

平成28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	有	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	1,028.00		
	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	27,522		
実績		20,973	25,745	41,744	34,718			
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67品目とした。指標としている消費額については、昨年より増加したものの、目標値に対し未達であった。						
	課題	明確なターゲットの設定を行った上で、新たな資源の開発や、既存の資源の更なる磨き上げを進める必要がある。						
	取組方針	現在の観光客のニーズを的確に把握するとともに、そのニーズを資源開発等に随時反映することができる仕組みづくりを検討する。						
外 部 評 価	<p>成果指標の未達が続いている状況であり、達成に向けた具体的な取組みが内部評価で見受けられないことが残念である。計画最終年度での成果では、具体的な取組みを示されたい。</p> <p>また、本施策の目指す新たな付加価値の創造の成果を判断するうえで、来訪者一人あたりの消費額では難しいと感じる。施策の目指す姿そのものを見直すのか、新たな指標の設定を検討するのを次期計画に反映すること。</p> <p>さらに、指標の消費額はコエド市場のみの数値とのことであるため、この集計方法も改善の余地が大いにあると思われる。</p> <p>小江戸ブランドの制度も見直す時期にあると感じている。質と量のバランスを考慮した二層式の制度にするなどの工夫を期待したい。</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	
	745001	食による観光まちおこしプロジェクト事業				700	100	
	757901	渡良瀬遊水地シンボル施設整備事業費				6,913	100	
	314901	栃木市ブランド推進協議会交付金				8,000	99	
	721301	観光情報物産館管理運営費				15,107	91	
	702101	渡良瀬遊水地ハートランド事業費				3,998	57	
	725401	三県境整備事業費					0	

平成28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	有	事業実施後の成果や効果を検証することで、適正なコストの再確認を行う必要がある。
	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いる、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	観光客のニーズを取り入れることができる仕組みを作ることで、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」の目標指標である「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、観光の魅力向上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4品を加え67品目とした。指標としている来客者一人あたりの消費額については、昨年と比べ増額したものの、目標値に対し未達であった。	
	課題	来客者の購買意欲を効果的に喚起するためには、明確なターゲット設定を行った上で、新たな資源の開発や、既存の資源の更なる磨き上げを進める必要がある。	
	取組方針		

# 事

様式 1

## 栃木市事務事業評価表

平成 28 年度

会計	一般	款項目	070104	予算事業コード	314901	事業区分	02	行政的事業	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 ~ H33 年度		全体事業費 (人件費除)	21,300	千円
事業の概要	(事業完了(事業期間のない事業は平成33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33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27年度決算額	平成28年度決算見込	平成27年度			平成28年度							
事業費・指標の推移	国庫支出金	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)			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4品を認定し、67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) ・ブランドのポスター及びポスターを掲示する看板を作成した。 ・イベント参加によるブランドPR(5回)						
	県支出金	0	0										
	地方債	0	0										
	その他特財	2,000	0										
	一般財源	0	2,000										
	事業費 a	2,000	2,000										
	人件費 b	6,000	6,000										
減価償却費 c	0	0											
総事業費 a+b+c	8,000	8,000	指標名	算出方法		単位	事業の事後評価	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
結果指標 1	65.00	67.00	小江戸ブランド認定品数	小江戸ブランド認定品総数 68点		点		妥当	無	適正	有効	無	有
結果指標 2													

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」と、より積極的な連携を図る。 ・認定品を増やすだけでなく、これまでに認定された商品の魅力の磨き上げにも重点を置き、更なるブランド力の強化を図る。													

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