

事業評価シート

番号 0440090 - 001

【1.基本情報】

事業名	東京におけるシティプロモーション				
担当部名	行政部	担当課名	東京事務所		
未来地図政策	シティプロモーションの推進		政策コード	7 - 6 - 0 - 0	
実施方法	その他	補助の種類※	実施主体	岐阜市	
実施期間	23 年度～	年度	根拠法令 関連計画※		

【2.事業概要】

事業の目的	首都圏在勤・在住者、観光客、訪日外国人への観光PR				
事業の内容	<ul style="list-style-type: none"> 観光パンフレット等を東京駅隣接商業施設内の「東京シティアイ」館内に常備し、本市のPRに努める。 イベント開催 				
事業の対象	何を	観光、食、移住などの情報			
	誰に (対象者・対象者数)	首都圏在勤・在住者、観光客、訪日外国人			
	どのくらい (具体的 数値で)	観光パンフレット等 年間3,000枚			
令和元年度 (実施内容)	<ul style="list-style-type: none"> パンフレットを配布し、観光PR 観光PRイベントの開催(まるごとにつぼん、東京タワー) 他の中核市東京事務所との連携によるシティプロモーション事業への参加 				

【3.支出(行政コスト)】

(1)人にかかるコスト

	平成29年度決算額		平成30年度決算額		令和元年度決算額	
	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)	人件費(千円)	人日(人)
正規職員	1,268	40	1,268	40	1,360	40
嘱託職員	0	0	0	0	0	0
アルバイト	0	0	0	0	0	0
計(A)	1,268	40	1,268	40	1,360	40

(2)物にかかるコスト

直接経費【直接事業費】(B)		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
		1,132	1,124	1,137
直接事業費の主な内訳		平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
項目	使用料	1,008	1,008	1,018
	消耗品費他	124	116	119
減価償却費【施設管理】※(C)		平成29年度額(千円)	平成30年度額(千円)	令和元年度額(千円)
計(D)=B+C		1,132	1,124	1,137

(3)総コスト

総事業費(E) =A+D	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	2,400	2,392	2,497

【4.収入】

収入内訳	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
国庫支出金			
県支出金			
市債			
使用料・手数料			
その他			
計(F)	0	0	0

【5.収支】

市負担額一般財源(E-F)	平成29年度決算額(千円)	平成30年度決算額(千円)	令和元年度決算額(千円)
	2,400	2,392	2,497

【6.コストバランス】

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
事業受益者	岐阜市	岐阜市	岐阜市
受益者数	8,200	7,500	8,700
受益者負担額(千円)			
受益者負担率(%)	0.0%	0.0%	0.0%
受益者1人当たりのコスト (円、一般財源ベース)	293	319	287

【7.指標】

アウトプット評価 (資源投入(インプット)により産出した活動(サービス))			
活動指標名	東京シティアイにおけるパンフレット配布数	単位	枚
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	3,000	3,000	3,000
実績値	1,675	1,115	848

アウトカム評価 (アウトプットによりもたらされた成果)			
成果指標名	イベント来場者数	単位	人
	平成29年度	平成30年度	令和元年度
目標値	4,000	4,000	4,000
実績値	8,200	7,500	8,700

【8.評価】

評価項目	評価	理由(可能な限り定量的又は定性的な指標を用いて説明)
必要性 (①目的が市民・社会のニーズに合っているか) (②事業を市が担う必要があるか(民間・国・県)) ※【1】【2】から	中	「地方創生」が求められている中、岐阜市を首都圏にPRする必要性は高いが本市としてのシティプロモーションのターゲットについては、名古屋圏を中心に据えている点から以前と比べて低下したと考える。 国・県・民間と連携して行う必要があるが、本市のPRが目的であることから、本市が主体となるべきである。
効率性 (①費用対効果) (②他に効率的な方法がないか (広域・民間活用・市民協働)) ※【1】【3】【4】【5】【6】から	中	イベントについては一定の参加者があり、PR効果を出すことができた。 パンフレット捌け数に関しては、ネットから情報を得る機会が増え、徐々に低下している。 SNSやスマートフォンの普及を含めて、ICT技術の進化により、代替手法の検討が可能になったと考えられる。
有効性 (期待した効果が得られたか 又は計画した将来に効果が得られる見込か) ※【2】【7】から	高	東京駅と直結している観光情報発信施設「東京シティアイ」での情報発信や、集客力が高い施設でのイベント開催を行うことで、首都圏在勤・在住者、観光客、訪日外国人に効果的に岐阜市をアピールできた。
公平性 (受益者及び受益者負担は適正か) ※【2】【6】【7】から	低	受益者が限定的である。
【総合評価】 (現状維持・改善(統合・縮小含む)・廃止)	廃止	これまで行ってきた首都圏におけるPR事業は一定の効果が得られ、有意義と認められるが、情報発信手段が多様化したことなどにより、代替手法を検討すべき時期になったと考えられる。