

平成 25 年度 事務事業マネジメントシート [ 事後評価 ]

会計	款	項	目	事業コード	事業名
一般	07	01	03	0404	観光情報発信事業

事業期間	<input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返	<input type="checkbox"/> 期間限定	[平成 年度 ~ 平成 年度]
------	---	-------------------------------	-----------------

《事業目的》  
花巻の魅力発信

《事業開始の背景》  
観光誘客を通じ交流人口を拡大するために必要な情報発信の機会として、観光キャンペーンを実施するほか他市との差別化を図る斬新で訴求力のあるイメージPR用のフリーペーパーの発行を開始した。

《事業概要》  
 観光情報の発信  
 (一社)花巻観光協会への補助金交付  
 関係団体への負担金  
 イーハトープ大使によるPR  
 「花日和」の発行  
 花巻市ブランドデザイン情報誌「花日和」(首都圏版・市内版)の発行

市民参画の有無 [ 対象外 ]

《事業展開の留意事項》

《成果指標》

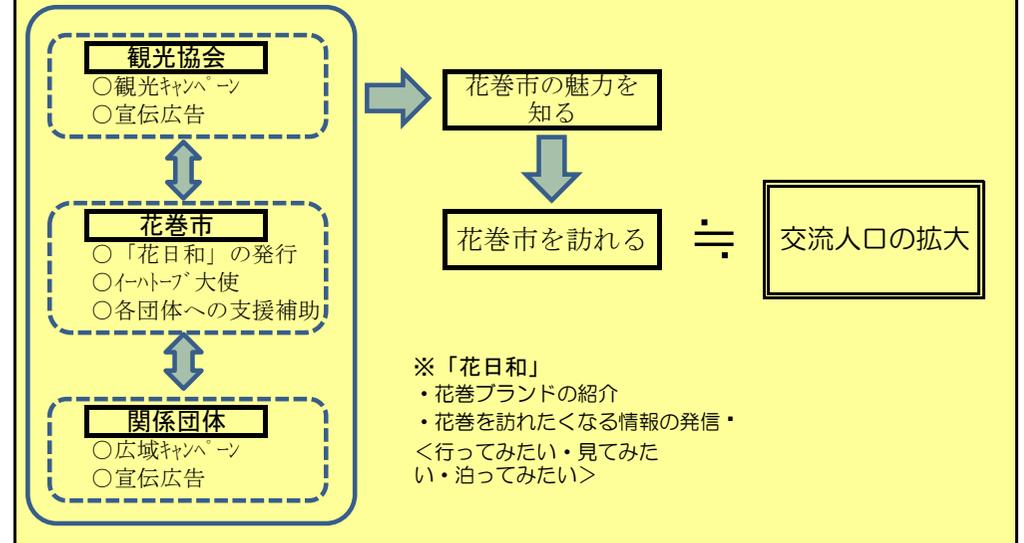
項目	単位	区分	24年度(実績)	25年度(実績)	26年度(計画)
① 観光キャンペーン入込数	人	目標	6,000	6,000	
		実績	6,000	7,030	
② 花日和プレゼント応募数	応募数	目標	200	200	
		実績	166	182	
③		目標			
		実績			

分野	担当部(機関)	担当課(機関)	担当係長	(内線)
しごと	商工観光部	観光課	鈴木 秀宜	288

事業費	25年度	当初(現計)	補正	25年度	26年度
	55,557				
財源内訳	国県支出金				
	地方債				
	その他				
	一般財源	55,557			

《事業手法の詳細》…概略図による事業手法の詳細と事業費の内訳を記載すること

- ①観光情報の発信 44,000千円  
花巻観光協会が行う観光宣伝と誘客に対する支援
- ②関係団体負担金 3,135千円  
いわて観光キャンペーン推進協議会748千円 岩手県観光協会2,283千円、北東北三県観光立県推進協議会国際観光部会104千円
- ③イーハトープ大使 191千円  
市が依頼した方々による主要都市における観光宣伝協力を通じた誘客報償費 146千円、需用費45千円
- ④「花日和」の発行 8,231千円  
消耗品費(読者プレゼント等) 70千円  
通信運搬費(冊子・プレゼント送料) 97千円  
花日和制作等業務委託料 8,064千円 ●首都圏版5,000部 ●市内版1,000部 年4回発行



観光情報発信事業 (としまとめ総括表)

平成 25 年度 事務事業マネジメントシート [ 事後評価 ]

会計	款	項	目	事業コード	事業名
一般	07	01	03	0404	観光情報発信事業

総合計画	政策	交流・移住人口増加で訪れたい・住みたいまちづくり	施策	まちぐるみ観光サービスの産業化
	2		2-1	
目的	花巻の魅力発信			
対象	観光客、旅行会社			
意図	花巻の魅力を知ることができる。			

《事業概要》…上記目的を実現するための事業手法を記載すること

○観光情報の発信  
 (一社)花巻観光協会への補助金交付  
 ○関係団体への負担金  
 ○イーハトーブ大使によるPR  
 ○「花日和」の発行  
 花巻市ブランドデザイン情報誌「花日和」(首都圏版・市内版)の発行

市民参画の有無 [ 対象外 ]

市民協働の形態  共催  実行委員会・協議会  事業協力・協定  
 後援・協賛  補助・助成  委託

活動指標 (上記「事業概要」に対応)	単位	区分	24年度(実績)	25年度(実績)	26年度(計画)
① 観光キャンペーン実施回数	回	計画	9	11	
		実績	13	13	
② 「花日和」発行部数	部	計画	20,000	20,000	
		実績	20,000	24,000	
③		計画			
		実績			
成果指標 (上記「意図」に対応)	単位	区分	24年度(実績)	25年度(実績)	26年度(計画)
① 観光キャンペーン入込数	人	目標	6,000	6,000	
		実績	6,000	7,030	
② 花日和プレゼント応募数	応募数	目標	200	200	
		実績	166	182	
③		目標			
		実績			

要因分析

達成度  目標値より高い  概ね目標値どおり  目標値より低い

・(一社)花巻観光協会による観光キャンペーンを、東北地方のほか首都圏、中部圏にて実施したことにより来場者数が増加した。  
 ・発行部数の増により、前年度よりプレゼント応募数が増加したと考えられる。

《環境変化、意見・要望》…環境変化はないか？ 意見や要望が寄せられていないか？

キャンペーン活動が(一社)花巻観光協会により主体的に実施されるようになった。  
 市民が花巻を訪れた人に花巻の良さを紹介できるよう市内配布用として各号1,000増やした。

目的妥当性	公共関与の妥当性 <input checked="" type="checkbox"/> 妥当である <input type="checkbox"/> 見直し余地がある <input type="checkbox"/> 妥当でない	多くの人に花巻の魅力を知ってもらうための観光情報発信は主体的に取り組む必要がある。
有効性	成果の向上余地 <input checked="" type="checkbox"/> 向上余地がある <input type="checkbox"/> 向上余地がない	・観光キャンペーンにおける1回当たりの効果を上げる。 ・より人目につく場所に置くなどの配置場所の見直しにより、読者の新規開拓を図る必要がある。
効率性	事業費・人件費の削減余地 <input type="checkbox"/> 事業費の削減余地がある <input type="checkbox"/> 人件費の削減余地がある <input checked="" type="checkbox"/> どちらも削減余地がない	・周辺自治体や県と合同でキャンペーンを実施することで事業費の削減に努めるほか、市内団体とも協力しマンパワーを確保しながらキャンペーンを実施していることから削減の余地はない。 ・発行部数・回数を見直さないのであれば、削減の余地はない。
公平性	受益と負担の適正化余地 <input type="checkbox"/> 受益機会の見直し余地がある <input type="checkbox"/> 費用負担の見直し余地がある <input checked="" type="checkbox"/> 適正である	・観光振興は市全体が受益となる。

《総合評価》…上記評価結果の総括

名古屋便就航先の中中部圏でキャンペーンを実施したことにより空港の利用促進を図ることができたほか、県や近隣市町村との協力で、より広域的にPRをすることができた。  
 花巻ならではの特集記事を組むことにより、他にはない魅力ある街であることをアピールすることができた。