

令和 3 年度決算に係る

定期監査
決算審査
資料

令和 4 年 7 月

交流人口拡大本部 国際観光誘客課

目 次

1	前年度指摘事項等に対する措置等	1 頁
2	前年度県議会決算審査特別委員会の指摘事項に対する処理状況	1 頁
3	職員の定員、現員調べ	1 頁
4	役付職員の調べ	1 頁
5	主な事業に関する調べ	1 頁
6	決算資料	7 頁
7	事業別実施状況調べ	8 頁
8	予備費の充用調べ	10 頁
9	現金の取扱状況	10 頁
10	財産に関する調べ	10 頁
	(1) 公有財産	
	(2) 金券類の保有状況	
	(3) 基金	
	(4) 債権	
11	財産の貸付け及び使用許可調べ	10 頁
12	借受不動産明細調べ	10 頁
13	職員駐車場の管理状況調べ	10 頁
14	寄附物件の受納状況調べ	10 頁
15	備品の処分状況調べ	10 頁
16	貸付金等状況調べ	10 頁
○	意見、要望等	10 頁

- 1 前年度指摘事項等に対する措置等
該当なし
- 2 前年度県議会決算審査特別委員会の指摘事項（口頭指摘を含む。）に対する処理状況
該当なし
- 3 職員の定員、現員調べ

種別 区分	事務職員		技術職員		現業職員		合計		備考
	4.4.1 現在	3.4.1 現在	4.4.1 現在	3.4.1 現在	4.4.1 現在	3.4.1 現在	4.4.1 現在	3.4.1 現在	
定員	13	9	0	0	0	0	13	9	
現員	(3) 12	(1) 10	(0) 0	(0) 0	(0) 0	(0) 0	(3) 12	(1) 10	派遣3名(2025年日本国際博覧会協会)
過不足(Δ)	Δ1	1	0	0	0	0	Δ1	1	
臨時的 任用職員									
会計年度 任用職員	6	6	0	0	0	0	6	6	事務2名 国際交流員4名

4 役付職員の調べ

(令和4年7月1日現在)

職名	氏名	在職期間		備考
		年	月	
副局長兼 国際観光誘客課長	矢吹 隆	2	3	
課長補佐	瀬良 知紀	4	3	出納員
課長補佐	古岡 伸也	3	0	
課長補佐	竹中 和彦	1	3	
課長補佐	石田 周一	0	3	

5 主な事業に関する調べ

(単位：千円)

事業名	決算(見込) 額	財源内訳		
		国庫支出金	その他	一般財源
新型コロナから立ち上がるインバウンド観光促進事業	68,158	525		67,633
将来ビジョン	1 ひらく (1) 国内外の旅行者が増加するとともに、多様な分野の海外交流が発展			
令和新時代創生戦略	1 豊かな自然でのびのび鳥取らしく生きる 鳥取+ism (1) 観光・交流 ①豊かな観光資源を活かした戦略的観光立県 SDGs目標：08 働きがいも経済成長も			
政策項目	IV 暮らし新時代 ⑧ジオ・星・食・自然・温泉や歴史・文化・マンガを活かし外国人宿泊客25万人へ			
(概要)				
ア 目的及び事業の実施状況				
(ア) 目的 新型コロナウイルス感染症収束後の海外渡航規制緩和、インバウンド需要回復を見据え、国際定期便の運航再開や新規路線の誘致を推進するとともに、外国人観光客誘致を促進するため、東アジア主				

要市場（韓国、中国、香港、台湾）、東南アジア市場、欧米豪市場向けに、SNS等の発信による魅力情報発信、現地旅行会社やOTA（インターネットで取引を行う旅行会社）と連携したプロモーション等に取り組む。

（イ）事業の実施状況

○韓国誘客対策

- ・国際情勢や新型コロナウイルス感染症の影響でエアソウルは令和元年10月1日以降、非運航となっており、運航再開に向けて航空会社や旅行会社に働きかけを行うとともに、県公式SNS等を活用した魅力情報発信に取り組んだ。
- ・エアソウルは、令和4年9月からの米子ソウル便運航再開計画を国土交通省に提出済。

区分	主な取組
航空会社や旅行会社との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・仁川/金浦国際空港を発着する約2時間30分のエアソウル無着陸遊覧飛行中に機内で搭乗客へのノベルティ配布、観光PR動画放映、抽選会当選者への記念品贈呈等の観光プロモーションを実施（2月以降、月に2回程度） ・令和3年11月以降、韓国ソウル市内中心地に展開するコーヒーチェーン店の一角に、エアソウルの機内を再現したPRスペースを開設し、観光PR動画放映やパンフレットの配架等、観光プロモーションを実施 ・韓国で人気となっている、ぬいぐるみが持ち主の代わりに旅する「ぬいぐるみツアー」を韓国旅行会社と連携して、鳥取県内で実施し、ブログやSNS等で発信 ・韓国旅行会社ホームページ及び公式SNSに鳥取県観光特集記事を掲載し、プレゼントキャンペーンを実施
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・日本在住韓国人YouTuberのFAMツアーによる旅行動画を配信（11月） ・韓国メディア・インフルエンサーを対象とした千代むすび酒造オンラインツアーを開催し、県観光PRを実施。後日、参加者による情報発信を実施（10月） ・韓国の日本ドラマ専門視聴サイト「ドラマコリア」でPR動画広告を配信（9月） ・韓国人向けに日本関連コンテンツを専門に発信しているInstagramアカウントと連携して本県観光情報を発信（10月） ・在大韓民国日本国大使館公報文化院と連携した県PRイベント「鳥取ウイークの開催（公報文化院SNSで本県観光情報を集中発信）」（9月） ・県公式SNS（ブログ、Facebook、Instagram）に定期的（週3回程度）に旬な観光情報を発信するとともに、定期的（3ヶ月に1回）にプレゼントキャンペーン実施
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・韓国旅行博覧会「Travel show」に鳥取県観光ブースを出展（11月）

○香港誘客対策

- ・新型コロナウイルス感染症の影響で香港航空が令和2年2月18日以降欠航となっており、運航再開に向けて航空会社や旅行会社への働きかけを行うとともに、県公式SNS等を活用した魅力情報発信に取り組んだ。
- ・香港航空は、地方空港の往来が可能となった場合には、運航再開計画を国土交通省に申請予定。

区分	主な取組
航空会社や旅行会社との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・香港航空との定期的なWEB会議の実施のほか、香港大手旅行社等とオンライン商談会を行うなどコロナ収束後の商品造成対策を実施
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・国内在住香港人インフルエンサー招聘・県内取材による情報発信（4月） ・香港公開大学と連携した鳥取県公開オンライン講座開催（5月） ・香港メディア、インフルエンサーを対象とした情報発信（すいか・ながいも健康マラソンオンライン参加・オンライン観光情報説明会（6月）、鳥取県産梅酒づくりオンラインワークショップ（6月）及びオンライン観光情報説明会（鳥取和牛、サイクリング）（9月）開催 ・香港ブックフェア出展、JNT0ブースにおけるライブ配信（7月） ・香港国際旅行展示会（ITE）出展（7月） ・香港都会大学と連携して、今年で誕生200年を迎えた淀江傘をテーマとしたオンライン和傘製作体験開催（11月）
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・香港在住の香港とっとり応援団との近況連絡会の開催や県観光パンフレット等の配架による情報発信

○中国誘客対策

- ・新型コロナウイルス感染症の影響で上海吉祥航空が、令和2年2月11日以降欠航となっており、運航再開に向けて航空会社や旅行会社に働きかけを行うとともに、県公式SNS等を活用した魅力情報発信に取り組んだ。
- ・上海吉祥航空は、令和4年9月からの米子上海便運航再開計画を国土交通省に提出済。

区分	主な取組
航空会社や旅行会社との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・上海吉祥航空と連携し、北京 2022 冬季五輪開催にあわせて、「海の見えるゲレンデ大山」を以下のとおりPR(2月) <ul style="list-style-type: none"> -上海吉祥航空が推薦する旅行メディア8社のHPやSNSでの情報発信 -上海市内の商業施設やマンションなど約500か所のエレベーター3500基での電子公告(10秒間/回×複数回/日×1週間) -上海吉祥航空の機内誌及び公式SNSでの情報発信 ・上海吉祥航空本社で、鳥取県観光情報と上海で流通している県産品(菓子、珈琲、日本酒等)を紹介・販売するLIVE配信を実施(2月) ・島根県と連携し、中国最大手のOTAサイトに設けた山陰特集ページとリンクさせながら山陰の旅の思い出や行ってみたい観光地等を投稿してもらうキャンペーン実施(1-2月)
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・中国最大のコミュニケーションアプリWeChat上に鳥取県の観光情報を集約したサイト(ミニプログラム)を開設(7月) ・島根県と連携して山陰両県のゆるキャラや観光情報の紹介、ゆるキャラグッズが当たるプレゼント企画を実施(11月) ・中国で人気のアウトドア系KOLと大山でスキー経験がある日本在住中国人の鳥取ファンが海の見えるゲレンデ大山の魅力を自身のSNSで発信(12月) ・北京 2022 冬季五輪開幕にあわせて、中国の若者から高い支持を得ているSNS「小紅書」に県公式アカウントを開設(2月) ・鳥取県公式SNS(WEIBO、WeChat、小紅書)を通じて本県の旬な観光情報を定期的(週3回程度)に発信
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・江蘇省蘇州市のAEONモールで開催された「蘇州ジャパンプランド」に出展し、観光PR及び県産日本酒PR販売を実施(5月) ・2021 国際冬季運動(北京)博覧会(ウインタースポーツ博覧会)において海の見えるゲレンデ大山を動画等でPR(9月)

○台湾誘客対策

台湾からの国際チャーター便・定期便誘致に向けて航空会社・旅行会社への働きかけを行うとともに台湾の大手航空会社と連携した鳥取県PRイベントの開催など、コロナ収束後を見据えたプロモーションに取り組んだ。

区分	主な取組
航空会社や旅行会社との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・大手航空会社と連携した鳥取県観光・県産食材PRイベント等の実施(1月, 2月, 3月) ・現地駐在員による旅行社及び一般消費者向け観光情報説明会開催(9, 10月) ・現地旅行会社との共催による台北市内での鳥取県PRイベントの実施(12月)
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・台湾内国際旅行博への出展(8月, 10月)や日本国内在住インフルエンサーによる県内観光地取材(10月) ・台北市内での鳥取県写真展の開催(10月, 12月, 3月)
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・鳥取と台湾との定期便化に向けて鳥取応援団、鳥取・台湾ファンクラブを立ち上げた。(10月) <ul style="list-style-type: none"> ※鳥取応援団・・・鳥取と関係の深い13の旅行社を応援団として登録し、台北旅行博等において鳥取県PRを行うなど活動している。 ※鳥取・台湾ファンクラブ・・・県内在住で台湾にゆかりのある者など台湾ファンの方に定期的に台湾に関する旬な情報を発信するなど、定期便化に向けて機運醸成を図っている。(R4.5時点の登録者数400名強) ・台湾で人気のキャラクターを利用した動画発信及びSNSでのイラスト配信(11月-3月) ・鳥取県公式SNS(Facebook、Instagram、YouTube)を通じて本県の旬な観光情報を定期的(週3回程度)に発信

○東南アジア誘客対策

東南アジアからの観光客誘致に向けて旅行会社との連携、県公式SNS等を活用した魅力情報発信に取り組んだ。

区分	主な取組
旅行会社との連携	・HISやマレーシアの旅行会社と連携し、マレーシア現地旅行博出展（11月） ・シンガポール現地旅行社等と連携し、県内小学校とオンライン交流（3月）
情報発信	・公式SNS（Facebook、Instagram）を通じて本県の旬な観光情報を定期的に発信（随時） ・タイ・バンコク市内ドン・キホーテにおける鳥取県の松葉がにや観光情報をPRする鳥取県フェアの開催（2月） ・マレーシア向けBtoB、BtoCオンラインツアーの実施（10月、1月）

○欧米豪市場

欧米豪からの観光客誘致に向けて航空会社や旅行会社との連携、県公式SNS等を活用した魅力情報発信に取り組んだ。

区分	主な取組
旅行会社との連携	・豪州旅行会社とのオンラインセミナー・商談会への参加（8月） ・大手OTAと連携した米加豪向けキャンペーンの実施（1月～3月） ・豪州旅行会社の日本駐在員による県内視察（2月） ・現地旅行会社への定期的な（月1回）ニュースレターの配信
情報発信	・オンラインFAMツアー用動画撮影取材（3月） ・ロシア語版観光パンフレットのリニューアル（7月） ・公式SNS（ブログ、Facebook、Instagram・週3回程度）を通じて本県の旬な観光情報を定期的に発信（随時） ・米国オンライン旅行博への出展（12月）や米国オンライン訪日旅行セミナーへの参加（2月）

イ 令和3年度の事業実施に当たり改善等に取り組んだ点

- ・米子鬼太郎空港発着の国際定期便の路線拡大、積極的な海外プロモーション等の効果により、平成30年の外国人延べ宿泊者数は約19.5万人を達成したが、令和元年以降、国際情勢や新型コロナウイルス感染拡大に伴う世界的な海外渡航規制の影響により、大幅な落ち込みとなっている。
- ・このような中、これまでの鳥取県ファンを維持しつつ、新規顧客を獲得するために、SNSを活用した情報発信を継続的に実施するとともに、航空会社・旅行会社等とのWeb会議による情報交換、オンライン商談会への参加等のプロモーション活動、食の多様化による外国人観光客受入環境整備に取り組んだ。

ウ 成果及び効果

- ・今後のインバウンド再開を見込んで米子ソウル便（エアソウル）及び米子上海便（上海吉祥航空）が令和4年9月からの運航再開計画を申請済。
- ・各市場で県公式Facebook、Instagram等のSNSによる情報発信の結果、「いつか行ってみたいと思っていたので動画で見られてよかった」「コロナが落ち着いたら行ってみたい」等の好意的コメント多数有。

【県内での外国人延べ宿泊者数（従業員10人以上の施設のみ、令和3年1月～12月の計）】

区分	韓国	香港	中国	台湾	東南アジア	欧米豪
宿泊者数(人)	90	0	480	80	1,400	860
対前年比(%)	-84.7%	-100%	-91.3%	-97.1%	-55.8%	-63.1%

※東南アジアは、タイ、シンガポール、マレーシア、ベトナム、インドネシア、フィリピンの合計

※欧米豪は、米国、英国、カナダ、フランス、ドイツ、豪州、ロシア、イタリア、スペインの合計

エ 課題

- ・新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド需要の回復を見据え、いち早く再開される関西空港等の主要空港から本県への誘客促進や小規模分散型ツアー対策等を行うとともに、国際定期便の運航再開や新規路線の誘致活動を継続する。あわせて、快適に旅行できる受入環境整備ときめ細かな魅力の発信を通じてインバウンド客の滞在時間増・消費額増大につなげる。

- ・令和4年5月に岸田首相が水際対策緩和の方針を示して以降、6月1日に外国人入国者数上限を2万人に引き上げ、5月24日から訪日観光実証事業による外国人観光客受入検証、6月10日からウイルス流入リスクが低い順に海外の国・地域を「青」「黄」「赤」に3分類し、検査等の免除を図るなど水際対策の段階的緩和を図るとともに国際線運航についても、既に運用開始している成田・関西・羽田・中部・福岡空港に加え、新千歳・那覇・仙台・広島・高松空港の5空港が7月中の運航再開を目指し方針が公表された。今後、米子鬼太郎空港の国際線運航再開に向けては、空港の水際対策整備が必要であり、国に対して要望を行うとともにCIQ、国土交通省航空局、航空会社、米子空港ビル、鳥取県などで構成される「米子空港コロナ対策検討会」等を通じて米子空港の水際対策について検討を行っていく。

事業名	決算額	財 源 内 訳		
		国庫支出金	その他	一般財源
新たなインバウンド層の誘致促進事業	1,181	1,000		181
将来ビジョン	1 ひらく (1) 国内外の旅行者が増加するとともに、多様な分野の海外交流が発展			
令和新時代創生戦略	1 豊かな自然でのびのび鳥取らしく生きる 鳥取+ism (1) 観光・交流 ①豊かな観光資源を活かした戦略的観光立県 SDGs目標：08 働きがいも経済成長も			
政策項目	IV 暮らし新時代 ⑧ジオ・星・食・自然・温泉や歴史・文化・マンガを活かし外国人宿泊客25万人へ			
(概要)				
ア 目的及び事業の実施状況				
(ア) 目的				
インバウンド需要の回復に向け、オンラインの活用によるバーチャルツアーを実施するとともに、在住外国人等を活用した地域の観光体験・地元住民との交流事業や海外富裕層等向けの誘客対策の実施を通じた国際観光交流人口の増加を図ることにより、新たなインバウンド層の誘致を目指す。				
(イ) 事業の実施状況				
○ インバウンド向けオンラインツアー・PR動画制作等支援事業				
・ 県内観光団体や民間事業者等によるオンラインを活用した情報発信の取り組みを後押しし、県全体でオンライン情報発信を強化するため、インバウンド向けオンラインツアー等の成功例や来訪者の獲得へつなげるためのポイント、情報発信で配慮すべき知的財産などのノウハウを学ぶセミナーを開催し(6月)、県内60の事業者が参加。参加者からは「新たな視点を得られた」等のコメントがあった。				
・ 鳥取県内観光事業者等によるインバウンド向けのオンラインコンテンツによる本県の魅力発信を促進するために、オンラインコンテンツ制作に対する支援として補助金制度を設けた。				
○ インバウンドフレンドリーなふるさとづくり事業				
日本各地の観光、食、文化などの魅力を発信する人気の在京ニュージーランド人YouTubeクリエイターのアンジェラ・アン氏の進行により、鳥取県のマスコットキャラクター「トリピー」をモチーフにした弁当(キャラ弁)作り体験をオンラインにて実施(10月)。世界各国の日本ファン参加者は、キャラ弁体験のほか、鳥取県観光プレゼンや意見交換などを通じて本県の魅力に触れた。後日、アンジェラ氏が体験内容についてSNSで発信した投稿には500を超える「いいね」がついた。				
○ 海外富裕層誘客促進事業				
新規顧客とリピーター獲得を目指し、観光業における「食の多様化対応」「ジグ食材活用」を促進するセミナーやイベントを実施(全4回)。				
イ 令和3年度の事業実施に当たり改善等に取り組んだ点				
・ コロナ禍で講師や外国人を直接招聘することが難しかったため、オンラインで鳥取のコアな魅力を発信した。				
・ 鳥取県の観光地としての訴求力、ブランド力をさらに高めていくため、県内宿泊施設・飲食店に対し、更なるホスピタリティ向上のための研修を行い、海外富裕層に来てもらえる、満足してもらえる環境づくりを進めた。				
ウ 成果及び効果				
・ 「インバウンド向けオンラインツアー・PR動画制作等支援事業」では、セミナーに県内60の観光業者が参加した。これまでデジタルによる情報発信の経験がほとんどない事業者は、新しい発信方法を知る機会となり、デジタルによる情報発信経験のある事業者も新たな情報発信技術を身につけることができた」と評価しており、世界へ鳥取の魅力を効果的に発信する機会が促進された。				

- ・「インバウンドフレンドリーなふるさとづくり事業」では人気Youtubeクリエイター（約27万人のチャンネル登録者数・鳥取県観光を紹介した動画の再生回数は80万回）と連携してオンラインキャラ弁づくり体験を実施・SNS発信したことで、投稿には500の「いいね」がついており、海外へ広く拡散することができた。
- ・食の多様化事業として全4回のイベントやセミナーを実施。ヴィーガン等食の多様化対応の経営的意義やコストを抑えた導入方法、鳥取県食材を活用したヴィーガンメニューを学ぶオンラインセミナー「ヴィーガン対応編」(R3.7)では、ホテル・レストラン・自治体などから40団体の参加があった。
- ・そのほかウェルカニキャンペーンと連動して、冬の県産野菜を活用したベジカニメニューを食べてアンケートに答えると抽選でプレゼントが当たる「蟹取県ベジカニキャンペーン」(R4.1~2)では旅館等16軒が参加するなど、観光業において食の多様化に対応できるよう支援を行った。

エ 課題

- ・コロナ禍以降、デジタルによる情報発信は必須のアイテムとなったが、アフターコロナ時代においても、デジタルによる情報発信の必要性は変わらないと考えられ、今後も県内観光事業者による情報発信を促進する必要がある。
- ・セミナー等に参加された飲食店において、公式HP等でヴィーガン対応を明記しているものは少なく、各店が食の多様化対応に自信を持ってPRするまでは至っていない現状がある。今後も同様のセミナーを実施することで、受け入れ態勢の整備を行っていく。

6 決算資料

一般会計（歳入）

（単位：円）

区分	科目	予 算 現 額				調 定 額 A	収入済額 B	不納欠損額 C	収入未済額 A-B-C	備 考
		当初予算額	補正予算額	継続費及び 繰越事業費 繰越財源充当額	計					
歳	商工費国庫補助 金	2,500,000			2,500,000	1,576,370	1,576,370	0	0	
入	合 計	2,500,000			2,500,000	1,576,370	1,576,370	0	0	

注1 この資料は、予算科目の目名で記載すること。

注2 前年度からの繰越分がある場合は、現年度分と前年度繰越分の合計額を記載し、上段に（ ）書き内数で前年度繰越分の額を記載すること。

一般会計（歳出）

（単位：円）

区分	科目	予 算 現 額					支出済額 （決算額） B	支出済額の内訳		翌年度 繰越額 C	差引残額 （不用額） A-B-C	備 考
		当初予算額	補正予算額	継続費及び 繰越事業費 繰越額	予備費 支出及び 流用増減	計 A		本 庁	出納機関			
歳	観 光 費	312,525,000	△162,828,000	0	0	149,697,000	104,919,008	104,919,008	0	0	44,777,992	
出	合 計	312,525,000	△162,828,000	0	0	149,697,000	104,919,008	104,919,008	0	0	44,777,992	

注 記載上の注意事項は歳入に準ずる。

7 事業別実施状況調べ

(単位：円)

事業名	予 算 現 額					支出済額 (決算額) B	翌年度 繰越額 C	差引残額 (不用額) A-B-C	執行 率 B/A	事業計画と実績・成果、 繰越、不用額の理由等
	当初予算額	補正予算額	継続費及び 繰越事業費 繰 越 額	予 備 費 支出及び 流用増減	計 A					
(観光費) 新型コロナから立ち上がる インバウンド 観光促進事業	220,554,000	△110,994,000	0	△2,703,000	106,857,000	67,632,874	0	38,699,126	63%	<ul style="list-style-type: none"> ・国際便の運航支援、航空会社・旅行会社と連携したプロモーションやインフルエンサー・メディア招請等による本県の魅力発信を実施 ・新型コロナが収束しなかった影響による国内外におけるプロモーション等の実績減に伴う執行残 ・訪日旅行を取り扱う旅行会社に対し往来再開後の本県の観光等の魅力発信経費を支援 ・新型コロナの影響により旅行商品造成・販売支援やバス代補助等ができなかったことによる執行残 ・中国5県や関西地域、東京都など他の地域と連携した外国人観光客誘致事業の実施 ・メールを活用した通訳案内士等による多言語観光ガイドの整備等 ・令和3年度予算2月補正時に年度末の公金振替等を考慮せず標準事務費の減額を行ったため予算が不足。執行残に余裕がないため部内他課からの流用も難しく、当課事業費(委託料)から標準事務費(役務費)に流用することで対応。 ・新型コロナ収束後の海外渡航規制の緩和、インバウンド需要の回復を見据えた本県の情報発信及び外国人旅行客誘客対策等を実施
外国人観光客 送客促進事業	30,550,000	△28,550,000	0		2,000,000	896,041	0	1,103,959	45%	
国際観光推進 費	59,421,000	△22,284,000	0	2,703,000	39,840,000	35,209,463	0	4,630,537	88%	
新たなインバ ウンド層の誘 致促進事業	4,500,000	△1,000,000	0		3,500,000	1,180,630	0	2,319,370	34%	

										・新型コロナが収束しなかった影響による国内外におけるプロモーション等の実績減に伴う執行残
目 計	315,025,000	△162,828,000	0	0	152,197,000	104,919,008	0	46,752,992	69%	
合 計	315,025,000	△162,828,000	0	0	152,197,000	104,919,008	0	46,752,992	69%	

8 予備費の充用調べ

該当なし

9 現金の取扱状況

該当なし

10 財産に関する調べ

(1) 公有財産

該当なし

(2) 金券類の保有状況

ア 金券の保有状況

有 ・ 無

イ タクシーチケットの保有状況

(令和4年3月31日現在)

前年度末未使用枚数	本年度中		本年度末未使用枚数
	購入枚数	使用枚数及び金額	
80枚	0枚	12枚 48,020円	68枚

(3) 基金

該当なし

(4) 債権

該当なし

11 財産の貸付け及び使用許可調べ

該当なし

12 借受不動産明細調べ

該当なし

13 職員駐車場の管理状況調べ

該当なし

14 寄附物件の受納状況調べ

該当なし

15 備品の処分状況調べ

該当なし

16 貸付金等状況調べ

該当なし

○ 意見、要望等

(1) 業務に関する意見・要望等

注1 本表には、できるだけ何らかの意見・要望等を記載してください。

2 記載する内容

- ①業務の効率化に関する意見等、②制度改正等に関する意見等、③事務の改善に関する意見等、④事務の執行上、支障となっている事項等⑤その他（事業所管課への要望や県政全般に対する意見・要望等）

(2) 監査委員事務局に対する要望等

(例：日程、資料様式、その他監査に関する要望、改善点等)

