

事業番号	0	9	7
実施計画事業			
実施計画事業以外の事業	○		

令和元年度 事務事業評価シート

1. 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					
事業期間	平成26年度 ~ 令和2年度以降				担当課	シティプロモーション課					
新基本計画 (平成26年~平成30年)	基本施策	18	展開方向	1							
予算区分	一般会計	款	07 商工費	項	01	目	03	大	03	中	01

2. 実施状況

【平成30年度の実施状況】

- 本市の魅力及び観光情報を様々な媒体を活用して発信した。
 - ・FDA(フジドリームエアライン)が年2回発行し、全機全シートなどに設置されている情報誌のうち、秋・冬号へ本市の観光情報を掲載し、FDA利用者に対し、本市の魅力の発信と市内への来訪を促した。
 - また、JAF(一般社団法人自動車連盟)が運営し観光情報と当団体ロードサービスによる総合観光情報サイト「JAFナビ」へのモデルドライブプランや観光資源情報などの観光情報を掲載したほか、当団体会員誌「JAFPLUS中部」へ本市のイベント情報を掲載するなど観光情報を発信した。
 - FDA機内誌(秋・冬号)掲載期間におけるFDA搭乗者数:365,182人
 - JAFナビアクセス件数:384件
 - JAFPLUS中部発行数:1,080,000部
- ・小牧市のブランド戦略を推進するとともに、広くブランドロゴマーク及びキャッチフレーズを知っていただくため、ブランドロゴマークやキャッチフレーズを分かり易く示したブランドグッズを販売するとともに、PR用の啓発品として配布した。
 - 平成30年ブランドグッズ販売実績:ピンバッジ(販売)99個(PR)304個、手ぬぐい(販売)133枚(PR)565枚、ビニール傘(販売)31本(PR)16本、タンブラー500ml(販売)3個(PR)185個、タンブラー350ml(販売)11個(PR)181個、プラスチックコップ(販売)5個(PR)62個
- ・「訪れたい人」「住みたい」「住み続けたい人」を増やすため、様々な地域資源の魅力を効果的に市内外へ情報発信(プロモーション)した。
 - 平成30年度メディア等情報提供回数:メディア108回、雑誌社4回、その他10回 計122回
 - ※その他…観光PRグッズ・パンフレットの送付回数

3. 総合診断

事業費	項目	単位等	H27	H28	H29	H30	R1	
直接経費	決算額	財源	一般財源	千円	3,523	1,651	1,022	1,090
			国・県支出金	千円	0	0	0	0
			その他	千円	0	0	0	0
		計(A)	千円	3,523	1,651	1,022	1,090	
	対前年比	%	-	46.9%	61.9%	106.7%		
	(当初)予算額	千円	4,357	2,041	1,065	1,093	1,111	
人件費	正職員	人	0.19	0.08	0.06	0.10		
	正職員(平均人件費)	千円	1,422	599	449	749		
	その他職員	人	0	0	0	0		
	その他職員(時給×年間時間)	千円	0	0	0	0		
計(B)	千円	1,422	599	449	749			
事業費合計(C=A+B)		千円	4,945	2,250	1,471	1,839		
指標	成果指標	掲載期間におけるFDA搭乗者数(人)	目標	-	-	-	-	
		実績	284,682	341,684	343,797	365,182		
	活動指標	メディア等情報提供回数(回)	目標	-	-	-	-	
			実績	-	157	122	122	
		②事業費	受益者数(a)	人	-	-	-	-
			受益者あたり事業費(b=C/a)	円	-	-	-	-

	改善点は見られない	改善点が若干見られる	○	大いに改善すべき
診断結果	<p>○数値の分析等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ H27はブランド名刺や小牧walkerの製作など突発的な経費により増額となったが、H28からは、より効果的な情報発信と費用対効果を考慮した事業内容(FDA機内誌、JAF観光情報登録)とした。 ・ 人件費も直接経費の内容の変更に合わせて減少となったが、H30からは積極的にイベントに参加し、ブランドグッズの販売を行うなど、地域ブランドの認知度及びイメージ向上を図ったことにより増加となった。 ・ 成果指標であるFDA搭乗者数も前年度に比して増加しており、安定的に本市の情報や魅力を周知することが出来た。 <p>○「訪れたい人」「住みたい人」「住み続けたい人」を増やすため、さまざまな地域資源の魅力を効果的に市内外へ情報発信(プロモーション)することで、他地域との差別化を図り、本市の認知度とイメージの向上を図ることが必要である。</p> <p>R1. 8月の組織改正に伴い「地域ブランド推進事業」が移管されたため、これまでの観光を切り口としたシティプロモーションと、ブランドコンセプトを市内外に伝えていくためのコミュニケーションプログラムをそれぞれどう切り分けていくか、または統合していくのか、今後の事業の方向性を明確にしなければならないが、引き続き、効果的な手法を検討し、情報発信(プロモーション)に取り組む必要がある。</p>			

4. 総合評価

事業の方向性	維持	事業のボリュームを現状規模で維持すべきもの			
削減額・対象	事務事業評価による額	千円	予算区分	節	節
評価結果	<p>○今後の取り組み・方向性</p> <p>活動指標であるメディアリリースについて、各メディアに積極的に本市を売り込み、露出の機会を増加させるとともに、FDA機内誌やJAFなどの安定的なPRが可能であるメディアを活用して、より魅力的な本市の観光情報を掲載し、誘客に繋げていく。</p> <p>また、旅行、歴史、グルメなどの観光に興味を持つユーザーを特定できるインターネットの広告媒体を活用するなど、より効果的なプロモーションを検討する。</p>				