



目次	ページ
----	-----

調査結果の公表(九) ○調査結果の公表(九)	1
---------------------------------------	---

監査委員公告

監査結果公告第9号

地方自治法(昭和22年法律第67号)第199条第2項の規定による監査を執行したので、同条第9項の規定に基づき、その監査の結果に関する報告を次のとおり公表する。

平成19年3月14日

秋田県監査委員	富 樫 博
秋田県監査委員	大 杉 江 宗 博
秋田県監査委員	大 和 治 男
秋田県監査委員	大 地 康

発行者

秋田県

購読料金

一月三千六百七十五円(税込)

印刷者

秋田県山王七丁目五番二十九号
株式会社松原印刷社
電話 082-8766 FAX 082-0005
E-mail: matsudaran@matsudaran.co.jp
秋田県山王七丁目五番二十九号
松原繁雄

平成 1 8 年 度

行政 監 査 結 果 報 告 書

「イベントの実施状況について」

平成 1 9 年 3 月

秋 田 県 監 査 委 員

目 次

第 I 監査の概要	1
1 行政監査のテーマ	1
2 監査の趣旨及び目的	1
3 監査対象及び監査対象機関	1
4 監査の着眼点	1
5 監査の実施時期及び実施方法	2
第 II イベントの概要	3
第 III 監査結果及び意見	5
1 イベントのあり方について	5
2 計画策定の状況について	5
3 関係機関・団体等との連携状況について	6
4 イベントの実施状況について	7
5 成果の把握と活用について	8
第 IV 要望事項	10
第 V まとめ	11
第 VI 課所別改善・検討事項一覧	12
参考 監査対象イベント一覧	15

第 I 監査の概要

1 行政監査のテーマ

「イベントの実施状況について」

2 監査の趣旨及び目的

県では、県の施策・事業の周知、普及啓発等を図る手段の一つとして、各種イベント（フォーラム、シンポジウム及び催し物など）を幅広く実施している。

また、「あきた21総合計画第3期実施計画」では、魅力ある地域づくりを進めるにあたり、県民が自主的・主体的に取り組む活動に積極的に参加することを期待し、その推進の一環として、イベントを多く実施してきている。

これら多種多様に行われているイベントが、その目的に沿って実施されたか、県民との協働、団体との連携は適切かなどについて、経済性、効率性、有効性の観点から検証するため、地方自治法第199条第2項の規定に基づき監査を実施した。

3 監査対象及び監査対象機関

平成17年度において、知事部局、教育庁、警察本部が県主催で実施したイベント234件の内から、予算額（執行額）、対象者が一般県民となっていること等を勘案し、51件のイベントを監査対象に選定した。

これら51件の直接的な経費の総額は、49,946,324円であった。

監査対象となった機関は、知事部局25課所、教育庁3課所の28課所である。

4 監査の着眼点

監査の主な着眼点は次のとおりである。

- (1) イベントのあり方について
 - ア 実施主体のあり方
 - イ 類似イベントの調整
- (2) 計画策定の状況について
 - ア 計画策定
 - イ 参加予定人数の設定
 - ウ イベントの内容設定
 - エ 費用負担
- (3) 関係機関・団体等との連携状況について
 - ア 部局間の連携状況
 - イ 市町村や民間団体との連携状況
- (4) イベントの実施状況について
 - ア 実施体制
 - イ 参加者の状況
 - ウ 広報の状況

- (5) 成果の把握と活用について
 - ア 参加者数の把握
 - イ イベント実施に関する意識調査
 - ウ 開催結果の広報

5 監査の実施時期及び実施方法

(1) 実施時期

予備監査 平成18年11月 1日から11月21日まで実施した。

監査 平成19年 1月15日から 1月16日まで実施した。

(2) 実施方法

監査は、監査対象機関から監査調書等の提出及び関係者の説明を求め実施した。

第II イベントの概要

監査を実施した 51件のイベントの概要は次のとおりである。
 なお、イベントの一覧は、別添 参考 のとおりである。

1 目的別件数（複数回答）

施策等の周知・情報提供を目的としたものが、51件中 42件と最も多い。

	①施策等の周知 ・情報提供	②普及啓発	③住民の参画	④地域おこし	計
件数 ^{注1}	42	20	25	17	104
構成比 ^{注2}	82%	39%	49%	33%	

注1：複数回答した実数。

注2：構成比は、イベント数 51件に対する比率。

2 参加人数別数

参加人数の最少は、「男だって家事・育児大作戦事業〔お父さんのエプロンサバイバル講座〕」の 11人、最大は、「あきた農林水産フォーラム'05」の 21,000人である。

	①カウ トなし	② 1～ 50人	③ 51～ 100人	④101～ 200人	⑤201～ 500人	⑥500人 ～	計
件数	2	4	7	3	15	20	51
構成比	4%	8%	14%	6%	29%	39%	100%

3 参加率別数

参加率の最少は、「川を活かし・川に活かされる地域を考えるシンポジウム」の 30%、最大は「子育て支援セミナーと親子向けファミリーコンサート」の 300%である。

	①カウ トなし	② 30% 未満	③30%～ 50%未満	④50%～ 70%未満	⑤70%～ 100%未満	⑥100%～	計
件数	2	0	2	3	14	30	51
構成比	4%	0	4%	6%	27%	59%	100%

注：（参加率）＝（参加人数）／（予定人数）×100

4 執行額別数

執行額の最小は、「仙北まるごと産直フェア」320,913円、最大は、「2005年秋田県・メイヨークリニック国際医療シンポジウム」4,608,157円であり、平均は、979,340円である。

	① 30万円～ 50万円未満	② 50万円～ 100万円未満	③100万円～ 200万円未満	④200万円～	計
件数	13	25	8	5	51
構成比	25%	49%	16%	10%	100%

5 市町村・団体との連携別数

県独自で開催しているイベントは「秋田県交通安全県民大会」など 7件、県・市町村・団体が連携して行っているイベントは、「新エネフェスタ in 大湯」など 28件である。

	①県単独	②県・市町村 連携	③県・他団体 連携	④県・市町村・ 他団体連携	計
件数	7	1	15	28	51
構成比	14%	2%	29%	55%	100%

6 広報の方法別件数（複数回答）

イベントに関する広報の方法で最も多いのは、新聞・テレビ・ラジオ等のマスコミによるもので 46件である。

その他は、団体や行事での参加呼びかけ・ポスター掲示などがある。

	①新聞・テレビ・ ラジオ	②広報誌	③独自 チラシ	④ホーム ページ	⑤その他	計
件数 ^{注1}	46	35	44	45	19	189
構成比 ^{注2}	90%	69%	86%	88%	37%	

注1：複数回答した実数。

注2：構成比は、イベント数 51件に対する比率。

7 イベント実施に関する意識調査別数

意識調査の手法で最も多いのが、アンケート用紙調査で28件、最少は聞き取り調査の1件であった。

その他は、意識調査になじまないものである。

	①アンケート 用紙	②意見交換会 ・座談会	③聞き取り 調査	④無	⑤その他	計
件数	28	7	1	11	4	51
構成比	55%	14%	2%	21%	8%	100%

8 参加費別数

参加費無料が、44件、参加費有料が 7件である。

有料の内容は、昼食代、保険料等が 6件、旅費実費が 1件となっており、参加費の最小は、「家庭教育推進フォーラム（県北）」 300円、最大は、「男女共同参画海外セミナー」 30,350円である。

	①無料	②1千円精	③1千円～ 2千円精	④2千円～ 1万円精	⑤1万円～	計
件数	44	2	3	1	1	51
構成比	86%	4%	6%	2%	2%	100%

第Ⅲ 監査結果及び意見

今回、監査を行ったイベントについては、おおむね目的に沿って実施されていたが、次のような課題等については、今後適切に処理されたい。

1 イベントのあり方について

(1) 類似イベントの調整

【監査の結果】

実施機関や内容が他のイベントとほぼ同じで、イベント間の違いが明確となっていないものがあった。

* 課所別事例 第Ⅵ No.26 ①

【意見】

開催目的や内容等が類似しているイベントについては、統合して相乗効果を発揮させることが必要であり、市町村、民間団体のイベントとの共同開催などの手法も考慮する必要がある。

2 計画策定の状況について

(1) 参加予定人数の設定

【監査の結果】

参加予定人数の設定は、各イベントとも基本的事項として定めているが、一部に、参加者数の把握が困難なことを理由に予定人数を設定していないものがあった。

* 課所別事例 第Ⅵ No.45 ①

【意見】

参加予定人数の設定は、会場選定、スタッフ数、配布資料・パンフレット数などイベントの規模を構築するために必要な事項であり、事業効果を検証する指標の一つとして必須のものである。

今後は、イベント内容に合わせ適切に予定人数を設定することが必要である。

(2) イベントの内容設定

【監査の結果】

継続開催しているイベントの中で、毎年、同様の内容で開催し、一般の参加者の少ないものがあった。

* 課所別事例 第Ⅵ No.7 ①

【意見】

イベントの内容は、目的に合致していても、変化がない場合には興味をひかなくなることがあるので、関係機関、関係団体と協議しながらプログラム等の工夫が必要である。

(3) 費用負担

【監査の結果】

参加費については、第Ⅱ 8 のとおり、有料が 7 件あり、いずれも計画段階から参加者負担について検討されていた。このうち、食事代等を負担しているものは 6 件あり、食をテーマとしたイベントが多かった。

しかし、参加費無料のイベントの中で、参加者全員に昼食を提供しているものがあつた。

* 課所別事例 第Ⅵ No.3 7 ①

【意見】

参加者に対しては、地産地消メニューの開発など事業の趣旨により無料で試食等の提供を行うことも考えられるが、一般的には、参加者が直接的に享受するものについては応分の負担を求めることが望ましい。

3 関係機関・団体等との連携状況について

(1) 部局間の連携状況

【監査の結果】

部局間連携については、積極的に推進している例もあるが、取り組みが進んでいないものがあつた。

* 課所別事例 第Ⅵ No.2 2 ②

【意見】

部局間連携は、共通課題に対し複合的に対応することにより、相乗的に効果を発揮できることから、本庁各部局及び各地域振興局においても一層積極的な連携を進める必要がある。

(2) 市町村や民間団体との連携状況

【監査の結果】

イベントの連携の形態は、第Ⅱ 5 のとおり、5 1 件中、県単独で実施したものの 7 件、市町村と連携したものの 1 件、他団体と連携したものの 1 5 件、市町村及び他団体と連携したものの 2 8 件となっている。

市町村及び他団体と連携しないで県単独で実施したものの中には、参加者確保の面などで連携が必要なものがあつた。

* 課所別事例 県単独で実施したもの（市町村及び他団体との連携要）

第Ⅵ No.1 0 ②、No.1 1 ①

他団体と連携したもの（市町村との連携要）

第Ⅵ No.2 6 ③、No.4 5 ②

【意見】

一般的に、イベントにおける市町村との連携は、地域の情報発信に欠かせないことから、積極的に協力を求める必要がある。また、関係団体、民間団体との連携は、協働の観点から、企画から運営までの協力を得ながら実施できるよう努めるべきである。

さらには、スケールメリットによる相乗効果を発揮するため、市町村、民間団体のイベントとの共同開催の手法等を検討する必要がある。

4 イベントの実施状況について

(1) 参加者の状況

ア 参加率

【監査の結果】

参加者の状況は、第Ⅱ 3のとおり、参加率が 70%を下回ったものが 5件あった。

理由としては、曜日等の設定の配慮が足りなかったもの、時期及び開催場所の選定から交通手段が限られていたもの、広報が効果的でなかったものなどであった。

* 課所別事例 第Ⅵ No.11 ①、No.12 ①、No.22 ①、No.27 ①、No.28 ①

3地区開催のうち1地区が下回ったもの 第Ⅵ No.51 ①

【意見】

参加者の多寡は、イベントの事業効果に直結するものであり、計画策定の段階から参加しやすいプログラム、期日、開催場所を適切に設定するとともに効果的な広報手段を選択することが必要である。

特に、積雪寒冷期に実施するイベントについては、時間、場所及び交通手段に十分に配慮すべきである。

また、前述のとおり、市町村、民間団体等との連携や共同開催等の手法も考慮する必要がある。

イ 一般参加者

【監査の結果】

一般の参加者を対象としているが、関係者以外の一般の参加者が少ないものがあった。

* 課所別事例 第Ⅵ No.7 ①、No.10 ①、No.26 ②、No.40 ①

【意見】

イベントの目的とする施策等の周知・情報提供の趣旨に沿い、プログラム等の工夫や効果的な広報手段により、広く一般の参加を募ることが必要である。

(2) 広報の状況

ア 広報媒体

【監査の結果】

イベントの開催にあたっては、開催内容、期日等を伝える手段として、それぞれ新聞、テレビ・ラジオ、広報誌、チラシ及びホームページ等を複数利用し、きめ細かな周知に努めているが、第Ⅱ 6のとおり、県関連ホームページにイベントの開催情報を掲載していないものが 6件あった。

* 課所別事例 第Ⅵ No.4 ①、No.7 ②、No.37 ②、No.38 ①、No.39 ①、No.40 ②

【意見】

インターネットは、県民の行政情報の入手手段として徐々に役割が大きくなっているとともに、他の広報手段に比べ経済的であることから、「美の国あきたネット」に開催情報を掲載し、広報に努める必要がある。

また、「美の国あきたネット」には便利ツールとして、「募集情報」及び「イベントカレンダー」があることから、これらの活用を図るべきである。

イ 広報費用と効果

【監査の結果】

広報手段の選択は、各イベントの主な対象者により異なるが、秋田スギに関するイベントでは、新聞広告を二度実施したが、参加者が少なかった。

* 課所別事例 第VI No.2 2 ①

【意見】

広報手段と費用は、対象者の周知範囲により設定されたものであるが、予定人員と経費のバランスを勘案し、より経済的、効果的な方法を検討する必要がある。

ウ 広報の時期

【監査の結果】

広報の時期を確認したところ、概ね開催日時を考慮しながら設定しているが、ポスターの作成時期が遅れ、掲示が短期間となったものがあった。

* 課所別事例 第VI No.4 9 ①

【意見】

広報の時期は、広報手段により、長い周知期間が必要なものから直前の周知が効果的なものまで多様であるが、それぞれの特長が生かされ有効に活用されるよう設定する必要がある。

5 成果の把握と活用について

(1) 参加者数の把握

【監査の結果】

参加者数の把握は、ほとんどのイベントで、実数のカウントや特定地点を基にした算出等により実施していたが、観光イベントの中には、不特定多数を対象としているため把握が困難であることを理由に実施していないものがあった。

* 課所別事例 第VI No.4 4 ①、No.4 5 ①

【意見】

参加者数の把握は、定員が決まっているものや屋内会場のイベントに比べ、駅構内、都市公園などで実施するイベントの場合は難しいものではあるが、参加者数は事業効果を検証する指標の一つであることから、客観的な算出方法を用いて把握することが必要である。