

事務事業名	地域ブランド戦略推進事業				担当部	市長公室	担当課	秘書政策課						
実施計画	2	年目												
新基本計画	市政戦略編	分野別計画編	5	産業・交流	18	シティプロモーション	1	都市のブランドイメージを構築します						
予算区分	一般会計	款	2	総務費	項	1	総務管理費	目	2	秘書政策費	大	5	中	2
根拠法令・個別計画	① 第6次小牧市総合計画		②		③									
目的	何(誰)を対象に	市民												
	どのような状態にするか	ブランドコンセプト「夢・チャレンジ 始まりの地 小牧」を普及・浸透させる。												
事業の概要	どのような事業を実施するか	<p>○都市宣言看板の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「こども夢・チャレンジNo. 1都市」を広く市内外に周知するため、名鉄小牧駅構内に看板を掲出する。 <p>○カーマーキングの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランドロゴマークを普及・浸透させるため、公用車へのカーマーキングを行う。 <p>○ブランドポスターの作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小牧南高校写真部と連携してブランドポスターを作成し、市内公共施設、市内商業施設に掲出する。 <p>○ブランドムービーのシネアド上映</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内外にブランドコンセプトや市の魅力を伝えるため、映画館でのシネアド上映を行う。 <p>○ブランドブックの配布</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域ブランド戦略の内容を広く周知するため、窓口、会議、イベントなどでこまきブランドブックを配布する。また、絵本版ブランドブックを市内保育園長児に配布する。 <p>○アクションプランの策定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・副市長・市長公室長・次長級職員からなる地域ブランド戦略推進委員会を開催、地域ブランド戦略アクションプラン策定のための検討を行い、2月に策定・公表する。 <p>○地域ブランド連絡員会議の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域ブランド戦略に対する職員の理解を深めるため、各課の広報連絡員を地域ブランド推進連絡員に任命し、連絡員会議を開催する。 <p>○ピーチバス広告の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランドロゴマークと「こども夢・チャレンジNo. 1都市」を普及・浸透させるため、ピーチバスへの広告を掲出する。 												
	年度別事業内容	<p style="text-align: center;">事業内容</p> <p>28年度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ビクトサインの設置 ・市民にブランドを周知するため、勤労センター、市民四季の森、篠岡児童館、北里児童館、中部公民館トイレ等へのブランドロゴを活用したビクトサインの設置を行った。 ○都市宣言看板の設置 ・「こども夢・チャレンジNo. 1都市」を広く市内外に周知するため、名鉄小牧駅構内に看板を掲出した。 ○カーマーキングの実施 ・ブランドロゴマークを普及・浸透させるため、公用車3台へのカーマーキングを行った。 ○ブランドポスターの作成 ・小牧南高校写真部と連携してブランドポスターを作成し、市内公共施設、市内商業施設に掲出した。 ○ブランドムービーのシネアド上映 ・市内外にブランドコンセプトや市の魅力を伝えるため、ミッドランドシネマ名古屋空港でブランドムービーのシネアド上映を行った。 ○ブランドブックの配布 ・地域ブランド戦略の内容を広く周知するため、窓口、会議、イベントなどでこまきブランドブックを配布した。また、絵本版ブランドブックを市内保育園長児に配布した。 ○アクションプランの策定 ・副市長・市長公室長・次長級職員からなる地域ブランド戦略推進委員会を開催、地域ブランド戦略アクションプラン策定のための検討を行い、2月に策定・公表した。 ○地域ブランド連絡員会議の開催 ・地域ブランド戦略に対する職員の理解を深めるため、各課の広報連絡員を地域ブランド推進連絡員に任命し、連絡員会議を開催した。 ○ピーチバス広告の実施 ・ブランドロゴマークと「こども夢・チャレンジNo. 1都市」を普及・浸透させるため、ピーチバスへの広告を掲出した。 <p>29年度</p> <ul style="list-style-type: none"> ○都市宣言看板の設置 ・「こども夢・チャレンジNo. 1都市」を広く市内外に周知するため、名鉄小牧駅構内に看板を掲出する。 ○カーマーキングの実施 ・ブランドロゴマークを普及・浸透させるため、公用車3台へのカーマーキングを行う。 ○ブランドポスターの作成 ・小牧南高校写真部と連携してブランドポスターを作成し、市内公共施設、市内商業施設に掲出する。 ○ブランドムービーのシネアド上映 ・市内外にブランドコンセプトや市の魅力を伝えるため、ミッドランドシネマ名古屋空港、イオンシネマ各務原でブランドムービーのシネアド上映を行う。 ○ブランドブックの配布 ・地域ブランド戦略の内容を広く周知するため、窓口、会議、イベントなどでこまきブランドブックを配布する。また、絵本版ブランドブックを市内保育園長児に配布した。 ○アクションプランの策定 ・副市長・市長公室長・次長級職員からなる地域ブランド戦略推進委員会を開催、地域ブランド戦略アクションプラン策定のための検討を行い、2月に策定・公表する。 ○地域ブランド連絡員会議の開催 ・地域ブランド戦略に対する職員の理解を深めるため、各課の広報連絡員を地域ブランド推進連絡員に任命し、連絡員会議を開催した。 ○ピーチバス広告の実施 ・ブランドロゴマークと「こども夢・チャレンジNo. 1都市」を普及・浸透させるため、ピーチバスへの広告を掲出する。 												

事業費	財源内訳 (千円)	H28		H29	
		当初予算額		当初予算額	
		合計	11,231	10,922	10,183
		国支出金	0	0	0
		県支出金	0	0	0
		地方債	0	0	0
		その他	0	0	0
		一般財源	11,231	10,922	10,183
特定財源の説明					
事業費内訳 (千円)	細々節		H28		H29
			当初予算額	決算額	当初予算額
	印刷製本費		2,300	2,177	0
	広告料		2,931	2,784	5,083
	地域ブランド推進支援委託料		5,300	5,282	5,100
ピクトサイン作成設置委託料		700	679	0	
従事者数	正職員(人数)	0.60	0.60	0.60	
	その他職員(人数)	0.00	0.00	0.00	

ステップ I	影響を与える展開方向の指標		単位	目指す方向性	基準値	H26	H27	H28	H29
	①	小牧市のブランドロゴマークおよびキャッチフレーズを知っている市民の割合	%	→	-	38.0	41.6	65.8	
②									
基本施策の展開方向の指標に対する影響(貢献等)									
H28 実施結果	平成26年度から地域ブランド戦略アクションプランに基づいた様々な啓発活動を積極的に行った結果、ブランドロゴマークとキャッチフレーズの認知度は順調に上昇している。今後もアクションプランのコミュニケーションプログラムに即した取組みを進めることで認知度は更に上昇していく見込みである。								
ステップ II	事業の成果指標		単位			H26	H27	H28	H29
	①	小牧市のブランドロゴマークおよびキャッチフレーズを知っている市民の割合	%	目標	-	↑	↑	↑	
				実績	38.0	41.6	65.8		
②				目標					
				実績					
ステップ II	事業の活動指標		単位			H26	H27	H28	H29
	①	地域ブランド戦略推進委員会開催回数	回	目標	4	2	4	3	
				実績	3	4	3		
②	ブランドブック配布数	冊	目標	15,000	5,000	5,000	5,000		
				実績	13,988	6,237	5,647		
事業の目標達成状況とその要因、実績増減の要因、今後の見直し									
H28 実施結果	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ブランド戦略アクションプランに基づいた様々な啓発活動を行ったことにより、成果目標を達成することができた。 ・推進委員会の開催数について、H27はアクションプランの策定以外にも、連絡員の設置、ピクトサインの設置など初めて実施する内容について議題として行う会議があったが、H28は前年から引き続き行う活動が大半であったため、議題が減った分、会議開催数も1回減少している。アクションプランの策定については年に3回の開催が妥当と思われる。 ・ブランドブックの配布数についてはH26から年々減少しているが、初年度から市内公共施設、民間商業施設への設置、転入者や関係団体への配布など様々な場面で配布を行っており、徐々に行き渡っているためと思われる。 ・これらの活動の継続に伴い、今後も成果指標は向上していくと思われる。 								
ステップ III	要因を踏まえた事業の見直し								
H28 実施結果	引き続き、アクションプランのコミュニケーションプログラムに即した取組みを継続実施していく。ただし、ブランド戦略策定から5年経過していることから、取組み内容を精査する予定である。								

一次評価	判定		判定理由
	事業の方向性	維持	ブランドコンセプトを普及しブランドイメージを構築していくためには、継続的な取組みを行っていく必要がある一方で、ブランド戦略の取組みも5年を経過し、スタートダッシュとして進めてきた取組み内容のボリュームを見直し、費用対効果が低いと見込まれる事業の圧縮を行い、実効性を高めていくことが必要であるため。
	事業のボリュームを現状規模で維持するもの		

二次評価	判定		判定理由
	事業の方向性	維持	一次評価のとおり。
	実計ヒアリング実施要否	不要	
事業の位置づけ	実施計画事業として継続		