

事務事業評価

平成 24 年度

担当グループ 観光・ジオパークグループ

基本事項	事務事業名	お年玉プレゼントキャンペーン事業					整理番号	1507	
	根拠法令等						実施を義務付ける規定	○あり ●なし	
	関連する市勢振興計画の基本計画	章 第6章 地域の個性と魅力を磨いて交流を促進する	▼	予算科目	7 款 1 項 3 目		○継続 ●新規		
		節 第2節 交流活動推進	▼	事業区分	市民サービス事業				
事業の目的・実施状況等	事業の背景 (課題、市民の要望等)	本市では、これまで市内の小中学校の児童・生徒から募集した絵画を活用して、観光年賀絵はがきを作成し、市民が年賀状として全国に発送することで、本市の観光PRを行ってきた。全国的には、楽しみの一つであるお年玉(くじ)付きの通常年賀状を活用して、観光・物産のPR事業を展開している自治体もあることから、23年度から本市でも通常年賀状を利用して観光・特産品のPR広告を印刷し、観光・特産品のPRを図ることとした。					計画期間	始期	平成 23 年から
	事業の対象及び目的 (誰に、何を、どのような状態にしたいのか)	市民がこの年賀状を購入してもらい、発送していただくことにより、広く県内外の方々へ島原の観光・特産品の魅力をPRするため					終期	平成	年まで
	目的達成のための手段・方法	<ul style="list-style-type: none"> ・日本郵政のお年玉付き年賀はがきに島原の観光や特産品のPR広告を印刷し、その年賀状を市民が購入し、市内外の方々へ発送してもらう。 ・年賀はがきの番号を活用し、本市で独自の当選番号を決め、当選者に本市の特産品をプレゼントする。 ・通常のお年玉(景品)に加え、島原の特産品が当たる可能性もあり、はがきを受け取った方にダブルのチャンスを楽しんでもらう。 							
	成果指標 (意図する状態の達成度を図るものさし)	名 称 等 (内 容)		単位	22 年度	23 年度	24 年度		
		①年賀状の発行枚数	目標	枚		30,000	33,000		
			実績	枚			32,240		
達成率	%				107.5	0.0			
活動指標 (意図する状態達成のために実施する活動等)	①事業の周知・PR ※広報紙・新聞への掲載、ケーブルテレビ・FMLしまばら、ホームページ、うるおう島原などの媒体を活用		目標	回			100		
			実績	回					
			目標						
事業費等の推移	年度		20 年度	21 年度	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	
	区分		実績値	実績値	実績値	実績値	予算	計画	
	①直接事業費(千円)					657	1,034		
	財源内訳	国 県 支 出 金							
		地 方 債							
		そ の 他							
		一 般 財 源	0	0	0	657	1,034	0	
②従事職員給与費 b1×b2		0	0	0	2,533	2,547	0		
従事職員数(人) b1		0.00	0.00	0.00	0.35	0.35	0.00		
職員平均人件費 b2		7,153	7,162	7,168	7,236	7,277			
事業費合計 ① + ②		0	0	0	3,190	3,581	0		

【1次評価】

◎事務事業の評価項目と評価の視点		評価内容（判断理由、課題等）	
目的 妥当性	①住民ニーズの変化等により事業の必要性や役割は変わっていないか	A=変わっていない B=一部変わった C=変わった パソコンや携帯のメール等が普及する中、年に1度の年賀状については、出すという方も少なくないと思われるため、その活用は有効であると思われる。	判定 A
	②事業を民間(NPO、市民、ボランティア等)に任せることはできないか	A=可能でない B=一部は可能 C=可能である 年賀状の購入・印刷・販売については、島原城振興協会に委託	A
	③対象等は事業目的に見合っているか、拡大や絞込む必要はないか、見直しによる費用対効果の向上が図られないか	A=概ね適切 B=改善の余地あり C=見直しが必要 島原市民の市内外の親類、友人等に幅広く発送されると思われるため、見直しの必要はないと思われる。	A
有 効 性	④事業の実施により初期の目的や目標がどの程度達成されているか	A=達成している B=一部達成している C=あまり達成していない ハガキの枚数は目標数を上回り初期の目的は達成されたが、印刷(表記)方法や当選番号の周知などに一部改善の余地あり。	B
	⑤成果の状況を踏まえ、手段等を工夫したり事業内容を見直すことで、成果をさらに向上させる余地はありませんか	A=十分成果が得られている B=検討の余地あり C=見直しが必要 誰が見ても分かるような表記方法(内容・問い合わせ先等)や、当選番号の周知の方法(インターネット、新聞、テレビ等)を工夫することにより、成果の向上は見込められると思われる。	B
効 率 性	⑥活動量や成果を下げずにコストを削減できないか、投入された資源量に見合う結果が得られているか、改善の余地はありませんか	A=概ね適切 B=検討・改善の余地あり C=見直しが必要 年賀状の発送により、市県外の多数の方に観光等のPRができる。また、当選賞品の発送により特産品のPRもできるため、資源量は適切であると思われる。	A
	⑦事業の効率性を上げるため、他の事業との統合や事務の省力化など見直す余地はありませんか	A=見直す余地はない B=統合等、検討の余地あり C=見直しが必要 以前より実施している、市内の子供たちが描いた絵を載せる「観光年賀絵はがき」(無料配布)との調整の余地はあると思われる。	B
	⑧組織間の連携や役割分担に改善の余地はありませんか。	A=概ね適切 B=検討・改善の余地あり C=見直しが必要 年賀はがきの販売等も含まれるため、公益法人の島原城振興協会に委託しており、連携も図れていると思われる。	A
公平性	⑨事業の対象者全員に偏りなくサービスが提供されていますか。全体コストから見て受益者の負担割合は適切か、使用料等の見直しの余地はありませんか。	A=概ね適切 B=検討・改善の余地あり C=見直しが必要 特産品のプレゼントについては、抽選によるため概ね適切であると思われる。	A
⑩市民参加、市民協働が配慮されているか、市民参加を拡大する余地や、新たに取り組む余地がないか		A=概ね適切・現状維持 B=検討・改善の余地あり C=見直しが必要	A
判定評点平均			2.70
A=3、B=2、C=1、「-」=0として換算			

◎ 総合評価			
評 価 結 果	<input type="radio"/> A 継続実施(特段の見直しは行わない)	判 断 理 由	年賀はがきの発送により、市県外の多数の方に観光等のPRができ、また、当選者から目標程度の申し出があれば、その賞品(特産品)の発送により、特産品のPRも図れるなどの効果が見込めるため、継続して実施したい。ただし、昨年度の反省に立ち、より成果が上がるよう、年賀状への印刷(表記)方法、当選番号の周知方法などの工夫を図りたい。
	<input type="radio"/> B 改善・見直しを行う		
	<input type="radio"/> B1 事業規模の拡充		
	<input type="radio"/> B2 事業規模の縮小		
	<input checked="" type="radio"/> B3 事業内容の改善・見直し		
<input type="radio"/> B4 その他の見直し			
<input type="radio"/> C 休止(隔年実施などへの変更)			
<input type="radio"/> D 廃止(終期の設定等を含む)			
今後の課題及び改善策、見直しの状況	(実施上の課題等) ・時期を逸さないよう、事業を計画的に実施する。		
<small>総合評価で、「見直し・改善」を行うとした場合、見直しを行う上での今後の課題や事務事業の改善・見直しを行うことにより予想される効果も併せて記載ください。 ・本年度の事業を実施するにあたり、事業内容等の見直し(改革・改善、終期の設定など)を行っている場合は、その内容についても記載ください。</small>			

【2次評価】

総合判定	B3見直しのうえで実施 ⇒ 事業内容の改善
備考	特産品のPRを図るという事業効果の観点から、当選番号の周知方法について工夫を図る必要がある。

【3次評価】

総合判定	
備考	

評価結果を踏まえた次年度予算への反映状況		
① <input type="checkbox"/> 事業費縮減(事業の見直し)	③ <input type="checkbox"/> 成果向上に向けた事業費増加	↓ 予算措置額の増減 (千円)
② <input type="checkbox"/> 民間委託等によるコストの縮減	④ <input type="checkbox"/> 事務の効率化による現状維持(事業内容の拡充)	