

対象年度	令和 3年度							総合計画実施計画策定及び行政評価シート			
事務事業名	シティプロモーション推進事業						予算事業名	シティプロモーション事業費			
予 算 科 目	会計	01	款	項	目	事業	要求区分	根拠法令			
			02	01	07	2301	政策経費				
総合計画体系	5協働で進める持続可能なまちの実現(自治・行財政運営)						事業の区分	主要事業			
	5-1市民・企業・行政がともに支えあう体制づくり (市民参加・広							重点事業			
	②広聴広報の推進						担当課係等	秘書課			
	1PR活動等の充実							シティプロモーション係			
事業期間	継続 (平成26年度～ 年度)										
【めざす姿 (意図・どのような状態になるのか)】	・本市の魅力を様々なかたちで発信することで、知名度の向上及び交流人口の増加を図る。						【事業開始のきっかけや他市の状況など】	今後も続く人口減少の速度を少しでも緩和するため、地域の特性や魅力を最大限PRし、知名度の向上を図る必要がある。			
【手段 (事業内容・どのようなことを行うのか)】	<ul style="list-style-type: none"> 重点的に進める事業やまちの魅力を発信 本市や近隣市に進出予定の企業等を対象としたPR活動 結城ブランド認定品をはじめとする結城の特産品を活用 PR用資材 (パンフレット、映像など) の制作 						【対象 (だれに対して・何に対して行うのか)】	市民 (定住化) 市外・県外住民 (移住促進)			
							【事業をとりまく環境の変化】	<ul style="list-style-type: none"> 今後、人口減少時代を迎えるなか、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。 			
【令和 3年度 事業内容】			【令和 4年度 事業内容】				【令和 5年度 事業内容】				
市全体で推進すべき事業説明等を行うとともに、特産品と市マスコットキャラクター「まゆげった」を中心としたPRを行い、観光、住環境等、市全体のプロモーション活動を行う。			市全体で推進すべき事業説明等を行うとともに、特産品と市マスコットキャラクター「まゆげった」を中心としたPRを行い、観光、住環境等、市全体のプロモーション活動を行う。				市全体で推進すべき事業説明等を行うとともに、特産品と市マスコットキャラクター「まゆげった」を中心としたPRを行い、観光、住環境等、市全体のプロモーション活動を行う。				

■ 事業費

		R01年度	R02年度			
財 源 内 訳	国 庫 支 出 金	0	0			
	県 支 出 金	0	0			
	地 方 債	0	0			
	そ の 他	0	0			
	一 般 財 源	1,446	1,842			
歳 入 計 (千 円)		1,446	1,842			
歳 出 内 訳	節 (番 号 + 名 称)	金額 (千円)	金額 (千円)			
	07 報償費	0	96			
	08 旅費	18	61			
	10 需用費	1,254	1,408			
	11 役員費	173	258			
	13 使用料及び賃借料	1	19			
歳 出 計 (千 円) (A)		1,446	1,842			
伸 び 率 (%)			27.38			
備 考	総合計画134ページ 予算書41ページ					

令和元年度行政評価シート

■指標

種類	指標名	単位		R01年度	R02年度	R03年度
活動 指標	プロモーション実施数	回	目標	6.00	6.00	6.00
			実績	21.00	0.00	0.00
	まゆげった活用イベント	回	目標	55.00	60.00	60.00
			実績	90.00	0.00	0.00
成果 指標	社会動態による人口増加数（毎年1月1日現在）	人	目標	150.00	100.00	100.00
			実績	30.00	0.00	0.00
			目標	0.00	0.00	0.00
			実績	0.00	0.00	0.00

■事業評価

必要性	事業の必要性	A 必要性は高い	人口減少問題は、今後の行政運営を左右する重要案件であり、多方面からの取り組みが必要である。
妥当性	実施主体の妥当性	A 妥当である	行政が先導的に取り組みを推進していかなければならない。
	手段の妥当性	A 妥当である	本市の様々な情報を集約し、内外に発信することが必要である。
効率性	コストの効率性・人員効率	B どちらも言えない	官民連携により、コスト効率を高めていくことが期待される。
公平性	受益者の偏り	B どちらも言えない	短期的には市外の対象者に向けたプロモーションとなるが、定住促進のためには市内対象者へのアプローチも必要となってくる。
有効性	成果向上の余地	B どちらも言えない	常に効果的な手法を検討し、成果向上に努める必要がある。
進捗度	事業の進捗	B どちらも言えない	プロモーションに終わりはなく、継続して本市の魅力を発信し続ける必要がある。
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			
現在は主に首都圏等の市外でのプロモーション活動が主体であるが、移住・定住をバランスよく進めていくためには市民へのプロモーションにも注力する必要がある。			
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			
市民へのプロモーションを強化することで、郷土愛の醸成を図り、定住促進につなげたい。			

■方向性

<p>1次評価（1次評価者として判断した今後の事務事業の方向性（改革・改善策））</p> <p><input type="checkbox"/> 拡充（人・モノ・カネ等の拡充） <input checked="" type="checkbox"/> 改善改革しながら継続 <input type="checkbox"/> 現状のまま継続（改善・改革なし） <input type="checkbox"/> 統合・新規事業への展開</p> <p><input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 廃止・終了 <input type="checkbox"/> 予定どおりの要求 <input type="checkbox"/> 一部改善の上要求 <input type="checkbox"/> 今回は見送り <input type="checkbox"/> その他の処置</p> <p>方向性の具体的内容</p> <p>本市の地域資源を活用した情報発信及びPRを行うことにより、市外からの移住促進や市内における定住促進を図る。具体的には直売会や市街外でのPRイベントへの積極的な参加に加え、若者の拡散力を活用しつつ、ホームページやSNSを活用した情報発信を行う。</p>
<p>2次評価（2次評価者として判断した今後の事務事業の方向性（改革・改善策））</p> <p><input type="checkbox"/> 拡充（人・モノ・カネ等の拡充） <input type="checkbox"/> 改善改革しながら継続 <input type="checkbox"/> 現状のまま継続（改善・改革なし） <input type="checkbox"/> 統合・新規事業への展開</p> <p><input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 廃止・終了 <input type="checkbox"/> 予定どおりの要求 <input type="checkbox"/> 一部改善の上要求 <input type="checkbox"/> 今回は見送り <input type="checkbox"/> その他の処置</p> <p>企画調整会議の意見・考え方（1次評価者と同じ場合も記入）</p> <p>上記評価のとおり。</p>