

主要事業評価シート(第1次実施計画/H29・30・31年度)

① 基本事項	計画コード	事業名	部名	総合政策部
	17100	シティプロモーション推進事業	課名	政策課 広報秘書G
	施策の大綱	05:市民力・地域力の活性化	財	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	務	款
	施策の方向	04:移住交流の促進	科	項
戦略プロジェクト	05:「そして、親となるまち」プロジェクト	目	目	02:広報活動費
事業予定期間	H 29 ~ H - 年度		主な根拠法令要綱等 0	

② 目的・概要	対象	市民及び市外の人
	目的	本市が「訪れるまち(交流人口の増加)」「住むまち(定住・移住人口の増加)」として市内外の人から選ばれるよう、市民等のまちに対する愛着や誇りの醸成を基礎として、本市の魅力を創造し、磨き上げ、まちのイメージを向上させる。
概要	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の更新・充実を図るとともに、SNSや広告への掲載を通じて、市内外に対し積極的な情報発信を行う。	

③ 事業の計画・実績	年度計画	平成29年度	平成30年度	平成31年度	
		年度実績	<ul style="list-style-type: none"> ○シティプロモーション専用サイトの管理 <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツの更新 ○シティプロモーションブランドの啓発 <ul style="list-style-type: none"> ・ブランドロゴの活用 ・ブランド冊子の製作 ○全国シティプロモーションサミットへ参加 	<ul style="list-style-type: none"> ○シティプロモーション専用サイトの管理 <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツの更新 ○シティプロモーションブランドの啓発 <ul style="list-style-type: none"> ・ブランドロゴの活用 	<ul style="list-style-type: none"> ○シティプロモーション専用サイトの管理 <ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツの更新 ○シティプロモーションブランドの啓発 <ul style="list-style-type: none"> ・ブランドロゴの活用
事業費	計画額	事業費	5,300千円	2,700千円	2,700千円
		国庫支出金	2,650千円		
		県支出金			
		地方債			
		その他			
事業費	予算額	事業費	1,238千円	2,650千円	
		国庫支出金			
		県支出金			
		地方債			
		その他			
事業費	決算額	事業費 ①	1,188千円		
		国庫支出金			
		県支出金			
		地方債			
		その他			
人件費	決算額	一般財源	1,188千円	0千円	0千円
		総人件費 ②	4,956千円		
		一般職員	3,840千円		
		所要人員	0.50		
		臨時職員等	1,116千円		
総コスト(①+②)		6,144千円			
受益者負担率		0.0%			

				平成29年度	平成30年度	平成31年度	
④ 指標	①	名称	シティプロモーションブランド啓発企画数	計画値	2	3	4
			民間企業、市民団体とタイアップしたブランド啓発の企画数	実績値	2		
				単位	件	件	件
②	名称	シティプロモーション専用サイト訪問者数	計画値	50,000	80,000	100,000	
			実績値	36,646			
			単位	人	人	人	
③	名称		計画値				
			実績値				
			単位				

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】 共通のコンセプトで情報発信を行うためには、シティプロモーション戦略自体や「住めば、ゆうゆう。」キャッチフレーズの浸透を図る必要がある。また、シティプロモーション専用サイトについては、定期的な更新ができるよう、イベント情報の取得・掲載方法の確立を行うとともに、ターゲットである子育て世代を中心にPRを行う必要がある。
	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】 シティプロモーション戦略や「住めば、ゆうゆう。」の浸透を図るため、市民に対しては広報及び行政情報番組での周知を行った。また、市職員に対しては、シティプロモーションネックストラップの配布や職員研修を実施し、意識啓発を行った。専用サイトを定期的に更新するために、月2回の広報かめやま配布日に部署内ミーティングを行うことを業務内容に落とし込み、イベント・ニュース情報の取得、掲載を的確に行った。また、様々な機会を通じて、シティプロモーション専用サイトの利用促進を行った。

		評価	(判定)
⑥ 事業の評価	活動	【計画どおりに実施できたか】 子育て世代の専用サイトの利用を促進するため、保育園・幼稚園などを通じてチラシを配布した。(約2,000枚)フェイスブックでは、旬の話題とともに専用サイトのイベントカレンダーの利用促進を促した。また、子育て支援センターのイベント訪問を行い、まちの魅力を自らのメッセージで伝えるフリップサポーターを新規獲得できた。専用サイトのコンテンツ内容を充実させるため、広報かめやま等を元に情報収集し、イベントやニュース情報を発信できた。行政情報提供事業と連携し、創業支援、子育て環境に関する特集番組を制作し、専用サイトに動画を掲載することができた。なお、地方創生推進交付金が不採択であったため、事業規模を一部縮小した。	B まずまず実施できた
	成果	【成果は順調に上がったか】 専用サイトのイベントカレンダーやニュースコーナーを定期的に更新することで、目標値の7割を超えるサイトアクセスを得ることができ、市の催しや行事、各種制度を市民に知っていただくとともに、それをまちの魅力として認識していただくことができた。フリップサポーターや特集番組に市民や市民活動団体自らが出演して、まちの魅力としてアピールしていただくことで、信頼性の高い情報発信を行うことができた。また、市民や事業所の方などと協力してシティプロモーション活動に取り組むことで、まちへの愛着を高める機会とすることができた。	B まずまず成果を得た

⑦ 今後の対応方針	課題	【課題は何か】 シティプロモーション戦略のキャッチフレーズ「住めば、ゆうゆう。」を浸透させ、市民や事業所などを巻き込んだシティプロモーション活動が必要である。また、市の良質なイメージを高めるために、本市の取り組みを新聞等のメディアに多く取り上げてもらい、話題性や新鮮さを意識した報道機関への情報提供が必要である。さらに戦略のメインターゲットエリアである津市・四日市市・鈴鹿市を意識した取り組みが必要である。	今後の方向性 <input type="checkbox"/> 拡大 <input checked="" type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 廃止 <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】 キャッチフレーズ「住めば、ゆうゆう。」を浸透させるため、広報、行政情報番組、フェイスブックなどの媒体を使って発信する。シティプロモーション活動を行う際には、市民や事業所などとの連携の可能性を検討する。市のイメージを高められる取り組みについて積極的に報道機関へ情報提供を行うとともに、近隣市からの転入促進を意識したプロモーション手法を検討する。	
	効果	【対応することで、どのような効果が期待できるか】 シティプロモーション活動を通じて、市民のまちへの愛着を醸成することができる。また、市民から市民への情報の伝達が期待できる。新聞等のメディアに市の取り組みやまちの魅力が取り上げられることで、本市の良質なイメージが市内外に発信できる。	
対応時期		毎年度	

【1次評価者】	総合政策部 政策課 広報秘書グループリーダー 松岡 保範
【最終評価者】	総合政策部 政策課長 豊田 達也