

局 施 策 評 価 票

平成 **21** 年度実施施策

A時点: -	B時点: -	C時点: 22. 7月

局名 **企画文化局**

基本計画	柱	いきいきと働く
	大項目	にぎわいづくりの推進
	取組みの方針	ビクターズ・インダストリーの振興

担当局 / 総務担当課名	企画文化局	企画課
連絡先	582 - 2153	

21年度計画

-4-(3)-

施策名 **集客交流の推進**

施策の概要	何(誰)をどのような状態にしたいのか。	市民や民間団体、企業が主体となって、市外から多くの人々に訪れてもらい、来訪者の長時間滞在や市内への宿泊を促すことによって、本市の経済の活性化を推進します。
	その結果、実現を目指す取組みの方針名	ビクターズ・インダストリーの振興

施策の成果	成果指標 (上段:指標名、下段:指標設定の考え方)		現状値		平成21年度	目標値			
	指標名	設定の考え方	年度	平成20年度		計画	年度	平成25年度	
	にぎわいづくり参加団体数		年度	平成20年度	計画	360 団体	年度	平成25年度	
	北九州市においては、都市の持続的な発展を支える交流人口の増加が不可欠であり、そのためには、本市を訪れる全ての人に対し、市民レベルでのホスピタリティが必要です。そこで、市民、民間団体、企業等に"にぎわいづくり"につながる諸活動の相互連携・協働を働きかけ、ホスピタリティの意識を共有するにぎわいづくり参加団体の数を増やしていくことにしています。	現状値	360団体			実績	360 団体	目標値	500団体
						達成度	100.0 %		
		年度				計画		年度	
		現状値				実績		目標値	
						達成度	%		
	年度				計画		年度		
	現状値				実績		目標値		
					達成度	%			
コスト	A時点 -	B時点 -	C時点 22.7月 [21年度:執行額]	事業費	19,787 千円	構成事業にかかった人件費の目安(21年度)			
	うち一般財源			19,787 千円	4,500 千円				

局施策に対する担当局の評価

局施策の評価	21年度評価	主な分析理由
成果指標の結果を踏まえ、構成事業の評価結果なども考慮し評価を行う。	B	北九州市内で"にぎわいづくり"に関心がある団体に対し意向調査を実施したところ、360団体から『にぎわいづくりに参加したい』との回答が届きました。これらの参加団体に対して、市のにぎわいづくりに関する情報提供を行うとともに、異業種同士のマッチングを支援し、新たな事業の発展・展開を模索するなど、意識の向上に努めました。
		ホスピタリティは徐々に向上しつつあるものの、参加団体相互の情報交換や事業の連携などについては、まだ行政に頼っている部分も多く、「市民全員が主役」というには距離があります。しかし、このホスピタリティの向上というのは、一種の人材育成であることから、自然発生的にランディングするには多少の時間を要するものと思われます。 今後は、参加団体が主体性を持って活動を進めていけるような環境づくりを整えていくため、HP等を活用した双方向での情報発信機能の強化や、異業種団体の接点となる活動を活発化していきます。

[局施策評価] A:大変良い状況にある B:概ね良い状況にある C:概ね良い状況とまでは言えない D:不十分な状況にある

評価担当部署の意見

適切な評価
 下記のとおり

目標値の考え方を示すことが必要と考えます。

施策名 集客交流の推進

構成事業名	事業費				事業にかかった 人件費の目安 (21年度)	経費分類 裁量的経費 義務的経費 特別経費(重点) 特別経費(臨時)	今後の方向性			
	C時点[21年度: 執行額]						21年度			21年度
			21年度							
にぎわいづくり推進事業			19,787 千円		4,500 千円	裁量経費			ア	
事業費のうち一般財源			19,787 千円							
			千円		千円					
事業費のうち一般財源			千円		千円					
			千円		千円					
事業費のうち一般財源			千円		千円					
			千円		千円					
事業費のうち一般財源			千円		千円					
			千円		千円					
事業費のうち一般財源			千円		千円					
			千円		千円					
事業費のうち一般財源			千円		千円					
			千円		千円					
事業費のうち一般財源			千円		千円					
			千円		千円					
事業費のうち一般財源			千円		千円					

局施策全体のコスト	21年度			
	事業費		人件費(目安)	
		19,787 千円		4,500 千円
施策全体の事業費のうち一般財源	19,787 千円			

局施策の 21年度評価
B

- 【局施策評価】
- A: 大変良い状況にある
 - B: 概ね良い状況にある
 - C: 概ね良い状況とまでは言えない
 - D: 不十分な状況にある

事業評価票

平成21年度実施事業	新規	継続

A時点: -	B時点: -	C時点: 22.7月

担当局/課	企画文化局	シティプロモーション部
連絡先	582-3636	

基本計画	柱	いきいきと働く
	大項目	にぎわいづくりの推進
	取組みの方針	ビジターズ・インダストリーの振興
	主要施策	集客交流の推進

関連計画	
事業期間	
経費区分	裁量経費

-4-(3)-

事業名		にぎわいづくり推進事業					
事業の概要	何(誰)をどのような状態にしたいのか。	市民、民間団体、企業、行政などが連携し合い、「市民全員が主役」となったビジターズ・インダストリーを展開する仕組みづくりを行います。そのひとつとして、ホスピタリティの向上を図り、市民意識の醸成を図ります。					
	その結果、実現を目指す施策名と成果	施策名	集客交流の推進	成果	にぎわいづくり参加団体数		

目的実現の為に実施する内容	実施工程	当初計画	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	計画変更理由		
		現状	360団体	400団体	430団体	460団体	500団体			
	実施状況	成果・活動指標 (上段:指標名、下段:指標設定の考え方)						平成21年度	目標	
		にぎわいづくり参加団体数					計画	360 団体	年度	平成25年度
		北九州市においては、都市の持続的な発展を支える交流人口の増加が不可欠です。そのためには、北九州市を訪れる全ての人に対し、市民レベルでのホスピタリティが必要となります。そこで、市民、民間団体、企業等に"にぎわいづくり"につながる諸活動の相互連携・協働を働きかけ、ホスピタリティの意識を共有するにぎわいづくり参加団体の数を増やしていきます。					実績	360 団体	内容	500団体
		情報誌「雲のうえ」の発行					達成度	100.0 %		
		まちのにぎわいを創出するためには、北九州市への興味や関心を喚起するような情報を効果的に発信する必要があります。そのため、話題性の高い情報誌を製作し、本市のイメージアップや来訪者数の増加につなげます。					計画	2 回	年度	平成23年度
							実績	2 回	内容	2回
						達成度	100.0 %			
	コスト	A時点 - B時点 - C時点 22.7月 [21年度:執行額]					事業費	19,787 千円	事業にかかった人件費の目安(21年度)	
					うち一般財源	19,787 千円	4,500 千円			
単年度計画										

【事業の実施結果・進捗状況の確認】

実施結果	21年度に実施した結果、当初計画(実施工程)に対する進捗状況はどうか。	北九州市内で"にぎわいづくり"に関心がある団体に対し意向調査を実施したところ、360団体から『にぎわいづくりに参加したい』との回答が届きました。これらの参加団体に対して、市のにぎわいづくりに関する情報提供を行うとともに、異業種同士のマッチングを支援し、新たな事業の発展・展開を模索するなど、意識の向上に努めました。情報誌「雲のうえ」を2回発行しました(12,000千円)。
------	-------------------------------------	--

【事業の再検証】

評価	有効性 この事業は施策の実現に対し、効果があったのか。	4	4	ホスピタリティの向上を図るうえで、参加団体で活動を進めるといった手法は、団体(集団)意識・情報交換のしやすさという面から、とても有効であると思います。
	経済性・効率性 同じ効果をより低いコストで得られないか、または、同じコストでより高い効果を得られないか。		4	一定の意識がある団体等へ優先的に参加を呼びかけたことは、意識がない団体等と比較すると、経済性・効率性は高いものと思われます。
	適時性 今実施しなかった場合、施策実現に対する影響はどうか。		4	集客交流計画を推進するには適切な時期であり、また意識の向上には時間がかかることから、早い時期から働きかけを図っていく必要があります。
	市の関与の必要性 実施主体として市が適切なのか、市の関与をなくすることはできないのか。		3	市民意識が自然に育っていくことが最も望ましいが、きっかけづくりとして市が関与することは必要です。
今後の方向性	評価結果を検証した上で、今後の事業の方向性(いつから何をどうするのか)を決定する。	ア	ア	ホスピタリティは徐々に向上しつつあるものの、参加団体相互の情報交換や事業の連携などについては、まだ行政に頼っている部分も多く、「市民全員が主役」というにはまだ距離があります。しかし、このホスピタリティの向上というのは、一種の人材育成であることから、自然発生的にランディングするには多少の時間を要するものと思われます。 今後は、参加団体が主体性を持って活動を進めていけるような環境づくりの改善を目指し、HP等を活用した双方向での情報発信機能の強化や、異業種団体の接着役となる活動を活発化していきたいと思えます。