

# 藤沢市 平成30年度事務事業評価シート(平成29年度分)

事務事業名	誘客宣伝事業費										担当	部課名	経済部 観光シティプロモーション課			
予算科目コード	会計	01	款	08	項	02	目	02	細目	001	説明	01	課等の長	齋藤 拓也	電話	3421

## 1. 事業概要

事業開始年度	平成 12 年度	終了(予定)年度	未定 年度	事業の性質	任意自治事務		
事業概要	国内外から広く観光客を集客するため、観光宣伝事業の実施、民間団体等が実施するイベントへの参画、観光ホームページの更新等により、誘客宣伝事業を行う。						
事業目的および必要性	本市における観光資源等について広く宣伝活動を行うことにより、多くの観光客の集客に努め、地域振興を図ることを目的とする。 本市のもつ観光資源等を有効的に活用することにより、本市への観光客を広域にわたり集客する上で必要である。						
対象	4. その他	観光客（海水浴客を除く）			約	14,941	千人
根拠法令等	その他（要綱等）	藤沢市観光振興事業補助金交付要綱					
事業実施手法 (該当するもの全てにチェック)	<input type="checkbox"/> 直接実施						
	<input checked="" type="checkbox"/> 委託・指定管理 ( 委託先 : 公益社団法人藤沢市観光協会等 )						
	( 委託等内容 : 観光宣伝業務等 )						
	<input checked="" type="checkbox"/> 補助金・負担金 ( 補助金 : 特定非営利活動法人 日本ライフセービング協会等 )						
<input type="checkbox"/> その他 ( )							
藤沢市市政運営の総合指針2020							
重点施策名			指針体系コード		その他の計画との関連		
オリンピック・パラリンピックを契機とした都市の魅力(レガシー)の創出			2-2-21		「藤沢市観光振興計画」(平成23年度から実施、平成26年、29年に改訂)に基づいている。		
関連の深い「市民生活に関する意識調査結果」							
市民意識調査における質問項目			平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	
市内の観光に活力があると感じますか?			3.6 点	3.7 点	4.1 点	3.18 点	
			点	点	点	点	

平成29年度 支出済額	事業費節別内訳		
	費目	支出済額(千円)	主な事業内容
	賃金	1,593 千円	臨時職員賃金
	報償費	60 千円	講師謝礼
	旅費	96 千円	特別旅費
44,167 千円	委託料	37,988 千円	観光宣伝事業委託、海と山との市民交歓会開催委託
	負担金補助及び交付金	4,430 千円	地域観光振興事業補助金等
【参考】 平成30年度 予算額	事業費節別内訳		
	費目	予算額(千円)	主な事業内容
	賃金	1,506 千円	臨時職員賃金
	報償費	60 千円	講師謝礼
	旅費	96 千円	特別旅費
44,028 千円	委託料	39,036 千円	観光宣伝事業委託、海と山との市民交歓会開催委託
	負担金補助及び交付金	3,330 千円	地域観光振興事業補助金等

## 2. この事務事業に関わる職員数(任用形態別人工数)

	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
正規職員等	1.25	1.00	1.25	1.25
再任用短時・任期付短時職員	0.00	0.00	0.00	0.00
非常勤職員	0.00	0.00	0.00	0.00
合計	1.25	1.00	1.25	1.25

※正規職員等＝正規職員＋再任用職員(短時以外)＋任期付職員(短時以外)＋常勤嘱託職員

### 3. 事業実施内容・成果

平成29年度 事業実施 内容		国内外から広く観光客を集客するため、観光宣伝事業の実施、民間団体等が実施するイベントへの参画、旅行情報誌のノウハウを活用した新たな冊子の作成や観光ホームページの更新等により、誘客宣伝事業を実施した。 【外国人観光客誘致事業（台北国際旅行博出展等）、観光親善大使事業（第3代ふじさわ観光親善大使「つるの剛士」氏の就任・事業協力）、北部観光振興事業、海上観光活性化事業、観光キャラバン事業、旅行情報誌ブランド力を活かした観光PR事業（るるぶ特別編集 藤沢）、宝探し事業（エノシマトレジャー）、観光ホームページ宣伝事業、海と山との市民交歓会事業、サイクルチャレンジカップ藤沢ほか事業補助】					
成果目標	指標名	単位	平成26年度 目標値	平成27年度 目標値	平成28年度 目標値	平成29年度 目標値	備考
	観光客数（海水浴客数を除く）	千人	12,667	12,794	12,922	13,051	
	交流を目的とした外国人団体の受入数	件	40	40	40	40	
	海外観光事業者の視察受入数	件	30	30	30	30	
参考							
活動実績	指標名	単位	平成26年度 実績値	平成27年度 実績値	平成28年度 実績値	平成29年度 実績値	備考
	国内観光キャンペーン	日	32	33	29	22	
	海外観光キャンペーン	日	16	8	17	13	
成果実績	指標名	単位	実績値	実績値	実績値	実績値	備考
	観光客数（海水浴客数を除く）	千人	15,351	16,113	16,232	14,941	
	交流を目的とした外国人団体の受入数	件	16	11	15	15	
	海外観光事業者の視察受入数	件	185	342	234	446	
数値で表せない効果 （1）藤沢市の知名度アップ （2）地域ブランド力の向上 （3）観光産業の活性化 （4）観光資源の認知度アップ							

### 4. コスト分析

年度		平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	
コスト	行政費用(フルコスト) A	46,011	49,522	58,384	55,937	
	(1)現金を伴う支出 (千円)	48,689	50,627	57,574	56,251	
	事業費(支出済額-②報酬合計)	36,841	41,080	45,517	44,167	
	償還金利息	0	0	0	0	
	人件費合計(①+②+③)	11,848	9,547	12,057	12,084	
	職員数(常勤 非常勤)	1.25   0.00	1.00   0.00	1.25   0.00	1.25   0.00	
	参考:正規職員平均給与	8,880	9,040	9,101	9,219	
	①職員給与合計(常勤)	11,100	9,040	11,376	11,524	
	②報酬合計(非常勤)	0	0	0	0	
	③退職金相当額	748	507	681	560	
	(2)現金を伴わない支出 (千円)	-2,678	-1,105	810	-314	
	①減価償却費	0	0	0	0	
	②退職給与引当金繰入額	-2,678	-1,105	810	-314	
	③不納欠損額	0	0	0	0	
④その他( )	0	0	0	0		
収入	行政収益(事業収入) B	0	5,826	10,556	8,117	
	(3)現金を伴う収入 (千円)	0	5,826	10,556	8,117	
	①分担金及び負担金 c	0	0	0	0	
	②使用料及び手数料 d	0	5,826	9,659	7,616	
	③国庫支出金	0	0	0	0	
	④県支出金	0	0	897	501	
	⑤その他( )	0	0	0	0	
(4)現金を伴わない収入 (千円)	0	0	0	0		
収入未済増減額	0	0	0	0		
収支差額(純費用)A-B E	46,011	43,696	47,828	47,820		
分析指標	項目	観光客数(海水浴客数を除く) F	15,351	16,113	16,232	14,941
	単位		千人	千人	千人	千人
	1単位あたりの総費用 A/F (円)		2,997.26	3,073.42	3,596.85	3,743.86
	市民1人あたりの負担額 E/人口 (円)		109.99   418,308	103.88   420,619	112.51   425,105	111.86   427,501
受益者負担率 (C+D)/A (%)		0.00	0.12	0.17	0.14	

※1 職員数・・・[常勤]一般職員、再任用職員、任期付職員、嘱託職員 [非常勤]月額報酬の非常勤職員(一部月額報酬の非常勤職員を含む)

※2 人件費・・・[常勤]任用形態別の平均給与に人工数を乗じ算出 [非常勤]月額報酬(一部月額報酬を含む)の年度合計額

※3 退職金相当額・・・年度内に発生した退職金総額を年度当初一般職員数で除し、事業に従事する一般職員数を乗じたもの

5. 事務事業を進めていくうえでの課題と課題解決の取組

(1) 平成28年度の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人観光客が気軽に訪れられる観光地として、多言語メニュー支援サイトが開設される等、これらのツールを有効に活用し、新たな藤沢の魅力アピールするとともに、受入体制の整備を進めることが求められている。</li> <li>体験型プログラムの充実による「消費型観光地」を目指すとともに、「見る観光」から「消費する観光」を一層推進するための事業を継続・発展させる必要がある。</li> </ul>
(2) (1)解決のための平成29年度の取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>「藤沢市市政運営の総合指針2020」の理念や施策の方向性の共有を踏まえ取り組んでいくために見直した「藤沢市観光振興計画」をもとに、民間事業者等と緊密に連携し誘客効果を高める。また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を見据え、長期的・短期的な取組により海外誘客を展開した。</li> </ul>
(3) 平成29年度の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に増加が予想される外国人観光客が気軽に訪れられる観光地として、藤沢の魅力アピールするとともに、受入体制の整備を進めることが求められている。</li> <li>体験型プログラムの充実による「消費型観光地」を目指すとともに、「見る観光」から「消費する観光」を一層推進するための事業を継続・発展させる必要がある。</li> </ul>
(4) (3)解決のための今後の取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>「藤沢市市政運営の総合指針2020」の理念や施策の方向性の共有を踏まえ取り組んでいくために見直した「藤沢市観光振興計画」をもとに、民間事業者等と緊密に連携し誘客効果を高める。また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催はもとより、同大会以降も見据え、持続可能な誘客が行えるよう、事業の効果測定について検証できる体制の構築が必要。</li> </ul>

6. 事務事業の特徴

(1) 事業の性質	① 法的根拠	<input type="radio"/> ア=法令等の根拠はないが、市の裁量により実施するもの(イ～オ以外) イ=市の条例等で規定されている事業 ウ=県の条例等で事業の実施について推奨・規定されているもの エ=国の法律で事業の実施について推奨・規定されているもの オ=法律等により、事業の実施が義務付けられているもの(市に裁量の余地がないもの)	
	② 事業実施の位置づけ(市民へのサービス提供状況)	<input type="radio"/> ア=国、県、他自治体や民間等も、市内や近隣市町村で市民が利用できる同種のサービスを提供しているもの イ=国、県、他自治体等も、市内や近隣市町村で市民が利用できる同種のサービスを提供しているもの ウ=国、県、他自治体等も同種のサービスを提供しているが、一部のサービスは本市のみが提供しているもの エ=本市のみがサービスを提供し、よりよい生活環境の実現、地域の発展、市民生活の向上を目的とするもの オ=本市のみがサービスを提供し、生活基盤の維持・確保、市民の権利維持・安全確保を目的とするもの	
	③ 事業期間	<input type="radio"/> ア=恒久的に実施するもの イ=年限の定めのないもの ウ=時限的に実施する事業で、終了まで5年以上あるもの エ=時限的に実施する事業で、今後2～4年で終了するもの オ=時限的に実施する事業で、本年度で終了するもの	
	(2) 財政的な特徴	④ 事業費…平成29年度支出済額	<input type="radio"/> ア=300,000千円以上 イ=100,000千円以上～300,000千円未満 <input type="radio"/> ウ=30,000千円以上～100,000千円未満 エ=5,000千円以上～30,000千円未満 オ=5,000千円未満
		⑤ 一般財源比率…事業費に占める一般財源の割合	<input type="radio"/> ア=80%以上 イ=50～80%未満 ウ=30～50%未満 エ=10～30%未満 オ=10%未満
		⑥ 固定的経費比率…行政費用(フルコスト)に占める固定的な経費の割合	<input type="radio"/> ア=10%未満 イ=10～30%未満 ウ=30～50%未満 エ=50～80%未満 オ=80%以上
		(3) 事業の種類	(4) その他の事業特性
		2. 市民等サービス(その他)	

## 7. 事務事業を取り巻く環境の現状と今後の予測

社会情勢等	日本政府観光局（JNTO）の統計によれば、2013年に訪日外客数が初めて1,000万人を突破した。また、2016年には2,403万9千人、翌2017年に2,869万1千人と大幅に増加。円安や消費税免税制度拡充、さらにここ数年で格安航空会社（LCC）が急速に普及したこと等や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を見据え、国内の観光事業者が海外誘客を強化していることから、観光地間での誘客競争がさらに激しさを増している。 また、圏央道（さがみ縦貫道）やJR上野東京ラインの開通等で、県外から本市へのアクセスが向上したことから、首都圏を中心とした日帰り圏内への誘客活動の強化や、引き続き台湾を中心とした外国人観光客の一層の誘客活動が必要となる。	
他市等の事例	地域の特色や観光資源を活かしたイベント等の開催 市外圏外へのPR活動	
市民ニーズ	把握方法	観光客実態調査、藤沢市観光振興計画策定有識者会議、藤沢市観光振興計画策定におけるパブリックコメント
	把握内容	観光客の実態
	対応等	藤沢市観光振興計画の策定と、それに基づいた誘客事業の推進

## 8. 事務事業の評価と今後の方針

評価	年間観光客数（海水浴客除く）は、対前年比7.9%減少した。主な要因としては、昨年に襲来した台風第21号や天候不順による主要観光施設の入場者数の減少、観光行事の中止による影響が考えられる。一方で、官民連携により誘客キャンペーンやフィルム・コミッション事業によるメディア露出からなる集客効果など、通年での誘客に結びつく複合的的事业戦略の成果として、県内でも屈指の観光客数となっている。	
今後の方針	まちづくりテーマ	② みんなとまちが元気になる魅力と活力を生み出そう！
	事業の方向性	拡 大
今後の方針	東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会やその先々を見据え、見直しを図った「藤沢市観光振興計画」をもとに、「消費する観光」や「宿泊を伴う着地型観光」に繋がるよう、誘客に向けた具体的アクションプランに取り組む。 また、毎年度各事業の効果を検証し、より実効性の高い事業手法について検討を行っていく。特に海外誘客宣伝業務においては、海外誘客事業による効果を拡大させるため、事業将来性を見据えたアプローチ方法を検討し、誘客に繋がる民間主催イベントについては、大会関係者との連携強化を図り、地域住民を取り込んだ魅力ある事業手法を検討する必要がある。	

9. 事務事業の執行にあたって参照する業務記述書

業務記述書No.	具体的業務の名称	業務見直しの視点等			
		新たな委託（一部含む）の可能性	業務効率改善の可能性	リスク分類Ⅰ	リスク分類Ⅱ
24	観光宣伝事業(各種観光パンフレット等の作製)に関する事	無	無	3	1
25	観光宣伝事業(観光キャラバン)に関する事	無	無	3	1
27	観光宣伝事業(収穫観光ウォークラリー)に関する事	無	無	3	1
28	観光宣伝事業(北部観光振興)に関する事	無	無	3	1
29	観光宣伝事業(江の島宝探し)に関する事	無	無	3	1
30	観光宣伝事業(海外誘客)に関する事	有	有	3	1
31	観光宣伝事業(観光親善大使)に関する事	無	無	3	1
32	観光宣伝事業(観光ホームページ)に関する事	無	無	3	1
33	観光振興計画(相模湾活用事業)に関する事	無	無	3	3
35	海と山との市民交歓会に関する事	無	無	3	1
36	藤沢市海と山との市民交歓会事業予算の支出・収入に関する事	無	無	3	3
37	地域観光振興事業(遊行寺薪能)に関する事	無	無	3	1
38	新春藤沢・江の島歴史散歩に関する事	無	無	3	1
39	全日本ライフセービング選手権大会に関する事	無	無	3	3
40	サイクルチャレンジカップ藤沢に関する事	無	有	3	1

※リスク分類Ⅰ・・・市民等外部へ影響を及ぼす度合い。リスクレベル1は対象者10%未満, レベル2は10%以上30%未満, レベル3は30%以上。

※リスク分類Ⅱ・・・組織内部へ影響を及ぼす度合い。リスクレベル1は課内への影響, レベル2は部内への影響, レベル3は他部又は全庁への影響。

10. 部長確認欄

部名	経済部	氏名	和田 章義	確認日	2018/6/13
----	-----	----	-------	-----	-----------

# 藤沢市 平成30年度事務事業評価シート(平成29年度分)

事務事業名	湘南藤沢フィルム・コミッション事業費										担当	部課名	経済部 観光シティプロモーション課			
予算科目コード	会計	01	款	08	項	02	目	02	細目	001	説明	04	課等の長	齋藤 拓也	電話	3421

## 1. 事業概要

事業開始年度	平成 14 年度	終了(予定)年度	未定 年度	事業の性質	任意自治事務		
事業概要	1. 本市が舞台となる映像作品制作の誘致を促進する。 2. フィルム・コミッション(FC)フォーラムの開催やHPの充実を図り、本事業の市民啓発を更に進める。 3. FC事業から新たな観光振興策を模索し、観光客誘致につなげる。						
事業目的 および 必要性	本市を舞台とする映画・ドラマ・CM等を広告、宣伝媒体として活用することは、観光客誘致及び本市のシティプロモーションにおける効果が大いことから、これらのロケ誘致に積極的に取り組むとともに、市内全域における撮影環境の整備を図り、観光地藤沢の情報発信及び撮影隊による直接的経済効果を図る。						
対象	1. 個人	市民					427,501 人
根拠法令等							
事業実施 手法 (該当する もの全てに チェック)	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 委託・指定管理 ( : ) <input type="checkbox"/> 補助金・負担金 ( 負担金 : 公益社団法人藤沢市観光協会 ) <input type="checkbox"/> その他 ( )						
藤沢市市政運営の総合指針2020				その他の計画との関連			
重点施策名		指針体系コード					
オリンピック・パラリンピックを契機とした都市の魅力(レガシー)の創出		2-2-31		「藤沢市観光振興計画」(平成23年度から実施、平成26年、29年に改訂)に基づいている。			
関連の深い「市民生活に関する意識調査結果」							
市民意識調査における質問項目		平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度		
市内の観光に活力があると感じますか?		3.6 点	3.7 点	4.1 点	3.18 点		
		点	点	点	点		

平成29年度 支出済額	事業費節別内訳		
	費目	支出済額(千円)	主な事業内容
	負担金補助及び交付金	23,729 千円	ロケハン(ロケ地探し)への協力及びロケの立ち会い
			撮影許可申請の案内
			食事や宿泊施設の紹介・調整
23,729 千円			市民エキストラ・支援施設の募集・手配
			市民向けフォーラムの開催
【参考】 平成30年度 予算額	事業費節別内訳		
	費目	予算額(千円)	主な事業内容
	負担金補助及び交付金	25,759 千円	ロケハン(ロケ地探し)への協力及びロケの立ち会い
			撮影許可申請の案内
			食事や宿泊施設の紹介・調整
25,759 千円			市民エキストラ・支援施設の募集・手配
			市民向けフォーラムの開催

## 2. この事務事業に関わる職員数(任用形態別人工数)

	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
正規職員等	0.50	0.50	0.50	0.50
再任用短時・任期付短時職員	0.00	0.00	0.00	0.00
非常勤職員	0.00	0.00	0.00	0.00
合計	0.50	0.50	0.50	0.50

※正規職員等＝正規職員＋再任用職員(短時以外)＋任期付職員(短時以外)＋常勤嘱託職員



### 3. 事業実施内容・成果

平成29年度 事業実施 内容	◆全国公開映画作品の撮影協力①映画「HIGH LOW THE MOVIEⅡ,Ⅲ」(8月19日,11月11日公開)②映画「honey」◆地元舞台作品のアニメ「Just Because!」(作品と電鉄事業者等とのコラボレーション企画の一環として,作中に登場した場所を巡るスタンプラリーイベントを実施)◆ドラマ作品の撮影協力(フジテレビ「海月姫」/テレビ朝日「深層捜査2」/テレビ朝日「森村誠一ミステリー殺意を運ぶ靴」/テレビ東京「モブサイコ100」/NHKBSプレミアム「弟の夫」◆市内紹介情報・バラエティ番組を誘致(日本テレビ「火曜サプライズ」/TBS「ぴったんこカン★カンSP」/フジテレビ「ホンマでっか!?TV」/テレビ朝日「帰れまサンデー・見つけ隊」/テレビ朝日「路線バスで寄り道の旅」/NHK「おはよう日本」/フジテレビ「もしもツアーズ」/日本テレビ「ZIP!そらMAP」/TBS「Nスタ」/テレビ朝日「じゅん散歩」/テレビ東京「よじごじDays」◆ふじさわ観光親善大使「つるの剛士」出演番組協力(日本テレビ「ヒルナンデス!」)等							
	成果目標	指標名	単位	平成26年度 目標値	平成27年度 目標値	平成28年度 目標値	平成29年度 目標値	備考
		直接経済効果	千円	30,000	30,000	30,000	30,000	
		間接経済効果	億円	100	100	100	100	
市民エキストラ登録者数(累計)	人	1,500	1,600	1,700	1,800			
参考								
活動実績	指標名	単位	平成26年度 実績値	平成27年度 実績値	平成28年度 実績値	平成29年度 実績値	備考	
	支援映像作品数	件	142	155	125	104		
成果実績	指標名	単位	実績値	実績値	実績値	実績値	備考	
	直接経済効果	千円	13,502	13,651	16,515	12,445		
	間接経済効果	億円	62	73	59	60		
	市民エキストラ登録者数(累計)	人	1,572	1,659	1,692	1,705		
数値で表せない効果								
(1)江の島や市内を映像で紹介することによる観光客・交流人口の増加(2)市民エキストラ登録などの市民啓発による市民の地域への愛着心の醸成及び明るいまちづくりへの寄与(3)市内産農水産物や名産品の紹介による地域経済活性化への貢献(4)市の知名度の向上(5)地元舞台映画の誘致によるロケ地めぐりを目的とした来藤者の増加								

### 4. コスト分析

年度		平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	
支 出	行政費用(フルコスト) A	24,830	26,692	26,480	28,437	
	(1)現金を伴う支出 (千円)	24,224	26,794	26,496	28,563	
	事業費(支出済額-②報酬合計)	19,485	22,020	21,673	23,729	
	償還金利息	0	0	0	0	
	人件費合計(①+②+③)	4,739	4,774	4,823	4,834	
	職員数(常勤 非常勤)	0.50 0.00	0.50 0.00	0.50 0.00	0.50 0.00	
	参考:正規職員平均給与	8,880	9,040	9,101	9,219	
	①職員給与合計(常勤)	4,440	4,520	4,551	4,610	
	②報酬合計(非常勤)	0	0	0	0	
	③退職金相当額	299	254	272	224	
	(2)現金を伴わない支出 (千円)	606	-102	-16	-126	
	①減価償却費	0	0	0	0	
	②退職給与引当金繰入額	606	-102	-16	-126	
	③不納欠損額	0	0	0	0	
	④その他( )	0	0	0	0	
	収 入	行政収益(事業収入) B	0	464	0	0
(3)現金を伴う収入 (千円)		0	464	0	0	
①分担金及び負担金 c		0	0	0	0	
②使用料及び手数料 d		0	0	0	0	
③国庫支出金		0	0	0	0	
④県支出金		0	464	0	0	
⑤その他( )		0	0	0	0	
(4)現金を伴わない収入 (千円)		0	0	0	0	
収入未済増減額	0	0	0	0		
収支差額(純費用)A-B E	24,830	26,228	26,480	28,437		
分析指標	項目	直接経済効果 F	13,502	13,651	16,515	12,445
	1単位あたりの総費用 A/F (円)		1,838.99	1,955.31	1,603.39	2,285.01
	市民1人あたりの負担額 E/人口 (円)		59.36 418,308	62.36 420,619	62.29 425,105	66.52 427,501
	受益者負担率 (C+D)/A (%)		0.00	0.00	0.00	0.00

※1 職員数・・・(常勤)一般職員,再任用職員,任期付職員,嘱託職員〔非常勤)月額報酬の非常勤職員(一部月額報酬の非常勤職員を含む)

※2 人件費・・・(常勤)任用形態別の平均給与に人工数を乗じ算出〔非常勤)月額報酬(一部月額報酬を含む)の年度合計額

※3 退職金相当額・・・年度内に発生した退職金総額を年度当初一般職員数で除し,事業に従事する一般職員数を乗じたもの

5. 事務事業を進めていくうえでの課題と課題解決の取組

(1) 平成28年度の課題	景気の低迷等による番組制作費の減少が見受けられる。1件あたりの直接的経済効果を高め、市内に還元することが課題である。
(2) (1)解決のための平成29年度の取組	ロケ隊による地元の店舗や民間事業者等の利用をより促進させるため、準備段階においてのヒアリングの徹底と、迅速な情報提供、及び撮影時の急な要望等にも随時対応できるよう、より地元に着した情報の収集を図った。 また、本市を舞台にしたアニメ「Just Because!」では、作品と電鉄事業者等とのコラボレーション企画の一環として、作品中に登場した場所を巡るスタンプラリーイベントを実施するなど、経済効果を高めるための取組を行った。
(3) 平成29年度の課題	映像作品制作の支援を通じ、知名度向上にとどまらず、経済の活性化とも両立できる事業の実施が理想であるが、制作会社等の権利関係について制限があるなどの課題がある。
(4) (3)解決のための今後の取組	長年継続してきた本事業については、本市を舞台とする作品の支援を数多く行ってきたことにより、本市が各メディアに露出する機会も増え、知名度向上に寄与してきた。 今後、本事業で築き上げてきた地元の店舗や民間事業者等との高い信頼関係をより一層活かすとともに、制作会社と緊密に連携しながら、地域経済の活性化に資するイベントの実施について模索する。

6. 事務事業の特徴

(1) 事業の性質	<b>① 法的根拠</b>		
	<input type="radio"/>	ア=法令等の根拠はないが、市の裁量により実施するもの(イ～オ以外) イ=市の条例等で規定されている事業 ウ=県の条例等で事業の実施について推奨・規定されているもの エ=国の法律で事業の実施について推奨・規定されているもの オ=法律等により、事業の実施が義務付けられているもの(市に裁量の余地がないもの)	
	<input type="radio"/>	②事業実施の位置づけ(市民へのサービス提供状況) ア=国、県、他自治体や民間等も、市内や近隣市町村で市民が利用できる同種のサービスを提供しているもの イ=国、県、他自治体等も、市内や近隣市町村で市民が利用できる同種のサービスを提供しているもの ウ=国、県、他自治体等も同種のサービスを提供しているが、一部のサービスは本市のみが提供しているもの エ=本市のみがサービスを提供し、よりよい生活環境の実現、地域の発展、市民生活の向上を目的とするもの オ=本市のみがサービスを提供し、生活基盤の維持・確保、市民の権利維持・安全確保を目的とするもの	
	<input type="radio"/>	③ 事業期間 ア=恒久的に実施するもの イ=年限の定めのないもの ウ=時限的に実施する事業で、終了まで5年以上あるもの エ=時限的に実施する事業で、今後2～4年で終了するもの オ=時限的に実施する事業で、本年度で終了するもの	
	(2) 財政的な特徴	<b>④ 事業費…平成29年度支出済額</b>	
		<input type="radio"/>	ア=300,000千円以上 イ=100,000千円以上～300,000千円未満 ウ=30,000千円以上～100,000千円未満 エ=5,000千円以上～30,000千円未満 オ=5,000千円未満
		<b>⑤ 一般財源比率…事業費に占める一般財源の割合</b>	
		<input type="radio"/>	ア=80%以上 イ=50～80%未満 ウ=30～50%未満 エ=10～30%未満 オ=10%未満
		<b>⑥ 固定的経費比率…行政費用(フルコスト)に占める固定的な経費の割合</b>	
		<input type="radio"/>	ア=10%未満 イ=10～30%未満 ウ=30～50%未満 エ=50～80%未満 オ=80%以上

(3) 事業の種類	(4) その他の事業特性
5. 補助金・負担金	



## 7. 事務事業を取り巻く環境の現状と今後の予測

社会情勢等	撮影業界も予算削減を図っていることから、今後より一層、日帰り圏内での撮影需用が高まると思われる。首都圏から近い本市は、それに伴う依頼件数の増加が見込まれ、その対応が求められる。	
他市等の事例	神奈川県内ロケ支援実施団体（三浦市、横浜市、相模原市、逗子市、横須賀市*、秦野市、厚木市、愛川町、川崎市、大和市、座間市、綾瀬市） *横須賀市・・・横須賀市が舞台になる映画・ドラマ・旅情番組のみ協力支援	
市民ニーズ	把握方法	市民を対象に毎年開催している、湘南藤沢フィルム・コミッションフォーラムでのアンケート調査など
	把握内容	湘南藤沢フィルム・コミッション事業に関する意見 (店舗・企業などのスポット紹介希望, エキストラ出演希望など市内撮影ロケについての意見)
	対応等	市民エキストラ登録, 登録物件協力などを随時募集する。また、警察, 消防, 県等許認可権限のある組織や, 地元観光事業者等で構成する湘南藤沢フィルム・コミッション委員会を組織し, 市内ロケにおける協力体制を取っている。

## 8. 事務事業の評価と今後の方針

評価	全国で自治体を中心として運営している約100か所あるフィルムコミッション事業の中で、本市においては、本事業は各種観光誘客に繋げるための事業と位置付け、本市のPRとともに、地域経済活性化、海外誘客の宣伝材料、観光親善大使事業への波及など様々な誘客効果に結びつけた。特に、平成26年夏に全国公開した映画「ホットロード」では、観光振興への取り組みが評価され、平成25年、26年と全国で初めて2年連続準グランプリを獲得したほか、平成27年夏に全国公開した映画「海街diary」もノミネートされるなど、各方面から評価を受けている。	
今後の方針	まちづくりテーマ	② みんなとまちが元気になる魅力と活力を生み出そう！
	事業の方向性	現状維持
	昨年に引き続き、本市を舞台にした映画が夏と秋にそれぞれ公開されることから、映像作品を活用した観光施策を展開し、更なる誘客と経済効果に結びつける取組を積極的に実施する。	

## 9. 事務事業の執行にあたって参照する業務記述書

業務記述書No.	具体的業務の名称	業務見直しの視点等			
		新たな委託（一部含む）の可能性	業務効率改善の可能性	リスク分類Ⅰ	リスク分類Ⅱ
44	湘南藤沢フィルム・コミッション事業に関すること	無	無	3	3

※リスク分類Ⅰ・・・市民等外部へ影響を及ぼす度合い。リスクレベル1は対象者10%未満，レベル2は10%以上30%未満，レベル3は30%以上。  
 ※リスク分類Ⅱ・・・組織内部へ影響を及ぼす度合い。リスクレベル1は課内への影響，レベル2は部内への影響，レベル3は他部又は全庁への影響。

## 10. 部長確認欄

部名	経済部	氏名	和田 章義	確認日	2018/6/13
----	-----	----	-------	-----	-----------

# 藤沢市 平成30年度事務事業評価シート(平成29年度分)

事務事業名	シティプロモーション関係費										担当課	部課名	経済部 観光シティプロモーション課			
予算科目コード	会計	01	款	08	項	02	目	05	細目	001	説明	01	課等の長	齋藤 拓也	電話	3422

## 1. 事業概要

事業開始年度	平成 27 年度	終了(予定)年度	未定 年度	事業の性質	任意自治事務		
事業概要	藤沢の魅力やイメージを効果的かつ継続的にアピールすることで、都市のブランド価値を高めるとともに、本市全域が活力あるまちとして、持続的に発展していくことを目的に、2014年12月からシティプロモーションを本格スタート。重点方策に基づき、市民、企業等と連携したパートナーシップによるプロモーションとして「キュンとするまち。藤沢」のキャッチフレーズのもと、SNSや公式マスコットキャラクター「ふじキュン♡」等を活用し藤沢の魅力を発信することで、一貫性のあるプロモーションを展開した。						
事業目的および必要性	都市を取り巻く急激な社会構造の変化や時代潮流の中で、活力ある都市として持続的に発展していくためには、市内外の多くの人々から選ばれる「都市としての優位性の創出」が求められる。本市が人口減少・少子高齢化の急速な進行等の社会的状況を克服し、持続的に発展していくために、都市のブランド価値の向上と活力の創出を図る本事業が必要となる。						
対象	1. 個人	市民					427,501 人
根拠法令等	その他(要綱等)	ふじさわシティプロモーション推進方針					
事業実施手法(該当するもの全てにチェック)	<input checked="" type="checkbox"/> 直接実施						
	<input checked="" type="checkbox"/> 委託・指定管理 (委託先: (株)小田急エージェンシー, (株)電通東日本ほか)						
	(委託等内容: シティプロモーション推進事業, キャラクタープロモーション運営)						
	<input type="checkbox"/> 補助金・負担金 ( ):						
<input type="checkbox"/> その他 ( ):							
藤沢市市政運営の総合指針2020							
重点施策名			指針体系コード		その他の計画との関連		
オリンピック・パラリンピックを契機とした都市の魅力(レガシー)の創出			2-2-11				
関連の深い「市民生活に関する意識調査結果」							
市民意識調査における質問項目			平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	
市民が自慢できるまちであること。			3.4 点	3.5 点	3.4 点	3.43 点	
子どもが大人になっても愛着の持てるまちであること。			3.4 点	3.4 点	3.5 点	3.63 点	

平成29年度 支出済額  14,418 千円	事業費節別内訳		
	費目	支出済額(千円)	主な事業内容
	報償費	125 千円	講師謝礼
	旅費	174 千円	普通旅費, 特別旅費
	需用費	1,198 千円	アクリルパネル, 参考図書, ステッカー等
	委託料	12,260 千円	シティプロモーション推進業務, キャラクタープロモーション運營業務等
その他	661 千円	郵便料, 手数料, 使用料	
【参考】 平成30年度 予算額  14,396 千円	事業費節別内訳		
	費目	予算額(千円)	主な事業内容
	報償費	180 千円	講師謝礼
	旅費	332 千円	普通旅費, 特別旅費
	需用費	1,970 千円	ステッカー, ノベルティグッズ等
	委託料	11,470 千円	シティプロモーション推進業務, キャラクタープロモーション運營業務等
その他	444 千円	郵便料, 手数料, 使用料	

## 2. この事務事業に関わる職員数(任用形態別人工数)

	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
正規職員等	0.00	3.20	4.20	4.00
再任用短時・任期付短時職員	0.00	0.00	0.00	0.00
非常勤職員	0.00	0.00	0.00	0.00
合計	0.00	3.20	4.20	4.00

※正規職員等＝正規職員＋再任用職員(短時以外)＋任期付職員(短時以外)＋常勤嘱託職員

### 3. 事業実施内容・成果

平成29年度 事業実施 内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テーマソング&amp;ダンスのワークショップ（4回）、発表の場（市民まつり他2回）を実施することで郷土愛の醸成を図った。また、「#藤沢キュンあつめ」がスタートし、Instagramを通じて本市のPRを行うとともに、公式サイトをリニューアルした。</li> <li>・公式マスコットキャラクターが市内外の各種イベントに参加（175回）することにより、幅広い世代に藤沢の魅力を発信した。</li> <li>・ふじさわファンクラブのイベント（5回）を実施した。</li> <li>・市民アンケート調査による効果測定、市職員を対象にシティプロモーションに関する研修を行った。</li> <li>・市内での横断的連携を図るため、「ふじさわ魅力アッププロジェクトチーム部会」を設置した。</li> </ul>						
	成果目標	指標名	単位	平成26年度 目標値	平成27年度 目標値	平成28年度 目標値	平成29年度 目標値
	ふじさわファンクラブ会員数	人	350	2,430	2,800	4,000	
	地域ブランド調査－認知度	位	165	155	145	145	
	市民アンケート－愛着度（とても好き）	%	55	60	65	65	
	参考						
活動実績	指標名	単位	平成26年度 実績値	平成27年度 実績値	平成28年度 実績値	平成29年度 実績値	備考
	パートナーシップによるプロモーション協働数	回	1	21	49	114	プロモーション協働数についてH29から商標使用申請数と団体会員数とする。
	メディア露出件数	回	66	279	233	258	
	メディア露出（広告換算額）	円	15,480,340	691,519,546	993,430,239	756,150,350	
成果実績	指標名	単位	実績値	実績値	実績値	実績値	備考
	ふじさわファンクラブ会員数	人	1,102	2,436	3,281	3,627	
	地域ブランド調査－認知度	位	153	168	185	210	
	市民アンケート－愛着度（とても好き）	%	-	62.2	51.7	53.3	
	数値で表せない効果						
	市民の藤沢への愛着の質的向上 市民一人ひとりが、藤沢の価値を守り、高め、発信したいという気持ち（盛り上げたいという気持ち）の高まり						

### 4. コスト分析

年度		平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	
コスト	行政費用(フルコスト) A		58,965	58,246	51,406	
	(1)現金を伴う支出 (千円)		48,073	54,979	53,085	
	事業費(支出済額－②報酬合計)		17,522	14,468	14,418	
	償還金利息		0	0	0	
	人件費合計(①+②+③)		30,551	40,511	38,667	
	職員数(常勤 非常勤)		3.20	0.00	4.00	0.00
	参考:正規職員平均給与		9,040	9,101	9,219	
	①職員給与合計(常勤)		28,928	38,224	36,876	
	②報酬合計(非常勤)		0	0	0	
	③退職金相当額		1,623	2,287	1,791	
	(2)現金を伴わない支出 (千円)		10,892	3,267	-1,679	
	①減価償却費		0	0	0	
	②退職給与引当金繰入額		10,892	3,267	-1,679	
	③不納欠損額		0	0	0	
	④その他( )		0	0	0	
	行政収益(事業収入) B		189	1,416	1,764	
(3)現金を伴う収入 (千円)		189	1,416	1,764		
①分担金及び負担金 c		0	0	0		
②使用料及び手数料 d		0	0	0		
③国庫支出金		0	0	0		
④県支出金		0	1,267	1,764		
⑤その他( )		189	149	0		
(4)現金を伴わない収入 (千円)		0	0	0		
収入未済増減額		0	0	0		
収支差額(純費用)A-B E			58,776	56,830	49,642	
分析指標	項目	ふじさわファンクラブ会員数 F	2,436	3,281	3,627	
			単位 人	単位 人	単位 人	
	1単位あたりの総費用 A/F (円)		24,205.67	17,752.51	14,173.15	
	市民1人あたりの負担額 E/人口 (円)		139.74	133.68	116.12	
受益者負担率 (C+D)/A (%)		0.00	0.00	0.00		

※1 職員数・・・(常勤)一般職員, 再任用職員, 任期付職員, 嘱託職員 [非常勤]月額報酬の非常勤職員(一部月額報酬の非常勤職員を含む)

※2 人件費・・・(常勤)任用形態別の平均給与に人工数を乗じ算出 [非常勤]月額報酬(一部月額報酬を含む)の年度合計額

※3 退職金相当額・・・年度内に発生した退職金総額を年度当初一般職員数で除し, 事業に従事する一般職員数を乗じたもの

5. 事務事業を進めていくうえでの課題と課題解決の取組

(1) 平成28年度の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内向けプロモーションから市外向けプロモーションにシフトしていく転換期であることから、引き続き市民の愛着度向上に向けた事業展開を図るとともに、市外向けの事業を強化する必要がある。</li> <li>・藤沢市一体となった取組を進めるため、団体や企業等とのさらなる連携が求められる。</li> <li>・庁内においても横断的連携を強化する必要がある。</li> </ul>
(2) (1)解決のための平成29年度の取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Facebookやインスタグラム等のSNSを活用して、効果的に情報を発信した。</li> <li>・ふじさわファンクラブの活動の更なる活性化を図るため、新たに企業版ふじさわファンクラブを創設した。</li> <li>・庁内においてふじさわ魅力アッププロジェクトチーム及びふじさわ魅力アッププロジェクトチーム部会を設置し、庁内啓発、情報収集、効果的な情報発信について強化を図った。</li> </ul>
(3) 平成29年度の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内において取組の認知度・浸透度が低い年齢層や、地域を対象にしたアプローチを強化する。</li> <li>・様々な団体等との新たなコラボレーションを実施するなどマルチパートナーシップを強化する。</li> <li>・藤沢の魅力や、ターゲットを絞って発信する。</li> </ul>
(4) (3)解決のための今後の取組	市民自ら情報発信（魅力の発信行動）を行うなど、市民を巻き込む「市民参加型」のプロモーションを展開していく。

6. 事務事業の特徴

(1) 事業の性質	① 法的根拠	<input type="radio"/> ア=法令等の根拠はないが、市の裁量により実施するもの(イ～オ以外) イ=市の条例等で規定されている事業 ウ=県の条例等で事業の実施について推奨・規定されているもの エ=国の法律で事業の実施について推奨・規定されているもの オ=法律等により、事業の実施が義務付けられているもの(市に裁量の余地がないもの)	
	② 事業実施の位置づけ(市民へのサービス提供状況)	<input type="radio"/> ア=国、県、他自治体や民間等も、市内や近隣市町村で市民が利用できる同種のサービスを提供しているもの イ=国、県、他自治体等も、市内や近隣市町村で市民が利用できる同種のサービスを提供しているもの ウ=国、県、他自治体等も同種のサービスを提供しているが、一部のサービスは本市のみが提供しているもの <input type="radio"/> エ=本市のみがサービスを提供し、よりよい生活環境の実現、地域の発展、市民生活の向上を目的とするもの オ=本市のみがサービスを提供し、生活基盤の維持・確保、市民の権利維持・安全確保を目的とするもの	
	③ 事業期間	<input type="radio"/> ア=恒久的に実施するもの <input type="radio"/> イ=年限の定めのないもの ウ=時限的に実施する事業で、終了まで5年以上あるもの エ=時限的に実施する事業で、今後2～4年で終了するもの オ=時限的に実施する事業で、本年度で終了するもの	
	(2) 財政的な特徴	④ 事業費…平成29年度支出済額	<input type="radio"/> ア=300,000千円以上 イ=100,000千円以上～300,000千円未満 ウ=30,000千円以上～100,000千円未満 <input type="radio"/> エ=5,000千円以上～30,000千円未満 オ=5,000千円未満
		⑤ 一般財源比率…事業費に占める一般財源の割合	<input type="radio"/> ア=80%以上 イ=50～80%未満 ウ=30～50%未満 エ=10～30%未満 オ=10%未満
		⑥ 固定的経費比率…行政費用(フルコスト)に占める固定的な経費の割合	<input type="radio"/> ア=10%未満 イ=10～30%未満 ウ=30～50%未満 <input type="radio"/> エ=50～80%未満 オ=80%以上

(3) 事業の種類	(4) その他の事業特性
2. 市民等サービス(その他)	



## 7. 事務事業を取り巻く環境の現状と今後の予測

社会情勢等	<p>2008年をピークに日本の人口は減少に転じ、今後その加速化が予測されている中、地方自治体においては将来の地域の経済力・活力の低下が懸念されている。こうした状況において、地域の活力を維持し持続的な発展をしていくためには、市内外の多くの人々から選ばれる「都市としての優位性の創出」が求められている。</p> <p>また、2014年にまち・ひと・しごと創生法が成立し、地方自治体においては地方圏と東京圏がそれぞれの強みをいかし、活力ある持続的な社会を構築するため、まち・ひと・しごと創生に関する施策を実施することが責務とされた。</p>	
他市等の事例	<p>上記の社会情勢を受け、各地方自治体においてシティプロモーション、都市ブランドの確立を推進するための部署が組織され、独自の施策が実施されている。</p> <p>先行事例：流山市（2003年～）・つくば市（2005年～）・宇都宮市（2009年～）・豊橋市（2010年～）・弘前市（2012年～）・尼崎市（2012年～）・町田市（2013年～）・品川区（2015年～）等</p> <p>県内事例：川崎市（2003年～）・相模原市（2008年～）・横須賀市（2011年～）・伊勢原市（2014年～）・平塚市（2015年～）等</p>	
市民ニーズ	把握方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民満足度調査</li> <li>・市民アンケート</li> </ul>
	把握内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民満足度調査（調査項目） 「市民が自慢できるまちであること」、「子どもが大人になっても愛着の持てるまちであること」</li> <li>・市民アンケート（調査項目） 「居住意向について」、「藤沢市の魅力、足りない点について」、「愛着度について」、「知名度について」、「魅力・活力・賑わい度について」、「推奨度について」（住む場所として／訪れる場所として）、「シティプロモーションについて」（活動／ふじさわファンクラブ／テーマソング&amp;ダンス／公式マスコットキャラクター）、「地域活動について」</li> </ul>
	対応等	<p>ふじさわシティプロモーション委員会に報告するとともに、ふじさわシティプロモーション推進方針の推進方策の実施のための基礎資料とした。</p>

## 8. 事務事業の評価と今後の方針

評価	<p>ふじさわシティプロモーション推進方針に基づき、市民、企業等と連携したパートナーシップによるプロモーションとして「キュンとするまち。藤沢」のキャッチフレーズのもと、SNSや公式マスコットキャラクター「ふじキュン♡」等を活用し藤沢の魅力を発信することで、一貫性のあるプロモーションを展開することができた。</p>	
今後の方針	まちづくりテーマ	② 『2020年』に向けてまちの魅力を創出する
	事業の方向性	拡 大
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内向けプロモーション事業を中心に行っており、市民の愛着度と定住意向を更に向上させるため、シティプロモーション活動に参加できるような取組を進める必要がある。</li> <li>・引き続き、藤沢市一体となった取組を進めるため、市民、企業及び団体等と連携が必要である。</li> </ul>	

## 9. 事務事業の執行にあたって参照する業務記述書

業務記述書No.	具体的業務の名称	業務見直しの視点等			
		新たな委託（一部含む）の可能性	業務効率改善の可能性	リスク分類Ⅰ	リスク分類Ⅱ
59	シティプロモーション啓発資料等頒布業務に関すること	無	無	1	1
60	テーマソングプロモーション プロジェクト会議の事務局としての庶務作業に関すること	無	無	1	
61	フェイスブックページへの投稿に関すること	無	無	3	
62	ふじさわシティプロモーション委員会の開催に関すること	無	無	3	3
63	キャラクタープロモーションに関すること	無	無	1	1

※リスク分類Ⅰ・・・市民等外部へ影響を及ぼす度合い。リスクレベル1は対象者10%未満，レベル2は10%以上30%未満，レベル3は30%以上。  
 ※リスク分類Ⅱ・・・組織内部へ影響を及ぼす度合い。リスクレベル1は課内への影響，レベル2は部内への影響，レベル3は他部又は全庁への影響。

## 10. 部長確認欄

部名	経済部	氏名	和田 章義	確認日	2018/6/13
----	-----	----	-------	-----	-----------