

第5次結城市総合計画実施計画策定及び行政評価シート

担当部署	部局名	市長公室		
	課名	企画政策課		
	係名	政策推進係		
	記入者		電話(内線)	244

1. 事業の概要

(1) 事業種別 [新規又は継続]	継続	(2) 事務事業 の名称	市PR事業		(3) 事業の 優先度	A
(4) 総合計画での位置づけ				(6) 事業主体	市	
① 事業の区分	主要事業			(7) 予算・ 財源等 の種別	事業の性質	一般事業費(ソフト事業)
② 施策コード	51201	(総合計画掲載ページ)	119		会計区分	一般会計
基本目標(政策)	5 協働で進める持続可能なまちの実現(自治・行財政運営)				財源区分	市単独
基本施策	1 市民・企業・行政がともに支えあう体制づくり(市民参加・広聴広報・コミュニティ・ボランティア)				予算科目	款 2 項 1 目 7
施策	広聴広報の推進				予算書上の 事業名称	市PR事業費
施策内容	対外広報活動の充実					(予算書 41 ページに掲載)
(5) 事業期間	開始	平成 19 年 4 月から			(8) 事務分類	自治事務
	終了	年 月まで (力年)			根拠法令	

2. 事業の目的及び内容

(1) 対象(だれに対して・何に対して行うのか)	(3) めざす姿(意図・どのような状態になるのか)
市民(定住化) 市外・県外住民(U・I・Jターン)	・市外および県外住民に対して、結城市のイメージや知名度の向上を図ることで、交流人口および定住人口の増加に繋げる。 ・市民に対し、地域資源の魅力化や対外的イメージの向上によって、郷土愛やシビックプライドが高められ、定住化(市外流出の阻止)が促進される。
(2) 手段(事業内容・どのようなことを行うのか)	(4) 事業開始のきっかけや他市の状況など (※ 1-(8)事務分類が法定受託の場合は記入の必要なし)
・結城市マスコットキャラクター「まゆげった」を活用したPR活動(着ぐるみによるイベント参加や貸し出し、まゆげった音頭の普及、関連グッズの制作など) ・結城ブランドと連携した、物産・観光資源の魅力化および発信 ・PR用資材(ロゴ、キャッチフレーズ、映像など)の制作	全国的に人口減少や高齢化が進んでいるなか、現役世代層の定住化が、自治体運営に大きな影響を及ぼすことから、全国各地で地域性を生かしたシティセールス活動が展開されている。当市においても、その地域間競争に埋没しないよう、積極的なPR活動を実施するとともに、地域資源の魅力化などによって、競争力の強化が求められている。
(5) 事業をとりまく環境の変化(社会環境、市民ニーズ等)や市民・議会の要望、意見等とそれに対する対応	
・ご当地キャラは、ブーム時の状況から比較すると収束しつつあるが、イベントの際の欠かせないマスコットとして定着してきており、引き続き有効な宣伝効果が期待できる。 ・今後、地域間競争がより激しくなることが予想されるため、地域性や独自性を活かした取り組みが求められている。 ・現在は、交流人口増を狙った活動を主体として事業を展開しているが、今後、定住人口増を狙った活動を拡大するにあたっては、生活に係る様々な情報(居住、子育て、福祉など)の集約が必要で、関係課の連携体制の整備が求められている。	

3. 事業コスト

行政評価		実績内容の評価		検討・改善		検討・改善内容を反映	
実施計画							
● 予算内訳		実績額（千円）		当初予算額（千円）		計画額・見込額（千円）	
事業内容		26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度	
(1) 事務事業費	報償費(大使等謝礼)	74	40				
	旅費(イベント参加経費等)	31	0				
	需用費(PRグッズ購入等)	1,226	689				
	役務費(運搬, 保険料等)	86	213				
	委託料(市PR活動委託)	940	0				
	使用料及び賃借料	51	23				
	備品購入費(着ぐるみ更新)		789				
	合計	2,408	1,754				
	財源	国庫支出金 (千円)					
県支出金 (千円)							
地方債 (千円)							
その他特定財源 (千円)							
一般財源 (千円)		2,408	1,754				
合計 (千円)		2,408	1,754				
補助・起債制度名							

4. 指標の検証（活動指標・成果指標）									
指標の名称				単位	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度
(1) 活動指標（実施した事業の内容）									
指標名	PR活動実施回数	目標値	回		25	25	25	25	
		実績(見込)値		26	25				
	まゆげった着ぐるみ出動回数	目標値	回		110	110	110	110	
		実績(見込)値		104	110				
(2) 成果指標（事業実施によるめざす姿の達成度）									
指標名	市外からの転入者数	目標値	人		1,850	1,860	1,870	1,880	
		実績(見込)値		1,833	1,850				
		達成率		97.5 %	98.4 %				
	市外への転出者数	目標値	人		1,810	1,800	1,790	1,780	
		実績(見込)値		1,817	1,810				
		達成率		102.1 %	101.7 %				
5. 事業評価									
(1) 平成26年度の行政評価結果をうけて、平成26年度に取り組んだ改革改善点があれば記載してください。									
・市外のPR時は、まゆげったと大使のセットで活動を行うことで、PR効果の向上を図った。 ・ビニール手提げ袋、クリアファイル、ポケットティッシュなど、PR資材を充実させたことで、イベント時のPR効果が高まった。									
(2) 項目別評価									
評価項目・客観的評価				理由					
必要性	事業の必要性	A	必要性は高い	地域間競争の激しさが増していることから、必要性は高まっている。					
妥当性	実施主体の妥当性	B	どちらとも言えない	市の総合的な魅力発信が主たる業務であるので、実施主体は妥当である。ただし、庁内の組織体制については、今後検討していくべき課題である。					
	手段の妥当性	A	妥当である	メディアなどの利用は高額であり、現状の予算規模としては妥当な手段である。					
効率性	コスト効率 人員効率	B	どちらとも言えない	コスト効率は高いが、人員は不足している。まゆげったのアクターの確保など、対応を検討しなければならない。					
公平性	受益者の偏り	A	偏りは見られない	不特定多数を対象とした活動であるので、偏りは見られない。					
有効性	成果の向上	B	どちらとも言えない	定住化については、短期間で成果に結びつけることは難しく、長期的な視野が必要である。まず交流人口に対して重点的に取り組むことが、シビックプライドの醸成にも繋がり、成果向上に貢献すると考える。					
進捗度	事業の進捗	A	順調である	活動回数は増加傾向にあり、順調な進捗である。					
(3) 総合評価 上記評価を踏まえて事業全体について評価し、問題点・課題等を指摘してください。									
まゆげったに関しては、市内外の観光イベントで積極的に活用されている。また、関連グッズの制作展開など、産業振興の要素が大きい活動である。人員配置とともに、適正な部署への所管代えを図ることによって、さらなる推進が図られると考える。									
(4) 対応策・提言等 この事業を今後どのように改善・改革をしていきますか？									
まゆげった着ぐるみについて、今年度よりオリジナルデザインを忠実に再現したエアタイプを導入し、好評価を得ているとともに、アクターの環境改善も図られた。しかし可動域の制限が大きく、動きが限定的であるため、次の更新の際に改善を図る。									
6. 事業の方向性判断									
評価主体		27年度以降の事業の方向性			評価理由・根拠				
(1) 記入者評価 記入者が評価を行う		拡充 (人・モノ・カネ等の拡充)			注) 記入者は「5. 事業評価」を記載するため、この欄は未記入で結構です。				
(2) 一次評価 担当課長が評価を行う		拡充 (人・モノ・カネ等の拡充)			マスコットキャラクターを活用したPRにより一定の効果が得られているため、今後も「まゆげった」を活用したPR活動を展開する。また、HPやSNSを活用した全庁的な情報発信の強化に努める。				
(3) 最終評価 企画調整会議において評価を行う					上記評価のとおり。				