

26年度 内部点検対象事業(個票)

事業名	商店街の振興
事業開始年度	昭和43年
根拠法令	中小小売商業振興法, 中小企業振興条例
行政計画上の位置づけ	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に <small>大型商業施設の進出や消費者の消費動向の変化により、商店街がその魅力と活力を失い、その結果、これまで商店街が実施してきた地域経済や地域コミュニティを担う機能が衰え、地域が衰退している。このため、商店街を再び魅力的で、活力あふれるものとしていきたいと考えたため。</small>

所管課名	経済観光文化局 産業振興部	新規/継続	継続
基本	施策コード 主 6-3-2 再	振興課	
本	分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている	
計	施策	地域経済を支える地場中小企業などの競争力強化	
画	事業群	商店街の活性化	
施	成果指標	全国の中小企業従業者数に占める福岡市の割合(H28年度1.47%)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 商店街組織	対象をどのような状態にしたいのか 商店街組織が行う、経済活動やまちづくり活動への支援を行い、商店街のもつ「買い物の場」「地域コミュニティの担い手」としての機能を発揮し、活性化する。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

商店街組織が地域特性を活かした自主的な商業活動・地域貢献に資する調査、研究、研修、共同事業を支援する。

- ①活カアップ支援事業(補助金)
ソフト事業の経費の一部負担(70万円上限、助成率3/4以下)
- ②活カアップ講座事業(専門家派遣)
自主的な勉強会への専門家選定・派遣にかかる謝金等
- ③商店街マーケティング事業
消費者及び地域住民の商店街へのニーズ等調査・分析
- ④空き店舗等再生事業(新規出店者への補助金)
新規出店者へ改装費及び賃借料の一部負担
- ⑤商店街における魅力ある核店舗創出事業
商業理論研修と店舗レイアウト臨店指導を行う専門家派遣等
- ⑥地域との共生を目指す元気商店街応援事業(補助金及び専門家派遣)
事業計画へのアドバイスとソフト事業経費の一部負担(200万円上限、助成率2/3以下)

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	24,266	26,664	30,876
	歳入			
	特定財源	3,034	7,109	0
	一般財源	21,232	19,555	30,876

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	活カアップ支援事業活用商店街数	目標	20	22	26	年度
		実績	18	23		
		達成率	90.0%	104.5%		
		目標				年度
成果の指標	市の支援施策を活用した商店街のうち、商店街の集客力が向上したと感じた商店街数	目標	18	23	26	年度
		実績	18	23		
		達成率	100.0%	100.0%		
		目標				年度
	実績					
	達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・支援施策を広報する。(冊子郵送、ホームページ、訪問紹介等)

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・商店街の来客を増加させるためのイベント、商店街マップ作製、空き店舗を活用した事業等を行う。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・当該商店街の集客力が向上し、経営基盤が改善する。
- ・商店街が持つ地域コミュニティ機能が拡大し、住みやすい街となる。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・市内商店街の集客力が向上し、経営基盤が改善する。
- ・市内商店街のもつ地域コミュニティ機能が拡大し、住みやすい都市となる。

活動の指標

成果の指標

施策成果指標

行政のコントロール要素

外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		振興課		
事業名	伝統産業の振興	所管課名	経済観光文化局 産業振興部	
事業開始年度	昭和49年	基本	施策コード 主 6-3-3 再	
根拠法令	伝統的工芸品産業の振興に関する法律	分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている	
行政計画上の位置づけ	第9次基本計画	施策	地域経済を支える地場中小企業などの競争力強化	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 国指定の伝統的工芸品である博多織、博多人形は、数百年もの長い歴史の中で培われ、受け継がれてきた伝統工芸品であり、地域経済の発展に貢献してきたが、生活様式の変化による需要の減少、企業の零細性、後継者不足など厳しい状況にある。	事業群	伝統産業の振興	
		施策成果指標	全国の中小企業従業者数に占める福岡市の割合(H28年度1.47%)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ○一般市民(福岡市民、国内外の観光客等) ○博多織、博多人形をはじめとする伝統産業業界	対象をどのような状態にしたいのか 博多織、博多人形などの伝統工芸品の良さを再認識してもらい、伝統工芸品の魅力・認知度をアップさせるとともに、国内外の観光客に向けたPRを積極的に行い、伝統産業業界全体の底上げを図る。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

○伝統工芸品のPR: はかた伝統工芸館管理運営(指定管理者)

○後継者育成の支援: 博多織デベロップメントカレッジ、博多人形師育成塾、育成指導者支援事業等

○販路拡大の支援: 新作博多織展、新作博多人形展の開催(東京: 日本橋三越)、新・博多粋伝 ~織と人形の若いクリエイターたち~の開催(東京: 東京ミッドタウン・デザインハブ)

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	42,173	42,334	43,286
	歳入			
	特定財源	0		0
	一般財源	42,173	42,334	43,286

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	はかた伝統工芸館来館者数(人)	目標	80,000	80,000	100,000	年度
		実績	96,687	100,235		
		達成率	120.9%	125.3%		
		目標				年度
		実績				
		達成率				
成果の指標	博多織の従業員数(人)	目標	430	410	373	年度
		実績	410	373		
		達成率	95.3%	91.0%		
	博多人形の従業員数(人)	目標	250	230	210	年度
		実績	230	210		
		達成率	92.0%	91.3%		

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 伝統工芸品のPR: はかた伝統工芸館の活用
- 後継者育成の支援
- 販路拡大の支援

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- はかた伝統工芸館来館者が増える
- 後継者育成事業により卒業・修了者が輩出される。
- 販路が拡大する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 伝統工芸品が認知され、購入につながる
- 後継者育成事業の修了者が活動を行う

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 市民が伝統工芸品について知っている
- 伝統工芸品業界の活性化(商品が売れる)
- 博多織・博多人形の後継者が育っている

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
事業名	商工金融資金・金融対策	所管課名	経済観光文化局 産業振興部	経営支援課
事業開始年度	昭和24年	基本	施策コード 主 6-3-1	再
根拠法令	なし	分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	地域経済を支える地場中小企業などの競争力強化	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 大手企業と比較して経営基盤が脆弱で信用力・担保力に乏しい中小企業者の事業資金調達を支援し、経営の安定を図る必要がある。	事業群	中小企業の競争力・経営基盤の強化	
		施策成果指標	全国の中小企業従業者数に占める福岡市の割合(H34年度1.50%)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 福岡市内で事業を営む中小企業者	対象をどのような状態にしたいのか 大手企業と比較して経営基盤が脆弱で信用力・担保力に乏しい中小企業者の事業資金調達を支援し、経営の安定を図る必要がある。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input type="checkbox"/> 負担金含む	
制度改正の実施	<ul style="list-style-type: none"> ・経営力強化資金の創設 ・環境・エネルギー対応資金の創設 ・経営安定化特別資金の継続実施 ・商工業振興資金の強化 			
十分な融資枠の確保	平成25年度融資枠 3,521億円			
返済相談の実施	市内事業所6,083件を訪問			
相談窓口の運営	相談件数: 9,453件			
事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	112,460,737	113,122,912	106,740,198
	歳入 特定財源	110,146,013	110,791,869	104,563,879
	歳入 一般財源	2,314,724	2,331,043	2,176,319

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	返済相談訪問件数	目標	5,000	5,000	8000	年度
		実績	5,867	6,083		
	新規貸付件数(経済対策資金を除く)	目標	3,852	4,568	5715	年度
		実績	4,568	5,715		
成果の指標	資金繰DI	目標	前年比改善(▲20.8)	前年比改善(▲13.4)	前年比改善	年度
		実績	▲13.4	▲6.1		
	倒産件数	目標	前年比改善(171)	前年比改善(132)	前年比改善	年度
		実績	132	137		
	達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・融資制度の充実・強化
- ・十分な融資枠の確保
- ・返済相談事業
- ・相談窓口の充実

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・新規貸付件数(経済対策資金を除く)の増加
- ・中小企業者の資金調達の円滑化

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・資金繰DIの改善の継続
- ・倒産件数の減少の継続

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・中小企業の振興、経済の活性化

行政のコントロール要素

外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
事業名	就活支援プラザ事業	所管課名	経済観光文化局 産業振興部	就労支援課
事業開始年度	平成21年度	基本計画	施策コード 主6-5-1 再	
根拠法令	なし	分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	就労支援の充実	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的にリーマンショックによる景気低迷により、22年度の新規採用を見送る企業がでてきたことから、新卒者の就職実現と地場中小企業の人材確保を目的として、事業を開始した。	事業群	就労支援の取組み	
		施策成果指標	○就業機会の多さに対する満足度(H28:40%) ○市の施策による就労者数(H28:1200人) ○25歳から44歳までの女性の就業率(H28:70%)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 新卒者等 地元中小企業	対象をどのような状態にしたいのか 新卒者等の就職 地元中小企業の人材確保

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

新卒者等の若年者の就職活動並びに地場中小企業の求人活動を支援する。

①相談窓口(新卒者向け)145日開設 相談者数333人
 ②研修事業 13回開催 受講者数302人
 ③個別会社説明会 出展企業数22社 参加者数238人
 ④会社合同説明会 5月開催 出展企業数104社 参加者数2,028人
 2月開催 出展企業数117社 参加者数1,102人
 (特別応援採用コーナー 70社 参加者数501人)

※会社合同説明会実施方法の変更について
 平成25年度:商工会議所、福岡市の共同主催で5月と2月の年2回実施。
 2月は、未内定者等対象の特別応援採用コーナーを実施。
 平成26年度:商工会議所主催、福岡市共催で5月と9月に実施。
 福岡市主催、商工会議所共催で未内定者等を対象に、1月に実施(平成25年度は特別応援採用コーナーとして実施)

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	15,514	13,102	5,500
	歳入			
	特定財源	0	0	0
	一般財源	15,514	13,102	5,500

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	相談窓口の相談件数	目標	-	-	300	年度
		実績	465	333	-	-
		達成率	-	100.0%	-	-
	個別会社説明会出展企業数	目標	-	-	25	年度
		実績	24	22	-	-
		達成率	-	-	-	-
成果の指標	会社合同説明会における採用者数	目標	-	-	-	年度
		実績	-	-	-	-
		達成率	-	-	-	-
		目標	-	-	-	年度
		実績	-	-	-	-
		達成率	-	-	-	-

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

活動の指標	①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)	行政のコントロール要素
	②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)	
	③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)	
	④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)	
成果の指標	施策成果指標	外的な要因

大

小

大

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・新卒者等を対象に相談窓口を開設する。
- ・就職活動に役立つ研修を実施する
- ・地元中小企業と学生のマッチングの場としての個別会社説明会、合同会社説明会を実施する。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・新卒者等が相談窓口を利用する。
- ・新卒者等が研修を受ける
- ・地元中小企業が個別会社説明会や合同会社説明会に出展する。
- ・学生等が個別会社説明会や合同会社説明会に参加する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・学生等が地元中小企業へ就職する。
- ・地元中小企業が必要な人材を確保する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・市民の就業機会の多さに対する満足度が向上する。
- ・市の施策による就労者数が増える。
- ・人材確保できる地元中小企業が増える。

26年度 内部点検対象事業(個票)

新規/継続 継続
就労支援課

事業名	ICTクリエイター育成事業
事業開始年度	平成24年度
根拠法令	なし
行政計画上の位置づけ	なし
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的にフリーターの年長化により正社員での就職が困難な状況があるため、概ね20~30代のフリーター等の非正規雇用者の正社員化を支援するもので、平成23年度の事務事業外部評価会議にて、「正社員チャレンジ応援事業(現デジタルコンテンツクリエイター育成事業)」が「拡充すべき」との評価を受け、事業を追加し開始。

所管課名	経済観光文化局 産業振興部
基本計画	施策コード 主 6-5-1 再 分野別目標 経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている 施策 就労支援の充実 事業群 就労支援の取組み
施策成果指標	○就業機会の多さに対する満足度(H28:40%) ○市の施策による就労者数(H28:1200人) ○25歳から44歳までの女性の就業率(H28:70%)

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 概ね20~30代のフリーター等非正規雇用者	対象をどのような状態にしたいのか コンテンツ関連産業への正社員就職

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

フリーターなどを対象に、下記講座を実施。
 ○アンドロイドアプリクリエイター養成講座 294時間
 ・アプリ開発プログラム 180時間
 ・就職支援プログラム 14時間
 ○インターンシップ 100時間
 ○就職支援
 個別面談、自己分析講座、面接対策講座、個別就職面談
 ○実績
 ・受講者数:24人、就職者数:18人、正社員就職者数:8人
 ※正社員就職者数には個人事業主を含む。
 ・就職率75.0%

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	5,760	5,487	4,966
	歳入	0	0	0
	特定財源	0	0	0
	一般財源	5,760	5,487	4,966

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	講座受講者数	目標	25	25	25	年度
		実績	22	24		
	達成率	88.0%	96.0%			
	目標				年度	
成果の指標	講座修了者の就職率	目標	85.0%	85.0%	85.0%	年度
		実績	45.0%	75.0%		
	達成率	52.9%	88.2%		-	
	目標	-	-	8	年度	
実績	5	8				
正社員就職者数(個人事業主含む)	目標	-	-		-	
	実績	5	8		-	
	達成率	-	-		-	

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 講座を開催する。
- インターンシップ等の就労体験及び就職支援を行う。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 求職者が講座を受講する。
- 受講者が就労体験する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- アプリ開発に必要なJava言語、コーディング等の技術を習得する。
- 受講者であるフリーターがコンテンツ関連産業へ就職へ正社員就職を果たす。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 市民の就業機会の多さに対する満足度が向上する。
- 市の施策による就労者数が増える。

行政のコントロール要素
 小
 大
 外的な要因
 小
 大

26年度 内部点検対象事業(個票)

新規／継続 継続

事業名	就労相談窓口事業	所管課名	経済観光文化局 産業振興部	就労支援課
事業開始年度	平成22年度	基本計画	施策コード 主 6-5-1 再	
根拠法令	なし	分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの方の働く場が生まれている	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	就労支援の充実	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 各区市民相談窓口で実施されていた、国の事業である高齢者就職相談窓口の廃止に伴い、市民の求職活動の利便性維持のため事業を開始した。	事業群	就労支援の取組み	
		施策成果指標	○就業機会の多さに対する満足度(H28:40%) ○市の施策による就労者数(H28:1,200人) ○25歳から44歳までの女性の就業率(H28:70%)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 15歳以上の求職者及び 就労への一歩を踏み出せない無業の若者やその保護者	対象をどのような状態にしたいのか 早期就職の実現

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

各区に設置している就労相談窓口において個別相談、セミナーの開催、求人企業の紹介などを行うほか、就労への一歩を踏み出せない若者とその保護者などに対し、臨床心理士による専門相談を実施し、経済的自立を支援する。

①相談件数
4,468件

②就職決定件数
638件

③セミナーの開催
開催回数 132回 受講者延べ数 462名

④職業紹介
紹介人数 564人(中高年雇用促進事業で開拓した求人を含む)

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	54,995	44,256	44,108
	歳入			
	特定財源	50,307	0	0
	一般財源	4,688	44,256	44,108

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	相談件数(一般+専門)	目標	-	-	-	年度
		実績	3,597	4,468	-	
	達成率	-	-	-		
	セミナー開催回数	目標	-	-	-	年度
実績		140	132	-		
成果の指標	就職率	目標	75%	75.0%	80.0%	年度
		実績	79.2%	77.5%		
	達成率	105.6%	103.3%			
	正社員就職件数	目標	-	-	100件	年度
実績		180件	141件			
	達成率	-	-			

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

活動の指標	①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)	行政のコントロール要素
	②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)	小
	③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)	小
成果の指標	④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)	外的な要因

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)
 ・各区でキャリアコンサルタントによる就労相談を行う。
 ・また、ビジネスマナー、ビジネススキルなどのセミナーを実施する。
 ・博多区では臨床心理士による専門相談を行う。
 ・実施に際し、相談窓口やセミナーの周知を図る。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)
 ・求職者が相談窓口を利用する。
 ・求職者がセミナーを受講する。
 ・就労への一歩を踏み出せない無業の若者やその保護者が専門相談を利用する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)
 ・求職者が、多様な働き方のニーズにあった仕事に就く。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)
 ・市民の就業機会の多さに対する満足度が向上する。
 ・市の施策による就労者数が増える。
 ・25歳から44歳までの女性の就業率が向上する。

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
事業名	中高齢雇用促進事業	所管課名	経済観光文化局 産業振興部	就労支援課
事業開始年度	平成24年度	基本計画	施策コード 主 6-5-1 再	
根拠法令	なし	分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	就労支援の充実	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 中高齢求職者の民間企業への早期転職の実現を図るため、H24年度より、事業スキームを変更し、新たに事業を開始した。	事業群	就労支援の取組み	
		施策成果指標	○就業機会の多さに対する満足度(H28:40%) ○市の施策による就労者数(H28:1,200人) ○25歳から44歳までの女性の就業率(H28:70%)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 福岡市内に居住する40歳以上の福岡市就労相談窓口を利用する中高齢求職者。	対象をどのような状態にしたいのか 早期転職の実現。

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

中高齢求職者の早期転職の実現や雇用機会の創出を図るため、中高齢求職者を雇用する企業・事業者に対して、雇用奨励金を交付する。(雇用奨励金:対象者1人につき30万円。)

①求人開拓業務
求人票獲得件数 403件 求人数 656人

②企業と求職者とのコーディネート業務(職業紹介)
紹介人数 183人 常用雇用者数 43人

事業費(千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	51,916	23,421	20,052
歳入	特定財源	0		
	一般財源	51,916	23,421	20,052

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	求人人数	目標	-	-	年度
		実績	2,843	656	-
	達成率	-	-	-	-
	紹介人数	目標	-	-	年度
実績		461	183	-	
達成率		-	-	-	
成果の指標	常用雇用決定者数	目標	100	140	年度
		実績	114	43	48
	達成率	114.0%	30.7%	-	-
	正社員就職者数	目標	-	-	年度
実績		75	24	12	
達成率		-	-	-	

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・中高齢向けの求人を開拓する。
- ・企業と求職者とのコーディネート業務を行う。
- ・常用雇用する企業・事業者に対し奨励金を交付する。
- ・事業の周知を図る。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・企業・事業者が求を出す。
- ・中高齢求職者が相談窓口を利用する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・中高齢求職者が常用雇用の就職を実現する。
- ・企業・事業者が必要な人材を確保する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・市民の就業機会の多さに対する満足度が向上する。
- ・市の施策による就労者数が増える。

行政のコントロール要素

外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規／継続		継続
		経済観光文化局	新産業・立地推進部	創業・大学連携課
事業名	大学のまちづくり	基本	施策コード	主 7-6-1 再
事業開始年度	平成21年度	分野別目標	創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している	
根拠法令	なし	施策	大学や専門学校などの高等教育機関の機能強化	
行政計画上の位置づけ	基本計画に位置付け	事業群	教育・研究機能の充実強化	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 大学は都市の活力や魅力の向上に不可欠な重要な都市インフラであり、人口当たりの学生数は政令市第2位の集積があり、これらを活用して「大学のまち福岡」を形成していこうというもの。 ※「大学のまちづくり」事業としての大学ネットワークふくおか主体での実施は平成21年度からであるが、同内容の事業は昭和63年頃より実施。	施策成果指標	全国の学生数に占める福岡市の割合(現状維持2.9%)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 学生 大学	対象をどのような状態にしたいのか 学生数の増加 地域の将来を支える人材の増加 大学との連携による産業の活性化

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

○大学ネットワークふくおかの運営
【情報発信事業】福岡都市圏大学及び福岡での学生生活の魅力を発信するため、ホームページの運営を行うとともに、映画の試写会招待企画、フリーペーパーでの告知等により、ホームページへの誘導を図った。
【大学共同事業】学生の活動を支援し、地域を担う優秀な人材を育成する「ビジネスチャレンジ事業」「学生研究発表会」、企画立案を行う人材育成の目的を持った「学生就業体験(ワークプレースメント)」、地場企業の魅力を学生に伝えるための大学内説明会、企業見学会など「就活支援事業」を実施した。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	10,419	9,959	8,864
	歳入			
	特定財源 一般財源	10,419	9,959	8,864

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	ホームページ年間アクセス数	目標	50,000	57,500	77000	年度
		実績	55,300	70,205		
		達成率	110.6%	122.1%		
		目標				年度
成果の指標	全国の学生数に占める福岡市の割合	目標	現状維持	現状維持	現状維持	年度
		実績	2.9%	2.9%		
		達成率				
		目標				年度
		実績				
		達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)
全国版の情報誌に広告掲載
ビジネスチャレンジ事業の実施
学生に地場企業の情報を伝える

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)
大学及び福岡市の魅力が全国の高校生に伝わる
学生が企画立案、ビジネス提案などを行い、実践する。
学生が地場企業について興味を持つ。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)
福岡の学生数が増加する。
社会で活躍できる能力を持った学生が増える。
地元就職する学生が増える。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)
豊富な学生と彼らの活発な活動、また人材育成の成果により、社会的、経済的に福岡市が活性化される。

行政のコントロール要素

小

大

活動の指標

成果の指標

施策成果指標

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		経済観光文化局	新産業・立地推進部	創業・大学連携課
事業名	インキュベート事業	基本	策	再
事業開始年度	平成12年度	分野別目標	創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している	
根拠法令	なし	施策	新たな挑戦を応援するスタートアップ都市づくり	
行政計画上の位置づけ		事業群	チャレンジ人材の集積、活躍支援	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 新しい産業の振興を推進し、もって地域経済の振興を図るため、インキュベート施設を設置することとしたもの。	新設事業所数850(中間目標値 820事業所/年, 目標値850事業所/年)	施策成果指標	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 創業予定者又は創業5年未満の者	対象をどのような状態にしたいのか インキュベート施設において賃料負担の軽減及び経営指導等の支援を行うことで、自立した安定的な経営を行うことができる創業者を育成する。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

- ①インキュベート施設の運営
入居募集審査会 年3回
・創業者育成補助金(上限3万円, 家賃の1/2補助) 新規2社+継続6社 1,379千円
・地域産業振興負担金
…福岡ビジネス創造センター運営委員会に対する負担金 31,000千円
・共益費及び負担金
…賃貸借に係る共益費及び電気光熱費負担金 20,055千円
・使用料等の口座振替データ変換等委託
床清掃業務委託等(施設維持及び施設使用料等の請求にかかる委託業務)…2,544千円
- ②専門家派遣による経営指導
計 81回 (1企業につき、1か月~2か月に1回)
- ③公的支援機関等による支援施策の情報提供
毎月の定例自治会及びメーリングリストを利用して、適宜情報提供。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	135,352	140,972	137,772
	歳入			
	特定財源	6,920	7,522	12,757
	一般財源	128,432	133,450	125,015

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	インキュベート施設の満床化(年度末の入居者数)	目標	43	43	43	年度
		実績	31	33		
		達成率	72.1%	76.7%	43	年度
		目標				
成果の指標	新設事業所数	目標			850	34年度
		実績				
		達成率			850	年度
		目標				
実績						
達成率						

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・インキュベート施設の運営
- ・専門家派遣による経営指導
- ・公的支援機関等による支援施策の情報提供

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・施設の利用者(申込者)増

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・自立した安定的な経営を行うことのできる創業者が増加する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・安定的な経営を行う地場企業が集積し、経済波及効果と雇用が生まれる。
- ・新たな事業が生まれ、競争することにより地域経済のイノベーションにつながる。

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規／継続		継続
		創業・大学連携課		
事業名	福岡市創業者応援団事業	所管課名	経済観光文化局 新産業・立地推進部	
事業開始年度	平成15年度	基本	施策コード 主 7-1-2 再	
根拠法令	なし	分野別目標	創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	新たな挑戦を応援するスタートアップ都市づくり	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に創業期は、実績、信用力、人的ネットワークなどが乏しいため、直面する販路開拓や資金の確保などの課題に対し、アドバイスをしてくれる人材や、販路、業務提携、資金提供など、パートナー等との出会いの場を提供する目的で開始。	事業群	創業しやすい都市づくり	
【事業概要】		実施成果指標	新設事業所数850(中間目標値 820事業所/年, 目標値850事業所/年)	

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 創業者予定者、創業して間もない企業、個人	対象をどのような状態にしたいのか 企業、事業者の永続的な発展

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

補助金 福岡市ステップアップ助成事業
2社×1,000千円=2,000千円

その他 ①ビジネスプラン総合相談会
2社
②若手経営者たちの創業挑戦記
年間1回開催 47名参加
③スタートアップFUKUOKA
(応援団フォーラム、スタートアップフェア、マッチング・交流会)
282名参加

事業費(千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	5,696	9,043	5,995
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	5,696	9,043	5,995

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	ステップアップ助成事業申請件数	目標	35	35	年度
		実績	11		35
		達成率	42.9%		35
成果の指標	新設事業所数	目標			年度
		実績			
		達成率			
		目標			年度
		実績			
		達成率			

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)
福岡市創業者応援団事業の実施

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)
福岡市ステップアップ助成事業の申請

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)
自立した安定的な経営を行うことのできる創業者が増加する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)
・安定的な経営を行う地場企業は集積し、経済波及効果と雇用が生まれると同時に日本経済の中心となる企業が生まれる。
・新たな事業が生まれ、競争することにより地域経済のイノベーションにつながる。

大
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

活動の指標
成果の指標
施策成果指標

26年度 内部点検対象事業(個票)

事業名	スタートアップ都市推進協議会関連事業
事業開始年度	平成26年度
根拠法令	なし
行政計画上の位置づけ	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に (※アロービス主催のG1首長ネットワークにおいて、創業や新たな事業などのスタートアップを応援し日本全体の成長を牽引する地域初のイノベーションを進めるため、共同で事業に取り組む自治体を福岡市長から呼びかけたところ3県5市(三重県、広島県、佐賀県、千葉市、横須賀市、浜松市、奈良市、福岡市)が賛同し、平成25年12月23日に「スタートアップ都市推進協議会」が設立された。

所管課名	経済観光文化局	新産業・立地推進部	新規/継続	新規
基本	施策コード	主 7-1-2	再	
分野別目標	創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している			
計画	施策	新たな挑戦を応援するスタートアップ都市づくり		
事業群	創業しやすい都市づくり			
施策成果指標	新設事業所数(中間目標値 820事業所/年, 目標値 850事業所/年)			

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 各地のベンチャー企業 小・中・高校生	対象をどのような状態にしたいのか 大手企業、海外の若手経営者、投資家などとマッチングできている。 「社長は面白そう」と思う

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

○スタートアップ都市推進協議会の運営
スタートアップに先進的に取り組む自治体と連携して立ち上げた「スタートアップ都市推進協議会」を通じて全国のモデルとなる取り組みを行う。

○チャレンジマインド教育事業の実施
小・中・高校生対象の教育事業を実施し、起業・創業を志す意欲を醸成

○マッチング事業(コーディネータ配置、マッチングイベント等)

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計			8,712
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	0	8,712

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	ベンチャーマッチングの開催回数	目標			年度	
		実績		2回		
	チャレンジマインド教育事業の参加者数	目標			200人	年度
		実績				
成果の指標	授業後のアンケートで「社長は面白そう」と感じた生徒の割合	目標			80%	年度
		実績				
	目標					年度
	実績					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ベンチャーマッチング
- チャレンジマインド教育

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 各地のベンチャー企業が大手企業、海外の若手経営者、投資家などと交流できる。
- 小・中・高校生と起業家の出会いの場ができる。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 各地のベンチャー企業のビジネスチャンスが増加する。
- 小・中・高校生が「社長は面白そう」と思う。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- スタートアップが推進される。
- チャレンジが評価される文化が醸成される。

行政のコントロール要素
 小
 大

外的な要因
 小
 大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		経済観光文化局		新産業・立地推進部
		創業・大学連携課		
事業名	スタートアップ拠点の形成	基本	施策コード	主 7-1-2 再
事業開始年度	平成26年度	基本	分野別目標	創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している
根拠法令	なし	計画	施策	新たな挑戦を応援するスタートアップ都市づくり
行政計画上の位置づけ	なし	画	事業群	創業しやすい都市づくり
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 創業期は、実績、信用力、人的ネットワークなどが乏しいため、直面する販路開拓や資金の確保などの課題に対し、アドバイスをしてくれる人材や、販路、業務提携、資金提供など、パートナー等との出会いの場を提供する目的で開始。	施策	新設事業所数(中間目標値 820事業所/年, 目標値 850事業所/年)	成果指標

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 創業者予定者、創業して間もない企業、個人	対象をどのような状態にしたいのか スタートアップの裾野を広げ、都市の成長を促進する。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

平成26年6月より実施事業者を公募(提案競技)にて募集。決定した事業者にスタートアップの裾野を広げる機能の実施を委託する予定。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計			51,116
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	0	51,116

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	スタートアップクラブ加入者数	目標			35年度	
		実績		1000	1000	
		達成率				
		目標			年度	
成果の指標	開業率の向上	目標			35年度	
		実績			20%	
		達成率				
		目標			年度	
		実績				
		達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

「スタートアップカフェ」を開設し、コーディネーターによるネットワーク構築や、各種創業関係イベントの実施

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

スタートアップクラブ(スタートアップ予備軍)の加入者1,000名

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

スタートアップカフェのネットワークを活用し、多くの創業者を輩出する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

・経済の新陳代謝により、都市の成長が促進される。

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		新規
		経済観光文化局 新産業・立地推進部		創業・大学連携課
事業名	グローバルベンチャーの創出	所管課名	主 7-1-2	再
事業開始年度	平成26年度	基本	分野別目標	創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している
根拠法令	なし	計画	施策	新たな挑戦を応援するスタートアップ都市づくり
行政計画上の位置づけ		画	事業群	創業しやすい都市づくり
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に成長期の企業を対象に、グローバルネットワークを充実させてトップを伸ばすことで、福岡市をグローバルスタートアップ都市とする。	施策	新設事業所数(中間目標値 820事業所/年, 目標値 850事業所/年)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 海外ベンチャー	対象をどのような状態にしたいのか 市内企業との取引開始及び福岡市内への進出
市内・国内ベンチャー	福岡市を拠点として、グローバル化

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

○世界的なネットワークを持つ団体等との共働により、下記について取り組む。

- ・英語によるビジネスプランコンテストの実施
- ・国内、市内のビジネスプランコンテスト発表者に対するグローバル化支援
- ・海外ベンチャーと地場企業とのネットワーク

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計			20,000
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	0	20,000

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	Fukuoka Global Venture Awards の開催	目標			1	年度
		実績				
		達成率				
		目標				
成果の指標	国内ベンチャーの海外進出件数	目標			2社	年度
		実績				
		達成率				
		目標				
	実績					
	達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

活動の指標	①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)	行政のコントロール要素
	②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)	
	③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)	
	④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)	
成果の指標		外的な要因

行政のコントロール要素

外的な要因

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・英語によるビジネスプランコンテストの実施
- ・国内、市内のビジネスプランコンテスト発表者に対するグローバル化支援
- ・海外ベンチャーと地場企業とのネットワーク

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・国内、市内ベンチャーと海外ベンチャーとの出会いの場ができる。
- ・海外ベンチャーが国内、市内ベンチャー及び福岡市への理解を深める。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・国内、市内ベンチャーの意識が向上される。
- ・海外ベンチャーが日本における拠点として福岡市内に置くことを検討する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・国内、市内、海外ベンチャーが福岡市に定着する。
- ・ベンチャーに関するグローバルネットワークが福岡市に定着する。

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		企業誘致課		
事業名	外国企業等誘致推進事業	所管課名	経済観光文化局 新産業・立地推進部	
事業開始年度	平成16年度	基本	施策コード	主 6-2-1 再
根拠法令	なし	分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	成長分野の企業や本社機能の立地の促進	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 経済のグローバル化の進展に対応し、また、地理的歴史的にアジアとの密接な関連を持つ本市の特性を生かした開かれた地域経済の形成を目指した。	事業群	企業や本社機能の立地促進	
		施策成果指標	○成長分野・本社機能の進出企業数(H28:50社/年 内外国企業等15社) ○進出した企業による雇用者数(H28:3,000人/年 ※国内企業も含めた合計数値)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 外国企業及び外資系企業	対象をどのような状態にしたいのか 本市への支社や本社等の拠点設置を推進し、定着させる

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

外国企業・投資誘致センターの運営、海外アドバイザーへの委託、福岡県海外企業誘致協議会、国内外での企業訪問等の実施を通じて、外国企業等との連絡・情報提供を行った。

○外国企業等との連絡・情報提供回数 906回

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	31,709	25,948	27,596
	歳入			
	特定財源	920	933	1,014
	一般財源	30,789	25,015	26,582

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	外国企業等との連絡・情報提供回数	目標	500	500回/年	34年度
		実績	906		500回/年
		達成率	181.2%		
		目標			年度
成果の指標	成長分野・本社機能の進出企業数(内外国企業等)	目標	15	15社/年	34年度
		実績	10		15社/年
		達成率	113.3%		
	進出した企業による雇用者数(国内企業含む)	目標	3,000	3,000人/年	34年度
		実績	2,180		3,000人/年
		達成率	98.9%		

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・外国企業等との連絡・情報提供の実施。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・外国企業等が本市のビジネス環境に関する情報を入手し、進出・立地を検討する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・本市へ支社、本社等の拠点を設置する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・市全体の税収増。
- ・市全体の雇用増。

行政のコントロール要素
 小
 大

外的な要因
 小
 大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		所管課名	経済観光文化局	新産業・立地推進部
事業名	企業立地促進制度の実施	基本	施策コード	主 6-2-1
事業開始年度	平成14年度	本	分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている
根拠法令	福岡市企業立地促進条例及び同条例施行規則	計	施策	成長分野の企業や本社機能の立地の促進
行政計画上の位置づけ	なし	画	事業群	企業や本社機能の立地促進
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 立地交付金等の企業立地を促進するための施策を実施することにより、本市へ産業を集積し、雇用機会の創出、事業機会の増大及び税源の涵養を図ることにより、本市経済活動の活力の維持及び豊かな市民生活の実現を目指して本制度を開始した。	施	成果指標	○成長分野・本社機能の進出企業数(H28:50社/年 内外国企業等15社) ○進出した企業による雇用者数(H28:3,000人/年 ※国内企業も含めた合計数値)

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 国内外の企業	対象をどのような状態にしたいのか 本市への支社や本社等の拠点設置を推進し、定着させる。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

本市に新たに立地する企業に対し、立地交付金を適用することにより、企業の初期投資を軽減し、国内外企業の立地促進、市内既存事業所の転出防止を図った。

○交付件数:20件

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	265,817	774,905	1,805,000
	歳入			
	特定財源		589,891	1,483,017
	一般財源	265,817	185,014	321,983

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	企業訪問・面談回数	目標	500	500回/年	34年度
		実績	584		810
	達成率		162.0%		
	目標				年度
成果の指標	成長分野・本社機能の進出企業数	目標	50	50社/年	34年度
		実績	35		53
	達成率		106.0%		
	目標		3,000	3,000人/年	34年度
進出した企業による雇用者数	実績	2,180	2,966		3,000人/年
達成率		98.9%			

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 企業訪問・企業面談により、立地支援策等の情報提供及び本市のビジネス環境のPRなどの企業誘致活動を実施する。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 企業等が本市の立地支援策やビジネス環境に関する情報を入手し、市内立地を検討する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 本市へ支社、本社等の拠点を設置する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 市全体の税収増。
- 市全体の雇用増。

行政のコントロール要素

外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		新産業・立地推進部		新産業振興課
事業名	ITコミュニティ活性化事業	所管課名	経済観光文化局	
事業開始年度	平成25年度	基本	施策コード	主 8-2-3 再 6-2-1
根拠法令	なし	分野別目標	国際競争力を有し、アジアのモデル都市となっている	
行政計画上の位置づけ	なし	計画	施策	高度な都市機能が集積した活力創造拠点づくり
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に情報関連産業の拠点として整備を図ってきたSRP地区であるが、事業所数、従業者数が減少するなど、現在は厳しい状況が続いており、拠点性を高める必要がある。	事業群	シーサイドもち(SRP地区)の拠点性の維持向上	
		施策成果指標	アイランドシティ・九州大学学術研究都市・シーサイドもち(SRP地区)の従業者数(21,200人:平成28年度) ※シーサイドもち地区では7000人	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 福岡ソフトリサーチパーク地区	対象をどのような状態にしたいのか 交流機能を強化することで、ITを結節点として多様なプレイヤーが集まる拠点となる。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

◆NPO法人QUESTIに委託をし、下記コミュニティ・プロジェクトを公募し実施した。

1. もち浜観光周遊ナビ 参加者 300名
2. ミニサーベイヤー 参加者 100名
3. オープンソースカンファレンス 参加者 500名
4. ビッグデータオープンデータ研究会 参加者 173名
5. スマートモビリティアジア 参加者 909名
6. ぱりかた勉強会 参加者 109名
7. 顔認証システム 参加者 300名
8. JaSST九州 参加者 112名
9. 農業SNS 参加者 102名
10. ITS勉強会・QPITS 参加者 30名
11. ビジスタ講演会 参加者 188名

◆もち地区にてセミナー+交流会を実施した。 9回 参加者 180名

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計		15,000	8,204
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	15,000	8,204

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	コミュニティ、プロジェクト実施件数	目標	10	10	10
		実績	11		
		達成率	110.0%		
	セミナー+交流会の実施回数	目標	10	0	年度
実績		9			
達成率		90.0%			
成果の指標	SRP地区の事業所数	目標	100	107	年度
		実績	97		
		達成率	97.0%		
	SRP地区の従業者数	目標	5,400	5,760	年度
		実績	5,401		
		達成率	100.0%		
		103		130	
		5,580		7000	
		89			
		86.4%			

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・SRP地区で活動するIT関連のコミュニティ、プロジェクトを支援する。
- ・セミナー+交流会を実施する。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

SRP地区にてIT関連のコミュニティ、プロジェクト、イベント、セミナーなどが活発に行われる。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

SRP地区に多様なコミュニティ、実証プロジェクトが集まり、さらに技術者の交流の場が創られることでSRP地区の拠点性が高まる。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

SRP地区に情報関連産業の企業が集積し、雇用、税収が増加する。

行政のコントロール要素

大

小

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

新規/継続 継続
新産業振興課

事業名	組込みソフト開発応援団事業	所管課名	経済観光文化局 新産業・立地推進部
事業開始年度	平成19年度	基本	主 6-2-1 再
根拠法令	なし	分野別目標	経済活動が活発で、たくさんの働く場が生まれている
行政計画上の位置づけ	なし	施策	成長分野の企業や本社機能の立地の促進
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 家電製品や携帯電話の多機能化、自動車の電子化に伴って、組込みソフトへの要求は高まる一方だが、その開発を担うべき組込みソフト技術者が不足。また、本市が自動車関連産業の誘致促進のツールとしていたため。	事業群	企業や本社機能の立地促進
		施策成果指標	○情報通信業の従業者数(50,000人:H28年度)

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ソフト開発技術者	対象をどのような状態にしたいのか スキルアップした人材が地元に着し、地元で活躍できる状態

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

NPO法人QUESTIに委託をし、下記講座を実施。(各講座定員20人)

- ①Java言語基礎(3日)×2回 述べ36人受講
- ②Java言語演習(2日)×1回 17人受講
- ③オブジェクト指向/C++言語基礎(3日)×1回 9人受講
- ④Android-SDK基礎(1日)×1回 19人受講
- ⑤Android-SDK応用(4日)×1回 18人受講
- ⑥Android-NDK(3日)×1回 13人受講
- ⑦Android-SDK総合(3日)×1回 13人受講
- ⑧データベース基礎(2日)×1回 12人受講
- ⑨データベース応用(2日)×1回 18人受講
- ⑩データベース総合(3日)×1回 15人受講
- ⑪サーバーサイドJava(3日)×1回 13人受講

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	10,076	12,942	7,543
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	10,076	12,942	7,543

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	講座定員に占める参加者の割合	目標	80	90	90	年度
		実績	75	76		90
		達成率	93.8%	84.4%		
		目標				年度
成果の指標	情報通信業の従業者数	目標	47,400	48,200	48,920	年度
		実績	47,481			54,000
		達成率	100.2%	0.0%		
		目標				年度
	実績					
	達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・組込みソフト開発人材育成事業(講座開設)
- ・販路開拓事業(出展補助)
- ・大学、専門学校連携事業(大学への出前講座実施)

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・技術者が講座を受講する。
- ・企業が展示会に積極的に参加する。
- ・学生が企業と交流を深める

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

組込みソフト開発技術者及び地域における関連ビジネス増加

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

関連企業が多数立地する

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

小

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		所管課名	経済観光文化局	国際経済・コンテンツ部
事業名	アジア経済交流センター等事業	基本	施策コード	主 8-3-1
事業開始年度	平成9年度	分野別目標	国際競争力を有し、アジアのモデル都市となっている	
根拠法令	なし	計画	施策	国際的なビジネス交流の促進
行政計画上の位置づけ	なし	事業群	国際ビジネスの振興	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に ○アジアビジネスが注目を集める一方で、独自の海外展開が困難な 地場企業に対する支援のニーズが高まっていた。	施策成果指標	博多港・福岡空港における貿易額 H28:3兆6000億円	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ○地場企業	対象をどのような状態にしたいのか ○地場企業の製品・サービスの販路拡大 ○地場企業の人材育成

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

○ライブラリーにおける情報サービス
九州や海外の地域概要、貿易に必要な資料、経済情報、
企業及び商品に関する情報の提供

○アドバイザーによるコンサルティングサービス
現在貿易実務に携わっている専門アドバイザーによる
海外でのビジネスや製品の輸出入に関するコンサルティング

○人材育成事業としての研修会等の開催
時宜に即した各種のテーマによるセミナー・研修会を開催

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	38,287	35,346	35,034
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	38,287	35,346	35,034

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	貿易相談者数	目標	120	120	125
		実績	104	121	
		達成率	86.7%	100.8%	
	研修会・セミナー受講者数	目標	2,000	2,700	2,700
実績		3,070	2,446		
達成率		153.5%	90.6%		
成果の指標	博多港・福岡空港における貿易額[億円]	目標	32,995	34,100	36,000
		実績	33,906	36,207	
		達成率	102.8%	106.2%	
	目標				
	実績				
	達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・ライブラリーにおける情報提供
- ・専門アドバイザーによるコンサルティングサービス(貿易相談)
- ・セミナー・研修会の開催

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・地場企業が情報を得る
- ・地場企業が状況に応じた適切な助言を得る
- ・地場企業の社員が国際ビジネスに必要なスキルを身につける

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・地場企業の製品・サービスの販路が拡大する

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・博多港・福岡空港における貿易額が増加する
- ・地場企業の利益が拡大する
- ・福岡市における経済活動が活発になる

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		所管課名	経済観光文化局	国際経済・コンテンツ部
事業名	海外駐在員ビジネス連携推進	基本	施策コード	主 8-3-1
事業開始年度	平成17年度	分野別目標	国際競争力を有し、アジアのモデル都市となっている	
根拠法令	なし	計画	施策	国際的なビジネス交流の促進
行政計画上の位置づけ	なし	画	事業群	国際ビジネスの振興
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に ○中国ビジネスが注目を集める一方で、独自の海外展開が困難な地場企業に対する支援のニーズが高まっていた。 ○上海には中国国内はもちろん、世界各国の企業がアジア統括拠点を開設しており、アジアビジネスの拠点として、重要性が相対的に高まっていた。	施策成果指標	博多港・福岡空港における貿易額 H28:3兆6000億円	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ○地場企業 ○海外企業(上海に拠点を置く世界各国の企業、中国企業など)	対象をどのような状態にしたいのか ○地場企業の製品・サービスの販路拡大 ○地場企業の海外企業との取引拡大 ○海外企業の福岡市への投資拡大 ○海外企業の地場企業との取引拡大

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

○地場企業の海外ビジネス支援
現地企業の紹介、市場調査や事務所設立の支援、展示会出展支援

○企業誘致
政府機関・業界団体・企業の訪問、展示会や交流会への参加

○シティプロモーション
クルーズ誘致、観光客誘致、中国各地でのプロモーション

○現地ネットワークの構築

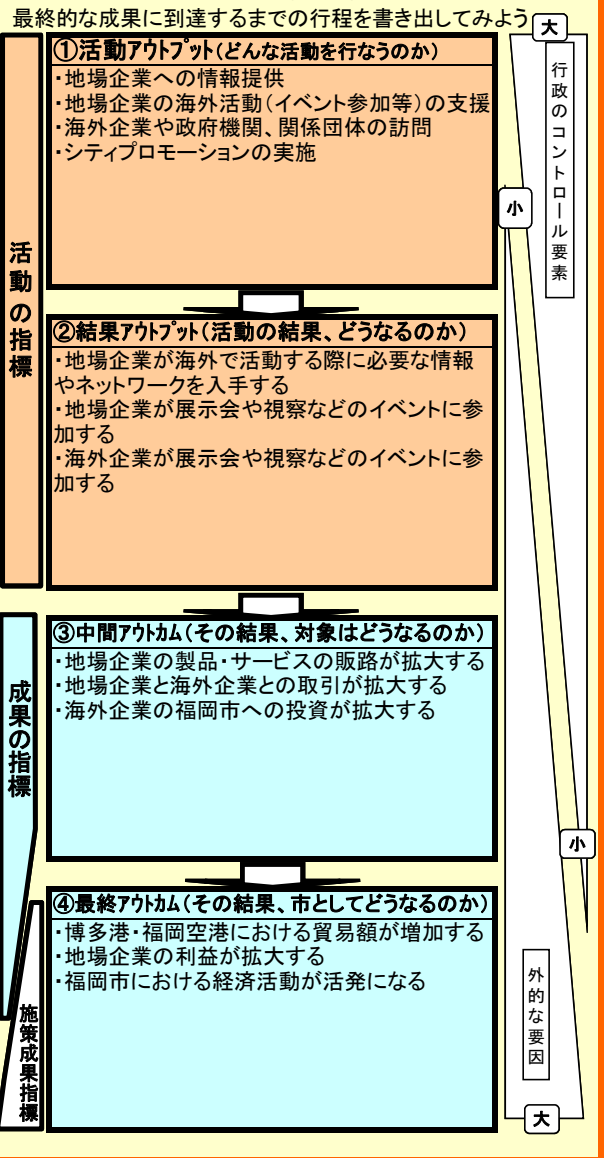
○その他団体支援
経済団体など各種団体の来訪、現地視察等の同行

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	18,972	20,609	20,348
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	18,972	20,609	20,348

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	上海事務所来訪・訪問人数等	目標	1,000	1,000	1,000	年度
		実績	724	626		
		達成率	72.4%	62.6%		
		目標				年度
成果の指標	博多港・福岡空港における中国・香港との貿易額[億円]	目標			13,340	年度
		実績	11,689	12,840		
		達成率				
		目標				年度

ロジックモデル作成用のテーブル



26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		国際経済課		
事業名	クリエイティブ・エンターテインメント都市づくり推進事業(海外展開)	所管課名	経済観光文化局	国際経済・コンテンツ部
事業開始年度	平成24年度	基本	施策コード	主 8-3-2
根拠法令	なし	分	別目標	国際競争力を有し、アジアのモデル都市となっている
行政計画上の位置づけ	なし	計	画	施策
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に ○福岡市は「クリエイティブ・エンターテインメント都市」を目標に掲げ、市の将来を牽引する産業として、クリエイティブ産業の振興と拠点化に取り組んでいるが、海外では福岡市や市のクリエイティブ産業等の認知が十分ではない。	画	事業群	クリエイティブ産業等の海外展開の支援
		画	施策成果指標	博多港・福岡空港における貿易額 H28:3兆6000億円

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ○海外の企業や関係団体 ○市内のクリエイティブ産業関連企業	対象をどのような状態にしたいのか 福岡市がクリエイティブ産業の拠点となり、次の状態となる ○海外企業の福岡市への投資拡大 ○海外企業と市内企業との取引拡大 ○市内企業の製品・サービスの販路拡大

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input type="checkbox"/> 負担金含む
○海外に向けた戦略的な広報 WEBサイトによる情報発信 ○外国企業等によるシンポジウム 国内外からクリエイティブ関連のキーパーソンを招聘し、企業関係者・クリエイター向けの国際シンポジウム・交流会を開催 ○国際地域ベンチマーク協議会(IRBC) ワーキンググループ会議に参加し、IRBCのあり方についてや、今年度開催予定の本会議に向けて協議を実施			

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	24,540	11,693	4,000
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	24,540	11,693	4,000

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	IRBC会議への参加	目標	1	1	1	年度
		実績	1	1		
		達成率	100.0%	100.0%		
		目標				年度
成果の指標	博多港・福岡空港における貿易額[億円]	目標	32,995	34,100	36,000	28年度
		実績	33,906	36,207		
		達成率	102.8%	106.2%		36,000
		目標				年度
	実績					
	達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 海外への戦略的なプロモーション
- 海外企業等によるシンポジウム開催
- 国際地域ベンチマーク協議会参加

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 海外での福岡市と市内産業についての認知度が向上する
- 海外企業と市内の企業・クリエイターとが交流する

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 海外企業が福岡市に進出する
- 海外企業と市内企業との取引が拡大する
- 市内企業の製品・サービスの販路が拡大する

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 福岡市がクリエイティブ産業の拠点となる
- 福岡市における経済活動が活発になる
- 博多港・福岡空港における貿易額が増加する

行政のコントロール要素

大

小

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
事業名	アジアビジネス促進・支援事業	所管課名	経済観光文化局	国際経済・コンテンツ部
事業開始年度	H21	基本	施策コード	主 8-3-1 再
根拠法令	なし	分野別目標	国際競争力を有し、アジアのモデル都市となっている	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	国際的なビジネス交流の促進	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 大企業と異なり、国際ビジネスについて独自の展開や情報の取得が 困難な地場中小企業の海外展開を支援するため	事業群	国際ビジネスの振興	
		施策成果指標	博多港・福岡空港における貿易額 (H28: 3 兆6,000 億円)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 地場企業	対象をどのような状態にしたいのか 成長著しいアジアへの販路拡大や外国企業との連携強化

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

福岡アジアビジネス支援委員会(福岡市、商工会議所、ジェトロ福岡、福岡貿易会)の活動を通して、下記事業を行った。(福岡商工会議所との共催事業含む)

セミナー実施: 4回(参加者数計87名)
物産展開催支援: 1回(29社参加)
バイヤー招聘商談会の開催: 9回
展示会出展: 4回

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	2,933	3,035	4,784
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	2,933	3,035	4,784

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	セミナー参加人数	目標		200	年度
		実績	337	87	
	商談件数	目標		400	年度
		実績	331	551	500
成果の指標	博多港・福岡空港における貿易額[億円]	目標	32,995	34,100	年度
		実績	33,906	36,207	36,000
	達成率	102.8%	106.2%		
	目標				年度
	実績				
	達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 国際ビジネスに関するセミナー開催
- 展示会への参加(国内・海外)
- バイヤーの招へい

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 地場企業がセミナー・展示会に参加する。
- 海外からバイヤーが来福し、地場企業と商談を行う

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 福岡市の貿易額(博多港・福岡空港)が増える
- 福岡・九州の企業の海外との取引額が増える

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 卸売・小売・物流など市内産業の活性化
- 人・モノ・情報が集積する福岡のショーケース機能の強化

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
事業名	福岡・釜山経済交流事業	所管課名	経済観光文化局	国際経済・コンテンツ部
事業開始年度	平成21年度	基本	施策コード	主 8-7-1
根拠法令	なし	分野別目標	国際競争力を有し、アジアのモデル都市となっている	
行政計画上の位置づけ		計画	施策	釜山広域市との超広域経済圏の形成
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に ・平成21年3月8日(福岡市)釜山広域市 許南植(ホ・ナムシク)市長から、福岡・釜山両市が共に発展するため「超広域経済圏形成」を提案された	事業群	連携・交流の促進	
		施策成果指標	福岡・釜山間の定期航路の船舶乗降人員 H28:80 万人	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 福岡市と韓国・釜山広域市の企業・機関・市民	対象をどのような状態にしたいのか 国際競争力の向上や地域活性化を図り、国境を越えた地域連携のモデルとして、北東アジアの新たな発展軸を形成することをめざす。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

国際競争力の向上や地域活性化を図り、国境を越えた地域連携のモデルとして、北東アジアの新たな発展軸を形成することを目指し、釜山広域市との「超広域経済圏」形成に向けた、福岡・釜山ビジネスCEOフォーラム等の各種協力事業を実施

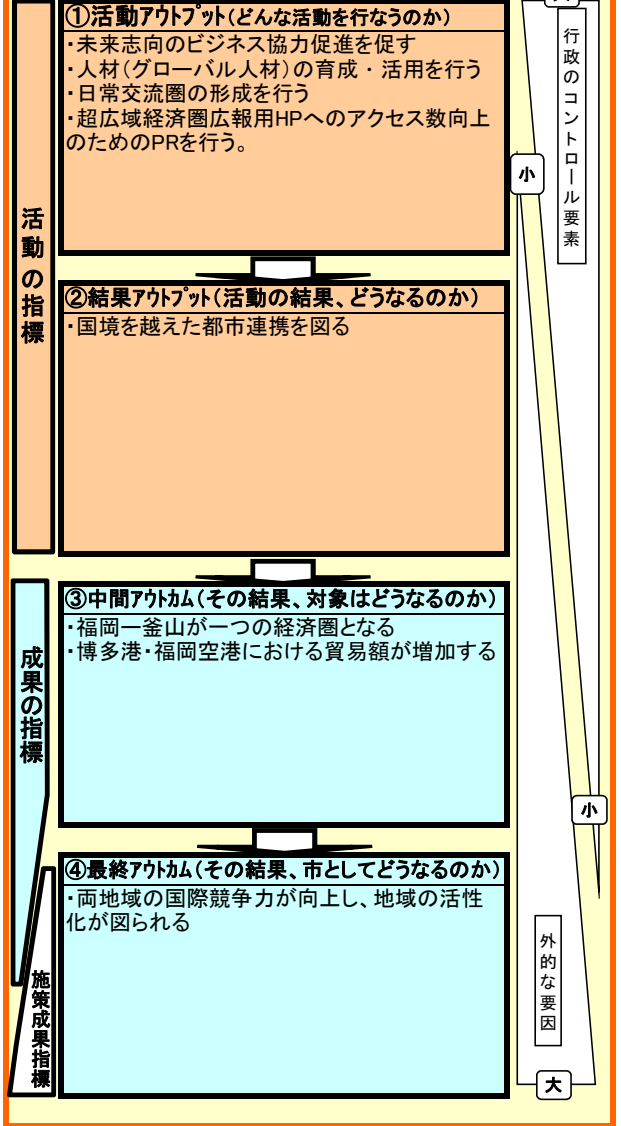
事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	6,910	9,166	11,044
	歳入			
	特定財源	474	457	508
	一般財源	6,436	8,709	10,536

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	超広域経済圏広報用HPアクセス件数(ページビュー)	目標	100,000	160,000	240,000	年度
		実績	128,949	228,455		
	経済協力事務所TV会議開催件数	目標	50	72	82	年度
		実績	60	78		
成果の指標	博多港・福岡空港における韓国との貿易額(億円)	目標			5,200	年度
		実績	4,880	5,195		
		目標				年度
		実績				
		達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう



①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・未来志向のビジネス協力促進を促す
- ・人材(グローバル人材)の育成・活用を行う
- ・日常交流圏の形成を行う
- ・超広域経済圏広報用HPへのアクセス数向上のためのPRを行う。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・国境を越えた都市連携を図る

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・福岡・釜山が一つの経済圏となる
- ・博多港・福岡空港における貿易額が増加する

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・両地域の国際競争力が向上し、地域の活性化が図られる

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		国際経済課		
事業名	フードビジネス販路拡大支援事業	所管課名	経済観光文化局	国際経済・コンテンツ部
事業開始年度	H24	基本	施策コード	主 8-3-1 再
根拠法令	なし	分野別目標	国際競争力を有し、アジアのモデル都市となっている	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	国際的なビジネス交流の促進	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に福岡・九州の食の海外での認知度を高めるためには、大企業と異なり、独自の展開が困難な中小の食品関連企業の海外展開を支援していく必要性があったため。	事業群	国際ビジネスの振興	
		施策成果指標	博多港・福岡空港における貿易額 (H28: 3兆6,000億円)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 地元食品関連企業等	対象をどのような状態にしたいのか 福岡・九州の地場食品製造企業がまとまって輸出拡大を進め、福岡・九州の食の海外でのブランド化を図る。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

24年6月に発足した福岡フードビジネス協議会の活動を通して、下記の活動を行った。

- ・引き合い情報(商社周りなどで得られた情報を会員企業に案内): 67件
- ・貿易相談: 85件
- ・翻訳ほか: 106件
- ・定例会の実施: 11回
- ・国内商社営業: 13件(国内商社回り)
- ・営業ツアー実施: 3回(香港9月, 豪州11月, 北米1月)

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	8,827	7,572	6,815
	歳入			
	特定財源	8,827		
	一般財源	0	7,572	6,815

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	共同営業での訪問企業件数	目標	45	45	28年度
		実績	42		
	事業・イベント延べ参加企業(定例会・セミナーのぞく)	目標	50	55	28年度
		実績	39		
成果の指標	博多港・福岡空港における食料品(及び動物)の貿易額(百万円)	目標	21,750	22,500	28年度
		実績	20,712		
		目標			28年度
		実績			
	達成率	98.2%			

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・海外で共同営業や福岡・九州の食品のPRイベントなどの活動を行う。
- ・国内商社等への引き合い対応
- ・バイヤー招へいなど

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

会員企業が事業に参加する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

会員企業の海外売上高が伸びる。
会員企業の商品が海外で定番化される。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

福岡・九州の食の海外での認知度が高まる。

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		新規
		経済観光文化局		国際経済・コンテンツ部
				コンテンツ振興課
事業名	クリエイティブ関連産業の振興	基本	施策コード	主 7-3-1 再
事業開始年度	平成25年度	分野別目標	創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している	
根拠法令	なし	施策	個人の才能が成長を生む創造産業の振興	
行政計画上の位置づけ		事業群	クリエイティブ関連産業の振興	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 本市には、都市規模を上回るクリエイティブ関連産業の集積があり、今後も本市の成長エンジンとして地域経済を牽引していくことが期待される中、これらの関連産業について、ゲーム、ファッション、デザイン、音楽等業種に応じた産業振興が必要となるため。	施策成果指標	クリエイティブ関連産業事業所数 中間目標値: 2,750事業所(H28年)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 市内クリエイティブ関連企業(ゲーム、デザイン、音楽、ファッション)	対象をどのような状態にしたいのか クリエイティブ関連企業所数 2,900社 新規立地数 150社 新規創業数 200社

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

ゲーム産業分野では、産学官による福岡ゲーム産業振興機構を通じ、ゲーム業界の人材育成・確保に取り組んだ。ファッション産業分野では、地場ファッション産業の活性化に向けた取り組みを商工会議所、福岡県等と一体になって支援した。デザイン産業分野では、NPO法人福岡デザインリーグをはじめとするデザイン関連団体などと連携してデザイン関連産業の振興を図るとともに、音楽産業分野において、関連産業の振興を図った。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計		31,433	33,159
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	31,433	33,159

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	インターンシップ事業	目標	3	3回	年度
		実績	3		
		達成率	100.0%		
	広告塔的イベントの開催	目標	2	2回	年度
実績		2			
達成率		100.0%			
成果の指標		目標			年度
		実績			
		達成率			
		目標			年度
実績					
達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 人材育成事業(インターンシップ、コンテスト、セミナー等)
- イベントの開催(ゲームファンイベント、FACo等)
- 販路拡大事業
- 情報発信事業

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 優秀な人材を多数輩出
- イベントによるビジネスマッチング機会の拡大
- 地場企業の販路拡大・収益増加
- 情報発信による福岡ブランドの定着

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

・クリエイティブ関連産業において、本市に企業進出・スタートアップの活性化

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

・クリエイティブ関連企業が多数集積・ハブ化し、本市経済を牽引している。

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		コンテンツ振興課		
事業名	クリエイティブ・エンターテインメント都市づくり推進事業	所管課名	経済観光文化局	国際経済・コンテンツ部
事業開始年度	平成24年度	基本	施策コード	主 7-3-2 再 7-1-1
根拠法令	なし	分野別目標	創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している	
行政計画上の位置づけ		施策	個人の才能が成長を生む創造産業の振興	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に市内のクリエイティブ関連企業からは、分野を超えた交流の場やイベント等を通じた情報発信、スタートアップ支援のニーズが高い。クリエイティブ・エンターテインメント分野は、福岡市の強みを活かせる分野であり、時代を担う産業分野として積極的に振興を図る。	事業群	エンターテインメント都市づくり	
		施策成果指標	クリエイティブ関連産業事業所数(※) 中間目標値: 2,750事業所(H28年)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 市内クリエイティブ関連企業(ゲーム、デザイン、音楽、ファッション)及び個人のクリエイター	対象をどのような状態にしたいのか クリエイティブ関連企業数 2,900社 新規立地数 150社 新規創業数 200社

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input checked="" type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input checked="" type="checkbox"/> 負担金含む
1. クリエイティブ福岡推進協議会の運営 2. スタートアップ・サポーターズの運営 3. 明星和楽との連携 4. クリエイティブフェスタの開催(10月) 「アジアマンス」をリニューアルした「アジアンパーティ」の中でクリエイティブ系のコンテストやエンターテインメントイベントを開催する「クリエイティブフェスタ」を実施した。参加者数延べ約7,000人。			

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	46,340	39,342	55,901
	歳入			
	特定財源 一般財源	46,340	39,342	55,901

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	クリエイティブフェスタの開催	目標	1	1	1	年度
		実績	1	1		年度
		達成率	100.0%	100.0%		
		目標				
成果の指標		実績				年度
		達成率				
		目標				年度
		実績				
		目標				年度
		実績				
		達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- クリエイティブ福岡推進協議会(クリエイティブ・ラボ・フクオカ)事業の実施
- クリエイティブフェスタの開催
- スタートアップ・サポーターズ事業の実施

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 優秀な人材を多数輩出
- イベントによるビジネスマッチング機会の拡大
- 地場企業の販路拡大・収益増加
- 情報発信による福岡ブランドの定着

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

・クリエイティブ関連産業において、本市に企業進出・スタートアップの活性化

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

・クリエイティブ関連企業が多数集積・ハブ化し、本市経済を牽引している。

行政のコントロール要素
 小
 大

外的な要因
 小
 大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		新規
		経済観光文化局	国際経済・コンテンツ部	コンテンツ振興課
事業名	映像ビジネス推進事業	所管課名	経済観光文化局	国際経済・コンテンツ部
事業開始年度	平成26年度	基本	施策コード	主 7-3-1 再
根拠法令	なし	分野別目標	創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している	
行政計画上の位置づけ		施策	個人の才能が成長を生む創造産業の振興	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 映像産業は東京に集中しており、これまで福岡は受託業務が大半という状況であったが、福岡においてもアニメスタジオが国内外で活躍しはじめ、全国からも注目されつつあり、これを好機ととらえ積極的に支援することで、映像分野の発展を促進する必要がある。	事業群	クリエイティブ関連産業の振興	
		施策成果指標	クリエイティブ関連産業事業所数 中間目標値: 2,750事業所(H28年)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 市内映像関連企業	対象をどのような状態にしたいのか オリジナル作品で活躍する企業・人材の輩出、および映像関連企業の集積。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

(平成26年度実施予定事業)
クリエイティブ関連産業の集積・拠点化を図るため、官民連携によるCG・アニメーション等の映像関連産業の振興や、海外展開の促進を図る。

・映像コンテンツ産業の海外展開支援
海外の映像コンテンツ系見本市等への出展を通して福岡の映像関連企業等のプロモーションや、ビジネスマッチングを促進する。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計			8,147
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	0	8,147

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	海外展示会等への参加によるビジネスマッチング機会創出	目標			2回	年度
		実績				
		達成率				
		目標				年度
成果の指標		実績				
		達成率				
		目標				年度
		実績				
		目標				年度
		実績				
		達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 海外の映像関連展示会への参加
- ビジネスマッチング機会の創出

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 海外パートナー企業の発掘、取引先の拡大

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 映像関連企業の集積拡大

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- クリエイティブ関連企業が多数集積・ハブ化し、本市経済を牽引している

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

新規/継続 継続
コンテンツ振興課

事業名	アジアフォーカス・福岡国際映画祭
事業開始年度	平成3年度
根拠法令	なし
行政計画上の位置づけ	なし
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 平成元年のよかとどひあ開催、福岡アジア文化賞創設などの“アジア太平洋都市宣言”の旗印のもと行われた一連のアジア施策の一環として、映画を通じて行う文化交流として映画祭が始まった。

所管課名	経済観光文化局 国際経済・コンテンツ部
基本計画	施策コード 主 7-3-2 再 分野別目標 創造的活動が活発で、多様な人材が新しい価値を生み出している 施策 個人の才能が成長を生む創造産業の振興 事業群 エンターテインメント都市づくり
施策成果指標	クリエイティブ関連産業事業所数(※) 中間目標値: 2,750事業所(H28年)

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ①市民、観客 ②映像産業関連企業、クリエイター ③アジアの映画関係者	対象をどのような状態にしたいのか ①大勢の観客でにぎわう。アジア映画を楽しむ。アジアの文化に親しむ。福岡市に映画祭があることを誇りに思う。 ②企業や人材が集積する。 ③福岡国際映画祭出品を目標とする。

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

会場をキャナルシティに変更し、キャナルシティと連動した広報、クリエイターを引き付ける新たな取り組みなどにより、集客増を図った。
23か国・地域の241作品を上映するとともに、15か国・地域から監督など75人を招へい。過去最高となる33,821人の来場者を記録した。
オープニングセレモニーや福岡観客賞、バリアフリー上映会など自主イベントのほか、台湾映画祭、東アジア映画フェスタ、インディペンデント映画祭、中学生招待など多くの協賛企画を実施。
新たな取り組みとして、地元クリエイター育成のためのワンミニット・フィルムコンペティション、アジアの若手監督によるパブリシティフィルム、香港映画大特集、映像の教室展テクネ、世界のCMフェスティバルなども開催。

事業費(千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	63,624	76,117	70,090
	歳入			
	特定財源	445	468	990
	一般財源	63,179	75,649	69,100

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	上映数	目標	90	90	90	年度
		実績	88	108		
	達成率	97.8%	120.0%			
	イベント数	目標	10	12	12	年度
実績		10	11			
達成率		100.0%	91.7%			
成果の指標	観客数(人)	目標	25,000	26,000	34,000	年度
		実績	23,177	33,821		
	達成率	92.7%	130.1%			
	目標					
	実績					
	達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 映画祭を企画・運営する(作品、ゲスト、シンポジウム、イベント等)
- ポスター、リーフレットの製作やHP、facebookなどの情報発信、記者発表開催や時期を得たプレスリリース等により映画祭の周知を図る

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 作品とゲストを招待する(H25:51作品, 75人)
- 上映を実施する(H25:108回)
- イベントを実施する(H25:11企画)
- プレスリリースを発信する(H25:19回)

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 観客数が増える(映画祭に親しみを感じる、誇りに思う市民が増える)
- 新聞や雑誌、テレビなどでのニュースパブリシティが増える(広告費換算額で測る)
- アジア中の才能が福岡を目指す

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 「クリエイティブ・エンターテインメント都市・ふくおか」というブランドが確立している
- クリエイティブ関連産業の事業所数が増加している

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

小

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

新規/継続 継続
観光戦略課

事業名	日本で唯一の歴史資源活性化事業
事業開始年度	平成24年度
根拠法令	なし
行政計画上の位置づけ	なし
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 日本で唯一二重の史跡指定を受けている鴻臚館跡・福岡城跡や国宝金印発見の地である志賀島、元寇防塁等の貴重な歴史・文化資源があり、観光・集客施策を進めるにあたり活用可能性が高いため。

所管課名	経済観光文化局	観光コンベンション部
基本計画	施策コード 主 5-1-1 再	分野別目標 磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている
施策	観光資源となる魅力の再発見と磨き上げ	
事業群	福岡の歴史資源の観光活用	
施策成果指標	入込観光客数【日帰り】(H28:1,200万人) 入込観光客数【宿泊】(H28:620万人)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ・鴻臚館 ・福岡城 ・元寇防塁 ・志賀島	対象をどのような状態にしたいのか 歴史・文化資源を観光資源として磨き上げ、市民や観光客が訪れたいくなるような場所にする。

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

【鴻臚館、福岡城】・福岡城むかし探訪館の開設及び運営と、福岡城むかし探訪館を回遊拠点に集客向上のためのイベントを実施。
・CG等を活用して携帯タブレット内に福岡城や鴻臚館を復元し、当時の情景を体感しながらエリアを回遊するシステムを構築。
【元寇防塁】・元寇防塁を活かした回遊性向上の仕組みを検討し、来年度以降の取り組みの実施計画を策定。
【志賀島】・地元関係者と共に、食や景色・景観、歴史資源を活かした集客促進策について検討し、来年度以降の取り組みの実施計画を策定。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	63,631	32,644	22,250
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	63,631	32,644	22,250

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	デジタル回遊システムツアー開催日数	目標	330	359	年度	
		実績	324			
		達成率	98.2%			
活動の指標	デジタル回遊システムツアー参加者数	目標	5,000	6500	年度	
		実績	5,988			
		達成率	119.8%			
成果の指標	福岡城むかし探訪館来館者数	目標	23,000	36,000	55000	年度
		実績	34,691	40,314		
		達成率	150.8%	112.0%		
		目標				
	実績					
	達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)
【鴻臚館、福岡城】デジタル回遊システム運用、福岡城むかし探訪館でのイベント
【元寇防塁】ウォーキングイベント開催
【志賀島】グルメ開発

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)
【鴻臚館、福岡城】デジタル回遊システムツアーに参加
【元寇防塁】ウォーキングイベントへの参加
【志賀島】新メニューを食べに来島

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)
歴史・文化資源の観光資源化

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)
市外からの観光客の増加
観光消費額の増加

行政のコントロール要素

活動の指標

成果の指標

施策成果指標

外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続	継続
		都市観光推進課	
事業名	福岡で「もう一泊」推進事業		
事業開始年度	平成24年度		
根拠法令	なし		
行政計画上の位置づけ	なし		
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 観光を地域産業に結びつけ地域経済に波及させるためには、回遊・長期滞在・追加消費を促す仕掛けづくりが必要であり、福岡が持つ観光資源について、「もう一泊」してもらえよう魅力アップを図る		
所管課名	経済観光文化局	観光コンベンション部	
基本計画	施策コード	主 5-1-2	再
画	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている	
	施策	観光資源となる魅力の再発見と磨き上げ	
施策成果指標	事業群	祭り・食・文化・エンターテインメント魅力の磨き上げ	
		○入込観光客数【日帰り】(H28:1,200万人) ○入込観光客数【宿泊】(H28: 620万人)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 観光客	対象をどのような状態にしたいのか 観光イメージブック「福岡よる旅」を中心としたイメージ発信や新たな組織の活動により、福岡の「夜」の観光に魅力を感じ、実際に訪れ、福岡での夜の回遊や宿泊をしている。

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input checked="" type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input type="checkbox"/> 負担金含む
○観光イメージブック「福岡よる旅」の発行とプロモーション 福岡の夜の観光の魅力を「街」と「人」を中心に掲載した観光イメージブック「福岡よる旅」を発行、三大都市圏、九州、福岡市内を中心に様々なご協力を頂きながら、30,000部配布するなどプロモーションを展開。 ①主な設置箇所 ・空港(福岡・羽田・成田)、九州管内JR駅構内、福岡県内西鉄バス・電車乗降施設内、全国美容室、ホテル、市内飲食店 ・イベント会場での配布(グランプリファイナル福岡・滝沢歌舞伎等) ②その他プロモーション ・掲載画像のスライドショー動画 ・「福岡よる旅」体験企画の実施に向けた検討			

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	16,688	10,403	16,512
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	16,688	10,403	16,512

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	ガイドブック発行部数	目標	30,000		年度
		実績	30,000		
		達成率	100.0%		
活動の指標	ガイドブック設置箇所	目標	50		年度
		実績	2,400		
		達成率	4800.0%		
成果の指標	設置箇所からの継続配布希望割合	目標	10		年度
		実績	10		
		達成率	100.0%		
	イベント参加店舗	目標		100	年度
実績					
	達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

活動の指標	①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)	行政のコントロール要素
	②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)	小
	③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)	小
	④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)	大
成果の指標	施策成果指標	外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		新規
		MICE推進課		
事業名	新しいMICEワンストップ体制の運営	所管課名	経済観光文化局	観光コンベンション部
事業開始年度	平成26年度	基本	施策コード	主 5-4-1
根拠法令	なし	分野別目標	再	
行政計画上の位置づけ	なし	計画	施策	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に MICEに特化したワンストップ体制を構築し、誘致案件の調査・営業から、開催の受入支援や産業振興を行い、国際競争力の強化を図る。	事業群	交流がビジネスを生むMICE拠点の形成	
		施策成果指標	MICE機能の強化	
			国際コンベンション開催件数(JNTO基準)300件	
			国内コンベンション開催件数160件	
			国際会議開催件数(ICCA基準)50件	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ・MICE主催者、参加者、関連団体・企業	対象をどのような状態にしたいのか MICEの誘致から受入支援や産業振興までを1つの窓口で行うMICEワンストップ体制を構築し、国際・国内コンベンション等の誘致数増を図る。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input type="checkbox"/> 負担金含む	
＜平成26年度実施内容＞				
・MICEの誘致・企画・支援に特化した組織である「Meeting Place Fukuoka」の設置・運営				
・国から選定を受けた「グローバルMICE戦略都市」として、観光庁とともに専門家コンサルティングや海外MICE専門誌を通じた広報等を行う。				
・国内外から来福するMICE参加者と地域企業や研究機関等とのマッチングイベントの開催やビジネスコーディネートの実施				
・地元経済団体や企業と連携した食に関する展示会・イベントの開催支援				
事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	-	-	64,500
	歳入	-	-	0
	特定財源 一般財源	-	-	64,500

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	目標				32年度
		実績			
	達成率				年度
		実績			
成果の指標	国際コンベンション開催件数	目標	250 (平成25年)	260 (平成26年)	30年
		実績	252 (平成24年)	253	300
	達成率				
		国内コンベンション誘致件数	目標	140	143
実績	121	146	160		
達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 関係団体と連携したMICEワンストップ体制の構築
- 福岡市独自のユニークベニューの開発、ビジネスマッチング等の実施

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- MICEワンストップ体制の構築やユニークベニュー、ビジネスマッチングの実施等により、主催者にとっての福岡でのMICE開催の魅力が高まる。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 福岡市におけるMICE開催件数の増加
- MICE参加者の増加
- ビジネス機会の増加

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 福岡市のMICEシティとしての認知度上昇
- MICE開催件数増加による市への経済波及効果上昇
- MICE参加者の再来福による経済効果

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		MICE推進課		
事業名	MICE誘致推進事業(MICE開催支援等推進事業)	所管課名	経済観光文化局	観光コンベンション部
事業開始年度	平成13年度	基本	施策コード	主 5-4-2
根拠法令	なし	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている	
行政計画上の位置づけ	なし	計画	施策	交流がビジネスを生むMICE拠点の形成
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に MICEは都市の魅力を発信し、裾野の広い関連産業の振興につながるなど経済波及効果が非常に高く、文化、スポーツ、芸術等の発展にも寄与することから、長期的・政策的に振興を図る必要がある。	事業群	MICE誘致の推進	
		施策成果指標	国際コンベンション開催件数(JNTO基準)300件 国内コンベンション開催件数160件 国際会議開催件数(ICCA基準)50件	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか MICE主催者・参加者	対象をどのような状態にしたいのか 戦略的な誘致活動を行い、福岡市におけるMICE開催件数増加を図る。主催者への開催支援等を行い、福岡でのMICE開催の魅力を高め、国内外へ発信することにより再来訪や新たな誘致につなげる。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input type="checkbox"/> 負担金含む
<ul style="list-style-type: none"> 国際会議(ICCA)への加入 海外の国際会議等の商談会・見本市への出展 国から選定を受けた「グローバルMICE戦略都市」として、観光庁とともに専門家コンサルティングや海外MICE専門誌を通じた広報、関係企業等を対象としたセミナーを実施。(平成26年度からは「新しいMICEワンストップ体制の運営」事業に移行) 観光コンベンションビューローへの負担金(コンベンション開催助成金、インセンティブツアー助成金等) 産学官民連携組織であるFDC(福岡地域戦略推進協議会)と共同でMICEの誘致・企画・支援に特化した組織である「Meeting Place Fukuoka」の設立準備(平成26年度からは「新しいMICEワンストップ体制の運営」事業に移行) 			

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	96,473	65,263	73,993
	歳入			
	特定財源	0	0	0
	一般財源	96,473	65,263	73,993

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	目標				32年度
		実績			
	達成率				
	目標				年度
成果の指標	国際コンベンション開催件数	目標	250 (平成25年)	260 (平成26年)	30年
		実績	252 (平成24年)	253	300
	達成率				
	国内コンベンション誘致件数	目標	140	143	34年度
実績	121	146	160		
達成率					

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- MICE誘致のためのリサーチ、マーケティング、セールス、プロモーション、主催者支援等

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- MICE誘致対象の発掘
- 福岡市へのMICE誘致件数の増加

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 福岡市におけるMICE開催件数の増加
- MICE参加者の増加

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 福岡市のMICEシティとしての認知度上昇
- MICE開催件数増加による市への経済波及効果上昇
- MICE参加者の再来福による経済効果

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因
施策成果指標

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続	継続
		プロモーション推進課	
事業名	観光プロモーション事業(重点)①国内外観光プロモーション事業(投資)	所管課名	経済観光文化局 観光コンベンション部
事業開始年度	不明	基本	施策コード 主 5-6-1 再
根拠法令	なし	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている
行政計画上の位置づけ	なし	施策	国内外への戦略的なプロモーションの推進
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に市単独では成しえないプロモーション活動を、国・県・市町村及び関係団体と共同で実施することで、より効果的な観光振興を図るため。	事業群	シティプロモーション、ブランドイメージアップの推進
		施策成果指標	入込観光客(国内)1,750万人(2022年) 入込観光客(海外)250万人(2022年) ※事業開始年度については、各協議会により異なる

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 国内外の旅行者	対象をどのような状態にしたいのか 福岡に興味・関心を持ち、福岡を訪れる。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

各種観光協議会へ参加、負担金を納め、広域連携による事業を実施。

(観光説明会の開催・ブース出展)
各協議会で韓国や台湾等において実施(7件)

(広報・PRなどの事業)
欧州やタイからのメディア取材等を受入れ(5件)

(招請事業の実施)
上海やシンガポールからのVJ事業を実施(3件)

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	28,863	10,064	11,277
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	28,863	10,064	11,277

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	国内外へのプロモーションの実施(回数)	目標	15	15	34年度	
		実績	13		15	未定
		達成率		100.0%		
		目標			年度	
成果の指標	入込観光客(国内)	目標		未定	34年度	
		実績	16,550,000		17,500,000	
		達成率				
		目標			34年度	
成果の指標	入込観光客(海外)	目標		未定	34年度	
		実績	850,000		1,000,000	2,500,000
		達成率				
		目標				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

観光関係協議会において連携してプロモーション等を実施。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

福岡市としてだけではなく、連携地域として認知度が向上。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

連携地域との魅力発信が福岡市への旅行の動機に繋がる。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

福岡市への入込観光客数が増加する。

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続	継続
		経済観光文化局	観光コンベンション部
		プロモーション推進課	
事業名	戦略的情報発信事業(重点)①国内外観光プロモーション事業(投資)	基本	施策コード 主 5-6-1 再
事業開始年度	不明	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている
根拠法令	なし	施策	国内外への戦略的なプロモーションの推進
行政計画上の位置づけ	なし	事業群	シティプロモーション、ブランドイメージアップの推進
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に市単独では成しえないプロモーション活動を、国・県・市町村及び関係団体と共同で実施することで、より効果的な観光振興を図るため。	施策成果指標	入込観光客(国内)1,750万人(2022年) 入込観光客(海外)250万人(2022年) ※事業開始年度については、各協議会により異なる

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 国内外の旅行者	対象をどのような状態にしたいのか 福岡に興味・関心を持ち、福岡を訪れる。

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む
各種観光協議会へ参加、負担金を納め、広域連携による事業を実施。

【観光プロモーション事業(重点)①国内外観光プロモーション事業(投資)に係る広報媒体部分】

- 福岡観光ポスターの印刷・配布(H25は配布のみ)
- 福岡観光ガイドブックの作成(実行委員会への負担金)
(作成部数:日30万・英5万・韓5万・繁6万・簡6万)

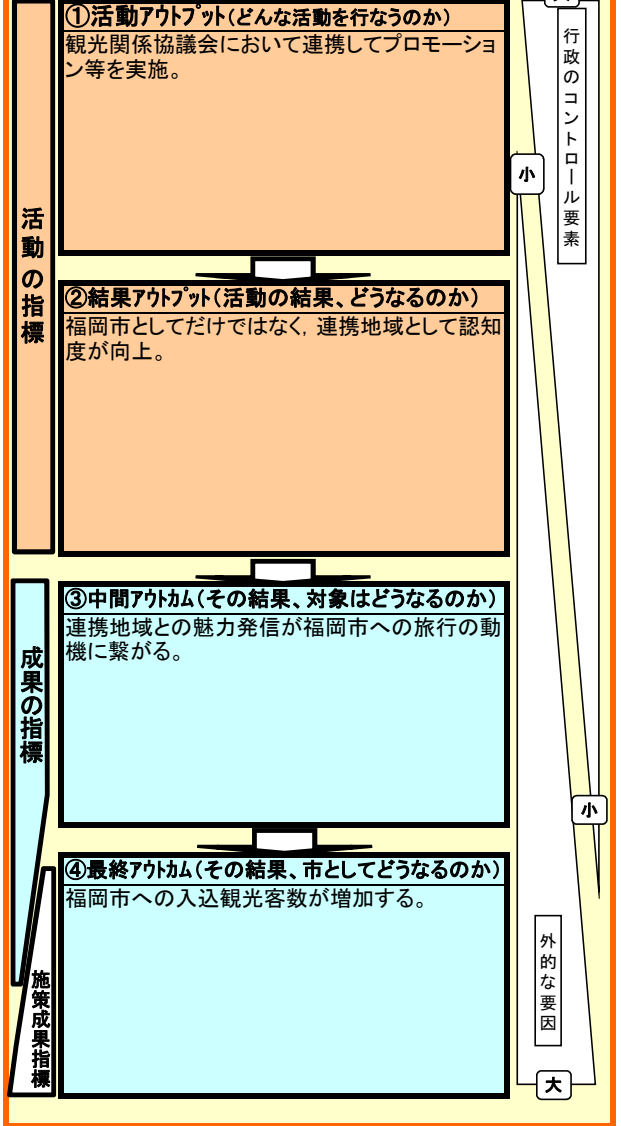
事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	0	6,000	6,900
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	6,000	6,900

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	国内外へのプロモーションの実施(回数)	目標	15	15	34年度	
		実績	13		15	未定
		達成率		100.0%		
		目標			年度	
成果の指標	入込観光客(国内)	目標		未定	34年度	
		実績	16,550,000		17,500,000	
		達成率				
		目標			34年度	
成果の指標	入込観光客(海外)	目標		未定	34年度	
		実績	850,000		1,000,000	2,500,000
		達成率				
		目標				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう



26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
事業名	アジア観光市場開拓事業	所管課名	経済観光文化局 観光コンベンション部	プロモーション推進課
事業開始年度	平成24年度	基本	施策コード	主 5-6-1 再
根拠法令	なし	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている	
行政計画上の位置づけ	なし	計画	施策	国内外への戦略的なプロモーションの推進
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 海外での福岡の知名度が、日本国内の他の観光地・観光都市と比べて低いものとなっているため、知名度向上及び誘客を目的としたPR事業を実施する必要があった。	事業群	シティプロモーション、ブランドイメージアップの推進 入込観光客(海外)250万人(2022年)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象と行なうのか 国外在住者 映画・テレビ等映像関係者	対象をどのような状態にしたいのか 福岡を知ってもらい、福岡を旅行先に選んでもらう。

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input checked="" type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input checked="" type="checkbox"/> 負担金含む	
委託を行い、中国向けPR事業を行った。 ①WEB媒体に対するニュースリリース発信 ②中国有名雑誌とのタイアップイベント ③旅行の達人によるBBS旅行記コンテスト ④微博(中国版ツイッター)による情報発信 委託を行い、台湾向けPR事業を行った。 ①台湾向けポータルとしてのWEBページの作成 ②福岡市の交通情報が1冊に網羅されたパンフレットの作成 ③台北プロモーションと連動した観光プロモーション「福岡時間」の実施 ④台北プロモーションに合わせて地下鉄・フリーペーパーに広告掲載 福岡市観光交流事業運営委員会により外国映画・テレビドラマ等のロケ地誘致事業を行う。				
事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	19,963	19,381	11,800
	歳入			
	特定財源 一般財源	19,963	19,381	11,800

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	情報発信事業数	目標			34年度
		実績	4	8	6
	達成率				
	年度				
成果の指標	入込観光客(海外)	目標			34年度
		実績	850,000	1,000,000	未定
	達成率				
	年度				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 福岡に直行便のある都市等でPR事業を行う。
- 外国映画・テレビドラマ等のロケ地誘致事業を行う。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 海外で福岡の情報が広まる。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 海外での福岡の知名度が上がる。
- 福岡の旅行商品が増加する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 福岡市への外国人来訪者数が増加する。

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規／継続		継続
		経済観光文化局	観光コンベンション部	プロモーション推進課
事業名	観光ブランド創出事業	所管課名	主 5-6-1	再
事業開始年度	平成25年度	基本	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている
根拠法令	なし	計画	施策	国内外への戦略的なプロモーションの推進
行政計画上の位置づけ	なし	画	事業群	シティプロモーション、ブランドイメージアップの推進
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に これまで中国、韓国を中心にプロモーション活動を行ってきたが、国際情勢の影響を受けやすく、訪日割合が比較的高く、直行便が就航しているアジア各国からの安定的な集客を目指す必要性が高まったため。	施策	入込観光客(海外)250万人(2022年)	成果指標

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 直行便が就航しているアジアの主要都市(台湾、香港、タイ、シンガポール等)在住者	対象をどのような状態にしたいのか 福岡観光の魅力を知り、福岡を訪れる動機を持っている状態。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input checked="" type="checkbox"/> 負担金含む
(台湾現地プロモーション)			
(1)シティプロモーション 台湾の情報発信の拠点である「西門紅樓」において、福岡市の最新文化を発信するシティプロモーション「福岡ナイト」を実施。また、隣接する北広場においても観光PRのほか、福岡出身の食関連企業や現地航空会社・旅行会社のブース出展等による観光プロモーションを実施			
(2)政府機関等への訪問 総統府、台北市政府、經濟部等を訪問し、今後の経済・観光・文化面における交流推進及び若手起業家を含めた双方の進出企業を支援していくことを確認			

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計		21,148	14,100
	歳入	特定財源		
	一般財源	0	21,148	14,100

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	プロモーション件数	目標	2	2	34年度
		実績	2		未定
	達成率	100.0%			
		目標			年度
成果の指標	入込観光客(海外)	目標		未定	34年度
		実績	850,000		1,000,000
	達成率				
		目標			年度
	実績				
	達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 重点市場へのプロモーション

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 重点市場において福岡の情報に触れる機会の増加

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 観光都市としての福岡の認知度が向上

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 福岡への海外旅行者訪問数が増加し、『観光都市福岡』としてブランド化する

行政のコントロール要素

小

成果の指標

小

施策成果指標

大

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続	継続
		経済観光文化局	観光コンベンション部
事業名	欧州プロモーション事業	プロモーション推進課	
事業開始年度	平成25年度	基本	再
根拠法令	なし	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている
行政計画上の位置づけ	なし	施策	国内外への戦略的なプロモーションの推進
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に アムステルダム直行便の就航を受け、観光・コンテンツ等の魅力を 組み合わせた効果的なシティプロモーションを実施し、欧州各国から の観光客の誘致、ビジネス交流などの活性化を図るため。	事業群	シティプロモーション、ブランドイメージアップの推進
		施策成果指標	入込観光客(海外)250万人(2022年)

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか オランダをはじめとした欧州市場	対象をどのような状態にしたいのか 福岡の認知度が高まり、福岡に頻繁に訪れてもらう。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input checked="" type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input type="checkbox"/> 負担金含む
委託を行い、以下のプロモーションを実施。			
(1)表敬訪問・意見交換会等 アムステルダム市長やKLMオランダ航空等に対し、直行便就航の御礼や今後の利用促進拡充、相互交流、ビジネスの需要拡大に向けた意見交換を実施。			
(2)アムステルダムプロモーション(100名程度が参加) 政府関係者、経済団体、空港関係者、旅行会社、メディア等を招き、市長によるプレゼンテーションなどを実施し、福岡市の概要や歴史・文化、食等の魅力をPRした。			
(3)パリプロモーション(30名程度が参加) 旅行会社及びメディア関係者を招き、プレゼンテーションなどを実施し、福岡市の概要や歴史・文化、食など観光の魅力をPRした。			
(4)旅行社等招請(12名招請) フランスの旅行社、雑誌社等を招請し、福岡の視察を実施			

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計		13,500	8,063
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	13,500	8,063

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	プロモーション件数	目標	3	3	34年度
		実績	4		未定
	達成率	133.3%			
	目標			年度	
成果の指標	入込観光客(海外)	目標		未定	34年度
		実績	850,000		1,000,000
	達成率				
	目標			年度	
	実績				
	達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 直行便が就航したアムステルダムを始めとする欧州でプロモーション活動を実施する。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 欧州市場において福岡の情報に触れる機会の増加

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 欧州において観光都市としての福岡の認知度が向上

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 福岡への海外旅行客訪問数が増加する。

行政のコントロール要素

小

成果の指標

小

施策成果指標

大

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続	継続
		経済観光文化局	観光コンベンション部
		7 プロモーション推進課	
事業名	戦略的情報発信事業(重点)④観光客にやさしいまちづくり事業	基本	施策コード 主 5-3-1 再 8-8-1
事業開始年度	平成25年度	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている
根拠法令	なし	施策	情報アクセスや回遊性など、来街者にやさしいおもてなし環境づくり
行政計画上の位置づけ	なし	事業群	おもてなしの向上
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 国内外から福岡を訪れる観光客に対して、福岡市内を回遊するための交通手段等のPRを実施することにより、さらなる誘客促進を図るため。	施策成果指標	入込観光客(国内)1,750万人(2022年) 入込観光客(海外)250万人(2022年)

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 国内外の旅行者	対象をどのような状態にしたいのか 福岡市内の回遊性の高さにより、滞在時に高い満足度を得られる状態

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

・福岡市への来訪者を増加させるため、市内の回遊性をPRする広報事業を実施

(1) 福岡オーブントップバス
人口150万人突破記念事業の一環として、市民150名の無料招待を実施

(2) FUKUOKA TOURIST CITY PASS
実際に福岡を訪れる方々に対して、効果的・効率的にPRを実施するため、香港等において、来福旅行商品の造成を行った旅行社等にパスを配布した。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計		1,740	1,350
	歳入			
	特定財源 一般財源	0	1,740	1,350

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	広報事業の実施	目標	2	未定	34年度
		実績	2		未定
		達成率	100.0%		
		目標			年度
成果の指標	入込観光客(海外)	目標		未定	34年度
		実績	850,000		1,000,000
		達成率			
		目標			年度

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)
市内の観光地周遊のための交通手段等をPRする

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)
来福意欲が高まる

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)
福岡市を訪れた旅行者の満足度が高まる。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)
福岡市への旅行者数が増加する。

行政のコントロール要素

活動の指標

成果の指標

施策成果指標

外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続	継続
		経済観光文化局	観光コンベンション部
		プロモーション推進課	
事業名	外国クルーズ客船受入事業	基本	施策コード 主 5-6-2 再
事業開始年度	平成20年度	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている
根拠法令	なし	施策	国内外への戦略的なプロモーションの推進
行政計画上の位置づけ	なし	事業群	クルーズ客拡大への取組み
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に短時間の香港地滞在時間でクルーズ観光客にスムーズに観光やショッピングを楽しんでいただくために、福岡を十分に満喫していただけるような取組みを官民あげて実施する必要があるため。	施策成果指標	外航クルーズ客船の寄港回数 250回(2022年)

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか クルーズ客	対象をどのような状態にしたいのか スムーズに観光やショッピングを楽しみ、クルーズ客の満足度が上がる。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

(1)着岸場所(岸壁・博多港国際ターミナル)での対応
 ①入国管理局、警察等との連絡調整
 ②記念セレモニー、船内見学会、歓迎のぼりや歓迎横断幕の掲出、岸壁での歓迎・見送り演出の実施
 ③ウェルカムゲートの設置、英中韓対応の語学ボランティアによる観光案内の実施等

(2)天神地区、買い物時の受け入れ体制等の整備
 ①観光バスの天神地区乗り入れの受入協力
 ②天神地区商業施設と連携した受入体制(外国語対応等)の充実強化等
 ③天神観光案内所等にウェルカムサポーター(語学ボランティア)配置

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	29,659	41,632	26,806
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	29,659	41,632	26,806

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	受入体制の整備	目標			34年度
		実績			
	達成率				年度
	目標				
成果の指標	外航クルーズ客船の寄港回数	実績	91	22	未定
		達成率			
	目標				年度
	実績				
	達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)
ボランティアの配置等受入体制の整備を実施する。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)
クルーズ客に対して十分な観光案内ができる。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)
クルーズ客の満足度が上がり、また福岡に来たいと思う。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)
クルーズ客が増加する。

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続	継続
事業名	戦略的発信事業②外国クルーズ客船受入	所管課名	経済観光文化局 観光コンベンション部
事業開始年度	平成20年度	施策コード	主 5-6-2 再
根拠法令	なし	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている
行政計画上の位置づけ	なし	施策	国内外への戦略的なプロモーションの推進
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に短時間の寄港地滞在時間でクルーズ観光客にスムーズに観光やショッピングを楽しんでいただくために、福岡を十分に満喫していただけるような取り組みを官民あげて実施する必要があるため。	事業群	クルーズ客拡大への取り組み
		施策成果指標	外航クルーズ客船の寄港回数 250回(2022年)

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか クルーズ客	対象をどのような状態にしたいのか スムーズに観光やショッピングを楽しみ、クルーズ客の満足度が上がる。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

【外国クルーズ客船受入事業にかかる広報媒体部分】

- ・クルーズ客向けガイドブック制作3万部(英・韓・繁併記)
- ・記念品(ポストカード)制作5万セット(日・英・韓・繁・簡各1万セット)
- ・クーポン付チラシ制作200枚
- ・誘導サイン制作200枚
- ・ポスター制作16枚

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計			6,445
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	0	6,445

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	パンフレットの作成	目標			年度
		実績			
		達成率			
		目標			年度
成果の指標	外航クルーズ客船の寄港回数	実績	91	22	未定
		達成率			
		目標			34年度
		実績			250
	達成率			年度	

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)
クルーズ客にとって分かりやすいパンフレット等を作成する。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)
クルーズ客がパンフレットを見て観光しやすくなる。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)
クルーズ客の満足度が上がり、また福岡に来たいと思う。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)
クルーズ客が増加する。

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
事業名	おもてなし推進事業(外国人おもてなし研修)	所管課名	経済観光文化局 観光コンベンション部	プロモーション推進課
事業開始年度	平成25年度	基本	施策コード	主 5-3-1 再 8-8-1
根拠法令	なし	分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている	
行政計画上の位置づけ	なし	施策	情報アクセスや回遊性など、来街者にやさしいおもてなし環境づくり	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 日本一外国人にフレンドリーなまちづくりを進める一環として、外国人旅行者が安心して快適に、観光することができる環境をつくるため。	事業群	おもてなしの向上	
		施策成果指標	○観光案内ボランティアの案内人数(2022年15,000人) ○観光情報サイトのアクセス数(2022年910万PV)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 外国人旅行者と接する機会が多い観光従事者等	対象をどのような状態にしたいのか 外国人旅行者に対し、語学や文化などの面でストレスなくサービスを提供できている状態

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

観光従事者を対象としたセミナー・英会話講座を開催。

①外国人おもてなしセミナー
内容:福岡市のインバウンドの必要性・可能性についての講演
講師:(旧)楽天トラベル株式会社 代表取締役社長 山本 孝伸氏
参加者:105名

②外国人おもてなし英会話講座
内容:業種に応じた基礎英語力(語彙・表現)を高めるための講座
宿泊施設、商業・観光施設、交通機関の3業種に各2回ずつ実施
参加者(のべ人数):60名
内訳 宿泊施設 17名
商業・観光施設 28名
交通機関 15名

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	0	1,941	1,500
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	0	1,941	1,500

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	研修受講者数	目標	100	100	34年度
		実績	165		100
		達成率	165.0%		100
		目標			年度
成果の指標	入込観光客(海外)	目標		未定	34年度
		実績	850,000		1,000,000
		達成率			
		目標			年度
	実績				
	達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

・語学研修を開催する。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

・観光従事者の外国人旅行者への接遇が向上する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

・福岡市を訪れた外国人旅行者の満足度が高まる。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

・福岡市への外国人来訪者数が増加する。

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

大

26年度 内部点検対象事業(個票)

新規/継続 継続

事業名	九州縦断観光交流事業
事業開始年度	平成元年度
根拠法令	なし
行政計画上の位置づけ	なし
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に九州縦断ルートを広域観光ルートとして整備するため、本会の会員が連絡協議して観光資源の開発整備を図り、併せて国際観光ルートとしての国内、国外観光客の誘致活動を促進し、観光産業の振興に寄与することを目的とする。

所管課名	経済観光文化局 観光コンベンション部	プロモーション推進課
基本計画	施策コード 主 5-6-1 再	
分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている	
施策	国内外への戦略的なプロモーションの推進	
事業群	シティプロモーション、ブランドイメージアップの推進	
施策成果指標	国内観光客1,750万人(2022年) 海外観光客250万人(2022年)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 国内外の旅行者	対象をどのような状態にしたいのか 四都市を巡る九州縦断ルートが整備され、観光ルートとして国内外の観光客に周知されている。

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

- 韓国釜山を中心とした観光PR事業
- 台湾からの映像等の広告媒体を担うメディア招請事業
- 中国上海からの旅行会社・マスコミ招へい事業(VJ事業)
- 上海観光雑誌「南国風」広告掲載

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	2,500	3,120	2,807
	歳入			
	特定財源 一般財源	2,500	3,120	2,807

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標	
		24年度	25年度	26年度	最終年度
活動の指標	海外現地プロモーション	目標	2	2	34年度
		実績	1		未定
		達成率	50.0%		
		目標			年度
		実績			
		達成率			
成果の指標		目標			年度
		実績			
		達成率			
		目標			年度
		実績			
		達成率			

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)
・国内外におけるPR事業を行う。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)
・観光ルートとしての知名度が上がる。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)
・福岡市を含む4都市への観光客が増加する。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)
・経済が発展し、都市として成長する。

行政のコントロール要素

活動の指標

成果の指標

施策成果指標

外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

事業名	まち歩き観光振興事業(観光案内ボランティアの充実強化)
事業開始年度	平成3年度
根拠法令	なし
行政計画上の位置づけ	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 市民や来訪者に対し、本市を正しく理解、認識してもらうため、福岡市が募集・研修養成を実施。平成7年のユニバーシアード福岡大会開催に向けての市民ホスピタリティの向上も見据えて設立した。

所管課名	経済観光文化局 観光コンベンション部	新規/継続	継続
基本	施策コード 主 5-3-1 再	観光振興課	
分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている		
施策	情報アクセスや回遊性など、来街者にやさしいおもてなし環境づくり		
事業群	おもてなしの向上		
施策成果指標	○観光案内ボランティアの案内人数中間目標(H34:15,000人)		

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 福岡市民・福岡市を訪れる観光客	対象をどのような状態にしたいのか 福岡市を訪れる多くの訪問客に、ガイドの巧みな話術とおもてなしで、快適にまちをめぐり、魅力に触れて満足していただくことで、福岡市のファンを増やす。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

- 本市で開催される大会・学会や祭り等の参加者に対する案内
- 派遣依頼に伴う観光案内活動
- 博多町家ふるさと館の館内や周辺寺院等の案内
- 博多情緒めぐりキャンペーンの「ガイドと街歩き」事業での案内
- 平成24年3月より、市役所ロビーに2名、町家ふるさと館前に1名を12/28~1/3を除く毎日常駐。観光案内、定時ツアーを行っている
- 平成25年6月より、福岡城むかし探訪館にて週4日(月水金日)常駐。タブレットを使ったツアーを行っている。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	5,321	8,344	9,314
	歳入			
	特定財源			
	一般財源	5,321	8,344	9,314

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	観光案内ボランティアの案内人数	目標	7,730	8,460	9190	34年度
		実績	8,823	12,752		15000
		達成率	114.1%	150.7%		
		目標				年度
成果の指標		実績				
		達成率				
		目標				年度
		実績				
		目標				年度
		実績				
		達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

派遣依頼に伴う観光案内活動
まちあるきイベントの開催
広報展開
(ポスター・県外へのチラシ配布・ホームページ)
新コースの開発

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

観光案内ボランティアの案内人数(利用人数)が増える

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

福岡を訪れる観光客の満足度が上がる

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

福岡を訪れる観光客が増える

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

活動の指標
成果の指標
施策成果指標

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
		経済観光文化局	文化振興部	文化振興課
事業名	はじめての芸術との出会い事業	基本	施策コード	主 1-4-1 再
事業開始年度	平成23年度	分野別目標	一人ひとりが心豊かに暮らし、元気に輝いている	
根拠法令	なし	施策	心豊かに文化芸術を楽しむまちづくり	
行政計画上の位置づけ	第9次基本計画 第1次実施計画、福岡市文化芸術振興ビジョン	事業群	未来の担い手である子ども達への重点的な取組み	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に乳幼児期における文化芸術体験は感性を育むうえで非常に重要なものであり、平成22年度共働事業提案制度で当事業が採択されたことを受け、文化振興課とNPOとの共働で事業を開始した。	施策成果指標	文化芸術を鑑賞する市民の割合(H28:65%) 文化芸術活動を行う市民の割合(H28:20%)	

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ・乳幼児と保護者 ・福岡市を中心に活動しているアーティスト	対象をどのような状態にしたいのか ・文化芸術に親しむきっかけづくりとして乳幼児に体験の機会をを広げ、人間としての感性やコミュニケーション力を育む。 ・乳幼児向けの舞台芸術プログラム(人形劇等)が実施できるよう育成する。

25年度事業実施内容(手段)目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法	<input checked="" type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input type="checkbox"/> 負担金含む
① 乳幼児親子のための芸術体験の機会の提供	4事業 計8公演 延べ411人参加		
② 地元アーティストの研修と乳幼児向けの舞台芸術プログラム(試演会)の実施	・研修会の実施 9月~12月 受講者数 19人 ・プログラム(試演会)の実施 平成26年2月8日、2月9日 参加アーティスト 3組、プログラム参加者 75人		

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	2,147	3,998	1,700
	歳入			
	特定財源		2,005	
	一般財源	2,147	1,993	1,700

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	公演回数(回)	目標	3	8	2	年度
		実績	3	8		
		達成率	100.0%	100.0%		
	アーティスト研修受講者数(人)	目標	10	15	20	年度
実績		13	19			
達成率		130.0%	126.7%			
成果の指標	乳幼児向けプログラムを実施できる地元アーティスト数(組)	目標	3	3	3	年度
		実績	2	3		
		達成率	66.7%	100.0%		
	芸術体験の参加人数(人)	目標	120	200	100	年度
		実績	246	411		
		達成率	205.0%	205.5%		

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・乳幼児を対象とした舞台芸術公演の実施
- ・地元アーティストを対象とした研修会の実施

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・乳幼児と保護者が文化芸術に親しむ機会が増える。
- ・地元アーティストが研修を受講し、乳幼児向けの舞台芸術プログラム(試演会)を実施する。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・子どもの感性の発達、親子間のコミュニケーション促進等の効果が得られる。
- ・地元アーティストが乳幼児向けの舞台芸術プログラムを実施できるようになる。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・一人ひとりが心豊かに暮らし、元気に輝く、子育てしやすいまち、住みたいまちとなる。

大
 行政のコントロール要素
 小
 小
 外的な要因
 大
 施策成果指標

26年度 内部点検対象事業(個票)

事業名	歴史・文化遺産まち歩き
事業開始年度	平成24年度
根拠法令	なし
行政計画上の位置づけ	
背景	事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に福岡市内には多くの歴史・文化遺産が存在するが、市民や観光客に十分に知られているとはいえない状況にあった。文化財部が教育委員会から経済観光文化局に移管したこともあり、文化財活用の一環として観光資源としての周知、活用が求められていた。

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか ・これまで文化財に関心の薄かった市民。 ・市外からの観光客。	対象をどのような状態にしたいのか ・文化財の存在を知ってもらい、保護意識を高めてもらうきっかけとする。 ・福岡の歴史と文化財を他の観光資源と結びつけて、より幅の広い観光をしてもらう。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか				
実施手法	<input checked="" type="checkbox"/> 委託含む	<input type="checkbox"/> 補助金含む	<input type="checkbox"/> 負担金含む	
・24年度に制作したスマートフォンアプリに、まち歩きルートを掲載し、実際の運用を開始した。 ①7月24日、「中世博多の繁栄」ルートを公開。 その後、 ②12月25日、「福岡城と城下町」ルートを追加、並びにi-OSバージョンアップへの対応、よかなびとのリンクなど機能の改修と追加を実施。 ③3月28日、「近代遺産」ルートの追加。福岡市の文化財ホームページとのリンク強化。				

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	9,392	6,962	2,150
	歳入			
	一般財源	9,392	6,962	2,150

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標	製作するガイドシステムルートの数	目標	1	2	2	33年度
		実績	0	3		13
		達成率	0.0%	150.0%		
		目標				年度
成果の指標	システムのダウンロード数(運用開始は25年度から)	目標		20,000	30000	28年度
		実績		17,128		50000
		達成率		85.6%		
		目標				年度

所管課名	経済観光文化局	文化財部	新規/継続	継続
基本計画	施策コード	主 5-3-1	再	
分野別目標	磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている			
施策	情報アクセスや回遊性など、来街者にやさしいおもてなし環境づくり			
事業群	おもてなしの向上			

施策成果指標	観光ボランティアの案内人数(H28:11,000人) 観光情報サイトのアクセス数(H28:730万PV)
--------	---

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- 文化財を巡るまち歩きルートの検討、設定。
- スマートフォンを使ったガイドシステム制作。
- ガイドシステム周知。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- 文化財を巡るまち歩きルートの確定。
- ガイドシステムの認知。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- 市民や観光客がガイドシステムをダウンロードし、まち歩きを楽しむ。
- 市民や観光客が文化財に関心を持つ。

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- 市民が文化財に関心と誇りを持つことで、文化財の適切な保存と活用が図られる。
- 観光客に適切な情報を提供することで集客に寄与する。

大
小
小
大

行政のコントロール要素
外的な要因

26年度 内部点検対象事業(個票)

		新規/継続		継続
事業名		福岡空港の滑走路増設, 平行誘導路二重化の促進	所管課名	経済観光文化局 空港対策部
事業開始年度		平成15年度	施策コード	主 8-4-1 再
根拠法令		空港法	分野別目標	国際競争力を有し、アジアのモデル都市となっている
行政計画上の位置づけ			施策	成長を牽引する物流・人流のゲートウェイづくり
背景		事業を始めた理由(きっかけ)は何か ※できるだけ具体的に 福岡空港については、将来的に需給が逼迫する等の事態が予想されるとして平成14年国の交通政策審議会航空分科会の答申において、抜本的な空港能力向上方策等についての総合的な調査の必要性が明記された。	事業群	空港機能の強化、利便性向上
			施策成果指標	○福岡空港乗降客数(H28 1,750万人 うち国際線320万人)

【事業概要】

対象	目的
誰(何)を対象として行なうのか 福岡空港(空港利用者)	対象をどのような状態にしたいのか 滑走路増設と平行誘導路二重化により、抜本的な空港能力向上を図る(空港利便性向上を図る)。

25年度事業実施内容(手段) 目的達成に向けてどのような方法で何を行ったのか

実施手法 委託含む 補助金含む 負担金含む

- ・国が平成24年より滑走路増設事業に係る環境アセスメント手続きに着手。市において引き続き円滑なアセスメント手続きの実施に関し協力した。
- ・国が24年度より着手している平行誘導路二重化の早期完成に向け、河川の取扱や地下鉄出入口位置の変更等について、市として関係機関と協議、調整を行った。
- ・福岡空港の民間委託について、地元としての意見案を取りまとめるため、県とともに福岡空港運営検討協議会を設置し、協議会を開催した。

事業費 (千円)	年度	24年度決算額	25年度決算見込額	26年度予算額
	歳出合計	10,031	8,475	10,202
	歳入			
	特定財源	8	8	8
	一般財源	10,023	8,467	10,194

【活動・成果指標の達成度】

区分	指標の内容	実績		目標		
		24年度	25年度	26年度	最終年度	
活動の指標		目標			年度	
		実績				
		達成率				
成果の指標	滑走路処理容量(万回) ※26年度見直しあり	目標	14.5	14.5	16.4	一年度
		実績	14.5	14.5		18.8
		達成率	100.0%	100.0%		
		目標			年度	
		実績				
		達成率				

ロジックモデル作成用のテーブル

最終的な成果に到達するまでの行程を書き出してみよう

①活動アウトプット(どんな活動を行なうのか)

- ・国による平行誘導路二重化が早期実現するよう市関連事業の調整を行う。
- ・国による滑走路増設の早期事業着手、実現に向けた協力、市関連事業の調整等を行う。

②結果アウトプット(活動の結果、どうなるのか)

- ・平行誘導路二重化事業が円滑に進む。
- ・滑走路増設の事業化決定に向けて手続きが円滑に進む。

③中間アウトカム(その結果、対象はどうなるのか)

- ・平行誘導路二重化の実現による空港能力の向上
- ・滑走路増設の事業化、実現による空港能力の向上

④最終アウトカム(その結果、市としてどうなるのか)

- ・国内外との交流基盤である福岡空港の機能が強化され、福岡市の国際競争力の向上が実現する。

行政のコントロール要素

小

大

外的な要因

大