| 事業番号 | 28 |
|---|---|

# 平成27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 | 実施計画事業 | | | | 担当課 | シティプロモーション課 | |
| | 事業期間 | 平成26年度 | ～ | 平成31年度以降 | | | | | 担当係 | 観光交流係 | |
| | 総合計画分野別計画 主目的 | 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 | | | | | | | |
| | 副目的 | | | | | | | | | 実施計画対象 | ○ |
| | 予算区分 | 款 | 7 | 項 | 1 | 目 | 3 | 大 | 3 | 中 | 1 |
| | 根拠法令・個別計画 | | | | | | | | | | |
| | 目的（対象をどの様な状態にするのか） | さまざまな地域資源を活用し、本市のブランド力を高めるとともに、本市の魅力を市内外に発信することにより、本市に「訪れたい人」「住みたい人」「住み続けたい人」を増加させる。 | | | | | | | | | |
| | 内容（手段） | 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市内外へプロモーションを行った。<br>また、シティプロモーション自治体連絡協議会主催のサミットに参加するなど、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、勉強を行った。<br>◆平成26年度実施内容<br>・フェイスブックを利用した情報発信<br>平成25年度に開設した市公式フェイスブックページについて、ほぼ毎日記事をアップし、市の魅力発信に努めた。また、市民や市職員向けに、フェイスブックの有効性などを啓発する講座を開催した。<br>公式ページへのいいね数：1359　事業費：453千円<br>・地域ブランドPRグッズの作成<br>地域ブランドにより目指す街のイメージを、市民と共有しやすくするため、ロゴマークあしらったグッズを作成し販売をするとともに、売上金を「こども夢・チャレンジ基金」に積み立てた。<br>作成したブランドグッズ：ピンバッジ、コップ、タンブラー、絆創膏、傘、手ぬぐい<br>ブランドグッズ作成費：8,044千円（ブランドグッズ売上代金：430千円）<br>・シティプロモーション自治体連絡協議会への参加<br>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、勉強を行った。<br>シティプロモーション自治体連絡協議会負担金：2千円<br>・TSUNAGART事業<br>シティプロモーションのリーディング事業として、市観光協会、メナード美術館、市が核となり、アートを媒介に多様な主体がつながり、地域の魅力を掘り起こし、発信していく「TSUNAGART事業」を立ち上げた。（平成26年度は立ち上げまで）<br>事業費：0円<br>印刷製本費：2,506千円（名刺台紙、市勢要覧）<br>◆平成27年度直接経費の内訳<br>報償費200千円　旅費727千円　需用費1,400千円　負担金2,030千円 | | | | | | | | | |
| | 受益者負担 | 有 | 地域ブランドPRグッズ販売代金　ピンバッジ（@100円）、コップ（@300円）、タンブラー（350ml@350円、500ml@500円）、絆創膏（@100円）、傘（@500円）、手ぬぐい（@300円）　平成26年度売上総額430,900円 | | | | | | | | |

| コスト | | | | 単位 | H24決算額 | H25決算額 | H26決算額 | H27予算額 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 費用 | 直接経費 | | 千円 | | | 11,005 | 4,357 |
| | | 正職員 | 従事者数 | 人 | | | 1.00 | 0.40 |
| | | | 人件費 | 千円 | 0 | 0 | 5,260 | 2,104 |
| | | その他職員 | 従事者数 | 人 | | | 0.00 | 0.00 |
| | | | 人件費 | 千円 | | | 0 | 0 |
| | | 費用合計 | | 千円 | 0 | 0 | 16,265 | 6,461 |
| | | 対前年比 | | % | | #DIV/0! | #DIV/0! | 39.7 |
| | 財源 | 一般財源 | | 千円 | 0 | 0 | 16,265 | 6,461 |
| | | 国・県支出金 | | 千円 | | | 0 | 0 |
| | | その他財源 | | 千円 | | | 0 | 0 |

| 事業番号 | 28 |
|---|---|

| 業績 | 活動指標名 | 単位 | | H24 | H25 | H26 | H27 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 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 | |
| | 地域ブランドPRグッズ売上代金 | 円 | 目標 | | | — | 450,000 |
| | | | 実績 | | | 430,900 | |
| | | | 目標 | | | | |
| | | | 実績 | | | | |
| | 成果指標名 | 単位 | | H24 | H25 | H26 | H27 |
| | これからも住み続けたいと思う市民の割合 | % | 目標 | | | — | 83 |
| | | | 実績 | | | 81.4 | |
| | | | 目標 | | | | |
| | | | 実績 | | | | |

| 事業の自己評価 | | | |
|---|---|---|---|
| 平成26年度の実施結果 | 事業の達成状況 | 市公式フェイスブックについて、フェイスブックが持つ即時性や双方向性などの特性を生かした活用をすることにより、開設当初から順調にいいね数を伸ばし、市の魅力発信とともに、市への誇りや愛着の醸成に寄与した。<br>また、シティプロモーションに取組む先進自治体が加盟する協議会主催のサミットに参加し、情報収集に努めた。 | |
| | 事業実施における課題 | シティプロモーションの必要性や意義が庁内に浸透しておらず、市全体として効果的・効率的なシティプロモーションが行えていない。 | |
| | 事業を縮小・廃止したときの影響 | 今後の分権型社会のさらなる進展により、自治体間競争が今以上に激化すると思われ、事業を縮小・廃止することにより、本市の魅力や特性を効果的に発信することができなくなり、市勢が後退してしまう恐れがある。 | |
| 平成27年度の改善内容 | 27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） | 市内外へ本市の魅力をPRするため、観光情報誌制作費の一部を負担する。<br>TSUNAGART事業をはじめとして、今年度末に策定予定の「小牧市観光振興基本計画」に定める各観光推進施策を効果的・効率的にプロモーションする事業を検討・構築する。 | |
| 平成28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<br>（対象や手段を見直す場合も含む） |
| | 判定理由 | 今年度末に「小牧市観光振興計画・小牧市観光重点プラン」が策定され、平成28年度から各観光推進施策に着手していくため、これと並行し、効果的・効率的なプロモーション活動を展開するため。 | |
| | 28年度以降の改善案 | 既存のTSUNAGART事業の検証・改善を行うとともに、新たなプロモーション手法の検討も行う。 | |

| 二次評価 | 方向性の判定 | 判　定　理　由 |
|---|---|---|
| | 維　持 | 一次評価のとおり。<br>これまでの実施内容の実績と効果を検証し、より効果的なプロモーションの推進に努めること。 |