

(1)事業の概要等

事業番号	B2101-1
実施計画事業	
実施計画事業以外の事業	○

令和4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		
	事業期間	平成26年度	～	令和6年度以降		担当課			シティプロモーション課			
	小牧市まちづくり推進計画(R1年～R4年)	分野別計画編	基本 施策	21	展開 方向	1	担当係			シティプロモーション係		
	予算区分	一般会計	款	7	項	1	目	3	大	3	中	2
	根拠法令・個別計画	-					事業種別			一般事業		
	目的・成果 (何のために、どのような成果を期待するか)	定住人口の維持・増加と交流人口の増加を目指し、多彩な地域資源の魅力を市内外に発信することで、小牧市の認知度を高める。 また、市外への魅力発信により小牧市の話作りを進め、外からの評価を高めることで、市民の愛着や誇りの醸成につなげる。市民には「住み続けたいまち」と、市外の人には「訪れたいまち」「住みたいまち」として選ばれる魅力あふれるまちづくりを進める。										
	対象 (何・誰を対象に)	市民、事業者、市外の方										
	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>広告料:2,024,792円</p> <p>①名鉄小牧線広告・・561,792円 名鉄小牧線車両内のドア横B3サイズにて広告を掲示。車両ドア横1枠(32車両)</p> <p>②名古屋市営地下鉄広告・・363,000円 名古屋市営地下鉄(名城線・鶴舞線)車両内の扉下ステッカーにて広告を掲出。 車両扉下ステッカーは、1両につき1扉(1扉2枚)、1編成で6扉に掲出。</p> <p>③情報誌等記事掲載業務・・1,100,000円 (1)情報誌Cheek冬号で、小牧市の子育てしやすいまちづくりを見開き2ページで紹介。 (2)作成したブランドムービーを、県内産婦人科(25か所)のメディアサイネージで配信。 (3)WEBメディア「NAGOYA.」(ナゴヤドット)に小牧市の情報を掲載。</p> <p>●各種取材、撮影協力など</p> <p>①冊子「子育て目線で考えるはじめての家づくり」(作成:中京テレビハウジング小牧)にて小牧市を紹介。 ②動画「あいちUIターン支援」にマスコットキャラクターこまき山が出演。こども未来館等を紹介。 ③東海テレビ「ニュースONE」でこまき山が出演。市役所本庁舎レストランから見る小牧山城を紹介。 ④情報誌「ママ目線で建てる!自由設計の家」(作成:流行発信MOOK)にて小牧市を紹介。 ⑤愛知文教大学にて「小牧市のシティプロモーションと観光」の講義を実施。 ⑥郵便局150周年事業にて、シティプロモーションブースを設置し啓発を実施。</p>										
受益者負担	無											

(2)事業費

事業費	項目	単位等	H30	R1	R2	R3	R4		
			直接経費	決算額	財源	一般財源	千円	1,090	1,122
			国・県支出金	千円					
			その他	千円					
			計(A)	千円	1,090	1,122	2,311	2,033	
			対前年比	%	—	2	105	△ 12	
			予算額	千円	1,093	1,123	2,425	2,090	2,919
人件費			正規職員	人	0.1	0.1	0.15	0.15	
			正規職員(平均賃金)	千円	749	749	1,123	1,123	
			その他職員	人	0	0	0	0	
			その他職員(時給×時間)	千円					
			計(B)	千円	749	749	1,123	1,123	
事業費合計(C=A+B)			千円	1,839	1,871	3,434	3,156		

(3)業績

展開方向における指標の推移			基本施策	21	展開方向			1
指標名		単位	方向性	基準値	R1	R2	R3	R4
1	ブランドロゴマーク・キャッチフレーズを知っている市民の割合	%	↗	72.9	74.6	75.5	75.8	
2								
3								

指標ほか		単位		H30	R1	R2	R3	R4
指標	成果指標	市公式LINEの友だち数	人	目標	—	—	—	—
				実績	1,854	2,312	6,739	20,390
	活動指標	市主体の地域資源に関する情報発信に対するメディアに取り上げられた件数	件	目標	—	—	—	—
				実績	112	185	136	111
単 位 事 業 あ た り	受益者数(a)		人	—	—	—	—	
	受益者あたり事業費(=C/a)		円	—	—	—	—	

(4)事業の評価

事業の評価	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				
	事業の達成状況と課題	<p>小牧市が「訪れたいまち」「住みたいまち」「住み続けたいまち」として選ばれる魅力あふれるまちづくりとして、シティプロモーションを進めている。</p> <p>令和3年度は、名鉄小牧線の車両ドア横にポスター掲示や、名古屋市営地下鉄(名城線・鶴舞線)車両内の扉下ステッカーにて広告を掲出、また、作成したブランドムービーを、県内産婦人科(25か所)のメディアサイネージで配信するなど、都市ブランド推進事業と併せて、プロモーション活動を行った。</p>					
	今後の実施内容	<p>小牧市に「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、小牧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>					
事務事業評価による額	千円		節	細節		細々節	