

(1)事業の概要等

事業番号	B2101-2
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	都市ブランド戦略推進事業					担当部			地域活性化営業部		
	事業期間	平成24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	1
	根拠法令 ・個別計画	・小牧市地域ブランド基本戦略 2ndステップ ・アクションプラン					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)	市民に対し、都市ブランド戦略の取組みについて発信し、さらなる愛着醸成につなげる。 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を図る。										
	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>●市民が、小牧市に愛着や誇りを感じ、住み続けたいと思う、市外の方が、小牧市を訪れたい、小牧市に住み続けたいと思うまちを目指し、各種のブランドコンセプトを発信する施策(コミュニケーションプログラム)を実施するとともに、全庁的にブランドコンセプトを実現するために行う各種施策(アクションプログラム)を取りまとめたアクションプランを策定した。</p> <p>・ブランドコンセプト発信支援委託 4,489,100円</p> <p>①ブランドムービーの作成 小牧市が目指すまちのイメージであるブランドコンセプトを、市内外の方に広く効果的に伝えていくことを目的として、令和元年に作成したムービーの続編を作成した。</p> <p>②テレビCM等でムービー放送 ・東海テレビのTVCMでブランドムービーを15回放送した。(2/2～2/22) ・東海テレビ「情報番組ちゃーじ」でブランドムービーを紹介(3/19)</p> <p>③Instagramで「子育て」等に興味関心がある方を対象に、Web動画広告として配信した。 (2/2～2/22)</p> <p>●ピーチバス、小牧駅構内広告 1,253,252円</p> <p>①ピーチバス車体広告(通年)・・・984,852円 車両5車両の車体に掲出。掲出箇所は、各車両の左及び右側面の2面。</p> <p>②小牧駅構内広告(通年)・・・268,400円 名鉄小牧線小牧駅改札口前の支柱1箇所に掲出。</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	財源	千円	9,389	6,558
	一般財源	千円					
	国・県支出金	千円					
	その他	千円					
	計(A)	千円	9,389	6,558	5,753	6,368	
	対前年比	%	—	△ 30	△ 12	10	
	予算額	千円	10,008	6,441	4,849	6,228	7,200
人件費	正規職員	人	0.6	0.6	0.60	0.60	
	正規職員(平均賃金)	千円	4,492	4,492	4,492	4,492	
	その他職員	人					
	その他職員(時給×時間)	千円					
	計(B)	千円	4,492	4,492	4,492	4,492	
事業費合計(C=A+B)		千円	13,881	11,050	10,245	10,860	

(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	指標ほか		単位		H30	R1	R2	R3	R4
	成果指標	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	%	目標	—	—	—	—	—
				実績	72.9	74.6	75.5	75.8	
				目標					
				実績					
	活動指標	ブランドブック配布数	冊	目標	—	—	—	—	—
				実績	1,205	15	1,643	3,841	
				目標					
				実績					
	単 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、都市ブランディングを進めている。</p> <p>令和3年度は、新しいブランドムービーを作成し、テレビCMやインスタグラムのWeb広告、市内公共施設のデジタルサイネージなど、さまざまな媒体を活用し、啓発に努めた。</p> <p>いろいろな手法で啓発に努めているが、中高生などの若い世代には、まだまだ伝わっていない、知られていないという課題がある。</p>					
	今後の実施内容	<p>今後も引き続き、ブランドムービーやブランドブックなどを活用し、都市ブランド戦略の取組みについて発信し、市民の愛着醸成につなげる。</p> <p>また、Web広告やデジタルサイネージなど、さまざまな媒体を用いて都市ブランド戦略の取組みを市内外に発信し、市外への魅力発信により小牧市の話題作りを進め、外からの評価を高めることで、市民の愛着や誇りの醸成を図る。</p> <p>より効果的な周知・啓発が図れるよう、プロポーザルによるブランドコンセプト発信支援委託を行いつつ、他市町等の事例の調査研究を行う。</p>					
事務事業評価による額	千円		節	細節		細々節	