

平成25年度包括外部監査の結果に対する改善措置

目次

- 1 監査結果<指摘事項>に対する改善措置・・・・・・・・・・ 1
- 2 意見に対する改善措置・・・・・・・・・・ 3

監査結果<指摘事項>	改善措置
<p>1 入札募集（ウェブサイト再構築）の事前準備 （５６頁）</p> <p>平成２２年度のホームページリニューアル外部委託において、システム構築作業期間が６ヶ月と短いことを理由に、過去に群馬県と同規模の作業実績を有することを資格要件としたために、入札参加業者が２社となり、十分な競争性が図られていなかった。今回は、システムの構築期間を十分にとるとともに、入札参加資格要件を緩和するなど、多数の業者が入札に参加できるよう配慮すべきである。</p>	<p>今回のシステム更新時（平成２８年１２月）にシステム変更を行う場合は、業者選定を含めたシステム構築期間を１年程度確保できるよう準備に着手する。（総務部広報課）</p>
<p>2 収支差・損益の帰属の妥当性 （９７頁）</p> <p>ぐんま総合情報センターの業務委託契約における収支差・損益の帰属は、県と観光物産国際協会が協議して決めることとされているが、県が家賃を負担している現状が考慮されていない。実質的な事業責任は県が負うことから、収支差・損益の帰属に県の家賃負担を考慮すべきである。</p>	<p>ぐんま総合情報センターは、首都圏における群馬県のPRという政策目的に基づく情報発信拠点として県が設置し、その効率的・効果的な管理運営を行うため、観光物産国際協会に運営委託している。したがって、観光物産国際協会がテナントとして営業活動を行うものではないことから、収支差・損益の配分に家賃負担を考慮していない。収益の配分については、これまでも運営状況や収益額の状況を見ながら見直しを実施してきたところであり、今後も必要に応じて見直しを検討する。（企画部企画課）</p>
<p>3 事業実績報告書の金額誤り （９８頁）</p> <p>観光物産国際協会から県に報告された物産販売収入額と商品仕入額が、協会の会計帳簿と異なっていた（収入が約１００千円、仕入が約５０千円の差異）。事務処理を再度チェックする体制を整備する必要がある。</p>	<p>金額誤りについては、平成２６年３月に観光物産国際協会から訂正の報告を受けた。今後は、県において、観光物産国際協会から提出される事業実績の確認に当たり、ダブルチェックを行うことにより、審査を徹底する。また、観光物産国際協会においても同様の事務処理ミスが生じないように、県の指導により同年１月に業務改善会議を設け、会計システムの見直しや観光物産国際協会内のダブルチェックの徹底によるチェック機能の強化を図った。（企画部企画課）</p>
<p>4 芸術文化団体等に対する補助金の支給基準の明確化の必要性 （１２０頁）</p> <p>芸術文化団体補助金交付要綱では、事業費のほかに団体の運営費も含めて広く補助対象としており、受領した補助金を事業費に充当するか、運営費に充当するかは、団体の判断に任せている。補助金支給基準が要綱上で明確にされておらず、補助金の公平性及び明瞭性が担保されない可能性があることから、補助金交付要綱において、補助金支給基準の明確化を行うべきである。</p>	<p>平成２６年度中に芸術文化団体補助金交付要綱を改正し、補助対象経費を明確にする。（生活文化スポーツ部文化振興課）</p>
<p>5 芸術文化団体等に対する補助金支給額算定過程の明確化 （１２０頁）</p> <p>芸術文化団体補助金交付申請書に</p>	<p>平成２６年度中に芸術文化団体補助金交付要綱を改正し、補助金支給額の算定過程を明確にする。（生活文化スポーツ部文化振興課）</p>

<p>において、事業歳入歳出予算書等を添付させているが、申請額の算定過程が明確ではなく、支給団体の事業規模や経費の支出内容にかかわらず、毎年度ほぼ同水準の額が支給されている。補助金支給の適切性から、補助金支給基準の明確化等を行った上で、基準に沿った算定過程を明示すべきである。</p>	
<p>6 賛助会費の会計上の扱い (138頁) 群馬交響楽団の賛助会員として会費を支払う者は、特典として「演奏会の鑑賞券」又は「税法上の優遇措置」のいずれか一方を選択できる。後者を選択した者からの会費収入の実態は寄付金であるにもかかわらず、いずれの会費収入も「賛助会員会費収入」に全て計上されているが、本来は「受取寄付金」に計上すべきである。</p>	<p>「税法上の優遇措置」を選択した者の賛助会費については、平成25年度決算から寄付金収入として計上している。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>7 完了検査調書 (171頁) 完了検査調書の検査日について、現地調査を行った日を検査日としていたため、実績報告書の確認日より前になっていた。完了検査調書に検査日とは別に、現地調査日の記入欄を追加するとよい。</p>	<p>補助事業が実施された現地や事業者のもとで、補助事業が適正に終了しているかを確認した日を記入する「現地確認日」の記入欄や、実績報告書等必要なチェック項目が全て確認できた日を記入する「最終確認日」の記入欄を設けるなど誤記入を防ぐ工夫を行い、全面的に書式を見直した。 また、チェックリストという性格を明確にするために完了検査調書の名称を変更し、「履行確認チェック表」とした。(教育委員会文化財保護課)</p>
<p>8 実績報告書の雛型 (172頁) 群馬県文化財保存事業費補助金交付要綱において、補助事業が完了した際には、実績報告書を教育長宛てに提出することが定められているが、規定様式とは別の様式を使用して実績報告書を提出している事業があった。群馬県文化財保存事業費補助金交付要綱に従った雛型で実績報告書を作成するよう各市町村へ依頼することが必要である。</p>	<p>平成26年2月7日に市町村を集めて開催した「文化財関係補助金等説明会」において、国庫補助事業の書式と群馬県文化財保存事業費補助金の書式とを混同しないよう注意を促すとともに、群馬県文化財保存事業費補助金交付要綱に定められた書式に添って補助金関係の書類作成をするよう要請した。 また、平成25年度群馬県文化財保存事業費補助事業の実績報告書の検収では、書式に添った作成であるかも徹底して確認した。(教育委員会文化財保護課)</p>
<p>9 実績報告書の添付書類漏れ (174頁) 群馬県文化財保存事業費補助金交付要綱において、実績報告書の添付書類として求められている「工程表」が添付されていない事業があった。提出書類の確認が不十分であることから、補助事業の履行に係る完了検査において確認手が網羅的に行えるよう、チェックリスト(完了検査調書)の様式の見直し等も必要である。</p>	<p>平成26年2月7日に市町村を集めて開催した「文化財関係補助金等説明会」において、国庫補助事業に係る書類の添付書類と群馬県文化財保存事業費補助金関係書類の添付書類との違いを認識してもらうとともに、群馬県文化財保存事業費補助金交付要綱にのっとり添付書類の作成を行うよう要請した。 また、平成25年度群馬県文化財保存事業費補助金の補助事業の履行確認と実績報告書の検収では、完了検査調書について全面見直しと名称変更を行い、添付書類のチェック欄を設けた「履行確認チェック表」として活用し、添付書類の確認を徹底して行った。(教育委員会文化財保護課)</p>

意見	改善措置
----	------

<p>1 統括組織の設置（広報課への統括機能の付加） （５２頁）</p> <p>平成２３年度のホームページ（以下「HP」という。）のリニューアルにより、県HPの作成機能は向上したが、内容の重複や不統一感等が生じている。県HPの広報媒体としての利用度を向上させていく必要がある、広報課に統括機能を付加し、相互関連性の向上や重複の解消などの内容チェック、利用度の把握と指導・アドバイスなどが行えるようにすべきである。</p>	<p>平成２６年度に、県HPのリニューアルに係る検討会を設置し、掲載する情報の整理・見直しを行うとともに、広報課が果たすべき役割についても併せて検討する。（総務部広報課）</p>
<p>2 各バナー（ウェブサイト）の連携強化 （５５頁）</p> <p>県HPにおいて、現状でもイメージアップキャンペーンの実施や観光に関する各バナーの設置等、県の魅力や観光情報の提供を積極的に行っていることは評価できるが、さらに県内外の利用者から目を引くような仕組みや、多様な情報を重複なく掲載するとともに、観光促進を核とした利便性向上のために外部サイトを含め各サイトの連携を強化すべきである。</p>	<p>平成２６年度に、県HPのリニューアルに係る検討会を設置し、各ウェブサイトの連携強化について検討を行う。（総務部広報課）</p>
<p>3 ロコミ情報の活用 （５５頁）</p> <p>県HP等（外部リンクを含む。）では、「県民レポート」や「ぐんまのいいとこ伝え隊」など、ロコミ情報として様々な情報が載せられているが、同じテーマに基づいて関連付けがされたリンクがない。ロコミ情報は、観光誘致には非常に重要な要素であり、各サイトの情報の集約や利便性向上のために、ロコミ情報に関するリンク機能を強化することも有効である。</p>	<p>関係所属・機関と調整し、県HP等（外部リンクを含む。）のロコミ情報を集めたメニューページを県HPに用意することにより、ロコミ情報サイトのリンク機能強化と利便性の向上を図る。（総務部広報課）</p>
<p>4 配送方法の再検討の必要性 （６２頁）</p> <p>広報紙の配布は、現在「新聞折込み」の方法で主に行われているが、平成６年度までは「市町村を通じて配布する方法」を採用しており、後者の方が配送費用が削減できる可能性が高いと思われる。しかし、どちらの方法にも利点や欠点があり、どちらを採用した方がよいかを一概に判断することは難しいため、配送方法について、県民にアンケートを取り、その結果を踏まえて配送方法を選択する必要である。また、後者の方法は自治体の理解と協力が必要な</p>	<p>平成２６年度から、「ぐんま広報」の紙面上を活用した独自アンケート調査（年１回程度）を実施し、その結果を踏まえて、配送方法を検討する。（総務部広報課）</p>

<p>ため、市町村に対しても同様のアンケートを実施する必要がある。</p>	
<p>5 読者（県民）ニーズや意見の把握（63頁） 広報紙の読者（県民）意見の把握として、クロスワード・パズルの回答時に記入された意見や感想を参考にしているが、広報紙の記載内容だけでなく、発行形態や紙面様式などの全体的な検討にも当該意見を活かしていくためには、このような意見や感想だけでは不十分である。他の都道府県のアンケート調査等を参考にして、読者の要望を詳細に把握し、今後の広報紙の作成に活用していくことも必要である。</p>	<p>平成26年度から、「ぐんま広報」の紙面上を活用した独自アンケート調査（年1回程度）を実施し、可能な限り、読者の意見・要望を反映していく。（総務部広報課）</p>
<p>6 配送業者の選定（64頁） 配送費に関して、一般競争入札によって委託業者が決定されているが、県内全ての世帯に広報紙を配布できる業者は少なく、毎年応札業者は1社であり、直近5年間の1部当たりの配送費は、ほぼ一定額である。業者選定に当たっては、配送地域を区分して業者を選定する方法も考えられ、区分した方が費用を削減できる場合には、業者選定方法を見直す必要がある。また、地域別に区分した場合、地域によっては「市町村を通じて配布する方法」を加えることも一つのアイデアである。</p>	<p>平成26年度から、他の業者からも見積りを取るなど、費用の比較検討を行い、その結果を踏まえて、業者選定方法の見直しを検討する。（総務部広報課）</p>
<p>7 発行部数の見直し頻度（65頁） 新聞折込配布数の決定は、年1回行われ、毎月この計画された折込配布数に基づいて広報紙が製作されている。年間の発行部数の見直しは、年1回であるため、年度末には月1万部以上の広報紙が予備とされていると思われる。予備部数の適正化を図るため、月々の新聞折込配布数の見直し回数を、年複数回に増やすべきである。</p>	<p>委託業者とも協議し、平成26年度から発行部数の見直しを年2回程度に増やす。 また、予備部数の削減についても検討を行う。（総務部広報課）</p>
<p>8 掲載内容の見直し（68頁） グラフぐんまに対する購読者と県民リポーターに対するアンケート結果（以下「購読者・県民アンケート」という。）によると、グラフぐんまへの県政記事に関する要望や関心は比較的少ないものと考えられ、歴史・文化や自然・イベント情報の充実が求められている。県政情報については、ぐんま広報において発信できることから、グラフぐんまは、</p>	<p>グラフぐんまは、県政情報を県民に写真で分かりやすく伝える事を主目的に発行している広報誌であり、掲載内容については、基本的に現状の方針を継続する。 平成24年度に内容の見直しを行っているが、今回の意見や、県政県民意識アンケート調査等による読者の要望を踏まえながら、群馬の魅力発信も含めた誌面作りに努める。（総務部広報課）</p>

<p>群馬の魅力発信という観点から効果的な冊子の構成や内容となるよう検討すべきである。</p>	
<p>9 発行回数の見直し (69頁) グラフぐんまは年10回発行しており、ページ数が40ページあり、発行回数だけでなく、ページ数も他県に比較して多い。平成24年度に行われた県政県民意識アンケート調査によると、グラフぐんまは群馬県民にとって、必ずしも利用頻度が高いとはいえない広報媒体であることから、他の都道府県の発行回数、県民の要望や広報媒体としての特性等を勘案した上で、発行回数及びページ数を見直す必要がある。</p>	<p>平成24年度に内容やページ構成を見直し、平成25年度から発行回数を、年12回から年10回に変更した。 今後も、県政県民意識アンケート調査等を通じ、発行回数やページ数、誌面構成などについて検討していく。(総務部広報課)</p>
<p>10 写真の有効活用 (70頁) グラフぐんまに対する購読者・県民アンケート結果によると、画像コンテンツとしての評価が高く、グラフぐんまに掲載された写真は、群馬県の観光PRとして利用できるものも多数あると考えられることから、県HPの文化・観光案内等に積極的に活用すべきである。 また、県外の人でも閲覧でき、県のPRにつながるため、県HPでの開示を検討すべきである。</p>	<p>写真の活用について、庁内への一層の周知に努める。 県HPでの開示については、グラフぐんま製作者とも調整の上、検討を行う。(総務部広報課)</p>
<p>11 購読機会の公平性 (72頁) 新聞掲載(ぐんまちゃんの掲示板)を行っている新聞は、県内で最も発行部数が多い上毛新聞のみであり、上毛新聞を購読していない人は情報提供がされず、不公平な状況になっている。県民の情報に接する機会の公平性を確保するため、費用対効果を考慮しつつ、掲載媒体や掲載内容等の検討及び周知に努めるべきである。</p>	<p>予算面の制約や費用対効果を考慮し、当面は現在の方法を継続する。 なお、掲載内容等については、今後も継続的に見直しを行う。 また、平成26年4月から、県HPに掲載項目・内容を掲載した。(総務部広報課)</p>
<p>12 掲載回数 (73頁) 県政県民意識アンケート調査によると、新聞掲載の広報媒体としての認知度は必ずしも高いとはいえず、また、その日でなくてもよい情報も見受けられる。必ずしも認知度の高くない広報媒体に対して、毎日県政情報等を掲載し、年間12,560千円もの費用を計上することは、費用対効果の観点から適切ではないと考えられることから、適切な掲載内容や掲載回数となるよう見直しが必要である。</p>	<p>費用対効果を考慮し、当面は現在の方法を継続する。 なお、掲載内容等については、今後も継続的に見直しを行う。(総務部広報課)</p>

<p>1 3 県HP未掲載 (74頁)</p> <p>新聞掲載以外の広報媒体については、県HPに広報の方法や内容等を掲載しているが、新聞掲載については、県HPに掲載していない。他の広報媒体と同様、新聞掲載についても、新聞名、掲載内容等を県HPに掲載すべきである。</p>	<p>平成26年4月から、県HPに掲載項目及び内容を掲載した。(総務部広報課)</p>
<p>1 4 視聴率低下に対する対応及び対策 (77頁)</p> <p>県広報番組「ぐんま一番」について、テレビ広報の有効性及び必要性は認められるものの、視聴率が低下しており、県政県民意識アンケート調査によると、「ほとんど見ない」「見たことがない」と回答した人が合計で7割を超えている状況である。番組に対する予算は少額とはいえない状況であるため、費用対効果に鑑み、放送時間帯の変更や放送回数(あるいは放送時間)の縮小等を検討すべきである。</p>	<p>放送時間帯については、現状よりも在宅率が高い時間帯の放送の可能性について、群馬テレビと協議を行う。</p> <p>放送回数については、費用対効果を踏まえた事業見直しにより、平成26年度の放送回数を前年度よりも減らすこととしたが、今後さらに検討する。</p> <p>放送時間については、放送内容と情報量、また費用対効果と視聴満足度を考慮した結果、現状の30分を継続する。(総務部広報課)</p>
<p>1 5 事業評価指標の再検討とリサーチ方法 (79頁)</p> <p>ぐんま一番の番組(事業)の評価指標として番組視聴率を採用しているが、視聴率の採取は年1回であり、特定かつ短期間で採取した視聴率が年間を通じての番組の評価を反映しているとは言い難く、事業評価の指標としてはそぐわないと考える。</p> <p>また、県民ニーズの把握として、より広範囲でのリサーチ方法を再検討すべきである。</p>	<p>平成26年度以降の事業評価指標は、視聴率ではなく、県政県民意識アンケート調査の結果(番組認知率)を採用する。</p> <p>また、番組ニーズのリサーチについては、取材協力者等に対し、番組視聴後の感想も含め、どのような番組を望むかについて独自アンケートを行い、その結果を番組制作に活用する。(総務部広報課)</p>
<p>1 6 コンテンツの有効活用 (80頁)</p> <p>ぐんま一番には少額とはいえない予算を投じており、作成された番組というコンテンツそのものを現状以上に有効活用すべきである。ぐんまの魅力が県外へ伝えるため、また、どのような内容で視聴者が多いのかを捉え今後の番組作成に役立てるため、ウェブ掲載情報の閲覧結果の調査・分析及びHP等での工夫(利用者側にとって有効と考えられる検索機能の強化及びカテゴライズ)を行うことが有用と考える。</p>	<p>ウェブ掲載番組へのアクセス状況、また、番組フェイスブックへの反応から視聴ニーズの高い番組の傾向を把握し、今後の番組制作の参考とする。</p> <p>検索機能の強化及びカテゴライズについては、平成25年12月に、番組配信サイト上でカテゴリー検索できるように対応を行った。</p> <p>また、平成26年1月から、番組HPに過去の放送内容を確認できる「放送一覧表」を掲載し、表中から見たい番組動画にアクセスできるように対応を行った。(総務部広報課)</p>
<p>1 7 番組評価の方法と予算配分等の再検討 (82頁)</p>	<p>平成26年度以降の事業評価指標は、視聴率ではなく、県政県民意識アンケート調査の結果(番組認知率)を採用する。</p> <p>「ぐんま一番」については、費用対効果を踏まえた事業見直しによ</p>

<p>番組（事業）評価の指標として番組視聴率を採用しており、視聴率採取は年1回である。平成24年度は県政県民意識アンケート調査を実施しており、事業評価の指標をアンケート結果等に変更することを検討すべきである。</p> <p>また、テレビを利用した広報番組である「ぐんま一番」と「県政インフォメーション」の視聴率は、平成24年度調査では前者が3.3%、後者のニュース番組が5.8%であるが、同年度の予算では、前者が113百万円、後者が20百万円となっていることから、後者へ資源（予算）を注力することを検討すべきである。</p>	<p>り、平成26年度の放送回数を前年度よりも減らすこととしたが、今後さらに検討したい。また、「県政インフォメーション」については、県政県民意識アンケート調査の結果を踏まえて見直しを検討する。（総務部広報課）</p>
<p>18 アンケート調査等の実施の必要性 (86頁)</p> <p>FM放送の聴取者（県民）の意見を把握する手続は、県政県民意識アンケート調査のみで行っているが、他県では、番組内容の感想や放送希望日時等のアンケートも行い、その後の放送に反映していると思われる、広報の効果がより高まると考える。群馬県でも、アンケート調査やモニター調査を実施し、番組に聴取者の意見を反映させていくことが必要である。</p>	<p>県政県民意識アンケート調査を活用して、ラジオ番組聴取実態の把握を行う。</p> <p>また、エフエム群馬のモニター制度を利用した意見聴取の実施について、同社と協議を行う。（総務部広報課）</p>
<p>19 売上分析の必要性 (90頁)</p> <p>ぐんま総合情報センターのチャレンジコーナーは、県内の業者・団体と連携し、モニター調査を兼ねている特設販売コーナーであるが、販売情報を関連部局に対して積極的にフィードバックしておらず、販売促進に係る分析も必ずしも十分ではなく、アンテナショップとしての働きが十分になされていないように見受けられる。商品販売状況の分析の充実と関連部局に対するフィードバックを行い、全庁的に県産品のニーズの把握に努める必要がある。</p>	<p>県の関連部局や市町村、事業者等、ぐんま総合情報センターの利用者は、チャレンジコーナーやイベントスペースを利用して、自ら試験販売する中で直接必要な情報収集や分析を行っている。また、ぐんま総合情報センターにおいても、それぞれの部局が必要とする情報については、随時、提供や共有をしている。</p> <p>今後は、利用者がより多くの情報を活用できるよう、別の部局に関連する情報のフィードバックについて具体的な方法を平成26年度中に検討する。（企画部企画課）</p>
<p>20 チャレンジコーナーの充実 (92頁)</p> <p>チャレンジコーナーで販売する商品については、市町村や商工会などを通じて募集しているが、ぐんまちゃん家のHP上では募集していない。県の機関として販売を行う以上、一定の条件を付した上で、幅広くかつ公平に誰でも応募できる仕組みを作るべきである。</p> <p>また、業者に対しては様式等を定</p>	<p>チャレンジコーナーにおける販売について、県の機関として販売を行うためには、事業者の経営状況などの背景を確認する必要があるため、市町村や商工団体を通じて公募している。事業者にとっても、身近な市町村や団体を窓口にできる利便性があるため、現状の募集方法とする。</p> <p>事業者は、チャレンジコーナーを活用することで自ら必要な情報収集を行っている。また、ぐんま総合情報センターにおいても様式等は定めていないものの、必要な情報や意見等は随時提供しているが、十分なフィードバックについては、具体的な方法を平成26年度中に検討する。</p> <p>なお、チャレンジコーナーについては、平成26年4月から、これ</p>

<p>め、十分なフィードバックを行うべきである。</p> <p>さらに、チャレンジコーナーへの出展は来年度まで順番待ちであり、需要に対し十分に応えられていないため、同コーナーの拡大を検討すべきである。</p>	<p>まで1か月4社だった販売枠を7社に拡大し、需要に対応できるよう改善を行った。（企画部企画課）</p>
<p>2.1 ぐんま総合情報センター（2階部分）の活用 （93頁）</p> <p>2階のイベントスペースは土日祝日でもイベントを実施していない日があり、20～30%の未稼働日数があることから、稼働率を上げるために県が主体となったイベントを増やし、土日祝日は必ずイベントを実施するなど、来客者アップの施策を検討すべきである。</p> <p>また、トイレは2階にしかないことから、窓や仕切り等にポスターを貼るなど、トイレ利用客に対しても積極的に群馬をアピールできるようなレイアウトが必要である。</p>	<p>稼働日数には、出展者によるイベント前後の準備や片付け等の必要日数のほか、ぐんま総合情報センターが直接実施している「ぐんまちゃん家茶屋」（水沢うどんの提供）の日数が含まれておらず、稼働率の算出方法の問題があると考え、一層の来客者アップの施策として、平成26年4月から、「ぐんまちゃん家カフェ」やおつきりこみの提供を実施するなど、より稼働率を上げるよう努力している。</p> <p>また、2階への階段やスペースの仕切り等にもポスターを掲示するなど積極的な誘客宣伝を実施している。（企画部企画課）</p>
<p>2.2 飲食の取扱い （94頁）</p> <p>他県のアンテナショップでは、郷土料理を充実し、集客を図っている例があるが、群馬県では常設の飲食物はソフトクリームのみであり、食べる場所もあまりない。現在、毎月平日に2日、ぐんまちゃん家茶屋を実施しているが、平日では家族連れはなかなか来られない。また、訪問者に対するアンケートにも常設の飲食物の提供を求める声があることから、常設の飲食物を充実させるとともに、各季節に応じた飲食物の提供を検討すべきである。</p>	<p>ぐんま総合情報センターは、単なるアンテナショップではなく、県の首都圏における情報発信拠点として、本県のさまざまな魅力を発信することに重点を置いて開設したものである。また、常設の飲食スペースに代わるものとして、企画コーナーを設けており、各業者が飲食物などの販売を行っている。</p> <p>スペースに限りがあるため、常設の飲食スペースを設けることは難しいが、これまで実施してきた「ぐんまちゃん家茶屋」に加え、平成26年4月からおつきりこみの提供も開始した。（企画部企画課）</p>
<p>2.3 販売活動におけるPR （95頁）</p> <p>ぐんまちゃん家ではポイントカードを発行しているが、カードの案内はレジの横に記載はあるが、店員からの声掛けはなかった。1回の会計で5,000円以上購入した場合には、その場でプレゼントがもらえるにもかかわらず、声掛けが行われていなかった。リピーターを獲得するためにも、積極的にポイントカードをPRすべきである。</p>	<p>ポイントカードの声掛けについては店員が実施しているが、今後、一層の声掛けの徹底を図る。（企画部企画課）</p>
<p>2.4 ネット販売の導入 （95頁）</p> <p>多くの都道府県ではアンテナショップのHPでネット販売を行っているが、ぐんまちゃん家では検討中であり、実施には至っていない。重い</p>	<p>ネット販売については、平成26年度中の稼働に向け、物産販売業務を委託している観光物産国際協会において準備中である。稼働後は、ぐんまちゃん家のHPにリンクを貼り、案内・誘導したい。（企画部企画課）</p>

<p>商品の購入や遠方からの追加購入が可能となることから、ネット販売の導入が望まれる。</p>	
<p>25 「ぐんまちゃん家」自体のPR活動の強化 (96頁) 各種メディアへの売り込みを図るためには、「ぐんまちゃん家」自体を宣伝する活動を引き続き強化し、話題性や人気を継続する必要がある。例えば、県広報番組において、ぐんまちゃん家の活動取材し、これを県HP等に掲載すれば、動画の利点と広範囲な配信の両方を実現できると考える。</p>	<p>ぐんま総合情報センターは、首都圏において群馬県の魅力を総合的にPRするための情報発信拠点として設置し、全国ネットのテレビ番組や新聞・雑誌等への売込みを実施している。こうした活動により、テレビ番組や雑誌等でぐんまちゃん家及び群馬県が取り上げられた広告料換算額は、平成23年度は約1.2億円、平成24年度は約1.7億円、平成25年度は約2.1億円となり、年々増加している。全国ネットで放映等される方がPR効果が高いことから、今後も在京メディアへの売込活動を継続する。(企画部企画課)</p>
<p>26 「ぐんまちゃん家」事業に関する貸借対照表の作成と報告の必要性 (97頁) 平成23年度までは、観光物産国際協会により「ぐんまちゃん家」事業に関する貸借対照表が作成され、報告を受けていたが、同協会が公益財団法人に移行したことに伴い、平成24年度から貸借対照表の作成・報告が行われなくなった。県が、管理監督を行うに当たっては、決算状況の把握のために、年度末の財産の状況を一覧できる貸借対照表は欠かすことのできないものであるため、その作成と報告を求めるべきである。</p>	<p>平成25年度分から、再度、貸借対照表の報告を求めることとし、観光物産国際協会からも提出する旨、回答を得ている。(企画部企画課)</p>
<p>27 「留学生を活用するもの(ぐんまのいいとこ伝え隊)」の事業成果 (102頁) ぐんまのいいとこ伝え隊に参加した外国人留学生が海外における群馬県のイメージアップのため、自身のブログやフェイスブック等で体験ツアーなどの感想を母国語で発信している。しかし、家族や友人など一部のしかその情報を閲覧していない可能性があるため、県の関連サイト等において情報発信した内容を掲載するなど事業の成果をより高める工夫が必要である。</p>	<p>平成26年度から、外国人留学生による情報発信の内容を日本語で要約し、県HPに掲載する。 また、中国人留学生の情報発信の内容を中国語で要約し、県上海事務所HPに掲載する。(企画部国際戦略課)</p>
<p>28 事業経費の補助率超過 (105頁) 群馬のふるさと伝統文化支援事業の補助金の補助割合は、事業経費の2/3以内となっており、事業経費の1/3は自己負担となるはずであるが、県以外の補助金との併用により、全ての補助金を合計すると補助割合が2/3を超過する団体があるため、全ての補助金の合計が事業経費の2/3以内とすべきである。</p>	<p>この補助制度は、事業者の伝統文化継承活動を広く支援する趣旨で制度設計されており、補助金の併用は交付要綱上も認めていることから現行の制度を維持し、補助要件等について誤解のないよう周知を図る。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>

<p>29 補助金申請書の統一化 (106頁)</p> <p>群馬のふるさと伝統文化支援事業の補助金は、県と市町村の補助金の併用が可能であり、県と市町村に補助金を申請する際に、同じような申請書を複数作成し、煩雑な申請手続となっており、また、行政コストの観点からも人件費等が二重にかかっている。事務の効率化を図るため、可能な限り申請書の統一化を行い、申請に関する手続が二重にならないように市町村へ働きかけることも必要である。</p>	<p>類似の補助制度がある市町村の申請様式等を確認した上で、申請者の負担軽減や、事務手続の合理化について検討する。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>30 要望への対応 (109頁)</p> <p>文化芸術活動を行っている文化団体を有償のボランティアとして小学校等に派遣し公演等を行う事業について、平成22年度から24年度までの実施状況では、申出件数よりも実施件数が少なくなっており、予算枠を上回る申出がある場合は、やむを得ず予算の範囲内で事業を実施し、一部の事業は実施できない状況にある。予算増ができない場合は、1プログラム当たりの限度額を引き下げるなど、実施件数を増加できるように対応すべきである。</p>	<p>平成25年度は、派遣事業の実績を早期に確定することで、残った予算を活用して事業の追加要望に応えることができた。今後とも、予算執行を効率的に行い、多くの要望に応えることができるようにする。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>31 補助対象団体の選定 (118頁)</p> <p>芸術文化団体補助金は、毎年度見直しを行っているが、補助対象団体が固定化し、長期間補助を受け続ける状況になっているため、対象団体における一層の収入増加に対する努力と公的支援に頼らない体制作りが望まれ、県としても、自立を促すような補助金制度の見直しが必要である。</p>	<p>従来から自立へ向けての自覚を促してきたところであるが、平成26年度中に、芸術文化団体補助金交付要綱に補助対象団体の自立を促す項目を追加する。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>32 楽団員の収支意識の醸成 (125頁)</p> <p>群馬交響楽団において、楽団員に対し楽団の収支状況は提示されているものの、詳細な説明は行われていないため、事務方だけでなく楽団員にも収益的な貢献に関与することを意識付けることが、今後の楽団の維持あるいは発展のために必要である。そのため、各演奏会の損益を単に算定するだけでなく、損益の原因を分析するなど、具体的な改善アクション(営業活動・営業企画への参画)に結びつけられるよう楽団員に意識付けを行っていくことが必要である。</p>	<p>平成25年4月の公益法人移行に伴い次のとおり意識の醸成を図っており、今後も引き続き取り組んでいく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各年度の予算・決算書等の情報を公開している。 ・労使交渉の場において、楽団の財政状況の詳細について、逐次説明している。 ・定期会員の開拓等による資金確保を楽団員に呼びかけている。 <p>(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>

<p>3 3 演奏会別収支の精緻化と報告体制 (126頁)</p> <p>楽団における具体的な課題を明確化し、楽団員の課題に対する改善意識を醸成するため、演奏会別収支情報を加工集約する必要がある。例えば、収入額だけではなく入場者1人当たりの収入額等の情報を示すことや各演奏会毎の人件費を示すことにより、収益性を高めるためのより具体的な活動目標を設定することができる。</p>	<p>平成26年度から、個々の演奏会ごとに事業概要、収支見込みを記載した事業計画の事前作成を導入している。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>3 4 楽団員の満足度を高める施策 (楽団における人的な課題) (127頁)</p> <p>楽団員のモチベーションやインセンティブを向上させるためには、従業員満足度調査等を実施して、楽団員の意識や職場環境に関する事項を調査・数値化して、分析・改善に役立てることも有効である。これにより、楽団活動の改善や組織への参加意識や一体感の醸成を図ることが可能である。</p>	<p>平成26年度中に、楽団員に対し、モチベーションやインセンティブを向上させるための満足度調査等を実施し、楽団運営及び職場環境の改善の参考とする。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>3 5 就業制度の透明性、公平性の確保 (129頁)</p> <p>楽団の就業制度について、人材を有効活用するため、統一的な運用により透明性・公平性が確保される必要がある。現状、透明性や公平性の観点から疑義のある制度(演奏に必要な奏者数を在籍楽団員数が上回った場合、余剰楽団員を「降り番」として演奏会への従事を免除するものであるが、制度の根拠がなく、また、追加して降り番となる楽団員を増やすことができる「みなし降り番」に明確なルールがなく、各セクションで運用にばらつきが生じている。)が導入・運用されており、就業制度のあり方について改善が望まれる。</p>	<p>労使間の調整を図りながら就業制度の改善を進めていく。具体的には、平成28年度までに、楽団員の労働実態の把握と課題の抽出及び労使双方参加による就業制度の検討を行う。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>3 6 外部者の意見・ニーズの把握と活用 (132頁)</p> <p>楽団の主催する演奏会において毎回アンケートを配布しているが、回収率が極めて低いため、回収率を高める施策が必要である。例えば、チェックリスト形式の回答にする、プレゼントコーナーの記載を目立たせる等の改善が望まれる。</p>	<p>平成26年度に、来場者アンケートの項目と回答方式の見直し、アンケート回収率を高める工夫の検討を行う。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>3 7 中期ビジョンと発展戦略アク</p>	<p>平成25年度評価から、目標達成度合いに焦点を合わせた評価に変</p>

<p>シヨンプラン (134頁) 中期ビジョンの実行計画として発展戦略アクションプランを策定しているが、アクションプランの取組成果や目標の達成度合いの評価を行っていないので、一定期間ごとに評価を行い、その評価結果に基づいて従来の活動の問題点等を検討し、それをさらなる改善活動につなげていくという仕組み・体制を構築することが必要である。</p>	<p>更した。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>38 補助金の支給基準の明確化 (136頁) 楽団に対する補助金は、過去の支給額をそのまま毎年度踏襲して支給しており、每期改めて見直しが行われていない。補助金は公益性の観点から必要と考えられる額を補助するものであるため、その支給基準を明確にした上で、補助対象となる費用を適切に評価して支給額を決定すべきである。</p>	<p>平成26年度中に芸術文化団体補助金交付要綱を改正し、補助金の支給基準を明確にする。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>39 賛助会員制度 (137頁) 楽団は賛助会員制度を採用しており、賛助会員は会費を支払い、演奏会の鑑賞券又は税法上の優遇措置を選択できるが、後者を選択した場合、賛助会員になった後に賛助会費を寄付するという形式になっている。しかし、このような仕組みは分かりにくいいため、賛助会員には演奏会の鑑賞券のみを与え、後者を選択した者は会員とならずに寄付できる形式とすることが望まれる。 また、会費には下限設定があるため、寄付のみであれば、金額の制約を設けず、誰からも寄付を募るようにすることが望まれる。</p>	<p>賛助会員制度は群響に対する県民支援の方策として定着しており、会費の下限設定も含め、現行制度を維持していく。また、次年度会員募集時に、賛助会制度をより分かりやすく記載するなど、会員募集パンフレットの見直しを行う。(生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>40 寄付金を増加させる施策 (140頁) 楽団の寄付金はごく少数の特定者からの寄付に限られているが、財政基盤を安定させるために、多くの者から寄付金を得ることが必要である。そのためには、寄付金を募集していることの周知、寄付金における税制上の利点の周知、寄付をしやすくする仕組み作り、寄付者に対するプレゼントなど寄付金を増加させるための施策を実施することが望まれる。</p>	<p>平成27年度までに以下の取組を行う。 なお、寄付への反対給付の提供は寄付金定義に抵触するため、顧客サービス充実の範疇において検討していく。 ・音楽監督によるトップセールスを強化する。 ・第500回定期演奏会及び創立70周年事業の寄付並びに特別協賛及び広告を募集する。 ・寄付金募集のWEBサイトの充実を図る。 (生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>41 地元での活動 (140頁) 楽団は、幼児、小学校・中学校・</p>	<p>引き続き幅広いニーズに応え、県内各地でアンサンブル事業を展開していく。 平成25年度(実績) 40公演</p>

<p>高校の生徒を対象とした移動音楽教室以外にも、介護老人施設・公民館等でアンサンブルコンサートを実施しており、県民がより身近に「群響」を感じることができ、演奏会への参加や賛助会への入会も期待できる。高崎市のみならず他の市町村においても実施し、県民が「群響」をより身近なものに感じる機会を多く提供することが望まれる。</p>	<p>平成26年度(予定) 60公演 平成27年度(予定) 65公演 (生活文化スポーツ部文化振興課)</p>
<p>4.2 通年での現地プロモーション (148頁) 知事のトップセールスと合わせて、香港や台湾で観光の現地プロモーションを行っているが、活動を一過性のものとせず、担当者が定期的に訪問し、事務レベルでの現地プロモーション活動を行えば、より効果的な事業になる。</p>	<p>限られた予算のなかで、現地のプロモーションを含め、より効果的な現地旅行会社との関係継続策を検討し、実施していく。(産業経済部観光局観光物産課)</p>
<p>4.3 上海における現地プロモーションの実施 (149頁) 群馬県では、平成25年4月より中国に上海事務所を開設しており、上海における通年での現地プロモーション活動は、この事務所の活用により比較的費用を抑えて実施することが可能である。平成25年度は、事務所を活用した事業や地道な現地旅行会社への営業活動が展開されているが、中国からの誘客成果につながる、より効果的な事業を実施する必要がある。</p>	<p>上海事務所を開設した平成25年度においては、上海事務所を活用し、上海市や広東省において観光誘客事業を行い、費用を抑えた事業ができたこと認識している。 日中間に政治的緊張が続いているが、今後の推移を見ながら、効果的な上海事務所の活用を行っていききたい。(産業経済部観光局観光物産課)</p>
<p>4.4 プロポーザル方式における選定委員 (151頁) 外国語観光情報サイトリニューアルに係る入札は、プロポーザル方式(随意契約の一形態)を採用し、委託事業者審査委員会の審査により業者選定を行っているが、審査委員は全員群馬県の職員となっている。群馬県のプロポーザルの審査は、個人情報や企画提案内容の保全等を除く可能な限りの公表が行われ、公正性、透明性及び客観性を担保していると考え、今後は審査委員として県庁外の学識経験者等の専門的な知識を有する者の活用を検討すべきである。</p>	<p>一部のプロポーザル審査事務においては、業務上の提案事項等の秘密を確保できる外部審査委員の活用を始めた。(産業経済部観光局観光物産課)</p>
<p>4.5 国際観光県ぐんまの事業目標 (153頁) はばたけ群馬プランにおいて、国際観光県ぐんまにおける事業目標として、平成27年度における外国人県内宿泊者数の目標を10万人とし</p>	<p>県の外国人観光客の誘客施策は、観光関係者の取組や継続性を支援することを最重要課題と考えている。 今後も、10万人誘客という目標に向かって、県内関係者が力を合わせて取り組み続けていく。(産業経済部観光局観光物産課)</p>

<p>ているが、実施された事業活動の把握、次回に向けての改善のために、直接的・客観的な指標を設定し、その達成度を計測すべきである。</p>	
<p>4 6 千客万来支援事業の補助対象 (156頁) 千客万来支援事業はワンランク上の観光地を作るための補助事業であるが、対象事業(補助メニュー)は施設(ハード)が主体となっている。施設だけでなく、施設で提供できるサービス内容を充実させる施策も重要であるため、ソフトを主体とした事業も補助対象に含めることが望ましい。</p>	<p>当事業の補助メニューについては、ハードだけでなくソフト事業も補助対象としており、これまでも「HPの多言語化」、「観光ボランティア講座」、「市民による観光商品の造成(ワークショップ)」などに対して補助しているところである。 今後の事業採択に当たっては、それぞれの効果を十分見極めて実施していく。(産業経済部観光局観光物産課)</p>
<p>4 7 二次交通対策 (157頁) 公共交通機関を利用する観光客の利便性を高めるため、駅等からの二次交通対策として観光客周遊化支援事業を実施しており、新規乗合バスの開設事業や観光タクシーの広報宣伝事業などに対して補助金を支給している。観光客周遊化事業が赤字となり実施件数が減少していることから、補助金だけでなく、デマンドバスやガイドタクシーの提案など事業案の面からも支援することが望ましい。</p>	<p>県として市町村の取組を積極的に支援するだけでなく、県からも既存路線を併用した観光ルートの提案を行うなど助言したり、市町村等からの相談に乗るなど有効な対策の実施を図っていく。(産業経済部観光局観光物産課)</p>
<p>4 8 補助金交付の効果検証 (158頁) 補助事業者が提出する千客万来支援事業の事業効果・活用状況調査票において、補助対象事業の効果測定のため、具体的な数値を記載できるものは記載させるよう指導し、補助金の支出効果を測定するよう徹底すべきである。</p>	<p>事業効果が客観的に把握できるよう、平成26年度から報告様式を工夫したり、数値把握方法を例示したりするなどして、来場者数の推移等、数値の把握について一層の徹底を図っていく。(産業経済部観光局観光物産課)</p>
<p>4 9 ぐんまビジタートイレ認証制度 (159頁) ぐんまビジタートイレ認証制度は、観光地において施設・管理面で優れたトイレをPRし、モデルとすることで観光地のトイレ全体のレベルアップを目指すものであるが、県内で未だに認証されていないトイレがあることから、今後、県内すべての公衆トイレが認証されるよう、認証されていないトイレの管理者を指導することが望まれる。</p>	<p>ビジタートイレ認証制度としてこれまで着実に事業を進めてきたノウハウを活かして、トイレ管理に関するノウハウの提供を進め、水準の低いトイレの底上げを図っていく。(産業経済部観光局観光物産課)</p>
<p>5 0 観光キャンペーンの実施時期・回数 (164頁) 観光キャンペーンの開催期間外についても、県、市町村、観光団体等</p>	<p>観光キャンペーンの開催期間に限ることなく、平成26年度も県、市町村、観光団体等がしっかり連携して、年間を通じた観光宣伝を継続して展開する。(産業経済部観光局観光物産課)</p>

<p>が連携して通年の観光宣伝を展開しており、今後もこうした通年的・組織的な宣伝活動を継続することが望まれる。</p>	
<p>5 1 広告活動の継続と強化 (165頁) 宣伝活動を含めた観光誘客に向けた取組により、県内外ともに入込客数が増加しているが、今後とも各種広報媒体を活用した宣伝を継続して実施していくことが望まれる。 また、費用対効果の観点から特に人口の多い東京都や埼玉県など県外に向けた宣伝を強化することも有効である。</p>	<p>各種広報媒体を活用した観光宣伝は平成26年度も継続して実施する。また、東京都及び埼玉県の消費者向けとして、首都圏の集客施設における宣伝活動や、東京・銀座の「ぐんまちゃん家」と連携した情報発信を一層強化していく。(産業経済部観光局観光物産課)</p>
<p>5 2 業者選定過程の確認 (170頁) 文化財等保存事業では、補助事業者自身が設計監理業者及び施工業者を選定している場合があり、小規模事業においては、入札・見積合せを実施していない実態があるほか、実績報告書等に入札・見積合せ時の複写書類が添付されていない事業も認められる。群馬県補助金等に関する規則(関係者の責務)の趣旨に即して、施工業者選定過程に関する資料を確実に入手することを徹底し、その過程が適正であることを確認するとともに、その確認状況を明確にすべきである。また、補助金交付要綱に業者の選定過程を確認することを定めるべきである。</p>	<p>業者選定過程に係る資料については、平成26年2月7日に開催した「文化財関係補助金等説明会」において、実績報告書の添付書類「5事業の経過又は成果を証する書類、写真及び位置図」の一部としてその写しを添付するよう要請した。 また、現地確認において業者選定の適正さを確認するよう努めるとともに、「履行確認チェック表」に添付書類の確認チェック欄を設けて、確認状況を明確にした。 補助金交付要綱については、適切な見直しを行うべく、他の部署の補助金交付要綱の事例調査を進めている。(教育委員会文化財保護課)</p>
<p>5 3 実績報告書の添付書類名 (173頁) 文化財保存事業実績報告書の添付書類として、群馬県文化財保存事業費補助金交付要綱に定められた名称とは異なる資料名の書類が提出されていた。効率的な管理の観点から、要綱に従った添付書類名で提出するよう、市町村へ依頼することが必要である。</p>	<p>実績報告書の添付書類名等の齟齬^{そご}については、国庫補助事業の実績報告書との混同が一因であるため、平成26年2月7日に行った「文化財関係補助金等説明会」で、国庫補助事業の書式と群馬県文化財保存事業費補助金の書式の違いを確認し、添付書類名称と添付順について群馬県文化財保存事業費補助金交付要綱を遵守するよう市町村に要請した。 平成25年度補助事業の実績報告書の検収では、全面改定して添付書類のチェック欄を設けた「履行確認チェック表」を用いて、添付書類の確認を徹底して行った。(教育委員会文化財保護課)</p>