

平成 25 年度 包括外部監査の結果報告書の要約

(群馬県包括外部監査人)

第 1 包括外部監査の概要

1. 監査の種類

地方自治法第 252 条の 37 第 1 項に基づく包括外部監査

2. 選定した特定の事件

群馬県の文化及び観光の振興並びに PR に関する事務の執行について

3. 事件を選定した理由

群馬県は首都圏と近接する地理的な優位性を持つとともに、高速道路や新幹線など高速交通ネットワークも整備されている。また、草津をはじめとする温泉地や古墳等の歴史文化遺産など観光資源にも恵まれている。

しかしながら、このような有形並びに無形の文化観光資源を県の活性化の手段として活用し、また他県並びに国際的に PR しているかについては、都道府県人気アンケート等において不本意な結果が出るなど不十分な面も見受けられる。

そこで県における「群馬県の文化及び観光の振興並びに PR に関する事務」を監査対象として、合规性、経済性はもとより、その有効性、効率性について、検証及び検討することは有用であると判断した。

4. 包括外部監査の方法

(1) 監査対象部局

総務部、企画部、生活文化スポーツ部、産業経済部、教育委員会

(2) 主な監査要点

- 計画に従って事業の執行が適切に行われているか。
- 事業の遂行は、関連法令及び規則等に従い適切に行われているか。
- 事業の目的及び内容は、公益性・有効性・妥当性が確保されているか。
- 契約事務は、規則等に従い経済的及び効率的に行われているか。
- 補助金の支出及び使用は、公益性・有効性・妥当性が確保されているか。
- 外郭団体の管理は、規則等に従い適切に行われているか。

5. 包括外部監査人と補助者

(1) 包括外部監査人

公認会計士 森田 亨

(2) 補助者

公認会計士 松岡 光弘

公認会計士 宮一 行男

公認会計士 金井 孝純

公認会計士 田中 陽子

公認会計士 兒島 宏和

公認会計士 小池 幸男

公認会計士 剣持 秀樹

第2 監査手続

- ・ 事務の遂行についての組織体制、事務手続、根拠規定等について聴取した。
- ・ 事業の遂行が、関連法令及び規定等に従って適切に行われていること（合規性）及び、経済性、有効性、効率性の観点から適切に行われていることを確認した。

主に以下の質問を実施し、関連する規則、管理書類及び帳票等（伺い・検査・起案・決裁・回議、契約書・見積書・請求書）を閲覧した。

- ・ 事業の概要と計画（方針）
- ・ 各事業を行うにあたって適用される法令及び県の条例・要領等
- ・ 過去3カ年の事業の収支状況
- ・ 過去3カ年の事業実績及び成果
- ・ 外部事業者との契約方法
- ・ 補助金の支出及び使用状況
- ・ 補助対象とする事業の評価・選定方法
- ・ 外郭団体への委託の概要と方針
- ・ 外郭団体のモニタリング状況
- ・ 事業の周知状況（方法・回数等）
- ・ 重点プロジェクトにおける目標値の選定理由・設定根拠
- ・ 重点プロジェクト以外の目標値の設定の有無と概要
- ・ 事業に関するニーズの把握方法（調査方法・調査対象者・調査頻度等）
- ・ 調査結果（ニーズ）の活用状況
- ・ 他都道府県での同事業の状況
- ・ 他の部局や県外部者との連携状況
- ・ 現在把握されている課題とその改善策

第3 包括外部監査の結果及び意見

1. 県広報

県は複数の広報媒体によって情報を発信しているが、各広報媒体には利用頻度やニーズといった利用者サイドから見た相違点と機能特性や費用構造といった広報媒体自体が持っている相違点を有している。

主に経済性・効率性・有効性の観点から、各広報媒体の相違点を切り口とした比較分析や他県の取組み状況の調査を基に各事業を評価・検討した結果、以下のような事実認識並びに課題認識を持った。

<主な認識事項と関連する指摘事項あるいは意見>

- 県ホームページ・メールマガジンの利用状況が低い。
- 利用率の低い県の個別サイトに対して、積極的なアドバイス・指導を行う組織あるいは仕組みがない。
- 県の個別サイトのコンテンツについて、重複している、あるいは連携が不足しているものが見受けられる。
- ホームページのリニューアル・保守管理に関する委託契約は長期かつ高額である。

意見1：広報課への県ホームページに関する統括機能の付加

意見2：県内部サイトのコンテンツの重複の解消並びに県内部及び外部サイトとの連携の強化

意見3：コンテンツの有効活用（口コミ情報の活用）

意見10、意見16：グラフぐんま掲載写真やぐんま一番映像コンテンツの有効活用

指摘事項1：システムの十分な構築期間の確保

- ぐんま広報の利用頻度は群を抜いて高い。
- ぐんま広報の配送費は、製作費よりも高い。

意見4、意見6：配送方法並びに配送業者の選定方法の再検討

意見7：発行部数の見直し頻度

- 各広告媒体に対する読者・視聴者（県民）のニーズは異なっている。
- 費用対効果の観点から、情報の発信頻度や時期等を見直すべきものもある。
- 広告媒体（各情報発信）に関する定量的・定性的な評価をアンケート調査やモニターを利用して、積極的に実施している県もある。
- 掲載内容や番組内容の評価ばかりでなく、掲載回数や放送日時といった運営面に関する調査を行っている県もある。
- 事業評価の指標（成果を示す項目）として変更が必要と思われるものがあつた。

意見 5、意見 18：県民のニーズの把握の必要性と活用（ぐんま広報、FM 放送）
意見 8、意見 9、意見 12：掲載内容や掲載回数の見直し（グラフぐんま、新聞掲載）
意見 15：事業評価指標の再検討とリサーチ（ぐんま一番）
意見 17：番組予算配分等の再検討

2. 「ぐんまちゃん家」の運営

「ぐんまちゃん家（ぐんま総合情報センター）」を、県のアンテナショップとして捉え、単なる県産品の販売促進や観光案内だけでなく、消費者情報の収集と分析及びフィードバック、試験販売による商品開拓といった機能を重視して、事業を評価・検討した結果、以下のような事実認識並びに課題認識を持った。

<主な認識事項と関連する指摘事項あるいは意見>

- アンテナショップとしての機能（消費者のニーズの把握と分析、新商品の試験的な販売）が十分に発揮されていない面が見受けられた。
- 2階（イベント会場）の稼働率を上げる余地がある。
- 集客方法のさらなる工夫の必要性

意見 19：売上の分析と関連部局等へのフィードバック
意見 20：県内業者の販売機会の拡大
意見 21：2階部分のさらなる活用と整備
意見 22：飲食物のテイクアウト・店内飲食の充実と活用
意見 23：ポイントカードの積極的なPR
意見 24：ネット販売の導入と活用
意見 25：「ぐんまちゃん家」自体のPRの強化

- 「ぐんまちゃん家」の運営に関する委託契約について、家賃負担をより考慮する必要がある。
- 委託業務に関するモニタリングを強化する余地がある。

指摘事項 2：収支差・損益の帰属の妥当性
意見 26：委託事業に関する業務報告の充実

3. 文化振興及び文化財保護

文化振興及び文化財保護に関する事業は、主に補助金制度により行われている。

補助金は、地方公共団体が民間等に対価なく交付する無償の交付金であり、寄付に類するものである。

補助金制度は、地方公共団体において政策を実現するための有効手段として広く活用されているが、補助金は反対給付を伴わない支出であり、財源は主に税金でまかなわれていることなどから、補助金に関しては、一般的に以下のような課題があると認識したうえで監査を実施した。

- ◇ 補助金の目的に明確な公益性があるか（公益性）。
- ◇ 補助金に見合った効果をあげているか（有効性）。
- ◇ 補助金の対象経費、補助金額、補助率は妥当であるか（妥当性）。
- ◇ 補助対象団体の状況（財務内容等）において補助金の支出は適正であるか。
- ◇ 補助金が特定の相手に長期にわたり継続的に支出されていないか（既得権化）。
- ◇ 補助対象団体の自立を高める取組を行っているか。
- ◇ 補助金に関する情報が広く一般に公開されているか。

上記の観点から各事業を評価・検討した結果、以下のような事実認識並びに課題認識を持った。

<主な認識事項と関連する指摘事項あるいは意見>

- 県以外の補助金を考慮した場合、補助事業者の負担が著しく低くなるものがある。
- 申請手続（書類）の明瞭性・利便性を向上させる余地のあるものがある。
- 県民のニーズに対して、費用対効果の観点からみても、十分に応えられていないものがある。
- 補助対象団体が固定化しているものがある。

意見28：県及び県以外の補助金交付を受けている場合の補助率

指摘事項4、指摘事項5：補助対象経費・支給額算定過程の明確化

指摘事項7：現地調査日の明確化

指摘事項8、指摘事項9：実績報告書の雛型の利用や関係書類の添付の徹底

意見29：補助金申請書（様式）の統一

意見30：要望への対応

意見31：補助対象団体の自立を促すような制度への見直し

意見52：補助事業者における業者の選定過程に関するモニタリングの必要性

4. 群馬交響楽団

楽団は極めて人的な組織であることから価値観やモチベーションといったメンタルな面が組織運営及び活性化にとって重要である、また芸術・文化活動に関しても採算性を強く意識することが必要であるとの観点から監査を実施し、以下のような事実認識並びに課題認識を持った。

<主な認識事項と関連する指摘事項あるいは意見>

- ・ 採算性に関する意識を高める余地がある。
- ・ モチベーションの向上などに関する取組みに工夫の余地がある。
- ・ 演奏会来場者等の外部者（ファン）からの意見・ニーズの把握が十分でない。

意見 3 2、意見 3 3：楽団員の収支意識の醸成、演奏会別収支の精緻化と活用
意見 3 4、意見 3 5：従業員満足度調査の推奨と就業制度の透明性・公平性の向上
意見 3 6：アンケート調査の工夫とホームページの活用

5. プロモーション&キャンペーン活動

群馬県のイメージアップは、単に世の中の人々に群馬県に対して良いイメージを持ってもらうことが重要なのではなく、群馬県の良いもの（売りもの）を知ってもらい、群馬県に来てもらう、群馬県の物を買ってもらうという、より経済的な成果を目的とすべきとの観点から監査を実施し、以下のような事実認識並びに課題認識を持った。

<主な認識事項と関連する指摘事項あるいは意見>

- ・ 海外でのプロモーション活動を他県では通年的に実施しているところもある。
- ・ 事業評価目標（外国人宿泊者数）と事業活動との関係が希薄である。
- ・ 観光振興施策に対する補助について、ハード面（施設）への偏りがみられる。
- ・ 観光キャンペーンに対する強い期待がある。
- ・ 温泉地（ホテル・旅館）は県の宝であり、宿泊客の増加のため県外へのPRが大切である。

意見 4 2：海外における現地プロモーション活動の通年での実施
意見 4 5：成果指標（外国人宿泊者数）に対する活動指標の設定
意見 4 6：ソフト面（サービス内容等）の観光振興施策への補助（千客万来）
意見 5 0：観光キャンペーンの通年的・組織的な宣伝活動の継続
意見 5 1：県外に向けた宣伝広告の強化