

## 平成21年度事務事業評価シート (20年度実施事業分)

事業番号		08 02 05	中期総合計画主要施策番号		2-02	担当課	部・課	観光部 観光振興課		
事業名		信州観光宣伝事業					内線	3543		
							E-mail	kankoshin@pref.nagano.jp		
事業の概要等	事業の目的	長野県が有する雄大な自然環境や世界的な観光スポット、またそれらが織り成す四季折々の旬な魅力、そして様々な地域で繰り広げられる心躍るイベント情報などを全国に発信し、長野県へ訪れたいという気運の醸成を図り、誘客を促進する。								
	事業の必要性	[現状(事業の目的との間にどのようなギャップがあるか)] ・観光パンフレットや観光マップ等で観光宣伝事業を展開しているが、旬な情報の提供やデザインなどにおいて、十分に長野県の魅力が伝えられていない。 ・長野県の観光は、国内外の観光地間競争が激化する中、観光旅行者数・観光消費額がともに減少傾向にあり、大変厳しい状況におかれている。 [原因分析(ギャップが発生している原因は何か)] ・旬な情報、魅力的な情報の提供が十分にできていない。 ・長野県の魅力を伝えるデザインが不足している。 [課題の特定(事業の実施により解決しようとする課題は何か)] ・四季折々の旬な情報、観光客が欲する魅力的な情報を提供する必要がある。 ・長野県のイメージを優れたデザインで伝えながら仕様用途に合わせて作成する必要がある。								
		事業内容	・シーズンマガジンの発行 ・地図パンフレットの発行 ・公式観光サイトの運営管理							
			実施期間	H19 ~		根拠法令等 「観光立県長野」再興計画				
	成果と達成状況	事業の目指す成果		達成度(期待どおり)の判定基準(H20)			達成状況		評価	
幅広い層の目に触れ、手に取り、読んでもらい、使ってもらうことで、長野県のイメージアップを図り、誘客の促進を図る。(シーズンマガジン発行部数・H24年度目標20万部以上)		・シーズンマガジン ...県外イベント、旅行会社等で、20万部を配布する。 ・地図パンフレット ...道の駅、イベント等で5万部を配布する。 ・公式観光サイト ...トップページのアクセス件数を前年度比増加させる。			・シーズンマガジン:29万部を印刷・配布した。 ・地図パンフレット:22万部を印刷,12万部を配布した。 ・公式観光サイト:対前年度比125%のアクセスがあった。		a.期待以上 b.期待どおり c.やや下回る d.期待以下			
事業コスト	区 分		単位	19年度	20年度	21年度(当初)	20年度の概要			
	最終予算額 (A)		千円	18,491	19,072	16,875	国庫・県単 県単			
	決算額 (B)		千円	18,491	18,754		実施方法 直接、委託			
	B(H21はA)のうち一般財源		千円	18,491	16,507	7,975	歳出節別内訳等			
	概算人件費	従事する職員数	人	0.30	0.60	0.60	・報償費:13 ・需用費:9,585 ・委託料:9,156			
	概算事業費 (B(H21はA)+C)		千円	20,633	23,039	21,160	(単位:千円)			
事業実績	内 容		単位	19年度	20年度	21年度(予定)	左記以外の20年度の実績			
	シーズンマガジン		部		290,000	280,000	手提げ袋 2,700部 クリアファイル 10,000部 作成			
	地図パンフレット		部	200,000	220,000	180,000				
	公式観光サイト		件	1,048,438	1,310,373	1,400,000				
事業の課題	区 分		判 定 ・ 説 明							
	事業のニーズの変化		増加	横ばい	減少	判定の説明 ・シーズンマガジンは、当初予定した部数よりも、配架・配布協力いただける箇所が増えたため、部数を増やした。また、経費を抑えるため広告料を年度途中から徴収し、効率的な執行に努めたが、広告枠の増加等により、効率性については、改める余地はある。 ・地図パンフレットは大変好評だが、より有効な場所に設置するよう検討する余地はある。 ・公式観光サイトは、各種キャンペーンとの連携等により、有効性を高める余地はある。				
	県の関与を見直す余地		余地なし	当面余地なし	余地あり					
	有効性を高める余地		余地なし	当面余地なし	余地あり					
	効率性を高める余地		余地なし	当面余地なし	余地あり					
	課題の総括		・シーズンマガジンは、「観光立県長野」再興計画の達成目標である発行部数20万部以上は、達成したが、より効果的な配布を心がけることで、有効性を高めることは可能である。また、広告を増加させることにより効率性については、改める余地はある。 ・地図パンフレットについても、効果が大きいイベント、設置場所への配布を心がけ、費用対効果を追求する。 ・公式観光サイトは、期待以上の成果が得られたものの、各種キャンペーン・イベント等との連携を行うことで、より魅力的な情報発信を行う余地はある。							