

よび清掃活動の推進の2つを実施しており、これらも事前の事業計画において認められている事業であった。

広島市も事業実績報告書において収支を報告(右表参照)しており、その半額である212万円が補助されている。上記の要綱記載の補助対象経費としても認容される項目の経費であり問題はない。その各項目の内容としても、契約書・承諾書記載の金額と一致しており、当該内容そのものが各科目と整合的であることを確かめた。

表 広島市支出一覧 (単位:円)

項目	金額	摘要
消耗品費	1,881,957	ポリ袋、手袋、火ばさみ等
委託料	2,377,935	環境講座の開催、広報活動費用
Total	4,259,892	

(ウ) 大河ドラマ「平清盛」廿日市市推進協議会

大河ドラマ「平清盛」廿日市市推進協議会は、おもてなし向上活動として、9つの活動を実施している。島内トイレの環境整備、ボランティアガイドコース紹介冊子作成、おもてなし心得冊子作成、多言語会話帳データ作成、啓発活動・研修の実施、清掃活動支援、みやじまおもてなし調査、クレーム情報を共有し改善に繋げるシステムづくり、宮島島内観光案内板設置の9つであり、いずれも事前の事業計画において認められている事業であった。

同協議会も前二者同様に事業実績報告書において収支を報告(右表参照)しており、その半額である232万円の補助を受けている。要綱記載項目との対比をしてみると、支出項目の中に施設改修費が計上されているが、当該施設改修は宮島内観光案内板設置(89万円)とおむつ交換ベッドクッション設置(17万円)を実施したものであり、単なる維持修繕費に該当せず、問題はないものと判断した。その他の項目についても要綱記載の項目に合致しており、補助対象とされることに問題はない。また各項目の内訳について請求書・領収書等との突合・検証を実施したところ、記載金額と計上額とは一致しており、請求内容等と各項目の内容とが齟齬する部分は検出されなかった。

表 廿日市市協議会支出一覧 (単位:円)

項目	金額	摘要
報償費	250,000	講師謝金
消耗品費	65,650	トイレ夜間照明
印刷製本費	809,025	ガイドコース紹介冊子等印刷
施設改修費	1,071,490	宮島内観光案内板設置
委託料	2,197,500	多言語会話帳データ作成等
借上料	170,100	おむつ真空パックリース
補助金	80,681	清掃活動団体支援補助金
Total	4,644,446	

第6 国際観光ワーク（インバウンド強化事業）

1 事業概要

(1) 事業目的等

インバウンド強化事業は、今後、大きな伸びが期待されるフランス、

中国および台湾に重点を置き、効果的なプロモーションを実施し、またホームページを活用してニーズに応じた情報を発信することで、観光地としての認知度と来訪意向の向上を図ることを目的としている（平成24年度当初予算要求書）。

（2）背景・これまでの取り組みと課題

国内人口が減少する中で、観光客の増加を図るためには外国人観光客の誘致拡大が重要であると考えられるが、平成23年は震災等により、訪日外国人観光客は対前年比41.7%の減（H23.3～9月）となっていた。

表 広島県の外国人観光客の推移 (単位:千人(%))

H17		H18		H19		H20		H21		H22	
416	(8.6)	504	(21.0)	549	(9.0)	559	(1.8)	513	(▲8.2)	618	(20.4)

※()内は対前年比伸び率。H21は新型インフルエンザの影響による。

そのような中で、下表のとおり主要な旅行口コミサイトである「トリップアドバイザー（2011年）」における、日本の観光スポットについての外国人口コミランキングでは、宮島（厳島神社）が1位、平和記念資料館（原爆ドーム）が2位となっており、この2つの観光スポットに対する外国人観光客の満足度は非常に高い。

表 トリップアドバイザーの外国人口コミランキング

1位	2位	3位
宮島(厳島神社)	平和記念資料館(原爆ドーム)	松本城

これまで広島県は、欧米、東アジアを対象に以下の取り組みを実施し、旅行商品の造成や認知度の向上を図るとともに、風評被害対策に取り組んできた。

- ① 訪問：旅行展への出展や旅行会社へのPR等
- ② 招請：旅行社やメディアの招請による、
旅行商品造成や雑誌への記事掲載等
- ③ 情報発信：メルマガ、ホームページ、フェイスブック

一方で、震災等の影響により、欧米を中心に訪日観光客の減少が大きく、また、下表のとおり訪日外客の上位を占める東アジア各国の本県への来訪率も低い。

※訪日客1～9月前年比：仏▲40.9%、豪▲30.7%、米▲26.5%

表 訪日外国人観光客数推移

(単位:千人)

訪日外客数(日本全体)			広島県の外国人観光客数の推移(広島県調べ)							
順位	国名	H22	順位	国名	H17	H18	H19	H20	H21	H22
①	韓国	2,440	①	米国	120	113	107	101	85	93
②	中国	1,413	②	豪州	35	29	43	46	44	60
③	台湾	1,268	③	仏国	14	18	29	34	40	52
④	米国	727	④	中国	25	42	42	51	31	42
⑤	香港	509	⑤	韓国	29	43	47	33	19	33
⑪	仏国	151	⑧	台湾	12	26	29	21	13	19

さらに、来訪者の事前情報入手にホームページが活用されているにもかかわらず、広島県のホームページの英語以外の言語は、パンフレットをPDF化したものとなっている。

【市場別役に立った情報源】(JNTO訪日外客訪問地調査2010)

ホームページ：仏 72.7%、英 69.5%、米 64.1%

韓 52.4%、台 41.8%、中 39.4%

(3) 平成24年度予算・決算

インバウンド強化事業における平成24年度の予算および執行額は下表のとおりであり、監査対象期間においては台湾・中国・フランスを重点国・地域と定め、インバウンドの強化に関わる事業を展開している。本事業は平成24年度の観光課予算総額(6億2811万円)の9.70%を占め、観光課における3番目の予算規模を有する事業となっている。

表 事業細目別一覧

(単位:千円)

事業	予算	執行額
インバウンド強化事業	60,943	60,190
台湾関連事業	10,142	10,142
中国関連事業	6,461	6,461
フランス関連事業	7,134	7,134
中国語要員の配置	7,206	6,592
ホームページ等による情報発信	30,000	29,861

また、インバウンド強化事業を勘定科目別にみると(下表参照)、委託費が2986万円、負担金が1932万円、事務費が1100万円と計上されている。概していえば、ホームページ等による情報発信に係る事業を委託費、それ以外の各地域ごとの事業等を負担金・事務費で執行している形となっている。

表 勘定科目別一覧 (単位:千円)

事業	予算	執行額
インバウンド強化事業	60,943	60,190
委託料	30,000	29,860
負担金	19,327	19,327
事務費	11,616	11,003

2 平成 24 年度に実施された事業内容

(1) 観光事業共同事業負担金事業

(1932 万 7000 円)

この事業は、広島県国際観光テーマ地区推進協議会に対し、負担金を支出することを内容としている。

同協議会は、平成 24 年度において、下表記載の事業を行っている。

表 広島県国際観光テーマ地区推進協議会事業一覧

一般会計	特別会計
1 来訪促進事業	1 インバウンド強化事業
(1) 海外旅行エージェント・マスコミ等受入	(1) 中国内陸部開拓プロモーション事業(メディア取材ツアー)
(2) 旅行商品開発に向けた現地プロモーション活動	(2) 中国インバウンド事業(新浪微博「悠遊広島」運営)
(3) 旅行商品開発に向けた国内でのプロモーション活動	(3) 中国インバウンド(上海・大連)事業(観光展等)
2 受入基盤整備事業	(4) 瀬戸内海回遊(新ゴールデンルート)商品化事業(視察ツアー)
(1) 受入体制整備事業(事業助成7団体)	(5) インバウンド強化(台湾)事業(サイクリングイベント等)
(2) 善意通訳講習会(広島市・福山市 2会場)	(6) インバウンド誘客(フランス)事業(現地代理人の設置等)
3 観光おもてなし推進事業	2 インバウンド戦略推進事業
外国人観光客おもてなし推進セミナーの開催	(1) 瀬戸内ブランド化促進(韓国)事業(広告宣伝)
4 情報提供事業	(2) マレーシアインバウンド誘客事業(現地商談会)
JNTO等を通じた情報提供	(3) 米国インバウンド誘客事業(ウェブページ作成等)
	(4) 欧州等からの個人旅行客周遊促進事業(ウェブ広告)
	(6) PRツール・情報発信事業
	3 教育旅行促進誘致促進事業
	(1) 海外の教育関係者の視察受け入れ
	(2) 海外の教育旅行関係機関への訪問
	(3) 学校交流の支援

(2) ホームページによる情報発信事業

(広島県緊急雇用対策基金事業・2986 万 0014 円)

この事業は、広島県緊急雇用対策基金事業として、多言語版広島県観光情報システムの構築、運用・保守管理業務を業者に委託し、その業務実施に必要な費用を一定額の限度で同基金より支出するというものである。

業者の行う業務の内容は、英語、中国語(簡体字)、中国語(繁体字)、韓国語およびフランス語に対応する広島県の観光情報を発信するシステ

ムについて、その具体的な手法・内容等を企画・実施することである。

中国、台湾、フランスおよび韓国、その他の海外からの観光客を誘致するために、フェイスブック等を通じて広島県に興味を持ってもらい、広島県が観光連盟と共同で運営している広島県観光のウェブページ「ひろしま観光ナビ」内の外国語のコンテンツである「VISIT HIROSHIMA」にアクセスさせ、実際に来広してもらって、広島県の良さをフェイスブック等を通じて更に多くの海外の人に認識してもらおうというサイクルシステムを構築することが主たる業務内容である。

その過程において、受託業者は誘客のターゲットを意識したウェブページの中身やデザインの作り込みを行い、外国人にとって広島を旅行先として選択したくなるような情報の提供をし、また定期的にイベント情報等を更新するなどして新着情報を発信しながら、同ウェブページが検索で上位に来る等のアクセス数増加のための対策も行う。

これら以外にもシステム運用・保守管理など、受託業務の内容は多岐にわたっている。

3 監査結果

(1) 事業目的の適法性

インバウンド強化学業の目的は、観光基本条例の基本理念である「国際相互理解の増進」(2条3項)の観点に立ち、かつ、観光基本条例が施策として挙げる「外国人観光旅客の来訪の促進による国際観光の振興を図るため、本県の伝統、文化等を活かした海外における観光宣伝活動の重点的かつ効果的な実施」(14条)および「本県と外国との間における経済交流、青少年による国際交流等を通じて、国際観光の振興を図る」(15条)ことを実現するものであり、観光基本条例に沿う適法なものとして評価できる。

(2) 事業内容の有効性等

ア 観光事業共同事業負担金事業

(ア) 事業内容の有効性

実施報告書に記載されている、平成24年度に広島県国際観光テーマ地区推進協議会が行ったとされる事業の内容は、中国、韓国および台湾の旅行会社および航空会社での新たな旅行商品の造成や航空路線の拡充等に向けた働きかけ、台湾の旅行博での広島県の観光素材のPR、中国内陸部からの誘客のためのメディアに対する観光素材の魅力PR、中国版ツイッターの中でユーザー数が最多のサイトに広島県の観光PRサイト

を開設しての広島県のタイムリーな情報の継続的発信、上海市および近郊の旅行エージェントに対する瀬戸内観光等の観光素材のPRおよび旅行商品作成・販売の促進、中国から瀬戸内海を中心とした地域への旅行ルートの商品化促進、台湾における知事によるしまなみサイクリングのPR、台北・香港ウォーカー等の新聞・雑誌への瀬戸内観光素材PR記事の掲載、台湾での市場調査、フランスにおける広島県の観光PRを行う現地代理人の設置、フランスへの視察および取材ツアーの実施、フランスの観光見本市への出展および現地説明会の実施を通じての観光PR、フランスでの市場調査等である。

こうした活動は、正に重点国・地域における広島県の観光資源の宣伝と認知度の向上を図り、観光客を誘致するためのものであり、事業目的にとって有効と判断される。

(イ) 事業遂行手続の適法性

本事業は負担金交付を内容とするものであり、広島県補助金等交付規則および観光振興共同事業負担金交付要綱に沿って事業遂行がなされる必要がある。

広島県国際観光テーマ地区推進協議会の行っている事業は、広島県の観光素材のPRや各国からの広島県へ観光ルートの作出促進活動等であり、上記要綱1条記載の趣旨である「本県の観光事業の発展を図るため、関係の県および団体等と共同で事業を実施する場合」に該当すると認められる。

また、上記協議会から提出された関係書類（事業計画書、収支予算書および事業実績報告書等）からは、同規則および要綱に反する事業遂行の事実は認められなかった。

イ ホームページによる情報発信事業

(ア) 事業内容の有効性

サイトへの訪問数については下表のような状況であった（平成24年8月7日～平成25年3月31日：グーグルアナリティクスより）。

表 HP訪問数一覧

外国語	訪問数	PV数	平均滞在時間(分)	新規訪問割合	訪問別PV数	直帰率
英語版	31,088	125,873	3:18	76.27%	4.05	57.38%
仏語版	1,815	8,916	5:31	52.01%	4.91	48.73%
中国語(簡体字)版	4,714	14,727	3:52	80.57%	3.12	66.16%
中国語(繁体字)版	8,596	39,249	3:22	72.94%	4.57	53.57%
韓国語版	3,213	25,155	5:51	70.06%	7.83	31.96%

また、平成 24 年度広島県の公式フェイスブックページ「Visit Hiroshima」の運用に関して受託業者において 438 回の投稿を行い、下表のような結果であった（平成 24 年 4 月 1 日～平成 25 年 3 月 31 日：フェイスブックによる計測）。

表 フェイスブック結果概要

項目	数値
一記事に対する平均コメント数	9.44件
一記事に対する平均いいね！数	295件
一記事当たりの平均シェア数	22件
期間中の獲得いいね！数	48,696件
いいね！数の伸長率	4,989%

このような数字がサイトへの訪問頻度としてどのような位置づけにあるのかが判然としないため、事業が有効でなかったと結論付けることはできないが、実績報告書において、同様の他のサイト等との比較等を記載させるなど、実効性を具体的に推し測り得る情報の記載等を求めるべきであったと考えられる。（意見）

（イ）事業遂行手続の適法性

a 契約方式・内容の適法性

業務委託契約書において、危険負担条項が欠落していた。

b 契約締結先選定手続の適法性

本事業は、プロポーザル方式の随意契約となっている。

その事業内容は、ホームページとその他の通信手段とを有機的に繋げて海外からの観光客の増加を図るための仕組みの考案・実施・保守管理等であり、「業務の企画内容を精査」する必要がある場合に該当するから、

随意契約とした点に問題は認められない。

プロポーザル手続における審査については、審査員は、商工労働局観光課長の他、総務局広報課の企画・製作アドバイザー、観光連盟、県立広島大学経営情報学部准教授、ひろしま通訳・ガイド協会の副会長が選任されており、広く観光および情報科学関係に携わる者の意見を募ることができる構成となっており、また、審査および業者選定協議の内容等についても問題は認められなかった。

プロポーザル参加申込は6団体あったが、2社がその後辞退しており、事業内容の企画性の高さ等からすれば、第2でも述べたとおり、公募開始から企画書提出までの期間について、より効果的な事業遂行等の観点から2週間程度多く取ってもよかったと考えられる。(意見)

c 契約履行の適法性

本事業は広島県緊急雇用対策基金事業であり、契約の履行は、業務委託契約書の他に、国が策定した緊急雇用創出事業実施要領並びに広島県が定めた広島県緊急雇用対策基金事業実施要領および業務処理要領に従って行われる必要がある。この点について特に問題は認められなかった。

なお、後述するとおり、受託業者からこの事業における既存従業員の就労時間が実際より少なく報告されているため、結果として新規雇用者の賃金が事業費全体の2分の1を超える状態が維持されている。この点から、同事業が緊急雇用対策基金事業としての要件を欠いているのではないかとの疑問が生じる。しかし、緊急雇用創出事業実施要領は、広島県が行う全ての緊急雇用対策基金事業の総合計において新規雇用者の賃金が事業費の2分の1を上回ることを要求しているに過ぎないうえ、同要件は事業計画の段階で満たしていればよく、結果として新規雇用者の賃金が事業費の2分の1を下回ったとしてもよいものとしているから、この事業が緊急雇用対策基金事業としての要件を欠いているとはいえない。また、この事業において広島県は新規雇用者の賃金の2倍を超える業務委託料を支払っていないことから、契約履行上の問題もないと判断された。

(3) 予算執行の適法性・有効性・効率性

ア 委託料支出について

インバウンド強化事業における委託料の支出はホームページ等による情報発信事業にかかる1件のみである。

表 委託料明細

(単位:円)

No	事業名	交付先	勘定科目	金額	内容
1	ホームページ等による情報発信	株式会社オリコム	委託料	29,860,014	外国語ホームページの作成
Total				29,860,014	

広島県の観光ホームページ「ひろしま観光ナビ」において、従来から外国語のホームページは開設されていた。但し当該外国語ホームページは日本語ホームページの忠実な翻訳版であり、各国ごとの興味を反映した誘客に繋がりうる効果的なものとはなっていなかった。

その状況を改善すべく、外国語のホームページ制作につき外部委託によって実施することとし、プロポーザル方式による業者選考を経て、上表の株式会社オリコムが委託業者に選定された。

広島県は右表のとおり設計金額を積み上げで算定しており、外国語ホームページの構築と当該ホームページの運用および保守管理とに分類し、構築に 2348 万円、運用保守管理に 652 万円と想定している。

本委託事業は緊急雇用対策基金を利用した事業であり、総事業費の 1/2 以上を新規雇用者の人件費に充当することが条件となっているが、金額設計の段階では 52.3%とクリアしている状況である。

同社の委託業務に係る見積および実施報告のうち、見積書については下表左下に掲載されているように、各項目の積算に基づき算定されている。

概ね設計金額と同等の金額となっているが、新規雇用者人件費分が、その他の経費分に移行しており、事業実施要件の一つである新規雇用者人件費割合 50%の制限額に近いものとなっている。この見積に基づき同社は事業を実施し、右下の表のような収支精算表を委託業務実績報告書に添付して報告している。当該精算書によると、新規雇用者の人件費は 1583 万円であり、50.2%と事業実施要件を満たしており適切なものであった。

人件費については、新規雇用者に対応する部分が基金事業の要件とも

表 設計金額一覧表

(単位:円)

項目	構築	運用 保守管理	合計	割合
人件費	20,566,480	4,016,940	24,583,420	81.9%
監督員	6,825,000	477,750	7,302,750	24.3%
監督員通勤手当	393,750	27,563	421,313	1.4%
監督員保険料	1,074,937	75,245	1,150,182	3.8%
新規雇用以外計	8,293,687	580,558	8,874,245	29.6%
新規雇用賃金	9,922,500	2,778,300	12,700,800	42.3%
新規雇用通勤手当	787,500	220,500	1,008,000	3.4%
新規雇用保険料	1,562,793	437,582	2,000,375	6.7%
新規雇用計	12,272,793	3,436,382	15,709,175	52.3%
その他経費	2,919,111	2,506,174	5,425,285	18.1%
旅費	630,000	441,000	1,071,000	3.6%
通信費	52,500	73,500	126,000	0.4%
機器リース(PC)	525,000	294,000	819,000	2.7%
機器リース(複合機)	183,750	257,250	441,000	1.5%
HP作成ソフト	94,500	0	94,500	0.3%
誘導・閲覧対策	0	1,071,000	1,071,000	3.6%
消耗品等一式	315,000	58,800	373,800	1.2%
諸経費	1,118,361	310,624	1,428,985	4.8%
Total	23,485,591	6,523,114	30,008,705	100.0%

なっているため、雇入通知書、出勤簿(業務日誌)、賃金台帳などで入念なチェックが行われている。

一方、右下表の摘要欄にもあるように、その他の人件費、つまり同社の既存従業員の人件費部分については、実際の業務従事時間よりも短い時間で計上されており、それに単価を掛け合わせ人件費を計上している。県は人件費単価計算表を提出させており、単価については一応の検証をしているものの、業務従事時間を確認するための資料を提出させていない。その他の人件費の計上についての問題点は以下のとおりである。

表 オリコム見積書

(単位:円)

項目	構築	設計金額との差異	割合
人件費	23,913,251	670,169	80.1%
監督員	7,730,793	-428,043	25.9%
監督員通勤手当	116,685	304,628	0.4%
監督員保険料	1,114,021	36,161	3.7%
新規雇用以外計	8,961,499	-87,254	30.0%
新規雇用賃金	13,792,025	-1,091,225	46.2%
新規雇用通勤手当	51,239	956,761	0.2%
新規雇用保険料	1,108,488	891,887	3.7%
新規雇用計	14,951,752	757,423	50.1%
その他経費	5,946,763	-521,478	19.9%
サーバ設置・保守管理費	1,890,000		6.3%
サーバ設置・保守管理費	126,000		0.4%
VisitHiroshimaロゴ開発費	210,000		0.7%
ライター関連費	1,134,000		3.8%
承認フローシステム費	239,400		0.8%
Facebook誘導用広告関連	630,000		2.1%
リダイレクト設定費	105,000		0.4%
百度誘導用広告関連費	525,000		1.8%
移動関連費	960,002		3.2%
宿泊費	127,361		0.4%
Total	29,860,014	148,691	100.0%

表 オリコムの提出する収支精算書(抜粋)

(単位:円)

区分	税込金額	摘要
①新規雇用者の人件費	15,830,724	
賃金	14,641,790	
通勤費	51,620	
社会保険料	1,137,314	
その他	0	
②その他の人件費	8,817,743	
マネージャーA 賃金	1,674,698	@ 5,145円 × 310時間
スーパーバイザーB 賃金	1,633,380	@ 3,889円 × 400時間
プランナーC 賃金	873,495	@ 2,773円 × 300時間
スーパーバイザーD 賃金	2,196,180	@ 3,486円 × 600時間
スーパーバイザーE 賃金	1,621,200	@ 3,860円 × 400時間
スーパーバイザーF 賃金	818,790	@ 3,899円 × 200時間
③その他の経費	6,885,185	
役員費	6,092,141	
旅費	793,044	
総事業費	31,533,651	

新規雇用者の人件費割合: 50.2%

既存従業員の人件費部分についての検証は委託費の妥当性を疎明する上で重要なポイントであり、それが適切に検証されていないということは問題である。もちろん、契約に基づく業務委託であるので、契約額を超えた支払いはなされていない。ただし、契約書 5 条 1 項に「金 29,860,014 円の範囲内で委託業務の実施に要する費用を、乙に支払うものとする。」と定められており、業務従事時間が短いことによって委託金額が減額される可能性もあるのであるから、適切なチェックがなされるべきであった。これらは担当者が 7 項目のチェックリストを実施することのみによって履行確認していることに起因しているものと考えられ、今後は入念にチェックする体制(ダブルチェックなど)を構築する必要がある。(意見)

同社の実施した業務内容については、英語、中国語簡体字、中国語繁

体字、韓国語、フランス語の5か国語のホームページの制作であり、日本語版である「ひろしま観光ナビ」とはデザインを変え、ホームページの名称も「VISIT HIROSHIMA」と定め、各国語ごとにホームページのトップページに別々の写真が選定されるなど、訴求したいものを明確化するなど広島県の意味が明確に伝わった業務結果となっている。

成果検証の測定値については、業務委託仕様書において、右表のような減額規定が設けられており、アクセス数(ページビュー)で174,750 ページビューを下回れば、規定に基づき、新規雇用者人件費を除くその他人件費・その他経費の合計額から減額率分控除される契約となっている。新ホームページ

表 減額率表

アクセス数(PV)		減額率
174,750 PV 以上 ~		0.00%
149,250 PV 以上	174,749 PV 以下	5.00%
123,750 PV 以上	149,249 PV 以下	10.00%
98,250 PV 以上	123,749 PV 以下	15.00%
72,750 PV 以上	98,249 PV 以下	20.00%
~	72,749 PV 以下	25.00%

(参考)

目標PV: 174,750PV = 年間目標 233,000PV × 9/12

現行PV: 72,750PV = 年間 97,000PV × 9/12

本事業による上積み: 102,000PV = 174,750PV - 72,750PV

「VISIT HIROSHIMA」のページビューは平成24年8月7日の稼働から平成25年3月31日までで213,920 ページビューを計測しており(グーグルアナリティクスより)、減額規定に抵触してはいなかった。また減額規定はないもののフェイスブックページの運営についても、平成24年4月1日から平成25年3月31日までの間で47,720の“いいね!”を獲得したことが報告されている。なおフェイスブックページの運用については、投稿機能やコメント欄に対しての返信機能が付加されている。投稿機能や返信機能については適切な投稿・コメント等になるよう担当者が作成し、別の担当者がチェックして実施する体制となっているとのことであり、一応のチェック体制は取られている。

ホームページの運用・保守管理についても減額規定が定められており、ホームページ等のシステム全般について、システム停止時間やその他事項を勘案して委託金額から減額されることとなっている。同社は毎月保守報告書を提出し、サーバーの稼働状況を報告しており、当該報告書によれば平成24年8月から平成25年3月まで稼働状況は100%を保っており、委託金額の減額はなされていない。

以上のところより、ホームページの構築および運用・保守管理において、有効かつ効率経済的な委託業務の提供を受けているものと判断される。

イ 負担金支出について

負担金支出は、広島県国際観光テーマ地区推進協議会に対するもの一つだけであり、同協議会では広島県、各市町、他県等から負担金の拠出を受け、インバウンド強化事業やインバウンド戦略推進事業等を実施し

ている。広島県は同協議会から 3784 万円の負担金拠出を求められており、その内インバウンド強化事業として 1932 万円を、インバウンド戦略事業として 1852 万円を拠出している。

表 負担金明細 (単位:円)

No	事業名	交付先	勘定科目	金額	内容
1	各テーマ地区関連事業	広島県国際観光テーマ地区推進協議会	負担金	19,327,000	台、中、仏における誘客促進事業
Total				19,327,000	

同協議会は平成 24 年度においてインバウンド強化事業として、広島県への来訪意向の強い中国、台湾、フランスを重点国・地域に設定し、重点的にインバウンド獲得へ向け事業展開している。

同協議会自体は会長に県の商工労働局長、幹事長に県の観光課長が就任すること、事務局が観光課に置かれることが定められており、負担金の支出内容は県が容易に把握できる体制であり、また、監事(福山市)の監査を受けている。予算および執行額について、各会計・各事業ごとに把握されており、その上で広島県に対し事業実績報告書の中で収支報告書を添付するなど、予算の執行状況・負担金事業の手続的正確性に特段の問題はないものと考えられる。

表 インバウンド強化事業の内容一覧 (単位:円)

項目	協議会	他県等	運輸局等
インバウンド強化事業	25,121,797	14,768,191	14,221,000
(ア) 中国関連事業	3,659,556	6,354,656	6,975,000
中国内陸部開拓プロモーション事業	650,840	325,000	975,000
中国インバウンド事業(新浪微博「悠遊広島」の運営)	1,131,324	0	0
中国インバウンド事業(上海・大連)	477,392	1,429,656	0
瀬戸内海回遊(新ゴールデンルート)商品化事業	1,400,000	4,600,000	6,000,000
(イ) 台湾関連事業	10,111,069	7,387,000	4,650,000
台湾インバウンド強化事業	10,111,069	7,387,000	4,650,000
(ウ) フランス関連事業	11,351,172	1,026,535	2,596,000
インバウンド誘客事業(フランス)	11,351,172	1,026,535	2,596,000

(ア) 中国関連事業

この事業は上表のとおり、中国内陸部開拓プロモーション事業、中国インバウンド事業、中国インバウンド(上海・大連)事業、瀬戸内海回遊(新ゴールデンルート)商品化事業の 4 つを実施している。事業計画上はそれぞれ 192 万円、100 万円、170 万円、140 万円としていたものが、決算上は全体的に予算余りの状況となっている。これは平成 24 年度において、中国で大規模な反日運動が繰り広げられたことにより、最低限の範囲のものだけを実行したことによるものである。事業内容自体はインバウン

ドの増加を目的とする事業の趣旨に合致するものであり妥当なものと考えられる。

(イ) 台湾関連事業

この事業では、しまなみ海道が有数のサイクリングコースであることから、台湾の財団法人自転車新文化基金会や自転車のメジャーメーカーであるジャイアント社等と協力し、しまなみ海道でのサイクリングや瀬戸内観光のPR等を実施しており、知事も訪台しトップセールスを実行するなどして強力に推し進めている。事業内容はインバウンドを強化するためのものとして十分な内容であり、妥当なものとして判断した。

(ウ) フランス関連事業

この事業は、平成22年に広島を訪れた外国人数の第3位がフランスであったこと、宮島の認知度および人気非常高いことなどから、より多くのフランスからの観光客を獲得すべく、フランスに現地代理人を設置し、広島の情報発信強化やフランスの旅行動向等の情報収集を行っている。その他にも視察や取材ツアー、観光見本市への出展等を行っており、事業内容はインバウンド強化に合致するものであり、妥当なものとして判断した。

ウ 事務費支出について

事務費には下表にあるように雑多な科目が混在している。主要な項目としては中国・台湾観光プロモーターとして、中国語ができるスタッフを非常勤嘱託として雇い入れており、当該プロモーターの人件費が事務費から支出されている。またインバウンド事業の特質として、海外・国内を問わず職員等の移動が多く、その旅費が多額となっている。

表 事務費明細

(単位:円)

No	事業名	交付先	勘定科目	金額	内容
1	中国語要員の配置	-	報酬	2,867,400	中国・台湾観光プロモーター
2	中国語要員の配置	-	共済費	791,473	上記プロモーター社会保険料等
3	各テーマ地区関連事業、中国語要員の配置	-	旅費	5,947,709	各テーマ地区等への旅費
4	中国語要員の配置	-	需用費	147,000	消耗品、印刷費等
5	中国語要員の配置	-	役務費	1,146,000	郵便料金、電話料金等
6	中国語要員の配置	-	使賃	103,000	タクシー代等
Total				11,002,582	

(ア) 報酬・共済費

報酬・共済費は中国・台湾観光プロモーターにかかわるものであり、

中国・台湾観光プロモーターとはインバウンド強化事業の重点国・地域でもある中国・台湾の現地の人間とのやり取りを行ったり、現地における案内を行うために設置したものである。事業を円滑にすすめるうえでは必要なものであって、また金額としても総務局人事課が通知する「平成24年度の附属機関の委員等および非常勤職員に対する報酬並びに費用弁償の額について」の「非常勤職員に係る報酬額改定表」に基づく支給であり、問題となる事項は検出されなかった。共済費についても健康保険・厚生年金保険の保険料額表に基づき算定されており、特段の問題はないものと判断した。

(イ) 旅費

旅費については国内出張と海外出張とで承認手続きが異なっている。国内については、あらかじめ定められた最適ルートに基づき行動し、事後的に精算が行われる。海外出張については、事前に外国旅行旅費計算書を作成し、旅行日程表、見積書等を添付して起案し、決裁、催行を経て帰国後に精算払いとなるのが原則である。

旅費については、金額的重要性および手続的正確性の担保の観点から旅費の63.7%を占める海外旅費について対象とした。具体的には外国旅行旅費計算書の正確性、見積書の妥当性、旅程の適切性の3点について検証を実施している。

外国旅行旅費計算書の正確性については、用務地域別・職級別に定められている日当および宿泊額が適切に選択され正確に算定されており、見積書記載金額による航空運賃の請求となっているかチェックし、旅行雑費等に「改正旅費制度」に定める以外の冗費等が混入していないかについて検証したところ、全ての外国旅行旅費計算書において適切なものとなっていることを確認した。

見積書の妥当性については、「外国旅行の旅費計算について」に定められた職員ごとの職級に合致したランクの見積書を徴求しているか、2社以上の旅行会社から相見積もりを徴求の上、最も経済的な選択をしているかについて検証を実施した。結果として、全ての海外出張にかかる見積書において職級に合致したものを徴求し、その中で最も経済的な旅行会社を選択していることを確認した。

旅程の適切性については、旅程に私的な観光等が混在していないかのチェックを実施したところ、把握しうる限りの情報では、旅程に私的な観光等の混在がみられるものは検出されなかった。

以上のところより、旅費については有効かつ効率的であり、経済的な

面からみても特段の問題はないものと考えられる。

表 外国旅費明細

(単位:円)

出発日	帰着日	所属名称等	旅費 合計額	用務地	監 査 手 続		
					①	②	③
20120514	20120516	国際観光グループ	82,357	韓国 ソウル	OK	OK	OK
20120507	20120513	国際観光グループ	158,882	中国 上海	OK	OK	OK
20120507	20120508	観光課参事	81,112	中国 上海	OK	OK	OK
20120507	20120510	国際観光グループ	112,220	中国 上海	OK	OK	OK
20120606	20120607	観光課参事	98,466	中国 上海	OK	OK	OK
20120606	20120607	副知事	204,632	中国 上海	OK	OK	OK
20120709	20120711	国際観光グループ	104,924	中国 上海	OK	OK	OK
20120709	20120711	国際観光グループ	104,924	中国 上海	OK	OK	OK
20120808	20120810	国際観光グループ	89,506	台湾 台中	OK	OK	OK
20120808	20120810	国際観光グループ	89,506	台湾 台中	OK	OK	OK
20120805	20120808	国際観光グループ	109,157	韓国 ソウル	OK	OK	OK
20120916	20120923	国際観光グループ	435,930	フランス	OK	OK	OK
20120911	20120913	知事	133,476	台湾 台北	OK	OK	OK
20120911	20120913	秘書グループ	95,807	台湾 台北	OK	OK	OK
20120911	20120913	観光課長	89,517	台湾 台北	OK	OK	OK
20120910	20120913	国際観光グループ	104,514	台湾 台北	OK	OK	OK
20120910	20120913	国際観光グループ	104,514	台湾 台北	OK	OK	OK
20120910	20120913	国際観光グループ	104,514	台湾 台北	OK	OK	OK
20120828	20120829	観光課参事	100,416	中国 上海	OK	OK	OK
20120908	20120910	ブランド推進部長	119,995	中国 大連	OK	OK	OK
20121101	20121103	「平清盛」誘客推進グループ	11,000	中国 上海	OK	OK	OK
20121027	20121102	国際観光グループ	169,131	台湾 台北	OK	OK	OK
20121024	20121102	国際観光グループ	215,685	台湾 台北	OK	OK	OK
20121029	20121102	国際観光グループ	138,095	台湾 台北	OK	OK	OK
20121024	20121025	国際観光グループ	97,902	台湾 台北	OK	OK	OK
20130204	20130206	国際観光グループ	97,646	台湾 台中	OK	OK	OK
20130205	20130207	国際観光グループ	85,760	韓国 ソウル	OK	OK	OK
20130224	20130301	国際観光グループ	177,388	中国 北京	OK	OK	OK
20130313	20130315	国際観光グループ	95,464	台湾 台北	OK	OK	OK
20130313	20130315	国際観光グループ	96,649	台湾 台北	OK	OK	OK
20130313	20130315	国際観光グループ	95,464	台湾 台北	OK	OK	OK

監査手続①: 外国旅行旅費計算書の正確性の検討

(地域別の日当・宿泊額の妥当性、航空運賃の転記の正確性、旅行雑費への冗費の混入の有無等のチェック)

②: 見積書の妥当性の検討(2社以上からの相見積もり徴求による経済性の確保の有無のチェック)

③: 旅程の適切性の検討(旅程に私的な観光が混在していないかのチェック)

(ウ) その他の事務費(需用費、役務費、使賃)

その他の事務費は観光課に個別に帰属するものではなく、商工労働局という局単位で把握されたものについて、原則的には予算内で支払いを実行するものであり、その結果としての金額が掲載されている。その他

の事務費は需用費¹、役務費²、使賃³で構成されており、中でも役務費の計上額が114万円と比較的高額である。役務費の具体的使途は郵便料金、電話料金等の通信料であるが、海外・国内に限らず郵送物や通話の多数発生する観光課の実態と整合的であり、問題はないものと判断した。

第7 一般社団法人広島県観光連盟

1 事業概要

(1) 連盟の成り立ち

一般社団法人広島県観光連盟(以下「観光連盟」という)は、昭和25年4月1日に任意団体として設立され、平成4年4月1日に社団法人として法人化、平成19年4月1日に任意団体である広島県観光キャンペーン実行委員会を統合し、平成25年4月1日に一般社団法人となり、現在に至っている。

会員は正会員と賛助会員で、県市町、観光協会、商工団体、事業体から成り立っており、広島県下の自治体、今治市、岩国市、観光協会、商工団体が会員として名を連ね、広島および周辺地域の総意が集約される構成となっている。

表 観光連盟会員

カテゴリー	正会員	賛助会員
県市町	26	0
観光協会	34	0
商工団体	3	0
事業体	285	1
Total	348	1

2013年6月4日現在

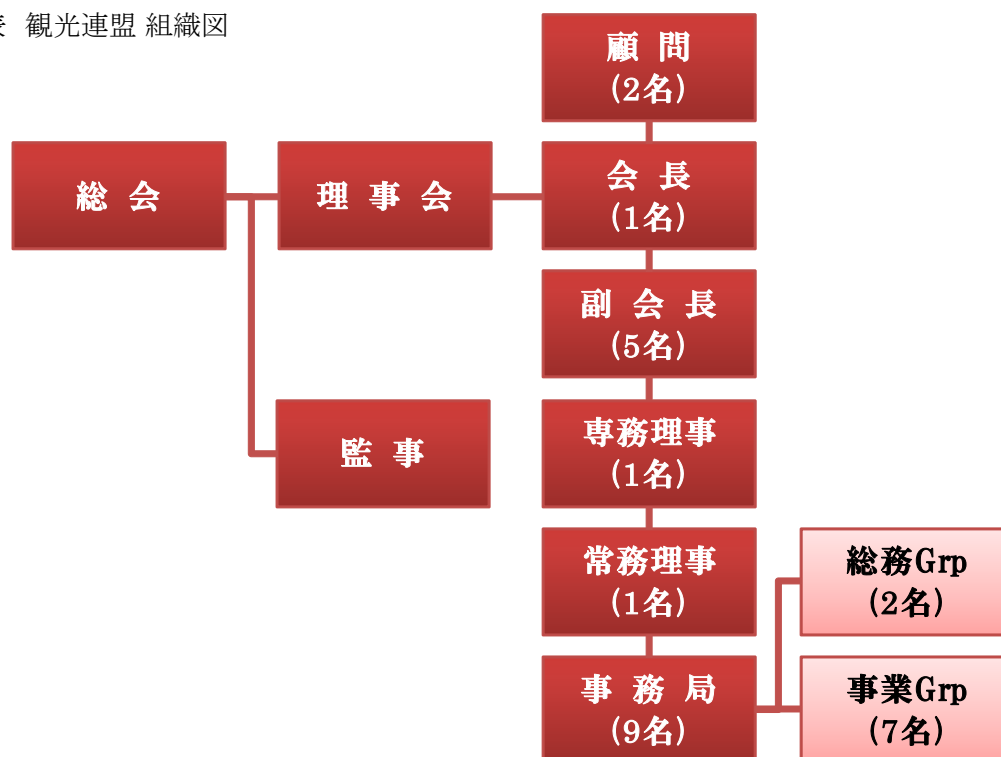
また、役員は会長1名、副会長5名、専務理事1名、常務理事1名、理事20名の計28名の体制であり、監事は2名となっている。さらに、会長の諮問に応じ又は会議に出席し意見を陳述する機関として顧問を置いており広島県知事と広島県議会議長の2名が委嘱されている。

¹ 需用費：県の事務、事業の執行に必要な物品（原材料費および備品購入費に区分するものを除く）の買入れおよび物件の修繕等に要する経費

² 役務費：もっぱら役務（サービス）の提供を受けたことに対する対価

³ 使賃（使用料および賃借料）：一般的に不動産および動産の借上料、物品等の使用料並びに占用料

表 観光連盟 組織図



(2) 事業目的等

観光連盟は定款3条において、「本連盟は、広島県内およびその周辺県における観光事業の健全な発達と振興並びに地域の活性化を図り、併せて国民の健全な観光旅行の普及発達と国際観光の振興を促し、もって国民生活、文化および経済の向上発展に寄与するとともに、国際親善交流に貢献することを目的とする。」としており、当該目的を達成するための事業として、以下の事業を行うこととしている。

- ① 内外観光客の誘致促進
- ② 観光キャンペーンの展開
- ③ 観光物産，観光文化の振興
- ④ 観光振興のためのイベント等の実施
- ⑤ 観光地の美化，観光案内施設の整備等観光地の環境整備
- ⑥ 観光事業に関する情報の収集および提供
- ⑦ 外客受け入れのための観光施設に関する情報提供
- ⑧ 観光事業従事者の福利厚生のための事業
- ⑨ 観光事業従事者の人材確保および資質の向上のための事業
- ⑩ 観光事業に係る接遇の向上等に関する調査研究
- ⑪ 観光の振興のため，地方公共団体，地方観光協会，観光事業者等を会員として組織された全国団体に対する出捐

- ⑫ 全国および県内観光事業諸機関との連絡協調
- ⑬ 観光土産品の改善と宣伝紹介
- ⑭ その他本連盟の目的を達成するために必要な事業

(3) 平成 24 年度予算・決算

観光連盟の平成 24 年度(平成 24 年 4 月 1 日から平成 25 年 3 月 31 日まで)の事業年度における予算および決算は下表のとおりである。

収支計算書および正味財産増減計算書からすると、収入は 1 億 4886 万円であり、一般事業収入は会費収入、補助金収入、負担金収入などの比較的毎期経常的に同程度見込める収入を柱として 3270 万円である。

ひろしまブランド化キャンペーン事業は広島県の観光振興における新たなブランドキーワードである「瀬戸内ひろしま、宝しま」のもと、平成 23 年度から 25 年度の 3 年間を集中的な取組期間とし、キャンペーン独自の負担金等を柱として 1 億 1616 万円計上している。

貸借対照表に有形固定資産等は計上されておらず、基本的には金銭および債権のみであり、これらは各会員が会費なり負担金なりで資金を持ち寄り、その資金を用いて事業目的を達成すべく上述の事業を実施しているものである。

表 広島県観光連盟 平成24年度決算書(収支計算書)

平成24年度収支計算書

自 平成24年 4月 1日
至 平成25年 3月31日

(単位:円)

科 目	予算額(a)	決算額(b)	増減(b-a)	適 用
I 事業活動収支の部				
1 事業活動収入				
(1) 会費収入	15,178,000	15,618,000	440,000	
(2) 負担金収入	2,192,000	2,202,750	10,750	ホームページ負担金等
(3) 補助金収入	8,305,000	8,302,000	△ 3,000	人件費
(4) キャンペーン負担金収入	96,410,000	95,850,000	△ 560,000	県,市町,民間事業者等
(5) キャンペーン特定事業負担金収入	13,304,000	15,401,000	2,097,000	観光情報誌負担金等
(6) 全国宣伝販売促進会議参加費収入	4,000,000	4,803,000	803,000	
(7) 受託料収入	5,470,000	5,829,450	359,450	県からの受託等
(8) 雑収入	700,000	858,502	158,502	
事業活動収入計	145,559,000	148,864,702	3,305,702	
2 事業活動支出				
(1) 事業費				
①一般事業費支出	13,424,000	11,694,814	△ 1,729,186	
宣伝活動費支出	864,000	856,540	△ 7,460	外国人観光客おもてなし支援等
情報活動費支出	8,769,000	7,253,351	△ 1,515,649	観光情報システム整備運営,季節だより等
組織活動費支出	1,018,000	1,015,075	△ 2,925	観光関係会議参加等
奨励対策費支出	2,773,000	2,569,848	△ 203,152	接遇研修,美化事業,ボランティアガイド協議会支援等
②観光キャンペーン事業費支出	113,710,000	102,001,717	△ 11,708,283	
観光情報の発信事業費支出	71,374,000	63,465,336	△ 7,908,664	ブランドアドバイザーの設置 県外大規模イベント参加「広島さんぽ」発行等
旅行商品の販売促進事業費支出	42,336,000	38,536,381	△ 3,799,619	全国宣伝販売促進会議,旅行会社インセンティブ事業等
事業費支出計	127,134,000	113,696,531	△ 13,437,469	
(2) 管理費				
①人件費支出	14,237,000	14,222,199	△ 14,801	専務理事712万円等
②事務費支出	9,032,000	8,862,138	△ 169,862	
管理費支出計	23,269,000	23,084,337	△ 184,663	
事業活動支出計	150,403,000	136,780,868	△ 13,622,132	
事業活動収支差額	△ 4,844,000	12,083,834	16,927,834	
II 投資活動収支の部				
1 投資活動収入				
(1) 固定資産売却収入	0	0	0	
2 投資活動支出				
(2) 固定資産取得支出	0	0	0	
投資活動収支差額	0	0	0	
III 予備費支出	800,000	0	△ 800,000	
当期収支差額	△ 5,644,000	12,083,834	17,727,834	
前期繰越収支差額	15,344,000	15,344,354	354	
次期繰越収支差額	9,700,000	27,428,188	17,728,188	

表 広島県観光連盟 平成24年度決算書(収支計算書内訳表)

平成24年度収支計算書

自 平成24年4月1日 / 至 平成25年3月31日

(内訳)

(単位:円)

科 目	予算額(a)			決算額(b)			増減 (b-a)		
	合計額	一般事業	CP事業	合計額	一般事業	CP事業	合計額	一般事業	CP事業
I 事業活動収支の部									
1 事業活動収入									
(1) 会費収入	15,178,000	15,178,000	0	15,618,000	15,618,000	0	440,000	440,000	0
(2) 負担金収入	2,192,000	2,192,000	0	2,202,750	2,202,750	0	10,750	10,750	0
(3) 補助金収入	8,305,000	8,305,000	0	8,302,000	8,302,000	0	△ 3,000	△ 3,000	0
(4) 観光キャンペーン負担金収入	96,410,000	0	96,410,000	95,850,000	0	95,850,000	△ 560,000	0	△ 560,000
(5) 観光キャンペーン特定事業負担金収入	13,304,000	0	13,304,000	15,401,000	0	15,401,000	2,097,000	0	2,097,000
(6) 全国宣伝販売促進会議参加費収入	4,000,000	0	4,000,000	4,803,000	0	4,803,000	803,000	0	803,000
(7) 受託料収入	5,470,000	5,470,000	0	5,829,450	5,829,450	0	359,450	359,450	0
(8) 雑収入	700,000	600,000	100,000	858,502	750,828	107,674	158,502	150,828	7,674
事業活動収入計	145,559,000	31,745,000	113,814,000	148,864,702	32,703,028	116,161,674	3,305,702	958,028	2,347,674
2 事業活動支出									
(1) 事業費									
①一般事業費支出	13,424,000	13,424,000	0	11,694,814	11,694,814	0	△ 1,729,186	△ 1,729,186	0
宣伝活動費支出	864,000	864,000	0	856,540	856,540	0	△ 7,460	△ 7,460	0
情報活動費支出	8,769,000	8,769,000	0	7,253,351	7,253,351	0	△ 1,515,649	△ 1,515,649	0
組織活動費支出	1,018,000	1,018,000	0	1,015,075	1,015,075	0	△ 2,925	△ 2,925	0
奨励対策費支出	2,773,000	2,773,000	0	2,569,848	2,569,848	0	△ 203,152	△ 203,152	0
②観光キャンペーン事業費支出	113,710,000	0	113,710,000	102,001,717	0	102,001,717	△ 11,708,283	0	△ 11,708,283
観光情報の発信事業費支出	71,374,000	0	71,374,000	63,465,336	0	63,465,336	△ 7,908,664	0	△ 7,908,664
旅行商品の販売促進事業費支出	42,336,000	0	42,336,000	38,536,381	0	38,536,381	△ 3,799,619	0	△ 3,799,619
事業費支出計	127,134,000	13,424,000	113,710,000	113,696,531	11,694,814	102,001,717	△ 13,437,469	△ 1,729,186	△ 11,708,283
(2) 管理費	0								
①人件費支出	14,237,000	14,237,000	0	14,222,199	14,222,199	0	△ 14,801	△ 14,801	0
②事務費支出	9,032,000	5,680,000	3,352,000	8,862,138	5,585,241	3,276,897	△ 169,862	△ 94,759	△ 75,103
管理費支出計	23,269,000	19,917,000	3,352,000	23,084,337	19,807,440	3,276,897	△ 184,663	△ 109,560	△ 75,103
事業活動支出計	150,403,000	33,341,000	117,062,000	136,780,868	31,502,254	105,278,614	△ 13,622,132	△ 1,838,746	△ 11,783,386
事業活動収支差額	△ 4,844,000	△ 1,596,000	△ 3,248,000	12,083,834	1,200,774	10,883,060	16,927,834	2,796,774	14,131,060
II 投資活動収支の部									
1 投資活動収入									
(1) 固定資産売却収入	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2 投資活動支出									
(2) 固定資産取得支出	0	0	0	0	0	0	0	0	0
投資活動収支差額	0	0	0	0	0	0	0	0	0
III 予備費支出	800,000	300,000	500,000	0	0	0	△ 800,000	△ 300,000	△ 500,000
当期収支差額	△ 5,644,000	△ 1,896,000	△ 3,748,000	12,083,834	1,200,774	10,883,060	17,727,834	3,096,774	14,631,060
前期繰越収支差額	15,344,000	6,096,000	9,248,000	15,344,354	6,095,964	9,248,390	354	△ 36	390
次期繰越収支差額	9,700,000	4,200,000	5,500,000	27,428,188	7,296,738	20,131,450	17,728,188	3,096,738	14,631,450

*「CP事業」:観光キャンペーン事業

表 広島県観光連盟 平成 24 年度決算書(貸借対照表)

貸借対照表

平成25年 3月31日現在

(単位：円)

科 目	当年度	前年度	増 減
I 資産の部			
1. 流動資産			
現金預金	39,876,089	32,105,113	7,770,976
未収金	3,758,208	6,582,859	△ 2,824,651
立替金	153,813	36,981	116,832
流動資産合計	43,788,110	38,724,953	5,063,157
2. 固定資産			
定期預金	2,136,499	2,136,499	0
移転準備預金	2,000,000	2,000,000	0
敷金	2,000,000	2,000,000	0
固定資産合計	6,136,499	6,136,499	0
資産合計	49,924,609	44,861,452	5,063,157
II 負債の部			
流動負債			
未払金	15,802,445	22,983,393	△ 7,180,948
預り金	557,477	397,206	160,271
流動負債合計	16,359,922	23,380,599	△ 7,020,677
負債合計	16,359,922	23,380,599	△ 7,020,677
III 正味財産の部			
1. 指定正味財産			
指定正味財産合計	0	0	0
2. 一般正味財産	33,564,687	21,480,853	12,083,834
正味財産合計	33,564,687	21,480,853	12,083,834
負債及び正味財産合計	49,924,609	44,861,452	5,063,157

表 広島県観光連盟 平成 24 年度決算書(正味財産増減計算書)

正味財産増減計算書

平成24年 4月 1日から平成25年 3月31日まで

(単位：円)

科目	当年度	前年度	増 減
I 一般正味財産増減の部			
1. 経常増減の部			
(1) 経常収益			
受取会費	15,618,000	13,918,000	1,700,000
受取負担金	2,202,750	2,462,750	△ 260,000
受取補助金	8,302,000	8,251,000	51,000
キャンペーン受取負担金	95,850,000	65,980,000	29,870,000
キャンペーン特定事業受取負担金	15,401,000	15,642,540	△ 241,540
全国宣伝販売促進会議参加費収入	4,803,000	0	4,803,000
受託料	5,829,450	5,469,521	359,929
雑収益	858,502	899,523	△ 41,021
経常収益計	148,864,702	112,623,334	36,241,368
(2) 経常費用			
事業費	113,696,531	95,168,355	18,528,176
給料手当	5,510,786	6,414,632	△ 903,846
臨時雇賃金	4,462,397	3,496,660	965,737
福利厚生	848,268	720,750	127,518
旅費交通費	5,014,746	6,331,135	△ 1,316,389
通信運搬費	2,118,358	2,147,765	△ 29,407
消耗什器備品費	0	236,916	△ 236,916
消耗品費	439,688	167,040	272,648
修繕費	0	0	0
印刷製本費	413,595	332,110	81,485
会議費	4,502,485	2,383,977	2,118,508
観光宣伝広告費	9,282,974	8,934,489	348,485
観光情報誌等作成費	28,371,029	31,342,540	△ 2,971,511
光熱水料費	1,800	0	1,800
賃借料	2,849,917	2,065,041	784,876
保険料	125,620	110,850	14,770
諸謝金	1,661,370	2,137,270	△ 475,900
租税公課	81,200	26,600	54,600
支払負担金	12,878,906	12,153,075	725,831
支払助成金	3,106,445	3,868,390	△ 761,945
委託費	30,487,057	10,876,437	19,610,620
雑費	1,539,890	1,422,678	117,212
管理費	23,084,337	21,974,925	1,109,412
役員報酬	7,231,149	7,231,149	0
給料手当	5,010,580	4,533,340	477,240
退職給付費用	72,000	72,000	0
福利厚生	1,908,470	1,822,498	85,972
旅費交通費	48,960	212,886	△ 163,926
通信運搬費	169,342	204,076	△ 34,734
消耗什器備品費	90,315	158,830	△ 68,515
消耗品費	159,248	71,130	88,118
修繕費	21,000	2,200	18,800
印刷製本費	287,122	176,076	111,046
会議費	1,718,300	1,965,483	△ 247,183
光熱水料費	573,671	602,188	△ 28,517
賃借料	4,523,295	4,048,148	475,147
諸謝金	20,000	50,000	△ 30,000
租税公課	71,000	91,000	△ 20,000
委託費	957,900	339,180	618,720
雑費	221,985	394,741	△ 172,756
経常費用計	136,780,868	117,143,280	19,637,588
当期経常増減額	12,083,834	△ 4,519,946	16,603,780
2. 経常外増減の部			
(1) 経常外収益			
経常外収益計	0	0	0
(2) 経常外費用			
経常外費用計	0	0	0
当期経常外増減額	0	0	0
当期一般正味財産増減額	12,083,834	△ 4,519,946	16,603,780
一般正味財産期首残高	21,480,853	26,000,799	△ 4,519,946
一般正味財産期末残高	33,564,687	21,480,853	12,083,834
II 指定正味財産増減の部			
当期指定正味財産増減額	0	0	0
指定正味財産期首残高	0	0	0
指定正味財産期末残高	0	0	0
III 正味財産期末残高	33,564,687	21,480,853	12,083,834

2 平成 24 年度に実施された事業内容

(1) 一般事業

ア 宣伝活動事業

宣伝活動事業としては主に三つの業務を実施している。

一つ目は教育旅行の誘致である。広島県への教育旅行の受入促進を図るため、東京都・静岡県の中学校 1,105 校に対しアンケートを実施し、関心のあった 110 校に対し学校を訪問し誘致宣伝活動を実施している。その結果、訪問決定：29 校、検討段階：16 校、どちらとも言えない：22 校、厳しい：43 校ということとなった。その他には、教育旅行セミナー、5 県合同セミナー、協議会会員向け勉強会、県内関係者向けの体験会などを実施しており、かかる業務を通じて広島県への教育旅行を P R している。

二つ目は外国人観光客おもてなし支援である。外国人観光客の旅行に関して、おもてなし・受入環境を整備する各市町・観光協会等に対し右表にあるような支援を実施している。

三つ目は他県観光連盟等との連携による観光宣伝であり、お互いの観光情報を提供しあうことで広島県の宣伝活動を実施している。連携先としては、公益社団法人宮城県観光連盟、公益社団法人島根県観光連盟、公益社団法人熊本県観光連盟などである。

表 外国人観光客おもてなし支援の具体的措置

団体名	措置内容
公益社団法人 福山市観光協会	外国人受け入れ・接遇講習会開催 あいさつカード作成 (平成25年1月完了)
公益財団法人 広島観光コンベンションビューロー	外国語(中国語)による接遇講習会開催 (平成24年11月完了)
竹原市観光交流室	観光パンフレット「浪漫てくてくたけはら」の外国版(英語・韓国語・中国語)を3,000部増刷 (平成24年8月完了)
安芸太田町観光協会	外国人観光客受け入れのための ガイドレシーバーの購入 (平成25年3月完了)
呉市産業部観光振興課	外国人向け観光パンフレット(英語)を 2,000部作成 (平成24年8月完了)

イ 情報活動事業

情報活動事業についても主に三つの業務を実施している。

一つ目は観光情報システム運営事業であり、これは広島県の公式観光ホームページである「ひろしま観光ナビ」の運営を広島県から受託し、管理運営する業務であり、観光連盟の会員情報を掲載するなどして更新作業などを実施している。

ホームページの運用実績は下表のとおりであり、前年対比で見ると、アクセス数では同程度、訪問者数では 30% 程度増加している。コンテンツとしてはトップページおよびセカンドページが上位となっている中で、8 位・9 位を見ると、世界遺産、中でも宮島の魅力が浮き彫りになっている。訪問者数の表を見ると、広島市に続き、東京、大阪となっており、九州方面よりも大都市からのアクセスが多い結果となっている。

表 ホームページ運用実績

項目	平成24年度	平成23年度
アクセス数(PV)	11,933,288	11,927,073
訪問者数	2,800,158	2,091,999

表 アクセス数上位コンテンツ(平成24年度)

No	コンテンツ	アクセス数(PV)
1	トップページ	1,499,069
2	観る・遊ぶ・体験	583,214
3	旬のおすすめ特集	433,822
4	広島の魅力	379,692
5	食べる・買う	348,716
6	モデルコース	308,548
7	観る	306,039
8	観る・遊ぶ・体験 厳島	227,078
9	モデルコース 世界遺産	213,506
10	交通・アクセス	197,817

表 訪問者数上位10市区町村(平成24年度)

No	コンテンツ	訪問者数
1	広島市	655,220
2	東京都渋谷区	261,044
3	大阪市	152,892
4	東京都千代田区	137,761
5	東京都新宿区	122,692
6	東京都港区	78,344
7	不明	64,317
8	岡山市	60,378
9	名古屋市	58,828
10	福岡市	56,409

二つ目は季節だよりの提供であり、紅葉の色付き状況や桜の開花情報などを、春および秋に主要駅に掲出したポスターやホームページで週2回の更新をしながら実施している(もみじだより：平成24年10月16日～12月10日、さくらだより：平成25年3月15日～4月22日)。またマスコミや旅行会社等に対しても情報提供を実施している。

三つ目はその他の情報発信活動としてFMちゅーピーやNHKデータ放送などの様々な媒体を通じて観光情報を発信している。

ウ 組織活動事業

各市町および観光関連団体などが行う会議、まつり、式典等に出席し、観光振興に係る意見交換・情報交換等を行っている。平成24年度は237の会議等に出席している。

エ 奨励対策事業

奨励対策事業では四つの業務を実施している。

一つ目はおもてなし・接遇研修会の開催であり、株式会社ザ・アールより2名の講師を招き、「ホスピタリティと『私』ができること～広島のおもてなしをブラッシュアップしよう～」と題し、広島市で2日(参加者：261名)、福山市で1日(参加者：54名)の研修会を開催している。

二つ目は観光地美化活動への支援であり、各観光関連団体が実施する美化イベントおよびイベントに合わせた清掃活動等に対し支援を実施している。平成24年度は社団法人因島観光協会、社団法人竹原市観光協会、神石高原町観光協会の3法人に対して支援を行った。

三つ目は広島県観光ボランティアガイド協議会への支援であり、同協議会が実施するホスピタリティ研修会や図書の配布、役員会等の組織活動に対し支援を実施している。

四つ目は各市町および観光関連団体等が実施する観光振興事業に対する支援であり、平成24年度は88の観光振興事業に対し支援を実施している。

(2) ひろしまブランド化キャンペーン事業

ア 観光情報の発信

観光情報の発信はウェブサイトにおける取り組み、ガイドブックやガイドマップの作成等を通じ実施されており、平成 24 年度は右表の 15 個の項目に取り組んでいる。

表 観光情報の発信に係る具体的内容

No	内容
(ア)	観光地「ひろしまブランド」の構築
(イ)	ウェブサイトを活用した情報発信
(ウ)	新たな情報発信ツールによる情報発信
(エ)	県外大規模イベント等での展開
(オ)	主要イベントへの出展による情報発信
(カ)	観光宣伝資材の作成・配布
(キ)	観光情報誌の発行
(ク)	観光ガイドブックの作成
(ケ)	DCガイドブックの作成
(コ)	DC5連貼りポスターの制作
(サ)	観光ガイドマップの作成
(シ)	広報媒体配布場所の確保・観光情報の発信
(ス)	観光アシスタント等による情報発信
(セ)	首都圏等における情報発信
(ソ)	各種イベント等負担金

(ア) 観光地「ひろしまブランド」の構築

観光地「ひろしまブランド」の構築として、広島県内 3 か所を会場として、旅行アドバイザーを招き、商品造成コンテストを実施している。コンテストの実施にあたり、ブランドアドバイザーを 2 名設置している(株式会社 OBAS 大庭広巳氏、株式会社バリュー・クリエーション・サービス 佐藤真一氏)。今後は首都圏等の旅行会社に情報提供するなどして、旅行商品の造成を支援していくとのことである。

(イ) ウェブサイトを活用した情報発信

ウェブサイトを活用した情報発信として、観光コンセプトのターゲットである「首都圏の 20 代・30 代の女性」に支持される「OZmall(オズモール)⁴」のホームページ上に、広島県のグルメに係るページを掲載し、広島県観光ホームページ「ひろしま観光ナビ」にリンクを張るなど、ブランドイメージの浸透および旅行意欲の向上を図っている。「OZmall」上の広島県のグルメに係るページについて、4 週間で 5,000 ページビュー(ページビュー)を目指していたところで 5,253 ページビューとなるなど、一応の成果は達成している状況である。

(ウ) 新たな発信ツールによる情報発信

新たな情報発信のツールとして、観光連盟は SNS(Social Networking Service 人と人との繋がりを促進・支援するコミュニティ型のウェブサイト)を使用することとし、中でもフェイスブックをメインに広島県観光情報を適時に提供している。

(エ) 県外大規模イベント等での展開

平成 25 年度の広島県デスティネーションキャンペーンに伴い、東京で

⁴ OZmall : 女性誌「OZ」と連動した女性・OLのための情報サイト

開催される博覧会やフェアにおいて出展ブースを設けたり、ステージ出場に参加するなどし、「ひろしまブランド」についてPRを実施している。具体的な事例としては、JATA 国際観光フォーラム・旅博 2012(来場者数：125,989 人)、旅フェア日本 2012(来場者数：93,099 人)がある。

(オ) 主要イベントへの出展による情報発信

県内で催される 3 つの主要イベント(2012 ひろしまフラワーフェスティバル(参加者数：168 万人)、福山ばら祭 2012(参加者数：81 万人)、2012 酒まつり(参加者数：24 万人)において出展ブースを設け、観光情報の発信等を実施している。

(カ) 観光宣伝資材の作成・配布

新たなブランドキーワードである「瀬戸内ひろしま、宝しま」の各種ノベルティ(ロゴマーク入り紙袋、クリアファイル等)をイベント等において配布し、また、県内外のJR主要駅においてポスターの掲出などを実施している。さらに、県内主要 11 駅に歓迎看板を設置し、法被やのぼり等を作成・使用することで広島県デスティネーションキャンペーンの周知を図っている。

(キ) 観光情報誌の発行

観光連盟は、自ら現地取材し広島県の魅力を伝える観光情報誌「広島さんぽ」を作成し、春・夏・秋・冬と各 20 万部ずつ発行している。A4 版カラーの 32 ページ構成で作成されており、観光案内所窓口や県の各地方機関、JR 西日本管内の主要駅、主要旅行会社、主要交通機関、道の駅、高速道路SA、イベント会場、ホテル・旅館、スーパーマーケット、コンビニ等で配布している。

(ク) 観光ガイドブックの作成

上記の観光情報誌「広島さんぽ」の夏号を特別号として、A4 版カラーの 40 ページの構成で 20 万部発行し、来るべき平成 25 年度の広島県デスティネーションキャンペーンに向け、広島県への誘客と旅行商品の造成を促進している。

(ケ) DCガイドブックの作成

広島県デスティネーションキャンペーン期間中における広島県の観光素材やモデルコースを総合的に紹介するガイドブック「のんびり広島、

ゆるり旅」を作成し、説明会等において配布することにより観光情報の発信等を実施している。

(コ) DC5 連貼りポスター制作

広島県デスティネーションキャンペーンを全国に紹介する 5 連貼りポスターの制作につき、委託業者を選定し、観光素材データの収集を実施している。

(サ) 観光ガイドマップの作成

広島県、岩国市、今治市の観光地の地図の掲載および主要施設を紹介するガイドマップを「広島県の宝」として作成し、A1 版の折り畳み式 4 色カラーで当初 8 万部発行し、その後 1 万 6 千部を増刷している。

(シ) 広報媒体配布場所の確保・観光情報の発信

観光情報の発信の効果・効率性を高めるため、観光連盟会員の管理・運営している観光案内所・観光施設等の中から他地域の観光パンフレット等の配置などが可能な施設を取りまとめ、会員に伝達するなどし、観光情報の発信に寄与している。

(ス) 観光アシスタント等による情報発信

観光連盟は観光アシスタントと観光特使による情報発信を行っている。前者は事前に募集していた広島県観光アシスタント「ひろしま、宝しまレディ」を観光に関するセレモニーやイベント等に出席させ、観光PRを実施している(平成 24 年度実績：県内 68、県外 25)。また、ブログ、ツイッター、フェイスブックにより広島県の観光資源のPRを実施している。後者は広島県と共同で広島商工会議所支店長会会員など 148 名に対し特使を委嘱し、特使のネットワーク等を活用し広島県の観光資源のPRを実施している。

(セ) 首都圏等における情報発信

首都圏や関西圏等において広島県の観光地等をPRしている、広島県東京事務所および広島県大阪情報センターの活動を支援している。

(ソ) 各種イベント等負担金

ひろしまフラワーフェスティバルや福山ばら祭等への負担金を拠出している。

イ 旅行商品の販売促進

旅行商品の販売促進は旅行会社・出版社等へのアプローチや自らキャンペーンを実施することで旅行商品造成に結び付ける試みがなされており、右表のような6項目の業務を実施している。

表 旅行商品の販売促進に係る具体的内容

No	内容
(ア)	全国宣伝販売促進会議の開催等
(イ)	旅行会社等へのインセンティブ事業の実施
(ウ)	ウィンターキャンペーン
(エ)	観光アドバイザーの派遣
(オ)	輸送キャリアとのタイアップ
(カ)	出版社等へのセールス活動

(ア) 全国宣伝販売促進会議の開催等

旅行会社等の商品造成担当者を招いて全国宣伝販売促進会議を開催した。出席者は、旅行会社 213 名、広告代理店等 28 名、J R 関連 111 名、地元企業 233 名、行政関係 53 名の合計 638 名であった。

また、エクスカージョン（視察・体験旅行）を6コースで実施し、合計で130名の参加を得るなど、観光素材を実体験させることでPRに努めている。

(イ) 旅行会社等へのインセンティブ事業の実施

県内の主要観光地に観光客を送客したバス事業者に対し、ツアー催行実績に応じて経費の一部を助成するなどインセンティブを高めることで広島県内への誘客促進を図っている。また旅行代理店や新聞社等に対しては、広島県内・岩国市・今治市のなかで希望のあった観光地18か所にエクスカージョンを実施している。18か所の合計で95名の参加者があった。

(ウ) ウィンターキャンペーン

ファミリー層が冬山体験活動ができる総合型イベント「2013 広島スノーキッズ育成計画 雪山なう。」キャンペーンを継続的に取り組んでいる。

その中で、このキャンペーンを効果的プロモーションとするため、ガイドマップを作成し、県内の全小学校 526 校に対し 17 万部あまり配布しており、またバスツアー会社と連携し経費一部を助成することによる誘客促進を図っている。平成 24 年度の助成実績は 103 万 5000 円であった。

(エ) 観光アドバイザーの派遣

4 名の観光アドバイザーを、要請のあった各市町・観光関連団体・商工団体に派遣し、観光にかかわるまちづくり、人材育成、旅行商品造成等に対し提言・助言等を実施している。

(オ) 輸送キャリアとのタイアップ

J Rグループや航空各社等がそれぞれ実施する広島県向けのキャンペーンとタイアップし、観光情報説明会や広島県デスティネーションキャンペーン・キャラバン等を実施している。

(カ) 出版社等へのセールス活動

新たなブランドキーワード「瀬戸内ひろしま、宝しま」に基づき、出版物等へのPR記事の掲載や、旅行商品造成を促進させるため、観光情報説明会や出版社訪問等を実施している。

3 監査結果

(1) 広島県と観光連盟との関係

観光連盟は、一般社団法人として一個の法人格に基づき事業運営がなされている。広島県は、観光連盟に対し数種の資金拠出はあるものの、あくまで別の事業体であり、観光連盟の実施する事業自体は原則的には本監査の監査対象ではない。しかしながら、広島県が拠出する会費、人件費負担金、委託費等に関連する観光連盟の事業については、「広島県が行っている事業」もしくは「付随または関連する事業の事務執行および事業管理」に含まれるものと解され、包括外部監査の対象となるものと考えられる。

平成24年度における広島県の観光連盟に対する資金拠出は下表のとおり3事業に対する負担金、補助金および委託費であり、加えて広島県職員2名を観光連盟へ派遣している。

表 平成24年度における観光連盟との関係一覧 (単位:円)

No	事業名称	項目	内容	県負担額
1	観光地「ひろしまブランド」構築推進事業	負担金	デスティネーションキャンペーンに係る負担金	40,000,000
2	観光情報システム運営事業	委託費	「ひろしま観光ナビ」の情報管理及び更新等の委託	5,469,450
3	広島県観光事業振興負担事業	負担金	観光ガイドブック「広島さんぽ」発行に係る経費一部負担	4,000,000
		負担金	観光ガイドマップ「広島県の宝」発行に係る経費一部負担	1,314,000
		負担金	観光連盟に対する正会員会費	800,000
4	広島県観光事業振興負担事業	補助金	連盟職員(広島県職員OB)の給与の補助	8,302,000
Total				59,885,450
5	-	人件費	県職員2名の派遣(職員給与の75%程度の負担概算額)	13,000,000
Grand Total (概算額)				72,885,450

上表№1のデスティネーションキャンペーンに係る負担金は観光連盟のひろしまブランド化キャンペーン事業全体に関連し、№2の「ひろしま観光ナビ」の情報管理および更新等の委託は一般事業の中の情報活動

事業に関連し、№3の「広島さんぽ」および「広島県の宝」の発行に係る経費一部負担はひろしまブランド化キャンペーン事業の中の観光ガイドブック・ガイドマップの作成にそれぞれ関連している。№3・4の会費および人件費は観光連盟の全般的事項に関連するものと考えられる。

(2) 事業目的の適法性

観光連盟は定款3条において、「本連盟は、広島県内およびその周辺県における観光事業の健全な発達と振興並びに地域の活性化を図り、併せて国民の健全な観光旅行の普及発達と国際観光の振興を促し、もって国民生活、文化および経済の向上発展に寄与するとともに、国際親善交流に貢献することを目的とする。」と掲げており、広島県の観光基本計画の趣旨とも大枠で一致する。また観光連盟に対して拠出する負担金・委託費が費消される具体的事業についても、DESTINATIONキャンペーンの推進や広島県のブランド化、観光情報の発信等を目的とするものであり、個別的な観点からも齟齬する部分はない。以上のところより、広島県が負担金等を拠出するもしくは委託する観光連盟の事業は観光基本条例の理念および施策に合致する適法なものとして評価できる。

(3) 事業内容の有効性等

ア 一般事業

(ア) 事業内容の有効性

広島県は観光情報システム運営業務を観光連盟に委託している。具体的には観光情報システムたる広島県の公式観光ホームページ「ひろしま観光ナビ」の①情報の管理・更新等業務、②システムの運用保守業務、③報告業務の三つを行うこととされている。

②のシステムの運用保守業務については、「株式会社大塚商会に行わせるものとする。」と平成24年度広島県観光情報システム運営業務仕様書に記載されており、観光連盟から大塚商会に再委託されている。大塚商会はシステムのもともとの構築者であり、情報システムに係るサービスとサポートを提供する上場企業であって、専門性について問題となることはない。

①および③の業務については観光連盟が受託し実行している。当該業務は、「ひろしま観光ナビ」による情報発信およびホームページ自体の魅力向上にかかわる業務である。

平成24年度広島県観光情報システム運営業務仕様書において「年間ページビュー合計数および年間アクセス数について、それぞれ対前年比5%増を事業の成果目標」としており、「ひろしま観光ナビ」の年間ページビ

ユー数の増減つまりホームページの利用度向上を観光連盟に課している。

「ひろしま観光ナビ」のページビュー数を見
てみると、11,933,288 となっており前年に比し
て 0.052%増の結果であり、前年同程度であって、
成果目標は達成されていない。訪問者数が増加しているにもかかわらず、
ページビュー数が伸びていないということは、有効にコンテンツが活用
されていないということではないかと思われる。

表 ホームページ運用実績

項目	平成24年度	平成23年度
アクセス数(PV)	11,933,288	11,927,073
訪問者数	2,800,158	2,091,999

下表においては、政令都市等の大都市を域内に擁する都道府県について項目別に比較している。

比較の都合上、「ひろしま観光ナビ」と観光連盟と同様の団体の運営するホームページで比較している。

表 政令指定都市を擁する各都道府県HP比較表

No	都道府県	政令指定都市	人口 (※1)	HP名称	HP運営主体	外国語 対応数	トップページ ボリューム (※2)	モバイル アクセス (※3)	トップページ等 アクセス数
1	広島県	広島市	2,861千人	ひろしま観光ナビ	(一社)広島県観光連盟	5語	5枚	No	1,499,069
2	北海道	札幌市	5,506千人	北海道ぐるり旅 visit HOKKAIDO	(公社)北海道観光振興機構	4語	2枚	No	1,221,126
3	宮城県	仙台市	2,348千人	宮城まるごと探訪	(公社)宮城県観光連盟	0語	2枚	No	3,703,520
4	新潟県	新潟市	2,374千人	にいがた観光ナビ	(公社)新潟県観光協会	5語	3枚	Yes	-
5	埼玉県	さいたま市	7,195千人	ちよこたび埼玉	(一社)埼玉県物産観光協会	4語	2枚	No	-
6	千葉県	千葉市	6,216千人	花と海 心やすらぐ千葉の旅	(公社)千葉県物産観光協会	0語	2枚	No	-
7	東京都	-	13,159千人	GO TOKYO	(公財)東京観光財団	8語	2枚	Yes	14,230,810
8	神奈川県	川崎市 横浜市 相模原市	9,048千人	観光かながわNOW	(公社)神奈川県観光協会	4語	2枚	Yes	-
9	静岡県	静岡市 浜松市	3,765千人	Hello Navi しずおか	(公社)静岡県観光協会	5語	2枚	No	1,566,138
10	愛知県	名古屋市	7,411千人	愛知県観光ガイド	(一社)愛知県観光協会	4語	2枚	No	4,234,087
11	京都府	京都市	2,636千人	京都府観光ガイド	(公社)京都府観光連盟	4語	2枚	No	13,848,122
12	大阪府	大阪市 堺市	8,865千人	OSAKA-INFO 大阪観光情報 ASIAN GATEWAY OSAKA	大阪観光局 (公財)大阪観光コンベンション協会	5語	2枚	No	47,000,000
13	兵庫県	神戸市	5,588千人	ひょうごツーリズムガイド	(公社)ひょうごツーリズム協会	4語	2枚	Yes	7,604,509
14	岡山県	岡山市	1,945千人	晴れらんまん。おかやま旅ネット	(公社)岡山県観光連盟	5語	2枚	Yes	8,600,000
15	福岡県	北九州市 福岡市	5,072千人	福岡県観光情報 クロスロードふくおか	(公社)福岡県観光連盟	4語	2枚	Yes	-
16	熊本県	熊本市	1,817千人	熊本県観光サイト なごみ紀行	(公社)熊本県観光連盟	4語	2枚	Yes	3,500,584

※1: 人口は平成22年度の国勢調査より転記している。

※2: トップページボリュームは、A4印刷した際の枚数でカウントしている。

※3: モバイルアクセスとは、携帯電話やスマートフォン、タブレット等のモバイル端末に対して閲覧性を担保する措置であり、当該措置の有無しを検討している。

ホームページの外国語対応については、各都道府県とも概ね4言語から5言語の対応であり、広島県も5言語に対応をしている。「第5おもてなしワーク」で述べているとおり、平成24年度においてホームページの外国語対応を強化しており、平和関連の国際発信を実施している。

また、宮島・厳島神社が世界的に評価されていることから、平成24年度363,000人、平成23年度277,000人(広島県観光客統計調査の広島市部分)と、近年外国人旅行者数は増加傾向にある。

しかしながら、前述のとおりホームページの有効性には疑問があり、この最大の要因はホームページの一覧性の低さ、コンテンツへのアクセス性の低さに問題があると思われる。

上表のトップページボリュームの比較から明らかなように、広島県の観光ホームページのトップページのボリュームは他県のそれと比較して、2倍以上の長さとなっている。トップページはホームページの顔であり、検索ソフトなどで“広島 観光”などのキーワードで検索した人が初めに目にする箇所であり、ホームページにおいて最も重要な部分といえることができる。そのトップページが各都道府県に比して圧倒的に長いものになっている。各都道府県ともにノートパソコンで概ね5画面程度のものであるのに対し、「ひろしま観光ナビ」は11画面程度である。広島県のトップページには新着情報や広島県の魅力、モデルコースなどが所狭しと掲載されているが、このような画面では新着情報や目当ての情報等を効率的に探し当てることは困難である。これは「観光連盟が各市町・観光関連団体等で形成されており、それぞれの意見を反映したことから、総花的な掲載になっている」もののようである。各構成員への配慮がかえって各構成員の利益を損ねる結果となっている。知事も観光地「ひろしまブランド」コンセプトブックの中で「広島県が単に総花的なキャンペーンを企画するだけでは強いインパクトのある誘因効果を期待することはできません」と述べており、現状のホームページはこのような知事の意向にも反する結果となっている。

トップページが迷路のような状況であれば、閲覧者はそのホームページでの情報収集を諦めて異なる他の情報源に当たるか、もしくは「宮島」や「原爆ドーム」などの著名な観光地を訪れるのみで、魅力を内在する瀬戸内のしまなみや中山間地域などへのアクセスは望めず、それこそ“おいしい”ままになってしまうであろう。近年のウェブの発達を見ると、ホームページは観光客誘致のための最重要ツールであり、魅力がありかつ探究心の湧くホームページの制作は喫緊の課題である。各地域の情報を整理し、広島が何をどのように観光客に訴求していくのかにつき戦略をたて、トップページを含むホームページの再構築を検討すべきである。(指摘)

上表では、モバイルアクセス(携帯電話やスマートフォン、タブレット等のモバイル端末に対して閲覧性を担保する措置のこと)についても触れているが、「ひろしま観光ナビ」はモバイルアクセスに対応していない。スマートフォン等で当該ホームページを閲覧した場合、パソコン画面上のミニマムサイズがそのまま表示される。パソコンでも閲覧性に欠けるものが、スマートフォンサイズになるともはや有効な閲覧は望めない。

観光客が現地で更なる情報検索をする場合、現在の状態では観光客は当該ホームページでの追加情報の取得は諦める可能性が高い。広島県の観光の目標の一つとして観光消費額の増加があるが、そのためには来訪当初の目的地より来訪後の訪問先が増えれば増えるほどその観光消費額も増えると考えられるのであるから、現地においても追加情報が得やすい環境を整えることが必要不可欠である。

上述のように、近年のウェブの発達やウェブ利用の増加は目を見張るものがあり、その主役はパソコンからスマートフォン等のモバイルに移行しつつある。モバイルアクセスの整備についても喫緊の課題である。
(意見)

(イ) 事業遂行手続の適法性

従前、広島県全体の観光に関するホームページは広島県が運営するホームページ「ひろしま観光ナビ」と、観光連盟が運営するホームページ「iひろしま」との2つが存在しており、それぞれ独自に運営されていたことから、非効率であるとともに閲覧者の困惑を引き起こしていた。

平成22年度にこのような状況を打開するため、広島県の観光ホームページに観光連盟のホームページを統合し、その運営を観光連盟に委託した。

本業務委託契約は観光連盟に対する特命随意契約でなされている。特命随意契約とした理由は、「観光連盟は、県、県内全市町、観光関連事業者、観光施設等から構成されていることから、これらの団体から県内各施設の観光情報をタイムリーかつきめ細かに収集することができる唯一の団体」であるからとしている。契約規則32条によれば「随意契約によるうとするときは、なるべく二人以上の者から見積書を徴さなければならない」とされており、本契約にも原則的には2以上の見積が必要であるが、これの徴求がなされていない。ただし上述のような経緯もあり、32条も「なるべく」となっていること、他の法人に同業務に係る見積を徴求することは困難であり、適法性に問題はないものと判断した。

イ ひろしまブランド化キャンペーン事業

(ア) 事業内容の有効性

観光連盟の実施するひろしまブランド化キャンペーン事業は、主として平成25年度に実施されるデスティネーションキャンペーンにかかわるものである。このキャンペーンはJRグループと自治体とが協働する大型観光キャンペーンであり、広島県の順番が来るのは2005年以来8

年振りである。期間中（7月～9月）の主要観光施設等の利用状況を見ると、平成25年度2,875,723人、平成24年度2,547,586人と前年比328,137人、12.88%の増となっており、一定程度の成果をあげている。

キャンペーン開始以前においても、このようなキャンペーンを契機とした広島県の情報発信を実施することは合理的なものであり、結果からみても有効な事業であったものと考ええる。

（イ）事業遂行手続の適法性

共同事業負担金については、まず担当課で事業計画の大枠を策定し、議会での予算措置が決定されると、共同事業者は負担金交付申請書を提出し、それに対し県は支払処理を実行する。その後事業が終了すると、共同事業者は事業実績報告書および添付書類を県に提出し、交付申請書に記載のとおり事業が適正に履行されたか確認がなされ、遺漏がなければ負担金の額が確定する。観光連盟が共同事業者となる負担金事業についても、この手続きに基づき行われており、観光連盟からの負担金交付申請書、事業実績報告書についても、観光振興共同事業負担金交付要綱、広島県補助金等交付規則に基づき適法に処理されていた。

（4）予算執行の適法性・有効性・効率性

観光連盟と県の関連は、（1）でも述べているとおり、五つの負担金等と一つの委託費、2名の職員派遣となっている。

表 平成24年度における観光連盟との関係一覧

(単位:円)

No	事業名称	項目	内容	県負担額
1	観光地「ひろしまブランド」構築推進事業	負担金	デスクティネーションキャンペーンに係る負担金	40,000,000
2	観光情報システム運営事業	委託費	「ひろしま観光ナビ」の情報管理及び更新等の委託	5,469,450
3	広島県観光事業振興負担事業	負担金	観光ガイドブック「広島さんぽ」発行に係る経費一部負担	4,000,000
		負担金	観光ガイドマップ「広島県の宝」発行に係る経費一部負担	1,314,000
		負担金	観光連盟に対する正会員会費	800,000
4	広島県観光事業振興負担事業	補助金	連盟職員(広島県職員OB)の給与の補助	8,302,000
Total				59,885,450
5	—	人件費	県職員2名の派遣(職員給与の75%程度の負担概算額)	13,000,000
Grand Total (概算額)				72,885,450

ア デスティネーションキャンペーン負担金

デスクティネーションキャンペーンについて、事業実績報告書の添付書類として収支計算書が添付されている。収支計算書はキャンペーン事業に関係するものであり、広島県は報告書および収支計算書に基づき検査を実施し、事業が適正に履行されていれば負担金の額を確定させる。かりに事業履行が適正でなければ、広島県補助金等交付規則によると、「補

助金等の交付の決定の全部又は一部を取り消す(17条1項)」ことがあり、「補助金等の交付の決定を取り消した場合において、(中略)すでに補助金等が交付されているときは、期限を定めて、その返還を命ずるものとする(18条1項)」とされているなど、負担金の金額の確定は慎重を期して実施されるべきものである。

しかしながら、観光連盟の監査は外部からの監査ではなく、観光連盟の会員から選任された監事による監査が行われているのみである。

観光連盟に関する予算執行の適正を確保しておくために、外部の専門性を有する監事を選任する、あるいは外部監査制度の導入を観光連盟に働きかけることなども検討すべきであろう。(意見)

イ ホームページの管理・運営委託

この事業の委託費は再委託する年間保守経費や機器のリース費用、コンテンツデータ料等を積算して設計されている。その細目についても時間や単価等の設定を細かく検討しており、一般財団法人経済調査会が発行する「積算資料」等の文献にもあたるなど、委託金額について効果・効率を勘案したものであると判断した。

ウ 観光ガイドブック等発行

観光ガイドブック「広島さんぽ」は春・秋・冬号に夏の特別号を加えて、4季にわたりA4版カラーで各20万部ずつ発行しており、観光ガイドマップ「広島県の宝」はA1版カラーで9万6000部発行している。広島県はこれらの発行事業についてそれぞれ400万円、131万円の負担金を拠出しており、これに各市町・民間事業者等の負担金も合わせ、デスティネーションキャンペーン負担金も加えて収支を合わせている。本事業はデスティネーションキャンペーン負担金の交付申請の際の事業計画にも盛り込まれている。支出内容についても、ほぼ予算通りに実行されており、特段問題点は検出されなかった。

エ 正会員会費、人件費負担金および職員派遣

正会員会費や人件費等については観光連盟全体に効果が波及するものであり、いずれかの事業と特定の結びつくものではない。正会員会費については広島県が他に拠出する日本振興協会(76万円)や国際観光振興機構(115万円)と同程度であり、特別に高額ということはなく妥当な水準にあると思われる。

専務理事の人件費は補助金で支払い、派遣の職員については75%程度

の person 費を広島県が負担している。「公益的法人等への一般職の地方公務員の派遣等に関する法律」において、原則的に「派遣職員には、その職員派遣の期間中、給与を支給しない(6条1項)。」とされているが、「派遣職員が派遣先において従事する業務が地方公共団体の委託を受けて行う業務、地方公共団体と共同して行う業務(中略)であって、その実施により地方公共団体の事務若しくは事業の効率的若しくは効果的な実施が図られると認められるものである場合、(中略)給与を支給することができる(6条2項)。」とされている。観光連盟の実施する事業は広島県の実施しようとする情報発信やデスティネーションキャンペーンに向けた取り組みに合致するものであって、その事業実施に伴い、広島県の事業遂行は効率的もしくは効果的になされると期待され、派遣職員に対する給与支払いは適法なものであると判断した。

また専務理事の給与負担および職員派遣を効果・効率の面から考えると、デスティネーションキャンペーンに向けて広島県の自治体・事業者総力を挙げた取り組みが必要であり、県が単独でデスティネーションキャンペーンに向けた取り組みを実施するのは現実的ではない。このキャンペーンには各市町はもちろんのこと、JRを含めた民間事業体の協力も不可欠である。各市町や民間事業体と協働できる“器”として観光連盟は適切であり、協働することでキャンペーンに向けて効果・効率を担保しているものと考えられる。以上のところより広島県による観光連盟職員に対する person 費負担は効果的かつ効率的なものであると判断した。