	有	新たな商品開発や既存観光資源への付加価値の創造など、観光意欲の喚起に繋がる施策の展開により成果向上の余地はある。
内部評価	貢献度	上位施策「観光レクリエーションの振興」の目標指標「観光客入込数」を向上させるためには、新たな商品開発や観光資源等への付加価値の創造など、観光意欲の喚起に繋がる施策の展開が重要な要素であるため本単位施策の貢献度は高い。	
	達成状況	小江戸ブランドに新たな認定品3品を加え65品目とした。また、観光入込客の旅行目的、消費額、満足度などの実態を把握するためアンケート調査業務を実施したところであるが、中心部における個人消費額は目標値に対し未達であった。	
	課題	飲食店における地産地消の推進や地元農産物を使った新たな商品開発など、農業、商工業、観光の連携による事業展開の検討を行うにあたっては、個人消費額の増加に繋がる魅力ある商品開発(施策)など、テーマを絞った検討を行う必要がある。	
	取組方針	栃木アンテナショップまちの駅「コエド市場」を活用し、情報の発信と収集に努める共に、事業者を含む利用者同士の連携から新たな商品や付加価値の創造に繋がる仕組みづくりを検討する。また、効果的な施策の展開に向け、アンケート調査に基づく実態の把握に努め課題等の精査を行う。	

# 事

様式 1

## 栃木市事務事業評価表

平成 27 年度

会計	一般	款項目	070104	予算事業コード	314901	事業区分	02	経常的事業	新規/その他	2	その他	基本施策		単位施策	
事業名	栃木市ブランド推進協議会交付金										主	6303	観光レクリエーションの振興	新たな付加価値の創造	
担当部課 係・担当チーム名	産業振興部 観光振興課 観光企画係					担当者	安野 佑紀		従						
事業の性質	2	自治事務	根拠法令等	栃木市ブランド推進協議会設置要綱				事業期間	H24 ~ H29 年度		全体事業費 (人件費除)	14,900		千円	
事業の概要	(事業完了(事業期間のない事業は平成32年度)までに、誰(何)を、どういう方法で、どうしたいのか。対象、手段の記入) 栃木市ブランド推進協議会へ交付金を支出する。 【主要事業】						達成目標	(事業完了(事業期間のない事業は平成32年度)の目標) 市内の地域資源及び地域の特性を活かし、消費者志向に対応する特産品、農作物及び観光資源等を本市の新地域ブランドとして認定し、県内外に情報を発信することにより、本市の知名度向上、産業の振興及び地域の活性化を図る。							
							成果目標	来客者一人あたりの消費額 現状値 1,855円 H29年度目標値 2,055円							

単位：千円、人		平成26年度決算額	平成27年度決算見込	事業の内容		事業の事後評価								
事業費・指標の推移	国庫支出金	0	0	事業の内容 その成果	平成26年度			平成27年度						
	県支出金	0	0		【事業の内容】 ・地域ブランドの認定 ・地域ブランドのPR 【成果】 ・新たに15品を認定し、62品のブランド品として、更なる充実を図った。 ・ブランドパンフレット製作(3万部) ・跡見学園女子大学と連携し、SNSを活用し県内外に情報を発信する事業を行った。	【事業の内容】 ・地域ブランドの認定 ・地域ブランドのPR 【成果】 ・新たに3品を認定し、65品のブランド品として、更なる充実を図った。 ・ブランドパンフレット製作(2万8千部) ・ブランドロゴマークのシール及び広告用のぼり旗を作成した。 ・イベント参加によるブランドPR(6回)			妥当性	コスト削減の余地	受益者負担	上位貢献度	類似事業の有無	成果向上の余地
	地方債	0	0											
	その他特財	2,500	2,000											
	一般財源	0	0											
	事業費 a	2,500	2,000											
	人件費 b	7,500	6,000											
減価償却費 c	0	0												
総事業費 a+b+c	10,000	8,000	指標名	算出方法	単位									
結果指標 1	62.00	65.00	小江戸ブランド認定品数	小江戸ブランド認定品総数 平成27年目標値：67品	点									
結果指標 2														
				妥当	無	適正	有効	無	有					

事業改善計画	(改善内容とその効果を具体的に記入)					
	・栃木市アンテナショップまちの駅「コエド市場」を活用するなど、ブランドの認知度向上を図る。 ・数あるブランド品を一体的にPRできるよう、ブランドロゴマークを活用するなど、ブランド力の強化を図る。					

事後評価備考						
--------	--	--	--	--	--	--