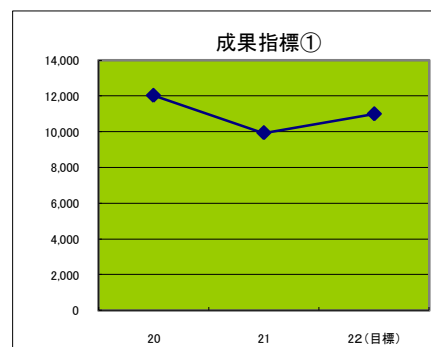
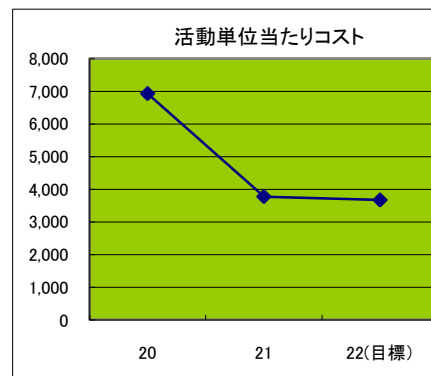


事務事業名		観光事業		予算科目	会計	1	一般会計
					款	7	商工費
					項	1	商工費
					目	3	観光費
総合基本計画	まちづくりの目標(章)	4	魅力ある地域社会を拓く活力あるまち	事業	1	観光	
	施策(節)	8	観光振興・都市交流				
	施策の方向	(3)	観光資源・事業のアピール				
関連する計画等				作成部署 生活環境部産業振興課			
事業の目的	対象(誰を・何を)			連絡先 072 - 958 - 1111 内線 2760			
	市民、観光客						
	意図(どういう状態にしたいのか)						
事業の内容	観光事業を振興し、また、特産物・特産品の需要を拡大させることにより、当市への観光客を増加させる。						
	◎観光情報資料の作成・配布 ◎市独自、また、国・府の観光担当課及び南河内広域観光担当団体を通じ、国内観光事業・各種イベント・観光特産フェアへの参加及びPR ◎観光協会事務局運営						
	○いちじくジャムの製造・販売 ○レンタサイクル ○道の駅しらとりの郷タケル館にて、交流がある市町村の特産物・特産品の販売						
根拠法令等		観光立国推進基本法、羽曳野市観光協会会則					
事業開始時期		☐ 昭和 年開始 ☒ 明確にはわからない ☐ 平成 ☐ 市制施行(昭和34年)以前より行っている		終了年度		平成 年度	
事業開始時からの状況変化		平成19年度より、道の駅しらとりの郷タケル館にて、交流がある市町村の特産物・特産品の販売 平成20年度より、観光協会ホームページの運用開始					
市民や議会の要望							
実施手法		☒ 直営 ☐ 一部委託 ☐ 全部委託 ☐ 補助金・助成金 ☐ その他()					
委託先		☐ 市外郭団体委託 名称() ☐ 民間委託 ☐ その他		委託内容			

区 分		20年度	21年度	22年度
		(実績)	(実績)	(見込み)
事業費【1】 (千円)		360	330	330
人件費【2】 (千円)		11,400	9,675	9,591
職員数	正規職員	1.52 人	1.25 人	1.23 人
	再任用職員	0.00 人	0.10 人	0.00 人
	嘱託職員	0.00 人	0.00 人	0.10 人
	臨時職員	0.00 人	0.05 人	0.07 人
	超過勤務(参考) (時間)	69.00 時間	9.00 時間	15.00 時間
総事業費 (【1】 + 【2】) 【A】 (千円)		11,760	10,005	9,921
財源内訳	国費 (千円)			
	府費 (千円)			
	市債 (千円)			
	その他 (手数料・使用料等) (千円)			
	一般財源 (千円)	11,760	10,005	9,921
活動指標(事業の活動実績)【B】 単位		20年度	21年度	22年度(目標)
①	いちじくジャム販売数 個	1,697	2,648	2,700
②	レンタサイクル利用者数 人	2,754	2,421	2,500
③	タケル館観光協会管理商品購入者数 人	11,997	9,634	11,000
活動単位当たりコスト (【A】 / 【B】 ①)		6,930 円	3,778 円	3,674 円
市民1人当たりコスト (【A】 / 人口)		98 円	84 円	83 円



成果指標 (事業目的の達成度を測る指標)	指標名		単位	指標設定の考え方	平成20年度		平成21年度		平成22年度
	①	観光地等の入込客数 (人) (式)	人	代表的な歴史的・文化的 遺産への来訪者数	目標	11,000	11,000	達成率(%)	11,000
					実績	12,042	9,933	90.3%	
	②	(式)			目標			達成率(%)	
					実績				

市の関与の必要性	市の関与が必要な理由									評価	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	必要性	分析・評価の説明
	法令上の義務	受益者が不特定多数	最低限の生活水準を確保	市民の不安を解消	社会的経済的弱者を対象	民間だけでは負担しきれない	民間だけでは供給不足	市の特色等を市内外へ発信	第三者にも受益がある	有	国・府・近隣市町村との効率的な連絡・調整、及び観光等の情報発信の拠点となるため、市が事業実施する必要がある。
						○		○			

分析・評価

視点	分析のためのチェック点	はい	いいえ	該当なし	分析・評価の説明
妥当性	市民ニーズが高い	☒	☐	☐	観光立国推進基本法が施行され、当市の特色である、古墳群・旧街道・古い町並み・由緒ある神社仏閣等の歴史的・文化的遺産や、いちじく等の地元特産物をPRする責務がある。
	市民ニーズに比較してサービスの供給過剰となっていない	☒	☐	☐	
	社会情勢の変化に対応している	☒	☐	☐	
	他市の水準と比較しても、対象範囲や水準を見直す必要がない	☒	☐	☐	
	国・府の事業と重複していない	☒	☐	☐	
	事業を休止、廃止した場合の影響度が大きい	☒	☐	☐	
	緊急性が認められる	☒	☐	☐	
効率性	単位コストが適切である(経年、他市比較など)	☒	☐	☐	国・府・近隣市町村と連携しながら、観光協会・各種ボランティア団体も活用し、最低限の人材・予算で、歴史的・文化的遺産や特産物などの当市の特色をPRできている。
	受益者負担の割合は適当である	☐	☐	☒	
	人員を削減する余地がない	☒	☐	☐	
	事業費を削減する余地がない	☒	☐	☐	
	簡略化できる方法や手段がない	☐	☒	☐	
	市の他事業と重複していない	☐	☒	☐	
	民間活力(民間委託、NPO、ボランティア、PFIなど)の活用について検討の余地がない	☐	☒	☐	
有効性	上位の施策(目的)が明確である	☒	☐	☐	歴史的・文化的遺産や特産物などの当市の特色をPRすることにより、当市の認知度向上・イメージアップに寄与している。
	上位の施策(目的)への貢献度が高い事業である	☒	☐	☐	
	成果を向上させる余地がない	☐	☒	☐	
	市民の視点にたつてサービスが提供されている	☒	☐	☐	
協働性	事業の企画、立案に市民が参加している	☒	☐	☐	観光協会役員で構成する運営委員会実施や、各種ボランティア団体との交流を通じ、市民の意見を観光施策に反映している。
	事業の実施に向けて、市民と情報の共有が図られている	☒	☐	☐	
	事業の実施について積極的に市民の意見を反映している	☒	☐	☐	
	事業の実施に市民の参加、協力が得られている	☒	☐	☐	
達成度	成果指標の目標値は適正である	☒	☐	☐	入込客数は減少している。
	成果指標の実績値は目標値以上である	☐	☒	☐	
	成果指標は前年度より向上している	☐	☒	☐	

担当 部局 評価	総合評価	
	☒ 拡大・充実 ☐ 現状維持 ☐ 方法改善 ☐ 民営化・民間委託 ☐ 縮小 ☐ 廃止・休止 ☐ 完了	
	評価の理由	
	観光立国推進基本法が施行され、地方公共団体にも区域特性をPRする責務があり、より一層効率的な観光PR方法の検討が必要である。	
	今後に向けて(取組方針、具体的な改善改革案など)	
	観光協会ホームページの活用により観光PRを積極的に行う。	
行 革 本 部 評 価	総合評価	
	☒ 拡大・充実 ☒ 現状維持 ☒ 方法改善 ☒ 民営化・民間委託 ☒ 縮小 ☒ 廃止・休止 ☒ 完了	
	評価理由・意見	