

事業の仕分け 評価調書

基準日	平成21年 3月31日現在	(単位：千円)																			
①事業名	中央区の区魅力づくり事業 ちゅうおうPRサポーター事業							事業開始年度	平成19 年度		終了予定年度	年度									
②事業主体	福岡市、ちゅうおうPRサポーター(中央区民から公募したボランティア)							⑤予算費目													
③実施箇所	全市 ・ 区別 (中央区)							会計	一般会計												
④所管課	中央区区政推進部企画課							款	総務費												
	tel: 718-1013			fax: 716-0307				項	総務管理費												
	mail: kikaku.CWO@city.fukuoka.lg.jp							目	区政推進費												
⑥行政計画上の位置付け	総合計画				政策推進プラン(第2次実施計画) 中央区計画																
	政策目標				目標2 自然と共生し、資源を活かした魅力あるまち																
	施策事業体系				主要事業・中央区独自事業																
	法律上の位置付け		法律	名				左記の 規定内容													
他の行政計画での位置付け		計画	法律	名				左記の 規定内容													
⑦事業概要	時点	対象							将来達成したい状況												
	事業の目的 (事業開始時)	中央区民							中央区内の自然や歴史、文化など、さまざまな見どころ情報を中央区民へ広く発信することで区の魅力を知ってもらい、区民の地域への愛着を深める。また、その見どころ情報を区民がより身近なものとして受け取れるよう、区民の視点に立った情報提供を実現する。												
	事業の目的 (現在)	同上							上記に加え、区民が実際に見どころを訪れるような仕組みづくりを行う。												
	事業手法	中央区民から「ちゅうおうPRサポーター」(以下サポーター)を公募し、サポーターが区内の見どころの発掘およびその紹介記事作成を行う。作成した紹介記事は、中央区ホームページや市政だより中央区版といった広報媒体を活用して幅広く発信する。また、サポーターのガイドによる見どころツアーを実施し、区民が実際に見どころを訪れる機会を提供する。																			
	これまでの経過 及び 今後の全体計画	中央区は住民の入れ替わりが激しく共同住宅や単身者が多いといった特徴があるため、地域の人間関係の希薄化、地域コミュニティの弱体化といった課題がある。この課題を解決する一つの方策として、自然や歴史といった地域の見どころ(魅力)情報を区民に伝え、地域への愛着を持ってもらうことは有効であるが、事業開始前までは見どころ情報の量・質ともに十分とは言えない状況であった。そこで、平成19年度より区民との共働事業としてちゅうおうPRサポーター事業を実施。幅広い見どころ情報の発掘と発信を行うとともに、区民自身が情報の提供者となることで、区民の視点に立った情報提供を行ってきた。平成21年度は、区民が実際に見どころを訪れる機会を提供するため、見どころツアーを実施する。今後も引き続き、区ホームページや市政だより中央区版を中心に情報発信を行っていく予定である。																			
	20年度 実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ・サポーター16名を公募(うち、19年度からの継続が6名) ・サポーターによる見どころの発掘および紹介記事の作成 ・毎月第4木曜日に定例会議を開催 ・中央区ホームページ上の「みどころ情報発信館」に57本の見どころ紹介記事を掲載(19年度からの累計100本) ・市政だより中央区版10月1日特集号(唐津街道特集)および4月1日特集号(街角アート特集)の企画、編集 ・3月に、区内の見どころを巡るコースを掲載した「中央区ぶらぶら散策マップ」を3,000部発行 																			
21年度 実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ・サポーター12名体制(全員20年度からの継続) ・サポーターによる見どころの発掘および紹介記事の作成 ・毎月第4木曜日に定例会議を実施 ・中央区ホームページ上の「みどころ情報発信館」に見どころ紹介記事を掲載 ・市政だより中央区版の企画、編集 ・見どころツアーの実施(年2回) ・平成22年度における「ちゅうおうPRサポーター事業」のあり方検討 ・パンフレットの増刷 																				
⑧年度計画	平成20年度													平成21年度				平成22年度(予定)			
		第一 四半期	第二 四半期	第三 四半期	第四 四半期	第一 四半期	第二 四半期	第三 四半期	第四 四半期	第一 四半期	第二 四半期	第三 四半期	第四 四半期								
	スケジュール	新規サポーターの公募								新規サポーターの公募											
		サポーターによる見どころの発掘および紹介記事の作成				サポーターによる見どころの発掘および紹介記事の作成				サポーターによる新たな見どころの発掘および紹介記事の作成											
		毎月第4木曜日に定例会議を開催				毎月第4木曜日に定例会議を開催				毎月第4木曜日に定例会議を開催											
見どころ紹介記事を区ホームページに適宜掲載				見どころ紹介記事を区ホームページに適宜掲載				新たな見どころ紹介記事を区ホームページに適宜掲載													
	市政だより特集号の企画、編集				市政だより特集号の企画、編集				市政だよりの企画、編集(年2回)												
	中央区ぶらぶら散策マップの企画、発行				見どころツアーの企画、実施				まちかど文化ひろばでの展示												
					中央区よかとこガイドの改訂、増刷																
繁忙期	特に忙しい																				
	忙しい																				
	通常	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○								
	非稼働・未実施期間																				

⑨ 資源投入量	予算・決算	年度		総事業費	18年度決算	19年度決算	20年度決算見込	21年度予算		
		事業費(正規・嘱託・臨時職員の人件費を除く)	—		—		704	678	1,259	
		うち、当該個別事業事業費(各人件費を除く)※	—		—		704	678	1,259	
		財源内容	うち委託費・報償費		—		524	444	611	
			特定財源	国庫・県支出金	—					
				市債	—					
				受益者負担分(使用料等)	—					
				その他	—					
			一般財源		—		704	678	1,259	
		一般財源 + 市債		—		704	678	1,259		
人件費・投入業務量	正規職員	標準人件費		人	0.45	人	0.45	人	0.45	人
		7,600	千円	千円	3,420	千円	3,420	千円	3,420	千円
	嘱託職員	標準人件費		人		人		人		人
		3,200	千円	千円		千円		千円		千円
	臨時職員	標準人件費		人		人		人		人
1,500		千円	千円		千円		千円		千円	
職員数計				人	0.45	人	0.45	人	0.45	人
減価償却費	職員1人当たり標準減価償却費	180	千円	千円	81	千円	81	千円	81	千円
庁舎維持管理費	職員1人当たり標準庁舎維持管理費	210	千円	千円	94	千円	94	千円	94	千円
事業のトータルコスト				千円	4,299	千円	4,273	千円	4,854	千円

※事業が複数の個別事業から構成されている場合は、上段に事業費を記入し、下段に当該個別事業の事業費を記入する

⑩ 数値目標	指標・名称		初期値	目指すべき目標値	18年度	19年度	20年度	21年度
	アウトプットに関する指標	「みどころ情報発信館」掲載記事数(累計)	0本	150本	目標	50本	100本	150本
		(年度)	(年度)	(平成21年度)	実績	43本	100本	
		市政だより中央区版作成回数			目標	1回	2回	2回
		(年度)	(年度)	(平成 年度)	実績	1回	2回	
	アウトカムに関する指標	作成したパンフレット数			目標	1冊	1冊	—
		(年度)	(年度)	(平成 年度)	実績	1冊	1冊	
		「みどころ情報発信館」アクセス数	8件/日	5,000件/年	目標	—	3,500件	4,000件
		(20年度当初)	(平成23年度)	実績	—	3,470件		
	中央区ぶらぶら散策マップ残部数				目標	—	1,500部	0部
(年度)		(年度)	(平成 年度)	実績	—	500部		

⑪ 目標達成度(20年度)	指標・名称		達成状況(20年度)	評価 A~D	目標の達成及び未達成の理由、今後必要となる努力・対策
	アウトプットに関する指標	「みどころ情報発信館」掲載記事数(累計)	100本	B	サポーターが作成した見どころの紹介記事数が年間を通して順調に増え、週に1本ペースで掲載を続けられたため。
		市政だより中央区版作成回数	2回	B	年度当初計画どおりに事業を進められたため。
		作成したパンフレット数	1冊	B	年度当初計画どおりに事業を進められたため。
	アウトカムに関する指標	「みどころ情報発信館」アクセス数	3,470件	C	「みどころ情報発信館」のPR不足のため。市政だより等を通じて、定期的にPRを行っていく必要がある。
		中央区ぶらぶら散策マップ残部数	500部	A	新聞や市政だよりを通して、効果的にマップのPRを行えたため。

⑫ 要因分析	外部要因	事業実施の追い風となりうる外部環境	地域の魅力発見に対する区民の期待			
		事業実施に支障となることが予測される外部環境	特になし			
	内部要因	関連事業	事業名	中央区まちあるき推進事業	関連内容	地域の魅力ある資源(歴史、文化等)の活用
			所管所属名	中央区企画課		
事業名		関連内容				
所管所属名						

⑬ 事業内容のチェック	項目		評価 A~D	所管部署の現状分析・理由
	事業の必要性の視点	必需性 市民が社会生活を営むうえで必要不可欠なサービスか	C	区内の見どころ情報を発信することにより、区民の地域への愛着を深められる。
		公益性 サービスの提供により市民福祉が増大しているか	C	「みどころ情報発信館」での情報提供およびパンフレット2冊の一般配布を行っている。
	実施主体の視点	代替性 市以外(民間、NPO、国、県など)が同種のサービス提供の実施主体となっている事例がないか	C	広く地域の見どころ情報の発掘・発信を行っているのは自治体が主である。
	共働の視点	共働 地域・企業・NPO等との連携し、共働できているか。役割分担が出来ているか	B	見どころの発掘、情報発信の企画、紹介記事作成等の段階で区民と共働している。
	連携・効果性の視点	連携 市の他局・他部又は国・県との連携や役割分担が出来ているか	D	区独自の事業のため、他局等との連携はない。
	受益者負担の視点	受益者負担 受益者の負担の現状はどうなっているか	D	事業に必要な経費は市が負担している。
	有効性・効率性の視点	対象者 事業の対象や働きかけの相手方等について効果的な絞り込みが出来ているか	C	ターゲット(例:子ども、転入者など)を絞り込んだ情報発信も考えられる。
資源の有効活用 市が持っている社会資本・ストック(施設・調査資料等)を有効に活用しているか		B	中央区ホームページや市政だより中央区版を活用した情報発信を行っている。また、調査段階で図書館等の活用、パンフレット配布の際に公民館等施設の活用がある。	
コスト 業績の実績と投入コストを比較し、コストに見合う成果を上げているか		A	見どころ情報の発信について、量・質ともに十分効果を上げている。	
これ以上コストを下げるためにできることは何か。もしくは、同様のコストでより大きな成果を上げることは可能か				

⑭課題と今後の取り組みの方向性	
課 題	今後の取り組みの方向性
発掘される見どころの数の減少	見どころの発掘から、情報発信の充実、発掘した見どころの有効活用へと事業の重点を移していく必要がある。

⑮事業に対する所管部署の総合評価	
必要性	分析・理由
B A 高い B C D 低い	これまでに100を超える中央区の見どころ発掘とその情報発信を行ってきており、区の魅力づくりや区民の地域への愛着を深めることに一定の成果があったものとする。今後発掘される区内の見どころは減少すると考えられるが、市政だより中央区版等を活用して区民が自ら情報発信するという仕組みは、区民視点の広報の実現、区民の区政への参画という観点から今後も継続すべきである。また、新たなサポーターを公募することで、これまでとは違った視点から見どころが発掘されることも期待される。

⑯今後の事業展開		
今後の方向性	予想される今後の展開	事業終了の条件
II I 拡充・継続 II 要改善 III 国/県/広域 IV 民間 V 縮小 VI 廃止	見どころ発掘段階でのサポーターの役割は終えつつあり、今後、情報発信の充実や発掘した見どころの有効活用へと事業の重点を移していく必要がある。また、21年度に実施する「見どころツアー」については中央区まちあるき推進事業と統合し、サポーターが同推進事業の中で見どころ情報の提供を行うといった事業間の協力も図る必要がある。	中央区の見どころが広く認知されるとともに、地域やNPOなどによるツアーなど、実際に見どころを訪れる仕組みが構築され、区民自身に見どころを巡る機会が提供されるようになれば終了可能。