

【平成24年度実績評価】

施策マネジメントにおけるワーク別管理シート

【ワーク情報】	新たな経済成長	競争	銀光	魅力ある銀光地づくりや販売強化などにより、国内外からの観光客誘致に取り組みます。
---------	---------	----	----	--

【ワークの成果指標・目標・実績】

成績指標		目標		実績		達成率		今後予測	
目標		目標		実績		達成率		今後予測	
ア「今後の来訪意向ランキン	26 全国10位	全国23位 (2.7%)	全国20位 (3.4%)	全国15位 (3.6%)	全国10位	全国20位 (3.2%)	未達成	「おしい!広島県」プロモーションは、注目を集めることにより、認知度の向上には一歩の効果があつたと考えられるが、来訪者の今後の来訪意向には十分にならなかつたと考えられた。	クオリティ
イ「懇親会」(HP、パンフレット)の開設をきっかけとした観光客の割合	28 前年実績を上回る	—	—	8.3%	前年実績を上回る	8.4%	達成	目標どおり達成	数量

— 一

【現状の課題・要因】		【取組の仮説】	【現状の問題の解決に向けた具体的な問題とその背景、要因】
○広島の魅力を伝えるコンセプトに基づく戦略的な情報発信「プロモーション」が不足しているため、観光地としての認知度が低い。	○平成24年の大河ドラマ「平清盛」の放送や海フェスタ、平成25年の電子書「JRデスクネーションキャンペーンなどにより錦光客の増加を図る。	○平成23年度から3年間、大型観光キャラバン「プロモーション」を実施するにあたり、観光地「ひろしまプラン」実施にあたっては、新たな観光振興コンセプトに基づき、専門家の意見を活用した、戦略的な情報発信「プロモーション」の検討が一層進められる。	○平成23年度に観光振興の新たなコンセプトを策定したことにより、平成23年度の後半から、著名人等を活用し、大型観光キャラバンと一緒に連携した実践的・量点的な情報発信を実施し、新たな広島的魅力を一気呵成に传递させることにより、観光地「ひろしまプラン」の構築を図る。

構成事業等

事業名	目標	実施内容	主な実績	目標達成度	
				目標達成度	結果(場合)
観光地「ひろしまブランド」構築推進事業【商工】(ひろしまベンチマーク実行委員会)	40,000 (40,000) 点	40,000	観光地としての「ひろしまブランド」の確立	「ひらさん観客 来訪意向」 ・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)	「ひらさん観客 来訪意向」 ・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)
観光地「ひろしまブランド」構築推進事業【商工】(平成盛業商工協議会)	36,095 (36,095) 点	36,095 (36,095) 点	大河ドラマ「平成風雲録」開催会・風雲録賞金・賞金贈呈式の開催	「ひらさん観客 来訪意向」 ・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)	「ひらさん観客 来訪意向」 ・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)
観光地「ひろしまブランド」構築推進事業【商工】(著名人等を活用した情報発信)	191,359 (191,359) 点	183,137 (163,137)	報光地としての「ひろしまブランド」の確立	・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)	「ひらさん観客 来訪意向」 ・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)
中国5県連携事業【商工】	5,502 (5,502) 整理	5,501 (5,501)	中国地方として、首都圏等での報光プロモーション活動の強化	DISCOVER WEST 中国5県とJR西日本が実行委員会をつくり、首都圏等からのお客事業を実施	本事業旅行商品による送客実績: 前年比14%増 アメックス:104万人
報光情報システム運営事業【商工】	5,735 (5,195) 整理	5,703 (5,193)	インターネットを通じて国内外への報光情報の発信	広島県報光にに関するホームページ ・モデルコース作成 ・報光系PR会社の運営	年間ペースヒューリック:1,184万件(対前年比5%増)(※参考H23-340人)
全国伝統観光振興事業【商工】	4,463 (4,463) 整理	4,462 (4,462)	伝統的な観光地への参加協会	・国内観光プロモーション「旅フェア」(1回) ・台湾での報光モニタ事業 ・社団法人日本観光光景委員会への負担金	年間ペースヒューリック:1,184万件(対前年比5%増)(※参考H23-340人)
広島県観光事業振興員担当事業【商工】	16,655 (16,655) 整理	16,496 (16,496)	報光PR及び報光客誘致	・社団法人日本観光振興会 ・本事業による報酬発信 ・報光客数の増加	年間ペースヒューリック:1,184万件(対前年比5%増)(※参考H23-340人)
報光相談員設置運営事業【商工】	4,624 (4,119) 整理	4,542 (4,039)	報光情報等の発信 及び報光相談による報光客の感覚改変を図る。	・本県報光の相談対応、紹介・宣伝 ・報光相談窓口(2ヶ所) ・報光情報の収集・提供	年間売上額(H23.7.16~H23.7.15) 481,323千円 ・報光客数の増加
広島ブランドショップ運営事業【商工】	256,446 (224,949) 知事	246,565 (209,304)	首都圏において広島県の魅力を伝えるブランドの推進	・首都圏でのブランドショップの運営 ・ブランドショップの開設 ・ブランドショップの開設	年間売上額(5億円以上)による報酬発信 ・報光客数の増加
アニメ映画「ももへの手紙」を活用した説客促進事業【商工】	10,306 (3,877) 総務局長	10,180 (3,796)	アニメ映画を活用した説客促進	・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)	年間売上額(5億円以上)による報酬発信 ・報光客数の増加
観光地「ひろしま」主導部圏広報事業【商工】	4,999 (4,999) 著作権局長	4,986 (4,986)	首都圏における情報発信 「ひらしま」の実施	・報酬金額(来訪者数・販促担当者数) ・報酬金額(来訪者数・販促担当者数)	年間売上額(5億円以上)による報酬発信 ・報光客数の増加
報光プロモーター設置運営事業【商工】	3,785	3,572	首都圏からの報光客の説客促進	・東京新宿所にて報光プロモーターを設置し、旅行会社等への訪問等匡へ400社	年間売上額(5億円以上)による報酬発信 ・報光客数の増加

【構成事業の評価】

卷之三

◎観光客数の増加については、6月末までのモニタリング調査の結果によると、目標に達していない。◎各人差しを活用して3月から開始した「広島県プロモーション」は、「注目を集めること」を重視したものであり、認知度の向上には一定の効果があったが、実際の誘客には十分に結び付けられていない。◎認知度向上には一定の成果があった。(JTBのWEBSITE調査「広島県に大変興味があり、この半年以内に訪問したい」7月：19.1%、8月：10.5%、9月：21.9%)

【平成24年度実績評価】

施策マネジメントにおけるワーク別管理シート

【ワーク情報】	
分野	内容
新たな経済成長	新規領域開拓
観光	施設整備の方向性
魅力ある観光地づくりや観光情報発信の強化などにより、国内外からの観光客誘致に取り組みます。	25

【ワークの成果指標・目標・実績】

成年者運賃		目標と実績の差異	
年度	目標	実績	達成度
平成22年	22	22	目標達成
平成21年	21	22	目標達成
平成20年	20	22	目標達成
平成19年	19	22	目標達成
平成18年	18	22	目標達成
平成17年	17	22	目標達成
平成16年	16	22	目標達成
平成15年	15	22	目標達成
平成14年	14	22	目標達成
平成13年	13	22	目標達成
平成12年	12	22	目標達成
平成11年	11	22	目標達成
平成10年	10	22	目標達成
平成9年	9	22	目標達成
平成8年	8	22	目標達成
平成7年	7	22	目標達成
平成6年	6	22	目標達成
平成5年	5	22	目標達成
平成4年	4	22	目標達成
平成3年	3	22	目標達成
平成2年	2	22	目標達成
平成1年	1	22	目標達成
平成0年	0	22	目標達成

【現状の課題・要因】

成 果目標の達成に向かう現状との問題とその背景-要2
より多くのリピーターを獲得するため、また、口コミにより新たに観光客を獲得するためにには、
「どちらの方向上が必要である。」
旅行形態が個人旅行から団体旅行へ移行する、また、旅行目的がSHE(見る)からDO(体験)
する観光資源を生かした観光地づくりが行われる人の育成が必要である。

【構成事業等】

指標	事業名	日24決算期	年間実績	当該年度の活動指標		当該年度の目標達成率	当該年度の評価		
				事業の目的	実施内容				
アイ	“観光地ひろしま”おもてなし向上推進事業【商工】	24,657 (6,100) 点	2,1321 (6,187)	県民一人ひとりの観光を図るところに心のこもった観光開発事業の中、観光関連業界の人材育成と、学校の資源を活用して、観光人材育成セミナーの開催等	「おもてなしの心」醸成並みの高さを図るところに心のこもった観光開発事業の中、観光関連業界の人材育成セミナーの開催等	・観光会議の開催回数 ・研修会場の開催回数 ・観光入村育成セミナー開催回数 ・研修会場の開催回数	・観光会議の開催回数 ・研修会場の開催回数 ・観光入村育成セミナー開催回数 ・研修会場の開催回数	ア：Ⅱ イ：Ⅲ	ア：Ⅷ イ：一
アイ	観光地アクセス性向上事業【土木】 (H24.6補正)	8,700 (6,700) 点	8,700 (8,700)	観光地(宮島)への観光客(島外への観光客)が島外への観光客(島外への観光客)を図る。	観光客(島外への観光客)が島外への観光客(島外への観光客)を図る。	観光データベースで観光客(島外への観光客)を図る。	来島者が昨年度度と約1割上回る として、来島者数が年々増加傾向にあることと、来島者の滞在時間が短縮され、 など沖縄県の効果が確認された。	ア：Ⅲ イ：Ⅳ	ア：Ⅳ イ：一

【構成事業の評価】

○県を代表する施設である広島市、廿日市市宮島、尾道市を重点推進地区として設定し、「おもてなし」の取組の支援を行なった。宿泊施設やタクシー事業者等に対する研修等を実施しているが、全県的な取組に波及していない。
○観光関連団体等の中核人材の育成については、県立広島大との連携によるセミナーにより、概ね順調に進めている。
○市町、觀光事業者等は、「おもてなし」の必要性は認じているが優先度が絶対に低く、研修を実施するだけでは全県的な県民総ぐみでの取組に波及いかない。
○東京開港団体等の中核人材の育成については、将来的に大学の自主的な取組に移行していくことが望ましいが、取組を始めて3年であり、講師やノハウが不足していることから、支援が必要。

24年度

益効率に達していないことが判明したため、6月補正によりブロモーとして市町、観光事業者等が一体となつた「おもてなし」向上のリティを感じたと思ふ人のポイント数は増加したもの、目標の

100

金体のバスピタリテ向上を図るため、県民懇ぐるみでの取組
普及させることが効果的であると着目される。県境の二ヶ所に助言できる人材

104

成績	評議会 （個人）	二つの賞状	目標達成度
じらん頭董：21位 競技光人賞育セミナー受講者：92人	ア：ii イ：ii	7:8 イ：一	【目標】想定以下 【成績】想定通り コスト：想定通り
来島、島が昨年度を約1割上回る。 今、対策前とのごく一瞬で教訓が得られ た。中いて、洗濯機少、通勤距離され など共済緩和の効果が確認され た。	ア：iii イ：iii	ア：4 イ：4	【目標】想定どおり 【成績】想定どおり コスト：想定どおり

卷之二十一

だけでは全員的な黒民営ぐるみでの取組に波及しないかな
いまましいが、取組を始めて3年あり、講師やノウハウが不足

施策マネジメントにおけるワーク別管理シート

【ワーク情報】	
分野	目標
新たな経済成長	
地域	
観光	
施策(課題の方向)	
魅力ある観光地づくりや観光情報発信の強化など、より国内外からの観光客誘致に取り組みます。	25

【ワークの成果指標・目標・実績】

成績指標・目標	23年度実績の概要			24年度		
	目標	実績	達成度	目標	実績	達成度
都道府県別訪問率(中ア) 2.0%	2.1%	2.2%	1.3%	0.8%	1.8%	1.80%
都道府県別訪問率(合イ澤) 1.2%	2.6%	0.5%	0.8%	1.0%	0.9%	1.20%
都道府県別訪問率(フウランス) 17%	26	16.8%	12.9%	10.9%	14.0%	9.80%
都道府県別訪問率(エ) 1.5%	28	1.3%	0.9%	0.7%	1.0%	1.10%
都道府県別訪問率(カホ木-1) 3.0%	28	2.3%	1.3%	1.1%	1.4%	2.40%
都道府県別訪問率(カホ木-2) 7.5%	28	6.2%	7.3%	6.4%	7.3%	5.60%
総観光客数(ワーク5①～⑥共通の目標) 5,550万人	5,550万人	5,577万人	5,552万人	前年より30万人増	5,893万人	未達成
	40	14,341,884	12,224,195	11,030,330	11,152,569	

【現状の課題・要因】

成績目標の達成に向けた現状の問題とその背景・要因
○ヒロシマの知名度は高いが、観光地としての認知度が低い。
○東日本大震災・原発事故の誤った風評により、外国人観光客の落ち込みが長期化することが懸念される。

課題	23年度実績の概要			24年度		
	目標	実績	達成度	目標	実績	達成度
情報発信「ロモーション活動」の活性化	(12)	581,968	(537,213)	561,239	(513,007)	75.9%
②地域の特色を活かした魅力ある観光地づくり	(5)	180,911	(169,098)	169,128	(157,315)	50.9%
③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進	(2)	33,357	(16,000)	30,521	(14,807)	25.4%
④国際観光の更なる推進	(2)	88,605	(51,399)	87,351	(50,886)	75.4%
⑤「海の連携都市」の推進	(10)	123,336	(96,193)	801,122	(948,498)	100.0%
⑥広島空港の利用促進・利便性の向上による観光客の誘致	(9)	134,386	(88,146)	120,969	(76,986)	91.8%
⑦						
⑧						
⑨						
⑩						
⑪						
	40	14,341,884	12,224,195	11,030,330	11,152,569	

目標	23年度実績の概要			24年度		
	目標	実績	達成度	目標	実績	達成度
※ワーク目標をもめる割合(%)	I: 75%以上 II: 50%以上 III: 25%以上 IV: 25%未満	I: 75%以上 II: 50%以上 III: 25%以上 IV: 25%未満	※ワーク目標に対する割合(%)	I: 75%以上 II: 50%以上 III: 25%以上 IV: 25%未満	I: 75%以上 II: 50%以上 III: 25%以上 IV: 25%未満	※ワーク目標に対する割合(%)
主担当	商工労働局	商工労働局	主担当	商工労働局	商工労働局	主担当
副担当	商工労働局	商工労働局	副担当	商工労働局	商工労働局	副担当
実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局
実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局

【構成事業の評価】

構成事業名	H24最終予算額	H24実績額	差額	差額の原因	当期生産の目標	当期生産の実績	差額	当期生産の目標	当期生産の実績	差額	平成24年度実績額
①インバウンド戦略推進事業	27,662	(27,662)	0	△100%	外国人観光客の増加	27,161	(27,161)	外国人観光客の増加	27,161	0	・訪問率:韓国1.1%,シンガポール1.4%,米国0.5%
②インバウンド強化事業	60,945	(23,737)	-37,208	△121%	外国人観光客の増加	60,190	(23,735)	外国人観光客の増加	60,190	0	・訪問率:仏蘭西1.9%,台湾1.3%
③新規事業	88,605	(65,889)	-22,716	△33%	外国人観光客の増加	87,351	(65,896)	外国人観光客の増加	87,351	0	・訪問率:中国0.8%,韓国4.0%,台湾1.3%
合計	180,412	(114,327)	-66,085	△36%							・HP訪問件数:前年比2.4倍

※ 締結けは、重点事業

【取組の反映に対する効果実証・検証】

OH23年は、豪災・円高等の影響により、特に本県への来訪率が高かった飲食からの観光客が減少した。(北米▲33%, 東京▲32%, 欧州▲43%)
194年も引き続き、厳しい状況が続いている。
○また、尖閣諸島問題や竹島問題などの影響により、中国や韓国など東アジアからの観光客の減少も懸念される。

目標	23年度実績の概要			24年度		
	目標	実績	達成度	目標	実績	達成度
主担当	商工労働局	商工労働局	主担当	商工労働局	商工労働局	主担当
副担当	商工労働局	商工労働局	副担当	商工労働局	商工労働局	副担当
実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局
実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局

【構成事業の評価】

目標	23年度実績の概要			24年度		
	目標	実績	達成度	目標	実績	達成度
主担当	商工労働局	商工労働局	主担当	商工労働局	商工労働局	主担当
副担当	商工労働局	商工労働局	副担当	商工労働局	商工労働局	副担当
実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局
実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局

目標	23年度実績の概要			24年度		
	目標	実績	達成度	目標	実績	達成度
主担当	商工労働局	商工労働局	主担当	商工労働局	商工労働局	主担当
副担当	商工労働局	商工労働局	副担当	商工労働局	商工労働局	副担当
実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局
実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局	商工労働局	商工労働局	実施部局

目標	23年度実績の概要			24年度		
目標	実績	達成度	目標	実績	達成度	

<tbl_r cells="3" ix="1" maxcspan="3" maxrspan="2" usedcols

施策マネジメントにおけるワーク別管理シート

【平成24年度実績評価】

【ワーク情報】		分野	
①情報発信・プロモーション活動の強化	新かな経済成長		
②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり	観光		
③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進	施策実績の方向性		
④国際観光の更なる活性化			
⑤海の豊かな資源の活性化などによる観光地づくりや観光資源の活性化などを実現するための取組みます。			

【ワークの成果指標・目標・実績】		23年度までの課題とその背景・要因		現状の問題の解決に対する取組とその背景	
①情報発信・プロモーション活動の強化	新かな経済成長	(1)「情報発信・プロモーション活動の強化」 ②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり ③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進 ④国際観光の更なる活性化	23年度までの課題とその背景 【課題】 ・「情報発信・プロモーション活動の強化」 ①情報発信・プロモーション活動の強化 ②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり ③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進 ④国際観光の更なる活性化	【取組】 ①「情報発信・プロモーション活動の強化」 ②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり ③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進 ④国際観光の更なる活性化	【実績】 ①「情報発信・プロモーション活動の強化」 ②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり ③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進 ④国際観光の更なる活性化
広島県内の観光開拓	32,5,900(波及効果と合わせ兆円)	2,676億円	3,030億円	2,676億円	3,030億円
ア 消費税	魅力ある観光地づくりや観光資源の活性化などによる観光地づくりや観光資源の活性化などを実現するための取組みます。				

【ワークの成果指標】

【ワークの達成度】		【目標】		【実績】	
Ⅰ	75%以上	Ⅰ	75%以上	Ⅰ	75%以上
Ⅱ	50%以上	Ⅱ	50%以上	Ⅱ	50%以上
Ⅲ	25%以上	Ⅲ	25%以上	Ⅲ	25%以上
Ⅳ	25%未満	Ⅳ	25%未満	Ⅳ	25%未満

【現状の課題・要因】

成果目標の達成に対する取組の反説とその背景

【海の運プロジェクト】
①「情報発信・プロモーション活動の強化」
②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり
③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進
④国際観光の更なる活性化

【現状の課題】
①「情報発信・プロモーション活動の強化」
②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり
③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進
④国際観光の更なる活性化

【課題】
①「情報発信・プロモーション活動の強化」
②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり
③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進
④国際観光の更なる活性化

【取組】
①「情報発信・プロモーション活動の強化」
②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり
③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進
④国際観光の更なる活性化

【実績】
①「情報発信・プロモーション活動の強化」
②地元の特色を活かした魅力ある観光地づくり
③おもてなしの充実等による受入体制の整備促進
④国際観光の更なる活性化

【構成事業等】

事業名		H24年度終了予定期間		H22年度終了予定期間		実施内容		当該年度の目標達成度		実施内容		当該年度の目標達成度	
事業名	期間	年度	期間	年度	期間	年度	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標
ア 潮戸内プラットフォーム構築事業【商工】	17,394	(17,394)	重	17,125	(17,125)	重	「課題テーマに基づく潮戸内プラットフォーム構築事業」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「課題テーマに基づく潮戸内プラットフォーム構築事業」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「課題テーマに基づく潮戸内プラットフォーム構築事業」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「課題テーマに基づく潮戸内プラットフォーム構築事業」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「課題テーマに基づく潮戸内プラットフォーム構築事業」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「課題テーマに基づく潮戸内プラットフォーム構築事業」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	
ア 潮戸内プラットフォーム構築事業【商工】	62,606	(62,606)	重	61,043	(61,043)	重	「潮戸内港全体の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内港全体の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内港全体の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内港全体の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内港全体の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内港全体の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内港の連携強化による観光客の誘致	
ア 潮戸内・しま博覧会実施事業【商工】	13,636	(13,636)	重	13,319	(13,319)	重	「潮戸内・しま博覧会実施事業」 ・潮戸内・しま博覧会実施事業	「潮戸内・しま博覧会実施事業」 ・潮戸内・しま博覧会実施事業	「潮戸内・しま博覧会実施事業」 ・潮戸内・しま博覧会実施事業	「潮戸内・しま博覧会実施事業」 ・潮戸内・しま博覧会実施事業	「潮戸内・しま博覧会実施事業」 ・潮戸内・しま博覧会実施事業	「潮戸内・しま博覧会実施事業」 ・潮戸内・しま博覧会実施事業	
ア みなとの賑わいづくり促進事業【海づくり支援事業】【土木】	30,000	(30,000)	重	30,000	(30,000)	重	「みなとの賑わいづくり促進事業」 ・みなとの賑わいづくり促進事業	「みなとの賑わいづくり促進事業」 ・みなとの賑わいづくり促進事業	「みなとの賑わいづくり促進事業」 ・みなとの賑わいづくり促進事業	「みなとの賑わいづくり促進事業」 ・みなとの賑わいづくり促進事業	「みなとの賑わいづくり促進事業」 ・みなとの賑わいづくり促進事業	「みなとの賑わいづくり促進事業」 ・みなとの賑わいづくり促進事業	
ア 潮戸内海クルージング基本施設運営・販売【土木】	10,000	(10,000)	重	10,000	(10,000)	重	「潮戸内海クルージング基本施設運営・販売」 ・潮戸内海クルージング基本施設運営・販売	「潮戸内海クルージング基本施設運営・販売」 ・潮戸内海クルージング基本施設運営・販売	「潮戸内海クルージング基本施設運営・販売」 ・潮戸内海クルージング基本施設運営・販売	「潮戸内海クルージング基本施設運営・販売」 ・潮戸内海クルージング基本施設運営・販売	「潮戸内海クルージング基本施設運営・販売」 ・潮戸内海クルージング基本施設運営・販売	「潮戸内海クルージング基本施設運営・販売」 ・潮戸内海クルージング基本施設運営・販売	
ア 潮戸内海クルージング促進事業【広島県】	10,000	(10,000)	重	0	0	重	「潮戸内海クルージング促進事業」 ・潮戸内海クルージング促進事業	「潮戸内海クルージング促進事業」 ・潮戸内海クルージング促進事業	「潮戸内海クルージング促進事業」 ・潮戸内海クルージング促進事業	「潮戸内海クルージング促進事業」 ・潮戸内海クルージング促進事業	「潮戸内海クルージング促進事業」 ・潮戸内海クルージング促進事業	「潮戸内海クルージング促進事業」 ・潮戸内海クルージング促進事業	
ア 潮戸内強クルージング促進事業【広島県】	140,000	(16,334)	重	140,000	(16,334)	重	「潮戸内強クルージング促進事業」 ・潮戸内強クルージング促進事業	「潮戸内強クルージング促進事業」 ・潮戸内強クルージング促進事業	「潮戸内強クルージング促進事業」 ・潮戸内強クルージング促進事業	「潮戸内強クルージング促進事業」 ・潮戸内強クルージング促進事業	「潮戸内強クルージング促進事業」 ・潮戸内強クルージング促進事業	「潮戸内強クルージング促進事業」 ・潮戸内強クルージング促進事業	
ア 潮戸内サイクリング【土木】	210,000	(210,000)	重	210,000	(210,000)	重	「潮戸内サイクリング」 ・潮戸内サイクリング	「潮戸内サイクリング」 ・潮戸内サイクリング	「潮戸内サイクリング」 ・潮戸内サイクリング	「潮戸内サイクリング」 ・潮戸内サイクリング	「潮戸内サイクリング」 ・潮戸内サイクリング	「潮戸内サイクリング」 ・潮戸内サイクリング	
ア 観光資源基盤整備事業【土木】	300,000	0	知	300,000	0	知	「潮戸内海の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内海の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内海の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内海の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内海の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内海の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内海の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内海の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内海の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内海の連携強化による観光客の誘致	「潮戸内海の連携強化による観光客の誘致」 ・潮戸内海の連携強化による観光客の誘致	

【構成事業の評価】

【構成事業の評価】		実施上の問題点とその背景・要因	
【構成事業の評価】	○海の運プロジェクト	【構成事業の評価】	○海の運プロジェクト
【構成事業の評価】	○海の運プロジェクト	【構成事業の評価】	○海の運プロジェクト

【構成事業の評価】
○海の運プロジェクト

【構成事業の評価】
○海の運プロジェクト

[平成24年度実績評価]

施策マネジメントにおけるワーク別管理シート

【ワーク情報】	地域資源を活用した産品の開発や競争力向上に取り組みます。
分野	農業
難易度	難易度
地図	地図

【ワークの成果指標・目標・実績】

目標		実績		達成度		目標と実績の差異	
23)	24)	全国11位	全国12位	未達成	未達成	「24.7」に広島ブランドショッピングモール「店舗運営事業」や「ホームページ等で情報発信」を行ってきたが、店舗の認知性向上や商品の背景などからよりなじみが高まるための情報発信が十分にできていない。今後も各部門で個別に取り組んで、様々な取組が全国レベルでの評価には届いていない。アンケートについて、アンケートが参加者の属性によってH23年度比H24年度で落ち込むこと、アンケート内容が態度を図る尺度として分かりにくいためから、H24年度の実績が大きく下落したと考えられる。	
44%	19%	未達成	未達成	44%	19%	※平成25年度にアンケート項目や実施時期及び実施場所を特定しアンケートを実施する。	101万円

【現状の課題・要因】

多くの方が公算より置かれて認知される状況に至る

事業名		実施内容	当該年度の活動指標・目標	当該年度の活動指標・目標	平成24年度実績評価
事業名	実施内容	実施内容	実施内容	実施内容	実施内容
広島ブランドショップ 運営事業【商工】	H24地方活性化 政策実行評価 制度評価	H24地方活性化 政策実行評価 制度評価	「うち一県政策」 ・首都圏の大人の女性、メイド、小柄バイヤー、飲食店関係者、農林水産物生産者等	・首都圏でのブランドショップの運営 ・ブランド面倒向上・情報発信	年間売上額(124,716→125,715) H24.7月にオープンした店舗の定期的訪問や元気な店員などについても担当する。 8月、1,046千円/日→3月、1,525千円/日 来店者推移 8月、1,519人/日→3月、1,706人/日
全国電子大博覧 会・広島開催支援 事業【商工】	H24地方活性化 政策実行評価 制度評価	246,565 (209,304)	246,565 (209,304)	地政の電子産業の振興と観光商業面等の経済活性化による貢献度	実施計画の策定は電子零件の就労率に向けた計画・体制の整備が図られた。
地場産業等振興事業 【商工】(一部)	財政課長	40,000 (40,000)	40,000 (40,000)	・県民、県外参加者、県内電子事業者等による貢献度	全国大会の開催支援、伝統的工芸品等上高 各1回
地場産業等振興事業 【商工】(商工)	財政課長	1,290 (1,290)	1,290 (1,290)	・(財)伝統的工芸品振興協会 ・県内伝統的工芸品製造事業者連合組合	TPRを行ったが、位置目標であるアンケートの結果が19%と大きく下落した。アンケート内容、アンケート対象者の属性の把握の一層、審査の見直しなどの検討を行う必要がある。 ※現在項目や実施方法など見直し中
地場産業等振興事業 【商工】(商工)	財政課長	700 (700)	700 (700)	・211か所の内、製品利用促進推進会員内企業 ・地場産業の振興(県内製品品鑑定運動)	県内製品の認知度・購買意欲を有する人の割合 44%
		30,227 ※提出はなし	26,665 ※提出はなし	25,1302 ※提出はなし	

【構成事業の評価】

Ota島ブランドショップ「TAU」をア

の伝統的工業品事業者の多くは、事業規模が小さく、産業としての先行きの不透明さ、認知度の低さといった課題はまだ克服されておらず、具体的な改善策が必要である。

施設等又は介護サービスに於ける看護管理シート

[平成24年度実績評価]

本講が説く「ものづくり産業」の競争力を最大限に活用しながら、生産性の付加価値を上げるノイ・ペーション力の徹底強化に取り組みます。

【ワークの成果指標・目標・実績】

传统的工艺品上高

取組の仮説】現状の問題の解決に向かう仮説・ナリヤー
本年度に引き続き、中小企業の販路拡大に向けた商談等を開催することにより、マッチング機会の創出を図る。
①在島ブランドの販路拡大に向けた商談等を開催することにより、マッチング機会の創出を図る。
②早期に開業した新事業者の競争力向上による新商品開発を行うとともに、全国展出展などの情報発信を強化することで、認知度向上による増加を促進する。

【構成事業の評価】

■ワーク目標への達成割合		※ワーク目標に対する貢献度	
		※ワーク目標に対する貢献度	
I	75%以上	I	75%以上
II	50%以上	II	50%以上
III	25%以上	III	25%以上
IV	25%未満	IV	25%未満

※ワーク目標に対する貢献度

※ワーク目標に対する貢献度

■ワークショップへの考え方(割合)