

## 豊明市行政評価制度 「事務事業」評価票

### 1 事務事業の概要

1-1 事務事業の名称	自主事業販売促進事業								
1-2 担当	部	教育部	課 又は施設	文化会館	係	文化振興係		文化振興係長 鈴木 英樹	
1-3 総合計画における施策の体系	①節	教育文化			③基本施策	文化・芸術活動		コード	4-1-2
		「個性ある文化と豊かな人間性を育むまちづくり」			④単位施策(中)	文化事業・イベントの充実		コード	4-1-2-1
	②項	生涯学習の推進			⑤単位施策(小)	自主事業のPR		コード	4-1-2-1-3
1-4 事務事業の目的の精査	対象と対象の数	市民		意図（対象を事務事業によってどのような状態にするのか）	近隣にも数多くの文化ホールがあるが、市が主催する自主事業を地元で優れた音楽、演劇鑑賞の機会を提供し、市民の文化意識の高揚を図る。				
1-5 事務事業の内容	広報掲載、チラシ配布、ポスター掲示、新聞等への記事掲載等を行ってPRする。								

### 2 事務事業実施の状況

2-1 事務事業の実施における基本認識	事務事業実施にあたって心がけた改善の取組み	社会状況等の事務事業がおかれる環境把握	市民ニーズの認識
	平成18年度	事業を市広報に掲載、チラシを作成し広報に折込、また市内公共施設の窓口にチラシを配置、地域のホームニュースに掲載周知した。	市の事業として、公演内容を出来るだけ多くの市民に提供するようにしているが、多くのジャンル希望者が多い。
平成19年度	〃	〃	〃
平成20年度	市民参加型事業では、参加団体の協力によるPRに努めた。	文化芸術振興法に基づき、事業を地域の特性に応じた文化施策の一環として位置づけることにより、施策をより深化させる。	入場者からのアンケート結果は、チケットの価格が高くてよいから、知名度の高い上級の公演を希望する人が90パーセント以上を占めている。また、市主催による文化展や講演ニーズも存在している。
平成21年度	〃	昨年と比較して自主事業予算も減額となっている。これ以上の削減は、市民の興味を引く事業の企画確保が難しくなるので、現行の予算額の確保は必要である。	鑑賞型事業については、市民の期待する内容によって偏りがある。幅広い分野で事業を計画すれば入場者数にも偏りが現れるが、市の直営で実施されるものであり、偏った計画はあるべき姿ではないとも考える。
平成22年度	行政改革の一環として、本年度より、入場料を段階的に見直しに行くこととした。		
平成23年度	23年度は90%にしたが、震災の影響で企業が休日を變更し事業への客足も落ち込んだ。また、チケットが高くて買えないという声があり、公演により価格を低く設定してあっても知名度がなく売れないこともある。今後は、利益回収型と文化普及型公演とでバランスをとることに加え、市民に参加してもらおう公演などにより文化事業に興味をもってもらおうような試みが必要と考えている。		
平成24年度	リーマンショック・震災以降、文化事業への関心が薄れつつあり、知名度が高くない出演者の場合、チケット金額に非常にシビアになる現状である。事業金額に見合ったチケット金額設定により空席が目立つようになるよりは、チケット金額を安価に設定し入場者数を増やす方が良いとの意見を多くいただくため、「人の集まる自主事業」を目指す。		
平成25年度			
平成26年度			
平成27年度			

2-2 総合計画における単位施策成果指標	事務事業成果指標名	前期目標値(単位)	後期目標値(単位)	指標の説明
	チケット販売率	80 (%)	85 (%)	自主事業のうち有料入場事業のチケット販売率（販売枚数÷販売可能枚数）を目標数値として設定

2-3 成果指標に係る活動実績とコストの推移（アウトプット分析）		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
	活動実績 a (単位)	7,028 (人)	7,204 (人)	7,367 (人)	5,080 (人)	5,618 (人)	5,024 (人)	5,507 (人)			
	直接事業費 b (千円)	3,026	3,296	2,813	2,935	2,784	2,728	2,428			
	人件費 c (千円)	2,345	2,335	2,318	2,260	2,193	2,148	2,092			
	合計コスト d (b+c) (千円)	5,371	5,631	5,131	5,195	4,977	4,876	4,520			
単位コスト d/a (千円)	入場者当たり 0.7	入場者当たり 0.7	入場者当たり 0.7	入場者当たり 1.0	入場者当たり 0.9	入場者当たり 0.9	入場者当たり 0.8	当たり	当たり	当たり	

アウトプット実績（活動数値）の補足説明

→ 直接事業費は、自主事業チラシ及び道路看板作成費、広告費の経費等2,428千円を直接経費としている。  
人件費は、係担当の年度内の関わり（事務分担実績）から0.7人の0.5として平成24年度は算定した。5,978千円×0.7×0.5=2,092千円  
活動実績は無料公演の入場者数を含む。

		平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
2-4 成果指標に対応する実績と達成度の推移	指標対応実績 (%)	88.7	80.3	84.4	77.3	85.4	64.2	49.7			
	後期目標値に対する達成度 (%)	104.3	94.5	99.3	90.9	100.5	75.5	58.5			

### 3 ■ 事務事業の自己評価結果

3-1 評価結果 (アウトカム自己分析)	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
単年度担当課評価	A	A	A	A	A	A	B			

- 4段階評価結果 A : 上位目的である施策に貢献しているので継続する  
 B : 事務事業の実施手法や環境(予算的・人的)に改善が必要  
 C : 縮小等、事務事業としての見直しが必要  
 D : 事務事業の廃止が相当
- 判断の基準 ①必要性(必要な事務事業であるか)  
 ②公共性(公が実施する意味があるか)  
 ③妥当性(ニーズに対して投入が適正か)  
 ④効率性(結果に至る活動に無駄はないか)  
 ⑤有効性(活動の結果が上位の目的に貢献しているか)  
 ⑥市民満足度(事務事業が対象にしている市民を満足させているか)

3-2 評価の内容	今後の環境変化を踏まえた課題認識		次年度に向けて改善する取組み		事務事業の担当課としての単年度の取り組みの自己評価	
	平成18年度	優れた芸術文化への期待と関心が高まる中、市民の期待する方向で推進する。	チケット販売率の向上と入場者数の増加	ある程度の入場者数を確保できているので、事業効果は現れている。		
平成19年度	〃	より良いものを提供し入場者数の増加を図る。	人気の高いものを提供し、入場者数の増加が図れた。			
平成20年度	〃	〃	〃			
平成21年度	文化振興法では、地域の特性や時代のニーズに合った活動を求められている。今後も市民の意見を尊重し、PRを心がけたい。	限られた予算の範囲で、より良いものを市民に提供し、入場者数の増加を図る。	前年より、事業実施予算が削減され、企画事業規模の縮小が行われたため入場者数全体が縮小した。事業内容により偏りはあるが、引き続きPRに努める必要がある。			
平成22年度	文化振興法では、地域の特性や時代のニーズに合った活動を求められている。今後も市民の意見を尊重し、より良いものを提供し入場者数の増加を図るため、引き続きPRに努める。しかしながら、入場料の値上げによるチケットの購入意欲の動向を慎重に見極める必要がある。					
平成23年度	利益回収型と文化普及型公演とでバランスをとることに加え、市民に参加してもらおう公演などにより文化事業に興味をもってもらおうような試みが必要。今後も市民の意見を尊重し、より良いものを提供し入場者数の増加を図るため、引き続きPRに努める。					
平成24年度	前後駅前広場にて公演ごとにチラシ配りによりPRを行い多少の結果はあったが、インターネットに置けるSNSの活用などより一層低コストでPR可能なシステムの利用を検討したい。					
平成25年度						
平成26年度						
平成27年度						

### 4 ■ 事務事業の総合評価結果

4-1 総合評価の結果	結果		審査会による改善方向の指示	
	平成18年度	A	継続して事業を進めること。	
平成19年度	A	継続して事業を進めること。		
平成20年度	A	継続して事業を進めること。		
平成21年度	A	継続して事業を進めること。		
平成22年度	A	継続して事業を進めること。		
平成23年度	A	継続して事業を進めること。		
平成24年度	B	継続して事業を進めつつ、事業内容、PR方法について検討すること。		
平成25年度				
平成26年度				
平成27年度				