

**平成28年度 事務事業評価シート**

事業の概要	事務事業名	シティプロモーション推進事業				担当部	地域活性化営業部				
	会計区分	一般会計		事業類型	一般事業		担当課	シティプロモーション			
	事業期間	平成26年度		～	平成31年度以降		担当係	観光交流係			
	総合計画 新基本計画	施策等	5 産業・交流		18 シティプロモーション		2 観光推進体制を強化する				
			重点事業		実施計画事業	○					
	予算区分	款	7	項	1	目	3	大	3	中	1
	根拠法令・個別計画										
	目的	何・誰を対象に	観光客及び市民								
		どのような状態にするのか	さまざまな地域資源を活用し、本市の魅力を生内外に発信することにより、本市の交流人口を増加させる。								
	内容(手段) 目的達成のためにどのような事業を実施したか	<p>本市が持つ、小牧山やまつり、イベント、特産品などの地域資源を、さまざまな媒体を活用して生内外に向け効果的なプロモーションを行った。</p> <p>◆平成27年度実施内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光情報冊子の作成 全国的に知名度の高い旅行雑誌と連携した総合観光情報冊子を作成・販売することにより本市の魅力を生内外へ広く発信した。 観光情報誌制作負担金:2,000千円</li> <li>・プロモーショングッズの作成 市内企業や観光協会及び商工会議所と協働しPRグッズを作成した。 プロモーショングッズ作成費:250千円</li> <li>・シティプロモーション自治体連絡協議会への参加 協議会主催のサミットに参加し、シティプロモーションの効果的な取り組み等について、情報収集とその手法を学んだ。 第3回シティプロモーションサミット参加旅費:160千円</li> <li>・全国地域ブランドサミット参加 情報を力強く発信することにより地域ブランドに対するイメージの向上と地域の活性化、地域経済の活性化を図るために開催される全国地域ブランドサミットに出展参加し、本市の地域ブランドをPRした。 旅費:70千円</li> <li>・TSUNAGART事業 平成26年度に立ち上げた「TSUNAGART事業」を生観光協会、メナード美術館、市の各主体が連携して実施し、地域の魅力を発信した。 事業費:0円 印刷製本費:778千円(名刺台紙)</li> </ul> <p>◆平成27年度直接経費の内訳 旅費328千円 需用費1,164千円 負担金2,030千円</p> <p>◆平成28年度直接経費の内訳 旅費235千円 役務費1,770千円 使用料6千円 負担金30千円</p>									
受益者負担	無										

		単位	H25決算額	H26決算額	H27決算額	H28予算額		
コスト	費用	直接経費	千円		11,005	3,522	2,041	
		正職員	従事者数	人		1.00	0.40	0.40
			人件費	千円	0	5,501	2,200	2,200
		その他職員	従事者数	人		0.00	0.00	0.00
			人件費	千円		0	0	0
		費用合計	千円	0	16,506	5,722	4,241	
	対前年比	%			#DIV/0!	34.6	74.1	
財源	一般財源	千円	0	16,506	5,722	4,241		
	国・県支出金	千円		0	0	0		
	その他財源	千円		0	0	0		

業	活動指標名	単位		H25	H26	H27	H28
	市公式フェイスブックページへのいいね数	人	目標			—	2,000
実績					1,359	1,741	
地域ブランドPRグッズ売上代金	円	目標			—	450,000	253,000
		実績			430,900	376,300	
績	成果指標名	単位		H25	H26	H27	H28
			これからも住み続けたいと思う市民の割合	%	目標		—
			実績		81	85	
			目標				
			実績				

事業の自己評価	平成27年度の実施結果		
	事業の達成状況	これからも住み続けたいと思う市民や小牧市のファンを増やすため、全国的に知名度の高い観光情報誌のプロモーション力及びブランド力と連携し、総合観光情報冊子を作成することにより、小牧市の魅力を市内外へ広く発信した。また、市内企業や商工会議所、観光協会と連携・協働してPRグッズを作成した。	
	事業実施における課題	シティプロモーションに向けては、様々な主体者と連携していく必要があり、TUNAGART事業では関係課等と連携を図り事業実施に至ったものもあったが、連携相手や手段等、手探りの状態である。引き続きプロモーションの効果的な実施方法等の研究に努める必要がある。	
	基本施策の展開方向の目的に対する影響(貢献等)	全国的に知名度の高い観光情報誌のプロモーション力及びブランド力と連携し、「小牧walker」として本市の魅力を市内外へ広く発信することにより、市民に対しては愛着・誇りの醸成に、また地域外に対しては本市への来訪意欲の向上に寄与した。	
	平成28年度の改善内容	28年度における事業の改善・見直し内容(新規追加事項、廃止・削減事項等)	
	平成28年3月に策定した小牧市観光振興基本計画・小牧市観光重点プランにおいて、本市の重点的に取り組むキーワードとして「小牧山」「名古屋コーチン」「航空宇宙産業」を設定した。平成28年度よりこれらのキーワードを軸にFDA機内誌への記事掲載を始めとする効果的なプロモーションの手法に取り組みながら、本市の魅力を発信し交流人口の増加を図る。		
平成29年度の事業の方向性	方向性の判定	維持	事業のボリュームを現状規模で維持すべきもの(対象や手段を見直す場合も含む)
	判定理由	平成28年3月に策定した「小牧市観光振興基本計画」では基本施策の一つに、さまざまな広報媒体を活用した戦略的なプロモーションの実施を設定し、「小牧市観光重点プラン」に定める14の観光推進施策の実施と合わせ、効果的・効率的なプロモーション活動を展開するため。	
	29年度以降の改善案	ターゲット層やマーケットを明確にし、効果的な情報発信手段について調査・研究し、交流人口の増加につながる戦略的なプロモーションを行う。	

二次評価	方向性の判定	判定理由
	維持	一次評価のとおり。これまでの実施内容の実績と効果を検証し、より効果的なシティプロモーションの推進に努めること。