

# 主要事業評価シート(第2次実施計画/R1・2・3年度)

① 基本事項	計画コード	事業名	部名	政策部
	17100	シティプロモーション推進事業	課名	広報秘書課 広報G
	施策の大綱	05:市民力・地域力の活性化	財務科目	01:一般会計
	基本施策	02:市民参画・協働の推進と多様な交流活動の促進		02:総務費
	施策の方向	04:移住交流の促進		01:総務管理費
戦略プロジェクト	05:「そして、親となるまち」プロジェクト	02:広報活動費		
事業予定期間	H 29 ~ R - 年度		主な根拠法令要綱等	

② 目的・概要	対象	市民及び市外の人
	目的	本市が、「暮らしたいまち(定住・移住人口の増加)」、「訪れたいまち(交流人口の増加)」として選ばれるため、市民等のまちに対する愛着や誇りの醸成を基礎として、本市の魅力を発掘・磨き上げ、効果的な情報発信を行うことで、まちのイメージを向上させる。
概要	市シティプロモーション戦略で設定したキャッチコピー「住めば、ゆうゆう。」やロゴマークを使用し、様々な広報媒体を効果的に活用、連動させた情報発信を行う。平成28年度に構築したシティプロモーション専用サイトの各種コンテンツ(イベント・ニュース情報、ライフスタイルインタビュー、フリップサポーター等)の更新・充実を図る。	

		令和元年度	令和2年度	令和3年度	
③ 事業の計画・実績	年度計画	<ul style="list-style-type: none"> <li>○様々な広報媒体を活用した情報発信・キャッチコピー「住めば、ゆうゆう。」の啓発</li> <li>○シティプロモーション専用サイトの管理・コンテンツの更新</li> <li>○シティプロモーション戦略の検証、見直し                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・有識者会議の開催</li> <li>・市民座談会の開催</li> </ul> </li> <li>○シティプロモーション動画の制作</li> <li>○職員研修の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○様々な広報媒体を活用した情報発信・キャッチコピー「住めば、ゆうゆう。」の啓発</li> <li>○シティプロモーション専用サイトの管理・コンテンツの更新</li> <li>○シティプロモーション動画の制作</li> <li>○職員研修の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○様々な広報媒体を活用した情報発信・キャッチコピー「住めば、ゆうゆう。」の啓発</li> <li>○シティプロモーション専用サイトの管理・コンテンツの更新</li> <li>○シティプロモーション動画の制作</li> <li>○職員研修の実施</li> </ul>	
	年度実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>○シティプロモーション専用サイトの管理                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・イベント情報:698件、ニュース情報:143件</li> <li>・フリップサポーター:16組追加(延べ55組)</li> </ul> </li> <li>○シティプロモーション戦略の検証                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・かめやま若者未来会議での意見聴取</li> <li>・総括評価と今後の方向性の決定</li> </ul> </li> <li>○シティプロモーションブランドの啓発                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・動画制作:1回「関宿と関の山車」</li> </ul> </li> <li>○職員研修の実施:2回</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○シティプロモーション専用サイトの管理                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・イベント情報:619件、ニュース情報:186件</li> <li>・ライフスタイルインタビュー:2件追加(延べ11件)</li> <li>・フリップサポーター:5組追加(延べ60組)</li> </ul> </li> <li>○シティプロモーション活動の展開                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・津駅前でのPR(7~8月)</li> <li>・動画制作(1本:プロモーション映像)</li> </ul> </li> <li>○職員研修の実施:2回</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○シティプロモーション専用サイトの管理                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・イベント情報:737件、ニュース情報:193件</li> </ul> </li> <li>○シティプロモーション戦略検案作成                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・実績集約、人口分析、移住・交流促進アドバイザーへのヒアリングなど</li> </ul> </li> <li>○シティプロモーション活動の展開                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・動画制作(1本:はじめての亀山ブランド)</li> </ul> </li> <li>○職員研修の実施:1回(新規採用職員対象のみ)</li> </ul>	
事業の計画・実績	計画額	事業費	2,900千円	2,600千円	2,600千円
		国庫支出金			
		県支出金			
		地方債			
		その他			
	予算額	事業費	2,857千円	2,860千円	2,820千円
		国庫支出金			
		県支出金			
		地方債			
		その他			
決算額	事業費 ①	2,321千円	2,625千円	2,691千円	
	国庫支出金				
	県支出金				
	地方債				
	その他				
人件費	総人件費 ②	3,925千円	3,920千円	3,952千円	
	一般職員	3,925千円	3,920千円	3,952千円	
	所要人員	0.50	0.50	0.50	
	会計年度任用職員等	0千円	0千円	0千円	
	総コスト(①+②)	6,246千円	6,545千円	6,643千円	
受益者負担率	0.0%	0.0%	0.0%		

			令和元年度	令和2年度	令和3年度	
④ 指標	①	名称	シティブロモーション専用サイトコンテンツ更新件数	計画値 550/80	570/85	600/90
		活動	イベント情報(上段)、ニュース情報(下段)の掲載件数(年間延べ件数)	実績値 698件/143件	619件/186件	737件/193件
			単位	件	件	件
	②	名称	シティブロモーション専用サイトへの訪問回数	計画値 100,000	100,000	100,000
		成果	「住めば、ゆうゆう。」専用サイト全体へのアクセス回数(年間延べ回数)	実績値 78,613	99,895	114,131
			単位	回	回	回
	③	名称	職員研修の開催回数	計画値 2	2	2
		活動	新規採用職員向け研修および一般職員向け研修の開催回数(年間延べ回数)	実績値 2	2	1
			単位	回	回	回

⑤ 事業の改善	前回評価	【前回評価の対応方針の概要を記入】 シティブロモーション専用サイトの周知や市ホームページからの閲覧導線の改善により、専用サイトの利用促進を図るとともに、広報紙、ホームページとの連携により、発信内容の充実を図る。また、フリップサポーターやライフスタイルインタビューを新たに追加する。さらには、これまでの取組成果や重点ターゲットの人口移動、サイトアクセス数の推移等を検証し、シティブロモーション戦略を見直す。
	改善行動	【前回評価の対応方針を踏まえ、どのような措置を講じたか】 市ホームページトップから専用サイトに直接アクセスできるよう、ナビゲーションボタンやスライドバナーを設置し、閲覧しやすい導線を構築した。これまでの取組成果や重点ターゲットの人口移動状況、首都圏の移住・交流促進アドバイザーへのヒアリング調査などにより、次期シティブロモーション戦略の検討案を作成した。

		評価	(判定)
⑥ 事業の評価	活動	【計画どおりに実施できたか】 月2回のグループ内ミーティングなどを通じて情報を収集し、シティブロモーション専用サイトのイベント情報やニュース情報を定期更新した。令和3年度に初認定した「亀山ブランド」の魅力を伝えられるよう、プロモーション動画を制作し、専用サイトや市公式YouTubeに動画を掲載することで市内外へ情報を発信した。一方で、新型コロナウイルス感染症の影響により、まちの魅力を市民自らに語ってもらうフリップサポーターや個性的な亀山暮らしを紹介するライフスタイルインタビューの取材ができなかった。職員研修については、新規採用職員向けの研修は実施したが、庁内職員向けのシティブロモーションに関する職員研修を実施することができなかった。	B まずは実施できた
	成果	【成果は順調に上がったか】 新型コロナウイルス感染症の影響でイベント情報の発信が減る中、ワクチン接種や新型コロナウイルス感染症関連の対策や新規制度などの紹介をニュース情報として発信することで、計画値(10万件)に対し114,131件のアクセス数を得ることができた。また、亀山ブランド認定事業者の協力を得て、シティブロモーション動画を制作することで、魅力発信の映像ツールを整えるとともに、関係者のまちに対する愛着や誇りの醸成につなげることができた。新規採用職員に対して、職員研修を実施したことにより、職員一人ひとりが市の良さをアピールするシティブロモーションの担い手であるという意識醸成を図ることができた。	B まずは成果を得た

⑦ 今後の対応方針	課題	【課題は何か】 本市の暮らしやすさや魅力を伝えるため、引き続き、シティブロモーション専用サイトを通じて、イベントやニュース、動画などの情報を引き続き発信する必要がある。また、共感性の高い情報発信を行うため、亀山の良いところを紹介するフリップサポーターや、個性的な亀山暮らしを紹介するインタビュー取材を実施し、専用サイトの充実を図る必要がある。さらには、次期シティブロモーション戦略の基本的な考え方を周知するとともに、職員のシティブロモーション意識を高めるため、職員研修が必要である。	次期実施計画への方向性 <input type="checkbox"/> 継続(拡大) <input checked="" type="checkbox"/> 継続(現状維持) <input type="checkbox"/> 継続(縮小) <input type="checkbox"/> 完了 <input type="checkbox"/> その他 【その他の場合、その内容を記載】
	対応	【課題に対し、どのように対応するか】 市内外の人に対して、魅力的な情報発信につなげるため、庁内関係部署と連携して、「ヒト・モノ・コト」の情報共有を図り、効果的なプロモーション活動を行う。また、広報紙やフェイスブック、新聞など、さまざまな媒体から情報を収集することにより、フリップサポーターやライフスタイルインタビューの取材先を選定し、取材を行う。	
	効果	【対応することで、どのような効果が期待できるか】 市民自らが情報発信の担い手となったシティブロモーションの取組を通じて、まちへの愛着・誇りを醸成、共感性・信頼性の高い情報発信につながる。庁内関係部署での会議を開催することで、職員のシティブロモーション意識の向上や効果的なシティブロモーション活動の展開が期待できる。	
対応時期		令和4年度	

【1次評価者】	政策部 広報秘書課 広報グループリーダー 波多野 祐一
【最終評価者】	政策部 広報秘書課長 末崎 照美

(参考:前期基本計画期間(H29-R3)における評価履歴)

		H29	H30	R1	R2	R3
判定	活動	B	A	B	B	B
	成果	B	B	B	B	B

■令和3年度予算額(事業費)の内訳

予算額(事業費)		2,820 千円
内訳	令和2年度からの繰越額	千円
	令和3年度の最終予算額	2,820 千円
	令和4年度への繰越額	千円